

国内事例
in Japan

1

可能性が広がる電気自動車／ 日産リーフ



白いリーフからミニライブ音響と、左のふたつのテント、奥のキッチンカー（冷蔵庫、保温ジャー、照明）に電力供給を行う。（いわむロックFESTIVAL2019にて）

気候危機はあらゆる既存のビジネスに対して変革を求めており、温室効果ガスの主要な排出源の一つである自動車産業に対する社会の目は厳しい。国内屈指の自動車メーカーである日産自動車は、2017年から2022年までの中期環境行動計画「Nissan Green Program 2022」の4つの取組課題の一つに「気候変動」を掲げ、バリューチェーン全体でのCO₂排出の削減を目指す。特に走行（使用）時に占める環境負荷が高い中で、走行時のCO₂排出がゼロになる電気自動車（EV）は、気候変動対策の主役だ。また、さらなる付加価値として、必要な設備さえあればEVを非常用電源として利用することができるという可能性も

有する。蓄電器に貯める電気がどのようにして作られているか、またリチウムイオンバッテリーの製造と使用過程における環境負荷といった課題もあるが、カーボン・ニュートラル社会への移行の中で、EVが現状果たしうる役割について、社会全体のレジリエンスの観点から紹介をしていく。

地域とつながる 「ブルー・スイッチ」

2010年に国内EVのさきがけの一つともなる初代「リーフ」が販売された。販売当初は一回の充電による航続距離や充電スタンドの設置数等といった不安要素が普及の障害となったが、2019年にデビューした

最新モデルリーフe+（イープラス）では航続距離が最大570km（JC08モード）458km（WLTCモード）まで向上し、国内の急速充電・普通充電のスタンドは約3万基になるなど、EV利用のハードルは格段に低くなっている。その結果、現在日本に流通しているリーフの台数は約10万台にまで広がった。

この10万台を単純に自動車として利用するだけではなく、地域課題解決のツールにする“日本電動化アクション「ブルー・スイッチ」”が2018年に始まった。ブルー・スイッチは、自治体や企業と日産とが協定を結び、災害による停電が発生した際、当該地域の日産販売会社が保有するリーフを避難所や自治体が指

定する場所に派遣して必要な電力を供給することに加え、その他地域特有の様々な課題に取り組んでいる。例えば沖縄県名護市との協定では、頻繁に来る台風の被害予想に応じて、停電地域にリーフを派遣する体制を整えながら、平時には那覇空港から県内観光地への公共交通機関が限られるという、いわゆる二次交通問題への解決策として活用されている。また、福島県の浜通りでは「はまモビ」プロジェクトを立ち上げ、東日本大震災の影響で今なお一部不通が続くJR常磐線を補完する、バスに加えた交通手段としてリーフを活用している。

これらの地域に合わせた多様な使い方について、「売上や広告のことでだけでなく、EVの未来を考えることに共感した自治体や企業とのパートナーシップで「ブルー・スイッチ」は成り立っています」と日本EV事業部マーケティングマネージャーである島村盛幸氏は語る。

様々な活躍のシーン

2019年に関東甲信越や東北地方を中心に深刻な被害をもたらした台風15号・台風19号では、約50台のリーフが千葉県に派遣された。4人家族の家庭2～4日分を賄える大容量蓄電池を搭載するリーフは、通電している場所から電気を停電している場所へ大量に輸送し、現場の復旧に大きく貢献した。

また、環境やエネルギーを考えるきっかけとして、野外音楽イベントでもリーフが活用された。新潟県で開催された「いわむロックFESTIVAL 2019」である。通常使用されるガ

ソリン発電機の代わりに、リーフが使われた結果、音楽以外の発電にかかる騒音が格段に静かになった。通常は考えられないことだが、台風接近により中止になった2日目に出演予定だったアーティストたちが、1日目にアコースティックのゲリラライブを実施することが出来るほどに静かな環境だった。島村氏はその状況を「野外の音楽イベントのあり方が変わるかもしれない」と振り返る。資源が豊富な新潟で多様な文化・分野のミックスを目指している、いわむロックの趣旨にも合致したエネルギーの利用だった。

自動車利用の文化が変わる

前述のように、リーフは自動車として以上に様々な可能性を秘めているが、ガソリン車と比較して自動車単体の価格は高い。そこで、所有するのではなく、レンタルで利用するという手段もある。日産のカーシェアリングサービス「e-シェアモビ」ではリーフをはじめとする電気自動車を手軽に利用することが出来る。「ブルー・スイッチ」においても、平日は公用車・社有車として使用しながら、休日は一般に開放するなどして利用のすそ野拡大とコスト削減をねらっている。また、「e-シェア



台風被害を受けた千葉の公民館に電力を供給するリーフ。

モビ」の利用者層を見ると約4人に1人が20代、約10人に1人が学生であり、EVが若い世代にとって初めての車もしくは親しみのある車になりつつある。シェアリングエコノミーの拡大に伴って、この流れはますます大きくなるだろう。

実は前述の千葉県や新潟県でリーフが活用された事例では、日産販売会社だけではなく、リーフオーナーの有志が自らの所有車を提供している。EVに対して愛着を持っているオーナー達はその意義を発信することに積極的に関わってくれるという。社会全体の持続可能性を考えた時に、EVはまだ万能ではない。しかしながら、人やモノの移動における環境負荷軽減と直面する災害への対応といった点において、日産の取組は自動車と人との新たな付き合い方にチャレンジをしている。

