

# SuicaとRingoで創る自由な移動

～マルチサイドプラットフォームがつなぐ未来のモビリティサービスとは～

東日本旅客鉄道 株式会社 柴田 聡氏  
東日本旅客鉄道 株式会社 安藤 優氏  
株式会社 日立コンサルティング 宮本 潤氏

2019年10月、東京国際フォーラムにおいて開催された「Hitachi Social Innovation Forum 2019 TOKYO」。ここでは、「SuicaとRingoで創る自由な移動」と題した、未来のモビリティサービスに関するセミナーをご紹介します。東日本旅客鉄道株式会社の柴田聡氏と安藤優氏、そして株式会社日立コンサルティングの宮本潤氏が語った、Ringo Passが実現する未来のモビリティについて、レポートします。

## 便利でスマートな 新しい移動体験を実現したい



東日本旅客鉄道株式会社  
IT・Suica事業本部 業務推進部  
Suica基礎技術グループ

柴田 聡氏

最初の登壇者は、東日本旅客鉄道株式会社の柴田聡氏。Ringo Passのできる、Ringo Passが生まれた背景について説明した。

「これまでJR東日本は、基本的には鉄道の駅から駅の間を事業のフィールドにしておりました。その中でSuicaの導入や駅ナカ開発などを通じて、お客さまの利便性を上げることに取り組んでまいりました。しかし、お客さまの立場になって考えてみますと、お客さまは、今いる場所から最終的な目的地に行きたいのであり、その過程において、たまたま鉄道を交通手段の一つとしてご利用いただいているにすぎないと思改めました。

そうしたお客さまの本当のニーズにお応えするには、鉄道だけでなく、タクシーやサイクルシェアリング、バス、レンタカー、カーシェアリング、そういった事業者の皆さまと連携しなければいけないのです。それを実現するのがモビリティ・リンケージ・プラットフォームというMaaS (Mobility as a Service) のコンセプトであり、JR東日本のグループ経営ビジョンがめざす姿です。」

「Ringo Passというサービスは、モビリティ・リンケージ・プラットフォームを構成するプロダクトの一つです。現在、皆さんがどのように移動しているかという、まず外出することが決まったら、適切な移動手段を検索したり、予約したりしてから、電車やタクシーやバスなど乗り物ごと

に『探す、乗る、支払う』を繰り返しています。乗ってからも、遅延や渋滞のリスクがあり、支払いの時には、Suicaが使えるかどうかなどを気にしなければなりません。そして、業務で移動している場合には、その後、面倒な経費精算が発生します。こういったストレスを一つのアプリケーションで解消することがRingo Passの最初に提供する価値です。」

「Ringo Passの実証実験は済んでいますので、今後、オープンベータ版として、皆さまにご利用いただきたいと考えています。その後は、MaaSのプロダクト開発に進み、鉄道事業や目的地と連携して、MaaSだから提供できる価値創出を行い、最終的には、ユースケースを拡大して新たな移動体験を模索していきたいと思っております。」

