

わたしたちの誓い

葬祭サービスを利用される皆様へ

全日本葬祭業協同組合連合会

私たちは、葬儀において最大限に尊重されるべきことは、故人の尊厳・遺族の悲しみ、集う人々の想いであり、それぞれの信仰・信条の自由であると考えます。

私たちは、何よりもまず、それぞれの故人の意思、ご遺族の想いに耳を傾けたうえで葬祭サービスを提供します。関係法令を遵守し、ご遺族・消費者の皆様にとって必要な情報を積極的に提供し、ご遺族の消費者としての権利を擁護します。

葬儀は、亡くなった方を弔い、惜別し、いのちの尊厳を確認するために行われるものです。人類の歴史において、死者を弔うために人々が心を尽くし、葬送文化を育んできました。私たちは、葬送文化を正しく継承するよう努めると同時に、葬儀に対する個々の多様な価値観を尊重し、それぞれに適応した葬祭サービスを提供します。

私ども全日本葬祭業協同組合連合会（全国55事業協同組合加盟、所属員

1436社、平成21年1月1日現在、以下、全葬連）は、葬祭専門事業者として、これまで遺族、消費者の立場に立った葬祭サービスを提供し、消費者から信頼を得るべく努めてまいりました。

まず葬祭業に従事する者の資質の向上が重要であると考え、いち早く資格認定制度の必要性を訴え、平成8年には厚生労働省（当時、労働省）認定葬祭ディレクター技能審査を実現し、以来その推進に大きな役割を担ってきました。平成11年には消費者主体の葬祭サービスを目指す「生活者への宣言」、平成19年には「全葬連 葬祭サービスガイドライン」を取りまとめ公表しました。平成12年以降、「消費者の視点からのサービス格付け評価」として所属員を対象に「葬祭業安心度調査」を実施し、全葬連所属員の葬祭事業者個々のサービスレベルの向上に努めてまいりました。

しかしながら、実際に葬祭業を営む事業者には、私ども全葬連に属さない葬祭専門事業者、J・A、生花店、仏壇店

墓石業者、ギフト業者、ホテル、さらには冠婚葬祭互助会もあり、多岐にわたっています。他産業等からの新規参入も少なくありません。平成18年事業所・企業統計調査によると、葬祭業の企業総数は3494、事業所総数は7473となっています。実際に葬祭業に関わる企業はさらに多く、4千500から5千とも推定されます。

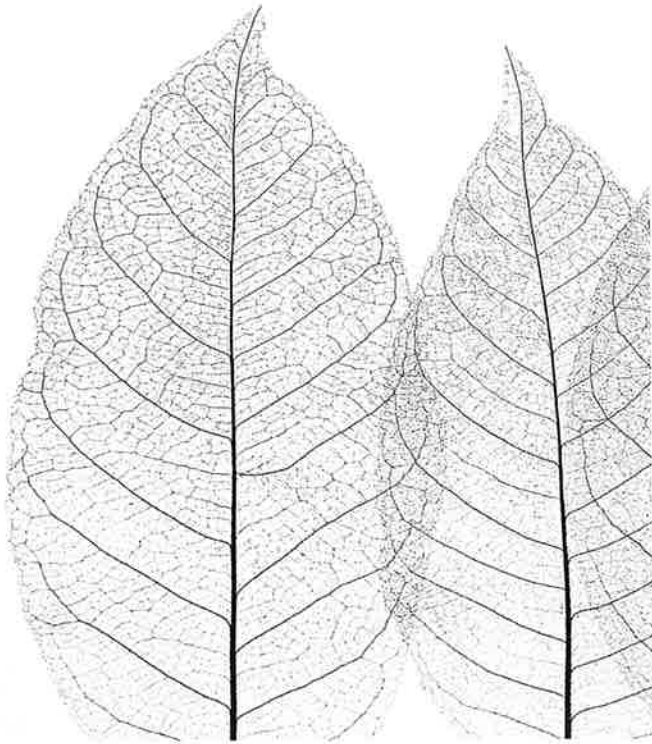
残念なことに、葬祭事業者の一部には、消費者から誤解を受けるような行為を行い、クレームとなるケースがあります。各地の消費生活センター、国民生活センター等で問題とされており、葬祭業界では依然として問題を抱えています。

全葬連は、葬祭業界にある問題点を払拭すべく、葬祭サービスの原則を以下の通り明文化し、全葬連所属員に徹底を図ると同時に、他の葬祭業を営む事業者の問題提起し、葬祭サービスが、ご遺族、消費者のために適正に行われるよう努めます。

