

## 【中小企業のDXの実施】

# 中小企業DX、認知6割も“説明できる”はわずか17.1% DXに取り組んでいる企業の9割が推進継続の意思を示す ～BLUE REPORT 3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 3月号」を2026年2月27日（金）に発行いたします。



## BLUE REPORT 3月号

### 中小企業のGDX・ESG推進戦略<1>

1. DXの認知度・取り組み度合い
2. DXの進捗度合い・効果
3. 上流企業からの要求・今後の推進
4. まとめ・あとがき

## 今回のレポートの目的『中小企業のDX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。これらの取り組みは、持続可能な経営や競争力確保、差別化に向けて有効だと捉えられています。また、取引先から要請されるケースもあるでしょう。日常的な事業活動と並行して取り組むことは負担になる側面がある一方で、中長期的な効果を見越し、戦略的に導入を進める企業が増えているのです。

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。今回はそのうち、まずはDXを取り上げます。中小企業のDX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 中小企業庁ホームページ「政策について」<https://www.chusho.meti.go.jp/support/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/2026/02/bluereport\\_202603.pdf](http://gdx-research.com/wp-content/uploads/2026/02/bluereport_202603.pdf)

# サマリー

## ■DXを認知している企業は60.8%

※「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

・DXの認知度について「知っているが、説明できるほどではない」（43.7%）と「知っており、他の人に説明できる」（17.1%）を合わせると約6割の企業がDXについて認知していることが判明しました。

## ■DXに取り組んでいる企業は63.0%

※DX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：DXに向けたデジタル化の推進・【ステップ2】情報活用：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

・取り組みの中で最も多かったのは【ステップ1】の36.3%であり、【ステップ2】は21.2%、【ステップ3】は5.5%という結果になりました。これらのことから、取り組み度合いに差はあるものの、全体の6割以上の企業がDXに取り組んでいることが分かりました。

## ■94.7%の企業が今後もDX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

・DX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16.9%、「やや注力し、推進する」が43.8%、「現状の取り組みを維持する」が34.0%となり、現状維持を含めて9割を超える企業が、今後もDX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）

### ■DXを認知している企業は60.8%

※「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

DX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「知っているが、説明できるほどではない」（43.7%）でした。「知っており、他の人に説明できる」（17.1%）と合わせると、約6割の企業がDXについて認知していることが明らかになりました。

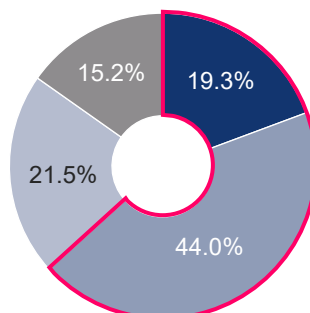
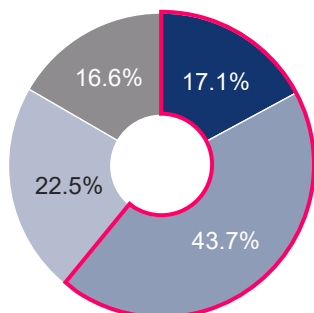
本調査については、前年の同時期にも同様の内容で調査を実施しています。その際の結果は、「知っているが、説明できるほどではない」が44.0%、「知っており、他の人に説明できる」が19.3%となっており、認知度は今回とほぼ変わらない結果でした。

このように、DXという言葉が使われるようになってから年単位の時間が経過していますが、必ずしも中小企業全体に浸透しているとは言えない状況がわかりました。

■ DXの認知度 (n=1,647)

再掲

■ DX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

## ■DXに取り組んでいる企業は63.0%

※DXに取り組んでいると回答した企業（ステップ1～3）の合計

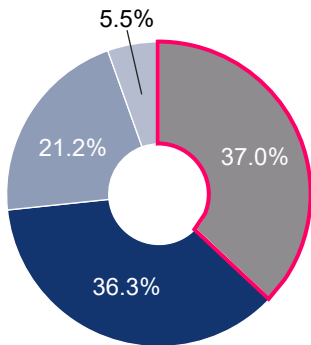
DXの認知度調査で「知らない」と回答した経営者を除き、中小企業のDXへの取り組み度合いに関して質問を行いました。なお、本調査では取り組み度合いを以下の3ステップに区分しています。

