

## 付録VI デジタルチケット関連事業者に対するヒアリングの結果

### 1. 目的

国内におけるデジタルチケットの現状を調査し、デジタルチケットの各管理プロセス（例えば、イベントのチケットであれば、予約、購入、会場への入場）における課題を整理するため、国内のデジタルチケット関連事業者へのヒアリングを実施した。

### 2. ヒアリング対象事業者

ヒアリングを行ったデジタルチケット関連事業者は、次のとおりである。

- a) 株式会社グッドフェローズ
- b) 株式会社ボードウォーク
- c) ぴあ株式会社 及び playground株式会社

### 3. ヒアリング項目

ヒアリング対象事業者には、表1に示すヒアリング項目を事前に配付して、ヒアリングを実施した。

表1 ヒアリング項目

	質問内容
1	<b>現状又は近い将来のシステム</b> 現在利用している、あるいは、近い将来に利用する可能性のあるeチケットシステムについて、その概要をお教えてください。 1) eチケットの購入と配信方法 2) eチケットの利用方法（会場の窓口での本人確認方法や、チケットの正当性確認方法）をどのように実施しているか 3) 匿名性に対する配慮などはどのように実施しているか 4) 偽造防止、2重利用防止方法 5) 転売防止方法 6) 購入フロー、利用フローなど
2	<b>現在の仮題、問題点</b> 現在利用している、又は近い将来に利用する可能性のあるeチケットシステムの問題点や課題などをお教えてください。 1) 本人確認問題 2) 偽造問題、2重利用問題 3) 転売問題 4) 本人確認の時間的課題
3	<b>海外の情報</b> 海外でのeチケットの状況をご存知であれば、教えてください。 また、海外展開をお考えでしょうか。
4	<b>公的な本人確認システムへの期待</b> 上記を解決する1つの方法として、公的な本人確認システム（日本：JPKI、欧州：eIDAS）などの導入検討や、期待などについては、どのようにお考えでしょうか。

	質問内容
5	<p data-bbox="280 248 711 277"><b>公的な本人確認システム導入の負担</b></p> <p data-bbox="308 288 1070 318">上記を実現するに当たっての課題、負担などを教えてください。</p> <ol data-bbox="280 329 549 441" style="list-style-type: none"><li data-bbox="280 329 549 358">1) 制度的課題・問題</li><li data-bbox="280 369 549 398">2) 費用的課題・負担</li><li data-bbox="280 409 416 439">3) その他</li></ol>

#### 4. ヒアリング結果

##### 4.1 株式会社グッドフェローズ

株式会社グッドフェローズに対しては、2021年1月13日にヒアリングを実施した。そのヒアリング結果を表2に示す。

表2 株式会社グッドフェローズに対するヒアリング結果

	回答
1	<b>現状又は近い将来のシステム</b> 1) チケットの購入と配信方法 ・ぴあ、ローソンなどは興行社から委託を受けて配信している。 2) チケットの利用方法（会場の窓口での本人確認方法や、チケットの正当性確認方法）をどのように実施しているか ・チケットを有するものが入場できる。 3) 匿名性に対する配慮などはどのように実施しているか ・本人確認は特に重要ではない。 ただし、年間パスポートなどは個人に紐づけされている。 4) 偽造防止、2重利用防止方法 ・興行系は高額転売の問題があるので、本人確認をしている。 希少性が高いものは特に転売防止をしているが、本来、転売はOKである。 ・チケットはID管理されているので二重利用は不可能である。 5) 転売防止方法 ・行けなくなった場合に販売できるサイト・サービスを提供しているところもある。 6) 購入フロー、利用フローなど ・チケットは窓口、自動販売機で販売されている。今は電子化されている。 チケットハブに登録するとチケットが登録され、流通している。 ・チケットの形態は何でもOKである。
2	<b>現在の仮題、問題点</b> 1) 本人確認問題 ・本人と紐付けについてはICや生体など色々ある。 チケットIDは権利が流通すると考えて、そこに何をを使うかを考える必要がある。 2) 偽造問題、2重利用問題 ・1の4)と同様 3) 転売問題 ・1の4)と同様 4) 本人確認の時間的課題 ・現場の作業を極力減らす必要がある。 Webで対応できることはできるだけそで行う (レジャーゲートは形さえ揃えば通す考え方) ※形式認証→オフライン時のみ。オンライン時はDB認証
3	<b>海外の情報</b> ・グッドフェローズ社では既に海外でも流通させている。

