

## インターネット消費者取引連絡会（第32回）議事要旨

1. 日時：平成31年3月7日（木） 14時～16時
2. 場所：中央合同庁舎4号館共用1202会議室
3. 出席者：別紙参照
4. 議題：オンラインチケットサービス（チケット不正転売禁止法）
  - (1) 発表
  - (2) 意見交換
  - (3) その他
5. 議事概要：
  - (1) について
    - ・ 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 五味様から「オンラインチケットサービスの動向整理」（資料1）について説明。
    - ・ 文化庁藤山様から「特定興行入場券の不正転売の禁止等による興行入場券の適正な流通の確保に関する法律（概要）」（資料2）について説明。
    - ・ 独立行政法人国民生活センター 井上様から「国民生活センター報告資料（オンラインチケットサービス（チケット不正転売禁止法）」（資料3）について説明。
    - ・ ぴあ株式会社 竹田様から「「チケットぴあ」「チケトレ」 サービスのご紹介」（資料4）について説明。
    - ・ 株式会社ディスクガレージ 石川様から「オンラインチケットサービス（チケット不正転売禁止法成立を受けて）」（資料5）について説明。
    - ・ EMTG株式会社 飯沼様から「電子チケットと公式トレードセンターについて」（資料6）について説明。
    - ・ 一般社団法人コンサートプロモーターズ協会 今泉様から「協会概要およびチケット高額転売問題に対するこれまでの取組について」（資料7）について説明。
  - (2) について
    - (1) の発表を踏まえ、意見交換。主な発言は以下のとおり。
    - ・ 個人的には、2017年頃からチケット不正転売の相談件数は減ってきていると思うが、ここ数年間で転売問題が減っているか増えているかについて、国民生活センターにデータとしてあれば、体感値でも良いので教えてほしい。次に、ぴあとEMTGに聞きたいが、公式リセールで額面よりも安い金額を設定することは可能か。
    - ・ 不正転売の相談件数については、現時点で統計データがなく、把握できていない。
    - ・ 当社はチケット販売を委託されているが、チケットの価格については、主催者側の定めた金額でリセールしており、券面価格のみで取り扱っている。
    - ・ 当社も同様。主催者から委託されて公式チケットトレードを行っており、現状は券面価格である。券面価格より安くすることを公式リセールでやると、アーティストのライブの価値を変えるのではないかと。今後ダイナミックプライシングが導入されれば変わるかもしれないが、現状は券面価格である。

