

つの問題です。

どこかのネットワークのように「数十、数百の評価ポイントがある」と言っても、それが公開されていないとクオリティは保証されていないのと同然です。

また、評価ポイントが公開されているとはいえず、どうにでも取れる、あるいは単に項目として並んでいるだけの、実態として意味のない評価軸では困ります。

③生活者にプラスとなる評価軸

問題は事業者同士の都合ではなく、生活者への保証であることが大切で、これは公開されていなければなりません。また、紹介先の評価が共有される必要があります。紹介しただけであつて後は知らないでは、それを信じた生活者がトランプのババを引かされたようなものです。不満、失敗も共有される必要があります。

生活者の不満は相手の事業者の問題がある場合だけではなく、相性やタイミングでも生じます。生活者の期待にはそもそも自分勝手な都合からきたものもあります。それらが慎重に検討されることにより、ネットワークの質的改善に結びつきます。

④生活者には選択権がある

もう一つ重要なのは独占的連携でな

いことです。生活者には「選択する自由」、つまり「選択権」があります。生活者の選択権が保証されていない連携はダメだということです。常に複数の選択肢を用意しておく必要があります。

これは複数の事業者のお互いの質的向上のためにも必要なことであり、目的により得意、不得意は事業者それぞれにあることだからです。

⑤連携先の仕事を知る

第3は、ネットワークは関連する事業者の仕事を知ることになる点です。実際に連携して初めて相手の事業分野独自の難しさを知ることができます。

事業者にも個性があること、得意、不得意があること、場合によっては違う分野を紹介したほうがいい場合もあります。また、相談内容によっては、大きな事業者のほうがいい場合と小さな事業者がいい場合があります。

漠然と相手の事業分野について考えていたことが実際には大きく違うこともあります。また、相手との連携でここまでしておかなければいけない、と気づくこともあれば、この程度の情報で先方に流せば後は相手先がうまくやるので、かえって先入観をもたせるのは不要なときもあります。いずれも実際に連携してみてわかることです。互いのコミュニケーションを密にする必要があります。

⑥死に大きく照準した報告書

①死、死別後のステージを重要視

報告書ではライフエンディング・ステージにおいて死や死別後の遺族の問題を大きなものと認識しています。それは80歳以上の高齢者が全死亡者の52%を超えたという超高齢社会に到達した現状に立脚していることです。つまり今回の3・11の大震災等の突然の災害死、事故死、自死、犯罪死、若くての心筋梗塞等による病死等については「いつかはわからないが」と書いてはいませんが、大きなウエイトを置いてはいません。これは「産業」という観点に重きを置いたことからきたものです。

しかし、長く社会的に閉ざされた領域、それ故に偏見や差別に晒される危険が大きかった領域に、行政が踏み込んだ意味は大きいと言えましょう。

この報告書の発表は8月になりましたが、報告書のほとんどは3月10日までに完成しており、3月25日前後の発表が予定されていました。ところが3・11東日本大震災により報告書の発表が延期されたのです。

3・11により死や死者への想いが日本中を覆うこととなりました。報告書が「一見のどかな超高齢社会の死」という景色で描かれているのは、3・11以前に

作成されたという事情からです。

②終末期と死後のステージをつなげる

報告書は次のように語ります。

「個々人はライフサイクルの多様な段階を通過し、その時期によって様々なステージが形成される。そして、その最終ステージでは、普遍性や不可逆性等を有する死を迎えることとなる。」

他方、国民生活は広範で多様な内容を有しており、この中には終末期医療の時期があるが、その一方で、その看取りの後には遺族等の生活が再構築される時期が存在する。

経済産業省では、我が国の社会構造や生活環境等に関する変化を背景に、国民一般の価値観が多様化しその意識や行動が変化している中で、終末期に位置付けられる時期からその後の遺族等の生活の再構築を含めた時期への移行にあたっては、その対応が連続的でなだらかなものであることが望ましいと考えている。

