

「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)

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、10/6のご回答(規模・運用・時期・予算・個人情報の懸念)を踏まえて、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(10/6 ご回答反映版)

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の扱い(10/6 ご回答で確定)

取得はQRで。
「整理券をもらう列」は事前申込と抽選で無くす

調べた結果、QRより速いタッチ方式は今のスマホにはありません。ご回答のとおりQR運用で進め、タッチ方式の実機比較は行いません。本当の解決は、事前申込と抽選で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。
運用は事務局、受付はスマホで

抽選・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。案件設定と
当日受付は業務委託先の事務局が行い、受付は
スタッフのスマホでQRを読む(1人3〜4秒)か、番号を
呼んでタップ。有線が無くても動く作りにします。

3 費用感(税別)

初期300万円で本体+会員登録の土台
月々はミニマム3万円から

本体(①〜⑥)に、LINE友だち化・同意・属性タグの
「会員登録の土台」まで含めて250〜300万円。
4月開発開始→5月に1案件で試行→6月末に
全機能。広告配信(⑧)は回収モデルに合わせて
後段で追加します。

この資料の流れ

P5

いただいた前提
(10/6 ご回答)

P6〜7

QRの扱いと
列を無くす設計

P8〜9

8つのご要望
仕組みの全体像

P10

個人情報:
名簿を持たない設計

P11〜12

進め方(4月→6月末)
費用と月々の保守

P13

次の一步
(打ち合わせのお願い)

規模は「年20案件・山は1,000名」。運用は事務局、受付はスマホ、開発は4月から

年間の案件

50～100件

うち整理券が要るのは約20件

整理券対応の媒体

5か所

店頭イベントスペース(約
160日/年)が最多

同時開催

最大3会場

同じ日に別会場で並行

開始直後の集中

**最大
1,000**名

ここが設計の山。抽選で
平らにする

家族・グループ

最大4名

代表者がまとめて申込

運用

業務委託先の**事務局**が、案件設定・
抽選設定・当日受付・問い合わせを
行う。主催ブランドは必要情報を
提出するだけ。

端末・回線

受付は**スマートフォン**。各媒体付近に
有線は引けないので、
モバイル回線前提。通信が切れても
番号呼び出しで続けられる
作りにする。

時期・予算・審査

4月に開発開始→5月に利用開始。
初期予算は**300万円程度**。クラウドの
指定なし(一般的なサービスで可)。
審査は稲富さんと進めている基準と
同じで、年1回チェック。

ご懸念

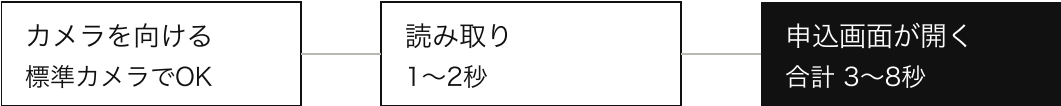
会員リストを集めること自体が、
漏洩時の責任追及のリスクになる。
→「**名簿を持たない設計**」で
答えます(P10)。

要望① QRコードで読み込むのは避けたい

QRで取得して進めます——調べた結果、QRより速いタッチ方式は無く、列は設計で無くせる

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。

10/6 ご回答で確定

QR運用で問題なし。タッチ方式の実機比較は行いません

「QRを避けたい意図は無くなった」とのご回答をいただきました。
QRは大きく複数か所に掲示し、読み取った後の画面遷移を最短にすることに力を使います。LINE公式の「LINEタッチ」などは、必要になった時に追加できます。

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が選ぶ。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——運用は事務局、受付はスマホのQR読み取りで

ご要望	できる？	どうやって
① QRで読み込むのは避けたい	○	QR運用で確定。事前申込・LINEメニュー・URLで現地で読む場面を減らし、読み取り後の画面遷移を最短に
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	○	事務局が案件ごとに設定・抽選・受付を操作。 主催ブランドは情報提出と、自分の案件だけの閲覧用画面
④ 1人が複数枚(家族)	○	最大4名まで(案件ごとに上限を設定)。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	○	スタッフのスマホで画面のQRを読む(3～4秒/人)か、番号を呼んでタップ。通信が切れても番号呼び出しで続行
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	○	LINE友だち化+同意+属性タグ(年代・参加催事)を本体に含めて先に貯める。氏名・メールは集めない
⑧ 会員へのtoB広告配信	○	109が受注→承認→属性タグで絞ってLINE配信→届いた人数を報告。名簿は渡さない。後段で追加

