

カーボンニュートラルに向けた 自動車政策検討会

- (1) 日本自動車輸入組合 (JAIA) の概要
- (2) 現状の取組み (輸入車の特徴、EV/PHEVユーザー調査を含む)
- (3) 今後の取組み
- (4) 課題及び要望
- (5) 結び

2021年4月16日
日本自動車輸入組合

(1) 日本自動車輸入組合 (JAIA) の概要

- 日本自動車輸入組合 (JAIA) は、日本で自動車の輸入が自由化された1965年 (昭和40年) に、輸出入取引法に基づく非営利法人として設立。
- 海外の自動車メーカーと直接輸入契約を結ぶインポーターによって構成され、輸入車市場の健全な発展のために、諸統計の作成、共同展示事業、技術情報の提供等の事業を行っている。
- 近年は環境・安全問題を中心に、我が国自動車市場に関わる諸制度と海外自動車産業諸国との国際的調和を目指して事業活動に取り組み、我が国のモータリゼーションの健全な発展と経済の国際化に寄与するよう努めている。

名称：日本自動車輸入組合 (JAIA)
(Japan Automobile Importers Association)

所在地：東京都港区

根拠法：輸出入取引法

設立：1965年11月1日

代表者：理事長 ティル シェア

会員数：四輪27社、二輪10社 (2021年3月現在)

No	四輪会員 会社名	取扱ブランド
1	Aston Martin Japan	アストンマーティン
2	アウディジャパン	アウディ、ランボルギーニ
3	ビー・エム・ダブリュー	BMW、ミニ、ロールス・ロイス
4	キャロッセ	プロトン
5	FCA ジャパン	アルファ ロメオ、フィアット、ジープ、アバルト
6	フェラーリ・ジャパン	フェラーリ
7	ゼネラルモーターズ・ジャパン	キャデラック、シボレー
8	Groupe PSA Japan	プジョー、シトロエン、DS
9	本田技研工業	ホンダ海外生産車
10	現代自動車ジャパン	ヒュンダイ
11	ジャガー・ランドローバー・ジャパン	ジャガー、ランドローバー
12	エルシーアイ	ロータス
13	マセラティ ジャパン	マセラティ
14	マクラーレンオートモーティブアジア	マクラーレン
15	メルセデス・ベンツ日本	メルセデス・ベンツ、スマート
16	ニコル・レーシング・ジャパン	BMW アルピナ
17	ピーシーアイ	サーブ
18	ポルシェジャパン	ポルシェ
19	ルノー・ジャポン	ルノー
20	RTC	ルーフ
21	スカニアジャパン	スカニア
22	ストリートスクーター・ジャパン	ストリートスクーター
23	テスラモーターズジャパン	テスラ
24	トヨタ自動車	トヨタ海外生産車
25	UDトラックス	ボルボトラック
26	フォルクスワーゲングループ ジャパン	フォルクスワーゲン、ベントレー、ブガッティ
27	ボルボ・カー・ジャパン	ボルボ

No.	二輪会員 会社名	取扱ブランド
1	ビー・エム・ダブリュー	ビー・エム・ダブリュー モトラッド
2	BRPジャパン	カンナム スパイダー、カンナム ライカー
3	ドゥカティ ジャパン	ドゥカティ (ドカティ)
4	ハーレーダビッドソン ジャパン	ハーレーダビッドソン
5	KTM Japan	KTM、ハスクバーナ・モーターサイクルズ
6	キムコジャパン	キムコ
7	ピアaggio グループ ジャパン	アプリリア、モト・グッツィ、ピアaggio、ベスパ
8	プロト	ZERO ENGINEERING、ベネリ
9	ポラリス ジャパン	インディアンモーターサイクル
10	トライアンフモーターサイクルズ ジャパン	トライアンフモーターサイクル

