

# プレミアム付商品券の発行について

— 法律はなぜ転売を禁止しないのか —

長 島 正 浩

## 〈目 次〉

- 第1章 問題の所在
- 第2章 プレミアム付商品券のスキーム
  - 2.1. 事業スキーム
  - 2.2. プレミアム付商品券事業計画
  - 2.3. 事業計画から見る課題
- 第3章 資金決済に関する法律
  - 3.1. 資金決済法の概要
  - 3.2. プレミアム付商品券と資金決済法の関連
- 第4章 プレミアム付商品券転売の可否
  - 4.1. 転売により損するのは誰か
  - 4.2. なぜ「転売」＝「悪者」なのか
  - 4.3. 現行法で転売を規制できるか
- 第5章 結語 一定価リセールサービスの活用—

## 第1章 問題の所在

平成26年12月27日、政府は「地方への好循環拡大に向けた緊急経済対策」（以下、「緊急経済対策」という。）を閣議決定し、続く平成27年2月3日に「平成26年度補正予算」が成立した。これにより「緊急経済対策」の施策の一つである「地域住民生活等緊急支援のための交付金」が地方公共団体（都道府県および市町村）に交付されることになり、当該交付金を財源として各地方公共団体は、地域における消費喚起策としてプレミアム付商品券やふるさと名物商品・旅行券などを発行する事業に取り掛かった。

平成27年8月17日に内閣府により公表された「緊急経済対策」の進捗状況（第2回調査結果）によれば、「緊急経済対策」に盛り込まれた各事業は、全体として順調に執行されているという。特に「地域住民生活等緊急支援のための交付金」（地域消費喚起・生活支援型、2,500億円）について、3月末までに交付決定した事業の約9割が6月末までに事業に着手しており、プレミアム付商品券等、ふるさと名物商品・旅行券等ともに事業数ベースで約4割が販売開始済みであるという。

しかし、プレミアム付商品券などの発行事業そのものは順調である一方で、さまざまな課題が浮上ってきており、マスメディアにおいてもしばしば購入者側の不満や発行者側の

不備などプレミアム付商品券にまつわる問題点が取り上げられている。そのうちの主な問題点を次に列挙しておこう。

- ① 大量に買い占める者が出現し、結果的にごく少数の人たちしか購入できなかった。
- ② プレミアム付商品券を求めて2時間待ちの行列ができ、その列に並んだものの結果的に購入できなかった。
- ③ 使用期限が3～6ヶ月間と短期間であり、その間に使い切らなければ無効となってしまう。
- ④ 一部の購入者がネットオークションに出品して転売益を得ている。プレミアム分の財源が税金で賄われているため、個人の利益になるのは好ましくない。

これらのうち、①②③はプレミアム付商品券の購入者からのクレームやトラブルという形で報道されたが、後発の自治体において、①に関しては購入額の上限を設けることで、②に関しては整理券の発行や抽選の実施、またインターネットを介して購入可能とすることで対応したのである。③の使用期限について詳細は後述するが、法律の問題もあり6ヶ月以内にせざるをえない状況である。

ところが、④に関してはテレビ・新聞などのマスメディアからの指摘だけでなく、政府(内閣府)や地方公共団体からも問題提起されている。しかし、我々は政府やマスメディアから尤もらしい指摘がされると、つい何ら検証もしないままにその指摘が正しいと納得してしまいがちである。プレミアム付商品券は、政府の打ち出した地方への好循環拡大に向けた緊急経済対策から間もない中で、地方公共団体が各地元の消費喚起策としてかなり慌てて発行しただけに多くの問題点を抱えた。そこで本稿では、特に④(①②③も含めて)を中心として、次のような観点から法的(会計的)検討を加えていこうというものである。

- i) 転売することで誰が不当な損失を被っているのか。
- ii) 税金で賄っているプレミアム分は誰の利益になるのか。
- iii) プレミアム付商品券を転売(ネットオークション)することは違法なのか。
- iv) 転売をいわゆるダブ屋行為として条例で取り締まることはできるか。
- v) なぜ法令をもって転売禁止の規制ができないのか。

