

自動車産業の行方 ―― 日本の自動車製造業は生き残れるのか

ぶぎん地域経済研究所 取締役 調査事業部長兼上席研究員 博士（経営学） 藤坂 浩司

自動車^{※1}を取巻く急速な技術変化と、新たな技術の普及により、わが国をはじめ世界の自動車産業^{※2}は産業構造の転換期を迎えている。EVや自動運転など、これまでの自動車業界では少数派または存在しなかった技術の普及と、それら技術の普及を新市場として捉え、自動車市場に参入する新興企業が、既存の自動車メーカーの市場を奪う動きが加速している。本稿では、日本の基幹産業である自動車産業の立ち位置を確認すると同時に、新勢力の動向が、わが国および埼玉県の自動車産業に今後、どのような影響を及ぼすのか考察する。

※注1：本稿で示す自動車は、四輪車の乗用車を事例とする。

※注2：本稿では、自動車の製品、部品の製造に関わる業種の総称とする。

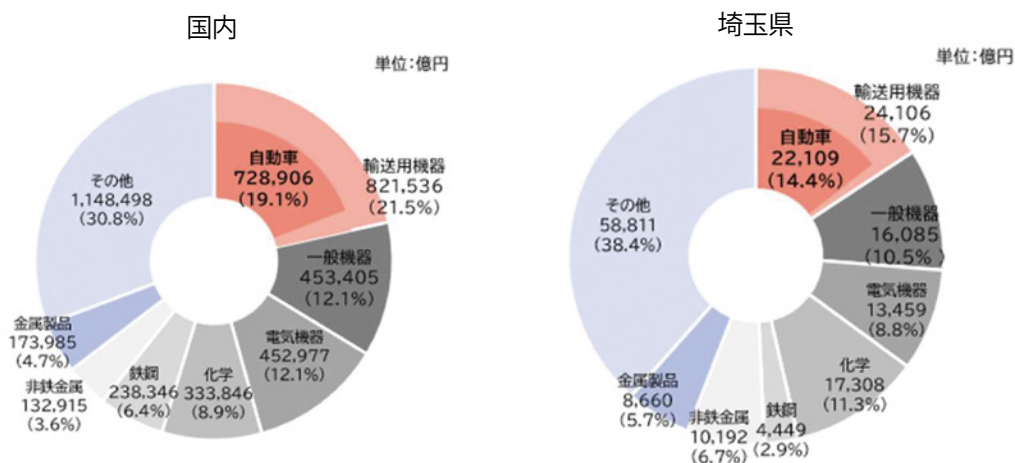
わが国における自動車産業の位置づけ

まずは、わが国における自動車産業の位置づけを確認したい。図表1は経済産業省の2025年「経済構造実態調査（製造業事業所調査）」の統計（2024年実績）から、国内の製造品出荷額等を円グラフで示したものだが、国内全体で自動車産業の製造品出荷額等は72兆8,906億円（前年比1.8%増）、製

造業全体の19.1%を占める第1位産業である。

他方、本県でも自動車産業の製造品出荷額等は2兆2,109億円（前年比8.5%減）、製造業全体の14.4%を占める。自動車産業は完成車に加えて、自動車部品製造業なども含んでいるが、実際には裾野が広い産業として知られ、機械、金属、化学などの各産業が自動車の製造には関わっており、それらを合わせると製造業全体では関連産業の割合は50%を超えると見られている。また、円グラフの併記で

