

# インターネット上の不正転売の是非に対する要因分析

グループ演習 3 班

荻原嵐 金子慧海 Fineman Chen 宮下大祐

(指導教員：谷口綾子)

## 1. はじめに

### 1.1 研究背景

現在インターネット上でチケットなどの不正転売(ダフ屋行為)の増加が問題となっている。その原因として挙げられるのがインターネットの普及と法律の規制範囲である。不正転売は各自治体で定められた条例に従って禁止されている。しかし、その規制範囲は「公共の場」と定義されており、インターネット上までには及んでいない。2018年6月28日にインターネット上も含めたダフ屋行為を禁止とする法案が超党派によって提出された。しかし、現在もまだインターネット上の転売行為は禁止されていない。こういった現状を受けて、音楽業界に関わる諸団体が音楽チケットの不正な高額転売に対する意見広告を新聞2社に出稿した<sup>[1]</sup>。現在では100を超えるアーティストや音楽イベントが賛同を示している。広告の内容は以下の通りである。①チケットが本当に欲しいファンに行き渡らない。②チケットが定価よりも高額で転売された利益はアーティストに還元されない。③アーティストとファンとの良好な利益を壊す。一方で、転売業者のチケットストリートの社長である西山氏は意見広告に対して反対意見を述べている<sup>[2]</sup>。西山氏の主張は、高額かどうかを判断するのはファンであり、アーティストや主催者ではない、「良い席で見たい、そのためには高いお金を払ってもよい」という要望は自然なものであるといった理由から「高額転売」と主催者側が決めるのには違和感を覚えるということである。また、正当・公正に入手したチケットを自由

に売る権利は自由な市場を持つ資本主義社会の根幹として守るべき権利であるとも述べている。さらに、前述した2者の意見を受けて経済学者である大竹氏は西山氏の意見に賛同したうえで、意見広告の主張に反論を示している<sup>[3]</sup>。経済的には「どのくらい欲しいか」は「どのくらい払ってもよいか」という定量的な指標で表せるとし、「本当に欲しい人」は抽選で外れても高額なチケットを入手すると考えて、①の意見に反論を示した。②の意見に対しては「高額で販売された利益」はもともと抽選制だけの場合には発生していなかった利益であるため比較をしても仕方がないと述べている。③の意見に対しては、行動経済学者のクルーガー氏が抽選制は非効率であるとし、さらに価格を引き上げてファンをふるいにかけることは友好的な関係を壊すということからオークションで販売することを提案している**エラー! 参照元が見つかりません。**。いずれにせよチケットが高額であっても、売り買いする人はその取引でどちらも便益を受けていることから、経済学的にはチケット転売は価値を生み出す正当な行為であると述べている。このように転売に対する意見が立場によって異なっている。

### 1.2 研究目的

前節の経済学者の意見に、経済学を学んでいない我々は違和感を覚えた。そこで経済学の学習強度によって経済学者や転売業者の提唱への許容度や理解度、転売行動への意識の違いについて調査を行う。さらに、転売に対する規範意識が行動にどう影響を及ぼすかを調査する。

### 1.3 仮説

本研究における仮説は以下のとおりである。経済学に対する学習強度によって転売行動への賛否意識も異なる。

## 2. 調査手法

本研究では、アンケート調査を行い、経済の学習強度が不正転売の是非に与える影響やその他転売賛否意識に影響しそうな要因について分析する。以下図 1 に本研究の流れを示す。

