

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。

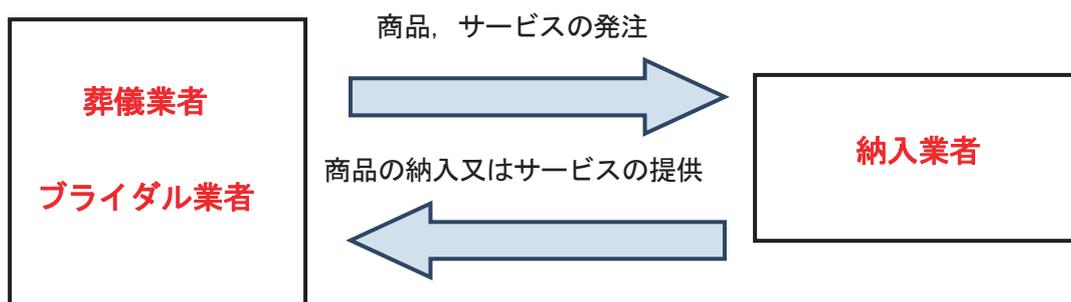
http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h28/jun/160614_1.html

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）

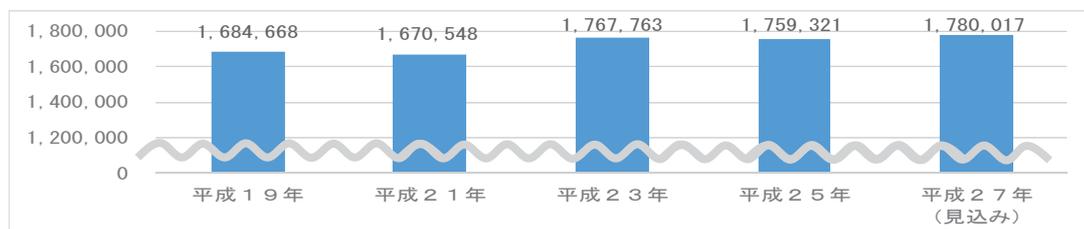
第2 調査結果

1 葬儀市場の概況（集計資料：第1 P24～P28）

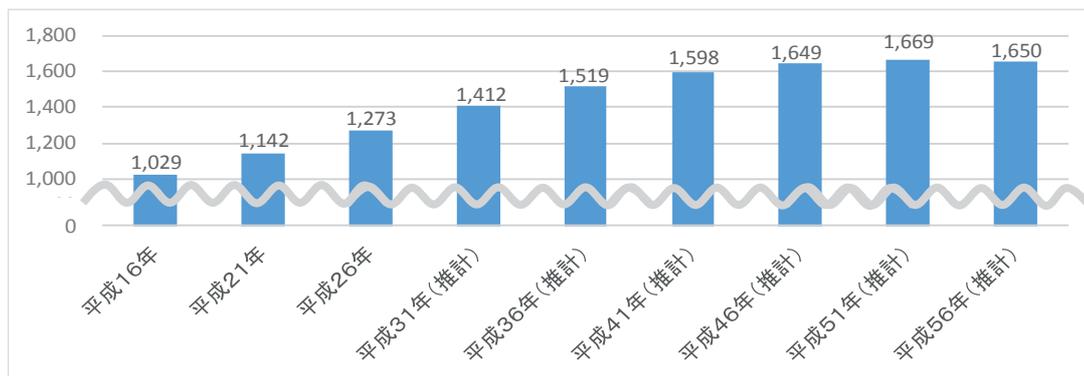
葬儀業の市場規模は平成27年において約1兆7800億円と見込まれ、漸増傾向が続いている。

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

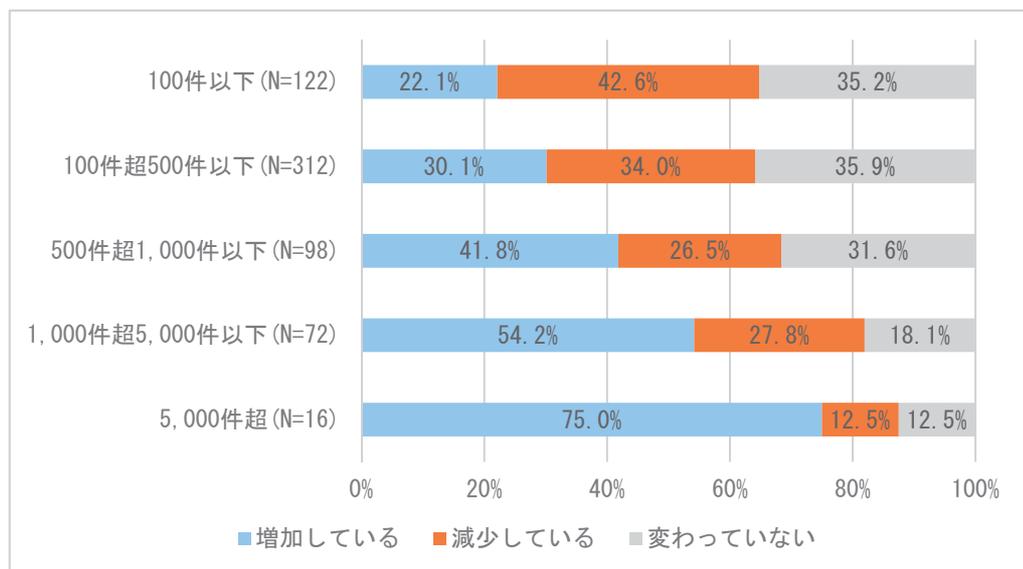
	回答数	割合
増加している	7	1.1%
減少している	573	86.8%
変わっていない	80	12.1%
合計	660	100.0%

