

## 行動経済学の「公正」から見たチケット転売問題

高崎経済大学経済学部 山田直樹

### 1 はじめに（チケット転売問題とは）

昨今、オークションサイトはもちろんのこと、「チケットキャンプ」などのサイトを通じて、手軽にチケット購入が可能な環境が整いつつある。しかし、その裏で多くの報道があるように、チケットを高額で転売して富を得る、いわゆる「ダブ屋」の行為を罰する動きも最近なされている。このように話題となっているチケット転売問題をなぜ、音楽業界は危惧しているのだろうか。チケット転売問題への関心が一気に高まるきっかけになったのは、2016年の8月23日に出された「私たちは音楽の未来を奪うチケットの高額転売に反対します。」<sup>1</sup>という広告である。この広告には、多くのアーティストや音楽イベントが賛同している。

この広告の中で、チケット転売問題として挙げていることは以下の4つである。①『チケットの買い占めによる「不当に」価格をつり上げて転売する行為』、②『買い占めるというこの行為をする人によって、「本当にほしい」ファンがチケットを手にすることが出来ない』、③『転売サイトが、偽造チケットの売買など犯罪の温床となっている』、④『チケットがアーティストの知らないところで高値で転売されるため、ファンは高い金額を払うことで大きな経済的負担を受け、何回もコンサートを楽しめたり、グッズを購入できたであろう機会が奪われる。』このように様々な理由で音楽業界は、チケット高額転売を問題視していることがわかる。また、マイナビニュースが309人に行った「コンサートチケットの高額転売（定価より値上げしての転売）はアリだと思いますか？」という質問に対して、ナシと答えた人は74.8%と全体の4分の3を占めている。つまり、売り手側も買い手側もチケットの高額転売を不当だと考えていることがわかる。

しかし、チケット転売問題に対して大竹(2016)ら経済学者は、「超過需要が発生しているのであれば、なぜ最初から高い価格でチケットを売り出さないのか？」と指摘している。このようなことが、行われぬのはなぜだろうか。これを考える上で二つの先行研究がある。

まず、Krueger(2001)は、NFL「スーパーボウル」のチケットが転売サイトで高額で取引されている現状を踏まえ、主催者であるNFLが最初からよりチケットの値段を上げた状態で販売したら良いのではないかと当人が提言した。これに対し、NFLの広報担当副会長は、NFLとファンとの持続的な関係を維持するために、フェアでリーズナブルな価格にしていると答えた。

次に、サンデル(2014)は、ブルース・スプリングスティーンのライブが市場価格を下回る価格設

<sup>1</sup> 意見広告「チケット高額転売反対」 <https://www.tenbai-no.jp/> (2017/11/30 最終アクセス)

<sup>2</sup> マイナビニュース「チケットの高額転売、アリ？ナシ？」 <https://news.mynavi.jp/article/20160905-a397/> (2017/11/30 最終アクセス)

定をしていたために、多額の損失を受けたことを踏まえて、なぜ市場価格では売られなかったのかということを描いた。これに対し、ライブを行ったアーティストは、チケット価格を比較的手ごろな値段で押さえておくことは、労働者階級との関係を築くことになるとしている。つまり、この2つの考えはともに、長期的な視点で関係を築くという視点でとらえていることがわかる。

しかし、これらの例はあくまでも経験則でしかなく、実証的な成果などが判明しているわけではない。そのため、超過需要が発生している中で価格を据え置く理由を、アンケート調査を行う中で考えていきたい。

本稿の構成は次の通りである。第2章ではアンケート調査における仮説を立て、その上でアンケート調査の目的と概要について詳しく述べる。第3章ではアンケート調査の結果を分析する。第4章ではまとめとして、アンケート結果の含意と今後の方向性について述べる。

## 2 仮説・アンケート調査

### 2.1 仮説

Kahneman *et al.* (1986)では、人々が公正かどうかを考える基準は、利益を受ける人と不利益を被る人が誰なのかという視点と、人それぞれの「公正」と考える参照基準によって与えられているとされている。つまり、同じ市場価格になったとしても、その価格設定の方法によって「公正」と考える場合と「公正」でないとする場合がある。このことを考える上で参考となる質問が以下のものである。

問 1- $\alpha$  : ある店では人気商品のキャベツ畑人形が1ヶ月ほど品切れになっている。クリスマスの1週間前、倉庫で人形が1つだけ見つかりました。店の運営管理者たちはたくさんの顧客がこの人形を買いたいと思っていることを知っています。そこで店内放送を使って、この人形をオークションにかけて、一番高い価格で入札した人に販売する。

