DX による企業内課題解決事例調査

DXによる企業内課題解決事例調査

目次

調査結果サマリー
事例詳細
- 製造業
- 食品・飲食
- 小売・卸売・EC
- 金融業
- 物流・交通・運輸
- IT・情報・通信

調査結果サマリー

本調査の目的は、教育カリキュラムにおける実践型PBLの設計と、分野別CSで扱う分析事例の選定に役立てるため、企業におけるDXの先行事例を体系的に収集し、比較しやすい形に整理することである。ここで重視したのは、単に成功事例を並べることではない。企業がどのような業務課題を抱え、どのような手順でDXを導入し、どの段階で成果と課題が生じたのかを、実務の流れに沿って把握する点である。

調査対象は、企業内の具体的な業務課題に対してDX導入で対応した公開事例であり、製造、食品・飲食、小売・卸売、金融、物流、IT・情報サービスなど複数業種を横断して扱った。情報は主にインターネット上の公開資料を用いて収集し、業種、対象部署・業務、導入前の課題、導入プロセス、導入後の成果、実装時の課題という共通項目で整理した。あわせて、PoCで止まった事例と、実運用まで定着した事例の違いが分かるよう、運用体制、評価指標、導入後の改善の進め方にも着目した。

1. 業種横断で見られた共通傾向

収集した事例を比較すると、業界ごとに課題の表れ方は異なるものの、DX導入の背景には共通した構造があることが確認できた。

第一に、属人化や経験依存の見直しである。製造業や食品分野では、熟練者の勘に頼っていた検査・調整・判定業務を、AI、IoT、画像解析などで可視化し、再現しやすい手順へ置き換える動きが進んでいた。この変化は、人を置き換えることよりも、判断の根拠を共有可能にして品質と効率を両立させる点に意義がある。結果として、品質のばらつきの抑制、教育期間の短縮、引き継ぎの安定化につながっている。

第二に、データ統合と可視化による意思決定の質の向上である。小売・卸売や金融の事例では、部門ごとに分かれていた販売・顧客・業務データを統合し、BIツールやCDPで共通指標を見られるようにする取り組みが進んでいた。これにより、現場と経営が同じ指標で議論しやすくなり、施策の見直しが速くなっている。重要なのは、分析精度そのものだけでなく、組織内で判断基準を共有できる状態が整った点である。

第三に、顧客対応の個別最適化である。ECやWebサービスでは、レコメンドや行動データ分析を活用し、利用者ごとに適した情報を提示することでCTRやCVRの改善を実現している。金融や物流でも、非対面チャネルや法人向けポータルの整備により、利用者の状況に応じた対応が進んでいる。さらに、RPAやAI-OCR、クラウド移行による業務効率化は、単なる工数削減にとどまらず、従業員がより付加価値の高い業務へ時間を振り向ける基盤として機能していた。特に中小企業では、この効果が事業継続性の向上に直結している。

2. 実装時に生じやすい課題

成果が見られる一方で、実装段階では共通する難しさも明らかになった。

第一は、人材面の課題である。データ分析、AI運用、要件定義を担える人材が不足し、導入後の改善を自社内で継続しにくいケースが多い。導入時に外部支援を受けても、知識移転が十分でないと運用の質が維持しにくい。

第二は、部門間の連携不足である。技術的に連携できる仕組みを用意しても、部門ごとのKPIや業務慣行の違いにより、データ共有や運用統一が進まないことがある。第三は、PoC段階で停滞する問題である。技術検証で有効性が示されても、本番運用に必要な役割分担、予算、保守体制、例外時の対応手順が整わず、次の段階に進めない。第四は、システム刷新時のブラックボックス化と引き継ぎリスクである。仕様理解が特定の担当者やベンダーに集中すると、改修判断や障害対応が遅れ、現場の信頼低下につながる。

これらの課題は、技術選定だけで解決できるものではなく、運用設計、組織内ルール、人材育成を含めて対応する必要があることを示している。

3. 教育カリキュラムへの示唆と今後の方向性

本調査の結果から、教育カリキュラムを検討する際には、学習課題を「技術を作ること」だけで終わらせない設計が重要だと考えられる。具体的には、課題の定義、データ項目の設計、評価指標の設定、導入後の運用手順、改善の進め方までを一続きで扱う構成が望ましい。こうした構成により、学習者は精度や処理速度だけでなく、定着性、再現性、部門間連携の観点から取り組みを評価する視点を持ちやすくなる。

また、分野別CSの事例選定では、業種名だけで分類するのではなく、属人化の解消、データ統合、顧客対応の改善、定型業務の自動化といった課題類型で整理する方法が有効である。この方法は、異なる業種の事例でも比較しやすく、学習内容の応用範囲を広げる。

総じて、本調査で収集した事例は、DXを先端技術の導入としてではなく、業務運営の見直しとして捉えることの重要性を示している。今後のカリキュラム設計では、導入効果だけでなく、実装時に生じる問題とその解決過程もあわせて扱うことで、実務との接続性を高めることができる。以上の点から、本調査は、実践型PBLと分野別CSの双方にとって、活用可能性の高い基礎資料になると考えられる。

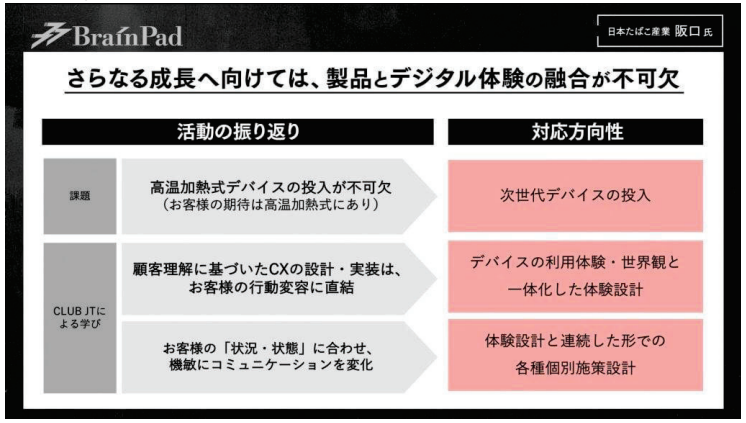
事例詳細

製造業

事例番号	1
企業名	トヨタ自動車株式会社
対象部署・業務	材料研究・開発部門（車両材料の研究開発）
課題	トヨタ自動車株式会社の車両材料研究・開発では、候補材料、配合比、加工条件、評価軸の組み合わせが非常に多く、従来の実験中心の進め方だけでは探索効率に限界が生じやすい。現場の経験知は強みであるが、テーマの継続・中止判断が担当者依存になりやすく、開発期間の長期化やコスト増を招きやすい構造があった。加えて、MI（マテリアルズ・インフォマティクス）を進める際に「十分なデータ量がないと解析できない」という認識が導入障壁となり、データが少ないから活用が進まない、活用が進まないからデータが蓄積しない、という循環が起きやすかった。研究テーマごとにデータ形式や評価手順が分散し、横断比較や再利用が難しい点も課題である。つまり、材料開発の速度・精度・再現性を同時に高めるには、実験の巧拙だけでなく、データ基盤、解析手順、意思決定の流れを一体で再設計する必要があったのである。
DX導入プロセス	研究現場の実験データを部門やテーマごとに閉じたままにせず、材料分析・データ解析クラウドサービスであるWAVEBASEに集約し、研究者が共通の土台で扱えるようにした点が中核である。WAVEBASEは、データの投入と解析条件の設定を行うことで、データベース化から解析までを連動させ、材料探索に必要な比較・可視化・検討を進めやすくする仕組みとして機能する。さらに、as a Serviceの考え方を採用することで、個別端末への属人的な実装ではなく、クラウド経由で継続的に使えるサービスとして運用し、更新・改善を反映しやすい体制を整えた。導入時には、既存アルゴリズムのクラウド実装、前処理ルールの統一、ノイズ低減のしきい値調整、データ組み合わせ最適化などを段階的に整備し、短いサイクルで要件を見直しながら実装を進めた。ツール導入で終わらせず、解析結果を次の実験設計に戻す業務循環まで含めて再構成したことが実装の要点である。
DX導入の成果	材料探索の初期段階からデータに基づく見通しを得やすくなり、有望性の低い条件を早期に除外できるようになったことで、試行回数の配分が改善し、研究サイクル全体の回転が速くなった。開発期間は従来比で約1/5まで短縮され、実験計画、解析、判

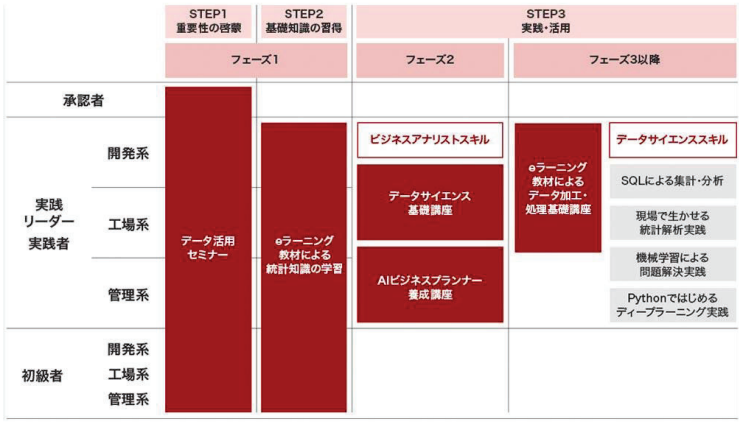
	断の往復が明確に高速化した。これは単なる工数削減ではなく、研究活動そのものの学習密度を高めた結果である。あわせて、継続・中止の判断がデータ根拠に近づいたため、投資の優先順位付けが明確になり、過剰投資と機会損失の抑制にもつながった。さらに、WAVEBASEを社内利用に閉じず、顧客向けにも提供可能な形で展開したことで、他社のMI活用や材料開発DXの底上げにも寄与している。研究成果を単発で終わらせず、データ資産として蓄積・再利用できる状態へ移行できた点に、持続的な競争力形成の意義がある。
実装時の課題	実務で難しかったのは、技術調整と組織運営を同時に成立させることである。研究現場で使われてきた手法をそのままクラウドへ移すだけでは、再現性や運用品質を維持できないため、データ品質のばらつき、前処理ルール、しきい値、ノイズ処理、特徴量設計まで含めて細かく詰める必要があった。加えて、材料研究者とデータサイエンス側では専門用語や評価軸が異なるため、目的とKPIを共有し、要件定義を反復する場を維持し続けなければ齟齬が拡大する。日次の高頻度コミュニケーションは有効だったが、サービスイン後にはデータ量増加に伴うガバナンス、追加開発、運用負荷管理といった新たな論点が発生する。したがって、導入時の成功だけで完結させず、継続的改善を前提とした運用体制を初期段階から設計することが不可欠である。
出典	https://www.brainpad.co.jp/doors/contents/02_datascience_next_to_management_2/ https://www.brainpad.co.jp/doors/contents/dx_learned_from_successful_cases/#%E6%9D%90%E6%96%99%E9%96%8B%E7%99%BA%E3%81%AB%E3%81%8A%E3%81%91%E3%82%8BDX%E3%80%90%E3%83%88%E3%83%A8%E3%82%BF%E8%87%AA%E5%8B%95%E8%BB%8A%E3%80%91

事例番号	2
企業名	日本たばこ産業株式会社（JT）
対象部署・業務	マーケティング部門（会員向け販促・顧客分析）
課題	日本たばこ産業株式会社（JT）の会員向け販促・顧客分析では、Ploom Xを2021年7月にローンチした時点で、「誰に売るか」「どう売るか」を高精度で設計する必要があった。加熱式たばこ市場は2016年ごろから拡大していたが、コロナ以降はタバコとデジタル接点の比重が高まり、販促は単発施策ではなくカスタマージャーニー全体で最適化すべき局面に入った。理想的なジャーニーを描くだけでは不十分で、土台となるデータ活用、ベストなタイミングでのコミュニケーション、会員ごとの状態変化を捉える分析基盤が必要だった。また、既存の定量データ、製品に関する定性調査、ファクトベースの分析を統合しない限り、意思決定は経験と勘に引き戻されやすい。つまり課題の核心は、会員データを保有していることではなく、会員向け販促を継続学習型で回すDX運用を実務に根付かせる点にあった。

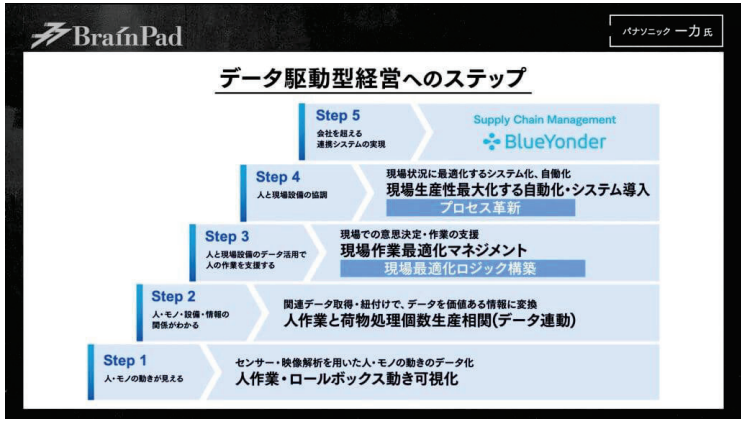
DX導入プロセス	導入はPoC止まりにせず、実業務への接続を前提に段階設計された。まず、実データで目的に合うモデルが成立するかを検証し、次に運用で使える形へ落とし込む流れを採用した。中核となるDXツールは、機械学習を用いた二つの予測モデルである。第一はユーザーの興味・趣向を学習・推定するモデル、第二はユーザーロイヤリティを学習・推定するモデルであり、行動データや接触履歴を基に顧客状態を可視化する。さらに、モデル出力を会員向け販促の実行設計へ連携し、分析結果を施策に戻す運用ループを構築した。後編で示された方向性として、Ploom X CLUBで新たに蓄積されるデータを継続投入し、モデル精度を高めながら、離脱やファン化、興味・趣味趣向へのフォーカスを強める設計へ移行している。加えて、認知から会員化までの上流接点にもデータ活用範囲を拡張し、コミュニケーション全体を科学する運用へ進化させる流れである。
DX導入の成果	成果は、顧客理解の解像度向上、施策判断の再現性向上、運用学習の加速という三点で明確化した。興味・趣向モデルとロイヤリティモデルにより、会員ごとの状態を定量的に捉えられるようになり、「誰に・何を・いつ届けるか」の判断精度が上がった。これにより、会員向け販促は担当者の経験依存から、データに基づく設計へ軸足を移した。さらに、Ploom X CLUBで増えるデータをモデルへ継続投入することで、精度改善を前提にした運用が可能となり、離脱兆候やファン化の兆しを反映した施策検討が進んだ点が大きい。加えて、モデルから得られる差分知見を個人の判断で閉じず、マーケティング部全体へ展開する方向が定まり、組織学習の速度が向上した。結果として、分析・施策・検証の循環が連結され、デジタル上での顧客体験を継続改善するDX実務基盤が形成された。
実装時の課題	実装で残る課題は、モデル運用の継続性、業務実装の深さ、組織展開の幅である。第一に、顧客行動は時間とともに変化するため、Ploom X CLUBで蓄積される新データを継続投入し、モデルを更新し続けなければ予測の鮮度が低下する。第二に、確率スコアの提示だけでは業務価値が限定されるため、結果に寄与した行動・特徴の解釈、現場の違和感の吸い上げ、改善仮説の反映までを運用設計に組み込む必要がある。第三

	に、分析知見が担当者内で閉じると部門最適で止まるため、マーケティング部全体へ共有する仕組みと共通評価軸が不可欠である。さらに、現状の離脱・ロイヤリティ中心の活用に加え、認知獲得、トライアル、会員化、継続利用までカスタマージャーニー全体を貫く最適化が求められる。幅広いアプローチ探索と特定施策の深掘りを並行させることが、実装成熟の鍵である。
出典	https://www.brainpad.co.jp/doors/contents/02_conference_2022_jt_01/ https://www.brainpad.co.jp/doors/contents/02_conference_2022_jt_02/

事例番号	3
企業名	島津製作所
対象部署・業務	事業部門および業務部門を含む全部署
課題	島津製作所では、分析計測機器・医用機器・産業機器・航空機器など多様な事業を持つため、事業部門と業務部門の双方で発生するデータの種類、粒度、活用目的が大きく異なる。DX・IT戦略統括部 DX戦略ユニットが掲げる「ビジネスDX」と「業務DX」を全社で前進させるには、専門家だけでなく全社員がデータ活用の必要性を理解し、課題解決と生産性向上に結び付ける必要があった。しかし現実には、機械学習、統計解析、R、Python、SQLといった要素技術の学習が断片化し、全体プロセスの理解やマインドセット醸成まで届きにくい。結果として、現場データは蓄積されても、価値創造へつなぐ共通言語と実践人材が不足し、全社横断での推進力が不足する構造課題を抱えていた。
DX導入プロセス	全社展開では、まず「なぜデータ活用が必要なのか」を共有し、効果につなげるまでの全体プロセスを学ぶ設計を起点にした。実装は3段階で、フェーズ1でデータ活用セミナーと統計学の基礎eラーニングにより啓蒙と基礎固めを行い、フェーズ2でデータサイエンス基礎講座とAIビジネスプランナー養成講座を通じて集計・可視化・企画立案の実践力を育成し、フェーズ3でSQL、統計モデリング、機械学習を扱う高度講座へ接続する流れである。ここでのDXツールは単一システムではなく、講座、演習データセット、ワークショップ、eラーニング教材を組み合わせた「人材育成プラットフォーム」として機能し、初級者・実践者・実践リーダーのレベル定義に沿って受講を設計した。ブレインパッド講師陣の伴走により、技術習得と業務適用を同時に進めた。

	
DX導入の成果	取り組みの進展に伴い、データ活用文化は全社で根付き始め、受講行動にも明確な変化が現れた。データ活用セミナーは定員50人で3回実施し、各回とも満席となり、フェーズ2講座でも延べ100人規模の受講が進んだ。量的拡大だけでなく、質的効果も確認され、ワークショップではファシリテート力の高い人材、優れたアイデアを出す人材など、従来見えにくかった社員のポテンシャルが可視化された。演習で異常値を含むデータセットを扱った経験は、実務でのデータ点検や解釈の精度向上に直結し、失敗を学習資産に変える実践知を生んだ。結果として、事業部門・業務部門をまたいで、課題発見から改善企画までをデータで語る土壌が形成され、ビジネスDXと業務DXの両輪を回すための人材基盤が強化された。
実装時の課題	実装で難しかったのは、全社員対象の裾野拡大と、現場で使える実践力の両立である。受講希望が多い状況は好材料である一方、部門ごとに業務文脈が異なるため、同じ講座でも学習効果に差が出やすい。初級者・実践者・実践リーダーの設計は有効だが、各レベルで「受講後に何を業務で実行するか」を明確にしなければ、学習がイベント化するリスクが残る。また、統計解析、R、Python、SQL、機械学習などの要素技術は習得負荷が高く、短期研修だけでは定着しにくい。さらに、ビジネスDXと業務DXを同時推進する際は、成果指標が部門最適に分断されやすく、全体最適の評価軸づくりが課題となる。したがって、1周目で得た知見を2周目へ反映し、フェーズ3まで接続した継続運用、実務課題連動の演習、上長巻き込みの評価設計を重ねることが不可欠である。
出典	https://www.brainpad.co.jp/school/case/voiceshimadzu

事例番号	4
企業名	パナソニックホールディングス株式会社
対象部署・業務	サプライチェーンマネジメント（SCM）部門および関連現場プロセス
課題	パナソニックホールディングスのSCM部門と関連現場プロセスの課題は、物流・流通・製造のどこで問題が顕在化しているかと、実際の発生源が一致しない点にある。物流の遅延が見えていても、真因が製造計画、調達条件、工程設計にあるケースは多く、部門単位の改善では全体最適に届かない。さらに、現場では生産性・品質・タクトが重視され、経営ではPL・営業利益・限界利益が重視されるため、同じ活動でも評価軸が分断されやすい。加えて、ERPや各業務システムのデータが部門別に保持され、定義や粒度が異なることで、共通の意思決定に必要な「一貫した事実」が作りにくい。後編で示される通り、現場DXの適応には運用制約が大きく、PoCで成果が出ても本番で失速する「PoC疲れ」が起きやすい。つまり課題の核心は、技術導入の不足ではなく、経営ロスと現場ロスを同じデータ連鎖で可視化し、全社で改善優先順位を合意できる運営基盤の不足にあった。
DX導入プロセス	SCM DXの導入は、全社同時の大規模刷新ではなく、経営判断と現場判断をつなぐ順序を明確にした段階実装として進めるのが要点である。まずERP、生産実績、在庫、物流、販売、現場観測データを収集し、取得できる情報と欠落情報を棚卸しして可視化する。次に、部門ごとに異なる定義・粒度・更新頻度をそろえ、物流・流通・製造をまたいで同一対象を同一意味で追跡できるようデータ接続を進める。この段階では、全データの一括統合ではなく、意思決定に直結するデータを優先接続することが実務的である。続いて分析を高度化し、相関確認だけで終わらせず、遅延、欠品、過剰在庫、段取り停滞の発生要因を因果に近い形で把握して改善対象を絞り込む。その結果をレポートに留めず、補充判断、生産計画更新、現場指示、例外処理へ埋め込んで業務ルール化し、日常運用で再現可能にする。ここでのDXツールは単品導入ではなく役割分担で設計され、ERPを基幹データの土台、Blue Yonderを需給・在庫・供給計画の最適化中枢、AI画像処理とエッジデバイスを現場実態の取得手段として組み合わせる。たとえばERPだけでは捉えにくい作業進捗やボトルネックをセンシングで補足し、計画系へ戻すことで、現場変化に追従した計画修正を可能にする。さらにPoC疲れを回避するには、技術検証と同時に運用設計を進め、部門横断レビュー、KPI共通化、データガバナンス、例外処理手順、人材育成を並行実装することが不可欠である。最終的には「分析→判断→実行→再学習」の循環を継続運転し、局所最適を避けながら全体最適へ収れんさせることで、SCM DXを一過性の施策ではなく経営オペレーションとして定着させる。

	
DX導入の成果	成果は、SCMの改善を部門ごとの局所最適から、全体最適の経営オペレーション改革へ移行できた点にある。物流・流通・製造のデータを横断的に接続したことで、問題が表面化した工程だけでなく、真因のある工程へ対策を向けやすくなり、改善の再現性が高まった。現場指標である生産性・品質・タクトと、経営指標であるPL・営業利益・限界利益を同じ情報系で連動させた結果、施策の優先順位を合意する速度が上がり、経営判断と現場実行の往復時間も短縮した。さらに、AI画像処理やエッジデバイスの活用により、従来は観察や手計測に依存していた作業実態を継続的にデータ化できるようになり、計画修正の精度と即応性が向上した。こうした変化により、PoCで止まりやすかった取り組みを実装・定着フェーズへ進め、経営ロスと現場ロスを同時に減らす運用基盤を形成できたことが大きな成果である。
実装時の課題	実装時の最大の課題は、技術的に成立する仕組みと、現場で継続運用できる仕組みを同時に満たすことである。PoCでは高い精度や有効性が確認できても、本番運用では例外処理の増加、責任分界の曖昧さ、既存業務との競合によって定着が阻害されやすい。特に、ERPを中心とした基幹データは経営判断に有効である一方、現場のリアルタイムな変動を十分に捉えにくく、追加取得する現場データとの定義統一、品質管理、マスタ整備が不可欠となる。さらに、マーケティング・経理・生産・販売など部門ごとにKPIや評価軸が異なるため、同じ事実を異なる解釈で扱ってしまい、全体最適の意思決定が遅れるリスクがある。加えて、AI画像処理やエッジデバイスを導入しても、運用手順、人材スキル、保守体制が伴わなければ効果は持続しない。したがって、実装段階ではツール導入だけでなく、データガバナンス、共通指標、例外処理設計、人材育成を一体で設計し、分析・判断・実行・改善の循環を業務として定着させることが必要である。
出典	https://www.brainpad.co.jp/doors/contents/02_conference_2022_panasonic_01/ https://www.brainpad.co.jp/doors/contents/02_conference_2022_panasonic_02/

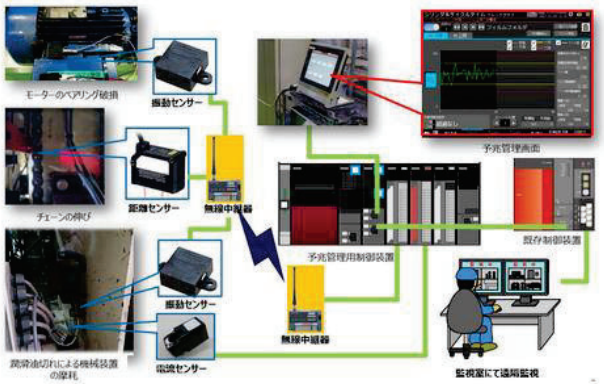
事例番号	5
企業名	株式会社晃祐堂
対象部署・業務	生産現場（製品検品・品質保証部門）
課題	株式会社晃祐堂の製品検品・品質保証の現場では、熊野筆の良品・不良品の判断を、長年、熟練者の経験に大きく頼ってきた。化粧筆は穂首の形や毛先のそろい方に一本ごとの違いがあり、見た目のわずかな差が品質に影響する。そのため、最終工程の目視検査は高度な技能を要し、担当者によって判断に差が出る可能性があった。品質基準を文書化しようとしても、確認項目が多く、数値で表しにくい要素が多いため、統一した運用を作ることが難しかった。結果として、品質保証の安定性、教育の効率、技能の引き継ぎに課題が残っていた。さらに、OEMを含む多様な製品に対応しながら品質を保つには、検品の厳密さと処理速度を同時に上げる必要がある。従来の方法だけでは、将来の生産拡大や人材交代に十分対応しにくい。したがって、課題は単なる作業の省力化ではなく、職人の判断を再現し、品質をデータで説明できる形に変えていくことにあった。
DX導入プロセス	導入は、試作と現場運用をつなぐ流れで進められた。最初に、職人の判断を学習させるため、良品サンプル約300本を集め、筆を360度から撮影して約5,000枚の画像を作成した。その画像を使ってAIモデルを作り、良品・不良品を判定できるようにした。設計上は、まず不良品を見落とさないことを重視し、検品工程で使える一次判定としての実用性を優先した。次に、モデルを実際の作業で使える機器に組み込み、不良品検知プロダクトとして形にした。穂首をセットしてボタンを押すと、内蔵カメラが約20枚を自動撮影し、画像認識で数秒以内に判定結果を返す仕組みである。ここでは、高度なAI技術を、現場で扱いやすい操作に落とし込むことが重視された。ITに慣れていない作業者でも使えるように、操作手順を簡単にし、既存の品質管理の流れに組み込んだ。また、外部メーカーと連携して短期間で試作機を作り、実際の運用で精度や速度を確認しながら改良を重ねた。分析だけで終わらせず、現場で動く仕組みまで作った点に意味がある。

