

# DXpedia<sup>®</sup>

2024.12

Vol.

3

|特集|

# 普及期に入ったAI

AI研究がノーベル賞ダブル受賞

# 管理職2,200人のDX研修で 金融人材をアップデートする

株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ  
株式会社三菱UFJ銀行  
デジタル戦略統括部長

## 江見 盛人 氏

三菱UFJ銀行では、本部管理職2,200人を対象とした大規模なDX人材研修を、インソースグループと共同でスタートさせました。時代の変化をどのようにとらえ、何を見据えているか。江見盛人・デジタル戦略統括部長にインソースデジタルアカデミーの杉山晋一社長がお話をうかがいました。



**杉山** 国内最大の金融グループM  
UFGとして、管理職2200人の  
DX人材育成研修に踏み切った  
狙いをお聞かせください。

### ヒトをアップデート

**江見氏** 金融ビジネスは、ヒト（人  
材）、テクノロジー、データ（情報）  
の3つで構成されています。現代  
は、このうちテクノロジーとデー  
タが激変している時代ですので、  
「ヒト」も当然それに合わせてアッ  
プデートしなければいけないと考  
えています。DXを進めるための人  
材教育は不可欠だと考えました。

**杉山** ChatGPTのような生  
成系AIの登場も大きな理由で  
しょうか。

**江見氏** ヒトをアップデートする  
と言っても、システムのコーデ  
ィングを全員ができるようにするの  
は難しいです。しかし自然言語を  
使える生成系AIの登場により、  
従業員4万人みんながデジタルを  
学べる環境になりました。銀行員  
はこれまで会計、金融、法律等が

基本スキルでしたが、ここにデジ  
タルスキルが不可欠な要件になっ  
てきました。そこを実現するのが  
今回の研修の狙いです。

**杉山** 管理職をターゲットにされ  
たのは。

**江見氏** これまで金融のデジタル  
化というと、市場取引やリテール  
業務でのデジタルチャネル等の特  
定業務が中心でしたが、今後は銀  
行の仕事の全部を変えていくこと  
を目指しています。これまでも業  
務改革は進めてきましたが、銀行  
は長年の取り組みを通じて確立さ



㊦ 江見盛人氏 ㊦ 杉山晋一(当社代表取締役社長)

|特集|

# 普及期に入った AI

巻頭対談

01 管理職2,200人のDX研修で  
金融人材をアップデートする

04 ChatGPTが占う2025年大予測

05 AI研究がノーベル賞ダブル受賞

基礎と応用の両面から評価

07 チョコとノーベル賞の謎

因果推論で真実を見極める

09 宇宙ビジネスの将来

スペーストランスフォーメーション (SX) への招待

10 コラム 白山から宇宙へ

衛星の電波を自宅でとらえた

DXpedia®は株式会社インソースデジタルアカデミーの登録商標です。

れた業務プロセスがあるため、「変える」よりも「守る」ことが重視されがちです。DX、AIをビジネスに活用する上では、確立された業務プロセスをゼロベースで見直し、作り替えていくことが重要となります。研修の対象者である管理職は、責任者として業務プロセスを直接に管理・運営する立場です。所属部署に区別なく、業務プロセスを作り替えてほしいと思っ

ています。

## 変わり続けるマインド

杉山 一番のテーマは意識改革ですね。

江見氏 DXはデジタル・トランスフォーメーションの略ですね。トランスフォーメーションというところある日を境に一気に物事が変わ

てはなく常に変わり続けるマインドセット、行動様式を身につけることが大事だと考えています。試行錯誤しながらデジタルを活用し失敗を許容しながら変わり続けるという姿勢に変革することがDXであって、デジタルを使っていない業務にデジタルを使うようになることだけがDXではない。その意識改革が重要です。