(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。

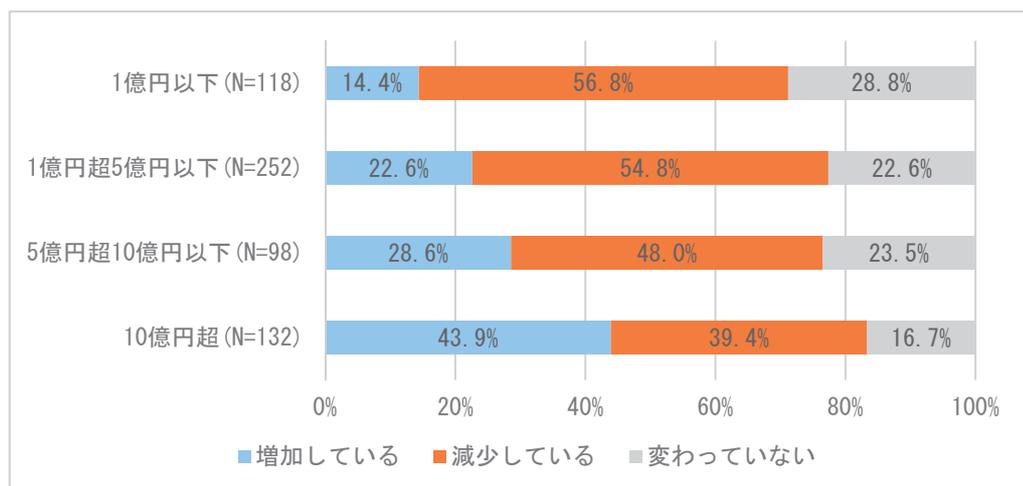
葬儀の年間取扱件数とその増減傾向との関係



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。

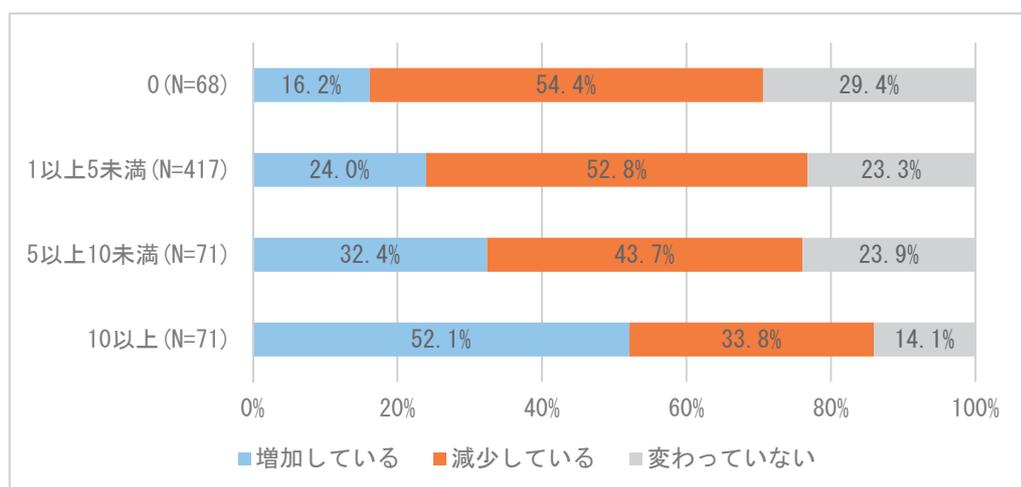
葬儀の年間売上高とその増減傾向との関係



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。

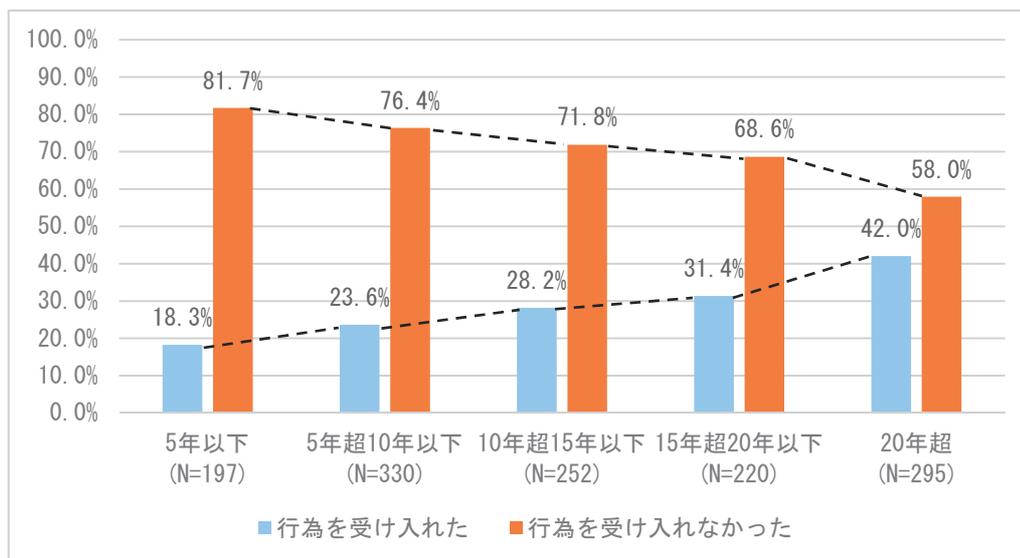
優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為がみられた取引の状況（行為類型別）

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。

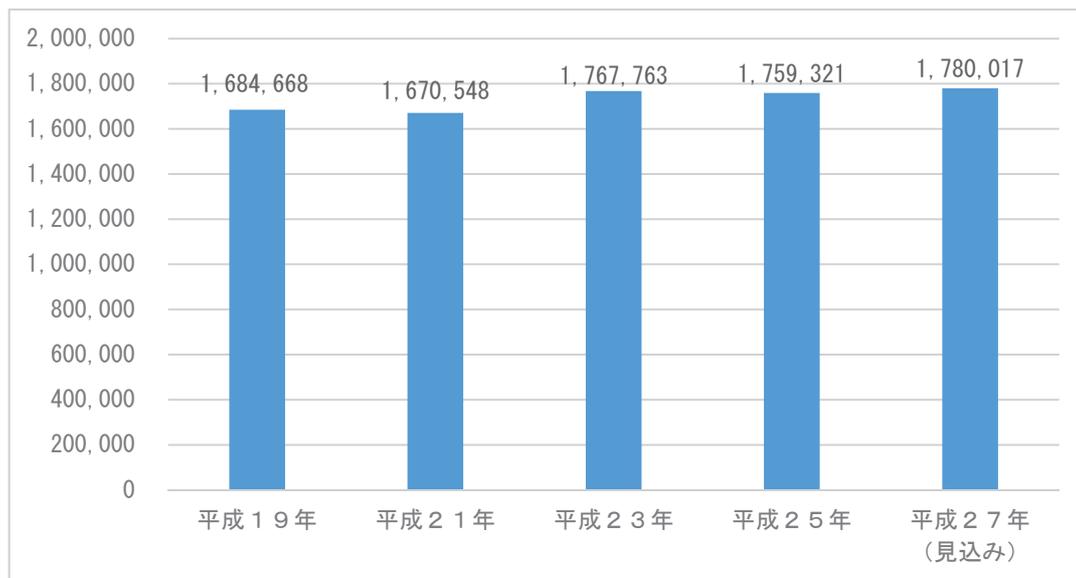
集 計 資 料

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)



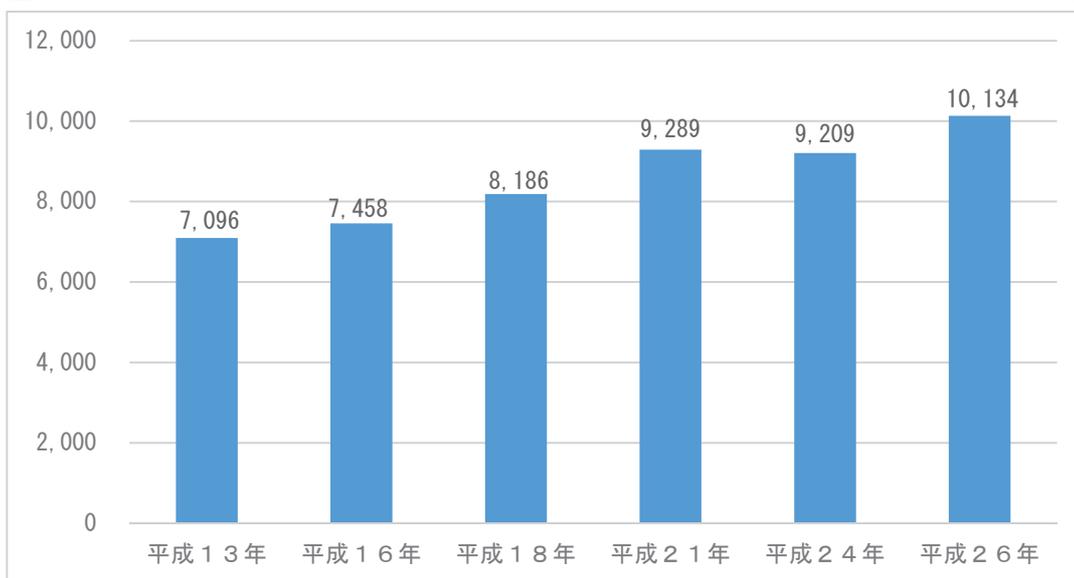
¹² 出典：株式会社矢野経済研究所「フューネラルビジネスの実態と将来展望 2015年版」

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

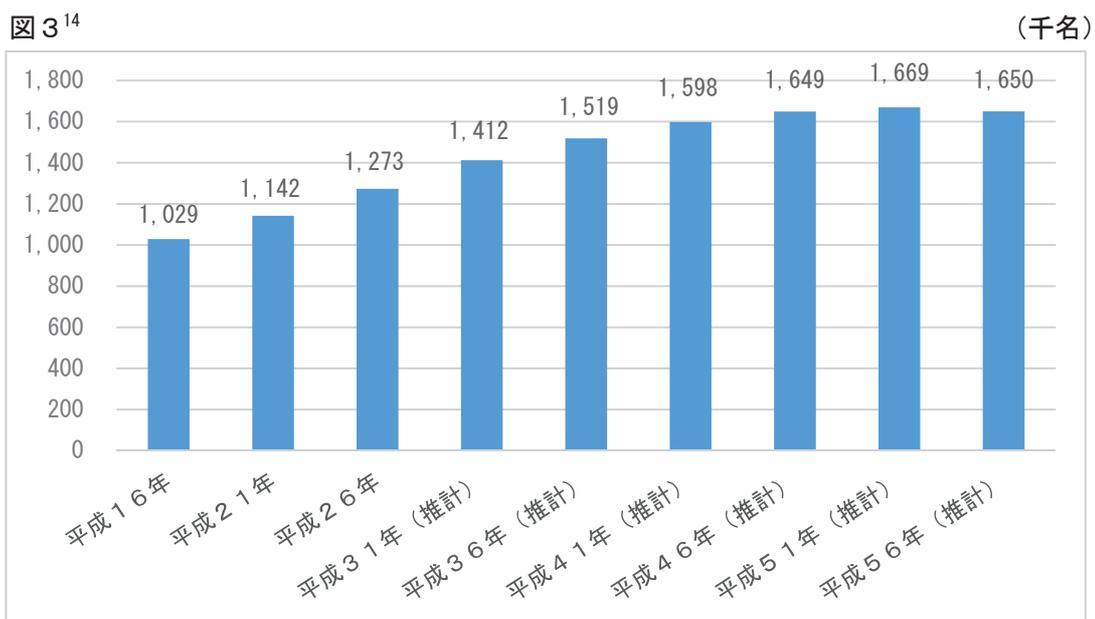
(か所)



