

第1章 小売・仲介、代行

チケット

販売業者、興行会社、コンビニ流通を巻き込み、
チケット流通のネット移行急ピッチで進む

転換期を迎えたチケット販売

コンサートやスポーツなどのイベントチケットは、購入の際に実物を確認する必要がないため、オンライン販売に非常に適した商品である。またこれらの商品は若年層の取り込みにつながるため、ECの中で最も注目される有力コンテンツの1つとなっている。

現在主流である電話でのチケット予約は、利用者にとって必ずしも効率的なシステムではない。受付時間は限られているほか、人気チケットの予約では電話がつながらず、何度も電話しなければならぬ。また、チケットの受け取りはプレイガイドやコンビニに足を運ぶことが基本である。

一方、ネット販売では受付時間は24時間であり、予約作業もクリック1つで完了するなど使い勝手が良い。また、サービスによっては、リアルタイムでの空席状況確認、予約と同時の即時決済、携帯電話などのパソコン端末以外からの利用といった機能面でも充実している。

このような利便性と豊富な機能、またネット人口の拡大により、今後2、3年の間に従来の販売方法は急速にネット販売に置き換えられていくと見られる。すでに1999年から2000年にかけて、チケット流通では販売業者、興行会社、コンビニ流通を巻き込んだ大きな動きが表面化してきている。また、最近では有力な興行会社が独自にホームページを開設して顧客に直接販売するなど、仲介業者を中抜きし、興行主と消費者が直接取引する形も見られるようになってきている。従来のチケット販売システムは大きな転換期にさしかかっているといえよう。

サービス多角化進める「びあ」

1999年4月、JSAT、凸版印刷、電通、JTB、NTTドコモなどの共同出資により、電子商取引子会社「びあデジタルコミュニケーションズ（PDC）」が設立された。ホームページ「@びあ」^{Jump01}の運営、PDA向けの情報提供、携帯電話会社やISPへの情報、サービスの卸売りな



図1 会員以外でもチケットを購入できるようになった「@びあ」

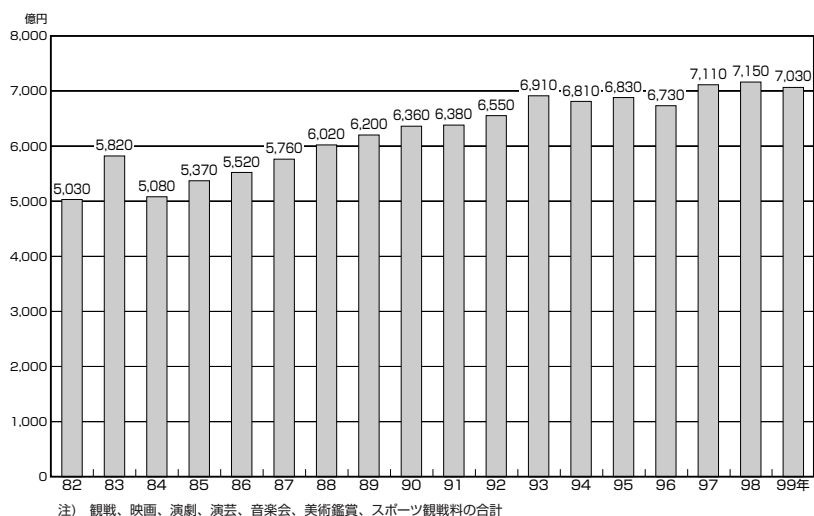
どが事業の柱である。当面はびあの映画、演劇、音楽などのチケットと、JTBの旅行商品の取扱いが商品の核となる。また、ファミリーマートが2000年春に設立するネット通販事業の新会社「ファミマコム」とチケットの取り扱いで提携している。これまでびあのネット販売は、会員制で取扱いも一部のチケットに限定されていたが、現在では約2万種類のチケットのほぼすべてを会員以外でも購入することが可能となった。

また、2000年2月には飲食店関連の情報、予約サービスの「グルメびあ」を設立し、イベントチケット以外へサービスを多角化している。今後は、医療、健康、レジャーなどへメニューを拡大し、総合生活情報サービスを目指すことになるだろう。

無店舗販売の「イープラス」

1999年7月、ソニーとセゾンの2つのグループは折半出資により「エンタテインメントプラス（e+:イープラス）」^{Jump02}を設立した。これは、セゾンの顧客データベースと、ソニーの技術力、通信サービスとの相乗作用を狙った動きといえる。また、エンタテインメントプラスの設立に伴い、チケットセゾンを運営するセゾング