あえてこれらを時期区分するならば、いつかはわからないが必ず訪れる人生の終末や、死別後に備えた生前からの準備（生前準備）を行う行動期がある

る。そして、患者の心身の痛みを和らげ、患者やその家族等に寄り添う終末期医療の時期を含めた人生の終末に位置付けられる時期（「ライフエンド」）と、その後の遺族等による生活の再構築の時期がある。

人生や生活の最後の風景が豊かで安らかなものとするためには、これらを人生において不可避のそして一連のものであると広く国民一般に認識されるとともに、この領域の中で、国民生活に根ざしたサービス産業の創出とその振興が必要ではないかと考えている。

経済産業省としては、葬祭サービスについて初めて位置づけを行ったのが今回の報告書です。

【注】隠された死の情報公開

葬祭業というのは明治時代からありますが、多くは葬具提供や葬列の人夫手配等でした。

葬祭業界というのが成立するのは戦後のことです。当初、葬祭業は「遺体を扱う」のであるから厚生省（当時）に関係しました。それを「葬祭業は死体取り扱い業ではなくサービス業である」と主張して葬祭業は通産省（当時）と関係することを求めました。

おそらく通産省では葬祭業をどう位置づけたらいいのか悩ましい時代が戦後長く続いたのだと思います。葬祭業

の大会等に招かれた通産省（現・経済産業省）の担当課長は、挨拶に立つと「葬祭業は人生最後の儀礼に係わる尊いお仕事です」と決まっていたものです。

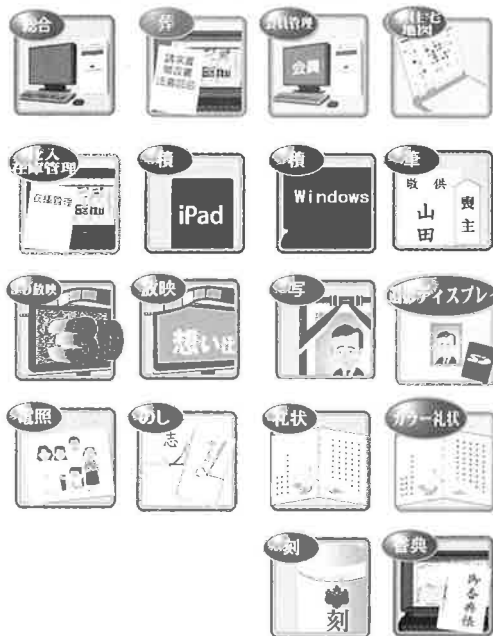
業界の内部には「儀礼産業」あるいは「儀礼文化事業」という主張を掲げる人もいました。

業界の人には、死に係わる仕事からくる社会的な偏見、差別があったために「人生儀礼」「儀礼文化」に係わるということ誇りをもちたい、ということがあったように思います。近年はホテルや航空会社で働く人と同様に「ホスピタリティ産業」であると理解する企業も多くなりました。死者の尊厳を守り、死別して悲嘆に陥っている遺族を支援する「究極のサービス業」である、と主張する人々も多くなりました。「生と死を考える会」の創始者にして「死生学」という呼称を最初に提起したA・デーケン氏（上智大学名誉教授）は1985年を「死生学元年」と言っています。死について語ることが社会的に公認され（始め）た年ということですが、そのきっかけとなったのががん患者への病名告知の是非、延命治療の是非というターミナルケア（終末期医療）の問題からでした。続いて死別した遺族の悲嘆（グリーフ）の問題に拡がっていきました。死や葬送が市民権を得るようになったのは95年以降のこ

これからの葬祭業はクラウドで。

葬祭業サービスを劇的に進化させる「クラウド」システム。システムがネット上にあるので、災害にも強い。

— ネットに接続しないシステムもごさいます。 —



クラウドだから

- ① 離れた所からデータの一元管理が出来る。
- ② 場所にしばられず、出先でもソフトが使える。

— 葬祭業のクラウドシステムならケントピア —
 ケントピア株式会社 TEL03-3822-4721代 FAX03-3822-9641
 商品の詳細は <http://www.kentopia.co.jp/>