	
DX導入の成果	導入後は、品質保証の安定化、検品作業の効率化、技能継承のしやすさという点で効果が出ている。AI画像認識による不良品検知の精度は90%以上となり、一次検査として実用的な水準に達した。これにより、担当者ごとの差が出やすかった判定を、データにもとづいて補えるようになった。さらに、穂首をセットしてボタンを押すだけで自動撮影・自動判定が行えるため、検品作業の時間短縮と手順の標準化が進んだ。品質保証部門では、同じ手順で繰り返し運用しやすくなり、作業のばらつきも抑えやすくなった。これまで言語化しにくかった判断部分を画像データと判定ロジックで整理できたことで、教育や引き継ぎの土台も強化された。加えて、将来はAI判定を良品の説明資料として活用する構想もあり、社外に対する品質説明の信頼性向上が期待される。伝統工芸とAIを組み合わせた取り組みとして、社外からの関心が高まった点も、企業価値の向上につながる成果といえる。
実装時の課題	今後の実装では、運用の安定化、適用範囲の拡大、責任分担の明確化が重要である。試作機の段階で良好な結果が得られても、本格運用では製品の種類、原材料の差、照明条件の違いなどによって判定がぶれる可能性がある。そのため、実ラインで継続的に検証し、条件差に強い運用へ調整する必要がある。また、一次判定で高精度であっても、最終品質を保証するには誤判定の影響を抑える設計が不可欠である。AI判定と職人による最終確認の役割分担、再検査の手順、判定基準の見直し方法、異常時の連絡ルートを明確にしなければならない。さらに、導入効果を維持するには、画像データの継続収集、モデル更新、現場からの改善要望の反映を続ける体制が必要である。伝統工芸品には数値化しにくい感性面の品質もあるため、AIだけに置き換えるのではなく、人の判断とAI判定を組み合わせて運用することが現実的である。技術導入で終わらせず、品質保証、教育、技能継承を同時に改善し続ける運営が求められる。

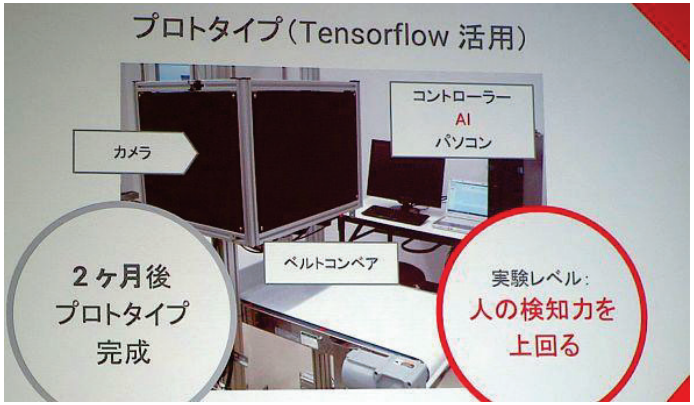
出典	https://www.brainpad.co.jp/doors/contents/02_ai_development_story_koyudo/

食品・飲食

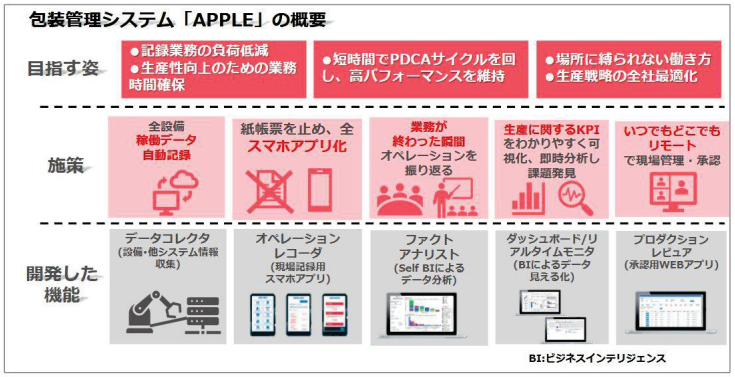
事例番号	6
企業名	キリンホールディングス株式会社
対象部署・業務	ビール工場での異常検知
課題	キリンホールディングス株式会社のビール工場における異常検知の出発点は、缶商品パッケージングラインの設備点検と異常兆候管理が、担当者の経験や熟練度に依存しやすいという問題である。点検作業が属人化すると、業務負荷の偏りが生じ、作業の平準化が進まず、同じ設備でも検知の早さや判断の一貫性に差が出る。結果として、設備の不調を見逃す可能性が高まり、生産ラインの安定稼働や稼働効率に影響する。従来の定期点検は重要であるが、異常の「発生後」に対応する比重が大きく、予兆を先回りで捉える仕組みが不足していた。さらに、熟練者への依存が続くと、要員配置や技術継承の面でも制約が強くなり、製造現場の持続的な改善が難しくなる。したがって課題は、単に点検工数を減らすことではなく、センサーデータとビッグデータ解析技術を使って異常兆候を早期に検知し、熟練度に左右されない設備管理へ転換することにあった。
DX導入プロセス	導入は、現場の点検業務を止めずに段階的に進める方式が採られた。まず、北海道千歳工場の缶商品パッケージングラインを対象に、振動センサー、距離センサー、電流センサーなど複数センサーを設備に取り付け、製造設備の運転状況を示すデータを継続的に収集した。次に、そのデータを可視化・解析し、異常が起こる前の変化を「異常兆候」として把握するロジックを整備した。ここでのDXツールは、単一アプリではなく、①自社センサーによるデータ取得、②ビッグデータ解析による兆候検知、③現場で使える管理画面・運用ルール、を組み合わせた異常兆候管理システムである。推進体制はキリンビールとキリンテクノシステムの連携で、2020年1月から2021年4月までテスト展開を行い、効果確認後に一部運用を開始した。加えて、ロードマップとして、缶商品パッケージングライン以外の製造設備への展開、国内他工場への展開、さらに将来的な外販までを視野に入れ、開発と運用を同時に前進させる設計とした。

	
DX導入の成果	導入効果は、時間削減、早期発見、安定稼働の三点で明確に表れている。千歳工場のテスト展開では、定期点検や異常兆候管理にかかる作業時間の縮減が進み、年間約2000時間の点検業務時間削減が見込まれる結果となった。これは単なる工数削減にとどまらず、従業員の業務負荷軽減につながり、点検業務の持続可能性を高める効果を持つ。さらに、センサーデータの蓄積と可視化・解析により、設備異常を「故障後」に把握するのではなく、予兆段階で捉える運用へ移行できたため、生産ラインの安定稼働と稼働効率の改善に寄与した。熟練度に依存していた点検を、データに基づく判断で補強できるようになった点も大きい。加えて、千歳工場での運用結果を基に、対象設備の拡大や国内展開の計画が具体化しており、異常検知の仕組みを単発施策ではなく、工場横断で再利用可能な標準機能として育てる土台が整った。
実装時の課題	本格実装で重要なのは、検知精度の維持、運用定着、展開時の標準化である。第一に、設備条件や運転パターンはラインや工場ごとに異なるため、ある工場で有効だった閾値や判定ロジックを他工場へそのまま適用すると、誤検知や見逃しが増える可能性がある。第二に、システムが高性能でも、現場の点検フロー、保全計画、メンテナンス判断と連動しなければ効果は限定されるため、異常アラート後の確認手順やエスカレーションを明確化する運用設計が不可欠である。第三に、データ品質管理の継続が課題であり、センサー不調、欠損、ノイズへの対処を含む保守体制を維持しなければ、検知の信頼性は低下する。加えて、将来の全工場展開や外販を見据えるなら、個別最適を避け、共通仕様と現場ごとの調整余地を両立させる設計が求められる。つまり、DXの成否は導入時点ではなく、データ収集・解析・現場運用・改善更新を回し続ける組織能力にかかっている。
出典	https://pdf.irpocket.com/C2503/x110/uahz/vqFd.pdf#page=20 https://dcross.impress.co.jp/docs/usecase/002504.html

事例番号	7
企業名	キユーピー株式会社
対象部署・業務	品質管理部門（ベビーフード等の製造工程検査）
課題	キユーピー株式会社のベビーフード等の製造工程検査では、原料の外観や品質に個体差が大きく、従来の目視検査だけで安定した判定を続けることが難しいという課題があった。特に冷凍の角切りポテトや角切りニンジンのような原料は、色や形のばらつきがあり、良品・不良品の判断に熟練が必要となる。現場では安全・安心を最優先にしてきた一方、検査量の増加に対して人手中心の運用では負荷が高く、判定のばらつきや教育負担が生じやすい。さらに、検査工程を高精度化しながら、コスト、処理速度、運用のしやすさを同時に満たす必要があり、既存の高価な選別装置だけに頼る方法では展開に限界があった。こうした背景から、単に検査を自動化するのではなく、良い商品は良い原料からしか生まれないという考えを維持したまま、品質管理部門がデータとAIを使って判定を標準化し、グループ展開や将来のサプライチェーン全体の効率化につなげるDXが求められた。
DX導入プロセス	キユーピー株式会社の製造工程検査におけるDX導入は、現場課題を起点に段階的に進められた。まず、ベビーフード原料（冷凍の角切りポテト・角切りニンジンなど）の目視検査で蓄積してきた判定観点を整理し、撮像条件と判定基準をデータとして扱える形に定義した。次に、DXツールの中核としてAI画像検査を設計し、機械学習・ディープラーニングの実装基盤にTensorFlowを採用した。TensorFlowは、Googleが公開するオープンソースの機械学習フレームワークであり、画像の特徴量学習、分類モデルの学習・推論、モデル更新の反復を比較的柔軟に行える点が強みである。これにより、原料の外観差を学習し、不良候補を自動で判定するロジックを構築した。実装では、撮像→前処理→推論→結果表示の流れを検査装置に組み込み、品質保証部門の既存手順に無理なく接続した。さらに、ブレインパッドなど外部パートナーと連携し、誤判定パターンの分析、しきい値調整、再学習を継続して精度を改善した。2016年の開発着手から検証を重ね、2018年8月にベビーフード工場で本格導入へ移行し、PoCで終わらない運用型DXとして定着させた。現在はグループ展開を見据え、対象原料・対象工程を拡大しながら、精度・速度・コストの最適化を継続する進め方を取っている。

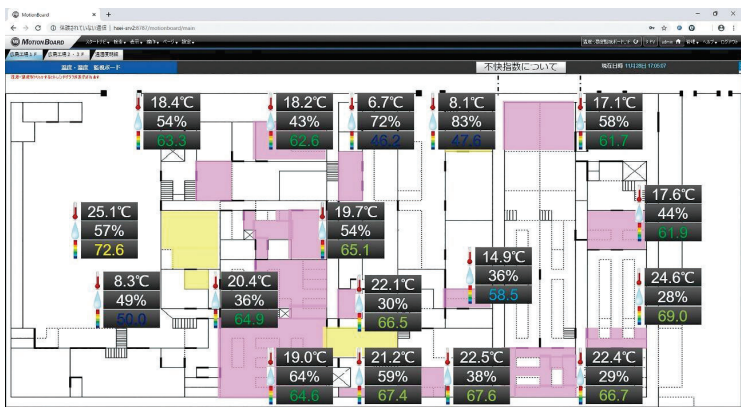
	
DX導入の成果	導入後は、品質管理部門での判定の一貫性と処理効率が向上し、製造工程検査を安定して回す基盤が強化された。AI画像検査を使うことで、従来は担当者の経験差が出やすかった検査を、共通ロジックで補えるようになり、安全・安心を担保しながら運用を標準化しやすくなった。さらに、2018年8月以降、ベビーフードの冷凍原料検査で本格導入が進み、成果をもとにグループ内の惣菜工場などへ適用範囲を広げる流れが作られた。これは、単一工場の改善にとどまらず、食品製造における原料検査の横展開モデルを示した点で意義が大きい。加えて、検査装置の改良を続けることで、外観検査に加え内部異物検出など、より高度な品質保証への拡張も進められている。結果として、品質を守るための「人の技能」と「データに基づく判定」を組み合わせる運用が具体化し、製造現場の負荷軽減、教育しやすさ、説明可能性の向上につながった。DXの成果は、効率化だけでなく、品質保証の再現性と将来展開のしやすさを同時に高めた点にある。
実装時の課題	実装段階で難しいのは、AIを「当たる仕組み」にすることより、品質保証の仕組みとして「責任を持って使い続けられる状態」にすることである。食品の検査は、判定精度だけでなく、判定根拠の説明、記録の追跡性、監査対応まで含めて成立しなければならない。したがって、モデルの正答率が高くても、どの条件で誤判定が起こるか、どの範囲をAI判定に委ねるか、最終確認を人が担う範囲はどこかを明文化する必要がある。さらに、原料や製法が変わるたびに画質・色味・形状の分布が変化するため、再学習の実施条件、検証手順、モデル切替の承認フローを運用規程として整備しなければ品質が不安定になる。加えて、工場横展開では、撮像環境、ライン速度、検査目的の違いにより、同一モデルの再利用が難しい場合があるため、共通基盤と拠点別調整の境界を設計することが重要である。要するに課題は技術単体ではなく、品質保証部門のルール、教育、監査、改善活動を含む運用全体を、AI前提で再設計できるかにある。
出典	https://www.brainpad.co.jp/doors/contents/02_ai_development_story_kewpie/ https://atmarkit.itmedia.co.jp/ait/articles/1706/23/news030.html

事例番号	8
企業名	味の素株式会社
対象部署・業務	工場運営・需給調整業務
課題	味の素グループが直面していた本質的な課題は、工場の運営に必要な情報が、調達・生産・物流・販売の各所に分かれて存在し、全体の状況を同じ基準で見通しにくかった点にある。従来は部署ごとにデータを集計し、用途ごとに加工して使う場面が多く、数値の定義や更新タイミングがそろわないまま判断せざるを得ないことがあった。食品事業では、原料事情、需要変動、製造能力、品質要件が同時に動くため、どこか一つでも把握が遅れると、在庫の過不足や計画変更の連鎖が起きやすい。加えて、現場で得られる実績情報がすぐに活用できない場合、改善活動は経験と勘に寄りがちになり、再現性のある運営につながりにくい。さらに、AI活用を前提とするなら、単にデータを蓄積するだけでは不十分であり、データ品質、マスタ整備、権限管理、用語統一といった土台が不可欠となる。要するに、個々の工場の努力だけでは解決しにくい構造課題があり、計画と実行を一つの流れでつなげ、同じ情報を見ながら意思決定できる体制が求められていたのである。
DX導入プロセス	取り組みの進め方は、まず分散していた情報を共通基盤で扱えるようにし、現場で使える形へ段階的に落とし込む方法であった。味の素グループではADAMSを中核に据え、サプライヤー、工場、流通、販売に関わる数量・金額データや各種マスタを連携し、必要な情報へ横断的にアクセスできる状態を整えた。導入は一度に全面切替する方式ではなく、国内食品事業から順に適用範囲を広げ、実務での有効性を確認しながら拡張する形を採っている。現場側では、工程管理の標準化、包装管理システムの整備、紙帳票のスマホ入力化、設備稼働データの自動記録、KPIの可視化を組み合わせ、記録業務の負担を減らしつつ、改善の意思決定を早める設計とした。あわせて、S&OPのローリングフォーキャストを強化し、実績データを蓄積しながら予測精度を高める運用へ移行している。開発・運用は内製とアジャイルを組み合わせ、現場の変化や課題に応じて機能を継続的に見直す体制を整備した。これにより、システム導入と業務改善を別物にせず、日々の運営の中で改善を回す形を実現している。

	
DX導入の成果	成果は、現場の省力化にとどまらず、計画の精度向上と判断の迅速化まで波及している。第一に、紙中心だった記録がデジタル化されたことで、入力・転記・確認に要する時間が減り、担当者が本来注力すべき改善活動に時間を使えるようになった。第二に、工程や稼働状況、各種KPIを可視化できるようになり、異常やロスの兆候を早い段階で把握しやすくなった。これにより、問題の検知から対処までの時間が短くなり、改善サイクルが回りやすくなっている。第三に、在庫や販売実績に関する情報を横断的に参照できるようになったことで、需給の見通しが立てやすくなり、生産計画の調整精度が高まった。結果として、在庫の偏りや手戻りの抑制に寄与している。第四に、取り組みが特定部門の効率化で終わらず、共通データを前提にした意思決定文化の形成につながっている点も大きい。現場、企画、管理部門が同じ情報を見て議論できるため、判断の根拠が揃い、合意形成が速くなる。総じて、日々の業務改善と経営レベルの判断力向上が同時に進んだことが、最も重要な成果である。
実装時の課題	もっとも難しいのは、仕組みを入れることより、現場で使い続けられる形を作ることである。第一の論点は、データ定義の統一である。工場や部門ごとに工程の呼び方、記録粒度、更新手順が異なるため、比較可能な形にそろえるには時間と調整が必要になる。第二は、運用への定着である。新しいツールが導入されても、日常業務の流れに自然に組み込まれていなければ、現場は従来手順へ戻りやすい。とくに工場業務は例外対応が多く、標準手順と現場裁量の境界を明確にしておかなければ、仕組みが形骸化する。第三は人材育成である。可視化された情報を読む力と、改善策に落とし込む力の両方が必要であり、単発研修だけでは不足する。実務課題に即した継続育成と、評価制度との連動が不可欠である。第四は拠点展開時の課題で、国内で有効だった運用を他地域に広げる際には、業務慣行、規制、IT環境の差が障壁になる。したがって、全社共通で守る部分と、地域ごとに調整する部分を切り分けた運営が求められる。要するに、成否を分けるのは技術の新しさではなく、標準化・定着・育成・展開を継続的に回す運営力である。
出典	https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/aboutus/dx/strategy.html

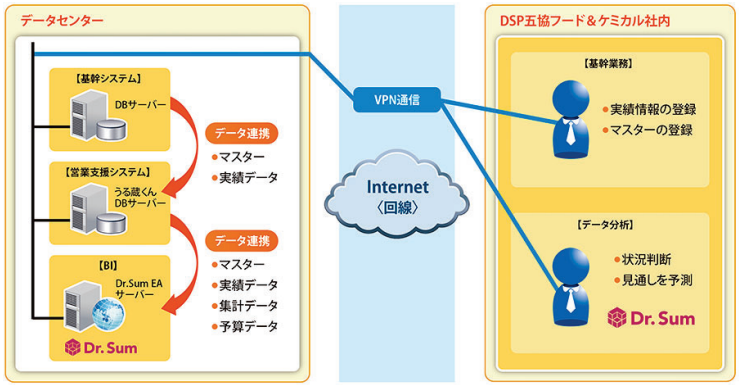
	https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/ir/event/business_briefing/main/011114/teaserItems1/01/linkList/02/link/DX_0701.pdf https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/aboutus/dx/pdf/ajinomoto_dx_2024.pdf

事例番号	9
企業名	三島食品株式会社
対象部署・業務	広島工場
課題	三島食品株式会社の広島工場では、以前から「目で見る管理板」による見える化文化が根付いていたが、運用は各部署の担当者が月ごとに手作りで掲示物を作成する方式であり、リアルタイム性と正確性に限界があった。設備の稼働状況、生産実績、停止理由、原材料情報など、変化の速いデータを紙やExcel中心で扱うと、更新遅れや集計負荷が生じ、現場の判断が後手に回りやすい。特に、機械停止時間の把握や原因分析は、入力・集計・貼り出しの手間が大きく、改善活動の速度を下げる要因となっていた。また、工場内の温湿度管理や原材料の品質管理でも、情報は存在していても横断的に検索・比較しにくく、異常や不具合の兆候を早くつかむことが難しかった。さらに、設備保全では経験と感覚に頼る判断が残り、いつ修理・部品交換すべきかの判断根拠が十分に可視化されていなかった。つまり課題は、見える化の文化そのものではなく、データ収集・分析・可視化を一体化し、現場と管理部門が同じ情報を同じタイミングで見て、即時に行動へつなげるDX基盤が不足していた点にあった。
DX導入プロセス	導入は、いきなり大規模刷新ではなく、PoCを兼ねたスモールスタートで進められた。まず、広島工場でIoTシステムを導入し、設備や生産ラインの製造装置データを収集できる状態を整備したうえで、そのデータを分析・可視化できるBIツールを選定した。比較検討では、拡張性、ユーザビリティー、国内製造業での適合性を重視し、MotionBoardを採用した。DXツールとしてのMotionBoardは、インターネットブラウザ上で、現在の製造状況、温度・湿度、設備稼働、品質関連データをリアルタイムにダッシュボード表示できる点が特徴である。SQLの知識があればプログラムレスで視認性の高い画面を作成でき、ノーコードに近い形で業務アプリ的な画面設計やデータ入力を行えるため、現場に合わせた運用を作りやすい。実装では、約半年で7～8画面を作成し、IoT連動画面を含めて効果を検証しながら画面を増やした。さらに、従来の「ピンク・イエロー・ブルー」の色分けを画面に継承し、現場が違和感なく使えるようにした。最終的に生産スケジュール管理、温湿度管理、設備稼働監視、原材料品質管理、業務インシデント可視化へ適用を広げ、データ活用を日常業務に組み込んだ。

	
DX導入の成果	導入後の効果は、第一に可視化業務の速度と質の改善である。データの分析・可視化にかかる時間は最大で10分の1以下に短縮され、リアルタイム性が必要な情報を常時把握できるようになった。第二に、現場の意思決定が経験頼みからデータ根拠型へ移行した点である。たとえば設備保全では、これまで経験と感覚で行っていたメンテナンスや修理・部品交換のタイミングを、可視化データにもとづいて判断できるようになった。第三に、品質面での追跡性が向上した。原材料の異物除去工程では、量や件数をグラフで確認でき、産地ごとの傾向把握や原因究明が容易になった。さらに、原料樽の2次元コード情報（産地、加工日、製造日など）を検索・管理できるため、異常時の確認速度が上がった。実際、コンプレッサのエア漏れのように、従来は影響度が不明だった事象についても、発生時期・量・業務影響を把握し、過剰対応を避けた合理的判断が可能になった。結果として、生産スケジュール管理から品質保証、保全判断まで、広島工場の運用全体でDXの実利が出ている。
実装時の課題	実装段階での課題は、技術導入後の運用設計と全社展開の両立である。まず、ダッシュボードを作るだけでは改善は定着しないため、どの指標を誰がいつ確認し、異常時に誰がどの手順で対応するかを業務ルールとして明確化する必要がある。次に、データ源がIoTシステム、基幹システム、現場入力にまたがるため、マスタ定義や更新タイミングがずれると、同じ事象でも見え方が異なるリスクがある。したがって、データ品質管理と運用ガバナンスの継続が不可欠である。さらに、スモールスタートで成功した画面設計を拡大する際には、部署ごとの要望を取り込みすぎると画面が複雑化し、逆に使われなくなる可能性があるため、標準化と現場最適化のバランスを取らなければならない。加えて、現場の判断文化をデータ中心に変えるには、ツール習熟だけでなく、管理者層を含む教育と合意形成が必要になる。将来的に食品製造工程の自動制御化を進めるなら、可視化から予測・自動判断へ進む段階で、責任分担、説明可能性、監査対応まで含めた設計が求められる。DXは導入で完了せず、改善サイクルを回し続ける運営力が成否を分ける。
出典	https://www.wingarc.com/product/usecase/204.html

	https://hiroshima-dx.jp/pages/306/

事例番号	10
企業名	DSP五協フード＆ケミカル株式会社
対象部署・業務	営業部門、システム部門
課題	DSP五協フード＆ケミカル株式会社では、営業部門とシステム部門の間で、情報活用の進め方に構造的な負担が生じていた。事業統合後、取扱商品は1万品目以上、取引先は国内外の数千社以上へ拡大し、営業部門の人数も約180名中70名強という厚い体制になったが、現場で必要とされる分析軸は「お客様別」「商品別」「期間比較」「予実管理」など多岐にわたった。既存の外資系BIツールは、ITや分析の専門家ではない営業担当者が使いこなすには難易度が高く、個別要件に応じたレポート作成をシステム部門が引き受ける運用になっていた。その結果、300種類以上の似たようなレポートが乱立し、利用者は「どのレポートを見ればよいか」が分かりにくく、さらにレポート検索用ツールを求める声まで出る状況となった。加えて、利用者が増えるたびにライセンス費用と保守費用が膨らみ、コスト面でも持続性が低下した。つまり課題は、データがないことではなく、営業が自分で必要情報を引き出せない運用設計と、システム部門への依存が増幅する仕組みにあった。
DX導入プロセス	導入は、営業現場で使えるセルフサービスBI環境をつくる方針で進められた。まず、基幹業務システムから収集した販売実績を蓄積する営業情報システム（うる蔵くん）を土台に、仕入れ・在庫などの関連データも接続し、分析対象データを整理した。次にDXツールとしてDr.Sumを採用し、フロント機能としてDr.Sum Datalizer for Webと Dr.Sum Datalizer for Excelを使い分ける構成を設計した。Datalizer for Webは、営業担当者がブラウザ上でお客様や商品の項目を切り替え、見たいデータを直感的に表示して簡易分析できる仕組みである。Datalizer for Excelは、パワーユーザー向けに、使い慣れたExcelインターフェイスでより詳細な経営管理・業績分析を行える機能として配置した。実装では、基幹システムと販売情報システムの連携、基本ビュー設計、運用ルール整備を行い、2013年秋の導入後に開発を進め、2014年5月から全社公開・正式運用へ移行した。さらに、ユーザー数に制約されないサーバーライセンスを活用して利用拡大の障壁を下げ、営業部門が自ら分析できる状態を段階的に定着させた。

	
DX導入の成果	導入後の成果は、情報活用の主体がシステム部門中心から営業部門中心へ移った点にある。最も分かりやすい効果は、300種類以上あった類似レポートを1/10以下に集約できたことで、利用者が「どれを見ればよいか」で迷う状況が大幅に改善した。営業担当者はDatalizer for Webを通じて、毎日3回更新される最新営業情報を自分で参照し、お客様別・商品別などの視点を切り替えながら分析できるようになった。これにより、訪問前の取引状況確認や商品知識の補強など、現場の意思決定スピードが向上した。また、パワーユーザーはDatalizer for Excelで詳細分析を行い、経営管理や業績分析の深度を高めている。システム部門側でも、個別レポート作成依頼やメンテナンス対応の負荷が大きく軽減され、保守中心業務から、データ基盤整備や活用支援へ比重を移しやすくなった。結果として、営業・企画・管理の各層がデータに基づいて判断し、アクションし、検証するPDCAサイクルを回せる土台が整った。
実装時の課題	実装段階で重要だったのは、ツール導入そのものより、利用定着と統制の両立である。第一に、営業担当者のスキル差が大きいため、全員に同じ操作を求めると定着しにくい。そこでWeb中心の直感操作と、Excelで深掘りする上級者向け機能を分ける設計が必要だった。第二に、データ公開範囲の設計である。Datalizer for Excelの提供範囲を広げるほど分析自由度は高まるが、担当業務や役職に応じた権限管理、セキュリティ、ガバナンスの明確化が不可欠になる。第三に、レポートを減らした後でも、現場要望を無制限に受けると再び類似帳票が増殖するため、共通指標と標準ビューを維持しつつ、必要な個別性だけを許容する運用ルールが求められる。さらに、データに基づく意思決定文化は一度の研修で定着しないため、新入社員教育、管理職の活用促進、成功事例の共有を継続し、分析のPDCAを業務習慣として根付かせる必要がある。すなわち、実装時の課題は技術面よりも、権限設計・運用設計・人材育成を一体で回し続ける組織運営にある。
出典	https://www.wingarc.com/product/usecase/133.html