杉山 管理職としては、AIと人間

の両方を部下として最適な形で使い分け、生産性を上げていく判断力が必要ですね。

江見氏 AIは解決策のオプションを出すことはできません。ただ、そのオプションに対して、どれが大事でどれを選択するのかを判断するのは、いまのところ人間の役割です。また、AIはもともともらしいウソをつくこともあります。ですから管理職として使いこなす側

株式会社三菱UFJ銀行のDX推進人材育成研修「BASE研修」

めざすこと	デジタルを活用したビジネス変革・業務改革を推進できる人材を育成し、AIを前提に物事を考える「AI-Native」な人材を養成する基盤を作り、お客様へのより良い提案に繋げる
対象者	本部管理職2,200名
実施時期	2024年下期～2025年上期 一人あたり1カ月間(インターバル含む)
プログラム概要	DXを推進する上で必要なマインドセット 自業務をテーマとしたDXプロジェクトの企画・推進の実践スキル

の人間も進化しなくてはいけないと思います。

100年目の「カイゼン」

杉山 すべての業務をデジタル化するのではなく、先に必要な業務と要らない業務を分けて、どうし

ても必要な業務を、初めてデジタル化するというのが大事です。

江見氏 おっしゃるようにBPR(業務改革)がすべての出発点です。製造業では「カイゼン」を繰り返しますね。金融業は100年以上前から貸出、預金、為替といった

中核のサービスは変わっていませんが、その業務プロセスも変えないことに慣れている。決まったことを正確に再現することが美德ですらあった。その価値観を変えないといけません。金融業も製造業と同じようにプロセスを見直していくべきです。そのときにデジタルツールと、生成系AIが強力な武器になると考えています。

杉山 銀行員の方は将来を見る、風向きが変わったのを見るのは得意なのでは。将来の銀行ビジネスはどうなっていくでしょう。

江見氏 お客様に対するサービスという意味では、高齢化もあり、店舗のような対面チャネルで人が人に寄り添う部分は今後も必要です。一方でデジタルチャネルのU

I/UXを磨きこむことも大事です。やがてお客様がAIエージェントを使ってくる、AIがAIを接客するという光景も、近未来ではあるかもしれません。

お客様とウィンウィン

杉山 取引先のお客様のDXのお手伝いをする場面もあるかもしれませんね。

江見氏 お客様企業の成長に貢献することは我々の大事なパーパスです。もちろん預金や融資などの



㊤ 杉山晋一(当社代表取締役社長) ㊦ 江見盛人氏

金融サービスの提供は変わらず重要ですが、今後はデジタルサービスを提供したりDXを支援したりすることを通じ、お客様と共に発展できると考えています。お客様とウィンウィンになるためには銀行員も勉強しなければいけないと思います。

杉山 今回私どもをパートナーに選びいただいた理由は。お選びいただいた理由は。御社は2000人規模の研修を短期間にやりることができるとい

期間にやりやすさ、研修の中心についても一緒に建設的に議論しながら作りこむことが出来ました。11月にスタートしてからも、実際に期待通りのパフォーマンスを出していただいています。

杉山 このような変革期に、一緒に人材育成できることは大変ありがたいことです。このプロジェクトを絶対成功させましょう。

江見氏 我々が変わる重要な第一歩だと思っていますので、よろしくお願います。



2025年はどんな年になるでしょうか、ChatGPTに予測を10個挙げてもらいました。デジタル技術の進歩と国際情勢が複雑に絡み合い、日本を含めた各国が新たな課題とチャンスに直面する年になりそうです。

※予測は2024年11月に行いました

Web版はこちら



## 対談を終えて

杉山晋一

2024年のノーベル賞は、物理学賞・化学賞を、AI開発者とAI応用研究者が受賞し、まさにAI普及元年と言えると思います。特にノーベル化学賞は、タンパク質の構造解析を化学の非専門家がAIを用いて実施するという、学際的な垣根を超えた画期的な研究に与えられました。

要は、生成系AIの登場により、AI活用が、読み書きそろばん・四則演算と同様の、極めて適用範囲が広いリベラルアーツになったという事です。

一方、人間の知性//HI(Human Intelligence)は、AIを部下として活用できるレベルに成長していけるか、という大きな課題を我々は突きつけられています。

