

英国ロンドン 店頭テストマーケティング企画

wagumi／OXO Gallery 現地販売・アンケート調査



本企画は、英国市場での日本製品の可能性を、実際の販売を通じて検証するテストマーケティング企画です。クリスマス商戦のスタートでもあり、買い物客が集中するブラックフライデー時期にOXO Galleryで開催する和組プロデュースJapan Craft Promotionイベントにて、商品を販売し、購入反応や価格受容性、ギフト適性、訴求内容を確認します。取得した販売結果と来場者の声をもとに、wagumiでの取扱い、EC販売、BtoB展開など、次の販路展開に向けた可能性を整理します。

①

実際に売って 購買可能性を確かめる

ブラックフライデー時期の購買需要を活かし、OXO Galleryで日本産品を実際に販売する。価格を提示したうえで、英国消費者に選ばれるかを確認する。



②

買われた理由・買われなかった理由を把握する

購入者だけでなく、商品を手にとった来場者や購入を迷った来場者からも声を取得する。価格、用途、ギフト適性、説明の伝わりやすさ、改善点を商品別に整理する。



③

次に売るための 判断材料を得る

販売結果と顧客反応をもとに、wagumiでの継続取扱い、EC販売、BtoB提案の可能性を検討する。調査結果を報告で終わらせず、次の販売機会につなげる。



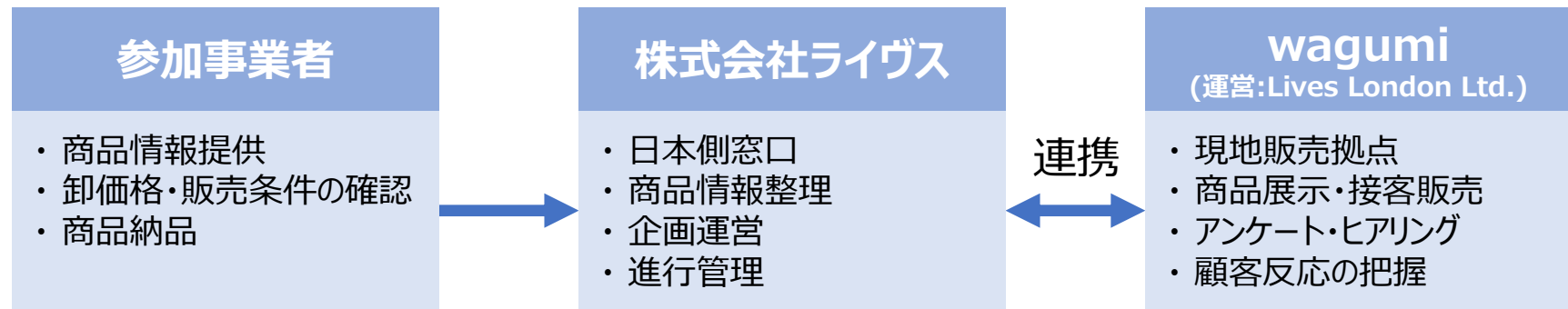
ブラックフライデー時期の集客を活用し、販売・アンケート・ヒアリング・顧客動向の確認を4日間で実施します。

実施場所	ロンドン OXO Gallery
実施時期・実施期間	2026年11月26（木）～29日（日） ブラックフライデー週末を含む4日間
募集社数	3社 ※応募多数の場合、厳正な審査を行い採択者を決定します
販売対象商品	・英国市場に適合する商品 ・5 SKU（目安） ※同一価格で色違い、サイズ違いの商品は、1 SKUとみなします。味違いは別SKUとします。 ・各社の商品候補から、会場条件・輸送条件・市場適合性等を踏まえ、対象商品を選定させていただきます。 ※1社あたりの物量は、60cm×60cm×40cm程度の箱2箱分まで、1箱あたり25kg以内を目安とします。
実施内容	商品展示（1社当たり1㎡）、テスト販売、アンケート、スタッフによる顧客動向レポート ※アンケート30件は、各社が選定する代表1商品を対象とします。
取得情報	販売状況、購入理由、非購入理由、価格反応、ギフト適性、改善点、顧客動向
次の展開可能性	wagumiでの常時取扱い（店舗、EC）、Lives LondonがディストリビュータとなりBtoB展開
取引形態	1社当たり5万円（税別）を上限にメーカー卸価格にて買取を想定しています。（国内取引）

