

一般調査報告書

フランスの熱い「ソルド」事情と2010年夏の結果について

欲しい！と強く思うのに値段が高くて手が出せないものについて、バーゲンの時期まで辛抱強く待つ、というのは日本もフランスも同じです。（このバーゲン、こちらフランスではバーゲンとは言わず、「Soldes : ソルド」と言います。日本のブティックでも同様の表現をすることがあるので、ご存知の方も多いと思います。以下では、フランスの表現に従って「ソルド」と表記していきます。）

日本と同様に主に夏と冬に行われるソルドは、ここフランスにおいても一般の消費者が「獲物を狙う狩人」のようになる「熱い」年中行事です。この時期のデパート、ブティックはどこも人であふれ、熱気に包まれます。お世辞にも効率的とは言えない「会計システム」のせいもあり、レジ前には長蛇の列ができ、会計のために30分以上並ぶことも珍しくありません。



フランスにおいて夏・冬のソルドによる売上高が年間の総売上高に占める割合は、小売業界全体の平均でそれぞれ10%、13%に上ります。小売業にとってのソルドは「書き入れ時」であり、同時に在庫の速やかな整理を図る機会でもあるのです。

一方、フランスにおけるこのソルドは法律で細かく定義されているなど、日本のバーゲンとは異なる部分も多々あります。それがまた、フランスのソルドを特徴づける要因にもなっています。

今回の報告書では、このフランスの「ソルド」について紹介するとともに、2010年夏のソルドの結果とそこから見えてくるフランスの最近の消費動向について報告します。

1 フランスにおけるソルドに係る法規制

一度に商品をたくさん仕入れるフランスの百貨店などは、仕入れの段階で業者に仕入れた商品分の代金を支払います。（日本では、商品が売れ残った場合、百貨店は在庫を仕入れ業者等に返品できるようです。）しかし、フランスでは一度仕入れた商品を返品することはできません。一方で、過当競争を防ぐため、小売店が仕入れ価格以下の価格で物を販売することも禁じられています。そこで制定されたので「ソルド法」で、百貨店を含む全ての小売店に年2回、限定された期間に仕入れ値を下回るような大きな値下げすることを認め、在庫整理できるような救済制度になっています。

以上のような経緯から、ソルド法は、ソルドの開始時期・期間、対象商品などについて細かく定めています。これらの規則が順守されているかどうかについては、専門担当

者が各店舗を巡回して監視しており、違反が明らかな店舗については厳しい罰則が科されているそうです。

(1) ソルドの「定義」について

小売店舗が店舗にある商品のすべてを仕入れ価格以下の値段で販売することが可能なのは、このソルドの期間のみです。逆にいえば、仕入れ価格を上回ってさえいれば、また陳列されている商品の一部であれば、値引き販売はソルドの時期に拘らずに実施できます。この場合、「プロモーション」などと表現され、「ソルド」とは言いません。「ソルド」の言葉が使えるのは、(2)で説明する一定の期間だけなのです。



(2) ソルドの時期・期間について

フランスにおいては、ソルドの開始・終了時期が統一されています。(観光地・国境地域などに一部の例外がありますが、この場合も地域内で統一されています。) 夏と冬の2回、夏のソルドは6月最後の水曜日から、冬については1月の第二水曜日から、それぞれ最大5週間とされています。(開始時間も朝8時からと決められています!) したがって、今年の夏のソルドは、6月30日(水)から8月3日(火)の5週間でした。

なお、2008年以降は、フランスでも進められている規制緩和の一環として、2週間に限って各店舗ごとにソルドを実施することができるようになりました。しかし、これについては事前の届け出が必要とされています。

(3) 広告について

ソルドに関して広告を行う際には、必ず開始日と終了日を明記しなければなりません。また、ソルドの対象商品も明示する必要があります。

(4) 対象商品について

ソルドの対象商品にできるのは、店舗に陳列されてから1カ月以上経過したものでなければなりません。在庫商品についてもソルドの1カ月以上前からの在庫でなければなりません。ソルド期間中の仕入れによる商品補充は認められていないのです。

(5) 値札について

値札にはソルド前・後の値段とともに値引率を明記しなければなりません。

(6) 割引前の値段の定義について

ソルドによる値引き前の価格は、ソルドの30日前の値段にしなければなりません。

(7) 品質保証と交換について

ソルドによって販売された商品であっても、商品に欠陥があった場合には交換若しくは返金に応じなければなりません。欠陥がない場合にはこの限りではありませんが、返品・交換に応じないのであれば、その旨を明示する必要があります。

(8) ネット販売の場合について

ネット販売におけるソルドも、上記(1)から(6)までの規則が適用されます。しかし、ネット販売に限り、(7)については7日以内であれば返品が可能です。

2 2010年夏のソルドの結果

(1) 政府発表から

一部を除いたほとんどの地域で2010年夏のソルドは8月3日に終了しました。この終了日当日、ノヴェリ商業担当閣外相がパリ市内の老舗デパートであるギャラリー・ラファイエットで、期間中の売上高についての政府予測を発表しました。これによると、2010年夏のソルドの売上高は2009年に比較して最低でも5%、最大で15%増であると予測され、2008・2009年と続いた売上高の減少が止まったものと考えているとのこと。

