

一般調査報告書  
なぜ中国で電気自動車が売れ続けるのか

9月はじめ、上海ではまるで天気がカレンダーを理解しているかのように、8月末までとは違う「秋の風」が吹き始めました。気温や湿度も徐々に下がり、月後半には肌寒さを感じる日も出て、上海の短い秋を感じる日々となりました。一方で同月中に訪問した広東省では9月末でも最高気温が34度となるなど、日本で言うところの「猛暑日」に近いところもあり、中国の国土の広大さを実感しました。

さて、自動車県である愛知県の上海における拠点として、筆者はこれまで当報告の場を利用して、最新の中国自動車産業情勢について、複数回報告をさせていただきました。近年、中国がけん引する形で世界的にも販売台数を伸ばしていたEVが、中国以外の地域で販売台数の伸び悩みに直面している、といった報道を多く目にするようになりました。一方で中国国内の状況は全く他地域とは異なります。今回の報告では、なぜ中国でEVが売れ続けるのか、その理由と今後の自動車業界が向かうであろう方向性などについて、中国駐在員の立場から、感じるところをご報告したいと思います。

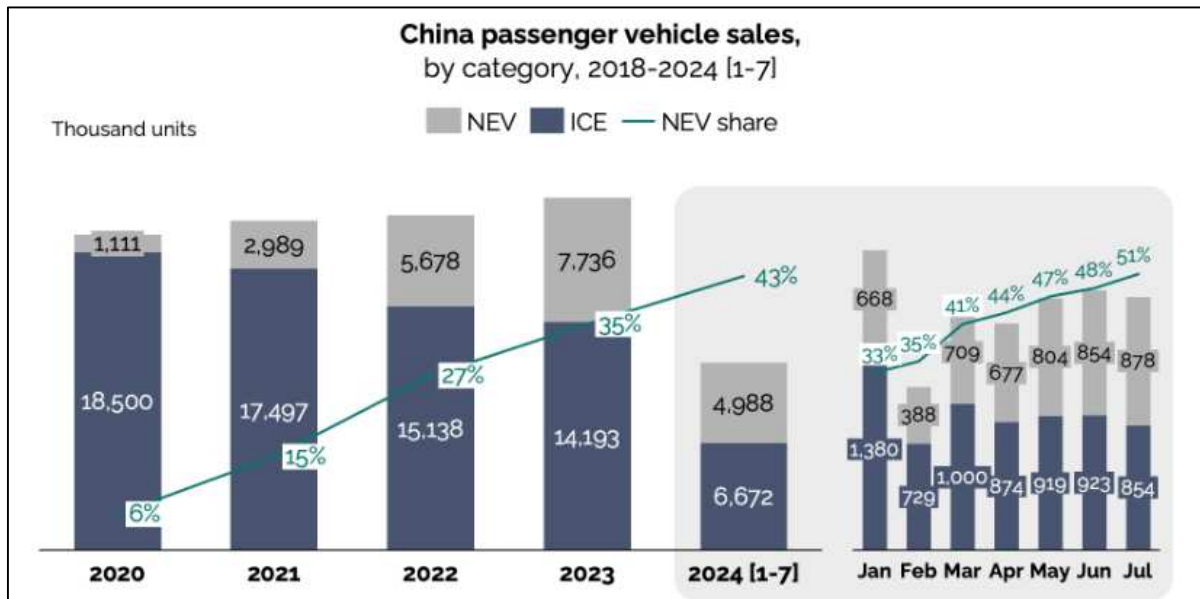
【中国におけるEVの販売は依然として好調】

中国自動車工業協会（CAAM）の発表によれば、2024年8月の中国国内における自動車販売台数は、前年同月比5.0%減の245万3,000台でした。内訳をみると、電気自動車とプラグインハイブリッド車などから構成される新エネルギー車（NEV）は110万台（30.0%増）と好調で、自動車販売台数全体に占める割合は44.8%でした。さらにNEV販売台数の内訳では、純電気自動車（BEV）は64万6,000台（8.3%増）と、1桁台の伸び率にとどまったのに対し、プラグインハイブリッド車（PHEV）は45万3,000台（81.6%増）と、大幅に増加してNEV全体の41.2%を占めました。また、2024年1～8月の累計販売台数をみると、全体1,876万6,000台（前年同期比3.0%増）のうち、NEVは703万7,000台（同30.9%増）で、自動車販売台数全体に占める割合は37.5%となりました。

