

第8章 不公正な取引方法への取組

第1 概説

独占禁止法は、第19条において事業者が不公正な取引方法を用いることを禁止しているほか、事業者及び事業者団体が不公正な取引方法に該当する事項を内容とする国際的契約を締結すること、事業者団体が事業者に不公正な取引方法に該当する行為をさせるようにすること、会社及び会社以外の者が不公正な取引方法により株式を取得し又は所有すること、会社が不公正な取引方法により役員の兼任を強制すること、会社が不公正な取引方法により合併すること等の行為を禁止している（第6条、第8条第5号、第10条第1項、第13条第2項、第14条、第15条第1項、第15条の2第1項第2号及び第16条第1項）。不公正な取引方法として規制される行為の具体的な内容は、公正取引委員会が告示により指定することとされてきたが、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律の一部を改正する法律（平成21年法律第51号。以下「平成21年独占禁止法改正法」という。）により、これまで不公正な取引方法（昭和57年公正取引委員会告示第15号）により指定されていたもののうち、共同の取引拒絶、差別対価、不当廉売、再販売価格の拘束及び優越的地位の濫用の全部又は一部が法定化され（第2条第9項第1号から第5号）、新たに課徴金納付命令の対象となった（第20条の2から第20条の6）。

不公正な取引方法に対する取組に関しては、前記規定に違反する事件の処理のほか、不公正な取引方法の指定に関する調査、不公正な取引方法に関する説明会の開催等の普及・啓発活動、不公正な取引方法を防止するための指導業務等がある。また、不公正な取引方法に関する事業者からの相談に積極的に応じることにより違反行為の未然防止に努めている。

第2 不当廉売に対する取組

企業の効率性によって達成した低価格で商品を提供するのではなく、採算を度外視した低価格によって顧客を獲得しようとすることは、独占禁止法の目的からみて問題がある場合があり、公正な競争秩序に悪影響を与えるときは、不公正な取引方法の一つである不当廉売として規制される。

公正取引委員会は、以前から、不当廉売に対し、厳正かつ積極的に対処することとしている。

1 不当廉売事案への対処

(1) 処理方針

小売業における不当廉売事案については、①申告のあった事案に関しては、処理結果を通知するまでの目標処理期間を原則2か月以内として迅速処理（注）することとし、繰り返し注意を受ける事業者に対しては、事案に応じて、責任者を招致した上で直接注意を行うほか、②大規模な事業者による事案又は繰り返し行われている事案で、周辺の販売業者に対する影響が大きいと考えられるものについては、周辺の販売業者の事業活

動への影響等について個別に調査を行い、問題のみられる事案については厳正に対処することとしている。

(注) 申告のあった不当廉売事案に対し可能な限り迅速に処理する（原則2か月以内）という方針に基づいて行う処理をいう。

(2) 処理の状況

平成28年度においては、酒類、石油製品、家庭用電気製品等の小売業において、不当廉売につながるおそれがあるとして合計1,155件の事案に関して注意（迅速処理によるもの）を行った（第1表参照）。

例えば、酒類について、総販売原価が十分に賄えない対価で繰り返し販売した複数の事業者の責任者に対し、直接注意した事例があった。

また、石油製品について、他の事業者に対抗し、それぞれ供給に要する費用を著しく下回る対価で販売した複数の事業者の責任者に対し、直接注意した事例があった。

第1表 平成28年度における不当廉売事案の注意件数（迅速処理によるもの）

(単位：件)

	酒類	石油製品	家庭用電気製品	その他	合計
注意件数	420	732	1	2	1,155

2 規制基準の明確化

公正取引委員会は、昭和59年に「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方」を公表し、その後、個別の業種（酒類、ガソリン等及び家庭用電気製品）についてその取引実態を踏まえたガイドラインを順次公表することにより、不当廉売規制の考え方を明らかにしてきた。

平成21年独占禁止法改正法により、不当廉売が新たに課徴金納付命令の対象となったこと等に伴い、公正取引委員会は、不当廉売の要件に関する解釈を更に明確化すること等により、法運用の透明性を一層確保し、事業者の予見可能性をより向上させるため、これらのガイドラインを改定し、平成21年12月18日に公表した。

3 「酒類の公正な取引に関する基準」に係る協議

酒税の保全及び酒類の取引の円滑な運行を図ること等を目的とした、「酒税法及び酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律の一部を改正する法律案」が第190回国会に提出され、平成28年5月27日に成立し、同年6月3日に公布、平成29年6月1日に施行された（平成28年法律第57号）。

改正後の酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律第86条の3第1項に基づき、財務大臣は、酒類に関する公正な取引につき、酒類製造業者又は酒類販売業者が遵守すべき「公正な取引の基準」を定めることとされている。同基準については、同法第94条第1項に基づき、当委員会に協議を行うこととされており、平成29年3月、当委員会に対し「酒類の公正な取引に関する基準」について協議が行われた。当委員会は、所要の検討を行った結果、異議ない旨回答した。

第3 優越的地位の濫用に対する取組

自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して、取引の相手方に正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える行為（優越的地位の濫用）は、自己と競争者間及び相手方とその競争者間の公正な競争を阻害するおそれがあるものであり、不公正な取引方法の一つとして禁止されている。

公正取引委員会は、以前から、優越的地位の濫用行為に対し、厳正かつ効果的に対処することとしている。

1 優越的地位の濫用への対処

優越的地位の濫用に関し、公正取引委員会では、優越的地位の濫用行為に係る調査を効率的かつ効果的に行い、必要な是正措置を講じていくことを目的とした「優越的地位濫用事件タスクフォース」を設置し（平成21年11月）、調査を行っているところ、平成28年度においては、48件の注意を行った。注意の内訳（行為類型）は第2表のとおりであり、購入・利用強制が19件、協賛金等の負担の要請が22件、従業員等の派遣の要請が16件、その他経済上の利益の提供の要請が8件、返品が2件、支払遅延が4件、減額が11件、取引の対価の一方的決定が2件、その他が4件となっている（注）。

