

平成20年1月7日

GTG Gluskin Townley Group が財団法人自転車産業振興協会向けに作成

米国自転車市場レポート2008年1月号

米国自転車市場情報 輸入

前年同時期と比べた年初10カ月間の米国への自転車輸入は引き続き減少している。

表1 年初10カ月間の米国自転車輸入 2007年及び2006年の比較

1~10月	2007		2006		変化	
	台数	FOB US\$	台数	FOB US\$	台数	FOB US\$
HS 関税番号						
1510 19-inch 以下	4,376,763	107,637,120	4,846,399	109,178,713	-469,636	-1,541,593
1520 20-inch	4,524,399	147,854,837	4,308,797	150,041,887	215,602	-2,187,050
1550 24-inch	1,140,879	62,563,667	1,535,766	74,766,457	-394,887	-12,202,790
2500 27-inch & 700c	800,622	196,748,838	629,452	161,852,995	171,170	34,895,843
3500 26-inch	4,275,494	354,798,124	4,499,983	335,217,927	-224,489	19,580,197
その他	234,037	16,737,602	183,269	13,069,155	50,768	3,668,447
計	15,352,194	886,340,188	16,003,666	844,127,134	-651,472	42,213,054
対前年比 %					-4.1%	5.0%
平均単価 US\$		\$57.73		\$52.75		
対前年比 %					\$4.99	9.5%

出典：米国商務省輸入統計、The Gluskin Townley Group による分析

表1を見ると、2007年の年初10ヶ月間に全ての車輪径の合計で15,352,194台が輸入されたことが示され、2006年の同じ時期は16,003,666台であったため、4%減少していることがわかる。本年の一貫した傾向であるが、総FOB価格は年初10カ月間で2006年と比べ5%、即ちUS\$4,200万増加している。平均単価が9.5%上昇したことにより、総FOB価格の上昇傾向は持続している。

この平均FOB台単価の上昇は、もし既に発生していないとしても、すぐに小売価格の上昇に反映され、そして最近の米国の消費者物価のインフレに結びついて行く。

表2は過去4年間の年初10カ月間の米国自転車輸入の推移を示したものである。台数では2007年は引き続き前の3年間の後を追っているが、総FOB価格を見ると平均単価が過

去4年間で最も高いことにより、2番目に位置づけられている。

表2 年初10ヶ月間の米国自転車輸入の4年間の推移

年	台数	FOB US\$	平均単価 US\$
2007	15,352,194	886,340,188	\$57.73
2006	16,003,666	844,127,134	\$52.75
2005	17,428,203	896,686,413	\$51.45
2004	15,441,599	724,594,366	\$46.92

出典：米国商務省輸入統計、The Gluskin Townley Group による分析

総輸入台数を見ると、2007年は引き続き2004年の後を追っており、この年の12カ月間の合計は1,850万台であった。従って、我々は引き続き2007年の総自転車輸入台数は1,850万台から1,860万台になるであろう、そして米国自転車市場は引き続き増減がない状態が見込まれるであろうと、比較的容易かつ楽観的に見通している。

子供用の自転車、即ち関税番号1510により米国に輸入された自転車は、2005年2006年過去2年間の年初10カ月間では、全体の自転車輸入の30%を占めている。

子供用の自転車は米国では主にウォルマート、ターゲット、そしてトイザラスといった量販店で販売されるが、今年は年初10カ月間の総輸入台数の28.5%に減少している。そして、この製品区分の最大のポイントは、輸入台数が本年を通して最大の落ち込みを見せているということである。表1からわかるとおり、子供用自転車は年初10カ月間で469,636台少なくなっており、年初からの全体の減少台数651,472台の72%を占めている。

我々が、米国のコア自転車市場と考えているのは、車輪径20インチ以上の自転車からなっている市場であり、これらは全ての販売経路で販売されているため、これらの大きい車輪径の自転車輸入を追跡することにより、米国における完成自転車製品の市場消費状況をより正確な姿でとらえることができると考えている。

表3は今年年初10カ月間の20インチ以上の自転車の米国への輸入について昨年との比較を示したものである。4つの関税番号が含まれるが、前月に比べ輸入の減少幅は拡大しており、年初10カ月では1.6%、即ち182千台の減少となっている。

