

平成 19 年度 スポーツサイクルに関する意識調査
報告書

平成 20 年 3 月

財団法人 自転車産業振興協会

KEIRIN



この調査は競輪の補助金を受けて実施したものです。

<http://ringring-keirin.jp>



まえがき

平成 12 年 6 月に我が国の自転車産業活性化を図る目的で、「自転車産業活性化対策研究会」が発足し、その専門部会である「需要拡大部会」において、自転車の需要拡大等に関する調査を過去に実施してまいりました。

さて、平成 19 年度においては、ここ数年需要動向が増加しつつあると推定されるスポーツサイクルに焦点を当て意識調査を行い、スポーツサイクルの動向についての現状把握を行うとともに、将来的な消費動向の参考とするため、その利用実態や今後の購入意向等、意識調査を実施いたしました。

近年、日本における社会情勢等の変化により、自転車業界においても自転車を取巻く環境、自転車利用に関するライフスタイルの変遷等、自転車も単に生活用移動手段としてのツールに留まらずスポーツ、レジャー及び健康維持・増進の道具として多岐にわたり利用されつつある現状を踏まえて、消費者がスポーツサイクルに対してどのような意識を持っているか等の実態を調査の上、把握することは消費動向を探る意味で極めて意義のあることと思われまます。

なお、今回実施しました調査結果を基にスポーツサイクルの新たな消費効果に期待し、業界においての製品の開発、利用促進の一助となり、新たな需要促進の基礎資料となれば幸いに存じます。

最後に本事業は、日本自転車振興会よりの競輪収益金の補助を受けて実施いたしましたことをご報告するとともに、調査に当たって、ご協力を戴きました有識者、関係各位、並びに調査を担当していただきました、株式会社 NTT データ経営研究所の方々に対して、深く感謝の意を表す次第です。

平成 20 年 3 月吉日

財団法人自転車産業振興協会
会長 阿部 忠壽

目次

第1章 . 調査の概要	1
1 - 1 . 調査の目的	1
1 - 2 . 調査の構成	1
第2章 . Web アンケート調査	2
2 - 1 . 調査の仕様	2
2 - 2 . 調査の対象者の属性	2
2 - 3 . 調査結果の概要	6
2 - 4 . 調査結果	19
2 - 4 - 1 . 現在の自転車の利用状況	19
2 - 4 - 2 . 自転車に関する情報の入手	39
2 - 4 - 3 . 新たな自転車の利用	50
2 - 4 - 4 . スポーツサイクルの購入・利用意向	80
第3章 . グループインタビュー	99
3 - 1 . 調査の仕様	99
3 - 2 . 調査結果	100
第4章 . メーカーヒアリング	135
4 - 1 . 調査の仕様	135
4 - 2 . 調査結果	136
第5章 . 調査結果を踏まえた課題と提言	147
5 - 1 . 調査結果の総括	147
5 - 2 . スポーツサイクルの浸透に向けた課題と提言	149
参考資料	
参考資料1 . Web アンケート調査票	154
参考資料2 . 平成19年度自転車産業活性化対策研究会 需要拡大部会 委員名簿	170

第1章．調査の概要

1 - 1．調査の目的

スポーツサイクルの需要拡大を図るため、ロードレーサー、クロスバイク、マウンテンバイク等に代表されるスポーツ車に関して、消費者の意識調査（Web アンケート調査）を行い調査結果に基づき集計・分析を行なうとともに、グループインタビューにより消費者意識を掘り起した結果を踏まえてメーカーへのヒアリング調査を実施し、その結果を報告書に取り纏め、今後の製品開発および販売促進のための資料とする。

1 - 2．調査の構成

1 - 2 - 1．Web アンケート調査

15～65歳までの全国の一般消費者 4,500名に対する Web アンケートにより、消費者のスポーツサイクルや、サイクルスポーツに関する意識、購入意向などを把握した。

1 - 2 - 2．グループインタビュー調査

Web アンケート調査の対象者の中から、以下の3カテゴリーについて各5名ずつを抽出し、消費者の意識を深掘りした。

(1) サイクルスポーツを実践していると回答した方・・・・・・・・・・・・・・・・計5名

(2) スポーツサイクルを認知していると回答した方としていないと回答した方・・・計5名

(3) スポーツサイクルを購入する場合、国内メーカーがよいと回答した方と

外国メーカーがよいと回答した方・・・・・・・・・・・・・・・・計5名

1 - 2 - 3．国内自転車メーカーヒアリング調査

国内自転車メーカー4社へのヒアリングから、グループインタビュー結果に対する自転車メーカーの意向や、自転車メーカーの意識などを把握する。

第2章．Web アンケート調査

2 - 1 . 調査の仕様

2 - 1 - 1 . 調査の目的

本アンケートにおいて狙いとした事柄は以下の三点である。

- ・ 自転車の利用実態の把握
- ・ サイクルスポーツに対する意識の把握
- ・ スポーツサイクルの購入意向の把握

2 - 1 - 2 . 調査対象者

- ・ 15～65歳までの全国の一般消費者
- ・ 首都圏（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）・中部（愛知県、静岡県）・関西（京都府、大阪府、兵庫県）から7割、他の道県から3割を抽出

2 - 1 - 3 . 調査方法

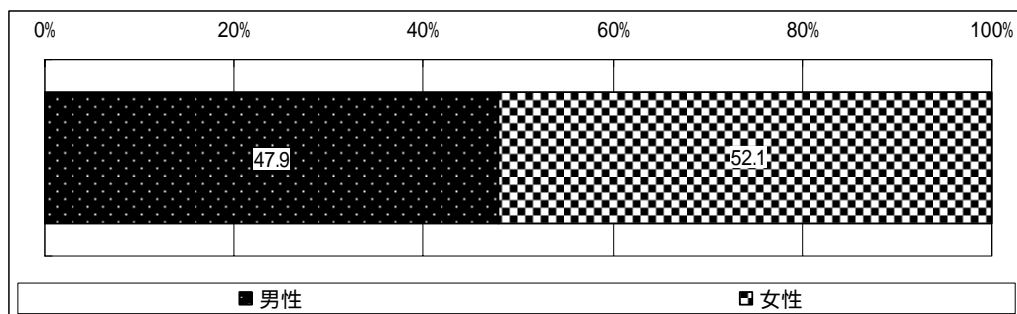
Web アンケート調査

2 - 1 - 4 . 回収数

4,500 標本

2 - 2 . 調査の対象者の属性

2 - 2 - 1 . 性別（F 1）

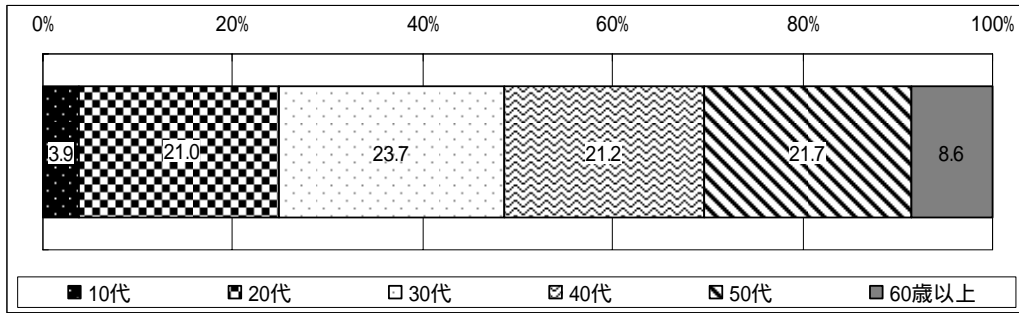


（母集団との比較）

(%)

	総数	男性	女性
本調査結果	4,500	47.9	52.1
母集団(平成17年国勢調査)	84,092,414	50.2	49.8

2 - 2 - 2 . 年齢 (F 2)



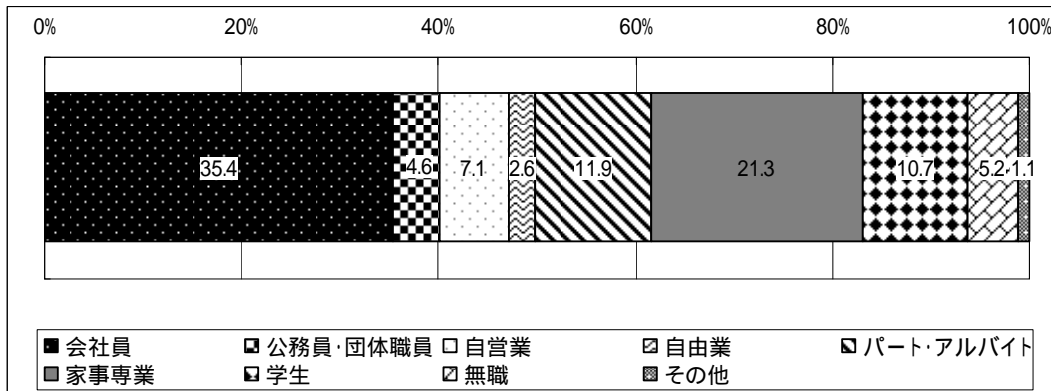
(母集団との比較)

(%)

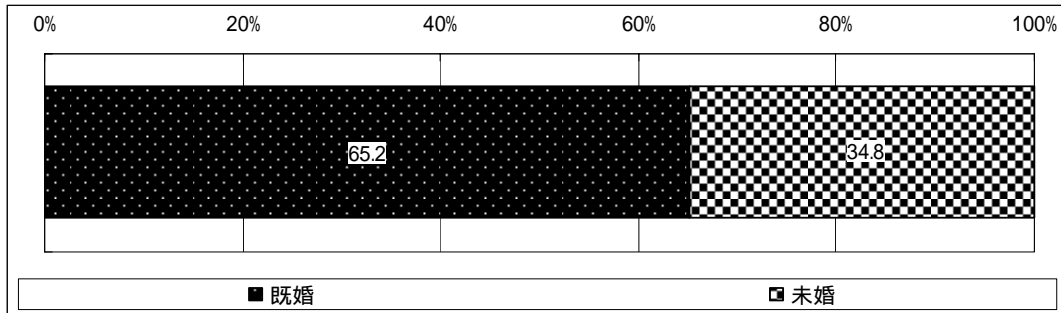
	総数	10代	20代	30代	40代	50代	60歳以上
本調査結果	4,500	3.9	21.0	23.7	21.2	21.7	8.6
母集団(平成 17 年国勢調査)	84,092,414	7.8	18.6	22.0	18.8	22.7	10.2

調査対象は 15 歳 ~ 65 歳のため、10代は 15 ~ 19 歳、60 歳以上は 60 ~ 65 歳をさす。

2 - 2 - 3 . 職業 (F 3)



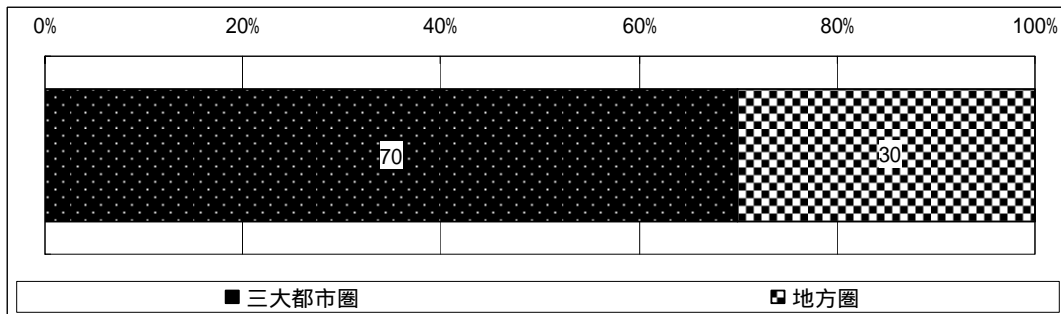
2 - 2 - 4 . 既婚 / 未婚 (F 4)



(母集団との比較) (%)

	総数	既婚	未婚
本調査結果	4,500	65.2	34.8
母集団(平成 17 年国勢調査)	84,626,457	65.6	34.4

2 - 2 - 5 . 居住地域 (F 5)

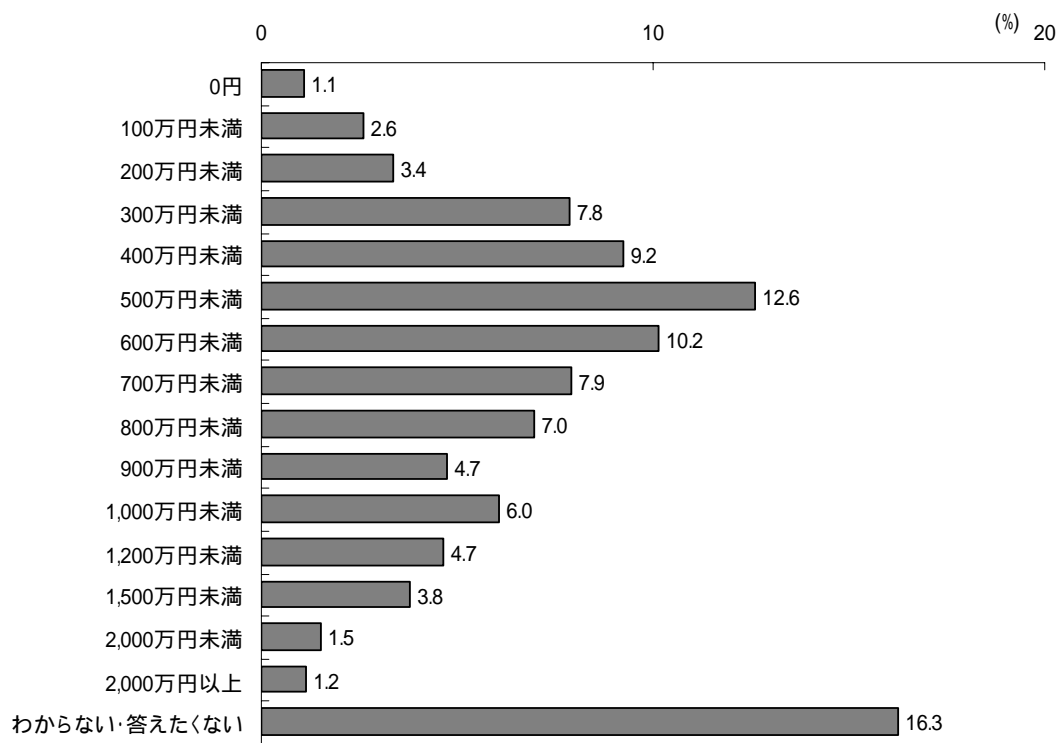


(母集団との比較) (%)

	総数	三大都市圏	地方圏
本調査結果	4,500	70.0	30.0
母集団(平成 17 年国勢調査)	85,676,525	46.4	53.6

今回の調査では、母集団の分布に係わらず自転車の利用の多い三大都市圏から7割を回収できるように調査を実施している。

2 - 2 - 6 . 年収 (F 6)



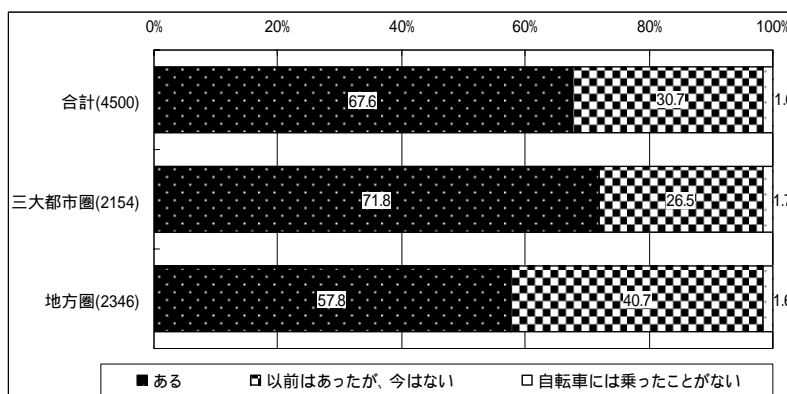
2 - 3 . 調査結果の概要

2 - 3 - 1 . 現在の自転車の利用状況

(1) 自転車利用の有無

- ・ 調査対象者 (15 歳 ~ 65 歳の一般国民) の約 2/3 の 67.6% が自転車を利用している。
- ・ 特に三大都市圏では、全体と比較して 4.2% 多い。逆に地方圏では、全体の数値と比較して 9.8% 低くなっており、各都市圏における自転車の保有率が自転車の利用状況の数値にそのまま反映していると考えられる。

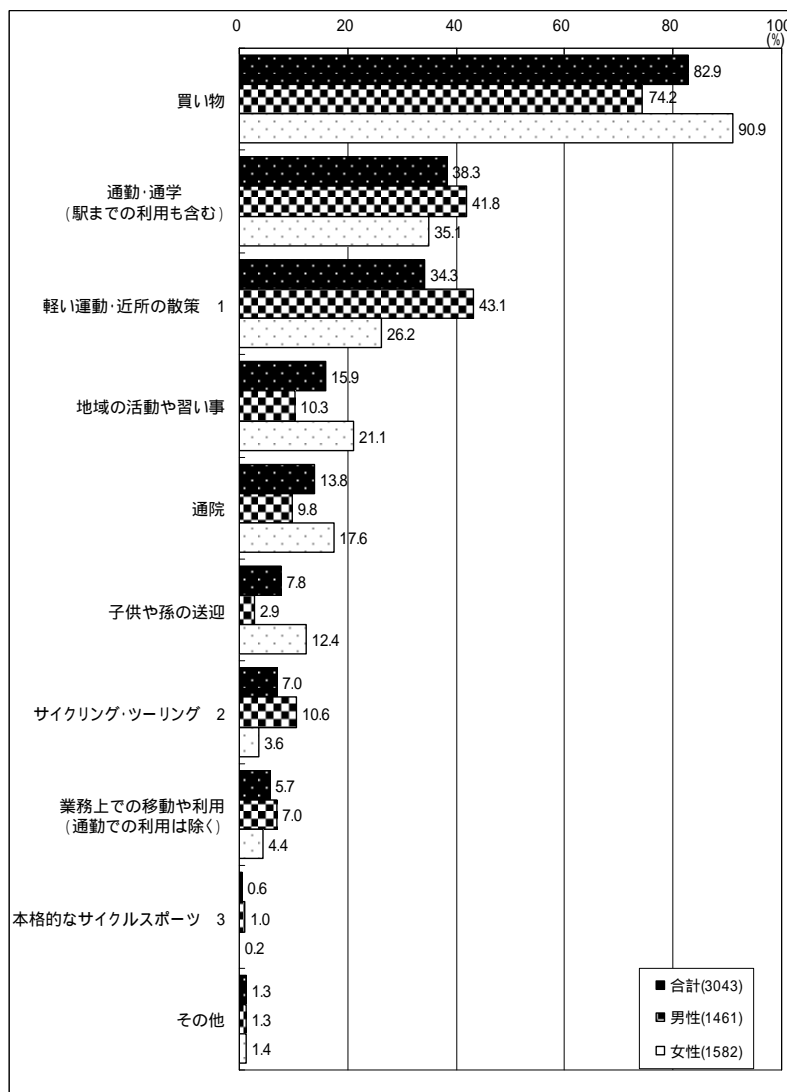
図表 1 : 普段、自身で自転車に乗ることがあるか (地域別)



(2) 自転車の利用目的

- ・ 自転車の利用目的は買い物が 82.9% と最も多く、通勤・通学が 38.3%、軽い運動・近所の散歩が 34.3% とこれに次いでいる。
- ・ サイクリング・ツーリング、本格的なサイクリスポートに関しては男性の方が回答率は高くなっており、現状ではサイクリスポートには男性の方が積極的であることが窺える。

図表 3 : 自転車利用者の利用目的 (性別)



1 軽い運動・近所の散歩の例：家の近所を歩く感覚で乗る、自転車散歩、自転車を足代わりに近場へ出かける

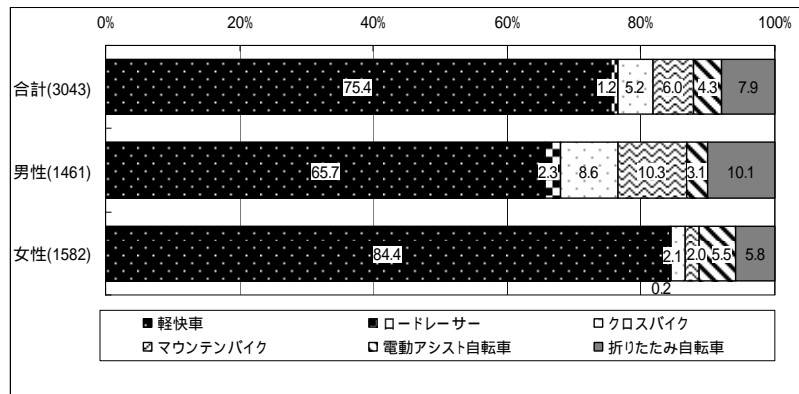
2 サイクリング・ツーリングの例：長い距離を自転車で走る、自転車旅行、泊りがけで自転車に乗る

3 本格的なサイクリスポートの例：ロードレース、クロスカントリー、ダウンヒルなど競技への参加

(3) 利用している車種

- ・ 「軽快車」が75.4%と最も多い。
- ・ スポーツサイクルはロードレーサー、クロスバイク、マウンテンバイクの3車種合計で全体の12.4%である。
- ・ スポーツサイクルは3車種全てについて男性の方が女性より保有している割合が高く、サイクルスポーツ実践の割合の高さを反映したものと考えられる。

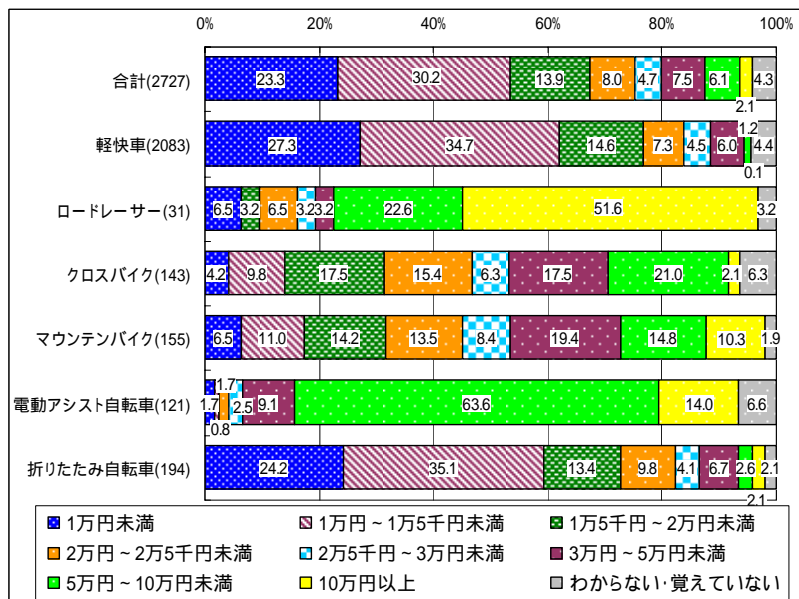
図表 13：利用している自転車の車種（性別）



(4) 購入価格

- ・ 「1万円～1万5千円」が最も多く、全体の約65%が2万円以下である。
- ・ ただし、ロードレーサーでは10万円以上の回答が約半数の51.6%、クロスバイク、マウンテンバイクでも2万5千円以上のものが約半数（それぞれ46.9%、52.9%）、5万円以上のものが約1/4（それぞれ23.1%、25.1%）を占めており、スポーツサイクルは比較的高価格である。

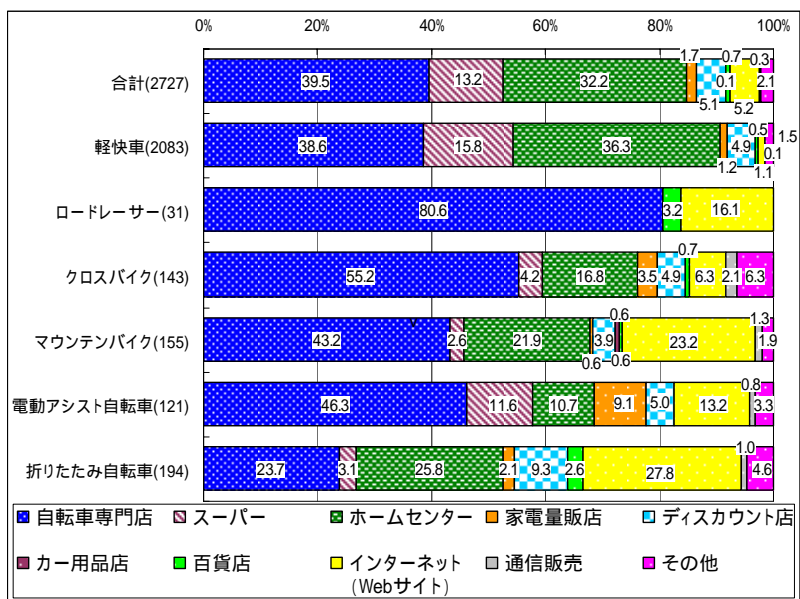
図表 18：自転車の購入価格（現在利用している車種に対して）



(5) 購入場所

- ・ 「自転車専門店」が39.5%、「ホームセンター」が32.2%とともに多い。
- ・ ただし、スポーツサイクル、特にロードレーサーでは「自転車専門店」が80.6%であり、特に多い。
- ・ スポーツサイクル、特にマウンテンバイクやロードレーサーでは「インターネット」で購入する割合も比較的高い。これは趣味性が高く、近くの自転車店の品揃えで満足できない消費者がいることが反映されたと考えられる。

図表 20：自転車の購入場所（現在利用している車種に対して）

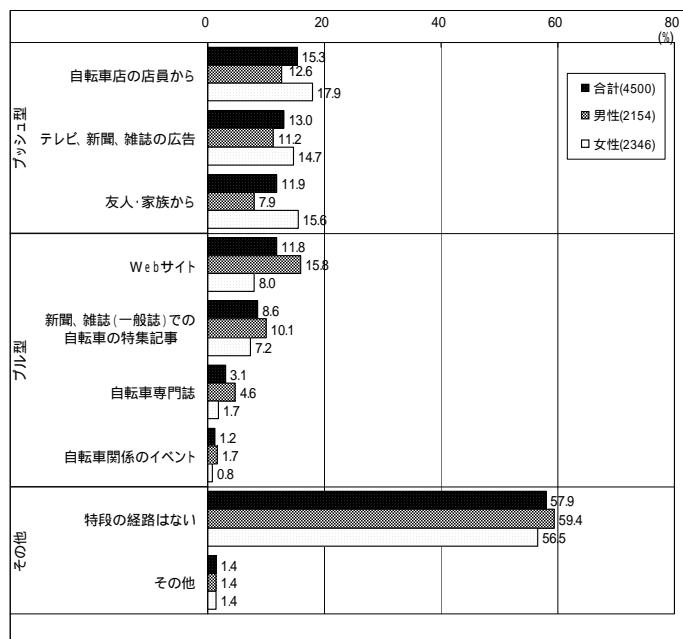


2-3-2. 自転車利用に関する情報の入手

(1) 自転車の情報の入手元

- ・ 「特段の経路はない」(57.9%)以外では、「自転車店の店員から」(15.3%)、「友人・家族から」(11.9%)といったいわゆる「クチコミ」と、「テレビ、新聞、雑誌の広告」(13.0%)、「Webサイト」(11.8%)のマスメディアがともに多く、多様な情報源から情報を収集している。
- ・ 「自転車専門誌」や「Webサイト」など、自分から探しに行くプル型の情報源については男性の方が回答割合は高く、積極的に自転車の情報を収集している。

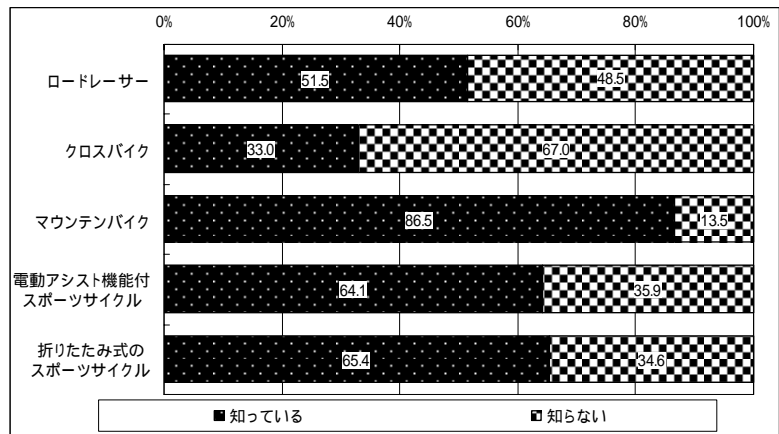
図表 28：普段の自転車に関する情報の入手元（性別）



(2) スポーツサイクルの認知

- マウンテンバイクの認知度は86.5%と高いが、クロスバイクの認知度は約1/3の33.0%にとどまっている。

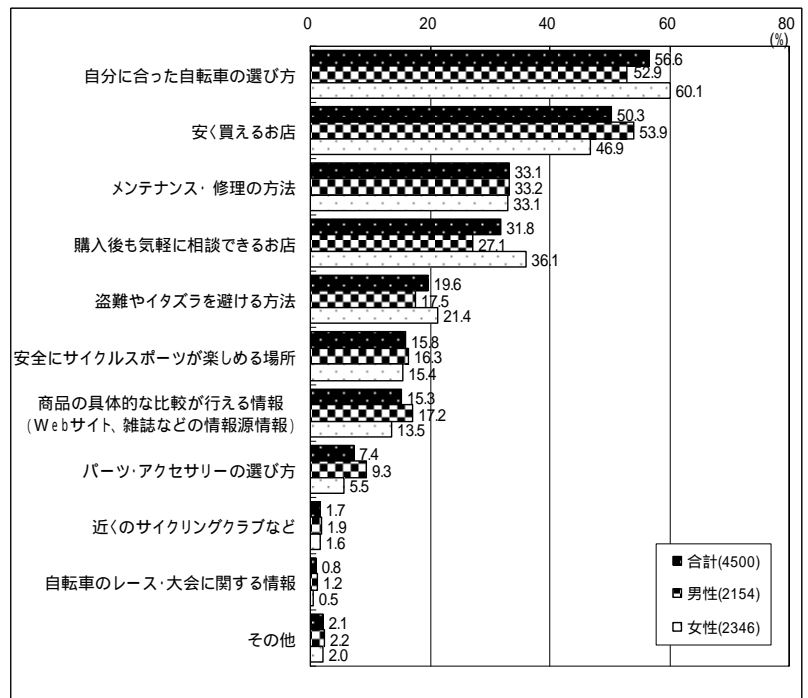
図表 31：スポーツサイクル認知の有無



2-3-3. 購入・利用に向けた必要情報

- 「自分に合った自転車の選び方」(56.6%)、「安く買えるお店」(50.3%)が特に多い。
- 男性は「安く買えるお店」が53.9%と全体より多いのに対し、女性は「自分に合った自転車の選び方」(60.1%)や「購入後も気軽に相談できるお店」(36.1%)など、基本的な情報を求める回答は男性より多い。

図表 42：スポーツサイクル購入・利用に際しての必要情報（性別）

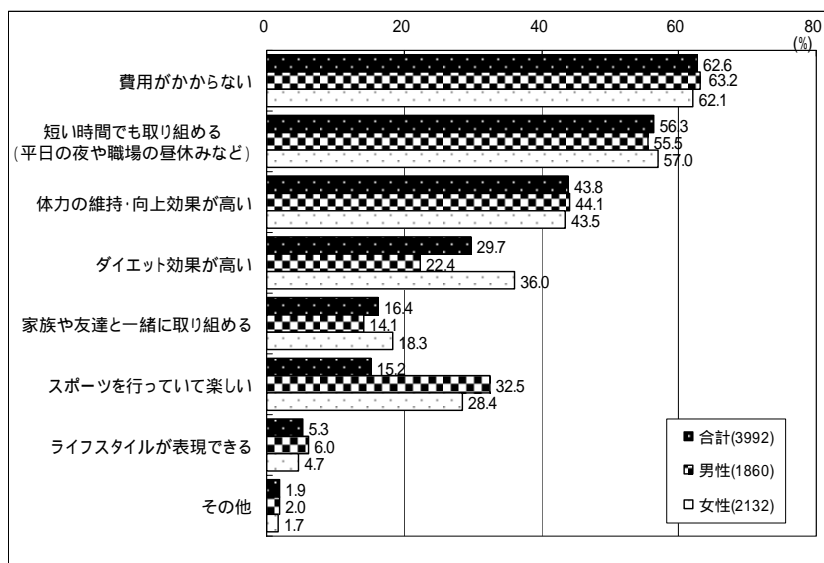


2 - 3 - 4 . 新たな自転車の利用

(1) 日常行う運動を選ぶ際の重視項目

- ・ 「費用がかからない」(62.6%) 「短い時間でも取り組める」(56.3%) 「体力の維持・向上効果が高い」(43.8%) などが多い。
- ・ 上位3位は男女とも多いが、これに次ぐ4位は、男性の場合「スポーツをやっていて楽しい」(32.5%) が、女性の場合「ダイエット効果が高い」(36.0%) である。

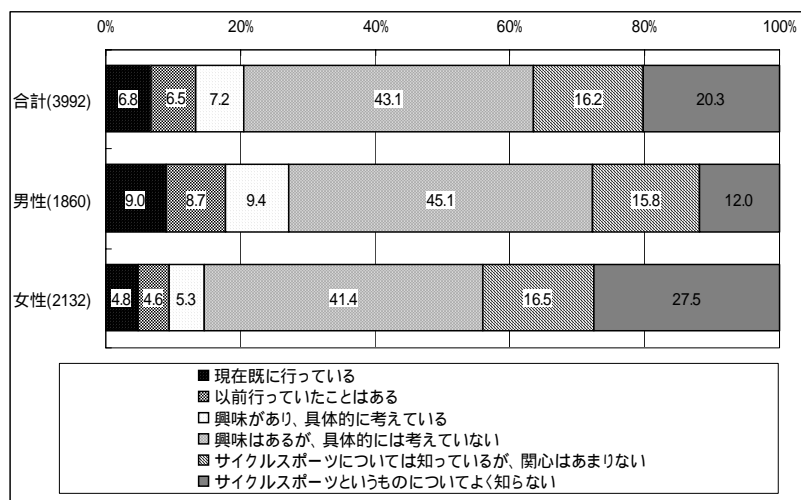
図表 53 : 現在行っている運動を決める際、あるいは行いたい運動を決める際の重視項目 (性別)



(2) 日常行う運動としてのサイクルスポーツへの意向

- ・ 「興味はあるが、具体的には考えていない」が 43.1%と最も多い。
- ・ 男性の方が、「現在既に行っている」や「興味があり、具体的に考えている」などの積極的な回答がわずかながら多い。女性は「サイクルスポーツというものについてよく知らない」も 27.5%と多い。

図表 55 : 日常運動としての自転車を利用したスポーツについての考え (性別)

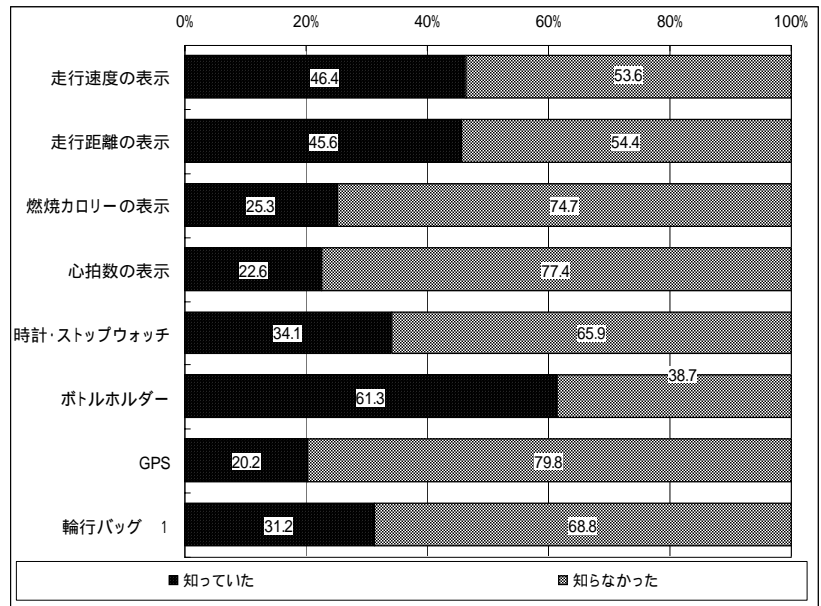


(3) アクセサリー

の認知度

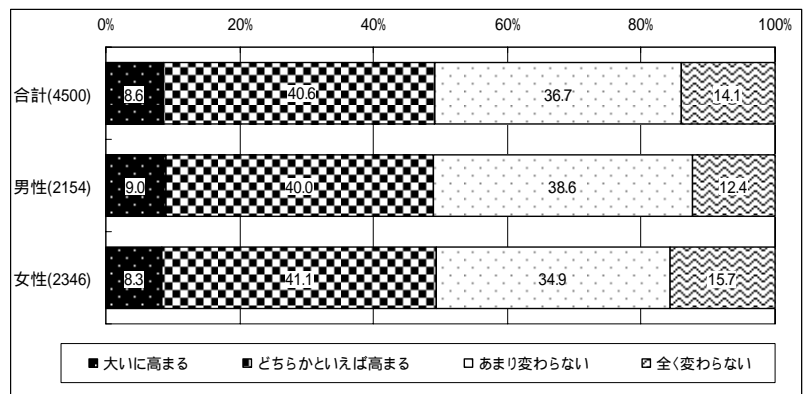
- ・ 「ボトルホルダー」は61.3%の回答者が認知しているが、他は半数を下回った。
- ・ これらのアクセサリーを認知することで自転車利用意向の向上に繋がるかを尋ねた結果では「大いに高まる」、「どちらかといえば高まる」を合わせて約半数の49.2%が高まると回答している
- ・ 具体的には、「燃焼カロリーの表示」については、現状で認知度は低かったが60.8%の回答者が認知したことで利用意向の向上に繋がると回答した。

図表 59：自転車用アクセサリーに関する認知の有無

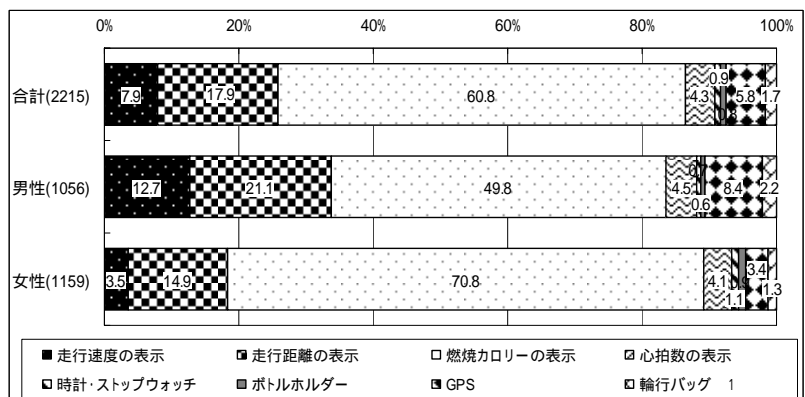


1 自転車を分解して持ち運びできるバッグ

図表 68：自転車利用意向の向上の可能性（性別）



図表 70：特に自転車の利用意向の向上に繋がると思うアクセサリー（性別）

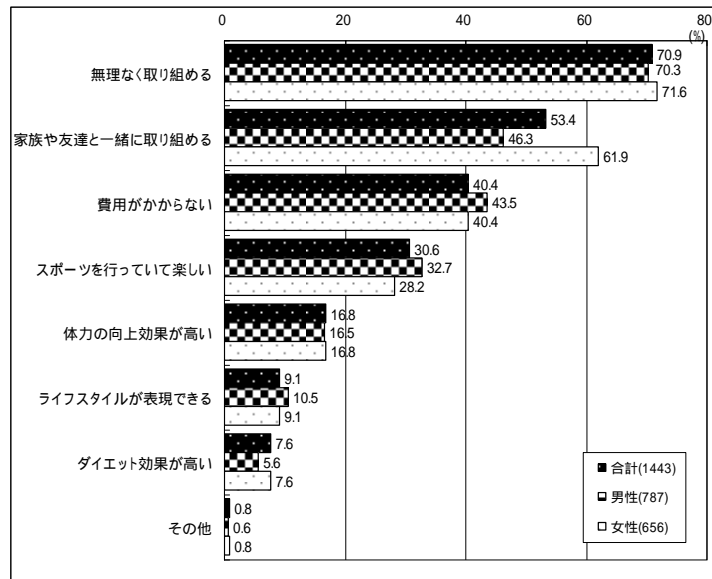


1 自転車を分解して持ち運びできるバッグ

(4) アウトドアスポーツとしての重視項目

- ・ 「無理なく取り組める」が70.9%と最も多く、「家族や友達と一緒に取り組める」が53.4%、「費用がかからない」が40.4%でこれに次いでいる。
- ・ 「無理なく取り組める」は男女差が殆どないが、「家族や友達と一緒に取り組める」は女性、「費用がかからない」については男性に比較的多い。
- ・ 年齢別では、「無理なく取り組める」、「費用がかからない」では高齢層ほど、「家族や友達と一緒に取り組める」については30歳代、40歳代で特に多い。

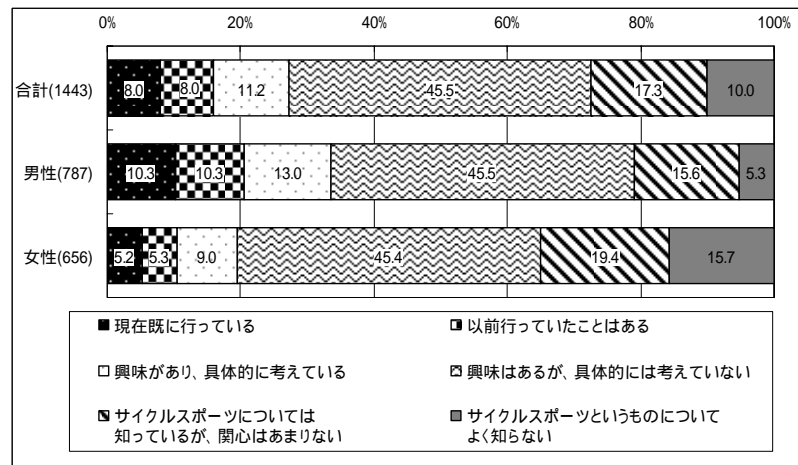
図表 86：現在行っているアウトドア活動を選ぶ際の重視項目（性別）



(5) アウトドアスポーツとしてのサイクルスポーツ

- ・ 「興味はあるが、具体的には考えていない」が45.5%と最も多く、「現在行っている」は8.0%である。
- ・ 男性の方が「現在既に行っている」や「興味があり、具体的に考えている」などの積極的な意見はわずかながら多い。

図表 88：自転車を利用したスポーツについての考え（性別）



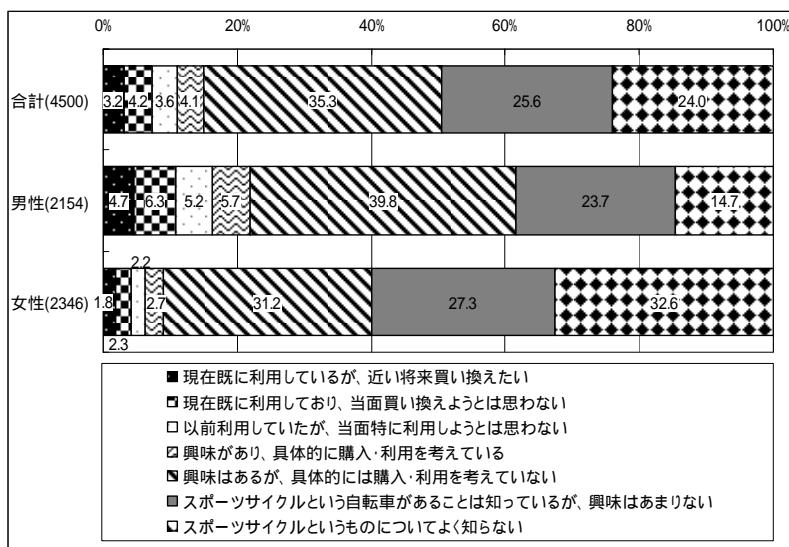
2 - 3 - 5 . スポーツサイクルの購入・利用意向

(1) スポーツサイクルの購入

・利用についての考え

- ・「興味はあるが、具体的に購入・利用を考えていない」が最も多いが、利用に積極的な層も全体の約1割の11.5%である。
- ・男性の方が積極的な意見がわずかながら多く、女性はスポーツサイクルそのものを知らない回答者も32.6%と比較的多い。

図表 92 : スポーツサイクル利用についての考え (性別)

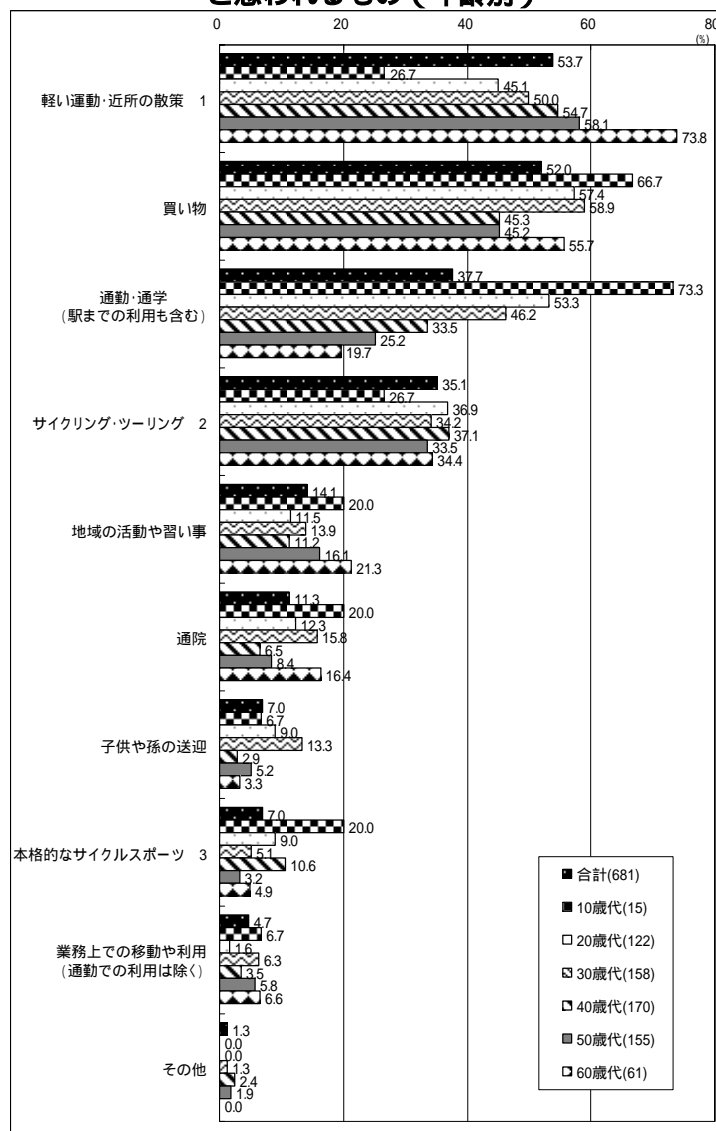


(2) スポーツサイクルでの

自転車利用目的

- ・「軽い運動・近所の散策」(53.7%)というスポーツとしての利用と「買い物」(52.0%)での利用がともに多い。「本格的なサイクルスポーツ」も7.0%回答している。
- ・「軽い運動・近所の散策」は高齢層ほど回答率が高く、60歳代では73.8%にのぼる。

図表 94 : スポーツサイクル利用法として頻度が増加すると思われるもの (年齢別)

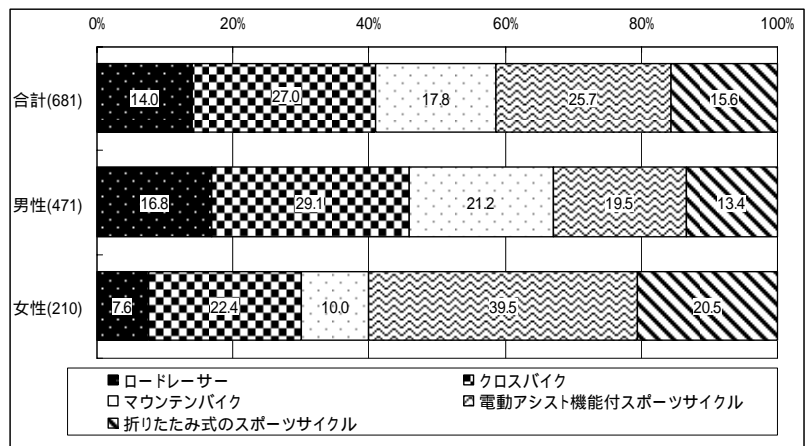


1 軽い運動・近所の散策の例：家の近所を歩く感覚で乗る、自転車散歩、自転車を足代わりに近場へ出かける
 2 サイクリング・ツーリングの例：長い距離を自転車で走る、自転車旅行、泊りがけで自転車に乗る
 3 本格的なサイクルスポーツの例：ロードレース、クロスカントリー、ダウンヒルなど競技への参加

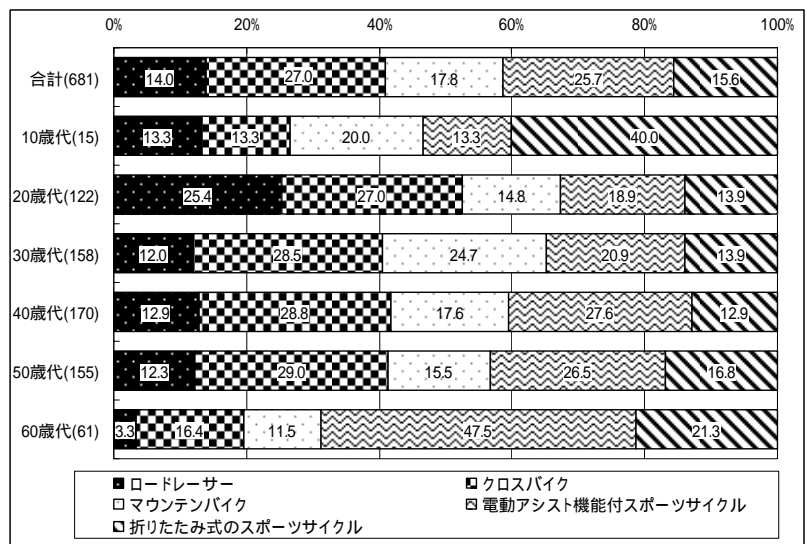
(3) 乗ってみたいスポーツ
サイクルの車種

- ・ 認知度は低かった「クロスバイク」(27.0%) および「電動アシスト付スポーツサイクル」(25.7%) が比較的多い。
- ・ 男性では「クロスバイク」、「マウンテンバイク」、女性では「電動アシスト付スポーツサイクル」、「折りたたみ式のスポーツサイクル」の回答が比較的多い。
- ・ 年齢別では 30 歳代～50 歳代には顕著な傾向がみられないが、10 歳代には「折りたたみ式のスポーツサイクル」、20 歳代には「ロードレーサー」、「クロスバイク」、60 歳代には「電動アシスト付スポーツサイクル」の回答が特に多い。

図表 95：今後乗ってみたいスポーツサイクル（性別）



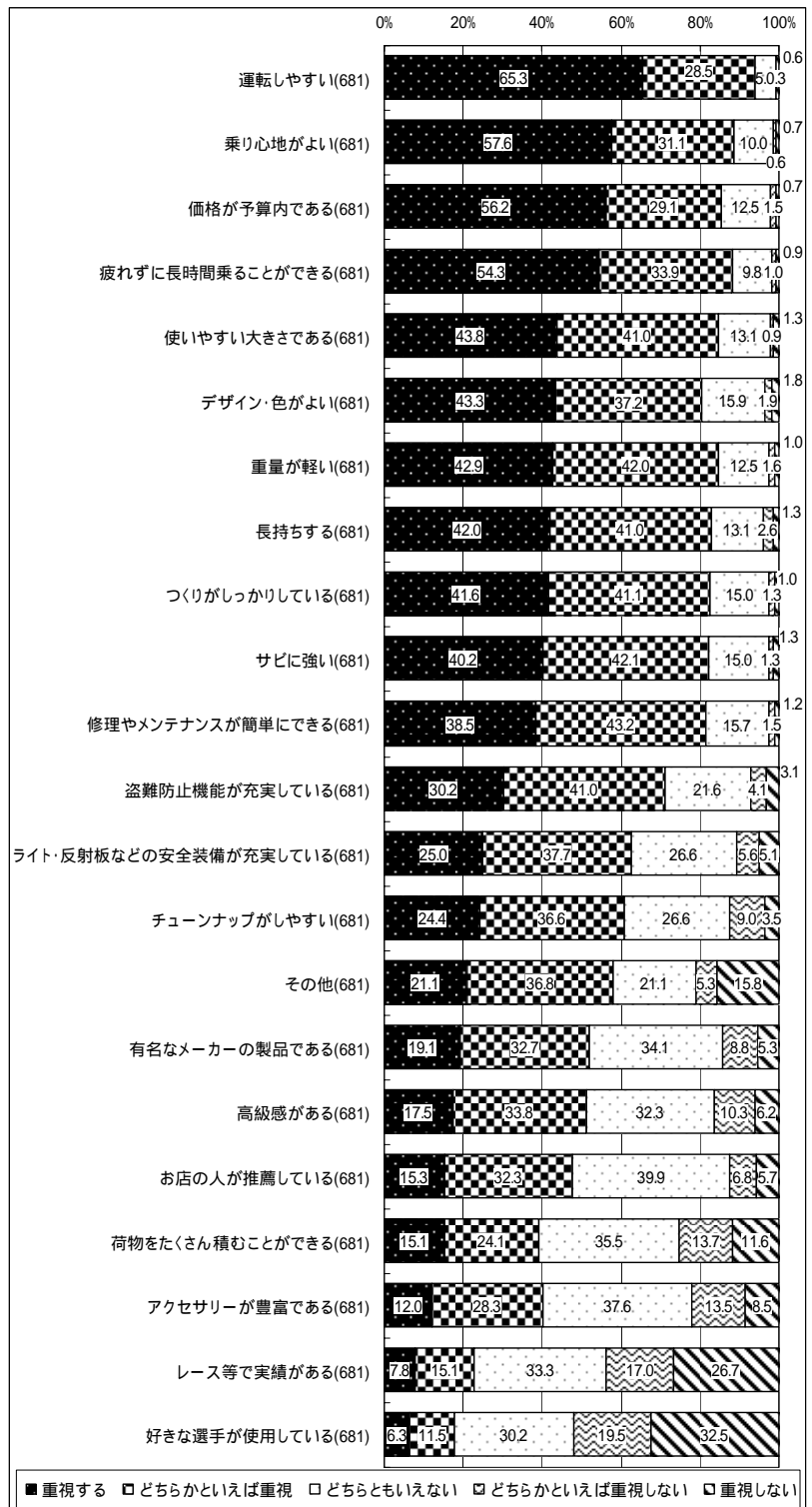
図表 96：今後乗ってみたいスポーツサイクル（年齢別）



(4) スポーツサイクル購入の際の重視項目

- ・ 「運転しやすい」(65.3%)、「乗り心地がよい」(57.6%)、「疲れずに長時間乗ることができる」(54.3%)、「使いやすい大きさである」(43.8%)などの乗りやすさに関するもの、および「価格が予算内である」(56.2%)、「デザイン・色がよい」(43.3%)が比較的多い。

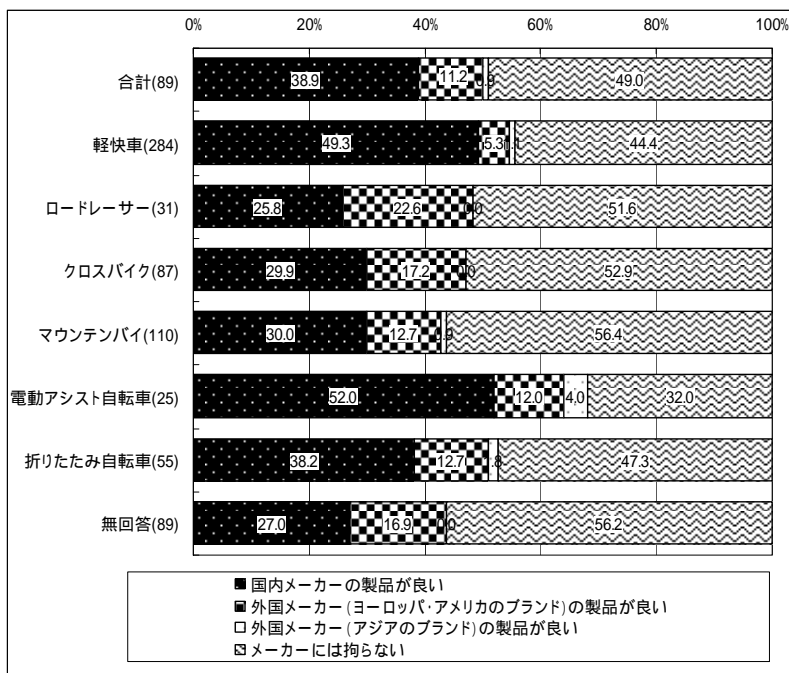
図表 98：スポーツサイクルを選ぶ際の重視項目



(5) 国産か外国製か

- ・ 「メーカーにはこだわらない」(49.0%) が最も多く約半数を占めるまた、「国内メーカーの製品がよい」(38.9%) がこれに次いでいる
- ・ 現在利用している車種別で見ると、既にスポーツサイクル・とりわけロードレーサー - を利用している層は「外国メーカー(ヨーロッパ・アメリカのブランド)の製品がよい」が 22.6%と比較的多く、ロードレーサーの利用者がヨーロッパ・アメリカのブランドを希望している傾向が窺える。

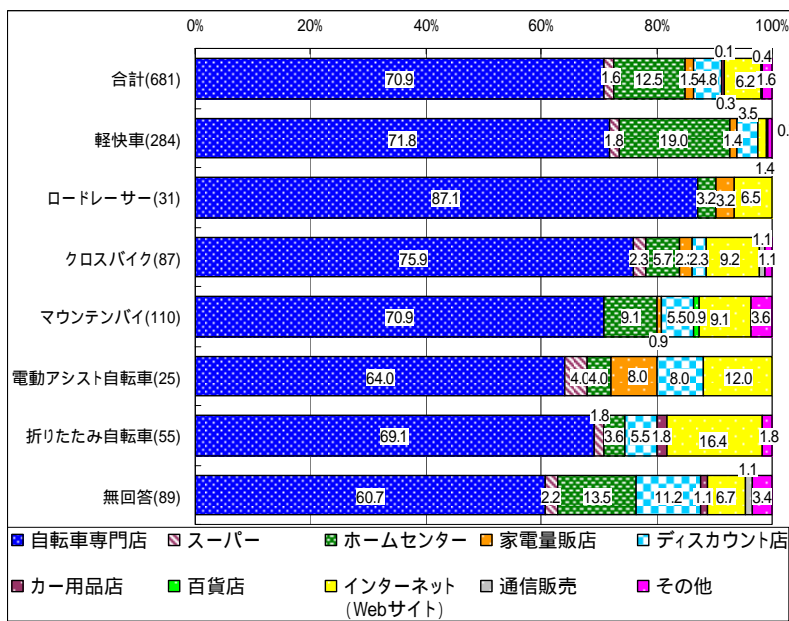
図表 101：スポーツサイクルを選ぶ際の国内メーカー、外国メーカーの意識
(現在利用している車種に対して)



(6) 購入場所

- ・ 「自転車専門店」(70.9%) が最も多い。現状の自転車を自転車専門店で購入した層は全体の約 4 割であることと比べても高い数値といえる。
- ・ 既にロードレーサーを保有している層は 87.1%と特に自転車専門店での購入を希望する傾向があるが、軽快車を保有している層でも 71.8%が自転車専門店での購入を希望している。

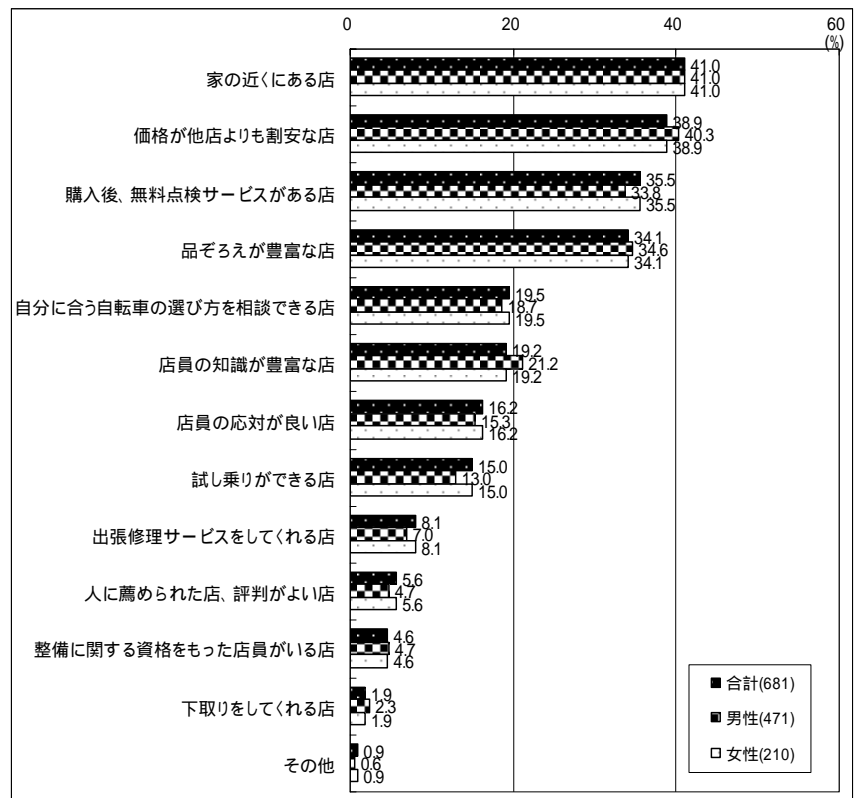
図表 106：スポーツサイクルを購入する場合の購入場所
(現在利用している車種に対して)



(7) 購入場所選択の重視項目

- ・ 近接性、価格、サービス、品揃えなど小売に求められる基礎的な項目が多い。
- ・ ただし、これに次いで「自転車の選び方を相談できる店」、「店員の知識が豊富な店」、「店員の対応がよい店」、「試し乗りができる店」など、店員の知識や販売時の対応を挙げる意見が多い。

