

# 中期経営計画の基盤づくり —DX戦略の着実な推進—

## 基本的な考え方

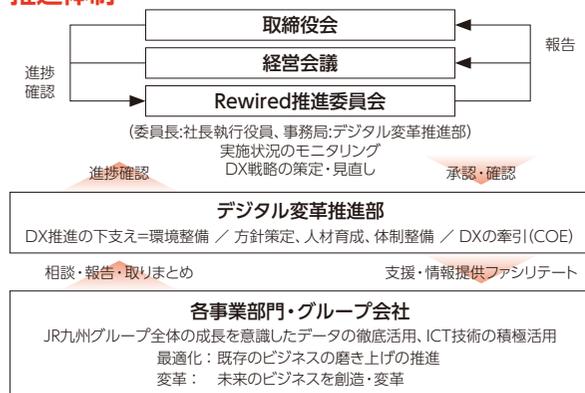
JR九州グループ中期経営計画2022-2024の重点戦略を支える経営基盤強化を検討するうえで、DX推進は最も重要なテーマであると考えています。本計画期間においては、デジタルを活用した各種施策を推進するために、デジタル推進体制の構築とデジタル基盤の整備を進めます。

## JR九州グループDX戦略2022-2024

本中期経営計画に記載のDX推進の取り組みについて、より詳細な内容を盛り込んだ「JR九州グループDX戦略2022-2024」を定めています。

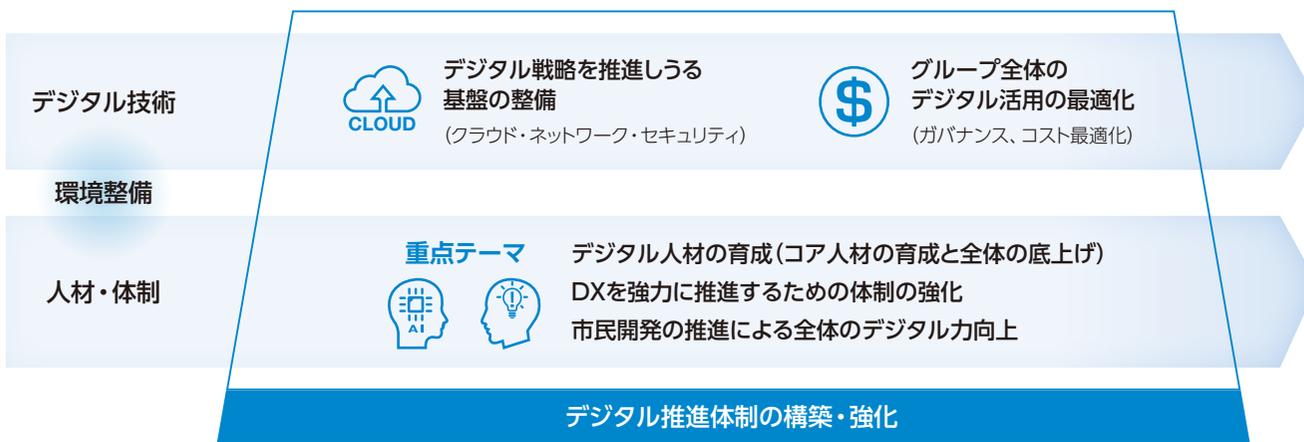
今回のDX戦略では「お客さま体験価値向上」、「オペレーション・メンテナンス改革」、「働き方改革・生産性向上」を目指す姿としています。この実現に向け、デジタル技術を活用し「最適化」と「変革」を推進します。そのためには、特に「デジタル推進人材の育成」、「DXを強力に推進するための体制強化」を重点テーマとして位置づけており、デジタル人材の育成等を通じた環境整備を行い、デジタル推進体制の構築に取り組んでおります。

## 推進体制



**DX認定** 国が策定した指針を踏まえ、DXに関して優良な取り組みを行う事業者を、申請に基づいて認定する制度。2022年3月認定、2024年3月更新

目指す姿	お客さま体験価値向上	オペレーション・メンテナンス改革	働き方改革・生産性向上
既存ビジネスを磨き上げる <b>最適化</b>	JRキューボを軸にグループ全体・多様な外部プレイヤーと連携・データ活用を行うことで、お客さまニーズに沿った体験価値を提供する	デジタル技術の活用により鉄道事業のオペレーション・メンテナンスの安全性・効率性を追求する	業務の自動化・機械化やデジタルワークプレイスの充実により、従業員の働き方改革と生産性向上を支援する
具体的取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>● グループ顧客戦略強化</li> <li>● 鉄道におけるネット予約の拡大 / チケットレスサービスの導入</li> <li>● 各事業におけるCXの向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● IoT・画像認識技術の活用</li> <li>● スマートデバイスの活用</li> <li>● ドローン活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 業務システムの高度化</li> <li>● デジタルワークプレイスの拡大</li> <li>● デジタルツール、SaaSの活用</li> </ul>
未来のビジネスを創造する <b>変革</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● MaaSの推進</li> <li>● 駅における新技術の検討</li> <li>● 新しいまちづくりへの挑戦</li> <li>● 新たなビジネスの検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 鉄道メンテナンスのCBM転換</li> <li>● ドライブレス自動運転の実現</li> <li>● 運行管理自動化の検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 市民開発(アプリ内製化)の推進</li> <li>● 市民データ分析の推進</li> </ul>



