



5. 英国(ロンドン)



実施概要、全体的な販売実績

	場所	品目数	品目の種類	方法
ロンドン (11月～12月)	Westfield London (Whitecity)	82	果実・果実加工品、調味料類、米・包装米飯、水産物・水産加工品、茶、酒類、その他加工食品、菓子等	<ul style="list-style-type: none"> ・販売員が販促活動 ・試食販売・モニタリング実施 ・出品企業による実演販売(希望制)

品目	品目数	売上金額 (日本円)
米・包装米飯	4	31,784
その他加工品	34	352,832
水産物・水産加工品	2	27,917
茶	1	10,375
調味料類	15	330,291
清涼飲料水	4	30,747
日本酒	12	324,255
その他アルコール飲料	10	194,006
総計	82	1,302,207



<Westfield Londonについて>

住所: Ariel Way, London W12 7GF, United Kingdom

アクセス: Central line- Shepherd's Bush駅、White City駅

Hammersmith & City line-Wood Lane駅、Shepherd's Bush Market駅

営業時間: 午前8:30~午後11:00 ※土曜日は22時まで、また日曜日は12時~18時まで。クリスマスシーズン中は、日によって異なる。

店の特徴: ロンドン西部シェパーズ・ブッシュにて2008年にオープンした欧州最大級のショッピングモール。Waitrose、Marks & Spencerなど食品小売店、Debenhams、House of Fraserなどのデパート、Next、H&Mなどの衣料小売店、プラダ、グッチなどの高級小売店等、300以上のテナントが出店している(2015年現在)。売場面積約48,000㎡、来場者数週500,000人。規模としては欧州最大級で、主に中高所得者層に人気がある(2015年現在)。

【消費者アンケート】

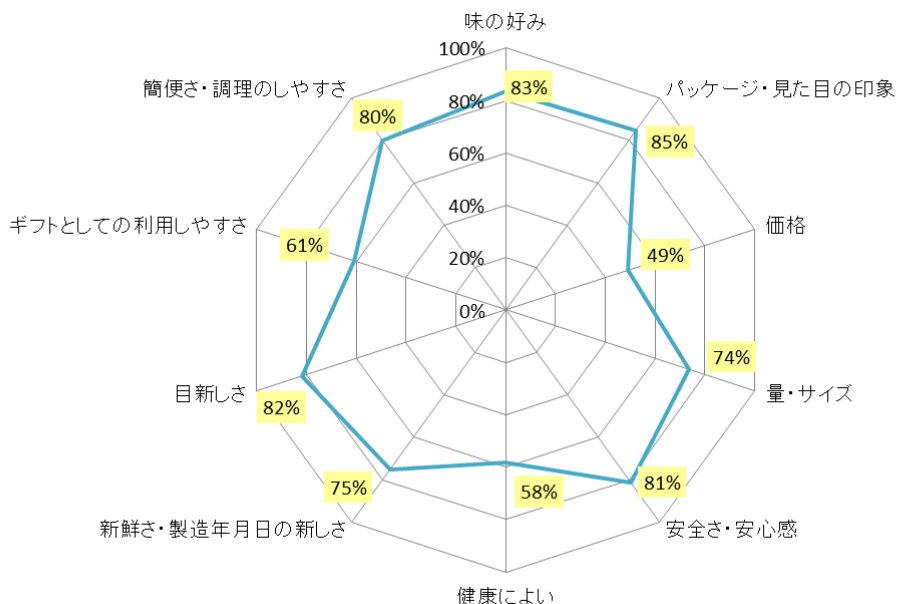
①実施方法：11月9日から29日、12月2日から22日まで調査員を配置し、店頭にて消費者から各商品に対する購買意向や味やパッケージデザインの評価を聴取した。

②アンケート回収件数：3,135件

- 調査対象者は、性別では「女性」が約63%と多かった。
- 年齢は、18-29歳が全体の34%と最も多く、次いで30-39歳(25%)が多かった。
- 人種に関しては、全体の47%と白人が最も多く、約半数を占めた。次いでアジア人(30%)、黒人(14%)が続いた。
- 居住地については、Westfield Londonがある西ロンドンが58%と大部分を占めた。また、ロンドン在住者は全体の78%だった。
- 国籍はイギリス国籍(51%)と半数を占めた。
- 職業は全体の44%が会社員と大部分を占め、次いで学生(11%)、専業主婦(8%)が続いた。

③全体集計結果

アンケート調査において、評価が比較的高かった項目は「パッケージ・見た目の印象」「味の好み」「目新しさ」「安全さ・安心感」であった。一方、「価格」に対する評価は低いものだった。



(注)項目毎の回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

【出品商品について】

- 昨今英国での日本コンセプトの食料品の増加、更に健康志向のトレンドから日本産食品の現地消費者の興味は大変高い。しかし、一つ一つの食品の認知度はまだまだ高くなく、大部分の消費者が認識出来るのは「わさび」や「味噌」等で、その他「柚子」、「ポン酢」、「こんにゃく」等に関しては一部の消費者を除き認知度は大変低かった。
- そういった中で、わさびドレッシング、胡麻ドレッシングに代表されるように、現地消費者に使用用途を明確に伝え易い商品の売上は大変好調だった。一方で、風味のついた味噌、ペースト類、米など現地消費者がどのように調理すれば分かりにくい商品の販売は低迷した。そういった商品は、現地消費者に合った調理法の提案、認知度向上のための訴求ポイントを明確にしたプロモーション活動が必要だと思われる。
- また、健康志向の消費者は原材料、栄養成分を留意する傾向にあり健康面の訴求ポイント(グルテンフリーなど)をより明確にするなどの工夫が必要だと思われる。
- 日本酒は消費者の関心は高いものの、無色透明のせい、アルコール度数の強い蒸留酒のような酒との先入観を持っている消費者が多かった。イメージを払拭する為のプロモーションが必要だと思われる。

