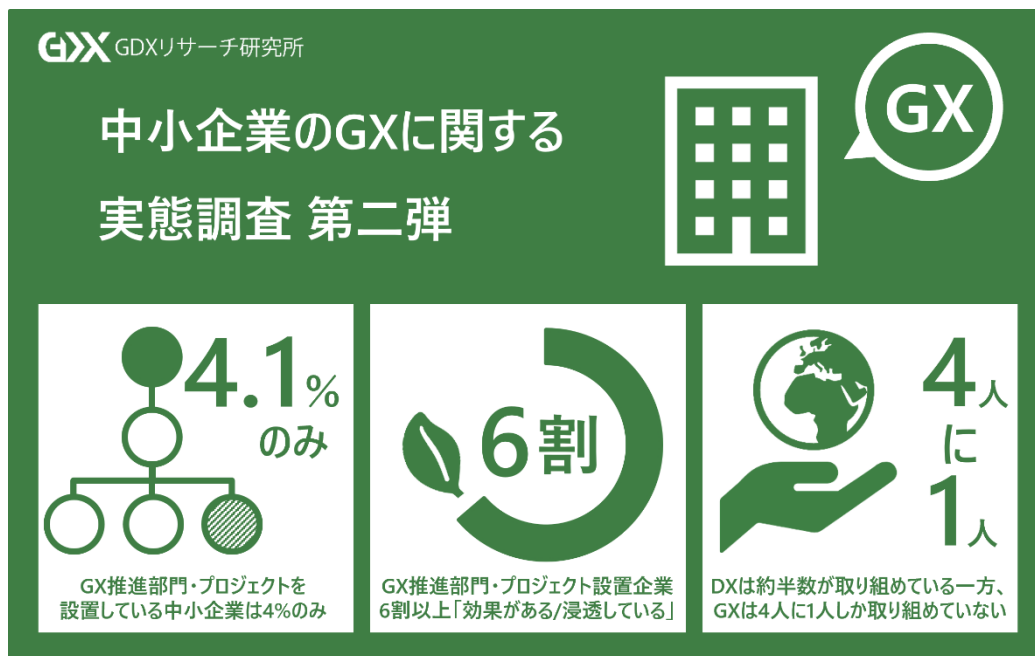


## 〈中小企業のGXに関する実態調査 第2弾〉

**GX推進プロジェクトを設立している中小企業はわずか4.1%！  
設置している企業の約6割は効果を感じており、進捗度が二極化。**

**DXは約半数が取り組んでいる一方、GXは4人に1人しか取り組んでおらず、  
DXの取り組みレベルを上げることで、GXを推進していくことが必要に。**

Green(グリーン)とDigital(デジタル)を活用した中小企業の変革を目指すフォーバル GDXXリサーチ研究所（本社：東京都渋谷区、所長：平良学）は、中小企業の経営者1,619人に「中小企業のGXに関する実態調査 第2弾」を実施しました。



日本では「2050年カーボンニュートラルの実現」が政府から公表され、企業における脱炭素への取組が加速している中、中小企業経営者の9割以上がGXについてよく知らないと回答し、GXに対する意識の低さが問題視されています。（参照：フォーバルGDXXリサーチ研究所「中小企業のGXに関する実態調査 第1弾」）この状況を打破するために、中小企業では実際に何が取り組まれているのか、GX化が進んでいない理由は何かを知るべく、調査を実施いたしました。

### 【調査結果サマリー】

- ①社内にGX推進のための部門やプロジェクトを設置している中小企業は、全体の4.1%しかないと判明！  
必要だと思うが取り組んでいない理由第1位は「対応する人材がないから」 知見者の不足が垣間見える結果に。
- ②GX推進のための部門やプロジェクトを設置している中小企業のうち、6割以上が「効果が出ている/浸透している」と回答。GX化に対して取り組んでいる企業と取り組んでいない企業で二極化していることが明らかに。
- ③約半数の中小企業がDXに取り組んでいる一方、GXは4人に1人しか取り組んでいない状況。  
また、DX・GX両方に取り組んでいる企業の中でも、ほとんどが意識改革段階にとどまっており、DXを情報利活用の段階に底上げしていくことで、GX推進を促すことが重要に！

