

自転車販売店の課題解決を目指して

創価大学勘坂ゼミ チーム JK

野口堅太、佐久間弘子

指導教員 勘坂純市

創価大学 経済学部経済学科 勘坂ゼミナール

キーワード：自転車販売店の減少・自転車の整備点検・駐輪場・TSマーク・ちやりドック

【はじめに】

現在、自転車は便利で健康促進や環境にやさしい乗り物として普及しており、多くの人が利用している。東京都(2013, 10月)のデータによると、都内における自転車保有台数は平成10年から平成20年の10年間で約300万台数に増加している。しかし、自転車販売店の店舗数は減少傾向にある。自転車店の登録件数は、2004年から2013年にかけておよそ5000件も減少している(マイナビウォータン, 2013)。

このまま町の自転車販売店の減少が続ければ、自転車利用者の点検・整備をする機会が少なくなってしまい、整備のされていない危険な自転車が町に溢れてしまう。例えば、定期的に整備している自転車としていない自転車では、ブレーキの利きを示す制動距離が異なる。自転車の安全利用促進委員会(NA)の調査によると、晴天時で1.6m、雨天時で4.5mと大きく差がある。その結果、今後、自転車事故の増加を引き起こす可能性があると予測される。そこで我々は、自転車販売店の抱える問題に着目し、販売店の活性化を目指しプロジェクトを進めていく。我々のプロジェクトを通じ、1人でも多くの人が安全に自転車を利用できる社会にしていきたい。

【現状分析】

2-1. 販売店減少の原因

近年、大型量販店やネット販売の進出により、消費者が自転車を安く簡単に購入することができ、新車を購入する際に自転車販売店を利用する人が減少している。消費者は値段を意識し、自転車を購入している傾向があるといえる。また、若者の自転車利用者の点検整備に対する興味関心はとても低い。私たちが行った111人の大学生を対象とした独自のアンケート調査(10月12日から)によると、「1年に1回以上販売店で整備点検を行っているか」という質問に「いいえ」と回答した人が90.3%という結果であった。整備点検を行わない理由として、重要性を認識していないことが挙げられる。

このように市場の変化や利用者の自転車に対する興味関心の薄さから、自転車販売店の顧客人数は減少しており、また収益も同時に減少していることが分かる。

自転車販売店の役割は「自転車の販売」と「点検整備」の2つであり、これらの利益率は異なる。販売店は、自転車メーカーに対し利潤の一部を支払う必要があるため、販売における利益率は少ない(販売価格の約12.5%)。一方で、自転車の整備点検では、利率が高く儲けやすいことが分かった(点検整備費用の約70%)。さらに、自転車は頻繁に買うものではないため、定期的なメンテナンスを可能にすることが収益向上に繋がる。

2-2. 自転車販売店の課題

以上のことから、自転車販売店減少の原因として顧客減少による経営の苦しさであることが明らかである。この問題を解決へ導くためには、「販売店が儲けやすい自転車の点検・整備業に注力させること」と「定期的なメンテナンスを可能にすること」であると考える。

【施策提案】

3-1. 自転車の定期健診「ちやりドック」

自転車販売店の減少に対する課題解決のアプローチとして、自転車の定期健診「ちやりドック」を提案する。これは駐輪場を利用し、利用者に定期的な自転車の点検整備のための健診を促すものである。この施策では、自転車駐輪場が定期利用者に点検整備された自転車のみ駐輪場の使用許可を認めさせるシステムづくりを行う。点検・整備をした自転車を区別するために定期利用者がTSマークを自転車販売店で付帯することを義務化する。TSマークとは、自転車安全整備士が点検整備した普通自転車に貼付ができるステッカーのことであり、傷害保険と賠償責任保険が付帯されているものである。本施策でTSマークを導入する理由は、(1)点検整備の促進、(2)事故発生時の補償である。TSマークは1年毎に更新する

必要がある。本施策「ちやりドック」にTSマークを導入することにより、最低でも1年に1回販売店を訪れ点検・整備をすることになる。

3-2. 「ちやりドックマップ」の導入

自転車の点検・整備を促進するにあたり、TSマークの貼付とともにマップを提供することを提案する。これは、定期利用者に自転車販売店へスムーズに足を運んでもらえるように作成したものである。この「ちやりドックマップ」では、(1) TSマークを取り扱う自転車販売店の位置情報、(2) 整備点検の料金の相場、(3) 定期的に整備点検をする重要性の3項目を記載する。我々はこれら的情報を含むパンフレット「ちやりドックマップ」を自転車駐輪場に設置し、利用者に配っていくことを考えている。