（注）本原則は、平成19年「全葬連 葬祭サービスガイドライン」を踏まえ、これからの葬祭事業者と消費者との間の原則（ルール）として定めるものです。

■「いのち」の尊重

1. いかなる「いのち」も、差別や偏見なく等しく尊重されるべきです。
2. すべての故人は、基本的人権を尊重されるべきであり、弔われ、葬儀を受ける権利があります。
3. どのような場合にあつても、ご遺体に対して敬意を払い、その尊厳を守るよう努めます。
4. 葬儀を行うにあたり、故人およびご遺族の、それぞれの生き方、信仰、信条、価値観、意思を尊重します。
5. 故人ならびにご遺族のプライバシーを保障します。私たち全葬連およびその所属員は、「全葬連プライバシー・ポリシー」（平成17年制定）を遵守します。
6. ご家族の一員と死別されたご遺族の悲嘆（グリーフ）の心情を深く



配慮し、葬儀を施行します。

■消費者としての権利

7. 消費者には、葬祭サービスの内容について、事前に情報を収集し、自由に葬祭事業者を選択する権利があります。

8. 葬祭事業者には、事前にサービス・商品内容、価格について、消費者の視点に立って、わかりやすく説明する義務があります。

9. 消費者には、葬祭サービスを受

けるにあたって、どのサービス、どの商品を選ぶかについての選択権があります。また、葬祭事業者には、

消費者に対して、必要な情報を適正に提供する義務があります。私たち

全葬連所属員は、消費者の選択権を保障します。必要な情報を作為的に隠したり、誤った情報を意図的に流したりして消費者の選択権を侵すことはしません。

10. 私たち全葬連所属員は、サービスを提供するにあたり、事前に価格

表および見積書の提示を行い、ご遺族（以下、代理人を含む）の同意を得ます。追加の必要が生じた場合にも、同意を得たうえでサービスの提供を行います。

11. 私たち全葬連所属員は、葬儀施行後、費用を請求するにあたっては、事前に提出した見積書と相違するところについては説明し、ご遺族の同意を得るものとします。

12. ご遺族は、葬儀施行の前、施行中、施行後にかかわらず、ご質問・ご意見等があるときは相談することができます。また、私たち全葬連所属員は、これに誠実に対応します。

13. 私たち全葬連所属員は、サービスの提供あるいは斡旋において、領収書を発行することできない金額は請求しません。関連事業者等への心付けについては、ご遺族の自由意思によるものであり、ご遺族の意向を尊重します。心付けが地域の慣習・慣行となっている場合には、その旨を説明し、了承を得るものとします。

14. 私たち全葬連所属員は、宗教宗派に則って葬儀を行う場合には、当該宗教宗派の儀礼、意向を尊重し、これを侵害しません。

15. 私たち全葬連およびその所属組

合は、宗教者と意思疎通を図り、適

正な対応に努めます。

■トラブル処理、その他

16. 葬祭サービスに対する疑問、トラブルがあった場合、私たち全葬連所属員は、これに誠実に対応します。それでも解決しない場合には、「全葬連消費者相談室（0120-0783-494）」（受付時間9：00～17：00、土・日・祝・年末年始を除く）までお申し出ください。

当事者間で解決しない問題については、第三者委員を含めた「全葬連消費者トラブル調停委員会」を設置し、問題解決に努めます。

17. 新型インフルエンザの流行その他、感染症への対応が危惧されています。私たち全葬連所属員は、ご遺族への感染、感染の拡大を防止するために、行政・医療機関等と連携し、その指導を受け対処します。感染症防御のために、公衆衛生に配慮したご遺体の取扱を行いますので、ご理解・ご協力をお願いいたします。

18. 私たち全葬連所属員は、宣伝・情報提供にあたり、景品表示法等に違反しないしは抵触するような表示を行いません。また、刑法、墓地、埋葬等に関する法律、消費者契約法、個人情報保護法その他の関連法令を遵守します。

■宗教宗派・信条

14. 私たち全葬連所属員は、宗教宗派に則って葬儀を行う場合には、当該宗教宗派の儀礼、意向を尊重し、これを侵害しません。

15. 私たち全葬連およびその所属組合は、宗教者と意思疎通を図り、適

平成21年1月26日

全葬連「わたしたちの誓い」とその解説

碑文谷創

「わたしたちの誓い」の背景

「わたしたちの誓い」葬祭サービスを利用される皆様へ」（以下、「誓い」）は2009（平成21）年1月26日付で全日本葬祭業協同組合連合会（以下、全葬連。松井昭憲会長）が公表したものである。

生活者への宣言

全葬連は1999（平成11）年10月の山口大会では、消費者主体の葬祭サービスを目指す「生活者への宣言」（以下、「宣言」）を公表しており、消費者へ向けての宣言としては2回目になる。

「宣言」は、消費者からの葬祭業者不信を背景としたものであり、その不信の一掃は葬祭業者にとって極めて大切なものである、という認識からきている。同時に消費者へ宣言するということは、葬祭業者自身の倫理性向上を目的としている。