図表1：製造品出荷額等に占める自動車製造業の割合



出典：経済産業省「2025年 経済構造実態調査（製造業事業所調査）」

図表 2：製造品出荷等に占める輸送用機械器具産業の比率の高い自治体

	製造品出荷額等全体(B)	輸送用機械器具製造業(A)	比率 (A/B)	輸送用機械器具産業に占める自動車産業				比率 (C/A)
				自動車製造業(二輪自動車を含む)①	自動車車体・附随車製造業②	自動車部品・附属品製造業③	①+②+③=(C)	
愛知	593,144	337,215	56.9%	87,372	1,045	239,283	327,700	97.2%
静岡	197,716	48,563	24.6%	21,787	348	25,886	48,021	98.9%
福岡	114,989	40,401	35.1%	32,367	437	7,218	40,023	99.1%
広島	112,752	41,136	36.5%	19,732	243	14,543	34,519	83.9%
神奈川	187,059	39,085	20.9%	20,895	3,388	13,125	37,408	95.7%
群馬	103,518	37,188	35.9%	19,131	1,210	15,742	36,083	97.0%
三重	130,243	33,773	25.9%	18,877	151	13,833	32,861	97.3%
埼玉	153,069	23,431	15.3%	11,052	241	10,815	22,109	94.4%
兵庫	194,948	20,639	10.6%	4,667	179	5,093	9,939	48.2%
栃木	98,185	15,841	16.1%	5,702	614	8,587	14,903	94.1%

出典：経済産業省 2025 年『経済構造実態調査（製造業事業所調査）』の 2024 年実績を基に当研究所で作成。
製造品出荷額等全体・自動車 3 業種は産業細分類別、輸送用機械器具製造業 (A) は中分類別データを使用

分かるが、本県の製造業の構造は日本全体の製造業の構造と類似しており、本県にとっても自動車産業が基幹産業であることが理解できる。

次に図表 2 では、製造品出荷額等全体に占める輸送用機械器具産業の割合が高い自治体を示した。図表右端の比率は、輸送用機械器具産業に占める自動車産業の割合を示しており、兵庫県を除いて、各自治体とも自動車産業の割合が 80～90% 台と高い。いずれの自治体も地域内に自動車メーカーの生産拠点が立地しており、長年にわたり、メーカーを頂点とする産業集積地を形成しているのが特徴である。自動車産業の比率が高い自治体は、同産業の成長、発展が地域経済、地域産業の発展、税収に大きな影響を及ぼすだけに、世界的な自動車の技術革新の進展と、地域に立地する自動車メーカーの動向次第では、今後、地域に大きな影響を及ぼすことが考えられる。

自動車に関する海外の動向

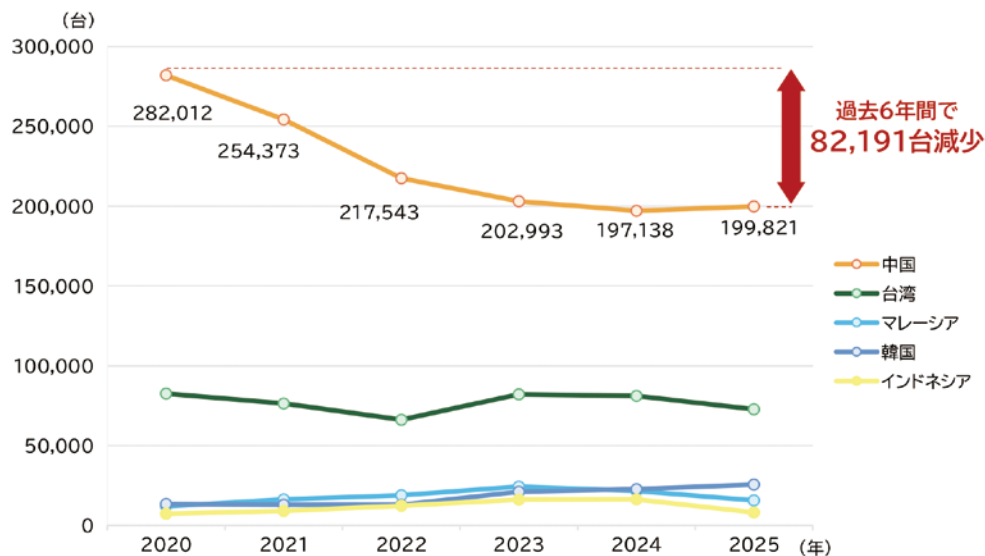
現在、自動車産業で起きている技術変化を見る時、重要な視点は、市場で広がる新技術に、自動車関連企業がどのように対応しようとしているかだが、その判断基準の 1 つになるのが海外市場の動向であ

