

山寺通信 12月号

一気に気温が下がり暖かい物がほしい時期になってきました。今年は、抹茶入りの製品が全国的に販売されカフェが色々な所で開店し抹茶入りのソフトクリームやパフェが売られました。茶専門店が出店したのも多く、品質の良い抹茶が使われていました。ただ少しオーバーペースで増えたようなイメージは否めません。食品の中でもお茶は賞味期限が長いので、消費者は月一程度来店して購入すれば事足ります。扱い易い商品である反面、客との接触が少ないこととなります。現在の固定客の来店頻度を上げ、さらに新規の客を呼び込む必要があります。結果スイーツや菓子の販売を加えることとなります。ただ人気のある物は常に競争も激しく、儲かる商材となると大手の新規の参入者との競争になります。茶専門店の経営戦略は、常に軸足をお茶に置き茶の文化から茶の知識(知ってといるようで聞かなければ分からない事が多い)を広げることです。さらに季節と関連した年間の販売暦の様な販売計画を立ててみたらどうでしょうか。少なくとも主力製品の産地やブレンド率の様な事も提示し、できれば、気候による体感温度の違いによる湯の温度まで試験しておけばかなりの消費者に認められるのではないのでしょうか。野菜等で行われているトレーサビリティだけでは食の安全、安心だけで専門店からのメッセージとしては弱いと思います。参考になるのは、コーヒーが自社で焙煎販売していることを参考にすればよいかと思われます。

追加版カタログの新製品

駿河指物



Y18-00294 ¥22000 -1.2l Y18-00295 ¥9800 -0.4l 籠

Y18-00296 ¥9600 -0.4l 籠



Y18-0297 ¥10000 桐

W19/D28/H18



Y18-13 ¥7000 -180cc メ



Y18-19 ¥7000 -230cc メ



Y18-25 ¥5300 -310cc メッシュ



18-20 ¥6300 -340cc メッシュ



Y18-58 ¥16000 -260cc メッシュ



Y18-56 ¥4800 -380cc 帯



Y18-00133 5号 ¥2800



8号 ¥3200



1000cc 1500cc

蓋を強調した急須 蓋が一番目立ちます

カタログには訂正のお知らせも掲載されています