

<2025 年度自転車情報総合検討委員会年間報告>

2026 年 3 月

一般財団法人自転車産業振興協会



この実態調査は、競輪の補助金を受けて実施したものです。

委員会開催日時 2026年3月17日 14:00-15:50

本委員会は、JKA（競輪）の補助金を受けて運営されるものである。出席者は以下の通りである。

駒形委員長：自転車産業振興協会 会長

津山晃一 委員：株式会社キャットアイ 会長

山部洋幸 委員：奈良県立大学 地域創造学部 准教授

山田玄一委員：自転車産業振興協会 理事

飯塚敦史：事務局

## はじめに

本委員会は、「統計分析」「次世代モビリティ活用」「海外市場動向調査」「産業ビジョン検討」の4つの分科会の成果を共有する場である。各分科会の活動を横断的に俯瞰することで、自転車産業全体の発展に寄与する有益な方向性を見出すことを目的とする。

### <1>統計分析分科会（2025年度 POS 販売統計 年間総括）

#### 調査概要

2024年7月より開始した「POS販売統計」の2025年年間データを見ていく。今回、初めて1年間の年間データが揃った。従来の経済産業省が行なっている貿易統計や生産統計では、業者におけるカウントの仕方などで「その他」分類し、適切ではないこともあり、国内市場の実態が不透明であった。これを解消するため、大手自転車専門店（あさひ等）や個人店の協力を得て、市場の約42%をカバーする独自の統計を構築した。なお、現状このデータには家電量販店のデータなどが入っていない。「POS販売統計」整備の目的として、自転車に関わる事業者に本データを有効活用してもらうことを意図している。内容は概ね下記ようになる。

2025年実績と推計：実数値で販売台数 約196万台、金額 約991億円を記録。市場カバー率から換算した国内総需要は約467万台と推計される。公表統計（生産・輸入合算）の483万台と概ね一致しており、国内需要が500万台を割り込んでいる厳しい実情が裏付けられた。

市場トレンド：円安や部材高騰により車体単価は上昇している。販売台数は前年比92.5%と減少傾向にあるが、金額ベースでは電動アシスト自転車等の高付加価値商品が牽引し、微増または横ばいを維持している。

季節性：日本特有の「春需」集中の傾向は継続しているが、以前に比べると需要の山が小さくなり、期間がなだらかに分散し始めているとの指摘があった。

## コメント

提示されたデータは、卸業者からの情報や実務上の肌感覚と一致しており、信頼性が高い。特にスポーツ車市場は変革期にある。しまなみ海道のようにインフラは整い、そこでのシェアバイクは人気であるが、ハイエンドのロードバイクは、価格高騰とコロナ禍の反動による在庫過多で冷え込んでいるが、乗っている方自体が減っているわけではない。需要はロードから「グラベル」や「ツーリング」へ移行しており、また都市部では駐輪事情からスポーツ系小径車（ミニベロ）の存在感が増している。

## 今後について

ホームページの年間総括のページで公表予定である。POS 統計の委員から意見が出された、データだけではなくコメントもつけてより活用しやすい形で公表することについては現在検討している。4 半期ごとにコメントをつけて、関係する分科会委員のチェックを経て公表する形ですすめる予定である。

## < 2 >次世代モビリティ活用検討分科会（シェアサイクル・電動キックボード）

第 3 回シェアサイクル利用実態調査（電動キックボードを含む）の結果の報告である。これまで 3 回、調査を実施しており、2 年に 1 回の頻度で行われてきた。今回の調査では初めて電動キックボードを調査対象に加えた。参加企業として株式会社ドコモ・バイクシェア、シナネンホールディングス株式会社、チャリチャリ株式会社の 3 大プラットフォームに加えて株式会社 Luup にも参加していただいた。これらの業者でおおむね 100% をカバーしている。得られた結果を考察すると下記のようなになる。

