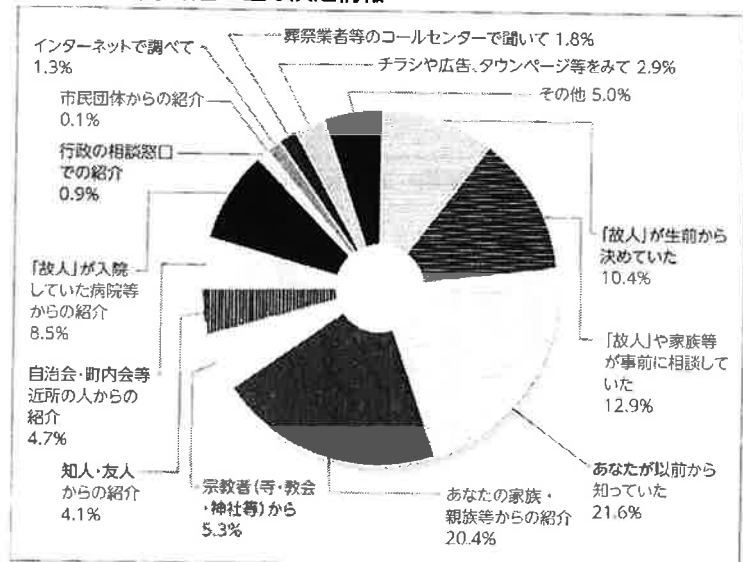


## ⑬ 2 選択の決め手は身近な情報 — 葬祭業者の主な決定情報

● 図 18 葬祭業者の主な決定情報



情報も比較的近くからであるが、業者選択の決定要因となると身近な具体的情報となる。(図18)

「自分が知っていた」が21・6%、「家族・親族等からの紹介」が20・4%、「故人が生前決めていた」が10・4%、「故人や家族等が事前相談していた」が12・9%である。以上を合わせると

65・3%となる。

地域の影響力も4・7%、宗教者からの紹介も5・3%と、いずれもさほど高くない。一時は「病院戦争」と言われ、都市部では80年代は2割近くいた「入院先の病院等からの紹介」は8・5%まで減少している。

近年うたわれているインターネット、コールセンター、広告・チラシは、決定要因となると、合わせても6%程度と少ない。

決定要素は本人、家族、親戚の体験による葬儀の満足感と事前相談である。この2つが今後の決定要素の中心であり続けると思われる。インターネット等の有効性は、消費者に事前相談にいかにつなげるかにあると言えよう。

## ⑭ 葬儀費用の実勢は3分化の方向 — 葬儀に係わる費用等

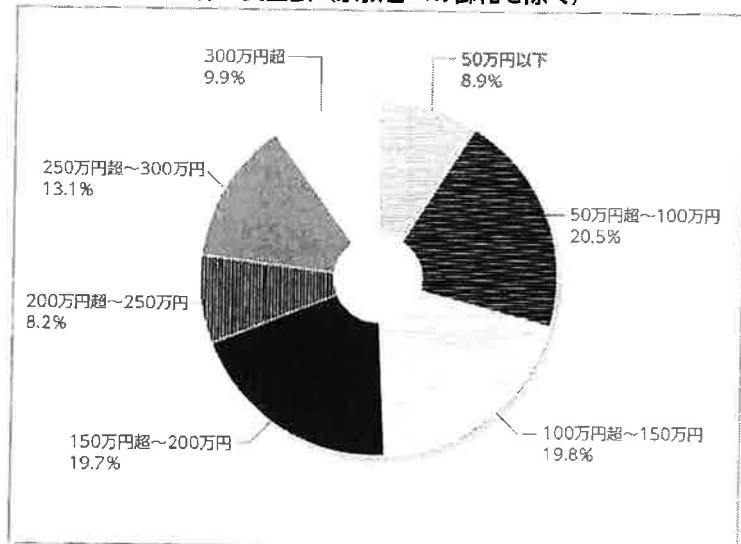
### ① 葬儀全体の支出額

葬儀費用(宗教者への御礼を除く)の実勢は50万円以下から300万円以上まで大きな幅をもっている。(図19)