一方、欧州市場や日本市場では、2024年に入り、軒並み電気自動車の販売が低迷しているといった報道を目にします。欧州自動車工業会（ACEA）の発表によれば、欧州における8月のEV販売台数は対前年同月比で43.9%減（同月のガソリン車は同17.1%減）となったほか、1～8月のデータでもEVは同8.3%減（同期間のガソリン車は同2.9%減）と、中国の勢いとは異なるのが分かります。

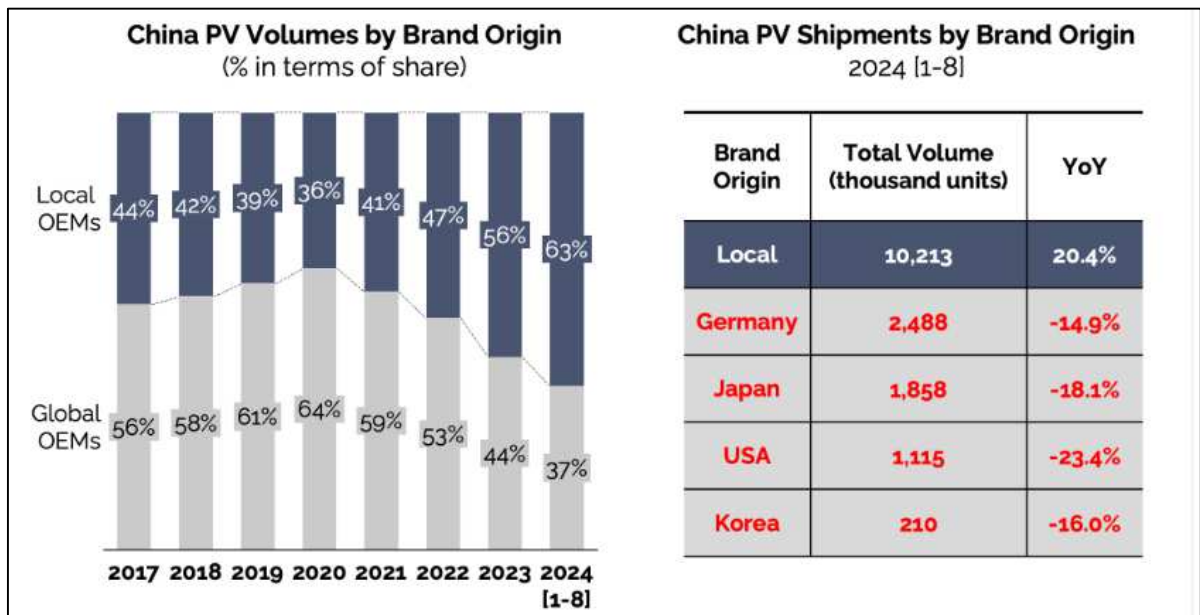
上記データが発表される1か月前、7月のデータでは、史上初めて、中国自動車市場において、NEVの販売台数が従来型エンジン車を上回りました。これは同国におけるNEVの勢いを象徴する出来事だと感じました。

NEV が史上初めて、従来型エンジン車の市場シェアを上回った（2024 年 7 月）



出所：Automobility（2024 年 8 月）

中国市場はほぼ完全に同国企業の一人勝ち状態



PV=乗用車（Private Vehicles）

出所：Automobility（2024 年 9 月）

【中国企業が、自動車における新たな価値を創造している】

では、なぜ中国市場が他の主要市場とは異なる動きを示しているのでしょうか。一地方自治体の駐在員の立場として大それたことを申し上げたり、分析したりする能力は全くありませんが、当地で多くの企業（日本、中国、第3国、自動車・非自動車を問わず）やその生産現場、販売現場などの訪問を通じて、様々な関係者の皆様と情報や意見を交わす中で、おぼろげながら見えてきたイメージがあります。

結論から申し上げますと、中国企業、特に新興の NEV 専業企業や従来型エンジン車を製造する企業が、これまでユーザーが経験したことのなかった新しい価値を創造し、それを競って提供している、ということではないかと感じます。新しい価値とは、具体的には、以下のようなものです。

