

平成23年10月3日

## 2011インターバイク・ラスベガス展報告

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。この展示会は今年が第30回目の開催である。本年の米国自転車市場は弱含みで推移していることが報告されており、このためこの展示会も多くの人々が来場するか心配された。展示会事務局発表の数値によると、入場者数は前年を僅かに下回った結果となっている。しかし展示場内は初日の朝から多くの来場者で混雑していた。展示会事務局は今回の展示会について、「活気に満ち」、「再び元気づけられ」、「生産的」な展示会であったと総括している。

### 展示会の概要

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23年9月14日～16日（アウトドアデモと呼ばれる屋外新モデル試乗会が9月12日・13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：ニールセンスポーツグループ

入場者数：23,000人強(去年は24,000人強)、来場小売店数4,000店強(去年も4,000店強)、来場バイヤー数11,000名(去年は11,300名) 海外バイヤー数は1,300名(去年は67カ国から1,872名)

出展社数：1,200社以上（去年も1,200社以上）

アウトドアデモ出展社数：未発表(去年は120社)

アウトドアデモ来場者数：未発表(去年は3,900名)、展示会事務局によると200社以上の出展社が昨年より試乗用自転車の貸出頻度が上がったと述べていると発表

なお、この展示会はビジネスに特化した展示会であり、一般ユーザーの入場は対象とされていない。またメディア登録をした人以外は会場内での写真の撮影も禁止されている。



## 1. 昨年と同規模の展示会

入場者数と来場バイヤー数は昨年より若干減ったものの、出展社数と来場小売店数は昨年と同じであり、展示会の規模は昨年とほぼ同様である。但し海外からのバイヤー数が減少している。

展示場は本年から、従来からの2階に加え1階にも拡張された。2階部分は若干昨年に比べ狭くなったが、1階部分が大きく拡大されていた。また昨年まで別の展示会として同時に開催されていた健康・フィットネス展がインターバイク展の一部という形で組み入れられ、これらの出展社は1階の左側に集められていた。1階は2階に比べ来場者の導線上若干不利に思われたが、実際にはそのようなことはなく、多くの来場者でにぎわっていた。また今年から商談室や休憩場所も設置され、来場者の利便向上に配慮されている様子が見られた。

## 2. 展示の内容等について

### (1) 完成車

完成車の展示は大手完成車ブランドが独自商談会を開催するなどしているため、毎年少しずつ影が薄くなって来ているような印象がある。著名完成車ブランドが広大な小間を確保し、その中に色々な車種の完成車を幅広く展示するという形態が次第に少なくなっている。一方で例えばビーチクルーザーのブランドといったように、特定車種を得意とするブランドの小間は大きくはないものの引き立っていた。このような状況ではあるが、ロードレーサー、マウンテンバイク、通勤用バイク、ハイブリッド（クロスバイク）、シングルスピード（ピストバイク）、ビーチクルーザー、BMX、電動自転車等あらゆる車種が見られた。BMXは、例年通りBMXの専門展示コーナーが設けられていた。ここに出展する企業が少し減ってしまったようで、BMXコーナーは昨年より小さくなっていた。また電動自転車は米国でも注目され、今回の展示会でも1階部分に試乗エリアを設けアピールしていたものの、電動自転車の出展が大幅に増えたという印象

はなかった。電動自転車は展示車種の一部という位置付けであった。更に米国でも環境意識の高まりから自転車を日常生活に使う取組が進んでいるが、これに用いられる車種は引き続きコンピューターやハイブリッドと呼ばれる車種で、マウンテンバイクを街乗り用に派生させたようなタイプのものが主であった。

また、シングルスピード（ピストバイク）は昨年引き続き、多く展示されていた。フレームやリムをカラフルな色で塗り分けたシングルスピードは、部品点数が少ないことから軽快な印象を与え、若者の間で街乗りの自転車としての地位を広めつつあるが、ラスベガスの街中でもコースタブレーキすら付いていないものが、自動車の車列を追い越していくのが常態化しており、アメリカでもいずれ社会問題化するのではないだろうか。

