

中小企業の支援機関向け研修事業について

～GX経営メンターガイダンス概要～

令和8年6月

経済産業省GXグループGX推進企画室

中小企業の支援機関向け研修事業

- 経済産業省は、令和6年度予算を活用して、中小企業の支援機関向け研修会を計17地域で開催。この研修会の結果を踏まえ、全国に横展開可能な支援機関向けの4つのガイダンス(GX経営メンターガイダンス(以下「本ガイダンス」))、下図①～④)を整理。
- ガイダンスの中では、GXに関する取組を行っていない中小企業の経営者等へのアプローチ方法や、経営課題解決の手段となるようなGXの取組を説明できるようなコミュニケーションの方法を詳述している。
- 今後、同ガイダンスに基づいて、GXによる経営課題解決策を説明して中小企業の取組を後押しする支援人材を育成し、効果的なアドバイスによる伴走支援を実施し、中小企業のGX投資等を促す。

＜本ガイダンスの概要＞

これまでGXに関する取組を行っていない中小企業に対して、GXに更に興味を持ち、主体的な取組を促すアプローチ方法や、生産性改善など既に中小企業が経営課題解決のために取り組んでいることが実はGXにつながること（隠れGX）を理解してもらうためのコミュニケーション方法など、中小企業のGX推進に向けた取組を後押しする方法を記載している。

支援機関		企業ターゲット	ガイダンス活用後で目指す状態		ガイダンス				
対象・場面			動機タイプ	Before	After	前提	作戦検討	訪問資料	内容
 経営支援担当	経営相談	未実施層	内発的動機	経営メリット (魅力増大)	メリットなく、未実施	「経営に効く」を理解し、自走	1 GXは、経営課題から始まる	2 GXで、経営相談を切り拓く	●経営課題をGXで解決する仮説を提案する考え方を説明 ●経営支援のスキル+内容理解が求められる
		未実施層		経営意欲層	生産性改善	既にGX (摩擦軽減)			
	営業担当	定期訪問	未実施層	外発的動機	危機感	プレッシャーなく、未実施	「危機感」から自走	4 外部環境から、GXの理解を深める	●GXの外部動向を企業が捉え易いよう整理 ●取引先や融資など各観点からの情報に加えて、相手企業への問いかけ例も併記

概要:ガイドンス ① (GXは、経営課題から始まる)

考え方を理解する

- GXに取り組んでいない中小企業が更に関心を高めてもらうため、「GXに内発的な動機をもってもらう事の必要性」を説明したガイドンス(計19ページ)。
- なぜ動機づけが重要なのか、そのために支援機関によるどのような伴走支援が必要なのか、といった全ガイドンス共通の考え方を整理。
- ①は支援の考え方を整理したものであり、以降の②③④はターゲットに応じた支援方法を整理したもの。

ガイドンスのコンセプト

- 支援機関が②③④のガイドを理解するための基本的な支援の考え方を整理。
- GXへの取り組みが未実施である中小企業の状況は様々であるが、本ガイドンスでは、地域の中小企業に“さらに脱炭素の関心を高めて”、“取り組みを実施してもらう”ことが目的。



目指す中小企業の取組状況:

Before:

様々な状況(※)により、
中小企業がGXに取り組んでいない



After:

中小企業が更にGXの関心を高めて、取組を実施してもらう

※ GXへの取組未実施の中小企業の状況 (いくつかの例)

- GXに関する情報が十分に届いていない
- GXについて聞くことはあるが、内容の理解がまだ十分でない
- GXの重要性は認識しているが、優先順位がまだ高くない
- GXの重要性を理解し、優先順位も高まっているが、具体的な成果に結びついていない

