

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 < 3 >

～ ESG経営の認知度、取り組み、効果～

2026

4-2

2026年3月27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

ESG 経営を認知している企業は

**30.8%**

※「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

ESG 経営に取り組んでいる企業は

**15.2%**

**96.6%** の企業が

**今後 ESG 経営を推進する** 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・ESG推進戦略

同業他社との差別化、業務効率化、業績回復、人材確保と育成、強い組織づくり、持続可能な経営など、中小企業は日々、様々な経営課題に直面しつつ事業を展開しています。そうした経営課題の解決に向けた手法のひとつに、近年注目を集めるESG経営があります。当研究所では、DX（デジタルトランスフォーメーション）、GX（グリーントランスフォーメーション）と並び、中小企業のESG経営への取り組みに注目して実態把握の調査を行ってきました。

ESG経営とは、Environment（環境）、Social（社会）、Governance（ガバナンス/企業統治）に配慮した経営のことを指します。これらの取り組みにより、自社事業の差別化による持続的成長や、優秀な人材の確保・定着、ガバナンスの強化によるリスクマネジメントの強化なども期待されます。また、投資家からの高評価に加え、金融機関からの資金調達の面でもメリットがあるといわれています。

しかし、中小企業におけるESG経営の取り組みはまだ限定的であり、それは同テーマに関する前回調査※でも示されていました。その調査から1年以上が経った現在、中小企業のESG経営への取り組みは、どのように変化したのでしょうか。

「中小企業のGDX・ESG推進戦略」シリーズの3回目となる今回はESG経営に注目し、その認知度や取り組み状況から、進捗度合い、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。

※フォーバルGDXリサーチ研究所「BLUE REPORT mini『中小企業のESGへの対応』」[https://www.forval.co.jp/consulting/pdf/bluereport\\_202411.pdf](https://www.forval.co.jp/consulting/pdf/bluereport_202411.pdf)

## ■ 目次

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

# 1. ESG経営の認知度・ 取り組み度合い

# 1. ESG経営の認知度・取り組み度合い

中小企業はESG経営について、どの程度認知し、また取り組んでいるのだろうか。第1章で

は、ESG経営の認知度や取り組み状況、注力する分野などに関する調査結果を報告する。

## 1-1. ESG経営の認知度

まずはESG経営の認知度に関する調査結果を報告する。

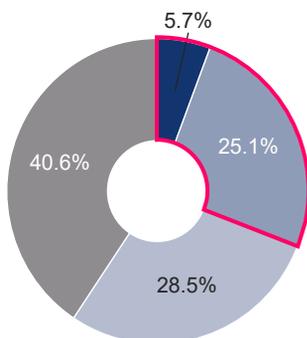
最も多かったのは「知らない」(40.6%)であり、次いで「聞いたことはあるが、よく知らない」(28.5%)となった。約7割がESG経営についてまったく、またはほとんど認知しておらず、またこれは2024年の9月から10月にかけて行った同様の調査結果とほぼ変わらないことがわかった。同様に、「知っており、他の人に説明できる」は5.7%と低く、前回調査から大きく変化がなかった。

このように、中小企業経営者のESG経営の認

知は、決して進んでいるとはいえないだろう。ESGは環境・社会・ガバナンスと、幅広い概念を含む枠組みである。その認知が進まない背景には、DXやGXのように特定の政策やテーマとして認識されるものとは異なることや、自社のどのような利益につながるのかをイメージしにくいことなどがあると考えられる。

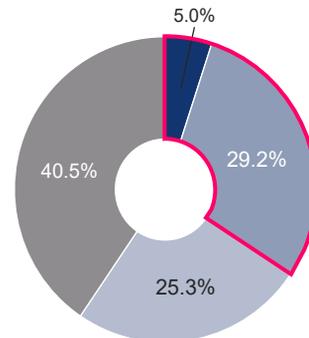
近年、投資家からの要望や、世界的な環境・社会問題への関心の高まりなどを受けて、ESG経営に取り組む大企業が増えている。しかし中小企業にその流れはまだ広がっているとはいえないだろう。