部下であるAIの出した結論の正誤判断が、ビジネスパーソンに求められる能力です。

判断能力を高めるためには、チャレンジを奨励する経営スタイルである、アジャイル型経営の早期実現が必要となります。つまり、DXの早期着手・実現が、企業経営者に突き付けられたということです。

本部管理職2200人に対しDX推進人材育成研修を対面で実施される三菱UFJ銀行様のチャレンジは、時代の変化を象徴するプロジェクトだと私は考えています。

DX実現に向けた三菱UFJ銀行様の人材育成パートナーとして当社は最善を尽くしていく方針であり、今後も様々な時代をリードする企業様のパートナーを務めさせていただきますと考えています。

### 1 「AIアシスタント外交」が進展

AIアシスタントが外交で活用され、情勢分析や判断の迅速化を支援。日本もAIを外交戦略に導入し、意思決定を効率化。

### 2 トランプ政権による国内経済の保護主義が拡大

トランプ再選で「アメリカ・ファースト」が強化。米国中心の保護主義が世界貿易に影響を及ぼす。

### 3 新興国市場でデジタル通貨の普及加速

アフリカ・中東で中央銀行デジタル通貨(CBDC)が普及し、送金コストが大幅に削減。日本企業も関連サービスを展開し、現金利用が減少。

### 4 サイバーセキュリティ戦争が顕在化

国家間のサイバー攻撃が激化。日本も重要インフラ防御のため、AI活用でセキュリティ強化を推進。

### 5 ESG投資と「エネルギー独立」技術の進展

米国・EUは脱炭素技術へ投資を拡大。日本も水素や再エネ技術に注力し、エネルギー安定化を目指す。

### 6 社会インフラの「スマートシティ」化が加速

米中歐で進むスマートシティ化が日本でも加速。交通やエネルギー管理の効率化が都市生活を刷新。

### 7 ウクライナ・中東情勢での「ドローン戦争」が一般化

ドローン技術が戦術の中心に。低コストで高度な攻撃が可能となり、戦争の形が変わる。

### 8 生成AIが「フェイクニュース戦争」の温床に

生成AIによる偽情報が深刻化。日本含む各国でAI規制と識別技術の強化が急務。

### 9 労働市場に「AI+人間」の協業スタイルが定着

AIが分析や創造を補助し、効率と創造性を両立。日本でも知識労働分野で協業が進む。

### 10 メタバース経済圏が新たな経済圏に成長

メタバースが経済活動の新拠点に。日本企業も仮想空間での新たなビジネスを展開。



# AI研究がノーベル賞ダブル受賞

## 基礎と応用の両面から評価

2024年のノーベル物理学賞と化学賞は、ともにAIに関連する研究が受賞しました。自然科学分野の2賞がAI関連分野に与えられたという事実は、AIが現代社会にインパクトを与えていることを象徴しています。

### 物理学賞

物理学賞は、機械学習の基礎原理の発見に貢献した米国プリンストン大学のジョン・ホップフィールドとカナダ・トロント大学のジェフリー・ヒントン名誉教授の2人が選ばれました。2人は1980年代に、人工知能が「みずから学習していく」「機械学習」につながる技術を開発しました。

人間の脳のニューロンの働きを模倣した「ニューラルネットワーク」の考え方から始まり、その後、コンピューターが大量のデータを元に自律して学習していく「ディープラーニング（深層学習）」へ発展します。