小売・卸売・EC

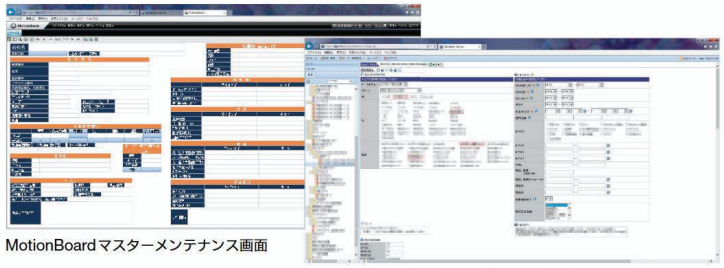
事例番号	11
企業名	ニトリホールディングス
対象部署・業務	全社（部署横断のデータ整備・データ活用）
課題	ニトリホールディングスの全社DXで最初に表面化したのは、部署ごとに最適化されたデータ運用が、横断的な意思決定の速度を下げていた点である。店舗、EC、商品、物流、会員、販促、経理などがそれぞれデータを持っていても、定義、粒度、更新タイミング、管理ルールがそろわなければ、同じ指標でも部門間で解釈がずれ、会議での合意形成に時間がかかる。結果として、現場は個別最適の改善を積み上げても、全社最適の打ち手に収れんしにくい。さらに、依頼対応型の分析運用では、業務部門が「欲しい数字」を待つ構図になり、仮説検証の回転が遅くなる。成長目標の大きい企業では、この遅れが機会損失に直結するため、課題は「分析人材が足りない」ことだけではなく、部署横断で同じ事実を見て、同じ言葉で議論し、同じ優先順位で動ける全社データ運営をどう作るかにあった。
DX導入プロセス	全社に焦点を当てた導入は、まず「共通で使うデータ」を定めるところから始まる。具体的には、店舗・EC・物流・商品・会員・原価など主要領域のデータを、部門ごとの都合ではなく経営判断に必要な単位で整理し、共通マスタ、共通KPI、共通更新ルールを先に決める。次に、DXツールは単独導入ではなく、基幹システム、CRM、アプリ、分析基盤を連携させる構成で設計し、現場の運用データと経営指標を一本の流れで接続する。これにより、現場は日々の運用改善に使い、本部は全社の優先順位判断に使うという二層運用が可能になる。さらに、組織面ではデジタル人材を特定部署に閉じ込めず、店舗や物流を含む実務側と混成で動かし、業務知識とデータ活用を同時に育てる。最後に、重点テーマを全社で共有し、分析結果を施策実行、効果検証、再設計へ戻す運営ループを標準化する。こうして、データ整備と活用を「案件」ではなく「会社の通常運転」に変えることが導入の中心となる。

	
DX導入の成果	部署横断でデータを整備・活用した結果、最も大きく変わるのは意思決定の質と速度である。第一に、共通KPIにもとづく議論が可能になり、部門間で数字の解釈を合わせる時間が減るため、施策の優先順位が早く決まる。第二に、店舗、EC、物流、商品施策を分断せずに見られるため、ある施策が他部門へ与える影響を事前に把握しやすくなり、全社最適での判断がしやすくなる。第三に、業務部門が自らデータを使って仮説検証できるようになることで、分析依頼の待ち時間が減り、改善サイクルが短くなる。さらに、内製体制と連動した運用により、仕様変更や指標見直しへの対応も速くなり、環境変化に対する適応力が高まる。結果として、DXの成果は個別機能の効率化にとどまらず、全社の実行力そのものを底上げする形で表れる。すなわち、データ整備は「管理のため」ではなく、部門横断で価値を生むための共通インフラとして機能し始める。
実装時の課題	全社横断で進めるほど、技術よりも運営設計の難しさが前面に出る。第一に、共通化を進めすぎると現場の実態に合わなくなり、逆に現場最適を許容しすぎると再びサイロ化するため、標準化と柔軟性の境界を明確に保つ必要がある。第二に、KPIやマスタの変更は複数部門へ連鎖するため、変更管理の責任主体と承認プロセスを定めなければ、運用が不安定になる。第三に、データ活用が広がるほど権限管理、セキュリティ、監査対応の負荷が増えるため、利便性を維持しながら統制を崩さない設計が不可欠である。第四に、人材面では、分析スキルだけでなく業務理解を持つ人を継続的に育成しなければ、部門横断の会話が成立しない。加えて、案件の増加局面では、全社改革テーマと日常改善テーマを同じ土俵で扱うと優先順位が曖昧になるため、ポートフォリオ管理が必要となる。要するに、全社DXの実装課題は、データ基盤そのものより、基盤を使い続ける組織のルールと習慣を維持できるかにある。
出典	https://www.nitorihd.co.jp/sustainability/materiality07/pdf/data_m07_07.pdf https://www.brainpad.co.jp/doors/contents/02_nitori_data_insourcing_project/

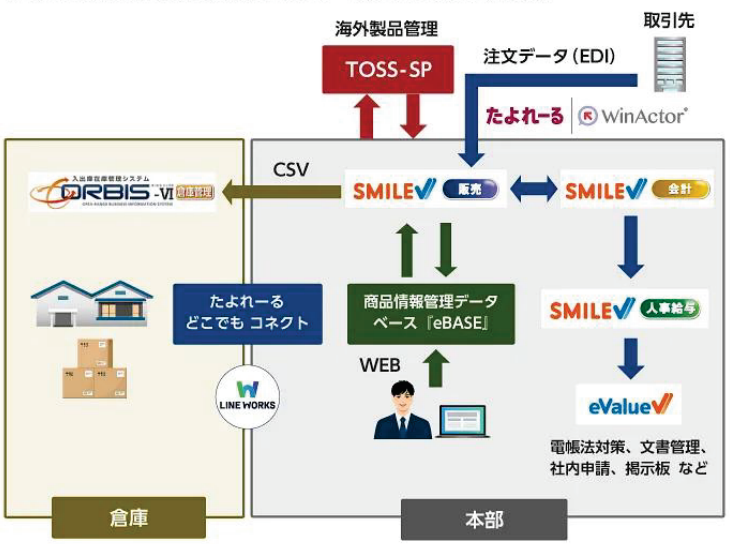
事例番号	12
企業名	株式会社ピーチ・ジョン
対象部署・業務	EC事業部門・情報システム部門
課題	株式会社ピーチ・ジョンのEC事業部門と情報システム部門が直面していた課題は、チャネル拡大と顧客期待の変化に対して、既存のEC基盤と運用体制が追随しにくくなっていた点である。もともとカタログ通販を起点に成長してきた事業構造の中で、Web販売へのシフトが進むにつれ、全ユーザーに同一コンテンツを表示する方式では、顧客体験の質を上げにくくなった。さらに、フルスクラッチのシステムは柔軟性がある反面、決済方法の追加や市場トレンド対応のたびに改修コストや不具合リスクが増え、改善スピードを制約した。ECではCVRやCTRを継続的に高めるためにA/Bテスト、レコメンド、コンテンツ最適化を高速で回す必要があるが、基幹システムと販促基盤が分断されると、施策実装の工数が増え、部門間連携も重くなる。加えて、パーソナライズ施策は運用が属人化しやすく、担当者依存の状態では継続性が弱い。したがって課題の本質は、ECサイトの見た目刷新ではなく、EC事業部門と情報システム部門が共通基盤の上でデータを使い、顧客ごとに最適なコミュニケーションを安定運用できる体制へ移行することであった。
DX導入プロセス	導入は、単発ツール導入ではなく、基幹刷新とマーケティング基盤再設計を連動させる形で進められた。まず、約15年ぶりのECリニューアルに合わせ、従来のフルスクラッチ環境で生じていた改修負担を見直し、標準機能を取り込みやすい構造へ移行する方針を明確化した。次にDXツールとして、RtoasterとProbanceを中核に据え、来訪者の行動データ、マイサイズデータ、閲覧・流入経路情報を蓄積し、レコメンド、コンテンツ出し分け、ポップアップ、セグメント配信へ接続した。Rtoasterは「レコメンド枠」だけでなく、ファーストビュー、特集、カテゴリなどページ上の複数要素をユーザー単位で最適化する実装に使われ、Probanceはデータ活用の実行面を補強する役割を担った。運用面では、A/Bテストやヒートマップの検証プロセスを残したまま、施策を実装しやすい導線へ再設計し、EC事業部門・デザイナー・運用担当が同じ基盤でPDCAを回せるようにした。さらに、業務を分業しつつ非属人化を進め、急な施策変更でも他部署待ちを減らす体制を構築した。これにより、基幹・EC・マーケティングが断絶しない運用型DXへ移行した。

	
DX導入の成果	成果は、EC体験の個別最適化、施策実行速度、組織運用の安定化という3点で現れている。第一に、Rtoasterを活用したパーソナライズにより、商品レコメンドだけでなく特集、カテゴリ、表示形式までユーザーごとに調整できる運用が定着し、「ピーチ・ジョンらしさ」を保ちながら、よりパーソナルなEC体験を提供できる状態になった。第二に、レコメンド施策や流入経路別の出し分け、訪問回数に応じたポップアップ制御などを継続的に実行できるようになり、EC事業部門の改善サイクルが加速した。第三に、ツール活用の非属人化が進み、通販部署だけでなくデザイナーを含む複数メンバーが日常的にデータ確認と施策改善に参加する運用へ変化したことで、担当異動や離職時の運用不安定化リスクを抑えやすくなった。さらに、基幹刷新を伴うECリニューアルを完遂したことで、新機能拡充と将来施策の実装余地が広がり、5年先を見据えたEC戦略を実行しやすい土台が整った。結果として、DXは機能追加の集合ではなく、顧客接点を継続的に進化させる運営能力として成果を出している。
実装時の課題	今後の実装で重要なのは、パーソナライズ高度化と運用統制を同時に成立させることである。第一に、レコメンド種類やルールベース施策が増えるほど、設定の整合管理、効果測定設計、重複施策の整理が難しくなるため、施策台帳や評価指標の標準化が必要となる。第二に、RtoasterをEC体験の広範囲に組み込む構造では、基盤停止時の影響が大きくなるため、監視・障害時切替・復旧手順を含む運用設計を平時から整備しなければならない。第三に、ゼロパーティデータや行動データを活かした高度なマーケティングは、データ品質、同意管理、活用ルールの明確化が不十分だと効果が頭打ちになる。第四に、部門横断での非属人運用を維持するには、担当者教育、権限設計、レビュー体制を継続更新し、分業が「責任の分断」にならないようにする必要がある。加えて、対話型ECやオムニチャネル連携を見据えるなら、EC事業部門と情報システム部門が、短期KPIだけでなく中長期の顧客価値指標を共有し続けることが不可欠である。すなわち課題は、導入後の拡張局面で運用品質を保ちながら成長速度を維持できるかにある。
出典	https://www.brainpad.co.jp/rtoaster/case/peachjohn/ https://www.brainpad.co.jp/doors/contents/02_peachjohn_ec-renewal/

事例番号	13
企業名	株式会社ドール
対象部署・業務	IT企画部
課題	株式会社ドールのIT企画部が直面した問題は、「必要な数字はあるのに、必要な形で、必要な時刻に届かない」という運用上の詰まりであった。青果物を扱う事業では、鮮度と在庫回転の管理が収益に直結するため、営業現場は商品カテゴリ別、エリア別、顧客別、期間別の実績を素早く確認したい。しかし実態は、基幹データをExcelへ取り込み、マクロで帳票を量産する方式が続き、週次・4週単位・月次など用途別の帳票が年々増加した。結果として、帳票作成そのものが目的化し、IT企画部は「配るための資料作成」に時間を奪われ、利用側は「どれを見ればよいか」で迷う状態になった。さらに、月曜朝の会議前に資料をそろえる運用は担当者依存を強め、業務負荷の平準化を難しくした。つまり本質的な課題は、分析技術の不足ではない。営業・管理・経営の各層が同じデータを共通基盤で参照し、必要な切り口を自分で選んで判断できる構造へ改めること、すなわち帳票中心の業務設計からデータ中心の業務設計へ移行することにあった。
DX導入プロセス	進め方は「帳票を作り替える」ではなく、「帳票に依存しない運用を作る」である。最初に実施したのは、基幹システム由来の売上・予算・在庫・顧客情報を一元的に扱える土台づくりであり、その中核にDr.Sum EAを置いた。ここでの狙いは、部署別に閉じた表を増やすことではなく、共通データを共通定義で扱える状態を整えることである。次に、利用者の役割に応じて参照手段を分けた。日常の照会にはDatalizer for Web、可視化と共有にはMotionBoardを組み合わせ、専門知識がなくても操作しやすい導線を設計した。さらに、在庫情報の鮮度を上げるため、Dr.Sum Connectを使って倉庫会社から届くCSVデータを自動連携し、手作業の受け渡しを削減した。これにより、EDI改修を待たずに外部データを取り込み、現場が使える更新頻度へ近づけた。加えて、機密性の高い情報については権限グループを細分化し、閲覧範囲を制御した。要するに、DXツールは単発の可視化製品としてではなく、データ収集・蓄積・閲覧・権限制御をつなぐ業務基盤として実装されたのである。

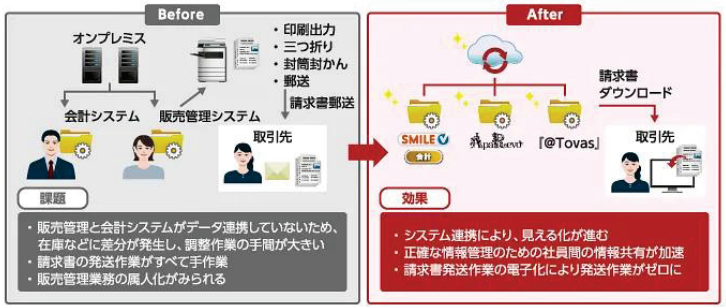
	 MotionBoardマスターメンテナンス画面 Dr.Sum EAレポート画面
DX導入の成果	導入後に最も大きく変わったのは、情報提供の主語がIT企画部から利用部門へ移った点である。従来は、依頼を受けて帳票を作り配布する流れが中心であったが、共通基盤の整備後は、利用者が必要なタイミングで必要な条件を選び、自分で確認できるようになった。これにより、370種類超の定型帳票に依存していた状態を見直し、重複レポートの削減と運用の簡素化が進んだ。利用範囲も営業部門だけに留まらず、アシスタントや管理系部門まで広がり、約200名規模で日常利用される環境へ定着した点は、業務インフラとしての有効性を示している。また、倉庫在庫データの自動連携により、在庫状況の把握が迅速化し、販売計画と在庫判断の往復が速くなった。結果として、会議前の資料作成に追われる働き方から、数字を見て次の行動を決める働き方へ重心が移った。これは単なる工数削減ではなく、データにもとづく意思決定の頻度と質を上げた成果であり、IT企画部の役割を「作業代行」から「活用基盤の運営」へ進化させた点に価値がある。
実装時の課題	課題は第一に、利用者が増えるほど「自由に見られること」と「正しく見られること」の両立が難しくなる。指標定義が部門ごとに解釈違いを起こせば、同じデータでも判断が分かれるため、メトリクス定義と更新ルールの統一運用が欠かせない。第二に、外部連携データは形式変更や欠損の影響を受けやすく、自動連携を前提にするほど監視・通知・復旧手順の整備が重要になる。第三に、権限管理は初期設定で終わらず、人事異動や組織変更に合わせて継続的に見直さなければ、過剰付与や閲覧漏れが発生しやすい。第四に、活用定着の次段階では「閲覧件数」ではなく「業績改善への寄与」を評価軸に移す必要がある。販売・在庫・顧客施策にどの程度結びついたかを検証しない限り、BIは便利な参照ツールで止まる。したがって今後の課題は、新機能を足すことよりも、データ品質、権限統制、定義管理、成果評価の運用を地道に回し続け、基盤の信頼性を保つことである。
出典	https://www.wingarc.com/product/usecase/20170201/data/pdf/CSD032A1701DOLE.pdf

事例番号	14
企業名	小杉善株式会社
対象部署・業務	管理部（経理業務・物流業務）
課題	小杉善株式会社の管理部が抱えていた課題は、基幹システムを導入していても、実務の一部で手作業運用が残り、業務全体としての効率と再現性が十分に出ていなかった点にある。とくに経理では、販売管理と会計に同じ内容を手入力する場面があり、二重入力の無駄と入力ミスのリスクが常態化していた。物流でも、EDIで届く受注データを担当者が早朝に確認し、必要情報を抽出してピッキングリストを作成する運用が続き、作業時間が1時間以上かかることもあった。こうした業務は担当者固定になりやすく、特定の人だけが早出する不公平感や、欠員時の運用不安を生みやすい。加えて、経理・物流はほかの部署に比べてデジタル化が遅れ、システム本来の機能を活かしきれない状態が続いていた。つまり課題は、個別システムの有無ではなく、販売管理、会計、人事給与、倉庫管理、輸入業務、商品情報管理を含む業務基盤を実務レベルで連携させ、ルーティン業務を自動化して、限られた就業時間を創造的業務へ振り向ける運用へ転換することであった。
DX導入プロセス	導入は「まず一元管理、次に自動化、最後に文書・情報共有まで拡張」という順序で進んだ。第一段階として、管理部が中心となり、販売管理システムと会計システムの連携を再設計し、データを一元管理する基盤を整えた。具体的にはSMILE V 2nd Edition（販売／会計／人事給与）を軸に、ORBIS-VI倉庫管理、TOSS-SP、eBASEを連携させ、部門間で同じデータを使える状態をつくった。第二段階では、物流業務のボトルネックに対して、RPAツール「たよれーる WinActor」を適用した。ここで重要なのは、ツール導入前に社内研修を実施し、ITに明るい社員3名が約1週間かけてWinActorの操作とSMILEシリーズとのデータ連携方法を学び、内製でシナリオを作れる体制を先に作った点である。運用面では、月曜朝など決まった時間に届くEDI受注データを自動ダウンロードし、必要情報を抽出してピッキングリストを自動作成、さらにSMILEへ取り込み売上計上までつなげる流れを構築した。第三段階として、eValue V 2nd Editionを活用し、電子帳簿保存法・インボイス制度対応を見据えた文書管理ルール整備、検索性向上、ペーパーレス推進を進めた。あわせてLINE WORKSや安全なリモート接続環境を組み込み、管理部門の業務連絡と情報共有の即時性を高めた。DXツールを点で入れるのではなく、基幹・RPA・文書管理・コミュニケーションを面で接続したことがこのプロセスの特徴である。

	
DX導入の成果	成果は、管理部の日次運用に直結する数値として表れている。まず、販売管理と会計の連携により二重入力が解消され、必要データを必要時に取り出せる状態が実現したことで、事務処理時間は以前の半分以下に短縮された。次に物流では、WinActorによる受注処理自動化の効果が大きく、手入力中心だった運用から自動処理中心へ移行した結果、入力担当は実質4人から2人で回せるようになった。EC、とくにAmazon経由の受注が多い状況でも、従来は半日かかっていた受注処理が約2時間で完了する水準まで改善し、出荷作業を前倒しできる時間余裕が生まれた。さらに、入力ミスの未然防止、早朝固定作業の平準化、担当者依存の低減が進み、業務の公平性と継続性が向上した点も大きい。文書管理面ではeValueの活用により、ファイル管理ルール整備と検索性改善が進展し、担当交代時でも必要情報へ到達しやすい環境づくりが始まっている。総じて、管理部のDXは単なる省力化ではなく、「誰でも回せる定型業務」と「人が担うべき創造的業務」を切り分け、会社全体の生産性向上と営業力強化を下支えする基盤として機能し始めたと評価できる。
実装時の課題	実装を継続運用として成熟させるには、いくつかの課題が残る。第一に、RPAシナリオは業務変更や取引先フォーマット変更の影響を受けやすく、作って終わりではなく、保守・改修・テストを定期運用に組み込む必要がある。第二に、システム連携が増えるほど、マスタ定義やコード体系の整合が重要になり、販売・会計・倉庫・輸入・商品情報の間でデータ定義がずれると、後工程で手戻りが発生しやすい。第三に、eValueを軸とした文書管理は、ルール策定だけでは不十分で、現場が守れる命名

	規則、保存先設計、版管理、権限管理を継続的に見直さなければ検索性と統制が低下する。第四に、業務自動化で生まれた時間を創造的業務へ確実に振り向けるには、管理部内の役割再設計と評価指標の更新が不可欠である。単に作業時間を減らすだけではDX効果は頭打ちになる。したがって今後は、①連携基盤の保守ガバナンス、②RPA内製人材の継続育成、③文書管理の運用定着、④経理・物流の共通KPI管理を同時に進めることが、導入効果を持続させる鍵となる。
出典	https://www.otsuka-shokai.co.jp/products/case/kosugizen-dx.html

事例番号	15
企業名	クローム・インダストリーズジャパン合同会社
対象部署・業務	販売管理、会計
課題	クローム・インダストリーズジャパン合同会社の販売管理・会計領域における出発点の課題は、販売管理システムと会計システムが分かれて運用されていたことで、同じ事業データであるにもかかわらず数値の差分が発生し、業務判断と月次運用に余計な確認工数が生じていた点である。ブランド「CHROME」の事業では、商品別・チャネル別・在庫別の動きを迅速に把握する必要があるが、システム間で在庫データや売上データの突合が必要な状態では、担当者がまず「数字合わせ」に時間を使ってしまう。結果として、分析や販売施策検討に使うべき時間が圧迫され、管理部門と現場部門の双方で生産性が落ちる。さらに、運用が担当者依存になると、情報共有の粒度がそろわず、標準化が進みにくい。導入事例で示される「業務効率の向上」「在庫の適正化」「社内の情報共有」は、まさにこの構造的課題の裏返しであり、単なるシステム更新ではなく、販売・会計・在庫を同一基盤で扱うDXへの転換が必要であった。要するに課題の本質は、ツールの新旧ではなく、データが分断された運用を続ける限り、全社で同じ事実を同じタイミングで扱えないことにあった。
DX導入プロセス	導入プロセスは、販売と会計を「別系統で連携させる」発想ではなく、「同一の業務基盤上で一気通貫に扱う」発想へ切り替える形で進んだ。中核となったDXツールは、アパレル・バッグ業務に適した販売管理機能を持つSMILE V ApaRevoと、会計処理を担うSMILE V 会計の組み合わせである。販売側で発生した受注・出荷・売上・在庫の情報を、会計側の仕訳・請求・管理処理とつながる形で扱うことで、システムごとに数字を再作成する作業を減らし、同じデータを共通参照できる運用へ移行した。実装では、既存業務の手順を棚卸しし、差分が出やすいポイント（在庫評価、請求関連、締め処理前の確認）を優先的に統合対象へ置く進め方が合理的である。さらに、導入後の運用品質を保つために、入力ルール、マスタ管理、更新タイミングを標準化し、部門間で同じ定義を使う土台を整えることが重要となる。結果として、単体システム導入ではなく、販売管理と会計の連携を軸に業務プロセス全体を再設計することが、同社のDX導入プロセスの核となった。

	販売管理システムと会計システムの連携によるメリット 
DX導入の成果	同社の成果は、まず「数字の解釈に使う時間」が減った点に集約される。販売管理と会計が連動する前は、在庫・売上・請求に関する情報を部門ごとに確認し直す手間が発生し、会議前の準備や締め処理の局面で、担当者が整合確認に追われやすかった。連携後は、基準となるデータの置き場が明確になり、確認作業の重複が減少したため、業務の重心が「照合作業」から「判断と対応」へ移った。特に在庫価値の把握や請求関連の処理では、処理時間の短縮だけでなく、やり直しの発生率を抑えやすくなったことが実務上の利点である。また、情報の参照経路が整理されたことで、担当者間の引き継ぎが容易になり、属人的な運用からの脱却が進んだ。これは単なる効率化ではない。現場・管理部門・経営層が同じ前提データを見られるようになったことで、販売状況と会計結果の関係を一つの文脈で捉えられるようになり、意思決定の一貫性が高まったのである。結果として、日々の運用で蓄積されるデータが「記録」から「行動の根拠」へ役割を変え、事業運営の速度と精度の両方を底上げする状態が形成された。
実装時の課題	導入後に残る論点は、「つながったシステムを壊さずに育て続ける」ことである。販売管理と会計を連携すると、便利になる反面、どちらか一方の設定変更が他方へ影響しやすくなる。したがって、運用の安定には、機能追加の巧拙よりも、変更管理の秩序が重要になる。例えば、商品体系の見直し、取引条件の変更、税務・会計ルールへの対応を行う際、誰が判断し、どこで検証し、いつ本番反映するかを定めておかなければ、月次処理の直前に不整合が顕在化するリスクがある。加えて、標準化を進めるほど現場の例外処理が表面化するため、例外を吸収する設計と、例外そのものを減らす業務改善を並行しないと、システムが再び複雑化する。さらに、電子化された請求・在庫・売上データを日常的に扱う環境では、権限管理と監査対応を「後付け」で整えることは難しい。初期段階から閲覧範囲、更新権限、証跡管理を運用に組み込む必要がある。要するに、実装時の課題はツールの性能不足ではなく、販売管理と会計の共通基盤を、制度変更・業務変更・人員変更の中でも継続的に信頼できる状態で保てるかどうかである。
出典	https://www.otsuka-shokai.co.jp/products/case/chromeindustries-dx.html

金融業

事例番号	16
企業名	静岡銀行
対象部署・業務	経営企画部DX戦略推進グループおよびデータサイエンス統括室
課題	静岡銀行のデータ活用における課題は、分析の実施そのものではなく、分析結果を営業・企画・運用の実務に接続し、継続的に成果へ変換する仕組みを確立する点にあった。行内にはリテール領域を中心に活用可能なデータが蓄積されていたが、テーマ選定、人材育成、データ活用環境の整備を別々に進めると、個別施策が分断され、PoCで止まりやすい構造があった。さらに、現場にとって価値が見えない分析は定着しにくく、企画側が推進しても業務側の利用が進まないという壁が生じる。立ち上げ期は専門人材も限られており、既存業務と新規施策を同時に回す中で、優先順位の明確化と推進体制の設計が不可欠であった。要するに課題は、モデル精度だけを高めることではなく、静岡銀行として「事業課題に直結するテーマ設定」「部門横断での合意形成」「短サイクルの実装・検証」を運用として回せる状態をつくることにあった。
DX導入プロセス	DX導入プロセスは、フェーズ0（構想策定）、フェーズ1（施策実施）、フェーズ2（拡大・定着）の三段階で進められた。フェーズ0では、まず現状アセスメントを行い、りそなの実践をベンチマークにしたフィット＆ギャップ分析で課題を具体化したうえで、「あるべき論」ではなく実行可能な「目指すべき姿」を計画に落とし込んだ。ここで役割分担も定義し、全体設計・ディレクション、施策アセット提供、現場実装支援の責任境界を明確化した。フェーズ1では、短期間で企画から実行・効果確認まで到達できるテーマを優先し、本部各部のニーズからダッシュボード作成、リース取引状況・見込み先可視化、資産運用ニーズ予測モデルなどを実装した。同時に、研修提供と機械学習向け分析環境立ち上げを並行し、データ整備、TableauやPythonなどの実務スキル習得を伴走で進めた。さらに、3社共通のコミュニケーション基盤としてTeamsを活用し、進捗・課題をリアルタイム共有して意思決定を高速化した。現在のフェーズ2では、フェーズ1で得た成果と課題管理手法を横展開し、適用範囲を広げながら内製運用の再現性を高める段階に入っている。
DX導入の成果	成果は、推進速度の向上、内製運用力の獲得、横展開可能な進め方の定着として整理できる。まず、関係者間の情報共有と意思決定が速くなり、検討から実装までのリードタイムが短縮された。次に、AI活用施策やダッシュボード活用を実務で反復したことで、外部支援に依存しすぎない運用基盤が形成された。さらに、プロジェクト内で整備した課題管理の方法やレビュー運用が他テーマにも転用され、案件ごとの属人的な推進から、再現性の高い推進方式へ移行し始めた。加えて、現場側のデータ受容が進んだことで、分析結果を施策に反映するまでの心理的・運用的ハードルが低下し、分析が報告で終わらず実行・改善につながる流れが強化された。結果として、個別モデルの精度向上にとどまらず、データ活用を継続的に事業成果へ接続する実装力そのものが底上げされた。

実装時の課題	今後の課題は、拡大局面で初期の機動力と品質を同時に維持することである。テーマ数や関係者が増えるほど、意思決定ルールが曖昧になりやすく、推進速度が落ちるリスクが高まる。外部支援で得た知見も、手順書化、教育設計、レビュー基準の標準化が不十分だと、担当者異動時に再現性が低下する。加えて、金融業務では統制要件が厳しく、データ利用範囲、権限管理、監査対応を満たしながら、現場の機動性を確保する設計が必要になる。さらに、活用が広がるほど部門ごとの個別最適が進み、KPI定義や評価軸が分散する恐れがある。これを防ぐには、共通KPI、変更管理、教育、案件レビューを標準運用として固定し、案件が増えても同じ品質で回せる体制を継続的に更新することが不可欠である。
出典	https://www.brainpad.co.jp/doors/contents/02_shizuoka-fg_resona_data_utilization_pjt_1/ https://www.brainpad.co.jp/doors/contents/02_shizuoka-fg_resona_data_utilization_pjt_2/