- ・ ぴあに一点聞きたいが、チケットは良い仕組みと思うものの、当初は手数料が高いという指摘があったが、今の利用状況はどうか。また、チケット不正転売禁止法については、不正転売に抑止力のあるルール設定だとは思いますが、プラットフォームにおいて明らかな不正転売が行われている。チケット不正転売禁止法が施行されれば不正転売は違法となるが、プラットフォームの取扱いを聞きたい。
- ・ チケットは利用状況のベースで違っているが、あくまでもどうしても行けなくなった客のリセール場である。より多くの人に使うというよりも、救済の場としてサービスしている状況。手数料については、料率だけが先行して、SNS で話題となったが、あくまで券面価格に対する料率であり、サービス運営に最低限必要な手数料を客にも負担してもらっていると理解してほしい。
- ・ チケット不正転売禁止法については、インターネット上のプラットフォーム事業者には特に規定がない。ただし、罰則で不正転売が禁止されているため、プラットフォームは不正転売のチケットが出品されていた場合、見つけ次第速やかに削除することが望まれる。
- ・ 日々チケット転売についてトラブルが増えている。ぴあとディスクガレージと EMTG に聞きたい。3 つ質問があるため、各社分かる範囲で答えてほしい。一つ目はチケット転売仲介サイトのプラットフォームに関するトラブルについて、特に海外系プラットフォームでのトラブルが多く発生しているが、プラットフォームに対してどういう対策を考えているか。2 つ目は、電子チケットはプラットフォーム上でどのように転売されているのかについて。チケットのメールを転送する、チケットの PDF を送付する、スマホをそのまま送る等、実際どのように電子チケットはプラットフォームで受け渡しがされているのか。3 つ目は、興行が中止になった時の扱いについて。だいたい海外系が多いが、返金されない、連絡が取れない等といったことがある。様々な事業者が関係している中で責任はどのようになっているのかについて聞きたい。
- ・ プラットフォームに対しては、内容証明やメールで取り扱い停止依頼を送るのが一般的な対応である。権利者が転売を禁止しているチケットであるため、取扱いをやめるよう書くのが基本。ただ、そうした要請をしたとしても、多くの場合は転売目的かどうか分からないため削除できないと反論し、取り扱いをやめようとはせず、のれんに腕押しである。たとえ、チケット販売の翌日に販売価格の何十倍で転売されていたとしても同様の反応であることが多い。確実に本人確認を実施するコンサートで、購入者も同行者も本人確認するチケットであることを伝えて取り扱いの停止を要求すると、ようやく取り扱いをやめる。プラットフォームマーの場合、チケット不正転売禁止法ができて普通にも普通に転売することは適法と主張するだろう。プラットフォームマーに、転売目的でチケットが多数売られている認識はあっても、転売をやめろということはプラットフォームマーに死ねということであるから、プラットフォームマーが積極的に対策をすることはないし、高額転売が不可能となるような対策はしないだろう。プラットフォームマーへの直接の圧力より、不正転売されたチケットによる客の入場禁止を徹底し、転売されたチケットでは入れないとの認識を音楽ファンに広め、転売されたチケットは買わないとの風潮を広めるしかない。入場を断ることやファンに面倒をかけることとは本意ではないが、やむを得ずそういう対策をしている。
- ・ 電子チケットはいくつかサービスがあり、先駆けは QR コードやバーコード等である。電子チケットの受け渡しについては、チケットのスクリーンショットを転送しているケースが過去に

起きた。同じチケットのスクリーンショットがいくつも売られており、現場では1人目だけが入場でき、二人目以降は入れなくなるトラブルがあった。これらのトラブル対策として、現在では、バーコードを時間で切り替わる仕組みを導入し、最新のバーコードでないと認識されないようにしている事業者もいる。当社ではスクリーンショット対策として、スマホのアプリにチケットを表示する仕組みを取っており、アプリでないとともぎれないようにしている。アプリを入れる際に電話番号認証にて本人確認をしているため、それで不正転売を防止している。より進んだ対策としては、顔認証や生体認証等、より本人と購入者をマッチさせて転売しづらくしているところもある。

- ・ その場合チケットを買うときに、かなりの情報を渡すことになるのか。
- ・ そうなる。不正な転売の金額が膨大になれば、そこまでして取り締まらないとうまくいかなくなるだろう。ただし、そこまでしなくてもすむ中間の案として、スマホのアプリによる本人確認を実施する等、バランスを取っていきたい。
- ・ 海外アーティストの突然のキャンセルによる返金の問題だが、プレイガイドにチケット販売を委託しているケースだが、チケットの売買契約は、プレイガイドと買った人との民民の契約となる。しかし、転売サイトでの購入など、プレイガイドのあずかり知らないところで行われるC2Cの売買については、把握することさえできない。プレイガイドとの契約主体でない所から返金依頼をされても対処しようがない。返金されないのはこういったケースである。
- ・ 補足すると、誰が払い戻しの義務を負うのかということで、チケット事業者はチケット販売に関する委託を受けているだけであり、興行上のリスクは負ってない。単なる「業者」であって、チケットが販売されれば売上は入るが、それは主催者の売上を預かっているだけであり、最終的にはチケット販売手数料が控除されて主催者に行く。消費者は、ぴあやローチケ、イープラスなどのプレイガイドに対して払い戻しの手続きができると思うのが一般的かと思われるが、実際には払い戻しの責任は主催者であって、プレイガイドにはない。主催者から払い戻し業務を委託されていれば、払い戻し業務をプレイガイドが行うが、多くのチケット販売委託の契約書においては、払い戻しまで当然に行うとはされていないのではないかと。主催者が自ら払い戻しを行うことはまれであり、主催者が飛ぶ、即ち逃げた場合、原資はないのに払い戻しの請求はプレイガイドに来てしまう。それは想定できる状況。主催者が飛ぶと大きな消費者被害になる可能性がある。
- ・ 不正転売対策に業界を挙げて取り組んできたことと承知。チケット不正転売禁止法で法的環境も整った。これでようやくオークションサイト等にも不正転売チケットを削除するよう要請できる。先ほどの質問に関連して東條先生に聞きたい。チケット不正転売禁止について国内の環境が整い、現地での認証が厳しくなると、国内の転売サイトはかなり減るだろう。そうすると他の分野のように海外に行く可能性がある。資料1の27ページにある、viagogoはCCJ（越境消費者センター）他にもトラブル相談が来ていると思う。海外では刑事告訴されたとある。チケット不正転売禁止法ができて、不正転売ではないと抗弁されるかもしれないが、viagogoについては、それ以前に日本の景品表示法に抵触したり詐欺罪に該当したりする可能性もあり、その角度からの対応も考えられるのではないかと。海外の転売サイトに対して実務上できることは何か、また法執行への希望はあるか。
- ・ 海外のチケット転売プラットフォームは多い。日本ではチケットキャンプがなくなって、他の

