

India EV Market Trend Update 2024-Dec

* The copyright of this report is owned by Intage India Pvt. Ltd./ Intage group.

* In the event that damages or other troubles occur to the user or a third party due to the reprint or citation, Intage India Pvt. Ltd./ Intage group shall not be liable for it.



INTAGE INDIA Pvt.Ltd.

本資料の内容

目次

会計年度別のEV販売台数	P3
FY24 全体に占めるBEV/ハイブリッドの割合	P4
カテゴリー別販売台数比較	P5
会計年度別電動2輪車販売推移	P6
E-2W 地域別販売台数 FY 23-24	P7
メーカー別販売シェア: FY24	P8
販売台数トップ5 EVブランド: 2024年12月期	P9
ハイブリッド車の販売台数及びEV車との比較: 2024年12月期	P10
EVに関する政策の動向	P11
4輪に関する政策 AUTO PLI 概要	P12
EV関連ニュース: 2024年12月	P13

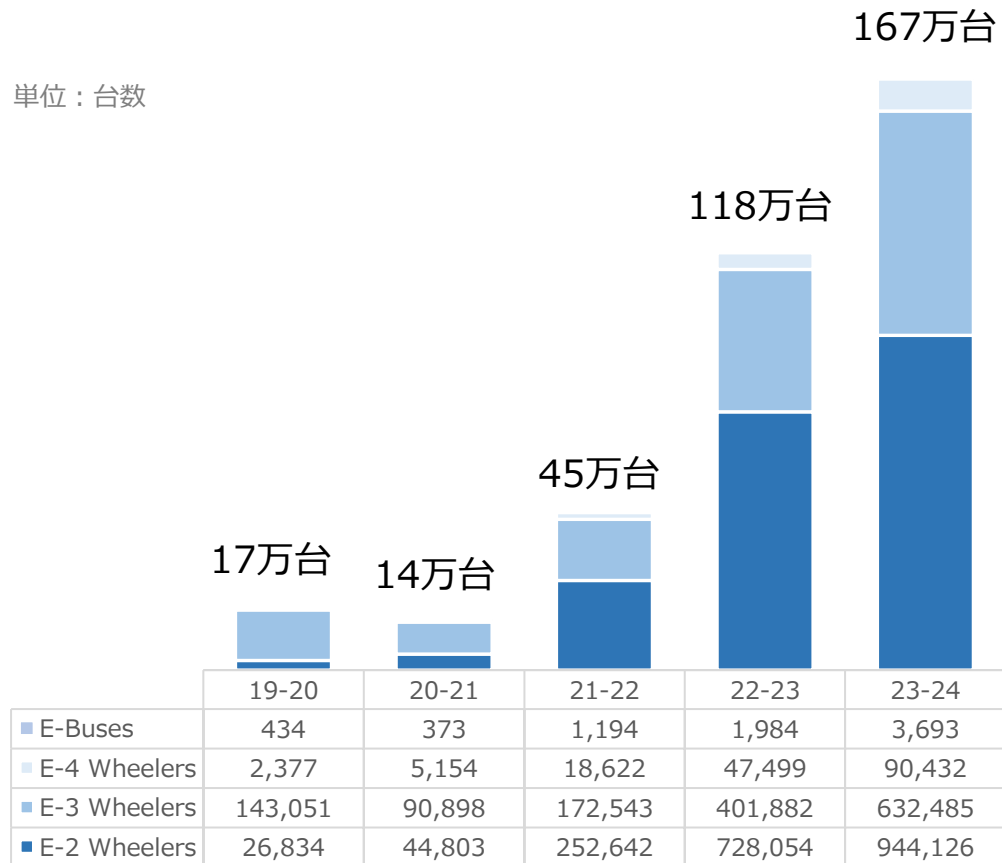
略称	用語
EV	Electric Vehicle (電動車)
ICE	Internal combustion engine (内燃機関)
FY	Financial year (会計年度)
FAME	Faster Adaptation Manufacturing of Electric Vehicle
EMPS 2024	Electric Mobility Promotion Scheme-2024
AUTO PLI	AUTO Production Linked Incentive

