

中小企業経営者の実態

BLUE REPORT

FOR SOCIAL VALUE

中小企業のGDX・ESG推進戦略 < 2 >

～ GXの認知度、取り組み、効果～

2026

4

2026年3月13日 フォーバル GDXリサーチ研究所 編集

GDX
GDXリサーチ研究所

サマリー・レポート概要

GXを認知している企業は

29.6%

※「知っており、他の人に説明できる」、「知っているが、説明できるほどではない」の合計

GXに取り組んでいる企業は

35.7%

※GXに取り組んでいると回答した企業（ステップ1～3）の合計

88.5%の企業が

今後GXを推進すると回答

※「大幅に注力し、推進する」、「やや注力し、推進する」、「現状の取り組みを維持する」の合計

本レポートの調査結果をご利用いただく際は、
必ず【フォーバルGDXリサーチ研究所調べ】とご明記ください。

■ レポート概要

- ・調査主体：フォーバルGDXリサーチ研究所
- ・調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日
- ・調査対象者：全国の中小企業経営者
- ・調査方法：ウェブでのアンケートを実施し、回答を分析
- ・有効回答数：1,647人

中小企業のGDXへの対応戦略

近年の中小企業経営において、その基盤強化や差別化、持続可能な経営などの実現に寄与する手法として、DX（デジタルトランスフォーメーション）やGX（グリーントランスフォーメーション）、ESG経営（環境・社会・企業統治に配慮した経営）などが注目されています。これらは近年、大企業を中心に導入が進められてきましたが、中小企業においてもその有効性が指摘されるようになりました。

関心を持つ中小企業は多いのではないのでしょうか。

当研究所では、中小企業のDX、GX、ESGそれぞれの取り組み実態について把握する目的で調査を行いました。第1弾となるDXについては前号^{※1}でご紹介しました。第2弾となる今回はGXを取り上げます。GXとは、経済産業省によると「化石燃料中心の経済・社会、産業構造をクリーンエネルギー中心に移行させ、経済社会システム全体を変革すべく、エネルギーの安定供給・経済成長・排出削減の同時実現を目指す」こととされています^{※2}。現在、国を挙げてその推進が図られていますが、中小企業の取り組みはどの程度進められているのでしょうか。本レポートでは、その認知度や取り組み状況から、進捗度合い、取り組みによる効果や課題、今後の推進意向などに関する調査結果を報告します。

※1 ブルーレポート「中小企業のGDX・ESG推進戦略＜1＞～DXの認知度、取り組み、効果～」

https://www.forval.co.jp/consulting/pdf/bluereport_202603.pdf

※2 経済産業省ホームページ「GX（グリーントランスフォーメーション）」 https://www.meti.go.jp/policy/energy_environment/global_warming/index.html

■ 目次

1. GXの認知度・取り組み度合い	4
1-1. GXの認知度	5
1-2. GXの取り組み度合い	6
1-3. GXの取り組み状況	7
1-4. GXの取り組みを行っていない理由	8
2. GXの進捗度合い・効果	9
2-1. GXの取り組みを開始した時期、取り組みを行う理由	10
2-2. GXの取り組みの進捗度合い、進捗した理由	11
2-3. GXの取り組みの効果	12
2-4. GXの取り組みを進めるうえでの課題	13
3. 上流企業からの要求・今後の推進	14
3-1. 上流企業からの要求	15
3-2. 今後の推進について	16
4. まとめ・あとがき	17

1. GXの認知度・取り組み度合い

1. GXの認知度・取り組み度合い

国や自治体がGXへの取り組みを強化する中、中小企業のGXへの取り組みはどの程度進んでいるのだろうか。第1章では、中小企業の

GXに関する認知度や、さらにその取り組み状況について整理する。

1-1. GXの認知度

まず、GXの認知度に関する調査結果を報告する。

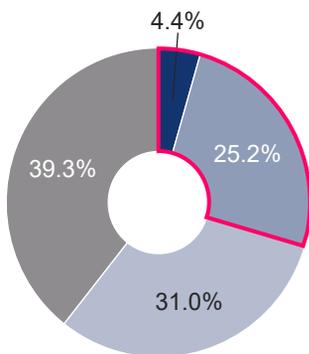
最も多かったのは「知らない」(39.3%)であり、続けて多かった「聞いたことはあるが、よく知らない」(31.0%)を合わせると、70.3%の中小企業がまったく、またはほとんど認知していないことがわかった。

