

strategy&

Part of the PwC network

第4回eReadiness調査

2023年 報告書(日本版)



EV消費者動向サマリー(日本の特徴)

- 日本においては、EV保有者は低満足度・高継続利用意向の傾向にあり、新規購入の見込み客も少なく、今後のEV保有者の増加スピードは緩やかになる可能性が高い
 - EV保有者の満足度が低い背景には、充電時間や経路充電アクセスに対する不満が挙げられる。ただ、ユーザー側で対処できる課題であり、購入後の離反は比較的少ないため継続利用意向は高い
 - EV見込み客は他の先進諸国等よりも少なく、調査回答者の3分の1程度。6割はEV懐疑派が占めている
 - EV見込み客は、車両としては小型～コンパクトのハッチバックやSUV、ワゴンを希望する割合が大きい
- 日本におけるEV保有者は、他の先進国等と比べて、所得水準が低いといった傾向があり属性の偏りが小さい。一方、通勤時のマイカー利用率の低さなどから、自動車の日常利用が少ない層が購入している可能性がある
 - 日本のEV保有者のその他特徴としては、女性比率が高いほか、年齢層も若者～高齢者まで広く分布
 - マイカー通勤比率や1週間あたりの通勤の頻度が低く、EV特性に適した近距離・高頻度の利用機会よりも、週末のレジャー利用等の中長距離の利用機会が相対的に多いことが推測される
- EV見込み客／懐疑派ともに価格よりもバッテリー寿命や充電時間等が普及のボトルネックだが、性能への理解浸透やインフラ側の改善により、短中期的には解消が見込まれる。ただし、EV懐疑派は利用傾向からEV保有に馴染みにくい可能性がある
 - 日本のEV見込み客層は一定の所得水準を有している。しかし、通勤やレジャーでの利用を兼ねるマイカーをEVとすることをためらっている様子。実際、購買阻害要因にはバッテリー寿命や航続距離が挙げられている
 - EVの大衆化に伴うバッテリー性能への理解拡大や急速充電の出力向上といったインフラ側の改善で、ボトルネックが解消する可能性がある
 - 日本のEV懐疑派は所得水準が低く、マイカーの通勤利用が少ないことから、そもそもEV特性に馴染まないと見られる。ただ、購入阻害要因はEV見込み客と同じであるため、時間の経過とともに解消する見込みもある

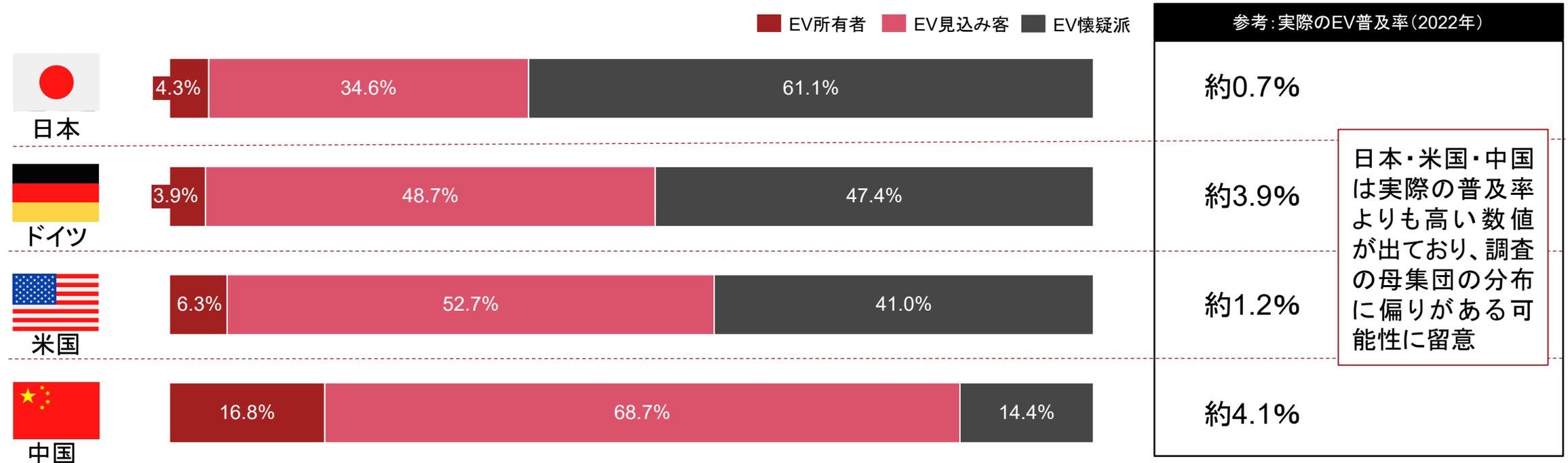
日本におけるEVの新規購入見込み客は他の先進諸国等よりも少なく、EV保有に消極的な姿勢を見せる