ガイドンスの概要

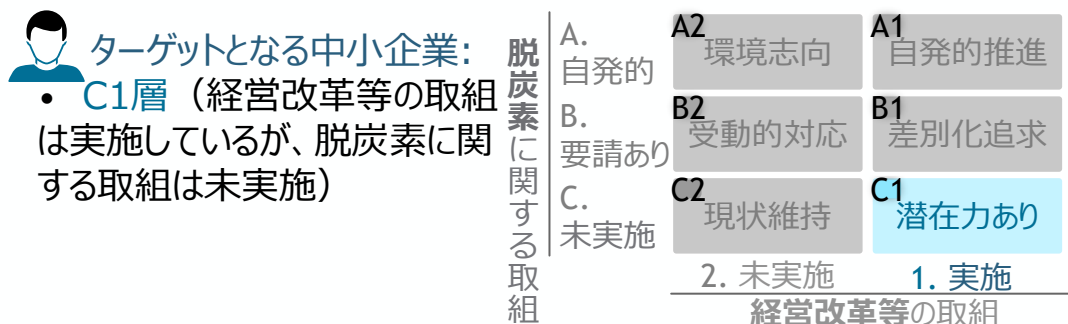
- 中小企業にとっての動機づけの重要性
 - 脱炭素による経営課題解決
 - なぜ動機づけが重要なのか
⇒経営者の関心を今以上に高めてもらうためには、外発的アプローチだけでは限界、
売上向上、コスト削減、人材採用などの経営課題の解決策に活用できることに気づいて、中小企業の内発的動機に関連付けることが重要
- その実現に向け、どう支援していくのか?
 - 誰に：ターゲットの考え方
 - セグメントと狙うべき層
⇒中小企業のうち脱炭素に関する取組の未実施層や経営改革等の実施している層など
 - どの様に：どう動機づけをするのか
 - 取組を後押しするための打ち手
⇒個社との対話などを通じて、経営者の関心のある経営課題の話題の中で、脱炭素を潮流に乗った有力な解決手段として紹介
 - 誰が：誰が何をするのか
 - 支援担当者別ガイドの一覧
⇒支援機関のうち経営支援担当や営業担当がガイドンスを活用

概要: ガイダンス 2 (GXで、経営相談を切り拓く)

方法を理解する

- 経営改革等を実施している中小企業経営者をターゲットに、「GXは自社の経営課題解決の手段になる」ことに気づいてもらうための伴走支援の実践ガイダンス(計39ページ)。
- GXが中小企業の抱える経営課題の解決策になると明確に説明して、中小企業に経営上のメリットになることを理解してもらうことにより、具体的な行動に繋げる。主に普段から経営支援に携わる担当者の利用を想定。

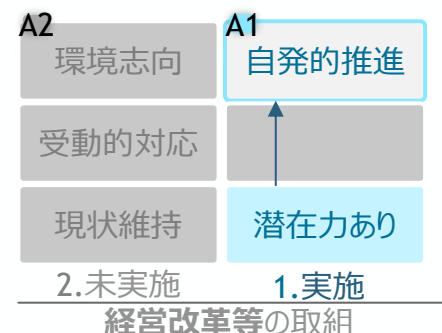
ガイダンスのコンセプト



目指す中小企業の考え方:

Before:
GXはデメリット
•GXはメリットがなくあくまで出費

After:
GXはメリット
•GXは自社の経営課題解決に繋がる



G Xは経営課題の解決策(経営メリット)であると伝えることにより、更に脱炭素への関心を持ってもらう

ガイダンスの概要

- 経営課題の解決とGXを繋げる仮説の組立て方
 - どうストーリーを組み立てるか
 - 経営者の関心事、脱炭素の接点等
 - 既に排出削減に取り組んでいると理解してもらうため、ガイダンス④「隠れGX」の気づき後押しを活用
 - GXと経営課題との関連性
 - コスト・売上・人材など
 - GXで自社経営課題解決をした具体例
 - リース活用によるコスト削減と脱炭素実現
 - 低排出の製造方法切替による売上増
- 狙うべきターゲットは誰か
 - C1層はどういった企業か(事業承継が近い、創業後間もない、従業員数が増加傾向 等)
- 実際の顧客訪問での活用方法
 - 訪問時の会話のコツ・例