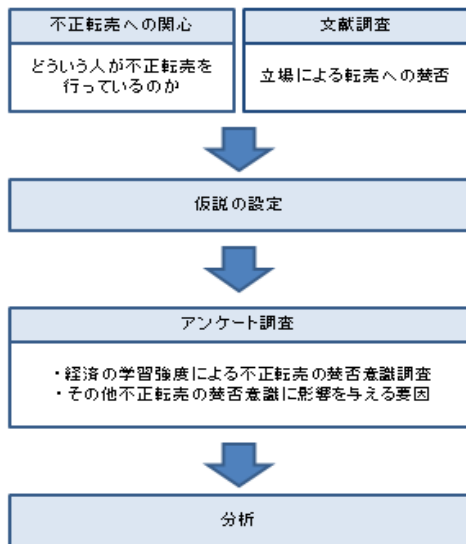


図 1 本研究の流れ

### 3. アンケートの概要

アンケートの概要と回答者の専攻内訳は表 1, 2 の通りである。なお、経済学を学ぶ社会学類は理工に該当する。

表 3 はアンケートの質問内容である。アンケートの内容は「学習強度に関する質問」、「転売に関する質問」、「規範意識に関する質問」の 3 種類で構成されている。経済学の学習の有無、強度を調査する為に「学習強度に関する質問」を取り入れた。表 2 の学部に関する質問も同様の目的である。

「転売に関する質問」では、転売に対する賛否に

ついて立場の異なる学者の主張を引用し、それに対して被験者が肯定するか否定するかで調査を行った。表 3 の質問③,⑤,⑦,⑨が音楽業界、質問④,⑥,⑧が転売業者、質問⑩,⑪,⑫,⑬が経済学者、質問⑭,⑮が行動経済学者の主張である。また規範意識（①命令的規範：禁止されているからしない,②記述的規範：みんながしないからしない,③個人規範：道徳的に考えてやらない）が転売賛否意識に影響を与えたと考え、「規範意識に関する質問」で調査を行った。

本研究におけるアンケートの評定尺度については、7 件法を用いた。

表 1 アンケートの概要

調査方法	Google フォーム
調査期間	8/1~9/16
被験者属性	19~41 歳 学生・社会人
依頼方法	班員の知己に回答を依頼
回答数	98
有効回答数	98

表 2 回答者の専攻内訳

専攻	割合	専攻	割合
理工	37%	生命環境	3%
体育	17%	教育	2%
人間	10%	人文・社会	2%
人間総合科学	10%	医学	2%
人間社会科学	3%	社会・国際	1%
システム情報工学	3%	図書館情報メディア	1%
情報	3%	その他	6%

表3 アンケート質問例

	変数名	尺度
<b>学習強度に関する質問</b>		
①	経済学の学習経験	経済学を学んだことはありますか.
②	経済学の説明能力	経済を知らない人にどのくらい説明できますか.
<b>転売に関する質問</b>		
③	転売チケットは本当のファンに行き渡らない	転売により本当に欲しいファンにチケットがいかない.
④	チケット高額転売の決定権はファン	チケットが高額かを決めるのはファンであり,アーティストや主催者ではない.
⑤	チケットの高額転売はファンとの関係を壊す	チケットの高額転売はアーティストとファンの良好な関係を壊す
⑥	良席への支払い要望は自然	「良い席で見たい,そのためにお金を払ってもよい」という要望は自然である
⑦	高額転売の利益はアーティストに無還元	チケット高額転売による利益はアーティストに還元されない
⑧	転売の利益は資本主義経済の根幹	チケットを手に入れた個人がチケットを売る権利は,自由な資本主義経済の根幹として守るべきである
⑨	転売利益は新コンテンツに活かされない	転売者の利益はアーティストの新しいコンテンツの創作には全く活かされない
⑩	参加したい度は最大支払い意思額	「ライブ/コンサートにどれくらい参加したいか」は最大いくら払えるかである
⑪	抽選制チケットは本当のファンに行き渡らない	「本当にチケットが欲しいファンにチケットが行き渡らない」のはチケットが抽選制であるからである
⑫	高額転売の利益は理不尽だが仕方ない	高額転売の利益がアーティストに還元されないのは理不尽だが,定価販売時にはない利益なので仕方ない
⑬	チケット転売は正当行為	チケット転売は,価値を生み出す正当な行為である
⑭	抽選チケットの配分は非効率	抽選によるチケット配分は非効率である
⑮	主催者ネットオークション+寄付は成功する	チケット転売の一定数を主催者が直接ネットオークションで販売し定価を超えた分は寄付する方法は成功する
⑯	転売社会への態度	転売が起きているこの社会をどう思うか
⑰	転売商品購入意図	転売サイトで商品を買おうと思いますか
<b>規範意識に関する質問</b>		
⑱	転売は良くない	転売は良くないことだと思いますか
⑲	転売は社会に良くない	転売は社会にとって良くないことだと思いますか