インフラとしての定着：日本のシェアモビリティは「お試し期間」を終え、「生活インフラとしての定着期」へ移行した。総合満足度は 72.8% と高く、日常の足として定着している。利用者の要求水準が高まり質的な満足度を高める方向へシフトしつつある。シェアサイクルとキックボードユーザーは異なる客層である可能性が高い。

ユーザーの重視点：ユーザーが重視するのは「ポートの利便性」や「システムの明快さ」である。事業者が注力する「デザイン」や「環境配慮」は、利用の決定打にはなっていない。

キックボードの現状：認知度は高いが、利用意向は「踊り場」にある。キックボードはネット検索からの利用が多い一方、シェアサイクルは街で見かけて使い始める層が多い。運営側も「立って乗る」より「座って乗る」タイプへのシフトを検討し始めている。

課題：安全性とマナーの維持が最大の焦点である。手軽さとルールの遵守はトレードオフの関係にあり、業界の質的な向上が問われている。

## コメント

- ① キックボードは業界のデータによれば 9 割がシェアリングで販売されているものはほとんどない。大阪でもインバウンドによる電動キックボード利用が増えているが、交通ルールを知らないことが課題である。一方、自転車型シェアサイクルは弊社周辺でも非常に普及しており、一般化が進んだと実感している。
- ② 従来の自転車には乗らない層が、別個のモビリティとして「LUUP」等を日常利用している傾向があるように周囲の観察から感じる。既存の自転車ユーザーとは異なる層が流入している可能性がある。
- ③ 中古自転車の利用者とシェアサイクル利用者は競合しておらず、新たな需要層を掘り起こしている。また、コロナ以降の駐輪場利用率の減少など、既存の交通インフラを補完・代替する関係性について、さらなる分析が必要である。

## < 3 > 海外市場調査検討分科会

担当委員より口頭で報告がされた。1 つ目に海外市場調査検討分科会の必要性について説明する。日本の自転車の約 9 割は海外からの輸入であり、新型コロナウイルスのパンデミック後の在庫調整に加え、現在はトランプ関税や地政学リスクにより、急激なサプライチェーンの見直しが進んでいる。「バイシクルリテイラー」誌のデータによれば、2019 年には米国のアダルト自転車輸入元の約 8 割が中国だったが、2025 年にはカンボジアが 39% を占めるまでになった。日本の国内市場が年間 500 万台を下回る中で、世界的なトレンドや規格の動きを調査し、日本の「高品質・信頼性」という強みを活かすことは、産業の向上に直結する。また、リユースを検討する際にも、部品の耐久性や国際規格（ISO）の動向把握は欠かせない。今回の分科会では、各委員の工場や自振協の技術研究所を見学したが、商社の方などが耐久試験の現場を直接見る機会は少ないため非常に有益だった。

2 つ目に「ハンドメイド・バイクショー」の報告になる。ここはアメリカの新しいトレンドが生まれることを知る機会である。これは短期的な売上直結を狙うものではなく、インフルエンサーやメディアを通じてグローバルにブランド価値を上げるためのコミュニティへの参加である。次に何が流行るかを察知することは、日本市場にとっても重要な情報になる。

3 つ目の海外市場動向調査について。海外市場の概況を AI で収集・分析した結果、2025 年の米国市場は在庫調整により輸入台数が約 25% 減少した。一方、欧州（特にドイツ）では新車販売の 50% 以上が e-Bike であり、法人向けのサブスクリプションや、福利厚生で自転車リースを行う「ジョブラット」のような仕組みが普及している。これにより社員の税金が低く済む仕組みになっているようだ。この仕組みはロビー活動によって達成したようである。イギリスは年間販売が 1970 年代の数値に並に低いですが、世界的に「所有から利用へ」のシフトが進んでいる。日本のスポーツ車市場は現在厳しいが、過去のマウンテンバイクブームのように、海外のトレンドが数年遅れて日本に導入される流れは今後も続く。