一方、前年の同時期に行った同じ調査では、「知らない」と回答した企業は45.7%であり、この選択肢のみで比較すると約6ポイントの改善が見られたが、「聞いたことがあるが、よく知らない」との合計は70.6%であり、大きく

変化していない。全体として、この1年でGXの認知度に関しては大きな変化がなかった。なお、業種別で見たところ(回答企業:100社以上)、「サービス業(他に分類されないもの)」で認知度が若干高かった。

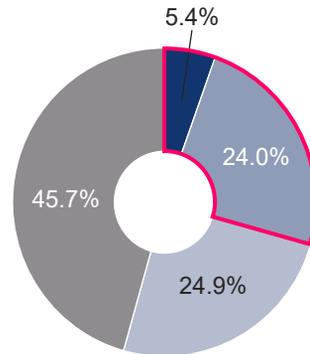
最も認知が進んでいることを示す「知っており、他の人に説明できる」の回答に限れば、今回は4.4%であり、昨年の5.4%から減少している。GXについての中小企業の認知はこの一年で拡大しておらず、依然として低い状態だといえるだろう。

■ GXの認知度 (n=1,647)



再掲

■ GXの認知度 (n=828)



■ 知っており、他の人に説明できる ■ 知っているが、説明できるほどではない ■ 聞いたことはあるが、よく知らない ■ 知らない

調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

1. GXの認知度・取り組み度合い

1-2. GXの取り組み度合い

次に、中小企業のGXへの取り組み度合いに関する調査結果を報告する。なお、ここでは取り組み度合いを以下の3ステップに区分している。

【ステップ1】意識改革：GXに向けた省エネ推進

【ステップ2】情報開示：温室効果ガス排出量と削減施策の情報開示

【ステップ3】事業改革：事業戦略の再構築・新規事業創出

最も多かったのは「取り組めていない」の64.3%であり、これは前年同時期に行った調

査での結果（62.9%）と比較しても大きな変化はなかった。

また、その他の回答結果を見ても、顕著な変化は見られなかった。

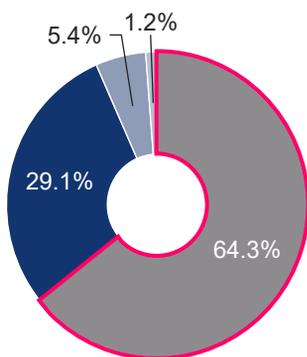
【ステップ1】29.1%（昨年：29.6%）

【ステップ2】5.4%（同：6.9%）

【ステップ3】1.2%（同：0.7%）

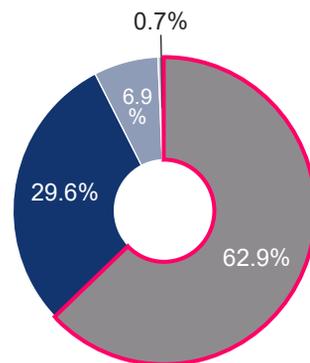
これらの結果から、前ページの「GXの認知度」と同様に、GXの取り組み状況もこの一年で変化はなく、【ステップ2】以上の取り組みを行う中小企業は1割にも満たないことがわかった。

■ GXの取り組み度合い (n=999)



再掲

■ GXの取り組み度合い (n=452)



- 取り組めていない
- 【ステップ1】意識改革：GXに向けた省エネ推進
- 【ステップ2】情報開示：温室効果ガス排出量と削減施策の情報開示
- 【ステップ3】事業改革：事業戦略の再構築・新規事業創出

