

【BSIAシンポジウム】
デジタルビジネスモデルと
上流DX人材の選び方・育て方
～4年目の成果～

住友生命保険相互会社
理事 デジタルオフィサー

岸 和良

1. デジタルビジネスモデル
2. データを使った人材候補選定
3. DX人材の育成のステップ^o
4. ビジネス力強化研修
～データ、デジタル、ビジネスの仕掛けの活用～
5. 住友生命での成果と社外向けの効果
6. 研修事例

岸 和良（きし かずよし）

住友生命保険相互会社
理事 デジタルオフィサー



社内

- デジタル戦略立案・執行担当
- DX型健康増進型保険 VitalityプロジェクトITリーダー
- 保険DXプロジェクトITリーダー・デジタル人材育成担当

社外

- 株式会社豆蔵デジタル担当顧問
- 株式会社NODE客員Director
- 経済産業新報顧問
- 日本イノベーション融合学会顧問 DX検定/DXビジネス検定委員
- デジタル人材育成学会役員

DX人材の育て方 ビジネス発想を持った上流エンジニアを養成する

【目次（赤字は今回のセミナーで解説）】



- 第1章 **DXとDX人材**
- 第2章 DX人材を取り巻く現状
- 第3章 DX人材と活用フェーズ
- 第4章 DX人材に求められるスキル
- 第5章 **DX人材の選定手法**
- 第6章 **DX人材の育成手法**
- 第7章 **ビジネス発想演習プログラム**
- 第8章 **ビジネス発想力継続プログラム**
- 第9章 **DX実務での育成方法**
- 第10章 **企業におけるDX人材育成計画の考え方**

住友生命保険相互会社の概要



創業

1907年（明治40年）5月

業種

生命保険の販売・引き受け
（メーカー＋直販＋販社経由）

社員数

42,954名
（職員10,973名、営業職員31,981名）

年間収入保険料
（売上該当）

2兆4155億円
（2020年度・グループ計）

年間基礎利益
（経常利益該当）

3,570億円
（2020年度・グループ計）

- B2C→全国3万人の営業職員による直販売
- B2B2C→全国の金融機関、保険ショップによる代理店販売
- 現時点でネット直販売は、ほぼなし。（グループ会社のみ）

デジタルビジネスモデル



ビジネスが変わったのは「消費者変化→企業変化」

1

客の購買活動、消費の形が変わってきた
(a:自分にぴったり、b:便利・面倒でない、c:早い、d:安い、e:選びやすい等を好む)



2

この変化のため、先進企業がa～eを顧客価値として競争上優位なものとして位置づけ、これを実現するためにデジタルを使った（ECサイト、検索、レコメンドなど）



3

この流れが進み、便利になると客はますます自分にとって価値の高いものを選ぶようになった。（価値の高いものを探すために、検索やSNSが貢献）



4

この結果、業界によってはディスラプト（破壊）が発生した。従来ビジネスがDXを武器にする事業者によって奪われるようになった。（Amazon→リアル小売り、クラウド→オンプレサーバ、マネーフォワード→会計ソフト、モノタロウ→ホームセンターや資材店）



5

このため、企業はDX化して、自社優位性を確立したいと思っているし、DX化しないと、同業や他業界でDX化したところに客を奪われると思うようになった。

ビジネスリテラシの人材教育の必要性

- 1 ビジネス環境は 作り手志向 → 消費者志向 に変化
- 2 商品・サービスは 単体機能価値 → 総合体験価値 に変化
- 3 商品・サービス作りは 企業内完結 → 消費者参加型 に変化
- 4 商品・サービス作りは 企業単独 → 複数企業のシェアードバリュー に変化
- 5 マーケティング活動は マス → SNS・インフルエンサー・コンテンツ に変化
- 6 対象顧客は 見えない客 → 見えるファン に変化
- 7 サプライチェーンは 長く・遠く → 短く・近く に変化



