

特別企画：EV普及の影響／参入企業の実態調査(2023年)

EV 事業参入は全産業の 1 割

本格化への課題多く

～EV 普及で「プラスの影響」が大きいのは『北関東』、「マイナスの影響」は『東海』～

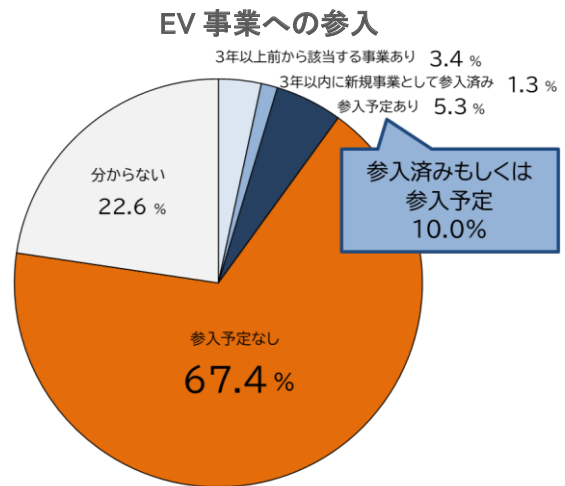
EV シフトが加速している。米テスラ、中国 BYD などが世界市場で先行し、新車販売に EV が占める比率は中国で 3 割、EU で 1 割を超えた。北米や東南アジアにおいても無視できない存在となりつつある。日本における同比率はいまだ 2% に満たないが、自動車メーカーの研究開発、設備投資状況やインフラ整備の動向を見る限り、今後 EV に多くの経営資源が投入されていく可能性は高い。

そこで、帝国データバンクでは、EV 普及の影響、参入の意向についてアンケート調査を実施した。本調査は、TDB 景気動向調査 2023 年 7 月調査とともに行った。

※調査期間は 2023 年 7 月 18～31 日、調査対象は全国 2 万 7,768 社で、有効回答企業数は 1 万 1,265 社（回答率 40.6%）。

EV に関する調査は、2021 年 6 月、2022 年 7 月に続いて今回で 3 回目

※本調査における詳細データは景気動向オンライン（<https://www.tdb-di.com>）に掲載している



調査結果（要旨）

(1) EV 普及による業績への影響

- 1-1. EV の普及による「プラスの影響」「マイナスの影響」はともに 10% 台と実感乏しい。「影響はない」(41.0%)、「分からない」(34.3%)の合計が 7 割超える
- 1-2. 規模別、「プラスの影響」がある「大企業」は 16.3%、「中小企業」を 6.2 ポイント上回る。従業員数が多いほど「プラスの影響」は大きい
- 1-3. 地域別、「プラスの影響」は『北関東』の 13.8%がトップ。「マイナスの影響」は既存の自動車産業の中心地である『東海』が 20.6%で突出

(2) EV 事業への参入

- 2-1. EV 市場への参入、全体の 1 割が『参加済みもしくは参加予定』。なんらかのかたちで EV 市場に関わっていく意向あり
- 2-2. 規模別、「大企業」の『参加済みもしくは参加予定』割合が 15.0%、「中小企業」を 5.9 ポイント上回る
- 2-3. 地域別、『参加済みもしくは参加予定』が最も高いのは『北関東』の 14.0%。次いで『東海』の 13.0%
- 2-4. 業界別、『参加済みもしくは参加予定』が最も高いのは『製造』の 14.0%。次いで『小売』の 13.5%

(1) EV 普及による業績への影響

1-1. EV の普及による影響、「プラスの影響」「マイナスの影響」ともに 10%台、実感乏しく

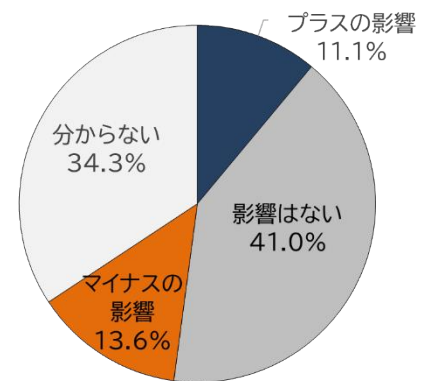
EV の普及による業績への影響を尋ねたところ、「プラスの影響」があると回答した企業は全体の 11.1%だった。一方、「マイナスの影響」があるとした企業は 13.6%だった。

