

一般調査報告書
2025 年上海モーターショー現地視察報告

1. はじめに

中国の自動車業界では、前を行く車をカーブで追い越すこと意味する「弯道超车」という表現が、「技術革新や市場の変化などで通常なら不利に見える状況を、逆にチャンスに変えて競合を追い抜くこと」の比喻として用いられます。BYD の創業者である王伝福会長が 2010 年に語ったこの言葉は、ガソリン車分野で海外メーカーに後れを取った中国メーカーが、電気自動車（EV）への移行を機会と捉え、技術転換期における巻き返しへの強い意欲を体現するものとされています。

2025 年 4 月下旬から開催された第 21 回上海国際自動車産業展覧会（上海モーターショー2025）では、「弯道超车」という言葉を象徴するかのようになり、中国メーカーを中心に各社が EV を軸とした革新的な技術を競い合い、その先進性をアピールしていました。本報告書では、同モーターショーの概要と中国自動車産業の主な動向について現地視察に基づき整理します。

2. 上海モーターショー2025 の概要と主要トレンド

上海モーターショー2025 は 2025 年 4 月 23 日（水）から 5 月 2 日（金）まで開催され、展示面積は 36 万平方メートルにおよび、26 カ国・地域から 1,000 社以上が出展しました。会場には 70 社を超える自動車メーカーが集結し、160 種類を超える新型車やコンセプトカーが披露されました。なかでも、展示車両のうち新エネルギー車（NEV）が全体の約 7 割を占め、業界の関心の高さがうかがえます。主催者によると、来場者数は 101 万人に達し、前回の 2023 年（90 万 6,000 人）を上回りました。世界の約 3 割強を占める世界最大の自動車市場である中国において、このショーは名実ともにグローバルな最先端自動車技術の競演の場となっています。

今年のショーの主要トレンドとして以下が挙げられます。

① NEV の台頭：

近年、中国では EV およびハイブリッド車を含む NEV の販売が急増しており、2024 年の中国新車販売に占める NEV 比率は 40.9%に達しました（図 1 参照）。中国政府は、2027 年までに新車販売に占める NEV 比率を 45%に引き上げる普及目標を 2024 年 1 月に発表しましたが、直近の成長率を見るかぎり、市場の電動化が想定以上の速度で進んでいることがうかがえます。中国市場全体でも 2024 年の自動車販売台数は前年比 4.5%増の 3,144 万台に達し、この伸びは主に

