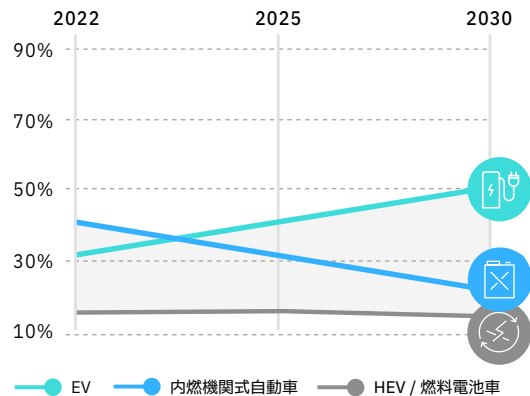


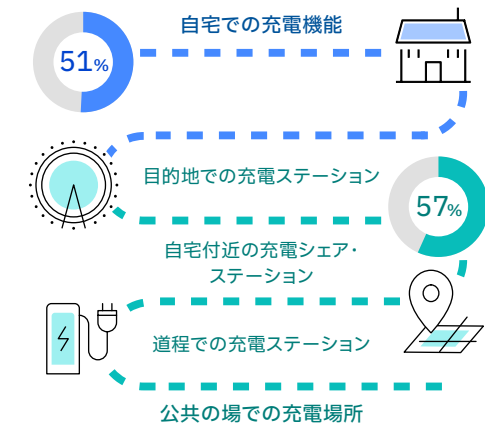
# 持続可能なモビリティ社会の実現を目指して EVシフトにおける企業と生活者の現状 グローバル・レポート

全世界の50%の消費者が3年以内にEVを購入したいと回答しました。一方で、コストと充電の課題は残っています。EVシフトを加速するために、自動車業界はどう取り組むべきでしょうか？開発、製造、販売、サービスなど全ての業務で変革が予想されます。各業務領域のオペレーションモデルを再定義し、そこに至るロードマップを描くことが急務です。

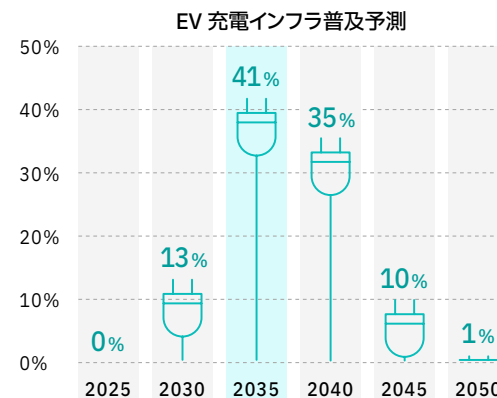
2030年に向けて自動車業界の内燃機関への新規投資割合は減少し、EVへ振り分けられる見込みです。投資割合が逆転するのは2023年頃。ハイブリッド車燃料電池車への投資割合は横ばいの見通しです。



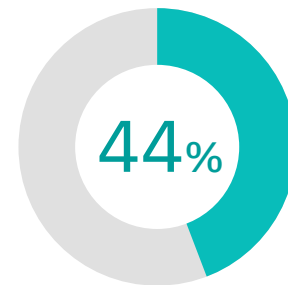
消費者の51%が自宅充電環境を持つのが難しいと考えており、57%が公共充電場所が足りないと感じています。



充電インフラが整うのには時間がかかりそうです。業界幹部は充電インフラが普及するのは2035年から2040年くらいだと見えています。



自動車各社の多くは2030年のEV販売目標を掲げていますが、目標を実際に達成できると考えているのは44%に留まりました。



一方で、2041年以降、内燃機関車販売から撤退の予測が出ており、EV化の道りに対して具体的なロードマップが描ききれない様子もうかがえます。

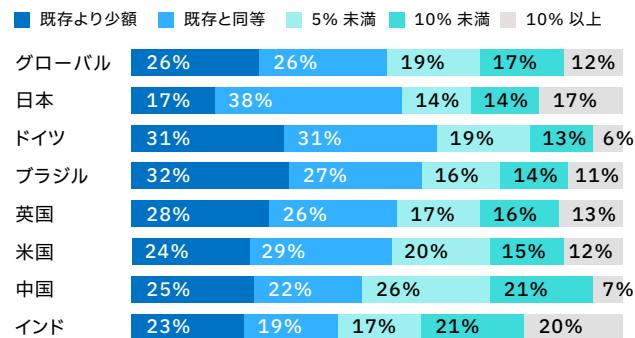
自動車業界幹部は消費者の期待と購入要素の両方をうまく取り込めていないようです。消費者はEVの総所有コストを既存の自動車と同等以下に抑えたいと考えていますが、業界幹部は消費者が自動車のライフタイムコストを18%多く払っても構わないと考えています。

自動車メーカーは部品開発、アフターセールス、製造業務への課題を感じています。

EV購入の動機について、業界幹部と消費者の視点にはかなりギャップがあります。

自動車業界幹部はテクノロジー・プラットフォームを活用し、ビジネス・エコシステムとの連携を深めようと考えています。

## 消費者のEV総所有コストの考え方 (既存車との比較)

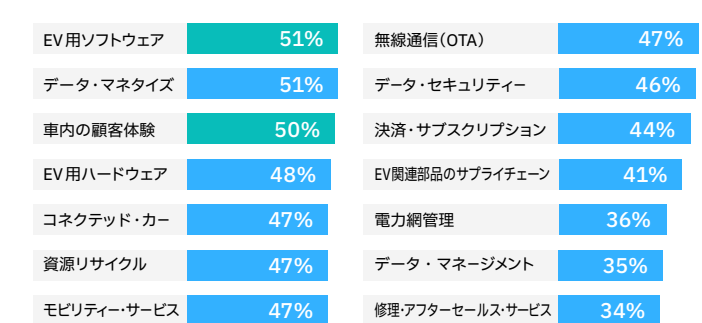
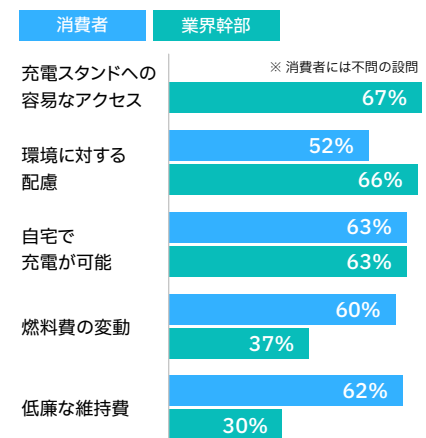


## EVへのシフトが自動車製造バリュー・チェーンに及ぼす影響 Top 3

### 影響を受けると思われる業務



### 課題となると思われる業務



テクノロジーとエコシステムはEV普及の重要な要素です。テクノロジープラットフォームを通して他社と協業することで、スピード感を持ってEV化を進められるでしょう。