

ユーザーと共に“ミライ”を創り出す JR西日本グループの「バーチャル・ステーション」

西日本旅客鉄道株式会社
ビジネスデザイン部 事業推進 課長
兼 XR推進室長（バーチャル大阪駅/広島駅長）
八重樫 卓真

もつとつながる。未来が動き出す。

総合職採用

事務・創造

デジタルソリューション本部 ビジネスデザイン部 課長

八重樫 卓真

2003年入社

Career Step

2003年 京都支社 京都駅 運輸管理係

2005年 京都支社 みやこ列車区 運転士

2006年 京都支社 営業課(営業設備)

※2006年度 社内ベンチャー制度(現:イノベーション創出プログラム)優秀賞受賞

2007年 創造本部 金融ビジネスチーム(カード)

2014~

2015年 神戸大学大学院 経営学研究科(MBA) 留学

2015年 創造本部 カード・ICグループ(電子マネー)

2017年 総合企画本部

(留学)京都大学経営管理大学院 アジアビジネスリーダー育成プロジェクト

泰国現地铁道会社インターン派遣

2018年 日系総合商社フィリピン現地法人 出向

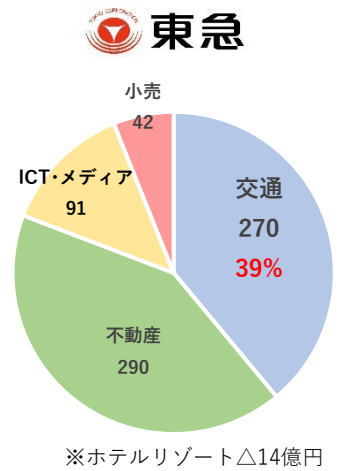
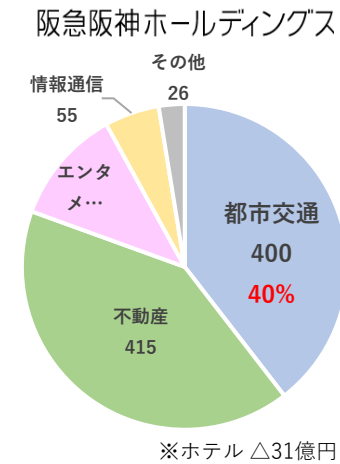
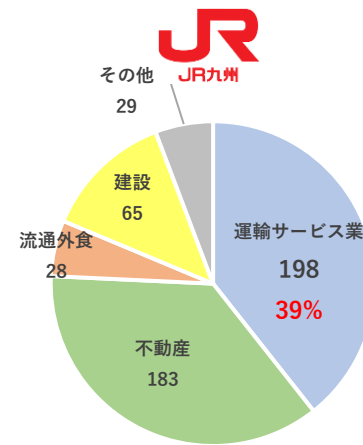
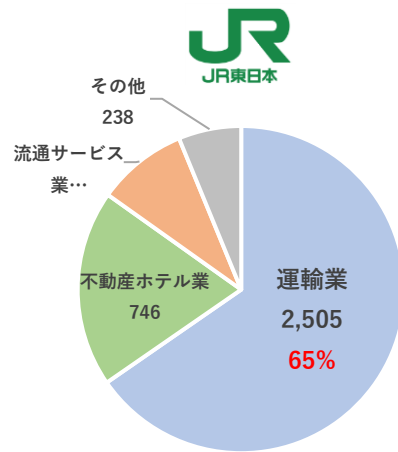
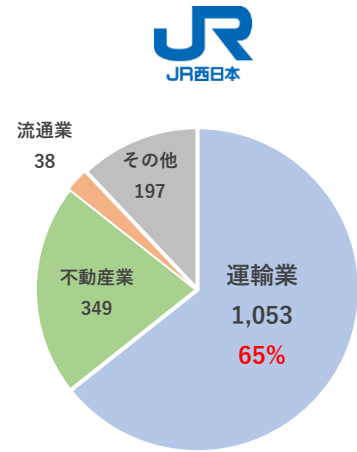
2021年 デジタルソリューション本部 ビジネスデザイン部 課長

