



ブライダルの取引に関する実態調査

平成29年4月7日
公正取引委員会事務総局
経済取引局取引部企業取引課

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。

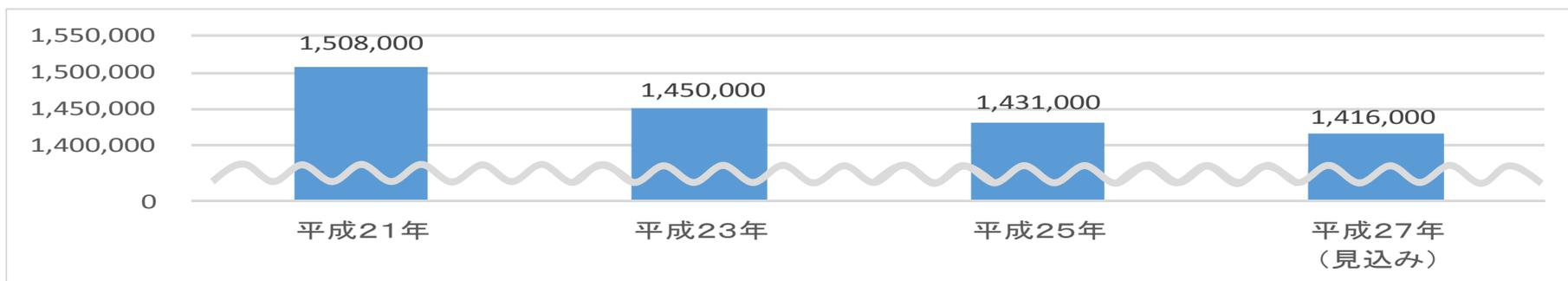
対象事業者	発送数	回答数	
ブライダル業者及び 葬儀業者	3,500	1,603(45.8%)	
		うちブライダル業を営んでいるとの回答数	255
納入業者	7,000	3,456(49.4%)	
		うちブライダル業者と取引があるとの回答数	1,157

※ 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)

1 ブライダル市場の概況

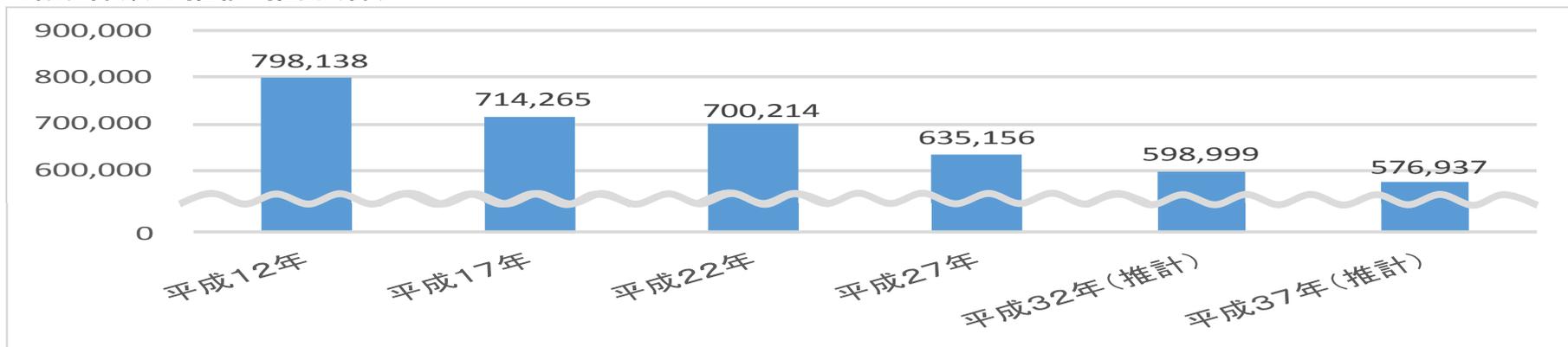
ブライダル業の市場規模は平成27年において約1兆4160億円と見込まれ、漸減傾向が続いている。婚姻件数は、平成27年において約64万件であり、過去10年間でおよそ11%減少している。今後も減少傾向は続き、平成37年には約58万件になることが予測されている。

ブライダル業の市場規模(百万円)



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」

婚姻件数の推移・推計(件)



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」

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。

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%

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%

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。

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%

1件当たりの出席人数の傾向

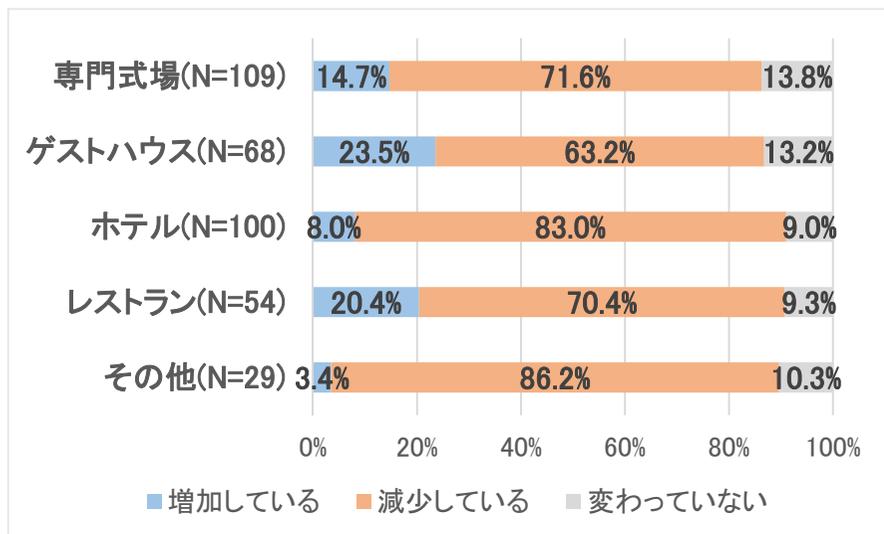
	回答数	割合
増加している	5	2.1%
減少している	187	77.9%
変わっていない	48	20.0%
合計	240	100.0%

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。

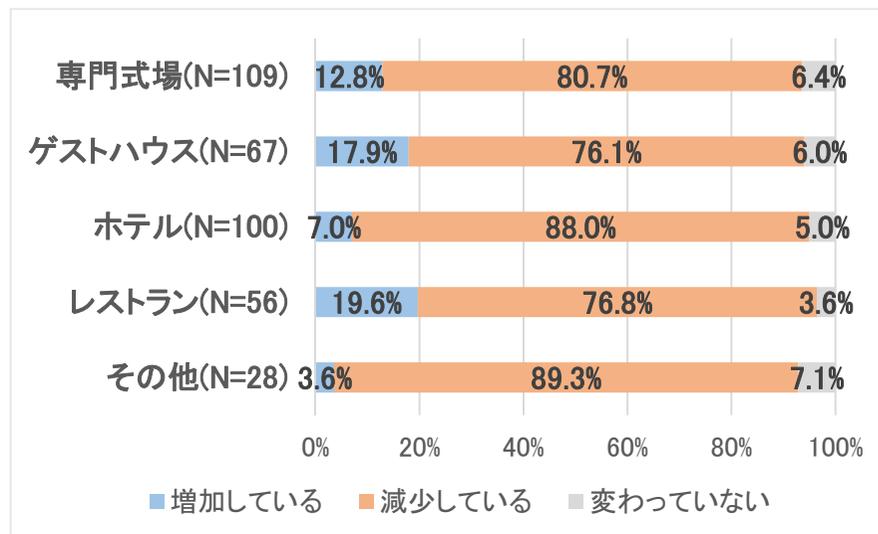
3 ブライダル会場の多様化

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。

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とブライダルの年間売上高の増減傾向との関係



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・披露宴の人気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。

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%

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2 調査結果(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)

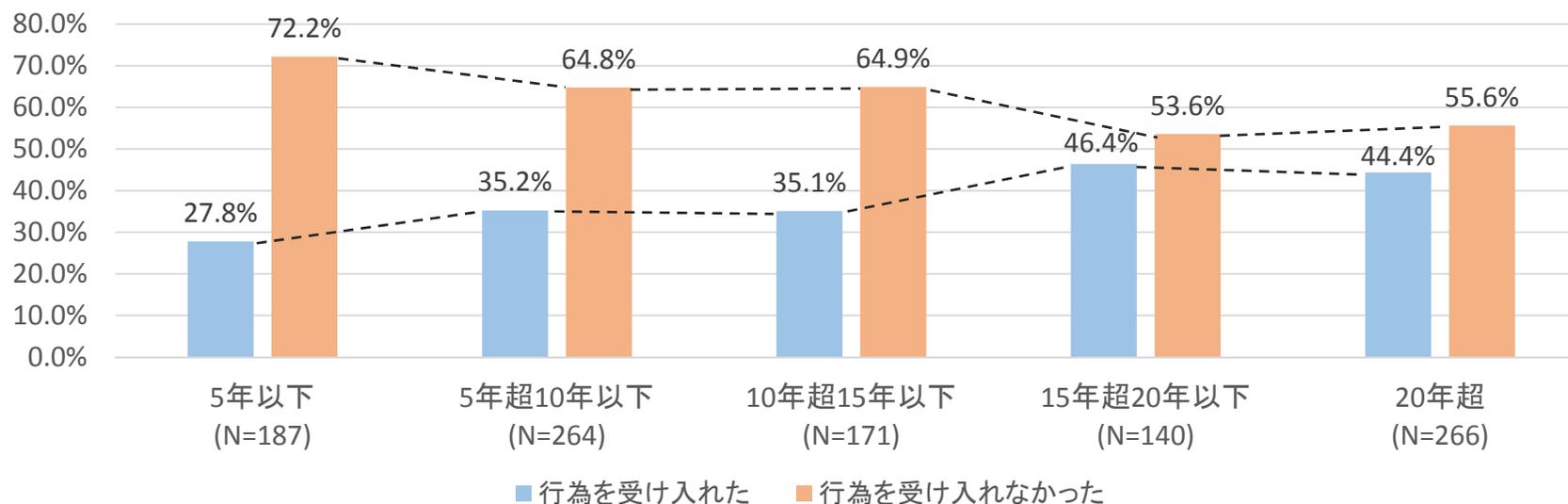
行為類型	取引数	割合
商品・サービスの購入・利用の要請	278	24.0%(278/1,157)
金銭・物品の提供の要請	194	16.8%(194/1,157)
採算確保が困難な取引(買ったたき)	142	12.3%(142/1,157)
発注内容の変更(受領拒否を含む。)	94	8.1%(94/1,157)
やり直し	77	6.7%(77/1,157)
従業員等の派遣の要請	77	6.7%(77/1,157)
返品	43	5.1%(43/840)
発注内容以外の作業等	56	4.8%(56/1,157)
代金の減額	28	2.4%(28/1,157)
代金の支払遅延	22	1.9%(22/1,157)
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。

第2 調査結果(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受入れ状況と取引年数との関係



・取引年数の平均値の差の分析(t検定)

	平均取引年数	検定結果
受け入れた	17.8	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	15.2	

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。

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 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。

第2 調査結果(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、7頁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

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。

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。

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

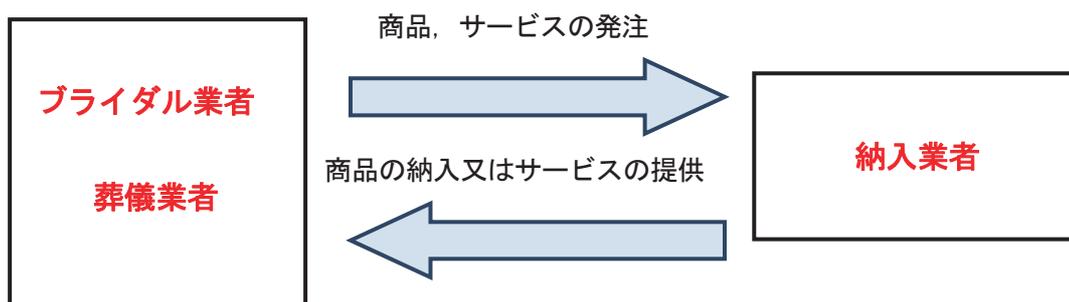
² 個別事案については、下記URL参照。

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）

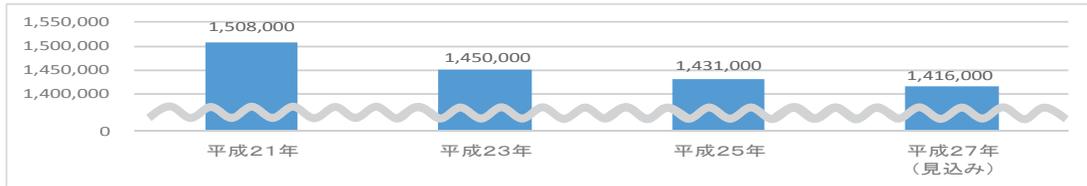
第2 調査結果

1 ブライダル市場の概況（集計資料：第1 P22～P25）

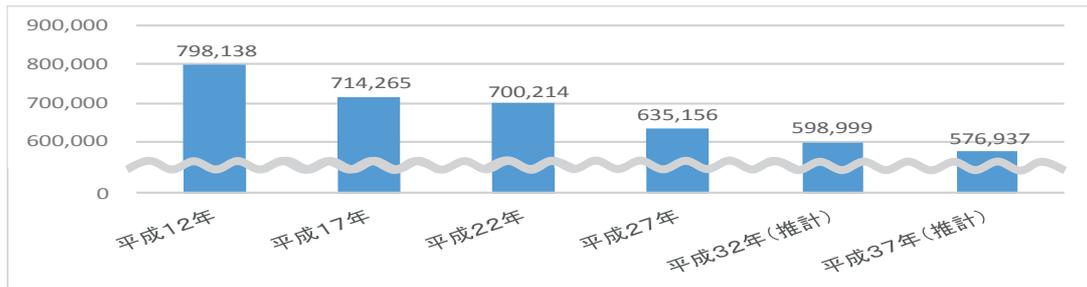
ブライダル業の市場規模は平成27年において約1兆4160億円と見込まれ、漸減傾向が続いている。

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

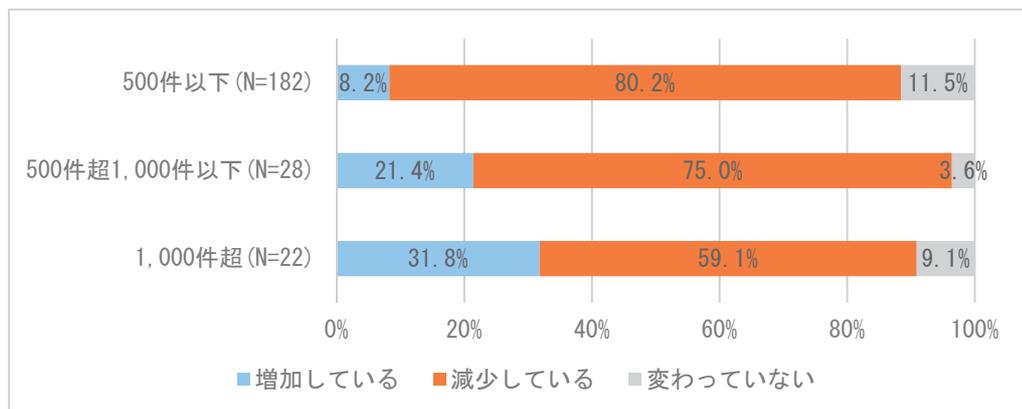
	回答数	割合
増加している	5	2.1%
減少している	187	77.9%
変わっていない	48	20.0%
合計	240	100.0%

(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。

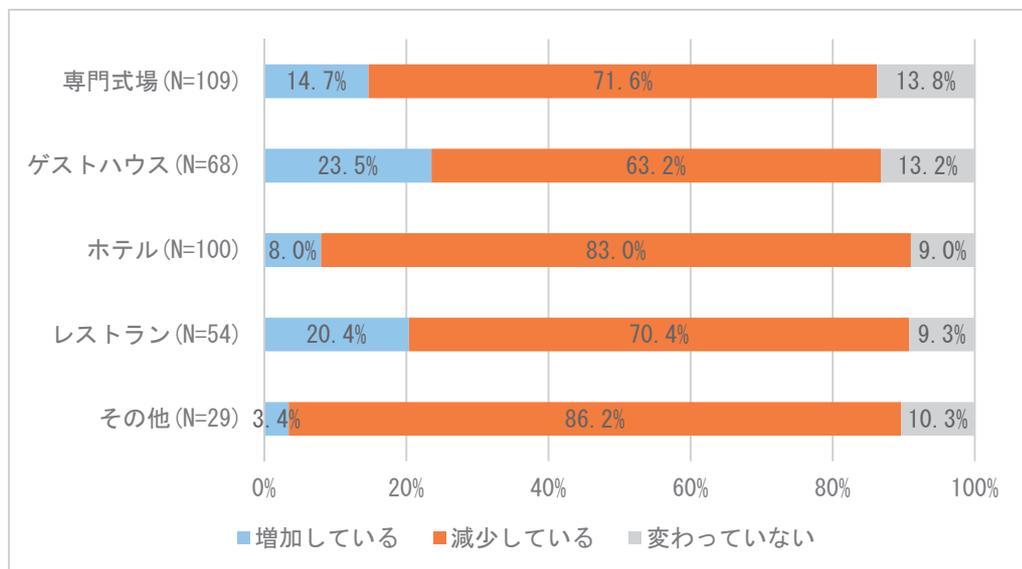
ブライダルの年間取扱件数とその増減傾向との関係



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。

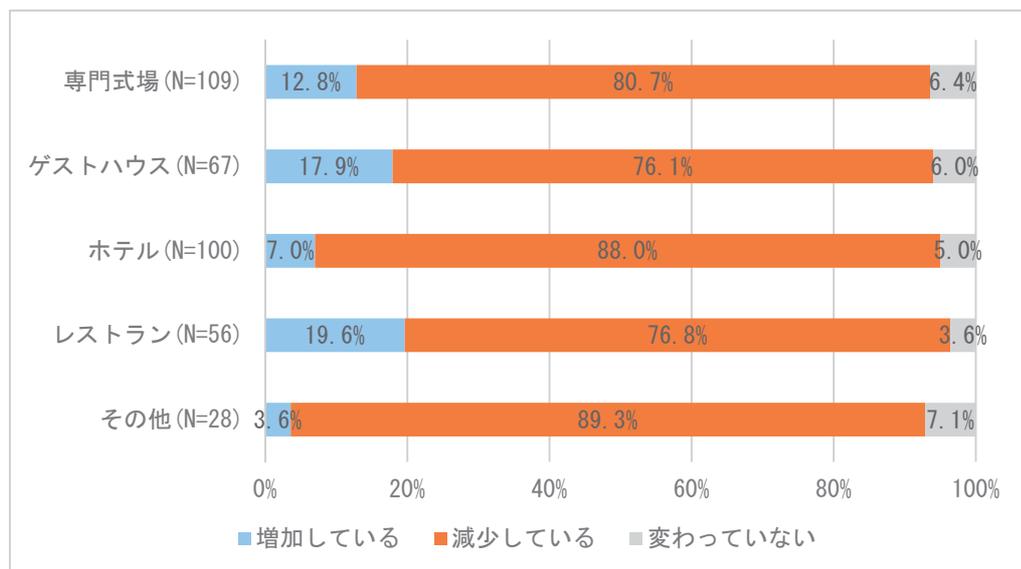
ブライダル会場の形態とブライダルの年間取扱件数の増減傾向との関係



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。

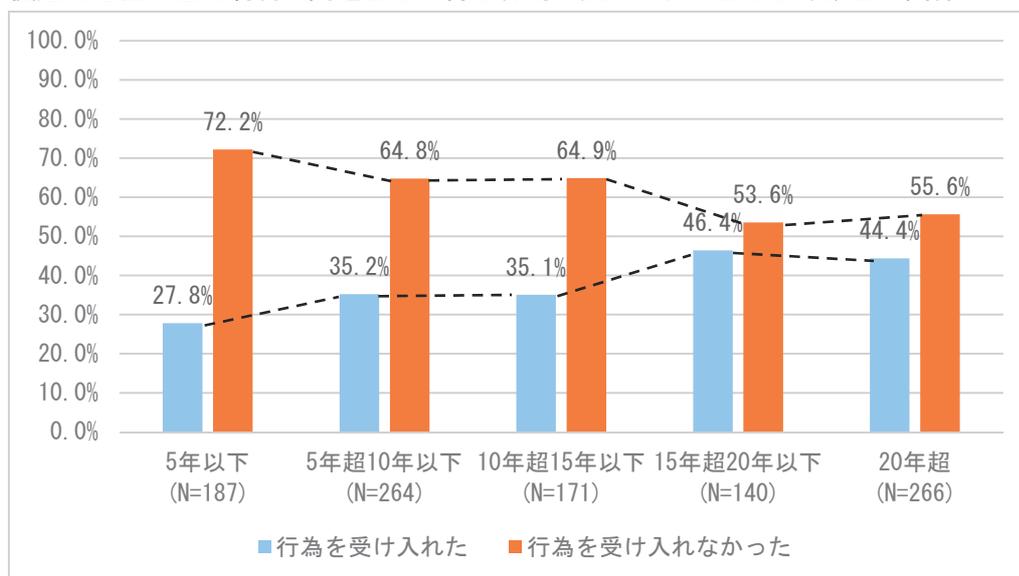
優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為がみられた取引の状況（行為類型別）

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（買いたたき）	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（買いたたき）	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（買いたたき）	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生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（買ったたき）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

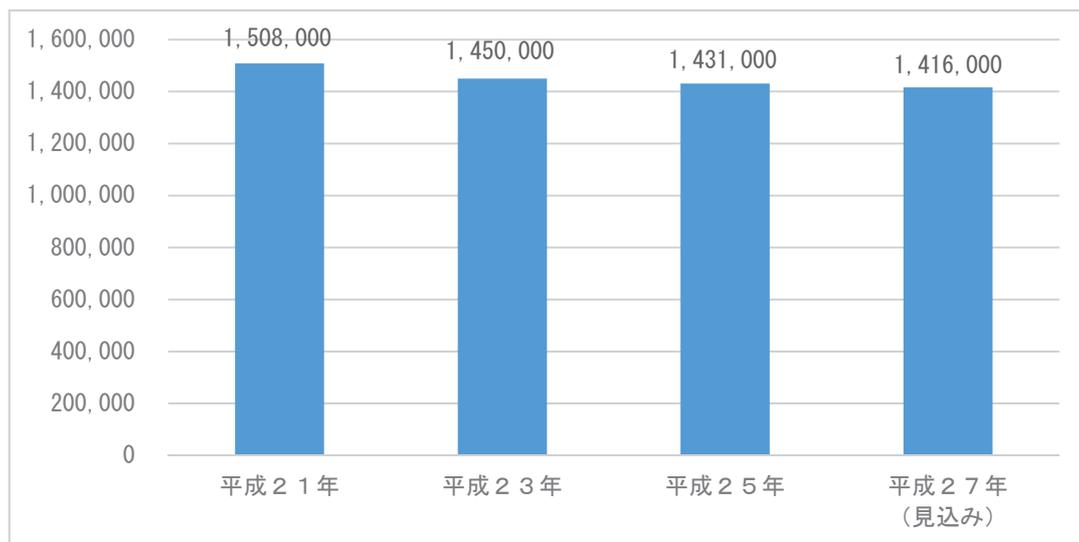
第1 ブライダル市場の概況

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

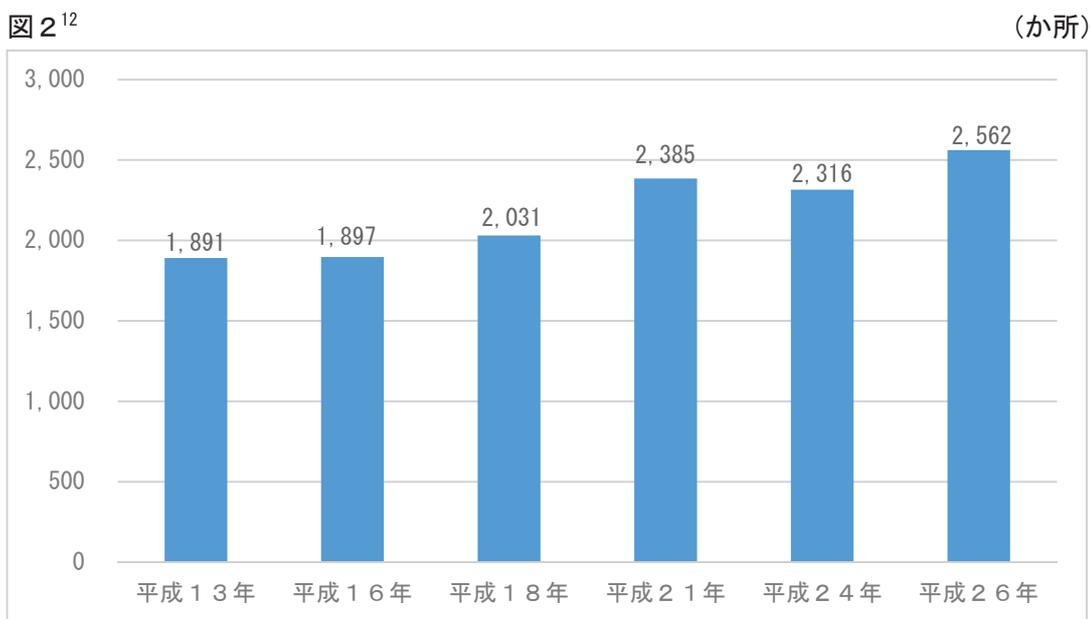
(百万円)



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

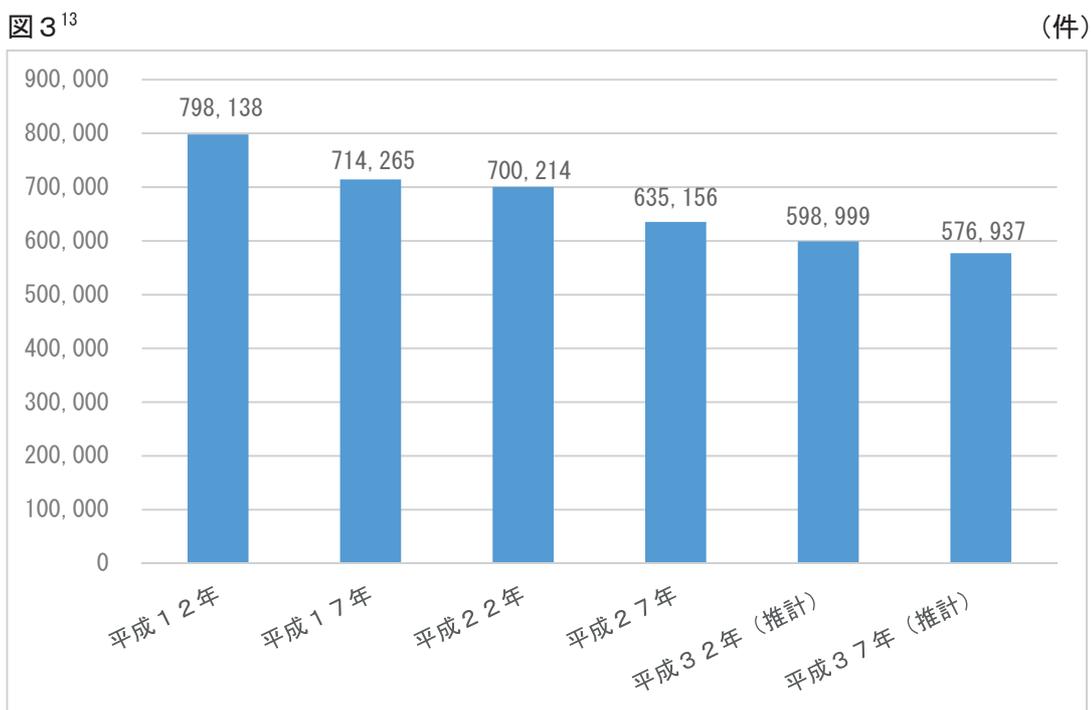
ブライダル業者の事業所数については、平成26年のブライダル業の事業所数は約2,600か所であり、10年前の平成16年の約1,900か所からおよそ40%増加している。