転売サイトに転売ヤーは場所を移す一方、Twitter、海外 SNS 等も使っており、viagogo を含む海外事業者も使っている。海外のプラットフォームに直接内容証明を送った事例はないが、無視される可能性が高い。viagogo は米国の大きな転売プラットフォームである StubHub の創業者が設立した法人であり、大手プラットフォームと認識している。英国などにおいては、チケットの再販業者を規制する法律があり、実際に法律に違反している疑いがあるとして、viagogo が調査対象になったという報道もある。表現は悪いが、転売ヤーはイナゴのように一番高く売れ、かつ一番手数料の安いプラットフォームに移動していただくだけであるから、viagogo に沢山の転売ヤーが移住し取引が盛んになるようであれば、法的な対応をしていくしかない。私たちにできることは、電子チケットの技術等も活用し、転売が禁止されているチケットを viagogo で買ったとしても入場できないということをファンに理解してもらい、買わないようにしてもらうことが重要である。また、チケット不正転売禁止法について補足すると、本法では海外にいる日本国民が不正転売を行っても処罰されることとなり、日本か海外かのプラットフォームを問わず、海外から日本人が不正転売を行う行為も処罰対象となる。なお、外国人は処罰対象外であり、転売が自由とされている国や地域もあるためやむを得ないが、今後の課題である。

- ・ もっと早くチケットは電子化されると思っていたところ、意外に電子チケットの普及は遅いようだが、その阻害要因は何か。過渡期はいろいろな手法があり、ユーザーは慣れないため、現場におけるもぎりのトラブルがあるのではないか。実際紙のチケットと比べ、電子チケットはトラブルが多いのか。また、トラブルの場合の救済措置はあるのか。紙のチケットは発券して終わりだが、電子チケットはデータであるため何らかの救済措置があるのではないか。
- ・ ユーザーは紙のチケットへの愛着が強く、併売すると、3:1 で紙を選ぶイメージ。これは、ファン層の年齢が上がるほどその傾向が見られる。業界全体の問題としては、チケット自体に投資するほど資力が足りない。電子チケットを導入する際のトラブルとしては、スマホの電池切れがあり、その際は、充電器を貸す等で対応できる。また、アプリやスマホの不具合の際は、購入時のデータが残っているため、免許証等の身分証でデータと突合し、現場で救済できる。このほか、トラブルの例として、携帯電話の電波の問題がある。東京ドーム等の場合、携帯電話キャリアの基地局の輻輳で、電子チケットのデータが落とせないということがありうる。ただ、昨今はオフライン対応しているため、大分解決された。
- ・ 消費者の問い合わせ窓口は、具体的にどのように充実させているのか。
- ・ 各社、電話及びメールでの窓口を設けており、Q&A を充実させてきている。また、業界としての研修も行っている。
- ・ サービス毎にそれぞれメール及び電話の窓口で対応している。基本的にはメールで受けることが多いが、なかなか進まない時は電話で直接解決している。メールは 365 日対応で、電話は平日受付であるが、チケットのトレードの場合、深夜帯でできないと困ることもあるため、メールは 24 時間受け付けている。
- ・ 業界団体としては、メールでの問い合わせ窓口を設けているのみだが、チケット不正転売禁止法においても、相談体制の充実が努力義務とされていることもあるため、消費者相談窓口の充実は今後の検討事項である。
- ・ 先ほど国民生活センターからのデータがあったが、この数年フェスやライブが増えていることもあり、チケットに関する相談は確実に増えてきている。今年に入ってから、ラグビーワー