<訪問時の会話のコツ・例>

中小企業の関心に沿った対応方針や成功事例を提示しながら会話を実施

ポイント

- GXは手段・副題であることを徹底
 - まずは経営者の関心事項から
- トレンドや他社の成功事例をタイムリーに提示
 - 相手の興味に沿って他社事例・トレンドを具体内容を提示
- 否定(「ない」)に対して、可能性(「できる」)で回答する
 - 「取り組む必要はない」という否定コメントに対応する
- 「既に脱炭素」に焦点を当てる
 - 既存取り組みに焦点を当て、GXに繋がる可能性を示唆し、心理的ハードルを下げる
- 宿題を持ち帰る
 - 継続的な会話につなげるため、対応事項を宿題として持ち帰る

成功要因をカバーする会話例

- 様々で多忙な中かと思いますが、普段より新事業の開発やビジネスモデル転換や業務の改善等に手が回るものでしょうか。何か実施されてますでしょうか
- ときどき検討はしていますが、最近手は回っていないですね。販売価格改善を何とか目指したい。目下では原料高が大変で、
- 御社のプラスチック製品の周りですが、原材料価格の高騰に加え、輸出規制、リサイクル材の調達難等の課題として多いようですね。企業Aは再生プラスチック比率を〇〇%以上にする要請を出しはじめ、御社のメイン顧客Bも類似要求を出すかもしれません。
- そうなんです、これ以上調達コストが悪化すると困ってしまいますね。とはいえ、うちはまだ要請がないので一旦は優先度は低いです。
- 要請を受けてからの対応ではなく、事前に再生プラスチックの調達ルートを開拓すれば、競争優位性に繋がります。要請前から準備・アピールすることで販売数量拡大や販売単価上昇を他社に先んじて交渉できる可能性があります。
- 面白い話だけど、結局、まだ実感わかないかな。要は何が必要なのか
- 再生プラスチックに切り替えた場合のコスト試算から始めて、顧客Bに対しての提案準備をしましょう。御社殿に行っている歩留改善等や省エネ活動等も環境取り組みとしてアピールに繋がる可能性があります。次回、他社の成功事例も踏まえつつ、準備内容の選択肢を作りますので、一緒に議論しませんか?



概要: ガイダンス③ (生産性改善を、GX価値に変える)

- 中小企業の経営課題の解決策にGXが活用できることを伝えて中小企業の取組を促す際に、生産性改善に力を入れる中小企業をターゲットに、「**実は既に環境価値が自社に眠っている**」ことに気づいてもらうための伴走支援の実践ガイダンス(計64ページ(訪問時の手持ち資料は計13ページ))。支援機関向け研修事業の中で一定にニーズがあったことから本ガイダンスを独立した形で作成。
- 既に生産性の改善に取り組んでいる中小企業に関して、**GX推進の「摩擦の軽減」をして、「魅力の増大」を行う順番で考えるため、アプローチする際に本ガイダンスの後にガイダンス②(「経営に効くGX」の気づき後押し)を活用すると効果的。**より**多くの支援機関担当者(例: 金融機関の営業担当者等)が活用可能。**

ガイダンスのコンセプト



ターゲットとなる中小企業:
・C1層(経営改善等に取り組み、脱炭素未実施)のうち、**生産性改善**に力を入れている層
(隠れGX層)

脱炭素に関する取組

A. 自発的	A2 環境志向	A1 自発推進
B. 要請あり	B2 受動対応	B1 差別化
C. 未実施	C2 現状維持	C1 潜在力あり 生産性改善
	2. 未実施	1. 実施
	経営改革等の取組	



目指す中小企業の考え方:

Before:

自社経営の**外側**
・GXは面倒で優先度低い

After:

