

論文要旨

所属 経営学研究科 経営学専攻 修士課程 企業家養成コース

論文題名 日本の自転車産業における、
ママチャリを主とした中小製造卸業者による現状分析と今後の展望

氏名 祭本 利樹

日本の自転車産業における国内販売台数の増加と減少の背景には、大手メーカーと中小製造卸業者による競争が常にあった。経済環境の変化、小売市場の変化をきっかけに価格競争が激化し、部品の輸入、完成車生産の中国移転に繋がった。中国内での生産地が南から北へ移管され、その生産台数が増えていく中で、いつしか自転車は日本でほとんど生産されなくなっていく。そして、ママチャリと呼ばれる一般車の主導権は大手メーカーから中小製造卸業者に代わっていた。そんな中で、大手メーカーによる電動アシスト自転車が開発され、徐々にその存在感を増すことになる。

世界経済環境の変化、中国生産環境の変化、日本少子高齢化の波を受けて、一般車の台数はやがて減少に転じ、年々その台数を減らしていくことになる。大手メーカーは電動アシスト自転車に特化し、中小製造卸業者は大手メーカーの電動アシスト自転車市場に介入しようと努力するが、現時点で成功しているとはとても言えず、多くは大手の卸に甘んじている。大手メーカーは資金力、開発力を背景にその牙城を固め、現状、市場シェアを独占するに至っている。

そのような環境の中、中小製造卸業者がどのようにその存在感を維持し、生き残る術を見出すか。コモディティ化が進む自転車という商品では、設計、デザイン、部品構成、品質管理も当然重要だが、その本質的な差別化を行うことは難しい。参入の障壁が高くないため SPA 化する小売業者も次々に現れている。もはや業界でその優劣を決するのは製品ではなく、物流や補修対応の能力と言っても過言ではない。

小売業界ではメンテナンス能力が高い業態が優位に立ち、その勢力を伸ばしている。それに乏しい業態は事業規模の縮小を余儀無くされている。ドライバー不足による物流難の時代も重なり、自転車という積載し難い商品を如何に効率よく全国配送できるか。中小製造卸業者は如何に補修対応と物流を手中に収めるかが今後の課題とも言える。

昨今では、環境や健康の観点から、スポーツ車（スポーツ類型車）が流行し、小規模のブランドメーカーも多く誕生した。シェアリングエコノミーの観点から、シェアバイクのジャンルが新規に誕生、そこには新規として IT 業界からも参入している。

縮みゆく市場の中、変わりゆく環境の中、中小製造卸業者は今後その数を減らすことは間違いないであろう。ただ、自転車という製品が世の中から無くなることは考え難い。そ

の中でどのように競争を生き抜くか。製造・卸・物流・補修対応・シェアバイク、様々な観点から対策を考察し、業界の、また自社の将来を展望する。

(指導教員：福島 英史 教授)