

平成20年7月1日

GTG Gluskin Townley Group が財団法人自転車産業振興協会向けに作成

米国自転車市場レポート2008年7月号

米国自転車市場情報

輸入

米国への自転車輸入の減少は表1に示す通り、2008年年初からの4カ月目に入っても続いており、台数で11%減少した。

表1 年初4カ月間の米国自転車輸入 2008年及び2007年の比較

| 1～4月 | 2008 | | 2007 | | 変化 | |
|---------------------|-----------|-------------|-----------|-------------|----------|------------|
| | 台数 | FOB US\$ | 台数 | FOB US\$ | 台数 | FOB US\$ |
| HS 関税番号 | | | | | | |
| 1510 19-inch 以下 | 1,378,783 | 33,565,781 | 1,705,222 | 40,755,143 | -326,439 | -7,189,362 |
| 1520 20-inch | 1,556,486 | 55,311,385 | 1,619,056 | 51,295,613 | -62,570 | 4,015,772 |
| 1550 24-inch | 373,135 | 19,984,413 | 421,181 | 25,152,199 | -48,046 | -5,167,786 |
| 2500 27-inch & 700c | 375,344 | 101,445,982 | 355,957 | 87,095,938 | 19,387 | 14,350,044 |
| 3500 26-inch | 1,539,144 | 151,130,501 | 1,729,723 | 143,106,795 | -190,579 | 8,023,706 |
| その他 | 47,808 | 4,192,683 | 68,834 | 5,206,630 | -21,026 | -1,013,947 |
| 計 | 5,270,700 | 365,630,745 | 5,899,973 | 352,612,318 | -629,273 | 13,018,427 |
| 対前年比 % | | | | | -10.7% | 3.7% |
| 平均単価 US\$ | | \$69.37 | | \$59.77 | | |
| 対前年比 % | | | | | \$9.61 | 16.1% |

出典：米国商務省輸入統計、The Gluskin Townley Group による分析

しかし総FOB価格は、平均単価が16%、即ちUS \$9.61上昇したことにより、約4%増加した。この価格上昇は、業界誌がコスト上昇について報告していることと一致している。

表2は年初4カ月間の関税番号別、即ち車輪径別の平均FOB台当り価格の違いを示したものである。我々は、一部の小径車と低コストの自転車について、コスト上昇が報告されているにも拘わらず平均単価が下落を示していることから、先月からこの点について特に比較を始めた。

表2 年初4カ月間の米国自転車輸入 2008年及び2007年の比較 平均FOB単価

| HS 関税番号 | 2008 平均単価 | 2007 平均単価 | 変化 \$ | 変化 % |
|---------------------|-----------|-----------|-------|--------|
| 1510 19-inch 以下 | 24.34 | 23.90 | 0.44 | 1.9% |
| 1520 20-inch | 35.54 | 31.68 | 3.85 | 12.2% |
| 1550 24-inch | 53.56 | 59.72 | -6.16 | -10.3% |
| 2500 27-inch & 700c | 270.27 | 244.68 | 25.59 | 10.5% |
| 3500 26-inch | 98.19 | 82.73 | 15.46 | 18.7% |
| その他 | 87.70 | 75.64 | 12.06 | 15.9% |
| 計 | 69.37 | 59.77 | 9.61 | 16.1% |

出典：米国商務省輸入統計、The Gluskin Townley Group による分析

関税番号 1510 と 1520 は年初 4 カ月間において、平均 FOB 単価の上昇が見られるのに対し、関税番号 1550 の 24 インチの自転車は引き続き 10%、即ち出荷台当り US \$6.16 の下落が続いている。

コスト上昇に対抗するための仕様の引き下げや変更が、平均コスト下落の理由として寄与しているのかもしれない、他の全ての関税番号についても、供給経路を通じ現在検討を行っているところである。

