

世界中の日本車の現在地 2025年



中国 Sylphy



米国 RAV4

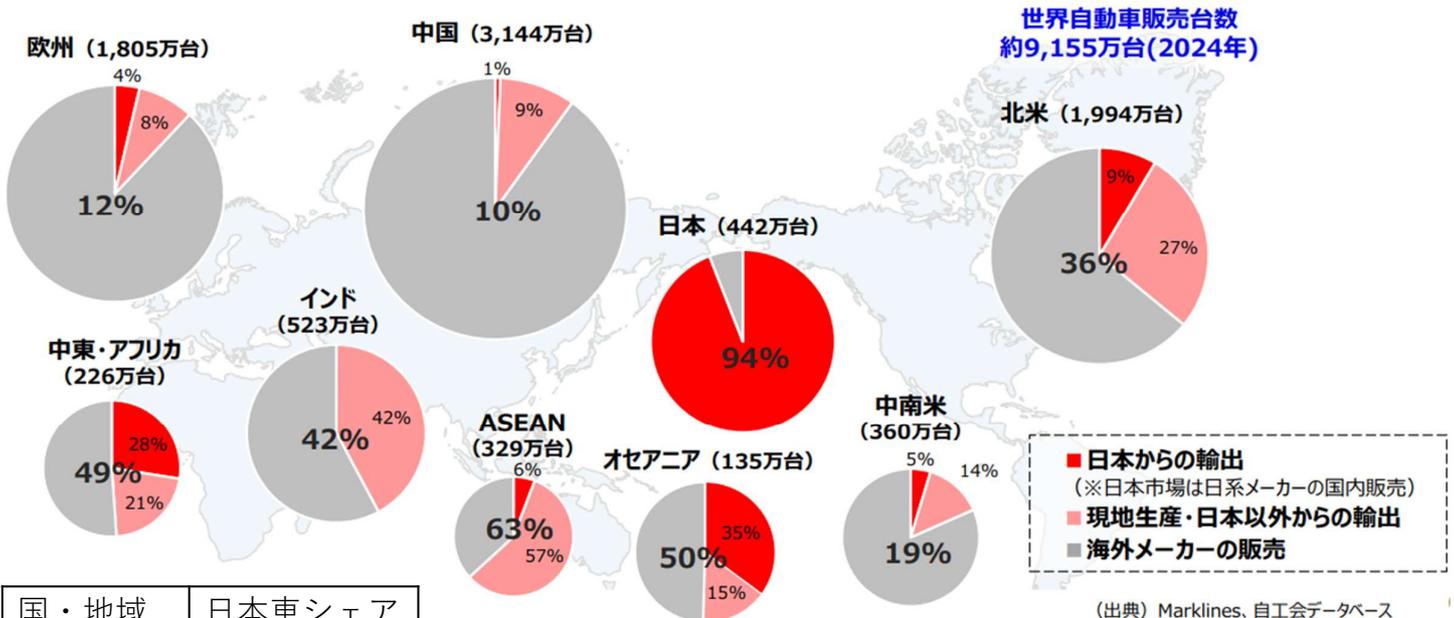


米国Calif州 Camry



インド Dzire

2024年の日本車の市場シェア（経産省資料）

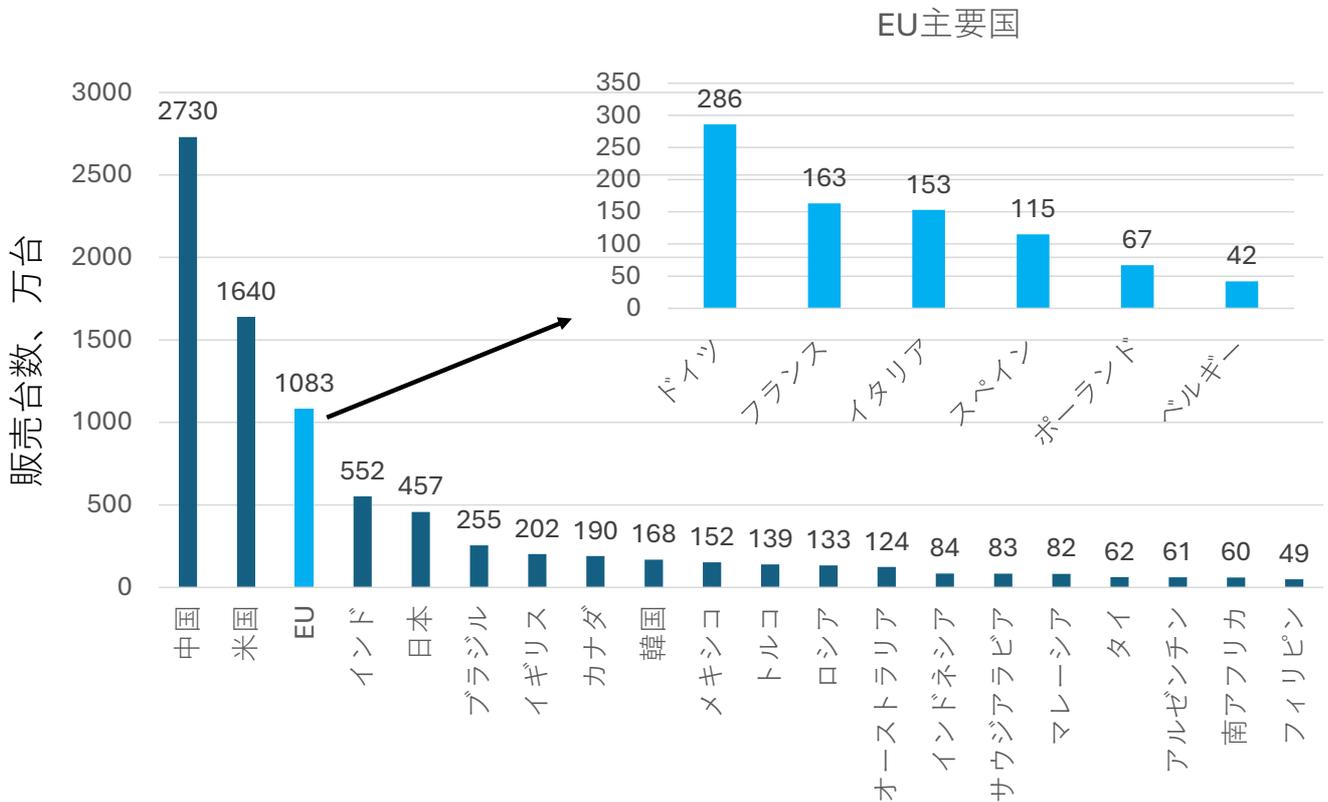


(出所) 経産省「自動車を取り巻く国内外の情勢と自動車政策の方向性」

国・地域	日本車シェア
中国	10%
北米	36%
欧州	12%
インド	42%
ASEAN	63%

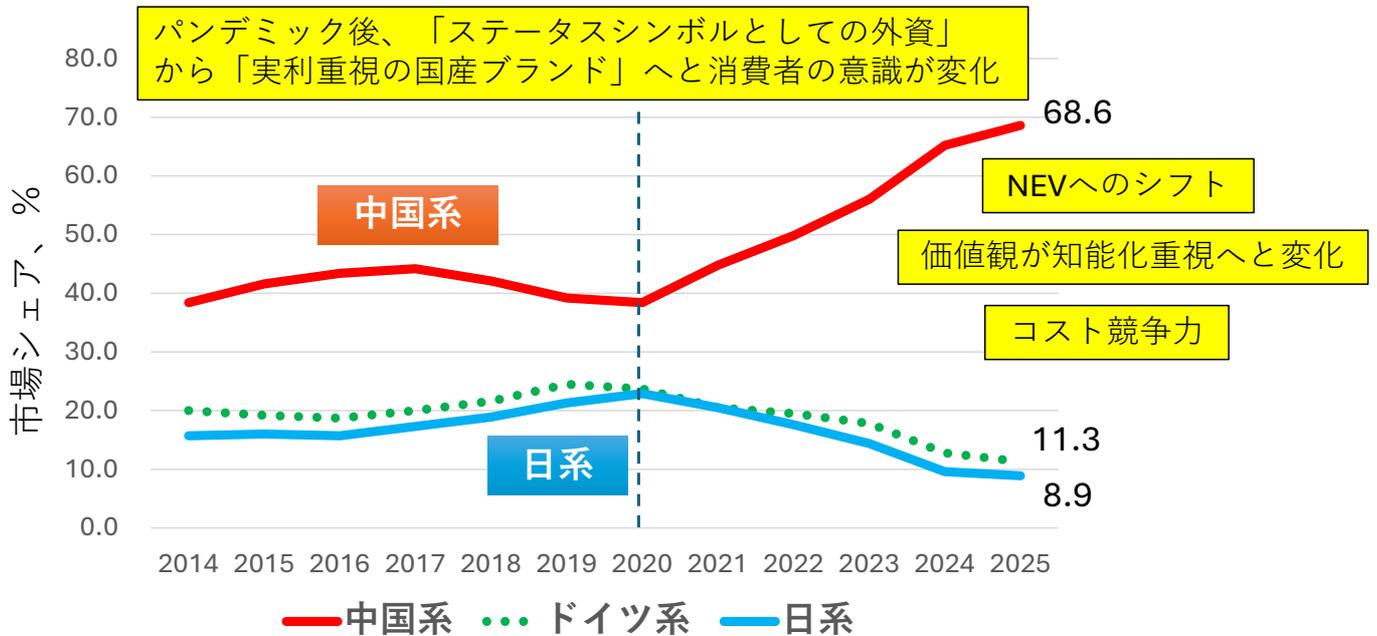
2024年のLight Duty Vehicle（乗用車＋軽商用車）における日本車の世界シェアは26.5%。2025年の世界シェアは現時点では不明だが中国勢の拡大で低下していると推測。

2025年主要国・地域新車販売台数 (Light Duty Vehicle)



2024年からの販売台数の伸びが大きい国は中国、インド、ブラジル、トルコ、スペイン、アルゼンチン、南アフリカ。グローバルサウスが今後の自動車市場成長の要となる。

中国新車販売 日中独系市場シェア推移



日系自動車メーカーは中国市場での劣勢を立て直すため「中国現地主導のスピード開発」と「知能化への大胆な投資」へと大きく転換中。

中国テック企業とのパートナーシップはクルマの知能化の強化となって日系自動車メーカーの商品価値を補強しつつある。

中国 2025年量販ベスト10

		販売台数	G	HV	PHV	EV
1	吉利Galaxy Xingyuan (銀河星源)	465,775				●
2	五菱Hongguan Mini EV (宏光ミニEV)	435,599				●
3	Tesla Model Y	425,337				●
4	BYD Qin Plus (秦プラス)	387,315			●	●
5	Nissan Sylphy	319,990	●	●		
6	BYD Seagull	310,956				●
7	VW Lavida	270,477	●			
8	BYD Qin L (秦L)	264,671			●	●
9	小米 SU7	258,164				●
10	VW Sagitar	255,979	●			