ディープラーニングは、現在では、特に生成系AIをはじめ、自

然言語処理、画像認識や医療診断など、数々の分野で活用されています。

物理学賞 受賞者

#### ジョン・ホップフィールド氏

人工ニューラルネットワークを使った、画像やパターンなどのデータを保存し、再構成できる「連想記憶」と呼ばれる手法を開発

#### ジェフリー・ヒントン氏

ホップフィールド氏が考案した手法を発展させ、学習した大量のデータから未知のデータを導き出すアルゴリズムを開発

### 化学賞

化学賞は、米国・ワシントン大

化学賞 受賞者

#### デイビッド・ベイカー氏

コンピューターを使った、他のタンパク質とは異なる新しいタンパク質を設計

#### デミス・ハサビス氏 ジョン・ジャンパー氏

AIモデルを使ったタンパク質の構造予測

学のデイビッド・ベイカー教授と、英グーグル・ディープマインド社のデミス・ハサビスCEO、同社の首席研究員であるジョン・ジャンパー氏の3人による機械学習を用いたタンパク質の設計と構造予測に関する研究が受賞しました。

このうち、ハサビス氏とジョン・ジャンパー氏が開発したAlphaFold（アルファフォールド）は、AI技術を活用してタンパク質のアミノ酸配列からその3次元構造を予測することを可能としました。従来タンパク質の構造解明には膨大な時間とコストがかかって

いましたが、機械学習の登場により、このプロセスが飛躍的に加速し、医薬品開発の分野においても注目を集めています。

## 基礎と応用の両面

物理学賞を受賞した研究は、ニューラルネットワークと機械学習という、いわばAIの頭脳の仕組みを作りだした基礎研究だといえます。

いっぽう化学賞は、AIを活用してタンパク質の構造を予測するという、実用的な研究に与えられました。

2つの分野での同時受賞は、AIの誕生から実用段階まで、きわめて急速に発展してきたことの証拠だともいえます。

## AIの歴史は

AIという言葉が初めて登場したのは、1956年に開催されたダートマス会議でした。第1次AIブームと呼ばれる初期のAI研

究は、人間が指定したルールに基づいて目的達成のための手順や選択肢を調べ、最適な解決策を見つけ出すものでしたが、簡単なパズルやゲームの域を超えて実用化されることはありませんでした。

1980年代、コンピュータの性能向上とともに、専門家の知識をコンピュータに学習させた「エキスパートシステム」が登場し、第2次AIブームを迎えます。しかし、学習させるデータの入力に非常に多くの労力がかかるなどの課題があり、再び「冬の時代」となっていました。

## 機械学習から生成系まで

そのころ、今回ノーベル物理学賞に選ばれたホップフィールド氏らの研究に代表されるニューラルネットワークの理論が登場しました。

2000年代に入ると、インターネットの普及でデータの流通量が飛躍的に増大、コンピュータの処理能力も向上し、第3次AIブー

ムを迎えます。中でも、同じく今回復物理学賞を受けたヒントン氏が深層学習（ディープラーニング）の技術を確認したことで、AIは飛躍的な進歩を遂げました。

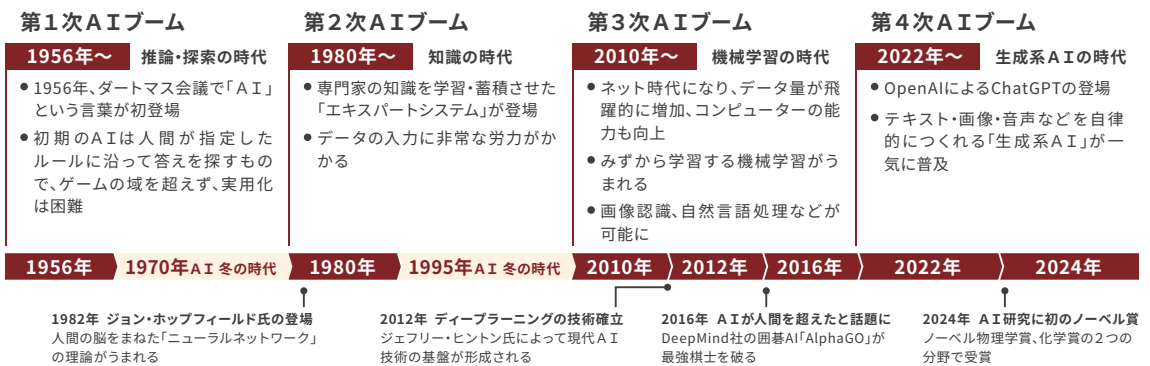
2016年にはAIがプロの囲碁棋士に勝利し、大きな話題になりました。このAI「アルファ碁」を開発したDeepMindは、その後たんばく質の三次元構造を予測するためにAIを利用して2020年に画期的な成果を出しました。

