

長野県企業の海外進出率 24.9%、コロナ禍前より低下

進出先トップの中国、近年は重要度が低下
生産拠点はベトナム、販売拠点はアメリカに注目

長野県・海外進出に関する企業の意識調査(2025年)



本件照会先

中澤 敏哉(調査担当)
帝国データバンク
長野支店
026-232-1288

発表日

2025/12/18

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

長野県企業の海外進出率は 24.9% にとどまり、コロナ禍前より 0.8pt 低下。300 人超の企業では進出が目立った。現在の重点地域は「生産」「販売」とともに中国がトップだが、カントリーリスクなどから近年は重要度が低下、今後は成長市場への期待から生産拠点はベトナム、関税対応から販売拠点はアメリカの重要性が高まる。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長野支店は、長野県企業 552 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:長野県企業 552 社、有効回答企業数は 265 社(回答率 48.0%)

企業の海外進出率は 24.9%、コロナ禍前から 0.8pt 低下

現在、自社が海外に進出しているかどうか長野県企業に尋ねたところ、生産拠点や販売拠点など直接的に進出している企業は 10.6%、業務提携や輸出など間接的に海外進出している企業は 19.2%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 24.9%にとどまり、「進出していない」は 72.1%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 25.7%だったが、コロナ禍や地政学的リスクなどを受け、0.8pt 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 60.0%にのぼり、概ね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。

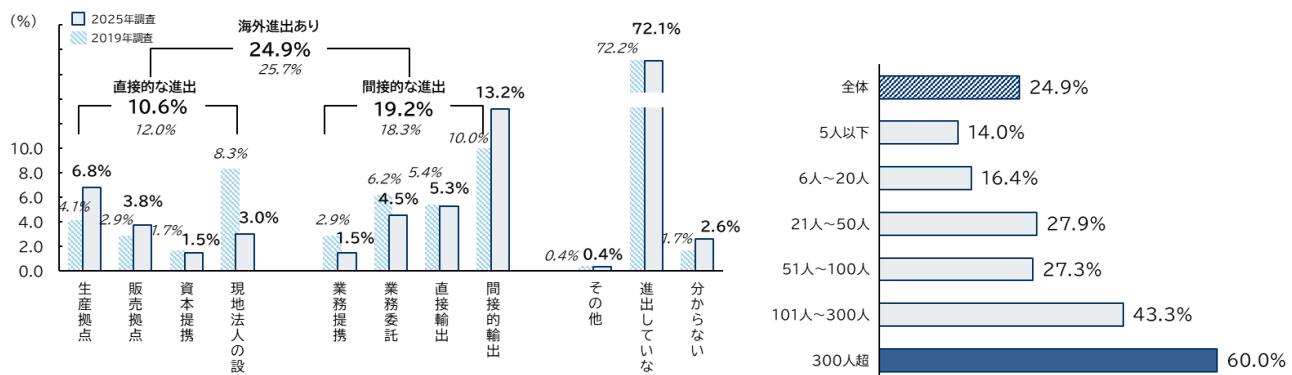
海外事業の内容をみると、直接的な進出では「生産拠点」が 6.8%で最も高く、次いで、「販売拠点」(3.8%)、「現地法人の設立」(3.0%)、M&A などの「資本提携」(1.5%)が続いた。他方、間接的な進出では、商社や取引先を経由した「間接的輸出」(13.2%)がトップとなり、以下、商社等を経由せず直接海外企業などと取引している「直接輸出」(5.3%)、生産委託などの「業務委託」(4.5%)、技術提携などの「業務提携」(1.5%)が続いた。

なお、長野県企業を全国と比較すると海外進出率(全国 18.3%)は 6.6pt 高く、コロナ禍からの下落幅(同 6.4pt)は 5.6pt 少なかった。また、都道府県別に海外進出率をみると、大阪府(28.1%)、奈良県(26.2%)に続き 3 番目に高く、海外進出に対する積極姿勢がうかがえる。

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265社。2019年9月調査は241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長野県企業 66 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 16.7%で最も高かった。以下、「ベトナム」(6.1%)、「台湾」、「タイ」(各 4.5%)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。

1 帝国データバンク「海外進出に関する長野県内企業の意識調査(2019年)」(2019年10月30日発表)

他方、販売拠点として最も重視する国・地域でも、「中国」が 16.7%でトップ。次いで、「アメリカ」(15.2%)、「タイ」(6.1%)、「台湾」(4.5%)が続いた。2019 年調査と比較すると、生産拠点と同様に、「中国」の落ち込みが目立つ一方で、販売拠点として「アメリカ」の存在感が増しているほか、「台湾」を重視する企業が増加していることがうかがえる。

生産拠点・販売拠点として最も重視している国・地域～上位 5 力国・地域～

生産拠点として最も重視している国・地域						販売拠点として最も重視している国・地域					
順位	①	②	③	④	⑤	順位	①	②	③	④	⑤
2025年調査	中国	ベトナム	台湾	タイ	その他のアジア	2025年調査	中国	アメリカ	タイ	台湾	その他の欧州
	16.7%	6.1%	4.5%	4.5%	4.5%		16.7%	15.2%	6.1%	4.5%	4.5%
2019年調査	中国	ベトナム	台湾	タイ	その他のアジア	2019年調査	中国	タイ	その他のアジア	アメリカ	ベトナム
	25.8%	9.7%	4.8%	4.8%	3.2%		27.4%	9.7%	8.1%	8.1%	6.5%

