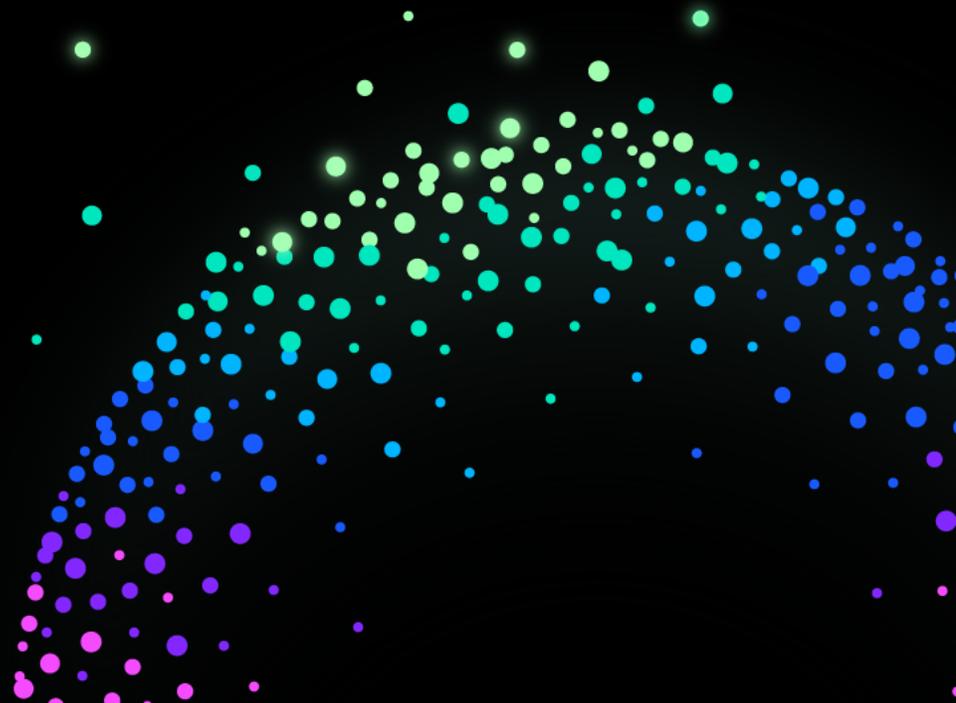


## SESSION 4

# データで顧客の心を動かす！ JR東日本が提供する「個」客体験とは？





LINEヤフー株式会社

コーポレートビジネスドメイン  
ビジネスデザインSBU  
第二BCユニット 本部長

三村 真



東日本旅客鉄道株式会社

マーケティング本部 戦略・プラットフォーム部門  
デジタルビジネスユニット

仲條 浩文

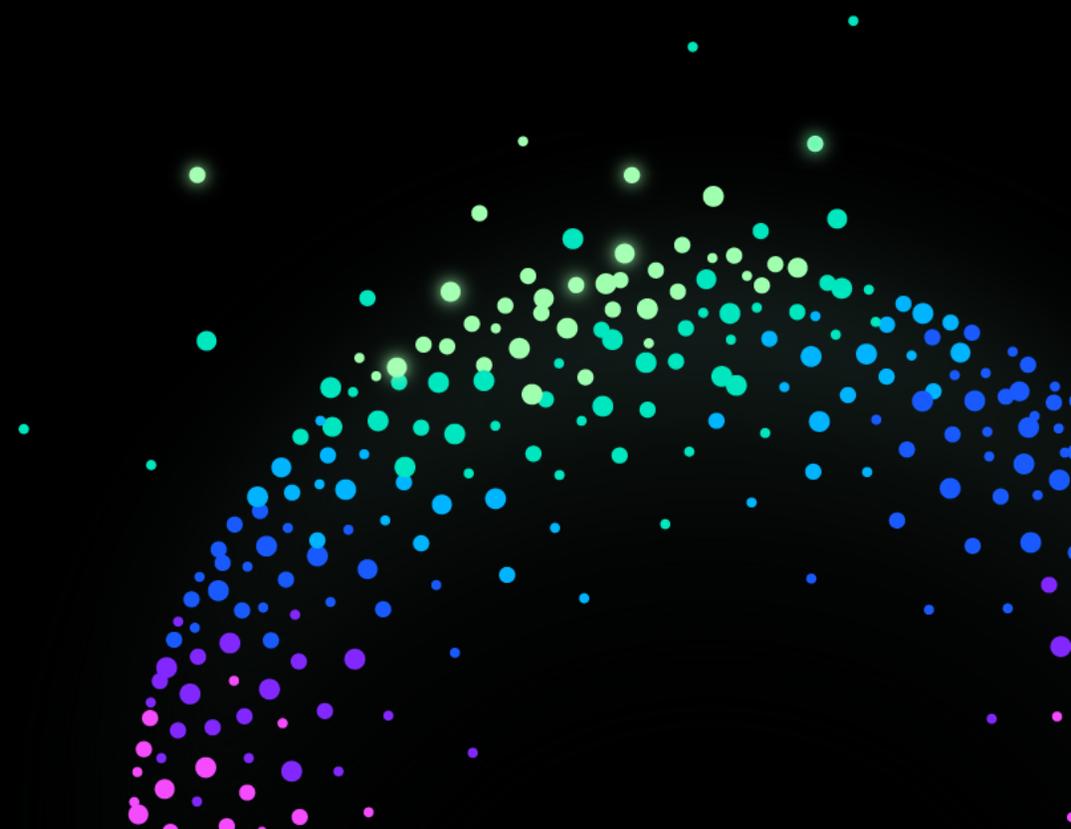


東日本旅客鉄道株式会社

マーケティング本部 戦略・プラットフォーム部門  
デジタルビジネスユニット

星野 知久

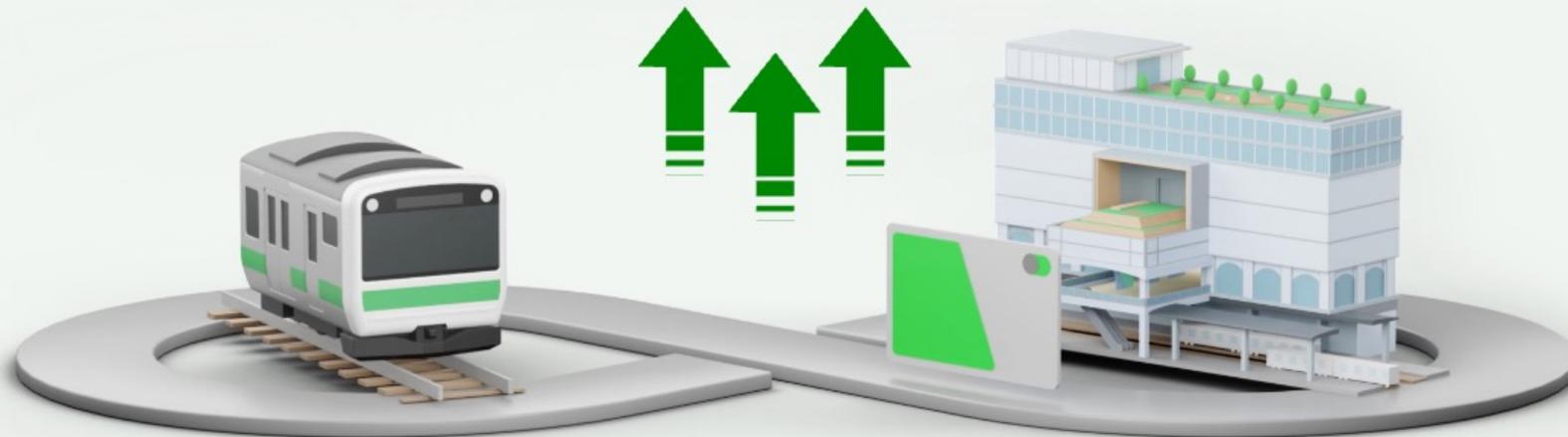
# JR東日本の事業概要



# JR東日本 事業紹介

モビリティ、**生活ソリューション**の2つの事業を軸に、  
新たなくらしの価値を創造

新たなくらしの価値



モビリティ

生活ソリューション

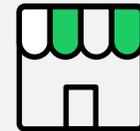
# JR東日本 ビジネス成長戦略

Suicaを中心にマスからOne To Oneマーケティングへ

移動とくらしの  
チケットティング



コマース



Suica

One To One



決済・  
金融サービス



デジタル  
コミュニケーション



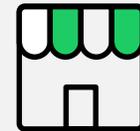
# JR東日本 ビジネス成長戦略

Suicaを中心にマスからOne To Oneマーケティングへ

移動とくらしの  
チケットティング