この功績に対し、DeepMindを率いたハサビス氏やジャンパー氏が、今回ノーベル化学賞を授けられることとなったのです。

そして2022年、OpenAI社による生成系AI「ChatGPT」が登場します。いまでは多くの企業が生成系AIを開発し、現在は「第4次AIブーム」に入るといわれています。

AIブームは、もはや減速は考えられません。進化を続け、新たな時代が次々到来するでしょう。

図：AIの歴史年表



出典：「令和6年版情報通信白書」（総務省）より作成、加筆 <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r06/html/nd1311100.html>



# チョコとノーベル賞の謎

## 因果推論で真実を見極める

2012年、医学分野におけるトップレベルの学術誌に「チョコレートを多く消費する国ではノーベル賞受賞者数が多い」という衝撃的な研究結果が発表されました。研究者は、チョコレートに認知機能を向上させる効果があると考えていました。それならばチョコレートが多く消費される国では人口あたりのノーベル賞受賞者が多い可能性があるとデータ分析をしたところ、実際にそれが証明されたのです（※左ページの図）。

### データのからくり

図を見ると、スイスやデンマークなどチョコレート消費量が多い国ほど、ノーベル賞受賞者が多いことが読み取れます。データ分析において、片方の数値が変動するともう一方の数値も一定の方向に変動する傾向にある関係を「相関関係」と言います。観測された相関関係を素直に考えると、「教育のためにチョコレート消費を推進するべきだ」とい

えそうです。しかし、それは本当でしょうか。

チョコレートを大量に消費している国ではノーベル賞受賞者を多く輩出しているからといって、あなたがチョコレートを大量に食べればノーベル賞を受賞する：でしょうか？ いや、体重が増えたり、虫歯になったりする可能性の方が高いでしょう。

チョコレートの消費量が多いような経済的に豊かなヨーロッパ諸国は科学教育にも力を入れており、高度な教育を実現しています。先端教育の結果として、ノーベル賞受賞者が多いのだろうと考えられます。

チョコレートそのものがノーベル賞の受賞につながっているわけではないのです。

### 相関関係と因果関係

私たち人間は結果に対する原因を分析して「因果関係」を追究する生物だ、ということは心理学や経済学、進化生物学など様々な学

術研究で明らかにされています。そのため、データ同士に相関関係があると、そこに因果関係を見出そうとします。チョコレートの消費量が多い国でノーベル賞受賞者が多いと、それはきつとチョコレートの効果による影響だと考えるわけです。

しかし、相関関係だけでは因果関係を証明できません。真の原因は別にあるケースや、全くの偶然により相関関係が観測されるケースなどがあるためです。相関関係の分析で主張できるのはあくまで因果関係がある「可能性」に過ぎません。

チョコレートのおかげでノーベル賞を受賞できる因果関係を証明しなければ、ノーベル賞のためにチョコレートの消費量を増やし、製菓会社が喜ぶばかりで肝心の目的には全く効果がなかったということになりかねません。

### 因果推論で見抜く

因果推論とは、実験や観察を通



図：各国における1人あたりチョコレートの消費量と人口1000万人あたりのノーベル賞受賞者数  
 ※Messerli (2012) の図にグラフの軸の日本語訳を加筆