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

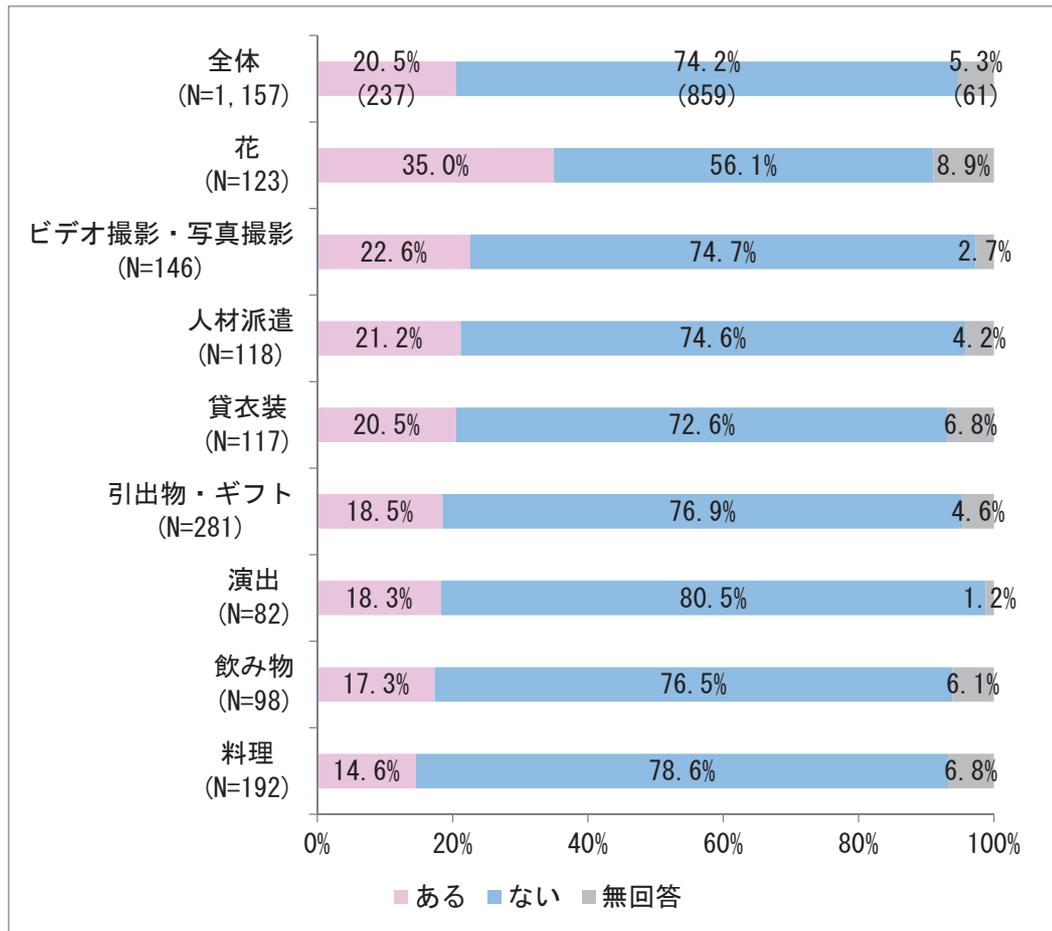
取引の対価の決定方法	回答数
ブライダル業者と協議した上で決定されている	948
ブライダル業者と協議することなく、ブライダル業者から提示された価格で決定されている	119
見積り合わせ、コンペ等により、最も低い価格で決定されている	86
その他（相場価格、先代から引き継がれているためどのように対価を決定したのか不明等）	42

(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

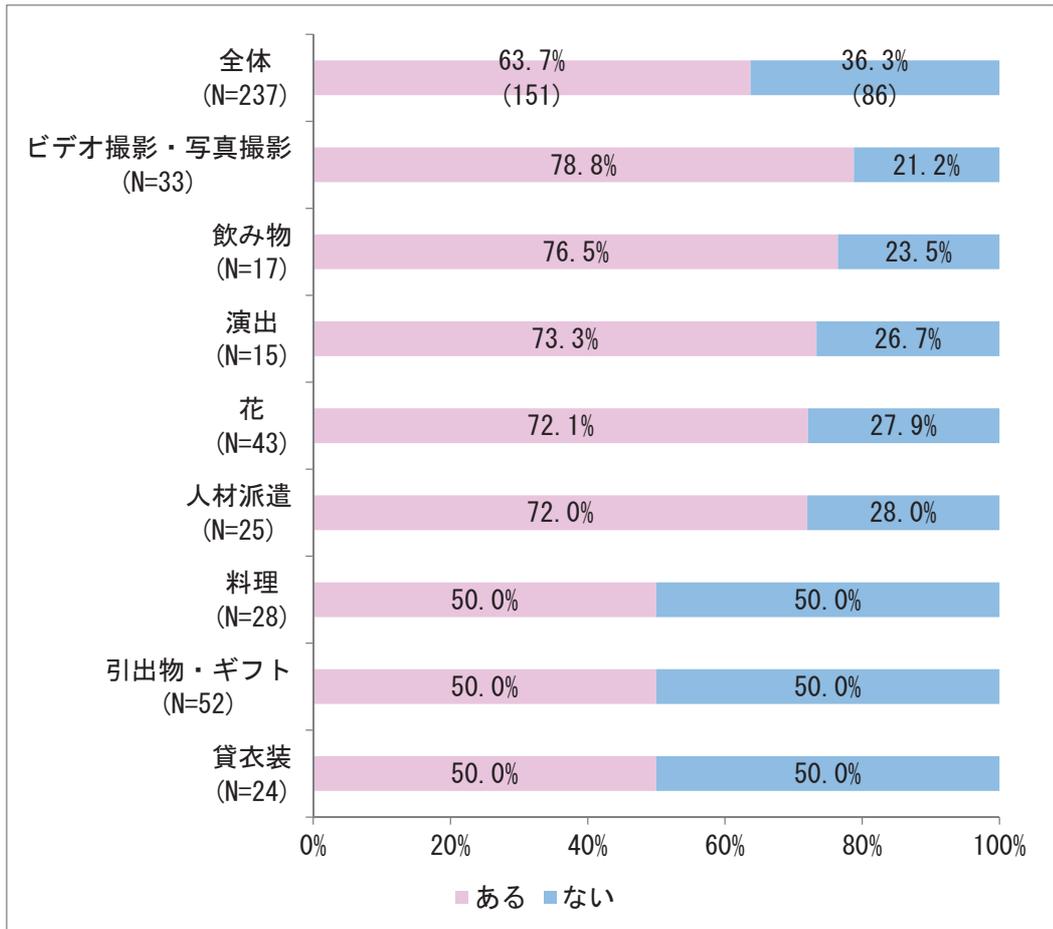


(3) 要請に応じたことの有無

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）】

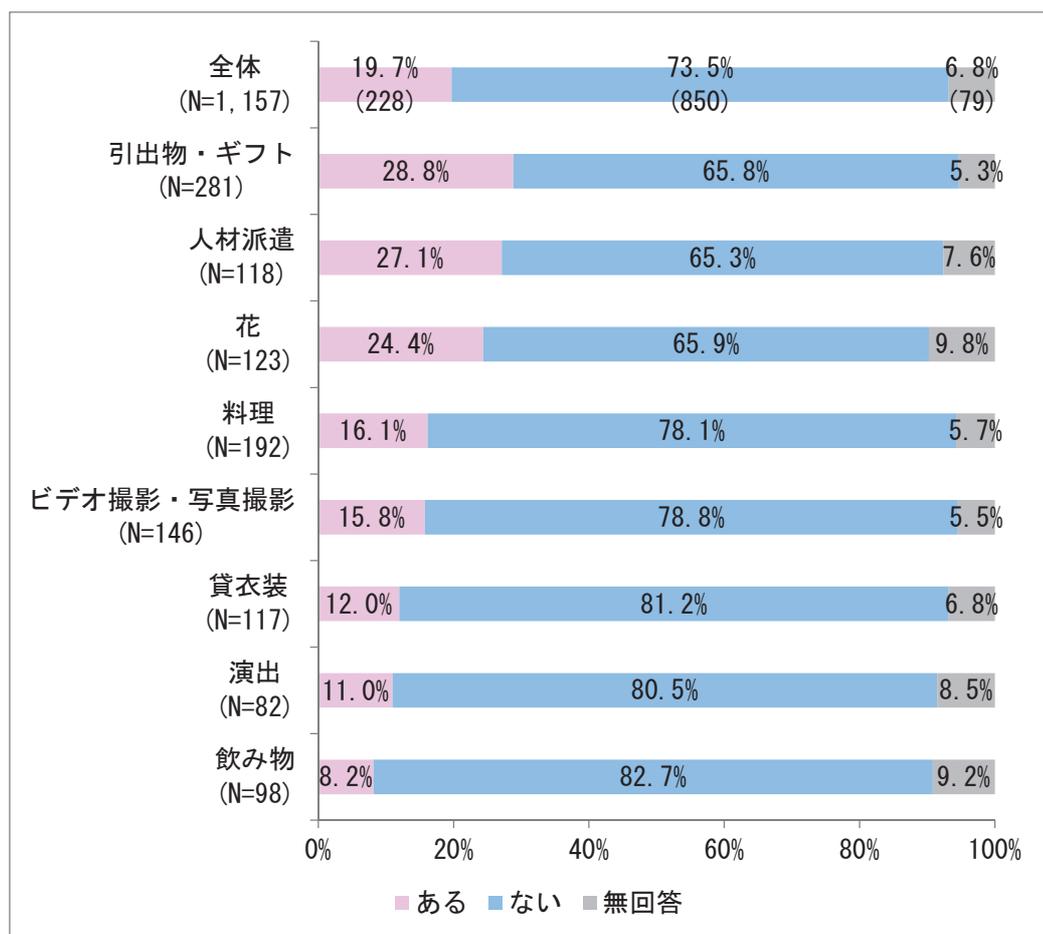
2 発注内容の変更（受領拒否を含む。）

(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

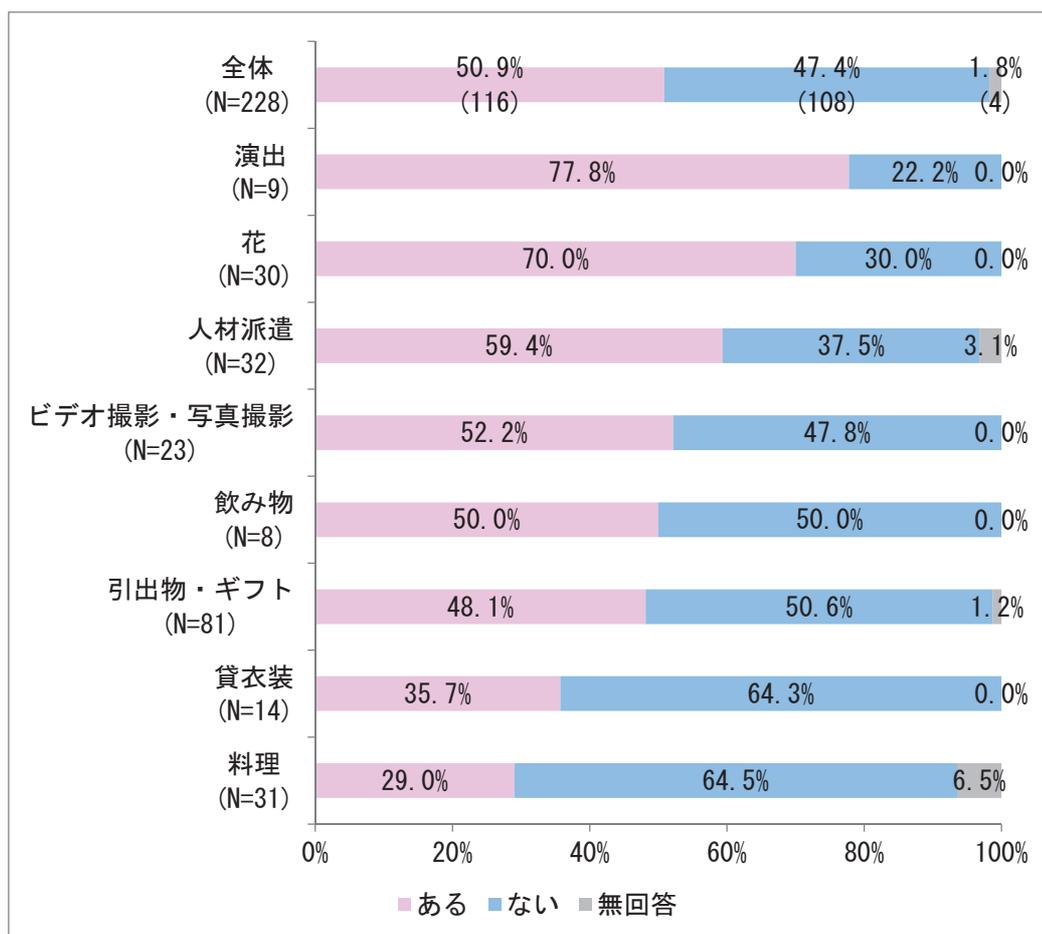


(2) 発注内容の変更に伴う費用負担の有無

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へ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されるの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】

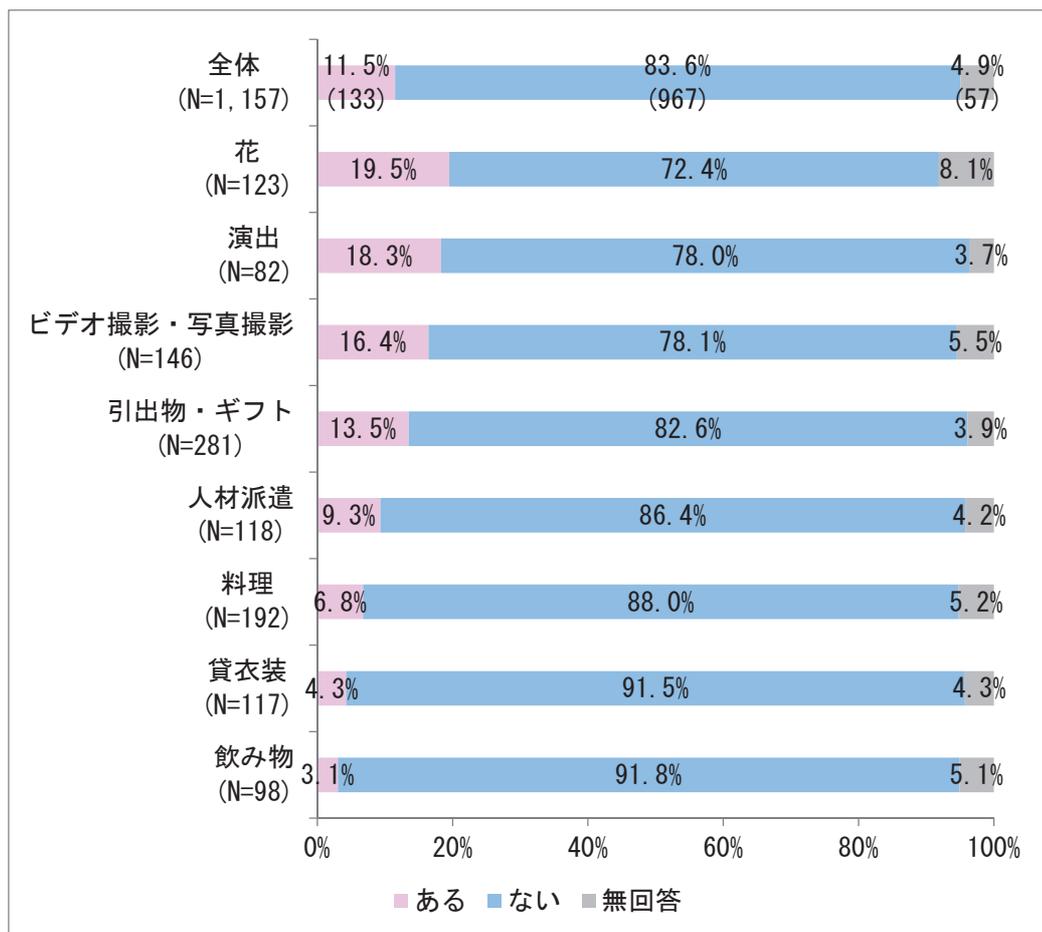
3 やり直し

(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

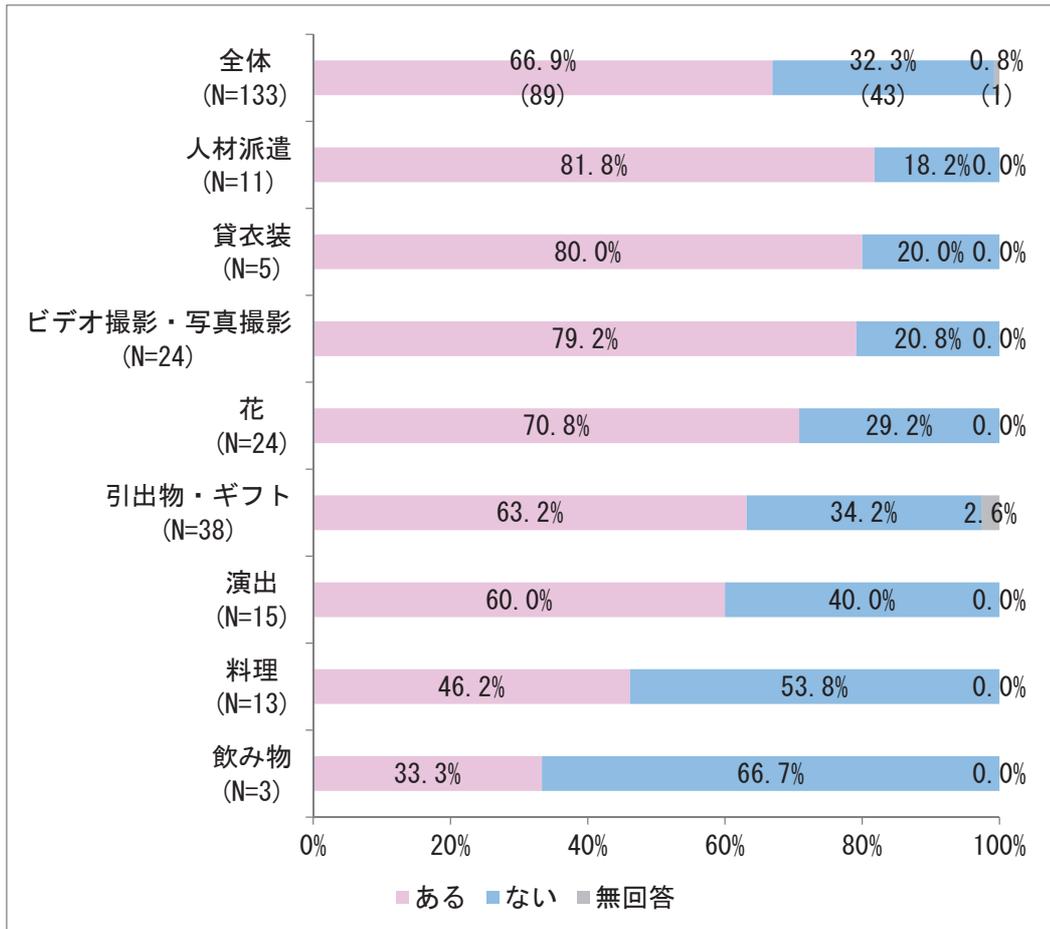


(2) やり直しに伴う費用負担の有無

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と言われる。【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】

