

《研究ノート》

新型コロナウイルスによるフランスのサービス業界への影響： 2020年3月から11月の航空・スーパーマーケット・ファーマシーの状況

*COVID-19's Impact on the French Service Industry:
Situation of Aviation, Supermarkets and Pharmacies from March to November 2020*

内田 亨^{*}、オルシニ・フィリップ[†]、
マニエー渡邊・レミー[‡]、ベントン・キャロライン[§]

キーワード：新型コロナウイルス、フランス、サービス業界、Eコマース、コンフィヌマン（ロックダウン）

はじめに

新型コロナウイルス（以下コロナと記す）の拡散を回避するため日本政府は、人と人が接触しないよう外出自粛を国民に求めた。一方、海外では法律で「外出禁止令」がしかれた。これによって非接触経済社会が形作られた。

本稿では、コロナ禍における筆者のフランスでの体験も交え、新聞、雑誌、インターネット検索による二次資料により記述していく。筆者は、1回目のコンフィヌマン（Confinement: 移動禁止、以下コンフィヌマンと記す）¹中にパリ市滞在、および2回目のコンフィヌマン中に地方都市エクス・アン・プロヴァンス（Aix-en-Provence）市²に滞在した。こうした滞在中における実地調査も交えて記述する。

1. コロナ下におけるフランスの状況

筆者は、1回目のコンフィヌマン開始前の2020年3月11日に渡仏した。その時の航空機の中は、前後横3列は一人しか着席しておらず、空席ばかりであった。2回目のコンフィヌマン開始前の10月23日渡仏時も、機内は1列（3-4-3掛けシート）に3人くらいの着席状況であった。フランスにおける1回目のコンフィヌマンでは、強固な外出制限がなされた。生活必需品の小売店のみ営業が認められ、その他の店舗は閉鎖された。フランス人にとって主食であり、毎日購入する習慣のあるブーランジェリー（パン屋）も開店しているものの入店できるのは数名に限定され、残りの人は店外で待つしかなかった。また、1回目のコンフィヌマンでは、屋外にとどまることを禁止され、公園も閉鎖された³。

^{*} Toru UCHIDA [新潟国際情報大学経営情報学部経営学科 教授]

[†] Philippe ORSINI [日本大学経済学部 教授]

[‡] Remy MAGNIER-WATANABE [筑波大学ビジネスサイエンス系 准教授]

[§] Caroline F. BENTON [筑波大学ビジネスサイエンス系 教授]

こうした状況の中、生活必需品購入のため、スーパーマーケットやファーマシー（薬局）⁴に多くの国民が集まり、こうした混雑を回避したいネットユーザーは、Eコマースによって物品を購入した。

わが国の新型コロナウイルス新規感染者数第一波は、2020年3月下旬から増加し、7日間平均値で4月中旬にピークを付けた。第二波は、6月下旬から増加し、7日間平均値で8月上旬にピークを付けた。一方、フランスの新型コロナウイルス新規感染者数第一波は、3月中旬から増加し、7日間平均値で4月中旬にピークを付けた。第二波は、8月中旬から増加し、7日間平均値で11月上旬にピークを付けた。ピークの最大値は、11月7日の一日の感染者数86,852人を記録した。これは春先の第一波のピーク3月31日の7,578人の10倍以上である。そして、11月下旬には1日当たりの感染者数が1万人台に落ち着いて来た。ここで注意を要するのは、第一波、第二波といってもフランスは日本の30倍の値と桁違いの数である。この桁違いの要因の根底にあるのは、第一に、PCR検査の受診機会である。筆者が滞在したエクス・アン・プロヴァンス市のような地方の小都市でさえ、罹患の疑いがある場合は、ショッピングセンターにあるファーマシー（薬局）で、午前8時30分から午後7時まで15ユーロ（1,900円）でPCRによるスクリーニングを予約なしで検査できる。また、このショッピングセンターの駐車場では、無料のスクリーニングも可能である（期間不定）。さらに、月曜日から金曜日の午前7時から午後5時まで、土曜日の午前7時から午前11時まで、予約なしで市内の検査センターで受診することもでき、結果は48時間以内にオンラインで提供される。こうしたPCR検査へのアクセシビリティの良さが逆に感染者発見を容易にし、自ずと感染者数も多くなるのである。

第二に、手洗いの励行であるが、フランスは日本に比べてトイレ・手洗い場が圧倒的に少ない。そのため、感染のリスクは日本より大きくなることも考えられる。日本人は誰でもフランスに行けばわかるが、トイレを探すのに苦勞する。普段日本で見かける、鉄道・地下鉄駅、コンビニエンスストア、公園に、フランスではほとんどないといってよいであろう。また、ビジネスビルのトイレを使用するために入館するのも暗証番号やカードがないと入れないのである。フランスでは屋外で手を洗うには、カフェに入るしかない。

