

ブライダルの取引に関する実態調査報告書

目次

ブライダルの取引に関する実態調査報告書

第1	調査の趣旨・方法等	1
1	調査の趣旨	1
2	調査方法	2
(1)	書面調査の実施	2
(2)	書面調査への回答の状況	2
3	ヒアリング	3
4	調査対象期間等	3
(1)	調査票発送日	3
(2)	回答期限	3
(3)	調査対象期間	3
第2	調査結果	4
1	ブライダル市場の概況	4
2	ブライダル業の概況	4
(1)	ブライダル業者の概況	4
(2)	新規参入の状況	8
(3)	納入業者の概況	8
3	ブライダル業者と納入業者との取引の状況	9
(1)	違反行為類型別の状況	9
(2)	優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為がみられた取引の状況（行為類型別）	11
(3)	優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為がみられた取引の状況（取引内容別）	13
4	調査結果のまとめと評価	17
(1)	ブライダル業の概況	17
(2)	ブライダル業者と納入業者との取引の状況	18
(3)	取引を行う上での留意点	20
第3	公正取引委員会の対応	21

集 計 資 料

第1	ブライダル市場の概況	22
1	ブライダル業の市場規模	22
2	事業所数の推移	23
3	婚姻件数の推移・推計	24
4	ブライダル会場の形態	25
第2	ブライダル業の概況	26
1	ブライダル業者の概況	26
(1)	資本金の額	26
(2)	ブライダルの年間取扱件数	26
(3)	ブライダルの年間取扱件数の増減傾向	27
(4)	ブライダルの年間売上高	27
(5)	ブライダルの年間売上高の増減傾向	28
(6)	ブライダル1件当たりの売上高の増減傾向	28
(7)	ブライダル1件当たりの出席人数の増減傾向	29
(8)	ブライダル施設の保有数	29
(9)	ブライダル会場の形態	30
2	新規参入の状況	31
(1)	兼業の状況	31
(2)	新規参入の有無	31
(3)	新規参入業者	32
(4)	異業種からの新規参入業者の事業内容	32
3	納入業者の概況	33
(1)	資本金の額	33
(2)	年間総売上高	33
(3)	ブライダル業者との取引年数	34
(4)	ブライダル業者との取引内容	34
第3	ブライダル業者と納入業者との取引の状況	35
1	採算確保が困難な取引（買ったたき）	35
(1)	取引の対価の決定方法	35
(2)	採算が取れないような代金での取引の要請の有無	36
(3)	要請に応じたことの有無	37

(4) 要請に応じた理由	38
(5) 採算確保が困難な取引（買ったたき）に係る納入業者の具体的回答事例	38
2 発注内容の変更	39
(1) 発注内容の変更の有無	39
(2) 発注内容の変更に伴う費用負担の有無	40
(3) 費用負担した理由	41
(4) 発注内容の変更に係る納入業者の具体的回答事例	41
3 やり直し	42
(1) やり直しの有無	42
(2) やり直しに伴う費用負担の有無	43
(3) 費用負担した理由	44
(4) やり直しに係る納入業者の具体的回答事例	44
4 発注内容以外の作業等	45
(1) 発注内容以外の作業等の有無	45
(2) 発注内容以外の作業等に伴う費用負担の有無	46
(3) 費用負担した理由	47
(4) 発注内容以外の作業等に係る納入業者の具体的回答事例	47
5 商品・サービスの購入・利用の要請	48
(1) 商品・サービスの購入・利用の要請の有無	48
(2) 要請に応じたことの有無	49
(3) 要請に応じた理由	50
(4) 購入・利用を要請した商品・サービスの内容	50
(5) 商品・サービスの購入・利用の要請に係る納入業者の具体的回答事例	51
6 金銭・物品の提供の要請	52
(1) 金銭・物品の提供の要請の有無	52
(2) 要請に応じたことの有無	53
(3) 要請に応じた理由	54
(4) 提供した金銭・物品の内容	54
(5) 金銭・物品の提供の要請に係る納入業者の具体的回答事例	55
7 従業員等の派遣の要請	56
(1) 従業員等の派遣の要請の有無	56
(2) 要請に応じたことの有無	57
(3) 従業員等の派遣に伴う費用負担の有無	58
(4) 費用負担した理由	58
(5) 従業員等の派遣の要請に係る納入業者の具体的回答事例	59
8 代金の支払遅延	60

(1) 代金の支払遅延の有無	60
(2) 支払遅延に応じた理由	61
(3) 代金の支払遅延に係る納入業者の具体的回答事例	61
9 代金の減額	62
(1) 代金の減額の有無	62
(2) 減額に応じた理由	63
(3) 代金の減額に係る納入業者の具体的回答事例	63
10 返品	64
(1) 返品の有無	64
(2) 返品に応じた理由	64
(3) 返品に係る納入業者の具体的回答事例	65

第1 調査の趣旨・方法等

1 調査の趣旨

公正取引委員会は、独占禁止法上の優越的地位の濫用規制及び下請法に基づき、納入業者に不当に不利益を与える行為に対し厳正に対処するとともに、違反行為の未然防止に係る取組を行っている。また、この未然防止の取組の一環として、公正取引委員会は、優越的地位の濫用規制上又は下請法上問題となり得る事例が見受けられる取引分野について、取引の実態を把握するための調査を実施している¹。

ブライダルの分野においては、平成28年に冠婚葬祭業者に対して下請法に基づく勧告²が行われるなど、これまでも、優越的地位の濫用規制上又は下請法上問題となる行為がみられてきたところである。

少子化に伴い婚姻件数の減少が避けられない中、挙式・披露宴を行わない「なし婚」、招待客数を絞り込んだ「少人数婚」が増加傾向にあるなどブライダル市場の拡大を見込むことが難しい状況が生じてきている。

こうした状況において、ブライダルの市場では新規参入や消費者等のニーズへ対応するための競争が活発に行われる一方で、ブライダル業者と取引をする事業者に対して、取引とは直接関係ない物品の購入を要請するなど優越的地位の濫用又は下請法違反につながり得る行為が行われているといわれている。

このような実情を踏まえ、公正取引委員会は、今般、ブライダルの取引において、優越的地位の濫用規制上又は下請法上問題となり得る行為が行われていないかについて、実態調査を実施することとした。

¹ 納入取引に関し、

「ホテル・旅館と納入業者との取引に関する実態調査」（平成24年5月）

http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h24/may/120516_2.html,

「大規模小売業者等と納入業者との取引に関する実態調査」（平成24年7月）

<http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h24/jul/120711.html>,

「外食事業者と納入業者との取引に関する実態調査」（平成25年5月）

http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h25/may/130527_01.html,

「食品分野におけるプライベート・ブランド商品の取引に関する実態調査」（平成26年6月）

<http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h26/jun/140620.html> 等

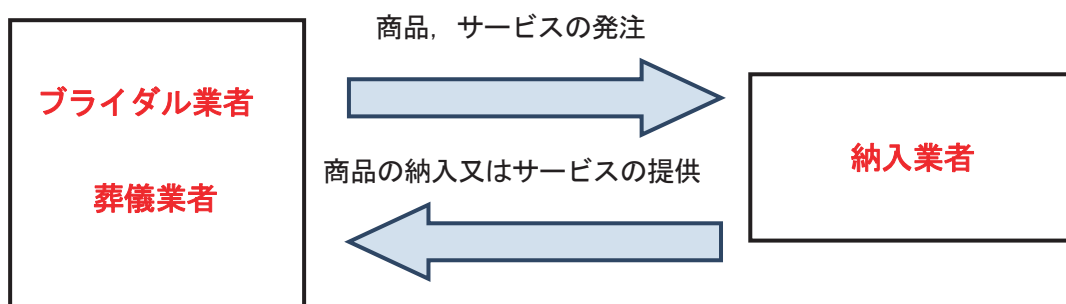
² 個別事案については、下記URL参照。

http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h28/jun/160614_1.html

2 調査方法

(1) 書面調査の実施

ブライダル業と葬儀業を併せて営んでいる事業者も存在することから、ブライダル業又は葬儀業を営んでいると思われる事業者を対象として調査票3,500通を送付するとともに、当該事業者のうちブライダル業又は葬儀業を営んでいると回答した事業者(以下、それぞれ、「ブライダル業者」、「葬儀業者」という。)から報告のあった取引先納入業者³を対象として調査票7,000通⁴を送付し、書面調査を実施した。



調査票の発送数及び回答数は下表のとおりである。

対象事業者	発送数	回答数	
ブライダル業者 及び葬儀業者	3,500	1,603(45.8%)	
		うちブライダル業を営んでいるとの回答数	255
		うち葬儀業を営んでいるとの回答数	696
納入業者	7,000	3,456(49.4%)	
		うちブライダル業者と取引があるとの回答数	1,157
		うち葬儀業者と取引があるとの回答数	1,451

(2) 書面調査への回答の状況

ブライダル業者255名から納入業者との取引に関する回答があり、また、納入業者からブライダル業者延べ1,157名との取引に関する回答があり、本調査では、これらの回答を集計対象として調査結果を取りまとめている。

³ ブライダル業者又は葬儀業者に対して、商品の納入又はサービスの提供を行っている事業者

⁴ 納入業者1名に対し複数のブライダル業者又は葬儀業者との取引について調査票を送付している場合がある。

3 ヒアリング

書面調査における回答者を含め、ブライダル業者4名及び納入業者24名を対象にヒアリングを実施した。

4 調査対象期間等

(1) 調査票発送日

ア ブライダル業者 : 平成28年6月13日

イ 納入業者 : 平成28年9月1日

(2) 回答期限

ア ブライダル業者 : 平成28年7月7日

イ 納入業者 : 平成28年9月23日

(3) 調査対象期間

直近1事業年度（一部の設問につき直近5事業年度又は直近10事業年度）

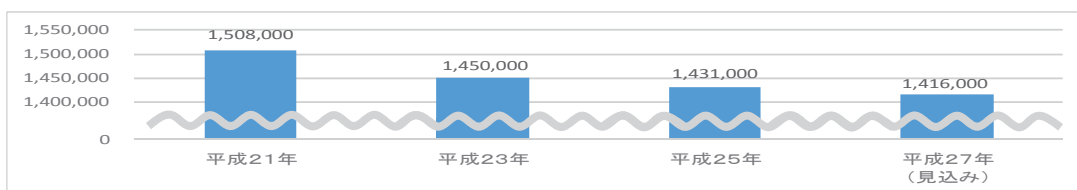
第2 調査結果

1 ブライダル市場の概況（集計資料：第1 P22～P25）

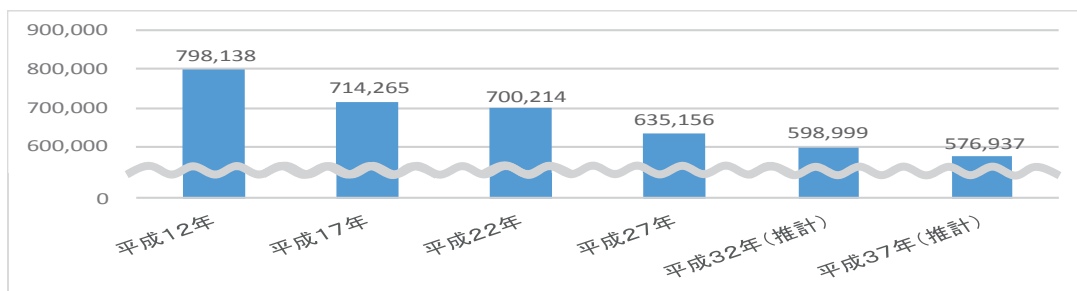
ブライダル業の市場規模は平成27年において約1兆4160億円と見込まれ、漸減傾向が続いている。

婚姻件数は、平成27年において約64万件であり、過去10年間でおよそ11%減少している。今後も減少傾向は続き、平成37年には約58万件になることが予測されている。

ブライダル業の市場規模⁵（百万円）



婚姻件数の推移・推計⁶（件）



2 ブライダル業の概況（集計資料：第2 P26～P34）

(1) ブライダル業者の概況

ア ブライダル業者の資本金等

ブライダル業者の資本金については、5000万円以下と回答したブライダル業者が62.0%、3億円以下でみると88.2%であった。

ブライダルの年間取扱件数については、「100件以下」と回答したブライダル業者が42.4%と最も多く、次いで「100件超500件以下」が36.4%、「500件超1,000件以下」が11.9%であった。

ブライダルの年間売上高については、「1億円超5億円以下」と回答したブライダル業者が29.0%と最も多く、次いで「1億円以下」が26.4%、「10億円超50億円以下」が22.9%であった。

⁵ 出典：株式会社矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑 2016年版」

⁶ 出典：厚生労働省「平成28年（2016）人口動態統計の年間推計」、株式会社リクルートマーケティングパートナーズ（リクルートブライダル総研）「婚姻組数予測」

イ ブライダルの年間取扱件数及び年間売上高の増減傾向

ブライダルの年間取扱件数の増減傾向については、「減少している」と回答したブライダル業者が76.8%であった。

ブライダルの年間売上高の増減傾向については、「減少している」と回答したブライダル業者が81.5%であった。

年間取扱件数の傾向

	回答数	割合
増加している	28	11.6%
減少している	185	76.8%
変わっていない	28	11.6%
合計	241	100.0%(注)

(無回答14名)

年間売上高の傾向

	回答数	割合
増加している	27	11.1%
減少している	198	81.5%
変わっていない	18	7.4%
合計	243	100.0%

(無回答12名)

(注) 各欄の割合は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計が100.0%にならない場合がある。以下同じ。

ウ ブライダル1件当たりの売上高と出席人数の増減傾向

ブライダル1件当たりの売上高の増減傾向については、「減少している」と回答したブライダル業者が69.4%であった。

ブライダル1件当たりの出席人数の増減傾向については、「減少している」と回答したブライダル業者が77.9%であった。

1件当たりの売上高の傾向

	回答数	割合
増加している	36	14.9%
減少している	168	69.4%
変わっていない	38	15.7%
合計	242	100.0%

(無回答13名)

1件当たりの出席人数の傾向

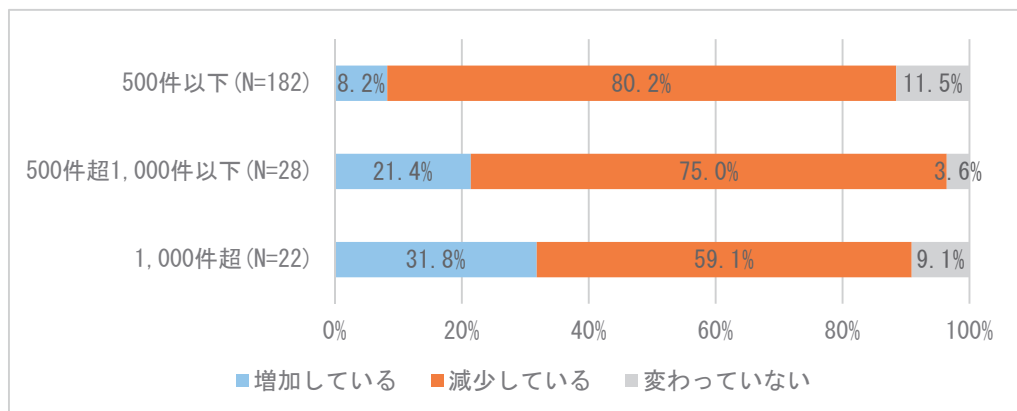
	回答数	割合
増加している	5	2.1%
減少している	187	77.9%
変わっていない	48	20.0%
合計	240	100.0%

(無回答15名)

エ ブライダルの年間取扱件数とその増減傾向との関係

年間取扱件数の多いブライダル業者ほど年間取扱件数が減少傾向にあるとした割合が低かった。

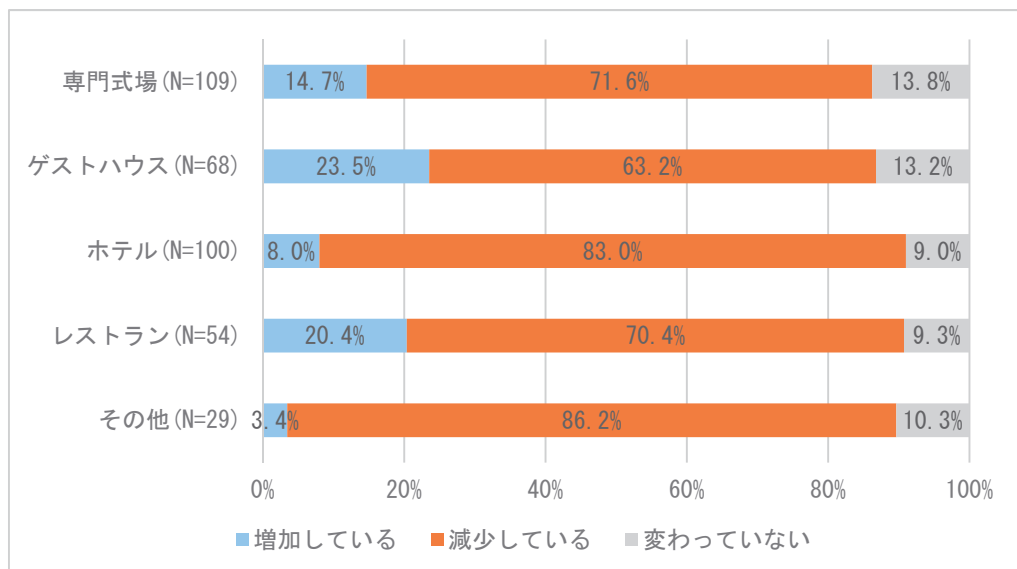
ブライダルの年間取扱件数とその増減傾向との関係



オ ブライダル会場の形態とブライダルの年間取扱件数の増減傾向との関係

ブライダル会場の形態別では、ゲストハウスとレストランが、年間取扱件数が減少傾向にあるとした割合が低かった。

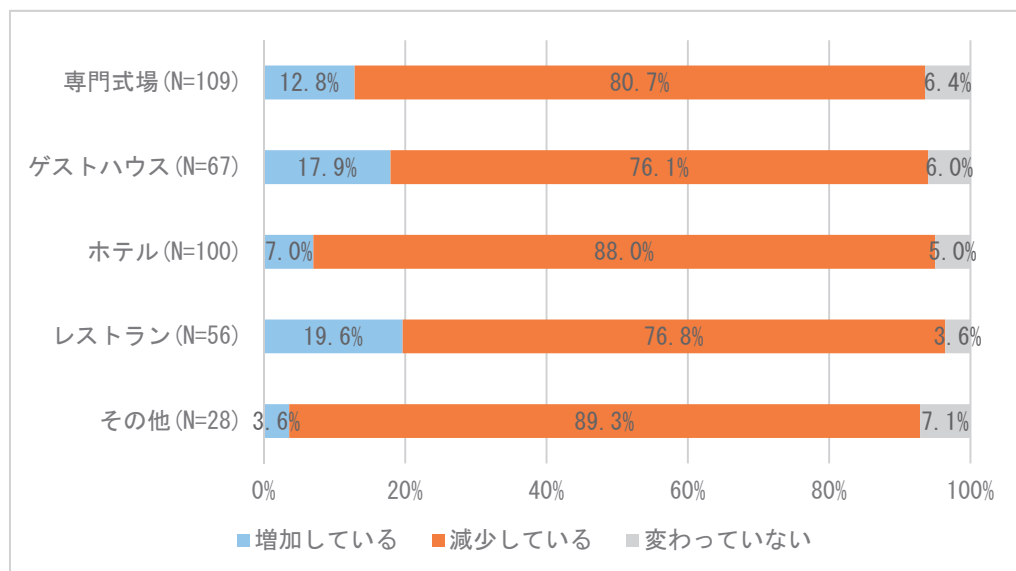
ブライダル会場の形態とブライダルの年間取扱件数の増減傾向との関係



カ ブライダル会場の形態とブライダルの年間売上高の増減傾向との関係

ブライダル会場の形態別では、ゲストハウスとレストランが、年間売上高が減少傾向にあるとした割合が低かった。

ブライダル会場の形態とブライダルの年間売上高の増減傾向との関係



(2) 新規参入の状況

ア 新規参入の有無（複数回答）

自社の営業地域内への新規参入の有無については、新規参入が「あった」と回答したブライダル業者が76.1%であった。また、新規参入業者については、「自社の営業地域外で営業していたブライダル業者」が71.6%、次いで「異業種から参入したブライダル業者」が19.9%であった。

