

少ないので、あくまで目安とすべきものです。また調査結果は全体の平均で、会葬者が何名と想定したものではありません。想定するなら平均会葬者数120名くらいとなり、その会社の45名程度の会葬とは比較になりません。また、宗教者に支払う金額も「葬儀費用

⑩ 葬儀料金の透明性確保のために — 求められる価格体系の標準化

① 葬祭サービスの信頼性向上のための価格の透明化

報告書は、葬儀料金の透明化について次のように問いかけをしています。

（一部で不透明な価格設定の存在が指摘されている葬祭サービスについては、利用者からの苦情相談の未然防止を図る観点から葬祭業者が取り得ることとして、葬祭サービスの提供に関する信頼性の向上に向けた検討を開始することが必要であろう。その中で、葬儀料金についても今後の更なる検討が必要ではないか。）

消費者が選択できる表示を求めています。また、葬儀料金が昔の葬具提供業の物品販売方式から脱却できず、その他の経費は祭壇料金にぶち込んでい

の合計」には含まれており、その会社の売り上げ以外も入った数字です。したがって、この比較は不当表示になります。一見データを出して客観性を装っていますが、その分消費者に与える誤解も大きいと言えるでしょう。

る、あるいは個々の物品に上乘せして、サービスの内容や質と連動した価格体系になっていないことを問題にしています。

たとえば消費者が複数の葬祭業者に見積もりを依頼した場合、その比較が正当にできる消費者はいないでしょう。比較ができない見積書というのは消費者の選択権を奪います。

〈例えば、以下のような観点からの対応により、葬祭業者による適切な対応と公平で自由な競争の確保の実現につながると思われる。〉

① 葬儀料金の表示方法の共通化

葬儀については、地域的で宗教的背景の違いがあることから、地域ごとに独自の習慣や慣行があり、その料金はそれらに伴い設定されるものである。

葬祭業者はサービス産業として、利用者の自主的なサービス選択の自由を確保し、公平な取引方法を図る責務があることから、それを果たすためにはサービスの内容や質と連動した価格体系の標準化がまず求められる。

② 葬儀料金の総額方式に関する表示方法の改善

葬儀料金に関し総額方式を提示している葬祭業者については、葬儀の施行に最低限必要と考えられる商品やサービスを提示するとともにそれぞれの単品価格を明確化することが必要である。

利用者の価格に対する意識は増し、高い満足度を求める傾向がますます高まっている中で、葬祭業者にとっては、サービス内容の「見える化（可視化）」が可能となることで利用者への説明が容易になると同時に、利用者にとっては提供されるサービス等に対する理解や納得が進み、必要なサービスや商品の選択に際しての満足度が高まると考えられる。

③ 葬儀料金の人件費の項目化

葬儀料金に関する見積書の提出に加えて、その見積書は利用者にとつて比較できるものとする必要があると考えられるが、これまでサービスの対価はサービス自体に対するものではなく物品賃貸料として提示されてきた。

利用者が葬儀料金を比較できるためには、基本的なサービス内容を掲げるとともに、サービス業として実態に即した価格体系の標準化が行われるべきである。その際にサービス業として必要となる人件費（ソフト料金）として明示し計上することによって、利用者にとって比較できる標準的な価格体系となりうる可能性もある。

葬儀料金やコスト構造に関しては、事業者側が圧倒的に多くの情報を有している。それを解消するためには、葬祭業者による情報提供を促進すると同時に、葬祭業者はサービスプロセスを分割しそれぞれ外形化するなどして、人件費を含めた価格構成を明確化することが必要である。価格体系やサービス内容の内訳が明示されていない。ブラックボックス化については、利用者の不信感の増幅につながる。

このような中で、例えば、全日本葬祭業協同組合連合会（全葬連）では「葬祭サービスガイドライン」等を制定し、価格体系やサービス内容の明確化等に取り組んでいるが、そこに掲げる内容の更なる取組を進めていくことも必要ではないか。

このように、既存のサービスにおいて表出する問題点等は、ライフエンディング産業という今後の新たなサービス産業全体についても同様の問題が起きる可能性があり、十分に留意するこ

とが必要となる。

【注】全葬連が提唱している価格体系の標準化（全葬連「お葬式Q&A」から）

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って変動する費用。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、さまざまな相談、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：遺体の搬送、役所手続の代行、納棺、ご遺体の保全、枕飾りの設営、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・設営、式の司会・進行、通夜・葬儀の運営、後飾り壇の設営、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（エンバリーミング、湯灌、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

進む葬送の多様化 — 家族葬の増加、墓の変化

①ライフエンディング・ステージの変化

ライフエンディング・ステージを巡る変化は大きいものがあります。

医療においては85年頃からターミナルケアが話題となり、終末期患者のクオリティ・オブ・ライフ（生活の質）の問題が取り上げられ、2000年以降に終末期医療は延命治療優先から大きく変化しました。

