

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

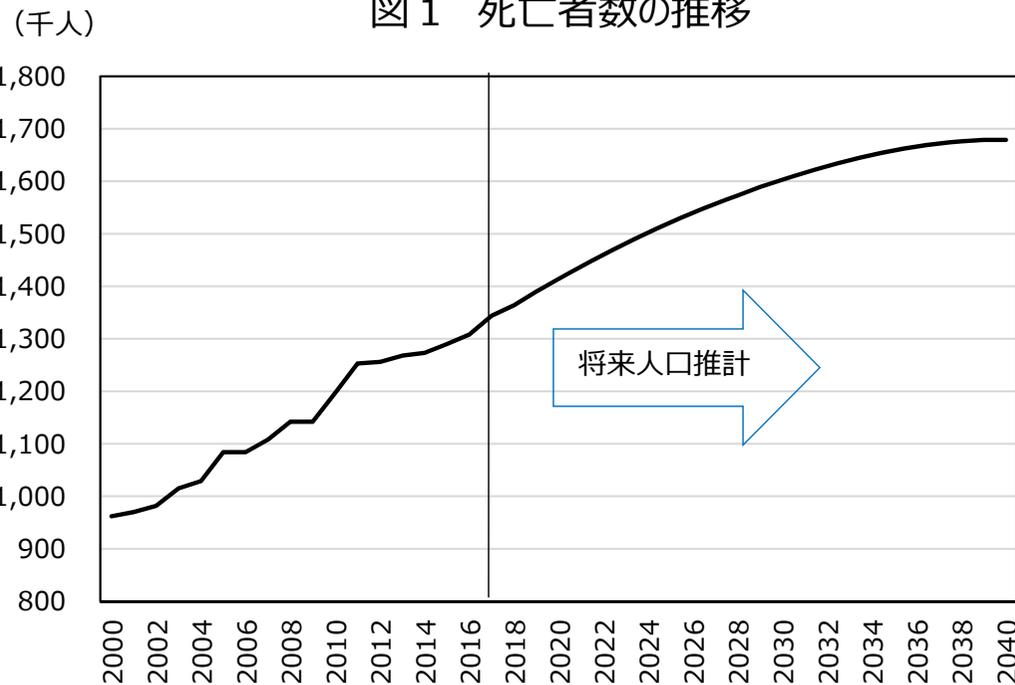
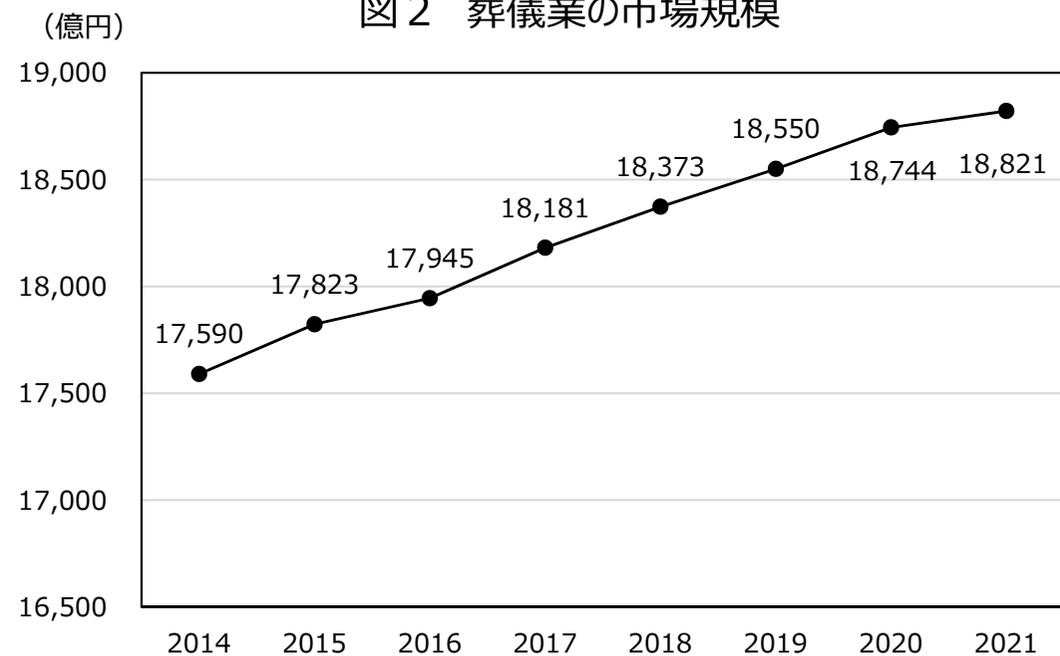