- ・ 2010年よりJAIA二輪事業がスタート。
- ・ 輸入電動二輪車の導入も始まっており*1、今後も拡大見込み*2。

***1：導入済の例**

ビー・エム・ダブリュー（電動車の公的機関（警視庁）への納入やスポンサー対応（マラソン等）により、社会的にブランドを訴求。）、KTM（非公道・トライアル競技）、

***2：今後導入予定の例**

ハーレーダビッドソンジャパン（2020年12月、同社初の電動二輪：ライブワイヤーの予約販売開始。）

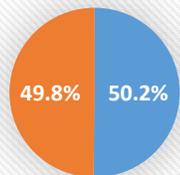
- ・成熟し、競争の激しい日本の自動車市場において、日本自動車輸入組合（JAIA）の会員企業は、世界の幅広い車種を取り扱うことによって、お客様に多様な選択肢を用意。
- ・自動車産業は100年に一度の電動化を始めとするCASE（Connected・Automated・Shared・Electric)による大変革期。
- ・JAIAは組織内に電動化推進の為にプラットフォームとして、タスクフォースを設置。
（具体的な活動は、ユーザー調査、認知向上のためのイベントなど）
- ・輸入車市場は現在、登録車市場の約1割を占める規模。（都心にお客様が多いのが特徴）
- ・JAIA会員各社は、従来より積極的に燃費性能の良い車両を日本市場へ導入。
- ・輸入EV・PHEVの販売台数は近年拡大傾向にあり、2020年は前年比200%超。
- ・JAIA会員各社は、カーボンニュートラルの課題に対して、更なる電動車の販売拡大が求められており、絶え間ない企業努力を継続。

都市部では乗用車の保有台数に占める輸入車の割合が高い
 → 東京都港区の輸入車シェアは5割超

輸入車比率（輸入乗用車／乗用車合計）上位10市区郡

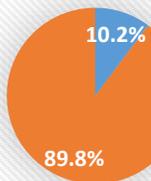
	都府県	市区郡	2020年3月現在保有台数		
			輸入車比率	乗用車	輸入乗用車
1	東京都	港区	50.2%	67,204	33,742
2	東京都	渋谷区	47.3%	45,776	21,630
3	東京都	目黒区	44.1%	48,129	21,243
4	東京都	世田谷区	38.7%	172,881	66,954
5	兵庫県	芦屋市	37.3%	26,503	9,889
6	東京都	中央区	33.7%	36,250	12,223
7	東京都	文京区	33.7%	27,446	9,251
8	東京都	新宿区	30.7%	44,027	13,508
9	東京都	品川区	30.2%	56,102	16,960
10	東京都	杉並区	29.4%	85,839	25,217
	全国	合計	10.2%	39,280,408	4,018,839

東京都港区



■ 輸入車 ■ 国産車

全国



■ 輸入車 ■ 国産車

出典：一般財団法人 自動車検査登録情報協会
 自動車保有車両数

- ・ 輸入車のEV・PHEV販売台数は増加傾向。
- ・ 2020年は、EVは前年比202%、PHEVは前年比126%と急増。（乗用車の例）
- ・ 2021年以降も増加が見込まれている。

	2018		2019		2020	
	台数	対前年比	台数	対前年比	台数	対前年比
EV	684	70%	1,378	201%	2,782	202%
PHEV	3,500	78%	2,685	77%	3,373	126%
Total	4,184	76%	4,063	97%	6,155	151%

- ・ 様々な輸入車ブランドがEV・PHEVを販売し、日本のお客様へ多様な選択肢を提供している。
- ・ また、2021年以降も多くのブランドからニューモデルの日本導入が見込まれている。

EV	PHEV
8ブランド、14モデル	10ブランド、32モデル

2021年3月末現在

JAIAは自動車の電動化の波が急速に押し寄せていることを踏まえ、消費者がEV/PHEVを検討する上でのトリガーとバリアーを把握するためのユーザー調査を2020年秋に実施した。その結果、以下の点が明らかとなった。