第三に、マスク着用習慣である。日本では、近年花粉症予防・症状軽減のため、年間を通してマスク着用者が少なくなく、マスクをしていることに本人も他人も抵抗はない。一方、フランスでは、「マスクをしている人＝病人、感染者」という認識があり、街でマスクをしている人をほとんど見かけない。コロナ禍当初もマスクなしの人が多く、法律によってマスク着用が義務付けられた。なお、マスクをつけている人は、手洗いも頻繁にし、密集を避け、うがいと予防接種をし、衛生面に気を付けているという論文もある⁵。

フランスでは、3月16日夜、マクロン大統領の演説により3月17日の12時よりコンフィスマンが急遽開始された。この1回目のコンフィスマンは5月11日から段階的に解除され、夏のバカンスシーズンを迎えた。このバカンスシーズン終了に近い8月中旬から再度感染者数が増加した。そのため、10月17日より非常事態宣言によってイル＝ド＝フランス地域圏（パリを中心とした地域圏）と8大都市において21時～翌朝6時までの外出禁止令が発令された。そして、2回目のコンフィスマンは、10月30日から12月14日まで行われた⁶。

以上を念頭に、次節よりコロナによる影響で最も負の影響を受けた業界、むしろ伸長した業界、あまり影響を受けなかった業界の3つを記述していき議論する。

2. コロナ下におけるフランスの主要な業界の状況

(1) フランスの航空業界

世界の航空業界は、最もコロナの影響を受けた業界であろう。2020年の世界全体の総損失額は、1,180億ドル（12兆1,540億円）⁷で、2019年と比較して61%減少した⁸。

フランスの航空会社であるAir France-KLMグループの2020年7月31日（第2四半期）と10月30日（第3四半期）の決算会見によれば、2020年12月期の連結業績（2020年4月1日～2020年9月30日）の収益は、2019年の147億4,600万ユーロ（1兆8,890億円）⁹に対して前年比75%減少の37億0,600万ユーロ（4,750億円）¹⁰である¹¹。Air France-KLMグループは、Air France社と地域子会社の「Hop！」で7,580人のポジションを削減すると発表した¹²。こうした人員削減によって、企業の生き残りをかけている。またグループの2020年の売上高は、2019年から59%減少の111億ユーロになり、71億ユーロの純損失を計上した¹³。これは、航空輸送部門に深刻な影響を及ぼし、同グループの顧客の3分の2の減少であった。言うまでもなく、この要因は、コロナ禍によって引き起こされた「前例のない」ショックによるものである。

(2) フランスのスーパーマーケット

次に、フランスの小売業は、コロナによる2回にわたる人の移動制限によって、売上げ減少に見舞われた。1月～6月は、対前年比マイナス9.7%であった¹⁴。

2回目のコンフィヌマンに限ると、フランス銀行のデータによると¹⁵、10月30日から11月28日まで、コンフィヌマンによって、いわゆる「非生活必需品」の小売業が閉鎖された影響で小売全体の売上高24.5%のマイナス（2019年同月比）になった。これは、前月の10月の6.2%プラスから大幅な落ち込みである。食品では6.4%のマイナスであったが、減少幅の大きいほうから時計と宝石（-77.1%）、スポーツ用品（-75.0%）、香水と衛生（-68.8%）、繊維と衣類（-68.5%）という結果であった。この調査報告からすると、1年間で上昇した2つのセクターは、DIY（+5.2%）と医薬品（+1.0%）のみである（対2019年同月比）。

また、流通経路別では、中小事業者の売上高は1年間で-30.1%減少し（対2019年比）、大規模流通の売上高は-8.0%減少した。中でも、デパートでは-70.9%に達し、ハイパーマーケット¹⁶では-14.8%であった。これに対し、スーパーマーケット¹⁷では-1.4%と微減であった¹⁸。

フランスでは、生活必需品の小売店（主にスーパーマーケット）は、コンフィヌマンによって営業停止にならず、制限はあるものの営業を継続できた。また、買いだめによって品切れ状態にも見舞われた。フランスの小売業界は、1回目のコンフィヌマンにより55日間の営業停止になり、2回目のコンフィヌマンにより48日間の営業停止となった。しかし、食料品など生活必需品をメインにしているスーパーマーケットは例外であり¹⁹、落ち込みが少なかった。たとえば、パリ株式市場の上場大手小売り企業カジノ（Casino）の子会社でスーパーマーケットのモノプリ（Monoprix）²⁰は、フランス国内に791店舗、売上45億ユーロ（5,768億円）²¹である²²。モノプリは、高品質で、選択肢も多く、店員のサービスも良く、「パリのデリカテッセン」²³のようなエレガントな都市のイメージを取り入れている²⁴。したがって、中産階級の自由奔放なエスプリのイメージを追求している²⁵。コンフィヌマン中、国民はモノプリでいつものように買物をしているが、店内人数制限のため店外に長蛇の列をなした²⁶。