NEV の増加（前年比 35.5%増）によって支えられています。一方でガソリン車の販売比率は約 60%まで低下しており、電動化シフトが一段と鮮明となっています。

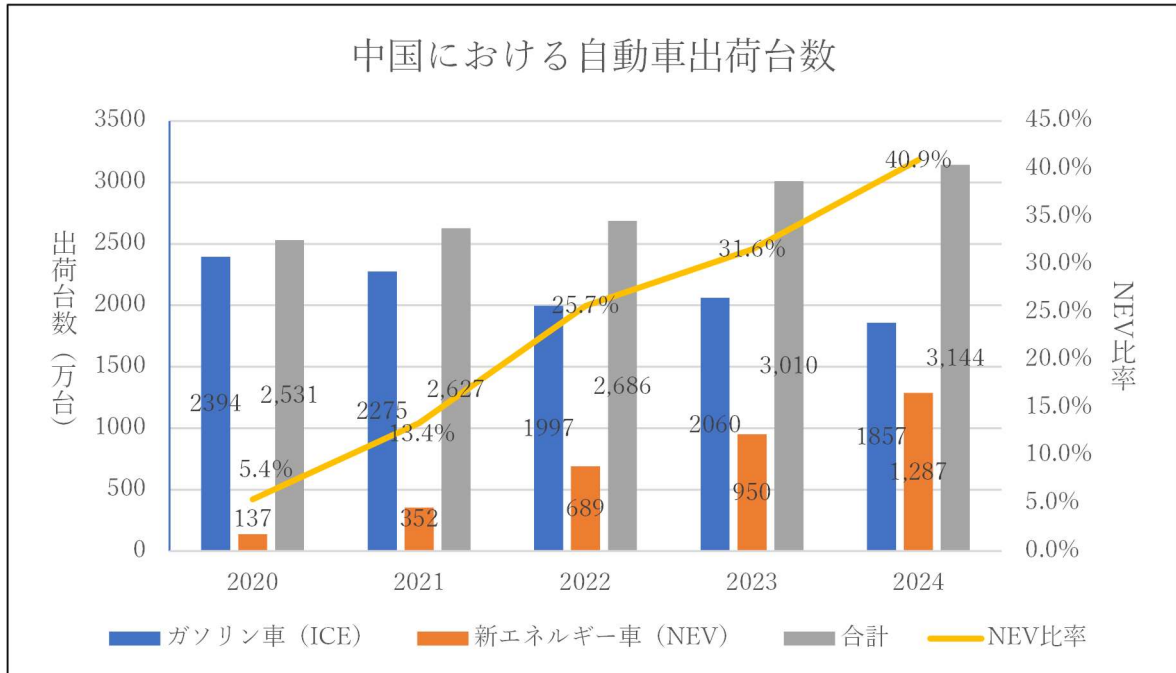


図 1：中国における自動車出荷台数の推移（出所：中国汽车工业协会に基づき筆者作成）

② 激化する価格競争と付加価値競争：

中国市場では EV の価格競争が激化しており、各社が性能の向上と価格の引き下げを競っています。こうした競争の中で、国内メーカーによる斬新な車載機能の競い合いも進んでいます。例えば、新興 EV メーカー蔚来汽車(NIO)の高級 SUV「ET9」には、本モーターショーにおいて、駐車中に映画やゲームと連動して車体が振動し、シートマッサージも備えた「4D デジタル



写真 1：NIO「ET9」（筆者撮影）

cockpit」が搭載されており、来場者の注目を集めました（写真 1 参照）。

③ グローバル市場と地政学リスク：

米中貿易摩擦や欧州の対中関税措置といった外部環境の変化を受け、中国メーカーは国内市場重視を掲げながらも、東南アジアや欧州・中南米など海外市場への進出を加速しています。一方、外国メーカーにとって中国市場で失ったシェアを取り戻すことが喫緊の課題となっており、各社トップが「中国市場は依然攻略すべき重要市場」と強調しています。BMW のオリバー・ツィプセ会長は 2025 年 3 月に開催された中国発展フォーラム（China Development Forum

2025) において「中国は単に当社にとって最大の市場であるだけでなく、グローバルなモビリティの未来が築かれている場所だ」と述べています。

こうしたトレンドを背景に、上海モーターショー2025 は、各社が技術・マーケティング競争を競い合い、会場は多くの来場者でにぎわいました（写真2 参照）。



写真2：来場者の様子（筆者撮影）

3. 電動化と新エネルギー車（NEV）の潮流

世界最大の自動車市場である中国では、電動化の波が他国を凌ぐスピードで押し寄せています。2023年、中国は日本を追い抜き、自動車完成車の輸出台数で世界首位となりましたが、その原動力の一つが電気自動車（EV）の急速な普及です。中国政府はNEV（新エネルギー車）の生産・販売を国家戦略と位置付け、購入補助や充電インフラの整備を推進してきました。その成果もあり、前述のとおり2024年の中国新車販売に占めるNEV比率は40.9%に達しており（図1 参照）、これは米国や欧州（いずれも20%未満）を大きく上回る水準です。

このNEV普及を牽引しているのはバッテリーEV（BEV）ですが、中国市場特有の動きとして、レンジエクステンダーEV（EREV）やプラグインハイブリッド（PHEV）の急成長も見られます。EREVとは、小型エンジンを発電機として搭載し、航続距離を延長したEVであり、中国メーカー各社が相次いで市場投入を進めています。

こうした動向に応じ、伝統的な自動車メーカーも戦略の修正を迫られています。たとえばフォルクスワーゲン（VW）は、中国での販売低迷を打開すべく、EVとEREVの両方に対応した新たなプラットフォームを開発中であり、「ドライブトレイン（動力源から車輪までの動力伝達系）の柔軟性こそが競争力の源泉である」と述べています。実際、今回の上海モーターショーではVWグループとして、アウディおよびVWブランドから計5車種の新型EVを発表し、巻き返しを図っています。また、メルセデス・ベンツのカエレニウス CEO は、「ハイブリッドは中国における確実なトレンドであり、EVと長期間にわたって併存するだろう」と述べ、PHEV重視の姿勢を明確にしました。

一方で、中国国内の新興EV専門メーカーの中には、ハイブリッド車を「移行期に過ぎない技術」とみなし、純EVに特化して展開する企業も存在します。ただし現実には、中国メーカー各社とも消費者ニーズに応じた柔軟な商品構成を模索しているのが実情です。