1. 「バーチャル・ステーション」 事業起案の背景

■同業他社とのポートフォリオの比較(各社セグメント別営業利益/19年度)

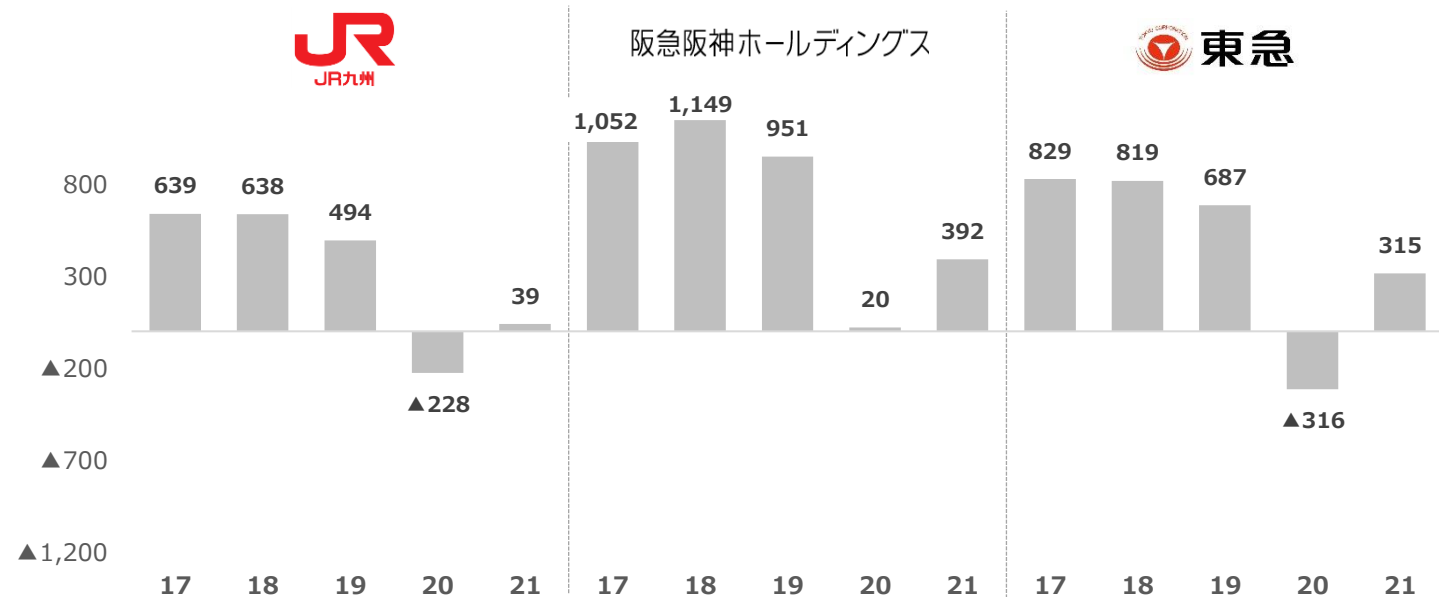
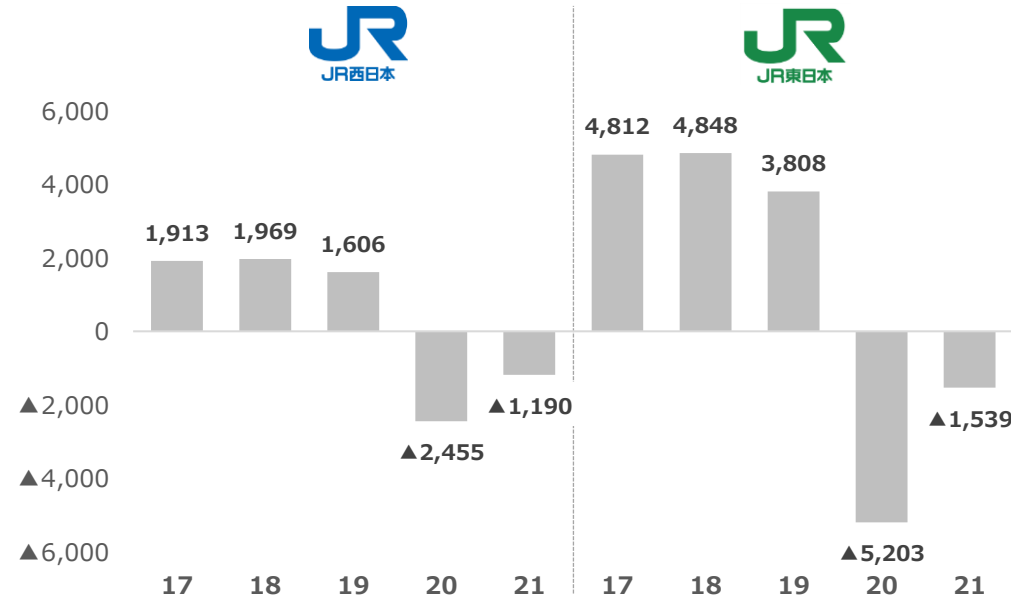
(単位:億)

