

# 県内企業の海外進出率 13.8% コロナ禍前より低下

進出先トップ、「生産」ではベトナム、  
「販売」ではタイ、アメリカ  
今後の進出先としては、タイに注目が集まる

## 茨城県・海外進出に関する企業の意識調査(2025 年)



本件照会先

国分 信一郎（調査担当）  
帝国データバンク  
水戸支店  
TEL 029-221-3717  
FAX 029-232-0272

発表日

2026/02/12

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

茨城県内企業の海外進出率は 13.8%にとどまり、コロナ禍前より 4.5 ポイント低下。しかし、従業員 300 人超の企業では 3 割を上回った。現在の重点地域は「生産」がベトナム、「販売」ではタイ、アメリカがトップだった。今後は成長市場への期待を反映し、「生産」「販売」とともにタイに注目が集まっている。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県内企業は多く 5 割超え。

※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:茨城県内企業 391 社、有効回答企業数は 160 社(回答率 40.9%)

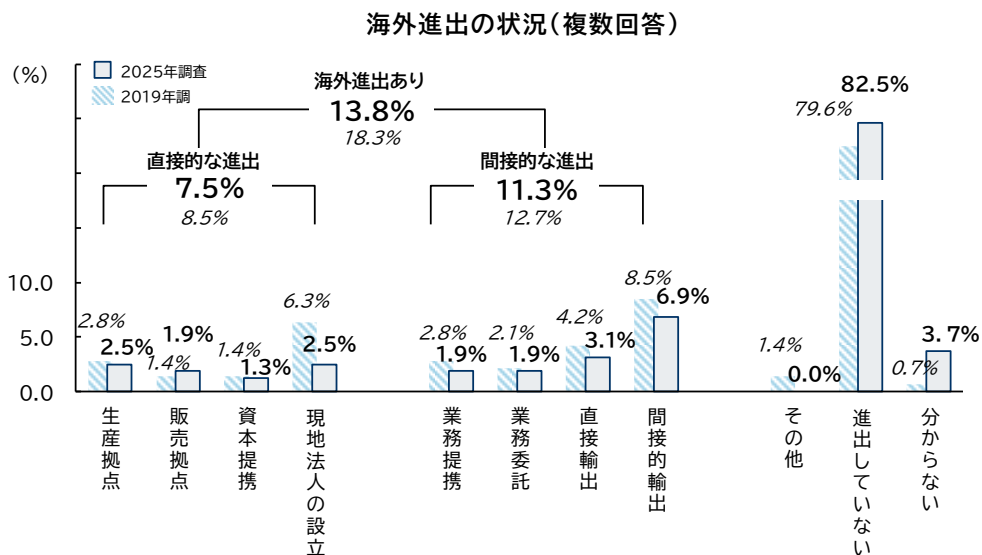
## 県内企業の海外進出率は 13.8%、コロナ禍から 4.5 ポイント低下

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海外進出している茨城県内企業は 7.5%、業務提携や輸出など間接的に海外進出している企業は 11.3%となった（複数回答、以下同）。この結果、直接・間接いずれかの形で海外進出している県内企業は 13.8%にとどまり、「進出していない」が 82.5%と、8 割を超えた。

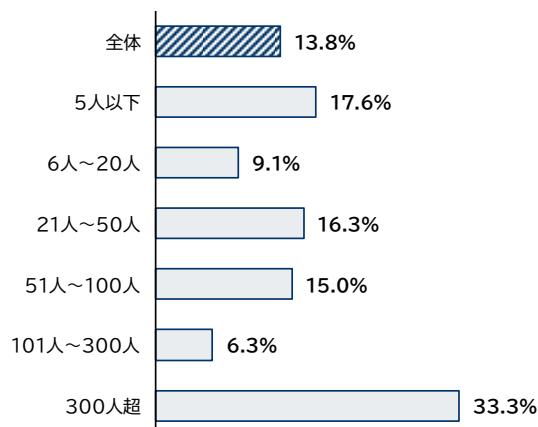
また、コロナ禍前にあたる 2019 年の調査では、海外進出している県内企業は 18.3%であったが、コロナ禍や地政学的リスクの影響を受けて 4.5 ポイント低下した。ただし、従業員数「300 人超」の企業では「海外進出あり」が 33.3%に達し、海外ビジネスへの積極姿勢がうかがえた。