イ 異業種からの新規参入業者の事業内容（複数回答）

新たにブライダル業に参入した事業者の主たる事業内容については、「レストラン事業」が29.9%、「貸衣装事業」が26.9%、「ホテル事業」が20.9%であった。

新規参入業者の主たる事業内容

	回答数	割合
レストラン事業	20	29.9%
貸衣装事業	18	26.9%
ホテル事業	14	20.9%
その他（写真事業、不動産事業等）	15	22.4%
合計	67	100.0%

ブライダル業者が兼業している事業

	回答数	割合
ホテル事業	89	24.6%
レストラン事業	87	24.0%
貸衣装事業	41	11.3%
流通事業（卸・小売）	20	5.5%
農業協同組合事業	14	3.9%
生花事業	14	3.9%
鉄道事業	9	2.5%
生活協同組合事業	1	0.3%
その他（不動産事業、旅館事業、介護事業等）	87	24.0%
合計	362	100.0%

(3) 納入業者の概況

納入業者の資本金については、1000万円以下と回答した納入業者が65.8%、5000万円以下でみると87.3%であった。また、年間総売上高については、「1億円以下」と回答した納入業者が38.8%と最も多く、次いで「1億円超5億円以下」が29.7%、「10億円超50億円以下」が12.3%であった。

ブライダル業者と納入業者との取引内容としては、引出物・ギフト、料理、ビデオ撮影・写真撮影、花、人材派遣、貸衣装、飲み物、演出等がある。

3 ブライダル業者と納入業者との取引の状況（集計資料：第3 P35～P65）

(1) 違反行為類型別の状況

ア 商品・サービスの購入・利用の要請（集計資料：第3 P48～P51）

集計対象取引（1, 157取引）の33. 2%（384取引）において、納入業者が取引先ブライダル業者からブライダルの取引に必要な商品・サービスの購入・利用の要請を受け、その89. 1%（342取引）において納入業者が当該要請を受け入れていた。

このうち、今後の取引への影響等を考慮して当該要請を受け入れざるを得なかったとした取引は81. 3%（278取引）であり、集計対象取引の24. 0%であった。

イ 金銭・物品の提供の要請（集計資料：第3 P52～P55）

集計対象取引（1, 157取引）の27. 5%（318取引）において、納入業者が取引先ブライダル業者から金銭・物品の提供の要請を受け、その90. 6%（288取引）において納入業者が当該要請を受け入れていた。

このうち、今後の取引への影響等を考慮して当該要請を受け入れざるを得なかったとした取引は67. 4%（194取引）であり、集計対象取引の16. 8%であった。

ウ 採算確保が困難な取引（買ったたき）（集計資料：第3 P35～P38）

集計対象取引（1, 157取引）の20. 5%（237取引）において、納入業者が取引先ブライダル業者から採算の取れないような代金での取引の要請を受け、その63. 7%（151取引）において納入業者が当該要請を受け入れていた。

このうち、今後の取引への影響等を考慮して当該要請を受け入れざるを得なかったとした取引は94. 0%（142取引）であり、集計対象取引の12. 3%であった。

エ 発注内容の変更（受領拒否を含む。）（集計資料：第3 P39～P41）

集計対象取引（1, 157取引）の19. 7%（228取引）において、納入業者が取引先ブライダル業者から発注内容の変更をされ、その50. 9%（116取引）において納入業者が発注内容の変更に伴う費用負担をさせられていた。

このうち、今後の取引への影響等を考慮して費用負担を受け入れざるを得なかったとした取引は81. 0%（94取引）であり、集計対象取引の8. 1%であった。

オ やり直し（集計資料：第3 P42～P44）

集計対象取引（1, 157取引）の11. 5%（133取引）において、納入業者が取引先ブライダル業者からやり直しをさせられ、その66. 9%（89取引）において納入業者がやり直しに伴う費用負担をさせられていた。

このうち、今後の取引への影響等を考慮して費用負担を受け入れざるを得なかった

とした取引は86.5%（77取引）であり、集計対象取引の6.7%であった。

カ 従業員等の派遣の要請（集計資料：第3 P56～P59）

集計対象取引（1,157取引）の9.5%（110取引）において、納入業者が取引先ブライダル業者から従業員等の派遣の要請を受け、その89.1%（98取引）において納入業者が当該要請を受け入れ、さらに、その88.8%（87取引）において納入業者が従業員等の派遣に伴う費用負担をさせられていた。

このうち、今後の取引への影響等を考慮して費用負担を受け入れざるを得なかったとした取引は88.5%（77取引）であり、集計対象取引の6.7%であった。

キ 返品（集計資料：第3 P64～P65）

集計対象取引（840取引）の8.0%（67取引）において、納入業者が取引先ブライダル業者の都合により返品を受けていた。

このうち、今後の取引への影響等を考慮して当該要請を受け入れざるを得なかったとした取引は64.2%（43取引）であり、集計対象取引の5.1%であった。

ク 発注内容以外の作業等（集計資料：第3 P45～P47）

集計対象取引（1,157取引）の9.4%（109取引）において、納入業者が取引先ブライダル業者から発注内容以外の作業等をさせられ、その59.6%（65取引）において納入業者が発注内容以外の作業等に伴う費用負担をさせられていた。

このうち、今後の取引への影響等を考慮して費用負担を受け入れざるを得なかったとした取引は86.2%（56取引）であり、集計対象取引の4.8%であった。

ケ 代金の減額（集計資料：第3 P62～P63）

集計対象取引（1,157取引）の2.9%（33取引）において、納入業者が取引先ブライダル業者の都合により代金の減額を受けていた。

このうち、今後の取引への影響等を考慮して当該要請を受け入れざるを得なかったとした取引は84.8%（28取引）であり、集計対象取引の2.4%であった。

コ 代金の支払遅延（集計資料：第3 P60～P61）

集計対象取引（1,157取引）の3.5%（41取引）において、納入業者が取引先ブライダル業者の都合により代金の支払遅延を受けていた。

このうち、今後の取引への影響等を考慮して支払遅延を受け入れざるを得なかったとした取引は53.7%（22取引）であり、集計対象取引の1.9%であった。

(2) 優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為がみられた取引の状況（行為類型別）

ア 前記(1)のとおり、納入業者が自己にとって不利益になるにもかかわらず取引先ブライダル業者からの要請等を受け入れた理由として、「ブライダル業者から今後の取引への影響を示唆されたため」又は「要請を断った場合に、今後の取引に影響が出ると自社が判断したため」とするものが、当該要請等を受け入れた中で、全ての行為類型において半数を超える割合でみられ、また、最大で90%を超える割合でみられた。納入業者にとってブライダル業者との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障を来すため、ブライダル業者が納入業者にとって著しく不利益な要請等を行っても、納入業者がブライダル業者の要請等を受け入れざるを得ないような場合には、優越的地位の濫用規制上問題となり得る。

本調査において優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為がみられた取引の状況は下表のとおりであり、納入業者から、ブライダル業者から優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を1つ以上受けたと回答のあった取引は、集計対象取引全体の37.6%（435取引）であった。

行為類型別の状況をみると、「商品・サービスの購入・利用の要請」が24.0%（278取引）と最も割合が高く、次いで「金銭・物品の提供の要請」が16.8%（194取引）、「採算確保が困難な取引（買ったたき）」が12.3%（142取引）と続いている。

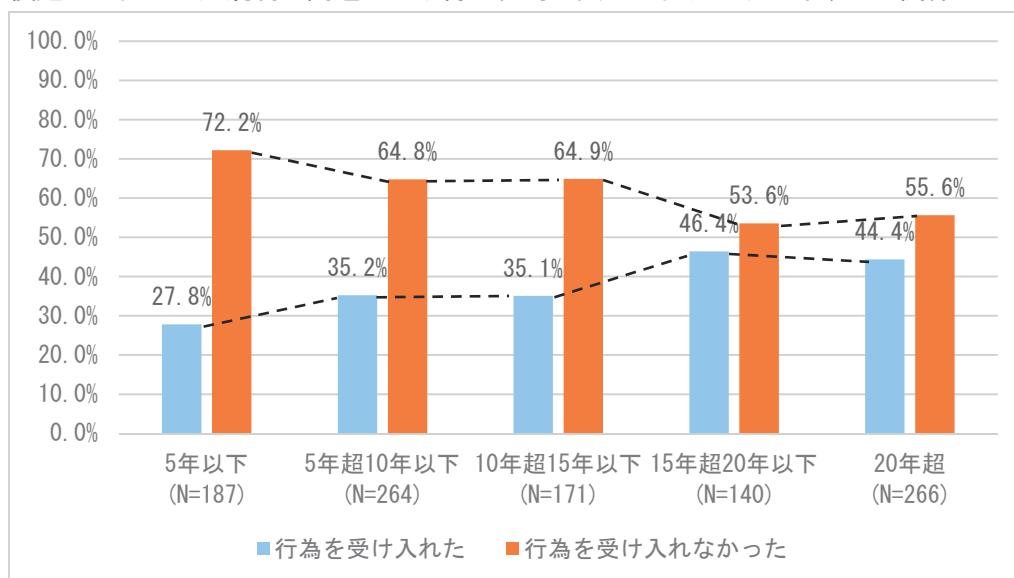
優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為がみられた取引の状況（行為類型別）

行為類型	問題となり得る行為がみられた取引数	集計対象取引に占める割合
商品・サービスの購入・利用の要請	278	24.0% (278/1,157)
金銭・物品の提供の要請	194	16.8% (194/1,157)
採算確保が困難な取引（買ったたき）	142	12.3% (142/1,157)
発注内容の変更（受領拒否を含む。）	94	8.1% (94/1,157)
やり直し	77	6.7% (77/1,157)
従業員等の派遣の要請	77	6.7% (77/1,157)
返品	43	5.1% (43/840)
発注内容以外の作業等	56	4.8% (56/1,157)
代金の減額	28	2.4% (28/1,157)
代金の支払遅延	22	1.9% (22/1,157)
合計（上記行為が1つ以上みられた取引数）	435	37.6% (435/1,157)

イ 優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為の受入れ状況と取引年数との関係

優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を受け入れた納入業者の割合は、取引年数が長いほど高い傾向にあった。

優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為の受入れ状況と取引年数との関係



ウ 取引年数の平均値の差の分析

優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を受け入れた納入業者の取引年数の平均値と受け入れなかった納入業者の取引年数の平均値の差の分析（t検定）を行ったところ、双方の取引年数の平均値には有意な差が認められ、受け入れた納入業者の取引年数の平均値が長かった⁷。

取引年数の平均値の差の分析結果

	平均取引年数	検定結果
受け入れた	17.76	受け入れた納入業者の取引年数の平均値と受け入れなかった納入業者の取引年数の平均値との間には、統計的に有意な差がある（1%有意）。
受け入れなかった	15.23	

⁷ t検定では、母集団の分布が正規分布であることが前提となっているが、同分布の形状によらない分析（ウィルコクソンの順位和検定）も行ったところ、優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を受け入れた納入業者の取引年数と受け入れなかった納入業者の取引年数の間に統計的に有意な差が認められた。

(3) 優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為がみられた取引の状況（取引内容別）

前記(2)の優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為がみられた取引の状況を取引内容別に集計したものが下表である。人材派遣、引出物・ギフト及び花の取引については、優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為が1つ以上みられた取引の割合が40%を超えており、他の取引内容に比べ高くなっていた。

優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為がみられた取引の状況（取引内容別）

取引内容	問題となり得る行為がみられた取引数	集計対象取引に占める割合
人材派遣	54	45.8% (54/ 118)
引出物・ギフト	125	44.5% (125/ 281)
花	54	43.9% (54/ 123)
演出	29	35.4% (29/ 82)
ビデオ撮影・写真撮影	51	34.9% (51/ 146)
貸衣装	39	33.3% (39/ 117)
飲み物	29	29.6% (29/ 98)
料理	54	28.1% (54/ 192)
合計	435	37.6% (435/1,157)

なお、取引内容ごとに、優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為がみられた取引の行為類型別の状況については、次のアからクまでの表のとおりである。

ア 人材派遣

行為類型	問題となり得る行為がみられた取引数	集計対象取引に占める割合
商品・サービス（役務）の購入・利用の要請	36	30.5% (36/118)
金銭・物品の提供の要請	25	21.2% (25/118)
採算確保が困難な取引（買いたたき）	16	13.6% (16/118)
発注内容の変更（受領拒否を含む。）	16	13.6% (16/118)
従業員等の派遣の要請	13	11.0% (13/118)
発注内容以外の作業等	10	8.5% (10/118)
やり直し	9	7.6% (9/118)
代金の減額	8	6.8% (8/118)
代金の支払遅延	4	3.4% (4/118)
返品	—	—
合計（上記行為が1つ以上みられた取引数）	54	45.8% (54/118)

イ 引出物・ギフト

行為類型	問題となり得る行為がみられた取引数	集計対象取引に占める割合
商品・サービス（役務）の購入・利用の要請	75	26.7% (75/281)
金銭・物品の提供の要請	63	22.4% (63/281)
発注内容の変更（受領拒否を含む。）	31	11.0% (31/281)
従業員等の派遣の要請	31	11.0% (31/281)
返品	30	10.7% (30/281)
採算確保が困難な取引（買いたたき）	25	8.9% (25/281)
やり直し	21	7.5% (21/281)
発注内容以外の作業等	9	3.2% (9/281)
代金の支払遅延	6	2.1% (6/281)
代金の減額	3	1.1% (3/281)
合計（上記行為が1つ以上みられた取引数）	125	44.5% (125/281)

ウ 花

行為類型	問題となり得る行為がみられた取引数	集計対象取引に占める割合
商品・サービス（役務）の購入・利用の要請	38	30.9% (38/123)
金銭・物品の提供の要請	35	28.5% (35/123)
採算確保が困難な取引（買いたたき）	27	22.0% (27/123)
発注内容の変更（受領拒否を含む。）	20	16.3% (20/123)
やり直し	16	13.0% (16/123)
発注内容以外の作業等	13	10.6% (13/123)
従業員等の派遣の要請	11	8.9% (11/123)
代金の支払遅延	4	3.3% (4/123)
返品	3	2.4% (3/123)
代金の減額	1	0.8% (1/123)
合計（上記行為が1つ以上みられた取引数）	54	43.9% (54/123)

エ 演出

行為類型	問題となり得る行為がみられた取引数	集計対象取引に占める割合
商品・サービス（役務）の購入・利用の要請	18	22.0% (18/82)
採算確保が困難な取引（買ったたき）	11	13.4% (11/82)
従業員等の派遣の要請	9	11.0% (9/82)
金銭・物品の提供の要請	8	9.8% (8/82)
発注内容以外の作業等	7	8.5% (7/82)
やり直し	6	7.3% (6/82)
発注内容の変更（受領拒否を含む。）	4	4.9% (4/82)
代金の支払遅延	4	4.9% (4/82)
代金の減額	4	4.9% (4/82)
返品	—	—
合計（上記行為が1つ以上みられた取引数）	29	35.4% (29/82)

オ ビデオ撮影・写真撮影

行為類型	問題となり得る行為がみられた取引数	集計対象取引に占める割合
商品・サービス（役務）の購入・利用の要請	27	18.5% (27/146)
採算確保が困難な取引（買ったたき）	26	17.8% (26/146)
金銭・物品の提供の要請	25	17.1% (25/146)
やり直し	15	10.3% (15/146)
発注内容の変更（受領拒否）	11	7.5% (11/146)
発注内容以外の作業等	10	6.8% (10/146)
代金の減額	5	3.4% (5/146)
従業員等の派遣の要請	3	2.1% (3/146)
返品	3	2.1% (3/146)
代金の支払遅延	2	1.4% (2/146)
合計（上記行為が1つ以上みられた取引数）	51	34.9% (51/146)

カ 貸衣装

行為類型	問題となり得る行為がみられた取引数	集計対象取引に占める割合
商品・サービス（役務）の購入・利用の要請	24	20.5% (24/117)
金銭・物品の提供の要請	18	15.4% (18/117)
採算確保が困難な取引（買ったたき）	12	10.3% (12/117)
代金の減額	6	5.1% (6/117)
発注内容の変更（受領拒否を含む。）	5	4.3% (5/117)
やり直し	4	3.4% (4/117)
従業員等の派遣の要請	4	3.4% (4/117)
発注内容以外の作業等	2	1.7% (2/117)
代金の支払遅延	2	1.7% (2/117)
返品	—	—
合計（上記行為が1つ以上みられた取引数）	39	33.3% (39/117)

キ 飲み物

行為類型	問題となり得る行為がみられた取引数	集計対象取引に占める割合
商品・サービス（役務）の購入・利用の要請	17	17.3% (17/98)
採算確保が困難な取引（買ったたき）	12	12.2% (12/98)
金銭・物品の提供の要請	8	8.2% (8/98)
返品	5	5.1% (5/98)
従業員等の派遣の要請	2	2.0% (2/98)
発注内容の変更（受領拒否を含む。）	1	1.0% (1/98)
やり直し	1	1.0% (1/98)
発注内容以外の作業等	1	1.0% (1/98)
代金の支払遅延	0	0.0% (0/98)
代金の減額	0	0.0% (0/98)
合計（上記行為が1つ以上みられた取引数）	29	29.6% (29/98)