プラスの側面として、20インチ以上の自転車輸入の総FOB価格は6%、即ちUS\$4,380万上昇しており、これは平均FOB単価がUS\$5、即ち7%強上昇したことによりもたらされている。

表3 年初10カ月間の米国への自転車輸入：20インチ以上の自転車

20インチ以上の輸入自転車	台数	FOB US\$	平均単価
2007年 年初10カ月	10,975,431	778,703,068	\$70.95
2006年 年初10カ月	11,157,267	734,948,421	\$65.87
変化	-181,836	43,754,647	\$5.08
変化の割合 %	-1.6%	6.0%	7.7%

出典：米国商務省輸入統計、The Gluskin Townley Groupによる分析

表4は年初10カ月間における20インチ以上の自転車の米国への輸入状況の4年間の推移を示しており、2007年は台数においては過去4年間で最低となっている。

表4 20インチ以上の自転車の米国自転車輸入、年初10カ月間の4年間の推移

年	台数	FOB US\$	平均単価 US\$
2007	10,975,431	778,703,068	\$70.95
2006	11,157,267	734,948,421	\$65.87
2005	12,182,636	778,959,546	\$63.94
2004	11,678,699	639,698,017	\$54.77

出典：米国商務省輸入統計、The Gluskin Townley Groupによる分析

台数は減少しているが、表4からわかるとおりFOB平均単価が上昇しているため、総FOB価格は過去4年間でトップに近い状態となっている。

米国自転車輸入の供給先国は変わっていない。表5に示すとおり年初10カ月間で中国と台湾である。現実として、他の供給先国は問題とならず、台湾が米国への総輸入台数の4%から総FOB価格の22%近くを生み出している、というのがストーリーである。

表5 米国自転車輸入における上位2か国 年初10カ月間の総輸入における割合

国名	総台数	比率%	総FOB価格 US\$	比率%	平均単価 US\$
中国	14,699,114	95.75%	673,373,952	75.97%	\$45.81
台湾	586,734	3.82%	192,895,996	21.76%	\$328.76
総輸入	15,352,194	100.00%	886,340,188	100.00%	\$57.73

出典：米国商務省輸入統計、The Gluskin Townley Groupによる分析

台湾自転車業界によるA-teamの取組は米国の輸入市場に対して大きな収穫をもたらしてきており、価値の革新とは何かということに関連し、そしてまた、米国自転車市場の問題を再検証しようと考え、高級品供給の隙間の中における競合のない市場空間を把握しようとしている再構築主義者にとって、大変な成功をもたらした事例として、注意深く検証され

るべきである。

米国の輸出

米国の自転車輸出は、既に指摘してきたとおり、この事業分野に参入している企業にとって、見かけ上は小さいものの、その収益が大きいことから、興味深い特徴を持った事業であるといえることができる。

表6は年初10カ月間の米国の自転車輸出を示している。国内というのは米国製の製品を全て含んでおり、海外というのは、海外で生産され米国に輸入された後、輸出製品として米国から出荷・販売されたものを全て含んでいる。国内製品は米国からの全体の輸出の中で最大の部分を占めており、全ての自転車の台数の79%、総FOB価格の80%以上を占めている。

表6 2007年、年初10カ月間の米国の自転車輸出

1~10月	国内			海外			計		
	HS	台数	FOB US\$	平均単価	台数	FOB US\$	平均単価	台数	FOB US\$
1070	24,730	5,215,457	\$210.90	7,058	1,365,512	\$193.47	31,788	6,580,969	\$207.03
2600	42,203	34,870,208	\$826.25	45,698	14,706,837	\$321.83	87,901	49,577,045	\$564.01
6000	147,853	36,573,456	\$247.36	4,313	2,453,349	\$568.83	152,166	39,026,805	\$256.48
計	214,786	76,659,121	\$356.91	57,069	18,525,698	\$324.62	271,855	95,184,819	\$350.13

1070：25インチ以下、2600：25インチ以上、6000：車輪径が示されていないもの

出典：米国商務省輸出統計、The Gluskin Townley Groupによる分析

米国から輸出された自転車の平均FOB単価は、全ての入手可能な水準から判断しても高い状態が続いており、US\$350である。

表7は年初10ヶ月間の米国自転車輸出の過去4年間の推移を示す。このデータを示す目的は、本年の輸出活動、即ち海外顧客への販売が、少なくとも以前の3年間とどのように比較されるか見定めるためである。

