

■中国で爆売れの高性能 EV、日本での勝算は？

中国民間完成車メーカー大手 BYD の日本子会社、BYD JAPAN 株式会社は 2022 年 7 月 21 日、東京でブランド発表会を開催、日本の乗用車市場への進出を発表した。日本の EV バス市場でシェア 7 割を超えるともされる BYD が、乗用車分野でも攻勢をかける。中国で既販中の「元 PLUS」をベースにしたグローバル戦略車「ATTO 3」の他、海洋生物シリーズの「イルカ(DOLPHIN)」「アザラシ(SEAL)」の 3 車種。「イルカ」はすでに中国でも発売されているが、「アザラシ」は本発表会時点で中国でも正式に発売されていない。

「ATTO 3」は 2022 年になって、オーストラリアやシンガポールでも発表しており、今回の日本市場進出もその BYD のグローバル展開の流れの一環と言える。ただし、他の市場と違い、「イルカ」「アザラシ」を同時に発表したことは、日本市場への力の入れようを感じさせる。

自動車大国の日本は、そもそもグローバル上位のメーカーがひしめいており、海外勢が進出するのは容易ではない。韓国のヒュンダイがいい例で、欧米では人気を博しても、日本では進出・撤退・再進出を繰り返しており、迷走状態。日本の輸入車市場は年間 30~40 万台の規模だが、やはり VW やジャーマン 3 がその上位だ。

特に EV に関しては、日産が発表した軽「SAKURA」が好調とはいえ、そもそも充電インフラの整備がそこまで進んでおらず、消費者意識も助成されていないのが実情だ。ただ、その日本でも 2~3 年後には EV 競争が激化する、との見方もあり、BYD はそれに向けた準備を進めた、とも言える。

また、日本の自動車購入層は、少子高齢化に伴い、高年齢化している。一般的に日本の高齢層において、中国のイメージはそれほど良くない。ただでさえ、自動車大国がゆえに、日本の消費者は自動車を見る目が厳しく、ぼっと出のメーカー車をすぐに信用するほどミーハーではない。

日本でもレビューが始められている BYD の EV は、それら日本人レビューを見るまでもなく、性能としては極めて高く、だからこそ中国で爆売れしているのだが、これら日本特有とも言えるネガティブ要素もクリアしていかなければならず、BYD の日本語プロモーション動画は中国色を一切排除、「e」の新エネルギー推しではあるものの、前途は厳しい可能性が高い。とにかく、商品の詳細を概観しておく。

■日本市場向け商品ラインナップに込められた意味

「ATTO 3」のベースとなった「元 PLUS」は小型 SUV で、中国の販売価格は 13.78-16.58 万元(278~334 万円)。輸入に伴う諸費用を考えなければ、「SAKURA」と同程度の価格で、価格や性能面で、現在までに中国の EV 同タイプ/サイズ市場においては売れ筋の一つ。