

海外進出企業は14.7% コロナ禍前より低下、 米国関税による影響も

重点地域トップは中国も、近年は重要度が低下
進出先として、ベトナムやタイなどの注目高まる

新潟県・海外進出に関する企業の意識調査(2025 年)



本件照会先

目黒 健太郎(調査担当)
帝国データバンク
新潟支店
025-245-5606
info.niigata@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/12/02

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。

SUMMARY

海外進出をしている企業は14.7%にとどまり、コロナ禍前より7ポイント以上低下。現在の重点地域は「生産」「販売」とともに中国がトップだが、今後は成長市場への期待を反映し、ベトナム・インド・インドネシアなどのアジア新興国の重要性が高まっている。一方、海外進出について米国との関税交渉の影響を懸念する企業は多い。企業が海外の成長市場で活躍するためには、政府・自治体・公的機関による積極的な支援が求められる。

※株式会社帝国データバンク新潟支店は、新潟県462社を対象に、「海外進出」に関するアンケート調査を実施した。

調査期間:2025年10月20日～10月31日(インターネット調査)

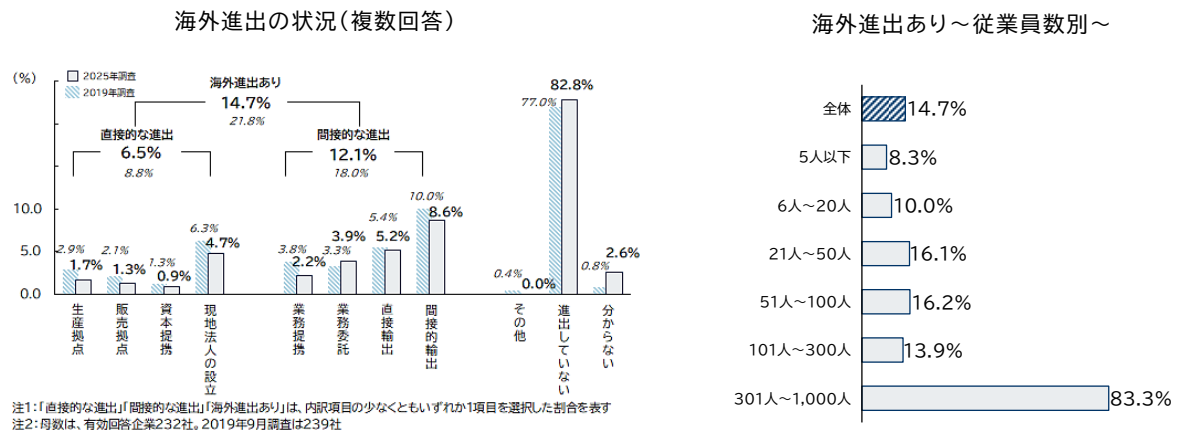
調査対象:新潟県462社、有効回答企業数は232社(回答率50.2%)

海外進出ありは14.7%、コロナ禍前から7ポイント以上低下

現在、自社が海外に進出しているかどうか尋ねたところ、生産拠点や販売拠点など直接的に進出している企業は6.5%、業務提携や輸出など間接的に海外進出している企業は12.1%となった（複数回答、以下同）。直接・間接のいずれかの形で海外進出をしている企業は14.7%にとどまり、「進出していない」企業は82.8%と8割を超えた。コロナ禍前にあたる2019年の調査では、海外進出している企業は21.8%だったが、コロナ禍や地政学的リスクなどを受け7.1ポイント低下した。ただし、従業員数「301人～1,000人」の企業では「海外進出あり」が83.3%となるなど、規模が大きな企業ほど、海外ビジネスに対する取り組み姿勢が高く表れる傾向にあった。

海外事業の内容をみると、直接的な進出では「現地法人の設立」が4.7%で最も高く、支社・支店などを含む「生産拠点」(1.7%)、「販売拠点」(1.3%)、M&A などの「資本提携」(0.9%)が続いた。他方、間接的な進出では、商社や取引先を経由した「間接的輸出」(8.6%)がトップとなり、以下、商社等を経由せず直接海外企業などと取引する「直接輸出」(5.2%)、生産委託などの「業務委託」(3.9%)、技術提携などの「業務提携」(2.2%)が続いた。

