

2023年のASEANにおける電気自動車市場

MU RESEARCH AND CONSULTING (THAILAND) CO.,LTD.

Managing Director

池上 一希

Consultant

池内 勇人



池上 一希



池内 勇人

はじめに

2023年のASEANは電気自動車（EV）にとって躍進の年であったと言える。タイ・ベトナム・インドネシアの主要3か国でEV販売は約12万台であり、既に昨年から約3倍増と急激な成長を見せる（図表1,2）。

販攻勢を仕掛けていることが話題となった。特にBYDはASEAN域内主要国に対しEVのみでの展開を加速させており、域内でも注目されている。自動車においては日本企業の牙城であったASEANにとり一つの分岐点となる年であったといえよう。

本稿では3ヶ国における電動化の趨勢をみることで、今後の影響について考察する。

タイ	2022年		2023年		
	通年実績	構成比	通年実績	構成比	前年比
合計	942,735	100%	843,714	100%	89%
ICE	858,154	91%	673,851	80%	79%
EV	9,696	1%	76,254	9%	786%
HV	63,554	7%	84,382	10%	133%
PHEV	11,331	1%	11,692	1%	103%

出所：タイ陸運局（DLT）新車販売統計データより

インドネシア	2022年		2023年		
	通年実績	構成比	通年実績	構成比	前年比
合計	1,048,040	100%	1,005,802	100%	96%
ICE	1,032,603	99%	936,138	93%	91%
EV	10,327	1%	16,975	2%	164%
HV	5,100	0%	52,516	5%	1030%
PHEV	10	0%	128	0%	1280%

出所：GAIKINDOなど各種公開データより

ベトナム	2022年		2023年		
	通年実績	構成比	通年実績	構成比	前年比
合計	431,848	100%	348,834	97%	81%
ICE	424,502	98%	312,878	90%	74%
EV*	7,100	2%	25,166	7%	354%
HV	246	0%	1,101	0%	448%
PHEV	0	0%	0	0%	0%

*EVの販売は公表ベース

出所：MarklinesよりVAMA加盟メーカー+現代自動車+VinFastを概算

（図表1：2023年末時点のパワートレイン別集計）

また中国系のASEAN展開も非常に活発な一年であった。従来からASEANに展開している上海汽車や長城汽車（GWM）、五菱（Wuling）などに加え、中国BIG5やEV系新興メーカーなど様々な企業がタイ、インドネシア、マレーシアなどでの投資、拡

タイ	2022	シェア	2023	シェア	増減
トヨタ	288,809	34.3%	275,511	34.5%	0.2%
いすゞ	212,491	25.2%	152,781	19.1%	-6.1%
ホンダ	82,842	9.8%	91,498	11.5%	1.6%
三菱	50,385	6.0%	41,836	5.2%	0.1%
Ford	43,628	5.2%	37,532	4.7%	-1.3%
マツダ	31,638	3.8%	30,662	3.8%	3.8%
MG (2006-)	27,293	3.2%	29,497	3.7%	0.5%
日産	22,521	2.7%	22,123	2.8%	-1.0%
スズキ	22,354	2.7%	18,479	2.3%	-0.4%
BMW	13,572	1.6%	15,000	1.9%	-0.8%
その他	147,202	17.5%	128,795	10.5%	-7.0%

TOP10日系シェア 84.4% 76.7% -7.6%

出所：タイ陸運局（DLT）新車登録統計より

インドネシア	2022	シェア	2023	シェア	増減
トヨタ	331,410	31.6%	336,777	33.5%	1.9%
ダイハツ	202,665	19.3%	188,000	18.7%	-0.6%
ホンダ	131,280	12.5%	138,967	13.8%	1.3%
三菱	99,051	9.5%	81,057	8.1%	-1.4%
スズキ	90,408	8.6%	77,416	7.7%	-0.9%
三菱ふそう(2022-)	37,586	3.6%	35,484	3.5%	0.5%
いすゞ	36,646	3.5%	31,553	3.1%	-0.4%
現代	31,832	3.0%	31,427	3.1%	-0.4%
日野	30,853	2.9%	28,449	2.8%	-0.1%
五菱(Wuling)	29,989	2.9%	23,540	2.3%	-0.5%
その他	26,320	2.5%	33,132	3.3%	0.8%