	回答
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・トリップアドバイザーなどの ID とチケット ID と紐づけされていれば問題ない。</li> <li>・精算方法には、発券精算と着券精算の二種類がある。</li> <li>・その他情報（米国）： <ul style="list-style-type: none"> <li>領収書と本人確認（運転免許証）。</li> <li>ExpressPass などは顔認証を使っている。</li> <li>ウェルカムゲートは顔認証が多い。</li> </ul> </li> </ul>
4	<p><b>公的な本人確認システムへの期待</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・マイナンバーカードが普及すれば有効であると考えている。 ただし、リーダーの普及の問題や秘匿性の問題がある。 譲渡機能は求められるので、チケット流通をされることも問題がある。</li> <li>・万博などは 3,000 万人のチケット販売。 ⇒ 販売と予約の管理をどう考えていくのか、検討する課題がある。 (時間指定、Distancing control)</li> <li>・チケットの権利=チケット保持者が確実に入場できる事が前提である。</li> </ul>
5	<p><b>公的な本人確認システム導入の負担</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・チケットハブ：API で繋がるような方法が望ましい。</li> <li>・法制度を含め、Open API を公開してもらうなどを進めて欲しい。</li> <li>・また、R/W も規格化も望む。</li> </ul>

## 4.2 株式会社ボードウォーク

株式会社ボードウォークに対しては、2021年1月14日にヒアリングを実施した。そのヒアリング結果を表3に示す。

表3 株式会社ボードウォークに対するヒアリング結果

	回答
1	<p><b>現状又は近い将来のシステム</b></p> <p>1) eチケットの購入と配信方法 ・会員制の専用サイト (<a href="https://ticket.tickebo.jp/pc/">https://ticket.tickebo.jp/pc/</a>)</p> <p>2) eチケットの利用方法(会場の窓口での本人確認方法や、チケットの正当性確認方法)をどのように実施しているか ・会員情報を基に写真やID認証など様々だが、興行主様の意向に沿った方法を基本とする。</p> <p>3) 匿名性に対する配慮などはどのように実施しているか ・上記2)と同様</p> <p>4) 偽造防止、2重利用防止方法 ・有効期限60秒のワンタイムQRなどを使用している。</p> <p>5) 転売防止方法 ・上記4)と同様</p> <p>6) 購入フロー、利用フローなど ・チケットボードで館員登録後にサイト上で購入する。 配信されたeチケットを持って来場する。</p>
2	<p><b>現在の仮題、問題点</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・利用者がeチケットを難しいモノだと思わないで欲しい。 国全体としてこの分野でのITリテラシーが高まる必要がある。</li> <li>・生体認証との連携も現在研究中である。</li> </ul>
3	<p><b>海外の情報</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アーティストラライブなどでは日英での購入サイトを準備し、実績も多数ある。</li> <li>・EUは電子で申し込むがQRプリントアウトが多い印象がある。</li> <li>・米国の野球観戦ではスマートスタジアムが実現されている会場もある。</li> </ul>
4	<p><b>公的な本人確認システムへの期待</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本人確認に携帯電話の番号認証が使えると良い。(現在は番号取得のハードルが高い)</li> <li>・電子チケット上で本人が所有する携帯が確認できると確実性が高くなる。</li> <li>・多くの人に利用してもらうにはeチケットのメリットがある一方で、所有者(チケット権利者)が確実に入場できることを考えるとセキュアな考え方も必要である。</li> </ul>
5	<p><b>公的な本人確認システム導入の負担</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナ禍に於ける電子チケット促進はあるものの、経産省・厚労省からの強い後押しが欲しい。</li> <li>・官公庁のお墨付きが無い事には世の中の加速が進まない。</li> </ul>

