

「デジタル整理券」のご相談への回答 ——考えたこと・できること・費用感(たたき台)

01

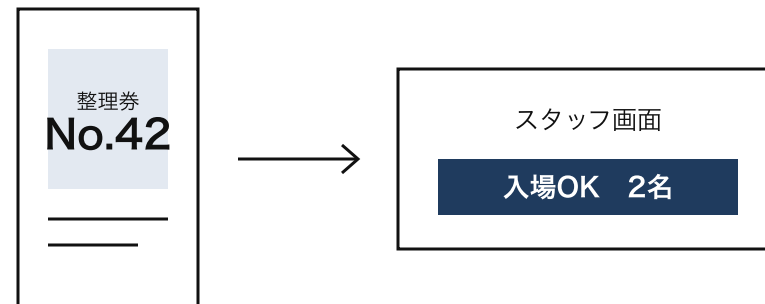
紙の整理券を夜なべで作る現状を、スマホで取って、スタッフが一目で判断できる形へ。

いただいた8つのご要望を1つずつ調べ、進め方と来期の予算感をまとめました。

作成

モノリス株式会社 2026年10月5日

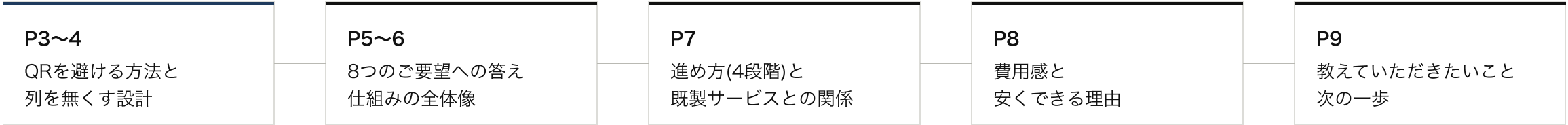
金額は税別・予算取り用の目安です。正式なお見積りではありません。



先に結論を3つ

1 QRを避ける方法 「QRより速いタッチ」は、今のスマホでは無い。 代わりに"読み取る場面"を無くす NFC(かざす方式)はiPhoneの仕組み上、画面をつけて上端をかざして通知を押す必要があり、人によってQRより遅くなります。本当の解決は、事前申込と抽選で「整理券をもらう列」そのものを無くすことです。	2 8つのご要望 8つとも実現できる。 ⑤の「読み取り」だけ形を変える 抽選・案件ごとのアカウント・家族分・今何番目・見込時刻・会員化・広告配信まで、1つの仕組みで作れます。入場時はお客さまの画面をスタッフが読む(1人3～4秒)か、番号を呼んで一覧をタップする形にします。	3 費用感(税別) 整理券の本体 250～300万円 全部そろえて 380～500万円 媒体管理システムと同じ水準で組みました。月々は4～8万円(保守+サーバー)。まず20万円前後の「実証」から始め、手戻りなく本体へ進む案です。
--	---	---

この資料の流れ

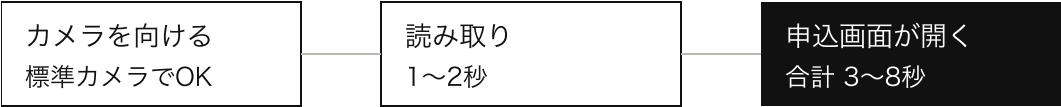


要望① QRコードで読み込むのは避けたい

調べた結果: 「QRより速く取れるタッチ方式」は今のスマホには無い

お客さまの操作を比べる(初めて来た人・アプリ無し)

QRコード



かざす(NFC)



※カメラ起動中はNFCが反応しない(Apple公式)。Androidはロック解除中のみ。
実測では平均4秒・遅い人は6秒超。失敗すると10秒以上かかります。

遅さの正体はQRではありません

QRの読み取りは1〜2秒。体感の大半は「その後」の友だち追加・許可・申込の画面遷移(5〜20秒)と、人が殺到したときの回線の混雑です。かざす方式に替えても、この部分は1秒も縮みません。