TOP10日系シェア 91.6% 90.8% -0.8%

出所：GAIKINDOなど各種公開データより

ベトナム	2022	シェア	2023	シェア	増減
トヨタ	91,115	19.2%	67,450	21.4%	4.2%
現代	81,582	17.2%	57,414	18.2%	-1.0%
起亜	70,711	14.9%	40,773	12.9%	-1.9%
三菱	39,861	8.4%	38,322	12.2%	6.1%
マツダ	36,052	7.6%	35,632	11.3%	3.7%
ホンダ	30,645	6.4%	30,894	9.8%	1.4%
Ford	28,847	6.1%	25,166	8.0%	3.2%
VinFast	22,924	4.8%	23,802	7.5%	1.1%
スズキ	16,209	3.4%	13,311	4.2%	0.8%
Thaco	12,064	2.5%	9,524	3.0%	0.5%
その他	1,838	0.4%	6,540	2.1%	1.7%

TOP10日系シェア 45.0% 51.1% 6.1%

出所：VAMA及び現代、VinFast公開データより

（図表2：2023年末時点のメーカー別集計）

タイ市場

(政策)

タイのEV市場は盛況の最中にあり、長城汽車やBYDなどの大躍進の年であったが、その背景にはタイ政府のEV普及政策がある。「30/30」政策と呼ばれる2030年までに国内生産の3割をEVとする政策は現地生産を大幅に伸長させる奨励策と需要を掘り起こす為の補助金の両輪で構成されている

供給面では現地生産要求付きながら関税減免や物品税、法人所得税などの面で強い優遇を付与している。なお、国内で課題として挙げられているのが中国ASEAN自由貿易協定（ACFTA）であり、同FTAにより中国からタイに輸出されるBEVは全て関税無しで輸出される。また、現地生産要求も無い為、この特惠関税を盾に中国車だけが市場を攻略すると、タイ政府のEVハブ化構想が瓦解することを恐れる意見もある。

需要面では昨年末より補助金が減額予定にあり、乗用車かつ500kwh以下のモデルに対して2024年より50,000パーツ、2025年からは35,000パーツ、またEV3.5政策が終了する2027年までは25,000パーツと予定されており、徐々に補助金は縮小する見込みである。インセンティブの縮小が今後続く場合、EVの市場における競争力は今後2-3年で徐々に低下する可能性がある。

(販売)

2023年のEV新規登録台数は7.6万台となっており、前年比8倍と急伸している。また、同年の新規登録自動車の内9%ほどがEVとなったでもあり、年後半は月によっては10%を超えており急速な存在感を示している。

タイにおけるEV展開の加速を強く印象付けるものとして2023年12月に開催された「Motor Expo 2023」と同年3月から4月にかけて開催された「Bangkok International Motor Show 2023」の売約数の数字が挙げられる。「Motor Show」ではEVの売約数の大半はBYDが展開するモデルとGWMのOla Good CatによるものでEVの販売シェアは全体の約21%であったのに対し、「Motor Expo」では前

述2社以外にも中国系が参画。広州汽車（GAC）が展開する「Aion」、長安重慶汽車が展開する「Deepal」などが出展しEV販売を大きく押し上げる形となり、最終的に全体の38.4%を占有し存在感を発揮した。



写真1 BIMS2023にてお披露目されるBYD Dolphin¹

国籍別にみると上位10社のシェアは日系が一昨年の84.4%に対して昨年は76.7%と微減となっており（図表1,2）、逆にBYDの台頭などで中国系が3.2%から7.5%となっている。「その他」にカウントされている中国勢も含めると日系の純減分を中国勢が補っているといえる。また、中国大手BYDは本年から実質本格参入であったが、シェア3.8%を獲得し上位に食い込むなど順調な滑りだしとなった。2022年末のバンコクモーターエキスポの開催期間のみで1万台を販売するなどのトラックレコードをたて派手なデビューを飾り、結果的にEVモデル「Atto3」（写真2）が1.9万台を超えるヒットとなった。SUVを好みテクノロジー志向の若年層を中心に支持を得ていると考えられる。



写真2 タイで大ヒットしているBYD「Atto3」²

タイにおけるEV市場の伸長には3つ要因が挙げられよう。まず他国と異なり一番大きいものとしては、前述でも挙げられた大規模な政府の恩典であ

る。特に消費者向けの恩典は手厚い。タイが掲げるEVに関する目標は2030年までに生産台数の30%をゼロエミッション自動車にするという「30/30政策」である。電動車に関する恩典などのパッケージは2017年から始まっているが、昨年10月に更新された最新のEV促進策である「EV3.5」はバッテリー50kWh以上のEVに対して10万バーツ（2024年4月9日時点で約41.4万円）の優遇が可能となる。EVメーカーからすると、値下げによる市場においては一つの上のボディサイズの競合と互角の価格設定が可能である。また同政策は完成車（以下CBU）で輸入販売・一部組立などの方法にて販売している中国企業にとって、関税減免や物品税減免などタイにおける価格競争の面で極めて優位な位置を獲得できている要因の一つとなっている。

