

消費者物価指数(CPI) 2020年基準改定 における冠婚葬祭サービスの把握について

令和元年8月23日
総務省統計局

※ 本件の検討に当たっては、冠婚葬祭サービスを提供する事業者や関係団体の方々から、詳細な情報提供や加盟会員への周知・要請等、多大な御協力をいただいている。

2020年基準改定における冠婚葬祭サービスの把握の方向性

公的統計の整備に関する基本的な計画（平成30年3月6日 閣議決定）

（具体的な措置、方策等）

消費者物価指数の次期基準改定に向け、**冠婚葬祭サービスなどの把握の可否**、インターネット販売価格の採用の可否を検討し、結論を得る。

（実施時期）

平成30年度（2018年度）までに結論を得る。

『葬儀サービス』

- 葬儀業の市場規模は増加傾向、世帯の消費支出に占める割合は拡大の見込み
- 葬儀サービスの構成要素（納棺、祭壇、供花等）は、全国的にほぼ共通化
- カレンダー要因による価格変動がなく、円滑な価格収集が可能

【P. 2、3】

『結婚式場サービス』

- 結婚式場の市場規模は減少傾向、世帯の消費支出に占める割合は縮小の見込み
- 利用者のニーズの多様化により、代表的な商品・サービスの特定が困難
- カレンダー要因（六曜など）や購入経路（ウェブ、雑誌、パンフレット等）等により価格やサービスが異なり、的確な把握・品質調整が困難

【P. 4、5】

2020年基準改定において、**葬儀サービスを把握**（結婚式場サービスは把握を見送る）

※ アメリカ、イギリスのCPIにおいても、葬儀サービスについては価格調査を行っている一方、結婚式場サービスについては行っていない。

① 葬儀サービス — 市場の概況

- 死亡者数、葬儀業の市場規模は一貫して増加しており、今後も増加が見込まれている
- 世帯の消費支出に占める葬儀関係費の割合は、既にCPIの品目の採用基準（1万分の1）を超えており※、今後も拡大が予想される

※ 2018年家計調査結果（二人以上世帯）によると、1世帯当たり年間消費支出における葬儀関係費の割合は1万分の53程度（CPI対象外品目の「信仰・祭祀費」等を除く）

