

## PRESS RELEASE

報道関係各位

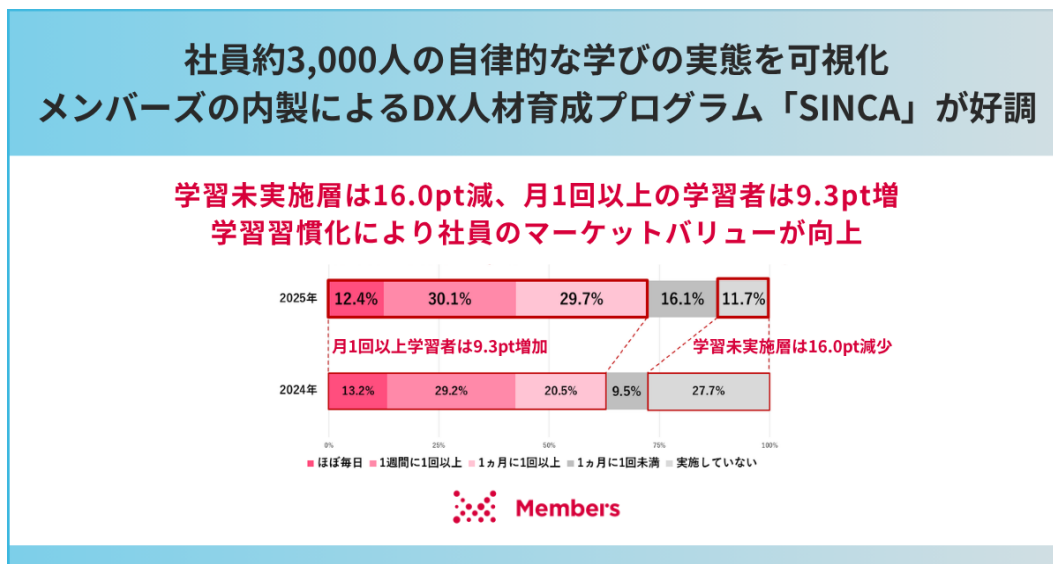
2025年11月26日  
株式会社メンバーズ

### 社員約3,000人の自律的な学びの実態を可視化 メンバーズの内製によるDX人材育成プログラム「SINCA」が好調 ～学習未実施層は16.0pt減、月1回以上の学習者は9.3pt増 さらに学習習慣化により社員のマーケットバリューが向上～

DX現場支援で顧客と共に社会変革をリードする株式会社メンバーズ（本社：東京都中央区、代表取締役社長：高野 明彦、東証プライム：2130、以下「メンバーズ」）は、社員約3,000人を対象に「自律的な学びの習慣に関する実態調査」を実施しました。

メンバーズでは2024年10月より、2027年3月末までに社員の9割以上をDX人材へと転換する「SINCA90プロジェクト」を開始し、全社横断でビジネス変革やDXに関するスキルと知識を深め進化させる、内製による独自のDX人材育成研修・制度・プログラム「SINCA」を推進しています。本調査は「SINCA」開始前と比較し、社員の学びの習慣がどう変化したかを調査したものです。調査の結果、学習を実施していない層は16.0pt減少し、月1回以上学習する人は9.3pt増加しました。さらに、学習する人ほど、マーケットバリューが高まる傾向が見られました。展開された学習環境を活用し、社員の間に「自律的な学習文化」が着実に浸透していることがうかがえます。

