

第3回 自工会 二輪車委員会 メディアミーティング



2022年10月26日
一般社団法人日本自動車工業会
二輪車委員会

■ 委員長挨拶

■ テーマのご説明

■ 国内二輪市場概況

■ 今バイクが好調な理由 ～なぜ若者や女性に人気なのか～

■ 利用環境 ～二輪車市場動向調査（駐車場）～

■ 利用環境 ～東京都の「総合的な駐車対策の在り方」～

■ 意見交換

紹介

一般社団法人日本自動車工業会

副会長兼二輪車委員会 委員長
常務理事

日高 祥博
和迺 健二

ご挨拶

一般社団法人日本自動車工業会

副会長兼二輪車委員会 委員長 日高 祥博

本日の議題

- テーマご説明
- 国内二輪市場概況
- 今バイクが好調な理由 ～なぜ若者や女性に人気なのか～
- 利用環境 ～二輪車市場動向調査（駐車場）～
- 利用環境 ～東京都の「総合的な駐車対策の在り方」～
- 意見交換

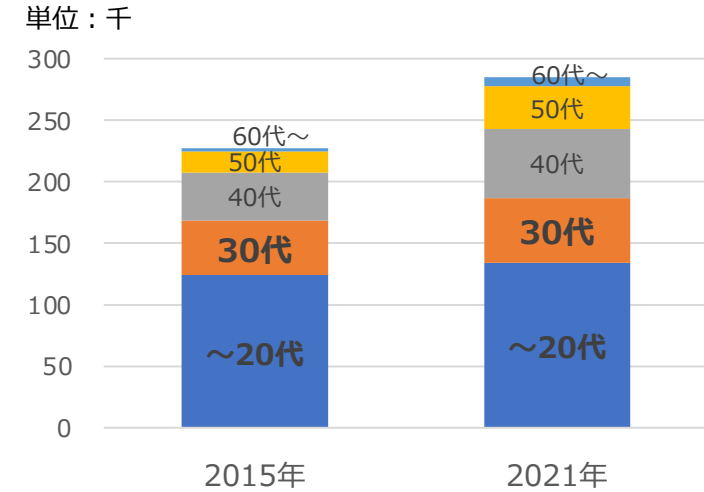
一般社団法人日本自動車工業会 二輪車委員会
二輪車企画部会 川瀬 信昭

出典：警察庁統計データ

二輪を取り巻く課題



二輪免許取得年齢層



<2022年8月25日開催 BLF in大分・日田のパネルディスカッションより>



利用環境（駐車場）改善

【Keyword】

若年層ライダーの増加

深掘り

テーマ『今バイクが好調な理由 ～なぜ若者や女性に人気なのか～』

新型コロナ・パンデミックが一つの契機となって二輪車が再評価されていること
特に若者新規層の拡大によって、価値観が変化し、「自由に移動できる手軽な乗り物」
「ファッション感覚」「キャンプギアの一アイテム」などちょっとしたブームになっている

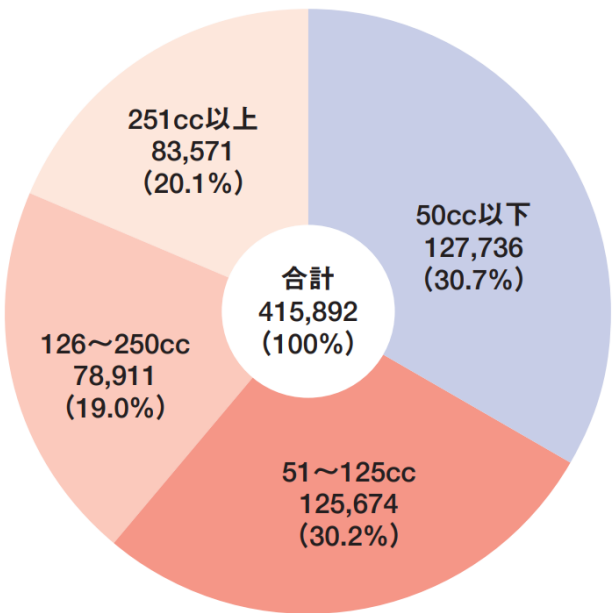
国内二輪市場概況



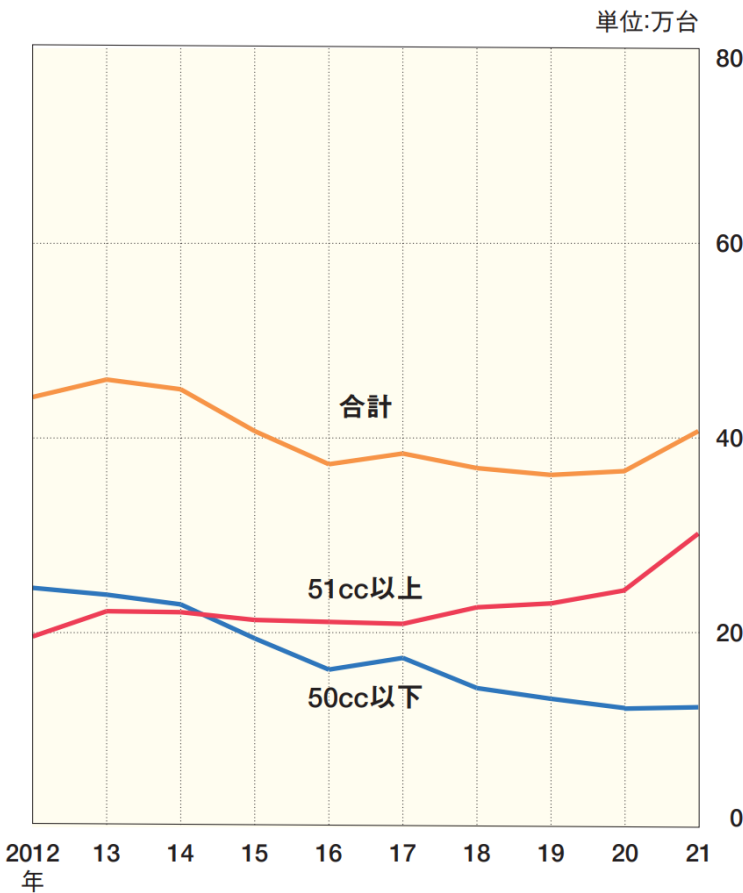
国内二輪車販売台数

2021年の二輪車販売台数は、前年より13.7%増加して41万6千台となりました。排気量別では、原付第一種が4.3%増の12万8千台、原付第二種は23.5%増の12万6千台、軽二輪車は6.1%増の7万9千台、小型二輪車は24.0%増の8万4千台となりました。なお、原付第二種以上（51cc以上）は18.3%増の28万8千台となりました。

● 2021年の排気量別販売台数と構成比



● 二輪車販売台数の推移



国内二輪車販売台数（詳細）

● 二輪車販売台数

単位:台

年	原付第一種 (50cc以下)	原付第二種以上 (51cc以上)				合計	前年比(%)
		原付第二種 (51～125cc)	軽二輪車 (126～250cc)	小型二輪車 (251cc以上)	計		
1980	1,978,426	200,238	80,799	97,281	378,318	2,356,744	122.0
1985	1,646,115	130,574	167,213	143,324	441,111	2,087,226	101.5
1990	1,213,512	169,618	165,692	103,876	439,186	1,652,698	98.1
1995	884,718	138,115	104,175	115,430	357,720	1,242,438	102.2
2000	558,459	102,116	75,887	83,963	261,966	820,425	93.6
2005	470,922	88,747	102,038	76,841	267,626	738,548	100.7
2010	231,247	96,368	37,645	58,108	192,121	423,368	97.7
2012	246,095	90,291	45,306	60,715	196,312	442,407	99.4
2013	238,786	100,947	55,441	65,289	221,677	460,463	104.1
2014	228,918	96,249	54,310	70,151	220,710	449,628	97.6
2015	193,842	94,851	51,277	66,621	212,749	406,591	90.4
2016	162,130	101,424	46,429	62,908	210,761	372,891	91.7
2017	174,259	88,765	56,586	64,003	209,354	383,613	102.9
2018	143,129	105,536	57,229	63,220	225,985	369,114	96.2
2019	132,086	105,403	58,359	66,456	230,218	362,304	98.2
2020	122,416	101,737	74,392	67,379	243,508	365,924	101.0
2021	127,736	125,674	78,911	83,571	288,156	415,892	113.7

