



DXPの「勝手にDX」提案《概要版》

JR東日本Suica事業の DX戦略提案

JR東日本のSuica事業を「移動の決済手段」から「生活OS」へと進化させる戦略的提案です。

株式会社DXパートナーズ

2025年12月31日



現状分析

Suicaの現在地

圧倒的な実績

- 発行枚数9,000万枚超
- 1日1,700万人が利用
- 0.2秒の高速処理技術
- 首都圏での圧倒的シェア

構造的な課題

- 人口減少による頭打ち
- QR決済の急速な台頭
- ハードウェア依存の限界
- 閉じた経済圏の制約

⚠ 危機

「ゲームチェンジ」の限界

決済インターフェースの喪失

PayPayなどのスーパーアプリが生活全般を囲い込み、Suicaは「移動専用」ツールに縮小するリスク。

オープンループの脅威

クレジットカードのタッチ決済が改札に導入されれば、Suicaの優位性が消失する可能性。

プラットフォームの下請け化

GoogleマップなどのMaaSアプリに主導権を奪われ、単なる「移動手段提供者」に転落する恐れ。

「アナログ前提」のビジネス

現在のSuica事業は、デジタルツールを活用しているものの、本質的には「アナログ時代の、アナログを前提にしたビジネス」です。

1

断続的な接続

改札やレジでの「タッチ」時のみ接続。常時接続ではない。

2

リニアな価値

「速さ」「正確さ」という機能的価値のみ。体験価値や共感価値が欠如。

3

閉じたモデル

自社アセットへの送客と囲い込み。オープンなエコシステムではない。

4

過去データ分析

履歴データの統計化のみ。リアルタイム予測やAI提案は未実装。



ルールチェンジ

「Suica Life-OS」への変革

Suicaを「移動・決済ツール」から「生活os(オペレーティング・システム)」へと進化させる。個人の移動、消費、健康、体験を統合し、生成AIエージェントが「無選択型意思決定」を支援するオープンなデジタルプラットフォーム。

