GREENPEACE

変わりゆく構図

東南アジア・中国のEVシフトと日本自動車メーカーが直面する課題



Contents

要旨 3

1. 背景および調査方法 6

2. 世界の販売台数および市場シェアの動向 9

3. 地域別市場分析 13

a. 主要地域における市場シェアの推移 13

b. ケーススタディ: 中国および東南アジアにおける日本自動車メーカーの課題 14

中国および東南アジアのケーススタディから得られる示唆 32

2026年イスラエル・米国のイラン攻撃：構造的脆弱性のストレステスト 34

4. 提言 36

要旨

世界の自動車産業は、電気自動車（EV）の急速な普及に伴う構造転換の渦中にある。市場のEVへの移行は、気候変動への懸念、エネルギー安全保障、クリーン技術を巡る競争、そして再生可能エネルギーのコスト低下によって加速している。大きな温室効果ガス排出源である自動車部門は、化石燃料に依存する交通からの転換を加速させることによって、環境負荷の低減を求める圧力が強まっている。自動車産業調査会社マークラインズ（MarkLines）社のデータに基づくグリーンピース・東アジアの計算によると、2021年から2025年にかけて、世界の新車販売に占めるバッテリー式電気自動車（BEV）の市場シェアは6.5%から17.3%へ上昇した一方、内燃機関車（ICEV）の割合は83.5%から61.7%へと低下した。

世界的なEVシフトの動きは、世界の自動車メーカー間の競争環境を再編しつつある。EV技術と生産能力に集中投資を行ってきた中国メーカーが急速に台頭する一方で、何十年もの間、業界の製造大国であり基準を打ち立てる存在であった日本の自動車メーカーは、市場における自らのポジションを守るべく、EVに特化した競合他社からの強まる圧力に直面している。本報告書では、この構造転換が日本の自動車メーカーの世界市場および地域別市場シェアにどのような影響を与えているかを検証し、そのパフォーマンス変化の背後にある主要な要因を解明する。

本報告書は、2021年から2026年前半までのマークラインズ社の販売データを基に、日本の大手自動車メーカー8社（ホンダ、いすゞ、マツダ、三菱自動車、日産、スバル、スズキ、トヨタ）の動向を、7つの主要市場（中国、欧州、米国、日本、東南アジア、中南米、インド）にわたって追跡分析するものである。また、中国（安徽江淮汽車集団、北汽集団、BYD、長安汽車、奇瑞汽車、東風汽車、第一汽車、広州汽車、吉利汽車、長城汽車、零跑汽車［Leapmotor］、理想汽車［Li Auto］、上海蔚来汽車［NIO］、上海汽車集団、賽力斯集団［Seres］、小米［Xiaomi］、小鵬汽車［XPeng］）、ドイツ（VW、メルセデス・ベンツ・グループ［2021年まではダイムラー・グループ］、BMWグループ）、米国（GMグループ、フォード・グループ、テスラ）、韓国（現代、起亜）の主要競合他社とのパフォーマンスの比較分析を行った。分析対象には、バッテリー式電気自動車（BEV）、プラグインハイブリッド車（PHEV）、ハイブリッド車（HV）、内燃機関車（ICEV）の全パワートレインにおける、スポーツ・ユーティリティ・ビークル（SUV）、多目的車（MPV）、ピックアップトラックを含む乗用車販売実績が含まれる。

主な調査結果

- **日本の自動車メーカーは世界的な競合との戦いで優位性を失いつつある**：世界市場において日系自動車メーカー8社を合算した市場シェアは、2021年の32.7%から2026年上半期には25.9%へと6.8ポイント下落した。同期間中、中国の自動車メーカーは14.7%から27.5%へと急伸し、世界の自動車産業において国別の最大グループとして日本ブランドを追い抜いた。

- **世界のパワートレイン構成は電動化に向けて急速にシフトしている**：世界市場が化石燃料車から移行していくのに伴い、ICEVの市場シェアは2021年の83.5%から2025年には61.7%に低下した。一方で、BEVは10.8ポイント増の17.3%へと拡大し、従来型HVの4.8ポイント増を大幅に上回るペースを見せた。HVの継続的な成長にもかかわらず、BEVおよびPHEVの拡大スピードはそれを遥かに上回っており、日本の自動車メーカーが市場シェアを維持することを困難にしている。
- **自動車メーカー間でレジリエンス（耐性）に偏りが見られる**：トヨタは比較的なレジリエンス（耐性）を示した。同社のグローバル市場シェアは2021年の13.3%から2026年上半期には11.3%へと低下し、相対的におよそ15%減少したものの、従来型HVに対する米国からの強い需要に支えられ、2021年から2025年にかけての販売台数は7.5%増加した。これとは対照的に、ホンダは6.3%から3.9%へ、日産は5.0%から3.3%へと落ち込み、両社ともに世界市場における存在感の3分の1以上を喪失した。これは主要なEV市場における競争力の低さを反映している。
- **世界の主要地域間で鮮明な相違が見られる**：米国と日本は、依然としてICEVが多数を占める最後の主要市場となっている。日本の自動車メーカーは、世界的なシェア低下を、自国市場での圧倒的な優位性（2026年上半期のシェア94.4%）と米国でのHV需要（シェア39%）によって補完している。その他の地域では、中国ブランドや現地ブランドがシェアを伸ばすにつれ、従来型のICEVモデルは競争力のあるEVモデルに押されてシェアを落としており、欧州で1.0ポイント、中南米で4.3ポイント、インドで4.8ポイント、それぞれ日本車のシェアが低下した（図7）。
- **中国と東南アジアでは全車種において日系自動車メーカーのシェアが減少**：中国と東南アジアにおいては2021年から2026年上半期にかけて、全車種に関して日系自動車メーカーの最も劇的なシェア低下が起こった。中国では、パワートレインの深刻なミスマッチにより、日本車のシェアは21.5%から8.5%へと急落した。2025年には中国の全自動車販売の過半数をBEVまたはPHEVが占めていたのに対し、日本ブランドのBEV市場でのシェアはわずか2.3%にとどまり、PHEVに至っては実質的にほぼ皆無であった。一方、東南アジア全域における日本の圧倒的シェアは73.9%から50.9%へと急落した。タイ（63%に低下）、インドネシア（72%）、ベトナム（34%）、マレーシア（21%）において大きなシェア低下が進んだ。これは、中国ブランドを筆頭とするBEVおよびPHEVを展開するメーカーや、地場メーカーが市場シェアを獲得したことによるものである。

本報告書は、日本の自動車メーカー全体における市場シェア不振にある主要な原因について、グローバルな販売戦略において従来型HVやICEVに依存し続けている点にあると結論づけている。この依存により、各社は自動車の電動化へと急速に移行するEVシフトが先行する地域において競合リスクに晒されることとなった。本報告書の結論は、各市場における共通のパターンに基づいている。すなわち、日本の自動車メーカーはBEVの普及率が高い地域（中国、タイ、インドネシア、ベトナム）で市場シェアを最も大幅に失った一方で、ICEVやHVが依然として優勢な地域（米国および日本）では相対的に安定したポジションを維持したという点である。日系自動車メーカーの市場シェア縮小をもたらしたその他の要因としては、中国ブランドとの価格競争の激化、東南アジア近隣諸国における有力な現地メーカーの台頭、そして各国の個別の情勢などが挙げられる。今後の重

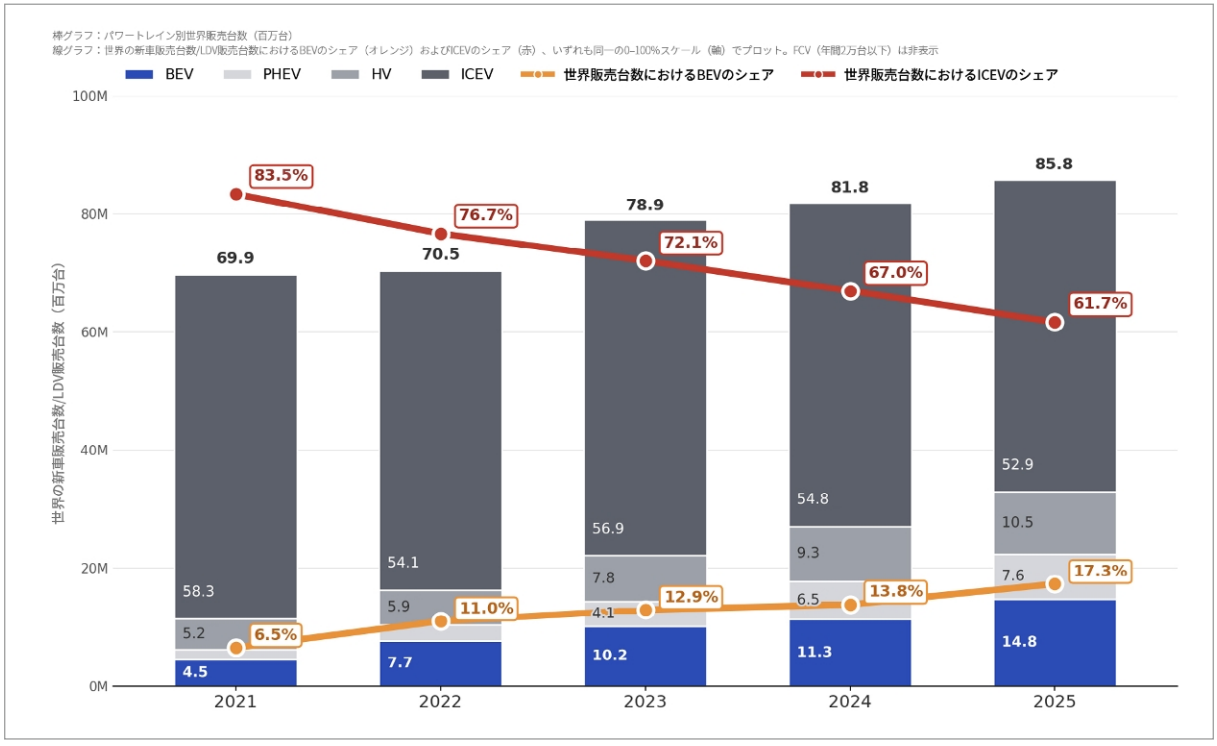
要な考慮要素として、HVには温室効果ガス排出量の削減効果に限界があり、厳格なEV義務化や積極的な気候変動対策政策を実施している地域において、日本の自動車メーカーは脆弱な立場に置かれるという点が指摘される。

市場シェアを回復し、気候変動対策に意義ある貢献を果たすため、日本の自動車メーカーはBEV専用プラットフォームの展開を加速させ、現地サプライチェーンを強化し、ソフトウェア定義車両（SDV）技術へより重点的な投資を行わなければならない。またこれらの取り組みは、ライフサイクル全体の排出量に関する透明性の高い情報開示、自動車製造に使用される鉱物や金属の責任ある調達、そして車両のライフサイクル全体を通じた化石燃料依存の明確な低減と並行して進められるべきである。

1. 背景および調査方法

世界の自動車産業は、EVの普及加速を主因として急速な構造転換の真っ只中にある。このシフトは、気候変動への懸念の高まり、エネルギー安全保障上の配慮、クリーンエネルギー技術を巡る競争の激化など、複数の要因が重なり合って推進されている。2021年から2025年にかけて、新車販売全体に占めるBEVの世界市場シェアは6.5%から17.3%へと上昇した一方、ICEVの割合は同期間中に83.5%から61.7%へと低下した（図1）。実数ベースで見ると、世界の新車販売総数が約23%増加したにもかかわらず、世界のICEV販売台数は2023年に一時的な回復を見せたものの、2021年の約5,830万台から2025年には5,290万台へと減少した。世界最大の自動車市場である中国では、ICEVからの脱却が特に顕著であり、2025年までにBEVとPHEVの合計で新車販売の51.8%を占めるようになった一方、ICEVの販売台数は1,720万台から1,310万台へと実数で約23%減少した。

図 1. パワートレイン別の世界新車販売台数と世界の販売台数に占めるBEVシェアの推移（%）、2021年～2025年[1]



出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

運輸部門の急速な電動化は、グローバルな自動車メーカー間の競合構図を根本から再編しつつある。高度なEV技術や生産能力を備えた新興メーカーが台頭し、既存の大手自動車企業の確固たる地位を揺るがしている。かつて世界市場を席巻した日本の自動車メーカーは、現在、EVに強みを持つ競合他社との激しい競争に直面しており、自らの市場ポジションを維持するための圧力に常

に晒されている。このような背景のもと、本調査は、EVシフトが日本の自動車メーカーのグローバルおよび地域別の市場シェアにもたらす影響を検証し、その競争力に影響を与える主要な要因を解明することを目的とする。

日本の自動車メーカーは、以下に述べるように、車両の電動化に向けて著しく異なるアプローチを推進している。トヨタは、HV、PHEV、BEV、燃料電池車（FCEV）、水素エンジン車、その他の技術を網羅するマルチパスウェイ戦略を基本軸としてアプローチを展開し続けている。同社は、自らのアプローチについて、各地域の市場環境、消費者ニーズ、エネルギー体系、技術の成熟度の違いを反映したものであると主張する[2]。しかし、HVやその他内燃機関ベースの技術への継続的な重視や、短中期におけるBEV生産計画の縮小は[3]、急速に電動化が進む市場において求められる規模とスピードでBEVの展開を実現できるのかという疑問を抱かせるものとなっている。

他の日本の自動車メーカーも、それぞれ異なる技術の組み合わせやスケジュールを採用している。ホンダは以前、2040年までにグローバル販売の100%をBEVおよびFCEVにする目標を掲げていたが、2026年にこの長期目標および2030年のEV販売目標を取り下げ、代わりにHVの生産強化へ比重を移した[4]。日産は、他の多くの日本企業よりも電動化に注力する姿勢を維持しているものの、BEVとハイブリッド技術の両方を模索する立場をとっている[5]。マツダ、三菱、スバル、スズキも同様に、BEVの投入と、それぞれ異なる程度のHVおよびPHEVへの依存を組み合わせている。スズキの戦略では、日本よりも欧州で大幅に高いBEV比率を割り当てている一方、三菱は引き続きPHEVおよびパートナー企業供給型BEVを優先している[6]。商用車を中心に事業展開するいすゞは、BEV、燃料電池、効率的な内燃機関技術、カーボンニュートラル燃料を含むマルチパスウェイ・アプローチを推進している[7]。いすゞのアプローチは商用車特有の運用上およびインフラ上の制約を反映したものであるが、内燃機関ベースのソリューションへの継続的な依存は、特にBEV技術や充電インフラが進歩し続ける中で、ゼロエミッション・パワートレインへの移行スピードを制限する可能性がある。

企業戦略を評価する際には、各社が採用する多様なアプローチが考慮される必要がある。しかし共通の判定基準となるのは、気候変動対策の目標に整合した移行に必要なスピードで、単に「電動車（electrified）」とラベル付けされた車両ではなく、真のゼロエミッション車の生産を拡大するために透明性があり、期限が定められた、十分に野心的な計画を各社が有しているかどうかである。単に「電動車」と標榜された車両に対するこの明確化は重要である。なぜなら、HVおよび大半のPHEVは内燃機関を維持しており、走行時に排出ガスを出し続けているからである。国際クリーン交通委員会（ICCT）による『2025年グローバル自動車メーカーランキング』では、日産とマツダがBEVの技術的パフォーマンスの向上によりスコアを改善したものの、トヨタ、ホンダ、日産、マツダ、スズキの5社は、小型車におけるゼロエミッション車（ZEV）への移行において「移行遅延（laggards）」に分類された[8]。

実証的な分析結果を提示する前に、本報告書ではその対象範囲、調査手法、およびデータ情報源の概要を説明する。本分析は、2021年から2026年6月までのセダン、SUV、MPV、ピックアップトラ

ックを含む小型乗用車の新車販売を対象としている。また、ガソリン車およびディーゼル車を含むICEV、HV、PHEV、BEVを網羅し、パワートレイン構成の変化とともに市場シェアの動向を評価する。販売台数およびパワートレインの区分は、主にマークラインズ社のデータに基づいている。

本報告書は、ホンダ、いすゞ、マツダ、三菱自動車、日産、スバル、スズキ、トヨタの日本の自動車メーカー8社に焦点を当てている。これら8社を合わせると、2025年の世界乗用車販売台数の26.2%を占めている。いすゞは商用車販売を主事業としているものの、日本の自動車生産や東南アジアの主要市場において重要な位置を占めていることから、本分析に含まれている。したがって、その結果の解釈にあたっては、車両セグメントや用途の違いに適切な注意を払う必要がある。

比較のため、本分析では中国[9]、ドイツ、米国、韓国の主要な自動車メーカーも対象としており、販売台数および対象市場における関連性を考慮して選定された。これら日本以外の自動車メーカー4グループを合わせると、2025年の世界乗用車販売台数の62.2%を占め、日本の自動車メーカー8社と合わせると、本データセットは世界市場の88.3%をカバーすることになる。表1は、本分析に含まれる自動車メーカーグループの詳細な内訳を示している。