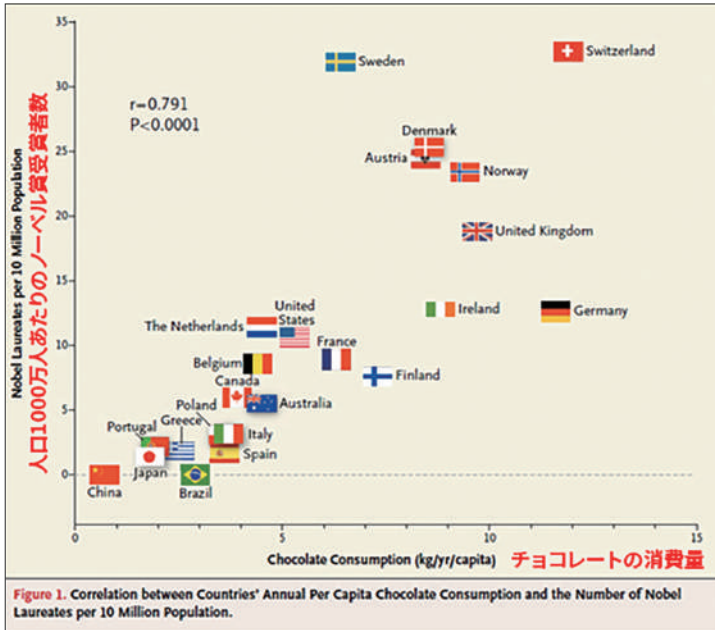


Figure 1. Correlation between Countries' Annual Per Capita Chocolate Consumption and the Number of Nobel Laureates per 10 Million Population.  
 出典：Messerli, F. H. (2012). Chocolate Consumption, Cognitive Function, and Nobel Laureates, *The New England Journal of Medicine*, 367, 1562-1564.

して相関関係だけに留まらず、因果関係を定量的に評価することを指します。真の原因を特定するところこそが適切な意思決定を可能にします。では、因果推論の代表的な方法論を見ていきましょう。

RCTは実験によって因果関係を明らかにする手法です。実験対象者を2つ以上のグループに同質

になるようランダムに分け、様々な処置を行って効果が見られるか比較して検証します。例えば、新デザインと旧デザインのウェブサイトを訪問者にランダムに表示し、どちらが優れたクリック率になるかを比較するのがRCTです。

RCTは統計学における専門用語でビジネスではA/Bテストと

呼ばれます。実験対象者をランダムに振り分けることでグループ間の偏りをなくし、処置による純粋な効果を測定できるのが強みです。

RCTのような実験を行えない場合は、観察データを収集します。観察データを用いて因果関係を証明する方法の1つが「差分の差分析」です。例えば、キャンペーン

はデータを単純に見るだけでは役に立たないという教訓を示します。そこに真の原因はあるのか見極めなければ、データを有意義に活用することは難しいのです。

データ分析で重要なのは、見たままの結果にとらわれず、広い視野で様々な可能性を考察することです。分析結果そのものはウソをつきませんが、その意味を考える人間の脳はウソをつくことがあります。目の前にあるデータが一体何を意味するのか、冷静に見つめることを忘れないようにしたいですね。

の効果を測定する場合に、実施している店舗と実施していない店舗に分け、キャンペーン前後の売上の差を比較します。キャンペーンを実施した店舗の前後の売上の差が、実施していない店舗の時系列による売上の差を上回れば、キャンペーンが効果を発揮した因果関係を証明します。

RCTでは比較するグループ同士が同質であることを前提としていますが、差分の差分析では必ずしも必須ではないことに特徴があります。

生成系AIは相関関係から次の言葉を見出す仕組みです。そこに因果関係はありません。人間が鳥瞰的な視野で因果関係を見出し、データ分析の結果から、有効性のある施策を見つけ出す必要があります。