ク 料理

行為類型	問題となり得る行為がみられた取引数	集計対象取引に占める割合
商品・サービス（役務）の購入・利用の要請	43	22.4% (43/192)
採算確保が困難な取引（買ったたき）	13	6.8% (13/192)
金銭・物品の提供の要請	12	6.3% (12/192)
発注内容の変更（受領拒否を含む。）	6	3.1% (6/192)
やり直し	5	2.6% (5/192)
発注内容以外の作業等	4	2.1% (4/192)
従業員等の派遣の要請	4	2.1% (4/192)
返品	2	1.0% (2/192)
代金の減額	1	0.5% (1/192)
代金の支払遅延	0	0.0% (0/192)
合計（上記行為が1つ以上みられた取引数）	54	28.1% (54/192)

4 調査結果のまとめと評価

(1) ブライダル業の概況

(披露宴等の小規模化とブライダル市場の縮小)

ブライダルの年間取扱件数及び年間売上高の増減傾向をみると、年間取扱件数については、「減少している」との回答が76.8%、年間売上高については、「減少している」との回答が81.5%に上っている。さらに、ブライダル1件当たりの売上高及び出席人数の増減傾向をみると、売上高については、「減少している」との回答が69.4%、出席人数については、「減少している」との回答が77.9%に上っており、挙式・披露宴の小規模化とともに、ブライダル業の市場規模が縮小傾向をたどっていることがうかがえる。

ブライダルの年間取扱件数とその増減傾向との関係をもみても、現状、年間取扱件数が比較的少ない(500件以下)ブライダル業者では年間取扱件数が減少傾向にあるとした割合が80.2%に達し、さらに、年間取扱件数が比較的多い(1,000件超)ブライダル業者であっても、減少傾向にあるとした割合が59.1%に達しており、業界全体として年間取扱件数の減少傾向が顕著になっている。

ブライダル業者へのヒアリングにおいても、「ブライダル市場は現在縮小傾向にあると認識している。その理由として、婚姻件数の低下やいわゆる『なし婚』層が年々増加傾向にあることがあげられる。加えて、単価の低い『少人数婚』のニーズも増えている。」といった話が聞かれた。

今後、ブライダル業界においては、市場規模が縮小傾向にある中で限られた顧客の獲得を競い合う傾向が強まっていくことが考えられる。

(ブライダル会場の多様化)

ブライダル会場の形態についてみると、現状では専門式場が30.5%、ホテルが27.2%と比較的高い割合となっているが、ブライダル会場の形態と年間取扱件数及び年間売上高の増減傾向の関係をみると、ゲストハウスやレストランといった形態で年間取扱件数及び年間売上高が増加しているとの回答が多くなっている。全体として市場が縮小傾向にあるものの、従来型の専門式場、ホテルでの挙式・披露宴よりも、貸切で敷地内を自由に使える、自由度が高い演出ができるといった特徴を有するゲストハウスや、比較的低価格での開催もできるなど予算面で融通がきく、アットホームな雰囲気がある、料理にこだわることができるといった特徴を有するレストランでの挙式・披露宴の人气が高まってきているものと考えられる。

(異業種からの新規参入)

ブライダル業者の76.1%が直近10事業年度において自社の営業地域内に新規参入があったと回答しているように、ブライダル業界では新規参入が活発に行われている。

新規参入者については「自社の営業地域外で営業していたブライダル業者」との回答が71.6%と同業者の事業拡大によるものが最も多かったが、「異業種から参入したブライダル業者」との回答も19.9%に上った。異業種からの新規参入業者の主たる事業内容をみると、レストラン事業、貸衣装事業、ホテル事業といったブライダル業と関係の深い事業が多くなっている。

ブライダル業者へのヒアリングにおいても、「当社は、元々ドレスショップとして創業したが、質の良い衣装を取り揃えているという強みを活かしてブライダル業にも進出した。」「設立当初は結婚コンサルティング事業を行っていたが、顧客のニーズに合ったプランを提供できないことがあったため、自社でもブライダル事業を行うようになった。」といった話が聞かれた。

(2) ブライダル業者と納入業者との取引の状況

(優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為の状況)

ア 前記3のとおり、納入業者が今後の取引への影響等を考慮してやむを得ずブライダル業者からの要請等を受け入れる場合には優越的地位の濫用規制上問題となり得ることとなるが、本調査において、優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為が1つ以上みられた取引の割合は集計対象取引全体の37.6%に上った。

また、行為類型別に優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為がみられた取引の集計対象取引に占める割合をみると、商品・サービスの購入・利用の要請が24.0%と最も高く、次いで金銭・物品の提供の要請が16.8%、採算確保が困難な取引(買いたたき)が12.3%と続いていた。

商品・サービスの購入・利用の要請及び金銭・物品の提供の要請については、これまでも独占禁止法違反として法的措置が採られた実績のある典型的な優越的地位の濫用行為⁸であり、また、採算確保が困難な取引(買いたたき)については、最も重要な取引条件の一つである取引価格に関するもので、他の実態調査⁹等においても納入業者からの指摘が多い行為類型である。

イ 優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為が行われる背景の一つとして、婚姻件数の減少、挙式・披露宴の小規模化等により、ブライダル業者の利益が小さくなっていることが考えられる。ブライダル業者に対するヒアリングにおいても、「ブライダル市場が現在縮小傾向にあるため、既存のブライダル業者は、収益が伸び悩み厳しい経

⁸ 個別事案については、下記URL参照。

<http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h23/jun/110622marunaka.html>

<http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/dksochi/h25/130703.html>

<http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h26/jun/14060501.html>

⁹ 「ホテル・旅館と納入業者との取引に関する実態調査」(平成24年5月)

http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h24/may/120516_2.html

「テレビ番組制作の取引に関する実態調査」(平成27年7月)

<http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h27/jul/150729.html>

営環境に置かれているところも多いと聞く。」「当社はかつてはブライダル業と葬儀業を両方営んでいたが、近年のブライダル市場の縮小やブライダルの形態の多様化により今後収益の伸びが期待できないと判断し、ブライダル業から撤退した。」といった話が聞かれた。

他方、納入業者については、婚姻件数が減少し、挙式・披露宴の小規模化が進む中で生き残っていくためには、現在の取引を維持するとともに、取引先ブライダル業者を増やすなどの対応も必要となっていると考えられる。納入業者に対するヒアリングにおいても、「婚姻件数の減少や結婚式の小規模化により、ブライダル業者の収益が減少していることに伴い、納入業者の収益も減少している。取引先ブライダル業者を新たに確保できない納入業者の中には廃業に追い込まれているところもある。」といった話が聞かれた。

こうした中で、ブライダル業者が利益の維持、拡大を図るため、利益の補填、コスト削減を納入業者に求め、納入業者は、ブライダル業者から自己に不利益となる要請等を受けたとしても、取引を維持するためには、そうした要請等を受け入れざるを得ない状況にあると考えられる。納入業者からの回答にも「ブライダル業者から、おせち料理、ブライダル業者が運営するレストランの食事券、ディナーショーのチケット等を購入させられており、年間の購入額の合計は100万円を超えるほどにもなる。ただでさえ、ブライダル業者から取引価格を引き下げられている中、この金額はかなり大きな負担であるが、取引継続のことを考えると当社だけ断ることはできない。」「ブライダル業者が新しい式場を建てる際、ビデオの上映などに必要な機器をビデオ撮影業者に提供させることが多く、当社もブライダル業者が新しい式場を建てる際、数百万円相当の機器を提供させられた。」「ブライダル業者との取引においては、納入価格を一方的に下げられることがある。抵抗すれば、他の事業者もいるなどと言われるため、仕方なく受け入れている。」といったように、ブライダル業者が、納入業者が要請等を受け入れない場合には、取引の縮小、停止をちらつかせたり、要請等の受入れを取引継続の条件としているような例も見受けられた。

(優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為の受け入れ状況と取引年数の関係等)

優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を受け入れた納入業者の割合は、取引年数が長いほど高い傾向にあった。また、優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を受け入れた納入業者の取引年数の平均値(17.8年)と受け入れなかった納入業者の取引年数の平均値(15.2年)には統計的に有意な差が認められた。

(下請法上の問題)

こうした優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為が、下請法上の親事業者と下請事業者に該当するブライダル業者と納入業者との間で行われた場合、下請法上も問

題となり得る。本調査結果においては、優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為がみられた435の取引のうち、90の取引が下請法上の資本金区分¹⁰に該当し、取引の内容によっては下請法の適用対象となり得るものであった。

(3) 取引を行う上での留意点

優越的地位の濫用規制上又は下請法上問題となり得る行為がみられた割合が高かった行為類型については、次のアからウのような行為が問題となり得るが、違反行為の未然防止の観点から、ブライダル業者は、これらの行為類型を含め、前記3記載の違反行為類型に該当するような行為を行うことのないよう留意する必要がある。

ア 商品・サービスの購入・利用の要請に関して問題となり得る例

- ① ビデオ撮影の納入業者に対して、取引関係に影響を及ぼし得る取締役がイベントのチケット等の購入を要請することにより、購入させること。
- ② 取引金額に応じて、チケットやおせち料理等の購入数量を各納入業者に割り当てるなどして、組織的・計画的に購入を要請することにより、購入させること。

イ 金銭・物品の提供の要請に関して問題となり得る例

- ① 花の納入業者に対し、当該納入業者の売上げアップに直接寄与しない新聞広告のために協賛金を要請し、これを負担させること。
- ② 引出物・ギフトの納入業者に対し、自己の利益を確保するため、事前に負担額、算出根拠、目的等について明確にすることなく、定期的に金銭の負担を要請し、これを負担させること。

ウ 採算確保が困難な取引（買ったたき）として問題となり得る例

- ① 花の納入業者に対して、自己の予算単価を基準として、一方的に通常の価格より著しく低い納入価格を定めること。
- ② 飲み物の納入業者に対して、一部の納入業者と協議して決めた納入価格を他の納入業者との納入価格の改定に用いて、一方的に通常の価格より著しく低い納入価格を定めること。

他方、納入業者にあつては、ブライダル業者から優越的地位の濫用規制上又は下請法上問題となり得る行為を受けた場合、公正取引委員会に相談する、あるいは申告するといった対応をとることができるよう、優越的地位の濫用規制及び下請法に関する理解を深めることが重要である。

¹⁰ 物品の製造委託、運送に係る役務提供委託等の取引については、親事業者の資本金が3億円超の場合は下請事業者の資本金が3億円以下（個人を含む。）及び親事業者の資本金が1000万円超3億円以下の場合は下請事業者の資本金が1000万円以下（個人を含む。）の場合に下請法の適用対象となる。情報成果物作成委託・役務提供委託（運送等を除く。）の取引については、親事業者の資本金が5000万円超の場合は下請事業者の資本金が5000万円以下（個人を含む。）及び親事業者の資本金が1000万円超5000万円以下の場合は下請事業者の資本金が1000万円以下（個人を含む。）の場合に下請法の適用対象となる。

第3 公正取引委員会の対応

本調査の結果、ブライダルに関する一部の取引において、ブライダル業者による優越的地位の濫用規制上又は下請法上問題となり得る行為が行われている状況が認められた。公正取引委員会として、違反行為の未然防止及び取引の公正化の観点から、本調査結果を公表するとともに、以下の対応を行うこととする。

- 1 (1) ブライダル業者の関係事業者団体に対して、本調査結果を示すとともに、ブライダル業者がブライダルの取引に関する問題点の解消に向けた自主的な取組を行えるよう、改めて優越的地位の濫用規制及び下請法の内容を傘下会員に周知徹底するなど、業界における取引の公正化に向けた取組を要請する。
 - (2) ブライダル業者を対象とする講習会を実施し、本調査結果並びに優越的地位の濫用規制及び下請法の内容を説明する。
 - (3) ブライダル業者及び納入業者に対し、優越的地位の濫用規制及び下請法への理解を深められるよう、公正取引委員会のホームページ、ツイッター、フェイスブック等を通じ、各種講習会への参加、講習用動画の活用等を広く呼びかけていく。
- 2 公正取引委員会は、今後とも、ブライダルに関する取引実態を注視し、優越的地位の濫用規制上又は下請法上問題となるおそれのある行為の把握に努めるとともに、これらの法律に違反する行為に対しては、厳正に対処していく。

集 計 資 料

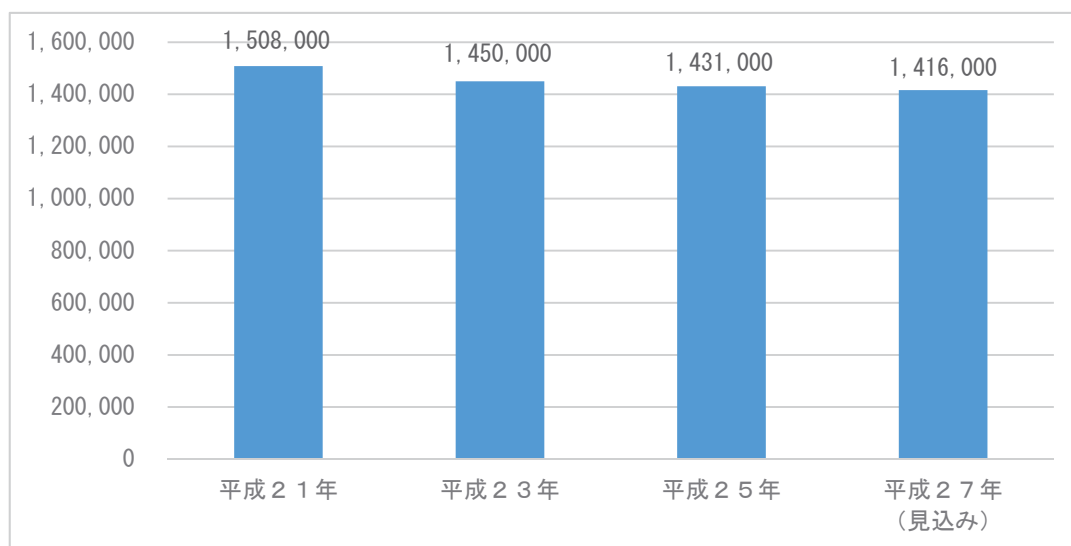
第1 ブライダル市場の概況

1 ブライダル業の市場規模

我が国の平成27年のブライダル業の市場規模は、約1兆4160億円と見込まれ、平成21年の約1兆5080億円からおよそ6%減少している。

図1¹¹

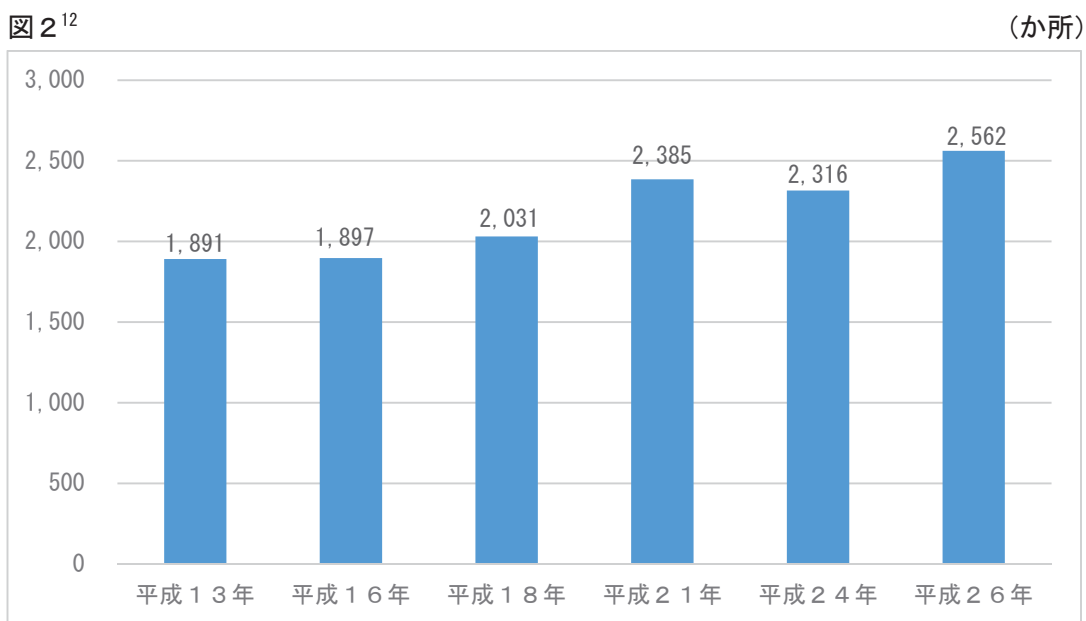
(百万円)



¹¹ 出典：株式会社矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑 2016年版」

2 事業所数の推移

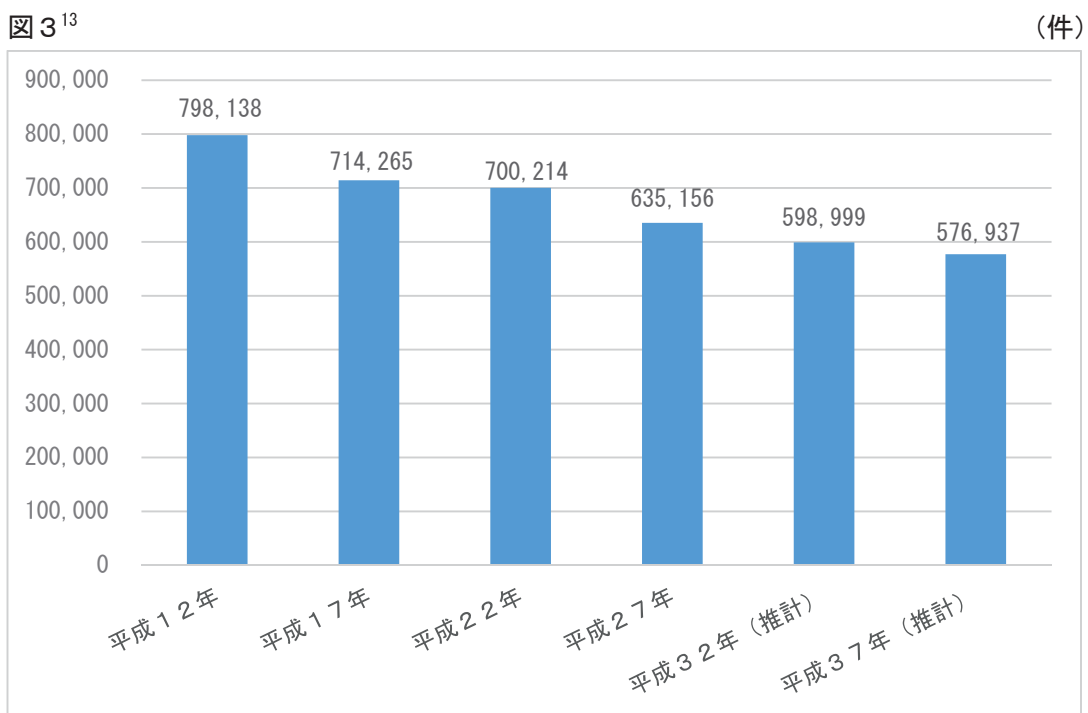
ブライダル業者の事業所数については、平成26年のブライダル業の事業所数は約2,600か所であり、10年前の平成16年の約1,900か所からおよそ40%増加している。



