

中小企業経営者の実態

# BLUE REPORT

FOR SOCIAL VALUE

## 中小企業のGDXへの対応 < 2 >

～グリーントランスフォーメーション～

2025

4

2025年3月28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（グリーントランスフォーメーション）を  
認知している企業は **29.4%**

※「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に取り組めていない企業が **増加**している

※ 2023年実施の当所調査との比較

GXの取り組みを行う理由で最も多いのは  
「**環境負荷の軽減を図るため**」

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：2025年1月14日～2025年2月14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：828人

# 中小企業のGDXへの対応

政府は近年、GX（グリーントランスフォーメーション）を重要な政策として推進しています。このGXを通して温室効果ガスの排出削減を実現するとともに、再生可能エネルギーを軸とするエネルギー安定供給体制の構築と産業構造の転換を図り、さらに新たな市場や需要を創出することで成長戦略につなげることも視野に入れています。

その方向性は具体的な立法や施策にも現れています。2023年には「GX実現に向けた基本方針」が閣議決定され、GX推進法やGX脱炭素電源法が成立しました。そして2025年2月には「脱炭素成長型経済構造移行推進戦略」（GX推進戦略）を発展的に改訂する「GX2040ビジョン」が閣議決定されました。これにより産業構造の改革がさらに進むことになります。

こうした流れは、企業活動にも影響を与えています。近年は大企業を中心に、自社の直接排出量のみならず、間接的なもの、さらにはサプライチェーン全体の排出量の削減を求める動きへ展開しています。その他、地球温暖化対策税（温対税）や排出量取引制度などの導入を経て、今後はカーボンプライシングへの取り組みもさらに加速しそうです。このように、大企業による取り組みが進む中で、中小企業のGXはどの程度進められているのでしょうか。

当研究所では、DX（デジタルトランスフォーメーション）とともに、GXが今後の中小企業経営に欠かせない要素であるとの考えから、両者を同時に達成する取り組みを「GDX」と呼び、推奨しています。本レポートでは、そのうちGXに関して行った調査の結果を報告します。

## ■ 目次

<b>1. GXの認知度・取り組み度合い</b>	<b>4</b>
1-1. GXの認知度	5
1-2. GXの取り組み度合い	6
1-3. GXの取り組みを行う理由	7
<b>2. GXの具体的な取り組み・効果</b>	<b>8</b>
2-1. GXの取り組み状況	9
2-2. GXの効果、浸透度合い	10
<b>3. 今後の展望・上流企業からの要求・伴走支援</b>	<b>11</b>
3-1. GXの継続意思、今後取り組みたい分野	12
3-2. 上流企業からの要求	13
3-3. 伴走支援の活用	14
3-4. 伴走支援の必要性	15
<b>4. まとめ・あとがき</b>	<b>16</b>

# 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

第1章では、中小企業におけるGX（グリーントランスフォーメーション）の認知度や、取り組み

状況、取り組みを行う理由についての調査結果を報告する。

## 1-1. GXの認知度

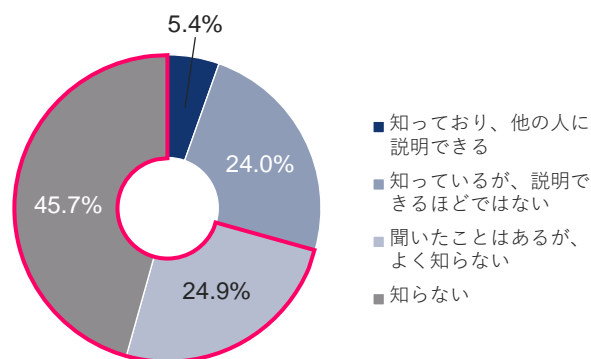
まず、GXの認知度についての調査では、「知っており、他の人に説明できる」と回答した企業は5.4%にとどまり、「知っているが、説明できるほどではない」を合わせても29.4%であった。一方で、「聞いたことはあるが、よく知らない」が24.9%で、「知らない」については45.7%と、約半数にのぼった。両回答を合わせると約7割が、GXを知らない、という結果であった。同時期に調査を行ったDX（デジタルトランスフォーメーション）の認知度と比較すると、DXの認知度は63.3%（「知っており、他の人に説明できる」19.3%、「知っているが、説明できるほど