表 1. 本分析に含まれる中国、ドイツ、米国、韓国の自動車メーカー

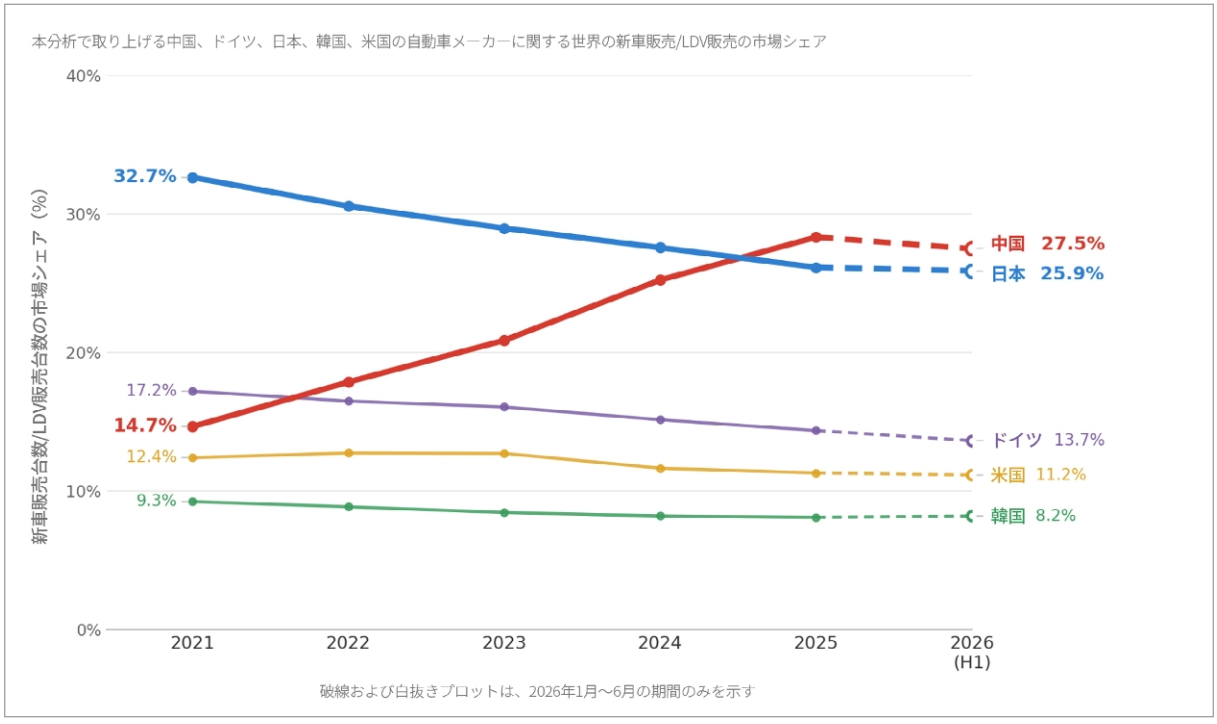
中国	安徽江淮汽車集団、北汽集団、BYD、長安汽車、奇瑞汽車、東風汽車、第一汽車、広州汽車、吉利汽車、長城汽車、零跑汽車 [Leapmotor]、理想汽車 [Li Auto]、上海蔚来汽車 [NIO]、上海汽車集団、賽力斯集団 [Seres]、小米 [Xiaomi]、小鵬汽車 [XPeng]
ドイツ	VW、メルセデス・ベンツ・グループ [2021年まではダイムラー・グループ]、BMWグループ
米国	GMグループ、フォード・グループ、テスラ
韓国	現代、起亜

本研究で採用している地理的定義は以下の通りである。欧州地域には、オーストリア、ベルギー、ブルガリア、チェコ、クロアチア、デンマーク、エストニア、フィンランド、フランス、ドイツ、ハンガリー、ギリシャ、アイルランド、イタリア、オランダ、ノルウェー、ポーランド、ポルトガル、ルーマニア、スロバキア、スロベニア、スペイン、スウェーデン、スイス、英国、ルクセンブルクが含まれる。東南アジアには、インドネシア、マレーシア、ミャンマー、フィリピン、タイ、ベトナムが含まれる。ラテンアメリカは、アルゼンチン、ブラジル、チリ、コロンビア、メキシコ、ペルーを対象としている。なお、地理的にこれらの地域に属する一部の国については、マークライン社のプラットフォーム上において該当する販売データが入手不能であったため除外されている点に留意されたい。

2. 世界の販売台数および市場シェアの動向

図2は、2021年から2026年上半期までの期間において、世界の自動車市場シェアの推移を各メーカーの本拠地国別で示しており、いくつかの注目すべき動向が浮かび上がっている。最も顕著な変化は、日本の自動車メーカーの急激な低迷であり、その世界市場シェアは2021年の32.7%から2026年上半期には25.9%へと低下し、6.8ポイントの減少を記録した。このシェア縮小は、同期間中に14.7%から27.5%へと急拡大し、本分析の対象となった自動車メーカーおよび市場において、国別グループとして最大規模の勢力として日本を追い抜いた中国ブランドの大幅な躍進とは対照的である。一方、ドイツのメーカーも17.2%から13.7%へと顕著な縮小を経験した。米国に本拠を置く自動車ブランドは12.4%から11.2%へとわずかな減少にとどまり、韓国の自動車メーカーも9.3%から8.2%へと低下した。これらの販売数値は、日本の自動車メーカーが特に中国の競合他社に対して最も大きなシェアを奪われるという顕著な競争的代替を浮き彫りにしており、他の主要国・地域のブランドが緩やかな減少にとどまる中で、グローバルな自動車産業構造の再編において日本が抱える独自の脆弱性を際立たせている。

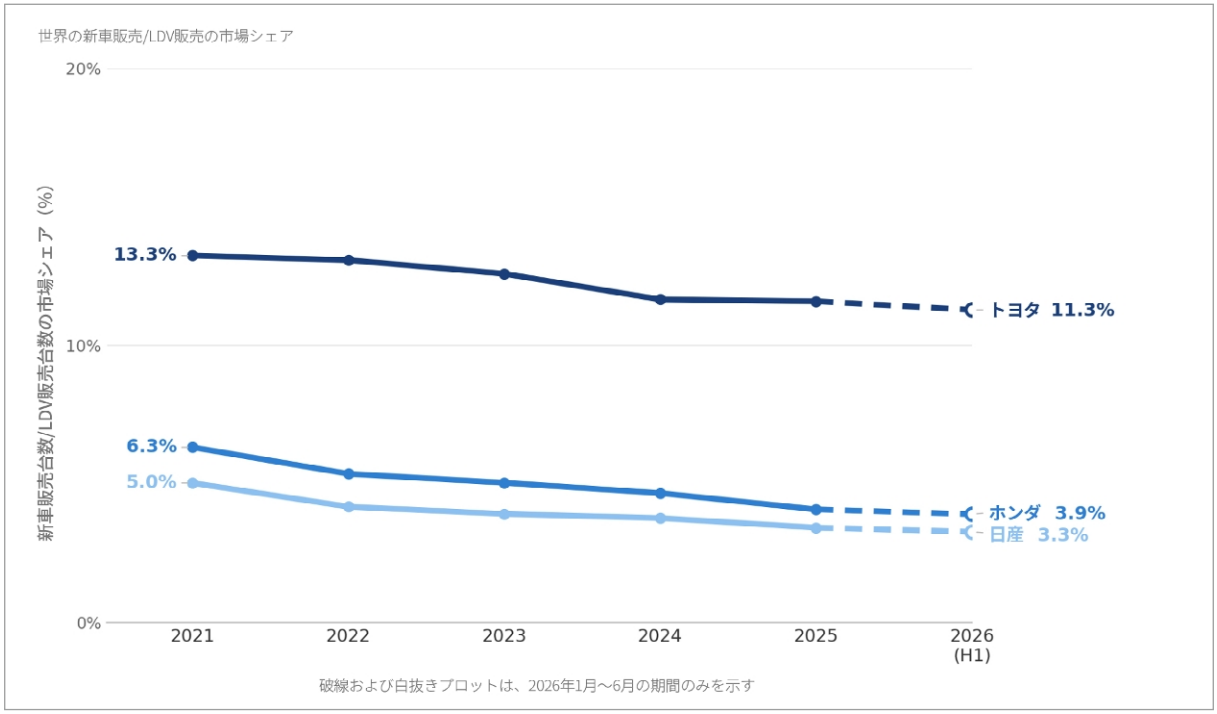
図 2. 自動車メーカーの本拠地国別における世界市場シェアの推移（2021年〜2026年）



出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

日本の自動車メーカーの中では、トヨタ、ホンダ、日産が販売台数の上位3社を占めている。図3は、これら日本の大手3社における2021年から2026年上半期までの世界市場シェアの変化を示したものであり、同期間中に3社すべてが顕著な低下を記録した。3社の中で首位に立つトヨタは、市場シェアが2021年の13.3%から2026年上半期には11.3%へと微減し、2ポイントの減少となった。ホンダは6.3%から3.9%へとより明確な減少を示し、日産も同期間中に5.0%から3.3%へと低下した。全体として、これらの動向は、日本の自動車産業が直面する広範な競争圧力から免れた主要な日本ブランドが存在しなかったことを示しており、ホンダと日産はそれぞれ2021年時点のシェアの3分の1以上を失うこととなった。特にトヨタの低下幅は、依然として負の傾向ではあるものの相対的には限定的であり、国内競合他社と比較して一定の耐性を備えていることを示唆している。総じて、これらのデータは日本の伝統的な自動車主要ブランドが一律に弱体化していることを強調するものであり、とりわけ日産とホンダの落ち込みが最も深刻であることから、激化する競合環境の中で日本の自動車メーカーが世界的拠点を維持する上で直面している課題の大きさを裏付けている。

図 3. 日本の主要自動車メーカー3社の世界市場シェア（2021年〜2026年）



出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

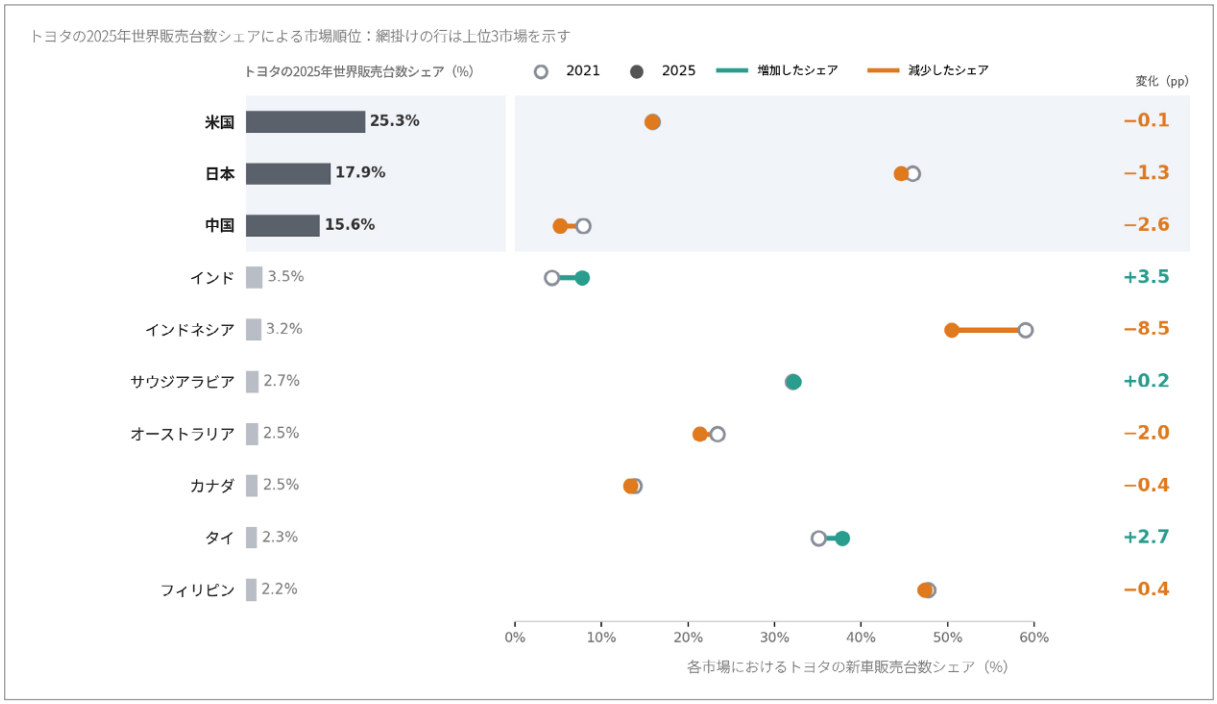
2021年から2025年にかけての、トヨタ、ホンダ、日産における主要上位10市場での市場シェアの分析は異なる。なお、これらの上位市場は各メーカーの2025年販売台数の78%〜93%を占めている（トヨタ：78%、ホンダ：93%、日産：87%）。

第一に、これら3社は主要上位10市場の大半で市場シェアの低下を経験した。特に注目すべきは、同期間においてホンダと日産の2社が市場シェアを拡大できたのは、上位10市場のうちわずか1市場

のみにとどまった点である。第二に、中国は3社すべてが大幅なシェア縮小に直面した市場として際立った。2021年から2025年の間に、中国におけるトヨタ、ホンダ、日産の市場シェアは、それぞれ2.6ポイント、5.0ポイント、3.2ポイント低下した。中国がこれら3社にとって第2位または第3位の規模を誇る主要市場であることを踏まえると、同国で被ったシェア損失は、各社の世界市場シェア全体の低下の一因となっている。さらに、インドネシアもトヨタとホンダにとって深刻な課題を突きつけており、同期間における同国での両社のシェアはそれぞれ8.5ポイントおよび4.4ポイント低下した。

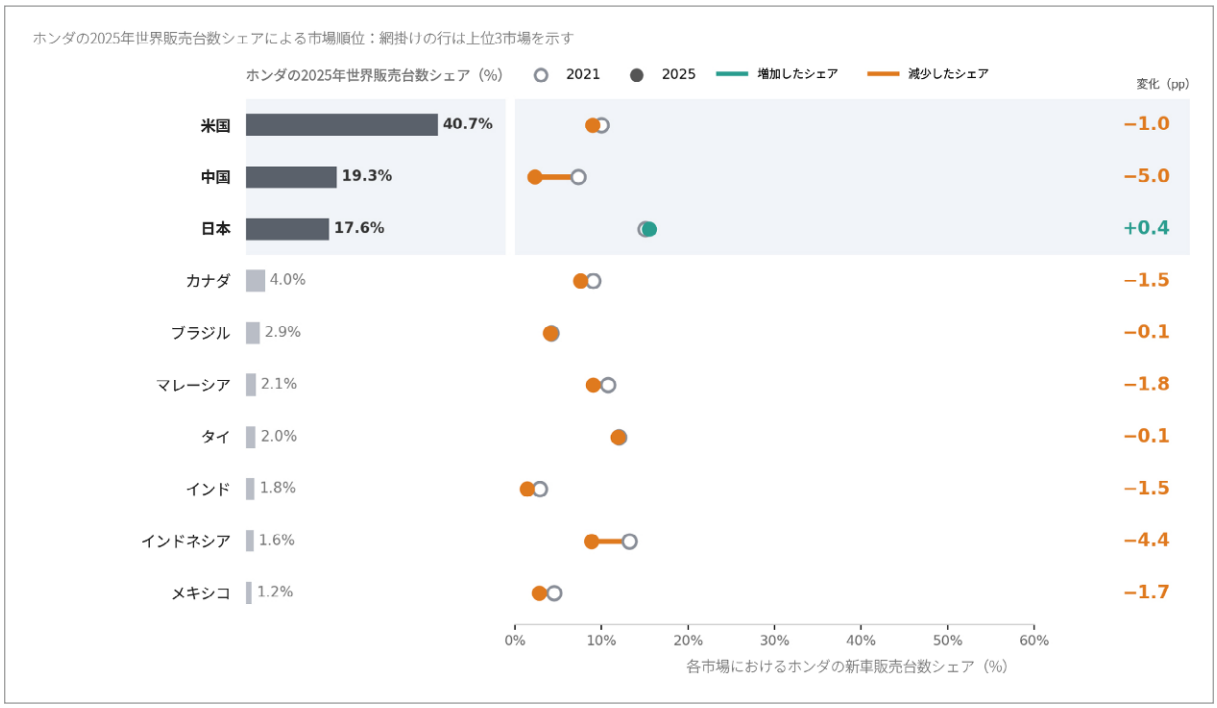
対照的に、3社は最大の単一市場である米国において市場ポジションを維持している。2025年の米国におけるトヨタの市場シェアは2021年の水準近くを維持し、ホンダと日産も2021年と比較してわずかな減少にとどまり、比較的に安定したシェアを維持した。米国市場におけるこの相対的な耐性は、他地域での損失をある程度相殺する役割を果たしている。

