

# 自動二輪車の

## これまでとこれから

1150451 野久保 有人

高知工科大学マネジメント学部

### はじめに

現在、日本の自動二輪車産業の生産・販売台数は減少の一途を辿っている。若年層の乗り物離れも進んでおり、このままでは自動二輪車産業は衰退し続けてしまうだろう。そこで、これからの日本の自動二輪車の未来を過去、現在の自動二輪車産業を知ると共に考察した。

本研究では、衰退する日本の自動二輪車産業を良くする可能性を考察し、自動二輪車産業の需要を高めるための戦略の提案と市場を広げられる可能性を探ることを目的とする。

### 1. 衰退の要因

図1 自動二輪車各メーカーの生産台数

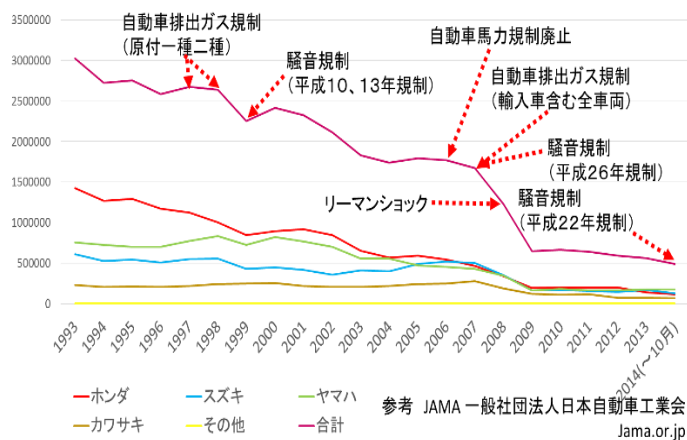


図1では自動二輪車の各メーカーの生産台数と総生産台数の推移を1993年から2014年までグラフ化している。このグラフから2014年の生産台数は約50万台でありピーク時である1993年の約300万台の6分の1程度にまで減少していることが分かる。現在まで右肩下がりに減少し続けている生産台数だが、2008、2009年に極端に生産台数が減少していることが分かる。ここで何がここまで生産台数を減少させたのかを考察する。

まず2007年にはオートバイに対する規制として自動車排出ガス規制と騒音規制が施行されている。排出ガス規制は1997年にも

施行されており、その厳しさにより市場の中心であった2ストロークのスポーツバイクが生産終了に追い込まれ姿を消してしまった。そして2007年には、当時世界一厳しいと言われた排出ガス規制が施行される。各メーカーは技術的にはこの規制をクリアすることは難しくなかったようであるが、規制をクリアするためにエンジンの2ストロークから4ストローク（燃焼行程を増やすことによって排気ガスに含まれる不完全燃焼のガスを抑える）への変更や、キャブレターからインジェクション（電子制御燃料噴射）化（ガソリンの供給をコンピューターによる電子制御に変更することによって燃焼コントロールを正確にする）への変更、キャタライザー（触媒）の装着（エンジンから出る排ガスをキャタライザーに通して排出することによってクリーンにする）によるコストアップが大きな問題であった。これによって採算が合わないと判断された多くのモデルが1997年の時のように市場から姿を消してしまったのである。（写真1）