## **(2) 部品・付属品**

一方、展示の主体と言ってもよい状況なのが部品及び付属品の出展であった。大手部品企業の小間はどれも非常に立派であり、注目を集め多くの来場者でにぎわっていた。また大手部品企業以外にも、細かい専門部品に特化した中小企業の出展が沢山あり、米国企業その他、日本やイタリアは勿論、台湾や中国の企業も多かった。更に付属品・アクセサリーの展示も例年通り数多かった。ライト、サイクルコンピューター等の他、ウェア、シューズ、バッグやサングラス等の展示も目立っていた。

また、カーボン製の自転車部品については、LOOK、CARRERA、dedacciai、FONDRIEST などの欧米メーカーや ZGL、DNK などの中国系企業のブースでカーボンモノコックフレームが、HED、ZIP、MICHE などのブースでコンポジットホイールが展示されるなど、ハンドルバー、シートピラーを含め、様々な商品が出展されていた。

その他、LOOK が POLAR と共同開発したペダル踏力センサー内蔵ペダル（Keo Power）やヘルメットに取り付けて使用する小型ビデオ装置など、IT 技術を生かした商品も見られた。

## **(3) その他**

試乗コーナーは今年も設けられていたが、1階に移されていた。また、自転車の乗用促進を行う団体の小間、ツーリング関係の小間、業界団体、業界誌の小間等もみられた。その他、シマノアメリカは1階の一角に専用のスペース（テクニカルクリニックエリア）を設け、新製品の紹介、部品の組み付け、調整方法の講習等を行っていた。

例年通り米国の自転車小売店の協会であるNBDAは、業界誌社と並んで会場入り口に小間を出し、業界関係者との交流に努めていた他、来場者が自由に使用できるパソコンを設置しインターネットサービスを提供していた。展示場内では出展企業がインターネットを小間に引き込まない限りネットの使用はできなくなったため好評であった。

## **3. 各国の共同出展等について**

イタリアは本年も大変洗練され見栄えのする共同出展を行っていた。イタリアの共同出展は、ロサンゼルスに事務所をもつイタリア貿易振興会がとりまとめ役となり、ここに担当者を配置し出展者向けの各種支援を行っている。昨年同様、広報活動も非常に積

極的に実施しており、インターバイク展のHP上で広告を出したり、会場で配布されるイベントガイドにイタリアンパビリオンの企業名や小間の位置を示した詳しい案内を掲載したほか、入場バッヂにも広告を入れるなど、本年もその経費に糸目をつけない取組には目を見張るものがあった。出展規模は 80 小間、出展企業数は 33 社であった。

また台湾も台湾パビリオンとして共同出展を行っているが、今年は従来からの台湾パビリオン 52 小間 36 社に加え、1 階の全く別の場所に台湾貿易センター(TAITRA)が台湾エクセレンスパビリオンと銘打った共同出展を行い、こちらには 12 小間、19 ブランド 49 製品が展示された。後者は、来年はさらに出展規模を拡大し、1 階ではなく 2 階のもっと良い場所に移りたいとのコメントをだしている。

更に中国もチャイナパビリオンと呼ばれる共同出展を従来から行っており、去年は 1 つではまとまらず大きな島 2 つから成っていたが、今年は同じ場所に集められ体裁が良くなった。今年は 54 小間 43 社、6 つ島から成る大きな共同出展となったが、場所が 2 階の一番奥でありよくなかった。

#### 4. アウトドアデモについて

完成車企業が主体となって、ニューモデルの試乗を行うのがアウトドアデモである。今年のアウトドアデモは展示会開催前の 1 2 日と 1 3 日に、従来と同じく、会場からバスで 30 分程移動したボールダーシティの荒涼とした砂漠地帯で開催された。残念ながら天候に恵まれず特に 2 日目は激しい雷雨と低温に見舞われた。アウトドアデモの出展企業数や来場者数についてはプレスリリースでは発表されなかったが、展示会会期中に出展者向けに配布されたショーデイリーの記事によれば、インターバイク副社長の話として、アウトドアデモ初日の参加者数は今年の初日と同様、2 日目の参加者数は今年の 2 日目と比較し 8～10%減少し、約 120 社が出展した、との談話を紹介している。更に同氏によれば、初日の参加者は 2,400 名、2 日目の参加者は 2,598 名、来場小売店数は 1,400 店と見られ、両日とも参加した人は二重にカウントしていない、とのことである。

