

ジーエフケー・ライフスタイルトラッキング・ジャパン株式会社
 代表取締役社長 朝比奈 進
 問い合わせ先: 広報グループ
 (TEL: 03-5350-4632)

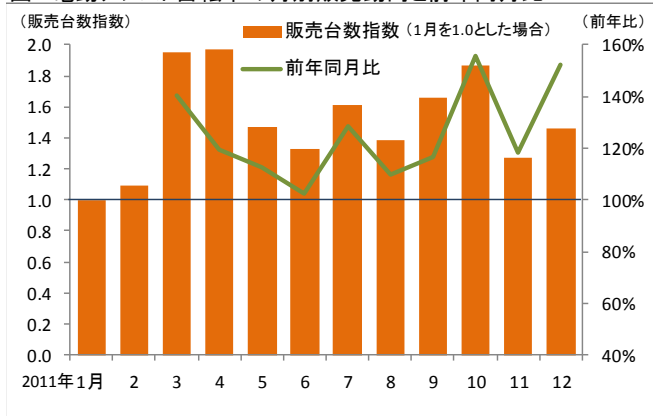
2011年電動アシスト自転車の販売動向 秋から年末にかけても高付加価値商品を中心に好調な販売を記録

ジーエフケー・ライフスタイルトラッキング・ジャパン株式会社(東京:中野区)は、全国のGMS、ホームセンターおよび家電量販店における電動アシスト自転車の販売動向を発表した。

【2011年における電動アシスト自転車の販売動向】

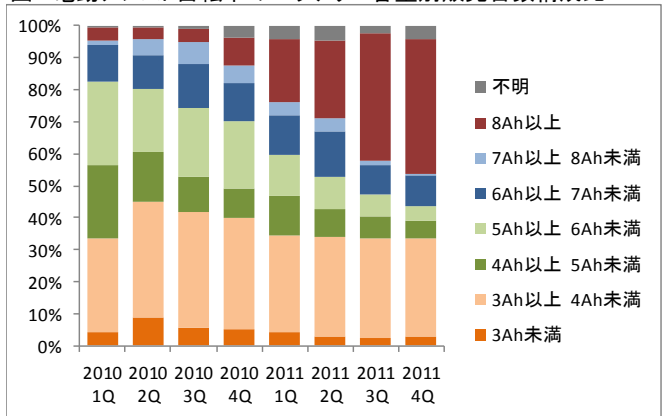
東日本大震災の直後、通勤・通学の手段としての需要が高まった電動アシスト自転車は、10月および12月も前年同月比で約1.5倍の販売台数を記録した(図1)。総じて自転車は新生活がスタートする3~4月を最大商戦期とし、それ以外の月は際立って高い販売実績を示すことがない。しかし2011年の電動アシスト自転車においては、新商品効果も手伝って、10月が3月・4月に匹敵する販売台数に達した。加えて、寒さのため販売が衰える12月においても5月並みの販売台数に至った。

図1 電動アシスト自転車の月別販売動向と前年同月比



注: 2011年1~3月については、2010年とデータ集計小売企業数が異なるため、前年比の表記を割愛している。

図2 電動アシスト自転車のバッテリー容量別販売台数構成比



普及が進み、需要の裾野が広がる中で、メーカー各社は高機能商品の開発と投入を進めている。中でも、電動アシスト自転車で最も重要視される要素の一つであるバッテリーの大容量化を進めることで、買い替え需要や高付加価値志向の新規購入者の取り込みを図っている。こうした動きに対する消費者の反応も見て取れ、2010年には1割にも満たなかったバッテリー容量8Ah以上の販売台数は、2011年3Q(7-9月)以降全体の約4割以上を占めた(図2)。こうした機能面に加えて、女性誌とコラボレーションして開発された電動アシスト自転車の販売が好調に推移するなど、商品のコンセプトやデザインに対する注目も高まっている。またフレームにおいても、カラーバリエーションの豊富な商品が増えており、モデル単位での販売を左右する要素となりつつある。

電動アシスト自転車においては、機能面に加え、カラーやデザインといったビジュアル面に対しても、今まで以上に高い付加価値が要求されていると言える。こうした流れは、普及に伴い電動アシスト自転車の平均価格が低下する傾向に歯止めをかけるプラスの要素となっている。

※本レポートに関するお問い合わせ先

ジーエフケー・ライフスタイルトラッキング・ジャパン株式会社
 広報グループ 茶野 絢子
 tel : 03-5350-4632 Email : info.jp@gfk.com