## データはウソをつか

チョコレートとノーベル賞の話

「因果推論」についての講座は2025年に開講予定です。

詳しくはこちら



# 宇宙ビジネスの将来

## スペーストランスフォーメーション(SX)への招待



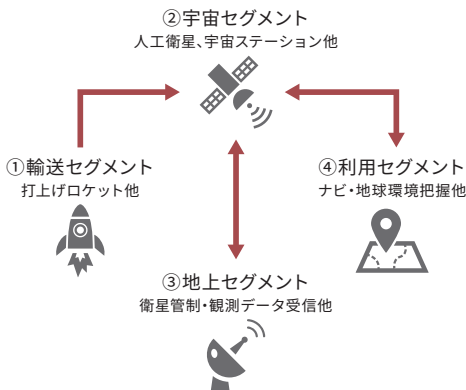
インソースデジタルアカデミーでは、無料のオンラインセミナー「宇宙開発と宇宙ビジネス」を2024年11月6日に開催しました。

合同会社スペースシステムサポーターズ代表社員の高橋実氏が、日本の宇宙ビジネスの歴史と現状、将来展望などについて語りました。一部を紹介します。

### 宇宙ビジネスのトレンド

宇宙ビジネスは、打ち上げロケットや人工衛星を扱う「輸送」や「宇宙」セグメント、さらに地上の観測データや衛星利用を中心とした「地上」や「利用」セグメントの4つに分類されます。

ここ数年、日本においても宇宙開発は官から民へ大きくシフトし、現在約4兆円とされる国内の宇宙ビジネス市場は、2030年代初期には倍増すると予測されています。宇宙に関するスタートアップ企業は国内に約100社あります。



### 広がる可能性

宇宙利用の主要3分野は、通信・放送(TVやインターネット)、測位(GPS)、観測です。宇宙空間からセンサーで地上を観測するリモートセンシングによるデータは農業や漁業、防災、さらには金融・保険業界など、さまざまな分野で活用されています。

宇宙セグメントでは、宇宙空間特有の厳しい環境への対応や、高度なセキュリティが要求されます。地上でも宇宙セグメントとの通信を通じて、位置や姿勢、動作の確認を行い、適正なデータを受信するなどの安定した技術が必要です。これらの運用の自動化・自律化が進むことが期待されています。

### SXへの展望

スペーストランスフォーメーション(SX)は、宇宙ビジネスの成長と社会的影響をさらに広げることが目指す概念です。今後、宇宙ビッグデータのさらなる活用

や、小型衛星のコンステレーション構築、月・惑星探査などが加速し、新たなビジネス創出が期待されています。また、月面での通信や測位インフラの整備なども進められ、宇宙利用の可能性は拡大を続けるでしょう。

### まとめ

高橋氏の講演で提示されたように、宇宙ビジネスは成長し続ける市場であり、多様な可能性を持つ一方で課題もあります。今後のSX時代に向け、日本が国際的な競争力を確保するためには、民間企業の積極的な参入支援や、信頼性の高い技術開発が重要です。

### 高橋 実 氏

1973年  
日本電気株式会社 入社  
人工衛星や打上げロケットの監視・制御を行う地上局の開発に従事。

2012年  
同社退職  
個人事業として宇宙開発のコンサルティングを開始。

2019年  
合同会社スペースシステムサポーターズ設立  
代表社員に就任。



# 白山から宇宙へ



第3回

## 衛星の電波を自宅でもらえた

人類初のアポロ11号による月面着陸の翌年、1970年（昭和45年）2月11日。大阪万博の開催を翌月に控えていた日本は、初の人工衛星「おおすみ」の打ち上げに成功しました。ソ連・アメリカ・フランスに次ぎ、日本は世界で4番目の人工衛星打ち上げ国になったのです。

鹿児島の大隅半島に打ち上げ基地があったので「おおすみ」と命名されました。

中学1年生だった私は、人工衛星が発信するビーコンという電波をとらえてやろうと準備をしました。

周波数は超短波VHFの136MHz。通常は航空機が使う周波数帯です。航空機用の無線機は手に入らないので、秋葉原で入手した中古のタクシー無線機を自分で改造しました。しかし、結果は見事失敗（笑）。

