

二輪車の電動化

日本でも10,000台の電動バイクが走っている。一方でインドや中国では既に生産台数の約30%近くが電動バイクとなっている。特に新興国の情勢や新興メーカーについて調査した。

日本で見かける電動二輪車)

警視庁が導入したのは2020年2月にドイツのバイクブランドBMW Motorrad製の電動スクーター「C evolution (シー・エヴォリューション)」。新春の箱根駅伝の先導車です。



警視庁に納入されたBMW Motorrad製の電動スクーター「C evolution (シー・エヴォリューション)」



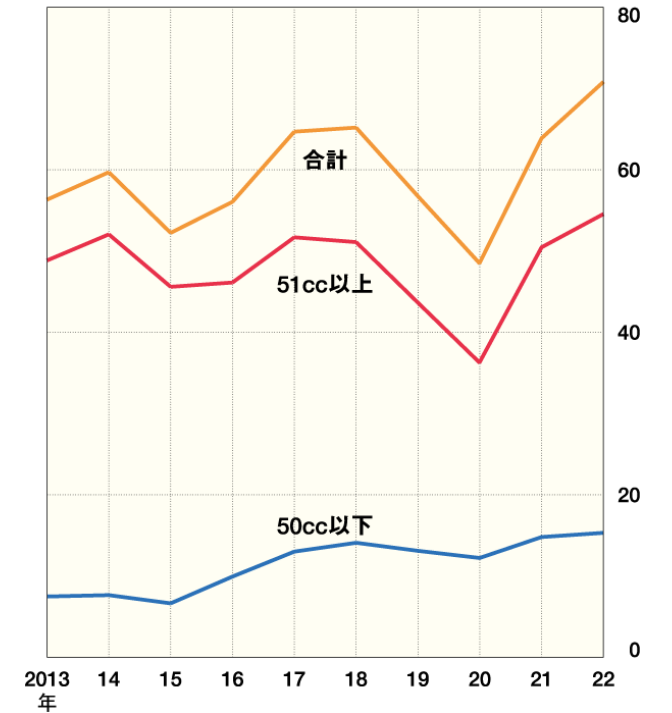
2020年に、日本郵便株式会社と本田技研工業株式会社が、郵便配達業務で使用する電動二輪車として、ホンダ『BENLY e:(ベンリィイー)』の導入に合意。首都圏の近距離配達エリアを中心に、2024年3月には累計16,000台程度の規模になる。

世界のバイク市場の概要

- 世界のバイク市場は6,000万台/年(下図)
- 国別に見るとインド、中国が2,000万台/年。その他インドネシア(500万台)、タイ、ベトナムなどのAsean諸国の市場がこれらに継ぐ市場になっている。
- これらの市場では二輪車が主要な移動手段の一角を占めている。

世界の二輪車の市場

単位:万台



Marklinesホームページより

世界の二輪車の電動化の実情。 電動化市場は新興国、新興メーカーが主導。

- 二輪車の電動化はバッテリー容量も4輪車と比べると少なくすみ、4輪車に比べると導入のハードルは低い。
- また新興国では二輪車の温暖化ガスの削減が喫緊の課題であり、政府が電動バイクの導入促進のための、購入補助金などの施策を実施している
- それらの国では(主要な二輪車市場に於ける)二輪車電動化は電動バイクの新興メーカーが牽引している
- 矢野経済権研究所で世界での電動化率は2035年には25~30%と予測視している。
- 導入に大きく貢献しているのが新興メーカーである。各国の主な新興メーカーを下記に示す。

- 中国:既に2023年に200万台の生産を記録。ベストアイ、Yadea、Aimaなどの新興メーカーがある。
- インド:Ola:航続距離も公称200km近くあり、実用上も十分か？(右上図)
- フィリピン、インドネシア、ベトナム、タイ:現地メーカーも存在するが、台湾Gogoroとの合弁事業も始まっている。ホンダも電動化を進めている。
- 台湾(GoGoro):バッテリーのサブスクリプションを展開し(右下図)
- アフリカ:ルアンダ・ケニアにAmpersandというメーカーが存在。



Ola: 航続距離も公称200km近くあり デザインも洗練されており、商品力は十分か。



GogoroのGostationと呼ぶバッテリーの交換場所
台湾では多くの箇所に設置されている。Aseanの現地メーカーと合弁で導入が進められている。

既存の二輪車メーカーの電動二輪車の導入を急いでいる。

- ・ドイツ(BMW):大型スクータを販売。日本にも導入。
- ・イタリア(ピアジヨ) 小型のスクータに導入。海外にも展開。
- ・Kymco(台湾):バッテリー交換方式の展開を開始。
- ・Harley Davidson:大型人輪車に導入。日本でも展開。
- ・Hero Motors、TVS(インド):新興メーカーを追走

日本での二輪車の電動化の進捗

バイク世界シェア首位のホンダや、ヤマハ発動機の場合、電動車のラインアップは小型車を中心とした限定的なものにとどまっている。大型バイクのEV仕様では米Harley-Davidson(ハーレーダビッドソン)が攻勢をかけているが、大型バイクについては本格的な多車種展開には至っていない。ホンダの車種展開は広い。

足元では電池パックを使った取り組みが進んでいる。19年4月、**ホンダを中心に、川崎重工とヤマハ発動機、スズキの4社で協議体を設立**。2020年に共同出資による会社を設立。

バッテリーを
ガチャっと交換
購入不要。

新時代バッテリー・シェアリング・サービス、
東京・大阪で展開中!!

Gachaco
サービス提供 株式会社 Gachaco

個人向け
サービス
開始!

まとめ

1. 新興国におけるバイクは、交通機関の中で主要な地位を占めている。世界での二輪車の販売台数はインド、中国、ASEAN諸国(インドネシア、タイ、ベトナム)の順位で世界の市場を牽引している。
2. 電動二輪車の導入は各国の政府にとっても環境汚染の解決策として、主要な役割を担っている。導入を促進するため、各国の政府は。購入援助などを実施している。
3. 各国に電動バイクの新興メーカーが各国市場での主導権(インド、OLA、台湾 Gogoro)を握っている。新興勢力といえど、航続距離は実用上も十分にデザインなども見劣りは無く、商品力十分のように見える。
4. 日本メーカーの電動バイクの導入は残念ながら、後塵を排している。特にホンダは力を入れているが、新興市場で頭角を表すまでには至っていない。最近日本のメーカーは国内への小型電動バイクの導入に力を入れ始めている。
5. 既存メーカーは電動バイクのコストの高さから電動二輪車の導入をためらっている。一方高価なバイクへの導入は開発効率が悪く、BMWやハーレーなどに限られている。最近日本のメーカーは国内への小型電動二輪車の導入に力を入れている。
6. 中国メーカー(23年にバイクの市場規模は500万台)での電動バイクの躍進はEVと全く同じ様相(海外のメーカーがEV化を躊躇っている間に、中国の電動化が促進され主要市場での市場シェアが上がる)の道筋を辿っているように見える。日本メーカーの躍進を期待したい。