現在のトレンドの変わり目を正確に把握することが重要である。

コメント

- ① 日本の事業者が、初期から海外市場で生産・販売を完結させるようなモデル（電動スクーターにおけるテラモーターズのような形態、日本市場では売れず東南アジアで成功した）は、自転車業界でも出てきているか。

回答：オートバイに関してはアジアの EV シフトに注目し、電動オートバイやその部品として販路を広げようとする動きは既にあると思われる。通常の自転車に関しては聞いたことがない。自転車は、従来のレース用だけでなく、健康維持や趣味のツーリングとしての需要は生き残っている。

- ② 中国ではいつものパターンで、スポーツであっても流行るとなれば一斉に作ってすぐに市場が飽和して過剰生産となり、国外に安価に溢れ出すので、日本の企業の狙う高品質な市場がなくなってしまう懸念がある。

回答：中国市場は不動産バブル崩壊により現在非常に厳しい状況にあり、淘汰が始まっている。誤解をおそれず言えばビジネス上信頼や信用があまりない。安かろう悪かろうの製品が溢れる中で、世界的に信頼されている「日本ブランド」を活かすことが重要である。

昨年台湾で調査した際、彼らも既に生産拠点をベトナム等へシフトさせていた。委員によればヨーロッパ系がカンボジアやベトナムに進出し、トランプ関税ショックで日本企業でも中国からカンボジア等へすでに生産をしているとのことであった。アジア圏における地域内分業はさらに進むだろう。

高品質な日本製品の将来性に関しては、シムワークス（SimWorks）のように、日本のハンドメイドの価値を再発見し、コラボレーションして高単価で売るモデルは、大量生産とは別の「ブランド価値」を実現するモデルとして非常に面白い可能性がある。

現在、三ヶ島製作所や日東といったメーカーも、海外のハンドメイド系展示会への出展を通じて、日本製品の信頼性を背景とした商機を見出している。

#### <4>産業ビジョン検討分科会（リユース調査）

産業ビジョン検討分科会では、2018年度から同じようなメンバーで都度トピックを選び継続してきた。今年度は再生やリユースに着目し、日本国内における実態の全体像を明らかにしたいという狙いで調査を行ってきた。訪問先は報告書の最後に記載しているが、港区、東大阪、堺などで話を伺った。なぜリユースなのかという点だが、1つ目に、自転車の勉強をするようになってから、為替レートの変動によって中古自転車の売れ行きが良くなったというニュースを過去に2回ほど目にした。そこにコロナ禍で中国からの調達が途絶するタイミングが重なり、業界に非常に強い影響があったことが印象に残っている。現在も円安で価格の上押し圧力がかかっているが、こうした状況下で、国内の輸送・移動用

途で安い自転車が好まれる中、消費者の選択肢としてリユースはあり得ると考えた。

2 つ目に、日本の自転車業界は 90 年代から 2000 年代前半を通じて国内生産が解体し、未だに中国依存が構造化している。調達が途絶するリスクを考えた際、リユースで国内循環させる仕組みを作っておくことは有効である。

3 つ目に、国内のスポーツ車市場を展開しようとした際、リユースがエントリー層の入り口になったり、より良いモデルに乗り換えるルートになったりするという側面がある。

最後に、今回の調査を通じて改めて感じたことだが、あさひのリユース事業はトヨタの中古車事業に似た側面がある。しっかりした品質のものを合理的な価格で提供できるのであれば、新車である必要はない。あさひの整備能力で品質を保証して売れば、新車でも中古でも構わない。今の自転車屋の勝負どころはメンテナンスにある。しっかりメンテナンスをして消費者に責任を持って送り出すことは、販売側にとってもビジネスになると感じた次第である。