一部を除いて、2025年1月30日付で作成しております。

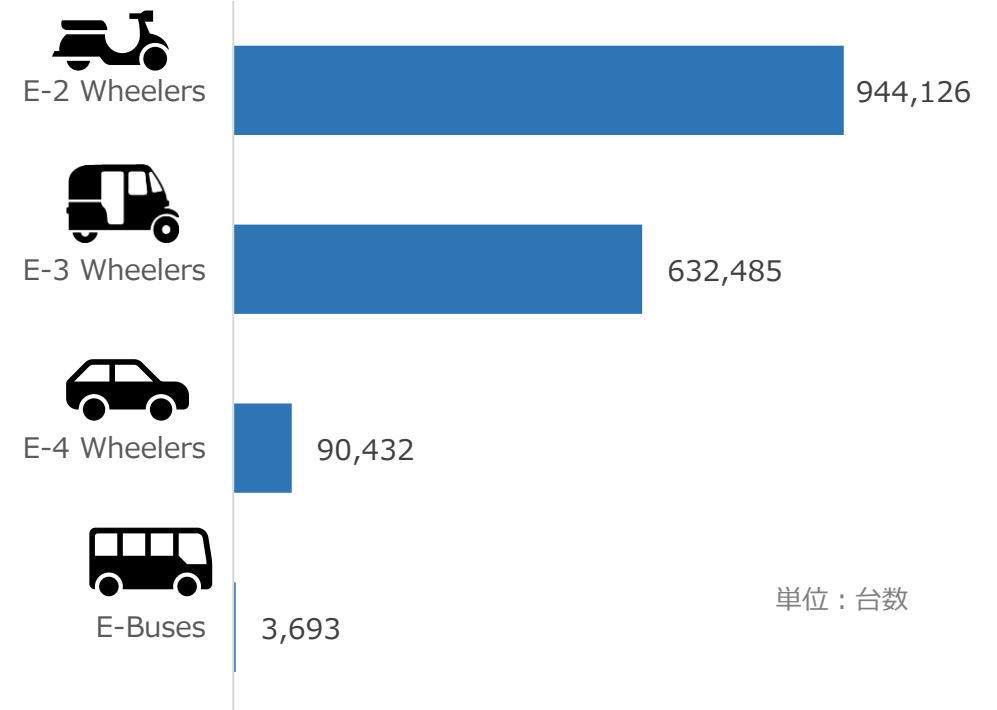
会計年度別のEV販売台数

- インドEV市場においては、2輪と3輪の販売台数が大半を占めている。ICE車より少し初期費用は高いものの、ランニングコストの差額で初期費用を回収することが可能なためと考えられる。一方で、4輪の販売台数は10万台に満たない。

会計年度別販売台数



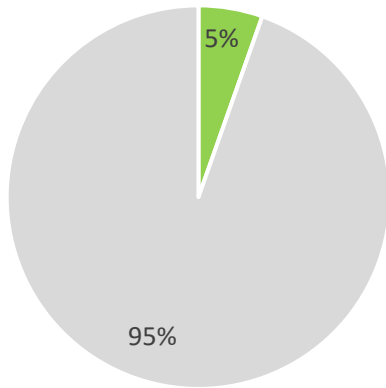
販売台数車両別：FY24



FY24 全体に占めるEV/ハイブリッドの割合

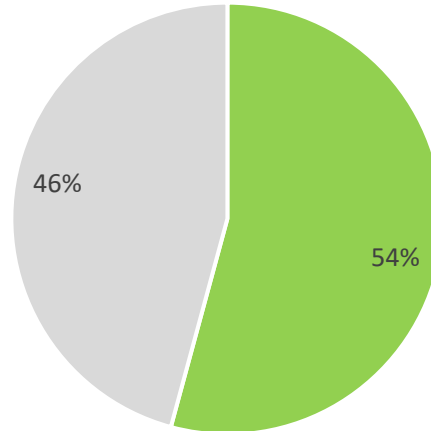
- 2-Wheelerと4-Wheelerの販売台数は上昇傾向にあるが、現時点ではガソリンタイプを含めた売上台数の割合では10%にも満たないのが現状である。
- 一方で、3-WheelerはEVの販売割合が50%以上となっており、EVが非常に多く販売されている。