消費者調査: クラスターの分布

主要国におけるEV保有意向の比較

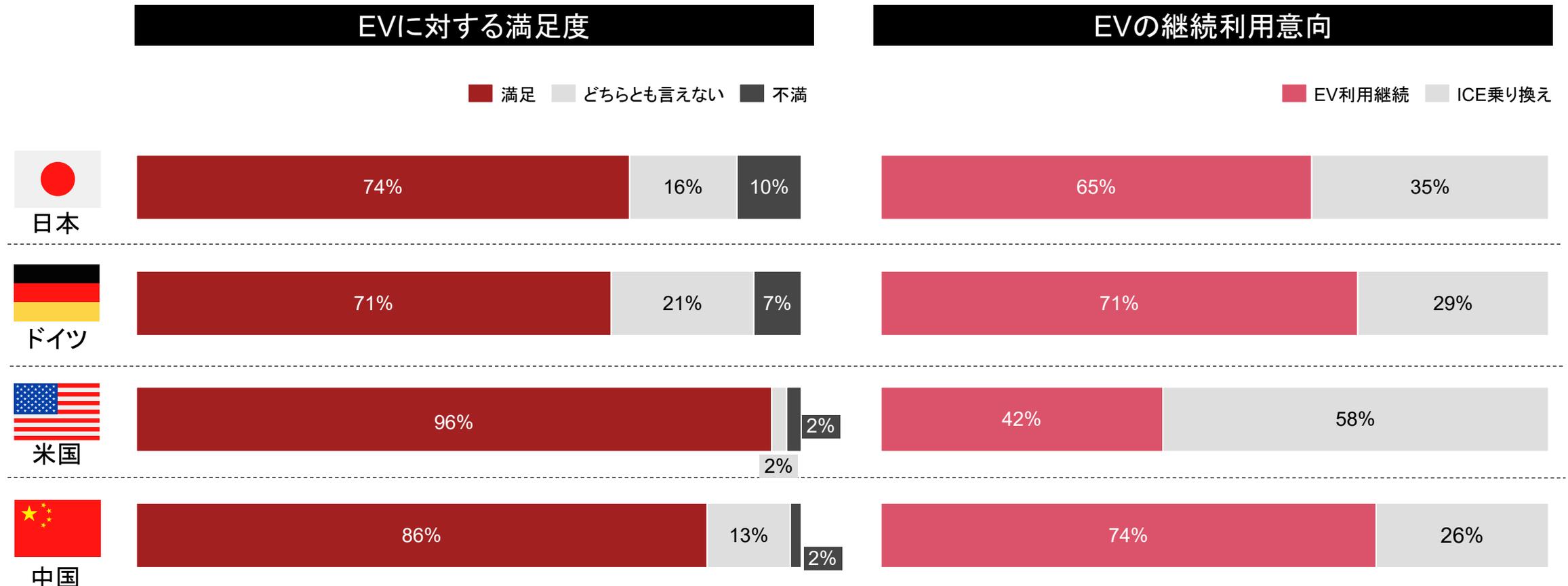
EV保有意向 分類の定義

- EV保有者: 現在EVを所有する人々
- EV見込み客: 今後5年以内にEVを購入する意向を明言している人々
- EV懐疑派: 今後5年以内にEVを購入する意向はないと明言している人々



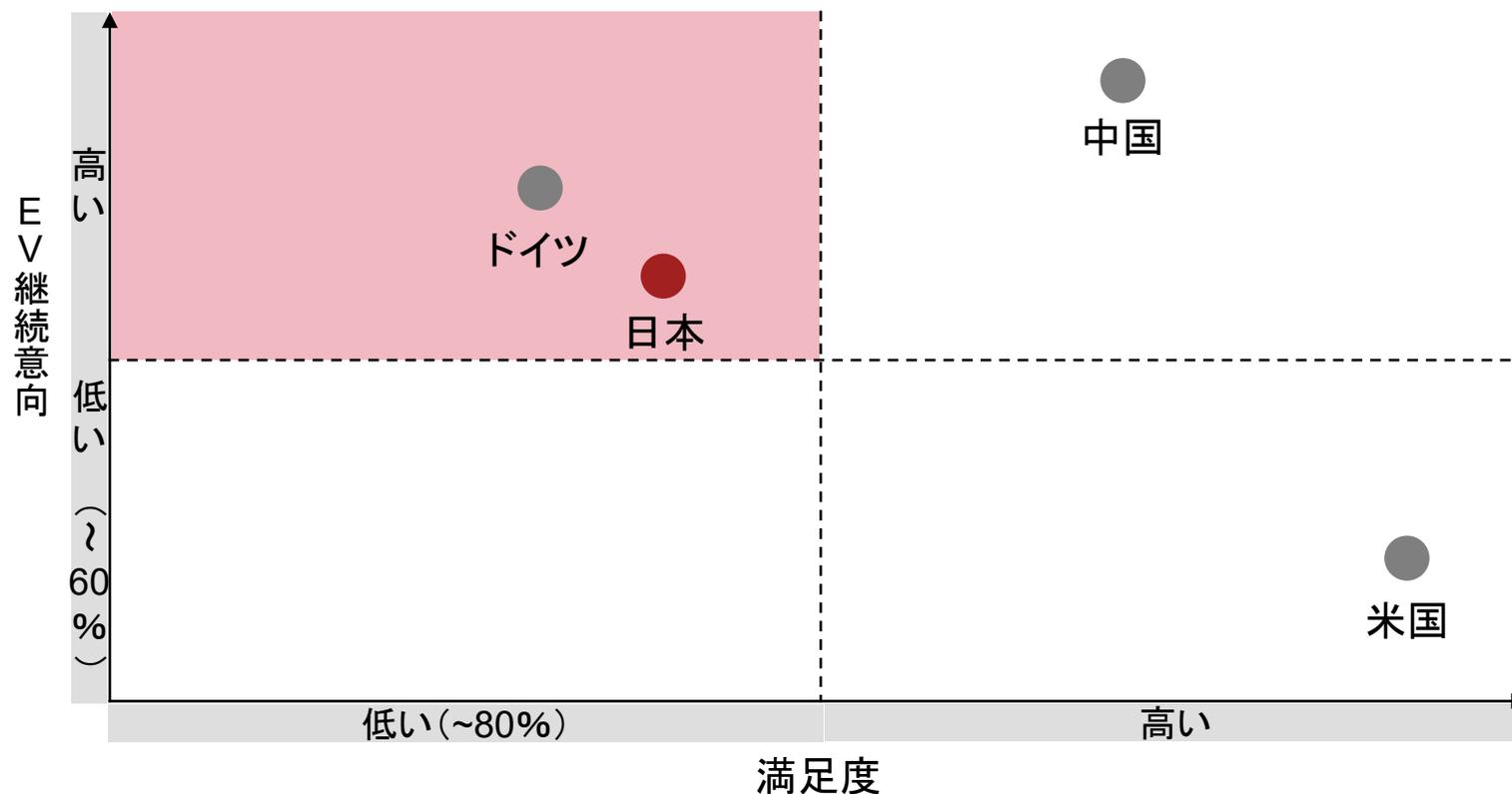
日本のEV保有者は低満足度・高継続利用意向の傾向がある。一定の不満は抱いているが購入後の離反は比較的少ない