コマース



Suica

One To One



決済・  
金融サービス



デジタル  
コミュニケーション



# LINE公式アカウントチームのミッション

## 各部署のニーズ・課題

### 鉄道事業部門

運行状況の告知

### Suica事業部門

Suica電子マネーを利用拡大したい

### JREポイント部門

JRE POINTを利用促進したい

### 観光流動・地方創生部門

観光流動を創出したい



## マーケティング本部

広告

LINE公式アカウント  
LINEミニアプリ

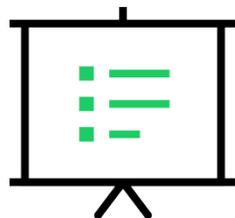
メール

オウンドメディア

# LINE公式アカウントチームのミッション



宣伝・販促の  
効果可視化と最大化



DX促進による  
業務改善



鉄道サービスの  
満足度向上

# LINEヤフーとの取り組み

## LINE公式アカウント



※友だち数  
443万+

## LINEミニアプリ



JRE  
POINT  
会員証

## 広告



ディス  
プレイ  
広告

# 本日のアジェンダ

01

「個」客体験を実現するための仕組み

02

ID連携の基盤、JRE POINTのLINEミニアプリについて

03

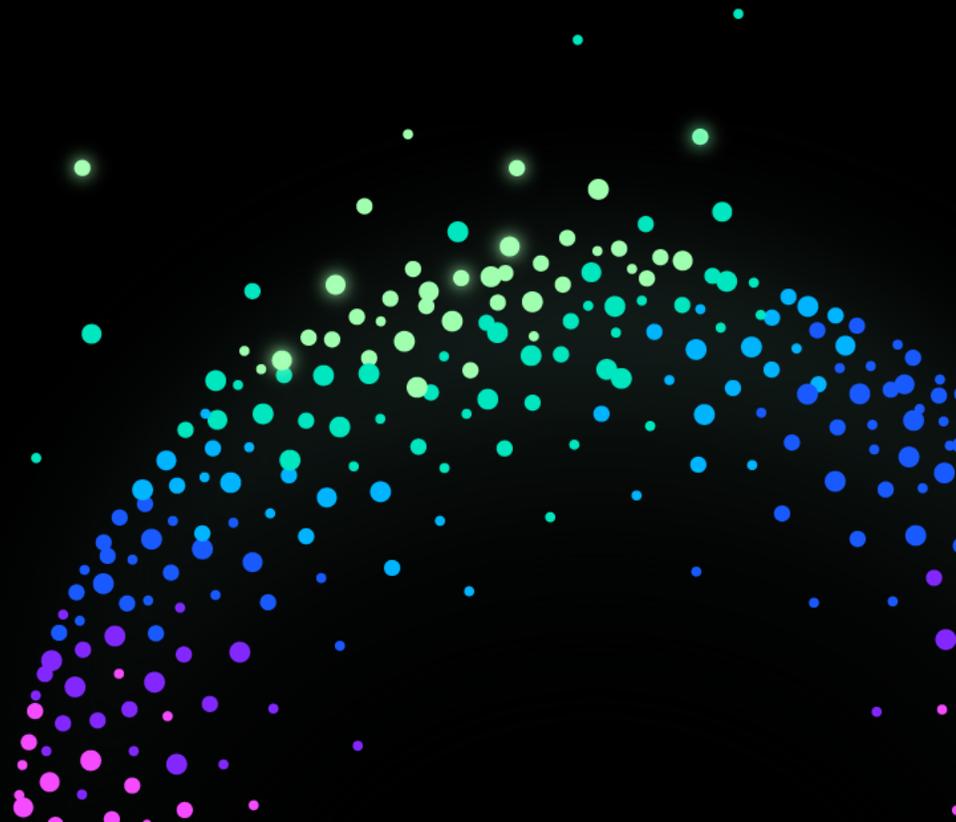
データ連携を活用したLINEヤフーサービスの活用事例

04

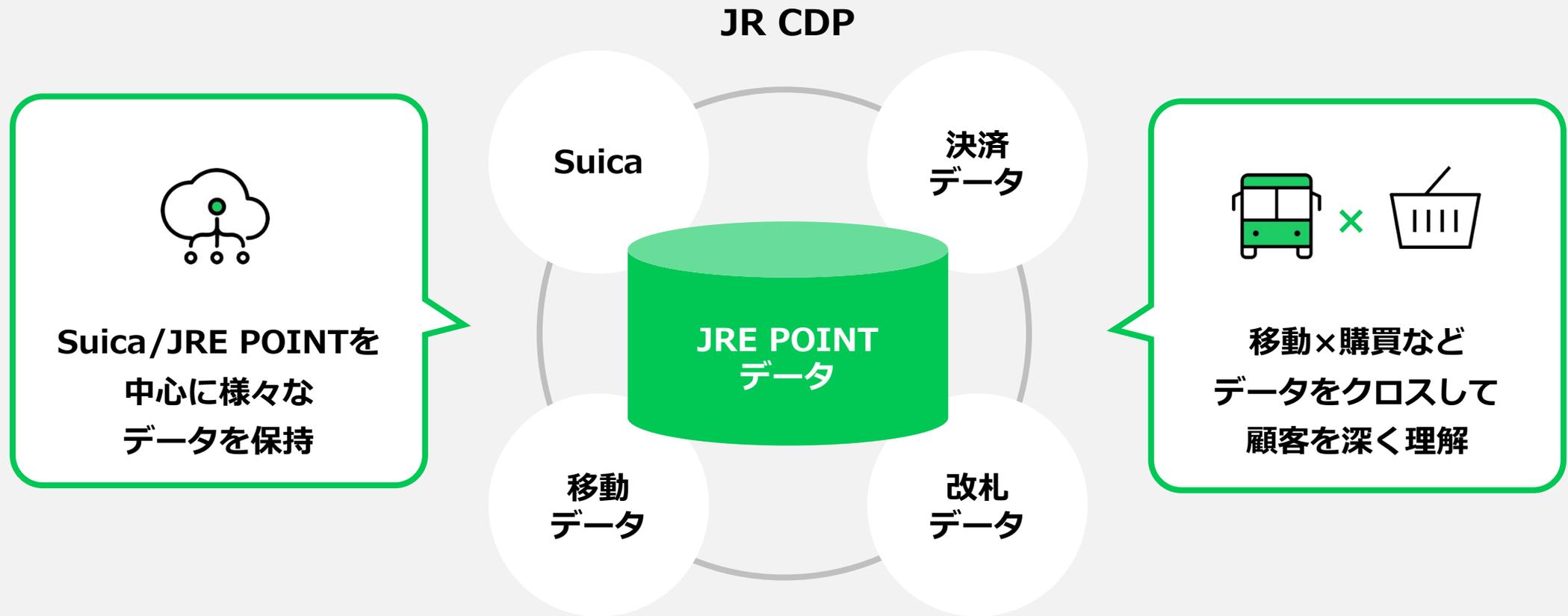
JR東日本が考える良質な「個」客体験とその未来

THEME 1