2-Wheeler



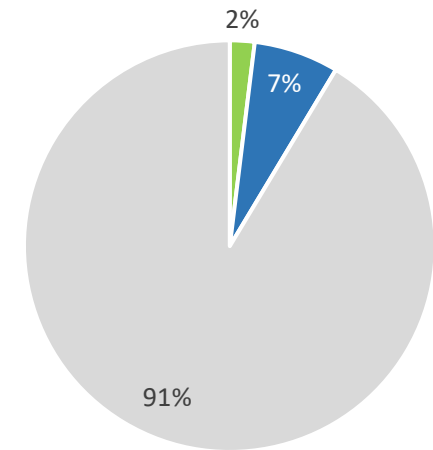
■ E-2-Wheeler ■ Other

3-Wheeler



■ E-3-Wheeler ■ Other

4-Wheeler

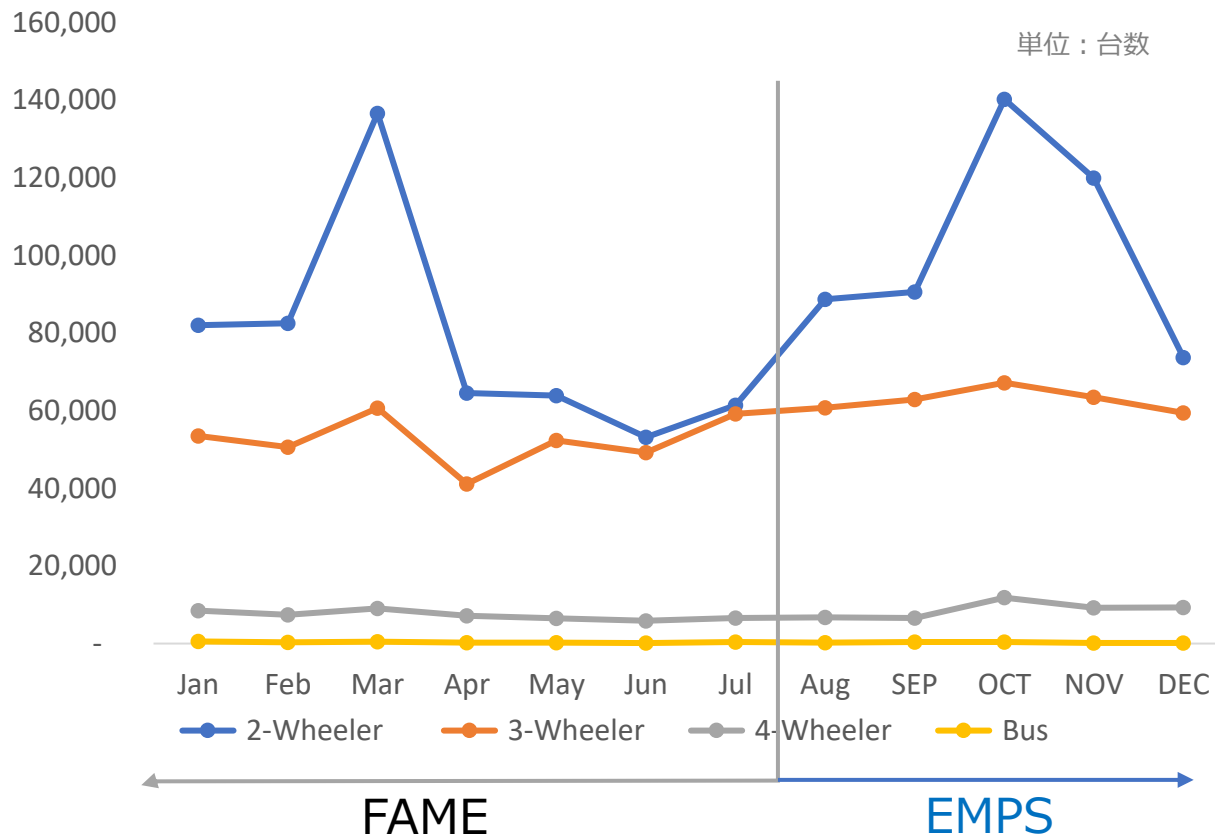


■ BEV ■ Hybrid ■ Other

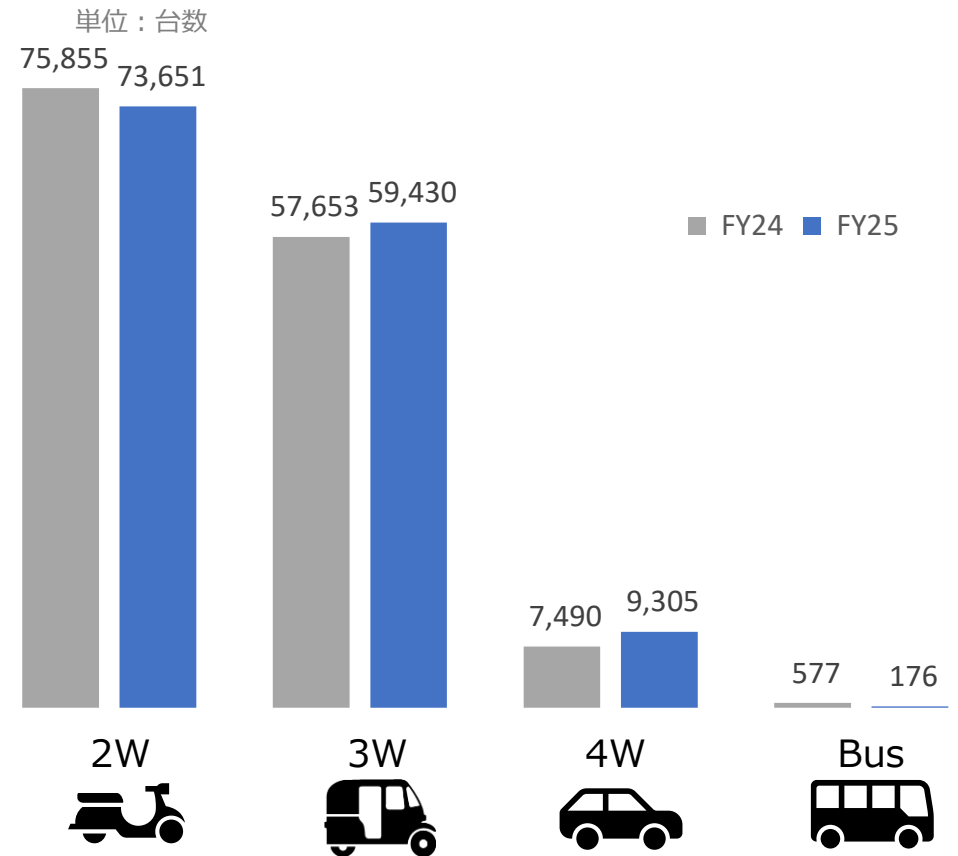
カテゴリー別販売台数比較

- ディワリの繁忙期が終わった12月の売上は落ち着いた模様で、全体的に前月と比較すると下降気味となった。
- 12月販売台数前年同月比では大きな差はなかった。

過去1年間のカテゴリー別販売台数推移



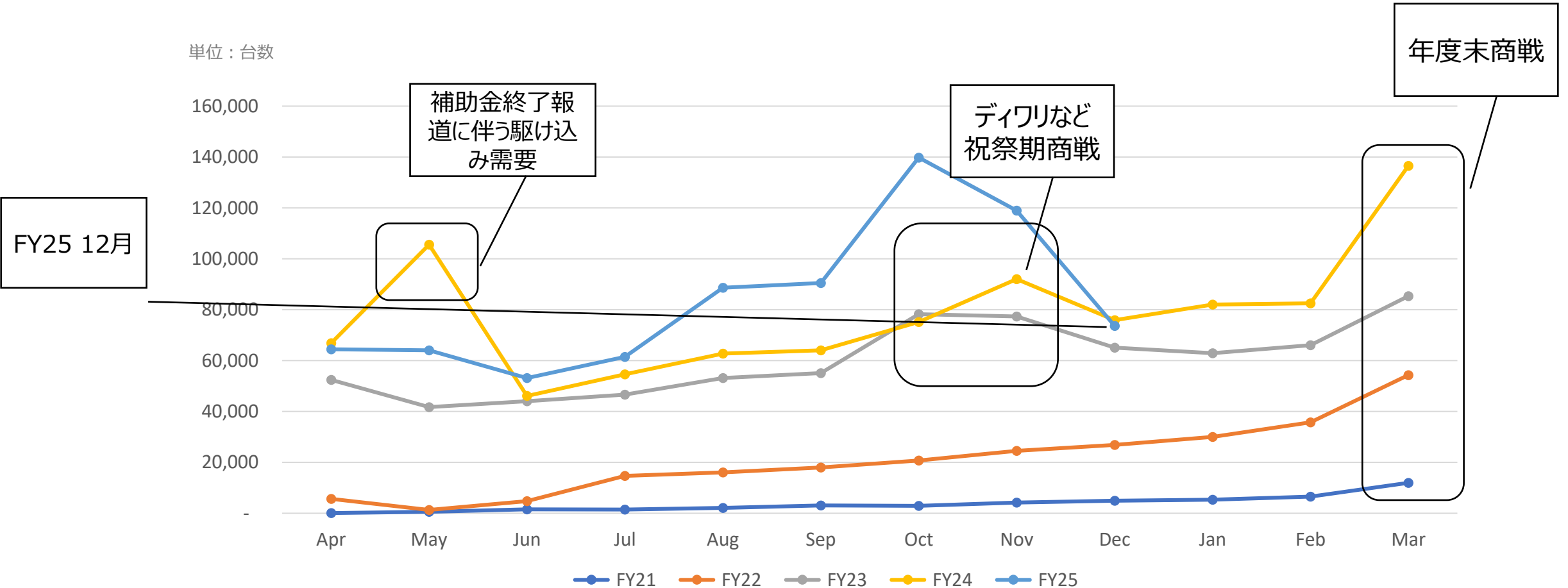
12月販売台数前年同月比：FY24 vs FY25



