

ドイツ自転車市況－2007

1. 国内生産及び出荷

ドイツ二輪産業協会(ZIV)によると、2007年の国内出荷台数は前年比で約3%増の458万台であったが、2007年の国内生産台数は前年比約4%減の240万台となり、国内生産台数の減少が続いている。同年上半期(1～6月)は、年初から暖冬により販売は好調で生産台数も前年を上回ったが、下半期はその好調を維持できず、年間の生産台数は伸び悩んだ。また、平均価格は368ユーロ(58,880円)と前年より増えたものの、販売が好調だったというより、2007年1月から始まった付加価値税の増税(16%から19%)が主な要因であったと同協会では見ている。

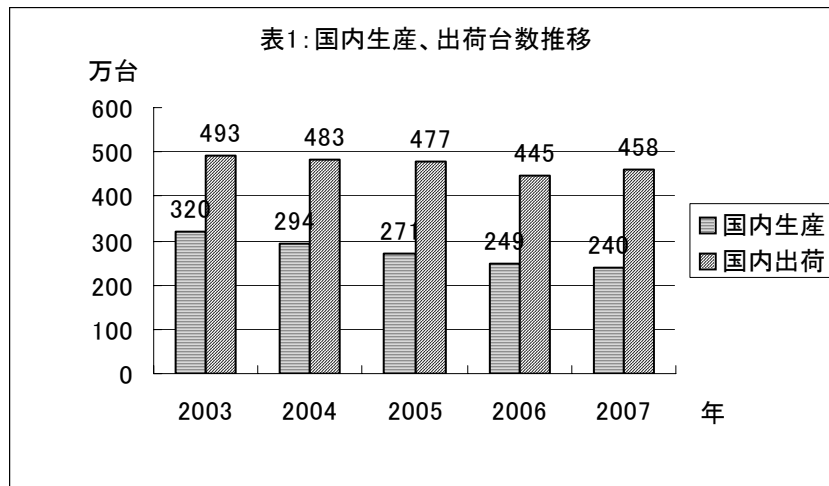


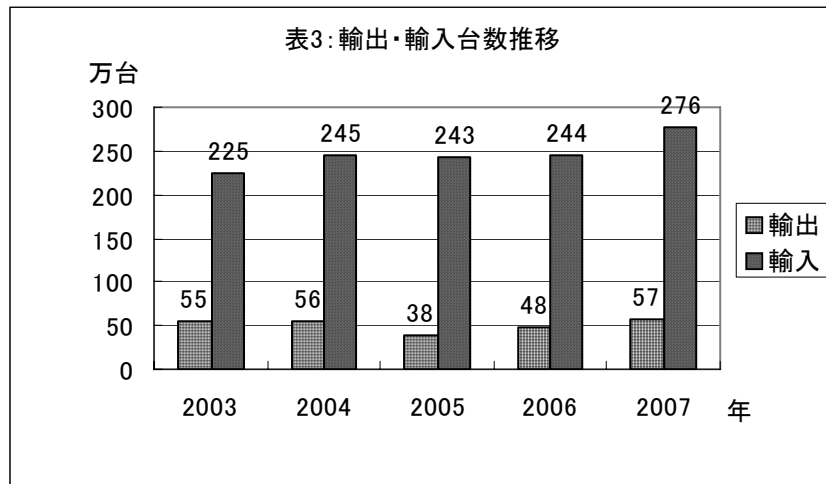
表2: 平均販売価格 (単位:ユーロ)

年	2003	2004	2005	2006	2007
全業態平均	344	341	341	345	368

2. 輸出入

昨年より増加に転じた輸出は、57万台となり前年比19%増加した。主な輸出先は、オランダへ倍増の12万台、オーストリア9.9万台、チェコ5.2万台、スイス4.6万台、ポーランド4.0万台である。輸出が増える中で、フランスはデュカスロン(Decathlon)などの大型スポーツチェーンの販売力が強いため、前年比58%減の3.8万台となった。輸出の平均単価は、オランダ向けは355ユーロ(56,800円)、オーストリア253ユーロ(40,480円)、スイス299ユーロ(47,840円)及びフランス270ユーロ(43,200円)であるが、ポーランドは66ユーロ(10,560円)であった。

輸入は276万台となり前年比13%も増え過去5年間で最大である。地域別ではEU地域からが51.6%と半数であるが、2007年よりブルガリア、ルーマニアがEUに加盟したため、現在27カ国となりその分が増加している。一方、アジア地域からは47.2%で、この2地域を合わせると輸入総数の大半を占める。



国別では台湾が依然として最多であるが台数は頭打ちである。アジア地域ではベトナムが2007年はわずか2009台まで激減し主要輸入国から完全に姿を消した。これはストロングマンの工場がベトナムからタイへ移転し本格的に移動したことによる。従ってタイからの輸入台数は前年比375%もの急激な伸びを示し一気に3番目の輸入先になった。AD税賦課中にも拘らず中国からの輸入は前年より倍増したが、それらの殆どは幼児車であった。課税措置を受けてもなお輸出するために、平均単価は29ユーロ(4,640円)にまで下がった。台湾からの輸入平均単価は178ユーロ(28,480円)とアジア諸国最高額であり、次いでタイ125ユーロ(20,000円)、近年輸入急増中のカンボジア、108ユーロ(17,280円)と続く。その他アジア諸国からの輸入平均単価は、概ね50~70ユーロ(8,000~11,200円)の範囲内であり、幼児車が主とはいえ中国の平均単価の低さは際立っている。