注:1.原付第一種、第二種は国内末端販売店向け出荷台数。2.軽二輪車、小型二輪車は輸入車を含む。

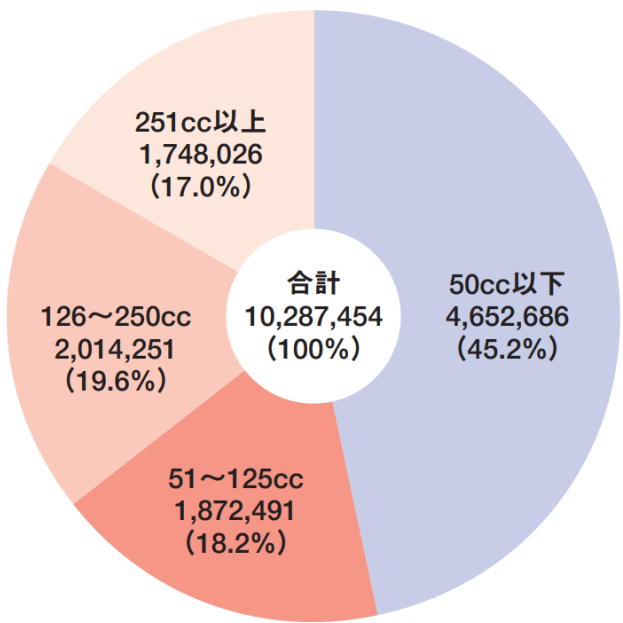
国内二輪車保有台数

二輪車保有台数は1,029万台

2021年3月末の二輪車保有台数は、前年より0.6%減少して1,028万7千台となりました。排気量別では、全体の45.2%を占める原付第一種が4.1%減の465万3千台と減少しましたが、原付第二種は3%増の187万2千台、軽二輪車は2.1%増の201万4千台、小型二輪車は2.6%増の174万8千台と増加しました。また、原付第二種以上（51cc以上）は、2.5%増の563万5千台でした。

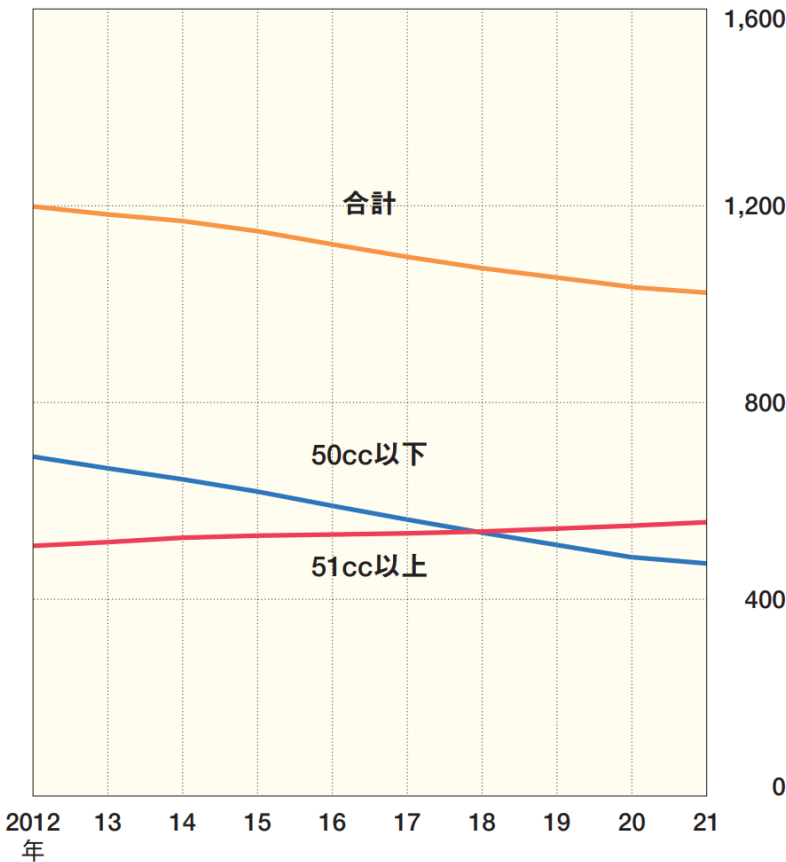
● 2021年3月末現在の
排気量別保有台数と構成比

単位:台



● 二輪車保有台数の推移(各年3月末現在)

単位:万台



国内二輪車保有台数（詳細）

● 二輪車保有台数（各年3月末現在）

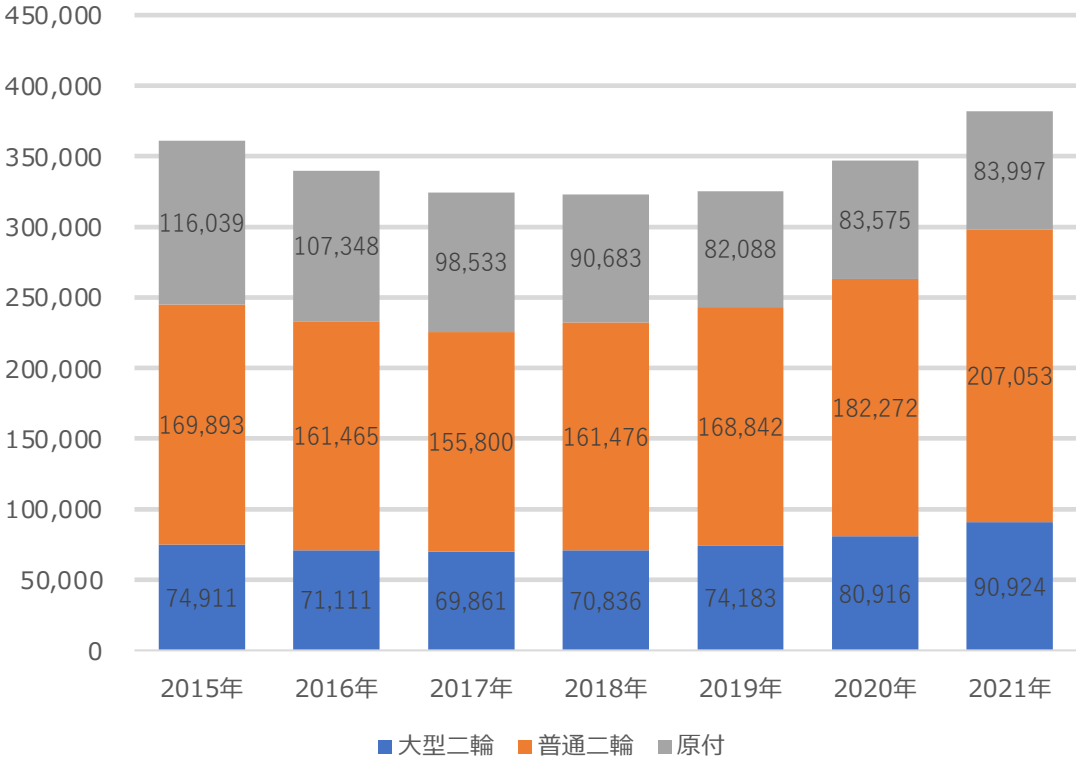
単位:台

年	原付第一種 (50cc以下)	原付第二種以上 (51cc以上)				合計	前年比(%)
		原付第二種 (51～125cc)	軽二輪車 (126～250cc)	小型二輪車 (251cc以上)	計		
1970	3,727,426	4,431,745	583,316	109,771	5,124,832	8,852,258	100.5
1975	4,851,140	3,132,818	492,307	276,715	3,901,840	8,752,980	101.9
1980	8,794,335	2,281,006	506,567	383,639	3,171,212	11,965,547	109.8
1985	14,609,399	1,747,957	1,047,426	775,627	3,571,010	18,180,409	104.8
1990	13,539,269	1,517,228	1,669,771	1,045,519	4,232,518	17,771,787	97.6
1995	11,165,390	1,421,031	1,823,446	1,177,229	4,421,706	15,587,096	98.0
2000	9,643,487	1,337,395	1,704,522	1,288,399	4,330,316	13,973,803	98.0
2005	8,566,613	1,353,732	1,857,439	1,397,392	4,608,563	13,175,176	99.3
2010	7,448,862	1,511,440	1,992,939	1,524,176	5,028,555	12,477,417	98.4
2012	6,899,459	1,582,925	1,959,845	1,542,856	5,085,626	11,985,085	98.2
2013	6,661,807	1,626,094	1,969,187	1,566,341	5,161,622	11,823,429	98.7
2014	6,438,002	1,674,884	1,980,411	1,595,335	5,250,630	11,688,632	98.9
2015	6,188,710	1,704,083	1,978,462	1,611,089	5,293,634	11,482,344	98.2
2016	5,899,276	1,717,092	1,970,471	1,628,461	5,316,024	11,215,300	97.7
2017	5,615,360	1,737,911	1,961,109	1,641,580	5,340,600	10,955,960	97.7
2018	5,353,473	1,752,278	1,966,973	1,657,613	5,376,864	10,730,337	97.9
2019	5,103,395	1,787,133	1,968,905	1,680,416	5,436,454	10,539,849	98.2
2020	4,853,131	1,818,357	1,972,367	1,704,542	5,495,266	10,348,397	98.2
2021	4,652,686	1,872,491	2,014,251	1,748,026	5,634,768	10,287,454	99.4