- ① 自動車に乗り込んだ瞬間に広がる、全く新しい世界観  
(インストゥルメンタル・パネルの斬新さ、機能の多彩さ・水準の高さ)
- ② 非常に優れた画像認識、音声認識を多用したユーザーとの高度なコミュニケーション能力
- ③ 上記①、②を実現する強力な情報通信系企業の存在
- ④ 日本を含む外資系企業との長年にわたる合弁事業で培ったものづくりの実力
- ⑤ 「世界の工場」として君臨した歴史が物語る重厚かつ広大なサプライ・チェーン
- ⑥ これら全ての背景にある中国政府の積極的支援

かつて、自動車は「走る、曲がる、止まる」の基本性能が最重要視されていたと筆者は理解しています。それゆえ、自動車は試乗してその基本性能がどのような水準で達成されているかなどが、自動車を購入する際の重要な要因でした。現在の中国での自動車購入において、この価値観は重要なポイントではあるものの、最も重要な要因ではなくなって久しい、と感じます。

2023年4月に開催された「上海モーターショー」において、日本人を含めた多くの外国人ジャーナリストや来場者が、中国メーカーのEVが大幅な進化を遂げていることを驚きをもって報じていましたが、筆者はその会場で、多くの来場者に「自動車購入を検討する際、何を最重要視するか」という質問を投げかけました。そこで得られた多くの回答が、「ヒューマン・マシン・インターフェイス (HMI)」の出来具合でした。簡単に言えば、これは車内に鎮座するタッチパネル(「スマートコックピット」とも呼ばれます)の出来栄です。筆者の感覚では、中国EVメーカーの躍進以前、このタッチパネルはナビゲーション機能などの活用にとどまり、日本においても多くのメーカーがそのパネルサイズの大きさを競い合っていた記憶があります。中国では、サイズ感をPRすることはもはやなく、そこにどのような機能があり、どの程度円滑に画面が遷移するのか、ユーザーの指示に迅速・柔軟に対応できるのか、というソフトウェアの本質的な機能面を各社が訴えているようです。

内外装ともに独創的かつ洗練されたデザイン(「極越 Ji yue」、バイドゥと吉利の協業ブランド)



(筆者撮影)

## 【イノベーションがイノベーションを呼び、進化のスピードが加速】

一部の識者によれば、現在の中国メーカーによるEV開発の流れは米テスラの車づくりへの考え方に、関係者が影響を受けたことに端を発しているそうです。物理スイッチを殆ど設置せず、ほぼ全てのコマンドを中央のパネルで制御し、常時ネット接続を行いそのソフトウェアをアップデートすることで車も自律的に進化する——この考え方に多くの起業家が影響を受け、全く新しい車づくりをそれぞれ開始したのかもしれませんが。2010年半ば以降、NIO、小鹏（Xpeng）、理想といった「新興EV御三家」など、非常に多くの、新しい自動車メーカーが誕生しました。これら企業が開発した自動車はいずれもテスラ同様、車内前方に大きなタッチパネルを設置し、全ての指示を同パネルで受け止めるようになっています。こうして完成した新型車が醸し出す世界観は、乗り込んだ全ての人に新しさを感じさせ、同時に従来型の自動車が提供する車内の雰囲気や「古い」と感じさせる要因となっているように、筆者は感じます。

こうした新感覚の自動車が市場参入を果たすと、いわゆる「アーリー・アダプター」と呼ばれる新しもの好きな一定のユーザー層がまず購入したうえで、その出来具合を評価するのですが、それまで数十年にわたり物理スイッチに慣れ親しんでいた層には、タッチパネルの反応が期待したレベルを下回るといった評価が一部下されたようでした。こうした反応に直面した一部のメーカーは物理スイッチを再度装備したそうですが、殆どのメーカーは音声認識や画像認識でコマンドを処理するよう、さらなる進化を遂げたそうです。この「慣れ親しんだ従来のシステムに安住せず、リスクを負っても常に進化しようとする姿勢」が中国企業には強く意識づけられているように筆者は感じます。こうした競争環境が出来上がった結果、イノベーションがイノベーションを呼び、進化のスピードが加速して、中国EVの競争力を高めたのではないかと筆者は感じます。またこうした動きが中国の伝統的な自動車メーカーからではなく、新興メーカーから始まったことは、それら伝統的メーカーと合弁を組む日本を含む外資企業に対応へのタイムラグを生じさせたのではないのでしょうか（事実、中国企業でも、従来型エンジン車の生産を主力とするメーカーの多くはEVの躍進に苦戦を強いられています）。

