

アウトレットと言うと有名ブランド品の傷もの、規格外品、在庫品を極めて安い価格で処分販売するという解釈が一般的ですが、ブランド品以外にも通用する販売方法であります。

アウトレットモールと言われるマーケットは、三菱地所系のチェルシージャパンと三井不動産アウトレットが全国に 33 か所出店しております。

今までのエリアには百万都市か、車で 90 分以内に 2 百万人以上必要と言われておりました。最近の不況により、スーパーや百貨店の衣料の売り上げが大幅に落ち込んでいますが、アウトレットモールですとブランド品が半額、セールでは 8 割引きもありますので百貨店、衣料専門店不振とは対照的に売上を 20 ~ 30 % と急速に拡大する人気であります。2007 年の売上総額は凡そ 4 千億円と伝えられました。県内にも近くではガーデンウォーク幕張、アウトレットコンサート長柄がありますが、開店 5 年目のコンサート長柄は、千葉、市原、茂原と隣接しておりますが、ここは今、大苦戦、唯一「クレージ・ママ」が孤軍奮闘であります。今から 1 年くらい前、友人が隣市におもしろい店があるからと連れて行ってくれました。「かつては女性衣料だったが、今は男性のおしゃれ着、スポーツウェアが多くなった店だ」と言う。ブランド品が 7 割引きくらいですので、まさに男性衣料のアウトレット店でありました。

時々私ものぞいていますが、固定客が多く、商品の回転率が良い様に見受けました。

アウトレット店は、女性のブランド衣料品だとばかり思っていた私は、すばらしい逆転の発想だと感心いたしております。

八重原商店街通り、駅前商店街にもこうしたアウトレット店が男性用、女性用とあったなら、若者や女性たちをにぎわす話題店（街づくり）になりそうと思っておりますが・・・？！

かつてデフレ時代に某経済評論家が「各商店が店内いっぱい 30%、50% オフと値引き札を張っているが、商人としての才能、良心を疑う」と酷評しておりましたが、今度は値引き、安売りのイメージを変えて、アウトレットコーナーを設置して、食品、家庭用品の賞味期限が近いもの、規格外の品、不揃いな農水産物をアウトレット商品と明示して消費者に選んでいただく策も必要です。

世界的な食糧難はもう始まっております。毎日世界では 8 人に 1 人（1 日 1 万 7 千人）が餓死をいたしております。

輸出した利益でいくらかでも安い食糧は買える時代は終わりました。しかし、日本の現況は世界の趨勢に反して賞味期限、時間を重視しすぎる大手コンビニ等の戦略はまだまだ可食充分と思われる食品が年間 2200 万トンも棄てられております。

これからの食糧事情、家庭経済を両立させていく上からも経済にかかわる私達に課せられた「チ工」を生かすアウトレットであります。