図 4. トヨタの主要上位10市場における市場シェアの変化（2021年〜2025年）



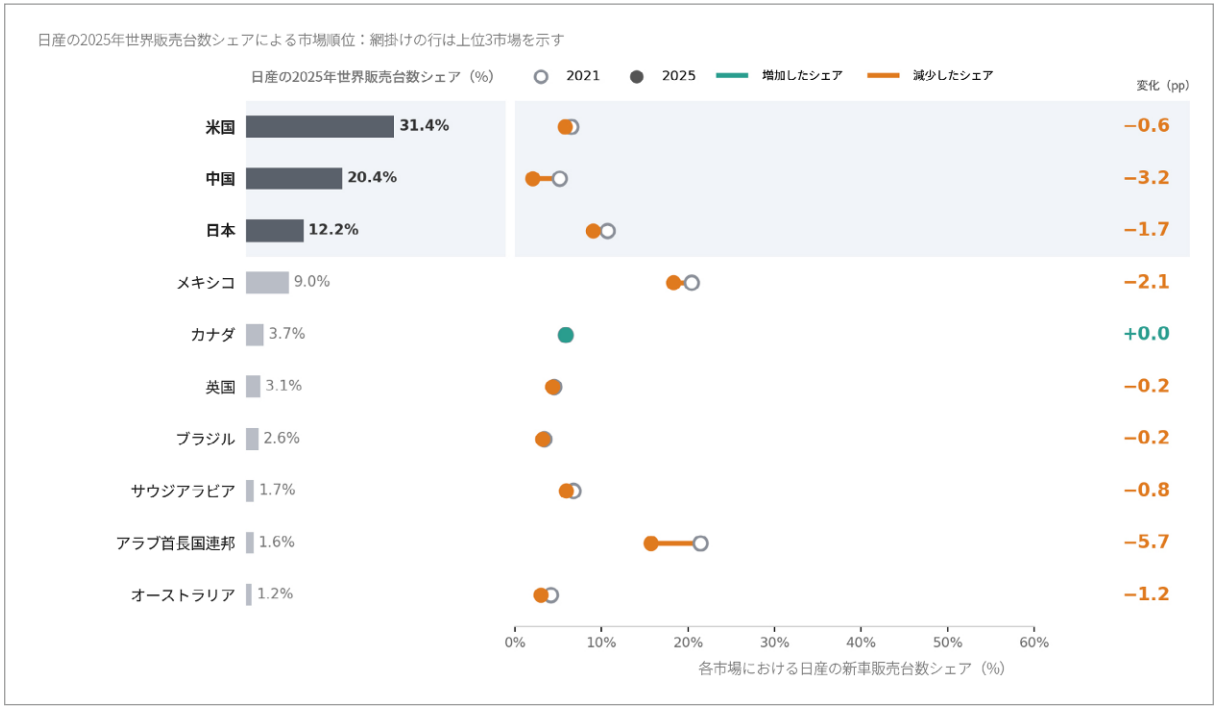
出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

図 5. ホンダの主要上位10市場における市場シェアの変化（2021年〜2025年）



出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

図 6. 日産の主要上位10市場における市場シェアの変化（2021年〜2025年）



出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

3. 地域別市場分析

a. 主要地域における市場シェアの推移

本節では、主要な地理的地域における日本の自動車メーカーの市場シェア動向を検証し、大幅な縮小を経験した地域を特定するとともに、この低下をもたらしている根本的な課題を分析する。

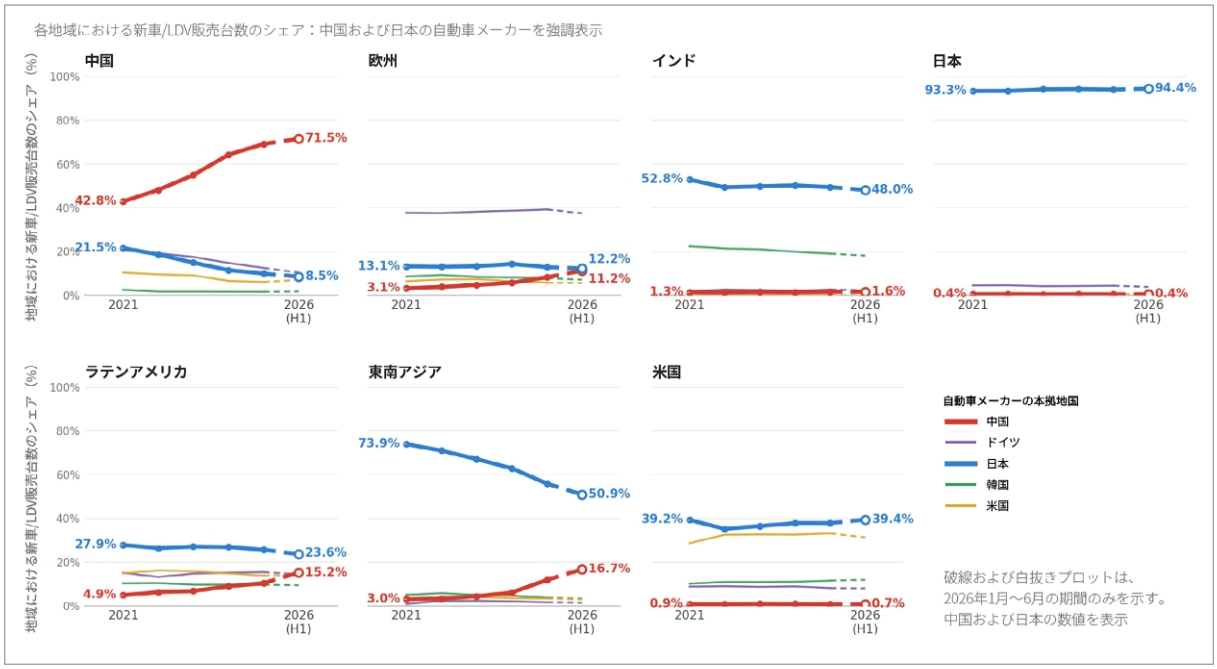
本分析の対象地域には、中国、欧州、米国、日本、東南アジア、ラテンアメリカ、インドが含まれる。これら7つの地域は、日本の自動車メーカーにとっての戦略的重要性を踏まえて選定されたものであり、合計で世界総販売台数の約87.4%を占めている。

図7は、2021年から2026年上半期にかけての、これらの地域における他の主要自動車グループに対する日本の自動車メーカーの市場シェア推移を示している。全体として、日本の自動車メーカーは自国市場および米国において強固な存在感を維持している。日本国内においては依然として市場を支配しており、2026年上半期時点で自動車総販売台数の94.4%を占めている。米国においては、日本の自動車メーカーはトップクラスの販売実績を誇るブランドであり、その合計市場シェアは本調査対象期間を通じて35%から39%の間で推移している。

インド、欧州、およびラテンアメリカにおいて、日本の自動車メーカーは本分析の対象期間中に緩やかなシェア低下を示した。インドでは、2021年から2026年上半期にかけて市場シェアが4.8ポイント縮小したものの、依然として市場の約半数を占める最も人気の高いブランドグループにとどまっている。ラテンアメリカと欧州における市場シェアは、それぞれ4.3ポイントおよび1.0ポイント減少した。特に注視すべき点として、これら両地域において日本の自動車メーカーは中国メーカーからの増大する競争圧力に直面している。2026年上半期までに、中国の自動車メーカーは欧州において日系自動車メーカーに迫る市場シェアを獲得しており、ラテンアメリカにおいてもその差を急速に縮めつつある。

分析対象とした主要地域の中で、中国と東南アジアは日本の自動車メーカーにとって最も深刻な課題を突きつけている。中国における日系自動車メーカーの市場シェアは、2021年の21.5%から2026年上半期には8.5%へと急落し、13.0ポイントという大幅な縮小を記録した。東南アジアにおける状況はさらに顕著である。歴史的に同地域を席巻してきた日本の自動車メーカーは、2021年時点で73.9%という圧倒的な市場シェアを誇っていた。しかし、日系自動車メーカーが長年築いてきた地位は、中国メーカーが主導するBEVおよびPHEVへのシフトによって浸食されつつある。同地域における中国ブランドの販売比率は、2021年には97.5%がICEVであったのに対し、2025年には73%がBEVまたはPHEVへと逆転した。2026年上半期までに、東南アジアにおける日系自動車メーカーの販売シェアは50.9%へと急落し、同期間中に23.0ポイントもの劇的な減少を示す結果となった。

図 7. 主要地域における自動車メーカー本拠地国別の市場シェア推移（2021年〜2026年）



注：2026年は上半期データのみ。
出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

b. ケーススタディ: 中国および東南アジアにおける日本自動車メーカーの課題

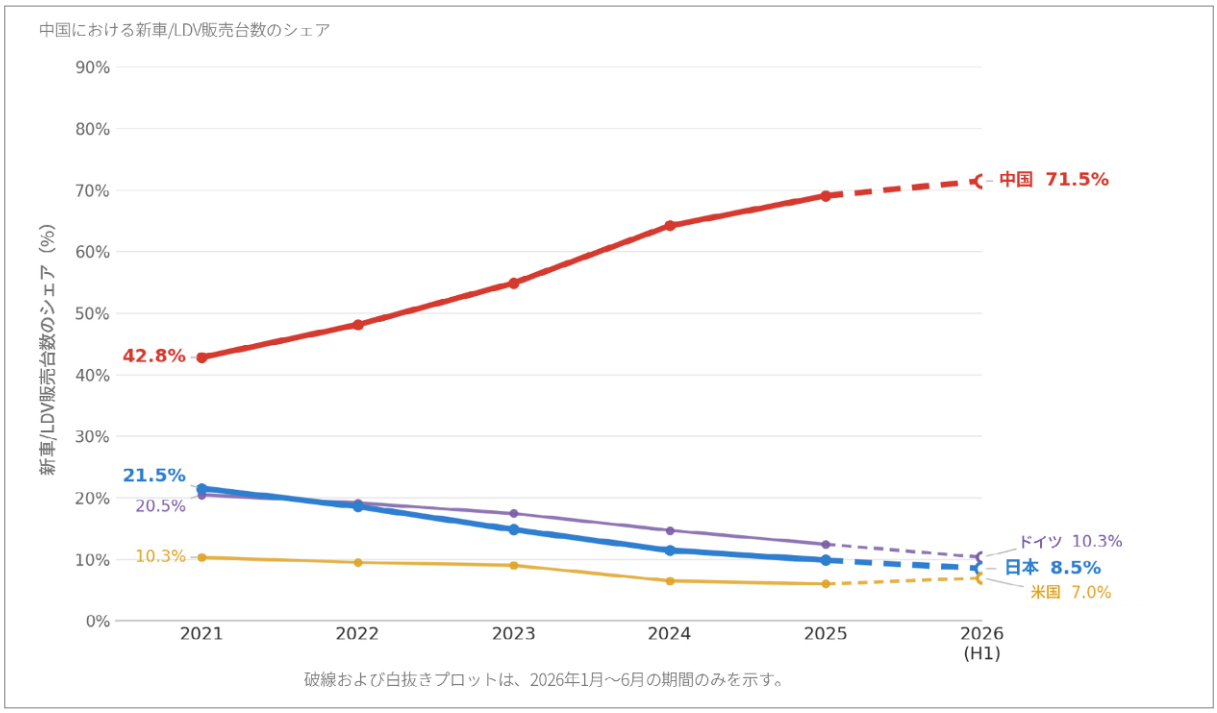
前述の分析に基づくと、中国および東南アジアは、日本の自動車メーカーが最も急速な市場シェアの縮小を経験した地域として際立っている。本節ではこれら2つの地域に焦点を当て、販売低迷をもたらしている根本的な課題について詳細な考察を行う。

中国

中国においては、すべての外国ブランドが現地中国のメーカーとの激しい競争に直面してきた。2021年時点では、外国系自動車メーカー上位3か国（ドイツ、日本、米国）が同国の乗用車市場の約52.3%を占めていた（図8）。しかし、2026年上半期までに、これら3か国の合計販売シェアは約25.8%へと半減した。対照的に、中国ブランドは大幅な拡大を記録し、2021年の42.8%から2026年上半期には71.5%へと急上昇した。

外国ブランドの中でも、日本の自動車メーカーは最も深刻な打撃を受け、同期間中に市場シェアの半分以上を失うこととなった。2021年時点で日本のメーカーは中国の現地ブランドに次ぐ第2位に位置していたが、2022年までにはドイツの自動車メーカー（19.2% 対 18.6%）の後塵を拝し、第3位へと後退した。

図 8. 中国における自動車メーカーの本拠地国別市場シェア（2021年〜2026年）

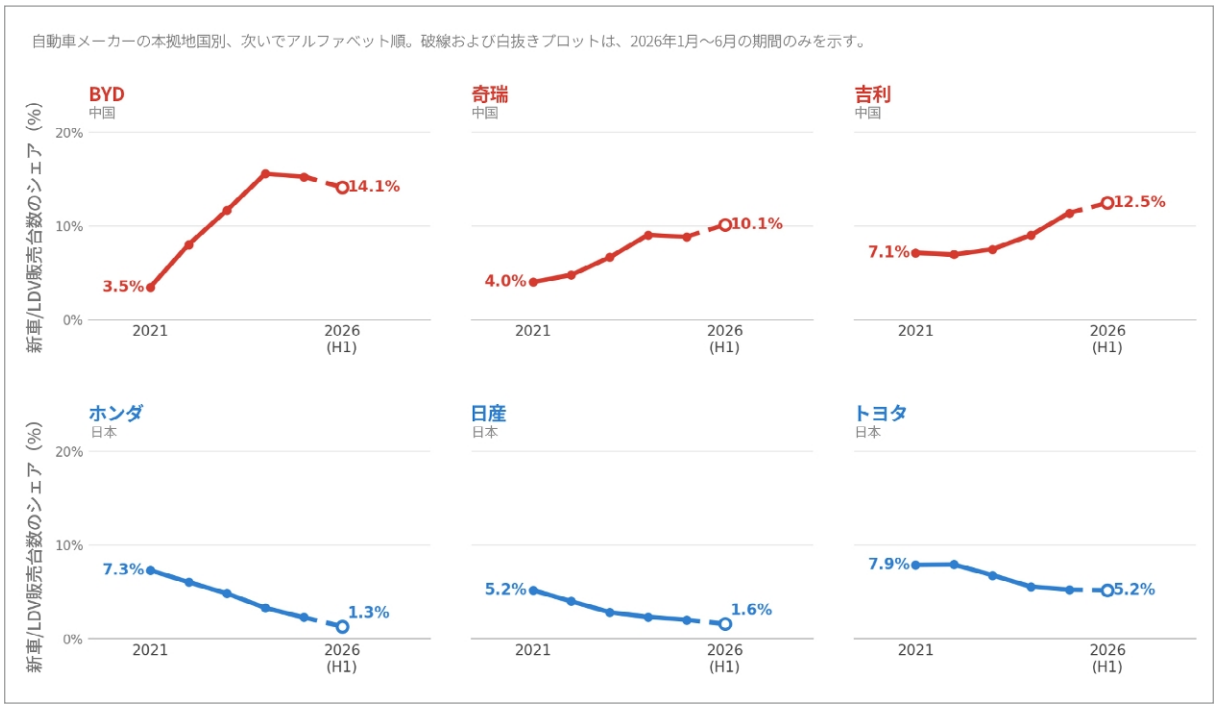


出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

図9は、2021年から2026年上半期にかけての中国における主要な日本自動車メーカーの市場シェアの推移を、中国の主要メーカーと比較して示している。同期間中、ホンダと日産は特に急激な落ち込みを経験し、それぞれの市場シェアは2021年の7.3%および5.2%から、2026年上半期までにわずか1.3%および1.6%へと低下した。これらの著しい販売シェア減少は、中国市場において両社の重大な競争上の課題を浮き彫りにしている。一方、トヨタの市場シェアも縮小し、同期間中に2.7ポイント減少した。

特筆すべき点として、2021年時点ではホンダとトヨタの双方が、BYD、吉利（Geely）、奇瑞（Chery）といった中国の主要メーカーを上回る市場シェアを保持していた。しかし、2026年上半期までに日本の大手3社すべてがこれら中国の競合他社に追い抜かれており、中国国内における現地ブランドの急速な台頭を反映する結果となっている。