## 4. 分析

本研究では仮説の分析及び転売に対する賛否意識に影響を与えると考えられる要因についての分析を行った。

### 4.1 仮説の分析

仮説の分析では以下のような手順で分析を行った。

#### Step 1:

表3の学習強度に関する質問から学習強度を算出する。

#### Step 2:

算出した学習強度の高低により2つのグループを作成する。

#### Step 3:

2つのグループの転売活動に関する肯定度に差が生じるかT検定を用いて分析を行う。肯定度は表1の規範意識に関する質問から算出した値を使用する。

### 4.2 要因分析

要因分析では表1の転売に関する質問を説明変数に設定し、表1の規範意識に関する質問を目的変数に設定し、重回帰分析を行う。重回帰分析の結果からどのような要因が転売活動に対する肯定度に影響するかを分析する。

## 5. 結果

図3に学習強度に関する質問の2つの指標をかけあわせて算出した学習強度を示す。

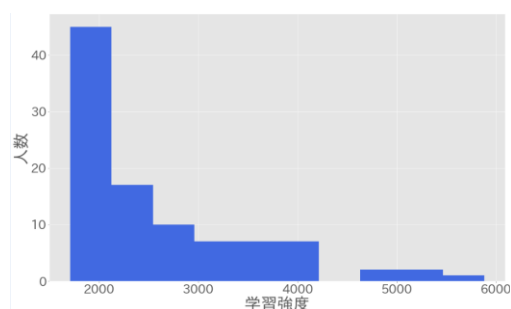


図3 学習強度の分布図

学習強度が4500以上、4500未満のグループを作成し、それぞれのグループの転売に関する肯定度の平均及び分散を計算した。肯定度の算出に使用した質問、肯定度の平均及び分散を以下表4及び表5に示す。

⑱転売はよくないことだと思いますか(1~7)

⑲転売は社会にとってよくないことだと思いますか(1~7)

これらの質問では数値が高いほど転売に関する肯定度が低いということを意味する。

表4 「転売は良くない」に対する平均値と分散

	学習强度高 (5人)	学習強度低 (93人)
平均	3.20	4.83
分散	7.20	3.10

表5 「転売は社会に良くない」に対する回答の平均値と分散

	学習强度高 (5人)	学習強度低 (93人)
平均	3.00	4.47
分散	5.50	3.10

表4,5から学習強度が高いグループの方が転売に関して肯定的である可能性があるということが分かる。ここで2つのグループの肯定度の平均に有意な差があると言えるか確認するために有意水準5%で片側T検定を行う。T検定を行った結果を以下の表6に示す。

表6 T検定の結果

	P-値
転売は良くない	0.026
転売は社会に良くない	0.038

表 7 「転売は良くないことだと思いますか」を目的変数にした場合の重回帰分析の結果

No.	変数名	係数	標準誤差	P-値
切片		5.291	1.137	0.000
③	転売チケット本当のファンに行き渡らない	0.030	0.088	0.734
④	チケット高額転売の決定権はファン	-0.069	0.072	0.336
⑤	チケットの高額転売はファンとの関係を壊す	-0.016	0.072	0.830
⑥	良席への支払い要望は自然	0.135	0.119	0.257
⑦	高額転売の利益はアーティストに無還元	0.037	0.085	0.660
⑧	転売の権利は資本主義経済の根幹	-0.180	0.089	0.046
⑨	転売利益は新コンテンツに活かされない	-0.005	0.099	0.958
⑩	参加したい度は最大支払い意思額	-0.025	0.070	0.722
⑪	抽選制チケットは本当のファンに行き渡らない	-0.112	0.078	0.158
⑫	高額転売利益は理不尽だが仕方ない	0.055	0.087	0.531
⑬	チケット転売は正当行為	-0.335	0.087	0.000
⑭	抽選チケットの配分は非効率	0.034	0.085	0.690
⑮	主催者ネットオークション+寄付は成功する	-0.114	0.075	0.130
⑯	転売社会への態度	0.384	0.076	0.000
⑰	転売商品購入意図	-0.205	0.070	0.004

