

NACS

広告・宣伝・表示 おかしいなと思ったら…
なんでも110番

～ 通信販売・電気通信サービス契約 などなど ～

報 告 書



平成28年度

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

NACS

NIPPON ASSOCIATION OF CONSUMER SPECIALISTS



RING!RING!
プロジェクト

この報告書は、競輪の補助金により作成しました。

<http://ringring-keirin.jp>



葬祭サービスガイドライン制定と葬儀広告の表示について

全日本葬祭業協同組合連合会

私たちは、葬儀において最大限に尊重されるべきことは、故人の尊厳、ご遺族の悲しみ、集う人々の想いであり、それぞれの信仰・信条の自由であると考えます。

私たちは、何よりもまず、それぞれの故人の意思、ご遺族の想いに耳を傾けたうえで葬祭サービスを提供します。関係法令を遵守し、ご遺族・消費者の皆様にとって必要な情報を積極的に提供し、ご遺族の消費者としての権利を擁護します。

葬儀は、亡くなった方を弔い、惜別し、いのちの尊厳を確認するために行われるものです。人類の歴史において、死者を弔うために人々が心を尽くし、葬送文化を育んできました。私たちは、葬送文化を正しく継承するよう努めると同時に、葬儀に対する個々の多様な価値観を尊重し、それぞれに適応した葬祭サービスを提供します。

私ども全日本葬祭業協同組合連合会（全国 59 事業協同組合加盟、所属員 1,345 社、平成 28 年 11 月末現在、以下、全葬連）は、葬祭専門事業者として、これまで遺族、消費者の立場に立った葬祭サービスを提供し、消費者から信頼を得るべく努めてまいりました。

まず葬祭業に従事する者の資質の向上が重要であると考え、いち早く資格認定制度の必要性を訴え、平成 8 年には厚生労働省（当時、労働省）認定葬祭ディレクター技能審査を実現し、以来その推進に大きな役割を担ってきました。平成 11 年には消費者主体の葬祭サービスを目指す「生活者への宣言」、平成 19 年には「全葬連葬祭サービスガイドライン」を取りまとめて公表しました。

しかしながら、実際に葬祭業を営む事業者には、私ども全葬連に属さない葬祭専門事業者、J A、生花店、仏壇店、墓石業者、ギフト業者、ホテル、さらには冠婚葬祭互助会もあり、多岐にわたっています。他産業等からの新規参入も少なくありません。平成 18 年事業所・企業統計調査によると、葬儀業の企業総数は 3,494、事業所総数は 7,473 となっています。実際に葬祭業に関わる企業はさらに多く、4,500 社から 5,000 社とも推定されます。

残念なことに、葬祭事業者の一部には、消費者から誤解を受けるような行為を行い、クレームとなるケースがあります。各地の消費生活センター、国民生活センター等で問題とされており、葬祭業界では依然として問題を抱えています。

全葬連は、葬祭業界にある問題点を払拭すべく、葬祭サービスの原則を以下の通り明文化し、全葬連所属員に徹底を図ると同時に、他の葬祭業を営む事業者に問題提起し、葬祭サービスが、ご遺族、消費者のために適正に行われるよう努めます。

○葬祭サービスガイドライン（ホームページ）

http://www.zensoren.or.jp/ssg/ssg_02.html