（注）独占禁止法の不公正な取引方法の規制の補完法である下請法において勧告又は指導が行われた違反行為等は、後記第9章第2 **3** 違反行為類型別件数のとおりである。下請法においては、独占禁止法の優越的地位の濫用の規制とは異なり、支払遅延、買いたたき及び減額の3類型が違反類型別の実体規定違反件数の9割近くを占めている。ただし、下請法の対象は、親事業者と下請事業者との間の一定の委託取引に限られており（後記第9章第1参照）、そのような限定がない優越的地位の濫用規制とは異なる。

第2表 注意事項の行為類型一覧

（単位：件）

取引形態 行為類型	小売業者 に対する 納入取引	物流取引	宿泊業者 に対する 納入等取引	卸売業者 に対する 納入取引	飲食業者 に対する 納入等取引	その他の 取引	合計
購入・利用強制	3	4	5	2	1	4	19
協賛金等の負担の要請	10	0	3	4	0	5	22
従業員等の派遣の要請	15	1	0	0	0	0	16
その他経済上の利益の提供の要請	0	0	3	0	1	4	8
返品	2	0	0	0	0	0	2
支払遅延	0	4	0	0	0	0	4
減額	2	8	1	0	0	0	11
取引の対価の一方的決定	1	0	0	0	0	1	2
その他	0	3	0	0	0	1	4
合計	33	20	12	6	2	15	88

（注）一つの事案において複数の行為類型について注意を行っている場合があるので、注意件数（48件）と行為類型の内訳の合計数（88件）とは一致しない。

2 中小事業者の取引の公正化を図る必要が高い分野に係る実態調査等

公正取引委員会は、独占禁止法上問題となる個別の違反行為に対し、厳正に対処しているほか、中小事業者の取引の公正化を図る必要が高い分野について、実態調査等を実施し、普及・啓発に努めている。

(1) ブライダル取引に関する実態調査

公正取引委員会は、ブライダル業者と納入業者との取引を対象とする実態調査を実施し、平成29年3月22日に「ブライダル取引に関する実態調査」を公表した（詳細は後記 5 参照）。

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。

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一つ以上受けたと回答のあった取引は集計対象取引の37.6%に上っており、中でも、「商品・サービスの購入・利用の要請」が24.0%と最も高い割合となっていたほか、「金銭・物品の提供の要請」（16.8%）や「採算確保が困難な取引（買ったたき）」（12.3%）が他の行為類型に比べ高い割合となっていた。また、取引内容別にみると、「人材派遣」（45.8%）、「引出物・ギフト」（44.5%）、「花」（43.9%）の取引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。

調査結果を踏まえ、違反行為の未然防止及び取引の公正化の観点から、関係事業者団体に対して、本調査結果を示すとともに、業界における取引の公正化に向けた自主的な取組を要請することとし、ブライダル業者向けの講習会を実施することとした。

(2) 葬儀取引に関する実態調査

公正取引委員会は、葬儀業者と納入業者との取引を対象とする実態調査を実施し、平成29年3月22日に「葬儀取引に関する実態調査」を公表した（詳細は後記 6 参照）。

葬儀業の市場規模は平成27年において約1兆7800億円と見込まれ、漸増傾向が続いている。死亡者数は、平成26年において約127万名であり、過去10年間で23.8%増加している。今後も増加傾向は続き、平成51年には約167万名とピークを迎えることが予測されている。

納入業者から、葬儀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一つ以上受けたと回答のあった取引は集計対象取引の29.9%に上っており、中でも、「商品・サービスの購入・利用の要請」が14.9%と最も高い割合となっていたほか、「採算確保が困難な取引（買ったたき）」（11.4%）や「金銭・物品の提供の要請」（9.0%）が他の行為類型に比べ高い割合となっていた。また、取引内容別にみると、「仕出料理」（36.7%）、「花」（33.6%）、「返礼品・ギフト」（32.2%）の取引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割合が30%を超えており、他の取引内容に比べ高くなっていた。

調査結果を踏まえ、違反行為の未然防止及び取引の公正化の観点から、関係事業者団体に対して、本調査結果を示すとともに、業界における取引の公正化に向けた自主的な取組を要請することとし、葬儀業者向けの講習会を実施することとした。

(3) 荷主と物流事業者との取引に関する書面調査

公正取引委員会は、荷主による物流事業者に対する優越的地位の濫用を効果的に規制する観点から、平成16年3月8日、特定荷主が物品の運送又は保管を委託する場合の特定の不公正な取引方法（平成16年公正取引委員会告示第1号。以下「物流特殊指定」という。）を指定し、荷主と物流事業者との取引の公正化を図っている。

平成28年度においては、優越的地位の濫用行為の抑止・早期是正のため独占禁止法の運用を強化することとし、物流特殊指定の遵守状況及び荷主と物流事業者との取引状況を把握するため、調査対象を平成27年度に比べて倍増させ、荷主30,000名及び物流事業者40,000名を対象とする書面調査を実施した。当該調査の結果、物流特殊指定に照らして問題となるおそれがあると認められた707名の荷主に対して、物流事業者との取引内容の検証・改善を求める文書を発送した（平成29年3月）。

当該707名の荷主のうち、業種について回答のあった698名を業種別にみると、製造業が最も多く（340名、48.7%）、卸売業（149名、21.3%）、建設業（53名、7.6%）がこれに続いている。また、問題となるおそれがある行為791件を類型別にみると、代金の支払遅延が最も多く（329件、41.6%）、代金の減額（165件、20.9%）、割引困難な手形の交付（105件、13.3%）がこれに続いている。

3 優越的地位の濫用規制に係る講習会

公正取引委員会は、過去に優越的地位の濫用規制に対する違反がみられた業種、各種の実態調査で問題がみられた業種等の事業者に対して一層の法令遵守を促すことを目的として、業種ごとの実態に即した分かりやすい具体例を用いて説明を行う業種別講習会を実施している。

