

2016 米国自転車市場・業界レポート

一般財団法人自転車産業振興協会向けに
グラスキン・タウンレイ・グループが調査実施、報告書作成

2016 年 12 月

一般財団法人自転車産業振興協会編集

目次

1. 2016 年の米国自転車市場・業界の概要	1
2. 新車自転車	5
2-1 新車自転車の車種	5
2-1-1 人気商品とそうではない商品	7
3. 中古自転車	8
4. 自転車専門店	9
4-1 米国の自転車店における小売販売	9
4-2 新潮流及び異端の自転車店	9
4-3 オンライン	10
5. 自転車製造・組立の米国への回帰	10
6. 2017 年以降の米国自転車市場・業界の見通し	11
6-1 2016 年大統領選挙とトランプ政権	11
6-2 将来！	15

1. 2016 年の米国自転車市場・業界の概要

“自転車市場は全く好調ではない”ドレル社の社長兼CEO、マーティン・シュワルツ氏は 2016 年 11 月 3 日の決算発表の席上でこのように述べた。

米国の自転車関連製品販売金額のおよそ半分を生み出している米国の自転車専門店の販路において、2016 年は不振な状態でスタートし、その後改善の足掛かりは全く見られなかった。

自転車専門店の販路におけるトレック、スペシャライズド、ジャイアントのいわゆる御三家は、第一四半期の期間中に卸価格の値下げ競争に見舞われた。これら 3 社の 2015 年年末の新車自転車在庫は 2014 年年末に比べ 25 万台、44%も多い状態であった。この状態で 2016 年の販売シーズンに突入してしまったのである。

10 月には、米国自転車供給業者協会(BPSA)が第三四半期までの自転車店及びアウトドア専門店向け自転車出荷台数が 8%減少したと報告した。

2016 年 1～9 月には 2015 年同期に比べ自転車店向け供給業者の新車自転車出荷台数が 8%減少し、卸金額は US \$5, 000 万減少したという事である。

この 8%の減少と言うのはブランド及び供給業者から自転車店への 1～9 月の卸販売についてのことであって、BPSA の報告から 9 月単月についてみると、2015 年 9 月に比べ台数は 18%減、金額は 14%減となっており、特に際立っている。

電動自転車と通勤用/街乗り用の自転車は増加を示している。しかしこれらは元々の数が小さいため変動が大きくなったことによるもので、ロードバイク及び各種マウンテンバイクは各々 5%程度の減少、更にライフスタイル・コンフォート系の自転車は 20%も減少している！

また、マウンテンバイクの車輪径が多様化しており、各々の区分の中で元々の自転車を蚕食し、その結果、車種全体として前述のとおり 5%減少したという事も示されている。

いくつかの米国の自転車ブランドは、2016 年に早く見切りをつけ、2017 年販売シーズンを開始したがっている。しかし自転車店の二大ブランドであるトレックとスペシャライズドは価格改定を行った。スペシャライズドは値上げし、トレックは値下げしたのである！

10 月末にシマノは 2016 年 1～9 月の売上高が 15.7%減少したと発表した。自転車部門は最も影響が大きく、18.8%減少した。決算報告書によると、これは欧州における悪天候と、欧州及び北米の自転車供給業者の在庫が引き続き高水準にある為、ということであった。

オランダに本社のあるアクセルグループは 10 月に、北米における電動自転車事業をアクセルノースアメリカから分離する、即ち同社の自転車事業から電動自転車事業を独立させ、ラレーエレクトリックという単独の会社をカリフォルニアに設立することを検討していると発表した。

11 月にドレルの自転車事業部門は、第三四半期の売上高が \$1,580 万、5.9%減少し、通期の売上高は \$4,280 万、5.7%減少したと発表した。当期の売上高は計 \$2 億 5,070 万で、通期の売上高は \$7 億 370 万であった。ドレルの自転車部門は量販向と自転車専門小売店向けの両方のブランドを持っている。

冒頭で述べたとおり“自転車市場は全く好調ではない”とドレル社の社長兼CEO、マーティン・シュワルツ氏は述べた。同社は当期及び通期について、「自転車市場が全体的に軟調なため、また北米における専業自転車小売店の環境変化により、販売が低調となった」と報告した。

また 11 月にはフジ、ブリーザー、ケストレル及びSEバイクの親会社であるアドバンス・スポーツ・インターナショナル(ASI)が、パーフォーマンス・バイシクルの社長を交替させ、ASI からの内部昇進者を新たな CEO に据えると発表した。パーフォーマンス・バイシクルは米国内 106 の実店舗のほか、充実したオンライン及びメールオーダー販売を行う複数販路展開している自転車専業小売業者であるが、ASI は今年これに先立って、同社を買収していたのである。

11 月中旬にはイリノイ州シカゴに本拠を置くスラムが中国昆山の工場を閉鎖し、台湾の台中に製造拠点を移すと発表した。

発表によると世界の自転車市場が低調なため昆山の工場稼働率は 20%にすぎなかったという事である。スラムは割安な労賃を求め、既に部品の製造組立工程の一部をカンボジアとベトナムに移している。

2016 年 11 月にはこれまでの自転車店向け卸出荷の不振をいくらか取り返した。この月の供給業者の自転車店向け出荷台数は 2015 年 11 月に比べ 16,715 台、およそ 12%増加した。また米ドルも対前年同月比 3%近く上昇した。

しかし、2016 年 1～11 月の期間では自転車出荷台数は 7.7%、183,525 台減少した。BPSA の 11 月の販売報告書によると、これは供給業者にとって卸金額の \$6,600 万の減少になるという事である。

2016 年の見込み 全ての車輪径

昨年 12 月に我々は「2015 年に米国市場で消費される全ての車輪径の自転車台数は、およそ 1,810 万台から 1,820 万台となり、再度平凡な年になるであろう」と予測した。

表Aに示す通り 2015 年 1～12 月の全ての車輪径の実際の市場見かけ消費台数は 17,415,000 台であった。我々の見込みは実際より 785,000 台、4.5%多かった。

16 年間平均の見かけ市場消費台数は 18,128,000 台となり、昨年示した 15 年間平均の見かけ市場消費台数 18,175,000 台から僅かに減少している。

