

EV普及 急がれるインフラ整備 日本総研の眼



だんの こういちろう
段野 孝一郎

日本総合研究所
総合研究部門シニアマネジャー

現状のEVの航続距離はガソリン車に比べて短いため、ガソリン車に慣れ親しんだユーザーの中には、EVの航続距離に不安を覚えられる方もいる。万が一の電欠を恐れ、EV購入を躊躇する例も多いのではないだろうか。これらの不安に対するセーフティネットとして、目的地や経路地での充電を可能にする充電設備（パブリック充電）は非常に重要であり、プライベイト充電とパブリック充電はEV普及に必要なインフラの両輪であると言える。

誤解なきようには補足すると、原理も機構も異なるEVにおいて、必ずしもガソリン車と同じ航続距離を満たさなければならぬ理由はない。EVドライバーの動態観察によれば、長距離ドライブが一般的な米国においても一日当たり走行距離はたかだか50km程度であり、これは現状のEVにおいても1回の満充電で十分走行可能な距離である。

つまり、週末の特別な遠出を除き、日常的な買い物や通勤等でEVを活用する場合、1回の満充電で自宅と目的地を往復可能なケースが大半なのである。加えて日常の買い物の最中で30分や1時間程度の「継ぎ足し」充電を挟めば、1回のお出掛けにおける実質的な航続距離は増加する。

イオンや三井不動産（ららぽーと）など、大手事業者が運営する商業施設では、普通充電設備の導入が進みつつあり、「継ぎ足し」充電の有効性について啓発・奨励することが出来れば、EVの航続距

離の短さに起因するEV利用への不安・恐れを解消することも出来るだろう。商業施設側にとっては、継ぎ足し充電によって顧客の滞在時間が延びれば顧客単価向上が期待できるうえ、近隣のEVユーザーをリピーターとして取り込むことも可能となる。既に充電設備の認証カードと自社店舗の会員カードを統一し、顧客の囲い込みを図る先進的な商業施設も存在する。

一方、お出掛けの際の立ち寄り先としては、大規模商業施設の他、コンビニや外食店舗などもあり、立ち寄り頻度はこちらの方が多。しかしこれらの店舗では、顧客の回転率が売上に直結するため、

充電に時間を要する普通充電設備は歓迎されにくい。CSR・環境という目的で導入しようにも、充電設備導入だけでは貢献度が説明しにくいとの声もあり、なかなか普及が進んでいないのが実情である。

パブリック充電設置に「大義」を

かかる状況を踏まえると、このような施設に対して普及を図るには、「EV充電設備導入がCSR・環境に貢献する」という明確なメッセージを発信していくことが一つのアイデアとして考えられる。EV充電設備単体ではCO₂排出量等に何ら影響するものではないが、EV充電設備の普及によりガソリン車からEVへの転換が進めば、民生部門のCO₂排出量削減に大きく寄与し得る。

政府が進める「チャレンジ25」には「Smart Move」という活動があるが、このような取り組みの一環として、普通充電設備導入の意義を位置付けていくことが出来れば、これまで導入が進んでこなかった施設においても、設置を図る大義名分が見出せる。パブリック充電は特に公的インフラとしての性格が強い。普及に向けて設置者側のインセンティブを引き出すために、政府側から大義を付与していくことも重要である。

（次回は7月1日付に掲載します）