※円グラフは黒字事業のみ反映



■同業他社との業績対比(17年度～21年度連結営業利益)

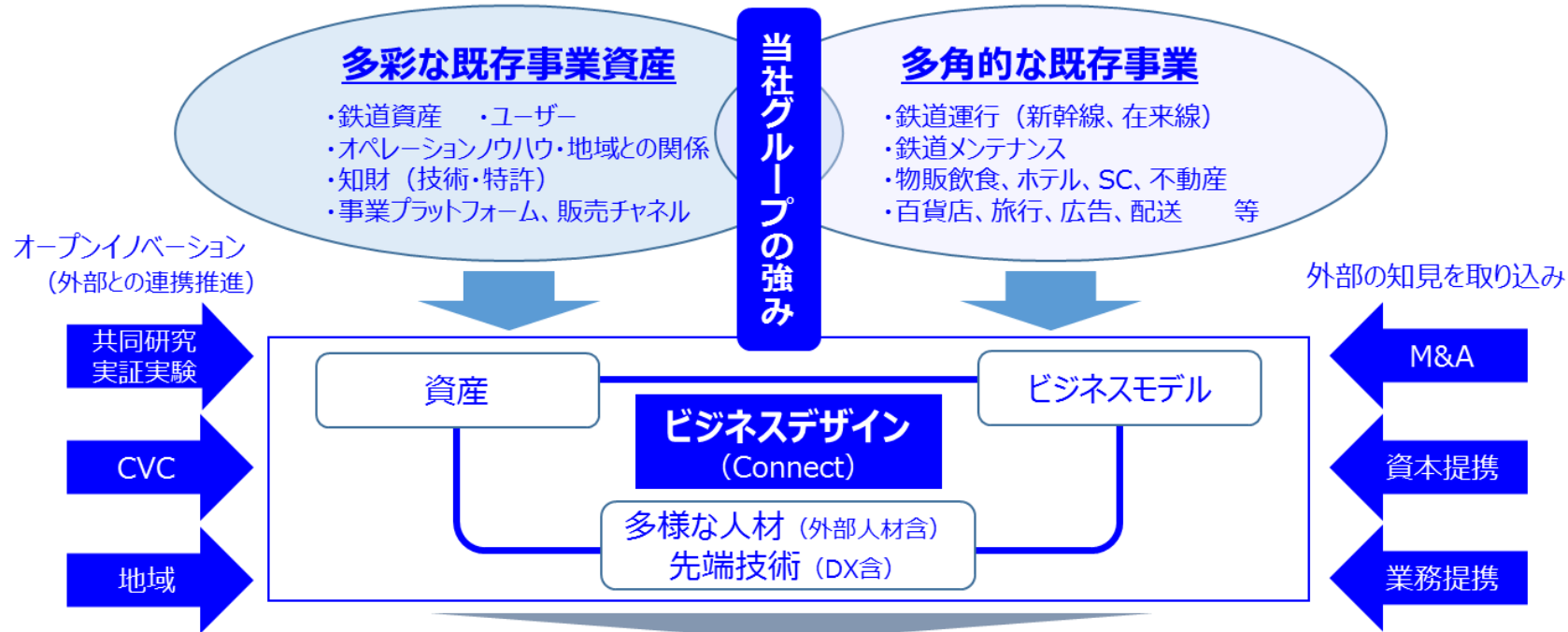
(単位:億)