表 3 は過去 4 年間の年初 4 カ月間の米国への自転車輸入の推移を示したものである。2008 年は台数では最低で、平均 FOB 単価と総 FOB 価格では最高となっている。しかし、2008 年が米国の自転車市場と産業にとって活気のない年であると断定するのはまだ早すぎる。2008 年は 2006 年を僅か 305,000 台下回っているだけであり、今年 8 カ月残っている中で、1 カ月あれば簡単に取り戻すことができるものである。

表 3 年初 4 ヶ月間の米国自転車輸入の 4 年間の推移

| 年 | 台数 | FOB US\$ | 平均単価 US\$ |
|------|-----------|-------------|-----------|
| 2008 | 5,270,700 | 365,630,745 | \$69.37 |
| 2007 | 5,899,973 | 352,612,318 | \$59.77 |
| 2006 | 5,575,439 | 316,293,009 | \$56.73 |
| 2005 | 6,152,358 | 341,344,074 | \$55.48 |

出典：米国商務省輸入統計、The Gluskin Townley Group による分析

この 2008 年年初 4 カ月間の輸入統計そのものに、米国自転車市場は変化のない状況がもう一年続く、という強い徴候が示されている。通常 4 月の輸入は、4～5 月の販売見込みを暗示している。

その 4～5 月は米国における自転車販売シーズンの最前端である。従って 5 月と 6 月の輸入は、2008 年の米国自転車市場が、もう一年変化のない状況となるか、或いは減少の年と

なるか、その物語を語るということになろう。

表4は、2008年年初4カ月間の20インチ以上の自転車輸入について、2007年同期との比較を示したものである。

表4 年初4ヶ月間の米国への自転車輸入：20インチ以上の自転車

| 20インチ以上の輸入自転車 | 台数 | FOB US\$ | 平均単価 |
|---------------|-----------|-------------|---------|
| 2008年 年初4カ月 | 3,891,917 | 332,064,964 | \$85.32 |
| 2007年 年初4カ月 | 4,194,751 | 311,857,175 | \$74.34 |
| 変化 | -302,834 | 20,207,789 | \$10.98 |
| 変化の割合 % | -7.2% | 6.5% | 14.8% |

出典：米国商務省輸入統計、The Gluskin Townley Groupによる分析

過去のレポートで論じてきたとおり、米国市場では20インチ以上の自転車が核となる製品である。年初4カ月間の自転車輸入台数は7%減少しているが、総FOB価格は6.5%増加し、平均単価は15%上昇している。

表5は20インチ以上の自転車の過去4年間の年初4カ月間の米国への輸入の推移を示している。

表5 20インチ以上の自転車の年初4ヶ月間の米国への輸入、過去4年間の推移

| 年 | 台数 | FOB US\$ | 平均単価 US\$ |
|------|-----------|-------------|-----------|
| 2008 | 3,891,917 | 332,064,964 | \$85.32 |
| 2007 | 4,194,751 | 311,857,175 | \$74.34 |
| 2006 | 3,981,830 | 281,560,760 | \$70.71 |
| 2005 | 4,562,596 | 306,377,761 | \$67.15 |

出典：米国商務省輸入統計、The Gluskin Townley Groupによる分析

再度、2008年は過去4年間の中で台数では最低の年ということが示されている。しかし、20インチ以上の自転車台数で2006年を僅か90,000台下回っているだけの状況である。予想されたとおり、2008年は年初4カ月間の総FOB価格と平均単価で他の年を引き離している。

表6は米国自転車市場への上位2つの供給元国を示しているが、先月の報告から大きく変わってはいない。台湾は総輸入台数で1カ月前の5%強という状況から、年初4カ月の時点では5%を僅かに下回るところに減少している。総FOB価格の点からは、中国が72%へと増加し、台湾は平均単価US\$359に支えられ総FOB価格の25%強を維持している。

表6 米国自転車輸入における上位2か国 年初4ヶ月間の総輸入における割合

| 国名 | 総台数 | 比率% | 総FOB価格 US\$ | 比率% | 平均単価 US\$ |
|-----|-----------|---------|-------------|---------|-----------|
| 中国 | 4,980,576 | 94.50% | 263,280,702 | 72.01% | \$52.86 |
| 台湾 | 260,845 | 4.95% | 93,620,611 | 25.61% | \$358.91 |
| 総輸入 | 5,270,700 | 100.00% | 365,630,745 | 100.00% | \$69.37 |