3つの変革の柱



前提の転換

ハードウェア依存からIDベースのクラウドプラットフォームとAIエージェントへ。



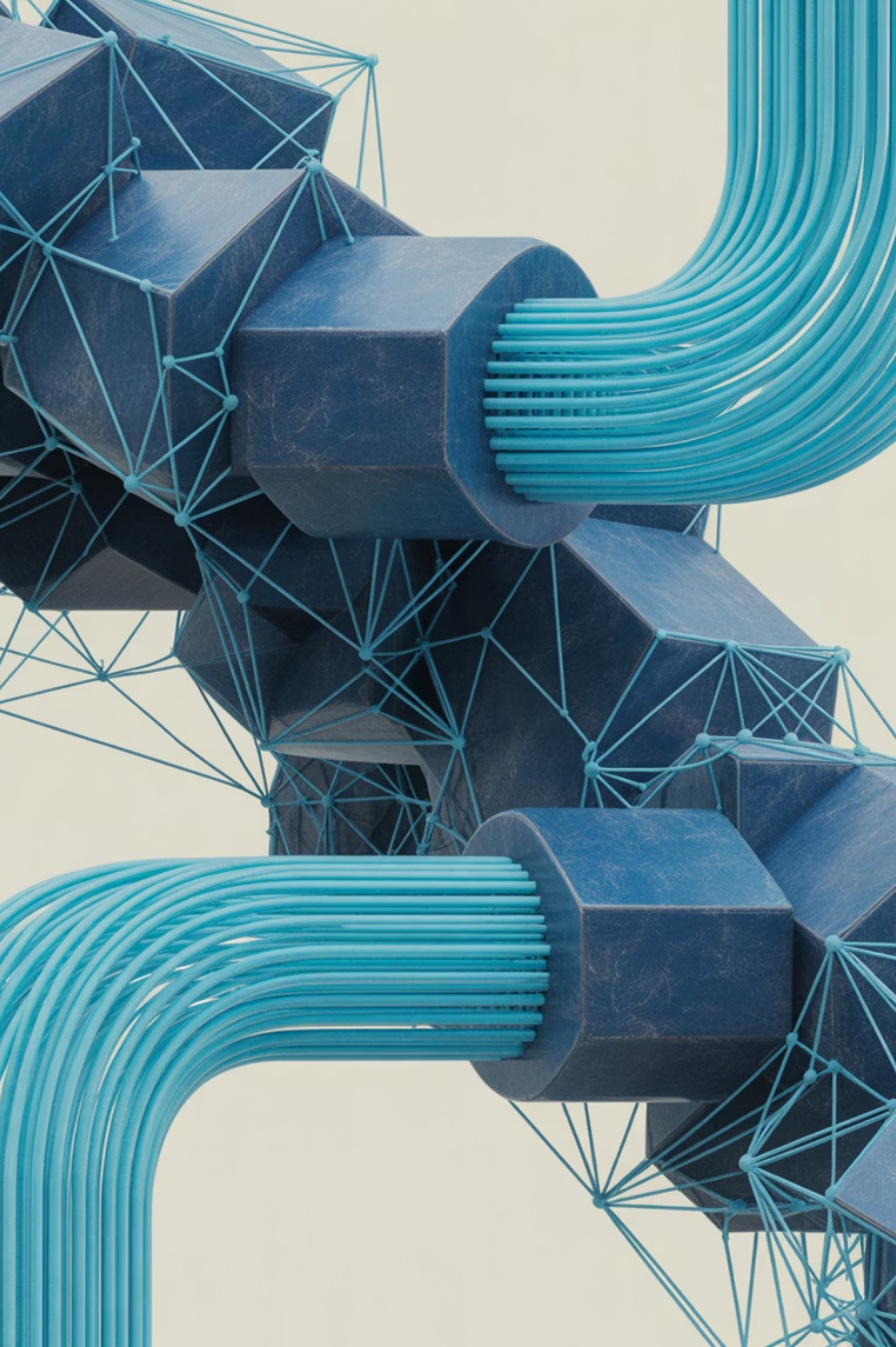
価値の多層化

使用価値だけでなく、体験価値と共感価値を組み込んだ「ツインターボエンジン」の実装。



成長の非線形化

外部開発者やパートナーとの共創によるネットワーク効果を活用したノンリニア成長へ。



ツインターボ顧客価値創造

ターボ1: 高速・高頻度

改札タッチの瞬間に、生成AIがリアルタイムデータを解析し最適な提案を実行。

- ❏ **例:**「雨で電車が遅延中。駅ナカカフェのクーポンを送りました。雨宿りしませんか？」

ターボ2: ネットワーク効果

APIを外部に開放し、サードパーティーが「ミニアプリ」を開発できるエコシステムを構築。

- ❏ **例:** 地元店舗が「駅ロッカー受け渡しアプリ」をSuica内で提供。

新ビジネスモデル

デジタル時代のSuica



常時接続プラットフォーム

スマートフォンアプリと生体認証により、デバイスを意識させない究極のUXを実現。



オープンエコシステム

外部開発者がミニアプリを提供し、ユーザー自身も価値を共創する自己増幅型の成長構造。



AI駆動の価値創造

移動・消費・健康データを統合し、生成AIが個々のユーザーに最適な提案を先回りして提示。



多様な収益源

プラットフォーム利用料、サブスクリプション、データプロダクト、コンテキスト連動型広告。



競争優位性とベンチマーク

vs. Amazon

Amazonにはない「リアルの高頻度接点(駅・移動)」を武器に、「移動のついでに提案されて買う」体験を創出。

vs. Grab/Uber

アセットライトなGrabに対し、巨大なリアルアセット(鉄道・駅)を持つ強み。オープン化戦略を取り入れることでレバレッジを最大化。

vs. MTR(香港)

MTRの「鉄道+不動産」モデルを超え、生成AIコンシェルジュと外部開発者エコシステムで次世代モデルを実現。

vs. WeChat

WeChatの「ミニアプリOS」構造を移動領域に適用。Suicaアプリ内で全てが完結する「移動版WeChat」を目指す。



経営層へ

ルールチェンジャーになれ

次の戦いは「いかに速く改札を通すか」ではありません。「いかにお客様の人生(Life)に寄り添い、その質を高めるか」という、データとAIを駆使した「OS」の戦いです。

1

リアルアセット

鉄道という最強の物理的接点

2

デジタルアセット

Suicaという最強のID基盤

3

AIエンジン

生成AIによる価値創造

4

生活OS

日本人の生活を最適化するインフラ

AmazonにもGoogleにもできない、リアルとデジタルが融合した真のDX。今こそ、デジタルを前提とした新たなレールを敷く時です。