

《中国自動車情報》

ホンダの4月中国販売48%減 トヨタも25%減、国内競争厳しく

ホンダが11日発表した4月の中国新車販売台数は前年同月比48%減の2万2595台だった。セダン「アコード」など主力車種が伸び悩んだ。トヨタ自動車もガソリン価格の高騰などが響き、10万6500台と25%減った。ホンダは合弁会社別では広州汽車集団との「広汽ホンダ」が64%減の8384台、東風汽車集団との「東風ホンダ」が31%減の1万4211台だった。中国勢など競合が次々と新型車を打ち出す中で主力車種の刷新が遅れていることなどが要因だ。トヨタは中東情勢緊迫によるガソリン価格の高騰でエンジン車が伸び悩んだほか、5月の労働節（メーデー）に伴う連休に合わせた販売施策をにらんだ消費者の様子見などの影響を受けた。合弁会社別では、中国第一汽車集団との「一汽トヨタ」が38%減の4万台、広州汽車との「広汽トヨタ」が10%減の5万4100台だった。高級車ブランド「レクサス」は29%減の1万1200台だった。電気自動車（EV）は好調で1万7700台と88%増えた。1～4月の累計販売台数はトヨタが前年同期比10%減の47万7100台、ホンダが28%減の14万5065台だった。中国は2026年からEVなど新エネルギー車向けの自動車取得税の免除額を減らしたほか、内需の弱さもあり国内販売が不振だ。中国汽车工業協会が11日発表した1～4月の国内新車販売は2割減だった。

日産の中国新車販売、4月は3割減 新型車投入も効かず

日産自動車が13日発表した4月の中国新車販売は、前年同月比31%減の3万2051台だった。前年同月比マイナスは2カ月ぶり。4月は多目的スポーツ車（SUV）の新型車「NX8」を発売したが、販売増にはつながらなかった。中国汽车工業協会によると4月の中国国内の新車販売は前年同月比2割減で、3月に比べて減少率は大きくなった。

トヨタ、4月の中国新車販売25.4%減

トヨタ自動車は11日、4月の中国新車販売台数が前年同月比25.4%減の10万6500台だったと明らかにした。

スペイン首相も試乗—中国シャオミEV、2027年欧州上陸へ

中国スマートフォン大手の小米集団（シャオミ）傘下の電気自動車（EV）ブランド「小米汽車（Xiaomi Auto）」が、グローバル戦略を加速させている。最新情報によると、同社は欧州を海外展開の足掛かりとなる最初の拠点に据える方針である。2027年には、欧州市場において正式に納車を開始する計画だ。スペインのサンチェス首相は4月13日、シャオミ本社がある北京市の小米科技园（Xiaomi Tech Park）を訪れ、試乗を行った。視察には、シャオミ創業者であり会長兼最高経営責任者（CEO）の雷軍氏が全行程に同行し、同社の最新技術の特徴や欧州市場への展開計画について直接説明した。スペインは、シャオミにとって欧州における最重要市場の1つだ。英調査会社オムディア（Omdia）のデータ

によると、シャオミは2025年にスペインのスマートフォン市場で30%のシェアを獲得し首位に立っており、すでに多くの現地企業と提携関係を築いている。以前から、シャオミのEVセダン「SU7」や電動SUV「YU7」などのテスト車両が、スペインを含む欧州各地でテスト走行を行っている様子が報じられてきた。

中国新興EV26年4月販売：リープモーターが7万台超で別格の首位、2位の理想と2倍以上の差

中国の主な新興電気自動車（EV）メーカーが、2026年4月の新車販売（納車）台数を発表した。コストパフォーマンスの高さと多車種展開で人気の零跑汽車（Leap Motor）が7万台超とずば抜けた販売台数を叩き出し、2位以下を大きく引き離れた。

1位：零跑汽車

零跑汽車（Leap Motor）の4月の販売台数は、前年同月比73.9%増、前月比42.7%増の7万1387台となった。3月末に発売した新型車「A10」が爆発的な販売増をけん引した。A10は6万5800元（約150万円）～8万6800元（約200万円）と低価格ながらLiDARと運転支援機能を搭載。価格に敏感な消費者の心をわしづかみにした。

