

深圳レポート

2025年広州モーターショーの「不变」と「变化」

2025年11月30日、第23回広州国際汽車展覧会(広州モーターショー)が幕を閉じた。毎年「締めくくり」となる業界の祭典として、広州モーターショーは鏡のように、中国自動車産業が変革の深みにある真の姿を鮮明に映し出している。

「不变」の一、電動化・知能化の波が押し寄せ

最新のデータによると、今年10月の中国における新エネルギー車の月間販売台数は、初めて自動車新車総販売台数の半分を超えて、51.6%に達した。これは中国自動車市場が新エネルギー車が主導する新段階に入ったことを示している。また、自動車の電動化が潮流となっていることは、今年のモーターショーでも特に明確に表れている。今回の広州モーターショーでは、展示車両総数1,085台のうち、新エネルギー車が629台と全体の58%に及んだ。

中国国産ブランドは新エネルギー車の製品ラインアップの拡充を続ける一方で、より多くの合弁ブランドが電動化の流れに積極的に参入し、新製品を通じて中国消費者の関心を集めている。同時に、従来のガソリン車も新エネルギー車も、ますます多くのスマート技術とソリューションを搭載し、従来の単一機能競争から「チップ+ソフトウェア+エコシステム」という総合的なシステム競争へと移行している。

「不变」の二、シリーズHEVがさらに拡充

昨年以来、シリーズハイブリッド電気自動車(シリーズHEV車)が新たな重要勢力として台頭してきた。2025年に入り、その発展は一定の影響が見られるものの、業界予想には届かなかった。しかし、今回の広州モーターショーでは、依然としてこの分野から複数の新製品が登場した。例えば、従来からレンジエクステンダー技術に注力してきた「零跑汽車(Leapmotor)」のフラッグシップモデル「零跑D19」、初のレンジエクステンダー搭載モデルとなる「小鵬汽車(XPeng Motors)」の「XPeng X9 レンジエクステンダー版」、さらに「吉利銀河(Geely Galaxy)」の新型MPV「V900」や、「奇瑞(Chery)」の新車「iCAR V27」などがその例である。

「不变」の三、外資系自動車メーカーが中国市場への深耕を継続

中国は依然として世界最大の自動車市場である。ここ数年、中国自動車産業では電動化の流れとスマート化の潮流が強まる中、外資系自動車メーカーは中国市場への深耕と協力強化を進めている。BBA(ベンツ、BMW、アウディ)をはじめとする外資系メーカーは、すでに中国における電動化モデル転換をさらに発展させた段階に移行している。今回の広州モーターショーでは、「新型BMW iX3」、「新型メルセデス・ベン

ツ純電動CLA」、「アウディQ6L e-tron」が初めて披露され、BBAが純電気駆動への全面的な移行を推進していることを示している。

一方、合弁自動車メーカーはスマート化分野で中国自動車サプライチェーンを積極的に取り入れている。モーターショーに登場した日系ブランドの車両には、中国のスマートコネクティッド技術サプライヤーの技術が数多く反映されている。例えば、「東風日産」の新型「Teana」にはファーウェイのHarmonySpace 5と15.6インチのファーウェイ車載スマートスクリーンが搭載されている。「広汽トヨタ」の「Bozhi7」には、Momentasが提供する高度運転補助システムが採用され、さらにファーウェイHarmonySpaceを組み合わせることで、スマート化性能をさらに高めている。こうしたクロスオーバー協力は、外資系自動車メーカーが産業変革に対応する重要な戦略となっており、この協力関係は浅いサプライヤー関係から、深い融合と共創へと進化を遂げている。

同時に、「不变」の業界トレンドがある一方で、今回の広州モーターショーでは多くの「变化」も目立っている。

「变化」の一、スマート運転補助システムが一般車へ普及

今回の広州モーターショーにおける最も重要な変化の一つは、これまで高級車種にしか搭載されていなかったレーザーレーダーや高度なNOA(ナビゲーション支援運転)といった技術が、合弁自動車メーカーと中国国産ブランドの共同開発により、より多くの「一般車」に普及し始めていることである。

例えば、「広汽トヨタ」の新型「Frontlander智能版」は、初めて「レーザーレーダー+高度運転支援システム」を搭載した車種を15万元(約250万円)以下の価額で実現している。

また、「東風日産」の「Sylphy e-POWERインテリドライブ版」は、高速NOA機能を12万元クラスの市場に導入した。同車には日産ProPILOT 3.0システムが採用され、自動追従・緊急ブレーキに加え、ナビゲーション情報に基づく車線変更と速度制限調整を可能となっている。