Source: SMEV. <https://www.smev.in/statistics>, VAHAN .
<https://vahan.parivahan.gov.in/vahan4dashboard/vahan/view/reportview.xhtml>
 (2025年1月30日).

会計年度別電動2輪車販売推移

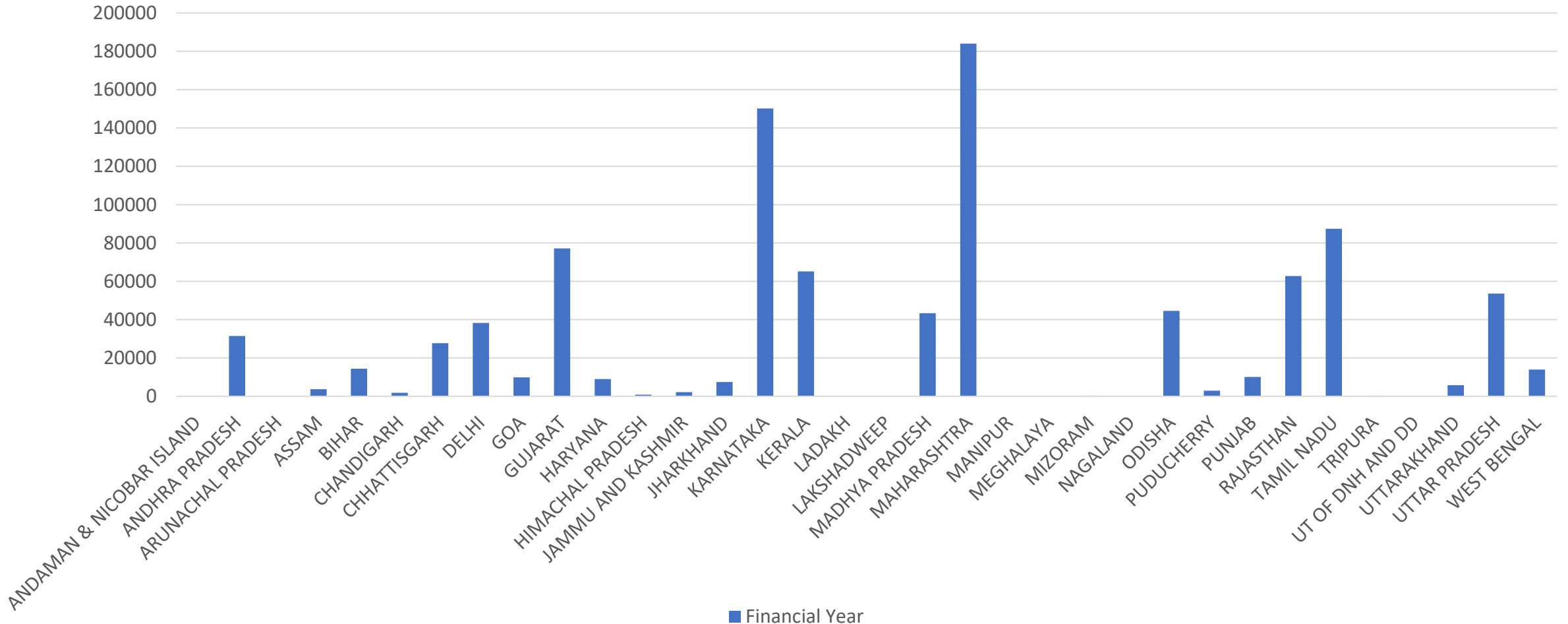
- 2輪カテゴリーは毎年販売台数を伸ばしており、FY24は一年間ほとんど全ての月で前年度を上回っている。
- インドにおける大きな商戦期は、祝祭期と年度末となっている。



Source: SMEV. <https://www.smev.in/statistics>, VAHAN .
<https://vahan.parivahan.gov.in/vahan4dashboard/vahan/view/reportview.xhtml>
 (2025年1月30日).

