

# 2021年12月社長会見

2021年12月20日

1. 営業・輸送概況
2. withコロナでの旅行需要喚起の取り組み  
～地域活性化への貢献～
3. 在来線車両への防犯カメラの整備

詳細

## 1. 営業・輸送概況

### 【運輸取扱収入（速報値）】

収入ですが、対前々年比で11月は71.1%、12月は14日までで72.0%です。  
定期券に関しましては、前々年の消費税改正の先買い影響分を除くと、11月は88%です。

### 運輸取扱収入（速報値）

	前年同日比			
	収入計	近距離券	中長距離券	定期券
11月	120.6% (71.1%)	116.9% (84.1%)	133.8% (61.7%)	96.7% (95.6%)
12月(12/1~14)	144.0% (72.0%)	139.9% (86.3%)	174.8% (62.8%)	91.7% (101.7%)

※実績は直営の速報値。駅などでの取扱高(消費税を含む)を示すものであり、旅行会社での発売分などを除きます。  
※ () 内は前々年同日比

### 【新幹線・在来線特急・近畿圏のご利用状況（速報値）】

ご利用状況は、山陽新幹線は、対前々年比で11月が60%、12月が14日までで67%。近畿圏は、11月が86%、12月が88%です。

緊急事態宣言解除、また、新型コロナウイルス感染者数減少により、10月以降、ご利用は緩やかに回復基調が継続しています。

また、年末年始の予約状況についてですが、昨日19日現在で、新幹線は、対前年比279%となっており、昨年はステイホームの年末年始となったことから、比較すると新型コロナウイルスの感染状況の落ち着きにより、前年を大きく上回っています。

なお、曜日配列に恵まれ大型連休であった前々年と比べると65%、先日14日の発表時点では、60%でしたが、予約が伸びてきている状況です。同じ様な曜日配列の2015年と比べると76%です。予約の

「間際化」の傾向もあり、日を追うごとに予約状況が上がっています。

一部の混雑時間帯を除き、空席はありますので、ファミリーきっぷをはじめ、お得な商品も含めて、是非、ご利用いただければと思います。

### 新幹線・在来線特急・近畿圏のご利用状況（速報値）

	前年同日比			
	山陽新幹線	北陸新幹線	在来線特急	近畿圏
11月	112% (60%)	101% (70%)	102% (49%)	114% (86%)
12月(12/1~14)	152% (67%)	119% (70%)	133% (57%)	135% (88%)

※実績は速報値。近畿圏は近距離券発売実績の前年同日比。  
※（ ）内は前々年同日比。

## <22年春のダイヤ改正について>

先週、詳細を発表いたしました。今回は秋の見直しに比べて、対象線区を拡大しているため大規模な改正となります。

これまで申し上げておりますように、お客様の生活様式や働き方が大きく変わり、社会行動変化が起きており、コロナ前のご利用水準には戻らないと認識しています。

今回の改正にあたっては、列車1本1本をきめ細かく把握し、通学利用や混雑度合いなども考慮しながら、お客様のご利用状況にあわせたダイヤへ見直すことといたしました。

また、新幹線の一部臨時列車化や、在来線特急で週末を中心に運転本数を増やすなど、ご利用の増減にあわせて、柔軟な輸送サービスを提供し、ダイヤ構成上の改革に取り組んでまいります。

ダイヤ改正は、来年3月12日を予定しておりますが、引き続き、地域の皆様のご意見もいただきながら、丁寧に進めてまいります。

## 2. withコロナでの旅行需要喚起の取り組み ～地域活性化への貢献～

### 【方面別のご利用の傾向】

10月以降、ビジネス、観光ともに回復傾向が続いておりますが、ご利用状況を詳しくみてみますと、居住エリアや世代によって特徴的な傾向が表れています。

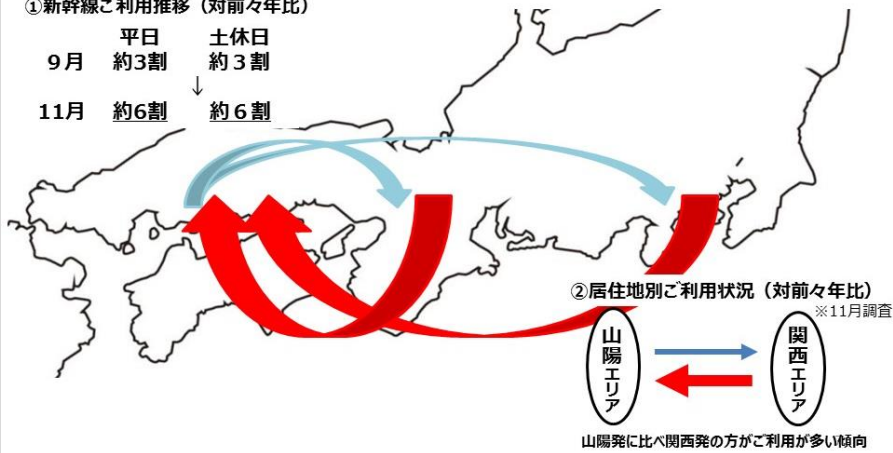
まず、居住エリア別では首都圏や関西圏から地方への移動に比べ、地方から首都圏や関西圏への移動については、やや慎重な傾向がみられます。

