

GTG Gluskin Townley Group が一般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2014年1月号補遺

### グラスキン タウンレイ グループによる 2014年米国自転車市場の予測

グラスキン タウンレイ グループでは過去10年間にわたり米国自転車市場を研究してきたが、この間に動向を重視することが重要であるという事を学んだ。動向には将来の業績の強力な予測判断材料となる非常に重要な情報が含まれているのである。

我々は、我々自身の自転車業界における半世紀に及ぶ経験を通じ、米国の自転車業界関係者はみな意識を改め、成長の見られない米国の自転車業界で実際に起きていることに耳を傾け、変化が起きている新しいアメリカの人口構成や好機に向かい合うことにより、仕事の仕方を変えることによってのみ米国の自転車業界は成長することができるという結論に至った。多くの業界幹部は変化の風を聞き及び、そして感じている。何が起きつつあり、何がすでに存在しているのかという事に関し、新しい次元の懸念も生じているが、これらについては十分に理解されているわけではない。

多くの内部での議論を通じ、経済統計・米国の自転車購買者・技術・そして我々の調査結果を強く裏付ける人口統計上の動向などに関する研究に基づき、我々が自信を持って策定した予測を発表するのは、今が最適の時だと判断するに至った。世界は常に激しく変化しており、日々新たな変化や好機が現れていると言ってもよい。そこで我々は、決して終わることのない驚きと好機に満ちた以下の予測を、一定の注意を払いながら提示することにした。

**2014年の米国の自転車産業において天候は重要で、更に大きな要因となる。しかし身代わりや言い訳からは脱却させる必要がある！** 天候は米国の自転車業界に悪影響を与えていると非難されてきたが、実際は計画や予測の策定に際し検討される必要のある、誤解され誤用されてきた要因の一つに過ぎない。

天候は非常に重要ではあるが、米国の自転車市場や業界に影響を与えている唯一の要因ではない。そのことは今現在も過去10年間以上に関しても言えることである。そう、天候となると、母なる自然には独自の予定が組まれ、気まぐれなものでもある。地球温暖化と気象の変化は米国の自転車業界に影響を与える重要な要因となっている事は事実である。そして連邦政府のおかげで過去に比べ天候の予測の精度は向上している。天候は今後も、良くて不都合な事態、最悪の場合は大惨事といった原因であり続ける。しかしサイクリングのような屋外活動においては、天候というものは常に理解され、そして短期・長期両方の計画の策定の際に考慮されなければならないものである。

連邦政府は気象予測に多額の投資を行ってきた。そして自転車業界は服飾業界同様、事業計画を策定する際にこれらの気象予測を利用できるし、更にもっと活用しなくてはならないの

である。小売店は販売計画の策定に当たり地元の気象予測を活用できるし、供給業者や卸業者は地方版や全国版の気象予測を販売計画の策定に当たり活用することができるのである。

どこを見ればよいのか。 [www.noaa.gov](http://www.noaa.gov) にアクセスすれば年間の製品計画策定に役立つ気象予測情報やサービスが得られ、そのことにより季節毎に製品構成を柔軟に変更することができるようになるのである。

以下の引用をよく読んでほしい。「販売すべき製品やサービスを決定したら、誰が自分の売るものを買うのか明らかにしなければいけない。顧客とはどんなものなのか。どのように彼らに近づいていくのか。そして十分な顧客がいるのか。そして顧客の数は増えているのか・減っているのか。」 The Age Curve の著者 Kenneth W. Gronbach の『How to Profit from the Coming Demographic Storm』からの引用。最後の二つの質問には我々が下線を入れ強調してある。これらに対する回答が以下の予測の基礎となっている。

米国の自転車業界は 2014 年には引き続き新車自転車販売の困難に直面する。新車自転車販売による小売金額は、特に自転車専門店販路において過去 10 年間継続的に増加してきたが、2014 年にはこの流れに終焉が来る可能性があるのではないかと、我々は警戒している。