図1 死亡者数の推移

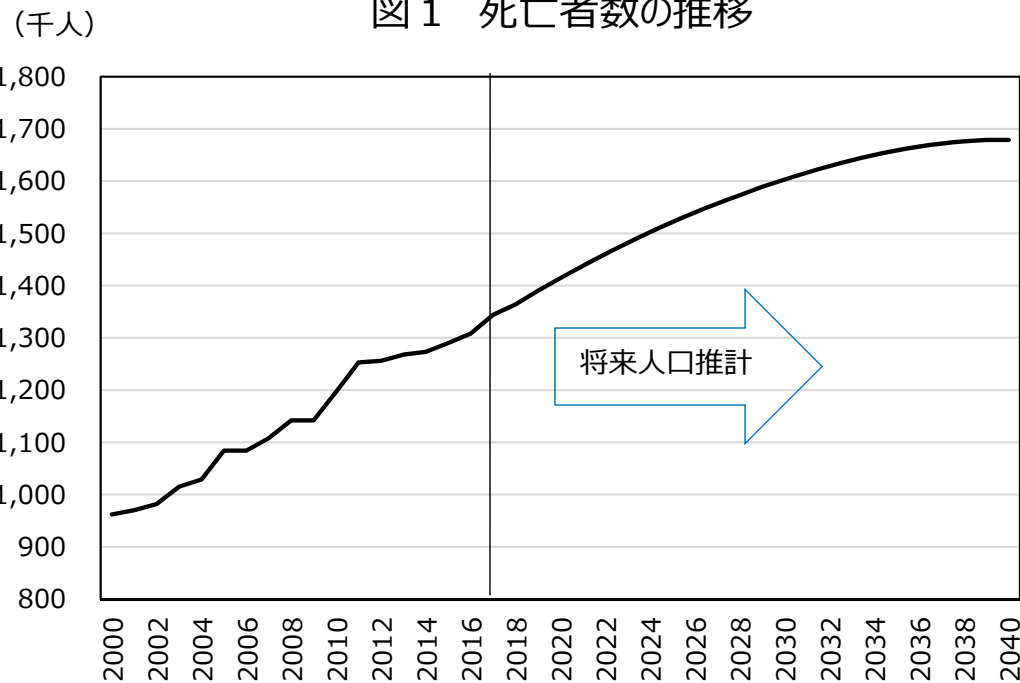
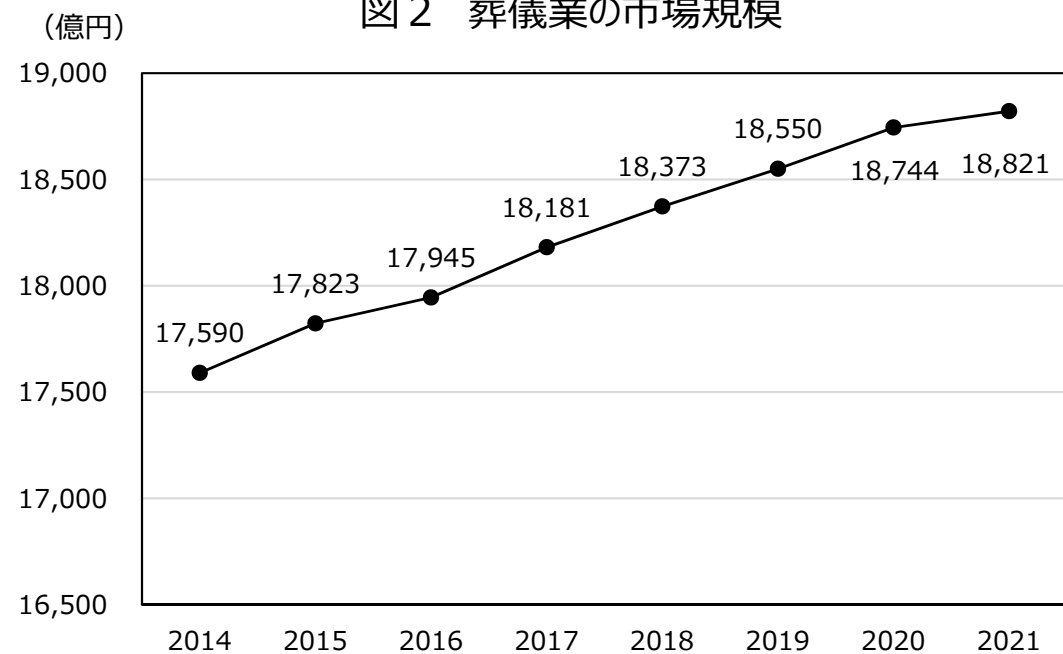


図2 葬儀業の市場規模



出典：厚生労働省「平成29年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29年推計）、死亡中位推計」

出典：株式会社矢野経済研究所「日本マーケットシェア事典2018」

① 葬儀サービス – サービスの実態

- 全国的に葬儀は小規模化し、葬儀サービスの構成要素（納棺、祭壇、供花等）はほぼ共通化
- カレンダー要因（繁忙期・閑散期、六曜等）による価格変動はない
- 葬儀料の内訳や葬儀規模を適切に設定することで、円滑な価格収集及び価格動向の把握が可能

【事業者へのヒアリング結果】（葬儀事業者の多くが加盟する協会、大規模・中小零細事業者を対象）

- ✓ 葬儀サービスを構成する項目（納棺、祭壇、供花等）は全国的にほぼ共通。事業者によっては、複数の項目がセット料金として設定されているものが存在（「お棺」と「位牌」、「枕飾り」、「仏衣」等がセットとなっている場合など）【参考1】
- ✓ 互助会による葬儀においても、利用者の支払い方法が異なるだけで、葬儀料の価格の回答は可能
- ✓ 「火葬料」は消費者の多くが自治体に直接料金を支払っているため、事業者では回答は困難
- ✓ 「香典返し」などは慣習のない地域が存在
- ✓ 近年、全国的に葬儀の小規模化が進んでおり、40～50名程度の葬儀を取り扱うことが多い
- ✓ 近年、価格改定は2～3年に1回程度
- ✓ カレンダー要因（繁忙期・閑散期、六曜等）による価格変動はない

