

パリのおしゃれなハイパーマーケット フランス発の新しい消費スタイル

米ウォルマートに次ぐ、世界第二位の小売チェーン店「カルフル」が、ついに日本に上陸。二〇〇〇年末、その第一号店が真張新都心にオープンする。
創立以来三十七年、パリっ子に愛されてきた老舗マーケットの素顔にせまる。

文 高木朝美
Text by Tomomi Takagi



パリのカルフル。ハイパーマーケットの草分けとして、1963年に誕生した。



「カルフル」は一九六三年創立の老舗ハイパーマーケット・チェーンである。ラルース大百科事典をみると「ハイパーマーケットはカルフル第一号店開店以降、急速に発展した」とあるから、自他ともに認めるハイパーの草分けといえるだろう。フランスの広辞苑ともいえるロベールに初めてハイパーマーケットという言葉が載せられたのは、カルフル第一号店が誕生してから五年後の一九六八年。フランス語として正式に認められ、名実ともに市民権を獲得したわけである。

話が前後するがハイパーマーケットは「売り場面積が二五〇〇以上（スーパーマーケットは四〇〇〜二五〇〇）駐車を備え、食料品以外の売り上げが全体の三〇〜五〇%をしめるもの」と定義されている。デイスカウント価格が条件にあげられているのはいつまでもない。

現在、カルフルの店舗数はフラ

ンス全国に一三二店。系列店を含めるとその数は一七二二店にのぼり、年間の顧客数は三億九千万人。一九七五年にスペイン店を出したのを皮切りに海外進出も盛んで、現在ヨーロッパ、南アメリカ、アジアに店舗があり、年間の顧客数はこれら海外店を含めると七億三千万人にのぼる。

さて、カルフルをはじめとするハイパーマーケットがフランスでこれほど躍進した背景には、日本のほぼ二倍の面積の土地に約半分の人口という土地事情と、働く女性の割合が高く、おまけにデパート、スーパーを含む多くの商店が日曜休業という社会事情があげられる。主婦が働く家庭では、生活必需品を週単位で（たいていは土曜日に）まとめ買いくるから、生鮮食料品から家電品まで揃えたハイパーの誕生は革命的だったのだろう。一六年前、私がフランスでハイパーに初めて足を踏み入れたときは、タイヤ売場まである広大な店内、そして延々二〇メートルほども続く酒類売場に、カルチャーショックを受けた。

とはいえ、いかにハイパーが栄華をきわめても、その対極にある朝市が健在なのがフランスのおもしろいところだ。そしてその中間にあるスーパーマーケットや小型食料品店などがそれぞれにシェアを分けあって共存していること。

ここで、パリの買い物形態を簡単

にご紹介しよう。まずはフランスの伝説。朝市。現在パリ二〇区の六〇カ所に平均して週二〜三回の朝市がたつ。どこに住んでいても、歩いて行ける範囲に朝市のたつ場所があるよう配慮されている。新鮮な山海の幸を目の前に商人やお隣さんとおしやべりするの、フランス人にとって、骨身に染みこんだ習慣なのである。同様の理由から、数は減ったが独立小売り店も朝市同様に生きのびている。

次に日本からのツーリストも気軽に足を運ぶ「モノブリ」「プリズニーク」をはじめとする、食品・日常雑貨に衣類やアクセサリーまでを売る中型スーパー。新しいコンセプトで冷凍食品だけ売って「ヒカール」、段ボールに詰めたままの商品陳列などで余分な手数を極力はぶぎ、価格を最小限におさえた「ED」は、どちらもカルフル系列である。

最後に忘れてならないのが、どの街角にもたいてい一軒はある北アフリカ系移民経営の小型食料品店。値段は割高だが、回転がよいため物資は新鮮で、深夜営業、日曜開店などの営業方針がパリっ子に重宝がられている。日曜に友達を招待して、直前に買い忘れに気がついたときなどに駆けつける場所だ。

ハイパーマーケットは、その規模から多くの場合は郊外にあるのだが、パリのカルフルは、ブローニュの森を背後にひかえ、ローランギャ

たかぎ・ともみ 立教大学卒業後、PR代理店勤務を経て1983年からヨーロッパに暮らし、87年からパリに居住。某オートクチュール・メゾンに勤めながら15才の長男と12才の長女を育てている。



ロス・テニスコートのすぐ近くという、一六区のシックな場所にある。五千の店舗は公園の地下に設置され、景色の中にしっくりとけ込んでいる。

残念ながら私自身はこのシックな地域に住んでいるわけではないのだが、子どもたちが通学する中学・高校がはす向かいにあることから、このオタイユ店はとても身近な存在だ。一年前までは歩いていける距離に住んでいたため、カートをひいて定期的に通い、バスに乗らなければならぬ場所に引越した現在でも、最低一カ月一度の割合で買い出しにける。

何せすべての製品が格安で、しかもイタリア食材店のぞけばボンマルシェ・デパートの食品館にしかない、某メーカーのパスタがごく普通の値段で手に入るのである！メトロの駅もバス停も、パリを囲む環状道路の出口もすぐ近くにあり、土曜日にはパリの各地から客が集まってくる。

オタイユ店の敷地内には、カルフルの他にパン屋、新聞・雑誌を売るキオスク、美容院、自動キヤッシュヤー、催しもの切符売場、郵便局、クリーニング店、眼鏡屋などが並び、独立小売り店と完全に共存していると同時に、文字どおり「カルフルに行けば何でも揃う」という状況をつくりあげている。玉にキズは、宅

配料金がパリ市内一律九〇フランと高めなこと（ちなみにモノブリは四五フラン）。

デパートや高級ブティックに限られていた「リスト・ド・マリアージュ」()を、数年前にカルフルが始めて大きな話題になったが、最近ではさらに商品券の発行、旅行、金融と、業務内容を大きく広げている。

最後になったが、「カルフル」とは交差点、十字路という意味。ここから発展して文明や物資の交流点という意味を持つ。まさにびつたりのネーミングといえる。



リスト・ド・マリアージュ結婚するカップルがお祝いに欲しい品物のリストを店にあずけ、祝う側はその店で予算