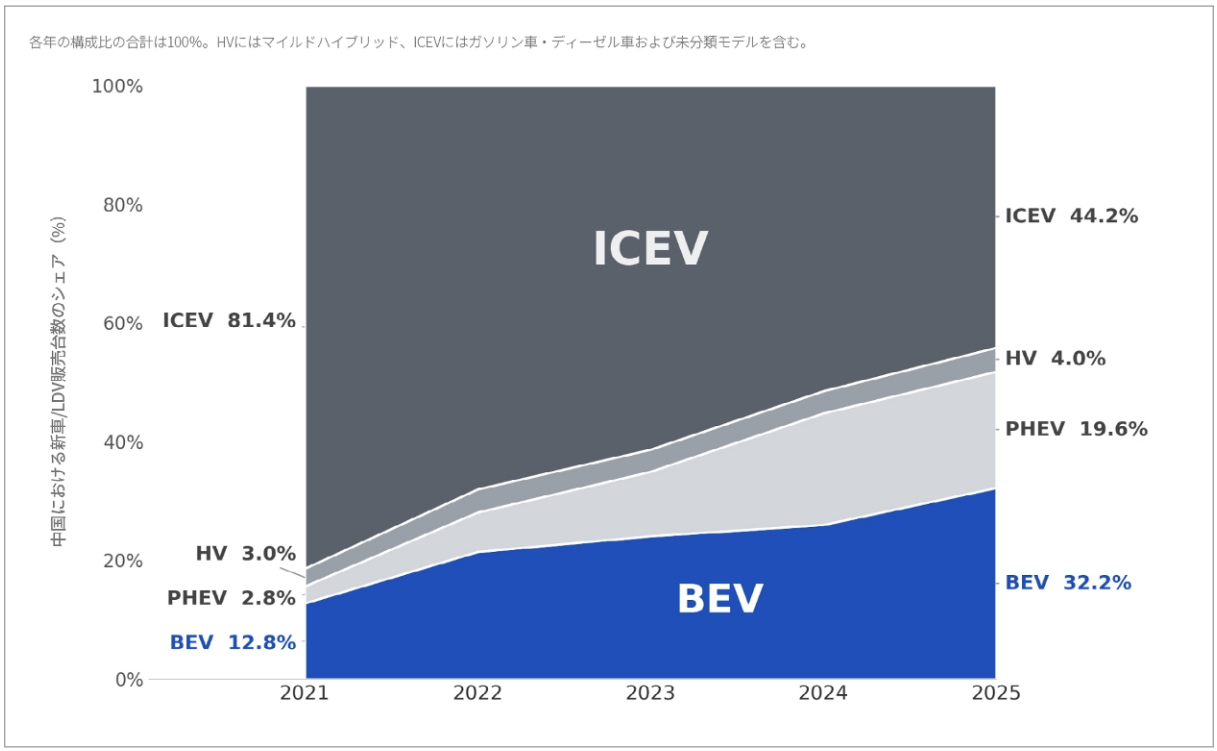
図 9. 中国における主要自動車メーカーの市場シェア（2021年〜2026年）



出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

中国市場における日本自動車メーカーの急激な減退は、同国のEVシフトの速度に追従できていない現状を反映している。中国の競合他社は新モデルをよりスピーディーに市場投入し、国内で高度に統合されたバッテリーおよびEVサプライチェーンの恩恵を享受するとともに、新型エネルギー車（NEV）の開発と普及に向けた手厚い政府支援を受けている[10]。図10は、2021年から2025年にかけての中国におけるパワートレイン構成比の劇的な変化を示している。この期間において、ICEVのシェアは2021年の81.4%から2025年には44.2%へと激減した。対照的に、BEVおよびPHEVは大幅な成長を記録し、それぞれ19.4ポイントおよび16.8ポイント上昇した。2025年までに、BEVとPHEVを合わせた市場シェアは中国の自動車市場全体の50%以上を占めるに至っており、電動化に向けた構造変化の規模と速度を物語っている。

図 10. 中国におけるパワートレイン別新車販売台数シェア（2021年～2025年）



出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

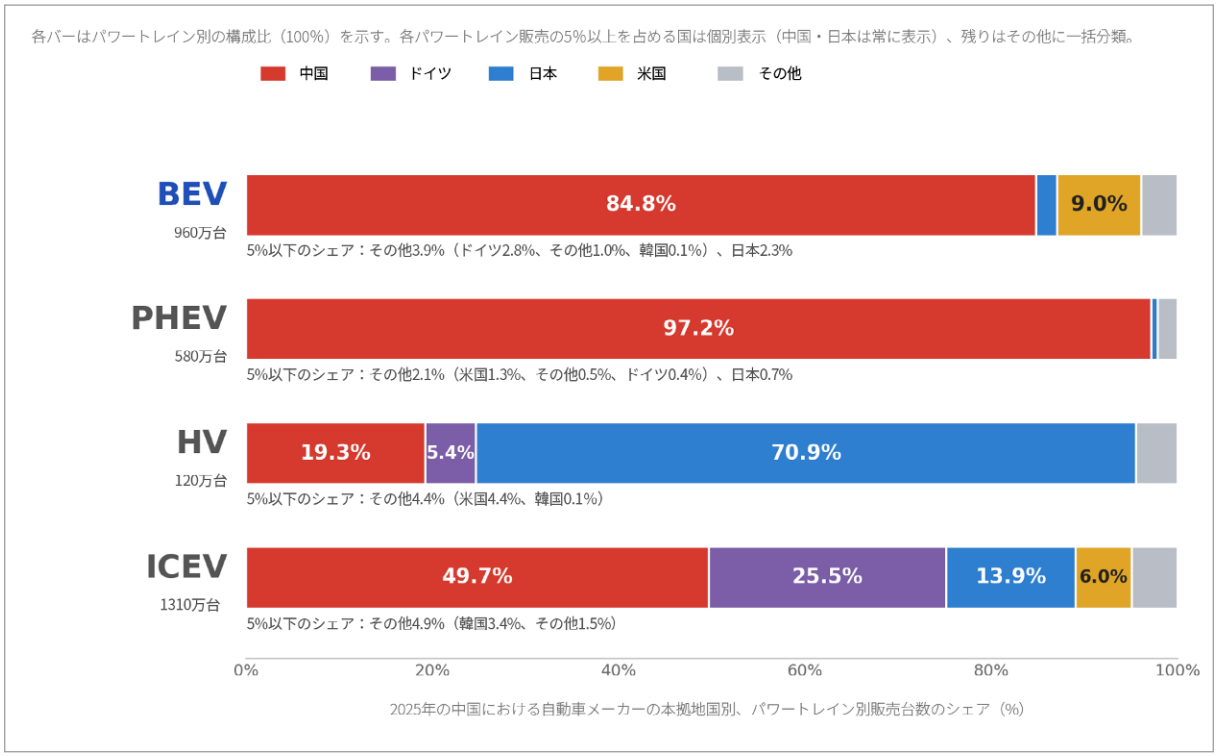
日本の自動車メーカーは中国の急速なEVシフトのスピードに追従できず、BEVおよびPHEV市場における存在感は依然として限定的にとどまっている。2025年のBEV市場において、日系自動車メーカーの販売シェアはわずか2.3%であったのに対し、中国メーカーが84.8%という圧倒的なシェアを占めた。PHEV分野においても、中国ブランドが市場を完全に掌握しているため、日系自動車メーカーの存在感は実質的に皆無である。

日系自動車メーカーはHV分野で強固なポジションを維持しており、2025年の中国HV市場で70.9%のシェアを占めている。しかし、中国におけるHVカテゴリーの成長は鈍化しており、2021年から2025年にかけての市場シェアの上昇幅はわずか1.0ポイントにとどまり、市場全体に占める割合もわずか4%にとどまっている。この緩やかな拡大では、急速に拡大するBEVおよびPHEV分野における日系自動車メーカーの需要獲得の遅れを補うには至っておらず、中国の加速する電動化の潮流においてハイブリッド技術へ過度に依存したことの戦略的誤算を浮き彫りにしている。

中国のEV市場の成功は、同国の政策枠組みを反映したものである。中国の政策では、新エネルギー車（NEV）をBEV、PHEV、および燃料電池車（FCEV）と定義しており、従来のHVはこのカテゴリーから除外され、省エネ型のICEVとして扱われる。その結果、主要な電動化に関する優遇措置はHVではなくNEVに集中的に適用されてきた。2025年における中国政府による電気自動車支援策の90%以上を占めたNEV購入税免除や、NEV[11]向けの下取り補助金の増額 といった一連の施策は、HVと比較してBEVおよびPHEVの相対的な購入コストを引き下げる役割を果たした。NEVの開

発・投入を優先してきた中国メーカーがこれらの導入施策から恩恵を受ける優位な立場を得た一方で、中国における電動車ラインナップがHVに偏重していた日本の自動車メーカーは、こうした優遇措置の恩恵からほぼ除外される格好となった。

図 11. 中国における自動車メーカーの本拠地国別・パワートレイン別販売台数（2025年）



出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

東南アジア

東南アジアは、日本の自動車メーカーが歴史的に圧倒的な優位性を誇ってきた市場である。2021年時点で、日本の自動車メーカーは同地域における新車販売台数の74%近くを共同で占めていた（図7）。販売面にとどまらず、東南アジアは日本の自動車メーカーにとって重要な生産拠点でもある。例えば、トヨタ、ホンダ、日産、三菱自動車はタイに大規模な生産能力を構築しており、同地域における車両生産・組み立ての大部分を同国で行っている。

しかしながら、EVシフトが加速するにつれ、東南アジアにおける日本の自動車メーカーの支配的地位は増大する脅威に晒されている。過去数年間にわたり、同地域において日系自動車メーカーは急激な市場シェアの喪失を経験してきた。本節では、東南アジアの主要自動車市場（すなわちインドネシア、タイ、マレーシア、ベトナム）における日本の自動車メーカーの業績を検証し、その市場における存在感の低下をもたらしている主な課題を分析する。

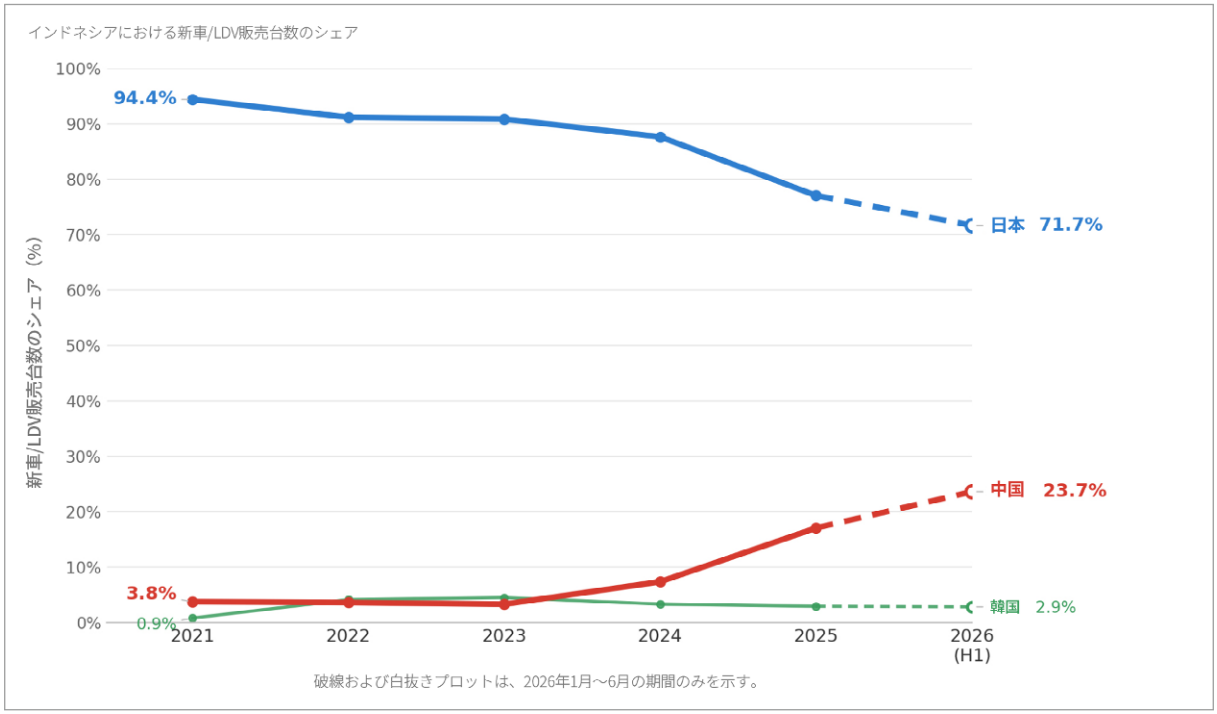
インドネシア

伝統的にインドネシアは、日本の自動車メーカーがほぼ独占的な地位を確立してきた市場であり、2021年にはその合計市場シェアが95%近くに達していた。しかし、インドネシアのEVシフトが加速するに伴い、日本の自動車メーカーの優位性は崩れ始めている。2026年上半期までに、インドネシアにおける日系自動車メーカーの市場シェアは71.7%へと縮小した（図12）。これは2021年の水準から約23ポイントという劇的な減少である。対照的に、中国の自動車メーカーは急速に存在感を拡大しており、その市場シェアを2021年の約4%から2026年上半期には約24%へと急増させた。

インドネシアで事業を展開する主要な日本自動車メーカーの中では、トヨタが最もシェアの低下を経験し、その市場シェアは2021年から2026年上半期にかけて約9ポイント減少した（図13）。ホンダと三菱自動車も同様に大幅な低下を記録し、同期間中にそれぞれのシェアは6.9ポイントおよび5.6ポイント減少した。一方、2021年時点ではインドネシア市場で存在感を示していなかったBYDや奇瑞汽車（Chery）をはじめとする中国メーカーは、2026年上半期までにそれぞれ8.0%および7.7%の市場シェアに達し、ホンダやスズキといった既存の主要メーカーを追い抜いた。

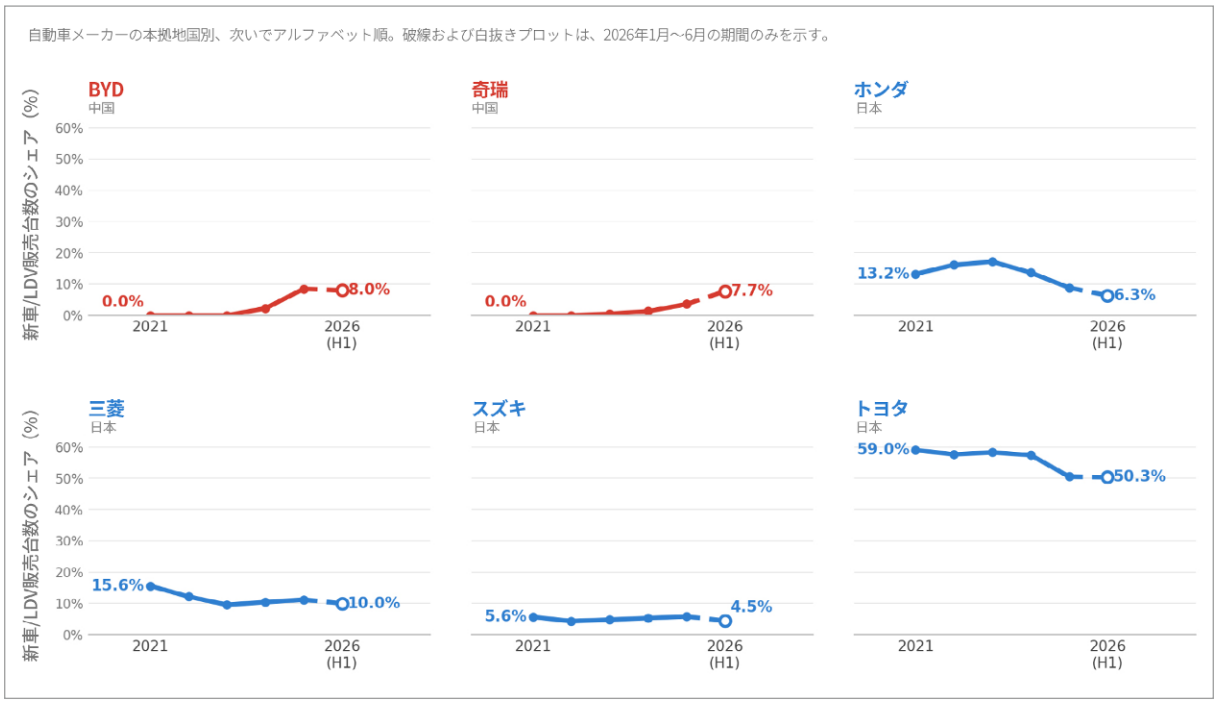
この成長は、主に電動化モデルによって牽引されている。BYDはインドネシアにおいてBEVおよびPHEVのみを販売しており、2021年には皆無であった中国ブランド全体の販売のうち、2026年上半期にはBEVとPHEVが91%を占めるに至った。Cheryは依然としてICEVも販売しているが（2026年上半期における同社のインドネシア販売の15%）、この事実は市場シェアの流動が単なるブランドの発祥国によるものではなく、ICEVからBEVへの構造的移行を反映していることを物語っている。