ビジネスが変わった。
必要な知識・思考・スキルのアップデートが必要。

世界的ビジネス変革の本質

背景 1 : 消費者、客の行動が変わった。

背景 2 : 各企業は、自社のビジネスを強くせざるを得ない。

データ、デジタル、ビジネスの仕掛けを使って
ビジネス（経営）改革を行う



① データリテラシ

② デジタルリテラシ

③ ビジネスリテラシ

今後のビジネス変革人材には、この3つの能力要素が必要になる

ビジネスリテラシー→成功事例を分類すると

ざっくり①～④に分けるとビジネスのバリューチェーンが異なっていることが分かる。日本の旧来からの会社は③と④、いわゆるデジタルビジネス企業は①と②である。

①デジタル集客系、
マッチング、
マーケットプレイス

Amazon、Twitter、
Instagram、
Facebook、メルカリ、
食べチョク、マクアケなど

ビジネス用語

プラットフォーム、ネット
ワーク効果、広告、
マッチング、手数料、フ
リー、フリーミアムなど

②デジタル商材系

Slack、Spotify、
NewsPicks、
Dropboxなど

ビジネス用語

ネットワーク効果、サブ
スクリプション・リカーリ
ング、無料→有料、フ
リーミアムなど

③リアルビジネス+
デジタル

スシロー、キリン、コマツ、
ウォールマート、築地
本願寺、福岡銀行、ア
ディダスなど

ビジネス用語

D2C、オンライン化、
IoT、顧客ロイヤリティ
プログラム、サブスクリ
プション・リカーリング、
OMOなど

④リアルビジネス

ユニクロ、JINS、モン
ベル、サウスウエスト航
空、ジレット、丸井、
LIXILなど

ビジネス用語

SPA、サブスク・リカー
リング、ドミナント戦略、
プロシューマー、スー
パーニッチなど

住友生命「Vitality」のケース

住友生命「Vitality」は③に分類される。
リアルビジネス（生命保険）を「データ、デジタル、ビジネスの仕掛け」
で補強している。

①デジタル集客系、
マッチング、
マーケットプレイス

Amazon、Twitter、
Instagram、
Facebook、メルカリ、
食べチョク、マクアケなど

ビジネス用語

プラットフォーム、ネット
ワーク効果、広告、
マッチング、手数料、フ
リー、フリーミアムなど

②デジタル商材系

Slack、Spotify、
NewsPicks、
Dropboxなど

ビジネス用語

ネットワーク効果、サブ
スクリプション・リカーリ
ング、無料→有料、フ
リーミアムなど

③リアルビジネス+
デジタル

住友生命
「Vitality」

ビジネス用語

プラットフォーム、顧客
ロイヤリティプログラム、
サブスクリプション、
ゲーミフィケーション、
ナッジ理論、IoTなど




④リアルビジネス

ユニクロ、JINS、モン
ベル、サウスウエスト航
空、ジレット、丸井、
LIXILなど

ビジネス用語

SPA、サブスク・リカー
リング、ドミナント戦略、
プロシューマー、スー
パーニッチなど

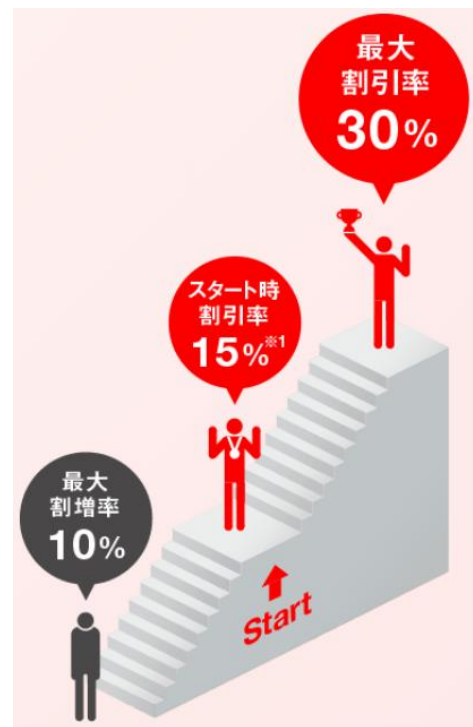
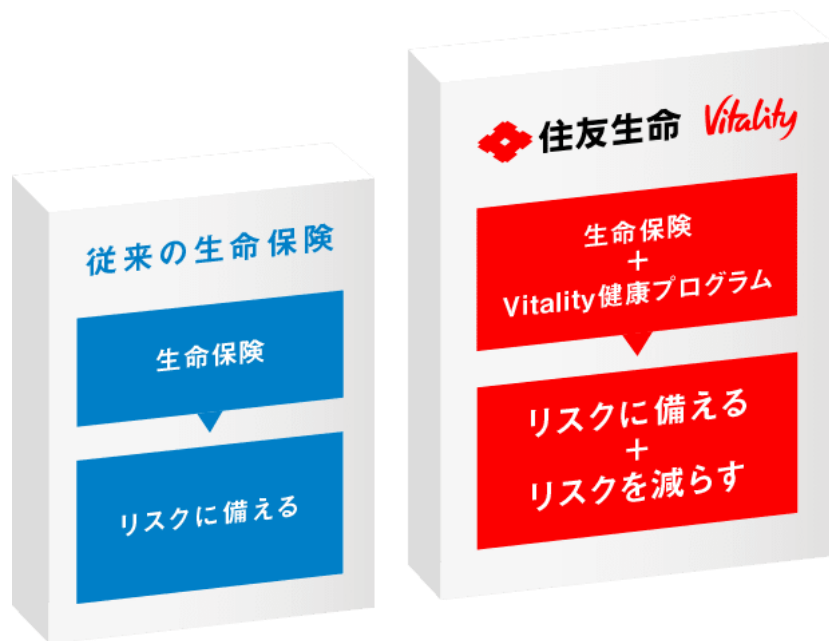
新たな顧客価値を持つビジネスへ

	総合保障型	保障絞り込み型
<p><新価値> 今までにないお客さまが感じる「いいな」という価値</p>	<p>①新たな価値付保険</p> <div style="text-align: center;">  <p>住友生命 Vitality</p>  </div>	<p>②新たな価値付保険</p> <div style="text-align: center;">  <p>熱中症保険 販売：PayPay 引受：アイアル少短 (住友生命グループ)</p> </div>
<p><従来価値> これまでの生命保険価値 (もしもの時に保険金や給付金がもらえる)</p>	<p>③従来型保険</p> <ul style="list-style-type: none"> 大手生命保険会社が売っている保険金額が高い保険（総合保障、うつ病、介護、痴呆など、保険料は高いがもらえる額も多い） 	<p>④従来型保険</p> <ul style="list-style-type: none"> 保険ショップで売っている医療保険 ネットの死亡保険 日本のミニ保険（保険金額が少ない保険）

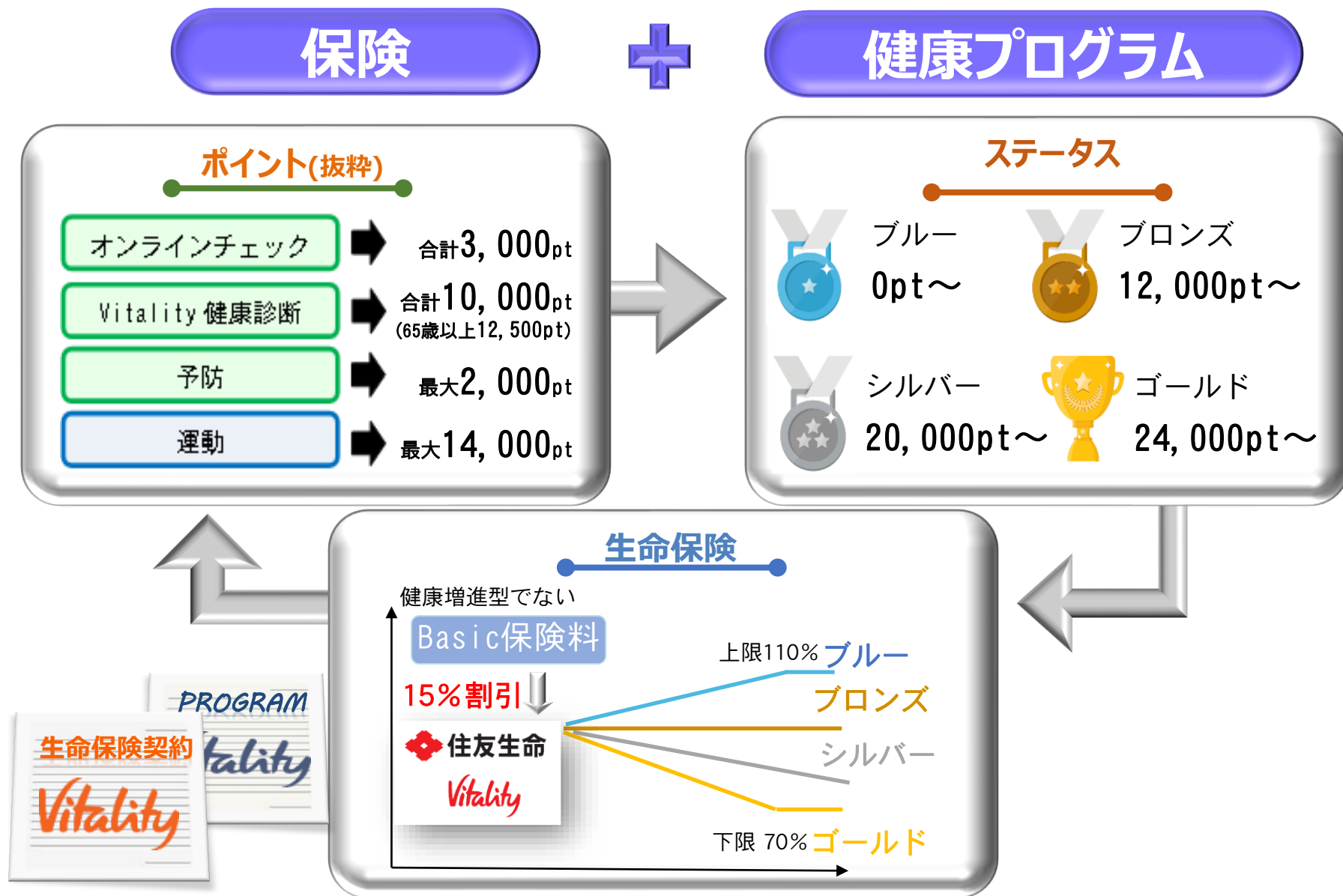
住友生命「Vitality」

ウェアラブルデバイスを装着して歩数・心拍等のバイタルデータを取得したり、スマホアプリで健康アンケートに回答したり、健康診断結果を入力したりすることで、ポイントが貯まる。活動状況に応じて保険料が安くなったり、週1回ルーレットを回してコーヒーやスムージーが当たったり、ジムの利用料が安くなったり、スポーツ用品が安く買えたりする。

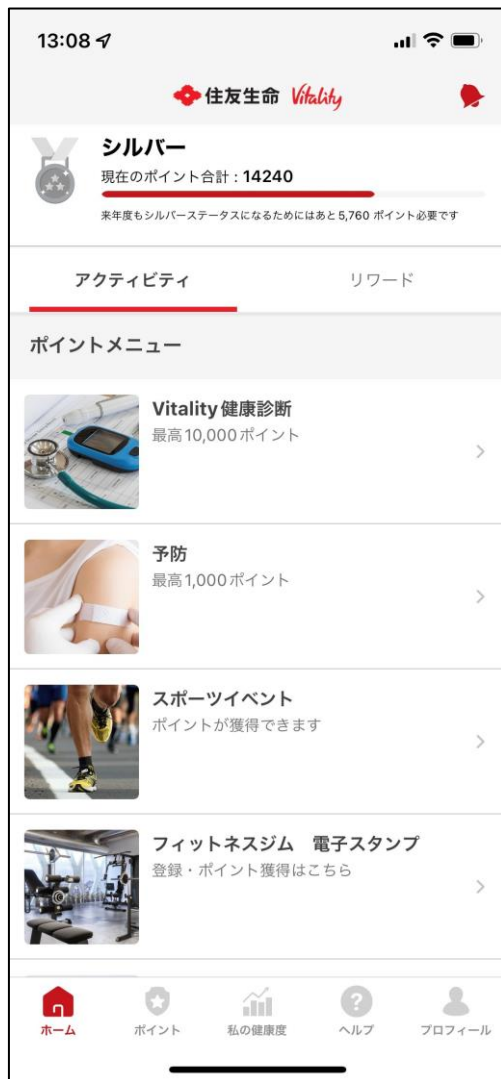
従来の保険の価値に加え、**楽しみながら健康増進活動を行うことで病気のリスクを軽減（予防）**させる。



健康増進型保険「Vitality」の全体像



「Vitality」アプリ



「Vitality」 リワード

※一部商品を除く

スポーツ用品が特別割引価格一律30%OFF!