Gronbach 氏の最初の質問に対する回答：「十分な顧客がいるのか」 X 世代、現在米国の自転車業界を牽引しているこの世代は、10 年前に自転車業界を牽引していた前の世代より少なくとも数が 11% 少ない！ 自転車業界は一般的には仕事の仕方を変えない限り、10 年前と同じことを引き続き行っていたのでは、以前より少ない数の買い物客や顧客しか惹きつける事ができない！ 結果として、米国市場における新車自転車販売台数は増減ナシか或いは減少という状況で、この状況は小売市場の牽引役を X 世代がベビーブーマー世代から引き継いで以来続いている状況である。

Gronbach 氏の二つ目の質問に対する回答：「顧客の数は増えているのか・減っているのか」 X 世代はもうこれ以上増えないのである。全員生まれてしまっている。これが米国自転車市場における人口構成上の現実であり、もし米国の自転車業界が違った、或いはもっと良い結果を望むのなら、仕事のやり方を変えることに取り組んでいかなければならない。

供給側と小売販売側の両方にとって、これは顧客への接近方法の問題であり、また如何にして新車自転車により多くの買い物客を惹きつけるか、如何にして会話や販売を増やすか、という問題でもある。端的に言えば、自転車業界はもっと敷居を下げ、排他性を低め、新車自転車に関心のある全ての人を店に引き寄せるようにしなくてはならない。そうすれば会話が増え実際の販売に結び付くのである！

女性は多くの観点から 2014 年米国自転車市場において新たな主役となる。女性は現在米国の人口の 51% を占め、2012 年大統領選挙の有権者の 53% を占めている。女性達は財布の紐も握っており、家計支出にあたり、その 80~85% に影響を与えるか、実際に支出を行っている。米国サイクリスト研究の調査結果によると、X 世代の自転車関連顧客の 55% を女性が占めている。

これら4つの数値を背景にすると、米国においては自転車に乗る女性の割合が急速に増えており、彼女達は自分達が住んでいる地域における自転車ライフスタイルについて、自転車業界の主流版ではない、自らの自転車ライフスタイルを探し・生み出し・そして作り出している。自転車業界はこのような事実を理解し、そしてこれに対応していく事が重要である。

米国の自転車業界は自転車に乗るという活動にではなく、スポーツとしての自転車に焦点を当てるといふ決断を意識的に行い、また自転車業界で一般的になってしまったスポーツとしての自転車に対する固有の偏見については、敢えてそのままにして置くという決断も意識的に行った。これらの事から女性は自転車店からもサイクリングからも遠ざけられてしまった。

女性が新たな主役となるのに伴い、米国の自転車業界はいち早くこの遅れを取り戻し、どのような役割を果たすべきか学ぶ必要がある。そうしないと米国自転車業界は置き去りにされ、おそらく新たな主役からは多かれ少なかれ無関係の存在になってしまうであろう！

2014年には多数を占める少数派が、より地域的な或いは大都市およびその近郊の自転車市場の牽引役として現れてくる。過去20年以上にわたりサイクリングは高所得層・大卒・白人・男性アメリカ人の活動となってきた。女性が急速に性別による差を埋めつつあり、サイクリングのライフスタイルに影響を与えてきている。しかし「スポーツ」としての自転車は高収入の、主として白人米国世帯で占められている。

しかし米国サイクリング研究によれば、上位12の大都市圏に居住する成人サイクリストの多くは非白人であることが明らかになった。この新たな構成は、少数派が多数となっている、或いはなりつつある都市圏市場で最も明らかにみられる現象である。

米国の自転車業界は、この新たな米国の人口構成に目を向ける必要があり、そして単一の巨大市場というものはもはや存在せず、存在するのは地元で買い物し地元で購入するという動きを加速させる多様な人々からなる数多くの近隣及び地域であるという事実を理解する必要がある。ここで再度述べるが、米国の自転車業界はいち早く遅れを取り戻し、どのような役割を果たすべきか学ぶ必要がある。さもなければ米国自転車業界は置き去りにされ、蚊帳の外におかれてしまったと、自ら悟ることになるかもしれないのだ。

子供や年少者たちは2014年もサイクリングから遠ざかり続けるであろう。2011年1~12月から2012年1~12月の間に300万人の17歳以下の米国人が自転車に乗ることをやめてしまった。現在のこの状況が続けば1年間に6日以上自転車に乗る17歳以下の米国人の数は、20年後には600万~700万人に過ぎなくなるとみられる。