介護保険は家族介護から介護の社会化をめざすものでした。

高齢者の増加により認知症患者も増え、そのため成年後見制度も発足していますが、まだまだ利用者は少ないのが現状です。また、後見人に家族がなると一般的なケースにおいても、家族間の利害関係から事件化するケースも見られます。

葬送の世界も大きく変化しました。80年代末から従来の家墓中心から多様な墓が生まれるようになりました。家族葬が提唱される等、葬式の個人化が進み、多様化しています。

こうした変化のなかでエンディングノート、遺言信託等で自分のライフエ

ンディング・ステージを考え、意思を遺しておこうとする動きが高齢者の関心を集めるようになりました。

報告書では各分野について取り上げて記載していますが、ここでは葬送に限定した分析を紹介し、それについての補足を行います。

②家族葬の増加

（また、葬儀形態の多様化が進んでいる。例えば、葬祭業者が施行する葬儀の中で、故人の近親者等を中心とした、いわゆる家族葬が葬儀施行全体の約4分の1を占めている他に、最近では通夜や葬儀・告別式を省略した葬送の形態が登場し、葬儀施行全体の1割弱を占めている。）

95年頃から、91年のバブル景気の崩壊を受けた不景感が社会を覆いました。家族の解体が進み、高齢化が著しく進みました。

95年の阪神・淡路大震災の影響も大きく、社会儀礼として肥大化した葬送の世界を多様化、個人化の方向に大きく舵を切るところとなりました。

阪神・淡路大震災の復興住宅での孤

独死の続発、98年から自死者が年間3万人台となって自殺対策基本法が06年になりました。

こうした社会変化、家族の変化を受け葬式も多様化しました。

ここで例示された家族葬、直葬、1日葬…とさまざまな形態が生まれています。

90年代から本格化した斎場（葬儀会館）建設ラッシュにより、今では自宅葬が1割、斎場葬が7割と言われる時代になり、葬式の生活離れ、地域色の急激な衰退を招いています。

③墓の変化

火葬後の遺骨の取り扱いについても、従来の墓地や納骨堂だけでなく多様化している。

（注）例えば、自然再生を目的とする里山型、都市やその近郊での霊園等を墓域とする都市型に大別される樹木葬墓地の他に、散骨等が登場している。また、霊園等が維持や管理をすることによって継承を必要としない永代供養墓（合葬式墓地や納骨堂等）が全国で利用されている。

墓を巡る問題としては80年代の末から継承者を必要としない墓、永代供養墓が、古い体質と言われる仏教寺院から始まりました。

これは少子化、核家族化が大きく影響したことです。従来は家族観の変

容にも目をとめる必要があります。

明治後期、明治民法に基礎づけられた家（イエ）制度とそれに基づく家墓（イエハカ）というシステムが、戦後社会において基盤が大きく変化したにもかかわらず、システムが形式的に残ったことからくる問題です。

【注】墓の変化の概要

「墓（ハカ）」と一般的に言いますが、それがイメージするところは大きく変わります。

「民衆は長くそれぞれの墓をもたなかった。民衆がそれぞれの墓をもち始めたのは室町後期、つまり戦国時代以降のことです。それが一般化したのは江戸時代中期のキリシタン禁制を名目とした宗門改め、寺檀制度を幕府が定めたことによる」というのが一般的な解釈で、それは大きく間違っていないでしょう。そして墓の歴史は仏教の葬祭仏教としての民衆への定着の歴史と併行しています。

明治維新による神仏分離令により仏教の寺檀制度は法的根拠を失いました。この派生として神葬祭用墓地が生まれたことが公営墓地の始まりとなりました。

明治後半に明治民法が成立し、これが家制度を基幹に位置づけたこと、コレラの大流行を受けて伝染病予防法ができたことで火葬が推進されること

となり、ここで「家墓」が大きく流行するところとなりました。

戦後の高度経済成長期にマイホームブームと併行して核家族墓が大都市周辺に誕生、民営の事業型墓地が大流行する展開となりました。

しかし、核家族は非連続を宿命づけられたため、家墓形態が少しずつ変容を開始しました。和型三段墓に対抗して洋型が誕生、両家墓、無家名墓も珍しいものではなくなりました。そして90年代に一挙に墓の変化が起こって現在に至っています。

④葬式の小規模化

さらに、葬儀の小規模化や家族葬等の増加による会葬者の減少は、香典の減少による利用者の経済的負担の増加を意味するだけでなく、事業者にも、仕出し料理や会葬返礼品等を始めとする商品やサービスの変化という影響も出ている。