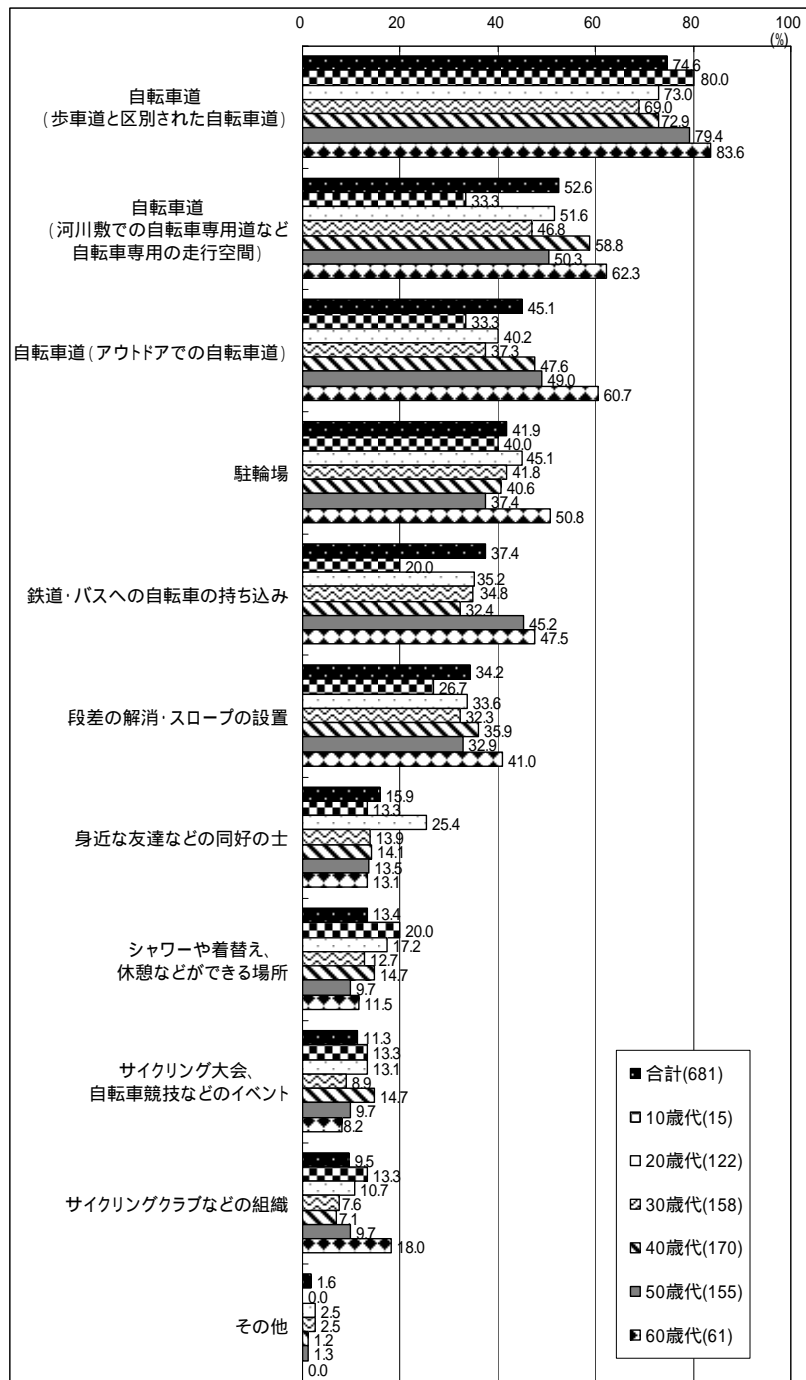
図表 107: スポーツサイクルを購入する店を選ぶ際の重視項目(性別)



(8) どのような利用環境が整備されれば利用が増えるか

- ・ 「自転車道（歩車道と区別された自転車道）」(74.5%)などインフラの整備を希望する回答が特に多い。
- ・ 高齢層では、このほか「鉄道・バスへの自転車の持ち込み」を希望する回答も比較的多く、鉄道・バスとの連携により高齢層における自転車の利用範囲が拡大する。

図表 110： どのような利用環境が整備されればスポーツサイクルの利用が増えると思うか（年齢別）



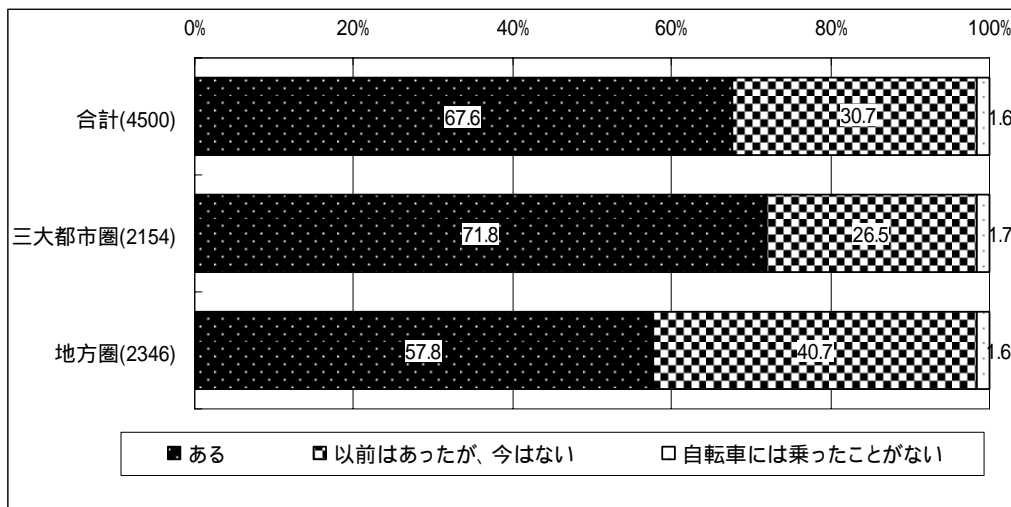
2 - 4 . 調査結果

2 - 4 - 1 . 現在の自転車の利用状況

(1) 普段の自転車利用の有無 (問 1)

- ・ 調査対象者の 67.6%が自転車に乗っている。
- ・ これを地域別で見ると、三大都市圏が全体と比較して 4.2%多い。逆に地方圏では、全体の数値と比較して 9.8%低くなっており、地方圏では買い物等の際の自動車利用が比較的多いことや、保有率が大都市圏に比較して少ないことなどが利用状況の数値に反映していると考えられる。

図表 1：普段、自身で自転車に乗ることがあるか (地域別)



(2) 「以前はあったが、今はない」理由 (問 2)

- ・ 問 1 で「以前はあったが、今はない」と回答した方にその理由を尋ねた結果、全体では、他の交通手段を利用するようになったという回答が最も多い。
- ・ これに次いで、利用環境や利用者自身の体調を理由とする回答が多い。

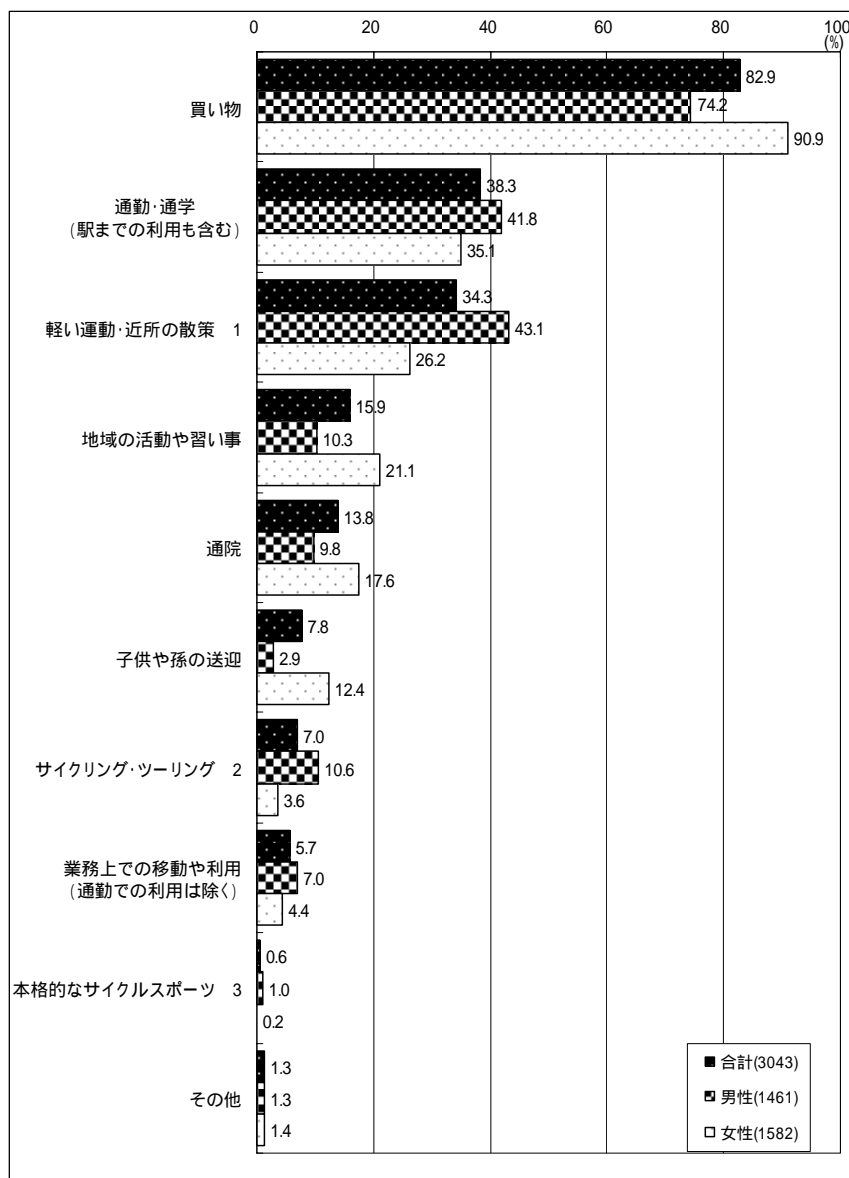
図表 2：「以前はあったが、今はない」と回答した方の理由

<p>(他の交通手段を利用するようになった)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 車やバイクを利用するようになった・521 件 ・ 電車、バスに乗るようになった・・・27 件 ・ 歩いていける距離に何でもある・・・24 件 ・ タクシーに乗る・・・2 件 <p>(走行環境・利用環境)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 坂道が多いから・・・96 件 ・ 危険、怖い・・・41 件 ・ 置き場所がない・・・22 件 <p>(体調)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 歩くようにしている・・・67 件 ・ 怪我をした・・・21 件 ・ 体力に自信がなくなった・・・18 件 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 妊娠中・・・18 件 ・ 歳をとった・・・14 件 ・ 疲れる・・・5 件 ・ 医者に止められた・・・3 件 <p>(環境が変わった)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 乗る機会が減った・・・57 件 ・ 小さい子どもがいるから・・・41 件 ・ 学生の頃乗っていた・・・25 件 ・ 引っ越した・・・21 件 ・ 通勤先が変わった・・・8 件 <p>(自転車が悪くなった、盗まれた等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 自転車が壊れた・・・50 件 ・ 盗まれた・・・40 件
---	---

(3) 自転車利用の目的(問3)

- ・ 問1で「ある」と回答した方にその目的を尋ねた結果では、「買い物」(82.9%)が最も多く、「通勤・通学」(38.3%)、「軽い運動・近所の散策」(34.3%)がこれに次いでいる。サイクルスポーツに注目すると、「軽い運動・近所の散策」「サイクリング・ツーリング」「本格的なサイクルスポーツ」を合わせて約4割が実践している。
- ・ これを性別でみると、「買い物」については女性の方が全体より8.0%多い一方、「軽い運動・近所の散策」「サイクリング・ツーリング」「通勤・通学」については男性がそれぞれ、8.8%、3.6%、3.5%全体より多い。
- ・ スポーツとしての利用(「軽い運動・近所の散策」「サイクリング・ツーリング」「本格的なサイクルスポーツ」)はいずれも女性よりも男性の方が多い傾向がみられている。

図表3：自転車利用者の利用目的(性別)



1 軽い運動・近所の散策の例：家の近所を歩く感覚で乗る、自転車散歩、自転車を足代わりに近場へ出かける
 2 サイクリング・ツーリングの例：長い距離を自転車で走る、自転車旅行、泊りがけで自転車に乗る
 3 本格的なサイクルスポーツの例：ロードレース、クロスカントリー、ダウンヒルなど競技への参加

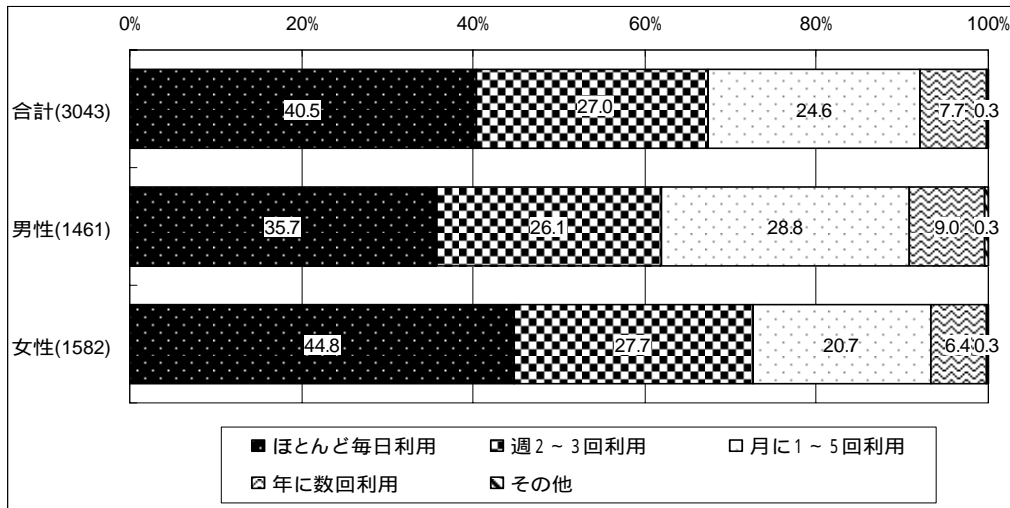
<その他の具体的内容>

- ・ 用足し・・・9件
- ・ 遊びに・・・3件
- ・ 駅・バス停まで・・・3件
- ・ 散歩・・・3件
- ・ ゴミ捨て・・・2件
- ・ キャンプ・・・2件

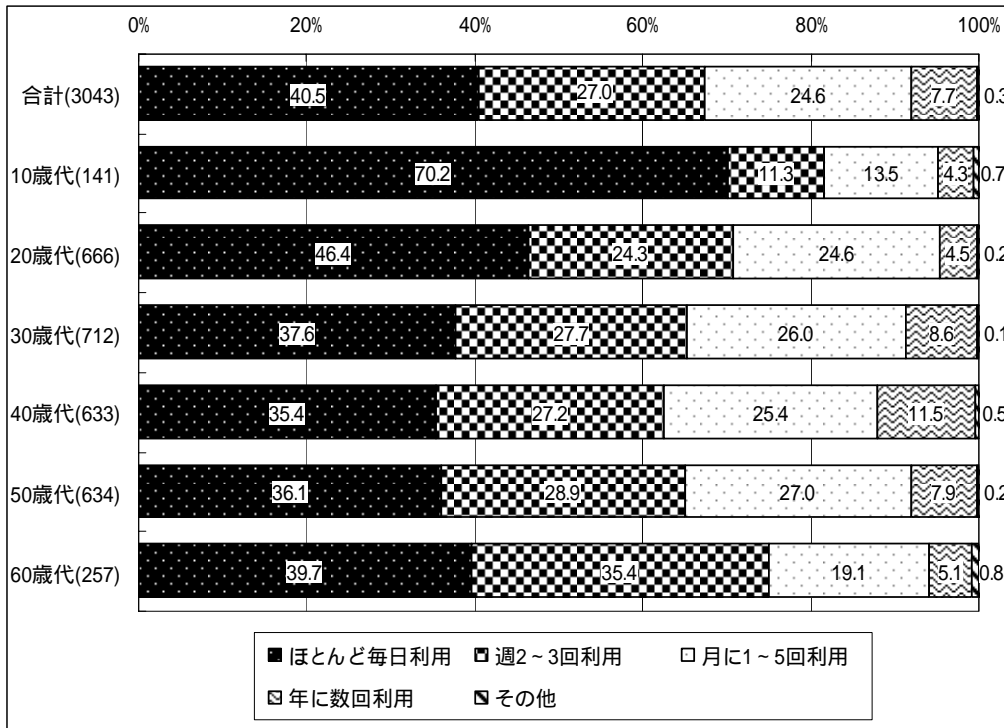
(4) 自転車利用の頻度(問4)

- ・ 問1で「ある」と回答した方にその利用頻度を尋ねた結果では、「ほとんど毎日利用」(40.5%)が最も多く、「週2~3回利用」(27.0%)、「月に1~5回利用」(24.6%)がこれに次いでおり、自転車が日常的に利用されていることが窺える。
- ・ これを性別でみると、女性で「ほとんど毎日利用」の回答割合が全体に対して4.3%多い。これは女性の方が買い物での利用が多いことを反映していると思われる。
- ・ また、年齢別でみると10歳代で「ほとんど毎日利用」の回答割合が全体に対して29.7%多い。これは毎日の通学での利用が多いことを反映していると思われる。
- ・ 地域別でみると、三大都市圏で「ほとんど毎日利用」の回答割合が全体に対して3.2%多い。これは三大都市圏の方が毎日の通勤通学のためと推測されること、また、買い物等においても地方圏と比較すると自動車の利用よりも、自転車を利用するケースが多いことが影響していることが考えられる。

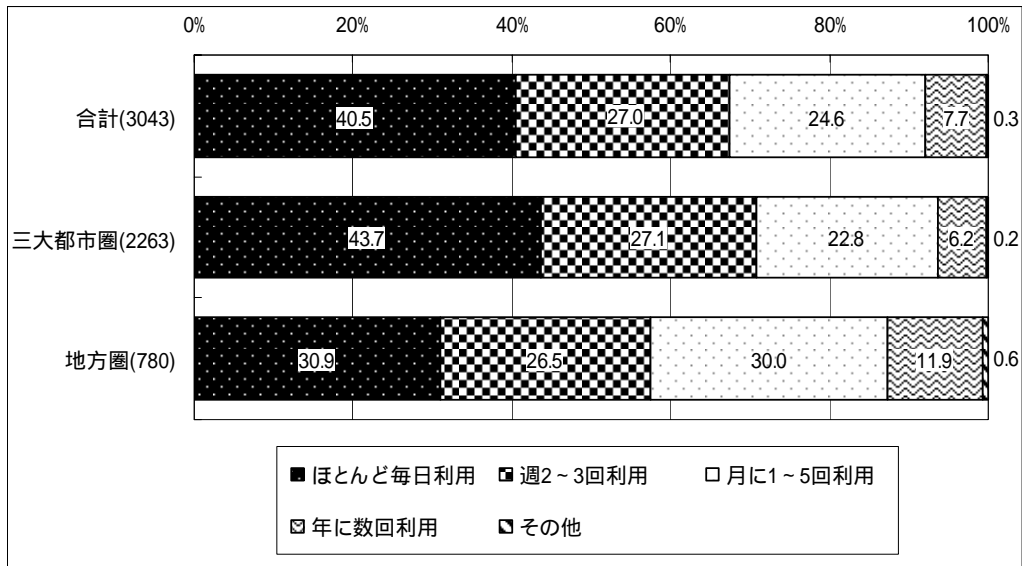
図表4：自転車利用者の利用頻度(性別)



図表 5：自転車利用者の利用頻度（年齢別）



図表 6：自転車利用者の利用頻度（地域別）

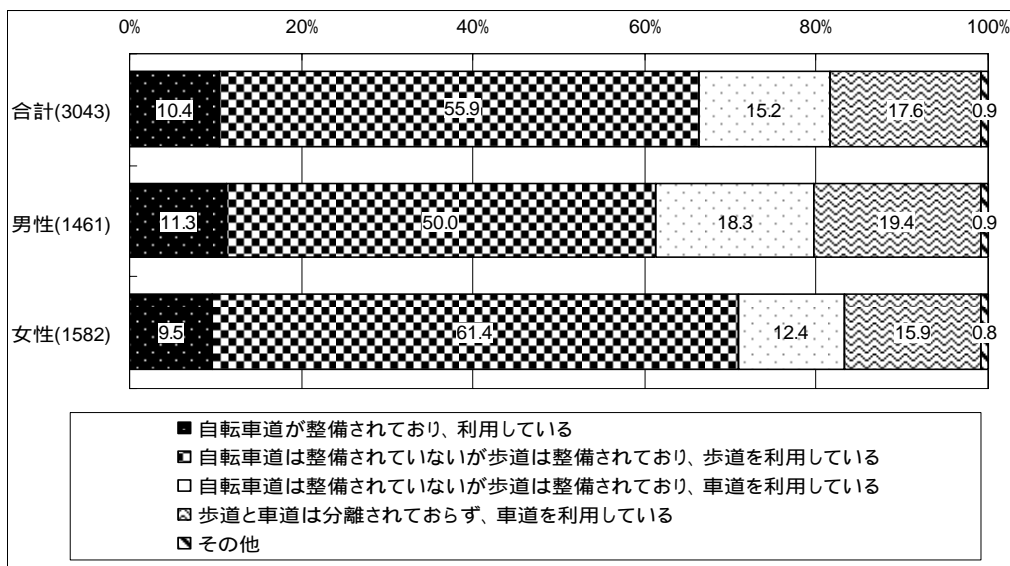


(5) 自転車の利用環境 (問5)

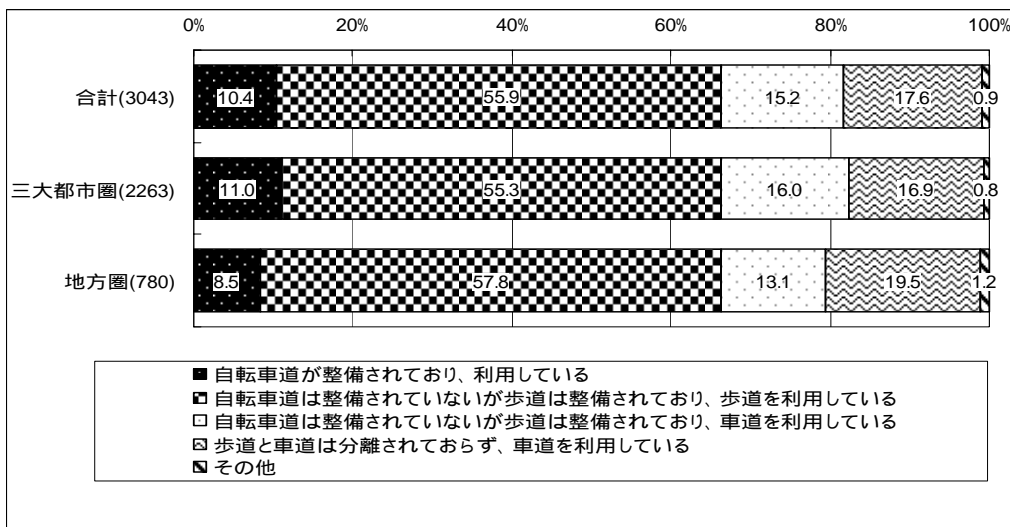
自転車道

- ・ 問1で「ある」と回答した方にその利用環境(道路)を尋ねた結果では、「歩道を利用している」(55.9%)が最も多く、「車道を利用する」(17.6%+15.2%)を上回っている。
- ・ これを性別でみると、「自転車道は整備されていないが歩道は整備されており、車道を利用している」、「歩道と車道は分離されておらず、車道を利用している」については、男性が全体よりそれぞれ3.1%、1.8%多く、車道の走行は男性の方にやや多い。一方、「自転車道は整備されていないが歩道は整備されており、歩道を利用している」について女性が全体より5.5%多く、歩道が整備されていれば歩道を利用する割合は女性の方がやや多い。一方、地域別にもみたが、大きな差異は見られなかった。

図表 7: 自転車利用者の利用環境 - 自転車道 (性別)



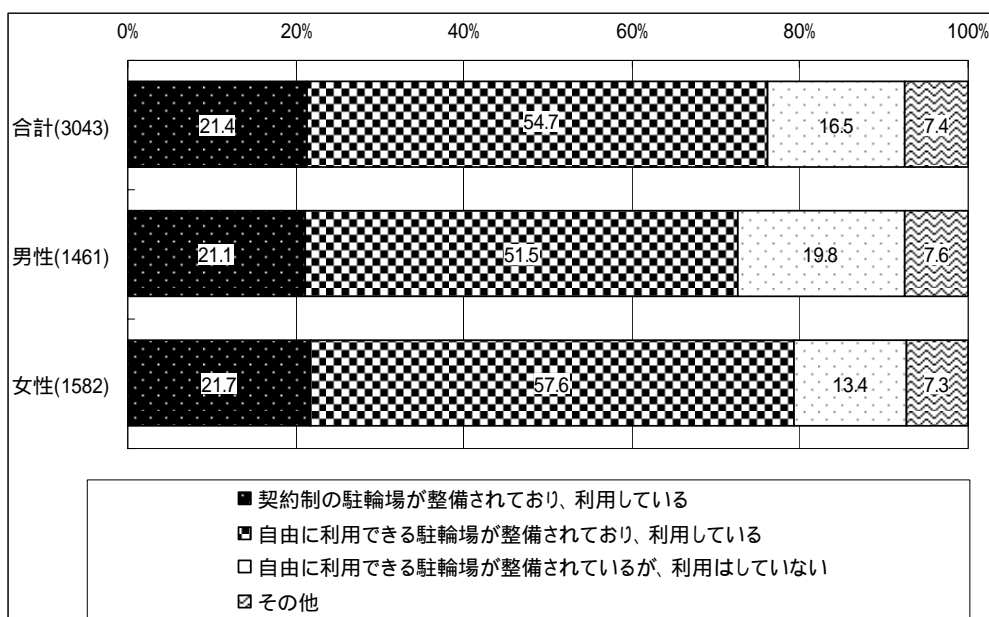
図表 8: 自転車利用者の利用環境 - 自転車道 (地域別)



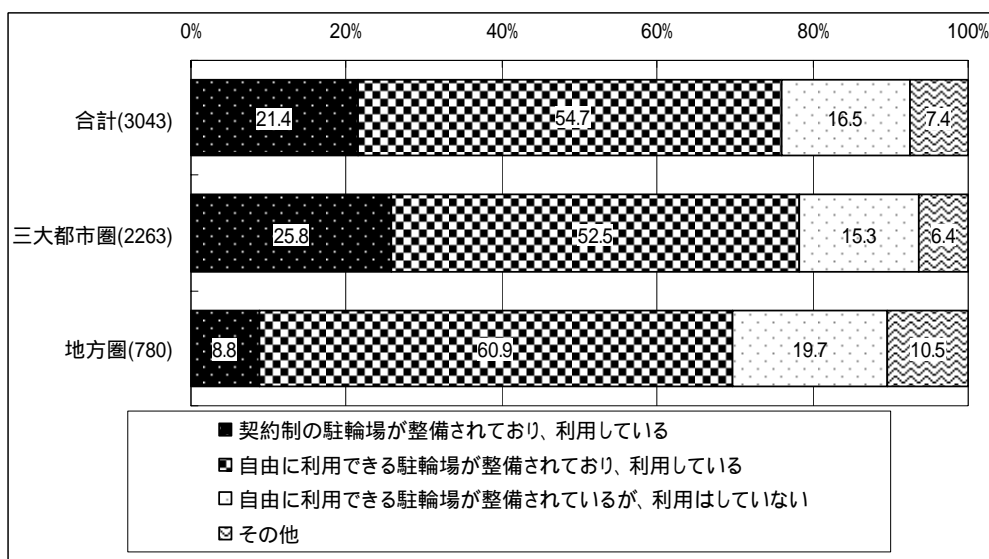
駐輪場

- ・ 問1で「ある」と回答した方にその利用環境（駐輪場）を尋ねた結果では、「自由に利用できる駐輪場が整備されており、利用している」（54.7%）が最も多く、「利用はしていない」（16.5%）を大きく上回っている。
- ・ これを性別でみると、男性では、「自由に利用できる駐輪場が整備されているが、利用はしていない」が全体より 3.3%多く、逆に女性では「自由に利用できる駐輪場が整備されており、利用している」が全体より 2.9%多く、自由に利用できる駐輪場があった場合に、女性の方が利用する割合がやや高いことが窺える。一方、地域別では、大きな差異はみられなかった。

図表 9：自転車利用者の利用環境 - 駐輪場（性別）



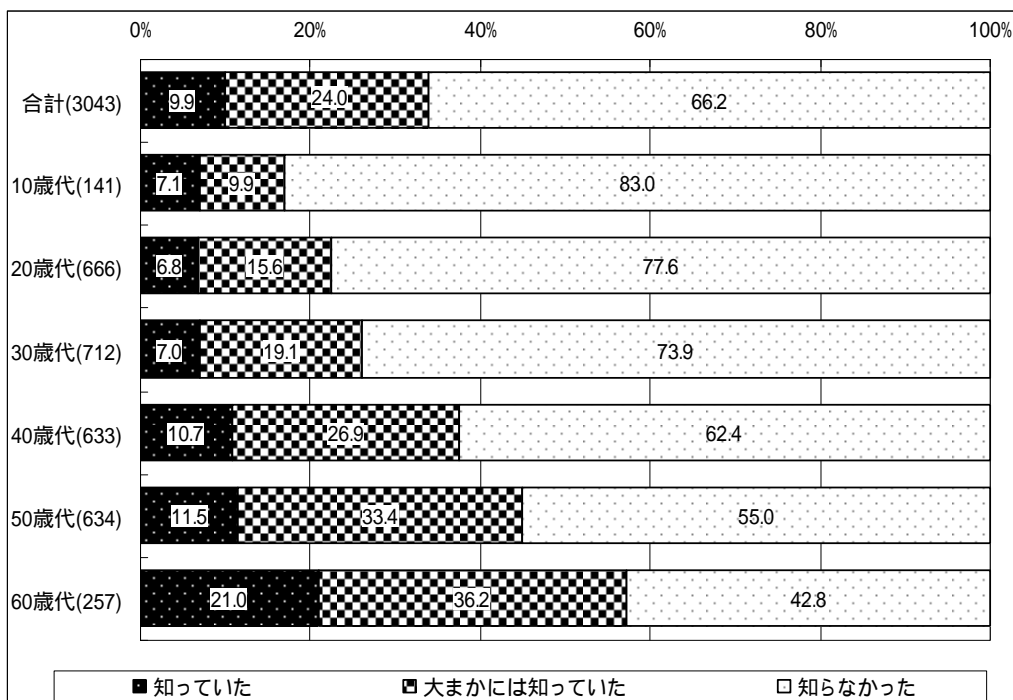
図表 10：自転車利用者の利用環境 - 駐輪場（地域別）



(6) 道路交通法改正についての認知度(問6)

- ・ 問1で「ある」と回答した方に道路交通法改正(平成19年6月交付)の認知度を尋ねた結果では、「知っていた」「大まかには知っていた」を合わせて(33.9%)であり、「知らなかった」(66.2%)を下回っている。
- ・ これを年齢別で見ると、全体的に高齢ほど認知度が高い。特に60歳代では「知っていた」で(21.0%)、「大まかに知っていた」(36.2%)を併せると全体よりも23.3%高く認知した結果となっている。一方、30歳代までは「知っていた」「大まかに知っていた」ともに全体を下回っており、認知度が低い傾向が窺える。

図表 11：道路交通法改正についての認知度(年齢別)

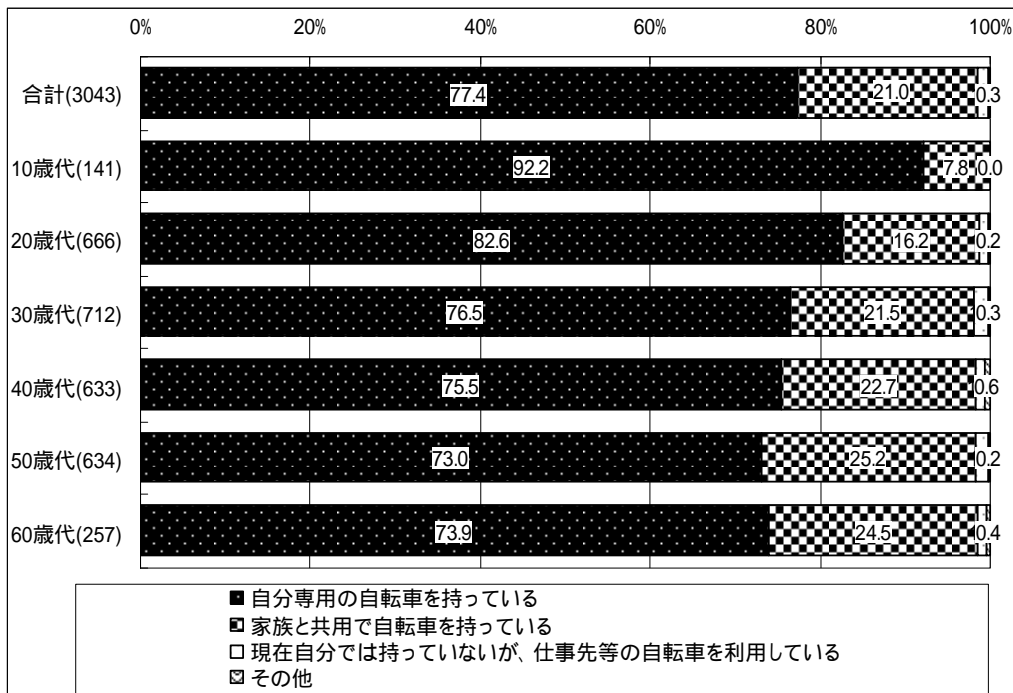


平成19年6月に交付された改正道路交通法では、「13歳未満の幼児・児童」「車道走行が特に危険な場合」については、自転車が歩道を走行できるようになった。

(7) 自転車を保有しているか(問7)

- ・ 問1で「ある」と回答した方に自転車保有の有無を尋ねた結果では、「自分専用の自転車を持っている」が(77.4%)と最も多く、「家族と共用で自転車を持っている」(21.0%)を合わせ、殆どの回答者が専用、共用の自転車を保有している。
- ・ これを年齢別で見ると、特に10歳代で専用の自転車を保有している割合が全体に比べて14.8%多い。これは通学での利用が多く、利用頻度がほぼ毎日となるために専用の自転車を持っていると考えられる。

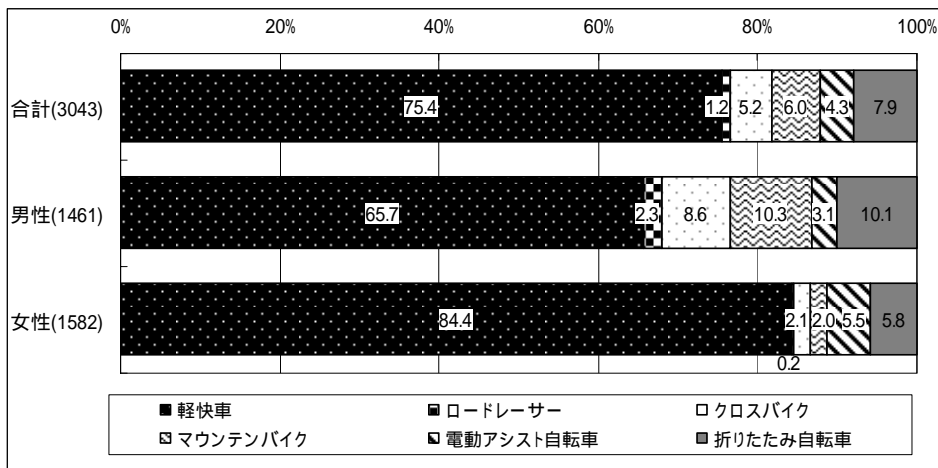
図表 12：自転車の保有の有無（年齢別）



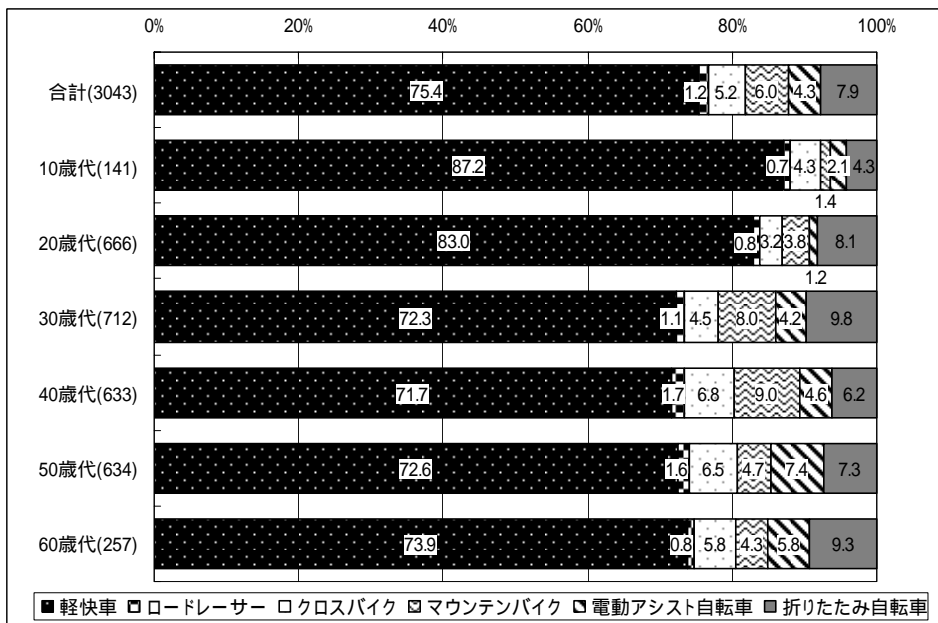
(8) 利用している自転車の車種 (問 8)

- ・ 問1で「ある」と回答した方に利用している自転車の車種を尋ねた結果では、「軽快車」が(75.4%)と最も多い。スポーツサイクル(ロードレーサー、クロスバイク、マウンテンバイク)については、「マウンテンバイク」(6.0%)、「クロスバイク」(5.2%)が比較的多いものの、3車種合計で全体の12.4%にとどまっている。
- ・ これを性別で見ると、特に女性では「軽快車」の割合が全体に比べて9.0%多い。スポーツサイクルについては男性に比較的多く全体の21.2%を占めており、全体を8.8%上回っている。
- ・ また、年齢別では、10歳代で「軽快車」の割合が特に高い。一方で、スポーツサイクルは30歳代・40歳代での利用が特に高い。特にもっとも多い40歳代では、3車種合計で5.1%全体より多い。

図表 13 : 利用している自転車の車種 (性別)



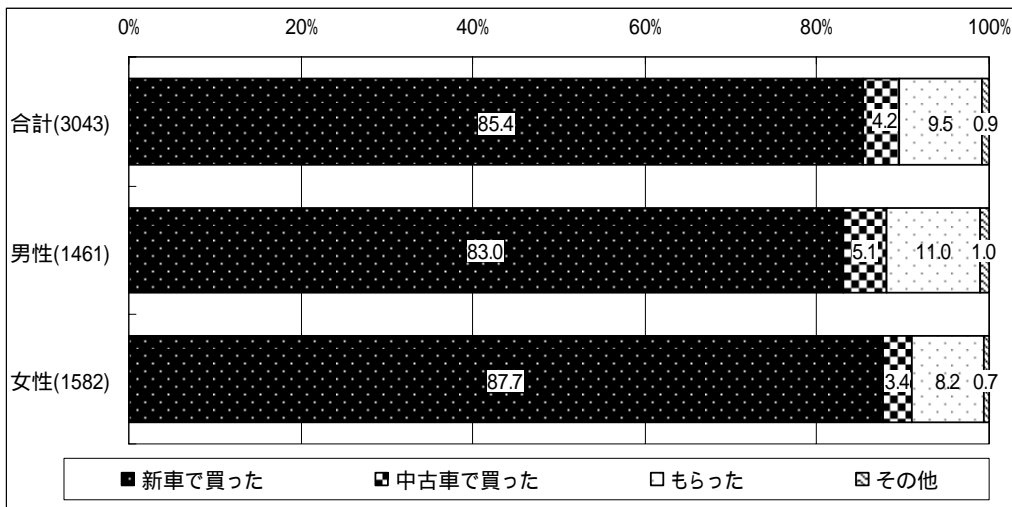
図表 14 : 利用している自転車の車種 (年齢別)



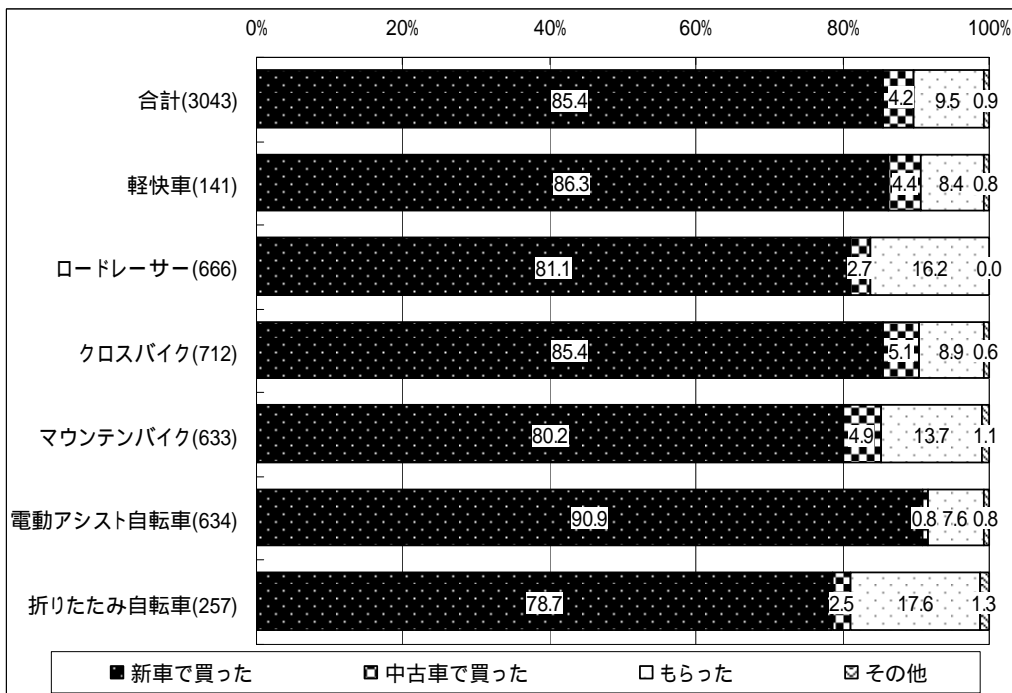
(9) 自転車の入手方法 (問9)

- ・ 問1で「ある」と回答した方に利用している自転車の入手方法を尋ねた結果では、「新車で買った」が(85.4%)と極めて多い。「中古車で買った」(4.2%)は少なく、むしろ「もらった」(9.5%)が上回っている。
- ・ これを性別でみたが大きな特徴はみられなかった。
- ・ また、現在利用している車種別にみてもこの傾向は大きくは変わらない。ただし、ロードレーサーやマウンテンバイクでは「もらった」の割合がやや多い。

図表 15 : 利用している自転車の入手方法 (性別)



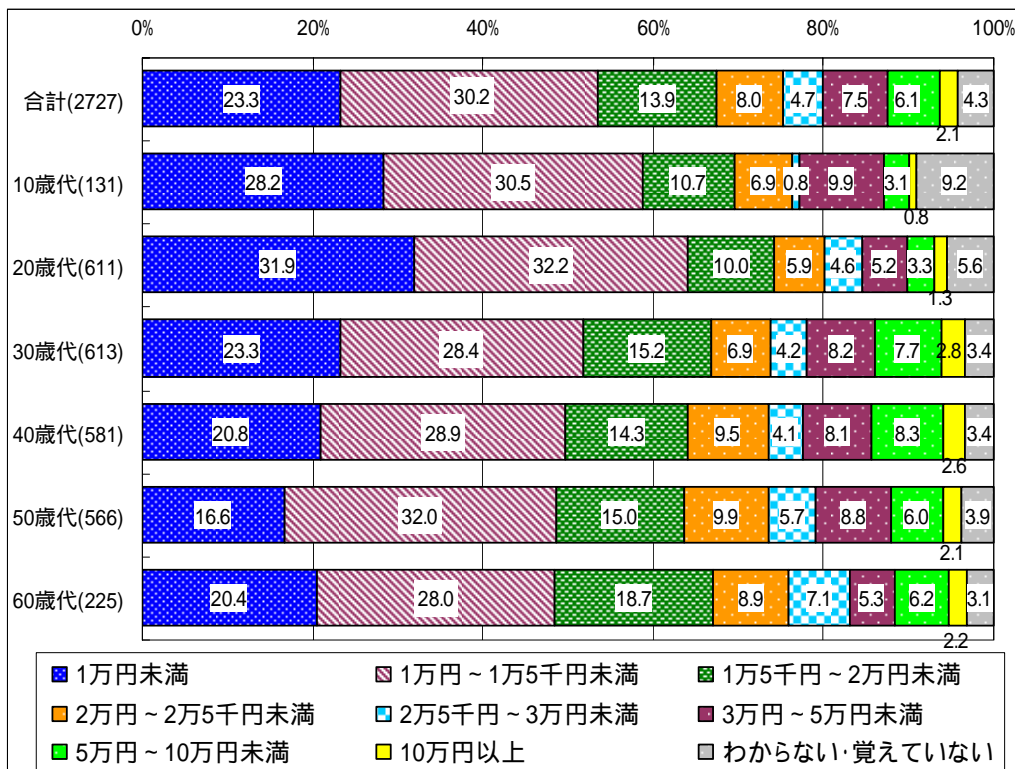
図表 16 : 利用している自転車の入手方法 (現在利用している車種に対して)



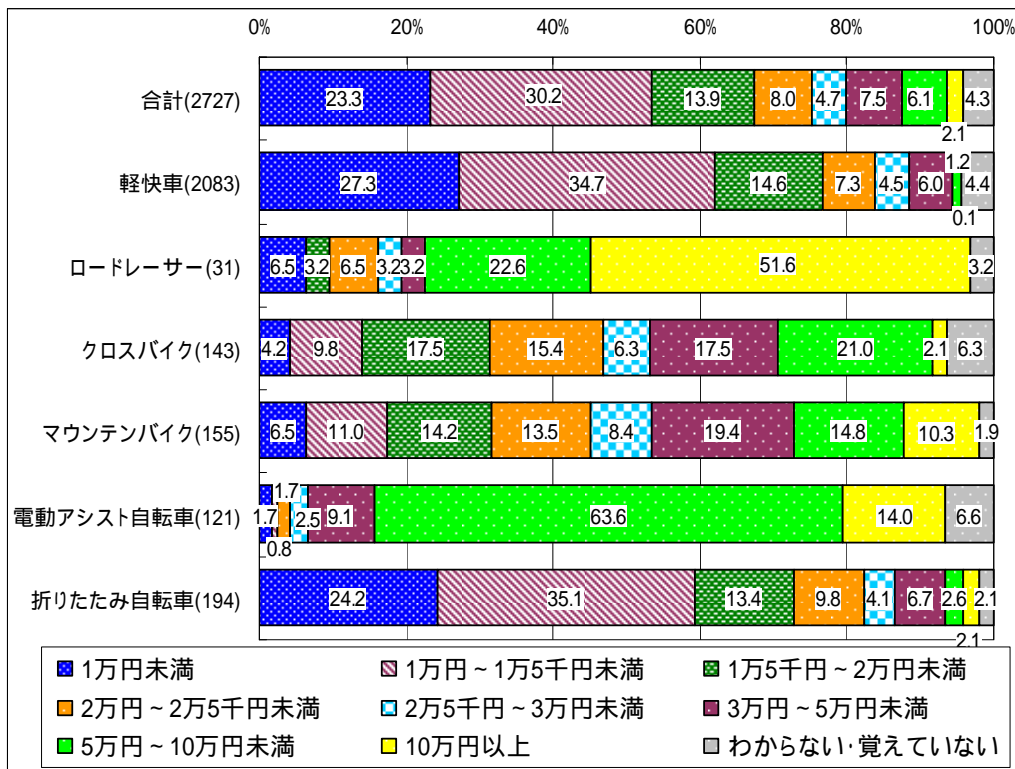
(1 0) 自転車の購入価格 (問 1 0)

- ・ 問7で新車または中古車で買ったと回答した方に、その購入価格を尋ねた結果では、「10,000円～15,000円」(30.2%)が最も多く、「10,000円未満」(23.3%)、「15,000円～20,000円」(13.9%)がこれに次いでいる。全体の約67%が2万円以下であり、低価格帯志向が比較的強い。
- ・ これを年齢別で見ると、全体的に30歳代以降ではやや高価格帯の回答が多い。例えば3万円以上に注目すると、全体では15.7%に対して40歳代では19.0%と3.3%上回っている。
- ・ また、現在利用している車種別にみると、特にロードレーサーでは「10万円以上」が51.6%と全体の2.1%を大きく上回っている。その他、クロスバイク、マウンテンバイクでも2万5千円以上のものが約半数(それぞれ46.9%、52.9%)、5万円以上のものが約1/4(それぞれ23.1%、25.1%)を占めるなど、スポーツサイクルについては比較的高価格帯の回答が多い。

図表 17：自転車の購入価格 (年齢別)



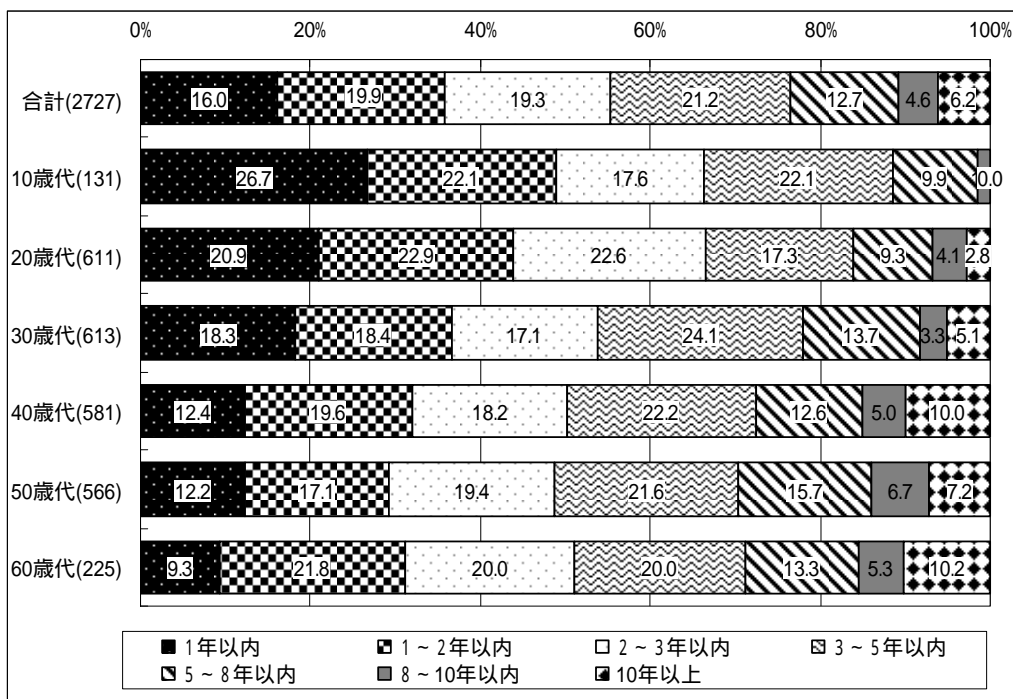
図表 18：自転車の購入価格（現在利用している車種に対して）



(1 1) 購入時期 (問 11)

- ・ 問7で新車または中古車で買ったと回答した方に、その購入時期を尋ねた結果では、「3～5年以内」(21.2%)、「1～2年以内」(19.9)、「2～3年以内」(19.3%)などが多く、8割近くが5年以内に購入された自転車である。
- ・ これを年齢別で見ると、全体に年齢が上の層ほど購入時期が古い傾向が窺える。3年を基準にみると、3年以上前に購入した回答者が全体を上回るのは30歳代であり、比較的自転車を長く使用していることが窺える。逆に3年以内の回答は10歳代、20歳代に多く、ともに全体を11.2%上回っている。自転車の購入価格は30歳代以降の方が高かったことから、30歳代以降の方が「よい自転車を大事に乗る」という傾向があると考えられる。

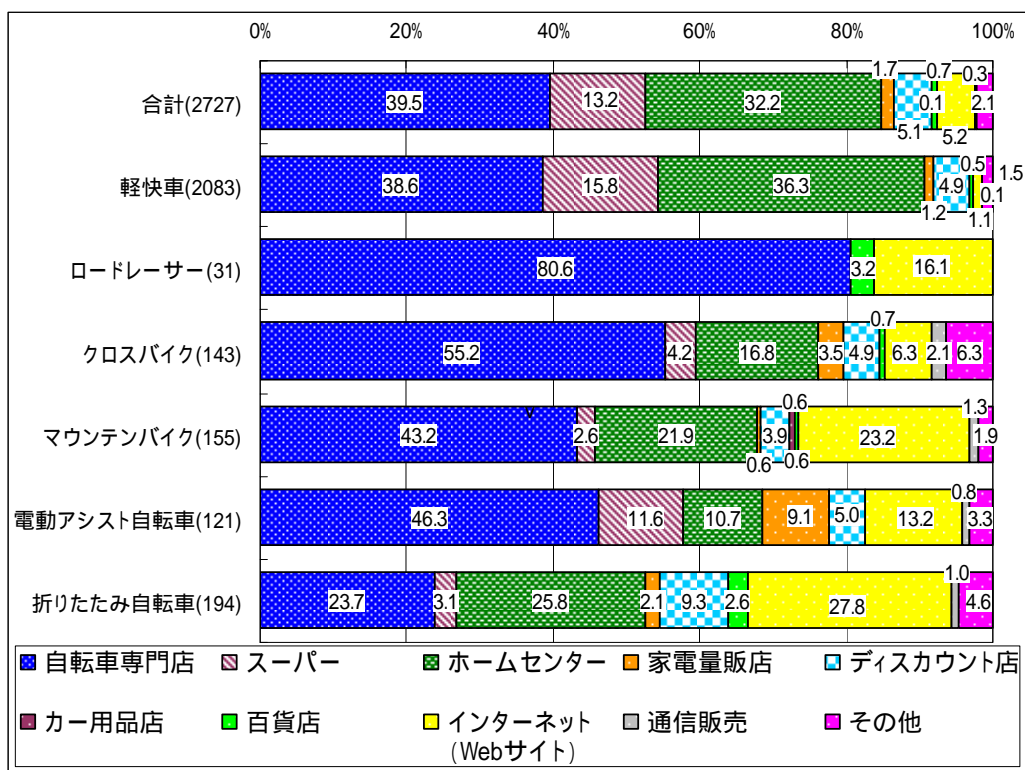
図表 19：自転車の購入時期（年齢別）



(1 2) 購入場所 (問 12)

- ・ 問7で新車または中古車で買ったと回答した方に、その購入場所を尋ねた結果では、「自転車専門店」(39.5%) および「ホームセンター」(32.2%) がともに多い。
- ・ これを現在利用している車種別でみると、スポーツサイクル、特にロードレーサーを保有する者に「自転車専門店」で購入した割合が80.6%と特に多い。また、マウンテンバイクやロードレーサーについては比較的「インターネット」で購入する割合が高く、マウンテンバイクでは全体を18.0%。ロードレーサーでは10.9%上回っている。この一因として、これらの車種には趣味性が高く、こだわりを持っているユーザーがいる一方で、近隣に取り扱う自転車店が少ないということが考えられる。

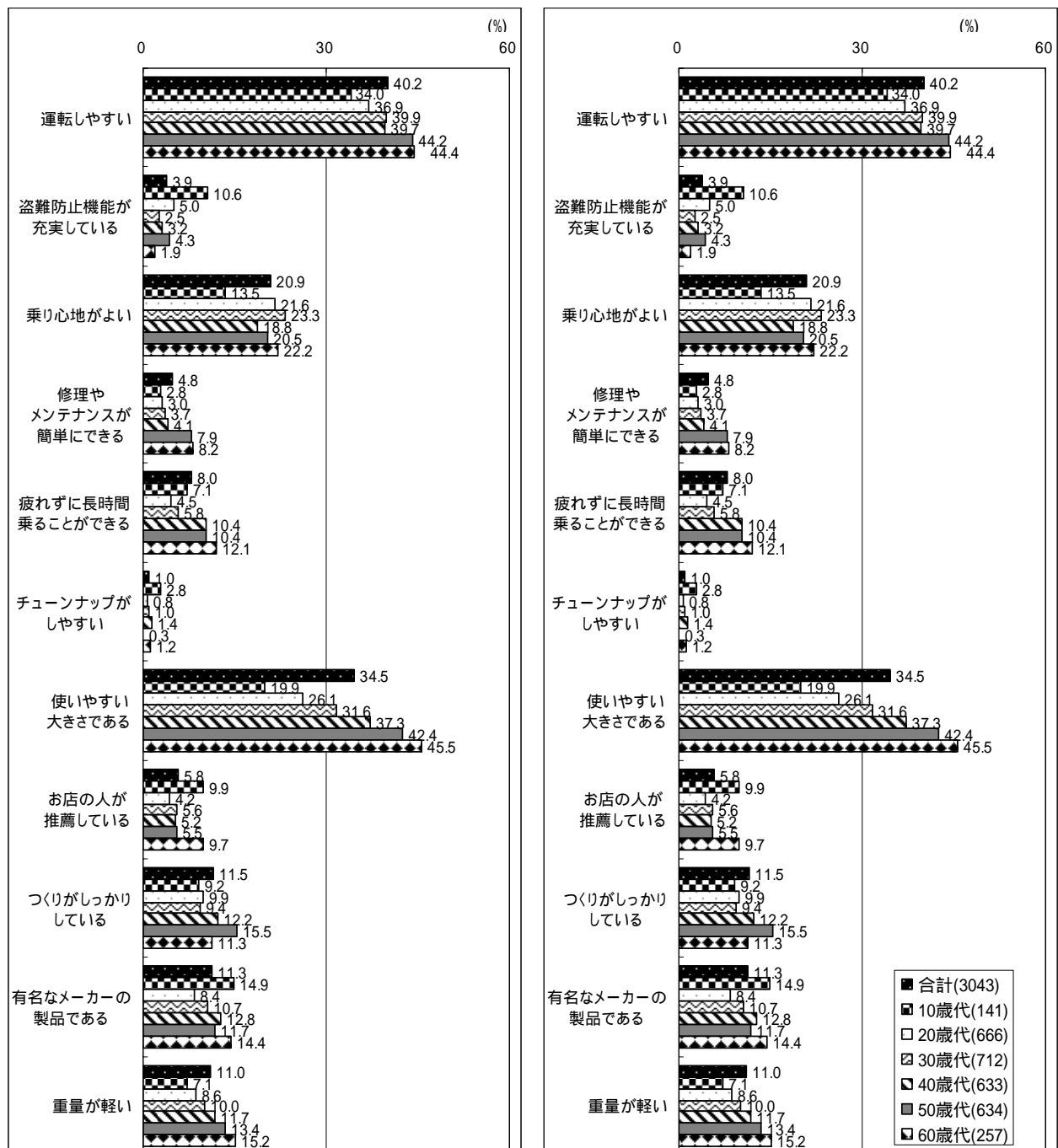
図表 20：自転車の購入場所（現在利用している車種に対して）



(1 3) 現在利用している自転車への評価 (問 13)

- ・ 問7で新車または中古車で買ったと回答した方に、その評価ポイントを尋ねた結果では、「価格が予算内である」(52.4%)が最も多く、「運転しやすい」(40.2%)、「使いやすい大きさである」(34.5%)がこれに次いでいる。
- ・ これを年齢別で見ると、特に「使いやすい大きさである」について年齢層が上の世代ほど回答率が高い傾向があり、特に60歳代では回答割合が全体を11%上回っている。このことから、やや年齢層が上の世代をターゲットに自転車を開発する際には、身体特性を考慮することが特に重要なポイントになると考えられる。

図表 21：現在利用している自転車への評価 (年齢別)



(14) 自転車について満足している点、不満な点(問14)

- ・ 自転車について満足している点、不満な点を尋ねた結果では、特に不満な点に多くの意見が寄せられたため、ここでは問8で既にスポーツサイクルを利用している人の意見に注目して整理した。特に、「タイヤ」、「錆び」、「サドル」、「重さ」などの自転車本体への不満や、「荷物が運べない」ことや「ライト」などアクセサリーに関わる不満も聞かれた。

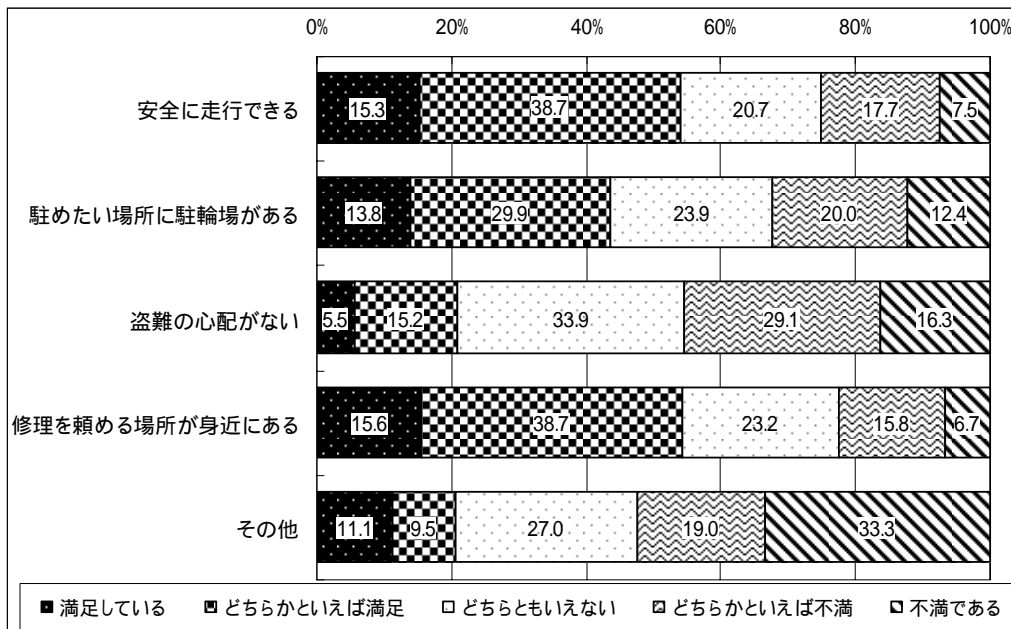
<スポーツサイクル利用者の不満な点を抜粋して車種別に具体的な内容を整理>

	ロードレーサー	クロスバイク	マウンテンバイク
タイヤ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 空気圧がすぐ下がる 	<ul style="list-style-type: none"> ・ タイヤが特殊だった(2)・購入時と違うタイヤに交換せざるをえなかった、普通の空気入れが使えない ・ タイヤがちょっと太い ・ タイヤのバンクが多い ・ タイヤの空気がすぐなくなる 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 空気がよく抜ける(3) ・ タイヤがいまいち
錆び		<ul style="list-style-type: none"> ・ 錆びやすい(5) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 錆びやすい(2)
サドル		<ul style="list-style-type: none"> ・ サドルが硬い(3) ・ サドルが合わない ・ サドルもハンドルももう少し高くしたいが調整できない 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 部品、特にサドルにしっくりくる物が見つからない ・ サドルが小さく尻がすぐ痛くなるので改良がほしい
重さ		<ul style="list-style-type: none"> ・ 重い(3) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 重い(3)
荷物が運べない		<ul style="list-style-type: none"> ・ 荷物を入れるところが欲しい ・ 良い籠・荷台がないので荷物を運ぶには向かない 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 荷物が積めない ・ 荷物を持ち運ぶときリュックサックでないで運転できない
サスペンション		<ul style="list-style-type: none"> ・ サスペンションのダンパーが弱い ・ 前輪サスペンションが無いので、腕が疲れる 	<ul style="list-style-type: none"> ・ サスペンションが欲しい ・ サスペンションがきつくて振動が多い
ライト		<ul style="list-style-type: none"> ・ ライトが取り外しできるので盗難されやすい ・ ライトが暗い 	<ul style="list-style-type: none"> ・ スポーツ車のライトや反射板をあらかじめセットして販売すべき
アクセサリー	<ul style="list-style-type: none"> ・ チェーンカバーが付いていて欲しかった 	<ul style="list-style-type: none"> ・ パーツが少ないのでデコレーションしにくい 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 泥除け及び籠が充実していない(車両本体に対するメーカーの純正品が少ない)
鉄道に乗せたい		<ul style="list-style-type: none"> ・ 電車に乗せて遠距離走行がしにくい ・ 電車に乗れない 	
ギア		<ul style="list-style-type: none"> ・ 錆びの関係か、ギア周りの調整が年々難しくなっていく ・ もう少しハイスピードのギアが欲しかった 	
大きさ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 身長が低いので、乗れるサイズがかなり限られる ・ 今のフレームはスローピングしており、自分には一番いやなデザイン ・ サイズが大きかった 		
価格	<ul style="list-style-type: none"> ・ ロードレーサーは価格が高い 		