写真1 ゼファーX（カワサキ）出典：自分



2007年のモデルを最後に生産終了。

次に2008年だが、この年は世界的な金融危機を引き起こしたリーマンショックの起こった年である。こちらは自動二輪車産業

のみではなく、世界中の様々な企業や産業に大きな影響を与えた。ここで当時の影響を他の乗り物の生産台数と比較することによって考察していく。

図2 各種乗り物の生産台数

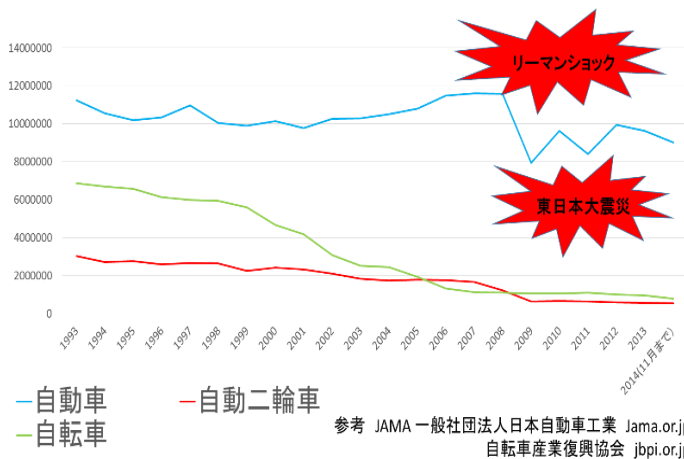


図2では自動二輪車と自動車、自転車の生産台数の推移を比較してある。まずは自転車の生産台数と比較すると、右肩下りの生産台数という点では共通しているが、リーマンショックの影響は特に受けていないようである。よって自転車はここでは比較対象としない。では自動車産業であるが、こちらは安定的な生産台数を推移しており2008年にはここ数十年で最大の約1150万台を生産している。しかし、翌年には生産台数が約800万台にまで落ち込んでいる。これは間違いなくリーマンショックによる影響である。翌年には回復した生産台数だが、その翌年である2011年には再び生産台数が大きく減少している。こちらは日本に大きな被害をもたらした東日本大震災による影響とみて間違いないだろう。震災は自動二輪車の生産には大きな影響を与えていないが、現在までも自動二輪車の生産台数が減少し続けている要因に関わり合っている可能性はあるだろう。

## 2. 自動二輪車の可能性 (国内市場)

自動二輪車産業が国内において現在どのような環境にあるのか、これまでどのような環境にあったのかを分析する。

まず既存の顧客の層であるが、30代以上の男性がメイン層であり特に40、50代の「リターンライダー」と呼ばれる人々が現在の市場でのメイン層となっている。リターンライダーとはオートバイの市場の全盛期である80年代にオートバイを利用していたよう

な方達が、仕事や結婚によりオートバイを手放してしまったが40、50代になり再びバイクに乗り始めるような人達のことを言う。大型自動二輪車免許の規制が緩和されたこともあり近年このリターンライダーが急増している。次に顧客のニーズの変化であるが、これまでは高出力で速い、走れるバイクが求められていたが、現在はより低価格のモデルが求められるようになっている。

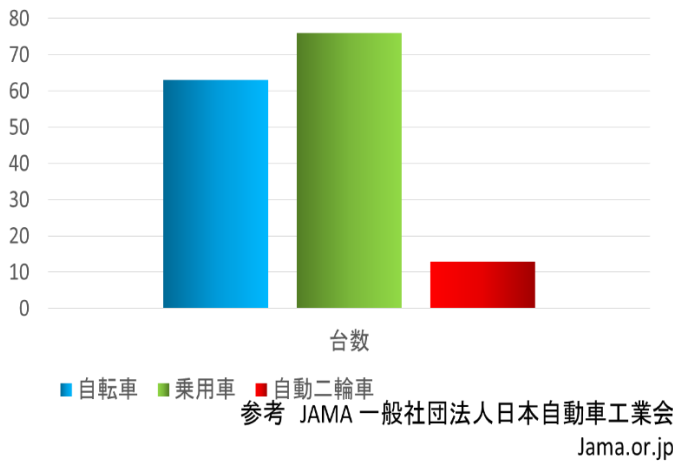
次に国内の市場規模。こちらはピーク時の6分の1まで市場が落ち込んでいるという事実もあり自動二輪車産業にとっては厳しい環境であると考えられる。しかし、市場規模の縮小を食い止めること、むしろ再び市場規模を拡大させていくことは不可能なことではないはずである。