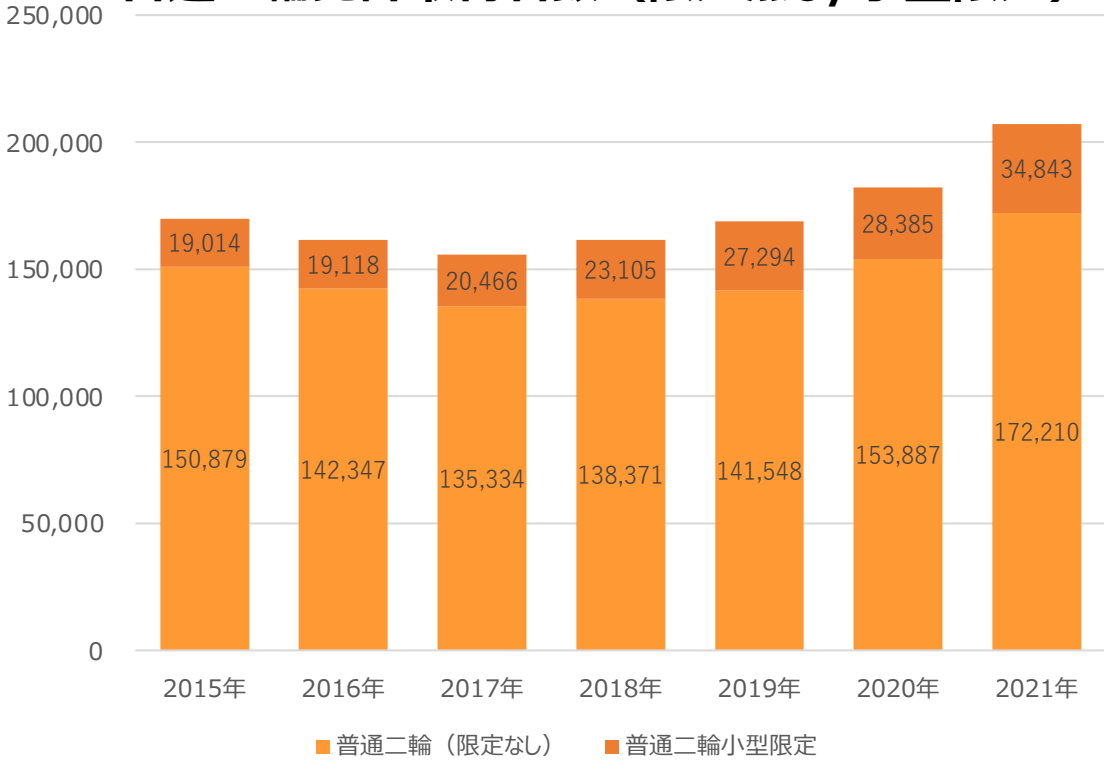
注:原付第一種および原付第二種は、2006年より4月1日現在の課税対象台数で、総務省の調査による。

出典：二輪車新聞記事を集計（失効等再取得者を除く）

大型・普通二輪・原付免許取得者数



普通二輪免許取得者数（限定無し/小型限定）



2018年以降大型二輪・普通二輪は前年伸長傾向

免許の種類	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
大型二輪	74,911	71,111	69,861	70,836	74,183	80,916	90,924
普通二輪	169,893	161,465	155,800	161,476	168,842	182,272	207,053
原付	116,039	107,348	98,533	90,683	82,088	83,575	83,997
合計	360,843	339,924	324,194	322,995	325,113	346,763	381,974

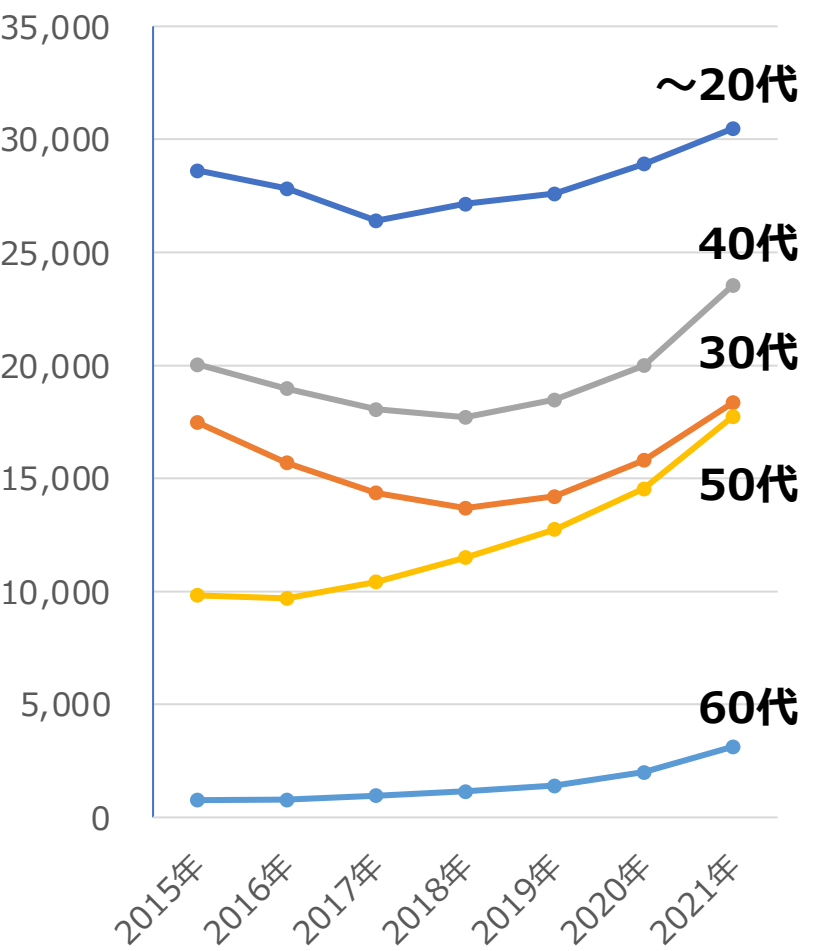
普通二輪は小型限定含め伸長が続く

免許の種類	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
普通二輪（限定なし）	150,879	142,347	135,334	138,371	141,548	153,887	172,210
（内_ AT限定）	8,677	9,387	6,562	8,278	6,618	6,395	7,856
普通二輪小型限定	19,014	19,118	20,466	23,105	27,294	28,385	34,843
（内_ AT限定）	13,353	11,964	13,672	16,606	20,642	19,874	25,893