2点目の理由としては中国メーカーの進出の活発化である。上海汽車や長城汽車にくわえて中国BIG5やEV系新興メーカーなど様々な企業がタイに進出してきたことが挙げられる。これによりモデルラインナップが拡充され競争も活発となった。3点目として、タイの充電インフラの進展である。現時点、全国に2,200箇所8,700充電ポートが設置され、主要幹線道路や商業施設などでバンコク市内では充足し始めており、平時には十分な数が設置されている一方でネックとして年末年始や連休時の需要は賄え切れていない傾向にある。

インドネシア市場

（政策）

インドネシアでは2019年より「自動車産業ロードマップ」と「大統領規定2019年第55号」の2つの柱で国内のEV復興政策を掲げている。前者は2035年までに国内生産の3割（想定120万台）を低炭素排出車（Low Carbon Emission Vehicle ; LCEV）にする計画であり、2050年以降では内燃機関車は販売できなくなる予定である。後者はEV国産化に関する規定となっており、原材料・部品の現地調達率（TKDN）の設定を行っており昨年12月までは税制優遇を受ける為のTKDNは40%以上、今年から60%以上である必要があると規定されていたが、大統領

令「2023年第79号」によりTKDNの達成期限と引き上げが延期された。

政策の評価としては前述のTKDNなどの現調率の縛りが大きく豊富なニッケル鉱脈を始点とするバリューチェーンの構築を考えており、BEVのみへの偏重はなくあくまでもバッテリーを主語において産業招致を目指している。内容面ではタックスホリデーや輸入関税の減免などが掲げられている一方で、相対的に各恩典のインパクトが大きくなり、またそれを小出しにする為、バッテリー分野を除くとタイと比較すると政策の影響度は一段下がると考えられる。

（販売）

昨年のEV販売は約1.7万台で64%増と拡大している。またこれを現代自動車と上海汽車五菱の2社で分け合い市場の80%ほどを寡占する構図は前年とほぼ同様となっている。一方で、EVの伸長は通年でみて市場の2%弱とタイと比較すると存在感は大きなものではない。また国籍別にみても日系勢の上位シェアは90%を超えており市場の構図に変化が起きているというほどのインパクトではない（図表1,2）。

前述の通り、LCEVの一つであるハイブリッド車（以下HV）の躍進が2023年は顕著であった。スズキ・エルティガやトヨタ・イノーバ（写真3）などのHV車種の拡販により、昨年のHV販売合計はEVを上回り市場の5%相当を占めた。足元HVが個人ユーザーだけでなく、法人ユーザーの需要も吸引していることから踏まえてもインドネシアにおいても広義の電動化が進んだと言える。



写真3 トヨタ・イノーバゼニックス³

タイと比較した濃淡の差は政府の政策にあると考えられる。インドネシアの場合、消費者向けのEV

購入優遇が相対的に薄く、贅沢税減免やVAT免税などの恩典のみであり、補助金などは2輪のみに対して付与している。結果的に、消費者は実用性を重視し価格がより安価でコストパフォーマンスが良いHVへの関心を強めているといえる。

この背景として、前述でも挙げた大統領令を参照すればインドネシアではLCEVという言葉を選んでき、その定義にはハイブリッド車（HV）が含まれている。ジョコ大統領の関心は資源の自国消費・自国生産に傾いていると考えられ、EV向けで使われるリチウムイオン電池は種類により多少の違いはあるが、同国で豊富に採れるニッケルを使用するものである。故にインドネシア政府としてはバッテリーの使用さえ担保されれば、現状EVにこだわる必然性は高くなく、HVなども含めた幅広い用途を許容しよう、という考え方をしていることも想定される。

この考え方は、ニッケル資源の確保においても顕著に反映されている。禁輸措置やバッテリー産業の活発化などを国策会社「インドネシア・バッテリー・コーポレーション（IBC）」（IBCはインドネシア国営企業である鉱物資源会社MIND ID、ニッケル資源開発会社アネカ・タンバン（ANTAM）、石油会社プルタミナ、電力公社PLNの4社が25%ずつ出資した国策会社）を通して行っている。直近でも、海外の電池メーカーとの提携を開始しており、CATL（中国）やLGエナジーソリューション（韓国）などと提携を開始しており、2030年に向けてインドネシアの総合バッテリー製造拠点としての役割に成長することを狙っている。

