

# 1. 消費者の適切な事業者選択の確保

## (1) 病院出入りの指定業者による行為



### 事業者における留意点

葬儀業者が消費者に対して、不当に自己との取引を強制させるような行為は、独占禁止法上の問題（抱き合わせ販売等）となることもある。

葬儀業者は、病院から遺族の自宅までの遺体の搬送を請け負うために病院に出入りできる病院指定業者に指定された場合、当該葬儀業者は、病院から自宅までの遺体搬送と併せて、その後の葬儀サービスについても請け負うことができる可能性が高く、顧客を獲得することについて、他の葬儀業者よりも非常に有利な立場になる場合がある。

事業者アンケート調査によると、一部指定業者の中には、消費者に対し、病院から自宅までの遺体搬送サービスと併せて、その後の葬儀サービスについても、当該遺族を霊安室に引き留め、説得するなどして、自己との取引を強制的に促すといった事例がみられた。こうした行為は消費者の自主的な事業者選択の自由を侵害し、独占禁止法に違反するおそれのある行為であることから、事業者はこうした行為を行わないようすべきである。

## (2) 料金・サービス内容等の情報の事前提供



### 事業者における留意点

葬儀業者は、葬儀サービスの内容や料金について一定の情報を事前提供しているが、より詳細な情報（葬儀用品や料理の写真、会葬者などにより変動する費用の項目や単価）を示しているものは少ない。このため葬儀業者においては、このような詳細な情報を消費者へ事前提供する必要がある。

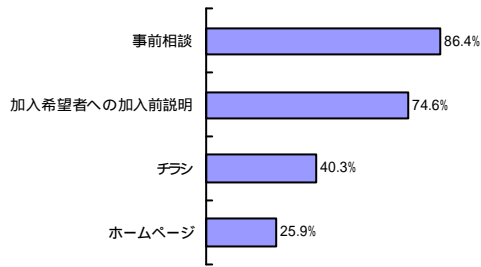
#### ア 価格表と写真付カタログの事前提供

事業者アンケート調査によれば、葬儀業者の半数以上（54.5%）は、事務所において価格表・写真付カタログを配布している。

#### イ 料金・サービス内容の情報の事前提供

料金・サービス内容の情報については、消費者からの事前相談や互助会及び互助会以外の会員システムの加入希望者への加入前説明の際に事前提供するものが多い。このほか、チラシやホームページ等により、積極的に情報提供を行うものもある（図表1）。

図表1 料金・サービス内容の情報の事前提供方法（複数回答）

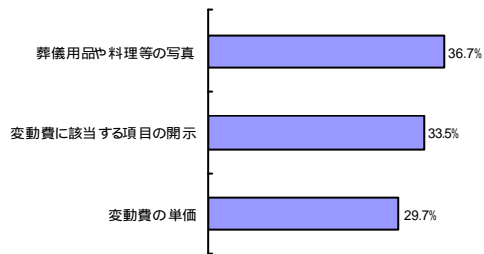


有効回答数 = 633（事業者アンケート調査）

## ウ 詳細情報の事前提供

葬儀業者のうち、消費者に対して、葬儀用品、料理等の写真、変動費に該当する項目及び単価に関する情報等、サービス選択に必要な詳細情報を事前提供しているものの比率は小さい（図表2）。

図表2 詳細情報の事前提供状況（複数回答）



有効回答数 = 534（事業者アンケート調査）

## 2. 消費者の適切な商品・サービス選択の確保

### (1) 打合せにおける資料等の提供



#### 事業者における留意点

故人が亡くなった以降の消費者との打合せにおいて、サービスごとの料金が書かれた見積書等を交付するとともに、葬儀サービスの具体的な項目及び料金が明らかにされた価格表等の資料を提示する必要がある。



#### 消費者における留意点

故人が亡くなった以降の葬儀業者との打合せにおいて、葬儀サービスの内容及び料金の書かれた見積書を受けるとともに、葬儀サービスの内容を具体的な項目及び料金が明らかにされた価格表等により理解した上で契約することが望ましい。

#### ア 見積書の交付

施主等の経験者で故人が亡くなった以降に葬儀業者を決定したものの35.8%は、見積書を交付されていない(図表3)。

7割以上の葬儀業者は、依頼者からの求めがなくても交付しているとしているが、依頼者からの求めがあれば交付するとするものが4分の1超みられた(図表4)。

図表3 見積書の交付状況

交付された	64.2%
交付されなかった	35.8%

有効回答数 = 397 (消費者モニターアンケート調査)

図表4 見積書の交付状況

依頼者からの求めがなくても交付している	73.3%
依頼者からの求めがあれば交付している	26.3%
依頼者からの求めがあっても交付しない	0.4%

有効回答数 = 1,030 (事業者アンケート調査)

#### イ 葬儀サービスの具体的な項目及び料金が明らかにされた価格表等の資料提供

故人が亡くなった以降に葬儀業者を決定した利用者に対して、葬儀内容・料金についてどのように打合せを行ったか尋ねたところ、価格表を見ながら打合せを行ったとするものが8割以上であった。しかしながら、特に資料は提示されず口頭で打ち合わせたものもみられた(図表5)。