2位：理想汽車

理想汽車（Li Auto）の4月の販売台数は、前年同月比0.4%増、前月比16.9%減の3万4085台だった。主力としているプラグインハイブリッド（PHEV）タイプの6人乗りSUV「Lシリーズ」のニューモデル投入の遅れが、販売減の要因になったとみられる。新たに打ち出した純電動（BEV）タイプのSUV「iシリーズ」も波に乗れずにいる。5月に納車が始まるニューモデル「L9 Livis」が販売増の起爆剤になるか注目が集まる。

3位：鴻蒙智行

通信機器大手ファーウェイが自動車メーカー5社と共同運営するEVブランド連合「鴻蒙智行（HIMA）」は、4月の販売台数が前年同月比18.9%増、前月比23.2%増の3万2759台となった。自動車中堅の賽力斯集団（SERES）と共同運営する「問界（AITO）」が全体の75%以上を占め、なかでも新型SUV「AITO M6」の人气が販売増につながったとみられる。

4位：小鵬汽車

小鵬汽車（XPeng Motors）の4月の販売台数は、前年同月比11.5%減、前月比13.1%増の3万1011台だった。AI技術搭載と12万元（約270万円）以下の手頃な価格を両立させた「MONA M03」のニューモデルが4月に発売され、前月比での販売増につながった。とはいえ、競合他社の同価格帯モデルに押され、前年同月比では販売減となっており、AI企業へと軸足を移しつつある同社の真価が問われる段階に入っている。

5位：小米汽車

スマートフォン大手の小米集団（シャオミ）が手がける「小米汽車（Xiaomi Auto）」の4月の販売台数は、前年同月比約7.1%増、前月比約50%増の約3万台となった。3月に発売した新型「SU7」はすでに予約注文が7万台を超えており、確実な納車に向けて生産拡大を急いでいる。

6位：NIO

蔚来汽車（NIO）の4月の販売台数は、前年同月比22.8%増、前月比17.3%減の2万9356台だった。同社は4月、メインブランド「NIO」の4車種のほか、セカンドブランド「樂道（ONVO）」のフラッグシップSUV「L90」とサードブランドの小型車「萤火虫（firefly）」のニューモデルを発売している。

4月は零跑汽車が7万台超と爆発的に販売台数を伸ばして新興勢トップの座を盤石にし、2～5位が3万台オーバーでしのぎを削る混戦模様となった。新興各社は5月以降の販売増を狙い、「北京モーターショー2026」（4月24日～5月3日）に合わせて続々とニューモデルを打ち出している。5月の販売ランキングはどうなるのか。零跑汽車一強の構図はたやすく崩れないかもしれないが、2位以下の順位が変動する可能性は極めて高い。

中国EVとは 中国国内の競争激化で海外へ進出

中国の電気自動車（EV）メーカーは価格と技術の両面で競争力を高め、世界で存在感を増している。中国勢は人工知能（AI）など最新技術を活用した自動運転システムや先進運転支援システム（ADAS）の開発でも先行する。比亞迪（BYD）などは電池から車体までを自社で手がける垂直統合モデルで急成長している。国内での競争が激しい中国EVは欧州や東南アジアなど海外展開を加速している。調査会社マークライنزなどによるとEVがけん引し、2025年の中国車の総販売台数は2700万台弱と日本車を上回り国別で世界首位だった。企業別でもBYDが6位、浙江吉利控股集团（ジーリー）が8位に入り、ホンダやスズキを上回った。

25年の世界新車販売		
順位	企業・グループ	販売台数 (万台)
1	トヨタ	1132
2	VW	898
3	現代自動車・起亜	727
4	GM	618
5	ステランティス	548
6	比亞迪（BYD）	460
7	フォード	439
8	浙江吉利控股集团	411
9	ホンダ	352
10	スズキ	329

(注) 各社の発表資料などを基に集計。GMIは上汽通用五菱汽車を含む

日本に進出する中国EVも増えている。23年に乗用車市場に参入したBYDは26年夏に日本向けに独自開発した軽EVを発売する。広州汽車集団や吉利も傘下のEVブランドで日本に進出する見込みで、26年夏以降の投入を予定する。もっとも日本政府による購入補助金制度で中国車は不利になるなど、市場定着には課題もある。