図 12. **インドネシアにおける自動車メーカーの本拠地国別市場シェア（2021年〜2026年）**



出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

図 13. インドネシアにおける主要自動車メーカーの市場シェア（2021年〜2026年）

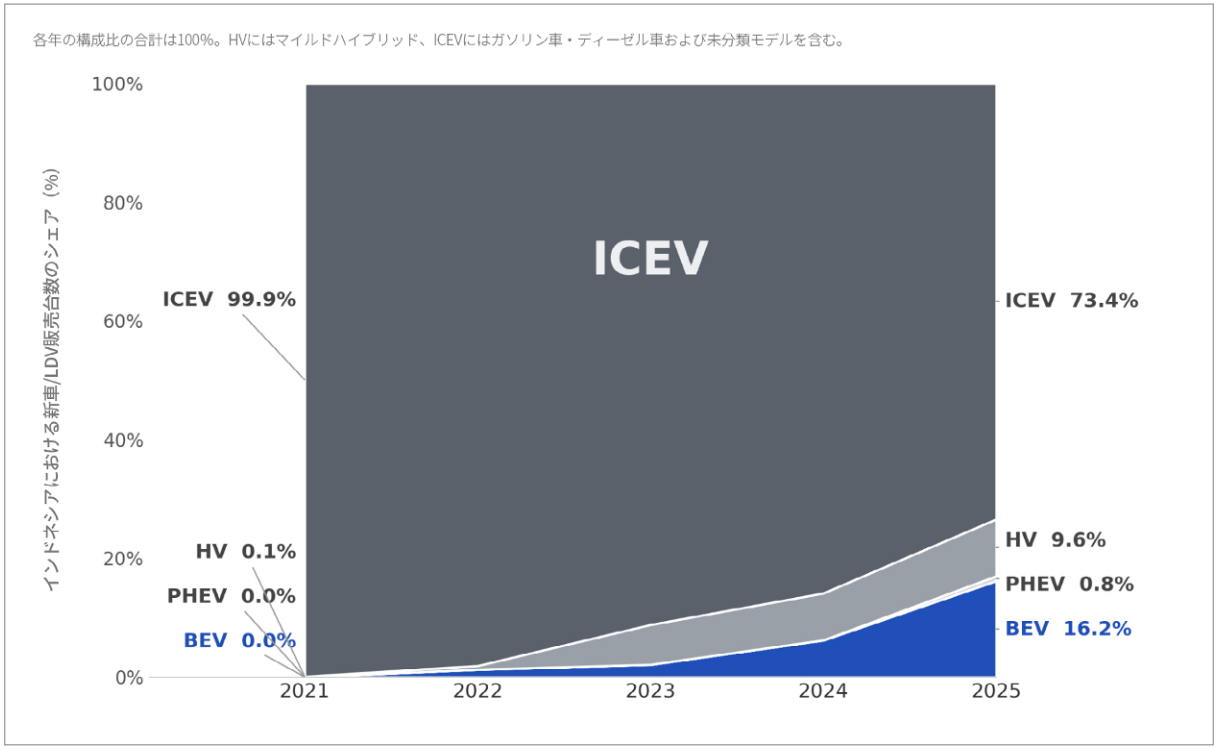


出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

日本の自動車メーカーの失速と、それに伴う中国競合他社の台頭は、インドネシアにおける急速なEV移行に大きく起因している。EV普及を促進するための政府の補助金や税制優遇措置を追い風に、インドネシアのBEV市場シェアは2025年に16.2%に達した（図14）。HVも同期間中に存在感を拡大させたものの、そのペースはより緩やかであり、2025年の市場シェアは9.6%にとどまった。一方、ICEVの販売は大幅に縮小し、2025年までにインドネシアの新車販売全体に占める割合は73.4%へと低下した。

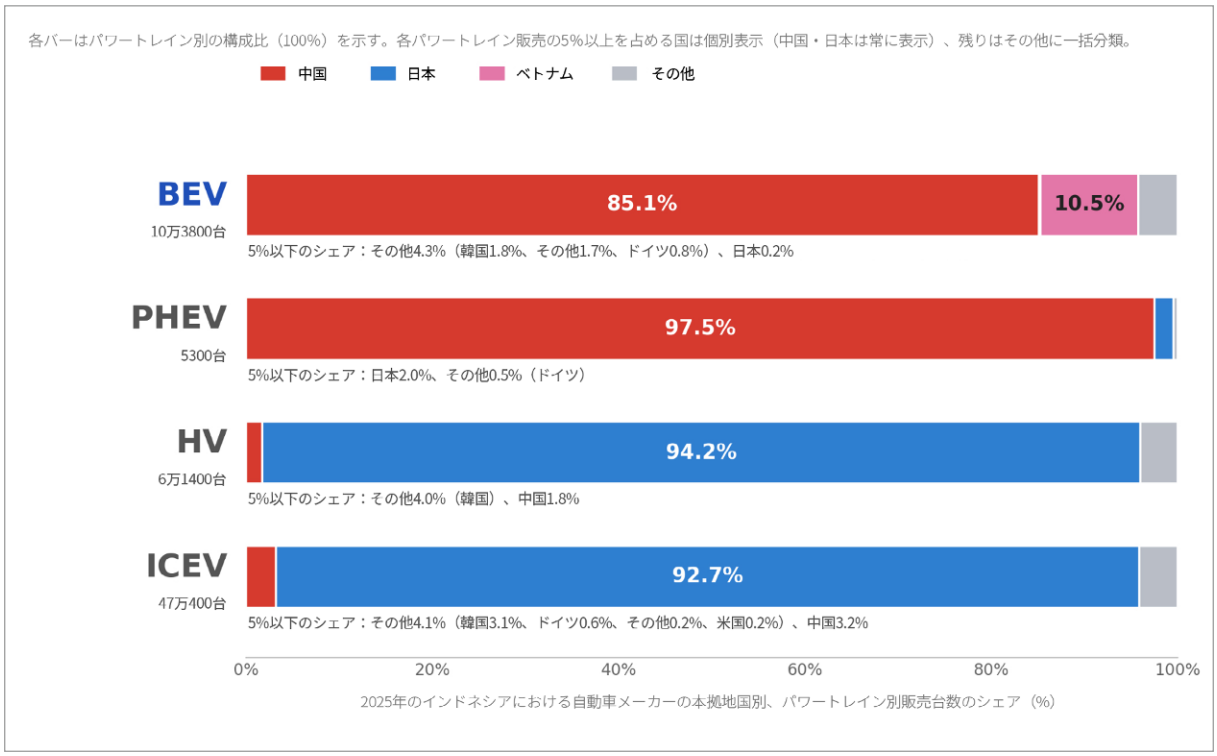
BEV分野においては、中国の自動車メーカーが85.1%のシェアを獲得し、ベトナムのメーカーが10.5%でこれに続いた（図15）。これに対して、日本の自動車メーカーはインドネシアのBEV市場において実質的に存在感を欠いている。日系自動車メーカーはHV分野およびICEV分野において、それぞれ94.2%と92.7%という圧倒的な市場シェアを維持し続けているものの、HV普及の限定的な成長とICEV市場の継続的な縮小がインドネシアにおける日本の伝統的な強みを揺るがしているため、これらの分野におけるほぼ独占的地位をもってしても、BEV分野での需要獲得の失敗を補うには不十分となっている。

図 14. インドネシアにおけるパワートレイン別新車販売台数シェア（2021年〜2025年）



出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

図 15. インドネシアにおける自動車メーカーの本拠地国別・パワートレイン別販売台数（2025年）



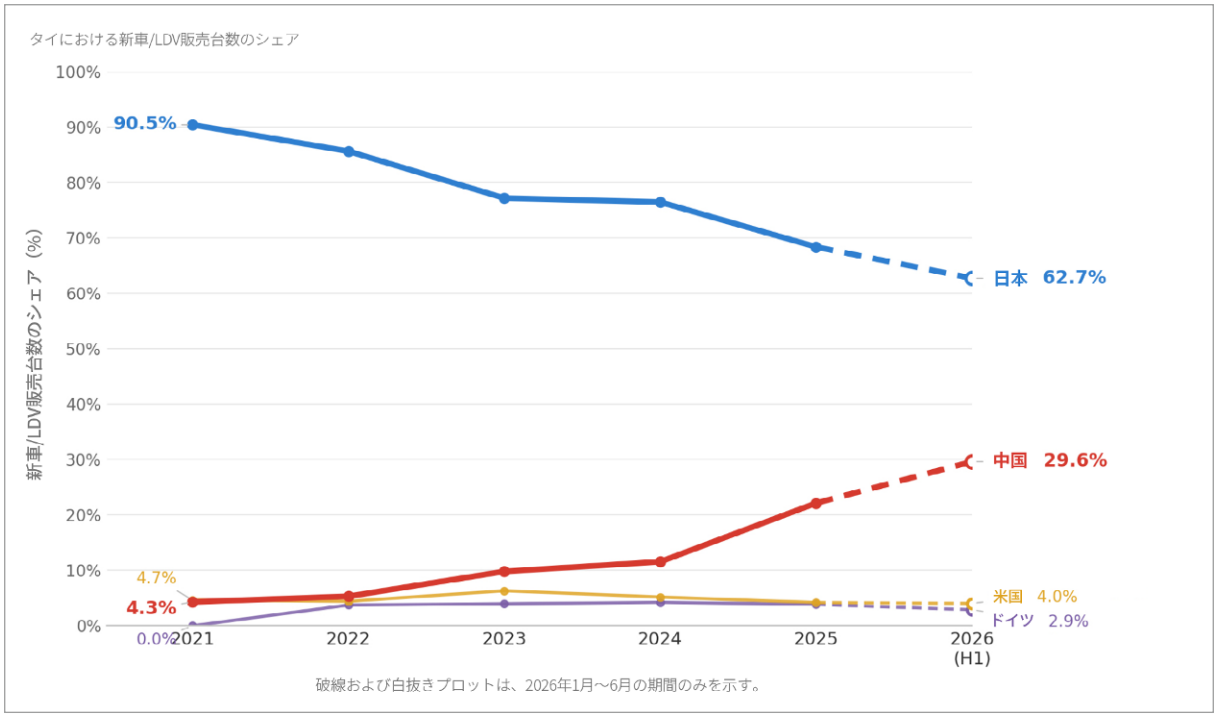
出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

タイ

伝統的に日本の自動車メーカーは、タイにおいて長年にわたり確立された支配的地位を維持しており、2021年にはその合計市場シェアが90%を超えていた。しかし、タイにおけるEVシフトが加速するにつれ、日系自動車メーカーが保持してきた首位の座は揺らぎを見せている。2026年上半期までに、タイにおける日系自動車メーカーの市場シェアは約63%へと縮小した（図16）。これは2021年の水準から約28ポイントという顕著な減少であり、同地域の主要市場の中で最も大きな減少幅である。対照的に、中国の自動車メーカーは著しく存在感を拡大させており、その市場シェアを2021年の4.3%から2026年上半期には30%近くへと飛躍的に急増させた。

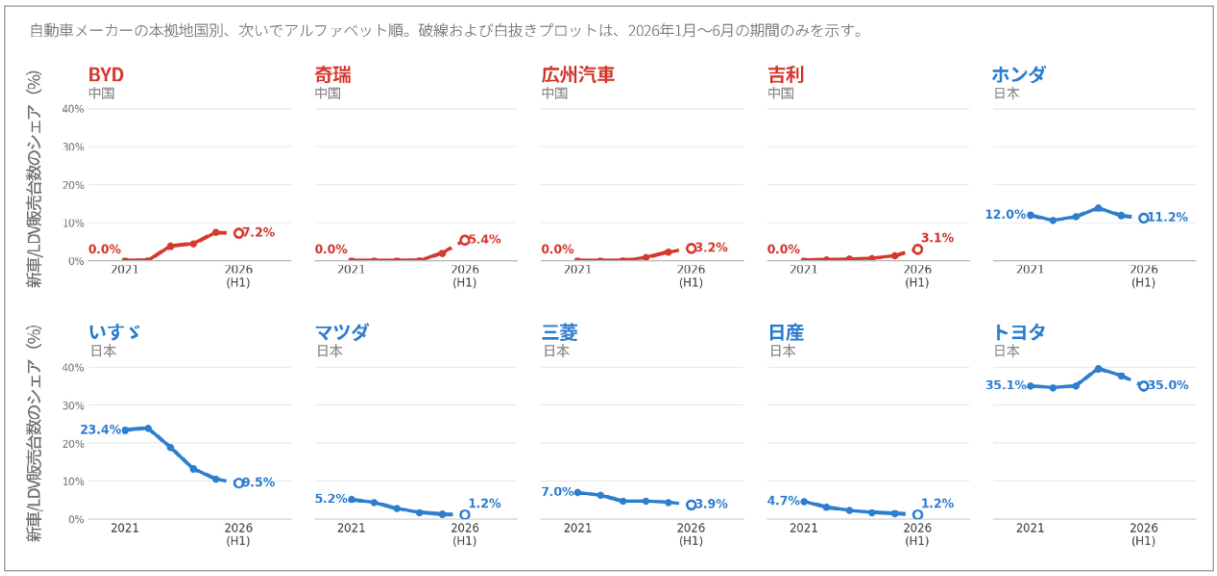
タイで事業を展開する主要な日本自動車メーカーの中では、いすゞが最も著しいシェアの低下を経験し、その市場シェアは2021年から2026年上半期にかけて約13.9ポイント減少した（図17）。日産、マツダ、および三菱自動車も大幅な低下を記録し、同期間中にそれぞれのシェアは3.5ポイント、4.0ポイント、および3.1ポイント減少した。対照的に、中国メーカーのBYDと奇瑞汽車は市場シェアを拡大させた。2021年時点ではタイ市場での存在感がほぼ皆無であったBYDと奇瑞汽車は、2026年上半期までにそれぞれのシェアを7.2%および5.4%へと拡大し、三菱自動車、マツダ、日産を追い抜くに至った。

図 16. **タイにおける自動車メーカーの本拠地国別市場シェア（2021年〜2026年）**



出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

図 17. タイにおける主要自動車メーカーの市場シェア（2021年〜2026年）

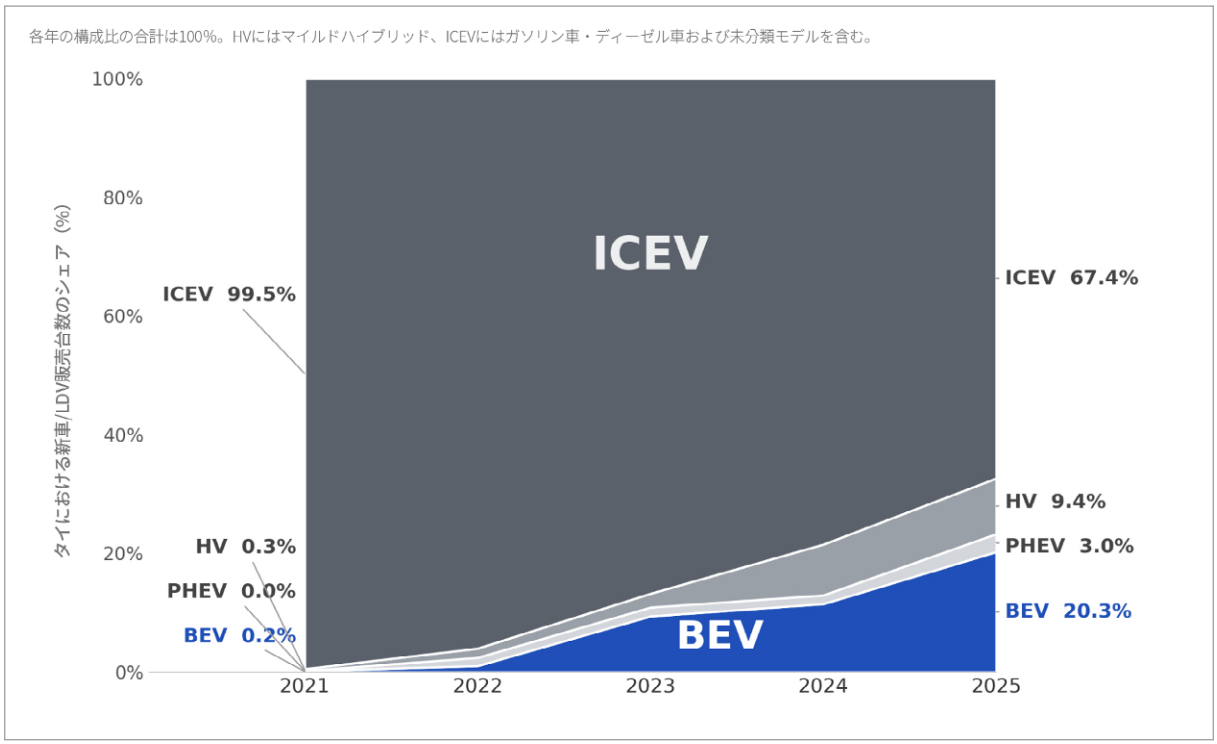


出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

タイではEV普及が急速に加速している。2021年にはほぼゼロ水準であったBEVの割合は、2025年までにタイの新車販売全体の20.3%を占めるまでに拡大した（図18）。同期間中、HVも緩やかな成長を記録し、販売全体の9.4%に達した。対照的に、ICEVの販売は大幅に縮小したものの、2025年時点でも依然としてタイの新車販売全体の67.4%を占めている。

