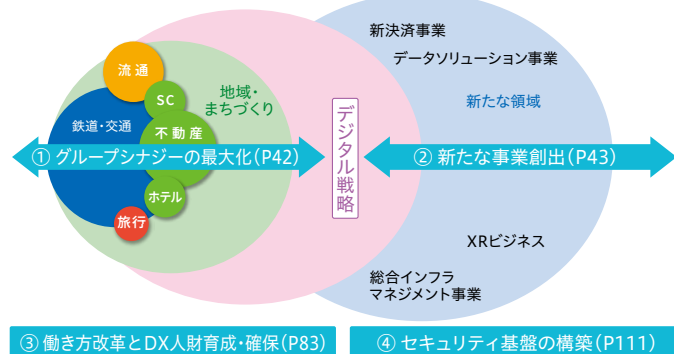


デジタル戦略による多様なサービスの展開

社会のデジタル化が進展する中、当社グループが培ってきたリアルなサービスとデジタル技術を組み合わせ、移動需要の創出や新たな事業の創出に挑戦してまいります。

デジタル戦略4つの柱

段違いに“便利”“おトク”“楽しい”WESTER体験の創出



「JR西日本グループ長期ビジョン・中期経営計画2025」の実現に向け、引き続き「デジタル戦略4つの柱」を推進していきます。

事業領域にかかわらず、データやテクノロジーの徹底的な活用が必要不可欠であるとの共通認識のもと、事業の活性化・構造改革を積極的に推進し、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、未来型のまちづくりを実現してまいります。

これまでの振り返り

これまで整備してきた基盤や環境を十分に活用しながら、当社グループが持つ豊富で多彩なデータを活用し、お客様一人ひとりのニーズに応える具体的なサービスを開始し、多くのお客様にご利用をいただいています。また、それらのサービスを推進するために必要不可欠な人財の育成・確保、セキュリティ基盤の構築についても着実に取り組んでいます。

	グループシナジーの最大化	新たな事業創出	働き方改革とDX人材育成・確保	セキュリティ基盤の構築
取り組み内容	●共通ポイント制度「WESTERポイント」グループ各社サービスの加盟店拡大 ●ECモール「WESTERモール」開業 ●Apple PayのICOCAリリース	●イノベーション創出プログラムの開始、発案のサポート ●バーチャル大阪駅（P44参照）開催 ●社内で作成したソリューションの外部への販売推進	●デジタルコンサルティングエージェンシー「TRAILBLAZER」社設立（P84参照） ●生成AIの活用推進 ●社員によるローコードのアプリ作成支援	●グループ全体のセキュリティ強化に向けた早期検知・脆弱性管理体制の構築（P111参照）
主な成果（2023年度末時点）	●WESTER会員数：約811万人 ●アクティブ会員数※1：約264万人 ●WESTERポイント加盟店：約3,900店舗 ●モバイルのICOCA利用者数：約149万人	●イノベーション創出プログラムによる事業アイデア発案数：510件 ●バーチャル大阪駅来場者数：延べ600万人 ●ソリューションの外部販売：受注件数29件	●ローコードアプリ作成コミュニティに所属する社員の人数：約1,300名 ●アプリ・フロー作成数：約1,200件	●標的型攻撃メール訓練未報告率※2：0.6%

※1 年度内に一度でもポイント付与またはポイント利用があるWESTER会員数

※2 従業員向けに訓練用のフィッシングメールを送信し、リンクをクリックしてしまった場合のシステム部門への未報告率

具体的な取り組み

“個客”接点となるアプリの進化

遅れ情報のリアルタイム化

WESTERアプリを多くのお客様にご利用いただくため、列車の遅延情報をリアルタイムに経路検索機能上で提供するなど、「鉄道サービス・情報提供機能」のさらなる磨き上げに取り組みしました。



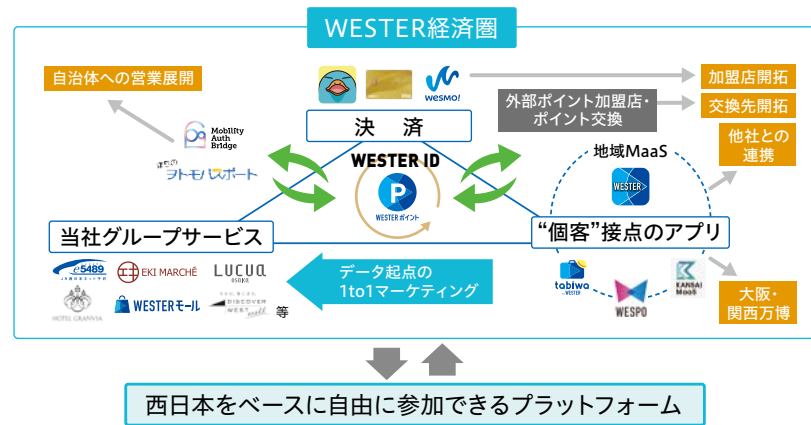
ポイントの魅力向上

鉄道でのポイント利用商品のさらなる拡充

段違いに“便利”“おトク”“楽しい”WESTER体験の創出につなげるため、お客様がWESTERポイントをためたくなる、つかいたくなるようなおトクな商品を設定しています。



グループシナジーの最大化に向けたWESTER経済圏の全体像



西日本をベースに自由に参加できるプラットフォーム

“WESTER体験”の創出を通じたグループシナジー発揮

2024年4月に公表した「中期経営計画2025アップデート」でも、リアルの強みとデジタルを融合させた西日本を舞台とするオープンプラットフォーム（WESTER経済圏）の構築に向けたデジタル戦略の推進、お客様一人ひとりのニーズに応える段違いに“便利”“おトク”“楽しい”体験メニュー（WESTER体験）の提供とシナジー創出に向けたマーケティング力強化を主眼に置き、施策の具体化に取り組んでいます。

KPI

“個客”接点となるアプリを軸に、より多くのお客様が当社グループを中心としたリアル・デジタルサービスをご利用し、段違いに“便利”“おトク”“楽しい”「WESTER体験」を体感いただくことが、経済圏の創出につながり、地域社会の発展と当社グループの成長に寄与するとの考えのもと、WESTER経済圏の拡大を示す指標を設定しています。

なお、WESTER会員数は、順調に拡大しており、目標を上方修正しています。

2025年度	2027年度	2032年度
WESTER会員数：900万人	WESTER会員数：1,100万人	ライフデザイン分野の連結営業利益構成比：40%※

※不動産、SC、地域・まちづくり等の他事業を含む

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）に取り組めます。

ICO+（イコプラ）

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します。



“個客”ニーズを捉えた利用促進

お客様一人ひとりの利用実績や属性から、ニーズを捉え、店舗利用などのオファーを出し分けることにより、JR西日本グループの利用を促進します。