100万円以下が29・4%(A)、100万円超から200万円が39・5%(B)、200万円超が31・2%(C)である。

現在の趨勢はA群である100万円以下が増加しており、200万円超であるC群が少なくなる傾向にある。

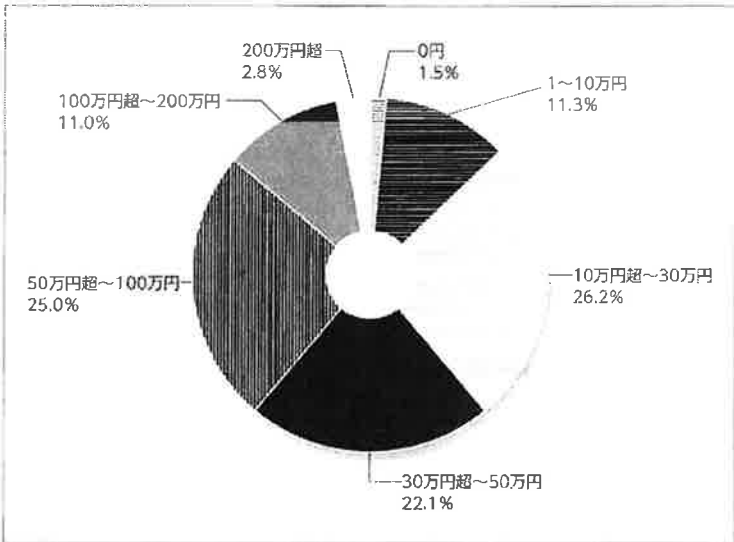
● 図 19 葬儀全体の支出額 (宗教者への御礼を除く)



0万円以下が49・2%と約半分弱を占めている。大きくは150万円以下と150万円超とに2分される。

消費者にとっては、平均値がどうであるかではなく、どういう内容・規模の葬式を選択するかでその金額が大きく異なってきた、いわゆる「平均的な葬式費用」というのは存在しないと見

●図20 飲食・返礼品の支出分



でも大きな違いがある)に比例し、返礼品費は会葬者数に比例するので、この2つは「変動費」と一般に分類される。

宴席を設けない、返礼品は出さない、という選択もあるので、この費用が0円というのも1・5%存在する。しかし全く変動費をかけないというのはわずかであるので、葬式費用の見積もりを行ううえで、かけない事例もあると説明しても、これがないものを標準とするのは妥当性を欠くだろう。

これも3つの層に分けるならば、0円～30万円が39%(A群)、30万円超～50万円が22・1%(B群)、50万円超が38・8%(C群)となる。50万円以下で6割以上となっている。(図20)

もともとこの飲食費については、通夜の宴席をほとんど設けない地域もあれば、通夜の弔問客のほとんどに飲食を振る舞う地域もある。また、返礼品についても500円～1000円程度の少額の地域もあれば、4千円平均の地域まであ

る。地域慣習によっても大きく異なるし、近年では葬式への遺族の考え方も多様化している。よってどの人にも共通する目安というのではない。

サンプルとして、近親者が20人、その他の会葬者が50人程度を想定してみよう。

通夜では弔問者全員に平均1千円程度の飲食を振る舞い、葬式後の宴席に5千円程度の飲食を近親者に出し、返礼品は1千円程度のものを全員に渡すと仮定する。

この場合、飲食費は通夜で7万円程度、葬式後で10万円程度の計17万円程度。返礼品代は7万円程度となる。合計すると24万円程度となるので30万円を見込めばそう大差がない。しかし返礼品を4千円程度とすれば21万円程度増加するので見込額は50万円程度となり30万円程度にもなれば50万円程度にもなる。

