

栃木県内企業の海外進出率 17.9% コロナ禍前より低下、 米国関税で変化も

進出先トップは中国、関税の影響からアメリカの占有率は低下
生産拠点としてベトナム、インドネシアに注目

栃木県・海外進出に関する企業の意識調査(2025年)



本件照会先

古川 哲也(調査担当)
帝国データバンク
宇都宮支店
TEL: 028-636-0222(代表)
info.utsunomiya@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/12/12

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

栃木県内企業の海外進出率は 17.9% にとどまり、コロナ禍前(2019 年)より 5.9 ポイント低下。現在の重点地域は「生産」「販売」とともに中国がトップ、販売ではタイ、アメリカも同率でトップだった。今後は成長市場への期待を反映し、ベトナム・タイ・インドネシアなどのアジア諸国的重要性が高まっているようだ。また、「トランプ関税は海外進出に影響があるか」という設問に対しては、61.9% が『影響がある』と回答した。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必要であり、企業側も積極的な活用が求められる。

※株式会社帝国データバンクは、栃木県内企業 377 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: 栃木県内企業 377 社、有効回答企業数は 134 社(回答率 35.5%)

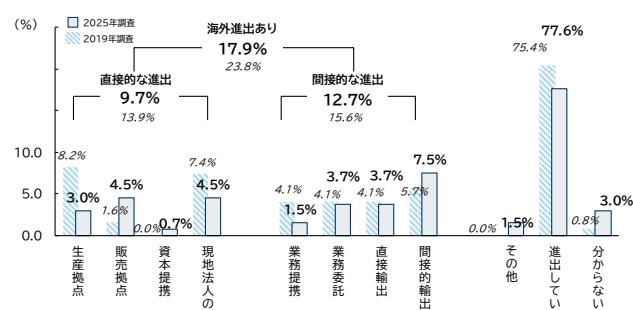
県内企業の海外進出率は 17.9%、2019 年比 5.9 ポイント低下

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栃木県内企業は 9.7%、業務提携や輸出など間接的に海外進出している企業は 12.7%となつた（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 17.9%にとどまり、「進出していない」は 77.6%と 8 割近くにのぼつた。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 23.8%だったが、コロナ禍や地政学的リスクなどもあり、5.9 ポイント以上低下した。従業員数別での海外進出状況を見ると、「101 人～300 人」が 50.0%でトップ、「301 人～1000 人」も 40.0%と続き、中規模上位では海外進出はかなり普及していることが分かる。しかし、「5 人以下」では 8.7%、「6 人～20 人」も 7.0%にとどまり、小規模企業での海外進出は希なことが分かる。

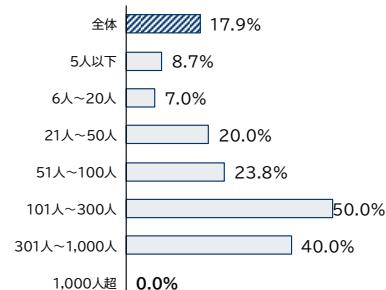
海外事業の内容をみると、直接的な進出では「現地法人の設立」および、支社・支店などを含む「販売拠点」が各 4.5%で最も高く、「生産拠点」が 3.0%、M&A などの「資本提携」が 0.7%と続いた。他方、間接的な進出では、商社や取引先を経由した「間接的輸出」（7.5%）がトップとなり、以下、商社等を経由せず直接海外企業などと取引している「直接輸出」および、生産委託などの「業務委託」（各 3.7%）、技術提携などの「業務提携」（1.5%）が続いた。

海外進出の状況

海外進出の状況（複数回答）



海外進出あり～従業員数別～



注1：「直接的な進出」「間接的な進出」「海外進出あり」は、内訳項目の少なくともいずれか1項目を選択した割合を表す
注2：母数は、有効回答企業134社。2019年9月調査は122社