とです。でも、死に対する偏見・差別は今もなお社会に残っています。

③死に対する国民意識の変化

また、報告書では「死に対する国民意識の変化」についても項を設けて記述しています。

〈これまで我が国では、死がタブー化されマスコミ等でも死に直結する話題が扱われることは少なかった。

昨今、葬儀を題材とする映画や生と死を伝える子供参加のミュージカルが話題となるとともに、葬祭業に従事する若者が主人公となる映画が大きく取り上げられ、死や葬儀等を題材とする小説や漫画等も出てきている。

さらには、現在急速に変化している高齢の近親者等の看取りや葬送に関する報道などもしばしば目にするようになった。

また、公正証書遺言の作成件数や任意後見契約の登録件数が増加している。財産や葬儀等を始めとする生前の相談や生前契約を行うことや、自己の意思を事前に表明し、いわば遺族等との心をつなぐ覚書ともいえる、いわゆる「エンディングノート」等を利用するなど、生前準備を行う人たちが増加しているとの指摘がある。

このような中で、誰にも例外なく訪れる死と向き合う必要性を多くの人々

が意識するようになってきているといえよう。

永六輔さんの『大往生』(岩波新書)

が200万部を突破する大ベストセラーになったのが1994年。この時から「茶の間で死や葬式が語られる時代」がきた、と言われました。95年の阪神

・淡路大震災は死の獐狂さを意識させ、死別した遺族の悲嘆(グリーフ)が関心を集めました。06年には新井満訳詩

・作曲の『千の風になって』が大ヒット、NHK紅白歌合戦に出演。09年には青木新門さんの『納棺夫日記』を元にした映画「おくりびと」がアカデミー賞外国語映画賞を受賞してヒットしました。エンバーマーでもある橋爪謙一郎さんをモデルとしたマンガ『死化粧師』も話題となりテレビドラマ化されました。

日本人の死者が送られる先が「仏の世界」「浄土」であったものが、いつの間にか「天国」になったということも死の世界に対する人々のイメージの変化を表しています。

そして10年には島田裕巳さんの『葬式は、要らない』(幻冬舎新書)が20万部を超える大ヒットとなり、葬式不要・必要論が話題になりました。

報告書で書かれたことを具体的に表現すると以上になります。そして報告書が注目しているのは「エ

ンディングノート」が広く受け入れられ、死の生前準備をする人が増えていく、という事実です。

この報告書の記述が「古く」感じられるのは、3・11以前に書かれたものがほとんどだからです。私たちは3・

⑦報告書が分析する「葬祭業の事業者の現状」

報告書では「ライフエンディング・ステージに携わる事業者の現状」では例を葬祭業に置いて分析。並々ならぬ関心を示しています。

①事業者総数は約7千、従業員10人以下が約4割

〈葬祭業界を概観すると、我が国にはおよそ7千強の事業所があるものと推察されている。

そのうち、主に自らが葬儀を施行する立場の事業所は約8割強となっている。

自らが葬儀を施行する立場であって、サービスや商品を他社に委託して提供している場合も多く、企業規模は、従業員数が10人未満の企業が4割強を占め、20人未満の企業は7割弱となっている。

(注) 総務省「事業所・企業統計調査報告」によれば、2006年の事業所数は7301

11で切迫した、のつびきならない巨大地震・大津波による死に襲われて今あり、またそれに伴い人災とも言うべき原発事故により放射性物質が広く大地を汚染し、その汚染に乳児・児童のいのちが脅かされているのです。

事業所。2001年の事業所数(6225)と比較して10・5%増加している。

【編集部による追記】総務省「経済センサス」2009年によると、葬祭業に分類される事業者数は8446、従業員数は8万5115人(男性4万5000人、女性4万115人)となっている。