「宣言」のもつ意味は大きい。

元来は地域共同体が中心に執り行われていた葬式が、特に70年代以降、高度経済成長による都市化の影響を受け、葬祭業者が請け負う形態へと変化してきた。

この変化は葬祭業の業態変更・改革を必要としたが、葬祭業は特に自覚することなく進んだ。また異業種による新規参入が盛んとなったが、業態改革には結びつかなかった。

そのため、地域共同体への葬具提供業という旧来の業態を引きずったまま請負業になったことで、「祭壇料」が幅を利かすようになり、消費者の選択権を保障する葬祭サービスへの脱皮が不十分だった。それゆえ、消費者からの葬祭業全体への、特に「価格不透明」という不信を招く結果となった。

「価格不透明」とは価格を説明する際に、実際はサービスが主体となる

のにサービスの内容の説明を欠き、物の価格のみ提示していることからきており、葬祭サービスの内容が理解されていないことからきている。

そういう状況にあつて、1団体ではあるが、全葬連が「宣言」を公表し、「消費者主体の葬祭サービス」を打ち出し、以後、葬祭サービスには消費者主権の考えが必須という葬祭業の常識をつくり出した意味は大きい。

【参考】「生活者への宣言」全文

「生活者への宣言（あなたへの約束）」

私どもは、大切なご家族と死別し、悲しみの中にあるご遺族の想いを真摯に受け止め、ご遺族が営まれる（とむらい）を心をこめて支援いたします。

1. 〈事前相談の受け付け〉

ご遺族やご自分の葬儀に対して要望・不安・心配を抱かれています方の事前の相談を受け付けております。その方の身になって丁寧に対応いたします。

2. 〈明朗な価格明示〉

葬儀の価格に対する不明朗感を一掃

し、納得のいただける価格を提示いたします。

3. 〈ご遺族の想いを大切に〉

葬儀に対する故人の意思、ご遺族の意思が活かされるように、まずご遺族の想いに耳を傾けます。

4. 〈情報の提供と助言〉

ご遺族が葬儀の内容を選択・決定するにあたって、必要な情報を提供するとともに、必要に応じて専門家としてのアドバイスをさせていただきます。葬儀が適切なものとなるよう支援いたします。

5. 〈葬儀の選択・決定権〉

葬儀の内容は、最終的にはご遺族がご自身で選択・決定するものです。私どもは、葬儀の施行に先立って、打ち合わせ結果を提案書（見積書）として提示し、納得いただき、確認を得たうえで葬儀を施行いたします。

6. 〈疑問・不透明点へ対処〉

葬儀を終了するまでの間、疑問や不明な点がございましたら、どんな些細なことでもお申し出ください。ご遺族の身になって真剣に対応いたします。

7. 〈常に改善に努力〉

葬儀終了後、気づかれた問題点があ

り、遺族の権利を侵害するおそれがある。私どもは、ご本人・ご遺族のために、よりよき葬儀を実現すべく、常に改善に努めてまいります。

8. 〈アフターケアの提供〉

葬儀後のさまざまな問題についてもご相談ください。専門家を紹介するなど、ご遺族のニーズに対応したアフターケアを提供いたします。

9. 〈責任ある対応〉

全葬連所属員の葬儀社の施行に関し、不審な点、約束違反、不当請求などの問題があり、葬儀社の対応に不満を覚えられた場合には、全葬連消費者相談室にご相談ください。全葬連では責任をもって調査し、対処いたします。

10. 〈信頼される葬儀社に〉

私どもは、あなたの街の葬儀社として、信頼され、地域社会のお役に立てる葬儀社であるよう努力いたします。

平成11年10月14日

全葬連全国（山口）大会決議

葬祭ディレクター技能審査

「宣言」に先立つ3年前の1996（平成8）年、労働省（当時、現在は厚生労働省主管）の認定を受けて発足したのが葬祭ディレクター技能審査制度である。

「葬祭サービスの品質向上が消費者

からの葬祭業への信頼につながり、ひいては葬祭業に従事する者の社会的地位向上につながる。その鍵となるのが消費者マインドをもった人材育成にある」

ということ、全葬連と社団法人全日本冠婚葬祭互助協会（現在は一般社団法人全日本冠婚葬祭互助協会以下、全互協）との認識が一致した。労働省の指導もあって、2団体所属者のみを対象にするのではなく、業界全体に受験を呼びかけて行うことになった。

葬祭ディレクター技能審査は、13年度をもって18年目となる。12・13年度の受験者数は年2千5百人程度、両団体以外の受験者は約3分の1を占め、葬祭サービスに従事する者の共通の人材育成システムとして定着してきている。12年度までで2級・1級合格者（延べ）は2万5千名を超えた。