それでも「タッチ」を試すなら

LINE公式の「LINEタッチ」

かざすとLINEが開く純正の部品(ステッカー300円/枚・スタンド2,000円/台)。2025年11月から国内で導入例があります。ただしiPhoneの制約は同じなので、**少人数の実機比較で「QRより速かった条件」だけ採用**する進め方をおすすめします。

他に調べた方法(20種類)

Bluetooth・超音波・位置情報	専用アプリが必要。 アプリ無しでは起動できない
Wi-Fiに繋がると画面が出る	15〜60秒。館のWi-Fi工事が必要
SMS・空メール	20〜90秒。宛先の入力が増える
Apple/Google Walletのパス	取った後の保存用。最初の取得は別
App Clip(iPhone小型アプリ)	iPhone限定・5〜15秒。Android版は2025年12月終了

「現地で読み取る場面」を無くす——取得の入口を3つに分ける

A 事前申込(主な入口)

SNS・告知ページ・メルマガのリンクから家で申込。抽選か先着は主催ブランドを選ぶ。当選者に番号と時間帯を通知。

B 当日オンライン

109公式LINEのメニューや告知ページから当日枠を取る。友だち追加は最初の1回だけ。

C 現地の保険

QRを大きく複数か所に掲示して分散(1m離れて読むなら4cm角以上)。スタッフが電話番号を打ってLINE/SMSで送る発券口も用意。

現地で読み取る人の割合(想定)

A 事前申込 約70～80%

B 当日オンライン 約15～20%

C 現地のQR・発券口 約5～10%

※人気の催事を抽選にした場合の目安。
現地で読む人が1割以下になれば、
列は消えます。

SHIBUYA109で、すでに起きていること

学マス・aespa・LINE FRIENDSのPOP UPでは、主催ブランドがLivePocket(無料のWeb整理券)で**事前抽選・時間帯指定**を運用し、入口は画面のQR提示になっています。渋谷PARCOや新宿マルイも同じ型です。

「列を無くす設計」は、すでに現場で通っている作法です。今回は、これを**109が主催ブランドに貸し出せる共通の仕組み**にします。

抽選にすると、もう1つ良いことがあります

先着はアクセスが一瞬に集中し、リロード連打で順番が崩れます。抽選は「申込期間」に分散するので、サーバーの負担も不公平感も小さくなります。

紙の整理券は「夜なべ」だけ無くします

スマホを持たない方・LINEを使わない方には、スタッフが既製の連番札を渡し、同じ定員から差し引きます。紙を案件ごとに作る作業はなくなり、受付の例外だけが紙になります。

8つとも実現できます——⑤の「読み取り」だけ、形を変えます

ご要望	できる？	どうやって
① QRで読み込むのは避けたい	○	事前申込・LINEメニュー・URLで「読み取る場面」を無くす。タッチは実機比較で勝った条件だけ
② 抽選方式にも対応	○	申込期間→締切→抽選→当選者に番号と時間帯。先着も選べる。結果は記録に残し、引き直しはできない
③ イベント案件ごとのアカウント	○	109が案件を作って主催ブランドを招待。ブランドは自分の案件だけ見える。終わったら権限を外す
④ 1人が複数枚(家族)	○	案件ごとに上限(例: 1～4人)。定員は人数で減らす。LINEログインで1人1アカウント(1電話番号=1LINE)
⑤ 開催側がすぐ読み取り・判断	△	お客さまの画面をスタッフのiPadで読む(3～4秒/人)か、番号を呼んで一覧をタップ。「スマホをかざして入場」はApple契約が要するため見送り
⑥ 今何番目・何時ごろの見込	○	スタッフが「○番まで呼んだ」を押すだけで自動計算。LINEで通知。開始直後は「目安」と表示
⑦ メルマガ取得→配信	○	取得時に任意で登録(同意の記録付き)。配信は109公式LINEかメール。整理券の連絡と広告は分けて送る
⑧ 会員へのtoB広告配信	○	109が広告を受注→承認→年代・参加イベントで絞って配信→結果報告。広告主のセルフ入稿・決済は次の段階