野菜・果物の購入額に応じて最大25%相当のVitalityコインを獲得!

24か月間で最大24,000円分のVitalityコイン

会員だけの特別プランで利用可能!

会員特別価格最大40%OFF!

オンライン宿泊予約が最大40%OFF!

会員だけの特別プランで利用可能!

会員だけの特別価格で利用可能!

スムージーやコーヒー等のチケット贈呈!

人間ドック・健康診断等の予約・受診でVitalityコインを獲得!

対象商品が最大25%OFF!

毎週の週間目標達成で、ゲーム内で使える道具を獲得!

会員特別価格最大40%OFF!

スポーツクラブやオンラインレッスンを会員だけの特別価格で利用可能!

ドリンクチケット贈呈!

ウェアブルデバイス等が獲得できるスマートフォン特典!

会員だけの特別価格・エクササイズ動画の特典!

アクティブチャレンジでの寄付!

「Vitality」プログラムの実績

加入前よりも健康を意識するようになった
(※1)

88%



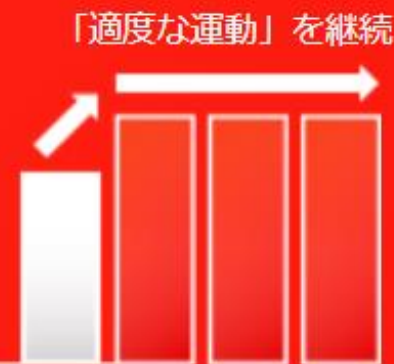
生活の質が高まったように感じる
(※1)

81%



一日あたりの歩数の増加率
(※2)

+9%



※1.住友生命によるアンケート調査結果。回答数41,666。住友生命職員を除く
※2.2018年9月～2019年1月に加入した会員の2021年1月末までの平均歩数を分析

健康診断結果が改善

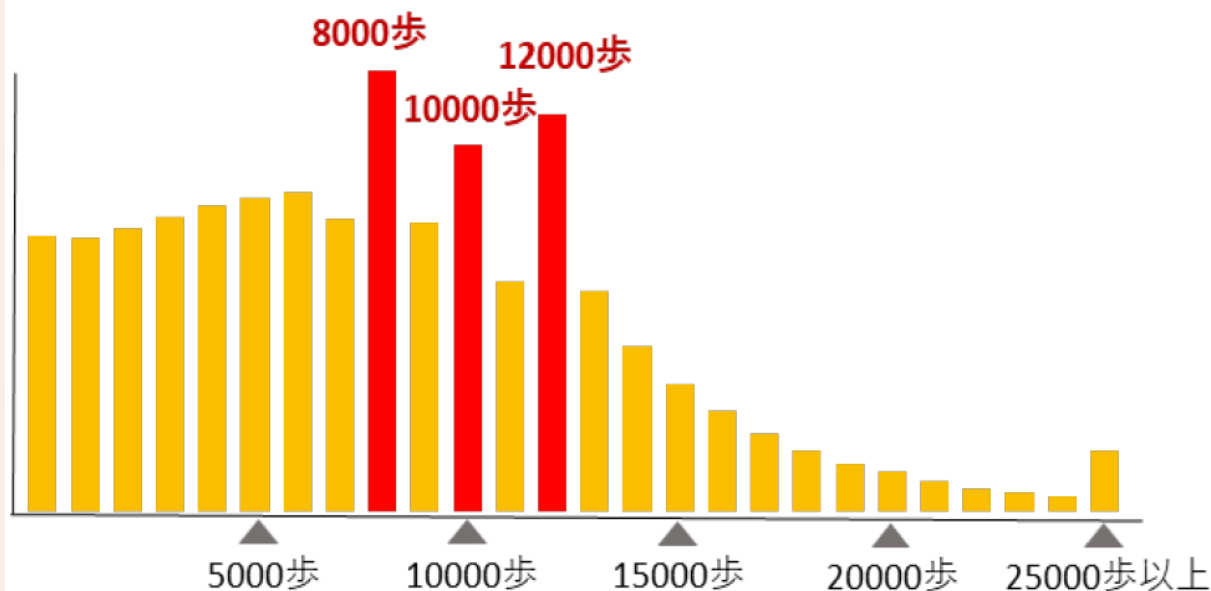
血圧値が10mmHg以上下がった **44%**

血糖値が10mg/dl以上下がった **31%**

LDLコレステロールが10mg/dl以上下がった **39%**

※2018年9月～2021年1月に加入した会員うち、2021年3月までに健康診断結果が以下に該当する方が対象

- ・血圧値：加入時の収縮期血圧が140mmHg以上
- ・血糖値：加入時の空腹時血糖が126mg/dl以上
- ・LDLコレステロール：加入時のLDLコレステロールが140mg/dl以上



※2018年9月～11月に加入した会員の2019年5月末までの歩数を分析

「Vitality」プログラムの実績

Vitality会員のステータス別 死亡率・入院率比較
(販売3年の結果)