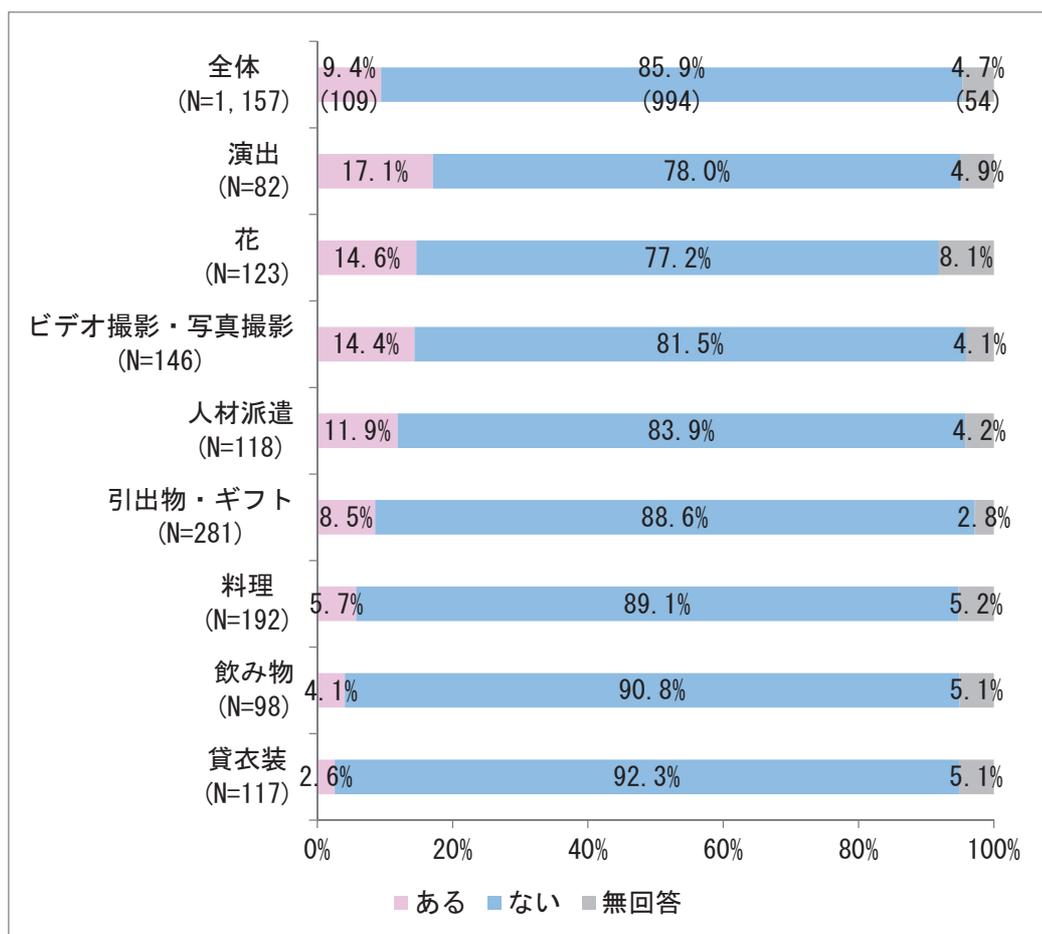
4 発注内容以外の作業等

(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

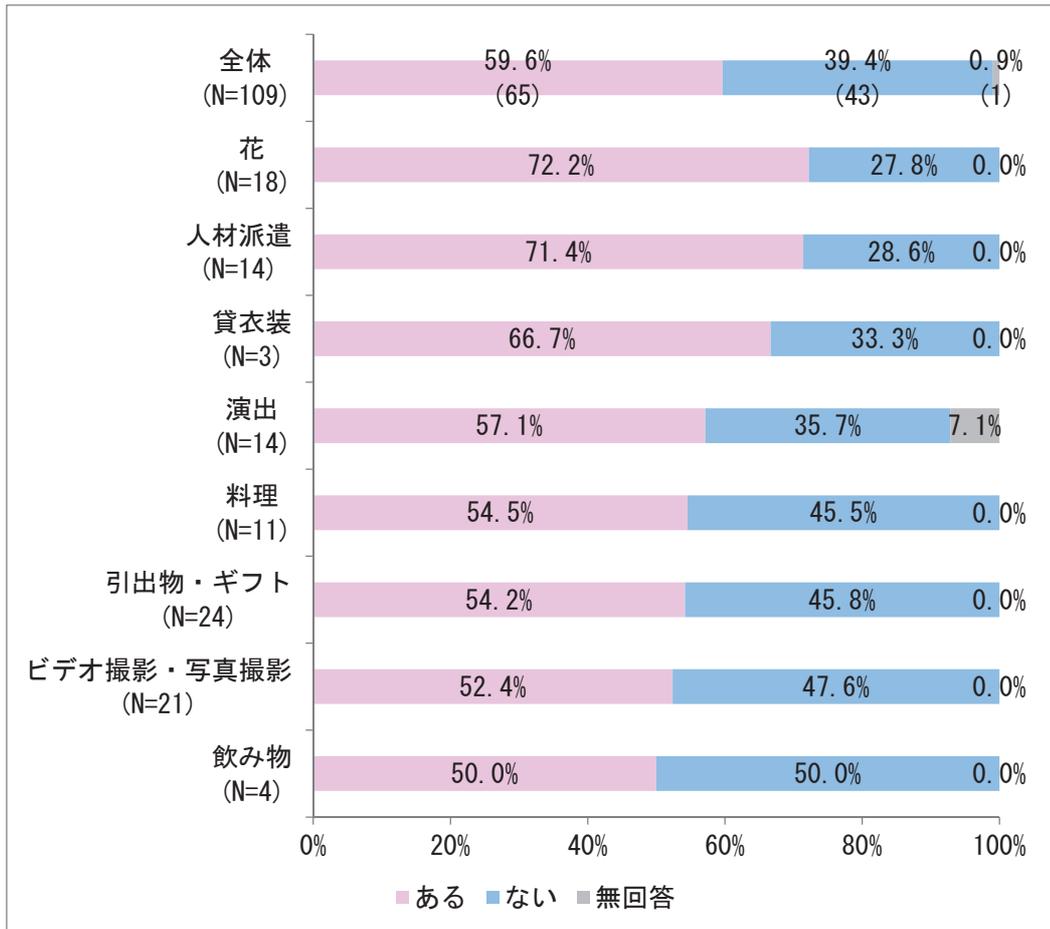


(2) 発注内容以外の作業等に伴う費用負担の有無

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】

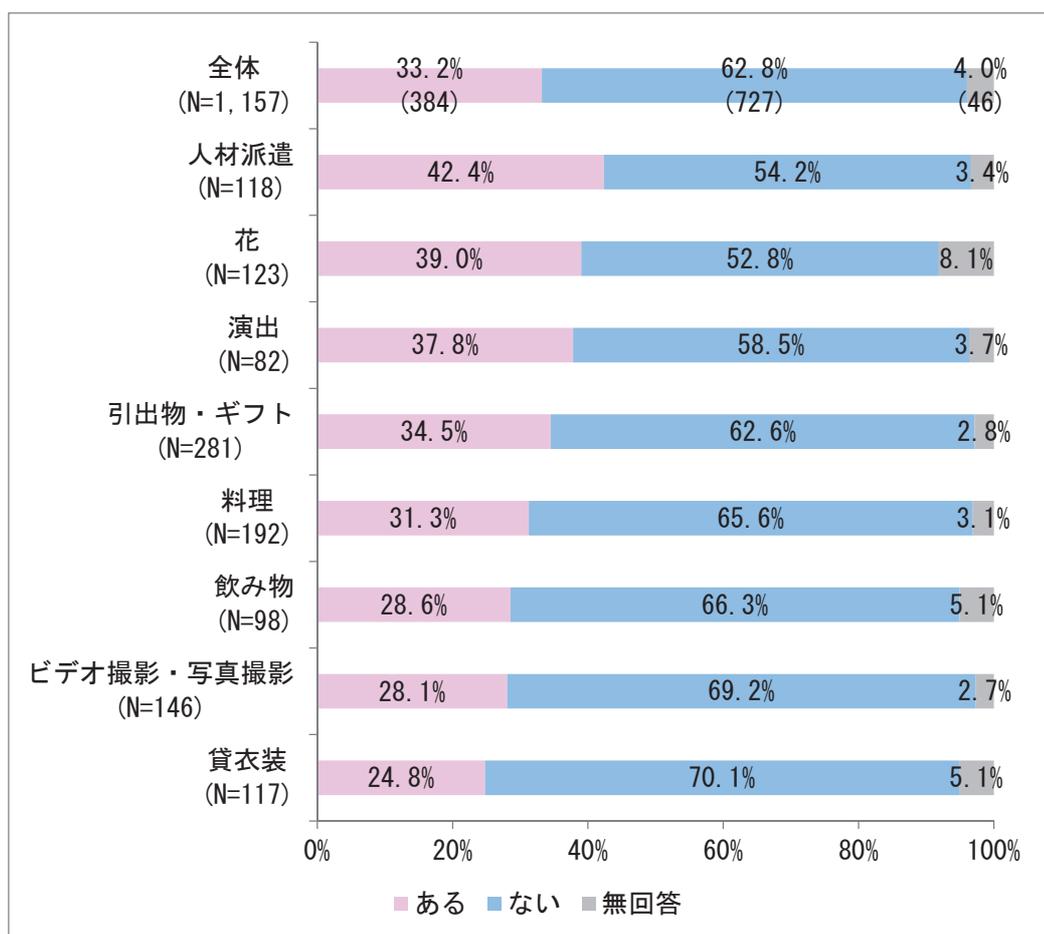
5 商品・サービスの購入・利用の要請

(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

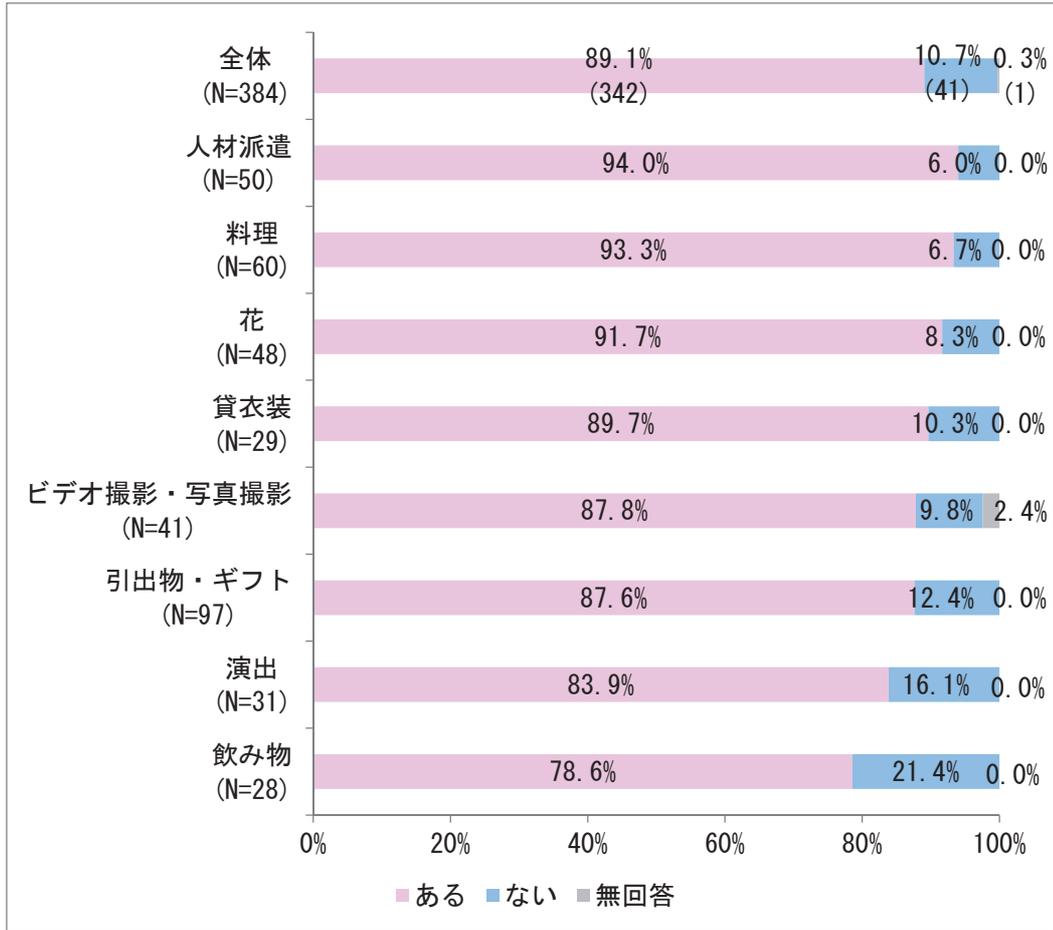


(2) 要請に応じたことの有無

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】

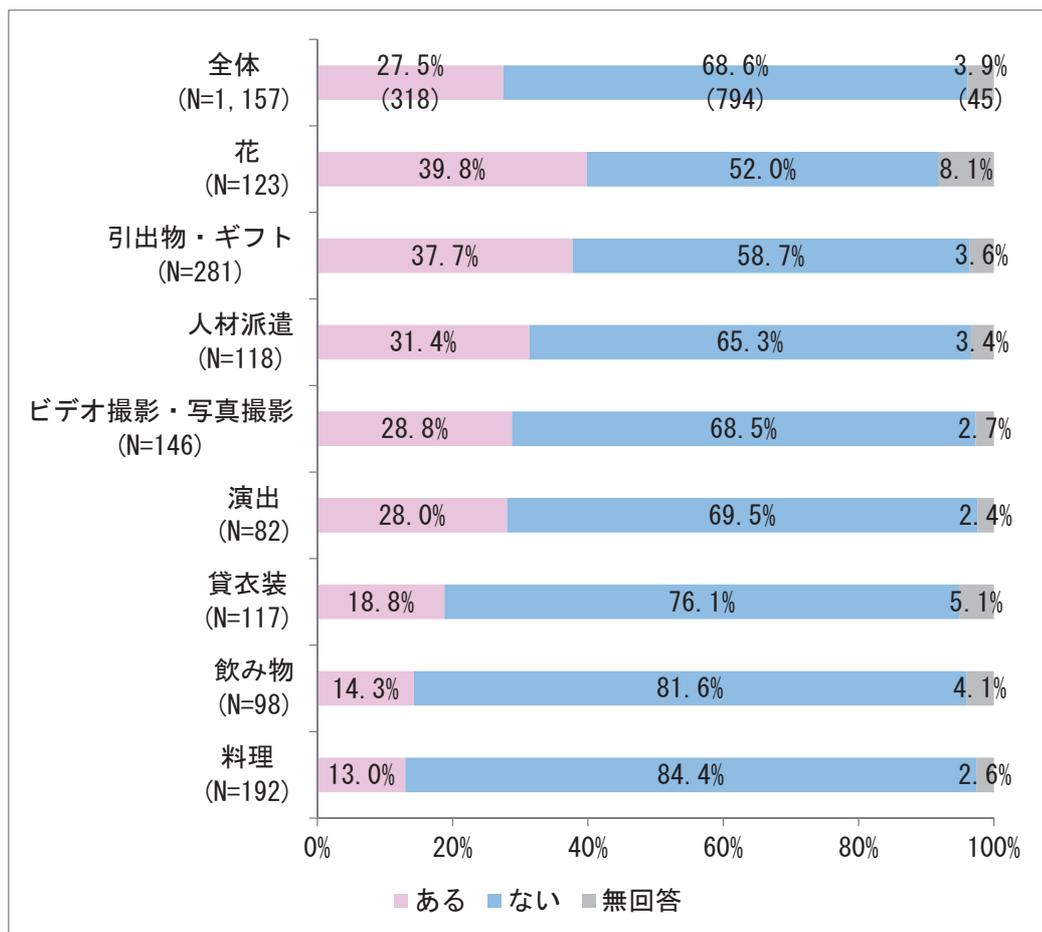
6 金銭・物品の提供の要請

(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

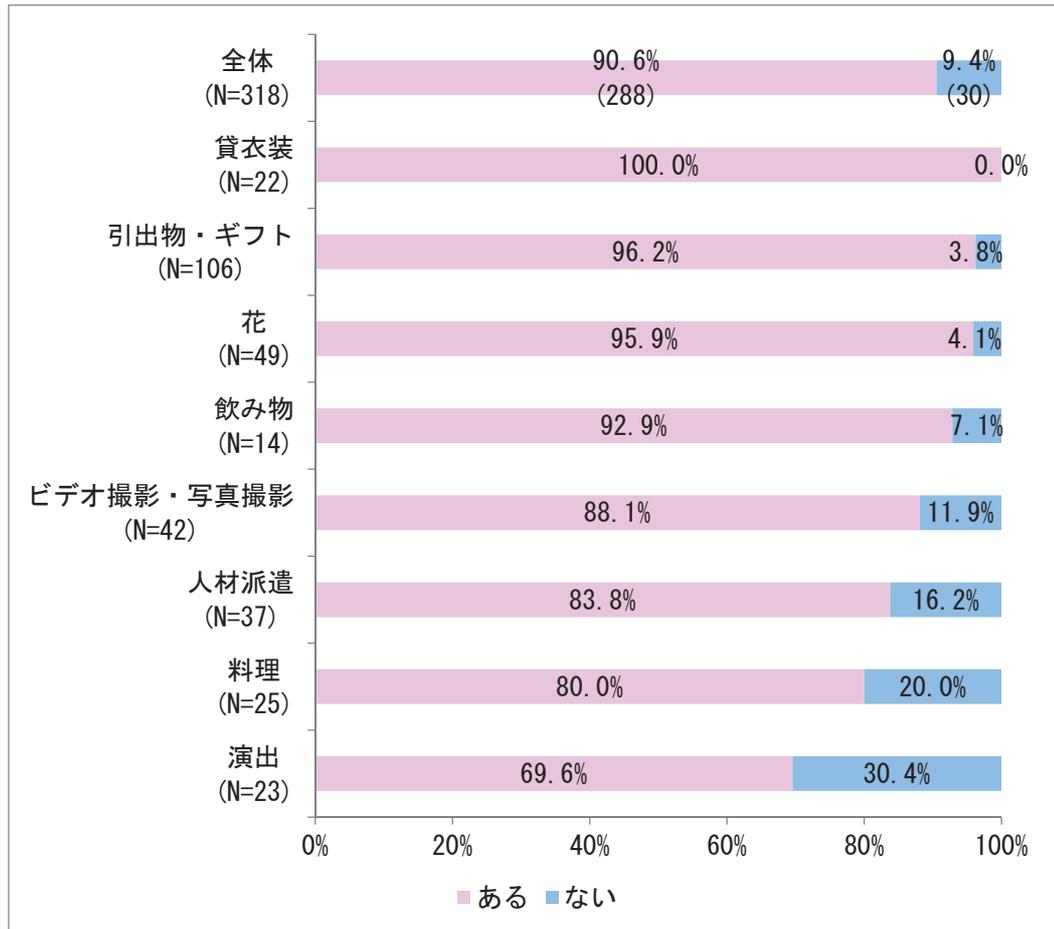


(2) 要請に応じたことの有無

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】

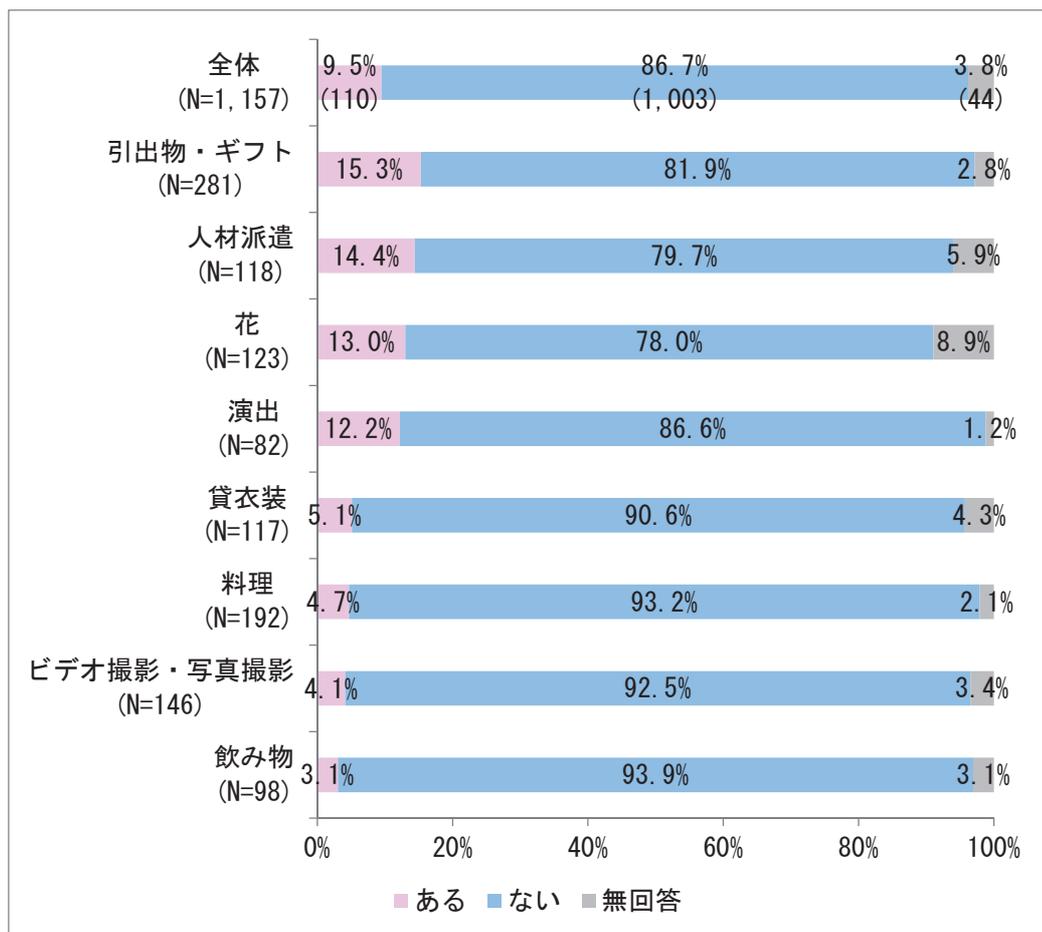
7 従業員等の派遣の要請

(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

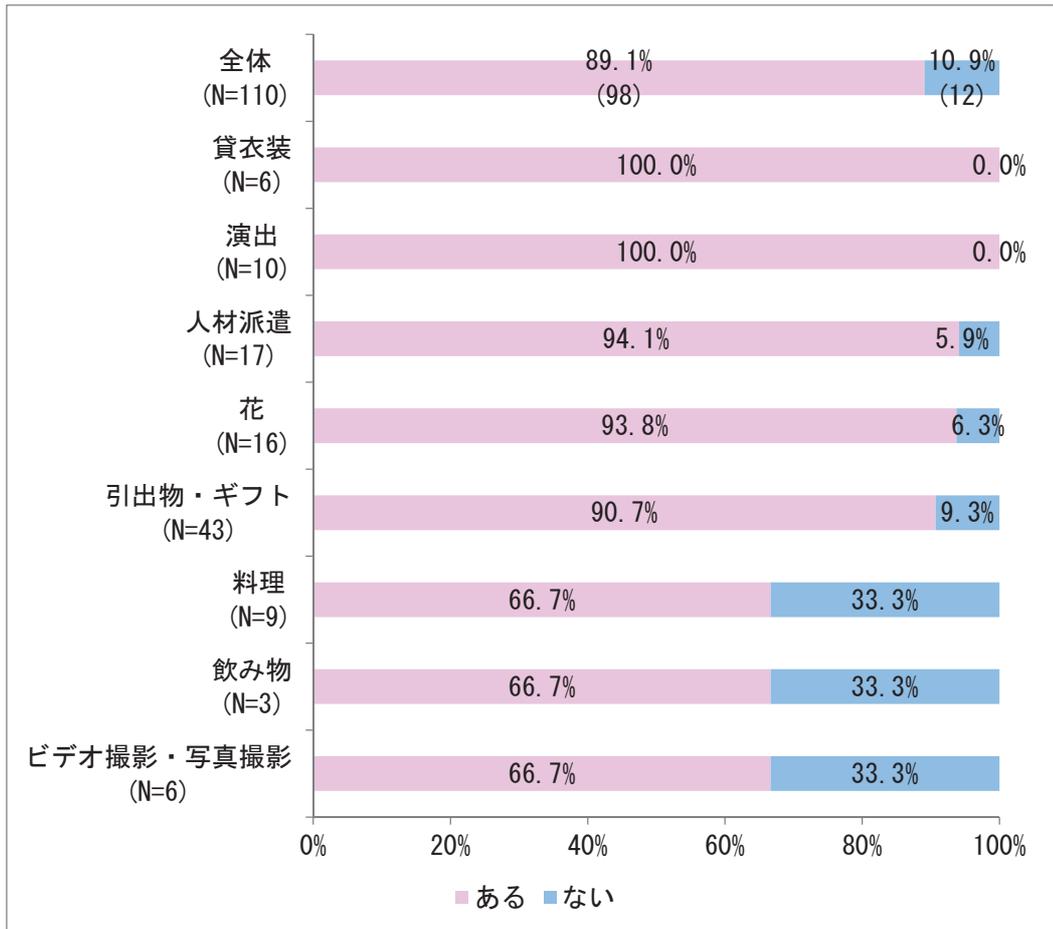


(2) 要請に応じたことの有無

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

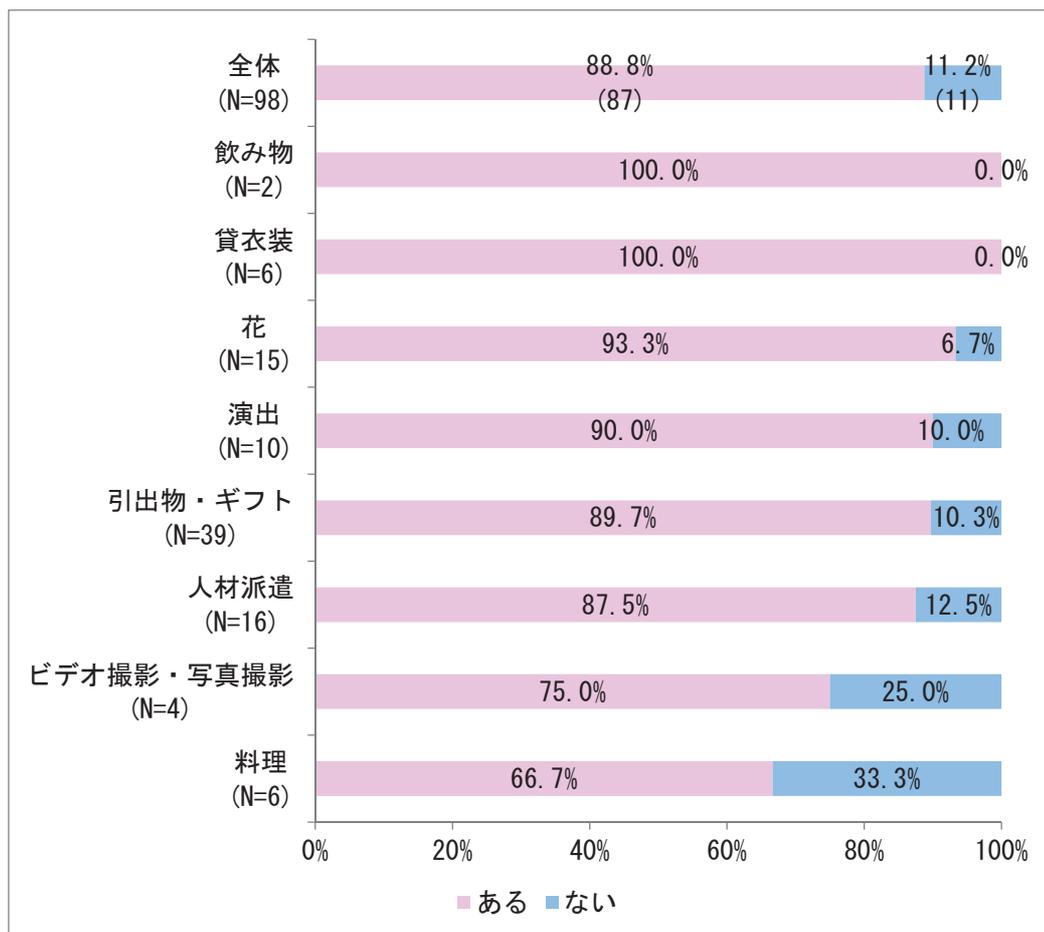


(3) 従業員等の派遣に伴う費用負担の有無

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】

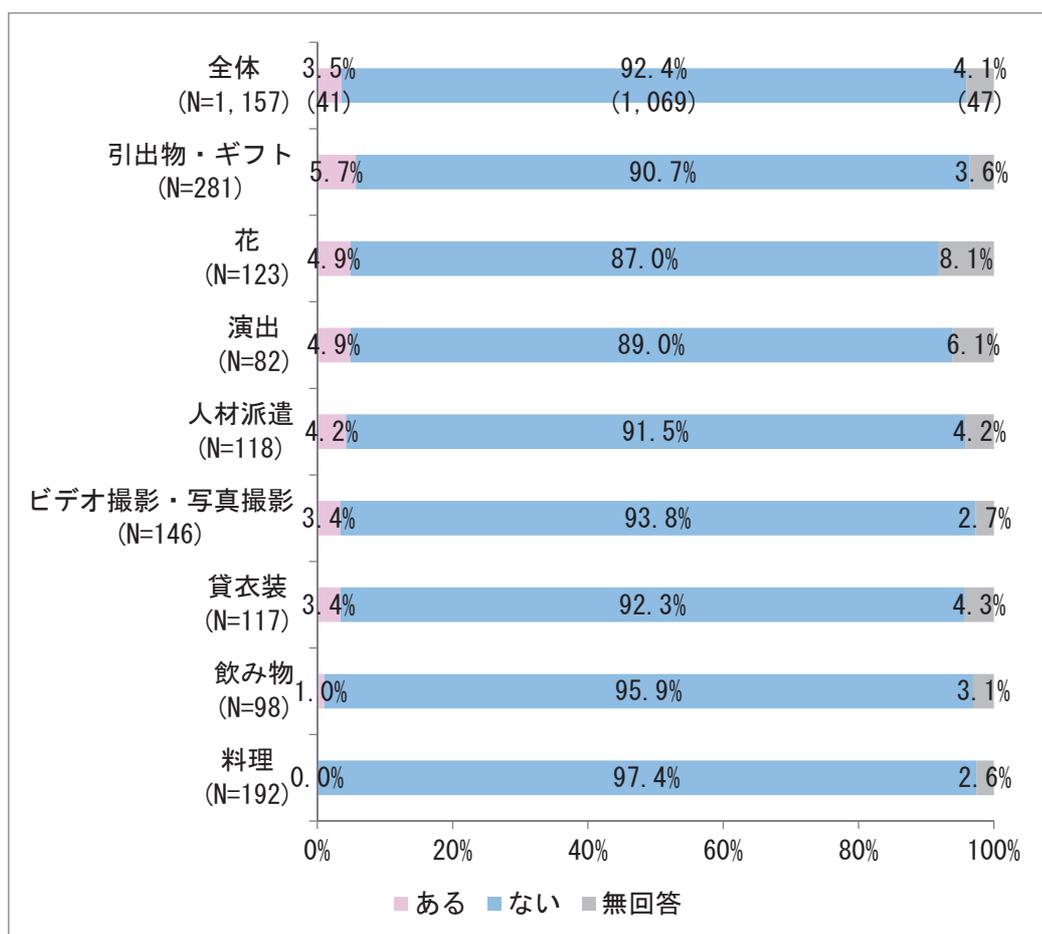
8 代金の支払遅延

(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】

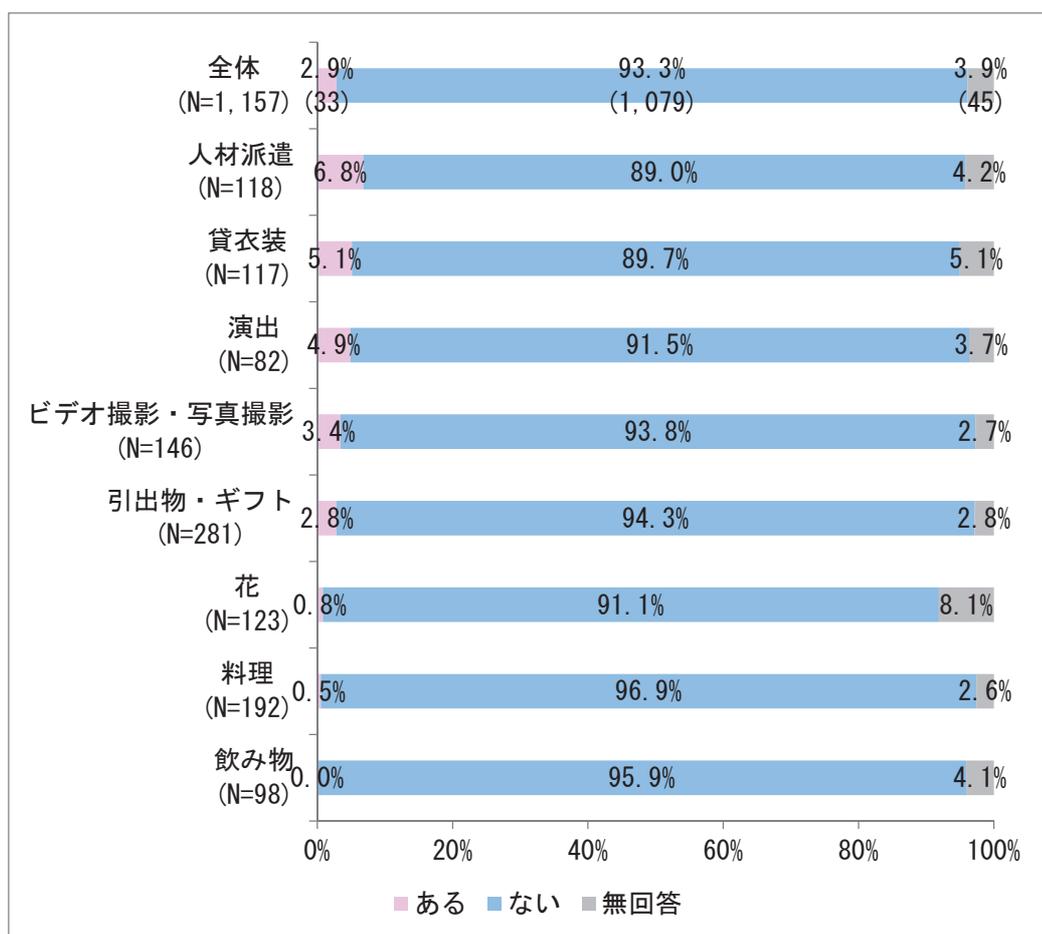
9 代金の減額

(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】

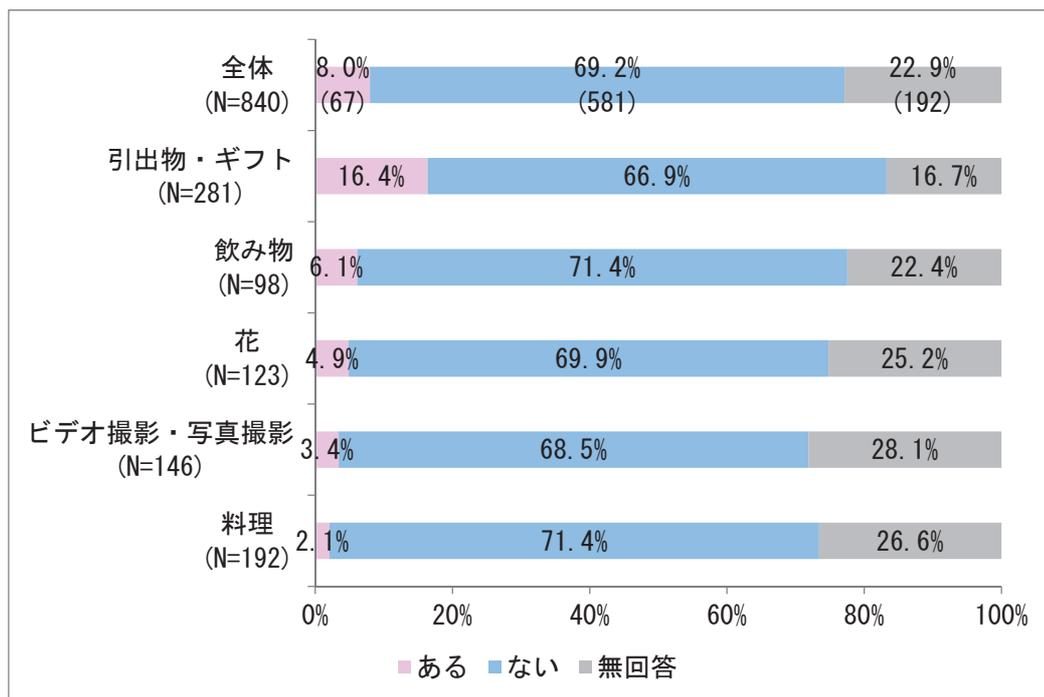
10 返品

(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】



葬儀の取引に関する実態調査

平成29年4月7日
公正取引委員会事務総局
経済取引局取引部企業取引課

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。

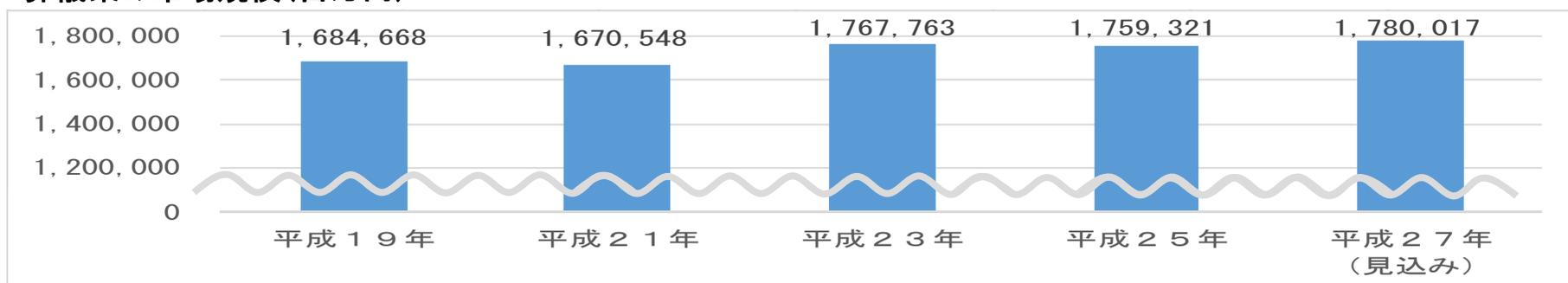
対象事業者	発送数	回答数	
葬儀業者及び ブライダル業者	3,500	1,603(45.8%)	
		うち葬儀業を営んでいるとの回答数	696
納入業者	7,000	3,456(49.4%)	
		うち葬儀業者と取引があるとの回答数	1,451

※ 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)

