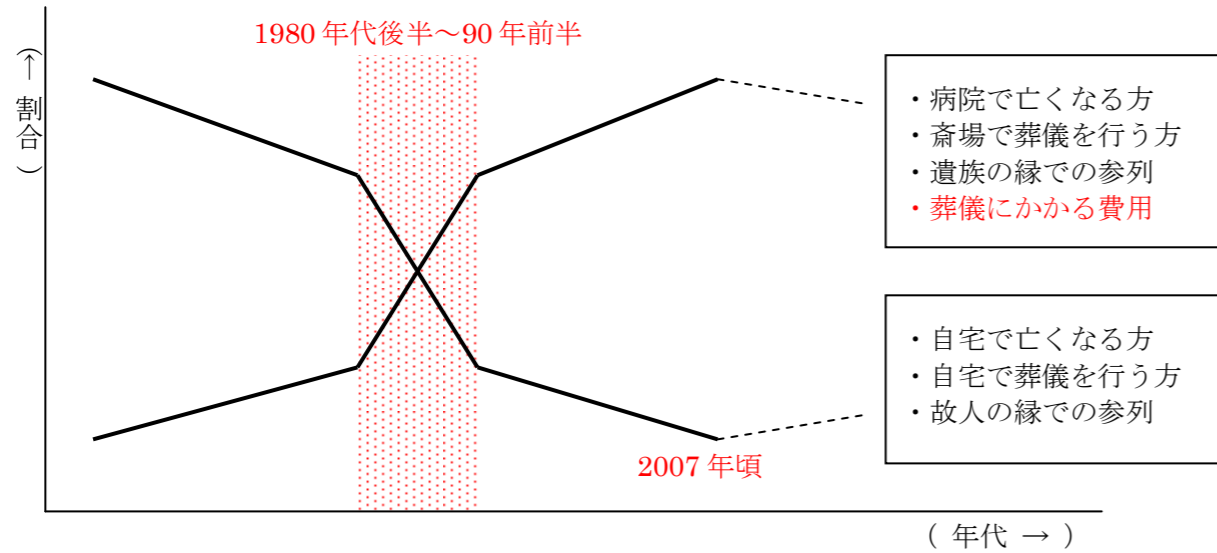


これで納得、お葬式講座（第1期）

■ 第1回 現在のお葬式事情について

バブル期が葬儀のあり方に与えた影響



熊本市内にある葬儀会館 80年代（10施設）→ 現在（46施設）

葬儀を行う場所の変遷 自宅・寺院・集会場 → 87%が葬儀会館  
（日本消費者協会第8回アンケート九州地区平均）

2005年、人口減少社会突入（明治32年統計調査開始以来初）

消費者の心理

小規模葬儀 = さびしい葬儀（羞恥心・恥をかきたくない）

人並み = 無難（虚栄心・ある程度の見栄）

葬儀社の便乗

会葬者が増える方向への誘導  
華やかな演出・過度なサービス  
消費者の羞恥心や虚栄心 } 売上拡大 → 利益至上主義 → 消費者の不満

変化の時期（葬儀業界におけるバブル崩壊）