調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

1. GXの認知度・取り組み度合い

1-3. GXの取り組み状況

ここでは、GXに取り組んでいると回答した企業に対し、7つの事例を提示したうえで、それぞれの取り組み状況について聞いた結果を報告する。

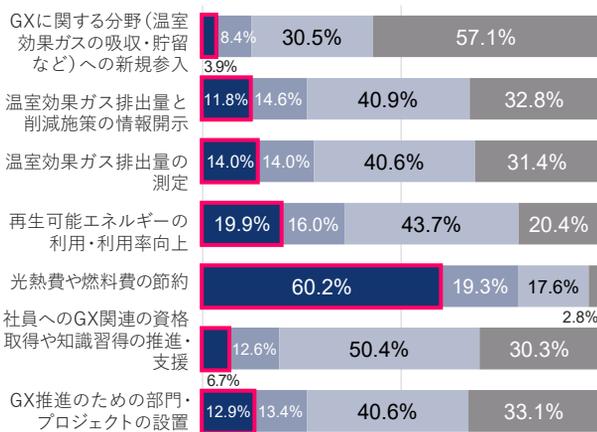
7事例の中で、「既に取り組んでいる」と回答した企業の割合が最も多かったのは「光熱費や燃料費の節約」(60.2%)であり、これは前年同時期の調査結果(47.9%)から大きく数字を伸ばした。さらに「再生可能エネルギーの利用・利用率向上」(19.9%)や「温室効果ガス排出量の測定」(14.0%)などが続いたが、これらは2割に届かない結果であった。

その他、「GXに関する分野(温室効果ガスの吸収・貯留など)への新規参入については半数以

上の企業が「取り組むつもりはない」と回答した。また、7事例のうち、実に5事例において、「必要だと思うが取り組めていない」が最多となった。このように、この一年で「光熱費や燃料費の節約」に取り組む中小企業は増えたものの、その他についてはほぼ進展が見られなかった。戦略的なGXへの取り組みは限定的であるといえよう。

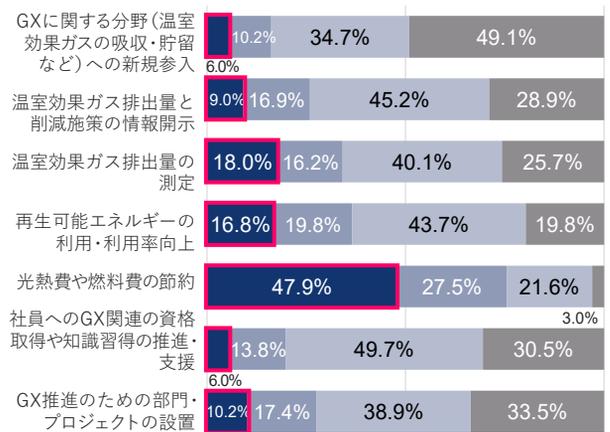
特に温室効果ガス排出量の測定や、それらに係る情報開示は、サプライチェーン全体でのGX推進の観点から、今後ますます必要性が高まると予測される。これに限らず、本設問で提示した事例については、中小企業においても積極的な推進が期待される。

■ GXの取り組み状況 (n=357)



再掲

■ GXの取り組み状況 (n=167)



■ 既に取り組んでいる ■ 取り組みを検討している ■ 必要だと思うが取り組めていない ■ 取り組むつもりはない

調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

1. GXの認知度・取り組み度合い

1-4. GXの取り組みを行っていない理由

第1章の最後は、GXへの取り組みを行っていない企業に対し、その理由を聞いた結果を報告する。

GXの取り組みを行っていない理由として最も多かったのは「他に優先すべき課題があり後回しとなっているから」（回答企業中・42.8%）であり、群を抜いて多かった。続けて、回答数が2番目に多かったのは「取り組みの必要性を感じていない」（同・29.3%）であった。ここで、DXに関する報告を行ったブルーレポートの前号※における、「DXの取り組みを行っていない理由」の結果との比較を試みたい。

DXでは「進め方がわからない」「専門人材が

いない」などの、実行面での課題が上位となっていたのに対し、GXでは「優先度」や「必要性の認識」などが上位となった。DXの取り組みを行っていない理由と比較すると、GXは現時点で、多くの中小企業にとって優先すべき経営課題とは位置付けられていないことが推察される。