従来通り展示会本体には出展していない完成車企業もここだけには出展しているところも多く、完成車ブランドからの評判は高いと言ってよい。また、逆にアウトドアデモを目当てとする参加者も多く、ホテルでの朝食時にはサイクルジャージ、レーサーパンツを着て食事をする宿泊客の姿も見られた。インターバイク展でも、初日（アウトドアデモの翌日）に最も多くの参加者が来場しているのは一目瞭然であり、アウトドアデモと展示会の両方を見られるようなスケジュールを立てているのであろう。

試乗コースは、クロスバイク、ロードレーサー向けの往復周回コース、MTB 向けのクロスカントリーコース、ダウンヒルコースが用意され、特にダウンヒルコースでは、山上まで自転車とライダーをトラックにより輸送してもらえるなど、各社の新製品の試乗を思う存分楽しむことができる。また、アウトドアデモの会場にはスポンサー企業のカフェも設営されているので、試乗による疲れやのどの渇きも癒すことができる。



## 5. 小売セミナー

今年も展示会に併せて米国自転車小売協会（NBDA）主催によるセミナーが、13日から16日にかけて展示会会場の会議室を用い開催された。販売促進、顧客サービス向上、優秀な店員の雇用と教育、修理による収益向上策、インターネットの活用方法、米国自転車市場の現状等幅広い内容を含むものであった。セミナー全体の参加者数はおよそ1,800名に達したと発表されている。

当協会の月次レポートを執筆しているジェイ・タウンレイ氏も15日の12時半から1時間半にわたり、米国自転車市場の動向、販売促進方法の提案、質の高い従業員を採用することの重要性、店舗所在地の地域特性・市場特性・人口構成を理解すること、競争にできるだけ巻き込まれないよう隙間市場を見出す事、販売・在庫管理をしっかり行う事、等に関する講演を行い、多くの聴講者を集めた。

## 6. 来年のインターバイク展について

展示会事務局から、早々に来年のスケジュールについて発表された。2012年も今年と同じ場所で9月19日～21日に開催予定である。またアウトドアデモもこれに先立つ9月17日、18日に同じ場所で開催されることになっている。

## 7. 当協会の出展状況について

当協会は、今年も12小間を確保し共同出展を行った。今回の共同出展企業は、株式会社ヨシガイ・株式会社本所工研・株式会社インタージェット・株式会社桑原インターナショナル・株式会社三ヶ島製作所・株式会社日東・株式会社スギノエンジニアリング・株式会社タンゲセイキ・株式会社テクノ南海の9社であった。インターバイク事務局にお願いし、他国の共同出展と同様、各共同出展企業名・住所・電話及びファックス番号・ウェブアドレス及び取扱製品区分をフロアプランや展示会ガイド及び展示会HPに掲載してもらうようにしている。各社とも終日多くの来場者に恵まれ、活発な商談・営業活動を行った。是非来年もお願いしたいという声を多くいただいた。

他国の共同出展に比べると、規模は比較ができないほど小さいが、小間が非常に良い場所に確保できているのが幸いしている。また小間の装飾については、予算の関係上、最低限のものしか行っておらず、そのような出展形態は広い展示場を見渡しても他には殆どないのであるが、小間の位置が良いことにより概ね評判は良い。各社の展示製品のグレードが高いので、小間の装飾が貧弱でも来場者は訪れてくれている。但し他国の共同出展が規模を増しており、これらから良い場所を確保したい旨の希望がこれらから出されているので、来年以降当協会共同出展が本年と同じ規模を確保できず面積を縮小した場合、悪い場所に移される危険性が高い。小間の装飾に経費をかけられないことは変わらないため、悪い場所で見栄えのしない最低限の装飾で出展という事になる可能性が出てくる。こうならないためにも、できるだけ多くの共同出展企業を集め、少なくとも今年と同じか、できれば更に規模を大きくした共同出展を行う事が、他国の共同出展との競争という観点からも求められている。

以 上

(本部国際業務部、技術研究所開発事業部)