出典：警察庁統計データ
※～20代は10代を含む

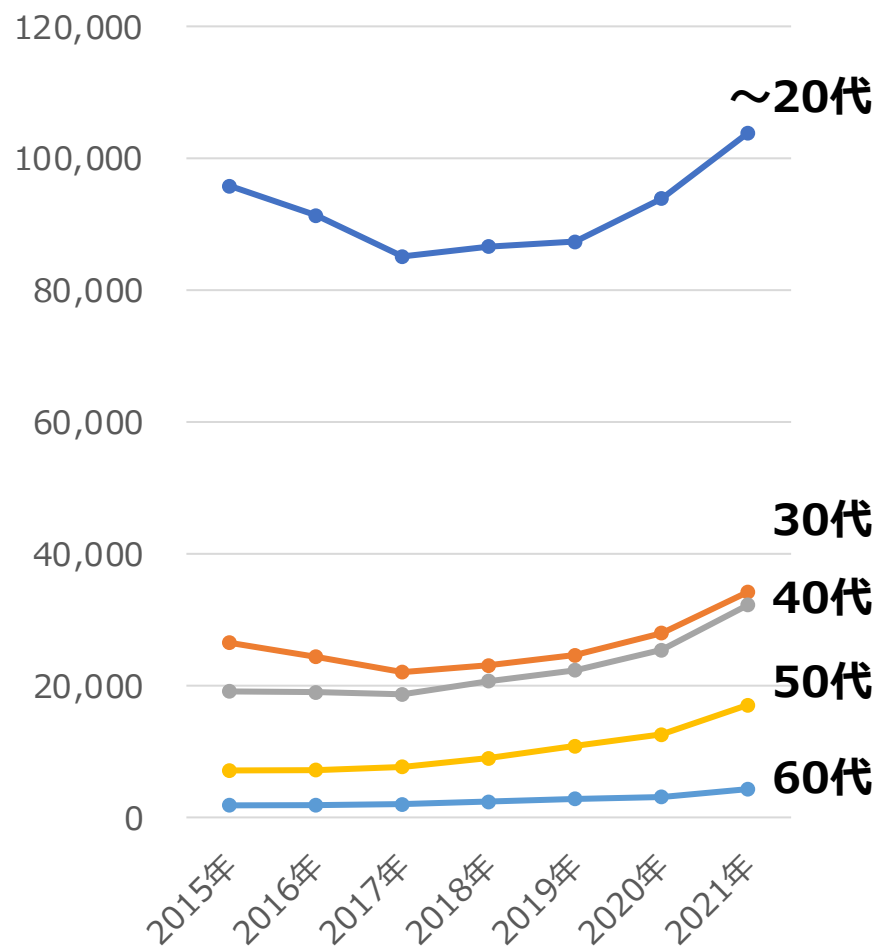
年齢別免許取得者数及び女性比率の推移

大型二輪免許取得者数



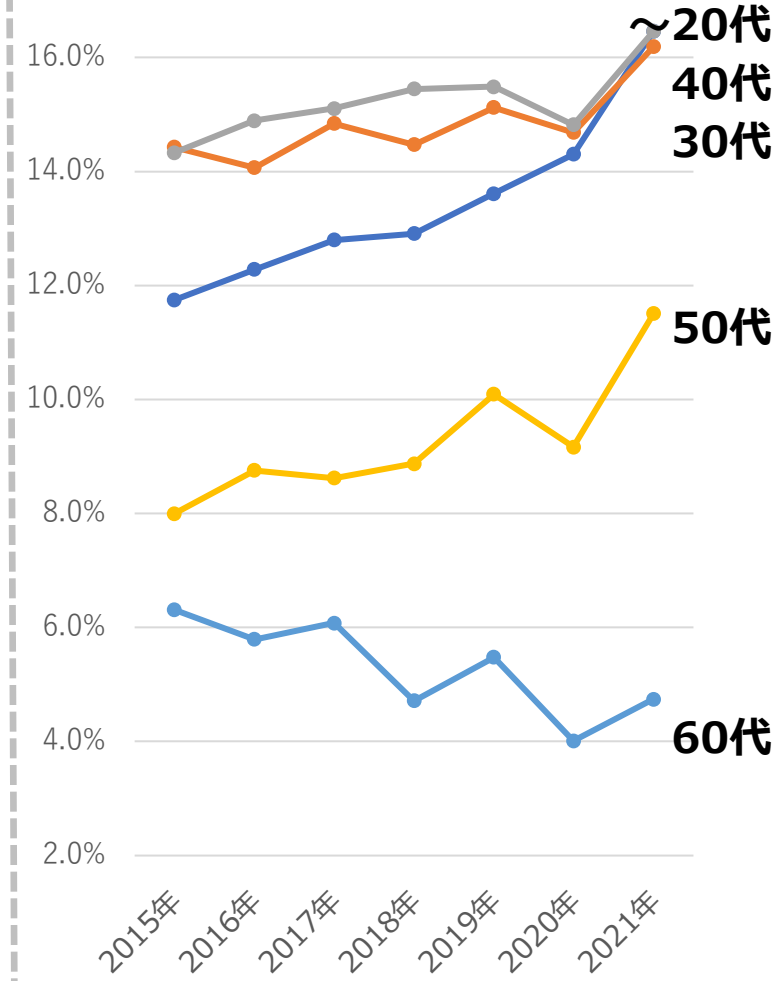
大型二輪免許は30代・40代・50代の
取得者が伸長

普通二輪免許取得者数



普通二輪免許は20代の
取得者が特に伸長し総数も多い

大型 + 普通二輪免許女性比率



女性比率が20代から40代
中心に増加傾向

一般社団法人日本自動車工業会 二輪車委員会
二輪車企画部会委員 普及広報タスクフォース
大野 匠

今バイクが好調な理由

～なぜ若者や女性に人気なのか～

過去のバイクブームとは

大きなムーブメント

	第1世代	第2世代	第3世代	第4世代	第5世代	第6世代	第7世代	第8世代	第9世代	第10世代	第11世代
年表	1970年後半 ～1980年前半	1980年前半	1980年後半	1980年 中盤～後半	1990年前半	1990年中頃	1990年後半	2000年前半	2000年後半	2010年前半	2018年
どんなブーム	ミニバイク ナナハン世代	スポーツバイク (クォーター) ビッグバイク	スクーターレース	レーサーレプリカ ミニバイクレース オフロードモデル MXレプリカ	ネイキッド アメリカン	ビッグバイク	ストリートバイク カスタム ビッグスクーター	ビッグスクーター カスタマイズ	ビッグスクーター 返咲きライダー (リターン)	軽二輪・小型 スクーター ※150ccクラス	250ccバイク ※スポーティモデル

これまでは…

バイクが主役だった

=

**憧れのバイクを購入してから
"何をするか"を決めていた**



ITビジネスで置き換えると



**バイクが「プラットフォーム」で主役。
そこにどのような「アプリケーション」（何をするか）を
インストールするかが主流だった。**

「*Lifestyle* *Gear*」ブーム

ラ イ フ ス タ イ ル ギ ア

現在…

ライフスタイルが主役

=

**個々人が好きな趣味に"バイク"
を結びつけて楽しむようになった**



ITビジネスで置き換えると



個々人の価値観やライフスタイルが「プラットフォーム」
バイクは「アプリケーション」という以前とは逆転した
ブームとなっている

ブームとなったきっかけ ～実は2018年から人気は始まっていた～

2018年

2019年

2020年

2021年

2022年

2023年

★道路交通法施行規則改正
AT小型限定普通二輪免許（原付2種）
が最短2日で取得可能

★各社プロモーション
「免許取得キャンペーン」により興味者増加

★様々なカテゴリーラインアップ
自分のライフスタイルに合うバイクを選択

★バイクウエア様変わり
機能性+デザイン性が向上し、トレンドのアウトドアウエアと見分けがつかないようなアパレルも登場

★コロナ禍

- ・テレワークや公共交通機関を避け自転車やバイク通勤増加
- ・密を避け一人で楽しめるツーリングキャンプ

★移動手段として経済性や利便性に気づく

コロナ禍の収束が見えない中、公共交通機関を避けバイクで街中に行く
若者も増えてきている（原付2種・軽二輪）

世の中の変化 ～SNSの台頭～

通信環境

2000年

★後半スマートフォン誕生

2005年

2010年

★10年携帯電話 4G

2015年

2020年

2022年

★20年携帯電話5G

★07年Apple iPhone発売

★04年



個人のライフスタイル発信

★05年



YouTube

誰もが気軽に動画配信できる時代へ

★08年



拡散・情報収集

★11年



手軽なコミュニケーション

★12年



Instagram

その場で発信できる手軽さ

★20年



TikTok

手軽さ・自由さの投稿

SNS変遷

自工会活動
～大学生情報発信強化～

SNS普及による 大きな変化

- YouTubeを筆頭に誰もが情報発信を気軽にできるようになった事で、今までのマスメディアは画面の中の出来事（人・もの）としてアイドル（偶像・崇拜）として見ていたものが、同じ年代や目線で発信される情報が自分事として捉えられ閲覧する人が増加し、興味関心（特にキャンプツーリング）が深まる
- SNSでバイクに関する動画が発信される事で今まで影を潜めていたバイクを趣味とする俳優や芸人がテレビでも流れるようになり、バイクが身近な存在へと変わっていった。
- SNS・マスメディアでのバイク人気再来の発信がさらにバイクの人気に拍車をかけている