1. 人工衛星の軌道を正しく把握していなかった
  2. VHF用のアンテナを作れなかった
  3. 無線機が正しい受信周波数になっていなかった
- 一番決定的だったのは、人工衛星が打ち上げ後すぐに電池が切れてしまい、ビーコンの発信が停止してしまったからです。

私が次にチャレンジしたのは、中国の人工衛星です。

中国が打ち上げに成功したのは、日本の約2カ月後、4月24日でした。私は中学2年生になっていました。

結論からいうと、この時は、衛星電波の受信に成功したのです。

ビーコンは短波HFの20.009MHzでした。これは、普段自分が使っていたアマチュア無

線の周波数21MHz帯とほぼ同じ。自作の真空管式受信機と自作アンテナがそのまま使えたのです。

周波数は公開されていませんでしたが、ソ連の人工衛星は短波HFを使う事が多いことが無線の専門誌で分かっていたので、同じ共産圏なので恐らく同じ短波HFの20MHz帯あたりだと予想してチューニングをしていたのです。

人工衛星から発信される「東方紅」（毛沢東をたたえる歌）のメロディーをテープに録音して友達に聴かせたら驚いていました（この人工衛星は東方紅1号と命名されました）。

当時インターネットはありませんし、そもそも、中国とはまだ国交のない時代で、情報は全く入ってこないのです（後日、北京放送にはがきを出して問い合わせたら教えてくれましたが…）。

今の中学生なら、技術力もあるし、情報も簡単に手に入るから、もっとすごいことができそうですね。いつの世も、技術の進歩は常に好奇心から始まります。

by コンステレーション

公開講座プログラム「宇宙開発と宇宙ビジネス～スペーストランスフォーメーション(SX)へ～」を2025年に新規開講します。

日本の宇宙開発・宇宙ビジネスの現在地から将来像、これらのもたらす波及効果、宇宙関連技術の発展や課題などを取り上げます。



お問い合わせはこちらから ▶



# DX人材育成パートナーとして、 インソースグループは多くの業界で選ばれています。

プレスリリースを実施させていただいた民間企業・官公庁・自治体のお客さま

## 金融業界

株式会社 三菱UFJ銀行

対象 本部管理職約2,200名

三菱UFJモルガン・スタンレー証券 株式会社

対象 各部門からの選抜者約60名

みずほ証券 株式会社

対象 自薦・推薦から選抜された延べ約100名

株式会社 横浜銀行

対象 本部企画、IT・デジタル部門で活躍を目指す行員

共栄火災海上保険 株式会社

対象 デジタル推進担当者

全保連 株式会社

対象 各部門からの選抜者約30名

MS&ADインターリスク総研 株式会社

対象 各部門からの選抜者 延べ約60名

## 橋梁・エンジニアリング業界

株式会社 横河ブリッジホールディングス

対象 各部門から選抜したDX人材候補者約60名

## 化学業界

第一工業製薬 株式会社

対象 新入社員と選抜者など約500名(3年間の累計)

株式会社 レゾナック・ホールディングス

対象 全グローバル従業員約26,000名

## 機械製造業界

ナブテスコ 株式会社

対象 公募者(延べ約300名)

## 建築・土木業界

清水建設 株式会社

対象 DXコア人材 約120名

## 食品・飲料業界

サッポロホールディングス 株式会社

対象 DX・IT推進リーダー 延べ約170名

## 交通業界

富士急行 株式会社

対象 全グループ約700名とDX推進人材約300名

九州旅客鉄道 株式会社

対象 マネジメント層約400名、各部門からの希望者 延べ約20名

## 専門商社業界

オザックス 株式会社

対象 各部門の管理職 約100名

ユアサ商事 株式会社

育成目標 【2026年3月期計画】IT人材600名、DX人材40名

## エネルギー業界

株式会社 りゅうせきフロントライン

対象 グループ各社から選抜された従業員約10名

## 官公庁・自治体

東京都 対象 都職員

## DXリテラシーアセスメント導入事例

国立大学法人 九州大学

プレスリリース詳細はこちらから ▶