¹² 出典：総務省「平成13年事業所・企業統計調査」、総務省「平成16年事業所・企業統計調査」、総務省「平成18年事業所・企業統計調査」、総務省「平成21年経済センサス-基礎調査結果」、総務省「平成24年経済センサス-活動調査結果」、総務省「平成26年経済センサス-基礎調査結果」

3 婚姻件数の推移・推計

我が国の平成27年の婚姻件数は、約64万件であり、平成17年の約71万件からおよそ11%減少している。また、今後も婚姻件数の減少傾向は続くことが見込まれ、平成37年には約58万件となることが予測されている。



¹³ 出典：厚生労働省「平成28年（2016）人口動態統計の年間推計」、株式会社リクルートマーケティングパートナーズ（リクルートブライダル総研）「婚姻組数予測」

4 ブライダル会場の形態

ブライダルの主な形態は表 1 のとおりである。

表 1

形態	内容
専門式場型	挙式・披露宴を専門に扱う式場で執り行うもの。 専門式場は、挙式・披露宴を専門に行うために造られた会場であり、挙式会場や披露宴会場を同一施設内に複数併設していることが一般的である。
ゲストハウス型	庭園やプール等を併設した邸宅風の施設を貸し切って執り行うもの。 ゲストハウスは、近年に登場した新しい形態のブライダル会場である。
ホテル型	ホテルを会場として執り行うもの。 ホテルには、宴会会場、レストラン等様々な施設設備が併設されていることが一般的である。
レストラン型	レストランを会場として執り行うもの。 レストランとして営業をしている店舗を貸し切って行う場合が多いが、最近では婚礼を前提として営業しているレストランも登場している。

第2 ブライダル業の概況

1 ブライダル業者の概況

(1) 資本金の額

ブライダル業者に対し、資本金の額を聞いたところ、「1000万円超5000万円以下」が43.3%（109名）と最も多く、次いで「5000万円以上3億円以下」が26.2%（66名）、「1000万円以下」が18.7%（47名）であった。

表2

資本金の額	回答数	割合
1000万円以下	47	18.7%
1000万円超5000万円以下	109	43.3%
5000万円超3億円以下	66	26.2%
3億円超	30	11.9%
合計	252	100.0% ^(注)

（無回答3名）

（注）各欄の割合は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計が100.0%にならない場合がある。以下同じ。

(2) ブライダルの年間取扱件数

ブライダル業者に対し、ブライダルの年間取扱件数について聞いたところ、「100件以下」が42.4%（100名）と最も多く、次いで「100件超500件以下」が36.4%（86名）、「500件超1,000件以下」が11.9%（28名）であった。

表3

ブライダルの年間取扱件数	回答数	割合
100件以下	100	42.4%
100件超500件以下	86	36.4%
500件超1,000件以下	28	11.9%
1,000件超5,000件以下	19	8.1%
5,000件超	3	1.3%
合計	236	100.0%

（無回答19名）

(3) ブライダルの年間取扱件数の増減傾向

ブライダル業者に対し、直近5事業年度のブライダルの年間取扱件数の増減傾向について聞いたところ、「増加している」が11.6%（28名）、「減少している」が76.8%（185名）、「変わっていない」が11.6%（28名）であった。

表4

年間取扱件数の傾向	回答数	割合
増加している	28	11.6%
減少している	185	76.8%
変わっていない	28	11.6%
合計	241	100.0%

（無回答14名）

(4) ブライダルの年間売上高

ブライダル業者に対し、ブライダルの年間売上高について聞いたところ、「1億円超5億円以下」が29.0%（67名）と最も多く、次いで「1億円以下」が26.4%（61名）、「10億円超50億円以下」が22.9%（53名）であった。

表5

ブライダルの年間売上高	回答数	割合
1億円以下	61	26.4%
1億円超5億円以下	67	29.0%
5億円超10億円以下	33	14.3%
10億円超50億円以下	53	22.9%
50億円超	17	7.4%
合計	231	100.0%

（無回答24名）

(5) ブライダルの年間売上高の増減傾向

ブライダル業者に対し、直近5事業年度のブライダルの年間売上高の増減傾向について聞いたところ、「増加している」が11.1%（27名）、「減少している」が81.5%（198名）、「変わっていない」が7.4%（18名）であった。

表6

年間売上高の傾向	回答数	割合
増加している	27	11.1%
減少している	198	81.5%
変わっていない	18	7.4%
合計	243	100.0%

（無回答12名）

(6) ブライダル1件当たりの売上高の増減傾向

ブライダル業者に対し、直近5事業年度のブライダル1件当たりの売上高の増減傾向について聞いたところ、「増加している」が14.9%（36名）、「減少している」が69.4%（168名）、「変わっていない」が15.7%（38名）であった。

表7

1件当たりの売上高の傾向	回答数	割合
増加している	36	14.9%
減少している	168	69.4%
変わっていない	38	15.7%
合計	242	100.0%

（無回答13名）

(7) ブライダル1件当たりの出席人数の増減傾向

ブライダル業者に対し、直近5事業年度のブライダル1件当たりの出席人数の増減傾向について聞いたところ、「増加している」が2.1%（5名）、「減少している」が77.9%（187名）、「変わっていない」が20.0%（48名）であった。

表8

1件当たりの出席人数の傾向	回答数	割合
増加している	5	2.1%
減少している	187	77.9%
変わっていない	48	20.0%
合計	240	100.0%

（無回答15名）

(8) ブライダル施設の保有数

ブライダル業者に対し、ブライダル施設の保有数について聞いたところ、「1以上5未満」が73.2%（172名）と最も多く、次いで「5以上10未満」が13.2%（31名）、「10以上」が7.7%（18名）であった。

表9

保有数	回答数	割合
0	14	6.0%
1以上5未満	172	73.2%
5以上10未満	31	13.2%
10以上	18	7.7%
合計	235	100.0%

（無回答20名）

(9) ブライダル会場の形態（複数回答）

ブライダル業者に対し、ブライダル会場の形態について聞いたところ、「専門式場」が30.5%（113名）と最も多く、次いで「ホテル」が27.2%（101名）、「ゲストハウス」が18.6%（69名）であった。

表10

形態（回答数ベース）	回答数	割合
専門式場	113	30.5%
ホテル	101	27.2%
ゲストハウス	69	18.6%
レストラン	58	15.6%
その他（多目的ホール、レンタル会場等）	30	8.1%
合計	371	100.0%

2 新規参入の状況

(1) 兼業の状況（複数回答）

ブライダル業者のうち、ブライダル業以外の事業を営んでいると回答したブライダル業者217名に対し、兼業している事業について聞いたところ、「ホテル事業」が24.6%（89名）と最も多く、次いで「レストラン事業」が24.0%（87名）、「貸衣装事業」が11.3%（41名）であった。

表11

兼業している事業	回答数	割合
ホテル事業	89	24.6%
レストラン事業	87	24.0%
貸衣装事業	41	11.3%
流通事業（卸・小売）	20	5.5%
農業協同組合事業	14	3.9%
生花事業	14	3.9%
鉄道事業	9	2.5%
生活協同組合事業	1	0.3%
その他（不動産事業、旅館事業、介護事業等）	87	24.0%
合計	362	100.0%

(2) 新規参入の有無

ブライダル業者に対し、直近10事業年度において自社の営業地域内への新規参入（子会社設立等による参入を含む。）があったか聞いたところ、新規参入が「あった」が76.1%（185名）、「なかった」が23.9%（58名）であった。

表12

新規参入の有無	回答数	割合
あった	185	76.1%
なかった	58	23.9%
合計	243	100.0%

（無回答12名）

(3) 新規参入業者（複数回答）

前記(2)で「あった」と回答したブライダル業者185名に対し、新規参入業者について聞いたところ、「自社の営業地域外で営業していたブライダル業者」が71.6%（169名）と最も多く、次いで「異業種から参入したブライダル業者」が19.9%（47名）であった。

表13

新規参入業者	回答数	割合
自社の営業地域外で営業していたブライダル業者	169	71.6%
異業種から参入したブライダル業者	47	19.9%
既存のブライダル業者の役職員が独立して設立したブライダル業者	20	8.5%
合計	236	100.0%

(4) 異業種からの新規参入業者の事業内容（複数回答）

前記(3)で「異業種から参入したブライダル業者」と回答したブライダル業者47名に対し、異業種からの新規参入業者の主たる事業内容について聞いたところ、「レストラン事業」が29.9%（20名）と最も多く、次いで「貸衣装事業」が26.9%（18名）、「ホテル事業」が20.9%（14名）であった。

表14

新規参入業者の主たる事業内容	回答数	割合
レストラン事業	20	29.9%
貸衣装事業	18	26.9%
ホテル事業	14	20.9%
その他（写真事業、不動産事業等）	15	22.4%
合計	67	100.0%

3 納入業者の概況

(1) 資本金の額

納入業者に対し、資本金の額について聞いたところ、「1000万円以下」が65.8%（576名）と最も多く、次いで「1000万円超5000万円以下」が21.5%（188名）、「5000万円超3億円以下」が9.5%（83名）であった。

表15

資本金	回答数	割合
1000万円以下	576	65.8%
1000万円超5000万円以下	188	21.5%
5000万円超3億円以下	83	9.5%
3億円超	29	3.3%
合計	876	100.0%

（無回答90名）

(2) 年間総売上高

納入業者に対し、年間総売上高について聞いたところ、「1億円以下」が38.8%（331名）と最も多く、次いで「1億円超5億円以下」が29.7%（254名）、「10億円超50億円以下」が12.3%（105名）であった。

表16

年間売上高区分	回答数	割合
1億円以下	331	38.8%
1億円超5億円以下	254	29.7%
5億円超10億円以下	78	9.1%
10億円超50億円以下	105	12.3%
50億円超	86	10.1%
合計	854	100.0%

（無回答112名）

(3) ブライダル業者との取引年数

納入業者に対し、ブライダル業者との取引年数について聞いたところ、「20年超」が25.9%（266取引）と最も多く、次いで「5年超10年以下」が25.7%（264取引）、「5年以下」が18.2%（187取引）であった。

表17

取引年数	回答数	割合
5年以下	187	18.2%
5年超10年以下	264	25.7%
10年超15年以下	171	16.6%
15年超20年以下	140	13.6%
20年超	266	25.9%
合計	1,028	100.0%

(4) ブライダル業者との取引内容

納入業者に対し、ブライダル業者との取引内容を聞いたところ、ブライダル業者延べ1,157名との取引について回答があり、「引出物・ギフト」が24.3%（281取引）、「料理」が16.6%（192取引）、「ビデオ撮影・写真撮影」が12.6%（146取引）であった。

表18

取引内容	回答数	割合
引出物・ギフト	281	24.3%
料理	192	16.6%
ビデオ撮影・写真撮影	146	12.6%
花	123	10.6%
人材派遣	118	10.2%
貸衣装	117	10.1%
飲み物	98	8.5%
演出	82	7.1%
合計	1,157	100.0%

第3 ブライダル業者と納入業者との取引の状況

1 採算確保が困難な取引（買ったたき）

(1) 取引の対価の決定方法（複数回答）

納入業者に対し、取引先ブライダル業者との間で、ブライダルの取引に係る代金はどのように決定されているか聞いたところ、「ブライダル業者と協議した上で決定されている」が948の取引、「ブライダル業者と協議することなく、ブライダル業者から提示された価格で決定されている」が119の取引、「見積り合わせ、コンペ等により、最も低い価格で決定されている」が86の取引であった。

表19

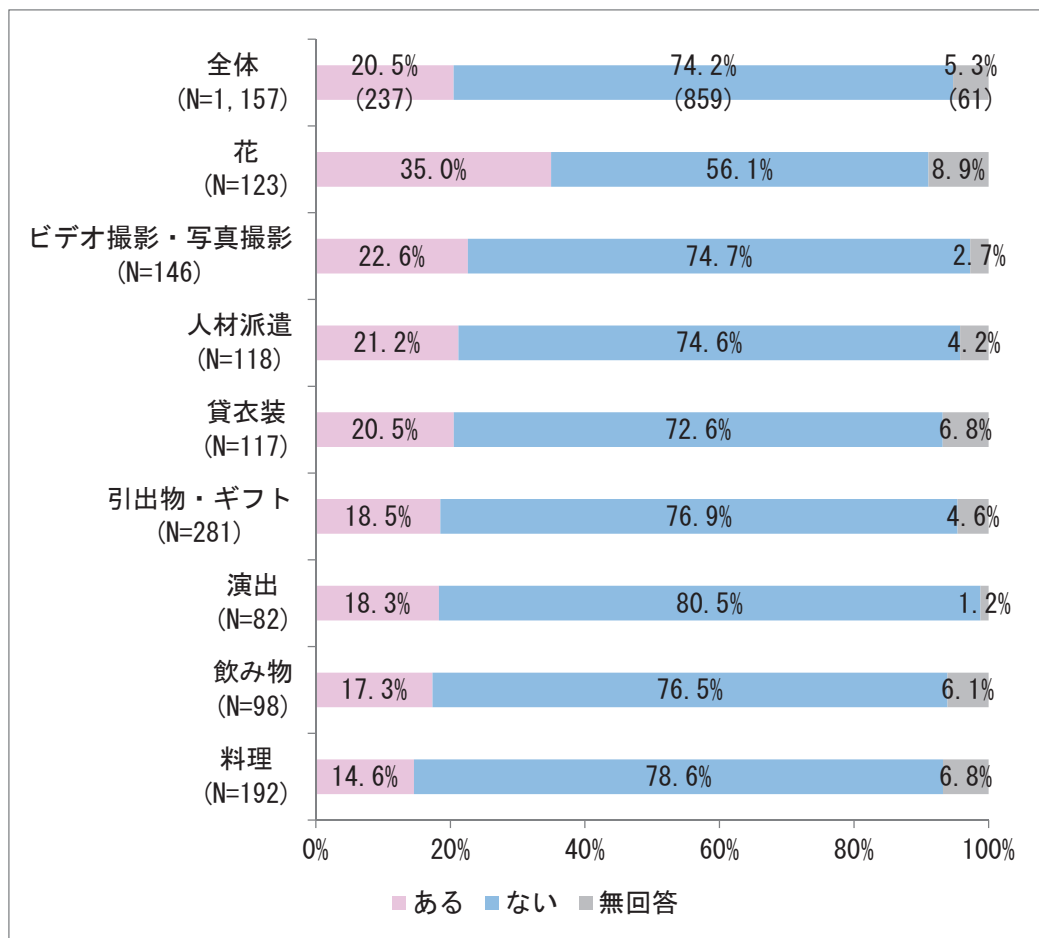
取引の対価の決定方法	回答数
ブライダル業者と協議した上で決定されている	948
ブライダル業者と協議することなく、ブライダル業者から提示された価格で決定されている	119
見積り合わせ、コンペ等により、最も低い価格で決定されている	86
その他（相場価格、先代から引き継がれているためどのように対価を決定したのか不明等）	42

(2) 採算が取れないような代金での取引の要請の有無

納入業者に対し、取引先ブライダル業者から採算が取れないような代金での取引を要請されたことがあるかを聞いたところ、「ある」が20.5%（237取引）であった。

取引内容別にみると、花が35.0%と最も割合が高く、次いでビデオ撮影・写真撮影が22.6%、人材派遣が21.2%であった。

図4

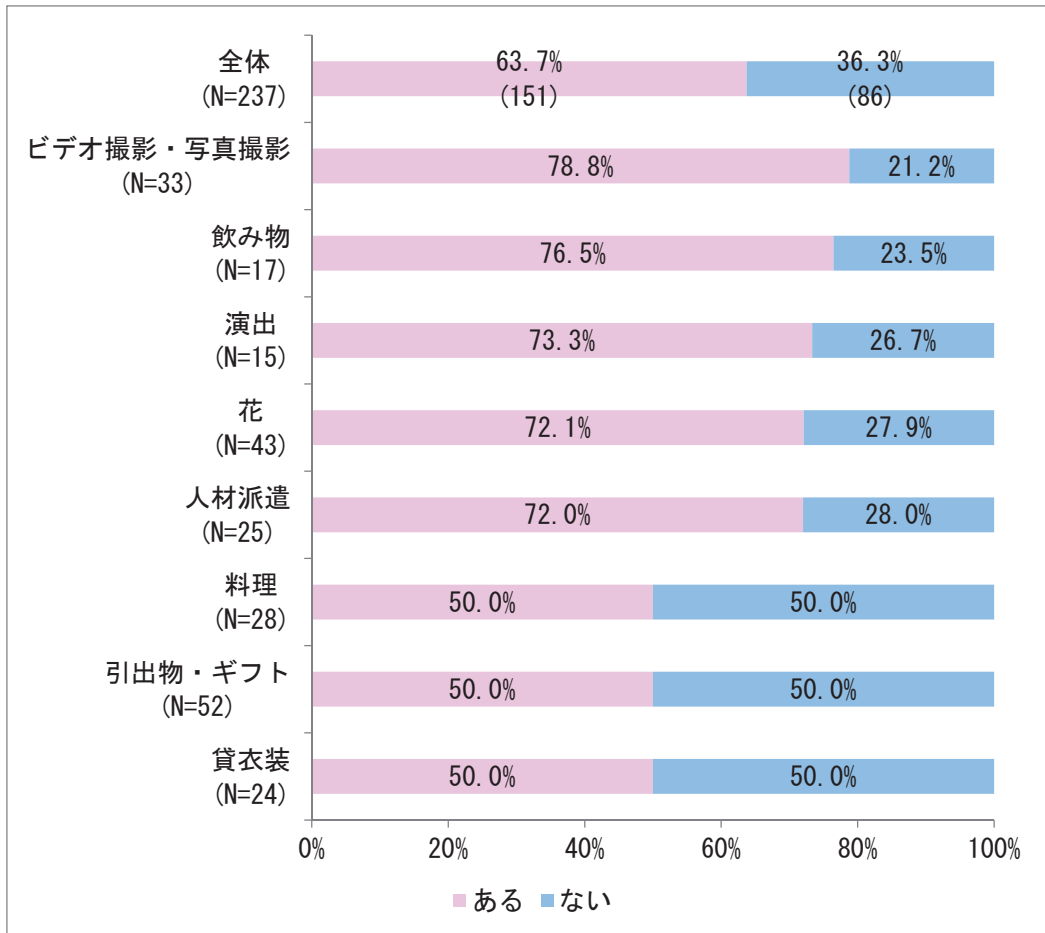


(3) 要請に応じたことの有無

前記(2)において「ある」と回答のあった237の取引について、納入業者に対し、当該要請に応じたことがあるかを聞いたところ、「ある」が63.7%（151取引）であった。