# 「個」 客体験を実現するための仕組み



# 「個」 客体験を実現するための仕組み



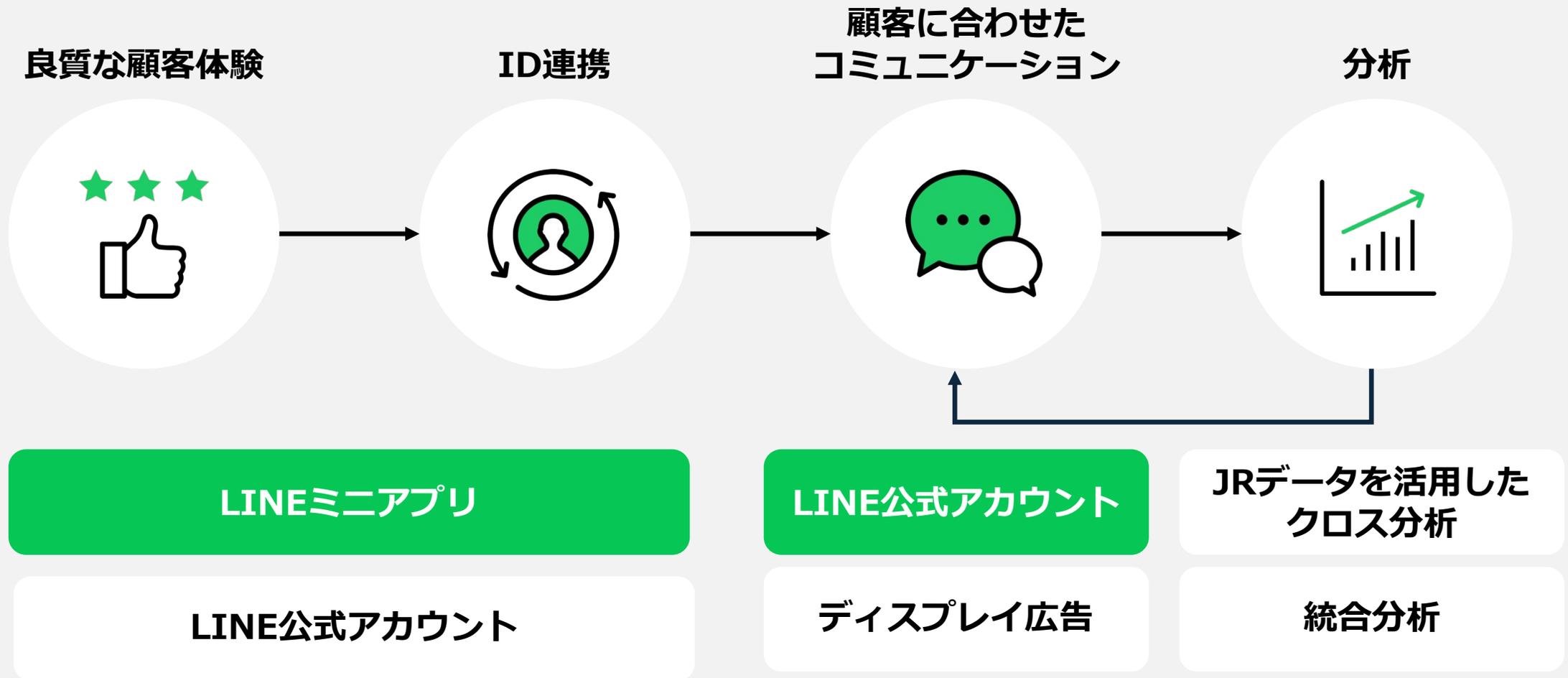
顧客とのコミュニケーションチャンネルが必要

# 「個」 客体験を実現するための仕組み



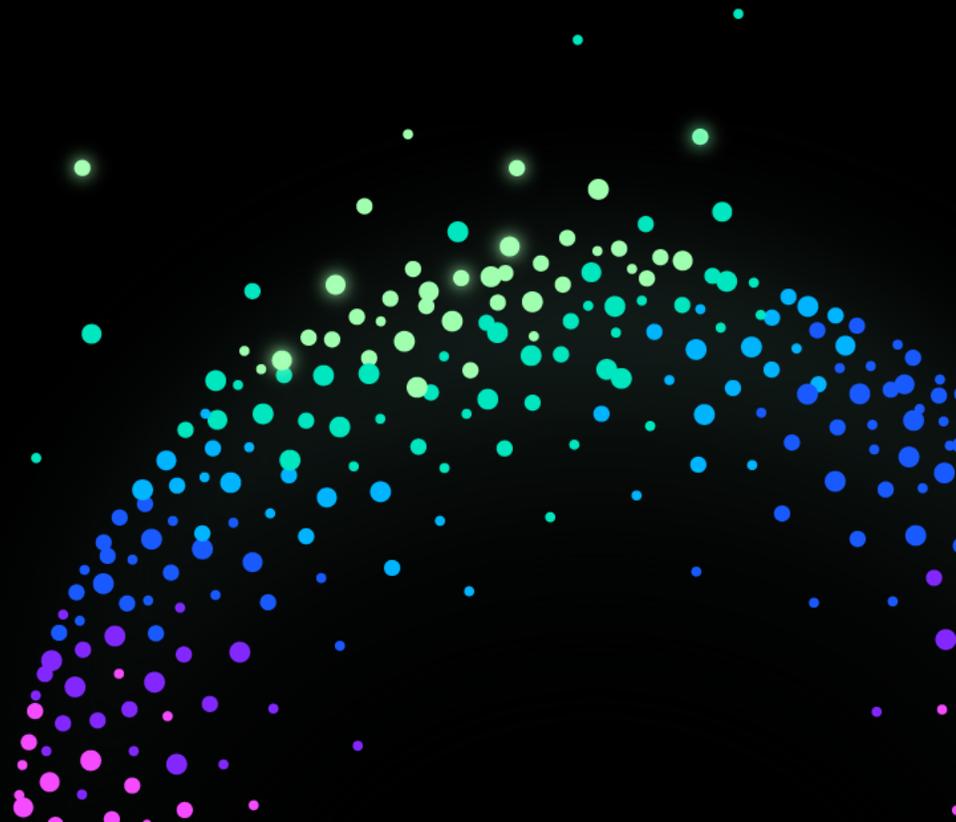
ID連携を通じて「個」客を理解したコミュニケーションを実現

# 「個」 客体験を提供するためのフロー

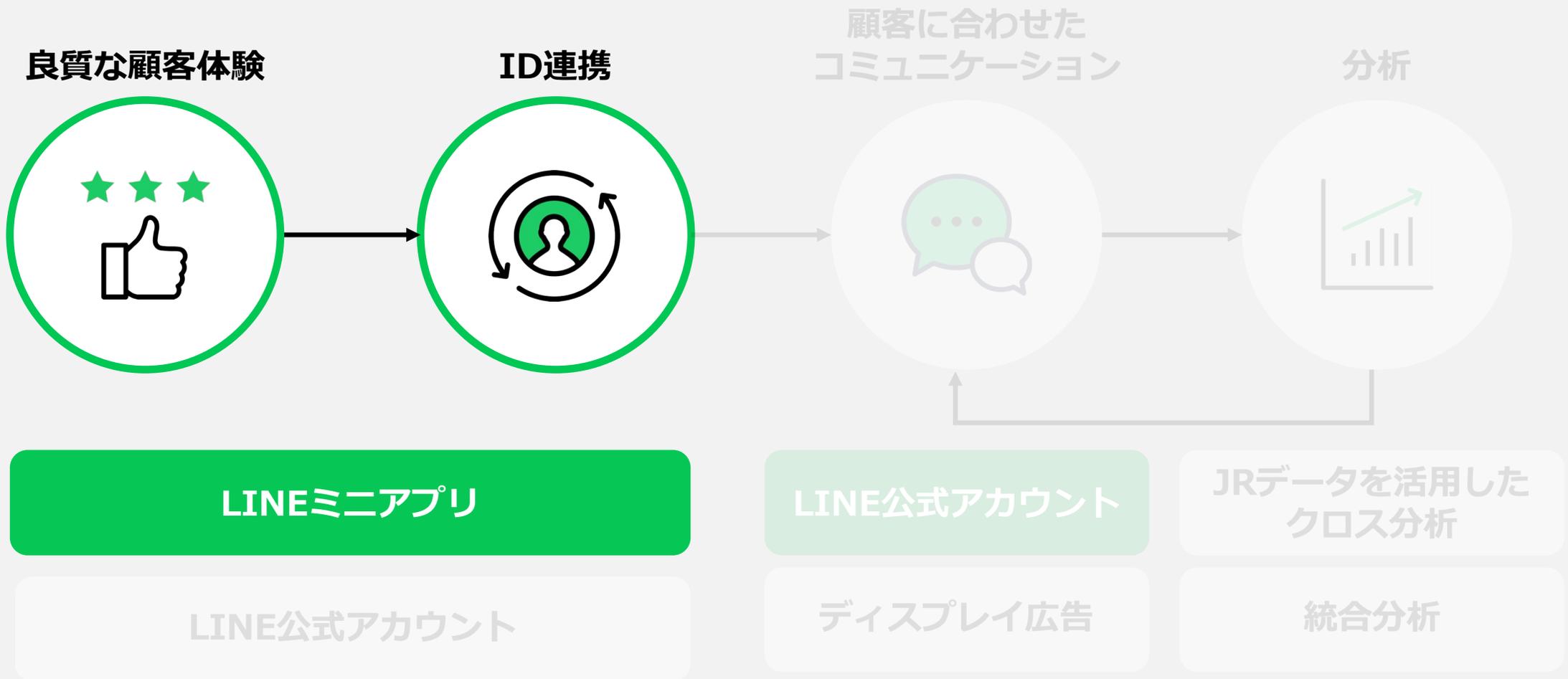


THEME 2

# ID連携の基盤JRE POINTの LINEミニアプリについて



# 「個」 客体験を提供するためのフロー



# JREポイントのLINEミニアプリ化の狙い

これまで自社アプリを運用していたが…



**ID連携を促進**し、LINE上で  
パーソナライズ配信を行いたい

これまでアプローチできなかった  
**新規層の開拓**をしていきたい

チャンネルを増やし、  
顧客の**利便性を向上**したい

# JREポイントのLINEミニアプリ化の狙い

これまで自社アプリを運用していたが…

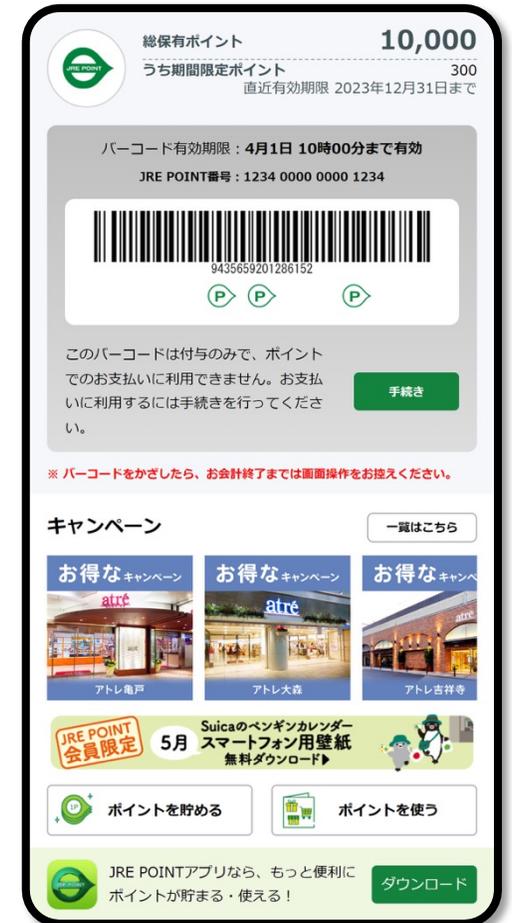


**ID連携を促進**し、LINE上で  
パーソナライズ配信を行いたい

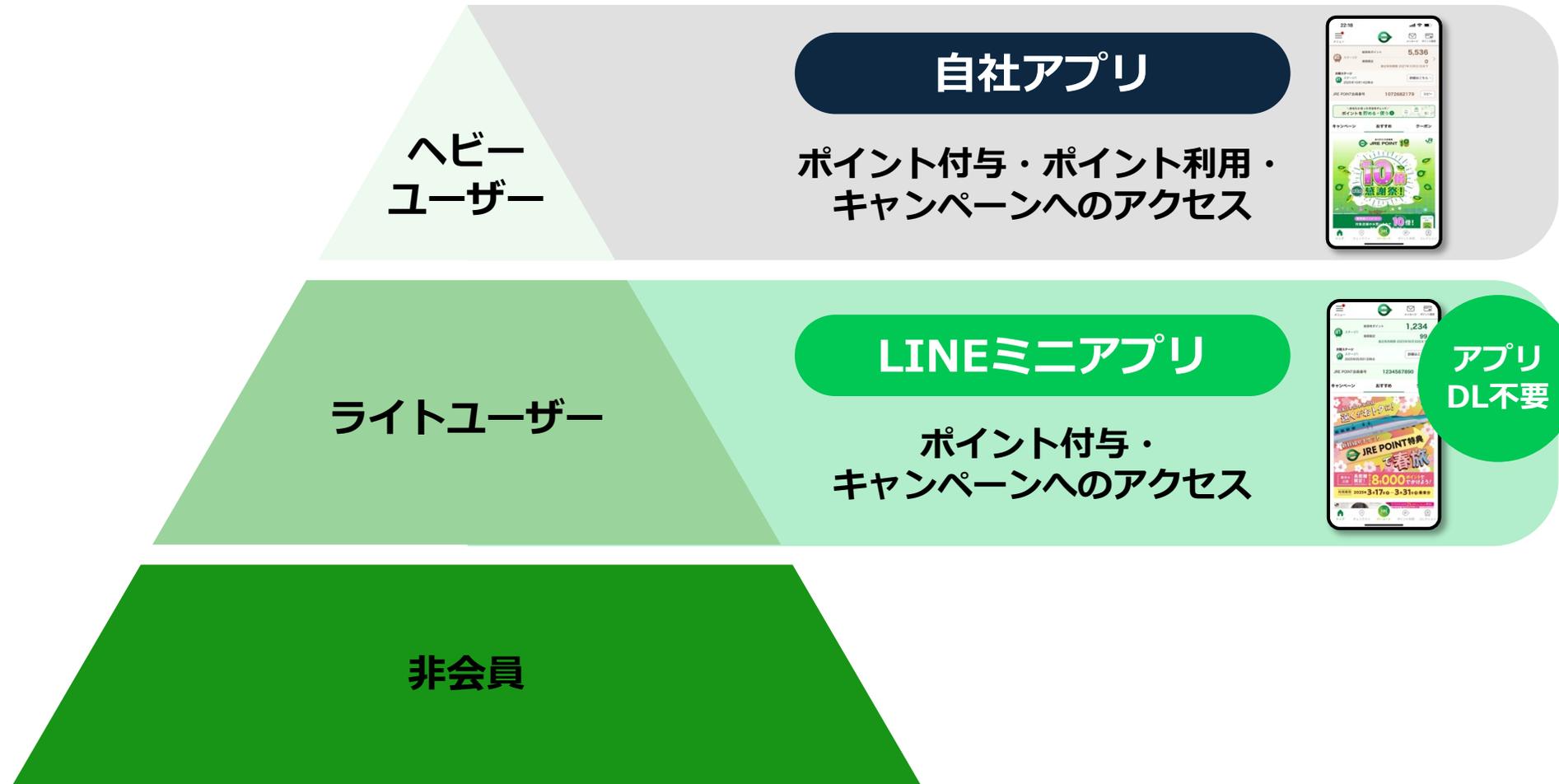
これまでアプローチできなかった  
**新規層の開拓**をしていきたい

チャンネルを増やし、  
顧客の**利便性を向上**したい

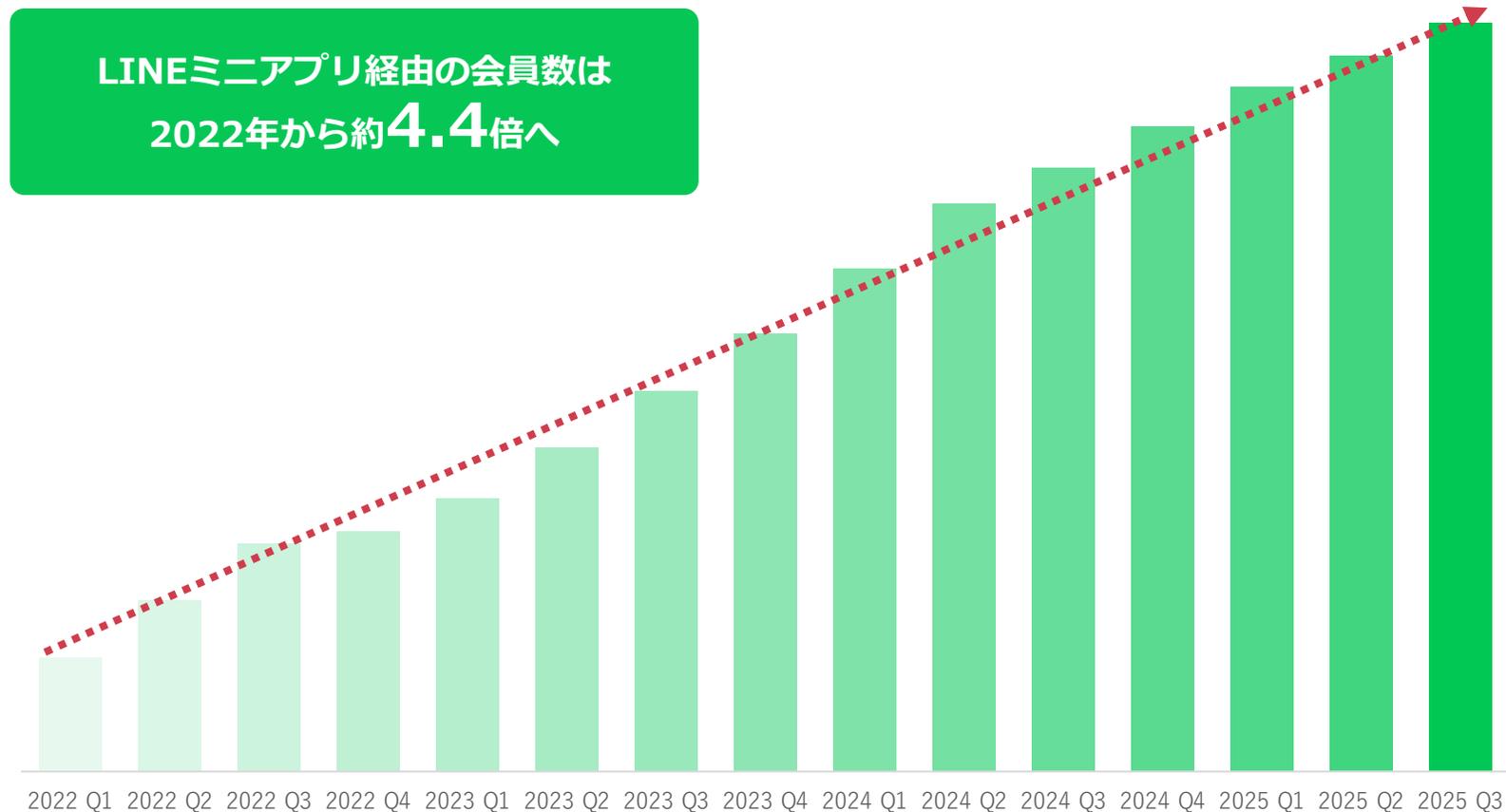
LINEミニアプリをリリース