表A
 米国の見かけ市場消費台数推定値 2000 年～2015 年
 台数による順位付け 16 年間の平均

順位	年	見かけ消費台数
1	2000	20,903
2	2010	19,828
3	2005	19,773
4	2002	19,656
5	2012	18,720
6	2008	18,577
7	2004	18,507
8	2003	18,500
9	2006	18,259
10	2007	18,225
11	2014	18,008
12	2015	17,415
13	2001	16,792
14	2013	16,235
15	2011	15,756
16	2009	14,888
16 年間の平均		18,128,000

出典: 米国商務省輸入統計 2000-2015; バイシクルカウンシルによる市場推定 2000 年;
 グラスキン・タウンレイ・グループ 2001-2015

将来を予測するのは常に簡単な事ではなく、昨年の我々の予測が当たらなかったことや、2016 年の米国の自転車市場が明らかに変動含みであることを考慮に入れる必要がある。このような事をふまえた上で、我々は 2016 年の米国の全ての車輪径の自転車の見かけ市場消費台数は 16,900,000 台から 17,000,000 台の間であると推測する。¹

2016 年の見込み 20 インチ以上の自転車

表Bは米国における 20 インチ以上の自転車の見かけ市場消費台数の 16 年間の推移を台数により順位付けを行い示したものである。

¹ 見かけ消費台数と言うのは 2016 年の 12 か月間に供給業者が小売店に販売した全ての車種の全ての車輪径の自転車台数で、消費者に販売されたものと 2016 年 12 月 31 日時点で小売店の在庫になっているものを含む。

表B
 米国の見かけ市場消費台数推定値 20 インチ以上の自転車
 2000 年～2015 年 台数による順位付け 16 年間の平均

順位	年	見かけ消費台数
1	2004	13,926,824
2	2000	13,874,436
3	2002	13,748,324
4	2005	13,735,614
5	2010	13,506,180
6	2008	13,481,465
7	2003	13,202,270
8	2012	13,077,295
9	2007	12,798,813
10	2006	12,745,522
11	2015	12,591,791
12	2014	12,296,996
13	2013	11,350,826
14	2001	11,318,569
15	2011	11,038,938
16	2009	10,205,812
16 年間の平均		12,681,000

出典: 米国自転車工業会、米国商務省輸入統計 2000-2015;
 グラスキン・タウンレイ・グループ 2001-2015

2016 年の米国の 20 インチ以上の自転車の見かけ市場消費台数は 1,249 万台から 1,250 万台であり、2015 年を僅かに下回り、更に 16 年間の平均をも下回るとみている。

表Cは、新車自転車、中古自転車、部品、付属品、タイヤ・チューブ、ウェア及びシューズを含んだ 2015 年の米国の見かけ市場小売金額推定値及び米国市場における市場占有率を販路毎に示したものである。

この章の初めに言及したとおり、自転車店の販路においては、全ての自転車関連小売金額のおよそ半分の金額を自転車販売から生み出している。アフターマーケットと中古自転車販売の推定金額を加えても、自転車店の販路はまだ最大ではあるものの、その割合は 47%となる。尚、これらの推定金額には補修作業工賃やレンタル料金は含まれていない。

表C
米国の自転車見かけ市場小売金額推定値
2015 年 販路毎の市場シェア 新車自転車、アフターマーケット及び中古自転車

販路	自転車店及びアウトドア専門店 (実店舗及びネット販売を含む)	量販店 (実店舗及びネット販売を含む)	スポーツ用品チェーン店 (実店舗及びネット販売含む)	その他(ホームセンター、各種小売店、メールオーダー、及びネット専業含む)	米国市場合計
推定小売金額 (中古自転車を含む)	\$3,472,305,500	\$1,870,250,600	\$943,376,700	\$1,108,976,200	\$7,394,910,000
割合(中古自転車を含む)	47.0%	25.3%	12.8%	15.0%	100.00%

出典: 全米スポーツ用品協会(NSGA)、
全米自転車小売業協会(NBDA) 2015 年米国自転車市場の概観レポート

我々は米国の自転車市場は、製品区分毎の増減を伴いながらも、全体では 2016 年も引き続き US\$74 億を僅かに下回る水準にとどまるものとみている。中古自転車は 2012 年のピークののち減少しており、一方で新車自転車販売と付属品の販売は増えているため、全体の市場規模は変わらない。

しかし、新車自転車のFOB価格、従って小売金額が 2016 年上半期にピークを迎えたようで、もしこれが直近の動きとして確定されると、2017 年以降米国の自転車市場は台数及び金額とも減少していくことになるであろう。

2. 新車自転車

2-1 新車自転車の車種

米国自転車市場における新車自転車の車種区分: 米国で販売される新車自転車の八つの主要車種区分にはここ 6 年間大きな変化はない。この模様を表DにAからHの順に示す。

表D 米国の自転車車種区分とモデル・タイプの数

車種区分	モデル・タイプの数	車種区分	モデル・タイプの数
A. 全地形	17	E. ロード	9
B. BMX	10	F. リカンベント	4
C. 子供車	6	G. タンデム	3
D. ハイブリッド	4	H. アーバン及びシティ	7
モデル・タイプ数の合計:			60

出典: グラスキン・タウンレイ・グループによる調査

八つの主要新車自転車製品区分の下には 60 のモデル・タイプがあり、ここ 6 年の間に 29 インチや 650b といった新しい車輪サイズのものや、650、660、698、737 などのリム幅のもの、そして電動全地形車などの新しいものが加わった。

先進国の中で米国ほど多くのモデル・タイプが存在する国はないと思う。この事は、米国市場には著名なブランドや多品種少量販売をネット上でおこなうブランド等を併せると 140 を超えるブランド数がある事と呼応しているのである。

