



令和5年度 成果報告書

令和6年（2024年）11月

内閣府沖縄総合事務局 経済産業部 中小企業課

目次

I. 果報庭の概要について	P3 – P7
II. 令和5年度アンケート集計結果	P9 – P16
III. 令和5年度成約事例	P18 – P21

I. 果報庭の概要について

1. 「果報庭」開催趣旨 ～域内経済循環による中小事業者等の稼ぐ力及び沖縄観光の魅力向上支援～

- 沖縄県は、GDPに占める観光消費額の割合が全国一高い観光立県。一方で、**観光事業者が取り扱う商品やサービスの多くが県外移入**となっており、今後**観光による域内経済循環の促進が期待**されている。

事業目的

- ① 域内経済循環を高め、沖縄経済の活性化と県民所得の向上に資する
- ② 観光地としての魅力の向上と持続可能な観光地の形成に資する
- ③ 中小事業者（生産者）のビジネス力の向上に資する



※ 果報庭（かふうなあ）とは・・・果報をもたらしてくれる（出会いの）場（庭）
県内で生産される商品やサービスを提供する事業者と、県内観光事業者（宿泊事業者等）が出会い、パートナーシップを構築することで、新たなイノベーションが創出されるなど、観光産業の稼ぐ力が高まり、両事業者及び沖縄経済に果報がもたらされる。
そんな出会いの場（庭）になって欲しいとの願いを込めました。

2. 過去の開催実績

- 県内中小企業等が沖縄観光市場（主に県内ホテル・観光施設等の拠点）に対し、効果的・効率的に情報発信を行い、マーケットニーズに即した商品などを開発するための情報交流の場である「果報庭（かふうなゐ）」を令和2年度より開催。
- 令和5年度より両部合同で開催することにより、非食品分野の出展事業者が増加。またバイヤー数は年々増加しており、商談実績も増加傾向である。

出展サプライヤー数（者）		参加バイヤー数（社）	商談実績（組）
R2年度	24	12	—
R3年度	62（食品49、非食品13）	32	51
R4年度	53（食品37、非食品16）	41	69
R5年度	64（食品30、非食品34）	89	—

※ R5年度の商談実績は、食品関連サプライヤー（30者）が「食のいちやりば展示商談会」（当局農水部が主催し、「果報庭」と併催）へ出展しており、前年度との比較ができないことから「—」とする。



3. 令和5年度事業概要

- 令和5年度は、当局経済産業部と農林水産部がそれぞれ「果報庭」「食のいちゃりば展示商談会」を主催し、合同開催。
 - ・「果報庭」出展サプライヤー：**非食品（商品・サービス等）** 【経済産業部主催】
 - ・「食のいちゃりば展示商談会」出展サプライヤー：**食品関連** 【農林水産部主催】
- 果報庭事業では、果報庭の開催に加え、フォーラムやスキルアップセミナーを実施。

果報庭フォーラム

日時：令和5年9月22日（金）14-16時
場所：沖縄県男女共同参画センターているる
対象：事業者、一般の方

① 基調講演

テーマ：「先進事例に見る沖縄観光・地域循環
向上の可能性」

講師：山田 雄一 氏

（公益財団法人日本交通公社 理事）

② パネルディスカッション

テーマ：「沖縄の企業と創る 観光と域内循環
のあり方」

ファシリテータ：石垣 綾音 氏

（株式会社さびら 事業推進統括）

パネリスト：山田 雄一 氏（所属は上記）、
荒井 達也 氏（株式会社KPG
HOTEL&RESORT カーフリゾートフ
チャク コンド・ホテルアクアセンスホテル
&リゾート統括総支配人）

江中 直人 氏

（ゆめじん有限会社 専務取締役）

スキルアップセミナー

日時：令和5年12月14日（木）13-18時
場所：沖縄空手会館 道場
対象：果報庭に出展するサプライヤー

① セミナー

マーケティングとブランディングから果たす商談ス
キルアップ（講師：株式会社ノイズ・バリュー社
専務取締役 青木 元 氏）

② ワークショップ

ポイントを押さえてもっと伝えるプレゼンテーショ
ン（講師：株式会社さびら 事業推進統括 石
垣 綾音 氏）

③ 沖縄県よろず支援拠点による個別相談

※個別相談を希望した4者のみ実施



果報庭

日時：令和6年1月16日（火）13-17時
場所：ラグナガーデンホテル 2F 「羽衣の間」
サプライヤー：公募で選定された34事業者
※食のいちゃりば展示商談会は30事業者
バイヤー：89社
県内ホテル、卸売り・小売り業者等