## デジタル推進体制の構築(人材育成)

### これまでの進捗と今後の取り組み

DX戦略の重点テーマである「デジタル人材の育成」については、グループ全体のデジタル推進の司令塔としてデジタルCoE (Center of Excellence) を設置し、業務アプリの開発やpython等プログラム言語を使ったデータ分析により業務改革を推進しています。さらに主要部門に専門的教育を実施したデジタル推進担当を配置し、各部門のデジタル化推進やコア人材の育成を行っています。今後は各事業部門やグループ会社における人材育成に力を入れ、従業員自身がアプリを開発する体制やデータ活用の取り組みを強化していくため、高度開発・教育支援・基盤整備等を行い、デジタル化の取り組み体制を強化し、全体のデジタル力向上を目指しています。

このようにデジタル人材は、業務効率化・売上増を推進できる人材と位置づけ、積極的に育成を行っており、DX戦略実施期間を通じた育成目標500名に対し、2024年3月期までに目標を上回る563名のデジタル人材を育成しました。

### デジタルチャレンジを加速させるデジタルヒーロー認定制度

デジタル  
チャレンジ

とは?

- IT専門外の社員によるアプリ等の開発
- PowerPlatform (アプリ開発ツール) などを重要デジタルツールと定め、各職場での開発を推奨
- 職場の課題を“安く・早く・自分たちで解決”し、より働きやすい職場を醸成
- 人材育成による全体のデジタル力を向上

効果(アプリ開発) → 2022~2023年度で業務時間を24,090時間削減

デジタル  
ヒーロー  
認定制度

とは?

- IT専門外の開発者に対し、デジタルツールを活用し、明確な成果を生み出した人材として「デジタルヒーロー」と認定する制度を2023年度から導入
- デジタルヒーローとは「デジタルスキルを身に付け、職場・システム全体の業務改革を積極果敢に実践できるヒーロー」と定義しており、アプリ開発やRPAを行った社員を認定するもの
- 開発実績に応じて、チャレンジャー・リーダー・ヒーローと3つのレベルを設けており、2023年度末までにヒーロー7名を含む71名を認定
- デジタルヒーロー認定制度により、デジタルチャレンジの加速と社員全体のデジタル力向上を今後も図る

## DX職場表彰

導入時期	● 2024年3月期から
目的	● デジタルヒーロー認定制度の定着・加速化を図るため
表彰基準	● デジタルヒーロー認定者の割合 ● DX活動及び人材育成の取り組み状況
実績	● 初年度は川内新幹線工務室を表彰 デジタルヒーロー認定者15名(全社71名に占める割合:21%)



勉強会の様子

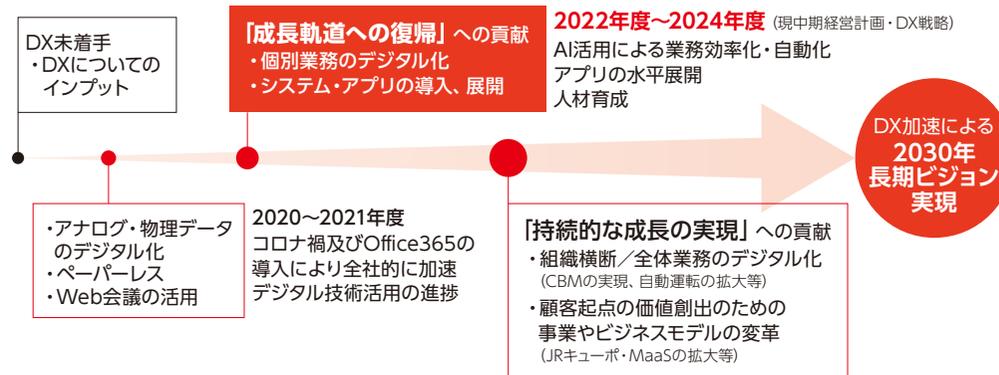
## 表彰職場の取り組み事例

DX推進委員会 (1回/月)	● アプリ開発の進捗共有 ● 各種研修、勉強会への参加
デジタルヒーロー認定者による勉強会	● 初心者、中級者の開発進捗を加速
アプリ開発管理表の作成	● 開発時間、開発ステータス等を見える化 ● 開発案件のタイプ分けにより、互いに教え合える関係性の構築