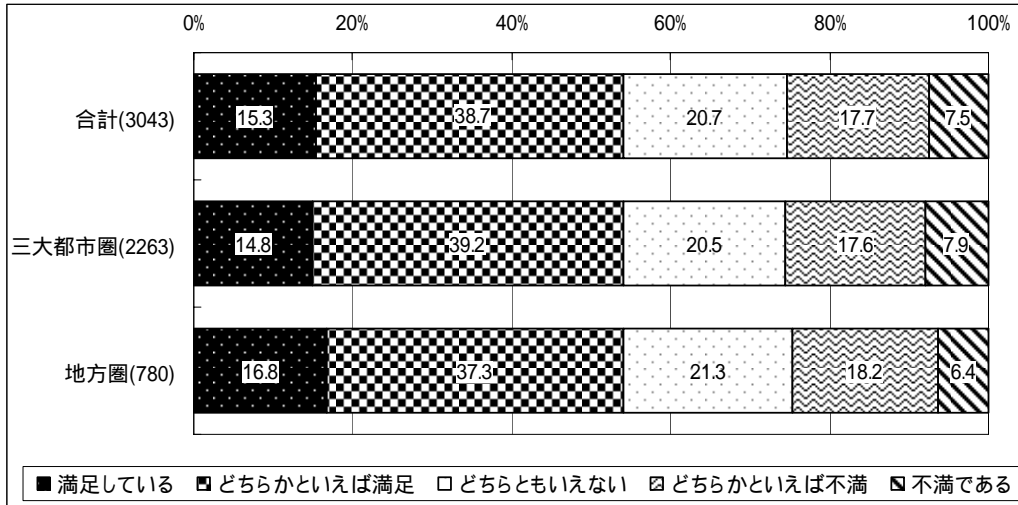
(1 5) 現状の自転車の利用環境への評価 (問 15)

- ・ 問7で新車または中古車で買ったと回答した方に、自転車の利用環境に関する評価ポイントを尋ねた結果では『修理を頼める場所が身近ある』(54.3% ; 満足とどちらかといえば満足の合計) や『安全に走行できる』(54.0% ; 同) では満足との回答が比較的多い。
- ・ 一方で、『盗難の心配がない』については、満足とどちらかといえば満足の合計が20.7%にとどまる一方、不満とどちらかといえば不満の合計が45.4%にも上るなど、否定的な意見も多い。
- ・ これを地域別でみると、『修理を頼める場所が身近にある』については、全体と比較して大都市圏の方が満足度は高かった(満足とどちらかといえば満足の合計で1.9%全体を上回る)。一方で、「駐めたい場所に駐輪場がある」は地方圏ほど満足度が高い(満足とどちらかといえば満足の合計で4.7%全体を上回る)傾向がある。

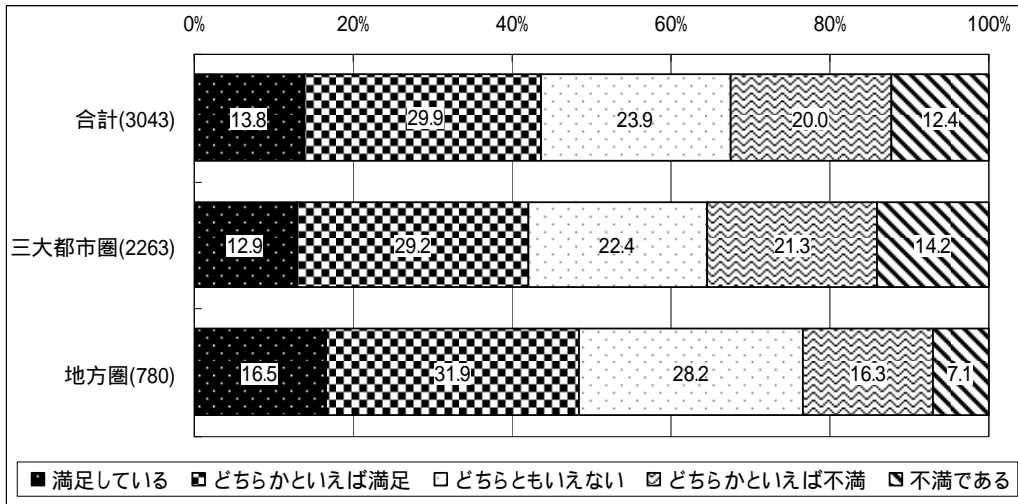
図表 22 : 現状の自転車の利用環境への評価



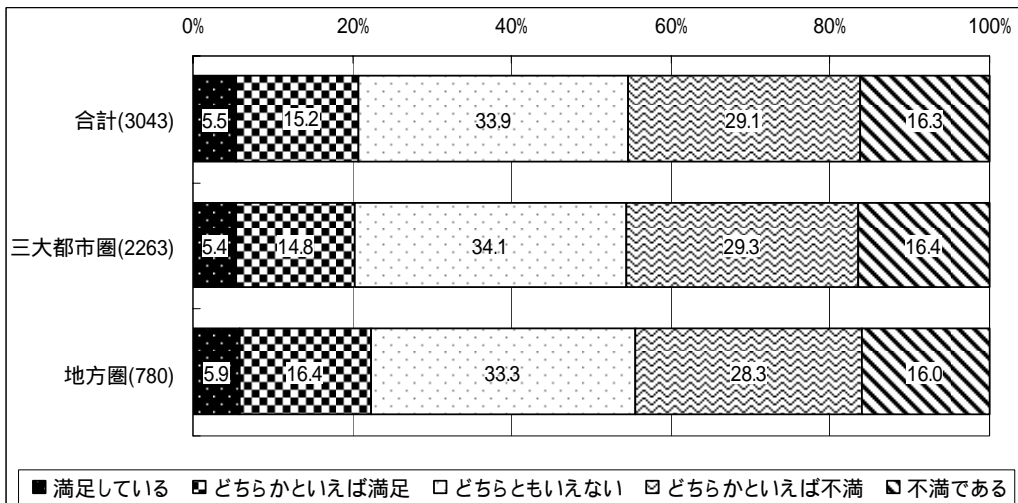
図表 23：現状の自転車の利用環境への評価〔安全に走行できる〕(地域別)



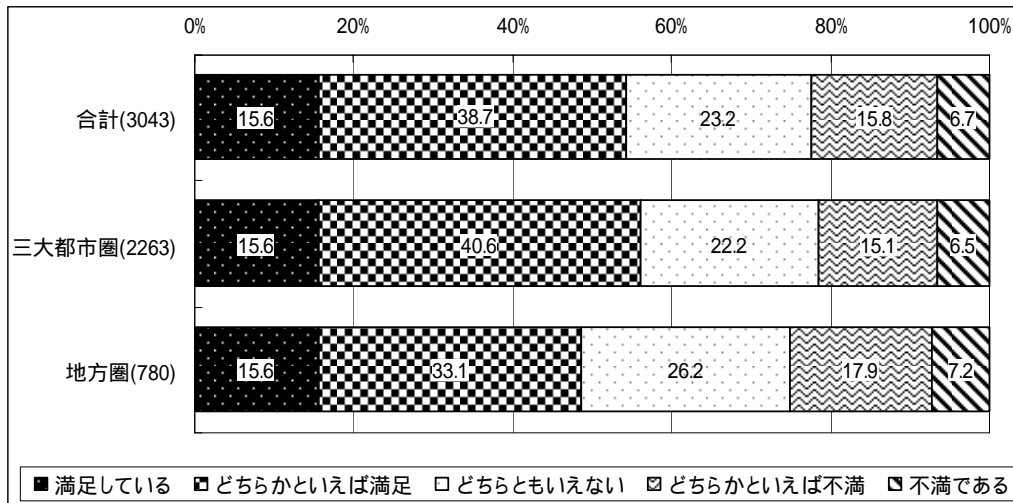
図表 24：現状の自転車の利用環境への評価〔駐めたい場所に駐輪場がある〕(地域別)



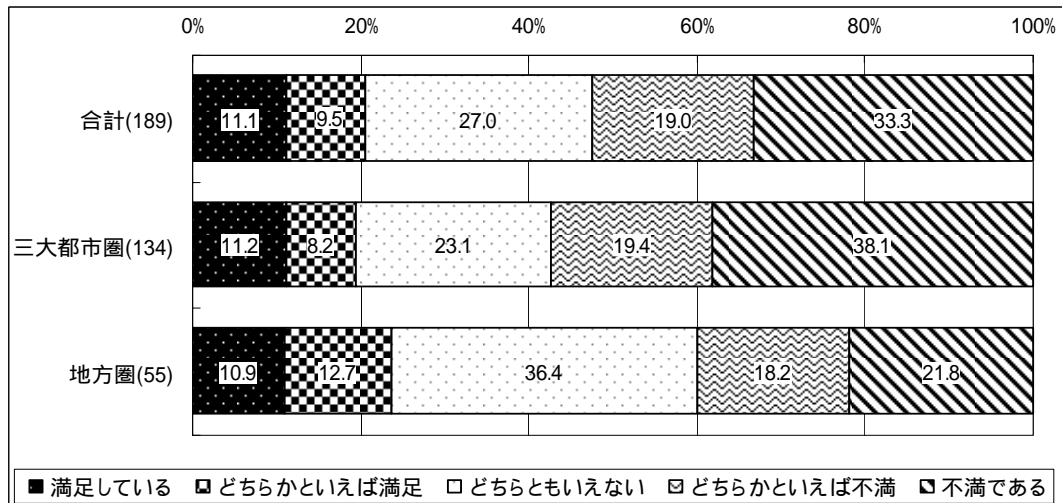
図表 25：現状の自転車の利用環境への評価〔盗難の心配がない〕(地域別)



図表 26：現状の自転車の利用環境への評価〔修理を頼める場所が身近にある〕(地域別)



図表 27：現状の自転車の利用環境への評価〔その他〕(地域別)



< 「その他」の具体的内容 ; 「不満」、「どちらかといえば不満」と回答した者のみ >

道路が悪い、狭いなど	15 件
自転車専用道の整備が必要	13 件
駐輪場がない、放置自転車が多い	12 件
車道が走行しにくい	9 件
自転車利用者のマナー、交通ルールを守らない	6 件
自動車が多い	4 件
歩行者に対して危険	3 件
坂や起伏が多い	3 件
盗難、イタズラされる	3 件
駐輪場の料金	2 件
雨の日の走行	2 件
自宅の駐輪スペースがない	2 件

(1 6) 自転車の利用環境について満足している点、不満な点(問 16)

- ・ 自転車の利用環境について満足している点、不満な点を尋ねた結果では、特に不満な点に多くの意見が寄せられた。特に、「駐輪場・駐輪スペース」に関する項目、および「自転車道の整備の必要性」を訴える意見が多く聞かれた。

< 不満な点を抜粋して主な意見を集計 >

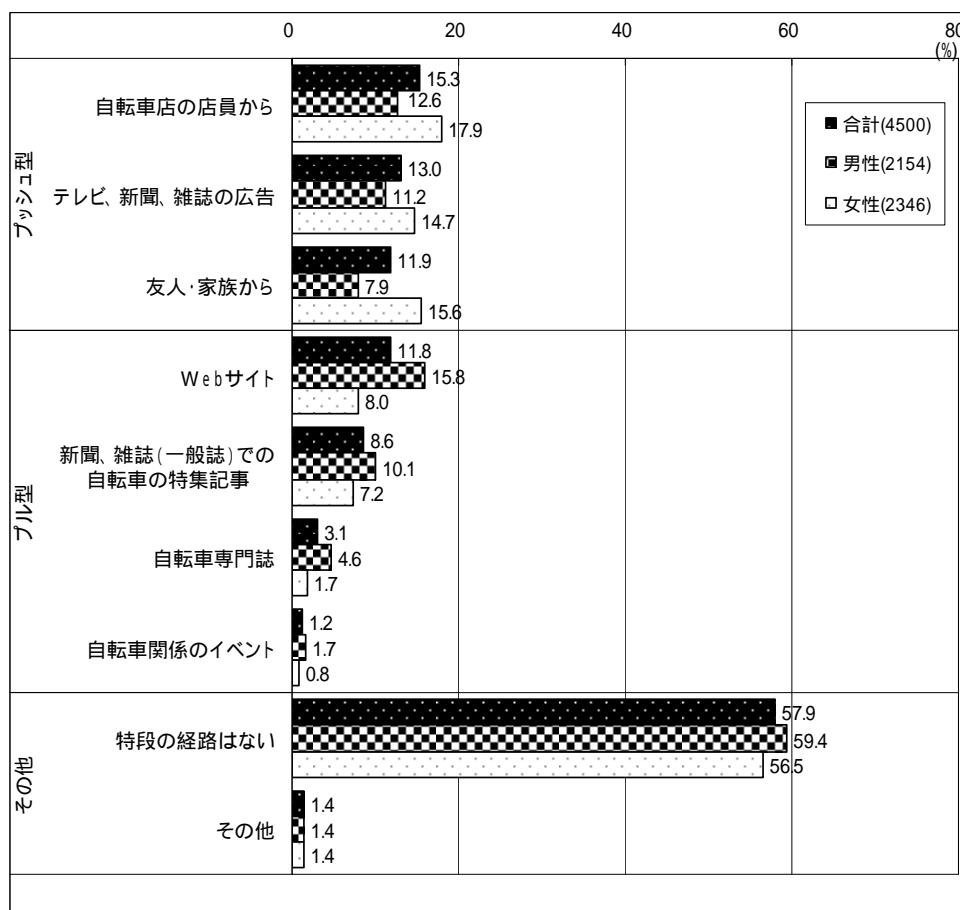
駐輪場・駐輪スペース	379 件
自転車道の整備の必要性	295 件
道が狭い	139 件
駅周辺の駐輪場の問題	125 件
いたずら・盗難	122 件
段差、凸凹、道の悪さなど	117 件
どこを走ればいいのか(歩道も車道も自転車で走るには怖い)	98 件
パンク・修理・メンテナンスの問題	93 件
マナーの問題	86 件
自転車通が狭い、少ない、走ると危ない	75 件
車が危ない、邪魔	56 件
安全に、安心して快適に走れる道が少ない	47 件
坂道	45 件
歩道が狭い、少ない、走ると危ない	34 件
マンションの自転車置き場の問題	15 件
歩行者が多くて危ない	17 件
雨が降るとぬれる	9 件
駅前の放置自転車問題	10 件
寒いときはつらい	7 件
すぐ撤去される	6 件
さびること	4 件
電車に乗せて移動できない	3 件

2 - 4 - 2 . 自転車に関する情報の入手

(1) 普段の自転車に関する情報の入手元 (問 17)

- ・ 全調査対象者に普段の自転車に関する情報の入手元を尋ねた結果では、「特段の経路はない」(57.9%)が多いが、「自転車店の店員から」(15.3%)、「友人・家族から」(11.9%)といったクチコミと、「テレビ、新聞、雑誌の広告」(13.0%)、「Webサイト」(11.8%)などのマスメディアを介しての情報入手が比較的多い。
- ・ これを性別でみると、「自転車店の店員から」、「友人・家族から」などのクチコミの情報、「テレビ、新聞、雑誌の広告」などいわゆるプッシュ型(与えられる形式)の情報については女性の回答率が比較的高い。男性は「自転車専門誌」や「新聞、雑誌での自転車の特集記事」、「Webサイト」など、プル型(自ら探しに行く形式)の情報が比較的多く、男性の方が積極的に情報を収集していることが窺える。
- ・ また年齢別でみると、年齢が高いほど、「テレビ、新聞、雑誌の広告」「新聞、雑誌での自転車の特集記事」および「自転車店の店員から」の情報入手が多くなる傾向がみられる。

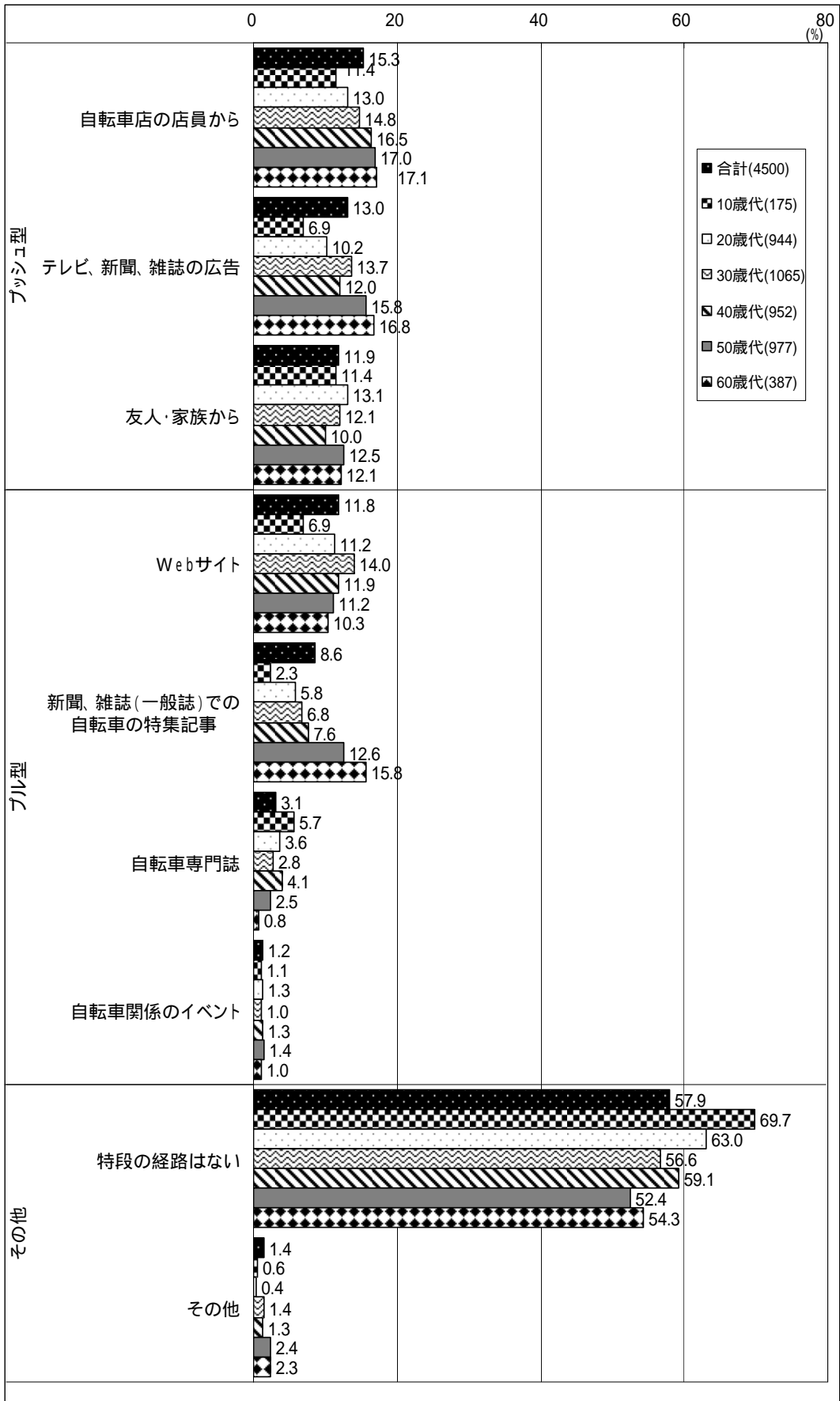
図表 28：普段の自転車に関する情報の入手元 (性別)



< 「その他」の具体的内容(件数の記載のない回答は少数回答) >

- ・ 店頭・・・22件
- ・ 広告・・・14件
- ・ 書籍・ブログなど・・・3件
- ・ サイクルスポーツセンター(伊豆)
- ・ 親戚の、元競輪選手から

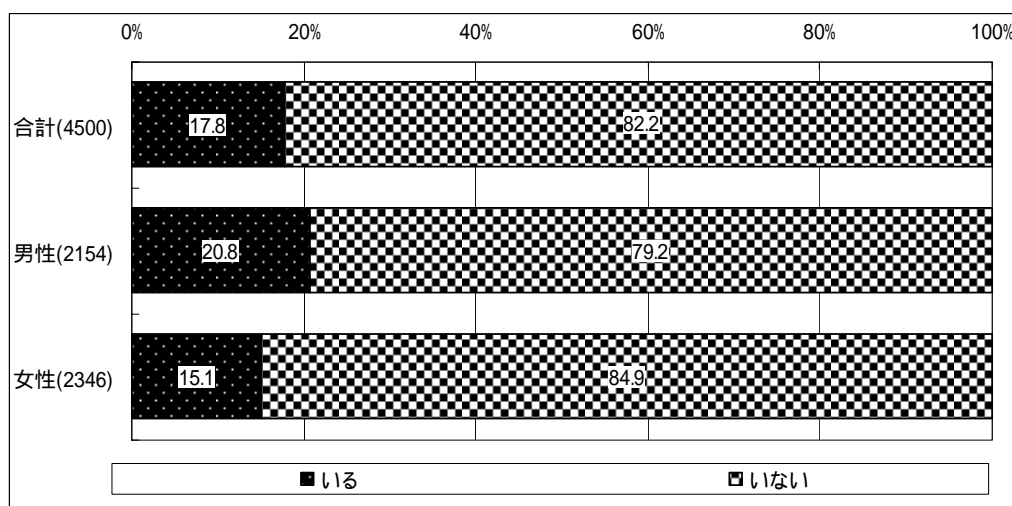
図表 29：普段の自転車に関する情報の入手元（年齢別）



(2) 友人・家族内における自転車に詳しい人の存在 (問 18)

- ・ 友人、家族内に自転車に詳しい人がいるかどうかを尋ねた結果では、「いる」は17.8%であった。
- ・ これを性別で見ると、男性の方に「いる」と回答する者がやや多く、全体を3.0%上回った。一方、女性は男性の回答を僅かながら下回っており、マスメディアや自転車店などを通じた情報がやや重要といえる。

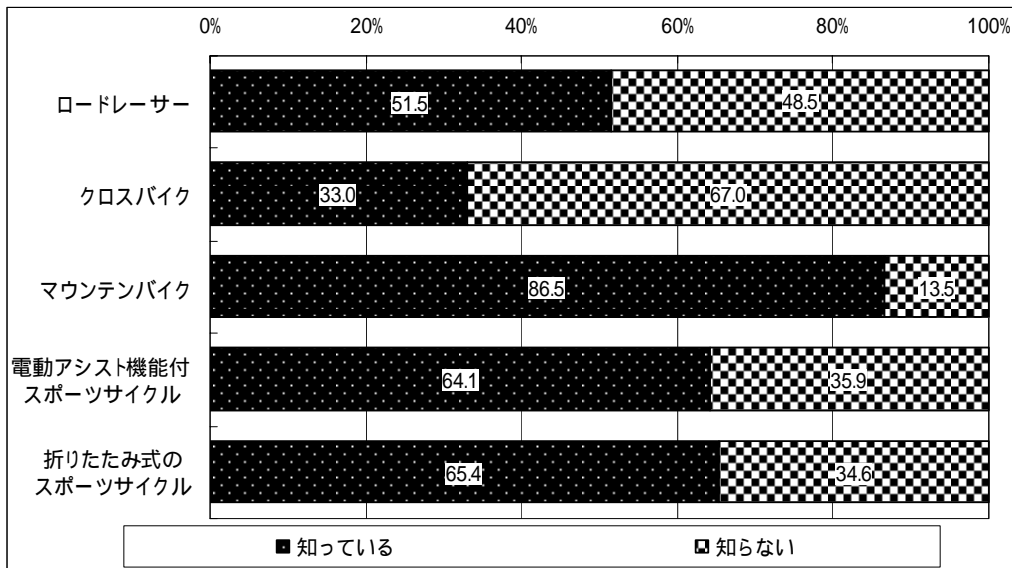
図表 30 : 友人・家族内における自転車に詳しい人の存在 (性別)



(3) スポーツサイクル認知の有無、またその認知経路(問19)

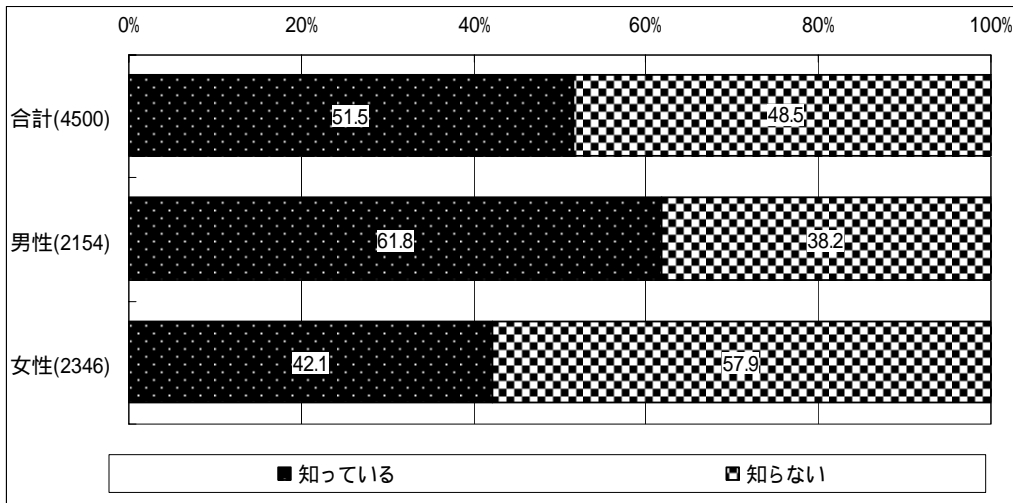
- ・ スポーツサイクルの認知度を尋ねた結果では、「マウンテンバイク」については86.5%と殆どの調査対象者が知っている。多くのスポーツサイクルについて過半数が知っているという回答の中で、「クロスバイク」については知っている者が33.0%とやや少ない。
- ・ これを性別で見ると、「ロードレーサー」については男性に比べて女性の認知度が特に低い。また、特に認知度の低かった「クロスバイク」については男女差が7.3%とあまりなく、男女ともにスポーツサイクルの中での認知度が最も低い。この他、「電動アシスト機能付スポーツサイクル」や「折りたたみ式のスポーツサイクル」についても男性の方が認知度はやや高い結果となっているが、唯一マウンテンバイクにおいては若干だが女性のほうが認知度は高い結果となっている。

図表 31：スポーツサイクル認知の有無

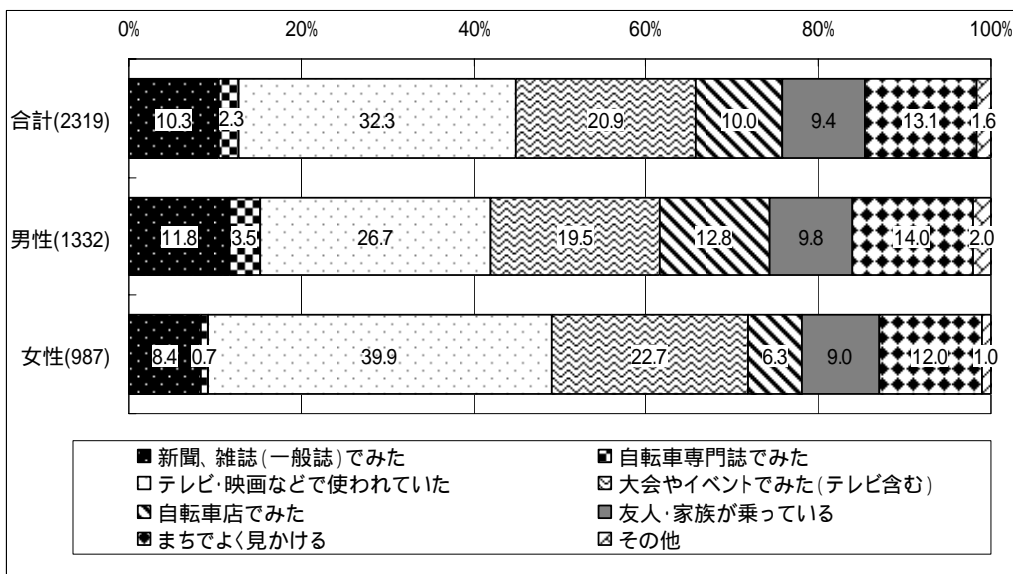


ロードレーサー

図表 32：スポーツサイクル認知の有無〔ロードレーサー〕(性別)



図表 33：「知っている」と答えた人の認知経路〔ロードレーサー〕(性別)

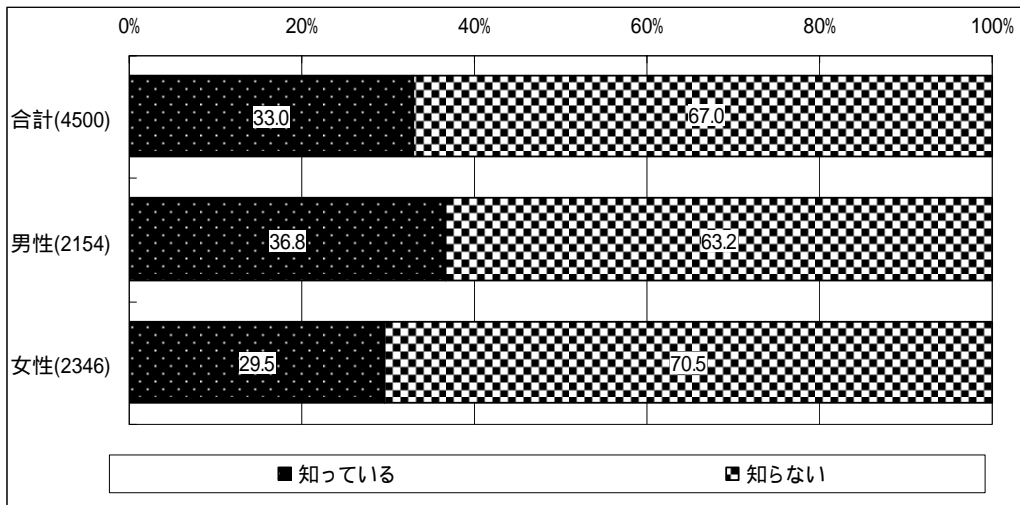


< 「その他」の具体的内容(件数の記載のない回答は少数回答) >

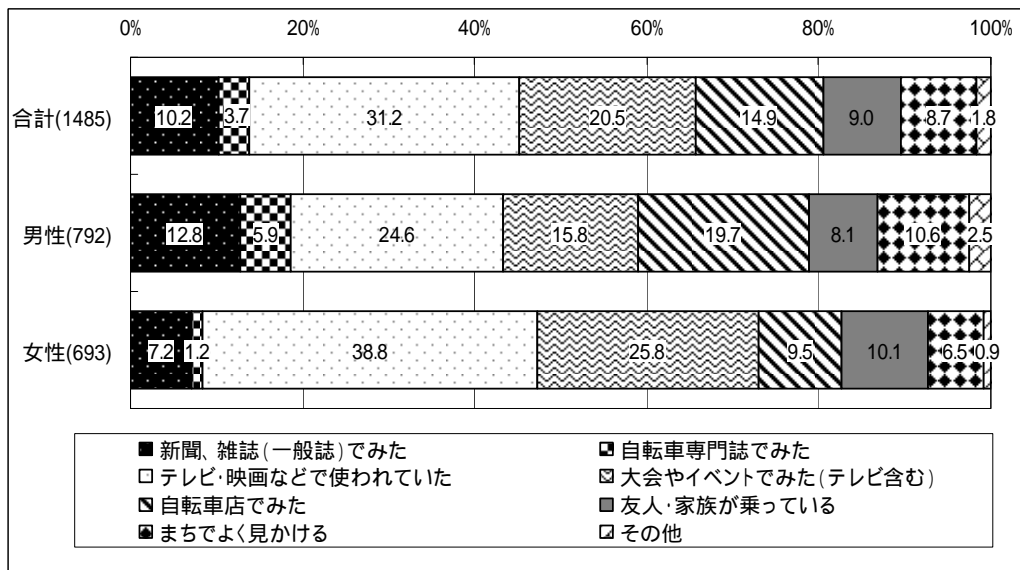
- ・ 以前乗っていた、持っていた・・・7件
- ・ 乗っている、持っている・・・6件
- ・ 漫画・・・4件
- ・ インターネット・・・3件
- ・ サイクルスポーツセンター(伊豆)
- ・ ドライブ中に見かける
- ・ なんとなく普通に知っている
- ・ ラジオで聴いた
- ・ 我が家にあるまたはあった
- ・ 競輪に関するテレビ番組
- ・ 近所に競輪場があり選手が練習している
- ・ 山で見かける
- ・ 自転車部品製造会社の株主だったことがある
- ・ 昔サイクリングが趣味だった
- ・ 友人が話していた

クロスバイク

図表 34：スポーツサイクル認知の有無〔クロスバイク〕(性別)



図表 35：「知っている」と答えた人の認知経路〔クロスバイク〕(性別)

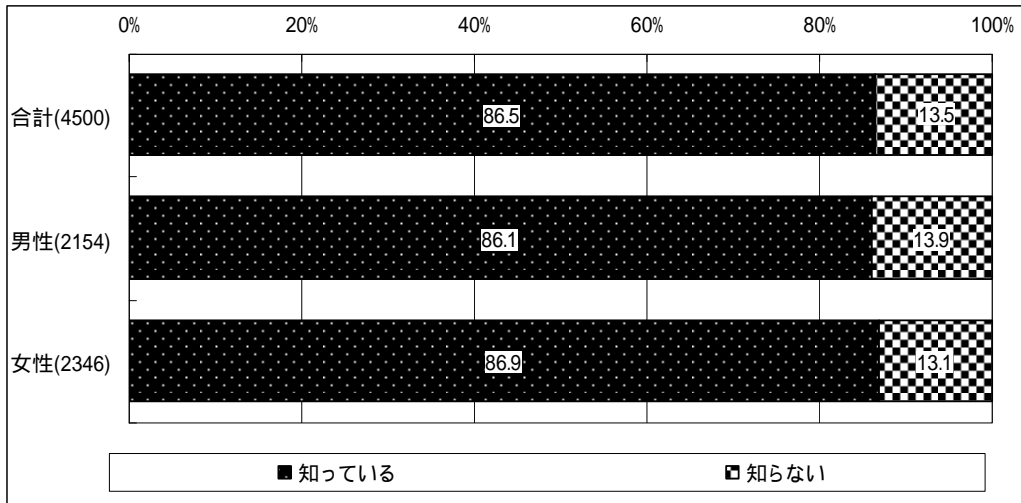


< 「その他」の具体的内容(件数の記載のない回答は少数回答) >

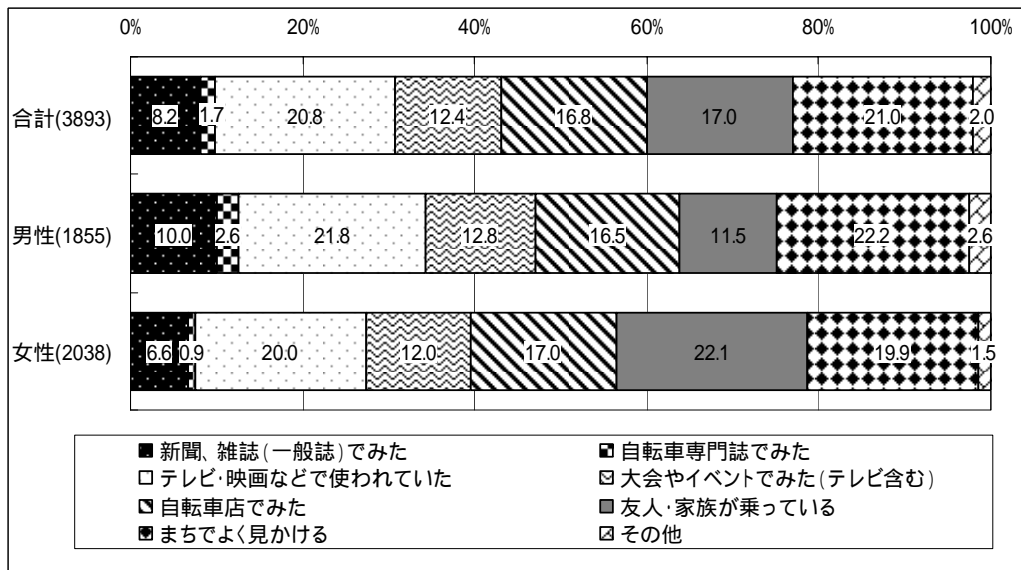
- ・ 以前乗っていた、持っていた・・・7件
- ・ 乗っている、持っている・・・6件
- ・ インターネット・・・5件
- ・ サイクルスポーツセンター(伊豆)
- ・ 街でたまに見かける
- ・ 自転車部品製造会社の株主だったことがある
- ・ 実際のコ - スで。
- ・ 昔から知っている
- ・ 聞いた事ある程度

マウンテンバイク

図表 36：スポーツサイクル認知の有無〔マウンテンバイク〕(性別)



図表 37：「知っている」と答えた人の認知経路〔マウンテンバイク〕(性別)

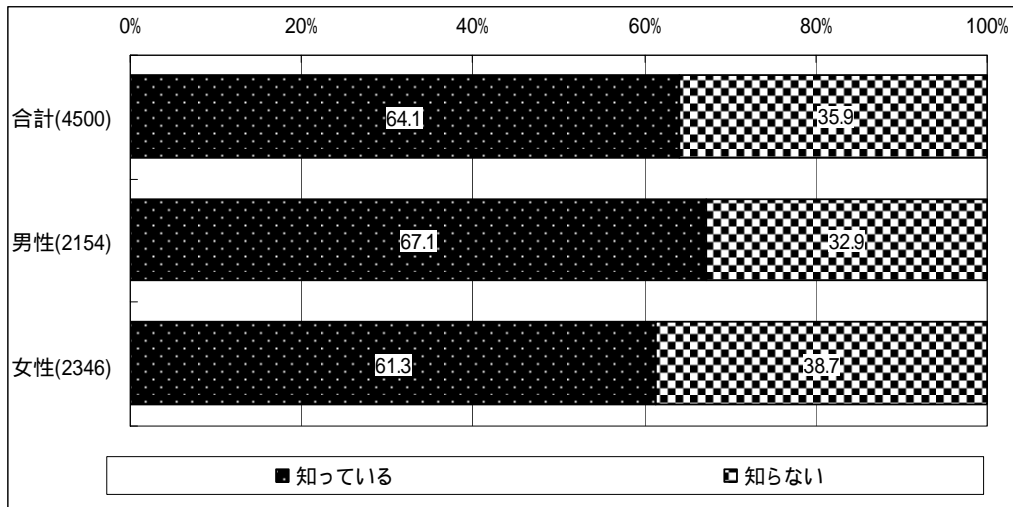


< 「その他」の具体的内容 >

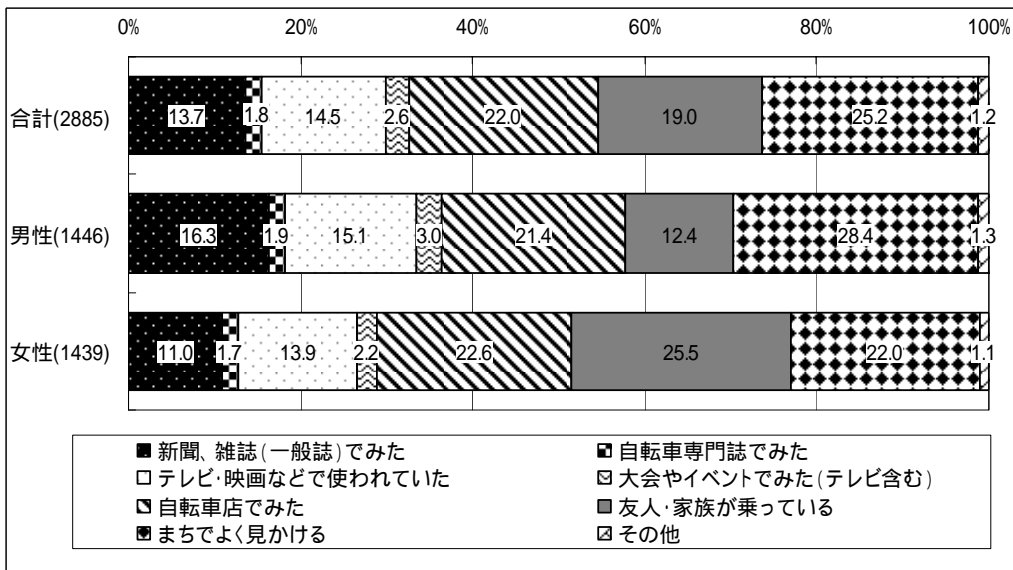
- ・ 以前乗っていた、持っていた・・・39件
- ・ 乗っている、持っている・・・10件
- ・ 家族が以前乗っていた、持っていた・・・5件
- ・ インターネット・・・5件

電動アシスト機能付スポーツサイクル

図表 38：スポーツサイクル認知の有無〔電動アシスト機能付スポーツサイクル〕(性別)



図表 39：「知っている」と答えた人の認知経路〔電動アシスト機能付スポーツサイクル〕(性別)

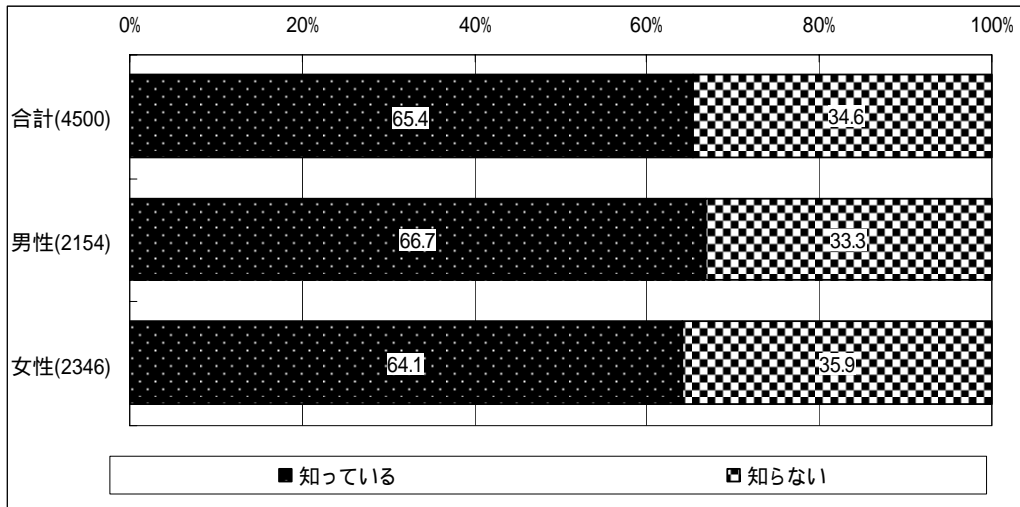


< 「その他」の具体的内容 >

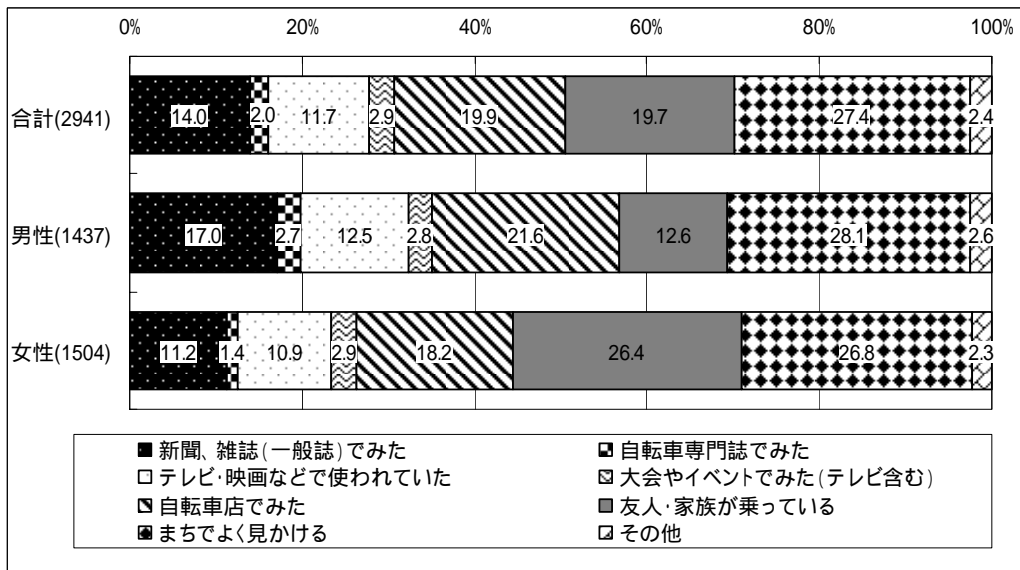
- ・ 乗っている、持っている・・・8件
- ・ 以前、乗っていた、持っていた・・・4件
- ・ インターネット・・・4件
- ・ テレビコマーシャル・・・4件
- ・ 家族が、以前、乗っていた、持っていた・・・4件

折りたたみ式のスポーツサイクル

図表 40：スポーツサイクル認知の有無〔折りたたみ式のスポーツサイクル〕(性別)



図表 41：「知っている」と答えた人の認知経路〔折りたたみ式のスポーツサイクル〕(性別)



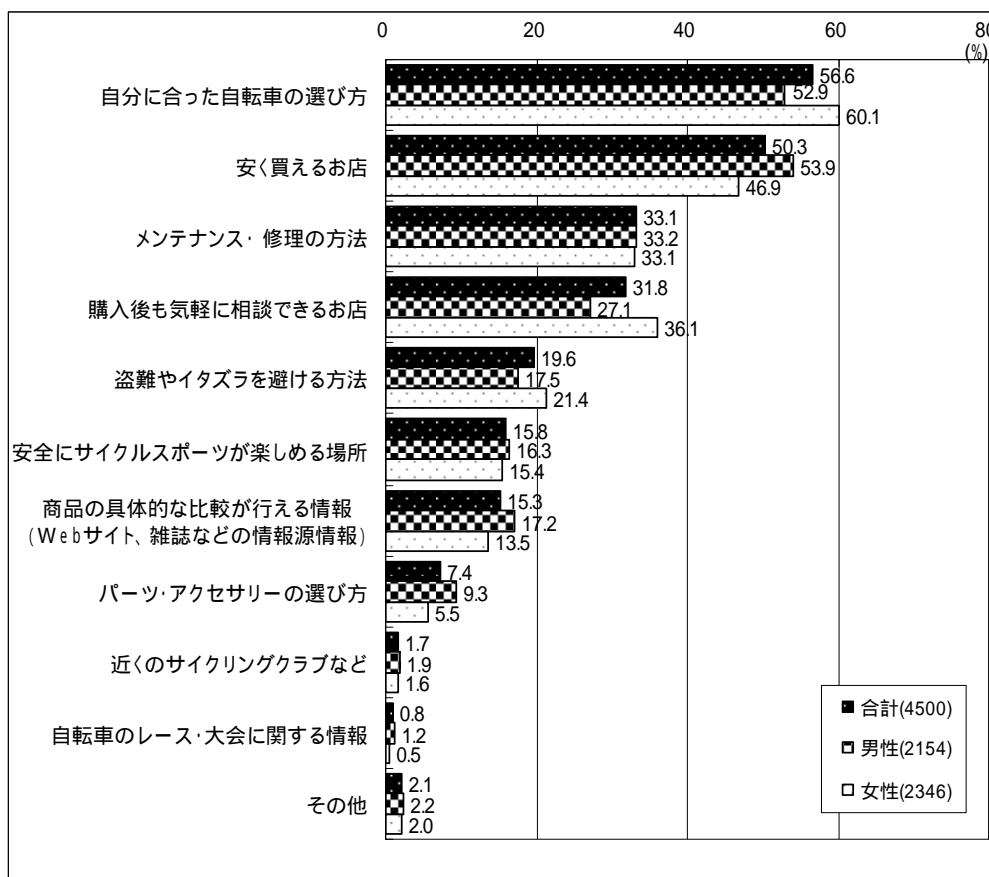
< 「その他」の具体的内容(件数の記載のない回答は少数回答) >

- ・ 乗っている、持っている・・・18件
- ・ インターネット、書籍など・・・17件
- ・ 以前、乗っていた、持っていた・・・12件
- ・ 旅行先、移動中などにみかけた・・・6件
- ・ 家にある・・・3件
- ・ 懸賞で見かける・当たった・・・3件
- ・ 自転車部品製造会社の株主だったことがある。
- ・ 知人が乗っている
- ・ 通販番組
- ・ 名前のみ
- ・ 貰った

(4) スポーツサイクル購入・利用に際しての必要情報(問20)

- ・ スポーツサイクルを購入・利用する場合に必要な情報を尋ねた結果では、「自分に合った自転車の選び方」(56.6%)、「安く買えるお店」(50.3%)が特に多い。
- ・ これを性別でみると、男性は「安く買えるお店」が53.9%と全体を3.6%上回ったのに対し、女性は「自分に合った自転車の選び方」(全体より3.5%)や「購入後も気軽に相談できるお店」(全体より4.3%)など、自転車に関する基本的な情報を求める回答が男性より多いことが窺える。
- ・ また、年齢別では「安く買えるお店」については比較的若年層の方が回答割合は高く、「購入後も気軽に相談できるお店」「安全にスポーツサイクルを楽しめる場所」「商品の具体的な比較が行える情報」については年齢層の高い世代ほど回答割合が高くなる傾向がみられる。年齢層が高い世代の方が、自転車をじっくり選んで、購入後も詳しい人のアドバイスを受けながら安全にスポーツを楽しみたいという意識があるのに対し、若年層では価格の安さを比較的重視する傾向が窺える。
- ・ また、「近くのサイクリングクラブなど」や「自転車のレース・大会に関する情報」へのニーズは必ずしも高くない傾向がみられたが、その中では「近くのサイクリングクラブなど」の情報は比較的高齢層である50~60歳代から、「自転車のレース・大会に関する情報」は比較的若年層からの回答がやや多かった。

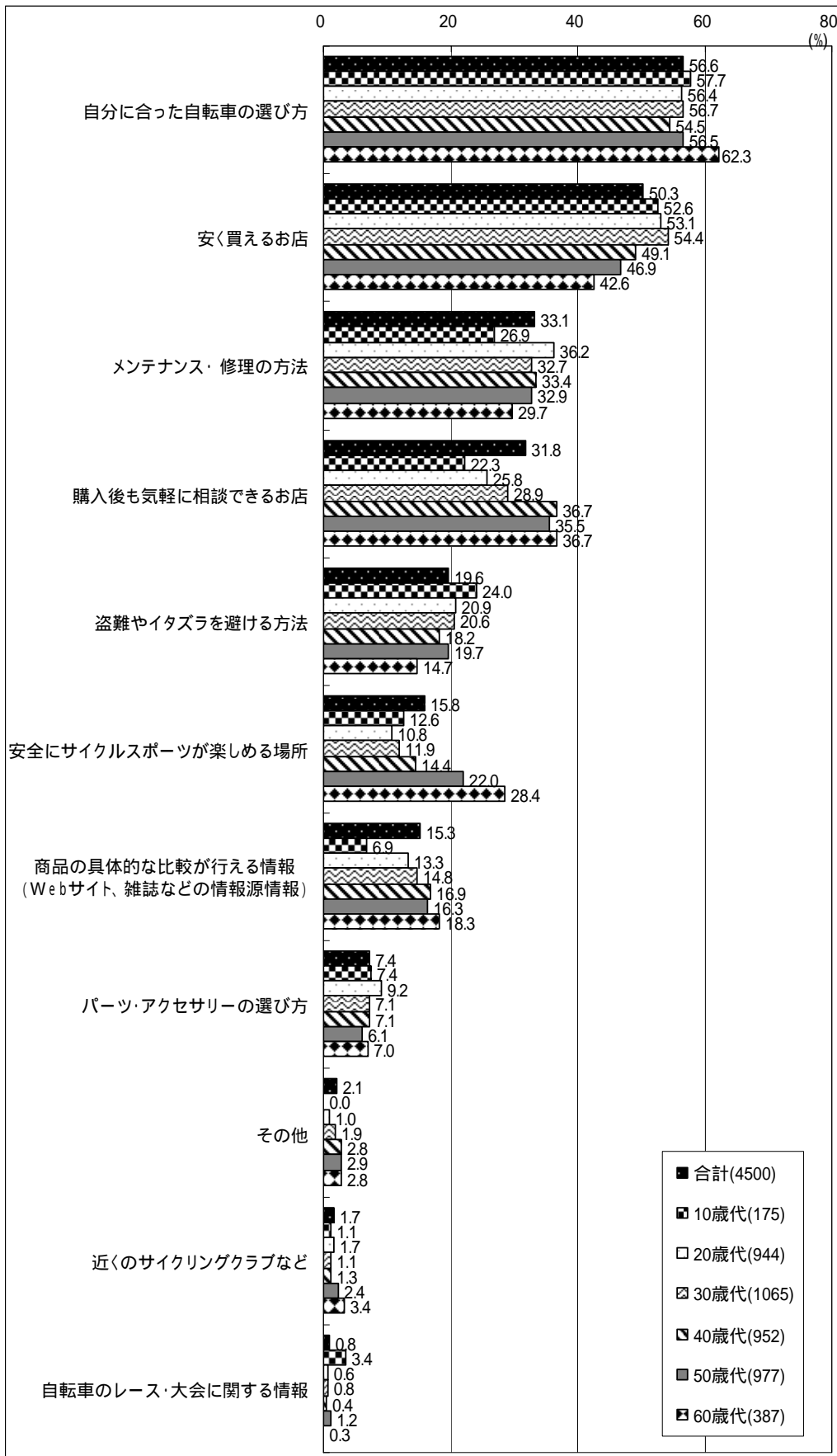
図表 42：スポーツサイクル購入・利用に際しての必要情報(性別)



< 「その他」の具体的内容(件数の記載のない回答は少数回答) >

- ・ アフターサービスの良い店 ・ イベント ・ 自転車の楽しみ方 ・ レンタサイクルが借りられる場所

図表 43：スポーツサイクル購入・利用に際しての必要情報（年齢別）



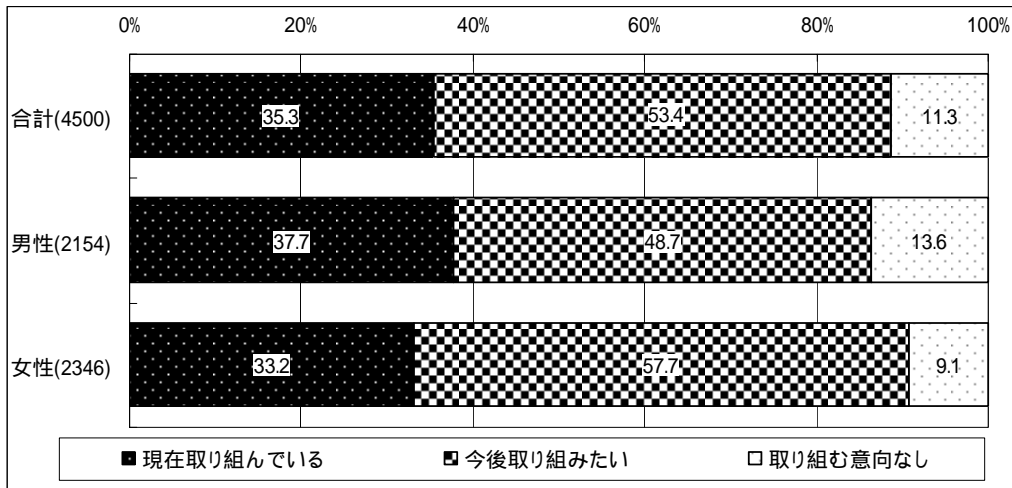
2 - 4 - 3 . 新たな自転車の利用

(1) 現在行っている健康づくりに関する活動 (問 21)

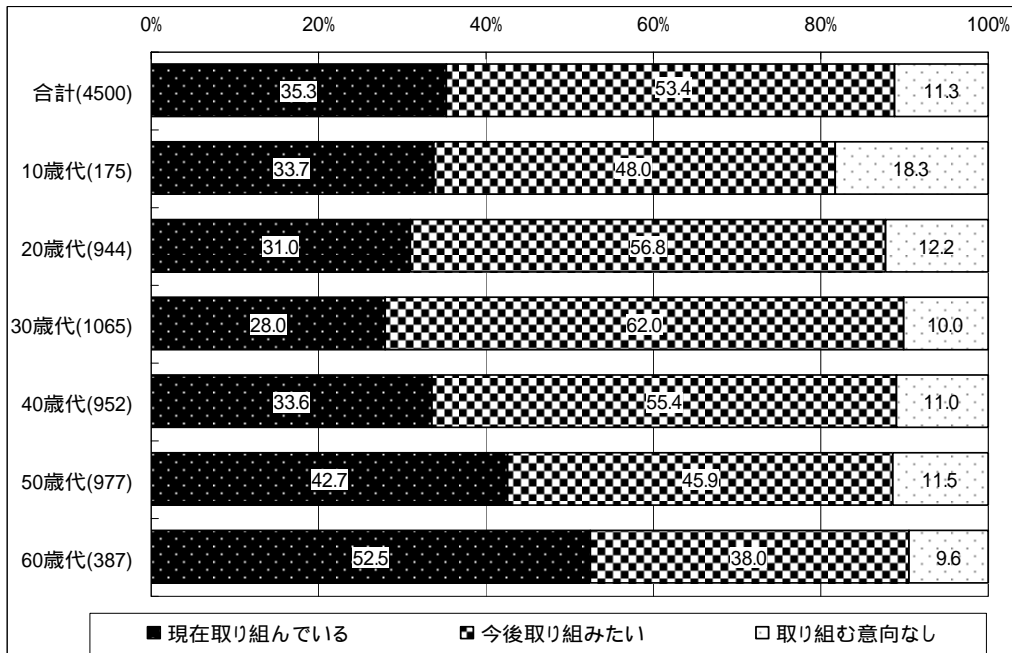
日常の運動

- ・ 調査対象者全員に、現在行っている日常の運動について尋ねた結果では、「現在取り組んでいる」が 35.3%、「今後取り組みたい」が 53.4%で、全体の約 9 割が実践中または今後取り組む意向を有している。
- ・ これを性別でみると、男性の方が実践中の者は僅かに多く全体を 2.4%上回った。
- ・ また、年齢別でみると「現在取り組んでいる」は 30 歳代で最も少なく、若年層と高齢層でともに多い。特に 60 歳代では、実践中が 52.5%であり、全体を 17.2%と大きく上回っている。

図表 44：現在行っている健康づくりに関する活動〔日常の運動〕(性別)



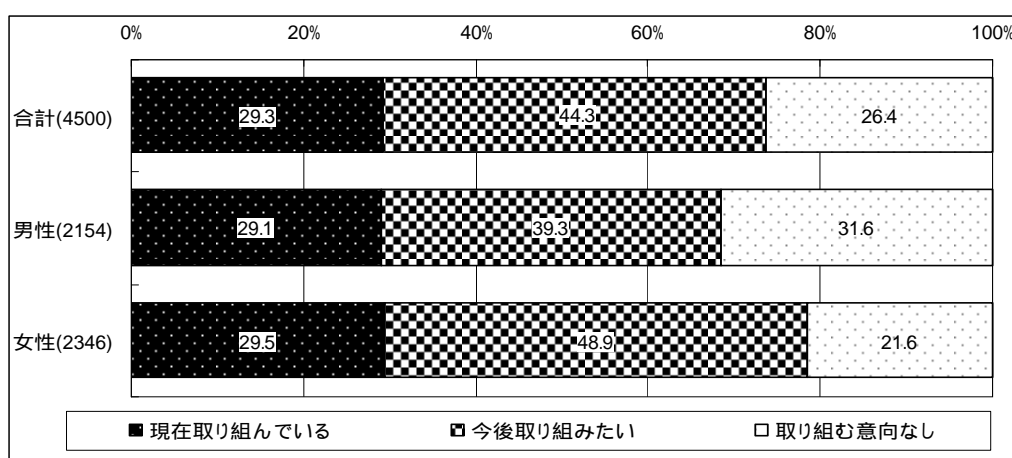
図表 45：現在行っている健康づくりに関する活動〔日常の運動〕(年齢別)



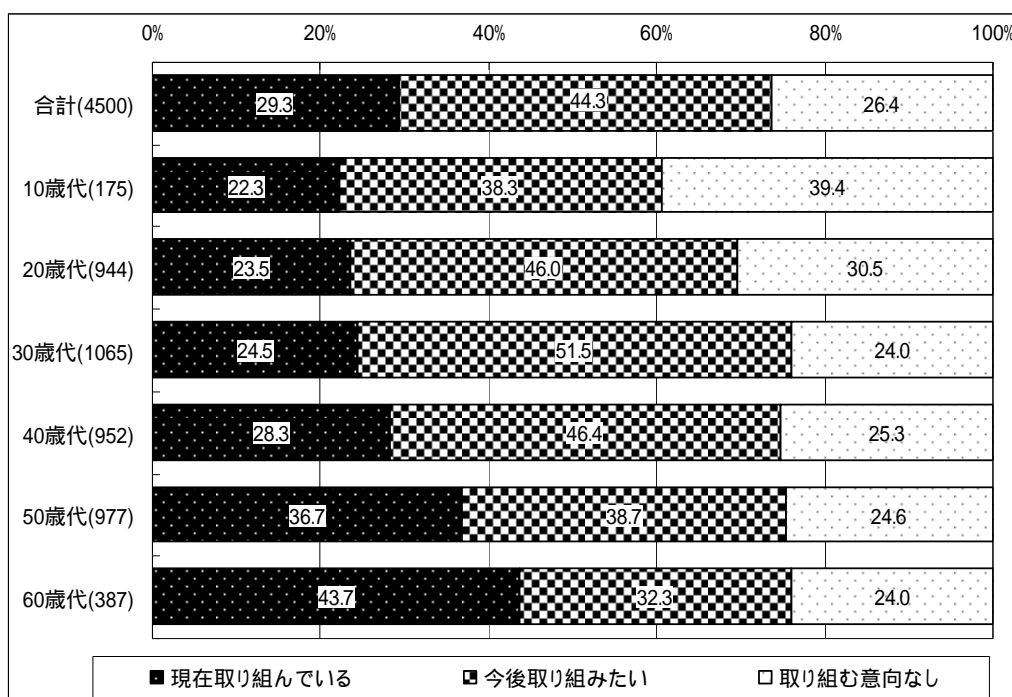
食事制限

- ・ 調査対象者全員に、現在行っている食事の制限について尋ねた結果では、「現在取り組んでいる」が29.3%、「今後取り組みたい」が44.3%で、全体の約7割が実践中または今後取り組む意向を有している。
- ・ これを性別でみると、「現在取り組んでいる」には大きな差異はみられないが、「今後取り組みたい」は女性に多く全体を4.6%上回っている。
- ・ また、年齢別でみると「現在取り組んでいる」は高齢層ほど多い。50歳代以上で全体を上回っており、特に60歳代では43.7%と全体を14.4%上回っており、高齢になるほど健康づくりに関心があるという結果になっている。