ルドカップのチケットに関する viagogo の相談ばかり来ている。チケット不正転売禁止法で一定の環境整備ができたが、海外のプラットフォームに今後どう対応すべきか、文化庁を中心に真剣に考えてほしい。日本の転売サイトに関する相談も入ってきている。販売価格は売値で提示されているため一見問題ないように見えるが、手数料が通常の2倍に設定されており、購入する際には非常に高額で買わされてしまうとの相談が来ている。環境は整備されたが、チケット不正転売禁止法について消費者に広く認知されているとは言えず、広報が足りていない。今後は、業界団体、文化庁、消費者庁等でしっかり広報をやってほしい。

- ・ プラットフォームについて指摘があったので、情報共有したい。景品表示法は規制の法律で、直接ものを売る人が行う広告に対する規制であるが、プラットフォームに適用がないかといえはそうではない。プラットフォームが片棒を担いでいることもあり、消費者庁が平成24年に景品表示法の留意事項というガイドラインを出しており、プラットフォームについて適用の可否を検討している。例えば、アフィリエイトについては適用できないが、ドロップ SHIPPING は適用できる、また、共同購入クーポンは適用できるかどうか微妙等であった。転売を専門にしているプラットフォームもあり、プラットフォームが堂々と転売行為・不正転売を容認しているのは問題であり、プラットフォームへの法の適用可能性もおいおい検討して良いのではないか。
- ・ 不正転売対策としては、違反者を取り締まることも有効だが、電子チケットの利便性を高めるという方法もあるだろう。電子チケットは方式が乱立し、ユーザーも混乱しているのではないかとのことだったが、標準化の動きはあるのか。また、宇多田ヒカルのライブでの顔認証を導入したとのことだったが、実際に現場ではスムーズに本人確認が行えたのか。認証のエラー率が高かった等、分かる限りで教えてほしい。
- ・ 具体的な共通化の動きはない。EMTG が他社の規格に寄せていくという話があるが、それ以外の動きはない。ただ、水面下では一部話し合われていて、チケットデータの共通化という大きな動きがある。これは労働コストを下げるためということもあり、チケットデータが共通化できると、最終的には電子チケットにも影響が出ると思われる。宇多田ヒカルのライブに関しては、現場は非常にスムーズで、紙もぎりよりも早いという声もあった。エラーは1%以下で、エラー者にはベーシックな方法で本人確認を行った。
- ・ 勉強の機会をいただき感謝。チケットの高額転売サイトがアフィリエイト広告を打っているのを見つけたが、業界団体としては非常に残念であり、申し訳なく思う。至急、会員会社にチケット不正転売禁止法が成立し、これから施行される旨を知らせ、対策について教育・啓蒙しないといけない。日本アフィリエイト協議会としてもパトロールや啓蒙活動を強化するが、同時に、チケットの業界団体等からも、こういう法律ができたから、こういう広告は取り扱わないでほしい等、こちらに情報提供いただきたい。アフィリエイターやブロガーも違法であることを知らずに高額転売されているチケットを紹介してしまうこともあると思われる。消費者が高額転売サイトにたどり着く導線を切れれば、消費者やアーティスト等が被害に遭うことも少なくなると思うので、今日を機に連携して取り組んでいきたい。
- ・ 一点補足すると、お話にあった国民生活センターCCJは、消費者庁で2011年に始めた後、今は国民生活センターの部門として、CCJは提携する機関を増やしている。
- ・ チケット転売問題はグローバルであるが、海外でうまくいった例を教えてほしい。

