

## 6. EV普及のための情報提供方法

本業務は、EVの普及啓発を目的としており、主として、2章で記載したようにEV普及啓発イベントを実施することで、一般の方にEVを体験してもらう機会を設けてきた。アンケート調査結果からも、実際にEVを体験してもらうことの効果は大きいと考えられることから、本業務終了後も、EVの基本情報や本業務で得られた業務成果を発信することによって、現在不足しているEVの情報を広く告知する必要があると考えられる。

### 6.1. 本事業成果の周知

本事業成果の周知方法としては、

- ①ホームページ等による一般への周知
- ②EV普及に携わる学官民への周知

の2種類が考えられる。以下に①②について述べる。

#### 6.1.1. ホームページ等による周知

本業務では、北海道内におけるEV・PHVの普及促進を目的に学官民により構成された「北海道EV・PHV普及促進検討研究会」のホームページを活用し、イベント等の情報発信を行った。同研究会は引き続き活動を継続していくことから、本事業が終了後も普及啓発イベントの活動記録等を閲覧することが可能である。

なお、同ホームページでは、現在内容の充実に向けた記載内容の見直しを図っており、EV普及に向けて昨年度事業及び本事業で得られた成果もしくはその一部を、発注者の了承を得る形で、一般向けへの情報として掲載することが望ましい。本事業成果の中で、特にホームページ等から発信する必要のある内容としては、以下が考えられる。

表 6.1.1 ホームページ等における情報発信内容

掲載項目	内容	主な発信対象
アンケート調査結果	・EVへの印象等の分析結果 ・EV充電器設置箇所候補分析結果 ・EVの購入意欲調査結果 (希望販売価格帯など)	EVメーカー、販売会社 EV充電器メーカー、販売会社
充電器設置箇所最新情報	・充電インフラマップ (200V・急速充電等の区別入) ・充電箇所一覧表(住所・TEL等)	一般ユーザー EV充電器メーカー、販売会社

### 6.1.2. EV関係機関への情報発信

EVに携わる学官民を集まる場の一つとして、現在「北海道EV・PHV普及促進検討研究会」が定期的で開催されている。本事業についても、同研究会において、事業の実施方針説明、実施状況の速報を実施し、普及啓発イベント開催の周知のみならず、調査に際してのアドバイスを専門家から収集した。

研究会開催状況を下記に記す。

表 6.1.2 北海道EV・PHV普及促進検討研究会 第1回普及推進WG開催状況

北海道EV・PHV普及促進検討研究会 第1回普及推進WG	
開催日時	平成23年8月31日(火) 15:30~17:30
開催場所	北海道経済センター 3階 特別会議室B
参加人数	30名
<p>本事業に関連する意見</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>これまでに実施した普及啓発イベントが、EVの販売実績にどのように影響しているのかを調査すべきとの意見。</li> </ul> <p>→道庁にて検討し、WGの協力を得て対応する方向。</p>	
	

表 6.1.3 北海道 EV・PHV 普及促進検討研究会 第 1 回充電インフラ WG 開催状況

北海道 EV・PHV 普及促進検討研究会 第 1 回充電インフラ検討 WG			
開催日時	平成 23 年 9 月 27 日(火) 15:00～16:30		
開催場所	北海道経済センター 3 階 特別会議室 B		
参加人数	30 名		
<p>本事業に関連する話題</p> <p>同研究会ホームページにて、充電施設マップの公開イメージ (Google マップ使用)</p>			
			
			
			

## 6.2. EV普及のための今後の情報提供のあり方

北海道におけるEVの普及は、地球温暖化対策の一つとしてCO<sub>2</sub>削減につながると共に、EV及びEVを取り巻く産業が道内経済を活性化させる可能性を秘めており、情報提供も含めてこれを推し進める必要がある。以下では、これまで実施してきた情報提供のあり方や効果を踏まえ、EV普及に向けて今後行うべき情報提供のあり方について整理する。

### 6.2.1. 今後の情報提供のあり方について

昨年度事業及び本事業を通じて判明したのは、「EVに対する一般の関心は高まっている一方で、まだ知られていないことが多い」ということである。

自動車メーカーによるEVのテレビ・新聞広告が数多く展開されるようになり、普及啓発イベントに参加した方にもCMを見て興味を持ったという方がおり、EVに対する関心が高まっている様子がうかがえた。

