

# News Release

平成 22 年 6 月 17 日

デロイト トーマツ コンサルティング株式会社

## 『電気自動車(EV)に対する意識調査』の結果を発表

現時点で 4 割の消費者が EV の購入を検討。購入の障壁は「価格」、「走行距離」、「充電」。

消費者は 250 万円未満で、320km 以上の走行距離、ガソリンスタンド並みの充電インフラを希望。

デロイト トーマツ コンサルティング株式会社(本社:東京都千代田区 代表取締役社長:伊香賀 正彦)は日本の消費者における電気自動車(EV)に対する意識調査を実施、その動向を分析した。

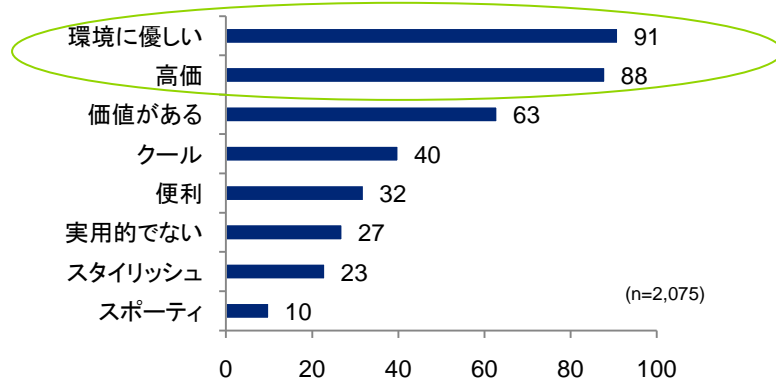
政府・民間企業ともに EV 時代の到来に向けて動き出している中、当社は 2010 年 3 月、一般消費者 2,075 名を対象(調査概要は後頁)に、「EV のイメージと購入意向」、「EV 購入の障壁」、「EV の活用方法」等の『電気自動車(EV)に対する意識調査』を行った。日本の消費者の主な特徴は以下の通り。なお、本調査は米国デロイトとの共同調査であり、米国の動向との比較も行っている。

### 【EV に対するイメージ】環境に優しいが、高価

消費者は、EV に対して「環境に優しいが、高価」というイメージを抱いている。

一方で、環境面以外のメリットについては、期待は抱きつつも、未だ具体的でないのが現状だ。

問:以下の項目はあなたの電気自動車に対するイメージにどの程度あてはまりますか?(%)



※5段階評価で「非常にそう思う」、「そう思う」と答えた人の割合

### 【EV の購入検討意向】約 4 割が EV 購入を検討

消費者の 39%が、現時点で EV の購入を検討すると回答した。

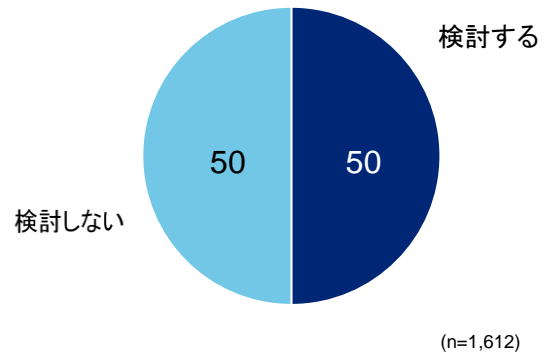
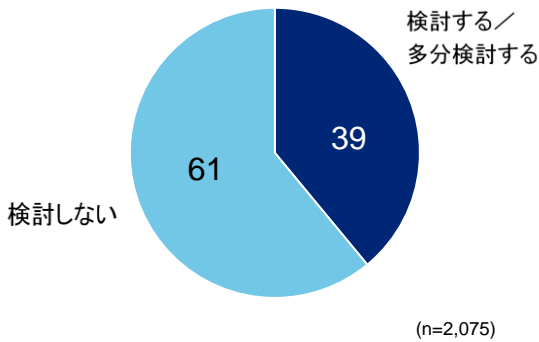
購入検討から実際の購入に至る割合がさらに絞られることを考えると、消費者の EV 購入による本格的な普及はしばらく先になるだろう。

また、米国消費者は 5 割が購入を検討しており、現時点では米国の方が EV 購入意欲は高い。

問:もしも今すぐ購入できる場合、電気自動車を購入候補として検討しますか?(%)

