



JR東労組東京

No. 27

<http://jreu-t.jp>

2020年12月11日



東地申第3号（別紙・その1）

申し入れた具体論

私たちができる収入確保、お客様が安心してご利用いただけるサービスの提供、環境整備に向けて、申3号に政策提言も兼ねて、以下の内容の別紙を提出しました。

1. 安心してご利用いただくために

- ①車内換気のシミュレーション結果（鉄道総研・理化学研究所）を車内広告で周知・宣伝する
 - ・JR東日本HPの「旅と暮らしの新しいカタチ」→「お客さまの安心のために」までいかないと閲覧できない。もう少しわかりやすくできないものか。
- ②乗車を躊躇している障がい者の利用を促進する
 - ・介助を希望する場合の事前の電話連絡について、3日以上前予約を「事前の連絡」に改める。
 - ・乗務員室にスロープを常備し、無人駅では乗務員が対応する。

2. 旅行需要喚起のために

- ①支社キャンペーン…包括的・戦略的なPR活動→支社HPの開設。
 - ・支社の営業範囲の名所・旧蹟・季節の名所を「駅から発信」する。
- ②東日本の魅力を売る（その1）
 - ・東日本エリアの旅館・ホテル・飲食店などの紹介冊子を支社営業部や広報で作成する。人材は公募制で募る。その駅の紹介やこの冊子を購入しないと入手できない記念乗車券・硬券乗車券などをセットにして、宿泊・飲食でうれしいサービスがある商品を、県別・支社別・線区別に販売する。
- ③遠距離の旅行喚起が難しいなか、同一都県内での移動を喚起する商品開発
 - ・日帰り入浴施設とのタイアップ。乗車券+利用券（入浴券）を購入すると、入浴前にロッカーで着替え、モデルコースをジョギングのあと入浴・着替えができるプラン。
- ④鉄道ファン向けの企画（コアなファン）
 - ・参考として千葉支社での「小湊鐵道とのタイアップツアー」「ローカル線スタンプラリー」など。
 - ・都内の鉄道遺構、東京駅赤レンガ駅舎ツアー、車両センター見学・体験などのイベントの定例化。
- ⑤鉄道ファン向けの企画（平日ママ鉄／鉄道が好きな子供たちに向けて）
 - ・発駅→JR・ニューシャトルから鉄道博物館（往復乗車券）+入館券+ランチ（平日ママ鉄を対象に）。
 - ・首都圏の各鉄道会社所有の博物館相互のタイアップキャンペーン<鉄道博物館・東武博物館・地下鉄博物館（東京メトロ）・電車とバスの博物館（東急）・ロマンスカーミュージアム（小田急／予定）>。

3. 支社間の連携

- ①各支社のPR活動（2-①）の相互発信
- ②各支社の企画への相互送客
 - ・千葉支社企画のタイアップツアーで東京エリアからの発着を設定する。
 - ・千葉支社企画のスタンプラリーのフリー切符を東京エリア発着とし、特急列車の利用を可能とする。