まず次章では、プレミアム付商品券の地域消費喚起スキームから説明していきたい。

## 第2章 プレミアム付商品券のスキーム

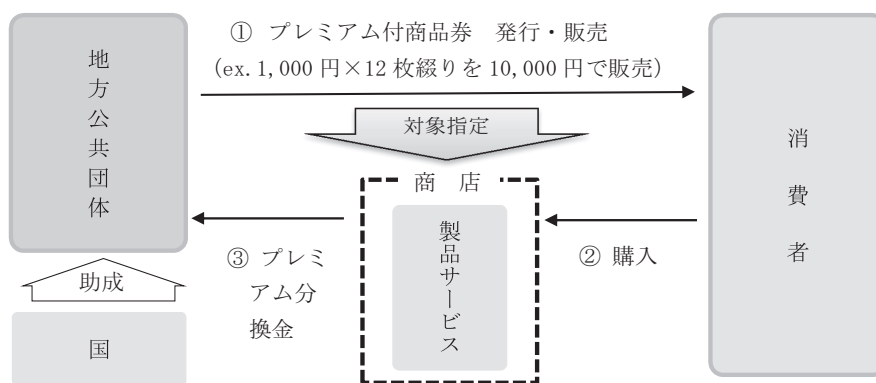
前章でも触れたが、政府は平成26年12月27日に「緊急経済対策」を閣議決定、平成27年2月3日に「平成26年度補正予算」が成立することにより「地域住民生活等緊急支援のための交付金」が地方公共団体に交付されることとなった。

内閣府によると、本交付金の目的は、地方公共団体が実施する、地域における消費喚起策やこれに直接効果を有する生活支援策に対し、国が支援地域の消費喚起に向けた地域の実情に応じた取り組みを支援することである。内閣府の挙げたメニュー例には、「プレミアム付商品券、ふるさと名物商品券・旅行券、低所得者等向け灯油等購入助成、低所得者等向け商品・サービス購入券、多子世帯支援策」などがあるが、本稿では「ふるさと名物商品券・旅行券」についても「プレミアム付商品券」に含めて考察することとする。

## 2.1. 事業スキーム

例えば、1枚1,000円の商品券が12枚綴りとなって1セット（商品券12,000円分）とした場合、地方公共団体（または地方公共団体が指定する商店街等）は1セットを10,000円で販売し、当該商品券を10,000円で購入した消費者は、指定された商店（取扱店）において12,000円分の買い物ができる。すなわち、消費者は10,000円の支払いで12,000円の買い物ができるので2,000円（プレミアム分）得することになる。商品券と引き換えに製品（売価12,000円）を販売した取扱店は、後日、商品券の販売元である地方公共団体に使用済商品券を持ち込んで12,000円に換金する。したがって、取扱店にとっては商品券が使用されることで直接得することはないが、当該商品券の取扱店舗に登録することで新規顧客の開拓や販売促進の効果が期待できる。商品券を発行・販売した地方公共団体は、商品券発行時に1セット10,000円の現金が入金されるが、取扱店から使用済商品券が持ち込まれたら12,000円を換金・支払するため、ちょうどプレミアム分の2,000円がマイナスとなる。この2,000円の財源は国からの交付金で賄われることになる。このスキームに関しては以下の〈図表1〉を併せて参照されたい。

〈図表1〉 施策のスキーム（内閣府「緊急経済対策」から引用）



このように事業スキームを概観しただけでは消費者・商店・地方公共団体のどこも損しない素晴らしいビジネスモデルに見える。もっともプレミアム分の財源として国からの交付金を充当するのであるから損しないのは当然である。特に消費者にとっての損失を被るリスクは相当低いだろう。しかし、いかに優れたビジネスモデルでも実際の運用時にはさまざまな実務上の問題が生じてくるものである。次に実際にある市で実施されたプレミアム付商品券の事業計画を見てみよう。

## 2.2. プレミアム付商品券事業計画

以下の〈図表2〉はある地方公共団体で発行されたプレミアム付商品券の事業計画である。具体的な会社名や個人名の記載は省略したが、その他は公表された資料のとおりである。この事業計画から浮き彫りになる課題を次節以降で考察する。