平成28年度においては、荷主・物流事業者向けに10回の講習会を実施した。

4 優越的地位の濫用規制に係る相談・指導

(1) 優越的地位の濫用規制に係る相談

公正取引委員会では、地方事務所等を含めた全国の相談窓口において、年間を通して、優越的地位の濫用規制に係る相談を受け付けている。

平成28年度においては、451件の相談に対応した。

(2) 「中小事業者のための移動相談会」の実施

公正取引委員会は、下請事業者を始めとする中小事業者からの求めに応じ、全国の当該中小事業者が所在する地域に公正取引委員会事務総局の職員が出向いて、優越的地位の濫用規制や下請法についての基本的な内容を分かりやすく説明するとともに相談受付等を行う「中小事業者のための移動相談会」を実施している。

平成28年度においては、45か所において実施した。

(3) コンプライアンス確立のための積極的な支援

公正取引委員会は、事業者等からの優越的地位の濫用規制に係る相談に応じるとともに、優越的地位の濫用規制の一層の普及・啓発を図るため、事業者団体が開催する研修会等に職員を講師として派遣している。

平成28年度においては、事業者団体等に10回講師を派遣した。

5 ブライダルの取引に関する実態調査報告書

(1) 調査の趣旨・方法

ア 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、従前、取引の実態を把握するための調査を実施している。

ブライダルの市場では新規参入や消費者等のニーズに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といった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、ブライダルの取引に関する実態調査を実施した。

イ 調査方法

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（注1）を対象として調査票7,000通（注2）を送付し、書面調査を実施した（調査票の発送数及び回答者数は第3表参照）。

（注1）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

（注2）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。

第3表 書面調査の回答状況等

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
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

※調査対象期間：直近1事業年度（一部直近5事業年度又は直近10事業年度）

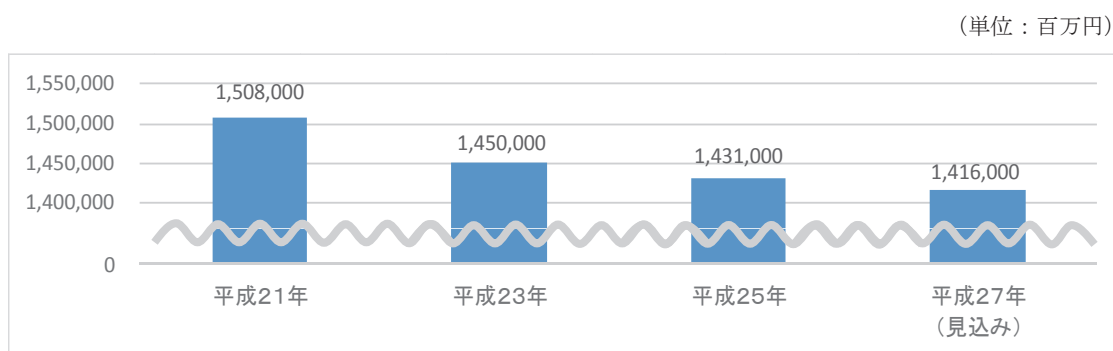
(2) ブライダル業の概況

ア ブライダル市場の概況

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（第1図参照）。

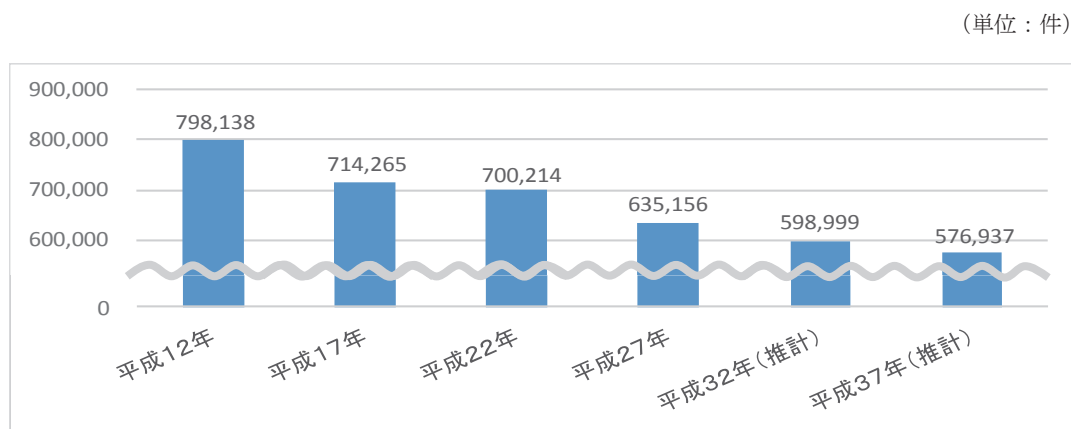
婚姻件数は、平成27年において約64万件であり、過去10年間でおよそ11%減少している。今後も減少傾向は続き、平成37年には約58万件になることが予測されている（第2図参照）。

第1図 ブライダル業の市場規模（注3）



（注3）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」

第2図 婚姻件数の推移・推計（注4）



（注4）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 披露宴等の小規模化とブライダル市場の縮小

ブライダル業者の多くが、ブライダルの年間取扱件数及び年間売上高が減少傾向にあり、さらに、ブライダル1件当たりの売上高及び出席人数が減少傾向にあるとしており、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。

(7) ブライダルの年間取扱件数及び年間売上高の増減傾向

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%に上った（第4表参照）。

第4表 年間取扱件数の傾向及び年間売上高の傾向

年間取扱件数の傾向	回答数	割合	年間売上高の傾向	回答数	割合
増加している	28	11.6%	増加している	27	11.1%
減少している	185	76.8%	減少している	198	81.5%
変わっていない	28	11.6%	変わっていない	18	7.4%
合計	241	100.0%	合計	243	100.0%