■ ESG経営の認知度 (n=1,647)



再掲

■ ESG経営の認知度 (n=1,077)



■ 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：2024年9月9日～2024年10月11日

# 1. ESG経営の認知度・取り組み度合い

## 1-2. ESG経営の取り組み状況

次に、前ページでESG経営について「知らない」を選択した回答者を除いて、ESG経営の取り組み状況について聞いた。

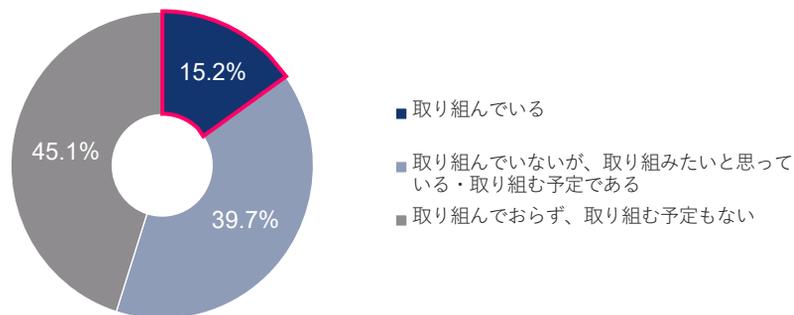
最多となったのは「取り組んでおらず、取り組む予定もない」(45.1%)であった。「取り組んでいる」と回答した企業は15.2%と、取り組む企業の少なさが示された。

また、「取り組んでいないが、取り組みたいと思っている・取り組む予定である」は39.7%となり、「取り組んでいる」を合わせても前向きな企業は半分程度であることがわかった。

認知していても実際に取り組む企業が少ない背景には、ESGの考え方がなぜ企業経営にとって重要なのか、具体的にどのような効果が期待できるのかなど、ESG経営に関するより深い理解が中小企業に浸透していないことがあるのではないかと考えられる。

次ページでは、ESG経営で取り組んでいる分野について、また取り組みを行っていない理由についてはp.8にて紹介している。これらの結果を通し、中小企業のESG経営への取り組み実態についてさらに迫ってみたい。

### ■ ESG経営の取り組み状況 (n=978)



調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

# 1. ESGの認知度・取り組み度合い

## 1-3. ESG経営で取り組んでいる分野、最も注力している分野

続けて、前ページでESG経営に「取り組んでいる」と回答した企業に対し、「ESG経営で取り組んでいる分野」ならびに「最も注力している分野」について聞いた。

まず、「ESG経営で取り組んでいる分野」としてE、S、Gそれぞれを複数回答で選択してもらったところ、それぞれほぼ同じ結果となった。またその割合も7割を超えていた。2024年に行った同じ設問では、Eが79.5%で最も多く、次いでS(71.8%)、G(48.7%)であった。それぞれの変化を見ると、大きく取り組みを増やしたのはGであることがわかった。