資料2-1-23 チケット業界全体の市場規模



出所 「レジャー白書」(財団法人余暇開発センター)を元に作成

ループのSSコミュニケーションズは全店舗を閉鎖し、チケット事業から撤退することになった。

エンタテインメントプラスは2000年3月からネットに特化した形でチケット販売を開始している。これは店舗を一切持たず、無店舗でチケット販売を展開することを意味し、今後のチケット販売の方向性を示唆する動きとして注目される。

携帯使う「ローソンチケット」

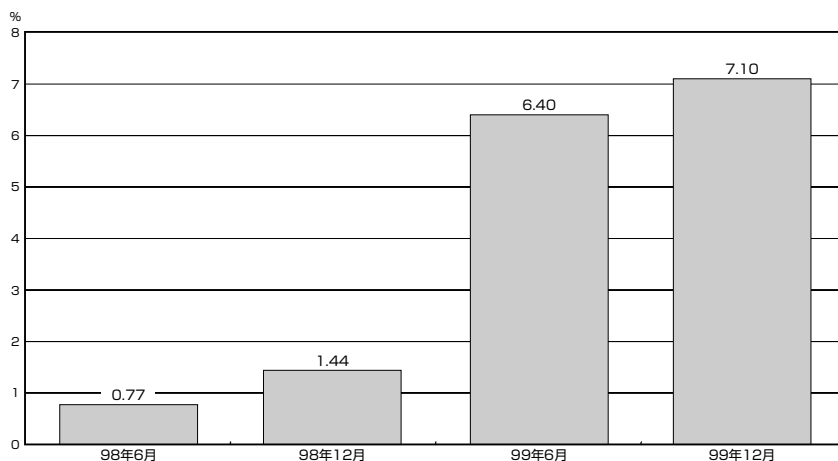
ローソンチケットのオンライン販売については、1999年2月からNTTドコモのiモードでチケット販売を開始している。またiモード以外の携帯電話やPHSにもコンサート情報などを提供している。1999年11月には音楽情報会社オリコンのホームページでのコンサートや演劇などのチケット販売で提携した。

空席確認できる「Eリーグ」

コンサート企画会社であるザックコーポレーションが開発した「Eリーグ」は、新たなタイプのチケット販売システムである。Eリーグは、ネット経由で空席の確認や指定から予約・決済まででき、チケットは店頭で設置された専用端末から即時発行される。

また店頭端末から直接予約・決済をすることも可能である。すでにサンクスへの導入が決まっており、サンクスが開発・

資料2-1-24 オンラインでイベントチケットを購入した人の割合



注) オンライン・ショッピングの経験者が対象

出所 「第6回～第9回インターネット・アクティブ・ユーザー調査」(日経BP)を元に作成

設置する情報端末の1つのコンテンツとして提供される形となる。

興行会社がEリーグを利用した場合、販売業者に支払う手数料負担(一般に12%程度)が軽減され、また委託販売による売れ残りや重複予約のキャンセルの負担回避などメリットは大きい。興行会社と利用者を直接結びつける形に近いため、従来のチケット流通に影響を与える可能性もある。

ペーパーレスの電子チケット

電子化したチケットをネット上で販売するという全く新しい流通システムの確立を目指す動きも出始めている。これは、利用者はホームページで予約した情報を非接触型ICカードに取りこみ、会場ではICカードの認証によって入場するという仕組みである。完全なペーパーレスでネットで決済まで含めたすべてのやりとりが完了するため、人件費、販売コスト、郵送コストなどの削減、また偽造防止などの効果も期待できる。

「e-ticket.net」^{KJump03}を運営するアイ・エス・エーがすでに取り扱いを開始しているほか、ぴあやエンタテインメントプラスでも、ICカードや携帯電話を利用したペーパーレスの電子チケットシステムの

導入を視野に入れている。

ただし、電子チケットの普及にはクリアなくてはならない課題も多い。たとえば会場へのICカード読み取り機の設置、ICカード自体の標準化などインフラ面の問題がある。電子チケットの実用化は、交通機関の乗車券など広く一般にICカードが普及することが前提となるだろう。

(野口祥吾 ゴールドマン・サックス証券会社)



図2 ネットだけに販路を絞った「エンタテインメントプラス」

KJump01 <http://www.pia.co.jp>

KJump02 <http://eee.eplus.co.jp>

KJump03 <http://www.e-ticket.net>



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容（技術解説、データ、URL、名称など）は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者（執筆者、写真・図の作成者、編集部など）が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元（株式会社インプレスR&D）などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D（初期は株式会社インプレス）と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接的および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp