

E Vの昼充電を促す協議会発足、第一プロジェクトスタート

E Vユーザーコミュニティに昼充電のメリット周知へ

再生可能エネルギーが大量導入された時代において、電気自動車(EV)の充電は毒にも薬にもなる。需給ひっ迫時に大量のEVが一斉に充電し始めれば需給バランスが崩れ停電を招きかねないが、再エネ供給が過剰なタイミングなら需要の創出が期待でき、再エネ比率向上にもつながる。電力シェアリングは2023年10月、「EV昼充電推進協議会」を立ち上げ、小売電気事業者や充電インフラ事業者など14社1団体が加盟した。協議会は電力シェアリング代表の酒井直樹氏と、2021年から「EVごはん(www.ev-gohan.com)」を運営する141マーケティング代表の石井啓介氏が共同代表として運営する。石井氏に協議会立ち上げの経緯や、現在進行中の「Try!ランチャージ・キャンペーン」について聞いた。

―協議会立ち上げの経緯は

石井 2023年の夏に酒井氏と知り合い、意気投合して立ち上げた。私はEVに関する情報をウォッチしてきたが、再エネと電力網、EV充電の関係は詳しく知らなかった。私がEVやマーケティングの知識、ユーザーコミュニティを、酒井氏が電力の知見を持ち寄り、共同で進める流れになった。

―「EVごはん」とは

石井 EV充電スポット周辺のグルメ情報を掲載するウェブサイトで、2021年に立ち上げた。会員数は5,000ユーザー以上で、2023年7月から9月も1,000人以上に新規登録いただくなどメンバーは着実に増加中。このほかX(旧ツイッター)やフェイスブックでも情報発信したり、逆に情報提供いただいている。飲食店は滞在時間と売上に相関関係があり、Win-Winの関係を築けると思った。

私は2020年にテスラ「モデル3」を購入しEVユーザーとなったが、「充電中ヒマだな」と思ったのが立ち上げのきっかけ。「充電の合間に食事」ではなく、「食事のついでに充電」が理想と考えている。

―Try!ランチャージ・キャンペーンを10月から開始した

石井 10月末まででユーザー投稿があったのは数件。まだ認知不足と感じている。

ただ、情報サイトというものの性

質上、投稿より閲覧が圧倒的に多く、EVごはん全体でも登録は月10~20件程度だ。一方で平均エンゲージメント時間は1分以上あり、情報はしっかり確認いただいているのではないかと。

最近は充電速度も上がり、ランチどころか下手するとラーメン一杯も難しくなるなと思ったりするが(笑)、ユーザーからも食事だけでなく、EVごはんの宿泊施設やキャンプ場バージョンも欲しいという声をいただいている。食事だと時間的に急速充電に限られるが、宿泊やキャンプだと普通充電スポットに情報を広げられる。

―EVに関心を持った経緯は

石井 私は大手事務機器メーカーの宣伝部で広告戦略の立案を担当した後、転職し大手広告代理店のパートナー企業でマーケティング戦略立案などを手掛け、2016年に独立した。広告宣伝やマーケティングに長年の経験があり、中でも自動車メーカーや石油元売り企業など自動車関連企業のマーケティング業務を請け負ってきた。

カーディーラーの事業コンサルも手掛けた。お客様を手厚くもてなし、納車式では大きな鍵のレプリカを持って撮影、というのは従来からの定番だった。一方でテスラはスマホで注文、そもそも店舗がほとんど無く、ショールームではコーヒーも出さず、納車式はおろか「外に停めてありますのでど



141マーケティング代表の石井啓介氏

うぞ」といった次第。こうしたマーケティング手法が私の常識と真逆で、非常に新鮮に感じた。

EVユーザーになってみて、ガソリン車と同じ使い方では不便、しかしマインドセットを変えることの楽しさを感じている。EVごはんの「食事のついでに充電」や、昼充電の「結果、環境にいい」など。

―今後の展開について

石井 EVユーザーのデータはまだ少なく、集めるのも難しい。それは大手市場調査会社が協議会に加わっていたことからもわかる。こうした中、EVごはんはサイト会員だけでなくXのアカウントも3,300人以上のフォロワーがおり、瞬時に情報発信できる強みがある。これを活用しながら、昼充電プロジェクトも「ランチャージ・キャンペーン」をきっかけに、EVごはんユーザーをもっと巻き込める、別の展開やキャンペーンについても考えたい。