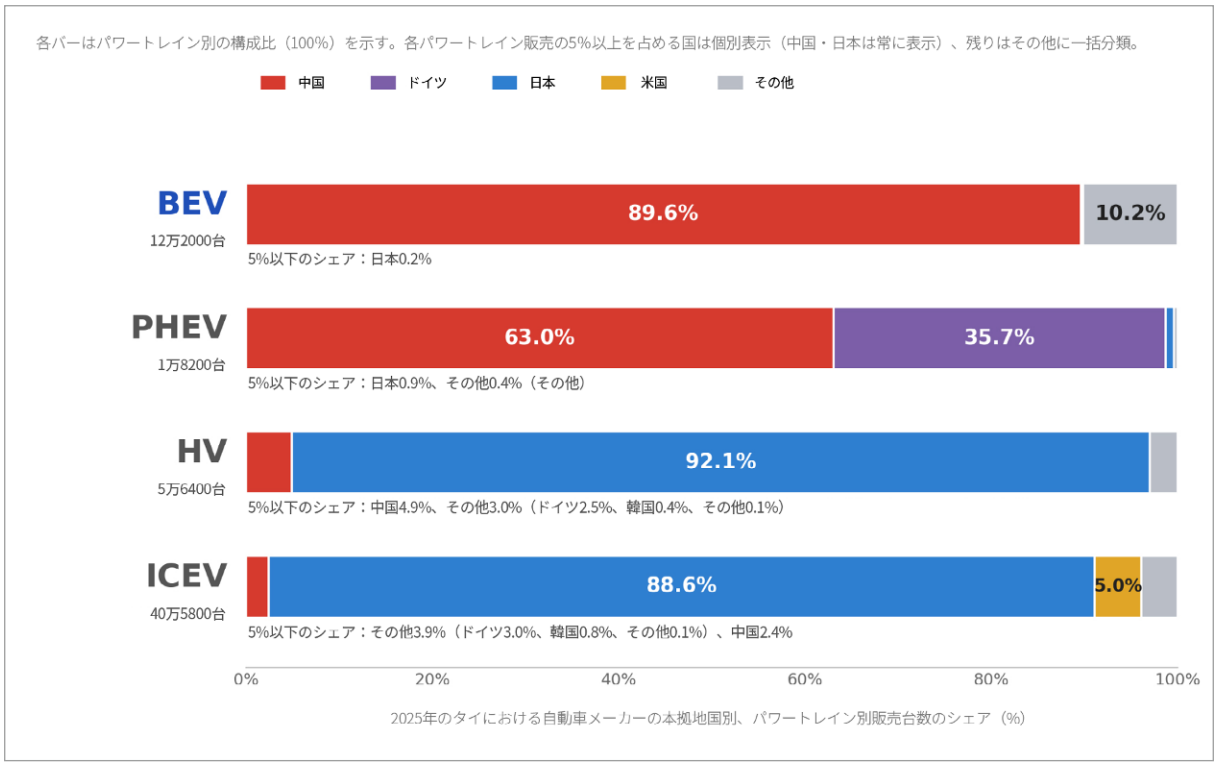
急速に拡大するBEV分野において、中国の自動車メーカーは89.6%という圧倒的なシェアを獲得して支配的な地位を確立している一方、日本の自動車メーカーはタイのBEV市場において実質的に存在感を欠いている（図19）。日系自動車メーカーはタイのHVおよびICEV分野において引き続き首位を維持しているものの、HV市場の限定的な成長とICEV分野の大幅な縮小に伴い、BEV分野での需要獲得の遅れが全体の市場シェアを急激に押し下げる要因となっている。

図 18. タイにおけるパワートレイン別新車販売台数シェア（2021年〜2025年）



出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

図 19. タイにおける自動車メーカーの本拠地国別・パワートレイン別販売台数（2025年）



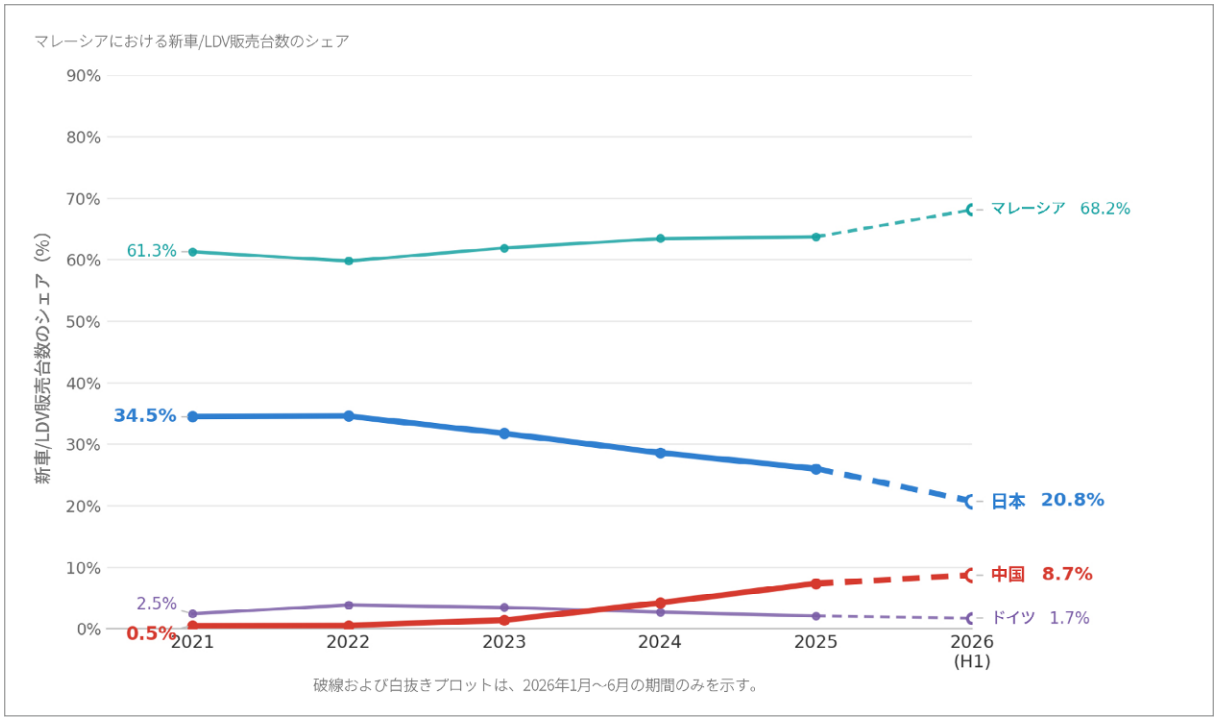
出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

マレーシア

マレーシアにおいて、日本ブランドはマレーシアの国内メーカーに次ぐ第2位のシェアを誇る自動車グループとして位置づけられている。2021年から2026年上半期にかけて、マレーシアにおける日本の自動車メーカーの合計市場シェアは34.5%から20.8%へと低下し、13.7ポイントという大幅な減少を示した（図20）。同期間中、マレーシアの国産ブランドはシェアを61.3%から68.2%へと拡大させた一方、中国の自動車メーカーも急成長を遂げ、2021年のわずか0.5%から2026年上半期には8.7%へと拡大した。

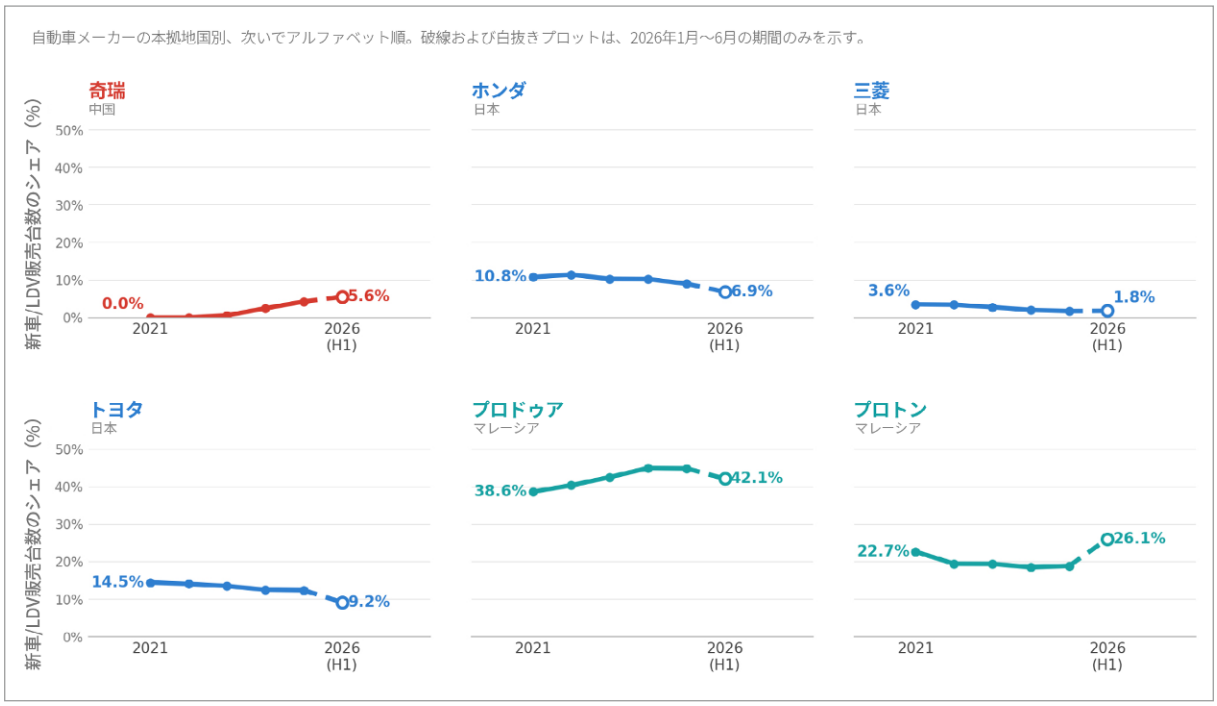
同期間において、主要な日本自動車メーカーはすべて市場シェアの低下を記録した。トヨタとホンダはそれぞれ5.3ポイントおよび3.9ポイントを失い、三菱自動車のシェアも1.8ポイント縮小した。対照的に、マレーシアの自動車メーカーであるプロドゥア（Perodua）はシェアを38.6%から42.1%に伸ばし、もう一つの国産メーカーであるプロトン（Proton）も数年間の低迷を経て2026年上半期には26.1%へと急回復を見せた。一方、中国メーカーの奇瑞汽車は持続的な拡大ペースを維持し、2026年上半期までにマレーシア市場の6%近くに達した。

図 20. マレーシアにおける自動車メーカーの本拠地国別市場シェア（2021年〜2026年）



出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

図 21. マレーシアにおける主要自動車メーカーの市場シェア（2021年〜2026年）



出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

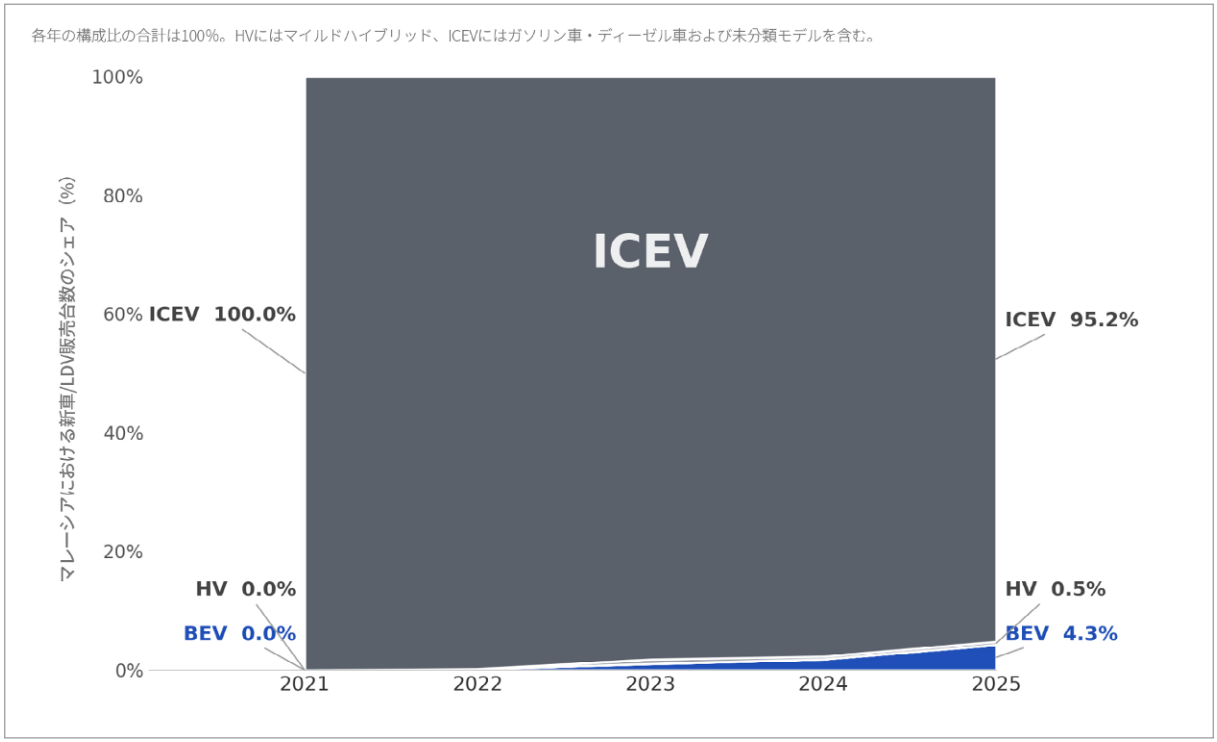
マレーシアの自動車市場の様相は、特にEV普及の観点において、インドネシアやタイとは大きく異なっている。同国のEVシフトは大幅に遅いペースで進行しており、2025年時点でもBEVは新車販売全体のわずか4.3%を占めるにとどまっている（図22）。同期間において、ICEVが販売全体の95.2%を占め、引き続き市場の主流である一方、HVは市場の1%未満にとどまった。このように電動化への動きが緩やかであるにもかかわらず、日本の自動車メーカーは主にマレーシアの国産メーカーからの激しい競争に晒されている。

BEV分野では中国の自動車メーカーが52%の市場シェアを獲得し、マレーシアのメーカーが39%近くでこれに続いた（図23）。マレーシア最大の自動車分野であるICEV市場においては、マレーシアの国産ブランドが64.9%のシェアを握って強固なポジションを維持しており、日系自動車メーカーは27.1%にとどまっている。また、従来日系自動車メーカーが競合上の強みを有してきたHV分野においても、マレーシアのメーカーが57.4%のシェアを占めて優位に立っており、日系自動車メーカーの36.6%を上回っている。マレーシアで日系自動車メーカーの市場シェア縮小を推し進めている要因は、インドネシアやタイのケースとは根本的に異なっていると見られる。マレーシアで事業を展開する日系自動車メーカーは、主に中国のEVメーカーによって淘汰されているというよりも、同国自動車市場の大半を占め続けるICEV分野において、マレーシア国産ブランドが有する堅固な強みによってその市場地位を脅かされているのである。

マレーシアの電動化のペースは近隣諸国に比べて依然として緩やかであるものの、近年の政府の施策は方針の転換を示唆している。完成車（CBU）として輸入される車両に対する輸入関税お