今回の調査の結果、GX推進のための部門やプロジェクトを設置している中小企業は全体の4.1%しかなく、GX化の必要性を感じてはいるものの、実施段階まで踏み込んでいない企業が多いことが明らかになりました。しかし、設置している中小企業の6割以上は「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」と回答しており、取り組んでいる企業と取り組んでいない企業で推進度が大きく二極化していることが分かります。

また、約半数の中小企業がDXに取り組んでいる一方、GXは4人に1人しか取り組んでいないことが判明しました。しかし、DX・GX両方に取り組んでいる企業の中でも、ほとんどが意識改革段階にとどまっているのが現状です。企業としてDXの推進レベルを情報利活用段階に底上げていくことで、GXに対する理解を促し、推進していく必要があると推察されます。

**本リリース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。**

【アンケート概要】

- ・調査主体 : フォーバル GDXリサーチ研究所
- ・調査期間 : 2023年1月10日(火)～2月10日(金)
- ・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 : 1619人

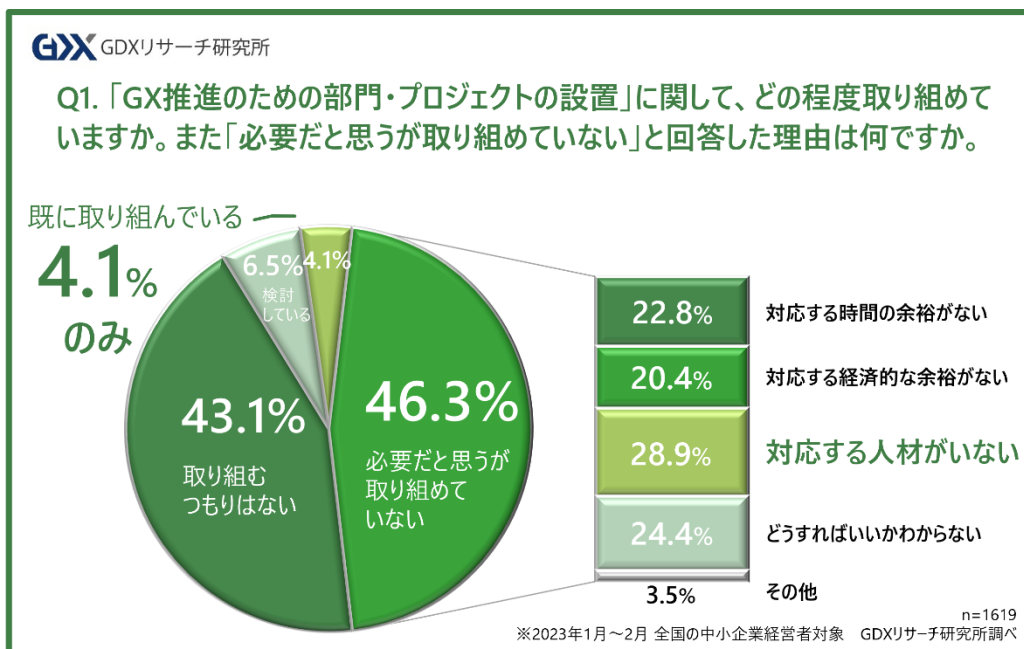
## ①社内にGX推進のための部門やプロジェクトを設置している中小企業は、 全体の4.1%しかないことが判明！ 必要だと思うが取り組めていない理由第1位は「対応する人材がないから」 知見者の不足が垣間見える結果に。

### Q1. 「GX推進のための部門・プロジェクトの設置」に関して、どの程度取り組んでいますか。

中小企業経営者に、社内にGX推進のための部門・プロジェクトの設置に取り組んでいるか調査したところ、「既に取り組んでいる」と回答した経営者はわずか4.1%のみという結果が出ました。あらゆる企業がカーボンニュートラルを“制約やコスト”としてではなく、“成長の機会”として捉える必要がある昨今、中小企業ではこのような考え方が浸透していないことが考えられます。

