

DXPの「勝手にDX」提案《概要版》

# ソニー生命の未来へ

「感動寿命共創プラットフォーム」による真のデジタル変革  
提案

株式会社DXパートナーズ

2026年2月7日



DXの本質

# ルールチェンジャーになれ

## 真のDXとは

事業が成立する前提条件そのものをデジタルを前提に再定義する「ルールチェンジ」です。単なる業務のデジタル化ではありません。

## 現状の課題

ソニー生命の現在の取り組みは、「人間による対面コンサルティング」というアナログ時代のルールを維持した効率化に留まっています。



# 現在のビジネスモデル

ライフプランナー(LP)による対面コンサルティングを核とした、アナログ時代の究極の差別化モデル

## 顧客価値

LPへの信頼感と安心感、オーダーメイドの保障設計

## 価値提供

対面ヒアリングによる個別最適化されたライフプラン提案

## 成長戦略

LPの増員と紹介による新規顧客獲得

⚠ 危機シナリオ

# 変革しない場合の未来

## デジタル世代との乖離

Z世代は対面での長時間面談を「高コスト」と感じ、AI  
ネイティブなサービスへ流出

1

2

## テックジャイアントの侵食

AmazonやGoogleが顧客接点を奪い、ソニー生命は単なる  
リスク引受先に転落

3

## 価値提案の陳腐化

「不幸の補填」から「ウェルビーイング向上」へのニ  
ーズシフトに対応できず



# 新提案:感動寿命共創プラットフォーム

## Sony Life Orchestrator

ソニーのセンシング技術、エンターテインメント、AIを総動員し、顧客の「感動寿命(Kando Life)」を延伸させるデジタル・エコシステム

# 3つのルールチェンジ



## 前提の転換

「死んだら払う」から「より良く生きるために、リアルタイムで伴走する」へ



## 接点の転換

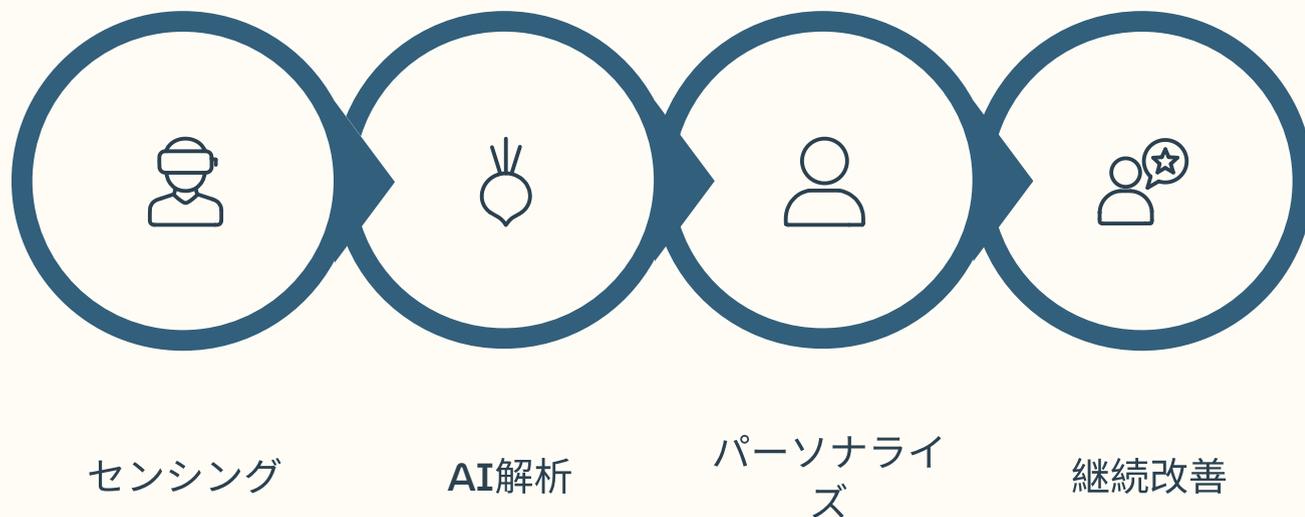
「数年に一度の訪問」から「デバイスを通じた24時間365日の接点」へ



## 価値の転換

「現金の補償」から「生きがいの創出と健康の維持」へ

# 新ビジネスモデルの全体像

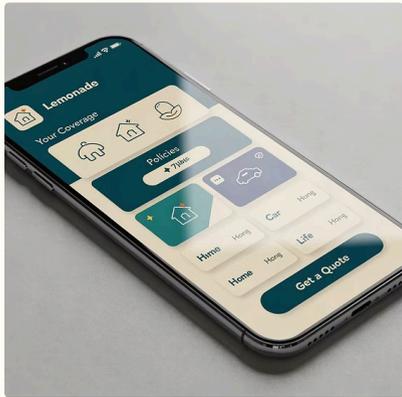


## Sony Kando & Health Cloud

PlayStation、ウェアラブル、スマート家電を統合した「生きがい管理」プラットフォーム。顧客が自身の「感動寿命」を可視化し、AIのナビゲーションで最適な体験を享受できます。

- バイタル・行動データのリアルタイム収集
- 生成AIエージェントによる24時間伴走
- 医療・エンタメ・金融の統合エコシステム

# 競合比較:なぜソニーだけが実現できるのか



## Lemonade (米国)

AIで契約を高速化した。価値は「金銭補償」に留まる。ソニーは日常的な「生きがい提供」で差別化



## Ping An (中国)

医療・介護・銀行を統合したエコシステム。ソニーは「エンターテインメント」という情緒的価値で優位性を確立



## Amazon (グローバル)

販売チャネルのデジタル化のみで撤退。ソニーはPlayStationコミュニティで「生活に埋め込まれたパートナー」に

☆ ソニーの強み

# 他社には真似できない4つの資産



## センシング技術

CMOSセンサーとウェアラブルで、健康状態を非接触でリアルタイム把握



## 感動のIP

ゲーム・映画・音楽・アニメで、楽しみながら健康になる仕組みを構築



## Web3基盤Soneium

顧客がデータを管理し、DAO型相互扶助で利益相反を解消



## 生成AIエージェント

24時間顧客に寄り添い、LPの質を無限にスケールさせる

# 経営層へのメッセージ

ゲームの勝者を目指すのではなく、新しいゲームのルールそのものを創る存在へ。

ソニーが持つ「テクノロジー」と「感動」という魔法を使って、デジタル時代の新しい「生きる」ルールを自ら発明してください。AIはLPの代わりではなく、全顧客への24時間の献身を可能にする魔法の杖となります。

ソニー・フィナンシャルグループの真のDXは、ここから始まります。