以下は米国の八つの新車自転車製品区分と 60 のモデル・タイプのリストである。

A. 全地形 (マウンテン)

- A-1 前後サスペンション 29er
- A-2 フロントサスペンション 29er
- A-3 サスペンションなし 29er
- A-4 前後サスペンション 26 インチ
- A-5 フロントサスペンション 26 インチ
- A-6 サスペンションなし 26 インチ
- A-7 前後サスペンション 27.5 インチ
- A-8 フロントサスペンション 27.5 インチ
- A-9 サスペンションなし 27.5 インチ
- A-10 サスペンションなしシングルスピード
- A-11 ファットバイク 26 インチ 660 リム
- A-12 ファットバイク 27.5 インチ 650-698 リム
- A-13 ファットバイク 29 インチ 737 リム
- A-14 ファットバイク XL26 インチ 660 リム
- A-15 ファットバイク 2XL26 インチ 660 リム
- A-16 ダウンヒル 650b (25.59 インチ)
- A-17 ダウンヒル 26 インチ

B. BMX

- B-1 レーシング 16 インチ
- B-2 レーシング 20 インチ
- B-3 ジャンプ(ダート、ストリート、パーク等) 16 インチ
- B-4 ジャンプ(ダート、ストリート、パーク等) 18 インチ
- B-5 ジャンプ(ダート、ストリート、パーク等) 20 インチ
- B-6 フリースタイル(フラットランド) 16 インチ
- B-7 フリースタイル(フラットランド) 18 インチ
- B-8 フリースタイル(フラットランド) 20 インチ
- B-9 クルーザー 24 インチ
- B-10 クルーザー 26 インチ

C. 子供車

- C-1 12 インチ
- C-2 14 インチ
- C-3 16 インチ
- C-4 18 インチ
- C-5 20 インチ
- C-6 24 インチ

D. ハイブリッド

- D-1 コンフォート
- D-2 コミューター / タウン
- D-3 クロス

D-4 クルーザー / クラシック

E. ロード

- E-1 スポーツ / パフォーマンス
- E-2 スポーツ / パフォーマンス シングルスピード
- E-3 スポーツ / パフォーマンス シングルスピード トラック
- E-4 スポーツ / サイクロクロス
- E-5 フラットハンドル
- E-6 ツーリング / トレッキング
- E-7 グラベル
- E-8 トライアスロン
- E-9 タイムトライアル

F. リカンベント

- F-1 長軸居
- F-2 中軸居
- F-3 短軸居
- F-4 三輪

G. タンデム

- G-1 コンフォート / クロス
- G-2 全地形
- G-3 リカンベント

H. アーバン及びシティ

- H-1 三輪
- H-2 折畳
- H-3 電動
- H-4 全地形電動
- H-5 バケットバイク
- H-6 ロングバイク
- H-7 カーゴバイク

2-1-1 人気商品とそうではない商品

ファットバイクに人気が出ている。オフロードキャンピングから冬季のサバイバルや狩猟、カリフォルニアやフロリダのビーチでのサイクリングに用いられるファットタイヤを装着した各種のファットバイクは、2016 年には全ての販路で販売が好調であった。

ロードバイクは全体として減少しているが、その中で軽量カーボンファイバーのロードバイクとトライアスロン用の自転車がマニアの間で人気が高かった。

各種ヘルメットは年間を通じて人気が高かった。ロード用の軽量で通気性が良くサングラスをかけて使用できるヘルメット、やはりサングラスをかけながら使えカメラも装着でき調整可能なバイザーの着いた軽量オフロード用ヘルメット、更に通勤の時に便利な前後にライトの着いたヘルメットなどの人気が高かった。

サイクリングシューズはロード向け、オフロード向けとも 2016 年を通じやはり人気が高かった。

夜間乗用向けのヘッドライトとテールライトはロード、オフロード用とも人気があり、通勤利用向けのライトも同様である。

水分を発散させ光を反射させたり発光したりするウェアは、方向指示を現示できるグローブやジャケットとともに 2016 年には人気が高かった。またスマホなどのコミュニケーションシステムや GPS と接続できるサイクリング用サングラス、そしてスマートロックの人気も高かった。

2016 年には自転車レーダーが登場し、スマホに接続できるナビゲーションシステムとともに、いち早く注目され人気が出た。

3. 中古自転車

中古自転車は、金融危機以降 2016 年に至るまで引き続き米国自転車業界において小売金額面で大きな地位を占めている。

表Fは 2013 年から 2016 年までの過去 4 年間の米国自転車市場の推定小売金額を示したもので中古自転車が追加されている。

我々は、現在中古自転車は米国内の全ての販路で販売されているほか、ソーシャルメディアや個人間でも取引されており、これらにより過去 4 年間毎年米国自転車市場で 10 億ドル以上の売上高をもたらしていると推測している。僅かずつ減少してはいるものの、中古自転車は今後少なくとも 1～5 年といった目先の期間においては、米国自転車業界の中で一定の地位を維持し続けることは間違いない。

表F 米国自転車業界小売売上高 (単位：US\$百万)、
2013 年、2014 年、2015 年、2016 年の見込み 中古自転車を含む

区分	2013	2014	2015	2016 推定	2016 年(推定)の 2015 年からの変化	
サイクリングウェア	\$665.00	\$670.00	\$672.00	\$670.00	-\$2.00	-0.30%
サイクリングシューズ	\$68.00	\$69.00	\$69.50	\$70.00	+\$0.50	+0.72%
自転車及び部品付属品	\$5,115.00	\$5,415.5	\$5,445.00	\$5,439.00	-\$6.00	-0.11%
自転車関連新製品合計	\$5,848.0	\$6,154.5	\$6,186.50	\$6,179.00	-\$7.50	-0.12%
中古自転車	\$1,672.39	\$1,357.76	\$1,208.41	\$1,198.00	-\$10.41	-0.86
合計	\$7,520.39	\$7,512.0	\$7,394.91	\$7,377.00	-\$17.91	-0.24%
中古自転車の全体に占める割合 %	22.2%	18.1%	16.3%	16.24%		

出典:全米スポーツ用品協会(NSGA) 中古自転車の金額は米国サイクリスト研究から
グラスキン・タウンレイ・グループが推定

\$665.00 とは \$665,000,000、\$68.00 とは \$68,000,000、
\$5,115.00 とは \$5,115,000,000、\$5,848.0 とは \$5,848,000,000 を意味する。

