

ブライダルの取引に関する実態調査報告書(概要)

第1 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を対象として調査票7,000通を送付し、書面調査を実施した。

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)

第2 調査結果

1 ブライダル業の概況

(1) 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。

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。今後とも減少傾向は続き、平成37年には約58万件になることが予測されている。

(2) 披露宴等の小規模化とブライダル市場の縮小

ア 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。

イ 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。

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。

(3) 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見ると、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。

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。

(4) 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。

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見ると、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。

ブライダルの取引に関する実態調査報告書(概要)

第2 調査結果

2 ブライダル業者と納入業者との取引の状況

(1) 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1つ以上みられた取引数)	435	37.6%(435/1,157)

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37.6%(435取引)。

資本金区分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。

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。

【納入業者からの具体的回答事例】

① 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。

② 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。

③ 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。

④ 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。

⑤ 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。

ブライダルの取引に関する実態調査報告書(概要)

第2 調査結果

(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(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)

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。

3 取引を行う上での留意点

(1) 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2(1)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。

(2) 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。

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。