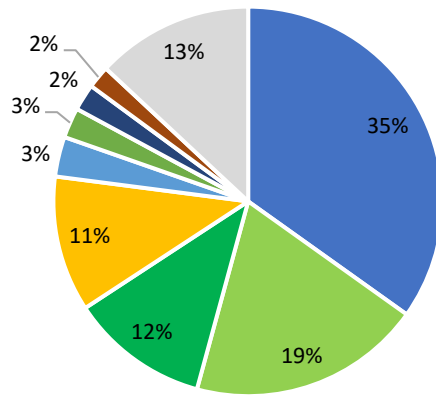
E-2W 地域別販売台数 FY 23-24

- カルナタカ、マハラシュトラ州を含む南インドで2wの販売台数割合が特に多い。

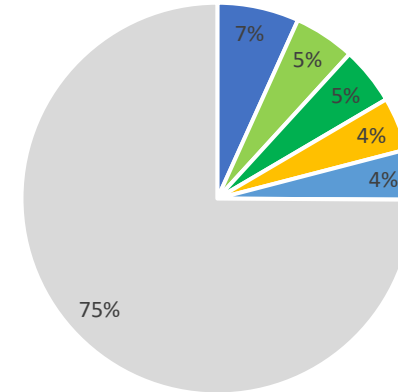


メーカー別販売シェア: FY24

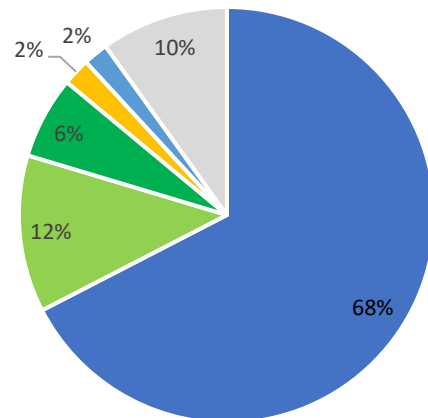
- 2輪は、OLAを筆頭にTVS, Ather, Bajajが続き、この上位4社で77%を占めている。
- 4輪は、現在ではTATAが市場シェアの3分の2を支配しており、続いてMGモーター、マヒンドラとなっている。



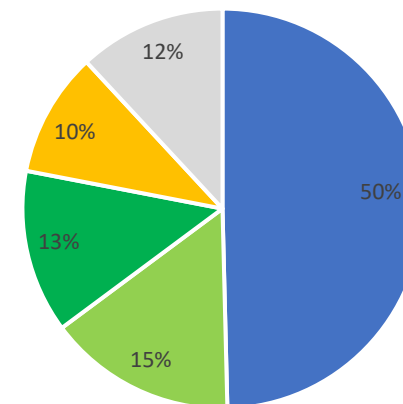
- OLA ELECTRIC
- TVS MOTOR
- ATHER ENERGY
- BAJAJ AUTO
- GREAVES ELECTRIC
- AMPERE VEHICLES
- OKINAWA AUTOTECH
- HERO MOTOCORP
- Other



- YC ELECTRIC VEHICLE
- MAHINDRA & MAHINDRA LIMITED
- SAERA ELECTRIC AUTO PVT LTD
- MAHINDRA LAST MILE MOBILITY LTD
- DILLI ELECTRIC AUTO PVT LTD
- Other



- TATA
- MG MOTOR
- MAHINDRA & MAHINDRA
- PCA AUTOMOBILES
- HYUNDAI MOTOR
- Other



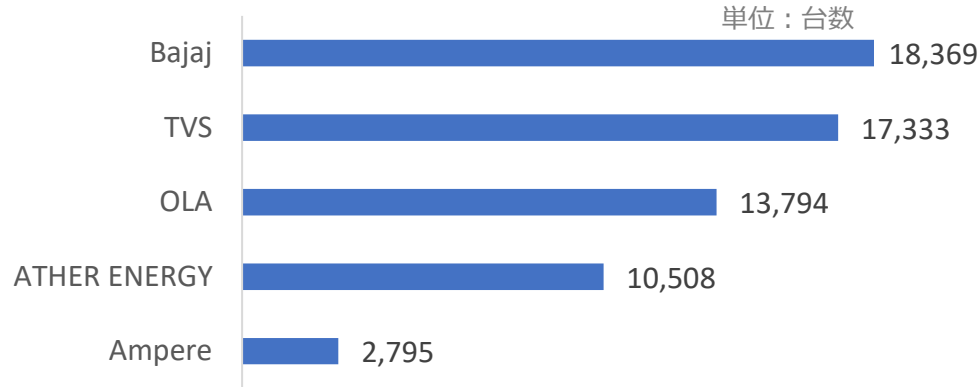
- TATA MOTORS LTD
- JBM AUTO LIMITED
- OLECTRA GREENTECH LTD
- PMI ELECTRO MOBILITY SOLUTIONS PRIVATE LIMITED
- Other

販売台数トップ5 EVブランド：2024年12月期

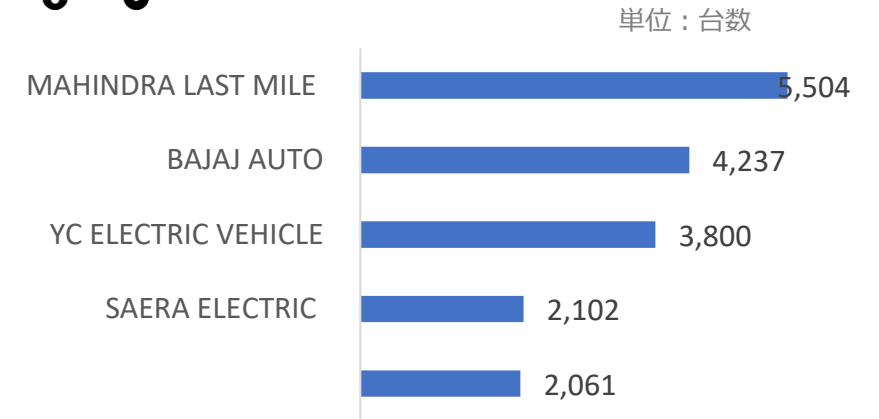
- 2輪は、OLAが首位の座を失い、BajajとTVSが1位、2位となった。OLAは売上不振が続いている。