2020年3月15日のアレテ（Arrêté：各省大臣、知事、市長村長が制定）によって同社は、コンフィスマン（外出制限）中にも営業することができた。しかし、エクス・アン・プロヴァンス市のモノプリで見られたことは、食料品や生活必需品以外の売り場には入場禁止の紅白のテープが張られ購入不可であった。たとえば、洋服類は下着以外購入不可である。

（3）フランスのファーマシー（薬局）業界

フランス銀行によると2020年の1年間で上昇した2つのセクターは、DIY（+5.2%）と医薬品（+1.0%）²⁷のみであるとすでに述べた。医薬品を扱っているファーマシー（薬局）は、コンフィスマン直前までにはコロナ感染防止のためのマスクやアルコール消毒液のような衛生商品を買求めている消費者が、店外にディスタンスを確保し、列をなしていた²⁸。だが、コンフィスマンに入るとフランス人は、食料品のような生活必需品以外の買い物を極端に減らし、外出を控えて、こうした列が消えた。

フランスのファーマシーは、日本の「薬局」のように薬をメインに扱っている。しかし、近年、薬およびその周辺商品だけでなく日本のドラッグストア²⁹のようにコスメティックス、健康食品、雑貨を扱うようになり、業態もチェーンストア化が進んできている³⁰。コンフィスマン真最中の4月にはフランスのファーマシー（21,000店舗）の売上は20%減少した³¹。

ファーマシー業界B2Bマーケットプレイスのファーマドインサイト（Pharmedinsight）の調査によると、コロナの影響でファーマシーの82%は宅配またはクリックアンドコレクト³²サービスを提供することになった³³。たとえば、大手チェーンストアのApriumでは、宅配または店舗にて薬を入手できるサービスを提供している。これによって、消費者は、感染リスクを軽減したり、店舗の待ち行列を回避したりして利便性が享受できるのである。

3. 考察

本節では、今まで述べてきたことを可能な限り日本の状況と対比しながら分析していく。

（1）激減した航空業界

Air France-KLMは、コロナによる海外渡航制限や国内移動制限などによって、旅客数・売上ともに未曾有の減少を記録した。

こうした中、世界の航空業界は最も政府援助を受けた業界とあってよいであろう。こうした未曾有の収益ダウンに対して、政府の援助方法としては、従業員賃金補助、エクイティファイナンス、および税控除または補助金など国によってさまざまである。時永和明（2020）はフランスの状況を次の通り述べている³⁴。

Air France-KLMの2020年第1四半期決算では、18億ユーロの赤字（前年同月は3億ユーロの赤字）となり、需要減少による深刻な打撃を受けていたところ、4月24日に仏経済・財務相は合計70億ユーロの支援を行うことを発表。内容は複数の銀行による政府保証付きの融資40億ユーロと政府の直接融資30億ユーロである。Air France-KLMは5月4日に欧州委員会の承認を受け、同月6日には正式に署名したと発表し、支援を受ける事が決まった。

つまり、Air France-KLMグループは2019年より赤字を計上していたが、さらに、コロナの

影響を受け、赤字を拡大したのである。そのため、直接的にフランス政府が資本による支援を行うことで救済をしている。この融資については、フランスの経済雑誌の『レ・ゼコー』(Les Echos)には、「政府が社内改革をすることを条件に融資する」³⁵と掲載されている。さらに、フランスとオランダ政府は、Air France-KLM グループに100億ユーロ(1兆2,650億円)³⁶を寄付した³⁷さらに、フランス政府は、すでに同社の資本の14%を所有しており、そのシェアを2倍にし、2021年春にはさらに40～50億ユーロを投入する予定である³⁸。

参考までに日本の場合、国土交通省は、航空業界を支援するため、2020年8月から2021年2月分の着陸料と停留料を45%(55億円)減免すると発表した³⁹。続いて、2020年12月に、国土交通省は、2021年度の国内線の着陸料、停留料、航行援助施設利用料を合わせて9割減額すると発表した。これは、総額900億円分の負担軽減になる。また、燃料を補給する際に支払う航空機燃料税は2021年度に限って現行の1キロリットルあたり1万8千円から9千円に軽減することにし、2021年度で300億円分減免することになる⁴⁰。