事例番号	17
企業名	ゆうちょ銀行
対象部署・業務	各部署から希望者を募り、データ人材を育成
課題	課題の中心は、データを保有していることと、データを使って意思決定できることの間に大きな隔たりがあった点である。営業部門では、キャンペーン時に性別・年齢・預かり残高などを集計し、相関を見る水準までは実施していたが、DX推進の柱として求められるレベルには届いていなかった。背景には、「分析」そのものへの理解不足、分析ツールの選定基準の不明確さ、加えてデータガバナンスやデータの正当性担保に十分手が回っていなかった事情があった。さらに、対面営業中心の強みが、スマートフォン普及による顧客行動変化で相対的に弱まるなか、顧客ニーズをデータから把握し、商品・サービス提案へつなぐ力が不可欠になっていた。こうした状況で、各部署から候補者を募る育成方式を成立させるには、単なる研修提供では足りず、兼務運用でも成果を出せる実務設計と、行内にデータドリブンな文化を根づかせる仕組みが必要であった。要するに課題は、分析人材を点で育てることではなく、業務改革と人材育成を同時に進める組織能力を構築することにあった。
DX導入プロセス	導入は、目的の定義、育成設計、実務適用、内製化強化の順で進められた。まず、最大目的を「データドリブンな文化醸成」と定め、その実現手段として「データを利活用できる人材育成」と「育成の内製化」を明確化した。次に、目指すデータサイエンティスト像を定義し、上級・中級・初級の三段階で育成体系を設計、さらにビジネス寄りとデータサイエンス／データエンジニアリング寄りへの再区分も検討した。DXツール面では、2020年4月に統計解析ツール導入を起点として分析プロジェクトを本格化し、既存ツールの使い分け支援も受けながら、ロジスティック回帰分析や特徴量エ

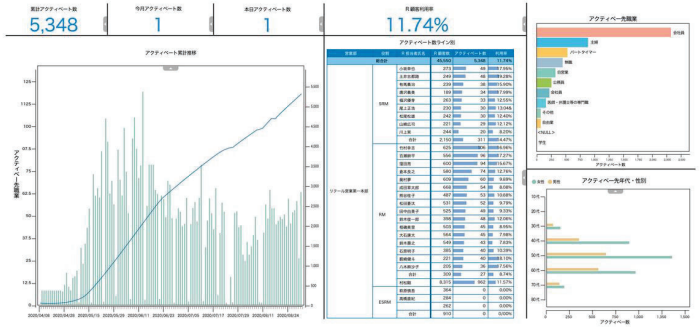
	ンジニアリングまで実務に取り込んだ。運用面では、全部署から候補者を選出し、本務50%・分析業務50%の兼務で推進する体制を採用し、モデル作成→施策活用→効果検証→ブラッシュアップのPDCAを回した。加えて、外部支援を「代行」ではなく、ツール選定、分析設計、ガバナンス整備を含む伴走型として活用し、最終的に行内で育成・実装を継続できる形へ寄せていった点がこのプロセスの要点である。
DX導入の成果	成果は、第一に人材育成の量と質、第二に分析の業務実装、第三に文化面の変化として表れている。人材面では、プロジェクトが3期目に入り、育成人材が20名超まで拡大したこと自体が、部署横断の育成モデルが機能している証左である。質の面でも、統計学の基礎学習段階から、ロジスティック回帰分析や特徴量エンジニアリングを活用できる段階へ到達し、実務で使える分析力が蓄積された。業務実装面では、商品・サービスのターゲティングモデル作成が可能となり、施策投入後に効果検証を行い、次施策へ反映するPDCA運用が成立した点が大きい。これは、分析結果が報告資料に留まらず、営業施策や顧客提案の改善に接続されたことを意味する。文化面では、当初の「過大期待と理解不足」によるギャップを乗り越え、段階的にデータ活用の共通言語が形成されつつある。総じて、成果は単発のモデル精度向上ではなく、部署横断で人材を育て、実務に適用し、学習循環を維持する仕組みが現実に動き始めた点にある。
実装時の課題	実装が進むほど、次の課題は「拡大時の持続性」に移る。第一に、全部署からの候補者を兼務で運用する方式は浸透力が高い反面、本務との優先順位調整が難しく、分析業務の時間確保と成果責任の設計が甘いと、部門間で負荷の偏りが生じやすい。第二に、レベル別育成を高度化するほど、評価制度・処遇・キャリアパスの整備が追いつかなければ、上級人材の活躍機会や定着に課題が出る。第三に、ツール導入や高度分析手法の活用が進むほど、データの正当性担保、データガバナンス、監査対応を同時に強化する必要があり、利便性優先だけでは運用リスクが増える。第四に、内製化を進める過程では、外部支援への依存度を段階的に下げつつ、ノウハウを手順・教材・レビュー基準として形式知化しなければ、担当者異動時に再現性が落ちる。要するに、今後の焦点は、育成規模の拡大と品質維持、そして制度・運用・統制の三位一体でDXを継続できる体制を確立することにある。
出典	https://www.brainpad.co.jp/doors/contents/02_conference23_yucho/

事例番号	18
企業名	京都信用金庫
対象部署・業務	● 本部（事務統括部・システム部門）と営業店 ● 格付進捗管理業務、融資期限管理業務、その他各種業務システム開発 ● 本部と営業店の情報連携・業務標準化・顧客対応支援
課題	京都信用金庫がDXを進めるうえでの課題は、現場ニーズの速さに対して、従来のシス

	テム開発サイクルが追いつきにくかった点にあった。業務部門からは多数のシステム開発要請が寄せられる一方で、事務統括部としては「作りたいが時間がかかる」「時間をかけても陳腐化が早い」というジレンマを抱えていた。加えて、営業店側は必要なデータを迅速に取り出したいが、参照経路が限定されると判断や対応が遅れる。さらに、格付業務のように、決算書受領、財務情報登録依頼、格付申請、格付決裁内容確認、貸付極度設定更新まで複数工程を含む業務では、営業店ごとの独自フォーマット運用が本部の迅速確認を妨げ、標準化・スピード化・ノウハウ継承の妨げになっていた。本部集中化を進めたいという方向性があっても、情報共有がリアルタイムでなければ作業は局所最適に留まる。つまり課題の本質は、可視化だけでなく、現場が直接データを扱え、本部と営業店が同時に同じ情報を更新・確認できる仕組みを短期間で内製し、業務プロセス全体を変えることであった。
DX導入プロセス	導入プロセスは、ツール選定、短期開発、現場定着の順で進んだ。まずBIツール導入を検討する中で、MotionBoardを単なる可視化基盤ではなく、ユーザー自身が直接データ更新できる業務システム開発ツールとして評価し、ハンズオンセミナーを通じて実運用可能性を確認した。その後2020年に導入し、Excel・CSV形式での出力環境を整え、現場が欲しいデータを即時にダウンロードできる基盤を構築した。次に緊急案件として、約3カ月で「格付進捗管理システム」を開発し、月初に向こう3カ月の格付期限到来顧客一覧を表示、顧客名クリックで基本情報と進捗を確認、進捗発生時は担当者が必要項目を直接入力する運用を実装した。これにより本部と営業店が同一画面で共同作業できる形へ移行した。続いて「融資期限管理システム」など複数業務へ展開し、DXツールとしてのMotionBoardを、可視化・更新・業務アプリ化を一体で担う基盤として活用した点が特徴である。内製化を前提に、短期間で業務要件を反映し続ける運用設計がプロセス全体の中核となった。 
DX導入の成果	成果は、工数削減、連携強化、業務品質向上の三点で明確である。まず、本部と営業店のリアルタイムな情報共有が可能となり、事務処理の本部集中化を実行できる土台ができた。次に、格付進捗管理や融資期限管理などの業務システムを短期間で整備したことで、従来分散していた情報確認や進捗把握の手間が減り、月間約300時間の作業工数削減につながった。さらに、業務プロセスが変わったことで営業店側の作業時間が圧縮され、顧客対応に使える時間を増やせるようになった点は、単なる事務効率化を超える効果である。加えて、本部のベテラン職員が持つアドバイスやノウハウ

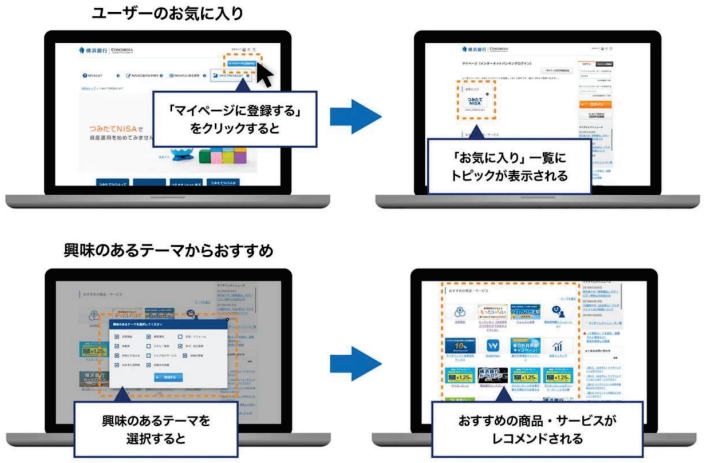
	を、システム上の共同作業を通じて若手へ伝達しやすくなり、属人的だった知見の継承にも寄与した。DXの成果は、画面が増えたことではなく、同じデータを同じタイミングで扱う運用へ変わったことで、本部・営業店の協働が日常業務として定着し、現場の業務改革スピードが上がった点にある。
実装時の課題	実装時の課題は、短期内製の機動力を維持しながら、全体最適を崩さない運営にある。第一に、現場要望へ迅速対応できる反面、案件が増えるほど優先順位管理が難しくなり、個別最適のシステムが増えるリスクがある。第二に、ユーザー直接更新を許容する設計は実務に強いが、入力ルール、権限設定、監査可能性を同時に管理しないとデータ品質のばらつきが生じる。第三に、Excel・CSV出力を含む柔軟な活用は利便性が高い一方で、二次利用先で定義がずれると、部門間で数字解釈が分かれる可能性がある。第四に、ノウハウ継承をシステムで支えるには、運用手順の文書化と教育設計を継続し、担当異動後も同品質で回る体制を整える必要がある。要するに今後の焦点は、MotionBoardを中心とした内製開発の速度を維持しつつ、データ定義・変更管理・統制運用を標準化し、業務改革の再現性を高め続けられるかどうかである。
出典	https://www.wingarc.com/product/usecase/563.html

事例番号	19
企業名	株式会社SBI新生銀行
対象部署・業務	● リテール営業推進部（CRM担当）を中心に、営業現場・営業本部・コールセンターなど複数チーム ● 営業予実管理、案件管理、来店状況把握、アプリ利用状況確認など営業関連業務 ● 全行員のデータマネジメントスキル向上を目的とした全社的データ活用
課題	課題は、分析基盤そのものがないことではなく、営業現場で使える形にデータ活用が定着していなかった点にあった。以前から顧客分析文化は存在し、オンプレミス環境でSASを用いた分析体制も整備していたが、データ収集から分析、活用、検証までのPDCAを1回回すのに4〜5カ月かかるなど、施策反映までに大きなタイムラグがあった。加えて、一般的なBIツールはグラフィカルな表現に強い一方で、営業店のマネージャーや担当者が日常業務で使い慣れた、行数列の多い集計表や明細一覧の表現には限界があり、現場での活用拡大が進みにくかった。さらに、特定部署への依頼型でデータ抽出・加工を行う運用では、現場自らがタイムリーに状況を把握し、次のアクションへ即時につなげることが難しい。つまり本質的な課題は、データを蓄積することではなく、営業活動の記録がそのまま「生きたデータ」として可視化され、報告のための作業を減らし、建設的な議論と施策実行に時間を振り向けられる状態を実現することであった。
DX導入	導入プロセスは、既存の分析文化を活かしつつ、営業現場で回る運用へ再設計する流

プロセス	れで進んだ。出発点は、オンプレミス環境でSASを用いた顧客分析体制を持ちながらも、データ収集から分析、活用、検証までのPDCAに4〜5カ月を要していた実態の見直しである。そこでまず、2016年開始のCRM基盤更改を契機に、Salesforce各種ツールを導入し、営業管理、案件管理、チャネル管理、コミュニケーション機能をクラウド上で集約・統合した。狙いは、フロントが入力した当日の営業活動データを当日中に反映し、マーケターが即時に分析へ接続できる状態をつくることであった。次段階で、現場定着を阻害していたBIのUI課題を解消するため、DXツールとしてMotionBoard Cloud for Salesforceを採用した。選定の決め手は、グラフ中心の可視化だけでなく、営業店が使い慣れたExcelライクな集計表・明細一覧を高い再現性で表現できる点、さらにSalesforce内でタブ切替だけで利用でき、別アプリ再ログインが不要で現場の抵抗感を下げられる点である。導入はスモールスタートで行い、少人数運用で要件を詰め、プログラミング専門知識に過度に依存しない形でダッシュボード整備を進めた。実装スピードも重視し、導入決定から約3カ月で本番運用へ移行した。以後は、抽出・加工の前工程を簡素化してリアルタイム集計を実務導線に組み込み、現場が自らデータを参照し、会話し、行動を更新する運用へ段階的に移した。すなわち本プロセスは、ツール導入単体ではなく、CRM刷新、クラウド移行、UI最適化、業務定着を一体で進めた実装型DXである。
DX導入の成果	最も大きな変化は、会議や日次運用で費やしていた「数字の確認時間」が減り、「次の打ち手を決める時間」が増えた点にある。営業活動データがSalesforce上で当日反映され、MotionBoard Cloud for Salesforceで即時に可視化されることで、報告資料を作るための前処理が軽くなり、現場と本部の対話が実行寄りに変わった。従来はデータ収集・加工に手間がかかり、分析結果の活用までに時間差が生じやすかったが、導入後は状況把握から施策検討までの流れが短くなり、PDCAの回転速度が実務レベルで向上した。さらに、グラフ中心ではなく集計表・明細一覧も併用できる画面設計により、営業店の担当者やマネージャーが既存業務の感覚で利用しやすくなり、利用率と継続性が高まった点も重要である。結果として、データ活用は一部の分析担当者の業務から、営業現場が日常的に参照し判断する業務インフラへと位置づけが変わり、意思決定の質とスピードを同時に押し上げる状態が形成された。 

実装時の課題	運用が広がる局面で難しくなるのは、利便性を保ったままデータの信頼性を維持する点である。リアルタイム可視化は強力だが、入力タイミングや入力粒度が部署ごとに揺れると、表示の速さに対して中身の整合が追いつかなくなる。したがって、Salesforceへの入力ルール、欠損時の補正手順、指標定義の管理責任を明確化し、可視化基盤の前段を安定させることが不可欠となる。加えて、スモールスタートで成功した後は、要望増加に伴ってダッシュボードの数や指標が増えやすく、画面の複雑化や目的不明な可視化が発生しやすい。ここを放置すると、利用者は「見えるが使えない」状態に戻る。さらに、データを見て終わらず行動につなげるには、操作研修だけでなく、どの指標をどの会議体で判断に使うかまで含めた業務設計が必要である。要するに、今後の焦点は機能追加の量ではなく、定義統一・変更管理・教育運用を継続し、データドリブンを日常業務として持続させる統治力にある。
出典	https://www.wingarc.com/product/usecase/213.html

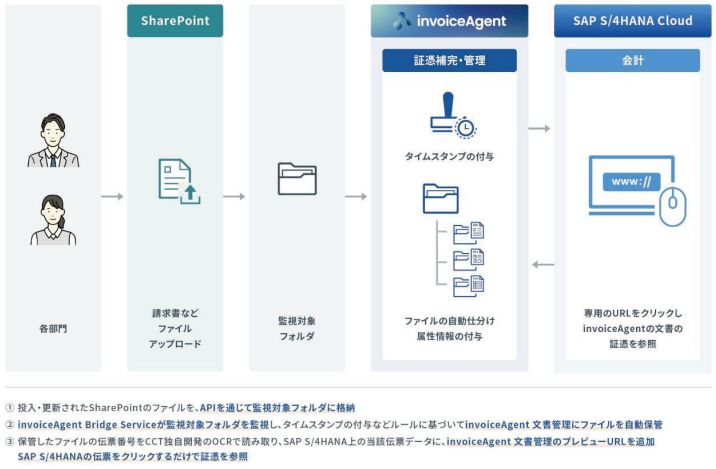
事例番号	20
企業名	横浜銀行
対象部署・業務	● 営業戦略部 ダイレクトチャネル企画グループ ● インターネットバンキング「マイページ」やWebサイトを中心とする非対面チャネル
課題	横浜銀行が直面したのは、ダイレクトチャネルの利用拡大に対して、実店舗のようなきめ細かな提案をWeb上で実現しにくいという構造的課題であった。2000年代からインターネットバンキングやコンタクトセンターの高度化を進めてきた一方、非対面チャネルでは「お客様一人ひとりに合わせたOne to One対応」が難しく、ライフステージ・ライフスタイルに応じた情報提供の精度が課題になっていた。そこで必要だったのは、単なるページ改修ではなく、閲覧履歴や流入経路、利用経験を踏まえて、表示内容そのものを出し分ける仕組みである。さらに、個人を特定できる情報を取得せずに、関心把握と提案最適化を両立する設計も求められた。要するに、Webサイトを「一律表示の窓口」から「顧客理解に基づく提案チャネル」へ転換し、CX（顧客体験）と顧客ロイヤリティ維持・向上を同時に達成することが主課題であった。
DX導入プロセス	導入は、①課題定義、②基盤導入、③施策実装、④改善運用の順で進められた。まず課題定義では、Web・インターネットバンキングの利用増加を踏まえ、リアルチャネルに近いOne to Oneコミュニケーションをダイレクトチャネルで再現する方針を明確化した。次に基盤導入として、2015年にレコメンドエンジン搭載プライベートDMP「Rtoaster」を採用した。Rtoasterは、データの蓄積・管理から、Web、アプリ、広告、メールなど複数接点でのパーソナライズや行動ターゲティング、レコメンド実行までを一体で支えるDXツールであり、今回の要件に合致した。施策実装では、商品ページ閲覧履歴に応じたメインビジュアルの出し分け、流入経路別コンテンツ出し分け、インターネットバンキング利用経験に応じたログインページのパーツ配置変更を実行し

	た。さらにログインページを「マイページ」にリニューアルし、初回訪問時の興味テーマ選択ポップアップや、お気に入り機能（ECのカート機能を応用）を組み込んだ。最後に、コンサルタント伴走でKPI設計、効果測定、改善提案を回し、施策の継続運用に接続した。 
DX導入の成果	成果は、数値面と運用面の両方で確認できる。数値面では、ログインページをマイページ化し、Rtoasterの基本機能を活用した施策を実施した結果、リニューアル前比でPV数が13.7%向上した。加えて、興味テーマ選択の施策により約50,000件のテーマ登録が行われ、顧客の興味・関心スコアの把握が進んだ。運用面では、閲覧履歴、流入経路、利用経験を組み合わせた出し分けにより、顧客の望む情報を先回りして提示する仕組みが整い、Webサイトが一律配信からパーソナライズ型コミュニケーションへ移行したことが大きい。これにより、ダイレクトチャネルでも「お客様のニーズを理解し、寄り添える」接点づくりが進み、次のサービス企画へつながるデータ資産が蓄積された。単発のキャンペーン改善にとどまらず、One to One対応を継続的に高度化できる実装基盤が整った点に、DX成果の本質がある。
実装時の課題	実装段階で重要になるのは、パーソナライズ精度の向上と運用統制の両立である。第一に、出し分け施策が増えるほど、表示ロジックやKPIの管理が複雑化し、運用が属人化するリスクが高まる。第二に、Web・インターネットバンキング・将来的な他チャネルを横断して最適化するには、データ定義と評価指標をそろえ、施策間の整合性を維持する必要がある。第三に、個人を特定できる情報を取得しない前提で高精度なレコメンドを継続するためには、行動データの品質管理、セグメント設計、検証サイクルの厳密化が不可欠となる。第四に、One to One施策は短期指標（PV等）だけでなく、中長期の顧客ロイヤリティやLTVにどう効いたかまで評価しなければ、改善の方向が短期最適に偏りやすい。したがって今後の焦点は、Rtoaster活用の拡張と同時

	に、ガバナンス、再現性、評価設計を強化し、継続的に顧客理解を深める運用体制を維持することである。
出典	https://www.brainpad.co.jp/rtoaster/case/boy/ https://www.brainpad.co.jp/news/2019/07/17/10230

物流・交通・運輸

事例番号	21
企業名	株式会社商船三井
対象部署・業務	● 経理部税理チームを中心に、グループ全体の事務・会計関連部署 ● SharePointを利用した文書保管、会計伝票と証憑書類の管理業務
課題	紙の取引書類を減らしながら業務を回すため、文書保管の実務ではSharePointが中核になっていた。SharePointは、部門横断でファイルを格納・共有し、アクセス権管理や検索を通じて、日々の業務文書を扱いやすくする基盤として定着していたため、現場の操作習慣とも強く結びついていた。一方で、電帳法のスキャナ保存要件に照らすと、既存運用だけでは要件充足が不十分であり、コンプライアンス面の穴を埋める必要があった。ここで単純に新しい運用へ全面移行すれば、約1万人規模の利用者に教育・問い合わせ・作業停滞の負荷が発生し、生産性が落ちる。さらに会計実務では、SAP S/4HANA Cloud上の伝票と証憑を監査・税務対応で迅速に突合できることが重要で、保管先を増やすだけでは効果が薄い。したがって解くべき課題は、SharePointという既存の業務基盤を活かしつつ、法令対応の証跡性と検索性、会計伝票との参照性を同時に引き上げる設計を実現することにあった。
DX導入プロセス	導入は「現行運用を大きく変えない」方針を最上位に置き、要件整理→PoC→本番実装の順で進んだ。DXツールの中核として採用したinvoiceAgentは、文書の保管・検索・証跡管理を担う電子帳票プラットフォームであり、電帳法対応に必要な要件を満たしながら、既存業務と連携しやすい点が評価された。具体的にはinvoiceAgent 文書管理を採用し、invoiceAgent Bridge ServiceでSharePoint上の対象文書を自動連携・自動保管する構成を採った。これにより、現場は従来どおりSharePoint中心で作業しつつ、裏側で電帳法対応に必要な処理を進められるようになった。さらにCCTの支援でOCRを活用し、伝票番号読み取りを通じてSAP S/4HANA Cloudの会計伝票とinvoiceAgent上の証憑を紐付け、伝票画面から証憑プレビューへ到達できる導線を実装した。結果として、ツールを追加するのではなく、SharePoint-invoiceAgent-SAPを一本の業務フローとして接続することで、法対応と実務効率を同時に成立させた。

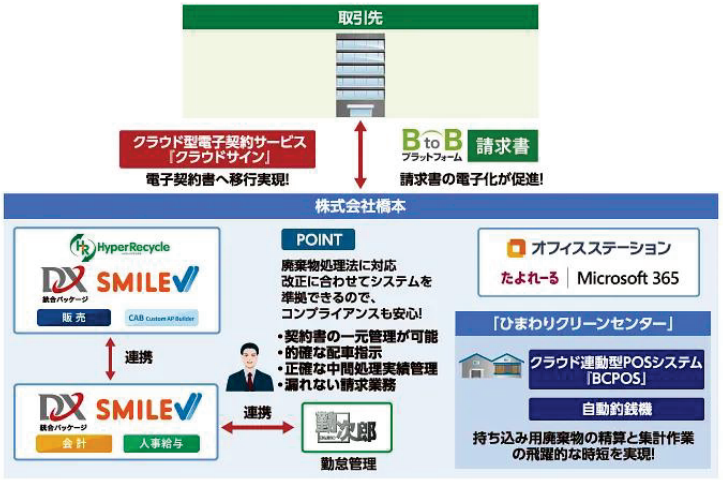
	
DX導入の成果	導入後に最初に効いたのは、法対応の「重さ」が現場負荷として顕在化しなかった点である。SharePoint中心の作業感覚を保ったまま、電帳法対応を運用に埋め込めたことで、全社展開時の混乱を抑制できた。次に、保管ルールの統一によって部門ごとの管理粒度がそろい、検索の再現性が上がった。どこに何を置くかが定まり、探す・確認する・再提出するといった非付加価値作業が減少したことは、日々の処理体感を大きく変えている。さらに、SAP S/4HANA伝票とinvoiceAgent証憑の紐付けにより、監査や税務調査で必要書類へ到達する時間が短縮された。これは単なる時短ではなく、証憑提示の確実性を上げる効果を持つ。加えて、月2,000〜3,000ファイル規模の運用を安定稼働させ、問い合わせを限定的に抑えられた点は、設計思想と運用設計が噛み合っていた証拠である。結果として、今回のDXは「新システム導入」ではなく、文書管理標準化とERP連携を軸に、法令対応と業務効率を同時達成する基盤整備として定着した。
実装時の課題	実装後の難所は、導入時に抑えた運用差分を、制度変更や組織変更の中でも抑え続けられるかどうかにある。全社標準を維持するには厳密なルールが必要だが、厳しすぎる運用は現場離れを招く。逆に柔らかすぎる運用は証憑品質を下げる。この振れ幅を管理するため、例外処理の定義、権限設計、監査証跡の扱いを定期的に更新する運用統治が欠かせない。技術面でも、SharePoint-invoiceAgent-SAP S/4HANA間の連携は複数工程にまたがるため、API連携失敗、OCR誤読、紐付け不整合が起きた際の責任分界と復旧手順を明文化しておく必要がある。さらに、電帳法関連の要件解釈や監査実務は更新がありうるため、初期設定を固定資産化せず、変更管理を前提にした保守体制へ移すことが重要である。最後に、問い合わせが少ない状態を維持するには、初回教育だけでは不十分で、異動・兼務・委託先変更を見据えた継続教育が必要になる。要するに、今後の課題は機能追加ではなく、標準運用の品質を長期にわたり守る運営

	力の確立である。
出典	https://www.wingarc.com/product/usecase/1221.html https://www.cct-inc.co.jp/solution/case/7870/

事例番号	22
企業名	株式会社セイリョウライン
対象部署・業務	● 経営層およびマネージャー層 ● 事業計画立案、行動計画（アクションプラン）の策定・進捗管理
課題	株式会社セイリョウラインの課題は、すでにIT経営や管理会計を取り入れ、損益・資産管理を精緻に運用していたにもかかわらず、経営状況のリアルタイムな把握と進捗管理を全社で一貫して回せる仕組みが不足していた点にある。現場には運送事業で日々発生するデータが点在し、入力・管理のルールや更新タイミングが統合されていなかったため、経営幹部・マネージャー層が同じ指標を同じ粒度で確認することが難しかった。結果として、月次や週次での確認はできても、行動計画（アクションプラン）の遅れや実行の質を日々の単位で追跡しにくく、意思決定が後追いになりやすい構造だった。加えて、2024年問題、働き方改革、生産性向上といった運輸・物流業界の外部圧力に対し、計画策定だけでなく、実行とモニタリングを継続できる運営基盤が急務であった。つまり、データの可視化自体は進んでいたが、成長に結びつく事業計画書とアクションプランを、データドリブンで確実に運用する仕組みへ昇華することが、DXの中心課題であった。
DX導入プロセス	導入は、経営計画を作る工程と実行管理の工程を分断せず、同じ運用サイクルで回す設計で開始された。まずTDBC ForumでBanSoの実演を確認し、事業計画立案、行動計画（アクションプラン）策定、進捗モニタリングまでを一体で扱える点を評価して採用を決定した。BanSoは、ウイングアーク１ｓｔの経営マネジメントIT基盤とSDXCの専門家支援を組み合わせ、財務情報や3期分の決算書など必要データを投入しながら、計画策定と実行管理を継続できる中小企業支援プラットフォームである。実装段階では、専門家レビューを受けつつ、何のために・誰が・何を・いつまでに実行するかを数値指標つきで定義し、評価サイクルを明確化した。さらに運用面では、dejirenをチャット起点のインターフェースとして採用し、日々の進捗報告、相談、修正指示、記録蓄積を一元化した。ここにChatGPT連携を組み込み、行動記録の要約、論点整理、次アクション案のたたき台作成、会議前の確認事項抽出を支援機能として活用することで、管理層と現場の意思決定速度を高めた。加えて、dejiren上の記録はBanSoの進捗管理と接続され、必要に応じてExcel形式でエクスポートして再分析できるため、計画→実行→検証→改善のPDCAを実務レベルで回しやすくなった。結果として、ツール導入に留まらず、専門家支援・データ基盤・チャット運用・生成AI補助を一体化したDXプロセスへ移行した。