(数値出所) Focus2Move, CarNewsChina

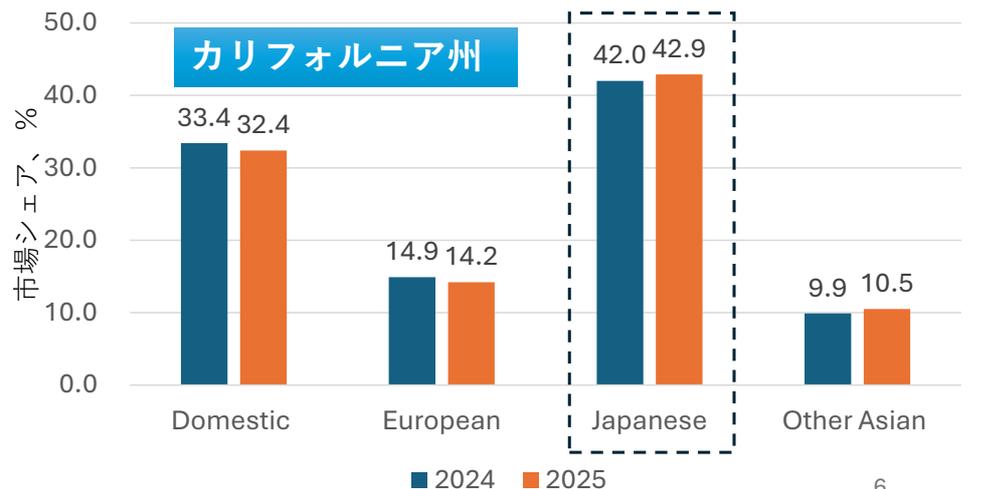
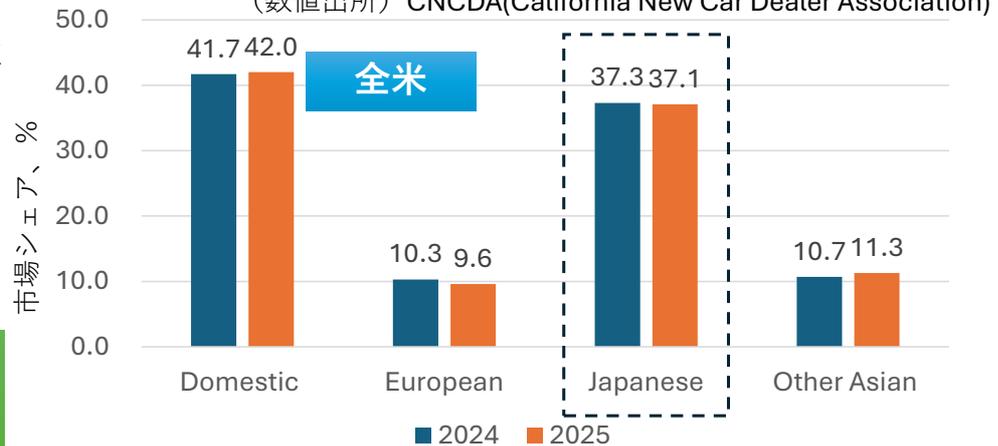
シルフィは日本車で唯一常にベスト10入りしているモデル。その背景には低価格戦略と高い経済性、家族を重視する中国の消費者の好みにあった広い室内や快適なシート設計等が挙げられる。2006年の導入以来のロングセラーカーとしての実績が信頼につながっており、中古車価格の安定性や整備のしやすさも評価されている。

米国市場シェア (全米・カリフォルニア州)

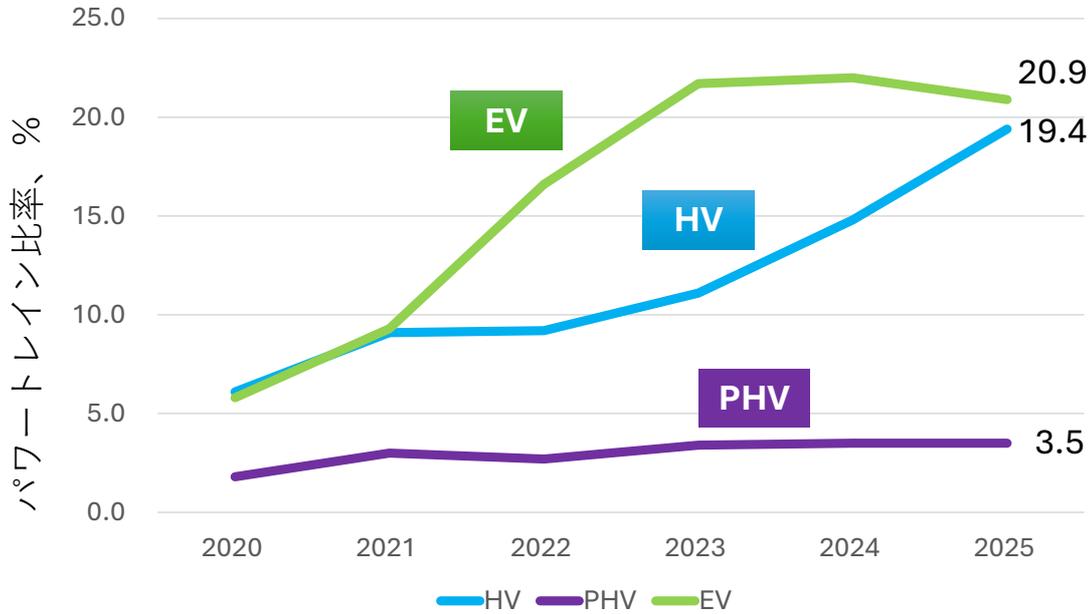
- 全米の2025年の自動車販売台数は約1640万台
- カリフォルニア州の自動車販売台数は約181万台で全米の約1/9

日本車のシェアが全米よりカリフォルニア州で高い理由としては燃費性能の優位性(特にHV)、全米に比べて小型乗用車の需要が高いこと、1970年代のオイルショック時に日本車が最も早く普及した地域で、長年の信頼性により日本車の中古車としてのリセールバリューが高く、それが新車販売の追い風になっている点等が挙げられる。

(数値出所) CNCDA(California New Car Dealer Association)



カリフォルニア州パワートレイン比率推移



(数値出所) CNCDA(California New Car Dealer Association)

カリフォルニア州において2023年以降EVの比率が頭打ちになった要因としては、環境意識が高く高所得な「アーリーアダプター」への普及が一巡したこと、中間所得層にとっては「航続距離への不安」「充電インフラの不足」「高額な車両価格」がネックとなったこと、さらにテスラのCEOマスク氏の言動等が挙げられる。一方、HVはその実用性が再評価され2023年以降の伸びの加速につながっている。