(1) 輸入EV/PHEVに対するユーザー認知が十分でない

- ① 自動車ユーザーの半数に認知されていない
 - 自動車ユーザーの50%が輸入EV/PHEVのブランド名を認知しておらず、15%は輸入EV/PHEVの存在すら認知していない
- ② しかし、いったんEV/PHEVユーザーになるとリピーターになる可能性が高い
 - 輸入EVユーザーの49%が次も輸入EVを、輸入PHEVユーザーの61%が次も輸入PHEVを検討すると回答（国産EVユーザーの71%、国産PHEVユーザーの79%も同様）

(2) 特定のユーザー層への偏りが見られる

- ① 輸入車ユーザーはファッション性を重視
 - 購入動機は、輸入EVユーザーの52%、輸入PHEVユーザーの60%がデザインと回答（国産EV/PHEVユーザーは電費・燃費を重視）
 - 輸入EVユーザーの37%が女性
- ② 複数台数保有者が多い
 - 世帯保有台数は、輸入PHEVが1.9台、輸入・国産EVが1.8台
- ③ 走行距離が少ない
 - 輸入EVユーザーの月間走行距離は334kmと最も短い（最長は国産PHEVの572km）

(3) 充電インフラが充実していないことによるユーザー不安が生じている

- ① 航続距離と充電インフラの不足がEV/PHEVの普及の妨げになっている
 - HEV/ICEユーザーの27%が航続距離の不安、22%が公共充電器の不足をEV/PHEVの非検討理由に挙げている
 - PHEVユーザーの45%が航続距離の不安、30%が公共充電器の不足をEVの非検討理由に挙げている。
- ② 輸入車ユーザーの18%が東京23区、27%が100万人以上の政令指定都市に居住（国産車ユーザーは6%が東京23区、22%が100万人以上の政令指定都市に居住）

