

2025年2月27日開催「AOYUZU -Salon de Digital-」
第15回の開催概要をご紹介します。



登壇者：
住友生命保険相互会社
エグゼクティブ・フェロー
デジタル共創オフィサー
デジタル&データ本部
事務局長 岸 和良氏

モデレーターとして、三枝幸夫氏(弊社 社外取締役、
クールスプリングス株式会社 Founder & CEO、出光
興産株式会社 シニアアドバイザー)を迎え、セミナーを開催。

「住友生命におけるデジタル&データの革新〜JTC
からの脱却を目指して〜」と題して、住友生命が推進するDXや、健康増進型保険「Vitality」の取り組みについてご紹介いただいた。

【概要】

近年、消費者の行動がデジタル化する中、従来の業務プロセスやビジネスモデルに固執することは競争力の低下を招く可能性が高い。企業が持続的に成長するためには、DXを活用した経営改革も選択肢となりうる。

こうした背景のもと、住友生命は社長直轄の「デジタル&データ本部」を設立し、全社的なDXを推進。特に、健康増進型保険「Vitality」の導入を成功させ、新たなビジネスモデルの確立を実現している。

DXの必要性と企業が直面する課題

企業が長く同じビジネスモデルを維持していると、業務の効率化が進む一方で、新しい技術や概念を学ぶ機会が減り、変化に対応しづらくなる。しかし、社会の変化や法改正などの外部要因によって、企業は変化せざるを得ない場合もある。特に、デジタル技術を活用した企業が新たな市場を開拓し、既存ビジネスを脅かす「ディスラプション(破壊的変革)」が発生することもある。企業はDXを通じて競争優位性を確立しなければ、生き残ることが難しくなっている。

住友生命のDX推進とVitalityの成功

歴史ある企業がゼロから新規事業を立ち上げるのは容易ではない。そのため、既存事業に新しい要素を組み合わせることが、新規事業をスケールさせる最も

有効な手段となる。住友生命が2018年に開始したVitalityは、その好例である。

住友生命では、ビジネス変革の必要性を強く認識し、2016年には「Vitality」を開発、2018年にサービスを開始した。

従来の生命保険ビジネスでは差別化が難しく、付加価値を加える手段が限られていた。一方で、健康プログラム市場は競争が激しく、独自の市場を確立するのが難しい。

そこで、住友生命はこの二つを組み合わせ、「楽しみながら健康活動ができ、保険料も割引される」という新しい価値を提供することで、市場での競争優位性を確立した。

さらに、Vitalityを通じて蓄積されるデータを活用し、顧客の健康状態のスコア化や疾病リスクの予測を行うなど、保険とデータ分析を組み合わせた新たなサービス開発にも取り組んでいる。「保険×健康増進×データ分析」という革新的なアプローチが、住友生命の成長戦略の柱となっている。

DX推進における段階と課題

DXを推進する際には、業務の電子化からビジネスモデルの変革まで、段階的な取り組みが求められる。まずは、紙の書類をデジタル化するなど、企業内部の効率化を目的とした基本的な電子化から始まり、次に顧客の利便性向上を目的としたオンライン化へと進む。その後、既存市場に向けて新たな価値を提供する段階に移行し、最終的には新市場への展開や、業界全体に影響を与える革新的なビジネスモデルの創出へと発展していく。多くの大企業では、既存のビジネスを守るため、既存業務の効率化や顧客サービスの向上といった段階で止まることが多いが、持続的な成長を実現するためには、ビジネスモデルそのものを変革する視点が欠かせない。

DX推進に必要な組織体制と人材育成

DXを成功させるには、適切な組織体制と人材育成が不可欠。住友生命は社長直轄の「デジタル&データ本部」を設立し、社内のサイロ化(縦割り組織)を打破する取り組みを進めている。

特に、デジタル人材の育成に力を入れ、各部門にDXの知識を持つ人材を配置し、データ活用スキルの向上にも注力している。

また、生成AIを活用した研修やコンテストを実施することで、デジタル企画の量産を可能にしている。DXを推進するには、経営層が強いリーダーシップを発揮し、全社的に変革の意識を浸透させることが重要となる。加えて、部門間の連携を強化し、データ活

用の知見を共有する仕組みを構築することも不可欠だ。

【まとめ】

DXは単なるデジタル化ではなく、ビジネスモデルの変革を伴うものである。そのため、経営者は市場の変化を的確に分析し、自社がどの段階でDXを進めるべきかを見極めることが重要である。

特に、歴史ある企業がDXを推進する際には、既存事業の強みを活かしながら新たな価値を創出することが鍵となる。既存のビジネスリソースを活用し、データとデジタルを組み合わせることで新しい市場を切り拓くことができる。

また、DXの本質は「変化を受け入れる文化」を醸成することにある。そのためには、経営層の強いリーダーシップと、組織全体の横断的な連携が不可欠だ。

DXの本質を理解し、自社に最適な形で変革を進めることが、これからの企業経営において不可欠となる。

本件に関するお問い合わせ先：
IIM ヒューマン・ソリューション株式会社
03-4333-1111 / web@iimhs.co.jp

本資料は弊社が登壇者に許可をいただき記載している内容となります。事前の許諾なく無断で複製、複写、転載、転用、編集、改変等は固くお断りしております。