## 宝を探すように、何度もアプローチを 繰り返して価値を創造する



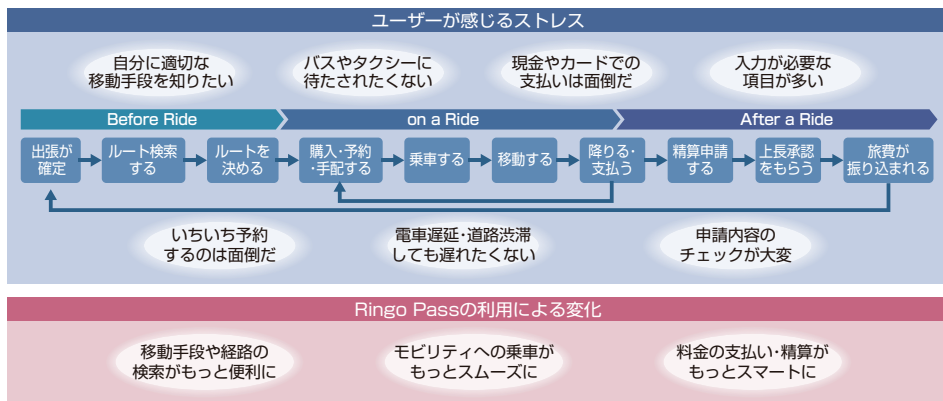
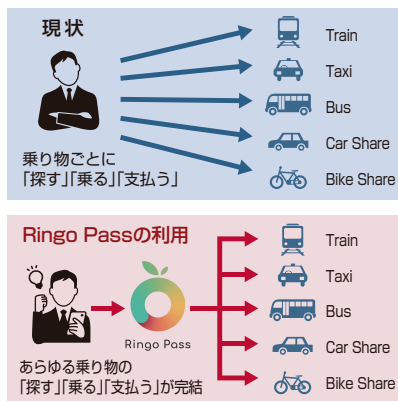
株式会社 日立コンサルティング  
デジタル・イノベーションコンサル  
ティング事業部 デジタルイノベ  
ーションコンサルティング本部  
協創グループ シニアマネ  
ージャー

宮本 潤氏

次に、実際にどのようにビジネス・サービス開発を進めていくのか、日立コンサルティングの宮本潤氏が解説した。

「Ringo Passというプロダクトは、ビジネス開発チームとシステム開発チームの両輪で回っています。ビジネス開発において日立コンサルティングが進めているアプローチは、まずはサービス企画を行い、それが実際にユーザーの求めるものかどうかを確認しながらフィールドで検証していく、というものです。企画したサービスがユーザー、



### ■ 移動手段の変化



またはパートナーとなる交通サービス事業者さまに受け入れられなければ、ひとつ前のステージに戻って再度検討します。何ができるかではなく、何が求められるかというところで事業にフィードバックをしていきます。ひとつ前のステージに戻り再検討するということは、大企業になればなるほどハードルが高くなりますが、JR東日本さまではそれを実践しています。」

「ビジネス開発チーム、または日立コンサルティングの役割は、モビリティ分野での宝を探しているようなもので、ゴールの姿はまだ誰にも分かりません。公共交通機関であるJR東日本さまと共に新しい移動サービスをつくるため、従来型でない、宝探しスタイルで検討を進めています。」

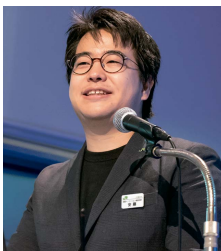
### ■コンサルティングのスタイル

山登りスタイル 従来型コンサルティング	宝探しスタイル 価値創造コンサルティング
 <ul style="list-style-type: none"> <li>●ゴールは明確</li> <li>●到達への道のりを具体化し、共有する</li> <li>●アプローチの仕方を論理的に複数検討し、状況に応じて最良の選択をする</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>●ゴールの存在が不明確</li> <li>●限られた情報で探っていく</li> <li>●企画立案時に何度もアプローチを繰り返し、顧客価値を見つけていく</li> </ul>

「デザイン思考やアナロジー思考など様々な考え方、手法を用いてサービスを生み出すと同時にパートナーさまと交渉し、手を結んでいくことも必要になります。ユーザーに刺さるサービスを考えるだけではなく、ユーザーとパートナーさまがWin-Winになれるような考え方でビジネスを検討、推進しています。」

宮本氏は、まとめとしてプロジェクト推進における3つの行動指針を紹介した。1. ユーザーファースト：ユーザーに受け入れられるサービスを提供すること。2. リンケージ重視：利益を考える前に他の事業者とのつながりを重視すること。3. 公平性、オープン性：公共交通機関であるJR東日本にとっては欠かせない視点だ。この行動指針に基づいて事業ロードマップを常にアップデートし続けているという。