ガイドライン

「誓い」に先立って全葬連は、2007（平成19）年5月に「全葬連葬祭サービスガイドライン」（以下、「ガイドライン」）を制定している。

「ガイドライン」が組織内事業者への指針であるのに対し、「誓い」は

外部の消費者に向けての指針という関係にある。「ガイドライン」制定の必要性が迫られた理由は、「ガイドライン」の「はじめに」に明記されている。

近年、テレビや新聞などにより葬祭サービスに係わる消費者トラブルや苦情が増加していることが相次いで報道され、葬祭事業者の信頼性が問われている。

公正取引委員会は、こうした状況を踏まえ葬儀の取引実態を調査し、平成17年7月「葬儀サービスの取引実態に関する調査報告書」を発表し、葬祭関係事業者に対し適切な対応と公正かつ自由な競争の促進を求めている。

また、平成18年6月、独立行政法人国民生活センターから、業界ガイドライン等の整備、消費者トラブルに関する相談窓口の整備、葬儀知識・情報の提供に関する環境の整備等に努めるよう要請されている。

しかしながら、葬祭業は今日まで葬祭事業および事業者を直接規制する法律はなく、また葬祭業界の自主的ルールも定められていないのが現状である。

つまり05（平成17）年の公正取引

委員会の調査報告書（以下、「公取報告書」）、またそれに基づく翌年の国民生活センターの勧告書が「ガイドライン」制定の直接の引き金となった。

「公取報告書」の項で説明するように、葬祭事業者は全部で4千5百社程度である。そのうち全葬連に所属する企業は全体の3割程度の1千4百社程度である。互助会系、JA系を除外すると約6割が未組織である。

行政は個別の事業者を指導・管理するわけにはいかないので、唯一の全国組織である全葬連に経済産業省（経産省）や国民生活センターその他のからの要望は集中する傾向がある。葬祭業者への問題の指摘は全葬連が受け、また全葬連が対応しないと所属員は消費者からの信頼も得られないという構造になっている。葬祭事業は許認可の対象ではない。



葬祭事業を開始するにあたって、地方自治体、保健所に届け出る必要はない。そういう意味では葬祭事業に規制は存在しない。ただし、葬祭事業に問題がないわけではない。その場合、指導は経産省や消費者庁等から全葬連に行き、全葬連はそれを所属員に伝達するという流れになる。暴対法（暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律）および各都道府県の暴力団排除条例に関する運用上の注意等は県警、警察署から各企業に指導がある。

葬祭事業者を名指しした規制はないが、企業である以上は法令遵守が求められる。民法、刑法、消費者契約法、景品表示法、個人情報保護法等である。近年特に問題になっているのが消費者契約法および景品表示法との関係である。

●消費者契約法との関係
葬祭サービスについて事業者と消費者が契約するにあたって、両者の間には非常に情報格差があり、対等な関係にはない。そこで葬祭事業者は契約にあたり、適切な情報提供を行う必要がある。

●景品表示法との関係
昔は地域共同体が主催して葬式が執り行われていた。わからないことがあれば僧侶や地域の世話役に聞いた。今は葬式は各個人と葬祭業者との契約であり、しかも葬祭サービスについても葬式そのものについても何の知識をもたない消費者が増えている。

●消費者契約法との関係
葬祭サービスについて事業者と消費者が契約するにあたって、両者の間には非常に情報格差があり、対等な関係にはない。そこで葬祭事業者は契約にあたり、適切な情報提供を行う必要がある。

●消費者契約法との関係
葬祭サービスについて事業者と消費者が契約するにあたって、両者の間には非常に情報格差があり、対等な関係にはない。そこで葬祭事業者は契約にあたり、適切な情報提供を行う必要がある。

iPad

Windows

「タブレット」対応システムならケントピア

タブレット
祭り

※Surfaceシリーズは出先で電源を借りずに無線印刷が可能です。



i P a d
(iOS)



Word/Excel を標準搭載

Surface RT/Pro
(Windows RT)(Windows8 Pro)



HP ElitePad
(Windows8 Pro)

A. お見積り作成ソフト（クラウド積トピア）
 B. 過去情報検索ソフト（クラウド過去情報トピア）
 C. カタログ・ソフト（カタログトピア）
 D. 販売管理へ100%データ移行（2度打ちの手間を無くし合理化利益UP）

ーソフト（クラウドシステム）は各種タブレットに対応していますー
資料のご請求・お問い合わせはお気軽に右記までご連絡下さい。☞

ケントピアとの提携は企業秘密の取扱い
ケントピア株式会社 TEL03-3822-4721代 FAX03-3822-9641
 Mail: info@kentopia.co.jp http://www.kentopia.co.jp/

「見積りサービス提供事業者の企業行動指針」として「ガイドライン」を定め、これを遵守することにより、事業者の信頼を確保し、業界の健全な発展に資することを目的とする。