葬祭業者にすれば大規模事業者ほど

仕入れ額は低く抑えられ、小規模事業者ほど仕入れ額は高くなる。同じ売上高でも利益は大きく差が出るところである。

③宗教者への御礼

仏教儀礼で行うのが約9割であるから、これはいわゆる「お布施」と言われるものである。

近年は料金表を掲げる「僧侶派遣業」あるいは葬祭業者による「紹介」も多く、「料金」と見られる例も少なくない。大都市では「檀家関係」を結んでいない家族も多く、継続的檀信徒関係ではなく「一時利用」となることで「料金」化が当然視されるケースも多い。

本来「お布施」というのは寺と個々の檀信徒の関係によってさまざまに変動するものである。

また寺院によっては戒名(法名)の院号を授与する場合には別に金額を設定するところとそうでないところがある。

葬儀する意味を問う問題作!

**新・お葬式の作法**——遺族になることと

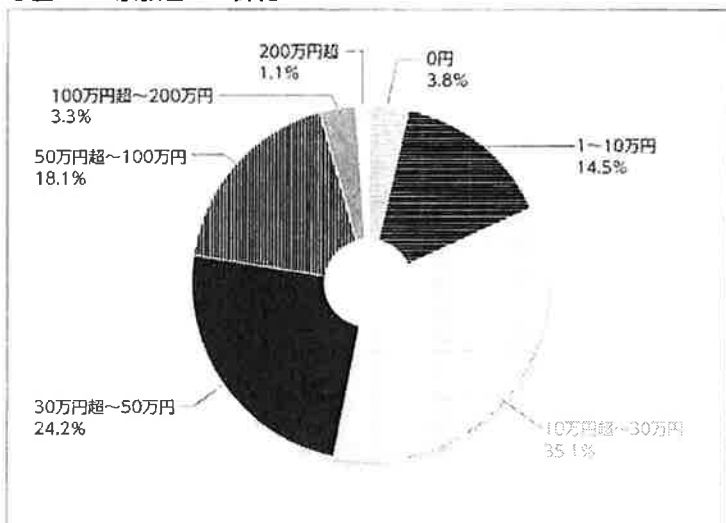
碑文谷創著

お申し込みは  
**表現文化社**

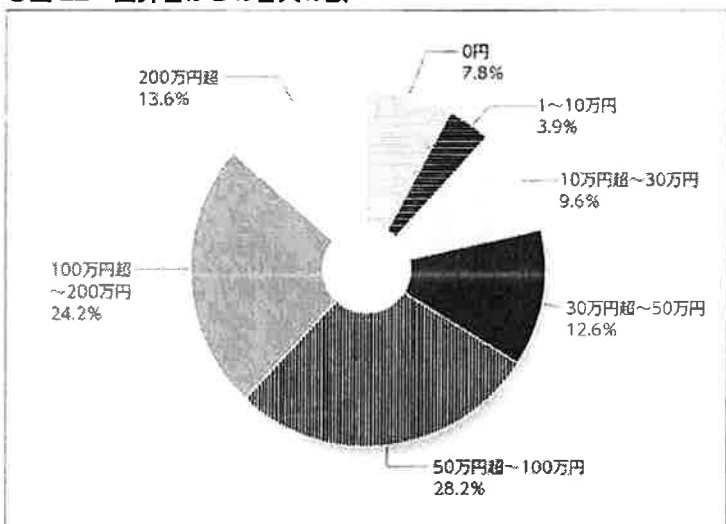
〒160-0016 東京都新宿区信濃町10番地 甲山ビル2F  
TEL.03-3341-4301 FAX.03-3341-4302

家族葬、直葬、無宗教葬が流行する中で、遺族の心理、宗教の持つ意味、葬儀のプロセスの真の意味を問いつながら「人の死」を視点に平易かつ奥深く展開かじりの「葬儀入門」 平凡社新書 定価777円+送料(180円)

