

EU市場における日本EV車の販売台数拡大の可能性

『現地生産』と『輸出』の二者択一：シェア拡大に真に有意な戦略は何か？

発表者名：臼井拓真

日付：2026年5月24日

1

2026/5/24

1

I 序論

1. 研究背景と目的

EUを中心に脱炭素化が加速する中、自動車産業ではEVへの転換が急速に進んでいる。しかし日本メーカーはEV分野で他国に後れを取っており、EU市場で販売を拡大するために「現地生産」と「輸出」のどちらを選ぶべきかは十分に検証されていない。今回EU市場を分析対象とした理由は主に3つあり、EV車に対する規制、EV市場の規模、EUに関する学術論文が少ない。

本研究の目的は、日本のEV車がEU市場において販売台数を拡大するために、どのような手段が最適であるかを明らかにすることである。

具体的には、日本からEUへ「輸出」する場合と、EU域内で「現地生産」を行う場合のどちらが販売台数の増加により強い影響を与えるかを統計的に検証し、経済的に有意な差異が存在するかを分析する。

2

2

I 序論

2. 調査内容

(1) 日本

- ① 日本でのEV車の普及率
- ② 各メーカーのEV車に対する展望

(2) EU

- ① EUでのEV車の普及率
- ② 環境政策

3

3

II 本論

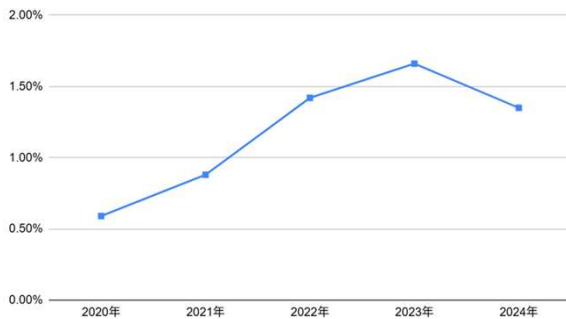
3. 現状分析 - 日本の現状

(1) 日本国内のEV車普及率

① 新車販売に占めるEVシェア

2020年 : 0.59%
2021年 : 0.88%
2022年 : 1.42%
2023年 : **1.66%**
2024年 : 1.35% に低下

新車販売に占めるEVのシェア率



4

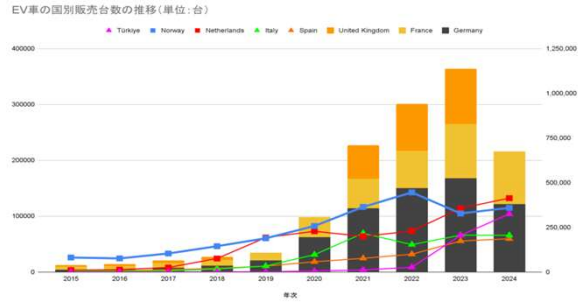
4

Ⅱ 本論

3.現状分析 - EU現状

(2)EU市場での国別販売台数と推移

①EV車



5

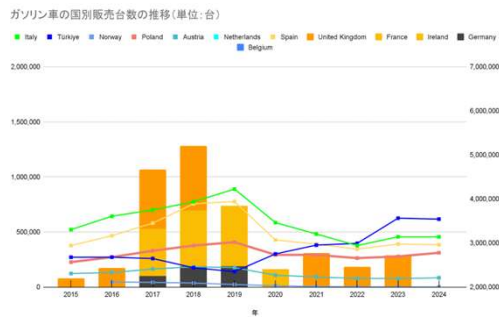
5

Ⅱ 本論

3.現状分析 - EU現状

(2)EU市場での国別販売台数と推移

②ガソリン車



6

6

Ⅱ 本論

3.現状分析 - EU現状

(2)EU域内の政策

①Fit for 55

a.内容

1990年レベルと比較して2030年までにEU全体の温室効果ガス(GHG)排出量を少なくとも**55%削減**することを目指す規制提案のパッケージ

7

7

Ⅱ 本論

3.現状分析 - EU現状

(2)EU域内の政策

②UN規則

a.内容

UN規則（UN Regulations）とは、UN/UNECEが定める「車両、車両部品・システム」に関する統一的技術要件

→EU内ではこれを適用・公示して、EU加盟国で効力を持つ

日本、韓国など約64カ国＋EU(27カ国)が採用

8

8

Ⅱ 本論

3.現状分析 - EU現状

(2)EU域内の政策

③補助金

EUが、域内の半導体産業を強化・安定させるために策定した法律
→半導体の設計・研究・製造から供給・供給危機への備えなどをカバーし、
広範な支援・制度整備を目的

SMC（台湾）やインテルの工場に巨額の補助金を出して工場をEU国内に
誘致している。

9

9

Ⅱ 本論

1.仮説

EU市場でEV販売台数を伸ばす場合、輸出ではなく、現地生産
が経済的有意性が高い判断である。

10

10

Ⅱ 本論

2. 先行研究

(1). 保護主義的介入と立地選択

"Will Chinese Auto Export Boom Transform into Local Production in Europe?"

(2). 投資決定の閾値と為替リスク

"海外直接投資行動の理論的分析 中尾武雄"

(3). 市場適合 (Market Adaptation) & コスト競争力

朴 英元 (2009). インド市場で活躍している韓国企業の現地化戦略：現地適応型マーケティングからプレミアム市場の開拓まで. 『赤門マネジメント・レビュー』, 8(4), pp.181-210.

11

11

Ⅱ 本論

3. 統計分析

(1) 分析方法

二元固定効果モデル

公式 : $y_{it} = \alpha + \beta_1 x_{1it} + \beta_2 x_{2it} + \mu_i + \lambda_t + \varepsilon_{it}$

分析式 : $Sales_{it} = \alpha + Production_{it} \beta_1 + Export_{it} \beta_2 + \mu_i + \lambda_t + \varepsilon_{it}$

- トヨタ、ホンダ、日産、三菱、スズキ、ヒュンダイ、キア、のEUにおける販売台数
- 生産台数
- 輸出数

12

12

Ⅱ 本論

3 .統計分析

(3)分析結果

	Regression Results Comparison			
	Dependent variable:			
	Sales			
	Two-way (1)	panel linear Individual (2)	Time-only (3)	OLS Pooled OLS (4)
Production	0.850*** (0.041)	0.831*** (0.034)	1.062*** (0.053)	1.044*** (0.048)
Export	0.542*** (0.115)	0.509*** (0.096)	0.168 (0.127)	0.172 (0.117)
Constant				43,257.860** (18,222.420)
Observations	77	77	77	77
R ²	0.911	0.936	0.900	0.903
Adjusted R ²	0.883	0.928	0.881	0.901
F Statistic	296.201*** (df = 2; 58)	496.832*** (df = 2; 68)	287.043*** (df = 2; 64)	345.196*** (df = 2; 74)
Note:	*p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01			

13

13

Ⅱ 本論

3 .統計分析

(3)分析結果

企業ごとの体質や、その年特有の景気変動、関税の影響を考慮した上で見ても、「輸出」よりも「現地での生産」の方がEUでの販売台数に強い影響を与えていることが統計的にわかります。

14

14

Ⅲ 結論

EU市場で日系自動車メーカーのEV車シェア拡大には、「輸出」よりも「現地生産」への移行が統計的に有意かつ効果的な戦略である

- **経済的要因**：関税や輸送コストの削減、為替リスクの回避
- **市場的要因**：欧州独自の規制（Fit for 55など）や、現地の嗜好への迅速な適応が可能
- **政策的要因**：EUの保護主義的な政策（原産地規則）への対応

15