

山寺通信 9月号

市場はとても早い速度で変化しています。ネット社会になり加速度的に便利になってきていますが、世の中のシステムが追い付かなくなり、大きな修正が必要になっています。デパートやスーパーは、競争とネット販売にかなり浸食されています。またコンビニ業界は競争激化と再編により大きな体制になり、安くて美味しい菓子などが販売されています。便利、画一化、また異業種による販売顕著な例としては、ドラッグストアの野菜販売などがあります。さらに人手不足が経営を難しくしています。お茶については、ペットボトルが販売された時から茶葉の販売量が減ってきたそうです。茶自体の消費が減ったと言うより製品の形態が変わったと言えます。消費者の茶葉そのものに対する認識が希薄になってきています。子供たちは、茶葉をイメージすることもできなくなっています。最近では専門店でも茶葉は中々見ることができません。茶葉自体を見せながら、飲み方や産地、味の特徴や取扱いを説明することで理解されます。分かっているのは、業者だけで消費者は理解していないということです。見て味わうこれが一番説得力あります。静岡市では、小学4年の時お茶の授業があり茶葉に触れる機会があります。茶器を使い分けることにより画一化されない、色々な味わい方があるというイメージを伝え、さらに経済的にもなることをディスプレイや解説チラシ等店頭で主張していくことが急務になっています。スーパーや雑貨屋での急須等の売り上げは低落傾向になっていますが、茶専門店よりは陳列数は増えています。茶に対して専門店と全く違った感性があります。

都内で営業していた茶器問屋さんが閉業しましたので、その一部を弊社が肩代わりします。
現在追加のカタログを作っています。11月中旬頃これらの製品も掲載します。



上2段 常滑焼 下2段 万古焼