	
DX導入の成果	導入後は、経営改革の実行力に直結する成果が複数確認できる。第一に、専門家の意見とデータを併用することで、事業課題の整理精度が上がり、行動計画が「抽象目標」から「実行可能な施策」に変わった。第二に、BanSo上で事業計画とアクションプランを管理し、dejirenで日々更新・共有する運用が定着したことで、経営層とマネージャー層の進捗管理がリアルタイム化した。第三に、従来Excelで個別管理していた財務・損益関連情報をフリーボード機能などで集約し、独自の会計情報システム（B/S、P/L推移）とも紐付けて、経営情報の可視化・共有が進んだ。第四に、行動記録をエクスポートして加工・分析に再利用できるため、改善サイクルの再現性が高まった。結果として、管理層だけでなく従業員の行動もデジタル起点に移り、点在データの一元管理と確実な進捗管理が両立した。これは、物流DXを「見える化」段階から「実行管理」段階へ進めた成果である。
実装時の課題	今後の実装課題は、仕組みを導入した後の運用品質を維持しながら、適用範囲を拡張する点にある。まず、アクションプランを日々更新する運用は有効だが、入力負荷や更新粒度が部署でばらつくと、リアルタイム把握の精度が低下するため、KPI定義・更新ルール・レビュー頻度の標準化が必要である。次に、専門家支援により初期品質は高まる一方、継続段階では内製で回せる体制づくりが不可欠であり、判断基準や進捗判定ロジックの形式知化が求められる。さらに、dejirenをハブにしたコミュニケーション運用は意思決定を速めるが、情報量が増えるほど重要論点の埋没リスクが高まるため、エスカレーション設計と議論ログの整理方法を明確にする必要がある。加えて、2024年問題や生産性向上への対応を継続するには、計画と実績の差分分析を定例化し、現場改善へ確実に還元する運営が重要となる。要するに、次の焦点は「導入の成功」を「持続可能な経営習慣」に変えることである。
出典	https://banso.info/case/logistics-dx-banso/ https://www.wingarc.com/product/usecase/1070.html

事例番号	23
企業名	株式会社橋本
対象部署・業務	● 廃棄物収集・運搬・処理事業およびリサイクル事業部門 ● 営業部・総務部・人事労務部門など全社的業務 ● 販売管理、会計、人事給与、勤怠管理、契約管理、POS精算業務
課題	株式会社橋本の課題は、一般廃棄物・産業廃棄物の収集運搬・処理、再生資源回収、飼料製造・販売といった多角的な業務を拡大するなかで、既存システムでは自社業務に十分フィットしない領域が増えた点にあった。特に一般廃棄物の業務量が急増する局面では、廃棄物関連業務の複雑な伝票処理、収集情報の管理、会計処理連携を同時に高い精度で回す必要があり、業務の標準化とスピード向上が急務となった。さらに、現場視点では「既存システムで改善してほしい点」が多数存在し、部署ごとに運用上の不便が蓄積していた。これに加え、災害時の業務継続を見据えたBCP対策、紙書類中心の契約・請求運用の見直し、人事労務系を含む周辺業務の効率化も同時に求められた。つまり、単なる販売管理の更新では足りず、廃棄物処理業の実態に即した基幹システムを核に、クラウド化、ペーパーレス、会計・勤怠・契約・POSまでを含めた業務基盤全体の再設計が課題であった。
DX導入プロセス	導入は、現場要件の収集から始まる共同開発型で進められた。2006年の「SMILE AD 販売管理」導入でIT活用を本格化した後、2012年に社内プロジェクトチームを立ち上げ、複数ベンダー比較を経て大塚商会をパートナーに選定した。ここでの中核は、DXツールとしての「Fit & Gapコンサルティング」である。これは、現行業務と標準機能の差分を可視化し、要件の優先順位を定めながら仕様を固める実装手法であり、部署アンケートで抽出した改善要望を具体的な設計に落とし込む役割を果たした。結果として、大小40項目近い改善点をほぼ反映し、約1年で「SMILE BS 販売」をベースにした廃棄物収集・処理業向け販売管理システム「HyperRecycle」を2013年4月に本稼働させた。稼働後も、SMILE開発ツール「CAB（Custom AP Builder）」と自由帳票設計業務オプションで内製改良を継続し、2018年にSMILE V版、2022年にSMILE V 2nd Edition版へ段階的にバージョンアップ。さらにサーバーのクラウド化でBCP対策を強化し、クラウドサイン、BCPOS、Universal 勤次郎など周辺システムとの連携で業務全体を拡張した。

	株式会社橋本の『HyperRecycle』をはじめとするITの活用 
DX導入の成果	導入効果がはっきり見えたのは、日々の業務終盤で発生していた「締め処理の負担」が軽くなった場面である。持ち込み廃棄物の精算では、以前は受付終了後に集計作業が残り、担当者の時間外対応が常態化しやすかった。BCPOSの導入後は、受付時間内に精算集計を終えられる流れへ変わり、残業が発生しない運用に近づいた。ここに自動釣銭機を組み合わせたことで、現金授受時のミス抑止も同時に進んだ。事務側でも、電子請求の拡大で印刷・封入・郵送の作業が減り、月末月初の業務圧力が下がった。契約実務ではクラウドサイン活用により、営業担当者の書類作成・回収・押印待ちに費やす時間が短縮し、顧客対応へ振り向けられる時間が増えている。基幹領域では、HyperRecycleが伝票処理、収集情報、会計連携を一体で扱えるため、業務データの参照と確認がしやすくなり、判断のやり直しが減った。つまり成果は、システム画面の刷新ではなく、現場の一日の流れそのものを軽くした点にある。さらにクラウド化でBCP対策も進み、平時の効率と非常時の継続性を同時に確保できる体制へ前進した。
実装時の課題	運用が安定した後に難しくなるのは、「便利になった状態」を崩さずに拡張することである。まず、廃棄物処理業務は制度改正や取引実務の変更を受けやすく、初期設計を固定すると現場の実態とずれやすい。したがって、CABや帳票設計オプションでの継続改修を前提に、どの要望をどの順序で反映するかを決める変更管理が欠かせない。次に、電子請求・電子契約・POS・勤怠など周辺システムが増えるほど、部門ごとの手順差が露呈しやすくなる。ツール単体で見ると最適でも、全体では二重入力や確認漏れが起こるため、販売・会計・契約・労務を横断した運用基準の再統一が必要になる。さらに、現場定着の成否は初期研修よりも、異動後の引き継ぎと例外処理の

	扱いで決まる。マニュアル整備、問い合わせ窓口、定期レビューを回し続けないと、改善効果は徐々に薄れる。要するに今後の論点は、新機能を増やすことより、法対応・業務実態・人員構成の変化に合わせて運用品質を保ち続けることである。DXは導入時点で完結せず、改良を常態化できるかどうかで成否が分かれる。
出典	https://www.otsuka-shokai.co.jp/products/case/hashi-moto-dx.html

事例番号	24
企業名	ヤマト運輸株式会社
対象部署・業務	● リテール営業部（法人向けサービス推進部門） ● 会員制ビジネスポータルサイト「ヤマトビジネスメンバーズ」運営 ● 法人顧客（93万社超）へのサービス提供・顧客体験最適化業務
課題	ヤマト運輸の課題は、ビジネス向け会員制ポータル「ヤマトビジネスメンバーズ」で、93万社という多様な会員企業に対して、同一画面を一律表示していたため、最適なサービス提案が難しかった点にある。もともと「幅広く、かつ最適なサービスを提供する」構想はあったが、業種・規模・利用履歴・関心領域が異なる顧客に同じ導線を提示すると、必要な情報へ到達するまでの距離が長くなり、申込機会の取りこぼしが生じやすい。さらに、会員サイトは施策を打って終わりではなく、効果測定と改善を繰り返す運用が要であるにもかかわらず、対象顧客の切り分けやレポーティングに時間がかかれば、PDCAサイクルは鈍化する。つまり本質的な課題は、Webリニューアルの見た目を整えることではなく、顧客属性と利用履歴に基づくパーソナライズを日常運用に組み込み、確度の高い顧客セグメント把握と高速な効果検証を両立することだった。こうした背景から、「For you」機能を軸に、先回り提案ができるデータドリブン型サイト運営へ転換する必要があったのである。
DX導入プロセス	導入プロセスは、サイトリニューアルとデータ活用基盤整備を同時進行させる形で進められた。まず2018年4月のリニューアルで「For you」機能を追加し、会員ログイン後に属性・利用履歴に応じた提案を返す設計へ刷新した。次にこの実装を支えるDXツールとして、レコメンドエンジン搭載プライベートDMP「Rtoaster」を導入した。Rtoasterは、データの蓄積・管理から、Webや広告、メール等でのパーソナライズ、行動ターゲティング、レコメンド実行までを一体で扱える基盤であり、単発施策ではなく継続改善を前提とした運用に向く。実装では、Rtoasterのユーザー分析機能を活用し、サービスページごとの顧客ボリュームや行動情報を把握して、膨大なセグメントを無秩序に増やすのではなく、施策効果の高いセグメントへ優先的にアプローチする設計を採用した。加えてレポート自動化サービスを利用し、ログデータを含む分析レポート生成を効率化して、施策実行→測定→改善の時間を短縮した。さらに提案表示は通常枠だけでなく、必要度が高いと判断したサービスをポップアップでも提示し、接点ごとに行動を促す導線を整えた。これにより、パーソナライズとPDCA高速化を同じ運用基盤で回す体制が成立した。

123

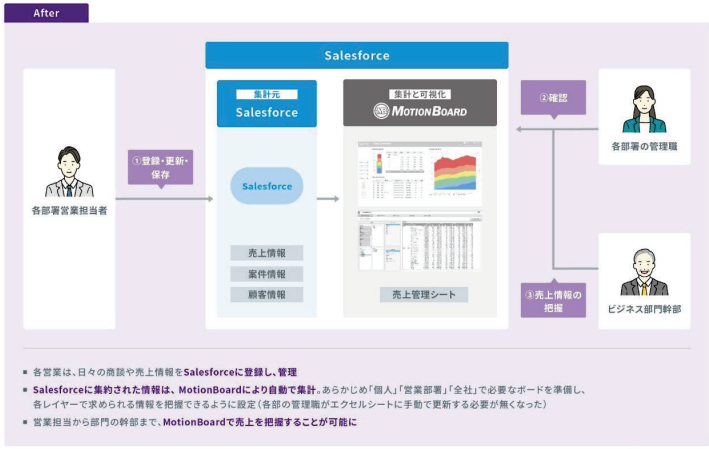
	
DX導入の成果	結果として、会員サイトは「全員に同じ情報を見せる場」から、「会員ごとに最適化された提案を行う場」へ性格が変わった。定量面では、導入後の施策によってサービス申込み件数が5倍となり、パーソナライズ施策が実際の行動変容につながることを確認できた。ここで重要なのは、単にレコメンド枠を置いたことではなく、ユーザー分析機能で狙うべきセグメントを見極め、レポート自動化で効果検証を回し、改善サイクルを短縮した点である。これにより、施策の仮説精度が上がり、運用の再現性も高まった。運用面でも、属性・利用履歴に応じた表示に加え、必要性が高いサービスをポップアップで先回り提案する流れが定着し、会員の関心と提案内容の一致度が向上した。すなわち成果は、CVの単発増加ではなく、顧客理解・施策設計・検証改善を連動させるDX運営モデルが機能し始めたことである。会員制ポータルを継続的に成長させる土台として、データ活用の実務レベルが一段引き上げられたと評価できる。
実装時の課題	導入後の運用で問われるのは、施策数を増やすことより、精度と統制を崩さずに拡張できるかどうかである。第一に、93万社規模の会員を対象にする場合、セグメント設計が過剰に複雑化すると、運用側が仮説を説明しにくくなり、改善判断が遅れる。第二に、パーソナライズは入力データとログ品質に依存するため、計測定義やイベント設計が部門ごとにずれると、同じ数字を見ていても解釈が分かれる。第三に、ポップアップを含む提案導線は即効性がある一方、接触頻度や表示順序の設計を誤ると体験価値を下げるため、短期CVと中長期ロイヤルティの両方を見た評価軸が必要となる。さらに、PDCA高速化は分析・施策・運用チームの連携が前提であり、レポート自動化を導入しても意思決定フローが旧来のままでは効果が頭打ちになる。したがって今後の課題は、Rtoasterを中心にしたデータ活用を継続しつつ、指標定義、施策優先順位、顧客体験ガイドラインを統合管理し、スピードと品質を同時に守る運用ガバナンスを確立することである。
出典	https://www.brainpad.co.jp/rtoaster/case/kuronekoyamato/ https://www.brainpad.co.jp/news/2018/12/19/9138

事例番号	25
企業名	JR九州
対象部署・業務	● デジタル変革推進部（旧 IT推進部、グループマーケティング室を統合） ● 経営企画部・グループ各社 ● 顧客データ統合・分析、マーケティング施策立案、経営情報可視化
課題	JR九州が直面していた課題は、顧客接点が広がる一方で、データ活用の速度と柔軟性が業務要求に追いつきにくくなっていた点である。実際、JR九州インターネット列車予約、JQ CARD、SUGOCA、JRキューポアプリといった複数サービスの顧客データを紐付け、マーケティング施策に結びつけるには、分断されがちなデータを一元化し、分析と実行を同じリズムで回せる基盤が不可欠であった。従来はオンプレミス環境での処理負荷が重く、データ加工・データ抽出に長時間を要する構造がボトルネックとなり、処理が1日20時間以上かかる場面もあった。これでは、可視化・分析ツールや施策・アクションツールとの連携を機動的に回すことが難しく、グループ顧客戦略の高度化に必要なPDCAの速度が出ない。さらに、グループ全体・多様な外部プレイヤーとのデータ連携・データ活用を進める方針の下では、将来のデータ量増加に耐える拡張性、コストの適正化、内製で顧客分析を進められる運用性も同時に求められた。すなわち課題は、単なる性能不足ではなく、DX戦略を支える顧客分析基盤としての処理速度、拡張性、運用自立性を同時に満たすことであった。
DX導入プロセス	導入プロセスは、リプレースを前提にしたウォーターフォール型で、2022年4月から約1年2カ月をかけて、要件定義、設計、開発、テストを順に積み上げる形で進行した。要件定義フェーズでは、短期間ながら週3回程度の打ち合わせを重ね、現状処理の理解と新基盤の要件整理を同時に進めた点が特徴である。ここでのDXツールの中核は、クラウド型DWH「Snowflake」である。Snowflakeは、負荷の高い処理が並列で動いても相互干渉しにくい設計思想を持ち、処理状況に応じてコンピューティングリソースを柔軟に増減できるため、データ量増加時の処理劣化を抑えつつ、必要時のみスペックを引き上げるコスト最適化が可能となる。実装ではAWSとSnowflakeを連携し、パッケージ型CDPに固定しない形でカスタマイズ性を確保した。さらに、BIツールのTableau連携、既存のMA領域で活用してきたRtoaster・Probanceとの接続も意識し、分析から施策実行までの接続性を高めた。プロジェクト中は既存処理の単純移植ではなく、修正すべき処理を見極めながら再設計し、稼働後を見据えてスキルトランスファーを並行実施した。これにより、連携ファイル追加など軽微な改修を内製で対応できる運用体制へ移行した。
DX導入の成果	基盤刷新後の成果は、まず処理性能の改善と運用安定性の向上として現れた。実運用では、Snowflakeの最小クラスであるXSサイズのウェアハウスでも多くの処理を回せる水準が確認され、9割以上の処理をXSで実行できたという評価が得られている。これは、将来のデータ増加時にもスペック調整で追随できる見通しをもたらし、性能不安を前提にした過剰設計から脱する効果がある。障害対応面でも、Time Travel機能により任意時点のデータにアクセスしやすく、復旧・調査の運用負荷を抑えられる構

	造が整った。さらに、Tableau連携のパフォーマンスに問題がないこと、利用者増加時にもスケールアウトでレスポンスを維持しやすいことは、分析活用の裾野を広げる上で大きい。ビジネス面では、顧客データ基盤のクラウド移行によって、量的にも内容的にもデータを拡張しやすくなり、マーケティング高度化に加えて、将来的には鉄道メンテナンス領域の省力化などグループ横断活用へ展開できる土台ができた。加えて、内製化テーマに沿ったスキルトランスファーが進み、軽微改修を自走できる体制が整ったことは、DXを一過性の導入で終わらせない成果である。
実装時の課題	実装局面で顕在化した課題は、技術選定そのものより、移行設計と組織運用の両立にあった。第一に、リプレース案件でありながら既存処理に修正すべき点が多く、現行一致テストだけでは品質を担保できない。結果として、要件定義段階で業務ロジックを深く再確認し、開発段階で再設計を繰り込む必要が生じ、短期での合意形成が難しくなる。第二に、顧客データをクラウドに持っていくことへの心理的・統制的な不安である。セキュリティ、運用責任、監査可能性への懸念を解消しながら進めるには、技術説明だけでなく、運用ルールと役割分担を明文化した移行計画が欠かせない。第三に、基盤をグループ全体へ広げる段階では、データ基盤の性能以前に、データマネジメントとガバナンスの整備が制約になる。各社・各部門の責任者と担当者が共通方針を持てる場を設計しないと、データ定義の不一致や活用優先順位の衝突が起きやすい。つまり、実装時の本質課題は「作ること」ではなく、拡張可能な設計、内製化可能な運用、グループ横断で合意可能なガバナンスを同時に成立させることである。
出典	https://www.brainpad.co.jp/doors/contents/02_jr-kyusyu_rebuild_data_infrastructure_pjt/

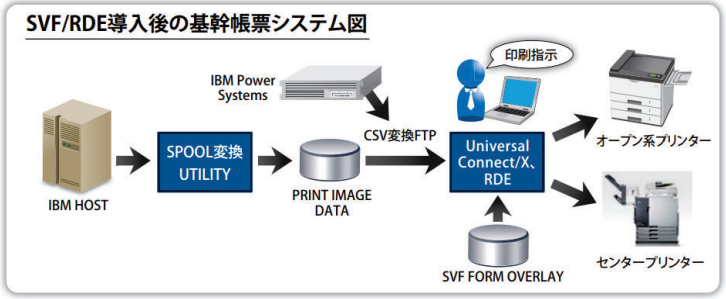
IT・情報・通信

事例番号	26
企業名	読売新聞東京本社
対象部署・業務	● 広告・営業部門 ● 新規事業・入札事業・デジタル対応 ● 営業支援・業務効率化の推進
課題	読売新聞東京本社のビジネス部門では、統合型マーケティングを推進する中で、広告会社経由の営業だけでなく、広告主との直接的なコミュニケーションによる営業比重が高まり、扱う情報の質と量が急増していた。顧客属性、過去の取引履歴、案件進捗、売上予実を横断的に把握する必要がある一方、売上管理の形式が部署ごとに異なり、Excel中心の運用では集計・照合・分析に時間と労力がかかっていた。手作業由来の入力ミスや重複作業も発生しやすく、営業現場で得られた知見を組織資産として迅速に共有する仕組みも不足していた。特に、週次・月次の管理業務で求められる出力を維持しつつ、デジタル化を進める必要があり、既存業務フローを壊さない移行設計が前提条件となった。要するに課題は、現場の運用実態と整合する形で営業情報を一元管理し、可視化・共有・再利用を可能にするデータ活用基盤を整備し、営業力強

	化と業務効率化を同時に実現することであった。
DX導入プロセス	導入は段階型で進められた。まず2020年度にSalesforce導入を決定し、業務要件整理と運用設計を開始した。次に2021年4月からLightningプラットフォーム上で運用を開始し、顧客情報・案件情報・売上関連情報を共通基盤へ集約した。さらに可視化と予実管理を高度化するため、DXツールとしてMotionBoard Cloud for Salesforceを採用した。これはSalesforceと直接連携し、営業データをリアルタイムでダッシュボード化できるクラウドBIであり、従来のExcel管理に近い表現を保ちながら、週次・月次の売上管理に適したアウトプットを提供できる点が実務上の強みとなった。続く移行フェーズで、部局ごとに異なる管理様式を整理し、同一指標で進捗確認できる運用を整備。2023年10月にSales Cloudへの切り替えを完了し、案件管理と分析基盤の接続性を高めた。あわせて、失注案件を含む案件情報の蓄積ルールや、全国拠点でのナレッジ共有導線を整え、営業活動の再現性を強化した。さらに、基幹システム刷新を2025年3月目標で進め、営業DXを全社DXへ接続する設計を継続している。 
DX導入の成果	導入後は、売上予実管理の速度と精度が改善し、営業判断の質が向上した。Salesforceで案件情報を一元化し、MotionBoard Cloud for Salesforceでリアルタイム可視化を行うことで、部門横断で同じ数字を見ながら議論できる状態が定着した。これにより、集計作業に費やしていた時間が圧縮され、営業戦略の検討や提案準備に時間を振り向けやすくなった。加えて、東京・大阪・西部を含む全国のビジネス部門で成功事例の共有と横展開が進み、業務引き継ぎや再提案においても過去案件の知見を活かしやすくなった。これは、情報が個人や部署に閉じる状態から、組織的な営業資産として蓄積・再利用される状態への転換を意味する。さらに、将来的には広告主の出稿状況や業績データも併せて分析する方針が示されており、今回の成果は単なる可視化導入にとどまらず、マーケティング視点でのデータ活用拡張に向けた実装基盤の確立と

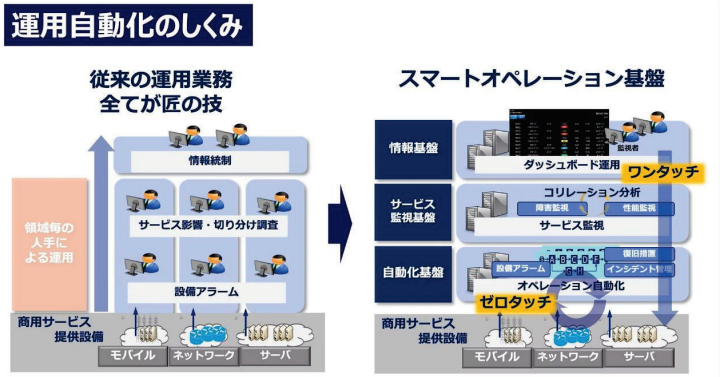
	いう価値を持つ。
実装時の課題	実装時に重要だったのは、技術導入そのものより、運用標準化と定着設計である。第一に、部署ごとに異なる入力・管理方法を統一しない限り、可視化の前提となるデータ品質は安定しない。第二に、Excelに近い表現を維持する設計は移行障壁を下げる一方、旧来運用の慣性も残すため、どこまで標準化し、どこを現場裁量として残すかの線引きが必要となる。第三に、リアルタイム可視化により情報取得は速くなるが、承認フローや会議体が旧態のままでは意思決定が加速しないため、業務プロセス側の見直しも並行して求められる。加えて、全国拠点のナレッジ共有を実効化するには、成功事例の記録粒度、更新責任、再利用ルールを明確にし、担当者異動後も運用品質を維持できる仕組みが不可欠である。今後の焦点は、Salesforce×MotionBoardの技術基盤を維持しつつ、データ定義、運用ガバナンス、人材育成を継続的に改善し、DXを日常業務の習慣として根づかせる点にある。
出典	https://www.wingarc.com/product/usecase/1207.html

事例番号	27
企業名	株式会社PHP研究所
対象部署・業務	● 情報システム本部（基幹帳票システム刷新） ● 出版事業・研究事業などを支える全社的な基幹業務部門 ● 帳票出力・保管業務、監査対応業務
課題	問題の中心は、帳票を出す仕組みが古くなったことではない。帳票運用そのものが、事業継続と監査対応の足かせになり始めていた点である。メインフレーム直結の専用プリンターに依存した環境では、機種選択の自由度が低く、サポート終了リスクも高まる。しかも帳票改修のたびにプリンター側のオーバーレイ調整が必要となり、約2,500種類の帳票を抱える体制では、変更作業が積み上がるほど運用負荷が増える。結果として、保守費用は重く、柔軟性は低く、改善のスピードは上がりにくい。さらに、IT監査に耐える運用を考えると、出力履歴や帳票保管を一元的に扱える基盤が必要であり、従来の印刷中心運用では証跡管理が分散しやすい。ここで求められたのは、単なるプリンター更新ではなく、基幹業務システムへの影響を抑えながら、帳票作成・出力・保管・検索を通しで最適化する再設計である。言い換えれば、印刷インフラの延命ではなく、帳票業務をDXの対象として捉え直すことが本件の出発点であった。
DX導入プロセス	進め方は、いきなり全面切替ではなく、移行の安全性を最優先にした段階実装である。起点は2005年6月ごろの検討開始で、複数製品の比較を経てSVF/RDEを選択。2006年10月に導入、11月まで運用テスト、2006年12月から2007年3月に移行、2007年4月本番稼働という順序で着地している。ここでの要は、ツールの役割分担を明確にした点である。SVFはSVFX-Designerを使って帳票フォームを設計し、既存業務への適合を保

	ちながら出力を担う。RDEは帳票の蓄積、長期保管、出力ログ管理を受け持ち、監査対応に必要な証跡を保持する。連携では、メインフレーム側で生成した帳票イメージを新規ユーティリティでCSV化し、SVF Connect SUITE（Universal Connect/X）経由でRDEへ連結する流れを採用。これにより、基幹側のプログラム変更を最小化したまま、出力先をオープン系プリンターやデジタル複合機へ展開できる構成を作った。大量帳票移行は日次で小さく刻み、1日3〜4フォームの作成ペースで積み上げて2,500帳票規模を処理した。 
DX導入の成果	成果は「安くなった」「速くなった」だけではない。帳票運用の前提が、機器依存から業務依存へ切り替わった点に価値がある。専用プリンター中心の体制から離れ、オープン系の低価格プリンターを選べるようになったことで、調達と運用の自由度が増した。加えて、メインフレーム直結プリンターの廃止は、社内管理していたメインフレームのデータセンター移設を可能にし、ハウジングコスト圧縮と災害対策強化を同時に進める結果につながった。監査面でも、RDEに帳票とログを集約できるため、必要な帳票枚数や出力履歴の確認が短時間で行える。運用者の体感としては、「探す」「照合する」「説明する」の負担が下がる変化である。さらに、将来の基幹移行（メインフレームからIBM i）に対しても、SVF/RDE経由の出力スキームを維持できる見通しが立ち、移行時の開発負荷を抑えやすくなった。つまり今回の成果は、単発のコスト削減ではなく、帳票をめぐる運用・監査・将来拡張を一つの基盤で回せる状態を実現した点にある。
実装時の課題	最も難しい局面は、技術選定ではなく「移行品質の維持」である。帳票数が2,500を超えると、フォーム差分や例外条件が累積し、単純な一括移行では漏れが起きやすい。したがって、設計・検証・切替を短いサイクルで反復し、現場の利用実態に合わせて微修正を継続する運用が不可欠となる。もう一つの論点は連携の信頼性である。帳票イメージのCSV変換からSVF Connect SUITE経由のRDE連携まで多段で構成されるため、どこで不整合が起きても追跡できるよう、ログ設計と障害時の切り分け手順を先に定めておく必要がある。さらに、機器非依存化は自由度を上げる一方で、現場オペレーションの標準化を伴わなければ効果が薄れる。操作教育、問い合わせ窓口、改訂ルールを揃え、担当者交代後も同品質で運用できる仕組みを維持することが前提となる。将来の基幹移行まで視野に入れるなら、当面の最適化に閉じず、同一出力スキームを保てる拡張設計を継続することが重要である。導入の成否は、実装後の運営力