4. 自転車専門店

4-1 米国の自転車店における小売販売

我々は今後 2021 年ごろにかけて米国の自転車店の販路は三つに細分化されていくとみている。

複数の州で展開されるチェーン店：パーフォーマンス・バイシクル社が最大の小売業者で、同社は複数の販路展開をしている。実店舗数は 100 を超え、全米版カタログが用意され、またオンライン販売部門も持っている。同社のほかに、複数の州にまたいで店舗展開をしている企業が 2 社あり、これらは共に御三家²のうちの一社と協力関係にある。これらは全て販売店としてのブランドを持っており、複数販路展開を行っている。主要都市圏市場に立地しており、2016 年現在で合計 160 店舗あるが、2021 年にかけて 300 店から 350 店に増えると我々はみている。この中でパーフォーマンス・バイシクル社は前述のとおり 2016 年に、フジ、ケストレル、ブリーザー、ファットサイクルズ、SEバイク及びオバールコンセプトの親会社であるアドバンスト・スポーツグループに買収された。台湾第三位の自転車製造企業であるアイディアル社はアドバンスト・スポーツグループの財務に関心を寄せている。

ブランドコンセプトストア：2020 年から 2021 年ごろにかけて、いくつかの主要ブランド企業はフランチャイズ店舗或いは企業直営店舗を持つようになるであろう。現在のブランドコンセプトストアには、一店舗のみのものから複数店舗展開しているものまでであるが、全て全米展開しているブランド企業の傘下にあり、在庫の殆どをそのブランドから入手している。全米自転車小売業協会(NBDA)によれば、米国の自転車店の 24.5%、906 店は、一つの供給業者或いはブランドだけから仕入れ、販売しているという事である。この 906 店の 47%、426 店はトレック販売店で、23%、208 店はスペシャライズド販売店、そして 20%、181 店はジャイアント販売店である。

独立自転車専門店：これは多くの場合一店舗のみの展開であるが、10～12%は同一地域内あるいは都市圏の中で 2 店舗以上展開している。年間売上高や店の規模は様々である。これらの店の商圈は、主要都市圏から中小地域圏を含んだ郊外地域といったところである。このグループは 2010 年から 2016 年までは自転車店の典型であった。これらの店の 80%は販売ツールとしてインターネットを活用している。これらの店におけるネット販売の件数は不明であるが、25%から 30%は何らかの形のオンライン販売であるものとみている。2016 年年末時点でこのタイプの店はおよそ 2,500 店あるが、2020 年から 2021 年ごろにかけて、事業を拡大したり適切な小売教育訓練が行われなかったりした場合は、1,500 店かそれ以下になるであろう。もし適切な小売教育や訓練が行われた場合は、2020 年から 2021 年にかけて店の数はもっと増えるであろう。

4-2 新潮流及び異端の自転車店

新潮流或いは異端の自転車店：これは独立の専門小売店で、自転車店とコーヒーショップ、カフェ、ジュース或いはビールの飲めるバーとを融合させ、普段は自転車店に入ろうとはしない消費者たちを引き寄せようとしている店である。これらの店で扱う自転車製品は地元製のものから米国産のもの、欧州ブランドと様々で、中古自転車販売やレンタサイクル、自転車シェアを

² 米国自転車専門店の販路における御三家とはトレック、スペシャライズドそしてジャイアントの 3 社である。

行っているところもある。最初にこの新潮流の自転車が米国に現れた時には、アーバンタイプの自転車や家族向けの自転車を主に取り扱っており、自らの店が立地する地域の中で女性や多様な異文化を持った人たちに対する働きかけを積極的に行っていた。この種の店、或いはこの種の店から派生した店舗モデルは、現在自転車店のない中小規模の地域圏の内部で急増する可能性が高い。2016 年年末時点で、新潮流の自転車店はおおよそ 200 店舗あるものとみている。しかし、2018 年までにこのグループは 500 店舗程度にまで、更にその後もこの割合で増加していくことは間違いない。我々は、このグループが将来の自転車展になる可能性があると考えている。そしてこのビジネスモデルは既に典型的自転車店の財務モデルを変化させており、現行手法はもはやふさわしい物でも、存続できるものでもなくなってしまっている。

営利目的ではない地元の自転車店とか、営利目的ではあるが中古自転車を販売する自転車店は、この種の自転車店から派生したグループである。予備的な調査によれば、自転車店のある地域では自転車保有率が維持され、自転車に乗る回数も増えるという事が示されている。ある地域内で自転車保有率を向上させ、自転車に乗る回数を増やすためには、営利目的ではない自転車店や中古自転車販売店と協力するか、或いはこれらを支援することが自転車業界にとって求められているのかもしれない。

4-3 オンライン

オンライン・ネット専門店：欧州の既存オンライン自転車販売ブランドが米国市場に参入することにより、この業態は成長するであろう。今のところ米国の自転車店の販路は、自転車完成車の大規模オンライン販売業者と競争しているわけではない。全米スポーツ用品協会(NSGA)の最新統計によると、オンライン業者は自転車新車販売推定金額の 8% 近くを占めているとしている。我々は欧州のオンライン自転車販売ブランドが市場に受け入れられるようになるにつれ、彼らの市場シェアも拡大し、2020 年から 2021 年頃にかけて 10% から 12% のシェアを獲得するようになるかとみている。

5. 自転車製造・組立の米国への回帰

2016 年 8 月 20 日付けニューヨーカー誌にオマール・モウアレム氏の「デトロイトで自転車を生産する事は坂道を登るようなものだ」という題名の記事が掲載された。モウアレム氏はこの記事で、現在 40 歳のカナダ・アルバータ州カルガリー出身、2012 年 36 歳の時に自転車を生産するために 4,620 m² の土地を US\$20 万で購入したザック・パシヤク氏を紹介した。

パシヤク氏の事業計画には、都市近郊におけるサイクリングに対する情熱、デトロイトの産業基盤と再活性化された都市近郊サイクリングの動きとを融合させる事などが盛り込まれている。この事業計画では、海外で生産された自転車の製造及び輸送コストが上昇し米国産の自転車が競争力を持つようになり、その結果、都市近郊サイクリングが勢いづくものとみられている。