GXは**実施済**
・価値が眠っているなら経営に活用しよう

生産性の改善を通じて、既にGXにつながる取組を実施(摩擦軽減)していることに気づくことにより、更に脱炭素への関心を持ってもらう

ガイダンスの概要

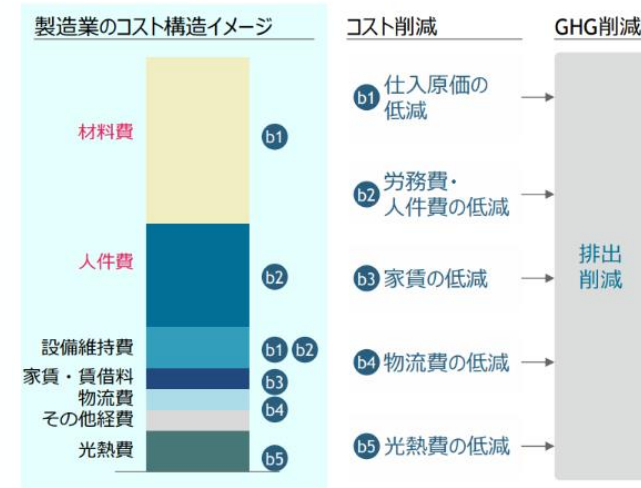
- GXと**生産性改善**の接点の広さ
 - GXは省エネだけではない
 - コスト構造の大きい材料費・人件費削減の生産性改善はGHG削減可能性が高い
- 顧客訪問時に**どう気付き**を提供するか
 - ターゲット選定～訪問～訪問後フォロー
 - 訪問時の会話例
 - GXを経営に活かした企業事例集

<GXと生産性改善の接点>

中小企業が既に実施している生産性改善の中でGHG削減に繋がっているものを見つけて、追加的な負担は発生しないことを説明。

生産性改善活動とGHG削減量

実施している生産性改善の中で、他社に比べてGHG削減に繋がっているものを見つける



GXへの転換

既にやっているので、負担は発生しないことを強調



摩擦

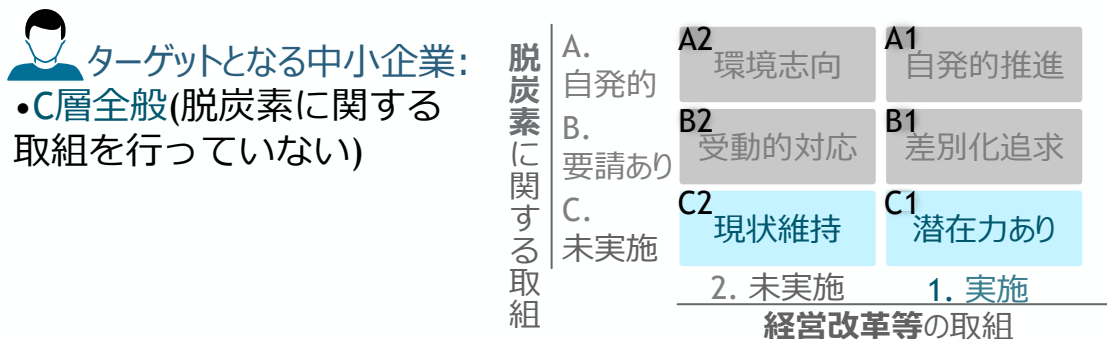
GX実施にかかる負担

- 金銭的負担
 - 新規投資が必要
- リソース的負担
 - 人材がいない
 - ノウハウがない
- 心理的負担
 - そもそも新たな取り組みが面倒

概要: ガイダンス ④ (外部環境から、GXの理解を深める)

- 「外部動向から、GXを推進すべき」と思ってもらうために、GXに関する外部動向をまとめたガイダンス(計8ページ)。
- 危機感を持ちやすいように取引先や融資など各観点からの情報に加えて、相手企業への問いかけ例も併記。
- 目の前の顧客の経営に合わせる必要がないので多くの支援機関担当者(例: 金融機関の営業担当者等)が活用可能。