以上のように政府による支援は、フランスの場合、より直接的な資本注入となっている(政府による干渉)。一方、日本の場合、航空会社が負担しなければならないコストの減免である(政府による無干渉)、この理由の一つとして、日本政府は全日空、日本航空の株をほとんど持っていない⁴¹ことに対して、フランス政府は、Air Franceの大株主であること(2020年3月の時点でフランス政府14.0%、オランダ政府14.4%)⁴²が起因していると思われる。

(2) 伸長したスーパーマーケット業界

最初のコンフィスマン以来、スーパーマーケットは、庶民にとって常設されて出入りできる唯一の「場」となった。つまり、何週間もの間、スーパーマーケットに行くことは、家から出て人に会い、必要な商品、特に冷蔵庫を満たすための商品を購入する唯一の機会であった。結果として、スーパーマーケット業界は、全体的に売上高が5～7%増加した。Robin Durand (2021)は次の通り述べている。「これらの数字は、コロナ禍の際に激減したガソリン販売⁴³を含んでいるため、意図的に最小化されている。コロナ禍を乗り越えて勝者となることは、(世間的に)イメージにとって決して良いことではありません」⁴⁴。

日仏のスーパーマーケットの対前年売上伸び率は、感染者が増加しだすと同時に対前年売上伸び率も概ね上昇した。

フランスの場合、一貫して対前年比をオーバーしている。もともと、フランスは主に土曜日に1週間分の食料品を購入することが多い⁴⁵。そのため、冷蔵庫や冷凍庫のサイズが日本より大きい。こうしたことから、消費者が一斉に大量買いをするとそのキャパシティの大きさから日本に比べてより多く購入することになると考えられる。

一方、日本の場合、2019年に比べて2020年の売上は、初めて緊急事態宣言が出され、第一波のピークを付けた4月を除き、数パーセントの微増である⁴⁶。9月の対前年比伸び率が低いのは、2019年10月に消費税が8%に引き上げられたため、前月の9月に駆け込み購入による特需によるものである。

以上、スーパーマーケットでは、対前年売上伸び率がいずれも上昇していた。ここでEコマースによる食料品および飲料の購入を見てみる。Eコマースによる消費は日仏双方まだ実店舗に比べて低いが、今後拡大が見込まれる分野である。日本の2019年7月～9月における食料品と飲料の購入は50%増である⁴⁷。これに対して、フランス同時期の食料品と日用品のEコマースに

よる消費は、前年比で36%増⁴⁸であった。また、1月と比べて9月の食料品と日用品のEコマースは43%増で、伸び率は前年の2019年と比べて5倍（非食料品は18%増）となっている⁴⁹。

コロナ禍以前の小売業の成長率は、低下していた。しかし、レストランの閉鎖やコンフィヌマンにより、外食が家庭における中食に置き換わった。そのため、売上高は増加し、中でもスーパーマーケットにおける「ドライブ」⁵⁰の爆発的な普及が後押ししている（2020年1月から9月の間に41.8%増）⁵¹。

（3）微減したファーマシー（薬局）業界

日本のドラッグストア、フランスのファーマシー（薬局）業界の共通点は、両国ともチェーン化し、それらの市場におけるシェアが大きいことである。日仏いずれもコロナによって極力人と人との接触を軽減し、ディスタンス確保のため列に並ばなければならなくなった。その不便さを解消するためネットを利用した店舗でのピックアップや宅配サービスが提供された。

相違点は、日本のドラッグストアが、コロナによって売上を伸長したのに対し、フランスのファーマシー（薬局）は売上を減らしたことである。この差は、取扱品目のラインナップによるものであろう。日本のドラッグストアは、生活に密着した食料品も販売している。一方、フランスではこうした食料品（パスタ、卵、油、イワシ等）をファーマシーで販売することが禁じられている⁵²。そのため、日本ではコロナによってマスクや消毒液購入と同時に食料品もついで買いが起り、売上増加したと考えられる。対するフランスのファーマシー（薬局）は、食品を取り扱っていないことによるものであろう。したがって、ドラッグストア・ファーマシー（薬局）の店舗では、対前年売上伸び率は日本が上伸したのに対して、フランスは微減であったと考えられる。

ここでEコマースによる医薬品、健康食品、化粧品を見てみる。Eコマースによる消費は日仏双方まだ実店舗に比べて低いが、今後拡大が見込まれる分野である。日本の2019年7月～9月における医薬品、健康食品、化粧品の購入は27%増である⁵³。一方、フランスの同時期では、美と健康用品（Beauté Santé）⁵⁴は、31%増⁵⁵と同様に上伸している⁵⁶。このようにEコマースによる日仏におけるドラッグストアおよびファーマシーで取り扱っている主力商品は、上伸しているのである。

また、フランスのファーマシーでは、アカウントを作り、デジタル処方箋によって、薬をオーダーできる。オーダーした薬は、患者本人が取りに行くか、自宅に届けてもらうことを可能である。さらに、オンラインによる薬とサービスの説明を受けることができる。こうしたファーマシーのサービスのデジタル化を実現している。