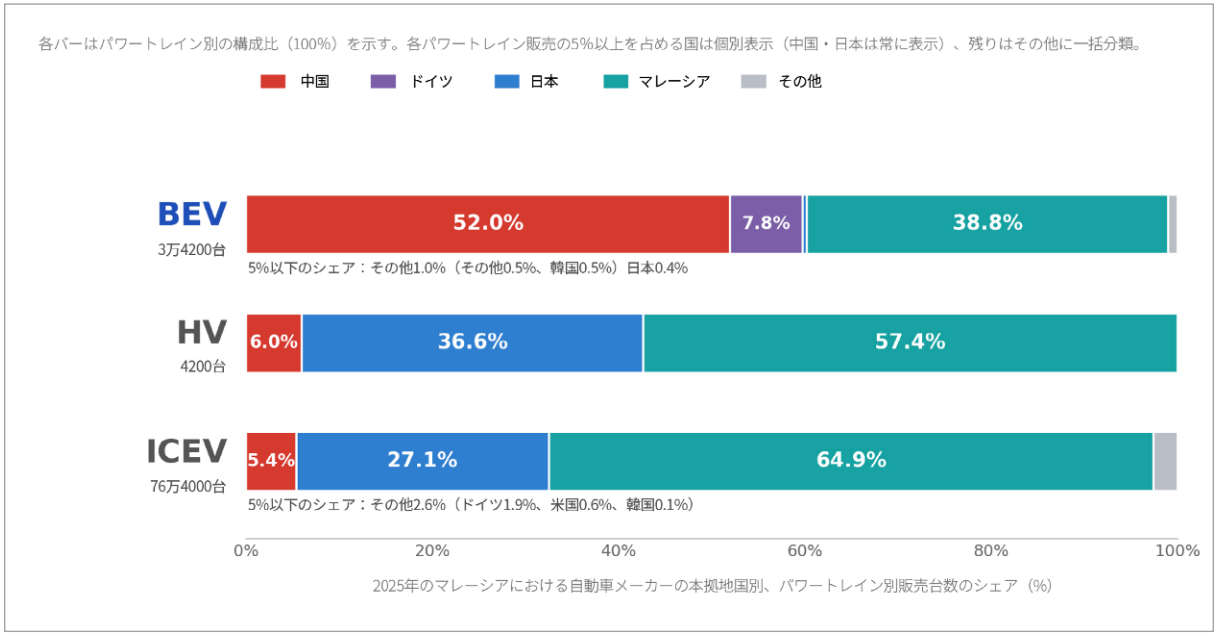
よび物品税（個別消費税）の免除措置は2022年から2025年まで実施され、2025年末をもって失効した[12]。一方、輸入された部品キットからマレーシア国内で組み立てられる現地組立車（CKD）については、2027年末まで免除措置が維持される。さらに2026年7月以降、輸入EVには20万リンギット以上の申告価格（現地税・関税課税前の運賃・保険料込み価格、いわゆるCIF価格）および180kW以上のモーター最高出力が義務付けられ、これにより低価格帯の輸入車の大部分が市場から実質的に締め出されることとなった[13]。政府はこの施策を国内でのEV現地生産を支援するための措置として位置づけており、国民車メーカーであるプロトンとプロドゥアの2社で国内販売台数の63%以上を占めている[14]。BEVのラインナップをほぼ持たない日本の自動車メーカーにとって、この政策転換は、政府の政策支援を受けて電動化を進めるマレーシアの国産ブランドの優位性を一層強固なものにする可能性がある。

図 22. マレーシアにおけるパワートレイン別新車販売台数シェア（2021年〜2025年）



出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

図 23. マレーシアにおける自動車メーカーの本拠地国別・パワートレイン別販売台数（2025年）



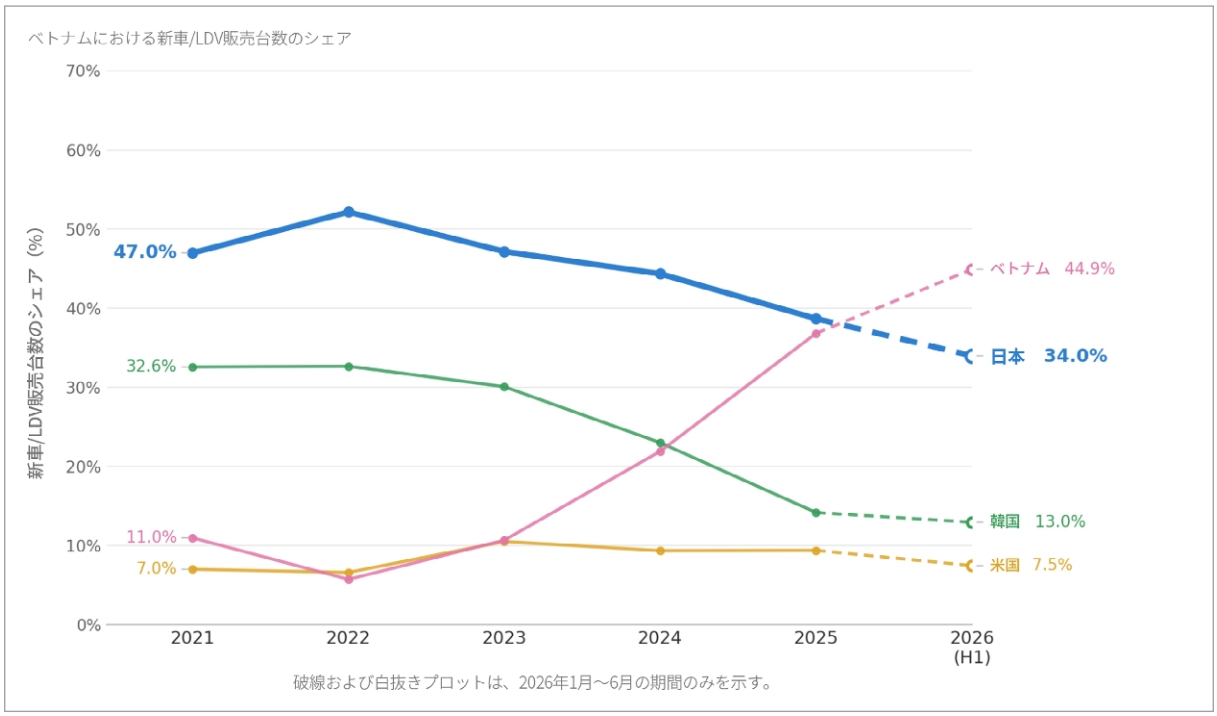
出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

ベトナム[15]

ベトナムもまた、日本の自動車メーカーが大幅な市場シェアの低下を経験した市場の一つである。2021年時点において、日本ブランドはベトナムで最も人気のある自動車グループであり、新車販売全体の47%を占めていた（図24）。同年には韓国ブランドも32.6%のシェアを獲得し、大きな存在感を示していた。しかし、2026年上半期までに、日本および韓国の自動車メーカーの市場シェアはそれぞれ34%と13%へと低下した。対照的に、ベトナムの国産メーカーは同期間中にシェアを11%から44.9%へと拡大させ（約34ポイントの増加）、日本および韓国の競合他社を追い抜いて同国で最も高いシェアを誇るブランドグループへと浮上した。

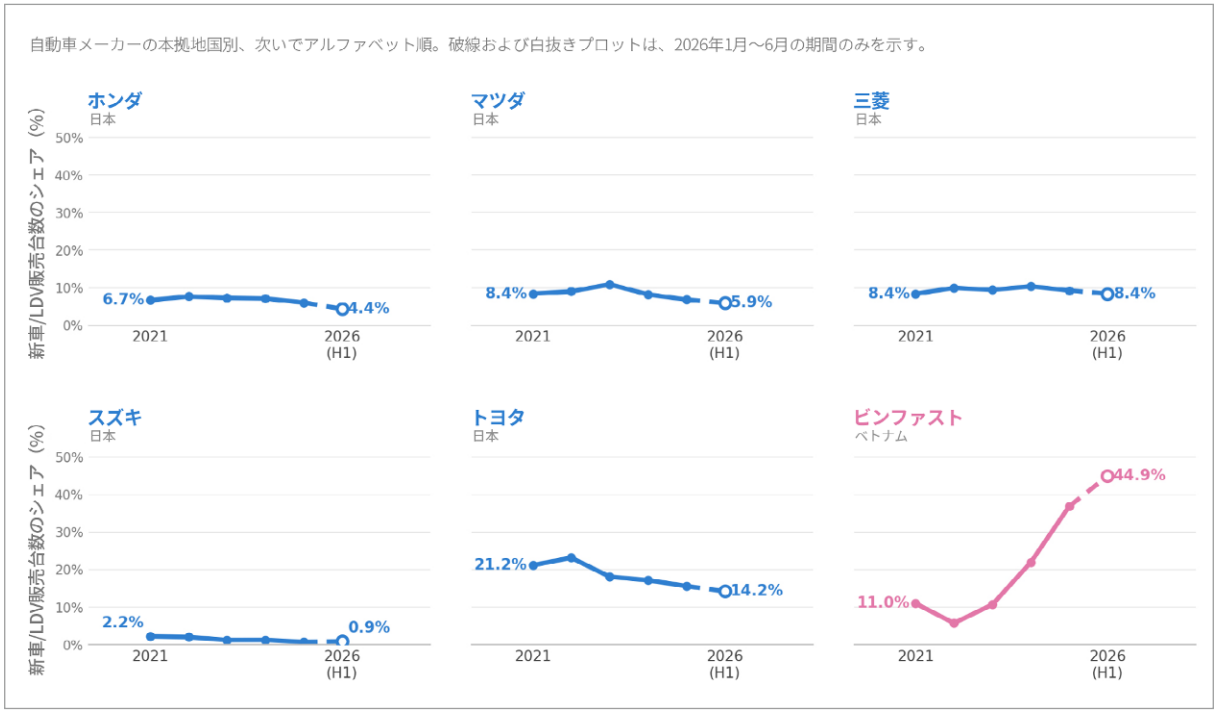
日本の自動車メーカーの中では、トヨタが最も著しい販売シェアの縮小を経験し、そのシェアは2021年の21.2%から2026年上半期には14.2%へと低下した（図25）。ホンダ、マツダ、およびスズキも同期間中に緩やかなシェア減少を記録した。これとは対照的に、ベトナムの自動車メーカーであるビンファスト（VinFast）は目覚ましい躍進（急速なシェア拡大）を遂げ、2026年上半期までにシェアを約45%へと伸ばし、ベトナム市場における圧倒的な首位プレーヤーとして台頭した。

図 24. ベトナムにおける自動車メーカーの本拠地国別市場シェア（2021年〜2026年）



出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

図 25. ベトナムにおける主要自動車メーカーの市場シェア（2021年〜2026年）

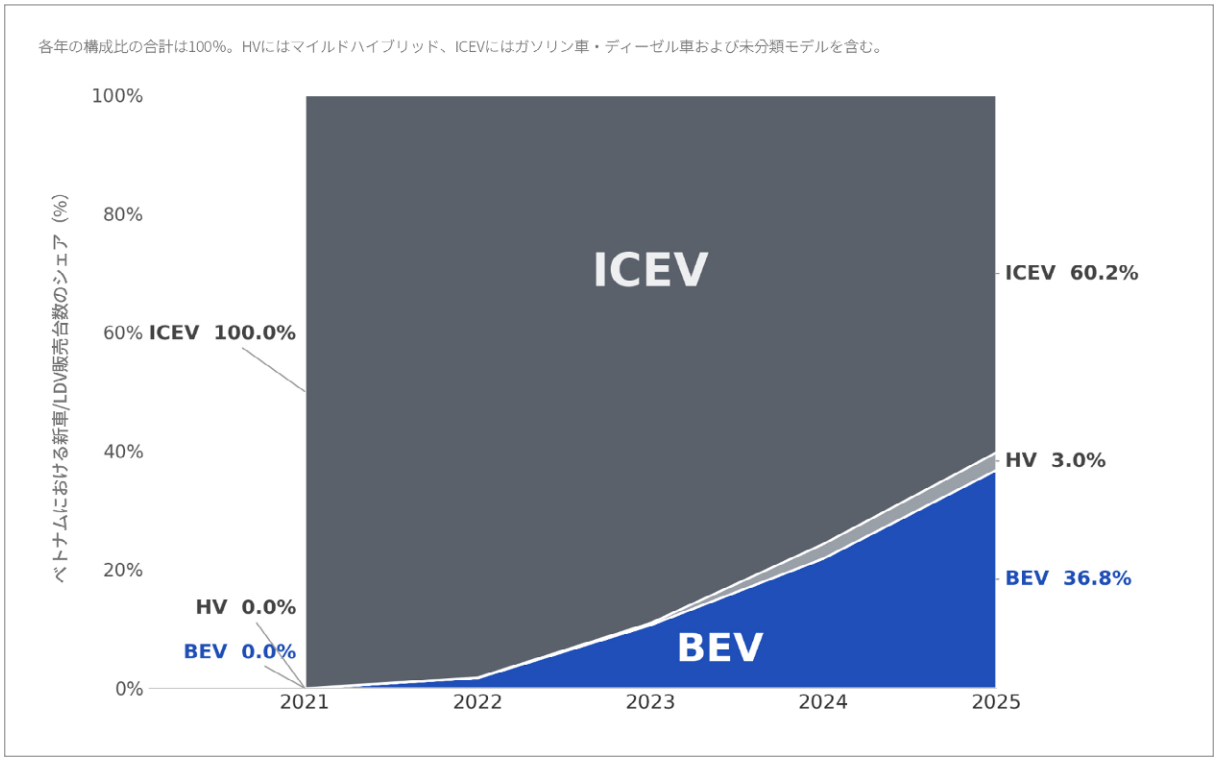


出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

日本の自動車メーカーの失速と、ベトナムメーカーの販売増加という対照的な推移は、同国における急速なEV移行に大きく起因している。2021年にはほぼゼロ水準であったベトナムのBEV普及率は、2025年までに37%近くに達した。これは中国の普及率をも上回るペースである。同期間中、ベトナムにおけるICEVの割合は、販売全体のほぼ100%から約60%へと縮小した。

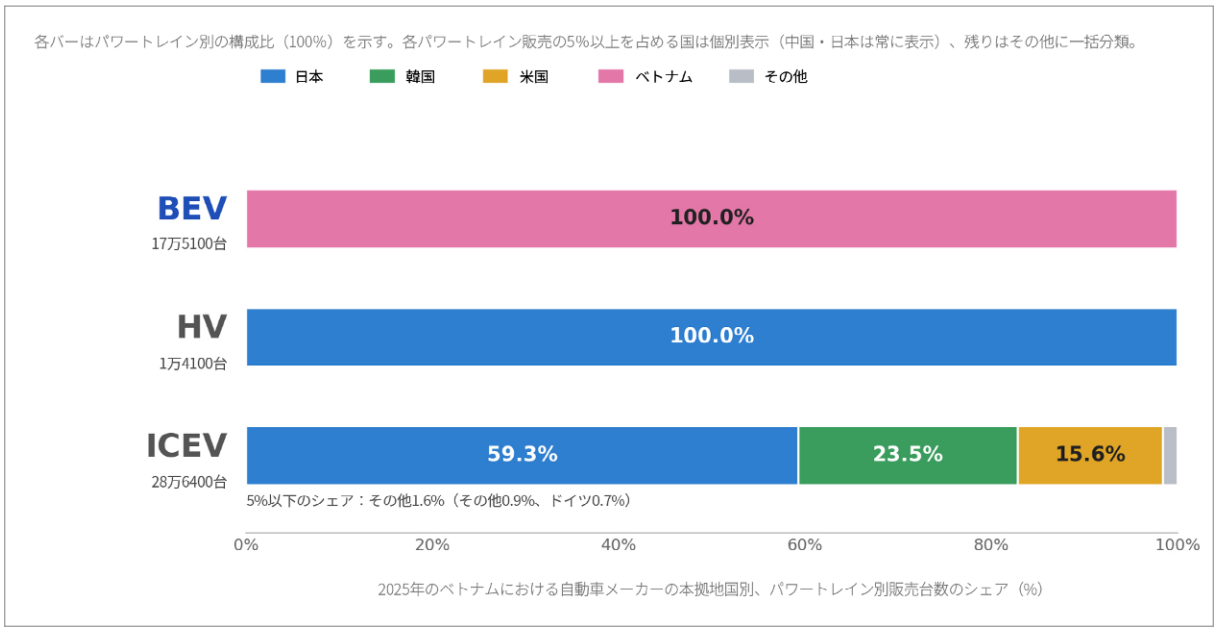
このような市場の根本的な構造変化のなかで、日本の自動車メーカーは競争力の維持に苦戦している。急速に拡大するBEV分野では、市場の大部分をビンファストが独占しており、日系自動車メーカーは実質的に存在感を欠いている（図27）。一方、日系自動車メーカーが伝統的に強みを持つHV市場の緩やかな成長は、BEV分野での遅れやICEV市場の継続的な縮小を補うには不十分であり、これらの要因がベトナムにおける日系自動車メーカーの全体的な競争ポジションを大幅に損なわせている。

図 26. ベトナムにおけるパワートレイン別新車販売台数シェア（2021年〜2025年）



出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

図 27. ベトナムにおける自動車メーカーの本拠地国別・パワートレイン別販売台数（2025年）



出典：MarkLinesのデータを基にグリーンピースが作成

中国および東南アジアのケーススタディから得られる示唆

中国および東南アジアにおける日本の自動車メーカーの市場シェアとパワートレイン別業績に関する詳細な分析は、自動車産業の現在の動向を解き明かす3つの中心的な示唆を明らかにしている。