一同開催

果報庭 KAFUNA

・34者出展（飲食を除く）
経済産業部が主催

**食のいちゃりば
展示商談会**

・30者出展（飲食関連）
農林水産部が主催



4. 令和5年度バイヤーリスト ※事前登録いただいたバイヤーのうち、公表可の了承を得たバイヤーのみ掲載

ホテル		流通・卸・小売店	
1	ホテルオーシャン那覇国際通り	23	株式会社琉球通運航空
2	ホテルモントレ沖縄	24	株式会社沖縄物産企業連合
3	リゾート琉球株式会社	25	株式会社御菓子御殿
4	ザ・リッツ・カールトン沖縄	26	Maluna合同会社（楽園の果実 としても兼任）
5	前田産業ホテルズ	27	カフェバル ミツバチ
6	株式会社前田産業	支援機関等	
7	ハイアットリージェンシー瀬良垣アイランド沖縄	28	沖縄県ホテル協会
8	ホテルゆがふいんおきなわ	29	沖縄県ホテル旅館生活衛生同業組合
9	ホテルモントレ沖縄 スパ&リゾート	30	一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー
10	アラマハイナ コンドホテル		
11	ホテルアラクージュオキナワ		
12	株式会社KPG HOTEL&RESORT		
13	株式会社ラグナガーデンホテル		
14	ホテル日航アリビラ		
15	ベッセルホテル開発		
16	(株)琉球ホテルリゾート那覇		
17	ヒルトンホテル		
18	ヒルトン沖縄北谷リゾート		
19	嘉新琉球ホテルコレクティブ株式会社		
20	(株)ロムズコーポレーション（ラ・カーサ・パナシア・オキナワ・リゾート）		
21	有限会社オペレーションシステムズ		
22	株式会社ジョイ（JOY HOTEL management）		

5. 令和5年度出展サプライヤーリスト

34社（非食品）

スキンケア関連			伝統工芸品		
1	フローモ	はちみつ加工品スキン・ボディケア商品	18	有限会社オキナワロイヤルクラフト	陶器アート
2	株式会社ポイントビュール	深層水の化粧品、シャンプー	19	紅型染め作家崎山ハナエ	紅型のアートパネル・ポストカード
3	ゆめじん有限会社	オーガニックスキンケア・ヘアケア	20	ポタポタ	やちむん・工芸品
4	沖縄食糧株式会社	沖縄のお米を使ったスキンケア	21	MA FAVORITE (マファヴォリテ)	沖縄布カバン
5	ヤラブの木	タマヌオイル	22	FABRIC SHOP MINAMI	手作り衣類・小物
6	株式会社すまエコ	タマヌオイル	23	おきなわ革工房有海月	手縫い革小物
7	株式会社アトラスインベストメント	沖縄素材のバスアイテム	芸能・歴史・アート		
アクティビティ・体験			24	琉球コンパス合同会社	コスメ・琉球フェイスパック
8	日本刀鍛錬所 兼工房	刀研ぎ・琉球ナイフ製作体験	25	学校法人KBC学園	琉球王朝トランプ
9	恩納村赤土等流出防止対策地域協議会	ベチパークラフト	26	沖縄県三線製作事業協同組合	三線の演奏・体験・貸出
10	六花社	紅型の染物体験	27	Fingerpainter Yukako	フィンガーペインター
11	株式会社マナティ	掃除をアクティビティに。ピーチクリーン	グッズ・衣類		
12	有限会社首里琉染	サンゴ染め	28	株式会社いいにおい	香りの研究・リサイクルボトル等
13	株式会社南洋社中	カヤック・釣り船	29	たきもの屋 薫る風	お香
14	有限会社 ジェイ旅行サービス	マリンアクティビティ	30	Curelabo株式会社	サトウキビの搾りかすバガスかりゆしウェア
15	株式会社フードリボン	県内の農家での収穫体験から学ぶ社会	31	レキオ株式会社	オリジナルリゾートウェア・ユニフォーム
16	津堅島シークルーズ	マリンアクティビティ	施設・モビリティ等		
17	株式会社BLACK WORKS	客室のバルーン装飾	32	株式会社沖坤	リサイクル珊瑚の壁・小物
			33	株式会社イメイド	電動モビリティ
			34	株式会社イノアック琉球	ウレタン発砲からマットレスの製造

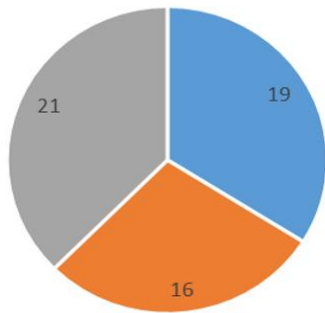
※応募事業者61者の中から、審査委員会により上記サプライヤーを選定。

Ⅱ. 令和5年度アンケート集計結果

- バイヤーアンケートでは、「おおいに満足」「やや満足」が半数を占める。
- また、当日名刺交換を行った件数は、1～5社が最も多く、次いで6～10社となっているものの、0社との回答（5件）があり、当日の交流を如何に促すかが課題となっている。
- 当日商談（取引を行うための具体的なお話）を実施した件数は、0件が最も多く、次いで2件、5件、3件、4件と続き、約4割が当日商談を実施している状況。

