

2024年12月13日
J.D. パワー ジャパン

J.D. パワー 2024 年 日本 EV エクスペリエンス(EVX) – オーナーシップ調査SM ～ICE/HEV から EV に買い替えたユーザーの 7 割以上が維持費低減を実感～

CS（顧客満足度）に関する調査・コンサルティングの国際的な専門機関である株式会社 J.D. パワー ジャパン（本社：東京都港区、代表取締役社長：山本浩二、略称：J.D. パワー）は、**J.D. パワー 2024 年日本 EV エクスペリエンス**（Electric Vehicle Experience、略称 EVX）– **オーナーシップ調査SM**の結果を発表した。

本調査は、2021年1月～2024年3月に初度登録された電気自動車（EV）及びプラグインハイブリッド車（PHEV）の乗用車を保有するユーザーを対象に、満足度や保有体験を聴取するもので、日本では本年が初の実施となる。

軽 EV と登録 EV、保有環境や利用実態に大きな違い

電気自動車（EV）を軽自動車の EV（以下軽 EV）と登録車の EV（以下登録 EV）で分けると、保有環境や利用の実態に大きな違いがみられた。

軽 EV ユーザーでは、戸建て住宅居住者の割合が 91%に達し、複数の車両を保有している世帯は 65%だった。これに対し登録 EV ユーザーでは、戸建て住宅居住者の割合が 80%、複数台の車両を保有している世帯は 54%と、軽 EV ユーザーに比べ少ない。

利用用途では、軽 EV は通勤・通学、買い物や用足し等の個人／家族利用といった日常生活の移動手段としての利用が中心で、ドライブ（19%）や遠出（13%）等の利用は少ない。対して、登録 EV は日常生活の移動手段に加えて、ドライブ（42%）や遠出（56%）といった長距離での利用も多い傾向がみられた。

ICE/HEV からの買い替え層の 7 割以上が維持費の低減を実感

ガソリン／ディーゼル（ICE）車やハイブリッド車（HEV）から軽 EV に買い替えたユーザーの 75%、登録 EV に買い替えたユーザーの 71%が「今の車の方が維持費（充電、アフターサービス、修理等）がかなり安い／やや安い」と回答した。EV 普及促進において ICE／HEV と比べた EV の経済性をアピールすることは有効と考えられる。

また、EV 購入後に経済効果を実感しているユーザーは次回の EV 購入意向も高い。維持費の低減を実感したユーザーにおける次回購入時 EV 検討率（必ず／たぶん検討する）は、軽 EV で 88%、登録 EV で 87%と高く、維持費の安さは EV をリピート購入するための動機にもなっている。

登録 EV ユーザーの 3 割近くは基礎充電を自宅以外で行っている

基礎充電を自宅以外で行うユーザーは、軽 EV では 9%、登録 EV では 27%という結果であった。戸建てに住む割合が高くバッテリー容量も小さい軽 EV のユーザーが自宅で基礎充電を行うのは自然と言えるが、バッテリー容量が大きく充電に時間がかかる登録 EV で約 3 割のユーザーが自宅外で基礎充電を行っているというのは意外である。自宅外で基礎充電を行う登録 EV ユーザーは CHAdeMO（チャデモ）やスーパーチャージャー等の急速充電網や充電設備の備わった駐車場や施設を利用していると推察されるが、見方を変えれば基礎充電インフラとして利用できる環境が身近にあるなら、自宅に充電環境を整えられない集合住宅居住者等でも EV を保有、利用が可能であることを示している。

買い替え登録 EV ユーザーの約 2 割は EV からの買い替え

登録 EV ユーザーのうち、「(直前車からの) 買い替え」と回答した割合は 81%、そのうち 18%は EV からの買い替えであった。日産リーフの登場以来、日本の登録 EV 市場は十数年を経るが、いまだ EV 乗用車のシェアは 2%に満たない*。登録 EV 買い替え需要の 18%が既存 EV オーナーの乗り換えで占められているとすれば、既に EV マーケットが限定的な EV 嗜好層の買い替え需要に支えられている可能性も考えられる。EV 市場を拡大させるためには、ICE/HEV からのスイッチ層を増やすこと、すなわち「初めての EV 購入者」をいかにして拡大させるかがカギである。

