

企業の海外進出率 24.6% コロナ前より 6.2pt 低下

進出先トップの中国、近年は重要度が低下
ベトナムやインド、インドネシアの注目高まる

東京都・海外進出に関する企業の意識調査(2025年)



本件照会先

伊藤 由紀（調査担当）
帝国データバンク
東京支社情報統括部
03-5919-9342（直通）
情報統括部: tdb_jyoho@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/12/09

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

東京都に本社を置く企業の海外進出は、従業員数が1,000人超の企業で進出が目立つものの全体の進出率では24.6%にとどまり、コロナ禍前より6.2ポイント(pt)低下。現在の重点地域は「生産」「販売」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。

※株式会社帝国データバンクは、東京都に本社を置く4,053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

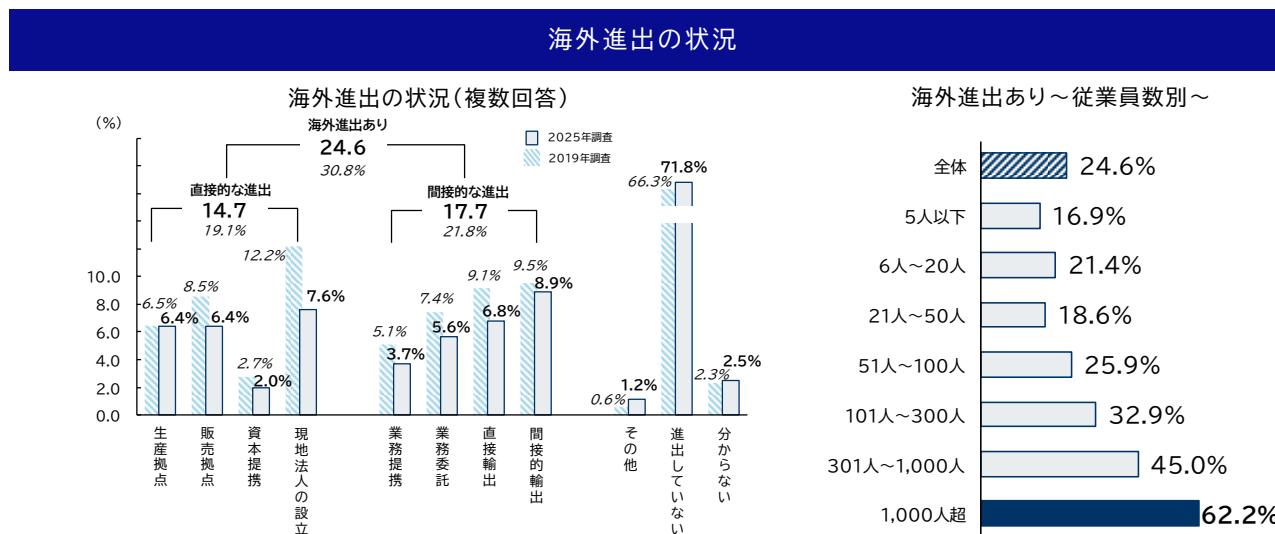
調査期間:2025年10月20日～10月31日(インターネット調査)

調査対象:東京都に本社を置く4,053社、有効回答企業数は1,896社(回答率46.8%)

企業の海外進出率は 24.6%、コロナ禍前から 6.2pt 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 14.7%、業務提携や輸出など間接的に海外進出している企業は 17.7% 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 24.6% にとどまり、「進出していない」企業は 71.8% と 7 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 30.8% だったが、その後のコロナ禍や地政学的リスクの高まりなどを受け、今回の調査では 6.2pt 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 62.2% 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が活発になる傾向が表れた。

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 7.6% で最も高く、次いで、支社・支店などを含む「生産拠点」（6.4%）および「販売拠点」（6.4%）、M&A などの「資本提携」（2.0%）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」（8.9%）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」（6.8%）、生産委託などの「業務委託」（5.6%）、技術提携などの「業務提携」（3.7%）が続いた。