主要国におけるEV保有者のEVに対する満足度・継続利用意向

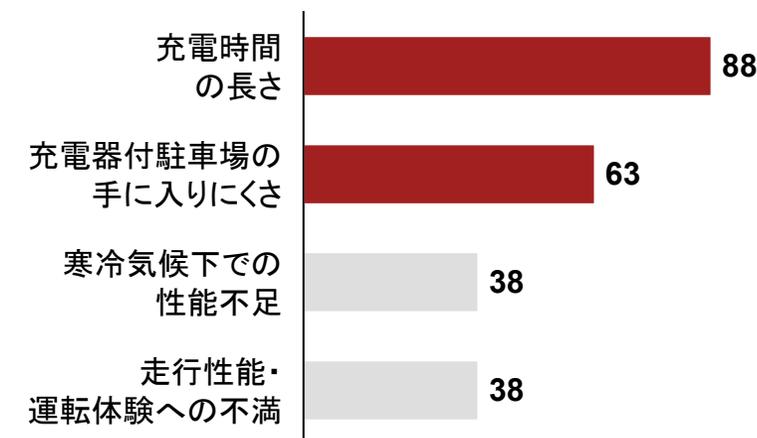


EV保有者の傾向を満足度と継続意向で分類すると、日本は「低満足度・高継続意向型」に該当。主な不満要因には充電時間や経路充電アクセスを挙げている

主要国におけるEV保有者のEVに対する満足度・継続利用意向



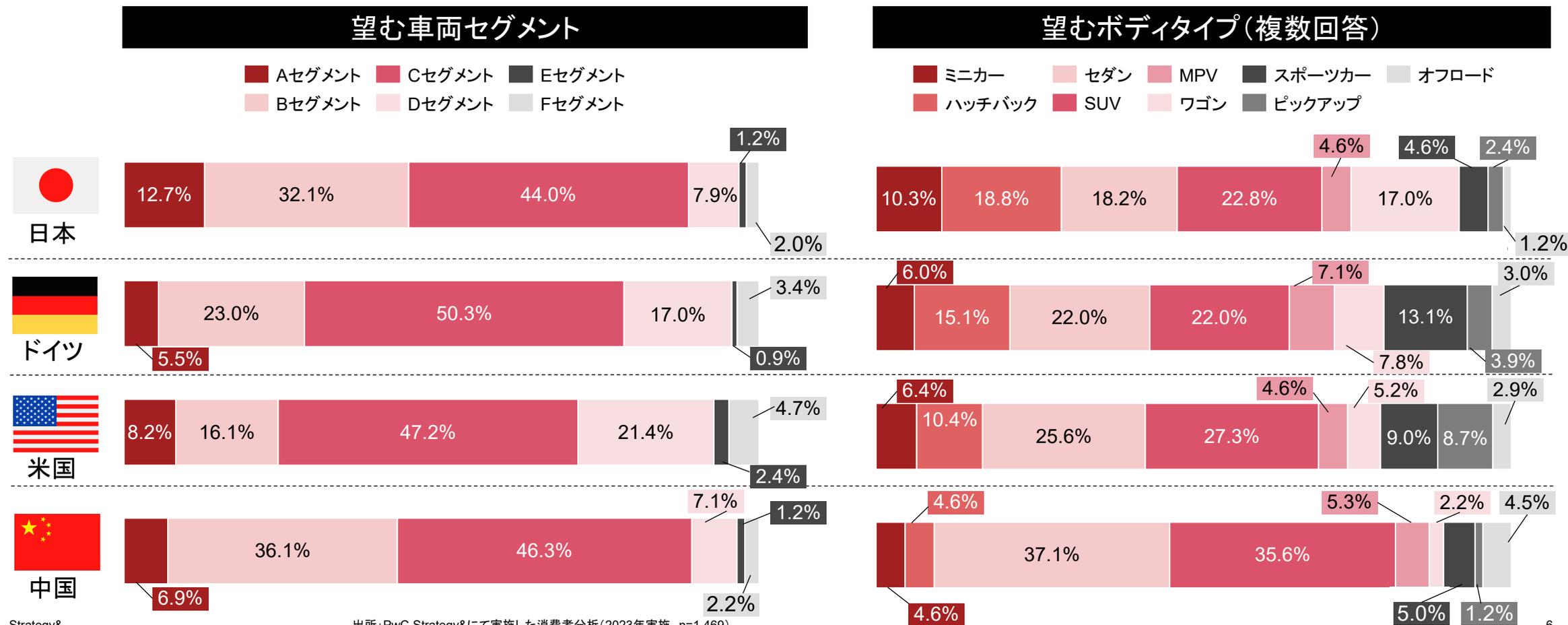
日本とドイツのEV保有者の主な不満要因 (複数回答、%)



- 充電時間の長さ／経路充電スポットの不足は、日本では急速充電規格の充電速度の遅さが原因である可能性
- ユーザー側のバッテリーマネジメント等の工夫である程度は対処できる課題であり、大きなEV離反にはつながっていない様子