GXを推進する中小企業を増やすためには、経営課題との関連性やその重要性をいかに認識し、具体的な取り組みに落とし込めるかが鍵になると言えよう。

※ ブルーレポート「中小企業のGDX・ESG推進戦略<1>～DXの認知度、取り組み、効果～」
https://www.forval.co.jp/consulting/pdf/bluereport_202603.pdf

■ GXの取り組みを行っていない理由 (n=642) ※複数回答可



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

2. GXの進捗度合い・効果

2. GXの進捗度合い・効果

第1章では、GXの認知度や取り組み状況について報告した。本章では、GXの進捗度合いと、

その効果に関する調査結果を報告する。

2-1. GXの取り組みを開始した時期、取り組みを行う理由

まず、GXの取り組み開始時期と、取り組み理由に関する調査結果を報告する。

開始時期は「2019年以前」から「2025年以降」までの選択肢で確認したところ、「2023年」から「2025年以降」で全体の63.9%を占めた。また、「2019年以前」も20.2%と全体で2番目に多く、早期から着手している企業と、近年になって開始した企業が存在する。DXと比べると、GXは開始した時期が比較的最近である企業が多く、直近の数年で取り組みが広がったテーマであることがうかがえる。

取り組みを開始した理由をみると、「社会的な要

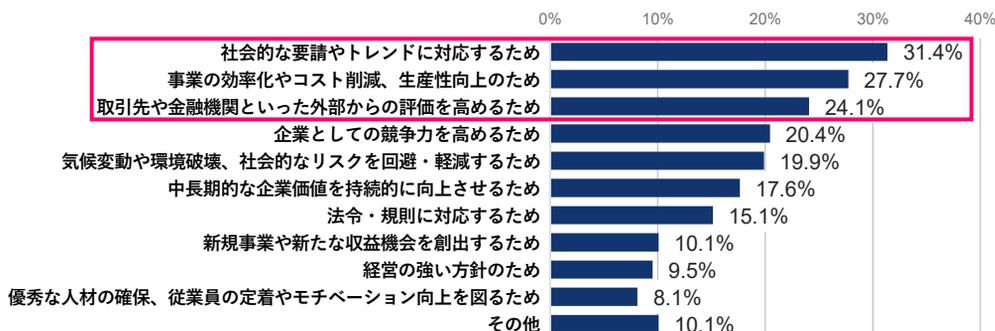
請やトレンドに対応するため」(31.4%)が最も多く、次いで「事業の効率化やコスト削減、生産性向上のため」(27.7%)、「取引先や金融機関といった外部からの評価を高めるため」(24.1%)と続いた。DXが効率化や競争力強化など経営課題への対応として進められる傾向がある一方、GXは社会的要請や取引先・外部評価など外部環境への対応を起点とする傾向が強かった。脱炭素・環境配慮への関心の高まりや、取引先・金融機関の評価基準の変化を背景に、GXは企業の自主的な改革というよりも、外部環境の変化に対応する形で着手が進んでいる側面が大きいと考えられる。

■ GXの取り組みを開始した時期 (n=357)



