

# トラブル防止へ事前準備提案

## 消費者アンケートもとにシンポも開催

超高齢社会が進展する中、葬儀をめぐる消費者トラブルも深刻化している。葬送料金、戒名料、墓地の管理と墓石の建立、最近では一般葬ではなく、直葬や家族葬も増加、樹木葬、海山への散骨などの希望も目立っている。一般財団法人日本

### 消費者の目

消費者協会（松岡萬里野理事長）は一月二十六日、このような消費者の葬儀に関するアンケート結果を発表し、死に際しての多様な消費者意見結果を発表した。結果を踏まえ、葬儀で後悔しないための方策を話し合うシンポジウムも開催した。

### 葬祭業、関連機関の連携課題に

◎三十年以上継続 葬儀アンケート調査 日本消費者協会は、葬儀に関する消費者アンケート調査を一九八三年（昭和五十八年）から三年ごとに実施。今回は十一回目。一月二十六日、東京・四谷の主婦会館では、その結果を発表され、結果を踏ま



葬祭業者、宗教関係者が出席。約200人が参加したシンポジウム（1月26日）

「当時互助会の解約問題や葬儀費用、お墓の管理問題など深刻事例が発生していたのに葬儀問題はタブーだった。だが地域ごとに深刻課題もあり、アンケート結果を基に葬祭業者に改善要望を出すなど社会的な反響を生んだ。そこで継続実施することになった」

松岡さんは、三十三年後の現在、葬儀問題は重大な消費者問題となり、早急に対応すべき課題も増えていると強調した。

第十一回「葬儀に関する消費者アンケート」は昨年の夏に取り組まれた。全国消費者協会連合会、全国消費生活コンサルタント連絡会などの会員及び一般消費者約四千人が対象。有効回答者は千八百七十五人。当日は唯根妙子同協会専務理事が結果を報告した。

それによると、消費者が葬儀に関する相談相手は「親族」「葬儀社」「寺・神社」の順。前回の調査では「葬儀社」よりも「寺・神社・教会」に相談する人が多かった。今回はこの順位が逆転した。

葬儀の依頼先は一位「葬儀社」、二位が「冠婚葬祭の互助会」。「農協・生協等の葬祭部」も目立つという。相談した時期は「そのときになってから」が約七割。「事前相談」は葬儀社と仲介業者を合わせても約二割弱に過ぎなかった。

葬儀の形式は葬儀社が執り行う「一般葬」が半数以上。「家族葬」約四割。地方ほど一般葬の割合が高い。注目されたのは葬儀費用。通夜からの飲食料、寺院へのお布施、葬儀一式費用などアンケート結果では最低額から最高額まで約四百倍もの差がある項目も。合計費用では最低額が五万円、最高額は七百八十万円。平均百九十六万円。

費用とサービスに関する質問では、「費用は見合っていた」との回答が六割あったが無回答も二割。自由記載の欄には、「花や車代、料理代など全ての単価が高い」「見合っているか比べられず相場が不明」「他業者と比較できないのでわからない」「家族葬だったが式場など固定費は一般葬と変わらない」などの不満も。日本消費者協会では「満足度は明確ではない」と分析。

◎「事前相談」「情報交流」「見積書」の重視をシンポジウムでは、公益財団法人全日本仏教会理事で僧侶でもある戸松義春さんが「お布施はお布施の一回であり心の問題。縁の手帖」の配布をはじめ、仏教会では現在、門戸を開き積極的な情報提供に取り組んでいる。

全日本葬祭業協同組合連合会（全葬連）専務理事の松本勇輝さんは「消費者トラブル防止へ向け全葬連では葬祭サービスマニュアルの遵守活動を展開中。見積書の提示をはじめ事前相談にも取り組んでいる」

日本退職者連合・副会長長の臼井百合子さんは「美しき生きがいを持てるようエンディングノートの活用が重要。葬儀についても日頃からの情報交流を推進したい」と説明した。