車内の画像認識センサーが個別のドライバーを識別、登録済みシート位置へと自動調整する



(筆者撮影)

多くのカメラ、センサーを搭載し、自動運転時代を先取り対応



(筆者撮影)

こうしたイノベーションが連鎖的、多層的に起こった結果、中国メーカーが開発するEVの競争力が飛躍的に向上したと筆者は考えています。この背景には、電気モーターの技術革新などにより、高度な技術とノウハウの蓄積が求められる従来型のエンジンに頼らずとも自動車の開発ができるようになったことが大きいと思われ、更に、そうした環境を整備すべく、中国政府が辛抱強くEV分野に投資を続けてきたことが大きく影響していると考えられます。加えて、政府の姿勢に加え、メーカー側もEVに賭ける意識があったと筆者は感じています。以前、筆者が中国を代表するEVメーカーを訪問し幹部と面談した際、同幹部は「我々は日本など外国企業から自動車の作り方を学び、独自の自動車開発などに努力してきたが、良い自動車を作ることは長年にわたる技術やノウハウの蓄積を必要とし、とても先駆的な企業には追い付けないと悟った。故に、EVという全く新しく、誰もやっていない分野であれば、先駆者として外国企業と対等以上の条件で戦えるのではないかと思い、それに賭けることにした」と打ち明けてくれましたが、正にこうした意識で、中国では官民が1つになってEV開発に突き進んだ、と言えるでしょう。

#### 【完成車メーカーが下請け化する現象は、既に起こり始めている】

中国のEVの競争力の源泉の1つが、国内に存在する強力な情報通信系企業の存在です。特に、BATH(バйдゥ、アリババ、テンセント、ファーウェイ)の4社は、それぞれ自動車メーカーなどと複雑に連携して自動車開発に関与しています。8年ほど前、自動車業界ではCASE(Connected, Autonomous, Shared, Electric)といった言葉がもてはやされ、自動車の価値の中心が、それまでの機械的な部分から、ソフトウェアに移行する、といった議論が盛んになされました。現在、その議論の最先端を行くのが中国の自動車業界ではないかと筆者は感じます。

この分野での中国の特徴として、こうした世界的にみても非常に競争力の高いソフトウェア産業が存在しているのに加え、国内自動車市場において純粋な国産メーカーの存在感が支配的ではないことも、

特筆すべきではないかと筆者は感じます。それまで、中国の自動車市場を支配していたのは外資との合弁により力をつけたメーカーでした。米国にも GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft) に代表される強力なソフトウェア産業がありますが、同時に国内の自動車市場には GM やフォードといった国産メーカーが確固たる地位を築いており、新興 EV メーカーはこうしたいわゆる「レガシー・カンパニー」との競争に明け暮れる必要があります。ちなみに、日本においては米中レベルのソフトウェア産業が存在しない上に、既存メーカーの存在感が非常に大きいため、新興 EV メーカーが誕生・成長するには厳しい環境がある、と言わざるを得ません。

この面での中国での状況において、特に興味深いのはファーウェイの動向です。同社は世界を代表する情報通信系企業ですが、その高度なソフトウェア、AI 技術を応用し、自動運転を含む自動車の制御ソフトウェアを開発、完成車メーカーに提供するとともに、共同で自動車を開発し、統一感のあるブランド名を与えてその存在感を増しています(以下表参照)。これまで、自動車の開発は完成車メーカーを頂点に、何層にもわたる下請け部品メーカーがピラミッド構造を成してそれを支えてきましたが、従来であればその部品メーカーの 1 社に過ぎない存在であるはずのファーウェイが、今や自動車の心臓部として最も価値のあるソフトウェアを提供し、同社を軸として完成車メーカーがハードウェアを製造・提供するという、これまでの同産業の常識を覆す現象が実際に起きていると実感できます。

ファーウェイが主導する鴻蒙智行 (Harmony Intelligent Mobility Alliance, HIMA) 各社

発表時期	自動車メーカー名	ブランド名
2021 年	賽力斯 (セレス) 集団	AITO (問界)
2023 年	奇瑞汽車 (Chery)	LUXEED (智界)
2024 年	北京汽車集団 (BAIC)	STELATO (享界)
(正式発表前)	江淮汽車 (JAIC)	(正式発表前)

(報道などをもとに筆者作成)