海外進出の重点地域、「生産」「販売」とともにトップは中国、アメリカの販売拠点としての位置付けは下落

直接・間接のいずれかの形で海外進出をしている県内企業 24 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、「中国」が 12.5%で最も高かつた。以下、「タイ」（8.3%）、「台湾」、「ベトナム」、「ミャンマー」、「アメリカ」（各 4.2%）などアジア諸国・地域が続いた。2019 年調査と比較すると、ベトナムが 20.7%→4.2%、タイが 10.3%→8.3%、アメリカが 10.3%→4.2%などが減少した。

1 帝国データバンク「海外進出に関する栃木県内企業の意識調査（2019 年）」（2019 年 11 月 1 日発表）

他方、販売拠点として最も重視する国・地域については、「中国」、「タイ」および「アメリカ」の3カ国が各12.5%でトップ。次いで、「韓国」、「台湾」および「ドイツ」が各4.2%で続いた。同様に2019年調査と比較すると、「中国」は13.8%→12.5%と大きな変化はなかった一方で、「アメリカ」については17.2%→12.5%と大きく減少した。やはり、トランプ関税の影響も少なからずあるものと推測される。それ以外には、シンガポール、香港、インドネシア、ベトナムなどを選択する回答は得られなかった。

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	③	③	③	③	③	③	③
2025年調査	中国 12.5%	タイ 8.3%	台湾 4.2%	ベトナム 4.2%	ミャンマー 4.2%	その他のアジア 4.2%	アメリカ 4.2%	韓国 0.0%	香港 0.0%	シンガポール 0.0%
2019年調査	ベトナム 20.7%	中国 10.3%	タイ 10.3%	アメリカ 10.3%	台湾 3.4%	インドネシア 3.4%	インド 3.4%	その他の大洋州 3.4%	韓国 0.0%	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24社。2019年9月調査は29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	①	①	④	④	④				
2025年調査	中国 12.5%	タイ 12.5%	アメリカ 12.5%	韓国 4.2%	台湾 4.2%	ドイツ 4.2%	香港 0.0%	シンガポール 0.0%	ベトナム 0.0%	ミャンマー 0.0%
2019年調査	アメリカ 17.2%	中国 13.8%	タイ 10.3%	インド 6.9%	台湾 3.4%	インドネシア 3.4%	韓国 0.0%	香港 0.0%	シンガポール 0.0%	ベトナム 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24社。2019年9月調査は29社

今後の進出先、アジア市場がキーワード ベトナム、インドネシア、タイなどが生産・販売両面で上位に並ぶ

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」(53pt²)がトップとなった。前項目の「生産拠点として最も重視している国」では4.2%にとどまり、5年前の20.7%から大きく後退したものの、地域特性やポテンシャルといった点では注目度は高いようで、県内企業が進出を検討するなら真っ先にあがる国であることは確かだ。次いで、「インドネシア」(42pt)、「タイ」(30pt)、「中国」(27pt)、「アメリカ」(23pt)、「台湾」(20pt)などが上位に並んだ。総じて栃木県内企業は、生産拠点とイメージしているのは東南アジアに集中している様子が窺える。

また、重視する販売拠点では、「中国」(60pt)、「アメリカ」(43pt)と、巨大な市場を有する2カ国が高かった。以下、「タイ」(34pt)や「ベトナム」(30pt)、「インドネシア」(27pt)、「インド」(21pt)、「台湾」(16pt)などが注目されているようだ。アメリカは関税政策の影響が見られ中国との差が広がったと見られる。それに次ぐ東南アジア諸国は、マーケットとしても魅力的であることを反映した格好だ。中小企業の海外

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

進出は、社運をかけた大きな決断になる。当然費用対効果も重要だが、その国の習慣や風俗、文化を認識し溶け込んでいかなければ、成功は望めない。ハードルは決して低くはないと目される。

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	53pt
2	インドネシア	42pt
3	タイ	30pt
4	中国	27pt
5	アメリカ	23pt
6	台湾	20pt
6	その他のアジア	20pt
8	インド	19pt
9	ミャンマー	18pt
10	香港	5pt