●図 21 宗教者への御礼



●図 22 会葬者からの香典の額



仏教寺院では葬式における御礼が寺院維持のために財政上大きな割合を占めている。一部の利用に留まるが、神社やキリスト教会では財源構造がそうではないため、金額としては平均的に低い。また郡部になると過疎化や高齢化により檀家の負担能力がそもそも低い、ということがある。

そうしたさまざまな要因で変動するものであるから、全国一般に共通する目安そのものが妥当ではない。ここで挙げるのはどういう事例かは別にして実際の出費としての程度になっ

るかという数字である。(図21) 「宗教者を頼まない」という選択もある。本調査では3・8%が0円と回答している。

この宗教者への御礼では「払わない、払えない、あまり払えない」という意味か、生活環境に置かれた層があり、これが10万円以下の18・3%を構成している。これは10年間程度の平均データであるから現状では高齢化も貧困化も寺離れも進行しているので25%程度占めているかもしれない。

本調査ではこの18・3%を除外すれば

ば10万円超～30万円が35・1%(A群)、30万円超～50万円が24・2%(B群)、50万円超が22・5%(C群)の3つのグループに分けられる。

簡略化するならば「あまり支払えない、支払わない」層が2割、「10万円超～30万円」層が35%、「30万円超～50万円」層が25%、「50万円超」が2割となるだろう。

「目安」というならば20～40万円というのがごくごく平均的な金額であり、低所得者層では背伸びして無理した金額になり、高所得者層、資産家であ

ば出費を出し惜しんだ金額となる。もし葬式の御礼としての布施を50万円超が当然と考えている寺院があれば、檀家の生活状態を無視しているか、特別に高所得者層、資産家の檀家が多い寺院ということになり、例外的な寺院であると断言できよう。

このあたりの実勢を見ることは、「信仰心を無視」した単なる消費者は別として、檀家として寺院として考える有効な目安であろう。そしてこの感覚を檀家と寺院が共有していないと、どちらか一方で不満が高まる。

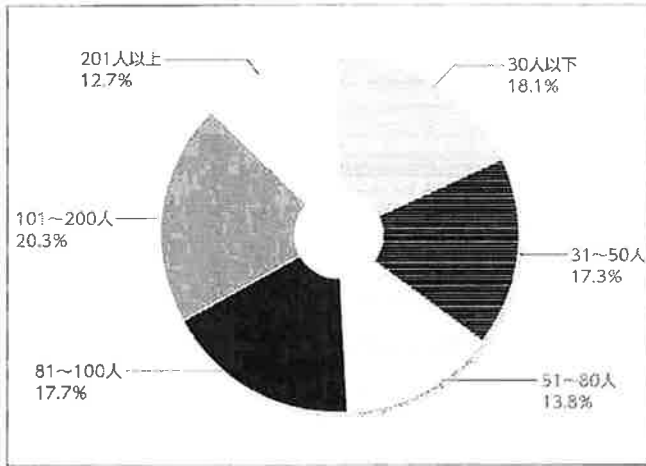
今は檀信徒の不満が高まっていて、寺院は将来的な財政見通しに大きな不安を感じていて、後継者がいない寺院の増加が予測されている。

④会葬者からの香典の額

この数字も①～③同様に無回答者を除外し、回答者において占めている割合となっている。(図22)

近年は関西地区を中心に「香典辞退」という事例が増加しているの、それが0円が7・8%という数字の要因になっているだろう。また、「1円～10万円」の3・9%も限りなく「香典辞退」に近く、家族が持ち寄った金額であるケースが多いのではなからうか。そう考えると「0円～10万円」の11・7%は香典とは無縁な葬式と考えたほうがよい。しかも全国平均であるから関西

●図 23 会葬者の人数



名古屋地区は寺檀関係が歴史的に強く、家族葬等の小型の葬式は少ないと言われてきたが、2年前から小型葬が急速に増加に転じた。先駆的現象を見せる東京23区内ではこの現象が顕著で、10人未満の葬式が市民権を得るまでになってきて

割合が増加している。今や会葬者数が100人を超える葬式は「大きなお葬式」で、現時点で「一般的なお葬式」は60~80人程度の会葬者の葬式となっている。A群の小規模葬式の割合が増加している。