なお、「影響はない」は 41.0%、「分からない」は 34.3%となった。

企業からは、「時代の流れについていくが…まだ情報収集の段階」「同業他社の動向をみている」との声が聞かれた。「2020 年以降、完成車メーカーの内燃機関向け研究開発投資や設備投資は止まり、ほとんどが EV に振り向けられている」との指摘もある。

しかし、本当に EV が主流になるのか、10 年後の自動車産業の勢力図がどうなっているのか、現時点で予測するのは難しいとみている企業が全体の 7 割以上を占めた。

EV 普及による業績への影響



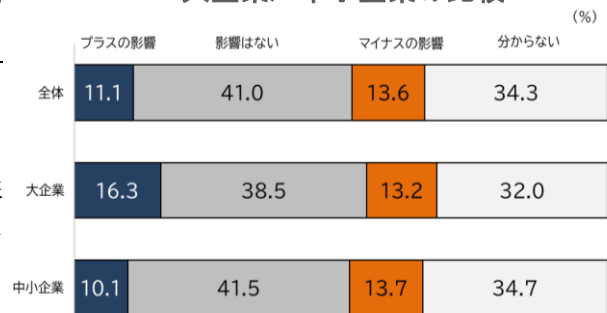
注:母数は、有効回答企業1万1,265社

1-2. 規模別、「大企業」ほど「プラスの影響」高く

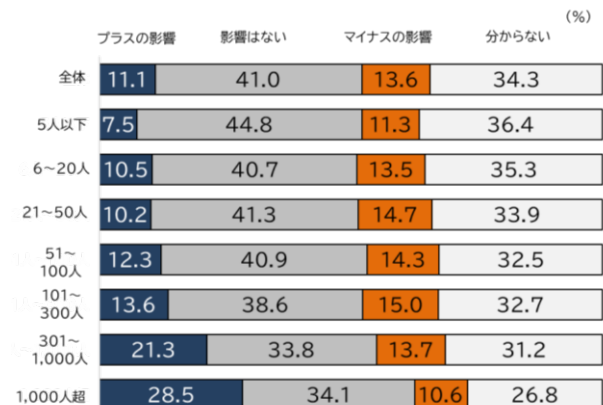
EV の普及による業績への影響を規模別にみると、「プラスの影響」があると回答した「中小企業」が 10.1%にとどまったのに対し、「大企業」は 16.3%と 6.2 ポイントも高かった。一方、「マイナスの影響」があると回答した「中小企業」は 13.7%、「大企業」は 13.2%と、大きな差はみられなかった。なお、「影響はない」「分からない」は、ともにわずかながら「中小企業」が「大企業」を上回った。

従業員数別でみると、従業員数「5 人以下」では「プラスの影響」は 7.5%にとどまったが、「301～1,000 人」では 21.3%、「1,000 人超」では 28.5%に達した。「5 人以下」から「101～300 人」までは「マイナスの影響」が「プラスの影響」を上回ったが、「301～1,000 人」からは逆転し、従業員数の多い大企業ほど、プラスの影響が大きい傾向がみられた。なお、マイナスの影響が最も大きいのは「101～300 人」の 15.0%だった。

EV 普及による業績への影響
～大企業／中小企業の比較～



EV 普及による業績への影響 ～従業員数別～



1-3. 地域別、「プラスの影響」は『北関東』、「マイナスの影響」は『東海』がトップ

EV の普及による業績への影響を地域別でみると、「プラスの影響」が最も高いのは『北関東』の 13.8%。次いで、『南関東』の 12.4%、『北陸』の 12.2%、『四国』の 12.1%となった。