1 葬儀市場の概況

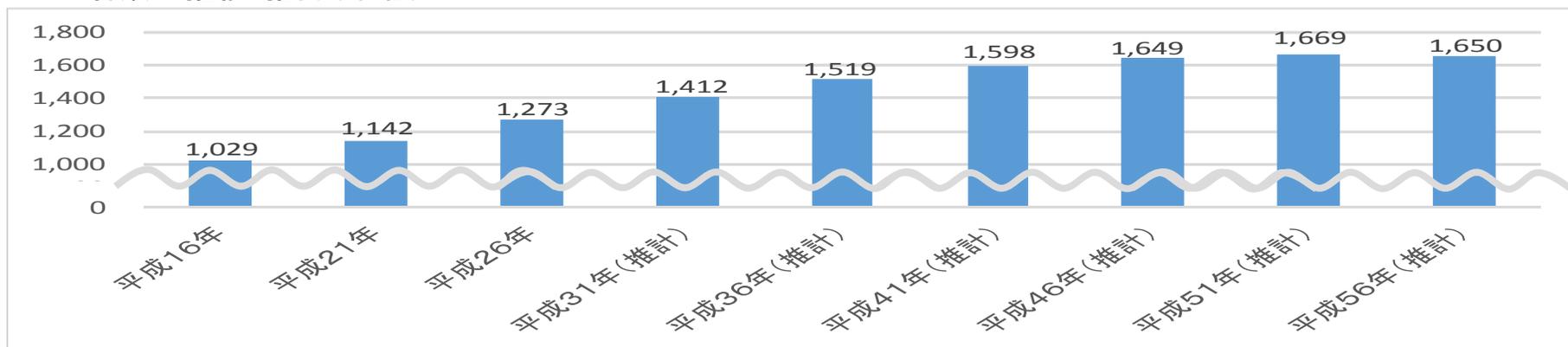
葬儀業の市場規模は平成27年において約1兆7800億円と見込まれ、漸増傾向が続いている。死亡者数は、平成26年において約127万名であり、過去10年間でおよそ25%増加している。今後も増加傾向は続き、平成51年には約167万名と、ピークを迎えることが予測されている。

葬儀業の市場規模(百万円)



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」

死亡者数の推移・推計(千名)



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)」

第2 調査結果(葬儀業の概況)

2 葬儀の多様化・小規模化

ア 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。

年間取扱件数の傾向

	回答数	割合
増加している	221	34.6%
減少している	213	33.3%
変わっていない	205	32.1%
合計	639	100.0%

年間売上高の傾向

	回答数	割合
増加している	172	26.9%
減少している	320	50.0%
変わっていない	148	23.1%
合計	640	100.0%

イ 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。

年間取扱件数

増加傾向にある葬儀の種類

	回答数	割合
家族葬	554	51.1%
直葬	284	26.2%
一日葬	185	17.1%
一般葬	58	5.4%
社葬	3	0.3%
合計	1,084	100.0%

減少傾向にある葬儀の種類

	回答数	割合
一般葬	473	68.8%
社葬	167	24.3%
直葬	21	3.1%
家族葬	17	2.5%
一日葬	10	1.5%
合計	688	100.0%

年間売上高

増加傾向にある葬儀の種類

	回答数	割合
家族葬	524	52.2%
直葬	232	23.1%
一日葬	163	16.3%
一般葬	75	7.5%
社葬	9	0.9%
合計	1,003	100.0%

減少傾向にある葬儀の種類

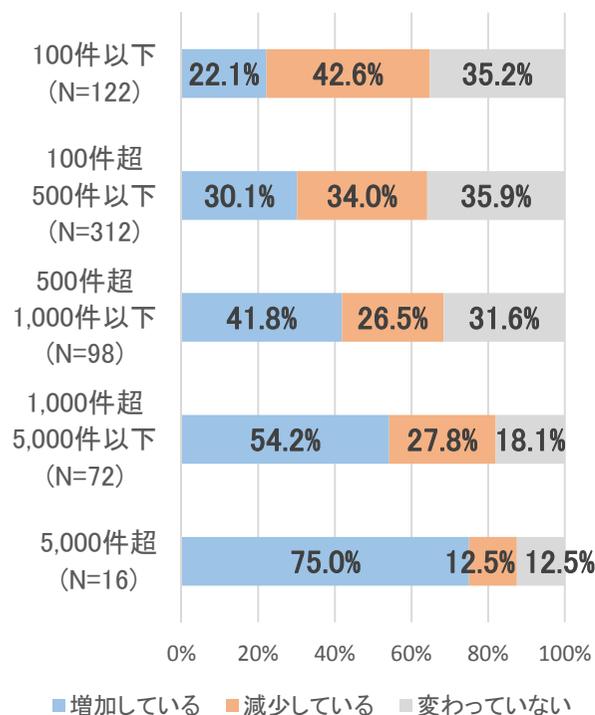
	回答数	割合
一般葬	475	68.3%
社葬	156	22.4%
家族葬	29	4.2%
直葬	21	3.0%
一日葬	14	2.0%
合計	695	100.0%

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。

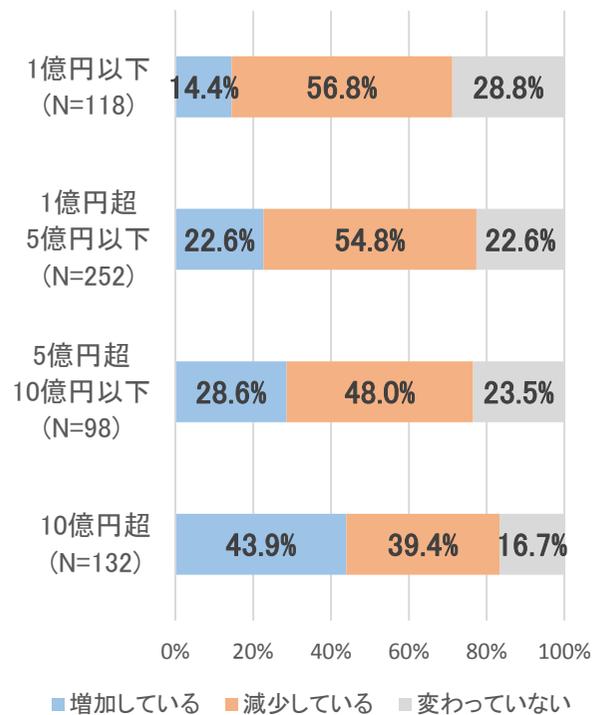
3 大手葬儀業者の事業拡大

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。

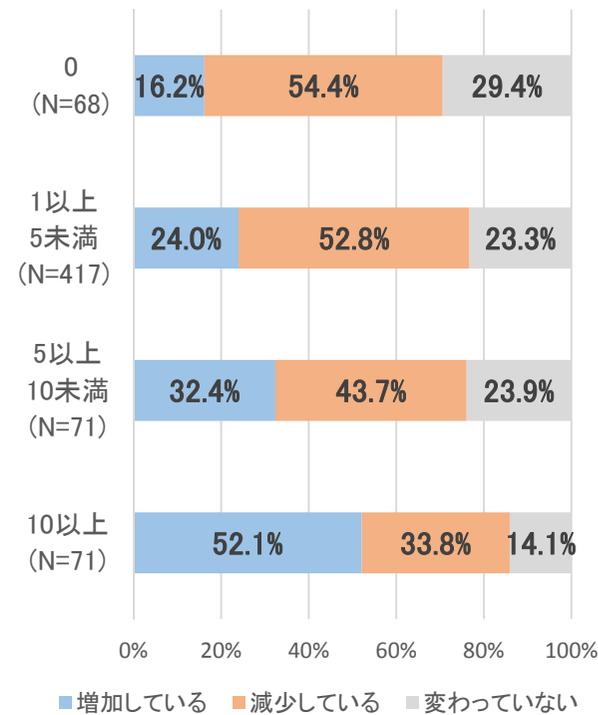
葬儀の年間取扱件数とその増減傾向との関係



葬儀の年間売上高とその増減傾向との関係



葬儀施設の保有数と年間売上高の増減傾向との関係



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。

4 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。

新規参入業者の主たる事業内容	回答数	割合
農業協同組合事業	34	21.4%
生花事業	21	13.2%
生活協同組合事業	20	12.6%
鉄道事業	16	10.1%
レストラン事業	12	7.5%
流通事業（卸・小売）	7	4.4%
ホテル事業	6	3.8%
貸衣装事業	1	0.6%
その他（不動産事業，建設事業，墓石事業等）	42	26.4%
合計	159	100.0%

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	230	42.5%
流通事業（卸・小売）	42	7.8%
レストラン事業	42	7.8%
貸衣装事業	36	6.7%
生花事業	33	6.1%
ホテル事業	23	4.3%
生活協同組合事業	15	2.8%
鉄道事業	1	0.2%
その他（不動産事業，運送事業，介護事業等）	119	22.0%
合計	541	100.0%

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。

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)

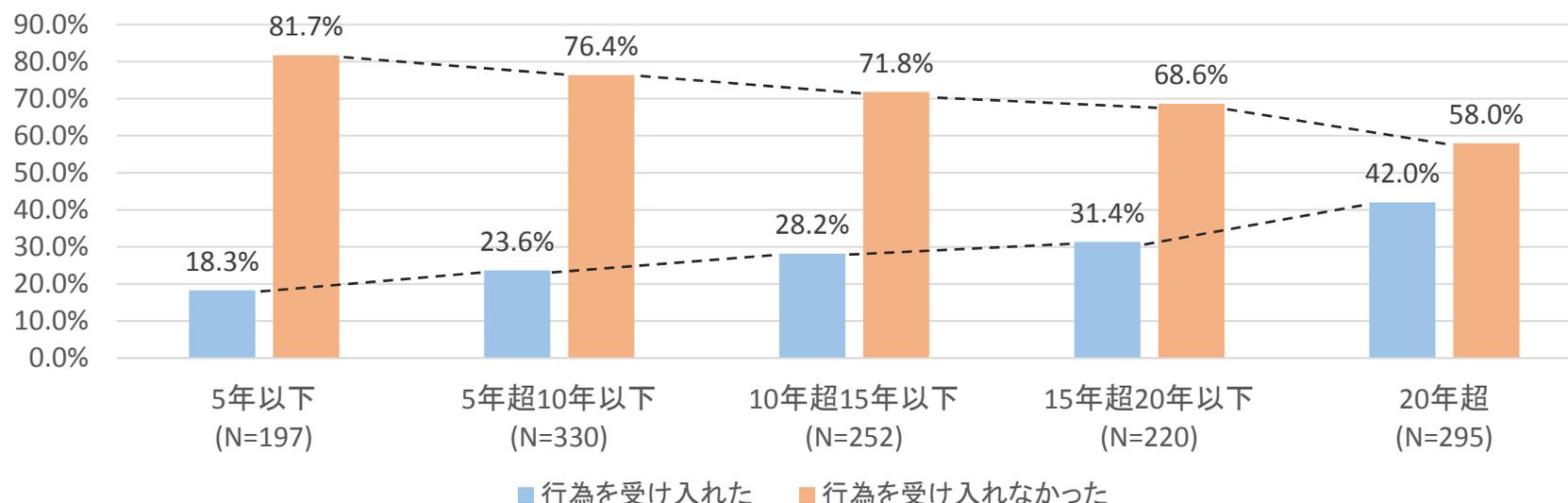
行為類型	取引数	割合
商品・サービスの購入・利用の要請	216	14.9%(216/1,451)
採算確保が困難な取引(買ったたき)	166	11.4%(166/1,451)
金銭・物品の提供の要請	131	9.0%(131/1,451)
発注内容の変更(受領拒否を含む。)	110	7.6%(110/1,451)
返品	71	6.4%(71/1,107)
発注内容以外の作業等	74	5.1%(74/1,451)
従業員等の派遣の要請	67	4.6%(67/1,451)
やり直し	60	4.1%(60/1,451)
代金の支払遅延	35	2.4%(35/1,451)
代金の減額	28	1.9%(28/1,451)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

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1つ以上受けたと回答のあった取引は29.9%(434取引)。

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。

第2 調査結果(葬儀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受入れ状況と取引年数との関係



・取引年数の平均値の差の分析(t検定)

	平均取引年数	検定結果
受け入れた	18.7	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	14.7	

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(18.7年)と受け入れなかった納入業者の取引年数の平均値(14.7年)には統計的に有意な差が認められた。

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(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)

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。

3 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

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。

② 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パーセント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パーセント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。

③ 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。

④ 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。

⑤ 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、当社に関係するゴミだけでなく、葬儀業者のゴミの処分までさせられる。この業界では、葬儀業者のゴミ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とはできない。

第2 調査結果(取引を行う上での留意点)

1 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、7頁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

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

- 1(1) 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。
 - (2) 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。
 - (3) 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、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。

葬儀の取引に関する実態調査報告書(概要)

第1 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	
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)

第2 調査結果

1 葬儀業の概況

(1) 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。

死亡者数は、平成26年において約127万名であり、過去10年間でおよそ25%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。

(2) 葬儀の多様化・小規模化

ア 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。

イ 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。

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。

(3) 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。

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。

(4) 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。

異業種からの新規参入業者の主たる事業内容を見ると、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。

葬儀の取引に関する実態調査報告書(概要)

第2 調査結果

2 葬儀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	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1つ以上みられた取引数)	434	29.9%(434/1,451)

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1つ以上受けたと回答のあった取引は29.9%(434取引)。

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。

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(18.7年)と受け入れなかった納入業者の取引年数の平均値(14.7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

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。

② 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パーセント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パーセント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。

③ 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。

④ 返品

通夜・告別式の後、返礼用の海苔の一部を、自宅への甲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。

⑤ 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、当社に関係するゴミだけでなく、葬儀業者のゴミの処分までさせられる。この業界では、葬儀業者のゴミ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。

葬儀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
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)

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。

3 取引を行う上での留意点

(1) 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

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, 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する。

1(1) 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。

(2) 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。

(3) 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, 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。

葬儀の取引に関する実態調査報告書

目次

葬儀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	葬儀市場の概況	4
2	葬儀業の概況	4
(1)	葬儀業者の概況	4
(2)	新規参入の状況	9
(3)	納入業者の概況	9
3	葬儀業者と納入業者との取引の状況	10
(1)	違反行為類型別の状況	10
(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）	12
(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）	14
4	調査結果のまとめと評価	18
(1)	葬儀業の概況	18
(2)	葬儀業者と納入業者との取引の状況	19
(3)	取引を行う上での留意点	21
第3	公正取引委員会の対応	23

集 計 資 料

第 1	葬儀市場の概況	24
1	葬儀業の市場規模	24
2	事業所数の推移	25
3	死亡者数の推移・推計	26
4	葬儀の種類及び内容	27
5	葬儀業者が提供するサービスと納入業者との取引	28
第 2	葬儀業の概況	29
1	葬儀業者の概況	29
(1)	資本金の額	29
(2)	葬儀の年間取扱件数	29
(3)	葬儀の年間取扱件数の増減傾向	30
(4)	葬儀の種類別の年間取扱件数	30
(5)	葬儀の年間取扱件数に占める葬儀の種類別の割合の増減傾向	31
(6)	葬儀の年間売上高	32
(7)	葬儀の年間売上高の増減傾向	32
(8)	葬儀の種類別の年間売上高	33
(9)	葬儀の年間売上高に占める葬儀の種類別の割合の増減傾向	34
(10)	葬儀 1 件当たりの売上高の増減傾向	35
(11)	葬儀 1 件当たりの参列者数の増減傾向	35
(12)	葬儀施設の保有数	36
2	新規参入の状況	37
(1)	兼業の状況	37
(2)	新規参入の有無	37
(3)	新規参入業者	38
(4)	異業種からの新規参入業者の事業内容	38
3	納入業者の概況	39
(1)	資本金の額	39
(2)	年間総売上高	39
(3)	葬儀業者との取引年数	40
(4)	葬儀業者との取引内容	40
第 3	葬儀業者と納入業者との取引の状況	41

1	採算確保が困難な取引（買ったたき）	41
(1)	取引の対価の決定方法	41
(2)	採算が取れないような代金での取引の要請の有無	42
(3)	要請に応じたことの有無	43
(4)	要請に応じた理由	44
(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	44
2	発注内容の変更	45
(1)	発注内容の変更の有無	45
(2)	発注内容の変更に伴う費用負担の有無	46
(3)	費用負担した理由	47
(4)	発注内容の変更に係る納入業者の具体的回答事例	47
3	やり直し	48
(1)	やり直しの有無	48
(2)	やり直しに伴う費用負担の有無	49
(3)	費用負担した理由	50
(4)	やり直しに係る納入業者の具体的回答事例	50
4	発注内容以外の作業等	51
(1)	発注内容以外の作業等の有無	51
(2)	発注内容以外の作業等に伴う費用負担の有無	52
(3)	費用負担した理由	53
(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	53
5	商品・サービスの購入・利用の要請	54
(1)	商品・サービスの購入・利用の要請の有無	54
(2)	要請に応じたことの有無	55
(3)	要請に応じた理由	56
(4)	購入・利用を要請された商品・サービスの内容	56
(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	57
6	金銭・物品の提供の要請	58
(1)	金銭・物品の提供の要請の有無	58
(2)	要請に応じたことの有無	59
(3)	要請に応じた理由	60
(4)	提供した金銭・物品の内容	60
(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	61
7	従業員等の派遣の要請	62
(1)	従業員等の派遣の要請の有無	62
(2)	要請に応じたことの有無	63

(3) 従業員等の派遣に伴う費用負担の有無	64
(4) 要請に応じた理由	64
(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	65
8 代金の支払遅延	66
(1) 代金の支払遅延の有無	66
(2) 支払遅延に応じた理由	67
(3) 代金の支払遅延に係る納入業者の具体的回答事例	67
9 代金の減額	68
(1) 代金の減額の有無	68
(2) 減額に応じた理由	68
(3) 代金の減額に係る納入業者の具体的回答事例	69
10 返品	70
(1) 返品の有無	70
(2) 返品に応じた理由	70
(3) 返品に係る納入業者の具体的回答事例	71

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。

葬儀の分野においては、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。

今後、我が国においては死亡者数が増加していくことが見込まれる一方で、従来型の「一般葬」が減少し、「家族葬」など小規模な葬儀が増加傾向にあるなど葬儀の在り方について変化が生じてきている。

こうした状況において、葬儀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、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³。

このような実情を踏まえ、公正取引委員会は、今般、葬儀の取引において、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。

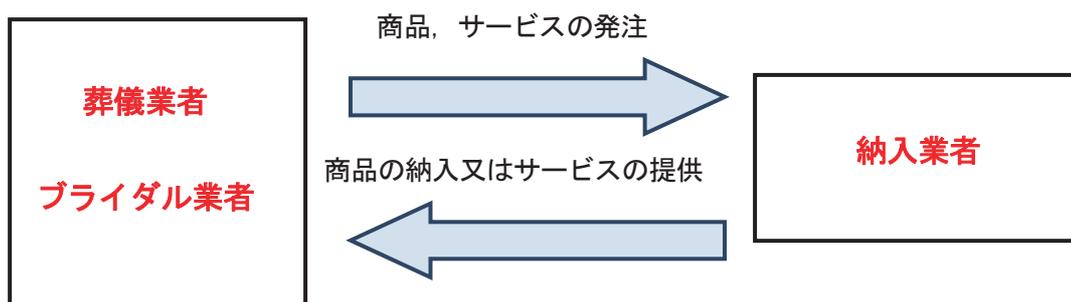
http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h28/jun/160614_1.html

³ 葬儀サービスの取引実態に関する調査（平成17年7月）

2 調査方法

(1) 書面調査の実施

葬儀業とブライダル業を併せて営んでいる事業者も存在することから、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⁴を対象として調査票7,000通⁵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	
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
		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%)	
		うち葬儀業者と取引があるとの回答数	1,451
		うちブライダル業者と取引があるとの回答数	1,157

(2) 書面調査への回答の状況

葬儀業者696名から納入業者との取引に関する回答があり、また、納入業者から葬儀業者延べ1,451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。

⁴ 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

⁵ 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。

3 ヒアリング

書面調査における回答者を含め、葬儀業者4名及び納入業者33名並びに関係事業者団体1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 葬儀業者 : 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 葬儀業者 : 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）

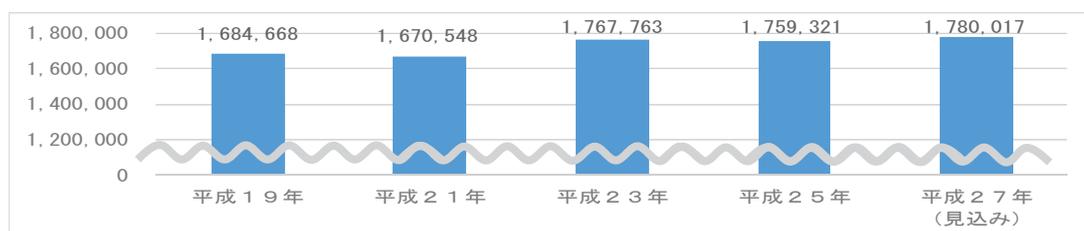
第2 調査結果

1 葬儀市場の概況（集計資料：第1 P24～P28）

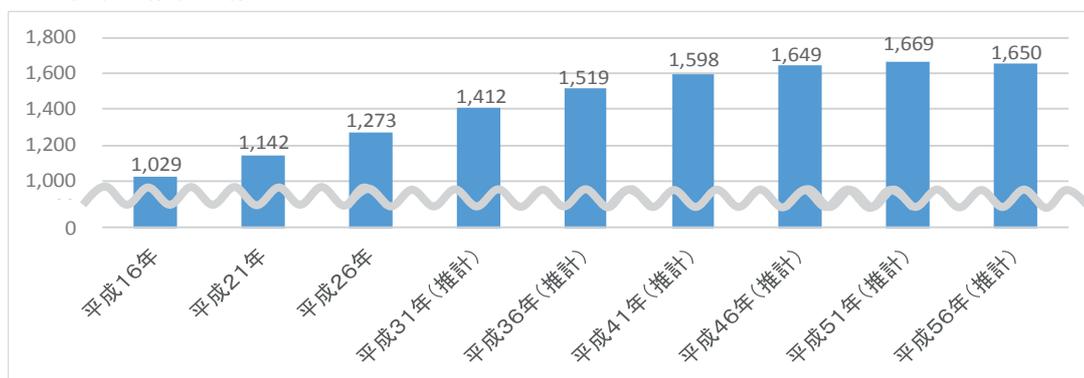
葬儀業の市場規模は平成27年において約1兆7800億円と見込まれ、漸増傾向が続いている。

死亡者数は、平成26年において約127万名であり、過去10年間でおよそ25%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。

葬儀業の市場規模⁶（百万円）



死亡者数の推移・推計⁷（千名）



2 葬儀業の概況（集計資料：第2 P29～P40）

(1) 葬儀業者の概況

ア 葬儀業者の資本金等

葬儀業者の資本金については、5000万円以下と回答した葬儀業者が59.4%，3億円以下でみると74.6%であった。

葬儀の年間取扱件数については、「100件超500件以下」と回答した葬儀業者が50.5%と最も多く、次いで「100件以下」が19.8%，「500件超1,000件以下」が16.1%であった。

⁶ 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」

⁷ 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）」

葬儀の年間売上高については、「1億円超5億円以下」と回答した葬儀業者が41.8%と最も多く、次いで「1億円以下」が20.6%、「10億円超50億円以下」が16.4%であった。

イ 葬儀の年間取扱件数及び年間売上高の増減傾向

葬儀の年間取扱件数の増減傾向については、「増加している」、「減少している」及び「変わっていない」と回答した葬儀業者がそれぞれ33%前後とほぼ同じ割合であった。

葬儀の年間売上高の増減傾向については、「減少している」と回答した葬儀業者が50.0%であった。

年間取扱件数の傾向

	回答数	割合
増加している	221	34.6%
減少している	213	33.3%
変わっていない	205	32.1%
合計	639	100.0% ^(注)

(無回答57名)

年間売上高の傾向

	回答数	割合
増加している	172	26.9%
減少している	320	50.0%
変わっていない	148	23.1%
合計	640	100.0%

(無回答56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 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（複数回答）

葬儀の種類別の年間取扱件数の増減傾向については、「一般葬」が年間取扱件数全体の63.0%を占めている現状において、増加傾向にある葬儀の種類については、「家族葬」が51.1%、「直葬」が26.2%、「一日葬」が17.1%であったのに対し、減少傾向にある葬儀の種類については、「一般葬」が68.8%、「社葬」が24.3%であった。

増加傾向にある葬儀の種類（取扱件数）

	回答数	割合
家族葬	554	51.1%
直葬	284	26.2%
一日葬	185	17.1%
一般葬	58	5.4%
社葬	3	0.3%
合計	1,084	100.0%

減少傾向にある葬儀の種類（取扱件数）

	回答数	割合
一般葬	473	68.8%
社葬	167	24.3%
直葬	21	3.1%
家族葬	17	2.5%
一日葬	10	1.5%
合計	688	100.0%

葬儀の種類別の年間売上高の増減傾向については、「一般葬」が年間売上高全体の76.2%を占めている現状において、増加傾向にある葬儀としては、「家族葬」が52.2%、「直葬」が23.1%、「一日葬」が16.3%であったのに対し、減少傾向にある葬儀としては、「一般葬」が68.3%、「社葬」が22.4%であった。

増加傾向にある葬儀の種類（売上高）

	回答数	割合
家族葬	524	52.2%
直葬	232	23.1%
一日葬	163	16.3%
一般葬	75	7.5%
社葬	9	0.9%
合計	1,003	100.0%

減少傾向にある葬儀の種類（売上高）

	回答数	割合
一般葬	475	68.3%
社葬	156	22.4%
家族葬	29	4.2%
直葬	21	3.0%
一日葬	14	2.0%
合計	695	100.0%

エ 葬儀1件当たりの売上高及び参列者数の増減傾向

葬儀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」と回答した葬儀業者が79.0%であった。

葬儀1件当たりの参列者数の増減傾向については、「減少している」と回答した葬儀業者が86.8%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	59	8.8%
減少している	528	79.0%
変わっていない	81	12.1%
合計	668	100.0%

(無回答28名)

1件当たりの参列者数の傾向

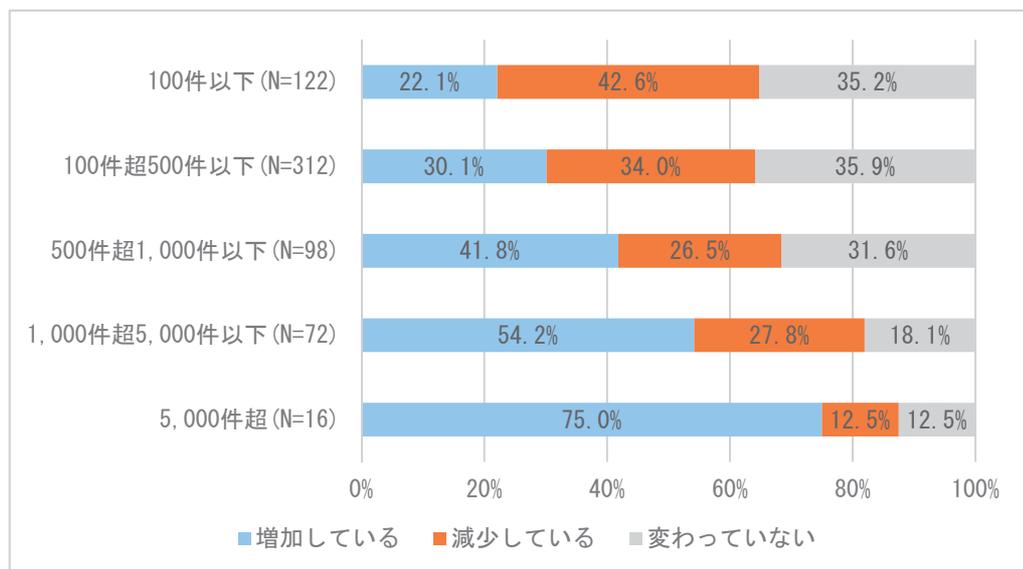
	回答数	割合
増加している	7	1.1%
減少している	573	86.8%
変わっていない	80	12.1%
合計	660	100.0%

(無回答36名)