ではない」44.0%の合計）であり、DXの認知の方が進んでいた。DXは近年、企業の取り組みが活発になり、その概念が広く浸透しているのに対し、GXはまだ企業の関心が十分に高まっていないことが分かる。

GXは脱炭素経営や環境負荷の低減に関わる重要なテーマであり、企業の持続可能な成長を実現するための鍵となる。今後、GXの認知度向上とともに、具体的な取り組みを促進するための情報提供や支援制度の整備が求められるだろう。

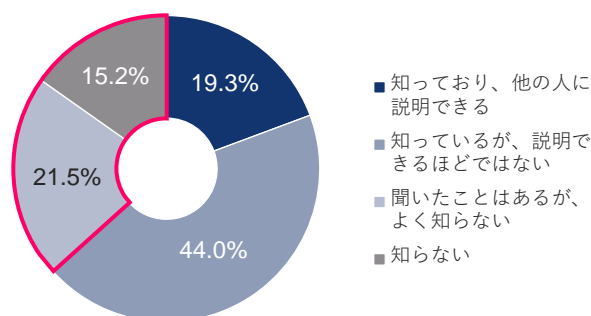
※ For Social Value ブルーレポート2025年3月号  
[https://www.forval.co.jp/consulting/pdf/bluereport\\_202503.pdf](https://www.forval.co.jp/consulting/pdf/bluereport_202503.pdf)

■ GXの認知度 (n=828)



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

再掲 ■ DXの認知度 (n=459)



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、GXの取り組み度合いについての調査結果を報告する。本調査は、前ページのGXの認知度に関する調査で「知らない」と回答した経営者は除外している。

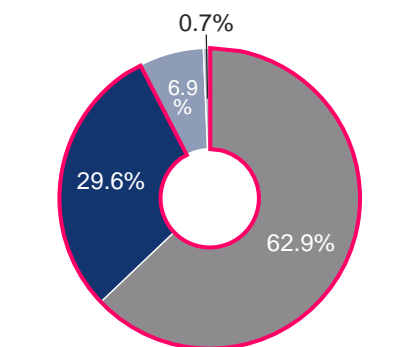
結果を見ると、「取り組めていない」と回答した企業が62.9%にのぼった。取り組んでいる企業で見ると、「ステップ1（意識改革：GXに向けた省エネ推進）」の29.6%が最多で、「ステップ2（情報開示：温室効果ガス排出量と削減施策の情報開示）」の6.9%、「ステップ3（事業改革・事業戦略の再構築・新規事業創出）」の0.7%と続いた。

過去の同様の調査結果と比較すると、「取り組めていない」企業の割合が増加し、「ステップ1」の割合が減少していた。これは、DXの調査と同

じ傾向である。GXにおいても、取り組みが進んでいない、取り組めていない企業が増えていることについては、施策としての優先度が低い、または、対応したくても、対応できる人材がないなど可能性が考えられる。さらに、DXの「取り組めていない」企業の37.2%と比べるとGXは62.9%と大幅に高い結果であった。過去の調査と比べてもGXの取り組みは進んでいないが、DXと比較しても遅れていることがわかった。GXの推進にはより一層の認知向上と、具体的な取り組みを進めるための支援制度の整備が必要であると考えられる。

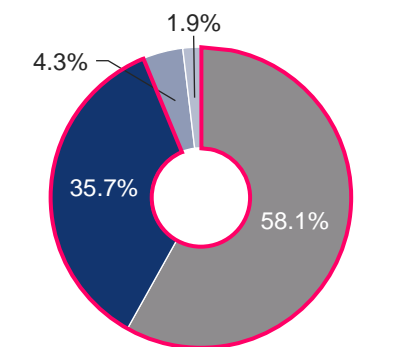
※ For Social Value ブルーレポート mini 2023年8月号  
[https://www.forval.co.jp/consulting/pdf/bluereport\\_mini\\_202308.pdf](https://www.forval.co.jp/consulting/pdf/bluereport_mini_202308.pdf)  
※ For Social Value ブルーレポート2025年3月号  
[https://www.forval.co.jp/consulting/pdf/bluereport\\_202503.pdf](https://www.forval.co.jp/consulting/pdf/bluereport_202503.pdf)