出典：米国商務省輸入統計、The Gluskin Townley Groupによる分析

大きな関心をもたれる分野の一つが米国自転車市場における「高級車」の分野である。15年前、高級車というのはUS \$500以上で販売される自転車と定義されていた。今日、米国の自転車市場における高級車は表7に示す通り3つの層に分けられ、高級自転車市場の上層というのは小売価格US \$10,000以上のものである。

表7 米国的高级自転車市場における小売価格層

| 高級車小売価格層 | ロードレース / トライアスロン | 前後サスペンション付MTB |
|----------|----------------------|---------------------|
| 上層 | \$10,001 以上 | \$8,501 以上 |
| 中層 | \$5,001～ \$10,000 | \$4,001～ \$8,500 |
| 下層 | \$1,000～ \$5,000 | \$1,000～ \$4,000 |

出典：The Gluskin Townley Groupによる2008自転車ブランド別希望小売価格分析

表7に示す通り、米国の自転車専門店の販路における高級車というのは主にロードバイク／トライアスロン車と前後サスペンション付MTBの製品区分である。

公表されているメーカー希望小売価格によると、主要ブランドは専門店の販路における高級車の価格設定において先導しているようである。そして目立たない或いは小規模な自転車ブランドは、下層及び中層の価格層においては主要ブランドと競争しながら価格設定を行っており、上層の価格層においては主要ブランドよりも高そうである。

これら3つの高級車価格層は全て「箱入り」製品を特徴としている。即ち主要ブランド及び目立たない或いは小規模なブランドから、組立て準備の出来た完成車として出荷される。しかし、目立たない或いは小規模なブランドは一方でフレームセットも相当数取り扱っているようである。これらは専門店において個人客向けに構成部品の個別仕様により販売・組立されるものである。このことは今月のレポートの追加部分となる表8へと続いていく。しかしこの表について検討する前に、カスタムメイドやオーダーメイドの自転車も含む上層高級車についても指摘しておきたい。

私のパートナーであるエリオット・グラスキン氏と私は、およそ3週間前にニューヨーク市内の上層高級小売店を訪問した。この店は顧客指定構成部品の仕様により、この店の店

主が「組み立てる」、カスタムメイド及びオーダーメイド用のフレームだけを販売している。この店にはフレームセットの見本が沢山あり、店主は顧客向けに自転車を発送できるように組み立てていた。我々が訪問しているときに、ある顧客が注文組立ての自転車を引き取りに店にやってきたが、値札はUS \$12,400であった！

表8は2008年年初4カ月間の、単価US \$600（FOB）以上の、自転車及びその他サイクル用フレームの輸入状況を示したものである。我々はこれらの大部分は（自転車用の）フレームであろうと見ており、顧客指定構成部品の仕様により自転車に「組み立てられ」ていく、比較的高いFOB価格のフレームについて検討することにより、米国自転車市場の高級車部分に対する視野を拓けていく。2007年1～12月では、この関税区分のもと20,000本以上が米国に輸入された。

表8 単価US \$600以上の、自転車及びその他サイクル用フレームの輸入 年初4カ月
2008年対2007年：平均単価

| 国名 | 2008 | | | 2007 | | |
|------|-------|-----------------|--------------|-------|-----------------|--------------|
| | 総数 | 総FOB 価格 US\$ | 平均単価 US\$ | 総数 | 総FOB 価格 US\$ | 平均単価 US\$ |
| 台湾 | 2,325 | 2,003,141 | \$861.57 | 2,761 | 2,138,931 | \$774.69 |
| 中国 | 2,596 | 4,265,313 | \$1,643.03 | 1,930 | 3,650,692 | \$1,891.55 |
| イタリア | 1,668 | 3,124,549 | \$1,873.23 | 1,263 | 1,831,224 | \$1,449.90 |
| フランス | 843 | 1,063,138 | \$1,261.14 | 1,119 | 1,764,026 | \$1,576.43 |
| スペイン | 204 | 169,213 | \$829.48 | 295 | 298,007 | \$1,010.19 |
| カナダ | 224 | 345,818 | \$1,543.83 | 168 | 367,491 | \$2,187.45 |
| 計 | 9,699 | 11,591,409 | \$1,195.11 | 8,120 | 10,533,654 | \$1,297.25 |