密を避ける 移動手段として変化

- コロナ禍で密を避ける為、公共交通機関を避け自転車やバイク通勤を始める方が増加
- 一人でも楽しめるキャンプツーリングもトレンド

ストリートバイク ビッグバイクブーム 終焉の反省を活かして

- 当時、路上駐車が顕在化し、2006年には法改正が施行され路上駐車取締りが強化されたことによりブームは終焉を迎えた
- 調査の結果、マナーの良い若年層増加の中で、二輪駐車場の問題が浮上しており対策を講じる必要がある

一般社団法人日本自動車工業会 総合政策委員会

調査部会 二輪車分科会

徳江 潤

利用環境

～二輪車市場動向調査（駐車場抜粋）～

(1)調査手法

国産二輪車：郵送調査法（書面による回答とWEBによる回答併用）

輸入二輪車：インターネットモニターWEB調査

(2)調査地域 全国（サンプル数：4,897名）

(3)調査対象者

国産二輪車：2020年6月～2021年5月の新車購入者

輸入二輪車：2018年6月～2021年5月の新車購入者

(4)対象者抽出方法

国産二輪車：調査応諾者より、タイプ別×排気量別の市場構成に合わせ対象者を割当、抽出

輸入二輪車：インターネット調査モニターより調査対象条件該当者を抽出

(5)調査期間 2021年9月3日（金）～2021年10月6日（水）



二輪車使用時の課題 ～二輪車使用時の課題とその変化～

■乗車時に気にする点は雨、暑さ・寒さといった天候・気候のほか、**外出先の駐車場**なども。

○乗っていて気になる点・・・

天候・気候の要因(「雨の日は乗りにくい」、「夏は暑く、冬は寒い」等)

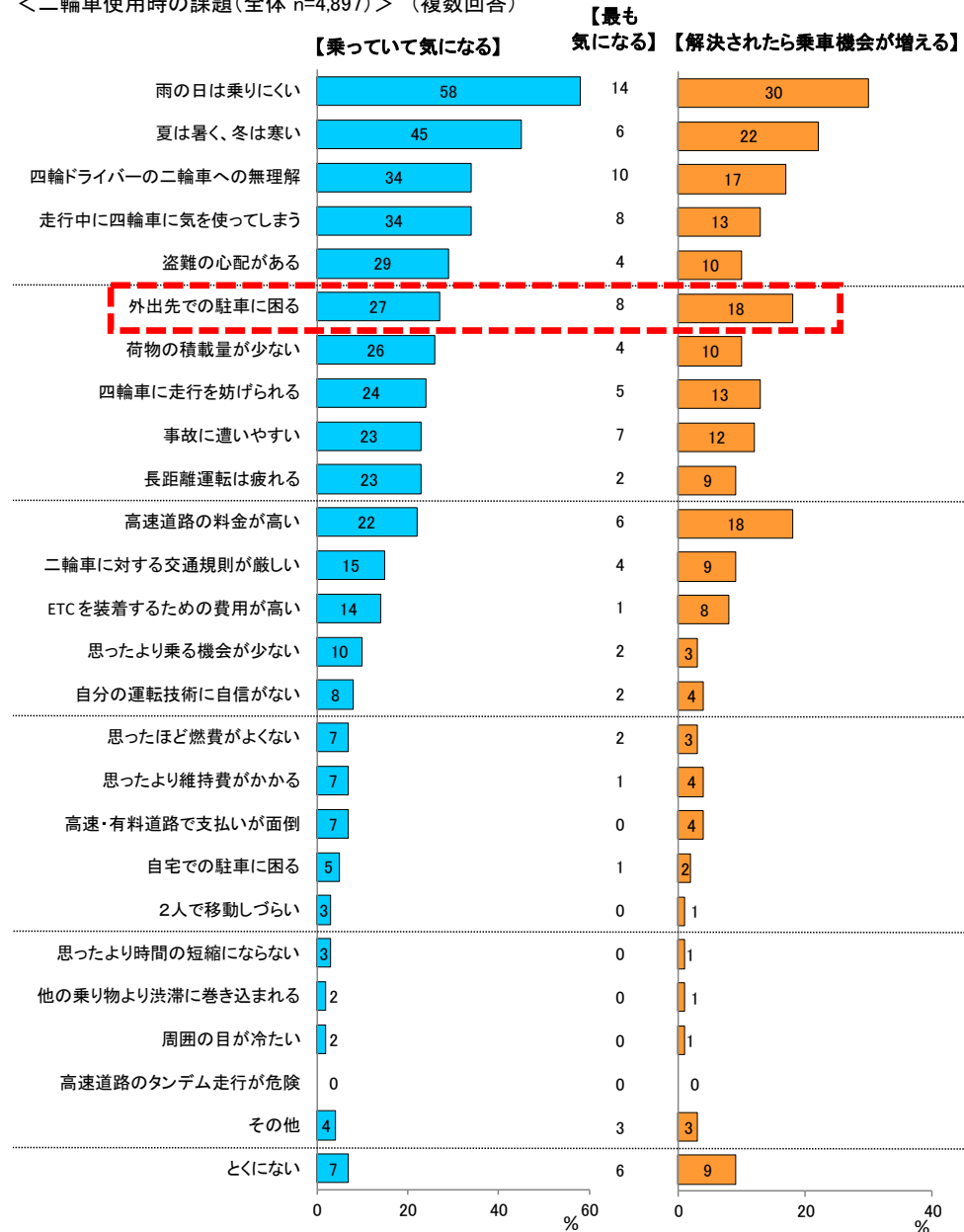
四輪との関係・盗難の心配

に次いで、「**駐車に困る**」が挙げられている

○解決されたら乗車機会が増える点・・・

天候・気候の要因に次いで、外出先での「**駐車に困る**」が挙げられている

＜二輪車使用時の課題(全体 n=4,897)＞ (複数回答)

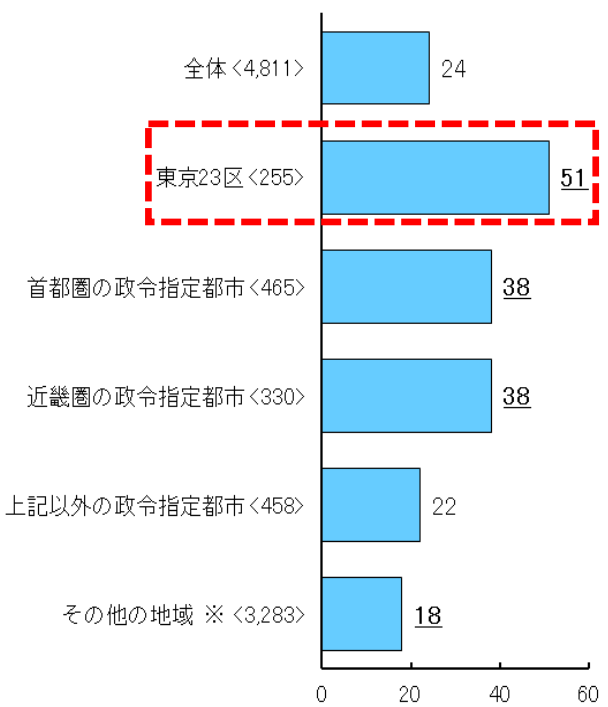


二輪車の駐車問題 ～二輪車の駐車で困った経験／困った場所～

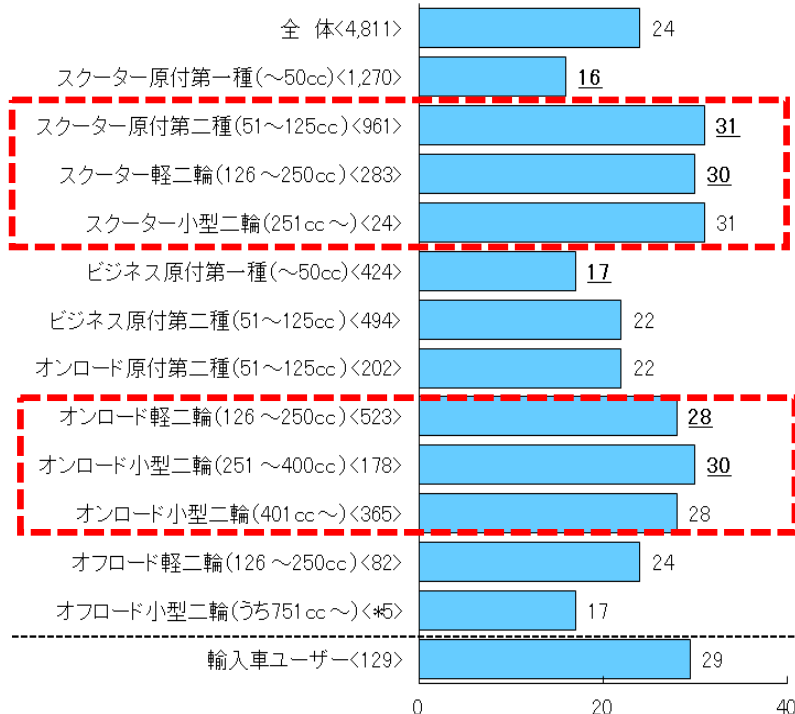
■ 都市部ほど駐車に困った経験が多く、特に駅周辺で困る場合が多い

- 駐車で困った経験・・・東京23区 **51%** ※全体は24%
- 駐車で困った場所・・・駅周辺 **73%**、繁華街 **61%**。
東京23区はさらに、「オフィス街」「住宅街」「自宅」「自宅周辺」が高いのが特徴