再掲  
■ GXの取り組み度合い (n=452)



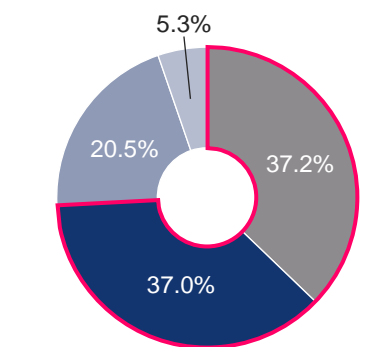
- 取り組めていない
- ステップ1 (意識改革：GXに向けた省エネ推進)
- ステップ2 (情報開示：温室効果ガス排出量と削減施策の情報開示)
- ステップ3 (事業改革・事業戦略の再構築・新規事業創出)

再掲  
■ GXの取り組みレベル (n=645)



- 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)

再掲  
■ DXの取り組み度合い (n=702)



- 取り組めていない
- ステップ1 (意識改革：DXに向けたデジタル化の推進)
- ステップ2 (情報開示：デジタル化の推進により得られた情報の利活用)
- ステップ3 (事業改革・事業戦略の再構築・新規事業創出)

# 1. GXの認知度・取り組み度合い

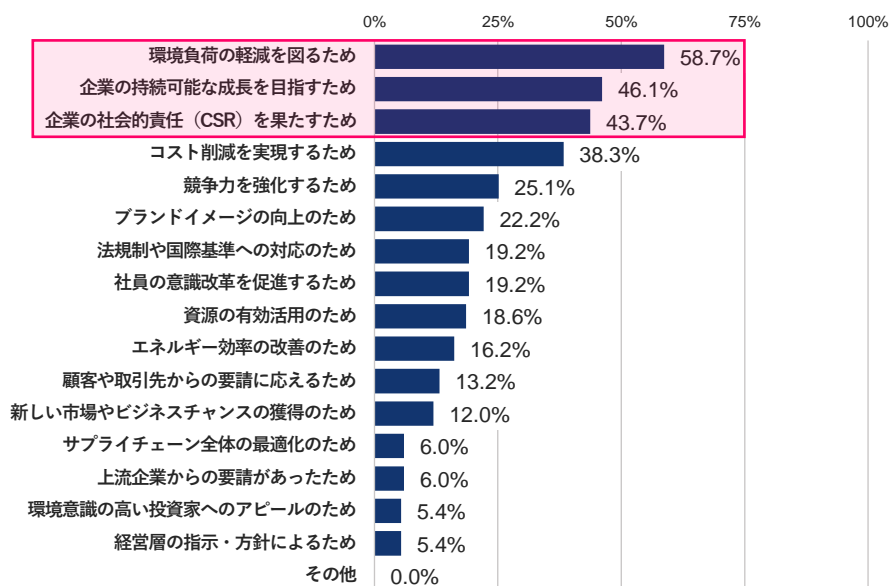
## 1-3. GXの取り組みを行う理由

第1章の最後は、企業がGXに取り組む理由についての調査結果を報告する。「環境負荷の軽減を図るため」が58.7%と最も多く、次いで「企業の持続可能な成長を目指すため」の46.1%、「企業の社会的責任（CSR）を果たすため」の43.7%と続いた。DXの調査では「業務効率の向上を図るため」や「コスト削減を実現するため」などの事業成長や売上向上に直結する理由が上位を占めていたことに対し、GXでは環境や社会への配慮を目的とする取り組みが主流であった。また、「競争力を強化するため」、「ブランドイメージの向上のため」といった、

企業の経営戦略と関連した理由も一定の割合を占めている。GXの推進が企業の持続可能な経営やブランド価値の向上につながることを期待し、GXの取り組みを行う企業もみられる。

しかし、環境負荷の軽減、社会的責任を果たすなどの意識が経営者がない、企業に根付いていない場合、GXの取り組みが後回しになる可能性が考えられる。それを避けるためには、環境配慮や社会貢献の重要性を広く周知し、企業がGXに取り組む意義をより明確にすることが、今後ますます必要になるだろう。

