「運ぶ」を多角的にサポートするアスクトランスポート

8月19日はバイクの日

仕事でも、遊びでも、光る機動力

2輪車の国内市場が底堅い。2013年1―6月は、総排気量が125ccを超える機種が好調に推移。2輪車全体でも前年同期比0・6%増となった。経済性や機動性の高さが見直されていることが背景にあるようだ。さらなる市場活性化を狙う国内2輪車メーカーは入門者向けの新モデルを投入したり、親子を対象にしたバイクスクールを展開したりし、ファンの拡大を図っている。8月19日の「バイクの日」を前に、こうした経緯を振り返りつつ今後の動向がどうなるのかを探った。

安全意識向上へ

東京・お台場でイベント

日本自動車工業会（自工会）と日本二輪車協会（NMCA）は19日、交通安全意識の啓発とバイクの認知度向上を図るイベント「THINK BIKE～8月19日はバイクの日スマイル・オン2013～」を行う。東京都江東区のお台場・青海地区に特設会場を設け、警視庁や自動車業界関係者以外にも多くの著名人が登場する予定で盛況が見込まれる。

警視庁は東京湾岸警察署による交通安全教室を開くほか、女性白バイ隊「クイーンスターズ」のデモ走行でも協力する。12年に日本モーターサイクルスポーツ協会（MFJ）の全日本トライアル選手権シリーズで1位だった黒山健一選手と、同2位の小川友幸選手もイベントに出席。トライアル競技で求められる、正確にコースを走り抜ける技術を披露する。

さらに「『私とバイク』を考える」がテーマのトークショーでは、プロフィギュアスケーターの荒川静香さんの話が聞ける。

バイクの日は政府が1989年に、交通事故撲滅を目的として制定した。人と2輪車の未来を考えるにあたっては安全だけでなく、駐輪場整備をはじめとする街づくりや排出ガスの低減といった環境対応を進めていくことも欠かせない。今後はバイクの日をきっかけに、消費者がそうした点へ目を向けることも期待される。

国内需要が回復

メーカー、新車攻勢を加速

2輪車メーカーは国内需要が回復傾向にあることを追い風に、新車攻勢を加速させている。特に排気量が少ない機種を低価格で展開することを重視しており、バイク初心者を取り込んでファン層を広げる狙いがみえる。

ホンダは6月から7月にかけて、総排気量51―125ccの2輪車カテゴリーである原付き2種の新製品5車種を発売した。中国やタイ、ベトナムなどの新興国で生産し品質と価格のバランスを取ったことが特徴。車体デザインを重視する人や、バイクの初心者を取り込む考えだ。車両本体価格は27万900円から39万9000円に設定し、5車種合計の国内販売を年間で2万6500台にする目標を掲げた。

6月14日発売の「クロスカブ」はビジネス向けの「スーパーカブ110」をレジャー用途に改良した製品で、製造国は中国。街の外での利用を念頭に置いたデザインや装備を施した。7月4日には、ベトナムで生産するスクーター「リード125」を投入。1リットルあたり51キロメートルの燃費性能などを訴求し、幅広い世代の都市生活者を取り込む。

原付き2種は50cc以下の原付き1種と比べ、二人乗りが可能で交差点での二段階右折も不要といった利点がある。ホンダは原付き2輪を「国内2輪市場活性化のカギ」（青山真二執行役員）と位置づけており、維持費の安さも訴求して拡販する方針だ。

ヤマハ発動機は2月、初代機の発売から30年を迎えるスクーター「ジョグ CE50」シリーズの13年モデルを発売した。標準仕様の製品は車体色をピンクに設定。製造を台湾で行い、最も安価な機種の車両本体価格は15万150円に抑えた。やはり女性など、バイクになじみが少なかった顧客を取り込もうとする意図がうかがえる。国内販売目標はシリーズ全体で年間4万台としている。

若者からの支持が厚いのは2月に発売された川崎重工業の「ニンジャ250」だ。排気量は250cc級ながら、スポーツバイクのようなデザイン性と俊敏さを備えているとして人気が高い。53万8000円からという価格も購入しやすさにつながっているようだ。販売を担当するカワサキモータースジャパン（兵庫県明石市）の浅野剛社長は「われわれが250ccの市場に火をつけたと思っている」と胸を張る。

アジアなど新興国で2輪車需要が高まることに伴い、メーカー各社は海外で開発や製造を行う動きを加速させている。今後も斬新なデザインの機種を安価に購入できそうだ。日本で生産されるバイクの中からは、これまで以上に高性能かつ革新的な機能を持つ製品が登場することが待たれる。

「クロスカブ」など新製品をアピールする青山真二ホンダ執行役員（左から二人目）

試乗会や親子教室開催

バイクの魅力アピール

2輪市場の活性化には魅力的な製品の提供だけでなく、販売促進や商品広報の活動も重要となる。そこで各メーカーは新機種の試乗会をはじめ、消費者がバイクに親しむためのさまざまなイベントを開催している。

スズキは4月から「スズキファンRIDEフェスタ」という試乗の催しを全国8カ所で展開してきた。その際、特に人気が高かったのは750cc級の「GSR750 ABS」だったという。

この排気量のバイクは〝ナナハン〟と呼ばれ、中高年世代にとっては憧れの存在だった。一方で30代など比較的若い人にとっては格好良さと操作性が両立されていると映り、新鮮に感じられるとの声がある。

不特定多数が集まる試乗会は、幅広い世代にこうした魅力をアピールする絶好の機会だったようだ。

ヤマハ発動機は小学生などの子どもを持つ親にペアで参加してもらう「親子バイク教室」を展開している。教室のインストラクターが親へ指導の内容や方法を伝え、それをもとに親が子どもに乗り方を教えるという流れだ。

こうした共同作業は交通安全教育につながるとともに、親子で時間を共有し絆を強める場ともなる。もちろん将来のバイク愛好家を育成するという意義も大きい。

国内2輪車市場は長らく低迷が取り沙汰されていた。昨今の復調には、各メーカーのこうした地道な取り組みが背景にあると言える。どれだけ社会に溶け込んでファンを確保し、増やしていくことができるのか。各社の戦いは終わることなく続いていく。

試乗会「スズキファンRIDEフェスタ」は多くの来場者を集めた

ヤマハ発動機は「親子バイク教室」で将来のファンを育成する

2011年－2013年（1-6月）二輪車販売台数

各年（1-6月）	原付一種（50cc以下）	自動二輪車（原付二種以上）原付二種（50cc超－125cc以下）	軽二輪（125cc超－250cc以下）	小型二輪（250cc超）	自動二輪車合計	全排気量合計
2011年（台）	136,150	42,456	18,242	27,128	87,826	223,976
2012年（台）	128,886	45,781	20,227	30,985	96,993	225,879
2013年（台）	122,968	44,009	26,960	33,302	104,271	227,239
前年同期比(%)	95.4	96.1	133.3	107.5	107.5	100.6

※原付一種および原付二種は工場出荷台数（日本自動車工業会調べ）。
軽二輪は届け出台数、小型二輪は新規検査台数（全国軽自動車協会連合会調べ）