(2) 業界団体の捉え方から

政府による好評価の一方で、業界団体による夏のソルドの結果についての捉え方は業種・形態によって異なっています。

都市中心部に立地する大型店舗の連合組織は、特に都市部のデパートで前年比二ケタの販売増があったとして「非常な好結果」だったと評価し、政府の予想を裏付けるものになっています。オンラインショップでの販売も好結果だったようで「大成功だった」と評価するサイト運営者もいます。

一方で、大手アパレルチェーンが多く加盟し、その加盟メンバーの売り上げがフランス国内の衣料品販売の38%を占めている「衣料品チェーン連盟」によれば、結果は「あいまいなもの」とのことで、各小売店の最終的な発表が待たれるものの、全体的な傾向として「今年は大きな成長がなかった」としています。またフランチャイズによる小売店の連盟組織「連合型小売店舗連盟」によれば、62.5%の加盟店舗が「中程度に満足」と答えるにとどまっており、半数の加盟店舗において売上高の伸びを前年比+2~7%とし、12.5%が前年並み、37.5%の店舗で売上高が減少したそうです。

(3) 「店舗販売における結果が芳しくなかった」ことの理由について

業種・営業形態によって異なる2010年夏のソルドの結果についての捉え方ですが、結果が芳しくなかったとの評価については、その理由がいくつか指摘されています。その主なものとして、以下のものがあります。

① ソルドの開始時期に天候が良かったこと

ソルドが始まった6月末から7月当初は天候にも恵まれたため、夏物衣料の売れ行きが良く、結果、この時期だけで見ると、昨年比3~5%の打ち上げ増があったとのこと。しかし、この期間は②に掲げる理由で短く、またその後の天候が不順でもあったため、売り上げが好調だった期間が前半に集中する一方で後半の売り上げはかなりスローなものになってしまいました。



なお、フランスにおいては、ソルド開始から週を追うごとに「2回目の値引き」、

「3回目の値引き」が行われ、値引率が上がっていきます。これがソルド後半の「販促」になっています。

② ソルドの開始日が例年より遅かったこと

今年の夏のソルドは6月30日に始まりました。これは例年に比べてかなり遅い日になります。(2009年は6月25日に始まっています。)一方で、フランスでは、7月14日の革命記念日以降はバカンス・シーズンに入るため、この日以降はソルドの売れ行きも低下します。このため、ソルドの中でも売り上げが集中する「前半」の期間が短く、これがソルド期間中の総売上高に影響したとの意見です。

③ 「不定期ソルド」が実施されるようになったこと

2008年以降は、2週間に限って各店舗ごとにソルドを実施することができるようになりましたが、これにより売り上げの時期的分散化が進んでいるものと推測されています。

なお、この「不定期ソルド」については、通常のソルドに対する悪影響がある、として小売事業者の一部から批判が集まっており、前述のノヴェリ商業担当閣外相は検証委員会の設置を発表しています。



④ 消費マインドが盛り上がらなかったこと

2008年の経済危機の影響が未だ払しょくされておらず、失業率にも大きな改善が見られないことから、消費意欲が以前ほどには戻っていないとの意見です。

⑤ オンラインショップとの競合

フランスにおいても、オンラインショップが大きく成長しています。Eコマース・通信販売連盟によると、2009年のネット販売による売上高は前年比25%を記録しています。ソルドに関する法律は、オンラインショップにも適用されるので、多くのオンラインショップがソルドを実施します。先に紹介したように、今年のオンラインショップにおけるソルドでの売り上げは特に好調だったようなので、近年の好調さがソルドによってさらに加速されたのではないかと見られています。

3 おわりに

以上、フランスにおけるバーゲン＝ソルド事情について紹介しつつ、今年の夏の結果について報告しました。2010年夏は過去2年間連続した前年比売上減を回避できたことで、明るいニュースの一つになりました。ほぼ同時期に発表があったGDPの政府予測達成の見込みのニュースにも、この内需の拡大傾向が大きく寄与しているとのことです。

一方、特に消費者意識が高いフランスです。最近のソルドの傾向に対して消費者側からの苦言も目立つようになりました。例えば、招待状を贈って限定販売を装う、明示された値引率に拠らない「交渉」による値引きの実施、抱き合わせ販売などが目立つようになったとのこと。この結果、人気商品が品不足になる、ソルド当日には既に売り

切れている商品が非常に多いなどということもあるようです。

さて、私の2010年夏のソルドの「成果」ですが、天候が良かった（暑かった）7月上旬にショートパンツを買いました。しかしながら、その後の天候不順のおかげで思ったほどに出番がなく、クローゼットにしまわれている日が続いています。

日本の皆様は暑い夏をお迎えのようですが、こちらフランスではどちらかというと冷夏でした。少し寂しいような、でもほっとするような気分です。この報告書をご覧いただく皆様に、真心より残暑お見舞い申し上げます。