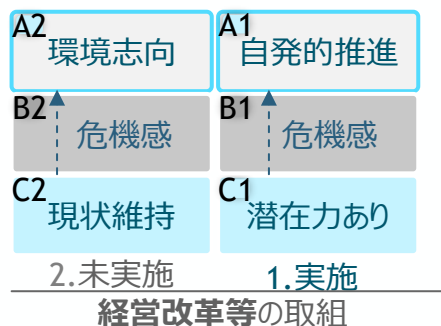
ガイダンスのコンセプト



目指す中小企業の考え方:

Before:
GXは遠い
・自分の周りにはGXのニーズない

After:
GXは投資
・自分の周りでもGX要請は高まるかも



ガイダンスの概要

- 複数の観点からGXの外部の動向を整理
 - 行政: GX推進法、GX-ETS等
 - 取引先: Scope3開示義務等 (SSBJ)
 - 消費者市場: 脱炭素と購買動機
 - 融資先: 脱炭素と融資条件
 - 雇用市場: 脱炭素と「働きたい」企業の繋がり
- それぞれの詳細スライド
 - 一般情報に加え、相手企業への問いかけを記載し、自分事化を促す
 - 取引先: "商談・要望に変化はないですか"

大企業にとってScope3の把握は義務となり、調達先等への要請は強化

SSBJによるScope3開示義務化



企業接点でのイメージ

“最近、主要な取引先との商談や要望に変化はありませんか？
同業他社さんの動きを見ていて、“あれ？”と思うようことはありませんか？
一部大企業による取引先の排出量の開示が来年度決算から始まるようですが、影響はどう見えますか？



G Xにより経営課題を解決する中小企業の事例

- G Xに関する取組を積極的に実施することで、売上向上・採用強化・自社コスト削減など、様々な経営課題を解決することが可能となる。
- 実際に、廃材の有効活用や材料選択の工夫するなどG Xに関する取組を実施することにより、経営課題を解決する2つの中小企業の成功事例を紹介。

廃材を使用した製品をPRし、採用強化と新規事業の柱を形成した事例(甲子化学工業株式会社)

取組内容

- 廃棄予定のホタテの貝殻粉末で作ったヘルメットの製造
- SNSで自社の環境取組を積極的に発信
 - 直接の企業PRでなく、頑張るストーリーを中心に展開
- 大手企業向けのマーケティング目的としてCFP測定を実施
 - 算出対応をコストでなく、マーケティングの投資と捉える

＜ホタテの貝殻粉末で作ったヘルメット＞



取組の成果

採用強化

- 新卒・中途採用で社会課題解決の意識が高く、優秀な人材の応募が増加
 - アルバイト3→100件以上の応募
 - 中・高卒主体から国公立卒の挑戦心旺盛な人材増加

売上向上

- 新規顧客0→1~2件/月に増加
 - 廃材ヘルメットは広告塔の役割で、認知拡大にもに伴い他の製品の売上に好影響

材料選択による環境価値をPRし、売上向上を実現した事例(加藤軽金属工業)

取組内容

- 環境負荷の低いグリーンアルミによる製品を全面PR
 - CFP + Scope1,2,3を積極的に算定
 - 省エネ設備 + 太陽光パネル設置
- HP上で取組を公開し、フォーラムで登壇
- ボトムアップ・トップダウン両面から新規事業の企画開始。社員から200超の施策提案有
- 削減量を可視化し、社員ボーナスにも反映

＜加藤軽金属外観＞



取組の成果

顧客の獲得

- HPから引合が3倍に
 - 「脱炭素xアルミ」等で検索上位になったことが要因
- 新たな顧客の開拓
 - 自社ブランドに使いたい 等

採用・社内人材活性化

- 大手企業からの中途入社が増加
 - 社会貢献のビジョンに共感
- 削減量がボーナスに反映され、社員モチベーションも上昇

関連施策の概要と支援機関向け研修事業との関係

- 支援機関向け研修事業では、全国に横展開可能な本ガイダンスを整理。GXは中小企業の経営課題解決策に活用できることを踏まえて、効果的なアドバイスを行うことにより、中小企業のGX投資等を促す。
- 現在、様々な中小企業向け脱炭素関係施策が存在するため、これらの施策の概要と支援機関向け研修事業との関係を整理。関係施策の最新状況を把握するとともに、連携強化を推進する。