一方、「マイナスの影響」が最も高いのは『東海』が 20.6%と突出していた。内燃機関を動力源とする既存の自動車産業は裾野が広く、関連企業が多数存在するが、その中心地である『東海』地域への影響は大きい。次いで、『中国』(16.5%)、『東北』(15.1%)が続いた。

EV 普及の影響 ～地域別～

	プラスの影響	影響はない	マイナスの影響	分からない
全体	11.1	41.0	13.6	34.3
北海道	8.8	43.1	13.3	34.8
東北	9.5	41.4	15.1	34.0
北関東	13.8	40.5	14.2	31.5
南関東	12.4	42.7	10.8	34.1
北陸	12.2	40.6	12.4	34.8
東海	9.7	35.8	20.6	33.9
近畿	9.1	40.8	14.2	35.8
中国	10.4	39.5	16.5	33.7
四国	12.1	41.3	12.1	34.5
九州	11.7	43.1	10.2	34.9

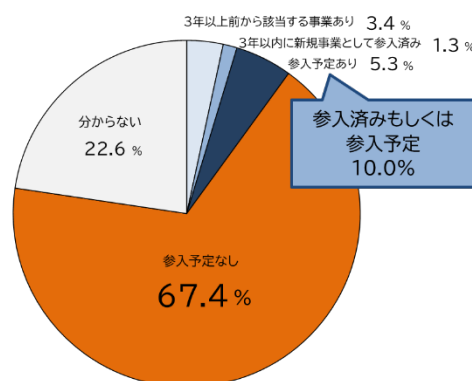
(2) EV 事業への参入

2-1. EV 事業、全体の 1 割が参入へ

EV 事業への参入については、「3 年以上前から該当する事業あり」が 3.4%、「3 年以内に新規事業として参入済み」が 1.3%、「参入予定あり」が 5.3%となった。全体の 1 割が『参入済みもしくは参入予定』であり、何らかのかたちで拡大する EV 市場に関わっていく意思を持っていることがわかった。

もっとも、「参入予定なし」は 67.4%に達しており、「分からない」も 22.6%あり、本格的な参入の判断はまだ先のようである。

EV 事業への参入



注: 母数は、有効回答企業1万1,265社

2-2. 規模別、「大企業」ほど参入に前向き

EV 事業への参入について、規模別にみると、『参入済みもしくは参入予定』が「中小企業」では 9.1%であるのに対し、「大企業」では 15.0%となり、「中小企業」を 5.9 ポイント上回った。

「参入予定なし」でも、「中小企業」が 68.3%、「大企業」は 62.4%と 5.9 ポイントの差となった。EV 事業への参入について、「大企業」の方が「中小企業」より前向きな姿勢を持っている。

企業からは、「いまは業界環境が一変する過渡期」との声があり、充電インフラの設備工事に商機を見出している事例が多く聞かれたほか、車両や電池に関わる様々な部材、センサーなどの開発、製造も多くの企業が手がけ始めている。また、ワイヤレス給電や水素エネルギーなど、先端分野の研究・開発を行っている事例もあった。

EV 事業への参入 ～大企業と中小企業の比較～

	参入済みもしくは参入予定	参入予定なし	分からない
全体	10.0	67.4	22.6
大企業	15.0	62.4	22.6
中小企業	9.1	68.3	22.6

2-3. 地域別、EV 事業参入に積極的なのは『北関東』、次いで『東海』

EV 事業への参入を地域別にみると、『参入済みもしくは参入予定』が最も高いのは『北関東』の 14.0%。

トヨタなどに比べて出遅れていた SUBARU が、本拠地とする群馬県でガソリン車との混流生産、更には新工場での専用ラインを計画するなど EV シフトを本格化させたことが背景にあるようだ。ホンダが栃木県のエンジン部品工場閉鎖を決定するなど逆行する動きもあるが、トヨタや日産の EV 向けに商機を掴んだ企業もある。