<死亡率>

約 **-40%**

Vitalityは非Vitalityと比べ
死亡率が約40%低い



Vitality会員のステータス別では死亡率・入院率
ともにブルーよりもゴールドの方が大幅に低い

<ステータス別>

約 **-85%**



<入院率>

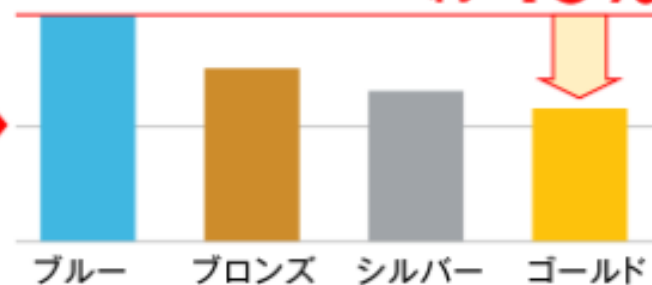
約 **-10%**

Vitalityは非Vitalityと比べ
入院率が約10%低い



<ステータス別>

約 **-40%**



■2020年3月以前契約の2020年4月～2021年3月の支払実績に基づき算出。■死亡率は災害死亡を、入院率は災害入院を除く。

■非VitalityとはVitality健康プログラム付加対象商品のうち、Vitality健康プログラムを付加していない契約。

データを使った 人材候補選定



大量の人材からデジタル案件に向く人を効率的に選ぶ

5年間の経験で得たDXに向く資質・能力

<資質（イノベーター）>

- ①新しいものを好む
- ②旺盛な好奇心
- ③他所にないオリジナリティを志向する 等

<能力面>

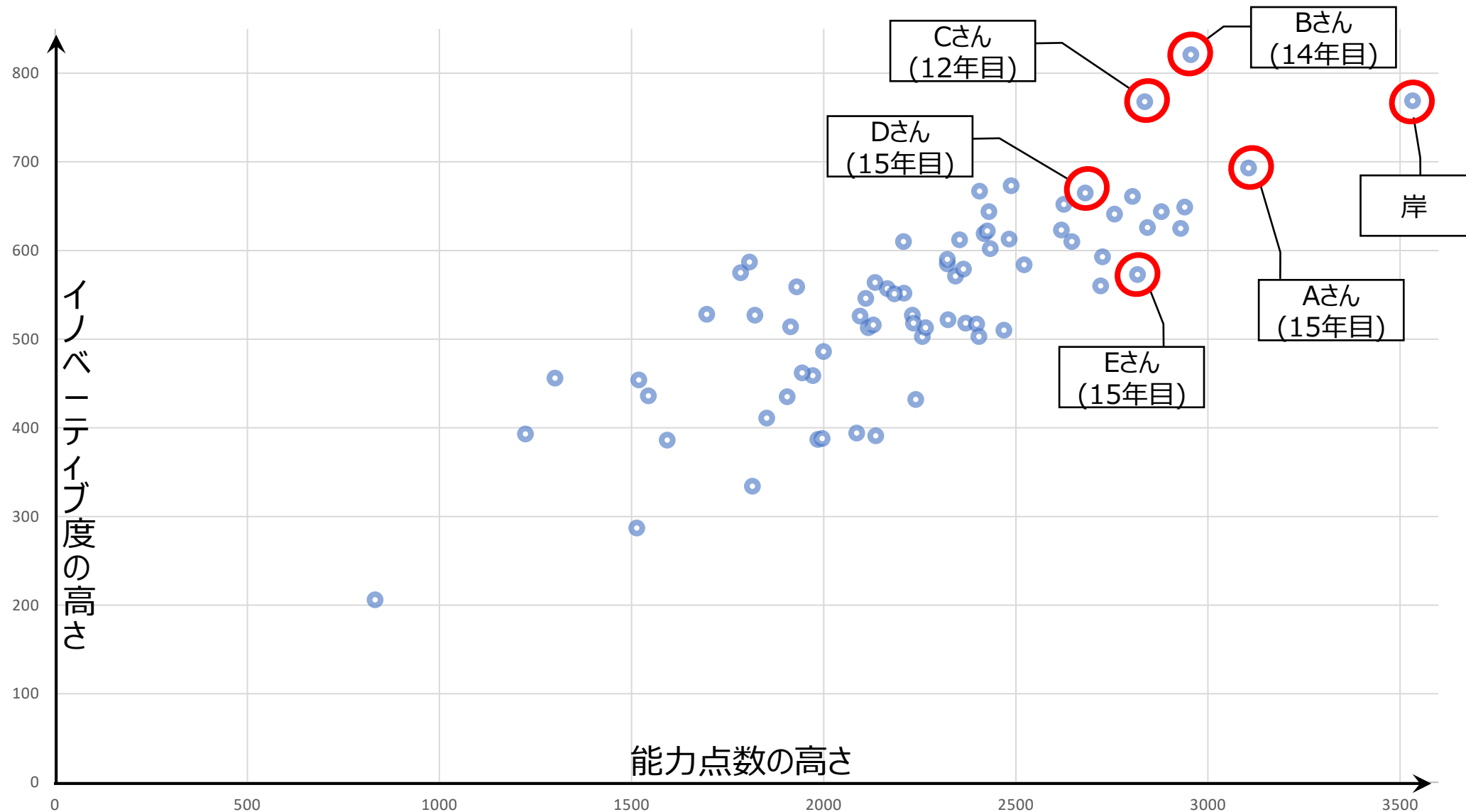
- ①仕事推進力（責任感、実行力、マネジメント力）
- ②ビジネスを作り出す力、価値を生み出す力
 - ア. 情報収集力（人脈）
 - イ. 事例解析力（原因と結果や構造の理解）
 - ウ. 組み合わせる力（既にあるものを組み合わせ価値を生み出す）

住友生命グループで使っている計数化ツール

各企業で使用しているものがあればその計数化ツールでもいいが、
継続して使用することが必要

計数化ツール	説明
a : 適性・資質診断 (NET-ASK) ネクストエデュケーションシンク社	業務適性や資質測る。 人固有の波形を取り、適職や適性のある業務を分析。
b : イノベティブ 人財診断 ネクストエデュケーションシンク社	イノベティブ資質を測る。 イノベティブ資質が高いほど点数が高くなる。
c : 人間力診断 ネクストエデュケーションシンク社	仕事の能力（ リーダーシップ、実行力、調整力など ）を測る。 仕事の経験値、能力が高いほど点数が高くなる。
d : DX検定 日本イノベーション融合学会	DXに関係する最新の I T 技術とビジネストレンドの知識量を測る。 知っている用語や理解度が高いほど点数が高くなる。
e : DXビジネス検定 日本イノベーション融合学会	DXに関係する最新のビジネス知識やビジネスモデル、事例の知識量を図る。 知っている用語や理解度が高いほど点数が高くなる。

実施結果（イノベティブ度の高さと能力点数の高さ）



アセスメント結果を受けたA～Eさんの能力開発状況

名前	現在の担当	能力開発の方向性
Aさん (15年目・男性)	企画・PM DXプロジェクト	資質・能力・知識とも高いため、難易度の高い企画・PM・DXプロジェクトにアサイン。スピードが求められる難易度の高い仕事も問題なく実施。
Bさん (14年目・男性)	次世代アーキテクチャ DXプロジェクト	DXプロジェクトメンバーとしてインフラデザインを担当。次期基幹システムのアーキテクチャ計画を実施。
Cさん (12年目・男性)	企画・PM DXプロジェクト DX研修デザイン	見た目に反して資質・能力・知識とも高いため、難易度の高い企画・PM・DXプロジェクトにアサイン。特にDX人材育成研修デザインについては、短期間で10以上の研修教材・動画編集等を実施。
Dさん (15年目・女性)	既存システム開発 (DXプロジェクト 未参加)	既存システム（レガシーシステム）の開発・保守を担当。子育て中の時短勤務であり、仕事の能力は高いが時間がないため常時型のDXプロジェクトへのアサインは難しい。イノベティブ資質が高かったため、将来のDXプロジェクト要員の確保の観点からDX研修プログラムに参加してもらったところ、家庭と両立ながら質の高いビジネスデザインをするようになっていく。
Eさん (15年目・男性)	DXプロジェクト (ビジネスサイド)	DX知識が高く、意欲も高く、また業務外でWebを使ったサービスなどの開発経験もあったため、DXプロジェクトに配置転換。現在ビジネスサイドでDXプロジェクトに従事。

【1つの仮説】成長の階段のアセスメント数値と因果関係

階段型で上昇しているのではないか？
→引き続き分析を継続

<②幅広がり期>

知識を身につけ幅が広がり、判断の範囲も広がるので能力点数が上がる

<④克服期>

壁を乗り越え、自分の判断・能力の幅が広がり能力点数が上がる

<③停滞期>

能力向上のため、難易度の高い仕事になり停滞。自分だけの判断で出来なくなり能力下がる。

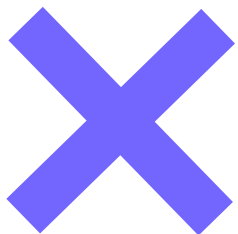
<①受け身期>

受け身のため、能力点数が低い

DX人材の育成ステップ^o

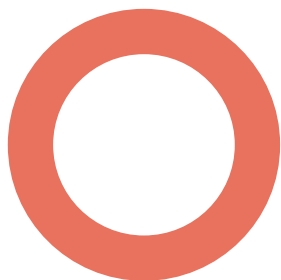


D XプロジェクトとD X人材育成の本質



手段の目的化

- A Iを導入する
- スマホアプリを導入する
- データ分析ツールを導入する
- P o Cをやり続ける
- D X人材カリキュラムを導入する など



目的→手段

まず経営目的を決め、それを実現するための手段（データ、デジタル、ビジネスの仕掛け）を考え、必要なスキルを洗い出し、候補人材を決め、教育カリキュラムを作って評価する

DX人材の育成のステップ

1 経営戦略を決める



2 デジタル戦略を決める
(手段としてのデータ、デジタル、ビジネスの仕掛け)