### 1-1 方面別のご利用の傾向

- ①ビジネス、観光ともに回復傾向
- ②「首都圏・関西圏 ⇒ 地方」に比べ、「地方 ⇒ 首都圏・関西圏」は慎重

#### ①新幹線ご利用推移（対前々年比）

	平日	土休日
9月	約3割	約3割
11月	約6割	約6割



### 【西日本エリア活性化に向けた新規商品の設定】

そこで、地方発の旅行機会を創出する取り組みを紹介いたします。

まずは、ご旅行へお出かけいただくきっかけづくりになればと考え、ご好評をいただいている「どこでもきっぷ」のエリア版として、「中国エリアどこでもきっぷ」「北陸エリアどこでもきっぷ」を発売いたします。

また、1月以降、再開が予定されているGoToトラベルキャンペーンや、自治体が行っている県民割の地域ブロック割施策等との連携も図り、当社のご利用促進、ひいては西日本エリアの活性化につながればとも考えています。

### 1-2 西日本エリア活性化に向けた新規商品の設定

「中国エリアどこでもきっぷ」

「北陸エリアどこでもきっぷ」



### 【世代別のご利用の傾向】

次に、世代別の傾向です。

「どこでもきっぷ」の購入データでは、10代、20代の、いわゆるZ世代のご利用が比較的活発であることがわかります。また、その一方で60代、シニア層のご利用については、回復に遅れがみられます。

これらの傾向を踏まえ、Z世代、シニア世代それぞれに向けた取り組みをご紹介します。

## 2-1 世代別のご利用の傾向

- ・コロナ禍の社会変容の中、10代-20代のご利用は拡大傾向
- ・一方で60代以上のご利用は回復が遅れている

⇒ Z世代、シニア世代  
それぞれに訴求



※どこでもきっぷは購入者データ、山陽新幹線は車内乗り込み調査データによる

### 【Z世代への新たな取り組み】

まず、Z世代に向けた新たな取り組みについてです。

昨今のコロナ禍による社会変容の中においても、いわゆる「Z世代」を中心とする若年層のお客様が比較的活発に動いておられます。

「どこでもきっぷ」においても、特にSNSやWEBでのプロモーションを積極的に展開し、若年層のお客様に多くご利用いただきました。

Z世代のお客様には、これから先、たくさんの場所を訪れる機会が待っていると思います。ぜひ、西日本エリア各地の魅力を感じていただき、「鉄道の旅」の楽しさや面白さ、便利さ、おトクさを知っていただきたいとの考えから、今回、Z世代の皆様に向けた情報発信プラットフォームを新たにリリースする予定です。

それでは、新たなプラットフォームの概要です。

まず、SNSを活用した情報・コンテンツの発信です。

当社エリアに点在する絶景スポットや、各エリアで運行している様々な観光列車など、西日本エリアの旅の魅力を感じていただける情報・コンテンツを、Z世代の方々が情報収集ツールとして活用しているSNSに積極的に投稿します。

また、社外のインフルエンサーの方のご協力も得ながら、青春の1ページを当社管内で刻んで頂けるような、企画・コンテンツも発信していきたいと考えています。

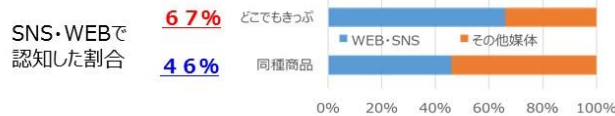
さらに、来年1月末には、WEBサイト『アオタビ』を新設し、SNS投稿や企画と連動した内容を、Z世代向けに発信します。