第一に、世界的な自動車市場がBEVへとシフトするなか、日本の自動車メーカーは後退を余儀なくされている。検証した各市場において、日系自動車メーカーはEVシフトが最も急速に進展した地域で最も顕著な市場シェアの低下を示した。中国と東南アジアはその最も明確な例である。中国において、日系自動車メーカーの市場シェアは2021年の21.5%から2026年上半期には8.5%へと急落した。東南アジアにおいても、同期間中にその合計シェアは73.9%から50.9%へと低下し、特にインドネシア、タイ、ベトナム、マレーシアで著しい低下を記録した。急速に拡大するBEV分野における限定的な存在感は深刻な弱みとなっており、2025年時点での中国BEV市場における日系自動車メーカーのシェアはわずか2.3%にとどまり、インドネシア、タイ、ベトナムのBEV市場においては実質的に存在感を欠いていた。対照的に、ICEVやHVが依然として主流を占める市場、特に日本や米国においては、日系自動車メーカーは比較的に力強い耐性を維持している。この相違は、電動化へのシフトが日本の自動車メーカーの競争ポジションをますます変容させていることを示している。

第二に、HVは一部の市場において一定の耐性をもたらすものの、BEV分野における競争力の根本的な補填にはなり得ない。HVにおける日本の自動車メーカーの強固なポジションは、EV普及が比較的遅い市場やハイブリッド需要が依然として堅調な市場において、その市場シェアを防衛する一助となってきた。例えば米国では、HVの強い需要に部分的に下支えされ、日系自動車メーカーの販売台数は2021年から2025年にかけて4.5%増加した。しかし、こうした特定地域における耐性は、持続的なグローバル競争力へと結びついていない。世界全体の自動車市場が23%成長したにもかかわらず、世界全体における日系自動車メーカーの合計販売台数は、2021年の2,280万台から2025年の2,250万台へと微減し、ほぼ横ばいで推移した。その結果、その合計市場シェアは32.7%から26.2%へと低下した。同期間中、ICEVの世界販売台数が約9%減少したのに対し、BEVの販売台数は450万台から1,480万台へと3倍以上に拡大し、HVの販売台数も520万台から1,050万台へとほぼ倍増した。中国および東南アジアではこの対比が特に顕著であり、日系自動車メーカーはHVにおいて強固なポジションを維持しているものの、BEVでは有意義な存在感を確立できていない。例えば中国において、日系自動車メーカーは2025年のHV市場の70.9%を占めていたが、BEV市場でのシェアはわずか2.3%にとどまった。このことは、市場が電動化に向けて急速にシフトするなかで、HVでの強みは短期的には一定の耐性をもたらすものの、低いBEV競争力を補うには不十分であることを示唆している。

第三に、日本の自動車メーカーがEV市場における足がかりを確立するための猶予は残されているものの、それは急速に狭まっているという点である。東南アジアの複数の市場におけるEV普及率は依然として中国の水準を下回っており、これは電動化シフトが未だ完了しておらず、日系自動車メーカーが競合力のあるBEVラインナップを構築する機会が残されていることを示している。2025年時点の新車販売全体に占めるBEVの割合は、中国の32.2%に対し、タイで20.3%、インドネシアで16.2%、マレーシアで4.3%であった。ただし、その変化のスピードは、この機会がどれほど急速に狭まり得るかを示している。BEVの普及率は、2021年のほぼゼロの水準から2025年までにタイで約20%、ベトナムで36.8%へと急上昇し、その間に中国の自動車メーカーは同地域全体で生産能力と市場存在感を急速に拡大させた。ベトナムのBEV普及率は2025年までにすでに中国を超えており、既存の自動車メーカーの予想を上回るスピードで市場のシフトが進行し得ることを物語っている。したがって、日系自動車メーカーに残された猶予期間は、競争力のあるBEV製品をどれだけ素早く拡大させ、現地のEVエコシステムを強化し、急速に台頭する中国メーカーに迅速に対応できるかにかかっている。

2026年イスラエル・米国のイラン攻撃：構造的脆弱性のストレステスト

構造的な脆弱性、不十分なBEVの供給パイプライン、そして真の自動車電動化の代わりとはなり得ないHVへの過度な依存が、本報告書の対象期間の最終段階において明確に浮き彫りとなった。

2026年2月28日の米国・イスラエルによるイラン攻撃を受け、ホルムズ海峡におけるタンカー航行はほぼ停止し、世界のエネルギー消費量の約20%に相当する日量約2,000万バレルの原油および石油製品の流動が停滞した。これに伴い、ブレント原油価格は1バレル当たり120ドル近くまで急騰し（CNBC, 2026）[16]、国際エネルギー機関（IEA）はこの停滞を「世界エネルギー安全保障における史上最大の脅威[17]」と表現した。

原油価格の急騰は、燃料コストの上昇によってICEVからの乗り換えに対する経済的およびエネルギー安全保障上の合理性を強めたため、世界的なEV移行にさらなる後押しを与えたと見られる。ゴールドマン・サックスのコモディティ調査チームによると[18]、2026年5月の世界新車販売に占めるEV（BEV+PHEV）の割合は、2月比で3.4ポイント増となる26.1%に達し、過去2番目に高い水準を記録した。また、2026年2月の攻撃以降、世界の15の主要なEV市場のうち12市場でEV普及率が上昇した。ゴールドマン・サックスは、ICEVからの移行により、EV普及のペースに応じて2027年12月までに世界の石油需要が日量13万〜32万バレル削減される可能性があると試算している。国際クリーン交通委員会（ICCT）の『EV Transition Check 2026』も同様に、2026年上半期の欧州における乗用車新車登録の22%をBEVが占めたとし、イスラエル・米国のイラン攻撃によって引き起こされたオイルショックが電動化に向けたエネルギー安全保障上の動機を一層強化したと指摘している。IEAの調査においても、2026年上半期の世界の新車販売全体が約5%減少したにもかかわらず、2026年第2四半期の世界のEV（BEV+PHEV）販売台数は前年同期比で4%増加したことが示されている[19, 20]。

オイルショックは消費者を燃料価格の変動リスクに最も晒されにくいパワートレインへと向かわせているが、日本の自動車メーカーにおいてBEV分野は弱体のままである。日本が真の強みを保持するHVは、化石燃料に一部依存しているため、脱石油依存に対するリスクヘッジは部分的である。欧州運輸環境連盟（T&E）は、2026年のイスラエル・米国のイラン攻撃によって引き起こされたエネルギー危機のなかで、アジアの急成長するEV市場、とりわけベトナム、タイ、インドネシアにおいて脱化石燃料への移行が加速する可能性を指摘している[21]。中東情勢の緊迫化は、中国、インドネシア、タイ、ベトナムにおいてすでに確認されている日系自動車メーカーのシェア低下をさらに加速・悪化させる可能性があり、これらの市場におけるさらなるシェア喪失を招く要因となり得る。

原油価格の高騰に対し、日本国内市場が吸収できる打撃には限度がある。全国平均ガソリン価格が1リットル当たり190.8円という過去最高値に達したことを受け、日本政府は給油所での店頭

価格を170円程度に抑えるため、2026年3月にガソリン補助金を再導入し、以降も同施策の継続を決定している[22, 23]。車両側では、2026年1月以降に登録された車両を対象に、クリーンエネルギー自動車（CEV）の最大補助金額がEVで90万円から130万円へ、PHEVで60万円から85万円へと引き上げられた。2025年の日本の新車販売に占めるBEVの割合はわずか1.6%にとどまっていたが、2026年上半期には3%へと上昇した[24]。このような上昇が見られるものの、相対的に低い国内のBEV普及率は、世界的な需要がBEVへとさらに傾斜するなかでも日系自動車メーカーがHVへの依存を継続する可能性が高いことを示しており、海外におけるシェア低下を食い止めることにはほぼ繋がらない。

本報告書のケーススタディから得られた示唆と、イスラエル・米国のイラン攻撃に伴う2026年のオイルショックを併せ読むと、2つの異なる方向から同一の結論が導き出される。中国および東南アジアの分析は、日系自動車メーカーの失速が一時的あるいは構造周期的な後退ではなく、BEV分野における明確な競争力ギャップに起因していること、そしてHVに依存する戦略は、米国においてどれほど商業的に成功していようとも、電化の実行可能な代替策にはならないことを示している。

2026年のイスラエル・米国のイラン攻撃は、原油価格に対する構造的脆弱性を高めたにとどまらず、それが浮き彫りとなる市場環境をも加速させた。そして、日本の自動車メーカーが参入・競争するための準備において相対的に「最も遅れている」まさにその瞬間に、世界の需要をさらにBEVへと傾斜させている。同時に、タイ、インドネシア、マレーシアなど、EV普及率が相対的にまだ低い市場においては、機会の猶予が依然として存在している。このオイルショックは、他の構造的なEV普及の原動力と相まって世界的なEVシフトを一層加速させており、中国メーカーが同じ追い風を利用して同地域での市場を拡大させるなか、事前予想よりも早く日系自動車メーカーが持つ猶予が狭められている可能性がある。したがって、イスラエル・米国のイラン攻撃は日系自動車メーカーの構造的脆弱性を和らげるものではない。それどころか、HVの強み単体ではなくBEVへの移行ペースこそが決定的な競争変数であり、日系自動車メーカーが行動を起こすことができるタイムラインを圧縮する可能性があることを再確認させている。

4. 提言

トヨタ自動車は、BEVの2026年生産目標を150万台から80万台へと削減したと報じられている[25]。グリーンピースは、トヨタのこの決定により、年間1,170万〜2,260万t-CO_2e（CO_2換算トン）の温室効果ガスが追加で排出される可能性があると警告している[26]。2040年までに世界の新車販売の100%をBEVおよびFCEVとするホンダの従来の目標は、前進に向けた積極的な一歩であった[27]。しかし、ホンダは2026年にこの目標を2030年のEV販売目標とともに撤回し、HVの販売拡大へと戦略をシフトさせた。グリーンピースはホンダに対し、明確で期限を定めたゼロエミッション車目標を再導入し、ICEV販売の段階的終了時期を2035年へ繰り上げるよう求める。

こうしたエビデンスに基づき、本報告書は、日本の自動車メーカー、特にトヨタ自動車が世界自動車産業に有する膨大な影響力を反映し、より強固な気候変動対策とリーダーシップを打ち出すことが妥当であると提言する。

- **ICEVの段階的廃止に向けた明確なロードマップの確約**：日本の自動車メーカーは、HVを含むICEVの段階的廃止に向けた明確なタイムラインを策定すべきであり、特にトヨタ自動車は2030年までにICEVの販売を終了することを確約すべきである。グリーンピースは特に、地域別のICEV廃止スケジュールおよび中間目標の設定を求めている。

- **BEVシフト目標の加速と明確化**：日本の自動車メーカーは、現在の計画を超えてBEV移行を加速させ、2030年、2035年、および2040年に向けた透明性のあるBEV販売目標を設定するとともに、温室効果ガス削減経路に整合した市場別のBEVシェア目標を設定すべきである。これらの目標設定は、トヨタが2026年のBEV販売計画を150万台から80万台に削減したことを踏まえると、特に重要性を増している。

- **バリューチェーンの総排出量削減の確約**：自動車メーカーは、単なる相対的な改善やパワートレインの効率化に頼るのではなく、1.5°C目標の軌道に沿った温室効果ガス（GHG）の総排出量削減目標を設定すべきである。グリーンピースは特にトヨタに対し、バリューチェーン全体での排出量を2019年比で2030年までに少なくとも43%削減する経路へ整合させるよう求めている。

- **スコープ3排出量の透明性向上**：日本の自動車メーカーは、スコープ3カテゴリー11（製品の使用段階）における排出量算定の根拠となる手法および前提条件を開示し、メーカー間および経時的な意味のある比較を可能にすべきである。

- **ICEV/HV中心のビジネスモデルからの脱却**：自動車メーカーは、ICEVおよびHV販売への依存度を低減させ、ゼロエミッション車（ZEV）への移行を加速させるべきである。また、グリーンピースはトヨタに対し、車両製造中心のビジネスモデルから、シェアードモビリティを含めた低炭素なモビリティサービスへとビジネスモデルの裾野を広げるよう求めている。

2026年のイスラエル・米国のイラン攻撃によって引き起こされたオイルショックは、エネルギー安全保障と気候変動対策が個別の課題ではないことを実証している。日本の自動車産業は、化石燃料車からEVへの移行を加速させなければならない。さもなければ、その影響は単なる市場シェアの損失にとどまらず、国家的な気候変動目標の達成能力にまで及ぶ可能性がある。自動車産業による意味ある行動の重要性は、ますます緊急性を増している。

1 合計値には、燃料電池車（年間2万台未満）およびパワートレインの分類が曖昧なモデル（約10万台）は含まれない。

2 https://global.toyota/pages/global_toyota/sustainability/esg/environmental/climate_public_policies_2025_en.pdf

3 https://asia.nikkei.com/business/automobiles/electric-vehicles/toyota-delays-japan-battery-plant-project-on-ev-slowdown

4 https://thedriven.io/2026/05/18/honda-doubles-down-on-hybrids-after-abandoning-ev-target-and-posting-huge-first-loss

5 https://global.nissannews.com/en/releases/nissan-further-accelerates-electrification-strategy

6 https://www.mitsubishi-motors.com/en/newsroom/newsrelease/2025/20250507_2.html

7 https://www.autoindustriya.com/auto-industry-news/isuzu-s-multi-fuel-engine-can-run-on-diesel-hydrogen-biofuels-and-more.html

8 https://theicct.org/global-automaker-rating-2025

9 マークラインズの中国における自動車販売データは、輸出分を含む工場出荷台数を指します。

10 https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2026/trends-in-electric-cars

11 https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2026

12 https://www.mida.gov.my/mida-news/going-ev-what-the-malaysian-government-is-doing-to-charge-up-the-transition

13 https://paultan.org/2026/05/06/miti-issues-new-rules-for-cbu-evs-effective-min-price-rm300k-245-ps-fr-july-promote-ckd-protect-proton

14 https://www.miti.gov.my/miti/resources/Media%20Release/PR_MITI_REAFFIRMS_COMMITMENT_TO_SUSTAINABLE_AUTOMOTIVE_GROWTH_latest.pdf

15 マークラインズ社のデータにおいて、表1に記載されている中国の自動車メーカーは、2021年から2026年上半期までのいずれの年においても、ベトナムでの乗用車販売実績が記録されていない。したがって、東南アジアにおける中国ブランドの販売実績に関する数値は、インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイのみを対象としており、ベトナムにおける中国ブランドのシェアは実際より小さく見積もられている可能性がある。

16 https://www.cnbc.com/2026/04/21/oil-price-iran-war-middle-east.html

17 https://www.ft.com/content/09524a74-db3c-4aef-b4f7-51eda3068320

18 www.reuters.com/business/energy/goldman-sachs-says-ev-surge-may-cut-oil-demand-by-late-2027-2026-06-22

19 https://www.iea.org/reports/electric-car-markets-in-a-time-of-uncertainty/executive-summary

20 https://theicct.org/publication/ev-transition-check-2026

21 https://www.transportenvironment.org/articles/why-european-automakers-could-miss-out-on-global-ev-boom

22 https://www.japantimes.co.jp/business/2026/03/18/economy/high-gasoline-prices

23 https://japan.kantei.go.jp/105/speech/202605/25kaiken.html

24 https://japannews.yomiuri.co.jp/business/companies/20260707-336974

25 https://asia.nikkei.com/business/automobiles/toyota-to-increase-ev-models-to-15-diversifying-production-to-5-countries

26 https://www.greenpeace.org/eastasia/press/68391/toyotas-electric-vehicle-backtrack-deepens-the-climate-crisis-undermining-the-1-5c-pathway-greenpeace

27 https://www.greenpeace.org/japan/press-release/press-release_51365

免責事項

本報告書は、公的な教育活動および学術研究の支援、報道の促進、ならびに環境保護への意識向上を目的として、グリーンピース・東アジア（以下「GPEA」という）により作成されたものである。読者は、以下の著作権表示を慎重に読み、十分に理解した上で、以下の条件に拘束されることに同意するものとする。

本報告書は、情報共有、環境保護、および公益の達成のみを目的として作成されたものである。いかなる投資判断またはその他の意思決定プロセスにおける参照資料としても使用されるべきではない。万一、そのような目的で使用された場合であっても、グリーンピースはその結果生じるいかなる事態についても一切の責任を負わない。

グリーンピースは、政治的独立性を保持する国際NGOであり、特定の政治的立場や支持政党を持たない。本報告書はデータ分析のみを提供するものであり、グリーンピースは根拠となる元データについて一切の責任を負わない。

本報告書の内容は、調査期間中（2026年6月まで）にGPEAが独自に取得した公式発表情報に基づいている。GPEAは、本報告書に含まれる情報の即時性、正確性、または完全性を保証するものではない。本報告書の全般的な内容について質問・意見等があれば、GPEA まで連絡されたい。

連絡先 : kouhou@greenpeace.org

著作権表記

本報告書は、GPEAが発行したものである。本報告書の著作権は、GPEA が独占的に有している。

執筆者

Bao Hang, Eunseo Choi

執筆協力者

Natalia Hirai, Yooinn Hong, Yujie Xue