### Q1-1. 「必要だと思うが取り組めていない」と回答した人のうち、取り組めていない理由として挙げられるのは何ですか。

GX推進のための部門・プロジェクト設置に取り組む必要があると思うが取り組めていない理由について聞いたところ、1位に「対応する人材がないから」、2位に「どうすればいいかわからないから」が挙がり、知見者が不足していることが垣間見える結果となりました。今後、知見者を増やすためのリスキングが重要になってくることが分かります。

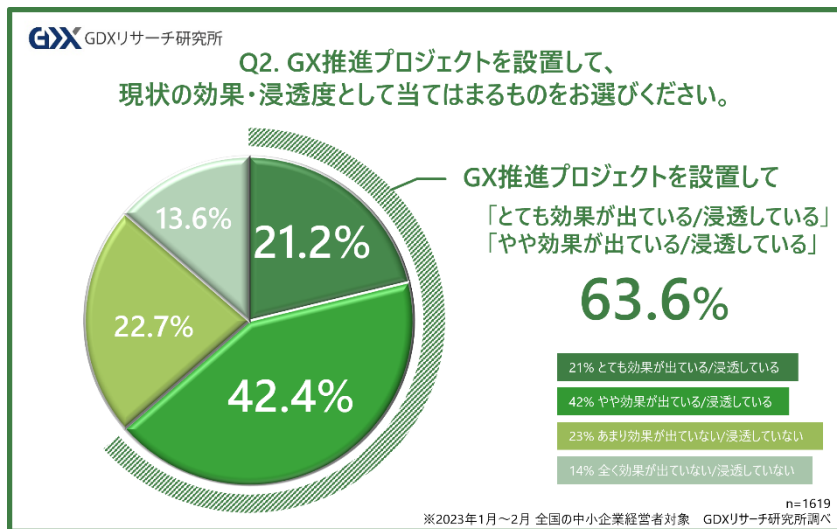


## ② GX推進のための部門やプロジェクトを設置している中小企業のうち、6割以上が「効果が出ている/浸透している」と回答。

GX化に対して取り組んでいる企業と取り組んでいない企業で二極化していることが明らかに。

### Q2. GX推進プロジェクトを設置して、現状の効果・浸透度として当てはまるものをお選びください。

GX推進プロジェクトを設置している中小企業経営者を対象に、現状の効果・浸透度を調査したところ、6割以上が「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」と回答しました。GX推進に向けて取り組みを行っている中小企業の一定数は効果を感じているものの、96%の中小企業はGXに関する取り組みを積極的に行っておらず、推進レベルに関して大きく二極化されていることが推察されます。