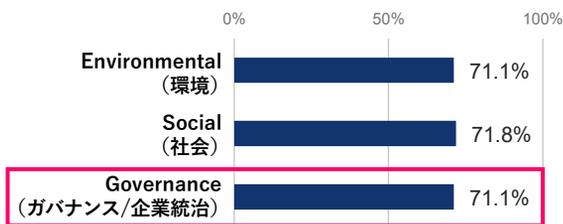
この要因として、Gに含まれるコンプライアンス

やリスク管理、情報開示などの取り組みが社会的に注目を集め、中小企業側の対応も増えていることが推察される。

さらに「最も注力している分野」についても、E、S、Gの結果はほぼ横並びとなった。そしてここでも、2024年の調査で少数派だったGが増える結果となった。

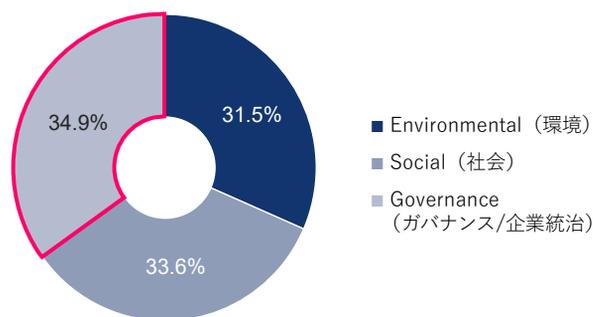
これらの結果から、かつてのようなEへの偏りはなくなり、E、S、Gを包括的に捉えている中小企業の姿が浮き彫りになった。ESGが単なる環境対応にとどまらず、企業経営全体の枠組みとして認識され始めている兆しともいえるだろう。

### ■ ESG経営で取り組んでいる分野 (n=149) ※複数回答可



調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

### ■ 最も注力している分野 (n=149)



調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

# 1. ESGの認知度・取り組み度合い

## 1-4. ESG経営の取り組みを行っていない理由

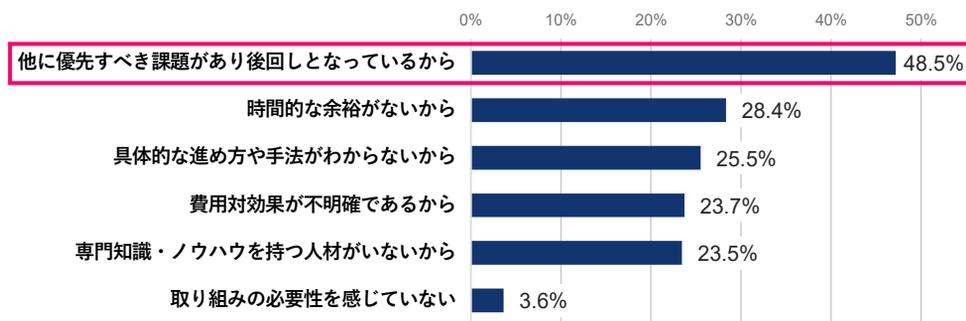
第1章の最後では、p.6でESG経営の取り組み状況を問う設問において「取り組んでいないが、取り組みたいと思っている・取り組む予定である」と回答した企業に対し、取り組みを行っていない理由について複数回答で聞いた結果を報告する。

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・48.5%）で、選択肢の中でも突出していた。ESG経営に取り組む意思はあっても、現段階で取り組んでいない理由として、経営課題における優先順位の低さを挙げる企業が約半数に上った。

その背景のひとつに、経営上の他の課題を優先せざるを得ない状況があることが推察される。時間的な余裕のなさや、対応する人材不足などを選択する企業がそれぞれ20%台となったことから、日常業務や他の課題に対し、こうした経営資源を割り振らざるを得ない状況があることがうかがえる。

またもうひとつの観点として、ESG経営がなぜ必要なかが理解されていない可能性もある。それが「具体的な進め方や手法がわからないから」や「費用対効果が不明確であるから」などの結果に表れているといえるのではないかと。

### ■ ESG経営の取り組みを行っていない理由（n=388）※複数回答可



調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

## 2. ESG経営の進捗度合い・効果

## 2. ESG経営の進捗度合い・効果

第1章では、ESG経営の認知度や取り組み状況について報告した。本章では、ESG経営の

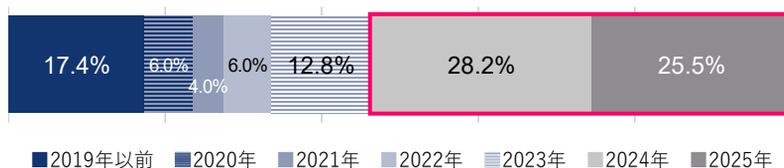
進捗度合いと、その効果に関する調査結果を報告する。

### 2-1. ESG経営の取り組みを開始した時期、取り組みを行う理由

まず、ESG経営の取り組み開始時期と、取り組みを行う理由についての調査結果を報告する。開始時期はDXやGXに関する調査と同様に、「2019年以前」から「2025年以降」までの選択肢で確認をした。新型コロナウイルス感染症の影響を受けていた2020年から2022年を経て、「2023年」は12.8%、「2024年」は28.2%、「2025年以降」は25.5%となった。特に、2024年以降に開始した企業が53.7%と半数を超えており、広がりを見せ始めたのは比較的最近であることがわかる。