本企画では、参加事業者から提供いただく商品情報・価格条件をもとに、株式会社ライヴスが日本側窓口として商品情報整理、進行管理、報告整理を行います。

英国現地では、株式会社ライヴスの海外子会社であるLives London Ltd.が運営するwagumiと連携し、wagumiスタッフが商品展示、接客販売、アンケート・ヒアリング、顧客反応の把握を行います。

実施場所は、wagumi店舗と同じOXO Tower Wharf内にあるOXO Galleryを使用します。



実施場所：OXO Gallery
OXO Tower Wharf 1階
※wagumi店舗と同施設内



wagumiは、株式会社ライヴスの海外子会社であるLives London Ltd.が運営するロンドンのジャパクラフトショップです。OXO Tower Wharf内に店舗を構え、日本の工芸品やデザイン雑貨を英国・欧州の顧客に向けて紹介・販売しています。本企画では、wagumiの現地販売知見を活用し、OXO Galleryでの展示販売・接客・アンケート・ヒアリングを実施します。

wagumiについて	
所在地	イギリス ロンドン 住所：1.09 OXO Tower Wharf, Bargehouse Street, London SE1 9PH (2階)
創業	2011年
コンセプト	英国・欧州におけるジャパクラフト製品のブランディング及び販売拠点として、日本の工芸産業のグローバル展開に貢献する。
事業概要	日本の優れた伝統工芸品や工芸デザイン雑貨商品をセレクトし、wagumi店舗及びwagumiオンラインで販売するとともに、欧州各国へのBtoB卸として、ジャパクラフト製品の販路開拓を推進しています。また、日本各地のメーカーが手掛けた商品を通してヨーロッパの消費者へ、その伝統や自然への思いを紹介し、日本国内のメーカーにも商品提案やフィードバックを行っています。
店舗面積	30平米
スタッフ人数	4人
HP	https://wagumi-j.com/



実施会場はロンドンの「OXO Tower Wharf」1階ギャリースペースを使用します。
運営は、同タワー内2階にあるジャパクラフトショップ「wagumi」のスタッフが行います。

