



2010年8月10日
株式会社 JR 東日本ウォータービジネス

夢の飲料自販機 エキナカ本格展開へ

～ マーケティング頭脳を搭載した次世代自販機 ～

- (株)JR 東日本ウォータービジネス（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：田村修）は、2010年8月10日（火）より、品川駅で次世代自販機2台を先行展開します。
- 弊社は、2006年の会社設立以来、顧客起点で売れ筋商品等を品揃えする“ブランドミックス機”を展開するとともに、“Suica 対応”を徹底すること等で飲料自販機の変革を進めてきましたが、次なる変革として、最先端技術を駆使した次世代自販機を開発しました。
- この次世代自販機は、“大型タッチパネルディスプレイ”及び“高度なマーケティング頭脳”を搭載し、“デジタルサイネージ・ネットワーク”を構築した高機能飲料自販機で、顧客と商品の新たなコミュニケーションを実現します。
- この先行展開を踏まえ、今後2年程度をかけてエキナカで本格展開していきます。

1 次世代自販機の特徴

(1) 大型タッチパネルディスプレイ

- ① 大画面ディスプレイで商品本来の魅力を表現。
- ② タッチパネル式でお客さまはシンプルかつ楽しく操作が可能。

(2) 高度なマーケティング頭脳

- ① 自販機上部のセンサで顧客属性（年代・性別）を判定し、属性毎にお勧め商品を表示。
(注) 映像は保存できず、個人情報記録できません。
- ② 季節、時間帯、環境に応じた商品訴求を行い、お客さまの需要を喚起。
- ③ 売り切れ商品の画像が消滅し、機内在庫がある商品に置き換わることで、赤ランプ（売り切れ）非表示を実現。
- ④ 属性情報を含むPOS情報を取得でき、マーケティングデータとして活用。



(3) デジタルサイネージ・ネットワーク

- ① WiMAX ネットワークで絶えず新鮮なコンテンツを配信。
(注) WiMAX とは世界標準規格で、最新技術を用いた高速大容量の無線通信サービスです。
- ② 災害発生時には、災害支援ベンダーとして、遠隔操作により飲料を即時に無料提供。

(4) 未来感のあるデザイン

- ① インダストリアルデザイナー（Design Studio S 代表 柴田文江氏）の起用による、従来の自販機にない洗練されたデザイン。
- ② ユニバーサルデザインに配慮した、女性が膝を曲げないで取り出せる高さの取出口。

2 今後のスケジュール

今回の品川駅での先行展開を経て、年内には東京近郊の JR 東日本エキナカでの展開を開始し、今後2年以内を目途に約500台を展開する予定です。

「次世代自販機概要」

1 コンセプト

顧客起点で自販機の変革に取り組み、お客さまとのコミュニケーションにより、ちょっと FUN (楽しく) で SPECIAL (特別な) なひとときをご提供します。

2 特殊搭載機器

- ・高輝度の大型タッチパネルディスプレイ (サイズ: 47 インチ、輝度: 1,200cd)
- ・顧客属性判定用センサ、人感センサ
- ・Suica リーダ/ライタ (VT-10)、モバイル用 FeliCa リーダ/ライタ、WiMAX 通信機器
- ・特殊形状商品販売用特殊ラック

3 パートナー企業

- ・オムロン(株) … 属性判定センサ、人感センサ
- ・Design Studio S … 機体デザイン全般
- ・ピーディーシー(株) … システム開発全般、コンテンツ制作、デジタルサイネージ
- ・富士電機リテイルシステムズ(株) … 自販機機体開発全般
(敬称略: 50 音順)

4 機能

(1) デジタルサイネージ・ネットワーク

- ① 次世代自販機サーバーから、WiMAX 網によるネットワークを通じ、コンテンツを配信。
- ② 同サーバーに各次世代自販機の顧客属性を含む POS 情報が日々蓄積。
- ③ 災害発生時には、緊急配信により飲料の無料提供が可能。



(2) 変化するディスプレイ (イメージ例)

“お客さまが離れている状態”

“お客さまが近づいた状態”

“お客さまの商品購入時”



【遠隔コンテンツ】

デジタルサイネージのネットワークを通じ、コンテンツを次々に配信。気温や時間帯等に応じて、タイムリーに表示。



【ストアモード】

すっきりしたデザインで、商品本来の魅力を表現。楽しくご購入をいただけるシンプルな操作性を実現。



【商品詳細】

選択した商品を大きく表現。商品に関する細かい情報も表示。

(3) その他の付加機能

- ① モバイル用 FeliCa リーダ/ライタによりお客さまをモバイルサイトに誘引。
- ② 特殊ラックにより、特殊形状商品 (コンビニエンスストア等向け) が販売可能。

「次世代自販機デザインイメージ」



JR 東日本ウォータービジネス 会社概要

1 会社情報

- ・ 商号 株式会社 JR 東日本ウォータービジネス
- ・ 所在地 東京都渋谷区代々木 2-7-8 東京南新宿ビルディング 6F
- ・ 代表 代表取締役社長 田村 修 (タムラ オサム)
- ・ 設立 2006 年 8 月 1 日
- ・ 資本金 490 百万円 (東日本旅客鉄道株式会社 100% 出資)
- ・ 売上規模 2009 年度 約 370 億円

2 事業概要

- (1) JR 東日本グループ向け清涼飲料の仕入・卸事業
仕入機能を一元化し、オリジナル商品をはじめ多彩で高品質な商品をご提案します。
- (2) エキナカを中心とする自動販売機事業
エキナカを中心に JR 東日本グループの自動販売機を一元的に運営いたします。
- (3) 谷川岳の湧水を活用したオリジナル商品開発事業
谷川岳の湧水を活用したミネラルウォーターを中心に、清涼飲料水をはじめ、様々な商品の開発に取り組みます。

3 主なオリジナル商品

- ・ From AQUA ～谷川連峰の天然水～…写真 ①
(ナチュラルミネラルウォーター)
- ・ 朝の茶事 (緑茶、伊藤園との共同企画商品)
…写真 ②
- ・ 地産飲料 (地産の果物や天然水等を地元企業との共同企画で地産飲料として商品化) …写真 ③



4 自販機イノベーション

弊社は、ブランドミックス機の展開及び Suica 対応の徹底を軸とした自販機イノベーションを通じて、2006 年の会社設立から 4 年で売上高を 134% 伸ばさせました。

(1) ブランドミックス機の展開

自社ブランド製品を扱う単一メーカーブランド機が主流な中、顧客起点で飲料自販機流通を再構築し、売れ筋商品中心の品揃えを実現しました。

(2) Suica 対応の徹底

飲料自販機の強みはスピーディに購入できること、このスピード感を助長するのが Suica です。Suica 対応で利便性が向上するとともに、女性のお客さまも増加しました。

[会社設立来の自販機売上推移等]