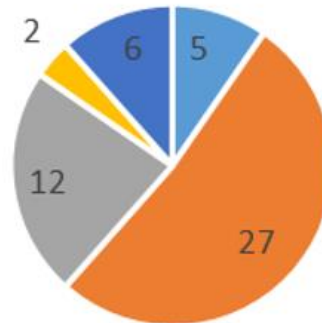
①情報交流会の満足度について

回答数：56



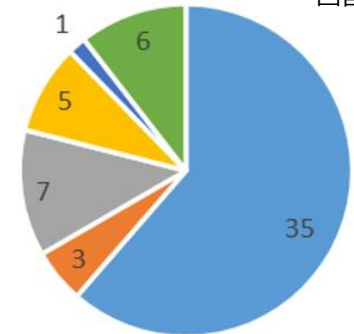
②当日、展示ブースでサプライヤーと名刺交換を行った件数

回答数：52



③当日、商談（取引を行うための具体的なお話）を実施した件数

回答数：57



■ おおいに満足 ■ やや満足 ■ 普通 ■ やや不満 ■ 大いに不満

■ 0 ■ 1-5 ■ 6-10 ■ 11-15 ■ 16以上

■ 0 ■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5件以上

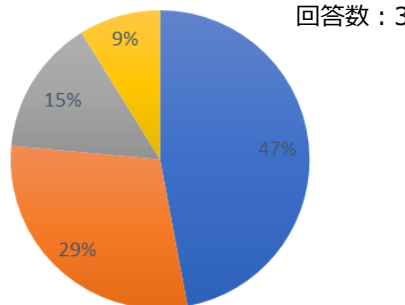
2. 令和5年度サプライヤーアンケート（総括）

※果報庭当日にオンラインで実施したアンケート

- サプライヤーアンケートでは、「おおいに満足」「やや満足」が約8割を占める。
- また、当日商談（名刺交換・取引を行うための具体的なお話の両方を含む）を実施した件数は、6～10社が最も多く（14者）、次いで10社以上（6者）となる。0件が3者あり、当日の交流を如何に促すかが課題となっている。
- 令和4年度のサプライヤーアンケートでは、卸業者の必要性（決済機能、配送手段の確保等）があることを確認。令和5年度のアンケートでは、卸業者を介さない直接卸が半数を占める一方で物流機能を有していないため、県内全域の取引に対応するには卸業者が必要との意見があった。