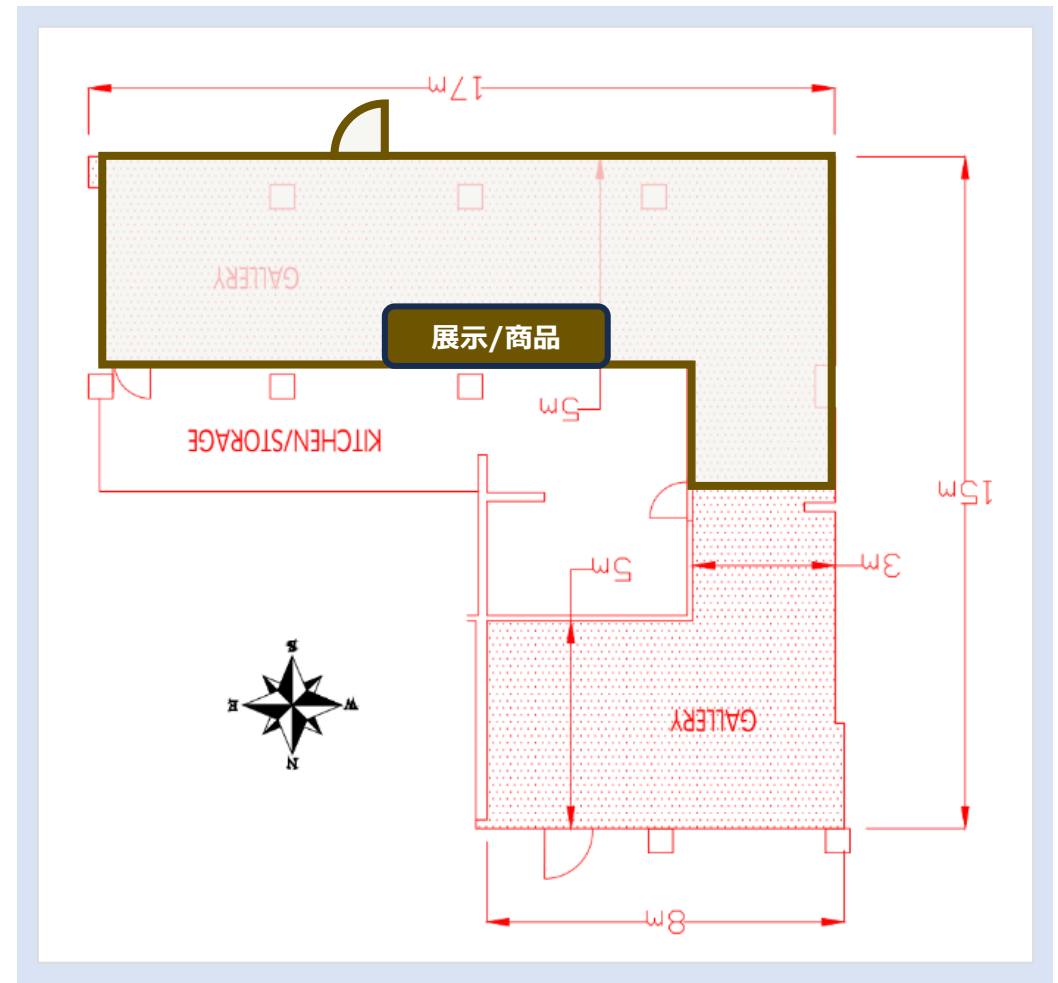
OXO Gallery図面および配置案

会場名	OXO Tower Wharf（1階ギャラリー）
所在地	Barge House Street, South Bank, London
実施面積	55㎡（1社あたり1㎡） ※総会場面積:133㎡
想定 来場者数	1日 120人程度
来場者層	観光客、デザイン・アート関心層、周辺就業者等
営業時間	11:00~18:00

▽内観



▽外観



商品選定にあたっては、中小機構と協議のうえ、wagumiの現地販売知見を踏まえ、英国市場での販売可能性、ギフト適性、継続取扱い可能性が見込める商品を優先させていただきます。（※詳しくは募集要項をご確認ください。）

対象カテゴリ

- キッチン/ダイニング（陶磁器、調理器具、食器）
- リラクゼーション・小物雑貨（ステーションリー、TOY、ルームデコ、DIY、アパレル）
- アウトドア/ガーデニング（弁当箱、ピクニック用食器、BBQセット、LEDライト、レジャー、園芸）
- 食雑貨（調味料、お茶、乾燥食品、簡単なお菓子 ※賞味期限は半年以上）

選定方針

- 現地消費者が購入しやすいか
- 英国での販売価格として成立するか
- クリスマス商戦期に訴求できるか
- 初見で使い方・価値が伝わるか
- 破損リスク、重量、表示、賞味期限等に無理がないか
- 小売店・バイヤーに提案しやすいか



だるま



長靴



弁当箱



お茶

アンケートは、購入者に加え、商品を手にとった来場者や購入を迷った来場者からも取得します。
購入理由に加え、購入に至らなかった理由を把握することで、価格、説明、パッケージ、用途提案など、今後の販売改善に活用しやすいフィードバックとして整理します。

項目	確認内容
魅力に感じた点	デザイン、素材、技術、日本らしさ、作り手の背景、ギフト性など
用途	自分用、ギフト用、実用、鑑賞用のどれに近いか
価格	高い／妥当／安い、購入を迷う価格帯
伝わりやすさ	使い方、背景、素材・技術の説明が分かりやすいか
改善点	価格、説明、パッケージ、用途提案、セット化、ギフト提案等