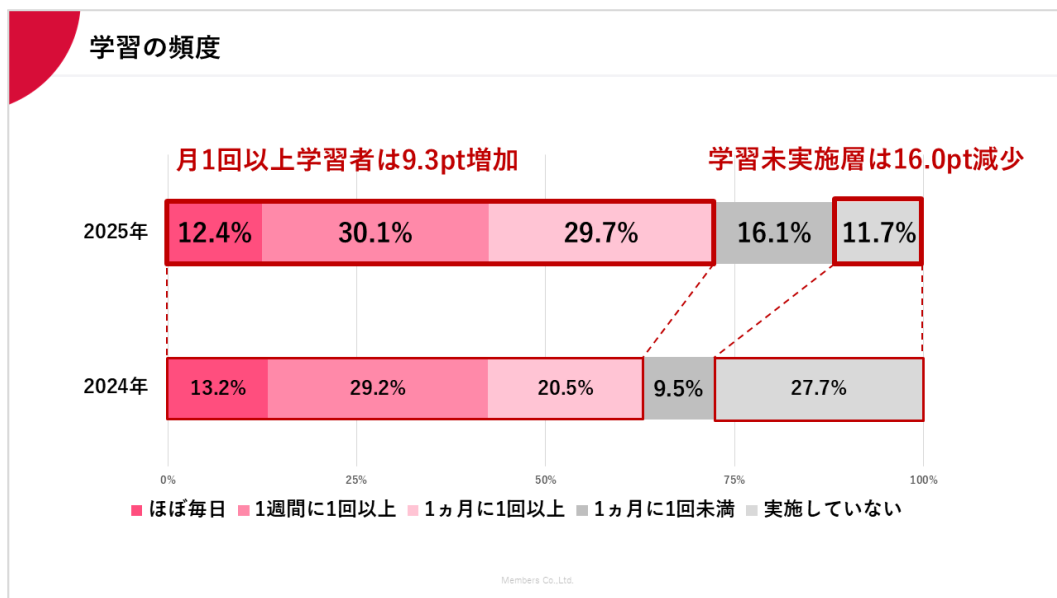
メンバーズでは引き続き、社員のスキル変革とキャリアの向上につながる取り組みを推進し、取引先企業に伴走し、ビジネス成果の創出や変革に貢献するプロフェッショナルなDX人材の育成を加速させていきます。



## 調査結果サマリー

### 学習の頻度

学習を実施していない層が16.0pt減少、1ヵ月に1回以上は9.3pt増加。1年間で何らかの学習をスタートした社員数が大きく増加。



## 学習習慣とマーケットバリューの関係

学習頻度が高いほど、一人当たりの売上単価が向上。マーケットバリューが高まっていることがうかがえる。

### 学習習慣とマーケットバリューの関係

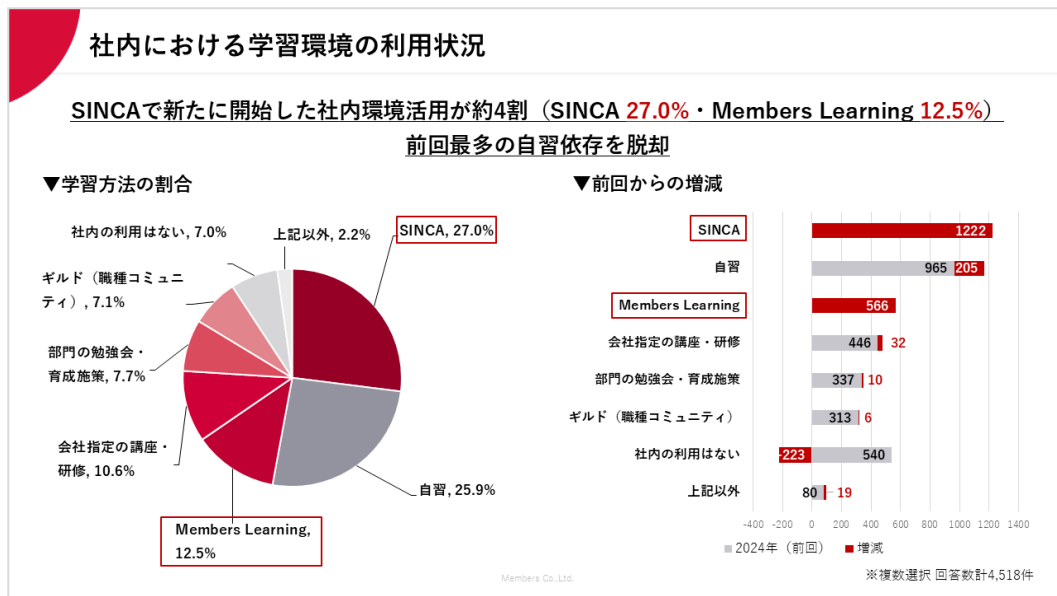
|          | 売上単価増減 | 増加率 |
|----------|--------|-----|
| ほぼ毎日     | ↑      | 5%増 |
| 1週間に1回以上 | ↑      | 6%増 |
| 1ヵ月に1回以上 | ↑      | 4%増 |
| 1ヵ月に1回未満 | ↑      | 3%増 |
| 実施していない  | ↑      | 2%増 |

Members Co., Ltd.