オ 葬儀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かった。

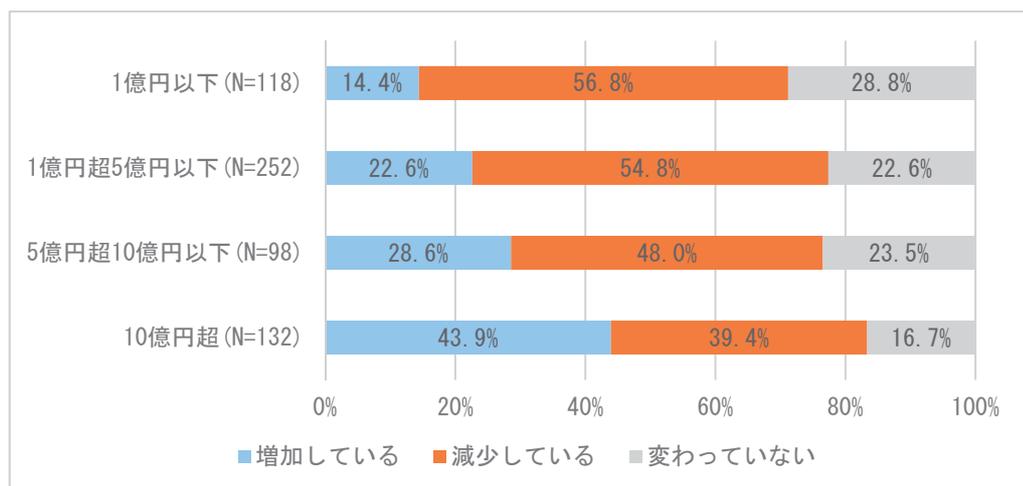
葬儀の年間取扱件数とその増減傾向との関係



カ 葬儀の年間売上高とその増減傾向との関係

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。

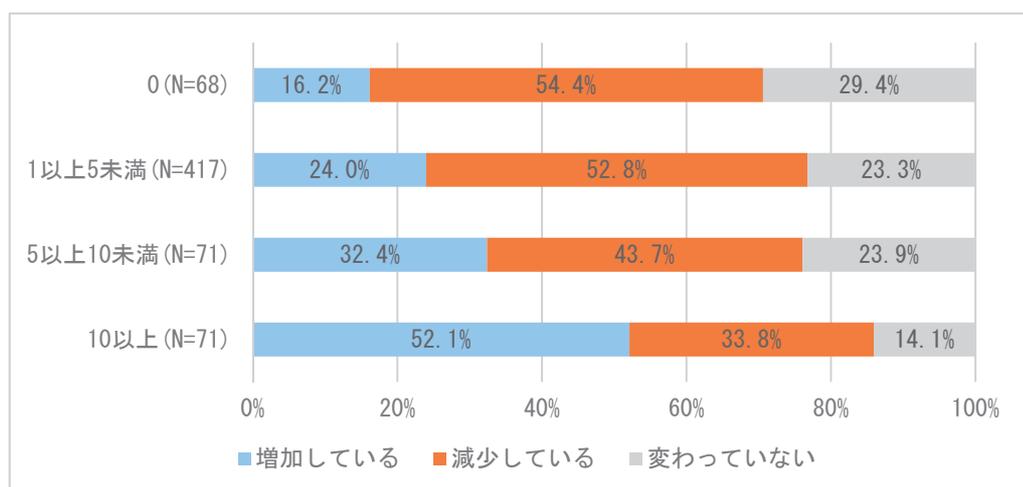
葬儀の年間売上高とその増減傾向との関係



キ 葬儀施設の保有数と年間売上高の増減傾向との関係

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。

葬儀施設の保有数と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」と回答した葬儀業者が72.6%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葬儀業者」が54.5%、次いで「異業種から参入した葬儀業者」が24.1%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）

新たに葬儀業に参入した事業者の主たる事業内容については、「農業協同組合事業」が21.4%と最も割合が高く、次いで「生花事業」が13.2%、「生活協同組合事業」が12.6%であった。

新規参入業者の主たる事業内容

	回答数	割合
農業協同組合事業	34	21.4%
生花事業	21	13.2%
生活協同組合事業	20	12.6%
鉄道事業	16	10.1%
レストラン事業	12	7.5%
流通事業（卸・小売）	7	4.4%
ホテル事業	6	3.8%
貸衣装事業	1	0.6%
その他（不動産事業、建設事業、墓石事業等）	42	26.4%
合計	159	100.0%

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	230	42.5%
流通事業（卸・小売）	42	7.8%
レストラン事業	42	7.8%
貸衣装事業	36	6.7%
生花事業	33	6.1%
ホテル事業	23	4.3%
生活協同組合事業	15	2.8%
鉄道事業	1	0.2%
その他（不動産事業、運送事業、介護事業等）	119	22.0%
合計	541	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69.0%、5000万円以下でみると90.2%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42.1%と最も多く、次いで「1億円超5億円以下」が31.4%、「10億円超50億円以下」が11.1%であった。

葬儀業者と納入業者との取引内容としては、返礼品・ギフト、仕出料理、花、葬儀用品、霊柩運送、人材派遣、湯灌・納棺、貸衣装等がある。

3 葬儀業者と納入業者との取引の状況（集計資料：第3 P41～P71）

(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 P54～P57）

集計対象取引（1,451取引）の20.4%（296取引）において、納入業者が取引先葬儀業者から葬儀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88.2%（261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82.8%（216取引）であり、集計対象取引の14.9%であった。

イ 採算確保が困難な取引（買ったたき）（集計資料：第3 P41～P44）

集計対象取引（1,451取引）の20.3%（294取引）において、納入業者が取引先葬儀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60.5%（178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93.3%（166取引）であり、集計対象取引の11.4%であった。

ウ 金銭・物品の提供の要請（集計資料：第3 P58～P61）

集計対象取引（1,451取引）の15.4%（223取引）において、納入業者が取引先葬儀業者から金銭・物品の提供の要請を受け、その90.1%（201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65.2%（131取引）であり、集計対象取引の9.0%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 P45～P47）

集計対象取引（1,451取引）の18.1%（263取引）において、納入業者が取引先葬儀業者から発注内容の変更をされ、その54.0%（142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77.5%（110取引）であり、集計対象取引の7.6%であった。

オ 返品（集計資料：第3 P70～P71）

集計対象取引（1,107取引）の10.8%（120取引）において、納入業者が取引先葬儀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59.2%（71取引）であり、集計対象取引の6.4%であった。

カ 発注内容以外の作業等（集計資料：第3 P51～P53）

集計対象取引（1,451取引）の9.8%（142取引）において、納入業者が取引先葬儀業者から発注内容以外の作業等をさせられ、その56.3%（80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92.5%（74取引）であり、集計対象取引の5.1%であった。

キ 従業員等の派遣の要請（集計資料：第3 P62～P65）

集計対象取引（1,451取引）の8.5%（124取引）において、納入業者が取引先葬儀業者から従業員等の派遣の要請を受け、その81.5%（101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76.2%（77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87.0%（67取引）であり、集計対象取引の4.6%であった。

ク やり直し（集計資料：第3 P48～P50）

集計対象取引（1,451取引）の9.0%（130取引）において、納入業者が取引先葬儀業者からやり直しをさせられ、その58.5%（76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78.9%（60取引）であり、集計対象取引の4.1%であった。

ケ 代金の支払遅延（集計資料：第3 P66～P67）

集計対象取引（1,451取引）の3.3%（48取引）において、納入業者が取引先葬儀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72.9%（35取引）であり、集計対象取引の2.4%であった。

コ 代金の減額（集計資料：第3 P68～P69）

集計対象取引（1,451取引）の2.1%（31取引）において、納入業者が取引先葬儀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90.3%（28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葬儀業者からの要請等を受け入れた理由として、「葬儀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。納入業者にとって葬儀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、葬儀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、納入業者が葬儀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、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29.9%（434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14.9%（216取引）と最も割合が高く、次いで「採算確保が困難な取引（買ったたき）」が11.4%（166取引）、「金銭・物品の提供の要請」が9.0%（131取引）と続いている。

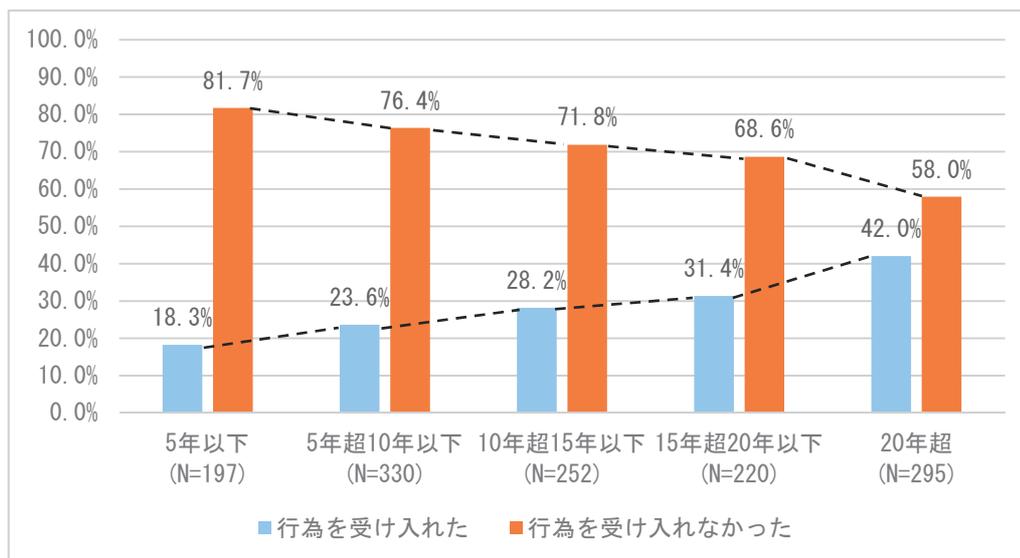
優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為がみられた取引の状況（行為類型別）

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	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1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。

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⁸。

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	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	

⁸ 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。仕出料理、花及び返礼品・ギフトの取引については、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30%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
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)

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 仕出料理

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	51	17.8%（51/286）
採算確保が困難な取引（買いたたき）	42	14.7%（42/286）
金銭・物品の提供の要請	33	11.5%（33/286）
発注内容の変更（受領拒否を含む。）	31	10.8%（31/286）
従業員等の派遣の要請	20	7.0%（20/286）
発注内容以外の作業等	15	5.2%（15/286）
やり直し	13	4.5%（13/286）
返品	8	2.8%（8/286）
代金の減額	7	2.4%（7/286）
代金の支払遅延	6	2.1%（6/286）
合計（上記行為が1つ以上みられた取引数）	105	36.7%（105/286）

イ 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
採算確保が困難な取引（買いたたき）	39	17.0%（39/229）
商品・サービス（役務）の購入・利用の要請	38	16.6%（38/229）
金銭・物品の提供の要請	34	14.8%（34/229）
発注内容の変更（受領拒否を含む。）	26	11.4%（26/229）
発注内容以外の作業等	21	9.2%（21/229）
やり直し	20	8.7%（20/229）
従業員等の派遣の要請	11	4.8%（11/229）
代金の支払遅延	8	3.5%（8/229）
返品	7	3.1%（7/229）
代金の減額	5	2.2%（5/229）
合計（上記行為が1つ以上みられた取引数）	77	33.6%（77/229）

ウ 返礼品・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	67	16.6%（67/404）
返品	48	11.9%（48/404）
金銭・物品の提供の要請	42	10.4%（42/404）
採算確保が困難な取引（買いたたき）	35	8.7%（35/404）
発注内容の変更（受領拒否を含む。）	33	8.2%（33/404）
発注内容以外の作業等	27	6.7%（27/404）
従業員等の派遣の要請	26	6.4%（26/404）
やり直し	15	3.7%（15/404）
代金の支払遅延	13	3.2%（13/404）
代金の減額	5	1.2%（5/404）
合計（上記行為が1つ以上みられた取引数）	130	32.2%（130/404）

エ 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
採算確保が困難な取引（買いたたき）	11	12.4%（11/89）
商品・サービス（役務）の購入・利用の要請	11	12.4%（11/89）
代金の減額	6	6.7%（6/89）
発注内容以外の作業等	4	4.5%（4/89）
金銭・物品の提供の要請	4	4.5%（4/89）
従業員等の派遣の要請	4	4.5%（4/89）
発注内容の変更（受領拒否を含む。）	3	3.4%（3/89）
代金の支払遅延	2	2.2%（2/89）
やり直し	0	0.0%（0/89）
返品	—	—
合計（上記行為が1つ以上みられた取引数）	24	27.0%（24/89）

オ 葬儀用品

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	28	14.9%（28/188）
採算確保が困難な取引（買いたたき）	15	8.0%（15/188）
金銭・物品の提供の要請	11	5.9%（11/188）
発注内容の変更（受領拒否を含む。）	8	4.3%（8/188）
返品	8	4.3%（8/188）
やり直し	5	2.7%（5/188）
従業員等の派遣の要請	5	2.7%（5/188）
代金の支払遅延	2	1.1%（2/188）
代金の減額	2	1.1%（2/188）
発注内容以外の作業等	1	0.5%（1/188）
合計（上記行為が1つ以上みられた取引数）	50	26.6%（50/188）

カ 湯灌・納棺

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	8	10.7%（8/75）
採算確保が困難な取引（買いたたき）	7	9.3%（7/75）
発注内容以外の作業等	2	2.7%（2/75）
やり直し	1	1.3%（1/75）
代金の支払遅延	1	1.3%（1/75）
発注内容の変更（受領拒否を含む。）	0	0.0%（0/75）
金銭・物品の提供の要請	0	0.0%（0/75）
従業員等の派遣の要請	0	0.0%（0/75）
代金の減額	0	0.0%（0/75）
返品	—	—
合計（上記行為が1つ以上みられた取引数）	16	21.3%（16/75）

キ 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
採算確保が困難な取引（買ったたき）	6	9.5%（6/63）
商品・サービス（役務）の購入・利用の要請	6	9.5%（6/63）
発注内容の変更（受領拒否を含む。）	4	6.3%（4/63）
やり直し	4	6.3%（4/63）
金銭・物品の提供の要請	1	1.6%（1/63）
従業員等の派遣の要請	1	1.6%（1/63）
発注内容以外の作業等	0	0.0%（0/63）
代金の支払遅延	0	0.0%（0/63）
代金の減額	0	0.0%（0/63）
返品	—	—
合計（上記行為が1つ以上みられた取引数）	13	20.6%（13/63）

ク 霊柩運送

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
採算確保が困難な取引（買ったたき）	11	9.4%（11/117）
商品・サービス（役務）の購入・利用の要請	7	6.0%（7/117）
金銭・物品の提供の要請	6	5.1%（6/117）
発注内容の変更（受領拒否を含む。）	5	4.3%（5/117）
発注内容以外の作業等	4	3.4%（4/117）
代金の支払遅延	3	2.6%（3/117）
代金の減額	3	2.6%（3/117）
やり直し	2	1.7%（2/117）
従業員等の派遣の要請	0	0.0%（0/117）
返品	—	—
合計（上記行為が1つ以上みられた取引数）	19	16.2%（19/117）

4 調査結果のまとめと評価

(1) 葬儀業の概況

(葬儀の多様化・小規模化)

葬儀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、「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。また、葬儀の種類別に年間取扱件数及び年間売上高の増減傾向をみると、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。

葬儀件数は、全体としては死亡者数の増加に応じて増加していくものと考えられるが、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。

葬儀業者等へのヒアリングにおいても、「一般葬の場合、参列者の数が不確定であるため、想定以上に費用がかかってしまうということがある。そうしたことを防ぐため、あらかじめ葬儀に呼ぶ人を親族等に限定する家族葬が、葬儀費用を低く抑えたいという施主側のニーズにもうまくマッチして広く受け入れられるようになり、現在も家族葬や直葬が増加傾向にある。」「最近の傾向として、経済的に余裕があっても、故人の介護に多額の費用がかかったから葬儀は安くすませたいなどといった理由で、直葬を選択する施主が増えてきている。このような価値観の変化によって、最近では葬儀にお金をかけることを避ける施主が増えてきている。」といった話も聞かれた。

今後、死亡者数が増加する中、一般葬の減少、家族葬、直葬等の増加といった葬儀の多様化・小規模化が進み、葬儀の取扱件数は増加するものの、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。

(大手葬儀業者の事業拡大)

葬儀の年間取扱件数について、5,000件超の葬儀を取り扱う葬儀業者の75.0%が直近5事業年度において増加していると回答しているのに対し、年間取扱件数が100件以下の葬儀業者で増加していると回答しているのは22.1%にとどまっている。この傾向は年間売上高についても同様であり、現状において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しているという回答が多く、逆に事業規模が小さい葬儀業者ほど年間取扱件数、年間売上高とも減少しているという回答が多くなっている。

葬儀業者等へのヒアリングにおいても、「葬儀業は、施主を始めとした遺族に対する気遣いや心遣いが重視されるサービス業であるところ、行き届いたサービスを提供できる

人材が確保できている葬儀業者、つまり規模の比較的大きな葬儀業者に葬儀の取扱件数が集中しているように思う。」「地元の葬儀業者が大手の葬儀業者に買収されたといった話も聞かれ、大手の葬儀業者が中小の葬儀業者をグループ会社化するケースも見受けられる。」といった話が聞かれた。

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。

(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。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。

葬儀業者等へのヒアリングにおいても、「近年、花祭壇が主流になってきたことや生花事業の本業の売上げが減少傾向にあることなどから、生花事業を営んでいる事業者が葬儀業に進出してきている。」「鉄道沿線や駅周辺に土地を所有している鉄道会社が、そうした立地の良い場所に葬儀施設を建てると、施主としても鉄道会社系の葬儀業者を選ぶようになるため、鉄道会社による葬儀業への新規参入は脅威である。」といった話が聞かれた。

今後、消費者ニーズに応える形で新規参入が進むとともに葬儀業者の選別が進んでいくことも考えられる。

なお、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が増加しており、葬儀業者等へのヒアリングにおいては、「消費者と接点の多い流通業者が進出してきた。流通業者は、独自の葬儀プランを設定し、全国で同一内容の葬儀を同一価格で行おうとしており、今後、こうした葬儀プランの影響が全国に広がっていくことも予想される。」といった話が聞かれた。

(2) 葬儀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葬儀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29.9%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14.9%と最も高く、次いで採算確保が困難な取引（買ったたき）が11.4%、金銭・物品の提供の要請が9.0%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⁹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¹⁰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、死亡者数が増加し、葬儀件数が増加する一方、葬儀の多様化により葬儀の規模が小さくなり、葬儀1件当たりの売上高、利益が小さくなっていることが考えられる。葬儀業者に対するヒアリングにおいても、「高齢化により葬儀件数自体は増えているものの、葬儀の多様化・小規模化によって、1件当たりの参列者数が減ってきているため、1件当たりの葬儀費用が少額になってきており、多くの葬儀業者は収益が伸び悩んでいる。」といった話が聞かれた。

他方、納入業者については、葬儀1件当たりの売上高が減少傾向にある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、取引先葬儀業者を増やすなどの対応も必要に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、「家族葬や直葬の増加によって、葬儀1件当たりの収益の減少が続いていることから、葬儀業者はもちろん、納入業者も売上げが減少しているところが多く、取引先葬儀業者の数を増やしていけないような納入業者は、経営が立ち行かなくなっている。」との話が聞かれた。

こうした中で、葬儀業者が利益の維持、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、葬儀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「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。」、「取引開始当初の納入価格を徐々に引き下げられている。

⁹ 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>

¹⁰ 「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>

(中略) 取引開始当初の納入価格ですら厳しいにもかかわらず、更に納入価格を引き下げられている状況である。葬儀業者からの納入価格引下げの要請を断れば、取引そのものがなくなると考えられるため、このような状況でも従わざるを得ない。」「葬儀業者から、通夜及び告別式で葬儀業者の従業員が食べる弁当を無償で提供させられる。

(中略) しかし、取引継続のことを考えるとこうした無茶な要請にも応じざるを得ない。」といったように、葬儀業者が、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(18.7年)と受け入れなかった納入業者の取引年数の平均値(14.7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葬儀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434の取引のうち、101の取引が下請法上の資本金区分¹¹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、葬儀業者は、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 仕出料理の納入業者に対して、取引関係に影響を及ぼし得る発注担当部署の部長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 イベントのチケット、おせち料理等の購入実績を記録し納入業者に伝えた上で取

¹¹ 物品の製造委託、運送に係る役務提供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。

引量に反映させるなど、納入業者に対して、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 採算確保が困難な取引（買ったたき）に関して問題となり得る例

- ① 花の納入業者に対し、自己の仕入価格についての基準を基に、当初の納入価格から一方的に著しく低い納入価格を定めること。
- ② 仕出料理の納入業者に対して、ケータリング要員を通常時よりも多く派遣させ、コストを大幅に増加させたにもかかわらず、一方的に通常取引時と同じ納入価格に据え置くこと。

ウ 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て、当該納入業者の売上げアップに直接寄与しないイベントにおいて、フラワーアレンジメントを提供するよう要請し、これを負担させること。
- ② 葬儀施設を建設する際、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納入業者に金銭の負担を要請し、これを負担させること。

他方、納入業者にあっては、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、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する。

- 1 (1) 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。
 - (2) 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。
 - (3) 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、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。

集 計 資 料

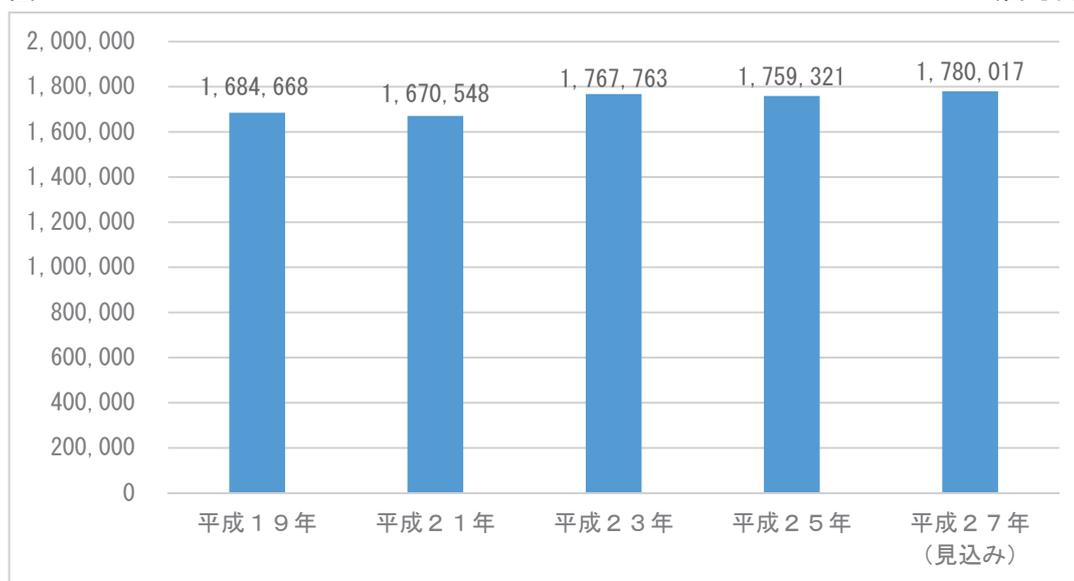
第1 葬儀市場の概況

1 葬儀業の市場規模

我が国の平成27年の葬儀業の市場規模は、約1兆7800億円と見込まれ、平成19年の約1兆6847億円からおよそ6%増加している。

図1¹²

(百万円)



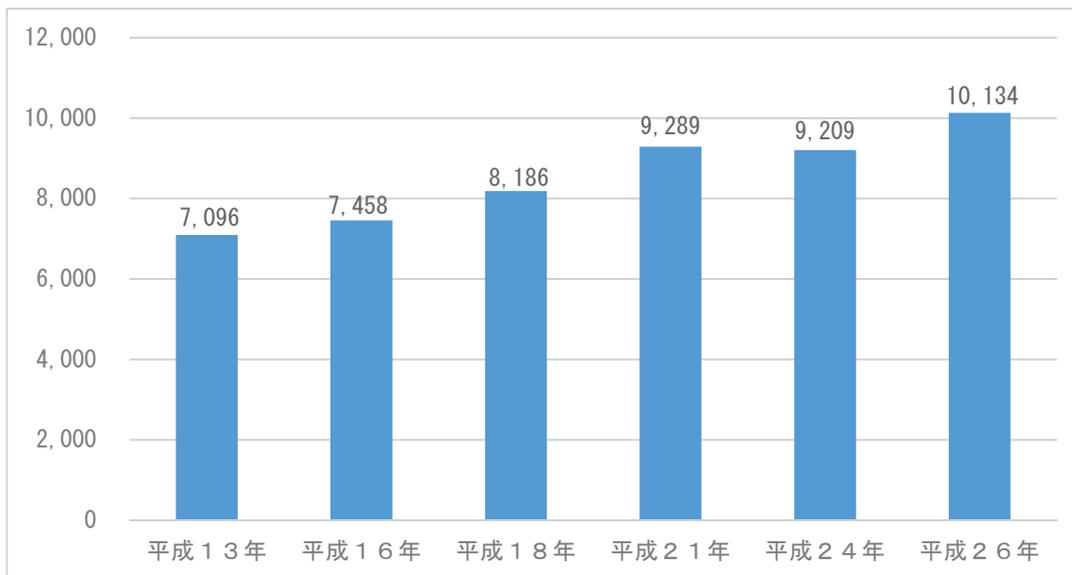
¹² 出典：株式会社矢野経済研究所「フューネラルビジネスの実態と将来展望 2015年版」

2 事業所数の推移

葬儀業者の事業所数については、平成26年の葬儀業の事業所数は約10,100か所であり、10年前の平成16年の約7,500か所からおよそ35%増加している。

図2¹³

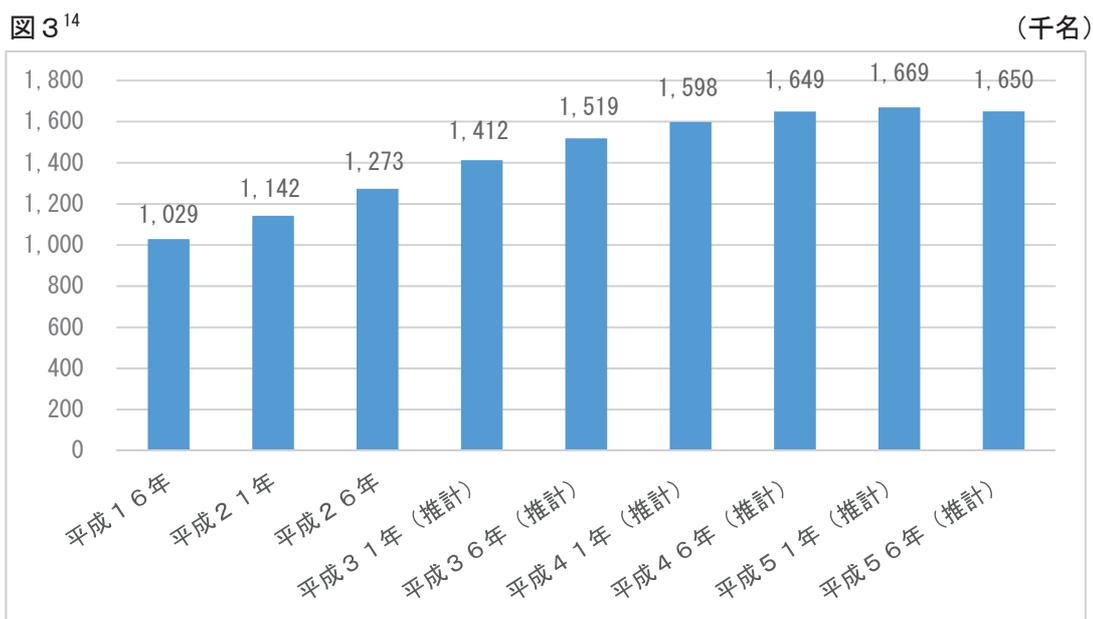
(か所)



¹³ 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 死亡者数の推移・推計

我が国の平成26年の死亡者数は、約127万3000名であり、10年前の平成16年の約102万9000名からおよそ24%増加している。また、今後も死亡者数の増加傾向は続くことが見込まれ、平成51年には約166万9000名と、ピークを迎えることが予測されている。



¹⁴ 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）」

4 葬儀の種類及び内容

葬儀の主な種類及び内容は表1のとおりである。

表1

葬儀の種類	内容
一般葬	親族以外に、近所の人や故人と生前付き合いのあった人が出席する、出席者の範囲が広い伝統的な葬儀。 通夜・告別式、火葬等が執り行われる。 ※ 本調査においては、参列者50名以上の葬儀を一般葬と定義した。
家族葬	親族や親しい友人など親しい関係者のみが出席して執り行う葬儀。 通夜・告別式、火葬等は一般葬と同様に執り行われる。 ※ 本調査においては、参列者50名未満の葬儀を家族葬と定義した。
一日葬	親族や親しい友人など親しい関係者のみが出席し、通夜は執り行わず、告別式と火葬のみを執り行う葬儀。
直葬	通夜・告別式を執り行わず、親族や親しい友人など親しい関係者のみが出席して火葬のみを執り行う葬儀。
社葬	企業の創業者や会長・社長、社業に多大な功績を残した故人に対して、顕彰の意味を込めて当該企業が主体となって執り行う葬儀。社葬に先んじて、遺族・親族による密葬が行われることが一般的。

5 葬儀業者が提供するサービスと納入業者との取引

葬儀業者は、遺族等から遺体の処置及び通夜・告別式といった葬儀を請け負い、その全般を取り仕切り、種々のサービスを提供する事業者である。葬儀業者の提供する主なサービスとしては、

- ① 通夜・告別式前のものとして、病院等から自宅、葬儀施設等への遺体の搬送（霊柩運送）、遺体の安置（湯灌・納棺等）、火葬場の手配などといったサービス
- ② 通夜・告別式の施行時のものとして、祭壇（花祭壇、白木祭壇）等の設営、司会、返礼品・ギフトの用意、通夜振舞いでの仕出料理の提供、貸衣装・着付けなどといったサービス
- ③ 通夜・告別式後のものとして、火葬場への遺体の搬送（霊柩運送）、火葬場への親族等の送迎、精進落としでの仕出料理の提供などといったサービス

がある。

葬儀業者は、これらのサービスを提供する上で必要な商品の納入、サービスの提供を納入業者から受けている。

表 2

主な取引内容	具体的内容
仕出料理	通夜の際に会葬者に提供される「通夜振舞い」、告別式後に提供される「精進落とし」等がある。
返礼品・ギフト	会葬者へお礼として渡す「会葬礼品」、香典へのお返しとして渡す「香典返し」がある。近年、香典返しについては、会葬礼品と一緒に渡す「即返し」が増えてきている。
花	祭壇を生花等で飾る「花祭壇」、故人に供える生花や造花である「供花」等がある。
葬儀用品	棺桶、骨壺、死装束、ろうそく、線香、焼香セット、遺体安置用の布団、ドライアイス等の葬儀を執り行うために必要な備品。
貸衣装	喪服の貸出し・着付け。主に施主が利用する。
湯灌・納棺	遺体を入浴させ、洗浄することを「湯灌」、湯灌の後、遺体に死装束を着せ、棺に納めることを「納棺」と言う。
霊柩運送	遺体や親族を自宅、葬儀施設、火葬場等へ運ぶ業務。
人材派遣	葬儀の司会、駐車場の整理要員等。

