

自転車・同部品（平成14年3月～4月調査）

完成車メーカーの生産は、低価格の輸入自転車の急増によって減少している。部品メーカーについても、完成車の国内生産の減少による需要減に加え、完成車メーカーが輸入部品の使用比率を高めたことによって、生産が大幅に減少し、厳しい状況にある。

こうした中、各企業は一層のコスト削減を図ると同時に、付加価値の高い商品の開発に努めることが不可欠となっている。

業界の概要 自転車は使用目的から、実用車、軽快車、スポーツ車、子供車、ミニサイクル、その他（マウンテンバイク、電動アシスト自転車など）に分類される。

自転車製造業は「完成車メーカー」と「部品メーカー」に大別される。完成車メーカーは、さらにフレームなどの主要部品を内製する「工業型完成車メーカー」と、部品を内製せず購入して組み立てる「商業型メーカー（製造卸）」に分けられる。

大阪の特徴 平成11年における大阪府の自転車・同部分品製造事業所数は238、製造品出荷額等は1,887億円であり、対全国比ではそれぞれ、48.7%、58.9%を占めている（4人以上の事業所。大阪府『大阪の工業』、経済産業省『工業統計表（産業編）』）。

大阪の特徴としては、1. 大手・中小の完成車メーカー、部品メーカーの多くが堺地区に集積していること、2. 完成車メーカーの中では商業型メーカーが多いこと、3. 世界的に優れた技術を持つ部品メーカーが存在すること等が挙げられる。

国内生産は減少 自転車は成熟商品であり、平成12年度の国内の自転車保有台数は8,481万5千台である（財団法人日本自転車産業振興協会調べ）。ここ数年、自転車の買換サイクルが短くなっていること等から、需要は増加傾向にある。しかし、完成車の輸入が平成11年に426万台、12年は623万台、13年は709万台と増加した結果、完成車の国内生産は11年に559万台、12年に468万台、13年は418万台と減少した。

完成車の国内生産が減少する中、大阪府内の商業型メーカーの平成13年の生産台数は、対前年比で約6%増加した（堺自転車製造卸協同組合加入企業の出荷統計）。しかし、売上げは対前年比で約6%減少している。これは、利益よりも売上げを重視した結果であり、利益は非常に厳しいとのことである。

13年に入り部品生産は大幅に減少 平成10年以降減少傾向にあった部品の輸入が、13年になって増加した結果、同年の部品の生産は前年比25%の大幅減となった。これは完成車の国内生産の減少による需要減に加え、完成車メーカーがコストダウンを図るため、安価な輸入部品の使用比率を高めたことによる。

ある部品メーカーでは、新製品を開発し、完成車メーカーの採用率も向上し

ているにもかかわらず、受注個数が少ないため、売上げが減少している。また、ある部品メーカーでは、取引先の完成車メーカーが部品の海外調達比率を高めた結果、13年の当該完成車メーカーとの取引額が前年比5分の1に激減した。その部品メーカーによると、「現在の国内生産台数では、自転車部品の製造だけで食べていけるメーカーはほとんどないのでは」とのことである。自転車の品質向上に向けて 安価な輸入車が急増する中、「輸入商社などが直接仕入れる完成車には現行の日本工業規格（JIS）の安全基準を満たしていないものが多い。また、自転車の使用年数が短くなったのは、耐久性に問題がある自転車が流通するようになったことが理由ではないか。」との声が聞かれた。

財団法人自転車産業振興協会及び社団法人自転車協会が行った品質テストによると、市販されている低価格自転車40台の耐震性や車輪の強度などはすべてJISの基準を満たしていなかった。

自転車協会は、自転車の品質向上に向けて自転車安全基準の改定を行うとともに、昨年9月、経済産業省に対し自転車を「消費者生活用製品安全法」の「特別特定商品」に指定するよう要望した。JIS規格とは異なり、強制力を伴うので、粗悪品の締め出しに有効であると考えている。これによって、自転車の品質向上とイメージアップを図ると同時に、粗悪な輸入品の流入に一定の歯止めがかかり、結果として国内生産が上向きになることを期待している。

あるメーカーによると、「自転車の国内生産が450万台から500万台になれば、何とかやっていける。」とのことであった。

売上・収益の確保に向けて 輸入車の増加、自転車の低価格化による厳しい経営環境の下、各社は収益の確保に向けて様々な取組みを行っている。ある完成車メーカーは、安価な輸入部品の使用比率を高めつつ、国産部品との2本立てで低価格・高品質を売りものにして、売上げを確保しようとしている。

ある部品メーカーは、収益性の高い高級自転車向け部品に参入するため、積極的に試作品を製作している。

また、ある部品メーカーは、デザインや信頼性に優れた子供のせ（チャイルドシート）を製造し、小ロットでも対応するようにしている。この部品メーカーによると、消費者が欲しいと思う魅力的な後付け部品を生産すれば、輸入車が増加しても、売上を伸ばすことができると考えている。

多角化への取組み 自転車は成熟商品であり、かつ安価な輸入商品との価格競争が今後も続くと考えられることから、各企業は本業以外の売上比率を高めようと、多角化に向けての取組みを行っている。

ある部品メーカーは、長年蓄積した塗装技術を活かしてパイプの塗装を受注しているが、本業の売上げの減少分をカバーするまでには至っていない。同社によると、他分野の売上げを増やそうとえしても競争が厳しく、現状維持か微増がやっとのことである。

また、ある完成車メーカーは、エコサイクルシステム（電動自転車共用化シス

テム)等の地球環境保護をテーマに、新事業領域の拡大を検討している。さらに、ある完成車メーカーは、廃棄自転車の処理が社会的問題となっていることから、自転車リサイクル処理工場の建設を検討している。

設備投資は低水準 生産が減少する中で、設備投資を行っている企業は少ない。しかし、一部に多品種小ロット生産に対応すべく、セル生産方式導入のための設備投資を行っている完成車メーカーもみられる。

雇用の動き 輸入品の急増等により、完成車メーカー、部品メーカーとも生産が減少していることから、雇用は過剰感が強い。ここ数年で従業員を半分に減らした部品メーカーや、人件費削減のため正社員からパート社員への転換や定年退職者の再雇用を行っている完成車メーカーもみられた。

あるメーカーによると、従来外注していた仕事を内製化すること等によって何とか雇用を維持しているが、これ以上生産が減少すれば、正社員の雇用を維持できないとのことである。

今後の見通し 今年春先の需要が特に鈍く、また1月の全国の生産台数も前年同月比21.6%減と、自転車業界にとって非常に厳しい状態が続いている。

一方、業界では、自転車は排気ガスを出さず、大気汚染につながらない環境にやさしい交通手段として注目されていることから、安心して乗ってもらえる安全性・耐久性の高い自転車を生産すれば、消費者に購入してもらえると考えている。自転車産業振興協会及び自転車協会は、ホームページや新聞広告などで「自転車選びは安全が大切である」と消費者に訴えかけている。

長引く景気の低迷により、消費者の低価格志向が強く、輸入車との価格競争は避けられない。こうした中、各社とも輸入車との競合に打ち勝つために一層のコスト削減を図ると同時に、価格競争から付加価値競争への取組みを進め、消費者の購買意欲を刺激する魅力的な商品開発に努めることが不可欠となっている。

(山田)