



元氣とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 2025年07月07日 第1224号「週刊五十嵐レポート」

EVバス

7月1日付朝日新聞、「EVバス参入日本勢で後れ」という記事。脱炭素の流れをくんで、電気とモーターで動くEVバスが国内でもじわりと広がっている。全国を走るバスに占める割合はわずかだが、急速に台数を増やしている。

日本では、乗用車タイプの電気自動車(EV)の普及は中国や欧州に比べて遅れている。一方、EVバスは2022年3月末に149台が24年3月末には580台に増えた。バスは走行ルートが決まっていることが多く、充電の計画も立てやすいためEVとの親和性が高い。全国で保有されているバスは約21万台。EVバスの割合は1%にも満たない。日本バス協会は30年までに全国で1万台のEVバス導入を目指している。国も補助金を拡充して普及に後押し。

EVバスを日本の自動車メーカーに先立って2015年に参入したのが中国のEV車最大手のBYD。日本市場だけで累計400台以上納入。(市場占有率400台以上÷580台≒70%)

いすゞ自動車と日野自動車のバス製造を手掛ける合弁会社ジェイ・バスがEVバスを5月に発表。なぜ、日本勢はEVバスに出遅れたか。1つ目、品質・安全性を確保するため慎重になった。2つ目、バスはトラックに比べて市場規模が小さい。開発投資が後回しになった。

中国BYDのEVバスへの戦略は、日本市場は海外メーカーにとって「参入障壁が高い」と言われているが、真っ向勝負ではなく、地域ごとの導入実績を丁寧積み重ね、日本の法律・仕様に地道に最適化し、目立たず着実に普及を進めるという「静かな浸透」スタイルをとる。「まずは京都」。2015年に京都市交通局と京阪バスに最初のK9を納入。以後、「京都モデル」として他地域への横展開。地域密着の実証実験。各地の自治体や民間交通会社と共同で試験導入。地域ごとのニーズを把握し、フィードバックを設計に反映。販売・メンテナンス体制の整備。販売代理店ネットワークや専用サービス拠点を構築。製品だけでなく「アフターサービス」までをトータルに提供。

BYDは中国では強者の戦略、日本では弱者の戦略(一点集中。接近戦。各個撃破)と使い分けている。憎い！

ちょっと
気になる出来事

7月4日付日経新聞、「ヒットのクスリ」は「工場ブランド再生 上」。
海外高級ブランドの強さは、多くの人がある価値を知っている。デザイン力、製造技術力、歴史をベースに世界観を作り上げ、巨額の宣伝広告費を投じてブランドに仕上げる。

日本人はなかなか、このブランドを作れないと言われてきた。発信力の弱さなのか、自己主張が苦手なのか・・・。ところがようやく最近になって日本製の雑貨や衣料品の価値を訴える動きが出てきている。今後、地方に潜む伝統工芸や製造技術を生かした工場ブランドがブームになる予感。

例えば、高島屋高崎店。小さな店だが、ここで誕生した地方工場ブランドを集めたショップは、価格と品質のバランスが抜群で、わざわざ東京から買い物客がやってくる。

製造会社の規模は小さく、大量生産は難しいが、地方店のロットであれば、十分製造できる。地方に眠っている技術を生かした良品を集め、20年「メゾンドエフ」を立ち上げる。

日本の強みをローテクにある。あとは売り方次第。



一口メモ
知識

徳

道すがら せっかくためになる話を聞かせても、すぐにそれを別の人に対して聞かせる者がいるが、それでは自分が身につけるべき徳という宝物を道端に投げ捨てているのと同じだね。

子曰く、道に聴きて塗(みち)に説くは、徳これ棄(す)つるなり。

孔子は弟子に見合った異なる教えをしているから、それを右から左へ流す行為は見過しできなかったのであろう。

「高校生が感動した『論語』」(祥伝社新書/佐久協)より

●「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日・水曜日 午前10時～12時

●「戦略社長塾東京」銀座校、武蔵村山校、豊岡校 開講中。

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5

TEL03-3659-7703 Fax03-3659-7077 info@igarashireport.com