小括

以上3つの業界では、利用者・消費者の3密の状態によって明暗が分かれた。航空業界では、飛行機という狭い空間で3密が必至のため利用者は激減した。一方、スーパーマーケットやファーマシーでは、店内入場者数制限によってある程度3密を回避し、一定の売上を確保できた。また、同じサービス業でも提供するサービスにおいて顧客である「人」が介すか、「モノ」を介すかによって影響の度合いが違っていた。たとえば、航空業界は実際に「人」が搭乗しなければ、売上があがらず、スーパーマーケットとファーマシーは「モノ」を介して小売店のサービスを享受することによって売上があがった。つまり、3つの業界では、顧客のデジタル化の活用度合いによって、顕著に業績の差が出たのである。たとえば、航空業界では、利用者が搭乗しないため、たとえデ

デジタルによって予約可能でも、活用しない。一方、スーパーマーケットでは、消費者は積極的にEコマースによる宅配や「ドライブ」による消費者自身が注文品を窓口で受け取るため、極力3密を回避することによって売上を伸長させた。同様にファーマシーもネット注文により一定の売上を確保した。

また、商品のラインナップも変容した。航空業界では、「モノ」の輸送はあるものの搭乗客に代替する商品はないため、売り上げ激減となった。一方、スーパーマーケットでは、ガソリンの売上が激減するものの食料品は、消費者の購入が不可欠であり、外食産業閉鎖の影響も手伝って伸長した。ファーマシーでは、消費者（患者）が受診を控えることによって処方箋は減少するものの、コロナ対策用のマスクや消毒剤などの衛生材料は増加した。以上図表1に記す。

図表1：コロナ禍における3業界の状況

	航空	スーパーマーケット	ファーマシー
3密の回避	× 機内における 搭乗客同士の3密	○ Eコマースでは、配達時のみ接触 買物では3密が限定的 (買い物客の減少) 顧客と店員との接触軽微	△ Eコマースでは、配達時のみ接触 買物では3密が限定的 (買い物客の減少) 3密回避の病院受診減少 顧客と薬剤師との接触密
デジタル化	× 予約システムは あるが活用せず	○ 宅配・「ドライブ」によるEコマース	○ 宅配・処方箋のデジタル化による Eコマース

出典：筆者作成

フランスでは、日本に比べて桁違いに陽性者が多く、重症患者を対処できず医療崩壊も一時的ではあるが起こった。そのため、最低限の生活および経済活動を確保し、生活を営めるよう、主に食料品を取り扱うスーパーマーケットやファーマシーは営業を許された。

フランスでは1回目のコンフィスマンの時、人の流れ、社会の流れ、経済の流れが完全に止まり、危機的状況になった。しかし、デジタル化の加速によって、スーパーマーケットのEコマースやドラッグストアの調剤部門のデジタル処方箋導入の契機となった。今後、再度のコンフィスマンに対応可能なさらなる利便性向上が望まれる。

参考文献等

- ・ Air France KLM: エアフランス -KLM 航空 (2020) 「財務報告書：Présentation des résultats」, <https://www.airfranceklm.com/fr/finance/publications/resultats> (アクセス日: 2021年3月3日)
- ・ Banque de France: フランス銀行 (2020) 「小売業界の現状：Conjoncture commerce de détail」 <https://www.banque-france.fr/statistiques/parution-reference-name/commerce-de-detail> (アクセス日: 2021年3月3日)
- ・ Bartnik, M. (2014) Un écart de prix de 40% entre supermarchés en France, *Le Figaro*, 2月25日号
- ・ Blancheton, J. (2021) “La grande distribution a-t-elle si bien profité de la crise du Covid-19?”, *La Tribune*, 2021年1月15日
- ・ Institut National de la Statistique et des Etudes Economique: INSEE: フランス国立統計経済研究所 (2020) 「地域比較表 (エクス・アン・プロヴァンス市): Comparateur de territoire, Commune d'Aix-en-Provence」 <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1405599?geo=COM->

13001+AAV2020-003 (アクセス日: 2020年12月27日)