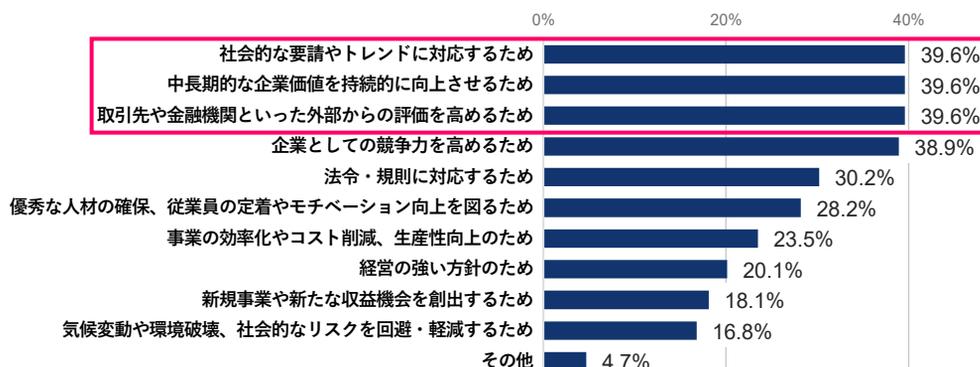
次に、取り組みを行う理由をみてみると、「社会的な要請やトレンドに対応するため」、「中長期的な企業価値を持続的に向上させるため」、「取引先や金融機関といった外部からの評価を高めるため」がいずれも39.6%で同率1位となった。続いて「企業としての競争力を高めるため」(38.9%)があがった。これらの結果から、ESG経営の取り組みは、社会的評価や外部環境への対応に加え、中長期の企業価値や競争力を高める経営的意図に基づいて進められていることが示された。

#### ■ ESG経営の取り組みを開始した時期 (n=149)



調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

#### ■ ESG経営の取り組みを行う理由 (n=149) ※複数回答可



調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日 10

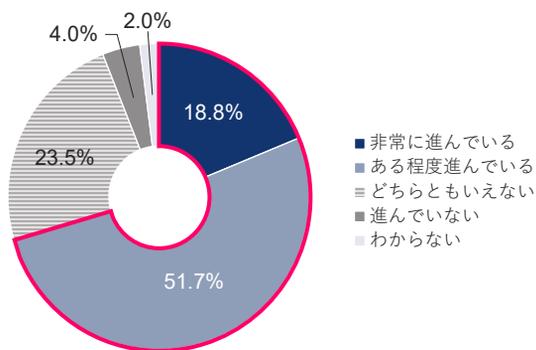
## 2. ESG経営の進捗度合い・効果

### 2-2. ESG経営の取り組みの進捗度合い、進捗した理由

次に、ESG経営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」(18.8%)と、「ある程度進んでいる」(51.7%)を合わせると、約7割が取り組みの進捗を実感している。同じく取り組みの進捗度合いを聞いた、DXの60.5%、GXの30.5%と比べると、ESG経営の進捗度合いが最も高い結果であった。ESG経営の取り組みが進捗した理由は、「外部専門家やコンサルタントの活用」(34.2%)が最多で、「事業との連動」(28.5%)、「経営層のコミットメント」(22.9%)が続いた。上位2つの理由は同じ設問を実施したDX、GXの調査

