



こきた じゅんぺい
小北 順平

日本総合研究所
リサーチ・コンサルティング部門
マネージャー

自動車業界では、電気自動車（EV）の導入が進み、また、これまで比較的独立していた、新車の扱いと中古車やリースサイクル等の扱いが、多様な事業機会を生むサーキュラーエコノミーとして、より関連づけて捉え直されつつある。こうした2つの動きは、自動車のライフサイクルにさまざまな変化を生んでいる。

例えば、EVの導入は、搭載されている蓄電池の取り扱いにより、いくつかの変化が生じる。蓄電池は、採掘・加工時には、人権や環境のリスクが懸念され、デューデリジエンス（投資先の価値やリスクの調査）が求められる。蓄電池に用いられる天然資源の希少性からは、リユース・リースサイクルも必須である。この他、製造・廃棄時には、大量のGHG（温室効果ガス）が排出され、この見える化が必要となる。総じて、ライフサイクル全体のデータ管理が、取り組みの基礎としてみえてくる。

また、蓄電池を搭載したEVは、中古車市場にも変化を生む。ガソリン車は、走行距離や整備履歴から適正な評価が可能だが、EVは、蓄電池の性能評価が困難であり、取引価格は、総じて低くなるという。こうした状況に鑑み、近年、蓄電池のリユース・リースサイクルや、EVの中古車市場の活性化を促進するために、蓄電池の性能評価の評価基準や評価技術の開発が進められている。この品質保証サービスにより、EVの中古車市場の活性化が目指されている。

この他、自動車メーカーでは、新車から中古車まで、自

動車のライフサイクルを広くスコープとする取り組みが進んでいる。例えば、新車や中古車をオンラインサブスクリプションで提供するサービスは、データ管理を容易にし、蓄電池の性能評価や、EVと充電インフラとのマッチング等を円滑に行うことにもつながる。この中古車は、自動車メーカーがリノベーションしたのも、扱いうるという。これまでの自動車メーカーの位置づけは、製造を専門とし、新車を正規販売店に卸すものであったが、今後は、自動車メーカーが、自動車のライフサイクル全般にアプローチする機会が、ますます増えると思われる。

自動車のライフサイクルシフト

蓄電池を搭載するEVの導入を含め、自動車業界では、ライフサイクル全般での抜本的な変革が進んでおり、こうした取り組みは、総じて、サーキュラーエコノミーの一環として捉えることもでき、大きな期待が寄せられている。では、こうした取り組みは、最終的に、ユーザーに訴求することができるのだろうか。EVへのシフトは、充電インフラの普及と表裏一体である。このため、充電インフラを含むユーザーの快適なモビリティ体験を底上げしていくサービスのデザインが、EVへのシフトを促すだろう。また、ユーザーのカーライフの質を高め、様々な選択肢を提供するように、リノベーションを図ることが、サーキュラーエコノミーへのシフトの近道だろう。

自動車業界のさらなる発展には、環境や資源等への社会課題に対応することが、同時に、ユーザーエクスペリエンスの向上につながるような、新たなカーライフの価値観が求められる。こうした価値観が、自動車メーカーをはじめとする各種プレイヤーや、ユーザーの間で共有されることで、自動車のライフサイクルのシフトが実を結ぶことだろう。

（次回は6月17日に掲載します）