1. 「バーチャル・ステーション」事業起案の背景

当社グループの強みを活かす かたちで 新たな「収益の柱」を創出

[① 既存資産の新規領域での活用 ② 既存事業の組合せ]



【創出された新規事業】



ずっと豊かに暮らせる社会へ



あなたにもっとプラスな1日を。



Virtual Station



「収益の柱」を創出していく主要な領域 (中計戦略) ⇒ 社会課題の解決につなげる

社会変化に対応した多様な暮らし方、働き方の提案

既存資産の最大活用による新たな価値提案

事業創出の視点

鉄道利用の影響を
受けにくい事業の創出

既存事業単独では
構想できない事業の創出

既存事業の
更なる高付加価値化
(DX、地域共生含)

バーチャル・ステーション

Virtual Station

“駅” by Real

×

“メタバース” by Virtual

乗降/乗継ぎの場

旅立ちの場

思い出の場

集いの場

街のポータル



“超”
物理的制約

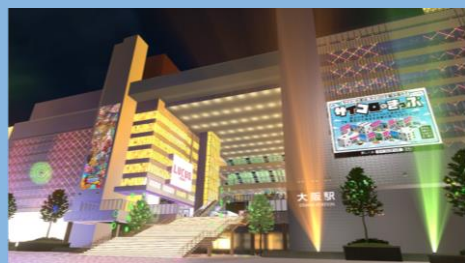
“超”
時間的制約

“超”
地理的制約

2. JR西日本グループの「バーチャル・ステーション」事業

仮説と概要

バーチャル大阪駅
(22.8.13～8.28)



バーチャルにおける
「駅」の可能性を検証



バーチャル大阪駅 うめきたワールド
(23.3.8～4.23)



デバイスの壁克服、ユーザーによる
自律的魅力発信の可能性を検証

REALITY

バーチャル大阪駅 3.0
(24.3.6～25.3.26)



事業者とユーザーの共創で魅力付け
されたマネタイズの可能性を検証

REALITY

バーチャル大阪駅 4.u
(25.4.9～)



SNS型の機能や特徴を深度化した
マネタイズの実証

REALITY

実績

・延べ来場者 約37万人
・パブリシティ効果 約7千万円

・延べ来場者数 約600万人
・新駅認知効果

・延べ来場者数 約2880万人
・企業出展、外部IPとのコラボ

バーチャル広島駅
(25.3.17～)