⑫情報と評価

このライフエンディング・ステージの設定によって、事業がすぐ立ち上がった、事業分野間の連携に基づくネットワークがすぐ立ち上がると見るのは早計だと思えます。

しかし、すぐできることがあり、期

葬儀が葬祭業者を中心としたハブ（結節点）構造を取っていることは先に述べましたが、葬式の小型化は生花、ギフト、料理、装飾といった関連業者にも影響を与えています。

斎場化により祭壇等を販売する葬具問屋が苦境に陥り、その変化は関連業者にも及んでいます。

小型化に対応した事業者もいれば対応していない事業者もいて、その影響は2極化しています。

「香典の減少による利用者の経済的負担の増加」とは、小型化することによって葬儀費用は抑制されるのですが、香典収入も減少し、結果として自己負担額が増加するケースが多くなったということなのです。

葬儀についての考え方そのものが多様化しており、不況による葬儀単価の減少もありますが、考え方により、葬式の規模・内容が変化する、という現象が生じています。

待されているのが情報のネットワーク化ではないでしょうか。そして、信頼できる情報を生活者に届ける仕組みではないでしょうか。

インターネットの普及により情報過多になり、信頼できる情報は何か、と

いう選択が困難な時代に入っています。

① ネットワークの必要性

ライフエンディング・ステージのネットワークは必要だからつくれるというものではなく、また、そのネットワークが信頼されるかという問題があるように思われます。

〈ライフエンディング・ステージのサポートに携わる担い手にあつては、国民一人ひとりがその状況に応じた適切な対応を受けるためのサポートとして、その活動の種類や内容等が利用者各々人の意向に沿うよう円滑で適切に提供することが必要である。〉

そのためには、例えば、医療ニーズに対しては、医師等の医療従事者による診断や治療、カウンセリング等の専門的な対応が必要である。

しかし、これらの専門家が多様な利用者ニーズのすべてを担うことには限界があり、効果的で効率的な活動が行われることが必要不可欠である。このため、これらの専門家以外の担い手として関連分野や関連業種の垣根を越え、ライフエンディング産業に携わる事業者が関わっていくことが必要である。

同じ目的意識を持ったその担い手が利用者個々人と連携した新たな関係性を構築し、同じ目的意識を持ったその担い手との間で緊密に連携し合い支え

合う新たなネットワークの構築が必要である。これに加えて、専門家以外の担い手として、関連分野や関連業種の垣根を越えたライフエンディング産業に携わる事業者が、個人情報管理を徹底しつつ、関わっていくことが必要である。

それらの担い手が機動的で機能的に活動していくためには、医療分野でいう「チーム医療」のように医師や看護師だけでなく他分野の担い手も協力して本人やその家族等をサポートしていく、いわば「チーム・ライフエンディング・ステージ」を構築して取り組む必要が出てこよう。

また、個人単位の取組としては、その担い手と利用者個々人とのハブ（結節点）となるとともに、その担い手間でのハブ（結節点）となり、柔軟性を有することで円滑に機能させる潤滑剤の役割を担う存在が必要であり、今後の活動の核となる存在である。

このような役割を担う人たちが活躍できるように、その前提として新たなネットワークが構築され、この活用が必要不可欠であると考えられる。

以上のことはまだ目論見段階です。しかし地域単位に各分野が連携していかない、少子・超高齢社会にあつて、今後の地域に生きる人の生活が危うくなる事態になりかねないと思えます。

ライフエンディング・ステージの課題とは、「成長分野」への進出ということではなく、それぞれが地域を守るために連携していく必要性があり、それが民間レベルで行われる必要性ということです。

「民間レベル」であれば地域の宗教者も交えた自由な連携が可能となるでしょう。

② ライフエンディング・ステージのサポートに携わる事業者に関する信頼性や質の担保

(1) 客観的な評価や情報提供の必要性とその提供方針

〈例えば、遺族等へのサポートについて、現状では、利用者が何を基準にサービスを選択すればよいのか、また、ライフエンドをサポートしてきた主体が何を基準にしてその後のサポートを紹介できるのかなど、客観的な評価基準や情報がないため、利用者にとって納得のいく選択をしにくい状況である。〉

これには、利用者が適切なサービスを選択するために必要な情報を事前収集することとなるが、その一方で、例えば、葬祭業者が取り得る対策のひとつとしてサービス品質の「見える化（可視化）」が必要である。そのためには、中立的で信頼性の高い情報提供機能の整備・活用が考えられる。

具体例としては、サービス産業生産性協議会では、利用者の満足度を向上するための相談対応の高度化に向けた取組が行われるとともに、事業者と利用者の双方からの情報提供サイト「利用者によるサービス満足度調査システム」を立ち上げており、葬祭業者においては、このシステムの活用を図ることも有効な方法ではないか。