満足度

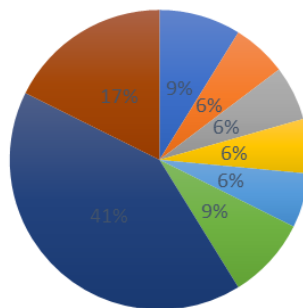
回答数：34



■ おおいに満足 ■ やや満足 ■ 普通 ■ やや不満

商談数

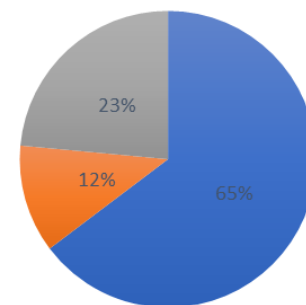
回答数：34



■ 0社 ■ 1社 ■ 2社 ■ 3社 ■ 4社 ■ 5社 ■ 6社~10社 ■ 10社以上

商品の納入方法

回答数：34



■ 自社で直接卸している ■ 卸業者を利用している ■ その他

3. 令和5年度出展サプライヤーヒアリング

※果報庭から6か月後に実施したアンケート及びヒアリング

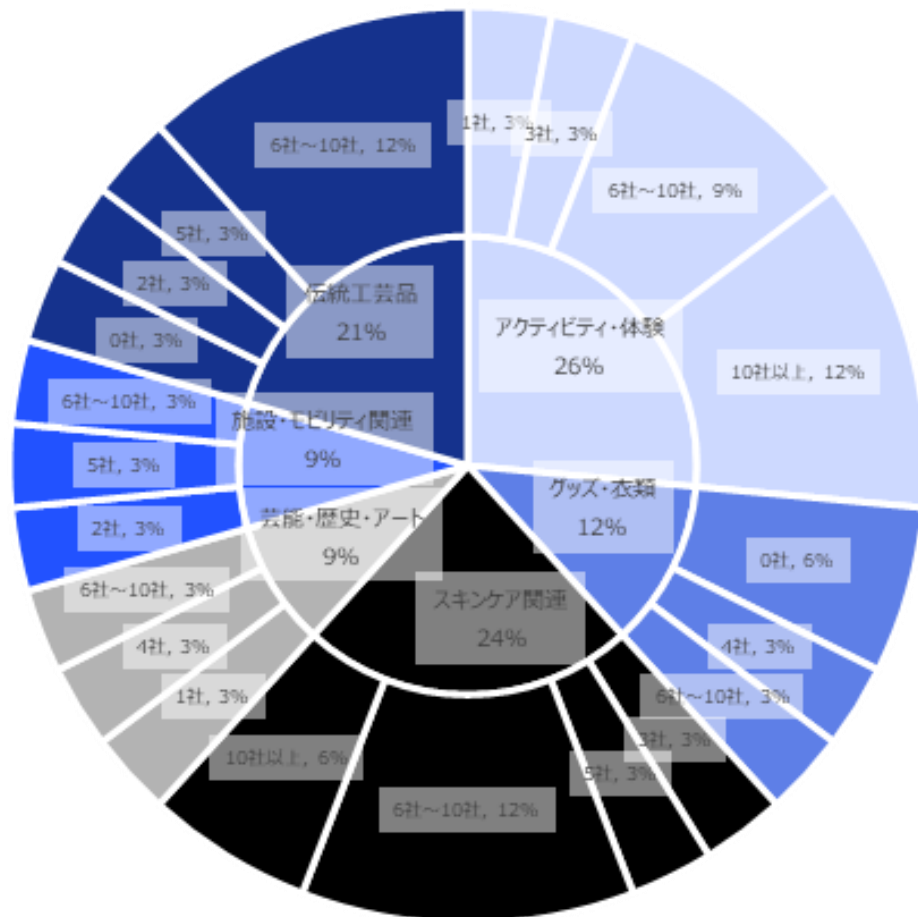
①取引上の課題点（まとめ）

	バイヤーと取引する上での課題点	改善事例
新規セールス	新規アプローチするホテルに対しては、新規でホテル側が精算を行う口座を開設する必要があり、ホテルの負担が大きい。	当該ホテルへ、すでに商材を卸している問屋に、自社の商材を仕入れてもらうことで、解決することができる。
ホテルとの調整	求められるロットを製造できるのかが課題だったが、ショップであれば少ない数量から取引ができるということで取引に至った。手作りにこだわっている商品であり、大量製造は難しい。また、大量製造の商品より、価格が高い。	個別にホテルと話し、自社商品の魅力を伝えながら、販売方法を相談するなど、粘り強く、調整を行う。
ホテルへのセールスタイミング	ホテルから、新規開店時にアメニティを一度仕入れてしまったら途中から仕入先を他社に変えるのは難しいと言われる。また、提案する際に、既存の取引先よりも価格を下げることは難しい。	リノベーション等を行うタイミングやコロナのような状況（休業）になった際に、再開後、取引先を変更することがあるので、そういったタイミングで営業に行くとホテルは新商品を検討しやすい。
商談会参加前の事前準備	ホテルの課題やニーズを把握せずにセールス及び商談会に参加していたので、なかなか成約に至らなかったことが多い。	事前に、バイヤーのニーズを把握し、事前準備して臨みたい。
ホテル内の販売拡大	ホテル内のショップで実績ができるまで委託販売。売れ行きが良ければ買取契約へと進展。さらには客室でのアメニティ取引へと繋げる。	営業の担当が配送配置を行うタイミングで、ホテル内ショップスタッフに自社魅力を伝えている。ショップスタッフからお客様に営業トークをしてもらうことで実績を伸ばすチャンスになり得る。
その他気づき点	<ul style="list-style-type: none"> 全国チェーンホテルの場合は県外本社が決定権を持っているため、初めは、現場の管理職・担当者がある程度決定できるような、少額の取引からのスタートが好ましい。 ホテルの支配人及びショップスタッフとの関係構築も重要になる。新規取引の際、ホテルとすでに取引のある問屋を通して商品仕入れを行うことがあるので、問屋とのネットワークの構築も重要。 	

3. 令和5年度出展サプライヤーヒアリング

②名刺交換件数（各ジャンル毎集計）

アクティビティ・体験コンテンツを持っている事業者は、最も多くのバイヤーと名刺交換を行っており、次いで、スキンケア関連及び伝統工芸品などの沖縄の特徴がある商品を取り扱う事業者が多い。

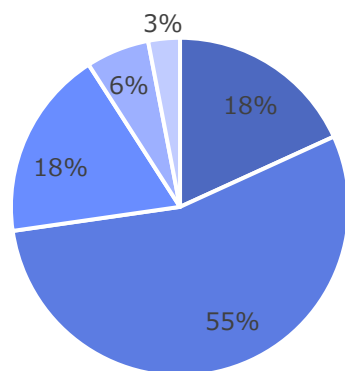


	小計	回答数	回答割合
アクティビティ・体験		9	
	1社	1	2.9%
	3社	1	2.9%
	6社～10社	3	8.8%
	10社以上	4	11.8%
グッズ・衣類		4	
	0社	2	5.9%
	4社	1	2.9%
	6社～10社	1	2.9%
スキンケア関連		8	
	3社	1	2.9%
	5社	1	2.9%
	6社～10社	4	11.8%
	10社以上	2	5.9%
芸能・歴史・アート		3	
	1社	1	2.9%
	4社	1	2.9%
	6社～10社	1	2.9%
施設・モビリティ関連		3	
	2社	1	2.9%
	5社	1	2.9%
	6社～10社	1	2.9%
伝統工芸品		7	
	0社	1	2.9%
	2社	1	2.9%
	5社	1	2.9%
	6社～10社	4	11.8%
合計		34	

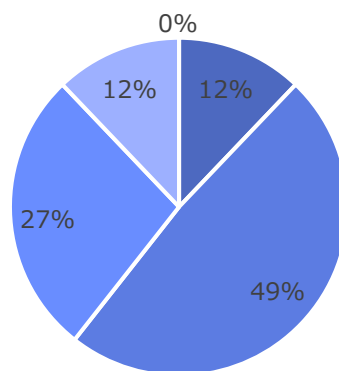
3. 令和5年度出展サプライヤーヒアリング

③ 果報庭運営に対する満足度

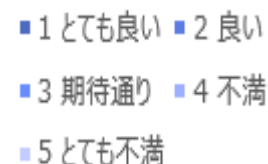
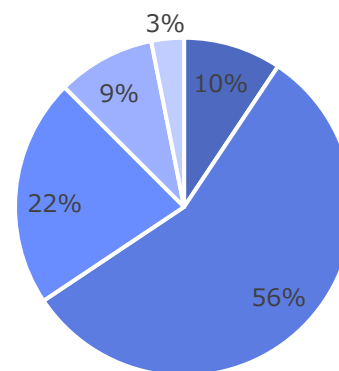
1-①
会場（ラグナガーデンホテル）
に関して