成果

・リアル×バーチャルによる集客力
・バーチャルにおける「駅」の可能性

・リピートユーザーの獲得
・ユーザーによる自律的魅力発信実現

・マネタイズの種を発見
・リアルと掛け合わせたUGCを実現



新たなプラットフォーム採用による
ユーザー層の拡大、エンタメ性を
用いた地域活性化への挑戦



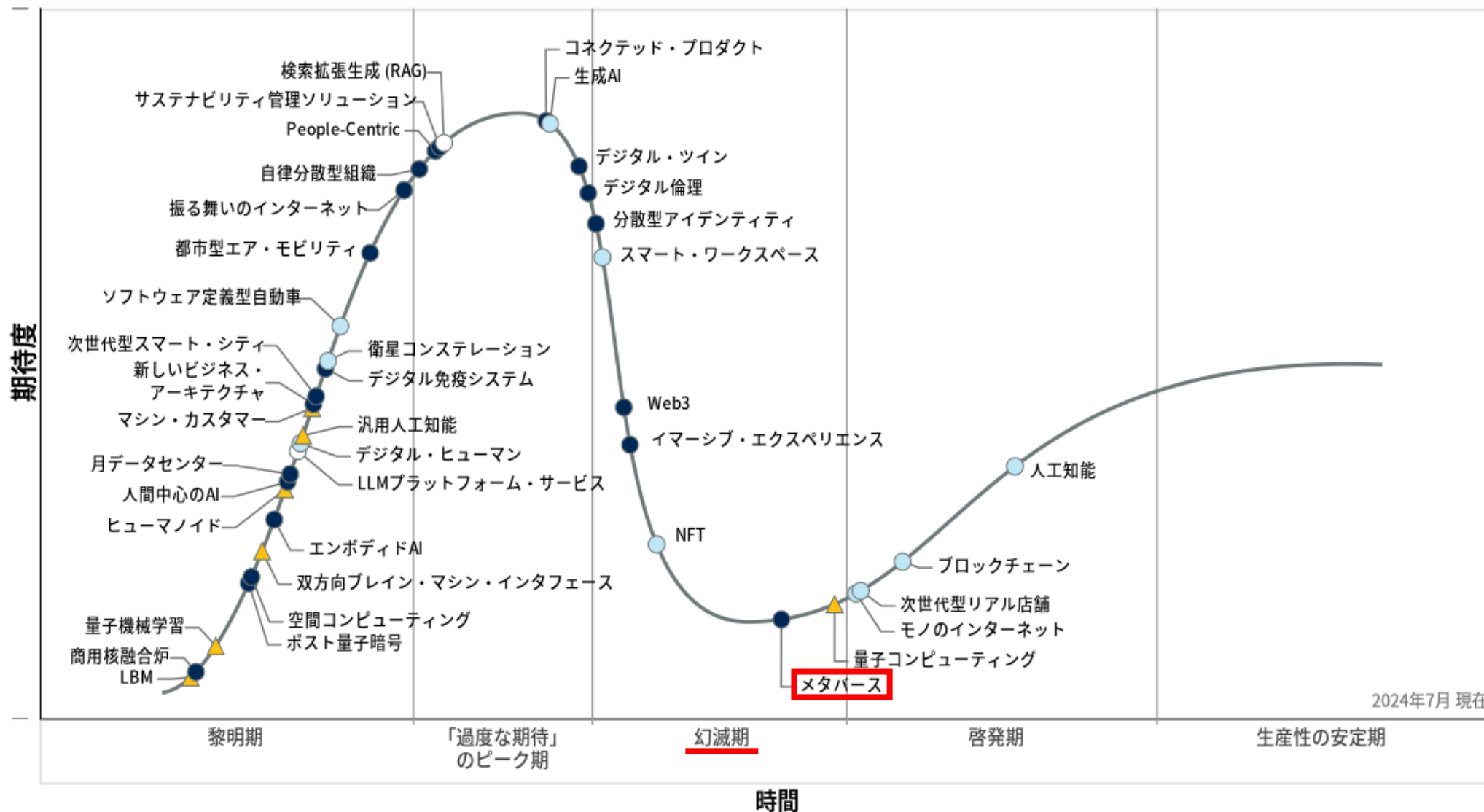
2022年夏の初開業から3年
今春、「バーチャル・ステーション」は2拠点体制に

バーチャル大阪駅
Virtual OSAKA Station 4.u

バーチャル広島駅
Virtual HIROSHIMA Station

3. 当社が何故事業を続けてこられたのか？

日本における未来志向型インフラ・テクノロジーのハイプ・サイクル：2024年



3. 当社が何故事業を続けてこられたのか？

【バーチャル・ステーション事業の歩み】



事業創出ポリシーに即した
事業検討

アセット/ケイパビリティ

移動に依らないビジネス



【試行】初代「バーチャル大阪駅」

- ・ 公共インフラならではの社会的認知度
 - ・ 駅が有する機能性・社会性への着眼
 - ・ 当社がバーチャルで何を実行し得るかやってみる
- ⇒ ザックリとしつつも根本的な適社性の確認に特化した実証