- ・ 海外では高額チケット転売は自由と言われることがあるが、実際はかなりの国で対策をしている。オリンピックの場合、ロンドンオリンピックの頃から国内法を作って対応しており、万全ではなかったが効果をあげている。リオデジャネイロオリンピックの場合、IOC関係者が転売を行い、ブラジルの法律違反となり、入国すれば逮捕されるため、ブラジルに入国できないと聞いた。実際に、複数の転売業者も逮捕されている。英国については、消費者契約法のような法律に転売対策が盛り込まれており、この法律は転売を禁止するというよりは、二次販売をする際には席の番号を表示しなければならない、また、転売が禁止されているチケットの場合、その旨を表示しなければならない等、プラットフォームを規制していると聞いている。米国は州ごとに違う。東海岸の州では転売規制をかけるところが多く、二次流通を行う事業者に登録させる制度が多くある。一方、西海岸は自由な州が多いようだ。また、2016年に米国においてボットによるチケットの大量購入・転売を禁ずる法律ができた。この法律は、単なる転売を規制するわけではなく、ボットを使った大量のチケット取得に限り規制している。この法律がどこまで実効性があるかは調査が及んでいないが、英国は段階的に消費者契約法を施行しており、従わない事業者には公権力を行使して調査を進めていると聞いている。
- ・ ラグビーワールドカップ及び東京オリンピック・パラリンピックが日本で開催されるが、セキュリティ対策はどうなっているのか。海外では顔認証を行うと聞くが、日本ではどうなっているのか。政府側で、知っていれば教えてほしい。
- ・ 東京オリンピック・パラリンピックについては、組織委員会から、入場時に現場にて本人確認を実施すると聞いている。併せて、HPにて、公式サイトで購入したチケット以外は入場禁止であるため、公式サイトで購入するよう注意喚起すると聞いている。
- ・ 公式の転売サイトは用意されるのか。  
※会議後に東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会に確認したところ、2020年春ごろに、公式転売サイトができるとのことであった。
- ・ 資料4の13頁にある多重申し込みの防止について、具体的な対応について聞きたい。転売防止のために一人がたくさんのチケットを購入することを防止することが目的であると思うが、逆に転売目的ではなく、たまたま窓を沢山開けてしまっていて、誤って注文してしまっても、一回買ったらキャンセルできないのか。重複注文は旅行サイトでもあるが、本人に悪意がなく多重申し込みをしてしまうこともあると思うが、どのような対応をしているのか。
- ・ 抽選式申し込みにおいては、一人が同じIDで同じ公演日時を買おうとすると、申し込み済みとアラートが表示される。先着式では、販売開始初日はアクセスが集中するため、重複購入時にアラートを出す場合がある。
- ・ ぴあは1つのIDでは重複できないということか。
- ・ そうなる。物理的に一人の客が同じ時間帯の公演を何回も見ることができないからである。ただし、演劇で複数回の公演がある場合に、その内の3回の公演を見たい場合等は、1回の申込で3公演を申し込むことは可能で、3公演とも抽選の対象としている。
- ・ 同じ日時の公演に3つ当選した時等、操作ミスだとは思いますが、消費者からすると同じ日時の公演に3つも行くわけがないと主張したいだろうが、3つ申し込みしているため3つ当選すればどれもキャンセルできないと規定されているところもあるため質問したが、御社のように1人1IDとして、アラートが出るような仕組みを取っているのであれば問題ないのであろう。御社