7

カリフォルニア州年間1万台以上の販売のEV・PHV・HVの量販ランキング

- カリフォルニア州では2025年はEVとHVが競う構図となっている
- ガソリン代は高く燃費のいい乗用車やSUV等都市型の車両が求められる
- 2025年6月連邦議会とランプ大統領によりカリフォルニア州のZEV規制の法的根拠が失われた
- 連邦基準に従ってHVに力をいれるのか、州基準を守らなければ将来的に訴訟や制裁のリスクがあるのでZEVに力を入れるべきか、自動車メーカーは難しい立場に置かれている

順位	車種	年間販売台数	HV	EV
1	Tesla Model Y	110,120		●
2	Toyota Camry	62,294	●	
3	Tesla Model 3	53,989		●
4	Honda CR-V	34,955	●	
5	Toyota RAV4	30,927	●	
6	Honda Civic	20,984	●	
7	Hyundai Ioniq 5	18,919		●
8	Honda Accord	18,507	●	
9	Toyota Corolla	14,602	●	
10	Honda Prologue	14,308		●
11	Toyota Sienna	14,062	●	
12	Ford Mustang Model E	12,620		●
13	Chevrolet Equinox	11,754		●
14	Ford Maverick	11,055	●	
15	Toyota Prius	10,967	●	
16	Toyota Grand Highlander	10,374	●	

(数値出所) CNCDA(California New Car Dealer Association)

2026年の現時点ではカリフォルニア州におけるZEV販売の法的強制力が宙に浮き、補助金もなくなったため、消費者が使い勝手のよいHVに流れる傾向は加速すると予想される。

8

全米2025年量販ベスト10

- 米国全体ではピックアップトラックやSUVが主流になる
- ピックアップトラックやSUVの販売シェアが高い州はガソリン価格が低い傾向にある
- 米国中西部や南部では広大な農地や未舗装道路、トーイングの必要性からピックアップトラックが「生活の足」として不可欠

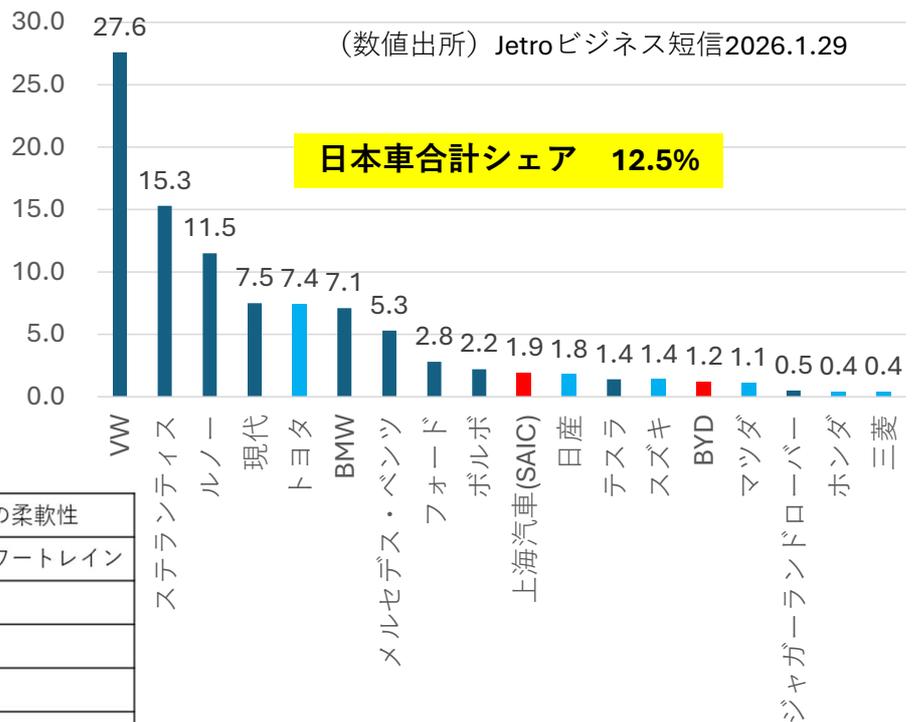
		販売台数	G	HV	PHV	EV
1	Ford F-Series	828,832	●			○
2	Chevrolet Silverado	558,709	●			○
3	Toyota RAV4	479,288	●	●	○	
4	Honda CR-V	403,768	●	●		
5	Ram Pickup	374,059	●			
6	GMC Sierra	356,218	●			○
7	Chevrolet Equinox	332,301	●			○
8	Toyota Camry	316,185		●		
9	Tesla Model Y	300,000				●
10	Toyota Tacoma	274,638	●	○		

●メインパワトレ、○その他のパワトレ
(数値出所) Car Sales Statistics +5

米国の消費者がFord F-SeriesやChevrolet Silveradoを選ぶ主な理由は「多目的なライフスタイル車両」としての期待に応えているから。多機能性（牽引能力やオフロード性能）、広い室内空間と快適性、高い安全性と安心感、信頼性とカスタマイズの自由度を満たしている。