(4) 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

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%に上った（第5表参照）。

第5表 1件当たりの売上高及び出席人数の増減傾向

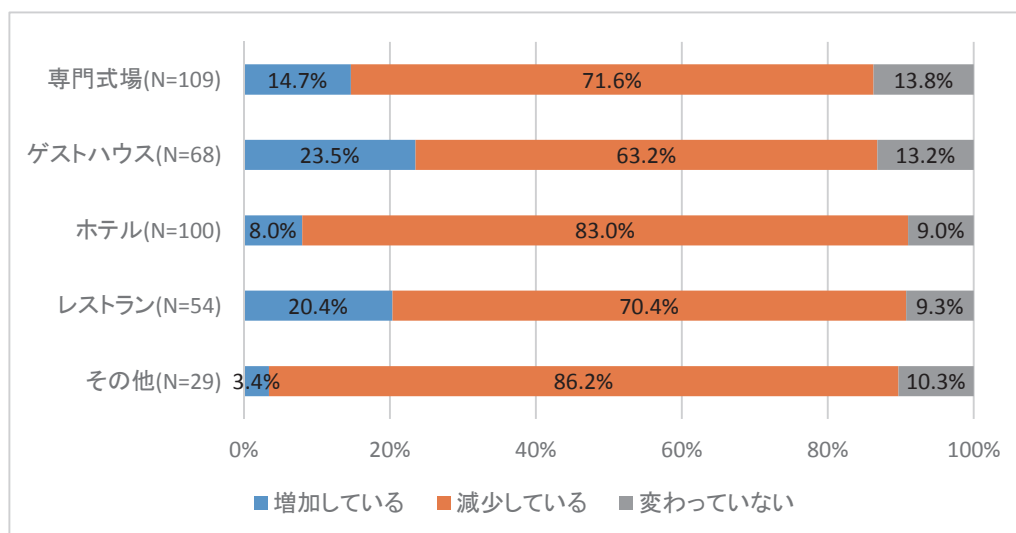
1件当たりの売上高の傾向	回答数	割合	1件当たりの出席人数の傾向	回答数	割合
増加している	36	14.9%	増加している	5	2.1%
減少している	168	69.4%	減少している	187	77.9%
変わっていない	38	15.7%	変わっていない	48	20.0%
合計	242	100.0%	合計	240	100.0%

ウ ブライダル会場の多様化

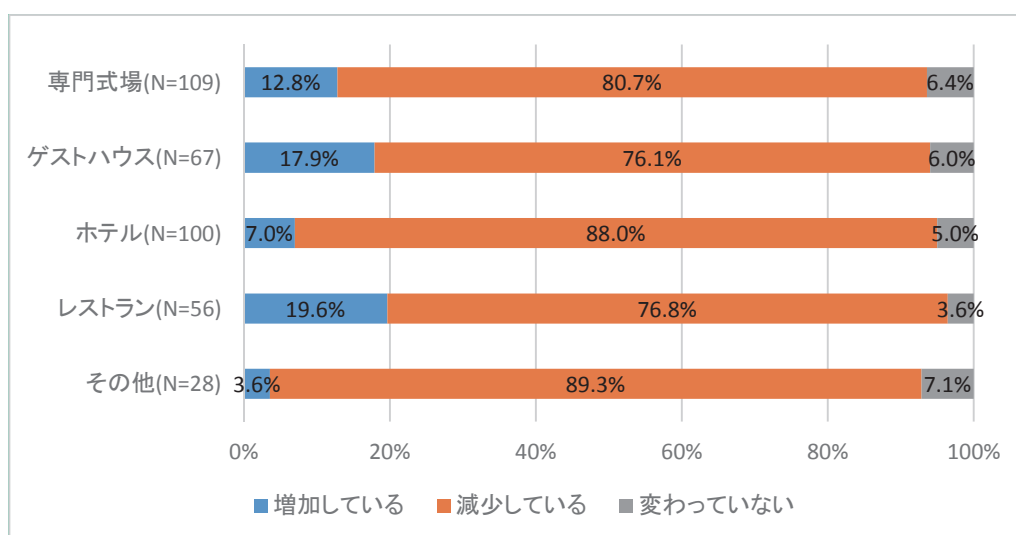
ブライダル会場の形態についてみると、現状では専門式場が30.5%、ホテルが27.2%と比較的高い割合となっているが、ブライダル会場の形態と年間取扱件数及び年間売上高の増減傾向の関係をみると、ゲストハウスやレストランといった形態で年間取扱件数及び年間売上高が増加傾向にあるとした割合が高かった（第3図及び第4図参照）。

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（庭園やプール等を併設した邸宅風の施設）や、比較的低価格での開催もできるなど予算面で融通が利く、アットホームな雰囲気がある、料理にこだわる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。

第3図 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



第4図 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



エ 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」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（第6表参照）。

ブライダル業の市場規模が縮小する中、新規参入が行われているが、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。

第6表 新規参入業者の主たる事業内容及びブライダル業者が兼業している事業

新規参入業者の 主たる事業内容	回答数	割合	ブライダル業者が 兼業している事業	回答数	割合
レストラン事業	20	29.9%	ホテル事業	89	24.6%
貸衣装事業	18	26.9%	レストラン事業	87	24.0%
ホテル事業	14	20.9%	貸衣装事業	41	11.3%
その他 (写真事業, 不動産 事業等)	15	22.4%	流通事業 (卸・小売)	20	5.5%
合計	67	100.0%	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) ブライダル業者と納入業者との取引の状況

ア 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）

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一つ以上受けたと回答のあった取引は37.6%（435取引）であった（第7表参照）。また、資本金区分（注5）から下請法の適用対象となり得るのは、435取引のうち、90取引であった。

（注5）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7表 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）