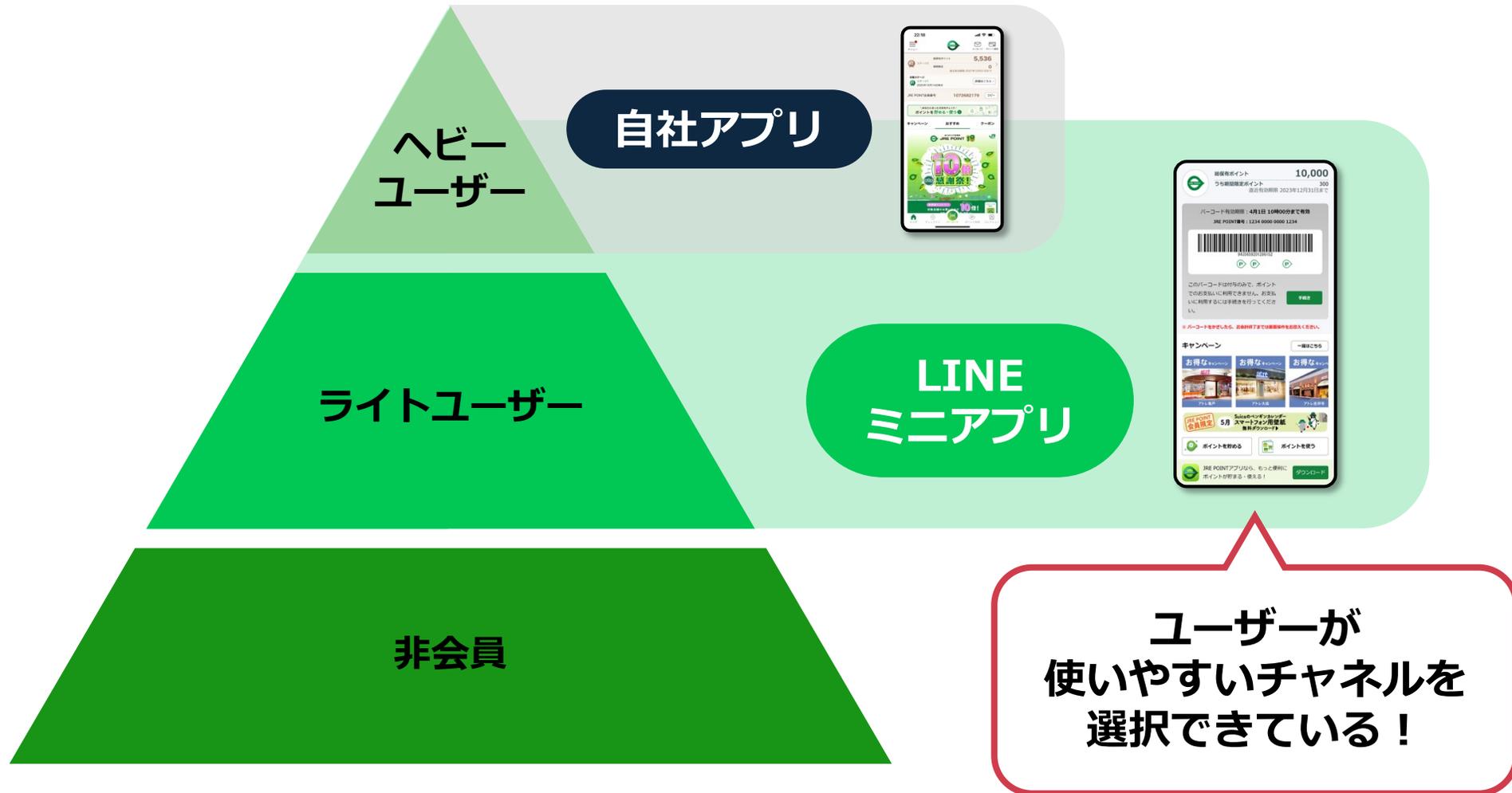
# JRE POINTのLINEミニアプリの位置づけ



# JRE POINT LINEミニアプリ導入後の成果

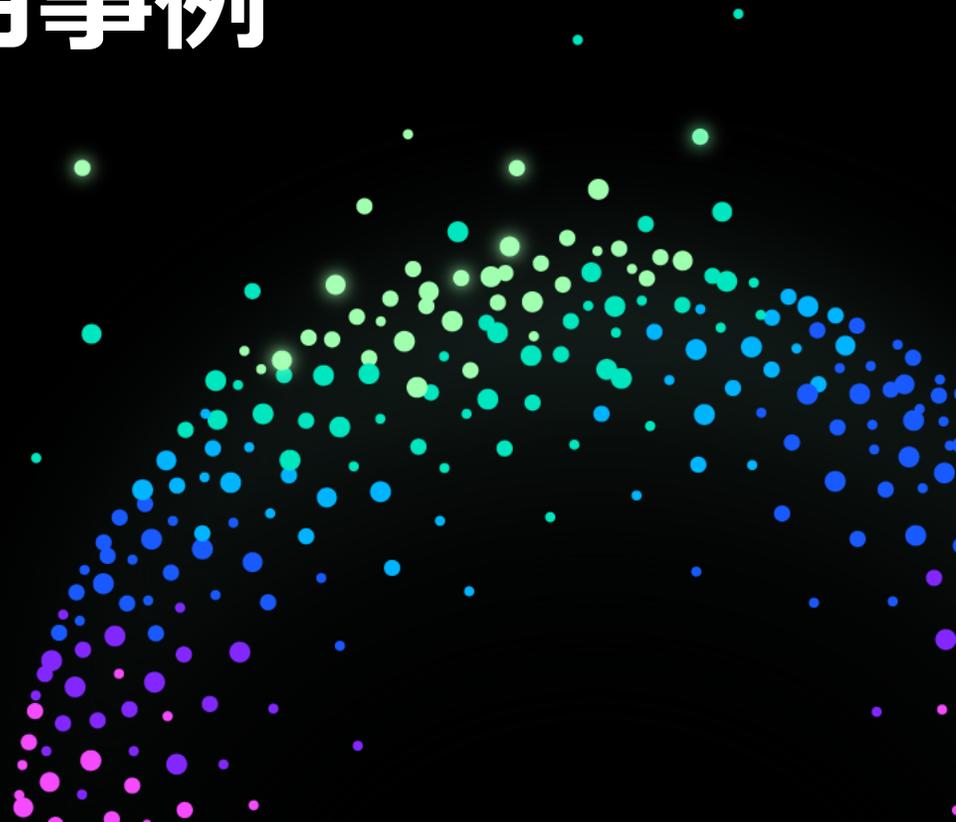


# JRE POINTのLINEミニアプリの位置づけ

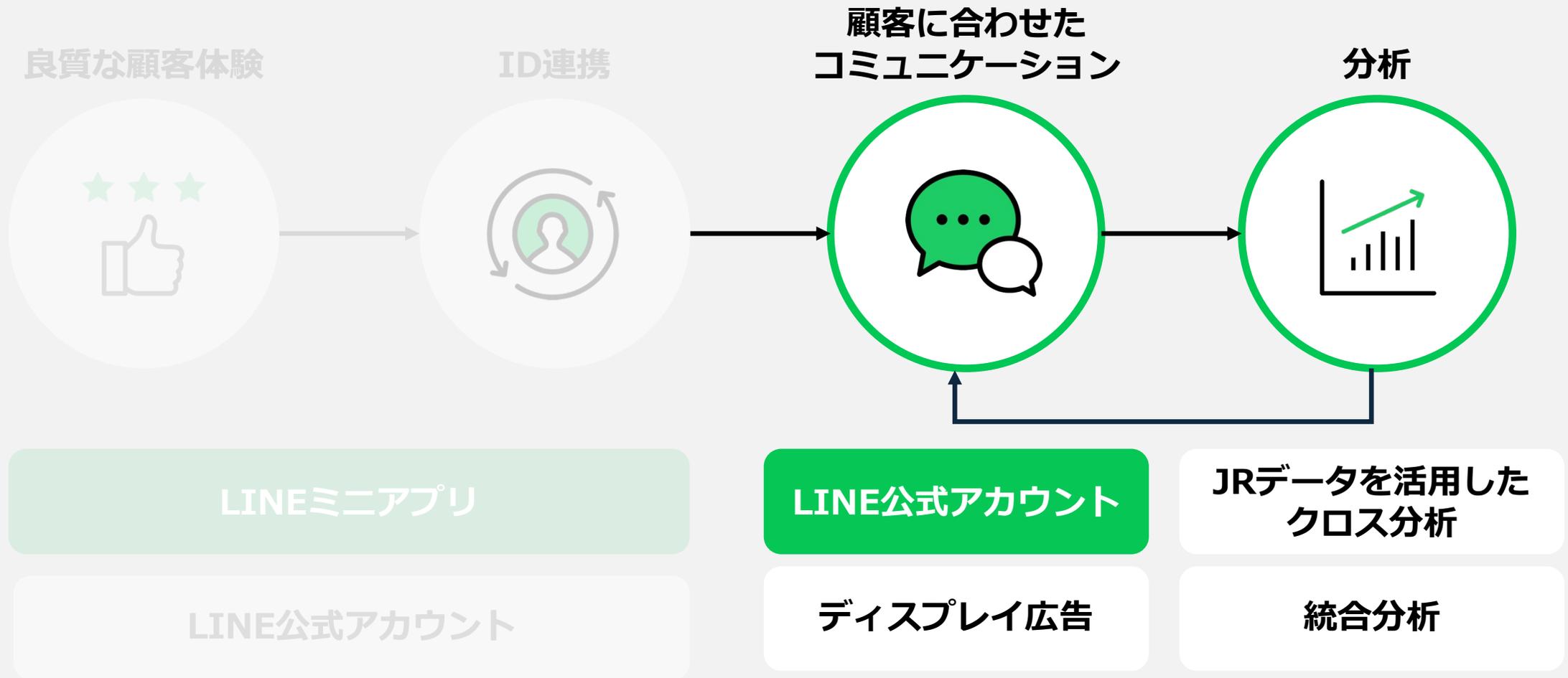


THEME 3

# データ連携を活用した LINEやフーサーサービスの活用事例



# 「個」 客体験を提供するためのフロー



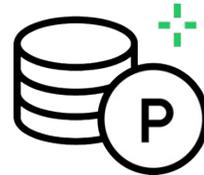
# 顧客に合わせたコミュニケーションと分析事例



移動を促進する  
取り組み

セグメント配信の  
最適化

SKISKI  
キャンペーン



サービス購買/利用を  
促進する取り組み

Suica利用金額を  
上げる施策

JRE POINTの  
利用促進



サービス向上を  
目的とした配信

大井町駅の  
混雑解消

# 顧客に合わせたコミュニケーションと分析事例



移動を促進する  
取り組み

セグメント配信の  
最適化

SKISKI  
キャンペーン



サービス購買/利用を  
促進する取り組み

Suica利用金額を  
上げる施策

JRE POINTの  
利用促進

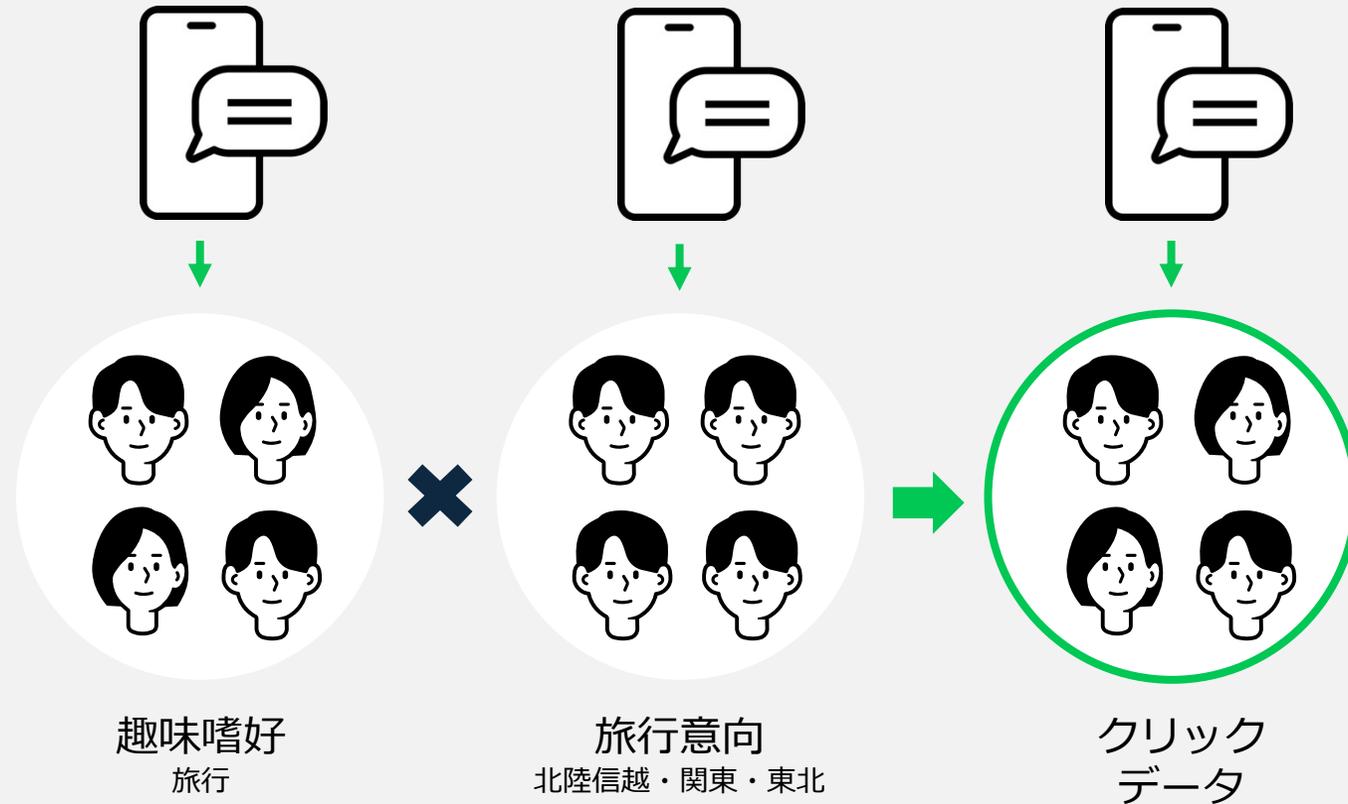


サービス向上を  
目的とした配信

大井町駅の  
混雑解消

# 旅行商品をセグメント配信で訴求

LINEヤフーのオーディエンスデータを活用し、JR東日本の旅行商品を配信

