

【中小企業のGXの実施】

中小企業GX、認知している企業はわずか29.7%

中小企業DXに比べ、GXの認知拡大には足踏み状態の現状が明らかに ～BLUE REPORT 4月号を発行～

『「新しいあたりまえ」で、新しい世界を創るFORVAL』を理念に掲げる、次世代経営コンサルタント集団である株式会社フォーバル（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：中島 将典、以下「フォーバル」）が運営するフォーバル GDXリサーチ研究所は、中小企業向けの様々な支援に関する認知・理解状況や活用実態などについて調査した「BLUE REPORT 4月号」を2026年3月13日（金）に発行いたします。



今回のレポートの目的『中小企業のGXへの取り組み状況や進捗度合い、効果や課題、今後の展望の把握』

近年、中小企業経営においては、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）への取り組みが注目されています。またESG経営（環境・社会・企業統治に配慮した経営）への関心も高まってきました。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。

では、大企業と比べて経営資源が限られる中小企業では、これらの取り組みはどの程度進められているのでしょうか。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を採り上げます。

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）。中小企業のGXへの取り組み状況や進捗度合い、効果や課題、今後の展望などの観点で行った調査等の調査を行いました。本リリースでは、その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

●本レポートの詳細は、こちらをご参照ください。

URL：http://gdx-research.com/wp-content/uploads/2026/03/bluereport_202604.pdf

■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の認知度について「知っており、他の人に説明できる」（4.4%）と「知っているが、説明できるほどではない」（25.2%）を合わせると約6割の企業がGXについて認知していることが判明しました。

■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

【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

・取り組みの中で最も多かったのは【ステップ1】の29.1%、次いで【ステップ2】が5.4%、【ステップ3】が1.2%となり、合計で35.7%の企業が、いずれかのステップでGXに取り組んでいることがわかりました。

■88.5%の企業が今後も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

・GXに取り組んでいる企業に対し、今後の推進について問う設問では、「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8割を超える企業が、今後もGXを継続して推進する意思を持っていることが明らかになりました。

調査結果（抜粋）

■GXを認知している企業は29.6%

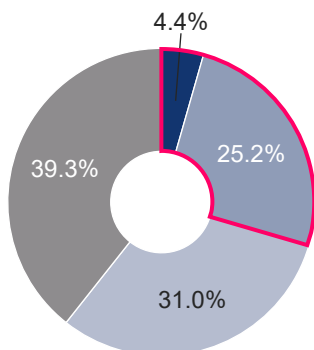
※「知っており、他の人に説明できる」、「知っているが、説明できるほどではない」の合計

GXの認知度について問う設問の回答の中で最も多かったのは「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明らかになりました。

本調査については、前年の同時期にも同様の内容で調査を実施しています。その際の結果は、「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ましたが、「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結果でした。

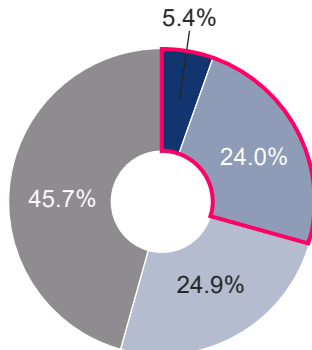
このように、GXについての中小企業の認知はこの一年で拡大しておらず、依然として低い状態だと言える状況がわかりました。

■ 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

■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

GXの認知度調査で「知らない」と回答した経営者を除き、中小企業のGXへの取り組み度合いに関して質問を行いました。なお、本調査では取り組み度合いを以下の3ステップに区分しています。

- 【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ありませんでした。また、その他の回答結果を見ても、顕著な変化は見られませんでした。

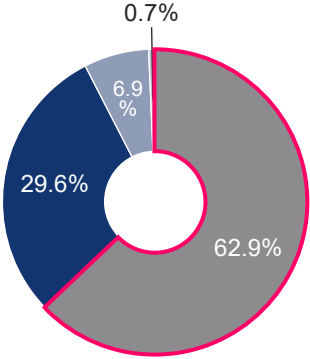
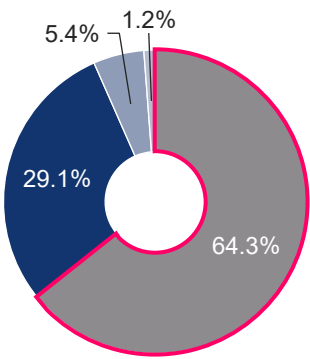
- 【ステップ1】29.1%（昨年：29.6%）
- 【ステップ2】5.4%（同：6.9%）
- 【ステップ3】1.2%（同：0.7%）

これらの結果から、「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明らかになりました。

■ 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

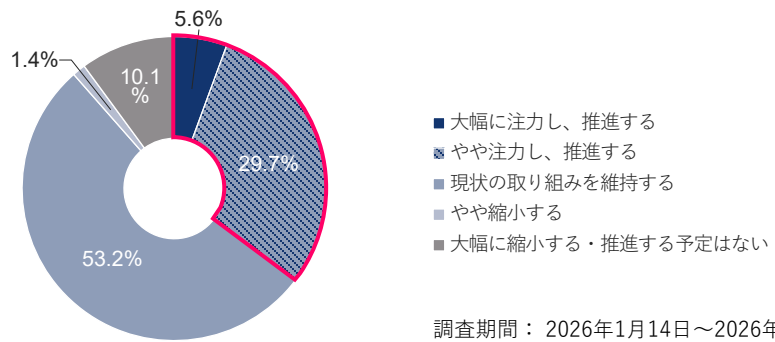
調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

■88.5%の企業が今後も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

GXに取り組んでいる企業に対し、今後の推進について伺ったところ、「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%という結果になりました。現状維持を含めると8割を超える企業が、今後もGXを継続する意思を示していることが明らかになっています。一方で、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ます。

■ 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

■まとめ

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・分析を行いました。

GXの認知度や取り組み状況については、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%に及びました。DXの同調査では、「知らない」の結果が10.3%であり、その認知度の低さが伝わります。さらに、その「知らない」層を覗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%という結果となりました。

一方で、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明らかになりました。

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ます。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もあります。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と考えられます。

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ります。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ません。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でしょう。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ます。

フォーバル GDXリサーチ研究所とは

日本に存在する法人の99%以上を占める中小企業。この中小企業1社1社が成長することこそが日本の活力につながります。中小企業が成長するための原動力の1つにGreen(グリーン)とDigital(デジタル)を活用し企業そのものを変革するGDX(Green Digital transformation)があります。

フォーバル GDXリサーチ研究所は、中小企業のGDXに関する実態を調査し、各種レポートや論文、報告書などをまとめ、世に発信するための研究機関です。「中小企業のGDXにおける現状や実態を調査し、世に発信する」をミッションに「中小企業のGDXにおいてなくてはならない存在」を目指し活動していきます。

▽詳細は下記URLよりご覧ください。

<https://gdx-research.com/>



【本件に関する報道関係のお問合せ先】

フォーバルPR事務局（株式会社アンティル内）：小池・片山・三島・栗栖
TEL：03-6821-7863 FAX：03-4335-8385 MAIL：forval_pr@vectorinc.co.jp