### ■ GXの取り組みを行う理由 (n=167)



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

## 2. GXの具体的な取り組み・効果



## 2. GXの具体的な取り組み・効果

第2章では、GX（グリーントランスフォーメーション）の取り組み状況と、その効果や浸透度合いについての調査結果を報告する。

中小企業は、どのような施策に取り組み、どの程度の効果を感じているのか。そして、GXの浸透状況はどの程度なのだろうか。

### 2-1. GXの取り組み状況

まず、GXの取り組み状況についての調査結果を報告する。取り組みとして、最も多いのは「光熱費や燃料費の節約」であり、「既に取り組んでいる」の回答が47.9%であった。その他は、いずれも取り組みが2割未満の状況であった。

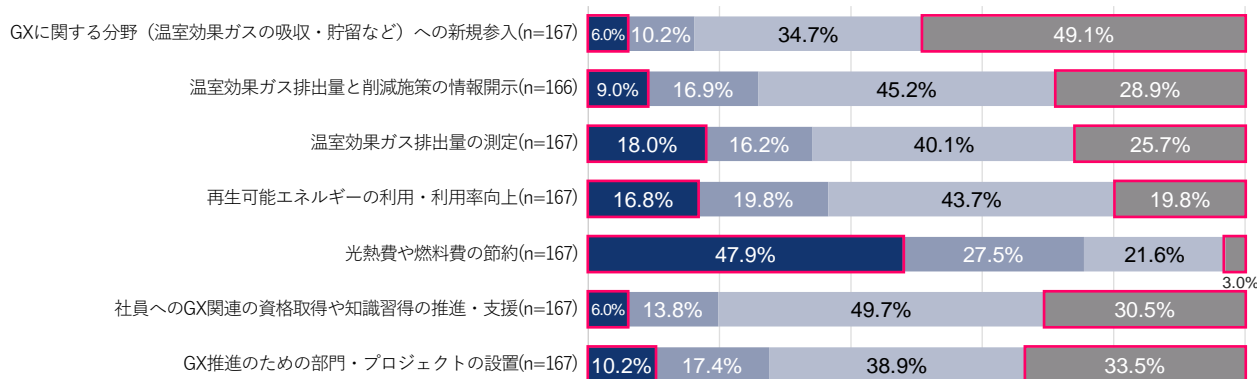
GXを推進するうえで、まず自社の現状を把握し、あるべき姿とのギャップを明確にすることが理想である。ただ、「温室効果ガス排出量の測定」を実施している企業は2割弱であり、自社の現状を把握しないまま施策に踏み出している企業も少なくなかった。

また、「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、取り組んでいる企業は少なく、「取り組むつもりはない」と回答した企業も半数近くに及んだ。また、「GX推進のための部門・プロジェクトの設置」、「社員へのGX関連の資格取得や知識習得の推進・支援」も3割以上の企業が取り組むつもりがない、という意味を示した。

本調査では、「光熱費や燃料費の節約」といった、省エネやコスト削減の領域が中小企業によるGXの取り組みのメインとなっていることが明らかになった。より一層の環境対策のためにも、今後、事業改革レベル、会社全体でのGXに取り組む中小企業が増えることを期待したい。

#### ■ 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

## 2. GXの具体的な取り組み・効果

### 2-2. GXの効果、浸透度合い

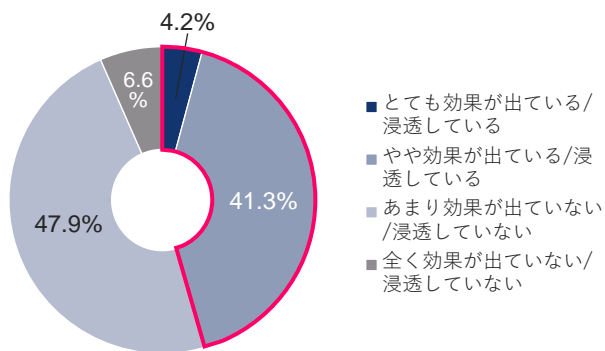
続いて、企業におけるGXの効果や浸透度合いの調査では、「とても効果が出ている/浸透している」、「やや効果が出ている/浸透している」を合わせ45.5%の企業が効果・浸透度合いを実感していることがわかった。