これは米国自転車業界が理解しなくてはならない緊急のそして後ろ向きの動向であり、米国自転車業界には、至急若い人達や家族に対しサイクリングを魅力と感じさせるような、この悪い流れを修正させるか或いは少なくとも前向きにさせる、一連の活動の実施の決断が求められている。

中古自転車の新車自転車販売に与える影響は2014年にも引き続き増え続ける。中古自転車は米国市場において2007年頃から大きな存在となってきた。2008年には複数の調査機関が自転車保有に占める中古自転車の割合が25%から30%になっていると報告した。中古自転

車は 2012 年には 910 万台、即ち自転車保有の 36%、2013 年には 760 万台、即ち自転車保有の 26%を占めている。

このように中古自転車は市場に浸透してきているが、米国市場における新車自転車の分野に明らかな影響を与えている。企画・計画担当者は今後を見据え米国市場で消費される新車自転車の 98%以上を占める輸入自転車の適正量にできるだけ近い台数を発注しているが、この発注計画策定に決定的な影響を与える問題となっている。

結論：

2014 年には 2 つの異なった形の自転車販売形態が出現してくる。一つ目は大きくて伝統的ではあるが成長の見られないフラットなもので、もう一つは萌芽的で小さいものではあるが、各地域毎に成長していくものである。

これはローマ神話の、門戸を守り初めと終わりをつかさどるヤヌスである。二つの顔を持ち、反対の方向を見ていることがわかる。多分後ろを見ながら過去を振り返り、前を見ながら将来を見つめているのだろう。



変化しつつある人口構成とその結果による新しい米国の自転車市場において、既存の自転車業界やこれまで着目されてこなかった新潮流の自転車業態、そして米国の自転車業界データ及び統計には出てこなかった業態などからあらゆる反応が出てきている。

我々が新潮流と呼び 2014 年に出現してきているものとそうではないものには、少なくとも二つの明らかに異なる米国自転車市場が存在し、その各々にはそれぞれの経済的基盤や経済活動が付帯している。

一つ目は確立された伝統的な自転車業界であり、明らかに規模が大きく十分な定評があるが、過去やこれまでどうであったかという事を振り返るものである。我々はこの大きな米国の自転車業態は引き続き 2014 年は苦悶するとみている。この苦悶のサインの一つとして、既に始まっているが企業間の合併があげられる。買収により市場占有率を上げるための手段だが、米国自転車市場全体の規模は大きくなっているわけではない。

また伝統的で主流である自転車店の販路においては、20 年にわたり増減がなく新車販売台数には成長軌道の見られない状態が続いており、2014 年には新車自転車販売台数と金額の両方が減少する可能性がある。自転車店にとって新車自転車の小売販売により利益をあげる

事が更に難しくなり、適正利潤を上げることや典型的自転車店においてその他の小売収入を得ていく事に対する抵抗が一層高まる事になるであろう。

2014年にはもう一つの顔がある。新潮流の自転車事業とその流通である。これは将来を見据え、個人的なサイクリングのライフスタイルに対する革新的な処方箋を作り出し、都市部やその近隣、言い換えれば地域単位で実際の自転車市場規模を拡大させていくものである。

この新潮流の新たなビジネスは2014年にはまだ規模は小さいままであろう。そして大部分は目にとまらないであろう。しかし、彼らは伝統的で主流となっている自転車店の販路に挑み始めるであろう。何故ならば都市が新しい自転車事業の推進役となるからである。小さな町や都市では自転車市場は育たないと言っているのではない。小さな町や都市では独自の地元ショッピング・地元購入の雰囲気醸成され、個人的なサイクリングのライフスタイルの処方箋が提供されるようになっていくのである。

より詳細な情報については、

Elliot Gluskin  
Managing Partner  
The Gluskin Townley Group  
[elliott@gluskintownleygroup.com](mailto:elliott@gluskintownleygroup.com)

Jay Townley  
Partner  
The Gluskin Townley Group  
[jay@gluskintownleygroup.com](mailto:jay@gluskintownleygroup.com)

[www.gluskintownleygroup.com](http://www.gluskintownleygroup.com)

以 上