中国開発に賭ける日産、現地合弁が主導 部品メーカーへ影響必至

日本車大手の中国戦略が岐路に立っている。日産自動車は現地合弁を日本に次ぐ輸出拠点に据える一方、ホンダは電気自動車（EV）の戦略を抜本的に見直す。中国の技術の積極採用が従来の部品メーカーとの関係に影響することは必至だ。「中国で開発・生産された競争力の高い車両を輸出する」。日産のイバン・エスピノーサ社長は24日に開幕した北京国際自動車ショーの記者会見で強く力を込めた。

アウディ×上海汽車、上海にR&Dセンター設立 中国向け4モデルを共同開発

ドイツ自動車大手フォルクスワーゲン（VW）傘下の高級車メーカー、アウディと中国自動車大手の上海汽車集団はこのほど、戦略的連携協定を正式に交わし、協力をさらに深めることとなった。両社の合併ブランド「上汽奥迪（上汽アウディ）」が明らかにした。協定はアウディブランドの未来モデルに関連する全バリューチェーンの構築に焦点を当て、主に完成車の研究開発を中心とする。上海にアウディ・イノベーション技術センターも設立する。センターはアウディが主導し、スマート化・電動化技術の研究開発と、ICV（インテリジェント・コネクテッド・ビークル＝人工知能＜AI＞や高度な通信技術を導入し、安全性や効率性の高い自動運転を可能とする車）の全バリューチェーンでの完成車開発に集中する。

BYD、1～3月期の純利益55%減 販売台数は3割減少

中国自動車大手の比亞迪（BYD）が4月28日発表した2026年1～3月期決算は純利益が前年同期比55%減の40億元（約940億円）だった。販売台数が3割減った影響で、1～3月期としては6年ぶりの減益となった。売上高は12%減の1502億元。海外販売は増加しているものの、販売全体の過半を占める国内販売が停滞し、新車販売台数は30%減の70万台だった。

中国BYD、4月の新車販売16%減 国内不振で8カ月連続マイナス

中国自動車大手の比亞迪（BYD）は1日、4月の新車販売台数が前年同月比16%減の32万1123台だったと発表した。前年同月を下回るのは8カ月連続。国内販売で不振が続いたが、海外販売は7割増と好調だった。中国政府は電気自動車（EV）など新エネルギー車の自動車取得税を2025年末までは全額免除していたが、26年1月から免除額を半額にした。

2700万台で世界首位、でも黒字メーカーは5～6社——中国車「覇権」の虚と実

2025年、中国の自動車メーカーによる世界販売台数の合計が、初めて世界首位に躍り出たと言われている。すでに輸出台数で首位を確立していたなか、さらなる躍進を遂げた格好だ。しかし、それが直ちに「中国車の覇権」を意味するかと言えば、疑問が残る。次なる自動車大国としての潜在能力を見せつける中国に対し、いま何が欠けているのだろうか。日本経済新聞は2025年12月30日、中国メーカーは2025年に全世界で約2700万台の新車を販売、日本メーカーの約2500万台を超えて首位に立つ見通しだと報じた。ただしこの数字は同紙独自の集計であり、3カ月以上経った現在も最終的な確定値は明らかになっていない。筆者の独自計算でも、約2650万台近い数値を確認できた。日本勢を圧倒する結果とは言えないが、少なくとも数では超えたと言って良いだろう。

「メーカー数の多さ」が支える中国の販売台数

この結果には、メーカー数の違いも影響している。日本はダイハツや日野自動車、「レクサス」を含むトヨタグループがもっとも大きく、資本提携も含めるとスズキやスバル、マツダが加わる。三菱を含む日産自動車や、単独ながらも存在感を発揮するホンダと合わせて「3陣営・8社」が日本の乗用車メーカーとなる。対して中国では公道走行可能な自動車