同様の効果・浸透度合いは、DXの場合は76.2%のため、GXの取り組みは、DXと比べると効果や浸透度合いが低い傾向が見られる。これは、GXが環境配慮への取り組みが中心のため、直接的に売上向上や業務効率化につながるものが少なく、効果が見えにくい点があることが

考えられる。

しかし、環境への取り組みは業種や規模に関わらずすべての企業に求められるものであり、今後の社会的要請や規制の強化を見据えると、早期の取り組みが重要になる。まずは温室効果ガスの排出量の測定や、エネルギー使用状況の可視化など、現状把握からスタートし、そこから削減施策に移行していくのが理想的なアプローチといえる。まだ取り組みが進んでいない企業においても、できる範囲からGXに向けた一歩を踏み出していただきたい。

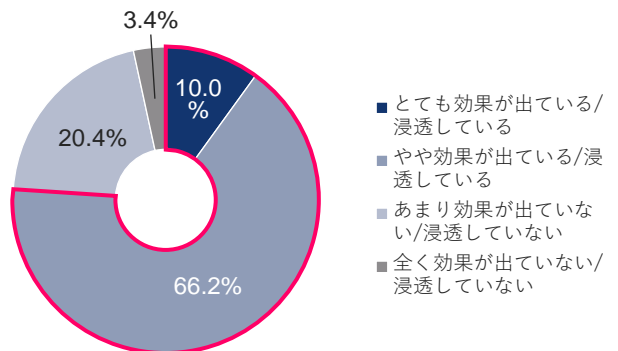
■ GXの取り組み効果、浸透度合い (n=167)



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

#### 再掲

■ DXの取り組み効果、浸透度合い (n=441)



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

### 3. 今後の展望・ 上流企業からの要求・伴走支援

# 3. 今後の展望・上流企業からの要求・伴走支援

第3章では、GX（グリーントランスフォーメーション）の今後の展望、上流企業からの要求、支援機関、伴走支援機関の活用状況などの調査

結果をまとめている。現状から見える中小企業のGXの今後について考察する。

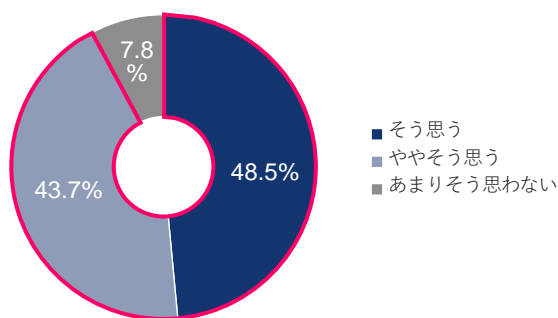
## 3-1. GXの継続意思、今後取り組みたい分野

まず、第1章でGXに取り組んでいると回答した企業に、今後も取り組みを継続すべきか、について聞いた。「そう思う」、「ややそう思う」の合計は92.2%と、9割を超える企業が今後のGXへの取り組みに継続意思を示した。P10の「GXの取り組み効果、浸透度合い」では、45.5%と半数に満たなかった。たとえ今、効果を実感してなくても今後の地球環境を考えて継続を選択する経営者が多いことが考えられる。やはり、GXに取り組むうえで環境配慮へ