図表5 葬儀内容・料金の打合せの方法

具体的な項目と料金が明らかにされた価格表を見ながら行った	71.6%
写真なしの価格表を見ながら行った	10.5%
価格なしのカタログを見ながら行った	2.5%
特に資料は提示されず口頭で打ち合わせた	15.4%

有効回答数 = 324 (消費者モニターアンケート調査)

### (2) 契約後の追加料金についての説明



#### 事業者における留意点

追加料金について、葬儀当日の会葬者数が当初の予想を上回る場合や、当日の天候の変化等により、追加料金の支払が必要となる場合があることについて、打合せにおいて十分な説明を行う必要がある。



#### 消費者における留意点

葬儀当日の会葬者数が当初の予想を上回る場合や、当日の天候の変化等により、追加料金の支払が発生し得ることに十分留意することが望ましい。

追加料金について事前の打合せ時に消費者に説明している葬儀業者が多い。しかしながら、一部の葬儀業者においては、追加料金についての説明を行っていなかったり、あるいは不十分であるケースがみられた。

図表6 葬儀前の打合せにおける施主への追加注文についての説明

親族等や施主以外の者からの追加注文があった場合の取扱いについても行っている	84.4%
親族等や施主以外の者からの追加注文があった場合の取扱いについては行っていない	11.5%
行っていない	4.1%

有効回答数 = 991 (事業者アンケート調査)

図表7 差額が生じる可能性についての事前説明の有無

受けた	52.2%
受けていない	9.7%
覚えていない	36.2%
その他	1.9%

有効回答数 = 207 (消費者モニターアンケート調査)

### (3) 互助会加入契約時の諸条件についての説明



#### 事業者における留意点

互助会加入契約時に、消費者に対して積立金完納後の割増サービス、解約の際に払い戻される積立金の額、互助会が倒産した場合の保全金額等の契約に関する諸条件について十分に説明する必要がある。



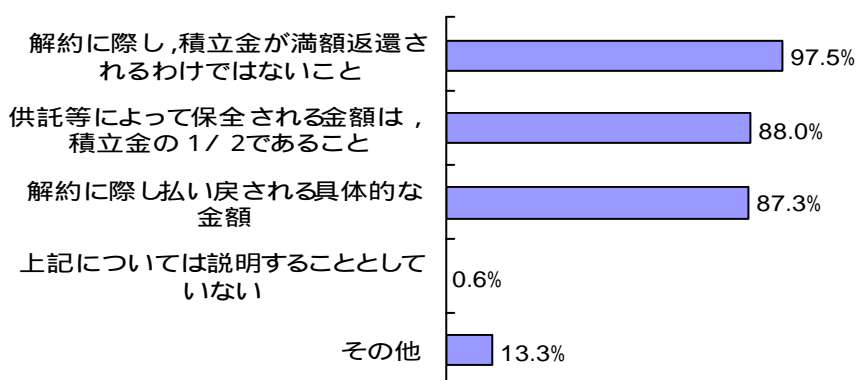
#### 消費者における留意点

互助会加入契約を締結する際、その契約に関する諸条件の内容を十分に理解することが望ましい。



事業者アンケート調査では、互助会加入時において、互助会の加入希望者に対し、解約の際に払い戻される積立金の額や互助会が倒産した場合の保全金額について説明している事業者が多かった。しかし、一部には、こうした点について消費者への説明が不十分であると考えられる互助会もあった(図表8)。

図表8 互助会が加入希望者に対して説明している事項(複数回答)



有効回答数 = 158 (事業者アンケート調査)

### 3. 独占禁止法及び景品表示法上の考え方

#### (1) 情報提供に関する留意点



##### 事業者における留意点

サービス内容・料金の情報について、例えば、根拠なく市価や他の葬儀業者の価格より低廉である旨の表示を行うことは、景品表示法上の問題となることもある。

#### (2) 葬儀業者による葬儀関連事業者等に対する行為



##### 事業者における留意点

葬儀業者が、葬儀関連事業者等より取引上の地位が優越していることを利用して、不当な不利益を相手方に与える場合には独占禁止法上の問題（優越的地位の濫用）となることもある。

葬儀業者は葬儀に必要な生花，料理等を他の事業者から仕入れている場合が多いところ，これらの仕入先業者である生花事業者，仕出し業者等の中には，取引先（納入先）葬儀業者から，取引とは直接関係ない要請を受けて苦慮しているという例がみられた（図表9）。

図表9 取引先の葬儀関連事業者から他の葬儀業者との取引に関するトラブルを聞いたことがある葬儀業者数（複数回答）

トラブルの内容	業者数
協賛金等を出すよう言われて困っている	39
会員システムの会員集めを手伝うよう言われて困っている	33
葬儀施行の補助用の人員を出すよう言われて困っている	31
イベントのチケットをさばくよう言われて困っている	21
代金の未払，支払遅延で困っている	4
その他	13

有効回答数 = 805（事業者アンケート調査）