1-②
開催日時（令和6年1月16日）に関して



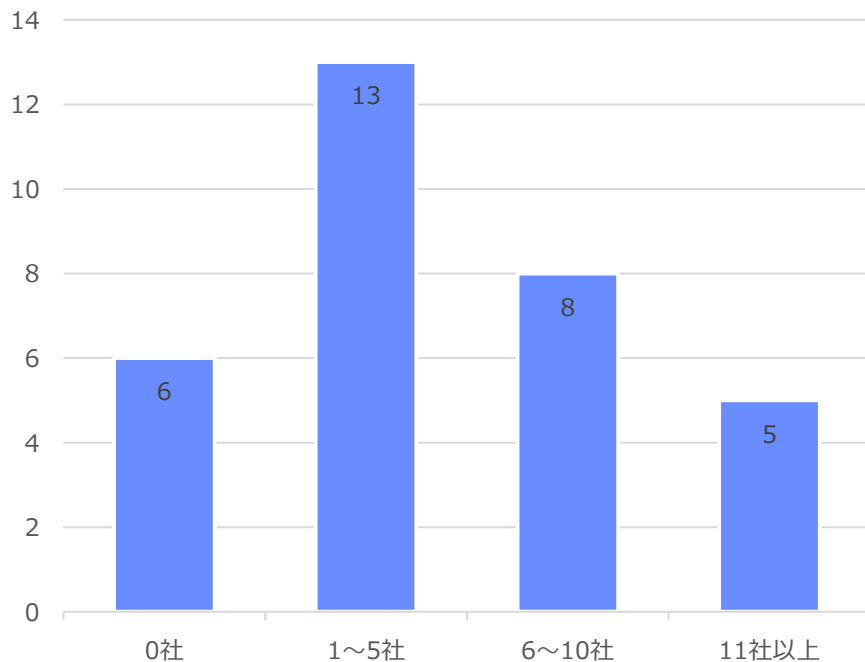
1-③
事前・当日の段取り等
に関して



- 「会場」に関して
とても良い、良い、期待通りの回答が91%を占めている。
- 「開催日時」に関して
とても良い、良い、期待通りの回答が88%を占めている。
良い評価が多かった一方で、不満の声としては、「（サプライヤー自身が）繁忙期であった」「年明けすぐの開催だった」等の声が多くあった。
- 「事前・当日の段取り等」に関して
とても良い、良い、期待通りの回答が88%を占めている。
良い評価として、「事務局がバイヤーを連れてきてくれた」「一点ものの商品でも、思った以上に繋がりが構築できたので参加して良かった」「自社の認知度がまだ低いので、知っていただくきっかけになった」という声があった。
一方で、不満の声としては、「展示ブースレイアウトの共有が直前であった」「事前にホテルニーズが知りたい」「事前に商談を設定してほしい」等の声があった。