フィードバック
内容

アンケート30件（1社1商品）
＋
スタッフによる顧客動向レポート（全商品）

テストマーケティング終了後は、売れ筋商品やヒアリング結果をもとに、販売動向・消費者の反応を整理・分析し、各事業者商品の欧州販路開拓に活用可能なフィードバックをさせていただきます。

個別報告のイメージ▼

<事業者へのフィードバック>

会社名	有田製菓株式会社	地域	九州
商品名	真漢酒漬 片口ノ糖円皿	価格	1,575～5,544円/2,310～5,544円
	真白磁 片口ノ糖円皿		1,428～5,040円/2,100～5,040円

1. アンケート結果





①第一印象(購買意欲)

- どんな料理でも映えるような色味、平面的な印象が強く、軽さがあるのも好まれる。
- 真漢のお皿は意外と安いと評判で、真漢のカラーの色味ならもの野菜などが映えていていい。
- おしやれ、真漢が重なりそう。
- 真漢が大きいサイズは収納を考えると難しい。
- 料理が映える(見えそう)、シンプルなので和洋中に使える。

②デザイン

- 片口は重ねて収納できる点が良い。
- 真漢は横や縦に長く、重さもあるので、使い勝手が良い。
- 色味は和洋問わず使える。落ちるような食感を演出できそう。盛り付け例などがあると、使う楽しみも広がる。
- 真漢が重なり、茶室やホームパーティーを演出にぴったり。片口はボール代わりにサラダに使ったり、フルーツをのせても良さそう。真漢は花瓶にしても素敵かも。
- デザインは良いが、縦向きに使う場合の片口のそのまわりが割れやすい気がする。手作りのものなので、そのまわりが割れやすい印象を受ける。また、片口はそのまわりの部分が割れやすいので、強度が気になる。大きいサイズのものはこの容量・重さのものをのせておくことではないので、あくまでもデザイン的なかなと思う。
- ギフトにも選ばれるアイテムなので、専用の化粧箱があると良いのではないかと。
- 絵付けのない真漢も良いと思った。真漢は有田の色味を活かせる。有田のファンだけでなく、幅広いターゲット層に受け入れやすい。

③品質

- 見た目に良いものと感じられる。
- しっかりと作られて、職人技が感じられる。
- 真漢が重なり、茶室の空間になりそうな印象がある。
- 色味にセンスを感じる。作り手のこだわりを感じる。

④価格

- 商品は4800円位までだと嬉しい。シリーズで揃えたいので、一つ一つもう少しリーズナブルに展開してほしい。
- またはシリーズでセット価格があると嬉しい。
- 有田のデザイン・食感をすべて手作業のものの価値・重さがある。
- 1つ1つを揃えることを考えると真漢、真漢としては安価。

2. インタビュー結果

片口はアレンジを入れたり、卓上のアクセントになる。片口はいつも収納に困るので、入れ子になって置かれるのは使い勝手が良い。

- 真漢は横や縦に長く、重さもあるので、使い勝手が良い。
- 色味は和洋問わず使える。落ちるような食感を演出できそう。盛り付け例などがあると、使う楽しみも広がる。
- 真漢が重なり、茶室やホームパーティーを演出にぴったり。片口はボール代わりにサラダに使ったり、フルーツをのせても良さそう。真漢は花瓶にしても素敵かも。
- デザインは良いが、縦向きに使う場合の片口のそのまわりが割れやすい気がする。手作りのものなので、そのまわりが割れやすい印象を受ける。また、片口はそのまわりの部分が割れやすいので、強度が気になる。大きいサイズのものはこの容量・重さのものをのせておくことではないので、あくまでもデザイン的なかなと思う。
- ギフトにも選ばれるアイテムなので、専用の化粧箱があると良いのではないかと。
- 絵付けのない真漢も良いと思った。真漢は有田の色味を活かせる。有田のファンだけでなく、幅広いターゲット層に受け入れやすい。

