

## チケットの電子化による スタジアム・アリーナ体験価値向上への取り組みを開始

パナソニック株式会社(所在地:大阪府門真市、代表取締役社長 津賀一宏、以下パナソニック)と、びあ株式会社(所在地:東京都渋谷区、代表取締役社長 矢内廣、以下びあ)は、スポーツやエンターテインメントなどのチケットングを幅広いサービスに対応できるように電子化することで、来場者がスタジアム・アリーナで受けることができるサービス(以下、スタジアムサービス)を新たに提案し、来場者の体験価値を高めることを目指した取り組みを開始します。

国内のスタジアムやアリーナ施設では、入場チケットの確認やグッズ・飲食店舗の現金支払いなど人為的作業が多く、運営事業者の業務改善や来場者サービスの向上が進みにくいといった課題があります。パナソニックとびあは、スタジアム体験の入り口であるチケットングサービスとスタジアム内の設備、端末から得られる情報を一元的に連携することによって創出される新たなスタジアムサービスを、様々なビジネスパートナーと連携し開発・推進していきます。具体的には、ゲート認証、ルート案内、キャッシュレス決済、アクティビティなどの各種サービスを、電子化されたチケットデバイス(スマートフォン、非接触ICカード、ウェアラブルなど)を通じて情報連携することにより、来場者が施設を快適に、楽しく利用できる環境を整えます。そして、運営面においても省人化、効率化に繋がるサービスの開発を目指します。

本取り組みの第一弾として、11月24日(土)パナソニックスタジアム吹田で行われる、サッカー・明治安田生命J1リーグ、ガンバ大阪 vs V・ファーレン長崎戦において、新たなスタジアムサービスの実証実験を行います。詳細は以下【実証実験の概要】を参照ください。

パナソニックは、スポーツ・エンターテインメント施設の演出設備やセキュリティ機器、ゲート端末、店舗の決済端末などのIoT機器開発、さらに来場者への体験価値を高めるためのサービス開発の取り組みを推進しています。びあは、スポーツをはじめ各種エンターテインメントのチケットング業務を核とし、興行関連やスポーツ関連団体・企業向けの多様なソリューション提供や会場運営のサポート、コンテンツの創出などを手掛けております。両社は、それぞれの強みを生かし、チケットを核とした様々なサービスの連携により、施設における来場者の魅力ある体験の創造・提案はもとより、各種ビジネスパートナーの協力も得ながら、施設周辺・地域経済への貢献といった視点も踏まえ、総合的なスタジアムサービスの開発を目指します。



【スタジアムサービスプラットフォームの概念図】

### 【実証実験の概要】

パナソニックとびあは、大日本印刷株式会社、三井住友カード株式会社と共同で、下記のJリーグの公式戦において、3万人規模のホーム側全ての来場者※1が電子化されたチケットで入場することで実現できるスタジアムサービスプラットフォームの検証を行います。

現在、ガンバ大阪では約57%の来場者が紙チケットにて入場し、運営スタッフが目視にてチケット券面の確認、一時退場の際には再入場スタ

ンプによる管理しています。また、スタジアム内のグッズ、飲食店舗はキャッシュレス対応しているものの、その利用率は、10～20%程度(取り扱い件数ベース)に留まっております。

本実験では、すべての来場者にファンクラブカード、スマホQRチケット、ウェアラブルチケットなどの電子チケットをお持ちいただきます。そのチケットデバイスを利用して、スムーズなゲート入場、国際ブランド※2の非接触ICプリペイド決済※3サービスによるグッズや飲食の支払い、様々なアクティビティへの参加などのアクションを行っていただき、新たなスタジアム体験をしていただく予定です。

<対象試合> 明治安田生命J1リーグ ガンバ大阪vsV・ファーレン長崎戦

<実証日時> 2018年11月24日(土) 14:00キックオフ(予定)

<実施場所> パナソニックスタジアム吹田

<検証課題>

- ・どのようなサービスが来場者の体験価値の向上に繋がるのか
- ・デジタルマーケティングによりスタジアム運営の継続的な改善をいかに図るのか
- ・施設利用における質の向上、いかにファンエンゲージメントを生み出すのか

<実証内容>

- (1) プリペイド機能付きウェアラブル型電子チケットによるスタジアム体験の検証
- (2) モバイル型マルチリーダ認証端末を用いたスタジアム運営負担軽減の検証
- (3) 国際ブランド非接触ICプリペイドを用いたキャッシュレス決済によるグッズ・飲食店舗のレジ効率、混雑緩和の検証
- (4) 電子チケットを活用したスタジアムアクティビティサービスの有用性の検証
- (5) 来場履歴、決済履歴、アクティビティ履歴をもととしたデジタルマーケティングの可能性の検証

<協力> 株式会社ガンバ大阪

※1 ビジター来場者は含まれておりません。

※2 国内外のどこでも使える、国際的に通用するクレジットカードのブランド(商標)

国内で利用可能な国際ブランドとしては、VISA、Mastercard、JCB、American Express、Diners Clubなどがある。

※3 2018 FIFAワールドカップにおけるトーナメント会場でのVisa決済件数で50%が非接触(出所:

<https://www.investor.visa.com/news/news-details/2018/Contactless-Technology-Powers-Fifty-Percent-of-Purchases-at-2018-FIFA-World-Cup-Russia/default.aspx>)

Mastercard非接触決済のロードマップを発表 ～111カ国 800万以上の店舗で利用可能～

(出所:<https://newsroom.mastercard.com/mea/press-releases/mastercard-announces-roadmap-for-contactless-payments-consistency-2/>)

以上

プレスリリースの内容は発表時のものです。

商品の販売終了や、組織の変更等により、最新の情報と異なる場合がありますのでご了承ください。