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

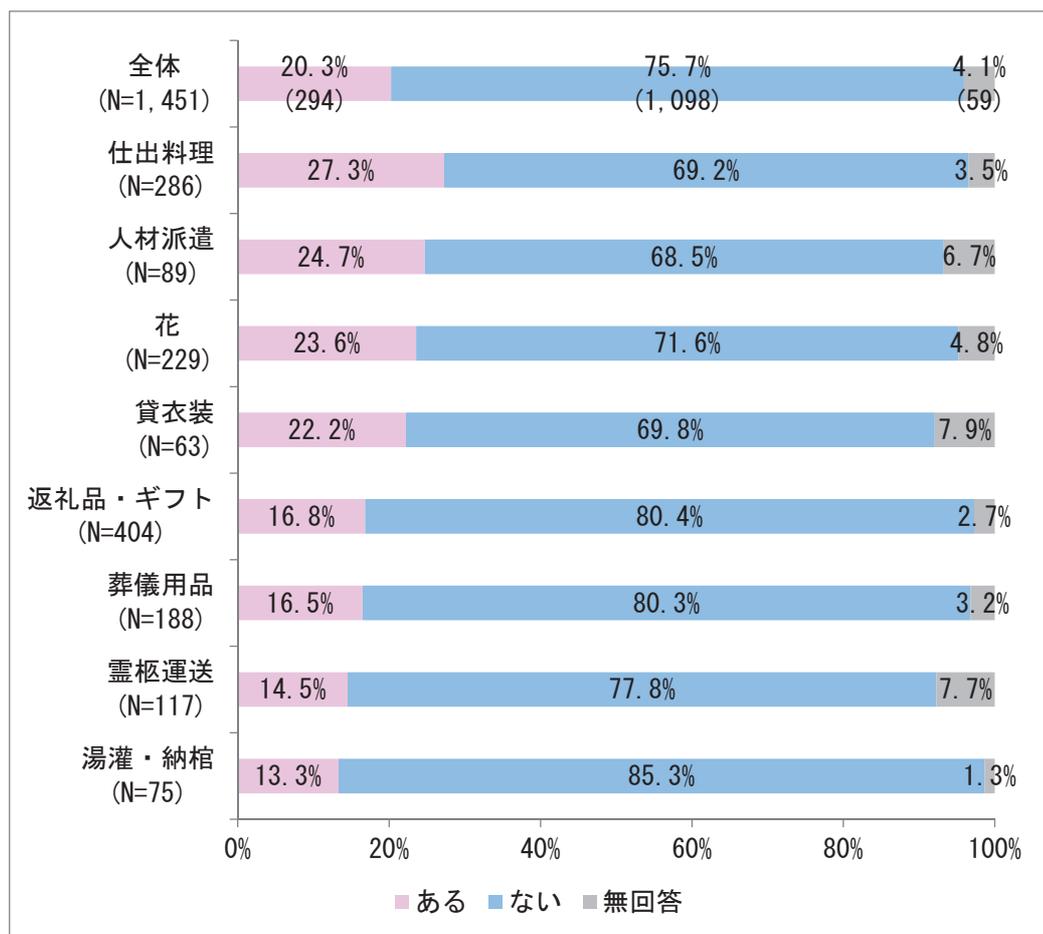
どのように取引の対価が決定されているか	回答数
葬儀業者と協議した上で決定されている	1,148
葬儀業者と協議することなく、葬儀業者から提示された価格で決定されている	164
見積り合わせ、コンペ等により、最も低い価格で決定されている	70
その他（納入業者が設定した価格で決定されている、葬儀の施主との間で設定した価格で決定されている等）	95

