

マスコミが「あみ」のアウトレットに土日には大型観光バスが何十台と客を運び込んで観光名所化していると報じております。かねがね君津へもアウトレット店が一店くらい欲しいとこのFAX通信に書かせてもらいましたので昨年12月初旬に友人達と見物に行つて参りました。

このアウトレットモールは霞ヶ浦の南岸に隣接して、牛久大仏と阿見ゴルフ場を眺望に入れた森林台地に囲まれておりました。私達が訪れた日は木曜日でした。

駐車場には大型バスは見当たらず、自家用車が6~70%位駐車場を埋めていました。このアウトレットモールは、衣料品54店、ファッショングッズ21店、スポーツウェア等10店、飲食店13店、生活関連店等9店、その他サービス店でありました。歩いて見た実感として、他のアウトレットモールでみられたブランド衣料バック等は少なく、あっても通常アウトレットは50~60%の安値がつくものですが、ここ的高级ブランドはせいぜい5%引き位で衝動買いを誘うような魅力が見当たりませんでした。店員に「土日には大型バスが来られて大繁盛のようですね」と聞きますと、「マスコミの方達が取り上げて下さる程お客さんも来られませんし、財布も固く売り上げは全く少ないです…」と意外に不満顔でした。私達も少し奮発してお金を用意して行きましたが、全く当てが外れて同行の皆さんも1人1万円位の買い物でした。

アウトレットモールは全国で凡そ35か所、三菱地所と三井不動産系が主流です。今までは都市部の通
常品を売る専門店、百貨店との競争をさけて郊外にあったモールは不況のため、県内のアウトレットコンサート長柄が先日破産しました様に田舎では経営が難しく集客力のある都市部へと出店を始めました。都内の森ビル、お台場、新宿、渋谷、原宿であります。どの業界もそうですが、過大な安売り競争の兆しがあります。

スーパー、家電の乱売消耗戦をして勝ち残ったものは意外と少ないものです。

大型モールもアウトレットも峠を越して、これからの商店会は少子高齢化コンパクトシティが必要とするお店になれるかであります。

今、ロコミで「東京ドイツ村のイルミネーション」が評判です。早速行つて参りました。夕方4時から車1台入場料1,000円で何周もできました。200万球のイルミネーションで夜空に画いた光のオブジェはファンタジックな城、氷、花となって異次元の世界へと誘い込んでくれました。

このドイツ村のイルミネーションは4年前から始まり、年々光と形を工夫されて今年は30万人のイルミネーション観光客となり、村内の売上も160%伸びましたと言われます。

君津各地の商店会(街)のイルミネーションも多くの市民の方々が喜んでくれていることを念頭に、これからもきみつの冬の夜空いっぱい明るく暖かいイルミネーションを増やし続けて下さい。