〈図表2〉ある市の商品券事業計画

1	発行規模	総額33億円 (販売額27億5,000万円, プレミアム率20% 5億5,000万円) 1,000円券×12枚つづり 1冊1万円 27万5,000冊
2	交付額	交付金上限額 7億9,781万5,000円 (内訳) プレミアム分 5億5,000万円 事業委託 1億7,700万円 市商連販促 7,081万5,000円 (商店街用広報物, 販促イベント)
3	取扱店舗	市内商店街, 大型店など 小売業, サービス業など幅広い業種を想定 公金の支払い, 不動産取得, 風営法適用業種などは対象外 (想定店舗数 5,000店舗)
4	申込方法	市民以外も購入可能。ただし, 購入希望者多数の場合は, 抽選とし, 市内在住者を優先する。専用ホームページまたは郵送により申込 ※希望冊数 (1人5冊まで・5万円分・6万円分の商品券)・郵便番号・住所・氏名 (ふりがな)・引換窓口番号 (第1希望・第2希望) を記入 ※一回の買い物で使える利用上限は5冊6万円分 当選者あて当選通知を8月下旬に郵送 (落選通知は発送しない。8月31日まで当選通知が届かない場合は落選)
5	購入方法	当選者が当選通知を持って, 引換窓口 (スーパー, 商店街, 区役所, 金融機関など約100店舗) で購入
6	申込期間 購入期間 利用期間	申込期間 平成27年6月15日(月) ~ 平成27年7月19日(日) 購入期間 平成27年9月1日(火) ~ 平成27年9月10日(木) 利用期間 平成27年9月1日(火) ~ 平成27年12月31日(木)
7	偽造防止	金券同様の偽造防止を施す ホログラムやマイクロ文字など特殊印刷を施すことで, 通常の印刷技術では容易に偽造ができない仕様とする
8	取扱店舗負担	換金手数料, 振込手数料について, 取扱店舗の負担は0円。事務経費から支出 換金は期間中7回。金融機関に取扱店舗が持込み, 約1ヶ月後に指定口座に入金
9	事業実施 業務委託	公募プロポーザルにより, 委託先として〇〇(株)を選定 (広報関係の印刷などは委託先が原則市内業者に発注) 事業実施にあたり, 販売窓口・取扱店舗と〇〇(株)との間で業務委託契約を締結
10	広報・販促	<広報> 取扱店舗募集告知 (市政だより) 購入予約告知を実施 (市政だより) ポスティング等による広報を実施 その他販売告知チラシの配布など <市商連販促> 実施方法については, 今後市商連と検討

### 2.3. 事業計画から見る課題

上記計画の1「発行規模」から販売額27億5,000万円のプレミアム率20%で5億5,000万円がプレミアム分であり、2「交付額」の交付金上限額約8億円の一部しか充当できないことがわかる。残りの交付金は事業委託費と販売促進のための広告費である。したがって、そのような諸経費もプレミアム率や発行部数を決定するのに重要な要素となる。

また4「申込方法」からは、購入希望者は市民に限定せず広く市外からも購入可能とし、購入希望者多数の場合は市内在住者が優先されるものの、抽選により決定するため公平性を保っていることがわかる。また、1人5冊までという購入の上限を定めているので、第1章で指摘したように大量に買い占めることができないしくみとなっている。

とはいっても、より平等にこのプレミアム付商品券を購入希望者に広く行きわたらせるためには、当然のことであるが発行規模をもっと多くすればよいのである。国からの交付金が一定であるとすれば、2「交付額」のところの販売促進費を低く抑えて、その節約額で発行量を増やすといったことが考えられる。しかし、7「偽造防止」にあるように、金券と同様に商品券にはホログラムやマイクロ文字など特殊印刷を施すことで偽造防止をしなければならないため、節約して安価に商品券を印刷することは困難である。それでは事業委託費を低くできないだろうか。これも9「事業実施業務委託」にあるように公募プロポーザル（事業者を選定する入札方式の一つ）によって委託先を選定しているため、ぎりぎりのラインに違いない。しかも委託先については、上記の市とは別の地域で起こったことであるが、下掲の新聞記事のように販売を委託された金融機関が不正な販売を行った事実が明らかとなった。

多摩信用金庫（東京都立川市）の職員がプレミアム付き商品券を事前購入したり店舗外で優先販売したりしていた問題で、同信金は14日、新たに八王子市と昭島市の計4支店で計157セット（126万5千円）の不正販売があったと発表した。前回発覚分と合わせると、不正は計459セット（277万5千円）となった。

信金によると、八王子市の商品券は5千円で6千円分、昭島市は1万円分で1万2千円分の買い物ができる。7月に信金で先着順の販売があったが、職員が事前に購入したほか、得意客分として保管し、職員が顧客を訪問して販売したり、支店の応接室で販売したりした。一部の店舗では支店長が承諾していたという。