<直近1年間に駐車で困った経験ありの割合(地域別)>



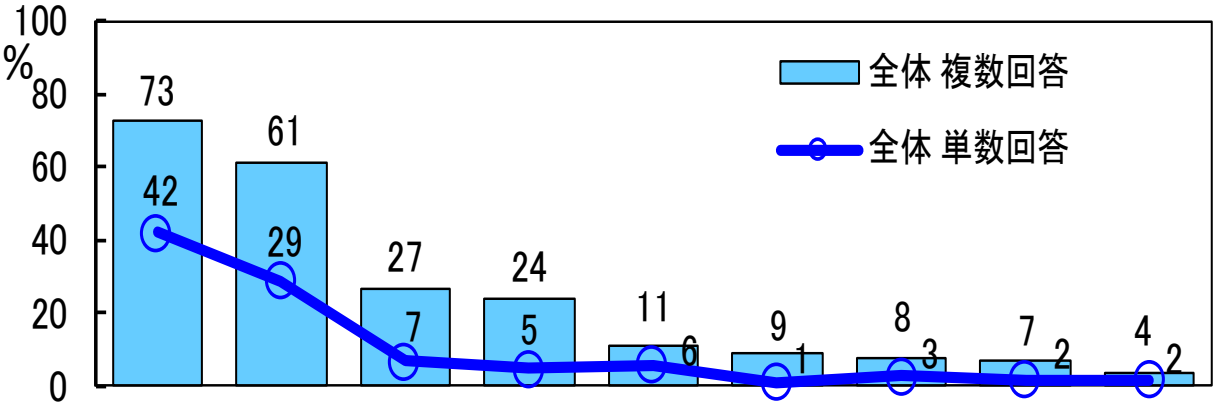
<直近1年間に駐車で困った経験ありの割合(タイプ別)>



注) サンプル数全体の平均よりも多い

二輪車の駐車問題 ～二輪車の駐車で困った場所～

出典：二輪車市場動向調査



表側居住地別、購入二輪車別、輸入車とも複数回答の構成比		n	駅周辺	繁華街	観光地	オフィス街	自宅	住宅街	職場周辺の学校	自宅周辺	その他
全体 複数回答		1,225	73	61	27	24	11	9	8	7	4
居住地	東京23区	134	77	△ 72	28	△ 36	△ 18	△ 16	13	△ 13	6
	首都圏の政令指定都市	181	△ 84	60	28	25	11	10	5	5	4
	近畿圏の政令指定都市	126	75	△ 78	20	28	10	12	6	6	5
	上記以外の政令指定都市	110	▽ 58	57	22	27	11	6	12	11	0
	その他の地域 ※	673	71	▽ 56	28	▽ 19	10	8	8	6	3