小型の葬式が多くなっている。全体を3群に分けると以下のようになる。

0人 50人以下 35・4% (A群)、51~100人 31・5% (B群)、101人以上 33・0% (C群)。(図23)

## ⑤会葬者数50人以下が 3分の1を超える

—会葬者の人数

地区以外ではもっと割合が低くなり、関西地区ではこの割合が7割以上にもなる。

これをこれまでのように3つの群に分けると、「10万円超~50万円」が22・

2% (A群)、「50万円超~100万円」28・2% (B群)、「100万円超」37・8% (C群)となる。C群が多いように思えるが「100万円以下」が62・1%と多数派を形成している。

いる。

繰り返し言うが、平均会葬者数が200~300人等の葬式は、高度経済成長期からバブル期の約30年の特別な時期の現象であり、今の会葬者数は特別な時期に比べると減少しているが、歴史的には特に小型なわけではない。

以上の結果をグループごとに分類すると表24になる。

各グループの推定される自己負担額の目安は以下の通り。

- A群 40万円程度
- B群 110万円程度
- C群 170万円程度

もとより以上は、収支を各グループを固定して出した推定に過ぎない。さまざまな組み合わせがあり、それだけ多様化している。支出額を抑制し、香典額を増やすことで自己負担額を抑制することは可能となる。

(注・直葬現象等を考慮したのがS)

●表 24 葬儀の規模のグループ (編集部作成)

	S	A群	B群	C群
①葬儀全体の支出額	50万円以下	100万円以下	100万円超~200万円	200万円超
②内、飲食・返礼品	10万円以下	0円~30万円	30万円超~50万円	50万円超
③宗教者への御礼	10万円以下	10万円超~30万円	30万円超~50万円	50万円超
④香典	10万円以下	10万円超~50万円	50万円超~100万円	100万円超
⑤会葬者数	10人以下	50人以下	51~100人	101人以上

脳死、グリーフ、祭壇、墓、葬儀、エンバーストリング...

日本人の死の文化の全貌

「死に方を  
忘れた日本人」

碑文谷 創著 大東出版社刊、四六判368頁、定価2940円

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

## ⑩ 遺族に負担が大きいか 「遺族代表挨拶」

利用・実施したサービス、必要だと思うサービス

実際に身近な人を亡くし葬儀を体験した人に「実際に利用したサービス」と「必要と思ったサービス」について回答してもらった。(図25)

最も実施の多かったのが「遺族代表挨拶」で71.5%。葬式が終わったところで、あるいは出棺前に、大きな葬式では一般焼香の前で遺族代表挨拶が行われる。喪主・施主あるいは親族代表が会葬者に向かって会葬への感謝、故人の最期、今後の支援要請等の挨拶をする。

この遺族代表挨拶は9割程度実施されていると思っていたが、この中では実施率は高いものの、大きく想定を下回って実施率71.5%。また、実施しても「必要だった」と認めたのは52.8%と少なかった。

この原因はいくつか考えられる。

①葬式自体が近親者を中心とした規模なものだから、あえて遺族代表挨拶は不要、というもの。②遺族が家族の死で動揺しておりその心理的な余裕がないこと。③ふだん人前で話す機会が少なく精神的負担が大きい。④葬儀委員長を立てるため遺族代表挨拶は不要

(特に北海道)

以上4点が考えられる。これから一時間西部地区等で行われたような、葬祭業者が遺族に代わって挨拶する、という方向に向かうなら邪道であろう。喪主や配偶者という悲嘆の強いことが想定される人に代わって、親戚でも距離を置いて見られる人、あるいは故人と身近だった友人に依頼する等が考えられる。遺族代表者の範囲を広くするのが望ましい。