信金は販売を委託された八王子商工会議所や昭島市商工会から支払われる委託費計60万円を辞退し、すでに販売して未回収となった199セット分の29万5千円を返金した。関係者の処分も発表し、佐藤浩二会長と八木敏郎理事長が報酬1カ月分を全額返上するほか、役員15人の報酬を減額する。

[朝日新聞デジタル（2015年8月15日）]

以上のように事業委託費と販売促進費は最低限必要な費用だとすれば、今度はプレミアム率を低く設定したらどうだろうか。仮に本計画のプレミアム率を20%から10%に下げたとすると、プレミアム分として充当する5億5,000万円を10%で還元すれば、55億円（5億5,000万円÷10%）が販売額となり、1,000円券×11枚つづりを1冊として1万円で売り出

せば55万冊を発行できる計算である。確かに販売冊数は2倍となり、総額60億5,000万円となるから、これがすべて地元で使い切れればその経済効果はかなり大きくなると考えられる。しかし、6「利用期間」を見ると、わずか4ヵ月しか有効期間がなく、この短期間で使い切れないかも知れないという不安や、1万円で1,000円券が1枚減って11枚では、プレミアムのお得感も半減してしまうという要素を加味すると必ずしも完売とはいかないかもしれない。

さらにこの逆転の発想として、プレミアム分だけを商品券にして無料配布する方式が考えられる。例えば、500円券を作るとして、財源を同じく5億5,000万円とすれば、110万枚の商品券を発行することができる。これを無料配布するといった場合、フリーペーパーなどにクーポン券として添付することが考えられるが、それこそ「税金のばらまき」と批判を浴びるだろう。取扱店であらかじめ買い物をしてくれたお客さんに買い物金額に応じて、例えば「1,000円お買い上げにつき500券1枚差し上げます」とか「500ポイントごとに500円券と交換できます」といった具合で配布するというものも考えられる。この方式であれば、商品券の引換窓口を別途設置する必要もなく、その委託費の節約ができると同時に、商品券を得る段階での買い物と、商品券を利用する段階での買い物のダブルの経済効果が期待できる。ただし、懸念すべきは、お金を出して購入した商品券に比べると、タダでもらった商品券のほうは消費されずに有効期限が終わってしまうこともあり得ることである。

5「購入方法」は、当選者が当選通知をもって引換窓口で購入するのであるから、上述のように委託費の問題はあるが、第1章で問題として挙げたような2時間待ちの行列ができるようなことはないだろう。ただ、遠隔地から引換えに来るには不便なこともあるだろうし、郵送（当選通知は郵送なのだから）によることも検討すべきだろう。

### 第3章 資金決済に関する法律

本章では第1章で問題点として4点取り上げたうちの③について触れていきたい。改めて列挙すると次のとおりである。

- ③ 使用期限が3～6ヶ月間と短期間であり、その間に使い切らなければ無効となってしまう。

購入者側からみれば、使用期限は長いほうが都合がよい。例えば、全国百貨店共通商品券は使用期限が無期限となっているが、なぜプレミアム付商品券は短期間なのであろうか。

#### 3.1. 資金決済法の概要

平成21年6月24日、「資金決済に関する法律」（以下、「資金決済法」という。）が制定された。この法律は、資金決済に関するサービスの適切な実施を確保し、その利用者等を保護するとともに、当該サービスの提供の促進を図るため、前払式支払手段の発行、銀行等以外の者が行う為替取引及び銀行等の間で生じた為替取引に係る債権債務の清算について、登録その他の必要な措置を講じ、もって資金決済システムの安全性、効率性及び利便性の向上に資することを目的としている（第1条）。また、この法律の規制対象となる「前



払式支払手段」(上記下線部)とは、次に掲げるものとしている(第3条第1項)。

- ① 証票、電子機器その他の物(証票等)に記載され、または電磁的方法により記録される金額に応ずる対価を得て発行される証票等または番号、記号その他の符号であって、その発行する者または当該発行する者が指定する者(発行者等)から物品を購入し、もしくは借り受け、または役務の提供を受ける場合に、これらの代価の弁済のために提示、交付、通知その他の方法により使用することができるもの
- ② 証票等に記載され、または電磁的方法により記録される物品または役務の数量に応ずる対価を得て発行される証票等または番号、記号その他の符号であって、発行者等に対して、提示、交付、通知その他の方法により、当該物品の給付または当該役務の提供を請求することができるもの