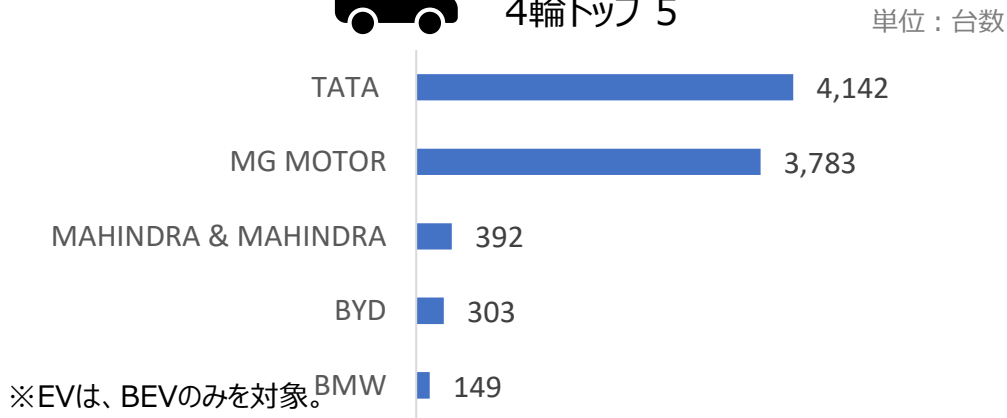
2輪トップ5



3輪トップ5



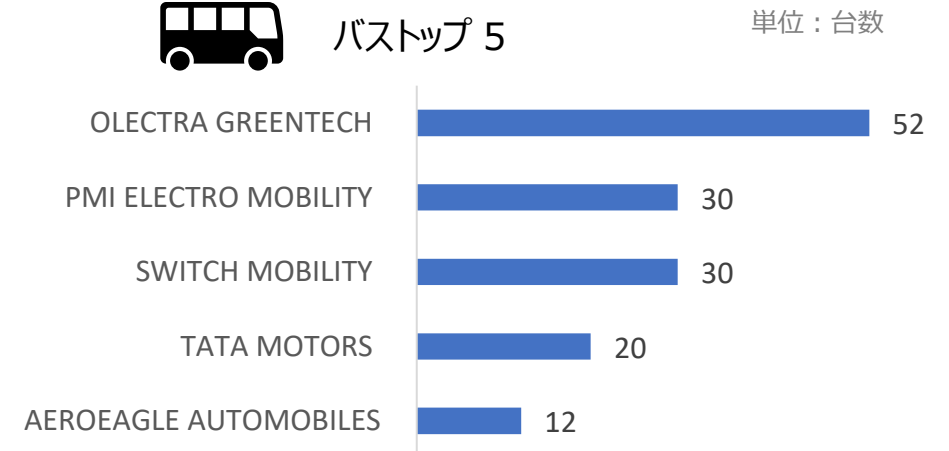
4輪トップ5



※EVは、BEVのみを対象。



バストップ5



(出典) VAHAN. (2025年1月30日現在). <https://vahan.parivahan.gov.in/vahan4dashboard/vahan/view/reportview.xhtml>

ハイブリッド車12月度の販売台数及びEV車との比較

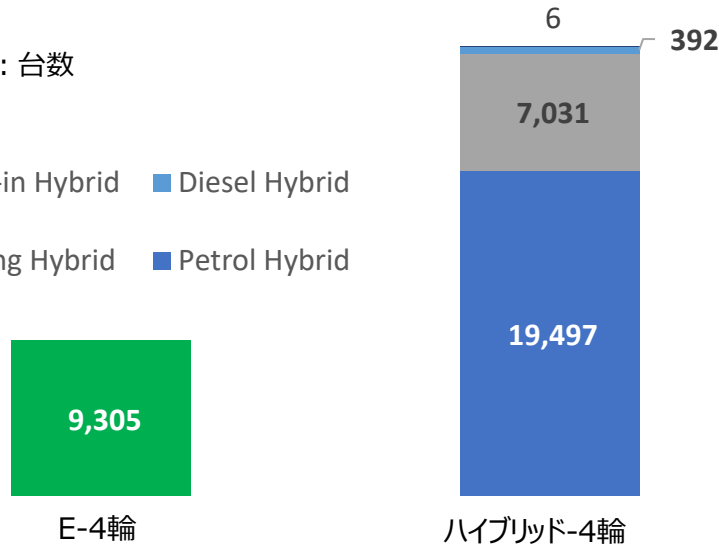
- EVとハイブリッド車の比較では、ハイブリッド車の販売台数は電動4輪を大きく上回っている。
- ハイブリッド車主力であるマルチ・スズキとトヨタが販売台数1位と2位であり、続いてEV主力のタタとなっている。現在のインドでは、ハイブリッド車が主流であるが、ストロングハイブリッド、プラグインハイブリッドは少ない。

EVとハイブリッド販売台数比較

合計販売台数： **36,231** 台
(EV：9,305台、Hybrid：29,926台)