②葬祭サービスの取引構造

〈葬祭サービスに関する取引構造は葬祭業を中心とするハブ構造となっており、大別すると、棺、供花、花環等の葬具の製造関係、仕出し料理の食品関係、そして祭壇・葬祭場・テント等の設備の設置・設営関係に関する葬祭関連サービス業がその下請けとなっている。

この構造は異分野から葬祭業への新規参入や葬祭業者の多角化が行われた結果、現在大きく変化しつつあり、取引関係や資本関係が多面的に展開して

いる。)

(1) 他分野からの新規参入

報告書がこの項の最後に取り上げていたのが、2000年以降に著しく進展した異分野からの新規参入による変化です。

従来、まったくなかったわけではありませんが、葬祭業に他分野から資本投下が積極的に行われるようになったのも近年の特徴です。

つまり葬祭業における資本と経営の分離というのは2000年以降の新しい現象です。

(2) 他分野からの人材投入のプラスマイナス

またここでは触れられていませんが、既存企業においても他分野から人材を獲得して体質改善を図る動きが顕著です。

これにはプラス面とマイナス面があります。プラス面としては、ずっと継続して葬儀の世界にいる人が既成概念に縛られがちなのに対し、自由に発想できる、という点があります。また、車やホテルの営業経験者や市場分析の専門家が専門能力を発揮し、貢献することがあります。

マイナス面では、死、死者の現場を知らないで、頭だけで葬祭業をイメージしがちなことです。特に銀行等の役

員、支店長経験者が役員として入った場合、現場を知る努力を怠って、頭だけで経営を考えがちです。

新規人材の投入そのものはいいいことですが、本人がまず現場を知り、学ぶという地道な努力を欠いた場合、方向違いに向かい、またそれを当人が気づかないという不幸が発生しがちです。

新規参入者にも同じ危険が伴います。葬祭業とは、どんな死者に対しても尊厳をもって取り扱い、悲しみ、怒り、諦め、冷静といったさまざまな状況にある遺族をサポートして弔いの準備をする、というのが本筋です。しかしそのことを理解しないで、単なるイベント業、接客業だと錯覚してしまいがちです。

実際に取り扱われる遺体もさまざまです。今回のような震災に被災しての遺体もあります。葬祭業に携わる人は腐敗が進んだりして尋常ではない遺体が15%程度あることを知っています。どんな遺体でも尊厳をもって扱うのだ、という覚悟を欠いた人、経営者は葬祭業では失格なのです。

(3) 葬祭業とは何か

葬祭業界には私が教えを受けた人が全国に多数います。その先輩の一人がつくづくと言っていました。

「亡くなった人が中心なのです。その方のご遺体を、尊厳をもって弔うこと、

それがわれわれの仕事なんです。どんな祭壇を飾るか、どんなに流暢な司会か、そんなのは二の次なんですよ」と。彼が心配しているのは、この根本をおざりにする葬祭業者が増えた気がすることでした。

(4) 葬祭業経営者の必要条件

これからの時代、死亡者数が増加し、成長産業であることだけで葬祭業に参入することがそもそも間違っていると思います。こうした勘違いをしている人材、経営者が増加しているように思

⑧ 既存の葬祭業者が果たしている機能——本格的サービス産業化が進む

葬祭業の機能についてはいくつかの説があります。

過去には葬具提供業であったり、祭壇、祭具の提供・飾りつけ業であったりしました。戦前は主として葬式の外柩に位置していました。

遺体の世話するのは地域の人で、葬祭業は棺を提供するだけ。遺族の側には親戚がいて、運営は僧侶や地域の長老が差配して、地域の隣組が行いました。葬祭業は地域の隣組の指示で葬具を調達しました。