この「前払式支払手段」には、昔ながらの紙製の商品券、ギフト券等だけでなく、昭和57年に出現したテレホンカードなどの磁気型プリペイドカード、さらにはEdyやSuicaといったIC型プリペイドカード、そして、近年の情報技術通信技術の革新により、利用者に交付される証票等に金額等の記載または記録がないサーバ型プリペイドカードやサーバ型電子マネーまでも広く含む概念となっている<sup>1)</sup>。また、上掲①に該当するものは金額表示の前払式支払手段であり、売買契約等により物品の給付等を受ける場合に、その反対給付としての代金の支払いに使用することができる金券的な支払手段である。例えば、1,000円券、3,000円券などの金額が記載された商品券やギフト券、上限まで1円単位で入金することができるIC型プリペイドカードがこれに該当する。それに対して上掲②に該当するものは数量表示(物品表示)の前払式支払手段であり、それ自体に物品の給付請求権等が章章されており、これを提示等することによって物品の給付等を請求することができる手段である<sup>2)</sup>。例えば、ビール大びん2本と交換できるビール共通券、お米1キログラムと引換できる全国共通おこめ券などがこれに該当する。

### 3.2. プレミアム付商品券と資金決済法の関連

本稿で論じて来た「プレミアム付商品券」は資金決済法の規制を受けるのであろうか。

3.1.の資金決済法の概要を見る限りでは、プレミアム付商品券は明らかに同法の「前払式支払手段」に該当する。仮に資金決済法の規制を受けるとすると、誰が何についてどのような規制を受けるのであろうか。主な規制だけを次に挙げておこう。

- ① 前払式支払手段発行者は、その発行する前払式支払手段に、氏名等、支払可能金額等、利用者からの苦情または相談に応ずる営業所などの所在地および連絡先を表示しなければならない(第13条第1項)。
- ② 前払式支払手段発行者は、基準額を超えるときは、当該基準日未使用残高の二分の一の額以上の額に相当する額の発行保証金を、最寄りの供託所に供託しなければならない(第14条第1項)。
- ③ 前払式支払手段発行者は、一定の場合を除き、その発行する前払式支払手段について、保有者に払戻しをしてはならない(第20条第2項)。

このような規制を発行者が受けるとなると、特に②は発行保証金をどこから手当するのかという大きな問題が生じる。

しかし、資金決済法には適用除外規定があり、前払式支払手段が次のものであれば資金決済法は適用されない（第4条第1号～第4号）。

- ① 乗車券、入場券その他これらに準ずるもの
- ② 発行の日から政令で定める一定の期間内に限り使用できる前払式支払手段
- ③ 国または地方公共団体が発行する前払式支払手段
- ④ 法律により直接に設立された法人、特別の法律により特別の設立行為をもって設立された法人または特別の法律により地方公共団体が設立者となって設立された法人であって、その資本金又は出資の額の全部が国等からの出資によるものその他の国等に準ずるものとして政令で定める法人が発行する前払式支払手段

プレミアム付商品券はほとんどケースで上記③または④の前払式支払手段に該当するものと考えられる。よって、資金決済法の適用除外となると思われるが、もしも③、④に該当しなかったとしても②の使用可能期間でほとんどのものが6ヵ月以内（以前の前払式証券規制法の下では6ヵ月であった）であるため、結果として②に該当することは間違いなく、適用除外となるのである。

使用可能期間が短期の場合には一般に早期に使い切ってしまうため比較的风险は小さく、利用者保護の必要性が少なく考えられ、また、そのようなものにまで規制を及ぼした場合、サービスの提供が縮減するなどかえって利用者利便を損ねるおそれもあることから、利用者保護と利用者利便のバランスに配慮し、使用可能期間が短いものは規制の対象外とされている<sup>3)</sup>。

## 第4章 プレミアム付商品券転売の可否

本章では第1章で問題点として4点取り上げたうちの最後の④について考察していきたい。改めて列挙すると次のとおりである。

- ④ 一部の購入者がネットオークションに出品して転売益を得ている。プレミアム分の財源が税金で賄われているため、個人の利益になるのは好ましくない。

抽選で当たっても行列に2時間並んでも、人気のあるプレミアム付商品券の購入者のなかには、不測の事態により使用する見込みが立たないことも起きる。まして前章で検討したように使用期限も短期間であるし、払戻しも認められないとすると、転売という方法以外購入額を回収する手段は見当たらない。資金決済法の適用除外となり、法による保護が期待できない状況で、転売を禁止することが果たして妥当なのであろうか。

