

選定スコアフィードバックシート

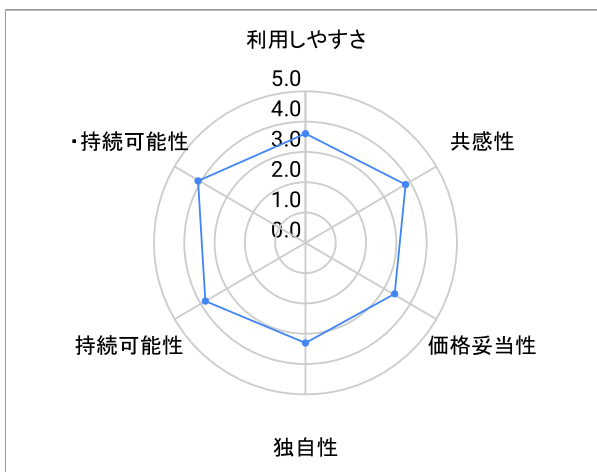
応募事業者名 **株式会社ハグロット**

応募対象名 **名入れ箸彫刻木箱セット**

<選定スコアフィードバックシートについて>

おもてなしセレクションでは、「OMOTENASHI」=「使い手の事を思いやる心遣い、こだわりが感じられるものか」の他、利用しやすさ、共感性、価格妥当性、独自性、持続可能性、国際通用性の6項目の評価基準を5段階で審査・評価をしています。本シートには、貴社応募対象に関する評価内容を記載しています。

総評



3.6	利用しやすさ (Usability) - 商品やサービスを利用する人への配慮や工夫があるか
3.8	共感性 (Sympathy) - 魅力的な開発背景や商品訴求が感じられるか
3.4	価格妥当性 (Validity) - 提供内容への価格設定は適切であるか
3.3	独自性 (Uniqueness) - 他社や類似商品と比較して独自のアピールポイントがあるか
3.8	持続可能性 (Sustainability) - 社会的な配慮や価値提供がされているか
4.1	国際通用性 (Global) - 海外の方にも受け入れられるか - インバウンド旅行者に受け入れられるか

選定員コメント

- ・アメリカではここ10数年ほど、箸の売り上げが(少なくとも自社店舗に於いては)とても良いのでターゲットをアメリカや海外に定めるのは動きとして良いと考えます。但し、価格帯的にそこに反応しそうな層はもう少しシンプルなデザインを好む傾向にある場合が多いので、その市場調査などのリサーチを現地ですることより確度が高い展開が望めます。
- ・製品を迅速に刻印できる能力は、帰国時の土産や急なギフトを探している旅行者にとって大きな利点です。刻印された木製の箱は非常に素敵な贈り物になります。
- ・この製品は海外で強い魅力を持っており、箸は日本文化に関連付けられることが多く、パーソナライズは感情的な価値を加えます。しかし、アジア以外の国の人々は普段箸を使わないため、装飾品として使われることもあります！箸を尊重し再利用するというストーリーは非常に強いポイントであり、企業が持続可能性に配慮していることも重要です。
- ・定番のギフトとして非常に丁寧な作りで好印象です。当日 15~60分で仕上がる迅速な対応は、日本らしさを感じる素晴らしい贈り物としての訴求ポイントになります。一方で、パッケージが少しシンプルで親しみやすすぎる印象を受けました。海外展開などを視野に入れるのであれば、熨斗(のし)を模した留めゴムなど、装飾的で日本らしいアイテムを取り入れてみてはいかがでしょうか。「特別な贈り物」としてのパッケージの演出を強めるとなお良しです。
- ・お焚き上げ祭りなど日本の伝統文化の継承を実践している点が日本人にも外国人にも魅力的だと思いました。とても細かく美しい箸。刻印が1時間以内で出来上がるというにも驚きました。
- ・とても美しく日本らしい商品だと思います。木箱に入っているのも、大変良いと思います。お土産としてはもちろんですが、名入れをしてあげて後日海外発送などのサービスをつければ、独自性が増し、より高単価で売れるようになります。