のような重複が出ないシステムが他のサイトのシステムにも広がってほしいとの期待の意味でも聞いた。

- ・ ほとんどのプレイガイドが同じようなシステムで対応している。そのような相談をする方は、恐らくダブル ID を持っていて複数当選してしまい、キャンセルしたいためそのように主張しているのではないかと思う。
- ・ チケットには興行チケット以外もあるため、どのチケットの相談であったかは分からないが、今回、プレイガイドの皆様は重複しないシステムを導入していることを知ることができた。
- ・ 東條先生に海外のことで聞きたい。仄聞した程度だが、米国で場所によってチケットの転売規制がないのは、米国ではチケット価格が市場価格に近いためであり、日本で転売ヤーが繁盛するのはチケット価格を抑えているからと聞いたが事実か。
- ・ 私の個人的見解を申し上げる。海外のチケットは、超 S クラスのアーティストの場合、VIP 席は 1 万ドルという状況もある。ポール・マッカートニー等の場合は日本でも 5 万円、10 万円になることもあるが、日本ではそれほど高騰しない。これは理由の一つでしかないが、JASRAC の演奏使用料の決め方も一つの要因であると言われている。JASRAC の演奏権使用料は、チケットの価格により影響を受けるが、3 種類の価格の席があった場合、その価格の種類ごとに何席あったとしても、3 種類の価格の単純平均額が基準となってしまう。そのため、100 万円の席を 1 席でも作ってしまうと、使用量が莫大になってしまう。これが全ての要因ではないであろうが、そういった事情もあり、過激な価格設定が難しいということもあるのではないか。経営努力として、チケット価格は数千円に抑え、楽屋に行きサインをもらえる等の別のサービスを提供し、これはチケット価格とは別であるとして、チケット付きツアー等の形式をとることで、使用料が上がらないようにしている例もあると聞いている。そもそもコンサートにおける演奏権使用料は直接経費につながるため、コンサート収入では思うほど利益が上がるビジネスモデルではないため、使用料を節約するために、日本では全席同一価格ということになりやすい。また、もう一つの要因としては、1 列席が違ったら料金が極端に変わることは、同じファンの中に線を設けたくないとのアーティスト側の意向も強く働いているのではないか。この 2 点が日本でチケット価格が上がりにくい要因と考える。

以上

## 第 32 回インターネット消費者取引連絡会出席者一覧（敬称略）

## ○消費者庁

ないとう	しげお	消費者政策課	課長
内藤	茂雄		
てらうち	あやこ	消費者政策課	国際室 室長
寺内	彩子		
はらだ	ゆうき	消費者政策課	政策企画専門官
原田	祐樹		
やまぐち	まさと	消費者政策課	主査
山口	正人		

## ○関係行政機関（国・地方）

ふじやま	たかこ	文化庁	文化経済・国際課	専門官
藤山	貴子			
いちかわ	みつひろ	東京都	生活文化局	消費生活部
市川	光弘			取引指導課 課長代理（表示指導担当）

## ○事業者団体

やしろ	しゅういち	公益社団法人	日本通信販売協会	消費者相談室	室長
八代	修一				
いしかわ	やすひろ	公益社団法人	日本通信販売協会	消費者相談室	相談員
石川	康博				
きはら	たかまさ	一般社団法人	モバイル・コンテンツ・フォーラム		専務理事
岸原	孝昌				
てらだ	しんじ	一般社団法人	モバイル・コンテンツ・フォーラム		
寺田	眞治				
			常務理事	CP 委員会	消費者担当
かさい	ほくと				
笠井	北斗		日本アフィリエイト協議会		代表理事

## ○消費者相談関係団体等

さわだ	としこ	一般社団法人	EC ネットワーク		理事
沢田	登志子				
はらだ	ゆり	一般社団法人	EC ネットワーク		理事
原田	由里				
さくらい	おさむ	東京都消費生活総合センター	相談課		課長補佐
櫻井	修				
ひやま	まさこ	東京都消費生活総合センター	相談課		消費生活相談員
樋山	昌子				

## ○オブザーバー

もり	りょうじ	弁護士法人	英知法律事務所		弁護士
森	亮二				
こみ	たかし	三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング株式会社	政策研究事業本部		主任研究員
五味	崇				
たまき	ゆうすけ	独立行政法人	国民生活センター	相談情報部	相談第 2 課 主査
玉木	祐介				
いのつえ	りゅういち	独立行政法人	国民生活センター	相談情報部	相談第 2 課 係員
井上	竜一				
たけだ	ゆう	ぴあ株式会社	ライブ・チケットティング事業局	セールスプロモーション部	部長
竹田	裕				
くりた	まや	ぴあ株式会社			広報室
栗田	麻矢				
いしかわ	あつし	株式会社ディスクガレージ			常務取締役
石川	篤				
いぬま	ゆうき	EMTG 株式会社	チケット事業部		部長
飯沼	裕樹				
いまいずみ	ひろと	一般社団法人コンサートプロモーターズ協会			事務局長
今泉	裕人				
とうじょう	がく	業界 4 団体による高額転売対策			顧問弁護士
東條	岳				