



各業界のプロフェッショナルが集まり 徹底して「遊びの質」を追求

このツイードラン大阪は、様々な業界のプロフェッショナル達が徹底して“遊びの質”を追求したそうです。参加者に配布するパンフレットはもちろん、オリジナルのワッペンや仮装用の“付け髭”まで用意。参加者でもある各分野のクリエイターが自らデザイン、製作したイベントアイテムからは“新しい自転車の楽しみ方”が垣間見えます。

「ファッションは街を楽しむ道具。自転車もそのひとつです。ただ乗るだけではなく、どうすればみんなで楽しめるかを追求した結果がツイードラン大阪だと考えています。このイベントの楽しみ方は人それぞれですが、私の場合は“当日着ていくツイードファッションを買う”ところから楽し

んでいました」と木下氏。

また、参加者の中にはスポーツバイクを知人に借りて参加したという女性も。その後、イベントでの経験がきっかけとなりスポーツバイクを購入、翌年は自分のバイクで参加されたそうです。

「スポーツバイクそのものの“ハード”面だけでなく、例えばツイードランのような“ソフト”の面からスポーツバイクに興味を持つことも大いにあります。スポーツバイクのブームはもう過ぎ去ったという方もいますが、スポーツバイクの魅力を知らない人はまだまだ大勢います」

木下氏が指摘するように、スポーツバイク未経験者に興味を持ってもらえるような“楽しみ方”や“ライフスタイル”を提案していくことも、スポーツバイク市場における課題のひとつではないでしょうか。



POINT

スポーツバイク市場をさらに活性化させるためには “ハード”だけでなく“ソフト”も求められる

今回の取材を終えて強く感じたのは“スポーツバイク市場に潜在しているニーズ”が予想以上に多くあるのではないかと、という点です。完成車に始まりオプション用品の販売へとつなげるためには、商品そのものの提案だけでなくビギナーが安心して来店できるようなフォロー体制を構築し、新たなスポーツバイクの楽しみ方を提供できるような“ソフト”面の充実も重要になってくると考えられます。

ビギナーが安心して来店できる環境をつくる

完成車や用品の購入はあくまで“スポーツバイクを楽しむ”ための手段です。この考え方を意識しビギナー視点で接客することでショップの信頼感も高まり、来店促進につながります。また、ビギナーが持つ不安な気持ちを考慮し、メンテナンスに対する日常的なアドバイスや講習会の実施、工賃表の掲示など具体的な取り組みについても検討してみましょう。

新たな楽しみ方の“きっかけ”を提供する

競技大会やツーリングなどに見られるような“主流”の楽しみ方だけでなく、多様化するライフスタイルに適応した“新たな楽しみ方”が潜在的に求められつつあります。他業界の動向や流行などにも注目しながら“スポーツバイクの新たな楽しみ方”について検討し、ショップイベントの企画立案や日々の接客に役立ててみましょう。