
海外ポップアップ出展支援「WorldShopping BIZ OMO」 欧州での実施に関するお知らせ

当社は、2026 年 7 月に提供を開始した越境 OMO サービス「WorldShopping BIZ OMO (※)」について、欧州市場（ドイツ）にて出展支援を実施いたしましたので、お知らせいたします。

本サービスは、海外でのポップアップ出店・イベント出展から越境 EC 接続、データ活用、再購入設計までを一体で支援するものです。提供開始時に、台湾で培った知見を活かしたアジア・欧米市場への展開を視野に入れている旨をお知らせしておりましたが、今回、台湾に続く 2 市場目として欧州市場での実施に至りました。

※ OMO (Online Merges with Offline) : 消費者の目線で、EC サイト（オンライン）と実店舗（オフライン）を融合し、顧客体験の向上を目的とするマーケティング手法。

1. 本サービス提供の背景と目的

ジグザグは、越境 EC 支援サービス「WorldShopping BIZ」を通じて、国内 EC 事業者の海外販売を支援しています。

近年、AI 等によるオンライン購買体験の効率化・自動化が進む一方で、実体験を伴うオフラインでの顧客接点が有する価値があらためて見直されています。すでに越境 EC で販売実績を積んだブランドが、現地の認知拡大やファンとの接点構築を目的に、海外でのポップアップストアやイベント出展を検討するケースは、先行して展開する台湾市場のみならず、欧州市場においても増加傾向にあります。

しかし、多くのブランドが海外イベントへ出展するにあたり、以下のような共通課題を抱えています。

- ・ イベント終了後にオンラインでの購入導線が途切れてしまう
- ・ 来場者との接点がイベント期間中の単発で終わり、継続的な関係構築に至らない
- ・ オフラインでの施策と越境 EC のデータが連携していない
- ・ 「なぜ売れたのか」「なぜ売れなかったのか」という具体的な要因把握が困難である

「WorldShopping BIZ OMO」では、これまでの越境 EC 支援を通じて蓄積してきた海外顧客の購買データを活用するとともに、当社が商品の輸送から販売の場の提供、越境 EC 接続、現地でのデータ取得までを一貫して担うことで、海外での顧客接点の創出をブランドが実施しやすい形で提供します。現地で得られた顧客の反応をデータとして持ち帰り、商品開発や品揃えの改善に活用いただくことで、海外市場に適合した商品づくりそのものを支援する体制を整備しました。

2. サービス概要および特長

本サービスにより、販売基盤の提供にとどまらない一貫した支援体制を構築いたします。

サービス名	WorldShopping BIZ OMO
対象	海外市場への進出を検討しているブランド／越境 EC で海外市場の売上拡大・ファン獲得を目指すブランド
提供内容	海外ポップアップストア・イベント出展支援、越境 EC 接続、購買データ分析、再購入設計
提供開始	2026 年 7 月

・現地における顧客インサイトの取得：

実物に触れ、試着する場を設けることで、購入に至った理由に加え、購入に至らなかった理由（サイズ、素材、価格表示等）を現地で直接把握。国内からの越境 EC 販売のみでは取得が困難な情報を、ブランドの商品開発・品揃えの判断材料として提供。

