

山寺通信 12月号

なかなかリーフの需要が盛り上がりません。現状は、生産、流通が皆寡占化しています。大きな資本になれば宣伝費も高額になり、より消費者を取り込んでいきます。ただ食料品に関しては、消費者も必ずしも量産品を好みません。大手も消費者に注目される新製品を開発して宣伝を掛けますが、実質的に継続する製品は少ないようです。野菜などの食品は個性的な部分を宣伝して消費者にアピールしています。お茶の場合も、もう少し正面切って茶葉の産地、特製、温度により味が渋くも甘くもできる、コストがとても安いと言う当たり前のことを宣伝したらどうでしょうか。長い間扱い、特に大きな変化の無い物を売ることは難しいことです。お茶はお茶でしかないからです。でも茶離れの空白期の世代は、お茶の基本的な事も知らない訳です。急須でも万古焼が常滑焼の朱泥より売れた時期が長かったのですが、飽きられたことと、常滑焼の機能性に負け店頭から無くなりかけましたが、当時の若い世代が、初めて万古焼を見てその素朴さに興味を持つようになりました。生活環境の変化では、新しい切り口が出てきます。コンビニなどは、基本的には商品構成も定価販売も変わりません。社会の変化に合わせた対応があるだけです。茶店の持っている知識には、消費者に「目から鱗」が結構あります。



増えています//ステンレスのファインアミ使用の新急須です。有田焼の色釉磁器茶碗

			
YA16-54 320cc	YA16-55 410cc	YA16-56 260cc	YA16-57 360cc
			
YA16-52 420cc	YA16-64 420cc	YA16-67 400cc	YA16-68
 	 	 	 
YA16-00252 6000 5P8.5/H6	YA16-00253 1600 10/H6.5	YA16-00254 1600 10/H6.5	YA16-0250/ 0251 2500 9.5/H6.5