第2 葬儀業の概況

1 葬儀業者の概況

(1) 資本金の額

葬儀業者に対し、資本金の額を聞いたところ、「1000万円超5000万円以下」が32.7%（223名）と最も多く、次いで「1000万円以下」が26.7%（182名）、「3億円超」が25.4%（173名）であった。

表3

資本金の額	回答数	割合
1000万円以下	182	26.7%
1000万円超5000万円以下	223	32.7%
5000万円超3億円以下	104	15.2%
3億円超	173	25.4%
合計	682	100.0% ^(注)

（無回答14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) 葬儀の年間取扱件数

葬儀業者に対し、葬儀の年間取扱件数について聞いたところ、「100件超500件以下」が50.5%（335名）と最も多く、次いで「100件以下」が19.8%（131名）、「500件超1,000件以下」が16.1%（107名）であった。

表4

葬儀の年間取扱件数	回答数	割合
100件以下	131	19.8%
100件超500件以下	335	50.5%
500件超1,000件以下	107	16.1%
1,000件超5,000件以下	74	11.2%
5,000件超	16	2.4%
合計	663	100.0%

（無回答33名）

(3) 葬儀の年間取扱件数の増減傾向

葬儀業者に対し、直近5事業年度の葬儀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34.6%（221名）、「減少している」が33.3%（213名）、「変わっていない」が32.1%（205名）であった。

表5

年間取扱件数の傾向	回答数	割合
増加している	221	34.6%
減少している	213	33.3%
変わっていない	205	32.1%
合計	639	100.0%

（無回答57名）

(4) 葬儀の種類別の年間取扱件数（複数回答）

葬儀業者に対し、葬儀の種類別の年間取扱件数を聞いたところ、「一般葬」が63.0%（約27万件）と最も多く、次いで「家族葬」が28.4%（約12万件）であった。

表6

葬儀の種類	取扱件数（件）	割合
一般葬	268,473	63.0%
家族葬	120,960	28.4%
直葬	23,450	5.5%
一日葬	11,976	2.8%
社葬	1,150	0.3%
合計	426,009	100.0%

(5) 葬儀の年間取扱件数に占める葬儀の種類別の割合の増減傾向（複数回答）

葬儀業者に対し、直近5事業年度の傾向として、葬儀の年間取扱件数に占める割合が増加傾向にある葬儀の種類について聞いたところ、「家族葬」が51.1%（554名）と最も多く、次いで「直葬」が26.2%（284名）、「一日葬」が17.1%（185名）であった（表7-1）。

また、年間取扱件数に占める割合が減少傾向にある葬儀の種類について聞いたところ、「一般葬」が68.8%（473名）と最も多く、次いで「社葬」が24.3%（167名）であった（表7-2）。

表7-1 増加傾向にある葬儀の種類

葬儀の種類	回答数	割合
家族葬	554	51.1%
直葬	284	26.2%
一日葬	185	17.1%
一般葬	58	5.4%
社葬	3	0.3%
合計	1,084	100.0%

表7-2 減少傾向にある葬儀の種類

葬儀の種類	回答数	割合
一般葬	473	68.8%
社葬	167	24.3%
直葬	21	3.1%
家族葬	17	2.5%
一日葬	10	1.5%
合計	688	100.0%

(6) 葬儀の年間売上高

葬儀業者に対し、葬儀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41.8%（266名）と最も多く、次いで「1億円以下」が20.6%（131名）、「10億円超50億円以下」が16.4%（104名）であった。

表8

葬儀の年間売上高	回答数	割合
1億円以下	131	20.6%
1億円超5億円以下	266	41.8%
5億円超10億円以下	102	16.0%
10億円超50億円以下	104	16.4%
50億円超	33	5.2%
合計	636	100.0%

（無回答60名）

(7) 葬儀の年間売上高の増減傾向

葬儀業者に対し、直近5事業年度の葬儀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26.9%（172名）、「減少している」が50.0%（320名）、「変わっていない」が23.1%（148名）であった。

表9

年間売上高の傾向	回答数	割合
増加している	172	26.9%
減少している	320	50.0%
変わっていない	148	23.1%
合計	640	100.0%

（無回答56名）

(8) 葬儀の種類別の年間売上高（複数回答）

葬儀業者に対し、葬儀の種類別の年間売上高について聞いたところ、「一般葬」が76.2%（約3400億円）と最も多く、次いで「家族葬」が19.2%（約870億円）であった。

表10

葬儀の種類	売上高（万円）	割合
一般葬	34,482,942	76.2%
家族葬	8,664,119	19.2%
直葬	876,863	1.9%
一日葬	698,573	1.5%
社葬	518,049	1.1%
合計	45,240,546	100.0%

(9) 葬儀の年間売上高に占める葬儀の種類別の割合の増減傾向（複数回答）

葬儀業者に対し、直近5事業年度の傾向として、葬儀の年間売上高に占める割合が増加傾向にある葬儀の種類について聞いたところ、「家族葬」が52.2%（524名）と最も多く、次いで「直葬」が23.1%（232名）、「一日葬」が16.3%（163名）であった（表11-1）。

また、葬儀の年間売上高に占める割合が減少傾向にある葬儀の種類について聞いたところ、「一般葬」が68.3%（475名）と最も多く、次いで「社葬」が22.4%（156名）であった（表11-2）。

表11-1 増加傾向にある葬儀の種類

葬儀の種類	回答数	割合
家族葬	524	52.2%
直葬	232	23.1%
一日葬	163	16.3%
一般葬	75	7.5%
社葬	9	0.9%
合計	1,003	100.0%

表11-2 減少傾向にある葬儀の種類

葬儀の種類	回答数	割合
一般葬	475	68.3%
社葬	156	22.4%
家族葬	29	4.2%
直葬	21	3.0%
一日葬	14	2.0%
合計	695	100.0%

(10) 葬儀 1 件当たりの売上高の増減傾向

葬儀業者に対し、直近 5 事業年度の葬儀 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 8. 8% (59 名), 「減少している」が 79. 0% (528 名), 「変わっていない」が 12. 1% (81 名) であった。

表 1 2

1 件当たりの売上高の傾向	回答数	割合
増加している	59	8. 8%
減少している	528	79. 0%
変わっていない	81	12. 1%
合計	668	100. 0%

(無回答 28 名)

(11) 葬儀 1 件当たりの参列者数の増減傾向

葬儀業者に対し、直近 5 事業年度の葬儀 1 件当たりの参列者の増減傾向について聞いたところ、「増加している」が 1. 1% (7 名), 「減少している」が 86. 8% (573 名), 「変わっていない」が 12. 1% (80 名) であった。

表 1 3

1 件当たりの参列者数の傾向	回答数	割合
増加している	7	1. 1%
減少している	573	86. 8%
変わっていない	80	12. 1%
合計	660	100. 0%

(無回答 36 名)

(12) 葬儀施設の保有数

葬儀業者に対し、葬儀施設の保有数について聞いたところ、「1以上5未満」が66.1%（445名）と最も多く、次いで「10以上」が11.6%（78名）、「5以上10未満」が11.4%（77名）であった。

表 1 4

保有数	回答数	割合
0	73	10.8%
1以上5未満	445	66.1%
5以上10未満	77	11.4%
10以上	78	11.6%
合計	673	100.0%

（無回答23名）

2 新規参入の状況

(1) 兼業の状況（複数回答）

葬儀業者のうち、葬儀業以外の事業を営んでいると回答した葬儀業者443名に対し、兼業している事業について聞いたところ、「農業協同組合事業」が42.5%（230名）と最も多く、次いで「流通事業（卸・小売）」及び「レストラン事業」が7.8%（42名）、「貸衣装事業」が6.7%（36名）であった。

表15

兼業している事業	回答数	割合
農業協同組合事業	230	42.5%
流通事業（卸・小売）	42	7.8%
レストラン事業	42	7.8%
貸衣装事業	36	6.7%
生花事業	33	6.1%
ホテル事業	23	4.3%
生活協同組合事業	15	2.8%
鉄道事業	1	0.2%
その他（不動産事業、運送事業、介護事業等）	119	22.0%
合計	541	100.0%

(2) 新規参入の有無

葬儀業者に対し、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72.6%（491名）、「なかった」が27.4%（185名）であった。

表16

新規参入の有無	回答数	割合
あった	491	72.6%
なかった	185	27.4%
合計	676	100.0%

（無回答20名）

(3) 新規参入業者（複数回答）

前記(2)で「あった」と回答した葬儀業者491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葬儀業者」が54.5%（366名）と最も多く、次いで「異業種から参入した葬儀業者」が24.1%（162名）であった。

表17

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葬儀業者	366	54.5%
異業種から参入した葬儀業者	162	24.1%
既存の葬儀業者の役職員が独立して設立した葬儀業者	115	17.1%
その他	28	4.2%
合計	671	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葬儀業者」と回答した葬儀業者162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、「農業協同組合事業」が21.4%（34名）と最も多く、次いで「生花事業」が13.2%（21名）、「生活協同組合事業」が12.6%（20名）であった。

表18

新規参入業者の主たる事業内容	回答数	割合
農業協同組合事業	34	21.4%
生花事業	21	13.2%
生活協同組合事業	20	12.6%
鉄道事業	16	10.1%
レストラン事業	12	7.5%
流通事業（卸・小売）	7	4.4%
ホテル事業	6	3.8%
貸衣装事業	1	0.6%
その他（不動産事業、建設事業、墓石事業等）	42	26.4%
合計	159	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69.0%（758名）と最も多く、次いで「1000万円超5000万円以下」が21.2%（233名）、「5000万円超3億円以下」が7.6%（83名）であった。

表19

資本金	回答数	割合
1000万円以下	758	69.0%
1000万円超5000万円以下	233	21.2%
5000万円超3億円以下	83	7.6%
3億円超	25	2.3%
合計	1,099	100.0%

（無回答93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42.1%（454名）と最も多く、次いで「1億円超5億円以下」が31.4%（339名）、「10億円超50億円以下」が11.1%（120名）であった。

表20

年間売上高区分	回答数	割合
1億円以下	454	42.1%
1億円超5億円以下	339	31.4%
5億円超10億円以下	91	8.4%
10億円超50億円以下	120	11.1%
50億円超	74	6.9%
合計	1,078	100.0%

（無回答114名）

(3) 葬儀業者との取引年数

納入業者に対し、葬儀業者との取引年数について聞いたところ、「5年超10年以下」が25.5%（330取引）と最も多く、次いで「20年超」が22.8%（295取引）、「10年超15年以下」が19.5%（252取引）であった。

表2 1

取引年数	回答数	割合
5年以下	197	15.2%
5年超10年以下	330	25.5%
10年超15年以下	252	19.5%
15年超20年以下	220	17.0%
20年超	295	22.8%
合計	1,294	100.0%

(4) 葬儀業者との取引内容

納入業者に対し、葬儀業者との取引内容を聞いたところ、葬儀業者延べ1,451名との取引について回答があり、「返礼品・ギフト」が27.8%（404取引）、「仕出料理」が19.7%（286取引）、「花」が15.8%（229取引）であった。

表2 2

取引内容	回答数	割合
返礼品・ギフト	404	27.8%
仕出料理	286	19.7%
花	229	15.8%
葬儀用品	188	13.0%
霊柩運送	117	8.1%
人材派遣	89	6.1%
湯灌・納棺	75	5.2%
貸衣装	63	4.3%
合計	1,451	100.0%

第3 葬儀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（買ったとき）

(1) 取引の対価の決定方法（複数回答）

納入業者に対し、取引先葬儀業者との間で、葬儀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、「葬儀業者と協議した上で決定されている」が1,148の取引、「葬儀業者と協議することなく、葬儀業者から提示された価格で決定されている」が164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70の取引であった。

表23

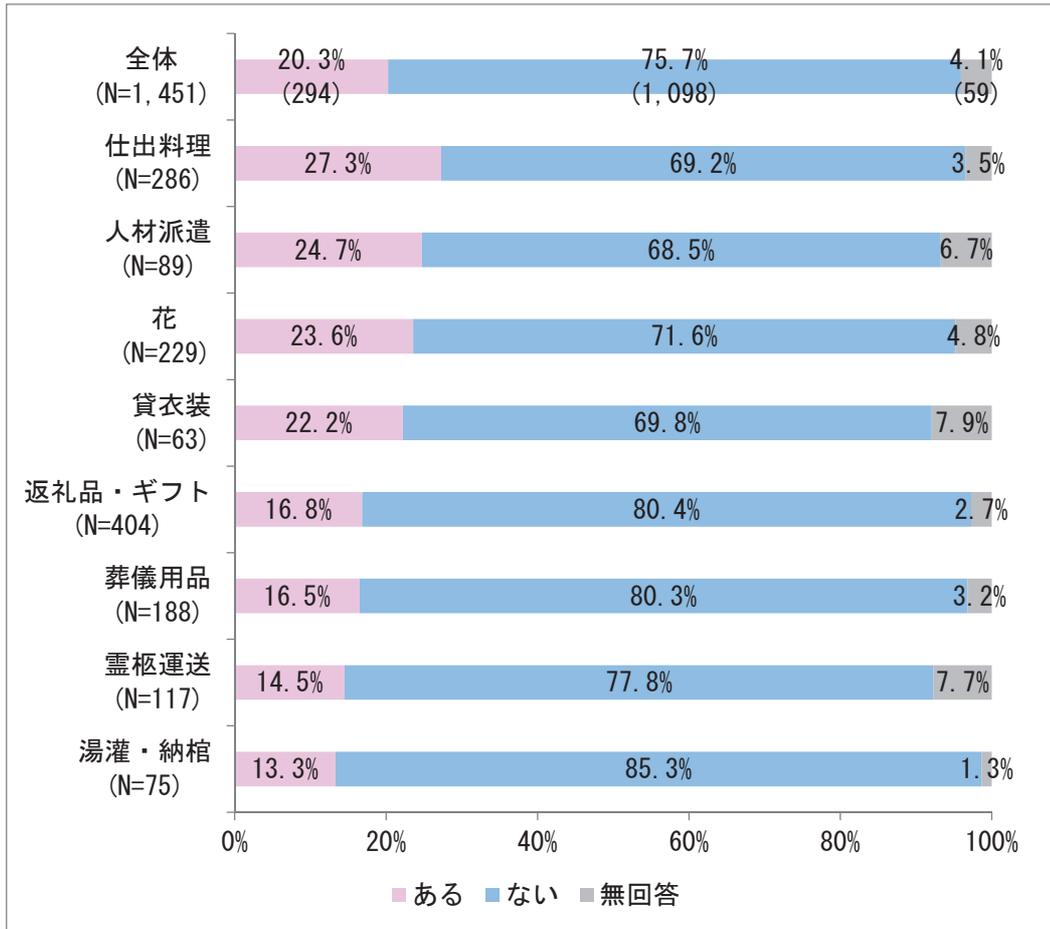
どのように取引の対価が決定されているか	回答数
葬儀業者と協議した上で決定されている	1,148
葬儀業者と協議することなく、葬儀業者から提示された価格で決定されている	164
見積り合わせ、コンペ等により、最も低い価格で決定されている	70
その他（納入業者が設定した価格で決定されている、葬儀の施主との間で設定した価格で決定されている等）	95

(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、取引先葬儀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20.3%（294取引）であった。

取引内容別にみると、仕出料理が27.3%と最も割合が高く、次いで人材派遣が24.7%、花が23.6%であった。

図4

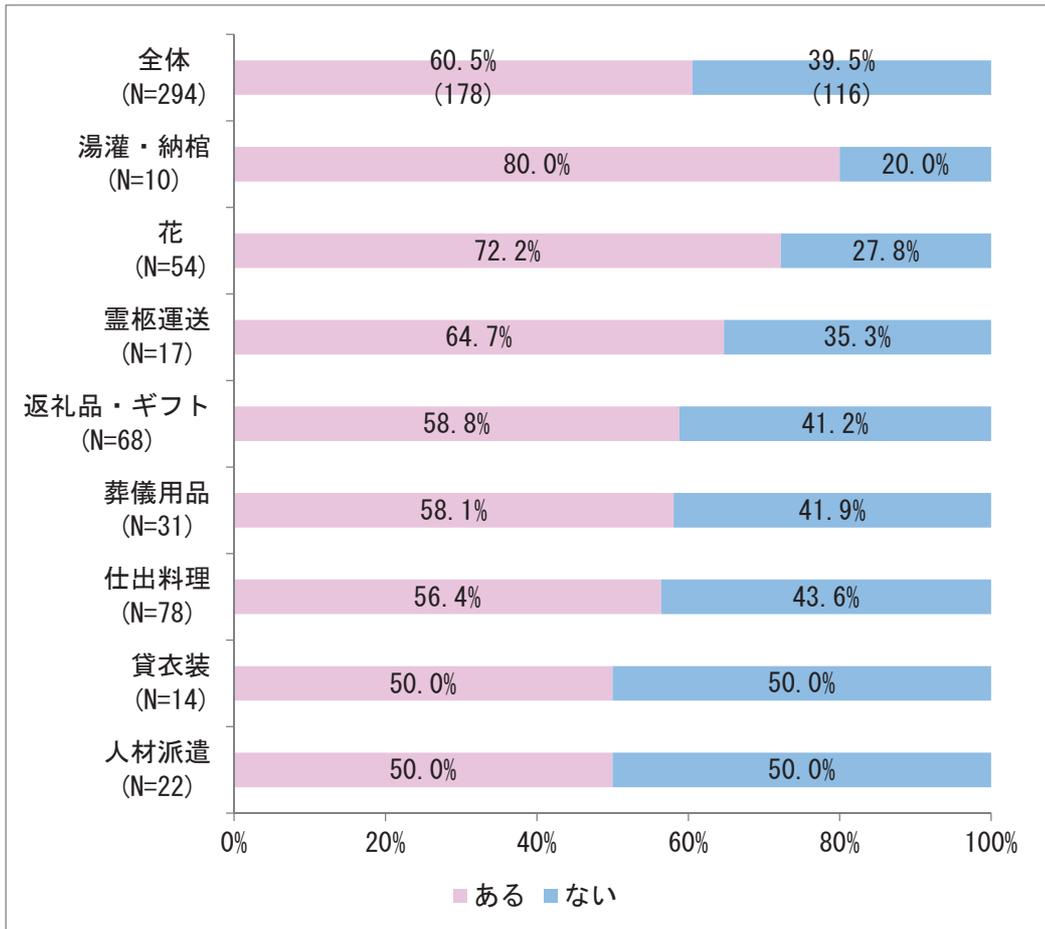


(3) 要請に応じたことの有無

前記(2)において「ある」と回答のあった294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60.5%（178取引）であった。

取引内容別にみると、湯灌・納棺が80.0%と最も割合が高く、次いで花が72.2%、霊柩運送が64.7%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178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、「葬儀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93.3%（166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

- 葬儀業者が消費者向け価格として設定した価格の75パーセント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パーセント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。【花】
- 葬儀業者に対してコストが上がっていることを理由に納入価格の引き上げを申し入れても、「現在の納入価格でできないなら取引を停止する。」と言われ交渉にならず、葬儀業者から提示された価格で納入するしかない。【返礼品・ギフト】
- 取引開始当初の納入価格を徐々に引き下げられている。そもそも、取引開始当初の納入価格の設定自体が低かったのだが、その分、取引数量も多かったため、何とかなっていた。しかし、現在は取引数量も減っており、取引開始当初の納入価格ですら厳しいにもかかわらず、更に納入価格を引き下げられている状況である。葬儀業者からの納入価格引下げの要請を断れば、取引そのものがなくなると考えられるため、このような状況でも従わざるを得ない。【仕出料理】
- 仕出料理の発注数量に応じて、ケータリング業務を行う従業員を当社から派遣しているが、例えば、30食程度の一般的な数量であれば1人でケータリング業務を行えるにもかかわらず、葬儀業者から「施主からケータリング要員を5人派遣するよう言われているから。」などと言われて従業員を5人派遣するように求められたりする場合がある。この場合、本来であれば通常の料金に加えて追加で派遣した従業員4人分の人件費についても合わせて支払ってもらう必要があるが、葬儀業者からは一方的に通常の料金でやれと言われる。【仕出料理】
- コストが上がったため、貸衣装のレンタル価格の値上げを葬儀業者に依頼したところ、「これまでどおりの価格でなければ取引をしない。」と言われ、取引継続のことを考えるとそれ以上値上げの要請をすることはできない。【貸衣装】

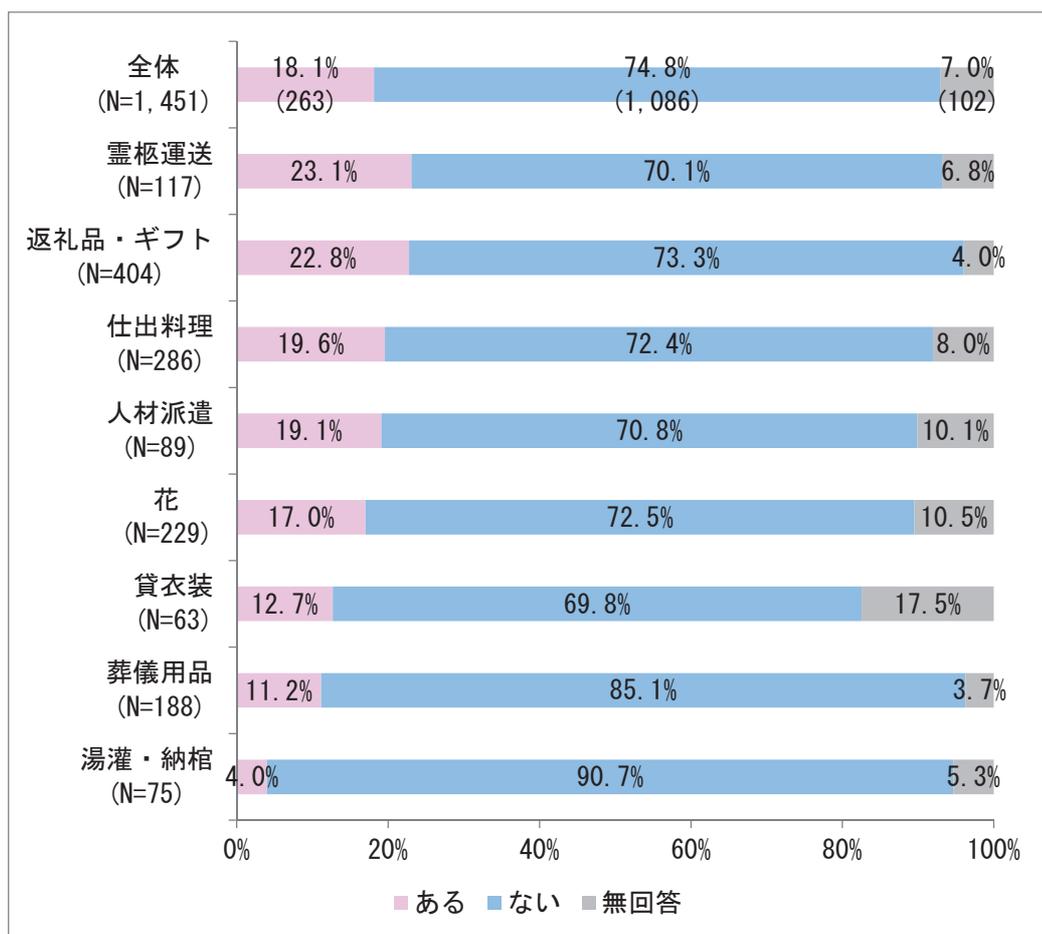
2 発注内容の変更（受領拒否を含む。）

(1) 発注内容の変更の有無

納入業者に対し、取引先葬儀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18.1%（263取引）であった。

取引内容別にみると、霊柩運送が23.1%と最も割合が高く、次いで返礼品・ギフトが22.8%であった。

図6

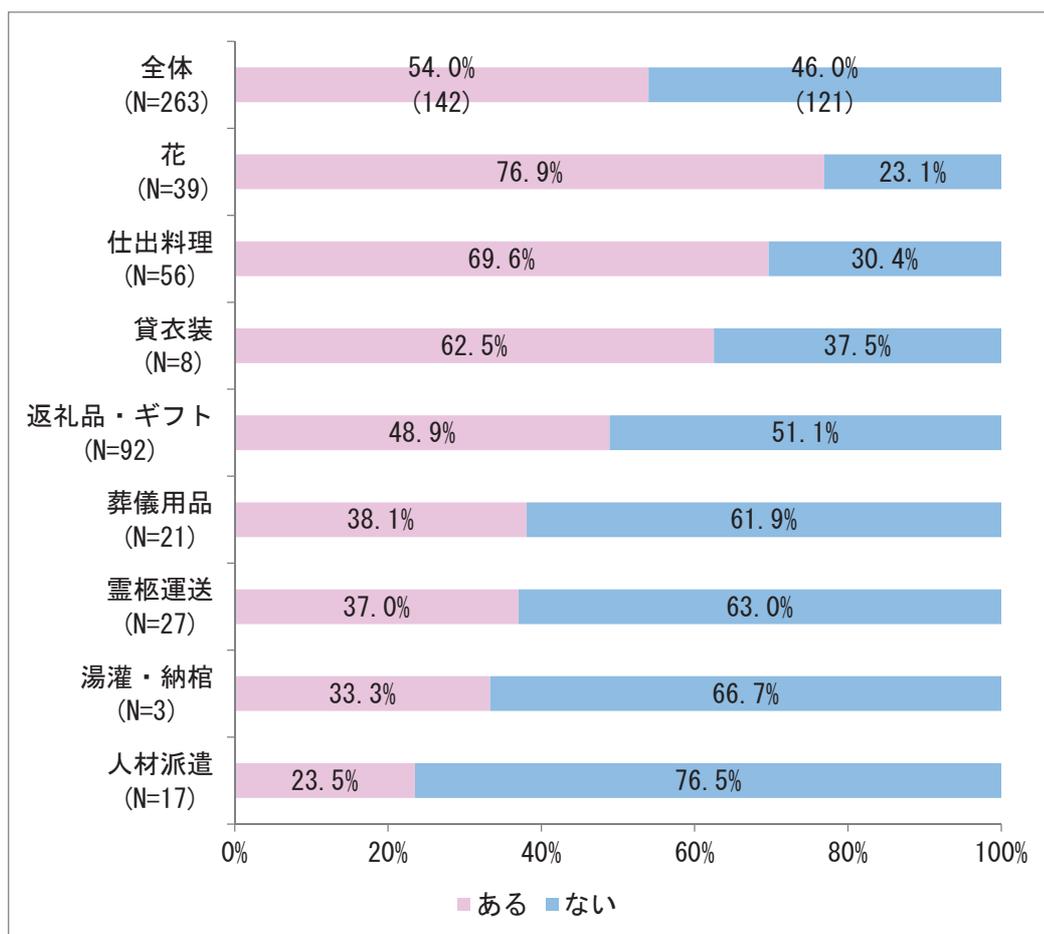


(2) 発注内容の変更に伴う費用負担の有無

前記(1)において「ある」と回答のあった263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54.0%（142取引）であった。

取引内容別にみると、花が76.9%と最も割合が高く、次いで仕出料理が69.6%、貸衣装が62.5%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142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、「葬儀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77.5%（110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

- 葬儀業者の単なる発注ミスで、既に納品できる状態になった花の発注をキャンセルされることがある。花には寿命があるため、キャンセルされると処分するしかなくなり、全くの無駄になってしまう。直前のキャンセルの場合、花の代金を支払ってほしいというのが本音だが、今後の取引への影響を考えるとそのようなことは言えない。【花】
- 仕出料理を葬儀場に運び終えた後、葬儀業者から追加注文が入ったため、ほかの業務に優先して追加分の仕出料理を作り、急いで葬儀場に届けたところ、葬儀業者から「客からキャンセルされたので、注文を取り消す。」などと言われ、注文を取り消されたため、そのまま追加分の仕出料理を持ち帰った。本来であればキャンセル料を支払ってもらうところ、今後の取引のことを考えるとキャンセル料を請求することができなかった。【仕出料理】
- 施行日の前日に葬儀業者から電話で返礼品の発注があったため、指定された商品包装紙で包み、のし紙も貼って準備していたところ、施行日当日になって、「他の業者にお願いしたから。」などと言われ、一方的に発注を取り消されたことがある。もちろん、このような場合でも、キャンセル料を葬儀業者が負担してくれることはない。【返礼品・ギフト】
- 病院から遺体を遺族の自宅に運ぶ際、葬儀業者から遺体の状態を保つためのドライアイス併せて発注されることがある。しかし、病院に着いてから、遺体を葬儀場に搬入することになり、葬儀場にはドライアイスがあるから不要である旨言われ、受け取ってもらえなかったことがある。ドライアイスは溶けてしまったが、代金は支払われなかった。【霊柩運送】