【価格の把握の可能性】（全国の都道府県庁市に所在する50事業者）【参考1】

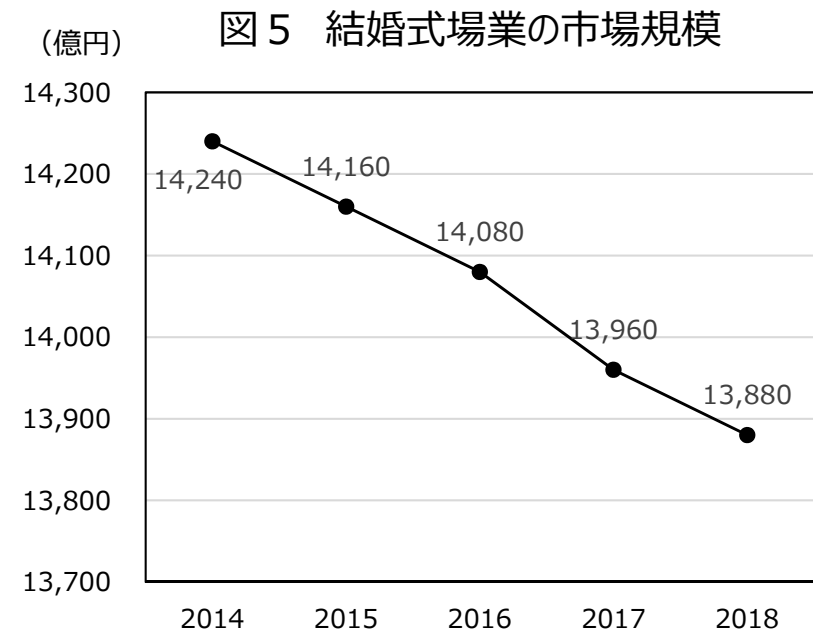
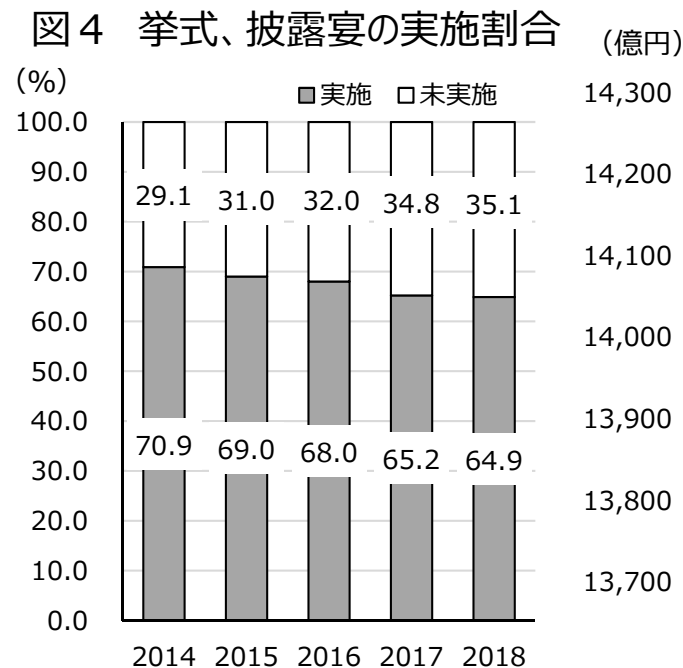
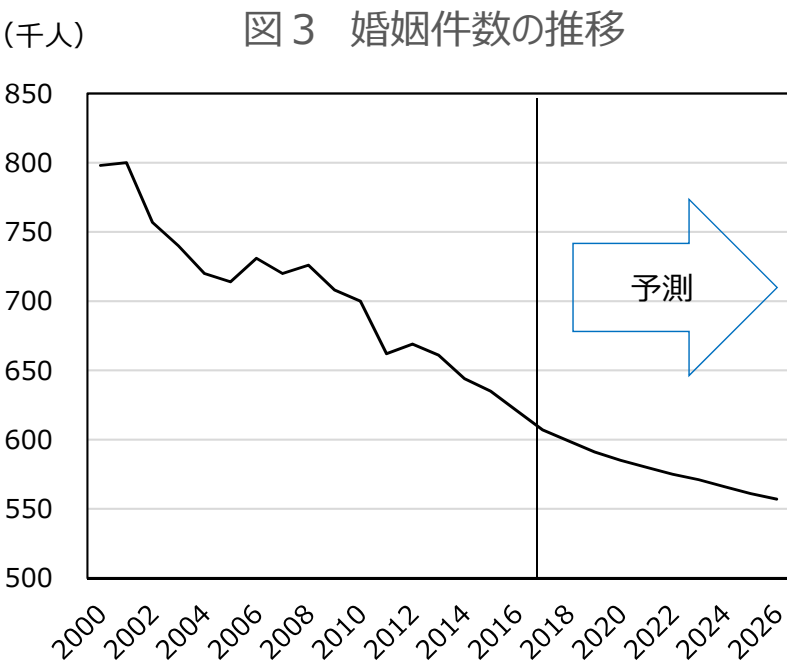
- ✓ 葬儀サービスを構成する項目について、一部例外（下記）を除き、ほぼ全ての事業者が価格回答可能