言うなれば葬式運営主体である隣組の下請けのようなものでした。

うのです。

また、2世・3世の経営者も現れています。彼らの中には死・死者・遺族という現場を知らず、マネージメントの近代化という点のみに目が向いている人が少なくないのは心配です。

葬祭業の特に経営者の人たちに求められるのは、具体的に業として携わる「死者を守る」「遺族を守る」「働く人を守る」という気概と覚悟です。そして古い慣習でも、「改めるべきことは改める」勇気であり、そのうえに立った冷静な経営者であることでしょう。

葬式の運営まで請けるようになったのは戦後の高度経済成長期以降のことです。大都市でも80年代はまだ地域の補助役の役割に留まった例も多かったと言われます。

いずれにしても、今日のように葬式全体を請ける形態は60年代から次第に多くなり、90年代からの斎場（葬儀会館）建設競争によって決定づけられたものです。ですから今も地域によっては地域の隣組が差配役となっているところがあります。

報告書は、葬祭業の機能について以下のように分析しています。

（また、このサポートに携わる既存の担い手として、葬祭業者が現在果たしている機能として、以下のようなものが考えられる。

- ア. 葬儀の施行に関する機能（祭壇等の設営、葬儀の運営、物品提供等）
- イ. 葬祭の施行に係る知識提供に関する機能
- ウ. 葬祭の伝統的な習俗や風習等の継承に関する機能
- エ. 死別後の悲嘆のプロセスに対応する機能
- オ. 遺体の取扱いに関する機能

この機能をより効果的に発揮するためには、葬祭業者の業務形態において、従来型の労働から、感情労働型への質的な転換も進んでいる。また、ホスピタリティを重視した更なる進化もみられ、遺族等を様々な面からサポートする本格的なサービス産業化が進展している。

アは設営、運営であり、00年以降顕著になったのは故人の個性の尊重ということがあります。また、宗教儀礼として行われることが多いために、その宗教宗派を理解したうえで設営、運営が求められるでしょう。

イは情報提供であり、特に地域共同体葬から個人葬へと変化するなかで、

死、葬式を体験することが少なくなつて、高齢者すら葬式を知らない時代になっていきます。適切な情報提供が求められます。

ウは地域文化の継承であり、葬り、弔いが遺族、親戚、地域住民によって懇ろに営まれてきたことを知り、地域の次の世代に伝えていく必要があります。葬式が他の商品、サービスと異なるのは生身の人間による死者の弔いであり、それは地域に根ざした文化だった、ということなのです。

エは遺族のサポートです。遺族は大切な一員を喪い、特別な心理状況に置かれます。そしてその悲嘆は遺族というより個々によって異なります。悲しみにくれる葬式もあれば、死者との関係で親族同士が反目し合う葬式もあれば、死者に対する感謝と労いに満ちた葬式もあります。それは個々によってそれぞれです。それぞれの想いを汲み取り、丁寧にサポートすることは、死亡直後に営まれる葬式であるがゆえに、その形式を問わず必要なこととなります。

葬式とは「通夜」「葬儀」という儀礼のみではなく、死の看取りから始まり、死者を葬り、その後の喪というプロセスを射程に置いたものなのです。オの遺体の取扱いは葬祭業者にとって最も注意し、死者の尊厳を守って行われる重要な仕事です。老衰のよう

に天寿をまっとうしての死ばかりではありません。心筋梗塞や脳梗塞等による突然の死、さまざまな病気による死、災害による死、犯罪による死、事故死、自死…いろいろな死があります。

◎葬祭サービスの改善すべき問題点 — 病院営業、心付け等

報告書で、現状の葬祭業の改善すべき課題として特別に挙げているのは（05年の公正取引委員会報告書を受けてですが）、「病院営業」と「心付け」の2点です。しかし、後の「ライフエンディング・ステージを取り巻く課題」に重複記載されているため、ここではまとめて問題を記載することにします。