パシヤク氏は、米国の自転車業界はレース・技術至上主義から、多くの人々を自転車に乗せることに集中するように、焦点を変えるべきだと考えている。パシヤク氏はこの記事の中で、「もしすべての都市近郊地域が、人々が自転車で乗って動き回れるようなところへと変われば、何億人もの人が自転車に乗るようになるかもしれない」と述べている。

パシャク氏が創業したデトロイトバイク社は平坦な道を歩んできたわけではなかったが、2016年には、いくつかの都市で自転車共用システムを運営しているモティベイト社という重要な新規顧客を獲得した。モティベイト社はニューヨーク市の自転車共用システムであるシティバイクを拡大させるため、デトロイトバイク社を採用し、同社にアップ型ハンドルの重量クルーザー 3,000 台を組み立ててもらったのである。これに加え現在デトロイトバイク社は、自社ブランドの自転車を 7,000 台販売する計画を持っており、50 名を雇用する予定である。

同社は自社製自転車の部品をできるだけ多く米国内で製造したいと考えており、このことから最近パシャク氏は北米でより多くの自転車部品を製造することで協力関係を構築するため、ケント・インターナショナル社の CEO アーノルド・カーマー氏と会合を持った。

ニューヨーカー誌の記事によれば、パシャク氏は「カーマー氏は、近々国内での自転車製造が再開されるであろうと私に述べた。彼は、サウスカロライナ州での製造コストを中国と同じ水準か或いはそれ以下に下げることができれば、年間生産台数を 200 万台から 300 万台に増やすことができる。もしそうなれば、もっと良い供給網が必要になると述べた」と語っている。

まだ転換点は見えていない！

昨年報告したケント・インターナショナル社やワークスマン・サイクルズ社はサウスカロライナ州の製造拠点を活用し、今後利益を上げていくであろう。またデトロイトバイク社はデトロイトで収益を得て、利潤も得るようになるであろう。これらの事を考えると、アジアや欧州の部品製造業者や自転車完成車製造業者の一部も、同じように製造拠点を米国に開設するのではないかと興味をわいてくる。

まだ転換点は見えていないが、今後 5 年以内の近い将来、即ちケント・インターナショナル社の米国工場が 100 万台生産するようになる 2021 年ごろまでには、その転換点はやってくるであろう。この時に、1 社か或いはもっと多くの部品供給業者が、北米での製造開始に合意するはずである。

この転換点がやってきた時、米国自転車業界には大きな変化がもたらされるであろう。

6. 2017 年以降の米国自転車市場・業界の見通し

6-1 2016 年大統領選挙とトランプ政権

2016 年 12 月 31 日は米国の歴史で最も物議をかもし、かつ驚くべき結果をもたらした大統領選挙の日から 53 日目の日である。米国の今後の自転車業界にとって新しいトランプ政権はどのようなものになるのか検討してみたい。

米国の自転車生産の国内回帰は数年前に始まっており、製造業の雇用を米国に戻すというトランプ次期政権の公約とは関連がないという事をはじめに指摘しておきたい。

肯定的であるにせよ否定的であるにせよ、このレポートの前の章で検討した国内回帰の動きについて、新政権が影響を与えるかどうかは今後の政策や出来事次第であろう。

2016 年の投票日は、ある人にとってはめでたい日であったし、他の人たちにとっては残念な日であった。しかし実際には、サイクリングを含む移動に関し提言活動を行っている人たちにとつ

ては、祝福すべき日であった。地方投票において、交通関連向け資金の拠出と投資を支持する方策を有権者が支持したからである。

「2016 年選挙は公共交通向け投資が支持されたという点で歴史的投票結果であった」とトランスポーターション・エクセレンス・センター理事のジェイソン・ジョーダン氏は述べている。

ジョーダン氏によると「法案数は記録的な多さだった」、「全米で 77 法案があり、これらの 71% が支持されたが、これは新しい公共交通向け資金\$1,700 億に相当する」とのことである。

有権者により 55 法案が支持されたという事である。資金はワシントンからではなく有権者の財布から直接支弁されるのである！

公共交通は大都市や民主党支持基盤が強い州だけで勝利したわけではない。ジョーダン氏によると伝統的に自動車主体の都市でも、より多くの資金を公共交通に支出するという国民投票法案が有権者により支持された。これらには、ノースカロライナ州ラレーの新しい鉄道及びバスラピッドトランジット、サウスカロライナ州チャールストンの公共交通プロジェクト、オハイオ州コロンバス及びトレド、インディアナ州インディアナポリス、その他都市の公共交通機関の拡充などが含まれる。

米国公共交通協会のアート・グゼッティ氏は「社会資本が欠乏している。これは共和党支持基盤の強い州であるか、民主党支持基盤が強い州であるかに関係なく、全米どこでもそうだ」と語っている。

公共交通に対し提言活動を行っている人たちはトランプ次期大統領が 1 兆ドルにのぼる資金を社会資本に支出させることに期待を寄せている。グゼッティ氏はこの計画をワシントンで二大政党が連携し支援すべき計画であるとしている。

社会資本に 1 兆ドルを支出しないことになったらどうなるだろうか。

民主党シカゴ選出の下院議員ダン・リピンスキー氏は「どのように支出するかという事について議論が始まると途端に話が難しくややこしくになる」と話している。同氏は下院交通社会資本委員会の委員である。

リピンスキー氏は、自らの選挙区もそうであるが、民主党支持基盤である大都市の、その公共交通機関に対し資金を支出することに、共和党議員が同意するか確信が持てていない。仮に共和党議員が同意したとしても財源について疑問を持っている。

トランプ氏は社会資本会計を設立することを考えている。税額控除を用い、個人投資を呼び込み社会資本整備に資金を投じるのである。しかし下院議員リピンスキー氏は、この考え方は基本的に借入金であり、通行料などの収入を元手にして返済しなくてはならないものだと言っている。

