

福岡県 企業の海外進出率 14.6% コロナ禍前より低下、 米国関税でさらに危機感

進出先トップはベトナム
東南アジア諸国の注目高まる

福岡県・海外進出に関する企業の意識調査(2025年)



本件照会先

石倉 達也（調査担当）
帝国データバンク
福岡支店情報部
092-738-7779（直通）
tdb.fukuoka@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/12/16

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

企業の海外進出率は 14.6% にとどまり、コロナ禍前より 6.7 ポイント低下。1,000 人超の企業では進出が目立った。現在の重点地域は「生産」がベトナム、「販売」は中国がトップで、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る。また、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が多い。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福岡支店は、福岡県 864 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。なお、海外進出に関する実態調査は、類似調査も含め今回で 5 回目

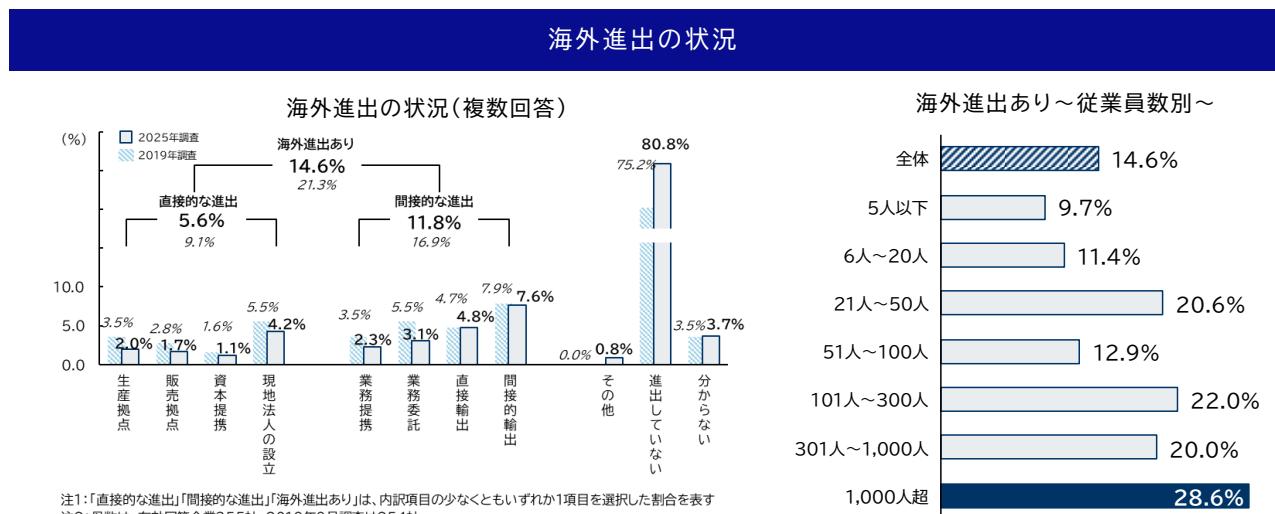
調査期間：2025 年 10 月 20 日～10 月 31 日（インターネット調査）

調査対象：福岡県 864 社、有効回答企業数は 334 社（回答率 38.7%）

企業の海外進出率は 14.6%、コロナ禍から 6.7 ポイント低下

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 5.6%、業務提携や輸出など間接的に海外進出している企業は 11.8% 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 14.6% にとどまり、「進出していない」は 80.8% と 8 割を超えた。また、コロナ禍前にあたる 2019 年の調査¹では、海外進出している企業は 21.3% だったが、コロナ禍や地政学的リスクなどを受け、6.7 ポイント低下した。ただし、従業員数「1,000 人超」の企業では「海外進出あり」が 28.6% にのぼり、企業規模が大きくなるのに比例して、海外ビジネスに対する取り組み姿勢が高く表れた。

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 4.2% で最も高く、次いで、支社・支店などを含む「生産拠点」（2.0%）や「販売拠点」（1.7%）、M&A などの「資本提携」（1.1%）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」（7.6%）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している「直接輸出」（4.8%）、生産委託などの「業務委託」（3.1%）、技術提携などの「業務提携」（2.3%）が続いた。



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、重要度の落ち込み目立つ

直接・間接のいずれかの形で海外進出をしている企業 52 社に対して、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、「ベトナム」が 11.5% で最も高かった。以下、「中国」（7.7%）、「韓国」（5.8%）、「台湾」（3.8%）などアジア諸国・地域が上位を占めた。2019 年調査と比較すると、前回の 1 位と 2 位が入れ替わり、「中国」の重要度は大きく低下した。

他方、販売拠点として最も重視する国・地域では、「中国」が 11.5% でトップ。次いで、「台湾」「香港」「ベトナム」（各 5.8%）、「韓国」「インドネシア」「インド」など 4 カ国 1 地域が 3.8% で続いた。同様に 2019 年調査と比較すると、「中国」（-7.0pt）の落ち込みが目立つ一方で、「台湾」「香港」（各 +2.1pt）の存在感が増していることがうかがえる。

