

# jFuneral ニュースレター



有限会社ワイ・イー・ワイ

2024年3月27日



## お葬式での トラブル

### 費用面以外にどんなことが？

多くの方々が直面するトラブルのほとんどが費用に関してである。

なぜその費用がかかるのとか、見積もりの内容が理解できないとかが多い。

それは葬送儀礼を理解していないからでもある。

では、なぜ葬送儀礼を理解していないのかを考える必要が葬儀屋さんにあるのでは。

昔は、長老など（おじいちゃんやおばあちゃん）がいて、葬儀を仕切っていたりしてました。

今は核家族で、それぞれ違うところに住んでいたり、祖父母とかは田舎暮らしで音信不通だったりしています。

もしかしたら、施設に入っていたり、認知症になっていたりもします。

備えあれば憂いなし。

問題点や解決策を考えてみたいと思います。

---

## 日本の葬儀における問題点と解決策

### 費用トラブル

前回にもお伝えしたが、一番多いのが費用面の理解度が足りていないからだ。

しかし、足りていないのは誰のせいかを葬儀屋さんは考える必要がある。

最前線で話をしていると、まさしく葬儀屋さん側がパラダイムシフトが起きたことを理解していないから、「小さなお葬式」や「よりそう」などが出てきている。

- コロナ前までは葬儀費用は高額で、近年さらに上昇傾向にあった。
- 葬儀社の見積もり内容が分かりにくく、不透明な部分が多い。
- 今でも葬儀後の追加請求や高額なオプション販売などのトラブルも発生している。
- 更に葬儀屋さんが説明義務を果たしていない。

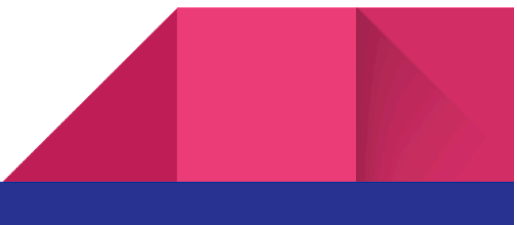
### 対策

- 葬儀費用に関する情報公開を徹底し、消費者にとって分かりやすく比較しやすい環境を作る。
- 葬儀社の適正な価格設定が存在しないので、見積もり内容の明確化を促す。
- 葬儀後の追加請求や高額なオプション販売（互助会の不当なランクアップ）を防止するための自社規制を強化する。
- 行政が機能していないので、まず葬儀社が消費者向けの相談窓口を充実させる。

### お寺との付き合いと

- 地域社会の変化により、お寺との付き合いが希薄化している。
- お布施の金額と遺族の経済状況が釣り合わないケースも増えている。
- お寺がどのような仕組みになっているのかも檀家ですら理解していないことが多いのはにわか檀家（葬儀のときしか連絡がない）状況。

### 対策

- お葬式のときだけではなく、遺族がお寺を理解し、話し合える場を設ける。
- 

- 
- お布施の金額の目安を明確化し、強制的な支払いにならないようにすることは檀家や役割がそれぞれ異なるから難しいが、きちんとお伝えすることが大切である。
  - 僧侶も遠方へ幾度も出張することも理解してもらおう（片道50Km以上も移動しないといけないこともあったりする）
  - 寺院側が現代社会に合った葬儀サービスを提供するよりも、常に檀家や周囲に情報発信することが大切である。今ではLINEやメール連絡も可能である。
  - お寺を理解してもらおうことが大切である。

### お葬式をしない家族の増加

- 核家族化や価値観の変化により、お葬式をしない家族が増えている。
- 葬儀の必要性や意義に対する理解が不足している。
- 葬儀屋さんが「お葬式」というのは葬送「儀」礼と告別「式」が合わせて「お葬式」と呼ばれている理由を伝えていない

### 対策

- 葬儀の多様な選択肢を提示し、個々のニーズに合った葬儀の形を提案する。
- 葬儀の意義や価値について、広く情報発信を行う。
- グリーフケアや遺族支援の体制を充実させる。

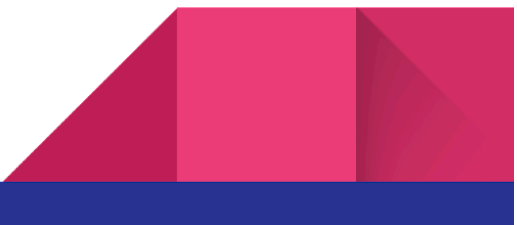
### 葬儀の常識や葬送儀礼、グリーフ、遺族への配慮を知らない人たち

- 死に関する教育が不足している。
- 葬儀に関する情報が分かりにくい。

### 対策

- 本来なら学校教育や社会教育の中で、死生観や葬儀に関する教育を充実させるべきである。
- 葬儀屋さんがより葬儀に関する情報発信を分かりやすく、多様な方法で行う。
- 遺族へのサポート体制を充実させる。

### その他



- 
- 葬儀業界全体の見直しが必要なのは当然だが、誰が指揮を取るかが課題で、下手に行政が介入することで民業圧迫であったり、自由競争の弊害を起こすことも懸念事項である。
  - 消費者主体の葬儀の形が求められているので新しく対応することが必要。
  - 死生観の変化に対応した、新しい葬儀文化の創造が必要。
  - 経済観念と経済事情がコロナによって変わったことを念頭に置くことが必要。

## 結論

日本の葬儀には様々な問題点があるが、これらの問題は解決不可能ではない。関係者各々が協力し、消費者ニーズに合った葬儀の形を模索していくことが重要だろう。葬儀は誰が出すのか、そして遺族のニーズを消費者に発信することが必要だろう。

---

## 私の意見

葬儀は、故人を送り出す大切な儀式です。しかし、費用や形式ばかりにこだわってしまうと、本来の目的を見失ってしまう可能性があります。大切なのは、故人の意向を尊重し、遺族が納得できる形で葬儀を行うことです。

そして、葬儀屋さんが周囲に説明をして、「ネットブローカー」が葬送文化を崩すような行為をきちんと理解を求めると同時に自分たちも自戒することが大切だろうと思います。人件費や輸送費などが高騰化する中で、葬儀費用を釣り上げるのではなく、なぜこの費用があるのか（掛かるのか）説明せねばならなく、納得してもらうことが大切です。

近年、葬儀の形は多様化しており、従来の形式にこだわらない選択肢も増えています。費用を抑えたシンプルな葬儀や、家族だけで行う家族葬など、様々な形態があるなか、必要な費用の説明をもっとしていくことが大切です。

今後も、社会の変化に合わせて、葬儀の形はさらに変化していくでしょう。葬儀社は、消費者ニーズに合わせたサービスを提供し、遺族の負担を軽減していくことが求められます。

---

YEYとして、葬儀のマーケティングオンラインセミナーを jFuneral.com を通じて行っております。どなたでも無料でポッドキャストをお聞けます。ぜひご試聴くださいませ。

Apple Podcast、Spotify、Amazon Musicで” jfuneral.com” で検索し、ご試聴できます。

シーズン2

<https://jfuneral.com/new-podcast-jfuneral-2021/>

シーズン3

<https://jfuneral.com/podcasts/podcast-jfuneral-season-3-new-2022/>



2024年4月からシーズン5が始まりますのでぜひお見逃しなく！

© 有限会社 ワイ・イー・ワイ 代表取締役 和田裕助

〒253-0053 神奈川県茅ヶ崎市東海岸北5-4-48

email: [infodesk@yey.co.jp](mailto:infodesk@yey.co.jp)