選定員紹介

氏名	プロフィール
Herbert Johnson	ロサンゼルスとニューヨークにショールーム、またロサンゼルスとサンフランシスコに小売店を展開する 1-81 Agencyの代表。日本と米国での背景を活かし、アパレルブランドのディレクターや小売店のヘッドバイヤーとしての経験を積み、独立。卸・小売業からディレクション、コンサルティング、商品開発、講演、翻訳までバイカルチュラルな視点で日本ブランドの米国進出をサポート。商材は「バイヤー目線で売れる商品」。2020年からはジェトロ NYのアドバイザーとして、積極的に日本企業のサポートに従事。
樫村 健太郎	新卒で入社したウェディング関連企業で店舗開発事業に従事。歴史的建造物の再生プロジェクトを通じた職人たちとの交流で、伝統工芸業界の厳しい現状を知る。その経験から、「日本の伝統的なものづくりを再生したい」と考え、2017年にKAZAANAを設立。2018年にはMade in Japanブランドに焦点を当てたメディアコマースプラットフォーム「BECOS」を発表。伝統工芸業界の再生を目指し、越境での工芸品販売やクラウドファンディングを通じた商品開発など、様々な取り組みを展開している。
Jessica Iragne	外国人向けに東京、京都、大阪、広島、静岡でツアーやアクティビティを企画・ガイドする Arigato Travelのマーケティング・セールス・マネージャー。フランス出身。
Carlotta Villa	外国人向けに東京、京都、大阪、広島、静岡でツアーやアクティビティを企画・ガイドする、 Arigato Travelのトラベルオペレーションスペシャリスト。イタリア出身。
Christina Nols	訪日外国人旅行者向けのラグジュアリーツアー企画・ガイドを行う、 Untold JapanのCMO。ベルギー出身。
Maksim Polkin	事業開発マネージャー兼日本酒エドゥケーター。ロシア出身。
滝口 智子	株式会社GreenCreate代表取締役。国内外で外国人向けのPRイベントを開催。書籍『海外出店のリアル』（旭屋出版）を執筆。
Lisa Wallin	日本を拠点に活動するライター・エディター。スウェーデンとアメリカの二重国籍を持ち、旅、文化、ライフスタイルを軸に、日本の今を伝える記事やインタビューを手がけている。これまでに『Tokyo Updates』、『Thrillist』、『National Geographic Traveller』などで執筆。国内外の読者に向け、取材に根ざした端正で親しみやすい文章を届けている。
Matthew Hemon	日本最古の英字ライフスタイル誌「Tokyo Weekender」のシニアエディターを務めるジャーナリスト。The Japan TimesやCNNなど主要メディアでの執筆経験を持ち、スポーツ、時事問題、エンターテインメントの分野で著名人インタビューなども手がける。
勝井 麻衣子	株式会社MIMBA代表。欧州プロダクトの輸入卸売業に20年以上従事し、豊富な経験と広範なネットワークを持つ。欧州市場のニーズを深く理解し日本市場の特性や文化を踏まえ、柔軟かつ戦略的なアプローチで事業を展開。現在は、現地パートナーと連携し、国内商品の輸出事業を推進する輸出ハブの開設を計画中。長年にわたり欧州と日本を結ぶ物流の架け橋として培った知見を活かし、新たな市場開拓に取り組んでいる。
新井 庸支	株式会社ホワイトナイト代表取締役社長。経営・マーケティングコンサルタント/ビジネスプロデューサーとして、東京都中小企業振興公社デジタルアドバイザー、一般社団法人 ChefMuse理事、事業承継アドバイザー、All About公式ガイドなどを務める。食分野では「食べる JAPAN 美味アワード」創設プロデューサーとして地域食品の発掘・販路拡大に貢献。宮城大学などで食ビジネス教育を行い、地域の中核人材育成にも尽力。女性シェフ支援団体 ChefMuseでは理事として事業戦略を担う。食産業の課題をビジネス戦略の視点から解決し、全国・海外展開を支援。コンサル実績は 100社超。
梅田直希	クリエイティブディレクター、映像デザイナー。制作プロダクション入社後、デジタル領域・映画関連のデザイン・映像を担当。多くの観光 PR事業に携わり、令和6年度にツーリズムおおいの事業で「第7回 日本国際観光映像祭(JWTFF)」にて、国際部門のファイナリストに選出、および、日本部門「観客賞」受賞。制作実績:実写版映画「銀魂」タイトルデザイン、東急ホテルズ歌舞伎町タワー海外向け PR映像、ANA日本旅行プロモーション動画 他

## おもてなしセレクションの紹介

### 【日本語】

おもてなしセレクションは、日本の優れた「おもてなし心」あふれる商品・サービスを発掘し、世界に広めることを目的に、2015年に創設されたアワードです。有識者による現物審査を実施し、「世界に発信したい “日本ならではの”魅力にあふれている」と認められた対象を、おもてなしセレクション受賞商品・サービスとして認定しています。

### 【英語】

OMOTENASHI Selection is an award established in 2015 with the aim of discovering and spreading excellent Japanese products and services that reflect a spirit of hospitality to the world. The award-winning products and services are judged by a panel of experts and recognized as having an appeal unique to Japan.