リピンスキー氏は「そもそも我々は全ての道路を有料道路にすることを望んではない。また、今までにこのような方法で資金確保された公共交通機関はない」とも述べている。

交通評論家のスティーブ・シュリックマン氏は、社会資本会計の考え方は有料道路、港湾その他利用者から料金を徴収できる施設にはふさわしいと語っている。

シュリックマン氏は元シカゴ交通局専務理事、元イリノイ大学近郊交通センター理事でもあるが、社会資本会計から資金提供されたプロジェクトは借入金を返済するのに十分な収入がないとだめだとも述べている。

氏はまた「十分な収入を得ることができる社会資本など殆どない。通行料不要の道路、公共交通機関、歩道、自転車道、これらはどうだ。収支均衡には至っていない」と述べている。

サイクリングに対し提言活動を行っている人たちの当面の課題は、サイクリングは移動における不可欠な一部であるという明確で強い位置づけを発信させることで、地域社会や市町村にとっても何らかの投資対効果があるということを知ってもらうことである。

サイクリング及びその関連施設は移動の一部であるという考え方は、地方レベルだけではなく連邦レベルでも重要な考え方となってくる。連邦幹線道路支援計画、FAST 法は法律 114-94 として 2015 年 10 月 1 日に遡及して施行されるが、この法律には 2016 年から 2020 年の 5 年間に合計 \$42 億がサイクリング関連に支出されるという計画が盛り込まれている。そしてこの法律はトランプ政権及び第 115 回議会で内容が決定される予定である。

何故か。既に述べたとおり次期大統領は米国の社会資本に 1 兆ドルを支出すると公約している。これには既に FAST 法で提供された資金、或いはその追加分、或いはまだ支出されていない費目でその内容が全く変わってしまうようなものなどが多かれ少なかれ含まれる可能性がある。但し資金計画の抜本的変更には議会の法的措置が必要ではある。

次期政権はこの方向への第一歩を 11 月 29 日に踏み出した。トランプ次期大統領はイレイン・チャオ氏を運輸省長官に指名したのである。

チャオ氏は台湾で生まれ 8 歳の時に両親とともに米国へ移住した。同氏は両ブッシュ政権で働き、ヘリテージ基金とのつながりもあり、多くの企業の取締役としての籍を持ち、ユナイテッド・ウェイ・オブ・アメリカという非営利団体を数年間運営してきた。氏はケンタッキー州選出共和党上院院内総務ミッチ・マコネル氏の夫人である。

その指名に当たってトランプ次期大統領は「チャオ長官はこれまで各方面で強い指導力と専門性を発揮してきたが、この事は社会資本の再整備にあたり、それを財政的に責任を伴った形で実施するという我々の使命にとってかけがえのないものである」と述べた。

チャオ氏は上院の承認を必要とする閣僚レベルの人事において、四人目の女性、二人目のアジア系アメリカ人である。同氏はジョージ・W・ブッシュ大統領の労働長官であったが、閣僚として指名された最初の女性アジア系アメリカ人であった。そして 8 年間のブッシュ(子)政権で唯一最初から最後まで勤め上げた閣僚でもあった。

同氏はジョージ・H・W・ブッシュ政権で運輸副長官を務めた。この事は、将来の米国のサイクリング政策を担当する最も重要な連邦組織について、同氏はある程度認識しているということである。また労働長官を 8 年間にわたり務めたため、巨大連邦組織を率いた豊富な経験も持っているという事である。

更に同氏の経験と夫の地位から、議会や連邦予算の策定過程について自らの立ち位置も理解している。

これらの事は米国のサイクリングにとって良いと思われる。しかし、トランプ政権は自転車施設向けの資金計画を全額計画通りに策定するのか、それとも資金供給に変更を加えるのか、その場合増額されるのか、減額されるのか、現時点では不明である。

また運輸省はサイクリング施設を含んだ膨大な社会資本向けの連邦予算に対し、あまり大きな影響力は持っていないという事も指摘しておかなくてはならない。本当の権限は議会の手にある、FAST 法の予算計画について実際に議論が行われ議決されるのは上院であり下院であるのだ。

もう一つ可能性のある筋書きは、サイクリングは行政・議会の両方から完全に無視されるというものである。しかし既にみてきたとおり、地方・地域レベルでは交通関連予算に関し多くの動きがあり、サイクリングに関し提言活動を行っている人たちは、これらの取り組みを理解するよう既に働きかけを行っており、またサイクリングが地域や地元の移動及び交通計画に確実に取り入れられるよう、自ら目的意識を明確にするとともに、計画を持っている都市名や地域名の総合リストを作成している。

運輸省や新長官からの回答が明らかになるには数カ月かかる。

選挙が終わりはっきり言えることは、2017 年第一四半期から第二四半期にかけての近い将来の期間は、不確実な要素が多いという事である。不確実であるという事はビジネスにとって決して良いことではない。

しかし政権発足まで一カ月を切っており、不確実さを払しょくする出来事、経済や将来何が起きるかについて全体的な信頼感が改善するような出来事が数多く起きるかもしれない。

米国の貿易関係、特に中国との貿易関係には今月から 2017 年 4 月下旬 5 月上旬にかけて注視していく必要がある。というのは 12 月 22 日に次期大統領は中国に対し厳しい批判を行っている経済専門家ピーター・ナバロ氏を国家通商会議代表に指名したからである。同氏は貿易産業政策の責任者も務める。

ナバロ氏は選挙運動期間中にトランプ氏に助言を行った。同氏の著作の中には「The Coming China Wars」と「Death by China」がある。

現在までに明らかになった事から、我々は米国および世界の自転車業界関係者に対し 2017 年前半にかけては、販売計画を大きく増加させない事を提言する。この頃までにはトランプ政権による貿易・法政・政権綱領が明らかにされ、第 115 回議会で法案が可決・成立し、税制・社会資本・貿易関連の新政権の政策、そして経済・小売販売・米国の自転車業界に影響を与える政策が実行に移されると思われるからである。

一方米国自転車業界は、自らの声やメッセージに耳を傾けてもらうため、また業界の取り組みについて効果的に意思疎通を行ってもらい、それを地元・州及び連邦政府等あらゆる政策団体に受け入れてもらうため、新しい政策に基づいた戦略・方法論・方策を受け入れ、変更しなく