問 1- $\beta$  : ある店では人気商品のキャベツ畑人形が… (中略) …この人形をオークションにかけて、一番高い価格で入札した人に販売する。なお、売り上げはユニセフに寄付します。

この質問に対する答えの選択肢は、「全く公正である」「容認できる」「やや不公正である」「きわめて不公正である」の4つであり、前者2つを容認できる。後者2つを不公正であるとした。質問の結果としては、問 1- $\alpha$ は容認できるが26%、不公正であるが74%なのに対し、問 1- $\beta$ は容認できるが79%、不公正であるが21%となっている。「売り上げはユニセフに寄付します」という利益を被る人を変更した一文を付け加えただけで、公正だと考える人のほうが、不公正だと考える人を上回ることになる。

また、同じ研究の中で次のような質問を行っている。

問 2 金物屋はこれまで雪かき用のシャベルを15ドルで売っていましたが、大雪が降った翌日この店はシャベルを20ドルに値上げしました。この行為についてあなたはどのように思いますか。

この質問に対して、不公正であると回答した人は82%にも上った。このことを便乗値上げ

(gouging)と呼び、生産するコストが上昇していないのに価格を上げることは、たとえ超過需要の状態であったとしても不公正であると考えられる。これらから仮説①、②として以下の内容を上げる。

仮説①：買い手は、売り手が自分の利益を増やすために価格を上げることを不公正であると判断する。

仮説②：買い手は、売り手が今までと同様の利益を維持するために価格を上げることを公平であると判断する。同じ価格決定であっても、企業が一方的に決めるのと、買い手が決めるのだと「公平」だと思ふことに差が生じる。

## 2.2 アンケート調査の概要

本稿では2017年11月13日に高崎経済大学経済学部の学生、11月16日、17日、20日に獨協大学の学生にアンケート調査を行い、244名（男性184名、女性60名）から回答を得た。このアンケートでは、超過需要が生じたことを供給側が知った後に、販売方法ないしは価格を変化させることによって、需要側である買い手、つまりライブに行きたい人々が「公正」だと考えるかどうかについて、仮説を元に検証する。そして、今後のチケット販売の方向性を考察する一助となることを目的とする。

アンケートの質問文の詳しい内容は、別紙1アンケートの内容を参考とする。また、アンケートには、仮説の検証に必要なもの以外の質問も含まれているが、分析ないし本稿では、仮説を検証するための質問のみを取り上げる。

表 1 設問 A(1)の変更点

	A	B	C	D	E
販売方法	抽選	オークション	先着	抽選	抽選
価格	2倍	2倍	2倍	据え置き	2倍※1

※1 チケットの価格自体は7000円

出所：筆者作成

設問 A において(1)は昨年ライブにおいて7,000円で販売期間を一定期間公開し、抽選で販売したところ、超過需要が生じたということ仮定として置き、今年ライブにおいて、表1のように販売方法と価格を変更して、チケット販売における公正さを確認する。この際、パターン A～E の文章はそのパターンごとに異なっているが、パターン A などという言葉はアンケートの質問文中に一切登場させない状態で、回答者にランダムに配布した。加えて、2 大学で調査を行ったが、両大学でランダムに配布をした。例えば、パターン A は高崎経済大学だけが答えたということはない。また、回答者が回答する際に、他の回答者の答えている質問文と内容が違うことは伝えずに行った。

仮説①を検証するためにパターン A とパターン D つまり、同じ抽選という販売方法で価格を14,000円に釣り上げたものと、7,000円に据え置いた2者を比較する。仮説②を検証するために同

じ販売価格である、パターン A、パターン B、パターン C の 3 者を比較する。仮説検証のための統計ソフトは、Microsoft Excel 2016 を使用した。

### 3 分析結果

まず、回答が集まった中で設問 A の問 1 を、先行研究のように「公正である」、「容認可能である」という選択肢を「容認できる」とし、「やや不公正である」「不公正である」を「不公正である」とパターン別にまとめたものが表 2、パターン別の記述統計量をまとめたものが、表 3 である。表 2 の回答者の内訳として、パターン A は 48 名（高崎経済大学 26 名、獨協大学 22 名）、パターン B は 48 名（高崎経済大学 24 名、獨協大学 24 名）、パターン C は 49 名（高崎経済大学 25 名、獨協大学 24 名）、パターン D は 49 名（高崎経済大学 27 名、獨協大学 22 名）、パターン E は 50 名（高崎経済大学 27 名、獨協大学 23 名）である。

