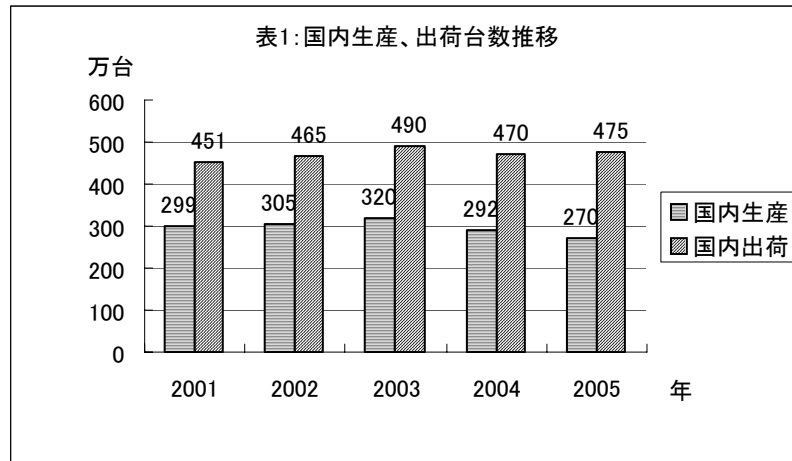


ドイツ自転車市況－2005

2005年上期の出荷は、自転車需要の大きい時期に気候が安定しなかったことに加え、失業率が依然高く消費意欲も低いままで、需要は伸びなかった。そのため通年の出荷台数は前年を大きく下回ることが予想されていたが、下期に天候が安定したこと、国内経済回復の兆しが見え消費が持ち直したため、完成車の国内出荷は、475万台（2004年470万台）と前年比1%の微増となった。国内生産は270万台（2004年292万台）と前年を8%下回ったが、2001年から多少の上下はあるもののほぼ同じ水準で維持されている（表1参照）。



《平均販売価格、業態別売上》

全業態平均の販売価格は、341ユーロ、専門小売店の平均販売価格452ユーロで前年とほぼ横ばいであった（表2参照）。2001年から平均販売価格はほぼ横ばいで推移しているが、この間に完成車に装備されているコンポーネント、サスペンション及び照明などのグレードが上がったため、メーカー、小売店及び流通過程の利幅が大きく圧縮されている、と言われている。

表2: 平均販売価格 (単位:ユーロ)

年	2001	2002	2003	2004	2005
全業態平均	360	353	344	341	341
小売専門店平均	480	480	459	450	452

* 出所: ZIV (ドイツ二輪産業協会) 資料

VSF (自転車小売専門店組合) によると、完成車の販売では十分な利益が確保しにくい状況にあり、アクセサリ、補修部品及び修理によってかろうじて経営が成り立っていると分析

している（表 3 参照）。

表 3: 自転車小売店の売上割合

品目	割合
完成車売上	53.1%
部品・アクセサリ	23.1%
修理	17.5%
ウェア	6.3%

* 出所：VSF 資料

業態別では、依然として専門小売店が高いシェアを維持していることが注目される。このため全体の販売価格は保たれている（表 4 参照）。

表 4: 販売業態別シェア

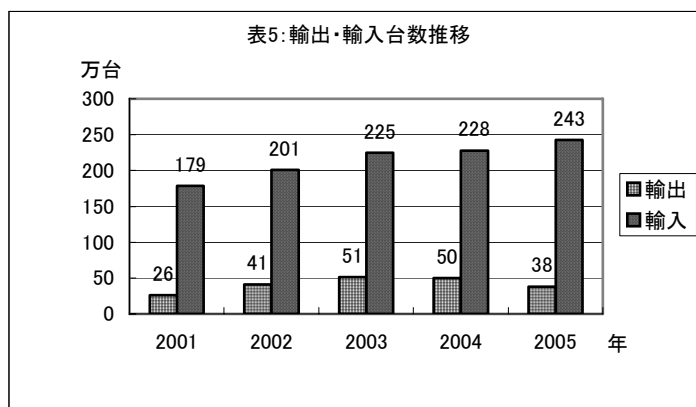
販売形態	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年	2005 年
自転車小売専門店	53.0%	49.0%	49.0%	52.0%	52.0%
デパート・DIY 店・小型スーパー	39.0%	42.0%	43.0%	41.0%	39.0%
通信販売	5.0%	5.0%	5.0%	4.0%	3.5%
インターネット	—	1.0%	2.0%	2.0%	3.5%
その他	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	2.0%