3. 令和5年度出展サプライヤーヒアリング

④ 果報庭開催後、バイヤーへのアプローチの状況



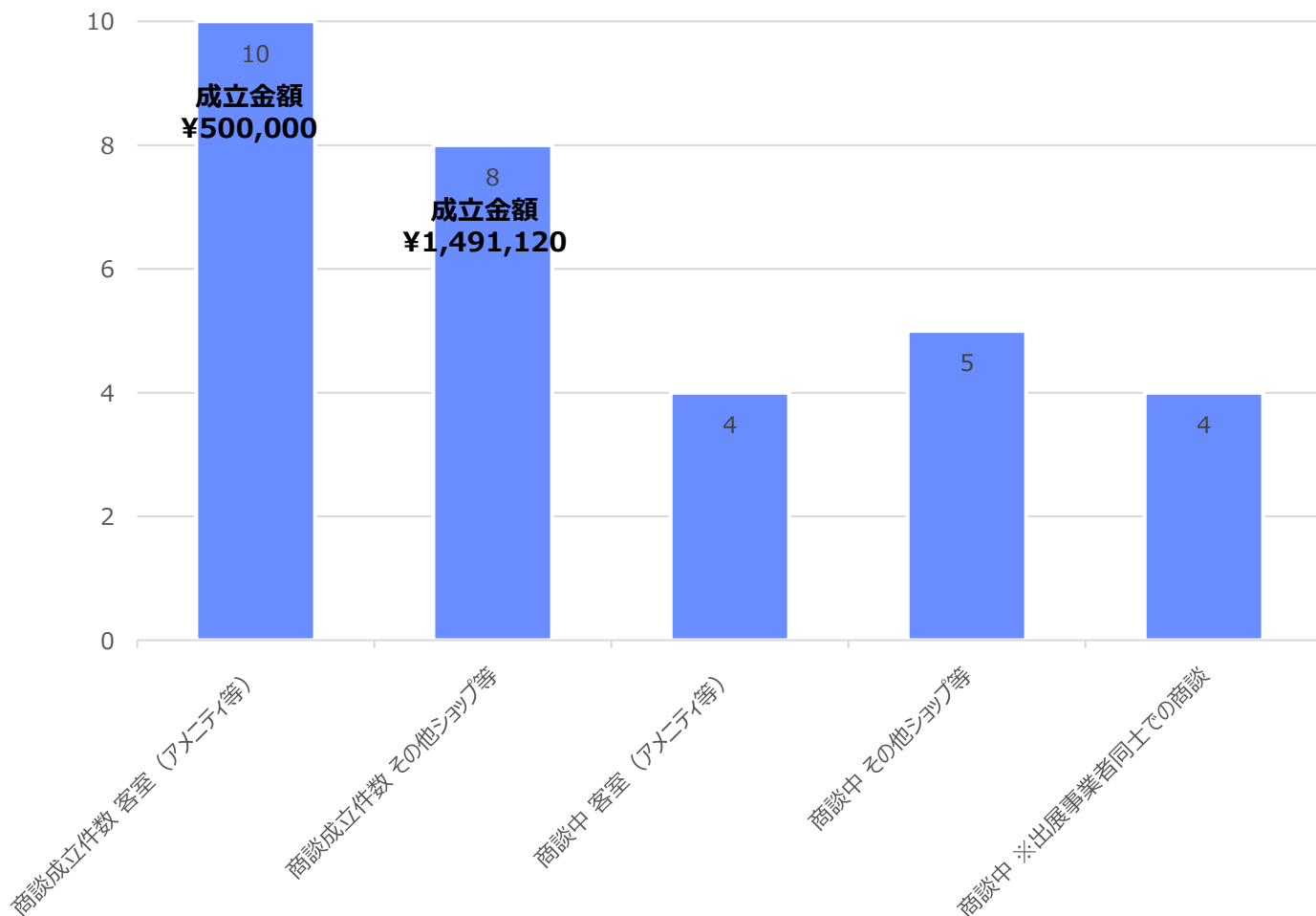
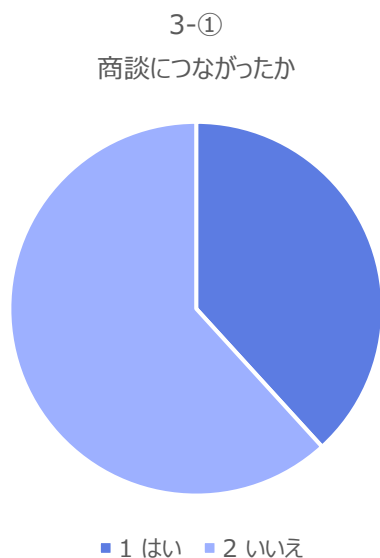
- 果報庭終了後に、改めてバイヤーへのアプローチを行った事業者の内訳について、11社以上にアプローチを行った事業者が5社。次いで、6～10社に対してアプローチを行ったのが、8社。最も多かったのが、1～5社で13事業者となった。
- 一方、アプローチを行わなかった事業者が6社いた。アプローチを行わなかった事業者については、事前の商品告知等、バイヤーが関心を持てる取組が必要。
- その他、サプライヤー向けスキルアップセミナーでは、事前準備や、事後に積極的にアプローチができるようサポートすることも必要。

3. 令和5年度出展サプライヤーヒアリング

⑤ 宿泊事業者・卸事業者など来場者（バイヤー）との商談状況

⑥ 出展事業者同士（サプライヤー同士）での商談状況

12

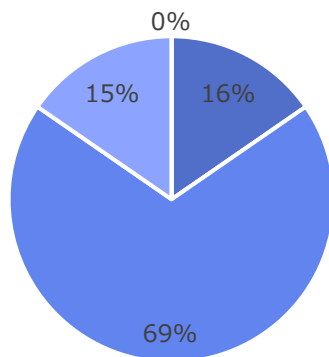


※ホテルとの取引形態が委託販売契約の場合、売れ行きに応じて販売額が変動することから、「商談成立件数」のみ計上し、「成立金額」は計上していない。

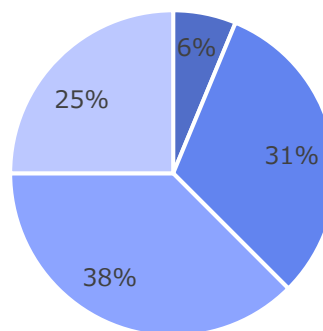
1. 令和5年度出展サプライヤーヒアリング

⑦スキルアップセミナー、果報庭当日、継続出展のニーズ等に関する満足度について

5-①
「スキルアップセミナー」は
当日活かされたか

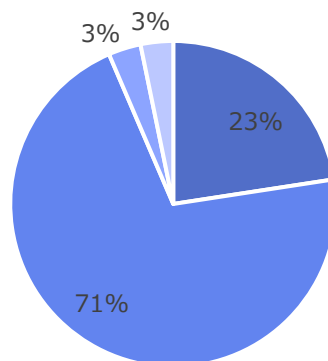


6.
ビジネススピーチへの登壇は
情報交換等に役立てられたか

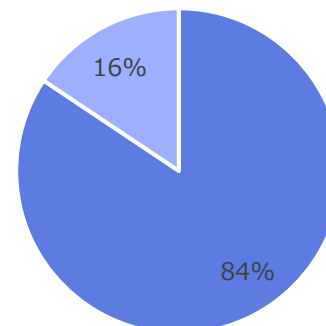


- 1 とてもそう思う
- 2 そう思う
- 3 そう思わない
- 4 全くそう思わない

7-①
意義のある商談会だったか



7-②
同様な商談会があれば
参加したいか



- 1 はい
- 2 いいえ

Ⅲ. 令和5年度成約事例

1. 出展サプライヤーの成約事例①

株式会社いいにおい



サザンビーチホテル&リゾート沖縄



導入機器

企業情報

設立：2021年10月1日
資本金：500万円
所在地：沖縄県国頭郡恩納村字谷茶1919-1 OIST Innovation Incubator

企業概要 ・強み

・フレグランスの製造および販売に関する事業
・香りの空間演出およびコンサルティング事業
空間演出の調香師は世界基準のスペシャリストが揃う。大手では大量購入になるため、ホテルに在庫がある限り導入後の香りの微調整がしづらいが、当社は導入後も香りの微調整ができる点が強み。