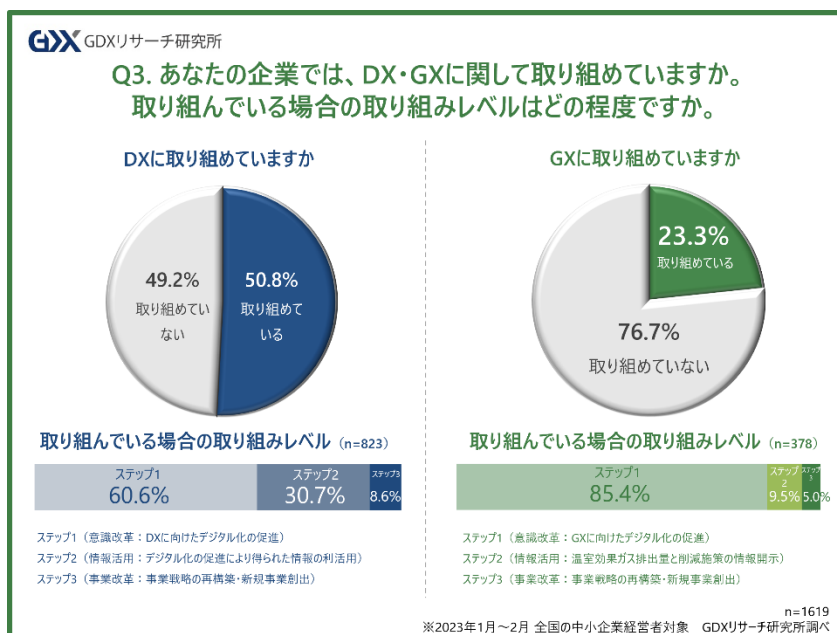


## ③ 約半数の中小企業がDXに取り組めている一方、GXは4人に1人しか取り組めていない！DX・GX両方に取り組んでいる企業の中でも、ほとんどが意識改革段階にとどまっており、DXを情報利活用の段階に底上げしていくことで、GX推進を促すことが重要に。

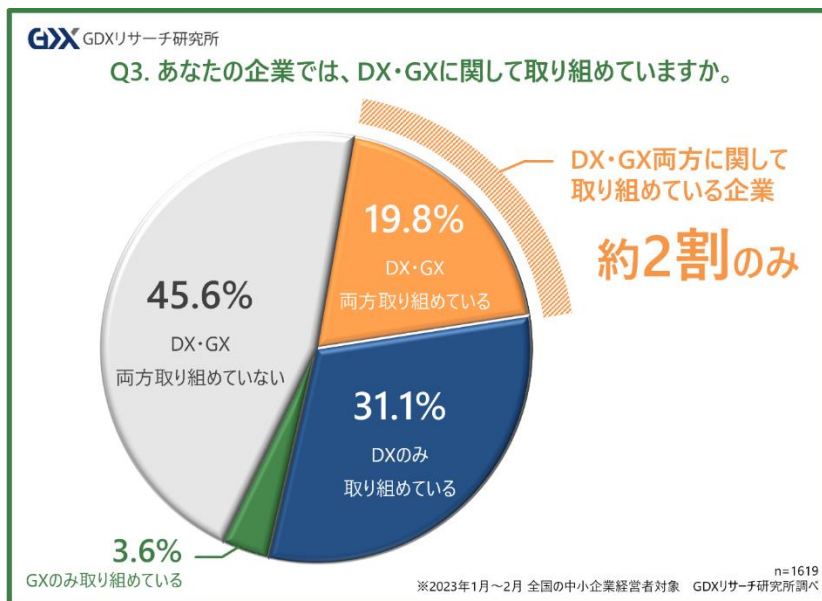
### Q3. あなたの企業では、DX・GXに関して取り組んでいますか。取り組んでいる場合の取り組みレベルはどの程度ですか。

中小企業経営者向け、DX・GXに取り組んでいるか調査したところ、DXに関しては約半数が取り組めたと回答した一方、GXに関しては4人に1人しか取り組めていないことが判明しました。細分化した際、DXが意識改革段階にとどまっている企業が60.6%に対し、GXが意識改革段階にとどまっている企業は85.4%もいることが分かりました。

この結果から、GXがDXよりも推進されていないことが明らかになり、DXの取り組みレベルを実務段階に底上げすることで、GXの推進をしていくことが必要であると推察されます。



また、DX・GX両方に関して取り組んでいる企業はわずか19.8%にとどまり、中小企業におけるDX・GX推進への意識の低さが顕著に現れる結果となりました。



DX・GXの取り組みレベルは以下の3ステップに分かれます。

#### 【DX取り組みレベル】

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：情報利活用（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）