出典：米国商務省輸入統計、The Gluskin Townley Groupによる分析

我々はこの関税番号のもとで、輸入されているものの殆どが（自転車の）フレームであるという我々の見込みを確かにするために調査を継続させる。しかし何れにしても米国市場の高級自転車ビジネスの見方について知ることは大切なので、この関税番号については今後毎月報告を継続させて行く。

米国の輸出

米国の自転車輸出は引き続き増加している。表9は年初4カ月間の自転車輸出を示す。国内生産された自転車が輸出台数の74%を占めており、この傾向はこれまで報告してきたパターンを踏襲している。

表9 2008年、年初4カ月間の米国の自転車輸出

| 1~4月 | 国内 | | | 海外 | | | 計 | | | |
|------|------|--------|------------|------------|--------|------------|----------|---------|------------|----------|
| | HS | 台数 | FOB US\$ | 平均単価 | 台数 | FOB US\$ | 平均単価 | 台数 | FOB US\$ | 平均単価 |
| | 1070 | 7,045 | 1,510,211 | \$214.37 | 3,409 | 667,536 | \$195.82 | 10,454 | 2,177,747 | \$208.32 |
| | 2600 | 18,429 | 18,821,676 | \$1,021.31 | 26,238 | 9,724,578 | \$370.63 | 44,667 | 28,546,254 | \$628.41 |
| | 6000 | 65,122 | 14,330,898 | \$220.06 | 1,655 | 1,053,207 | \$636.38 | 66,777 | 15,384,105 | \$268.94 |
| | 計 | 90,596 | 34,662,785 | \$382.61 | 31,302 | 11,445,321 | \$365.64 | 121,898 | 46,108,106 | \$378.25 |

1070：25インチ以下、2600：25インチ以上、6000：車輪径が示されていないもの

出典：米国商務省輸出統計、The Gluskin Townley Groupによる分析

米国の自転車輸出における全体の平均単価は引き続きUS\$350を超えており、年初4カ月における実際の数値はUS\$378である。

表10は年初4カ月間の米国の自転車輸出の過去4年間の推移を示す。2007年に比べ増加していることがわかり、台数では前年比45%増となっている。

表10 米国自転車輸出 年初4カ月 過去4年間の推移

| 年 | 総輸出台数 | 総FOB価格 U.S.\$ | 平均単価 U.S.\$ |
|------|---------|---------------|-------------|
| 2008 | 121,898 | 46,108,106 | \$378.25 |
| 2007 | 83,937 | 38,604,540 | \$459.92 |
| 2006 | 126,548 | 39,058,186 | \$308.64 |
| 2005 | 134,014 | 40,460,337 | \$301.91 |

出典：米国商務省輸出統計、The Gluskin Townley Groupによる分析

米国の自転車輸出において、カナダは連続2カ月間台湾を差し置いて第1位の顧客先国となっている。何故台湾がそれほど多くの米国からの輸出自転車を受け入れているか、我々はこれまで上手く説明できずにいる。このため何故今年台数が減っているのか、推測を始めることすらできないでいる。

表11 2008年年初4カ月 米国自転車輸出 顧客先国上位5カ国

| 国名 | 台数 | 台数比 | 総FOB U.S.\$ | 総FOB価格比 | 平均単価 U.S.\$ |
|-------|--------|---------|-------------|---------|-------------|
| カナダ | 39,605 | 32.49% | 17,506,491 | 37.97% | \$442.03 |
| 台湾 | 30,991 | 25.42% | 4,566,409 | 9.90% | \$147.35 |
| オランダ | 10,758 | 8.83% | 3,223,054 | 6.99% | \$299.60 |
| ドイツ連邦 | 10,427 | 8.55% | 1,039,875 | 2.26% | \$99.73 |
| 日本 | 2,916 | 2.39% | 2,553,730 | 5.54% | \$875.76 |
| 計 | 21,898 | 100.00% | 46,108,106 | 100.00% | \$378.25 |