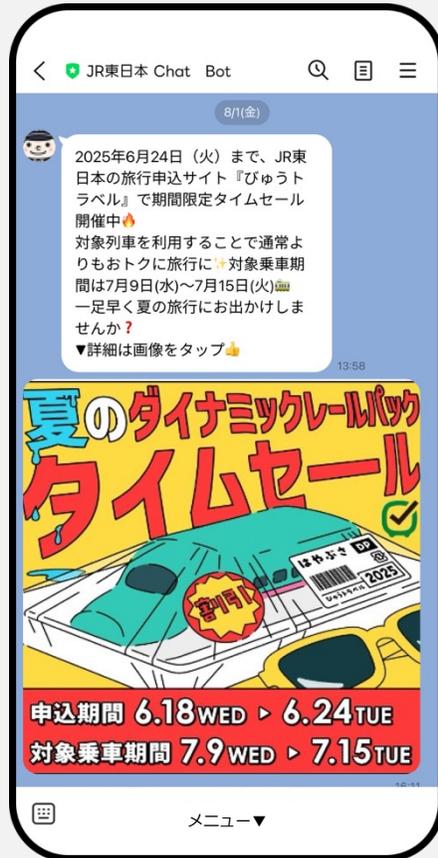


JRデータのみでは届かなかった、**旅行好きな層・旅行を検討している層にアプローチ可能に**

# LINEヤフーのオーディエンスデータを活用しセグメント配信

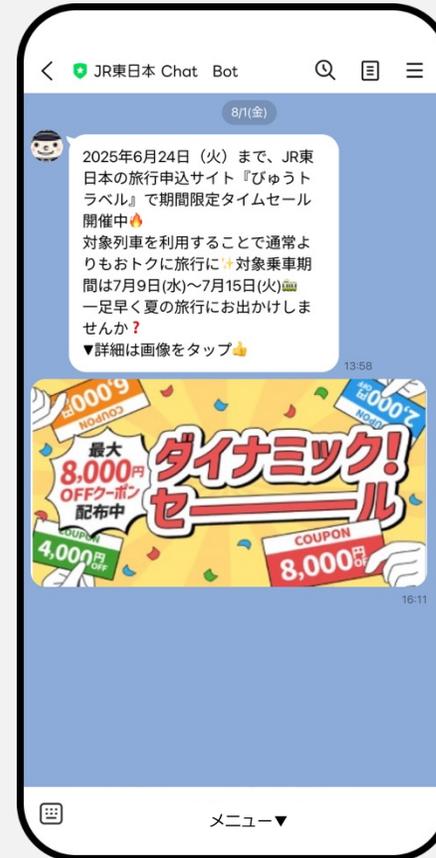
趣味嗜好 ※1  
(旅行)

旅行意向 ※2  
(北陸信越/関東/東北)



開封率  
約**31.2%**

クリック率  
約**19.8%**



開封率  
約**54.2%**

クリック率  
約**7.5%**

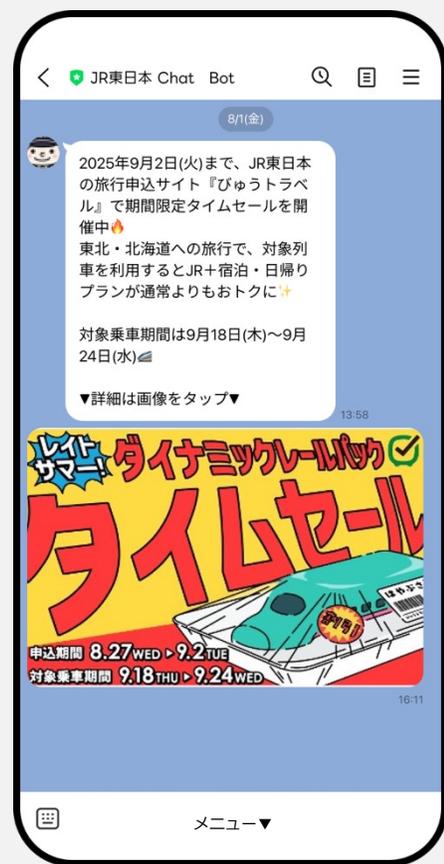
※1 2025年8月初旬JR東日本調べ ※2 2025年8月下旬調べ ※これらのオーディエンスデータはLINEファミリーサービスにおいて、LINEユーザーが登録した性別、年代、エリア情報とそれらのユーザーの行動履歴、LINE内コンテンツの閲覧傾向やLINE内の広告接触情報をもとに分類した「みなし属性」および、実購買の発生した購買場所を「購買経験」として個人を特定しない形で参考としているものです（「みなし属性」にはOSは含まない）。「みなし属性」とは、LINEファミリーサービスにおいて、LINEユーザーが登録した性別、年代、エリア情報とそれらのユーザーの行動履歴、LINE内コンテンツの閲覧傾向やLINE内の広告接触情報をもとに分類したものです。（分類の元となる情報に電話番号、メールアドレス、アドレス帳、トーク内容等の機微情報は含まれません）なお、属性情報の推定は統計的に実施され、特定の個人の識別は行っておりません。また、特定の個人を識別可能な情報の第三者（広告主等）の提供は実施していません。