る。図表 3 を見ていただきたい。こちらは 2020 年から 2025 年までの 6 年間の、国内自動車メーカーのアジア各国向け四輪乗用車（普通車）輸出台数のうち、輸出台数の多い上位 5 つの国、地域の輸出推移を示している。最も輸出台数の多いのが中国だが、6 年間で約 8 万 2,000 台も輸出台数が減少（減少率は約 30%）していることが分かる。2 位以下の台湾、マレーシア、韓国、インドネシアでは、台湾が 6 年間で 9,940 台減少している。それ以外では、いずれも輸出台数を増やしているが、直近 1 年間で見ると、台湾、マレーシア、インドネシアへの輸出台数が急減している。

中国向け輸出台数が大きく減少している最大の理由は、中国国産自動車メーカーの販売台数が伸びていることだ。ここでは中国市場について誌面を割いて触れておきたい。図表 4 は、2012 年から 2025 年まで、中国国内で販売された国籍別シェアの推移を示しているが、2020 年以降、中国自動車メーカーのシェアが急速に高まっていることが分かる。その結果、ドイツ、日本、米国、韓国、フランスなど、それまで中国市場で一定のシェアを保有していた国籍の企業が急速にシェアを落としていることが分かる。

2012 年時点、ドイツ、日本、米国、韓国、フランスの 5 カ国合計の年間市場シェアは 58% あり、

図表 3：アジア各国向け四輪乗用車（普通車）輸出台数の推移



出典：日本自動車工業会『日本の自動車 2026』を基に当研究所で作成

中国メーカーを上回っていたが、2023 年にシェアは逆転し、2025 年時点では中国メーカー 65.3%に対して、5 カ国合計のシェアは 34.2%まで落ち込んでいる。このうち日本は 16.4%から 12.2%に減少（減少率 26%）している。最新の 2026 年 7 月期単月のデータ（乗用車市場情報联席会／CPCA）では、中国自動車メーカーのシェアは初めて 7 割（71.1%）を超えた。この影響は大きく、既に韓国、フランスの自動車メーカーの中国国内での販売市場シェアは 1%を割り込んでいて、今後の経営判断が待たれる。また、日系メーカーのシェアも 10.9%に下がってきている。このまま中国メーカーのシェ

アがどこまで上がり続けるのか、その結果、日系を含めた外資系メーカーの淘汰が進むのか動向が注視される。

中国の自動車販売を見る上で、もう 1 つ重要な視点が新エネルギー車（NEV / New Energy Vehicle）の動向である。図表 5 は、中国国内の乗用車市場の販売データなどを集計する団体、乗用車市場情報联席会（CPCA）がまとめた 2022 年 1 月から、直近 2026 年 7 月までの中国国内の乗用車小売市場における NEV の浸透率を表したものだ。中国市場における NEV の浸透率は 2022 年 1 月の 17.0%から 2024 年に 50%を突破し、2025 年には 50%超が定着した。足元の 2026 年 7 月には 65.1%に達しており、中国市場では NEV が自動車市場における新車販売の主流商品となっている。