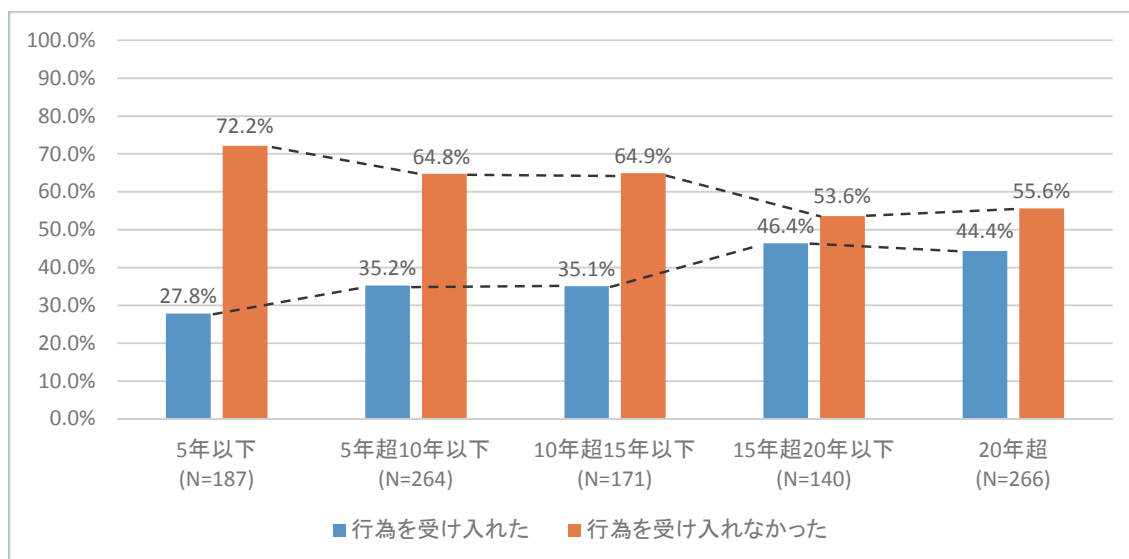
行為類型	取引数	割合
商品・サービスの購入・利用の要請	278	24.0%(278/1,157)
金銭・物品の提供の要請	194	16.8%(194/1,157)
採算確保が困難な取引（買ったたき）	142	12.3%(142/1,157)
発注内容の変更（受領拒否を含む。）	94	8.1%(94/1,157)
やり直し	77	6.7%(77/1,157)

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（上記行為が一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（第5図参照）。

第5図 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結果（t検定）

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（第8表参照）。

第8表 取引年数の平均値の差の分析結果（t検定）

	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	

エ 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）

人材派遣，引出物・ギフト，花の取引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（第9表参照）。

第9表 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	取引数	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)

オ 納入業者からの具体的回答事例

(7) 商品・サービスの購入・利用の要請

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。

(4) 金銭・物品の提供の要請

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。

(5) 採算確保が困難な取引（買ったたき）

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。

(エ) 発注内容の変更（受領拒否を含む。）

結婚式に派遣する人材は、キリスト教式においては牧師、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。

(オ) 返品

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。

(4) 取引を行う上での留意点

ア ブライダル業者

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であり、また、採算確保が困難な取引（買ったたき）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。

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)ア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。

イ 納入業者

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採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。

(5) 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した。

- ア(7) 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。
- (4) 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。
- (5) 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、公正取引委員会のウェブサイト、Twitter、Facebook 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。
- イ 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。

6 葬儀の取引に関する実態調査報告書

(1) 調査の趣旨・方法

ア 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、従前、取引の実態を把握するための調査を実施している。

葬儀の市場では新規参入や消費者等のニーズに対応するための競争が活発に行われる一方で、葬儀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といった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、葬儀の取引に関する実態調査を実施した。

イ 調査方法

葬儀業又はブライダル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、当該事業者のうち葬儀業又はブライダル業を営んでいると回答した事業者（以下、それぞれ、「葬儀業者」、「ブライダル業者」という。）から報告のあった取引先納入業者（注1）を対象として調査票7,000通（注2）を送付し、書面調査を実施した（調査票の発送数及び回答者数は第10表参照）。

（注1）葬儀業者又はブライダル業者に対して、商品の納入又はサービスの提供を行っている事業者

（注2）納入業者1名に対し複数の葬儀業者又はブライダル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。

第10表 書面調査の回答状況等

対象事業者	発送数	回答数	
葬儀業者及び ブライダル業者	3,500	1,603 (45.8%)	
		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%)	
		うち葬儀業者と取引があるとの回答数	1,451