米・包装米飯

<出品品目数、販売数>

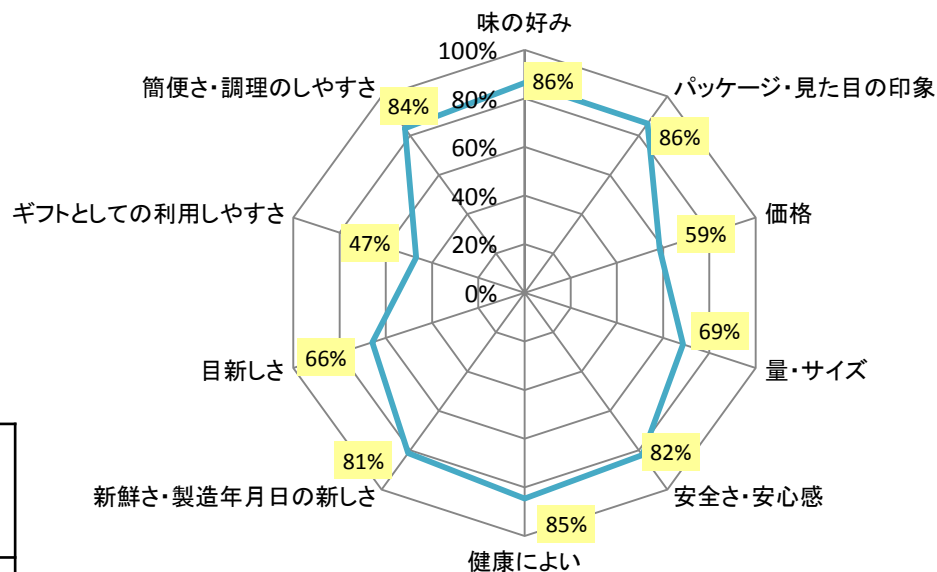
品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
4	88	42	46%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・味、つや、食感が良い☆ ・もちもちして美味しい☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・パッケージが良くない(中身が見えない、調理法が分からない)☆ ・量が少ないのに高い☆

商品別コメント	<p>米： 甘く感じておいしい。質が高い。 英国では炊飯器が普及しておらず、鍋で炊くのが前提であり、パッケージへの調理法表記などは必須である。</p> <p>包装米飯： 値段は安くて良いが、パッケージから中身が見えるようにした方が良い。英語表記も必要。</p>
---------	--

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・消費者アンケートでは、味そのものに対する評価は高い。ただし、米などの主食をそれだけで食べる習慣が無く、販売の際は調理法などの表記に注意が必要である。
- ・「もちもち感」を評価する声は、アジア圏出身の消費者が多かった。
- ・また、アジア圏出身の消費者を中心に、電子レンジで調理する包装米飯は手軽さも人気があった。

その他加工品 (果実・野菜加工品、菓子、麺等。以下同様)

<出品品目数、販売数>

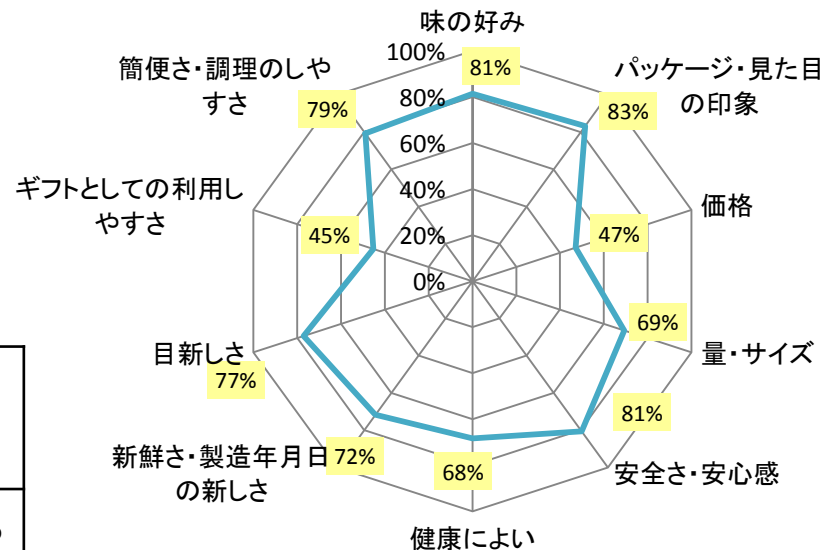
品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
34	1644	531	36%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・美味しい☆ ・ヘルシーである、子供向けにも良い☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・どのように使い、食べるかを説明する必要がある ・パッケージの改善が必要(中身や調理法など英語表記)☆ ・価格が高過ぎる☆

