

デジタル戦略による多様なサービスの展開

これまでの振り返り

2020年10月に「JR西日本グループデジタル戦略」を策定し、3つの再構築（顧客体験・鉄道システム・従業員体験）を軸に、JR西日本グループが持つ豊富で多彩なデータの利活用を進めるために必要な基盤や環境の整備に取り組んでまいりました。

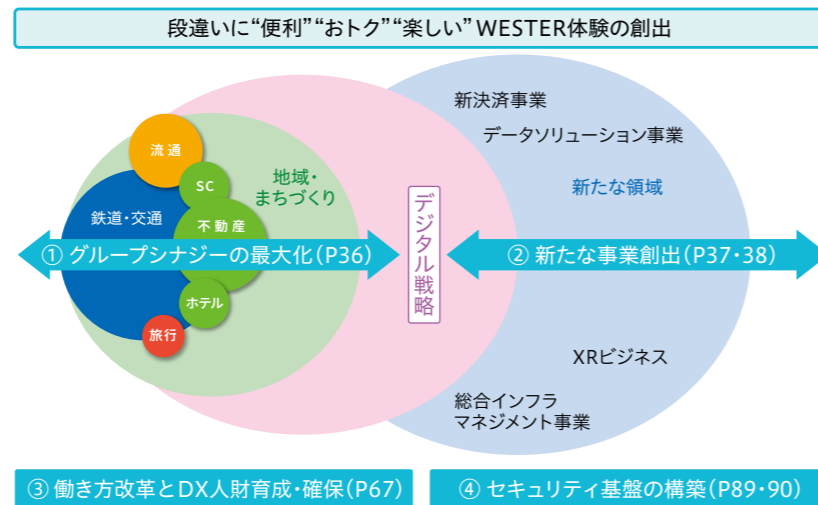


	顧客体験の再構築	鉄道システムの再構築	従業員体験の再構築
取り組み内容	<ul style="list-style-type: none"> MaaSアプリ「WESTER、tabiwa by WESTER」のリリース、機能増強 共通ポイント制度「WESTERポイント」開始、加盟店拡大 モバイルICOCAアプリのリリース 	<ul style="list-style-type: none"> 鉄道設備のCBM化のためのAIモデル構築（自動改札、着雪予測など） AIカメラを活用した画像解析・検知技術の開発 社内で製作したソリューションの外部への提供開始 	<ul style="list-style-type: none"> 場所を問わず業務が行えるICT環境の整備 機動的な情報共有、意思決定のためのグループウェア、モバイル端末導入
主な成果 (2022年度末時点)	<ul style="list-style-type: none"> WESTERアプリDL数：約110万件 WESTER会員数：約580万人 WESTERにおけるデジタルスタンプラリー開催件数：約80件 → 購買・移動需要創出 	<ul style="list-style-type: none"> 社内の累計コスト削減：約2.5億円/年 ソリューションの外部販売：受注件数15件 第三者評価の獲得（第6回インフラメンテナンス大賞特別賞など） 	<ul style="list-style-type: none"> 本社の紙使用量半減 変革実感している社員の割合増（2021年度比2～3倍、間接部門社員の約50%）

これからのデジタル戦略

3つの再構築により整備した基盤を活用しながら、「JR西日本グループ長期ビジョン2032」「中期経営計画2025」の実現に向け、「デジタル戦略4つの柱」を推進し、当社のファンづくりに留まらず西日本エリアを起点に誰もが参加できるつながりを生み出し、持続可能なエリアづくりに貢献してまいります。