- ・ International Air Transport Association: 国際航空運送協会 (2020) 「航空会社財務モニター: Airlines Financial Monitor」 <https://www.iata.org/> (アクセス日: 2020年12月21日)
- ・ Johns Hopkins University Center for Systems Science and Engineering: 米国ジョンズ・ホプキンス大学のシステム科学工学センター (2020) 「コロナウイルスダッシュボード: COVID-19 Dashboard」 <https://coronavirus.jhu.edu/map.html> (アクセス日: 2020年12月3日)
- ・ 時永和明 (2020) 「コロナ禍での航空業界とその後」『ファイナンス』56(6), 58-61
- ・ Villard, N. (2020) Ces mégapharmacies qui tournent comme des supermarchés, *Capital*, 7月18日号
- ・ Wada, K., Oka-Ezoe, K., & Smith, D. R. (2012) Wearing face masks in public during the influenza season may reflect other positive hygiene practices in Japan, *BMC Public Health*, Vol.12 No.1065, pp.1-6
- ・ 一般社団法人全国スーパーマーケット協会 「スーパーマーケット販売統計調査」全国スーパーマーケット協会ホームページ http://www.super.or.jp/?page_id=2646 (アクセス日: 2020年12月19日)
- ・ 内閣官房 「新型コロナウイルス感染症対策」 <https://corona.go.jp/prevention/> (アクセス日: 2020年12月3日)

脚注

- ¹ 原語は「隔離して監禁」を意味する (les règles sont faites pour être transgressées)。公式的な言葉としては、「interdiction de déplacement」(移動禁止)であるがメディアではコンフィヌマン (confinement) を使用している。英語のロックダウンに相当。フランスでの1回目のコンフィヌマンは、2020年3月17日から4月11日まで、2回目のコンフィヌマン (re-confinement) は、2020年10月30日から12月14日まで。
- ² 2017年の人口: 142,482人 (フランス国立統計経済研究所, 2020)。
- ³ 2回目のコンフィヌマンでは1時間以内の散歩やスポーツは許され、公園は解放されている。
- ⁴ フランスのファーマシーは、調剤、一般用医薬品、美容用品、衛生材料、サプリメントなどを販売しており、日本のドラッグストアのように食品や日用雑貨は販売していない (公衆衛生法 Code de la santé publique L.5125-24) 『レジフランス』 https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000006690053 (2021年12月1日)。
- ⁵ Wada, K., Oka-Ezoe, K., & Smith, D. R. (2012) Wearing face masks in public during the influenza season may reflect other positive hygiene practices in Japan. *BMC Public Health*, Vol.12 No.1065, pp.1-6.
- ⁶ 生活必需品の購入などのための外出や運動のための外出は可 (1日1時間以内1km以内の範囲で許可: 10月30日~11月27日、1日3時間以内20km以内の範囲で許可: 11月28日~12月14日)。
- ⁷ 2020年12月21日現在1ドル=103円換算。
- ⁸ International Air Transport Association (国際航空運送協会) ホームページ <https://www.iata.org/> (2020年12月21日)。
- ⁹ 2020年9月30日現在1ユーロ=128.17円換算。
- ¹⁰ 2020年9月30日現在1ユーロ=128.17円換算。
- ¹¹ 第3四半期: Recettes de 2 524 millions d'euros, en baisse de -67% par rapport à l'année dernière (7 696 millions d'euros : https://www.airfranceklm.com/sites/default/files/q3_2019_press_release_fr_8855736.pdf) .
Air France-KLM グループ、10月30日 プレスリリース https://www.airfranceklm.com/fr/system/files/q3_2020_press_release_fr_final.pdf
第2四半期: Chiffre d'affaires de 1 182 millions d'euros, en baisse de 5 839 millions par rapport à l'année dernière (7 050 millions d'euros : https://www.airfranceklm.com/sites/default/files/q2_2019_press_release_fr_vdef.pdf)