調査の実態として見えてきたのは、中古自転車の循環には「完成車としての循環」「部品としての再利用」「素材・資源としての循環」という三つの次元があるということだ。資源については立命館大学の先生とともに、自転車の循環については自治体の放置自転車対策の観点から、大阪の一部自治体と港区の事例を見てきた。港区は非常に先進的な事例で、シルバー人材センターの方々が「新車よりも品質が高い」という自負を持って再生に当たっている。目利きが放置自転車の中から使えそうなものをピックアップし、解体して使える部品を組み合わせ再生させている。非常に人気があり、供給量が作業能力の上限になっているほどだ。ママチャリだけでなく多様な車種が、しっかりとした管理の下で再生されていた。一方、堺市は全ての自転車が中古自転車として再生されることなく、資源ごみとして利用可能な部分は再利用が図られている。東大阪は、廃棄される部分が非常に大きい。自治体の対応が極めて多様であることも確認された。同時に、中古市場にはリユース専門の業者もいる。委員がサイクルショップ金岡から直接話を聞き、市場の中間あたりの状況を補足した。

報告書の最後では、あさひ、およびスポーツ自転車のリユース事例を取り上げた。課題として浮き彫りになったのは、放置・廃棄自転車の中で再生されているのはごく一握りであり、輸出を含め、その他の実態がまだ十分に分かっていないことだ。部品としての再生についても、次年度に引き続き追跡していきたい。

また、リユース調査を通じて「防犯登録」の問題に行き着いた。自治体をまたぐ登録のやり直しなど、現行制度がいかにも不合理であるかを改めて確認した。ユーザー目線に変えていかなければならない課題である。次年度は引き続き事例を増やしていく方針だ。

## コメント

- ① リユースは非常に大事なことだ。欧米では古い自転車が大事に乗られている。かつて日本が年間 1000 万台以上消費していた頃は放置自転車が海外へ輸出されていたが、今

は資源を大切にしなければならない時代である。特に子供車などはサイズの問題ですぐに乗れなくなるため、もったいないという意識からもビジネスが増えていくだろう。あさひのような新しいビジネスモデルがもっと増えていけばいい。

- ② あさひは状態の良いものを買取り、メンテナンス工程を最小限にし、短縮して高く売るというモデルで成功している印象だ。それでも相当なペースで拡大しているようである。そうすると、あさひが扱わない部分のリユースがどうなっているかを次に把握する必要がある。
- ③ あさひが取り扱わない部分に関連して、中古自転車屋にインタビューを行った。仕入れに関して、最近マンションの放置自転車の仕入れが主流だ。以前は自治体の改修した放置自転車の入札が中心だったが、今は外国人バイヤーが買取りが多く見られるとのことである。彼らは自国のマーケットに流している話も出ている。入札台数自体は以前に比べ大きく減っている印象を受けた。輸出した先の市場として、途上国では自転車そのものを知らない層もあり、これらは大きな市場かつ社会貢献の面でも大きな可能性があるかもしれない。今後の展望としては、どれだけ国内の中古自転車の需要がどのくらいの規模があるのかという推計を出すことが、この委員会の次の課題である。
- ④ 中古自転車市場については、現在国内で作っていない以上、中古自転車売買を通じて付加価値が国内に残るなら良いのではないかという印象を持った。
- ⑤ 一点、スポーツ系のロードバイクはハイエンドなカーボン製が増えているが、カーボンのリユースは事故歴が分かりにくいという危険な面もある。非破壊検査機などを使わない限り、状態がわからない。事故が起きた際の責任問題が非常に怖い。リユースを考える中では、耐久性や補修体制、ルール作りが必要ではないか。
- ⑥ スポーツ車の二次流通市場がまだまともにルール整備ができていない中で、どうしていくべきかは今後の課題である。ただし、カーボンフレームの非破壊検査については、安価なセンサーも普及し、始めているようだ。ちゃんとした店では、保証がない怖さをそうした技術でカバーし、ハイエンド品のリセールに活路を見出している動きもあるようである。

## おわりに

今回は初めての試みとして、進行中の四つの調査事業と一緒に検討する機会を持った。今後も業界に貢献できる情報発信を続けていくことが必要であろう。