【報告】経営陣への定期報告



【分析】結果分析・議論

- ・ 本事業で得られた成果、得られなかった成果は？
- ・ 新たに検証しておくべき観点は？



【応用】他ジャンルへの挑戦



【仮説設定】

うめきた：デバイスの壁克服, SNS需要取込
3.0：BとCのコラボレーション, マネタイズの“型”創出
4.u：知見を活かした実収益化



【検証】「バーチャル大阪駅」シリーズの展開



細かく、着実に、Step up

人が集まる仕組みづくり

↓
出展者が集まる仕組みづくり

↓
事業が成り立つ仕組みづくり

【実績】来場者数・経験値の積み上げ

① 自社でオーソライズされている事業創出手法に則ってきたこと

- 経営課題に即した視点をもって事業を起案
- 自前主義に立たず、リーズナブルに外部アセットと知見を導入
- 目的は「収益の柱」を創り出すことであり、必ずしも短期的な収益性を求めない

② 本事業の”適社性”の確認・追求を徹底してきたこと

- 自社のアセット、ケイパビリティが生きることを持続的に証明し続ける
- 当社でなければ実現し得ない独自性を追求し続ける
- 本事業において当社が取り組むべき事柄をぶらさない（顕在化需要に対するマーケットイン思想の徹底）

③ 既存メタバースプラットフォームとの協業方式を採用したこと

- 「顕在化需要は既存プラットフォームに紐付く」との視点の下、当初より既存事業者との協業方式を採用
- これにより、不確実性が高い本事業における投資リスクを低減すると共に、顕在化需要に対する実効性ある検証環境を確保
- 本事業における”手応え”を積み上げ、それを定期的に経営陣に報告することで本事業に対する安心感を醸成



「経営陣との合意形成」と「今やるべき事柄へのフォーカス」により持続的な取り組みを実現

リアルな「駅」が有する社会性や機能性が再現・拡張された「バーチャル・ステーション」を構築することにより、リアルとバーチャル各々の機能性をフレキシブルに活用できる新たな価値提供空間が誕生。



【例】 バーチャル・ステーションに集うユーザーとリアル「駅」の機能性を組み合わせた「UGC広告モデル」



企業が商品をV大阪駅にギミックとして展開



バーチャル×リアル
掛け合わせ



リアル大阪駅でユーザー作成CMの放映

LUCUA OSAKA LUCUA 1100

EKI MARCHÉ OSAKA



その他大阪駅のアセット活用

ユーザーによるCM選手権

V大阪駅ユーザーに商品の宣伝
CMを製作してもらう



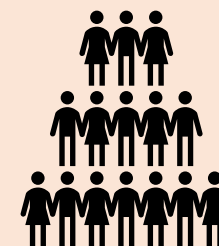
優秀な作品はリアル大阪駅の
ビジョンで放映

V大阪駅ユーザーを用いた
UGCで広告効果を最大化



ユーザーがリアルでの放映を目指し
宣伝コンテンツを自主製作

メタバースならではの
エンゲージメントの高い広告



ファンが応援



SNSへ2次/3次的に拡散

※画像はイメージです

「バーチャル・ステーション」が有する社会性や機能性を活かして、リアルとバーチャル双方をターゲットとする事業のスケール化を追求すると共に、バーチャルならではの技術的優位性を活かし、ステークホルダーとの共創による社会課題の解決に挑戦。





もっとつながる。未来が動き出す。