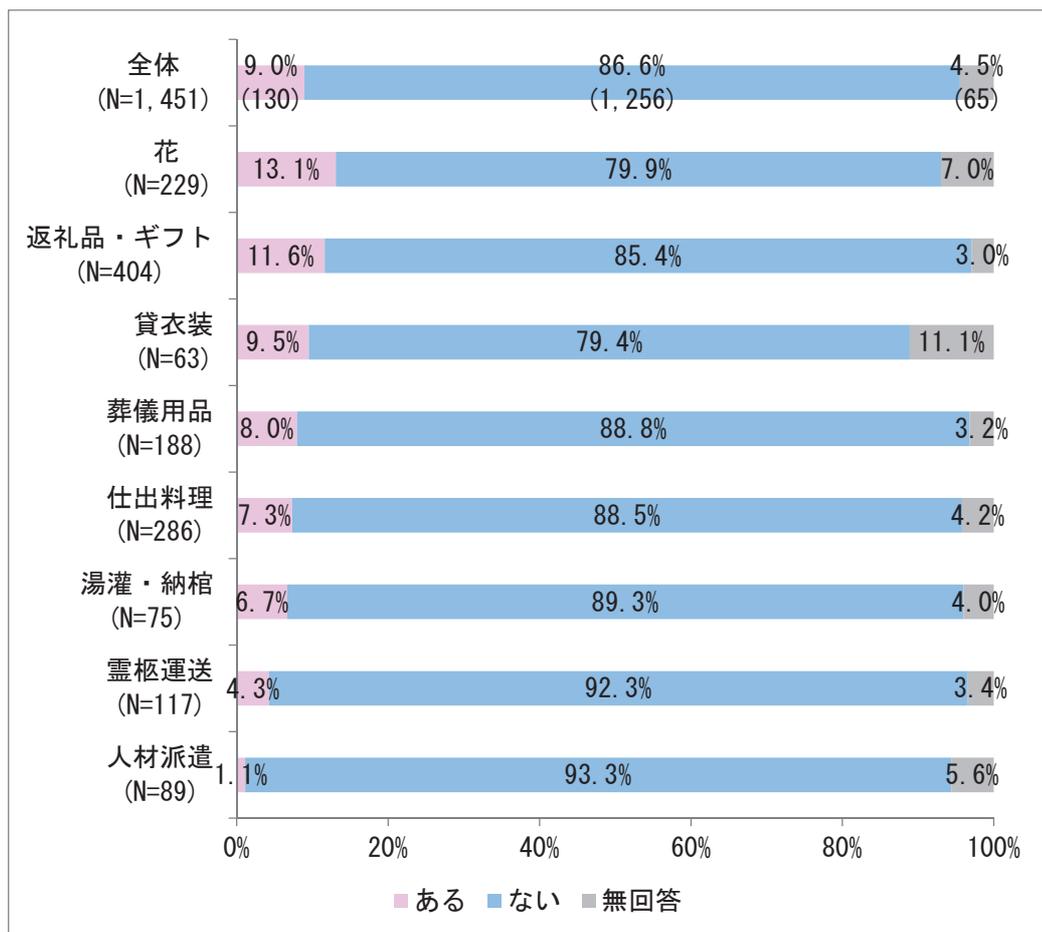
3 やり直し

(1) やり直しの有無

納入業者に対し、取引先葬儀業者の都合により、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9.0%（130取引）であった。

取引内容別にみると、花が13.1%と最も割合が高く、次いで返礼品・ギフトが11.6%であった。

図8

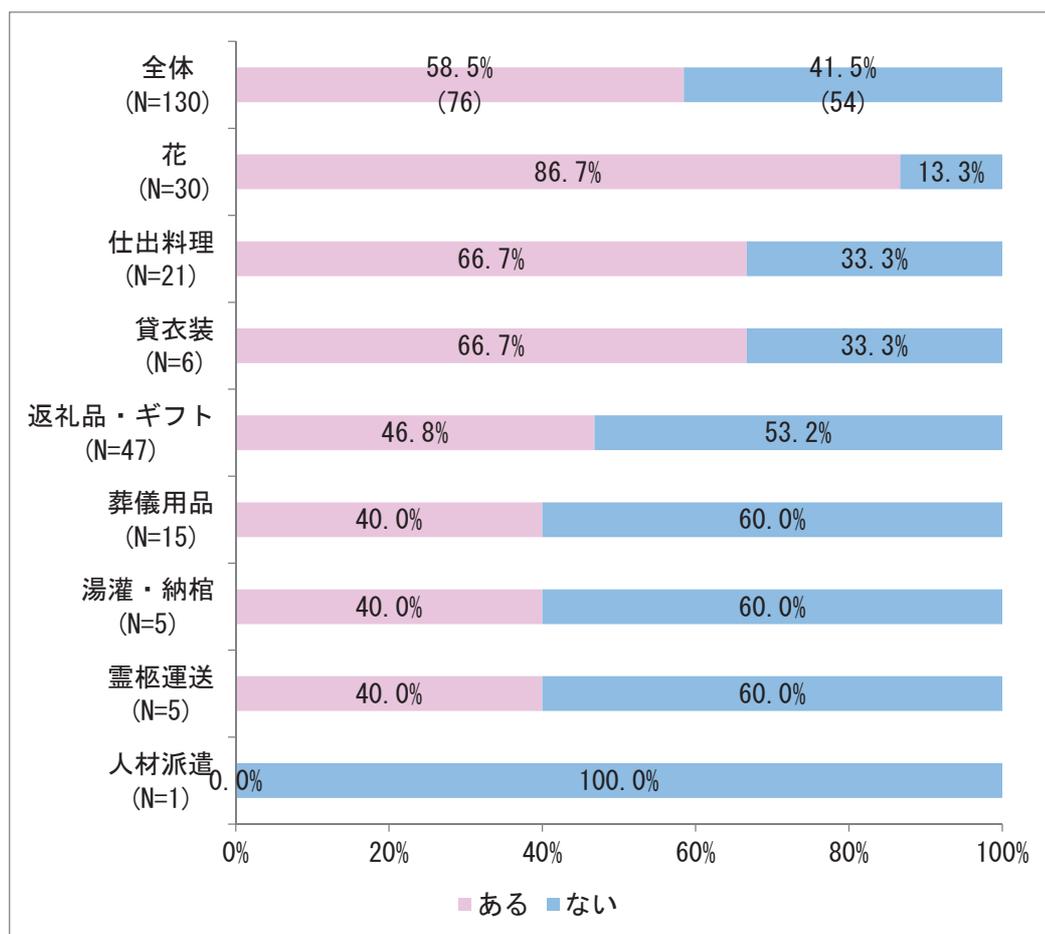


(2) やり直しに伴う費用負担の有無

前記(1)において「ある」と回答のあった130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58.5%（76取引）であった。

取引内容別にみると、花が86.7%と最も割合が多く、次いで仕出料理及び貸衣装が66.7%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76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、「葬儀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78.9%（60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

- 供花については供えた人物が分かるように名札を付けた状態で葬儀業者に納入している。名札は、葬儀業者から受け取った名簿を基に作成するのだが、この名簿の漢字が間違っていることがあり、納入後、施主から漢字が違うと言われた葬儀業者から名札の作り直しをさせられる。葬儀業者のミスであるにもかかわらず、名札用の紙等の代金を負担してくれるわけでもないし、当社が費用を負担して作り直すのが当たり前といった状況にある。【花】
- 葬儀業者のミスで施主の注文と異なる料理が当社に発注されたことにより、納入後、料理の作り直しをさせられることがある。葬儀業者の発注ミスであり、当社には責任はないにもかかわらず、発注ミスにより作った料理の代金は支払ってもらえない。【仕出料理】
- 茶とコーヒー等の商品を箱に詰め、包装し、のし紙を貼り、返礼品として納入した後に、葬儀業者の発注ミスが分かって、葬儀業者から別の商品に詰め直すように指示されることがある。包装紙やのし紙を全て剥がして別の商品に詰め直すことになるが、詰め直し作業に要した費用を負担してくれることはない。【返礼品・ギフト】

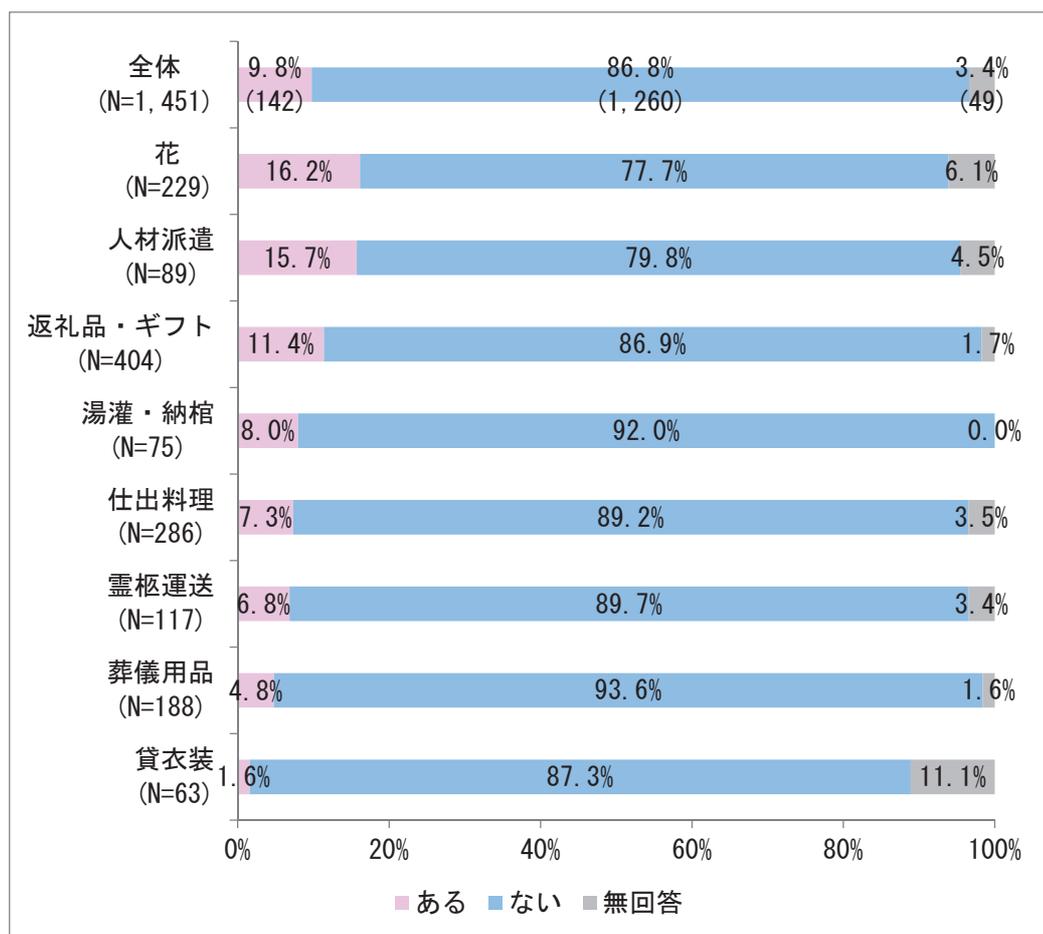
4 発注内容以外の作業等

(1) 発注内容以外の作業等の有無

納入業者に対し、取引先葬儀業者の都合により、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9.8%（142取引）であった。

取引内容別にみると、花が16.2%と最も割合が高く、次いで人材派遣が15.7%、返礼品・ギフトが11.4%であった。

図10

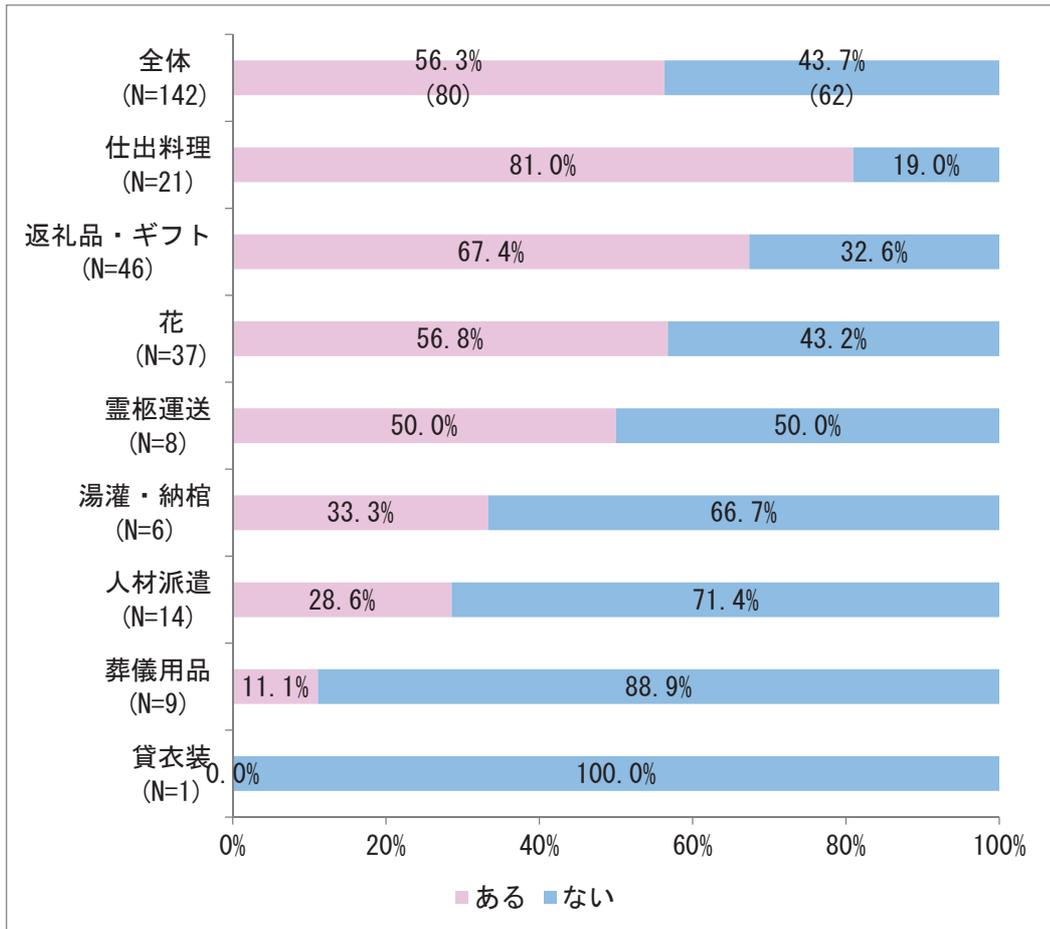


(2) 発注内容以外の作業等に伴う費用負担の有無

前記(1)において「ある」と回答のあった142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56.3%（80取引）であった。

取引内容別にみると、仕出料理が81.0%と最も割合が高く、次いで返礼品・ギフトが67.4%、花が56.8%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80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した理由を聞いたところ、「葬儀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92.5%（74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

- 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、当社に關係するゴミだけでなく、葬儀業者のゴミの処分までさせられる。この業界では、葬儀業者のゴミ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とはできない。【仕出料理】
- 当社は、葬儀業者に返礼用のお茶等を納入しているところ、納入時に引き留められ、祭壇の組立て、司会、葬儀会館の案内板の設置といった作業を無償でやられる。しかし、葬儀業者との今後の取引のことを考えるとこれらの作業を断ることはできない。【返礼品・ギフト】
- 花祭壇や供花に使用された生花を少しずつ包んだ花包みを作る作業を行わされる。本来は、花を葬儀場に届けるまでが発注内容のはずなのだが、花に関わることは花屋が全てやるのが当然という風潮が業界にはあり、当該作業に要する費用は一切支払ってもらえない。【花】
- 本来、霊柩運送業者としての業務は、遺体と遺族を火葬場へ運ぶところまでであるが、バスで遺族を火葬場まで運んだ後、葬儀業者から、遺族を火葬場に案内、お骨拾いの立ち会い、遺族の待合室の後片付けなどの作業を無償でさせられる。【霊柩運送】
- 当社と葬儀業者とは、葬儀における司会者を派遣するという契約で取引を行っている。しかし、休憩室やトイレの清掃業務といった契約にない仕事まで無償でさせられる。【人材派遣】

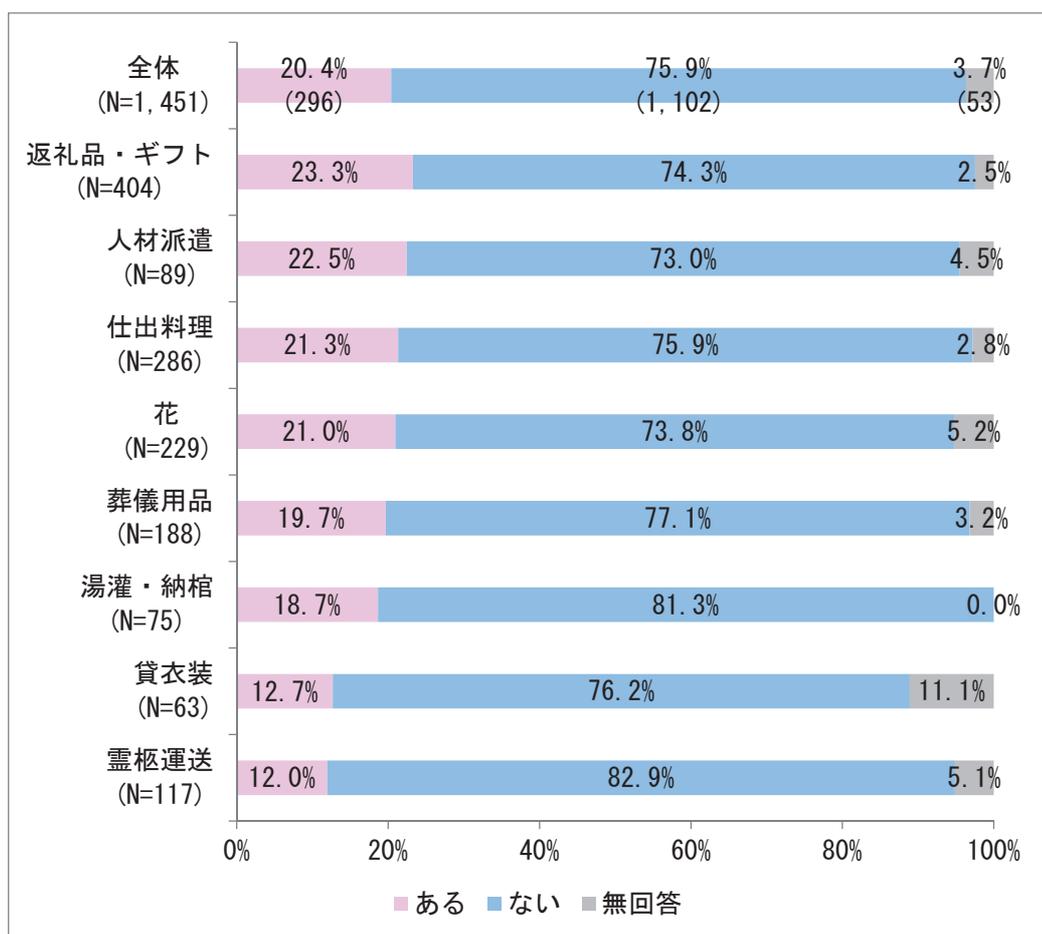
5 商品・サービスの購入・利用の要請

(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、取引先葬儀業者から葬儀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20.4%（296取引）であった。

取引内容別にみると、返礼品・ギフトが23.3%と最も割合が高く、次いで人材派遣が22.5%、仕出料理が21.3%であった。

図 1 2

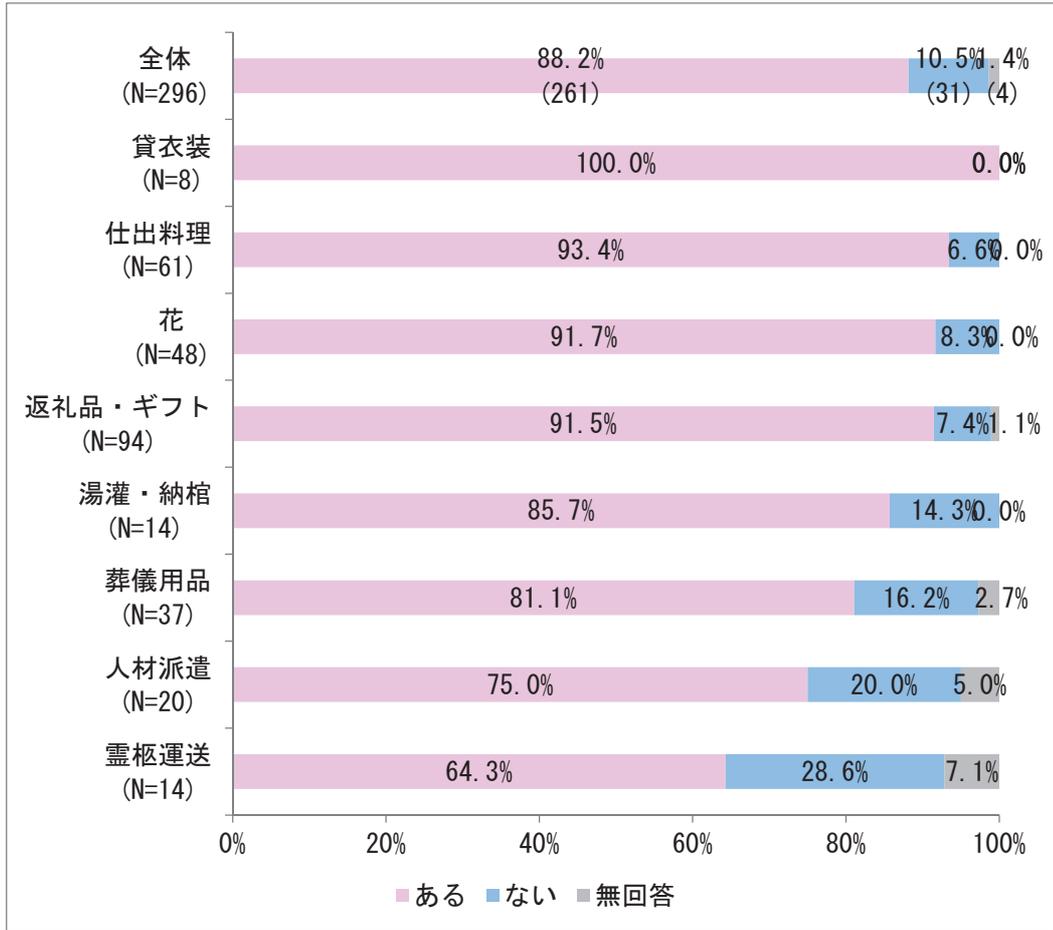


(2) 要請に応じたことの有無

前記(1)において「ある」と回答のあった296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88.2%（261取引）であった。

取引内容別にみると、貸衣装が100.0%と最も割合が高く、次いで仕出料理が93.4%、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261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、「葬儀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82.8%（216取引）であった。

(4) 購入・利用を要請された商品・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261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、「冠婚葬祭互助会への加入・加入者の紹介」が133と最も多く、次いで「イベント等のチケット」が102、「葬儀業者又は葬儀業者が指定する事業者が提供している商品等」が91であった。

表24

購入・利用を要請された商品・サービスの内容	回答数
冠婚葬祭互助会への加入・加入者の紹介	133
イベント等のチケット	102
葬儀業者又は葬儀業者が指定する事業者が提供している商品等	91
その他（親睦旅行、ゴルフコンペ等への参加等）	29

(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

- 葬儀業者の発注担当部署の部長から、イベント等のチケットの購入や互助会への加入の要請がある。あからさまに取引への影響を示唆されるため、要請に応じざるを得ない。【仕出料理】
- 葬儀業者が加入している社会教育活動を行う団体への加入を求められた。毎月会費がかかり、負担ではあるが、今後の取引を考慮し、やむを得ず入会した。【花】
- 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。【返礼品・ギフト】
- 年末におせちの購入を要請される。毎年会社で購入し、社員に配っており、数十万円の負担になる。不要ではあるが、今後の取引のことを考えて購入している。【湯灌・納棺】
- 取引を開始した当初から「うちと取引している限りは互助会の会員集めの協力をしろ。」などと言われ、互助会の会員集めに協力させられてきた。当該葬儀業者は、納入業者がどの程度互助会の会員集めに貢献したかを明確にするため、集めた会員の数に応じて点数を付けるなどし、各納入業者の貢献具合が一目で分かるようにしている。当該葬儀業者が納入業者から商品の購入に当たり相見積りを取る際、見積りの額が同じだった場合は点数の高い納入業者が優先的に選ばれる仕組みになっているため、協力せざるを得ない。【葬儀用品】
- 葬儀業者からは、クリスマスケーキ、おせち料理、御歳暮等の購入を求められる。当社としても取引継続のことを考えて要請に応じているものの、こうした要請を行ってくるのは1社だけではないため、合計するとかなり高額な購入額になり、負担が大きい。【霊柩運送】

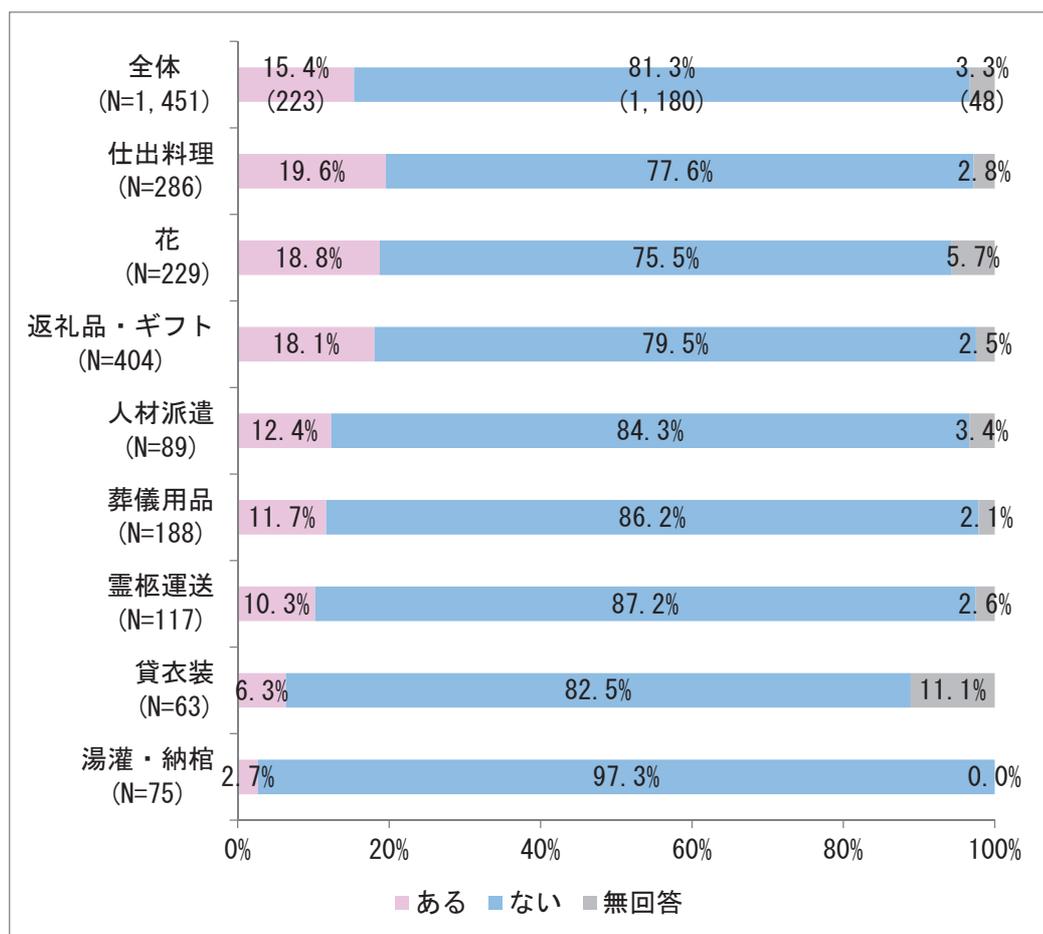
6 金銭・物品の提供の要請

(1) 金銭・物品の提供の要請の有無

納入業者に対し、取引先葬儀業者から金銭・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15.4%（223取引）であった。