| 例外項目 | 価格の回答が困難な理由等 | 対応案 |
|--------|---------------------------------------|--------------------------|
| 火葬料 | ・ 火葬場の運営主体が自治体であるため、葬儀事業者が料金を把握していない | 葬儀料のうち火葬料を切り出し、自治体に調査 |
| 香典返し | ・ 慣習のない地域がある ・ 利用者が葬儀事業者を介さないで後日行う | 葬儀料全体に占める割合が小さいことから調査対象外 |
| 火葬場控え室 | ・ 慣習のない地域がある (火葬時間中は式場・自宅に一時戻る) | 葬儀料全体に占める割合が小さいことから調査対象外 |

② 結婚式場サービス – 市場の概況

- 婚姻件数、挙式・披露宴実施割合、結婚式場業の市場規模はほぼ一貫して減少。婚姻件数は、今後も減少が見込まれている
- 世帯の消費支出に占める婚礼関係費の割合は、CPIの品目の採用基準（1万分の1）は超えている※ものの、縮小傾向

※ 2018年家計調査結果（二人以上世帯）によると、1世帯当たり年間消費支出における婚礼関係費の割合は1万分の11程度（CPI対象外品目の「信仰・祭祀費」等を除く）



出典：厚生労働省「平成29年（2017）人口動態統計の年間推計」、
ブライダル総研「全国：婚姻組数予測～2026年まで」

出典：ブライダル総研
「結婚総合意識調査2018」

出典：株式会社矢野経済研究所
「日本マーケットシェア事典2018」

② 結婚式場サービス – サービスの実態

- 利用者のニーズの多様化により、結婚式場サービスの主要構成要素（衣装・メイク、料理、演出など）について、代表的な商品・サービスを特定困難
- カレンダー要因（六曜、土日祝日、時間帯等）により価格が大きく変動
- 価格への影響が大きい多種多様な特典サービスが存在し、これらの的確な把握・品質調整が困難

【事業者へのヒアリング結果】（結婚式場業を営む事業者の多くが加盟する協会、専門式場、ホテルを対象）

- ✓ SNSの普及を背景にニーズが多様化。専門式場・ゲストハウス（市場シェア5割）においては、衣装・メイク、料理、演出などについて、利用者に応じて内容が大きく異なるため、代表的な商品・サービスを特定困難（回答可能なものは、挙式料、会場使用料、ケーキ、司会料など一部）
- ✓ 繁忙期・閑散期・通常期別のほか、六曜（大安、仏滅等）、土日祝日、挙式開始時間などの多様なカレンダー要因により割引額が異なり、同一事業者においても同一料金がほぼ存在しない。結婚式の予約日に応じても料金変動（小規模な式は3か月程度前、大規模な式は8か月程度前に集中）
【参考2】
- ✓ 購入ルート（ブライダル情報誌、パンフレット、ウェブ等）によって、様々な価格への影響が大きい多種多様な特典サービスが存在（「招待客50名以上で30万円割引」「食事・ドレスなどの無料グレードアップ」「マイクロバス2台無料」など）
- ✓ 都市部は比較的小規模、地方は比較的大規模な式の傾向であり、代表的な人数規模の設定が困難