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66社。2019年9月調査は62社

今後の進出先、アジアとアメリカの巨大市場が力ギ ベトナムが生産・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」(137pt²)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」(58pt)、「タイ」(56pt)、「台湾」(47pt)、「インドネシア」、「アメリカ」(各 36pt)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、世界最大の経済規模を有する「アメリカ」(115pt)がトップ。以下、「ベトナム」(75pt)、「中国」(65pt)、「台湾」(64pt)、「タイ」(60pt)が続く。

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望める「ベトナム」や、日系企業が多く、インフラが整備されている「タイ」、ASEAN 加盟国で GDP が最も高い「インドネシア」、消費市場としても世界最大の人口を誇る「インド」、世界的な金融・貿易・物流のハブである「シンガポール」へ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～

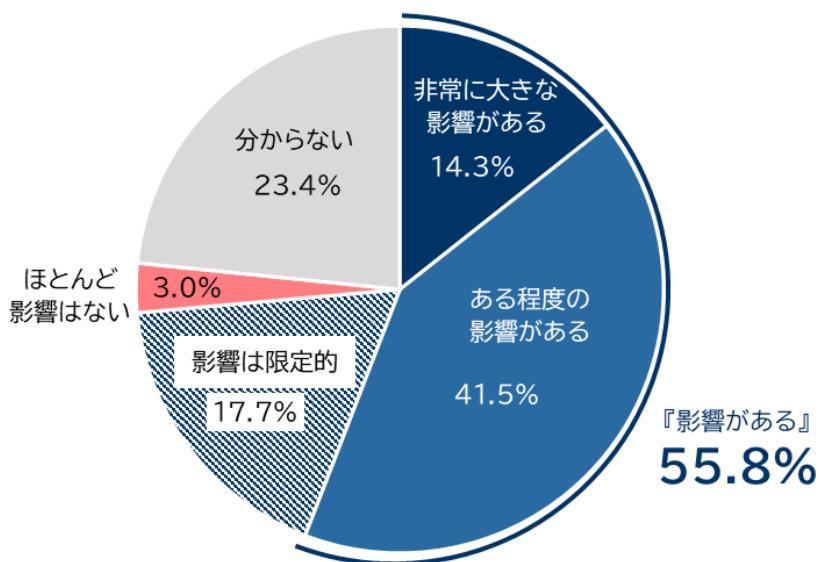
順位	国・地域名	ポイント	順位	国・地域名	ポイント
1	ベトナム	137pt	1	アメリカ	115pt
2	中国	58pt	2	ベトナム	75pt
3	タイ	56pt	3	中国	65pt
4	台湾	47pt	4	台湾	64pt
5	インドネシア	36pt	5	タイ	60pt
5	アメリカ	36pt	6	シンガポール	55pt
7	インド	34pt	7	インド	49pt
8	シンガポール	23pt	8	インドネシア	28pt
9	その他のアジア	18pt	9	香港	23pt
10	ミャンマー	16pt	10	ドイツ	22pt

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

アメリカの関税交渉、海外進出に「非常に大きな影響」14.3%

トランプ政権が主導するアメリカ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14.3%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41.5%と多数を占め、「影響は限定的」は17.7%だった。他方、「ほとんど影響はない」は3.0%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、「当社の取引先は、トランプ関税により中国生産を日本へ戻す動きが活発化したことにより増収となっている」(電子計算機・同付属装置製造)や「中国製などの安価な原材料が不足気味。これが原材料高騰にもつながっている。必ずしもこれが悪いわけではなく、物価が安定し、適正納期が定着すればよいと思う」(木造建築工事)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



注1:母数は、有効回答企業265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、長野県企業の海外進出率は24.9%、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年比で0.8pt低下した。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、300人超の企業では進出率は6割となり、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した。本調査は、10月に実施されたものだが、直近では、高市首相の国会答弁に端を発した、中国からの相次ぐ露骨な政策転換や経済圧力、軍事圧力が増加し、中国のカントリーリスクである「チャイナリスク」が顕在化している。諜報活動への協力を組織や個人に義務付ける「国家情報法」をはじめ、中国政府の一連の締め付けに警戒感が強まっている。また、不動産不況の長期化など中国経済の減速を懸念する声もあり、企業も危機意識が強くなっている。一方で、中国依存からの脱却を模索する動きが広がっている。今回に限らず、2001年の小泉純一郎首相の靖国神社参拝、2010年9月の尖閣諸島中国漁船衝突事件を契機とする反日運動など、度重なる「チャイナリスク」から、中国依存の脱却は模索された。今回の調査結果では、重視する生産拠点、販売拠

点としてのトップの座は維持されたものの、2019年と比べ重要度は低下してきた。さらに、今回の騒動で、「チャイナリスク」が改めて顕在化したことにより、「脱中国」が本格的に動き出すことが予想される。

今後の進出検討先としては、生産拠点ではベトナム、販売拠点としてはアメリカが注目される。さらに、インドネシア、インド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。

調査先企業の属性

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