

「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6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。



いま起きていること

整理券は、毎回「夜なべ」で紙を作り、店頭で配り、手で数えている



イベントのたびに、クロスメディアの担当者が紙の整理券を作っている。

作る

人が殺到しそうな催事ごとに、番号入りの紙を夜のうちに用意する。

配る

整理券をもらうための列ができる。列を整理する人手も要る。

数える・呼ぶ

今何番まで入ったか、あと何人かを、紙と目で追う。お客さまは待ち時間が分からない。

石川さんのご相談

「常に夜なべして作るため、今時、紙で配布しています。これを何とかしたい」

こう変わります

お客さまは家で申し込み、通知で呼ばれ、画面を見せて入る



1 家で申し込む

告知やLINEのリンクから、事前に申込。人気の催事は抽選と時間帯指定。整理券をもらう列が消える。



2 通知で呼ばれる

当選・順番・目安の時刻がLINEに届く。「今何番目か」が手元で分かるので、館内で待てる。



3 画面を見せて入る

スタッフはiPadで画面を読むか、番号を呼んでタップするだけ。1人3～4秒。入場済みは自動で記録。

夜なべ・列・手で数える、の3つが同時に無くなります。主催ブランドには案件ごとの管理画面を貸し出し、109は全体を横断で見られます。

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
月々はミニム3万円から

本体は媒体管理システムと同じ水準。全部そろえて
380〜500万円。月々の保守は「止まったら直す」
だけのミニム(3万円)から3段階で選べます。まず
20万円前後の「実証」から。

この資料の流れ

P5〜6

QRを避ける方法と
列を無くす設計

P7〜8

8つのご要望への答え
仕組みの全体像

P9

進め方(4段階)と
既製サービスとの関係

P10

費用感と月々の保守、
安くできる理由

P11

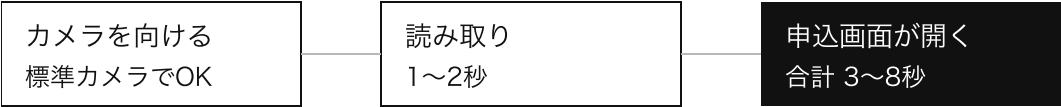
教えていただきたいこと
次の一歩

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。	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%	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。
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。	※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。	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

お客さま

109公式LINE／Web(アプリ不要)

- ・ イベントを選ぶ→人数→申込
- ・ 抽選結果と時間帯の通知
- ・ 整理券画面(番号・あと何組・目安)
- ・ 任意: 今後の催事案内に登録
- ・ LINEが無い人は通常のWebか紙の番号札

見えるのは自分の券だけ。
他の人の名前や番号一覧は見えない。

整理券の台帳(1つ)

申込・抽選・入場済み・権限・同意を
すべてここで確定する

定員超過・二重受付・他案件の閲覧は
仕組みで止める

主催ブランド(案件ごと)

- ・ 定員・時間帯・抽選/先着・枚数上限
- ・ 当日の呼び出し／入場チェック(iPad)
- ・ 自分の案件だけ見える

SHIBUYA109(クロスメディア)

- ・ 案件を作ってブランドを招待／権限を外す
- ・ 全案件を横断で見る・集計
- ・ 会員の同意管理・広告配信の承認



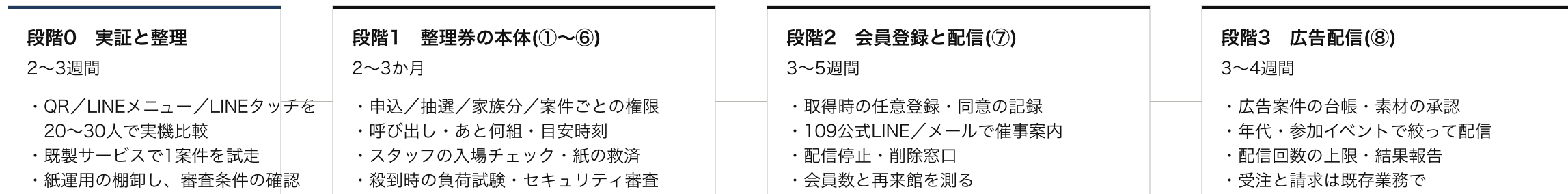
④ 家族はまとめて入場

代表者が人数を選んで申し込むと、人数分の入場権をまとめて持てます。入口でスタッフが人数を確認して、全員分を一度に「入場済み」にします。

本人確認はLINEで

LINEは1つの電話番号に1アカウントなので、「原則1人1枚」を無料で守れます。SMS認証の費用はかかりません。

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は入口の方式を実測で決めた／段階1→2は定員超過・二重受付・権限漏れがゼロで審査通過／段階2→3は会員の獲得率と広告の需要が確かめられた。



段階0: まず一緒に確かめてから、本体の正式見積りへ。

整理券の本体 250～300万円、全部そろえて 380～500万円。月々はミニмум3万円から

段階	内容	開発費	期間の目安
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	2～3週間
段階1	整理券の本体(①～⑥)	250～300万円	2～3か月
段階2	会員登録と配信(⑦)	50～80万円	3～5週間
段階3	会員への広告配信(⑧)	80～120万円	3～4週間
合計	全部そろえた場合	380～500万円	予算取りは500万円で

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(109さまのご契約)。

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3万円～

月々の保守は3つから選べます(税別/月・サーバー実費込み)		
プラン	月額	含まれるもの
ミニмум	3万円	サーバー・監視・バックアップの実費(約1.2万円)+ 障害時の復旧(営業時間内)。「止まったら直す」だけ
標準	5万円	ミニмум+月1回の点検・軽微な修正(月2時間)・ 催事前の設定確認
充実	8万円	標準+繁忙期の当日サポート・改善枠(月4時間)

⑦⑧まで入れた場合は各+1万円/月。催事の多い時期だけプランを上げる切り替えも可能です。

5つ教えていただけると、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)、月々は**ミニマム3万円**から、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。