しかし、東日本大震災における原子力発電所の事故や電力不足との関連で、日中の急速充電を中心にEV普及に対して疑問を持っている意見も見られる一方で、被災地においてEVが役に立ったという話はそれほど知られていないなど、一般におけるEVに関する認知は十分とは考えられない状況であった。

また、各種報道に見られるEVに関する意識調査の結果を見ても、例えば「EVに一番熱心に取り組んでいる自動車メーカーはどこか」に対してトヨタ自動車(株)が最も高い割合を示すなど、漠然としたイメージに基づいた回答傾向が見られ、まだまだEVの実態が広く一般に伝わっていないことが分かる。

この点を踏まえた上で、今後のEV普及に向けた情報提供のあり方を検討する必要がある。

今後の取り組みの方向性について以下で考察する。

現時点における北海道でのEVの普及状況を考えると、EVの普及に向けて現時点で働きかけるべき対象には、イノベーター理論より以下の2つが考えられる。

- ① 現時点で購入が期待される早期採用層（アーリーアダプター）
- ② その後に購入が期待される前期追従層（アーリーマジョリティ）

これらの対象に対しては、それぞれ異なったアプローチが必要である。

- ① に対しては、対象となる層をカテゴリーに分け、それぞれがメリットを見出しやすいようにカスタマイズした情報を提供する必要がある。また、EVの導入事例や体験談、成果などの実績情報を広く公開することで、新しいEVの利用方法を含んだ客観的なメリットを判断する材料を提供する必要がある。
- ② に対しては、「他の人も使っている」ことを判断材料に商品購入を決定することから、情報提供によりEVの導入が進んでいるということが認知される必要がある。また、関心を持った場合に簡単に情報にアクセスできる環境の整備も必要となる。

なお、EVの普及が進んだ段階では、後期追従層（レイトマジョリティ）への情報提供についても組む必要がある。

### 6.2.2. ホームページを通じた情報提供について

①アーリーアダプターに対する情報提供を考える場合、EVに関する一般的な情報についてはある程度理解していると考えられるので、ホームページでの画一的な情報配信は効果が限られてしまう。ホームページを有効活用するならば、想定するカテゴリーの層に対して導入メリットを提示する内容にする必要がある。

例えば、先行事例の紹介記事などは効果的であると予想されることから、「北海道EV・PHV普及促進検討研究会」ホームページなどを通じて、北海道における導入事例の紹介について検討する。その場合、業種の多様性、参考にできる（一般化が可能）かなど、事例の質にも配慮が必要となる。

一方、②アーリーマジョリティに対しては、先行事例の紹介に加えて、EVの普及を実感できたり、導入に向けた懸念事項を解消できる情報提供が必要と考える。例えば、道内におけるEVの導入状況や充電インフラ整備状況、補助金等の導入支援に関する情報の提供が考えられる。これらについても北海道内の状況を把握できるよう最新情報を収集し、研究会ホームページにて公開していくことが重要である。

また、季節による航続距離や充電時間など、実際の導入・利用時において課題となりうる内容についても、実データを基にした結果を提示することが重要である。

なお、1つのホームページの中にこれら目的と役割の異なる情報を混在させることにより、ホームページのテーマ性が薄れてしまうというデメリットに注意しながら、内容を検討することが必要である。

### 6.2.3. EV導入が期待される対象への情報提供について

EVの導入については、道内においてもタクシーやレンタカー、営業車などで導入が進んでいる。また、本州では運送、配達など貨物商用利用の業種でのまとまった導入が進むなど、アーリーアダプターの候補となりうる分野が以下のように存在すると考えられる。

- ・タクシーやレンタカー、営業車両など旅客商用利用の業種
- ・運送、配達など貨物商用利用の業種
- ・環境意識の高い消費者や事業所

これらの対象に対してはより積極的に情報を伝達することが、EVの普及に向けて重要であると考えられるが、その情報は前述の通りターゲットに合わせてカスタマイズした情報であることも必要である。

情報伝達の方法としては、提供する情報を柔軟にカスタマイズできる直接対話が効果的

と考えられ、例えば、札幌商工会議所が主催した「次世代自動車セミナー」のように、先行事例者を講師とする説明会&意見交換会の形が考えられる。

#### **6.2.4. 自動車有識者への情報提供**

本事業において実施した自動車有識者へのアンケート調査からも、EVに関する情報収集のニーズや情報提供への意欲を感じることができた。

EV普及に向けては、これら専門的知識を持つ方の協力を得つつ、一般の人の疑問点を解消できる情報提供を行うことが重要である。