大東ごろごろ帳

(21)

売りどき、買いどき

バーゲンセール

ぶ厚い朝刊をひらけると、折り込み広告二十数枚、冬物バーゲン半額、総ざらえ、ブランド商品何%引きなどなかには奇抜な色彩で趣向をこらしたビラが次々目につく。

立春といえど吹きおろす風は肌に冷たく、冬物一掃を告げるファッションビルの長い垂れ幕がゆれ、商店街のバーゲン大売り出しの幟（のぼり）がはためく。

かつて昔はこの幟の染めぬいた文字が誓文払（せいもんばら）いであった。

年に二度の節季（せっき）に日ごろひいきにして頂くお客様に感謝の気持ちを込めた意味で、持ち越し品の値段を下げて買ってもらう店側のサービス期間であった。

最近では外来語のスマートさがもてはやされ、バーゲンセール、クリアランスセールなどカタカナ文字の横書きのビラが目立つ。

良い品をより安く買いたいと願う消費者の心をくすぐる。

衣類、服飾品はもちろんインテリア、日用雑貨にいたるまでカラフルになり、デザインの多様化と共にその流行の移ろいも早い。

洋服などは、デザイン、時には素材まで流行に左右される。その年の天候の不順さも大いに業者を悩ませるとか。

私たち消費者は、ここ近年のように、シーズン半ばにしてのぞみの品を何%引きと安く購入できればうれしいことだが、時には出血サービスを余儀なくせざるを得ない店側としてはつらいところであろう。

バーゲンでよい買物をしたい、私もそう願う一人。

あちこち店をのぞいてみた。

「新しいブラウスの一、二枚はタンスの引き出しに入れておきたいしね」女性の会話が耳に入ってきた。

〃一着の値段で二着買える〃だれもが思うところである。

のぞみの品物を格安で買えたうれしさ、その優越感も秘かにときめく。

二、三年前までは主婦や若い女性客が多かったそうだが、今年は若い男性たちも、ブランドものを求めて個性的な品選びにバーゲン開催日より、ブティックやファッションビルに押し寄せているとか。

この時期は呉服屋も座売りを銘うって反物をより見やすくできる様式で売り出している店もある。

今やバーゲンたけなわ、「これええ買物でっせ」「うち、もうけなし」

店主のはりきった声が、あれこれ品選びに迷う人たちのなかで聞こえてくる。

文・岩橋初子

あちこちの店では、「バーゲン」「大処分」などの広告でいっぱい。