第 2 位は『東海』の 13.0%。EV 普及で「マインナスの影響」が最も大きいのが同地域であり、自動車産業の集積地として新陳代謝が進む可能性がある。

EV 事業への参入 ～地域別～

	参入済みもしくは参入予定	参入予定はない	分からない (%)
全体	10.0	67.4	22.6
北海道	7.2	73.8	19.0
東北	7.4	70.8	21.8
北関東	14.0	64.6	21.4
南関東	9.7	67.4	22.9
北陸	9.4	69.0	21.6
東海	13.0	63.7	23.3
近畿	9.1	67.2	23.7
中国	9.7	68.7	21.5
四国	8.9	70.0	21.1
九州	9.8	65.6	24.6

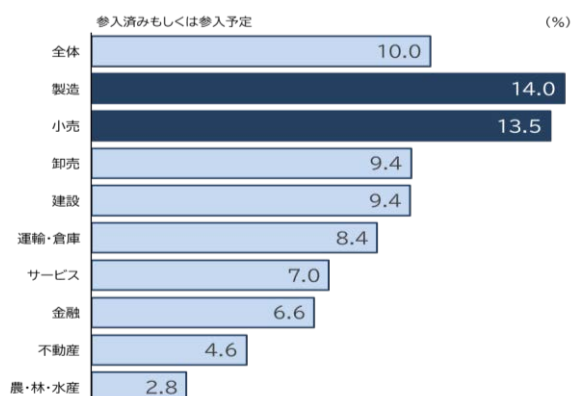
2-4. 業界別では『製造』、業種別では「自動車・同部品小売」がトップ

EV 事業への参入を業界別にみると、『参入済みもしくは参入予定』が最も高いのは『製造』の 14.0%。次いで『小売』の 13.5%となった。

これを細かな業種でみると、第 1 位は「自動車・同部品小売」の 56.0%。この業種に属する過半の企業が『参入済みもしくは参入予定』となった。第 2 位は自動車・自動車部品の「輸送用機械・器具製造」が 34.3%で続いた。

EV 参入に積極的な企業割合

～業界別のランキング～



EV 参入に積極的な企業割合

～主な業種～

業種	(%)
自動車・同部品小売	56.0
輸送用機械・器具製造	34.3
機械製造	21.2
電気機械製造	20.9
機械・器具卸売	17.6
リース・賃貸	16.8
化学品製造	16.5
鉄鋼・非鉄・鋳業	16.1
メンテナンス・警備・検査	15.6
精密機械、医療機械・器具製造	13.7

まとめ

自動車産業は、製品出荷額ベースで全製造業の 2 割近くを占める日本の基幹産業だ。産業としての裾野も広く、自動車部品からソフトウェア、半導体、各種センサーなどの電子部品、金融サービスまでを包摂し、全就業人口の約 1 割、550 万人の雇用も支える。

確かな機械的信頼性と高い耐久性を備え、燃費に優れ、かつ安価な日本車は世界中に輸出されて貴重な外貨を稼ぎ、およそ半世紀にわたって「ものづくり大国日本」の象徴的存在となってきた。この 20 年間、家電、半導体など主要産業が次々に国際競争力を失っていくなかでも、自動車産業は最後の牙城であり続けてきた。

ほんの数年前まで、EV シフトは「今後 5～10 年の間に起こる大変革」とみられていた。実際は世界規模で想定されていたよりはるかに早く、急速に普及率を上げて、EV に関しては日本の自動車産業の出遅れ感が指摘されるようになっている。

一方で、EV シフトそのものに対する懐疑的な見方もある。「短い航続距離に長い充電時間、寒冷地や山間部での使用、長時間渋滞で生命に関わる問題……現時点で EV を商用車として使用するのにはナンセンス」「ボトルネックになっているのは車両価格の高さ、リチウムやレアアースの入手難、補助金の不足、充電インフラの不足。ここが解消されない限り普及は難しい」「EV 使用時の CO2 排出量だけが減っても、電力供給や電池の製造過程、廃棄までを含めた自動車のライフサイクル全体で減っていなければ意味がない」などの意見が多数、聞かれた。