調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

■ GXの取り組みを開始した理由 (n=357) ※複数回答可



調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日 10

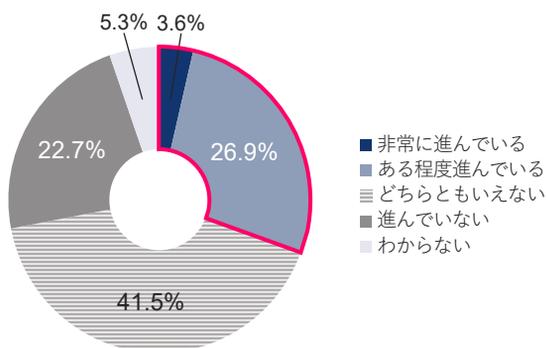
2. GXの進捗度合い・効果

2-2. GXの取り組みの進捗度合い、進捗した理由

次に、GXの取り組みの進捗度合いについて報告する。「非常に進んでいる」(3.6%)と、「ある程度進んでいる」(26.9%)を合わせると、約3割が取り組みの進捗を実感していることがわかった。一方で、「どちらともいえない」(41.5%)と「進んでいない」(22.7%)の合計は約6割を占め、進捗を十分に感じられていない企業が多い結果であった。DXで「進捗を実感している」と回答した企業が約6割であったことと比べると、GXは多くの企業で発展途上の段階にあることがうかがえる。続けて聞いた、GXの取り組みが進捗した理由としては、「外部専門家やコンサルタントの活

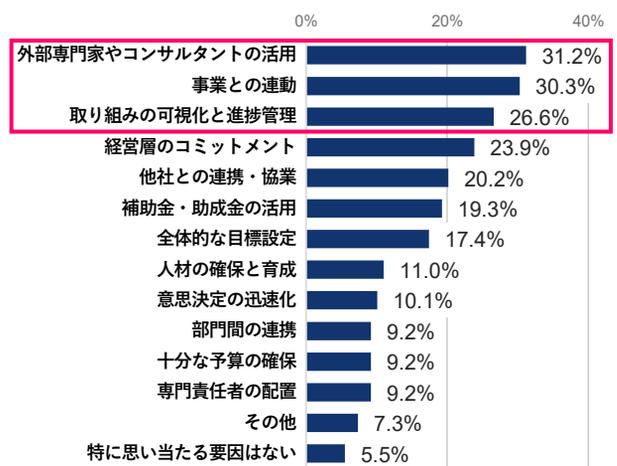
用」(31.2%)が最多で、「事業との連動」(30.3%)、「取り組みの可視化と進捗管理」(26.6%)が続いた。さらに、「経営層のコミットメント」、「他社との連携・協業」、「補助金・助成金の活用」の順となった。上位2つはDXと同じ結果であり、GXにおいても、単発の施策ではなく、外部の知見の活用や事業との連動などが重要であることがわかる。DXもGXも、自社のみでの推進が難しい場合は、必要に応じて外部専門家の知見や支援を取り入れながら進めることが有効であると考えられる。

■ GXの取り組みの進捗度合い (n=357)



調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

■ GXの取り組みが進捗した理由 (n=109) ※複数回答可



調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

2. GXの進捗度合い・効果

2-3. GXの取り組みの効果

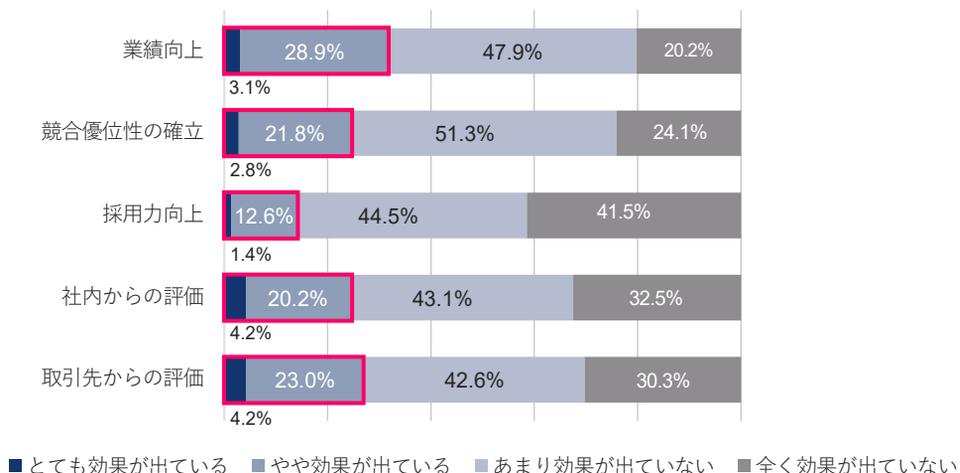
次に、GXの取り組み効果について、DXと同様に、「業績向上」、「競合優位性の確立」、「採用力向上」、「社内からの評価」、「取引先からの評価」の5つの評価軸ごとに行った調査結果を報告する。