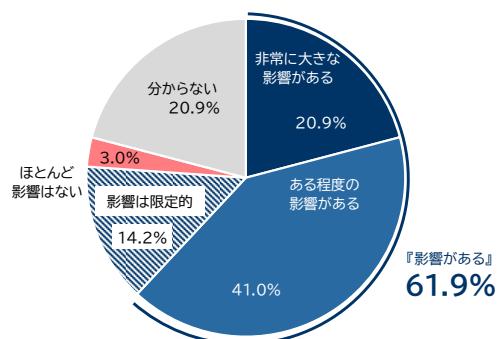
販売拠点として可能性がある国・地域

順位	国・地域名	ポイント
1	中国	60pt
2	アメリカ	43pt
3	タイ	34pt
4	ベトナム	30pt
5	インドネシア	27pt
6	インド	21pt
7	台湾	16pt
8	香港	12pt
9	その他のアジア	11pt
9	アフリカ(エジプト含む)	11pt

米国の関税政策、海外進出に「影響がある」61.9%

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、栃木県内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」と見込む県内企業は 20.9% 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 41.0% と多数を占めた。「影響は限定的」は 14.2% だった。他方、「ほとんど影響はない」は 3.0% にとどまった。多くの県内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。「今回の関税の問題は、アメリカ市場に直接取引を有する企業だけに影響はとどまらない。取引先がアメリカをマーケットにしていることで業績悪化になり、様々な取引の見直しということになれば、その会社から受注している当社も間接的に被害を受けることになる」(サービス)や、「商売として妙味がなければ撤退をすることになるだろう。例えば中国の不買運動などでも、日本企業は販路を変えることで乗り越えてきた。アメリカ市場がダメなら、世界に目を向ける、あるいは内需に頼るなども充分成り立つ考え方だと思う」(製造)といった声が企業から寄せられている。

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134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

まとめ

今回の調査によると、栃木県内企業の海外進出率は17.9%と、2019年調査時と比較して5.9ポイントも下落したことが分かった。要因として考えられるのは、世界的に蔓延したコロナ禍、ウクライナ情勢に代表される地政学的リスクの高まり、そしてトランプ関税といったことが挙げられるだろう。大企業や中小上位企業などでは海外進出の意欲は高い傾向にあるものの、小規模企業にとっては、海外進出は大きな決断であり、現実的には消極的にならざるを得ない状況のようだ。

実際進出している国を尋ねると、「中国」が大きなシェアを占め、「アメリカ」は生産拠点・販売拠点ともに大きく後退した形が窺える。依然根強い人気なのは、ベトナム、インドネシア、タイなどの東南アジア諸国で、香港や台湾を含めると、生産拠点としても販売拠点としても大きな魅力を持っていると感じている県内企業が多いようだ。

高市首相の国会答弁に端を発した中国のリアクションが大きな問題となり、しかも長引きそうな様相を呈している。政治的な思惑と実態経済は相関性も決して小さくはない。特に中国が生産・販売ともに大きなマーケットであることは今回の調査でも明らかで、中国に関わる中小企業のことを考えると、早急な解決が望まれると考える。ただ一方で、米国の関税政策に代表される、自由経済と保護主義の綱引きについては様々な議論があると思われるが、経済大国の政策変更は世界経済に大きな影響をもたらすことは間違いない。その意味ではドラスティックな現象が生じないように振る舞うことも大国の矜持なのではないだろうか。

今回の調査結果、「17.9%の県内企業が海外進出をしている」という事実については様々なご意見があるだろうが、企業の大小を問わず、「自社のビジネスモデルや商材を広いマーケットに認識してもらいたい」という願望は企業であれば少なからず感じていると思う。人口減少、企業数のピークアウトなど国内市場が先細る可能性が高いなか、海外進出は自然の摂理なのかもしれない。多くの企業にそのチャンスを広げて頂きたいと考えるし、そのための支援体制も整えていく必要があるのだろう。