表 6 から表 4, 表 5 の質問に関する 2 グループの肯定度の平均は有意水準片側 5% で異なると言える。

## 5.1 要因分析の結果

要因分析では、表 3 の転売に関する質問 15 個を説明変数に設定し、肯定度に関する 2 つの質問を目的変数に設定し、強制投入法で重回帰分析を行った。重回帰分析を行った結果を以下表 7 及び表 8 に示す。また、それぞれの決定係数は 0.63, 0.46 であった。

表 7 から「転売の権利は資本主義経済の根幹」、「チケット転売は正当行為」、「転売商品購入意図」に賛同するほど転売は良くないことだと考えず、「転売商品購入意図」に賛同するほど転売を良くないことだと考えていることが分かる。表 8 から表 7 と同様に「チケット転売は正当行為」、「転売商品購入意図」に賛同するほど転売は良くないこと

だと考えず、「転売社会への態度」に賛同するほど転売を良くないことだと考えていることが分かる。

## 6. まとめ

本研究では、経済学の学習強度によって経済学者や転売業者の提唱への許容度や理解度、規範意識と転売行動の関係についてアンケートを用いて調査を行った。本調査では学習強度の高いグループの方が低いグループに比べ、転売に対して肯定的であることがわかった。また、規範意識と転売行動の関係については、個人規範と記述的規範に影響を及ぼす転売に関する認識に大きな相違がないことが分かった。一方で、質問「転売の権利は資本主義経済の根幹」は個人規範に負の影響を及ぼしており、個人がチケットを売る権利を守りたいという

表8 「転売は社会にとって良くないことだと思いますか」を目的変数にした場合の重回帰分析の結果

No.	変数名	係数	標準誤差	P-値
切片		4.473	1.343	0.001
③	転売チケットは本当のファンに行き渡らない	-0.076	0.104	0.467
④	チケット高額転売の決定権はファン	-0.068	0.085	0.425
⑤	チケットの高額転売はファンとの関係を壊す	0.052	0.085	0.542
⑥	良席への支払い要望は自然	-0.022	0.140	0.877
⑦	高額転売の利益はアーティストに無還元	0.080	0.100	0.425
⑧	転売の権利は資本主義経済の根幹	-0.034	0.105	0.750
⑨	転売利益は新コンテンツに活かされない	0.168	0.117	0.153
⑩	参加したい度は最大支払い意思額	-0.087	0.083	0.297
⑪	抽選制チケットは本当のファンに行き渡らない	-0.122	0.093	0.193
⑫	高額転売利益は理不尽だが仕方ない	-0.046	0.103	0.656
⑬	チケット転売は正当行為	-0.234	0.102	0.025
⑭	抽選チケットの配分は非効率	0.044	0.101	0.664
⑮	主催者ネットオークション+寄付は成功する	0.015	0.088	0.865
⑯	転売社会への態度	0.288	0.090	0.002
⑰	転売商品購入意図	-0.172	0.082	0.039

考えが反映されているものと考えられる。また、アーティストの主張に関する質問が規範に影響を及ぼさなかったことから、意見広告の主張が個人や社会に対して及ぼす影響が小さいことが示唆された。平成30年12月24日現在、チケット転売を規制する法律が衆議院で可決され、今後成立することが見込まれている。法律の成立で今後のチケット転売がどう変化するのか注視していきたい。

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

参考文献

- [1]. チケット転売に対する意見広告  
<https://www.tenbai-no.jp/>
- [2]. 西山圭, チケット高額転売反対に感じる違和感, <http://ashikagunso.blog.jp/archives/55540074.html>
- [3]. 日本経済研究センター, チケット転売問題の解決方法,