「消費者保護の精神に基づき葬祭サービス提供事業者の企業行動指針として」設けられたのが「ガイドライン」である。

「ガイドライン」は以下、6. 基本的人権の尊重および顧客情報の守秘義務、7. ご遺族の選択の意思の尊重、8. 公正・自由な競争の確保、

9. 関連法令の遵守、10. 情報開示・提供、助言、と展開されるが、「誓い」とも重複するので、ここでは項目名の紹介にとどめる。

「消費者への説明」の内容を具体的に提示したのが11である。

以下、項目は次のように続く。

12. 相談窓口の設置、13. 料金体系の明確化、14. 商品・サービス等の商品目録および価格表の提示、15. 見積書（施行明細書）交付の義務。

請求書については次のように定められている。

17. 請求書（施行費用明細書）交付の義務

(1) 所属員は、提供した商品・サービス等の全ての費用を記載した請求書（施行費用明細書）を交付しなければならない。

(2) 請求書は、消費者にとって分かりやすい様式にするよう努めなければならない。

葬祭サービスを利用する消費者の要請に応え、消費者保護の精神に基

「ガイドライン」の概要

ここで「ガイドライン」の概要を紹介しておく。

ここに書いてある行動指針は明らかにインターネット利用の葬祭業者幹旋紹介業者とは異なる。それは「地

域社会」にある企業ということを明確にしている点である。そこで「社会的使命」という言葉が生きてくる。葬祭事業が単に利益を目的とするのではなく、社会に位置づくことによつて生き、生かされる企業のあり方が問題とされる。

「ガイドライン」は以下、6. 基本的人権の尊重および顧客情報の守秘義務、7. ご遺族の選択の意思の尊重、8. 公正・自由な競争の確保、

9. 関連法令の遵守、10. 情報開示・提供、助言、と展開されるが、「誓い」とも重複するので、ここでは項目名の紹介にとどめる。

「消費者への説明」の内容を具体的に提示したのが11である。

以下、項目は次のように続く。

12. 相談窓口の設置、13. 料金体系の明確化、14. 商品・サービス等の商品目録および価格表の提示、15. 見積書（施行明細書）交付の義務。

請求書については次のように定められている。

17. 請求書（施行費用明細書）交付の義務

(1) 所属員は、提供した商品・サービス等の全ての費用を記載した請求書（施行費用明細書）を交付しなければならない。

(2) 請求書は、消費者にとって分かりやすい様式にするよう努めなければならない。

追加・変更に係る事項

⑤見積り以外（宗教者関係、飲食、供花、ギフト、霊柩自動車・ハイヤー・タクシー・マイクロバス等車両関係、火葬場関係等）の別途費用の発生に係る事項

⑥立替え、取次ぎ・幹旋等に係る事項

⑦見積書と請求書の内容・金額等の差異に係る事項

⑧消費者にとつて有益となる事項

⑨葬儀施行契約上の重要事項について消費者の不利益となる事実（消費者契約法）

11. 所属員の説明責任

(1) 所属員は、消費者に対し提供する葬祭サービス内容や料金など必要な情報を、明確かつ理解しやすく説明しなければならない。

(2) 所属員は、消費者に対し特に以下の事項およびその関連内容等について誠実に説明しなければならない。

①事前相談、事後相談に係る事項

②打合せ・見積りに係る事項

③通夜、葬儀・告別式全般の進行・運営に係る事項

(4)見積り後の内容や仕様、数量等の

ならない。

(3) 見積書に記載されている商品・役務サービス等の内容・仕様・数量等の変更または追加が生じた場合には、見積書と請求書との内容・金額の差異およびその理由・原因等について説明しなければならない。

以下は省略するが、本来、こうした全葬連の自主ルールは、業界全体で共有されているものである。

「誓い」の前文の最後に次のように書かれている。

全葬連は、葬祭業界にある問題点を払拭^{ふしよく}すべく、葬祭サービスの原則を以下の通り明文化し、全葬連所属員に徹底を図ると同時に、他の葬祭業を営む事業者の問題提起し、葬祭サービスが、ご遺族、消費者のために適正に行われるよう努めます。

ここで全葬連の自主ルールともいうべきものを紹介するのは、これらはまだ不十分で、今後改正するべき点があるかもしれないが、少なくともここに書かれた自主規定は業界全体の共有認識にならないと、業界そのものが消費者からの信頼を得られない、と考えるからである。

05年公取調査報告書

05(平成17)年の「公取報告書」は、近年の消費者庁の景品表示法、消費者契約法に基づく摘発等の基礎となるもので、それゆえ極めて重要なものである。

調査の主旨を公取の報道発表資料で見ておこう。

消費者は、葬儀サービスの内容及料金についてよく理解しないままに葬儀業者と契約してしまう等、十分な知識をもって適切に事業者を選択することが必ずしもできていない状況であるとみられており、葬儀サービスの内容、料金等、消費者による適切な選択のために必要な情報が消費者に対し十分に提供されることが特に重要となっている。

