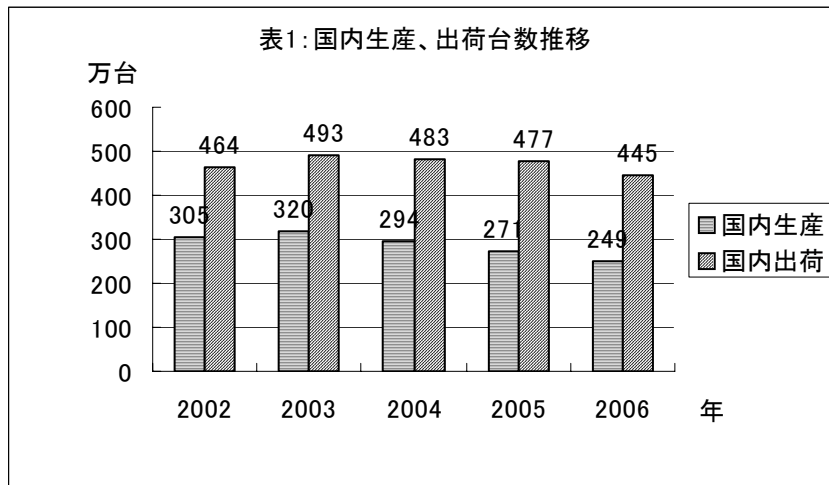


## ドイツ自転車市況－2006

### 【1. 概況】

ドイツ二輪車工業会（ZIV）によると、2006年のドイツ市況は上半期に期待されたサッカーワールドカップ効果による消費拡大もなく、下半期は暖冬で天候は良好であったものの、国内出荷台数は前年比で約7%減の445万台に減少し、国内生産台数も前年比8%減の249万台となり国内市場は伸び悩んだ。なお、2007年1月より消費税が16%から19%になったが、自動車に比べ販売価格が遥かに低い自転車については、増税前の駆け込み需要や増税後の買い控えもなく、3%増税による影響は良くも悪くも殆どなかった。



### 【2. 販売価格・流通経路】

全業態平均の販売価格は345ユーロ、自転車小売専門店の平均販売価格458ユーロと、それぞれごくわずかではあるが前年より上昇した。その一方でデパート、スーパー等の量販店は、前年比3%減の288ユーロに下がった。業態別の販売シェアでも小売専門店がシェアを前年比2%増の54%としたのに対し、量販店のシェアは同比2%減の37%となりここ3年間減少を続けている。ZIVでは、このような自転車小売専門店の好調振りから、平均価格の下落に一定の歯止めがかかったものと見ている。

また、通信販売の平均価格が288ユーロと下降したのに対し、インターネットについてはシェア、平均価格共に上昇している。インターネットはシェアこそわずか4.5%であるが、その平均価格は405ユーロと小売専門店に次いで高額である。従来のメールオーダーからオンラインショップへと購入方法が変化していることがわかる。

表2: 平均販売価格 (単位:ユーロ)

年	2002	2003	2004	2005	2006
全業態平均	353	344	341	341	345
小売専門店平均	480	459	450	452	458

表3：販売業態別シェア

販売形態	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年
自転車小売専門店	49.0%	49.0%	52.0%	52.0%	54.0%
デパート・DIY店・小型スーパー	42.0%	43.0%	41.0%	39.0%	37.0%
通信販売	5.0%	5.0%	4.0%	3.5%	2.5%
インターネット	1.0%	2.0%	2.0%	3.5%	4.5%
その他	3.0%	1.0%	1.0%	2.0%	2.0%

### 【3. 輸出入】

昨年大幅に減少した輸出については、2006年は48万台と前年比26%増、台数も10万台増加し回復の兆しを見せた。主な輸出先としては、国別ではオーストリアへ11.2万台、フランス9.2万台、オランダ6.2万台、チェコ4.2万台及びスイス4.0万台となっている。

一方、輸入は総数244万台と前年並みであったが、地域別では中欧地域とアジア地域からの輸入が増加している。更に国別で見ると、最大の輸入先は依然として台湾であるが前年比では14%減となった。現在、34.5%のアンチダンピング税賦課中のベトナムは台数的にはまだ上位にいるものの、ほぼ横ばい状態である。同じく48.5%の同税賦課中の中国は前年比で20%近くも減少した。その代わりにタイやインドネシアが前年比で4倍以上も急増するなど、各自転車企業はAD税を避けるためアジアの生産拠点を周辺諸国へ移転している。

また、東欧・中欧地域でも生産拠点は移り変わっている。輸入先上位のポーランドは前年比42%減、リトアニアが同比23%減となる一方で、2007年1月よりEU加盟が認められたハンガリーは前年比65%増、同じく新加盟国ブルガリアも同比36%増となっている。更に同比63%増のチェコを合わせれば、わずか過去3年間だけを見ても、企業は利益確保のために欧州地域でもめまぐるしく生産拠点を移動させている。