取引内容別にみると、仕出料理が19.6%と最も割合が高く、次いで花が18.8%、返礼品・ギフトが18.1%であった。

図14

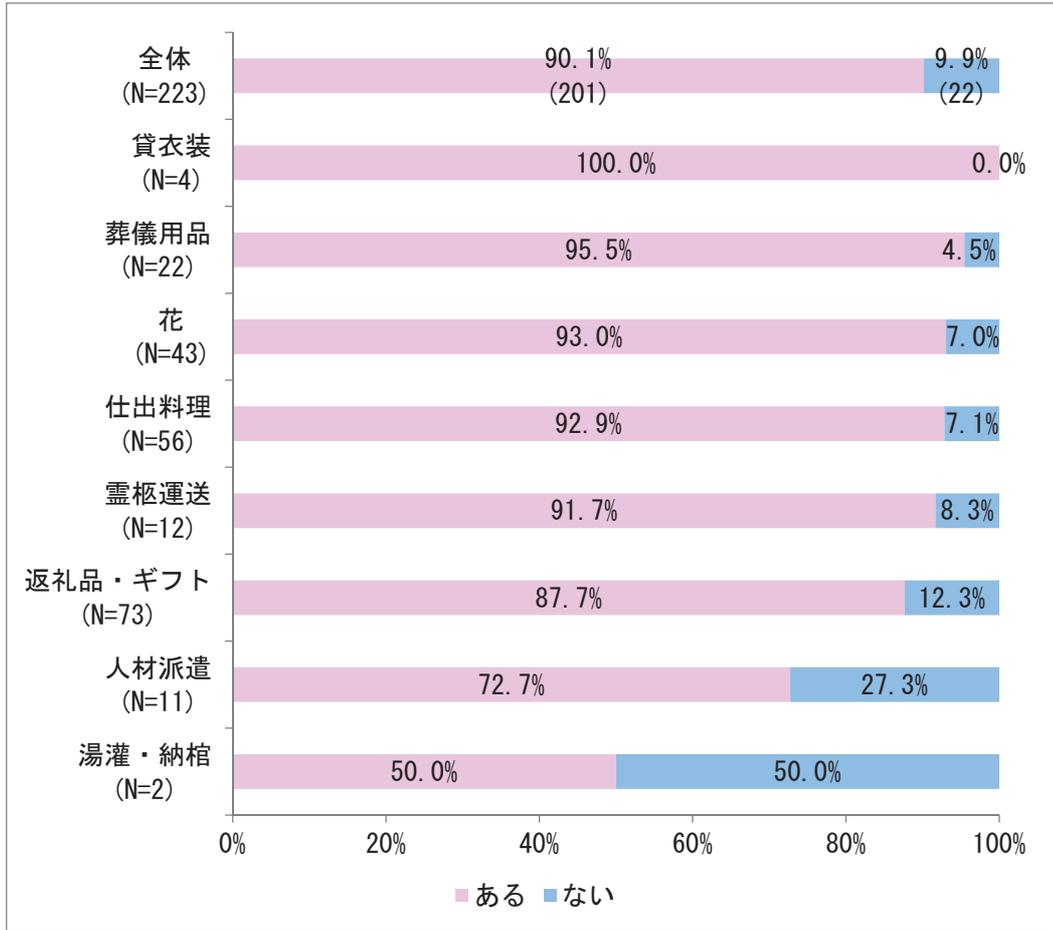


(2) 要請に応じたことの有無

前記(1)において「ある」と回答のあった223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90.1% (201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、次いで葬儀用品が95.5%、花が93.0%、仕出料理が92.9%、霊柩運送が91.7%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201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、「葬儀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65.2%（131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201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、「景品」が76と最も多く、次いで「イベント協賛金（葬儀フェア等）」が64、「広告協賛金」が56となっていた。

表25

提供した金銭・物品の内容	回答数
景品	76
イベント協賛金（葬儀フェア等）	64
広告協賛金	56
決算協賛金	8
その他（売上に応じたリベートやキックバック、協力会（業者会）の会費等）	36

(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

- 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。【花】
- 葬儀業者が毎年開催する自社の従業員の勤続年数を祝うイベントの際、葬儀業者から景品の提供を要請される。当社は花を提供することが多いのだが、葬儀業者の従業員の勤続年数は当社にとっては無関係の話であり、このようなイベントにまで花を提供することに違和感を覚える。しかし、他の事業者も同様に提供しているため、当社だけ提供しないというわけにもいかず、やむを得ず要請に応じている。【花】
- 葬儀業者の葬儀施設の修繕費用を負担させられたことがあった。葬儀業者からは「前の業者にもやってもらっていたから頼む。」などと言われ、これからの取引を考えると波風を立ててはいけないと思い要請に応じた。【仕出料理】
- 葬儀業者から、通夜及び告別式で葬儀業者の従業員が食べる弁当を無償で提供させられる。毎回、通夜と告別式でそれぞれ10数人分の弁当の提供を求められ、負担が大きい。また、いつも同じメニューでは先方から不満が出るだろうと思い、毎回違うメニューを考えなければならないという手間もある。しかし、取引継続のことを考えるとこうした無茶な要請にも応じざるを得ない。【仕出料理】
- 葬儀業者と取引をするに当たり、当該葬儀業者の納入業者の集まりである「協力会」に入会することが条件とされることがある。そして、協力会に入会していることを理由に、葬儀業者が新たな葬儀場を建てる際、納入業者に「協力金」を支払わせるという形で協力させられる。【返礼品・ギフト】

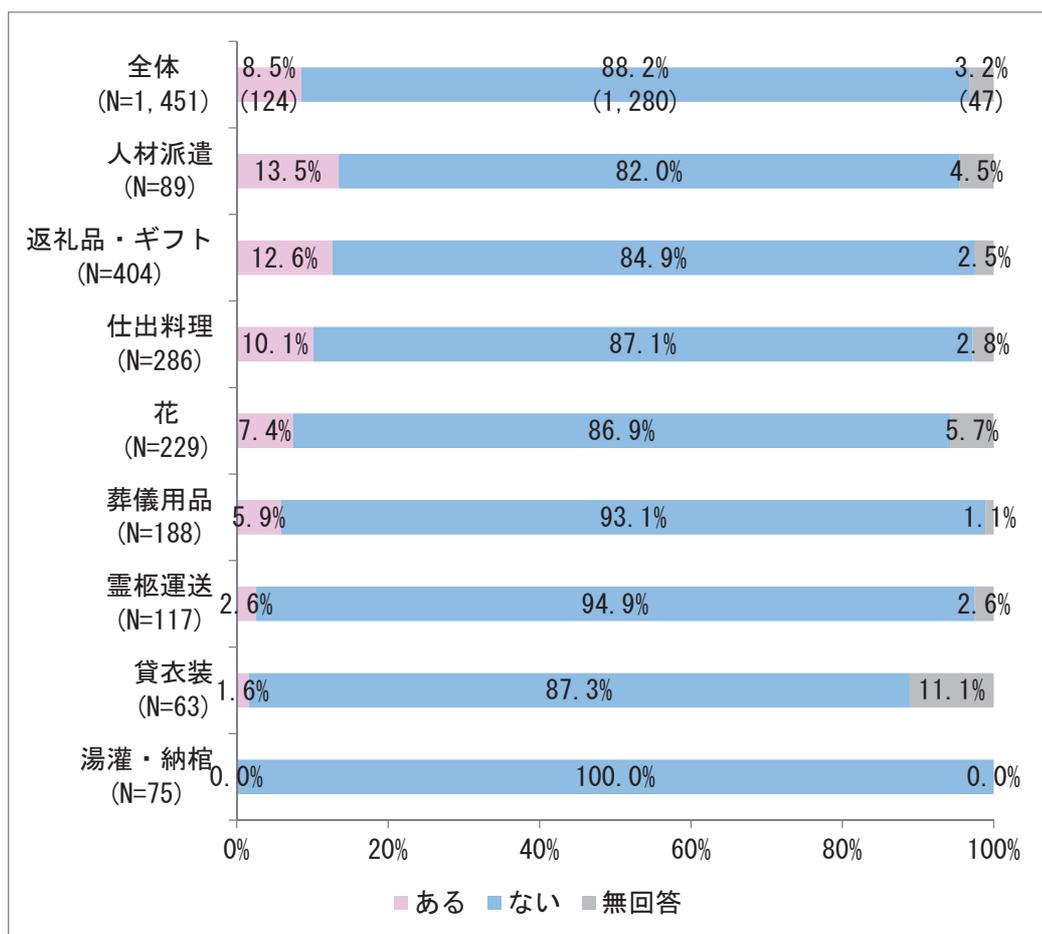
7 従業員等の派遣の要請

(1) 従業員等の派遣の要請の有無

納入業者に対し、取引先葬儀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8.5%（124取引）であった。

取引内容別にみると、人材派遣が13.5%と最も割合が高く、次いで返礼品・ギフトが12.6%、仕出料理が10.1%であった。

図16

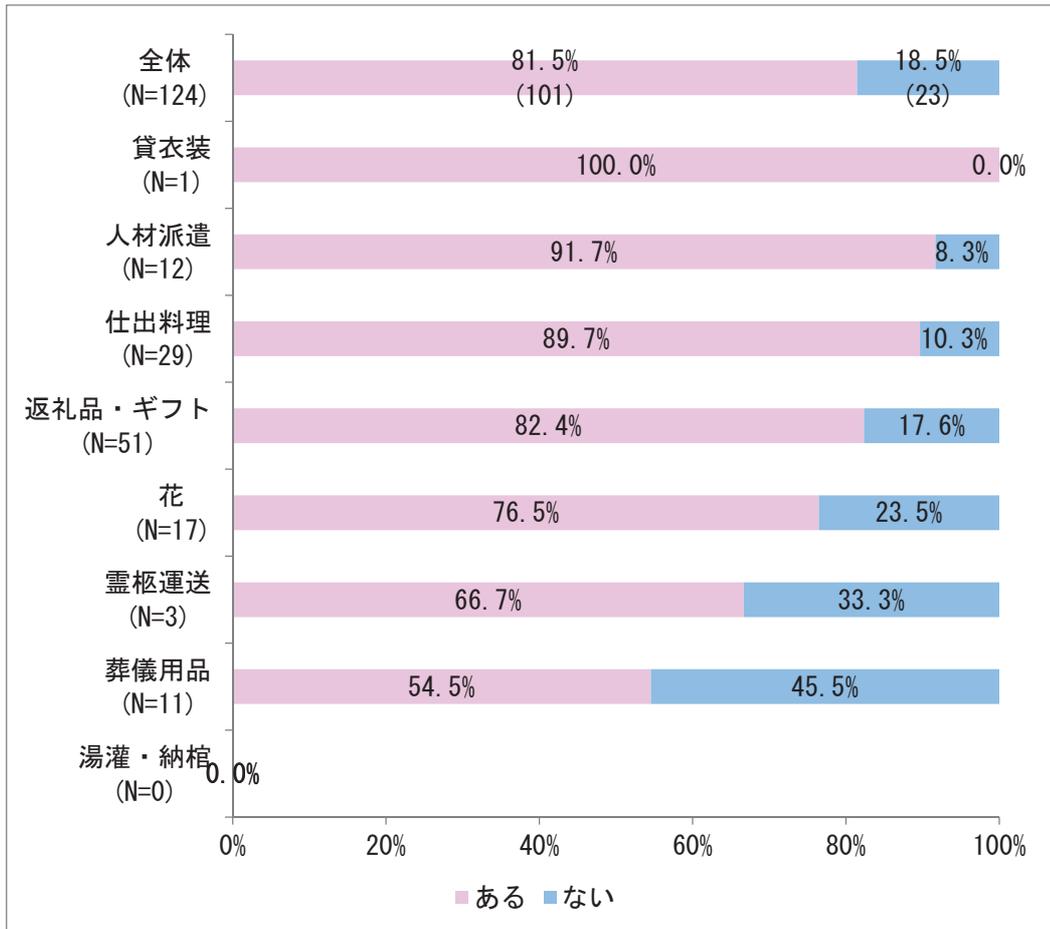


(2) 要請に応じたことの有無

前記(1)において「ある」と回答のあった124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81.5%（101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、次いで人材派遣が91.7%、仕出料理が89.7%、返礼品・ギフトが82.4%であった。

図17

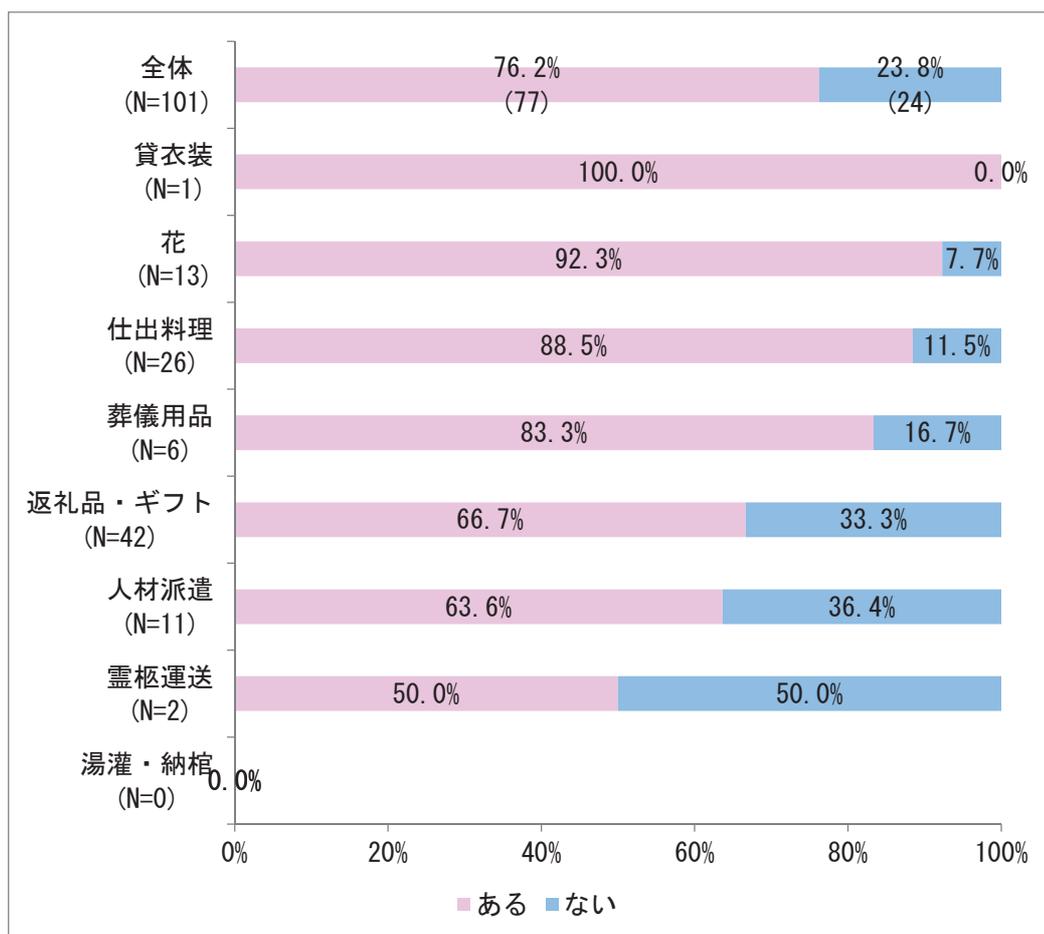


(3) 従業員等の派遣に伴う費用負担の有無

前記(2)において「ある」と回答のあった101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してもらえなかったことがあるかを聞いたところ、「ある」が76.2%（77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、次いで花が92.3%、仕出料理が88.5%、葬儀用品が83.3%であった。

図18



(4) 要請に応じた理由

前記(3)において「ある」と回答のあった77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、「葬儀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87.0%（67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

- 葬儀業者から、施主に対する花の説明要員として人員の派遣を要請される。葬儀業者から連絡を受けて、施主の自宅や葬儀業者の施設に赴き、施主に花の説明を行うのだが、当該派遣に係る費用は負担してくれない。また、その際、当社の社名は一切出せず、名刺交換もできないばかりか、葬儀業者の社員証を付けさせられることまであり、無償の上、当社のアピールすらできず、当社にとっては何のメリットもないが、今後の取引を考えると従わざるを得ない。【花】
- 注文のあった仕出料理の葬儀場への配達に併せて、葬儀業者から、配膳を行う人員を派遣するよう求められる。当社はこの配膳業務のためにパートの従業員を雇ったり、配膳業者に委託したりして対応している。しかし、配膳の人員派遣に伴う費用を葬儀業者が負担してくれるわけではない。こうした配膳のための人員派遣はどこの仕出料理業者も行っていることから、取引継続のことを考えると当社だけ断るということとはできない。【仕出料理】
- 葬儀業者主催の展示会等のイベントの際、手伝い要員を派遣するよう求められるが、派遣に伴う費用については負担してくれない。葬儀業者は互助会の会員を集めるために様々なイベントを行うことが多く、その度に人員を派遣すると負担も大きいのだが、同業他社も人員を派遣していることから、要請に応じざるを得なかった。【葬儀用品】
- 葬儀に故人が働いていた事業者の従業員が団体に参列するような場合、葬儀業者から、「返礼品を各人が持ち帰るよりは全員分をまとめて会社に直接届ける方が合理的だから」と言われ、葬儀後、当該事業者の事業所まで届けさせられる。しかし、それに伴う費用は負担してもらえない。【返礼品・ギフト】
- 葬儀が重なり葬儀業者の人手が足りないという理由で、葬儀業者から、施主に葬儀当日のタイムスケジュールを説明しに行くように言われたり、僧侶との打ち合わせに行くように言われたりする。葬儀業者は、これらにかかる費用を負担してくれず、施主や僧侶のところまで行くための交通費についても負担してくれないが、今後の取引を考えると断ることはできない。【人材派遣】

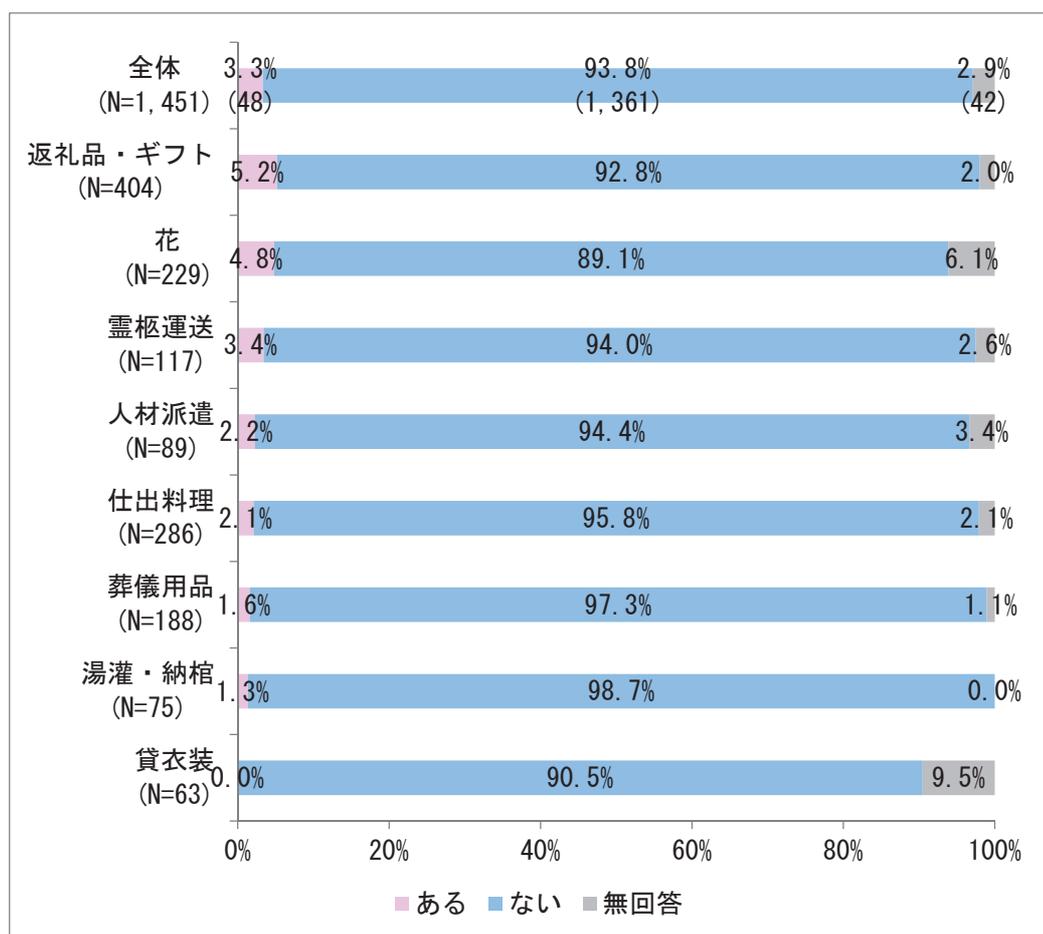
8 代金の支払遅延

(1) 代金の支払遅延の有無

納入業者に対し、取引先葬儀業者の都合により、あらかじめ定めた支払期日までに葬儀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3.3%（48取引）であった。

取引内容別にみると、返礼品・ギフトが5.2%と最も割合が高く、次いで花が4.8%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48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、「葬儀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72.9%（35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

- 葬儀業者に施主から入金がない限り、葬儀業者は当社に代金を支払わないため、現在、数百万円程の未回収金がある。【返礼品・ギフト】
- 取引のある葬儀業者の中には代金の支払が遅れがちな葬儀業者が存在する。
【花】
- 葬儀業者の資金繰りがうまくいっていないのか、支払がたびたび遅れる。【仕出料理】
- 支払期日に満額支払われないため、常に何万円か支払が遅れている状態となっている葬儀業者がいる。当該葬儀業者は、顧客から入金がないことを理由に満額支払ってくれない。取引継続のことを考えれば、支払が遅れたからといって利息を請求することもできず、泣き寝入りせざるを得ない。【葬儀用品】

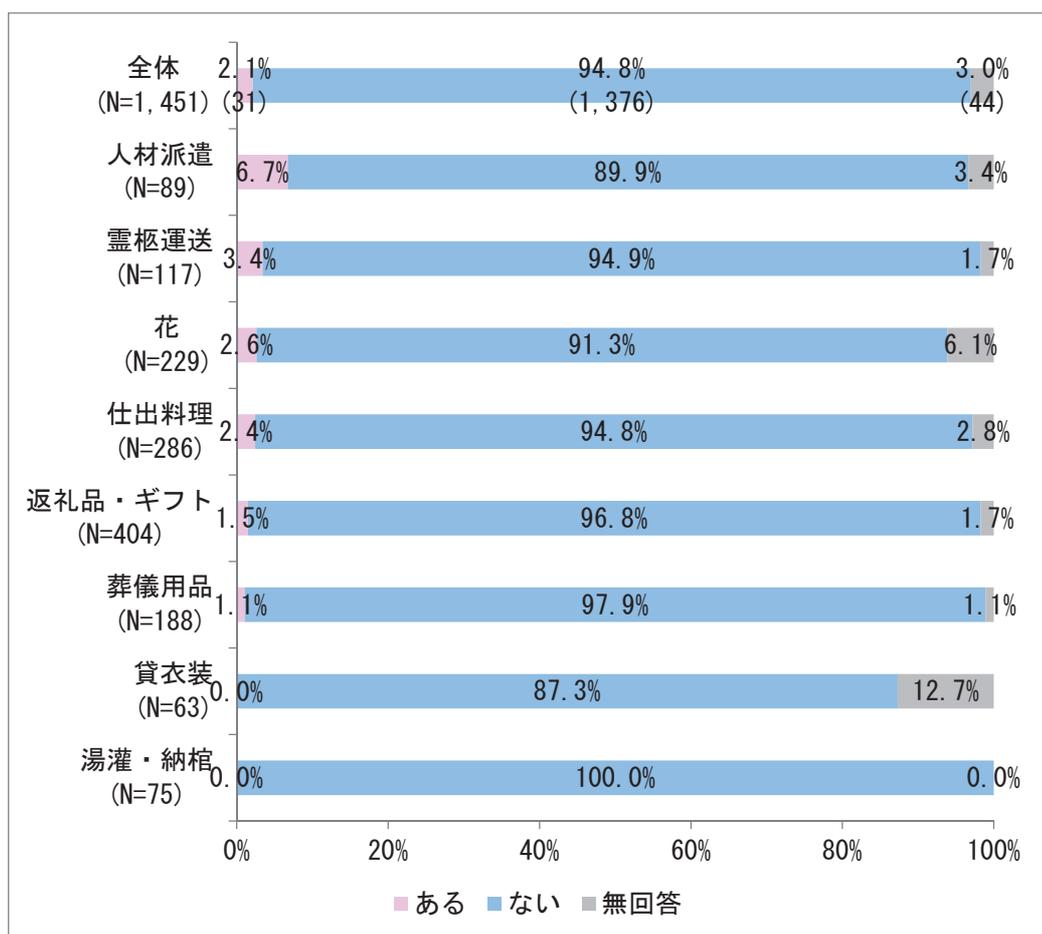
9 代金の減額

(1) 代金の減額の有無

納入業者に対し、取引先葬儀業者の都合により、あらかじめ定めた葬儀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2.1%（31取引）であった。

取引内容別にみると、人材派遣が6.7%と最も割合が高く、次いで霊柩運送が3.4%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31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、「葬儀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」90.3%（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

- 葬儀業者が顧客の葬儀の代金を割り引いたことを理由に、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。支払の段階になって、本来受領できると考えていた代金が支払われないと困るが、今後の取引を考えると葬儀業者には何も言えない。【霊柩運送】
- 納入した仕出料理に異物が入っていたという苦情が葬儀業者にあった場合、当社に責任があるかどうか分からないにもかかわらず、苦情があったことを理由に代金を減額されることがある。当社の調理場にはない物が混入していたりする場合でも、詳しく調べもしないで当社に責任があるかのように言われ、減額されるので納得いかないが、取引を停止されると困るので、我慢している。【仕出料理】
- 当社は葬儀業者に返礼品用の商品を購入しているが、特に不良品があるわけでもないのに、昔からの取引の習慣で、納入した商品1個当たり10円減額される。減額される理由が不明確ではあるが、今後の取引への影響を考えると何も言えず、仕方なく受け入れている。【返礼品・ギフト】
- 葬儀業者から施主の親族2人分の着付けを依頼され、2人分の着付けであれば、当社の従業員が1名で対応することになっているため、従業員が1人で葬儀場に出向き着付けを行った。しかし、着付けの代金を葬儀業者に支払ってもらおう際、「2人分の着付けだが、着付けを行う従業員が1人しか来なかったから、支払う代金も1人分でいいだろう。」などと言われ、1人分の代金しか支払ってもらえないことがあった。【貸衣装】
- 振込手数料の負担について、当社が負担するという合意はないのだが、以前から当社負担となっている。【湯灌・納棺】

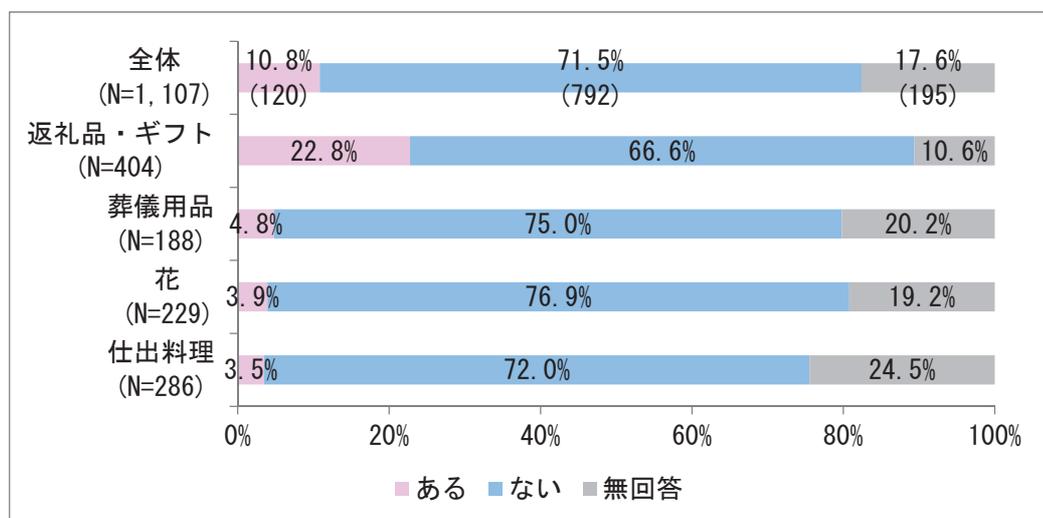
10 返品

(1) 返品の有無

役務（サービス）の提供である貸衣装，湯灌・納棺，霊柩運送及び人材派遣の取引を行っている納入業者を除いた納入業者1,107名に対し，取引先葬儀業者の都合により，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10.8%（120取引）であった。

取引内容別にみると，返礼品・ギフトが22.8%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120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，「葬儀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59.2%（71取引）であった。

(3) 返品に係る納入業者の具体的回答事例

- 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。【返礼品・ギフト】
- 葬儀業者から注文があり、注文どおりに葬儀業者に納入した灯笼等の葬儀用品について、不良品であったなどの理由ではなく、単に売れなかったという理由で返品されることがある。返品される商品を送ってもくれず、当社が取りに行くことになるため、その分の時間も費用もかかるが、その負担もない。そもそも、売れなかったら返品を受け付けるという条件を定めているわけではないし、当社に責任がないにもかかわらず、返品されるのは納得がいかないが、そのようなことを言えば、取引を停止されてしまうため、仕方なく返品に応じている。【葬儀用品】
- 葬儀業者から発注されたとおりの数量の供花を葬儀会場に納入して葬儀も終わった後、供花が一つ余分だったという理由で葬儀業者から返品されたことがある。これは、葬儀業者が施主からの注文数量を間違えて、一つ余分に供花を当社に発注していたために発生したものである。花は、温度が高いと鮮度が失われ、寿命が短くなってしまうため、葬儀後に返品されても納品前よりも価値は下がっているのだが、葬儀業者からは何の補填もなく返品された。そもそも、葬儀業者のミスで当社には何の責任もないはずだが、今後の取引を考えると何も言えなかった。【花】