1 帝国データバンク「海外進出に関する企業の意識調査（2019 年）」（2019 年 10 月 15 日発表）

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 8 力国・地域～

順位	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
2025年調査	ベトナム 11.5%	中国 7.7%	韓国 5.8%	台湾 3.8%	インドネシア 3.8%	タイ 1.9%	その他のアジア 1.9%	アメリカ 1.9%
2019年調査	中国 22.2%	ベトナム 14.8%	韓国 7.4%	台湾 5.6%	インドネシア 3.7%	その他のアジア 3.7%	タイ 1.9%	香港 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52社。2019年9月調査は54社

販売拠点として最も重視している国・地域～上位 10 力国・地域～

順位	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
2025年調査	中国 11.5%	台湾 5.8%	香港 5.8%	ベトナム 5.8%	韓国 3.8%	インドネシア 3.8%	インド 3.8%	その他のアジア 3.8%	アメリカ 3.8%	シンガポール 1.9%
2019年調査	中国 18.5%	アメリカ 14.8%	韓国 7.4%	ベトナム 7.4%	タイ 5.6%	インド 5.6%	台湾 3.7%	香港 3.7%	その他のアジア 1.9%	その他の欧州 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52社。2019年9月調査は54社

今後の進出先、アジアの巨大市場力ギ ベトナム、インド、インドネシアが生産・販売両面で重要度増す

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、「ベトナム」(136pt²)がトップとなった。前述した「最も重視する国」でも 1 位になっていることから、生産拠点としての高いポテンシャルがうかがえる。次いで、「台湾」(74pt)、「タイ」(73pt)、「中国」(64pt)、「インドネシア」(62pt)、「韓国」(49pt)が上位に並んだ。

他方、重視する販売拠点では、米国による関税交渉の影響はあるものの「アメリカ」(99pt)が最も高く、「台湾」(91pt)、「ベトナム」(87pt)、「中国」(76pt)が 7 割以上の高水準であった。以下、「タイ」(68pt)、「韓国」(57pt)、「インドネシア」(57pt)などが 5 割以上で注目されている様子がうかがえた。

生産拠点、販売拠点ともに、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、ASEAN 加盟国で GDP が最も高い「インドネシア」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 力国・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	ベトナム	136pt
2	台湾	74pt
3	タイ	73pt
4	中国	64pt
5	インドネシア	62pt
6	韓国	49pt
7	アメリカ	39pt
8	インド	27pt
9	その他のアジア	18pt
10	ミャンマー	15pt

販売拠点として可能性がある国・地域

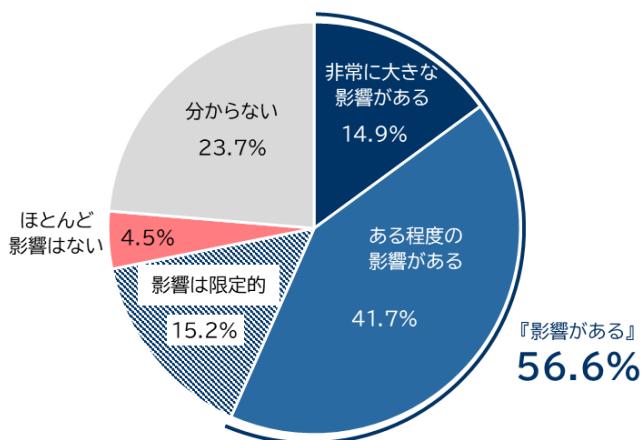
順位	国・地域名	ポイント
1	アメリカ	99pt
2	台湾	91pt
3	ベトナム	87pt
4	中国	76pt
5	タイ	68pt
6	韓国	57pt
6	インドネシア	57pt
8	インド	44pt
9	シンガポール	39pt
10	香港	25pt

2 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である。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した

米国の関税交渉、海外進出に「非常に大きな影響」14.9%

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」と見込む企業は14.9%だった。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」は41.7%と多数を占めた。「影響は限定的」は15.2%だった。他方、「ほとんど影響はない」は4.5%にとどまり、多くの企業で海外進出に対して何かしらの影響が生じると認識していた。

トランプ関税による日本企業の海外進出への影響



注1:母数は、有効回答企業355社

注2:小数点以下第2位を四捨五入しているため、内訳とは必ずしも一致しない

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、九州・沖縄地区企業の海外進出率は14.6%、コロナ禍やウクライナ情勢など地政学的风险の高まりを受け、2019年比で6.7ポイントも落ち込んだ。不確実性の増大が企業マインドの低下を招いていると考えられる。一方で、1,000人超の企業では進出率は3割近くに達し、企業規模による二極化が目立った。

現在の進出先は中国が依然として強いものの、コロナ禍前と比べ重要度は大きく低下。直近では、高市首相の国会答弁に端を発した急激な政策転換や経済圧力による影響が懸念されている。今後の検討先としては、生産拠点ではベトナムが、販売拠点では台湾のほか、関税への懸念があるものの、アメリカが中国と並んで注目される。さらに、インドネシアなど成長市場への期待が高まっており、「チャイナ・プラスワン」などの動きを反映したものと言えよう。また、企業の海外進出に対し、米国による関税交渉の結果、『影響がある』企業が半数以上を占め、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が明らかになった。

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。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を行うとともに、外国政府当局への働きかけを強化すべきであろう。また、成長が見込まれる新興国への進出支援の拡充も求められる。さらに、進出の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、輸出や提携といった取り組みを促すことも重要である。これらの支援により、日本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、戦略的な支援と制度整備が急務と言えよう。