図表 46：現在行っている健康づくりに関する活動〔食事制限〕(性別)



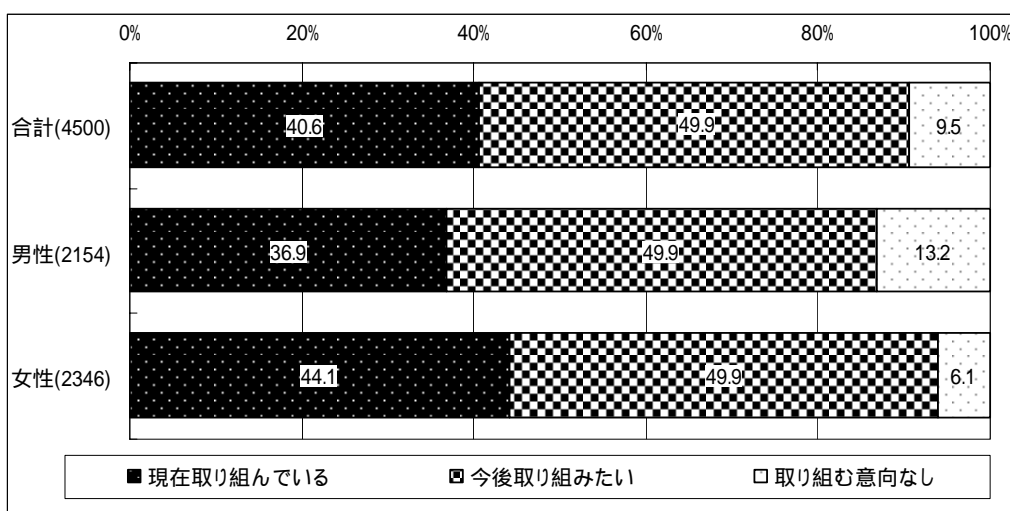
図表 47：現在行っている健康づくりに関する活動〔食事制限〕(年齢別)



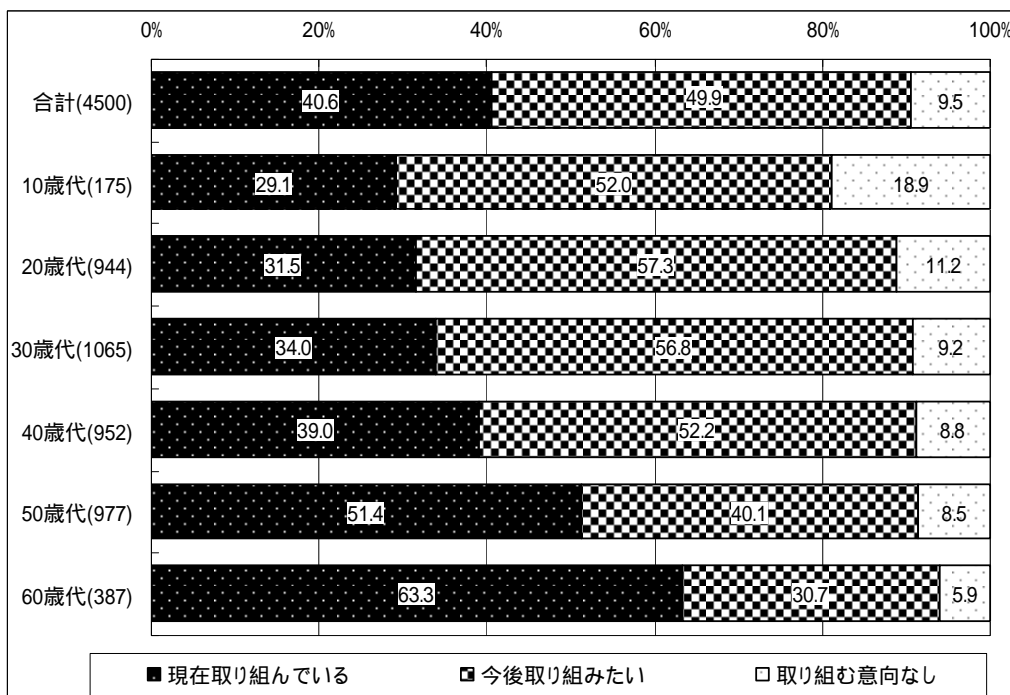
規則正しい生活習慣

- ・ 調査対象者全員に、現在行っている規則正しい生活習慣への取り組みについて尋ねた結果では、「現在取り組んでいる」が40.6%、「今後取り組みたい」が49.9%で、全体の約9割が実践中または今後取り組む意向を有している。
- ・ これを性別でみると、「現在取り組んでいる」は女性に多く全体を3.5%上回っている。また、年齢別でみると「現在取り組んでいる」は高齢層ほど多く、特に50歳代以上で全体を上回っており、60歳代では63.3%と全体を22.7%上回っている。

図表 48：現在行っている健康づくりに関する活動〔規則正しい生活習慣〕(性別)



図表 49：現在行っている健康づくりに関する活動〔規則正しい生活習慣〕(年齢別)

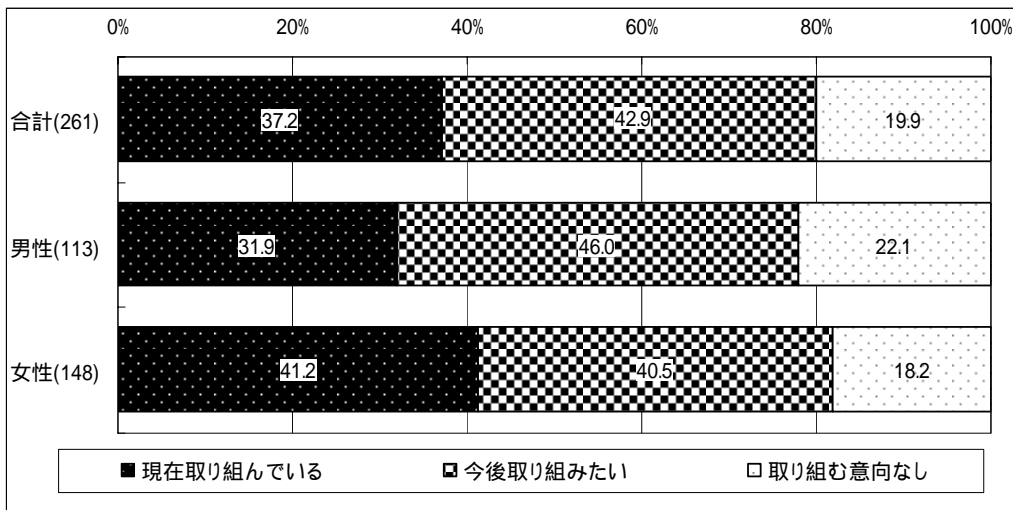


その他

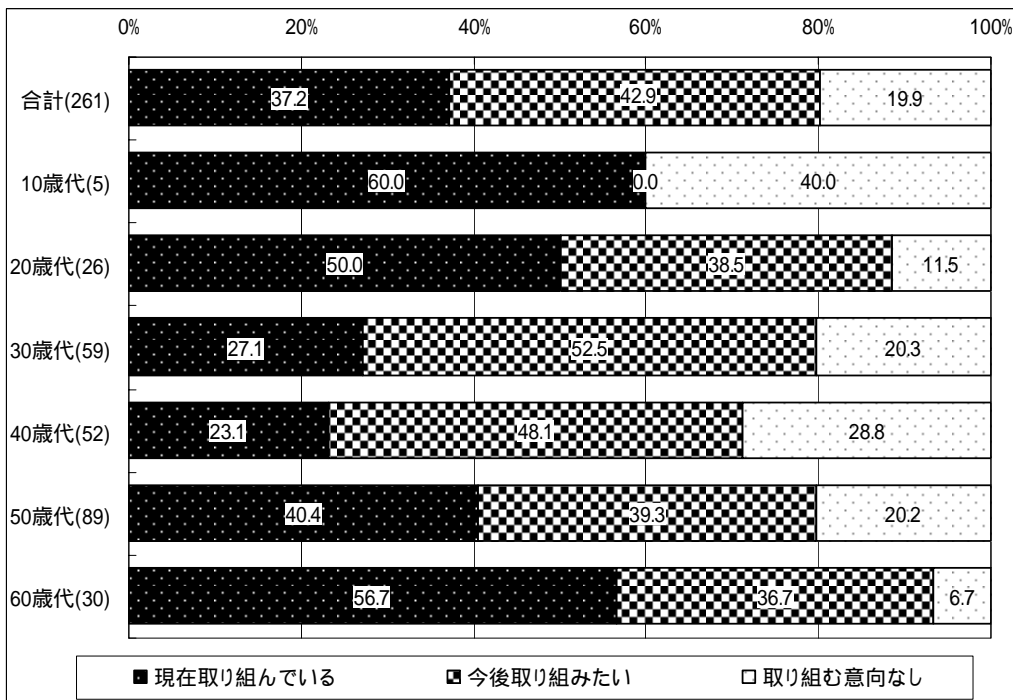
「その他」は必須の回答項目ではないため、集計対象は「その他」に回答した回答者のみとした。

- ・ 調査対象者全員に、現在行っている規則正しい生活習慣への取り組みについて尋ねた結果では、「現在取り組んでいる」が37.2%、「今後取り組みたい」が42.9%で、全体の約8割が実践中または今後取り組む意向を有している。
- ・ これを性別でみると、「現在取り組んでいる」は女性に多く、全体を4.0%上回っている。また、年齢別でみると「現在取り組んでいる」は10歳代と50歳代以上に多い。

図表 50：現在行っている健康づくりに関する活動〔その他〕(性別)



図表 51：現在行っている健康づくりに関する活動〔その他〕(年齢別)



(2) 現在行っている運動の種類 (問 22)

- ・ 日常の運動について「現在取り組んでいる」と回答した者に、その内容を自由回答で尋ねた結果では、ウォーキングやアスレチックなどが比較的多い。
- ・ 自転車についても、サイクリングでの利用、自転車通勤などを合わせて約 162 人と、全体の約 1 割は日常の運動に自転車を利用している。

図表 52：現在行っている運動の種類 (10 件以上の回答があったものを抜粋)

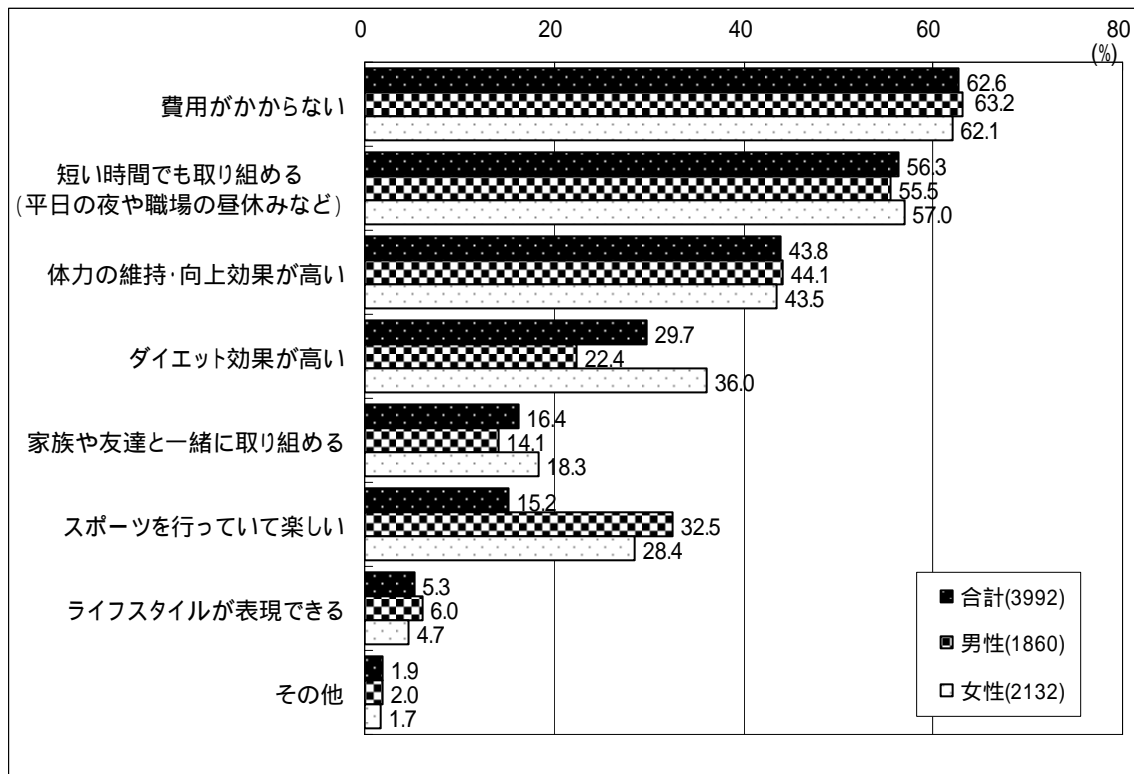
ウォーキング	527 件	サッカー	19 件
アスレチック	171 件	犬と散歩	18 件
ジョキング	144 件	バレー	17 件
ストレッチ	111 件	バドミントン	16 件
スイミング	109 件	野球	16 件
脚力中心の筋トレ	88 件	登山	15 件
散歩	73 件	ダンベル	15 件
ヨガ	73 件	階段の上り下り	15 件
テニス	65 件	駅まで徒歩で通う	14 件
サイクリング	61 件	卓球	13 件
背筋	57 件	水中ウォーキング	12 件
ランニング	52 件	フットサル	12 件
自転車	42 件	柔軟運動	12 件
ゴルフ	41 件	エアロバイク	11 件
エアロビクス	39 件	マラソン	11 件
自転車で移動	37 件	バスケットボール	11 件
ビリーズブートキャンプ	27 件	徒歩通学	10 件
体操	27 件	ボウリング	10 件
ダンス	26 件	スクワット	10 件
自転車通勤	22 件		

日常の運動について「現在取り組んでいる」と回答した者の人数：1589 人

(3) 現在行っている運動を決める際、あるいは今後行いたい運動を決める際の重視項目(問23)

- ・ 日常の運動について「現在取り組んでいる」、「今後取り組みたい」と回答した者に、どのような運動をするかを決める際に重視する項目を尋ねた結果では、「費用がかからない」(62.6%)が最も多く、「短い時間でも取り組める」(56.3%)、「体力の維持・向上効果が高い」(43.8%)がこれに次いでいる。
- ・ これを性別でみると、これら上位3項目については男女差が殆どみられなかったが、男性の場合、これら3項目に次いで「スポーツを行っていて楽しい」が32.5%(全体を17.3%上回る)と多いのに対し、女性の場合は、上位3項目に次ぐ4番目は「ダイエット効果が高い」が36.0%であり全体を6.3%上回る結果となっている。
- ・ また、年齢別では、若年層ほど「スポーツを行っていて楽しい」を重視するとの回答が多く、特に10歳代では48.3%と全体を18.0%上回っている。これに対し、高齢層ほど「体力の維持・向上効果が高い」ことを重視する傾向があり、特に60歳代では64.0%と全体を20.2%上回っている。

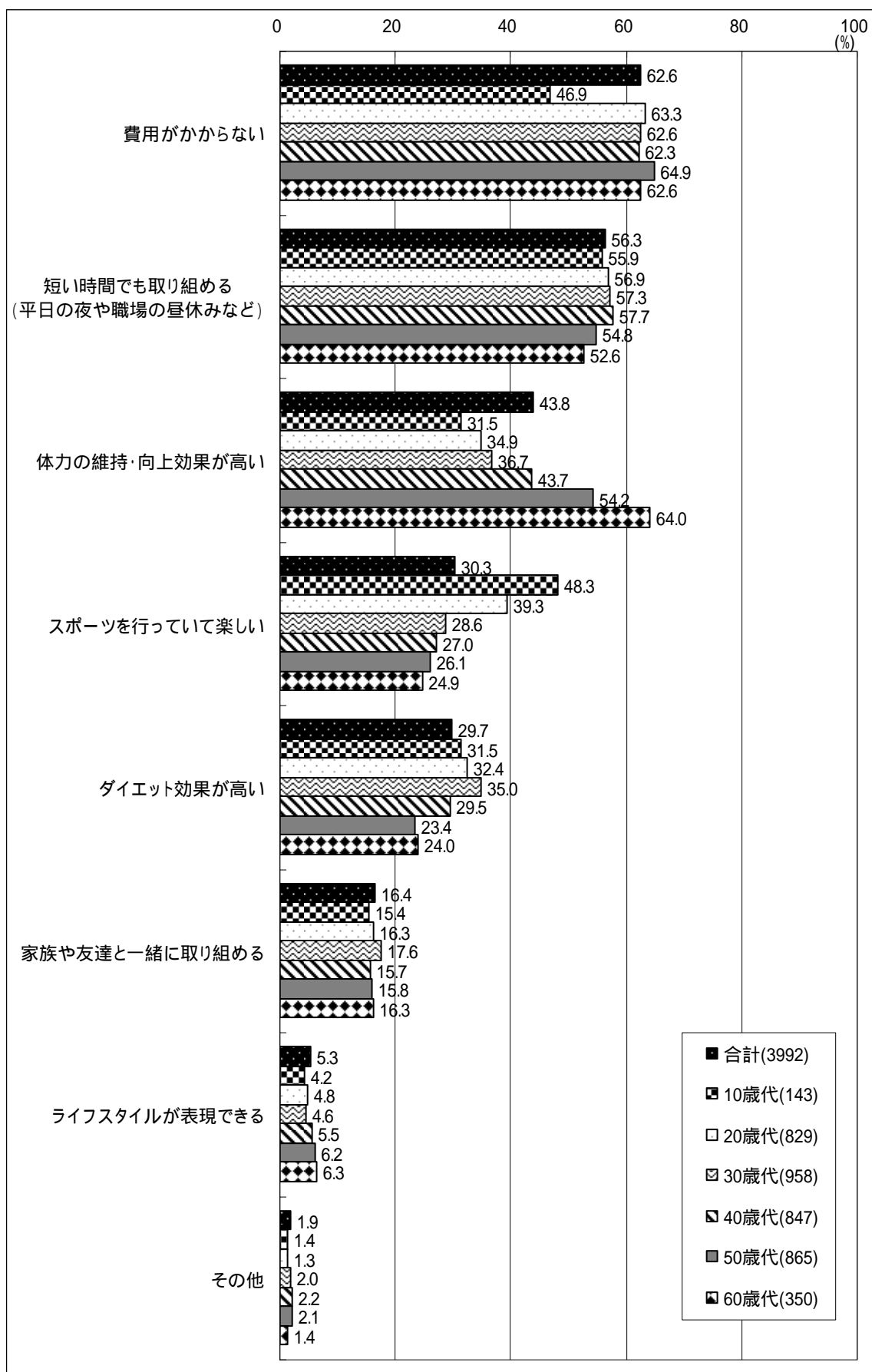
図表 53：現在行っている運動を決める際、あるいは行いたい運動を決める際の重視項目(性別)



< 「その他」の具体的内容 >

- ・ 継続しやすい 10件
- ・ 簡単に、気軽にできる 4件
- ・ ストレス解消、気分転換になる 3件
- ・ 1人でもできる 2件
- ・ リハビリにいい 2件
- ・ 昔からやっているもの 2件

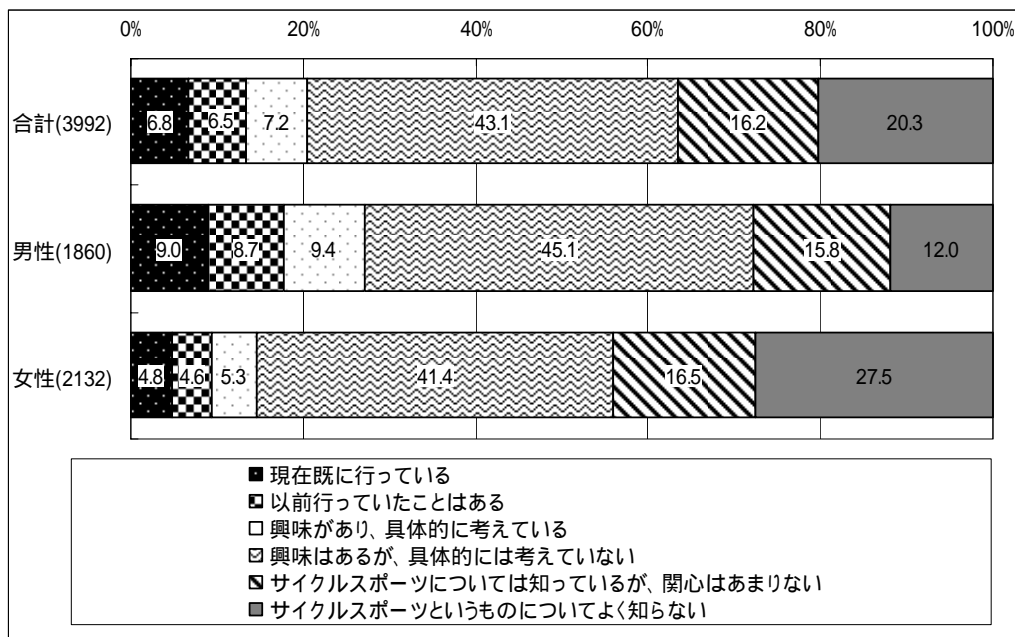
図表 54：現在行っている運動を決める際、あるいは行いたい運動を決める際の重視項目（年齢別）



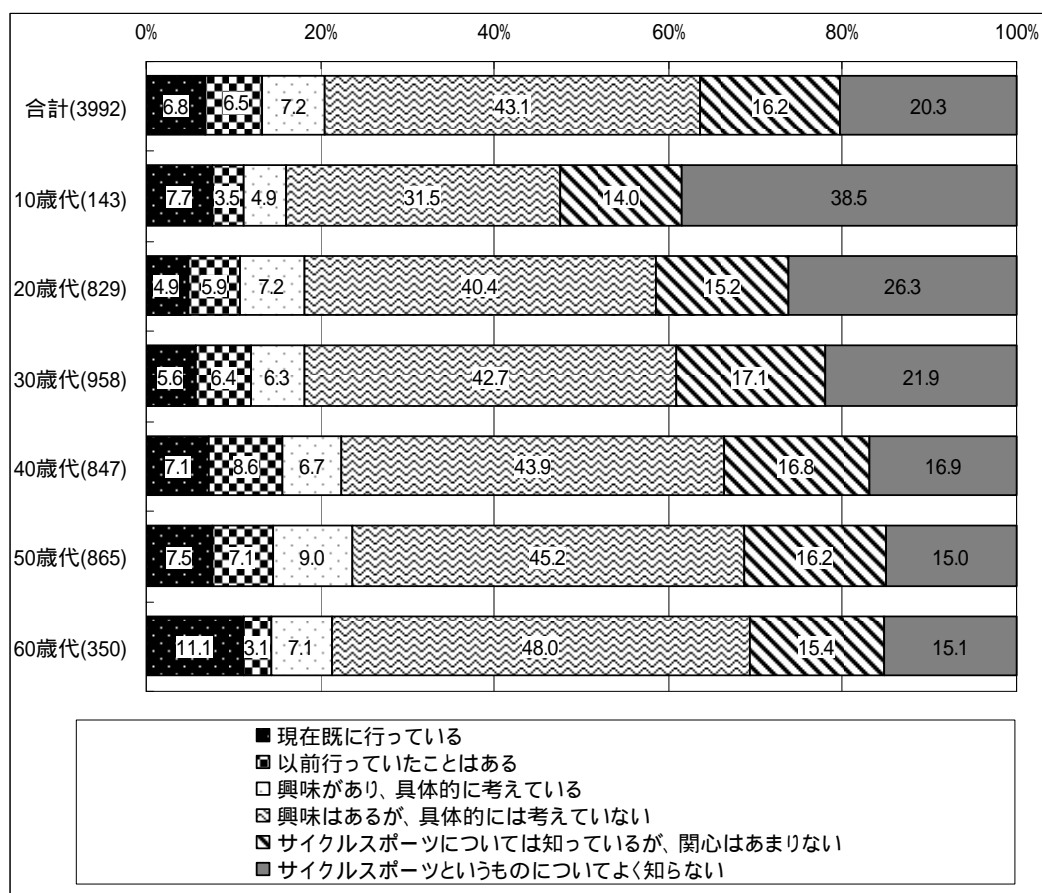
(4) 日常運動としての自転車を利用したスポーツについての考え(問24)

- ・ 日常の運動について「現在取り組んでいる」、「今後取り組みたい」と回答した者に、自転車を利用しスポーツに関する意識を尋ねた結果では、「現在既に行っている」は6.8%であった。全体的には「興味はあるが、具体的には考えていない」(43.1%)が最も多く、「関心はあまりない」(16.2%)がこれに次いでいる。
- ・ これを性別で見ると、男性の方が「現在既に行っている」、「興味があり、具体的に考えている」などの回答がわずかずつではあるが多い。女性の場合は「サイクルスポーツというものについてよく知らない」という回答が27.5%と、「興味はあるが具体的には考えていない」の41.4%に次いで多いなど、全体的な意識は男性に比べて低い傾向が窺える。
- ・ また年齢別では、「現在既に行っている」は10歳代で多いほか、わずかずつではあるが、高齢層ほど多い傾向があり、特に60歳代では約1割に当たる11.1%が日常運動として自転車を利用したスポーツを現在実践している。

図表 55：日常運動としての自転車を利用したスポーツについての考え(性別)



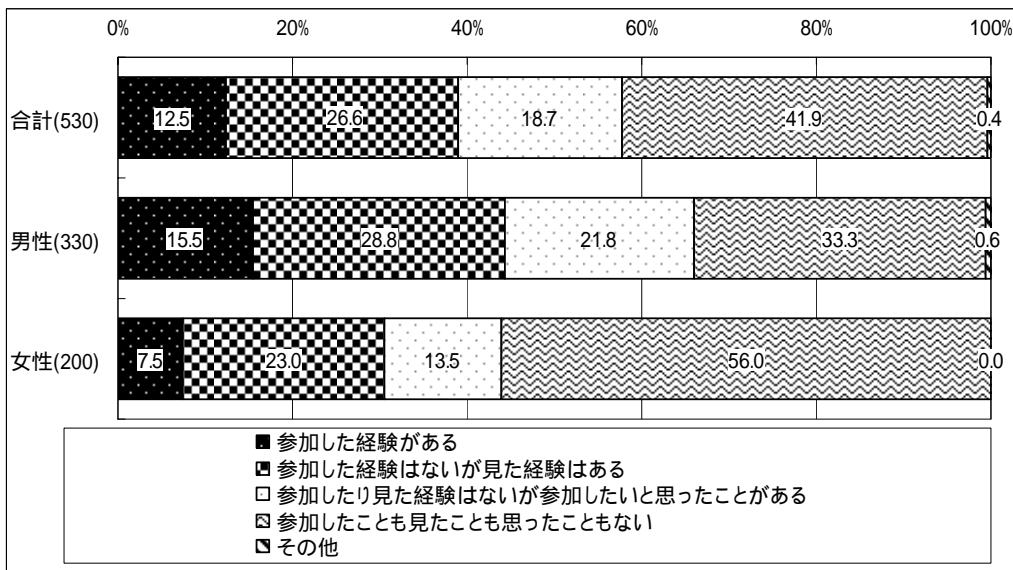
図表 56：日常運動としての自転車スポーツ実施についての考え（年齢別）



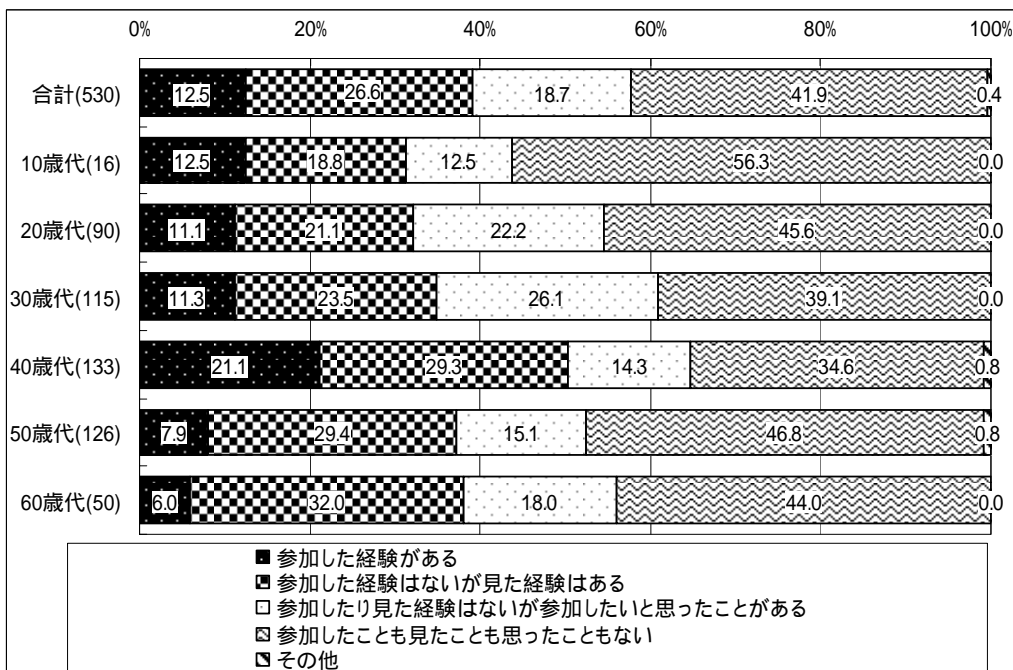
(5) サイクリング大会や自転車競技への参加経験の有無(問25)

- ・ 日常の運動について「現在取り組んでいる」、「今後取り組みたい」と回答した者に、サイクリング大会や自転車競技への参加経験の有無を尋ねた結果では、「参加した経験がある」が12.5%を占め、全体の約1割がサイクリング大会や自転車競技を体験している。
- ・ これを性別で見ると、男性では「参加した経験がある」が15.5%と全体と比較して3.0%上回っている。一方で、女性は「参加したことも見たことも思ったこともない」が56.0%と過半数を占めている。
- ・ また年齢別で見ると、40歳代に21.1%と参加経験者が多い。

図表 57：サイクリング大会や自転車競技への参加経験の有無(性別)



図表 58：サイクリング大会や自転車競技への参加経験の有無(年齢別)

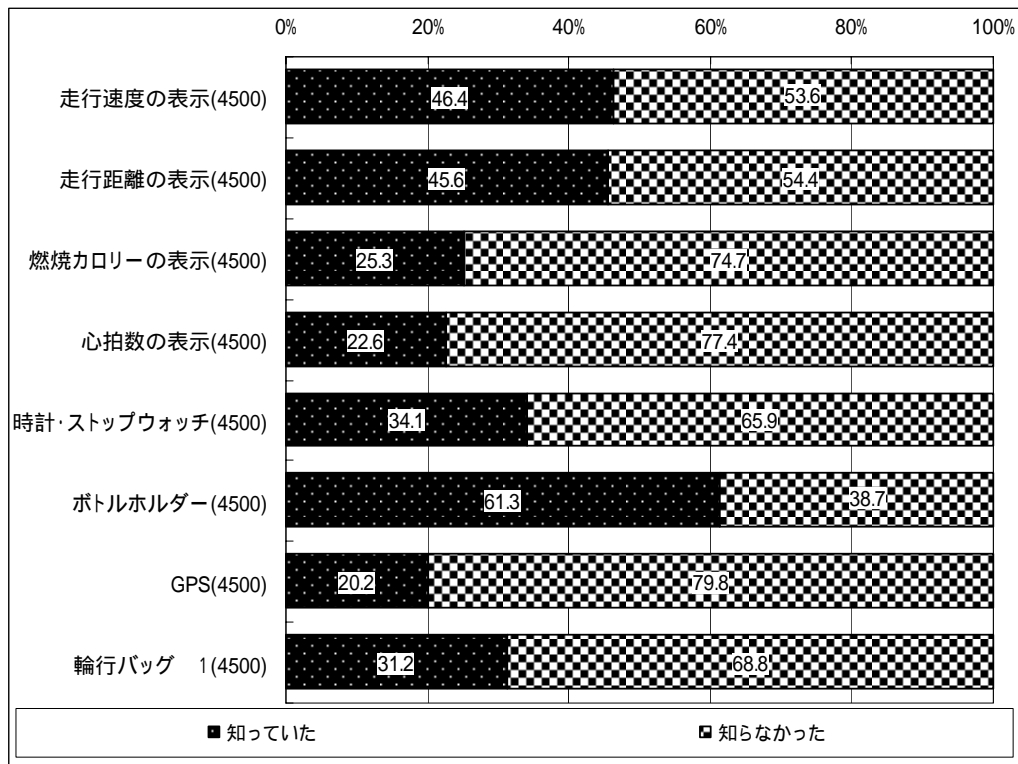


(6) 自転車用アクセサリーに関する認知度およびその評価(問26)

- 全調査対象者に、アクセサリーの認知度を尋ねた結果では、「ボトルホルダー」(61.3%)は最も多くの回答者が認知しているが、他はすべて半数を下回った。また、この中では、全体として「走行速度の表示」(46.4%)、「走行距離の表示」(45.6%)が比較的多い結果となっている。特に、男性の場合でみると「走行速度の表示」(66.5%)、「走行距離の表示」(64.1%)の認知度が特に高い。一方、特に女性は日常の運動の重視項目に「ダイエット効果が高い」を挙げる回答も多かった(図表53)が、測定機器として「燃焼カロリーの表示」があることを知らなかった回答者が80.6%を占める結果となった。
- これを性別でみると、全ての項目で男性の認知度が女性の認知度を上回った。

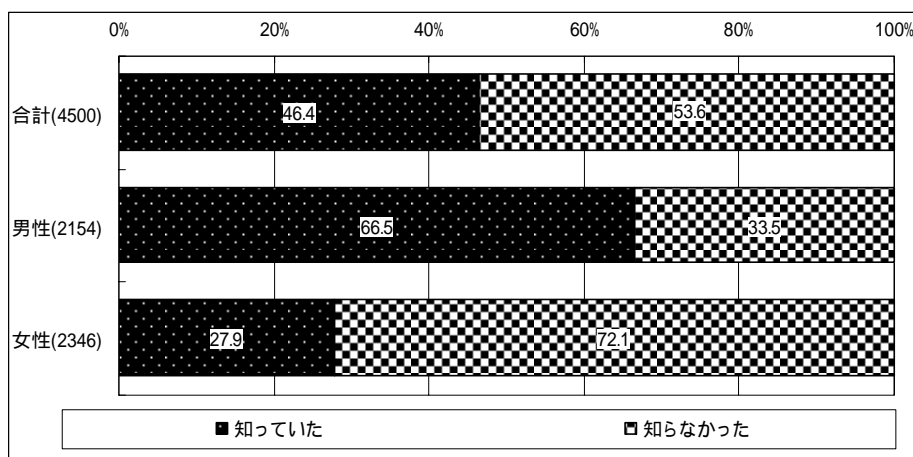
自転車用アクセサリーに関する認知

図表 59：自転車用アクセサリーに関する認知の有無

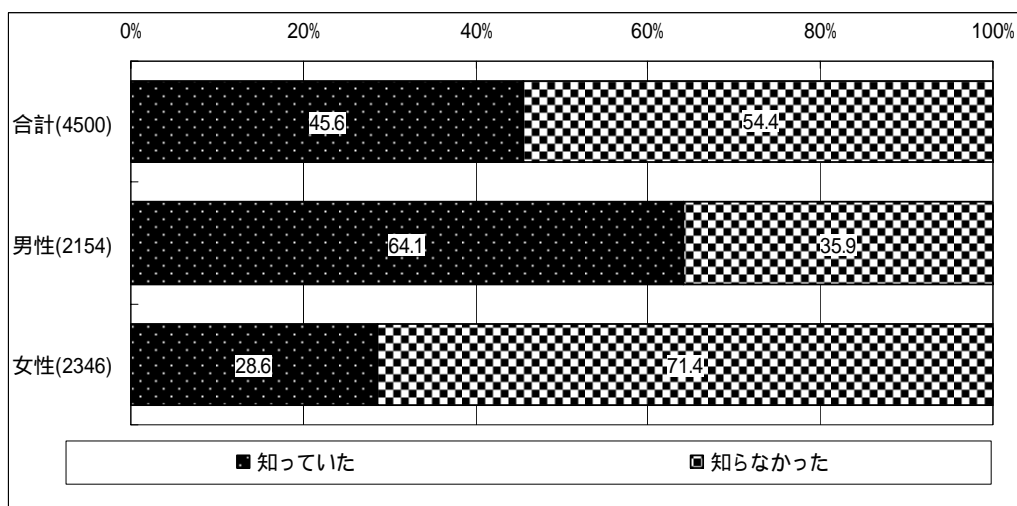


1 自転車を分解して持ち運びできるバッグ

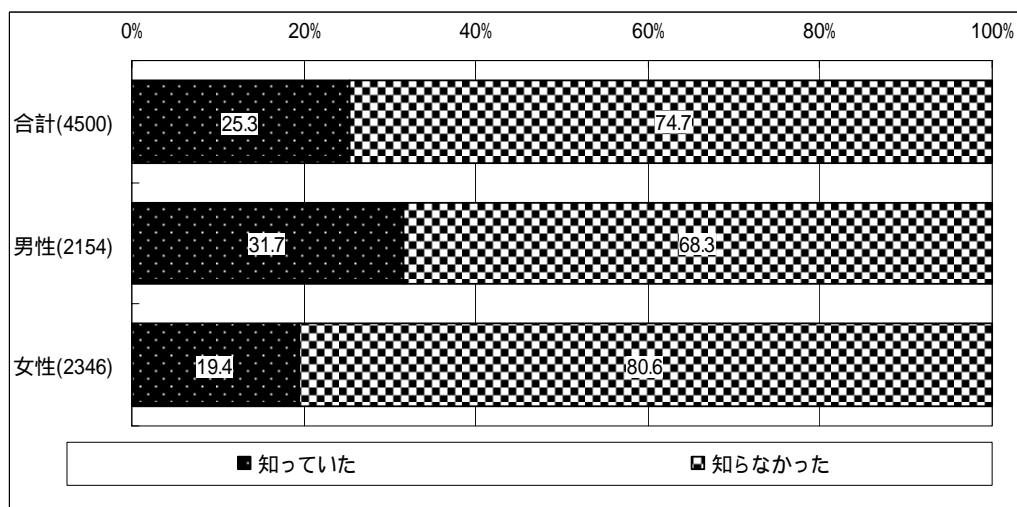
図表 60：自転車用アクセサリに関する認知の有無〔走行速度の表示〕(性別)



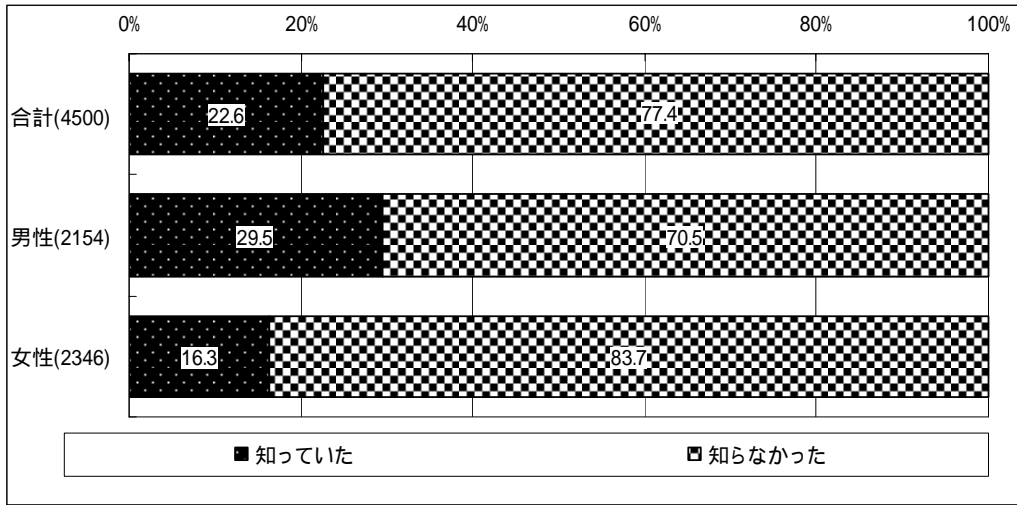
図表 61：自転車用アクセサリに関する認知の有無〔走行距離の表示〕(性別)



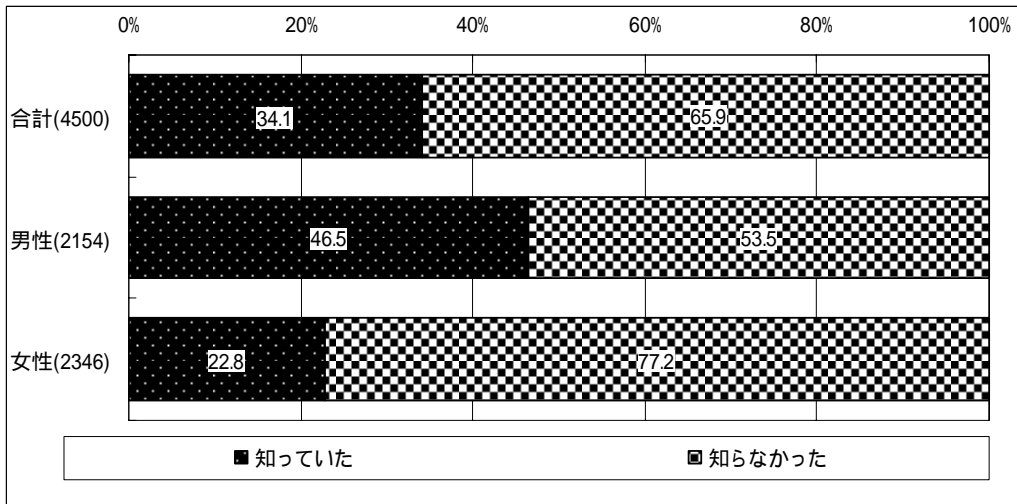
図表 62：自転車用アクセサリに関する認知の有無〔燃焼カロリーの表示〕(性別)



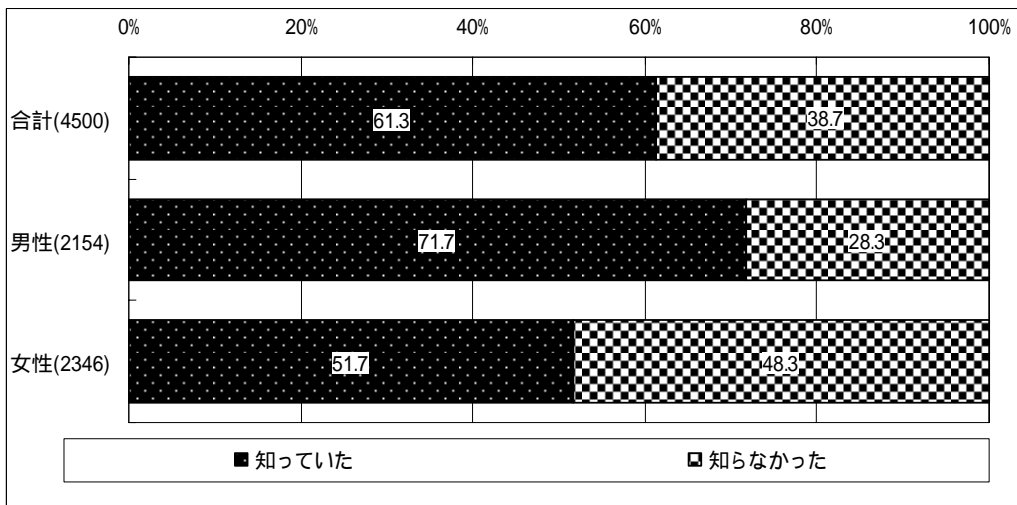
図表 63：自転車用アクセサリに関する認知の有無〔心拍数の表示〕(性別)



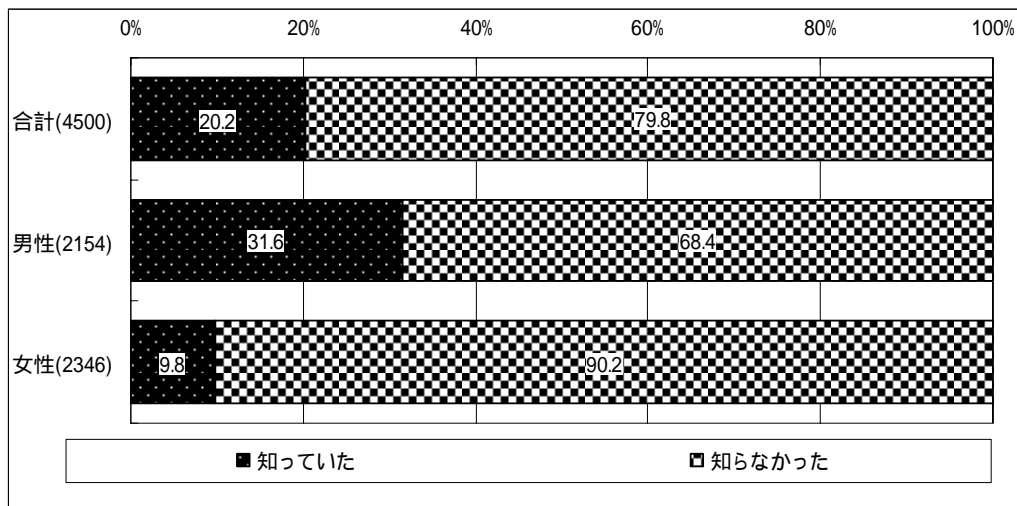
図表 64：自転車用アクセサリに関する認知の有無〔時計・ストップウォッチ〕(性別)



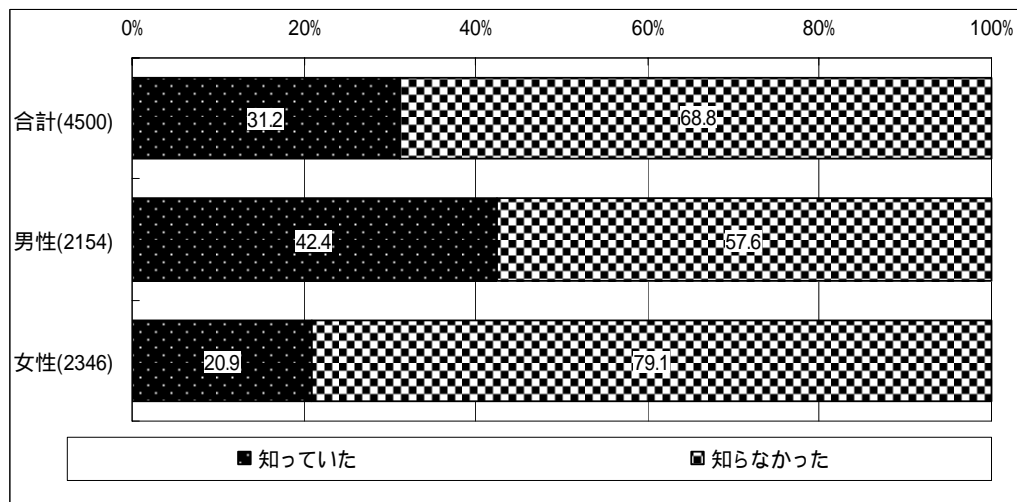
図表 65：自転車用アクセサリに関する認知の有無〔ボトルホルダー〕(性別)



図表 66：自転車用アクセサリーに関する認知の有無〔GPS〕(性別)



図表 67：自転車用アクセサリーに関する認知の有無〔輪行バッグ〕(性別)

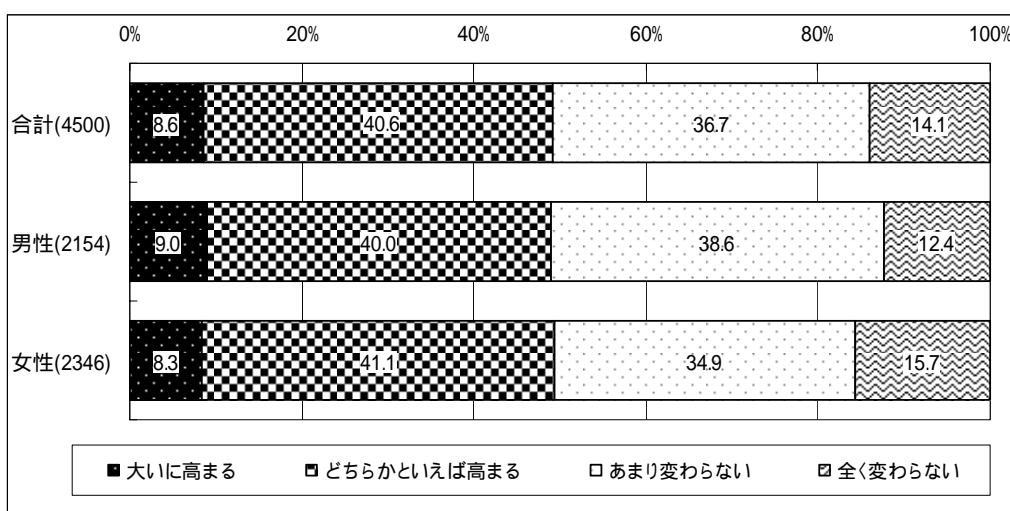


自転車用アクセサリーによる日常運動としての自転車利用意向の向上の可能性（問 26）

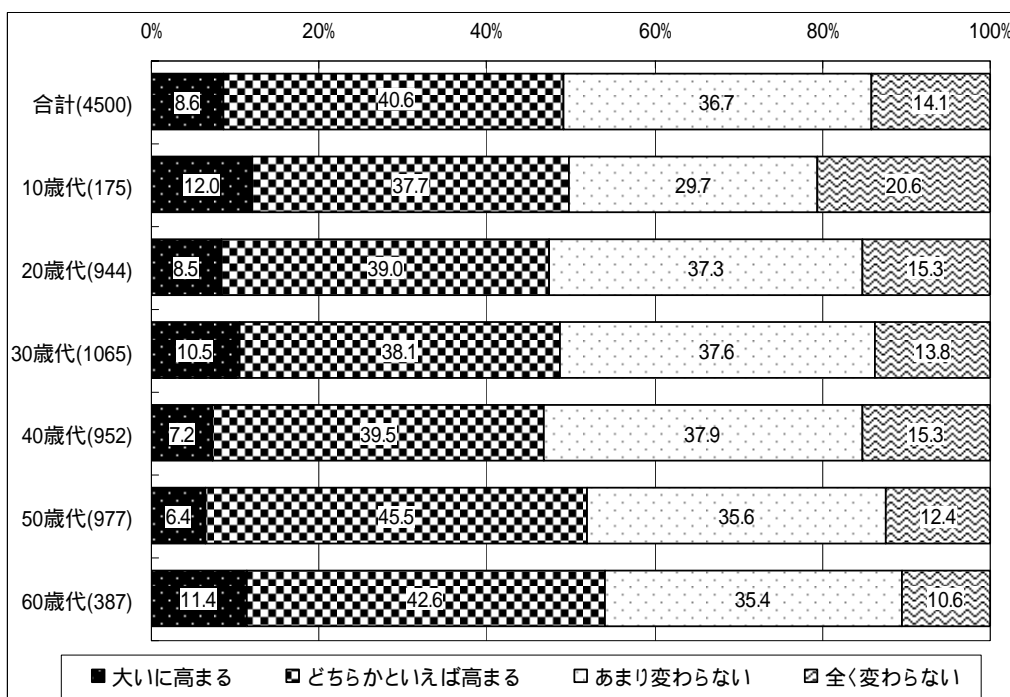
ア）利用意向向上の可能性

- ・ 全調査対象者に、これらのアクセサリーを認知することで自転車利用意向の向上に繋がるかを尋ねた結果では「大いに高まる」（8.6%）、「どちらかといえば高まる」（40.6%）を合わせて約半数が高まると回答している。
- ・ これを性別、年齢別でみたが、男女・年齢による顕著な差異はみられず、高まると回答したのは男女・性別を問わずともに約半数である。

図表 68：自転車利用意向の向上の可能性（性別）



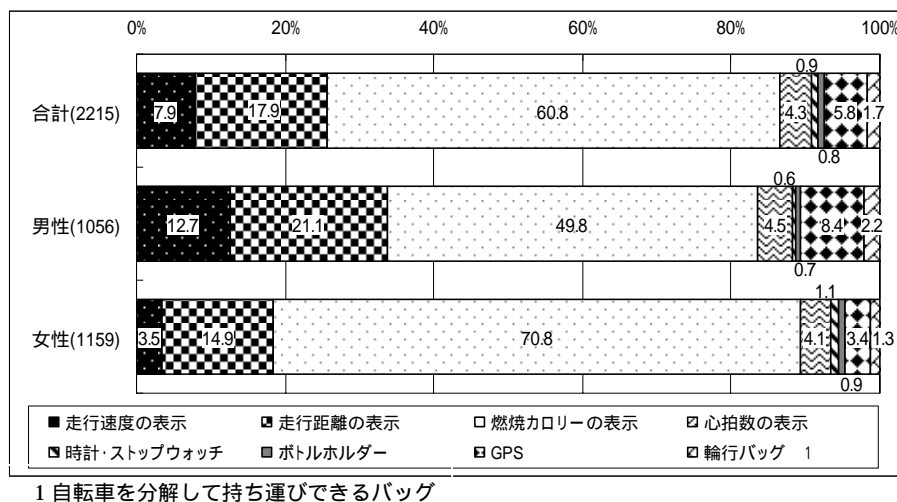
図表 69：自転車利用意向の向上の可能性（年齢別）



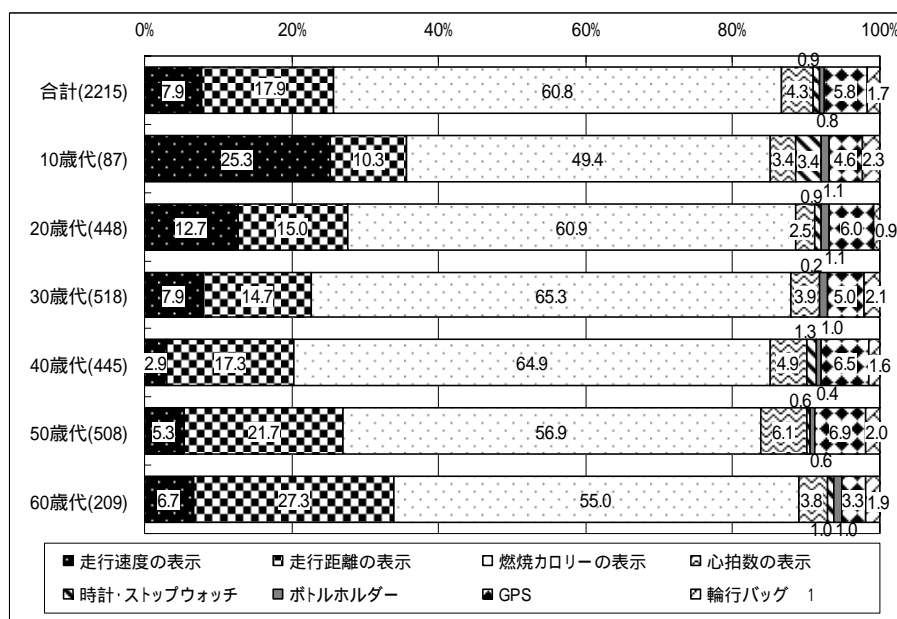
イ) 特に自転車の利用意向の向上に繋がるアクセサリー

- ・ 全調査対象者に、特に自転車の利用意向の向上に繋がると思うアクセサリーを尋ねた結果では、認知度の低かった「燃焼カロリーの表示」(60.8%)が最も多く、「走行距離の表示」(17.9%)がこれに次いでいる。
- ・ これを性別でみると、「燃焼カロリーの表示」については特に女性が自転車の利用意向の向上に繋がるとの回答が特に多く、70.8%と全体を10.0%上回っている。一方、男性でも同様に「燃焼カロリーの表示」が49.8%で最も多いが、この他「走行距離の表示」(21.1%)「走行速度の表示」(12.7%)などの回答も比較的多く、それぞれ全体を3.2%、4.8%上回っている。
- ・ また年齢別では、「燃焼カロリーの表示」については20~40歳代、「GPS」は20歳代、40~50歳代、「走行距離の表示」は50~60歳代の回答が比較的多い。

図表 70：特に自転車の利用意向の向上に繋がると思うアクセサリー（性別）



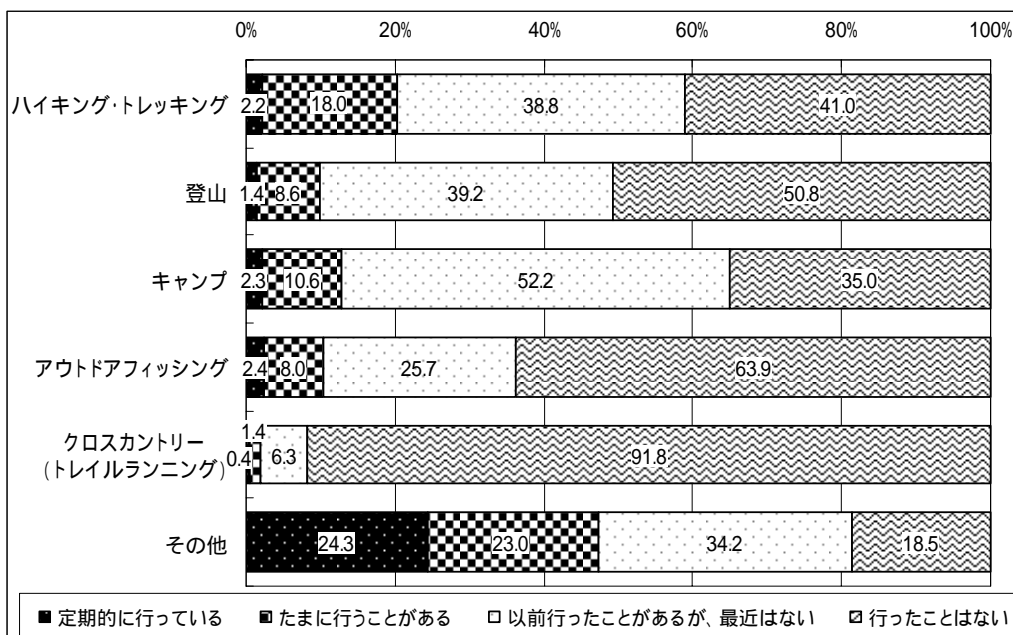
図表 71：特に自転車の利用意向の向上に繋がると思うアクセサリー（年齢別）



(7) 普段の生活におけるアウトドアスポーツの実施(問27)

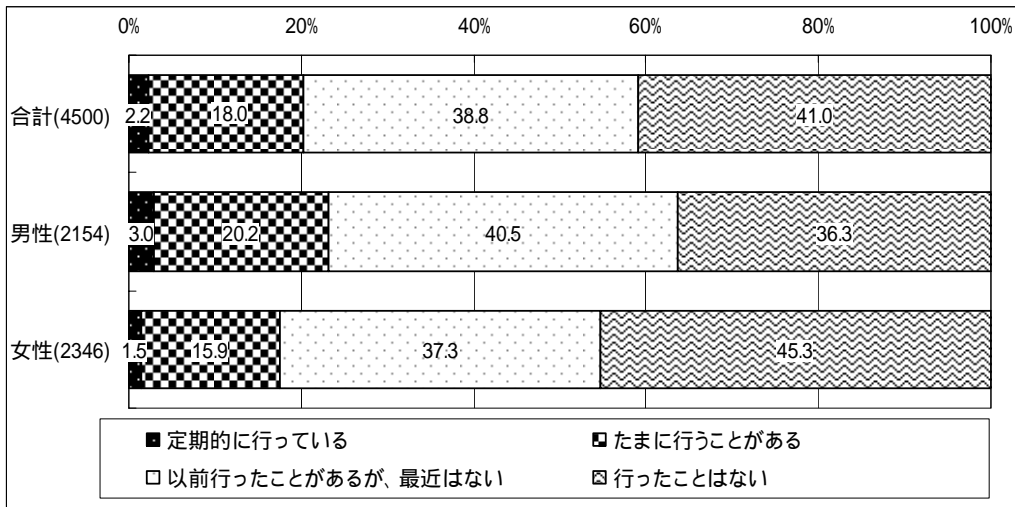
- ・ 全調査対象者に、普段の生活でアウトドアスポーツを行っているか否かを尋ねた結果では、ハイキング・トレッキングが、「定期的に行っている」(2.2%)と「たまに行うことがある」(18.0%)を合わせて約2割が行うことがあると回答している。この他登山、キャンプ、アウトドアフィッシングについては「定期的に行っている」「たまに行うことがある」を合わせると、各々10%前後である。
- ・ これを性別でみると、全てのスポーツについて男性の方が行っていると回答した割合が高い。また年齢別でみると、特にハイキング・トレッキングについては高齢層ほど行っていると回答した割合が高い。

図表 72：普段の生活におけるアウトドアスポーツの実施

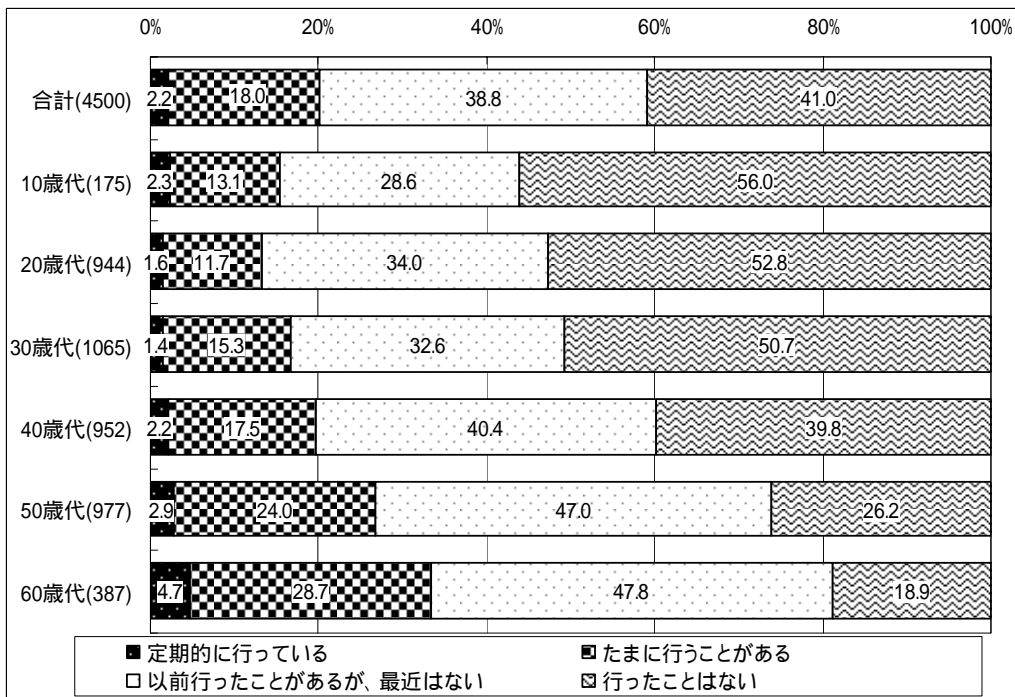


ハイキング・トレッキング

図表 73：普段の生活におけるアウトドアスポーツの実施〔ハイキング・トレッキング〕(性別)