施策名	担当省庁	施策概要	支援機関向け研修事業との関係
省エネ診断	経済産業省	省エネの専門家が中小企業を訪問しアドバイスを実施。改善提案に対するソリューション提供企業との「マッチングプラットフォーム」を令和8年度創設。	本事業等を踏まえて、中小企業がGX推進に向けて取り組む際に利用できるエネルギー消費量の算定等支援策の一つ。
省エネ・非化石転換補助金	経済産業省	省エネ設備への更新を企業の複数年の投資計画に対応する形で支援。サプライチェーンで連携した取組等への支援の強化や中小企業の大規模な省エネ投資を後押しするため、新類型を創設。	本事業等を踏まえて、中小企業がGX推進に向けて取り組む際に利用できる設備投資等の支援策の一つ。
新事業進出・ものづくり商業サービス補助金	経済産業省	GXを含めた革新的な製品・サービスの開発や新事業への挑戦を通じた中小企業の新市場・高付加価値事業への進出を支援。	本事業等を踏まえて、中小企業がGX推進に向けて取り組む際に利用できる設備投資等の支援策の一つ。
ESG地域金融の普及・促進	環境省	地域課題の解決や地域経済エコシステムの構築等を通じた地域の持続可能性の向上と、脱炭素をはじめとした環境課題への対応の取組を両立する取組を促進するため、ESG地域課題にこれから取り組もうとする地域金融機関及び先進的な取組を行う地域金融機関に対し支援を行う。	地域金融機関には、自治体や主要取引産業の課題把握や事業性評価を通じて課題を特定し、その解決を図ることで地域社会に貢献する役割が求められている。その金融機関を支援することは、取引先である地域の中小企業のESG課題解決にも繋がる。
地域ぐるみでの支援体制構築事業	環境省	商工会議所を含む地域の支援機関や金融機関等が地域ぐるみで連携し、域内中小企業の脱炭素経営を多面的に支援する体制構築を促進。	中小企業のGX推進に向けて、実践により中小企業の支援体制実装を支援。本事業は、支援機関の人材育成・支援体制組成などの基盤整備を支援。
脱炭素アドバイザー資格認定制度	環境省	中小企業が自社の温室効果ガス排出量の削減対策を進めるためには、中小企業と日常的な接点を持つ人材がアドバイザーとして機能することが必要との課題に対応するため、環境省が策定するガイドラインに適合した民間の資格制度を認定。	資格取得者は、脱炭素に関する基礎知識や排出量算定などのノウハウを提供できることが求められる。本事業では、GXによる経営課題解決策を説明して中小企業の行動変容を促す支援人材を育成し、効果的なアドバイスを行うことが可能。
エコアクション21	環境省	中小企業における環境経営マネジメントシステム（エネルギー・水の使用量、廃棄物排出量の削減など）の構築・運営を促すため、環境省が策定するガイドラインに基づいて認証・登録。	中小企業の環境経営マネジメントシステムを構築することにより、持続可能な社会を実現することが目的。本事業は、GXを通じて、中小企業の排出削減と競争力強化が目的。

中小企業のGX推進に向けた施策パッケージ

中小企業が抱える課題として代表的な3つのステージ

1. GXのメリットや取組方法、
排出量等が分からない



2. 具体的な取組の進め方が分から
ない、計画が立てられない



3. GXに取り組みたいが、資金
が不足

相談窓口の設置
排出量等の算定

地域等での支援体制の強化
排出削減計画等の策定をサポート

資金面での支援強化

1 中小機構による支援等

- ・全国10カ所の地域本部に相談窓口を設置
- ・脱炭素に取り組む必要性や取組方について学ぶ無料の動画を公開
- ・商工会議所等においてもGX、省エネなどについて相談対応