の意識がまず重要だといえるだろう。

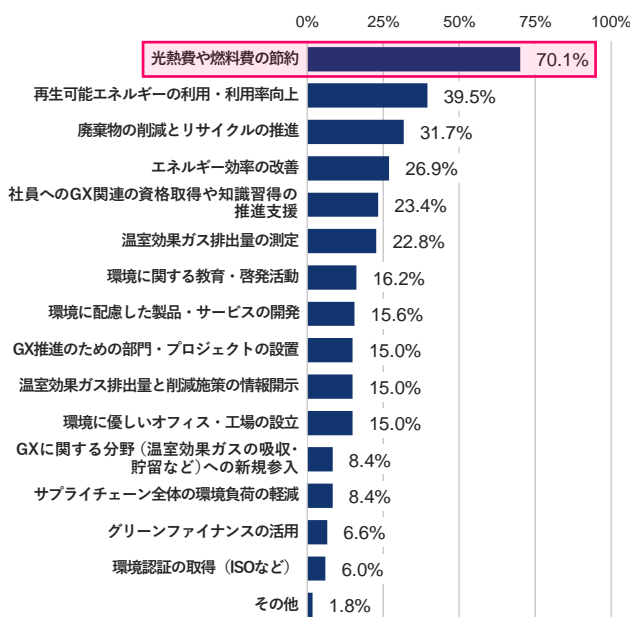
また、本設問で「そう思う」、「ややそう思う」と回答した企業に、今後取り組みたい分野について聞いた。P9の現状の取り組み同様、「光熱費や燃料費の節約」が最多の70.1%で、次に「再生可能エネルギーの利用・利用率向上」、「廃棄物の削減とリサイクルの推進」と続いた。多くの中小企業で、P6で伝えた「ステップ1（意識改革：GXに向けた省エネ推進）」の分野でのGXが今後も継続する見込みだ。

### ■ GXの取り組みを今後も継続すべきか (n=167)



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

### ■ 今後取り組みたい分野 (n=154)



# 3. 今後の展望・上流企業からの要求

## 3-2. 上流企業からの要求

次に、サプライチェーンの上流企業から、環境保護のためにCO2などの温室効果ガスの削減を進めるよう要求されたことがあるか、について聞いた。

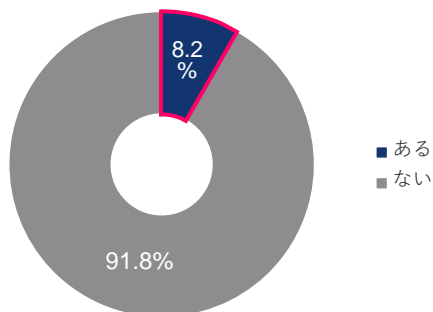
今回の調査では、「ある」と回答した企業が8.2%であり、上流企業からGXに関する要求を受けている企業は1割未満であった。上場企業からの要求に関し、同様に調査したDXの結果と比較すると約半分であり、現状ではGXに関する要求の方が少ない。ただ、東京証券取引所のプライム市場に上場する企業を対象に、

温室効果ガス排出量の開示の義務づけが検討段階に入っている。今後正式に義務化される可能性は高く、上流企業のサプライチェーン全体を通したGXの取り組みは強化されるだろう。そのような観点からも、GXに関する上流企業からの要求は今後増えていくことが予想される。

今後も選ばれる企業となるために、いつ上流企業からの要求が来てもしっかりと応えられるように、今から準備を進めることを推奨したい。

### GX

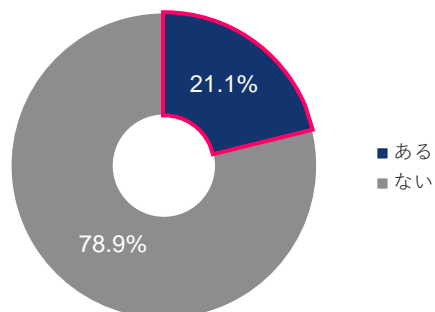
■ 上流企業からの要求 (n=828)



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

### DX

■ 上流企業からの要求 (n=828)



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

# 3. 今後の展望・上流企業からの要求・伴走支援

## 3-3. 伴走支援の活用

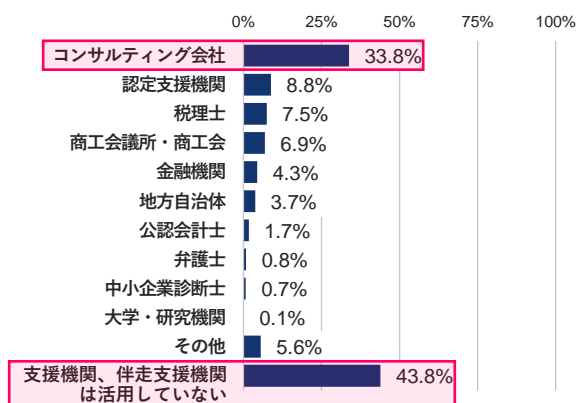
本レポートの最後に、中小企業のDX、GXの推進における伴走支援の活用状況や、その必要性についての調査結果を報告する。本レポートでの「伴走支援」とは、コンサルティング会社や自治体、認定支援機関などからの伴走による支援を指している。