## ■新技術を活用し、未来を見据えた柔軟なシステムを開発



東日本旅客鉄道株式会社  
技術イノベーション推進本部  
MaaS事業推進部門  
ICTビジネス推進グループ

安藤 優氏

最後のセッションは、ビジネス企画側の要望をどのように開発チーム側が受けとめているのかについて、東日本旅客鉄道株式会社の安藤優氏が説明した。

「Ringo Passのプロジェクトでは、弊社でなじみ深い鉄道のシステムとまったく違うことをしています。自社サービスだけでは成り立たないから、必ずパートナーさまとの交渉が存在し、外的要因による要求の変化も多数あります。鉄道のシステムの

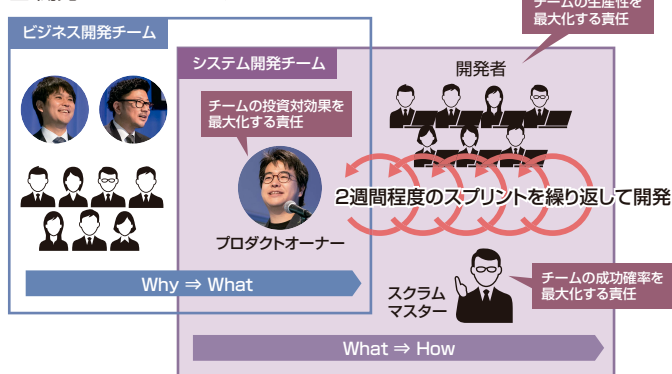
ように数年おきのリプレイスという年単位の計画は困難です。そのような中で、ビジネスの仮説検証のために必要なものを必要な時にデリバリーしなければなりませんので、従来のやり方が通用しません。」

「最初、柴田が私に『こんなやろうよ』って言ってきた時は、チームもなく2人だけでしたので、プロトタイピングツールを使って私がアプリのように動くものを作りました。その上で、Ringo Passの想定ユーザーやパートナー候補先に訪問させていただいて、『あなたの課題と現状の解決策はこういう状態でしょうか』と仮説検証のヒアリングを繰り返し、すり合わせをしていくことで、具体的なシステムはまだ作っていない段階でPoC (Proof of Concept) に参画していただくところまでこぎつけました。」

「今後、クロウドでやっていたPoCを拡大し、サービス展開することを計画していますが、システムについてはPoC版の機能を踏襲しつつ、新しいアーキテクチャーですべて作り直しています。」

というのも、JR東日本のキャンペーンのサイトから交通系のサービスを使うことや、他社のアプリとの連携も想定しており、それを前提とした作りしようとして計画しているからです。また、システム全体が、将来巨大になっても、引き続きニーズに寄り添って機能提供できるシステムや体制を組んでいけるための準備をしています。」

### ■開発のフレームワーク



安藤氏は、システム開発の中心人物でありながら、ビジネス開発チームにも所属しており、チームの投資対効果を最大化する責任を担っている。アジャイル開発には、事業部門とシステム開発部門が分かれているのは駄目で、システム開発担当も、事業部門と一緒に意思決定ができるような環境をつくるのが大事だと強調した。

「Ringo Passは新規事業領域になるので、リスクを怖れず新しい技術を積極的に取り込む責任があると思っています。それによって得たノウハウを既存事業にフィードバックできれば、既存事業の仕組みが柔軟になり、われわれもそのアセットを使えるかもしれません。いいプロダクトを作りつつ、開発のノウハウを会社に蓄積するという役割をRingo Passの開発チームは担っています。」

セッション全体のまとめとして、宮本氏が再登場し、新しいモビリティサービスの実現は、鉄道事業者一社だけでなしえることはできないので、交通事業者や自治体などの協力を得ながら未来の移動体験というものを一緒に作り上げていきたいと、締めくくった。

・記載の会社名、製品名などは、それぞれの会社の商標もしくは登録商標です。