これらのトレンドを踏まえると、足元インドネシア政府はタイほどにはEVの現地生産に重きを置いていない可能性が高い。これらバッテリー資源への注力と前述の政策緩和面により国産化対応していた上海汽車が早速に中国からCBUの車種を追加投入するなどの動きを見せている。来年は中国からの安価な輸入EVにより電動化が進みEV比率が上昇する可能性もあり、予断を許さない状況といえる。

ベトナム市場

（政策）

ベトナムは長らく二輪車が主軸の社会であり、自動車市場は黎明期から成長期に転換している。自動車保有率はベトナムの経済成長に伴い急増しているなかで、ベトナム政府は環境問題を優先的に取り組むスタンスを示しており、COP26にて域内にて先進的である2050年のネットゼロ目標を公表。また、国民のファーストカーがEVになるようことを標榜している。ただしそれに関するベトナムの主要機関の反応はまだら模様であり、ベトナム自動車工業会（VAMA）では緩やかなEVシフトなどを掲げるなど、結果として域内の他国と比べたEV施策のインパクトは強いとはいえない

施策のうち、税制面では同国の9人乗り以下乗用車が最大150%となる特別消費税は2027年2月まで3%、それ以降は11%まで減額されるとしており、タイのような補助金ではないものの、一定の普及効果を狙った政策が展開されている。一方で前述のVAMAでは電力の不安定とインフラの未整備の観点からBEVのみならずHEVやPHEVへの政策も必要不可欠であると提言している面も見逃せない。

（販売）

2022年は総市場40万台を超え躍進した同国であるが、23年は減税措置打ち切り、金利上昇と景気後退で前年から35万台に落ち込んだ。そのような中、EVについては他国同様に大幅増となっている。正確なデータがまだ公表されていないため、EV販売は公表値ベースになるが2023年通年で約2.5万台の販売を記録していることから推計するに、市場に占めるシェアは7%となり周辺国と比べても一定の電化率が見られる（図表1.2）。

同国でEVシェアが高い理由はなぜか。一つには政府の政策が挙げられる。同政府による国産車政策はすそ野産業の育成が思うように進まずに輸入に大きく頼っている。このような現状を打開すべく、直近ではEVシフトの方針を明確にしている。VAMAは2050年までの長期的ロードマップを掲げ、2030年までの第1段階は「国内の産業強化」と位置づ

け、国内産業の成長を優先するとしている。その後はICEからEVへのシフトが必要不可欠であるというメッセージが明確となっており、2040年にはICEの生産と輸入の停止、2050年にはICEの全面禁止を公表している。また、ベトナム政府は購入者に対しても比較的手厚い特典を付与しており、特別消費税や自動車登録料の減免などを付与している。

また、二つ目の理由として同国最大財閥であるVinFastの存在が挙げられる。同社はASEAN唯一の国産EV専門メーカーとして足元EV普及の推進役として市場を寡占しており製造から販売、インフラ整備を進めている。同社のモデルはデザイン性など高く評価されており（写真4）、また愛国心から同社のモデルを購入する消費者も見られ、EV普及の大きな推進役となっている。



写真4 VinFast VF8⁴

ただし、同国のEV販売規模を額面通りに受け取るべきかという留意点も多い。まずVinFastの販売のうち、グループ会社向けの販売が一定レベルを占めている点である。その割合は2022年は15%であったが、2023年末では、60%にまで上昇しており、VinFastの売上に大きく貢献している。これは、VingroupのB2B戦略として設立されたEバス会社（VinBus EcologyTransport ServicesLLC）、タクシー会社（Green and Smart Mobility JSC）へのグループ内の配車のウエイトが高いと考えられる。とくにEVタクシーは2023年4月よりハノイ及びホーチミンにて事業開始しており、将来的にベトナム国内27県で展開、導入台数1万台にまで拡大する見通しであり、同社の販売が昨年後半よりペースアップしたのはその配車分が大半だったという見方もあ

る。また、これとは別に、新モデルが販売される度に、ビンググループ社員は30%程度の割引価格での購入が課されていると言われており、上記とは別に従業員向け優遇販売も含まれていると考えられ、一般消費者による購入はおおよそ半分程度と割り引いて考える必要があるだろう