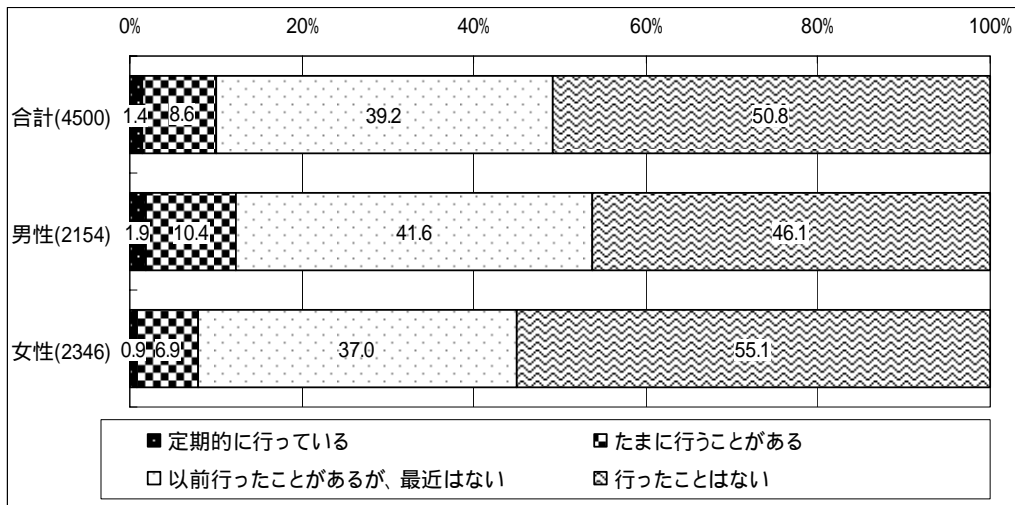


図表 74：普段の生活におけるアウトドアスポーツの実施〔ハイキング・トレッキング〕(年齢別)

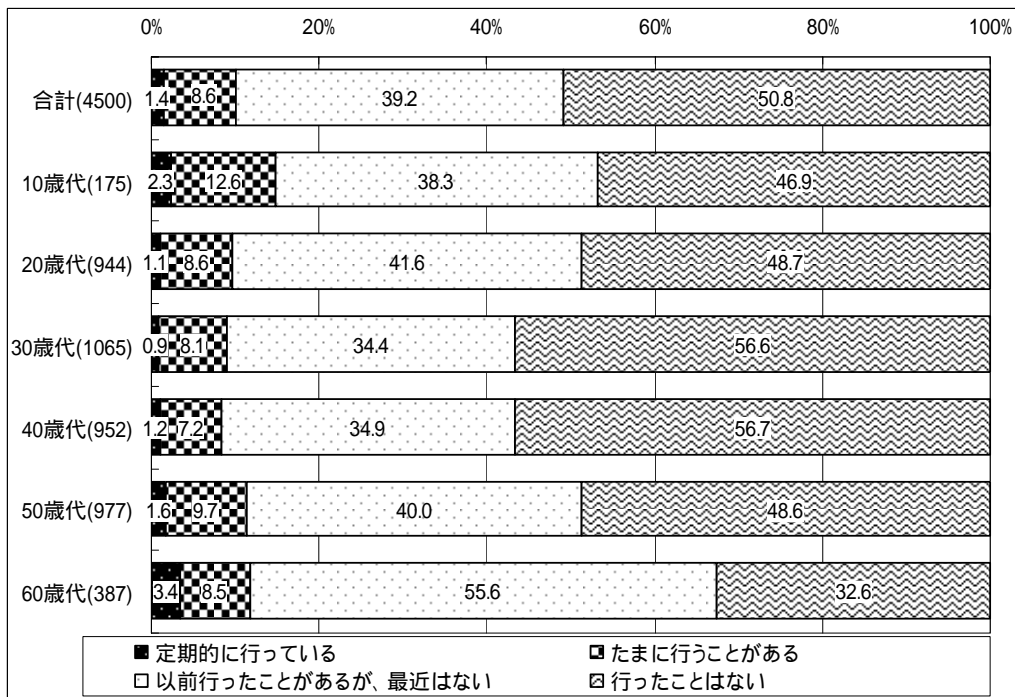


登山

図表 75：普段の生活におけるアウトドアスポーツの実施〔登山〕(性別)

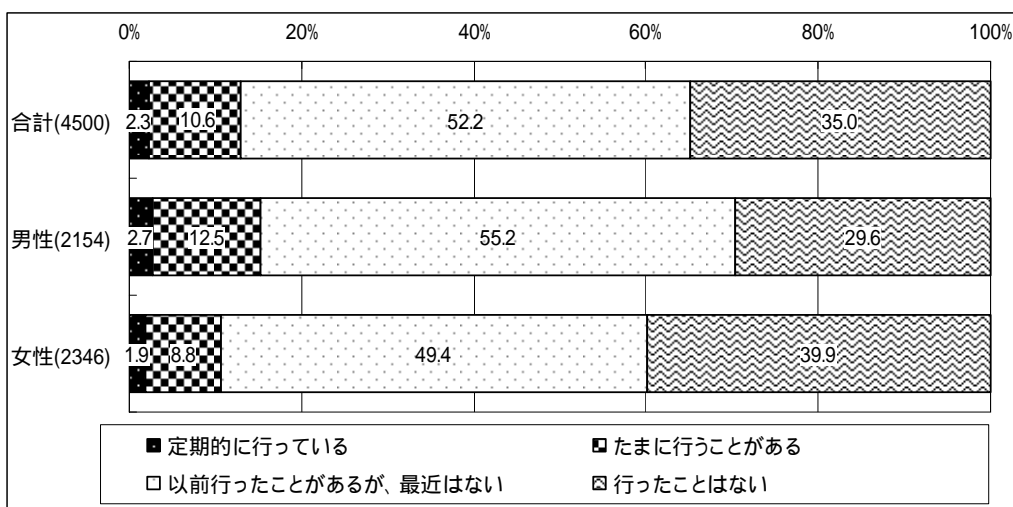


図表 76：普段の生活におけるアウトドアスポーツの実施〔登山〕(年齢別)

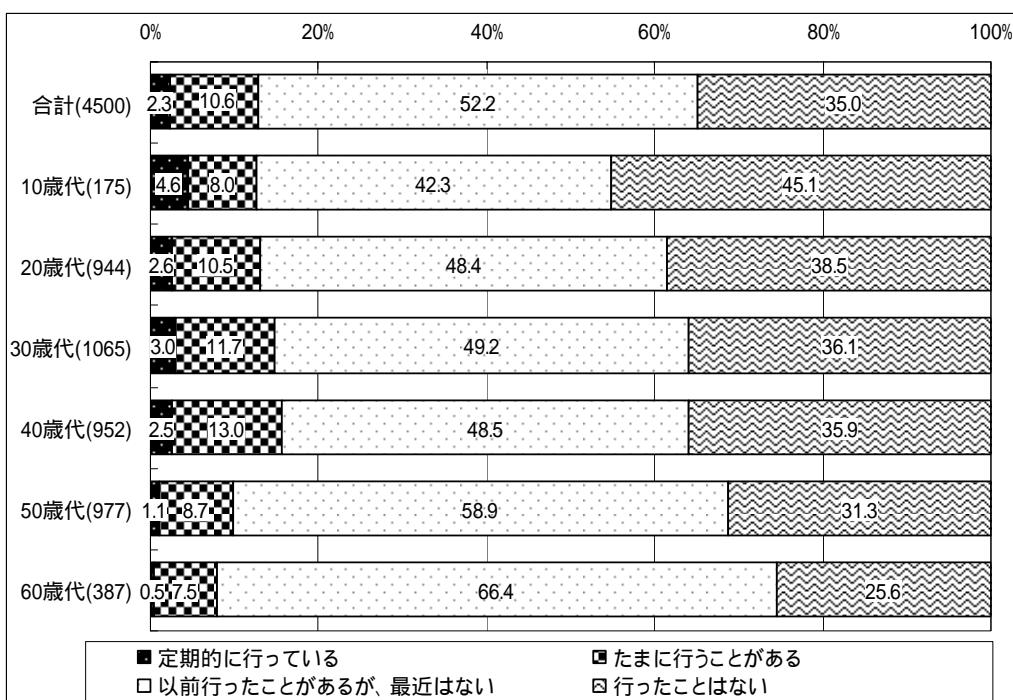


キャンプ

図表 77：普段の生活におけるアウトドアスポーツの実施〔キャンプ〕(性別)

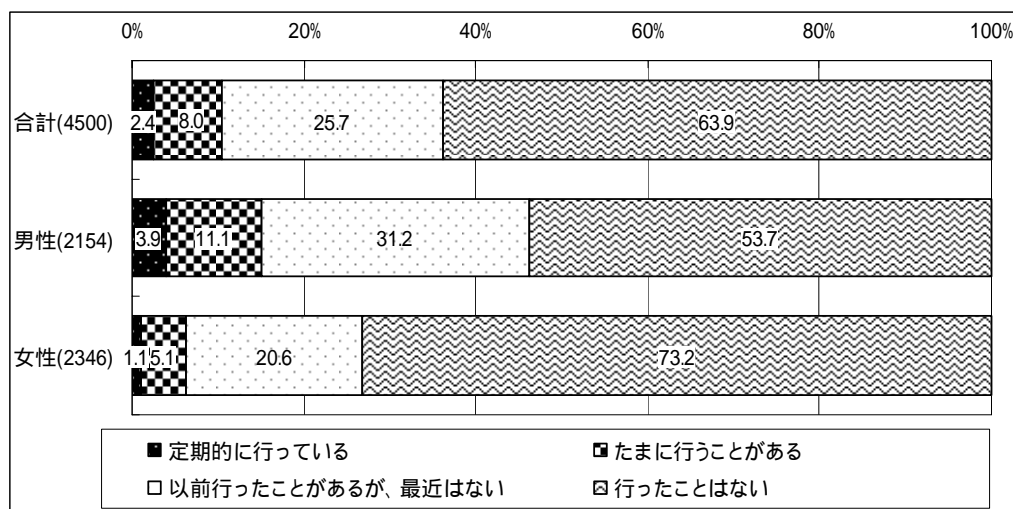


図表 78：普段の生活におけるアウトドアスポーツの実施〔キャンプ〕(年齢別)

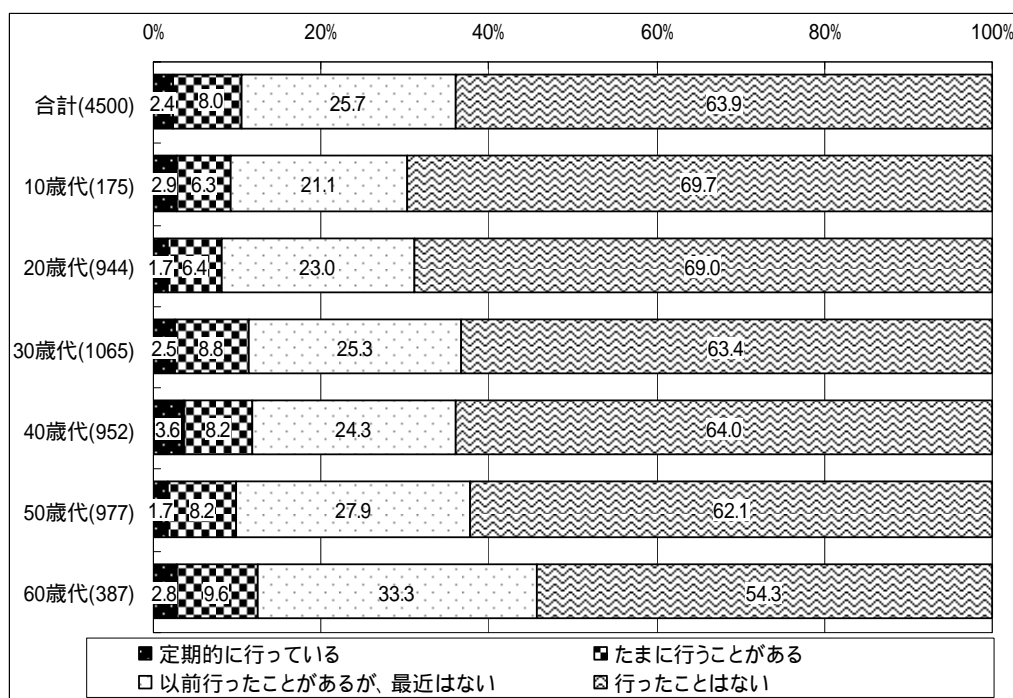


アウトドアフィッシング

図表 79：普段の生活におけるアウトドアスポーツの実施〔アウトドアフィッシング〕(性別)

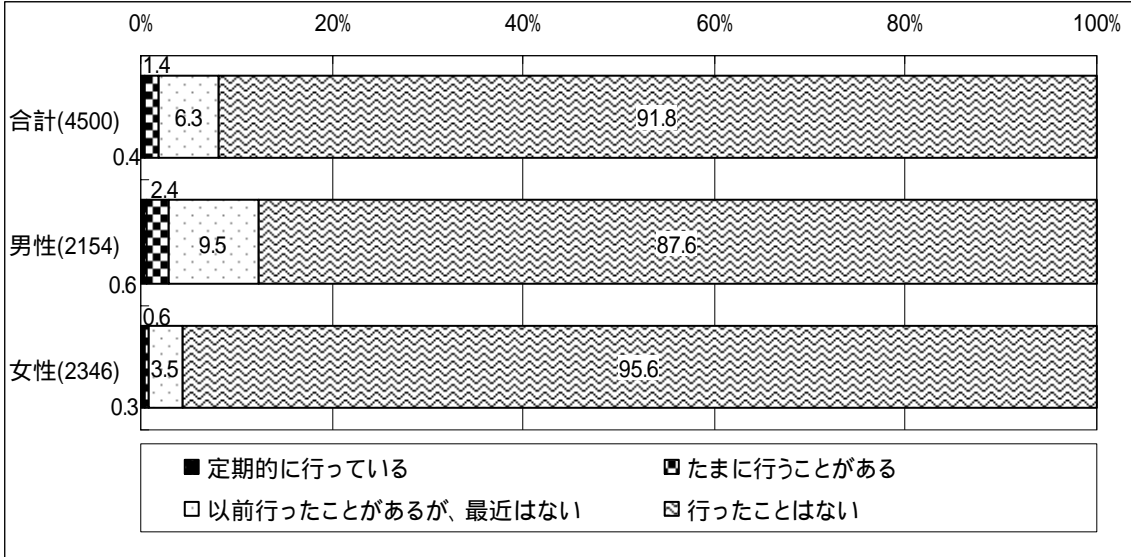


図表 80：普段の生活におけるアウトドアスポーツの実施〔アウトドアフィッシング〕(年齢別)

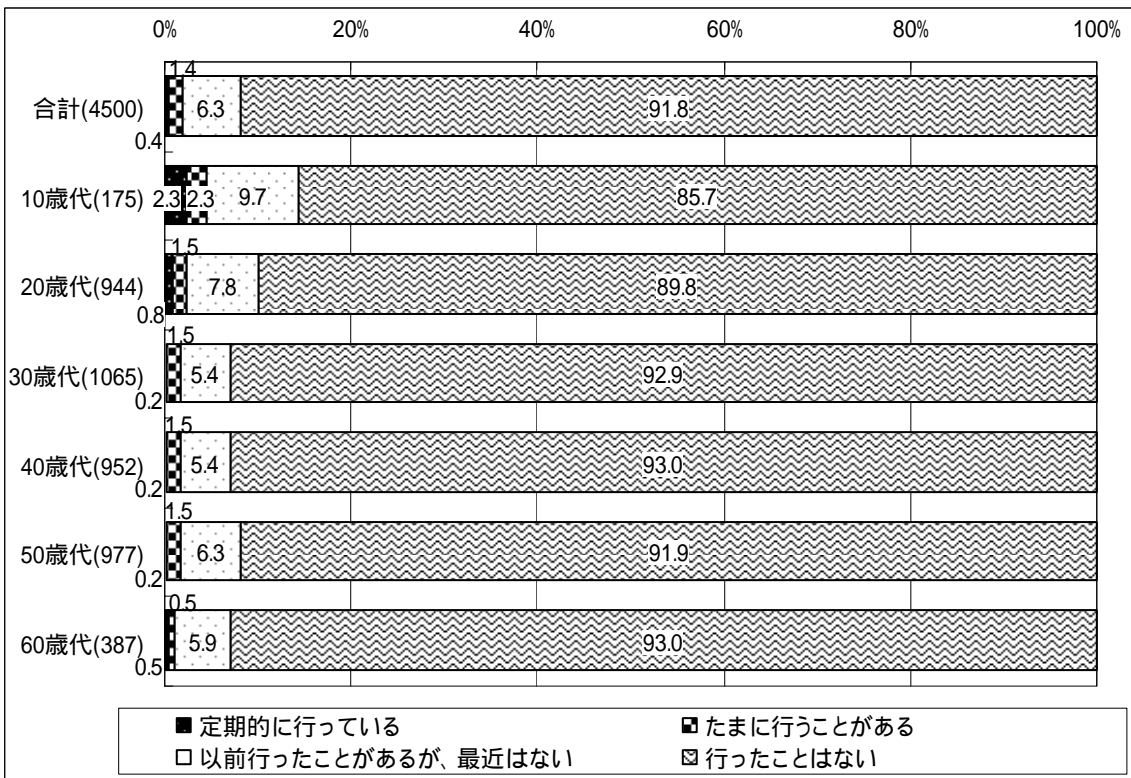


クロスカントリー・トレイルランニング

図表 81：普段の生活におけるアウトドアスポーツの実施〔クロスカントリー・トレイルランニング〕
(性別)



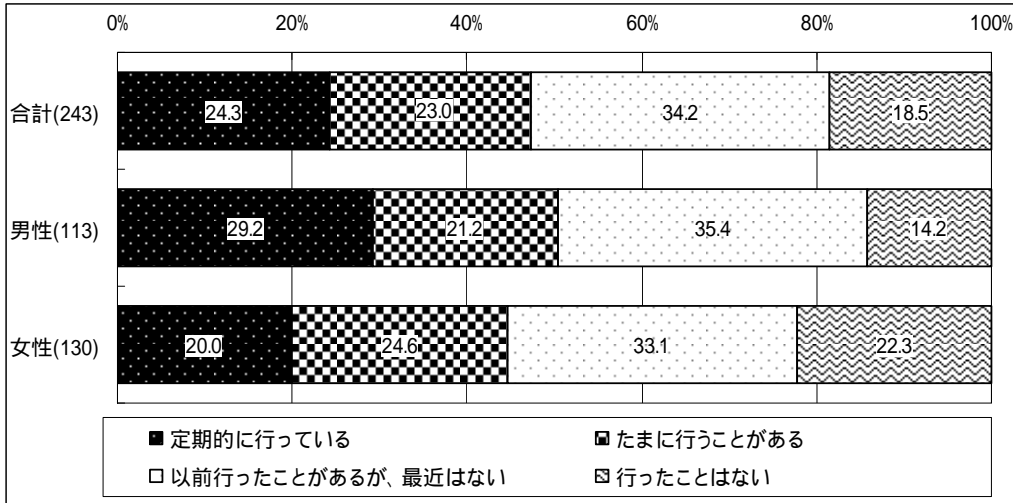
図表 82：普段の生活におけるアウトドアスポーツの実施〔クロスカントリー・トレイルランニング〕
(年齢別)



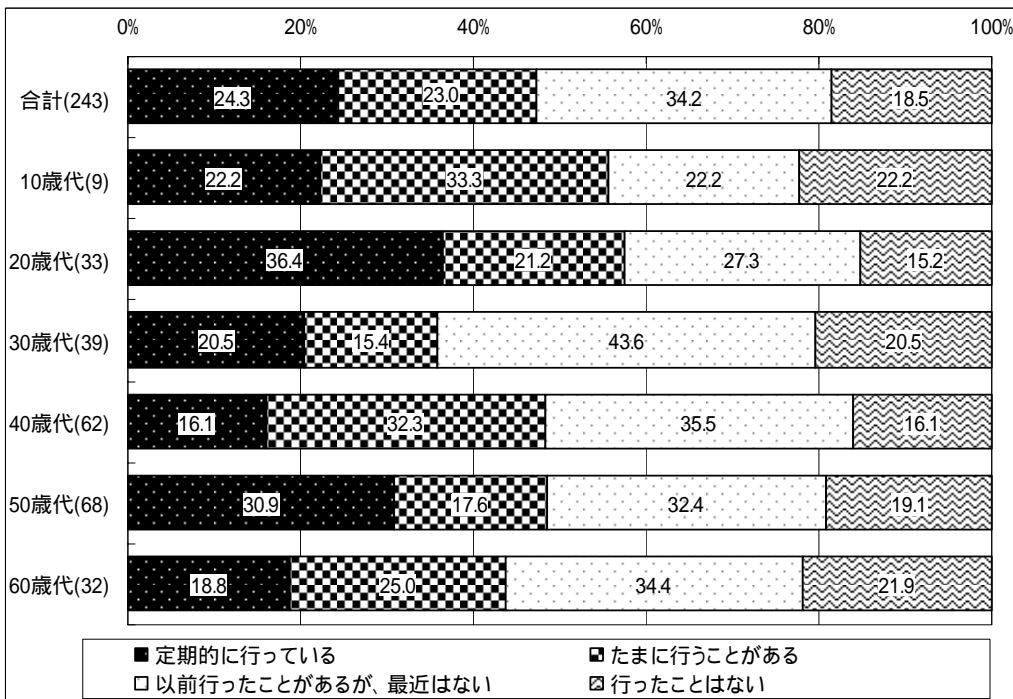
その他

「その他」は必須の回答項目ではないため、集計対象は「その他」に回答した回答者のみとした。

図表 83：普段の生活におけるアウトドアスポーツの実施〔その他〕(性別)



図表 84：普段の生活におけるアウトドアスポーツの実施〔その他〕(年齢別)



< 「その他」の具体的内容 >

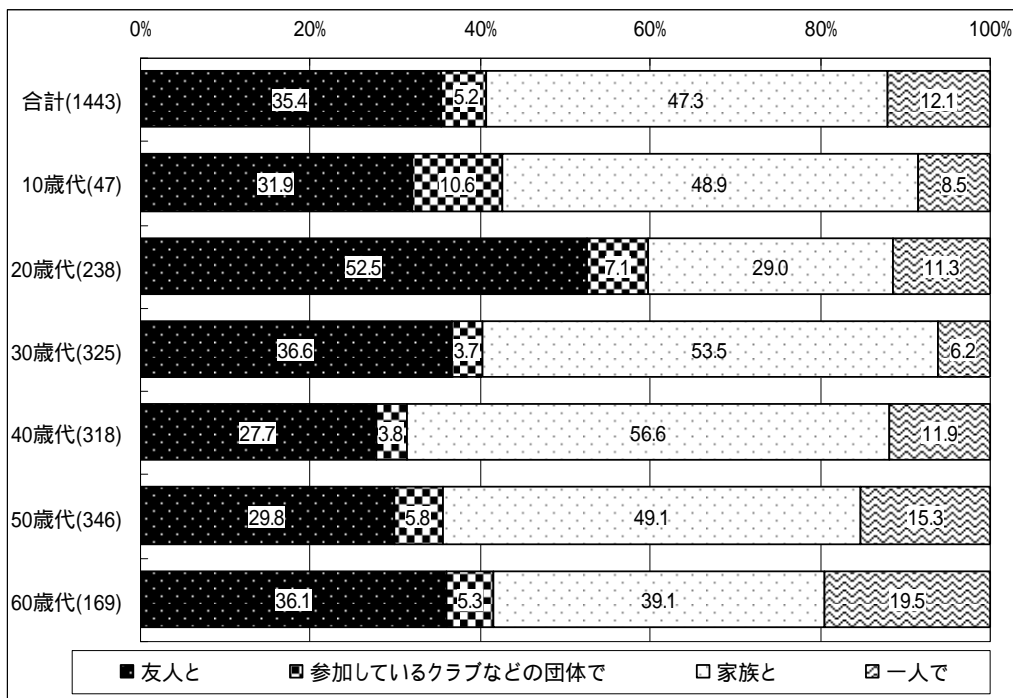
- スキー 20 件
- サイクリング、マウンテンバイク . . . 9 件
- スノーボード 6 件
- ロッククライミング 3 件
- カヌー 2 件

- 海水浴 18 件
- ダイビング 6 件
- ボート・ヨット 4 件
- アスレチック 2 件

(8) 誰と行くことが多いか (問 28)

- ・ 問 27 でいずれかのアウトドア活動について「定期的に行っている」「たまに行うことがある」と回答した者に対して、誰と行くことが多いかを尋ねた結果では、「家族と」行く (47.3%) が最も多く、「友人と」行く (35.4%) がこれに次いでいる。
- ・ これを年齢別で見ると、20 歳代では「友人と」行くが多い。また、30 歳代・60 歳代でも 20 歳代に次いで「友人と」行くが比較的多い。一方で、30 歳代・40 歳代では「家族と」行くも 53.5%、56.6%と比較的多い。

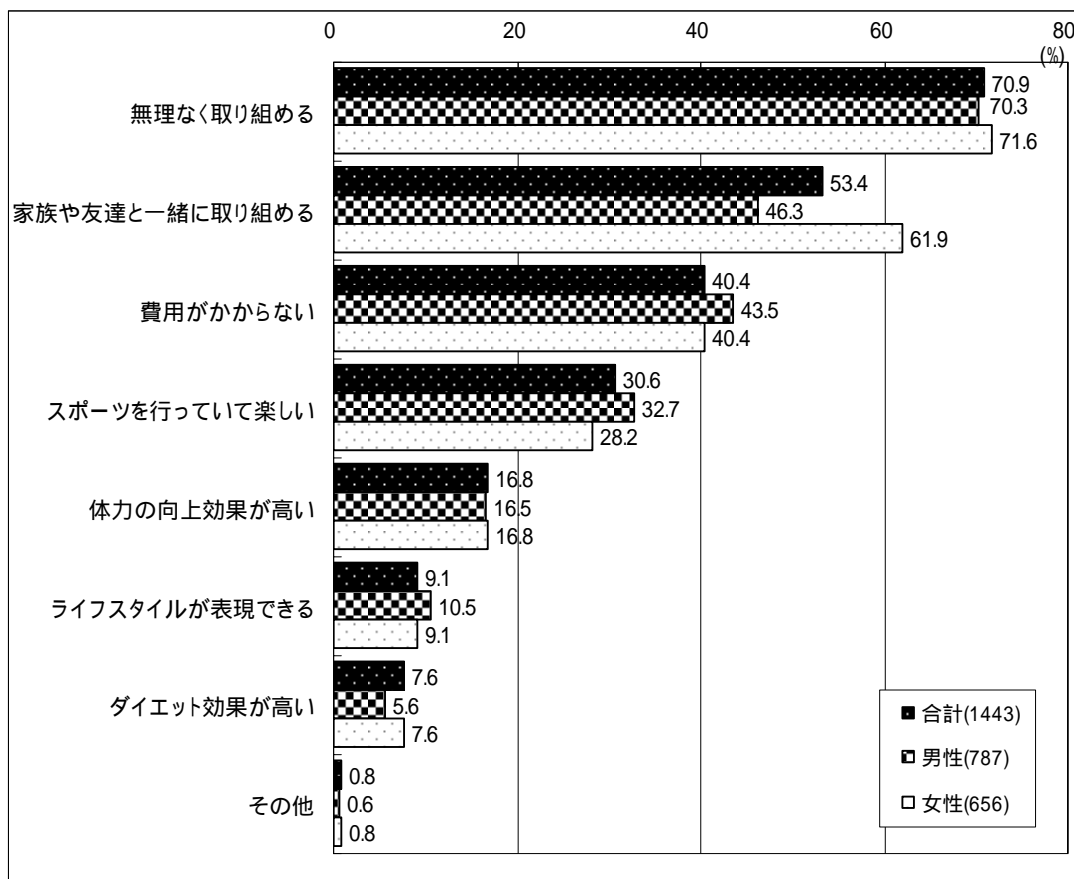
図表 85：誰と行くことが多いか (年齢別)



(9) 現在行っているアウトドア活動を選ぶ際の重視項目 (問 29)

- ・ 問 27 でいずれかのアウトドア活動について「定期的に行っている」「たまに行うことがある」と回答した者に対して、アウトドア活動を選ぶ際の重視項目を尋ねた結果では、「無理なく取り組める」(70.9%)が最も多く、「家族や友達と一緒に取り組める」(53.4%)、「費用がかからない」(40.4%)がこれに次いでいる。
- ・ これを性別でみると、「無理なく取り組める」については男女差が殆どないが、「家族や友達と一緒に取り組める」は女性が61.9%と特に多く、全体を8.5%上回っている。一方、「費用がかからない」については男性に43.5%とやや多く、全体を3.1%上回っている。
- ・ また年齢別にみると、「無理なく取り組める」、「費用がかからない」では高齢層の回答率が特に高い。また、「家族や友達と一緒に取り組める」については30歳代(64.0%)、40歳代(56.6%)で特に多い。これは同行者の実態(図表 85)を反映したものと考えられる。

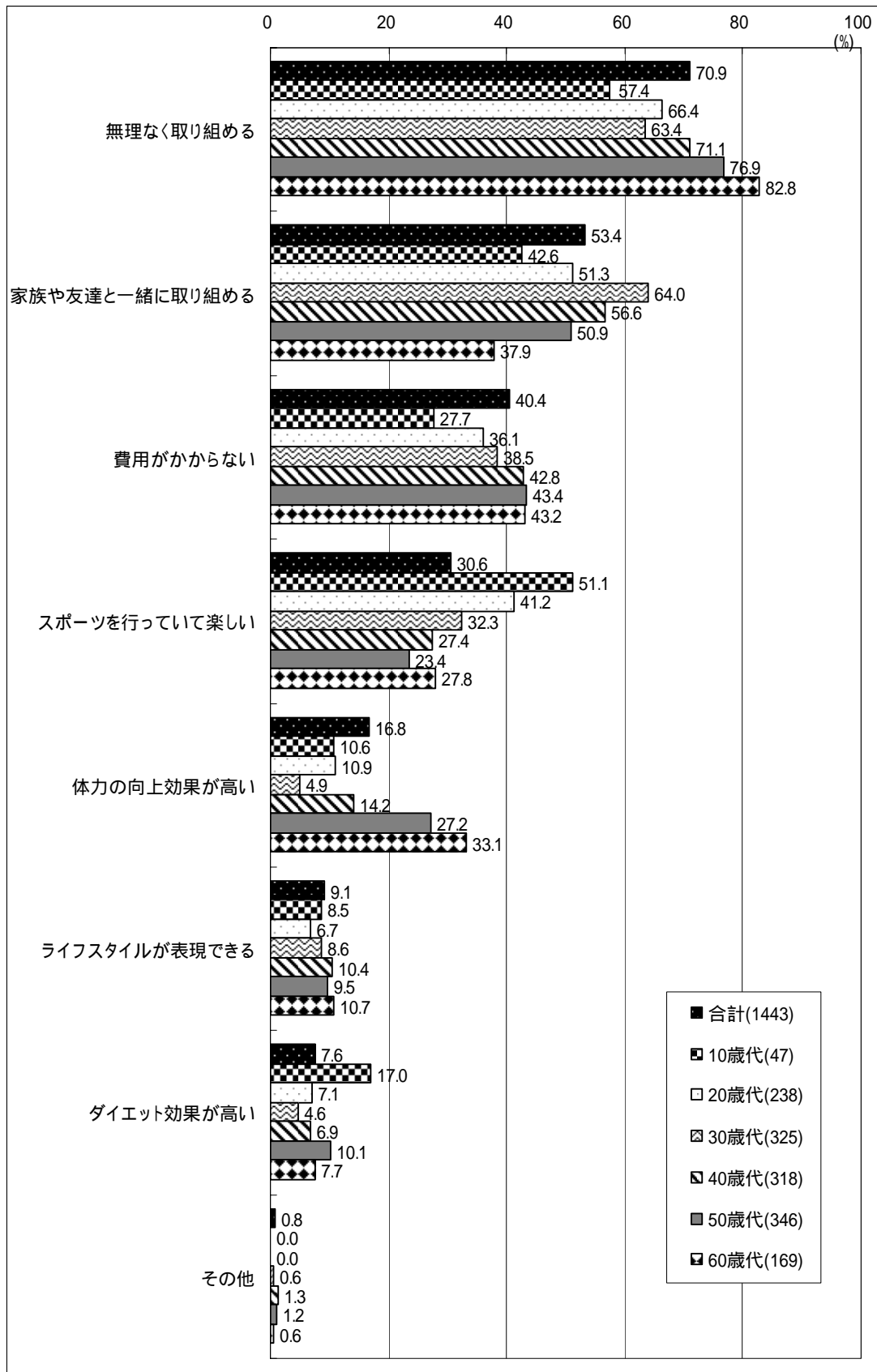
図表 86 : 現在行っているアウトドア活動を選ぶ際の重視項目 (性別)



< 「その他」の具体的内容(件数の記載のない回答は少数回答) >

- ・ 自然と親しめる・・・2件
- ・ 楽しい・・・2件
- ・ リフレッシュ・ストレス発散・・・2件
- ・ 子供の経験
- ・ 家族の趣味
- ・ 気が向いたときにだけ参加できるかどうか
- ・ ついでにできる

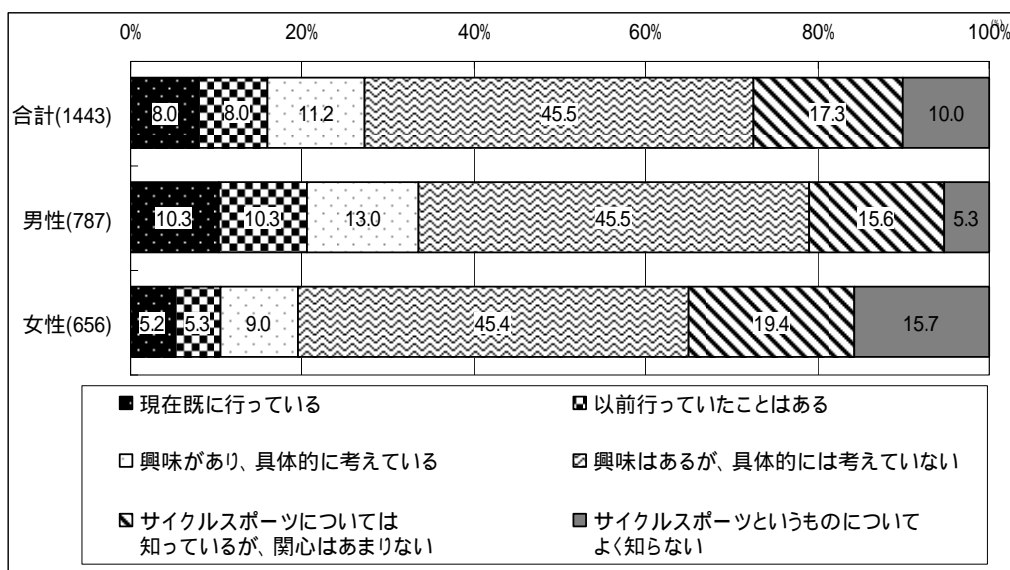
図表 87：現在行っているアウトドア活動を選ぶ際の重視項目（年齢別）



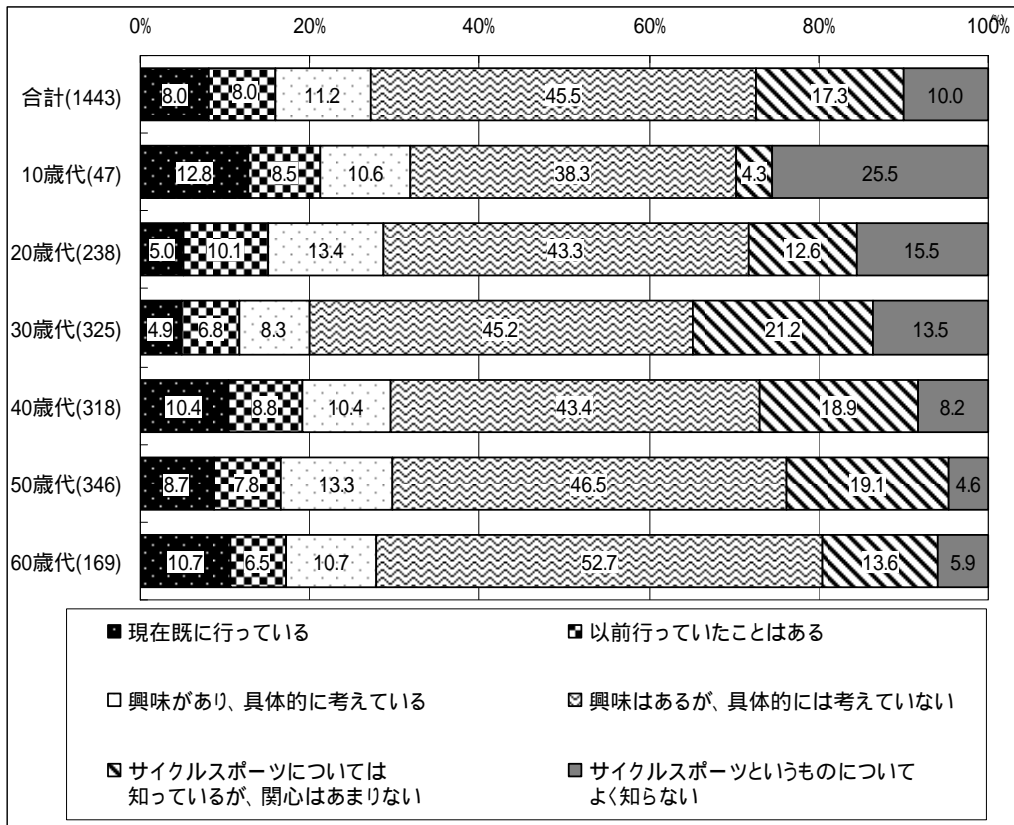
(10) アウトドアスポーツとしての自転車を利用したスポーツについての考え(問30)

- ・ 問27でいずれかのアウトドア活動について「定期的に行っている」「たまに行うことがある」と回答した者に対して、自転車を利用したスポーツについての考えを尋ねた結果では、「興味はあるが、具体的には考えていない」(45.5%)が最も多い。一方で「現在行っている」は8.0%、「興味があり、具体的に考えている」は11.2%である。
- ・ これを性別で見ると、男性の方が「現在既に実施している」が10.3%、「興味があり、具体的に考えている」が13.0%であり、それぞれ全体より2.3%、1.8%上回っており、僅かではあるが女性よりも積極的な意向を有していることが窺える。
- ・ また年齢別にみると、10歳代および40歳代以降で積極的な回答が比較的多い。一方で「サイクルスポーツというものについてよく知らない」に注目すると、10歳代が25.5%と最も多く、年齢層が上がるにつれて低下する(認知度が上がる)傾向にあるのに対して、「サイクルスポーツというものについては知っているが関心はあまりない」に注目すると、10歳代・20歳代では少ないが30歳代以降では割合がやや多い。若年層に対してアウトドアでの自転車を利用したスポーツについて、関心を喚起できるように楽しさを認知させる工夫が必要である。

図表 88：自転車を利用したスポーツについての考え(性別)



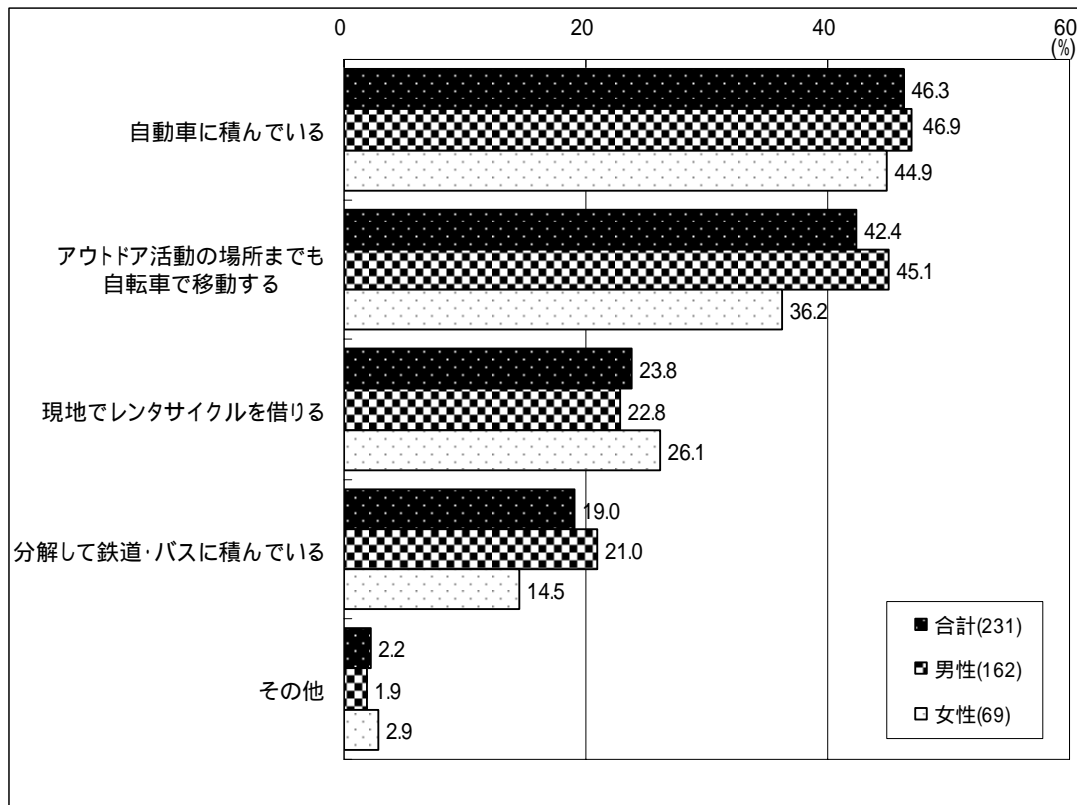
図表 89：自転車を利用したスポーツについての考え（年齢別）



(1 1) アウトドア活動地までの自転車の運搬方法 (問 31)

- ・ 問 30 で「現在既に行っている」、「以前行っていたことはある」と回答した者に対して、アウトドア活動地までの自転車の運搬方法を尋ねた結果では、「自動車に積んでいる」(46.3%) 「自転車で移動する」(42.4%) が多い。
- ・ これを性別で見ると、男性の方が「自動車に積んでいる」(全体より 0.6%) 「分解して鉄道・バスにつんでいる」(全体より 2.0%) 「自転車で移動する」(全体より 2.7%) についてそれぞれ回答率は高く、自分の自転車を現地でも利用する意識は僅かではあるが男性の方が多い。一方、女性は「現地でレンタサイクルを借りる」が全体を 2.3% 上回っている。
- ・ また年齢別にみると、「自動車に積んでいる」は 10 歳代に多い。「分解して鉄道・バスに積んでいる」は 20 歳代および 30 歳代に多い。「アウトドア活動の場所までも自転車で移動する」は 30 歳代で 76.0% と圧倒的に多い。また、「現地でレンタサイクルを借りる」は 10 歳代、20 歳代および 50 歳代、60 歳代に多い傾向がある。

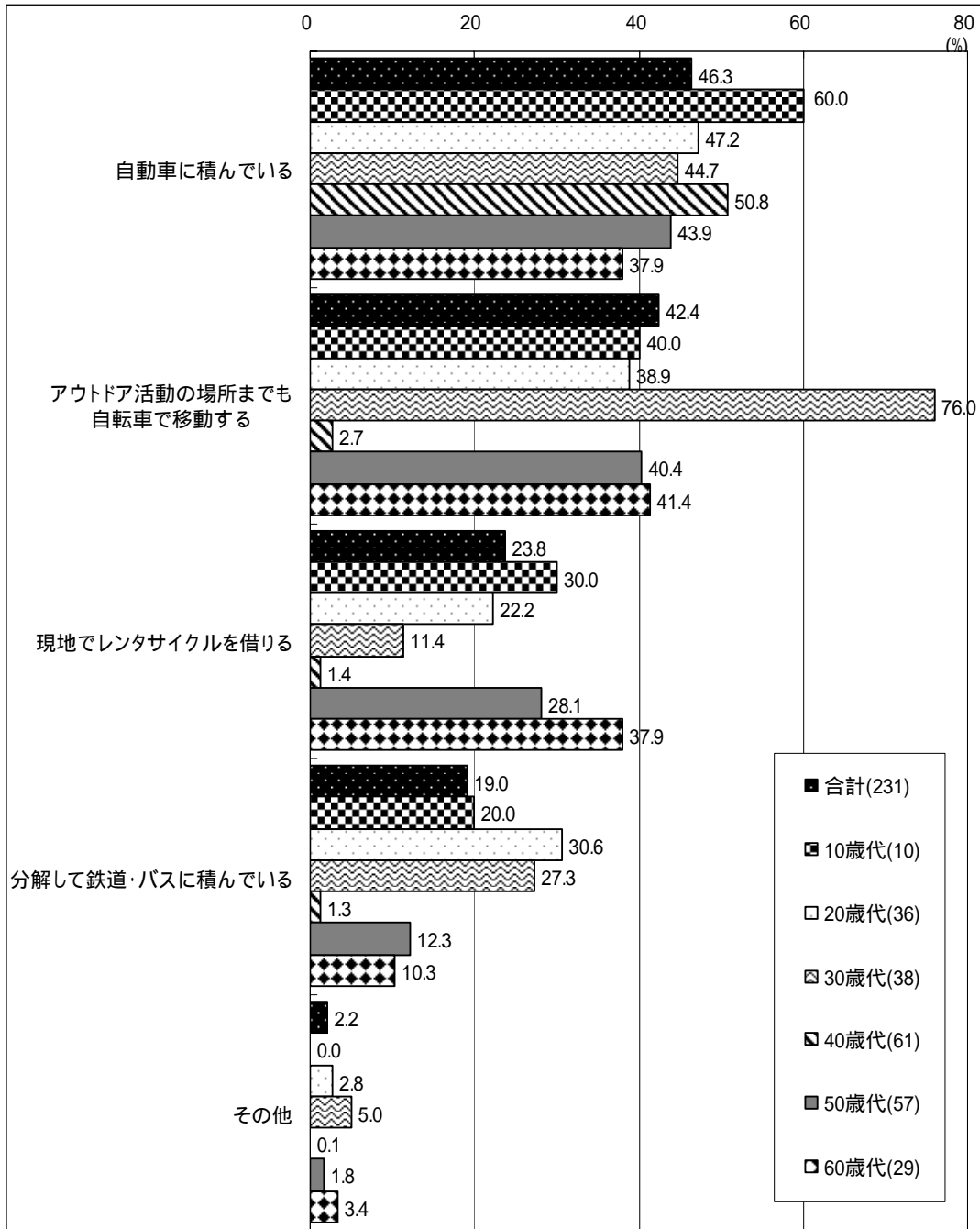
図表 90 : アウトドア活動地までの自転車の運搬方法 (性別)



< 「その他」の具体的内容 >

- ・ 自宅からそのまま自転車で行く 3 件
- ・ 自転車でいける範囲内で活動する 2 件

図表 91：アウトドア活動地までの自転車の運搬方法（年齢別）

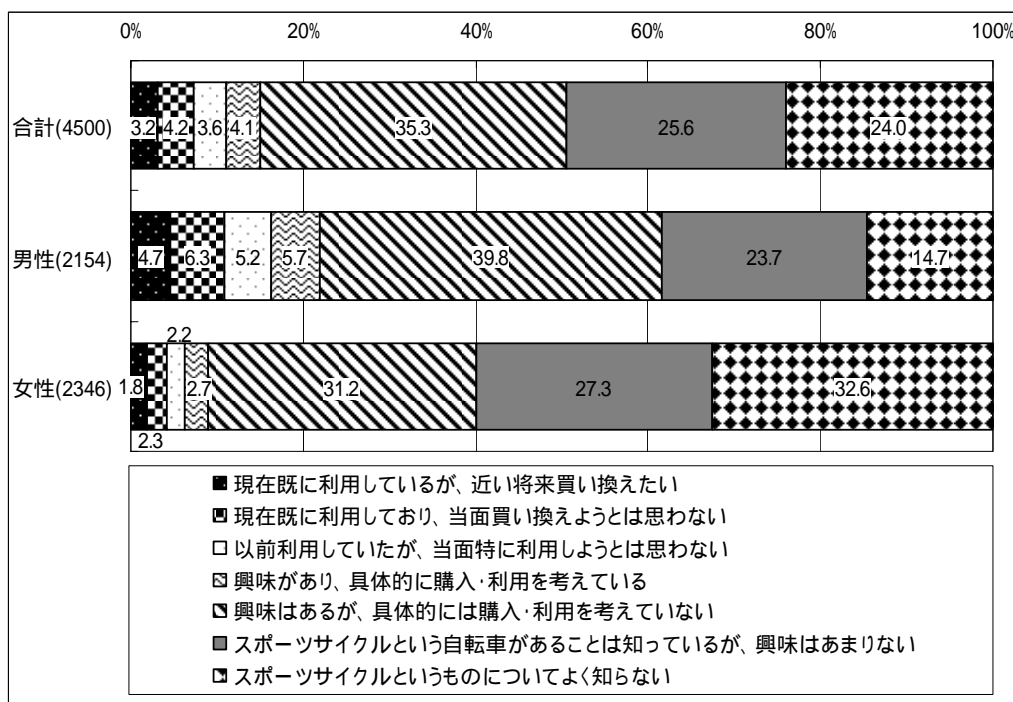


2 - 4 - 4 . スポーツサイクルの購入・利用意向

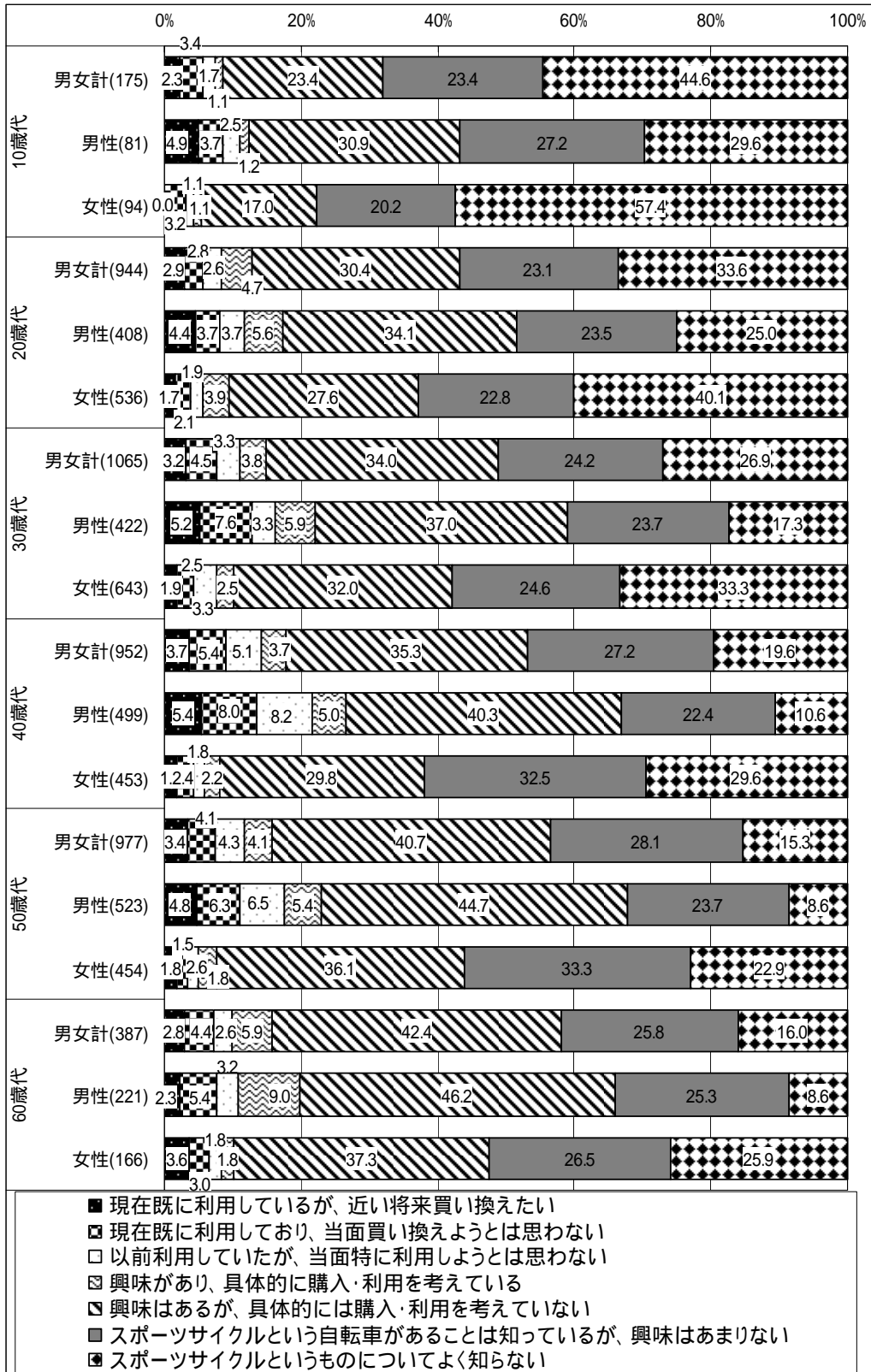
(1) スポーツサイクル利用についての考え (問 32)

- すべての調査対象者に、スポーツサイクル利用への意識を尋ねた結果では、「興味はあるが、具体的に購入・利用を考えていない」(35.3%) が最も多い。一方、「既に利用しているが、近い将来買い換えたい」(3.2%)、「興味があり、具体的に購入・利用を考えている」(4.1%) という購入に積極的な層が合わせて約 7%であり、これに「既に利用しており、当面買い換えようとは思わない」(4.2%) を加えると、利用に積極的な層が合わせて約 12%を占める。
- これを性別でみると、男性は「既に利用しているが、近い将来買い換えたい」が 4.7%と全体を 1.5%上回っているほか、「興味があり、具体的に購入・利用を考えている」は5.7%と全体を 1.6%上回っており、全体に男性の方がスポーツサイクルの利用に積極的な意向を有している。一方、女性は「スポーツサイクルというものについてよく知らない」が 32.6%と全体を 8.6%上回っている。
- 男女それぞれについて年齢別でみると、男女ともに若年層ほど「スポーツサイクルというものについてよく知らない」が多く、年齢層が上がるほどこの割合が減少する一方で、「興味はあるが、具体的に購入を考えていない」の割合は年齢層が上がるほど増加する傾向がある。特に、女性の方が若年層に「スポーツサイクルというものについてよく知らない」と回答する割合が高い。
- 一方で「既に利用しているが、近い将来買い換えたい」、「興味があり、具体的に購入・利用を考えている」などのスポーツサイクルの利用に積極的な層の割合は、男性は 40 歳代、50 歳代に比較的多いのに対し、女性には年齢による顕著な差はみられない。

図表 92：スポーツサイクル利用についての考え (性別)



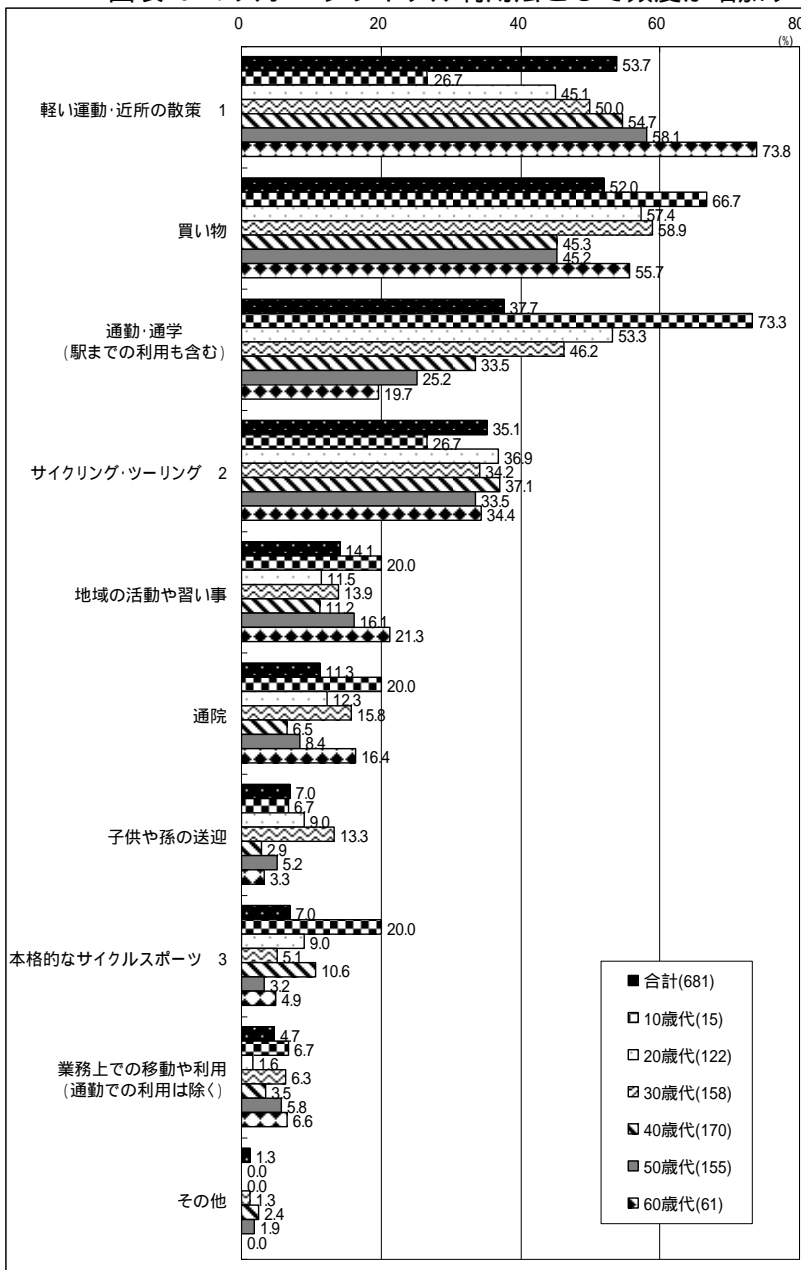
図表 93：スポーツサイクル利用についての考え（性×年齢別）



(2) スポーツサイクル利用法として頻度が増加すると思われるもの(問33)

- ・ 問32でスポーツサイクルの利用に積極的意向を有していた回答者に対して、どのような目的での利用が増えるかを尋ねた結果では「軽い運動・近所の散策」(53.7%)というスポーツとしての利用、および「買い物」(52.0%)、「通勤・通学」(37.7%)での利用が増加するとの意見が多くなっている。また、「本格的なサイクルスポーツ」についても7.0%が増加すると回答している。
- ・ これを年齢別にみると、「通勤・通学」では10歳代~30歳代、特に10歳代では73.3%と高い値を示している。「買い物」についても10歳代~30歳代での回答が比較的多い。スポーツサイクルを購入しつつ街乗りでの利用を想定している者が多いことが窺える。また、「軽い運動・近所の散策」は高齢層ほど回答率が高い。また、「サイクリング・ツーリング」では10歳代でやや低いほかは年齢層による顕著はみられず、概ね35%前後である。

図表 94：スポーツサイクル利用法として頻度が増加すると思われるもの(年齢別)



1 軽い運動・近所の散策の例：家の近所を歩く感覚で乗る、自転車散歩、自転車を足代わりに近場へ出かける
 2 サイクリング・ツーリングの例：長い距離を自転車で走る、自転車旅行、泊りがけで自転車に乗る
 3 本格的なサイクルスポーツの例：ロードレース、クロスカントリー、ダウンヒルなど競技への参加

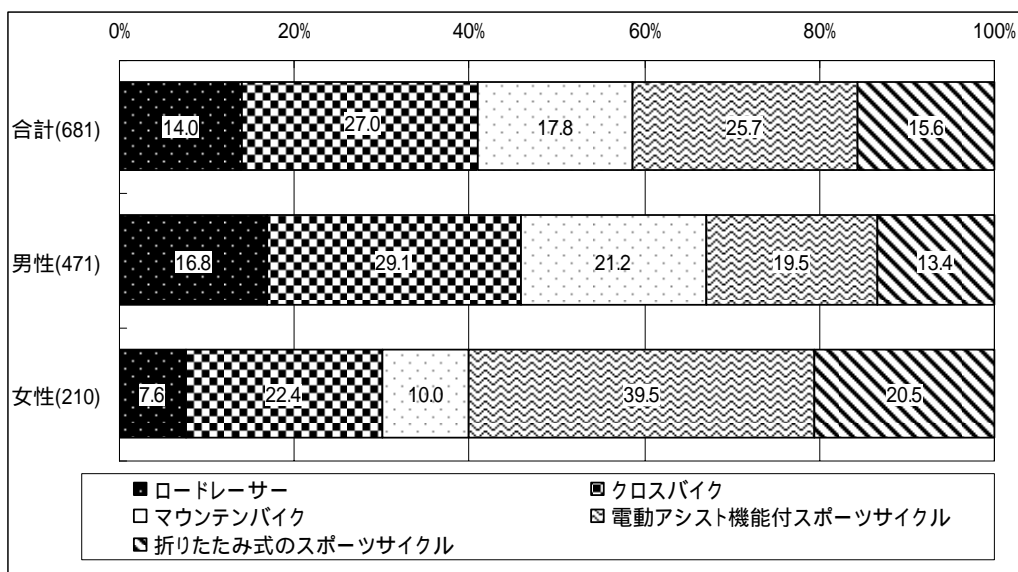
< 「その他」の具体的な内容(件数の記載のない回答は少数回答) >

- ・ 使用することはない・・・5
- ・ ちょいのり
- ・ トライアル競技
- ・ 犬の散歩
- ・ 増えない

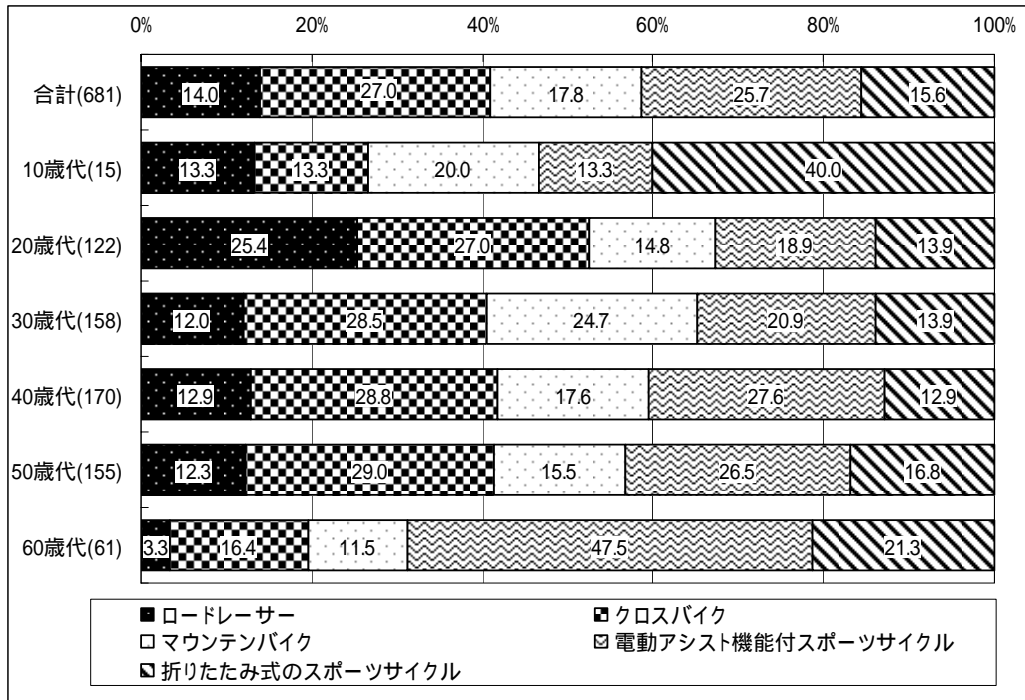
(3) 今後乗ってみたいスポーツサイクル(問34)