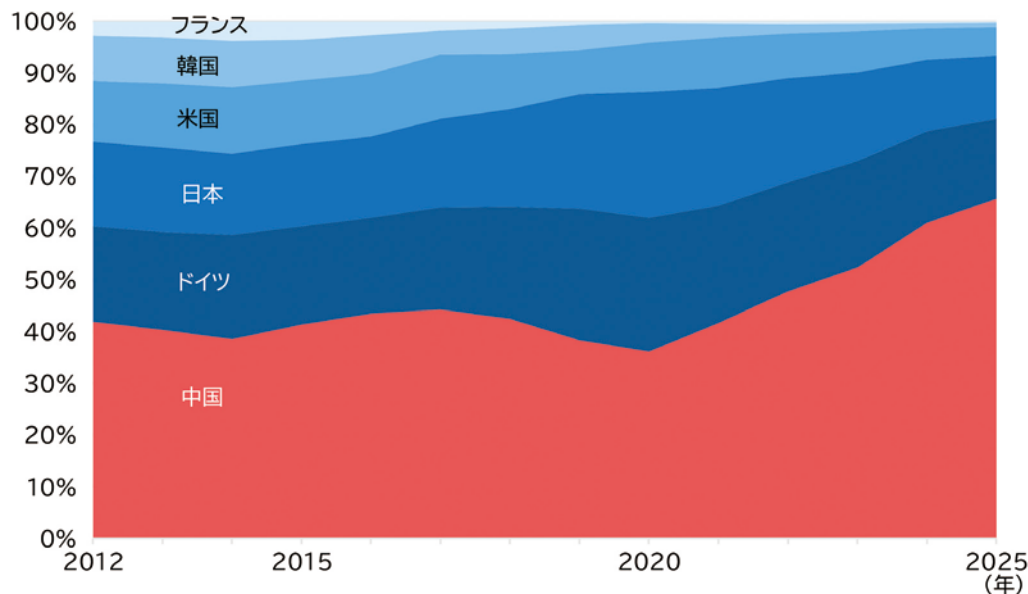
中国政府は 2017 年に「新エネルギー車規制」（NEV 規制）を発表したが、この規制では、自動車メーカーは、生産販売台数のうち、一定比率で EV、PHV、FCV（燃料電池車）のいずれかのカテゴリーの NEV の製造・販売が義務付けられている。ポイントであるのが、NEV には日系の自動車メーカーが得意とする HV は分類には含まれないことだ。

中国市場における自動車産業の市場変化は、図表 4 の通り、中国国内の自動車メーカーのシェア拡大と、



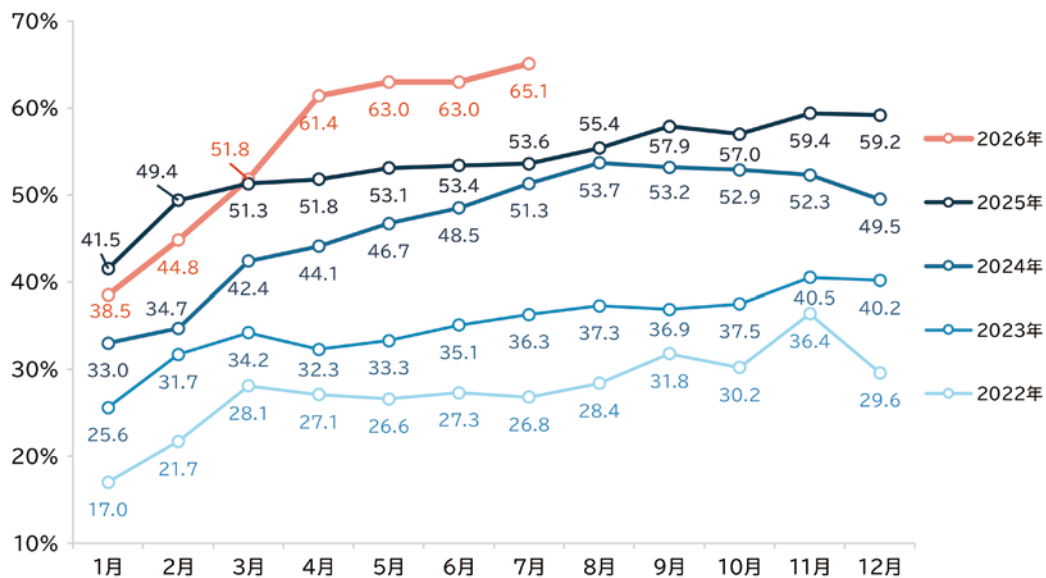


図表 4：中国市場における乗用車販売台数の国籍別シェアの推移



出典：JETRO「ビジネス短信」を基に当研究所で作成。2018年までは中国汽车工业协会、2019年以降は乗用車市場情報協会のデータを参照
https://www.jetro.go.jp/biznews/2026/02/c_2a51ddedf6caa8a.html

