

受賞事業者によるコロナ禍での販路拡大をテーマにしたセミナーレポートを公開！ ～OMOTENASHI Selection 2021 年度第 2 期のエントリーは 8/23 まで～

おもてなしセレクションでは、去る 2021 年 8 月 4 日 (水) におもてなしセレクション受賞事業者 2 社をお迎えし、「おもてなしセレクション受賞事業者に聞く！先の見えない今だからこそ考えるべき PR・販路開拓のポイント」と題したオンラインセミナーを開催しました。

コロナ禍でどのように商品、ブランドの認知拡大・販路拡大をしているか、おもてなしセレクションは受賞後にどのような効果があるのかなど受賞事業者の生の声をお届けしました。その一部をセミナーレポートとして公開します。

おもてなしセレクション受賞事業者に聞く！
**先の見えない今だからこそ
考えるべきPR・販路開拓のポイント**

開催日時 2021年8月4日(水)
15:00～16:00
※オンライン開催です

登壇者 屋田 高路 氏 (仲吉商事株式会社 代表取締役社長)
2019年度特別賞受賞 / 2020年度受賞

千種 啓資 氏 (有限会社日の出屋製菓 取締役)
2020年度金賞受賞

富樫 義久 (OMOTENASHI Selection事務局長)
(モデレーター)

主催：OMOTENASHI NIPPON 実行委員会事務局

■ OMOTENASHI Selection (おもてなしセレクション) とは

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。認定に際しては、日本在住の外国人有識者による現物審査を実施しています。「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。

<https://omotenashinippon.jp/selection/>



■ 登壇者紹介

屋田高路 氏 (仲吉商事株式会社 代表取締役社長)

2019 年度特別賞「RIVERET」／2020 年度受賞「agney* -天然竹製おべんとばこシリーズ-」／2021 年度金賞「天然素材でつくる食卓」
1988 年創業、BtoB を中心に竹木テーブルウェア・雑貨を製造するメーカー。2013 年、最薄 2 mm の極薄成型技術確立し、家庭用テーブルウェア・雑貨ブランド agney* / RIVERET を展開開始。現在は、欧州、アジア、米国などにも商品を展開している。



屋田高路様

千種 啓資 氏 (有限会社日の出屋製菓 取締役)

2020 年度金賞「湯の花せんべい」

1957 年創業、三重県菰野町 (こものちょう) の湯の山温泉御在所岳の麓で、湯の花せんべいを始めとする観光土産菓子を展開。湯の花せんべいは、60 年以上の間、幅広い年代の層に愛されるロングセラー商品。地元・三重県を中心に百貨店やアンテナショップ、セレクトショップなどで販売している。



千種啓資様

■オンラインセミナー | 第1部：商品・ブランドの認知・販路を広げる活動について

————商品・ブランドの認知・販路を広げる活動について教えてください。

屋田氏：

日本国内では、ブランドごとにホームページを軸にブログや SNS を展開しています。オンライン広告も定期的にしていて、新商品や新技術についてのプレスリリースも発信しています。そのほか、最近の取り組みでは、動画制作をしていて商品紹介や技術紹介などもしています。リアルでは、百貨店や商業施設で催事や POP UP SHOP を展開し、広告という意味では駅などのサイネージ広告なども展開しています。海外向けの活動としては、ホームページの英語対応、オンライン広告と合わせてリアルの場で展示会出展をしています。特に欧米圏では、SDG's の取り組みについて聞かれることが多いので、SNS では、自社の取り組みについても発信するよう心がけています。

千種氏：

「湯の花せんべい」は、温泉地に来た観光客向けの商品ですが、この1年半はコロナにより観光客が激減しているので、お土産品だけではなく、小売店への商品としての開発にも力を入れています。今は、異業種とのコラボレーションによる商品開発や「話題性」も考慮した取り組みも積極的に行っています。また、展示会に出展し、顧客接点を作り販路拡大をしています。

オンラインでの活動としては、SNS での発信は頻繁にしています。そのほかにも、実店舗を 3D で撮影し、自社ホームページ上にバーチャルで店内を周遊し購入体験ができる「3D 店舗」を設置。ZOOM を用いて遠隔で売り場と消費者をつなぎ、スタッフの接客を受けながら購入ができる「ウェブ来店システム」なども展開しています。

また、地域のモノづくりをしている事業者さんと産業観光のイベントを企画し、地域を知ってもらいながら、自社についても知ってもらう機会を作るなどの取り組みも積極的に行っています。