一方、国産ブランドもスマートコネクティッドカーフィールドで全価格帯をカバーする動きを見せている。BYDは全車種には「天神の眼」インテリジェント運転システムを標準搭載され、その中でも「騰勢モデル」向けのDiPilot300レーザーレーダー版は高級市場をターゲットとしており、都市部NOA機能対応し、無保護左折や環状交差点の通過など複雑な路況にもスマートに対応できることをうたっている。

「変化」の二、部品サプライヤーが主役に

トップサプライヤー企業が主役に躍り出た。ファーウェイのスマートカーソリューションとCATLが初めて単独出展し、自動車産業における強力な発言力と地位を十分に示している。

中国のスマートコネクテッドカー技術ソリューションの主要サプライヤーとして、ファーウェイの自動車産業への展開は、すでに「五界」(ブランドマトリックス、問界・智界・享界・尊界・尚界の五つ車種)だけにとどまらない。

・11月19日午前、広汽集団とファーウェイが提携した「啓境」ブランドが初めて公開された。

・11月20日、ファーウェイ乾嵐エコシステム大会では、「東風汽車」とファーウェイ乾嵐が共同開発した新エネルギー自動車ブランド「奕境」が正式発表された。

・11月21日にはアヴィータ(AVATR)とファーウェイ乾嵐が戦略的提携深化発表会を共同開催し、協力関係が新たな段階へ移行したことを宣言した。

今回の広州モーターショーでは「五界」も各展示館に分散配置され、「ファーウェイ関連展示」の比重がさらに高まった。

CATLは「鴻蒙智行」、「嵐図汽車」、「東風日産」などと同じ展示館に出展し、スケートボードプラットフォームや「神行スマート充電電池」などの技術を展示した。業界関係者は、近年の乗用車市場での地位を確固たるものにするため、CATLがC(消費者向け)への宣伝を強化し、「電気自動車を選ぶならCATL」というキャッチコピーを前面に押し出していることを指摘している。これがCATLが2025広州モーターショーに積極的に参加した理由の一つかもしれないとしている。

「変化」の三、「注目度至上」の終焉と一部ブランドの欠席

2024年のモーターショーでは「注目度」が各自動車ブランドの重要な追求目標の一つとなった。昨年は、小米(シャオミ)の創業者で会長兼CEOである雷軍氏が時間通りに小米自動車ブースに登場後、「飛び回り」モードで会場を賑わせた。また「小鵬汽車」の会長兼CEOである何小鵬氏も各ブースを精力的に訪問し交流を深め、当時のファーウェイ常務取締役の余承東氏や「極越汽車」のCEOである夏一平氏など、多くの自動車メーカーの幹部が相次いで登場し、自社ブランドをアピールした。

しかし今年の広州モーターショーでは、かつての「人気スター」だった雷軍氏が欠席し、彼はSNSで「小米自動車の発表会は午前9時に正式に開始します。広州モーターショーの小米ブースへぜひお越しください。今回は私は参加しません」と投稿している。

同様に、一部の自動車ブランドも今回の展示会を欠席している。2024年からモーターショーを欠席している「JAGUAR・LAND ROVER(Cheryとの合弁ブランド)」、「GENESIS(韓国ブランド)」、「ロールスロイス(Rolls-Royce)」、「スバル(SUBARU)」、「Chevrolet(GM傘下ブランド)」などに加え、今年は「ポルシェ(Porsche)」、「ランボルギーニ(Lamborghini)」、「ベントレー(Bentley)」、「北京現代」、「極越汽車」、「テスラ(Tesla)」なども広州モーター

ショーには登場しなかった。

背景として、販売台数や利益の減少など、出展を控える理由に加え、一部の自動車ブランドでは「賑わいに便乗する」ことよりも、自社にとってコンバージョン率の低いモーターショーに参加を見直し、より競争優位性の高い分野に資源を集中させるべきだという認識が広がり始めていることが指摘されている。

「変化」とは、業界の競争構造の転換と技術経路の革新を指す。一方、「不变」とは、電動化・知能化へと進む確固たる方向性と、産業融合を促す深層的論理である。中国自動車産業は今、より理性的でかつ実務的な方向へと着実に移行しつつある。実際、急進的な変革の中においても、コア技術への持続的な投資、ユーザーニーズへの細やかな洞察、そしてオープンな協力姿勢こそが、激動の時代において最も確かな「不变」の礎となり得る。自動車は、本来より人々に奉仕し、より良い移動生活を実現するための道具であるべきだあろう。

来年の中国各地におけるモーターショーが、さらなる精彩を放つことを期待したい。



※広州モーターショーで、BYDの「仰望U8」車種が緊急浮上機能を展示中
(撮影:MICS編集部)

