



ホールでも「おトク感」味わいたい

毎年7月の声を聞く頃になると、デパートや小売店で夏の「バーゲン」が始まります。私も一応女性ですから、その時期になるとお財布と相談しつつ、お店をキョロキョロしてしまうのが常。今年ももちろん、衣料品を数点購入しました。

日本の場合、バーゲンは大体お正月と7月にスタートする…というのが暗黙の「お約束」となっていますが、ここ数年、それが早まる傾向にあります。事実、私も「プレバーゲン」などと称した案内メール等を受け取ることが増え、不況の中販売側が早めに“勝負”をかけたがっているのかな、と思います。

さらに私自身、バーゲン自体にもちょっとした「変化」を感じています。というのも、例えば5年程前ならバーゲンが始まってすぐ半額程度にプライスダウンしていたのが、まず30%引き程度、それから少しして半額、最後に7割引き程度の叩き売り、といった流れが増えて来たのです。

これは、日を追うごとに極端な割引きとなって盛り上がっていく、香港などのバーゲンで見られる方法を取り入れ始めているのかもしれませんが、あるいは、単純にデフレの進行で元値自体が下がって来ているため、利益確保で割引率を少なめからスタートさせている可能性も考えられます。いずれにしろ、以前はバーゲン開始から飛びついてた私にとって、割引率が上がるまで待つか、それとも多少高くても商品があるうちに買っておくか…？といった、新たな「悩みの種」が発生していることは間違いありません。

しかし、ふと気づくと以前は買いたいものを買

ってしまったらバーゲンは終了という感じだったのが、最近は割引率が上がる度にジックリと商品を吟味することも増えています。これはまんまと、段階的な値引き作戦にやられてしまっているのかもしれない。やっぱり「おトク」なものには弱いんですね（笑）。

そういえば1995年前後ぐらいでしたか、パチンコホールでブランドバッグなどが景品に陳列されているのが、よくニュースになっていました。数万円するブランドバッグが玉2500個（1万円相当）で交換できるという、太っ腹なところも人気を呼んでいたものです。

現在も、そうした「おトク感」のある景品は少なくありませんが、当時に比べるとお客さんを呼び込む大きなポイントには、なかなかないような気がします。無論、規制等難しい面もあるとは思いますが、小売店のバーゲンが変化を見せてお客さんを引きつけているように、今一度景品の魅力でファンにアピールすることも、大きなテの一つになるんじゃないかな、と思いました。というかファンの一人である私自身、もっとパチンコホールでも「おトク感」を味わいたい、というのが本音なのであります。



じんぼう・みか

法政大学卒業後、文具メーカー勤務を経て業界誌記者となり、1993年独立。取材記事、コラムなど連載。近著「パチンコ年代記」（バジリコ、07年）