図表 5：中国・乗用車小売市場における新エネルギー車（NEV）浸透率



出典：乗用車市場情報協会（CPCA）、『中国乗用車市場に関する分析報告』（2026年7月）を基に当研究所で作成

図表 5 に見られる NEV の拡大が同時並行的に起きており、かつて日本の自動車メーカーが優位性を持っていた燃費性能をはじめ、クルマに対する信頼性、安全性、販売価格、それらを総合的に表す“ブランド力”が中国では効かなくなっていることである。逆に、中国市場では、中国自動車メーカーのプ

ランドが国内外で急速に躍進し、その武器になっているのが電動化やソフトウェア制御による車の智能化であると言える。

もう 1 つ日本企業にとって重要なことは、現在、中国市場で起きている変化が中国国内だけにとどまらないことだ。中国の自動車メーカーは足元、国内

図表 6：本田技研工業の四輪車販売台数の推移（ワールドワイド）

地域 \ 年(台)	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2025 / 2019
日本	722,003	619,115	579,740	567,969	594,267	668,400	619,400	85.8%
北米	1,888,858	1,552,691	1,675,058	1,140,275	1,486,260	1,615,955	1,626,088	86.1%
南米	147,759	95,665	92,819	69,246	81,079	102,576	114,632	77.6%
欧州	151,119	108,127	102,157	90,333	83,285	99,527	88,680	58.7%
中東&アフリカ	31,914	23,474	25,343	24,488	22,863	26,934	28,965	90.8%
アジア&オセアニア	679,888	431,753	450,725	511,097	485,854	442,027	397,114	58.4%
中国	1,556,893	1,629,459	1,564,032	1,374,828	1,236,204	853,718	646,971	41.6%
全世界小売計	5,178,434	4,460,284	4,489,874	3,778,236	3,989,812	3,809,137	3,521,850	68.0%

出典：本田技研工業 HP「投資家情報」の「四輪車 生産・販売・輸出実績」より各年の実績を引用し当研究所で作成

経済の低迷から、NEV の販売先を海外に求め、輸出を強化している。ASEAN をはじめ、欧州、中東、中南米など、世界各地で存在感を高めており、日本メーカーと競争が激しくなっている。

前述の通り、中国自動車メーカーの台頭により、中国国内市場で外資系メーカーの乗用車のシェアが減少傾向を強めており、日本の自動車メーカーはレベルの差こそあれ、その影響を受けている。メーカー各社は海外戦略について、歴史的に販売力の強い戦略市場があるが、本県にゆかりのある本田技研工業株式会社（以下、ホンダ）の場合、全世界における北米、中国市場での販売比率が高いのが特徴だが、中国車の台頭の煽りを受けて、中国市場では販売シェアを急激に落としている。図表 6 はホンダの公表データを基に 2019 年～2025 年までの世界各地における四輪車販売台数の推移をまとめたものだが、直近の 2025 年実績を 2019 年実績と比較すると、中国市場での販売数は約 6 割も減少していることが分かる。

しかし中国を除けばホンダの海外市場での販売基盤は比較的維持されている。北米市場は 2025 年で約 162.6 万台あり、世界最大の販売地域となっており、日本も約 62 万台を維持している。全世界合計で販売台数が減少しているのは、中国市場の販売縮小が少なからず影響している結果と理解するのが正しい。

ホンダは三部敏宏社長が、2021 年 4 月 23 日の社長就任会見で、「脱エンジン」戦略を打ち出した。

2050 年にホンダの全製品・企業活動でカーボンニュートラルを目指すと表明。四輪では EV・FCV 比率を 2030 年 40 %、2035 年 80 %、2040 年 100%にすると発表した。この「脱エンジン」戦略の発表以降、図表 5 の通り、中国では NEV への市場転換が想定以上の速度で進展した。結果として、ホンダは中国市場の構造変化への対応に苦戦し、販売台数を減少させた。