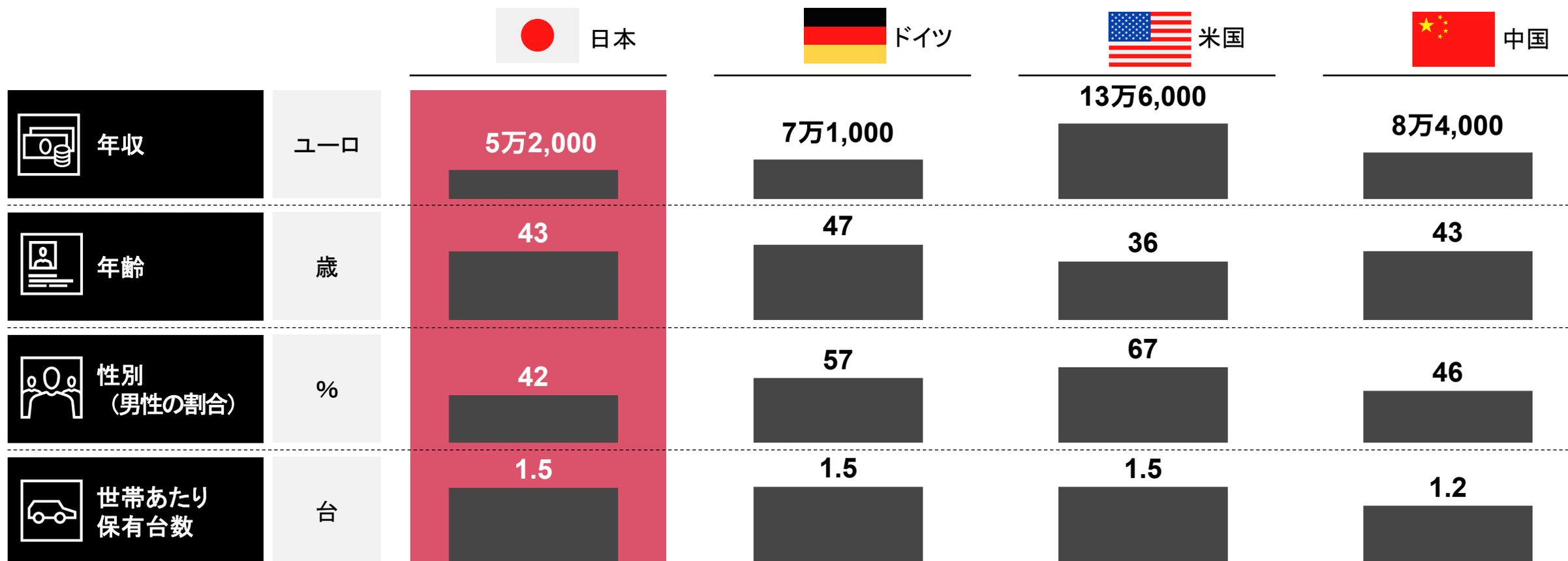
日本のEV見込み客は、他国と比較して、A～Cのコンパクトな車両セグメント、ミニカーやハッチバック、ワゴン等のボディタイプを 선호している

主要国におけるEV見込み客が望む車両



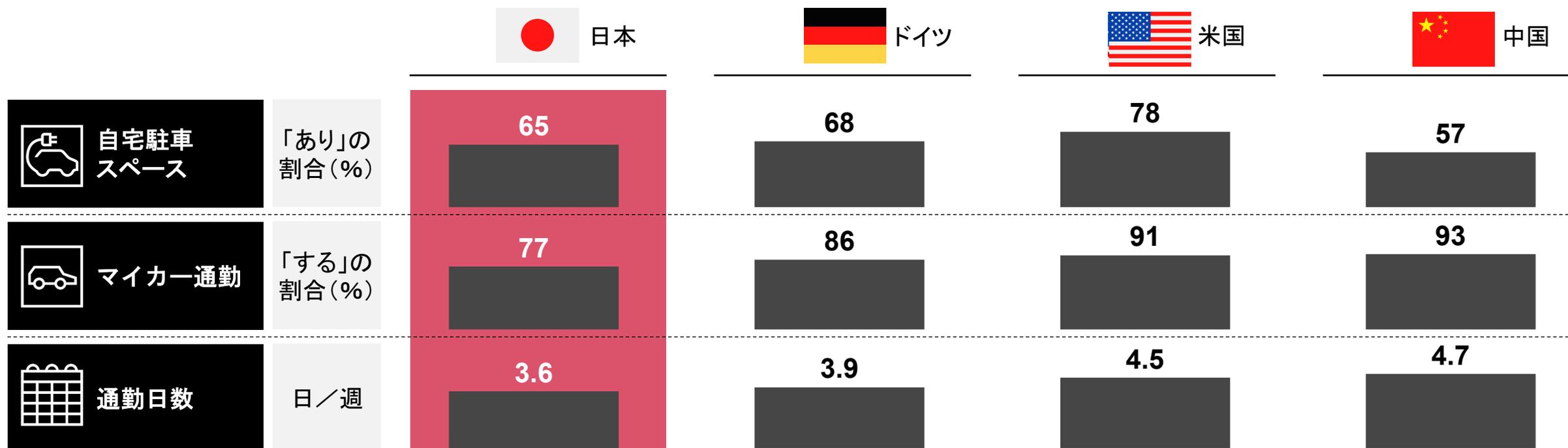
日本のEV保有者は他の先進国等と比較して所得水準が低く、女性比率が高い。
年齢層は若者～高齢者まで広く分布しており、属性の偏りが小さい