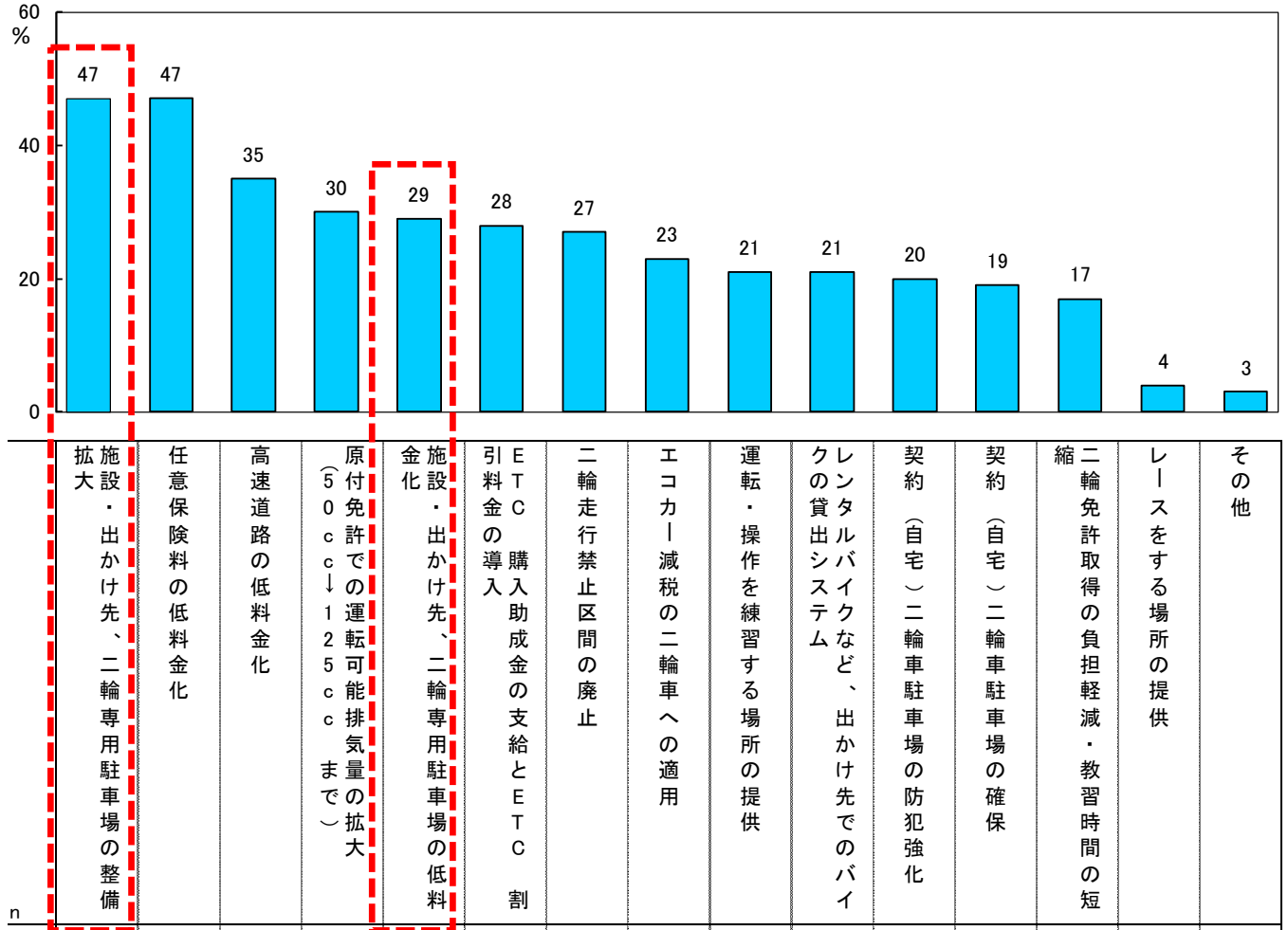
注) サンプル数全体の平均よりも多い △ サンプル数全体の平均よりも少ない ▽

二輪車周辺期待 ～施設・インフラに対する期待～

■ 駐車場は整備拡大に加えて利用コスト低下に期待。

○施設・出かけ先、二輪専用駐車場の整備拡大・・・**47%**

○施設・出かけ先、二輪車専用駐車場の低料金化・・・**29%**



二輪車周辺期待 ～情報に対する期待～

■ 修理・メンテナンスや新モデル、駐車場情報への期待が高い

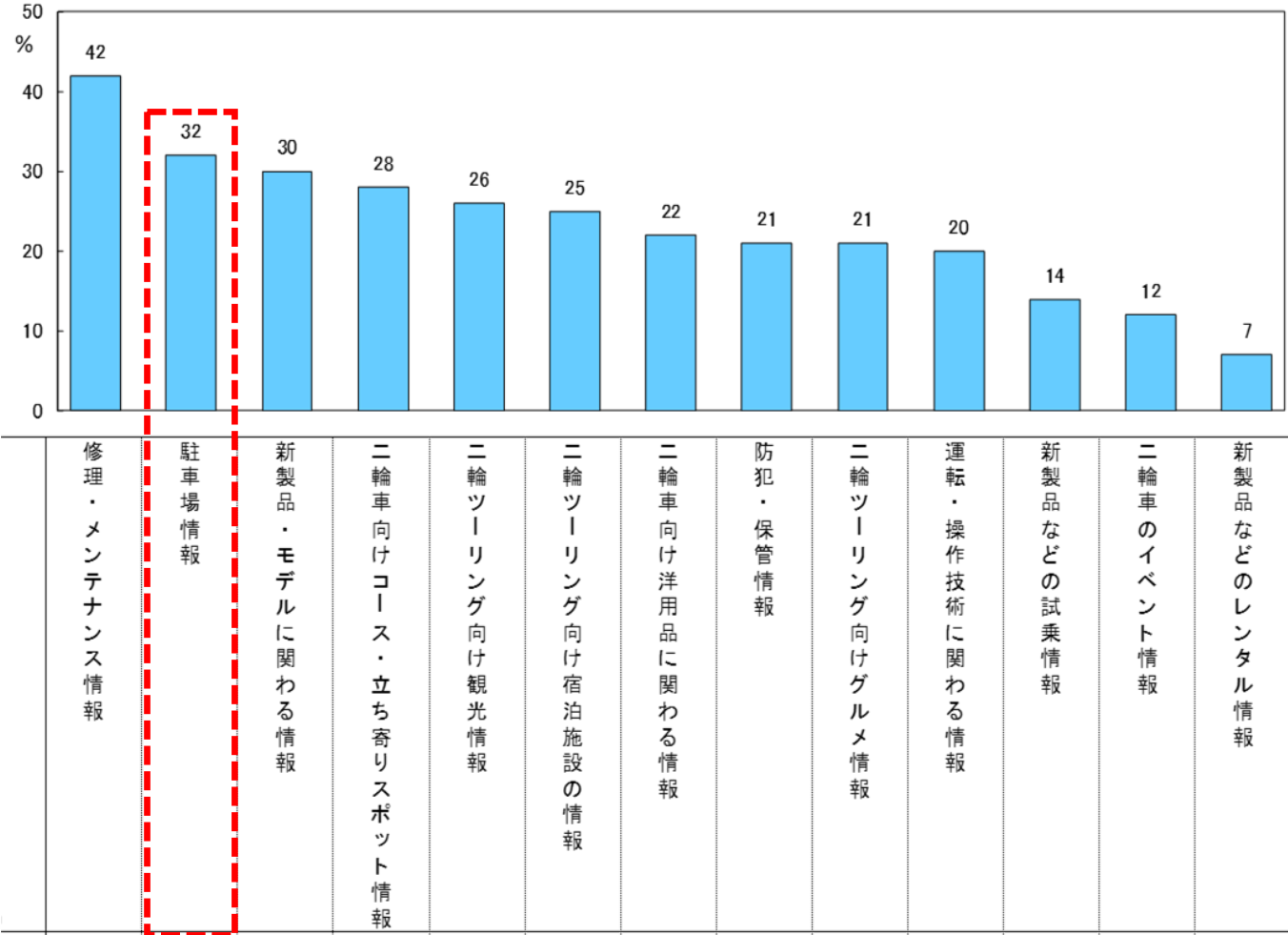
○ 情報に対する整備・改善期待

修理・メンテナンス情報・・・42%

駐車場情報・・・**32%**

新製品・モデルに関わる情報・・・30%

○ スクーター(原付一種除く)・オンロード・・・駐車場情報への期待が高い



一般社団法人日本自動車工業会 二輪車委員会
二輪車企画部会 二輪車利用環境分科会
小久保 慎一

利用環境

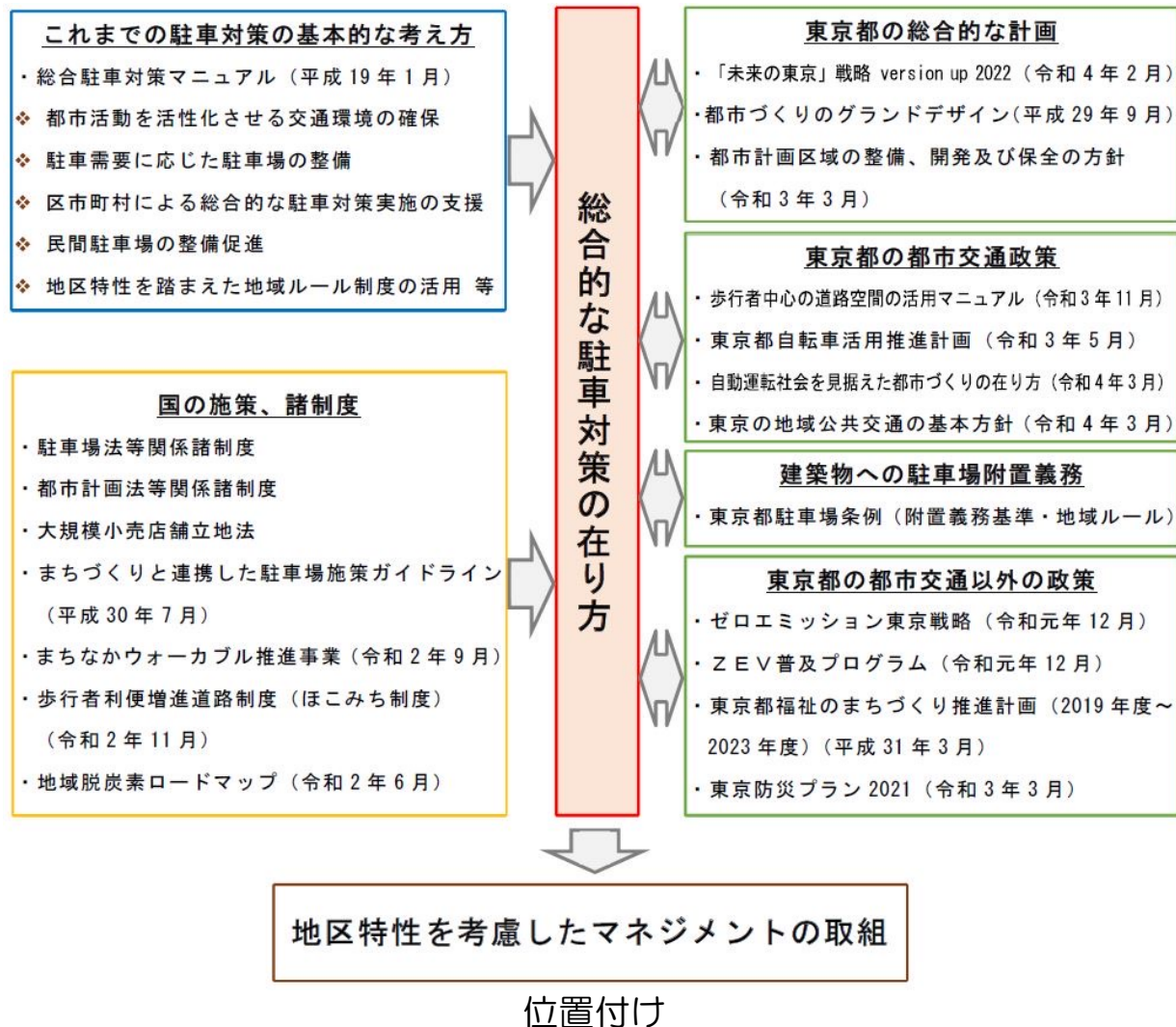
～東京都の「総合的な駐車対策の在り方」～

「総合的な駐車対策の在り方」について

東京都 都市整備局

1 「総合的な駐車対策の在り方」の位置付け

- 都は、車から人へ力点を移し、コンパクトでスマートなまちづくりの取組を推進
- 人口減少や少子高齢社会、ゼロエミッション東京の実現やDXの推進等、最近の駐車場を取り巻く状況を踏まえ、あらゆるモビリティを対象とした、今後の駐車対策の基本的な考え方について、令和4年3月に「総合的な駐車対策の在り方」を策定