図2 葬儀業の市場規模



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】

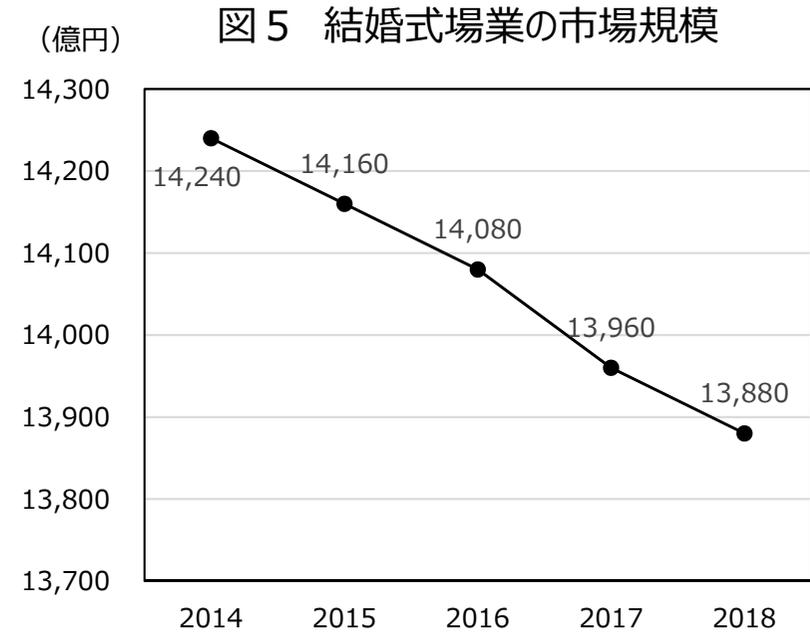
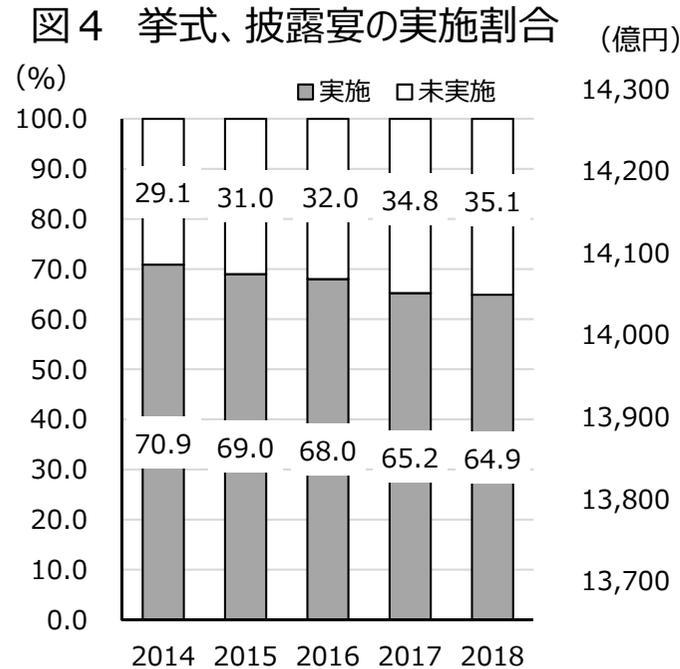
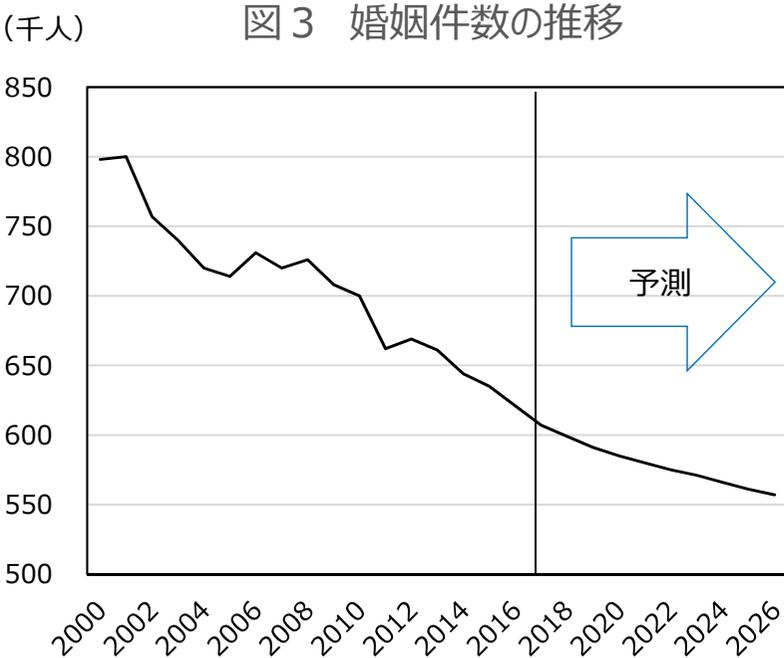
- ✓ 葬儀サービスを構成する項目について、一部例外（下記）を除き、ほぼ全ての事業者が価格回答可能

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