取引内容別にみると、ビデオ撮影・写真撮影が78.8%と最も割合が高く、次いで飲み物が76.5%、演出が73.3%であった。

図5



(4) 要請に応じた理由（複数回答）

前記③において「ある」と回答のあった151の取引について、納入業者に対し、当該要請に応じた理由を聞いたところ、「ブライダル業者から今後の取引への影響を示唆されたため」又は「要請を断った場合に、今後の取引に影響が出ると自社が判断したため」が94.0%（142取引）であった。

(5) 採算確保が困難な取引（買ったたき）に係る納入業者の具体的回答事例

- 複数の式場を所有しており、1つの式場につき1社のビデオ撮影業者と取引しているブライダル業者から、他の式場に入っているビデオ撮影業者との取引価格が当社の取引価格よりも安いことを理由に、当該ビデオ撮影業者の取引価格に合わせるよう要請された。当社の場合、それでは利益がほとんど出なくなってしまうことを伝えても聞いてもらえず、今後の取引のことを考えて受け入れた。【ビデオ撮影・写真撮影】
- 飲料を納入する複数の事業者と取引しているブライダル業者との取引の場合、納入価格は一番安く納入する事業者の金額に一律に合わせられてしまう。それぞれの納入業者の取引数量やブライダル業者に納入するための物流費は異なるはずだが、そういったものは一切考慮されずに一番安く納入する事業者の金額での取引を要請される。もう少し納入価格を引き上げてほしいが、値上げを言い出せば、取引がなくなるのは目に見えているため、我慢するほかない。【飲み物】
- 当社はブライダル業者に披露宴のキャンドルサービスで使用するキャンドルを納入しているところ、ブライダル業者から一方的に納入価格の値下げを告げられた。当社は値下げされるとほとんど利益が出ない旨を伝えしたが、ブライダル業者からは「他にも業者はいる。」などと言われ、取引停止を示唆されたため、当社としては引き下がるしかなかった。【演出】
- ブライダル業者との取引においては、納入価格を一方的に下げられることがある。抵抗すれば、他の事業者もいるなどと言われるため、仕方なく受け入れている。【花】
- ブライダル業者から、「他にもっと安くやってくれるところがある。」などと言われると同業他社と同額の取引価格にせざるを得ない。そもそも、司会者の拘束時間が長くなっているにもかかわらず、取引価格を下げられるのは納得いかないが取引継続のために仕方なく受け入れている。【人材派遣（司会等）】

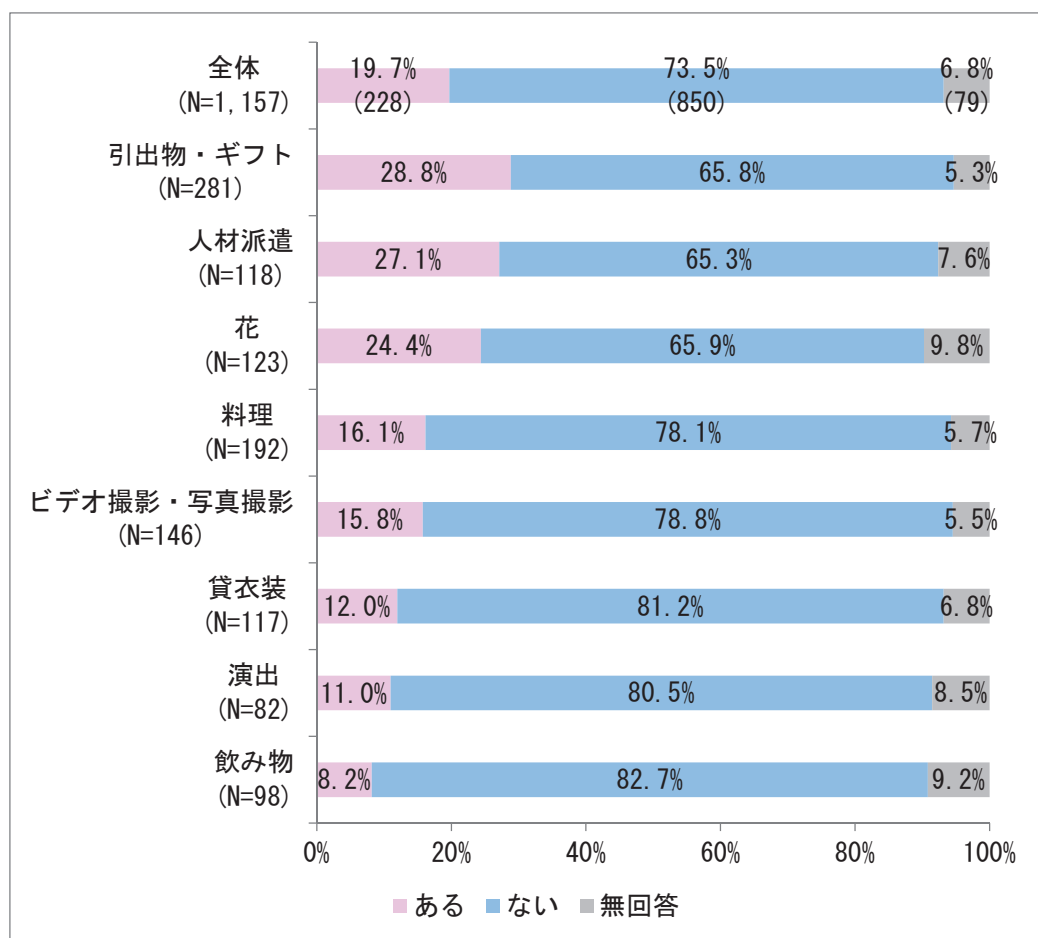
2 発注内容の変更（受領拒否を含む。）

(1) 発注内容の変更の有無

納入業者に対し、取引先ブライダル業者の都合により発注内容の変更をされたことがあるかを聞いたところ、「ある」が19.7%（228取引）であった。

取引内容別にみると、引出物・ギフトが28.8%と最も割合が高く、次いで人材派遣が27.1%、花が24.4%であった。

図6

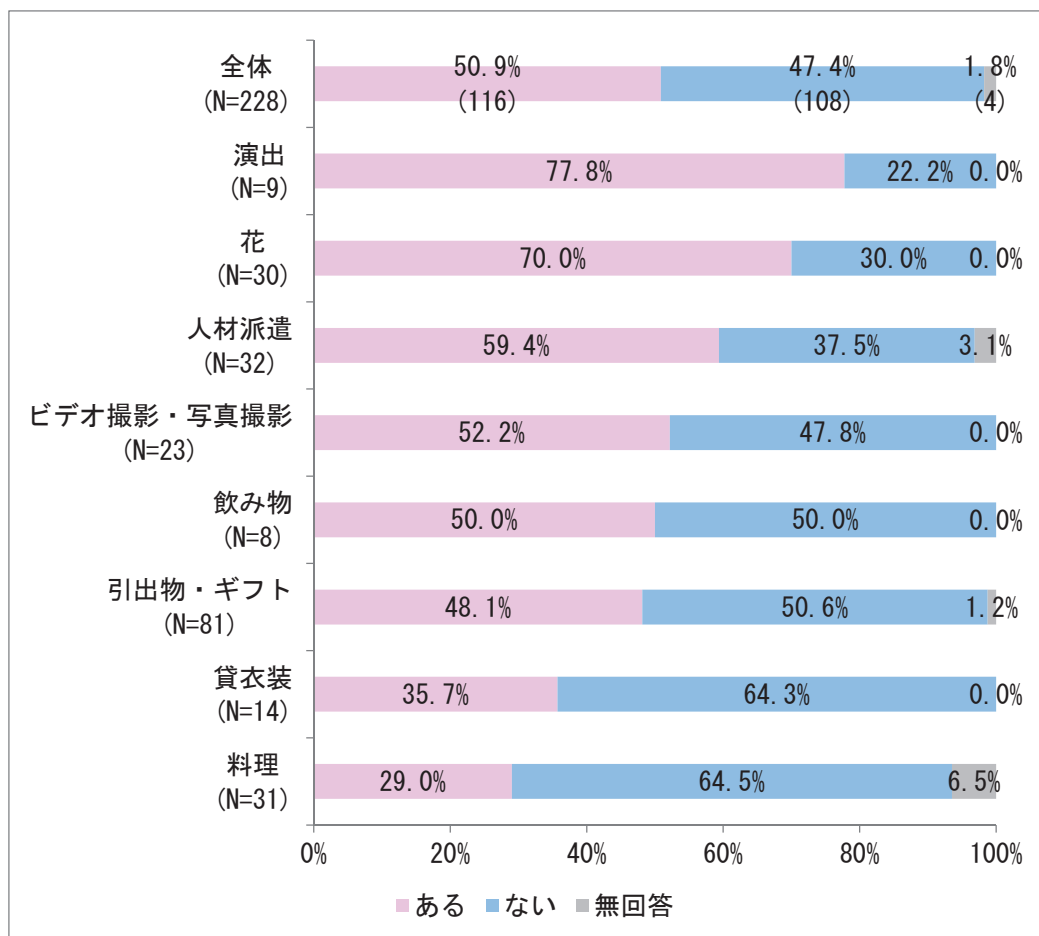


(2) 発注内容の変更に伴う費用負担の有無

前記(1)において「ある」と回答のあった228の取引について、納入業者に対し、当該発注内容の変更に伴う費用を負担させられたことがあるかを聞いたところ、「ある」が50.9%（116取引）であった。

取引内容別にみると、演出が77.8%と最も割合が高く、次いで花が70.0%、人材派遣が59.4%であった。

図7



(3) 費用負担した理由（複数回答）

前記(2)において「ある」と回答のあった116の取引について、納入業者に対し、当該発注内容の変更に伴う費用を負担した理由を聞いたところ、「ブライダル業者から今後の取引への影響を示唆されたため」又は「要請を断った場合に、今後の取引に影響が出ると自社が判断したため」が81.0%（94取引）であった。

(4) 発注内容の変更に係る納入業者の具体的回答事例

- 当社は、挙式・披露宴の総合演出を新郎新婦の希望に合わせて企画・提案している。当社の企画が採用されブライダル業者から発注を受けた後、挙式・披露宴の直前になって仕事をキャンセルされても、発注後に準備に要した費用を負担してもらえない。【演出】
- ブライダル業者から発注のあった挙式・披露宴会場に飾る花を納入直前にキャンセルされることがある。挙式・披露宴会場に飾る花は、発注のあったブライダル業者の挙式・披露宴会場に合うように加工するため、直前でキャンセルされても他の事業者に販売するわけにはいかない。キャンセルの理由が、挙式自体のキャンセル、ブライダル業者の発注ミスという当社の責任でない場合でも、ブライダル業者は金銭的な負担をしてくれない。【花】
- 結婚式に派遣する人材は、キリスト教式においては牧師や神父、人前式においては司会者というように式のスタイルによって異なるところ、ブライダル業者から結婚式前日にキリスト教式ではなく人前式だったなどと連絡があり、一方的に牧師の派遣をキャンセルされることがある。前日のキャンセルなので、色々な準備をしており、費用が発生しているにもかかわらず、ブライダル業者からは準備に要した費用等は支払われない。【人材派遣】
- 挙式・披露宴の前日に突然仕事をキャンセルされたことがあった。ブライダル業者からは「客の都合で」ということ以外何の説明もなく、それまでに要した費用も支払ってもらえなかった。費用の負担を求めれば、取引停止をちらつかせることが目に見えていたため、我慢するほかなかった。【ビデオ撮影・写真撮影】

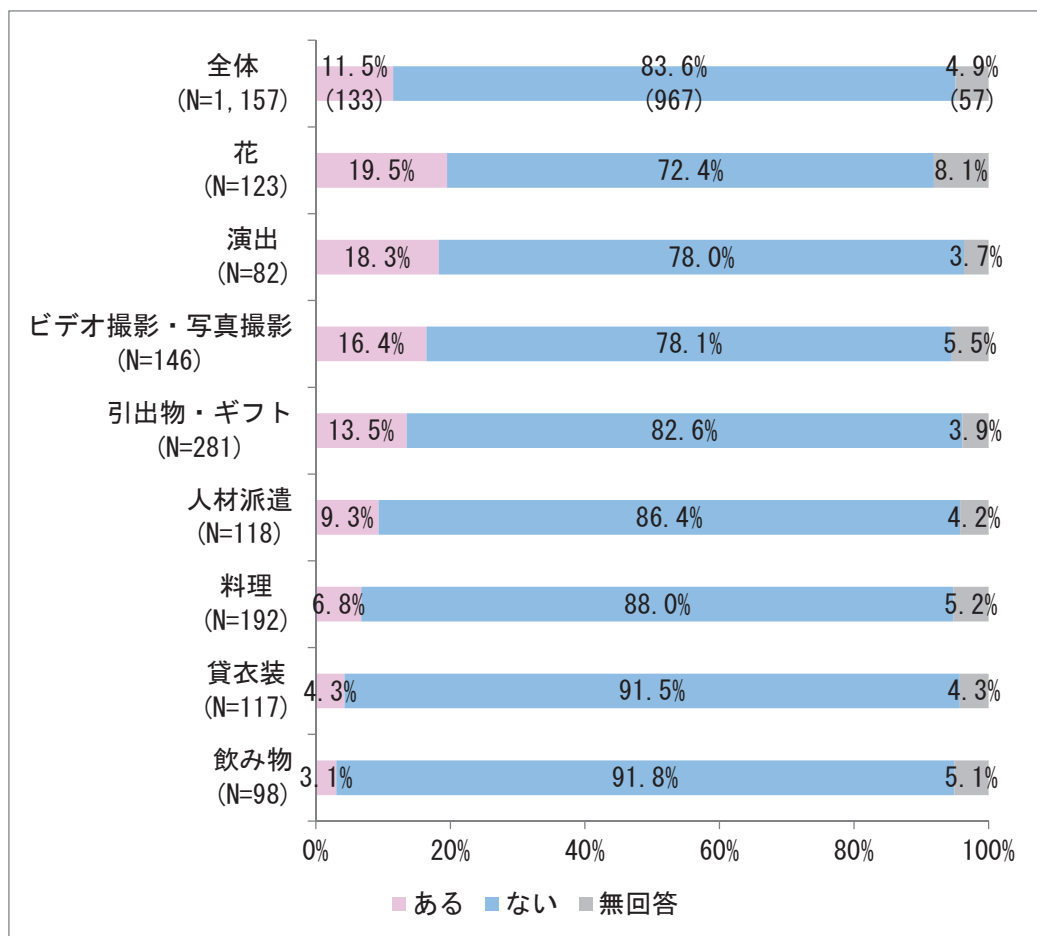
3 やり直し

(1) やり直しの有無

納入業者に対し、取引先ブライダル業者の都合により、やり直しをさせられたことがあるかを聞いたところ、「ある」が11.5%（133取引）であった。

取引内容別にみると、花が19.5%と最も割合が高く、次いで演出が18.3%、ビデオ撮影・写真撮影が16.4%であった。

図8

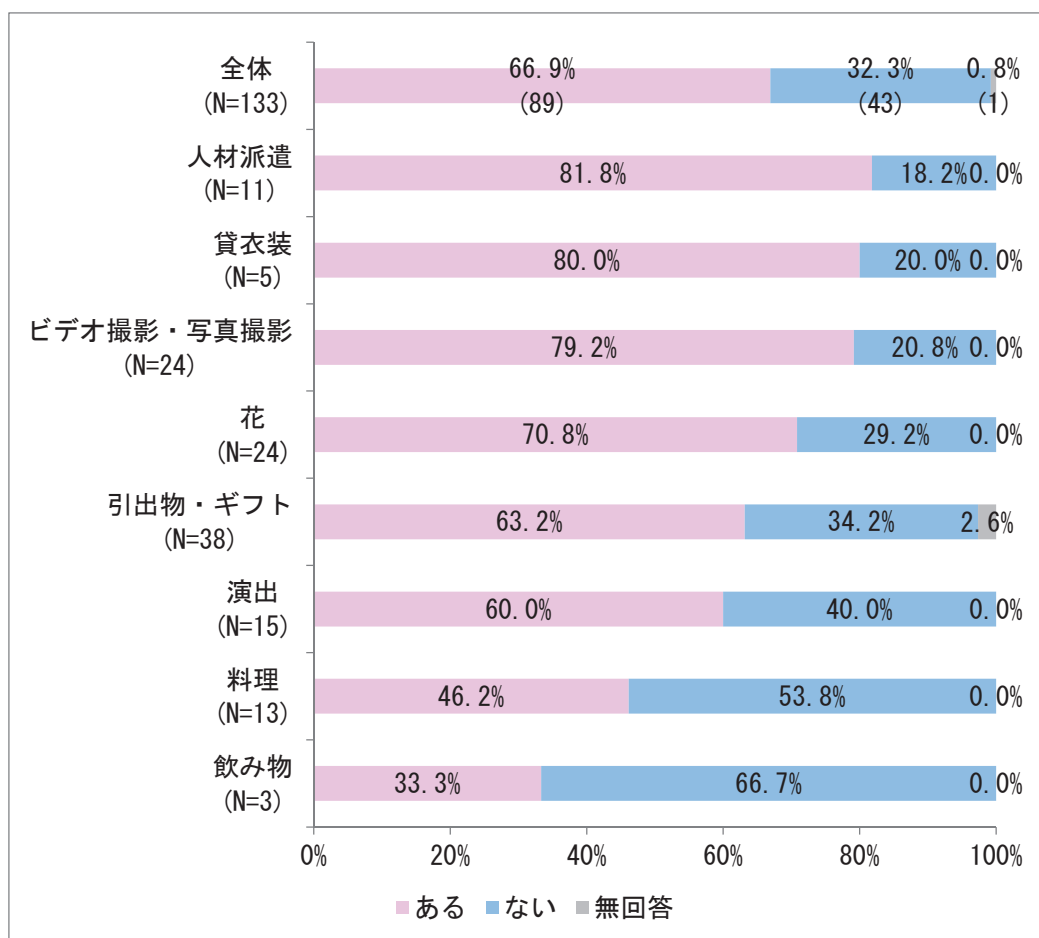


(2) やり直しに伴う費用負担の有無

前記(1)において「ある」と回答のあった133の取引について、納入業者に対し、当該やり直しに伴う費用を負担させられたことがあるかを聞いたところ、「ある」が66.9%（89取引）であった。

取引内容別にみると、人材派遣が81.8%と最も割合が多く、次いで貸衣装が80.0%、ビデオ撮影・写真撮影が79.2%であった。

図9



(3) 費用負担した理由（複数回答）

前記(2)において「ある」と回答のあった89の取引について、納入業者に対し、当該やり直しに伴う費用を負担した理由を聞いたところ、「ブライダル業者から今後の取引への影響を示唆されたため」又は「要請を断った場合に、今後の取引に影響が出ると自社が判断したため」が86.5%（77取引）であった。