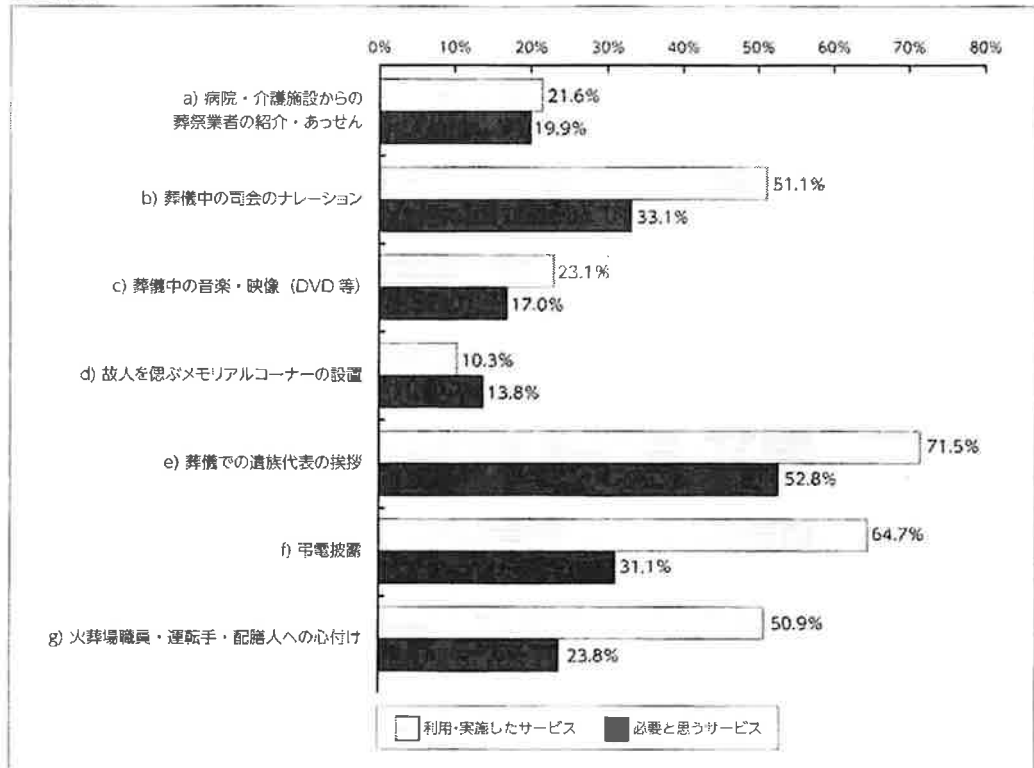
次に実施率が高かったのは「弔電披露(紹介)」の64.7%である。しかし必要だと思ったのは31.1%と支持は半減し3割になった。これは実施にあたりいろいろな問題を抱えている。

以下問題を列挙する。

- ① 参列している人の前で欠席者の弔電を読むことはおかしくないか。
- ② 政治家からの弔電が多く、選挙運動の機会になっている。
- ③ 遺族が読む弔電の選択、読む順序を決めるのは負担になる。

「葬儀中の司会のナレーション」は約半数実施しているが、「必要」と感じるのは3分の1と評価が低かった。特

● 図25 利用・実施したサービス、必要だと思うサービス



に死者をもち上げるような演出は不要ということだろう。

「火葬場職員・運転手・配膳人への心付け」は約半分が出しているが、この必要性については4分の1弱に留まり、

心付けの納得度が低い実情を映し出している。

遺族から進んで申し出る以外の心付け、強制化、慣習化した心付けの早期撤廃が求められている。

**特集** 消費者から見た  
葬式の傾向

⑦お布施・死後の事務処理についての  
支援を希望

—もっとあったらよかった支援やサービス

「特にない」とする回答が4割を占めている。(図26、表26)

回答からは、かなりはつきりした傾向が見える。

1位が「宗教者への御礼」で24・5%。お布施をどうしたらいいか迷っている消費者像が浮かび上がっている。これは70代が最も高いのであるから、「今どき」の話として処理してしまえない。宗教者にとっては考えなければいけない問題と言えよう。