葬儀業者間において本来の価格及び品質による顧客獲得競争が起きにくい。

と分析し、以下のことを求めた。

・消費者の適切な葬儀業者選択が確保され、葬儀業者間において、サービス内容及び価格に基づく競争がより活発になること。

・葬儀業者から消費者に適切な情報が提供されるようにすること。

・葬儀業者と葬儀関連事業者との取引において、公正かつ自由な競争が確保されるようにすること。

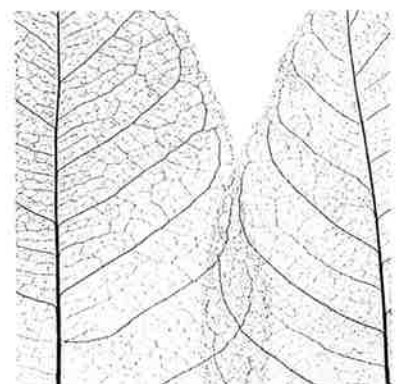
との観点から、独占禁止法上、景品表示法上あるいは競争政策上の考え方を示すことを目的として本調査を実施。

公取は「葬儀業者」を葬儀専門業者、互助会、農協で葬儀施行を行っている組合等と規定しており、上記3つの事業者に対して調査を実施している。

(注)ここでいう「葬儀専門業者」は、当時「総務省『平成13年事業所・企業統計調査』において「葬儀業」として区分されている事業者」のことで、3147社、6383事業所、とされている。

最新の調査結果は「09年経済センサス」である。企業統計では「葬儀業」で4111社、6563事業所。事業所統計では8466事業所となっている。企業統計では個人業者、外国人企業が除外されているので、葬儀業には822の個人事業主が存在することを示している。(11年調査結果は未公表)

また、この企業の中には互助会系、JA系の葬儀社も含まれていることは



すでに判明しているもので、これを「葬儀専門事業者」と規定することは、少なくとも現時点では適切ではない。

またこの時点の調査では問題とされていないが、現時点では問題となるものにインターネット等を用いた「葬祭業者斡旋紹介業」がある。

斡旋紹介業者は、葬祭サービスの内容・価格を提示して顧客を誘引し、これを各地の葬祭業者に紹介し、一定割合の手数料を得る事業を行っている。施行自体は自分たちで行わない。こうした事業者のインターネット上での内容、価格提示に問題があることが少なくない。

消費者保護の観点では、こうした紹介業に景品表示法上の問題があり、改善が必要とされている。これが2010年以降抱える新しい問題としてある。

サービス業としての評価

一般に「葬祭業」というが、産業

分類は「葬儀業」である。産業分類を上からたると、「N 生活関連サービス業、娯楽業」↓「79 その他の生活関連サービス業」↓「796 冠婚葬祭業」↓「7961 葬儀業」となる。ちなみに「7962 結婚式場業」「7963 冠婚葬祭互助会」が同じ並びにある。「冠婚葬祭業」と並ぶ事業には「791 旅行業」「795 火葬・墓地管理業」等がある。「産業分類」自体は、どの産業もどこかに位置づくので「サービス業」といっても特別な評価というわけではない。ここでは産業分類上は「葬儀業」という、かなりの意味である。しかし、公取が求めるのは「葬儀業が他のサービス業同様に、「サービスの内容と価格の競争によって消費者が自由に業者選択できるようになること」である。

そのための「適切な情報提供」が求められている。しかし現在の葬祭業界が抱えている問題は、価格とセットで説明されるべき内容についての標準的表示がないこともあり、「不十分なサービス内容の説明に基づく安易な価格表示が横行している」という点にある。

「安い」「総額〇〇円」「これ以上かかりません」といった、バナナの叩き売りの宣伝が横行し、景品表示法上の問題となっている。さらに指摘するならば、葬式はそれぞれで固有性があるので、「どのような想いで葬式をしようとしているのか」等を聞き取りしないで、「親族10名、会葬者20名」といった数的資料だけで見積もるのは乱暴である。近年、葬祭業者斡旋紹介業者が出現することによって、こうした「乱暴」な見積もりが増加している。ネットでも簡単に見積もりが取れる、というのは「消費者にとつて便利」なプラス面だけを意味しない。数量だけで決められる葬儀は必要性をほとんど欠く方向に進むであろう。葬式とは、遺族が死者を弔う必然性があるから行うもので、この必然性を飛ばして数量的なものに還元して葬式は選択されるべきではないだろう。それは選んでいく段階での一つの要素にすぎない。こうした数量化を第一とした選択を促す方向に進むのであれば、けつして遺族である消費者の身にならない。

サービスの質、品質と内容との関係で価格はある。

「若いころ10年以内、業界が荒れていて」という認識が広がっている。それはサービスの内容、品質が問われない、一種の価格ダンピングが横行していることである。また、こうした価格ダンピングに対抗できないのは、一般の業者が価格提示をサービスの内容、質と関係づけて提示していないことにも原因はあるだろう。