表7 米国自転車輸出 年初10カ月 過去4年間の推移

年	総輸入台数	総FOB価格 U.S. \$	平均単価 U.S. \$
2007	271,855	95,184,819	\$350.13
2006	244,115	89,597,925	\$367.03
2005	290,560	95,700,941	\$329.37
2004	258,557	64,530,135	\$249.58

出典：米国商務省輸出統計、The Gluskin Townley Groupによる分析

2007年の10カ月を通じ、自転車の輸出事業は、以前の何年かに比べ非常に順調である。台

数では 2005 年に次ぎ 2 番目、F O B 価格では、2005 年に大変接近して 2 番目である。平均単価も 2006 年に次ぎ 2 番目に高くなっている。

表 8 は米国の自転車輸出先の上位 4 つの顧客先国を示す。台湾が引き続き 2007 年年初 10 カ月の時点でも最大の顧客で、合計 90,833 台の自転車が出荷され、平均単価は比較的低い U S \$ 173 であり、その結果総 F O B 価格は U S \$ 1,600 万となっている。

表 8 2007 年年初 10 カ月 米国自転車輸出先上位 4 カ国

国名	台数	台数比	総 FOB U. S. \$	平均単価 U. S. \$
台湾	90,833	33.41%	15,779,263	\$173.72
カナダ	74,634	27.45%	28,607,282	\$383.30
オランダ	13,642	5.02%	7,260,408	\$532.21
日本	9,584	3.53%	6,948,722	\$725.03
計	271,855	100.00%	95,184,819	\$350.13

出典：米国商務省輸出統計、The Gluskin Townley Group による分析

日本は米国の自転車輸出にとって 4 番目に大きい顧客・市場となっており、平均 F O B 単価は U S \$ 725 である。

カナダは台数では 2 番目に大きな顧客・市場であるが、総 F O B 価格では U S \$ 2,860 万であり第 1 位、平均単価は U S \$ 383 である。

アメリカの消費者

先月我々は、ディスプレイ & デザイン アイディア (ddi) 誌が最近発行した 3 部からなる、アメリカの消費者の最近の経済状況を小売店がよりよく理解することを目的とした、「アメリカンドリーム」と題する記事から多くを得た 2 部構成の報告を開始した。

我々は、これを大変重要だと考えている。というのは、ビジネスウィーク 2007 年 11 月 26 日号によれば、「長らく予想され、長らく恐れられていた消費者危機がついに差し迫ってきたかもしれない。景気の広範な後退を意味するのではないかもしれないが、アメリカの家計に対する打撃は深刻であろう」、と報告しているからである。

我々は、米国の自転車事業にとってこれが何を意味するのか確かではない、ということをはっきり申し上げてきた。しかし、我々の感覚としては、それは良いはずはない。そして、消費者に対する経済的圧迫は通常小売店に対する経済的圧迫につながり、そして、卸流通業者・ブランド・製造業者へと、言い換えれば供給経路全体へと、遡ってゆく。

我々が確かに知っていることは、過去十年の間に米国での自転車の購入が、低所得のアメリカ家計から高所得の家計へと再分配されてきたということである。これについて、アメ

リカの消費者の、この第二部で議論する。

お気付きかもしれないが、ddi 誌の記事では米国の諸費者について、経済社会的特徴、機会と挑戦について3つの区分により表現している。

- ・低所得／勤労クラス
- ・中流クラス
- ・上級／上流クラス

先月我々は低所得／勤労クラス及び中流クラスについて示した。今回は上級／上流クラスについて述べる。

上級／豊かなクラス

ビジネスウィーク誌によれば、米国では上位1%の家計が全ての家計の富の40%近くを保有し、下位90%以上の家計の合計で、全ての資本収入の半分強を生み出している。アメリカの世帯の80%は年収10万ドル未満であるが、過去10年間の間に米国では億万長者の数は劇的に増えた。

バンクオブアメリカによれば、総収入100万ドルのアメリカ人は1,100万人おり、毎月300人ずつ増えているということである。お金持ちの人の数が増えていくにつれ、彼らは財政的にも文化的にも他のアメリカ人からは遊離してきている。

- ・アメリカの富の半分は過去十年の間に生み出された。
- ・多くの百万長者は自ら成り上がり、生活のために働いている。
- ・彼らは自分で稼ぎ、相続することには反対し、自らの楽しみのために支出する権利があると感じている（自分はふさわしい症候群）。