(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

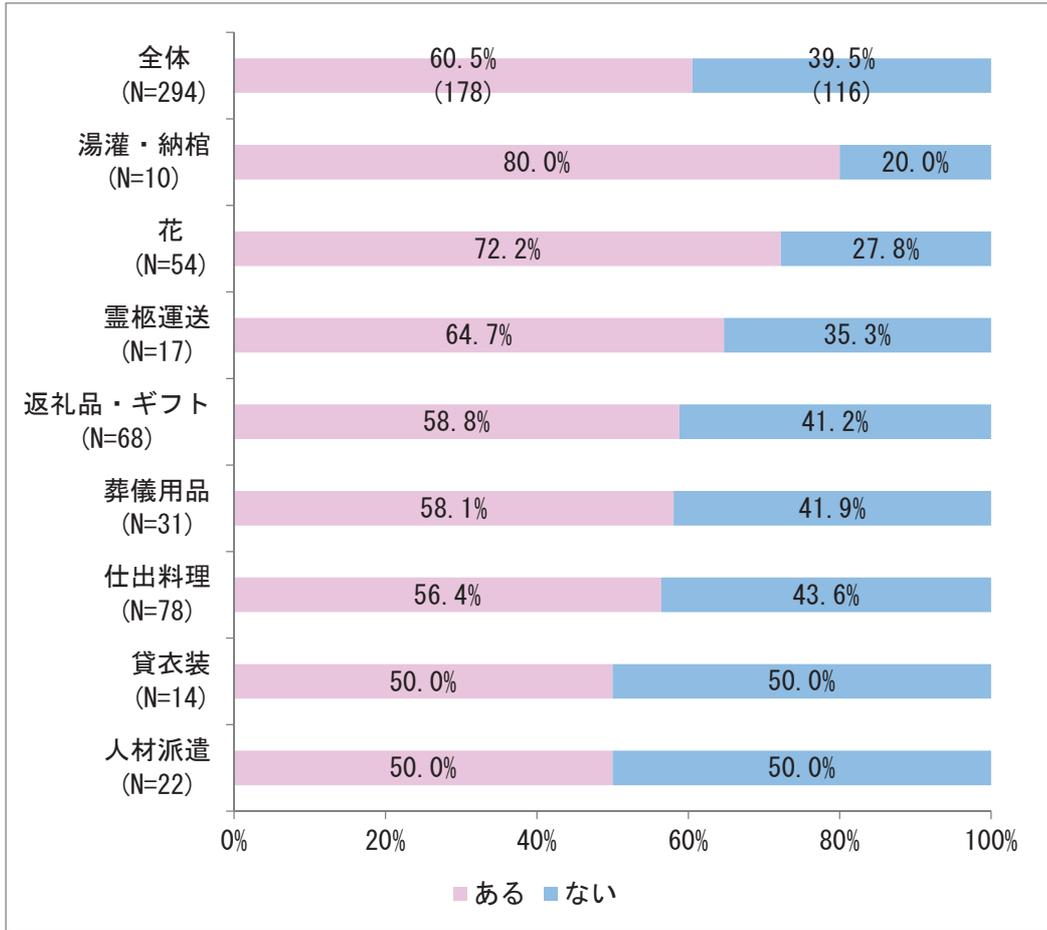


(3) 要請に応じたことの有無

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】

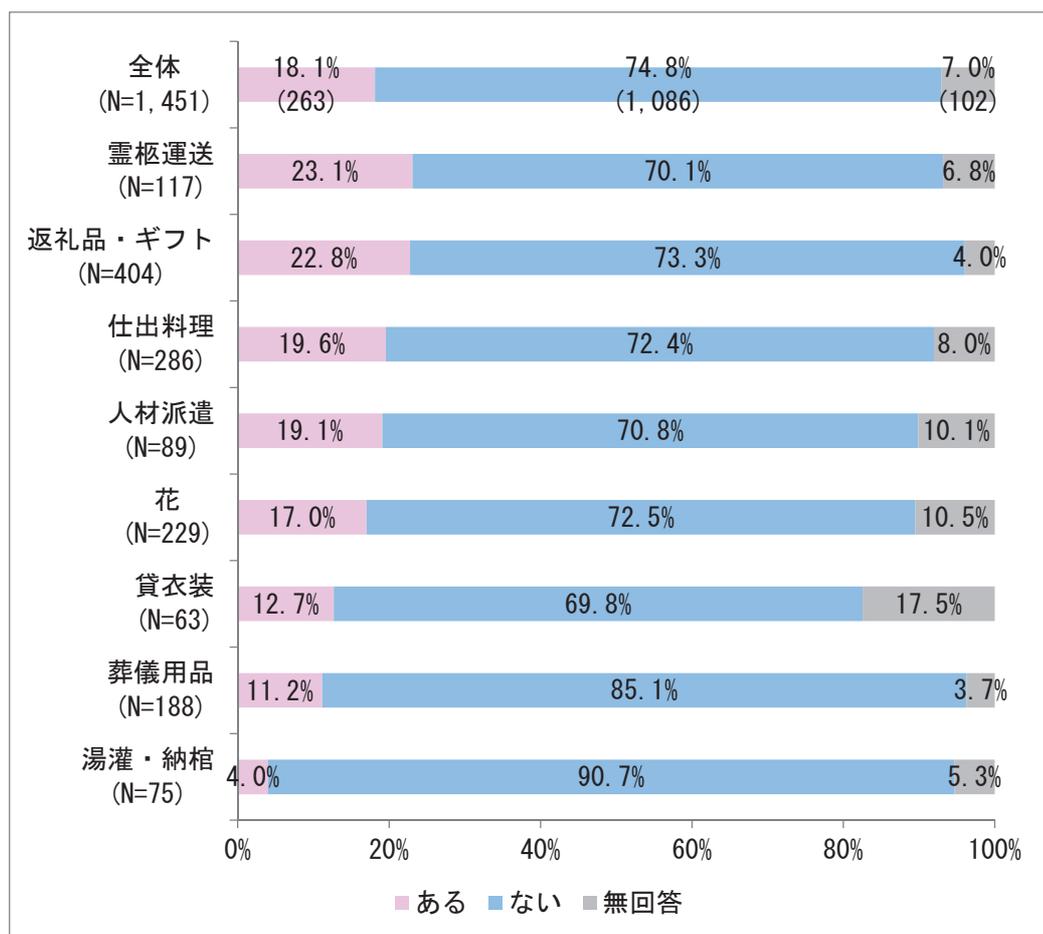
2 発注内容の変更（受領拒否を含む。）

(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

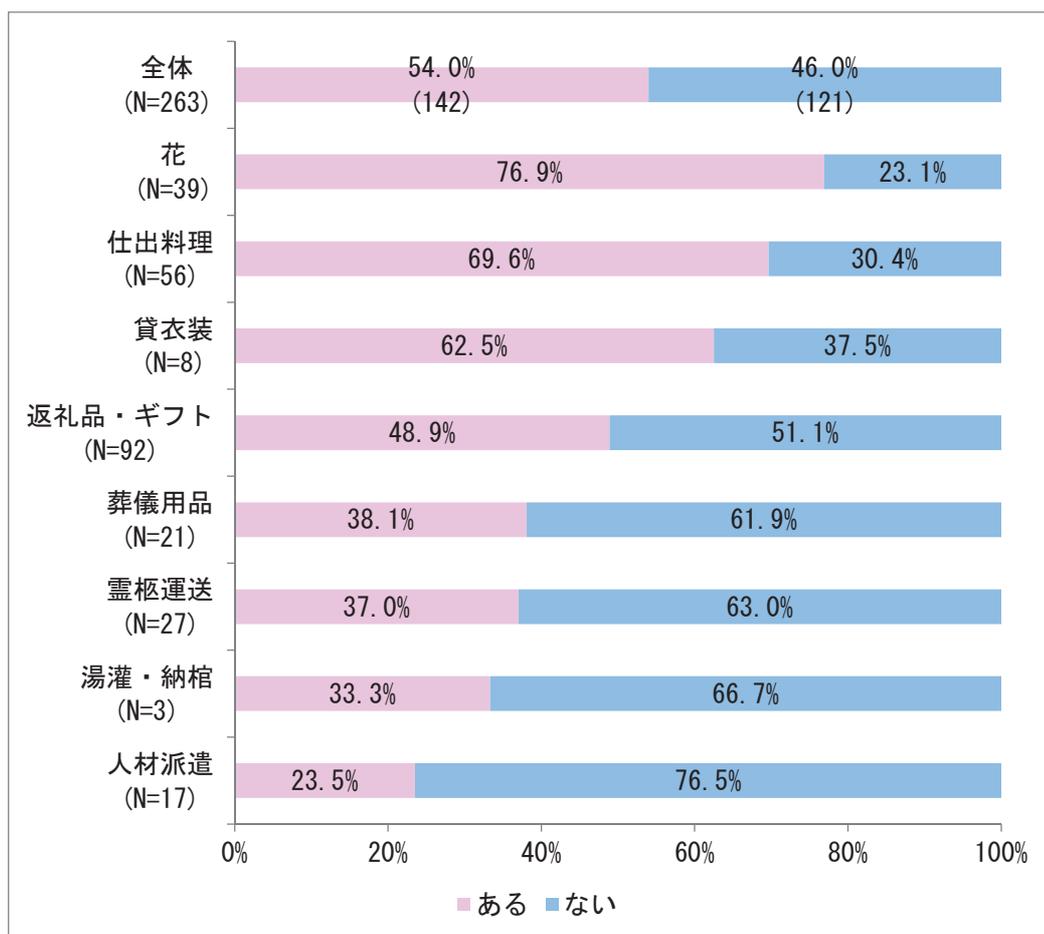


(2) 発注内容の変更に伴う費用負担の有無

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、「他の業者をお願いしたから。」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】