(4) やり直しに係る納入業者の具体的回答事例

- 披露宴のビデオがうまく撮れていない場合に、「もう一度聖歌隊が歌うシーンを撮るから、同じようにやってくれ。」などと言われ、再度聖歌を歌わせられる。やり直しを行うと、その分、聖歌隊の拘束時間が長くなり、人件費が発生することとなるが、こうしたやり直しに係る費用については、ブライダル業者から、きちんと撮れていなかったのはビデオ撮影業者のせいだから負担しないとされる。【人材派遣】
- 挙式・披露宴の様子を撮影したビデオについて、ブライダル業者に内容を確認してもらった上で納品したにもかかわらず、後日、ブライダル業者から「花嫁から内容についてクレームがきたので、編集し直してくれ。」などと指示されることがある。しかし、ブライダル業者から、当該編集作業に係る費用を支払ってもらったことはない。費用を請求しても取引停止をちらつかされるのが目に見えているため、無償で行うしかないのが現状である。【ビデオ撮影・写真撮影】
- ブライダル業者からの発注どおりにテーブルの装飾用の花を作成し、納入したところ、花のボリュームが足りない、色合いがイメージと違うなどと言われて、もう一度作成し直すよう指示される。挙式・披露宴が翌日の場合などは従業員総出で徹夜作業をすることもあり、その分の人件費等も発生しているのだが、ブライダル業者がやり直しに係る作業に伴う費用を負担してくれることはない。【花】
- ブライダル業者から提出される出席者の一覧表を基に引出物に貼付するのし紙を作成するのだが、一覧表に記載された出席者名の漢字が間違っていることがしばしばある。ブライダル業者の確認が遅いこともあり、挙式・披露宴の直前になって、のし紙の漢字が間違っているから作り直す旨指示される。これはブライダル業者の確認不足により発生するものであるが、当該作業に係る費用は負担してもらえない。【引出物・ギフト】

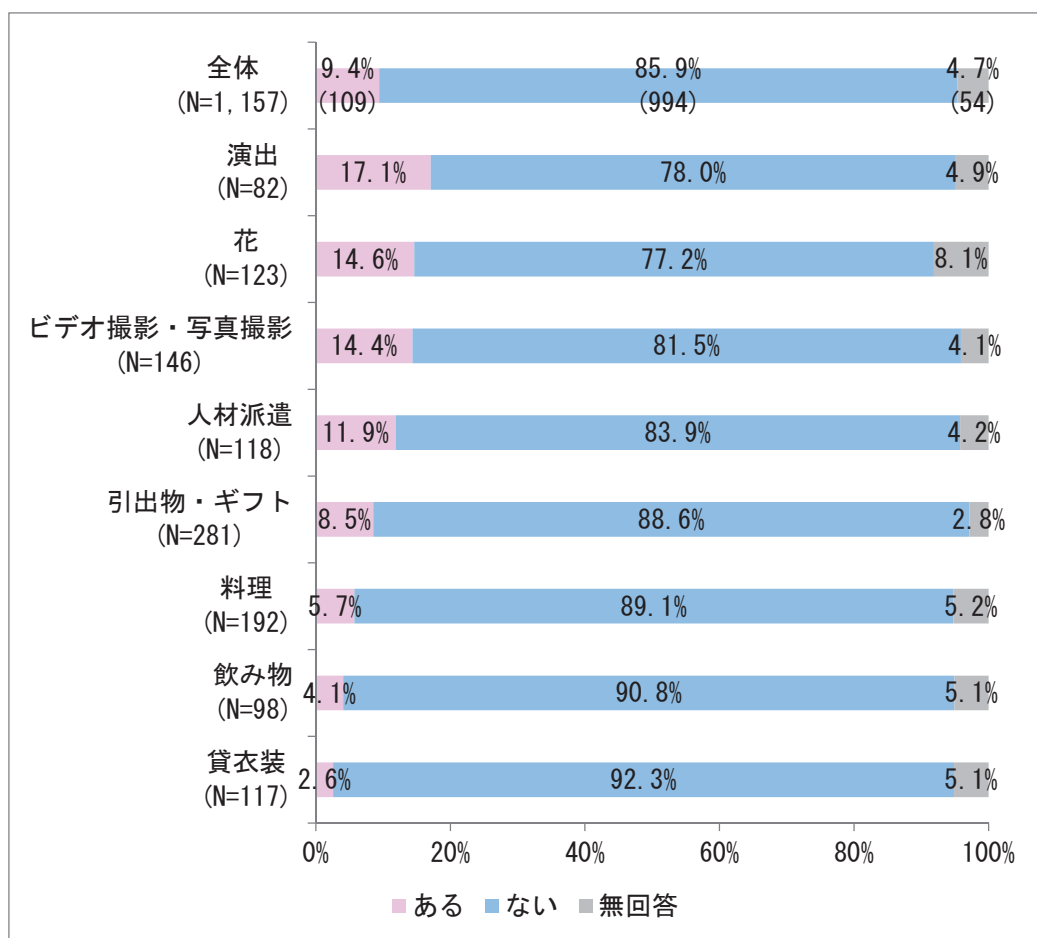
4 発注内容以外の作業等

(1) 発注内容以外の作業等の有無

納入業者に対し、取引先ブライダル業者の都合により、当初の発注内容以外の作業等をさせられたことがあるかを聞いたところ、「ある」が9.4%（109取引）であった。

取引内容別にみると、演出が17.1%と最も割合が高く、次いで花が14.6%、ビデオ撮影・写真撮影が14.4%であった。

図10

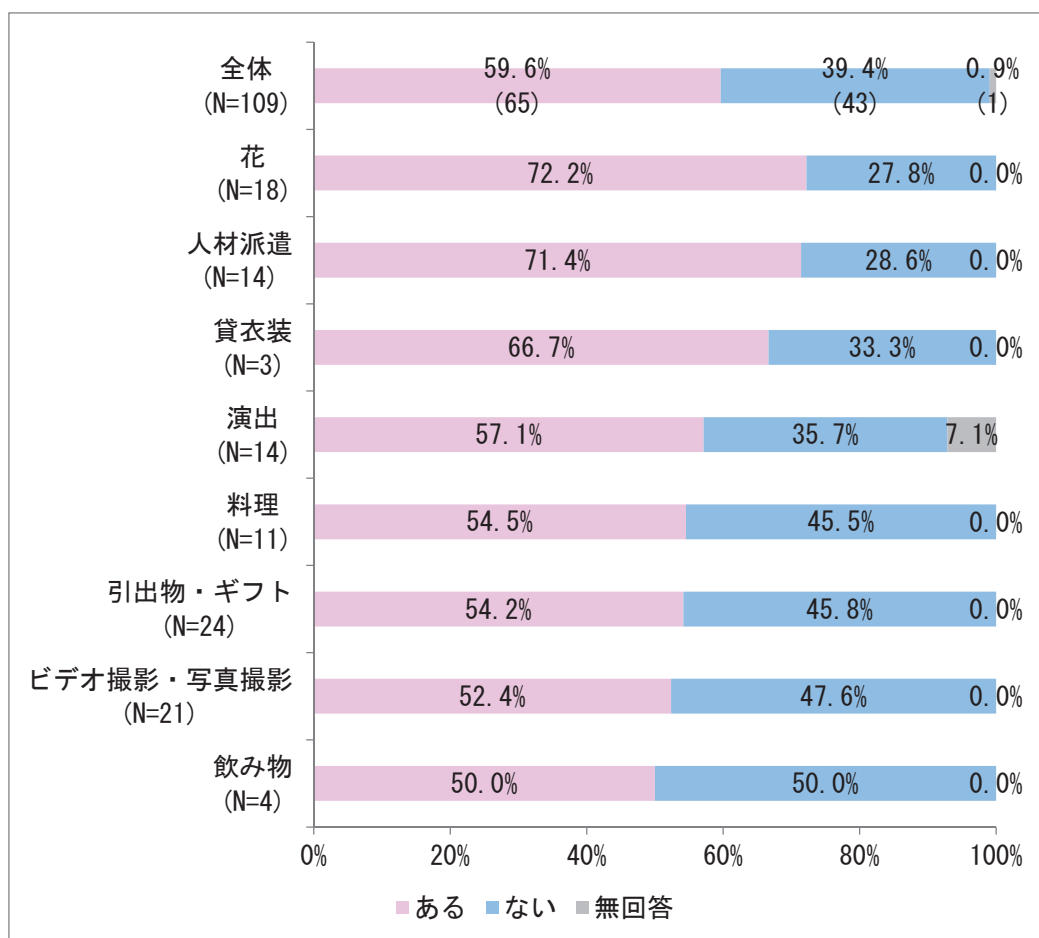


(2) 発注内容以外の作業等に伴う費用負担の有無

前記(1)において「ある」と回答のあった109の取引について、納入業者に対し、当該発注内容以外の作業等に伴う費用を負担させられたことがあるかを聞いたところ、「ある」が59.6%（65取引）であった。

取引内容別にみると、花が72.2%と最も割合が高く、次いで人材派遣が71.4%、貸衣装が66.7%であった。

図 1 1



(3) 費用負担した理由

前記(2)において「ある」と回答のあった65の取引について、納入業者に対し、当該発注内容以外の作業に伴う費用を負担した理由を聞いたところ、「ブライダル業者から今後の取引への影響を示唆されたため」又は「要請を断った場合に、今後の取引に影響が出ると自社が判断したため」が86.2%（56取引）であった。

(4) 発注内容以外の作業等に係る納入業者の具体的回答事例

- ブライダル業者に披露宴会場を装飾する花を納入している。契約はあくまでも、花を納入することなのだが、実際には、披露宴後に飾り付けた花の撤去もさせられている。当該作業に係る代金は納入価格に含まれておらず、無償で作業をさせられていることになるが、その分の代金を請求すれば、取引を停止されるおそれがあるため、言い出せない。【花】
- 新郎新婦から、披露宴で提供するコース料理の内容にないメニューを出したいという希望があり、新郎新婦が持ち込んだ食品を調理・加工して提供する場合がある。持ち込まれた食品の調理・加工については当社とブライダル業者との契約内容には含まれていないのだが、持ち込まれた食品の調理・加工について、当社は無償で行わされている。このようなことは断りたいのだが、ブライダル業者との今後の取引のことを考えると断りにくく、仕方なく受け入れている。【料理】
- ブライダル業者が挙式・披露宴の様子を納めた写真のアルバムの作成を写真撮影業者に発注し忘れたため、当社が撮影したビデオ映像から、静止画として数百カットを抜き出してアルバムを作成するよう指示された。ブライダル業者の発注忘れによる作業だったのだが、取引停止をちらつかされるのが目に見えていたことから、無償で行うしかなかった。【ビデオ撮影・写真撮影】

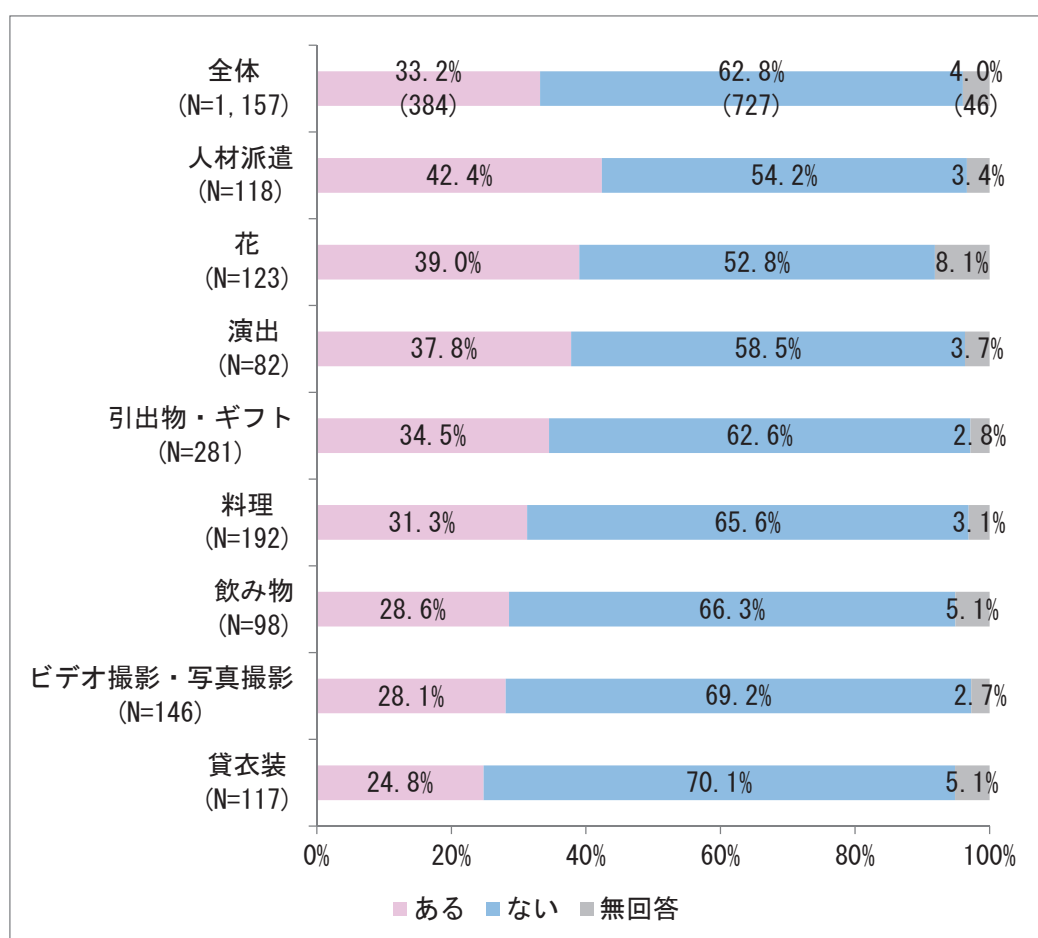
5 商品・サービスの購入・利用の要請

(1) 商品・サービスの購入・利用の要請の有無

納入業者に対し、取引先ブライダル業者からブライダルの取引に必要な商品・サービスの購入・利用を要請されたことがあるかを聞いたところ、「ある」が33.2%（384取引）であった。

取引内容別にみると、人材派遣が42.4%と最も割合が高く、次いで花が39.0%、演出が37.8%であった。

図12

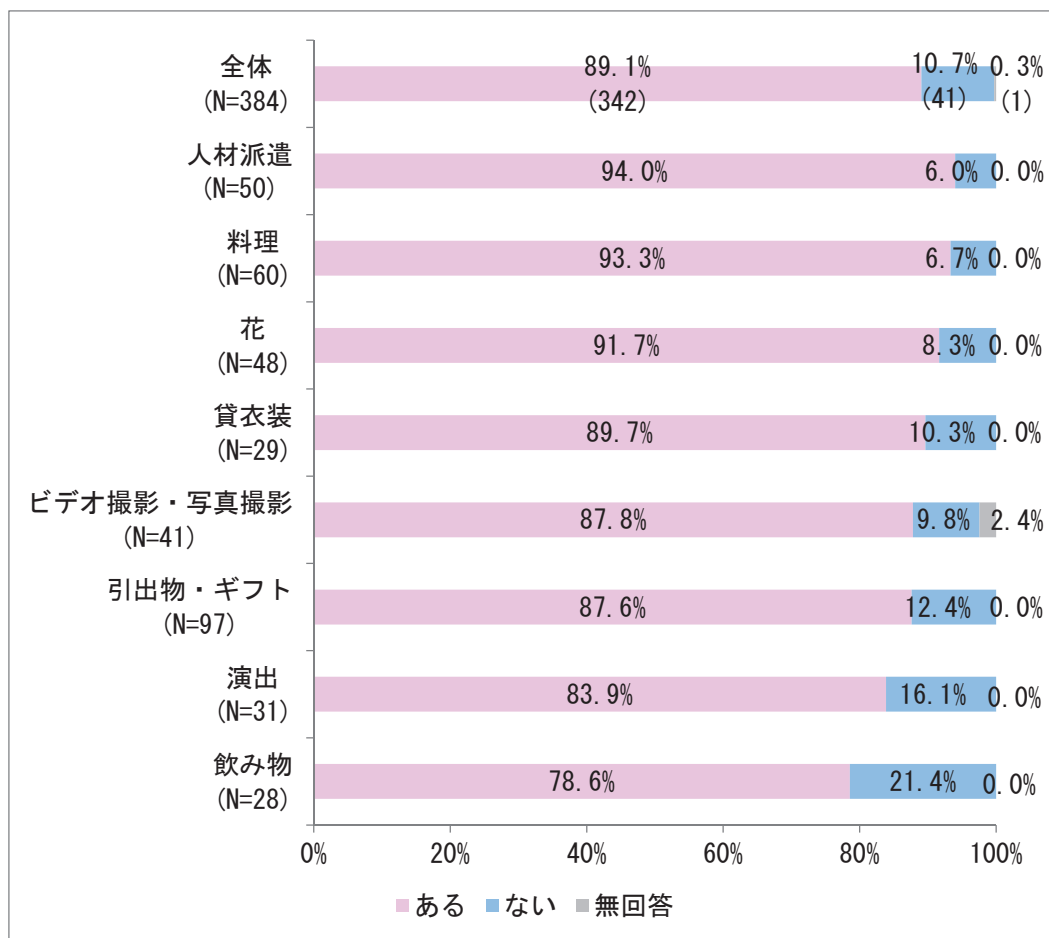


(2) 要請に応じたことの有無

前記(1)において「ある」と回答のあった384の取引について、納入業者に対し、当該商品・サービスの購入・利用の要請に応じたことがあるかを聞いたところ、「ある」が89.1%（342取引）であった。

取引内容別にみると、人材派遣が94.0%と最も割合が高く、次いで料理が93.3%、花が91.7%であった。

図13



(3) 要請に応じた理由

前記(2)において「ある」と回答のあった342の取引について、納入業者に対し、当該商品・サービスの購入・利用の要請に応じた理由を聞いたところ、「ブライダル業者から今後の取引への影響を示唆されたため」又は「要請を断った場合に、今後の取引に影響が出ると自社が判断したため」が81.3%（278取引）であった。

(4) 購入・利用を要請した商品・サービスの内容（複数回答）

前記(2)において「ある」と回答のあった342の取引について、納入業者に対し、購入・利用を要請された商品・サービスの内容を聞いたところ、「イベント等のチケット」が213と最も多く、次いで「ブライダル業者又はブライダル業者が指定する事業者が提供している商品等」が95、「冠婚葬祭互助会への加入・加入者の紹介」が76であった。

表20

購入・利用を要請した商品・サービスの内容	回答数
イベント等のチケット	213
ブライダル業者又はブライダル業者が指定する事業者が提供している商品等	95
冠婚葬祭互助会への加入・加入者の紹介	76
その他（親睦旅行への参加、業者会への出席等）	41