2 エネルギー消費量・排出量算定支援

②-1 省エネ診断

【令和7年度補正予算額：33億円】

- ・省エネの専門家が中小企業を訪問しアドバイスを実施（IT診断によるエネルギー使用の見える化含む）。改善提案に対するソリューション提供企業との「マッチングプラットフォーム」を令和8年度創設

②-2 省エネ補助金（IV型：エネルギー需要最適化型）【金額は⑥内の省エネ補助金の内数】

- ・エネルギー使用状況の見える化・最適化を行うエネマネシステムの導入を支援

②-3 SHIFT事業

【令和7年度補正予算額：35億円の内数、令和8年度予算(案)：58億円の内数】

- ・DXシステムの導入に加え、設備運用改善による即効性のある省CO2化や運転管理データに基づく効果的な改修設計などを支援

3 地域支援機関等の取組を後押し

③-1 事業環境変化対応型支援事業（うちGX支援体制構築実証事業）

【令和6年度補正予算額：112億円の内数】

- ・商工会議所を含む地域の支援機関や地域金融機関のGXサポート人材を育成

③-2 地域ぐるみでの支援体制構築事業

【令和8年度予算(案)：17億円の内数】

- ・商工会議所を含む地域の支援機関や金融機関等が地域ぐるみで連携し、域内中小企業の脱炭素経営を多面的に支援する体制構築を促進

4 中小機構による支援

- ・排出削減計画の策定などの伴走支援

5 大企業等による中小GX推進を支援

⑤-1 バリューチェーン全体での排出削減計画策定支援事業【令和8年度予算(案)：17億円の内数】

- ・サプライチェーン全体での脱炭素化を目指す大企業等が、取引先の中小へGX推進の支援を行う取組を後押し

⑤-2 次期GXリーグ

- ・サプライチェーン全体の排出削減に向けて中小GXを推進していくためには、大企業との連携が重要であることから「サプライヤーとの協業の強化」を次期GXリーグ参画にあたって企業自らコミットする取組の種類の1つとする

6 設備投資等の支援

⑥-1 省エネ補助金【国庫債務負担行為含め2,450億円（令和7年度補正予算額：675億円）】

- ・省エネ設備への更新を企業の複数年の投資計画に対応する形で支援。サプライチェーンで連携した取組等への支援の強化や中小企業の大規模な省エネ投資を後押しするため、新類型を創設

⑥-2 新事業進出・ものづくり補助金【既存基金を活用：2,960億円】

- ・GXに資する革新的な製品・サービスの開発や新事業への挑戦を通じた中小企業の新市場・高付加価値事業への進出を支援

⑥-3 民間企業等による再エネの導入及び地域共生加速化事業【令和7年度補正予算額：45億円の内数、令和8年度予算(案)：32億円の内数】

- ・初期費用ゼロでの自家消費型の太陽光発電及び蓄電池の導入を支援。

⑥-4 Scope3削減企業間連携省CO2促進事業【令和8年度予算(案)：15億円】

- ・大企業等が、取引先となる中小企業等のサプライヤーとともに行う省CO2化に資する設備の導入等を支援

⑥-5 カーボンニュートラル投資促進税制【令和8年度税制改正（認定期限延長：令和9年度末まで）】

- ・脱炭素化と付加価値向上を両立する設備投資に適用。大企業がサプライチェーン上の中小企業に排出量削減の取組支援をした場合の要件緩和を含め一部見直し

- JFCのGX関連融資、低炭素リース信用保険制度も継続

※このほか、各経済産業局では支援機関向けの施策の講演、先進的な中小企業の取組事例の公表等を実施。

（出所）2026年1月経済産業省HP「中小企業のGX推進に向けて」

https://www.meti.go.jp/policy/energy_environment/global_warming/SME/pamphlet/gx_gaiyou.pdf