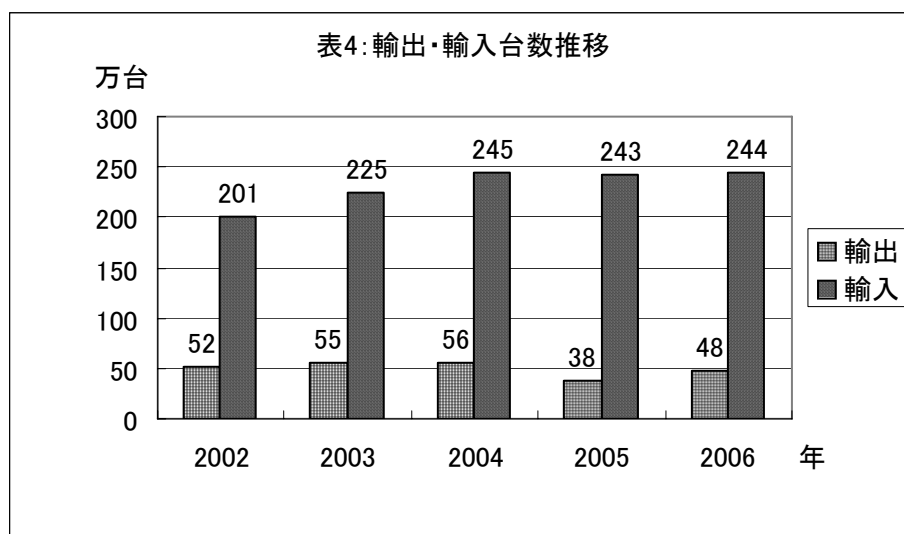


表 5: 輸入地域別台数-前年比

輸入地域別／年／構成比	2004 年	2005 年	2006 年	前年比
他の EU 諸国	1,379,624	1,307,901	1,089,867	83.3%
その他欧州	2,994	2,932	2,671	91.1%
中欧(ルーマニア、ブルガリア)	115,014	170,730	236,710	138.6%
北米・オセアニア	1,703	1,988	1,287	64.7%
アジア	939,048	950,251	1,092,144	114.9%
その他	11,467	190	16,385	****
合 計	2,449,850	2,433,992	2,439,064	100.2%

表 6: 主要輸入国別台数-前年比

輸入国別内訳	2004 年	2005 年	2006 年	前年比
台湾	420,425	509,398	438,975	86.1%
リトアニア	303,652	330,186	251,888	76.3%
ポーランド	311,204	400,274	230,306	57.5%
ベトナム	323,202	184,393	186,273	101.1%
ブルガリア	57,894	119,652	163,668	136.8%
ハンガリー	110,104	89,116	147,181	165.2%
インドネシア	18,578	37,355	137,218	512.6%
イタリア	152,736	86,155	115,321	133.9%
オランダ	134,061	102,851	117,423	114.2%
タイ	21,140	18,998	82,732	435.5%
中国	64,808	98,648	79,242	80.3%
フランス	113,931	104,275	68,754	65.9%
チェコ	43,264	38,109	62,279	163.4%
その他	285,289	203,079	248,079	****
合 計	2,449,850	2,433,992	2,439,064	100.2%

#### 【4. 車種別販売状況】

車種別ではトレッキング車が30%で最大となった。現在の一般的なトレッキング車の仕様は、ダイヤモンド型やスタガード型のアルミフレームに、様々なポジションが取りやすい形状のハンドル、フロントサスペンション、サス付きシートポストに外装24又は21段変速といったものである。

因みにロードレーサー等のレース用自転車は2006年も8%のシェアを堅持したが、最近、ドイツでは有名選手のドーピング問題が世間を賑わし自転車競技に対する負のイメージが広がりがつつある。このままでは自転車選手が子供たちの憧れではなくなる恐れもあり、同車種は数量的には少ないとはいえ、将来的には自転車業界に何らかの影響を及ぼす可能性もある。



街で見かけた一般的なトレッキング車

表7:車種別販売割合

車種	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年
トレッキング車	27%	28%	28%	28%	30%
シティ車	27%	27%	27%	27%	25%
ATB	18%	16%	15%	15%	13%
MTB	10%	10%	9%	11%	12%
※MTB 類型車	5%	5%	4%	—	—
子供車	4%	4%	4%	5%	6%
幼児車	4%	4%	3%	3%	3%
オランダ型及びツーリング車	2%	2%	2%	2%	2%
レース用自転車／フィットネスバイク	2%	3%	7%	8%	8%
その他	1%	1%	1%	1%	1%

※2005年統計からMTB及びMTB類型車の区分がなくなりMTBとして表示。

統計出所：ドイツ二輪車工業会（ZIV）

（デュッセルドルフ事務所）