※調査対象期間：直近1事業年度（一部直近5事業年度又は直近10事業年度）

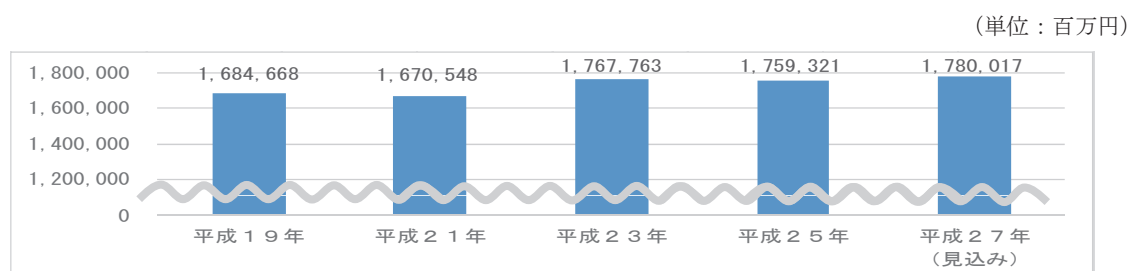
(2) 葬儀業の概況

ア 葬儀市場の概況

葬儀業の市場規模は平成27年において約1兆7800億円と見込まれ、漸増傾向が続いている（第6図参照）。

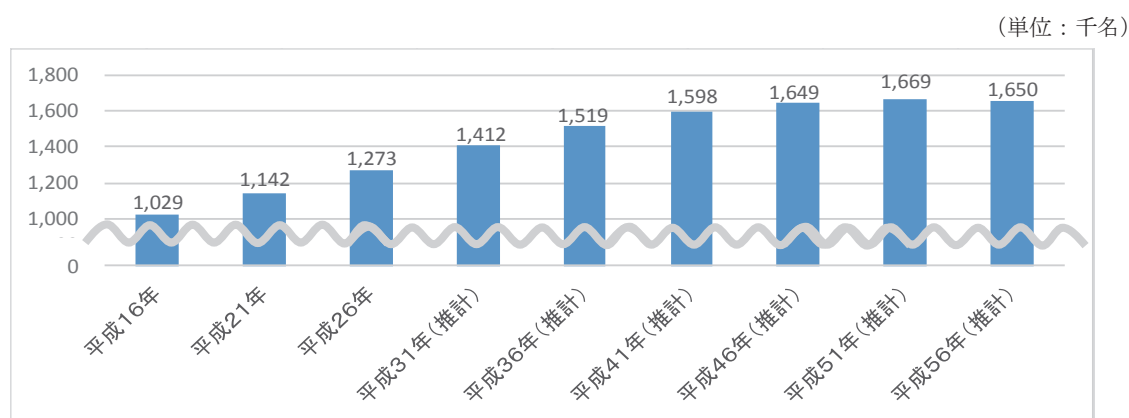
死亡者数は、平成26年において約127万名であり、過去10年間で23.8%増加している。今後も増加傾向は続き、平成51年には約167万名と、ピークを迎えることが予測されている（第7図参照）。

第6図 葬儀業の市場規模（注3）



(注3) 出典：株式会社矢野経済研究所「フューネラルビジネスの実態と将来展望 2015年版」

第7図 死亡者数の推移・推計（注4）



(注4) 出典：厚生労働省「平成28年（2016）人口動態統計の年間推計」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」

イ 葬儀の多様化・小規模化

従来型の「一般葬」が減少傾向にある一方、「一般葬」に比べ、参列者数が少ない、葬儀日数が少ない、葬儀費用を低く抑えることができるといった特徴を有する「家族葬」、「直葬」等が増加傾向にある。葬儀の取扱件数は死亡者数の増加に応じて増加するものの、葬儀1件当たりの売上高は減少傾向をたどることが考えられる。

(7) 葬儀の年間取扱件数及び年間売上高の増減傾向

年間取扱件数については、「増加している」、「減少している」、「変わっていない」との回答がそれぞれ3分の1程度であったが、年間売上高については、「減少している」との回答が50%を占めた（第11表参照）。

第11表 年間取扱件数の傾向及び年間売上高の傾向

年間取扱件数の傾向	回答数	割合	年間売上高の傾向	回答数	割合
増加している	221	34.6%	増加している	172	26.9%
減少している	213	33.3%	減少している	320	50.0%
変わっていない	205	32.1%	変わっていない	148	23.1%
合計	639	100.0%	合計	640	100.0%

(4) 葬儀の種類別の年間取扱件数及び年間売上高の増減傾向

増加傾向にあるものとして「家族葬」との回答が年間取扱件数、年間売上高ともに50%を超えたほか、「直葬」及び「一日葬」が比較的高い割合を占めた一方、減少傾向にあるものとしては「一般葬」との回答が年間取扱件数、年間売上高ともに70%近くに上った（第12表及び第13表参照）。

第12表 葬儀の種類別の年間取扱件数

増加傾向にある葬儀の種類	回答数	割合	減少傾向にある葬儀の種類	回答数	割合
家族葬	554	51.1%	一般葬	473	68.8%
直葬	284	26.2%	社葬	167	24.3%
一日葬	185	17.1%	直葬	21	3.1%
一般葬	58	5.4%	家族葬	17	2.5%
社葬	3	0.3%	一日葬	10	1.5%
合計	1,084	100.0%	合計	688	100.0%

第13表 葬儀の種類別の年間売上高の増減傾向

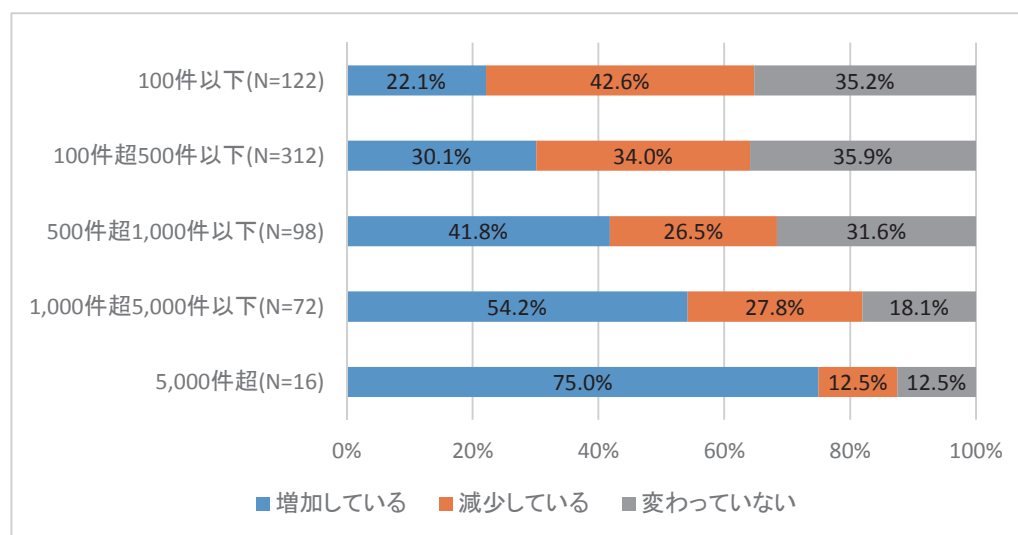
増加傾向にある葬儀の種類	回答数	割合	減少傾向にある葬儀の種類	回答数	割合
家族葬	524	52.2%	一般葬	475	68.3%
直葬	232	23.1%	社葬	156	22.4%
一日葬	163	16.3%	家族葬	29	4.2%
一般葬	75	7.5%	直葬	21	3.0%
社葬	9	0.9%	一日葬	14	2.0%
合計	1,003	100.0%	合計	695	100.0%