まず、伴走支援の活用についての調査結果である。DXでは、「支援機関、伴走支援機関は活用していない」が43.8%で、全体の56.2%の中小企業が伴走支援を活用しており、中でもコンサルティング会社が33.8%と多い状況で

あった。一方、GXを見ると、「支援機関、伴走支援機関は活用していない」が61.0%で、活用している割合は39.0%までと下がる。活用する支援機関で最も多かったのはコンサルティング会社の22.6%であり、これは、DXと同様であった。

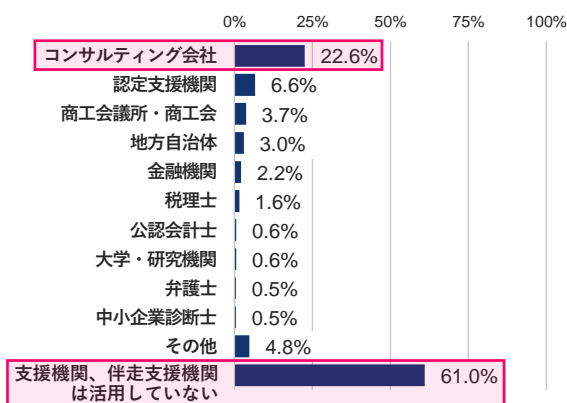
今回の調査では、DXよりもGXの方が認知度や取り組み度合いも低い結果であった。現状では、GXよりもDXの方が中小企業の優先度が高い傾向にあり、それが伴走支援の活用状況にも表れているといえるだろう。

### ■ 伴走支援の活用 (DX) (n=828)



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

### ■ 伴走支援の活用 (GX) (n=828)



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

# 3. 今後の展望・上流企業からの要求・伴走支援

## 3-4. 伴走支援の必要性

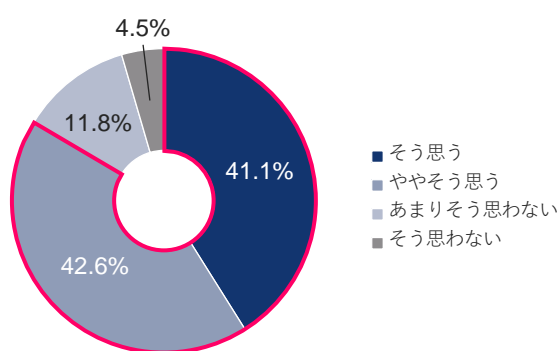
前ページで伴走支援を活用している企業に、実際に伴走支援を活用している中で、改めてDXやGXの取り組みにあたっての必要性について聞いた。

DXは「そう思う」、「ややそう思う」を合わせ83.7%、GXは81.1%という結果であった。

どちらも8割を超える企業が実際に活用したうえでの伴走支援の必要性を実感していた。今回の調査では必要性を聞いたが、恐らく伴走支援を活用することによりDXやGXがさらに促進され、経営上の効果も出ていることだろう。

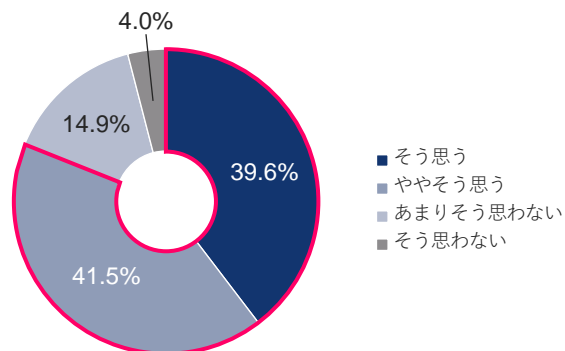
政府が日々発信をしていることもあり、DXとGXは近年ではその重要性や必要性があがっている。次世代の経営に向けて、全ての中小企業で取り組むべき課題だと当所では考えている。ただ、取り組む必要性は理解しつつも、自社にノウハウ、経営リソースが不足しているために取り組めていない企業が存在することも事実だ。そのような企業はぜひ自社だけで解決しようとせず、本レポートで紹介した伴走支援の活用を検討いただきたい。伴走支援の活用によりDX、GXへの取り組みがさらに推進される中小企業が一社でも増えることを期待したい。