- ・ 問32でスポーツサイクルの利用に積極的意向を有していた回答者に対して、乗ってみたい車種を尋ねた結果では「クロスバイク」(27.0%)、および「電動アシスト機能付スポーツサイクル」(25.7%)が比較的多い。
- ・ これを性別にみると、男性では「ロードレーサー」が16.8%と全体より2.8%、「クロスバイク」が29.1%と全体より2.1%、「マウンテンバイク」が21.2%と全体より3.4%上回っている。一方、女性では「電動アシスト機能付スポーツサイクル」が39.5%と全体より13.8%、「折りたたみ式のスポーツサイクル」が20.5%と全体より4.9%上回っている。特に女性に対してスポーツサイクルをアピールする上で、電動アシスト機能付や折りたたみ式などのスポーツサイクルも効果的だと考えられる。
- ・ また年齢別でみると、30歳代～50歳代には全体と比較して顕著な傾向がみられない。一方、10歳代には「折りたたみ式のスポーツサイクル」、20歳代には、「ロードレーサー」、60歳代には「電動アシスト付スポーツサイクル」に今後乗ってみたいとの回答が特に多い。

図表 95：今後乗ってみたいスポーツサイクル(性別)



図表 96：今後乗ってみたいスポーツサイクル（年齢別）



(4) どこに魅力を感じたか(問35)

- ・ 問34で「電動アシスト機能付スポーツサイクル」および「折りたたみ式のスポーツサイクル」と回答した者に、その理由を自由回答で尋ねた結果では、「電動アシスト機能付スポーツサイクル」では「坂道の登りが楽」、「気軽に乗れる」などの手軽さが挙げられている。
- ・ 一方、「折りたたみ式のスポーツサイクル」では、「出先で乗れる」、「目的地で使用できる」などの可搬性が挙げられている。

「電動アシスト機能付スポーツサイクル」を選んだ理由(上位10項目)

- ・ 坂道の登りが楽 34件
- ・ 楽そう 28件
- ・ 電動アシスト機能付だから 10件
- ・ 楽しそう 9件
- ・ 無理なく自分のペースで楽しめる 9件
- ・ 体力が衰えてきた、疲れなさそう 8件
- ・ 長距離のサイクリングが楽しめる 4件
- ・ 多少の遠出が楽そう 4件
- ・ デザイン・形 4件
- ・ 軽量で速そう、運転しやすそう 3件
- ・ 簡単そう 3件
- ・ 乗りやすそう 3件

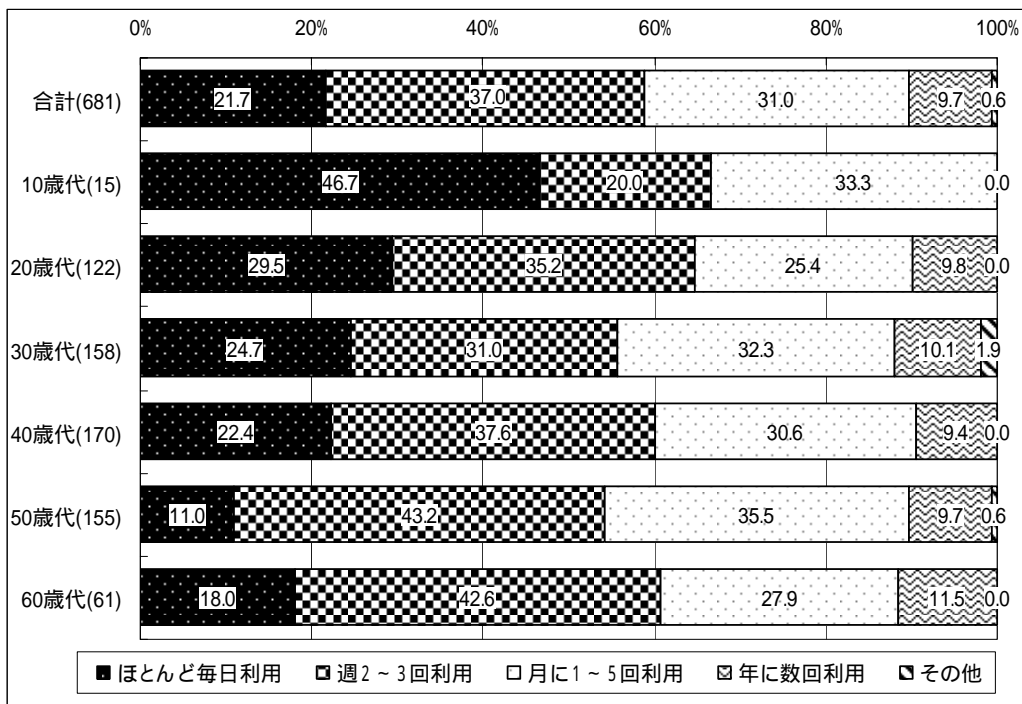
「折りたたみ式のスポーツサイクル」を選んだ理由(上位10項目)

- ・ 車に載せて運び、出先で乗れる 21件
- ・ 旅行先などの目的地で使用できる 10件
- ・ 折りたためる 9件
- ・ 運びやすい 9件
- ・ 置き場所をとらない 8件
- ・ 電車など公共交通機関を使って持ち運べて、移動先で使える 8件
- ・ 軽い、軽そう 8件
- ・ 手軽さ 5件
- ・ カッコいい 3件
- ・ 体によい 3件

(5) どの程度スポーツサイクルに乗ると思うか (問 36)

- ・ 問 32 でスポーツサイクルの利用に積極的意向を有していた回答者に対して、どの程度の頻度でスポーツサイクルに乗ると思うかを尋ねた結果では「週 2 ~ 3 回利用」(37.0%) および「月に 1 ~ 5 回利用」(31.0%) 「ほとんど毎日利用」(21.7%) と次いでいる。
- ・ これを年齢別にみると、若年層、特に 10 歳代で「ほとんど毎日利用」が 46.7% と約半数を占め、全体を 25.0% 上回っている。これは若年層ほど増加すると思われる利用法として、通勤・通学での利用方法が多かったこと (図表 94) が反映した結果だと考えられる。

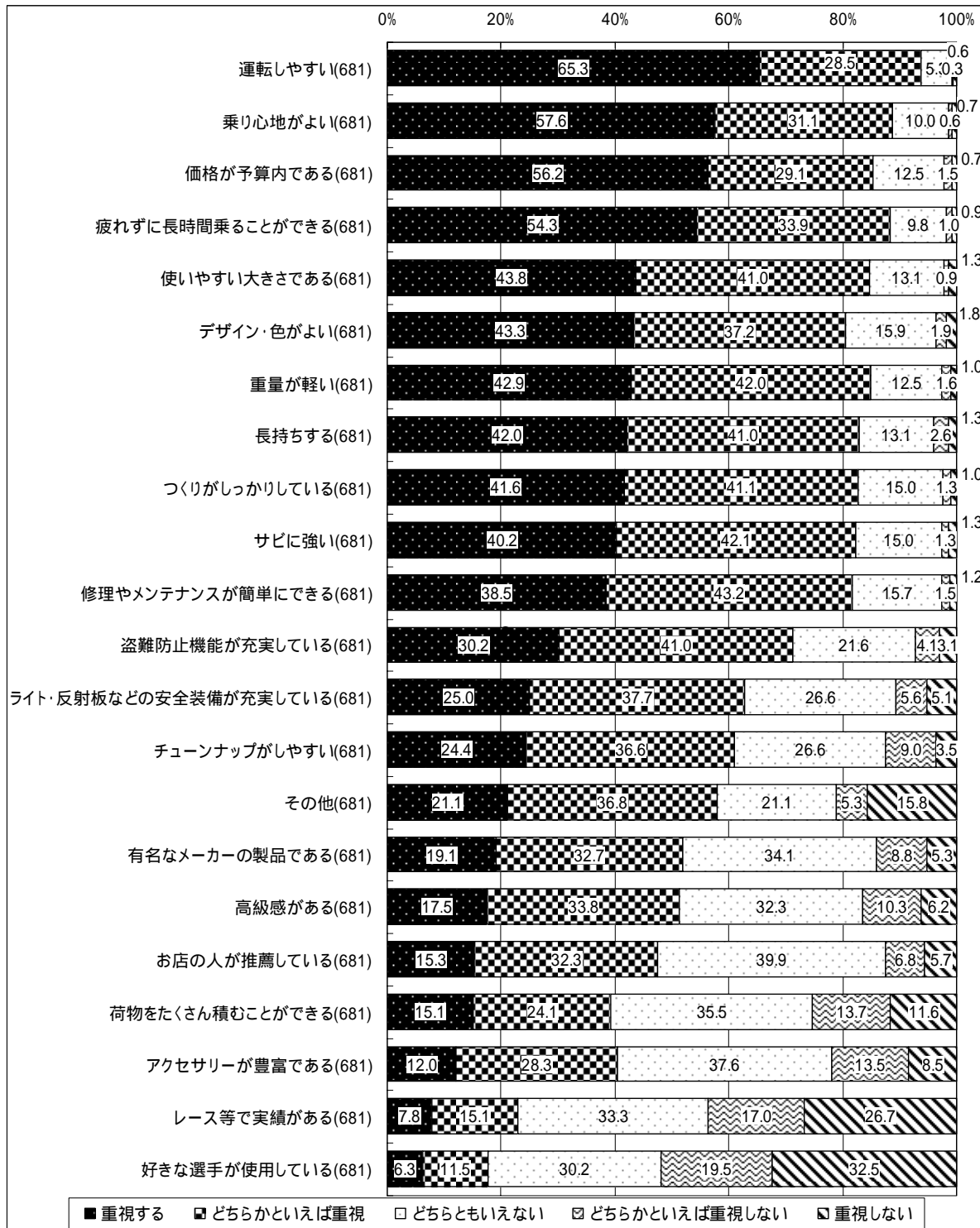
図表 97 : どの程度スポーツサイクルに乗ると思うか (年齢別)



(6) スポーツサイクルを選ぶ際の重視項目(問37)

- 問32でスポーツサイクルの利用に積極的意向を有していた回答者に対して、スポーツサイクルを選ぶ際の重視項目を尋ねた結果では「運転しやすい」(重視するが65.3%)「乗り心地がよい」(同57.6%)「疲れずに長時間乗ることができる」(同54.3%)などの乗りやすさに関するもの、および「価格が予算内である」(同56.2%)と多い。

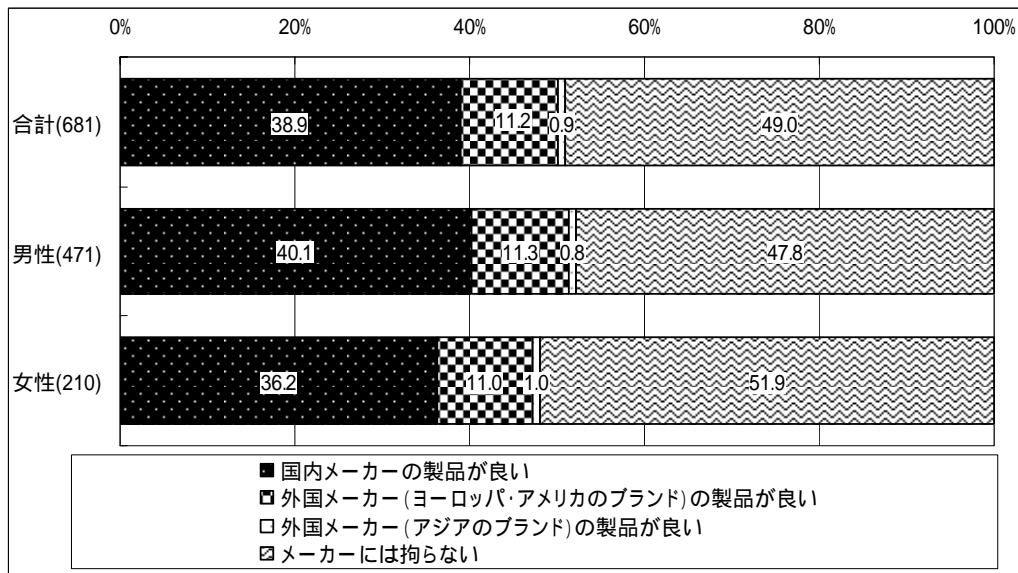
図表 98：スポーツサイクルを選ぶ際の重視項目



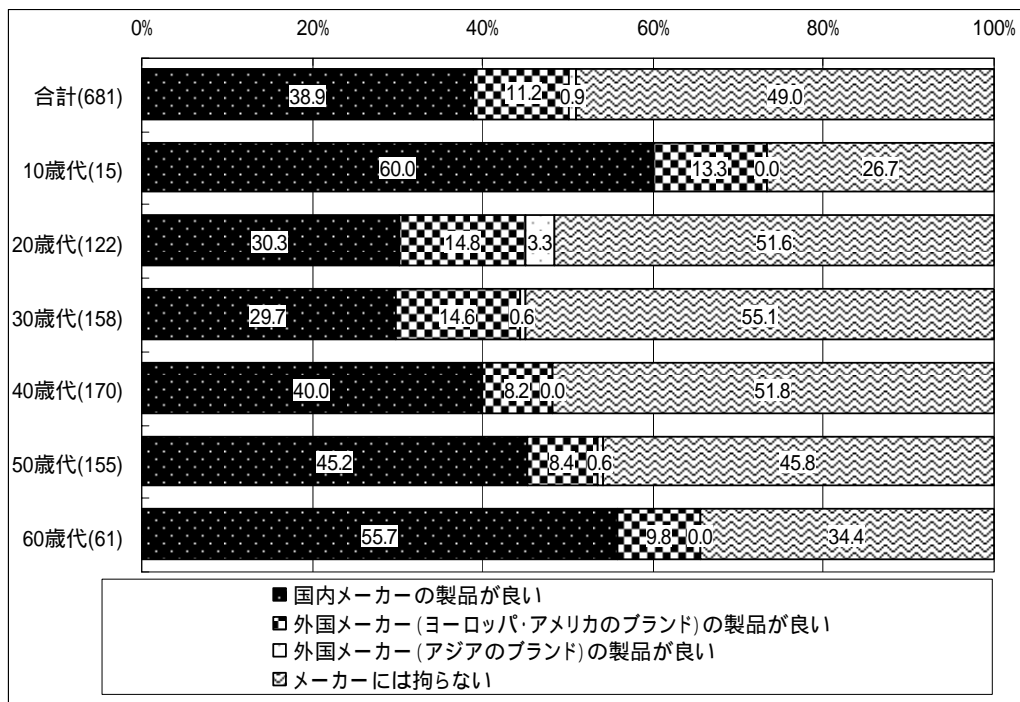
(7) スポーツサイクルを選ぶ際の国内メーカー、外国メーカーの意識(問38)

- ・ 問32でスポーツサイクルの利用に積極的意向を有していた回答者に対して、自転車を選ぶ際に国内メーカーのスポーツサイクルに乗ると思うかを尋ねた結果では「メーカーにはこだわらない」(49.0%)と約半数を占めている。また、「国内メーカーの製品がよい」(38.9%)がこれに次いでいる。
- ・ これを性別で見ると、顕著な差はない。また年齢別で見ると、10歳代と50歳代、60歳代で「国内メーカーがよい」との回答が多い。
- ・ 一方、現在利用している車種別で見ると、既にスポーツサイクルとりわけロードレーサーの利用者は、他の車種の利用者と比較して「外国メーカー(ヨーロッパ・アメリカのブランド)の製品がよい」と回答する傾向が比較的高く、このことから、ロードレーサーの使用経験者がヨーロッパ・アメリカのブランドを希望する傾向があることが窺える。

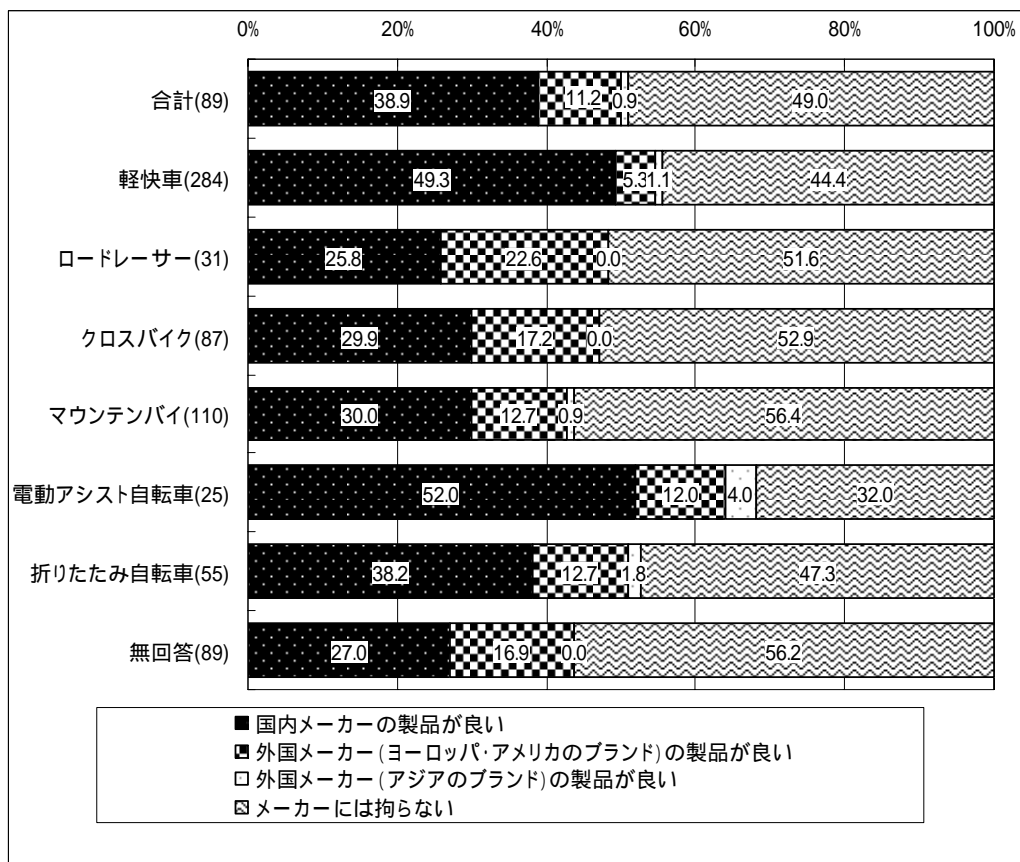
図表 99：スポーツサイクルを選ぶ際の国内メーカー、外国メーカーの意識(性別)



図表 100：スポーツサイクルを選ぶ際の国内メーカー、メーカーの意識（年齢別）



図表 101：スポーツサイクルを選ぶ際の国内メーカー、外国メーカーの意識（現在利用している車種に対して）



ここで、「無回答」とは、クロス集計項目（問8）の回答対象外である者を指す。

(8) 問 38 のように考える理由 (問 39)

- ・ 問 38 のように考える理由を尋ねた結果では、国内メーカーの製品が良いと答えた人はその理由に、信頼性や品質の高さを挙げる意見が多い。一方、ヨーロッパ・アメリカの製品が良いと答えた人はその理由に、デザインや歴史の長さを挙げる意見が多い。

「国内メーカーの製品が良い」を選んだ人 (上位 10 項目)

- ・ 安心だから 32 件
- ・ 信用・信頼できる (できそう) 29 件
- ・ メンテナンスの面で安心 19 件
- ・ 品質がいい 18 件
- ・ 部品が豊富で入手しやすい 17 件
- ・ 価格が安い・手ごろな値段である 16 件
- ・ 修理やメンテナンスがしやすい 16 件
- ・ 日本人の体型、体格が考慮されている 12 件
- ・ 国内メーカーの技術力の高さ 9 件
- ・ 保障やアフターサービスが良いから 8 件
- ・ 作りが丈夫 8 件
- ・ 国産品が好き 8 件

「外国メーカー (ヨーロッパ・アメリカのブランド) の製品が良い」を選んだ人 (上位 10 項目)

- ・ デザインが良い、デザイン性が高い、かっこいい、おしゃれである . . . 27 件
- ・ レース実績が豊富である 8 件
- ・ ヨーロッパは、サイクルスポーツの伝統があり、本場だから 4 件
- ・ ヨーロッパは、自転車の歴史が長く、文化に優れており、
製造コンセプトに反映されている 4 件
- ・ ヨーロッパのロードレーサー (フレーム) は、
実績もありしっかりしている 3 件
- ・ 高級感がある 2 件
- ・ 有名だから 2 件
- ・ デザイン性、性能ともに高いから 2 件

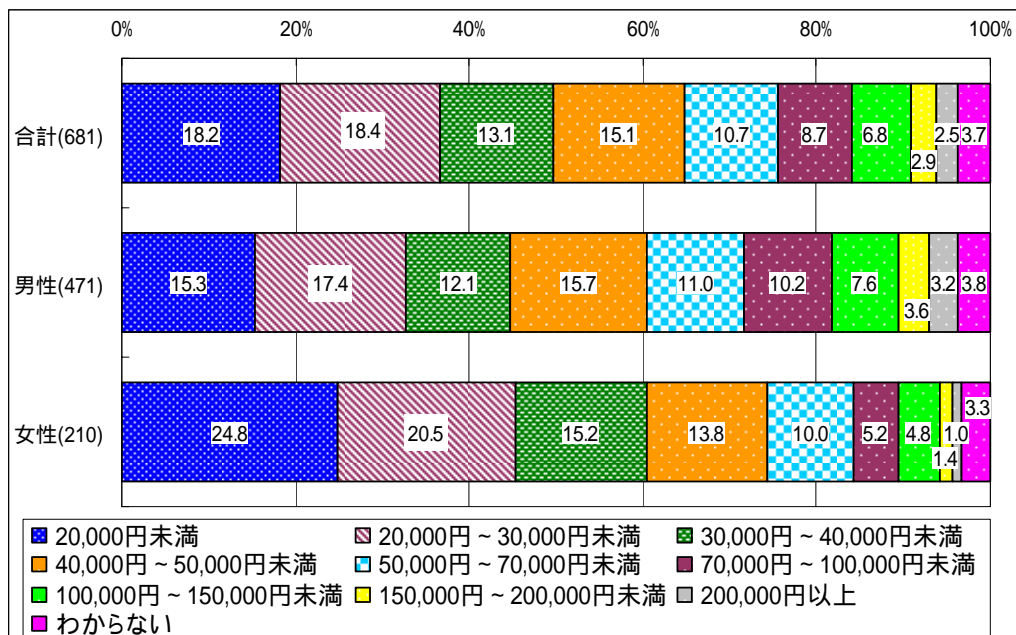
「外国メーカー (アジアのブランド) の製品が良い」を選んだ人

- ・ 安いから 2 件
- ・ 高級感がある
- ・ かっこいい

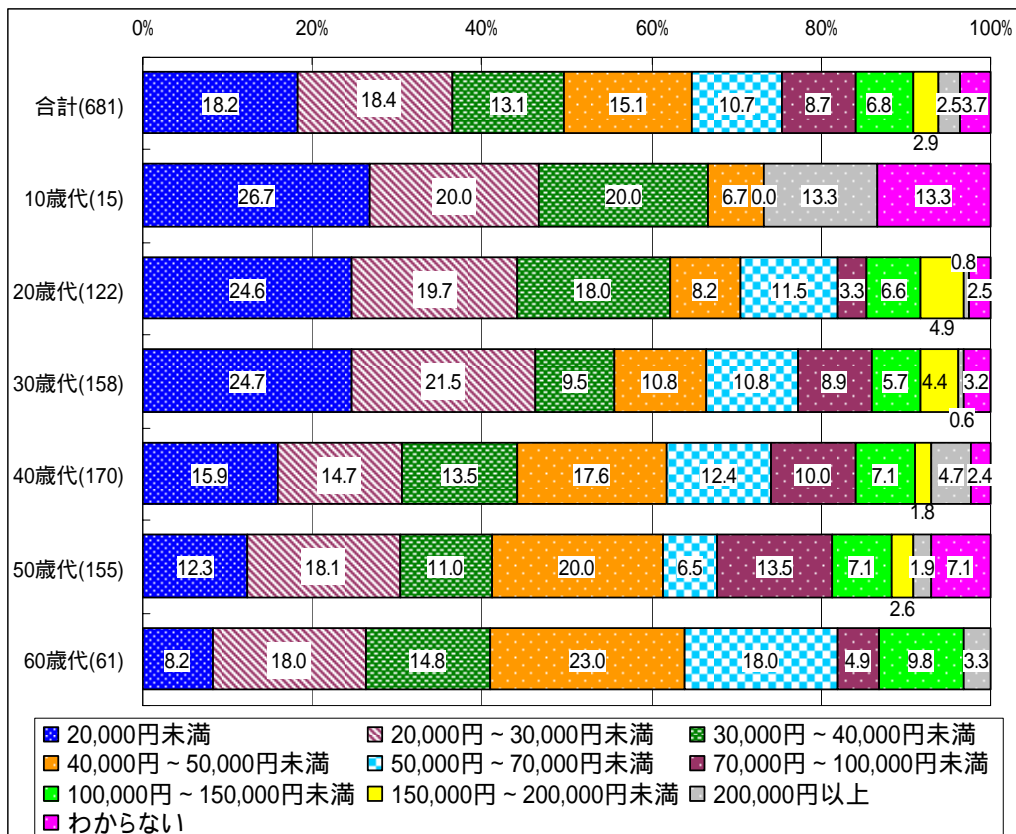
(9) スポーツサイクルを購入する際、どの程度の価格の自転車を購入したいか (問 40)

- ・ 問 32 でスポーツサイクルの利用に積極的意向を有していた回答者に対して、スポーツサイクルを購入する際、どの程度の価格の自転車を購入したいかを尋ねた結果では価格帯は分散した。
- ・ これを性別で見ると、男性よりは女性の方が低価格帯を希望する回答が多い。また年齢別で見ると、おおむね 40 歳代以上では購入価格帯がやや高い傾向がある。
- ・ 一方、現在利用している車種別で見ると、既にスポーツサイクルを保有している層は購入価格帯がやや高い傾向がある。

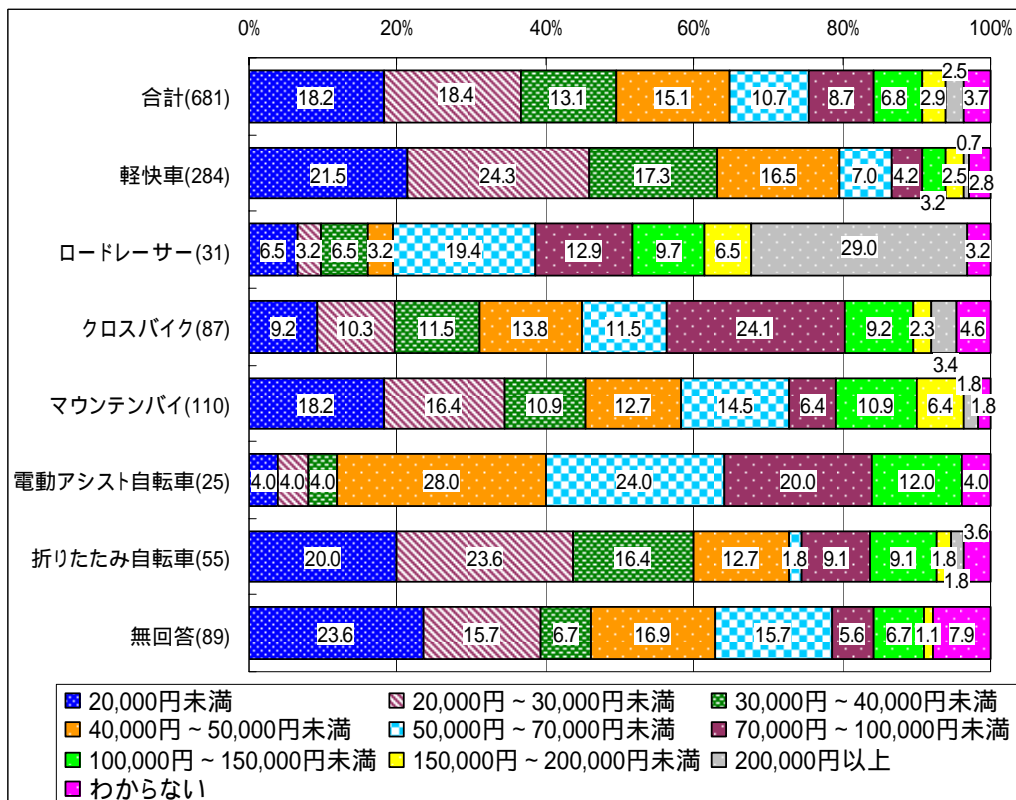
図表 102 : スポーツサイクルを購入する際、どの程度の価格で自転車を購入したいか (性別)



図表 103：スポーツサイクルを購入する際、どの程度の価格で自転車を購入したいか（年齢別）



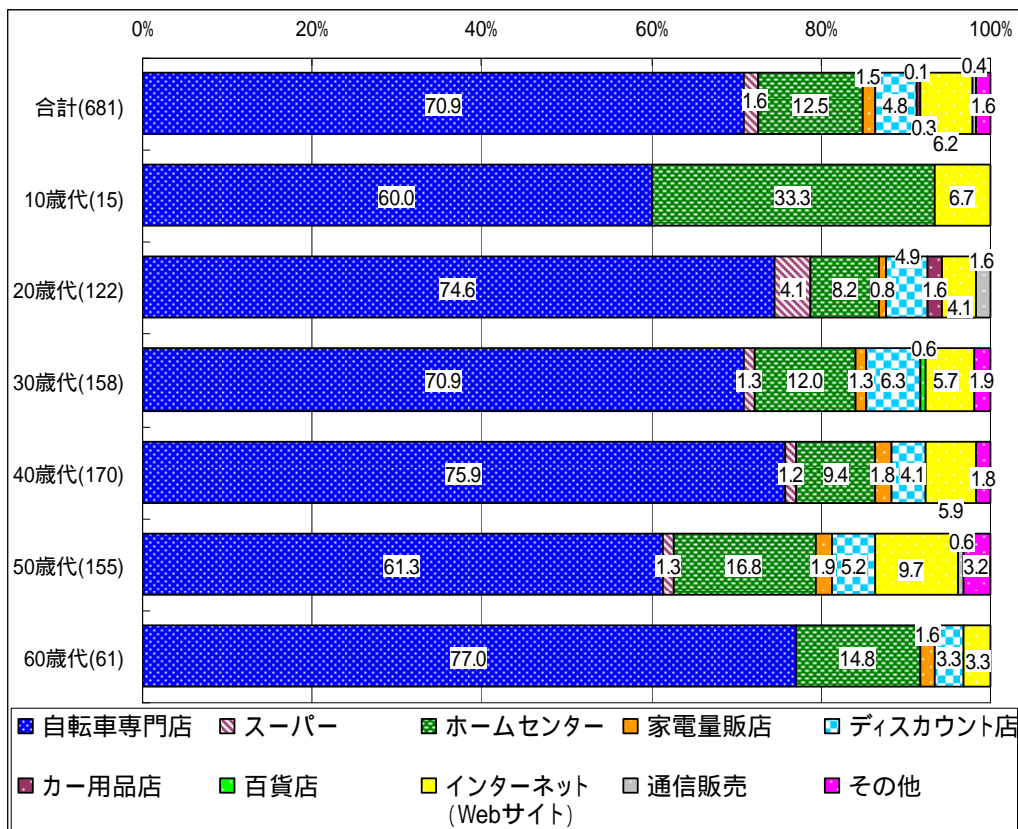
図表 104：スポーツサイクルを購入する際、どの程度の価格で自転車を購入したいか（現在利用している車種に対して）



(10) スポーツサイクルを購入する場合の購入場所(問41)

- ・ 問32でスポーツサイクルの利用に積極的意向を有していた回答者に対して、スポーツサイクルを購入する際、どこで自転車を購入したいかを尋ねた結果では、「自転車専門店」(70.9%)が最も多い。現状の自転車を購入した層は全体の約4割(図表20)であることと比べても高い割合と言える。
- ・ これを年齢別で見ると、特定の傾向はみられない。また現在利用している車種別で見ると、既にロードレーサーを利用している層では、約9割が自転車専門店での購入を希望している。一方で、軽快車を現在利用している層でも、その71.8%はスポーツサイクルを購入する場所として自転車専門店を挙げている。このことから、現在の利用車種に抛らず、スポーツサイクルの購入場所として自転車専門点を想定していることが窺える。

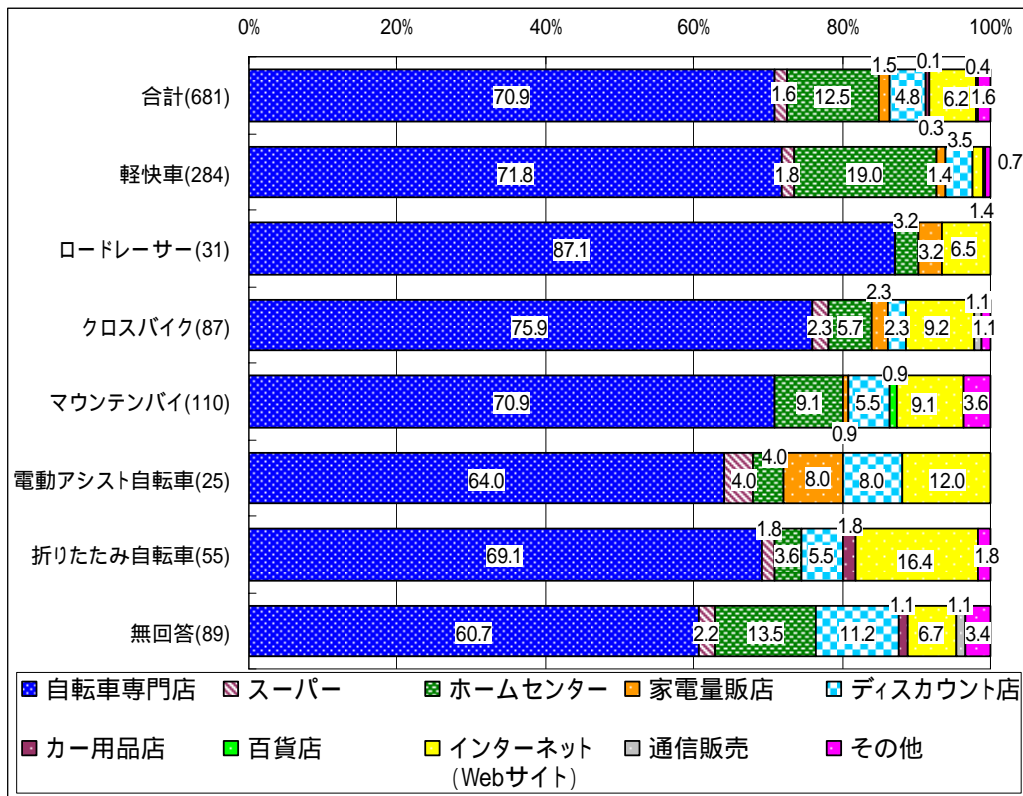
図表 105 : スポーツサイクルを購入する場合の購入場所(年齢別)



< 「その他」の具体的内容(件数の記載のない回答は少数回答) >

- ・ こだわらない・・・4件
- ・ スポーツ用品店
- ・ 価格が安いところ
- ・ オークション
- ・ 気に入った物ならどの方法でも
- ・ 予算やそのときの自分の状況による
- ・ 現物を見られれば何処でも良い
- ・ 特に決めていない

図表 106：スポーツサイクルを購入する場合の購入場所
 (現在利用している車種に対して)

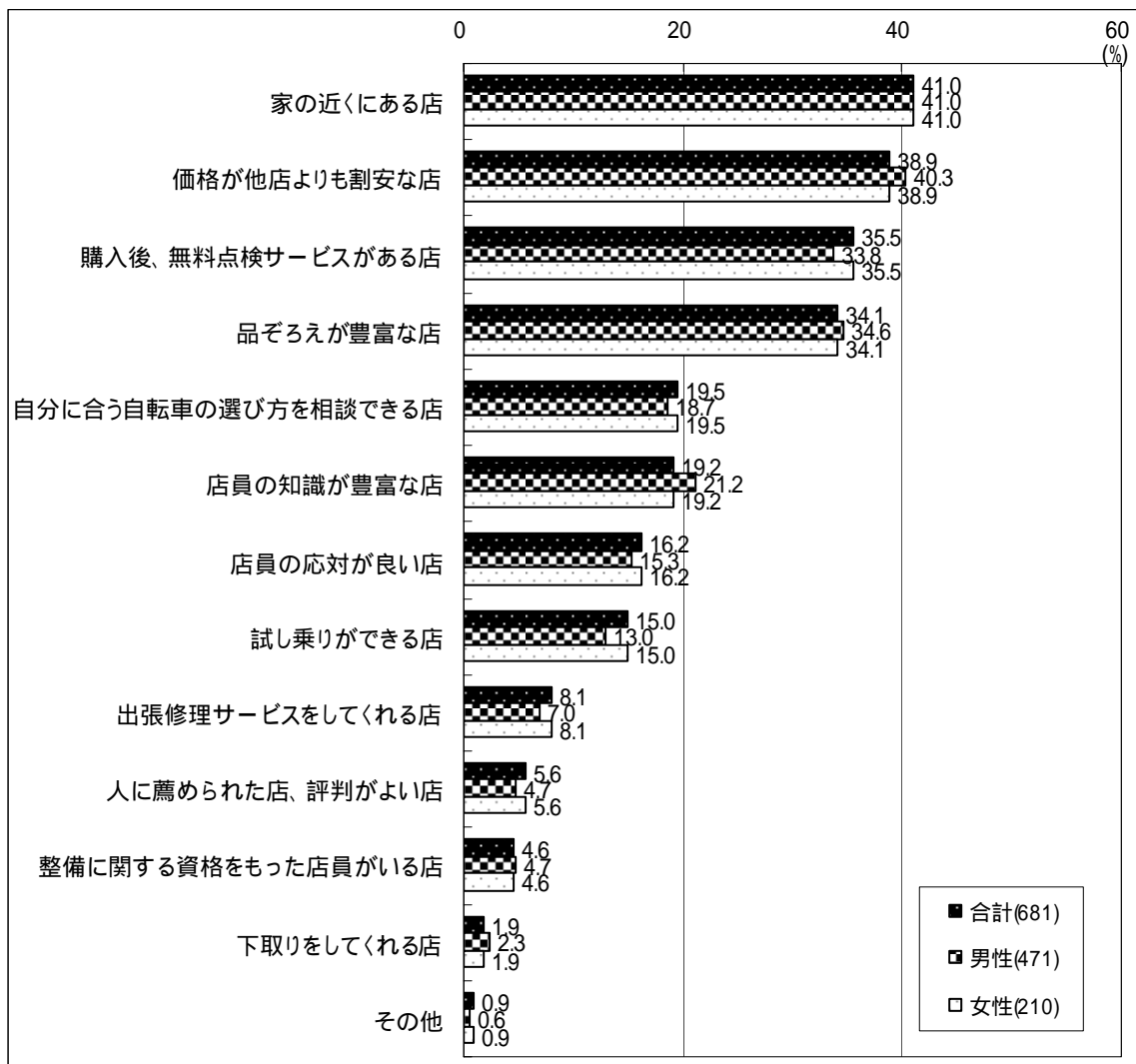


ここで、「無回答」とは、クロス集計項目(問8)の回答対象外である者を指す。

(1 1) スポーツサイクルを購入する店を選ぶ際の重視項目 (問 42)

- ・ 問 32 でスポーツサイクルの利用に積極的意向を有していた回答者に対して、スポーツサイクルを購入する際、購入する店を選ぶ基準を尋ねた結果では、「家の近くにある」(41.0%)、「価格が他店よりも割安な店」(38.9%)、「購入後、無料点検サービスがある店」(35.5%)、「品揃えが豊富な店」(34.1%)など、近接性、価格、アフターサービス、品揃えなど小売に求められる基礎的な項目が多い。
- ・ ただし、これに次いで「自分に合う自転車の選び方を相談できる店」(19.5%)、「店員の知識が豊富な店」(19.2%)、「店員の対応がよい店」(16.2%)、「試し乗りができる店」(15.0%)など、店員の知識や対応を挙げる意見が多いことも特徴的である。
- ・ これを性別、年齢別でみたが、特定の傾向はみられない。

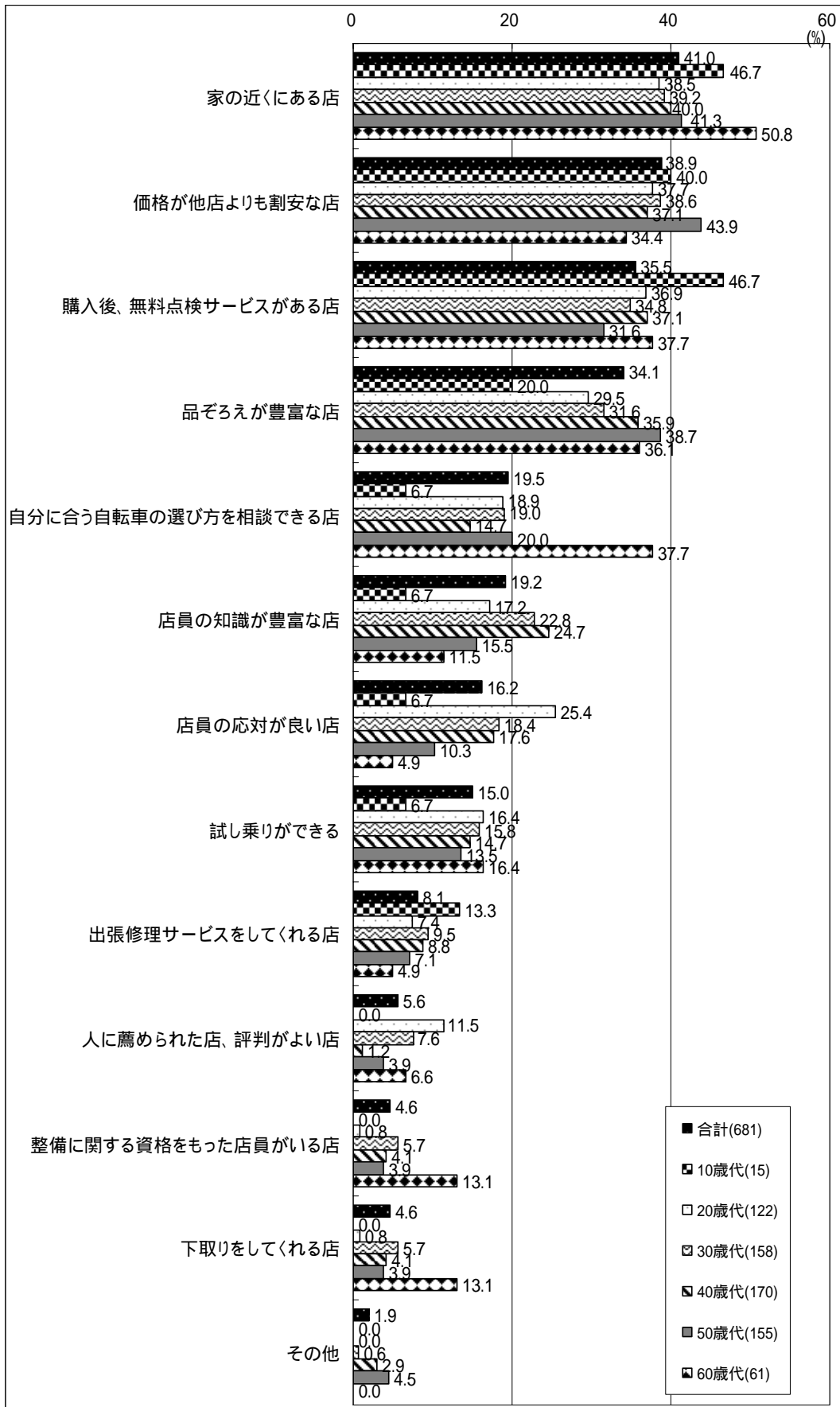
図表 107：スポーツサイクルを購入する店を選ぶ際の重視項目 (性別)



< 「その他」の具体的内容(件数の記載のない回答は少数回答) >

- ・ クレジットカード支払いができる店
- ・ 知り合いのお店
- ・ 専門店として長い実績のある店

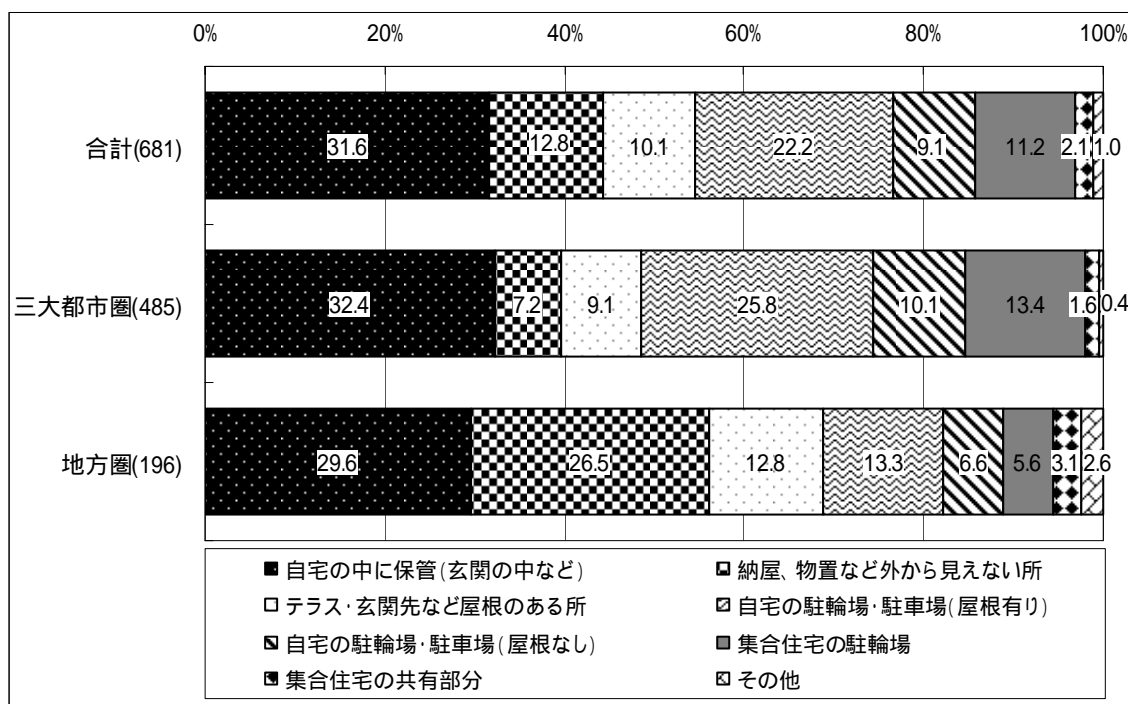
図表 108：スポーツサイクルを購入する店を選ぶ際の重視項目（年齢別）



(1 2) スポーツサイクルを購入した場合の自宅での保管場所 (問 43)

- ・ 問 32 でスポーツサイクルの利用に積極的意向を有していた回答者に対して、自宅での保管場所を尋ねた結果では、「自宅の中に保管」(31.6%) が最も多く、「自宅の駐輪場・駐車場 (屋根有) 」(22.2%) がこれに次いでいる。
- ・ これを地域別で見ると、地方圏では「納屋・物置などの外から見えない所」が 26.5% と全体を 13.7% 上回ったほか、「テラス・玄関先など屋根のある所」も 12.8% と全体を 2.7% 上回るなど、「自宅の中」以外の比較的安全な保管場所については地方圏の回答者に多い。これは地方圏の居住者の方が、より広いスペースに恵まれるなど、保管場所を含めた住宅事情が良好であることが反映した結果と考えられる。

図表 109 : スポーツサイクルを購入した場合の自宅での保管場所 (地域別)



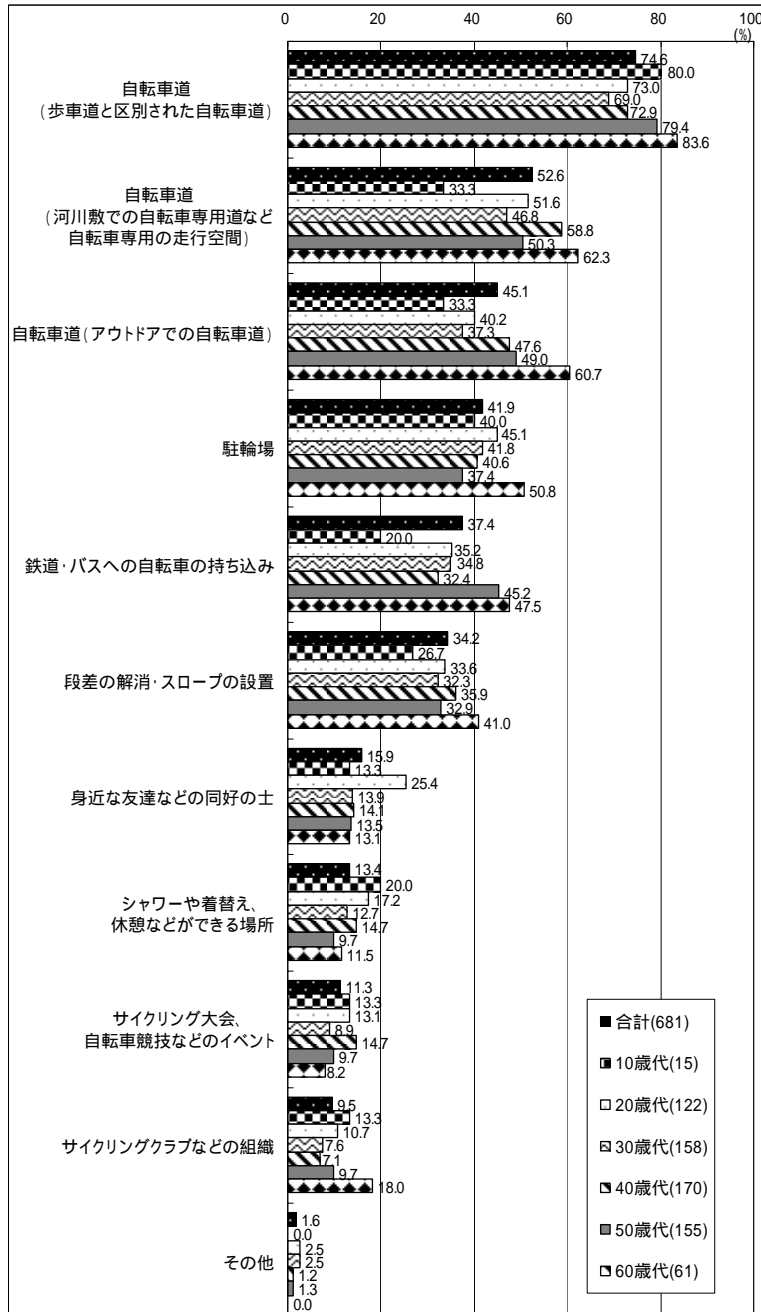
< 「その他」の具体的内容(件数の記載のない回答は少数回答) >

- ・ 庭 (屋根なし) 3 件
- ・ ベランダ
- ・ 冬は室内以外では自宅屋根付き駐輪場
- ・ 車の中
- ・ そのときの家の環境による

(1 3) どのような利用環境が整備されればスポーツサイクルの利用が増えると思うか(問 44)

- ・ 問 32 でスポーツサイクルの利用に積極的意向を有していた回答者に対して、どのような利用環境が整備されればスポーツサイクルの利用が増えると思うかを尋ねた結果では、「自転車道(歩車道と区別された自転車道)」(74.6%)、「自転車道(河川敷での自転車専用道など自転車専用の走行空間)」(52.8%)、「自転車道(アウトドアでの自転車道)」(45.1%)と自転車道に関連する項目が上位3位を占めている。また、「鉄道・バスへの自転車の持ち込み」も37.4%と比較的高い割合を占めている。
- ・ これを年齢別で見ると、高齢層では、自転車道のほか「鉄道・バスへの自転車の持ち込み」を希望する回答も比較的多い。先のアウトドア活動地までの自転車の運搬の実態として「分解して鉄道・バスに積んでいる」について高齢層の回答割合は低かった(図表 91)が、鉄道・バスと自転車の連携が進めば、高齢層のスポーツサイクルの活動範囲が広がることが窺える。

図表 110: どのような利用環境が整備されればスポーツサイクルの利用が増えると思うか(年齢別)



< 「その他」の具体的内容(件数の記載のない回答は少数回答) >

- ・ 自転車に乗る時間・・・・・・2件
- ・ 車の運転者の自転車に対する安全の考えがしっかりとなる
- ・ 車道 or 歩道の整備
- ・ 伴走してくれるサービス
- ・ ルール、マナーの向上
- ・ 治安

第3章．グループインタビュー

3 - 1．調査の仕様

3 - 1 - 1．調査の目的

Web アンケート調査結果のうち、特に以下の点に関する深掘りを行った。

- ・スポーツサイクルの認知を高めるための工夫
- ・利用者にサイクルスポーツが浸透するために必要な事柄
- ・購入者が国内メーカーの自転車をより選ばれるための課題

3 - 1 - 2．調査対象者

上記の課題を明らかにするため、3グループ（各5人）の対象者を抽出した。

- (1) スポーツサイクルを認知していると回答した方としていないと回答した方・・・計5名
- (2) サイクルスポーツを実践していると回答した方・・・・・・・・・・・・・・・・計5名
- (3) スポーツサイクルを購入する場合、国内メーカーがよいと回答した方と
外国メーカーがよいと回答した方・・・・・・・・・・・・・・・・計5名

3 - 1 - 3．調査方法

グループインタビュー

3 - 2 . 調査結果

(1) スポーツサイクル認知 / 非認知

	A. 40 歳 男性	B. 38 歳 女性	C. 36 歳 女性	D. 39 歳 男性	E. 27 歳 女性
1 . Warm-Up					
自己紹介 住まい 仕事 家族構成 趣味	杉並区在住。 自営で輸入関係。 ひとり暮らし。 趣味は懸賞で物を当てて旅行や電化製品を生活の足しにしている。 当たった旅行で土日は必ず旅行に行っていて、写真が趣味だから写真を撮りブログにあげている。 先日ミシュランガイドを買ったが、予約が取れなくて行けない。今は気になっているのがミシュランガイド。ネットの懸賞とか新聞や雑誌オールマイティで懸賞をやっている。	八王子市在住。 主人と子供が 3 人いる。(10 歳、7 歳、3 歳の男の子) 趣味は、懸賞が趣味だがまったく当たらない。一生懸命葉書を書いたりネットでしている。 パンとかお菓子を作ることが好きで食べるのも作るのも好きでストレス解消になる。	港区在住。 ひとり暮らし。 月曜から金曜まで外資系の OL として働いている。 時間を作って旅行に行くことが趣味。 今年から元の体重に戻すために先週からジムに通っている。なるべく低カロリーの物を作って食べたり、お酒を止めて半年で、6 キロ痩せたい。	東久留米市在住。 妻と小学校 2 年の女の子。 飲食業のコンサルティングを経営している。 バイクが好き。 仕事が趣味みたいなもの。 配偶者が懸賞をしている。	調布市在住。 ひとり暮らし。 貿易事務。 旅行が趣味。国内と海外と色々に行っている。 気になる事は、自分も懸賞をやっているがぜんぜん当たらない。 ネットでもやっているのだが、都内ホテルの高級スイートルーム宿泊券が当たった。 最近懸賞は手軽で今回当たったことを機会に本腰を入れようと思っている。
2 . 自転車の利用実態					
普段の自転車の利用実態	俗にいうママチャリに乗っている。 普段はあちこちでかけるのは自動車だが、図書館だけは中途半端な距離なので自転車で図書館に行き、帰りに買い物をしてくる。 他はもっぱら車。あとは歩き。 (自転車の使用の頻度) 週に 2 回か 3 回くらい乗っていて、ネットで調べられれば良いが専門書は図書館に行か	車の免許を持っているがぶつけることが多いので、雨とか雪が降らない限り自転車で動いている。 子供と一緒にときはママチャリ。仕事のときの通勤はマウンテンバイクタイプに乗っている。今の住まいが坂道で、ママチャリは電動アシスト機能付を使っていたが、壊れてしまった。子供を 2 人乗せて走るから現在別のママチャリ	仕事が忙しいが、週に 1 回マウンテンバイクに乗る。家が天王洲アイルだが友人が大森に住んでいるので、その辺まで行っている。 目黒通りのインテリアショップを自転車で回ると効率が良いから、そういうことをしたい。 長い距離を走れる 10 万円くらいのマウンテンバイクを買った。	自分は出来るだけ一人のときは自転車に乗ろうと心がけている。自転車のきかけは 2 年前に交通事故を起こして、ドクターから自転車での通勤を勧められて意識して乗るようになった。自転車はママチャリで家族が乗らないときに乗っている。 仕事は自転車出来ないことが多いからそういう時は車になるが、出来るだけ自転車に	私はシティサイクルに乗っていて 3 段階のギアがついている。基本は自転車か徒歩。 最寄り駅は歩いて 10 分くらいだが駐輪場が駅の隣にあり、自転車は駅に 5 分で着くから朝は基本的には自転車。通勤に自転車は毎日使う。電車を利用するときは、駅まで自転車を使う。 (自転車に乗る距離) 1 キロ。

	A. 40歳 男性	B. 38歳 女性	C. 36歳 女性	D. 39歳 男性	E. 27歳 女性
	<p>ないとわからないから図書館に行く。 （買い物には使うか） 図書館の帰りに買い物をする が、自転車だとあまり量を買 えないから、量が多いと車。 （歩きと自転車の距離） 自転車だと2キロ未満で、行 く所の駐車場が完備されてな いと自転車が多い。2キロ超 えると車になる。</p>	<p>に乗っている。 一人のときはギアがついてい るから坂道も乗れるマウンテ ンバイク。 マウンテンバイクは、5万円 くらいの自転車。</p>	<p>（マウンテンバイクの前の自 転車） マウンテンバイク。 （スポーツサイクルのきっか け） 大学するとき、通学のために最 初は自転車が欲しかった。ク ラスの中でマウンテンバイク が好きな人が多くて北海道を 自転車で巡る人が多かったの で影響を受けた。 （買い物は自転車を使うか） もちろん近くにも行く。 （ツーリングはどうか） ツーリングはやりたいと思っ ている。国内のツーリングも したいが、ハワイのパシフィ ックセンチュリーに挑戦した いと思っているが行動に移せ てない。</p>	<p>乗ろうとしている。 通勤とか、金融機関、買い物 に行くときに自転車に乗る。 子供と図書館に行くときと か、どこかに行こうという ときは、今は寒いからなかなか 子供が自転車に乗りたがら ない。</p>	<p>（通勤以外の使い方） 駅の逆側に買い物に行くとき とかに使う。 多摩川の土手に行き乗りたい 時に乗る。土手も走る。サイ クリングコースがあるから、 ゆっくり走っている。 多摩川には月に1回か2回く らい行く。</p>
3. 現保有車購入実態					
現自転車の購入のきっかけ	<p>前の自転車は盗まれた。良い 自転車を買いたい盗まれる と思うから、ある程度安くて 特売の自転車にした。 でも良い自転車が欲しい。府 中市の多摩川の土手に元の会 社があり、サイクリングコー スが神奈川に向かってあり、 職場の人は25万円とか30万 円の高い自転車に乗っている 人がいて、乗せてもらったと きに、こういう自転車は欲し</p>	<p>車は運転が下手でぶつけやす いから子供を連れて歩くのに 必要。</p>	<p>去年の9月に新居に引っ越し た。盗難は心配だが今はカメ ラがついてセキュリティがバ ッチリのマンションだから、 盗難の心配がないというので 思い切って良い自転車を買 いたという夢があったので買 った。 前々からサイクリング車が好 きだったし、走って遠い所 に行くために購入した。</p>	<p>歩いて遠くても自転車だと近 いから買った。 前からかみさんの自転車を借 りていたが事故後に自分の自 転車を買った。マウンテンバ イクは今も欲しいが、かごが なく実用性がないから迷っ ている。買い物の荷物を載せ たい。</p>	<p>ひとり暮らしを始めたので、 自転車を買った。実家にいた ときと同じタイプのものを 買った。</p>

	A. 40歳 男性	B. 38歳 女性	C. 36歳 女性	D. 39歳 男性	E. 27歳 女性
	<p>いと思った。でも泥棒が多い所に住んでいるのでなかなか買えない。</p> <p>元会社にサイクリング部があり、辞めても誘われている。高い自転車は良いなと思い買いたいが、置き場所に困っている。</p>				
軽快車とマウンテンバイクの購入のきっかけ		<p>マウンテンバイクはずっと仕事に使っていた。</p> <p>子供と遊ぶときに歩いて出掛けていたが、お友達がママチャリで動いており、マウンテンバイクは後ろに子供が乗せられないからママチャリを買った。</p> <p>(マウンテンバイクは通勤のために買ったのか)</p> <p>そう。30分くらいかけて職場まで乗っている。</p>			
購入時に調べて買ったか	<p>店にブラッと寄ってそのまま特価品を買った。</p>	<p>子供を乗せるために買うときは自転車店でパンフレットを買ったりインターネットで何が良いかと調べた。</p> <p>マウンテンバイクは自転車店で予算を伝え、その場で買ったが、マウンテンバイクは高かった。</p> <p>子供が小さかったので自動車を購入して通勤したかったが出来ないので自転車で通勤している。このため、タイヤがしっかりしているマウンテン</p>	<p>いろんな店に行き下調べをした。値段とか店により特典もあるから、調べて予算と好みに合わせて買った。</p> <p>(情報は店だけか)</p> <p>インターネットで店を探したが、実際にサイズが合わないと言われ、友人に言われた。ある程度知識があるから、カタログは入手しなかった。</p> <p>(自転車の知識の入手先)</p> <p>マウンテンバイク歴が10数</p>	<p>今の店に行き買った。今度買う自転車は、近くに自転車のディスカウント店で買うと思う。</p> <p>自転車を見て、金額とかを見て調べている。</p> <p>(他に調べていること)</p> <p>金額と用途に関する事だけ。</p> <p>(マウンテンバイクなら調べたくなるのか)</p> <p>金額的なこともあるが、格好良い自転車が良い。自分は形</p>	<p>店に行くまで何も決めてない。</p>

	A. 40歳 男性	B. 38歳 女性	C. 36歳 女性	D. 39歳 男性	E. 27歳 女性
		バイクが良いと思って買った。 マウンテンバイクよりもママチャリの方が高かった。子供を乗せるので、ギアがないといけないし。 (今後自転車を買うときはどうするか) 今の自転車に不自由がないから、すごく高い自転車を買うということではなく、小遣いがないから買い方は同じ。	年と長いし、友人がロードレースに出たりと長距離を走る人がいるので、ちょっとした話題にスポーツサイクルの話が出る。	から入るので、機能がいっぱいある車種が良い。ママチャリは安くて良い。	
4. スポーツサイクル認知・興味					
スポーツサイクルを知っているか	知らない。 前の会社の関係でチラホラ名称は知っているが内容的には知らない。	パンフレットに書いてあるが実際は知らない。	スポーツサイクルの定義がわからないから知らないとアンケートで答えた。	友達が競技をしているので勧められたが熱くなれない。 自分はスポーツサイクルという名称を知っている程度。	実家の近くに大きな国立公園があり毎年開催のロードレース大会を子供のときから見ていて、高校生や大学生になると近所の同級生が出るとか出ないと話したり、ポスターを見たりしていた。
ロードレーサー、マウンテンバイク、クロスバイクは知っているか					聞いたことがある。
ロードレーサー、マウンテンバイク、クロスバイクの情報の入手先	元の会社の人から。	自転車屋に行きパンフレットを貰うと説明が書いてあるから知っている。	大学の仲間からと、お店に行けば名称が書いてあるから。	自転車にマウンテンバイクと表示がしてあるから。	
テレビ、新聞、雑誌などで情報は入手できるか		雑誌はない。			
店とか知り合い系からの情報が多いか			日常で自転車は使うから話のネタになる。		メディアでの記憶がない。