このサイトには、これまで当社が取り組んできた既存のコンテンツを集約・一元化していくとともに、当社アプリ「WESTER」と連携させる準備を進めています。

このように、SNSとWEBを掛け合わせ、等身大の視点から、分かり易い表現で情報を発信することにより、Z世代のお客様との接点を広げ、ご利用促進に努めてまいります。

## 2-2 Z世代への新たな取り組み

- Z世代との情報接点であるSNS・WEBで同商品を認知・購入した方が多かった



### ■情報発信プラットフォームの新設

#### ①SNSを活用した情報・コンテンツの発信

- ・「西日本エリアの旅の魅力」を訴求する情報・コンテンツをSNSへ投稿
- ・インフルエンサーとのタイアップ企画

企画例：インフルエンサーが「○○きっぷ」で卒業旅行に行く動画など

#### ②WEBサイト「アオタビ」の新設（2022年1月末オープン予定）

- ・SNS投稿、企画と連動したポータルサイトを開設

# アオタビ

西日本エリアの美しい海や空の「青」、青春の「青」を表現し、フレッシュなイメージを込めて。



等身大の視点での情報発信により、Z世代のお客様との接点を広げ、ご利用の拡大を目指す

## 【シニア層に向けた新規商品の設定】

次に、シニア層の旅行需要の回復を目指して、おとなび会員限定のフリーきっぷ「西日本グリーンきっぷ」を新たに発売いたしました。

JR西日本エリアをグリーン車で周遊しながら、各地の観光施設や飲食店、お土産店などの特典もご利用いただけます。

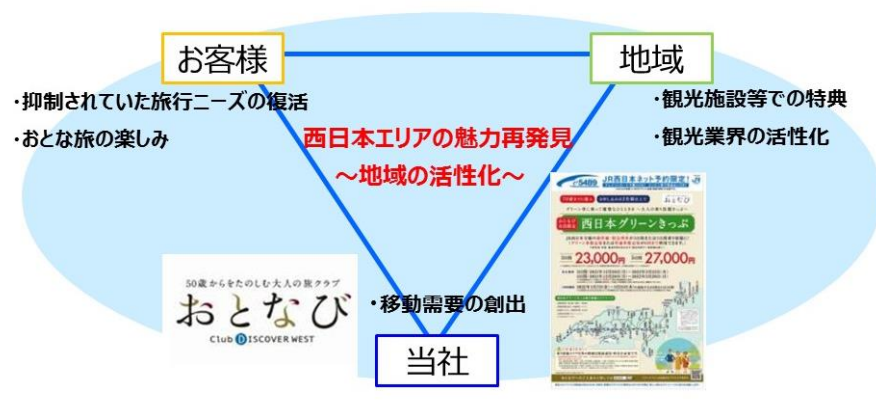
おとなび会員ならではの「おとな旅」をお楽しみいただき、西日本エリアの魅力を再発見する機会になればと思います。

## 2-3 シニア層に向けた新規商品の設定

- 「【おとなび会員限定】西日本グリーンきっぷ」の発売

期 間：2022年1月7日（金）～2022年3月31日（木）の連続する3日間または5日間

区 間：JR西日本全線(新幹線・特急・普通列車)など



## 【その他今後の取組み】

最後に、その他今後の取組みをご紹介します。

まず、北陸新幹線敦賀開業を見据え、11月にキックオフいたしました「福井県観光開発プロジェクト」では、来年2月以降、旅行会社と連携し、福井県への送客キャンペーンを開始いたします。

続いて、来年3月、「山陽新幹線岡山開業50周年」を迎えるにあたり、これを記念したキャンペーンを展開します。

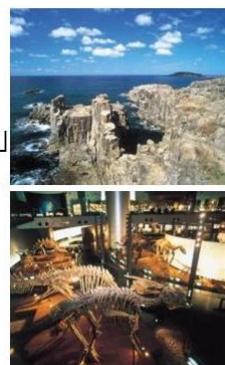
ウィズコロナ時代の新しいライフスタイルの中、引き続き安心して鉄道をご利用いただくとともに、JRグループ・地域の皆様と連携して、西日本エリアの活性化を進めていきます。

### 3 その他今後の取組み

#### ○福井県観光開発プロジェクト

期間：2021年11月～

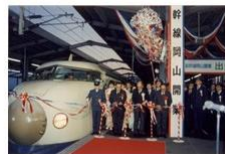
- ・北陸新幹線敦賀開業を見据え、「観光素材の魅力・認知度向上」「周遊ルート整備」「販売促進」により誘客拡大を目指す目的で、福井県・旅行会社・JR西日本が連携したプロジェクトチームを立ち上げ
- ・2022年2月以降、旅行会社と連携して福井県への送客を開始