- Air France-KLM グループ、7月30日 プレスリリース
https://www.airfranceklm.com/sites/default/files/q2_2020_press_release_fr_final.pdf
- ¹² ラングレー・フランソワ Lenglet, François 「エア・フランス：政府はさらに40～50億ユーロを注入し、資本のシェアを2倍にする (Air France : l'État va injecter 4 à 5 milliards d'euros en plus et doubler sa part dans le capital)」『RTL : Radio Télévision Luxembourg (ラジオ・テレビジョン・ルクセンブルク)』2020年12月7日 <https://www.rtl.fr/actu/economie-consommation/air-france-l-etat-va-injecter-4-a-5-milliards-d-euros-en-plus-et-doubler-sa-part-dans-le-capital-7800935650> (2020年12月17日)。
- ¹³ France 24, "Covid-19 : Air France-KLM a perdu 7,1 milliards d'euros en 2020", 2021年2月18日。
- ¹⁴ 「小売業界の現状」(Conjoncture commerce de détail)『フランス銀行ホームページ』<https://www.banque-france.fr/statistiques/parution-reference-name/commerce-de-detail> (2020年12月19日)。
- ¹⁵ 「小売業界の現状」(Conjoncture commerce de détail)『フランス銀行ホームページ』<https://www.banque-france.fr/statistiques/parution-reference-name/commerce-de-detail> (2020年12月19日)。
- ¹⁶ フランスにおけるハイパーマーケットの定義として広さ2500㎡以上となっている。
- ¹⁷ フランスにおけるスーパーマーケットの定義として広さ400～2500㎡未満となっている。
- ¹⁸ 「小売業界の現状」(Conjoncture commerce de détail)『フランス銀行ホームページ』<https://www.banque-france.fr/statistiques/parution-reference-name/commerce-de-detail> (2020年12月19日)。
- ¹⁹ 「2020年3月15日のアレテ (Arrêté) (各省大臣, 知事, 市長村長が制定) : コロナウイルスの蔓延との闘いに関連するさまざまな措置に関する2020年3月14日の法令の補足」(Arrêté du 15 mars 2020 complétant l'arrêté du 14 mars 2020 portant diverses mesures relatives à la lutte contre la propagation du virus)『レジフランス』<https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000041723302/> (2020年12月10日)。
- ²⁰ モノプリ (Monoprix) : 平均売り場面積: 1,800 m²、品目: 30,000点 出典: フランチャイズに関する情報のインターネットポータル『Franchise by Plus que PRO』<https://ac-franchise.com/annuaire/franchise-monoprix#:~:text=Le%20groupe%20Monoprix%20d%C3%A9veloppe%206,textile%2C%20maison%2Dloisir> (2020年12月19日)。
- ²¹ 2020年9月30日現在1ユーロ=128.17円換算。
- ²² 「投資家向けプレゼンテーション、2020年12月」(Lender Presentation - December 2020)『Casino 財務情報ページ』<https://www.groupe-casino.fr/en/investors/financials-informations/> (2020年12月20日)。
- ²³ 「ソー：フランスで一番高いスーパー (Sceaux : c'est le supermarché le plus cher de France)」『ル・パリジャン (Le Parisien)』2014年03月01日 <https://www.leparisien.fr/hauts-de-seine-92/c-est-le-supermarche-le-plus-cher-de-france-01-03-2014-3632407.php> (2020年12月21日)。
- ²⁴ Bartnik, Marie (2014) 「Un écart de prix de 40% entre supermarchés en France」『Le Figaro』02月25日号。
- ²⁵ フランスの経済雑誌『チャレンジ (Challenges)』は、2012年にそれを「都市のブルジョワ ボエーム」(中産階級の自由奔放な人)の兆候として説明した。「ボボたちを誘惑するモノプリ (Comment Monoprix fait craquer les bobos)」『チャレンジ (Challenges)』2012年05月25日 https://www.challenges.fr/entreprise/comment-monoprix-fait-craquer-les-bobos_222370 (2020年12月21日)。
- ²⁶ 筆者が Monoprix 社の Neuilly 店において2020年3月16日17時31分時点で観察したところ1メートルから2メートルの間隔をあけて36人が列をなしていた。
- ²⁷ 「小売業界の現状」(Conjoncture commerce de détail)『フランス銀行ホームページ』<https://www.banque-france.fr/statistiques/parution-reference-name/commerce-de-detail> (2020年12月19日)。
- ²⁸ 筆者がパリ郊外の Neuilly 市にある Pharmacie du Centre において2020年3月16日17時03分時点で観察したところ1メートルから2メートルの間隔をあけて21人が列をなしていた。
- ²⁹ 日本のドラッグストアの前身は米国の Drugstore であるが。
- ³⁰ ただし、日本の大手ドラッグストアと違い、フランスのファーマシーは、日常の食料品を扱っていないことに注意が必要である。
- ³¹ アルベルト、ローレンス (Albert, Laurence) 「コロナウイルスの影響を受けて、流通を再検討している薬局 (Coronavirus : touchées par la crise, les pharmacies repensent leur distribution)」『レ・ゼコー (Les Echos)』2020年5月13日 <https://www.lesechos.fr/pme-regions/actualite-pme/coronavirus-touchees-par-la-crise-les-pharmacies-esperent-rebondir-avec-le-deconfinement-1202504> (2020年11月30日)。
- ³² ネットで商品をオーダーし、顧客が直接自宅以外で店舗や宅配ボックス、ドライブスルーなどによって商品を受け取るシステム。
- ³³ テリエズ、ブノワ (Thelliez, Benoît) 「薬局の90%は売上げ減少 (Baisse de chiffre d'affaires pour 90 % des officines)」『ル・ファルマシエン・ドゥ・フランス (Le Pharmacien de France)』2020年4月20日 <http://www.lepharmaciendefrance.fr/actualite-web/baisse-de-chiffre-daffaires-pour-90-des-officines> (2020年12月04日)。