「とても効果が出ている」、「やや効果が出ている」の合計は、「業績向上」(32.0%)が最も高く、次いで「取引先からの評価」(27.2%)、「競合優位性の確立」(24.6%)、「社内からの評価」(24.4%)の順となった。いずれも3割前後であり、多くの企業がGXの取り組み効果を十分に実感できていないことがわかった。P10で報告したGXに取り組む理由として上位

にあがった社会的要請や取引先・外部評価など外部環境への対応を踏まえると、効果が現れやすいのは「取引先からの評価」や「競合優位性の確立」などの対外的な評価軸であることが示唆される。

DXの同様の調査と比べると、相対的に効果の実感が低い背景には、GXの取り組みが日々の業務や収益改善に直結しにくいことに加え、外部評価を起点とした活動にとどまりやすい点があると考えられる。「何のために取り組むのか」を組織内で浸透させ、事業や業務の変革を進めることで、GXの効果を高められるのではないだろうか。

■ GXの取り組みの効果 (n=357)



調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

2. GXの進捗度合い・効果

2-4. GXの取り組みを進めるうえでの課題

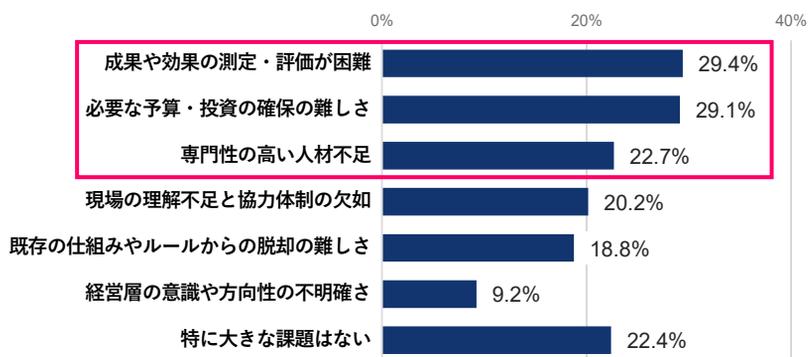
第2章の最後に、GXの取り組みを進めるうえでの課題について報告する。最も多いのは「成果や効果の測定・評価が困難」（29.4%）、さらに「必要な予算・投資の確保の難しさ」

（29.1%）、「専門性の高い人材不足」（22.7%）と続いた。また、「現場の理解不足と協力体制の欠如」（20.2%）、「既存の仕組みやルールからの脱却の難しさ」（18.8%）などの、実行段階における課題もあがった。「特に大きな課題はない」と回答した企業は22.4%であった。

GXの推進においては、予算や人材などの経営資源の確保に加え、効果の可視化や評価指標の整備が大きな課題となっている。GXは環境対応という性質上、効果を定量的に把握しづらく、投資判断の難しさにつながっている可

能性がある。また、GXは自部門、自社だけで完結する取り組みではなく、調達・生産・物流などの各部門に加え、取引先やサプライチェーン全体を視野に入れた対応が求められる場合もある。そのため、社内の横断的な連携体制や、取引先との情報共有・協力体制が十分でない場合には、取り組みの推進が容易ではない状況が生じやすい。したがって、GXを実効性ある取り組みとするためには、単なる資金的支援にとどまらず、効果測定の基準や指標の明確化、部門横断的な推進体制の構築、さらには取引先を含めた連携の枠組みづくりといった具体的な環境整備が重要になると考えられる。

■ GXの取り組みを進めるうえでの課題（n=357）※複数回答可



調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

3. 上流企業からの 要求・今後の推進

3. 上流企業からの要求・今後の推進

第3章では、DXと同様に、上流企業からの要求に関する調査結果の報告と、GXの今後の推

進意向について報告する。

3-1. 上流企業からの要求

上流企業からGXの取り組みを進めるよう「要求を受けたことがあるか」を確認したところ、「ある」は7.2%、「ない」は92.8%であった。昨年実施した同様の調査では「ある」は8.2%であり、大きな変化はみられなかった。昨年に続き、現時点では、上流企業からの要求が急激に強まっているとは言えず、要求が発生している範囲は限定的だといえる。