3 組織と人材の役割を決める



4 人材能力を定義し、足りない能力を明らかにする



5 教育カリキュラムを考えて実施し、評価する

DX人材に必要な能力要素

- 1 **ビジネス発想力、ビジネスを作り出す力**
- 2 **プロジェクトマネジメント能力**
- 3 **社内調整力、社内政治力**
- 4 **システムデザイン力(設計力)**
- 5 **データ分析力、データビジネス発想力**
- 6 **UI・UXデザイン力と改善力**
- 7 **DXに向くシステム開発環境を使ってシステム開発を行う能力**

IPA「DX推進人材」とDX能力要素

種類	役割	①ビジネスカ	②プロジェクトカ	③社内調整力、政治力	④デザインカ	⑤データカ	⑥UI、UXカ	⑦開発力
①プロデューサー	DXやデジタルビジネスの実現を主導するリーダー格の人材（CDO含む）	◎	◎	◎	△	◎	△	△
②ビジネスデザイナー	DXやデジタルビジネスの企画・立案・推進等を担う人材	◎	◎	◎	△	◎	◎	△
③アーキテクト	DXやデジタルビジネスに関するシステムを設計できる人材	◎	◎	○	◎	○	○	△
④データサイエンティスト／AIエンジニア	DXに関するデジタル技術（AI・IoT等）やデータ解析に精通した人材	◎	○	○	○	◎	△	◎
⑤UXデザイナー	DXやデジタルビジネスに関するシステムのユーザー向けデザインを担当する人材	○	○	△	◎	○	◎	△
⑥エンジニア／プログラマ	上記以外にデジタルシステムの実装やインフラ構築等を担う人材	△	○	△	○	○	○	◎

ビジネス力強化研修 ～データ、デジタル、ビジネスの 仕掛けの活用～



ビジネス力強化研修の狙い

DX系の仕事を進める力を身につける

- 1 DX系の仕事に必要なマインドセット（顧客志向、UI/UXの重要性等）とスキルセット（用語、他社事例など）を身につける。
- 2 「新しいことを調べて自分のものにする」習慣を身につける。
- 3 他人と議論をして、論理性のある企画・アイデアにまとめ上げる力を身につける。
- 4 デジタル案件で必要となる「ビジネス発想力」を身につける。



**データ、デジタル、ビジネスの仕掛けを活用して経営改革や
社会課題解決ができる力を身につける。**

DX人材育成の4要素

DX人材育成に必要なスキルチェンジ（リカレント学習）は①～④の要素で構成される。これはドラッカーのアンラーン、リラーンと意義的に同様である

(アンラーン)

(リラーン)

① マインドセット
(きっかけ作り)

② 再学習対象
(何を学ぶか)

③ 再学習方法
(どう学ぶか)

④ 評価方法
(どう評価するか)

<キーワード>

- 自己振り返り
- 世の中を知る
- 変化に気づく
- 新しいことに興味を持つ
- 自分でやってみる
- 教えてもらう
- 他人から刺激を受ける

など

<キーワード>

- 消費者行動変化
- 社会の変化
- 商品サービスの変化
- デジタル化
- データ分析
- ビジネスの仕掛け
- 新しい働き方
- イノベーション

など

<キーワード>

- 本、セミナー
- マイクロラーニング
- アクションラーニング
- ワークショップ
- オープンイノベーション
- OJT
- プロトタイピング
- 研修プログラム

など

<キーワード>

- 検定、テスト、試験
- 自己評価
- 第三者評価
- 人事考課
- 周囲の評判
- 会話力、仕事力の向上

など

教育カリキュラムの考え方

(アンラーン)

① **マインドセット研修**
(集合 1日 or 半日 2日)



(リラーン)

② **ビジネス発想力研修**
(動画 + Slack + ZOOMを使用)

① マインドセット研修

- ビジネスを考えるステップを学び、ビジネス目線で提案できるようになることが目的。
- D Xとはいったものなのかを学び、D X 関連用語やビジネスモデルの変革事例を調べ、新しいビジネスモデルを考える集合研修。
- 短時間（1時間程度）で新ビジネスを考え、その場で発表する形式の研修。
- 1人1回のみ実施。

② ビジネス発想力研修

- D Xに関する情報収集とビジネス発想力を継続的にトレーニングするための研修。
- 2ヶ月～3ヶ月に1回ペースで継続実施。
- D Xに関わる技術やビジネスモデルは日々変化するため、継続的にキャッチアップを行う。
- 空き時間を有効活用。

マインドセット研修のカリキュラム

タイトル	内容
【グループワーク】 D Xとは何か	D Xとは何かを理解するグループワーク 【テーマ】D Xとは何かをネットで調べ定義する
【講義】D Xとは何か	D Xとは何かを説明
【講義】 ビジネスモデルの変革	ビジネスモデルを変革するパターンについて
【グループワーク】 ビジネスモデルの変革	世界のビジネスモデルの変革事例に学ぶグループワーク 【テーマ】ビジネスモデルを変革した企業を探し、特長と差別化点を指摘する
【講義】 ビジネスモデル変革の事例紹介	ビジネスモデルの変革に成功した事例を紹介
【講義】D Xの基礎用語	D Xを考える上で知って欲しい基礎用語について
【グループワーク】 D Xの基礎用語	D Xを考える上で知って欲しい基礎用語を学ぶグループワーク 【テーマ】ランダムに割り振られたD Xに関連する用語の意味を調べ、その用語を使った新しいビジネスを考える
【講義】 新しいビジネスを作ってみよう	D Xでビジネス変革をするためのアイデアを出すためのプロセスについて
【グループワーク】 新しいビジネスを作ってみよう	講義で学んだアイデアを出すプロセスを使用して新しいビジネスを作ってみる 【テーマ】その時の時事ネタ等のテーマに沿ってD Xビジネスを考える。

ビジネス発想力研修 過去の出題テーマ

	テーマ
第1回	UberEatsのビジネスモデルを使って、高齢者を健康にするビジネスモデルを考えてください。
	豪雪地帯の雪を使い、コスト（初期コスト、ランニングコストともに）があまりかからないビジネスモデルを考えてください。
第2回	聖火リレーを商材を捉えた時にどのような価値があるかを説明し、その価値と同じ要素で他の商材を作り、商売が成り立つビジネスモデルを考えてください。
第3回	他のネットスーパーにはない「差別化」「低価格」「高価値」のビジネスモデルを作ってください。なお、アフターデジタル型の特徴をいれること。
第4回	保険会社の職員として、「エンタメ業界」「鉄道業界」「旅行業界」のいずれかをターゲットとしてB2B2Cのモデルに従い保険（ミニ保険も含む）を使ったサービスを考えてください。
第5回	コロナ禍のプロ野球を題材として、コロナ禍でも売り上げが上がるサービスを考えてください。なお、球場収容人数の上限は通常時の半分の前提としてください。
第6回	コロナ禍の飲食店の売り上げを高めるビジネスを考えてください。なお、緊急事態宣言は当面継続される前提かつ、緊急事態宣言の要請内容に反しないビジネスとしてください。実現可能なビジネスであれば料理提供に縛られなくても構いません。
第7回	日本の空き家問題を解消するビジネスを考えてください。 なお、駅から徒歩1時間以上の都会から離れた場所でも来てもらえるような魅力的な提案にしてください。
第8回	自転車事故を無くすためのアイデアを考えてください。
第9回	某食品・飲料メーカーと“住友生命 Vitality”を掛け合わせた新しいビジネスを考えてください。

住友生命での成果と 社外向けの効果



住友生命での成果

運営

- 全て内製で実施。ワークショップ運営が中心でワークショップの評価は岸、ワークショップの助言は公認講師が行う。
- ビジネス発想力研修のテーマは時事問題等を選定。
- 極力遠隔で実施しており、SlackやZOOMを活用。
- ビジネス発想力研修参加者のうち、発表等の活動で優秀な成果を発揮しているメンバーを講師認定。現在は10名。