結婚式場サービスの主な構成要素

| | |
|----------|--|
| 飲食代 | ①料理代（コースメニュー） |
| | ②飲物代（フリードリンク、ウェルカムドリンク・乾杯用ドリンク代含む） |
| 衣装 | ③新婦貸衣装代（白ドレス1着、カラードレス1着、インナー持込み） |
| | ④新郎貸衣装代（タキシード1着、ワイシャツ持込み） |
| | ⑤小物レンタル代（新郎新婦用靴2足、ベール、アクセサリー、グローブ） |
| | ⑥美容・着付け代（新郎新婦ヘアメイク代、新郎新婦着付け代、お色直し1回分込み、ヘアメイクリハーサル含む） |
| 挙式・会場使用料 | ⑦挙式料（キリスト教式、司式一式） |
| | ⑧介添料 |
| | ⑨披露宴会場使用料（テーブルコーディネート料含む） |
| 引出物 | ⑩控え室使用料 |
| | ⑪引菓子（引菓子） |
| 記録 | ⑫引出物（カタログギフト） |
| | ⑬写真代（挙式衣装・お色直し衣装・集合写真） |
| | ⑭写真代（スナップアルバム、データ付） |
| 花 | ⑮エンドロール（DVD1枚、当日撮影代（挙式～披露宴途中）、編集代含む） |
| | ⑯ブーケ、ブートニア（生花） |
| | ⑰会場装花（メインテーブル用、生花） |
| | ⑱会場装花（ゲストテーブル用、生花） |
| 演出 | ⑲音響・照明使用料 |
| | ⑳司会料 |
| ケーキ | ㉑ウェディングケーキ（生ケーキ、デザイン料・装飾代含む） |
| 印刷物 | ㉒招待状（宛名印刷代含む） |
| | ㉓席次表 |
| | ㉔席札 |
| サービス料 | ㉕サービス料 |

【参考1】 葬儀料の構成要素と価格の把握可能性

| 費用 | 項目 | 項目（詳細） | 回答可の割合（%） |
|-----------|-------------------------|---|-------------|
| 葬儀料一式 | 遺体の搬送 | ①寝台車（10km, 深夜は除く） | 100.0 |
| | ドライアイス | ②ドライアイス（20～40kg） | 100.0 |
| | 納棺 | ③枕飾り | 98.0 |
| | | ④棺（布棺, 白, 普通品） | 100.0 |
| | | ⑤棺用布団 | 100.0 |
| | | ⑥防水・防臭シート | 90.0 |
| | | ⑦仏衣（白, 普通品） | 100.0 |
| | | ⑧納棺支援（清拭, 化粧（髭剃り含む）, 着替え, 納棺等） | 98.0 |
| | | ⑨位牌 | 100.0 |
| | 運営・設営・司会進行, 案内 | ⑩通夜・葬式（告別式）の設営・運営・司会進行, 式場案内の料金×2日分 | 94.0 |
| | 受付用品 | ⑪芳名カード（芳名帳）, 受付用筆記用具, テーブル, 看板など受付に必要な用品一式の料金 | 96.0 |
| | 斎場 | ⑫斎場の利用料（民営, 火葬場併設斎場を除く）×2日分 | 94.0 |
| | 祭壇 | ⑬祭壇一式（生花祭壇, 幅200～270cm, 一般的な花材） | 98.0 |
| | 遺影 | ⑭遺影写真（四つ切り, カラー, 黒縁額付き） | 100.0 |
| | | ⑮祭壇用遺影（ライトパネル） | 100.0 |
| | 焼香用品 | ⑯焼香用品一式（線香, ろうそく） | 96.0 |
| | 供花 | ⑰供花（2対） | 98.0 |
| | 返礼品 | ⑱会葬礼状×50人分（35名分+予備15名分） | 100.0 |
| | | ⑲会葬御礼（タオル等）×35人分 | 92.0 |
| | | ⑳香典返し（緑茶又はコーヒ-とお菓子のセット）×35人分 | 78.0 |
| 出棺 | ㉑霊柩車（洋型, 10km） | 100.0 | |
| | ㉒マイクロバス（1台）（喪主, 宗教者も同乗） | 98.0 | |
| 骨壺 | ㉓骨壺（瀬戸物, 白）セット | 98.0 | |
| 後飾壇 | ㉔後飾壇一式（紙製又は木製） | 96.0 | |
| 運営・管理料 | ㉕企画運営費又は施行管理費一式 | 90.0 | |
| 葬儀 飲食料 | 飲食代 | ㉖通夜振る舞い料理（オードブル, 並）×25人分 | 94.0 |
| | | ㉗精進落とし料理（御前料理, 並）×25人分 | 96.0 |
| | | ㉘飲料代（ビール, ウーロン茶）×各20人分 | 96.0 |
| | | ㉙サービス料（人件費） | 86.0 |
| 火葬料 | 火葬料 | ㉚火葬料（運営自治体に居住） | 66.0 |
| | | ㉛火葬場控え室（25～30名程度, 1室） | 44.0 |