次に競合分析を行う。自動二輪車産業の競合産業といえば自動車産業や自転車産業が挙げられるだろう。しかしこれらの産業は、同時に複数の保有が考えられることによる使用用途の違いから共存していると考えられることもできる。特に自転車は同時に保有している確率が高く共存しているという考え方が当てはまるであろう。では、オートバイと乗用車を競合していると考えた時に比較される要素を挙げていく。オートバイの優位性の高い点は、機動性の高さ(車体の大きさが乗用車とは異なるため)、燃費の良さ(総合的に様々な車種を比較してみても)、保険料や各種税金などの維持費が安いといった点が乗用車と比べると優位な点であろう。では乗用車の方が優位性の高い点(オートバイにとっての欠点)は何であろう。まずは事故率の高さとその影響。乗用車に比べると台数当たりの事故発生件数と死亡率が高くなっている。これはオートバイが乗用時に身体が露出しているため事故の影響を直接受けやすくなってしまっているためである。また天候の変化による安全性や快適性の減少もオートバイの欠点である。車両が小さいために盗難被害に遭う危険性も乗用車と比べると高くなる。荷物の積載容量に関しても乗用車に軍配があがる。このように乗用車の方が優位性が高い点が多く自動車産業の需要が高まるのではないだろうか。

次にオートバイ市場を取り巻く環境を分析していく。オートバイ市場ではピーク時から若年層を中心にバイク離れが始まったと言われている。当時、街中では多くの人達がオートバイを利用して、街にはオートバイ利用者が溢れ返っていたのである。しかしその弊害として「三ない運動」という有名なスローガンが掲げられてしまった。オートバイのブームに伴い交通事故の発生件数の増加や危険走行、騒音問題といった問題が全国的に広まる。これによってオートバイは危険な乗り物であるというイメージが社会的に

広がっていつてしまう。そこで三でない運動が推進されていったのである。これはオートバイの「免許を取らせない」、オートバイに「乗らせない」、オートバイを「買わせない」という三つの指針を掲げ、主に中高生の保護者や全国の高等学校を中心にすすめられていた。現在ではこの運動はほとんど沈静化している。しかし、この出来事はオートバイのイメージを悪化させるのには十分な出来事であり、以降、自動二輪車の生産台数は減少の一途を辿ることとなる。

図3 保有台数1000台あたりの駐車場整備台数



オートバイを取り巻く環境問題とし駐車場の問題がある。図3を見れば分かるが、自動車者や自転車であれば1000台あたり約60~80台分の駐車場が整備されているが自動二輪車に対しては、1000台あたり約10台分の駐車場しか整備されていないのである。圧倒的に自動二輪車の駐車場の整備台数が少ないのである。この問題はオートバイの利用減少に直接関わっていると考えられる。また、この駐車場不足が新たな問題を関わり合っている。それが駐車違反件数の増加である。

2006年に違法駐車対策に関する新しい取り締まり制度として「改正道路交通法」が強化されて施行された。この改正のポイントは、放置違反金制度によって放置車両に対する違反金が課せられるようになった点と短時間駐車の違反車両に対する取り締まりの強化、放置車両の確認や関連事務を民間に委託するようになった点である。ここでオートバイ利用者に大きく影響を与えたのが、短時間駐車の違反車両に対する取り締まりの強化である。それまでの取り締まり方法は、違反車両を見つけるとタイヤにチョーク等で印をつけ10~30分程度の駐車を確認後に取り締まるといった方

法であった。これが改正によって違反車両を見つけ次第、写真撮影と違反車ナンバーの入力を行いすぐにステッカーが貼付されるようになった。この間わずか数分である。では実際の駐車違反件数はどうなったのだろうか。図4に示した。

図4 二輪車の駐車違反件数

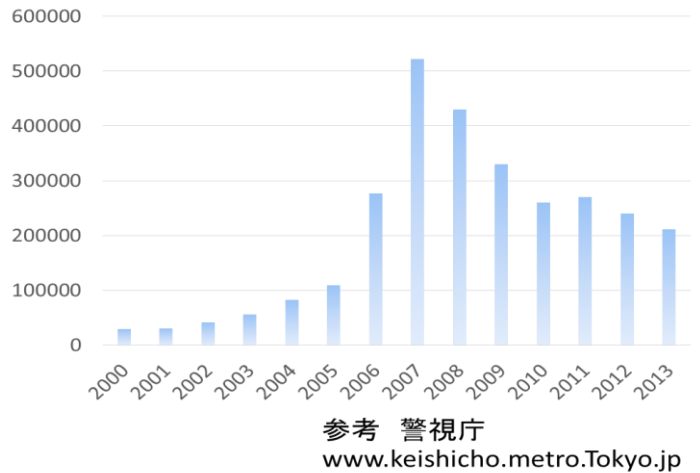


図4を確認すれば分かるが、改正道路交通法の強化された2006年から異常なまでに駐車違反件数が増加していることが分かる。2007年の駐車違反件数は改正道路交通法の強化される前年である2005年に比べると約五倍まで跳ね上がっている。このデータを見ると改正道路交通法がオートバイの利用者に大きな影響を与えたと考えられる。2008年以降の違反件数の減少には違反経験によるオートバイの利用機会の減少や利用者の減少も要因となっているのだろう。