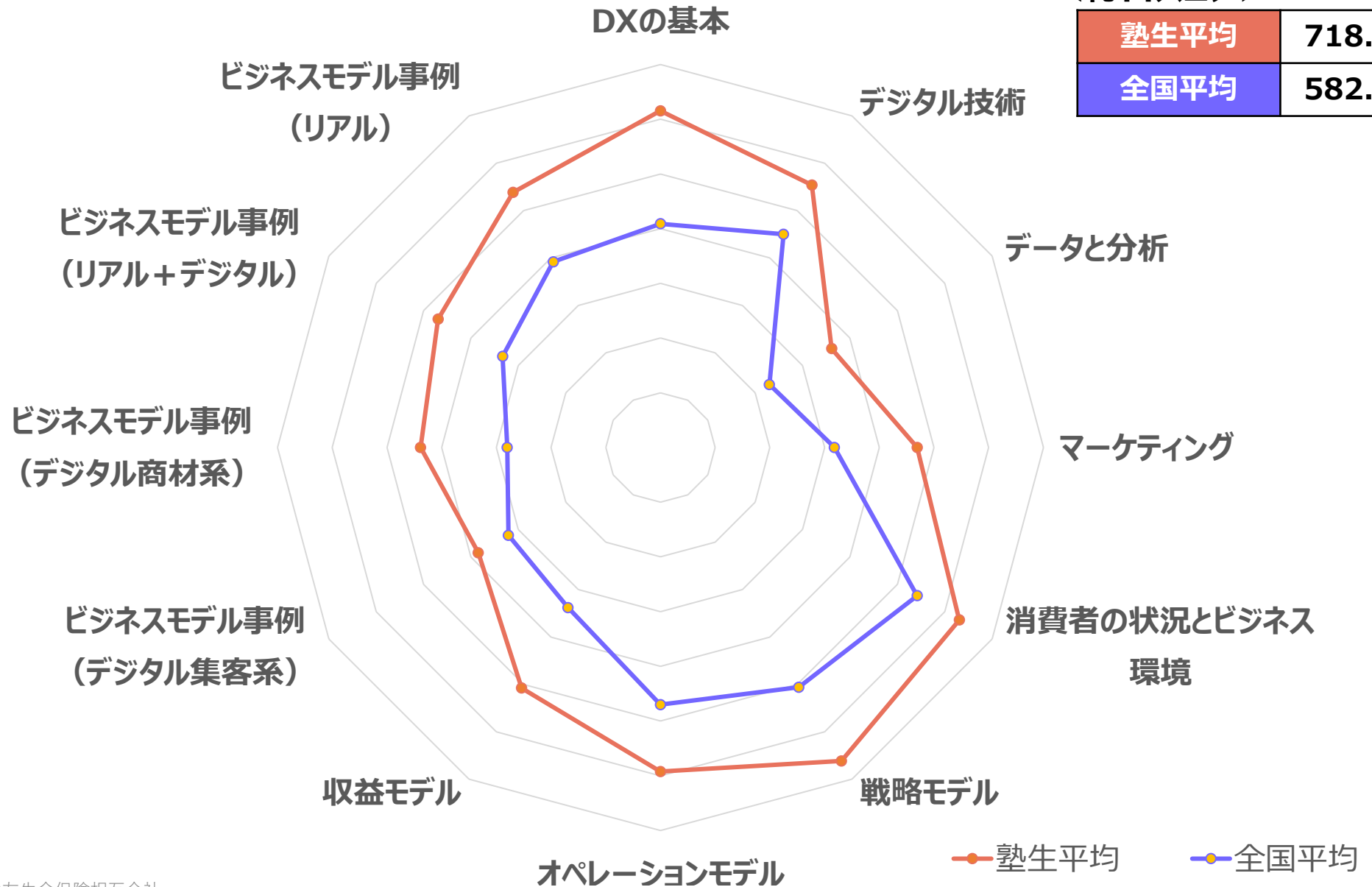
受講者数

- 住友生命グループ合計：**約300名**（2022.6時点）
- 住友生命情報システム部のメンバーおよびシステム子会社のスミセイ情報システムのメンバーのうち、デジタル案件に関わる要員については研修を必須化した結果、各業務部門や社外とのやり取りやシステム化方針などがスムーズに進むようになったという受講者の声が多い。

計数評価：DXビジネス検定(日本イノベーション融合学会)の結果

＜総合スコア＞

塾生平均	718.6
全国平均	582.6



DXビジネス検定シラバス

カテゴリ	分類		説明	主なキーワード
DX 基礎領域	01	DXの基本	DXの基礎用語や事例	DX、攻めのDX、デジタルイゼーション、デジタイゼーション、非連続イノベーション、共通プラットフォームなど
	02	デジタル技術	デジタル技術用語や事例	IoT、5G、API、アジャイル開発、MaaS、マイクロサービスなど
	03	データと分析	データ、分析用語や事例	データサイエンス、BI、ETLツール、非構造化データ、NoSQL、シミュレーションなど
	04	マーケティング	マーケティング用語や事例	O2O、OMO、リードジェネレーション、ナッジ理論、リードナーチャリング、カスタマージャーニー、インフルエンサーなど
DX ビジネスモデル	05	消費者の状況と ビジネス環境	ビジネスモデルの前提になる消費者の状況とビジネス環境の用語や事例	ネットワーク外部性、トキ商材、モジュール化、レイヤー化、サードプレイス、UI、UX、デザイン思考など
	06	戦略モデル	ビジネスモデルのうち、戦略モデルの用語や事例	媒介型プラットフォーム、シェアリングエコノミー、クラウドファンディング、消耗品モデル、アズ・ア・サービス、イネーブラーなど
	07	オペレーションモデル	ビジネスモデルのうち、オペレーションモデルの用語や事例	SPA、メイクトゥオーダー、直版(ダイレクトセル)、オープンイノベーション、プロシューマー、顧客ライフサイクル、アップセルなど
	08	収益モデル	ビジネスモデルのうち、収益モデルの用語や事例	レベニューシェア、投げ銭モデル、サブスクリプション、アドオン、カスタマーロイヤリティ、フリーモデルなど
DX ビジネス事例	09	ビジネスモデル事例 (デジタル集客系)	デジタル集客、マッチング、マーケットプレイス(デジタル・リアル商材) ビジネスモデルに関する事例	C2C取引サービス、マッチングサービス、クラウドファンディング仲介企業、シェアリングサービス企業、SNSサービス企業など
	10	ビジネスモデル事例 (デジタル商材系)	デジタル商材(リアルとの融合含む) ビジネスに関する事例	スコアリングサービス企業、チャットアプリサービス企業、決済サービス企業、ビーコンサービス企業など
	11	ビジネスモデル事例 (リアル+デジタル)	リアルビジネスとデジタルの融合に関する事例	サブスクリプションサービス企業、D2C企業、ネットスーパー、オフィスコンビニサービス、デジタル化商材など
	12	ビジネスモデル事例 (リアル)	リアルビジネスの事例	SPA企業、エコ活動企業、ブルーオーシャン戦略を実施する企業など

DXビジネス検定サンプル問題

問1 自動車に関する用語「CASE」の説明として不適切なものを選びなさい。

- 1.ハードからサービス化の流れの考え方が含まれる。
- 2.電気自動車化の考え方が含まれる。
- 3.自動運転化の流れの考え方が含まれる。
- 4.モジュール化から一体製品化の流れの考え方が含まれる。

問2 リカーリングの事例説明として適切なものを選択しなさい。

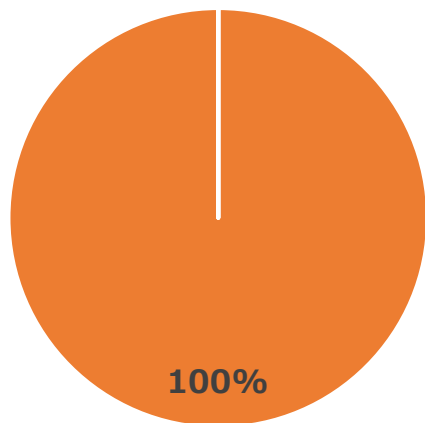
- 1.リアル店舗で顧客情報を駆使して商品を販売する。
- 2.同じ企業が店舗とネットでどちらでも販売する。
- 3.消耗品商品を月会費制で継続提供する。
- 4.消費者と共同で商品を開発し、それをネット販売する。