3. モニター調査結果

有田の真漢とモダンなデザインが好評で、購買意欲の高い商品であった。カラーや色味が真漢が重なり、日常使いとしても、茶室やホームパーティーでの用途としても真漢のデザインとの意見が聞かれた。価格については、真漢同様あり、真漢としては価格相応であるが、複数購入には真漢であるとした意見が聞かれた。

総体的にはデザイン、品質、価格のバランスのとれた商品であり、購買意欲の高い商品と見える。

①実施概要

対象商品や販売動向データなどを記載。

②対象商品画像

販売時の様子の画像を掲載。

③ヒアリング項目別評価コメント

事前に設定したヒアリング項目をもとに収集したコメントをとりまとめ。

④現地の声

ヒアリングにて現地消費者から収集した感想や意見を記載。

⑤アドバイス

現地販売員からの意見やアドバイスを記載。

※過去事例：事業者へのフィードバック資料

商品選定から価格・商品情報の整理、輸送・現地準備を経て、ブラックフライデー当日を含む4日間で展示・販売を実施します。実施後は、販売結果と来場者の反応を商品別に整理します。

実施内容	7月	8月	9月	10月	11月	12月
参加事業者の募集	中旬～上旬					
参加事業者 対象商品確定		中旬～下旬				
事前支援及び価格・販売 条件・商品情報整理			上旬～下旬			
POP・販促物・ アンケート作成			中旬～上旬			
商品輸送・登録・ 在庫管理				中旬～上旬		
展示販売・アンケート 取得					11月 26～29	
販売結果・アンケート 集計・事後支援					下旬～上旬	
報告書の作成・提出						上旬～下旬

株式会社ライヴスは地域資源や日本のものづくりを活かした商品・サービスの販路開拓、マーケティング等を行う企業です。地域事業者や支援機関と連携し、日本の魅力を国内外に発信する取り組みを行っています。

社名 株式会社ライヴス

代表者 代表取締役 清家 貴

資本金 4,000万円

設立年月日 2003年9月24日

従業員数 32名

所在地 東京都渋谷区広尾1-13-1 フジキカイ広尾ビル5F

主な事業 国内外の販路開拓支援、食品・工芸・技術製品の開発・販売

本企画での役割 日本側窓口、事業者対応、商品情報整理、進行管理、報告整理



LIVES INC.

「地方を元気に、日本を元気に、そして日本の魅力を世界に」を理念に
地域資源の販路開拓・海外展開支援に取り組んでいます。

英国には、工芸品やデザイン性のあるライフスタイル商品への関心があり、素材、技術、作り手の背景やストーリーも商品の魅力として受け止められる市場土壌があります。本企画では、こうした背景を踏まえ、日本産工芸品を価値ごと伝えながら販売し、英国での販路開拓につなげます。

01) 手仕事やデザイン性のある商品が日常的に選ばれている

英国では、工芸品や手仕事による商品が一部の愛好家だけのものではなく、一般消費者にも広がった購買市場となっている。

Crafts Councilの調査では、2019年に英国成人の73%がクラフトを購入し、購入者数は約3,770万人、クラフト市場は約33.8億ポンド規模とされている。日本産工芸品を実際に販売してみる市場として、十分な購買の土台がある。

