

家電業界からの参入相次ぐEV市場

◆家電メーカーや家電量販店がEV市場に参入

最近になり、家電業界など自動車以外の業界からEV（電気自動車）市場への参入が相次いで発表されている。

パナソニックは、2017年11月、自社が開発した自動運転EVの実証実験を福井県で開始すると発表した。この実験により、自動運転EVの実用化に向けての技術課題の確認を行い、EVや自動運転関連技術の向上を目指している。またパナソニックの津賀社長は、同じ11月に、中国やインドの現地企業向けにEVの生産を支援する提案を開始したと発言した。EV部品の供給だけでなく、OEM（相手先ブランド）による完成車の生産も視野に入れている。

ソニーは、17年10月、自動運転EVのコンセプトカー「SC-1」を試作開発したと発表した。「SC-1」は、イメージセンサーで周囲を認識することから窓が不要となり、窓の代わりにモニターが配置されている。このモニターに映される周囲の映像に様々なCGを重ねることで、車窓がエンタテインメント空間に変貌する。ソニーは、自動運転EVの開発を進めることにより、消費者に新たな移動体験を提供することを目指している。

<パナソニックの自動運転EV>



（出所）パナソニックおよびソニーホームページ

<ソニーの自動運転EV>



家電メーカーだけでなく、家電量販店もEV市場への参入を発表している。ヤマダ電機は、17年10月、EV開発を行っているFOMMと資本提携すると発表した。FOMMはスズキ出身の技術者が設立したベンチャー企業で、洪水が多いタイで水に浮くEVなどの開発を行っている。ヤマダ電機は、20年までに、FOMMが開発したEVをヤマダ電機の店舗やインターネットで販売開始する。ヤマダ電機は、EVを「21世紀の新しい家電」と位置づけ、ヤマダ電機の店舗でのEV充電サービス、カーシェア

リング、スマートハウス事業と融合して、次世代モビリティビジネスの構築を目指している。

<FOMMのEV>



(出所) FOMMホームページ

海外では、17年9月に英国の家電メーカーであるダイソンがEVの開発を行うと発表している。ダイソンは、掃除機などで培ったモーターの技術を活用するとともに、電池まで独自に開発を行い、20年までに第一弾となるEVを発売することを目標としている。

◆EVの開発に成功しても量産や販売で苦戦する可能性も

家電業界からEV市場への参入が相次いでいる背景には、主要国がガソリン・ディーゼル車廃止の方針を打ち出したことで、今後、世界的にEV市場の拡大が期待できる点がある。また、EVは部品点数が5～6万点とガソリン車の半数程度である上に、部品のモジュール化が進んでおり、開発に必要なノウハウが比較的少なくて済む点も異業種からの参入障壁を下げています。

もっとも、テスラは17年7月に生産を開始した新型車「モデル3」を週5,000台生産する目標を立てていたが、生産トラブルが相次ぎ、17年第4四半期の生産台数は3ヵ月で2,425台に止まっている。その原因として、品質が安定しない点や製造コスト削減が進まない点などが指摘されており、EVの開発に成功しても、量産がスムーズに進むとは限らない。

販売面でも、家電より高価で高い安全性が要求される自動車においては、企業のブランド名が高くても、自動車生産の実績がない企業のEVは消費者から敬遠される可能性がある。この点に関して、パナソニックやヤマダ電機のEVは、過疎地の買物利用などの近距離向け小型EVという位置付けで差別化しており、長距離移動にも対応している既存の自動車メーカーのEVと棲み分けができるのか、今後の動向が注目される。

【今村弘史】