商品別コメント	<p>菓子類: 羊羹は、認知度が低い(アジア系以外)。また甘すぎるというコメントが目立った。日本のような「茶菓子」という概念がイギリスでは薄く、単独として食すものとしては甘すぎるイメージがある。 スナックについては、訴求ポイント(健康志向など)を全面に出したラベルにすべきだとの消費者の声が多かった。</p> <p>ジャム類: 甘みが抑えめで美味しく、使い勝手が良い。 味がとてもフルーティーで値段も妥当。パッケージに英語のラベルが欲しい。</p>
---------	--

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・小袋で扱いやすい、健康に良いなど、訴求点が分かりやすい商品は、販売が好調だった。スナック菓子の中には販売率が9割を超えるものもあった。
- ・加工品は、現地では馴染みの無いものが多い。どのような商品なのか、中身が見えるようなパッケージにすることや、調理法を英語で明記することなどは必須であると思われる。
- ・英国の消費者は、シンプルな原材料の商品に対する関心が高い。

水産物・水産加工品

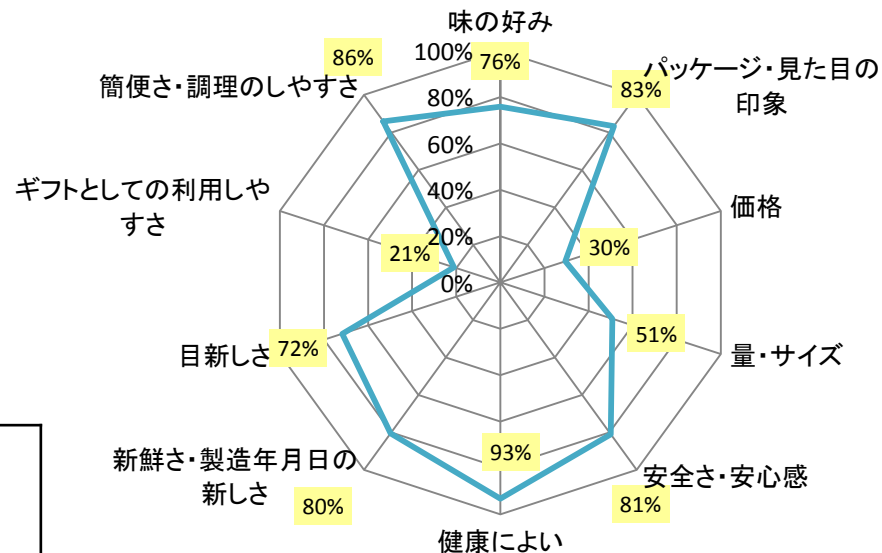
<出品品目数、販売数>

品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
2	120	28	33%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	・健康志向に合っている ・海藻にしては高いが、興味はある☆
	-評価	・高すぎる☆ ・量が少ない☆
商品別コメント	海草類: 既に健康に良いとの認識を持った消費者も少なくない。 しかし、調理方法が分かりにくいことから、調理例などより明確な表示があると良い。	

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・海藻については健康に良いと考える消費者はいるものの、広く認知されている食材ではない。
- ・また、海苔は寿司で使うイメージが強く、販促活動を実施する際は、調理方法などを紹介しながら、試食を行なう必要があると思われる。

茶

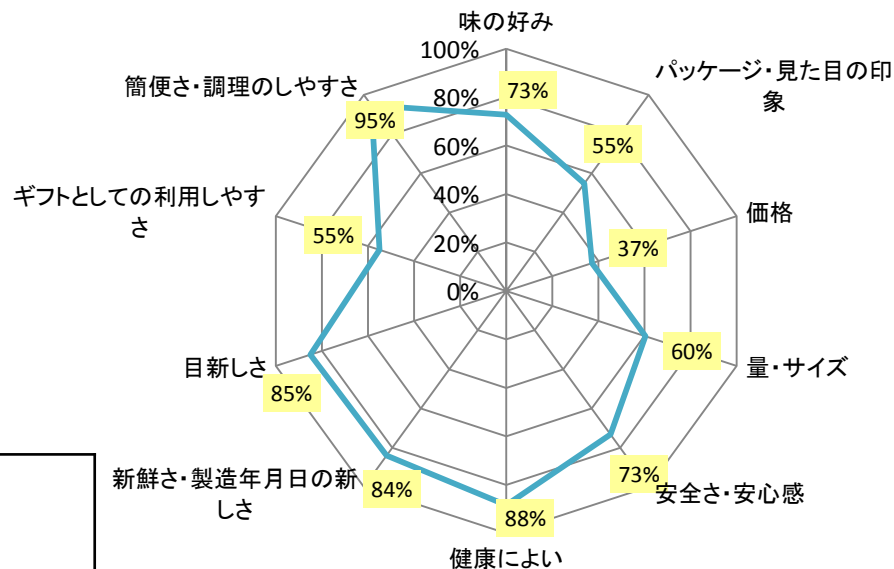
<出品品目数、販売数>

品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
1	300	55	18%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・リフレッシュできる、ヘルシー☆ ・飲みきりサイズで便利☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・価格が高過ぎる☆ ・もっと英語表記の説明がほしい☆
商品別コメント	緑茶： 味について評価する声は多かったが、値段が高い。 また英文表記などパッケージの工夫も必要である。	

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・英国では日本食全般が流行しており、緑茶も人気がある。消費者にも認知されている。
- ・今後販売を伸ばしていくには、価格面を踏まえた上でターゲットとする消費者層を絞り、ターゲット層にあったパッケージで訴求していくことが必要だと思われる。