3-3. 施策の対象者

我々は、この施策の対象を駅前駐輪場の定期利用者とする。彼らを対象とする理由は、駐輪場の定期利用者のうち通勤通学で利用する者の割合が9割であり、その中でも10代から30代の若者層が多いからである。これらの人々は、定期利用者が今まで自転車販売店での点検・整備を怠っていた為、自転車販売店の新規顧客となり、より高い効果が見込めると考えられる。

【施策の検証】

4-1. 実現可能性

駐輪場の定期利用は超過需要であるため、本施策は定期利用者数を減少させることなく、実現可能である。

現在八王子駅北口地下駐輪場(自転車駐輪場整備センター, 2017)の定期利用の定数は950台であるが、1112台の需要があり、162台が定期利用できていない。また北口東駐輪場(自転車駐輪場整備センター, 2017)の定期利用の定数は1069台であるが、1305台の需要があり、236台が定期利用できていない。つまり、これらの駐輪場は超過需要であることがわかる。

八王子駅北口地下駐輪場で本施策を実施すると仮定した場合、需要供給曲線は以下のようなものになる。この曲線から需要と供給の均衡価格はP*となるので、定期利用料金1か月あたり2,000円とTSマーク代1か月あたり約200円の合計がP*よりも安い価格であれば、本施策は実現可能であると考えられる。

4-2. 期待できる成果

本施策は販売店、定期利用者、社会の3つ観点において大変良い影響を与えることができる。まず、販売店は新たな顧客を獲得し、収益を増やすことができる。

次に、定期利用者は、事故リスクを軽減し、かつ、自転車の寿命を延ばすという2点の利益を得ることができる。1点目に、点検・整備による前もった安全対策とTSマーク付帯による事故発生時の補償の負担を軽減することができる。2点目に、定期的な自転車の点検・整備により、自転車の寿命を伸ばすことができる。自転車の整備を定期的に行うことでの4倍もの寿命を伸ばすことも可能である(自転車ナビ本店, NA)。

さらに、本施策は駐輪場の定期利用者選定に関して、社会的により望ましい結果を導くことができる。現在、定期利用者は手続きを行った順番で駐輪場を利用している。これに対し、本施策では、点検・整備を行った人にのみが定期利用ができるので、より公平に利用者が駐輪場を利用することを可能にする。

【まとめ】

我々は、自転車販売店の減少を問題として取り上げ、自転車の定期健診「ちやりドック」を提案した。自転車販売店が点検・整備を中心とするビジネスをし、定期的にお客さんに来店してもらう仕組みを構築することにより収益の向上を図る。今後大学の駐輪場や他の駐輪場等でも実施し、全国的に展開させていき、本施策が、自転車利用者に自転車の点検・整備の意識を深め、自転車販売店に利用者が定期的に来店する文化を根付かせる第一歩となることを期待する。

【参考文献】

自転車産業振興協会(2013)「平成24年度 自転車保有実態に関する調査報告書」

自転車駐車場整備センター(NA)「自転車駐車場の利用効率向上戦略についての調査研究」

自転車駐車場整備センター(2017)「東京都JR中央線八王子該当自転車駐車場一覧」https://jitensha.jp/search_list/?line=%EF%BC%AA%EF%BC%B2%E4%B8%AD%E5%A4%AE%E7%B7%9A&state=%E6%9D%B1%E4%BA%AC%E9%83%BD&station=%E5%85%AB%E7%8E%8B%E5%AD%90

自転車ナビ本店(NA)「メンテナンスすると寿命が伸びる」<http://www.tsunoda.ne.jp/200/240/241.html>

自転車の安全利用促進委員会(NA)「定期メンテナンス」<http://jitenshaanzen.com/elements/element02.html>

東京都(2013)「東京都自転車走行空間 整備推進計画」

日本交通管理技術協会(NA)「TSマーク」<https://www.tmt.or.jp/safety/index2.html>

マイナビウーマン(2013)「自転車購入の年間支出額は平均2,475円。1人あたりの自転車店件数1位は山形県」<https://cdn2.mynvwm.com/wpcontent/uploads/2013/09/002149.jpg>