## DXの課題と今後

現中期経営計画におけるDX戦略の進捗は、概ね順調に進んでおり、着実に進捗しているものと考えています。DX戦略最終年度となる2025年3月期は、各施策の着実な推進を図るとともに、最重点テーマである人材育成に注力してまいります。真のDXは、デジタル技術を導入・活用するだけでなく、ビジネスモデル全体を見直し、変革・再構築(Rewired)することであると捉えていますが、現時点ではその段階には達していないと認識しています。

今後も社員一人ひとりのデジタル力の向上を含め、グループ全体でDXを強力に推進・加速させていくことで、2030年長期ビジョンの実現につなげていきたいと考えています。



## JRキューポによるグループ顧客戦略強化

ポイントサービス「JRキューポ」でお客さまとつながり、取得したマーケティングデータを活用してそれぞれのお客さまに適したサービスを提案します。

### お客さま体験価値の向上を目指して

鉄道、駅ビル、ホテル、飲食店など、当社グループの様々なサービスをご利用いただいているお客さまの会員データや購買データを一元管理し、お客さま一人ひとりのニーズや好みに合わせた最適なサービスをご提案できるよう、顧客基盤の整備を進めています。

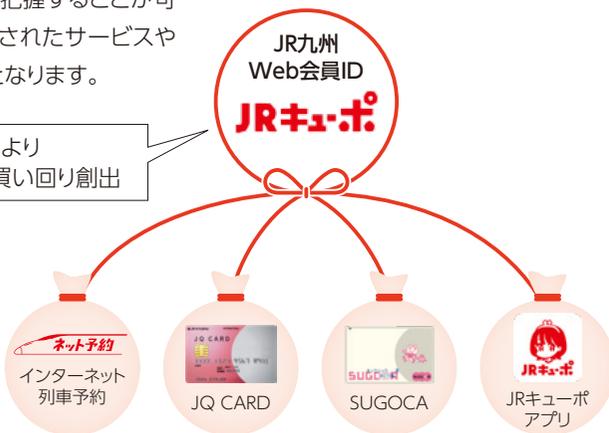
### JRキューポ

インターネット列車予約サービスや当社グループのクレジットカードであるJQ CARD、交通系ICカードSUGOCAなど、当社グループのサービス利用において“たまる”“つかえる”ポイントサービスです。また、加盟店で会員証をかざすだけでJRキューポがたまるアプリ「JRキューポアプリ」も提供しており、1ポイント=1円単位でのポイント利用が可能のほか、アプリ加盟店で使えるクーポンも発行しています。

### グループ共通ID「JR九州Web会員ID」と「おまとめ登録」

「JR九州Web会員ID」は、インターネット列車予約サービスやJRキューポアプリなどのサービスをご利用いただく際の会員IDです。この会員情報にJQ CARDやSUGOCAをご登録いただくことでそれぞれのサービスでたまったJRキューポを合算して利用いただけるサービスを「おまとめ登録」と呼んでいます。おまとめ登録により、当社は一つのIDに関連付けられた複数のサービスのご利用状況を把握することが可能となり、よりパーソナライズされたサービスやプロモーションの提供が可能となります。

ポイント施策により  
グループ内の買い回り創出



### おまとめ登録

JR九州Web会員IDをkeyに  
ご利用データを紐づけ

## 顧客管理基盤の刷新

当社は従来、顧客管理機能について自社のオンプレミス環境で運用していましたが、処理時間の長さやデータ加工の柔軟性に課題があったため、外部のパートナー会社と協業し、2023年6月にクラウド上の新環境へ移行しました。この新環境では、データ処理時間の大幅な改善と柔軟なデータ活用が実現され、顧客データをより効果的に活用したマーケティング施策の展開が可能となりました。

### たまる・つかえる サービスの拡大

JRキューポを軸に当社の様々なサービスをお客さまに体験していただけるよう、ポイント対象サービスの拡大にも努めています。2023年10月にJRキューポアプリを駅ビルグループで利用可能としたほか、2023年11月には当社グループにて運営する「九州ふるさと納税」もポイントがたまるサービスとして追加しました。鉄道利用におけるポイント利便性向上についても検討を進めています。



ポイントを保有いただいているお客さまは相当数いらっしゃったのですが、ある程度ポイントをためるまで利用ができなかったこともあり、ポイントの失効や、積極的にポイントをご利用いただけていないお客さまが多かったことが課題でした。駅ビルでのJRキューポアプリの導入により、JRキューポを1ポイント1円から利用できるようになったことでこの点は改善したほか、鉄道利用のお客さまの駅ビル利用など、グループ内での買い回り促進にもつながっています。ポイントサービスの充実により購買データの取得量も増えてきており、今後はデータを活用したOne to Oneマーケティングの推進に注力していきたいと考えています。

総合企画本部  
デジタル変革推進部  
山崎 良介