ウ 大手葬儀業者の事業拡大

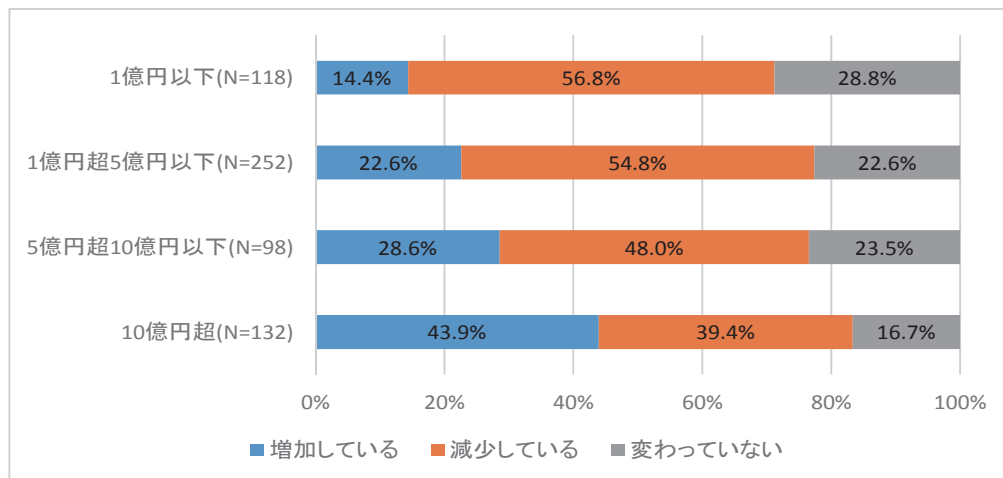
年間取扱件数の多い葬儀業者ほど年間取扱件数が増加傾向にあるとした割合が高く、年間売上高の多い葬儀業者ほど年間売上高が増加傾向にあるとした割合が高かった。また、葬儀施設の保有数が多い葬儀業者ほど年間売上高が増加傾向にあるとした割合が高かった（第8図及び第9図参照）。

事業規模が大きい葬儀業者ほど年間取扱件数、年間売上高とも増加傾向にある。今後、大手の葬儀業者はより事業を拡大し、中小の葬儀業者との二極化が進んでいくことも考えられる。

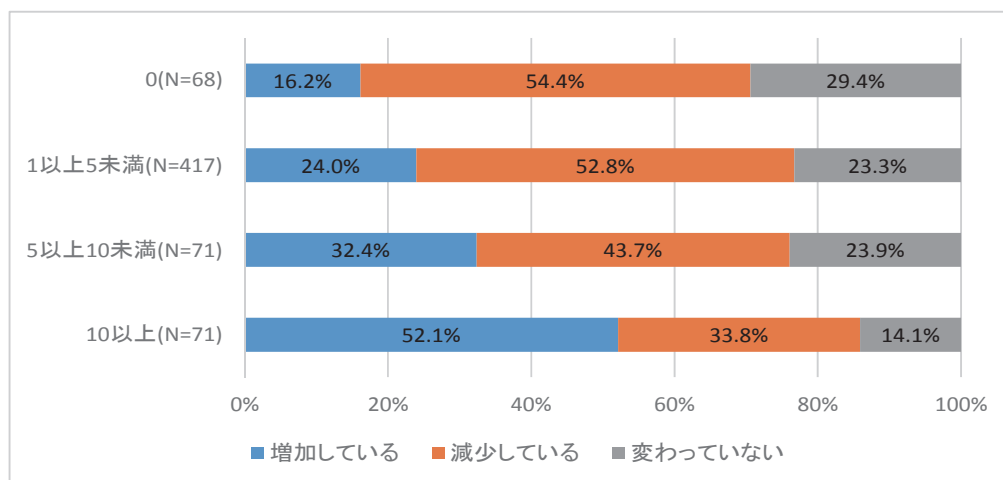
第8図 葬儀の年間取扱件数とその増減傾向との関係



第9図 葬儀の年間売上高とその増減傾向との関係



第10図 葬儀施設の保有数と年間売上高の増減傾向との関係



エ 異業種からの新規参入

葬儀業者の72.6%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、葬儀業界では新規参入が活発に行われている。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葬儀業者」との回答が54.5%を占めたが、事業多角化の一環として子会社等の活用を含め「異業種から参入した葬儀業者」との回答も24.1%に上った（第14表参照）。

異業種からの新規参入業者の主たる事業内容をみると、従前から葬儀業との兼業事業として割合が高い「農業協同組合事業」や葬儀業と関係の深い「生花事業」に加え、葬儀業との兼業事業としては、従前、比較的割合が低かった「鉄道事業」も増加している。

また、自らは葬儀業を営まず葬儀業者を紹介するサービスを営む事業者も増加している。

第14表 新規参入業者の主たる事業内容及び葬儀業者が兼業している事業

新規参入業者の 主たる事業内容	回答数	割合	葬儀業者が 兼業している事業	回答数	割合
農業協同組合事業	34	21.4%	農業協同組合事業	230	42.5%
生花事業	21	13.2%	流通事業（卸・小売）	42	7.8%
生活協同組合事業	20	12.6%	レストラン事業	42	7.8%
鉄道事業	16	10.1%	貸衣装事業	36	6.7%
レストラン事業	12	7.5%	生花事業	33	6.1%
流通事業（卸・小売）	7	4.4%	ホテル事業	23	4.3%
ホテル事業	6	3.8%	生活協同組合事業	15	2.8%
貸衣装事業	1	0.6%	鉄道事業	1	0.2%
その他 （不動産事業、建設 事業、墓石事業等）	42	26.4%	その他 （不動産事業、運送 事業、介護事業等）	119	22.0%
合計	159	100.0%	合計	541	100.0%

(3) 葬儀業者と納入業者との取引の状況

ア 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）

納入業者から、葬儀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一つ以上受けたと回答のあった取引は 29.2%（434 取引）（第 15 表参照）。また、資本金区分から下請法の適用対象となり得るのは、434 取引のうち、101 取引であった。