#### 【GX取り組みレベル】

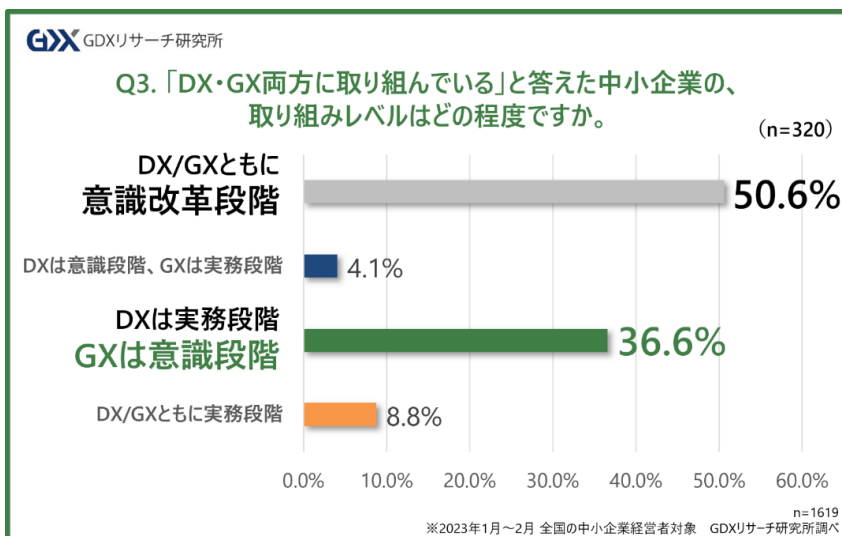
ステップ1：意識改革（GXに向けた省エネ推進）

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）

19.8%の中小企業がDX・GX両方に取り組んでいる中、取り組みレベルに関して調査したところ、半数の企業がDX・GX共に意識改革レベルにとどまっていると回答しました。

今回の調査結果から、中小企業ではGXが浸透していないことが前提にありつつ、GXに対して取り組みを行っている企業と行っていない企業の間では大きな差があることが明らかになりました。GXはDXよりも認知・理解されておらず、「2050年カーボンニュートラルの実現」に向け、DX・GX両方を促進していくことが重要です。



## フォーバル GDXリサーチ研究所 所長

平良 学（たいら・まなぶ）

### ■ 経歴

1992年、株式会社フォーバルに入社。

その後営業部長を経験。2001年からは九州支店に所属し、赤字経営の立て直し、コンサル事業の立ち上げに成功。以降アライアンス事業の事業責任者を全うする。

現在は、全国のコンサル事業の全体統括や「ブルーレポート」の統括、国・行政との連携を行う事業の責任者を務める。

数々のメディア掲載実績を持ち、中小企業経営者を対象とした経営塾の講師、DXを始めとするウェビナーにも数多く登壇している。



### ■ 本調査リリースについてコメント

#### ・GX推進に努めている企業の事例に関して

実際にGXに取り組まれている企業の例としてはCo2削減につながるペーパーレスから始まり電力のLED化、エコ商材の購入、営業車を電気自動車に変えるなどの施策が目立ちます。ただ、その前に経営者がGXの意識を持ち、自社のCo2排出量を把握し、従業員への意識改革などを促している企業がうまく促進している印象です。

#### ・GXが意識改革段階でとどまっている理由に関して

多くの企業が本リリースにもある通り意識改革段階にとどまっており、まだまだ自分事として捉えられていない、もしくはGXに取り組むことが自社の利益につながるというイメージができていないことが考えられます。今後マーケットで生き抜くためには、GXはいずれ取り組まないといけないことであり、これが理解できている企業はGXの促進が進んでいる印象があります。また、人材不足や何をすればいいのかわからないケースが多いので専門家による伴走支援が普及すればステップ2, 3へ進む企業も増えるでしょう。

#### ・DXとGXの関係性/両軸を促進させていく必要性に関して

GXと言ってもやれること、すべきことは数多くあります。経営リソースがある程度限られてる中小企業が全ての分野に対応するのは難しいため、まずはCo2削減につながる施策に集中するのがよいと考えます。Co2削減は中小企業の業務と非常に密接しているため貢献もしやすいのですが、貢献度合いを見るためにも数値化、可視化をしなければいけません。そのためGXを進めるには、まずはDXに取り組む必要があります。DXとGXは表裏一体です。当研究所が発信しているGDXの言葉の通りDXとGXは2つで1つ、片方だけ取り組むのではなく両軸で考え、取り組んでいく必要があると考えます。

### ■ 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。