総じて、中国の電動化はBEVとHV（PHEV含む）による「両面作戦」で進められており、特定の技術に固執せず、多様な顧客ニーズに応じて技術を柔軟に取り入れる姿勢が、中国メーカーの競争力の源泉となっています。

その一方で、急速な電動化の進展に伴い、安全面での課題も浮上しており、政府はバッテリーの安全基準強化や自動運転機能に対する規制の整備に乗り出しています（詳細は後述）。

4. SDV（Software Defined Vehicle）と自動運転の最新動向

現代の自動車は「SDV（Software Defined Vehicle）」、すなわちソフトウェア定義型車両と称されるように、車載ソフトウェアや電子制御システムが競争力の鍵を握る時代に突入しています。上海モーターショー2025においても、自動運転（ADAS）やコネクテッド機能に関する各社の最新技術が披露され、注目を集めました。

一方で、中国当局による新たな規制動向も業界の大きな関心事となっています。

① 先進運転支援システム（ADAS）競争と規制強化：

中国では近年、自動車メーカー各社が高度な運転支援機能を競って開発・訴求してきましたが、2025年3月に発生した新興EVメーカー・小米汽車（シャオミ）の電動セダン「SU7」の死亡事故を契機に、政府は自動運転の誇大表現に対する規制を強化しました。

当局は「スマート・ドライビング」や「自律走行」などの用語を広告で使用することを禁止したほか、顧客に納車済みの車両のADASについても、リモートでのアップデートには事前の政府承認を義務付けました。

この方針転換を受けて、上海ショーに臨む自動車メーカー各社は、従来の「自動運転の先進性」を訴求する姿勢から、「安全運転の重要性」を前面に押し出す姿勢へと転換を迫られました。

② BYDの戦略：

中国EV最大手のBYDは、2025年2月に自社開発の先進運転支援システム「神眼（God's Eye）」をすべての車種に標準装備する方針を打ち出し、業界に大きな衝撃を与えました。

なかでも注目されたのが、最も安価なエントリーモデル「海鷗（Seagull）」にも標準搭載するという戦略です。価格は6万9,800元（約147万円）に抑えられており、低価格帯でも高度なADASを提供するこの取り組みは、競合他社に大きな影響を与えると見られています。

ソフトウェアおよびADASの分野では、技術革新と安全規制の間で綱引きが続いています。中国の消費者は高度な運転支援機能やコネクテッド機能に強い関心を寄せており、メーカー各社はこれに応えるべく多額の投資を行っています。

その一方で、事故リスクの抑制や社会的受容に対応するための規制・ガバナンスの整備も急務となっており、技術推進と安全確保のバランスを図りながら、産業の持続的かつ健全な発展が模索されています。

5. 中国メーカーの台頭と戦略

上海モーターショー2025 で強い存在感を示したのは、何と言っても中国の自動車メーカー各社です。各社は電動化とソフトウェア技術で先行するだけでなく、世界市場を見据えた戦略を積極的に打ち出しています。

① 製品ラインアップの急速拡充と高性能化：

中国の新興メーカーは、いわゆる「チャイナ・スピード」で製品強化を進めています。たとえば、NIO は 2024 年に販売台数を前年比 38.7%増の 22 万台に伸ばし、2025 年には 9 車種の新型 EV を投入してさらに倍増を狙っています。

シャオミが 2024 年 3 月に発売した初の EV「SU7」は、ポルシェを想起させるデザインと 21 万 5,900 元（約 450 万円）という価格設定で注目を集め、2024 年末時点での累計販売台数は 13 万 5,000 台を超えたと報じられています（写真 3 参照）。このように、中国メーカーは急速かつ高性能な製品を次々と市場に投入することで、国内外での競争力を高めています。なかでも BYD は、廉価帯から高級車まで幅広いブランドを展開し、市場を席巻しています。2024 年には NEV（ハイブリッドを含む）の世界販売台数が 427 万台に達し、売上高は 7,770 億元（約 16 兆円）を突破しました。中級ブランドの「海洋」系列から高級ブランド「騰勢（デンツァ）」、さらに超高級ブランドの「仰望（ヤンワン）」シリーズまで揃え、最高 2 百万人民元（約 4,100 万円）の EV も投入しています。また今回のモーターショーでは、新たにフラッグシップセダン「Dynasty-D」も披露され、BYD の電動化・高級化戦略の象徴として来場者の注目を集めました（写真 4 参照）。