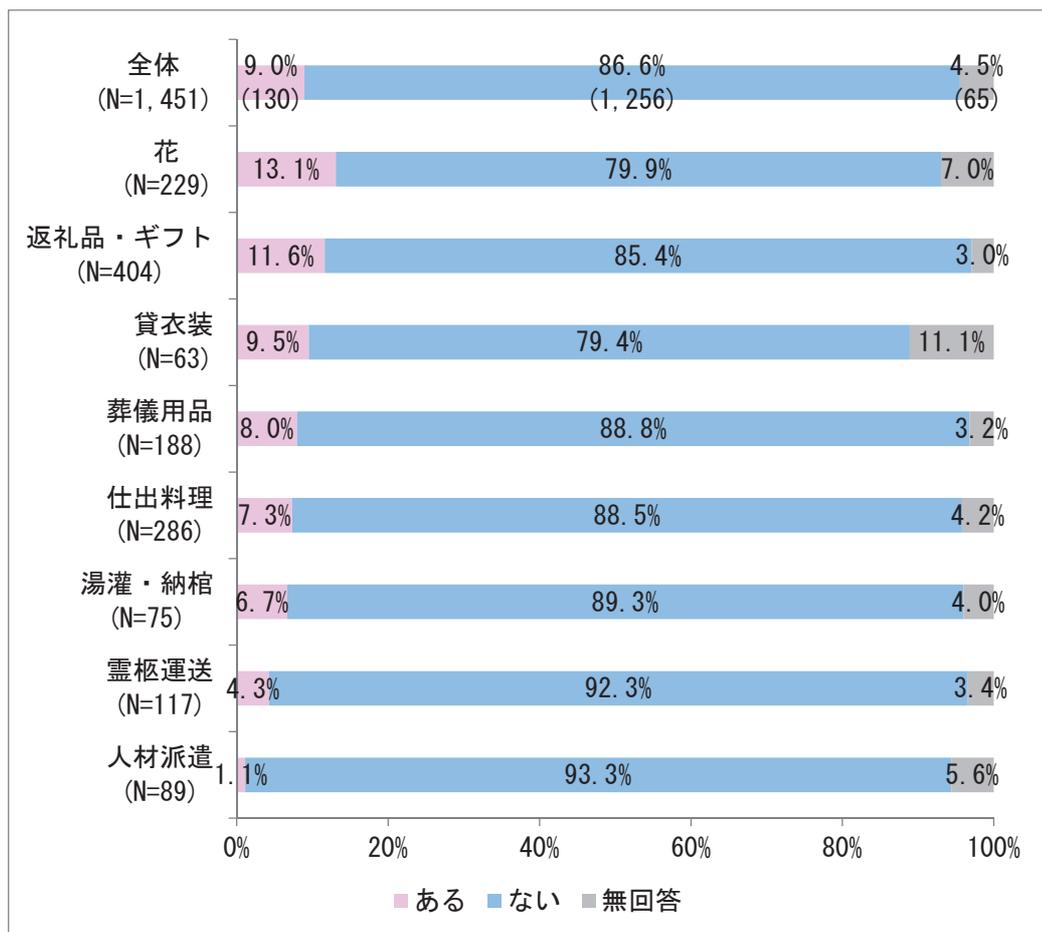
3 やり直し

(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

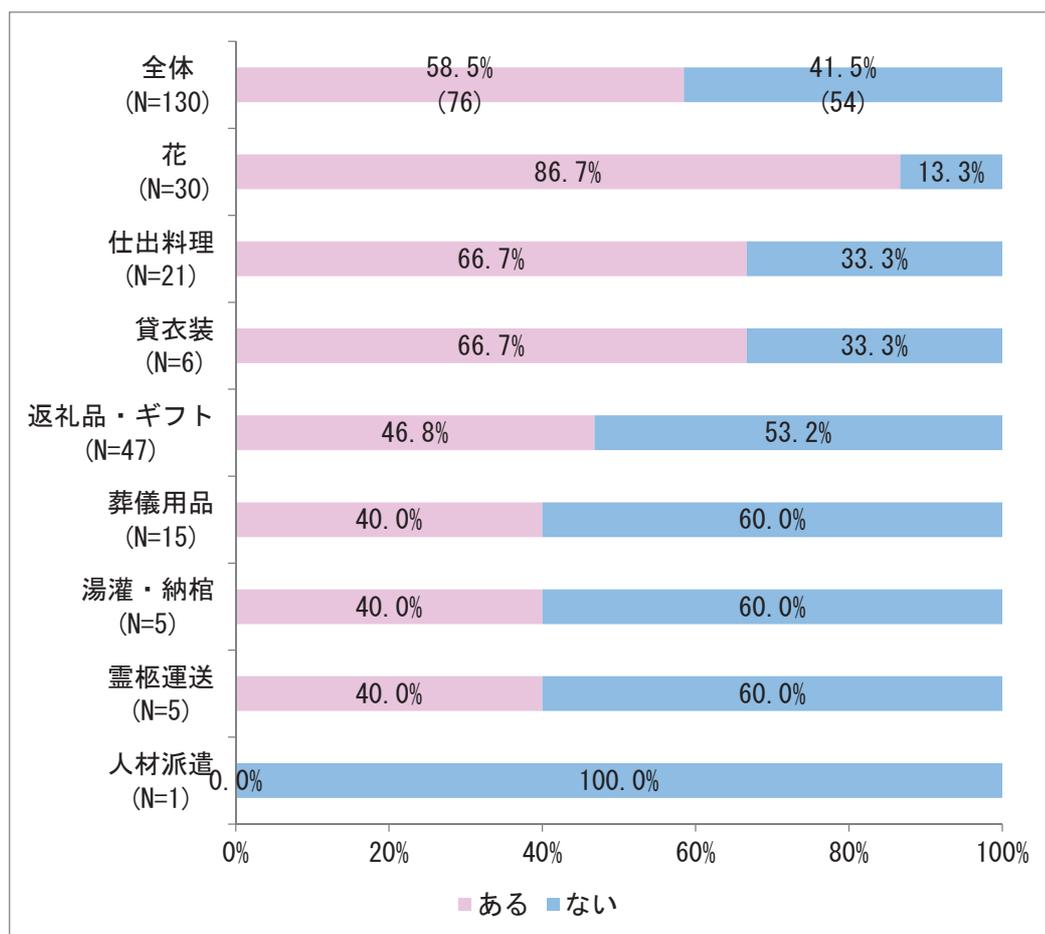


(2) やり直しに伴う費用負担の有無

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】

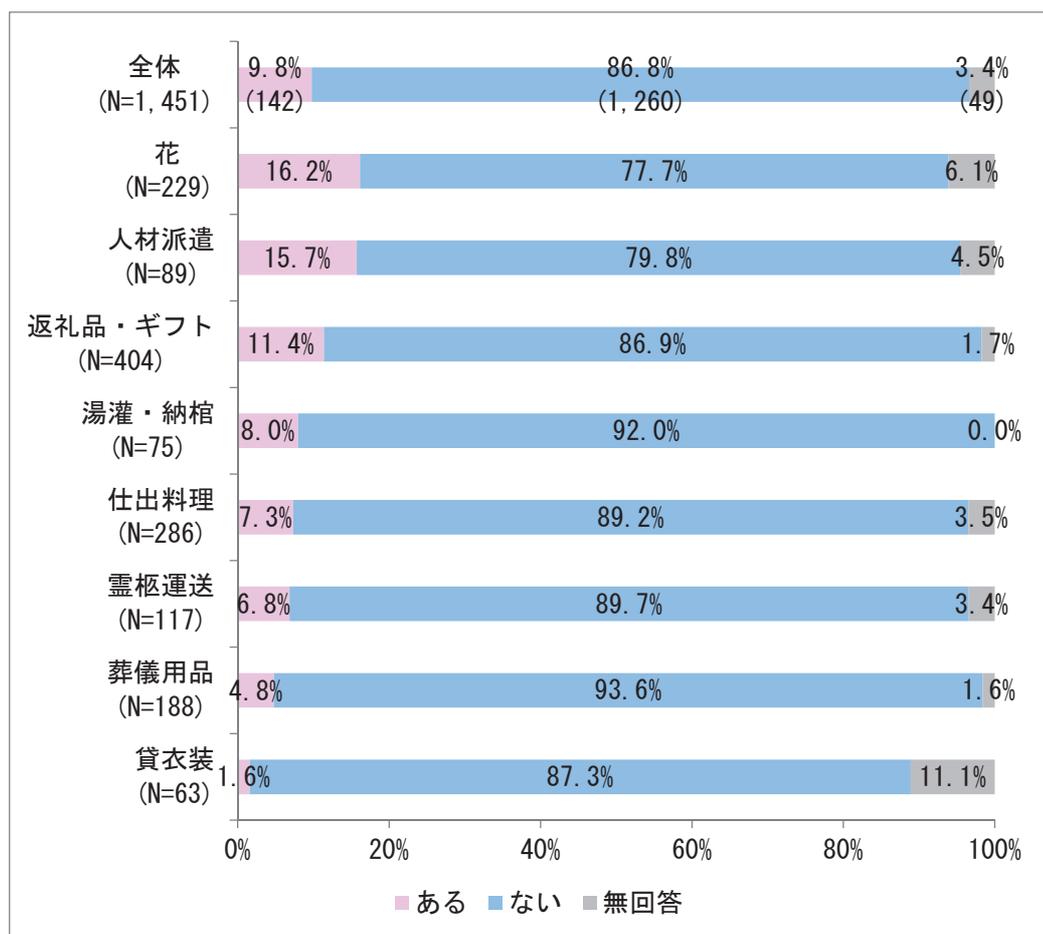
4 発注内容以外の作業等

(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

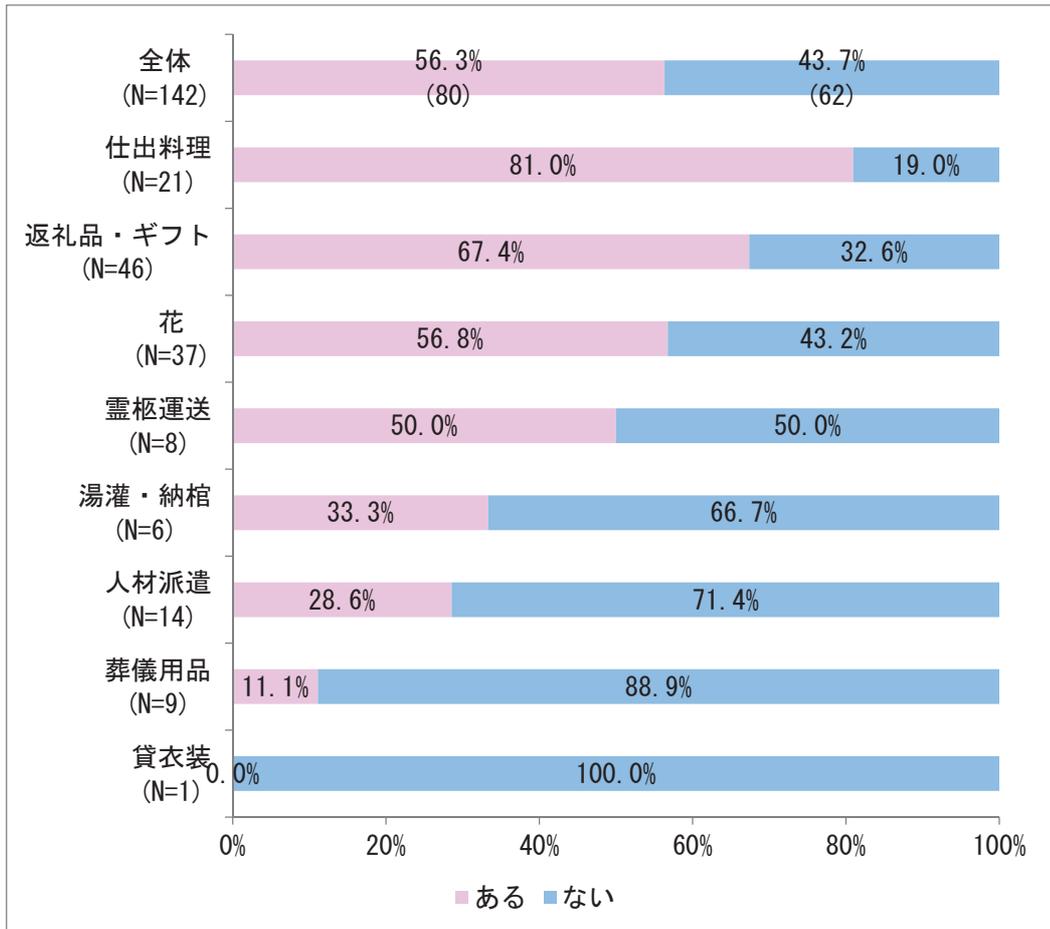


(2) 発注内容以外の作業等に伴う費用負担の有無