2025年EU乗用車メーカー別市場シェア

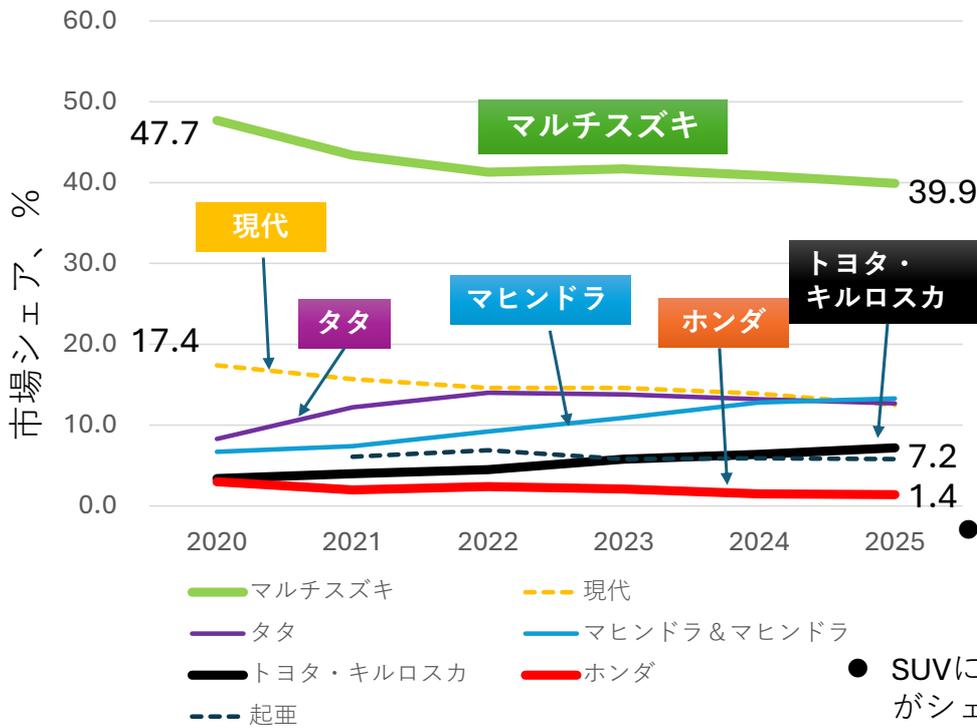
- Dacia SanderoやRenault Clioの人気はコストパフォーマンス、燃料やパワトレに対する柔軟性、実用性にある
- 欧州の都市部の道路事情からコンパクトなハッチバック車も好まれる
- 手ごろな価格であっても消費者は信頼性の高い技術と最新の安全機能を期待している



1	Dacia Sandero	243,676台	燃料選択の柔軟性
2	Renault Clio	229,778台	多様なパワートレイン
3	VW T-Roc	201,995台	
4	VW Golf	約20万台	
5	VW Tiguan	197,000台	
6	Dacia Duster	193,974台	
7	Toyota Yaris	167,019台	HVが好評
8	Tesla Model Y	149,805台	
9	Opel Corsa		
10	Citroen C3		

日本車のシェアは各社併せても12.5%と厳しい現状にある。韓国勢が頑張り、中国勢の拡大も続く中で日本車は欧州の消費者のニーズに応えられるのかの正念場を迎えている。

インド乗用車新車販売シェア推移(2020~2025)



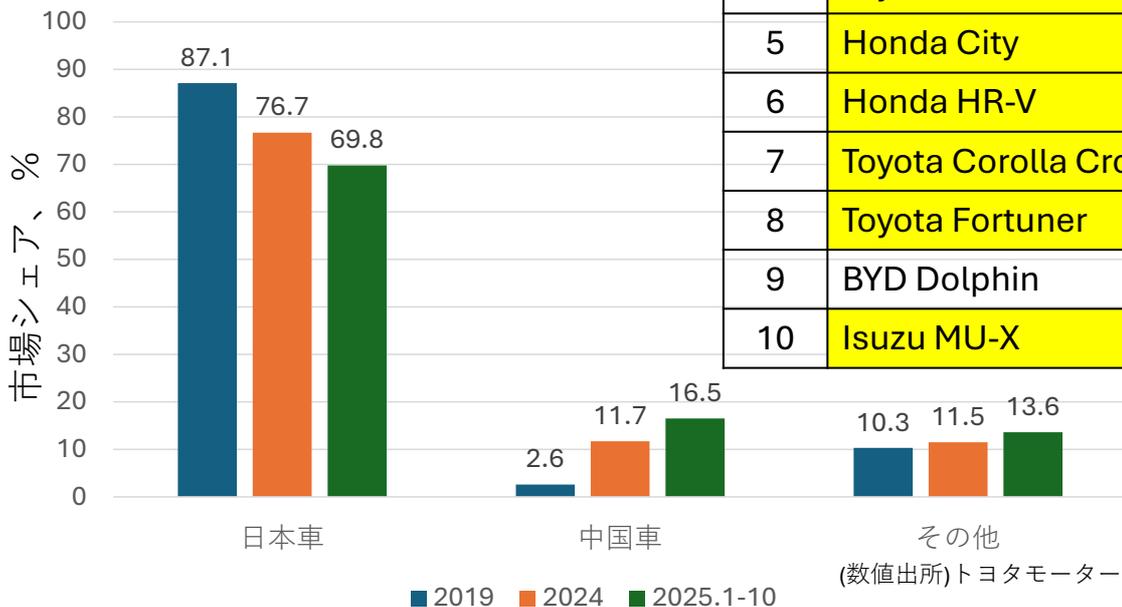
1	Maruti Suzuki Dzire
2	Hyundai Creta
3	Tata Nexon
4	Maruti Suzuki WagonR
5	Maruti Suzuki Ertiga
6	Maruti Suzuki Swift
7	Maruti Suzuki Fronx
8	Mahindra Srorpio
9	Maruti Suzuki Brezza
10	Tata Punch

- 小型車からSUVへの市場のシフトに乗り遅れマルチスズキはシェアが低下傾向
- SUVに強い地場のタタとマヒンドラがシェアを伸ばしている

世界3位の自動車市場で競争が激化している。マルチスズキはEV「eピターラ」とSUVの投入でシェア奪還を狙っている。トヨタはマルチスズキのOEM供給を受けシェアを伸ばしつつある。一方、タタやマヒンドラはEV等先進技術の導入でイメージを刷新しつつ、中間所得層を狙ってシェア拡大を継続中。

新車販売シェア推移 (タイ)

BYDを筆頭に中国勢は現地生産で価格競争力を高め、都市型SUVだけでなく多層的な車種展開を繰り広げ日本車の牙城の切り崩しを進めている。今後は聖域のピックアップトラックへの進出も中国勢は狙っている