*2023 年 1~12 月の登録乗用車新車販売における EV シェアは 1.7% (出典：一般社団法人日本自動車販売協会連合会 (自販連))

経年により航続距離性能 (バッテリー性能) 劣化を体感するユーザーが増加する

対象車両を購入してから現在までの航続距離の変化について質問したところ、軽 EV ユーザーの 15%、登録 EV ユーザーの 19%が「(購入時よりも航続距離が) 短くなった」と回答した。さらに登録 EV ユーザーの傾向を保有期間別にみると、保有 12 ヶ月以内では「短くなった」との回答は 10%だが、13~24 ヶ月で 17%、25 ヶ月以上では 32%と保有期間が延びるに従い「短くなった」との回答割合が増加することがわかった。

近年の EV では、バッテリー冷却システムの搭載により劣化率は以前より改善されているが、ユーザーの体感としては経年により劣化を感じる人の割合が増える様である。バッテリー劣化の問題は当然満足度にマイナスに作用する。登録 EV ユーザーの内「短くなった」と回答した者の航続距離評価は 593 ポイントで、「変わらない」とするユーザーに比べ 45 ポイント低い。これは ICE/HEV とは大きく異なる課題である。今後も性能劣化の改善に向けた取り組みが必要と考えられる。

《J.D. パワー 2024 年 日本 EV エクスペリエンス (EVX) - オーナーシップ調査SM 概要》

2021 年 1 月~2024 年 3 月に初度登録された EV/PHEV (乗用車のみ。貨物車を除く) を保有するユーザーを対象に、EV/PHEV 保有と利用の実態、満足度を聴取する調査で、日本では本年が初の実施となる。

※PHEV については参考情報としてのデータ収集。

- 実施期間：2024 年 7 月~8 月
- 調査方法：インターネット調査
- 調査対象：初度登録 2021 年 1 月~2024 年 3 月の EV/PHEV を保有するユーザー
- 調査回答者数：3,379

*J.D. パワーが調査結果を公表する全ての調査は、J.D. パワーが第三者機関として自主企画し実施したものです。

【ご注意】本紙は報道用資料です。弊社の許可なく本資料に掲載されている情報や結果を広告や販促活動に転用することを禁じます。

《本リリースに関するお問い合わせ》

株式会社 J.D. パワー ジャパン

メディア関係者様お問い合わせ：北見 (コーポレート コミュニケーション)

Tel : 03-6809-2996 E-mail : release@jdpa.com

調査レポート購読等お問い合わせ：末重 (オートモーティブ部門)

Tel : 03-6809-2987 E-mail : hideaki.sueshige@jdpa.com

J.D. パワーについて：

米国に本社を置く J.D. パワーは自動車に関するデータと分析の国際的なマーケティングリサーチカンパニーです。自動車業界及び一部の関連企業に、業界インテリジェンスや消費者インサイト、アドバイザー、ソリューションを提供しています。独自の広範なデータセットとソフトウェア機能を高度な分析および人工知能ツールと組み合わせて活用し、クライアントのビジネスパフォーマンスの最適化を支援しています。

J.D. パワーは 1968 年に設立され、北米、ヨーロッパ、アジア太平洋にオフィスを構えています。

事業内容の詳細については、<https://japan.jdpower.com/ja> をご覧ください。

J.D. パワーでは、本調査以外にも、下記の自動車関連調査の結果を発表しています。

～2024 年 J.D. パワー 自動車関連調査発表スケジュール～

8 月：日本自動車セールス顧客満足度（SSI）調査

9 月：日本自動車サービス顧客満足度（CSI）調査、日本自動車初期品質調査（IQS）

10 月：日本自動車商品魅力度（APEAL）調査、日本中古車セールス顧客満足度（UVSSI）調査

11 月：日本自動車テクノロジーエクスペリエンス（TXI）調査

12 月：日本 EV エクスペリエンス-オーナーシップ（EVX-O）調査