海外進出の状況



海外進出の重点地域、「生産」「販売」とともにアジアが上位 トップの中国に重要度の低下も

直接・間接のいずれかの形で海外進出をしている企業に対し、現在海外進出している国・地域のなかで生産拠点として最も重視する進出先はどこか尋ねたところ、「中国」が23.5%で最も高かった。以下、「タイ」(5.9%)、「台湾」「ベトナム」「ミャンマー」(いずれも2.9%)が続き、アジア諸国が上位を占めた。

他方、販売拠点として最も重視する国・地域でも、「中国」が20.6%でトップとなった。次いで、「アメリカ」(8.8%)、「香港」「タイ」(5.9%)などが続いた。

2019年調査との比較では、生産拠点・販売拠点ともに「中国」がトップであることに変動はなかったが、いずれもポイントは低下するなど重要度が低下している様子がうかがえる。

生産拠点・販売拠点として最も重視している国・地域

生産拠点として最も重視している国・地域～上位 10 カ国・地域～

順位	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
2025年調査	中国 23.5%	タイ 5.9%	台湾 2.9%	ベトナム 2.9%	ミャンマー 2.9%	韓国 0.0%	香港 0.0%	シンガポール 0.0%	インドネシア 0.0%	インド 0.0%
2019年調査	中国 25.0%	ベトナム 9.6%	台湾 3.8%	インドネシア 3.8%	韓国 1.9%	その他のアジア 1.9%	アメリカ 1.9%	香港 0.0%	シンガポール 0.0%	タイ 0.0%

注:母数は、直接・間接いずれかの形で海外進出をしている企業34社。2019年9月調査は52社

販売拠点として最も重視している国・地域～上位 10 カ国・地域～

順位	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
2025年調査	中国 20.6%	アメリカ 8.8%	香港 5.9%	タイ 5.9%	韓国 2.9%	ベトナム 2.9%	インドネシア 2.9%	カナダ 2.9%	その他の欧州 2.9%	台湾 0.0%
2019年調査	中国 28.8%	ベトナム 9.6%	台湾 7.7%	アメリカ 7.7%	タイ 5.8%	韓国 3.8%	インドネシア 3.8%	その他のアジア 3.8%	インド 1.9%	メキシコ 1.9%

注:母数は、直接・間接いずれかの形で海外進出をしている企業34社。2019年9月調査は52社

今後の進出先、アジアの巨大市場中国に注目 ベトナム、タイなどが重要度増す

今後、自社が重視する進出先として検討する可能性がある国・地域について尋ねたところ(上位1～3位までの順位付け)、生産拠点としては、「中国」(68pt¹)がトップとなった。次いで、「ベトナム」(51pt)、「タイ」(39pt)、「インドネシア」(31pt)、「ミャンマー」(18pt)、「台湾」(16pt)が続いた。

他方、重視する販売拠点でも、「中国」(69pt)が最も高かった。以下、「アメリカ」(53pt)、「タイ」(41pt)、「台湾」(37pt)、「ベトナム」(34pt)などが30pt超で続いた。

生産拠点、販売拠点ともに、「最も重視する国」でも1位になった「中国」がトップで、両拠点としての高いポテンシャルがうかがえる。また、GDP 成長率が高く、安定したビジネス環境が望める「ベトナム」や、東南アジア諸国の中心に位置し、アジア周辺国や世界進出に向けた「ハブ」としての機能が期待できる「タイ」などの期待感が高まっていると言えよう。

今後、生産拠点・販売拠点として検討する可能性がある国・地域～上位 10 カ国・地域～

生産拠点として可能性がある国・地域

順位	国・地域名	ポイント
1	中国	68pt
2	ベトナム	51pt
3	タイ	39pt
4	インドネシア	31pt
5	ミャンマー	18pt
6	台湾	16pt
7	インド	10pt
8	アメリカ	9pt
9	韓国	4pt
9	その他のアジア	4pt