総合的な駐車対策の在り方における対象車両



本在り方の対象車両

2 目指すべき将来像と東京都の駐車対策における検討の方向性

2.1 目指すべき将来像

- 都の総合的な計画（未来の「東京戦略」等）における都市づくりの戦略を踏まえ、2つの目指すべき将来像を設定

目指すべき将来像（2040年代）

- ◆ゼロエミッション東京の実現に向け、道路空間の再配分等により、人中心の魅力の高い空間を創出し、居心地がよく歩きたくなるウォーカブルなまちづくりを実現
- ◆サステナブル・リカバリーの観点を踏まえつつDXを推進し、コンパクトでスマートな都市を実現

ゼロエミッション東京

2050年CO₂排出実質ゼロを目指し、2030年のカーボンハーフを実現するため、再エネやグリーン水素の活用など、あらゆる手段を用いて具体的な取組を推進



出典：東京都「未来の東京戦略」

ウォーカブルなまちづくり

新たなまちの魅力向上へ向けた公共空間の活用促進を図り、都市のにぎわいや魅力を創出するための取組を推進



出典：東京都「未来の東京戦略」

DXの推進

ICTを活用し、シームレスな移動を可能とするMaaSや、5Gを活用した自動運転環境の整備等の取組を推進



出典：東京都「未来の東京戦略」

新型コロナ危機を契機とした都市づくり

サステナブル・リカバリーの考え方に立脚した強靱で持続可能な都市づくりを推進（自転車利用環境の更なる充実等）



出典：東京都「未来の東京戦略」

2 目指すべき将来像と東京都の駐車対策における検討の方向性

2.2 東京都の駐車対策における検討の方向性

➤ 目指すべき将来像の実現に向け、重点的に推進すべき5つの検討の方向性に沿った施策を提示

方向性① 人中心のまちづくりと連携した駐車対策（あらゆるモビリティを対象に）

- 歩行者空間の創出に向けた、駐車場出入口の適正な配置等の取組を推進
- 道路空間の再編に際し、様々なモビリティの駐車・乗降スペースの確保を検討
- 需要に応じた共同荷さばきスペースの複数配置、にぎわいの連続性を分断しない車両動線の検討
- 人中心のまちづくりに向けた、あらゆるモビリティを対象とした駐車対策の検討



人中心のまちづくりによる歩行者空間の創出

2 目指すべき将来像と東京都の駐車対策における検討の方向性

② 効果的・効率的な総合駐車対策の推進（ハード、ソフト施策の組み合わせ）

- 路肩側の車道空間であるカーブサイドについて、
地区特性を考慮したタイムシェアの実施による
効率的な活用
- リアルタイムな満空情報等、きめ細かい情報の
発信による既存ストックの活用
- 需要に応じた多様で弾力的な料金設定による
駐車場利用の分散・誘導



カーブサイドを活用したカーシェアリングポート
と荷さばきを両立した例

2 目指すべき将来像と東京都の駐車対策における検討の方向性

方向性③ 社会経済状況の変化や地区特性に応じた柔軟な駐車対策の推進

- 稼働率の低い駐車場を活用し、多様なモビリティが駐車できるスペースへの転用
- 地域ルール of 策定促進や立地適正化計画による駐車場配置の適正化を実施
- ユニバーサルデザインを考慮した駐車場整備の検討



駐車場・駐輪場の利用状況の例

方向性④ CO₂実質ゼロや防災・減災

- ZEV用インフラの整備に係る支援制度の拡充等による環境負荷低減機能の付加
- パークアンドライドの導入やフリンジ駐車場の配置による公共交通利用の促進
- 災害時の駐車場スペースの利用へ向け、防災備蓄倉庫の整備等による防災機能の付加



2 目指すべき将来像と東京都の駐車対策における検討の方向性

方向性⑤ MaaS、自動運転等の先端技術や新たなモビリティに対応

- MaaS※¹ の活用や、満空情報の発信やオンライン予約・決済の高度化などのDXの推進による先進的な駐車施策の展開
- 新たなモビリティやシェアリングに対応した乗降スペースの確保等について検討
- 新たなモビリティや自動運転車の普及による駐車スペースの合理化等を検討



情報共有・駐車施設推奨



最適な経路案内



オンライン予約の高度化・駐車施設の需給調整



MaaSと連携したシームレスな移動の実現

※ MaaS (Mobility as a Service) とは、一連の交通サービスとしてモビリティの最適化を図るため、複数の交通手段を組み合わせ、アプリ等により一括検索・予約・決済を可能とする取組などを指す

DX の推進による施策展開イメージ

3 地区特性を考慮したマネジメントの進め方

3.1 地区マネジメントの必要性

- 都内には様々な特徴を持った地区が存在しているため、地区の特性に応じた駐車対策が必要
- 駐車施策の実施に当たっては、地元組織や事業者等、多くの関係者の理解や協働による取組が必要
- このため、多様な主体により構成する地区マネジメント組織を構成し、本組織にて、地区の将来像や施策メニュー等を取りまとめた「（仮称）駐車・まちづくりのマネジメントガイドライン」を策定の上、継続的なマネジメントを実施



地区マネジメント組織の構成員のイメージ

<地区マネジメント組織の役割>

- 「（仮称）駐車・まちづくりガイドライン」の策定・検証・見直し、施策の実施体制の構築・運営 等

【参考】「総合的な駐車対策の在り方」について

■ 掲載ホームページ (URL: <https://www.toshiseibi.metro.tokyo.lg.jp/kiban/kagami/index.htm>)

東京都都市整備局
Bureau of Urban Development
Tokyo Metropolitan Government

文字サイズ 縮小 標準 拡大 Language 都庁総合ホームページ

検索ワードを入力 検索

都市整備局について 分野別で探す 窓口で探す 各種申請様式 審議会・計画 よくあるお問合せ

トップページ > 交通・物流 ～人・モノの交流ネットワークの機能強化～

交通・物流 ～人・モノの交流ネットワークの機能強化～

空港、道路、鉄道などのインフラ整備や老朽化対策に取り組むとともに、交通結節機能の充実や道路空間・水辺空間の利活用を含めた総合的な交通政策を推進します。

分野別一覧

- 防災
- まちづくり
- 交通・物流
- 緑地・景観
- 建築・開発行政
- 米軍基地対策

総合的な交通政策の推進

総合的な交通政策の推進 >

道路網の整備

区部及び多摩地域の都市計画道路 >
都市計画道路現況調査 >
高速道路 >
もっと見る

鉄道・新交通システムの整備

交通政策審議会の答申 >
地下鉄等の整備 >
既設鉄道の複々線化 >
もっと見る

航空政策の推進

航空政策基本方針 >
羽田空港の機能強化と国際化 >
横田空域の返還 >

物流対策の推進等

総合物流ビジョンに基づく物流効率化推進 >
物流拠点の整備支援 >
駐車対策の推進 >
もっと見る

・ 本在り方の本文について、掲載しております。

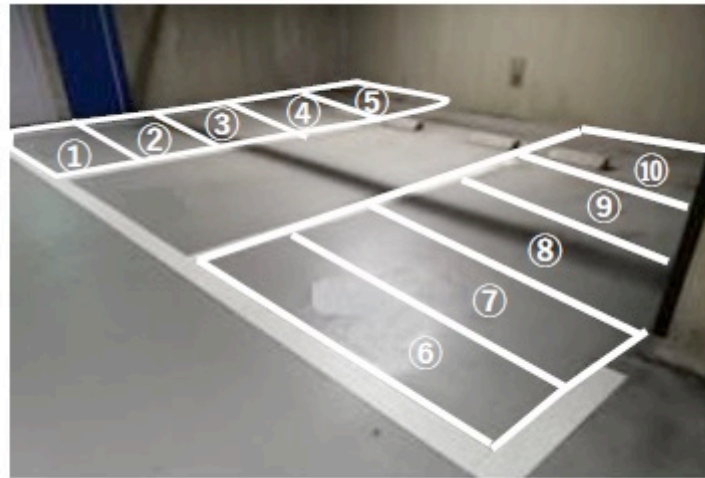
総合的な駐車対策の在り方



2022 年（令和 4）年 3 月



「総合的な駐車対策の在り方」表紙



東京国際フォーラム



都立多摩産業交流センター
「東京たま未来メッセ」



【今後予定】東京アクアティクスセンター

本日はありがとうございました

