

急伸する電気自動車（EV）普及の脅威に、目を覚ました石油メジャー

Source: Bloomberg

Bloomberg New Energy Finance（以下、BNEF）の7月14日のレポートによると、EVの普及により、石油需要が数十年前のレベルに戻るリスクが高まり、化石燃料業界に流入する年間7,000億ドル以上の資金の流れがどうなるのか、業界の懸念が浮上している。

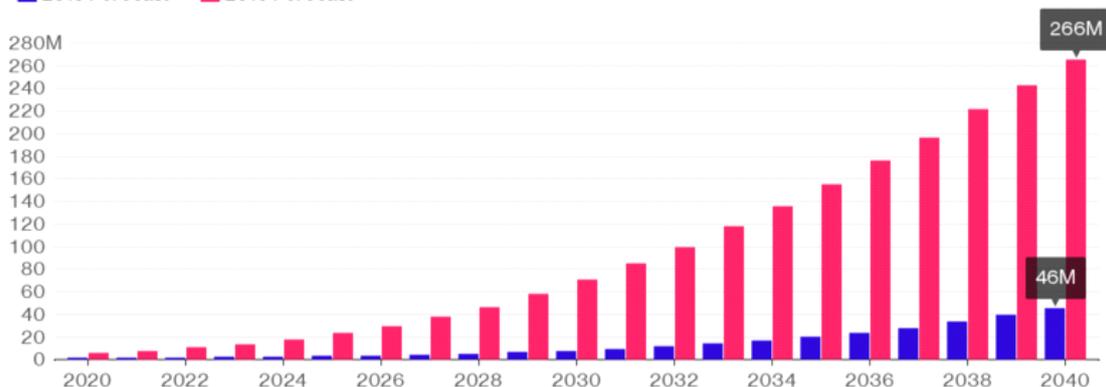
化石燃料業界のEVの普及見通しは控え目であるが、まだ普及台数の絶対数が少ない中で、確実なEV普及台数の急伸に「目を覚ました石油メジャー」と題して、BNEFレポートは、積極的なEV普及見通しを、次の様に述べている。

ロンドンのBNEFの先進輸送分析責任者のコリン・マッケラーチャー（Colin McKerracher）氏は、「EVの急激な普及は、自動車メーカー、石油会社、電力会社などに大きな影響を及ぼすだろう。EV普及の速さの予測には、業界によって大きな不一致がある一方、各業界の予測も僅か一年で急速に変化している」と述べている。以下のBNEF作成のグラフを見ると2015年のEV普及予測に対して、2016年の普及予測は5倍も急伸している。

Growing Expectations

OPEC's electric vehicle forecast grew by almost 500% last year

■ 2015 Forecast ■ 2016 Forecast



Source: Bloomberg New Energy Finance

Bloomberg

BNEFの報告では、2040年までにはEVの最重要部品の一つであるリチウムイオン電池のコストが安くなり、その結果、EVの普及がガソリン車とディーゼル車の普及を凌駕するだろうと予測している。

石油メジャーの **Exxon Mobil** は、2040 年には EV 普及予測は 10 億台と、一年前の 6 億 5000 万台より大幅な伸長を予測している。同じく石油メジャーの **BP** の、EV 普及予測は 2035 年には 10 億台となり、一年前の予測の 40%アップとなっている。ノルウエーの国営石油会社 **Statoil ASA** は、2030 年には EV は世界の自動車市場の 30%を占めるようになるだろうと予測している。

BNEF によると、石油メジャーは、EV 普及予測を上方修正しているが、自動車メーカーの予測よりも控えめである。世界の自動車メーカーの EV 予測を集大成すると 2025 年までに毎年 600 万台を、2030 年までに毎年 800 万台の販売を予測している。