# LINEヤフーのオーディエンスデータを活用しセグメント配信

趣味嗜好  
(旅行)

旅行意向  
(北陸信越/関東/東北)

クリックデータを  
活用 ※3



開封率  
約**31.2%**

開封率  
約**54.2%**

開封率  
約**71.3%**

クリック率  
約**19.8%**

クリック率  
約**7.5%**

クリック率  
約**24.3%**



# 顧客の「移動の目的(地)づくり」



目的

**「スキー場に人を呼び込む」**  
“目的地づくり”として  
スキー需要を喚起し、鉄道利用を最大化

配信

**LINE公式アカウント・Yahoo!広告**で  
キャンペーン情報を配信

分析

**Yahoo! JAPANの位置情報**をもとに、  
実際にスキー場へ来場したかを計測

# LINEヤフー統合マーケティング分析を実施

## 分析対象

LINE Yahoo! JAPAN

広告反応ユーザー

Yahoo! JAPAN

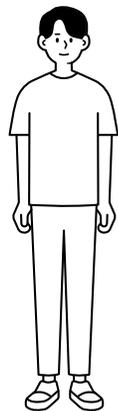
検索ユーザー

LINE

LINE公式アカウント  
フォローユーザー

## 分析環境

分析対象



属性データ

性別

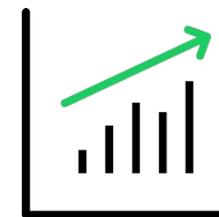
年齢

興味関心

など

## 分析結果

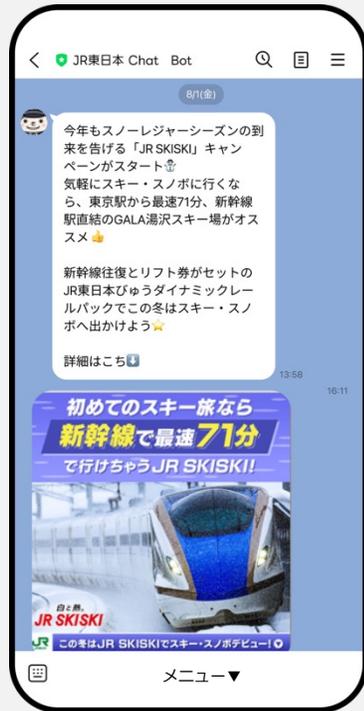
各種効果検証



見込み度の高い  
属性の発掘

# LINEヤフー統合マーケティング分析を実施

## LINE公式アカウント



## Yahoo!広告



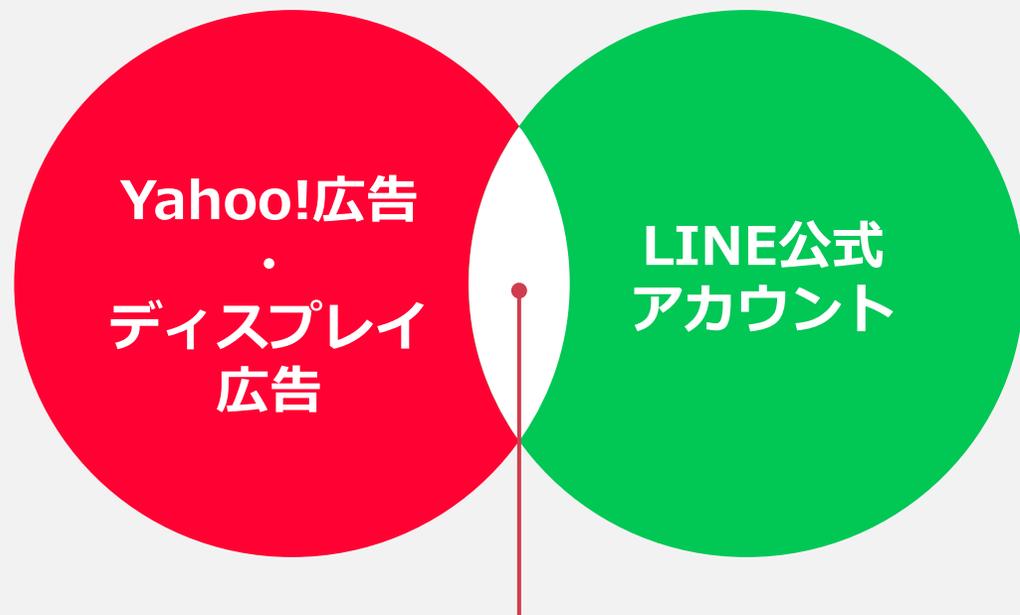
## Yahoo! JAPAN 位置情報データ



両方でキャンペーン情報を配信

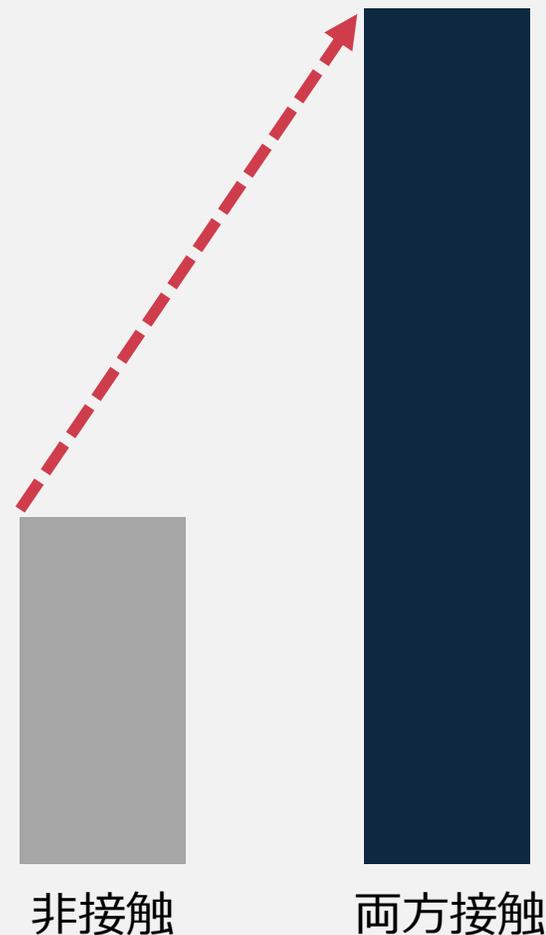
実際の来訪者を可視化

# LINE・Yahoo!広告の両方に接触で来訪率が2倍に！



Yahoo!広告とLINE公式アカウントの  
両方に接触したユーザー

来訪率 **約2倍!** ※



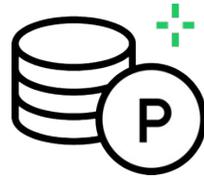
# 顧客に合わせたコミュニケーションと分析事例



移動を促進する  
取り組み

セグメント配信の  
最適化

SKISKI  
キャンペーン



サービス購買/利用を  
促進する取り組み

Suica利用金額を  
上げる施策

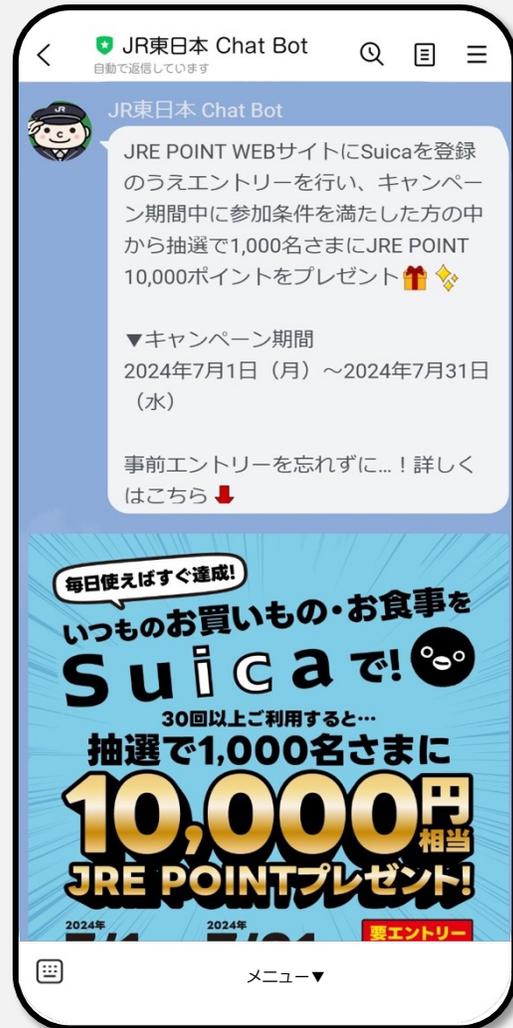
JRE POINTの  
利用促進



サービス向上を  
目的とした配信

大井町駅の  
混雑解消

# Suicaの利用金額を上げる施策



## 目的

Suicaの平均利用金額・平均利用回数を上げたい

## 施策

Suicaで30回以上購入すると、**JRE POINT 10,000円相当が当たるキャンペーン**を実施

LINE公式アカウント  
「JR東日本 Chat Bot」からメッセージ配信

## 分析

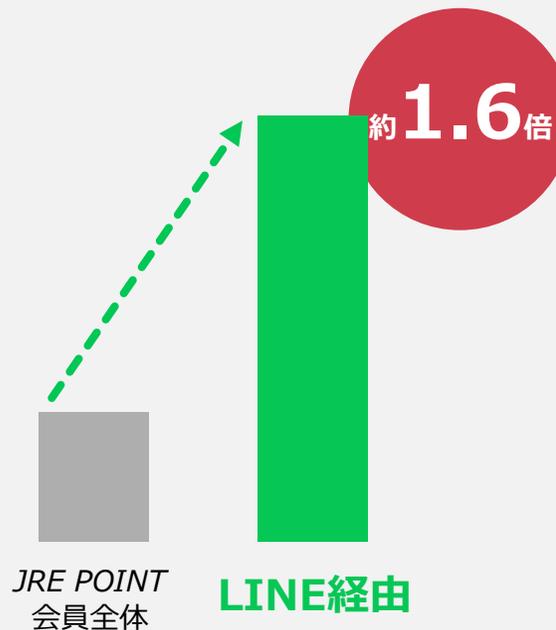
JRE POINTのデータを使って分析

# メッセージ配信でSuica利用が約1.6倍に

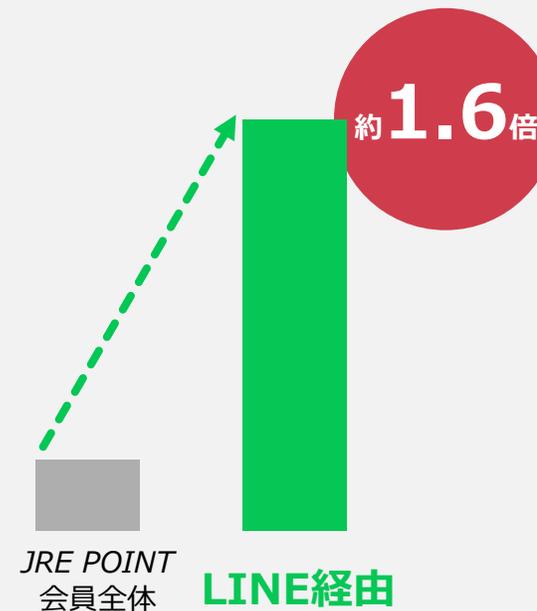
LINE ChatBotで案内を受けたユーザーは、  
未案内のJRE POINT会員に比べて**Suica利用回数・金額ともに上昇**