(5) 商品・サービスの購入・利用の要請に係る納入業者の具体的回答事例

- ブライダル業者から、おせち料理、ブライダル業者が運営するレストランの食事券、ディナーショーのチケット等を購入させられており、年間の購入額の合計は100万円を超えるほどにもなる。ただでさえ、ブライダル業者から取引価格を引き下げられている中、この金額はかなり大きな負担であるが、取引継続のことを考えると当社だけ断ることはできない。【人材派遣】
- ディナーショー等のイベントのチケット、おせち料理、ブライダル業者の施設でしか使用できないような食事券等、さまざまな商品等の購入要請がある。どれも不要だが、今後の取引への影響を考えると購入せざるを得ない。【花】
- レストランウェディングを行うブライダル業者が運営するレストランにおいては、ボジョレーヌーボーの解禁、クリスマス、バレンタインといった多数のイベントのたびに食事会があり、ブライダル業者から当該食事会への参加を要請され、参加している。頻度が多いため、もう少し減らしてほしいが、今後の取引を考えると減らしてほしいとは言いにくい。【貸衣装】
- ブライダル業者からイベントのチケットを購入させられている。チケットの購入に際しては、年間取引高に応じて、ブライダル業者から一方的に「お宅は〇〇万円買ってもらうから。」などと言われ、全く異論を差し挟む余地はなかった。【ビデオ撮影・写真撮影】
- 当方は個人事業者であるが、ブライダル業者から、とても食べきれない量のおせち料理を購入させられる。そのことをブライダル業者側に伝えたら「割当てが決まっているのだから買ってよ。」などと言われ、全く取り合ってもらえなかった。断ろうとしても、取引停止を示唆されることが目に見えていたので断れなかった。【ビデオ撮影・写真撮影】
- ブライダル業者の取締役から、「うちと取引するなら、互助会に入ることとイベントのチケットの購入は必須だよ。互助会への加入とイベントのチケットの購入を断ったら、(取引がなくなっても)知らないよ。」などと言われ、互助会に加入させられるとともに、毎年数十万円のイベントのチケットを購入させられてきた。【ビデオ撮影・写真撮影】

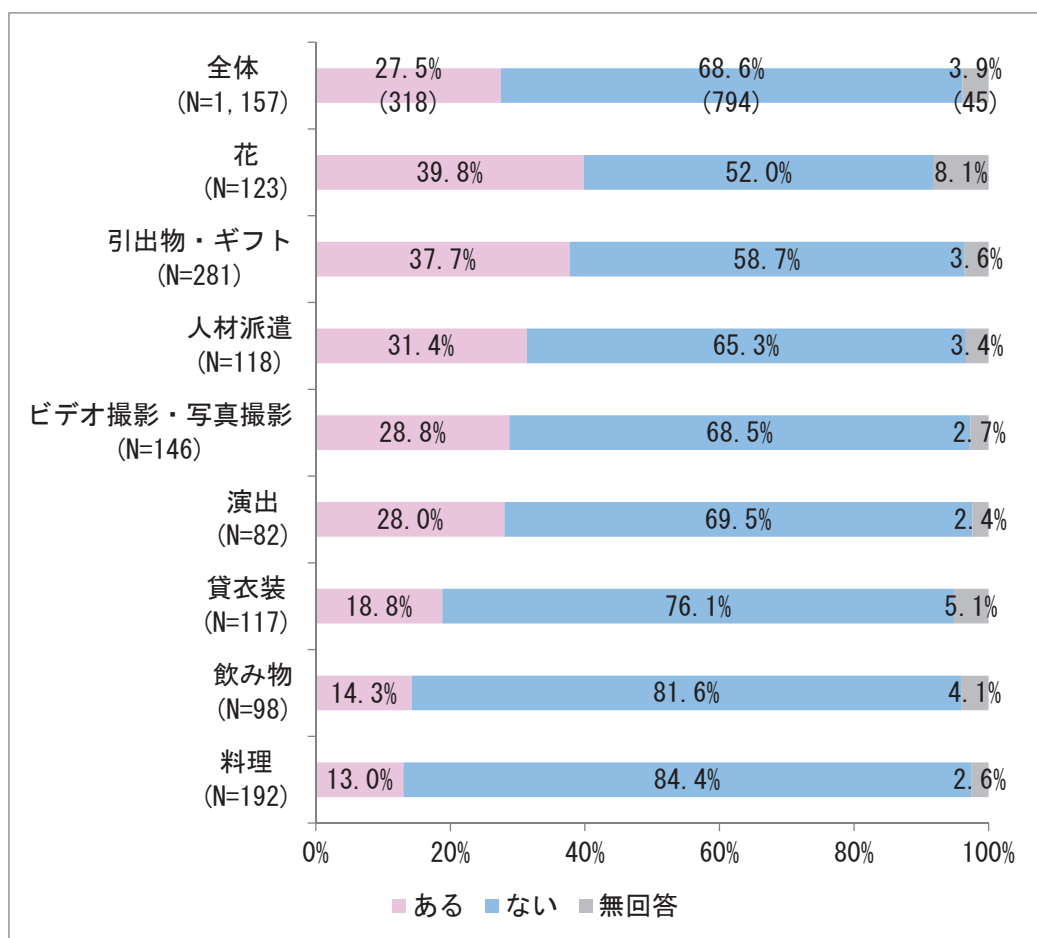
6 金銭・物品の提供の要請

(1) 金銭・物品の提供の要請の有無

納入業者に対し、取引先ブライダル業者から金銭・物品の提供を要請されたことがあるかを聞いたところ、「ある」が27.5%（318取引）であった。

取引内容別にみると、花が39.8%と最も割合が高く、次いで引出物・ギフトが37.7%、人材派遣が31.4%であった。

図14

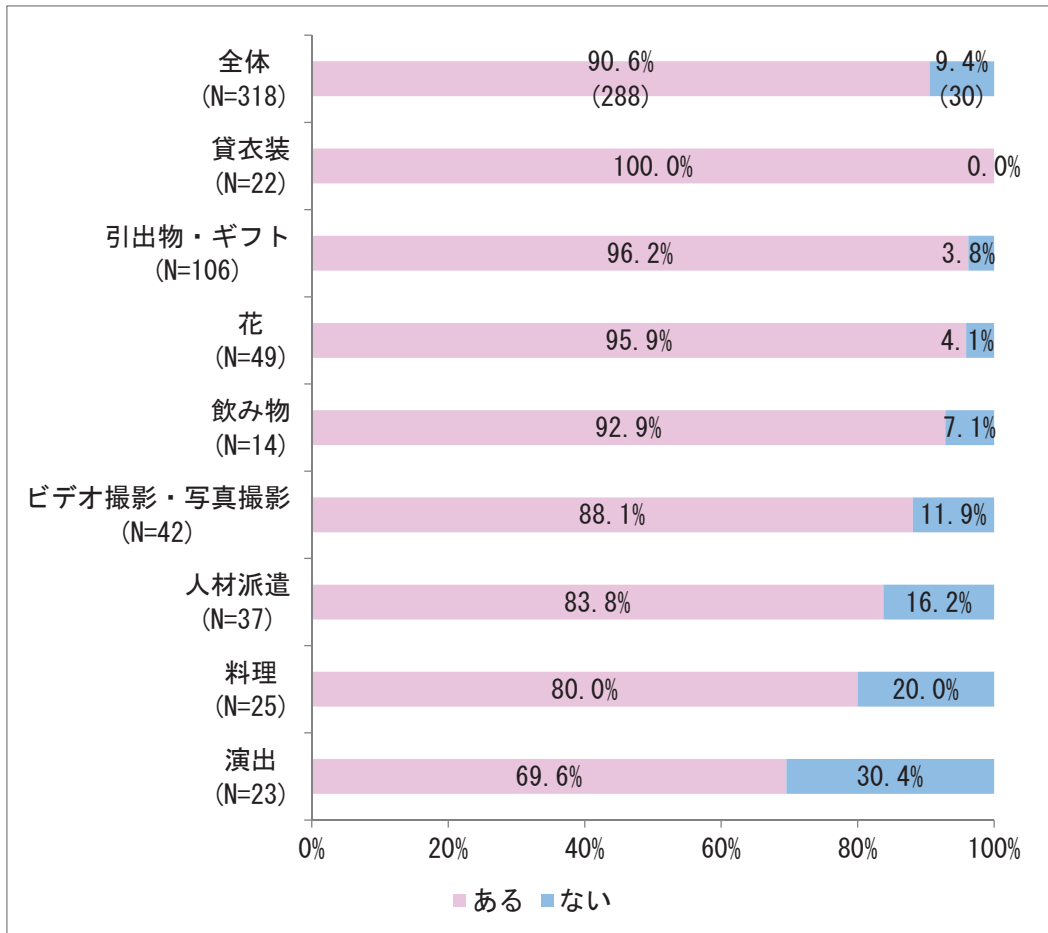


(2) 要請に応じたことの有無

前記(1)において「ある」と回答のあった318の取引について、納入業者に対し、当該金銭・物品の提供の要請に応じたことがあるかを聞いたところ、「ある」が90.6% (288取引)であった。

取引内容別にみると、貸衣装が100%と最も割合が高く、次いで引出物・ギフトが96.2%、花が95.9%、飲み物が92.9%であった。

図15



(3) 要請に応じた理由

前記(2)において「ある」と回答のあった288の取引について、納入業者に対し、当該金銭・物品の提供の要請に応じた理由を聞いたところ、「ブライダル業者から今後の取引への影響を示唆されたため」又は「要請を断った場合に、今後の取引に影響が出ると自社が判断したため」が67.4%（194取引）であった。

(4) 提供した金銭・物品の内容（複数回答）

前記(2)において「ある」と回答のあった288の取引について、納入業者に対し、提供した金銭・物品の内容を聞いたところ、「イベント協賛金（ブライダルフェア等）」が178と最も多く、次いで「景品」が79、「広告協賛金」が66となっていた。

表2-1

提供した金銭・物品の内容	回答数
イベント協賛金（ブライダルフェア等）	178
景品	79
広告協賛金	66
決算協賛金	4
その他（冷蔵庫、祭礼等の玉串料等）	57

(5) 金銭・物品の提供の要請に係る納入業者の具体的回答事例

- ブライダル業者が開催するブライダルフェアへの協賛金の提供、参加を要請される。当社が出品する引出物等の費用や当日の人件費はもらえない上に、多額の協賛金を要請される。【引出物・ギフト】
- ブライダル業者から、新聞広告の協賛金の提供を要請される。当社にどのような形で利益になっているのかは分からないが、仕方なく協賛金を提供している。【花】
- ブライダル業者が開催する旅行会やゴルフ会等の懇親会の際、飲料の無償提供を要請される。旅行会やゴルフ会等に参加したいわけではない中で、参加費のほかに飲料まで無償で提供しなければならないのは当社としても納得がいかないが、今後の取引を考えると断るわけにもいかず、我慢して参加している。【飲み物】
- ブライダル業者が新しい式場を建てる際、ビデオの上映などに必要な機器をビデオ撮影業者に提供させることが多く、当社もブライダル業者が新しい式場を建てる際、数百万円相当の機器を提供させられた。【ビデオ撮影・写真撮影】
- ブライダル業者に支払っているブライダルフェアの協賛金は、年間の合計額で100万円ほどにもなる。当社は、ブライダルフェアにおける司会を無償で行っているにもかかわらず、別途、協賛金を支払うのは経営的にかなり厳しい。しかし、ブライダルフェアに参加しないと、ブライダル業者から「やる気がないのか。」などと言われ、取引停止を示唆されることから、当社としても参加せざるを得ない。【人材派遣】

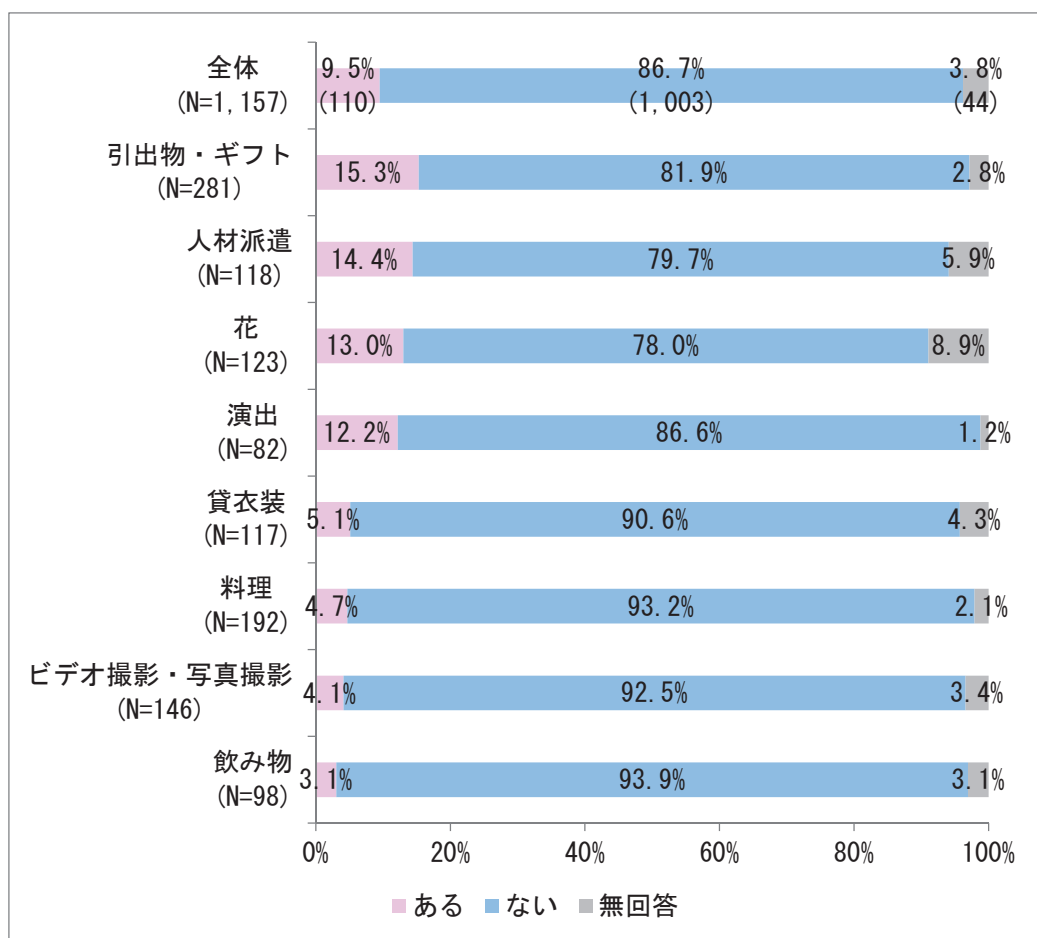
7 従業員等の派遣の要請

(1) 従業員等の派遣の要請の有無

納入業者に対し、取引先ブライダル業者から従業員等の派遣を要請されたことがあるかを聞いたところ、「ある」が9.5%（110取引）であった。

取引内容別にみると、引出物・ギフトが15.3%と最も割合が高く、次いで人材派遣が14.4%、花が13.0%、演出が12.2%であった。

図16

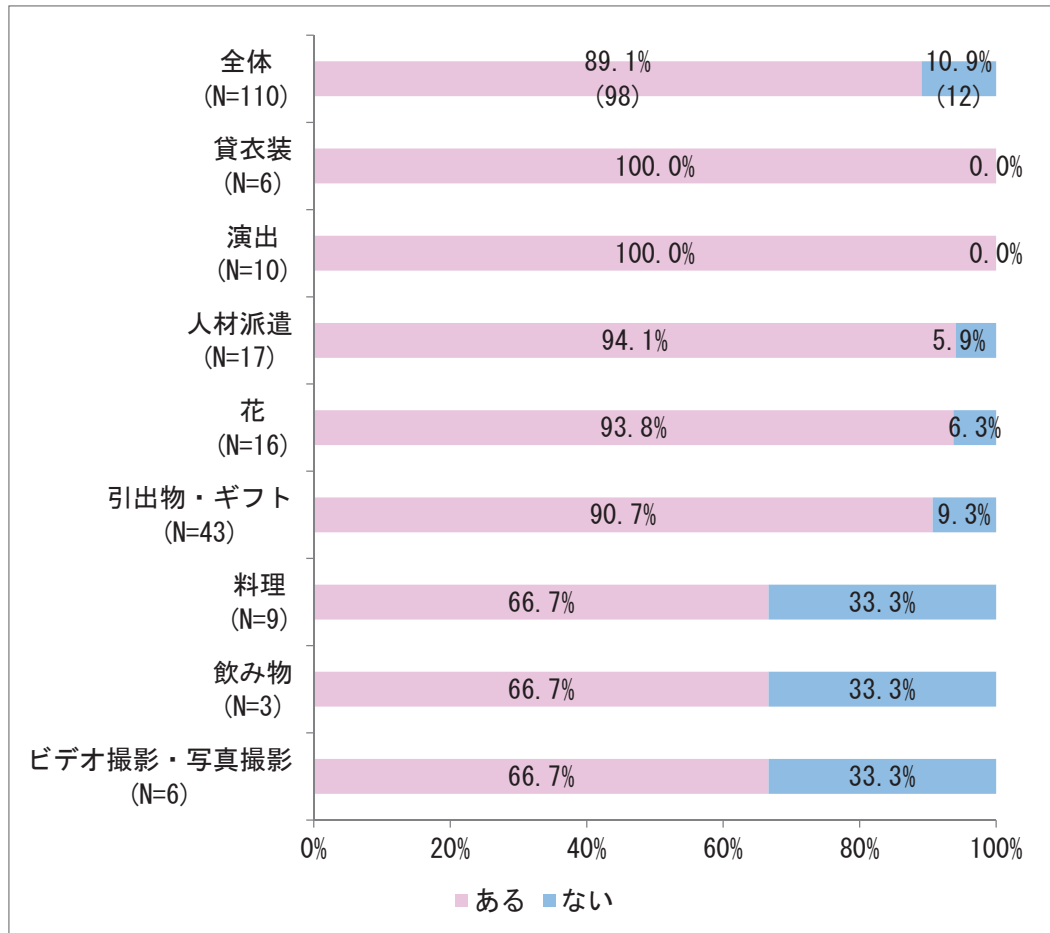


(2) 要請に応じたことの有無

前記(1)において「ある」と回答のあった110の取引について、納入業者に対し、当該従業員等の派遣の要請に応じたことがあるかを聞いたところ、「ある」が89.1% (98取引)であった。