## 学習方法

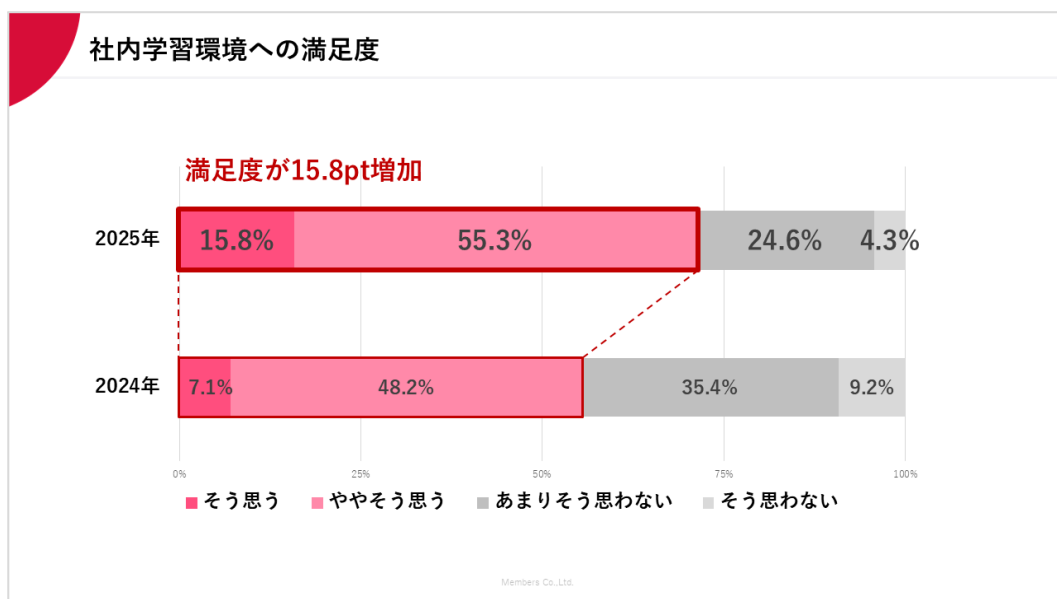
学習方法では、SINCAで新たに開始した社内環境の活用が約4割を占めることとなった。さらに前回調査で最多であった自習への依存状態を脱却。

※「SINCA」では、ビジネス変革、AI、UX、プロジェクトマネジメント、プロダクト・システム開発、データ活用、マーケティング、脱炭素DXなど、独自の研修プログラム(SINCA)や学習コンテンツプラットフォーム「Members Learning」(社内動画共有)を展開。



## 社内学習環境への満足度

社内の学習環境に対する満足度は、前回調査比で15.8ptと大幅に増加。



## 社員の声

- DX推進に不可欠なビジネス変革コースを受講。講義によるインプットと、課題によるアウトプットのサイクルを回し、効率よく学習ができた。お客さま企業の業務理解につながる学びも多く、すぐに業務に活かすことができた。（20代・データアナリスト）
- プロジェクト・マネジメント・オフィス（PMO）やビジネスモデリングに関する講座を受講。学んだ内容は、お客さまの業務効率化プロジェクトなどで実践している。若手のロールモデルになりたいという思いから、SINCAの社内浸透活動を行うSINCAアンバサダーも担っており、今後も積極的にSINCAを活用していきたい。（20代・グローススペシャリスト）（※1）

## SINCA90プロジェクト

2027年3月末までに社員の9割以上をDX人材として育成するプロジェクト。スキル革新とキャリアの向上をコンセプトに、全社横断のDX人材育成研修・制度・プログラム「SINCA」を推進しています。

### 主な取り組み

- PMO、テクニカルディレクター、マーケティングDX、UI、UX、エンジニアなどのコースを展開。コースごとにレベルとカリキュラムも設定
- 学習終了時には独自制度により認定を付与。評価制度へも反映
- 学習コンテンツプラットフォーム「Members Learning」にイベント、セミナー、社内勉強会、研修、各種ナレッジを集約。ビジネス変革からAI、UX、プロジェクトマネジメント、プロダクト・システム開発、データ活用、マーケティング、脱炭素DXまで、さまざまなコンテンツを全社員に展開。社員は、受講実績などの学習進捗も管理可能
- 新たなコースやコンテンツを順次、追加・公開
- 参考:あなたのキャリアを「深化」させ「進化」させる。メンバーズの全社横断型人材育成プログラム「SINCA研修」とは。(メンバーズBLOG・2025年7月9日)
  - URL: [https://note.com/members\\_blog/n/ne84da60809b0](https://note.com/members_blog/n/ne84da60809b0)

### 株式会社メンバーズ 専務執行役員 事業戦略本部 本部長 塚本 洋よりコメント



企業のDX現場支援を加速する上で、社員のスキル変革は不可欠です。「SINCA90プロジェクト」開始後、社員の学習習慣が変化し、自律的な学習文化が着実に根付いていることを大変心強く感じています。特に、学習頻度が高いほどマーケットバリューが向上する傾向は、社員の自発的で継続的な学びが、自分らしいキャリア実現という社員の幸せに直結し、その成長がお客さま企業の成果創出、ひいては社会課題の解決という社会への貢献に繋がることを示しています。