調味料

<出品品目数、販売数>

品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
15	748	308	48%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

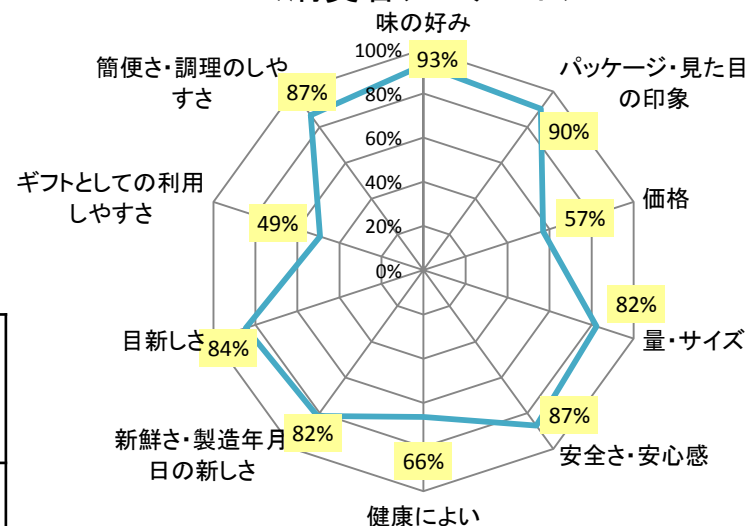
品目全体に関する主なコメント	＋評価
	<ul style="list-style-type: none"> ・味が良く、肉や野菜等の料理によく合う☆ ・使用用途が色々あるので、様々な料理に使える ・ロンドンに出回っている商品よりも香りがよく、おいしい☆
品目全体に関する主なコメント	－評価
	<ul style="list-style-type: none"> ・値段が高い☆ ・どのように使い、食べるかが分からない、適切な使用量も分かりにくい☆ ・他の商品と何が違うのかを含め、英語で説明する必要がある☆

商品別コメント	<p>調味料全般： パッケージを見てこの商品が何か、どのように使うか分からないものが多い。PRIに際しては写真などを使った使用例が必要。</p> <p>味噌： 現地消費者にとって使用方法のイメージが付きにくく、販売は伸びなかった。調理方法をパッケージに明記した方が良い。</p> <p>ドレッシング： 味がよく、使用方法も明確なので売れ行きは好調である。ただし、市場には同種の商品が多数あることから、パッケージには、他商品との違いなどを英文で記載した方が良い。</p>
---------	--

<品目別総評>

- ・パッケージを見て、商品が何か、どのように使うか分からない。また口頭で説明してもなかなか伝わらないことも多い。販促活動を行う際は、写真なども活用し、使用例を視覚的に示すことが必要と思われる。
- ・現地消費者にとって馴染みのない商品も多いせいか、同じ商品でもマイルドというコメントがある一方で辛いというコメントがあるなど、消費者によって評価が二分するケースが多かった。
- ・価格に対する評価は高くない。使用方法が不明確で、適切な使用量が分かりにくく、容器の大きさやそれに相応しい価格が消費者には伝わりづらいことが多かった。

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

清涼飲料水

<出品品目数、販売数>

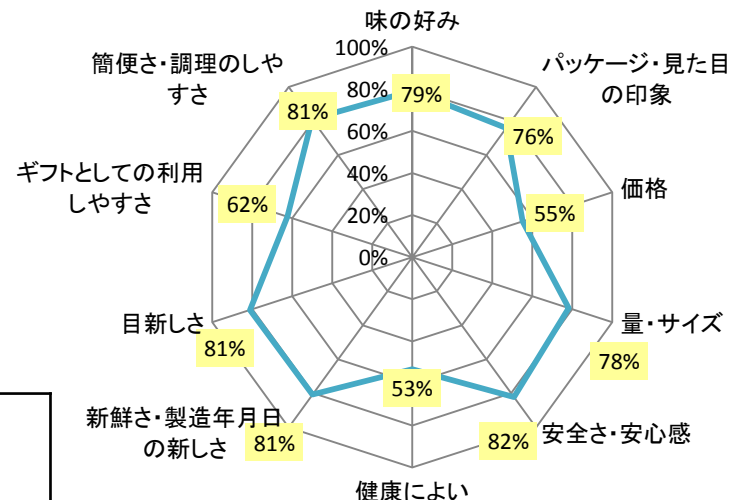
品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
4	82	36	43%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	・美味しい☆ ・子供向けに良い☆
	-評価	・高過ぎる☆ ・ラベルに十分な情報が無い、原材料や中身自体が分からない☆

商品別コメント	<p>果実ジュース： 柚子関連は、柚子の認知度自体は低いものの、味は老若男女を問わず人気がある。</p> <p>サイダー： 子供向けと考える消費者が多く、子供用に合わせたパッケージの工夫や英文表記が必要と思われる。</p>
---------	---

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・商品の外観や見た目に関するマイナスコメントが多かった。具体的には、ラベルに表記されている商品関連情報が少ない(原材料が分からない、日本産であることが分からない等)、ラベルからはアルコール飲料のように見えて誤解を呼ぶ、商品名の意味が分からない、など。
- ・英国では健康志向、自然派志向が高まっており、ジュース類も無添加で原材料が単純なほうが受け入れられやすいと思われる。