————日の出屋製菓さんでは、現地に来られない方への施策として、3D 店舗やウェブ来店システムなど様々な展開をしていますが、どのようにアイデアを出しているのですか？

千種氏：

コロナ禍でリアルに来られるお客がいなくなり、悩んでいる際に、そのようなシステムを開発されている方と知り合ったのがきっかけです。現在も、さまざまな施策に取り組みながらブラッシュアップしています。

————仲吉商事さんは、SNS のフォロワーが多い（Facebook2.3 万人、Instagram2.9 万人）ですが、どのようにフォロワーを増やしていますか？

屋田氏：

投稿毎に広告をセグメントして打っています。また、新商品を発売するたびにプレゼントキャンペーンも実施しています。

————費用対効果はどのように確認していますか？

屋田氏：

フォロワーがどれだけ増えたかではなく、Google Analytics を導入し、クリック単価や CPA（そこからどれだけ購入に至ったか）などを特に確認し、次の広告戦略に向けて検討をしています。

————SNS で頻繁に発信していますが、発信する情報はどのように準備していますか？

屋田氏：

SNS で使用する写真は、自社商品の魅力を伝えるために重要なので、こだわりを持っていますね。新商品や新設備、イベントなどを行うときには、あわせて写真を数十枚撮影し、写真をベースに発信スケジュールを立てています。自社商品は高価格帯の商品なので、利用シーンや商品の美しさを写真で表現し、ブランディングに力を入れています。

——海外ではどのような展開をされていますか？

屋田氏：

ヨーロッパ、東南アジア、中国、韓国などは、代理店などから SNS を通じて問い合わせがあり、定期的に取り引をしています。アメリカ市場に関しては、おもてなしセレクションのパートナー企業であるニューヨークのブルックリンにある「J+B」の店舗での受賞商品の展示（リアル）に参加しています。商品の配送は、Amazon US で現地倉庫に商品を預けていて、オンラインでオーダーが入ったら現地倉庫から配送しています。

第2部：おもてなしセレクションへの「応募のきっかけ」と「受賞後に得られた効果」について

——まずはおもてなしセレクションへの応募のきっかけを教えてください。

屋田氏：

おもてなしセレクション受賞後の海外への販路支援体制に魅力を感じました。賞を受賞して終わり、ではなく、その後の支援が海外・国内に対しても充実していると感じました。また、外国人選定員による率直なコメントもマーケティングリサーチの一つとして活用ができるのも魅力的でした。



——受賞後に得られた効果はありますか？

屋田氏：

まずは、「外国人選定員による商品評価のフィードバック」が、**自社商品の海外向け商品開発のマーケティングリサーチとして活用できました。**特に印象的だったのは、外国人は BBQ やアウトドア、プールサイドでグラスを使うので、竹のグラスは非常にいい、という評価コメントがあり、商品の PR 戦略のヒントになりました。また、**おもてなしセレクションを受賞したことで、アメリカやシンガポールのリアルな場での展示企画にも参加でき、展示をきっかけに代理店からの引き合いがあり、オーダーにもつながりましたね。**特にアメリカでは、Amazon US にも出展しているので、ブルックリンでリアルの展示販売スペースができたことでリアルとオンラインの融合ができたのが良かったです。

——プールサイドでの貴社商品の利用は想定外でしたか？

屋田氏：

日本では自宅にプールがあるという環境が当然ではないので、まったく思いつきませんでしたね（笑）早速、プールサイドの利用シーンを撮影し SNS で発信をしたところ、スイスなどのホテルからプールサイドに使いたい、という問い合わせが入りオーダーにつながるケースもありました。

——受賞後に参加した海外の展示企画でオーダーがあったそうですが、もう少し詳しく教えてください。

屋田氏：

シンガポールで展示をして 2～3 か月後に、展示を見た貿易をしている事業者さんから、現地の小売店や百貨店に販売をしたい、との問い合わせをいただきました。リアルな場で展示をしていたことにより商品の質感も確かめてもらえて、お声がけいただけたのではないかと思います。

———まずはおもてなしセレクション応募のきっかけを教えてください。

千種氏：

2020 年に応募したのですが、その頃コロナ禍で観光客が激減する中で休業をする状況が続いていました。スタッフも不安を抱えていたと思いますが、わたしは従業員のモチベーションの低下も心配していました。おもてなしセレクションを受賞することで、社会に必要とされている商品である、と従業員にも自信と誇りを感じてもらえるのではないかと考えたこともきっかけのひとつですね。