出典：米国商務省輸出統計、The Gluskin Townley Groupによる分析

ところでカナダは、米国にとって最大の貿易相手国であり、米国の自転車輸出に関しても

台湾がリストのトップに登ってくるまで最大の顧客先国であった。従ってこれは実際のところ、より通常の輸出状況に戻っているといえる。

日本は、米国の自転車輸出台数の2%、輸出総FOB価格の5.5%、非常に高い平均単価US\$876をもって、第5位の顧客先国に戻っている。

米国の自転車産業

既に述べたとおり、私のパートナーであるエリオット・グラスキン氏と私は、5月の終わりに米国東部を一週間旅行して高級自転車専門店を訪ねて回った。我々の目的は、米国の自転車店の流通経路の中の高級自転車店について、欧州からの顧客の理解を深めてもらうため彼らを支援することにあつた。

(自振協ご存知のとおり)、欧州のいくつかの国では自転車店の販路が50%か、それ以上の市場シェアを占めている。米国の自転車市場は現在3つの主要流通経路に分かれている。

- ・量販店経路
 - ウォルマート社
 - ターゲット社
 - トイザラス社
- ・スポーツ用品チェーン店（総合スポーツ用品）
 - ディックススポーツ用品社
 - スポーツオーソリティ社
- ・自転車専門店（SBR又は自転車店）

表 12 2007年米国流通経路別自転車市場消費の見込み

| 流通経路 | 小売店における見込み消費台数 (百万台) | 総台数比 | 見込み小売金額 (百万\$) | 総金額比 | 見込み平均販売単価 |
|-----------|----------------------|-------|-----------------|-------|-----------|
| 量販店 | 13,304,561 | 73.0 | \$1,030,248,736 | 36.0 | \$77 |
| スポーツチェーン店 | 1,275,780 | 7.0 | \$257,562,184 | 9.0 | \$202 |
| 自転車専門店 | 3,098,322 | 17.0 | \$1,402,283,002 | 49.0 | \$453 |
| その他 | 546,763 | 3.0 | \$171,708,123 | 6.0 | \$314 |
| 計 | 18,225,426 | 100.0 | \$2,861,802,046 | 100.0 | \$157 |

5月終わりの我々の出張中に何をはっきりとさせたかという、自転車専門小売店の販路を二つに分類させたことであつた。この分類は全米を対象とすると明らかではなく、はっきりもしていないが、東部の専門小売店に限ると、2つのグループがあることを見いだした。これらは異なった自転車ブランドを、異なった顧客を対象として取り扱っている。

グループ1：米国東部出張における視察を基にすると、米国の高級車市場、高価な自転車市場には（少なくとも）3つのタイプの専門小売店があり、その市場には市場自体の隙間も存在している。これら3つの全ての小売店は明らかに富裕な成人、即ち家計年収\$100,000以上を対象としている。

タイプ（1） 注文生産小売店／注文生産の自転車の販売やフレームセット組立てを行う、コンサルタント機能をもった専門小売店で、併せて指導、トレーニングも行う。これらの小売店は注文生産のロードバイク／トライアスロン車のブランドだけを取り扱う。含まれるブランドには：Serrotta、Guru、Seven Cycles、ParleeそしてIndependent Fabricatorsなどがある。このタイプの小売店の例としてSignature Cycles社 www.signaturecycles.comがある。