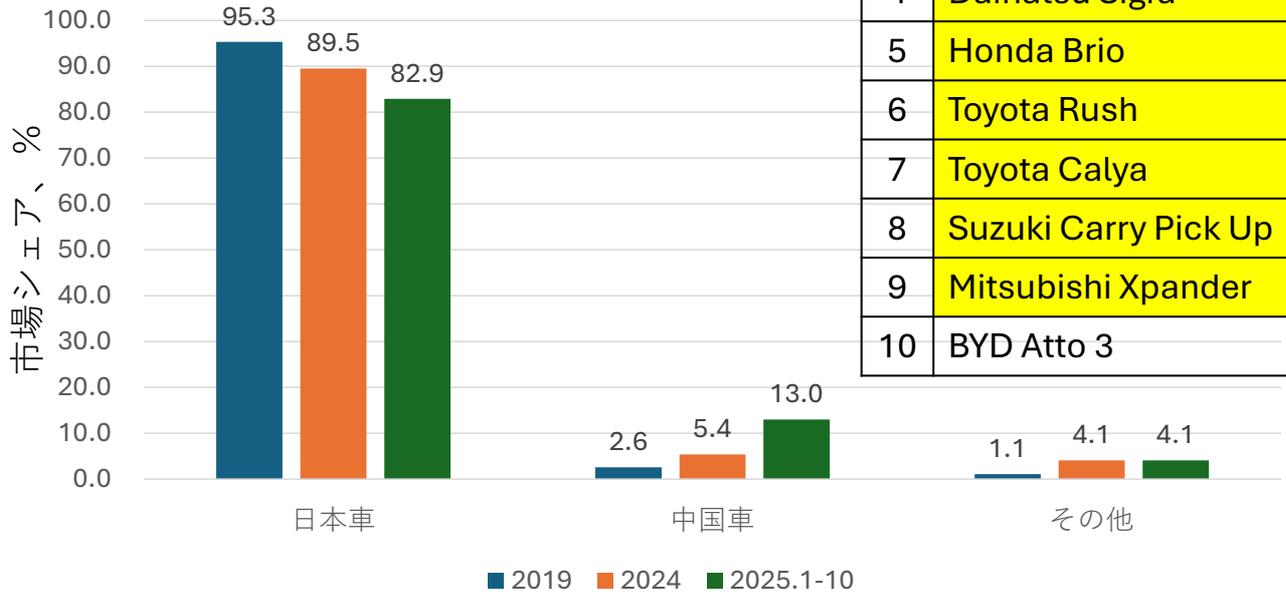
1	Toyota Hilux Revo
2	Toyota Yaris ATIV
3	Isuzu D-Max
4	Toyota Yaris Cross
5	Honda City
6	Honda HR-V
7	Toyota Corolla Cross
8	Toyota Fortuner
9	BYD Dolphin
10	Isuzu MU-X

(数値出所)トヨタモータータイランド

苦戦を強いられている日本勢はHVのラインアップ拡充で巻き返しを図っている。いすゞもトヨタも中国勢の電動ピックアップトラックに対してはEVピックアップトラックで対抗する方針でEV「D-MAX」とEV「ハイラックス」を準備中。

新車販売シェア推移（インドネシア）

長期間9割を超えていた日本車のシェアは中国勢の台頭により転換期を迎えている。特にEV市場では政府のEV推進政策を追い風に中国勢が90%以上のシェアを占めている



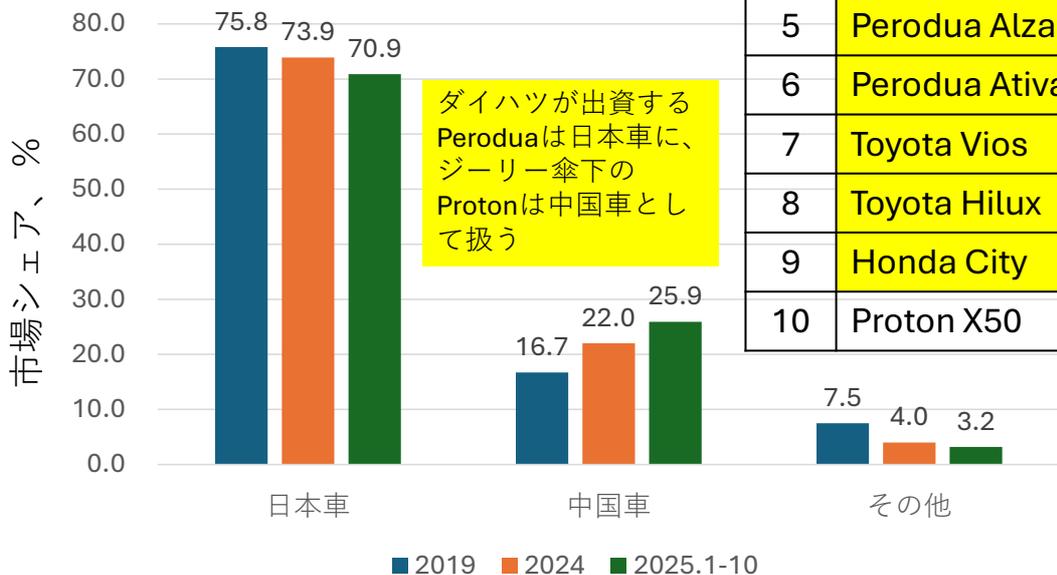
1	Toyota Kijang Innova
2	Daihatsu Gran Max PU
3	Toyota Avanza
4	Daihatsu Siga
5	Honda Brio
6	Toyota Rush
7	Toyota Calya
8	Suzuki Carry Pick Up
9	Mitsubishi Xpander
10	BYD Atto 3

(数値出所) インドネシア自動車製造業者協会(GAIKINDO)