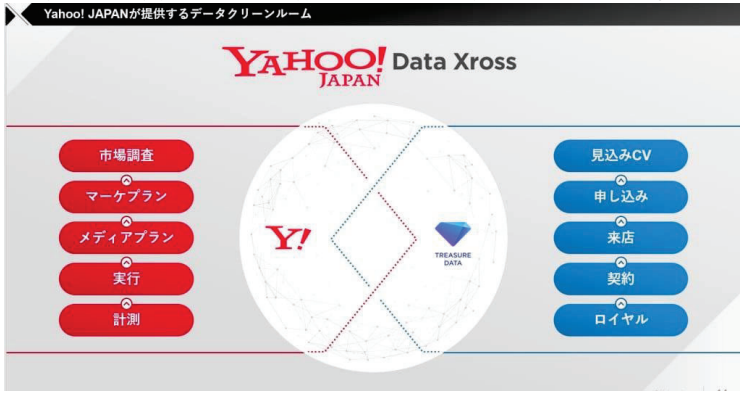
	で決まる。
出典	https://www.wingarc.com/product/usecase/92.html

事例番号	28
企業名	KDDI株式会社
対象部署・業務	● ネットワーク運用部門（モバイル／固定を含む通信インフラの監視） ● 保守・メンテナンス部門（設備点検、予防保全、障害一次対応） ● 障害対応オペレーション部門（トラブル発生時の即時復旧対応） ● 運用設計・運用標準化部門（運用体制設計、手順整備、要件定義） ● 自動化推進部門（運用業務の自動化、ツール適用、継続改善） ● 品質管理部門（運用品質・安定稼働・安心安全のKPI管理） ● 人材育成部門（匠の技の形式知化、教育、スキル継承）
課題	KDDIの通信インフラ運用は、24時間365日で顧客に快適かつ安心・安全な通信サービスを提供し続けることを前提としており、監視、メンテナンス、トラブル発生時の即時復旧対応までを含む広範な運用体制を必要とする。この前提自体が高度であるうえ、外部環境の変化が急であることが課題を増幅させた。あらゆるものやサービスが通信で接続される社会に移行し、リアルとバーチャルが融合するSociety 5.0が現実味を帯びる中で、通信の役割は単なる回線提供から社会基盤へと拡張した。さらに新型コロナウイルスを契機に、自宅やサテライトオフィスを含むオンライン前提の働き方が急速に浸透し、トラフィックや利用シーンの変動が常態化した。加えて5Gの本格化により、通信サービスのニーズは量的にも質的にも拡大し、多様化・高度化が進んだ。結果として、従来の人手中心運用だけでは、品質・速度・再現性を同時に維持することが難しくなり、熟練者の経験に依存した匠の技がボトルネック化した。属人的判断は高精度である一方、対応の標準化、スケーラビリティ、教育コスト、夜間対応負荷の観点で限界が顕在化したのである。すなわち、KDDIの本質課題は、増大する通信需要に対して、運用品質を落とさず、即時復旧対応の俊敏性を維持しつつ、匠の技を要件定義して組織能力へ転換する点にあった。
DX導入プロセス	KDDIが進めたDX導入プロセスの中核は、通信インフラ運用における匠の技を言語化・構造化し、要件定義を通じて自動化可能な形に再設計することである。まず、監視、メンテナンス、障害復旧といった主要業務を分解し、どの局面で熟練者の判断が価値を生み、どの局面が定型化できるかを切り分けた。この工程では、単に手順書を作るのではなく、判断条件、優先順位、例外パターン、復旧時の分岐を含む運用知見を形式知化し、運用体制の共通基盤として再定義した。次に、その要件定義に沿って運用自動化を段階導入し、監視アラートの処理、定常オペレーション、初動対応の一部をツールで実行可能にした。ここでいうDXツールは、特定製品名に限定されるものではなく、監視データ可視化、ワークフロー自動実行、手順テンプレート化、ナレッジ参照、対応履歴分析を連結する運用オーケストレーション機能群として運用されたと整

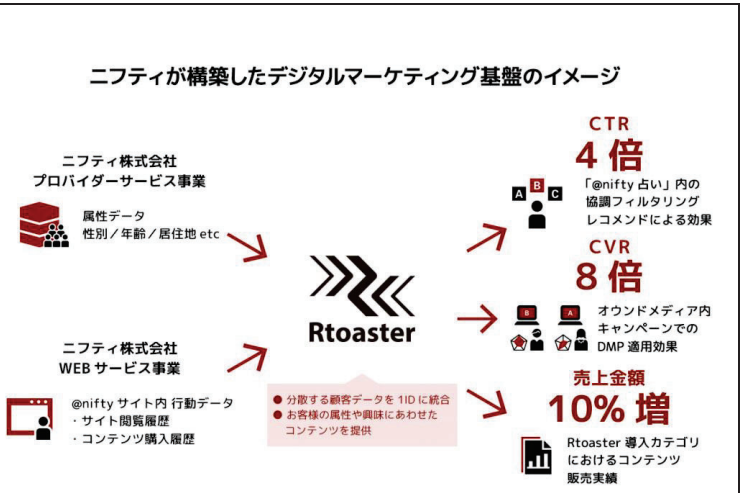
	理できる。さらに、導入は一括置換ではなく、重要度の高い業務から順に適用し、現場の実運用で精度検証を重ねる反復型で進められた。これにより、24時間365日のサービス継続を崩さずに、即時復旧対応の品質を保ったまま自動化比率を高める設計となった。結果として、スマートオペレーションプロジェクトは、通信サービスの多様化・高度化に対応するための、実務密着型の運用DXプロセスとして機能したのである。 
DX導入の成果	本取り組みの成果は、第一に、通信インフラ運用の再現性向上である。従来は熟練者の暗黙知に依存しやすかった監視・復旧プロセスが、要件定義を経た共通運用へ移行したことで、対応品質のばらつきが抑制され、運用品質の底上げが可能になった。第二に、速度の成果である。トラブル発生時の即時復旧対応において、初動の標準化と自動化により、判断・実行までのリードタイム短縮が期待できる構造が整備された。第三に、拡張性の成果である。5Gの本格化やオンライン利用の常態化に伴い、通信サービスのニーズが増大・多様化・高度化しても、運用体制を人員増のみで吸収するのではなく、自動化と標準化で吸収できる余地を広げた点は大きい。第四に、組織学習の成果である。匠の技を形式知化したことで、育成や引き継ぎの効率が上がり、属人化リスクの低減につながった。これらは、単なる効率化ではなく、Society 5.0時代に求められる社会インフラ品質の確保という観点で重要である。すなわち、スマートオペレーションプロジェクトの成果は、KDDIが24時間365日で安心・安全を支えるというミッションを、より持続可能な運用モデルへ転換したことにある。通信インフラDXとして、業務改善と事業継続性強化を同時に実現する基盤を築いた点が本質的価値である。
実装時の課題	最大の論点は、匠の技の抽出精度である。熟練者が現場で行う判断は、文脈依存・例外対応・リスク感度を含むため、単純な手順化では再現できない。要件定義の粒度が粗いと自動化は形式だけが先行し、逆に細かすぎると保守負荷が増大するため、適正粒度の設計が難しい。次に、24時間365日の運用現場で導入を進める難しさである。運用停止を前提にできないため、並行稼働・段階移行・ロールバック設計が必須となり、プロジェクト管理は高度化する。さらに、監視・メンテナンス・即時復旧対応の

	各工程は相互依存が強く、部分最適のツール導入では全体最適になりにくい。したがって、ツール連携、データ整合、責任分界の明確化を同時に設計する必要がある。加えて、人材面では、自動化が進むほど現場に求められる能力が、作業実行中心から設計・改善中心へ移行するため、教育体系の更新が不可欠である。最後に、通信サービスのニーズが多様化・高度化し続ける中で、導入時点の要件を固定化すると陳腐化が早いという課題がある。ゆえに実装は「作って終わり」ではなく、運用データに基づく継続改善を組み込んだDXガバナンスが必要である。スマートオペレーションプロジェクトの成否は、この継続更新能力をどこまで制度化できるかにかかっている。
出典	https://biz.kddi.com/beconnected/feature/2022/220117/

事例番号	29
企業名	ヤフー株式会社
対象部署・業務	● 広告・マーケティング事業（広告主向けマーケティングDX支援） ● データプラットフォーム事業（CDP・広告効果計測）
課題	ヤフー株式会社が向き合った課題は、媒体データと企業の1st party dataを安全に掛け合わせ、プライバシー保護を前提にマーケティングDXを前進させることである。背景には、サードパーティークッキー規制、改正個人情報保護法、iOS14.5による計測環境変化があり、従来型の計測・最適化だけでは顧客理解と広告効果検証の精度を維持しにくくなっていた。さらに企業側では、デジタル広告、メール配信、アプリプッシュ通知、実購買データ、オフラインコンバージョンなどのデータが部門・チャネルごとに散在し、統合・分析・活用の一連プロセスが分断されやすい。結果として、購買意向や興味関心の深掘り、顧客インサイト抽出、レポート作成、施策改善のサイクルが遅れ、顧客とのエンゲージメント強化が難しくなる。課題の核心は、データ量の不足ではなく、安全な環境でのデータ連携と分析実行の両立にある。媒体が持つ高品質な行動データと企業保有データを、法令・同意・運用統制を守りながら接続し、意思決定に使える形へ変換する基盤設計が不可欠であった。
DX導入プロセス	導入は、単発の広告プロダクト追加ではなく、データ連携基盤の再設計として進められた。まず2023年4月17日に、ヤフーとトレジャーデータの連携によりデータクリーンルーム「Yahoo! Data Xross」を提供開始し、企業が保有する顧客データを安全に扱える実務基盤を整えた。中核DXツールは、Treasure Data CDPとYahoo! Data Xrossの組み合わせである。Treasure Data CDP側には、デジタル広告・メール配信・アプリプッシュ通知履歴などを統合し、ID軸で顧客データを整理する役割を持たせる。Yahoo! Data Xross側では、ヤフーが保有する購買意向・興味関心データと照合可能な分析環境を提供し、プライバシー保護を最重視した形でインサイト抽出を可能にする。運用面では、①データ取り込み、②品質確認、③分析クエリ設計、④レポート作成、⑤広告配信最適化という流れを定義し、分析結果を施策に戻すループを構築した。さらに将来構想として、LINEなどZホールディングスグループとのデータ連携拡

	張も視野に入れ、現時点の活用と将来拡張性を同時に確保する設計を採った。 
DX導入の成果	導入の成果は、まず「安全性と実効性の両立」が実務で機能し始めた点にある。Yahoo! Data Xrossにより、企業はTreasure Data CDP内の顧客データを起点に、ヤフー保有データを活用した分析を行い、より深い顧客インサイト抽出とレポート作成を実施できるようになった。これにより、施策評価は媒体内指標だけでなく、実購買データやオフラインコンバージョンへの広告貢献可視化に踏み込みやすくなり、マーケティング投資判断の解像度が上がる。加えて、計測環境変化後に課題化していた「どの接点が成果に寄与したか」を、企業データと媒体データの接続で再構成できるため、配信最適化の方向性を明確にしやすい。組織面でも、データ統合・分析・活用の流れが定義され、部門間の会話が感覚論からデータ論へ移行しやすくなる。結果として、DX成果はCTRやCPAの短期改善に限定されず、顧客理解の継続運用、エンゲージメント強化、施策の再現性向上という中長期価値へ波及する構造を獲得した点にある。
実装時の課題	実装時の難所は、技術接続よりもガバナンス運用の設計である。第一に、クリーンルーム活用では「使えるデータ」と「使ってよいデータ」を明確に区別し、同意範囲、法令要件、社内ポリシーを横断で整合させる必要がある。第二に、CDP統合後もデータ品質問題（欠損、粒度不一致、ID連携ずれ）が残ると、分析結果の解釈が不安定になり、施策反映が遅れる。第三に、オンライン指標と実購買・オフラインコンバージョンを同時に評価する際、評価窓や寄与定義の不一致が起きやすく、部門間でKPIの意味がずれる。さらに、データクリーンルームは安全な環境を提供するが、活用成果は運用体制に依存するため、分析人材、業務担当、法務・情報管理、媒体運用担当の協働設計が不可欠である。今後の課題は、連携範囲拡大（将来的なLINE等との接続を含む）を見据えつつ、プライバシー保護を最重視した統制を維持しながら、分析から施策実装までのリードタイムを短縮し続けることである。DXは基盤導入で完了せず、運用規律と学習速度で差がつく。
出典	https://www.brainpad.co.jp/doors/contents/02_conference23_yahoo/ https://www.treasuredata.co.jp/press-releases/20230417_ydx/

事例番号	30
企業名	ニフティ株式会社
対象部署・業務	● WEBサービス事業部 ポータルサービス部 ● @niftyトップページ、占い@nifty、@nifty温泉 などの運営
課題	株式会社ニフティ（当時）が直面していた課題は、同じ社内に存在するデータが「つながっていない」ことで、one to oneのデジタルマーケティングを実行しにくかった点にある。具体的には、インターネット接続サービス側で取得する属性データ（性別・年齢・居住地など）と、@niftyのWebサービス側で蓄積する行動データ（閲覧履歴・購入履歴など）が個別管理され、共通IDで統合されていなかった。そのため、Google Analytics等で全体傾向は見えても、個人単位で最適なコンテンツを出し分ける基盤が弱く、ユーザーエクスペリエンスの改善余地を十分に活かせなかった。加えて、@niftyトップページは月間5,300万PV、UU約250万人という大規模媒体であり、マス向け運用のままでは改善効果が頭打ちになりやすい。さらに、事業別に散在したデータでは、部門横断での施策連携や再現性あるPDCAが回しづらい。したがって課題の本質は、分析ツールの有無ではなく、社内に分散した顧客データを統合し、顧客一人ひとりの属性や趣味・嗜好に沿ったレコメンドを継続運用できる**マーケティング基盤（プライベートDMP）**を構築することであった。
DX導入プロセス	導入は「データ統合→基盤選定→施策実装→改善運用」の順で進められた。まず2015年ごろから、個別ユーザーデータを活かす社内議論が本格化し、最初の実務テーマとして属性データと行動データの統合を設定した。次に、プライベートDMPの導入を前提に複数ベンダー（6社）を比較し、最終的にRtoasterを採用した。Rtoasterは、レコメンドエンジン搭載のプライベートDMPで、データ蓄積・管理から、ウェブサイト／デジタル広告／メール／スマートフォンアプリなど複数接点でのパーソナライズアプローチ、行動ターゲティング、レコメンド実行までを同一基盤で扱えるDXツールである。選定理由は、社内で散在するデータ統合に対応できること、既存システムと柔軟連携できること、複雑な初期設定を抑えて導入直後からアクション開始しやすいことであった。実装では、統合IDを軸に顧客像を整理し、@niftyトップページ、占い@nifty、@nifty温泉などでレコメンド施策を段階展開。導入後は効果測定（CTR、CVR、売上）を定常運用し、ブレインパッドの導入・運用支援を活用してKPI設計、施策改善、次施策設計までを回す体制へ移行した。

	
DX導入の成果	この取り組みの価値は、単一指標の改善ではなく、データ活用の流れが業務に根づいた点にある。最初に起きた変化は、属性データと行動データを共通IDで扱えるようになったことで、ユーザー理解の粒度が部門単位から個人単位へ細かくなったことである。次に、その理解をRtoasterのレコメンド実行へ接続したことで、@niftyトップページや占い@nifty等の接点で「誰に何を見せるか」を運用で調整できる状態になった。さらに、効果測定を前提にした施策実装が回り始め、CTR・CVR・売上という成果指標を比較しながら改善を重ねるサイクルが定着した。数値面でも、レコメンド実施箇所でCTR最大約4倍、CVR約2.3倍、売上約10％増という実績が示され、取り組みの実効性を裏づけている。ここで重要なのは、成果が一時的なキャンペーン効果ではなく、統合データ基盤を使った継続的な最適化の結果として現れている点である。言い換えれば、DX導入によって「分析して終わる運用」から「分析を施策へつなぎ、施策結果を再び学習へ戻す運用」へ移行できたことが本質的成果である。
実装時の課題	実装段階で実務上の摩擦になりやすいのは、技術そのものより、データと組織の接続部分である。第一の摩擦点は、統合IDを軸にデータを束ねる際の定義差である。属性項目の意味、更新タイミング、欠損の扱いがそろわないまま施策を走らせると、レコメンドの妥当性評価が難しくなる。第二は、施策数の増加に伴う運用負荷である。出し分け条件を増やすほど検証設計は複雑になり、KPIの優先順位が曖昧だと改善の焦点がぼやける。第三は、連携拡大による責任分界の不明確化である。既存システムとの柔軟連携は導入初期の利点である一方、障害発生時に「どの工程で問題が起きたか」を即時に切り分ける体制がないと、復旧と改善が遅れる。加えて、データサイエンティストが潤沢でない環境では、外部支援を活用しながら内製化へ移る計画が必要になる。したがって、実装時の課題は「ツールを入れること」ではなく、データ定義・検証ルール・運用責任を明文化し、担当者が変わっても同品質で改善を続けられ

	る仕組みを作ることである。
出典	https://www.brainpad.co.jp/rtoaster/case/nifty/ https://www.brainpad.co.jp/news/2017/05/25/5249

129

教育プログラムの参考教育事例調査

教育プログラムの参考教育事例調査

目次

調査結果サマリー
事例詳細
- DX基盤技術
- 生成AI活用
- 実践ビジネススキル

調査結果サマリー

本調査では、教育カリキュラム内の「共通コア」の各科目の内容について、既存の教育機関の授業や企業の研修等で既に提供されている教育内容や教材を収集した。インターネットを活用した情報収集を行い、調査項目としては、実施主体、教育内容、使用教材、対象者、評価方法などを整理した。

「DX基盤技術」分野ではクラウド、IoT、RPA、5Gなどの基盤技術に関する教育事例が豊富であり、体系的な基礎知識と演習を組み合わせたプログラムが多く確認された。これらは、現場での業務改善や新規サービス創出の素地を形成する上で有効であり、本事業のカリキュラムにおいても技術理解と応用設計の双方を重視する必要性が示された。

「生成AI活用」分野では、ChatGPT等の対話型AIの導入から、プロンプトエンジニアリング、RAGなど高度な活用法まで、短期間で習得できる研修が多数存在した。いずれの事例も、業務効率化や創造的業務支援といった具体的成果を念頭に置いた実践型設計が特徴であり、情報リテラシーや倫理面の指導とセットで行われていた。本事業でも、生成AIをツールとして使いこなす力だけでなく、利用目的や組織内実装方法を設計できる力の育成が重要である。

「実践ビジネススキル」分野では、ロジカルシンキング、要件定義、論理的コミュニケーション、ファシリテーション、問題解決、デザイン思考、ヒアリング、プレゼンテーション、マーケティングなど、DX推進を現場で牽引するための汎用的スキルが体系的に提供されていた。特に、ワークショップやPBL形式を多用し、参加者が自ら課題を発見し、解決策を構築・発表するプロセスを通じて能力を定着させる設計が多く、本事業でも地域課題解決型のPBL科目設計に活用できる知見が得られた。

事例詳細

DX基盤技術

事例番号	1
事例名	クラウド理解研修～ビジネスにおける活用例とセキュリティ対策（半日間）
実施主体	株式会社インソース
到達目標	①クラウドサービスを理解し、自社のビジネスに応用できる基礎知識を身につける ②クラウドの仕組みやメリットを説明できるようになる ③自組織において、クラウド化できる業務を見つけられる
教育内容	研修内容・特徴 ● クラウドの種類と仕組み、セキュリティなどの重要な基礎知識を習得する研修 ● ワークでは身の周りにあるクラウド技術を洗い出し、自身の生活とのつながりを実感する。また、従来の環境からクラウドに変更することでどのような変化が起こるのか、ケーススタディを通じて利点や課題点を考え、学んだ知識を活かす 研修プログラム例 **１．クラウドの基本** （１）クラウドの概要 ①クラウドとは ②クラウドの仕組み ③クラウドと従来のオンプレミス環境との違い 【ワーク】クラウドとオンプレミス、それぞれでデータを共有する利点・課題点を考える （２）クラウドのメリットと課題 ①スケーラビリティ、コスト効率、アクセシビリティ ②セキュリティ、プライバシー、データ管理 ③クラウド化による変化の事例 （３）クラウドサービスの 分類 ①ＩａａＳ（Infrastructure as a Service） ②Ｐａａ Ｓ（Platform as a Service） ③Ｓａａ Ｓ（Software as a Service） ④それぞれのモデルの特徴とビジネスでの活用例 【ワーク】身近なクラウドサービスを探す

	（４）クラウドの展開方法 ①パブリッククラウド ②プライベートクラウド ③ハイブリッドクラウド ④コミュニティクラウド ⑤各モデルのメリットとデメリット （５）主要クラウドの紹介 ①ＡＷＳ（Amazon Web Services） ②Azure（Microsoft Azure） ③ＧＣＰ（Google Cloud Platform） ④各プロバイダーの強みと特徴 ⑤主要なサービスとビジネスケースの例 **２．ビジネスでのクラウド活用** （１）クラウドを活用したビジネスモデル ①スタートアップから大企業までのクラウド活用事例 ②クラウドを利用したイノベーションとビジネス変革 【ワーク】自組織でクラウド化できそうな業務を考える （２）クラウド導入のステップと押さえておきたいポイント ①ビジネス要件の特定 ②クラウドサービスプロバイダーの選定基準 ③移行計画と実装 【ワーク】ケースを読み、どのようなクラウドが利用できるか考える （３）クラウドのセキュリティとコンプライアンス ①クラウド環境におけるセキュリティ ②コンプライアンス要件の理解 ③リスク管理と軽減策
使用教材	自社開発のeラーニングや研修用DVDなどの動画教材
対象者	IT業界で働くビジネスパーソン
評価方法	無料オプション、有料オプション含め様々な研修効果測定・定着化サービスが用意されている 無料オプション ● 受講後アンケート：４つの設問に対する５段階評価とフリーコメントで、研修への満足度と研修品質をはかる 有料オプション ● 確認テスト：研修受講後に、学習内容をどの程度理解しているかを把握するため、選択式のテストを実施 ● 活用度調査（呼び覚ましシステム）：研修中に身につけたスキル・テクニックを現場で実践できているかを確認するサービス。月に１回３カ月間、受講者にＷＥＢアンケートを配信し、研修内容のうち実践できていることは何か、課題に感じていることは何かなどの設問に回答してもらう ● 電話応対、窓口などの品質調査、ＣＳ調査：研修の実施前後に実施。研修前に調査する場合は、現状のレベル、アプローチすべき課題点を探る。研修後に調査する場合は、研修内容がどれほど実践されているかを確認することができる。
出典	https://www.insource.co.jp/it_hosyu_unyou/cloud_understand.html https://www.insource.co.jp/hrm/faq/question_kyoiku-faq-14a.html

事例番号	2
事例名	RPA基礎研修
実施主体	インターネット・アカデミー
到達目標	● RPA基礎スキルの習得 ● 実務直結の実践演習を通じて実務に活かす
教育内容	● RPA概論、Python基礎 ○ RPAとは ○ Webスクレイピングとは ○ 必要なソフト(Anaconda、Jupyter notebook、BeautifulSoup) ○ Jupyter notebookの使い方 ○ Pythonの基本文法１(画面出力) ○ Pythonの基本文法２(変数、データ型) ○ Pythonの基本文法３(配列、ループ) ○ Pythonの基本文法４(条件分岐) ○ Pythonの基本文法５(関数) ● JavaScriptの文法１ ○ 変数、データ型、配列 ○ 算術演算子と代入演算子 ○ if文による条件分岐 ○ ループ処理(for、while) ○ 繰り返し処理の中断とスキップ ● HTML・CSS ○ Webサイト構築に必要な技術 ○ HTMLの基本的なタグ ○ ハイパーリンク、フォーム ○ CSS概要、基本文法

	○　セレクター ● 一般的なWebサイトの情報収集(初級編) ○　Webスクレイピングの基本 ○　BeutifulSoupを利用したデータ取得 ○　Pythonによるファイルの読み書き(txt形式) ○　Pythonによるファイルの読み書き(csv形式) ○　演習：ニュース記事の情報をCSVにまとめる ● 会員サイトの情報収集(中級編) ○　ログイン認証を必要とする会員サイトのWebスクレイピング ○　Selemniumを利用した自動ページ遷移 ○　演習：会員サイトの情報の自動取得 ○　演習：競合調査への利用(アイデア出し) ● 正規表現を用いたデータ取得(上級編) ○　正規表現とは ○　正規表現を扱うPythonの命令 ○　演習：Webページの情報を正規表現で取得 ○　演習：競合調査の実践
使用教材	eラーニング教材
対象者	● 情報収集をプログラミングで効率化したい方 ● 社内業務の自動化を行うための基礎知識を身につけたい方 ● 最小限のプログラミング知識を学び自分の業務を効率化したい方
評価方法	-
出典	https://www.internetacademy.co.jp/course/rpa/rpa.html

事例番号	3
事例名	システム・ＩＴ理解研修
実施主体	株式会社インソース
到達目標	①IT人材として身につけておくべきシステムの基礎知識を習得する ②システム開発の基本手順を理解する
教育内容	研修内容・特徴 ● システムを実際に開発するSE（システムエンジニア）などではなく、システム開発を依頼する側として、知っておくべきシステム開発のポイントや手順を学ぶ ● 研修全体を通して、１つの事例（経費精算のシステム化）をシステム開発の手順にそって解説

	研修プログラム １．ＩＴ人材とは （１）ＩＴ人材が社会で求められる理由 （２）ＩＴ人材は４タイプ ２．システムの違いを知る （１）知っておきたいシステムの種類と最低限の知識 （２）システムとコスト（お金）について ３．システム活用／開発の手順～システム開発の５つのステップ ４．業務の整理と業務改善～業務フローから改善を考える（全レベル共通） （１）業務の流れを図式化する （２）ＩＴ化の前にまず業務改善を考える （３）ＩＴが得意な仕事 （４）事例　経費精算業務の改善とシステム化　～その１　業務改善を考える ５．システムを活用してみる（レベルＸ、レベル１、レベル２） （１）ＩＴを組み合わせることで廉価に早くＩＴ活用が可能 （２）事例　経費精算業務の改善とシステム化　～その２　一部をＲＰＡで効率化する ６．インターフェース（画面）設計を行う（レベル１、レベル２、レベル３） （１）ユーザーインターフェース（画面・帳票）構築手順・ポイント （２）ユーザーインターフェースの例 （３）事例　経費精算業務の改善とシステム化 ～その３　ユーザーインターフェースをつくる ７．システム化の下準備をする（レベル１、レベル２、レベル３） （１）品質の良いシステムとは （２）システムが要求する５つの要件 （３）業務のイレギュラー処理を考える （４）言葉の定義を押さえる ８．実際の開発を行う
使用教材	自社開発のeラーニングや研修用DVDなどの動画教材
対象者	● 新入社員から管理者層まで ● システム開発を依頼する側 ● ご自身の業務に必要なシステムをどのように決めたらよいか悩んでいる ● システム会社の営業
評価方法	（事例 No.1 と同様）
出典	https://www.insource.co.jp/bup/bup_system-understanding.html