掌(手のひら)静脈認証、バイオメトリクスの新たな革新へ

社名	广州脉澤科技有限公司		英語名	MASER	
代表者	曾香玉		URL	https://www.gzmaser.com/	
所在地	广州市南沙区黄阁镇市南公路黄阁段230号(自编七栋)208室				
売上(RMB)	-	従業員(人)	-	創業年	2021年
登録資本金			1,000万人民元		
サービス内容	ソフトウェア開発と販売、人工知能ハードウェア販売、人工知能アプリケーションソフトウェア開発、人工知能基盤ソフトウェア開発など。				

生体認証技術が指紋や顔認証から、より安全でプライバシー保護の高度な次元へと進化する潮流の中で、広州脉澤科技有限公司(以下、「MASER」)はAI掌静脈認証技術を中心とした競争力とし、業界変革を推進する先駆者となっている。

2021年10月に設立された国家級ハイテク企業である同社は、スマート認識分野に深く根ざし、産学研の深い融合による技術的優位性、コストパフォーマンスに優れた製品ラインナップ、グローバルな市場展開を武器に、デジタル経済時代における高セキュリティ生体認証のベンチマーク構築に全力で取り組んでいる。

コア技術革新: 掌静脈製品マトリックスと技術的障壁の構築

MASERの強みは、掌静脈認証分野における「全プロセス」の技術掌握となった。アルゴリズム開発からハードウェア製造、單一モジュールからシステムソリューションまで、多様なシナリオをカバーする製品体系と長年にわたる技術的優位性を構築している。

華南理工大学(SCUT)と共同で設立した「生体認証・知能感知実験室」を基盤に、MASERは強力な研究開発エンジンを構築。当「実験室」は現在、10名以上のポスドク・博士課程学生および30名以上の修士課程学生を含む研究チームを有し、静脈認証分野において世界最大規模の研究チームかつ手部生体認証データセット規模が最大の大学研究チームの一つであり、複数の国際的に先駆的な手部生体認証研究成果を保有している。

製品ラインナップにおいて、同社は多様なハードウェアマトリックスとソフトウェアエコシステムを構築し、コア収集モジュールから端末アプリケーションデバイスまでを網羅する完全な製品ラインを形成している。

コア製品としての次世代非接触生体掌静脈認証モジュールは、アップグレード版として、認証精度を10倍向上させただけでなく、決済レベルのセキュリティアルゴリズムと照明インターラクションシステムを搭載。USBインターフェースで主要3OSに対応し、スマートレジや金融認証などのシーンに容易に統合可能。

端末デバイスでは、10種類以上の製品がアクセス管理・勤怠管理一体機や決済端末などをカバーし、小プログラムによるアクセス管理やWeb端クラウドプラットフォームなどのソフトウェアサービスと連携し、「ハードウェア+ソフトウェア+クラウドサービス」の一体化ソリューションを形成している。

業界別のニーズに対応し、MASERはスマートホテル、スマートビル、スマート刑務所、社会保障認証、掌認証決済、スマートキャンパス、スマート税関、鉱山管理などの垂直シナリ

オソリューションをカスタマイズしている。

市場展開:コストパフォーマンスに優れた製品で海外市場への進出を実現

政策優遇と市場需要の二重の推進力により、掌静脈認証技術に広大な可能性が開かれた。2025年6月、「顔認証安全応用管理規定」が正式施行され、更衣室やホテルなどのプライベート空間での顔認証使用が禁止されたことで、体育館や企業などのシーンが掌静脈認証などのコンプライアンス対応ソリューションへ移行し、業界の増分市場を直接創出した。

現在、MASERの海外顧客は東アジア・東南アジアを中心とし、中東・南アジア・アフリカ・南米地域へ展開している。AIアルゴリズムの性能優位性と顕著な価格競争力、さらに日本・韓国企業による初期の市場教育の恩恵により、これらの地域の顧客は掌静脈技術に対する一定の認知度を有し、協力意欲がより強い。

顧客獲得効率向上のため、同社は「展示会での顧客獲得+ショート動画マーケティング+ECプラットフォーム」という多元的なチャネルを構築し、生体認証ソリューションプロバイダーやシステムインテグレーターなどのコア顧客層と直接連携している。

一部の企業はすでに、掌静脈認証技術がWeb3エコシステムやデジタルID認証などの新興分野における可能性を探り始めており、手のひらの静脈の「偽造不可能で生涯安定」という生体特徴の特性を活用し、仮想空間におけるIDの権利確認やブロックチェーン上の相互作用などのシナリオに、より安全な基盤を提供していることである。生体認証市場の規模は拡大を続けており、安全性とプライバシー保護を兼ね備えた新興技術である掌静脈認証は、指紋認証、顔認証に次ぐ第三の生体認証分野として成長しつつあり、デジタル経済の深化に伴い、掌静脈認証技術の応用範囲もさらに広がっていくであろう。