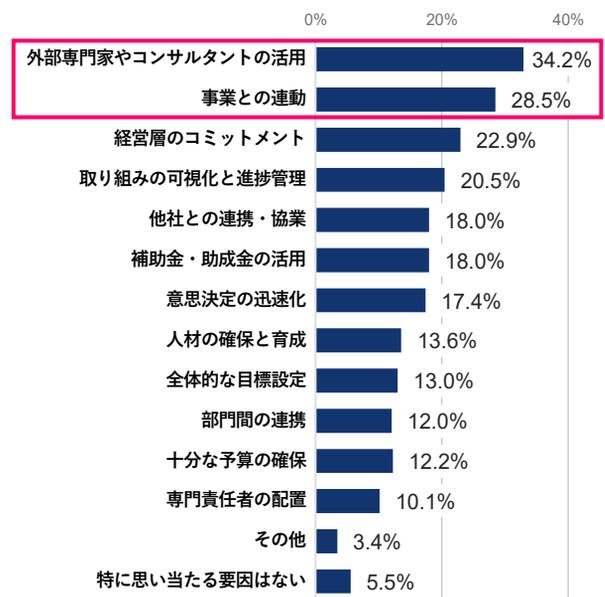
でも、同じく上位2位を占めていた。ESG経営に取り組んでいる企業数は、DXやGXより少ないが、進捗度合いが最も高い。これを踏まえると、ESG経営は、現時点では取り組む企業がある程度限定され、その中では推進する意識が高い企業が多いことがわかる。また、取り組みが進捗した理由についてはDXやGXに関する同様の調査でも同じ傾向が見られることから、いずれの取り組みにおいても、外部専門家やコンサルタントの活用と事業との連動が進捗を左右する重要な要件だといえる。

■ ESG経営の取り組みの進捗度合い (n=149)



調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

■ ESG経営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. ESG経営の進捗度合い・効果

### 2-3. ESG経営の取り組みの効果

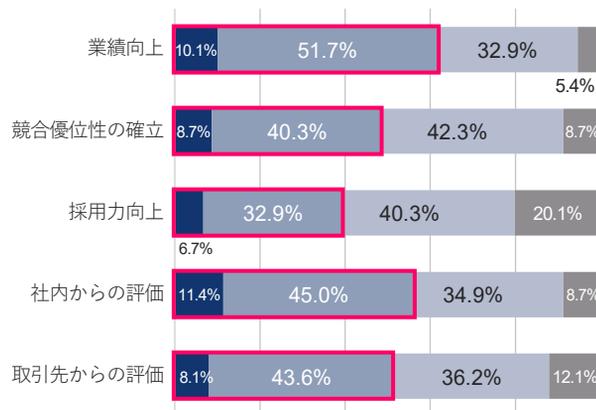
次に、ESG経営の取り組み効果について、「業績向上」、「競合優位性の確立」、「採用力向上」、「社内からの評価」、「取引先からの評価」の5つの評価軸ごとに行った調査結果を報告する。

「とても効果が出ている」と「やや効果が出ている」を合計すると、「業績向上」(61.8%)が最も高く、次いで「社内からの評価」(56.4%)、「取引先からの評価」(51.7%)、「競合優位性の確立」(49.0%)の順となった。DXにおける同様の調査結果でも上位項目の並びは概ね共通する一方、ESG経営では「とても効果が出ている」と「やや効果が出ている」の合計が、「採用力向上」で15.5ポイント、「取引先から

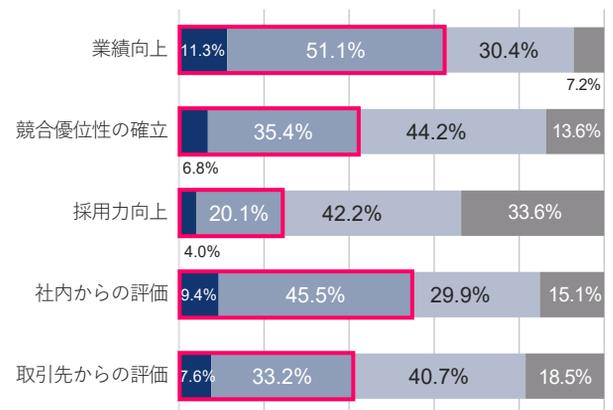
の評価」で10.9ポイント、「競合優位性の確立」で6.8ポイントと、企業の対外的な評価や競争力に関わる項目でDXを上回った。