成約の 決め手

果報庭当日、様々な香りを試してみて、それをもとにホテルに合う香りのニーズに調香してもらった。OEMと違い、細かい調整を行いホテルのニーズに合ったことが成約の決め手となった。

【成約内容】

商談内容：館内3F-8Fへの導入。導入後、香りの微調整、機器メンテナンスを実施。

【商談成約のための工夫】

- 自社の経験から、初めは10万円以内の見積もりを提示し、スモールセールスを行った。
- 最初は1フロアで提案していたが、その後交渉が進む中で、ホテル内導入エリアの拡大につながった。

【導入した商品の概要】

- 導入した商品はエントランス等の広さでも対応可能なアロマディフューザーです。
- 展示会でホテルの印象に合いそうな香りをいくつか選んでもらったうえで、よりホテルのイメージに合うように調整を行い、またカーブチーのの香りを加え、沖縄らしさを五感で楽しんでいただけるようアレンジを加えました。
- 導入後は宿泊されたお客様からこの香りは販売していないのか？というお問い合わせを多くいただき、現在ギフトとして販売できるようにホテル様と協議を進めています。



ホテル内設置イメージ

1. 出展サプライヤーの成約事例②

Days Ballon 株式会社BLACK WORKS



レクー沖縄北谷スパ&リゾート

ベッセルホテルカンパーナ沖縄

企業情報

設立：2021年10月20日
資本金：－
所在地：沖縄県那覇市久茂地3-5-10

企業概要 ・強み

クリエイティブで革新的なバルーンの詳細企業。本島内広範囲でサービスを提供するため、バルーンの他店舗と提携を行い受注に対応。ホテル提携先を拡大中であり、多数の実績がある。
最高品質のバルーンで特別な日を彩り、喜びをお届け。

成約の 決め手

サプライズをご希望されるお客様のお問い合わせがコンスタントにあったことがきっかけです。実際に完成度も高かったことや、県内の企業様であるため、柔軟かつスピーディーに対応していただくことが決め手となり、商談成約に至りました。

【成約内容】

バルーンを活用したゲストルームの装飾、結婚式における高砂等の装飾

【商談成約のための工夫】

当日の積極的なバイヤーとの名刺交換と、果報庭終了後のアフター営業に力を入れたことにより、商談成約に至った。

【導入した商品の概要】

- バルーンを用いて、客室でのバースデーサプライズに加え、婚礼時の高砂・ウェルカムスペースのアレンジは造花や生花とのコラボしたデザインなど多様な演出を行った。
- お客様のニーズに応じ、ホテルから依頼を受け、お客様とのイメージの擦り合わせなどを自社で実施。
- ホテルには自社パンフレットを整備いただくなど簡単なお願いをするなど、ホテルの負担を最小限に、サービスを提供できる。

客室や宴会場の装飾イメージ

レクー沖縄北谷スパ&リゾート

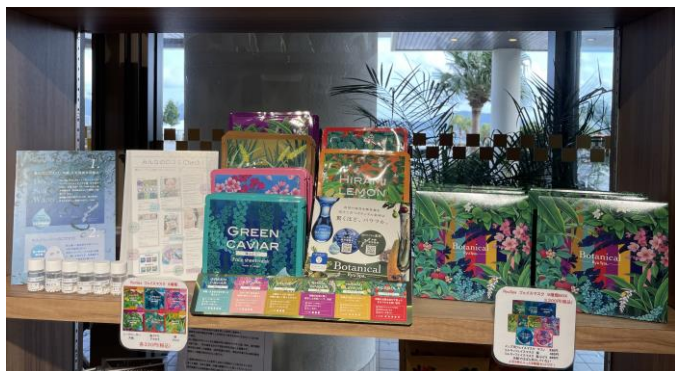
ベッセルホテルカンパーナ沖縄

1. 出展サプライヤーの成約事例③

株式会社ポイントピュール



ホテルゆがふいんおきなわ



ホテル内ショップの販売イメージ

企業情報

設立：2001年3月9日
資本金：6,000万円
所在地：久米島町字真謝486-12 ※直営店 6 店舗あり

企業概要 ・強み

- ① ポイントピュールの工場に隣接する沖縄県海洋深層水研究所によって汲み上げられる久米島海洋深層水は、地下のパイプラインを通じて外気に触れることなく工場へ運ばれます。工場内では独自技術により化粧品原料に使用するための専用水を精製しています。
- ② 沖縄の自然素材を分析し、積極的に製品に取り入れる研究・開発を20年渡り重ねてきました。また、「ヒト幹細胞培養液エキス」など機能の優れた成分や最先端の美容成分にも着目し、独自の製品づくりを行っています。