■ デジタル戦略4つの柱

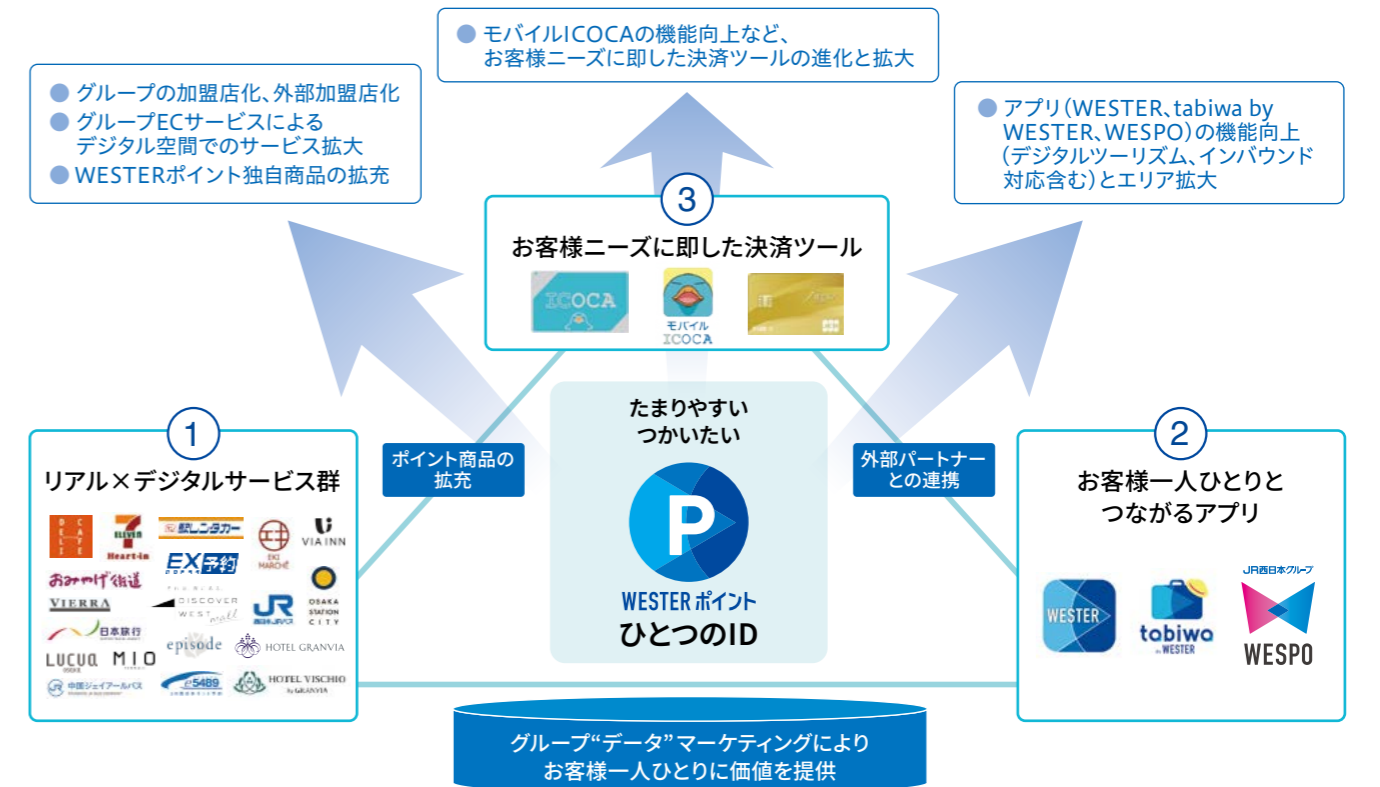


KPI

2025年度	2027年度	2032年度
WESTER会員数: 800万人 モバイルICOCA利用者数: 300万人	WESTER会員数: 1,000万人 モバイルICOCA利用者数: 500万人	ライフデザイン分野の 連結営業利益構成比: 40%

“WESTER体験”を通じたグループシナジーの最大化

WESTER会員・ポイントを基軸として、①リアルな店舗・デジタル空間のサービス、②接点となるアプリ、さらに③決済サービスでつながることで、グループシナジーの最大化を図ります。



グループマーケティング事例

グループマーケティング力を向上させ、カスタマージャーニーに沿ってお客様一人ひとりに寄り添いながら、JR西日本グループのさまざまなサービスを繰り返しご利用いただけるような仕掛けづくり(高速高頻度仮説検証マーケティング)に取り組みます。

ICOCAに+ (プラス)



ICOCA定期券を「JR西日本グループの会員証」と捉え、鉄道やグループ会社のサービスでさまざまな特典をご提供するキャンペーンを実施。



WESTERにおけるデジタルスタンプラリー

お客様の行動様式を意識しながら仮説検証を繰り返し、年間を通じてデジタルスタンプラリーを実施。