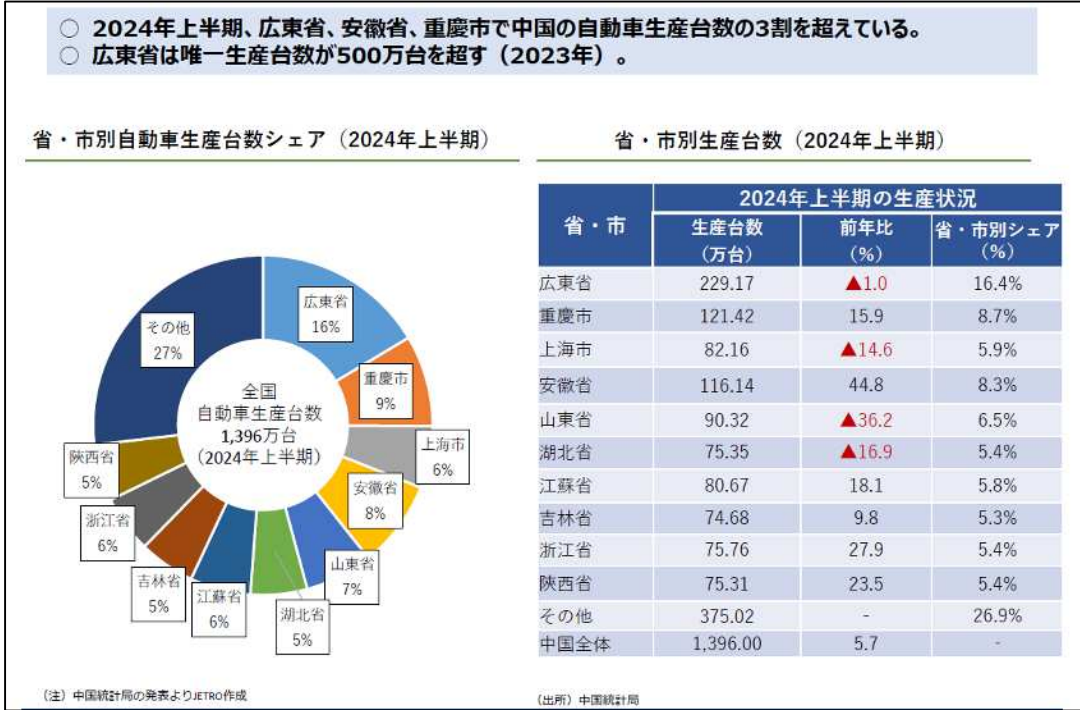
2024 年に入り、トヨタやホンダもファーウェイやテンセントなどとの連携による新型 EV 車の開発を行っていることが明らかとなっています。ファーウェイにとっては、上記表にある企業群とはレベル感の異なる世界的企業との協業であるが故に、日中企業の協業の成果がどのような形で製品化されるのか、ファーウェイと完成車メーカーの関係性がどのようなものになっていくのかなど、今後の自動車産業界の方向性を考える上でも、重要な試金石となるのではないかと考えています。

### 【広大なサプライチェーンに、如何に食い込むか】

中国の自動車生産台数(年間)は 3,000 万台ほどと、世界最大の市場規模を誇ります。日本は年間 400 万台ほどですので、その巨大さが理解できます。一方、日本でも報道されている通り、中国では EV などへの市場参入が相次いだ結果、現状は明らかな供給過剰となっており、中国企業は輸出に活路を見出そうとした結果、輸出先の市場で混乱が起きるなどの問題も発生しています。また、日本企業が得意とする従来型エンジン車(通常型ハイブリッド車含む)の中国内での需要は大幅に減退しているほか、不動産不

況や人口減少などで中国の景況感はさえず、減少しつつあるパイを増加したプレイヤーが奪う合う状況となっており、自動車関連の日本企業にとっては苦しい情勢となっています。

広東省を中心に広大かつ重厚なサプライチェーンが広がる



(出所：日本貿易振興機構 (JETRO) 広州事務所)

筆者はこれまで愛知県企業の皆様を中心とした日本企業、中国企業、米国企業などに状況を伺ってまいりました。そして、この状況下において、中国EV企業のサプライチェーンに入り込めた日本企業にもお話を伺うことができましたが、受注が一定ではない、納品後の支払いまでの期間が長い、など商慣行の違いに衝撃を受けるケースも多く、一筋縄ではいかない状況があるのだということを実感できました。この問題への即効性のある回答は、筆者は持ち合わせていませんが、これからも地道に皆様の声を拾いつつ、日中間企業のコラボレーションを促す企業間マッチングなどの事業を行うことで、少しでもお役に立ちたいと考えております。