※ 都道府県庁市に所在する50事業所による回答結果（2018年11月）

【参考2】 結婚式場料の割引体系（イメージ）

| | | | | |
|-----------------|---------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
| 1. 基本割引 | 誰でも55万円OFF | | | |
| + | | | | |
| 2. 時期割引 | 2017年12月 30万円OFF | 2018年1月 20万円OFF | 2018年2月 10万円OFF | |
| + | | | | |
| 3. 曜日割引 | 日曜日午前 3万円OFF | 土曜日午前 5万円OFF | 日曜午後・祝日 10万円OFF | 平日 20万円OFF |
| + | | | | |
| 4. お日柄割引 | 大安・友引 - | 先勝・先負 3万円OFF | 赤口 10万円OFF | 仏滅 20万円OFF |
| + | | | | |
| 5. 人数割引 | 30名以上 - | 60名以上 3万円OFF | 80名以上 10万円OFF | 100名以上 20万円OFF |

この割引体系（イメージ）では、基本割引～お日柄割引までの割引額が、

- ・ 2017年12月は 90万円～115万円OFF
 - ・ 2018年1月は 83万円～105万円OFF
 - ・ 2018年2月は 70万円～ 95万円OFF
- と、土日祝日の日取りによって25万円程度、割引額が異なる。

下記は、1.基本割引～4.お日柄割引までのOFF金額

2017年12月

| 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 | 日 |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------------------|------------------|
| | | | | 1 大安 | 2 赤口 100万円OFF | 3 先勝 98万円OFF |
| 4 友引 | 5 先負 | 6 仏滅 | 7 大安 | 8 赤口 | 9 先勝 93万円OFF | 10 友引 95万円OFF |
| 11 先負 | 12 仏滅 | 13 大安 | 14 赤口 | 15 先勝 | 16 友引 90万円OFF | 17 先負 98万円OFF |
| 18 大安 | 19 赤口 | 20 先勝 | 21 友引 | 22 先負 | 23 仏滅 115万円OFF | 24 大安 95万円OFF |
| 25 赤口 | 26 先勝 | 27 友引 | 28 先負 | 29 仏滅 | 30 大安 | 31 赤口 |

2018年1月

| 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 | 日 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------------------|-------------------|
| 1 先勝 | 2 友引 | 3 先負 | 4 仏滅 | 5 大安 | 6 赤口 90万円OFF | 7 先勝 88万円OFF |
| 8 友引 85万円OFF | 9 先負 | 10 仏滅 | 11 大安 | 12 赤口 | 13 先勝 83万円OFF | 14 友引 85万円OFF |
| 15 先負 | 16 仏滅 | 17 赤口 | 18 先勝 | 19 友引 | 20 先負 83万円OFF | 21 仏滅 105万円OFF |
| 22 大安 | 23 赤口 | 24 先勝 | 25 友引 | 26 先負 | 27 仏滅 100万円OFF | 28 大安 85万円OFF |
| 29 赤口 | 30 先勝 | 31 友引 | | | | |

2018年2月

| 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 | 日 |
|------------------|-------|-------|-------|-------|------------------|------------------|
| | | | 1 先負 | 2 仏滅 | 3 大安 70万円OFF | 4 赤口 85万円OFF |
| 5 先勝 | 6 友引 | 7 先負 | 8 仏滅 | 9 大安 | 10 赤口 80万円OFF | 11 先勝 78万円OFF |
| 12 友引 75万円OFF | 13 先負 | 14 仏滅 | 15 大安 | 16 先勝 | 17 友引 70万円OFF | 18 先負 78万円OFF |
| 19 仏滅 | 20 大安 | 21 赤口 | 22 先勝 | 23 友引 | 24 先負 73万円OFF | 25 仏滅 95万円OFF |
| 26 大安 | 27 赤口 | 28 先勝 | | | | |

※ 実際に事業者で使用されている割引料金表を参考に作成