写真 3：シャオミ「SU7」（筆者撮影）



写真 3：BYD「Dynasty-D」（筆者撮影）

② グローバル展開と輸出強化：

中国メーカーは、国内市場における激しい競争と価格圧力を背景に、海外市場の開拓にも積極的です。2023年には自動車の輸出台数で日本を抜き世界首位となり、2024年もその水準を上回るペースで推移しています（図2参照）。

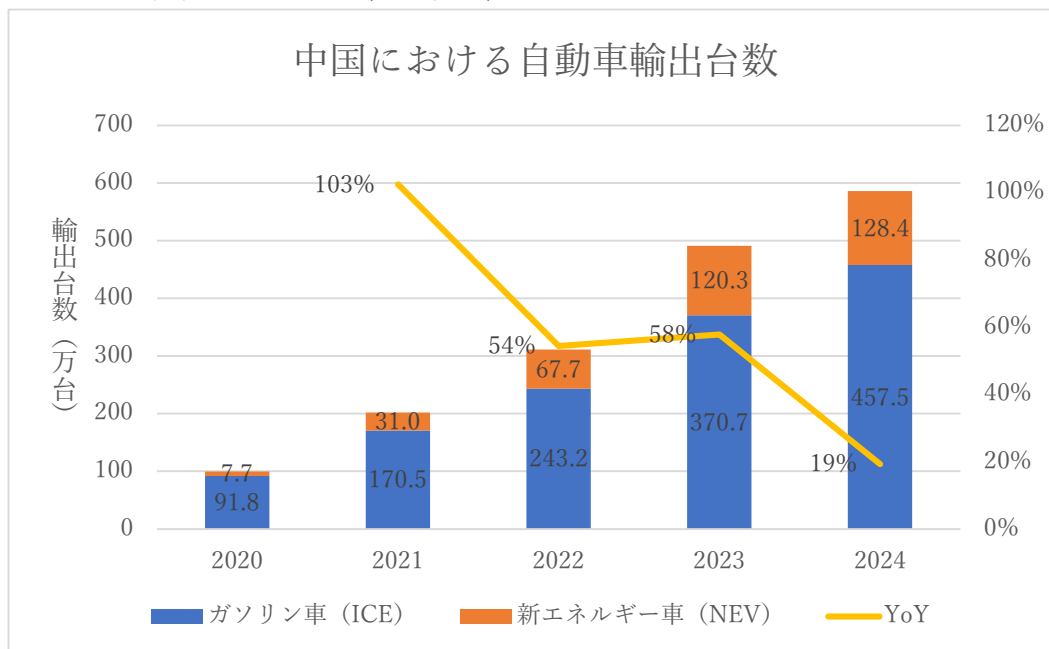


図2：中国における自動車輸出台数の推移（出所：中国汽车工业协会に基づき筆者作成）

BYDを筆頭に、中国勢は欧州・アジア・中南米・中東など幅広い市場で販売網の拡大を図っており、たとえばBYDは英国やドイツといった欧州市場への進出を加速させ、各地でショールームを開設しています。また、中国政府も「一带一路」構想を通じて新興国へのインフラ投資や経済協力を進めており、商用車の輸出強化にもつながっています。

一方、米国やEUでは中国製EVに対する警戒感が高まっており、高関税や安全保障上の輸入制限といった措置も取られています。これに対し中国メーカーは、現地生産やハイブリッド車の輸出などで対応しており、特に欧州向けには関税が比較的低いプラグインハイブリッド車（PHEV）を戦略的に投入する動きが見られます。

このように、中国勢の海外市場攻略は、多面的かつ柔軟な対応で進められています。

総じて、中国メーカーの戦略は「電動化技術＋ソフトウェア＋スケールメリット」を武器に競争優位を築きつつ、地政学リスクにも目を配りながら、世界市場でのプレゼンス拡大を図る方向にあります。

6. 海外メーカーの戦略と課題

かつて中国市場をリードしていた海外メーカーは、近年更にシェアを大きく落としています（図3）。本節では、そうした海外メーカー各社が上海モーターショー2025で打ち出した戦略と今後の課題について整理します。