* 出所：ZIV 資料

《輸出入》

利幅を確保するためドイツ企業は、東欧・中欧諸国へ生産移転を行っており、これらの国からの輸入が増加している。また、2004 年 2 月に台湾を原産国とする完成車に対する EU のアンチダンピング税賦課期限が満了したため、台湾からの輸入は増加した。一方、2005 年 7 月のベトナムを原産国とする完成車に対する EU のアンチダンピング課税（34.5%）の決定により、ベトナムからの輸入は激減している。

ドイツからの輸出台数は、前年の約 50 万台に比べ 38 万台と 12 万台減少している（表 5、6、7 参照）。



* 出所：ZIV 資料

表 6: 輸入地域別台数-前年比

輸入地域別／年／構成比	2004 年	2005 年	前年比(台数)	前年比
他の EU 諸国	1,240,654	1,307,901	67,247	5.4%
その他欧州	2,994	2,932	-62	-2.1%
中欧(トルコ、ブルガリア)	114,654	170,730	56,076	48.9%
アメリカ・オーストラリア	1,703	1,988	285	16.7%
アジア	914,625	950,251	35,626	3.9%
その他	11,467	190	-11,277	-98.4%
合 計	2,286,097	2,433,992	147,895	6.5%

* 出所：ZIV 資料

表 7: 主要輸入国別台数-前年比

輸入国別内訳	2004 年	2005 年	前年比(台数)	前年比
ポーランド	304,781	400,274	95,493	31.3%
台湾	406,253	509,398	103,145	25.4%
リトアニア	251,191	330,186	78,995	31.5%
ベトナム	314,423	184,393	-130,030	-41.4%
イタリア	129,094	86,155	-42,939	-33.3%
オランダ	114,002	102,851	-11,151	-9.8%
フランス	105,322	104,275	-1,047	-1.0%
チェコ	39,173	38,109	-1,064	-2.7%
インド	47,430	55,303	7,873	16.6%
その他	574,428	623,048	48,620	8.5%
合 計	2,286,097	2,433,992	147,895	6.5%

* 出所：ZIV 資料

《ドイツ市場-2006》

価格競争は激化しているが、一方で昨年末自転車 EN 規格が発行された。各メーカーとも自転車の安全性・品質を担保する必要がある、このため製品価格の上昇も予測されている。ZIV

(ドイツ二輪産業協会)では、新しいEN規格が追い風となって平均価格が底上げされることを期待している。

また、ドイツ流通業大手のMetroによると、来年度消費税率が現行の16%から19%に引き上げられることが決まっており、税率引き上げ前の駆け込み需要が予測されること、サッカー・ワールドカップ・ドイツ大会開催の波及効果などにより、国内消費が拡大するという楽観的な観測がなされている。

ZIVでは、原油価格高騰により自動車の燃料費が日々上昇していることや人々の健康意識の高まりなどを背景に、自転車利用を推進する新しいキャンペーン「バランスサイクリング」を提唱し始めた。これは、全ての自転車利用者に向けた利用推進キャンペーンで、自転車利用が健康増進に役立つことを柱に、日常の自転車の楽しみ方、自転車を使った小旅行及び自転車競技の紹介などをおして新しい購買層の取り込みを試みている。

車種別の販売割合は以下の表8のとおりである。

表 8:車種別販売割合

車種	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年
トレッキング車	25%	27%	28%	28%	28%
シティ車	25%	27%	27%	27%	27%
ATB	19%	18%	16%	15%	15%
MTB	10%	10%	10%	9%	11%
*MTB 類型車	7%	5%	5%	4%	
子供車	4%	4%	4%	4%	5%
幼児車	5%	4%	4%	3%	3%
オランダ型及びツーリング車	3%	2%	2%	2%	2%
レース用自転車/フィットネスバイク	1%	2%	3%	7%	8%
その他	1%	1%	1%	1%	1%

* 2005年統計からMTB及びMTB類型車の区分がなくなりMTBとして表示。

* 出所：ZIV資料

(デュッセルドルフ事務所)