サービス内容と価格の表示例

価格の内容とセットになった価格の表示例として、全葬連が「誓い」とほぼ同時期に作成した『お葬式Q&A』の「葬儀社への支払い料金は？」での説明例を出しておこう。

*その前の「お葬式にかかる費用の構成は？」では次のように説明されている。

お葬式にかかわる費用は大きく分け

ると、①菩提金納付と仏壇費用、②宗教者へのお礼、③家族が直接支払う費用、の3つに分かれます。

②の宗教者へのお礼は、目安については葬儀社が相談にのることもあるでしょうが、むしろ宗教者と直接お話をし、葬儀のお願いをし、お礼するものです。お願い、お礼もご家族が直接行いましょう。

宗教者へのお礼は料金制ではありません。それぞれのご遺族の宗教者との関係や経済事情によっても異なります。それぞれが自分たちにできる精一杯のお礼をするのがいいでしょう。

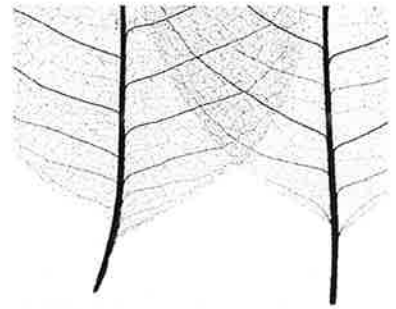
近年、僧侶派遣プロダクションが都市部で増えたことで、お布施の料金が進んでいる。葬祭サービスは宗教儀礼を正しく理解しておかなければいけないが、あくまで宗教儀礼は宗教者と遺族が打ち合わせて行われるもので、葬祭サービスとは独立した関係にあることを認識しておく



冷棺システム
紫雲

お問い合わせ先
株式会社エヌ・ウェーブ
〒154-0023
東京都世田谷区若林4-30-6-705
TEL: 03-5433-2654
FAX: 03-5787-6689
email: n_wove@tbz.i-com.ne.jp
web: http://www.nwave.co/

(担当営業: 加藤) 080-5411-8661
(担当営業: 保谷) 090-1465-4435



必要があるだろう。

葬儀社経由で支払う費用ですが、これは大きく4つの項目からなります。

①基本項目

自動車であれば車の本体価格に相当します。車でも車種、用途、グレードによって価格が変わると同様に、葬儀でもプランによって変わります。

②オプション項目

それぞれが必要に応じて選ぶもの。自動車であればカーナビやサンルーフ等の特別仕様料金にあたるものです。

③立替項目

式場料、火葬料、霊柩車の運賃等、葬儀社が立て替えて支払う費用。

④変動項目

会葬者や会食への参加者数によ

て変動する費用。会葬返礼品、料理等の費用。

葬儀社により①基本項目に含むものと②オプション項目になるものなど、内容が変わっていることがあります。①基本項目には、祭壇という基本的物品に加えて、さまざま相談、案内、運営といった、葬儀に必要な人的サービスが含まれています。

●葬儀社に支払う費用に含まれているものの一例（葬儀社により異なるので個別に確認してください。）

①基本項目

含まれる用品：祭壇（生花祭壇か白木輿祭壇の選択可）、受付用具一式、焼香道具一式、枕飾り一式、音響設備、後飾り一式、消耗品

含まれるサービス：ご遺体の搬送、役所手続の代行、納棺、ご遺体の保全、枕飾りの設置、車両（寝台車、霊柩車、マイクロバス、ハイヤー）の手配、式場・火葬場の手配、式場の内装・設置、式の司会・進行、通夜・葬儀の運営、後飾り壇の設置、葬儀後の情報の提供、ご相談、手配・準備一式。

②オプション項目

棺（桐棺、布棺、彫刻棺等）、骨壺料、ドライアイス代、ご遺体の処置

に関する費用（エンバナーミング、湯漕、納棺等）、写真（カラー、サイズ、額等）、盛り物、会葬礼状、看板類、ご遺体の保管料、貸衣裳料、ビデオ制作費、生花代、式場使用料等。

③立替項目（葬儀社が立て替えて支払う品目）

車両（寝台車、霊柩車、マイクロバス、ハイヤー）の運賃、火葬場等への支払い（火葬料、火葬場休憩室料）

④変動項目（当日の実際の数量により変動する品目）

料理、飲み物（通夜、葬儀後）、会葬返礼品等

葬祭業者が最も大切にすべき情報

ここまで葬祭業者が消費者に提供すべき情報について書いてきたが、ほんとうに問題なのは

「亡くなった方がどういう方で、遺族はどういう想いで弔いたい、と考えているか？」

ということである。遺族の本人への想いを丁寧に聴き取ることから全ては始まる。

もちろんあまりに個人的な情報に立ち入ることは不作法になるが、遺族の弔いへの想いを知らずしてかかる葬祭サービスも提供できない。

もちろんこのことは葬祭業者以上に宗教者に要求されることである。

遺族が葬式の手順を知らなくとも、それは葬祭業者がサポートすれば済むことである。また、葬式で手順に悩むようではサポートする側のサービスが行き届いていないことになる。