（他方、葬祭サービスについては、病院指定の葬祭業者に関するトラブルや、いわゆる「心付け」の慣習等、改善を要する点があると指摘されている。）

①病院指定に関する課題

（一部の病院でみられる、霊安室の管理や院内搬送の委託・請負業務等を公募で行うことや、特定事業者のみではなく複数の事業者を紹介するといった動きがあり、病院とその利用者の双方向による適正化の動きが拡がることを切に期待する。）

感染症にも注意し、公衆衛生に留意した取り扱いが求められます。遺体の状況は個々によって異なり、刻々と変化します。注意深く見守り、適切に対応する必要があります。

前述（公正取引委員会）の「葬儀サービスの取引実態に関する調査報告書」においては、病院からの遺体搬送を請け負うために、葬祭業者が病院に金銭等を提供することや遺体搬送中に葬儀の受注営業をしていることなどが指摘されている。そして、これらの行為は、利用者の自主的なサービス選択の自由を侵害し不公平な取引方法（抱き合わせ販売等）として独占禁止法上問題となるおそれもあることが指摘されている。

（注）病院指定に関する件については、公正取引委員会が平成17年7月に発表している「葬儀サービスの取引実態に関する調査報告書」において、一部の病院指定の葬祭業者には「病院に対し年間1000万円超、かつ、1遺体あたり数万円の金銭を提供しているものがあつた」と指摘されている。

②心付けに関する課題

（いわゆる「心付け」に関する件につ

いては、一部の地域では、今なおその慣習等があると指摘されている。心付けはあくまでも利用者の自由な発意に基づくべきものであり、その意向を尊重し適切に対処する必要があることはいうまでもない。これは、利用者の住む地域や葬儀経験の有無等によっても事情が異なるが、心付けの慣習に必ずしも納得のいかない利用者に対して、葬祭業者等が暗にそれを要求する場合には、利用者にとっては不透明な料金の請求と認識されることになる。

利用者に心付けを強いることは、葬祭料金に対する不透明感を高めるだけでなく、その行為の有無や金額の多寡が葬祭サービスの提供行為に影響する可能性を否定できず、利用者からの信頼性の低下につながる。このことから、信頼性を確保するためにはこのような強要を排除していくことが必要ではないか。

(注) 心付けに関する件については、死者を扱うという普通の人にはできない仕事ということで、古くから多くの地域で慣行としてあった。多くの地域で火葬場の公営化等を契機に、また葬祭サービス業として自覚することにより心付けは禁止、廃止されてきた。しかし、今なお一部の地域で慣習や慣行となっているとの指摘がある。

昔は利用者の自由意思により心付けが渡されたが、今では「慣習」ということで、結果的に心付けを強要される形におかれた利用者

にとつて、心付けは不透明な「料金」と認識され、葬儀料金全体の納得感を下げることとなり、利用者側等からの不満が多い。葬祭業者のアンケート結果をみても、業務上の課題として「心付け等の慣習があること」を挙げている事業者が約1割存在している。(注)

上記の2点がモラルに関係するとなれば、以下の問題はサービスの本質と結びつく問題です。

③サービスの内容・価格の事前表示

この調査報告書(注・公正取引委員会)において、葬儀サービスの内容や料金については、利用者の適切な事業者選択の確保として、「葬祭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、会葬者等により変動する料金の項目や単価)を示しているものは少ないため、葬祭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り」と指摘されている。また、利用者の適切な商品やサービス選択の確保として、打合せにおける資料等の提供に関して、「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」、契

約後の追加料金に関して、「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」とそれぞれ指摘されている。(注)

実際に葬儀を5年以内に経験した人の葬儀についての納得度を実態調査から見てみます(図表15)。

世間の評判と比べて納得度は高いことがわかります。

「葬儀の内容」について「納得している」「やや納得している」が89・4%を占めています。

「葬儀にかかった費用の金額水準」については「内容」に比べると低いです。「納得している」が33・7%、「やや納得している」が44・2%で合わせて77・9%あり、全体として納得度は高いと言えます。