OPEC (Organization of Petroleum Exporting Countries) の独自の予測では、2040 年の EV の普及台数は 2 億 6600 万台で、1 年前に予測した普及台数より 4600 万台も増え、EV の世界市場でのシェアは今から 23 年後には 12%になり、1 年前の予測より 2%増えている。しかし、それでもガソリン車・ディーゼル車のシェアは 50%を保持するだろうと予測している。

IEA (International Energy Agency) の EV の普及予測は、最も急激で、2030 年には 5 億 8000 万台と、1 年前の予測 2 億 3000 万台のほぼ倍となっている。

多くのアナリストたちは、「EV は急激に伸長し、自動車メーカーは、これから多くの新型 EV を発表していくと思われる。」と、述べている。しかし最新の OPEC の報告によるとアジアの国によっては、EV の普及が抑えられる懸念がある。それは、地球温暖化で CO2 削減は必須であるが、EV はまだ製造コストの 1/3 を占めるリチウムイオン電池が割高であること、充電インフラ整備にコストがかかる難点がある。従って、低価格のガソリン車の普及が手っ取り早いことから CO2 削減目標との兼ね合いで、EV の普及には各国政府の政策決定を含む幅広い要因に大きく左右されそうである。

大手自動車メーカーの一部では、近い将来、販売する自動車すべてを EV 化すると発表している。例えばスウェーデンの VOLVO は 2019 年までに、すべての車種を EV に切り替えると発表している。米国の TESLA や英国の London's Black Cab 等は、既に全車種が EV となっている。

BNEF のアナリスト、McKerracher は、「石油会社と自動車会社が言っていることは分かれているが、"これは 1 兆ドル" の質問で、どちらかが間違っているだろう」と述べている。

一方、日本の自動車メーカーのEVへの取り組みについて、2017/7/21付けのIT media ビジネス Online に、以下の興味深いレポートが掲載されていた。

トヨタの強みは弱点に？

世界で急伸するEV普及の動きは、日本の自動車メーカーにも極めて大きな影響をもたらすことになる。トヨタ自動車（トヨタ）と日産はこの点に関して正反対の方向を向いており、場合によってはトヨタが不利な状況に置かれる可能性も否定できなくなってきた。

トヨタは日本を代表する企業であり、国策として政府が推進する水素事業にある程度コミットしなければならない。また、グループ内に有力な部品メーカーを抱え、株式を持ち合うなど相互補完関係を構築している。一方、日産は傘下の自動車部品メーカーであるカルソニックカンセイをファンドに売却するなど、全社をあげて経営のスリム化とEVシフトを進めている。

自動車メーカーにとって、高い技術を持つ部品メーカーは、経営資源そのものであり、自らのグループに囲い込むのが常識であった。だがEVの製造に高度な技術は必要とされないことから、EVが主流になれば自動車そのものがコモディティ化していくのは確実とされている。そうなってしまうと、完成車メーカーと部品メーカーで構築してきたバリューチェーンが一気に崩壊する可能性が出てくるのだ。日産がこのタイミングで部品メーカーの売却を決定したのは、EVシフトを戦略的に選択したからに他ならない。

トヨタはグループ内に、アイシン精機、曙ブレーキ工業、デンソーなど技術力の高い部品メーカーを多数抱えている。デンソーのように独立性の高い企業もあるが、基本的にトヨタは、部品から最終製品までを自社グループ内で製造する、いわゆる垂直統合モデルの色彩が濃い。これに対して日産は、EV化時代を見据え、完成車の製造に特化する水平統合モデルにかじを切ろうとしている。

全てを自前でカバーするグループ戦略がトヨタの競争力の源泉だったが、もしEVシフトが一気に進んでしまうと、トヨタの強みは逆に弱点に変わってしまう。トヨタに残された時間的猶予は少ない。

今日のEVの普及台数は、まだまだ少なく、ガソリン車とディーゼル車が市場でゆるぎないシェアを持っているが、EVの普及は確実に進捗しており、これからの20年、30年先のEVの普及には興味が尽きない。（了）