

平成19年10月9日

2007インターバイク・ラスベガス

米国最大の自転車展示会であるインターバイク・ラスベガスが今年も開催された。今回のインターバイク展で最も強く感じられたことは、米国自転車市場で日本製高級自転車製品への期待や見直しの気運が非常に高まっているということであった。米国の自転車市場は元々高級品の分野がしっかりしていることに加え、最近では消費者の間で、良いものや本当に欲しいものに対しては高いお金を支払っても買い求める傾向が強まっているということである。日本の自転車企業にとって、米国市場への更なる積極的な取組が求められる状況が現れてきたと感じられた。日本の産業界、特に製造業種で、米国に向けて輸出ができない、或いは輸出を行わない企業が大きく成長した、という話はあまり聞かない。自転車業界も例外ではないはずである。

展示会の名称：インターバイク国際自転車展 (interbike INTERNATIONAL BICYCLE EXPO)

会 期：平成19年9月26日～28日（他にアウトドアデモと呼ばれる屋外新モデル試乗会が9月24日・25日に実施された）

会 場：米国ネバダ州ラスベガス市 サンズ・エキスポ・アンド・コンベンションセンター

主催者名：VNU イクスポジションズ

入場者数：22,515人、うちバイヤー11,054人（昨年：21,682人、バイヤー10,378人）

出展社数：915社（展示会事務局出展社リストによる）

展示面積：313,000平方フィート（28,170㎡）

アウトドアデモ出展者数：110社（展示会イベントガイド掲載リストによる）

アウトドアデモ来場者数：4,718人

アウトドアデモ展示面積：65,000平方フィート（5,850㎡）

1. 日本製品に対する期待の高まり

今回の展示会期間中、多くの人から日本製自転車製品に対する見直し気運が高まっているという話を聞くことができた。出展した日本企業の多くは、今回のインターバイク展は良かった、注文が多く取れた、と話してくれた。数年前とは状況が全く異なっている。ここへきて、日本製自転車製品の見直し気運が高まっている理由としては、①米国の消費者の間で、嗜好性の高いものについては値段の高いものでも、品質がよければいとわず支出を行う人が増えていること、②ここ数年にわたり米国自転車市場の全体の規模は伸びが見られず、この停滞感から特に高級感のある製品が求められていること、③

品質に問題のある製品の輸入に対し、米国の消費者の間で抵抗感が拡がっていること、などが考えられるようである。

ここ二十年来、日本製自転車製品の米国への輸出・販売については、為替、価格、販売経路等様々な点から困難を極め、進出企業の撤退も見受けられた。米国向け自転車製品輸出は、過去の事といった風潮も感じられたこともあったが、流れは変わってきたのではないか。

2. 目新しさにかける展示車種

一方で、展示車種については、特段目新しいものは見当たらない、というのが多くの来場者の意見であった。引き続き、高級マウンテンバイクやレーサーが展示の中心となっていた。

マウンテンバイクについては、販売があまりよくないという話も聞いており、展示数が減るのかと思っていたが、見栄えのする高級マウンテンバイクは展示には不可欠のようで、各社が展示していた。今年は色合いが白いものが増えたように見受けられた。もう一度高級マウンテンバイクの魅力を訴求してみようという考えの出展企業もあるような話も聞いた。これは、レーサーの伸びが一段落したところへ、新しいカテゴリーの自転車がなかなか出てこないことへの当座の対処法という位置付けであろうか。

レーサーもここ数年の増加基調が一段落したはずであるが、引き続き多くの企業が展示していた。数年前に、レーサーだけに焦点を絞って伸びてきた企業にとっては、最近の動きは厳しいようで、展示車種や小間面積を減じている企業もあった。シングルスピードも多く展示されているわけではなかったが、バイクメッセンジャーのイメージは、若い人たちの間で好意的に受け入れられているようである。ただ、シングルスピードはバイクメッセンジャーの多い都市とそうでない都市との差、都市の雰囲気の違いにかなり左右される面が大きいようだ。

更に、通勤用車が aumentando、という情報もあった。クルマー辺りの交通体系に対する反省や批判は以前から米国社会の中であったが、これにこたえ得る自転車がなかなか市場に登場しなかった、或いは登場しても注目されなかった、という状況が長く続いていたと思う。米国の消費市場で大きな役割を担っているベビーブーマーの中の年長組の人たちの一部が、気楽に日常的に乗れる自転車を求めているようで、これに対応した自転車製品が登場している。ただ、展示会への出展となると、どうしても地味な自転車なので、あまり多く展示されているわけではなかった。このような車種が、もっと劇的に多く展示されているかと思っていたが、そうではなかった。実際の市場と、展示会で展示されている車種構成とは乖離がある。

また BMX については、専門の展示コーナーが設けられ、BMX 専門メーカーや関連用品はこのコーナーに集められて展示されていた。ウェアや用品類が独特で、どちらかと言うと、ストリートファッション系の色合いが強い。BMX に乗る人も、その影響を受けて

いるので、いつものことながら、ここだけ少し雰囲気は異なっていた。オリンピック競技に採用されたこともあり、一部で注目度が高まっているようである。

3. 各社・各国の出展形態等について

今回もイタリア自転車工業会が、イタリア貿易委員会と協力して大きな共同小間を確保し、大々的に出展していることが注目された。この協力関係は、うらやましい限りである。

台湾も共同出展を行っていたが、参加企業は多かった。また、中国も共同出展を行っていたが、今年は以前にも増して中国からの来場者が増えているという話も聞いた。このほか、新規出展企業コーナーとヨーロッパ村もあったが、これらはどちらも意外に地味であった。

4. アウトドアデモについて

展示会に先立ち、24日・25日の二日間、屋外で新モデルに試乗できるアウトドアデモが行われた。アウトドアデモ会場は、従来と同様ボールダーというところで、ラスベガス市内からバスで30分ほど行った、砂漠の岩山の中である。今年は少し会場全体が横へずれた位置となった。今年も数多くの小売店や出展企業の若者が試乗に訪れていた。このアウトドアデモには、キャノンデールやトレックも参加していた。これらの企業は展示会本体には参加していないため、このアウトドアデモに展示会本体とは異なった重要性を認めているようである。但し場所の関係から、マウンテンバイクの試乗には非常に良いが、レーサーの試乗には向かないと思う。

5. 来年以降のインターバイクについて

2008年は9月24日から26日にインターバイク本体、それに先立ち9月22日、23日にアウトドアデモが、今回と同じ場所で実施されることが発表された。

2009年以降の開催場所及び時期については、業界各方面の意見を聞く必要があるということで、今後検討していくようである。当面、来年1月に実施される Bicycle Leadership Conference という米国自転車業界幹部が集まる会議に向けて、何等かの提案がなされる方向で動いている模様である。

(国際業務部、技術研究所)



この報告書は、競輪の補助金を受けて作成したものです。