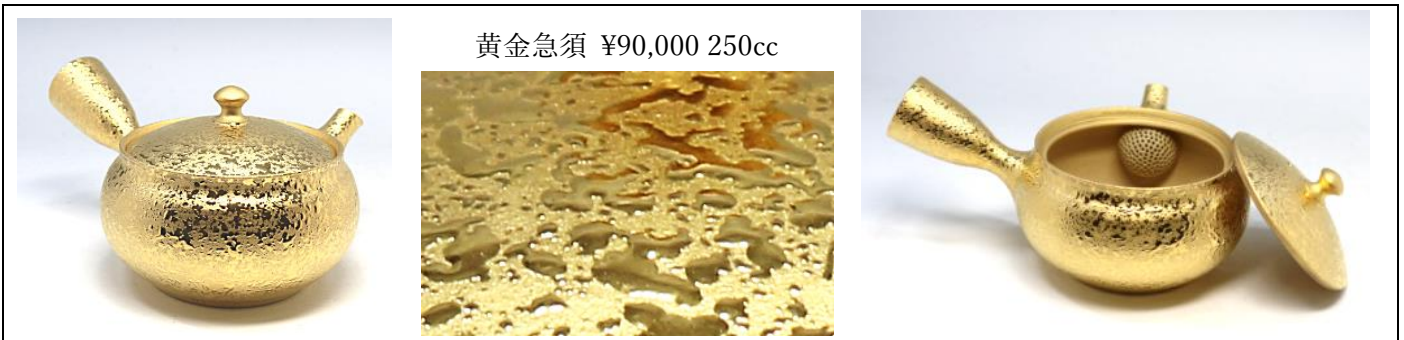


# 山寺通信 1月

令和2年は混乱の時代になりそうな予感がします。流通業界でも労務管理や食品のロス減らす等のエコ対策が急務となっています。今までなかったことが始まり新たな費用が増えてきそうです。流通においては、大手がより大きくなり圧力を強くしてくるため淘汰が加速されます。メーカーが作る既製品は価格競争にさらされ収益を上げることがかなり厳しくなります。安く大量に仕入れ競争に勝つ、さらにプライベート製品を増やして同業者を圧迫することで結果は明らかになります。このような状況の中で生き残るには、孫子の兵法の中に敵が守らない所を攻め、攻めない所を守るという(「攻めて必ず取る者は、其の守らざる所を攻むればなり」)言葉があります。当たり前のことですがこれをどのように具体化するかが生き残るためのビジネスになります。世界全体の景気が悪くなり世界の工場と言われた中国のメーカーでも小ロットで仕入れることができるようになってきています。茶器関連品は、中国でも特殊な商品になるので周辺商品も色々少量で仕入れることができます。大手業者が手を出さない製品を小ロットで仕入れることができます。

最近ファンケルの社長が75歳で会長から社長に復帰して業績を回復したということが話題になっています。そこで語られているのは、本来老害と言われる年齢の経営になりますが、基本的には客の要望をくみ取りよりわかりやすい表現で提示する、あまりトレンドを取り入れると客と乖離してしまうということでした。(現在82歳で一線から退きキリンに会社を譲渡しました。)

加藤一房(秋景)作 急須



黄金急須 ¥90,000 250cc

世界中で常滑焼の急須は認知され 製法から作風が TUKONAME 式として確立されました

		
S2-1 ¥20000 250cc	Y20-77 ¥21000 300cc	S2-2 ¥20000 300cc
		
S2-3 ¥20000 360cc	S2-4 ¥20000 300cc	S2-5 ¥20000 230cc

常滑の急須は、作家のように原料の土から仕上げ、焼成まで一貫して作られます。