最初に消費者が高価なものを買って求め始め、続いて、より収益の多い高価な商品が売れるようになることを期待し、小売店が販売商品価値を高める。このようにして小売店は、米国の可処分所得の約80%を支配する年収10万ドル以上の消費者を追いかけるようになる。

・豊かな上位20%のアメリカ人が全消費支出の39%を行っており、一方残り80%のアメリカ人の支出は2004年から2005年（データ取得可能な最後の年）にかけて減少した。

コストが上昇するに従い、殆どのアメリカ人は同じモノやサービスを買うために以前より多くのお金を支払っている。このことが、実際には多くのアメリカ人は既に縮小し逆戻りし始めているにも拘わらず、あたかも消費者が支出を継続させているように見える理由のひとつである。

- ・「あのお金は支出されていないのではない。他の場所で支出されている。再分配だ。」

BIGresearch, Inc.

例えば：ガソリンは、価格上昇により今年は昨年に比べ 200 億ドル余計に吸い取ってしまったが、この 200 億ドルは他の消費者が利用することはできない。お金持ちの人は引き続き自由に支出し続けるため、お金持ちの人により支配される 80%の可処分所得は、例えば、株式市場の下落、企業収益の悪化、不動産の大幅な値崩れ等、経済要因に否定的に反応する。しかし全体の支出は大きく減少しないかもしれない。

ディスカウント小売店は米国では豊かな消費者に引き寄せられている。米国で2番目に大きなディスカウント小売店であるターゲットは、中～低市場から上流クラスへとまたがるブランドを上手く創り出している。ウォルマートは、テキサス州プラノで、より高級な店をつくり、豊かな買い物客を追いかけている。

・ターゲットもウォルマートも自転車を販売していることに注意すべきである。

しかし、アメリカで伝統的にお金持ちの人を得意とし、ユニークさや顧客サービスを提供しているのは、以下の店である。

- ・ Neiman Marcus
- ・ Bergdorf Goodman
- ・ Nordstrom
- ・ Saks Fifth Avenue
- ・ Prada
- ・ Coach
- ・ Tiffany
- ・ Bvlgari
- ・ Chanel
- ・ Burberry
- ・ Giorgio Armani

典型的な Neiman Marcus の顧客は

- ・ 年齢 50 歳
- ・ 平均世帯収入 25 万ドル
- ・ 高い教育水準
- ・ 旅行好き
- ・ ファッションに興味がある
- ・ 洗練されている

人口学的に最も重要な傾向は、若い富裕層は高齢の富裕層に比べはるかにぜいたく品に対

する欲求が高いため、将来の高級品市場を担っているということである。

若い富裕層が中年に達すると、ジェネレーションX世代（25～41歳）やミレニアル世代（13～24歳）はベビーブーマー（42～62歳）より数が少ないため、高級品市場は競争がもっと厳しくなる。

家計収入による米国の自転車販売の再分配

米国の自転車産業は、1993年から2006年にかけて、世帯収入による自転車消費の再分配が行われたため非常に幸運である。

我々が幸運だというのは、量販店・総合スポーツ用品店・そして自転車店の販売経路など全ての小売店が上層の家計に向けて、より多くの自転車を販売しているからである。そしてそのことは、我々が見てきたように、消費可能な収入がより多く手に入れられるということである。

- ・1993年には米国で自転車に乗る人のうち、64%が年収US \$49,999以下であり、36%が年収US \$50,000以上であった。
- ・2006年には米国で自転車に乗る人のうち、36%が年収US \$49,999以下であり、64%が年収US \$50,000以上であった。
- ・2006年には米国の家計の59%が年収US \$49,999以下であり、40%が年収US \$50,000以上であった。