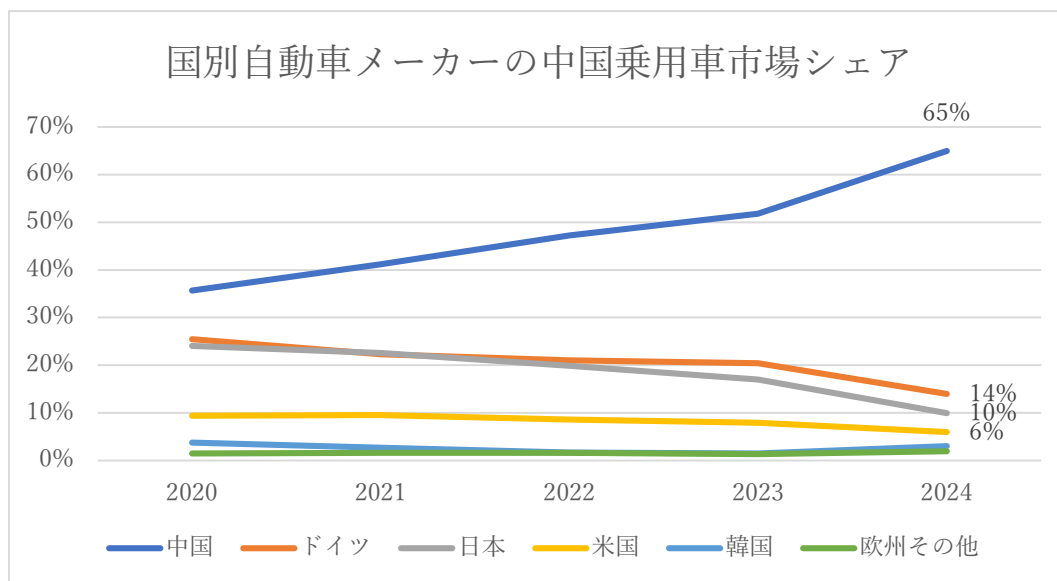


図3：国別自動車メーカーの中国乗用車市場シェア（出所：MarkLines に基づき筆者作成）

① 現地ニーズへの迅速対応と EV ラインアップ拡充：

海外メーカーは中国市場での巻き返しを図るため、「中国市場向け専用車種の投入」や「EV モデルの迅速な投入」を加速させています。

前述のとおり、VW とアウディは上海ショー直前に 5 つの新型 EV モデルを発表し、高性能 EV によって中国新興メーカーに対抗する姿勢を鮮明にしました。

また、米 GM 傘下のビュイック (Buick) は、中国市場で高い人気を誇るミニバン (MPV) 「GL8」の EV コンセプトを出展しました。車内にはワイド TV や冷蔵庫、マッサージ機能付きシートなどを搭載し、中国の顧客ニーズに対応する戦略を採っています（写真 5 参照）。

日本メーカーも主要各社が積極的に出展しました。中国メーカーの台頭を受けつつも、独自の技術力やブランド価値を活かして存在感を示そうとしています。



写真 5：ビュイック(Buick)「GL8」（筆者撮影）

まず、トヨタ自動車は「bZ7」を世界初公開しました。このモデルは、広州汽車集団 (GAC) との合併会社である广汽トヨタ (GTMC) およびトヨタ知能電動車研究開発センター (IEM by TOYOTA) との共同開発による、中国市場専用のフルサイズ BEV セダンです（写真 6 参照）。さらに新型「ES」には初の EV モデルが追加され、全長 5.1m を超える大型ボディと快適性の向上により、高級セダン市場での競争力強化を狙っています（写真 7 参照）



写真6：トヨタ「bZ7」（筆者撮影）



写真7：トヨタ「ES」（筆者撮影）

日産は今回のモーターショーで、2026年末までに100億元（約2,000億円）を追加投資し、2027年夏までにNEVを10モデルに拡充する計画を表明しました。中国事業の立て直しに本腰を入れています。

本田は、合弁会社である東風ホンダおよび广汽ホンダから、新型BEV「GT」を世界初公開しました。この車種には、北京市及び江蘇省蘇州市相城区に主な拠点を構える自動運転スタートアップ「Momenta」と、杭州市のAIスタートアップ「DeepSeek」の技術が搭載されており、業界内外で注目を集めました（写真8参照）。