遺族にとって最も重要なことは死者を弔うことに専心できること。これをサポートするのが葬祭業者の役割だと断言してもいい。

遺族である消費者

葬祭サービスが他のサービス業と基本的に異なるのは、消費者が「遺族」である点である。

「遺族」である、ということは大切な人との死別後間もない状況に置かれている、ということを意味している。

遺族は死別による悲嘆（グリーフ）を抱えている、それがどのような状態であるかは個々に変わるが、平穏な感覚ではない、ということを前提に、まず話に耳を傾け、その想いを聴き取り、遺族が願う弔いを支援する方向で動くことが求められる。

葬式の目的は、何ごともなく無難に終わることではない。遺族が充分に死者を弔うことにある。それを支

置することや葬祭業者の役割になる
ここで付加するなら「遺族」とい
う概念である。

日本では昔から「家族の一員との
死別を体験中の家族」を意味してき
た。だが近年の家族解体による家族
の分散化の影響を「遺族」という言
葉も受けている。また人間関係も多
様になっており死者の死を最も大切

解題 「わたしたちの誓い」

前文①尊重されるべきもの

①私たちは、葬儀において最大限に
尊重されるべきことは、故人の尊厳
ご遺族の悲しみ、集う人々の想いで
あり、それぞれの信仰・信条の自由
であると考えます。

葬儀で尊重されるべきことを3つ
挙げているが、それは順序でもある。
まず第1が「故人の尊厳」である。
これは態度としても第1に尊重され
るべきであるが、遺体の保全とい
う点でも尊重されるべきである。

遺体の取り扱いには、公衆衛生上
も含めて対処することは葬祭サービ
スに欠かすことはできない。

にしているのは家族以外であるクー
スも少なくない。

また家族以外の喪の作業にある人
との間に軋轢が生じることもある。
単独世帯で死亡後、その周囲に死
者を弔う人にすぐには連絡つかなか
ったりさまざまである。
以下「遺族」がそうした状況下に
ある言葉として読んでほしいと思う。

第2が「ご遺族の悲しみ」。遺族

には死の事実を直面して悲しむ権利
があり、これを妨げてはならない。

遺族の心情に無理解であったり、
その遺族の悲しむことを妨げること
は葬祭サービスにおいてあってはな
らないことである。時折「ご遺族を
ケアする、悲しみを癒す」という言
葉が使われるが、ケアができるかど
うかはわからないことである。むし
ろできないことが多いと思つたほう
がいいだろう。ただし、遺族の悲し
みに配慮し、悲しむことを妨げない
よう配慮することは大切なことであ
る。

第3が「集う人々の想い」である。
現在は血縁よりもしばしば血縁でな
い人との関係を大切にしている人が

少なくない。こうした親密な関係に
あつた人たちはしばしば血縁者以上
に想いをもつて参加している。葬式
の場合は会葬者も弔うために参加し
ていることに想いを致すことが大切
だろう。

弔う儀礼はしばしば宗教的な儀礼
をもつて行われる。

第1に尊重されるべきは故人の信
仰・信条である。日本では「家の信
仰」が大とされることが多いが、そ
れは故人の基本的な人権の一つであ
る。「宗教の自由」を侵害するものであ
る。

第2は、遺族の信仰・信条である。

故人と遺族は常に同一の信仰・信条
をもつていたとは限らない。異なる
ことも充分にある。それぞれ個々の
信仰・信条が大切にされ、侵されな
いよう注意をする必要がある。

第3は、集う人々個々の信仰・信
条の尊重である。集う人は葬式の宗

教宗派について尊重する義務がある
が、たとえば焼香という場面におい
ては葬式の宗教宗派の仕方に拘束さ
れない。それぞれの信仰・信条に則
って行つてよい。

前文②葬祭業者の義務

②私たちは、何よりもまず、それぞ
れの故人の意思、ご遺族の想いに耳
を傾けたうえで葬祭サービスを提供
します。関係法令を遵守し、ご遺族
・消費者の皆様にとつて必要な情報
を積極的に提供し、ご遺族の消費者
としての権利を擁護します。

葬式は死者を弔うためにあるのだ
から、「故人の意思」その死者を弔
おうとしている「遺族の想い」を第
1にして葬祭サービスを提供するの
が基本中の基本であつて、そのため
には慣習すら後景になる。

2013年度葬祭ディレクター
技能審査模擬問題集

葬祭ディレクター試験受験者必携！
学科・実技を詳しく解説

好評発売中

お申し込みは

表現文化社

〒160-0016 東京都新宿区信濃町10番地 甲山ビル2F
TEL.03-3341-4301 FAX.03-3341-4302