

No.458

# REPORT JARO

2013

3

MARCH

●広告研究講座

生活動力2013「総子化」

総子化によって世帯型・個人型の市場や消費が変わる

## 連合会の取り組みについて

全日本葬祭業協同組合連合会  
専務理事

### 松本 勇輝

昭和48年生まれ  
平成20～24年 全日本葬祭業協同組合連合会  
理事・事務局長  
24年～現在 同連合会専務理事



葬祭業は現在、葬祭事業および事業者を直接規制する法律がない業界である。このような状態の中、近年、テレビや新聞などにより葬祭サービスに関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た。

また18年6月、国民生活センターから、業界がイドラインなどの整備、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などに努めるよう要請が出されたのである。

この要請に対し、全日本葬祭業協同組合連合会（全葬連）は、既に13年には、消費者契約法に対応すべく、見積書、請求書のフォーマットや表示について注意点をまとめた「葬祭業サービス基準」を作成してはあったが、当連合会会員社以外の一部事業者による逸脱行為が多く見られ、葬祭事業者全体が悪いかのようなイメージを持たれてしまっていることから、19年5月に葬祭業界初のルールブック「全葬連葬祭サービスガイドライン」を制定した。このガイドラインは23項目で構成されており、遺族、消費者の立場になり葬祭サービスを提供すべく定めた当連合会の自主基準である。

葬祭サービスの遵守事業所に対して「葬祭サービス遵守事業所」の看板、ポスター、ステッカー、

認定書を配布し掲示することによって、消費者の方々に、「この業者は信頼できる業者です」との認識を持つていただけるよう努めている。

21年1月には前記の葬祭サービスガイドラインをより消費者へ分かりやすくした、消費者向けガイドライン「わたしたちの誓い」を制定した。これを使用し、各地域において消費者セミナーや葬祭展、事前相談などに取り組みしており、安心と信頼ができる葬儀社選びをしていただけるよう努めている。

また、最近問題になっている広告・表示については、24年2月に消費者庁から発表された「葬儀事業者における葬儀費用に係る表示の適正化」の①「葬儀費用について不当表示に該当するおそれのある表示」②「葬儀費用について不当表示に該当するおそれのある比較広告」を見ても分かる通り、業界全体として景品表示法の有利誤認に抵触するような表示が多く見られ消費者に混乱を与えている。

特にインターネットを利用しての葬儀紹介会社などは、安価な表示や誇大広告をし、一見明瞭な価格表示を行っているように感じられるが、実態は伴わず誤解を与えており問題である。消費者にとって、より分かりやすい表示が求められるところである。この点を踏まえ広告・表示は、消費者保護の観点から見ても非常に重要であり、適正化に向けて積極的に取り組むべきだと認識している。

私ども、全葬連は、葬祭業界にある諸問題に真剣に取り組む、今後も消費者の信頼に応えるべく業界団体としてリーダシップを取りながらまい進していきたい。