

夏のご挨拶に 贈る人の個性を伝えるラッシュのギフト

～日経リサーチアワード「店舗の魅力で選ぶ～ニッポンの店大賞 2016」受賞、「贈り物選びはここ」第1位獲得～

フレッシュハンドメイドコスメ LUSH(ラッシュ)は、お世話になった方や日頃の御礼の気持ちを込めて贈るサマーギフトをご提案しています。豊富なラインナップのギフトよりお選びいただけるよう、リユースを楽しめるラッシュの風呂敷『KNOT WRAP』に包んだギフトや、いつもの贈り物を縁起物にする工夫として熨斗のサービスなど用途に合わせてお選びいただけます。贈る人の個性を映し出すラッシュのギフトを、暑中見舞いや夏のご挨拶にいかがでしょう。



日本の伝統文化であるお中元

お中元、暑中お見舞い、お歳暮、年賀状。日本には昔から大切な人を想って手紙や贈りものを贈る習慣があります。サマーギフトとして贈る暑中お見舞いや残暑お見舞いは季節のご挨拶や日頃の感謝の気持ちを届けることで心を繋ぐ、日本の伝統文化として大切にしていきたい習慣です。

ラッシュのギフトラインナップ

ラッシュでは、様々なシーンに合わせて贈れる幅広いギフトラインナップがあり、環境へ配慮したパッケージやリユースを楽しめるボックスなどエシカルな想いが詰まったギフトをご用意しております。

ラッピングペーパーにザンビアの地に育つバナナの茎を繊維にして作られたバナナペーパーを使用したものは、環境への配慮だけでなく、生産現場での大きな雇用および経済的支援に繋がっています。また、ペットボトルをリサイクルして作られた風呂敷『KNOT WRAP』に包まれたギフトはリユースを楽しめるよう作られたものです。リボンにもラッシュ商品のクリアボトルを再利用して製造した100%リサイクルリボンを使用するなど1つ1つにこだわりと環境への配慮の想いが詰まっています。

日経リサーチアワード受賞

日経リサーチアワード「店舗の魅力で選ぶニッポンの店大賞 2016」より表彰6企業ブランドの1つとしてLUSHが受賞しました。ニッポンの店大賞は、日経リサーチが全国26万人超の消費者を対象に実施した企画調査をもとに、候補企業ブランドを選定し、学識経験者やジャーナリストで構成する審査委員会で決定したものです。

「贈り物選びはここ」第1位 LUSH

＜調査結果＞調査項目のうち「ギフトや贈り物として利用できる商品・サービスである」の来店者評価が360ブランド中1位。「店員とのやりとりが楽しい」「POPやディスプレイが魅力的」がともに2位。

＜審査員の講評＞

「店舗デザイン、商品、接客姿勢でブランド力を確立し、集客につなげている。ギフトへの信頼性もあり、新商品の開発や体験型イベントで既存顧客の維持・育成に成果をあげている。」

※2016年6月17日 株式会社日経リサーチ プレスリリースより抜粋