を生産するメーカーは40社前後、各社が擁するブランドを含めると約70ブランドまで増える。それぞれが束になることで中国勢全体の販売台数はここまで大きくなったわけだが、一方で依然として淘汰のフェーズは続いていることにも留意が必要だ。新エネルギー車（NEV）の販売で黒字転換を達成したメーカーは5~6社まで増えたものの、すべてが2030年までに生き残れるわけではない。内需ではシェアを海外勢から取り戻せるほど価格と先進性において優位に立っているが、今後は持続的な経営や商品開発、アフターサポートが焦点となってくる。2025年は多くの中国メーカーが海外市場での成長を記録した年となった。例えば、BYDは販売目標を当初550万台としていたものの、のちに460万台へ下方修正、そして最終的に460万2436台を通年で販売した。全体の伸び率は前年比7.73%増にとどまったのに対し、海外販売台数は前年比150.74%増の104万6083台を記録した。

成長市場は東南アジア、次の焦点は欧州

中国車の海外成長を支えているのは東南アジアなどの「成長市場」だ。特にタイでは政府のEV補助金政策により、中国メーカーの電気自動車（EV）は大きくシェアを伸ばした。ただ、この補助金は2025年末で終了したため、今後のEV販売はある程度鈍化するだろう。以前ほどの購入優遇策に頼れない中、どれだけの消費者がEVを求め続けるかが2026年の見どころとなる。こうした市場に対し、まだ伸びしろがあると言えるのが欧州などの「成熟市場」だ。現状、欧州市場における中国勢のシェアは5~6%程度にとどまるが、いくつかのメーカーでは欧州での販売拡大を見据えた現地工場や、欧州メーカーの小型車種に勝負を挑む新モデルの投入を計画している。その代表例が新興EVメーカー「零跑汽車（Leapmotor、リープモーター）」である。同社は2025年11月に発表したコンパクトEV「A10」は2026年下半期に欧州で「B03X」として発売予定なのに加え、2026年第3四半期からはスペインのサラゴサ県にて複数モデルの生産を開始する。2023年に数多くの欧州ブランドを傘下に擁する「ステランティス」がリープモーターの株式を20%取得して以降、同社の支援を受けて中国国外での生産・販売計画を推進している。2024年にはポーランドにあるステランティスの「ティヒ工場」にて最小モデル「T03」の生産を開始したが、計画の見直しですぐに中断された。新たに選ばれたサラゴサ工場では、中国の車載電池大手「CATL（寧徳時代）」のLFPバッテリー用生産ラインも稼働予定だ。そこで生産されたバッテリーを現地生産のリープモーター車種へ供給することで、これまで以上にコストを抑え、欧州市場での競争力を高められることだろう。

最大の壁は北米市場

中国メーカーは、欧州連合による中国製EVに対する追加関税を回避するべく、欧州メーカーとの提携や欧州圏内での生産、サプライチェーンの構築を進めている段階にある。欧州市場はすでに対策済みとあって良い一方、ハードルが依然として高いのが北米市場、特に米国である。BYDは2024年ごろからメキシコにて完成車工場の建設を計画していたが、中国政府は米国への技術流出を懸念して計画承認を延期、メキシコ政府は米国からの圧力で、板挟み状態のまま一旦白紙となった。メキシコ市場ではBYDや吉利汽車（Geely）が乗用車を販売しているが、2026年1月よりメキシコ政府は米国に同調する形で、中国製自動車に対する関税を20%から50%へ引き上げた。関税回避とさらなる北米事業の拡大を見据えて中国各社はメキシコでの現地生産を目論むが、ここで注目されているのが日産と独メルセデスベンツが共同で設立した工場だ。この工場は日産の事業再編の一環として売却

予定で、BYDと吉利、そしてベトナムの「ヴィンファスト」が獲得に動いている状況だ。新工場を一から建設するには多くの懸念点がある中、既存の工場の買収はよりハードルが低い選択肢として各社が狙いを定めている形となる。トランプ政権はまさに朝令暮改の連続で、中国メーカーにとって参入タイミングを見極めるのは困難なことだろう。また、いざ販売を開始したとしても、欧州やアジア各国とは大きく異なり米国独自の需要を理解して適応、シェアを拡大させるまでにはかなりの時間を要すると見ている。サプライチェーン構築の難しさに起因するコスト増も懸念点だ。2010年代後半からいくつかの中国メーカーが北米進出計画を打ち出してはなかなか実現しないのにはこういった背景がある。争点は「進出するか否か」よりも「いつ進出するか」だろう。