海外事業の内容を見ると、直接的な進出では「生産拠点」「現地法人の設立」が各 2.5%と最も高く、次いで、「販売拠点」（1.9%）や「資本提携」（1.3%）が続いた。一方、間接的な進出では、商社や取引先を経由した「間接的輸出」（6.9%）がトップで、以下、商社等を経由しない「直接輸出」（3.1%）、生産委託などの「業務委託」や技術提携などの「業務提携」（各 1.9%）が続いた。

### 海外進出の状況



### 海外進出あり～従業員数別～



## 海外進出の重点地域、「生産拠点」ではベトナムがトップ 「販売拠点」では中国を抜いてタイ、アメリカがトップに

直接・間接のいずれかの形で海外進出している県内企業に対して、現在進出している国・地域のうち生産拠点として最も重視する進出先を尋ねたところ、「ベトナム」が 18.2%で最も高かった。以下、「台湾」(13.6%)、「インドネシア」(9.1%)、「タイ」「インド」(各 4.5%)と続き、アジア諸国・地域が上位を占めた。2019 年調査と比較すると、「ベトナム」「台湾」「タイ」が上位 5 カ国に入っている点は変わらないが、「中国」の重要度は低下している様子が見える。

一方、販売拠点として最も重視する国・地域では、「タイ」「アメリカ」が各 18.2%でトップとなり、次いで「中国」(9.1%)、「香港」「シンガポール」(各 4.5%)が続いた。2019 年調査と比較すると、生産拠点の場合と同様に、「中国」の重要度低下が目立つ結果となった。

### 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 5 カ国・地域～					
順位	①	②	③	④	⑤
2025 年調査	ベトナム 18.2%	台湾 13.6%	インドネシア 9.1%	タイ 4.5%	インド 4.5%
2019 年調査	ベトナム 19.2%	中国 7.7%	タイ 7.7%	台湾 3.8%	ミャンマー 3.8%

販売拠点として最も重視している国・地域～上位 5 カ国・地域～					
順位	①	②	③	④	⑤
2025 年調査	タイ 18.2%	アメリカ 18.2%	中国 9.1%	香港 4.5%	シンガポール 4.5%
2019 年調査	中国 19.2%	タイ 19.2%	アメリカ 11.5%	ベトナム 7.7%	台湾 3.8%

## 今後の進出先、タイが「生産拠点」・「販売拠点」の両面でトップ

今後、自社が重視する進出先として検討する可能性のある国・地域について、上位 1～3 位まで順位付けして尋ねたところ、生産拠点では「タイ」(47pt<sup>1</sup>)がトップとなった。前述の「最も重視する国」においても「タイ」は 4 位に位置しており、生産拠点としての高いポテンシャルが改めて確認された。続いて、「ベトナム」(46pt)、「台湾」(43pt)、「インド」(25pt)、「韓国」(20pt) が上位に並んだ。

他方、重視する販売拠点でも「タイ」(45pt)がトップ、また関税交渉の影響はあるものの、「アメリカ」(40pt)も高かった。以下、「台湾」(36pt)や「インド」(35pt)、「ベトナム」(34pt)などが注目されている。

<sup>1</sup> 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

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 5 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	タイ	47pt
2	ベトナム	46pt
3	台湾	43pt
4	インド	25pt
5	韓国	20pt