成約の 決め手

SHOPで販売するお土産用の商品を探しており、Botanicalシリーズフェイスマスクは、特にパッケージが可愛いと好印象でした。お土産用としてギフトボックスの提案を行ったことが決め手になった。

ホテルゆがふいんおきなわ

【成約内容】

ホテル内ショップで久米島の深層水を使った化粧品を販売。

【商談成約のための工夫】

果報庭開催後、ホテルへお礼メールを送付。ホテルからのメール返信があり、関心のある商品を確認できたことから、訪問して実際の商品ニーズをヒアリング、SHOP場所の確認をし、サンプル商品をお見せしながら、ホテル向けに商品をカスタマイズした。

【導入した商品の概要】

Botanicalフェイスマスク（9種）マリン、アロエ、海ぶどう、桜、月桃、シークワサー、アセロラ、海ぶどう（ミルクイ）桜（ミルクイ）お肌に優しい高品質の天然コットン100%を使用。天然コットンのシートがお肌に密着し、うるおいを逃さず、角質層のすみずみまで美容成分を届けます。

1. 出展サプライヤーの成約事例④

ゆめじん有限会社



琉球ホテル&リゾート名城ビーチ



植物のチカラとやさしさをあなたへ

商品イメージ

企業情報

設立：1997年11月25日
資本金：1000万円
本社所在地：沖縄県国頭郡今帰仁村字兼次18-2

企業概要 ・強み

スキンケア・ヘアケア製品の原料となるハイビスカス・月桃などを自社が所有する有機JAS認定農園で栽培するとともに、製造、販売を行う。

成約の 決め手

沖縄素材を活かした商品は観光客からの関心が高く、商品パッケージデザインに高級感が感じられ、売場に合ったPOPデザインを制作いただいた。また、グループのホテルでの導入実績も信頼につながり、今回の成約に繋がった。



【成約内容】

<THE MARKET (お土産店舗) >

1. ハイビスカス・クレンジングジェル (150ml)
2. ハイビスカス・フェイスウォッシュ (150ml)
3. ハイビスカス・スキンローション (120ml)
4. ハイビスカス・エッセンス (30ml)
5. ハイビスカス・ミルク (30ml)
6. スキンケアアメニティーズセット (BOX)
7. アロエベラジェル (120g)
8. 今帰仁ウォーター (250ml)
9. 今帰仁ウォーター (130ml)

<THE SELECTON (ブティック) >

1. ハイビスカス・ヘアシャンプー (250ml)
2. ハイビスカス・ヘアトリートメント (230g)
3. ハイビスカス・黒糖ボディソープ (300ml)
4. 月桃ピュアエッセシャルオイル (5ml)
5. シークワサーピュアエッセシャルオイル (5ml)
6. 月桃ピュアエッセシャルオイル (1ml)
7. シークワサーピュアエッセシャルオイル (1ml)

琉球ホテル&リゾート名城ビーチ



【商談成約のための工夫】

展示において指定されたサイズでPOPなど自社で作成した今後、季節ごとのPOP作成・イベントなどを提案。スタッフにサンプル品を使っていただき、使用感など確認頂き商品を選んで頂いた。

【導入した商品の概要】

- 農薬等を使用せず栽培した原料からなる当社商品は、環境負荷に配慮した製品であるとともに、沖縄やんばるの自然を感じていただける商品。
- 今回名城ビーチホテルで取り扱っていただく商品は、ホテルご担当者に弊社へ来店頂き農園やワークショップなど体験をおすすめした

1. 出展サプライヤーの成約事例⑤

Fingerpainter Yukako



ザ・ブセナテラス



企業情報

設立：－
資本金：－
所在地：POP-UPギャラリー 沖縄県豊見城市豊崎3-35 2F

企業概要 ・強み

独自技法で色彩豊かな作品を創作
鮮やかな色彩、繊細な指使い、独自の抽象的表現が強み

成約の 決め手

沖縄らしさ（自然・生き物等）を感じてもらえる表現がホテルのブランドイメージと合い、夏休みで宿泊する観光客向けに、ワークショップの実施で成約に至った。

【成約内容】

- 宿泊客に夏休み中のワークショップを実施し、子どもから大人まで20名の方が参加。
- 仕上げた絵は、A4サイズの額縁に入れて持ち帰ることが可能。ホテル側とは、事前に絵のイメージ照らし合わせながら調整。
- イベント時にポストカードの販売を行い、イベント後には、期間限定でスーベニアショップへ作品の展示販売を行った。

【商談成約のための工夫】

果報庭当日にお会いしたホテルへお礼メールを送付。
その返信で、担当者につないでいただき、実施に繋がった。

【導入したサービス等の概要】

- 独自の指描き技法：筆を使わず、指で直接描くことで、細部まで繊細な表現を可能にし、唯一無二の質感を生み出す。
- 色彩感覚：鮮やかで大胆な色使いが特徴で、視覚的に強いインパクトを与える作品を創作。
- 即興的な創造力：指を使った即興的な描画により、独自の抽象的な作品を生み出す。
- 感情表現の豊かさ：指描きによるダイレクトな表現方法で、感情やエネルギーを直接的にキャンバスに表現。
- 触覚的アプローチ：指で直接描くことで、作品に触覚的な深みと個性を加えている。



ザ・ブセナテラス ショップ