【日本】

【米国】



**【EVの購入阻害要因】**

**EV購入検討の障壁は、「価格」、「走行距離」、「充電」**

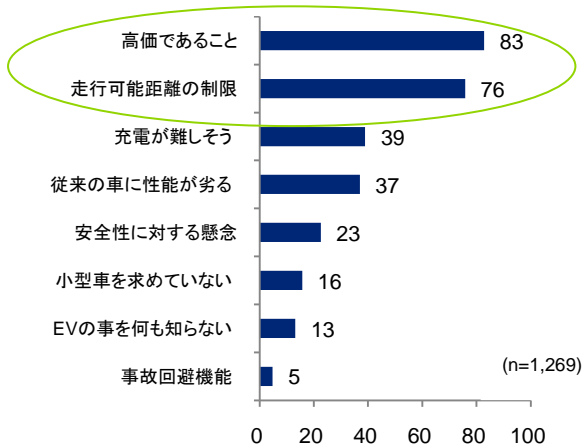
**69%が250万円未満の価格を希望**

**85%が320km以上の走行距離を希望**

**84%が充電インフラをガソリンスタンド並、またはほぼ全ての公共施設での充電インフラ普及を希望**

「EVの購入を検討しない」と回答した61%の回答者(上図)のうち、EV購入をためらう主たる理由として、「価格」(83%)と「走行距離」(76%)を挙げている。

問:あなたが電気自動車の購入をためらう要因は何ですか?(%)



※「現時点ではEV購入を検討しない」と回答した人を対象に上位3件を選択

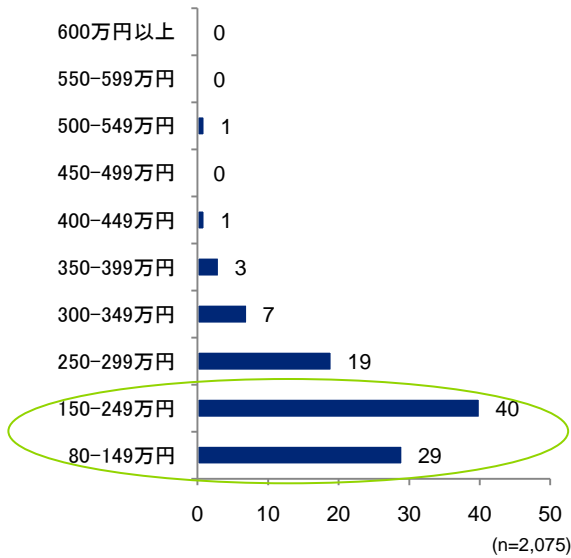
**(価格)**

消費者の69%はEVに対して250万円未満の価格を希望している。現行ガソリン車の売れ筋価格帯と同等になることが、EVが購入検討の俎上に乗るための条件といえる。

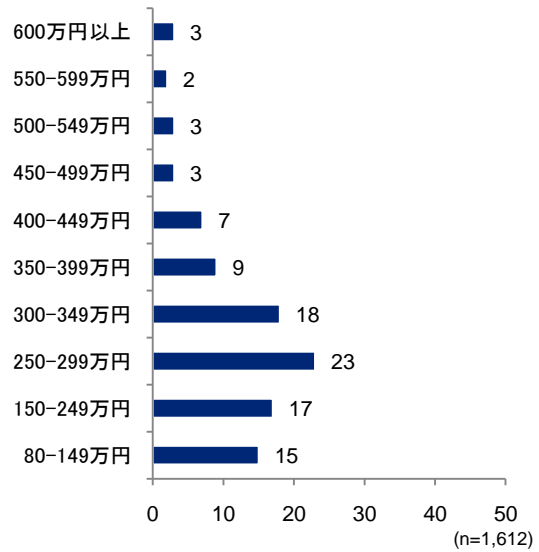
尚、250万円未満に集中している日本に比べ、米国では希望価格に幅がある。

問:電気自動車の価格は、どの程度を希望しますか？(%)

【日本】



【米国】



※1ドル 100円として計算

(走行距離)