なお、業種別（回答数100以上）で見ると、建設業、卸売業で、全体平均をやや上回る結果（建設業で「ある」が約20%、卸売業で約17%）が見られた。これらの業種は、サプライチェーン

の中間層や受注型産業として上流企業との取引関係が密接であり、環境対応や情報開示に関する要請を受けやすい構造にあるからだと考えられる。特に建設業では、大手企業を中心に脱炭素や環境配慮の取り組みが進められており、その影響が波及している可能性がある。

全体としては、現時点での要求は限定的であるものの、今後はサプライチェーンが必ずしも強固でない業種においても、GX推進の要請が徐々に広がっていく可能性も考えられる。

■ 上流企業からの要求 (n=1,382)



調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

再掲

■ 上流企業からの要求 (n=828)



調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

3. 上流企業からの要求・今後の推進

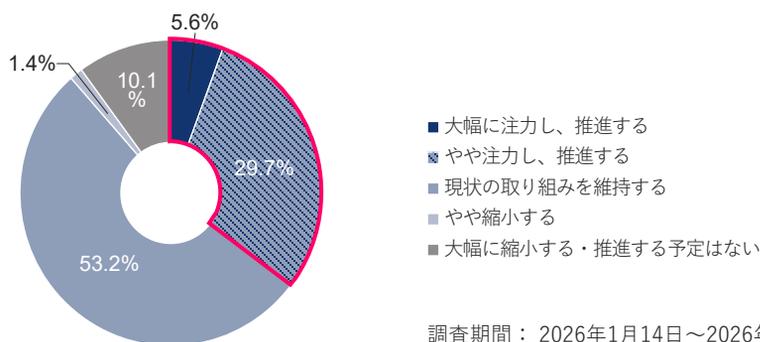
3-2 今後の推進について

最後に、GXに取り組んでいる企業に対し、今後の推進意向について聞いた。「大幅に注力し、推進する」が5.6%、「やや注力し、推進する」が29.7%、「現状の取り組みを維持する」が53.2%となり、現状維持を含めて88.5%の企業が、今後もGXを継続する意思を示している。ただ、最も多い回答が「現状の取り組みを維持する」であり、GXは現時点では積極的に拡大するというよりも、現状維持を軸に慎重に継続する段階にあるといえる。

GXの取り組み度合いのステップ別に見ると、

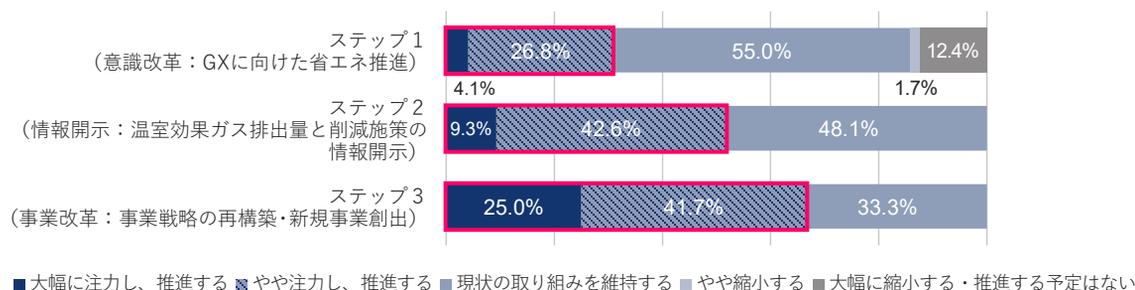
DX同様に、ステップが進むほど「大幅に注力し、推進する」、「やや注力し、推進する」の回答合計の割合が高まる傾向が見られた。具体的には、「ステップ1（意識改革：GXに向けた省エネ推進）」では30.9%、「ステップ2（情報開示：温室効果ガス排出量と削減施策の情報開示）」では51.9%、「ステップ3（事業改革：事業戦略の再構築・新規事業創出）」では66.7%と段階的に上昇していた。GXもDXと同様に、実践を通じて意義や効果を実感するほど、さらなる推進意欲が高まる構造にあると考えられる。