ここまで挙げてきたように自動二輪車の市場環境にはまだまだ様々な問題が残されている。国内での需要の増加にはこれらの問題の解決はもちろんであるが、新たな需要の創出や新たな戦略の提案により若年層や女性のニーズに応え、新規ユーザーを獲得していく必要があるだろう。

### 3. 電動バイクの可能性

自動二輪車産業の新たな可能性として電動バイクに注目した。電動バイクは日本ではまだまだ認知度が低く普及が進んでいない。時代がエコの流れに傾いていることやガソリン価格の高騰により、これからの自動二輪車産業にとって重要な存在になると考えられる。この市場に関しては日本のガソリンバイク市場のメイン四社がほとんど進出しておらず、テラモーターズ株式会社というベン

チャー企業が設立からわずか二年で日本のEV2輪（電動バイク）市場で国内シェアトップとなっている。

写真2 A4000i (TERRA MOTORS)



出典：テラモーターズHP [www.terra-motors.com](http://www.terra-motors.com)

写真2はテラモーターズの電動バイクで世界初のスマートフォンと連携させることのできるバイクである。

電動バイク市場にもまだまだ問題や課題が残されている。その1つが認知度の低さである。取り扱っている専門店も少なく、仮に購入しても近場に取り扱える店舗がなければ問題に対するアフターケアへの心配も考えられる。他にも充電インフラの整備。自動車のエコカーでも課題となっているが、外での充電設備の充実は大きな課題である。またガソリンバイクと比べると出力が少なく、1度の充電での走行可能距離が短くこれからも改善の必要があるとも考えられる。価格もガソリンバイクのスクーターと比べると高めの設定となっているため、二輪車市場のニーズが低価格となっている状況において厳しいものである。しかし、電動バイクには燃費の良さや騒音、排出ガスといった環境問題に対しては問題なくガソリンバイクと比べてのメリットとなっているためこれからの展開に期待ができる。

#### 4. おわりに～考察

日本の自動二輪車産業のこれからはまだまだ可能性は残されている。残されている問題を解決し、若年層や女性といった新規ユーザーを取り入れることを念頭に置きたい。そのためには二輪車産業全体の共存を考えた協力が必要となるのではないだろう

か。各メーカーにとって他メーカーはライバルに違いないが、その垣根を超えることができなければ衰退する二輪車産業に歯止めをかけることができない。電動バイク市場という日本ではまだ規模の小さな市場が残されているため、この市場をいかに日本で展開させるのかも重要な課題となるだろう。これらガソリンバイクと電動バイクのそれぞれが共存する未来を描きたい。

#### 参考文献

JAMA一般社団法人 日本自動車工業会 [www.jama.or.jp](http://www.jama.or.jp)

警視庁HP [www.keishicho.metro.tokyo.jp](http://www.keishicho.metro.tokyo.jp)

自転車産業復興協会 [www.jbpi.or.jp](http://www.jbpi.or.jp)

テラモーターズHP [www.terra-motors.com](http://www.terra-motors.com)

日経トレンドィネット [www.trendy.nikkeibp.co.jp](http://www.trendy.nikkeibp.co.jp)

SankeiBiz [www.sankeibiz.jp](http://www.sankeibiz.jp)

マイナビニュース [s.news.mynavi.jp](http://s.news.mynavi.jp)

ウェブリックニュース [www.news.webike.net](http://www.news.webike.net)

住商アビーム自動車総合研究所 [www.sc-abeam.com](http://www.sc-abeam.com)

片山三男《2003》 『日本二輪車産業の現況と歴史的概要』