2位が極めて実務的な「死後の事務処理」で22・2%を占めた。

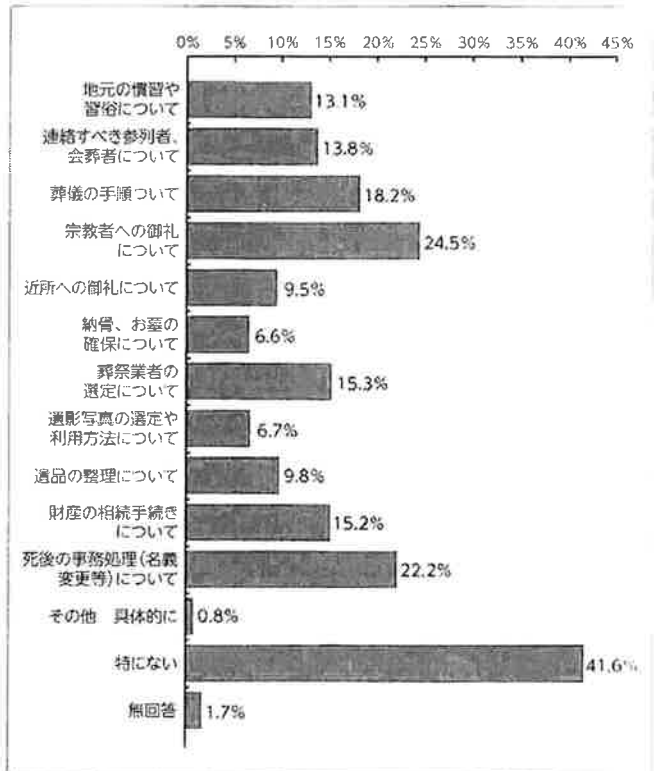
3位は若い層に多い「葬儀の手順」18・2%で、若い層がめったにない葬式を経験してとまどっている様子が浮かび上がる。

今回の消費者調査、今後の葬式の動向をうかがううえで有効な情報となっている。

●表26 もっとあったらよかったサービス

		地元の慣習や習俗について	連絡すべき参列者、会葬者について	葬儀の手順について	宗教者への御礼について	近所への御礼について	納骨、お墓の確保について	葬祭業者の選定について	遺影写真の選定や利用方法について	遺品の整理について	財産の相続手続きについて	死後の事務処理(名義変更等)について	その他 具体的に	特にない	無回答
(n=3889)	合計	13.1%	13.8%	18.2%	24.5%	9.5%	6.6%	15.3%	6.7%	9.8%	15.2%	22.2%	0.8%	41.6%	1.7%
(n=70)	20代	17.1%	21.4%	22.9%	14.3%	11.4%	12.9%	10.0%	11.4%	14.3%	21.4%	24.3%	0.0%	37.1%	0.0%
(n=228)	30代	19.3%	17.5%	30.7%	16.2%	15.8%	8.3%	15.8%	9.2%	13.6%	20.6%	28.9%	0.0%	32.5%	0.0%
(n=512)	40代	16.4%	15.2%	21.9%	20.7%	10.5%	8.2%	13.7%	6.3%	11.9%	16.0%	24.8%	0.4%	38.7%	0.0%
(n=721)	50代	13.0%	14.3%	20.8%	24.0%	9.2%	6.8%	16.5%	5.4%	9.7%	17.8%	22.7%	0.6%	38.8%	0.0%
(n=1131)	60代	10.6%	12.5%	14.7%	23.1%	7.4%	4.7%	13.2%	5.9%	10.0%	14.5%	20.1%	0.7%	44.9%	2.5%
(n=1227)	70代~	12.6%	13.0%	15.7%	29.7%	10.0%	7.0%	17.4%	7.7%	7.9%	12.6%	21.3%	1.3%	43.2%	3.0%

●図26 もっとあったらよかった支援やサービス



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ば—

B6判24ページ 定価180円

Booklet ④ 価格表				
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