ESG経営は情報開示や説明責任を伴う取り組みであるため、DXと比較すると企業価値や社外からの評価と結びつきやすく、その効果がこれらの結果に表れたと言えるのではないかと。さらに、「とても効果が出ている」と回答した割合のみをみると、ESG経営の場合、「社内からの評価」が11.4%と最も多く、DXの結果と比較しても高い割合であった。ESG経営への取り組みが、社員の共感や会社への信頼感などの内的評価を高め、組織内での納得感や一体感の醸成につながっている可能性がある。

■ ESG経営の取り組みの効果 (n=149)



■ 再掲 ■ DXの取り組みの効果 (n=865)



■ とても効果が出ている ■ やや効果が出ている ■ あまり効果が出ていない ■ 全く効果が出ていない

調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

## 2. ESG経営の進捗度合い・効果

### 2-4. ESG経営の取り組みを進めるうえでの課題

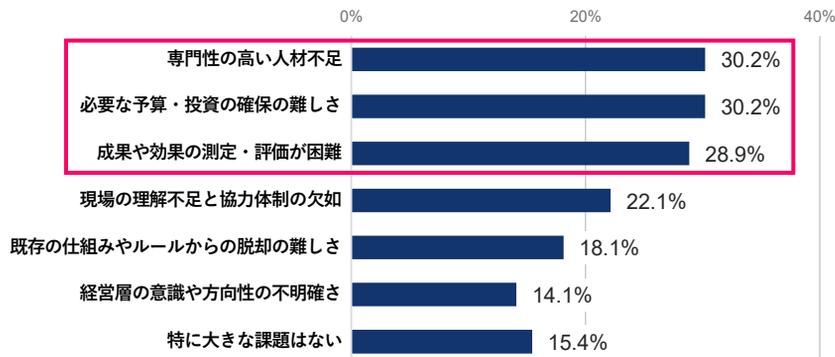
第2章の最後に、ESG経営の取り組みを進めるうえでの課題について報告する。最も多いのは「専門性の高い人材不足」、「必要な予算・投資の確保の難しさ」がともに30.2%、次いで「成果や効果の測定・評価が困難」の28.9%であった。上位3項目がいずれも約3割で拮抗しており、ESG経営の推進には、人材・資金・評価設計の複合的な課題に直面する企業が多いと推察される。

さらに、同様の調査において「専門性の高い人材不足」はDXでは2位、GXでは3位であったのに対し、ESG経営では最上位にあがっている。ESG経営には情報開示やガバナンス体制の整備など専門的な知見と体制構築を伴うため、

これらに対応できる専門人材が社内に十分確保されていない可能性が示唆される。

また、「必要な予算・投資の確保の難しさ」や「成果や効果の測定・評価が困難」が上位にあがっているものの、前ページの「ESG経営の取り組みの効果」では「業績向上」が最も高かった(61.8%が効果を実感)。このことから、ESG経営は業績面で一定の効果が認識されているが、その効果の把握は必ずしも定量的な評価に基づくものとは限らず、投資判断に必要な効果測定や評価の仕組みが十分に整備されていない状況がうかがえる。今後は、取り組みを事業戦略と結びつけながら、効果を把握・説明できる仕組みを整えていくことが重要である。

#### ■ ESG経営の取り組みを進めるうえでの課題 (n=1491) ※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、ESG経営の取り組みに関する上流企業からの要求と、今後のESG経営の推進について