主要国におけるEV保有者の特徴の比較（1/2）



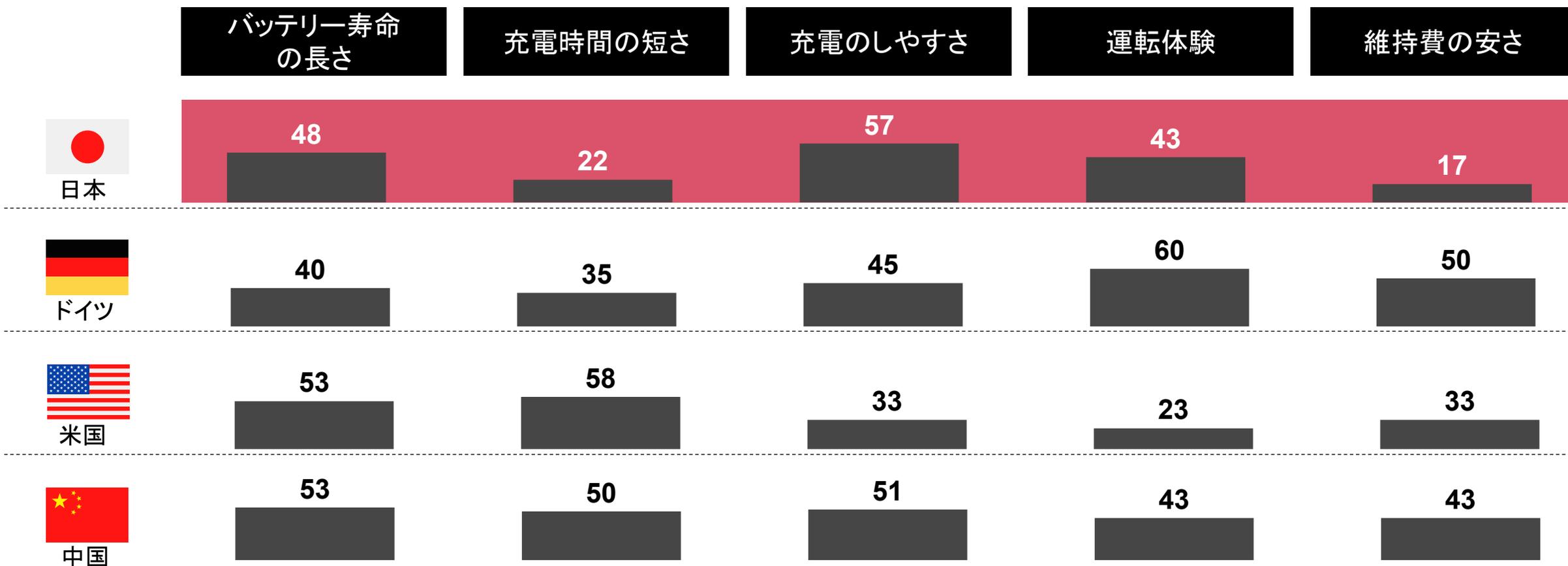
マイカー通勤比率や1週間あたりの通勤頻度が低く、近距離・高頻度の日常的な利用機会よりも、週末のレジャー利用等、中長距離の利用機会が多いことが推測される

主要国におけるEV保有者の特徴の比較 (2/2)



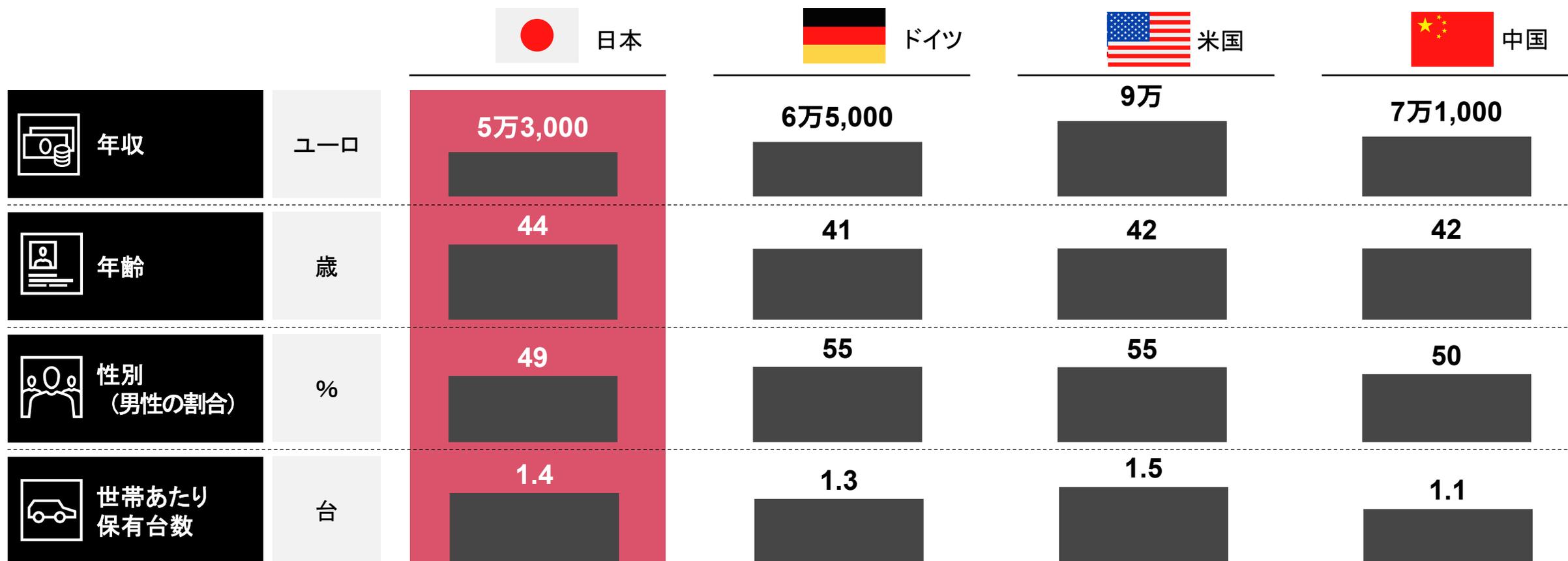
結果として、充電時間に多少の不便は感じるものの、バッテリー寿命や充電の手軽さ、運転体験に満足し、EVの利用を継続していると推察される