表 2 各パターン別の回答割合

	パターンA	パターンB	パターンC	パターンD	パターンE
容認できる	17 35.42%	23 47.92%	24 48.98%	45 91.84%	15 30.00%
不公正である	31 64.58%	25 52.08%	25 51.02%	4 8.16%	35 70.00%
	(n=48)	(n=48)	(n=49)	(n=49)	(n=50)

表 3 記述統計量

	パターンA	パターンB	パターンC	パターンD	パターンE
度数	48	48	49	49	50
平均値	2.8542	2.5625	2.5510	1.7347	2.9000
中央値	3.00	3.00	3.00	2.00	3.00
最頻値	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00
標準偏差	0.8503	0.8729	0.8181	0.6047	0.7626

表 2 から見ると、価格を唯一上げなかったパターン D は 91% もの人が「容認できる」としたのに対し、価格を値上げしたほかのパターンは、どれも「不公正である」が「容認できる」を上回る形となった。驚くべき結果となったのは、パターン E が一番、「不公正である」と答えた割合が高くなっているということである。このことは、大竹(2017)や Krueger(2001)であげられている、オークションや転売などで、もともとの価格より高い価格で取引された場合、チケットのもともとの価格との差額を寄付に回すと、公正だと思う人が増えるのではないかという先行研究を覆す結果となった。また、パターン B とパターン C はわずかの差で不公正であるという人が多かったものの、表 3 より、最頻値は 2 の容認可能であるという回答であったので、パターン A よりは受け入れやすいのかもしれない。そこで、仮説を検証する。

まず、仮説①を検証する。パターン A とパターン D の設問 A の問 1 で得た回答の平均値を算出したところ、パターン A では 2.85、パターン D では 1.73 となった。この二つの平均値の差が

統計的に意味のある差かどうかを検定するために、対応のない  $t$  検定を行った。その結果が以下の表 4 である。パターン A の平均値は有意差があり、大きいという結果になった。 $(t=7.48, df=95, p<0.01)$ つまり、このことから同じ抽選という販売方法でも、コストが上がっていないのに、価格を上げることで不公正だと感じる人が増えたということが言える。

表 4 仮説①を検証する  $t$  検定

$t$ -検定: 等分散を仮定した 2 標本による検定

	パターンA	パターンD
平均	2.854166667	1.734694
分散	0.722960993	0.365646
観測数	48	49
プールされた分散	0.542423022	
仮説平均との差	0	
自由度	95	
$t$	7.484749611	
$P(T \leq t)$ 片側	1.805042.E-11	
$t$ 境界値 片側	1.661051817	
$P(T \leq t)$ 両側	3.61008358257971E-11***	
$t$ 境界値 両側	1.985251004	

※1: \*\*\*, \*\*, \* は順に 1%, 5%, 10% で有意だったことを表す

次に仮説②を検証する。同じ 14,000 円に価格を上げた、パターン A、パターン B、パターン C の 3 つを比較する。この 3 つのグループの平均値の差が統計的に意味のある差かどうか検定するため一元配置分散分析を行った。内容は表 5 に記されている。その結果、分析有意な差がなかった。つまり、販売方法の違いは影響しないということがわかった。

表 5 仮説②を検証した一元配置分散分析

分散分析: 一元配置

## 概要

グループ	データの個数	合計	平均	分散
パターンA	48	137	2.8542	0.722960993
パターンB	48	123	2.5625	0.761968085
パターンC	49	125	2.5510	0.669217687

## 分散分析表

変動要因	変動	自由度	分散	観測された分散比	P-値	F 境界値
グループ間	2.844505043	2	1.42225252	1.981667179	0.141633	3.059831
グループ内	101.9141156	142	0.71770504			
合計	104.7586207	144				

## 4 終わりに

本稿では、チケット転売問題に対する疑問の一つである、なぜ最初からアーティストがチケットの販売価格を上げないのかという問題に対して、Kahneman *et al.*の「公正」に関するアンケートを元に、仮説を作り独自にアンケート調査を行った。その結果、便乗値上げは「公正」さに欠ける、という従来より行動経済学で言われてきた仮説が、チケット販売における調査でも見られる形となった。チケット転売という言葉が今回のアンケートでは用いなかったが、相手側が価格を一方向的に値上げすることは、このアンケート結果からだと、「公正」であると感じる人が少ないということが言える。

音楽業界ではないが、来年から三井物産がプロ野球のチケット価格を人工知能(AI)を使って需給に応じてサービスの価格を変える仕組みを導入する。<sup>3</sup>これは同じ席でも、販売実績やチーム状態、季節などを踏まえて価格を変更するというものである。この仕組みが成功するかどうか、「公正」さが影響してきそう。ホテルの予約では、すでに需給に応じてと値段を変更する仕組みは用いられているが、チケットとなるとまた話が変わってきそう。

今回の調査では、75.4%と男性が非常に高い割合を占めてしまったことや、そもそもコンサートやライブに参加したことがない人が全体の4割を占めていた。男性が多いゆえの回答、ライブへの参加経験が催す影響などもあるかもしれない。そのため、男性と女性が同じ割合のアンケート

<sup>3</sup> 日本経済新聞朝刊(2017/7/16)2面

ト調査であれば、また違った結果になるかもしれない。そこは今後の課題となりそうだ。

(5008 字)

### 参考文献

大竹文雄(2016)『チケット転売問題の解決法』.