### 4.1. 転売により損するのは誰か

第2章2.1.事業スキームのところを確認したが、もしも転売などなく通常どおり商品券が使用されれば、その消費者がプレミアム分の利益を得ることになる。すなわち、プレミアム付商品券はそもそもが個人の利益となるものである。そしてその財源は国からの交付金（税金）である。

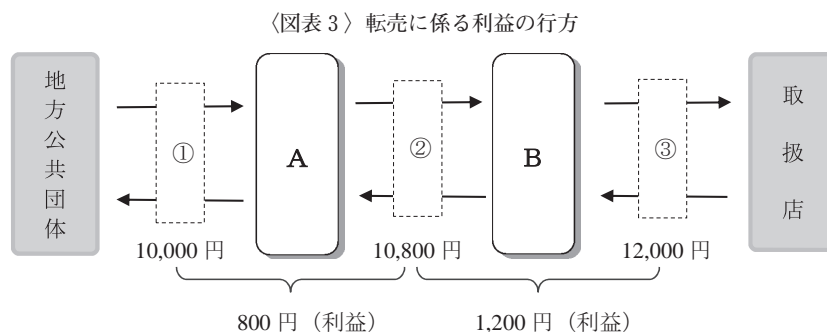
では、転売されると誰の利益になるのか、検証してみよう。

2.1.の例を前提にすると、まず地方公共団体は、プレミアム付商品券（12,000円分）1セッ



トを10,000円で販売した。これを10,000円で購入したAは、購入後ある事情が発生し、商品券を使うタイミングがなかったため、残存使用期限3ヵ月のところで、当該商品券をネットオークションでBに10,800円で転売した。その後Bは取扱店にて商品券（取得原価10,800円）を使って12,000円分の買い物をした。商品券と引き換えに商品（売価12,000円）を販売したこの取扱店は、後日、商品券の販売元（地方公共団体）へ当該使用済商品券を持ち込んで交換決済し12,000円の現金が入金することになる。地方公共団体はもともと商品券販売で10,000円の入金があり、持込商品券の換金に応じて12,000円の出金があっても差額2,000円は国からの交付金で充当するため損得はない。

このように商品券が使用前に転売されても、最終的に取扱店で使われて買い物がなされれば、取扱店以降のスキームは転売されていない通常の事業スキームと違いはない。そこで、1次購入者Aと2次購入者Bに関わる取引を以下の〈図表3〉に示した。



Aは①において地方公共団体から10,000円で商品券を取得し、代金10,000円を現金で支払う。次にAは②においてBに10,800円で商品券を転売し、10,800円の現金を受け取るので、800円（10,800－10,000）の転売益（利益）を得る。続いてBは10,800円の現金を支払って手に入れた商品券（取得原価10,800円）を取扱店で使い、12,000円分の買い物ができるので、1,200円（12,000－10,800）の利益<sup>4)</sup>が得られる。

したがって、Aが商品券を転売してもBはおろか取扱店も地方公共団体も損はしていない。あえて言えば、転売者であるAが商品券購入時に行列に2時間並んだ苦勞であるとか、現地までの交通費であるとかが転売益800円より大きければ、「Aが損した」ということになる。また、ネットで購入できたBは本来の販売価格より800円高く購入することになったが、もしもB自身で買いに行ったら、交通費をかけてその上炎天下の中を2時間待ちすることを考えたら、10,800円で買ったことは幸運だと思っているかもしれない。結局、プレミアム分の2,000円が個人ひとりの利益とならずに、個人Aに800円と個人Bに1,200円という形で分散されたにすぎないのである。

#### 4.2. なぜ「転売」＝「悪者」なのか

4.1. で商品券を転売しても誰も損することはないと証明した。しかし、世間では「転売」とか「ネットオークション」とか聞くと何か悪い企みをして金を儲けているというレッテ

ルが貼られているようだ。もしこれがトレーディング目的で株式売買をして少々儲けたとしたら、「ネット」を介した「転売」であるにもかかわらず、何も言われなし、「悪者」扱いされるどころかむしろ「勝者」として崇め奉られる。ところがプレミアム付商品券がネット上で転売された途端に、なぜか目の敵にされてしまう。

日本テレビのあるニュース番組においては(平成27年6月3日放送)、このプレミアム付商品券のネットオークションでの転売を取り上げ、ニュースキャスターは「私たちの税金が個人の利益に流れてしまっていることは大変な問題である」と訴え、「転売できないしくみを至急構築すべきである」と主張していた<sup>5)</sup>。