・オフラインから越境 EC への購入導線の接続：

会場で商品を体感した来場者が、QR コードから越境 EC サイトへ遷移して購入できる導線を整備。イベント終了後もオンラインでの購入・再購入が可能な状態を維持。

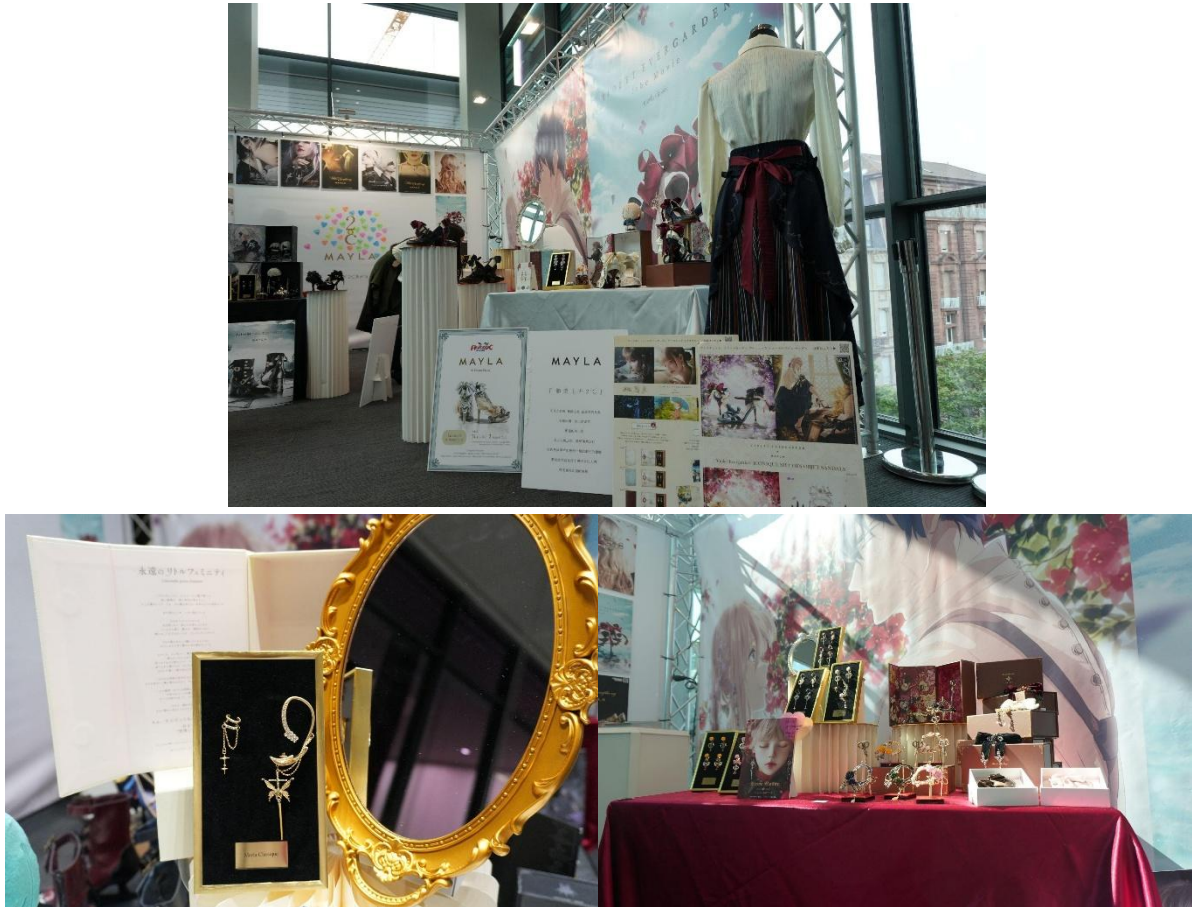
・出展から現地運営までの一貫した実施支援：

当社の海外拠点を含むグローバルなパートナーネットワークを活用し、商品の輸送、出展手続き、現地オペレーション、多言語・海外決済・海外配送への対応までを一貫して支援。

・販売基盤と顧客接点の一体支援：

「WorldShopping BIZ」による海外販売環境の整備と、ブランドの世界観を体感できるリアル空間の提供を通じた、現地での認知獲得からファンとの関係構築までを一貫支援。

3. 導入事例における実績（参考）



現地会場・ポップアップストアの様子（動画）：<https://youtu.be/U8RqxXpRQTc>

欧州市場での出展支援にあたり、日本アパレルブランド・株式会社 Dolls が運営する「MAYLA（マイラ）」が、ドイツ・マンハイムで開催されたアニメ・ゲームの祭典「AnimagiC 2026」（2026年7月31日から8月2日）へOMO型ポップアップストアを出展する取り組みを支援し、以下の実績が得られました。