中国メーカーに求められる「次の競争力」

中国メーカーは価格競争力と技術革新を武器に世界市場で存在感を高めてきた。しかし、単なる価格競争だけでは業界全体の消耗を招きかねない。海外市場でシェアを拡大させて煌びやかな新技術をアピールすれば注目されるが、その下には消費者というものが存在し、その存在なくして持続的な経営は実現しないことを自覚する必要がある。クルマを売って終わり、充電器を設置して終わりではなく、市場と消費者のことを考えた「長いお付き合い」を築くことができるかどうか。それが、中国メーカーが新の自動車覇権を握るための次の試練となる。

外資系車メーカー、中国で電動化加速 研究開発投資も拡大

ドイツ自動車大手アウディはこのほど、中国市場向けの純電動セダン「A6L e-tron」を発売した。生産は吉林省長春市にある中国第一汽車集団との合併会社「奥迪一汽新能源汽车」が担う。同社は、アウディが中国で初めて設けたEV専用生産拠点。「A6L e-tron」は「Q6L e-tron」に続き、同拠点で生産され発売される2車種目の戦略モデルとなる。中国EV市場での競争力強化につなげる狙いだ。外資系自動車メーカーによる電動化の動きは加速している。2025年末には独フォルクスワーゲン（VW）が、ソフトウエア子会社のCARIAD中国や中国EVメーカーの小鵬汽車（Xpeng）と共同開発したCEAアーキテクチャーを投入し、これを採用した新型車「ID.UNYX 07」の安徽工場での生産を開始した。今年3月には、VWと小鵬が共同開発した初のモデル「ID.UNYX 08」もラインオフした。トヨタ自動車は、高級車ブランド「レクサス」のEV研究開発会社を中国に設立し、中国独自の研究開発体制を構築。日産自動車も電動化の研究開発に100億元（約2300億円）を追加投資し、製品開発の主導権を中国チームに移管した。部品分野でも外資によるイノベーション投資が進んでいる。独ポッシュは2027年末までに人工知能（AI）の研究開発に25億ユーロ（約4700億円）以上を投資する計画で、自動車関連事業は中国と欧州を中心に展開する。中国の自動車市場は、新エネルギーへの転換やスマート化が急速に進んでいる。外資系メーカーにとって重要な拠点となる中外合併企業も、新たな成長余地を見据えた布陣を強化している。

《自動車関連情報》

トヨタ、中国以外で初めてCATLから電池調達—インドネシアで120億円の専用ライン

トヨタ自動車のインドネシア製造子会社・TMMINは4月20日、中国車載電池大手の寧徳時代新能源科技（CATL）とインドネシアの電気自動車（EV）事業で提携すると発表した。

トヨタは1兆3000億インドネシアルピア（約120億円）を出資し、CATLの工場内に専用の生産ラインを建設する。日本経済新聞の報道で明らかになった。トヨタは現地で生産するハイブリッド車（HV）向けに、CATLから電池を調達する。同社がインドネシアの西ジャワ州に建設している電池工場は、2026年末に稼働を開始する計画で、年間の生産能力は6.9ギガワット時（GWh）に達する。これまでトヨタは、現地で生産する多目的車（MPV）「キジャン・イノーバ」などのHV用電池について、主要部品を海外から輸入して現地で組み立てていた。今後はCATLが現地で生産する部品を採用することで、部品の現地調達率を引き上げる。