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】

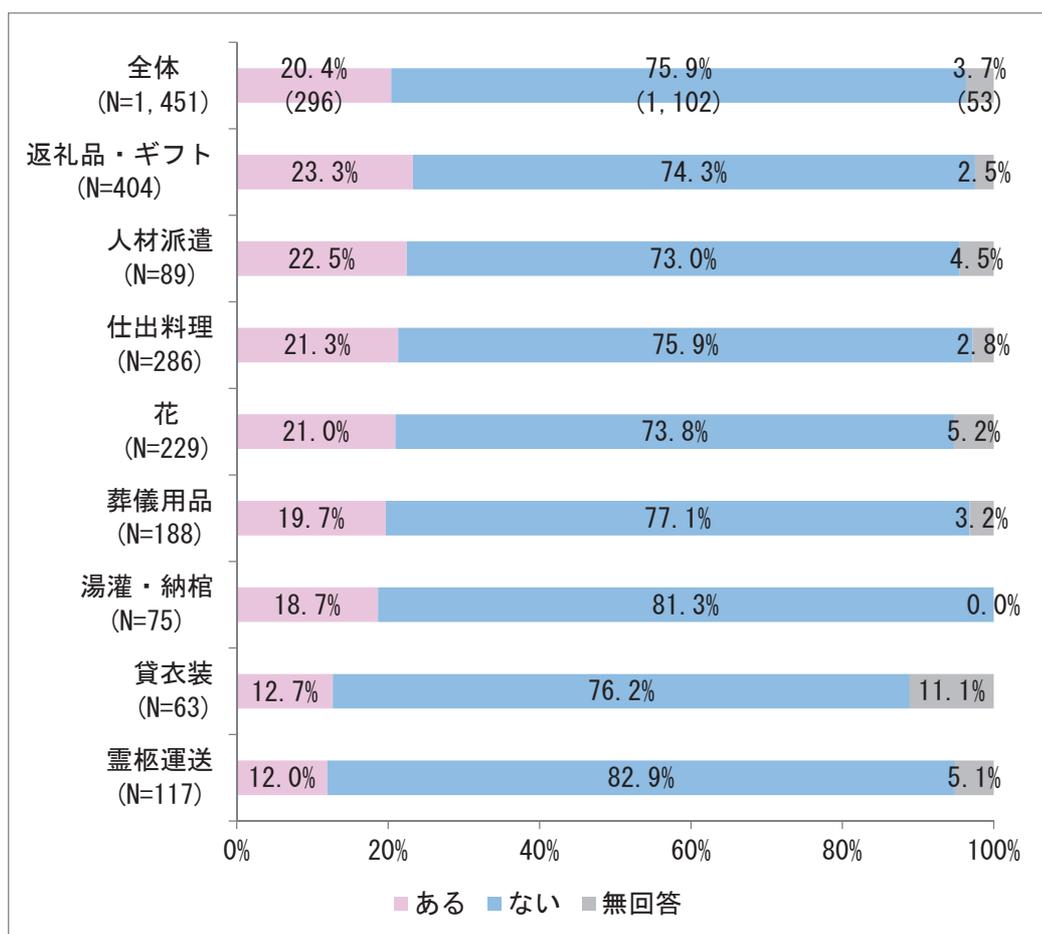
5 商品・サービスの購入・利用の要請

(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

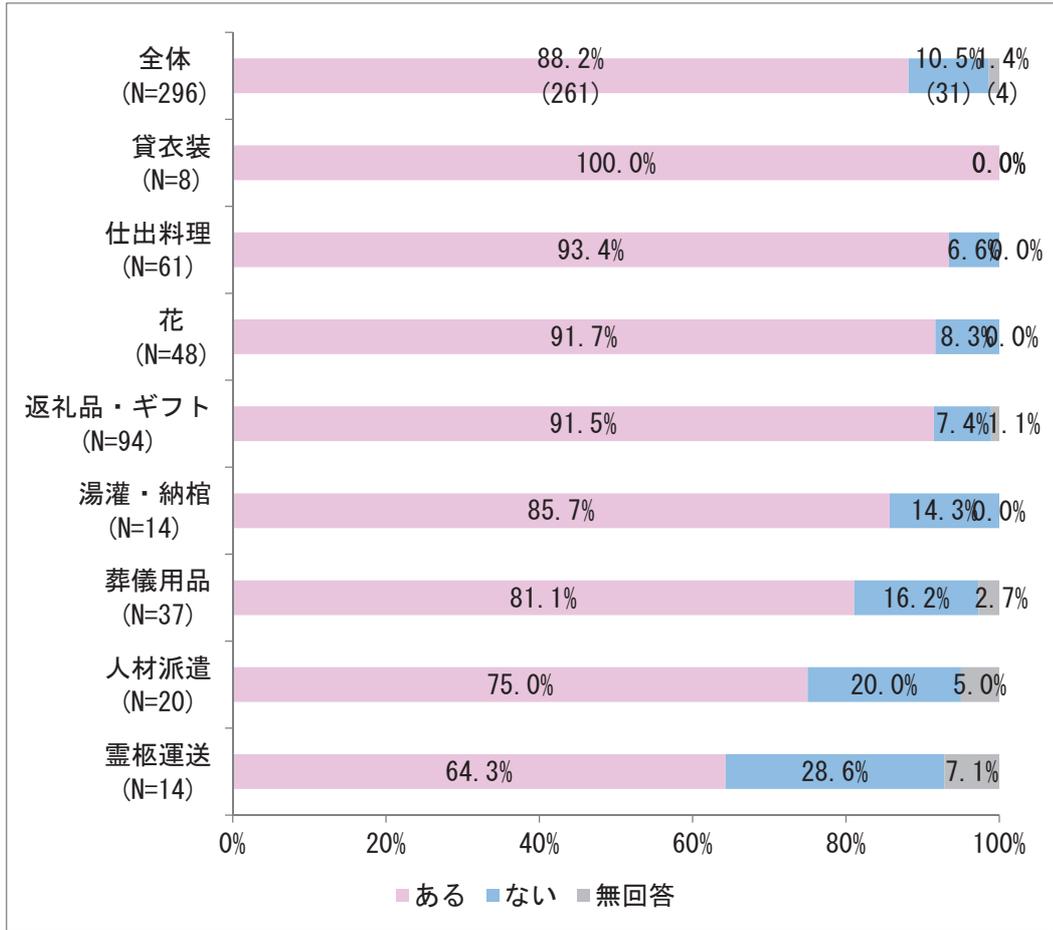


(2) 要請に応じたことの有無

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】

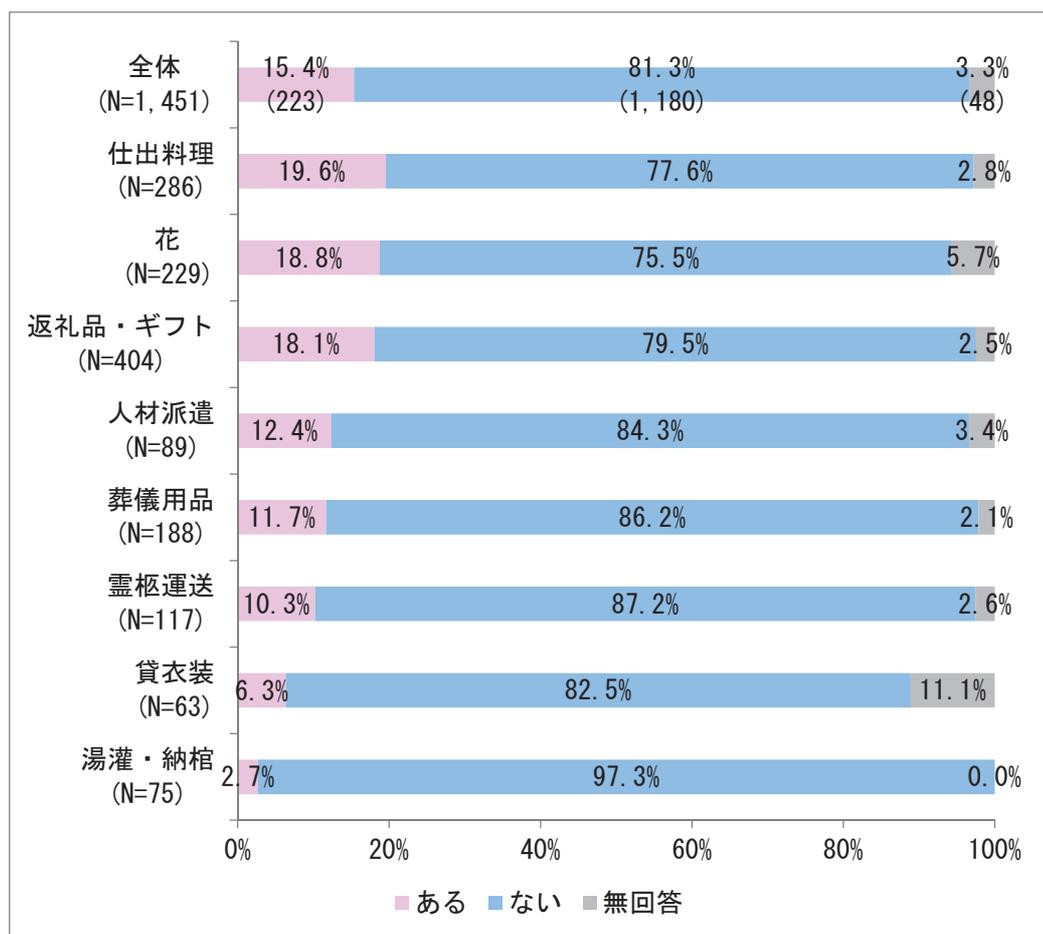
6 金銭・物品の提供の要請

(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