指標	実績
現地インサイトの取得	来場者へのシューズサイズに関する調査を実施し、回答 83 件を取得。 EU サイズ 37 から 42 が全体の約 8 割弱を占め、38 が最多（20.5%、38.5 を含む）。欧米向けサイズ展開を検討するうえでの基礎データとして取得
購入障壁の特定	購入に至らなかった来場者から、サイズ展開、試着機会の制約、素材・アレルギーへの懸念といった具体的な障壁を確認。あわせて、日本ブランドであることの訴求強化の必要性、本物志向やサステナビリティへの関心の高さを欧州市場特有の傾向として把握
顧客接点	ブース来場者数 約 3,000 名（3 日間）。試着を経て購入に至る来場者が大半を占め、実物に触れる機会が購買判断を後押しすることを確認
世界観の再現	商品の美しさや精巧さに加え、パッケージや展示空間を含めたブランドの世界観全体に対する高い評価を獲得。あわせて、SNS を通じた事前認知層や、国内（東京・原宿）の実店舗への来店経験を有するファンの来場を確認。
売上への影響	開催期間中（3 日間）の欧州向け越境 EC の日次売上が、開催前 30 日間の 1 日あたり平均比で約 11.0 倍に伸長（※ 2）

※ 1 本実績は一事例によるものであり、今後の全ての案件における成果を示すものではありません。

※ 2 イベント開催期間（2026 年 7 月 31 日から 8 月 2 日）の欧州向け越境 EC における 1 日あたり売上と、開催前 30 日間の 1 日あたり平均売上との比較（株式会社 Dolls／ドイツポップアップ実施時）

4. 今後の展開



今後は、現地で取得した顧客インサイトと越境 EC における購買データを組み合わせ、海外販売におけるブランドの商品開発・販売施策の支援を強化いたします。

本サービスの提供価値は、個別のイベントにおける販売額の拡大ではなく、日本ブランドが海外市場に適合した商品・販売体験を構築していく過程を継続的に支援することにあります。

今回の欧州事例で得られたインサイトは、ブランドの次の商品開発等に活用される段階にあり、改善を経て再び現地で検証を行う継続的なサイクルへとつなげてまいります。

あわせて、会場で取得した独自の顧客データを継続活用可能な資産へと発展させるとともに、イベント後の継続的な関係構築に向けた CRM 設計や、会場からオンライン購入までをつなぐ送客導線の最適化を支援いたします。

台湾・欧州で得た知見をもとに、他のアジア・欧米市場、他ブランドへと展開し、データドリブンな越境 OMO モデルの拡大と越境 EC 事業の付加価値向上を目指します。

尚、本サービスは提供を開始した段階であり、当社グループの 2027 年 5 月期連結業績に与える影響につきましては軽微であると見込んでおります。

以 上

■ 企業情報

会社名 : 株式会社ジグザグ
上場区分 : 東証グロース (340A)
代表者 : 代表取締役 CEO 仲里 一義、代表取締役 COO 鈴木 賢
設立 : 2015 年 6 月
所在地 : 東京都渋谷区桜丘町 14-1

事業内容

・WorldShopping BIZ : EC 事業者向け海外販売支援サービスの開発・提供

<https://www.worldshopping.biz>

・WorldShopping : 海外カスタマー向け購入代行サービスの開発・提供

<https://www.worldshopping.global>

・インバウンド導線支援モデル : 訪日インバウンド顧客の来店～購買までの導線最適化支援
(インバウンドナビ・インバウンドスワイプ等を提供)

<https://www.worldshopping.biz/blog/inbound-series>

【吉克查克股份有限公司 (Zig-Zag Taiwan Co., Ltd.)】

株式会社ジグザグの台湾子会社。台湾を起点としたアジア市場への越境 EC・マーケティング支援および現地パートナーとの連携推進を担う。

会社名 : 吉克查克股份有限公司 (英語表記 : Zig-Zag Taiwan Co., Ltd.)

所在地 : 台北市中山區南京東路一段 15 號 3 樓

代表者 : 董事長 松野 亘

事業内容 : 台湾市場におけるマーケティング支援ほか

<本件に関するお問い合わせ>

担 当 : 経営企画チーム マネージャー 木原 貴行

TEL : 03-6777-7189 (代表)

<取材・登壇などに関するお問い合わせ>

担 当 : 広報 樫村 芽久未

メール : pr@zig-zag.co.jp