【何らかの形で中国自動車市場への関与継続を】

2020年、中国の自動車市場における中国企業の市場シェアは36%でした。2024年の1-4月、そのシェアは61%にまで拡大しています。多くの識者が、様々な議論を展開していますが、筆者が強く感じるのは、自動車の最も新しい形が具現化しつつあるのが中国市場ではないか、それを顧客が敏感に感じ取り、その新たな世界を見せてくれる中国EVのシェアが急速に高まっているのではないかと、という点です。特に中国EV企業の、スマートコックピットに代表されるソフトウェアの水準は極めて高いと感じます。これは将来の自動運転も見据えたものがほとんどで、最近よく言われる「スマホ・タブレットにタイヤがついた乗り物」というよりも、画像認識、音声認識技術の進化などによりコミュニケーション能力が

飛躍的に向上した「タイヤがついたロボット」とでも言うべき仕上がりになっています。

米中摩擦や混沌とした国際情勢の中で、国際的な連携はグローバル化が華やかだった以前と比べるとリスクが増していることも事実ですが、同時に、世界最先端を走る市場から目を背けることは、それ以上のリスクではないかとも感じます。本文中でも触れましたが、こうした状況下でも、トヨタやホンダがファーウェイやテンセントなどと協業を進めるように、自社を取り囲む情勢を精緻に分析し、避けるべきを避け、取り込むべきを取り込んで、強かに事業を展開していくことが求められているのではないのでしょうか。

※ 2024年9月18日、広東省深圳市において、深圳日本人学校に登校途中だった母子が襲撃され、同日日本人学校の生徒の命が奪われるという痛ましい事件が発生しました。6月には江蘇省蘇州市にて類似の事件が発生したことも含め、当地の日本人コミュニティは大きな衝撃を受けています。二度とこうした事件が発生しないよう、中国当局には日本人学校の生徒のみならず、中国で生活する邦人の保護と、日本企業が安心して中国内で事業を展開することができるよう、最大限の支援を求めます。

参考：最近の中国内の主な動き

9月9日 中国国家统计局の発表によれば、2024年8月の消費者物価指数(CPI)は、前年同月比で0.6%上昇した。プラスは7カ月連続で、上昇率は直近6カ月で最大。食品が14カ月ぶりに上昇した。

9月10日 中国税関総署の発表によれば、2024年8月の貿易統計(速報値、以下同)によると、輸出額は前年同月比8.7%増の3,086億4,730万米ドル(約44兆2,000億円)だった。プラスは5カ月連続。電機・機械製品の好調が押し上げ要因で、中でも自動車や集積回路(IC)、船舶は大きな伸びが続いている。

9月20日 中国国家统计局の発表によれば、学生を除いた16~24歳の8月の失業率は今年に入り最悪の18.8%となり、学生を除いた25~29歳の失業率は6.9%となった。前月比でそれぞれ1.7ポイント、0.4ポイント悪化した。8月に過去最多となる1,179万人の大卒者が労働市場に流入したためという。

9月23日 自動車販売店などが加盟する業界団体「中国自動車流通協会(CADA)」の発表によれば、継続的な新車の値下げ競争によって自動車販売店の受けた損失が今年1~8月に計1,380億元(約2兆8,000億円)に上るとの報告書を政府に提出した。政府関係部門に対し、段階的な救済措置の検討・導入を求めた。

9月25日 中国国務院(中央政府)は雇用拡大に向けた意見を発表した。成長力のある企業を育成し、こうした企業が経営拡大の過程で良質な雇用を生み出すことを促す。とりわけ若者の失業率



低下に注力する。若者の失業率が2割弱に達し、大卒でも就職が難しくなっている状況を改善する狙い。

愛知県上海産業情報センターでは、今後も中国の現地情報を提供して参ります。

本資料は、上海産業情報センターが、参考資料として情報提供を目的に作成したものです。  
上海産業情報センターは資料作成にはできる限り正確に記載するよう努力していますが、その正確性を保証するものではありません。本情報の採否は読者の判断で行ってください。  
また、万一不利益を被る事態が生じても当センター及び愛知県等は責任を負うことができませんのでご了承ください。