- 【ステップ1】意識改革：DXに向けたデジタル化の推進
- 【ステップ2】情報活用：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

取り組みの中で最も多かったのは【ステップ1】の36.3%でした。次いで【ステップ2】が21.2%、【ステップ3】が5.5%となり、合計で63.0%の企業が、いずれかのステップでDXに取り組んでいることがわかりました。一方で、「取り組めていない」と回答した企業は37.0%となっています。

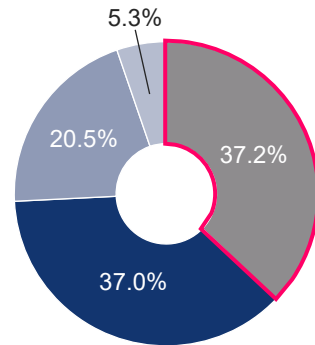
前年同時期に実施した調査結果と比較すると、【ステップ1】はマイナス0.7ポイント、【ステップ2】はプラス0.7ポイント、【ステップ3】はプラス0.2ポイントという結果でした。DXの取り組み度合いについても、全体として前年から大きな変化は見られませんが、ステップ2およびステップ3の割合がわずかに増加しており、取り組みの深化に向けた動きが一部で見られます。

■ DXの取り組み度合い (n=1,373)



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

調査期間：2026年1月14日～2026年2月13日

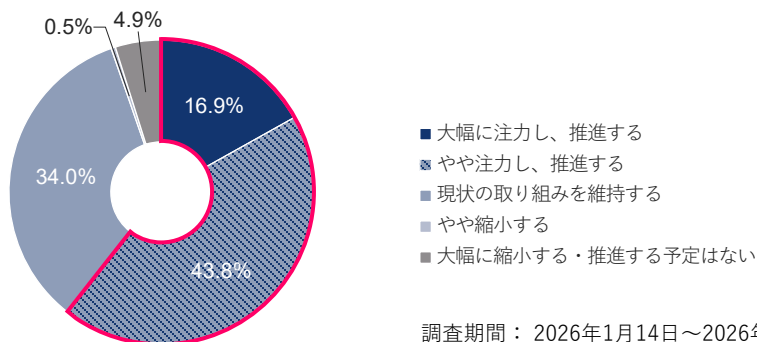
調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

## ■94.7%の企業が今後もDX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

DX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16.9%、「やや注力し、推進する」が43.8%、「現状の取り組みを維持する」が34.0%という結果になりました。現状維持を含めると9割を超える企業が、今後もDX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、「やや縮小する」や「大幅に縮小する・推進する予定はない」といった回答は少数にとどまりました。

## ■ 今後の推進について (n=865)



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、中小企業のDXへの取り組みに注目し、その進捗状況や取り組みによる効果・課題、そして今後の展望に関する調査結果を報告いたしました。

DXの認知度や取り組み状況については、DXを認知している企業は約6割にとどまっており、実際に取り組んでいる企業の割合も同程度でした。また、約1年前に行った同様の調査と比較しても大きな変化は見られませんでした。DXという言葉が注目されるようになって久しいですが、必ずしも中小企業全体にまで浸透しているとは言えないのが現状です。

一方で、今後の展望については、現状維持を含めて9割を超える企業が「今後もDXを継続する」という意思を示しています。

本来、DXとは単なるデジタル技術の導入にとどまるものではありません。ビジネスモデルや企業文化そのものを変革していくプロセスであり、経営者が自社の未来像を描き、そこから導き出される経営課題の解決に向けてデータや技術を活用することだと言い換えることができます。しかし、経営資源の限られた中小企業においては、人材やノウハウの不足、予算的な制約などが壁となり、取り組みが遅れているという実態があります。

ですが、DXへの取り組みは、経営資源が限られている中小企業こそ、その効果が生まれやすい側面も持っています。自社の経営課題を解決するためにDXを戦略的に位置づけ、必要に応じて外部の支援も活用しながら推進していく視点が、これまで以上に求められているのではないのでしょうか。

## 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/>