事例番号	4
事例名	コンピュータシステムの基礎

実施主体	富士通ラーニングメディア
到達目標	1. ハードウェア・ソフトウェア、データベース、ネットワーク、セキュリティ、システム構成技術、システム開発などITの基礎知識を修得する。 2. WEB学習で説明されているポイント事項についてすべて理解する。 3. コース修了時に、コースの総仕上げとして受験する理解度確認テストで正答率70%以上を達成する。
教育内容	第1章:コミュニケーションネットワークとコンピュータシステム コンピュータの種類と能力 コンピュータの構成要素 章末テスト　コミュニケーションネットワークとコンピュータシステム 第2章:入出力装置 入出力装置とは 入力装置 出力装置 マルチメディア ユーザインタフェース 章末テスト　入出力装置 第3章:記憶装置 主記憶装置と補助記憶装置 主記憶装置 補助記憶装置とファイル 磁気ディスク装置 光ディスク その他の記憶装置 章末テスト　記憶装置 第4章:中央処理装置 CPUの仕組み 制御装置（命令実行の制御，レジスタ） 制御装置（機械語命令，アドレス指定方式） 算術論理演算装置 CPUの入出力制御 CPU関連アーキテクチャ 章末テスト　中央処理装置 第5章:オペレーティングシステム オペレーティングシステムの歴史と目的 オペレーティングシステムの基礎 マルチプログラミングと割込み オペレーティングシステムの機能 記憶管理 言語プロセッサとその他のプログラム 現在の仮想化技術 章末テスト　オペレーティングシステム 第6章:情報処理技術の基礎と理論

	コンピュータ内のデータ表現（基数変換①） コンピュータ内のデータ表現（基数変換②） コンピュータ内のデータ表現（固定小数点数，浮動小数点数） コンピュータ内のデータ表現（文字データ） 情報の基礎理論 データ構造とアルゴリズム（概要，配列，構造体） データ構造とアルゴリズム（リスト，木，スタック，キュー） データ構造とアルゴリズム（整列） データ構造とアルゴリズム（探索） 記憶と演算，計測と制御，AI 章末テスト　情報処理技術の基礎と理論 第7章:ファイル編成とデータベース ファイルとは ファイル編成 データベース（データベースの種類） データベース（データの正規化） データベース管理システム データベースの利用とSQL データベースの運用 データベース技術の動向 章末テスト　ファイル編成とデータベース 第8章:通信ネットワークシステム テレコミュニケーションの基礎 データ伝送の基礎（伝送技術の基礎） データ伝送の基礎（回線の接続方式，通信ネットワークシステムの構成装置） ネットワークアーキテクチャと通信の基本概念 通信ネットワークの動向 LANの方式 TCP/IPとインターネット(IPアドレス，電子メールプロトコル) TCP/IPとインターネット(Webアクセス，その他プロトコル) 章末テスト　通信ネットワークシステム 第9章:情報セキュリティ 情報セキュリティの概念 情報セキュリティに関する技術(暗号化・認証技術) 情報セキュリティに関する技術(暗号・認証技術の応用，アクセス制御技術) 情報セキュリティのための具体的な解決策 情報セキュリティ管理 情報セキュリティに関する標準化と法制度 章末テスト　情報セキュリティ 第10章:情報システムとRASIS 情報の処理方式 情報システムの信頼性(RASIS，信頼性向上のためのシステム構成) 情報システムの信頼性(システムの稼働率と信頼性設計) データのインテグリティと誤り制御

	システムの性能評価 章末テスト　情報システムとRASIS 第11章:情報システムの開発 システム開発とは システム開発の概要（基本計画，外部設計） システム開発の概要（内部設計，プログラム設計） システム開発の概要（プログラミング，テスト，レビュー） システムのライフサイクル 情報化の課題 章末テスト　情報システムの開発
使用教材	自社開発のeラーニング教材
対象者	ITの基礎知識を習得したい方、IT企業の内定者・新人の方。基本情報技術者試験を受験される方
評価方法	すべてのテストで達成基準点（70点以上）を取得することで修了とする
出典	https://www.kcc.knowledgewing.com/icm/srv/course-application/init-detail?cd=FLM&pcd=FLMC&cscd=UIT15B

事例番号	5
事例名	第５世代移動通信システム（５Ｇ）入門　－５Ｇ時代に向けた人・モノ・社会への影響－
実施主体	NECビジネスインテリジェンス株式会社
到達目標	● 環境変化と現状のICT動向を踏まえて、5Gがどのような役割を果たせそうか説明できる。 ● 世界各国での取り組み、標準化動向を説明できる。 ● 5Gがどのような技術なのか、具体的な主要要素を説明できる。 ● 5Gが市場やビジネス領域に、どのような変化を起こすかを説明できる。 ● 5Gの事例を通して、5Gと最新IT技術との関係性を説明できる。 ● 今後の5Gの在り方と研究状況などを説明できる。
教育内容	1．社会環境の変化 ・環境変化とICT動向 ・第4次産業革命と支える技術 ・無線ネットワークの変化 ・グループワーク　受講者のイメージで５Gが有効活用できそうなシーンを検討する 2．第5世代移動通信システム

	・5Gの主要要件 ・超高速 ・超低遅延 ・多数同時接続 ・5Gのベース技術 ・グループワーク　5Gのメリット、デメリットについて（紹介したもの以外で）検討する 3．5Gへの取り組み状況 ・日本の取り組み ・各国の取り組み ・国内外の推進体制 ・標準化動向・P2Pネットワーク ・グループワーク　5Gが利用できるようになると、どんな変化が起こりそうか検討する 4．5Gによる市場の変化 ・5Gで何が変わるか ・生活領域 ・エンタメ領域（ゲーム、動画、音楽） ・ビジネス領域 ・グループワーク　適用業界（領域）を1分野決めて、どのような活用シーンが考えられるか検討する 5．5G事例（実証実験） ・実証実験 ・人工知能と5G ・IoTと5G ・Wi-Fiと5G ・スマートフォンと5G ・社内ネットワークと5G ・リモート接続と5G ・グループワーク　5Gを利用することにより、どの様な利用シーンが考えられるか検討する 6．5Gの在り方とその後の研究状況 ・5Gから6Gへ ・無線通信の将来像・社内ネットワークと5G ・グループワーク　本日の講義を聞いて、5Gのイメージが変わったか検討する
使用教材	研修日の前に電子教材がメールで送付される
対象者	5G技術への理解を深めたい、新入社員から管理者層まで
評価方法	5G活用に関するグループワークでの評価

出典	https://www.insource.co.jp/nmp/IT904.html https://www.neclearning.jp/courseoutline/courseId/MN488/

事例番号	6
事例名	自分でできるLAN/PC環境セットアップ ～オフィスで困らないために～
実施主体	トレノケート株式会社
到達目標	● ンピュータでの情報の取り扱い方について説明する ● PCの標準的な構成とコンピュータの5大機能を対応付けて説明する ● PCにソフトウェア・ハードウェアのインストール・設定を行う ● PCを正しくネットワーク(イーサネット)に接続する ● PCにTCP/IPの設定を行う ● PCにネットワーク上のサービスを利用するために必要な設定を行う ● クライアントPCに必要なセキュリティ対策を実施する
教育内容	1. コンピュータとは - コンピュータの利用場面 - コンピュータとは何か - コンピュータネットワークの利用 - コンピュータで扱う情報 - 数値の表現方法 - 文字の表現方法 2. ハードウェア - コンピュータの5大要素 - マザーボード - I/Oインタフェース - 入力装置 - 出力装置 - CPU（中央処理装置） - 主記憶装置 - 補助記憶装置 - PC起動のしくみ - BIOS 3. ソフトウェア - ソフトウェアとは - 基本ソフトウェア(オペレーティングシステム) - 応用ソフトウェア(アプリケーション) 4. コンピュータネットワークとは

	- コンピュータネットワークとは - ネットワークの構成要素 - 標準化団体 - プロトコル - ネットワークアーキテクチャ 5. LAN - LAN - 接続形態(トポロジ) - 媒体アクセス制御 - イーサネット - 無線LAN - インターネットワーク機器 6. TCP/IP - TCP/IP - PCに設定するIP情報 - 一般的なネットワークサービス - トラブルシューティングの基本 7. Windowsネットワーク - Windowsネットワーク - アカウントの管理 - 共有フォルダとファイルサーバ 8. セキュリティ - 情報セキュリティ - 企業におけるセキュリティ - セキュリティモラル - クライアントPCのセキュリティ対策 付録A. OSI参照モデルの各階層
使用教材	-
対象者	これから企業内において、ネットワークに接続されたPCを利用する者
評価方法	-
出典	https://www.insource.co.jp/tnc/OI023.html

事例番号	7

事例名	プログラミング入門
実施主体	トレノケート株式会社
到達目標	● ソフトウェア開発の工程について説明する ● プログラム作成の手順について説明する ● 基本的なデータ構造の特長を述べる ● 主要なアルゴリズムについて説明する
教育内容	1. ソフトウェア開発とプログラミング - ソフトウェア開発 - ソフトウェア開発の工程 - プログラミングの手順 2. アルゴリズムとデータ構造 - アルゴリズムとは - アルゴリズムとデータ構造 - 基本データ構造 3. フローチャート - フローチャートとは - フローチャートの種類と用途 - フローチャートの記号 - 練習問題 4. 基本アルゴリズム - 構造化プログラミング - 基本制御構造 - 練習問題
使用教材	-
対象者	● これから初めてプログラミング言語を学習する予定の方 ● プログラミングに関連する基本的な知識を修得したい方
評価方法	演習として、「配列要素の平均値を求める」等の簡単なフローチャートを記述する
出典	https://www.insource.co.jp/tnc/PR0083CG.html

事例番号	8
事例名	実務に役立つ「センサ活用」
実施主体	JTEX 職業訓練法人日本技能教育開発センター
到達目標	● センサの基本となるメカトロの原理や電子回路について習得する ● センサ活用の基本技術である、測定や計測、制御システムについて習得する
教育内容	第１章　センサの概論 ● センサとは何か ● センサとその応用例 ● センサの要素技術とその原理 第２章　測定・計測の基本技術 ● 測定・計測とは 第３章　センサと電子回路の基本 ● センサと信号処理 ● 電気・電子回路の基本 第４章　計測と制御システム ● 計測と制御システム構成 ● マイコン、メモリとその動作 ● パソコンによる計測制御例 第５章　実用センサ・測定器の基本と活用の事例 ● 機械量センサ・測定器 ● 電磁気量センサ・測定器 ● 光学センサ ● 化学量・環境センサ 第６章　計測と制御の実例 ● 自動車用センサの例 ● メカトロニクス機械の例 ● プラント制御・監視の例 第７章　センサ・測定器使用上のチェックポイント ● 信号線とノイズ センサ使用における共通の注意事項 ● 測定器の管理
使用教材	● テキスト：２冊 ● レポート回数：３回
対象者	● センサに関する知識を身につけたい者 ● 開発から生産や保全に至るすべての技術者
評価方法	レポート

出典	https://www.jtex.ac.jp/SHOP/S06.html

事例番号	9
事例名	センサを活用したＩｏＴアプリケーション開発技術
実施主体	浜松職業能力開発短期大学校
到達目標	● IoT技術による製造現場での各種データの見える化の導入事例を知る ● 実際にマイコンやセンサを活用したプログラミングやクラウドサービスを利用した実習を通してIoTアプリケーション開発技術を習得する
教育内容	１．クラウド技術とIoT （１）センサネットワークとクラウド技術の概要 （２）IoT活用の現状 ２．IoTの活用事例 （１）モニタリングとは （２）システムの構成・仕組み ３．センサネットワーク技術 （１）各種分野で利用可能なネットワーク技術 ４．環境モニタリング実習 （１）総合実習 （２）クラウドサービスの利用 ５．まとめ
使用教材	-
対象者	IoTアプリケーション構築に関して、マイコン、センサ選定からクラウドサービスを利用する技能・技術を習得したい者
評価方法	-
出典	https://www3.jeed.go.jp/shizuoka/college/company/seminar_2025/4d45_2025/index.html

事例番号	10
事例名	ハードウェア・OS研修 (CompTIA A+ 準拠)
実施主体	株式会社ウチダ人材開発センタ
到達目標	● ハードウェア構成に関する標準知識を持ち、環境構築が行える。 ● コンピュータのコンポーネント・簡単なハードウェアトラブルシューティングについて説明できる。 ● OSインストールのイメージができ、リカバリとの違いを説明できる。 ● ツールの利用、簡単なトラブルシューティングが行える。
教育内容	1. コンピュータのコンポーネント - コンピュータの基礎知識 - マザーボード、CPU、RAM - ハードディスクドライブ、光学式ドライブ、RAID - 接続インターフェース - 電源ユニット - カスタム構成 - ディスプレイデバイス、コネクター・ケーブル - ハードウェアトラブルシューティング方法 【演習】実機による分解・組立演習 2. 運用 - コンピュータの環境整備と安全手順 - 最小構成 【演習】実機によるトラブルシューティング演習 3. OSの基礎 - BIOSのしくみ、CMOS、UEFI - OSのブートの仕組み - OSのインストール 【演習】実機によるBIOSの設定と初期化、OSインストール 4. OSの役割と機能 - Windowsの種類 - コマンドラインツール - OSの機能とツール - 仮想化 - コントロールパネル - ファイルシステム - NTFSアクセス許可 - レジストリ - 仮想メモリとハイバネーション 【演習】実機による演習(コマンドラインツール、システムツールの使用) 5. OSのトラブルシューティング - 詳細ブートオプションとシステム回復オプション - システムの復元 - 起動時のトラブルシューティング 【演習】実機によるトラブルシューティング演習

使用教材	● The Official CompTIA A+ Core 1 Self-Paced Study Guide (Exam 220-1101) eBook日本語版 ● The Official CompTIA A+ Core 2 Self-Paced Study Guide (Exam 220-1102) eBook日本語版
対象者	● IT業界で技術者を目指す方、コンピュータの基本を学びたい方 ● コンピュータのアーキテクチャを学びたい方 ● これから開発を行う方でソフトウェア・ハードウェアを体系的に学びたい方
評価方法	理解度確認テスト
出典	https://www.trainocate.co.jp/reference/course_details.aspx?code=ENC0076R

生成AI活用

事例番号	11
事例名	ChatGPTのはじめ方研修～触って学び、明日の業務を効率化する
実施主体	株式会社インソース
到達目標	①ChatGPTを使って情報を収集することができる ②ChatGPTから、より有益な回答を引き出すことができる ③自身の業務の中でのChatGPTの活かし方を具体的に理解できる
教育内容	１．対話型ＡＩとは （１）対話型ＡＩが与える影響～ホワイトカラーの危機 （２）止まらない進化 （３）ChatGPTは簡単に使い始められる 【ワーク】実際にChatGPTを使えるように用意する ２．ChatGPTと会話してみる （１）気楽に問いかける～検索ツールとして使う （２）ChatGPTとの会話で新しいアイデアを生み出す 【ケーススタディ】社外の課長へ送る、丁寧で失礼のないメールの文章を考えてもらう ３．欲しい回答を引き出す質問の仕方 （１）ChatGPTを使いこなす質問の手順 ①質問の内容は曖昧さを排除する ②背景やシチュエーションの設定

	③回答の形式を指示する （２）対話を通して回答を得る ①回答にフィードバックする　②さらに条件を追加する ③基礎知識をインプットさせる　④興味のあるトピックに絞り込んでいく （３）「魔法の呪文」とフォーマットで効率よく回答を引き出す ①「魔法の呪文」　②フォーマット 【ケーススタディ】キャッチコピー作成のためのアイデアを出してもらいましょう ４．ChatGPTを仕事のスピードアップに役立てる 【参考】Excel×ChatGPT ５．まとめ 【ワーク】本日学んだことを活かして、日ごろの自身（自部署）の業務を1つ取り上げ、生産性を向上させる方法をChatGPTにきいてみましょう。
使用教材	自社開発のeラーニングや研修用DVDなどの動画教材
対象者	● ChatGPTの登録から、基礎的な使い方を学びたい方 ● 業務でChatGPTをどのように活用できるのか知りたい方 ● 新しい時代の流れにキャッチアップしたい方
評価方法	受講後アンケート 確認テスト
出典	https://www.insource.co.jp/bup/bup-conversational-ai.html

事例番号	12
事例名	生成AIはじめの一歩～生成AIの入門的な使い方と注意点～
実施主体	総務省
到達目標	生成AIを自身で利活用できるリテラシーを身に付ける ① 生成AIの基礎知識 ② 生成AIの活用場面や入門的な使い方 ③ 生成AI活用時の注意点
教育内容	1. 生成AIとは何か？ a. 基礎知識 i. 生成AIの仕組み ii. 生成AIの特徴 b. 生成AIにまつわる変化 i. 生成AIは急速に普及

	ii. 生成AIにより生活・学習・仕事に大きな影響 2. 生成AIをどのように使うか？ a. 生成AIの用途 b. 生成AIサービスの使い方 3. 生成AI活用にあたって注意すべきポイントは？ a. 情報の正確性 b. 情報流出 c. 知的財産権の侵害 d. 活用者としてのモラル
使用教材	スライド資料（PowerPointおよびPDF形式で公開されている）
対象者	今後の生活の中で生成AIに触れうる国民の方（初心者）向け
評価方法	-
出典	https://www.soumu.go.jp/use_the_internet_wisely/special/generativeai/

事例番号	13
事例名	ビジネスパーソンのための対話型生成AI講座
実施主体	株式会社スキルアップNeXt
到達目標	● 対話型生成AIを含む生成AIをめぐるトレンドや動向の知識：新しい手法や応用事例が頻繁に生まれる生成AI分野の、現状と展望を理解する ● プロンプトエンジニアリングの基礎知識：対話型生成AIから適切な回答を得るための知識を身につける ● 対話型生成AIの仕組みの知識：自然言語理解や知識ベースの検索など、対話生成のプロセスを理解できる ● 対話型生成AIの活用事例：頻繁に生まれている新しい手法や応用事例を知る
教育内容	第1章：対話型生成 AI の概要 第2章：大規模言語モデルの概要 第3章：プロンプトエンジニアリングの基本 第4章：プロンプトのテクニック集【業務別編】 第5章：プロンプトのテクニック集【応用編】 第6章：Advanced Data Analysis（旧 Code Interpreter）の使い方 第7章：自社データを対話型生成 AI で活用する方法 第8章：対話型生成 AI を利用する際に関わる倫理と法 第9章：【ワーク】業務での対話型生成 AI 活用
使用教材	動画講義、講座資料

対象者	以下に該当するビジネスパーソン ● ChatGPTを使っているが、思い通りの回答を得られていない方 ● ChatGPTを使っているが、他の対話型生成AIにも興味がある方 ● プロンプトエンジニアリングを体系的に学びたい方 ● 生成AIパスポート試験対策をしたい方
評価方法	プロンプトエンジニアリング30本ノック：プロンプトを作成する演習課題に取り組み、定着度を確認する
出典	https://www.skillupai.com/text-generating-ai-for-business-person/

事例番号	14
事例名	自社にあった活用法は？どのように導入するか？ 生成AIの導入＆業務活用実践講座
実施主体	日経クロステック　日経コンピュータ
到達目標	● 技術的背景と最先端技術、今後登場が予測される新サービスがわかる ● 事例に基づいた具体的な業務活用法がわかる ● 生成AIを組み込んだシステムの構築・導入プロセスがわかる ● ＜演習＞自社業務へのAI活用アイデアを創出できる思考フレームワークの習得 ● ＜演習＞AIによる回答の精度を飛躍的に高める「RAG技術」の活用法の習得
教育内容	1. 生成AIの背景・技術動向・進化予測 生成AIの技術的背景を理解し、現時点の最先端技術で何がどこまで実現可能かをこれまでの経緯を含めて解説。その後、未来のAIの発展で世の中がどう変わるのか、今後登場が予測される新ビジネスなどについて予測 2. 社内業務への適用実践 社内業務を自動化・効率化した事例とその手法を、講師が所属するシグマクシス自身やクライアント企業での活用事例を交え具体的に解説、自社業務への応用をイメージできるようにする 3. ワークショップ1：生成AI活用アイデア創出 自社業務で生成AIを活用するための「アイデア出しのフレームワーク」を提供、アイデアの出し方を実践し、出したアイデアを受講者同士でシェアすることで、活用の気付きを得ることができる 4. 生成AIのシステム構築・導入 生成AIの技術特性を踏まえた現時点でとりうる構築パターンと、コスト感を含め

	て解説。生成AIを自社ですぐ使いたい場合に便利な、大規模言語モデル（LLM）アプリ開発プラットフォームサービスの活用法などを解説 5. ワークショップ2：最新生成AIモデルを使ったチャットボット開発 オープンソースの大規模言語モデル（LLM）アプリ開発プラットフォームサービスであるDifyを利用して、「RAG」という技術を使ったアプリを実装。RAGは生成AIによる回答の精度を高める技術です。各種法規制やマニュアルをRAGで読み込ませ、独自のQ&Aチャットボットを作成する方法を身につける 6. 生成AIの最新活用トレンド Stability Matrixを使った画像生成や、LM Studioを使った文書生成デモを交えながら、ローカルLLMの活用方法を紹介。PC上で、手軽にローカルLLMの生成AI環境を作る方法が分かる
使用教材	セミナー用資料（スライド等）
対象者	企業の経営層、DX（デジタル変革）推進部門、企画部門、システム部門など生成AIの業務活用を検討・推進しているビジネスパーソン全般
評価方法	＜演習＞パートでのアウトプットに応じて評価
出典	https://www.nikkeibp.co.jp/seminar/atcl/nxt/nc241113/

事例番号	15
事例名	プロンプトエンジニアリング 基礎マスターコース
実施主体	DMM 生成AI CAMP
到達目標	今後到来する"生成AI活用時代"に対応する基礎を身につける ● ChatGPTなどの生成AIで適切な結果を得るための必須スキル「プロンプトエンジニアリング」を網羅的に学ぶ ● 未経験から数週間で生成AIを自由自在に使いこなすための基礎をマスター
教育内容	1. 生成AIの基礎知識 a. 生成AIの基本概念と主な特徴 b. 生成AIがもたらす社会へのインパクト c. ChatGPTの得意分野と苦手分野の理解 d. 倫理的な生成AI活用のための注意点 2. プロンプトエンジニアリング入門 a. プロンプトとプロンプトエンジニアリングの定義 b. ・優れたプロンプトがもたらす効果 c. ・明確で適切なプロンプト作成のコツ 3. プロンプトエンジニアリングの基本技法

	a. 効果的なプロンプトの構造と要素 b. 様々なシーンで使える汎用的なプロンプトのフォーマット c. 生成AIの出力形式を指定するためのプロンプト作成方法 4. プロンプトエンジニアリングの応用技法 a. ChatGPTの回答を改善するための実践的手法 b. 変数やコマンドを活用した高度なプロンプト作成 c. テキスト以外の多様な出力形式への対応 d. GPTsを利用したChatGPTのカスタマイズ 5. プロンプトエンジニアリングの収益化 a. プロンプト販売による新たな収入源の開拓 b. ・GPT Storeの概要と将来性 c. ・GPT Storeを活用した収益化の可能性 6. 生成AIの実務活用演習 a. 生成AIを業務に効果的に導入するためのステップ b. ・文章校正、議事録作成、メール作成など日常業務での活用演習 c. ・契約書作成、トークスクリプト作成、アイデア発想などの応用演習 d. ・プログラミングやチャットボットでの生成AI活用演習 7. まとめと次のステップ a. 基礎マスターコースの振り返りとまとめ b. 学んだスキルを継続的に活用するためのヒント c. 更なるスキル向上のための学習リソース紹介
使用教材	24時間アクセス可能な図解付きオンライン教材
対象者	生成AIを仕事で活用したい全職種のビジネスパーソン ● 生成AIを使ってみたが、期待した結果が出力できない ● 日々の業務での生成AIの活用の仕方がわからない ● 生成AIで仕事の生産性を上げ、会社での評価を上げたい ● メンターからサポートを受け、生成AIを効率的に学びたい
評価方法	メンターによるアウトプットに対するフィードバック
出典	https://generative-ai.web-camp.io/courses/basic/

事例番号	16
事例名	（若手向け）DX入門研修～ChatGPTに触れ、業務効率化のマインドを獲得する
実施主体	株式会社インソース
到達目標	①ChatGPTに触れ、業務効率化の考えを獲得できる

	②データを利用したビジネスモデルの強みを理解している ③DXとの向き合い方を理解している ④デジタルリテラシーが向上している
教育内容	１．デジタル技術に支えられる日常生活 （１）デジタルネイティブ世代に期待される役割 【ワーク】デジタル技術が使われている身近な製品を考える （２）データ活用で変化するビジネスモデル ①ICカード　②キャッシュレス決済　③クラウド　④WEB広告 ２．DX（デジタルトランスフォーメーション）を考える （１）DXの定義～ITとDXは何が違う？ （２）なぜ組織はDXを進めるのか （３）数年後の若手社員を想像してみる～若手社員にとってのDX 【ワーク】Aさんの1日間の仕事で、効率化できそうな業務を探す ３．ChatGPTを使ってみる （１）対話型生成AIの概要 （２）ChatGPTとの会話で新しいアイデアを生み出す （３）欲しい回答を引き出す質問の仕方 （４）有効なプロンプトを知る ■作業スピードと成果物の質を比較する 【ワーク①】A4サイズ1枚のプレスリリースを200文字、50文字に要約する 【ワーク②】上司への報告メールを添削する 【ワーク③】朝礼の発表文章を敬語に直す ４．若手社員のDXとの向き合い方 （１）まずは守を心がけ、破と離へ力をためる （２）全てをシステム化するわけではない～「効果×頻度」で考える （３）ちょっとした違和感を記録する （４）社内外にアンテナを張る ５．デジタルリテラシー向上のための心構え （１）デジタルリテラシーを考える ①必要性　②具体例　③習得方法と効果 （２）デジタルリテラシーを意識した行動 【ワーク】デジタルリテラシーをチェックする ６．プログラムを触ってみる （１）マクロを使った業務効率化 ■ChatGPTを用いて、Excelのマクロを組む 【ワーク①】セルの文字を赤字にする 【ワーク②】表の中から特定のキーワードを探し、背景を黄色で塗りつぶす 【ワーク③】A列に並べ替えとフィルターを設定し、昇順に並べ替える

	（２）マクロの応用範囲 ７．まとめ 【ワーク】研修の気づきを共有する
使用教材	自社開発のeラーニングや研修用DVDなどの動画教材
対象者	● DXの動きが加速している会社の若手社員の方 ● デジタル技術への感度を高めたい方 ● デジタルリテラシーを向上させたい方
評価方法	受講後アンケート、確認テスト
出典	https://www.insource.co.jp/bup/bup_conversational_ai_y.html

事例番号	17
事例名	Gemini アカデミー
実施主体	Google
到達目標	Google の AI 、Gemini を使って、文章を作成したり、計画を立てたり、新しいことを学んだりできる 3 部構成の教育者向けのスキリング プログラム。はじめての方でも AI に対する理解を深め、実際に業務においても生成 AI を活用できるように構成されている
教育内容	導入編 第 0 章　Gemini アカデミーへようこそ 本プログラム全体の目標と構成について案内 導入編 第 1 章　人工知能（ AI ）とは？ AI がどのように進化を遂げ、現在の技術に至ったのかを探る。また、Google アプリで使われている AI についても説明し、AI 技術や生成 AI について、Google が AI をどのように進化させ、社会に有益な形で提供できるよう努めているのか、Google のアプローチについても焦点を当てる。 導入編 第 2 章　Google が提供する生成 AI、Gemini とは Google が提供する生成 AI、Gemini の概要とその機能特徴について説明。 Gemini は、テキスト、画像、音声など、さまざまなコンテンツを生成する能力を持っている。ユーザーにとっての使いやすさを重視した機能や、他の Google アプリとの連携においても力を発揮する。これにより、教育現場や個人利用においても幅広い用途での活用が期待される。