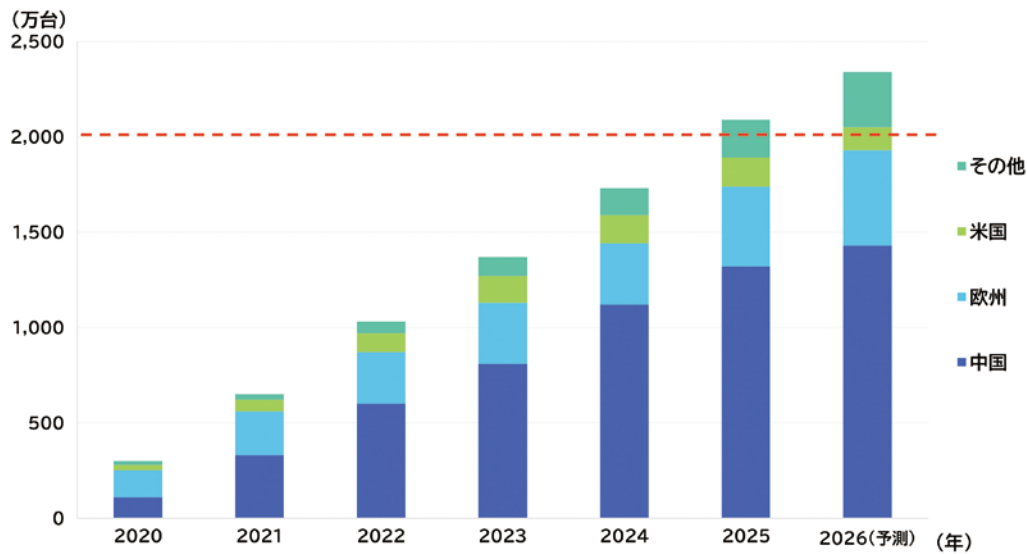
「脱エンジン」戦略の取組みについて、“ホンダは戦略を読み誤った”との批判もある。しかし、急激に進む自動車業界の変化の中で、ホンダ 1 社では対応しきれない、業界が置かれた現実の厳しさを直視させられた点こそ、重要な視座と考える。これまで日本企業は HV で優位性があったが、EV ではテスラ、中国勢、欧州勢に先行されている。特に中国では NEV の急速な普及と中国メーカーの台頭が進んでおり、その後「脱エンジン」戦略を修正したとはいえ、ホンダは電動化戦略と市場変化への対応が今後の重要な課題であることに変わりはないと考える。

自動車の技術革新

現在、世界の自動車メーカーは急速な技術変化の波に翻弄されている。そして、自動車の技術トレンドを表す代表的な言葉に“CASE”がある。CASE は、英語の Connected（通信接続）、Autonomous（自動運転）、Shared & Service（シェアリングサービス）、



図表 7：EV のグローバル販売台数推移



出典：IEA『Global EV Outlook 2026』データを基に当研究所で作成

Electric Drive（電動化）の4つの単語の頭文字をつなげた造語で、日本貿易振興機構（JETRO）によれば、2016年、当時のドイツ、ダイムラーの最高経営責任者（CEO）であるディエター・チェッチェ氏が提唱し、世界に広まったとされる。