主要国におけるEV保有者のEVに対する満足理由上位（%、複数回答）



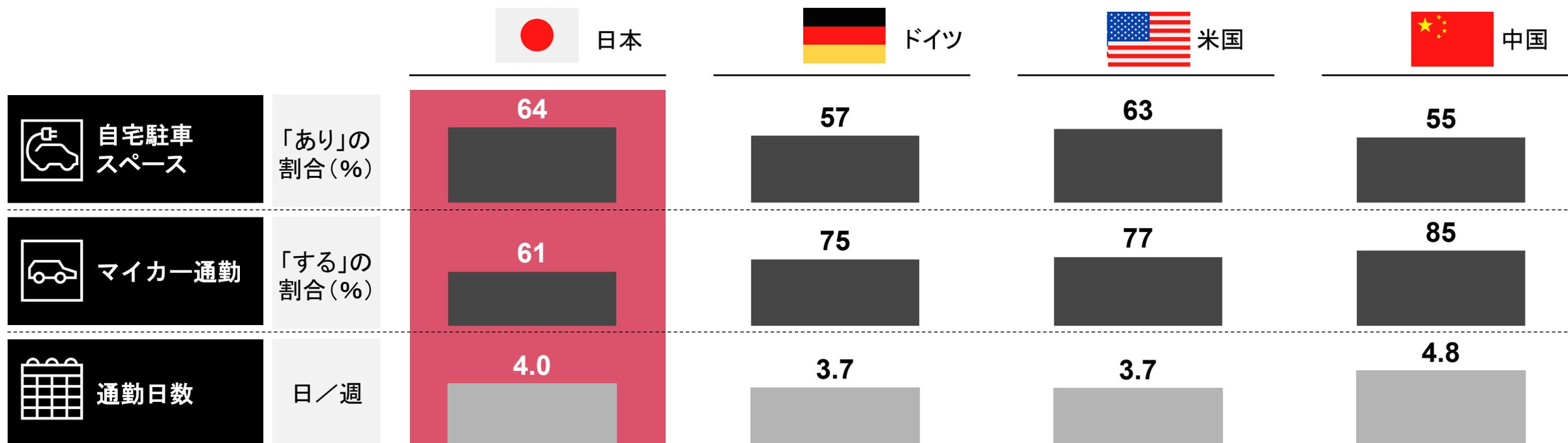
日本のEV見込み客は一定の所得水準に達している。自動車の世帯保有台数も多く、EV購入に対し経済的ハードルが高くないと見られる

主要国におけるEV見込み客の特徴の比較 (1/2)



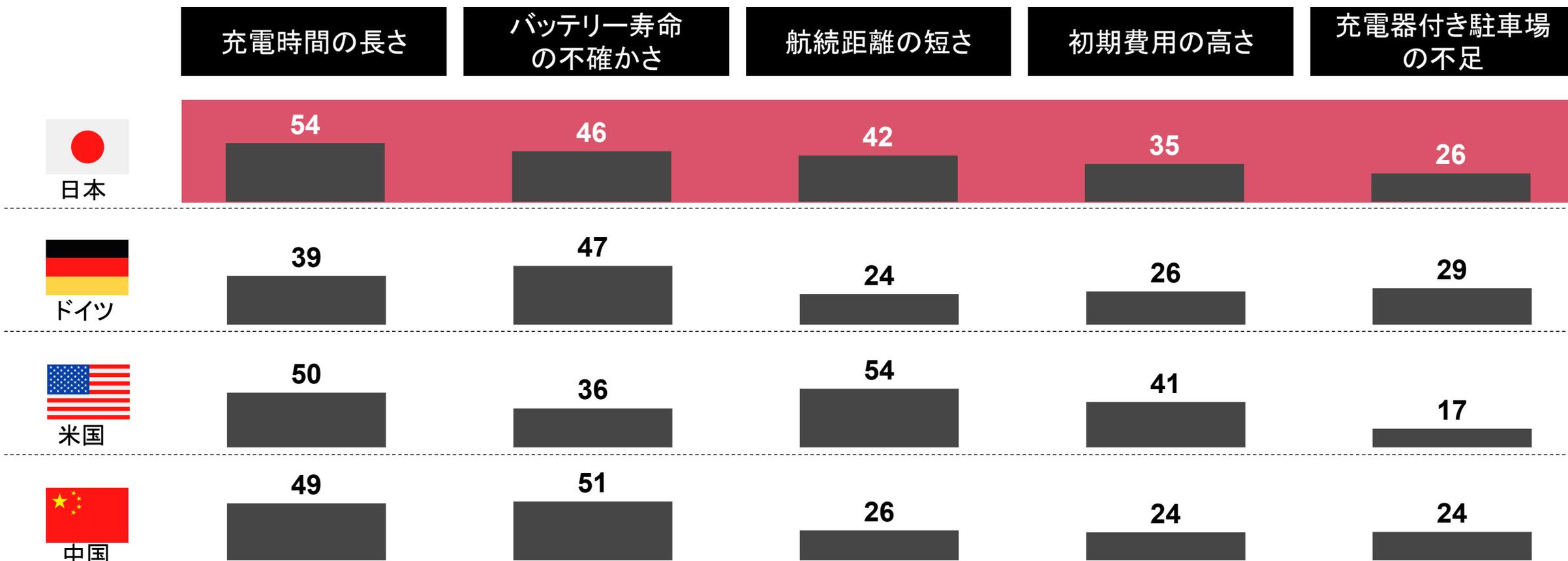
ただし、通勤にマイカーを利用していることもあり、日常およびレジャー利用を兼ねるマイカーをEVとすることに躊躇している可能性がある