タイプ（2） 現代型小売店／完成車の販売とフレームセット組立てを行う、コンサルタント機能をもった専門小売店で、併せて指導、トレーニングも行う。これらの専門小売店は上層の商品、即ちTrek、Specialized、Giant、Cannondale等の主流ブランドは取り扱わない。彼らは現代的専門自転車小売店（コンセプトストア）でも、典型的主流自転車店でも見つからない、高級で小規模な自転車及びフレームセットのブランドだけを取り扱う。注：これらの店は近代的、現代的な小売店の雰囲気（3RD Nature社の場合は受賞している）に包まれており、コンセプトストアとは全く異なる。含まれるブランドには：Cervelo、Colnago、Cyfac、Felt、Kestrel、Kuota、Litespeed、Look、Lynskey、Orbea、Pinarello、Scott、WilierそしてValdoraなどがある。このタイプの小売店の例として、Cadence Cycling社 www.cadencecycling.com 及び3RD Nature社 www.thirdnaturecycling.com がある。

タイプ（3） 在来型小売店／完成車の販売とフレームセット組立てを行うコンサルタント機能をもった小売店で、併せて高級・主流ブランドの販売も行う。これらの小売店は高級で小規模なブランドと主流ブランドの高価なモデルを併せて取り扱う典型的な自転車店であるが、個人向け指導やトレーニングには力を入れていない。このタイプの小売店の例として、Bicycle Therapy社 www.bicycletherapy.com 及びBicycle Pro Shop社 www.bicycleproshop.com がある。

グループ2：主流自転車専門市場には（少なくとも）2つのタイプの自転車専門店がある。これら全ての店は上層から中層そして下層に至る主流自転車ブランドを取り扱っている。これら2つのタイプのどちらもが、特別な対象となる顧客層や家計収入などの社会統計的な焦点を定めていない。そしてこれらの店は、他のいくつかのブランドに対し、ある一つの主流・上層ブランドに特化している場合が多い。コンセプトストアは明らかにこの二つ

のタイプの小売店に含まれる。

タイプ（４） 現代的な主流専門自転車小売店で、最も人気のある上層の自転車ブランドを子供車からハイブリッド車、そして高級ロードバイク及びMTBまで取り扱う。時に家族向け自転車店と呼ばれる。このタイプの例として、Trek、Specialized、Giant のコンセプトストアがある。

これらは自転車専門流通経路全体やBRAIN社上位 100 社リストの主流部分において見つけられる最も近代的で最新の小売形態である。これらの小売店では一つか二つの高級な小規模ブランドを取り扱うこともあるが、それは少量しか販売しない。このタイプの小売店の例として、Revolution Cycles 社 www.revolutioncycles.com 及び全ての Trek、Specialized 及び Giant のコンセプトストアが挙げられる。

タイプ（５） 在来型の主流自転車店で、大変人気のある上層自転車ブランドを子供車からハイブリッド車、そして高級ロード車まで、在庫・販売する。これらは近所にある家族向け自転車店であり、よく整頓され奇麗で来客歓迎の雰囲気のものから、あまりそうでないところまで幅広い。このタイプ（５）の店はBRAIN社上位 100 社リストに載ることもあるが、稀であろう。これらは近隣にある一般的な専門小売店で、この販路の小売店の大部分を占めており、都市圏統計地域 (MSA' s) や特定市場地域 (GSA' s) などの（都市圏分類の中の）下位半分（の小さな都市圏の中）にある。例として The Bike Shack www.thebikeshack.com がある。

注：現代的とは、最新でモダンな専門小売店の形態にあるものをいう。在来型とは一般的又は伝統的な自転車小売店の形態にあるものをいう。

取り敢えずこれらが、東部出張中の視察を基にして発見した内容の主なものである。そして我々は現在この２分類が全国的に通用するか、米国のそのほかの地域の自転車専門店について検討を行っているところである。

明らかなことは、東部には高級な自転車専門店があり、我々がタイプ（１）と（２）と呼ぶ小売店は、比類のない高級市場分野において自らの店のブランドを築き上げ、そうすることによって基本的には競争相手を相手にしなくてすむようになっているということである。

我々は、この米国自転車専門小売店の販路における２分類に関する調査を継続させ、その進展について今後報告する。

以 上



この報告書は、競輪の補助金を受けて作成したものです。