写真5 VinFast傘下のGSM社のEVタクシー⁵

足元では、韓国系の現代自動車や起亜自動車、中国系のBYDや上汽通用五菱汽車への開放により、同国は今後のEV市場の大きな動きが予見される。現代自動車は地場タイコングループとの間に、自動車の輸入、製造、販売を行う合弁会社ヒュンダイ・タイコン・ベトナムを持ち、2023年7月にベトナムにてBEV「アイオニック5」の本格生産、販売を開始した。起亜自動車は、ベトナムの自動車組立大手チュオンハイ自動車（Thaco）と半製品組立方式によりベトナムに参入し、「セルトス」、「カーニバル」を販売している。また、中国系では、2023年5月にBYDがベトナム国内で自動車部品の生産拠点を設立する計画を発表しており、上汽通用五菱汽車は、トラックの製造販売を手掛ける地場TMT自動車と戦略的提携を締結し、超小型EV「宏光MINI-EV」を2023年9月より販売している。

一方で、Vingroupなどのいわゆる国策会社的な位置づけの会社への優遇は陰に陽にみられ、特に充電周りのインフラは政府の方針が不明瞭なまま、民間主導で走り出しているのも実情である。各分野でVinFastの独自規格が先行して普及してしEVの他社参入が阻まれることを危惧する声も大きく、独自の発展を遂げる可能性も高い特殊な市場といえよう。

総括

昨年の市場の推移を見てみると、タイ、ベトナムで急速なEV販売の伸長がおき、インドネシアではEVとあわせHVの普及が進んだ。一方で、各国別に状況は異なり、インドネシアでは日系の得意なHVの販売も急増、ベトナムでは地場財閥VinFastが電動化の牽引役となるなど国別の状況も見逃せず、巷で言われているような「電動化=中国系の台頭」という構図には必ずしもならないと推察されるが市場のシェアとしてはゼロサムであることが見えており、日系のシェアの減少分を中資系が補っていると見ることができ、慎重な対応が必要であると考えられる。

今後については、各国で従来のような恩典が続く限りはEVの普及は一定レベル伸長すると考えられるが、充電インフラの未整備、電池の技術的なブレークスルーなどが根本的な解決をみておらず、また足元のEVユーザーが都心におけるテクノロジー志向のアーリーアダプターや、富裕層の街乗り用途の増車などに現時点では限られるため、一定の普及レベルに達するとスローダウンすると考えられる。ここにおいて、実用性という意味でのEV以外の選択肢であるHVなどの技術への見直しが進んでいくと考えられる。

そのような意味で、日系勢が真の意味で留意すべきは電動化のトレンドそのものではなく、中国系を主とする新興国系メーカーの意思決定の迅速さ、ビジネスモデル構築、パートナー戦略の妙にあるといえる。実際、ASEANに足元展開している中国系の完成車メーカーの脅威として一番意識されているのは日系のメーカーではなく、Teslaなどの従来型の自動車業界の枠を超えてビジネスを構築しようとしているメーカーといわれる。また、長城汽車はタイでEVだけでなく、HV車種も積極的に拡充しており日系の牙城を崩そうという意図がみられる点にも留意が必要であろう。

足元の市場の変化を踏まえて、日系自動車業界としてのビジネスモデルも大きな転換を進めていくことで競争力を増していくことが今後先2-3年のASEAN市場で求められることになるであろう。

<訳注>

- 1.<https://www.motorexpo.co.th/news/4610>
- 2.https://www.reverautomotive.com/_next/image?url=%2Fimages%2Fmodel%2Fatto3%2Fbanner%2Foverview-banner-d.jpg&w=1920&q=100
- 3.<https://www.toyota.astra.co.id/product/kijang-innova-zenix>
- 4.<https://vinfastauto.us/vehicles/vf-8>
- 5.<https://vingroup.net/en/news/detail/2771/gsm-officially-launches-vietnams-first-pure-electric-taxi-firm>

※2024年2月号 盤谷日本人商工会議所「所報」掲載の「2023年のASEANにおける電気自動車市場」より加筆修正

執筆者氏名

池上 一希 (いけがみ かずき)

経歴

日系自動車メーカーでアジア・中国の事業企画を担当。2007年に当社入社。大企業向けの欧米、中国、アセアン市場での事業戦略構築案件を中心に活動。18年2月より現職。バンコクを拠点に東南アジアへの日系企業の進出戦略構築、実行支援、進出後企業の事業改善等のテーマに取り組む。kazuki.ikegami@murc.jp

執筆者氏名

池内 勇人 (いけうち ゆうと)

経歴

電機電子・製造業にてアドバイザーに従事。2020年に当社入社。主にESGや電動化などにおいてのなどのテーマに取り組む。アセアン地域における日系企業の進出戦略構築、新規事業提案、事業改善顧客へのソリューションを提供。yuto.ikeuchi@murc.co.th