引き続き、お客さま企業のビジネス成果の創出や変革に貢献するため、この勢いをさらに加速させ、プロフェッショナルなDX人材の育成を推進してまいります。

- 参考:「SINCA」の狙いと塚本の「SINCA宣言」について
  - メンバーズBLOG(note): 1人では到達できない高みへ行くために、トップこそ学ぶ。3,000人で行う人材育成戦略。(2025年9月30日)
  - URL: [https://note.com/members\\_blog/n/n5dc02ada6840](https://note.com/members_blog/n/n5dc02ada6840)

※2026年8月21日: 掲載記事のURL変更に伴い、文中リンクを修正しました。

### 調査実施の背景

日本企業のDX推進が加速する中、DXを推進する人材の不足が深刻化しており、85.1%の企業が人材の量の確保について「不足している」と回答しています(※2)。

メンバーズでは、2024年5月より中期事業戦略を掲げ、企業のDXプロジェクトの企画から実行フェーズにおいて、伴走と内製化支援を行う「DX現場支援」へのポジショニング転換を加速しています。転換に伴い、2027年3月末までに社員の9割以上をDX人材として育成する「SINCA90プロジェクト」を開始し、内製による全社横断のDX人材育成研修・制度・プログラムを展開してきました。

この度、プロジェクト開始以降の社員の学びの習慣を検証するため、「自律的な学びの習慣に関する実態調査」を実施しました。

※1:PMO(プロジェクト・マネジメント・オフィス)とは、企業や各組織のプロジェクトを円滑に進めるために、部署の枠を超えて横断的にプロジェクトマネジメントを統括する部門や体制を指す。プロジェクトを統括し、様々な意思決定を担う立場であるPM(プロジェクトマネージャー)に対し、PMOはPMが円滑に意思決定できるよう情報収集や関係各所との調整を行い、PMのプロジェクトマネジメントを支援する立場。

※2:独立行政法人情報処理推進機構(IPA)「DX動向2025」p50より

<https://www.ipa.go.jp/digital/chousa/dx-trend/tbl5kb0000001mn2-att/dx-trend-2025.pdf>

## 調査概要

- 調査方法: アンケート調査
- 調査期間: 2025年8月
  - ※前回調査: 2024年5月
  - ※一人当たりの売上単価も同時期で比較
- 対象: 株式会社メンバーズ社員(役員・管理職含む)
- 回答数: 2,554名

## メンバーズについて

メンバーズは、デジタル人材の伴走による企業へのDX現場支援事業を展開しています。AI、サービスデザイン・UX、プロジェクトマネジメント、プロダクト・システム開発、データ活用、マーケティング、SaaS活用、脱炭素DXといった事業領域において、高い専門スキルを持つデジタル人材が、取引先企業のチームの一員として、上位戦略を理解し実行工程に落としながら、内製型のDX推進を伴走支援することが特徴です。デジタル人材は、「あたかも社員」としてバリューを発揮し、取引先企業の組織の一員として成果向上を実現させます。

また、メンバーズではグループミッション「“MEMBERSHIP”で、心豊かな社会を創る」とVISION2030(2030年の目指す姿)「日本中のクリエイターの力で、気候変動・人口減少を中心とした社会課題解決へ貢献し、持続可能社会への変革をリードする」を掲げ、CSV(Creating Shared Value、共通価値創造)経営を実践しています。取引先企業へのCSV経営推進支援や、メンバーズ自身の率先したさまざまな取り組みを通じて、企業活動による社会課題の解決を目指しています。1995年設立。2025年6月に設立30周年。東証プライム上場。

- 社名: 株式会社メンバーズ
- 所在地: 東京都中央区晴海1丁目8番10号 晴海アイランドトリトンスクエアオフィスタワーX 37階(受付35階)
- 代表者: 代表取締役社長 高野 明彦
- 資本金: 1,059百万円(2025年9月末時点)
- Webサイト: <https://www.members.co.jp/>
- SNS
  - Facebook: <https://www.facebook.com/Memberscorp>
  - X(旧Twitter): [https://x.com/Members\\_corp](https://x.com/Members_corp)
  - LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/members-co--ltd/>

本リリースに関するお問い合わせ  
株式会社メンバーズ 広報担当: 竹原  
mail: [press@members.co.jp](mailto:press@members.co.jp)