問3 アディダスの「スピードファクトリー」の説明として適切なものを選択しなさい。

- 1.ユーザごとのカスタマイズに対応している。
- 2.熟練工による組立が特徴である。
- 3.アジア諸国で製造するための工場である。
- 4.製品のリードタイムが長いが生産コストが安くなる。

行動が変わりつつある

「ビジネス視点で考える癖」は
つきましたか？

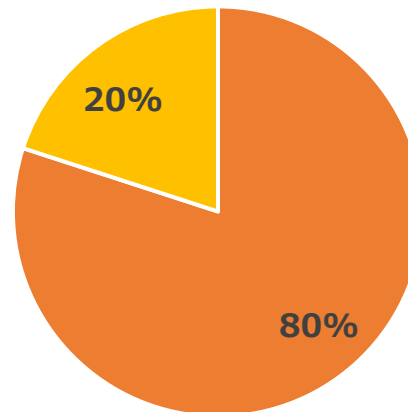


■ つきた ■ 変わらない ■ 減った

<アンケート結果から>

- 普段の業務でもビジネス視点で考えるようになった。
- ふと目にしたものについてもビジネスに応用できないか考えるようになった。
- 既存のビジネスを組み合わせる新しいものが作れないか考えるようになった。

今後のキャリアに
役立つと思いますか？



■ とても思う ■ やや思う ■ どちらとも言えない
■ あまり思わない ■ 全く思わない

<アンケート結果から>

- 技術だけではなく、ビジネスも求められる機会が増えると思うので必要だと感じる。
- ステップアップするために必要なスキルだと思うが、普段の業務では身につかないため。

セミナー登壇

主なセミナー登壇（2019年～40回弱）

2019.11.14	DxD Summit	D X 人材育成について
2020.2.28	ケンブリッジ	D X 人材育成について
2020.7.29	マイナビニュース	D X 人材育成について
2020.9.18	セミナーインフォ	コロナ時代のD Xビジネスについて
2021.3.3	大手通信グループ幹部向け	D X 人材育成について
2021.9.30 2021.10.7	地方自治体向け	Vitality DX塾 および D X 人材育成について
2021.10.19	セミナーインフォ	コロナ禍のデジタルシフトについて
2021.11.25	ニッキン	D X 人材育成について
2021.12.1	日経BP	Vitality DX塾体験版 および D X 人材育成について
2022.1.27	金融DXフォーラム	D X 人材育成について
2022.2.15	デジタル人材育成学会	D X 人材育成について
2022.5.19	HRカンファレンス2022春	D X 人材育成について

メディア等掲載

主なメディア等への掲載

2020.5.19～21	日経クロステック	D X 人材育成について
2020.7.1	経済産業新報	Vitality DX塾について
2020.10.7	BizHint	D X 人材育成について
2021.1.27	IT media	保険業界の非対面営業について
2021.5.31	日本の人事部	D X 人材育成について
2021.11.11	日経コンピュータ ※12.2付日経新聞 (電子版) にも掲載	リスクリングについて
2021.11.21～	日経クロステック	住友生命が実践、「現場DX」の勘所
2022.1.1～	経済産業新報	住友生命からの提言 D X の成功と失敗の本質
2022.2.17～	日本ビジネスプレス	DX企画推進人材のための「ビジネス発想力養成講座」
2022.4.15	翔泳社	DX人材の育て方 ビジネス発想を持った上流エンジニアを養成する
2022.4.15～	ニッキンONLINEプラス	DX人材育成道しるべ

社外向け実施について

目的（DX育成プログラムを使ったオープンイノベーション）

DX人材育成プログラム提供を通じて協業先を拡大

社外実施状況

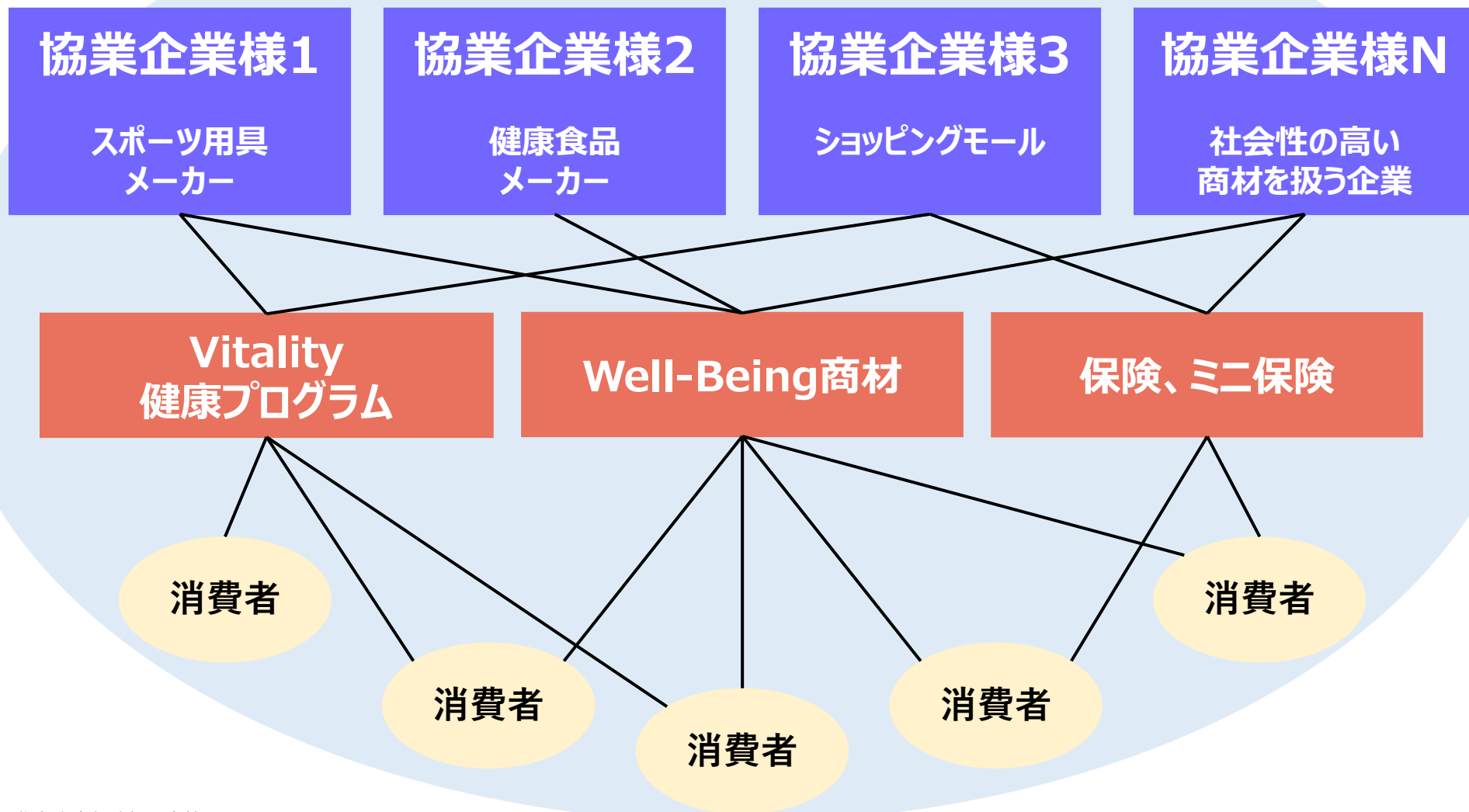
光学機械系大手販社	89名（第1期～第5期まで継続中）
大手電機	19名
大手通信	25名
大手鉄道会社	24名
ミッション系私立大学	14名
地方自治体	23名（千葉県からの依頼で中小企業経営者層向けに実施）
新聞系出版社	14名（同社主催セミナー）
その他	約30名（小規模に何度か開催）