販売拠点として可能性がある国・地域

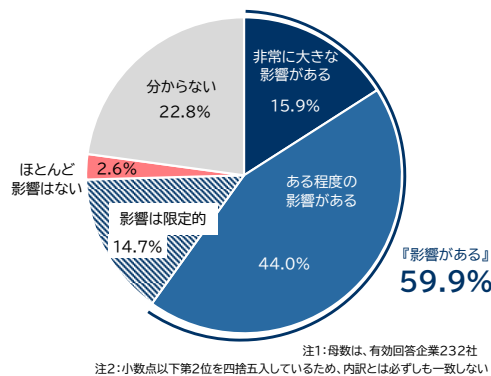
順位	国・地域名	ポイント
1	中国	69pt
2	アメリカ	53pt
3	タイ	41pt
4	台湾	37pt
5	ベトナム	34pt
6	韓国	27pt
7	インドネシア	19pt
8	インド	9pt
9	その他のアジア	8pt
9	ドイツ	8pt

1 各国・地域のポイントは、調査の際に検討の可能性がある国・地域について 1 位～3 位までの順位を付けた回答の結果に基づいて集計したもの。順位ごとにポイントを付与し、1 位は 5pt、2 位は 3pt、3 位は 1pt として、合計ポイントを算出

米国の関税交渉、企業の6割が海外進出に影響あり

トランプ政権が主導する米国による各国に対する関税交渉の結果は、日本企業の海外進出にどのような影響があるか尋ねたところ、進出先の見直しや撤退の影響など「非常に大きな影響がある」と考える企業は15.9%だった。また、コスト増や現地調達の見直しなど「ある程度の影響がある」と回答した企業は44.0%となり、59.9%の企業が海外進出に『影響がある』と考えていた。一方、「影響は限定的」は14.7%、「ほとんど影響はない」は2.6%にとどまり、海外進出に対して何かしらの影響が生じると考えている企業が半数以上にのぼった。

トランプ関税による日本企業の海外進出への影響



国内市場の縮小が見込まれるなか、進出支援が急務

本調査によると、新潟県内で海外進出をしている企業は14.7%で、コロナ禍やウクライナ情勢など地政学的リスクの高まりを受け、2019年と比較して7.1ポイント低下した。しかし、従業員数が301人～1,000人の企業では海外進出している企業の割合が8割を超えるなど、企業規模による格差がみられた。

進出先としては依然として中国が重視されているものの、コロナ禍前と比べ生産拠点でも販売拠点としても重視している割合は低下した。今後の進出検討先としては、生産拠点、販売拠点ともに中国が最も注目されているが、ベトナム、タイなど成長市場への期待も高まっている。他方、企業の海外進出に対し、米国による関税交渉の結果が『影響がある』と考える企業が約6割を占めており、米中対立や保護主義的な動きが、サプライチェーンや事業戦略の見直しを迫る深刻な要因と認識されていることも明らかになった。

少子高齢化による国内市場の縮小が多方面で懸念されるなか、日本経済の発展・拡大のためには政府・自治体・公的機関による多岐にわたる支援が求められるが、そのなかでも地政学的リスクや現地政府の政策変更など、企業が自力で対応困難なカントリーリスクに関する詳細かつタイムリーな情報提供や、外国政府当局への働きかけなどが重要となろう。また、成長が見込まれる新興国への進出に対する支援の拡充も求められる。さらに、海外への進出実績がない中小企業には、海外展開に必要なノウハウや人材育成支援を集約し、輸出や海外企業との提携などの取り組みを促すことも重要となる。こうしたサポートにより、企業が成長市場を取り込み、不確実性の高まる国際環境下でも持続的に成長できるような戦略的支援と制度の整備が求められよう。

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、下記のとおり区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業含む)	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 「従業員数 300 人以下」	「従業員数 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」	「従業員数 5 人以下」
小売業	「資本金 5 千万円を超える」かつ 「従業員数 50 人を超える」	「資本金 5 千万円以下」または 「従業員数 50 人以下」	「従業員数 5 人以下」
サービス業	「資本金 5 千万円を超える」かつ 「従業員数 100 人を超える」	「資本金 5 千万円以下」または 「従業員数 100 人以下」	「従業員数 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