また、茨城県議会においても県で発行したプレミアム付宿泊券の「転売」が問題であるとの議論が行われている<sup>6)</sup>。会議録から主な発言を抜粋してみよう。

「ただ、問題としては、……とにかく宿泊をしてもらいたいと、……でも非常にこういうことで残念な結果というか、……もちろん税金が入っている中で、それが転売されるということは非常に問題で、……」

「まずは、これ売った分、本当にちゃんと消費されるのかということをまずチェックするように考えていかなきゃいけないと思います。」

大量に宿泊券を販売したが、これが茨城県で宿泊に使われるのかを懸念しているようだが、タダでばら撒いているのではないのだから、転売であろうがなかろうが、お金を出して購入した限りほぼ利用されるのは間違いないだろう。

「例えばホテル、旅館業協会に御協力をいただいて、泊まるときに使う方には事前に番号とお名前を言ってもらう、転売で買ったものであるならば使えませんよということを言ってもらっただけで、転売で買ってしまっている人には抑止力になるのかなと思います。」

転売で購入した人は純粋に茨城県に泊まりたいからこそネットオークションで当初販売価格より少しぐらい高くても商品券を手に入れたので、この人たちに対して「転売で買ったものであるならば使えませんよ」という方法は抑止力になるどころか、この商品券の評判を下げることになるだろう。

「今、プレミアム付商品券の話が出ておりましたけれども、私はプレミアム付商品券がそんなにも人気が出てきたのかとうれしく思っています。オークションですから、あくまでももうからないところには手を出さないと思いますので、転売をするのはいけませんけれども、あくまでも茨城に行きたいということ、5,000円以上には売れませんから、5,000円以内での売買ということになって、すごい得かなと思う人が買っているわけですから。この事業はどんどん進めていっていただきたいなと思うわけでございます。」

まさにこの発言に尽きると思われる。たとえ転売でも人気があるから売れるのであって、転売でも買ったからには必ず使うのである。転売の規制をするあまり商品券の魅力が下がってしまっただけでは意味がないのである。

では、転売は商品券を流通させ、本当に欲しい人のところへ届けるから100%良いのかというということにはならないだろう。やはり世の中には「悪者」がいるので、そこに法は規制をかける必要がある。

#### 4.3. 現行法で転売を規制できるか

4.2. ではプレミアム付商品券の転売がマスメディアや県議会でどのように言われているかを紹介した。しかし、転売が不当な行為であれば法によって禁止することができるはずであるが、実態はそうでない。商品券の券面に「転売禁止」と印刷したり、商品券専用のホームページ上で転売できないことを謳ったりしているにすぎない。ある市の商品券もネットオークションに出品され、次のように新聞報道された。

市は今回、ネットオークションサイトに商品券が少なくとも四件出品されているのを確認した。商品券の裏側に「本券の交換または売買、現金との引き換えはできません」と注意書きが記載してあるが、売買は法律で禁じられておらず、転売を防ぐのは難しいのが実情。市担当者は「皆さんの良心に任せるしかないが、非常に残念」と話している。

[東京新聞 (TOKYO Web) (平成27年 9月11日)]

記事にあるように問題は転売が法律で禁じられていないにもかかわらず、なぜ商品券発行体は転売を禁止したがるのかである。確かに最初から転売目的で大量に購入し、ネットオークションで大量に売却し大儲けしているのなら、それは黙って見過ごせないだろう。しかし、2.3. で確認したが購入の上限が定められているため大量に購入することは不可能である。上記記事でもネットオークションに出品されているのは4件と伝えているので、多額でないことは明らかである。では、件数が少なくとも1件当たりの落札価格が異常に高ければどうだろう。例えば、2.1. のように1セット10,000円で販売された額面12,000円の商品券がネットオークションに出品された場合、12,000円以上の入札はありえない。したがって、12,000円を下回る価格(10,000円以下もありうる)で落札されるか、またはあまり人気がないものや使用期限が迫っているものは落札されず売れ残る可能性もある。よって、転売目的で購入してもリスクの割にハイリターンは期待できない。すなわち、このプレミアム付商品券を転売するというだけで、誰かに迷惑がかかるとか、損害を与えるとか、保護するに値する者がいないため、法律が介入して転売を規制する必要がないのである。上記記事による市担当者が言うように「皆さんの良心に任せるしかない」のだろう<sup>7)</sup>。