てはならなくなる。これはトランプ政権が一期に終わるか二期続くかには関係がない。政治「システム」と政党自身が今回の選挙により変わってしまい、今後これが持続的に進化していくからである。

我々はまた、米国の基本的人口統計は変わらなかったという事も確認しておきたい。但し、誰が投票に行き、誰が誰に投票したかという一部のデータは既に分析されている。

事実、人口統計データベースから人々の投票行動が次第に明らかになっていくのであるが、何故そのような投票行動を行ったか正確に明らかにするにはまだいくつかの調査研究が必要とされている。そして自転車に関する提言活動を行っているグループ、自転車のブランド及び供給企業、そしてその貿易相手先のマーケティング担当者などが、米国人に訴求し或いは実際に連携する際に、或いは自転車乗用の障壁を取り除こうとする際に、新しい戦略・方法論・方策を採用し方針を転換する時に、分析する、そして使う必要があるのは、まさにこの統計なのである。

6-2 将来！

三つの道

我々は、我々の行っている米国自転車市場調査を通じ、金融危機以降、伝統的な内外主流自転車業界の外から新たな経営主体入り込んできていることに気付いていた。これらは自転車製品やサービス、電動自転車などに投資を行い、関係を深めてきている。

同時に 2008 年頃に新潮流或いは傍流の自転車関連事業が現れてきた。主流派とは違い、この傍流の自転車関連事業はとても面白く活力に満ちたものである。キック・スターターや同種のネット資金調達サービスを利用し、新しい概念の自転車、折畳自転車、カーゴバイクそして電動自転車などを販売する新興企業が何百万ドルもの資金を集めた。

現在彼らが集めている資金の額はつい最近まで神話のような状況であったため、彼等は一角獣と呼ばれているのだが、ハイテク新興企業と同様、新しい概念の自転車や自転車関連製品のブランドは、既存の小さな萌芽的な新ブランドとともにクラウドファンディングによる資金を用いて新技術を取り込んだり製品開発に着手したり、実際に素早く製品化を行ったりしている。

10 年前、いや 5 年前ですら、米国自転車市場に既に参入している遥かに資金力の強い自動車関連のブランドや企業及び伝統的主流ブランドに対抗しながら、新しい概念の自転車事業を育て製品や技術の多様化を目的とするこの種の資金調達は、全く存在不可能であったかもしれない。

四つの新しいトレンド、即ち電動車両、自動運転車、いわゆる末端 1 マイルの交通手段、そしてモノのインターネット(IoT)は、促進刺激剤のように機能していて、多くの自動車ブランドや企業が伝統的自転車製品や電動自転車、折畳自転車そして自転車シェアなどを含む自転車業界に強い関心を抱いている。

この同じトレンドが、これまでの米国の大規模な郊外市場や都市圏市場の再地域細分化を伴いながら、新しい概念の自転車や傍流の自転車関連事業に対しても促進刺激剤の効能をもたらしている。

我々は現在米国自転車産業がたどっている三つの道があると提言したい。将来業界が発展し、本当に繁栄するためには、自転車業界が大多数の米国人の移動・交通・余暇活動の需要と必要性を真に満たさなければならない。これら三つの道がいつどのように交わり、合流し、そして融合するかという事次第で将来の業界の発展や繁栄の模様も変わってくると思われる。

三つの道というのは：

- ・伝統的かつ主流の自転車業界
- ・新しい概念や異端の自転車事業
- ・新興一次請け OEM 自転車供給業者

第四次産業革命、指数関数的な時代へようこそ

将来を予測する人たちや分析研究家たちは、我々を含めて今後 5～10 年のうちにソフトウェアや基本 OS が伝統的な産業の殆どを崩壊させてしまうと予測している。

2016 年 1 月 21 日に、GM の会長兼 CEO メアリー・バーラ氏が、政界経済フォーラム (www.weforum.org) 向けの原稿を公表した。2016 年政界経済フォーラムの議題は第四次産業革命であった。以下はその原稿からの引用である。

「我々は、これまで 100 年ほど続いてきた、他との接続を必要とせずそれだけで動き、機械で制御され、石油を燃料とした車両に依存した産業から、相互に接続しあい、電気で制御され、色々な種類のエネルギー源により動く車両に依存した産業への、移行過程にあるのである。自動車産業は今後 5～10 年の間に大きく変化するであろう。そしてその変化は、過去 50 年の変化より大きなものになるであろう。これは我々にとって好機である。クルマはこれまでより優れたものとなり、環境適合性の高いものとなり、面白いものになるだろう」。

「自動車産業は現在、これまでの 100 年間に比べ早く変化している。伝統的産業の一部が崩壊している。そして我々 GM にとって、このことは画期的な新しい好機であると信じている。崩壊を怖がるのではなく、これを先導してゆきたい。そして衝突しないクルマ、大気を汚さないクルマ、混雑を減少させるクルマ、我々の生活において最も重要な事である人と人・場所・活動をつなぐクルマ、をつくってゆきたい」。

「第四次産業革命において自動車産業は重要な役割を担う。当社は、個人の移動の将来を先導し決定していくような他のグループと協働できることを期待している」。

2016 年 3 月 11 日にフォード社は新たな移動サービスについて、設計・製造・育成・投資を行うフォード・スマート・モビリティ LLC を設立した。

フォード・スマート・モビリティ LLC はフォード社の自動車及び移動分野への事業拡張の一環として設立された。フォード社は引き続き中核事業である乗用車・SUV・トラック・電動車両に集中し投資も行っていく。同時にフォード社はフォード・スマート・モビリティを通じ、新たな好機を積極的に追求していく。同社が公表した事業計画によると、同社は接続・移動・自動運転車・顧客の経験・統計及び分析分野でのリーダーになるとしている。

「フォード・スマート・モビリティ及び移動サービスへの事業拡張は大きな成長の好機をもたらす」とフォード社の社長兼 CEO であるマーク・フィールズ氏は述べた。

「我々の計画は既に年間販売額\$54 兆に達している交通サービス市場の一員に一刻も早くなるという事だ」。

「移動の自由を確保するためには、将来を見越した需要、そして将来の世代にとって移動とは何を意味するのか、を継続的に調査することが求められている」とフォード社の会長ビル・フォード氏は述べている。「この新しい子会社は、益々混雑がひどくなり、早急な対策が求められている世界各地の都市交通問題に対し、その解決策を提示することになる」。