トヨタの世界販売、3月は7%減の89万台 中東向け3割減

トヨタ自動車は27日発表した3月の世界販売台数（レクサス含む）は前年同月比7%減の89万7871台だった。多目的スポーツ車（SUV）「RAV4」の新型モデルへのラインの切り替えに伴う生産減や中東情勢の悪化による物流の停滞が影響した。トヨタが主力市場とする北米の販売台数は8%減の24万7109台だった。「カローラ」などハイブリッド車（HV）が好調な一方、新型RAV4の生産減が販売の落ち込みにつながった。2025年4月にトランプ米政権が発動した輸入車への追加関税による値上げを警戒した前年の駆け込み需要の反動もあった。中東地域は32%減の3万3919台となった。ホルムズ海峡の封鎖などによって完成車や部品の物流が停滞しているほか、現地の需要も冷え込んでいる。日本から中東に輸出した台数は1万7122台と46%減った。トヨタは需要減や燃料価格の高騰なども踏まえ、5～11月ごろまでに海外生産を3万8000台程度減らす計画だ。日本国内では一部増産するが、粗利の大きい中大型車が減産となることで一定の収益への影響が懸念される。3月の世界生産台数は前年同月比2%増の90万2210台と、過去最高を更新した。RAV4のラインの切り替えが進み、堅調なHV需要に対応したことで、北米生産台数は1%増の20万1283台となった。同日発表した25年度の世界販売は前年度比2%増の1047万7325台で、過去最高となった。北米のHV販売が全体をけん引したほか、中国でも電気自動車（EV）の新型車が好調だった。電動車の世界販売は7%増の503万9522台で、全販売に占める割合は48%まで高まった。世界生産は2%増の989万2822台となった。前年度に発覚した認証不正問題による生産減からの回復が進んだ。米国の高関税政策下でもHV需要を追い風に、生産や日本から米国への輸出を伸ばした。

BYD、日本の軽EV市場に参入 ハイブリッド武器に迎え撃つ国内勢

2026年夏、中国の比亞迪（BYD）が日本市場に軽乗用の電気自動車（EV）を投入する。日本でEVを普及させるには軽規格が重要になると判断した。中国では格安の小型EVがヒットしたことがEV普及を加速させる契機となった。軽EVの投入によって、中国がたどった普及の軌跡を日本でも再現しようともくろむ。

マツダの世界販売、米関税でピーク比3割減 「CX-5」に反転託す

マツダの世界販売が縮んでいる。2025年度は前年比6%減の122万2000台で、ピークの17年度からは3割近く減った。収益力を米国の高関税発動前に回復させるには販売の拡大が不可欠だ。欧州、米国への投入が進む新型の主力車「CX-5」に反転を託す。

三菱自動車、28年にもHVを国内初生産 PHV集中から転換

三菱自動車は2028年にも国内でハイブリッド車（HV）の生産と販売を始める。日本で軽自動車以外のHVを生産するのは初めて。国内では電気自動車（EV）やプラグインハイブリッド車（PHV）の販売は伸び悩んでおり、HVに成長余地があると判断した。

トヨタがインドに3工場新設 100万台生産、アフリカ・中東に輸出

トヨタ自動車はインドに3つの完成車の新工場をつくる。同国での生産規模を2030年代に100万台と今の3倍に増やす。米国や中国など主要市場が頭打ちとなるなか、車メーカーの競争軸はグローバルサウス（新興・途上国）の攻略に移る。新工場はインド市場に加え「インド以西」の中東、アフリカに車を供給する輸出拠点の役割を担う。工場はインド西部のマハラシュトラ州につくる

日産自動車、米国でEV生産計画中止 補助終了で需要減

日産自動車は30日、米南部ミシシッピ州の工場で電気自動車（EV）の生産計画を中止すると明らかにした。米国では政府の購入補助の終了でEV販売が伸び悩んでいる。環境変化を踏まえ、生産車種を見直す。ミシシッピ州のキャントン工場で生産予定だった多目的スポーツ車（SUV）のEV2車種の生産計画をとりやめる。当初は2028年末から29年上期に生産する計画だった

スズキのインド戦略、年400万台生産でシェア5割へ EV専用ライン新設

スズキが主力市場のインドで電気自動車（EV）に本腰を入れながらエンジン車の生産能力を大幅に高める。既存工場にEV専用ラインを新設する計画を明らかにした。加えて2029年を目標に新工場を稼働させる。30年ごろまでに年間400万台の生産体制を構築し、EV開発の出遅れを挽回するとともに急成長するインド市場でシェア5割の大台回復を目指す。