トヨタは 2030 年に EV350 万台の世界販売目標を定めており、日産は 2030 年までに電動車 27 車種（うち EV19 車種）を投入、電動車の車種構成を 55%に高める。ホンダは 2030 年に電動車 200 万台、2040 年までにすべての新車販売を電動車とする方針だ。こうした EV シフトの波に乗るか傍観するか、経営判断の分かれるところだが、EV が主流となり、一定の市場シェアを占めるに至った場合、待っているのは内燃機関の需要減少とそこへの依存度の高い企業の淘汰だ。2022 年のマレリホールディングスの民事再生は記憶に新しく、遡れば 2019 年の曙ブレーキ工業の事業再生 ADR がここ数年の自動車関連企業の私的整理／法的整理ラッシュの端緒だったわけだが、影響はすでに出ていると言ってよい。最悪の事態を避けるための戦略修正、生き残りを賭けた大旋回は始まっている。

今回の調査で、プラスの影響もマイナスの影響もともにあるが従業員数の多い、経営体力のある「大企業」ほどビジネス・チャンスと捉えて前向きな受け止め方をしていること、地域別では『北関東』が積極的な姿勢を示し、『東海』はマイナスの影響を認識しつつも時代の変化に対応しようとしていることが示された。EV シフトの行方は見通せないが、世界的な脱炭素の潮流の中で自動車産業も製造からインフラ整備まで大きな転換期を迎えていることは間違いないだろう。

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万7,768社、有効回答企業1万1,265社、回答率40.6%)

(1) 地域

北海道	511	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,227
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	761	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,922
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	886	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	790
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,286	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	380
北陸(新潟 富山 石川 福井)	574	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	928
合計			11,265

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	107	小売	飲食料点小売業	101
金融	152		繊維・繊維製品・服飾品小売業	103
建設	1,733		医薬品・日用雑貨品小売業	57
不動産	459		家具類小売業	21
製造	飲食料品・飼料製造業	327	家電・情報機器小売業	40
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	106	自動車・同部品小売業	84
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	222	専門商品小売業	221
	パルプ・紙・紙加工品製造業	91	各種商品小売業	54
	出版・印刷	154	その他の小売業	13
	化学品製造業	388	運輸・倉庫	522
	鉄鋼・非鉄・鉱業	516	飲食店	87
	機械製造業	468	電気通信業	8
	電気機械製造業	301	電気・ガス・水道・熱供給業	16
	輸送用機械・器具製造業	105	リース・賃貸業	107
精密機械・医療機械・器具製造業	73	旅館・ホテル	96	
その他製造業	73	娯楽サービス	118	
(2,824)	飲食料品卸売業	338	放送業	19
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	160	メンテナンス・整備・検査業	199
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	301	広告関連業	106
	紙類・文具・書籍卸売業	93	情報サービス業	587
	化学品卸売業	249	人材派遣・紹介業	91
	再生資源卸売業	34	専門サービス業	314
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	265	医療・福祉・保健衛生業	123
	機械・器具卸売業	840	教育サービス業	34
	その他の卸売業	326	その他サービス業	221
			サービス	42
		(694)	合計	11,265
		(2,126)		
		その他		

(3) 規模

大企業	1,715	15.2%
中小企業	9,550	84.8%
(うち小規模企業)	(3,664)	(32.5%)
合計	11,265	100.0%
(うち上場企業)	(227)	(2.0%)

2. 企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記の通り区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業を含む)	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金3億円を超える」かつ「従業員数300人を超える」	「資本金3億円以下」または「従業員300人以下」	「従業員20人以下」
卸売業	「資本金1億円を超える」かつ「従業員数100人を超える」	「資本金1億円以下」または「従業員数100人以下」	「従業員5人以下」
小売業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員50人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員50人以下」	「従業員5人以下」
サービス業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員100人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員100人以下」	「従業員5人以下」

注1: 中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位3%の企業を大企業として区分

注2: 中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位50%の企業を中小企業として区分

注3: 上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB産業分類(1,359業種)によるランキング

株式会社帝国データバンク 情報統括部長 藤井 俊

【問い合わせ先】 太幸 俊郎、池田 直紀、石井 ヤニサ

03-5919-9341 (直通) keiki@mail.tdb.co.jp

情報統括部: tdb_jyoho@mail.tdb.co.jp

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。