日本酒

<出品品目数、販売数>

品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
12	386	109	31%

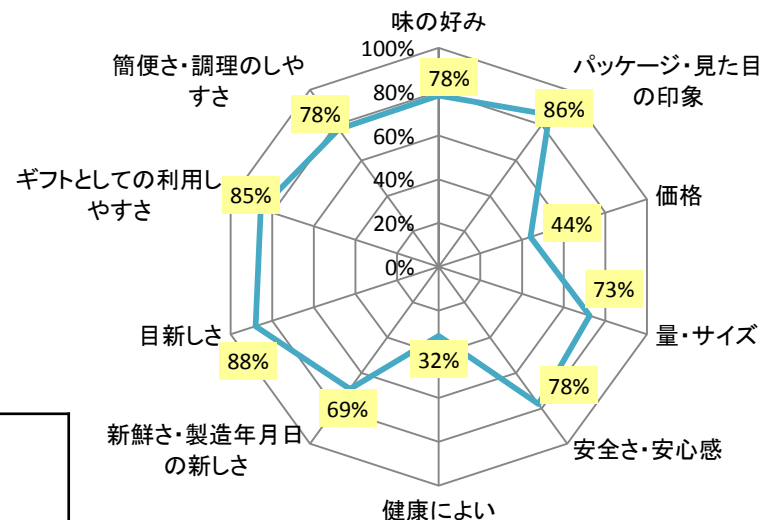
<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・辛口でおいしい☆ ・とてもなめらかで良い☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・小さいサイズのボトルがあった方が良い☆ ・パッケージ、ラベルを変更した方が良い☆
商品別コメント	<p>日本酒: サイズは300mlのものがよく売れており、お試し感覚で購入する消費者が多い。 逆に高価格商品は販売が伸びなかった。消費者には純米大吟醸などの品質の高さが理解されておらず、未知の商品に高い金額は支払えない。</p>	

<品目別総評>

- ・消費者の関心はあるものの、日本酒自体はまだまだ普及過程にある。日本酒そのものを知らない消費者も少なくなかった。
- ・無色透明の見た目からか、アルコール度数が強い蒸留酒という先入観を抱いている消費者が世代を問わず多かった。実際、試飲すると「当初持っていたイメージと違う」という声が多かった。

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

その他アルコール飲料 (果実酒、焼酎等。以下同様)

<出品品目数、販売数>

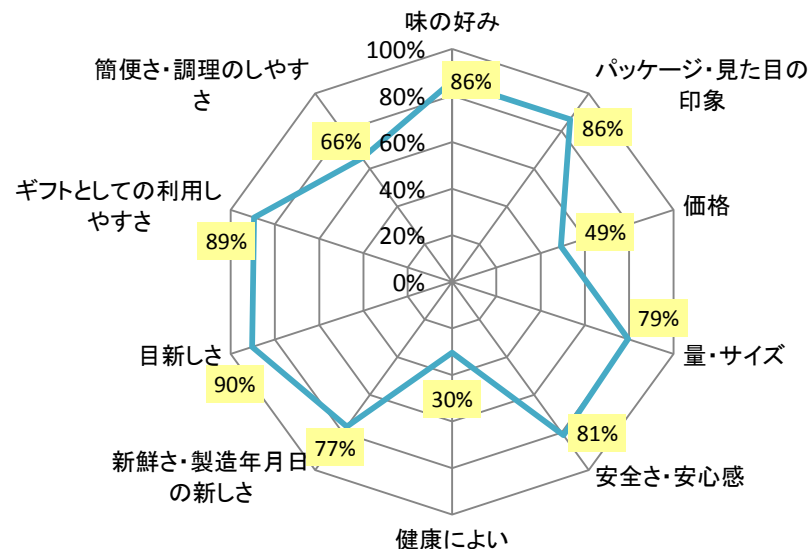
品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
10	294	57	24%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・とても芳醇で、味が良い☆ ・ボトルデザインが良く、ギフト用の商品としても使える☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・価格が高過ぎる☆ ・パッケージからお酒だということが分からない、パッケージを改良する必要がある☆

商品別コメント	<p>梅酒: 主に女性を中心に人気がある。加えてアジア系など既に日本関連商品に詳しい消費者層にも人気がある。梅の甘味と酸味がおいしく、香り・キレのバランスが良い。</p> <p>焼酎: ウイスキーに近い味わいのあるものは、英国でも受け入れられる可能性がある。また、焼酎に限らないが、時期(クリスマス等)によってはギフトとしての購入も期待できるため、本格的な販売を考える場合には、化粧箱やギフトパッケージの準備が必須である。</p>
---------	---

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・味の良い商品、また手頃なサイズや価格の商品の販売が比較的伸びた(梅酒:販売率61%、発泡梅酒:販売率32%)。
- ・味も重要だが、パッケージやラベル、容器の形状を工夫することで、更に受け入れられる可能性があると思われる。
- ・出品は無かったが、日本産ウイスキーの認知度が高まっており、試験販売期間中に問い合わせも多かったことから、今後英国市場でも普及していく可能性があると思われる。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(ロンドン) 11・12月(1/6)