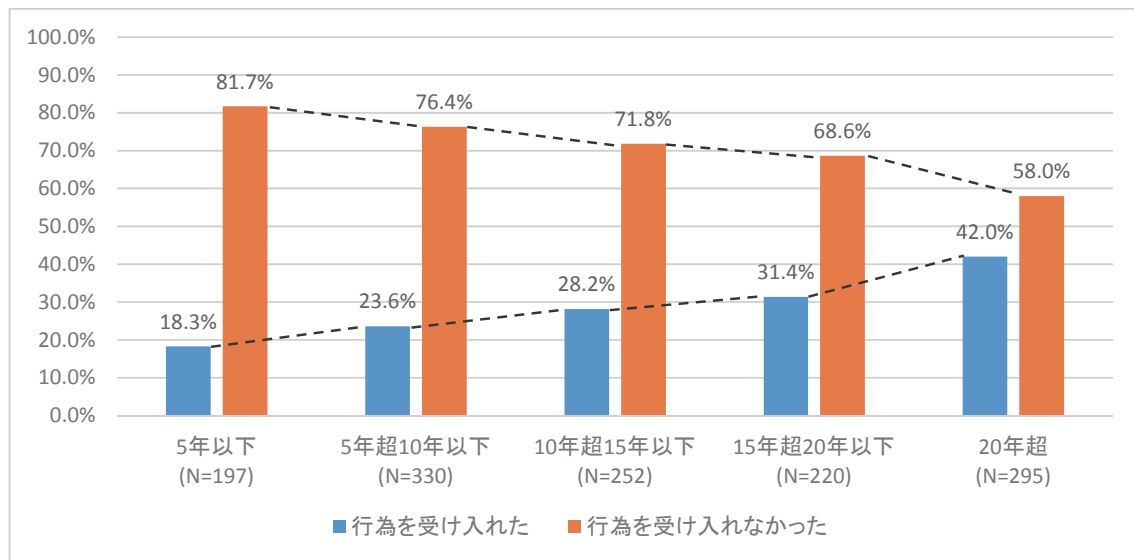
第15表 優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為がみられた取引の状況（行為類型別）

行為類型	取引数	割合
商品・サービスの購入・利用の要請	216	14.9%(216/1,451)
採算確保が困難な取引（買ったたき）	166	11.4%(166/1,451)
金銭・物品の提供の要請	131	9.0%(131/1,451)
発注内容の変更（受領拒否を含む。）	110	7.6%(110/1,451)
返品	71	6.4%(71/1,107)
発注内容以外の作業等	74	5.1%(74/1,451)
従業員等の派遣の要請	67	4.6%(67/1,451)
やり直し	60	4.1%(60/1,451)
代金の支払遅延	35	2.4%(35/1,451)
代金の減額	28	1.9%(28/1,451)
合計（上記行為が一つ以上みられた取引数）	434	29.9%(434/1,451)

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（第11図参照）。

第11図 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結果（t 検定）

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（第16表参照）。

第16表 取引年数の平均値の差の分析結果（t 検定）

	平均取引年数	検定結果
受け入れた	18.65	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	14.72	

エ 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）

仕出料理、花、返礼品・ギフトの取引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割合が30%を超えており、他の取引内容に比べ高くなっていた（第17表参照）。

第17表 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	取引数	割合
仕出料理	105	36.7%(105/ 286)
花	77	33.6%(77/ 229)
返礼品・ギフト	130	32.2%(130/ 404)
人材派遣	24	27.0%(24/ 89)
葬儀用品	50	26.6%(50/ 188)
湯灌・納棺	16	21.3%(16/ 75)
貸衣装	13	20.6%(13/ 63)
霊柩運送	19	16.2%(19/ 117)
合計	434	29.9%(434/1,451)

オ 納入業者からの具体的回答事例

(7) 商品・サービスの購入・利用の要請

イベントのチケットやおせち料理の購入、互助会への入会など、様々な要請がある。葬儀業者側では取引先の納入業者の購入実績や入会実績を記録しており、実績が少ないと取引を減らされるため、不要なものでも要請に応じるしかない。

(4) 採算確保が困難な取引（買ったたき）

葬儀業者が消費者向け価格として設定した価格の75%を納入価格とする契約で取引を始めたのだが、一方的に消費者向け価格として設定した価格の45%にまで下げられてしまった。当該葬儀業者に対する売上高は、当社の年間総売上高の半分以上を占めており、今後の取引を考えると仕方なく受け入れている。

(7) 金銭・物品の提供の要請

葬儀業者が主催するイベントにおけるゲームの景品として、数万円分のフラワーアレンジメントの提供の要請がある。イベントにフラワーアレンジメントを提供しても直接当社の売上げにつながることはない。無償のため、当社にとって負担になるが、今後の取引を考えると要請に応じざるを得ない。

(エ) 返品

通夜・告別式の後、返礼用の海苔の一部を、自宅への弔問客用にということで、施主の自宅に届けることがある。遅い場合、3か月以上も経ってから届けた返礼用の海苔が葬儀業者を通じて返品されることがある。返品された返礼用の海苔は風味が落ち贈答用としては使用できず、処分するしかないが、葬儀業者は代金を支払ってくれない。

(㊦) 発注内容以外の作業等

当社が仕出料理を葬儀場に届けた際や食器を引き取りに行った際、当社に関係するごみだけでなく、葬儀業者のごみの処分までさせられる。この業界では、葬儀業者のごみを仕出料理業者が処分することが半ば当たり前のようになってしまっており、あまり疑問を持っていなかったが、よくよく考えるとおかしい話である。ただ、他の仕出料理業者も同様のことを行っているため、取引継続のことを考えると当社のみがやらないということはいえない。

(4) 取引を行う上での留意点

ア 葬儀業者

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であり、また、採算確保が困難な取引（買ったたき）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。

違反行為の未然防止の観点から、葬儀業者は、これらの行為類型を含め、前記(3)ア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。

イ 納入業者

葬儀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採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。

(5) 公正取引委員会の対応

本調査の結果、葬儀に関する一部の取引において、葬儀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した。

ア(7) 葬儀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、葬儀業者が葬儀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。

(イ) 葬儀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。

(ロ) 葬儀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、公正取引委員会のウェブサイト、Twitter、Facebook 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。

- イ 公正取引委員会は、今後とも、葬儀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。