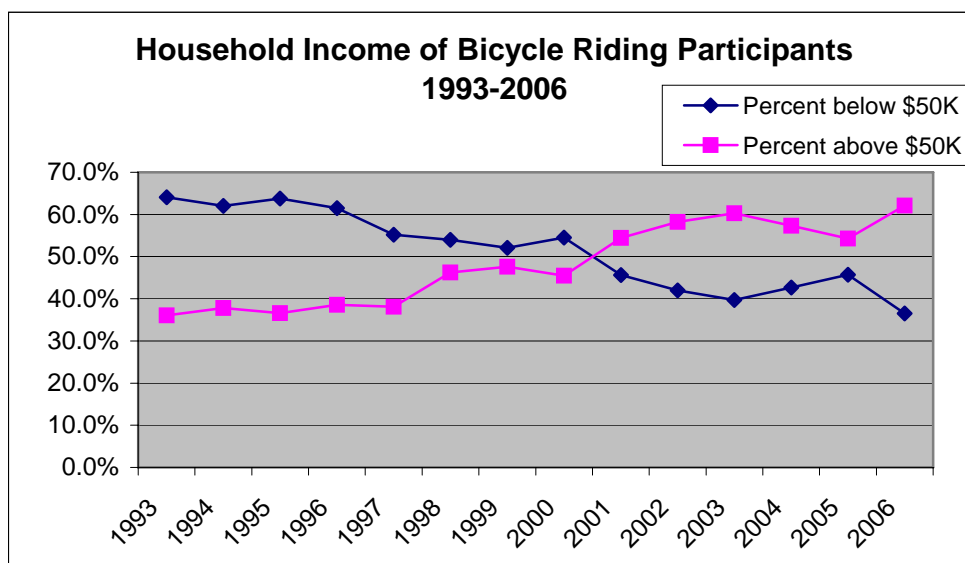
1993年から2006年までの14年間に自転車に乗る人、そしてそれに伴う自転車の市場における消費がUS \$50,000以上稼ぐ米国の家計へと転移、或いは再分配されてきた。

図Aは自転車乗用におけるこの再分配、我々はこの再分配を自転車の市場における消費と読み替えることができているが、がどのように見えるかグラフにより示したものである。

2006年のデータは特に大きなギャップを示しており、もしこの傾向が続くのであれば、自転車の消費及び乗用に関し、更に劇的な上層のアメリカの家計への転移、そして低層家計からの離脱が起こるであろう。

この米国における再分配は、米国の全ての自転車を販売している小売経路、量販店・総合スポーツ用品店・自転車店の流通経路、において見られるということもどうか理解してほしい。最終的な結果は全ての流通経路において、経済の低迷に対し悪影響を受けにくい年収を得ている家計層の中の、自転車の消費や乗用を行う消費者たちとビジネスを行うことにより、優位性を持つということだ。

図 A



出典：全米スポーツ用品協会 (NSGA) スポーツの参加に関する研究 2006

自転車店の流通経路が量販店や総合スポーツ用品店に対し優位可能性があるかどうかは、表 9 に示すとおり、上層収入家計向けの販売が僅かに高い再分配を示していることに現れている。

表 9 2006 年 米国の自転車店販売経路における家計収入別 20 インチ以上の自転車の小売販売状況

購入者の家計収入別 自転車店の小売販売	全ての購入者と の比率 2006 年	全ての米国の家 計の比率	差異
1. US\$49,999 以下	30.0%	59.5%	-29.5%
2. US\$50,000 以上 (US\$100,000 以上含む)	70.0%	40.4%	+29.6%
1 と 2 の合計	100.0%		
US\$100,000 以上	29.0%	17.0%	+12.0%

これが示すところは、2006 年には自転車店から 20 インチ以上の自転車を購入した全ての購入者の 70% が年収 US \$50,000 以上であったということである。これは米国の総人口の中で年収 US \$50,000 以上を得ている家計の比率より 29.6% 多くなっている。

更に、2006 年には自転車店から 20 インチ以上の自転車を購入した全ての購入者の 29% は年収 US \$100,000 以上であった。これは米国の総人口の中で年収 US \$100,000 以上を得ている家計の比率より 12.0% 多くなっている。

総括

米国消費者の購買力は、上位の、豊かなクラスへの転移を強めている。

過去 14 年間にわたり自転車乗用の再分配が行われ、それに伴い自転車の市場における消費が自転車を販売している全ての販売経路において、低収入の家計層から高収入の家計層へと再分配された。

しかし、自転車店の販売経路においては、既に年収 US \$50,000 以上を得ている上位家計層向けの新車販売において、圧倒的な 70% を占めている。そして自転車店は、現在の販売の 30% が年収 US \$100,000 以上を得ている家計層に対するものであるという最高の位置付けを得ている！

以 上



この報告書は、競輪の補助金を受けて作成したものです。