取引内容別にみると、貸衣装及び演出が100%と最も割合が高く、次いで人材派遣が94.1%、花が93.8%、引出物・ギフトが90.7%であった。

図17

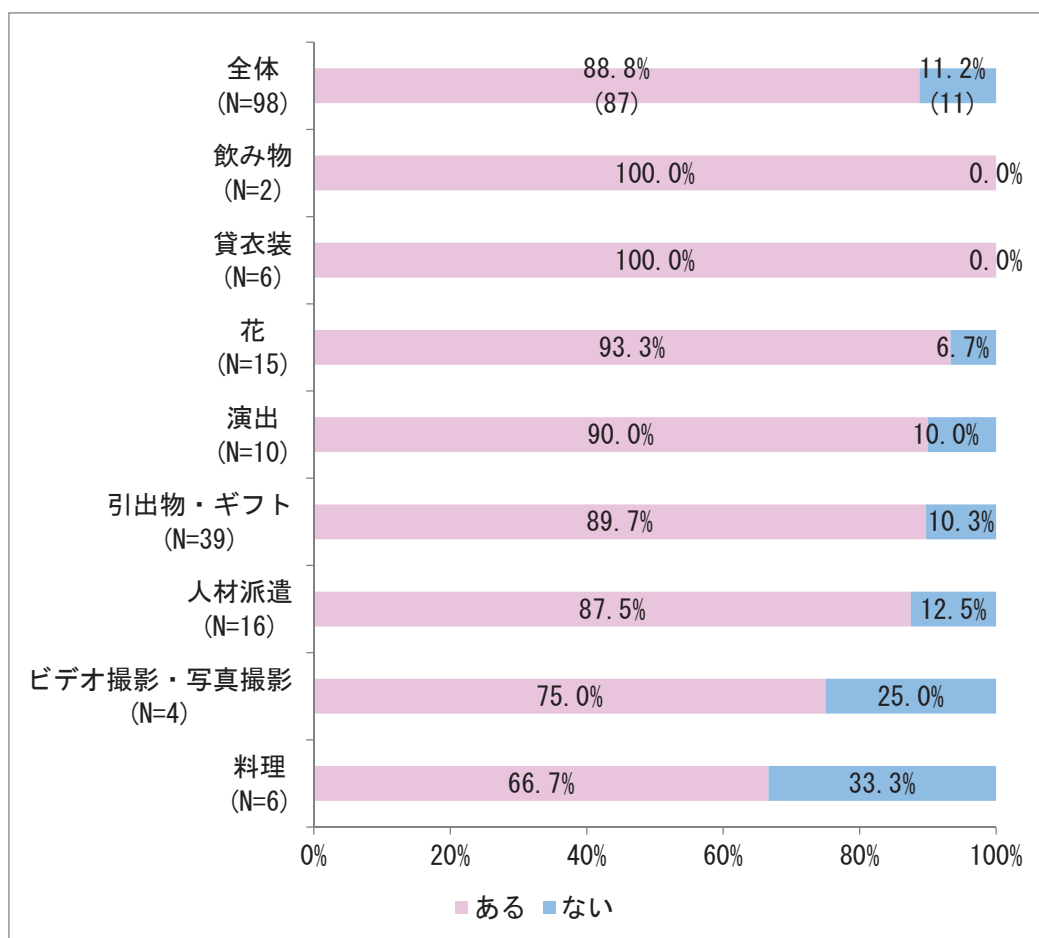


(3) 従業員等の派遣に伴う費用負担の有無

前記(2)において「ある」と回答のあった98の取引について、納入業者に対し、当該従業員等の派遣に伴う費用を負担させられたことがあるかを聞いたところ、「ある」が88.8% (87取引)であった。

取引内容別にみると、飲み物及び貸衣装が100%と最も割合が高く、次いで花が93.3%、演出が90.0%であった。

図18



(4) 費用負担した理由

前記(3)において「ある」と回答のあった87の取引について、納入業者に対し、当該従業員等の派遣の要請に応じた理由を聞いたところ、「ブライダル業者から今後の取引への影響を示唆されたため」又は「要請を断った場合に、今後の取引に影響が出ると自社が判断したため」が88.5% (77取引)であった。

(5) 従業員等の派遣の要請に係る納入業者の具体的回答事例

- ブライダル業者が、一般客にビール等の酒類を提供するイベントを開催する場合、酒類の説明や給仕のための要員の派遣の要請がある。当該イベントでは、当社が納入している酒類が取り扱われるわけではないので、従業員を派遣しても当社の売上が増えることは見込めず、また、派遣に係る費用の負担は一切ないが、取引がなくなるのを恐れてやむなく要請に応じている。【飲み物】
- 挙式・披露宴をした顧客を招いたイベントにおける給仕として従業員の派遣を要請され、これに応じているが、派遣に伴う費用については負担してもらえない。【貸衣装】
- ブライダルフェアやブライダルに係る雑誌の写真撮影のため、花のセッティングや会場設営のための人員の派遣を要請されて手伝いに行くことがある。しかし、日当等、派遣に要した費用が支払われることはない。【花】
- ブライダル業者から、使用しない披露宴会場を空けたままにしておくのはもったいないという理由で、来場者がほとんど見込めないにもかかわらず定期的に開催しているブライダルフェアのために人員を派遣するよう要請される。来場者がほとんど来ないブライダルフェアでは、十分に当社の商品をアピールできず余計な人件費がかかるため、できれば参加したくないが、ブライダル業者との取引継続のことを考えると要請に応じざるを得ない。【演出】

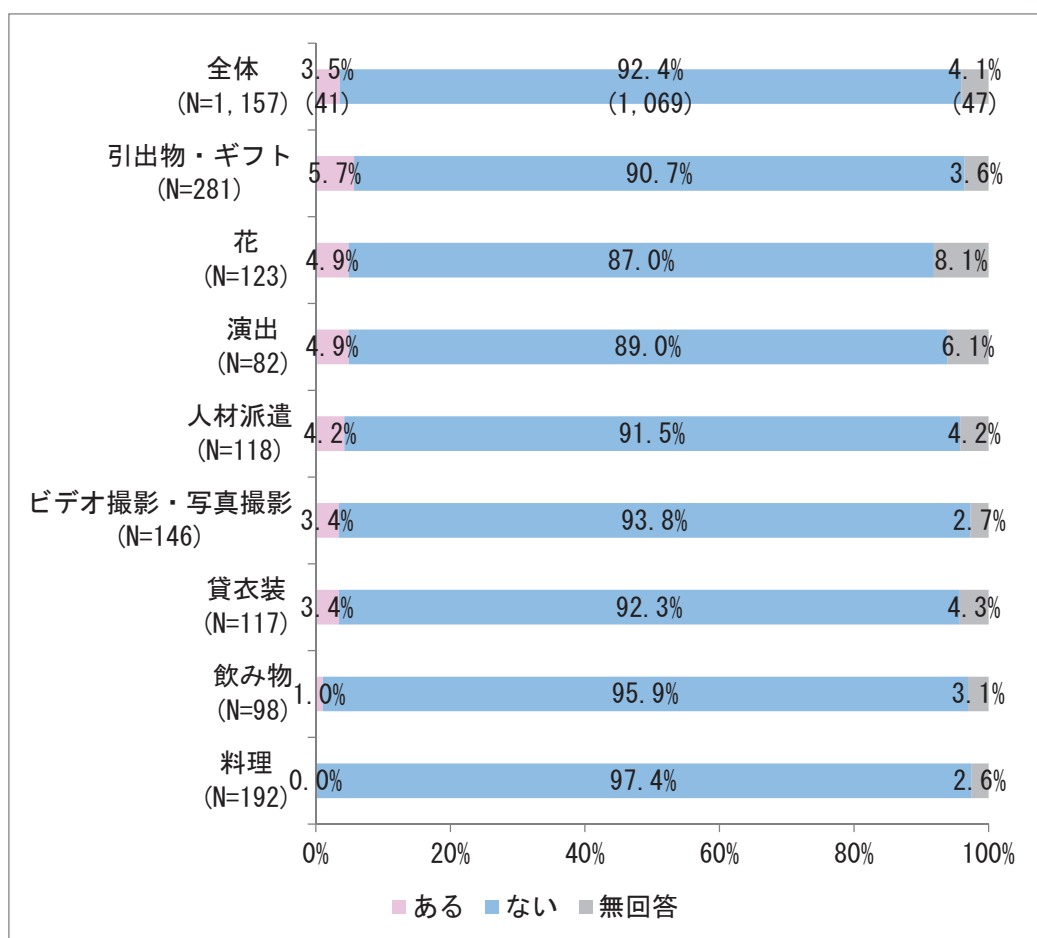
8 代金の支払遅延

(1) 代金の支払遅延の有無

納入業者に対し、取引先ブライダル業者の都合により、あらかじめ定めた支払期までにブライダルの取引に係る代金が支払われなかったことがあるかを聞いたところ、「ある」が3.5%（41取引）であった。

取引内容別にみると、引出物・ギフトが5.7%と最も割合が高く、次いで花及び演出が4.9%，人材派遣が4.2%であった。

図19



(2) 支払遅延に応じた理由

前記(1)において「ある」と回答のあった41の取引について、納入業者に対し、当該代金の支払遅延の要請に応じた理由を聞いたところ、「ブライダル業者から今後の取引への影響を示唆されたため」又は「要請を断った場合に、今後の取引に影響が出ると自社が判断したため」が53.7%（22取引）であった。

(3) 代金の支払遅延に係る納入業者の具体的回答事例

- 挙式・披露宴を挙げた新郎新婦からの入金が遅れているという理由で、あらかじめ定めた支払期日までにブライダル業者から支払がなされないことがある。
【引出物・ギフト】
- 明確な理由を告げられることなく、ブライダル業者から支払日に代金が支払われないことがある。しかし、立場上、理由を聞くことすらできず、支払が遅れると言われたら黙って受け入れているような状況である。【貸衣装】

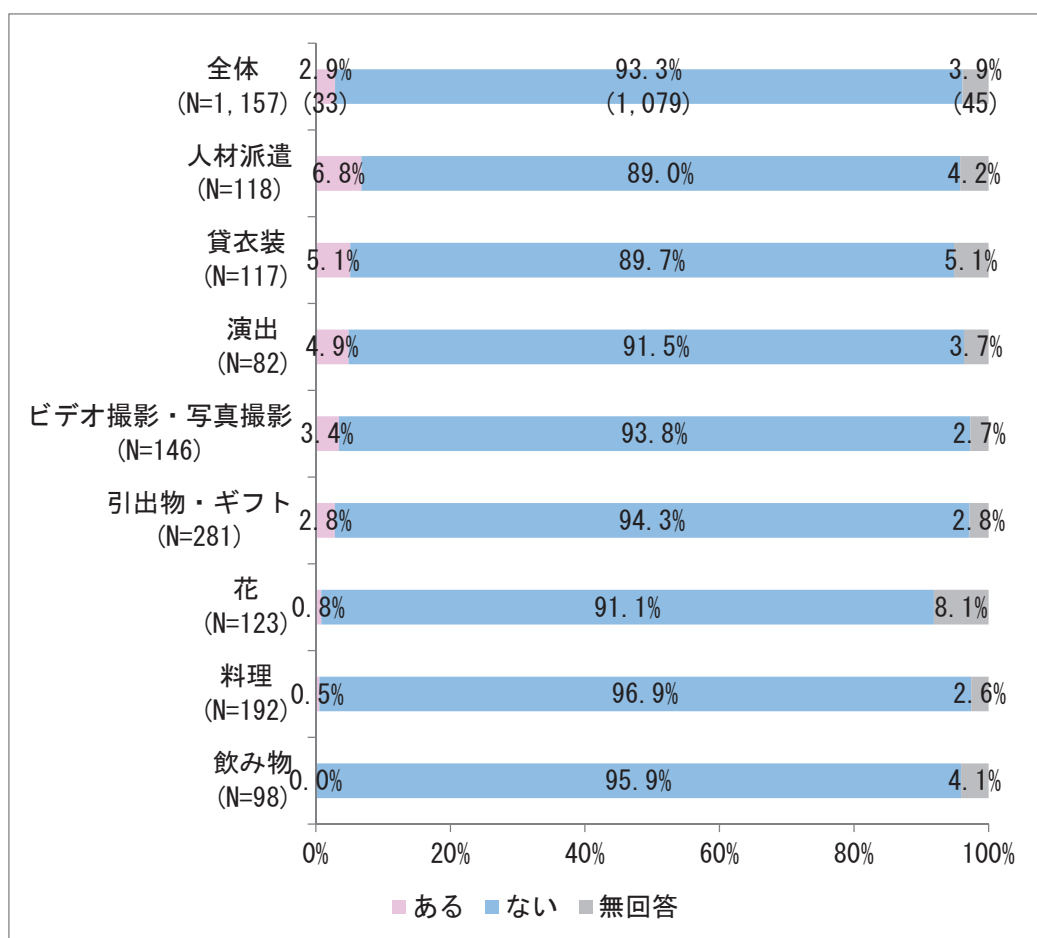
9 代金の減額

(1) 代金の減額の有無

納入業者に対し、取引先ブライダル業者の都合により、あらかじめ定めたブライダルの取引に係る代金の額を減額されたことがあるかを聞いたところ、「ある」が2.9%（33取引）であった。

取引内容別にみると、人材派遣が6.8%と最も割合が高く、次いで貸衣装が5.1%であった。

図20



(2) 減額に応じた理由

前記(1)において「ある」と回答のあった33の取引について、納入業者に対し、当該代金の減額の要請に応じた理由を聞いたところ、「ブライダル業者から今後の取引への影響を示唆されたため」又は「要請を断った場合に、今後の取引に影響が出ると自社が判断したため」が84.8%（28取引）であった。

(3) 代金の減額に係る納入業者の具体的回答事例

- 支払を受ける時点になり、ブライダル業者から、顧客に対して代金を10%割り引いたため、当社にも10%差し引いて支払うと言われ、実際に決められた代金から10%を差し引いた額を支払われたことがある。抵抗して目をつけられたくないため、受け入れるしかないと思っている。【人材派遣】
- ブライダル業者の発注担当者から当月の利益目標に届かないという理由で、目標に届くための金額を代金から差し引かれたことがある。今度埋め合わせをするようなことを言われたが、結局、その分の金額が支払われることはなかった。【貸衣装】
- 挙式・披露宴の様子をビデオ撮影したものを成果物として納入した後、支払の段階になって、ブライダル業者から、「このビデオを営業用のサンプルとして使用することになった。については、お客さんには半額にすることで了承してもらったので、半額で頼む。」などと言われ、半額しか代金を支払ってもらえないことがある。当社としては、事前にサンプルに使用するなどといった話は聞かされておらず、一方的に減額されるのは納得がいかないが、取引継続のことを考えると泣き寝入りせざるを得ない。【ビデオ撮影・写真撮影】
- ブライダル業者から、ブライダルフェアで成約した顧客には割引料金を適用するため、当社に対する支払も顧客に割り引いた金額を差し引いて支払うなどと言われ、あらかじめ定めた代金を支払ってもらえないことがある。ブライダルフェアで成約した顧客には割引料金を適用するなどという話は取引開始後に判明したものであり、当社に対する代金が割り引かれるのは納得がいかないが、取引継続を考えると受け入れざるを得ない。【引出物・ギフト】

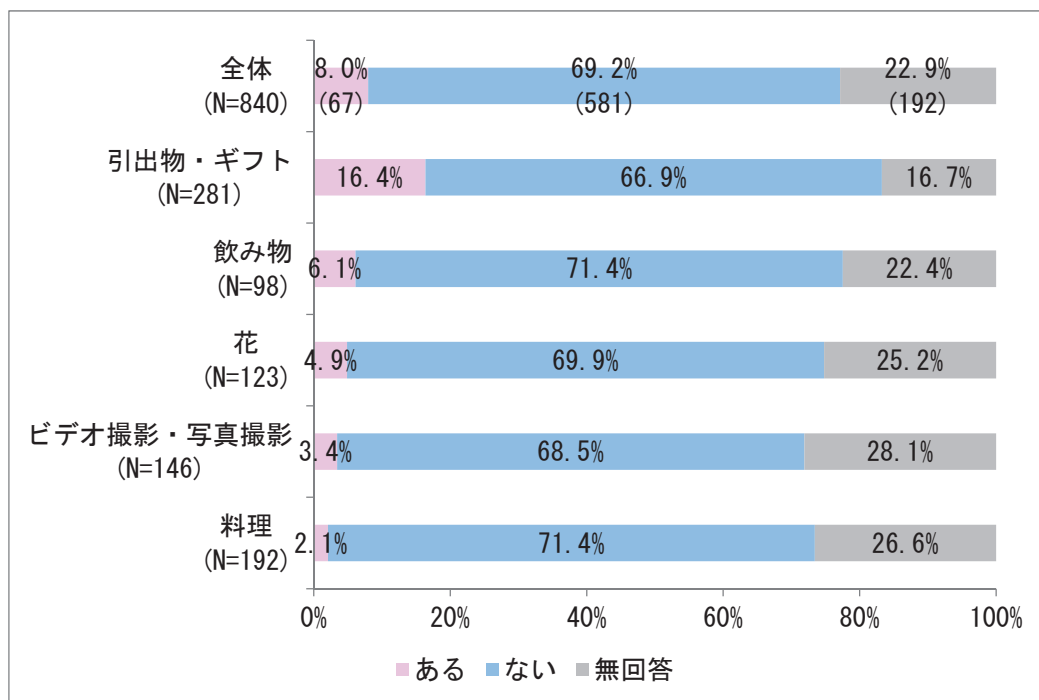
10 返品

(1) 返品の有無

役務（サービス）の提供である貸衣装、人材派遣及び演出の取引を行っている納入業者を除いた納入業者840名に対し、取引先ブライダル業者の都合により、納入した商品を返品されたことがあるかを聞いたところ、「ある」が8.0%（67取引）であった。

取引内容別にみると、引出物・ギフトが16.4%と最も割合が高かった。

図21



(2) 返品に応じた理由

前記(1)において「ある」と回答のあった67の取引について、納入業者に対し、当該返品に応じた理由を聞いたところ、「ブライダル業者から今後の取引への影響を示唆されたため」又は「要請を断った場合に、今後の取引に影響が出ると自社が判断したため」が64.2%（43取引）であった。

(3) 返品に係る納入業者の具体的回答事例

- 新郎新婦の名前等を入れたオリジナル商品の場合、挙式・披露宴の出席者が予定よりも少なかったことを理由に返品されても処分するしかなく、当社にとっては不利益しかないが、今後の取引への影響を考えると、返品を拒否することはできない。【引出物・ギフト】
- ブライダル業者から、写真の出来栄が気に入らない等の理由で顧客からアルバムは要らないと言われたからとして、返品されることがある。アルバムを返品されても、処分するほかないが今後の取引への影響を考えると我慢するしかないと思っている。【ビデオ撮影・写真撮影】
- 当社はブライダル業者に果物等の生鮮食品を納入しているところ、披露宴の出席人数が減ったことによる返品が多くある。生鮮食品のため、返品される頃には商品の鮮度が落ちており、返品された商品を他の事業者に販売するわけにもいかず、処分せざるを得ない場合が多い。そのため、返品は断りたいが、今後の取引を考えると受け入れざるを得ない。【料理】