「葬儀にかかった費用の透明性」についても似たような結果となり、「納得している」が31・4%、「やや納得している」が41・4%で合わせて72・8%がほぼ納得している結果となりました。一般に近年の葬儀体験者と非体験者とは「葬儀の納得度」「葬儀費用の納得度」には逆の結果が出ていますが、今回の実態調査でもそれが裏づけられる結果となっています。

今、費用について納得感が高いと述べましたが、実はこの数字は、特に「費用の透明性」については危険性がある数字となっています。実際の利用者が3割近くが不満をもつ、というのは、何か問題を内包している数字だからです。この72・8%は費用の透明性に問題を含んだ数字と理解できます。

もう一つの調査「葬儀全体の支出額(宗教者への御礼を除く)への納得感」を見ると、その危険度が高つきりします(図表16)。

葬儀費用からお布施等の宗教者への御礼を除いた、実際に葬祭業者に支払われる費用についての納得感は、全体では「納得している」が18・7%、「やや納得している」が30・3%、合わせて49%です。主として葬式を取り仕切ることが多い60代を見ると、「納得している」が19%、「やや納得している」が28・9%、合わせて47・9%となっていて半数に満たない結果となりました。また、「どちらともいえない」が38・3%を占めています。

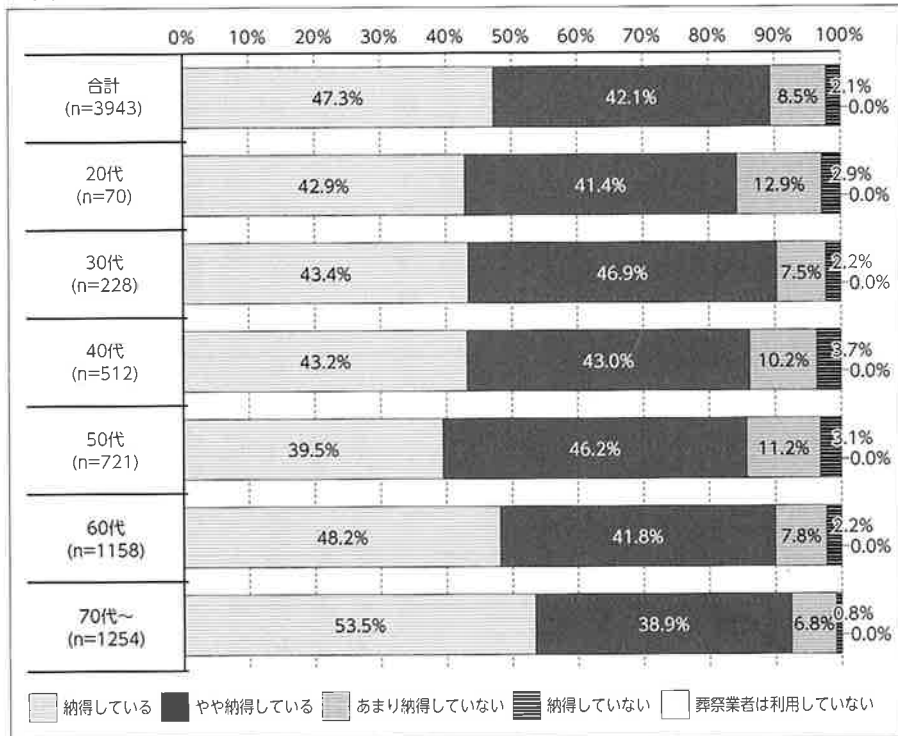
まとめるならば以下の3点になります。

ア. 葬祭サービスの内容と詳細な価格の事前表示

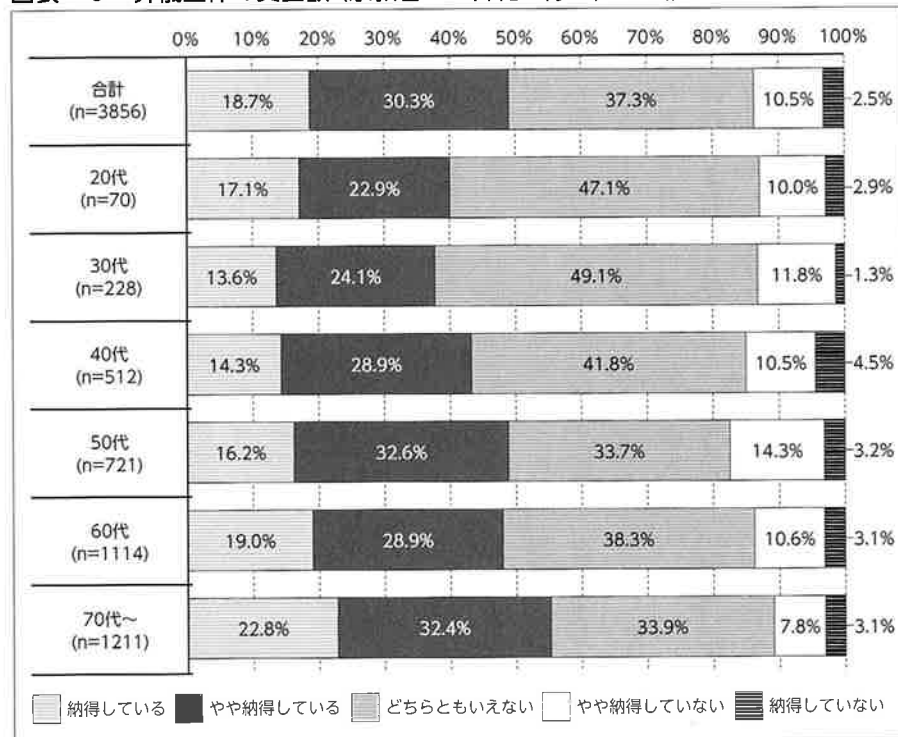
イ. サービス項目別価格表の資料の提示

ウ. 追加料金が発生する場合につ

図表-5 葬儀の内容について