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

注2:母数は、有効回答企業 1,896 社。2019 年 9 月調査は 2,147 社

海外進出の重点地域、「生産」「販売」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 466 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 15.9% で最も高かった。以下、「ベトナム」（8.2%）、「タイ」（5.4%）、「台湾」（3.9%）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、上位 5 カ国・地域の顔ぶれに変化はなかったが、「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・地域でも、「中国」が 10.5% でトップ。次いで、「アメリカ」（8.8%）、「タイ」（7.1%）、「台湾」（5.4%）、「ベトナム」（5.2%）が続いた。同様に 2019 年調査と比較すると、「中国」の落ち込み（14.0pt 減）が目立つ一方で、「台湾」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 7 力国・地域～

順位	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2025年 調査	中国 15.9%	ベトナム 8.2%	タイ 5.4%	台湾 3.9%	その他のアジア 3.0%	インドネシア 2.8%	アメリカ 2.4%
順位	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

販売拠点として最も重視している国・地域～上位 7 力国・地域～

順位	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
2025年 調査	中国 10.5%	アメリカ 8.8%	タイ 7.1%	台湾 5.4%	ベトナム 5.2%	韓国 3.9%	インドネシア 2.6%	インド 2.6%
順位	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧

順位	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
2019年 調査	中国 24.5%	アメリカ 9.2%	ベトナム 8.0%	タイ 6.2%	インドネシア 3.3%	台湾 3.2%	シンガポール 3.2%	その他のアジア 3.2%

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466社。2019年9月調査は661社

今後の進出先、アジアの巨大市場が力ギ 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」(918pt²)がトップとなった。前述した「最も重視する国」でも 2 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、「中国」(614pt)、「タイ」(407pt)、「台湾」(325pt)、「インドネシア」(302pt)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」(635pt)が最も高く、「中国」(593pt)が続いた。以下、「ベトナム」(504pt)や「台湾」(466pt)、「タイ」(387pt)、「インド」(353pt)などが注目されている。

生産拠点、販売拠点とともに、GDP 成長率が高く、安定したビジネス環境が期待できる「ベトナム」や、消費市場としても世界最大の人口を誇る「インド」、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	918pt
2	中国	614pt
3	タイ	407pt
4	台湾	325pt
5	インドネシア	302pt
6	その他のアジア	267pt
7	インド	243pt
8	アメリカ	215pt
9	韓国	188pt
10	ミャンマー	98pt

販売拠点として可能性がある国・地域

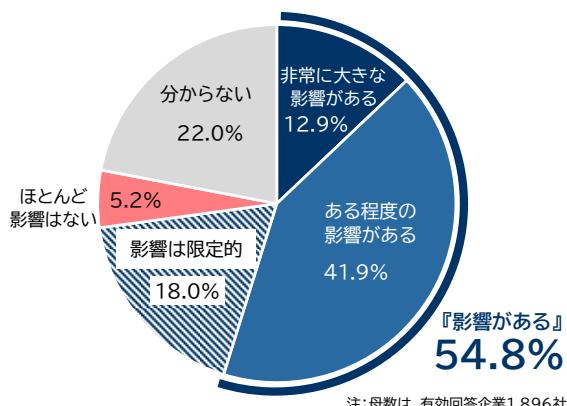
順位	国・地域名	ポイント
1	アメリカ	635pt
2	中国	593pt
3	ベトナム	504pt
4	台湾	466pt
5	タイ	387pt
6	インド	353pt
7	その他のアジア	264pt
8	韓国	257pt
9	インドネシア	255pt
10	シンガポール	237pt

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 1~3 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」12.9%

トランプ政権が主導する、米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12.9%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41.9%と多数を占めた。「影響は限定的」は18.0%だった。他方、「ほとんど影響はない」は5.2%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。企業からは、「アメリカ市場への依存度が高い企業は戦略やサプライチェーン全体の見直しを迫られることになり、場合によっては撤退も視野に入れる必要がある」(建設)や「トランプ関税は多面的に影響し、最終的には企業の収支にマイナスの影響をもたらす」(卸売)といった声があがった。

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、東京都に本社を置く企業の海外進出率は24.6%で、コロナ禍や地政学的リスクの高まりを受け、2019年比で6.2ptも落ち込んだ。不確実性の増大が海外進出の低下を招いていると考えられる。一方で、従業員1,000人超の企業では進出率は6割を上回り、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、中国の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、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、企業に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った支援が求められる。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。