特集 電動車販売・最前線【首都圏】

補助金の追い風に乗って







EV販売好調

2026年度上期（4～9月）の乗用電気自動車（EV）の販売台数（前年同期比2・5倍の7万2733台）が半期として過去最高となった。日本メーカー各社のラインアップが増えたことに加え、政府の補助金や自治体の補助金制度を後押しした。首都圏の自治体では、東京都や群馬県などが独自の補助金を用意し、EV販売には追い風となった。首都圏の各社は、脱炭素社会の実現に向けてさまざまな切り口で電動車販売に取り組んでいる。

注目モデルも続々

国内では、日産自動車がリードしてきたEV市場だが、他の日本メーカーも車種を増やし、EVの販売に力を入れている。ホンダ「スーパーワン」は、実質約200万円で購入できることもあり、メーカーの想定を上回る実績を残した。トヨタの「bZ4X」やスバルの「トレイルシーカー」なども好調な売れ行きという。軽メーカーのスズキも軽乗用EVを投入し、日本メーカーもEVのモデルを大幅に広げている。

一方、外国メーカー車に目を向けると、米国や中国のブランドの存在感が増している。26年度上期の外国メーカー車のブランド別販売台数でテスラが大半を占める「その他」が2位となった。中国・比亜迪（BYD）は軽EV「ラッコ」を発売した。中国のメーカーがつくる軽乗用EVの販売動向に注目が集まっている。

こうした中、経済産業省は、10月に27年1月以降の新車として登録を受ける車両の「クリーンエネルギー自動車導入促進補助金（CEV補助金）」の補助額を見直すと発表した。今後、新たな補助額に合わせた対応が各社に求められることになる。

販売各社 多様な切り口で拡販に挑む

首都圏の電動車販売 キープレーヤー＆トピックス

日産東京

EVの社内キャンペーンで1位に

本町田店 営業課 安藤（あんどう）正紀（まさのり）さん



細かく用途聞き取り はっきり実情伝えて

日産東京（宗形慎一郎社長）の安藤正紀さんは、2003年に入社し、東京都町田市の本町田店に所属するカーライフアドバイザー（CA）として、初代日産「リーフ」の発売以来電気自動車（EV）の販売に力を入れてきた。今年度上期に行われたEV販売の社内キャンペーンでは獲得ポイントで1位となった。



今では自信を持ってEVを勧めている安藤さんだが、10年に初代日産リーフが発売された頃は分からないことばかりだったという。自身でEVについて学び、お客さまからの質問や相談に一つひとつ向き合う中で、知識と提案力を磨いてきた。航続距離が300キロメートルを超える2代目日産リーフが登場した17年には、充電設備も増え、今までEVに興味がなかったお客さまも来店するようになった。

東京都は補助金が手厚いのも好材料の一つだ。本町田店の周辺には充電設備やソーラーパネルが付いた新築物件が増え、若年層のお客さまも増えている。同社は個人リース商品である「P・O・P（ポップ）」で、補助金を後払いにできるEV専用プランも用意している。安藤さんもこのプランを活用して、お客さまのニーズに応じて費用負担を抑えた提案につなげている。

EVを売る上で気を付けていることは、お客さまのクルマの使い方を細かく聞き、実情に合った提案をすることだ。「そのお客さまの生活にEVが合うかどうかを考える」その姿勢が、安藤さんのEV販売を支えている。

今年4月からEVリーダーを務める安藤さんは「EVはライフスタイルに合えば圧倒的に便利であり、しっかりと提案したい。まだEVに乗ったことがない多くの方にその価値を広めていきたい」と意気込む。

ホンダ東京西

受注の半数超 EV拡販を率先

あきる野店 店長代理 市坪（いちつぼ）三明（みつあき）さん



研修で着実に知識・理解

ホンダ東京西（加藤裕之社長）は、全社で電気自動車（EV）の拡販に取り組んでいる。あきる野店店長代理の市坪三明さんは、率先してEVの拡販に取り組むスタッフの一人だ。上期の受注のうち、半数はEVの車種が占めたという。市坪さんは「補助金の効果も大きくEVの販売環境としては好条件がそろっている」と話す。

市坪さんも「当初は、EVに関する知識はほとんどなかった」と話す。メーカーや社内の研修を通じて知識を身に付け理解を深めていった。同僚とともにEV販売で先行する販売会社にも足を運んで情報収集にも取り組んだ。