#### ○山陽新幹線 岡山開業50周年

期間：2022年3月～

- ・2022年に開業50周年を迎えるにあたり、企画商品の設定、記念乗車券発売、団体臨時列車の運行、記念イベントの開催などを実施予定



## 3.在来線車両への防犯カメラの整備

列車内での犯罪抑止効果を向上させることを目的として、在来線車両への防犯カメラの設置を進めていくことを、先月、発表させていただきましたが、具体的な導入スケジュールが決まりましたので、お知らせいたします。

まず、今後、新たに製造する車両については、基本的に標準装備として防犯カメラを設置していきます。既存の通勤・近郊型車両については、駅間の走行時間が長く、ご利用が多い京阪神地区の新快速や快速から優先的に設置していきます。

具体的には、2022年1月、来月から設置工事に着手し、2023年度末を目途に、すべての新快速と関空・紀州路快速に設置するほか、その他の車両にも順次、設置していきます。これにより、2023年度末には、ご利用の多い京阪神地区を走行する車両のうち、約5割の設置を目指します。

また、特急車両についても、サンダーバードなど、京阪神地区を発着する車両から、順次、設置していき、2023年度末を目途に、約7割の設置を目指します。

なお残る在来線車両についても、次のステップとして、2024年度以降の設置を計画していきます。

なお、新幹線については、現在、ほぼすべての車両に設置しているところですが、残りの車両についても速やかに設置を進めていきます。

お客様に、安全・安心な鉄道サービスを提供できるよう、しっかりと取り組んでまいります。

■具体的な整備計画（2023年度末予定）

・京阪神地区を走行する特急・新快速・快速から優先的に搭載

車両形式		整備率	
		現在	2023年度末
通勤・近郊型	京阪神地区	0.1%	約30%
	・新快速	0%	約50%
	・関空・紀州路快速	0%	100%
特急型		2.5%	約70%

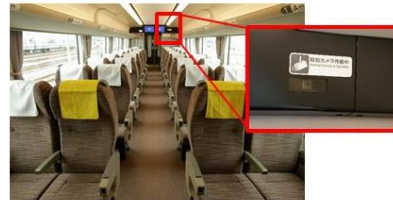
■スケジュール

・2022年1月から設置工事に着手

■効果

・犯罪行為の抑止力を高め、車内のセキュリティを向上させる

(参考) 現行の特急車両への搭載



## <2021年の総括と2022年の展望>

### 【今年の振り返り】

まず、2021年は、年始以降、9月末までほとんどの間、緊急事態宣言や蔓延防止等重点措置が発令されていて、2020年に続き、新型コロナに翻弄された1年であり、2年連続で巨額の経営赤字を余儀なくされました。

著しく毀損した財務基盤を改善し、持続的事業継続、発展のために必要な投資を可能とするために、およそ2500億円規模の増資に踏み切ったところです。

秋のダイヤ改正、来春のダイヤ改正によって、需要に応じた適正なダイヤに編成替えするとともに、特急列車については定期運行から需要に応じた臨時列車設定に一部切り替えを実施し、ダイヤ編成の柔軟化に取り組んできました。

ダイヤの見直しに加え、設備のスリム化や販売の機械化、ネット化、メンテナンスのCBM化などの構造的コスト削減にも取り組みました。また、安全性向上やメンテナンス、運行に関する新しい技術開発も進めてきました。

一方で、社会行動変容に適応し、住まいのサブスク、駅や列車内でのワークプレイスの設定、荷物輸送などの新しいサービス提供にも取り組んできました。

さらに、街づくり、鉄道のある暮らしをテーマに掲げ、大阪、広島でのプロジェクトを推進することに加え、三ノ宮、京都におけるプロジェクトの計画の検討を開始したところです。

### 【来年の展望】

最後に、来年の展望についてですが、新型コロナの収束、ウィズコロナの中での本格的な経済活動の再開を期待しています。

リモートやバーチャルな世界観が広がり、一定定着してきていますが、一方で、リアルな体験や出会い、実際にフェイス・トゥ・フェイスでビジネスを展開することの価値が再認識されています。ビジネス、観光、その他の様々な利用を含め「リアルを求めた移動」に対する欲求は相当程度高まっています。

当社グループの事業の意義、ありたい姿として掲げている「人々が出会い、笑顔が生まれる安全で豊かな社会への貢献」に向け、コロナ収束後の新しいステージとしていきたいと考えています。

この2年間、コロナの影響を大きく受け、大変厳しい状況でした。来年、また来年度は、何としても這い上がらないといけない年だと考えています。