- ³⁴ 時永和明 (2020) 「コロナ禍での航空業界とその後」『ファイナンス』56(6), 58-61
- ³⁵ ベン、スミス (Ben, Smith) 「この危機はエールフランスが改革する機会になるに違いない (Cette crise doit être pour Air France l'occasion de se réformer)」『レ・ゼコー (Les Echos)』2020年4月25日 <https://www.lesechos.fr/industrie-services/tourisme-transport/ben-smith-cette-crise-doit-etre-pour-air-france-locasion-de-se-reformer-1198117> (2020年12月10日)。
- ³⁶ 2020年12月21日現在1ユーロ = 126.5円換算
- ³⁷ 『International Air Transport Association Annual Review 2020』<https://www.iata.org/contentassets/c81222d96c9a4e0bb4ff6ced0126f0bb/iata-annual-review-2020.pdf> (2020年12月21日)。
- ³⁸ ラングレー・フランソワ Lenglet, François 「エア・フランス：政府はさらに40～50億ユーロを注入し、資本のシェアを2倍にする (Air France : l'État va injecter 4 à 5 milliards d'euros en plus et doubler sa part dans le capital)」『RTL : Radio Télévision Luxembourg (ラジオ・テレビジョン・ルクセンブルク)』2020年12月7日 <https://www.rtl.fr/actu/economie-consommation/air-france-l-etat-va-injecter-4-a-5-milliards-d-euros-en-plus-et-doubler-sa-part-dans-le-capital-7800935650> (2020年12月17日)。
- ³⁹ 「空港着陸・停留料、45%減額、国交省」『日本経済新聞』2020年10月17日朝刊5ページ。
- ⁴⁰ 「国交省、着陸料など9割軽減、航空業界支援で」『日本経済新聞』2020年12月22日朝刊5ページ。
- ⁴¹ ANA ホームページ <https://www.ana.co.jp/group/investors/stock/situation.html> (2020年12月30日)。
- ⁴² JAL ホームページ https://www.jal.com/ja/investor/issue/stock_information/ (2020年12月30日)。
- ⁴³ AF-KLM ホームページ <https://www.airfranceklm.com/fr/finance/informations-financieres/repartition-du-capital> (2020年12月14日)。
- ⁴⁴ フランスの場合、スーパーマーケットにガソリンスタンドが併設され、ガソリンの売上もスーパーマーケットに含まれる。
- ⁴⁵ ロビン、デュラン (Robin, Durand) 「消費。どのようにして大規模な小売業者がコロナ危機の大きな勝者になったか (Consommation. comment la grande distribution est devenue la grande gagnante de la crise du Covid...)」, *France* 3, 2021年4月30日。
- ⁴⁶ フランスのスーパーマーケットの多くは日曜日が閉店のため、休日の買い物は土曜日に集中する傾向にある。
- ⁴⁷ 「スーパーマーケット販売統計調査」全国スーパーマーケット協会ホームページ http://www.super.or.jp/?page_id=2646 (2020年12月19日)。
- ⁴⁸ 「インターネットを利用した支出の状況」『総務省統計局』<https://www.stat.go.jp/data/joukyou/12.html> (2020年12月27日)。
- ⁴⁹ Fevad (フランスEコマース協会)、<https://www.fevad.com/bilan-du-e-commerce-au-3eme-trimestre-2020-266-milliards-deuros-de-chiffre-daffaires/> (2020年12月29日)。
- ⁵⁰ 現在までに入手できたフランスのデータが2019年と2020年における消費者向け製品の売上 (主要サイトの約100サイトの一定サンプルでの成長の測定) による売上増加率のため、目安としていただきたい。
- ⁵¹ Eコマースによって注文し、消費者自らが自家用車でスーパーマーケットの専用窓口に取りに行くシステム。
- ⁵² ジュリア、ブランシュトン (Julia, Blancheton) 「小売業界は、コロナ危機から非常に大きな恩恵を受けていますか? (La grande distribution a-t-elle si bien profité de la crise du Covid-19?)」*La Tribune* (2021年1月15日)。
- ⁵³ フランス薬剤師会 <http://www.ordre.pharmacien.fr/Communications/Les-actualites/Tout-ne-peut-pas-etre-vendu-en-pharmacie> (2021年1月15日)。
- ⁵⁴ 「インターネットを利用した支出の状況」『総務省統計局』<https://www.stat.go.jp/data/joukyou/12.html> (2020年12月27日)。
- ⁵⁵ 健康 (Santé) の中に医薬品含む。
- ⁵⁶ Fevad (フランスEコマース協会)、<https://www.fevad.com/bilan-du-e-commerce-au-3eme-trimestre-2020-266-milliards-deuros-de-chiffre-daffaires/> (2020年12月29日)。
- ⁵⁷ 現在までに入手できたフランスのデータが2019年と2020年におけるファーマシーの売上増加率である。そのため、それに比較的該当しそうなデータによって比較した。