

価値創造の歴史

“ヒト”を起点とした価値・サービスの創造へ

会社発足以来、「鉄道の再生・復権」に取り組み、鉄道のネットワーク拡充や安全性・サービス品質の向上を実現し、ご利用の増加につなげてきました。経営のトッププライオリティである「安全」を前提に信頼を高め、私たちの強みであるリアルなネットワークとデジタルやSuicaを掛け合わせ、新しい暮らしの提案や新領域への挑戦に取り組みます。

※「PASMO」は、株式会社バスモの登録商標です。
 ※「nimoca」は、西日本鉄道株式会社の登録商標です。
 ※「SUGOCA」は、九州旅客鉄道株式会社の登録商標です。
 ※「はやかけん」は、福岡市交通局の登録商標です。
 ※「Apple Pay」は、米国および他の国々で登録されたApple Inc.の商標です。



生活サービス

輸送サービス

IT・Suicaサービス

1987
会社発足

1990
GALA湯沢スキー場オープン

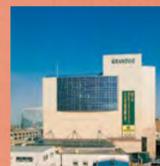


1993
株式上場

1993
ビューカード発行開始



1999
GRANDUO立川オープン



1992
山形新幹線開業



1997
秋田・長野新幹線開業

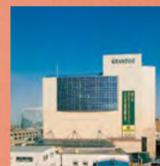


1987
会社発足

1993
ビューカード発行開始



1999
GRANDUO立川オープン



1992
山形新幹線開業



1997
秋田・長野新幹線開業



2001
Suicaサービス開始



2000
えきねっと開業



2001
NEWDAYS誕生



2002
完全民営化

2002
事故の歴史展示館開館



2006
モバイルSuicaサービス開始



2005
ecute大宮・品川オープン



2007
相互利用開始 (PASMO)



2007
鉄道博物館オープン



2011
東日本大震災

2014
JR東日本アプリサービス開始



2014
のものがたり秋葉原オープン



2007
グランスタオープン



2013
子育て支援施設と高齢者福祉の複合施設「コトニア吉祥寺」オープン



2004
普通列車グリーン車導入 (湘南新宿ライン・宇都宮線・高崎線)



2006
東武鉄道(株)との特急列車直通運転開始



2012、2013
気仙沼線・大船渡線BRT運行開始



2016
JRE POINTサービス開始



2017
LUMINE SINGAPOREオープン



2016
JR新宿ミライナタワー、NEWoMANオープン



2015
北陸新幹線金沢開業



2018
「変革2027」発表

2018
タッチでGO! 新幹線サービス開始



2019
STATION WORK開始



2019
列車荷物輸送開始



2019
埼京線・相模鉄道(株)相互直通運転開始



2020
新幹線eチケットサービス開始



2020
TOHOKU MaaSサービス開始



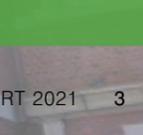
2021
Beyond Stations構想



2020
高輪ゲートウェイ駅開業



2021
首都圏終電時刻繰り上げ



JR東日本グループの強み

3つの事業ドメインにより 「信頼」の基盤を構築

私たちの強みは、生活インフラを支える重層的で“リアル”なネットワークとヒトの交流の拠点となる駅等を持ち、首都圏を中心に、ヒト・モノ・カネ・情報が交流・蓄積していることです。

この独自の強みを活かし、技術革新や、移動・購入・決済のデータ活用により「ヒト(すべての人)」を起点に「安全」「生活」「社員・家族の幸福」にフォーカスし、都市と地方、そして世界を舞台に、“信頼”と“豊かさ”という新たな価値を創造していきます。

各サービス別の強み

輸送サービス

東日本エリアに網羅された交通網

輸送サービスの強みは、東日本エリアに広がる重層的で“リアル”な鉄道ネットワークと人が交流を行う拠点となる駅等のインフラに加え、「安全」を裏付ける技術力を持っていることです。

当社は、社会インフラとしての役割を果たしていく中で、お客さまや地域の皆さまからの「信頼」を築いてきました。

今後も、さらなる輸送サービスの強化に向けて、『究極の安全』の追求と『サービス品質の向上』を目指していきます。



2020年度運輸収入

9,543億円

2019年度 1兆7,928億円

1日当たりの平均乗客数

約1,243万人

2019年度 約1,780万人

駅数

1,676駅

※BRT駅を含む

営業キロ

7,401.7 km

(内訳 新幹線 1,194.2km
在来線 6,207.5km)

※BRT区間を含む



価値創造
ストーリー

トップ
メッセージ

基本方針

変革2027

変革のスピードアップ

数値目標

生活サービス

魅力的な暮らしづくり(まちづくり)

生活サービスの強みは、輸送サービスで築いた「リアルに人が集い、動く場」である駅等を中心に、お客さまや地域の皆さまにとって魅力的な「暮らしづくり(まちづくり)」を展開できる基盤が整っていることです。

今後もスタートアップとの連携や不動産事業など幅広い事業展開を進めるとともに、地域や自治体との繋がり・ネットワークを活用し、「心豊かな生活」の実現を目指していきます。



ショッピング事業

ショッピングセンター:
193箇所※

延床面積:

約249万m²※

賃貸可能面積:

約106万m²※

オフィス事業

賃貸可能面積:

約45万m²※

※2021年3月末現在

ホテル客室数

9,190室※



IT・Suicaサービス

シェアNo.1のICカード

IT・Suicaサービスの強みは、Suicaを中心としたデジタルネットワークを保有していることです。これまで鉄道ネットワークをベースに交通・決済のインフラとしてSuicaを拡大してきました。

今後はMaaS、JRE POINTを加えたデジタルネットワークをさらに拡充し、部門を超えた新サービスの創造とデータを活用したOne To Oneアプローチによるマーケティングを実現していきます。



Suicaカード発行枚数

8,663万枚※

モバイルSuica発行数

1,452万枚※

JRE POINT会員数

1,236万人※

※2021年5月末現在

交通系電子マネーの1カ月の利用件数

2.5億件 (最高利用件数 2019年12月)

交通系電子マネー利用可能店舗数

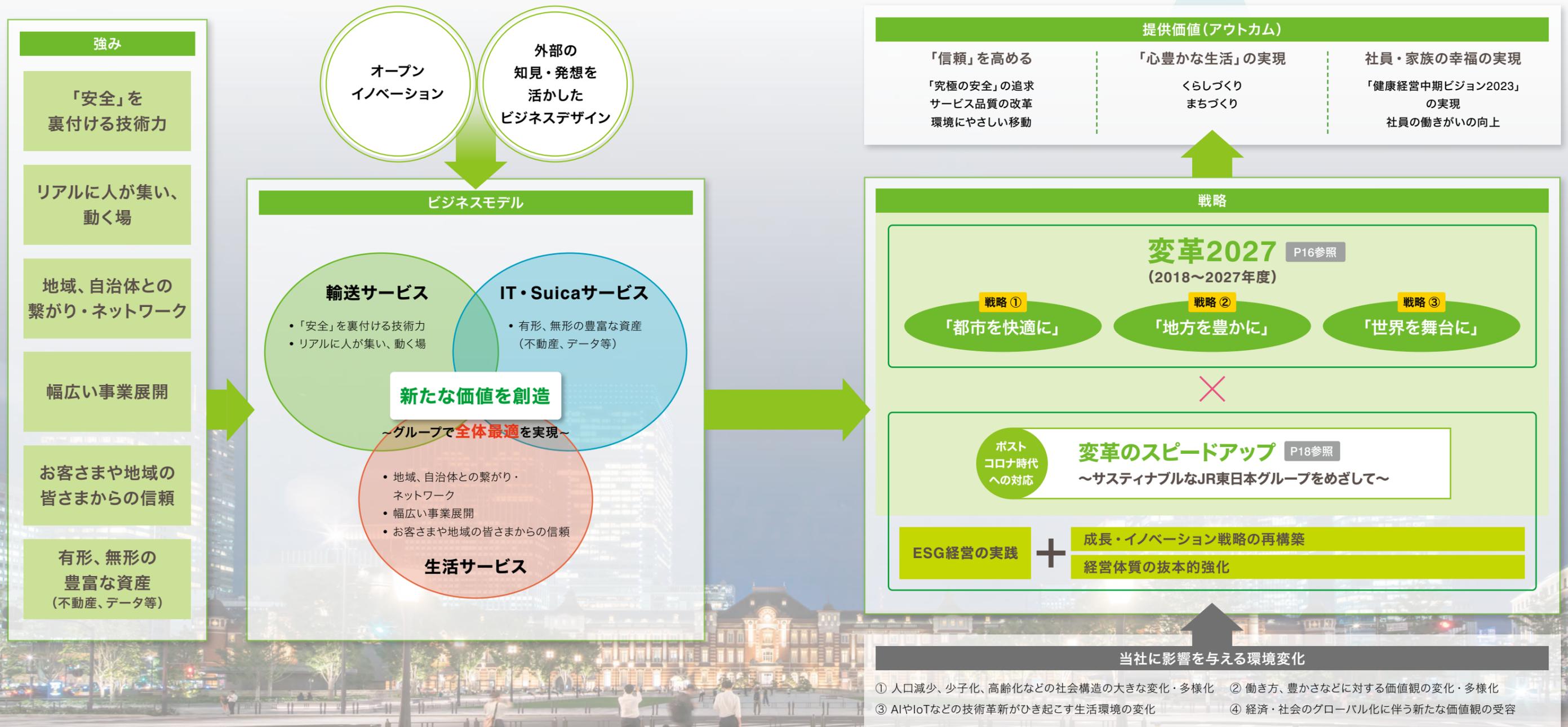
115万店舗※



価値創造モデル

強みをベースにしたビジネスモデル

当社グループはこれまで、リアルなネットワークを活かしさまざまな価値をお客さまに提供してきました。そのネットワークに磨きをかけ、輸送、生活、IT・Suicaの3つのサービスを融合した新たな商品・サービスを提案し、移動に頼らないビジネスモデルを創造することで、ステークホルダーへの価値提供を実現してまいります。そして、持続可能な開発目標 (SDGs) の達成に取り組んでいきます。



持続可能な開発目標 (SDGs) の達成