	A. 40歳 男性	B. 38歳 女性	C. 36歳 女性	D. 39歳 男性	E. 27歳 女性
ロードレーサー、マウンテンバイク、クロスサイクルの違いを知っているか	わからない。会社の人たちの話についていけない。自分はママチャリだから話ができない。部品も高いし、話についていけない。			なんとなく概念があると思っている。タイヤとか形状が違うとなんとなくわかるが、正確かわからない。 (何を見て知ったと思うか) 自転車屋さんだと思う。	違いはわからない。
スポーツサイクルで何をしてみたいか	長距離を走りたい。サイクリングコースを、府中市の多摩川の土手からずっと神奈川のほうに走ってみたい。誘われているからゆっくり周りの景色を楽しみながら走って乗りたい。			1つ先の駅まで自転車で走りたい。趣味でバイクに乗っているから、実用のレベルでマウンテンバイクが欲しい。マウンテンバイクに以前乗っていたことがあるが、ママチャリよりも速い。ママチャリは変速に限られているし、走る姿勢が違う。	Aさんと同じように長距離を走りたい。多摩川に気晴らしに行くが、今は普通の自転車で、あまり長い距離は走らずすぐ戻ってくる。マウンテンバイクがあれば、もっとスポーツとして、楽しめると思う。いつもサイクリングコースの途中で帰ってくるのでマウンテンバイクを買ったらもっと先の見たこともない所に行きたい。 (マウンテンバイクだと何が違うか) 外見が違う。日常の使用でも駅まで使っているがきつい坂が途中にあるから、駅に行くまでの登り坂がきつい。電動チャリはゴテゴテしているから、スタイリッシュなのに使いたい。 (3段変速のママチャリよりもマウンテンバイクが良いと思う理由) 坂道を走っていてもママチャリはあまり楽だと感じない。 (マウンテンバイクがすごそ

	A. 40歳 男性	B. 38歳 女性	C. 36歳 女性	D. 39歳 男性	E. 27歳 女性
					うだと思ふ理由) 乗ったことがないが、なんとなくのイメージで、馬力がぜんぜん違うと思う。
デザイン面	スタイルの良いものなら欲しい。			僕は形から入るから外見が格好良い自転車が良い。まずは形からだ。ママチャリでは格好がよくない。	
スポーツサイクルの魅力	乗りやすさと格好良さ。疲れない。ママチャリだと歩道の縁石の衝撃がすごい。マウンテンバイクだとそれほどではない。タイヤの大きさやクッションが違うから、乗っていて乗り心地が違う。	上の子供と高尾山まで自転車で行った。最初はママチャリで行ったが途中で挫折した。マウンテンバイクだと高尾山まで行きつけた。疲れ方が違う。ガタガタ道は、ママチャリは直接感じるが、マウンテンバイクだとタイヤが違うためか、衝撃が違う。3人の子供と今度は高尾山の先まで行きたいなと思っている。主人は仕事でいな場合が多いので、男の子だけにいるんな経験をさせたい。上の子は高尾山に行くという目標のためにマウンテンバイクを買った。行けたら、行けた喜びがある。	行きつけの目黒通りの店が離れているから、そこまで自転車で行きたい。マウンテンバイクだと、運動の道具として長距離を走れることが良い。長距離を走ったりロードレースに友人と出てみたいと思っている。 (自転車自体の魅力) マウンテンバイクは山で使うものと言われているが、わざわざ山に自転車を持って行き山を下るのは興味がないので、主として一般道を走りたい。 (道を走るのに、マウンテンバイクか) 長距離でない場合に限る。レースならロード用のもの買わないといけない。 クロスバイクは考えてない。	置き場所を選ばないこと。車とバイクは置き場所があるが、自転車は置き場所を選ばないということが魅力。	スタイリッシュとさっき言ったが仰々しくないし、すぐに始められることが良い。
運動の道具としてのスポーツサイクル	誘われているから長距離を走って、普段使わない筋肉を動かしたい。			基本的に事故をしたので運動することが要因に入っている。動くことや通勤とかの要	結果的に運動もできて良いなという感じだが、運動あり気でない。

	A. 40歳 男性	B. 38歳 女性	C. 36歳 女性	D. 39歳 男性	E. 27歳 女性
				因。腰が悪いからそのために乗りたい。	
5. スポーツサイクルの認知・興味度アップのためのポイント					
スポーツサイクルをPRするにはどうしたら良いか	だいが前だがF1レースのレーサーがジャガー車のマウンテンバイクを夜中の通販で売っていた。通販番組はよく見るから、ゴールデンのドラマの合間とかにCMを出すが良い。 20代、30代、主婦の読む雑誌に載せたら良い。 (一般的な雑誌か) 女性向けの雑誌は色々あると思う。大人の隠れ家とかにチラッと載っていたら良い。				
情報が目に入るにはどうしたら良いか		子供の洋服を買いに行くとき等に有名スポーツブランドの店に行くが、洋服と一緒に置いてあると思う。 BMWから自転車が出たときに主人は興味がないのに行っていた。	趣旨が違うかもしれないが、知名度を上げる点では有名な芸能人が自転車の利用で痩せたとか。		人通りの多いターミナル駅とか、大きな駅へポスターを貼る。 もともと興味がなかったものでも、情報を毎日目にするとう頭に入ってくる。
Webは見るか		興味がないと見ないと思う。 自転車というキーワードで検索してまで探すことはあまりない。 子供の自転車を買うときは色々調べたが、一つ一つのWEBページを丁寧にみることはまではしなかった。			
店の人と話すか				お店の人とは話さない。 確かに自分から求めていかな	

	A. 40歳 男性	B. 38歳 女性	C. 36歳 女性	D. 39歳 男性	E. 27歳 女性
自転車を買った場所	スーパー。	自転車専門店。		いと情報は得られない。	
自転車専門店は色々教えてくれるか		子供の自転車を買うときは、サイクルベースあさひでパンフレットを出していたし、どの様に乗るかと聞かれた。相談すると色々教えてくれた。ママチャリを買うときは相談しなかったので教えてくれなかった。		自転車専門店。 バイクは人に聞くけど自転車は聞かない。話すとしたら金額面だけ。	大型小売店
Webで情報を見るか			あまり見なかった。		
自転車屋さんから話を聞くか			話をするタイミングが思いつかない。自転車を見に行き、こちらからアプローチをしないと話ができないから、不自然。		
安全に乗る場所、レース、大会、盗難を避けるための情報を目にしたらスポーツサイクルが欲しくなるか	情報を発信される所が限られると思う。 自転車屋さんが、購入からアフターケアをしてくれれば良いが、自分が買ったときは高校生のアルバイト店員から買った。 良い店は店員さんの知識があると思う。 (店員さんに望むこと) 自転車の機能の知識。聞いても首を振られると、安いからしょうがないと思ってしまう。	自転車に興味があるなら良いが、基本的に興味がないと情報を得ようと思わないと思う。			興味があるが細かい所は調べてないし専門用語はわからない。 店の人に聞いて、素人でもわかるように話してくれると信頼関係も出来る。
購入時に欲しい情報					自転車以外の新商品は口コミとかを調べるが、自転車だと

	A. 40歳 男性	B. 38歳 女性	C. 36歳 女性	D. 39歳 男性	E. 27歳 女性
					現場に行きいろんな自転車を 見て直接「これは何か」と聞 きたい。(全体：同意)
現場に行きたいか		ママチャリ的时候は口コミ と、子供を乗せることが初め てだったから、ネットで調べ た。ふらつきがないことやタ イヤとかスタンドを調べた。 自分の自転車は乗り心地を試 したかったから、何台か乗っ て試した。	直接店に行く。	店で見たい。	
専門誌			自転車が一番の趣味でないか ら見ない。		
ロードレーサー、マウン テンバイク、クロス バイクを購入する ときは今の知識で買 いに行くか	ネットは寸法はわかるが実際 に色とかがわからないので、 店に行き実物で見たい。ネッ トでの色は違うし、ハンド ルの太さもその場でしか見ら れないので、店で詳しく見 たい。店でわからないと口 コミとかメーカーのサイ トを見たり、カタログを見 ると思う。			ネットで調べる要素が少 ない。体感しないとわから ない。20段変速ギアと16 段変速ギアの違いも乗ら ないとわからない。	1度店に行き納得できたら そのときに買うと思う。そ のときに初めて知った情 報がわからないときは、 もう一度調べると思う。 最初はネットで調べよう にも用語がわからない。
実物を見ることが大 事か					カタログで数字だけを見 ても全然わからないので 実物が大事。
自転車だから、実物 を見るのか				車なら見る要素が多い。 自転車は何キロとかサ スペンションとか色 とか、その要素が少 ないからカタログ性能 より実物を見た感じを 大事にした い。	
試乗できる機会があ ったら	乗りたい。	店で乗って決めた。		1社だけだとわからない。 メーカーが何社あると 良い。	今の自転車も試乗した ので、市場できる場所 があるなら行

	A. 40歳 男性	B. 38歳 女性	C. 36歳 女性	D. 39歳 男性	E. 27歳 女性
					きたい。
マウンテンバイクを買うときは試乗を必ずするか		試乗する。			
マウンテンバイクに普段試乗する機会があったらどうか			自分の駅から会社までマウンテンバイクを100円で乗せてくれて、会社の前に停める事が出来たらまた一つの魅力。		家から遠くない所で試乗できて用事がなく、天気が良いなら行くが初めから当てにしては行かない。
駅のポスター		電車に乗らなくても駅に買い物に行く目に付くと思う。			
マウンテンバイクの購入時の不満な点		特にない。	特にない。		
6.まとめ					
スポーツサイクルの情報の出し方の不満な点		子供を連れて大きな公園に行くときは自転車で動いている。そういうときにイベントがあると人がたくさんいるからすごく目に付くと思う。いっぱい自転車があるなら試してみたいと思う。	あまりにもスポーツ自転車は特殊。 デパートだと初売りのバーゲンみたいに自転車はバーゲンもしないし、情報に接する機会が少ない。		
カタログがスポーツ店や自転車店やホームセンターに置いてあったら見るか	カタログは店で貰ってきて見ている。	(自転車専門店以外にあったらどうか) スポーツ売り場は良い。	(カタログは見ない) 有名スポーツウェアブランド等のスポーツ専門店にあったら良い。		
スポーツサイクルに乗らない理由	盗難が心配なことと値段が高いこと。 専門的な用語の名前がきちんと理解できるようになったら買って良い。今住んでいる所では無理。				
スポーツサイクルの価格のイメージ	だいたい10万円くらいから。高い自転車を見ているが妥協			実用的に使えるかどうかが一番だ。荷物等の問題もあり、	今使っている自転車が壊れたら買おうと思っている。もう

	A. 40歳 男性	B. 38歳 女性	C. 36歳 女性	D. 39歳 男性	E. 27歳 女性
	<p>できるのは10万円くらい。 (欲しいスペックがあるのか) 店に行っていないから、初心者用で電動自転車よりも高いかなと思って、10万円くらいと思った。</p>			<p>欲しいがその辺の葛藤が問題。今の季節は寒いから、季節が変わればまた考えたい。</p>	<p>古くガタがきているから、様子を見たい。 きっかけがなかなか無いが次はマウンテンバイクが欲しい。 (マウンテンバイクのポイント) 基本的に日常使用で、運動目的でないから、実用的でどこでも止められてコンパクトで、サイズも今のシティサイクル位であること。</p>
スポーツサイクルは3万円くらいで買える と聞いての印象	<p>イメージはアップする。でも安くてどうかなという話になる。しっかりしたメーカーなら良い。また本当に好きでスポーツサイクルをするようになったら、3万円だと不満になると思う。興味のある具合だと思うが、スタートは3万円くらいでも良い。</p>				
かごはつけられるか			かごはつけられる方が良い。	かごがつく台があるが、大丈夫かなと思う。かばんにパソコンを入れて運んでいるから何か工夫が出来ないかと思っている。	
自転車専門店で買った人	専門店以外の店で購入した。	専門店で購入した。	専門店で購入した。	専門店で購入した。	専門店以外の店で購入した。
自転車購入理由	<p>自宅に帰る途中で特売で値段に惹かれて買った。次を買うときは自転車専門店の良い。店員さんのきちんとした知識を入れたい。</p>	<p>自分でパンクは直せないの で、メンテナンスをして くれることを口コミで知 って、サイクルベースあさ ひで買った。</p>		<p>専門店だから、たくさんある中から選べる 初動としては特に目的がないから、自転車専門店で選んで買いたい。</p>	<p>店に出向いて買った。自宅から歩ける所で大きな自転車売り場で、従業員も親切に対応してくれた。試乗も出来たから。</p>

	A. 40歳 男性	B. 38歳 女性	C. 36歳 女性	D. 39歳 男性	E. 27歳 女性
					(マウンテンバイクもそこで買うか) 買う。 ホームセンターも検討の中に入っている。
メンテナンスは気になるか	気になる。	気になる。	気になる。	気にならない。	マウンテンバイクはアフターケアが必要になると思うから、ケアしてくれる所がポイントになる。
スポーツサイクルでない自転車をどこで買うか。	ママチャリならスーパーで良い。			近くに専門店があるから自転車はその専門店で買う。	こだわりのない。 買わないかもしれない。
Web で自転車が購入できることを知っているか	知らない。 実物を実際に見ると違うから現物を見て買いたい。 ママチャリもネットでは買わない。実物を見ないと不安。 乗ったときの感触が知りたい。		知っている。(多数：同意) 時間がなくて買い物が出来ない人にとっては利点があり良いと思うが、自転車は安くないから軽々しく買えないし、失敗も出来ないため試乗したい。		

(2) サイクルスポーツ経験者

	A. 51歳 男性	B. 21歳 男性	C. 42歳 男性	D. 46歳 女性	E. 41歳 女性
1. Warm-Up & 自転車の利用実態					
自己紹介 家族構成 住まい 趣味	葛飾区在住。 妻と息子(19歳) 趣味は、映画とDVDを借りて5,1チャンネルで見ること。 音楽を聴くことが好きで夜寝るときと食事のときは音楽を聴いている。昔はカセットから録音したが今はたまにCD-Rにするくらい。 ジャンルはロックとクラシックとJポップとかなんでも聴く。	横浜市在住。 両親と暮らしている。 趣味は、音楽鑑賞。ロックを聴くことが好き。尾崎豊限定で尾崎豊しか聞いたことがない。	東大和市在住。 家内と小学校6年の娘。 趣味はギターを弾いたり、音楽活動をしている。音楽のジャンルはロック。 仲間とバンドを組んでいる。 健康づくりのために自転車を乗っている。	川口市在住。 主人と二人暮らし。 趣味は旅行。温泉に行くことが好きで、月に2回那須に行く。那須は主人の実家に古い家がある。	北区在住。 主人と小学校5年の娘。 猫とまったりすることが趣味。猫が3匹いるけど、何匹増やそうかなと思う。自転車でガーッと走ってきて家では猫でまったり過ごしたい。
普通の自転車の保有車種	クロスバイクでタイヤの細いものに乗っている。細い方がスピードが出る。	マウンテンバイク。	クロスバイク。 タイヤの細いものが多い。	マウンテンバイクに乗っている。	マウンテンバイク。
自転車の利用実態	クロスバイクと、27インチの自転車と折りたたみ車を買ったが、折りたたみは乗らない。クロスバイクは遠出のとき。近所はだいたい普通の自転車で、5キロくらい迄。主に買い物かスーパー銭湯に行くとき。 クロスバイクにはかごがないから、買い物をしても困る。大きな買い物ときは妻のママチャリを使う。小さなかごとどうにもならない。	通学に自分の家から最寄り駅まで乗っている。だいたい自転車で7、8分だが毎日乗っている。 あとは、買い物時に近くのスーパーに自転車で行く。荷物はリュックを背負って行く。今のマウンテンバイクは安いので盗難の心配はしてない。駐輪時は、チェーンで固定している。 (3:止めるときは、チェーンで留めている。)	クロスバイクだけを持っている。置き場所の問題もあるのだが。 マウンテンバイクがボロボロになり昨年買った。 舗装された道路は、マウンテンバイクよりも細いタイヤの方が良いからクロスバイクを買った。朝会社に行くにも乗っており青空駐輪場に駐めている。怖い盗まれないように気をつけている。 毎朝乗りたいから、10分位の	主人はマラソンが趣味で、10年くらい前にトライアスロンに出るためマウンテンバイクを買うというので自分も買った。 信号で停まったときに普通の自転車だと足がつくがマウンテンバイクだと足がつかないセッティングだから、不便だなと思った。街で乗るのは普通の自転車がよいなと思ったので、マウンテンバイクは那須に持っていった。	普通のマウンテンバイクが2台と小さく折りたためるようなタイプを使い分けている。買い物は小さいのに乗っている。 本格的な1台は大会に出るためのもの。 本当は今日も自転車で来たかったが寒いので止めた。 普段から大体のところへは自転車で出掛ける。普通は、片道1時間半だと自転車で出掛けていて、休みの日のサイク

	A. 51歳 男性	B. 21歳 男性	C. 42歳 男性	D. 46歳 女性	E. 41歳 女性
	<p>(折りたたみ自転車はどうか)</p> <p>使い道は、車に乗せていくと便利だが、日常だといちいち組み立てることが面倒で使わない。</p> <p>(何回使うか)</p> <p>年に2~3回くらい。</p>		<p>通勤に駅まで使っている。</p> <p>週末の買い物は、片道10キロ程度は使う。かごがないから、大き目のリュックに入る買物までは自転車で行く。目的の物が入らないと車で行く。</p> <p>週末で走りたい目的で走るときは20キロ~30キロは走る。</p> <p>多摩湖の湖に自転車道路があり、信号がないし交差点がないから走りっぱなしで、12キロくらい走れる。今は寒いから利用頻度が低くなったが。</p>	<p>那須だと信号がないから、ちょっとしたお買い物に乗っている。</p> <p>日常の買い物は普通の自転車を使っている。マウンテンバイクにもかごをつけた。マウンテンバイクは街乗りにはちょっと向かない。那須でちょっと歩いていくには遠い所に行く時に使っている。</p>	<p>リングは片道3時間でも5年生の娘と行く。</p> <p>(大会は)</p> <p>マウンテンバイクの大会に出ている。ABCカップとか。</p> <p>小さい自転車は買い物用。大きな自転車は邪魔。スポーツ用はスタンドがないから止めることが大変。だから買い物時は小さい自転車。</p>
自転車の価格	7~8万円。	1万4千円。	5万円以内。	主人と二台で買って、5~6万円。	小さい自転車が2万円くらい。普段乗りが7万円。大会用が12万円。
スポーツサイクルを買った経緯	<p>小学校のときにロードレーサータイプの27インチの自転車に乗ったのが最初。足がつかないから、停まるときに降りていた。10年前くらいにそういう自転車が欲しくなり、自転車で走りたいと思った。</p> <p>(そのきっかけ)</p> <p>運動不足かなと思ったが、マラソンはきつそう。近くの川沿いを走る道が出来たから、10年前くらいに自転車を買った。普通の自転車は3万円くらい。折りたたみは1万円くらい。</p>	<p>最初に乗った自転車は小学校1年のときの安価なもの。プラスチックホイールの付いた市販の自転車だった。周りの子はマウンテンバイクっぽい6段変速に乗っていて羨ましいから買ってもらったのが6段変速の小さい自転車。体が大きくなってきてスプリングサスペンション付きのタイプは格好いいなと思った。乗り心地がいいなと思って、親に買ってもらった。</p> <p>その自転車が盗まれてしまい、安い自転車をホームセン</p>	<p>スポーツタイプは小学校の5年くらいの子。友達がみんなフラッシュがついた格好いい自転車に乗っていた。重いのだけど、格好いいと思って親におねだりしたが駄目だった。ドロップハンドルをとりあえず買ってもらい、遠くまで走っていき、好きだった。</p> <p>中学のときまでその自転車に乗ってその後は乗らなかった。社会人になってママチャリに乗っていたが運動不足だと感じた。運動をしてない</p>	<p>元々ママチャリに乗っていたが脚力がすごいのか、坂でもごぼう抜きで上っている友人を見て、その人に大会に誘われた。その人はサイクル専門店の奥さんで声をかけてくれた。その人に自転車を借りて乗って見てはまってしまった。はまったら子供も巻き添えにしてウエアも買ってしまった。</p> <p>子供が学校に上がる前だから、6年前のこと。</p>	

	A. 51歳 男性	B. 21歳 男性	C. 42歳 男性	D. 46歳 女性	E. 41歳 女性
		ターで買った。 (スポーツタイプだったか) マウンテンバイクはなんとなく格好がいい。ママチャリに乗るのは・・・やっぱり。周りもマウンテンバイクなどに乗っていて、ギアがカチカチ鳴って格好がいい。	め、駅の階段で息切れをするからスポーツタイプの自転車を買ったのが、15年前くらい。 そのときはロード系のパーハンドルの軽いタイプのものを買って、その後マウンテンバイクを買い駄目になり今の自転車に乗っている。		
2. サイクルスポーツの実践状況					
スポーツとしてやっていること	週末に乗るくらい。運動効果を考えるなら週に3回くらい乗らないと運動にならない。ただし会社から帰って週3回の運動は難しい。	あまり遠出はしない。安いマウンテンバイクで重く、こいでいると疲れるので遠出はしない。もう少し軽めの車体でビューンとスピードが出るなら、神奈川から東京まで行きたいが今の自転車では厳しい。 週末に運動のために近所を回るくらいの使い方。		格好良いと思ったから。街で夫婦で乗っていると格好良い。マウンテンバイク用のパンツも買って乗っていた。浦和レッズのサッカーを見るときに浦和まで遠出して、転んで以来怖くなってしまった。だから那須で乗っているが、転んだ経験があるので、なんとなくスポーツとして乗るとい感じではない。 (長い距離を乗るか) そんなに、遠出はしない。	週末で週に1回か2回程度遠出して大会の場所に行く。買うきっかけになった自転車屋さんからイベントのメールがくるので、それに参加する。参加者は結構多く、60歳くらいから学校に入る前の子も参加している。
スポーツとして、したいこと		自転車のスポーツタイプは値が張るが軽くて軽快に走れる自転車を手に入れたらヘルメットを買って遠出したい。今の自転車では出来ない。			
日常的なスポーツ使いとしての利用	買ったから遠い駅の4駅先も自転車で行く。車の駐車場まで徒歩5分だから、自転車の方が良いかなと思うときもある。たまには雨の日に合羽を	近所中心で乗っている。	運動不足防止の意味合いだけど、冬場の12月以降はスポーツとして乗っていない。 東京マラソンに当選したので今は走りに夢中。		(高い自転車で遠乗り以外は何をするか) 普段は仕事をしているのでスポーツとしては出来ない。

	A. 51歳 男性	B. 21歳 男性	C. 42歳 男性	D. 46歳 女性	E. 41歳 女性
	着て自転車に乗るときがあるが、片道 10 キロくらいは日常でも使う。		それがない時期は週に 1 回は走りたいと思っている。湖の周りはたくさん自然が残っていて狭山湖を回ると 30 キロくらいになる。時間と相談しながら風景を見ながら一人で走っている。娘と家内は付き合い合ってくれない。スポーツをする友達は近所にいないので一人で乗っている。		
大勢で走るか			ショップの走行会があると聞くがまだ参加していない。		
サイクルスポーツのいい点	ジョギングは嫌いだ、自転車は負荷があまりかからないのがいい。 走ることと比べると子供でも持続的に出来るのがいい。 自転車だとすぐに止まれるのが良い。どこか知らない所に行ってもさっと停まれるし、Uターンも出来る。タウンウォッチングも出来る。	車道を走るのがいい。歩行者天国を除いて人が走れない車道を自転車でビューンと走るのがいい。軽車両であるため道路交通法を守らないといけないが。 車とすれ違うときは危ないし怖い、自分なりに走れるのが楽しい。自転車も車だから車を運転していると自覚をして運転するのがすごく楽しい。	遠くまで行けるのは魅力だと思っている。マラソンをしているが、せいぜい 2 時間を走っても 20 キロくらい。自転車だと相当距離を行くし風を切る爽快感が良い。バイクだとヘルメットをかぶらないといけないが、自転車は顔に風を浴びるし自然のおいを嗅げるし自然に近づくのがいい。 (Aの発言を受けて) 負荷は少ないがカロリーは消費する。 マウンテンバイクだと階段があっても登れるからどこまでもいける。	自然の中でのサイクリングコースがあったらマウンテンバイクで走りたい。ママチャリよりもアップダウンはマウンテンバイクの方が走りやすいと思う。	楽しい。一番は楽しい。自転車は一人でもたくさんでも子供でもできる。
レースの楽しさ	100 万円する高級な自転車に	自転車のレースといえばロー	自転車のレースは出たことが	大会用のマウンテンバイクは	楽しい。大会ではアップダウ

	A. 51歳 男性	B. 21歳 男性	C. 42歳 男性	D. 46歳 女性	E. 41歳 女性
	<p>乗っているイメージであり、自分とは縁が遠い。 (C:自分がレースに参加するなら妻と娘に反対されてしまうと思ってしまう。)</p>	<p>ドバイクをイメージする。ぴったりの服を着て走っているイメージがある。</p>	<p>ない。マラソンは出たことがあるが競うのは楽しいし、スポーツマンシップの精神がいい。 (自転車のレースに出ない理由) 機会がないだけだと思う。レースは1人でも出られるのか。(1人でも出られる。) レースに出る人の自転車自体のレベルがすごく高いのだと思っている。すごく敷居が高い。(ロードは本格的だけどマウンテンバイクの大会では小さい子は補助輪つきでに出ている子もいる。ママチャリも参加OKの競技もある。)</p>	<p>高いと思う。今の自転車も店に行き欲しいなと思って一目惚れで買ってしまったが、滅多に乗ってない。</p>	<p>ンがある所をタイムで競ったり、1時間何周走れるかを交代でやっている。 ゆっくりと子供も交えながら出来る。 レースは競うもの。ツーリングは皆で楽しく景色がきれいとか、おいしい店があるとかだが、レースは負けたくないと思うから違う。 気軽に出来るレースもある。仮装して乗るレースもあり2回くらい表彰台に乗ったことがある。楽しいレースがあるから皆さんレースに出たらいい。</p>
サイクルスポーツの自転車について	<p>不満はライト。前のライトは負荷がかかる。今はハブダイナモがあるのにスポーツタイプにはない。電池切れと盗難が気になる。 かごもつけたい。競技に出るわけでないからつけたいがかごの種類があまりない。 (かごがつくとどうか) 日常の買い物とかに使え。今は全部背負わないといけな。一般的でちょっとおしゃれなかごがついても売れると思う。 27インチとか28インチとか</p>		<p>(5を受けて) クロスバイクは、幅がありマウンテン用に近いものもある。</p>	<p>私の自転車は10年前の自転車。今はかなり進化しているのか。今の自転車はもっともって良くなっているのか。 マウンテンバイク用のかごがなかったので普通のかごをつけたら見た目がぜんぜんいい。 もっとマウンテンバイクに合うような格好良いかごがあるといい。 (乗る場面は広がるか) 街で乗るにはかごがいる。</p>	<p>長いことメンテナンスしてキレイに乗っている人もいる。基本はそんなに変わってない。 今はクロスバイクに興味がある。サイクリングに行くときに和気藹々と乗っているとロードの人がサーっと走ってきているとカチンと来る。 クロスバイクは両方(マウンテンバイクとロード)のタイプで使えると思った。 簡単に取り付け外せるスタンドがあるといい。お買い物に</p>

	A. 51歳 男性	B. 21歳 男性	C. 42歳 男性	D. 46歳 女性	E. 41歳 女性
	<p>もっと大きな自転車をの方が速く走れる。 今保有の自転車のメーカーはミヤタ。</p> <p>後ろに昔は折りたたみ式のかごをつけて、高校生のバックを入れていた。</p> <p>普通のかごの2/3程度のサイズとか銀とかの格好がいいのにしたらいい。置くスペース的な問題もあるしできれば自転車を一台で済ませたい。</p> <p>鍵のロープは何とかして欲しい。(3:同意)</p>				<p>行くときも気軽に使える。 (街乗りの際に自転車駐めるときはどのようにしているか) 道に止めるときは車道と歩道のガードレールとかに寄りかからせて鍵をかけている。だから、買い物ときは、(駐輪場の)真ん中に止められない。</p>
スポーツのときの自転車の要望	<p>ボタン1つでギアが変わらないのかと思う。どうしてできないのか。チェーンで足が汚れるが何とかならないか。競技用なら良いが一般のときはズボンが汚れる。</p>	<p>軽い運動として乗るがレースには出たことがない。 スポーツタイプには泥よけがなくオプションも長さが中途半端だから、最も泥が跳ねるところに泥よけがあると良い。</p>	<p>僕の持っている自転車は、スポーツタイプ。かごもないし泥除けもない。スポーツに使うには不便は感じない。スポーツをするために買ったから。 日常に使うのには、泥除けがないから、雨の日に簡単にポンとつけられる泥除けがあると良い。今もあるが格好が気になる。 ロードレースはペダルに足を固定している。</p>	<p>レースに出るときはペダルから足が外れないようにしているか。(E:してない。)主人がつけていて転びそうなときに外れなかったみたい。 (E:マウンテンバイクは転ぶ競技で固定はしてない。) マウンテンバイクの重さはどうか。(E:色々ある。)</p>	
自転車のアクセサリ	<p>普通の自転車には時計と速さとカロリーと走行距離のはつ</p>				<p>心拍数とかカロリー消費がわかるものを友達に見せてもら</p>

	A. 51歳 男性	B. 21歳 男性	C. 42歳 男性	D. 46歳 女性	E. 41歳 女性
	<p>けている。 最初安いからちょっとつけてみようかと思った。初めのうちは見ていたが半年して、時計以外はあまり見なくなった。 最初は今何キロと見ていた。クロスバイクにはアクセサリは必要ないからつけてない。</p>				<p>ったりするが、自分はアクセサリは要らない。そのときは楽しいが、競技もサイクリングのときもそんなに意識してない。自転車そのものを楽しんでいる。</p>
サイクルスポーツの環境の不満な点			<p>自転車にとっては日本の道路は危険。本来は自転車は歩道を走れないことになっているが、車道を走ると危ない。最近レーザーファッションとヘルメットを付けて走るが車が近寄って危ないと思ったことがある。 それなりの格好をしていると、車側から慣れた人だと思われ、側を走れるということみたい。ママチャリだといつ倒れてくるかわからないから心配だと聞いた。）</p>		
自転車専用道路		作ってもらいたい。		調べたらサイクリングコースはあると思う。	情報が少ない。インターネットで調べるとわかるが、あまり情報がない。
インターネットの情報			<p>多摩川の上流に行こうと思ってマピオンを使って調べたら地図だと車の混み具合がわからない。 個人の方がまとめているサイトは見たことがあるが、全国</p>		<p>(どこのサイトを見るか) どこかに行くときに色々見る。 (自転車のサイトはあるか) あるが、細かい情報が載っていない。個人のは細かいのが載</p>

	A. 51歳 男性	B. 21歳 男性	C. 42歳 男性	D. 46歳 女性	E. 41歳 女性
			的なものは見たことがない。		っているから探している。 (リンクしているか) している。
情報があるとレースにも参加したいか			参加したい。		
メンテナンス等の店の情報		<p>僕のマウンテンバイクはホームセンターで買った。安いから性能がよくないし、メンテナンスがしづらい。部品を交換して楽しむことができないので乗り捨て。</p> <p>値が張る自転車だとパーツを取り替えたりできる。</p> <p>自分の自転車は、自分なりに気を遣っていて油を注したり、なるべく家の中に入れていたのだがすぐに錆びてしまうが、安いから仕方がない。 (ホームセンターでメンテナンスはできないか)</p> <p>頼んだことがない。安い自転車しか売ってないし競技用の自転車も売ってない店。</p> <p>油を注す方法は教えてくれるがレースの事は教えてくれない。それは専門的な店になる。</p> <p>買うときは値段が高いのは買えないと思っていた。たかが自転車だし、そんなにお金を掛けるのもどうかと思って、安い自転車にしていた。</p> <p>先輩に自転車が好きな人がいてロードバイクに乗って</p>			

	A. 51歳 男性	B. 21歳 男性	C. 42歳 男性	D. 46歳 女性	E. 41歳 女性
		る。たまたまロードバイクで近くに来て、乗らせてもらったらちょっとこいだけなのにスーッと10mくらい進んで、欲しいなと思ったが、15万円もする良い自転車。自分はそんな自転車は手に入れないが、なるべくメンテナンスをして、財力がついたら買いたい。			
試乗するか			買うときは試乗した。近くにブリヂストンの自転車店があり試乗した。 ネット通販で安い自転車もあるが、店だとメンテナンスをしてくれるというから、そこで買った。変速ギアのワイヤーが伸びたりとかするので定期的なメンテナンスをしてくれるというサービスを考え含めるとネットで買うよりも安いと思った。		
販売店について	自転車専門店で折りたたみ以外は買った。 故障したときはその店に持っていく。その店は遠いからパンクはホームセンターで直す。 江戸川区の自転車専門店を利用する。 (メンテナンスを考えて専門店で買ったのか) そうだ。町の自転車屋だとわ	僕の近所に一人のおじいさんが経営している自転車屋がある。自分のマウンテンバイクを持っていったら、マウンテンバイクはわからないと言っていた。どうもママチャリが中心みたいで、結局修理ができなかった。	町の自転車屋が減ってしまった。家の周りにも3軒あったのが、1軒に減ってしまった。	ママチャリはどこで買っても良いがマウンテンバイクは専門店でアドバイスを受けて買いたかったから探した。初めてのときは色々アドバイスが欲しい。	マウンテンバイクとかを普通のおじいちゃんの自転車屋に持っていってもわからない。買うときはメンテナンスをしっかり出来る店で買うのが一番。

	A. 51歳 男性	B. 21歳 男性	C. 42歳 男性	D. 46歳 女性	E. 41歳 女性
	からないと言われたことがあったから。 自転車を直したがブレーキが直らなかったことがある。				
スポーツサイクルを購入するときの検討点		フレームとか。信頼できるメーカーのものを買いたい。	まず、予算。予算の中でどんな品物があるかとピックアップする。		
メーカーは気になるか		最近自転車に興味を持ち出したから、ネットで調べた。信頼できるメーカーはいくつか出てくる。個人が経営しているサイトで、最も信頼できるメーカーが他のサイトとかぶっていると信頼できると思う。価格は高いが。	気にした。有名どころが良い。ブリヂストンとか、ジャイアントとかは良い。	私の自転車はパナソニック。店の人に最初はこのクラスの自転車といわれた車種はたまたまパナソニックだった。	気にする。
店のアドバイスは重要か	知識がないと買って大丈夫かな？と思う。		買った店が信頼できると思ったのは、このグレードの中でこういうタイプがあり、街乗りならこれとかと、かなり丁寧に教えてくれた。だから信頼できる店の対応だと思った。		
自転車を買うときの譲れないポイント	一番は好きなフレームの色。	スポーツサイクルを買うときは、初心者だからビギナーはこういうのが良いと店員さんの話を聞いて買う。 先輩の詳しい人に、店員さんに詳しい話を聞けと言われた。	色はこだわった。お取り寄せになった色を買った。		基本はこれと決めて、色の関係でこの色は合わないと思うと、他のだとどうなるかとか、サドルが硬いからやわらかいのにしたりと、使ってみて換えてもらうときがある。
自転車の情報源	まずインターネットで調べてから店に行く。 店の折込チラシも参考にする。		ネットで調べる。楽天で検索してショップを見て説明を見る。それは店の人が書いているから、使っている人の話が	専門店のスタッフは、レースに出ているりとこだわりがある。色は自分でこだわったがあとは専門の人に聞くと良	買った店は常に人がいっぱいいて、自転車好きな人がいる店。 お店の人が出してくれたお茶

	A. 51歳 男性	B. 21歳 男性	C. 42歳 男性	D. 46歳 女性	E. 41歳 女性
	<p>ネットはいっぺんに見られないから手間が大変。</p> <p>メーカーが協力して1冊のカタログにしてくれると良い。</p>		<p>聞きたくなるからグーグルで検索して調べる。</p>	<p>い。</p> <p>スポーツオーソリティという大きなお店に行く。立ち寄りやすいから。</p> <p>専門店はよし買おうと思って行く感じで敷居が高い。買おうと思わないと行けない。</p> <p>店には買おうと思って行くから1回で買える。</p>	<p>を飲みながら、大会の話とか新しいウエアの話とかをする。買いたいと思う人には店の人も蒞蓄を話し、コミュニケーションが深まる。</p> <p>店に行くとカタログがあるが、普通のところには置いてない。ネットだと自分が探している自転車を見るが、カタログだと欲しいと思っていないものを見ることが出来るからいろんな自転車から選ぶことが出来る。</p> <p>カタログが無料で気軽に見られると良い。</p>
3.まとめ サイクルスポート利用への改善					
<p>スポーツサイクルをもっと利用するには</p>	<p>テレビで、特集をすると良いと思う。</p>	<p>ホームセンターの自転車販売コーナーにスポーツバイク的なものがあると見るかもしれない。ホームセンターは世界が決まっていますスポーツバイクとあまり関わりがないみたいだが。</p>	<p>サンケイリビングとかフリーペーパーとか、駅のR25とかの記事に載っていると効果的だと思う。</p>	<p>マラソンは体力がいるが、自転車ならマラソンよりも敷居が低いと思う。</p> <p>サイクリングコースを情報誌に載せると良い。サイクリングコース特集でこんなきれいなコースがあるなら乗りたいとなるのではないか。</p>	<p>情報も何もネットの時代だけど、ネットをしない人もいるからカタログとか必要。</p> <p>美容室が週刊誌を買っているが、メーカーが美容室にカタログを持って行きそこにあるなら見ると思う。</p>
<p>テレビCMはどうか</p>	<p>コスト的に無理だ。</p> <p>自転車のスポーツを箱根駅伝みたいなイベントをすると良い。一年に1回でも良い。ツールド北海道に参加している</p>	<p>影響力は大きいと思う。自転車を趣味にしているドキュメンタリーを放映すると良いと思う。</p>	<p>CMでは自転車は売れるけどサイクルスポーツの楽しさは伝えられない。</p>		

	A. 51歳 男性	B. 21歳 男性	C. 42歳 男性	D. 46歳 女性	E. 41歳 女性
	が大して話題になってない。 1人10キロ走って、100キロ とかの駅伝みたいな自転車競 技のイベントはどうか。				
地域の自転車クラブ	区報を見ても自転車の関係は 見たことがない。 (載っていたら参加するか) 地元の人と知り合えるから、 参加したい。(C:同意)	地域のクラブがあったら違う かもしれない。近所にスキ ークラブがあり集まっている から。	聞いたことがない。(複数:同 意)		
何があればもっと自 転車に乗るようにな るか	自転車は歩道を走ってはいけ ない。歩道が広がるから車 道側を走れるようにしたら良 い。並木が無くなるけど。 歩道を歩行者と分けて自転車 が走れるようになるとお金も かからず実用的。 川沿いのコースも走れるが自 転車レーンがあると走りやす い。	ある程度高いのを買わないと いけないというハードルがあ るからもう少し安くてもスポ ーツ気分を楽しめる自転車 があると良い。スポーツタイ プはどうしても高額になる。ち ゃんとしたカスタマーをする とどうしても高額になってし まう。もう少し安くならない かと思う。	日本は住みにくし、自転車 で走りにくい。マナーも悪い ので、そういう啓発をすると 良い。法律が変わったがどん どんルール、マナーを宣伝し たら良い。 歩道の車道側を走れるよう になったのは条例t¥としてあ るみたいだが知らない人が多 い。 (情報が入ってこない理由) ネットで調べたら情報がヒッ トすると思う。(E:ネットで こちらから調べると入って くるが、調べなくても入って くると良い。)	周りの友達でマウンテンバイ クに乗っている人がいないが 乗れる環境が無い。 探したが無い。積極的に探そ うとしてないが、乗る環境が あるならまた乗ってみたい。	今は何でもネットで調べて申 し込みをする。向こうから知 らせが来ない。自分で調べな いとわからない。
座談会終了後 街乗りのときの服装 はどうしているか					街乗りのときも、今日穿いて きたパンツだと裾が引かかる から、乗るときはパンツの 裾は気になる。子供と自転車 に乗るから、教育的意味合い でヘルメットはかぶる。 ウエアは女性向けのものが少 ない。男性向けのものはたく

	A. 51歳 男性	B. 21歳 男性	C. 42歳 男性	D. 46歳 女性	E. 41歳 女性
					さんあるのに女性向けのも はパステルカラー等種類が少 ない。

(3) 国内メーカー / 外国メーカー 選択者

	A. 59 歳 女性	B. 47 歳 女性	C. 61 歳 男性	D. 59 歳 男性	E. 38 歳 男性
1. Warm-Up & 自転車の利用実態					
自己紹介 家族構成 仕事 趣味	中野区在住。 主人と主人の母。去年の 11 月に娘はスイスに就職が決まったので今は 3 人暮らし。 (座談会前に) C の人から話が出たが環境エコが気になるので、自分の出来ることからしたい。 ドイツに 2 度行ったので箆笥の肥やし和服をリフォームしてバックにしたりしている。	千葉市在住。 主人とセンター試験を受けている高校 3 年の娘と中学 2 年の娘。 今は受験のことで、自分が受ける気分で憂鬱。 週に 2 回ほどテニスをしていて主人はマラソンが趣味。 主人がマラソンをして、自分は自転車で追いかけている。 下の子はバレーボールをしているのでみんなスポーツをしている。	新宿区在住。 一昨年退職して女房と二人暮らし。 80 年くらいからずっと海外で、一昨年に日本に帰ってきた。家族は中学 3 年になると受験で日本に戻ってきていた。 今は久しぶりの日本を楽しんでいる。海外は長いが僻地ばかりだった。町でなくて山ばかりの所だった。	墨田区在住。 妻と社会人の長男と大学 4 年の長女。 製造業の総務をしている。 デジタルカメラの写真が趣味で旅行に行きたいし、カメラのアクセサリも買いたい。	越谷在住。 母と弟と住んでいる。 電機メーカーのコンピュータ部門。 週に 1 回テニスのスクールに通っている。コンピュータ関係の仕事なのでプライベートで Web も見ている。
2. スポーツサイクルの利用実態					
普段の自転車の利用実態 保有車、車種名確認	シティとロードの中間で、普段の買い物はママチャリ。 主人と二人で銀座とか築地に行ったりしているが、結構気持が良い。 吉祥寺が近いから吉祥寺に行くときは自転車で行く。1 度ママチャリしか持っていないときに銀座に行った。主人はマウンテンバイクだったが、あまりにも走りに差があったので絶対に欲しくなった。赤坂を通ると坂があり、坂がぜんぜん違う。なんとと言ったらいいか自転車も使い分けたいと思った。	幕張に住んでいる。イベントでサイクルショーがあったので主人の影響で行った。主人は 30 年前から自転車が好きなので、サイクルスポーツの練習場で話しかけたりしていた。 主人について一緒に行くと主人はレース用の細いタイヤの自転車を持っていて自分がママチャリだったので、主人がクロスバイクを買ってくれた。買い物もスポーツも両方出来る自転車、国産だが安い自転車を買ってくれた。そのクロスバイクだからママ	一昨年に退職して、子供たちが自転車を退職祝いで買ってくれた。何が欲しいかと言ったから自転車を買ってもらった。 ロードサイクリング車の日本のメーカーの自転車で行く。 サイクリングの本がありどこに行っても良いかと本を見ている。 ちょっと遠くの買い物に行くがリュック以外は入らない。手に持って帰ってくるとひどいことになる。 買い物は妻のママチャリを借	ロードレーサーも乗る。ママチャリはジムとか近所に行くときに片道 3 キロくらいまで。 ロードレーサーでは、写真を撮るから横浜はわりかし行く。家から横浜までだと坂がない。西はいくつも山を越えないといけない。 会社にも週に 2 回くらいロードレーサーで行く。 自転車はもう 30 年くらい乗っている。スポーツタイプもママチャリも乗っていた。 (ママチャリの時期もあった)	マウンテンバイクに乗っていてサスペンションがついている。ブランドは GT。 保管は普段は家の中に入れて、つるしている。 今日は行くぞと決めて行くか、高尾山とか、秩父とかに行き乗っている感じ。 最近レースはしてない。学生のときは時々草レースに出ていたが、もうゴールにはたどり着かない。 今は電車でマウンテンバイクを運んで、そのまま帰ってくる。夏は月に 2 回で冬は月に 1 回行く。

	A. 59歳 女性	B. 47歳 女性	C. 61歳 男性	D. 59歳 男性	E. 38歳 男性
	<p>主人はチネリの自転車を高校生のときから自転車が好きで持っていて、長野とかにも行ってみたい。義理の母は今日で88歳だがまだ自転車に乗っている。</p> <p>あるテレビ番組でオーダーメイドの自転車を作るのという番組がありそれを見て、三輪の自転車を作った。航空会社のマイレージで買った自転車も持っていたが盗難にあった。</p> <p>年齢的にもなるべく体を動かしたいし環境にもやさしい。銀座や築地なら日曜日の昼に行っても自転車を止められる。</p> <p>夏場は月に1度くらい出かける。晴海に見たい博物館があると出たりしている。</p> <p>家族は今は3人だが自転車は6台ある。チネリの自転車は家の中で鍵をかけている。</p>	<p>チャリよりも上にいっているかなと思うが、かごをつけて、日常は全部使っている。(1:自分も無理やり籐のかごをつけているが、荷物が入らないからリュックを背負っている。)</p> <p>アメリカに行ったときにママチャリを船便で持って行ったが1回も使わなかった。向こうだとヘルメットをしてのスポーツ利用が主流でママチャリに乗っている人はいない。アメリカでは買い物は全て車で、すごくギャップを感じた。(スポーツ的に自転車を使うか)</p> <p>もちろんサイクリングに行く。近くにサイクリングロードがあり、年配の方が夫婦でよくスポーツをしている。マラソンコースもあるがみんな素敵な自転車に乗っているらしい。何十万円もするみたい。</p>	<p>りる。</p> <p>池袋、九段下まで歩いて行くこともある。</p>	<p>40代の頃。</p> <p>(ママチャリからスポーツタイプに変わったきっかけ)</p> <p>長距離を乗りたい、体力を作りたいと思って、本格的なロードレーサーを買った。ママチャリだと5キロくらいしか乗れない。</p> <p>若いときはママチャリはなかった。自転車はロードレーサーっぽい段付か、ごつい自転車しかなかった。マウンテンバイクは今から27年前くらいに初めて出て買ったものがある。</p>	<p>大学のときからしているので、もう20年くらいになる。(マウンテンバイクのみか)</p> <p>今はマウンテンバイクだけがロードレーサーとマウンテンバイクを持っている時期もあったが、今はマウンテンバイクのみ。</p> <p>家の中に自転車を入れているから、ちょっとした買い物のためにママチャリを持っていた時期もある。</p> <p>多いときはロードレーサーとママチャリとマウンテンバイクの3台のときもあった。ママチャリオンリーの時期はなかったと思う。</p> <p>(日常の自転車の使い方)</p> <p>スタンドもライトもついてないから使わない。とても不自由だ。</p>
レースに出たことがあるか	レースは出たことがない。			<p>レースは北海道のレースに出たことがある。</p> <p>トンネルは本当に怖いし、高い橋があると怖いから平地が多い。</p> <p>電車を使いながらの旅は良いと思う。</p>	<p>最初の頃はロードレーサーだった。そのときはマウンテンバイクも持っていた。学生時代はテントを持って1週間くらい完全に山道を走ったこともあった。</p> <p>マウンテンバイクの泥道を走るレースとロードの耐久レースに出ていたが怪我が多くな</p>

	A. 59歳 女性	B. 47歳 女性	C. 61歳 男性	D. 59歳 男性	E. 38歳 男性
					ったので止めた。骨折を何回かした。
自転車でしたいこと	電車で積んで遠くまで行きたい。今年主人が定年になるからライフスタイルの見直しをしたい。主人は学生時代から自転車が趣味だから、最初は40～50キロ位走りたい。		自転車で旅をしたい。 日本のアチコチを見たい。自転車で各地を巡る本で名所旧跡を見ている。 今以上足を伸ばすとしたら電車に乗らないと足を伸ばせない。だから是非電車を使って自転車で乗りたい。 ヨーロッパは電車で自転車を置く場所がある。(1:市民権がある。) 日本だと自転車を分解して、輪行袋に入れることになるが、電車は満員なのでいったいいつ電車に乗れるのかと思う。		
スポーツサイクルの気に入っている点、不満な点	タイヤが小さめの自転車。背が低いので自分に合う大人用がないのでやっと見つけた。ママチャリに慣れているので乗りにくい。 足がつかないと怖い。荷物もう少し積めたら良い。でも長距離で、30キロ走るには凄く走りやすいと思う。だから完全に使い分けないといけないが日常でも使いたいから、乗りやすく荷物が積めるものが良い。	ママチャリは安くて1万円もしないで買える。しかしすぐさびる。 マウンテンバイクはごついから主人の自転車とママチャリの間のようなものを買った。たぶんブリヂストンだと思う。 (良い点悪い点) 長距離は疲れない。それにやっぱり格好良い。ママチャリで主人のレース用の後ろに走っていくのは恥ずかしい。	ずっと昔にスポーツサイクル車は乗っていた。今の自転車はそもそも子供に買ってもらった。 家電量販店に行き、予算に合う自転車を選んだ。アチコチ乗って行けることがうれしい。名所旧跡を巡っている。ただし、自転車を停める時はガードレールなどにつないでいるが盗難が心配。盗難以外に不満はない。	自分の自転車はフレームが高いから軽量ですごくスピードが出るがタイヤが持たない。 (メーカーは) スコピオンというメーカーでイタリア製である。フレームが50万円で、全部で80万円くらいだった。 (良い点) 軽くてスピードが出てこぎやすい。フレームが気に入っている。カーボンで出来ていて軽い。	不満は、アルミ製なので若干ロードに比べると重い。当時はレースも考えていたので丈夫な自転車を買ったから、。タイヤが太いから割れる事はままずない。メンテナンスはまめにしないと砂が浮いてきて面倒である。 (メーカー) GT。

	A. 59歳 女性	B. 47歳 女性	C. 61歳 男性	D. 59歳 男性	E. 38歳 男性
	<p>(メーカーは) わからない。自転車初心者だから、主人の言うがままに買った。でもこれからは、だんだん自分で乗ってきて良さも悪さもわかってきたから、買い替えのときは自分の意見を入れたい。</p> <p>ママチャリは盗られても良いと思うが鍵は良いものをつけている。</p> <p>(E:ワイヤーの鍵は切られたら終わり。)</p> <p>(D:留めるときはサドルを抜く。タイヤでさえ高いから心配。)</p>		<p>(メーカーは) わからない。日本製だがメーカーはわからない。ドイツ製の部品も使っているがフレームは日本のメーカーである。</p>	<p>マウンテンバイクはタイヤが強い。ロードレーサーはタイヤが細い。</p>	
アクセサリはつけているか	<p>ライトは取り外せるのだが、どこかに行くときは外さないとすぐに盗られてしまう。飲料水のホルダーは、あまり不自由を感じないが、元々ついているのは強度が弱い。走っているときに取ろうとすると不自然な形になる。</p>			<p>スピードメーターとボトルホルダーをつけている。</p> <p>サドルシートポストの中に空気入れをつけているが、良い。サドルの棒が空気入れになっている。</p>	<p>ボトルホルダーは大きいものをつけているから取り出しにくい。</p> <p>500ml.のペットボトルが入るものをつけたから、はずすのが大変。</p> <p>普通の市販のボトルなら良いが、飲みきるからとコンビニで買える500にした。レース用で鍛えてきたものよりは、使いにくいかなと思う。流用できるのだと安いけど、使い勝手が悪い。</p> <p>外付けの空気入れはしょっちゅう壊れる。</p>

	A. 59歳 女性	B. 47歳 女性	C. 61歳 男性	D. 59歳 男性	E. 38歳 男性
メンテナンス関係				良いものを買わないとクラックが傷む。	
購入時のポイント	<p>自分は初心者だが、主人が詳しい。買うのは自転車専門店。店員がどの程度知識があるかということが大事で、どの自転車を勧めるかが大事だという。</p> <p>主人も最近シマノが良いと言う。</p> <p>いかに快適に主人について走れるかがポイント。ママチャリで主人についていくのは大変だった。</p> <p>自転車に乗りたいたいという意識があったので買った。</p> <p>(メーカーは気にするか)</p> <p>国産が良いかなと思う。部品が調達しやすい。それと信頼性がある。自分はサイズが問題。</p> <p>最近主人は国産が良くなっていると言う。主人はカナダも良いと言う。</p> <p>(国産が信頼できる理由)</p> <p>他の商品もなるべく国産と思っているから。アジアのメーカーの自転車もあるが長く使えるものではないと思う。</p>	<p>自転車を買ったのは近くの専門店だが、主人が決めた。</p> <p>今年初めて幕張メッセのサイクルモードに行った。いろいろなメーカーがあると思ったし、あれほどたくさんの方が自転車に乗っているのかと思った。</p> <p>老後を考えて主人に付き合っただけで自転車を趣味にしても良いと思った。</p> <p>サイクルショーで見たイタリア製の自転車は何百万円という高い自転車もあった。夫婦で日本車に乗っている。主人はシマノに乗っている。</p>	<p>家電量販店で買った。都内の自転車屋さんといえばこのお店しか思いつかなかった。</p> <p>この店にはたくさんの品揃えがあったので色々選んで決めることができた。</p> <p>アジアの自転車は買わないと決めていた。アジアの自転車は新品でも当たり外れがあると思う。</p> <p>それと予算の制限があったのでヨーロッパの自転車は買わず、日本の中から選んだ。</p> <p>(日本のメーカーにした理由)</p> <p>買える範囲で一番信頼が出来るから。</p> <p>基本的にサイクリングショップで売っているメーカーなら品質がOKで検査合格したという信頼性を持っていた。</p>	<p>僕は専門店。御徒町の自転車専門店で購入している。パーツも揃っているし、店員の知識があるし、他にない物がある。</p> <p>(購入のポイント)</p> <p>背丈とフレームの高さが合っていること、フレームが軽いこと、どこ製のギアであるかなどか。シマノのギアも良くなってきた。</p> <p>(自転車のメーカーは気になるか)</p> <p>フレームは気になる。あとのパーツはデザインに合わせる。フレームはアメリカのキャノンデールとかジャイアントとか良いなと思うのは決めている。</p>	<p>GTを買っているが、フレームサイズは推奨よりも若干小さいのになっている。ハンドルは前に出せるから、大きくはなる。小さくは出来ないから、ワンサイズ小さいのになっている。</p> <p>メーカーはこれというものはないが、その場で見て、専門店の人から話を聞いて、決めている。最終的にはデザインも入れて選んでいる。</p> <p>(選ぶメーカーはあるか)</p> <p>昔はジャイアントは作りが荒いと思ったが、今はそうではなくなった。</p> <p>ギアのメーカーはシマノが良い。ロードはカンパが良いかもしれない。マウンテンバイクはほとんどがシマノでグレードを選んでいる。高いが換えようと思えば換えられる。ハンドルもペダルも安いのに換えている。フレームのサイズとサスペンションの形状をまず決めて、部品は最悪換えても良いかなと思っている。</p>
購入時にメンテナンスを考えたか	<p>主人がメンテナンスをする。でも主人の言いなりは嫌だから、自分で詳しくなり、「自分はこういうのが良い」と言い</p>		<p>考える。</p> <p>自分でするから大きな所ならメンテナンスの部品があると</p>	<p>自分でする。</p>	

	A. 59歳 女性	B. 47歳 女性	C. 61歳 男性	D. 59歳 男性	E. 38歳 男性
	たいから、詳しくなりたいと思っている。		思って選んだ。		
メーカーによりメンテナンスが違うか					サスペンションはメーカーにより性能が違うから、選んだ。壊れたら取り寄せのものは買えないと思ったので、気にした。他の部品はフレームが折れない限り、取り替えられる。
購入時の情報の入手方法	ネット。本を買うときもネットでチェックする。専門的な情報を見てもわからないので、ネットを見てわかるものを選ぶ。 主人は、1年間のレース情報雑誌を見ている。 ネットは評価も見ている。(D:見ない。)	イベントに行ったら、そのイベントで資料を貰えると言うから、主人は毎年行くと言っていた。 主人は資料を見てインターネットを見ている。	サイクルスポーツでレースの予定が載っている雑誌。	雑誌が多い。1年間に出るサイクルの専門本を買う。(Cも同意)	以前はサイクルスポーツも買っていたが場所をとる。最終的に実物を見て決めるからさわりはネットで良い。ネットで店、メーカー、部品の情報を見る。
イベントは行くか	イベントは行きたいが、主人が欲しがるからあえて行かないようにしている。良い値段だから、行きたくない。	幕張のイベントでは試乗が出来た。中でも外でも試乗ができるので、試乗はした。	行きたいが、わからない。	行かない。	数年に一度行くが、欲しくなる。 今がお買い得と言うから、つい買ってしまう。
どんな所に情報があつたら目にするか			イベントの情報は、インターネットがほとんど。 新聞で取り上げてくれれば良い。		
普段よくみる情報			その気になったら見つけと思うが、いつも自転車関係を見てない。 東京メトロの雑誌をいつもよく見る。催し物に関しては東京メトロの情報(雑誌・イン		

	A. 59歳 女性	B. 47歳 女性	C. 61歳 男性	D. 59歳 男性	E. 38歳 男性
			ターネット)から得ているので、そういうところに載っていると見るかもしれない。		
自転車の購入時の情報源				店に行き気に入ったデザインを買った。町を歩いていてサイクルショップがあると中に入っている。 ロードレーサーは今はデザインに走っている。どれが乗りやすいとかはもうない。フレームの形が流線型とかカーブとかになっている。 ギアに流行はないから、一番はフレームを重視する。	
サイクルスポーツをする環境の不満な点		近くにマリスタジアムがあり、良い道路がある。年配の人がサイクリングをしているので都内から来て住んでいる人が多くなってきた。海沿いとかサイクリングロードが他にもあるので、定年をそこで楽しんでいる人が多い。近くで行けるから良い。 最近良い自転車に乗っている人がたくさんいると主人が言っていた。自転車がきっかけで話をしていると主人が言っている。	堤防ではだいたい自転車専用道ができるようになってきた。 一級河川は、走れるようになってきた。 でも、車道を走らないといけなから、怖い。ゆっくりなら良いが、スピードが速いから歩道は走れないから、ダンブと一緒に走る道は命がけ。	サイクルロードは完全に少ない。都内の道路にいくつか作るということだが。	停める場所を何とかしてもらいたい。 倒すか、電信柱にくくりつけるしかない。サイクルロードを作るなら停めるスペースをセットで造ってもらいたい。そこに人を配置してもらいたい。
国内メーカーと海外メーカーを選んだ理由	同じ価格帯なら国産自転車の方がより良い物だと思う。先入観かもしれないがそう思う。 国産の不満は、フレームとか	ツールドフランスを見ているがレース用はヨーロッパが良いと思う。レース用という感じがする。主婦とか初心者は海外製の自転車に乗ろうとま	日本製だがメーカー名はわからない。 (国内メーカーの良さ) 安いこと。店での値段が海外自転車と違っていた。	海外メーカーも国内メーカーも良いが、自己満足で海外メーカーの自転車を買っている。海外のものはツールドフランスで優勝した人の自転車	海外メーカーの自転車は格好良い。まずデザインで今の自転車を選んだ。 前の自転車は日本車だったが、今の自転車の方が格好良

	A. 59歳 女性	B. 47歳 女性	C. 61歳 男性	D. 59歳 男性	E. 38歳 男性
	が洗練されてないように感じる。 フレームは海外自転車はきれい。でもまだ桁が違う自転車に投資するほどはまってないのが本音かなと思う。 自分は今の自転車を完全に乗りこなしていないが国産自転車の方が価格とバランスがとれていると思う。	では思わない。日本車だと家電と同じですぐに直してくれると思うし、価格的に日本車が良いと思っている。	ある程度安心できること。海外メーカーは故障のときのパーツの取寄せ等の時間がかかると思っている。車もそうだから。 ためらいもなく国産を選んだ。	を買いたくなる。ブリヂストンでもレースに優勝した自転車があるが、ヨーロッパの自転車の方が良い。ヨーロッパ製のものはバランスが良いから目立つし性能が良い。 でもフレームが大きい。大きさは日本のメーカーのものが良い。	い。あと名前がブリヂストンのアンカーよりもGTの派手なほうが良いというのが一番の理由である。 アメリカ製と日本製を比べると日本製の方がきれいな所があるが、作りがごつい部分が外国製を気に入っている理由である。(良いと思う。)
デザインが格好良いと日本車でも良いのか	国内の自転車がツールドフランスで、トップになったら、格好良いと思う。			日本車に越したことがないと思う。 今年はオリンピックイヤーだから日本車で優勝するとまた変わると思う。	
メンテナンス 国内と海外の比較	海外の自転車に乗っている方は自分でメンテナンスする方が多い。			どこのメーカーでも部品を交換すれば問題がない。 工具さえあれば何とかなる。 チェーンメンテナンスとか、プロの目でピシッと合わせてくれると良い。	違いを感じない。
部品の手に入りやすさ				海外の自転車の特殊な部品を交換するのは難しいが、それ以外のパーツは互換性があるので障害にならない。	サスペンションは自転車メーカーとサスペンションメーカーで手を組んで作ってしまうので特殊なものがあつた。 ママチャリの専門の店だと手に入らないが、海外メーカーの部品でも入らないものはないと思う。
イベントが増えたらどうか	ホノルルマラソンみたいなレースがあると良い。レベルが	サイクルモードに行ったときに、ホノルルマラソンでない	北海道で大会に参加している。	お台場とか東京でイベントがあると良い。	

	A. 59歳 女性	B. 47歳 女性	C. 61歳 男性	D. 59歳 男性	E. 38歳 男性
	色々あると良い。	が海外では自転車の大会があることを知った。今からがんばれば出られるかなと思った。		河口湖とかでやっているが、遠いから、自転車で行き参加できるイベントが良い。	
国内メーカーの改善するポイント				国内メーカーも中国で作っているのだと思う。自転車はメイドインなんとかとわからない。現在、台湾製は良くなったが中国製はひどい。	
メーカーのこだわりはあるか				ない。(全体：同意)	
アジアのメーカーへの意識	台湾は良くなったという話がある。		台湾、インド、中国で作っているが、日本のメーカーのブランドがついていると品質が保たれていると思うから、買っている。日本人が作っているのはオーダーメイドで100万円もするものもあるらしい。	中国製は買いたくない。	今のスポーツサイクルは台湾、シンガポールで多くを作っているらしい。
オーダーメイドメーカー			テレビで見る。 (Dを受けて) オーダーメイドの範疇でない。	いろんな所で作っている。価格の割合でそれほどのレベルでないから、僕は好きでない。えらい高いと思う。 1台作るのに1年もかかる自転車がある。	桁が違う。 オーダーメイドが作っている自転車は興味があるが、それよりも市販の一番高級な自転車が良い。
国内のオーダーメイド				オーダーメイドと言ってもフレームをつくるだけである。それ以外の部品はそもそも共通である。	オーダーメイドに魅力は感じない。レディーメイドで最高クラスの自転車の方が良い。
国内と外国メーカーの違い			デザインとブランド。	バランスの良さも違う。	バランスを気にするほど繊細に乗ってない。
国内メーカーの良い	国内メーカーで体格に合わせ	自転車の愛用者は長年のファ	今の自転車に不満がない。	フレームの形は海外の方がす	