これから重要なのは「サービスの見える化」です。自分たちで自己満足的に評価しても、それは生活者のためにはなりません。

葬祭業はそういう意味では従来は閉鎖的であつたと思います。しかし、問われているのは葬祭業だけではありません。医療も介護もその他ライフエンディング・ステージに関わるすべての事業者が言えることです。

なぜならば、利用する生活者は素人だからです。素人でもわかる、安心してサービスを受けられるシステムの構築が必要でしょう。

今、残念ながら、市民団体の活動を保障するはずであつたNPOが、企業の代理人であつたり、市民の目線で活動しているものばかりではありません。

そこでもっと客観的な信頼性の高い情報提供のシステムの構築が求められているのではないのでしょうか。

〈利用者ニーズに対応する審査基準の共通化や外形標準化を含め、公平性と中立性が確保された第三者機関等の創設に向けた検討や、将来的には、同業界内で組織横断的な取組の検討の場を設置することが必要ではないか〉

(2)適正な市場環境の整備（事業者間の適正な競争を促進するシステムの整備）

〈現在、ライフエンディング・ステージにおける既存の分野では、それぞれの事業者や各機関は、利用者からの苦情相談への対応を進めているが、より一層迅速で適正な解決を図るための体制を整備することが必要である。

例えば、葬祭サービスに関する利用者からの苦情相談については、現在、全日本葬祭業協同組合連合会内に設置されている相談センターで対応している。

このような中で、トラブルや不安を抱える利用者に対して一層の迅速な対応を図るためには、一例では、消費者相談アドバイザー等の育成や確保による専門性の向上を図るとともに、業界団体が組織横断的に連携して、対応していくことも一案ではないか。これにより、近隣にあつて常時相談できることでもいつでも情報を得られるという利用者の安心感の向上につながる効果も期待できよう。

報告書では、葬祭業にライフエンディング・ステージを担う存在として高い期待を寄せています。

「プロフェッショナルとして、常に最高のサービスを求め、提供することが必要である。その実現にあたっては、遺族等の思いを汲み取りつつ、故人の意思を実現することが必要であることから、故人の尊厳を守り、遺体には敬意を持って接し、それを実践していく誠心誠意あるサービスの提供を切に期待する。」〔略〕

葬祭業は究極の隙間産業と指摘されることがあるが、発想を転換し、様々な困難が生じている遺族等をサポートするための究極のホスピタリティ産業であるべきであり、我が国の数多いサービス産業の中でも極めて高いサービスレベルが求められるべき産業であることを、我々の知見として共有することとしたい。

最後に3・11東日本大震災を受けて報告書に加えられた部分を掲載します。大規模災害等による緊急時対応に関する課題

〈大規模災害等の緊急時が発生した場合、葬祭業者等にあつては、棺やドライアイス等を提供することに加えて、霊柩車による遺体の搬送に協力を行うこともある。

しかし、すべての地方自治体との間で取り決めを含めた連絡体制は十分に整備されていないのが現状である。

大規模災害等の緊急時対応については、万全の準備をすることが必要であるため、地方自治体等の行政機関とその要請に応じて対応することとなる葬祭業者等との間で、遺体の取扱や二次災害への保障等、具体的な内容や手順について取り決め、両者間の連携体制を事前に構築しておくことが重要な課題である。

今回の大震災にあつても、多くの葬祭業者が遺体洗浄等の取り扱い、納棺や搬送等の支援を行いました。地元企

業も自ら被災しながら懸命に取り組みました。だが必ずしも業界内の連携がうまく取れたとは言えない、という反省は共有できるのではないのでしょうか。せめて非常時には連携できることが、葬祭業界がネットワークに参加する前に取り除くべき壁かもしれません。

報告書発表の意味は、ライフエンディング・ステージに関係する各事業分野がそれぞれの位置関係を見直す機会を提案している、ということですが、こういう提案をしなければならぬほど、今日社会がこのライフエンディング・ステージにおいて抱えている問題は切迫しているのです。

新しい消費者サービスのご提案

新シリーズ《Booklet》④

大切な人を亡くしたあなたに

『大切な涙』

近藤浩子・鷹見有紀子 著

「涙を流すのは、心が弱いからではありません」

悲しみにあるご遺族へ心に響く珠玉のことは

B6判24ページ 定価180円



冊数	購入単位	単価	送料	名入れ料
100冊以上	100冊	160円	実費	名入れなし
500冊以上	100冊	140円	無料	31,500円
1,000冊以上	100冊	110円	無料	31,500円

*3,000冊以上はご相談ください。*名入れは御社名等を表4に印刷するものです。

●お問い合わせは 表現文化社 〒160-0016 東京都新宿区信濃町10 甲山ビル2階 TEL.03-3341-4301 FAX.03-3341-4302