#### 4.3 ぴあ株式会社及び playground 株式会社

ぴあ株式会社及び playground 株式会社に対しては、2021年2月5日にヒアリングを実施した。そのヒアリング結果を表4に示す。

表4 ぴあ株式会社及び playground 株式会社に対するヒアリング結果

	回答
1	<p><b>現状又は近い将来のシステム</b></p> <p>1) <b>チケットの購入と配信方法</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事前の会員登録があり、複数登録は出来ないようになっている。 (電話番号、住所など様々な情報を使って複数チェックを行っている※詳細は非公開)</li> <li>・チケットぴあなどのシステムで販売し、配信事業者(プレイグラウンド社など)に API で連携、電子チケットを配信している。</li> </ul> <p>2) <b>チケットの利用方法(会場の窓口での本人確認方法や、チケットの正当性確認方法)をどのように実施しているか</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・基本的には電子スタンプを押すことが多い。</li> <li>・チケットを開く際に電話番号を入力する様になっている為、そこで SMS 認証を行っている。(電話番号と購入者 ID 登録の電話番号を照合)</li> </ul> <p>3) <b>匿名性に対する配慮などはどのように実施しているか</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・多くのチケットは匿名となっているが、高額転売が懸念される高付加価値チケットなどは氏名を入れるルールになっている場合がある。</li> </ul> <p>4) <b>偽造防止、2重利用防止方法</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・偽造防止：ワンタイムスタンプで防止(都度更新)</li> <li>・二重利用：システムで初回利用時に消し込みを実施</li> </ul> <p>5) <b>転売防止方法</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・個人の転売は防止できているが、専門の転売業者の場合、身分証と引き換えにスマホを渡す転売などが行われ課題となっている。 ※1人1電話番号前提が転売業者によって崩されている。</li> </ul> <p>6) <b>購入フロー、利用フローなど</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・1~2と同様</li> </ul> <p>7) <b>複数枚購入と配布方法 (追加質問)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一人が複数枚買ったものは基本同時入場だが、例外的に他のぴあ ID 保有者に譲渡する事も可能である。</li> </ul>
2	<p><b>現在の仮題、問題点</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・MOALA QR：QRコードと顔認証を同時に行うシステム 顔を登録すると QRコードが発行されるため、入場時に顔情報と QRの両方が必要となる。 ※同時に発熱者の検知も行っている(コロナ対応) ※スマホ不要の入場システムとなっている(ガラケー率15%もカバーできる)</li> <li>・電子チケットの課題：電波の混線、多くの機材、煩雑な作業</li> <li>・電子チケットは不正転売防止がスタートであったが、現在はコロナ対策として急速な普及が始まっている印象である。</li> </ul>
3	<p><b>海外の情報</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・海外では、本人確認を厳格に行っていない、二次流通に理解がある。 本人確認に厳しいのは日本だけではないか。</li> </ul>

	回答
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・重複使用のチェック： 米国は、先に入場した人が「正」、後から入ろうとした人を「不正」とみなす場合がある。</li> <li>・不正が出た場合は、本人の管理責任を尊重する考えが強い。</li> <li>・海外からのチケット購入に関しては、ぴあ社では買えない。 ※海外発行クレジットは決済不可、など。</li> <li>・海外サッカー会場などでは、コピーチケット事件はあるが、全員入場させるなど、緩い対応が多い（不正転売を気にしていない模様）。</li> <li>・海外テロとフーリガン対策で、指紋認証させている場合もある（ヨーロッパサッカー） eID の利用を考えた場合、外国人の利用ハードルが下がるだろうが、海外番号への SMS 発信は届かない場合がある、日本に来た時にその番号が使えないパターンもある。</li> </ul>
4	<p><b>公的な本人確認システムへの期待</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・チケットの観点では携帯の方が便利である。 ※事後の PR や購入者とのコミュニケーションに期待している。</li> <li>・アカウントの登録時の確認方法として使うのは有効であると考える。 （電話番号より不正がしにくい）</li> <li>・業界としては、「不正転売防止」よりは「チケットの売れ行き」が優先である。</li> <li>・コロナ対策が電子チケットを後押ししている、例えばワクチンの接種履歴が紐づけられれば、有効性が高まるのではないかと考える。</li> </ul>
5	<p><b>公的な本人確認システム導入の負担</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・サポートが増えること、お客様の手間を増やすことは NG である。 ※音楽興行は、直前に席が決まることが多い為、席管理に課題が残る。</li> </ul>
6	<p><b>総務省の実証実験に参加された立場としての意見及び評価 （追加質問）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・不正転売防止観点では効果があるだろうが、普及率がスマホ以上にならないとサービスに使うのは難しい。興行主はチケットの売れ行きが一番重要で、業務負荷が高くなる懸念がある。 ※マイナンバーカード忘れの対応など業務負荷が懸念される。</li> <li>・ID の有効性：電話番号よりも個人特定には価値がある。</li> <li>・購入と発券のシーンには有効であるが、普及率が課題である。</li> </ul>