日本ブランド化粧品、中国で苦境 背景に複合的要因

近年、化粧品市場において、日本ブランドは中国ブランドからの競争圧力を強く感じており、市場シェアの縮小に直面しています。この背景には、消費動向の変化、販売チャネルの多様化、ブランド戦略の差異など、複数の要因が複雑に絡み合っていると考えられます。

資生堂、コーセー、花王、ポーラなどの主要日本ブランドは、2025年度上半期の財務報告で、中国市場における苦戦が鮮明になりました。資生堂の中国市場売上は前年同期比10%減、コーセーの中国事業は7.3%下落、ポーラは中国市場の不振により当期純利益が38%急落したと報じられています。グローバル市場では依然として利益を上げている企業もあるものの、中国市場は全体的に業績の足を引っ張る構造となっています。

一方、中国のローカルブランドは取引額で優位に立っており(2024年オンラインTOP1000ブランドのシェアは55.2%)、トップブランドの地位を着実に固めつつあります。例えば、2025年の天猫(Tmall)ダブル11の化粧品ランキングでは、Proya(珀莱雅)が多くの国際ブランドを抑えて首位を獲得しました。

日本ブランドの苦境は短期間で生じたものではなく、市場環境の変化、競合の台頭、自社戦略の課題などが複合的に影響した結果と見られています。ProyaやWINONA(薇諾娜)などの中国ブランドは、現地ニーズを的確に捉えた商品開発、機動的なデジタルマーケティング、高いコストパフォーマンスを武器に市場を急速に拡大しています。中国ではオンラインチャネル、特にTikTokなどの新興ECが重要な戦場となっており、日本ブランドはこれらのプラットフォームでの展開や対応スピードにおいて、中国ブランドに後れを取っている印象があります。

また、一部の日本ブランドでは製品イノベーションの停滞やブランドの老化が課題となり、中国の若年層を中心とした消費者を取り込むことが難しくなっています。大企業にありがちな意思決定の遅さや市場対応の柔軟性不足が、変化の速い中国市場では特に弱点として顕在化しています。加えて、外部環境の変化がブランドイメージや消費者信頼に与えた影響も無視できません。

今後の市場競争の激化を見据え、日本ブランドと中国ブランドはそれぞれ異なる戦略を進めていくでしょう。日本ブランド各社は中国事業の立て直しを図るため、「現地化」と「高付加価値化」を軸にした調整を進めています。例えば、資生堂は中国事業とトラベルリテールを統合した独立採算組織を設立し、

唯来企业管理諮詢（深圳）有限公司
副總經理

姜 香花

日本・中国専門の進出・撤退案件のエキスパート。
現在はクロスボーダーM&Aも手がけている。日本人、中国人の気持ちを理解したコンサルティングに定評。中国事業再編・M&Aサービス担当。



成長市場と高級ブランドに注力する方針です。花王グループのfreeplus(芙麗芳絲)は、ブランドのグローバル本部を上海に移転し、意思決定を現地チームに委ねることで新製品開発のスピードを30%向上させたと発表しています。コーセーも「中国市場から撤退せず、守勢から攻勢へ転じる」と表明し、マーケティングと商品開発の現地化を加速させる姿勢を示しています。

一方、中国ブランドには、獲得した市場シェアを如何に持続的なブランド競争力に結びつけるかが次の課題となるでしょう。

日本化粧品ブランドが中国市場で再び競争力を発揮するためには、伝統的な品質の強みと現地化したイノベーションのバランスを取りつつ、中国市場の独特なリズムに対応できる柔軟な経営戦略が鍵となりそうです。化粧品分野に限らず、日本ブランドが戦略を適切に見直せれば、特定の領域で依然として優位性を維持できる可能性は十分にあると考えられます。

2025年閉店／中国市場から撤退した日本の化粧品ブランド(一部)				
ブランド	閉店/撤退時期	所属企業	中国進出時期	投資状況
DERMISTRY 肌本科	11月	ROHTO	2020年	Tmall旗艦店閉店
BRANCHIC 績熙	7月	FANCL	2022年	オンライン海外旗艦店を閉鎖
TATCHA	4月	Unilever	2020年	オンライン販売を終了し、SEPHORA(国際化粧品ショッピングサイト)でのみ販売
DECORTÉ 黛珂	3月	KOSE	2009年	大規模な撤去
SEKKISEI 雪肌精	3月	KOSE	1995年	中国国内のオフライン店舗を段階的に閉鎖
ASTALIFT 艾詩緹	1月	FUJIFILM	2011年	Tmall海外旗艦店閉店
SIDEKICK 侍刻	1月	SHISEIDO	2022年	中国市場からの撤退



深圳未来创新服务中心
MIRAI Innovation Center Shenzhen

深圳市南山区粤海街道海天二路19号盈峰中心ビル2301
TEL:86-135-3089-3085
<https://micsz.jp/>