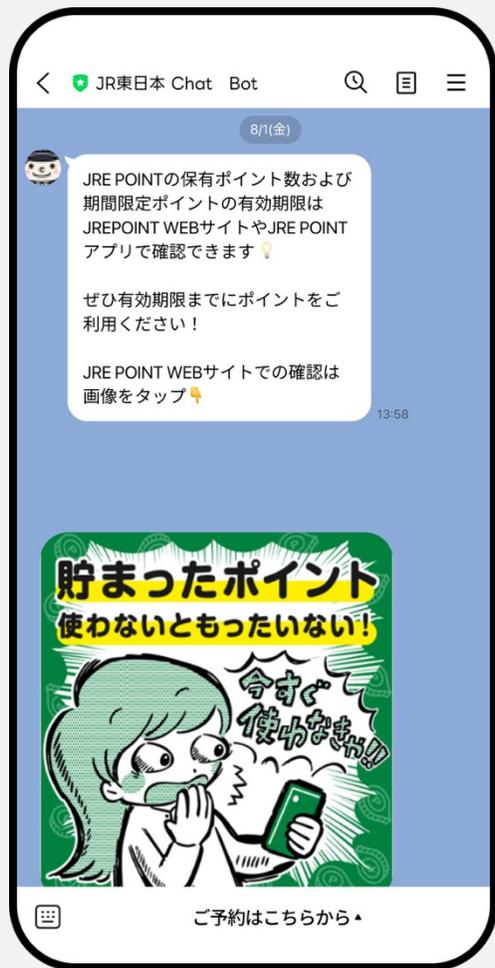
## Suica平均利用回数/月



## Suica平均利用金額



# JRE POINTの有効期限に合わせて利用を促進



目的

**JRE POINTの利用促進**  
ポイントの有効期限が近い人に向けて、  
利用促進のお知らせを配信

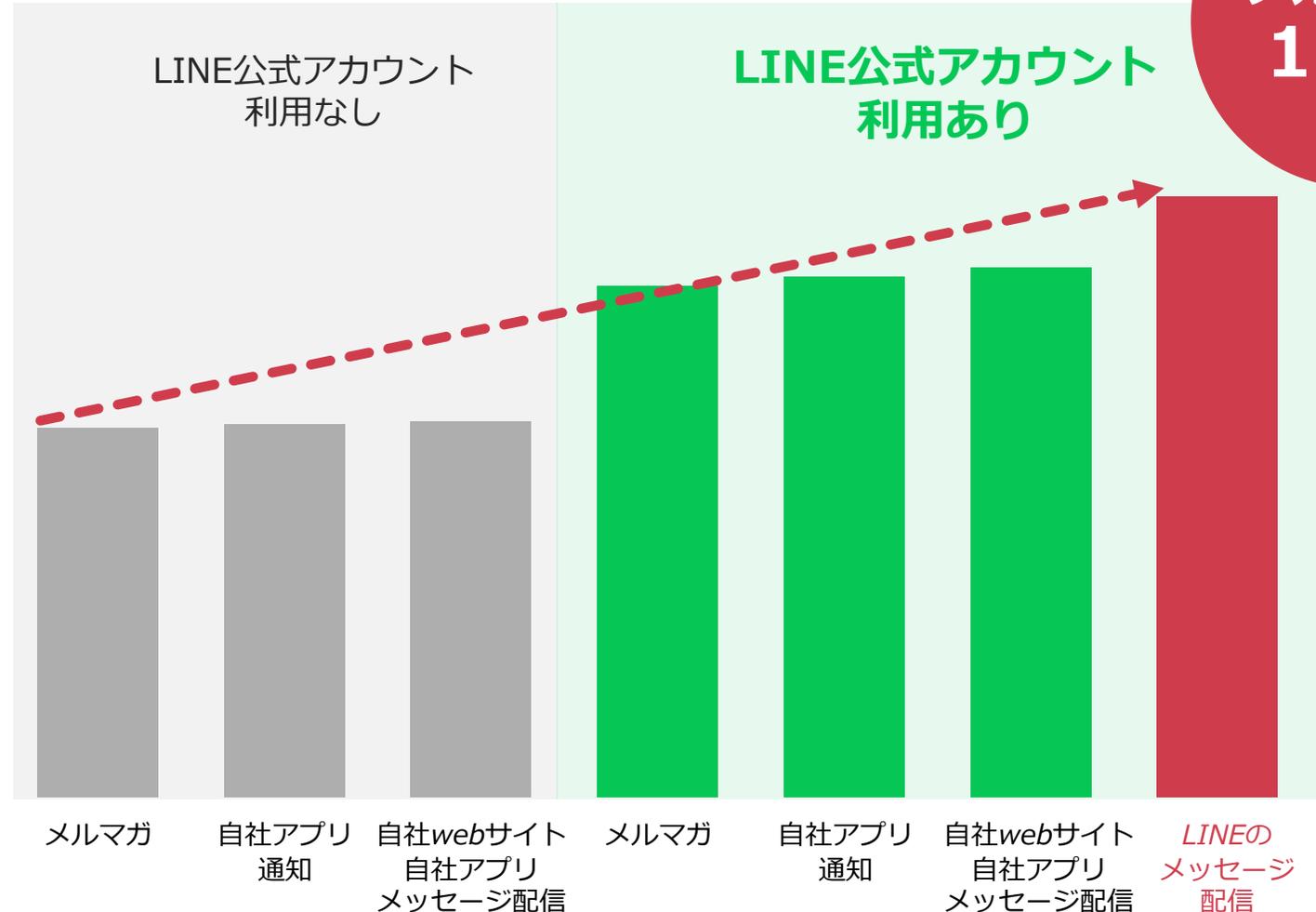
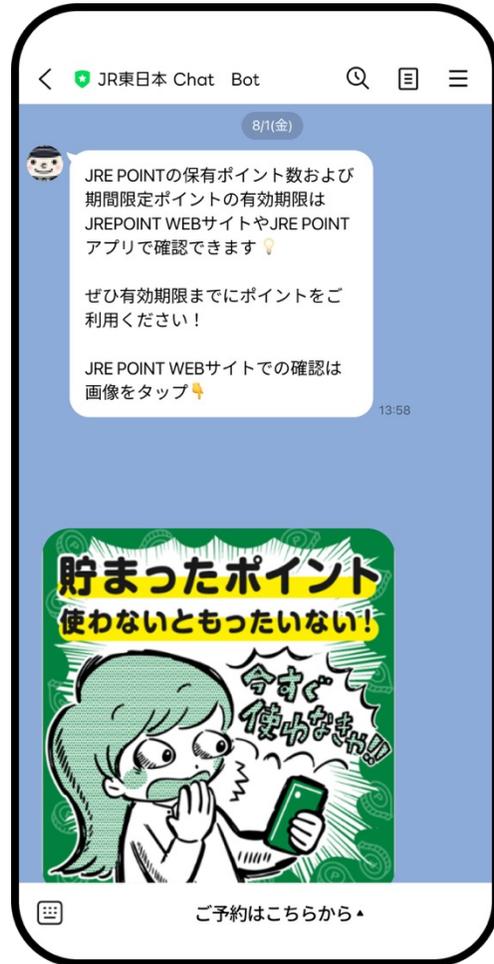
施策