## 第5章 結語 一定値リセールサービスの活用—

本稿では、プレミアム付商品券の事業スキームからその転売の可否に至るまで論考を進

めてきた。発行した地方公共団体がなぜ商品券の転売を禁止したがるのかについては、まだはっきりと結論が出ていない。利用目的なのか、転売目的なのか、販売時には判別しにくいということもあるかもしれない。ただ、4.2.において検討したように「転売」「ネットオークション」という言葉の悪いイメージがつきまとい、その影響は少なからずあるだろう。例えば、人気アーティストのライブチケットが、特にプラチナ・チケットと呼ばれるものが入手希望者の心理を突いて、定価をはるかに上回る価格で転売されることがある。しかし、このケースは入手希望者が弱い立場にあり、転売者はその強い立場を利用して不当な利益を得てしまうので、そこに法律が介入して弱者を保護しているのである。このような行為はいわゆるダフ屋行為といって、各都道府県が制定する条例（東京都であれば「公衆に著しく迷惑をかける暴力的不良行為等の防止に関する条例」第2条）によって禁じられている<sup>8)</sup>。もっとも同条例第1条では、「…もつて都民生活の平穏を保持することを目的とする」としているの、都民生活の平穏を脅かすほどの著しい迷惑行為をしない限りは摘発されないだろう。粛々とネットで転売しているなら誰にも迷惑はかけていないのである。

結局、プレミアム付商品券を購入した者が一番の弱者ではないだろうか。代金を前払していることで、商品券を使用期限内に使い切らなければ無駄になってしまう。使用期限が短期間であるため、なおそのリスクは高いし、商品券発行体も商品券の払戻しは行わないとしている。すると何らかの事情で商品券を使用することができなくなったら、購入者は転売しない限り購入額の回収はできないのである。商品券発行体はそのような唯一の回収手段を明確な理由もないまま禁止しているのである。もしもどうしても転売を禁止したいのなら購入額の回収手段を用意すべきである。

これに関しては、プレイガイド大手のチケットぴあが平成26年7月より「定価リセールサービス」を開始した。このサービスは、転売（リセール）希望者と購入希望者のマッチングを行い、成立した場合に定価でチケットの取引ができるというものである。チケットに限られてしまうが、この定価リセールサービスによって、ネットオークションでの高額転売や詐欺行為などを抑制していくのが狙いらしい。それならば、プレミアム付商品券に関してもこの仕組みを使うことによって転売希望者が利益を得るのを規制し、同時に商品券の購入額を回収することができるよう保護するのが得策ではないだろうか。

## 註

- 1) 堀 (2011) pp.16-17参照。
- 2) 堀 (2011) pp.17-18参照。
- 3) 高橋 (2010) p.88参照。
- 4) 会計上は12,000円の現金を受け取ったわけではないので正確には「利益」とはいえないが、10,800円の支払いで12,000円分の買い物のできたので、「得した」とか「儲かった」とはいえる。少なくとも損はしていない。
- 5) 放送の翌日である6月4日に、名前と連絡先を明かして当ニュース番組宛に上記4.1.のような解説を付けて意見を送ったが、未だ返信をいただいている。
- 6) 平成27年6月12日 茨城県議会 「平成27年防災環境商工常任委員会」会議録 (<http://gikai1.pref.ibaraki.jp/>) 参照。
- 7) 松原・長島 (2013) では、取引の決済方法の多くは売手と買手の信用度に依存するという主張を

展開している。

8) 条文上で使用されている「公共の場所」に「ネット」上が含まれるかどうかは定かでない。

#### 参考文献

- ・高橋康文 (2010) 『詳細 資金決済に関する法制』 商事法務
- ・堀天子 (2011) 『実務解説 資金決済法』 商事法務
- ・松原健二・長島正浩 (2013) 『「売買と貸借」の諸相』 松本大学出版会

### Issuance of the gift certificate with the premium - Why does the law not prohibit resale? -

Masahiro NAGASHIMA

The publication of the gift certificate with the premium by each local government is prosperous recently. This paper reports various legal problems about the resale of the gift certificate. It is very important to local government that I inspect whether it violates a law to resell a gift certificate.

The gift certificate with the premium is prepaid payment instruments. However, the Payment Services Act is not applied to the gift certificate. Therefore, they should protect the person using some kind of methods if a gift certificate publisher prohibits the resale of the person who purchased it.