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

1つの台帳を、事務局が動かし、ブランドは提出と閲覧、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

- ・ 必要情報を提出(定員・時間帯・抽選/先着)
- ・ 自分の案件の申込状況を閲覧画面で見る
- ・ 設定や受付の操作はしない

事務局(業務委託先)+109

- ・ 案件設定・抽選設定を代行、当日受付
- ・ 問い合わせ対応、全案件を横断で集計
- ・ 109は同意管理と広告配信の承認



④ 家族はまとめて入場(最大4名)

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。

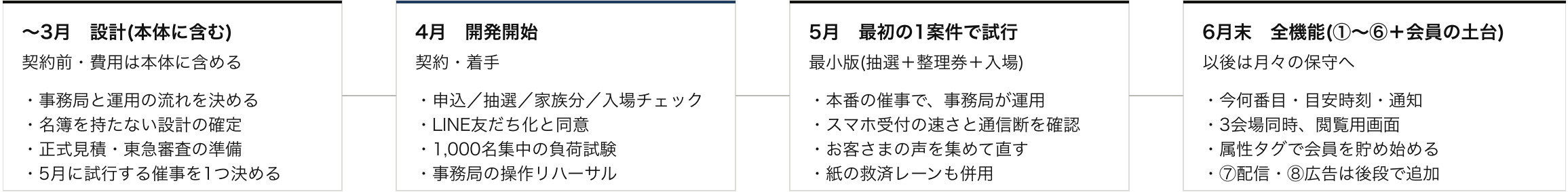
本人確認はLINE、受付はスマホ

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。受付はスタッフのスマホで、通信が切れても番号呼び出しの一覧で続行できます。

「名簿を持たない設計」——漏れて困るものを、最初から手元に置かない



4月に開発開始、5月は最初の1案件で試行、6月末に全機能——2段構えで「5月利用」に間に合わせる



5月の試行で確かめること

1,000名が一斉に申し込んだ時の抽選の捌け方／スタッフのスマホでの受付速度(1人3～4秒の実測)／通信が切れた時に番号呼び出しで続けられるか／事務局が自分たちで案件を設定できるか。ここで出た直しを6月末までに全機能へ反映します。

既製サービスとの関係

LivePocketやmogilyなどの既製でも整理券自体は可能ですが、**事務局が全案件を横断で動かすこと、会員と同意を109の資産として持つこと、広告の受注→配信→報告**は既製にありません。ここが自社で持つ価値です。

初期300万円以内で本体+会員の土台。月々はミニマム3万円から。広告配信は後段で

区分	内容	開発費	時期
本体	①～⑥+会員登録の土台(LINE友だち化・同意・属性タグ)。～3月の設計も含む	250～300万円	4月開始→5月試行→6月末
後段A	催事案内の配信(⑦の配信部分・配信停止・結果集計)	30～50万円	会員が貯まってから
後段B	会員への広告配信(⑧・広告案件の台帳・承認・属性で絞る・報告)	80～120万円	回収モデルに合わせて
合計	全部そろえた場合	360～470万円	初期は本体の300万円以内

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(本体+会員の土台)	250～300万円+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
ミニマム	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	ミニマム+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)

後段A・Bを入れた場合は各+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。年1回のセキュリティチェック対応は標準プラン以上に含めます。

30分の打ち合わせで運用の前提を固め、正式なお見積りへ

やること	内容
1 打ち合わせ(30分・オンライン可)	稲富さんと事務局の方にもご同席いただき、運用の流れ(誰が・いつ・何を)と、名簿を持たない設計の前提を確認
2 正式なお見積り	本体(①～⑥+会員の土台)を300万円以内で。月々の保守は3プランから。来期の予算申請に使える形で
3 ～3月 設計(契約前)	事務局との運用設計、東急審査の準備、5月に試行する催事を1つ決める
4 4月 契約・開発開始	1,000名集中の負荷試験、事務局の操作リハーサルまで
5 5月 試行 → 6月末 全機能	最初の1案件を本番で回し、直しを反映して全機能へ。以後は月々の保守