	導入編 第 3 章　人工知能（ AI ）と日本の教育現場 「人工知能（ AI ）と日本の教育現場」について詳しく考察。 AI 技術が教育現場にどのように導入され、どのような役割を果たすことが期待されているのか、またそれに対する文部科学省の見解と、実際の学校現場での AI活用例について取り上げる。 導入編 第 4 章　　Gemini に触ってみよう Google の生成 AI 、Gemini の仕組みや使い方を紹介。Gemini はテキストや画像などを生成する能力を持ち、具体的な指示やトーン設定をすることで、より精度の高い回答を得ることができる。また、プロンプト作成時に工夫を凝らすことで、ユーザーの意図に応じた柔軟で満足のいく結果を得ることができる。 導入編 第 5 章 まとめ 活用編 第 0 章 Gemni アカデミーへようこそ 本プログラム全体の目標と構成について 活用編 第 1 章　教育現場での Gemini の活用場面について 生成 AI は、教育現場における様々な場面での活用の可能性がある。例えば、文書作成や要約、アイデア出し、情報の取得、さらには議論の相手としても利用することができる。 活用編 第 2 章　Gemini 活用ワークショップ Gemini の仕組みや具体的な回答を得るためのプロンプト設計における重要な要素について学ぶ。実際に Gemini を使ってプロンプトを入力し、求めている回答を得るための詳細なプロンプトの書き方を、具体的な活用場面を想定した例を使って体験する。 活用編 第 3 章　生成 AI の安心安全な活用に向けて 生成 AI を使用する際の注意点と、安全に活用するためのヒントを紹介。主な注意点としては、 AI が誤った情報を生成する「ハルシネーション」、偏った情報を提供する「バイアス」、そして個人情報の取り扱いに関わる「プライバシー」が挙げられる。これらのリスクを理解し、適切に対処する方法について学ぶ。 活用編 第 4 章　まとめ 生成 AI は教育現場で文書作成やアイデア出し、定義の説明、授業案の分析などで活用可能。しかし、生成された回答は必ず自ら検証する必要がある。AI は事実に基づかない情報を生成する「ハルシネーション」や、社会的偏見を反映することがあるため注意が必要。 応用編 第 0 章　Gemini アカデミーへようこそ 本プログラム全体の目標と構成について

	応用編 第 1 章　Gemini 活用ワークショップ 教育現場で安全に 生成 AI を活用いただく上で重要な回答の検証ポイントを、Gemini で使える機能をご紹介しながら解説。併せて、Gemini と Google Workspace の連携でできることを例示。 応用編 第 2 章　Gemini と Workspace アプリの連携について Gemini と Google Workspace の連携機能について触れ、より高度な使い方を紹介。Google ドキュメントやスプレッドシートへのエクスポートだけでなく、Gmail でのメール作成や、画像生成など、様々な作業を自動化する方法を解説。 応用編 第 3 章　まとめ 生成 AI の活用には、生成 AI の回答を検証することが必要。Gemini と Google Workspace の連携により、さらに便利な機能で作業を効率化し、日々の業務のサポートとして活用できる。
使用教材	eラーニング教材、動画教材
対象者	学校の教員など教育関係者
評価方法	-
出典	https://rsvp.withgoogle.com/events/gemini-academy-jp/home

事例番号	18
事例名	ChatGPTを活用したビジネス文書作成講座
実施主体	株式会社宣伝会議
到達目標	● リテラシーの高低に関係なく、チャットGPTを活用できる ● 受講後すぐに実際のビジネスシーンで活用できる ● 軽く触った程度だったChatGPTを日常業務に取り入れることができる ● セキュリティを担保するための方法を知ることができる ● 拡張機能も活用し、さらに活用範囲を拡大できる
教育内容	第1部： ● ChatGPTに出来ること出来ないこと/プロンプトの基本 ● 業務報告/依頼メール/クレーム返信/FAQ/メルマガ ● 指定文章での要約/段落分け要約/要点 ● 誤字脱字/要素漏れ判定など ● 振り返りプロンプトのコツ ● Plugin機能を使いさらに業務効率を向上させる 「Advanced data analysys」「GPT-4V」 「Ask your PDF」「Webpilot」など ● APIを活用したスプレッドシートへの実装方法

	第2部： ● ChatGPTや生成AIを利用するリスクと対処法
使用教材	PDF形式の講義資料
対象者	以下に該当する社会人 ● 本を読んでも動作している画面を見ないと理解できない ● ChatGPTの上手な使い方がわからない ● 実務での使い方がわからない
評価方法	-
出典	https://www.sendenkaigi.com/marketing/courses/chatgpt_wrting/

事例番号	19
事例名	人工知能活用実践
実施主体	ZEN大学
到達目標	（1） 思考の幅を広げ、深さを増すために、アイデア出しや抜け漏れチェックの道具として人工知能を活用できる。 （2）データに基づいた意思決定を行うために、人工知能を用いてデータの収集・分析・可視化ができる。 （3） 言語以外の情報でアイデアを表現するために、人工知能を用いて画像・音楽・アニメーションなどを作成できる。
教育内容	1. オリエンテーション a. 授業の流れを理解し、授業に能動的に参加できる環境を整える。人工知能を使ってアイデアを出す。 2. プレゼンテーションのアウトラインを作ろう a. 人工知能を用いて、プレゼンテーションのアウトラインを作る。アウトプットの質や、よいプロンプトの書き方について議論する。 3. 人工知能を使って創作しよう I a. 最新の人工知能ツールのデモンストレーションを通して、人工知能ツールで何ができるかを考察する。 4. 素材を磨こう I a. 人工知能を用いて、イメージを作成する。アウトプットの質や、よいプロンプトの書き方について議論する。機械翻訳を用いて、いろいろなソースから情報を収集する。 5. 素材を磨こう II a. 人工知能を用いて、ビジュアルやオーディオなどの素材を生成する。アウトプットの質や、よいプロンプトの書き方について議論する。機械翻訳を用いて、いろいろなソースから情報を収集する。 6. 素材を磨こう III a. 人工知能を用いて、文字とビジュアルを組み合わせた素材などを生成する。アウトプットの質や、よいプロンプトの書き方について議論する。機械翻訳を用いて、いろいろなソースから情報を収集する。 7. 人工知能を使って創作しよう II a. 最新の人工知能ツールを使った作品に触れ、人工知能ツールを用いた表現や創作について考察する。 8. データを収集・分析しよう I a. 人工知能を用いて、質的データを収集し、分析する。検索エンジンを用いた調査と比較し、人工知能の長所と短所を整理する。 9. データを収集・分析しよう II a. 人工知能を用いて、量的データの要約統計量を算出する。アウトプットの質や、よいプロンプトの書き方について議論する。 10. データを収集・分析しよう III a. 人工知能を用いて、インタビューを設計する。インタビューを分析し、アウトプットについて議論する。 11. データを収集・分析しよう IV a. 人工知能を用いて、アンケートを設計する。アンケート調査の長所や短所について議論する。 12. 人工知能を使って創作しよう III a. 最新の人工知能ツールが社会にもたらす影響や、人工知能ツールの今後の可能性について議論する。 13. プレゼンテーションを仕上げよう I a. 今まで作った素材を使ってスライドを改良する。必要に応じて新しいコンテンツを作成する。 14. プレゼンテーションを仕上げよう II a. 人工知能を用いて、プレゼンテーションに対するフィードバックを生成する。フィードバックに基づき、プレゼンテーションを改善する。 15. 学んだことを整理しよう a. 授業を振り返り、人工知能との付き合い方について考察する。最新の人工知能ツールを適切に使っていくための仕組み作りについて議論する。
使用教材	[教科書]なし(オリジナル教材) [参考書]清水亮,教養としての生成AI,幻冬舎新書,2023
対象者	1年次、必修
評価方法	レポート45％ , 制作物55%

出典	https://syllabus.zen.ac.jp/subjects/2025/INT-1-A2-1234-005

事例番号	20
事例名	ChatGPTを活用した発想力強化研修
実施主体	株式会社インソース
到達目標	①質の高いアイデアを引き出すプロンプトを理解する ②アイデアの発散・収束のフレームワークにChatGPTを活用できるようになる
教育内容	１．ChatGPTを活用したアイデア発想術 【ワーク】普段の業務でどのように生成ＡＩを活用しているか共有する （１）ChatGPTはアイデア発想における優秀なパートナー （２）「発想」においてChatGPTが得意なこと　～アイデアを数出す （３）ChatGPTの実力を引き出すためのポイント ２．質の高いアイデアを引き出すプロンプトとは （１）ChatGPTを使いこなす質問の手順 ①質問の内容は曖昧さを排除する ②背景やシチュエーションの設定 ③回答の形式を指示する （２）対話で、さらにアイデアを洗練させる （３）魔法の呪文で意図を明確に伝える ３．フレームワークで考える！アイデア発散法 （１）フレームワークに沿ってアイデアを発散させる （２）大量のアイデアを出す　～ブレインストーミング （３）アイデアを連想させる （４）９つの視点からアイデアを広げる　～オズボーンのチェックリスト （５）現状の不満・要望からアイデアを出す　～改善法 【ケーススタディ】アイデアの発散練習 ４．フレームワークで考える！アイデア収束法 （１）出力されたアイデアを整理し、絞り込む （２）アイデアを構造化する　～KJ法 （３）６つの切り口でアイデアを磨く　～SUCCESｓ （４）評価軸に沿って、アイデアを評価する （５）アイデアを批判的に評価する （６）立場を変えてアイデアを評価する　～シックスハット法 【ケーススタディ】アイデアの収束練習 ５．まとめ

使用教材	eラーニング教材、動画教材
対象者	● 新商品開発職や企画職など、発想力が求められる方 ● 問題解決や業務改善などにおいて、アイデア出しが求められる方
評価方法	受講後アンケート、確認テスト
出典	https://www.insource.co.jp/bup/conversational-ai-imagination.html

実践ビジネススキル

事例番号	21
事例名	DX研修パッケージ(レベル1)｜ビジネススキル基礎
実施主体	Schoo
到達目標	DX推進の基盤となるロジカルシンキング・PDCA・成果達成力の基礎習得
教育内容	● ロジカルシンキング入門 　○ ロジカルに考える -抜け漏れのない分解と深堀り- 　○ ロジカルに伝える -聞き手が納得する結論と根拠- ● PDCA演習 ● 成果につながる働き方 　○ 自分働き方改革 　○ PDCAの回し方と本質 　○ 資料作成の基本と表・グラフ 　○ 図解を使ったビジュアル表現 　○ わかりにくい資料の直し方 　○ プレゼンテーションの３要素
使用教材	オンライン講座動画・講義スライド・課題資料
対象者	● DX推進企業の社員
評価方法	受講テスト、アンケート、理解度確認課題
出典	https://schoo.jp/biz/theme/curriculum/223

事例番号	22
事例名	DX研修パッケージ(レベル4)｜要件定義スキル
実施主体	Schoo

到達目標	DXプロジェクトを実際に推進していくために必要な、要点の把握や設計プロセス等を学ぶ
教育内容	● 上流工程で働きたい人のための企画・要件定義 ○ 成功するITプロジェクトの企画から要件定義まで ● DXプロジェクトのデザイン ○ DXとは「the good life」を創ること ○ DXプロジェクトに必要な要素（戦略ステージ） ○ DXプロジェクトに必要な要素（戦術・展開ステージ） ○ 提供価値とDX ○ テクニカルスタディ ○ DXプロジェクトに必要なリソース ● ITベンダーとのプロジェクト要件定義と進行管理 ○ IT開発の初めの一歩。RFP（Request for Proposal） ○ 成功するプロジェクトの要件定義の条件 ○ 要件定義の具体的な要素と流れ ○ 欲しい結果を予算・スケジュールを守って手に入れるためのプロジェクト管理
使用教材	オンライン講義動画・講義スライド・課題資料
対象者	DX推進企業の社員
評価方法	受講テスト、アンケート、理解度確認課題
出典	https://schoo.jp/biz/theme/curriculum/223

事例番号	23
事例名	多様化社会に通用する論理的コミュニケーションコース
実施主体	日本能率協会マネジメントセンター/ JMAM
到達目標	論理的コミュニケーション力を高めるための【論理的な思考】【論理的な話し方】【論理的な書き方】【論理的な聞き方】の４つの領域を、効率的に、実感的に理解する
教育内容	1日目 ■オリエンテーション ・自己紹介スピーチ（口頭表現力：プレゼンテーション力） ■論理的表現を体感する ・［演習］「コミュニケーション上の問題点」CDリスニング ・自己紹介スピーチのフィードバック

	■論理の基礎知識 ・［講義］ロジカル・シンキングの必要性 ・［講義・演習］論理的な思考方法 ・［事例研究Ⅰ］A店の問題 ・［事例研究Ⅱ］ケーススタディ：木村さんの事例 ・［講義］フレームワークを理解する ■ロジカル・プレゼンテーション ・［講義］論理的な話し方のためのポイント ・［講義・演習］論理的な話し方のためのスキル ・［演習］「部長の質問」CDリスニング ・［プレゼンテーション発表］動画撮影 ・［フィードバック］動画視聴 2日目 ■1日目の振り返り ■ロジカル・リスニング ・［講義］論理的な聞き方のポイントを理解する ・［演習］「新人育成」CDリスニング ・［演習］「具体化質問」CDリスニング ■ロジカル・ライティング ・［事例研究Ⅲ］小論文事例：Aさんの事例 ・［講義］論理的な書き方の構成を理解する ・［講義］論理的な表現方法を理解する ・［事例研究Ⅳ］小論文事例：書き直し演習 ■ロールプレイング演習 ・［演習］「職場の最重要問題」CDリスニング ・［ロールプレイング発表］動画撮影 ・［フィードバック］動画視聴 ■総合演習 ・［グループ討議］会社への施策提言 ・［プレゼンテーション発表］動画撮影 ・［クラス研究］プレゼンテーション発表に対する質疑応答 ・［フィードバック］動画視聴 ■まとめ
使用教材	リアルなコミュニケーション場面に即したオリジナルCD（音声）教材
対象者	職種・業種に関係なく、論理的な話し方、分かりやすい話し方を身につけたい方

評価方法	演習、ケース討議、ロールプレイング、プレゼンテーションへの評価
出典	https://www.jmam.co.jp/hrm/course/training/lcp.html

事例番号	24
事例名	ファシリテーション研修
実施主体	日本能率協会マネジメントセンター/ JMAM
到達目標	（１）会議やミーティング等を、目的に応じて設計することができる （２）メンバーの関係性を良くし、議論や対話を活性化する働きかけができる （３）会議やミーティング等を通じて新しいアイディアを生み出すために、議論の整理や論点の明確化、適切な問いかけ等を行いメンバーに思考を促すことができる
教育内容	■オリエンテーション ■ファシリテーションとは ・［講義］ファシリテーションとは ・［演習］会議でよく起こる問題 ・［講義］ファシリテーションの基本プロセスとスキル ・［演習］自己のファシリテーションスキルチェック ■ファシリテーションにチャレンジする ・［演習］ファシリテーション① ・［講義］会議の進め方 ・［演習］ファシリテーション② ・［講義］問いかけと議論の見える化 ・［演習］ファシリテーション③ ・［講義］対立と合意形成 ■職場でファシリテーションをレベルアップ ・［演習］ファシリテーション④ ・［演習］本日の気づきと明日から取り組むことの共有
使用教材	動画教材（会議映像）
対象者	会議の司会やファシリテーターを務める社員
評価方法	演習での成果に対する評価
出典	https://www.jmam.co.jp/hrm/course/training/fcl.html

事例番号	25
事例名	問題解決研修
実施主体	SMBCコンサルティング
到達目標	1. 問題解決の手順を習得し、潜在する問題を発掘して、解決策を導くステップを理解する 2. 各局面における様々な問題に対し、適切な論理的手法を活用して、効果的な問題解決のステップを学ぶ 3. 問題解決スキルを身につけ、自身の業務や組織の問題解決を図る
教育内容	1.そもそも問題とは？ (1)問題とは何か (2)問題の種類 (3)問題のもぐらたたきになっていないか？ 2.問題解決の誤ったパターン (1)論理の飛躍 (2)表面的な考え (3)短絡的な解決 (4)説得力に欠ける論理展開 (5)コミュニケーションミス 3.問題を構成する要素を整理する (1)全体像や様々な視点を捉える (2)問題を見極める (3)情報を構造化する 4.問題解決のステップ【グループワーク】 (1)問題解決の基本ステップ Ｗｈａｔ⇒Ｗｈｅｒｅ⇒Ｗｈｙ⇒Ｈｏｗ (2)飛躍せずに必ずステップを踏む (3)ロジックツリーの活用 (4)フレームワークの活用 5.説得力のある主張【グループワーク】 (1)ピラミッドストラクチャーを活用して考えや主張をまとめる 6.ゼロベース思考（固定観念や習慣にとらわれない） (1)ゼロベースでの思考が求められる (2)常識を疑う視点 7.総合演習 8.まとめ

使用教材	講義スライド
対象者	問題解決能力を高め自社の課題を解決したいビジネスパーソン
評価方法	-
出典	https://www.smbcc-education.jp/training/training_skill/training_solution/index.html

事例番号	26
事例名	デザイン思考研修
実施主体	SMBCコンサルティング
到達目標	1. デザイン思考とは何かを学ぶ 2. 発想力につながるデザイン思考のアプローチ手順を知る 3. 演習を通じて、デザイン思考を活用したアウトプット方法を身につける
教育内容	１．デザイン思考とは？ （１）「０」から「１」の創造が求められる時代 （２）　デザイン思考とは何か （３）　事例紹介 （４）　デザイン思考の基本的な手順 ２．デザイン思考実践【ワーク】 ■事例研究のテーマは、自社の商品・サービスなどを設定することも可能です。 （１）利用者の視点で考える ①エスノグラフィ（※）の視点で考える ～対象者はどのようなものが欲しいかを知る～　（ペルソナの設定） ②【演習】働きやすい職場環境の改善 ※エスノグラフィとは顧客の生活に入り込み、彼らの生活スタイルを観察し、意識しないで行っている行動、顕在化していない意識など、顧客が言葉では語れない領域に踏み込むことです。 （２）共感マップにまとめる ①メンバーのヒアリングで気づいたことを付箋に書き出す ②模造紙に「共感マップ」としてまとめる ③発表 （３）テーマを再設定 （４）オズボーンのチェックリストを活用し、アイデアを考える。 ①アイデアを付箋に書き出す

	（５）アイデアを発散させた後、ＫＪ法やイラストでまとめる ①模造紙にまとめる ②発表 ③他グループに対する感想 ３．変化を恐れず、チームでイノベーションを （１）プロスペクト理論 ①利益よりも損失を回避する傾向が1.5倍から2.5倍 （２）変化を恐れず、チェンジ・リーダーに （３）情報収集の意識をもつ （４）チームでイノベーションを ４．振り返りと気づき・共有【ワーク】 ５．まとめ
使用教材	講義スライド
対象者	デザイン思考を身につけ問題解決能力を高めたいすべてのビジネスパーソン
評価方法	-
出典	https://www.smbcc-education.jp/training/training_skill/training_Designthinking/index.html

事例番号	27
事例名	ヒアリング研修 ～限られた時間で情報を聞き出すスキルを習得～
実施主体	バヅクリ株式会社
到達目標	● 質問の設計力と傾聴スキルを高め、限られた時間で相手の真意や課題を的確に引き出す実践的ヒアリング力を習得 ● 全編を通してワーク中心の設計により、座学だけでは得られない「気づきと行動変容」を促す
教育内容	1. オープニング ・売れない営業パーソンの特徴 ・本研修の目的 【自己紹介ワーク】ヒアリングの難所～営業や社内のヒアリングで難しいことを共有しよう～ ・メラビアンの法則とは 【ワーク】「お地蔵さん」と「菩薩様」～無反応な人と共感してくれる人、どちらが話しやすいか体感してみよう～

	・信頼関係を構築する聞き方テクニック3選 ①相づち ②ペーシング ③バックトラッキング 2. ヒアリングの目的 ・営業におけるヒアリングの目的とは ・クライアントと同じ絵を見ることの重要性 【ワーク】同じ絵を描くことの難しさを体感せよ～講師の言葉通りに絵を描き、メンバーで共有しあってみよう～ 3. ヒアリングの種類 ・問いの基本2種と各メリット&デメリット 【ワーク】私の子どもの頃の夢は何？～オープンクエスチョンとクローズドクエスチョンを使い分け、講師の子どもの頃の夢をみんなで当ててみよう！～ 4. ヒアリングの階層 【ワーク】深掘りクエスチョン体験会～あなたの好きな料理は？4階層まで深掘り質問する難しさを体感&深掘りで得られる効果を体感してみよう～ 5. ヒアリングの流れ ・質問の流れ「GROWモデル」とは 【ワーク】理想の家、教えてください～学んだヒアリングテクニックを駆使してXさんの理想の家をヒアリング&その様子をフィードバックしてみよう～ 6. まとめ、行動変容&コミットメント ・本研修のまとめ 【ワーク】Take action for change 【ワーク】ファーストアクション宣言 【ワーク】相互称賛&激励タイム ・さいごに
使用教材	スライド資料
対象者	ヒアリング力を高めたい新入社員、若手社員
評価方法	ワークでのアウトプットに対する評価
出典	https://buzzkuri.com/programs/318

事例番号	28
事例名	プレゼンテーション研修 ～聞き手に刺さるプレゼン内容の作り方と伝え方を学ぶ～

実施主体	バヅクリ株式会社
到達目標	● 誰に対してどのような内容を伝えるべきか検討できるようになる ● プレゼンで伝えるべき内容を事前に効果的に整理できるようになる ● プレゼンをする場面において、効果的な話し方を理解できるようになる
教育内容	1.オープニング ・本研修の目的とゴール 【アイスブレイク】自己紹介＆自身の魅力をキャッチーにアピールしよう 2.プレゼンテーションの目的とスキルの必要性 ・プレゼンテーション目的は相手を動かすこと 【ワーク】プレ・プレゼンテーション「相手の心を動かしてみよう」～給料日の贅沢、自分の希望を通してみよう～ 3.プレゼンテーションの5W1Hと聞き手の分析 ・プレゼンテーションの5W1Hとは～目的を認識して伝えよう～ ・聞き手の分析とは～聞き手に合わせて伝えよう～ 【ワーク】聞き手に合わせて伝える～親子それぞれにSNSの特徴をわかりやすく伝えるには？ ①小学１年生にカタカナを使わず伝えてみよう ②母親が子どものSNS利用を安心して決断できるように伝えてみよう ・聞き手の課題と現状を知るためのマトリクス 4.プレゼンテーションの準備をしよう ・プレゼンテーション準備のための３ステップ ①構成：BFAB法とは ②短く伝える：インパクトのある13文字を作る ③キーメッセージ：思わず口にしてしまう！？１人歩きするメッセージを決める 【総合演習】便利な宅配サービス「ZberEats」ＣＭ作り～高齢者に30秒でサービスの魅力を伝えるには？～ ＜準備編１＞個人ワーク：「短く伝える＆キーメッセージ」にトライしよう ＜準備編２＞グループワーク：CMをつくろう～インパクトある13文字、１人歩きするキーメッセージを盛り込んでBFAB法に基づきCMを構成してみよう～ 5.プレゼンテーション実践編 ・表現力を高めるための６つのポイント 【総合演習】便利な宅配サービス「ZberEats」CM作り <プレゼン編>高齢者向けCMプレゼン大会～グループで作ったCMを全体で発表＆ユーモア賞、最優秀賞をみんなの投票で決定しよう～ 6．まとめ、行動変容＆コミットメント ・本研修のまとめ 【ワーク】ファーストアクションを決めよう

	【ワーク】ファーストアクションを仲間にチャットで宣言 【ワーク】仲間同士でファーストアクションを激励しよう
使用教材	講義スライド
対象者	プレゼンテーション力を高めたい新入社員、若手社員
評価方法	ワークでのアウトプットに対する評価
出典	https://buzzkuri.com/programs/317

事例番号	29
事例名	マーケティングⅠ
実施主体	専門学校東京国際ビジネスカレッジ
到達目標	マーケティングの基礎知識を習得し、実際のビジネスの場で役立つ考え方を身につける。
教育内容	第1回 マーケティングとは　～考え方とステップ、基礎用語など 第2回 マーケティングの歴史　～成り立ちからマーケティング5.0まで 第3回 市場とニーズ　～3C分析、SWOT分析、クロスSWOT 第4回 STP①（セグメンテーション） 第5回 STP②（ターゲティング） 第6回 STP③（ポジショニング） 第7回 マーケティング・ミックス ～4Pと4C 第8回 4P①（プロダクト） 第9回 4P②（プライス） 第10回 4P③（プレイス） 第11回 4P④（プロモーション） 第12回 ネット時代のマーケティング 第13回 デジタルマーケティング 第14回 講義のまとめと復習 第15回 期末試験
使用教材	講師作成の資料
対象者	経営研究学科1年生　Business Management Course
評価方法	定期試験70%、その他（授業内の課題など）30%
出典	https://tibc.jp/pdf/2025/keikaku-05.pdf（３ページ目）

事例番号	30
事例名	経営学Ⅰ
実施主体	専門学校東京国際ビジネスカレッジ
到達目標	Leadershipとmanagementの比較を行い、経営にとってmanagementの重要性を理解する。
教育内容	● 第1回 自己紹介・このLeadership講義で学ぶべき内容の共有 ● 第2回 皆さんにとってのLeadershipとはどの様な事か？LeadershipとManagementの相違（文化的要因等） ● 第3回 生活に密着したLeadershipとはどの様な事か？日頃の生活に関わるLeadershipとは？生活・バイト・学校 ● 第4回 Leadershipのタイプとはどの様なタイプが想像されるか？　グローバルで認識されている様々なLeaderhipの特性を ● 検証し理解する ● 第5回 理想のLeadership像とはどの様な人・何故、皆さんはLeadershipの有る方を尊敬するのか？ ● 第6回 一緒に働いて楽しいLeaderとはどの様な方か・やる気を起こさせるLeadershipとはどの様な手法かを理解する ● 第7回 創造性と話し方の上手なLeadershipの有る人とは？クリエーティブ＆コミュニケーション力の重要性の認識 ● 第8回 困った時に頼りになるLeadershipとは？危機管理を遂行できるLeadershipとはどの様な事か ● 第9回 方向性の大事さを感じる瞬間とはどの様な時か・周囲を先導し方向性を示せるLeadershipとはどの様な事か ● 第10回 チームに必要なLeadershipとは？チームを守る・先導出来るLeadershipとはどの様な事か ● 第11回 リーダーにも限界が有るのかそのリスクとは？リーダーの自己管理の大切さの認識と理解 ● 第12回 もしあなたが会社のリーダーとなった場合何に重点を置きたいか事前に準備して下さい。皆さんのLeadership像の ● 確認と共有化 ● 第13回 Leadership全体像理解を行う ● 第14回 Leadership像の最終確認と検証 ● 第15回 2025年前期試験実施
使用教材	教科書：Leadershipの基本（高橋幸司） 参考書：リーダーシップ（守谷雄司）
対象者	経営研究学科1年生　Business Management Course
評価方法	定期試験60%、その他（授業内の課題など）40%
出典	https://tibc.jp/pdf/2025/keikaku-05.pdf（５ページ目）