EU諸国からの輸入のうち、ルーマニア、チェコ及びポーランドなどからの輸入が増加したが、2007年EUに加盟した2カ国のうち、ルーマニアは倍増しブルガリアは半減した。僅かこの1年だけで、欧州内の輸入先は実にめまぐるしく変化している。また、オランダやオーストリアからの輸入平均単価が350~400ユーロ(56,000~64,000円)に達するのに対し、ブルガリア、ルーマニア及びポーランドは100ユーロ程(16,000円)である。一方、オーサー(AUTHOR)など有カスポーツ車メーカーを抱えるチェコは278ユーロ(44,480円)、ハンガリーは205ユーロ(32,800円)と中東欧諸国間でも更に差が生じ始めている。

表4: 輸入地域別台数 (単位:台)

輸入地域別	2005年	2006年	2007年/前年比	
EU諸国	1,307,901	1,299,235	1,421,795	109.4%
アジア	950,251	1,092,144	1,299,737	119.0%
その他	173,852	47,685	35,033	73.5%
合計	2,432,004	2,439,064	2,756,565	113.0%

表 5: 主要輸入国別台数 (単位:台)

輸入国別内訳	2005 年	2006 年	2007 年/前年比	
台湾	509,398	438,975	424,848	96.8%
ポーランド	400,274	230,306	347,548	150.9%
タイ	18,998	82,732	310,833	375.7%
リトアニア	330,186	251,888	266,443	105.8%
インドネシア	37,355	137,218	182,501	133.0%
中国	98,648	79,242	156,413	197.4%
オランダ	102,851	117,423	156,115	133.0%
ハンガリー	89,116	147,181	122,343	83.1%
チェコ	38,109	62,279	107,569	172.7%
ルーマニア	31,466	45,700	97,059	212.4%
フランス	104,275	68,754	80,390	117.0%
ブルガリア	119,652	163,668	71,143	43.5%
イタリア	86,155	115,321	61,242	53.1%
オーストリア	56,200	53,985	63,324	117.4%
カンボジア	0	25,919	55,569	214.4%
その他	411,309	418,473	253,225	****
合 計	2,433,992	2,439,064	2,756,565	113.0%

3. 業態別販売シェア

業態別販売シェアで見ると、自転車小売専門店が前年より 3%増の 59%と年々シェアを増やしており、過去 5 年間では 10%もの増加となっている。ドイツの消費者は、自転車購入に際し自転車小売専門店で品質の高い物を店員のアドバイスを受け、試乗してから購入する傾向が強いからだと同協会は説明する。

一方、現在、量販全体のシェアは年々減少している。今年、大手ディスカウンターのアルディ (ALDI) が再び自転車販売に乗り出した。同社ではスラムの内装 7 段ギア、フロントフォーク及びシートポストにサスペンションを装備したシティ車を 259 ユーロ (41,440 円) で販売している。この自転車は店頭販売されず、店頭で予約後に配送センターから 6 週間以内に配達、3 年間の品質保証、配達後 10 日間の無償修理可能という新たな販売形態である。この自転車は、ドイツ検査機関 (LGA) の認証も取得した品質の確かな物である。この試みはまだ始まったばかりで、今後その成否も注目される。

また、インターネット経由の販売シェアは少しずつ増加しているが、従来の通信販売による購入は減少しており、両者を合わせたシェアは6~7%で推移しており、手段が郵便からインターネットに変わっただけで、店舗での対面販売のシェアを脅かす存在ではない。

表 6: 販売業態別シェア

販売形態	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年
自転車小売専門店	49.0%	52.0%	54.0%	56.0%	59.0%
デパート・DIY店・小型スーパー	43.0%	41.0%	38.0%	36.0%	34.0%
通信販売	5.0%	4.0%	2.5%	2.0%	1.0%
インターネット	2.0%	2.0%	3.5%	4.0%	5.0%
その他	1.0%	1.0%	2.0%	2.0%	1.0%

4. 車種別販売シェア

車種別シェアではトレッキング車が更にシェアを増やし32%と最大である。他の車種が軒並み前年程度やシェアを減じている中で、ドイツでのトレッキング車の人気は依然として高く、同協会ではこの傾向はしばらく続くものと見ている。

表 7: 車種別販売シェア

車種	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年
トレッキング車	28.0%	28.0%	28.0%	30.0%	32.0%
シティ車	27.0%	27.0%	26.5%	25.0%	23.0%
ATB	16.0%	15.0%	15.0%	13.0%	11.0%
MTB	10.0%	9.0%	11.0%	11.0%	12.0%
※MTB 類型車	5.0%	4.0%	-	-	-
子供車	4.0%	4.0%	5.0%	6.0%	6.0%
幼児車	4.0%	3.0%	3.0%	3.0%	3.0%
オランダ型車(ダッチバイク)	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%
レース用自転車/フィットネスバイク	3.0%	7.0%	8.0%	8.0%	7.5%
電動アシスト車	-	-	0.5%	1.0%	1.5%
その他	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	2.0%

※2005年から、MTB 類型車の区分がなくなり MTB として表示。更に電動アシスト車を追加。

2005年よりこの車種別シェアに「電動アシスト自転車」が加わった。全体から見ればシェアはまだ僅かであるが、集計を始めた2005年から2007年は3倍増となっている。2007年の販売台数は6.5万台におよび、今年も電動アシスト車の販売は好調が見込まれ、販売台数は8~10万台に達すると同協会では見込んでいる。なお、同車種の販売価格帯は、800~4,000ユーロ(128,000~640,000円)と想定され、今後最も成長が期待されている車種である。

統計出所：ドイツ二輪産業協会（ZIV）

以 上

（デュッセルドルフ事務所）