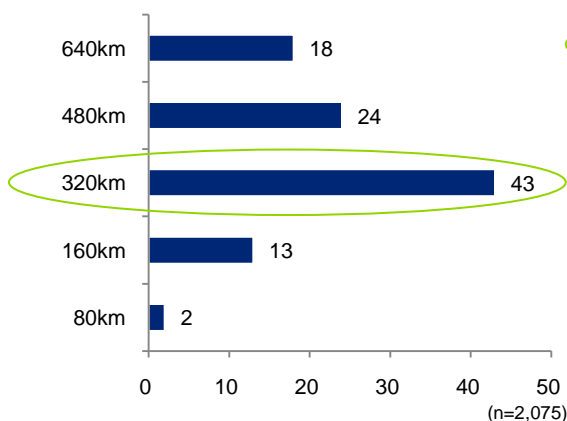
消費者の85%が走行可能距離が320km以上ならEV購入を検討すると回答している。現在、1回の充電によるEVの走行距離は、いずれも160km程度であり、大多数のニーズに達していない。

一方で、自動車保有者の実際の平均走行距離は、大多数の運転手が平日・休日ともに80km未満と回答しており(走行距離80km未満の割合 平日91% 休日85%)、実際に必要な距離を大きく上回る走行可能距離を求めていることが分かる。ガソリン車と異なりエネルギー補給インフラが未整備なEVでは、いざという時に充電切れの不安を感じたくないという心理が窺える。

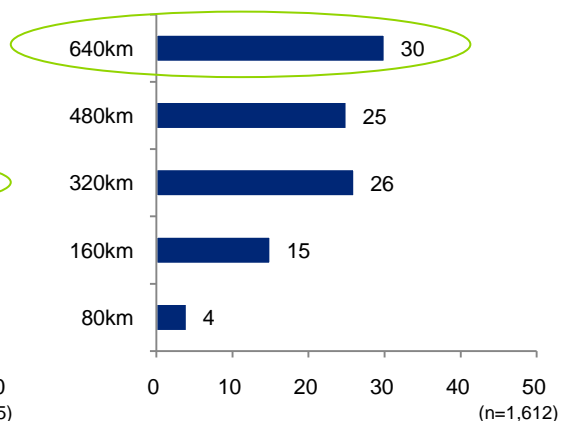
尚、日本では走行可能距離320kmを希望する消費者が最も多く(43%)、米国では640kmを希望する消費者が最も多かった(30%)。

問:電気自動車にどの程度の走行可能距離があれば、購入を検討しますか？(%)

【日本】



【米国】

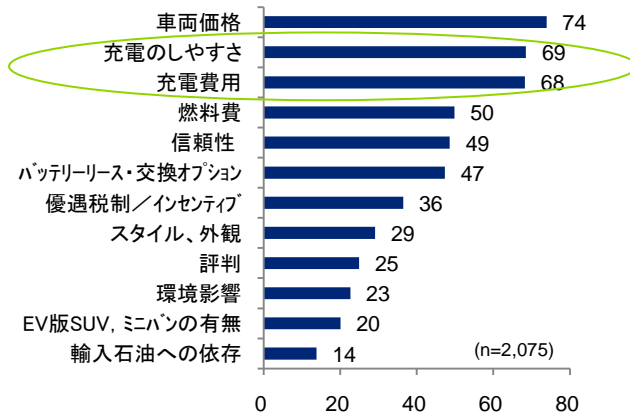


(充電)

さらに、EV購入検討時には充電に関する障壁も立ちはだかる。消費者はEVの購入を決定する際、価格の次に「充電のしやすさ」「充電費用」を重視している。また、「充電のしやすさ」については、日米共に、消費者の8割以上が「ガソリンスタンド並み」、または「ほぼすべての公共施設での充電インフラ普及」を求めている。

問:電気自動車を購入するか否かを決定する際、以下の項目をどの程度考慮しますか？(%)

