



# JR東労組東京

No. 28

<http://jreu-t.jp>

2020年12月11日



## 東地申第3号（別紙・その2）

### 4. JR東日本グループ内の連携

- ① JR東日本グループ内の収入を確保する戦略を打ち出す
  - ・グループ企業の各店舗でSuica決済をする際は、独自のSuicaポイントを付与する。
- ② 東京・横浜支社「メモリアル185（イッパゴ）」
  - ・グッズ販売の一部を鉄道博物館限定販売とする。
  - ・今後の置き換え、廃車計画にそって「さよなら運転」の企画。企画立案者をPTの公募で募る。
- ③ 東日本の魅力を売る（その2）
  - ・車両センター構内など、当社でしか撮れない車両の形式写真などで、各支社ごとや「楽しい列車」「いつもの列車の意外な一面」などのカテゴリでまとめた写真集を発売する。画像は各支社・各現場から募る。

### 5. JRグループ内の連携

- ① JRグループ相互間のネット販売体制の確立
  - ・びゅうネットで「GO TO キャンペーン商品」を買おうとすると、JR北海道以外の他社は購入できない。
- ② 物流事業におけるJR貨物との連携
  - ・手小荷物は旅客、大型荷物は貨物という棲み分けと、相互の集荷のPR。

### 6. 民鉄各社との連携

- ① 合同商品開発「〇〇線〇〇きっぷ」（JR線内発・民鉄各社内着でエリアの観光や食事をセットに）
  - ・京急みさきまぐろ切符のJR線内発（品川・横浜接続）の販売・送客。行きは京急で帰りは横須賀線のグリーン車をご利用いただくなど。
- ② 合同商品開発「東京〇〇きっぷ」（民鉄線内発・山手線エリア内で地下鉄も含めて乗り降り自由）
  - ・Maas（観光型）のプラットホーム構築の一環として。
- ③ 上記「①と②」の共同キャンペーンの実施。相互にPR活動・相互に送客。

### 7. 広報・PR活動の強化

- ① HPの抜本的なリニューアル
  - ・旅行需要喚起に関連する情報について、発信主体を各支社へ（2-①）。
  - ・現行のトップページは「鉄道・きっぷの予約」「エリア・観光」「生活サービス」「Suica」「企業・IR・Sustainability」「採用」が並列に構成。「エリア・観光」を前面に打ち出す。
- ② 車内広告・駅広告でPR
  - ・旅行需要の喚起だけではなく、安心してご利用いただくために（1-①②）をPRする。