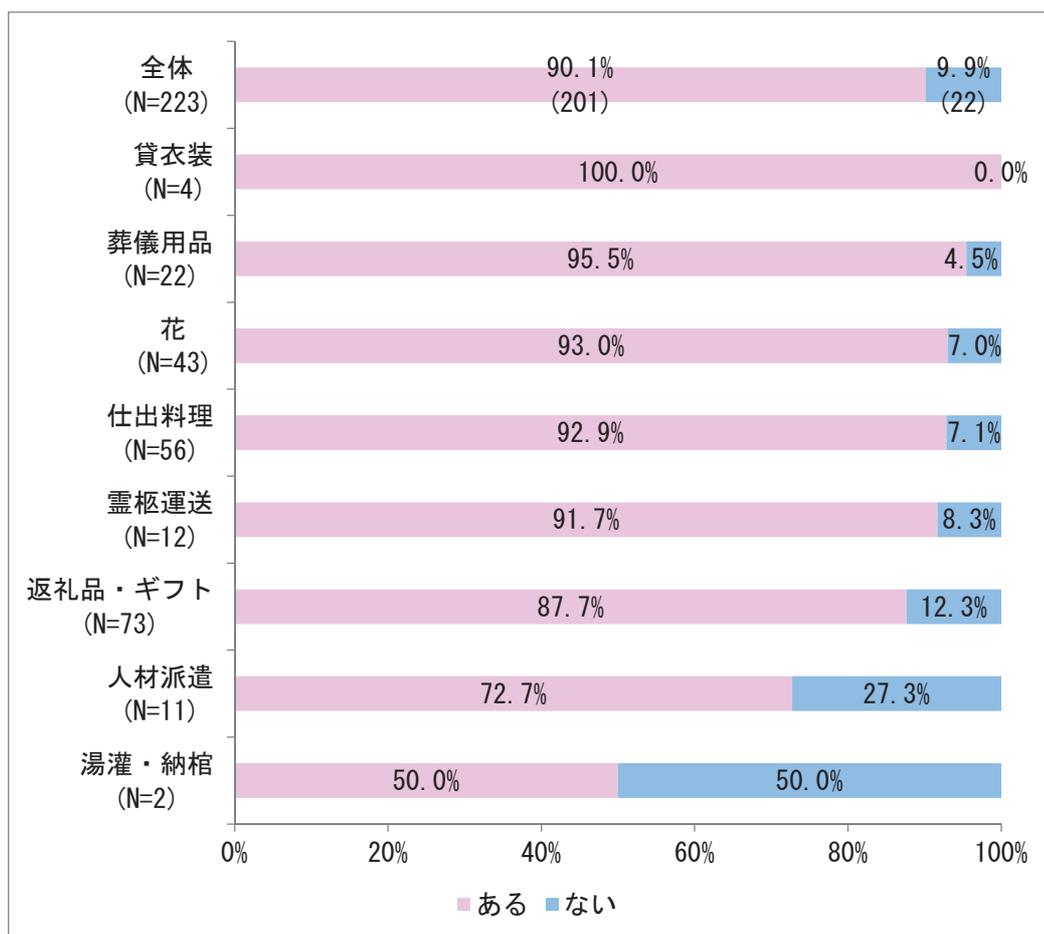


(2) 要請に応じたことの有無

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】

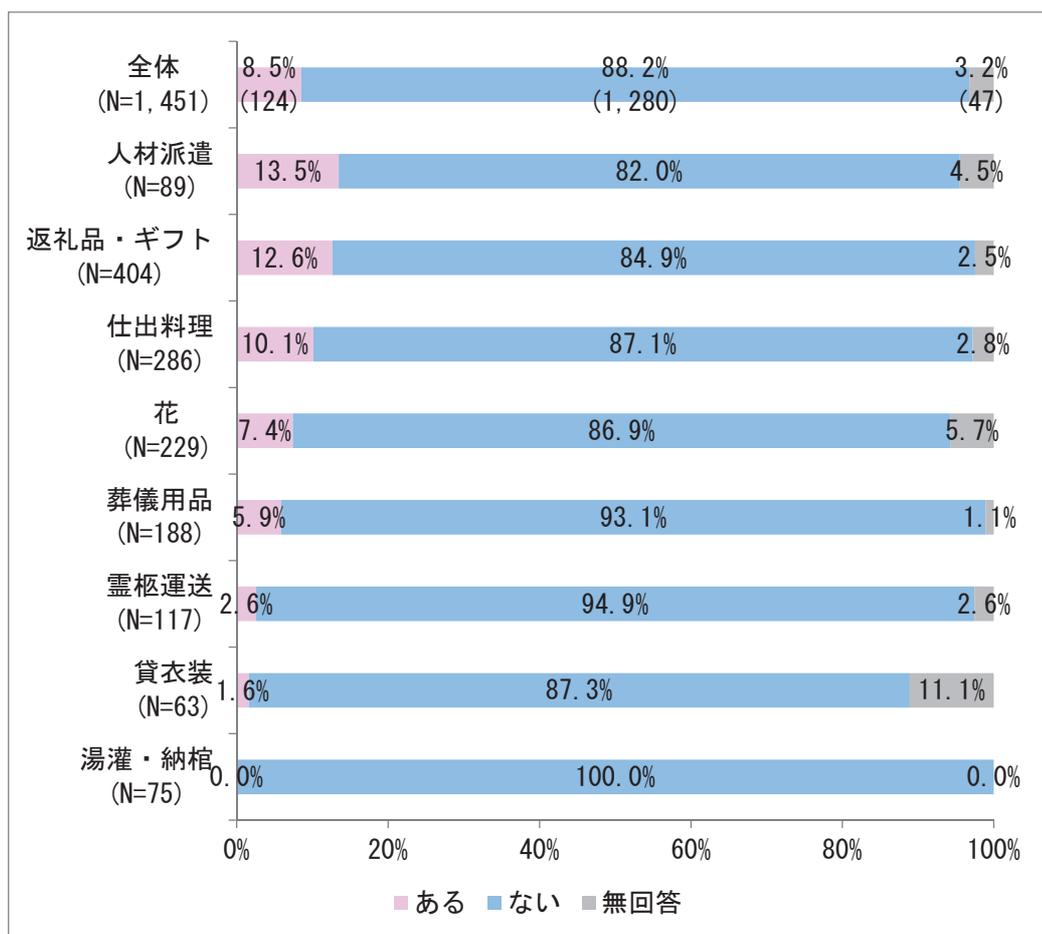
7 従業員等の派遣の要請

(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

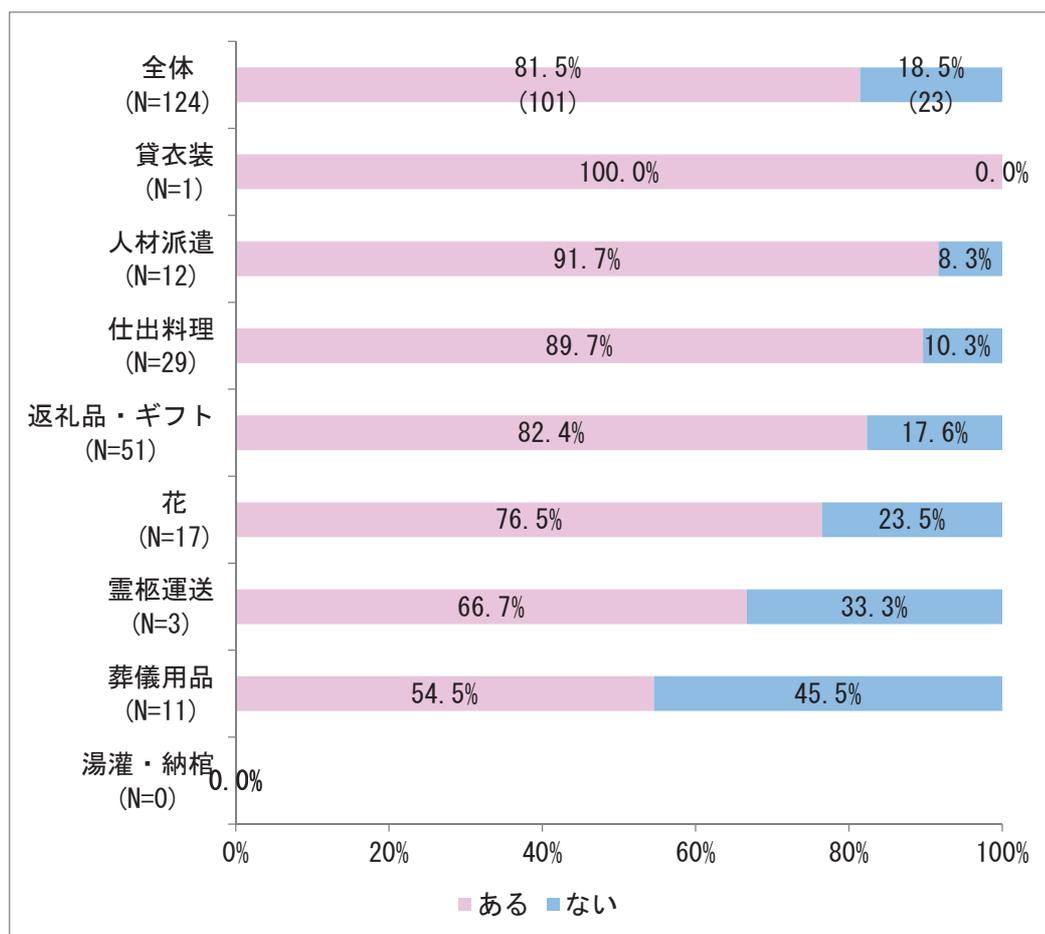


(2) 要請に応じたことの有無

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

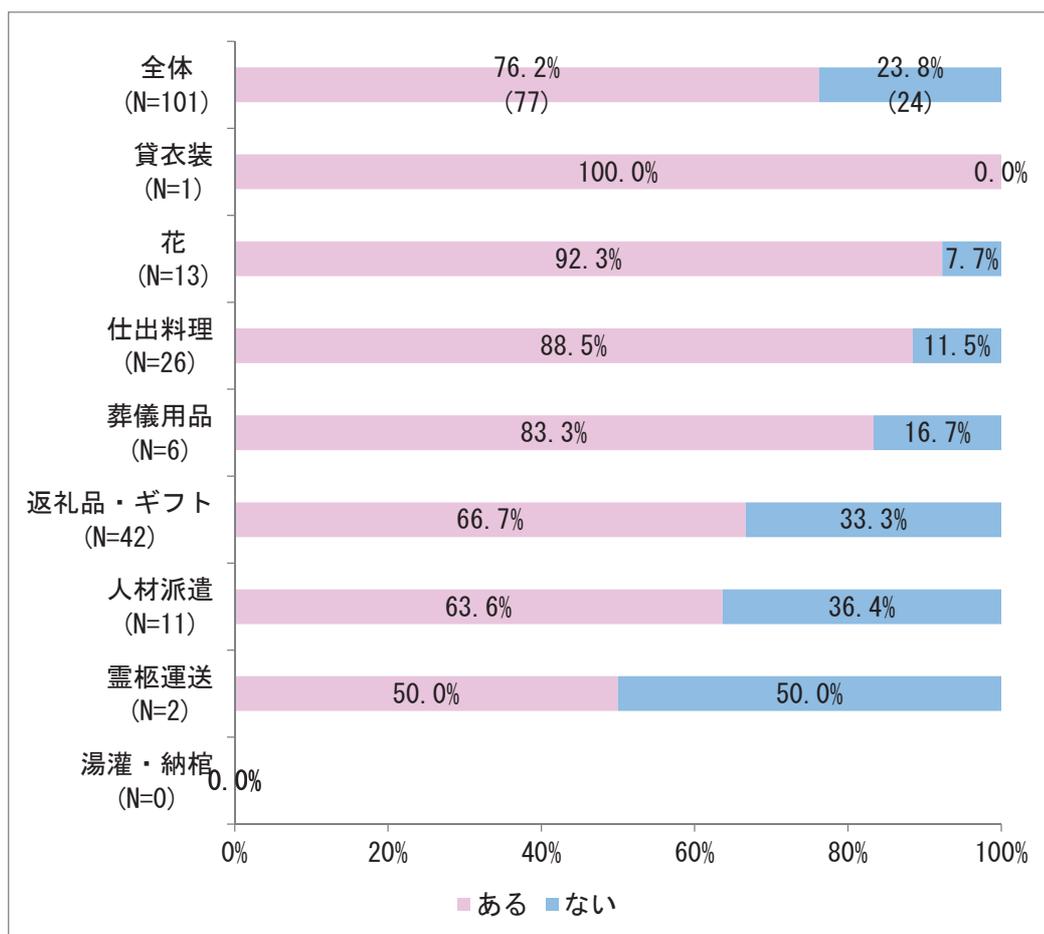


(3) 従業員等の派遣に伴う費用負担の有無