■ 今後の推進について (n=357)



調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

■ 今後の推進について×GXの取り組み度合い (n=357)



4. まとめ・あとがき

4. まとめ・あとがき

○ GXは国が進める成長戦略のひとつ／中長期視点でGX推進の検討を

本レポートでは、中小企業GXへの取り組みについて、その認知や取り組み状況に加え、さらにその効果や課題、今後の展望などに関する調査・分析を行った。

第1章では、まずGXへの認知度や取り組み状況を紹介した。GXの認知度を測る調査では、「知らない」を選択した企業が39.3%に及んだ。DXの同調査では、「知らない」の結果が16.6%であり、その認知度の低さが伝わるだろう。さらに、その「知らない」層を除いた企業に対して取り組み度合いを聞くと、「取り組めていない」と回答した企業が64.3%となった。

続く第2章では、GXの進捗度合いや効果に関する調査結果を報告した。GXに取り組む理由としては、社会的要請や取引先・金融機関の評価などが多く、外部環境への対応を起点とする傾向が強いことがわかった。

第3章では、GXに関する上流企業からの要求の実態や、今後の推進意図について報告した。このうち、今後の推進意向については、GXへの取り組みステップが進んでいるほど今後の継続意向も高くなることがわかった。

GXは、単なる環境対策にとどまらず、省エネや脱炭素に向けた施策を通して持続可能な経営体制の構築を図り、同時にコスト削減・売上増加や信用力アップを獲得する考え方、またはその変革に向けた取り組み、と捉えることができよう。メリットとしては、光熱費や燃料費の削減に加え、外部評価の向上が考えられ、それによる資金調達や新たなビジネス機会の創出につながる可能性がある。しかしながら、その推進には多くの経営資源の投入

が欠かせないため、躊躇する企業も多いだろう。

本レポートでもご紹介したとおり、GXの取り組みを進めるうえでの課題には以下のようなものがある。

- ・成果や効果の測定・評価が困難（29.4%）
- ・必要な予算・投資の確保の難しさ（29.1%）
- ・専門性の高い人材不足（22.7%）

GXの推進には資金や人材面の強化に加え、温室効果ガス排出量の測定や自社の取り組みの客観的評価など、専門的な知見も必要になる。財政的支援はもとより、専門家や外部知見の活用などにより、推進体制をいかに構築できるかが重要となる。加えて中長期的な事業への影響や差別化のイメージ化などが有効だろう。

また、約1年前のGXに関する調査と比較すると、各調査項目において大きな進展が見られなかった。GXへの取り組みは外部環境への対応を起点とする傾向が強く、社会の関心・社会からの要請自体が拡大していない可能性もある。そのような中でもGXを推進する意識を高めるためには、まずは経済界全体でなぜGXが必要なのかについての認識を高めることが欠かせない。そして個社単位では「何のために取り組むのか」を組織内で浸透させ、GXが中長期的な観点で持続可能な経営を実現する手法であることを組織全体で認識する必要があるだろう。GXは日本経済の成長戦略のひとつとして位置づけられており、その重要性は中小企業にとってもますます大きくなると予想される。ぜひ、本レポート結果を参考とし、GXへの取り組みを強化してもらいたい。

フォーバルGDXリサーチ研究所 所長 平良 学

1992年、株式会社フォーバルに入社。九州支店での赤字経営の立て直し、コンサルティング事業の新規立ち上げを経て、2022年に新たに発足した中立の独立機関「フォーバル GDXリサーチ研究所」の初代所長に就任。中小企業経営の実態をまとめた白書「ブルーレポート」の発刊、独自・共同研究の実施、全国の中小企業経営者に向けたGDXやESGの講演、毎回数百人を超える中小企業経営者向けのイベントなどを通じて、中小企業のGDXを世に発信。「中小企業の持続可能な発展を支える研究機関としてなくてはならない存在」を目指し活動している。