日本勢は充電インフラが未整備の地域が多い現状を考慮しHVの強化を柱に据えている。EVの生産も計画しているが中国勢に比べるとスピードで遅れを取っている（三菱はL100EVを生産中、トヨタはbZ4Xの生産をまもなく開始）。

新車販売シェア推移（マレーシア）

ダイハツが出資する国民車メーカー「Perodua」は圧倒的なシェアを維持するが、純粋な日本車は中国系メーカーの台頭により激しい競争にさらされている



1	Perodua Bezza
2	Perodua Axia
3	Perodua Myvi
4	Proton Saga
5	Perodua Alza
6	Perodua Ativa
7	Toyota Vios
8	Toyota Hilux
9	Honda City
10	Proton X50

(数値出所) マレーシア自動車協会

トヨタ（シェア12.5%）、ホンダ（10%弱）と踏ん張るがジーリー傘下の「Proton」やBYD、奇瑞自動車など中国系メーカーがシェアを伸ばしている。

市場競争集中度指数

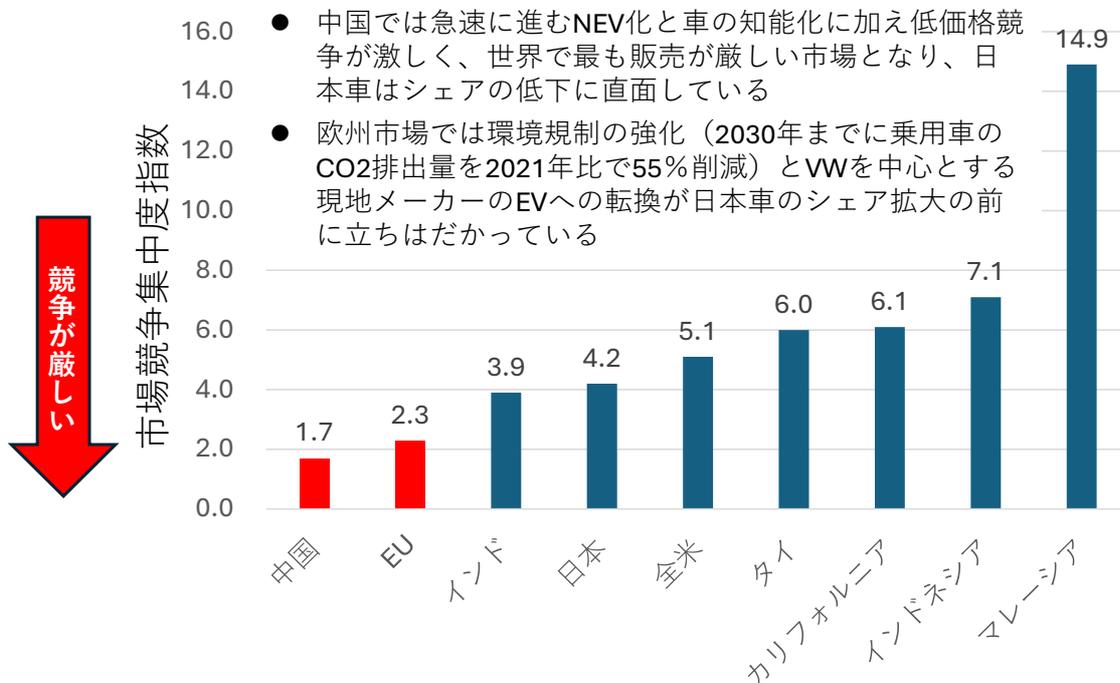
- 市場競争集中度指数(Market Competition Concentration Index)
- 定義：「特定市場における量販トップモデルの販売台数を、同市場の総販売台数で割り、100を乗じた値」
- 値が低いほど市場の分散度が高く、競争が激しいことを示す。

国・地域	(a)総販売台数 (万台)	トップモデル	(b)トップモデル 販売台数 (万台)	集中度指数 (b)/(a)X100
中国	2,730	吉利 銀河星源	46.6	1.7
全米	1,640	Ford F-series	82.9	5.1
カリフォルニア州	181	Tesla Model Y	11.0	6.1
EU	1,083	Dacia Sandero	24.4	2.3
日本	475	Honda N One	20.0	4.2
インド	552	Maruti Suzuki Dzire	21.4	3.9
インドネシア	84	Toyota Kijang Innove	6.0	7.1
マレーシア	82	Perodua Bezza	12.2	14.9
タイ	62	Toyota Hilux	6.0	9.7

