

山寺通信 10月号

今、流通の世界で大きな変化が起きています。ヨーカ堂等大手総合スーパーの形態では物が売れなくなり全国的に店舗の閉鎖が計画されています。原因は、ネット販売等もありますが基本的には総合から専門店の時代に入ったからです。全ての製品に、年代ごとの専門店が必要となり、より掘り下げた需要に向かわなければなりません。ただ現状で一つクリアしなければならぬ問題があります。コーヒーなど海外製品は、世界的に需要があり輸入すればよいのですが、日本茶は、総需要が減れば生産者そのものが減り供給ができなくなります。急須類の陶器も同じ問題を抱えています。ヘビーな「通」の客も必要ですが、メイドインジャパンを継続するには、総需要を増やす必要があります。専門店の時代になっても日本茶の客を引き寄せる方法が残念ながら確立されていません。時代に合った分かり易い情報発信が必要です。同じ嗜好品のコーヒーでは、サードウェーブ(第三の波)と言われ新しい展開が起こっており、それらの原点は日本にあります。コーヒーの淹れ方が日本ほど多い国はないそうです。コーヒーの種類に合わせ、好みに合わせた方法が編み出されてきました。日本人は、常に積極的でした。ただそれらの方法を広めることが苦手なので、一部の愛好家の段階で止まってしまい、先生にはなるが普及する伝達者にはなりえないのです。茶器もお茶を飲むための道具であり、人々に合った道具を提供するこのような考え方が必要になります。各人のライフスタイルに合わせ、継続的に使ってもらうコンセプトが必要です。売り切ったら終わりではなく、色々の追加情報を発信続けることが必要です。家庭内での道具と外へ持ち出すツールこれらに対応する用具、言葉も色々ですが、多くの情報発信が必要になります。お茶も急須もとても多く厳しい歴史をへて現在の繁栄がありました。それらの歴史を知ることによりより将来のビジョンを考え、説得力のある情宣を確立していきましょう。

<急須は、岐阜県大垣から函館までの軌跡があります>



A3のポスター形式の急須の歴史です。ご希望の方荷物出荷時にお入れします。

日本デザイン、中国で製作、リーズナブルな道具を提案します。



140cc/穴の数 10個 品番白釉 CHH1 ¥1900
CHH2 ¥1900 /CHW3 ¥1800 /CHW4 ¥1700



6種類/サイズ-カタログ分り易く表示

