

首都圏を中心に二輪用品店を展開するナップス（横浜市）が海外市場に躍進を合させた。これまで業態を転換しながらニッチ市場で一定の地位を築いてきたが、市場縮小に歯止めがかからない中、成長のカギとして期待する。まず、通販事業の強化などで国内トップを固め、そのブランド力で海外へ本格進出する考えだ。

ナップス

神奈川のエンジン

二輪用品、海外市場狙う

幅広い二輪用品を取りそろえ、ライダーを引きつけてきたナップス（店舗を説明する望月社長）



《会社概要》

▽所在地	横浜市金沢区幸浦2の17の1
▽創業年	1962年
▽売上高	83億6120万円 (2017年1月期)
▽従業員数	438人

まず「日本一」で出店加速へ

僕で戦うのが難しくなった（望月真裕社長）
そこで目付けたのが、ち、首都圏を中心拡大し、現時点ではライダー層のた。
当時、販売店があまり存在た。2007年以降は広島、高齢化で高価なヘルメットも相次ぎ、「すぐに同じ土

への出店も続いている。
ただ、二輪用品販売を始めたその年をピークに国内の二輪販売台数は減少の一途。2016年には33万8000台と10分の1の規模

好調。単価上昇で売り上げ 자체は横ばいを保つが、若年層の二輪離れなどで、今後、抜本的な対策を打てなければ、右肩下がりの状況は避けられない。
創業者の孫にあたる若い望月社長の就任を機に、今春、インターネット販売の強化などを柱とする3カ年計画をスタート。20年1月期に売上高を17年比1・7倍に引き上げることを目標に据える。ネット事業では実店舗を持ち、メンテナンスができる強みを生かし、二輪メーカーは四輪以上に据える。ネット事業ではの国内メーカーが世界を席巻している。さらに成熟期に国内メーカーが世界を席巻する。「日本製バイクのメンテナンス、用品に一番精通してるのは我々。楽しみ方を世界に伝えていく使命がある」。6月、市場調査の目的で台湾に海外1号店を出店した。動向を見極め、今後の出店規模、エリアを定めていく。