02) 素材・技術・ギフト性が選ばれる理由になる

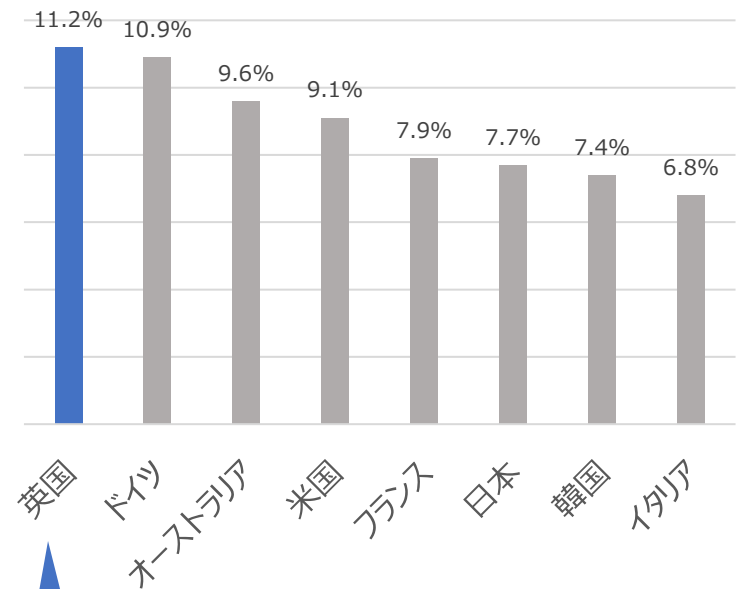
英国の工芸品・手仕事商品の購入では、単に「使えるから」だけでなく、美しさ、ユニークなギフト性、作り手の技術、制作背景、素材への関心も購入理由になっている。これは、日本産工芸品が持つ素材、技術、産地、作り手のストーリーと相性がよく、価格だけではなく背景価値を伝えながら販売できる市場である。

03) 文化やデザインを含めた価値が受け止められやすい

OECDのデータでは、英国の家計支出に占める「娯楽・文化」支出の割合は11.2%とされている。※右図参照

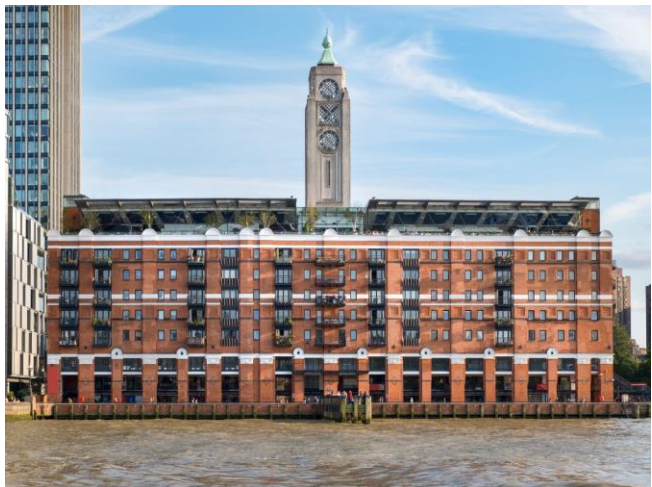
これは工芸品そのものへの支出ではないが、文化、デザイン、ライフスタイル領域の商品価値を伝えるうえで参考となるデータである。

家計支出に占める娯楽・文化支出



英国では、家計支出に占める娯楽・文化関連支出の割合が相対的に高い。工芸品支出そのものではないが、文化・デザイン・ライフスタイル領域の商品価値を伝える市場背景として参考になる。

OXO Galleryは、ロンドン・サウスバンクの観光・文化動線上に位置し、観光客や文化・デザイン関心層との接点をつくりやすい会場である。約55㎡の1階ギャリースペースを活用し、商品展示、接客、販売、アンケート取得を一体で実施できる。



観光・文化動線上にある立地

ロンドン中心部・サウスバンクエリアに位置し、テムズ川沿いの遊歩道や周辺の美術館・劇場・商業施設と連動した人の流れがある。観光客や地元来訪者との接点をつくりやすい立地である。

デザイン・クラフト関心層に届く環境

同施設内にはデザインショップやギャラリー、クラフト関連店舗が入居しており、クリエイティブ分野に関心の高い来訪者との接点が期待できる。

販売・調査を一体で実施できる空間

1階ギャリースペースの視認性と約55㎡の実施面積を活かし、商品展示、接客、レジ、アンケート導線を設計できる。実際に商品を販売しながら、購入者・非購入者の反応を取得しやすい会場である。