※【1ポンド=188.63円換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (GBP)	日本円 換算※	入荷個数	販売済 個数	専門家(レストランシェフ等)コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
1	北海道	きなこ黒豆		2.5	472	20	14	価格競争力があればニッチ商品として可能性はある。	子供用のヘルシーなスナックとして買いたい。
2	岩手	日本酒(純米吟醸)		29.5	5,565	24	10	美味しい。もう少しデザイン性が高いボトルだと良い。	もっとお酒の味が強い方が良い。
3	山形	パック米飯(ひとめぼれ)	○	4	755	24	19	電子レンジを使った食材はポピュラー。値段次第ではかなり売れると思われる。	パッケージが良い。将来的にはWaitroseやMarks and Spenserなどで販売できそう。
4	山形	パック米飯(つや姫)	○	4.5	849	24	12	電子レンジを使った食材はポピュラー。値段次第ではかなり売れると思われる。	英語のパッケージにするか、パッケージから中身が見えるようが必要である。値段は安くて良い。
5	山形	日本酒(純米古酒)		22.5	4,244	20	12	品質面で販売は厳しい。	味は良いが、パッケージに高級感がなく、価格と釣り合っていない。
6	福島	日本酒(スパークリング)		13.5	2,547	44	2	美味しい。うまく商品のストーリー性を伝えられると良い。	辛口で他のお酒と違う味わいがある。
7	埼玉	人参こんにゃく		2	377	30	15	味が良い。英国は健康ブームであり、受け入れられるのでは。	味がおいしく、パッケージも良い。
8	埼玉	ほうれん草こんにゃく		2	377	30	12	味が良い。英国は健康ブームであり、受け入れられるのでは。	パッケージを変えて、もっと商品内容を分かるようにすると良い。
9	千葉	日本酒(大吟醸)		75	14,148	28	0	美味しいが、大吟醸としての個性が弱く、かつ、競合商品が多い。	小さいサイズのボトルがあった方が良い。
10	東京	シロップ	○	10	1,886	60	0	水あめのようにデザートでも砂糖の代わりに使える。	価格が高くパッケージも変える必要がある。
11	東京	シロップ	○	10	1,886	30	0	味、品質は良い。パッケージの見直しが必要。	小分けパックにすれば利用しやすくなる。
12	東京	シロップ	○	10	1,886	30	0	味、品質は良い。パッケージの見直しが必要。	小分けパックにすれば利用しやすくなる。
13	東京	柚子胡椒		4	755	20	10	家庭用としても業務用としてもニーズあり。	この商品をどのような料理に使うのかのイメージがわからなかった。
14	東京	柚子胡椒		4	755	20	8	家庭用としても業務用としてもニーズあり。	予想していたよりも味が辛かった。
15	東京	わさび胡麻ドレッシング		3.5	660	60	57	味が良く売れ行きも好調。	サラダに合いとても良い。ロンドンにはなく特別である。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(ロンドン) 11・12月(2/6)

※【1ポンド=188.63円換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (GBP)	日本円 換算※	入荷個数	販売済 個数	専門家(レストランシェフ等)コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
16	東京	わさびドレッシング		3.5	660	60	37	味が良く、どんな料理にも合わせやすい。	日本語表記のみで読めないのが、イギリス人はあまり魅かれられない。
17	東京	ドリップコーヒー		5	943	120	20	競合品が多く、販売は厳しい。	パッケージは良いが、商品が小さく、味はもっと濃い方がよい。
18	東京	ドリップコーヒー カフェインレス		6	1,132	60	5	競合品が多く、販売は厳しい。	価格はリーズナブルでよい。 味がマイルド過ぎるので、もう少し濃い方がよい。
19	東京	サラダ昆布		4	755	60	20	健康志向が高まりつつあり、今後売れる可能性はある。	パッケージを大きくして、価格を安くする必要がある。
20	神奈川	ドリップコーヒー		7.5	1,415	50	5	競合商品が多く厳しい。	普段ダークコーヒーを飲んでいるので味が薄く感じた。
21	神奈川	ライスワインビネガー(米酢)		21	3,961	24	1	品質的に販売は厳しい。	味が強すぎて、値段も高い。
22	新潟	米粉		2.5	472	30	12	小麦粉の代替品として幅広く受け入れるのではないかと。	料理レシピのアイデアがもっと必要である。
23	新潟	米(コシヒカリ)	○	3.5	660	20	7	炊飯器が普及していないので、鍋で炊くことを前提にした販売が必要。	歯ごたえが良く、このようなお米はロンドンにはないので、オリジナルでよい。
24	新潟	米(コシヒカリ)	○	3.5	660	20	4	炊飯器が普及していないので、鍋で炊くことを前提にした販売が必要。	価格が高くパッケージが小さいが、味は良い。
25	富山	うどん		6	1,132	60	5	稲庭うどんの人気の高い。価格次第。	「こし」があるが、他の麺との違いがわかりづらい。
26	石川	みそ		7	1,320	48	23	ロンドンに類似の商品が数多く出回っており容易に入手できる。	みその調理方法を明記した方がよい。
27	石川	サイダー		2	377	24	18	価格次第。カクテルに良い。	味が甘くておいしく、子供用にはとても良い。
28	石川	サイダー		2	377	24	13	一般流通は価格次第。	英語のラベルがあればもっと良い。
29	石川	梅酒		41.5	7,828	12	1	特色があって面白い。食前酒に良い。	他の梅酒との味の違いがわからず、値段が高い。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(ロンドン) 11・12月(3/6)

