

かわら版

(この資料は全部お読みいただいても 60 秒です)

人口減少時代におけるビジネスの工夫

今回は中期経営計画におけるヒントを JR 東日本の場合でお伝えします

まずは時代対応です。駅中ビジネスを増やしてきました。駅の中でお店を開いてもらい JR 東日本は家賃収入を増やしています。大宮駅、新宿駅そして東京駅では大規模な工事を行い、駅の中にお店ができるよう工夫しています。これらの駅には多くのショッピング施設やレストランがあり、利用者が移動の合間に買い物や食事を楽しんでいます。人気のある駅や好立地の場所では出店希望者が多く、出店者にはしっかりとした事業計画やブランド力を求めているそうです。これは人口減少による乗客数の減少見込みの中、運賃収入に加えて家賃収入を増やそうという工夫です。

さらに強みをさらに磨く工夫をしています。1 億枚を超えるスイカの大きいなる利用数を利用して、いろいろなマーケティング調査や使いかたを考えているそうです。更に膨大な移動や決済のビッグデータを集約して沿線地域の効果的な商業開発やまちづくりにも繋がるサービスの開発をして行うようです。ライバルはクレジット会社各社です。鉄道とクレジット会社が共同してクレジットカードで乗り降りができるそんなことができるようになってきました。そこで強みをさらに強くするためスイカの位置情報データを活用し自動改札機で精算しなくても鉄道に乗れるようにしていくそうです。

中期経営計画策定時に必要な、時代対応と強みの伸ばし方について述べました。参考になれば幸いです。