お客さまの整理券画面(イメージ)

SHIBUYA109 8F WALLMA

〇〇 POP UP 入場整理券

42

2名(代表+同伴1)

いま呼び出し中 31番

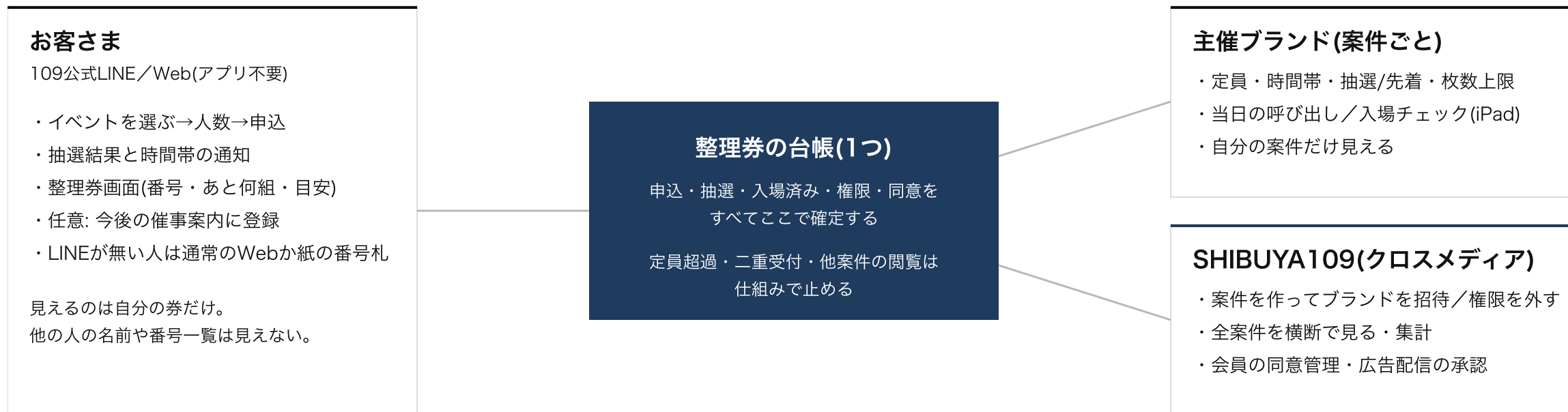
あと 11組

目安 14:20ごろ

入場時はこの画面を見せる

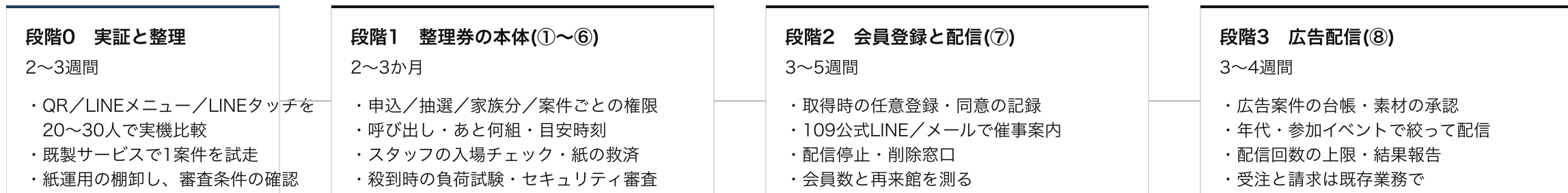
スクリーンショットは無効です

3者が1つの台帳を見る——109が貸し出し、ブランドが使い、お客さまはLINEで受け取る



※LINEの本人確認(1電話番号=1アカウント)で「原則1人1枚」を守る。SMS認証は不要なので運用費がかからない。

小さく確かめてから本体へ——4段階で、各段階の終わりに次へ進むか決める



既製サービスで賄える部分・作る価値がある部分

LivePocket(無料)・mogily(月8万円～)・matoca(月1万円～)などの既製で、②抽選・④複数枚・⑤入場チェック・⑥待ち状況の大半は賄えます。段階0ではこれを使って試します。