検討中の企業

大手酒造メーカー、商社系保険代理店、通信大手、岐阜県自治体、ITコンサルファーム

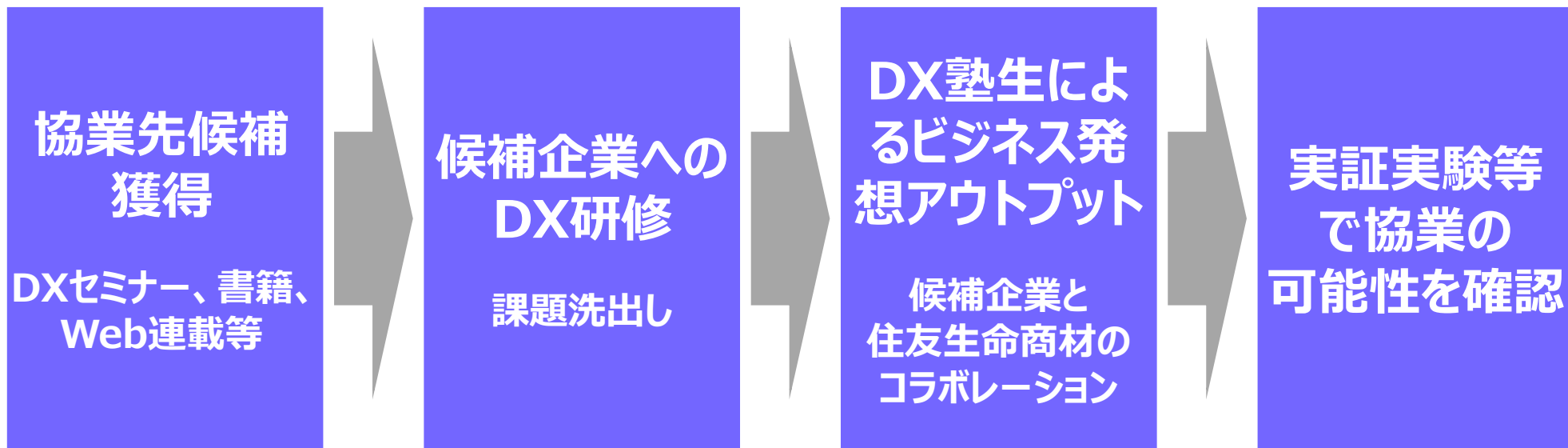
社外向け実施の社内業務への貢献①

Vitality経済圏の拡大



社外向け実施の社内業務への貢献②

Vitality経済圏拡大のため協業相手との新ビジネス発想に Vitality DX塾を活用



- (EX 1) 健康器具メーカーとのミニ保険やVitalityによる協業
- (EX 2) Vitalityのリワード健康サプリメントのサブスクリプション
- (EX 3) 交通事故防止のためのゲーミフィケーションプログラムの提供
- (EX 4) Vitalityに楽しい街歩き機能を追加

など

研修事例



研修事例①

【第4回】「エンタメ業界」をターゲットとしてB2B2Cのモデルに従い保険を使ったサービスを考えてください。

ギャンブル依存症 利用者保護プログラム

基本項目

1. JRAのインターネット会員であれば加入できる。
2. 会員登録時および馬券購入時にJRAのアプリ・Webページから加入できる。
3. 会員の負担はなく、無料で加入できる（スポンサー保険）。
4. 本人からの申請および家族からの申請が可能（現在JRAが実施しているプログラムでも同様）。

予防プログラム

- 収入金額から馬券購入の上限を設定
- 上限を超えそうになるとアラーム（アプリでのプッシュ通知・メールでの家族あて通知）
- 月1回の依存症セルフチェックを勧奨
- 競馬場への入場も制限（カメラで個人特定）

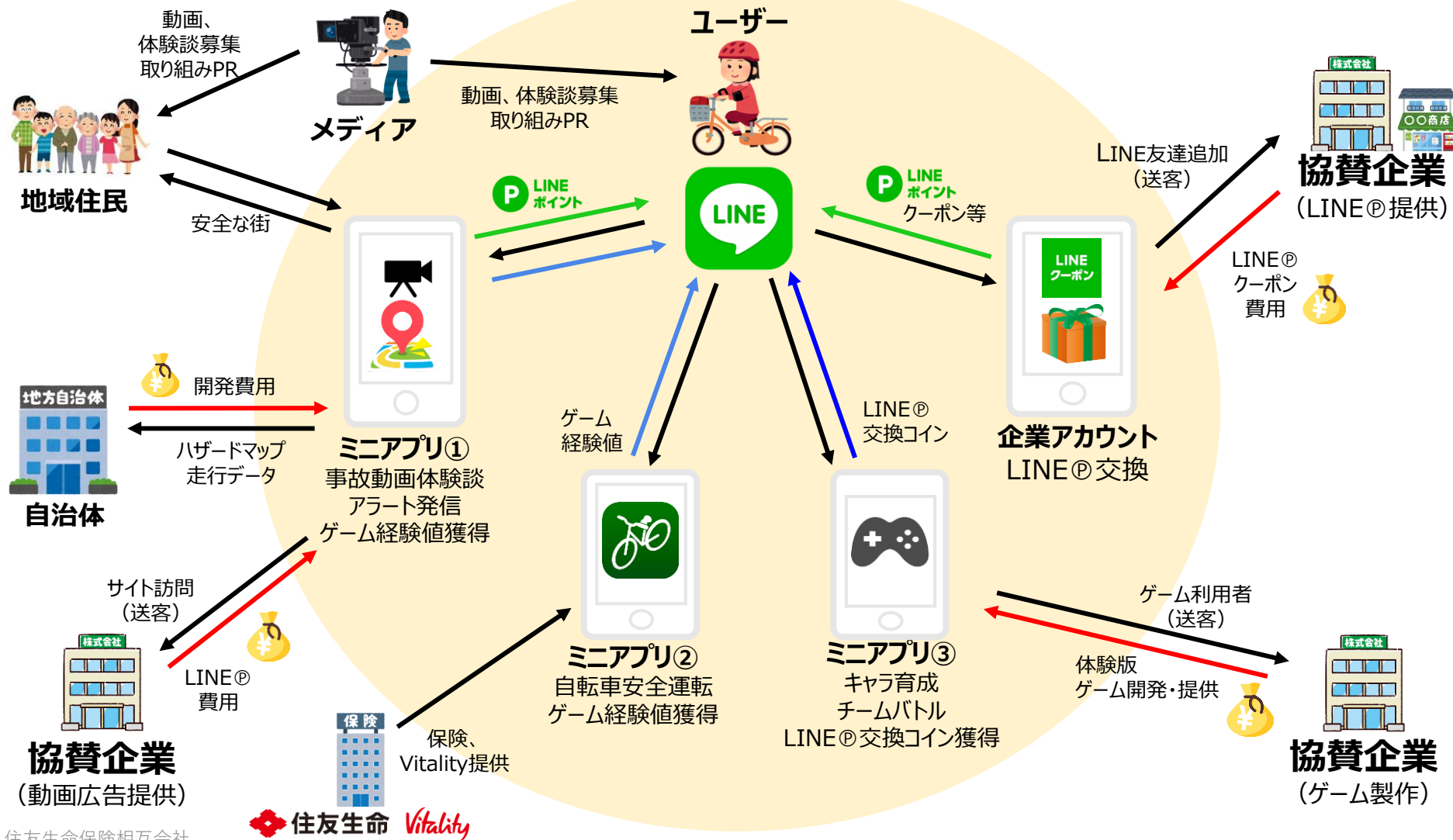
脱依存症保険

- ギャンブル依存症と診断された場合に保障
- 保障するのは以下の2種類の費用
 - ①診断を受けるための費用
 - ②更生プログラムを受ける費用
- 給付金は契約者に代わって病院あてに支払う

研修事例②

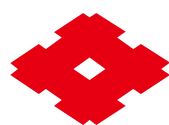
【第8回】自転車事故を無くすためのアイデアを考えてください。

LINEと3つのミニアプリで自転車事故を解決



ありがとう
ございました。

住友生命 Vitality DX 塾



住友生命 Vitality