

## 日本のEV市場で攻勢をかける海外自動車メーカー

### ◆メルセデスは世界初のEV専門販売拠点を開設、BYDも日本市場参入

2022年12月6日、メルセデス・ベンツ日本は、横浜に世界で初めてEV（電気自動車）専門の販売拠点「メルセデスEQ横浜」を開設した。EVの展示や試乗のほか、レンタカーサービス「MBレント」も導入し、EVを長時間体験してもらうサービスも開始した。メルセデス・ベンツは、現在、国内最多である5車種のEVを日本で販売しているが、ガソリン車に比べてEVは環境面で優れているイメージがある一方で、実際に購入を検討している消費者にとっては、航続距離や充電スポット数、バッテリーの劣化や安全性などへの漠然とした不安もある。EV専門の販売拠点で専任の販売スタッフが対応することで、消費者の不安を軽減し、きめ細やかなサービスを提供する。

またVW（フォルクスワーゲン）は、12月12日、六本木に期間限定でEVの展示スペース「ID. SQUARE」をオープンした。VWは、EV専用の車体を新たに開発し、この車体を採用した車種を新ブランド「IDシリーズ」として展開している。IDシリーズの第一弾として、SUVタイプのEV「ID. 4」を20年に欧州などで販売開始し、22年11月には日本でも販売を始めた。「ID. SQUARE」では、この「ID. 4」を展示するとともに、試乗によりEVを体感できるようになっている。

中国のEVメーカーであるBYDも、23年1月にミドルサイズEV「ATTO 3」の販売を日本で開始した。23年内にさらに2車種を追加投入するとともに、25年度末までに全国で100店舗超の販売ネットワークを構築する計画となっている。

### ◆成長余地の大きい日本のEV市場で海外自動車メーカーは先行者利益を狙う

21年の日本の新車販売台数に占めるEVの比率は1%程度と、中国（約13%）、EU（約11%）、米国（約3%）に比べると低く、今後の成長の余地が大きい市場となっている。日本の自動車メーカーはEVの車種が充実しておらず、海外自動車メーカーは、先行して攻勢をかけることで、将来大きなシェアを獲得できる可能性がある。ガソリン車では日本メーカーが大きなシェア（約95%）を占める日本の自動車市場であるが、EVでは状況が変わってくる可能性がある。【今村弘史】