

チケット類売買業

景気回復は売上増加要因であるが、これまで売上高の2～3割を占めていたハイウェイカードの平成18年3月末での廃止などの影響が大きく、減収を余儀なくされている事業者も多い。この対応策として、近年拡充してきた各種株主優待券等のチケット類の取扱品目の拡充、宝くじやtotoの取扱い、外貨両替を始めとしたチケット類売買以外への取扱品目の拡大などが取り組まれているが、マイナス要因を補うまでに至っていないという声が多い。

こうしたなか、チケット類の調達力や販売力の強化、さらには、価格設定や接客対応力などで顧客の信用を得るなどの地道な努力が最善の策という声もあり、企業力の差を要因とした業界内の二極化がより一層進むものとみられる。

業界の概要

チケット類売買業は、「商品券、乗車券、郵便切手およびこれらに類する証票その他のもの」である「チケット類」の売買を行う事業で、店舗は、金券ショップ、ディスカウントチケットショップ等と呼ばれている。また、当事業を行うには、古物営業法に基づいた公安委員会の許可が必要となっている。

チケット類は、新幹線回数券、各種鉄道プリペイドカード、航空券、高速バス券、各種商品券、美術展、興行場（映画、コンサート・スポーツ等）チケット、印紙、切手など多様であり、2000種にもものぼると言われている。

この業界は梅田での地下鉄回数券のバラ売りから始まったと言われており、その後、昭和50年代頃から、

古銭や切手の売買を行っていた事業者や質店などが、チケット類も扱うようになり、さらに、チケット類売買専門の事業者が多く設立され、業界が形成されてきた。また、薄利ではあるが売上高が大きいことから、魅力的な業界とみられた結果、他の産業からの参入も多かった。

店舗は郊外の立地もみられるが、都心の主要駅周辺のオフィス街や繁華街などの人通りの多いところへの立地が多く、都市型産業の要素が強い。

なお、日本標準産業分類では、古切手小売業、郵趣品（記念切手類・同収集品）小売業、古銭小売業は、「6099 他に分類されないその他の小売業」に属しているが、当事業は、「Q サービス業（他に分類されないもの）」の「8399 他に分類されないその他の生活関連サービス業」に分類されている。

大阪の地位

日本チケット商協同組合によると、大阪府内には65店舗あり、日本全国の544店舗の11.9%を占めている。都道府県別では、東京都（113店舗）に次ぐ規模であり、以下、愛知県、兵庫県、神奈川県と続いており、大都市圏への立地が確認できる（表1参照）。

多店舗展開をしている事業者もあり、事業者数は、全国で282（1事業者あたり1.9店）、大阪府で36（同1.8）となっているが、フランチャイズチェーン展開をしている事業者があることから、同一の店舗名を冠しているが、別々の事業者が運営しているケースもみられる。

府内の立地の中心は、大阪市中心部（北区、中央区）である（表2参照）。なお、組合加入率は3割程度とも言われており、府内には、組合員以外も含め200程度

の店舗があると推定される。

薄利多売形式で収益を確保する仕組み

販売するチケット類は、店頭を持ち込まれたチケット類を買い取っているほか、各事業者が独自の継続的な大口仕入れルートを確認している。

販売価格と買取価格の差額が収益源となるが、通常、事業者同士の情報交換により、近接した店舗間での販売価格、買取価格は、ほぼ横並びとなっている。売上高に占める売買差額は数%程度とみられ、例えば、3%とすると、年間1,000万円の経費を賄うには、年間3.3億円程度の売上高が必要である。

中元・歳暮期、レジャー・帰省期などに需要が多くなり、中元・歳暮期の少し後や株主優待券の発行直後に供給（店舗への持込）が多くなるなど、季節によって需要や供給の変動がみられ、需給バランスの変化に対応した形で、販売価格、買取価格ともに日々、変動している。

景気との関係では、不況期には節約意識が高まり、好況期には正規料金で購入していた層も利用するなど、顧客数の広がりもみせるが、好況期の方が商品券の持ち込みが増えたり、企業の事業活動（出張等）や個人の旅行・消費意欲が高まり、チケット類の需要も多くなることなどから、業界として活況を呈するとのことである。

また、東京など他地域と比較した大阪の利用者の特徴としては、各店舗をじっくりと見比べて価格の安い店舗で購入すること、口コミで価格情報を交換することなどの指摘があった。こうしたことから、店舗が集中している地域では、競合店の価格推移に、より一層の注意を払っている。

主要商品の使用停止が収益面に大きな影響

最近の景況としては、景気回復の流れのなか、利用者も増えているが、一方で、これまで売上高の2～3割を占めていた高速券やハイウェイカードが廃止された（阪神高速の回数通行券の利用は17年7月末まで、ハイウェイカードの利用は18年3月末まで）ことにより、大幅な減収になっている事業者が多い。