写真8：ホンダの「GT」（筆者撮影）

② 構造改革：

海外メーカー各社は、中国市場における構造改革にも取り組んでいます。まず販売・サービス面では、テスラや新興中国メーカーが成功させた直販・オンライン販売モデルを参考に、従来のディーラー網の見直しを進めています。また、現地開発体制の強化も重要課題となっています。本田は、合弁会社である東風ホンダ（武漢）および广汽ホンダ（広州）を通じてEV専用工場を相次いで設立し、「e:Nシリーズ」の電気自動車を展開しています。これにより、EVシフトへの対応を進めるとともに、現地主導による開発体制を強化しています。トヨタ自動車は、2025年2月に上海市とカーボンニュートラルに関する包括提携契約を締結しました。さらに、同市金山区に完全子会社「豊田汽車（上海）有限公司」を設立することを発表しました。この新会社では、レクサスブランドのバッテリーEVおよび電池の開発・生産を行う予定であり、2027年を目途に年産約10万台規模での稼働を計画しています。トヨタとしては、中国で初めてとなる独資による乗用車工場の設立となります。

以上のように、海外メーカーは中国市場において製品開発、販売体制、投資面で多方面から戦略転換を図っています。しかし、電動化・スマート化という構造転換の中で一度出遅れた影響は依然として大きく、今後は持ち前の品質管理やブランド力を活かしつつ、中国の新たな消費者ニーズにどう応えていくかが大きな課題となります。

7. 今後の展望

上海モーターショー2025 は、世界の自動車産業が電動化とソフトウェア化という構造的な変革の真っ只中にあることを、あらためて印象づける機会となりました。とりわけ中国メーカーは、過去の課題を成長の糧としながら、電動化およびデジタル技術の分野で著しい進展を遂げており、グローバル市場における存在感を一層高めています。こうした動向を受け、各国の自動車メーカーにとっては、これまでに培ってきた強みを活かしながらも、製品戦略や開発スピードの見直しが求められる場面が増えてきました。冒頭で紹介した「弯道超车」という言葉は、単なる一部企業の台頭を表すにとどまらず、自動車産業全体が技術革新の転換点に立っていることを象徴しています。愛知県企業をはじめとする日本の自動車産業においても、この大きな変化を柔軟に受け止め、これまで築いてきた信頼と実績を基盤として、新たな価値の創出に向けた取り組みを進めていくことが、今後の国際競争の中で重要な意義を持つと考えられます。

愛知県上海産業情報センターでは、今後も中国現地の最新動向を継続的に発信し、皆さまのビジネス活動を支援してまいります。

【最近の中国内の主な動き】

4月10日 中国の消費者物価指数（CPI）が2カ月連続でマイナス

中国国家统计局が発表した3月の消費者物価指数（CPI）は前年同月比で0・1%下落した。2カ月連続でマイナスとなった。中国経済は不動産不況を背景とした内需低迷に直面しておりデフレ圧力は根強い。トランプ米政権との間で追加関税の応酬が激化しており、中国の消費者心理への影響が注視される。

4月16日 1QのGDP成長率5.4%

中国国家统计局は2025年第1四半期（1～3月）の実質国内総生産（GDP、速報値）の成長率が前年同期比5.4%だったと発表した。2024年第4四半期（10～12月）から横ばい。政府が設定した経済成長率目標（5%前後）を上回った。消費分野をはじめとする各種の政策支援が成長率を押し上げたほか、米国との貿易摩擦を受けた駆け込み輸出の効果も出た。

4月18日 3月の対米輸入、穀物や綿花が急減

中国による対米輸入品への追加関税を受けて、特定品目の輸入減速が鮮明になった。中国税関総署が発表した2025年3月の米国からの輸入（米ドル建て）は、穀物や綿花が前年同月から9割を超える落ち込みとなった。

【参考文献】

中国汽車工業協会 <<http://www.caam.org.cn/>> (2025 年 5 月 9 日閲覧)

MarkLines <<https://www.marklines.com/>> (2025 年 5 月 9 日閲覧)

日本貿易振興機構 <<https://www.jetro.go.jp/>> (2025 年 5 月 9 日閲覧)

日本経済新聞 <<https://www.nikkei.com>> (2025 年 5 月 9 日閲覧)

36kr Japan<<https://36kr.jp/>> (2025 年 5 月 9 日閲覧)

ロイター通信 <<https://www.reuters.com/>> (2025 年 5 月 9 日閲覧)

Bloomberg <<https://www.bloomberg.com>> (2025 年 5 月 9 日閲覧)

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まし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。