また、観光客が激減し、たくさんの商品在庫を抱えていた際に、SNS で情報を発信したところ、海外からもオーダーがありました。それをき



かけに、地元での商売だけではなく、海外も視野に入れ始めました。海外も視野に入れたことで、かねてより感じていた「自社商品は海外の人にはどう見られているのだろうか？」という疑問を解消したいと思い、おもてなしセレクションに応募しました。

———受賞後に得られた効果はありますか？

千種氏：

金賞を受賞したのですが、受賞をきっかけに雑誌、新聞、ラジオ、テレビから取材を受け、新たに取引が開始した会社さんもありますし、三重県応援企画をしている方からの問い合わせなどもありました。

また、**おもてなしセレクションのニューヨークの展示企画に参加したのですが、海外で、特に今まで接点のない方との接点を作れたと思います。会期中には、ニューヨーク在住の若手デザイナーからコラボレーションできないか、という問い合わせもいただいたりしました。**

———売り場などで受賞を積極的に活用している様子ですが販促の観点ではいかがですか？

千種氏：

有効に使っています。金賞受賞のシールや受賞を告知する POP などを既存取引の売り場で掲示してもらっていますし、店舗としてセールストークになるので販売促進につながっている、という声をもらっています。新規取引のお客様にもセールストークになるので活用しています。

このほかにも登壇者のお二人には、セミナー参加者から事前にいただいた質問に丁寧にお答えいただき、全体として活気のあるオンラインセミナーとなりました。

■参加者の声（一部抜粋）

- ・実際の販路開拓の方法などを具体的に教えて頂き大変参考になりました。
- ・弊社には無い取組みをされていたので、非常に参考になりました。
- ・海外の販路開拓について知れた。コロナ禍でも出来る事を考えたいと思った。
- ・どういう体制で SNS を運用しているか、展示会や、海外展開に対する考え方が分かってよかった。
- ・SNS 等の利用、発信を大切に行っていきたいと思いました。

セミナーのレポートは下記、WEB サイトからもご覧いただけます。

<https://omotenashinippon.jp/prize/news/23517/>

■受賞後の販路支援企画について

おもてなしセレクションでは、本セミナーでも話題にあがったアメリカ・ニューヨークでの受賞商品展示販売会の開催など、受賞事業者限定で参加できる商品展示企画や、ブランドの認知拡大や販路拡大につながる施策・イベントを年間を通じて実施し、受賞事業者の受賞後のサポートを行っています。

※販路支援企画の例※

・2021 年 1 月開催 | アメリカ・ニューヨーク「DECO BOKO Market」



ニューヨーク・ソーホー地区に位置するギャラリー兼カフェ「NowHere Gallery」で開催されたポップアップストア「DECO BOKO Market」に、おもてなしセレクション受賞事業者 13 社が参加しました。

<https://omotenashinippon.jp/prize/news/19198/>

・2020 年 4 月～ | シンガポールでおもてなしセレクション受賞商品展示



東日本旅客鉄道株式会社がシンガポールに開設したコワーキングスペース「One&Co」で、2020 年 4 月よりおもてなしセレクション受賞商品の展示を行っています。展示は、半年ごとに入れ替えています。

<https://omotenashinippon.jp/prize/news/14602/>

・その他、催事・イベントの実績 <https://omotenashinippon.jp/prize/topics/events/>

・EC サイトやオンライン施策の実績 <https://omotenashinippon.jp/prize/topics/ec/>

■今期のおもてなしセレクションは 2021 年 8 月 23 日までエントリー募集中！

おもてなしセレクション 2021 年度第 2 期のエントリーは、**8 月 23 日（月）までです**。貴社商品のご応募を心からお待ちしております。

・募集要項など詳細 https://omotenashinippon.jp/prize/lp2021_2/

・エントリーはこちらから <https://form.run/@oms2021-2nd>

日本在住の外国人が選ぶ！



OMOTENASHI
SELECTION

2021年度 第2期 2021年6月14日(月) 募集開始!!



【本件に関するお問い合わせ先】

OMOTENASHI Selection 運営事務局（ENGAWA 株式会社内）

Tel : 03-6804-6258 / Mail : press@omotenashinippon.jp