他にも、携帯電話の普及に伴うテレホンカード需要の低下、鉄道でのICカード化などの進展により、チケット類の需要、供給とも低下している状況にあることから、現在は、市場規模以上の店舗数となっており、過当競争に陥っているとの指摘もある。こうしたことから、利益額も縮小している事業者が多い。

さらに、金利上昇局面を迎え、金利負担の上昇が、事業運営に多額の資金を必要とする当業界に与える影響が大きいと懸念する声も聞かれた。

雇用では正社員比率を高める動きも

1店舗あたり1～数名で運営されているものが多いが、数名という場合、店長など責任者クラスが正社員で、販売などにはパート社員などが従事していることが多い。これは、バブル崩壊後に、コスト削減などを狙って、パート社員の割合が高まった側面がある。しかし、近年、店舗のリスク対応力向上などを目的として、正社員の割合を高めている事業者もある。

初期投資と多店舗管理センターの設備投資

現金を多く扱うという特性上、店舗を狙った強盗事件も多く、警察庁では「チケット店の防犯基準」を定め、自主防犯体制強化を指導してきている。

また、盗難・偽造チケットにより不正に金銭を得るという犯罪もあることから、こうした情報を共有する

ための情報網の整備などが、業界団体等で行われてきた。

こうした防犯対策という視点で、各店舗では、業界団体等から各種情報（偽造問題等）を受信するためやチケットの管理をするためにFAX、パソコン等や、買取時にチケット類をチェックするための機器などを開店時に設置するようになっている。

店舗開設後の設備投資としては、多店舗展開しているなかで、防犯対応の強化、店舗別での在庫管理の強化などのためにシステム開発などに注力している事業者もみられる。

新たな事業の柱を模索する動き

主力商品の廃止の影響も大きいなか、取扱品はほぼ同じで、かつ、薄利多売形態であるので、売上の価格差や取扱品の差異で集客することが行いにくいなか、チケット類の調達力（近年拡充されてきている各種株主優待券も含めた品揃え、売れ筋のチケット類を品切れさせないための量の確保など）、販売力（店舗立地、大口注文の確保、注文に対しての素早い対応、贈答用包装の対応など）といった各事業者の競争力の差異がそのまま業績の差異につながっている。

また、来店者のみならず、インターネット販売、通信販売により、利用者拡大に努める動きもある。

さらに、宝くじやtotoの取扱、ブランド品の買取など、チケット類以外での取扱品目の拡大、法律改正に伴って自由化された外貨両替業務への進出など、来店者の客層に合わせた需要掘り起こしの動きもみられる。

近年では、コンサートやスポーツ等のチケットの取扱も増えているが、これは、委託販売（持込者が設

定した価格で店頭で並べ、売却時に手数料を受け取る)であるが、高額な価格設定に対しては上限を設けており断る場合もあるという。

このように、様々な取組がなされてきているが、ハイウェイカードに代わる収益の大きな柱となるまでには至っていないという声も多い。

今後の見通し

こうしたなか、商品の回転率をいかに高めるか(買い取ってから販売するまでの時間をいかに短くするか)、あるいは、投下資本に対する利益をいかに確保するか、という視点が今まで以上に重要となってきた。そのためには、顧客ニーズへの先取り対応、接客対応や販売価格と買取価格の価格差を一定割合にとどめ、大きな利幅を取らないことや、チケット類の調達力の強化など、地道な取組で顧客の信用を得ていくのが、最良の対応策とする意見が多かった。

ここ数年が正念場という意見も聞かれたように、業界が形成され30年近く経過した現在、大きな変革期を迎えている。

(竹原 康幸)

表1 主要都道府県の立地状況
(日本チケット商協同組合加盟店舗数)

	単位:店 %	
	店舗数	構成比
大阪府	65	11.9
東京都	113	20.8
神奈川県	26	4.8
千葉県	24	4.4
埼玉県	19	3.5
愛知県	58	10.7
兵庫県	36	6.6
京都府	16	2.9
合計	544	100.0

資料:日本チケット商協同組合ホームページより作成

<http://www.ticket.or.jp/search.html>

(注)平成18年9月25日筆者調べ

表2 大阪府内の立地状況
(日本チケット商協同組合加盟店舗数)

	単位:店 %	
	店舗数	構成比
大阪市	48	73.8
北区	21	32.3
中央区	15	23.1
阿倍野区	3	4.6
天王寺区	3	4.6
その他	6	9.2
高槻市	4	6.2
堺市	3	4.6
その他大阪府内	10	15.4
合計	65	100.0

資料:日本チケット商協同組合ホームページより作成

<http://www.ticket.or.jp/osaka.html>

(注)平成18年9月25日筆者調べ