一方、どの既製にも無いのが③「109が全体を見て、ブランドは自分の案件だけ」の権限、⑦会員と同意を109の資産として持つこと(既製は申込データが先方に残り、CSVも30日で消える)、⑧ 広告の受注→配信→結果報告です。ここに作る価値があります。

次へ進む条件(例)

- ・ 段階0→1: 入口の方式を実測で決めた。既製で足りない点を確認した
- ・ 段階1→2: 定員超過・二重受付・権限漏れがゼロ。負荷試験と審査を通過
- ・ 段階2→3: 会員の獲得率と再来館を見て、広告の需要が確かめられた

整理券の本体 250～300万円、全部そろえて 380～500万円。月々は4～8万円

段階	内容	開発費	月々(保守+サーバー)
段階0	実証と整理(実機比較・既製で試走・棚卸し)	20万円前後	—(既製の利用料は実費)
段階1	整理券の本体(①～⑥)	250～300万円	4～8万円
段階2	会員登録と配信(⑦)	50～80万円	+1～2万円+LINE配信料
段階3	会員への広告配信(⑧)	80～120万円	+1万円程度
合計	全部そろえた場合	380～500万円	6～10万円+LINE配信料

別枠(実費): 東急グループの脆弱性診断 約26万円/回(税区分は要確認)／受付用iPad等 5～15万円／LINE公式アカウント 月0～1.5万円+超過3円/通。予算取りは**500万円**で押さえていただくと、全部そろえても収まります。

参考: 同じものを他で用意すると

一般的な受託開発(整理券・抽選)	本体だけで 300～1,000万円
既製サービス(mogily lite)	3年で約288万円。③⑦⑧は不可
モノリス(全部そろえて)	380～500万円+月6～10万円

この値段で出せる理由

- AIで開発する——設計から試験まで生成AIを使い、人が確認する工程に集中します
- 109向けに作った土台を再利用——媒体管理システムの基盤、メルマガ自動化の配信部分、セキュリティ審査の資料がそのまま使えます
- 保守は媒体管理と同じ運用に乗せる——月々を低く保てます
- まず小さく(段階0)——方式を実測で決めてから作るので、手戻りの費用が出ません

値段が動く条件

家族を別々の時刻に入れる／全員にSMS認証／広告主が自分で入稿・決済／夜間休日の有人対応——これらは別途になります。逆に、人気案件を先着から抽選に寄せる、初期に氏名・メールを集めない、と安くなります。

5つ教えていただくと、見積りの精度が上がります

質問	これで決まること
1 QRを避けたいのは「取得のとき」 だけですか。事前申込・抽選・ 時間帯指定は認められますか	入口の設計。「現地にいる本人だけ」が 必須なら本人確認の費用が加わります
2 年間の案件数、同時会場数、1案件の 最大人数と開始直後の集中人数、 家族の最大枚数	サーバーの規模、抽選の設計、 既製サービスの課金単位
3 案件設定・抽選確定・当日受付・問い 合わせは誰が行い、主催ブランドに どこまで見せますか。受付用の端末や 回線はありますか	管理画面と権限、機材、当日支援の範囲
4 ⑧は「ブランドから広告を受注し、 109の会員へ配信する」理解で 合っていますか。109公式LINE・ メール配信の利用可否、想定会員数	会員基盤、同意の取り方、配信料、広告管理の範囲
5 初回利用の希望時期と予算枠、 使えるクラウド・既製サービス、 社内審査の要件	上振れ要因と審査待ち期間を見積に反映

次の一歩(ご提案)

段階0「実証と整理」から始める

20万円前後・2～3週間で、①の入口を実測で決め、既製サービスで1案件を試し、紙運用の棚卸しをします。その結果をもとに段階1の正式見積りを出します。

来期の予算取りは**500万円**(全部そろえた上限)で押さえていただければ、段階ごとに判断しながら進められます。