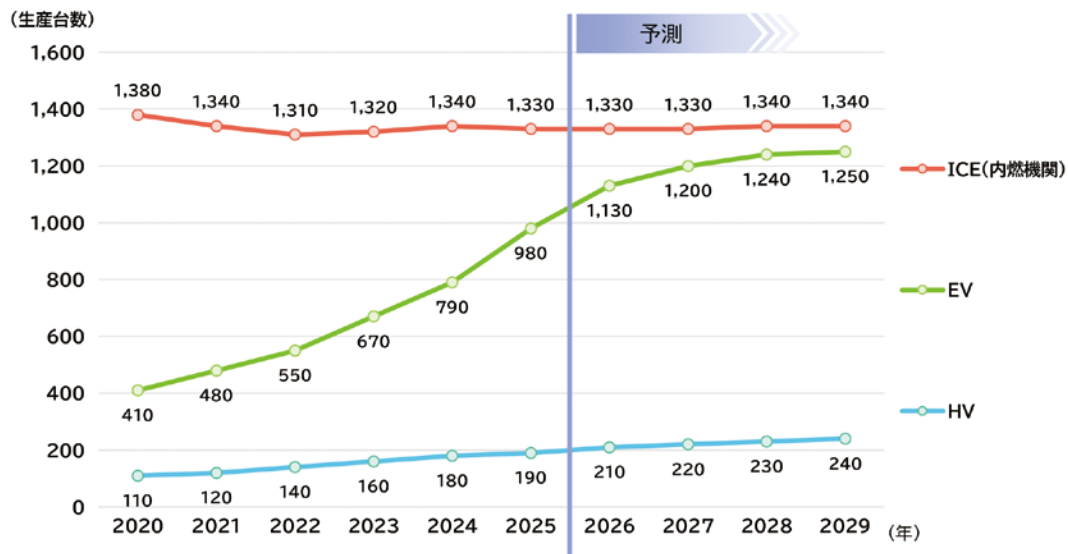
CASEが示す4つのトレンドは個々に進化しているが、大切なポイントは自動車のエレクトロニクス化という点で共通していることである。わが国でも1970年代、燃料供給をマイコン制御する方式が採用され、これが自動車のエレクトロニクス化の契機となり、その後も自動車の様々な仕様や機能でエレクトロニクス化が進められてきた。しかし、CASEで指摘されるエレクトロニクス化は、従来の自動車メーカーが取組んできた動きとは異なるもので、近年、自動車がスマートフォンに近づいてきたと言われる所以がここにある。かつて、日本の自動車産業は相対的に優位性があると見られていた。自動車は3万点とも言われる部品から構成される工業製品であるが、それら部品を相互に細かく調整しながら設計、生産する擦り合わせ型（インテグラル）製品の典型として指摘されてきた。対照的に汎用性の高い部品を組合わせて（モジュラー）生産するエレクトロニクス製品とは異なり、技術的に容易に真似はできないと言われていた。それ故に自動車産業においては、電機や半導体産業で起きた海外企業による市

場攻勢とブランド力の低下が簡単には起きないという認識が一般的に定着していた。

ところが、CASEの視点で見れば、世界で起きている自動車産業の技術革新は、旧来の産業構造や価値の源泉を覆すものであり、自動車産業におけるレジーム・チェンジと言っても過言ではない。その最も身近な事例が車の電動化、EVシフトである。ここ1、2年、欧米の一部自動車メーカー、日本の自動車メーカーでは、EV投資を見直しHVに移行する動きが見られる。EVが失速しているという論調



図表 8：パワートレイン別新車モデル数の推移



出典：IEA『Global EV Outlook 2026』データを基に当研究所で作成

も見られるが、世界全体では、EV の販売は拡大を続けている。

IEA（国際エネルギー機関）の『Global EV Outlook 2026』（図表 7）によれば、世界の電動車販売は 2025 年に前年比 20% 増の 2,000 万台超となり、新車販売の 4 分の 1 を占めた。前述の通り、中国では既に新車販売の 5 割以上が NEV となり、欧州でも欧州自動車工業会（ACEA）が 7 月下旬に発表した 2026 年上半期（1 月～6 月）の欧州 31 カ国の EV 販売台数（乗用車）は、160 万 8,200 台（前年同期比 35% 増）と、半期ベースで初めてガソリン車の販売と逆転した。また、東南アジアでも各地で EV 比率が上昇している。世界全体では EV は明確に拡大基調にある。IEA は、2026 年の世界 EV 販売を 2,300 万台、世界新車販売の 28% と見込んでいる。また、図表 8 の通り、パワートレイン別の新車モデル数で見ても、世界的に EV の新車販売が右肩上がりが増えており、今後も当面、その傾向が続くと予測している。

図表 7 の通り、現時点で EV の販売は地域差が大きい。IEA によれば、米国の 2025 年 EV 販売は約 150 万台で 2024 年をやや下回り、通年シェアは約 10% に留まった。日本も同様に EV 販売の勢いは弱く、2025 年の販売は 10 万台強、販売シェアは 3%