今春の「スーパーワン」発売後では「明らかに潮目が変わった」と語る。政府の補助金と東京都独自の補助金を組み合わせれば約150万円で購入することができ、同社でも好調な売れ行きとなった。

スーパーワンの登場は、ホンダのEVに注目が集まるきっかけとなった。注目されるようになりEVの商談が増えるようになった。ただ、ユーザーのライフスタイルによっては、EVではなくハイブリッド車（HV）を勧めるケースもあるという。「商談時には、お客さまの車の普段の使用方法や家庭での充電環境など、契約前には確認するようにしている。その上で条件に合ったお客さまには積極的にEVを提案している」と話す。

同社では、全店舗にEVの試乗車を配備している。今年度も会社方針としてEVの拡販に取り組んでいく。



いすゞ自動車首都圏

本格化するEVバスの普及



バス営業部部長の渡辺健一さん（右）とバス業務推進部部長の太田裕輔さん

いすゞ自動車の電気バス（EVバス）「エルガEV」の導入が東京や神奈川をはじめとした首都圏エリアで本格化している。同エリアを担当するいすゞ自動車首都圏（芝田隆一社長）は、脱炭素社会の実現に向けてEVバスの普及を推進する。

エルガEVは、2024年5月に発売された。国内初となる車内床面のフルフラット化を実現することでバリアフリー化した。モーター駆動により静粛性も高めた。25年の大阪・関西万博ではシャトルバスとしても採用され、注目を集めた。

首都圏では、東京や神奈川エリアを中心にエルガEVの採用が広がっている。バス営業部の渡辺健一部長は「日本メーカーのEVバスの販売を待っていただいていたお客さまが多く、期待に応えたい」と話す。発売初年度から順調に台数を伸ばし、26年度には約70台を納車する予定だ。大手バス運行事業者を中心にEVバスへの関心が高まっている。

同社によると、販売後のアフターメンテナンスに期待を寄せる声も多いという。これまでの路線バスでの販売や整備実績を踏まえ、いすゞのEVバスが支持されている。加えて、運転のしやすさもバス運転手から高い評価を受けている。最近では、サイバーセキュリティーの観点からも日本メーカー車を希望するバス事業者も多いとしている。

一方で、EVバスは航続距離の面で制約がある。EVの弱点をカバーできる燃料電池バス「エルガFCV」も投入され、バス業務推進部の太田裕輔部長は「さまざまな選択肢を用意してバス事業者のカーボンニュートラルを支えていきたい」と意気込む。

高まる関心 評判も上々



エルガEV

自販連 東京都支部

電動車や脱炭素アピール

12月12、13日夜に大井競馬場で



イベントの開催イメージ



自販連東京都支部とJAF東京支部の職員で構成される事務局メンバー

会員各社が出展

日本自動車販売協会連合会（自販連）東京都支部（加藤和夫支部長）は12月12、13日の2日間、大井競馬場（東京都品川区）で夜間の車両展示イベント「ミライ・ヒカリ・テラス」を開催する。日本自動車連盟（JAF）東京支部（同支部長）とともに共同で実施し、会員ディーラーが用意した電気自動車（EV）やプラグインハイブリッド車（PHV）をはじめ電動車のアピールにつなげる。

イベントは、大井競馬場で例年開催されている「東京メガイルミ」に合わせて行われる。参加販社は、トヨタモビリティ東京（武田裕介会長兼社長）、東京マツダ（石塚晃嗣社長）、東京スバル（宮澤和彦社長）、ホンダモビリティ南関東（高橋宗一郎社長）、スズキ自販東京（齊藤隆社長）の8社。各社は、電動車の展示の他、来場者が楽しめる体験型のコンテンツも用意する。電動車から供給される電気を使って温めた飲み物などの提供なども行われる。

今回のイベントの狙いについて加藤支部長は「東京都の自動車販売店がEVの普及や脱炭素に向けた取り組みを発信する機会として取り組んでいきたい」と語る。イベントを統括する菊地文夫部会長は「（支部として）『共創と団結～一緒に描く未来への地図～』というスローガンがある。スローガンに基づいてイベントの成功に導いていきたい」と意気込みを話した。

また、イベントには東京都もブースを設ける予定だ。自治体と一緒になってEVをはじめとしたゼロエミッション車の認知を広げていく。

イベントの開催日程は次の通り。

▽12月12、13日午後4時30分から午後9時まで。