中国とEUが最も競争が激しい市場であることを示している。

15

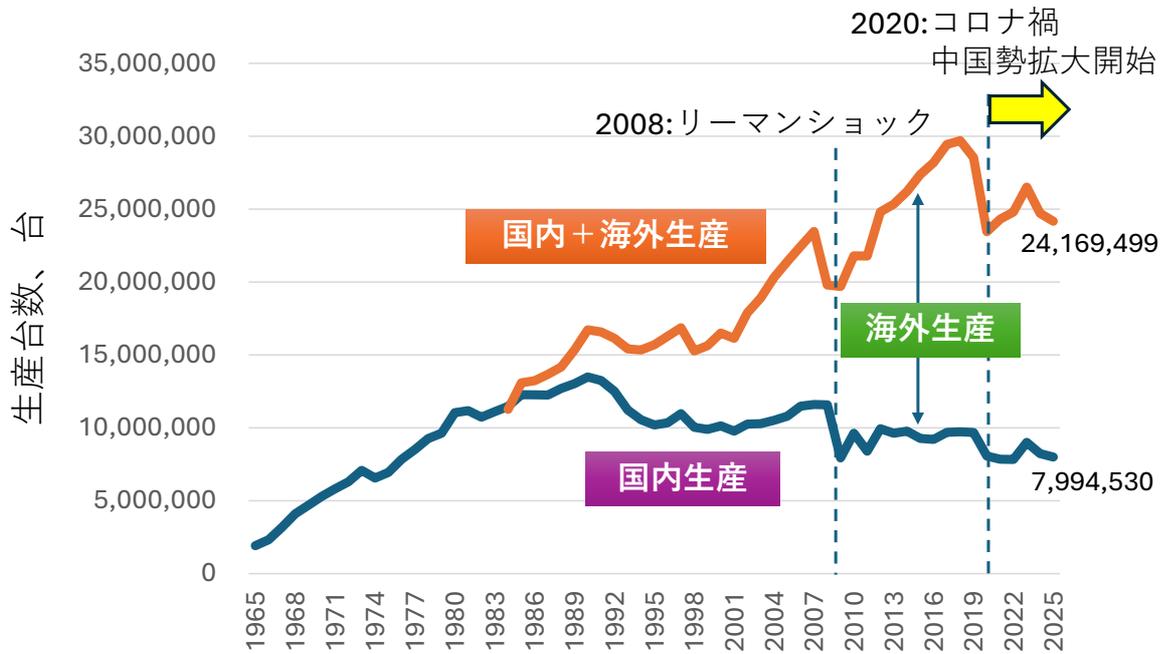
市場競争集中度指数



日本車が中国市場で挽回するためには中国企業との提携を深化してソフトの強化を図り、中国主導の開発でスピードと低コストを実現することが必要。

欧州市場では中国市場で鍛えたソフトウェア技術を取り込み、日本メーカーが得意とするHVやPHVを再強化するとともにEVのラインナップを拡充する。コスト低減のために地産地消を徹底し現地生産率をさらに上げることが必要。

日系自動車メーカー 国内・海外生産台数推移 (1965~2025)



(数値出所) 日本自動車工業会

2025年の海外生産台数はピークの2018年から約380万台減少。

国内生産を増やすために輸出用の高付加価値車の開発・生産、部品供給網の国内回帰、工場の自動化・省力化、そして国内自動車需要の喚起が必要。

17

日本の自動車産業が進むべき方向

取るべき基本

- 中国勢と同じ土俵（価格競争、頻繁な新モデルの投入やモデルチェンジ、EVの大量投入）での競争はしない。持続可能を目指す中長期ビジョンに基づいた戦略の徹底が基本
- 自動車という商品は安全性が最優先。社内で玉成したうえで市場に出すことを鉄則とし、市場をテストコースとしては使わない
- 日本の自動車メーカーが長年積み上げてきた基盤（品質、信頼性、顧客基盤）を次世代仕様にアップデートしながら差別化、差異化する戦略をとる

具体的方策

日本品質の再定義

ハードウェアの信頼性 x ソフトウェアの安心感

- 中国製EVが警戒される「大量データの国外送信リスク」（2017年に制定された中国国家情報法）、OTAによる遠隔操作の可能性 → 「日本車はデータが安心」という安心感は世界で強い信頼性のツールとなる
- 長期使用を前提としたソフトウェア設計（10年後も動作するECU、長期サポート保証）

18

グローバル顧客基盤の深堀戦略

- アフターサービスの質を「ブランド品質」として再構築する
 - 整備品質、部品供給、保証の透明性などを世界標準化
 - 無料保証サービス（例：トヨタのSAWA: Service Activity Warranty: 販売店に一定の頻度で点検訪問すると次の点検時期までの期限付き延長保証が付く）→ 顧客に安心・信頼を感じてもらうことで顧客を囲い込む + 車に蓄積したデータを大量に収集する
- 中古車の価値の高さをツールとする（中国勢が追い付けない領域）
 - 主力車種のフルモデルチェンジの周期を伸ばし、人気の高いモデルを売り続ける。ソフトウェアをOTAで追加・更新することで性能は継続向上させる
- 地域ごとの使われ方に合わせたローカル最適化（日本車の強み）
 - 年月をかけて蓄積した世界各地での走行データとノウハウのフル活用
 - 砂漠、寒冷地、山岳地帯、超負荷荷重下での使われ方に対する耐久性と信頼性のさらなる向上

19

「人間中心の設計」を徹底し、ユーザー体験で差をつける

- 中国車は機能の多さで勝負するが、日本車は使いやすさ、安心感、疲れにくさで差異化する
 - 過剰機能ではなく、直感的でわかりやすい機能を提供する
 - 家族、高齢者、長距離ドライバーなど実際の生活者視点で設計する
 - 運転支援は「派手さ」よりも「誤作動しないこと」を重視する

ユーザー目線に立った現実的なパワートレインを提供する

- EV一辺倒ではなく、多様なパワートレインから実情に合ったものを提供する
 - ハイブリッド、プラグインハイブリッド、高効率エンジン、水素の活用（燃料電池、水素エンジン）、バイオ燃料
 - コモディティ化から一線を画した魅力あるテイストを持ったパワートレインを提供する（Fun to drive）

自前と協業の両面作戦

- 自前、協業は競争力の源泉をどこに置くかで大きく変わる
- 自前領域：差別化、競争力、ブランド価値に直結する部分
- 協業領域：標準化が進み規模の経済が効く部分（自前でやるとコスト高、開発に時間がかかる）

20

ソフトウェア開発を中心にしたトヨタとVWの自前、協業領域の比較

領域	トヨタ	VW
車両制御	自前	自前
安全領域OS	自前 (Arene)	自前 (縮小)
非安全領域OS	協業 (Android)	協業 (Android)
自動運転コア	自前強化	協業へ転換
認識AI	自前 + 協業	ほぼ協業
SoC	協業	協業
センサー	協業	協業
データ基礎	自前強化	自前 + 協業
開発組織	Woven中心の少数精鋭	CARIADの巨大組織で苦戦

トヨタの特徴

- 自前化の範囲を慎重に選ぶ
- 車両制御と安全領域OSに集中
- 開発組織を小さくし迅速に動く

VWの特徴

- 最初はフルスタック全体を目指したが失敗
- 現在は協業を積極活用する現実路線へ

車を動かすソフトウェアの全階層 (車載OS, クラウド連携、自動運転アルゴリズム、チップ設計) を自前でやろうと挑戦