主要国におけるEV見込み客の特徴の比較 (2/2)



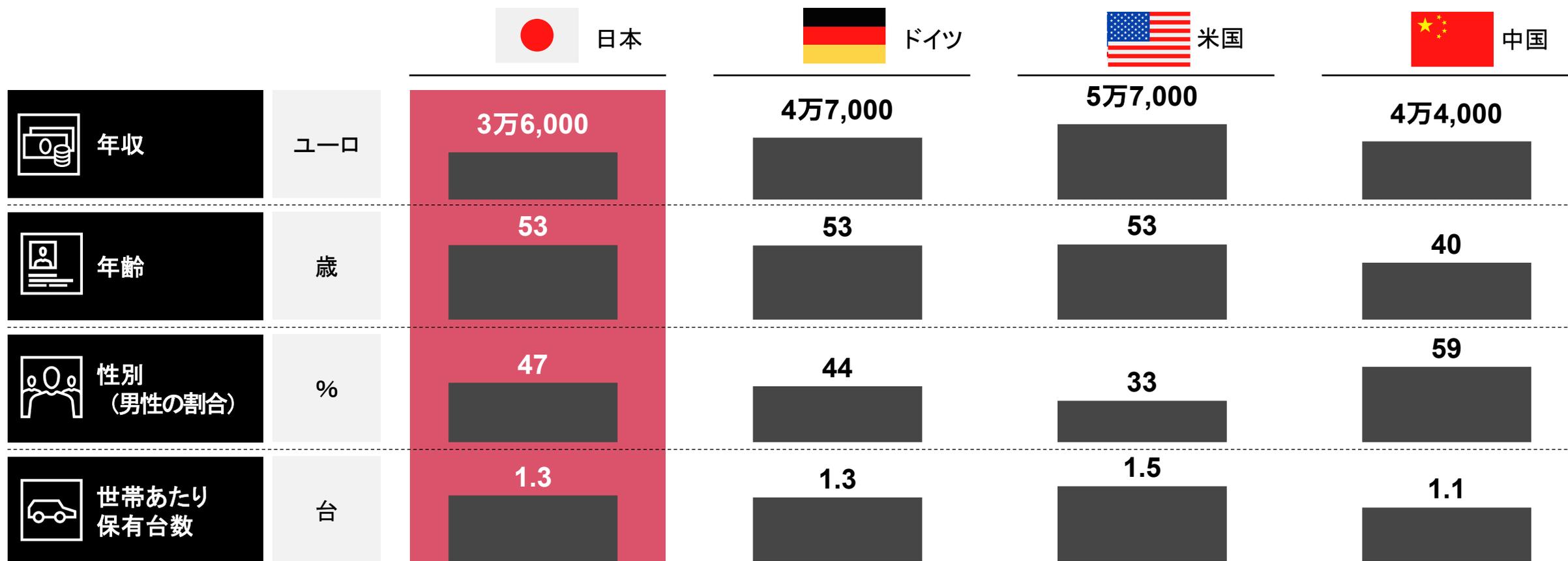
充電時間やバッテリー寿命等に懸念があるが、大衆化に伴う性能への理解拡大や急速充電の出力向上、充電インフラ整備に伴い、短中期的に解消する可能性もある