の調査結果を報告する。

## 3-1. 上流企業からの要求

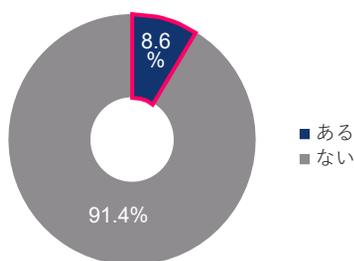
上流企業からESG経営の取り組みを進めるよう「要求を受けたことがあるか」を確認したところ、「ある」は8.6%、「ない」は91.4%であった。

この結果と、p.6で紹介したESG経営の取り組み状況をかけあわせたデータ(中央グラフ)を見ると、ESG経営に「取り組んでいる」と答えた企業は39.3%であった。一方、「取り組んでいないが、取り組みたいと思っている・取り組む予定である」は39.3%、「取り組んでおらず、取り組む予定もない」は21.4%であり、上流企業から要求を受けているにもかかわらず、ESG経営に未着手の企業は6割を超えていた。さらに、上流企業からの要求が「ある」と回答した

企業のうち、「取り組んでいないが、取り組みたいと思っている・取り組む予定である」企業の、取り組んでいない理由を見てみた。「専門知識・ノウハウを持つ人材がないから」の回答が39.4%と最も多く、次いで「他に優先すべき課題があり後回しとなっているから」が36.4%、「費用対効果が不明確であるから」が33.3%であった。

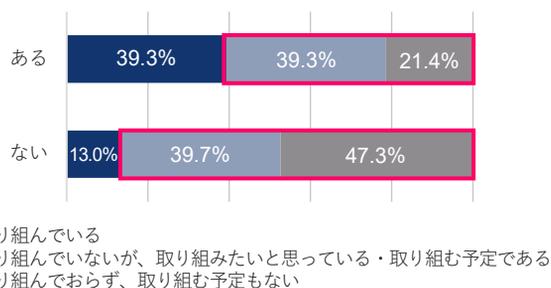
この結果から、上流企業からESG経営の取り組みについて要求があっても、人材不足、費用対効果や進め方の不明確さなどの課題が障壁となり、実際の取り組みにつながっていない企業が多いことがうかがえる。

### ■ 上流企業からの要求 (n=978)



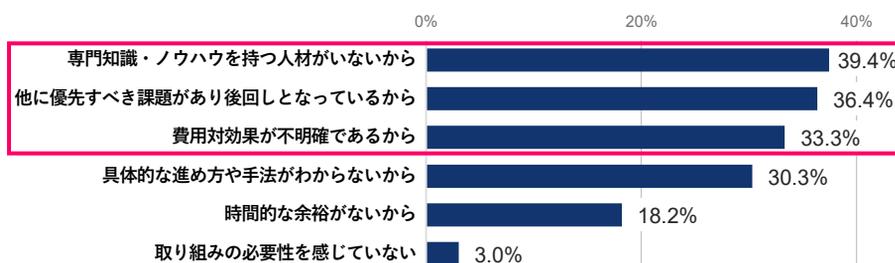
調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

### ■ 上流企業からの要求×取り組み (n=978)



調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

### ■ 要求がある×ESG経営に取り組んでいない理由 (n=33)



調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日 15

# 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、ESG経営に取り組んでいる企業に対し、今後の推進について聞いた。「大幅に注力し、推進する」が21.5%、「やや注力し、推進する」が45.6%、「現状の取り組みを維持する」が29.5%となり、現状維持を含めると、9割以上の企業が今後もESG経営を継続する意向を示している。

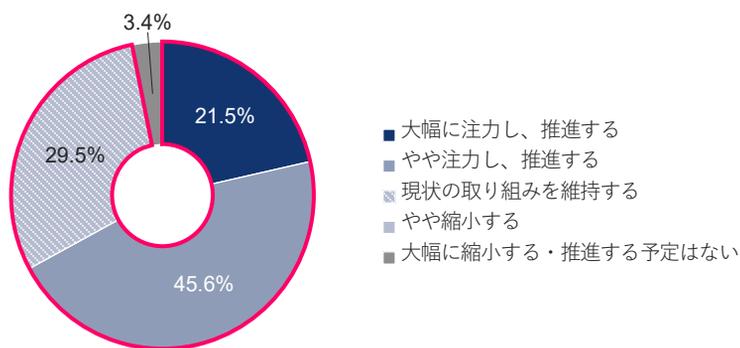
特に「大幅に注力し、推進する」と「やや注力し、推進する」を合わせると約7割を占めている。本調査において、ESG経営に取り組む企業数自体は多くないものの、取り組みを始め