■ 伴走支援の必要性 (DX) (n=465)



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

■ 伴走支援の必要性 (GX) (n=323)



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

## 4. まとめ・あとがき



### 3. まとめ・あとがき

#### ○ 経営基盤強化や顧客との関係維持、差別化などの観点からGX推進の検討を

当所ではこの度、中小企業のGXへの取り組み状況を把握するため、幅広い視点で調査を行った。また、GXとともにその推進が期待されているDXについても同時に調査を行っており、両者を適宜、比較検討する形で分析している。

まず、GXの認知度については約3割程度であり、約6割のDXと比べてもその低さは顕著である。本レポートの6ページで示す「取り組み度合い」を見ると、2023年実施の調査結果と比較しても、中小企業におけるGXへの取り組みが拡大・進展している状況は見受けられない。政府はGXの実現に向けたさまざまな法整備や制度拡充を図っているものの、実態としては、中小企業のGXは道半ばであると言わざるを得ないだろう。

それは具体的な取り組みからも明らかである。取り組み内容を問う設問では「光熱費や燃料費の節約」がトップ（47.9%）になった反面、「温室効果ガス排出量の測定」を実施する企業が2割弱にとどまっていた。これは、中小企業のGXが経費削減を動機とする取り組みに偏り、温室効果ガスの削減を意識する形で実施する企業が少ないためであると考えられる。

GXへの取り組みを進める際には、自社の温室効果ガス

の排出量を可視化するとともに、具体的に削減するための方策を検討する必要がある。その際には自社工場や車両などからの直接排出を示す「Scope1」、購入した電力や熱を生み出すときの間接排出である「Scope2」、サプライチェーン視点でその他の間接排出を示す「Scope3」、この3つの分類に基づいて計測されなければならない。排出量の可視化は大企業を中心に、すでに取り組みされている。特に「Scope3」が多く企業で実施されることになれば、その影響は中小企業にも及ぶことになるだろう。「選ばれる企業」になるためにも、中小企業が自ら、早期に取り組みを開始することが肝要である。

GXへの取り組みは、業務効率化や職場環境の変化などで可視化されやすいDXと比べるとその効果が見えにくい。そのため、中小企業の事業戦略では優先度が上がりにくいかもしれない。しかし、私たちの社会は着実に脱炭素化の流れに乗り、産業界も大手を中心に取り組みを強化している。中小企業にとっても、GXは持続可能な経営や企業の成長につながる重要なテーマであることは間違いない。脱炭素・環境経営の観点はもちろんのこと、経営基盤強化や顧客との関係維持、差別化などの観点からも、GX推進の検討を進めてみてはいかがだろうか。

前回のDXと合わせ、中小企業のGXについても調査を実施しました。今回の調査で、認知度や取り組み度合いそれぞれ、DXよりGXの方が進んでいない、という現状が明らかになりました。具体的な取り組みを行っている企業においても、「温室効果ガス排出量の測定」の自社の現状を把握する取り組みを実施している企業はわずか2割弱でした。GXに限らず、経営施策を行う場合には目指すべきあるべき姿を設定し、現状を把握し、そのギャップを埋める

ことが重要です。その現状を把握するための取り組みを行っている企業もわずかであり、手探りでGXを進めている企業も多いことでしょう。また、上流企業からの要求を受けている中小企業は、今回の調査では1割弱でした。ただ、GXはサプライチェーン全体で取り組む必要があり、今後要求される中小企業は確実に増えるでしょう。ぜひ、本レポートでもご紹介した伴走支援も活用し、GXを進める中小企業が増えることを期待します。

フォーバル  
GDxリサーチ研究所  
所長 平良 学