**LINEのメッセージ配信、自社アプリでの通知、  
メールなど様々なチャネルで配信**

分析

**各チャネルごとに結果を分析**  
また「JR東日本Chat bot」を利用したことが  
ある層と無い層でも比較分析を実施

# JRE POINTの有効期限に合わせて利用を促進



メルマガの  
1.6倍

# 顧客に合わせたコミュニケーションと分析事例



移動を促進する  
取り組み

セグメント配信の  
最適化

SKISKI  
キャンペーン



サービス購買/利用を  
促進する取り組み

Suica利用金額を  
上げる施策

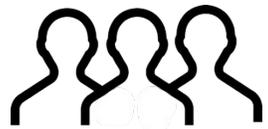
JRE POINTの  
利用促進



サービス向上を  
目的とした配信

大井町駅の  
混雑解消

# LINEのメッセージ配信で駅の混雑を解消



東口・西口

**混雑**

JR東口

JR西口

JR中央口



中央口

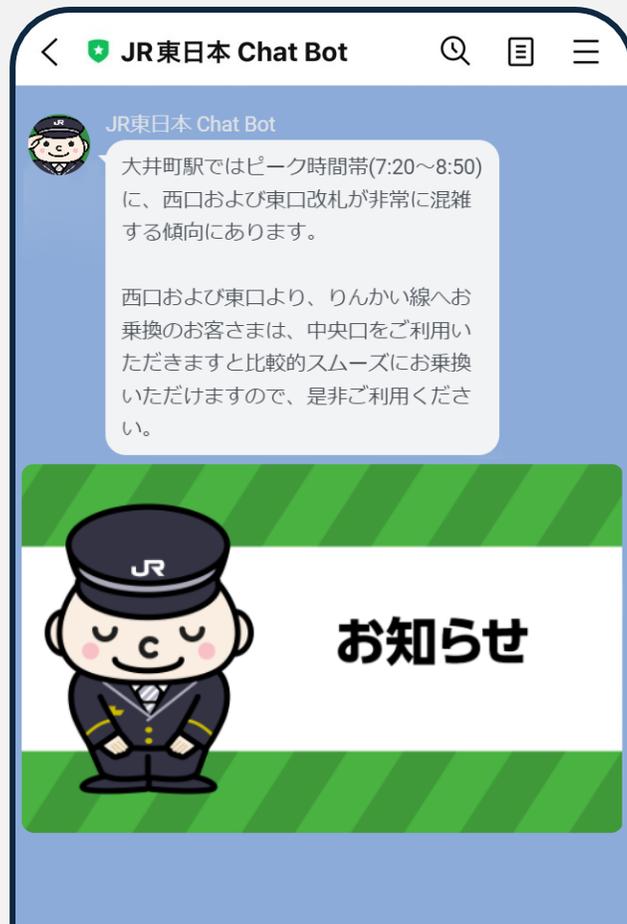
**閑散**

駅員の声掛けや  
ポスター設置では  
効果がない…



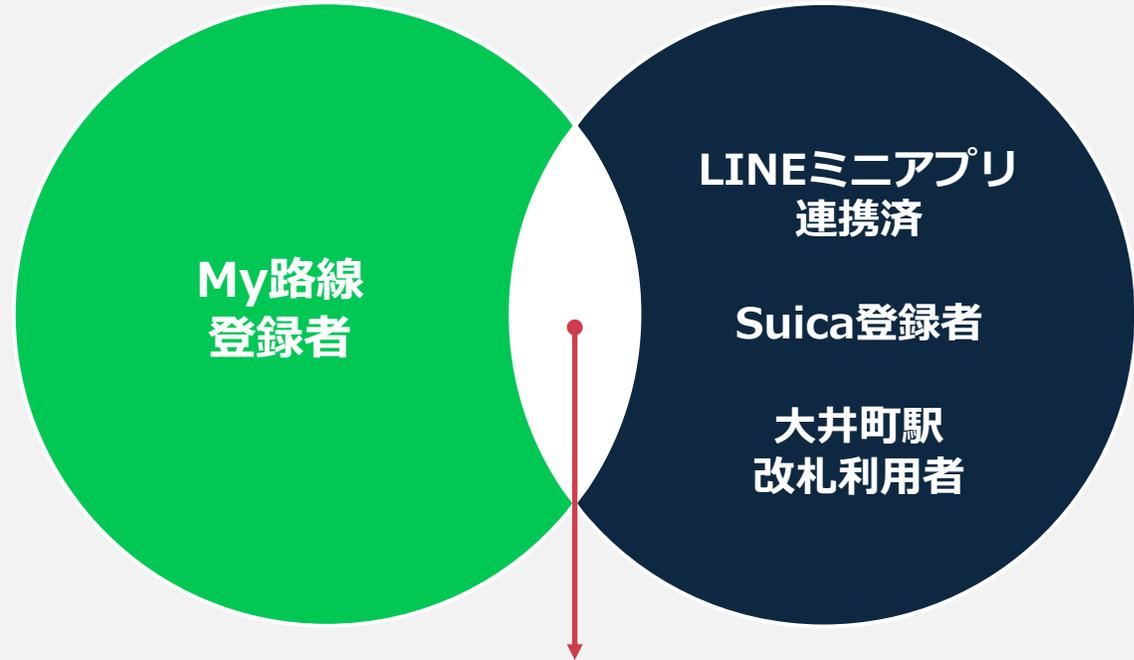
# 自社データを活用したメッセージ配信

大井町駅の改札混雑を解消するために、東口・西口改札利用者に対して中央口改札の案内をしてピーク時の混雑平準化の効果を狙ってメッセージ配信



LINE公式アカウントの友だち

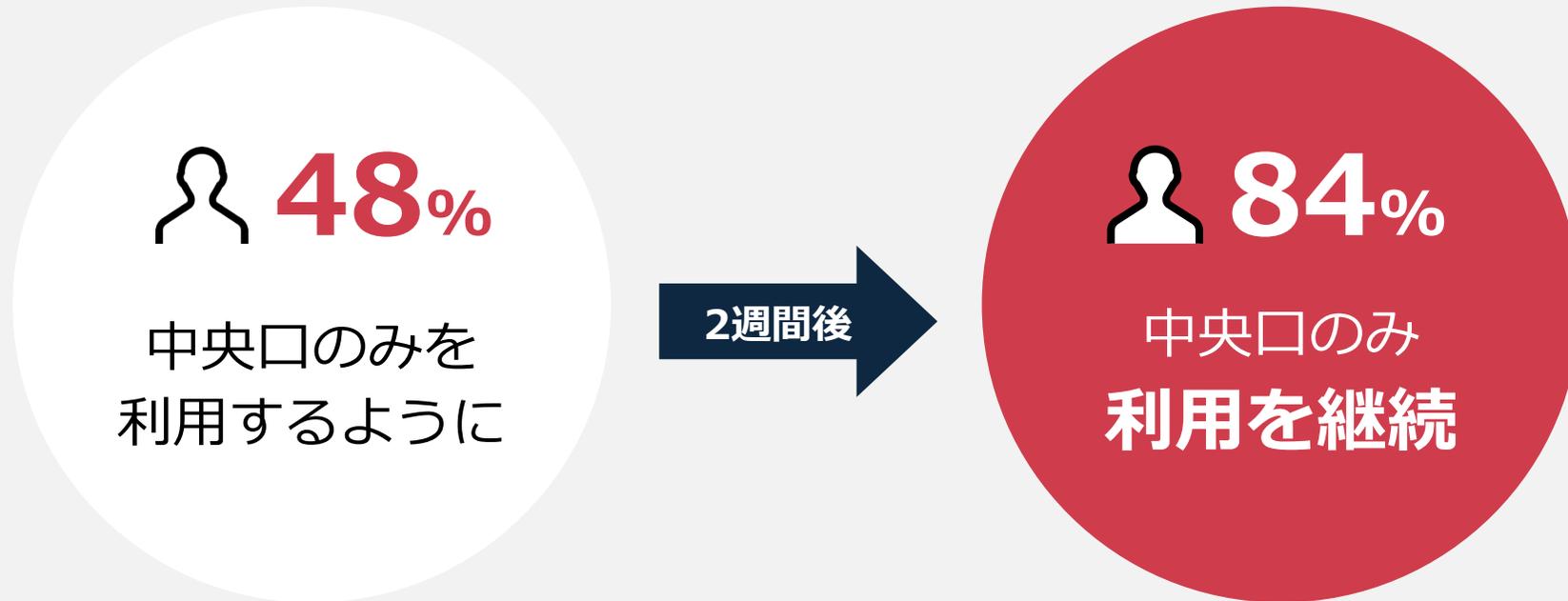
JRE POINTの会員



メッセージ配信対象者

# LINEとJRのデータで実証実験

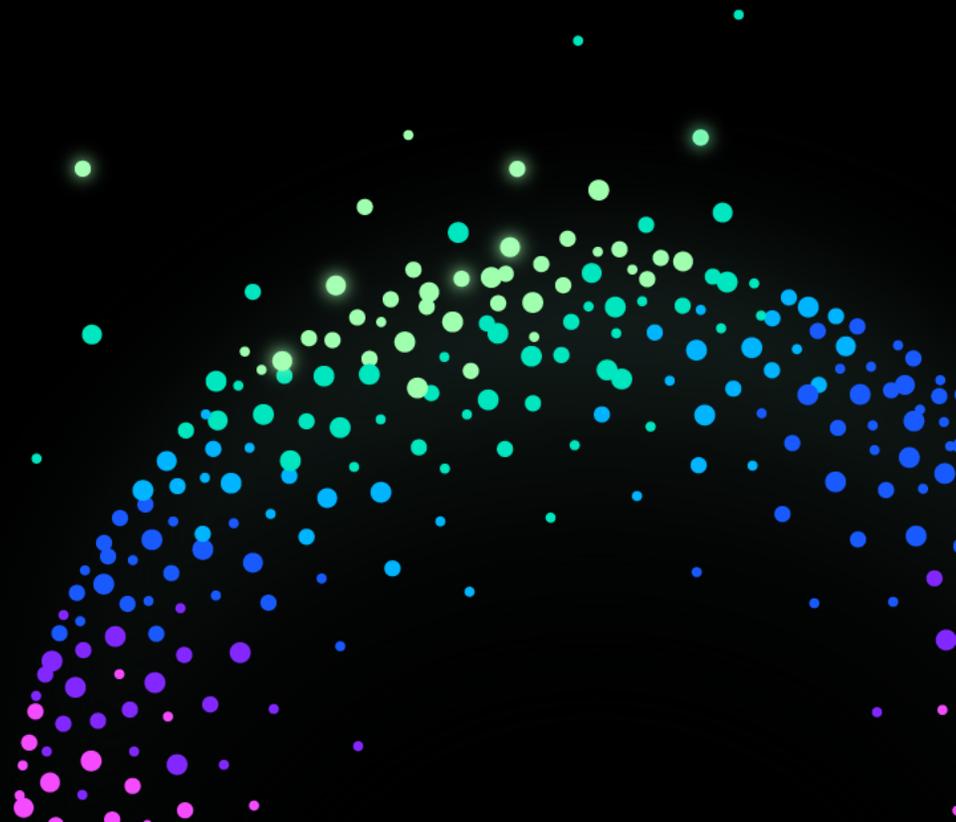
配信2週間後も、効果が継続していることが判明！



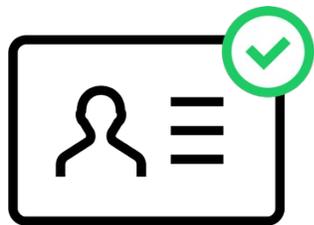
メッセージ配信後、すぐに見られるLINEだからこそ  
混雑緩和に効果が出る！

THEME 4

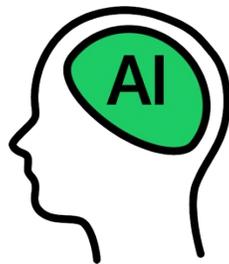
# JR東日本が考える良質な 「個」客体験とその未来



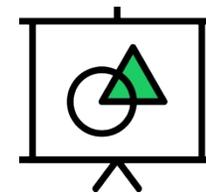
# JR東日本が考える 良質な「個」客体験とその未来



**ID連携の  
横展開**



**AI**



**広告ビジネスの  
強化**

# 今後、グループ各社のLINE公式アカウントでも JRE POINT × LINE連携の仕組みを横展開する予定

グループ各社のアカウントでもパーソナライズ配信を実現

新たな開発をせずにグループ会社に展開可能に



LINE公式アカウントのプロバイダーIDを共通化



# AIが旅行プランを提案

AI旅行計画支援サービス「JR EAST Travel Concierge」※

## ユーザーの入力情報をもとに旅行プランを自動作成



# 広告ビジネスの強化

広告効果を可視化し、「屋外広告の効果が見えづらい」という課題を解決

広告配信



改札前のサイネージで  
一斉に広告配信

分析



改札通過データから  
サイネージ閲覧者を分析

検証



閲覧者が  
購買へ至るかを検証

クーポン配布

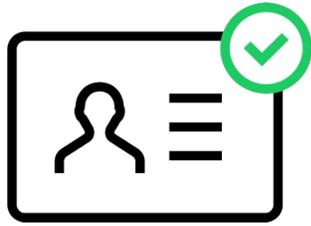


検証結果を活かして  
LINEでクーポン配布

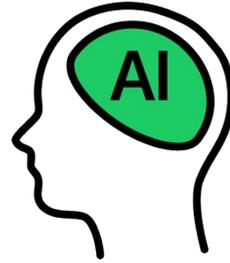


「駅のサイネージ広告」「LINE公式アカウント」「LINE広告」などの接触が、  
購買行動にどれだけ影響を与えたかを検証が可能に

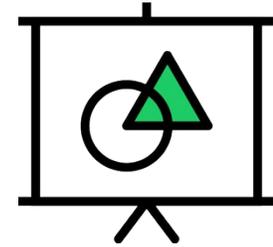
# 今後の展望まとめ



**ID連携の  
横展開**



**AI**



**広告ビジネスの  
強化**

顧客接点とデータ活用を進化させ、より利便性の高い顧客体験を目指し、  
LINEヤフーと取り組んでいきたい

**LINEヤフー  
BIZ Conference  
2025**