主要国におけるEV見込み客がEV購入に至らない理由上位（%、複数回答）



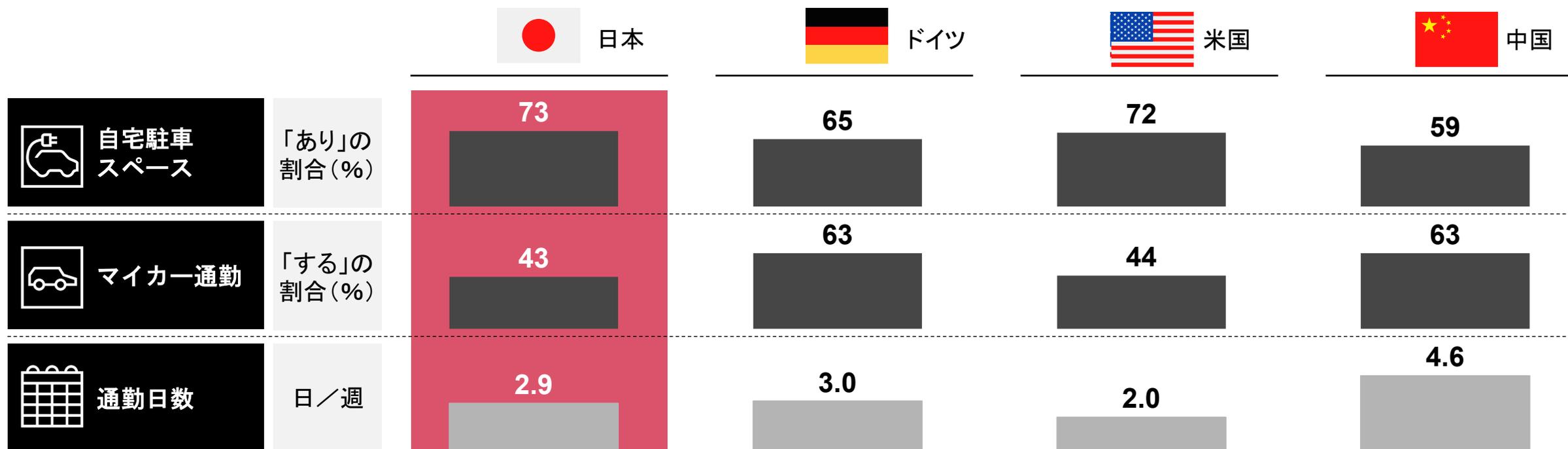
日本のEV懷疑派は年齢層が高い一方、所得水準は低く、世帯あたり保有台数も少ない

主要国におけるEV懷疑派の特徴の比較（1/2）



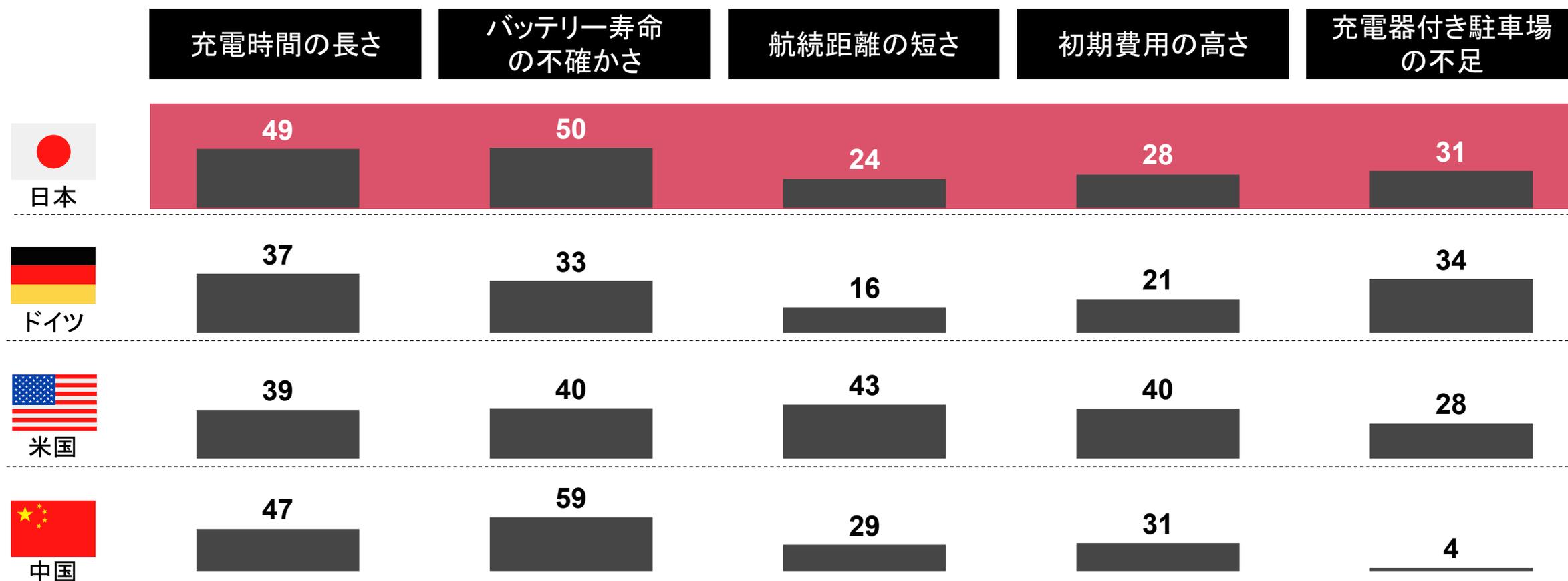
日本のEV懷疑派はマイカー通勤比率や通勤頻度が低く、そもそもEV保有に適さない利用傾向が見られる

主要国におけるEV懷疑派の特徴の比較 (2/2)



EV懷疑派の主な購入阻害要因は見込み客と同様で、車両価格は大きなネックではない。EVの大衆化やインフラ側の性能改善でボトルネックが解消する可能性もある

主要国におけるEV懷疑派がEV購入に至らない理由上位（%、複数回答）



執筆者紹介

阿部 健太郎 (あべ・けんたろう)

PwCコンサルティング合同会社、Strategy&のディレクター。自動車・自動車部品、総合電機、保険、総合商社等の産業を中心に、主に次世代モビリティに関する事業企画・実行支援、海外進出支援などのテーマについて、多様なコンサルティング経験を有する。

その他の担当者

北川 友彦 (きたがわ・ともひこ)

PwCコンサルティング合同会社、Strategy&のパートナー。自動車、機械製造業や部品・素材などの産業財分野を中心に、事業戦略、営業・マーケティング戦略、組織・オペレーション改革などのテーマについて、多様なコンサルティング経験を有する。

矢沢 堯之 (やざわ・たかゆき)

PwCコンサルティング合同会社、Strategy&のシニアアソシエイト。自動車や機械製造業等の産業を中心に、中長期の成長戦略や新規事業領域の策定、オペレーション改革等のテーマのプロジェクト実績を有する。

問い合わせ先

PwCコンサルティング合同会社 ストラテジーコンサルティング (Strategy&)





strategyand.pwc.com/jp

© 2024 PwC. All rights reserved. PwC refers to the PwC network and/or one or more of its member firms, each of which is a separate legal entity. Please see www.pwc.com/structure for further details. Mentions of Strategy& refer to the global team of practical strategists that is integrated within the PwC network of firms. For more about Strategy&, see www.strategyand.pwc.com. No reproduction is permitted in whole or part without written permission of PwC.

Disclaimer: This content is for general purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.