図表-6 葬儀全体の支出額(宗教者への御礼を除く)への納得感



これまで問題になっていたのは事前に見積書を出すか、事前に価格・料金を検討する際にパンフレットなどを見せたりわかりやすい説明をしているか、会葬礼品や料理等は当日の会葬者数や親戚の数によって変動するので「追加料金」となることの説明がなされているか、であり上の表現と同じになります。

いて事前の十分な説明

現状に立って問題点を整理してみましよう。

(1) 見積書の問題

見積書が提出されない、という割合は現状は低くなっています。元来葬祭業者が「見積書を出さない」というのは、過去において郡部に行けば行くほど地域の隣組が価格決定権をもっていて、葬祭業者に価格決定権がなかった

ことを背景とした問題でした。「見積書が出ない」ことが引き起こす問題は都市部においてであって、郡部では「見積書を出さない」業者が多くてもあまり問題にはならなかったことが言えます。しかし、葬祭業の社会的認知が進んだ今、見積書が出ない問題は減少しています。

現状で葬式の見積書に大きな問題があるのは、費用の項目が統一されていない

(2) 総額表示の問題

ある事業者は、インターネットを用いて宣伝を展開しています。それを見ると「通夜式・告別式を行います。小さな火葬式、追加料金一切不要、総額17万8千円」とあります。いわゆる「直葬」のタイプです。おそらく利用が最も多いと想定されるのは「30名程度のお葬式、通夜式・告別式を行います。小さな家族葬、追加料金一切不要、49万8千円」です。

③へ続く

このプランの詳細は、ア・お迎え・ご安置
寝台車(最長50キロ)、ご安置料金、ドライアイス、枕飾り一式、役所・火葬場・手続き代行
イ. 納棺
お棺、仏衣