日本車4社、4月の米新車販売4.5%減 高級車ブランド落ち込む

日本車大手4社が1日発表した4月の米新車販売台数は前年同月比4.5%減の44万3644台だった。ガソリン車で節約志向が強まったことや前年の特需の反動で高価格帯の車種が落ち込む一方、値ごろ感のあるセダンなどが売れている。月次統計を公表しているトヨタ自動車、ホンダ、SUBARU（スバル）、マツダの4社の発表値を合計した。

4月の国内新車販売、4カ月ぶり増 税制見直しで負担減に

自動車販売の業界団体が5月1日発表した4月の国内の新車販売台数（軽自動車含む）は、前年同月比9%増の37万3952台だった。4カ月ぶりに前年を上回った。政府は3月末に自動車税「環境性能割」を廃止した。消費者の負担減で販売が増えた可能性がある。日本自動車販売協会連合会（自販連）と全国軽自動車協会連合会（全軽自協）の統計をまとめた。登録車は18%増の25万5370台で4カ月ぶりに増加、軽自動車は6%減の11万8582台で5カ月ぶりに減った。環境性能割は購入時にかかり、燃費性能などに応じて購入価格の最大3%を課していた。同税の廃止を待っていた消費者らの需要が4月に集中した可能性がある。トヨタ自動車は25%増の14万1085台だった。登録車の中でも小型車が30%増の4万5575台とけん引した。同社は3月に小型車「ヤリス」を一部改良していた。多目的スポーツ車（SUV）「RAV4」や電気自動車（EV）「bZ4X」の新型車投入も後押しした。ホンダは1%増の4万5745台で13カ月ぶりに増加に転じた。4月に中国で生産したEV「インサイト」を発売していた。日産自動車も販売を増やし、2%増の2万4946台となった。最も増加率が高かったのはSUBARU（スバル）で29%増の9739台だった。軽を主力とするメーカーは落ち込みが目立った。スズキは3%減の5万6891台、ダイハツ工業は2%減の4万266台だった。

トヨタ、インドで29年に新工場 SUVをグローバルサウスに供給

トヨタ自動車は11日、インド西部に完成車の新工場を建設すると発表した。2029年前半の生産開始を予定する。インドや中東、アフリカに人気が高まっている多目的スポーツ車（SUV）を供給する。新工場はインドで4カ所目となり、同国西部のマハラシュトラ州に設立する。生産能力は年10万台。プレスや溶接、組み立てなどのラインを構え、約2800人が従事する。トヨタは現在、南部のカルナタカ州で2工場を運営し26年にも1工場を操業する。4カ所目の稼働でインド全体の生産能力は50万台規模になる見通しだ。ほかにも2工場の稼働を予定しており、30年代には100万台規模の生産になるもようだ。新工場はインド国内のほか、グローバルサウス（新興・途上国）への輸出もにらむ。インドは中東、アフリカと貿易や人の移動でつながりが深い。トヨタは「インドに加え周辺地域の顧客にも安定的にクルマを届けるための生産拠点として位置づける」としている。トヨタの25年度のインド生産は39万8000台と、24年度比3%増加した。現地では小型車を中心だったが、経済成長とともに中大型車の需要が広がる。トヨタはSUV「アーバンクルーザー・ハイライダー」などを手掛ける。インド自動車工業会（SIAM）によると、25年度のインドの新車販売台数（商用車を含む）は572万台と24年度比9%増加し過去最高を更新した。既にドイツや日本を超える市場となっている。

スズキが世界販売ホンダ超え、初の日本車2位へ インドから輸出攻勢

スズキは14日、2027年3月期の四輪車世界販売が前期比7%増の355万台になると発表した。実現すればホンダ（339万台）を抜き初めて日本メーカーで2位となる。主力のインドは販売競争が激しい。輸出拠点としての機能も強める考えだ。けん引役のインドは27年3

月期もスズキの販売の6割ほどを占める見通しだ

川 柳

- ◎帰りたい、自由の女神、フランスへ
- ◎笑み絶えぬ、あの人だけだ、永田町
- ◎あれ探し、これが見つかり、それ失くす
- ◎あの人を、特別モデルに、パリコレに

宮本政義

Mail:masamiyamoto1@gmail.com

Mail:masa.miyamoto@163.com

Mobile: 070-6462-1880(携帯)