た企業は、継続にとどまらず、さらに強化する傾向が見られた。取り組みを進める中で、その重要性や必要性を実感し、経営上の意義を見出している企業も多いと考えられる。

取り組みを実施している企業においては、外部評価の向上や競争優位性の確立などの効果も確認されている。

現時点で取り組んでいない企業にとっても、自社の経営戦略や将来的な対外評価を見据え、ESG経営の取り組みを検討する意義は十分にあるだろう。

■ 今後の推進について (n=149)



調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

## 4. まとめ・あとがき

## 4. まとめ・あとがき

### ○ 持続可能な経営の実現に向けて、積極的にESG経営の導入検討を

本レポートでは、中小企業のESG経営への取り組みについて、その認知や取り組みの状況、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ESG経営への認知度や取り組み状況などを報告した。認知度は3割程度にとどまり、2024年9月に行った調査と比較しても大きな変化はなかった。取り組んでいる企業は、認知層のうち15.2%とさらに減少した。

続く第2章ではESG経営の進捗度合いや効果について聞いた。ESG経営に取り組む企業自体は少ないものの、取り組んでいる企業の中では約7割が進捗を実感していた。取り組みの効果として最も多かったのは「業績向上」であり、さらに「社内からの評価」や「取引先からの評価」が続いた。

最後の第3章では、上流企業からの要求や今後の推進意思について確認した。上流企業からの要求は、現段階では8.6%と少なかった。また、ESG経営に取り組む企業に今後の推進意思について聞くと、推進する意思を示した企業が約7割となった。取り組む企業においては、その重要性や必要性を実感していることが裏付けられた。

ESG経営とは、E（環境）、S（社会）、G（ガバナンス）の視点を経営に取り入れることで、企業価値の向上と持続可能な経営を目指す手法のことである。しかし、ESG経営への取り組みは大企業を中心に展開され、中小企業の取り組みは相対的に遅れているといわれている。本レポートでも、中小企業にその認知や取り組みが少数派であり、

かつ前回調査（2024年）から進展していないことがわかった。

一方、ESG経営に取り組んでいる企業の中では、効果を実感し、さらなる推進の意思を示す企業が多数派となった。ここから示されるのは、取り組みが進めばその効果を実感する可能性があることだろう。国や関係団体には、ぜひESG経営の認知拡大、そしてメリットの伝達に向けた取り組みを強化してもらいたい。

また、本レポートでは、ESG経営を進めるうえでの課題として「専門性の高い人材不足」「必要な予算・投資の確保の難しさ」「成果や効果の測定・評価が困難」などが上位となった。DXやGXへの取り組みと比較し、ESG経営が中小企業に広がらない背景には、自社事業との関連性（マテリアリティ）の認識や、測定・評価の難しさ、中長期的な観点での費用対効果の予測、社内の合意形成や社外への情報発信の煩雑さなどがあると考えられる。技術的な課題や、導入に向けた制度設計にいきなり挑戦することは難しいため、その解決に向けては、ぜひ専門家の活用も検討してもらいたい。

ESG経営は企業の規模にかかわらず、今後さらに注目が集まることは間違いのないだろう。最近ではサプライチェーン排出量の計測に関連して大手企業から温室効果ガス排出に係るデータ提供を求められるケース、人権配慮やリスクマネジメントの強化、社会貢献など、ESGに関連する様々なニーズが顕在化している。中小企業もESG経営に挑戦することで、市場における差別化や、強い組織づくりをさらに進められるのではないだろうか。

#### 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。

