

3年前、アウトレットコンサート長柄が閉鎖して、茨城にあみプレミアムアウトレットが開業したので見学に行きました所、「アウトレットは曲がり角に来たな！」と私は思いました。

アウトレットとはブランド品の衣料品やバッグ等の在庫品や規格外品を50%、70%引きの低価格で売って、デフレを背景に急成長して参りましたが、あみプレミアムアウトレットではかつての魅力あるブランドアイテムは姿を消していたからであります。アウトレット市場は、6千億円と言われており、すでに39モールあり、1モール平均売上200億円の売り上げであります。単純に考えればすでに8千億円の売上に到達しており、昨年の成長率はわずか3%でありました。

こうした背景の中で、木更津を選んだ理由は、首都圏4千万人の南東部(房総半島)が空白地帯であり、羽田空港は6千万人の乗降客の滑走路増設によって1億人の乗降客となり、そのオーバーフローする客と都南部、神奈川、県下の客を木更津へと三井アウトレットパーク(MOP)を4月13日にオープンいたしました。

面積21万5千㎡、店舗数171店舗、駐車場4,300台、予想来場者500万人、初年度売上目標320億円~340億円と、まさに日本一の規模を持つアウトレットモールであります。

この数字を地元のサービス業界(飲食、小売業等)に単純に当てはめてみますと、700店から800店分の規模かと思われます。

県外から80%の集客をと報道されておりますが、三井はすでに幕張、横浜にあり、台場にもオープンが近いと聞きました。

三菱も酒々井に来春オープンを目指して着工を始めております。

金田地区には更にスーパーベイスシア、ホームセンターカインズ、家具の東京インテリアが続々と年々オープンと予定されており、木更津の既成の全市の食品飲食小売業界に匹敵する売上となります。

木更津の荒井会頭が、「アウトレット客をどう回遊させるか、仕掛けが必要だ」と言われておりますが、地元中小経済界が生き残る方法は、回遊するのを待つのではなく、自分たちで集める気力、仕掛けの発想が大事であります。

大型店は集めたお客を他へ回遊させる様な、甘さはない。回遊する客はかつての江戸へと繋がった古い港町、花町と現代が同居する木更津を求めるところから、古いものを大切にすれば、この地には素晴らしい景観と新鮮な山海の珍味があります。伝統の味作り、情緒、愛嬌、昔話が相乗効果となってにぎわいとなります。「観光とは景観と食にあり」であります。

ゴールデンウィークはもうすぐであります。渋滞に差し込まれた人達がほっとする様な案内板をもっと作って下さい。

昨日オーチャードホールの森山良子コンサートが終わって前の小さなレストランへ入りました。まず店員は床に両膝をついて注文を受けてくれました。これまでするのかと思いました。

私を乗せて雑踏の中を抜けていくタクシーの運転手さんに「東京は若者ばかり、老人達は何処へ行ったのでしょうか?久しぶりに見る東京の街は、生活レベルを一格下げた様だ」と言うと、運転手は「そうですね」と何度もうなずいておりました。

アウトレットにも老人の行く衣料品などはありませんでした。出店した川名さんの「わっぱ茶屋」に拍手を送ると共に、皆さんも是非寄って上げて下さい。

川名さんを見習って...道はまだまだいっぱいあるでしょうから...