【日本】

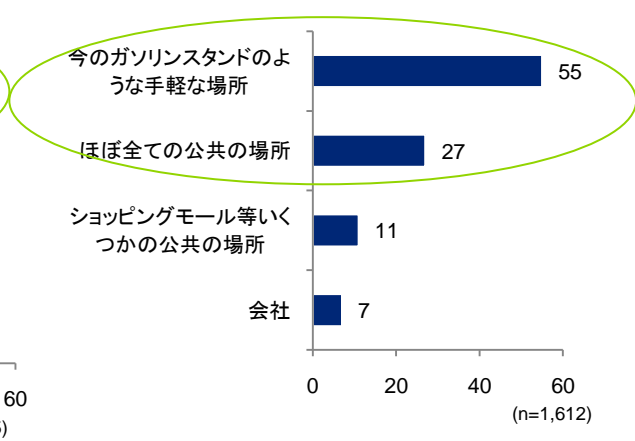
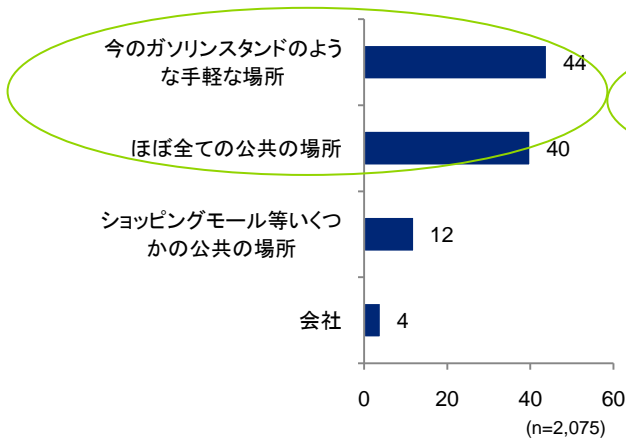


※5段階評価で「とても考慮する」と答えた人の割合

問:自宅以外で充電する場合、充電場所がどこにあれば良いと思いますか？(%)

【日本】

【米国】



<調査概要>

- ・調査期間:2010年3月13日～15日
- ・調査手法:インターネット調査
- ・調査対象:東京23区、政令指定都市、その他地域に住む20-69歳の男女(自動車保有者9割、非保有者1割)
- ・調査実数:2,075サンプル

※米国デロイトも同様の調査を実施(1,612サンプル)

<参考>

詳細レポートはデロイト トーマツ コンサルティング HP 上で公開している。

<http://www.tohmatsu.com/mf/evreport/>

デロイト トーマツ コンサルティングとは:

デロイト トーマツ コンサルティング (DTC) は世界的なプロフェッショナルネットワークであるデロイト トウシュ トーマツ (Deloitte) のメンバーで、有限責任監査法人トーマツのグループ会社です。DTC は Deloitte の一員として日本におけるコンサルティングサービスを担当、Deloitte がグループで有する監査・税務・コンサルティング・ファイナンシャル アドバイザリーの総合力と国際力を活かし、日本国内のみならず海外においても、企業経営におけるあらゆる組織・機能に対応したサービスとあらゆる業界に対応したサービスで、戦略立案からその導入・実現に至るまでを一貫して支援する、マネジメントコンサルティングファームです。海外では Deloitte の各国事務所と、国内ではトーマツ コンサルティング ホールディングス株式会社の下で国内主要地区に置かれたトーマツ コンサルティング各社と連携してサービスを提供できる体制を有しています。

Deloitte (デロイト) は監査、税務、コンサルティングおよびファイナンシャル アドバイザリーサービスをさまざまな業種の上場・非上場クライアントに提供しています。Deloitte (デロイト) とは、スイスの法令に基づく連合組織体のデロイト トウシュ トーマツおよび相互に独立した個別の法的存在であるネットワーク組織のうちのメンバーファームのひとつあるいは複数を指します。デロイト トウシュ トーマツとメンバーファームの法的な構成についての詳細は、[www.tohmatsu.com/deloitte/](http://www.tohmatsu.com/deloitte/) をご覧ください。

DTC 自動車セクターとは:

DTC 自動車セクターは、Deloitte の各国のメンバーファームと連携しながら、世界有数規模かつ日本有数の自動車企業向けコンサルティング・プラクティスを編成し、グローバルレベルで活動を展開、即効性が求められる戦略レベルから、中長期的な事業構想レベルまで、さまざまなサービスを支援します。

また、グローバルレベルで定期的実施する自動車産業に特化した調査・研究を通じて、産業の未来を拓く知恵を蓄積・発信しています。