※【1ポンド=188.63円換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (GBP)	日本円 換算※	入荷個数	販売済 個数	専門家(レストランシェフ等)コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
30	石川	柚子酒		10	1,886	72	3	味は良い。サイズの割りに価格が高い。	ボトルをもっと大きくすると良い。もっと目に留まるパッケージにすると良い。
31	石川	トマト酒		10.5	1,981	48	2	味は良いが価格が高い。	販売するにあたり、パッケージからはお酒だということがわからない。小さなギフトとして良い。
32	山梨	梅干し		5.5	1,037	20	17	梅干しという商品がロンドンでは認知されていないが、親日家やアジア系には受け入れられている。	ご飯と一緒に食べると良い。 パッケージにもっと英語表記があると良い。
33	長野	ようかん		3.5	660	100	38	うまくパッケージングできれば売れる可能性はある。	量に対して価格が高いが、味と商品のユニークさは良い。
34	長野	かのこもち		6	1,132	100	24	うまくパッケージングできれば売れる可能性はある。	どのように使い、食べるかを商品説明する必要がある。
35	岐阜	日本酒(純米吟醸)		12.5	2,358	24	12	美味しいが癖が強く、万人受けは難しいと思われる。	味がおいしく、ボトルのデザインもシャープで良い。
36	岐阜	らーめん	○	3	566	20	11	味は良いが価格が高く、一般人には調理法が分かりづらい。	現在流通している麺に比べて値段が倍。グルテンフリーを好む人に対しては売れそう。
37	岐阜	乾燥りんご	○	4	755	20	8	原材料がシンプルな点を訴求ポイントとするとうまいと思われる。	パッケージを変更する必要あり。りんごだけで作られている点を強調して記載した方が良い。
38	岐阜	乾燥みかん	○	4	755	50	6	みかんは当地で作られている物より香りが高い。	子供用には良い。ヘルシーフードセクションとして売り出すのは良い。
39	静岡	粉末緑茶		1	189	300	55	香りや味が薄く、販売は厳しい。	もう少し値段が安ければ買いたい。夏であればアイ스티ーすると良さそう。
40	三重	ようかん		1.5	283	100	80	目新しい。味、パッケージも良い。	チョコレート味が濃く、とても甘くておいしい。
41	三重	ようかん		5	943	30	27	パッケージは良いが、は好き嫌いが分かれる。	甘いので子供用に良い。
42	三重	カレー		5.5	1,037	30	9	本場のインドカレーが普及しており、インド風では販売が厳しい。	インドカレーが広く流通しているので、他の商品と比べて何が良いのかを示す必要がある。
43	三重	野菜カレー		5.5	1,037	30	8	より日本風にしたほうが受けると思われる。	インドカレーとの味、品質の違いを示す必要がる

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(ロンドン) 11・12月(4/6)

※【1ポンド=188.63円換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (GBP)	日本円 換算※	入荷個数	販売済 個数	専門家(レストランシェフ等)コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
44	京府	スパゲッティ		2.5	472	60	22	豆臭いのを嫌う方が多かった。	高たんぱく質、低炭水化物であることを英語で示す必要がある。
45	京府	シリアル		8.5	1,603	70	4	食材としては面白い(グルテンフリー、ローカロリー等)。	もっと安ければ買いたい。
46	京府	胡麻ドレッシング		9	1,698	50	36	味は大変良い。胡麻は人気であり、業務用も需要あり。	味がおいしくサーモンとの相性が良い。
47	京府	黒糖焼酎		71.5	13,487	24	1	ウイスキーに近い味わいで、英国でも通用しそう。	ボトルがシャンパーのようで改善の余地がある。
48	京府	ポン菓子		3.5	660	60	25	味は良いが、類似品があり差別化が必要。	小分けのパックにして、値段も安くすると良い。
49	京府	ポン菓子		3.5	660	120	22	形を変え揚げることにより、香ばしくなったので良かった。	価格が高い。パッケージは日本産であることがわかると良い。
50	京府	黒豆		32	6,036	24	0	甘い豆を食べる習慣がない消費者にどうアピールするか。プロモーションも必要。	値段が高過ぎる。パッケージを改善する必要がある。
51	大阪	唐辛子みそ		5.5	1,037	72	23	炙ることによって香りが立ち良かったと思う。	味は良いが、値段が高い。パッケージもセンスがいいが、日本語なので理解できなかった。
52	大阪	ゆずぼん酢		11	2,075	36	18	味は大変美味しい。日本食ブームの中、英国でも受け入れられやすい商品。	味がさわやかであり、醤油よりも良い。
53	兵庫	日本酒(純米大吟醸)		46	8,677	36	2	現地で好まれる味わい。ボトルも華やかである	味がとても良く、他の日本酒と違う感じがする。ボトルのデザインもとても良い。価格は高い。
54	兵庫	ぶどうリキュール		31.5	5,942	12	1	味の評価は高いが、価格が高い。	ボトルをもっと小さくすると良い。他の飲料との違いがわかるともっと良い。
55	兵庫	山椒味噌		6.5	1,226	24	6	用途が明確になっていない。	この商品の使い方がわからないので説明が必要。
56	兵庫	うどん		2	377	40	28	特色が無い。	パッケージを大きくして、価格を安くする必要がある。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(ロンドン) 11・12月(5/6)

