

JR東日本クロスステーション

グループ再編で新会社設立



〈業態の垣根を超えた新たな価値創造へ〉
グループ4社の合併により誕生した新会社JR東日本クロスステーション。業態の垣根を超えた新たな価値創造を目指すべく、新たな体制が整えられた。統合の背景について竹内カンパニー長は、「JR東日本グループとして2018年に経営ビジョン「変革2027」を策定し、ヒトを起点とした価値・サービ

これまで各社がそれぞれに捉えてきた「お客様」の視点が広がることで、提供できるサービスも拡大させていくことができると話す。統合にあたってはカンパニー制を導入。「激しい環境変化に対し、スピーディ感をもって意思決定ができる体制を目

の創造」に向けた総合力の強化を図ってきたなか、経営資源となる駅の価値最大化に向けた取り組みとして4社が統合。



指した結果「だ」という。各カンパニーではこれまでの既存事業をベースに運営されるが、従来JR東日本リ

の主力、自販機事業は苦戦」
ウオータービジネスカンパニーでは、エキナカでの自販機事業を主軸に展開しているが、昨年はコロナ禍による環境の激変で苦戦を強いられた。「これまでエキナカは安定した人流から堅調に推移してきたが、鉄道利用者の減少が自販機利用者数減少に直結。前期の自

ベロップ事業におけるエキキュート運営は、デベロップメントカンパニーへと移管された。

平均よりも厳しい状況となった」と振り返る。厳しい環境下、パフォーマンスの向上に向けた取り組みの一環として20年12月からコラムニングにおけるAIシステムの本格導入を開始。「17年から実証実験試験導入しているAIシステムだが、導入当初は現場から「やや抵抗がある」との声も聞かれた。現場の声を吸い上げ、インターフェースの機能改善を行い、本格導入した20年12月以降はある程度目標台数を掲げながら取り組んでいる」という。

そのなかで、システムの導入による確かな売上向上事例もみられている。導入1カ月時点においてはシステム未実施機と比較し月間売上全体で1・5%程度の増収効果



左:メインメニュー画面 / 右:エンタメ機能画面 (上段 左:おみくじ① 右:おみくじ②)
下段 左:じゃんけん 右:商品ランキング)

「AI多機能自販機」操作画面

20年5月からはプレミアムウオーター社との業務提携からウオーターサーバーの取り扱いを開始。「昨年

が確認された。「冬季における導入効果の分析と合わせ、消費が本格化する春夏を超えてから具体的な結果がみえてくるころではあるが、期待値は大きい」と話す。また、今5月にはAIコミュニケーション機能を搭載した「AI多機能自販機」の実証実験を開始するなど革新的な取り組みを進めている。サービス面では自販機と連動した「アキュアパス」を展開しているなか、ダウンロード件数は累計で20万件を突破。ま

れ、前年越えを達成した」と振り返る。19年からは「アキュア公式オンラインストア」を開設。セレクトECサイトとして、これまでエキナカで展開してきた「アキュアメイド」をはじめ、バイヤーセレクトによる飲料製品などを販売中。

はコロナ禍により軌道に乗せることが難しかったが、今年度からはコンコース上でのデモ販売を再開。みなかみ町(群馬県)に今秋完成予定の飲料工場では、「フロムアキュア」をはじめ宅配水の製造も予定。提供体制も整ってくるなか、ユーザーの拡大を目指したい」と話す。

最後に今期の目標を伺った。「自販機事業は厳しい状況が続くが、まだまだ売場の開拓余地はある。需要の見込めるロケーションへは自販機設置を進めていく。通販事業では認知拡大に努め、「アキュアパス」や設置自販機での情報提供を通じて、ECチャネルでの購買も可能なことをしっかり訴求。EC上での取り扱い商品数も充実させていく。今回4社が統合を果した中、各カンパニーの良さを、クロス



東日本旅客鉄道(JR東日本)グループのJR東日本リテールネット、JR東日本フーズ、JR東日本ウォータービジネス、鉄道会館の4社は4月1日をもって合併、新会社JR東日本クロスステーションとして

を導入。各社の既存事業をベースにリテール、フーズ、ウォータービジネス、デベロップメントの4つのカンパニーを設置。このほどウオータービジネスカンパニー(前・JR東日本ウオータービジネス)の竹内健治取締役カンパニー長(写真)が本紙の取材に対応。新会社設立背景やエキナカを中心とするウオータービジネスの各事業における動向などを聞いた。

聞き手 小林千也