販売拠点として可能性がある国・地域

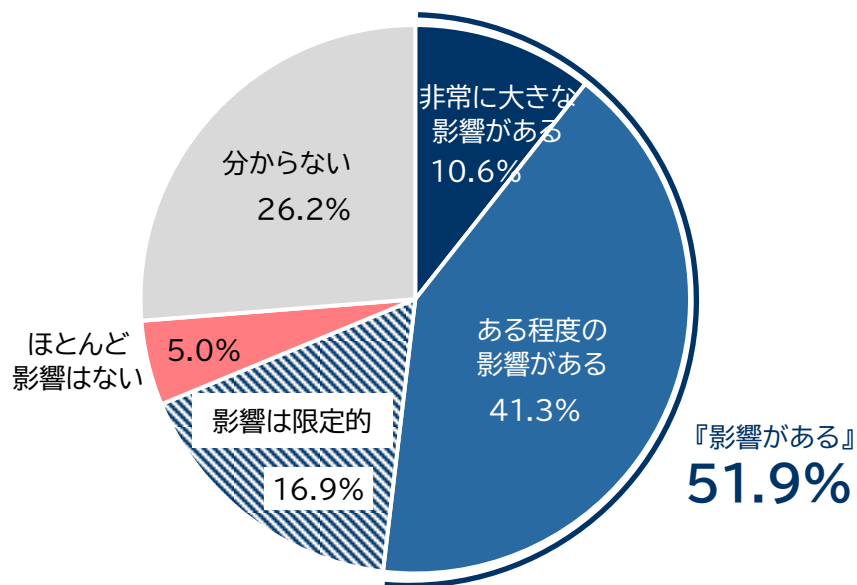
順位	国・地域名	ポイント
1	タイ	45pt
2	アメリカ	40pt
3	台湾	36pt
4	インド	35pt
5	ベトナム	34pt

## 米国の関税交渉、海外進出に「影響がある」県内企業 51.9%

トランプ政権が主導する米国による各国への関税交渉が、県内企業の海外進出にどのような影響を及ぼすか尋ねたところ、進出先の見直しや撤退を迫られる可能性があるなど、「非常に大きな影響がある」と見込む企業は 10.6%だった。一方、コスト増や現地調達体制の見直しなどが想定されることから、「ある程度の影響がある」と回答した企業は 41.3%と最も多く、県内企業の多くが何らかの影響を懸念していることが明らかになった。これに対し、「影響は限定的」とする企業は 16.9%、また「ほとんど影響はない」とする企業は 5.0%にとどまり、多くの県内企業が何らかの形で海外進出に影響が生じると認識していることが明らかになった。

企業からは、「トランプ関税の影響は避けられず、海外への進出は慎重にならざるを得ない」や「トランプ関税に左右されない取り組みを進めるしかない」といった慎重姿勢を示す声が多く聞かれ、関税交渉が県内企業の事業計画や海外戦略に与える影響は大きく、企業側の不確実性への警戒感が一層強まっていることが読み取れる。

トランプ関税による茨城県内企業の海外進出への影響



注1:母数は、有効回答企業160社

## まとめ

---

本調査の結果、茨城県内企業の海外進出率は13.8%にとどまり、コロナ禍やウクライナ情勢などによる地政学的リスクの高まりを背景に、2019年比で4.5ポイント減少した。こうした不確実性の増大が、県内企業の海外進出に対する慎重姿勢につながっていると考えられる。一方、従業員300人超の企業では進出率が3割を超え、企業規模による取り組み姿勢の差も確認された。

現在の進出先をみると、生産拠点ではベトナム、販売拠点ではタイとアメリカがトップとなった。他方、2019年調査時点で上位に位置していた中国の重要度は大きく低下しており、環境変化への警戒感がうかがえる。今後の進出候補国としては、生産・販売の両面でタイが最も多くあげられた。

また、米国による関税交渉が海外戦略に与える影響については、「影響がある」と回答した県内企業が半数以上を占めた。米中対立の長期化や保護主義の拡大が、サプライチェーンや事業戦略の見直しを迫る重要な要因として認識されている。

少子高齢化によって国内市場が縮小するなか、企業が成長を続けるためには、政府だけでなく、自治体や公的機関による幅広いサポートが不可欠である。とくに、地政学的リスクや現地政府の急な政策変更など、企業単独では対応が難しいカントリーリスクについては、詳細でタイムリーな情報提供や外国政府への働きかけの強化が求められる。また、成長が期待される新興国への進出支援の拡充も必要である。さらに、海外進出の実績が少ない中小企業に対しては、海外展開に必要なノウハウの提供や人材育成支援を集約し、輸出・提携といった取り組みを促すことも重要となる。

こうした支援を総合的に進めることで、企業が成長市場を取り込み、国際情勢が不安定な状況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であると言えよう。