※【1ポンド=188.63円換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (GBP)	日本円 換算※	入荷個数	販売済 個数	専門家(レストランシェフ等)コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
57	兵庫	スパークリング梅酒		6	1,132	60	19	味、パッケージとも良い。スパークリング系は需要が伸びている。	味は良いが、ボトルが小さいのでノンアルコール飲料と勘違いしてしまう。特に男性向けには改良する必要あり。
58	奈良	わさびスナック		2.5	472	50	46	わさびに対する認知度は高い。類似品があるが、本商品は品質が高い。	味が良く、値段も手頃で良い。
59	奈良	日本酒(純米酒)		6.5	1,226	24	19	日本酒としては手軽な価格で良い。	レストランで飲んだことのある他のお酒と比較して、辛口でなめらかである。
60	奈良	日本酒(スパークリング)		8	1,509	48	10	味、パッケージが良い。スパークリング系は需要が伸びている。	とてもさわやかでおいしいが、サイズが小さくて高い
61	奈良	梅酒		25	4,716	18	11	品質が全体的に低い。	とても芳醇で気分がリラックスする味わいである。
62	奈良	柚子酒		24	4,527	18	8	品質がもう少し高いと良い。	味は良いがアルコール度数が低いので値段を安くするべきである。
63	和歌山	梅酒		3	566	20	14	商品としては面白い。価格次第。	価格がリーズナブルで売れると思う。パッケージを改善すれば、ギフト用の需要もあると思う。
64	和歌山	ゆず梅酒		21	3,961	18	8	ゆずは人気で、味のバランスも良い。	ラベルを変更する必要がある。英語記載をする必要がある。
65	鳥取	日本酒(純米吟醸)		38.5	7,262	18	5	酒質、香りともあまり良くない。	カクテルのように飲みたいので、アレンジ方法を教えてほしい。
66	鳥取	日本酒(純米酒)		36	6,791	36	2	特徴的な味わい。ドライでパンチがある。	味が辛口で良い。パッケージは変更する必要がある。
67	広島	海苔		8.5	1,603	60	8	クリスピー過ぎて寿司には向かない。価格が高過ぎる。	どのように料理に使うかわからないので説明する必要がある。
68	香川	ぼん酢		4.5	849	48	14	他社の商品より香りと味のレベルが高いと思う。	味は良いが値段が高い。すしにつけると良さそう。
69	香川	醤油		10.5	1,981	78	10	他社の醤油には出せない味を出せる。	価格が高いため他の醤油と何が違うのかを英語で説明する必要がある。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(ロンドン) 11・12月(6/6)

※【1ポンド=188.63円換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (GBP)	日本円 換算※	入荷個数	販売済 個数	専門家(レストランシェフ等)コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
70	香川	日本酒(純米酒)		26	4,905	36	6	味が大変良い。アルコール度数が控えて、受け入れられやすい。	ラベルからはワインかオリーブオイルの様な感じがする。ラベルを工夫する必要がある。
71	高知	ゆずジャム		5	943	24	19	柚子の風味が良い。パッケージは現地向けに工夫が必要。	味が甘過ぎずにとても良い。
72	高知	柚子みそ		4	755	64	8	柚子味噌は昔から作っていたので、何の抵抗もなく使えた。使用用途が色々ある。	とてもさわやかな味で良い。価格、パッケージも良い。
73	高知	ゆずジャム	○	5	943	24	7	韓国産より柚子がしっかりしていて甘みが抑えめで美味しく、使い勝手が良い。	医薬品を思わせるパッケージなので、マーケットに合わせて改善した方がいい。
74	福岡	日本酒		9	1,698	48	29	大変飲みやすく、作り手が丁寧に仕込んだことが感じられる。品質が高い。	ラベルのデザインが良い。キャップの色は赤より、シルバーの方が良い。
75	福岡	のり		8.5	1,603	40	6	業務用としても家庭用としても、売れる可能性がある。	値段は高いが味は良い。ご飯にとても合う。パッケージに英語記載をもっとする必要がある。
76	長崎	しいたけチップス	○	2.5	472	72	19	形は良いがせっかくの椎茸の香りが活かされていない。	スナックとしては価格が高いが、小さいサイズで販売されていれば購入が増えると思う。
77	大分	醤油		5	943	24	21	差別化された商品を求める富裕層に受ける。	味はとても良いが普通の醤油と味が違う感じがした。
78	大分	柚子胡椒ソース		6	1,132	24	20	商品力が弱く感じる。	味が良く、肉や野菜によく合いそう。
79	大分	麦焼酎		28	5,282	12	3	あまり癖が無く、飲みやすい。プロモーションを上手くしていく必要がある。	パッケージがとても良い。他の日本のお酒のパッケージと比較してもこちらの方が良い。
80	宮崎	黒にんにく		17	3,207	20	3	美味しい。パッケージは中身が見えて良い。	味が良く寿司にとても合うと思う。中身が見えるパッケージも良い。
81	鹿児島	スムージー		20	3,773	10	4	ロンドンでは自然派志向が強まっており、添加物には特に敏感。原材料が単純な方が受ける。	原材料の記載を明確にし、商品の内容が分かるパッケージにすると良い。
82	沖縄	醤油		4.5	849	120	17	ちょっと塩辛いので改善されれば色々使えそう(魚にまぶして蒸すなど)。	テリヤキソースのように使うのであれば購入をしたい。

【免責条項】本結果概要で提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本結果概要で提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。