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】

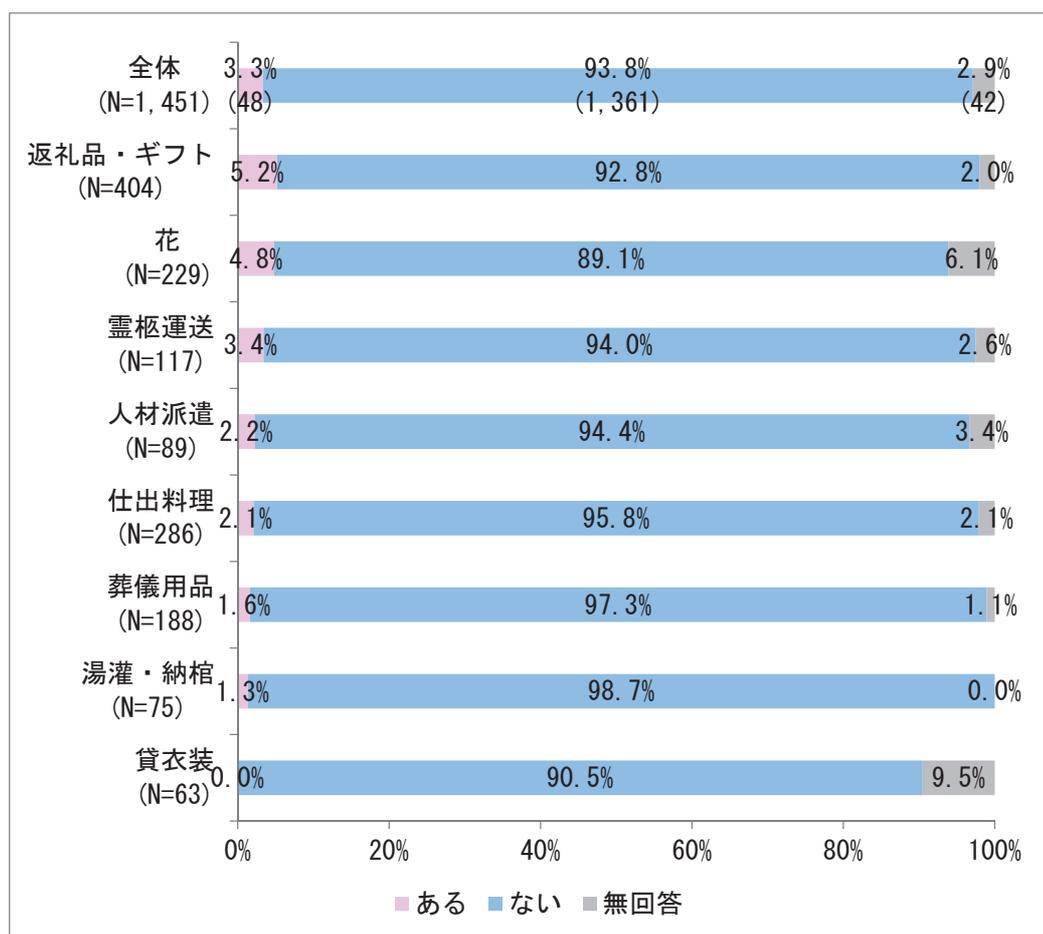
8 代金の支払遅延

(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】

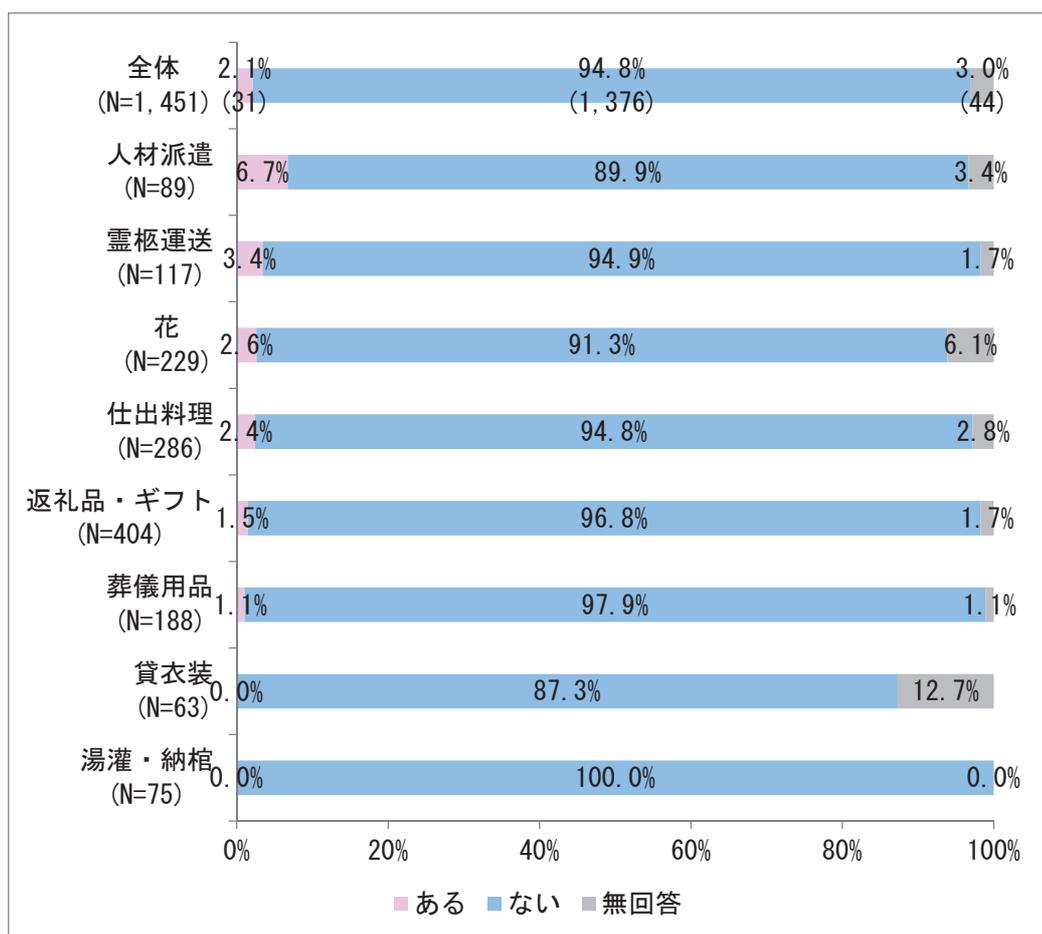
9 代金の減額

(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】

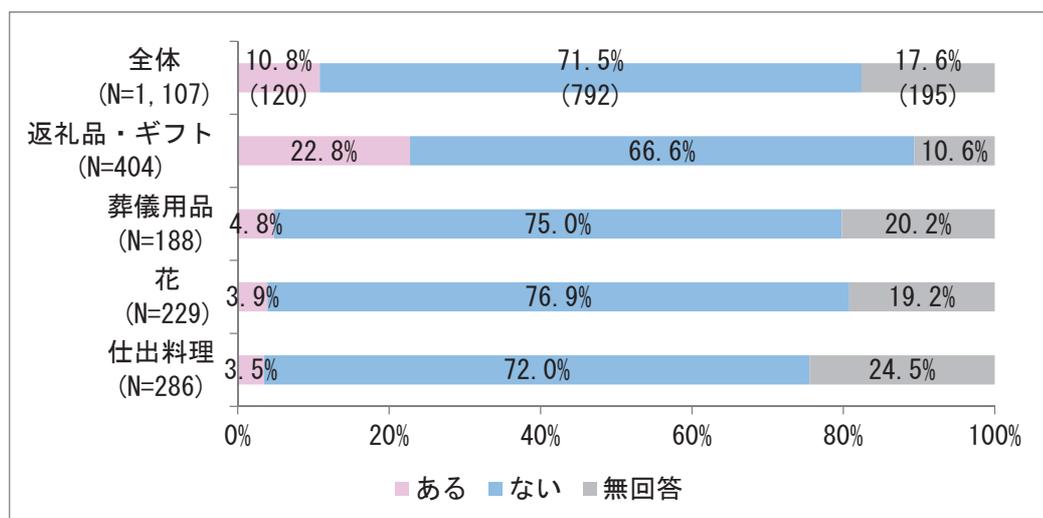
10 返品

(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籠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】