単位：台数

■ Plug-in Hybrid ■ Diesel Hybrid
■ Strong Hybrid ■ Petrol Hybrid

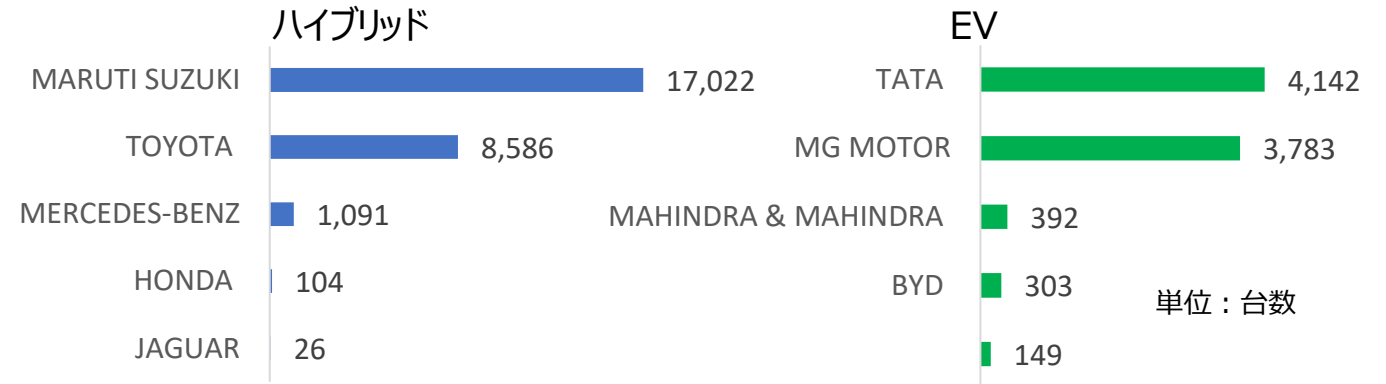


※ハイブリッドは、ディーゼルハイブリッド、ペトロールハイブリッド、プラグインハイブリッド、ストロングハイブリッドを含んでいます。

(出典) VAHAN (2025年1月30日現在).

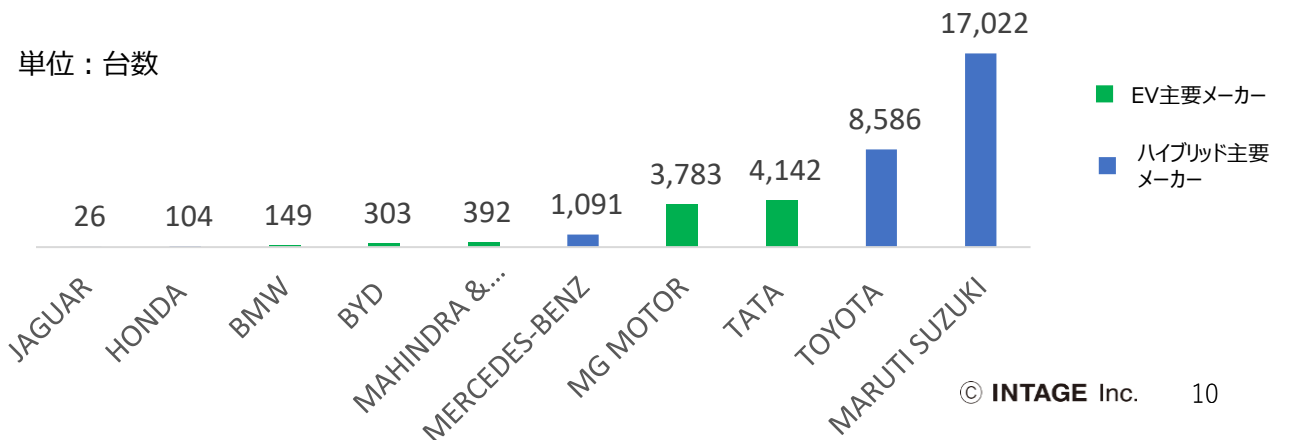
<https://vahan.parivahan.gov.in/vahan4dashboard/vahan/view/reportview.xhtml>

メーカー別EVとハイブリッド販売台数比較



単位：台数

メーカー別EVとハイブリッド合計販売台数比較



EVに関する政策の動向（終了）

- 2023年3月31日付でFaster Adaptation Manufacturing of Electric Vehicle (FAME 2) が終了し、4月1日より政府主導のもと新しい政策 Electric Mobility Promotion Scheme-2024 (EMPS 2024) が開始された。
- FAME 2では、3年で計画され（最終的には5年）、2輪・3輪だけではなく4輪・バスも対象であり、1,000億ルピーの予算が投下された。一方で、EMPS2024では、4か月間の実施で、予算も50億ルピー、対象のEVカテゴリーは2輪と3輪だけの予定である。
- 4輪とバスについてはすでに実施されている、Auto PLIとPM-eBus Sewa Schemeで支援が継続されるとのことである。

	FAME 2	EMPS 2024
実施期間	<ul style="list-style-type: none"> • 3年（最終的には5年）(2019年4月1日 - 2024年3月31日) 	<ul style="list-style-type: none"> • 4か月 (2024年4月1日 - 2024年9月31日) 7月31日から2か月延長
予算	<ul style="list-style-type: none"> • 1,000億ルピー (最終的には, 1,150億ルピー) 	<ul style="list-style-type: none"> • 50億ルピー (内、33億3,300万ルピーが、2輪に当てられる。)
対象車種	<ul style="list-style-type: none"> • e-2輪, e-3輪, e-4輪 Strong Hybrid 4W, PHEV, e-Buses 	<ul style="list-style-type: none"> • e-2輪 ・ e-3輪
消費者向け補助金額	<p>購入補助金額</p> <ul style="list-style-type: none"> • 10,000ルピー/kWh バスを除くすべての車種（車両価格の20%まで） • 20,000ルピー/kWh バス（車両価格の40%） <p>インセンティブ総額の目安</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2輪：20,000ルピー • 3輪 (e-リキシャーを含む): 50,000ルピー • 4輪：15,000ルピー 	<p>購入時補助金額</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5,000ルピー/kWh for e-2輪 ・ e-3輪 <p>インセンティブ最大額（もしくは、工場出荷額の15%のどちらか低い方）</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2輪: 10,000ルピー • E-リキシャー ・ e-カート: 25,000ルピー • E-3輪 (L5 カテゴリー): 50,000ルピー
メーカー向け補助金	<ul style="list-style-type: none"> • メーカーは販売奨励金として、払い戻しを受ける。 	<ul style="list-style-type: none"> • メーカーは販売奨励金として、払い戻しを受ける。
国内製造要件	<ul style="list-style-type: none"> • 製造の国内化 • Phase manufacturing Program (PMP) が適用される。 	<ul style="list-style-type: none"> • 製造の国内化 • Phase manufacturing Program (PMP) が適用される。
充電ステーションの設置	<ul style="list-style-type: none"> • 充電ステーションの設置支援 	<ul style="list-style-type: none"> • 計画されていない。