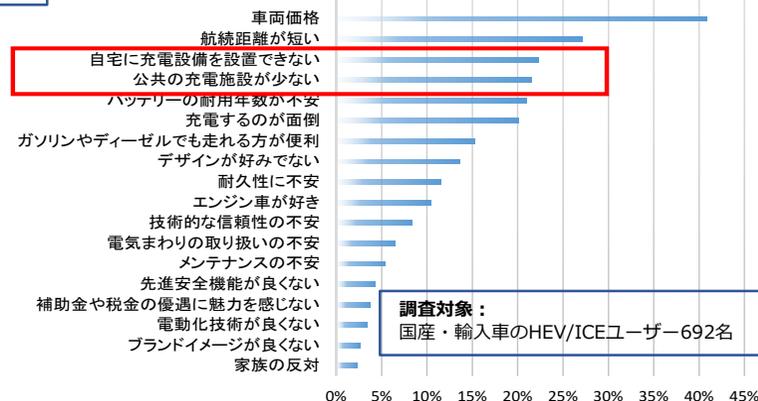
定量調査：

2020年9月10日～9月23日
EV/PHEV/HEV/ICEユーザー

定性調査：

2020年10月9日～10月17日
EV/PHEVユーザー

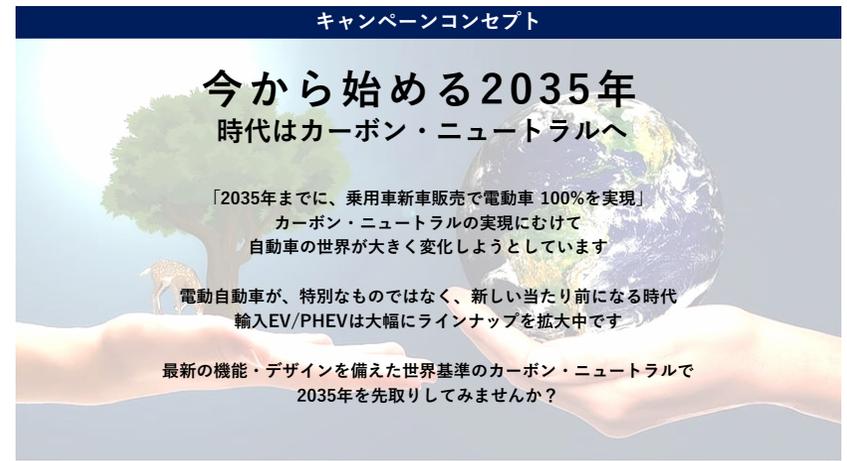
EV/PHEV非検討理由



- ・ JAIAは2020年3月より輸入車業界における電動車普及のプラットフォームとして、タスクフォースなども設置して検討を重ねている。

・ そうした中、本年6月、都内で輸入EV・PHEVの認知を高める第一弾イベントを企画。

- ・ 本イベントは「**今から始める2035年。時代はカーボン・ニュートラルへ**」をコンセプトに、2035年の新車乗用車販売での電動車100%の目標に向けて、JAIAメンバーのフルラインナップ を活用（現時点ではJAIA会員12社参加、国内未発売車両も含む）し、輸入EV・PHEVの認知度を向上させるイベントとなる予定。
- ・ また、一般のお客様に輸入EV・PHEVを体感頂く試乗体験も別途実施する予定。



- ・ 会員各社を含む企業の努力以外にも政府による再生可能エネルギー供給の増加、EV・PHEVなどへの車両購入補助支援の継続充実に加えて、充電インフラの拡大が不可欠。
- ・ 公共充電設備の拡充や集合住宅における充電器の設置がEV/PHEVの普及には非常に重要。
- ・ 充電インフラの適正配置・高出力化（大容量急速充電器の拡充等）、特に都心部における充電施設の更なる充実は喫緊の課題。

【参考：充電インフラ及びCEV補助金に関するJAIAが認識する課題】

<充電インフラ>

- ✓ 都市部充電設備 [例：集合住宅・戸建住宅へのEV・PHEV導入対策＝個人宅設置補助金の改善（基礎充電）] の質の向上。
- ✓ 目的地充電としての商業施設へ公共急速充電器を設置する際の、15km制限の改善。
- ✓ 公共充電器設置条件の24H開放条件を緩和。
- ✓ 急速充電器の補助対象を90kW以上も含む拡張。
- ✓ 高速道路の充電渋滞の解消（経路充電）。

<CEV補助金>

- ✓ 補助金の継続及び1台あたり補助額の充実
- ✓ 最短保有年数（4年）の縮小



ドイツでは2020年乗用車販売数を19.1%減らしたが、EV/PHEVは3~4倍の急拡大を果たした。
大きな要因は、次の3つである。（JETRO Munich調べ）

- ① 車両ラインナップの充実
- ② 政府補助金の倍増
- ③ 充電施設の整備



充電インフラの拡充

- ・ EV等用充電施設を2021年末までに5万カ所新設、全体で約7万2,000カ所に
- ・ 充電インフラの拡充について、連邦政府は2024年までに最大55億ユーロを確保し、助成策や法整備を進めている

EV等購入支援策延長

- ・ EV等購入時の連邦政府支援額を倍増する措置を2025年末まで延長（2020年7月より倍増、2016年7月導入の環境ボーナス制度）

ドイツ国内の乗用車新規登録台数（動力別・2020年）

動力	台数	前年比	シェア	シェア (2019年)
ガソリン	1,361,723	▲36.3	46.7	59.2
ディーゼル	819,896	▲28.9	28.1	32.0
プラグイン・ハイブリッド (PHEV)	200,469	342.1	6.9	1.3
電気 (EV)	194,163	206.8	6.7	1.8
合計 (その他含む)	2,917,678	▲19.1	100.0	100.0

1. 日本における「2050年カーボンニュートラル」目標に向け、JAIAは今後もEV・PHEVをはじめとした電動車の積極的な日本市場への展開などを通じて、しっかりと対応。

2. その実現のためには、企業だけでは解決できない問題もあり、電動車の購入支援、充電器の充実等（特に急速充電）の政府の量的かつ質的に充実した御支援を期待。それにあたっては、以下の点も留意。
 - ①短期的に終わらず、長期的かつ継続的、特に普及促進期においては重点的に支援。
 - ②実施主体として中央政府のみならず、地方公共団体の支援も不可欠。

3. JAIA会員各社は、世界が注目する中、日本が世界をリードする様な先進的な自動車市場となることを期待。