	A. 59歳 女性	B. 47歳 女性	C. 61歳 男性	D. 59歳 男性	E. 38歳 男性
点	<p>た自転車を作ってくれて値段がそこそこだとすごくありがたい。</p> <p>自分は小柄なので選ぶときに海外メーカーも検討したが、車道を走って乗りやすい自転車がなかった。</p> <p>車にも一時 OES(オーダーエントリーシステム)があったから自転車で実現出来るかどうかかわからないが、もしあるなら既製の自転車よりも割高になっても自分に合う自転車を選びたい。</p> <p>大きなメーカーさんが自転車環境(インフラ整備)を良くしてくれると自転車人口が増えると思う。(D:日本はロードレーサーに力を入れていなかったが、力を入れているということが見えてくるとだいぶ良くなる。ヨーロッパだとロードレースは活発で、またアメリカのロードレースも活発になってアメリカの自転車が良くなった。日本もロードレースが活発になると良い。)</p>	<p>ンがいるみたいで、日本の昔からのファンは続いていると思う。古い人はファンだが、新しくスポーツをする人は何を選んで良いかわからないのだと思う。</p>		<p>すんでいる。海外のメーカーが流線型のフレームを作ると、しばらくして国内メーカーのフレームも流線型になってくる。</p> <p>コンピューターで自分に合った自転車を作ってくれたら良い。</p>	

第4章．メーカーヒアリング

4 - 1．調査の仕様

4 - 1 - 1．調査の目的

ユーザーの意向を踏まえ、現在の自転車メーカーの取り組み状況及び今後の取り組み意向、スポーツサイクルの普及に向けた課題などについて、メーカーの立場からの意見の収集を目的とした。

4 - 1 - 2．調査方法

自転車メーカーに対する訪問ヒアリングによる調査。調査対象企業は4社（ヒアリング実施順）。

- ・宮田工業株式会社
- ・ホダカ株式会社
- ・ブリヂストンサイクル株式会社
- ・パナソニック サイクルテック株式会社

4 - 2 . 調査結果

4 - 2 - 1 . 宮田工業株式会社

(1) 自社でのスポーツサイクルのラインアップ、特に最近力を入れている商品

当社では、いわゆるスポーツサイクルを含め“アクティブサイクル”と名づけ、新しいジャンルと位置づけている。主なシリーズとしては、本格的なスポーツサイクルである「コガミヤタ」シリーズ、スポーツサイクルのエントリーをターゲットとした「トライクロス」、「テラランナー」、「ゾーン」軽快車とスポーツサイクルの融合として街乗りやサイクリングをより気軽に楽しめることを狙いとした「プローサム」シリーズなどを展開している。

当社は歴史的にスポーツサイクルには力を入れてきたが、近年は軽快車に力を入れてきており、また、最近では再びスポーツサイクルに力を入れ始めている。

なお、当社における全ての自転車の生産に占めるスポーツ車の割合は約7～8%程度である。

(2) 特に力を入れている商品のターゲット層や利用方法

「プローサム」シリーズについては、アクティブシニアも念頭に入れて開発し、コスト面ではスポーツサイクルのエントリークラスとほぼ同程度の開発費をかけている。発売後、新聞に取り上げられたこともあり、大きな反響があった。アクティブシニアはリタイヤ後も新聞を購読しているため、効果的に消費者に情報が発信されたと考えられる。また、市場に出してみると意外に若年層にも好評である。

一方でクロスバイク(トライクロス)はシックなカラーリングにも配慮している。その結果、想定した年齢よりも意外に年配にも売れている。

(3) 自社のスポーツサイクルの売上拡大につなげるために注力していること

基本は、平成19年10月にスタートしたSBAA((社)自転車協会が定めるスポーツ用自転車の自主安全基準:安全で高品質なスポーツ用自転車の目印となる。)制度に準拠した商品を前提としつつ、ピラミッド構造の拡充を目指している。現在はピラミッドの裾野を広げつつあるが、今後は自社の頂点となるような商品を拡充していきたい。

(4) 開発の体制、ユーザーニーズ収集の手段

開発は比較的当面は、エントリークラス、かつクロスバイク・ロードレーサーのカテゴリーの充実を図ることを考えている。

毎年11月に流通向けの展示会を開催しており、流通業者と情報交換する中でユーザーニーズを収集している。現状自社において独自にはロードレーサーの商品を出していないが、流通業者からはロードレーサーをラインナップするよう意見が出ている。

(5) アクセサリーについて

籠などのアクセサリーに対するユーザーニーズがあることは承知している。ただし、本格的なス

ポーツサイクルに対する籠を標準装備で設計していない（アクセサリとして装着する）場合、籠の保持力は装着状態によってどうしても強度的に劣る。従って、自社としてはアクセサリとして装着するのではなく、クロスバイク等に籠、泥除け、チェーンカバー、ライトを標準装備した商品を展開している。

（６）販売店との連携について

消費者はスポーツサイクルを実際に置いてある店で買うケースが多い。従って量販店でもスポーツサイクルを拡充すれば売れると考えている。現在はラインアップの強化と併せて販売力の強化を図っている。自転車店でいかに陳列してもらえるかが販売に繋がるため、商品力の強化が必要だと考えている。

自転車店には販売に注力する店舗と、販売から修理に主軸を移している店舗に分かれてきている。メーカーの立場としては販売に注力している店舗を中心に販売のネットワークを再構築する必要があると考えている。

マウンテンバイクについては、スポーツバイクの中でも比較的認知度が高く、実物をみなくてもある程度商品の想像がつくため、比較的 Web 販売に向くと考えられる。Web 販売については、輸送効率を考慮し自転車は最終商品ではなく半完成品（7分組み等）で小売店に輸送し、小売店で組立てて販売するのが普通である。従って、Web で最終消費者に直接販売するのであればこの点が課題になる。

また、Web 販売は往々にして価格競争になりがちなこと、また、既存の取引のある店舗に対する商売上の弊害があるなど、既存小売店と合意に達する課題等もあることから、すぐに増加するとは考えていない。近くに自転車店がない地域などに対する今後の課題として捉えている。

（７）スポーツサイクルの普及に向けて

サイクルスポーツの普及に向け、毎年6～7月に東伊豆町でミヤタカップを開催している。これはオフロードの大会で過去22回開催しており、毎年約1000人が参加している。これらの大会情報は情報誌、インターネットなどで情報発信している。

（８）国内メーカーの売上拡大に向けて

スポーツサイクル、とりわけプロ向けのロードレーサーは使用者の体格に合った自転車をミリ単位で開発している。海外製品は当然のことながら、海外の人の体格に合わせて自転車が開発されている。国内メーカーの最大の強みは、日本人の体格に合わせた自転車を開発している点にある。

ただし海外の自転車には、高いブランドイメージがあり、イメージ・ステータスで海外の自転車を購入する消費者は少なくない。また、欧米では自転車の歴史は長く、スポーツ・レジャーとして文化が定着しているため、自転車を利用した競技、スポーツが普及しているが、日本においては、自転車は移動手段や物を運ぶ道具としてのイメージが定着していることから、サイクルスポーツが流行してもそれが定着しないという傾向があるように思われる。

また、国内メーカーは日本の道路事情に合わせた素材の自転車を製造している。素材について軽いという理由でチタンが好まれる傾向があるが、一方でチタンは硬く衝撃吸収力が弱い。このため、用途や場所によっては少し重い衝撃吸収力の高いアルミやクロモリの方が向いている場合もあり

得る。

このようなことの一つ一つを消費者が判断するのは難しいため、やはり正しい知識を持った店員のいる店で購入することが大事である。

(9) 業界団体や行政へのニーズについて

スポーツサイクルを安心して楽しめるインフラ（道路）の整備はまだまだ遅れている。
自転車専用道路等の拡充を進めていただきたい。

4 - 2 - 2 . ホダカ株式会社

(1) 自社でのスポーツサイクルのラインアップ、特に最近力を入れている商品

マウンテンバイクは以前から販売しており、またマルキンブランドでロードレーサータイプの自転車を輸出していた時期もあったが、近年、会社全体としては軽快車、シティ車の製造販売が中心であった。

また、ここ数年ロードレーサーを中心とするスポーツサイクルの市場拡大を受け、2006年からロードレーサーを復活させた。また、2007年からはカジュアルスポーツ、カジュアルタウンを狙いとした「コーダーブルーム」ブランドを立ち上げた。

なお、当社におけるすべての自転車の生産に占めるスポーツサイクルの割合については約5～10%程度である。

(2) 特に力を入れている商品のターゲット層や利用方法

「コーダーブルーム」シリーズの中には3種類のブランドを設けており、「カナフ」は20代後半から30代を、「ドレソン」および「ノーリー」は40代～50代をターゲットとしており、発売以来、好評を得ている。

この他、ロードレーサーはミドル層をターゲットとしており、価格も10万円と設定している。

(3) 自社のスポーツサイクルの売上拡大につなげるために注力していること

近年はタウンユース・サイクリングでの使用を想定し、ライフスタイルに合った自転車の提供を重視している。男性は概ねターゲットどおり40代の利用が多い。スポーツサイクルは消費者に海外ブランド志向があるため、日本人のライフスタイルにミートした提案をし、需要の掘下げを狙っている。

(4) 開発の体制、ユーザーニーズ収集の手段

新ブランド「コーダーブルーム」で軽快車では満足できない利用層を想定しており、開発においては、「スポーツ」を軸に、「乗りやすさ」、「デザイン」、「実用性」を重視している。また、商品開発に当たっての、ユーザーニーズの収集については、開発の度にグループインタビューを実施している。

(5) アクセサリーについて

アクセサリーについては、「コーダーブルーム」シリーズで複数のモデルを用意しており、その中に泥除け、籠、荷台を持つものを持たないものを設定することで消費者のニーズに対応している。

(6) 販売店との連携について

当社は、これまで軽快車、シティ車が中心だったということもあり、量販店での販売が中心であった。しかしながら、スポーツサイクルを取扱う販売店の販売員はスキル能力も必要であるので、当社の方針として「コーダーブルーム」シリーズにおいて、販売チャネルで分けるのではなく、消費者が安全で安心して利用するための組立技術やアフターケアの技術を有する販売店において取扱

いをお願いしている。

スポーツサイクルに関する知識は、平成 19 年 10 月にスタートした SBAA((社)自転車協会が定めるスポーツ用自転車の自主安全基準:安全で高品質な自転車の目印となる。)制度が基本となるが、先ず当社でスポーツサイクルの知識を十分持った社員を育成し、自転車専門店と連携する中で情報面等からの支援を行いたいと考えている。

(7) スポーツサイクルの普及に向けて

サイクルモードをはじめとする各種自転車の展示会、イベントに積極的に参加している。サイクルモードは消費者を対象とした自転車展示会であり、参加することでユーザーの生の声が聞くことができる。来場者の中には乗りやすい、この部品は不満、といった具体的な指摘をしてくれる人もおり、出展のメリットがあると感じている。現在は東京と大阪のみで開催されているため、この他の都市でも開催していただきたいと感じている。

(8) 情報発信に関して

自転車の認知拡大に向け、専門誌には情報を掲載している。ただし、専門誌は自転車を愛好する方が主な読者であるため、認知・販売を拡大するためには他の業種とのコラボレーションを重視し、例えばファッション誌などに掲載の上、製品の PR をすることも大事だと考えている。ライフスタイルの中での自転車を将来的に提案する上では異業種との連携は今後、効果的だと考えている。

(9) 国内メーカーの売上拡大に向けて

業界全体の市場規模が 2500~3000 億円であることから、普及の鍵は異業種を巻き込んだ連携だと考えられる。

(10) 業界団体や行政へのニーズについて

安心・安全に乗れるインフラ(道路)の基盤整備が必要である。例えばオランダと日本とでは国における自転車に対する力の入れ方が違う。

また、日本では BAA、SBAA 制度(ともに(社)自転車協会が定めた、自転車、スポーツ用自転車の自主安全基準)および JIS、SG 等の規格が整備されているがこれに法的効力はないため、基本的に、規格に準拠していない自転車を製造・販売ができる状況になっている。将来的には、規格、基準に適合した、確かな品質の商品のみが販売できるような環境の構築も必要である。

盗難の防止については、鍵はシリンダー錠、ディンプル錠などが普及してきており、以前に比べてしっかりした鍵が増えている。また補償制度も充実してきており、自社においても 3 年補償をしている。しかしながら、大阪エリアを対象とした調査では盗難される自転車の約 4 割が鍵をかけずに盗難されているとの調査結果も出ているため消費者の意識改革も重要なポイントであると思われる。また、盗難防止に関連してのニーズとしては、行政サイドにおいて、駐輪場の整備を進めて欲しい。

4 - 2 - 3 . ブリヂストンサイクル株式会社

(1) 特に力を入れている商品のターゲット層や利用方法

リアルスポーツ車としてはプロユースを想定した「アンカープロ」シリーズ、ハイアマチュアをターゲットとした「アンカースポーツ」シリーズを持っている。「アンカープロ」ではトラックレーサー、ロードレーサー、クロスカントリー競技向けの商品を展開している。また「アンカースポーツ」ではロードレーサー、クロスバイクの商品展開を行っている。

これ以外にも「アビオス」_」、「オルビー」_」、「クロスファイヤー」等の街乗りを想定した自転車、ジュニア向けマウンテンバイクとして「スピーダー」および「サブナードスポーツ」と当社で呼んでいるスポーツ的な利用も想定できる軽快車等も展開している。但し、何を“スポーツサイクル”と呼ぶかという明確な定義が無いため、スポーツサイクルと呼びうる範囲は、実に広範囲のタイプに渉るのが現状である。

その中で当社では、スポーツサイクルを概ね以下の3つのカテゴリで捉えている。

(1) 「アンカープロ」シリーズ等

レース等の本格的なスポーツユースを想定しており、概ね10万円以上が目安

(2) 「アンカースポーツ」_」、「アビオス」_」、「オルビー」_」、「クロスファイヤー」等

本格的なレース等でのスポーツユースではなく、ツーリング・サイクリングから街乗りまで、自転車に関心が高く、趣味性の意識を持つ人の幅広い利用を想定しており、概ね5~10万円程度が目安

(3) 「スピーダー」等の子ども向けに開発されたスポーツサイクルのエントリーモデルを想定しており、2万円前後が目安

以上のカテゴリを含んだブリヂストンサイクルでの全生産台数に占めるスポーツ車の割合は概ね5~10%程度である。

(2) 自社のスポーツサイクルの売上拡大につなげるために注力していること

当社では、2004年から始めた「アビオス」で他社に先駆けて幅広い年齢層へ自転車の提案を行ってきている。「アビオス」は中高年のタウンユースやツーリングをターゲットにした商品であり、市場に展開してからの反響も良い。5万円台のモデルから9万円台のモデルを用意しているが、ユーザーから更にグレードの高い車種はないかとの問い合わせがあるが、現状では、スポーツサイクルの安定的な販売台数がどの程度になるかの需要予測が困難なため、新たな利用層に対する、スポーツサイクルの商品化には至っていない現状がある。

このほか、街乗りを狙いとした「オルビー」等、リアルスポーツ以外にも幅広い利用を想定した自転車のラインアップにも注力している。

このように、当社としてはリアルスポーツのトップを象徴する「アンカー」シリーズとともに、「アビオス」_」、「オルビー」_」を含めた、先に挙げた3つのカテゴリのうちの2番目のカテゴリである、本格的なスポーツユースではなく、ツーリング・サイクリングから街乗りまでの幅広い利用層に対しての販売の拡充を図りたいと考えている。このカテゴリに対する市場での潜在需要は大きいと思うが、まだ十分には顕在化した形で現れてはおらず、本格的なスポーツサイクルを主として扱う販売店側から見れば本格的では無く、軽快車を主として販売する多くの自転車店からは、扱

うのが難しそうに見えると考えられている。

多くのスポーツサイクルが、このカテゴリーに属する一方でユーザーニーズが十分に絞りきれないことから、ユーザーニーズを踏まえた商品の洗練化と販売店の積極的な、対応が必要だと考える。

(3) 開発の体制、ユーザーニーズ収集の手段

新商品開発に向けての情報収集としては、ユーザーへのグループインタビューも実施しているが、独自の取り組みとして自転車を購入したユーザーの生の声を聞く取組みも行なっている。

(4) 車種の拡充への意向

近年、ロードレーサーに注力しており、実際に昨年から今年にかけて売上げも伸びてきている。一方、過去においては、マウンテンバイクに関して充実した商品展開を図ってきたが、製品力としては海外ブランドを凌駕してもマウンテンバイクの発祥国である「MADE IN USA」のネームが持つ響きに「MADE IN JAPAN」ではどうしても勝てなかったとの現状もあったが、最近はブームが過ぎてマウンテンバイク自体の市場が縮小傾向にある。

(5) 販売店との連携について

販売店における課題として、先に挙げた2番目のカテゴリーへの対応が挙げられる。販売店の中には、1番目のカテゴリーと2番目のカテゴリーの区別がついておらず、スポーツサイクル=本格的なスポーツユースと誤解して尻込みしてしまう店舗が現状にある。

かつてのマウンテンバイクのブームの際に、マウンテンバイクを大々的に扱って他の車種を扱わなくなってしまった販売店もあり、当時そのような店にスポーツサイクルを買いにいくと、オンロードでの利用者までオフロード用のマウンテンバイクを買わされたということが現実发生过っていた。また、その後ブームが去ってみると、他に色々あったスポーツタイプの自転車さえも駆逐されてしまって、スポーツサイクルを扱わない店舗も逆に増えてしまった。

一方で、新たな業態として、プロ向けの本格的なスポーツサイクルでも無く軽快車にも属さない先に述べた2番目のカテゴリーに該当する中間的なカテゴリーの自転車を上手に販売している店舗も出現している。このような中間的なカテゴリーについては、特に自転車専門店の認識を高めて、積極的に扱ってもらうことが重要なポイントである。このことは特にスポーツサイクルの普及に向けた重要な課題の一つではないかと考える。

また、本格的なリアルスポーツの販売については、当社で提携している自転車専門店の「アンカー」のパンフレットや技術説明書を配布するとともに、当社で「アンカープロ」の説明担当者を配置し自転車専門店に対する店員への情報提供を行うなどの支援を積極的に行っている。

(6) スポーツサイクルの普及にむけて

主にレースイベントを主催するとともに、シマノなど他社が主催するイベント等にも積極的に参加し、スポーツサイクルが消費者の目に触れる機会を積極的に増やす努力をしている。

このほか、地域と連携した取り組みとして、オフシーズンにレーシングチーム「ブリヂストン・アンカー」のメンバーが販売店へのイベントに出向く等のPR活動を実施している。

また、ロードレース等における日本人選手の強化養成、すなわち、強い選手の育成が必然的に国産車のイメージアップに繋がると考えている。

更に、ヨーロッパにおいて根付いている子供を対象とした自転車競技に対する練習会を今年の夏からスタートさせるべく現在、計画をしている。

一つの考え方として、我が国においてスポーツサイクルが普及するには、我が国の風土に合ったサイクルスポーツに対する考え方が普及のために重要だと考えている。スポーツサイクルの利用方法である遊び方まで欧米化してしまったが、例えば自転車の“輪行”は日本人独特の自転車利用の一つであり、このような日本オリジナルの自転車文化を利用して、サイクリングツアーを実施する等、日本独自のスポーツに対する考え方を成熟させる事が日本においての発展に結びつく要素になると考えられる。

また、販売店において、自転車の遊び方、サイクリングクラブなどに関する情報提供のサービスがあることも、スポーツサイクルが根付くために重要な要素と考えられる。

(7) 業界団体や行政へのニーズ

製品の安全性に関連して、平成19年10月よりスタートしたSBAA((社)自転車協会が定めるスポーツ車の安全基準)をベースに製品造りを進めてゆきたいと考える。

(8) 国内メーカーの売上拡大に向けて

自転車がいかにスポーツとして認知されるかが大事である。当社でも地域の自転車のクラブに入っている従業員もいるが、以前と比較すると周囲から特別な目では見られなくなったが、ヨーロッパのように尊敬の目で見られるまでには至っていない。

自転車競技のニュースが一般マスコミを賑わすことで、一般の方にサイクルスポーツの世界を知っていただき、ひいてはサイクルスポーツに自らトライしていただきたいと思っている。特に日本人選手が日本の自転車に乗って国際レースの表彰台に立つことは、国内メーカーにおけるスポーツサイクルのブランド力・ステータスの向上に繋がり、ひいては国産車の販売の拡大に繋がると考える。

4 - 2 - 4 . パナソニック サイクルテック株式会社

(1) 自社でのスポーツサイクルのラインアップ、特に最近力を入れている商品について

オーダーメイドのPOSシステムによるリアルスポーツの自転車、ならびに複数のレディメイドのスポーツモデルのラインナップを有している。

特に最近ではPOSシステムのオーダー車に力を入れており、ユーザーが選択できる選択肢の幅を拡充したり、店舗で体格を測定できる器材（フィッティングスケール）を開発して店舗に設置するなど、ユーザーに対する訴求力を向上している。この結果、販売は好調に推移しており、車種としてはロードレーサーモデルが主流となっている。

また、レディメイドのモデルにも、リアルスポーツを想定したものから、街乗りや通勤利用を想定したものまで複数の車種を用意してユーザーの多様なニーズに対応している。

(2) 自社でのスポーツサイクルの販売台数が全自転車台数に占める割合

多少の変動はあるが、電動タイプの自転車を除くとスポーツサイクルが全ての自転車の中で占める割合は約3%程度である。またスポーツサイクルの割合の中で、POS（フレームのみの販売を除く）システムのオーダー車が占める割合は約10%程度である。

最近のスポーツサイクルの販売動向だが、名称定義でどこまでをスポーツサイクルと呼ぶかという問題はあるが、例えば女性ユーザーやツーキニスト向けに造られたモデルで以前はそれほど市場での反響がなかったモデルが、最近売れ行きが伸びていたり、モデルチェンジしていない従来のままのモデルの売上が伸びていることから、スポーツサイクルの販売は好調に推移してきていると判断している。

(3) 特に力を入れている商品のターゲット層や利用方法

POSシステムオーダー車はリアルスポーツ車であり、性別では圧倒的に男性ユーザーが多い。購入者の年齢層は幅広いが、事前の想定とは異なり団塊の世代といわれる層よりは若い40～50歳代の年齢層が比較的多く購入しているのが実態である。ベースには40～50歳代の年齢層が自由に使えるお金があり、健康面での取り組みに対する要素も一因だと考えている。一説では、この年齢層では、自動車の1/10の価格程度までなら購入金額の想定内に入ってくるというケースもあると聞く。

また、レディメイドの「エスプレッソ」のシリーズの中には女性を念頭においたサイズ設定の車種があり、広告にも女性を謳ったモデルもあり、市場の反響もまずまず好評である。

(4) 自社のスポーツサイクルの売上拡大につなげるために注力していること

主に、ブランドイメージ、ステータスを高めるために、スポーツショップ等に卸している。また、マスコミ等への露出を高めるべく、ヒルクライムレースやイベントを主催する等、国内の大きな自転車レースに協賛するなどのPR活動に注力している。

この他、西武鉄道と連携した自転車のイベントとして、秩父サイクルトレインと称して、秩父まで鉄道で行って秩父の自然豊かなエリアでサイクリングを楽しむ等の自転車を使った遊び方の企画も実施した。また、旅行先での観光用レンタサイクルも自転車に触れる機会として重視しており、観光地と連携して自転車の機材提供を行なうような取り組みも実施している。ただ、残念なことに

利用者側よりの要望等を考慮して、現状で提供した機材はスポーツサイクルではなく電動アシスト付自転車である。

(5) 開発の体制、ユーザーニーズ収集の手段について

開発部門内にはデザインチームを設けている。また、ユーザーニーズを収集するためにグループインタビュー等の調査も実施している。特に POS システムに関しては、基本がオーダーメイドであるため、ユーザーニーズにより柔軟に対応できることが強みである。車種・色の選択肢も豊富に提供し、よりユーザーの好みにあった自転車を選択できるように配慮している。

以前、色に関して「ビアンキ」のように、コーポレートカラーを前面に押し出すことも検討したが、結論としてはユーザーがフレームカラーを自ら選択することを望むと判断し、むしろ多様な色を選択肢として提供することを重視し、現在、選択できる色は 27 色、かつ複数の色の組み合わせも可能となっている。

(6) 自社で拡充していきたい車種について

今後は、クロスバイク及び POS システムオーダー車に傾注して、拡充していきたいと考えている。また、既に POS システムでもクロスバイクのフレームを商品化している。

この他、リアルスポーツ車以外に電動アシスト機能のついたもの、折りたたみ型等の商品構成を展開しており、消費者に対する評価を得ている。

(7) アクセサリーについて

全ての車種にアクセサリーを用意するのではなく、アクセサリーをつけた車種を別途用意することで対応している。特に POS システムで製造するスポーツサイクルは、基本的にアクセサリーを充実させていない。ただし、POS システムの中でもツーリングを想定した車種の中には泥除けやサイドバッグなどのアクセサリーを用意したモデルを持っている。

また、レディメイドの車種でも、「ライアバード」のように泥除けやチェーンカバー、荷台を持つものなどを一つのシリーズとして展開している。

(8) 販売店との連携について

特に POS システムについては販売店がオーダーメイド製品をつくる当社とユーザーの仲立ちになるため、販売店との連携を強化している。具体的には、POS システムを扱う登録店(全国で約 500 件程度)には、定期的に製品に対する説明会を行ったり、ショップ用の POS マニュアルを作成して、店員に知識の統一を図ったりしている。また購入希望者が乗るだけで体格が測定できるような器具(フィッティングスケール)を当社で開発して販売店に置き、よりお客様の身体にフィットした商品づくりで満足度を高めている。

(9) スポーツサイクルの普及に向けて

単に販売ということだけでなく、スポーツサイクル全体の底上げを図り、より市場に浸透させることが重要だと考える。そのために平成 19 年 10 月よりスタートした SBAA((社)自転車協会が定めるスポーツ用自転車の自主安全基準:安全で高品質なスポーツ用自転車の目印となる。)制度を徹

底することによって、スポーツサイクル全体の品質、安全性を向上させ、消費者に品質の高い商品であることをアピールしていくことが大切であると考えている。結局、全体の普及に向けては、個々のメーカー独自の活動ではなく業界全体としての活動が重要であり、根本的にメーカーが個々に活動を行っていても、自社商品の営業と混同されてしまう恐れがある。今後、スポーツサイクルの普及に向けては、SBAA 制度をしっかりと根付かせていくことが当面の課題ではないか。

(1 0) 情報発信に関して

ファッションセレクトショップ「ビームス」との共同開発したモデル「EZ」、JR と共同開発し列車の中への持ち歩きや大型のコインロッカーに収納できる等の小型の軽量折りたたみバイク「トレンクル」、雑誌「グッツプレス」と共同開発したモデル「フリッパー」など、他業界とのコラボレーションも積極的に行っている。コラボレーションの相手によっては、想像もしないような発想をすするため共同開発に伴う調整等は大変だが、例えば「EZ」等は当社の予想以上に反響があり、今後も機会を捉えて異業種とのコラボレーションによる自転車の開発には取り組んでいきたいと考えている。

また、自転車を題材としたコミックの映画化に対する機材供給（今夏公開予定）や、パナソニックセンター内にあるミュージアム「リスピーア」のキッズスクールにおいて自転車を取り上げ、自転車に関する歴史や仕組みを学ぶ機会を提供するなどの啓発活動も行っている。

(1 1) 国内メーカーの売上拡大に向けて

まずは、SBAA 制度をクリアした製品を製作し、質の高いスポーツサイクルを市場に供給し、PR していくことが大切である。海外の自転車の中には品質が低いものもある。本制度は、完成車のみを対象としているが、海外のブランドの中には完成車よりもフレームのみの販売数が多い割合を占めるケースもあるため、本制度においても、フレームに対する対応が必要ではないか。

なお、国内メーカーにおいては、スポーツサイクルはまだマイナーな車種であるが、まずは、よりユーザーニーズにあった製品を開発し、また、インフラ等の環境を整備することにより、スポーツサイクルの利用層の底上げを図ることが必要であると考えている。

第5章．調査結果を踏まえた課題と提言

5 - 1 . 調査結果の総括

(1) 未だ潜在層が多く、その掘り起しが課題である

Web アンケート調査の結果では、スポーツサイクルを既に保有していたり、購入・利用を具体的に考えている回答者は全体の約1割であったが、その一方で、興味はあるが具体的には考えていないという回答者が全体の約35%を占めており、スポーツサイクル利用の潜在層はまだ多いと考えられる。

また、スポーツサイクルをよく知らないという潜在層の手前にいる回答者も全体で24%、女性では33%にも上る。あるメーカーで女性を強く意識して開発した自転車が実際に女性に好評であるとの意見も聞かれたことから、適切な商品と情報発信があれば女性の需要の掘り起こし、顕在化も可能であると考えられる。

(2) スポーツサイクルの利用方法はサイクルスポーツ以外にも様々である

Web アンケートでは、今後乗ってみたい車種を尋ねた結果、クロスバイクに次いで電動アシスト機能付スポーツサイクルを挙げた回答者が多かった。このことから、スポーツサイクルの中でもリアルスポーツを志向するものだけでなく、気軽に乗れる“スポーツテイストの自転車”を希望する回答者が少なくないことが窺える。

グループインタビューの結果でも、スポーツサイクルを購入した場合の利用として街乗りと答え、籠、泥除けなどのアクセサリを希望する回答者も多いことから、街乗りなどの多様な利用を意識している回答者の多いことが窺える。

メーカー各社も、このようなニーズを想定した、リアルスポーツ以外の多様な利用を想定しアクセサリ等も豊富に備えた商品をラインナップして対応している。

(3) 購入に当たっては自転車専門道を重視する

Web アンケートでは、現在軽快車を保有している回答者を含め全体の約7割が、スポーツサイクルを購入するに当たって自転車専門店で購入すると回答している。特に女性はスポーツサイクル購入に当たって、自分にあった自転車の選び方などの基礎的な情報を重視しているという回答もみられ、購入の際に情報を提供してくれるという期待が反映したものと考えられる。

一方で、スポーツサイクルは価格・車種などが多様であり、ユーザーによってはパーツにもこだわりを持つなど、専門店側で有しておくべき情報も多様である。メーカー各社も販売店との連携は重視していた。

(4) 国内メーカーに対する品質への信頼感が高い

国内メーカーと海外メーカーの比較では、国内メーカーを希望する回答者の方が多かった。専門店の中には、品揃えで海外メーカーの車種を優先している店も少なくないため、実際にいざ自転車を購入する際の判断は、この回答傾向よりは海外メーカーが売れる可能性はあるが、本質的には国

内メーカーの自転車を購入する回答者が多いことは間違いないと思われる。

国内メーカーを選んだ回答者は安心感・信頼感を挙げる意見が多く聞かれた。グループインタビューでも、特に初めて自転車を買った回答者が国内メーカーなら安心と考えたという意見が聞かれた。

メーカー各社も、自社の技術力をもとに品質の高い自転車づくりを行っているが、特に最近ではSBAA 制度に準拠した製品を製造販売することで、品質の高い自転車をユーザーにわかりやすく伝えることでこの期待に応えようとしている。

(5) サイクルスポーツの浸透に向けてはさらなる情報を求めている

グループインタビューでは、スポーツ自転車の使用経験の長い回答者でも、大会の情報が殆ど入手できていないという意見が聞かれた。個人での楽しみや健康維持などのための利用に加えて、クラブや大会、イベントに参加することによって、さらに楽しみが増えるものではあるが、情報は十分伝達されているとは言いがたい状況にある。メーカー各社はスポーツサイクルのレースやイベントを積極的に開催しており、メーカーや業界などによるこれらレース、イベントのさらなる活性化と情報発信が期待される。

またグループインタビューでは、積極的に大会に参加している回答者から、そのきっかけが自転車店からの誘いだったという意見が聞かれており、自転車専門店の役割も大きいと考えられる。

(6) スポーツサイクルの普及には道路インフラの整備が不可欠である

Web アンケートでは、スポーツサイクルの利用のために必要な利用環境を尋ねた結果、道路の整備を挙げる回答が圧倒的に多かった。特に歩車道と区別された自転車道の整備が必要とする回答者は約 75%にも上っている。

またグループインタビューにおいても、車道を走行していて危険を感じるという意見が聞かれた。スポーツサイクルの利用が今後より一層進展するには、スポーツサイクルを安全に利用できる環境の整備が最も基本的な条件と考えられ、自転車専用道路や駐輪場などの走行・利用環境の整備が大いに期待される。

5 - 2 . スポーツサイクルの浸透に向けた課題と提言

5 - 2 - 1 . ユーザーへのアピール

(1) 浸透の第一歩は SBAA 制度の運用とユーザーへのアピールから

国内メーカーを選択する動機付けの一つとして信頼感が上がっていたことから、SBAA 制度に準拠した高品質の自転車の製造販売を基本とする必要がある。国内メーカー各社はその重要性を認識し取り組みを進めているが、一方で、SBAA 制度に準拠しない自転車も製造販売が可能であること、フレームのみの販売は SBAA 制度の対象とならないことなどへの留意も必要である。

これらのことから、特に初めてスポーツサイクル購入するユーザーに対しては、信頼できる自転車の選び方をユーザーに情報発信することが何より重要である。そこで、スポーツ用自転車を取り扱う上で十分な技量・知識を持った販売店を認証する SBAA PLUS の資格を併せて浸透させていくことも不可欠である。

(2) ユーザーが身近に接することのできる情報発信への工夫

現状では特に女性においてスポーツサイクルへの認知度が低く、関心を持ってもらえるような情報発信が求められる。全ユーザーに届くように情報を発信するにはコストが発生するため難しい側面もあるが、特に一般誌、新聞などへの記事掲載は実際に反響が大きい。

このため、メーカーでも既に取り組みされている他業種とのコラボレーションや映画・テレビなどへの機材提供などによって、話題や露出を増やしていくことも重要である。

また、スポーツサイクルに一定の関心のある層にとって、自転車イベントの一つである消費者向けの展示会は影響が大きいと考えられる。メーカーにとってもユーザーの生の声に触れることのできる有効な機会だと考えられる。

ユーザーが様々な自転車に身近に接することのできる機会を拡大するという観点から、小規模のものであっても、消費者向けの展示会をより幅広い地域で開催することも検討の余地がある。

5 - 2 - 2 . 車種セグメント別の方向性

(1) スポーツサイクルのエントリーモデルの拡充と個性化

調査結果でみたように、ユーザーの中には、スポーツサイクルを購入しながら街乗りや気軽なサイクリングなどに使用する“ライトユーザー”があり、量的にはむしろライトユーザーの方が多いと考えられる。ライトユーザーはより日常生活での使用を想定しているため、例えば籠、泥除け、チェーンカバー、スタンドなどのアクセサリも重視するなど、独特のニーズも存在する。

これに対し、メーカー各社も既にこのようなニーズに対応した商品をラインナップしはじめている。

リアルスポーツ車ではないことから、各メーカーで好評を得ている自転車は、「女性を意識した自転車」「団塊世代を意識した自転車」など対象が明確で「自分に合っている」とユーザーに思わせることができているものが少なくない。

このような自転車は、これをきっかけとしてリアルスポーツに移行していくユーザーがいることも考えられるため、商品戦略上重要な位置を占めると思われる。

ただし、例えば街乗りを想定してこれらの車種を購入したユーザーにとって、街乗りでの利用が

なくなることは考えられないため、特に、団塊世代など一定の年齢層を想定した自転車については、必ずしも低価格帯の位置づけとする必要はなくリアルスポーツとは別のジャンルとして、高価格帯の商品も存在意義があると考えられる。

(2) スポーツサイクルの中級モデルにおける販売店との連携

ある程度本格的にスポーツを楽しめる5万円から10万円のモデルは、エントリーモデルに飽き足らない層や、サイクルスポーツを楽しみたい層が目を向けるクラスといえるが、一方で海外のブランドメーカーの商品とも競合するため、一層魅力的な商品開発が期待される。

海外メーカーのブランドイメージには確固たるものがあるため、国内メーカーはブランド力に加えてSBAA制度による信頼感、日本人の体格に合わせた商品開発がなされていること、および販売店との連携を密接に行えることなどの長所を活かし、またその長所をPRしていくことが必要である。

特にこのクラスの販売の拡大には販売店との連携が重要だと考えられる。ユーザーも一定の情報を期待する一方、売れ筋のスポーツサイクルがマウンテンバイクからロードレーサーに変化してきているなどの傾向もあるため、軽快車等とは異なり販売店にもよりユーザーに最新の情報を提供できる知識が求められる。

(3) スポーツサイクルのトップモデルと国際的なスポーツ競技

プロユースも想定した本格的なスポーツサイクルは、数量が多く販売されるものではないが、市場でのメーカーのブランドイメージ向上やスポーツサイクルの文化の醸成に向けた戦略的意味を持つ。メーカーでもユーザーの身体特性に応じたオーダーメイドの自転車を製造したり、このセグメント専門の営業を配置して専門店との連携を密にしたりという取り組みが進められているところである。

これらの自転車がよりユーザーに根付くかについては、商品の商品性や販売方法などと並んで、ツールドフランスやワールドカップなどの国際的な競技で国内メーカーの自転車が、理想的には日本人選手で優勝するなどの要素も大きい。

メーカー各社の中にもチームを持ち、積極的に競技に参加しているメーカーもあるが、業界とも連携しながら、国内の自転車競技の普及に向けた活動の拡充も期待される。

5-2-3. サイクルスポーツの振興に向けた方向性

(1) スポーツ文化としての浸透とスポーツサイクルの普及

5-2-2. ではスポーツサイクルを大まかに3セグメントに分けたが、それぞれ独立した商品ではなく、エントリーモデル・中級モデルの普及とともにサイクルスポーツの大会・イベントが浸透する中で、競技人口が増加しそのトップが国際大会の場で国内メーカーの自転車で活躍すれば、トップモデルの販売だけでなく、エントリーモデル・中級モデルの販売への好影響が期待される。このため、個々の商品の販売戦略とともに、ユーザーに対しては街乗りだけではなくサイクルスポーツの楽しさを浸透させていくことの、中長期的な意義は大きい。

(2) 多様な遊び方の提案

特に、メディアに露出するイベントはロードレーサーやマウンテンバイクの本格的な競技が中心であるが、スポーツサイクルの楽しみ方は本来多様である。

レース・大会についてもアウトドアで気軽に参加できるイベントは各地で開催されている。また、レース以外でも、鉄道とサイクリングを組み合わせ、自分の好きな場所でサイクリングを楽しむことのできる輪行は、日本特有の自転車の楽しみ方といえる。また、最近では職業生活をリタイアした世代が、一人あるいは夫婦で近くの文化財などを探訪するような楽しみ方をするユーザーも増加しており、新たなスポーツサイクルの楽しみ方も生まれつつある。

このように、日本人の生活の中から日本独自のスポーツサイクルの楽しみ方が成熟し、より楽しみとしての自転車文化が成熟していくことが期待される。またそのためには、業界自らが様々な機会を通じて、これらの多様な遊び方をユーザーに提案、情報発信していくことが重要である。

(3) スポーツサイクルの拠点としての販売店

ユーザーが自転車に関心を持つ、購入する、利用するという各段階で自転車販売店は重要な役割を果たす。

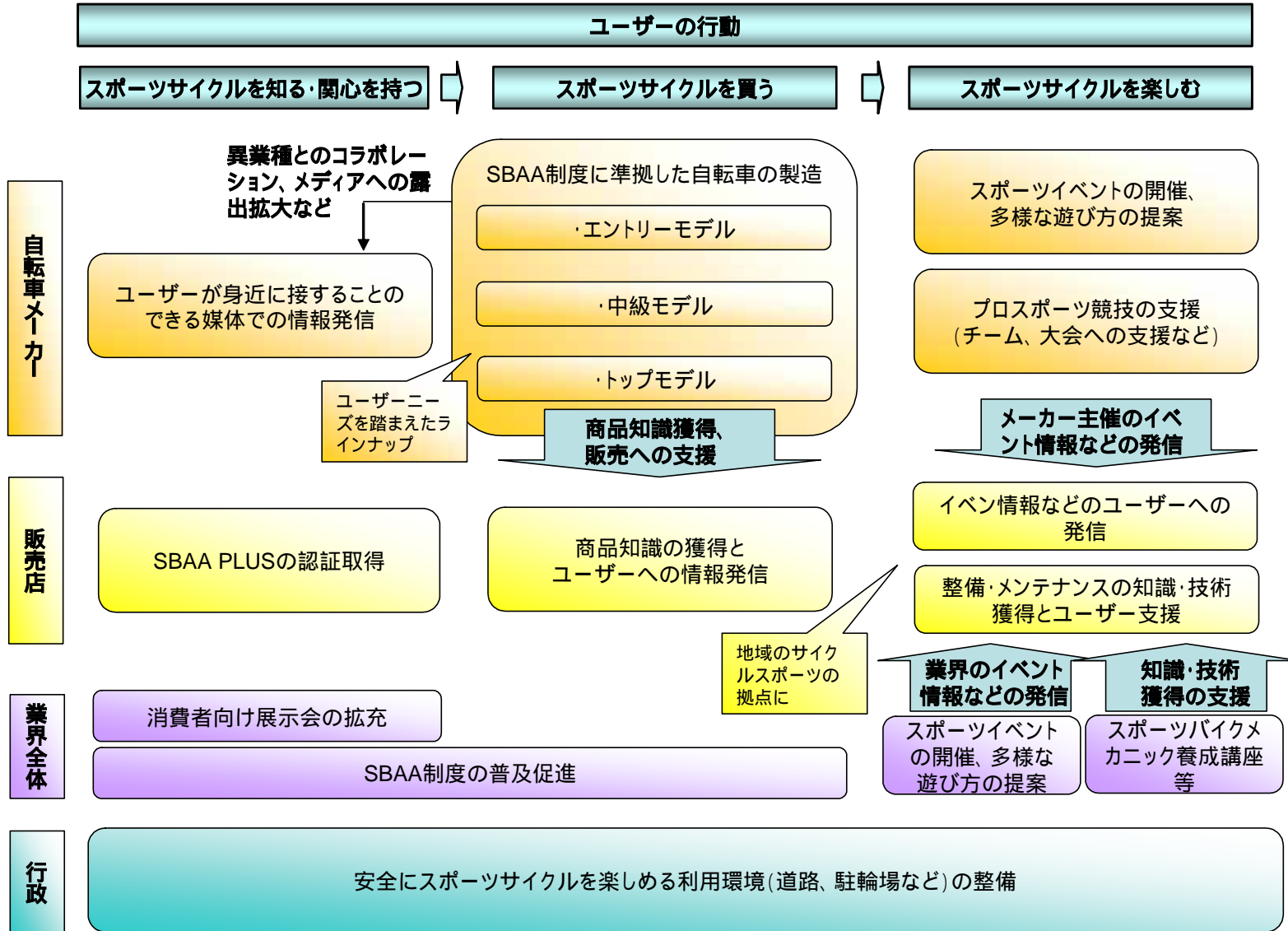
販売店に期待される役割は自転車を販売するだけでない。ユーザーがスポーツサイクルに関心を持ち、あるいは購入する自転車を選ぶという段階では適切な情報提供、ユーザーがスポーツサイクルを購入し利用する段階ではアフターサービスの拠点としての役割が期待される。このため、販売店にはスポーツサイクルの商品や組立て・整備などに関する十分な知識・技術を保有していることが必要であり、メーカー等の開催する技術講習会や、当協会が実施しているスポーツバイクメカニック(SBM)養成講座への積極参加などを通じた知識・技術の底上げが必要とされる。

また、スポーツサイクルに力を入れている販売店の中には、販売店が主催して週末などにサイクリングなどのイベントを開催したり大会の情報を発信するなどして、スポーツサイクルを購入したユーザーに対し自転車を楽しむことへのサポートを積極的に行っている販売店も多い。

自転車を知り・関心を持ち、購入するという最初の段階から、販売店は常にユーザーに最も身近な存在である。自転車販売店を地域のサイクルスポーツの拠点と位置づけ、自転車に関する相談、メンテナンスはもとより、自転車の遊び方やイベントなどの情報を販売店が発信することの効果は大きいと考えられる。

またそのためには、自転車メーカーや業界団体等が販売店を支援し相互連携を進める中で、ユーザーに自転車をより楽しめる環境を提供していくことが必要である。

図表 111：スポーツサイクルの浸透に向け、関係主体に期待される取り組み



参 考 资 料

スポーツサイクルに関する意識調査

平成 19 年 月 日

委託：財団法人 自転車産業振興協会

実施：株式会社 NTT データ経営研究所

1. 本調査は、現在あるいは以前に自転車を利用されている方々を対象に、自転車の利用状況やスポーツサイクルへの関心などをお伺いするために実施するものです。この調査の結果は、今後の自転車産業の振興や自転車利用環境整備の重要な基礎資料となるものです。ぜひご協力いただきたく存じます。
2. 本調査には、選択肢から選ぶもの、自由にご意見を記入いただくものがございます。それぞれ、設問文に沿ってご回答下さい。
3. 選択肢から選ぶ設問は全て集計結果のみを分析に用います。一人一人の回答を分析に用いることはございません。自由回答の設問につきましても、どなたの回答かがわかる形で用いることはございません。

Q 5 B . 駐輪場 (1 つ選択)

- 1 . 契約制の駐輪場が整備されており、利用している
- 2 . 自由に利用できる駐輪場が整備されており、利用している
- 3 . 自由に利用できる駐輪場が整備されているが、利用はしていない
- 4 . その他 (具体的に : _____)

問 6 . 平成 19 年 6 月に交付された改正道路交通法では、「 1 3 歳未満の子ども」「車道走行が特に危険な場合」については、自転車が歩道を走行できるようになりました。このことをご存知でしたか。(1 つ選択)

- 1 . 知っていた
- 2 . 大まかには知っていた
- 3 . 知らなかった

問 7 . あなたはご自身の自転車を保有していますか。(1 つ選択)

- 1 . 自分専用の自転車を持っている
- 2 . 家族と共用で自転車を持っている
- 3 . 現在自分では持っていないが、仕事先等の自転車を利用している
- 4 . その他 (具体的に : _____)

問8．あなたが利用している自転車は次のどれに当てはまりますか。(1つ選択)

1．軽快車



日常の交通手段(通勤・通学・買物)に用いる。短・中距離で低・中速走行用の自転車。

2．ロードレーサー



主としてロードレースに使用し、一般舗装路を高速で走行することを主眼において設計されている自転車。

3．クロスバイク



ロードレーサーとマウンテンバイクの中間に位置し、両方の車種の良い点を取り入れた自転車。基本的にロードレーサーより衝撃に強く、マウンテンバイクよりも街中で走りやすい設計となっているのが特徴。

4．マウンテンバイク



主として荒野・山岳地帯での走行・段差越えまたは急坂走行などの広範囲な走行に対して使用することを主眼に設計されている自転車。

5．電動アシスト自転車



電動式の駆動補助輪の機構を持ち、登坂等の走行が楽にでき、日常及び、レジャー用として使用される自転車。

6．折りたたみ自転車



折りたたみ機構を有し、車などに携行して現地で使用したり、簡便に保管が可能な自転車。

問9 . あなたが利用している自転車はどのようにして入手されましたか。(1つ選択)

1 . 新車で買った	2 . 中古車で買った
3 . もらった	4 . その他(具体的に:)

(問9 . で「1 . 新車で買った」、「2 . 中古車で買った」とお答えいただいた方のみにお尋ねします。)

問10 . その自転車を購入したときの、おおよそのお値段は以下のどれに当てはまりますか。(1つ選択)

1 . 5,000 円未満	2 . 5,000 円 ~ 10,000 円未満
3 . 10,000 円 ~ 15,000 円未満	4 . 15,000 円 ~ 20,000 円未満
5 . 20,000 円 ~ 25,000 円未満	6 . 25,000 円 ~ 30,000 円未満
7 . 30,000 円 ~ 50,000 円未満	8 . 50,000 円 ~ 100,000 円未満
9 . 100,000 円 ~ 150,000 円未満	10 . 150,000 円 ~ 200,000 円未満
11 . 200,000 円以上	12 . わからない・覚えていない

問11 . あなたが自転車を購入したのは、どれくらい前ですか。(1つ選択)

1 . 1年以内	2 . 1 ~ 2年以内	3 . 2 ~ 3年以内
4 . 3 ~ 5年以内	5 . 5 ~ 8年以内	6 . 8 ~ 10年以内
7 . 10年以上		

問12 . あなたが自転車を購入したのは、どこで買われましたか。(1つ選択)

1 . 自転車専門店	2 . スーパー
3 . ホームセンター	4 . 家電量販店
5 . ディスカウント店	6 . カー用品店
7 . 百貨店	8 . インターネット(Web サイト)
9 . 通信販売	10 . その他(具体的に:)

(問1 . で「1 . ある」とお答えいただいた方にお尋ねします。)

問13 . あなたは現在利用している自転車に満足していますか。

「購入の決め手になった点」、「そのほかで満足している点」をお答え下さい。(それぞれについて当てはまるもの3つまで選択)

	タテに回答	A . 購入の決め手にな った点 (3つまで)	B . 左記以外で、満足し ている点 (3つまで)
1 .	運転しやすい		
2 .	盗難防止機能が充実している		
3 .	乗り心地がよい		
4 .	修理やメンテナンスが簡単にできる		
5 .	疲れずに長時間乗ることができる		
6 .	チューンナップがしやすい		
7 .	使いやすい大きさである		
8 .	お店の人が推薦している		
9 .	作りがしっかりしている		

10.	有名なメーカーの製品である		
11.	重量が軽い		
12.	好きな選手が使用している		
13.	長持ちする		
14.	レース等で実績がある		
15.	サビに強い		
16.	価格が予算内である		
17.	デザイン・色がよい		
18.	高級感がある		
19.	荷物をたくさん積むことができる		
20.	アクセサリが豊富である		
21.	ライト・反射板などの安全装備が充実している		
22.	その他（具体的に： ）		

問14. 自転車について満足している点、不満な点について、感じておられることがありましたらご自由にお書き下さい。

--

問15. あなたは普段自転車を利用する環境に満足していますか。（それぞれについて1つ選択）

	ヨコに回答	満足している	どちらかといえば満足	どちらともいえない	どちらかといえば不満	不満である
1.	安全に走行できる					
2.	駐めたい場所に駐輪場がある					
3.	盗難の心配がない					
4.	修理を頼める場所が身近にある					
5.	その他（具体的に： ）					

問16. 自転車の利用環境について満足している点、不満な点について、感じておられることがありましたらご自由にお書き下さい。

--

自転車に関する情報の入手についてお尋ねします。

(すべての方にお尋ねします。)

問17. あなたは普段、自転車に関する情報をどこから入手していますか。(主なもの3つまで選択)

1. 自転車専門誌 2. 新聞、雑誌(一般誌)での自転車の特集記事 3. 自転車店の店員から 4. 自転車関係のイベント 5. Webサイト 6. テレビ、新聞、雑誌の広告 7. 友人・家族から 8. 特段の経路はない 9. その他(具体的に:)
--

問18. あなたの友人・家族に、サイクルスポーツを実践していたり、自転車を趣味としている、“自転車に詳しい”人はいますか。(1つ選択)

1. いる	2. いない
-------	--------

問19. あなたは以下に挙げたジャンルのスポーツサイクルの存在を知っていましたか。(1~5の各項目について1つ選択)

また、知っている項目については、どこで知ったのか、印象に残っている認知経路をお答え下さい。(知っている項目について認識経路を1つ選択)

	A.		B. 知っている場合の認知経路							
	知っている	知らない	1. 新聞、雑誌 一般紙 で見た	2. 自転車専門誌 で見た	3. テレビ・映画 などで使われていた	4. 大会やイベント で見た テレビ含む	5. 自転車店 でみた	6. 友人・家族 が乗っている	7. まちでよく見 かける	8. その他 具体的に:
ヨコに回答										
1. ロードレーサー										
2. クロスバイク										
3. マウンテンバイク										
4. 電動アシスト機能付スポ										
5. 折りたたみ式のスポーツ										

問20. スポーツサイクルを購入・利用する際に、どのような情報があればよいですか。(主なもの3つまで選択)

1. 自分に合った自転車の選び方 2. メンテナンス・修理の方法 3. パーツ・アクセサリーの選び方 4. 商品の具体的な比較が行える情報(Webサイト、雑誌などの情報源情報) 5. 安く買えるお店 6. 購入後も気軽に相談できるお店 7. 盗難やイタズラを避ける方法 8. 安全にサイクルスポーツが楽しめる場所 9. 近くのサイクリングクラブなど 10. 自転車のレース・大会に関する情報 11. その他(具体的に: _____)
--

新たな自転車の利用についてお尋ねします。

(すべての方にお尋ねします。)

問21. あなたは現在、健康づくりに関する何らかの活動を行っていますか。(それぞれについて1つ選択)

ヨコに回答		現在取り組んでいる	今後取り組みたい	取り組む意向なし
1.	日常の運動			
2.	食事の制限			
3.	規則正しい生活習慣			
4.	その他(具体的に: _____)			

(問21. で「1. 日常の運動」について「現在取り組んでいる」とお答えいただいた方のみにお尋ねします。)

問22. どのような運動をされていますか。ご記入下さい。

--

(問21. で「1. 日常の運動」について「現在取り組んでいる」、「今後取り組みたい」とお答えいただいた方のみにお尋ねします。)

問23. あなたは現在行っている運動を決める際にどのようなことを重視しましたか、あるいは今後行いたい運動を決める際にどのようなことを重視しますか。(主なもの3つまで選択)

1. 短い時間でも取り組める(平日の夜や職場の昼休みなど) 2. スポーツを行っていて楽しい 3. 家族や友達と一緒に取り組める 4. 費用がかからない 5. ライフスタイルが表現できる 6. ダイエット効果が高い 7. 体力の維持・向上効果が高い 8. その他(具体的に: _____)

問24. あなたは日常の運動として、自転車を利用したスポーツを行うことについてどのようにお考えですか。(1つ選択)

1. 現在既に行っている
2. 以前行っていたことはある
3. 興味があり、具体的に考えている
4. 興味はあるが、具体的には考えていない
5. サイクルスポーツについては知っているが、関心はあまりない
6. サイクルスポーツというものについてよく知らない

(問24.で「1. 現在既に行っている」、「2. 以前行っていたことはある」とお答えいただいた方のみにお尋ねします。)

問25. あなたはサイクリング大会や自転車競技に参加したことがありますか。(1つ選択)

1. 参加した経験がある
2. 参加した経験はないが見た経験はある
3. 参加したり見た経験はないが参加したいと思ったことがある
4. 参加したことも見たことも思ったこともない
5. その他(具体的に: _____)

(すべての方にお尋ねします。)

問26. 日常の運動に自転車を利用することを想定し、以下に挙げたようなアクセサリーが販売されています。

あなたはこのような機能を持ったアクセサリーがあることを知っていましたか。

また、このようなアクセサリーがあることで、あなたにとって日常の運動としての自転車の利用意向が高まると感じますか。

Q26A. アクセサリーがあることを知っていたか。(それぞれについて1つ選択)

	ヨコに回答	知っていた	知らなかった
1.	走行速度の表示		
2.	走行距離の表示		
3.	燃焼カロリーの表示		
4.	心拍数の表示		
5.	時計・ストップウォッチ		
6.	ボトルホルダー		
7.	GPS		
8.	輪行バッグ 1		

1 自転車を分解して持ち運びできるバッグ

Q 2 6 B . これらのアクセサリーは日常の運動としての自転車の利用意向の向上につながりますか。

(1 つ選択)

さらに、 1 . または 2 . を選んだ方は利用意向の向上に特に繋がると思う機能の番号を Q 2 6 A . の 1 ~ 8 より選んでください。(1 つ選択)

1 . 大いに高まる	→	Q 2 6 B 2 . 特に魅力的な機能 ()
2 . どちらかといえば高まる		
3 . あまり変わらない		
4 . 全く変わらない		

問 2 7 . あなたは普段の生活の中で、アウトドアスポーツを行うことがありますか。(それぞれについて 1 つ選択)

	ヨコに回答	定期的に行っている	たまに行うことがある	以前行ったことがあるが、最近はない	行ったことはない
1 .	ハイキング・トレッキング				
2 .	登山				
3 .	キャンプ				
4 .	アウトドアフィッシング				
5 .	クロスカントリー(トレイルランニング)				
6 .	その他(具体的に :)				

(問 2 7 . でいずれかのアウトドア活動について「定期的に行っている」「たまに行うことがある」とお答えいただいた方のみにお尋ねします。)

問 2 8 . 誰と行くことが多いですか。(最も多いものを 1 つ選択)

1 . 友人と	2 . 参加しているクラブなどの団体で
3 . 家族と	4 . 一人で

問 2 9 . あなたは現在行っているアウトドア活動を選ぶ際に、どのようなことを重視しますか。

(主なものに 3 つまで選択)

1 . 無理なく取り組める
2 . スポーツを行っていて楽しい
3 . 家族や友達と一緒に取り組める
4 . 費用がかからない
5 . ライフスタイルが表現できる
6 . ダイエット効果が高い
7 . 体力の向上効果が高い
8 . その他(具体的に :)

問30．あなたはアウトドアスポーツの一環として、サイクリング・ツーリングなど自転車を利用したスポーツを行うことについてどのようにお考えですか。(1つ選択)

- 1．現在既に行っている
- 2．以前行っていたことはある
- 3．興味があり、具体的に考えている
- 4．興味はあるが、具体的には考えていない
- 5．サイクルスポーツについては知っているが、関心はあまりない
- 6．サイクルスポーツというものについてよく知らない

(問30．で「1．現在既に行っている」、「2．以前行っていたことはある」とお答えいただいた方のみにお尋ねします。)

問31．アウトドア活動の場所まで自転車をどのように運んでいますか(運んでいましたか)(当てはまるものすべて選択)

- 1．自動車に積んでいる(積んでいた)
- 2．分解して鉄道・バスに積んでいる(積んでいた)
- 3．アウトドア活動の場所までも自転車で移動する(移動していた)
- 4．現地でレンタサイクルを借りる(借りていた)
- 5．その他(具体的に：)

スポーツサイクルの購入・利用意向についてお尋ねします。

(すべての方にお尋ねします。)

問32．あなたはスポーツサイクルを利用することについてどのようにお考えですか。(1つ選択)

- 1．現在既に利用しているが、近い将来買い換えたい
- 2．現在既に利用しており、当面買い換えようとは思わない
- 3．以前利用していたが、当面特に利用しようとは思わない
- 4．興味があり、具体的に購入・利用を考えている
- 5．興味はあるが、具体的には購入・利用を考えていない
- 6．スポーツサイクルという自転車があることは知っているが、興味はあまりない
- 7．スポーツサイクルというものについてよく知らない

(問32で1～4とお答えいただいた方のみにお尋ねします。)

問33. あなたは今後のスポーツサイクルの利用方法として、頻度が増えると思われるものはどれですか。(当てはまるものすべて選択)

- | |
|--------------------------|
| 1. 通勤・通学(駅までの利用も含む) |
| 2. 買い物 |
| 3. 通院 |
| 4. 地域の活動や習い事 |
| 5. 子供や孫の送迎 |
| 6. 軽い運動・近所の散策 1 |
| 7. サイクリング・ツーリング 2 |
| 8. 本格的なサイクルスポーツ 3 |
| 9. 業務上での移動や利用(通勤での利用は除く) |
| 10. その他(具体的に: _____) |

1 軽い運動・近所の散策の例: 家の近所を歩く感覚で乗る、自転車散歩、自転車を足代わりに近場へ出かける

2 サイクリング・ツーリングの例: 長い距離を自転車で走る、自転車旅行、泊りがけで自転車に乗る

3 本格的なサイクルスポーツの例: ロードレース、クロスカントリー、ダウンヒルなど競技への参加

問34. あなたが今後乗ってみたいスポーツサイクルは以下のどれに当てはまりますか。(1つ選択)

1. ロードレーサー



主としてロードレースに使用し、一般舗装路を高速で走行することを主眼において設計されている自転車。

2. クロスバイク



ロードレーサーとマウンテンバイクの中間に位置し、両方の車種の良い点を取り入れた自転車。基本的にロードレーサーより衝撃に強く、マウンテンバイクよりも街中で走りやすい設計となっているのが特徴。

3. マウンテンバイク



主として荒野・山岳地帯での走行・段差越えまたは急坂走行などの広範囲な走行に対して使用することを主眼に設計されている自転車。

4. 電動アシスト機能付スポーツサイクル



クロスバイクタイプの自転車に電動アシスト機能を付加し、休日等に自転車散歩を気軽に楽しめる自転車。

問42. スポーツサイクルを購入する店を選ぶ際、何を重視しますか。(主なもの3つまで選択)

- | | |
|------------------------|---------------------|
| 1. 家の近くにある店 | 2. 購入後、無料点検サービスがある店 |
| 3. 価格が他店よりも割安な店 | 4. 出張修理サービスをしてくれる店 |
| 5. 品ぞろえが豊富な店 | 6. 試し乗りができる |
| 7. 人に薦められた店、評判がよい店 | 8. 店員の対応が良い店 |
| 9. 自分に合う自転車の選び方を相談できる店 | 10. 店員の知識が豊富な店 |
| 11. 整備に関する資格をもった店員がいる店 | 12. 下取りをしてくれる店 |
| 13. その他(具体的に: |) |

問43. スポーツサイクルを購入した場合、自宅ではどこに保管すると思われますか。(1つ選択)

- | | |
|---------------------|---------------------|
| 1. 自宅の中に保管(玄関の中など) | 2. 納屋、物置など外から見えない所 |
| 3. テラス・玄関先など屋根のある所 | 4. 自宅の駐輪場・駐車場(屋根有り) |
| 5. 自宅の駐輪場・駐車場(屋根なし) | 6. 集合住宅の駐輪場 |
| 7. 集合住宅の共有部分 | 8. その他(具体的に: |

問44. どのような利用環境が整備されれば、スポーツサイクルの利用が増えると思いますか。
(当てはまるものすべて選択)

【街なかで】

1. 自転車道(歩車道と区別された自転車道)
2. 自転車道(河川敷での自転車専用道など自転車専用の走行空間)
3. 駐輪場
4. 段差の解消・スロープの設置

【アウトドアで】

5. 自転車道(アウトドアでの自転車道)
6. シャワーや着替え、休憩などができる場所

【その他】

7. 鉄道・バスへの自転車の持ち込み
8. サイクリング大会、自転車競技などのイベント
9. サイクリングクラブなどの組織
10. 身近な友達などの同好の士
11. その他(具体的に:

平成19年度自転車産業活性化対策研究会
需要拡大部会 委員名簿

製造メーカー	
渡部 裕雄	ブリヂストンサイクル(株) 経営企画担当 部長
西山 吉信	宮田工業(株) 自転車事業部 新規事業担当 部長
小林 薫	パナソニック・サイクルテック(株) 営業部 部長
竹内 薫	ホダカ(株) 企画開発部研究開発チームリーダー
小売団体・事業者	
川村 剛彦	青葉自転車(株) 取締役社長
川崎 辰男	日本自転車軽自動車商協同組合連合会 理事長
消費者関連	
勝股 美代子	消費生活アドバイザー

(敬称略・順不同)

以上 7名