(出典) Ministry of Heavy Industries
<https://heavyindustries.gov.in/sites/default/files/2024-03/emps-2024.pdf>
https://fame2.heavyindustries.gov.in/content/english/11_1_PolicyDocument.aspx

4輪に関する政策 AUTO PLI 概要

- EV完成車メーカー・先進部品メーカーを対象にした生産連動型補助金のスキームとなっており、インセンティブ率などが異なる。

項目	OEM向けインセンティブスキーム	コンポーネント企業向けインセンティブスキーム
対象製品	<ul style="list-style-type: none"> 電池電気自動車完成車 水素燃料電池車完成車 	<ul style="list-style-type: none"> 先進の自動車技術を使った部品 CKD/SKDキット 車両アグリゲート
条件	<p>OEM</p> <ul style="list-style-type: none"> グローバルグループ収益（自動車および/または自動車部品製造による）：1,000億ルピー 投資：当社またはそのグループ会社による固定資産(総額) 3,00億ルピーの投資。 最低国内新規投資条件あり。 	<p>部品</p> <ul style="list-style-type: none"> グローバルグループ収益（自動車および/または自動車部品製造による）：50億ルピー 投資：当社またはそのグループ会社による固定資産(総額) 15億ルピーの投資。 最低国内新規投資条件あり。
インセンティブ率	<ul style="list-style-type: none"> 販売額の13~16% 	<ul style="list-style-type: none"> 販売額の8~11%
追加インセンティブ	<ul style="list-style-type: none"> 累計1,000億ルピー超で+2% 	<ul style="list-style-type: none"> 累計125億ルピー超で+2% 電気自動車/水素燃料電池車向けに+5%
その他条件	<ul style="list-style-type: none"> 国内付加価値50%以上 翌年以降10%以上の売上げが必要 	

(出典) myscheme. <https://www.myscheme.gov.in/schemes/plisaaci#eligibility>

EV関連ニュース:2024年12月

・ インドのEV成長速度は鈍化

インドは2023年までに、EV普及率を30%に引き上げる目標を立てているが、現在の成長率では現実的ではない。FICCI-YES BANKの報告書では、さらに普及率を上げるためには、州レベル、政府レベルでの政策介入が必須であると主張している。FAME 2 が終わって以降大きなEV支援策はなく、多くの州でEV政策は終わりを迎えている。

<https://energy.economictimes.indiatimes.com/news/power/ev-penetration-slows-india-faces-challenge-to-hit-2030-target/115954511>

・ テランガナ州の新しいEV州政策により、EV需要が増加

テランガナ州政府が道路税と登録料を100%免除する新たな電気自動車（EV）政策を導入してからわずか20日だが、電動四輪車（E4W）の需要はすでに急増している。MGモーターによれば、免除後同社のEV平均販売額は、200%増加したとしている。テランガナ州政府の2020～2030年のEVおよびエネルギー政策の一環として、5,000台のE4Wが減税の対象になり、その後も延長したが、2023年半ばで終了していた。

<https://timesofindia.indiatimes.com/city/hyderabad/telanganas-ev-policy-fuels-electric-car-sales-surge-in-hyderabad/articleshow/116085929.cms>

・ BYD Denza N9、Bao 3のデザインがインドで特許取得

BYDは、インドで新しいデザインの特許を申請している。9月の申請はBao 3 EVに関するものだったが、10月にはDenza N9 PHEVが続いた。全長5.2メートルのDenza N9はプラグインハイブリッドSUVで、全長4.6メートルのBao 3は4WDオフロードEVだ。

[Indian steelmaker JSW to launch own EV brand](#)

・ OLAは、マーケットシェアをBajajに奪われる。

インドの電動二輪者大手のOLAは、12月25日の時点で1万1,385台の販売数であり、Bajajは、1万5,203台の販売台数を記録している。また、TVSもOLAを上回る勢いで販売台数を伸ばしている。Fortune Indiaによると、TVSとBajajは全国に強力な販売網を持っている。OLAは、追いつくために、3,200の新しい店舗を開設する。

[India's Electric 2-Wheeler Sales Rise 29% in November, Ola's Market Share](#)

・ HUNDAIモーターは、7年間で約600台のEV急速充電器を設置へ

4輪大手ヒュンダイモーターは、今後7年間で約600か所にEVの急速充電ステーションを設置する計画だ。同社が実施した調査では、充電インフラの不足により、顧客が高速道路での長距離通勤にEVを運転することに不安を抱いていることが明らかになった。このことを念頭に置き、主要都市に加え、主要な高速道路にEV急速充電器を設置する取り組みを進めてきた」とリュ氏は述べている。EVの成長が見込まれることから、インフラ投資を積極的に行っている。

<https://economictimes.indiatimes.com/industry/renewables/hyundai-motor-india-to-install-nearly-600-fast-ev-chargers-in-7-years/articleshow/116134569.cms?from=mdr>



Create Consumer-centric Values

お客様企業のマーケティングに寄り添い、共に生活者の幸せを実現する

Contact

info-india@intage.com