2015 年 6 月にフォード社は *MoDe Flex* という折畳電動自転車を発表した。この自転車は通勤利用するのに充分軽いうえ、同社によると週末に自然に囲まれた環境の中で乗るのに充分な強度も持っているという事である。

MoDe Flex は完全コネクト形自転車で、走行ルートを検索したり運動量を調べたりするため、スマホと接続されている。「汗をかかないモード」という機能では、利用者の心臓の脈拍数を検知し利用者が汗をかかないよう充分な電動ペダルアシスト機能が働くようになっている。

クルマがサイクリストを追い越そうとするときには、ハンドルが軽く振動し利用者に警告を発するようにもなっている。視認性を確保するため、特別に設計された LED が組み込まれており、アフターマーケットで付属品を買い足す必要もない。この自転車は折り畳むことができ収納できるようになっているため、クルマからも外付けチャージャーからも充電できる。

試作自転車の範疇を出ないものであるが、これはフォード社の新しい移動への第一歩であった。2016 年 2 月中旬同社は、折り畳み自転車の世界的な製造企業であるダホン社、及びネット小売業者である Direct365 社と提携し、レジャー・アーバンタイプの新しい折畳自転車シリーズを立ち上げ、欧州でフォードのブランドで販売すると発表した。

2016 年 9 月初めフォード社は、クラウドファンディングで起業したサンフランシスコの民間乗合バンサービス運営会社シャリオット社を買収し、更に米国最大の共用自転車運営企業であるモティベイト社に投資し、フォード・スマート・モビリティ社の中に新しい事業部を設立し「移動問題への対策」について助言を行うという計画を明らかにした。

これらは米国の大手自動車メーカーの、移動の分野に対する、そして自転車・電動自転車事業に対する投資及び取り組みの一例である。

我々の調査研究から新しい移動は、新世代のハイブリッド及び電動車両・自動運転車、人力で動く車両・そして電動アシスト自転車・リカンベント・三輪四輪自転車などを含む外縁部から生まれ出てきている事は明らかである。

フォード社とゼネラルモーター社(GM)は、伝統的な主流自動車メーカーにとって望ましいことではない不吉な前兆があるという事を、世界の自動車産業の中で他産業の企業と連携することを通じ、気づき、そして認識するようになったのである。

米国を含む先進国では消費者の間でクルマの個人保有離れが進んでおり、ウーバー社やリフト社のような自動車共用サービスへ移行してきている。ウーバー社とリフト社の2社は、ともに最近自動車相乗りが次の交通の大きな考え方になると強調している。

事実、昨年からはフォード社も GM も、グーグルやテスラといったシリコンバレーの新興企業に対する真の競争企業になると自らを位置づけ、シリコンバレーに調査研究拠点を設け、自動運転車や自動車共用・個人版公共交通といった移動関連新規事業への投資を行っている。

フォード社は新たに獲得した乗合バンサービス運行サービスについて、まずサンフランシスコで開始するが、今後 18 カ月以内に海外 1 都市を含む更に 5 都市へと広げる予定であるとしている。フィールズ氏が「競争上の理由から」と述べている通り、同社は今のところこれらの都市名を公にはしていない。

自動車業界の PON 社のように欧州及び北米で自転車及び電動自転車に投資を行い、米国に販売流通拠点を設けた企業もある。世界の自動車産業向けに電動部品を供給しているボッシュ社は、電動自転車向けのペダルアシスト駆動部品を開発し、欧州生まれの電動自転車製品を米国市場へと拡販しているほか、欧州及びアジアブランドの電動自転車の販売・流通を米国で開始している。

オランダのアクセルグループや台湾のジャイアント社のような著名自転車製造企業・ブランド企業は、米国市場で販売流通拠点を開設し、各々の電動自転車ブランドの販売促進に努めている。

トレックやスペシャライズドといった伝統的で主流の米国の自転車ブランドもアジア、欧州及び北米で電動自転車の販売促進を行っている。

伝統的で主流のブランドのほか、海外の自転車及び電動自転車企業の一部が米国の自転車・電動自転車企業とグループを作り、このうちの一部は米国市場で手応えを得始めている。

しかし、米国自転車市場は欧州やアジア市場とは異なる。特に電動自転車に関してはその傾向が強く、今日の欧州自転車市場では軽く 1/3 以上を占めているものが、米国市場では全くその勢いはない。

この理由は、米国の自転車市場は過去 20 年にわたり成長しておらず、ここ 2~3 年は減少し始めていることと関係がある。自転車利用率も良くて横這いか、むしろ減少気味である。その自転車利用率こそが課題であり、主流自転車企業はそれを正式に認めることを怠り、また有意義な方法で発表もしてこなかった。

米国の自転車市場に関する事実(厳しい現実)は議論の余地がない事であり、米国自転車業界(米国自転車産業は今のところ存在しない)は、今後の傾向として我々がすでに明ら

かにした三つの道へと転化していくことは時間の問題であり、またその厳しい現実が何故三つの道へと転化していくのかという、その理由となっているのである。三つの道のうちの二つはまだ傍流であり、残りの一つは主流ではあるが、これら三つは全て新しい移動へとつながっていくのである。

新しい移動は外縁部から生まれ、伝統的で主流の交通概念を脅かす。そして米国ではこれらが混在し停滞という真の危機に直面する。その停滞により自転車産業には否定的影響がもたらされる。何故ならば現在米国には、日本や台湾そして中国のように調査研究・消費者市場調査・傾向分析そして教育などを調整し方向付けを行う事の出来る、総合的調査機関が存在しないからである。

このような現状から、新潮流そして異端の自転車経営主体、或いは新興一次請け供給企業などが、おそらく伝統的で主流の米国の自転車企業をここ 5 年から 10 年の間に、2027 年までには追い抜くであろう。そしてこのような状態となった折には、総合的調査研究機関が設立されるであろう。

以 上