<https://www.jcer.or.jp/column/otake/index897.html> (2017/11/30 最終アクセス)

大竹文雄(2017)『競争社会の歩き方—自分の「強み」を見つけるには』中公新書.

サンデル(2012)『それをお金で買いますか：市場主義の限界』鬼澤忍訳、早川書房

太下義之(2017)『「チケット転売問題」の真の問題～音楽ビジネスは直面する危機を打開できるか～』三菱UFJリサーチ&コンサルティング.

Eldar,S. Peter,D and Amos, T. (1997) “Money Illusion” *the Quarterly journal of economics*

Kahneman, D. Knetsch, J. and Thaler, R. (1986) “Fairness as a constraint on profit seeking” *The American Economic Review*,

Krueger Alan B.(2001) “Supply and Demand: An Economist Goes to the Superbowl” *The Milken Institute Review*, Second Quarter 2001, pp.22-29

意見広告「チケット高額転売反対」 <https://www.tenbai-no.jp/> (2017/11/30 最終アクセス)

日本経済新聞(2017/7/16)2面「チケットAIが値付け」

マイナビニュース「チケット高額転売、アリ？ナシ？」

<https://news.mynavi.jp/article/20160905-a397/> (2017/11/30 最終アクセス)

## 別紙1 チケット調査に関するアンケート内容

### 【設問 A】

あなたは東京で開かれるあるアーティストのライブに行こうとしています。昨年、このアーティストが行ったライブでは、予約販売日が一定期間公開され、その期間内に応募した人の中から抽選で当たった人に 7,000 円でチケットが販売されました。その結果、ライブ会場の座席数 10,000 を大きく超える 30,000 人の応募がありました。以下の問題にお答えください。

- 1) 今年のライブ会場は昨年と同じですが、販売方法を変えずに、抽選で当たった人に 14,000 円 でチケットが販売されることになりました。この販売方法についてどのように考えますか？以下の選択肢から一つお選びください。(パターン A)
  
- 1) 今年のライブ会場は昨年と同じですが、販売方法を、アーティスト主催のネットオークションに変更しました。オークションに参加した結果、あなたは 14,000 円 でチケットを落札することができました。(パターン B)
  
- 1) 今年のライブ会場は昨年と同じですが、販売方法を変え、予約販売日を公開し、先着順で販売し、14,000 円でチケットが販売されました。今年の販売方法についてどのように考えますか？以下の選択肢から一つお選びください。(パターン C)
  
- 1) 今年のライブ会場は昨年と同じで、販売方法は変えずに、抽選で当たった人に 7,000 円 でチケットが販売されました。今年の販売方法についてどのように考えますか？以下の選択肢から一つお選びください。(パターン D)
  
- 1) 今年のライブ会場は昨年と同じですが、販売方法は変えずに、抽選で当たった人に 14,000 円 でチケットが販売されることになりました。しかし、14,000 円のうち 7,000 円は、ユニセフに寄付されます。この販売方法についてどのように考えますか？以下の選択肢から一つお選びください。(パターン E)

1. 公正である      2. 容認できる      3. やや不公正である      4. 極めて不公正である

### 【設問 B】

- 1) あなたの性別はどちらですか？ 1.男性      2.女性



2) あなたはこれまでにライブを見にいったことはありますか? 1.はい 2.いいえ

3) 2)で「はい」と答えた人だけ答えてください。今までにライブを何回見に行っただけですか?回数を右欄に記入してください。

	回
--	---

4) 2)で「はい」と答えた人だけ答えてください。これまでに行ったことのあるライブの中で、一番高かったライブにはチケット代だけでいくら払いましたか?

	円
--	---

5) 2)で「いいえ」と答えた人だけ答えてください。見に行っただけが無い理由を1つだけ選んでください。

1.応募はしたが抽選で落とされた 2.金銭的な理由 3.そもそもライブに興味がない

4.その他 ( )

6) ライブに行くために、転売サイトを通じてチケットを購入したことはありますか?

1.はい 2.いいえ