未満に留まった。

一方、HV は新車販売の約 3 分の 1 を占めており、日本市場では HV が強い構造が続いている。米国・日本の HV 中心市場と、中国・欧州・東南アジア型の EV 加速市場に大きく分かれているのが現状で、世界的に EV そのものの需要が減少した訳ではなく、EV の開発競争の激化に伴う“過剰投資”から一時的な足踏み状態となり、その結果、地域、車種別に市場形成されるステージに移行していると考えられる。新市場形成の初期段階には多くの企業が登場し、過当競争に陥るが、その中から勝ち残る企業が、後に市場で価格決定権を握る存在になるのは他の産業でも一般的に見られる。今後、EV が市場でさらに普及が進むための条件としては以下の様なことが必要である。① EV の販売価格が、同カテゴリーの内燃機関の車と同等の価格になること。② 充電の利便性（走行距離の長さ、充電時間の速さ、充電スタンドの設置）の向上、実用性が高まること。③ 国の政策が内燃機関の車に不利、EV に有利に働くこと。④ EV に対する消費者の認識が変化し、EV に対する抵抗感がなくなる（小さくなる）こと。一などが必要であるが、既に中国や欧州市場の一部ではこれらの条件が揃いつつあり、EV と内燃機関の車の市場シェアは逆転している。一方、日本や米国では、政府の



図表 9：自動運転技術に関連した世界の主要プレーヤーと取組み

① Waymo (ウェイモ・米国)	2025 年末時点で 1 億 7000 万マイル超の無人走行実績。 米国各都市で商用 Robotaxi を運行。
② Tesla (テスラ・米国)	Robotaxi 事業を拡大中。 他社が LiDAR 中心なのに対し、Tesla はカメラ+AI で挑戦している。
③ Mobileye (モービルアイ・米国)	2027 年に米国で Robotaxi 事業開始を発表。 初期 100 台から 5 年間で約 17,000 台まで拡大する計画。
④ 中国勢	Baidu、WeRide など 中国では既に複数都市で Robotaxi が運行されており、 米国と並ぶ二大市場になっている。

各種データを基に当研究所で作成

政策、消費者の嗜好、充電の利便性などの制約がまだ強く、HV を含めた内燃機関の車が優勢な地位を保っている。

まとめ

近年、わが国をはじめ世界の自動車産業は産業構造の転換期を迎えている。その競争軸はこの間、CASE の 1 つであるクルマの電動化（EV シフト）が中心であった。EV シフトについては、当初、一定程度の EV の普及を見込み、行政は自動車部品サプライヤーのうち、内燃機関の部品の製造に携わるサプライヤーに対して業態転換を進める政策を打ち出していた。しかし、グローバル市場における急速な EV シフトは、政策の見込みを上回るスピードで進んでおり、論点は国内各地に点在する自動車産業を守れるのかという段階に変わりつつある。

現在、自動車産業の競争の軸足は、CASE の「A」に当たる自動運転技術へと移行している。自動運転技術で世界的に先行し、普及が進んでいるのが「ロボタクシー（Robotaxi）」である。ロボタクシーは、運転手が存在しないタクシーサービスの総称で、AIをはじめ、センサー、カメラ、クラウドサービスなどを連携した技術で実現する DX（デジタル・トランスフォーメーション）の象徴の 1 つでもある。この 1～2 年で、ロボタクシーは実証実験段階から商用展開段階へと急速に移行しており、すでに米国、中国、中東地域の都市で運用が行われている。

また、わが国では、人口減少に伴う生産年齢人口の減少から、トラックドライバーやバスドライバー

の確保が急務となっており、デマンドサイドのニーズの高まりから自動運転技術の実用化が期待される。自動運転技術には、人間の眼に代わる ADAS（先進運転支援システム）や自動運転車両が必要になるが、これら技術分野では現在、米国や中国企業が先行（図表 9）している。自動運転技術の動向については、次の機会に報告したいと考えているが、自動車を取り巻く技術の変化は急速で、国の基幹産業を守る上で従来以上のレベルとスピードで官民挙げた対策がますます重要になる。

