

研究報告書

エンバーミング（遺体衛生保全）の意思決定が
遺族の悲嘆に与える影響に関する社会心理学的研究
—意思決定を巡る当事者間相互作用に焦点をあてて—

関西大学大学院 心理学研究科 博士課程後期課程

佐藤貴之

研究報告要旨

エンバーミング（遺体衛生保全）の意思決定が遺族の悲嘆に与える影響に関する社会心理学的研究—意思決定を巡る当事者間相互作用に焦点をあてて—

関西大学大学院 心理学研究科 博士課程後期課程

佐藤貴之

本研究は、遺体衛生保全（エンバーミング）に焦点をあて、遺族とエンバーミングに関わる当事者との相互作用に着目し、遺族の意思決定過程に与える影響について、社会心理学的視座から検討したものである。

その結果、エンバーミング営業担当者は、施術の利点を説明した上で、遺体修復に対する遺族の期待が過度に高まらないよう配慮していた。また、一部の者は、説明の回避、部分的説明、歪曲表現を行っていた。エンバーマーの心的過程には、施術の目標が“故人の希望の充足、満足”である「故人焦点」の意識、“遺族の希望の充足、満足”である「遺族焦点」の意識が存在していた。

遺族の心的過程では、「してあげられることは全部してあげたい」という遺族心理が欲求の源泉となり、施術遺族の多くは、エンバーミングを「いいものだと思ってやった」とポジティブに評価していたが、非施術遺族は「死生観に沿わない」「必要がない」と判断し、非購買意思決定を行っていた。

目的

私たちにとって愛する人は、生活を営む上で重要な存在であり、その愛する人との死別（bereavement）は重大な喪失感を伴うストレスフルなライフイベントである。しかし、今日における社会・文化的な構造の変化によって、人は愛する人との死別による悲嘆をひとりで処理することを要求され、自らの悲嘆に応じたグリーフケアを選択し、能動的にケアを享受する姿勢が求められている。葬儀のあり方も、故人の生前意思や遺族の希望を汲むものへと多様化しており、葬儀自体を従来の儀式的なものではなく、グリーフケアの一環として捉える見解が定着しつつある。

エンバーミング（遺体衛生保全）は、遺族の希望によって行われる葬送技術のひとつであり、我が国においては年間 1 万件以上の施術が行われている。エンバーミング施術の効用としては、遺体の長期保存、感染防止、遺体の損傷修復、死後硬直の防止、遺体解剖後の体液漏れ、腐敗の防止などがあげられる。また、長年の闘病で変化してしまった容貌を、エンバーミングによって生前の元気な頃の状態に近づけることが遺族の悲嘆を和らげる効果があるとされているが、その実証的研究は国内外を概観しても見当たらない。

本研究は、故人の没後、直ちに行われる一連の作業の中から、エンバーミングに焦点をあて、エンバーミング施術の意思決定過程と遺された家族の心理的安寧に与えるその効果について検証するものである。また、遺族と遺体衛生保全に関わる当事者（葬儀会社担当者や施術担当するエンバーマーら）との相互作用に着目し、そのあり方が遺族の意思決定過程に与える影響について、社会心理学的視座から研究する。

心理学における一般的な意思決定モデルは主として実験室実験などの結果から導かれたものであり、愛する人との死別直後の遺族の心理状態を考えれば、一般的な意思決定モデルを適用することは困難であると予想される。本研究では、特に“Quality of death の遂行評価”に着目し、死別研究の一環として独自の意思決定モデルに沿って、その影響過程を明らかにすることを目的とした。

方法

本研究の実査は、関西地区および関東地区を拠点に事業展開している葬儀会社（以下、A社と記す）の協力を得た。

調査は、①エンバーミング営業担当者への面接調査、②エンバーミング技術者（エンバーマー）への面接調査を行い、営業担当者から見た遺族のエンバーミングに関する意思決定過程およびその施術の実態把握を行い、③施術遺族および非施術遺族への面接調査では、「死のあり方の独自性」に着目し、エンバーミング施術を決定した心的過程についてヒヤリングを行うとともに、家族内相互作用や家族外の他者との社会的相互作用が意思決定にどのような影響を与えるのかについて検討した。得られたデータの分析は修正版グラウンデッドセオリーアプローチ（木下,1999）を用いて行った。

各調査の対象抽出方法、調査時期、調査方法を以下に示す。

① エンバーミング営業担当者への面接調査

エンバーミング営業担当者への調査は、2008年8月～10月に実施した。A社に勤務する営業社員133名のエンバーミングに関する3カ年受注データを参考に（情報取得同意書を提出）、4群（受注件数高群、同中高群、同中低群、同低群）に分け、予め発生させた乱数を用いて、各群から調査対象者をランダムに抽出した。対象者のうち研究協力同意書を提出した営業社員23名に面接調査を実施した。

主な面接調査内容は、「営業（説明）対象となる遺族の故人との続柄」、「エンバーミング説明のタイミング」、「説明の仕方」、「説明に関する注意点」、「特に印象的だった事例」であった。

② エンバーマーへの面接調査

エンバーマーへの調査は、2008年10月～12月に実施した。A社に勤務するエンバーマー11名について、入職年月日、エンバーマーとしての経験年数（情報取得同意書を提出）を参考に、予め発生させた乱数を用いて、調査対象者をランダムに抽出した。対象者のうち研究協力同意書を提出したエンバーマー5名に面接調査を実施した。

主な面接調査内容は、「入社（現職選択）のきっかけ」、「一般的にどのような体制、流れで施術が行われているか」、「遺族のオーダーが営業社員を通じ、どのように伝達されているか。また、その内容を自身（エンバーマー）がどのように解釈しているか」、「伝達事項を施術に反映させるにあたり、どのような点に注意しているか」、「施術に対する遺族の反応をどのように把握しているか」、「フィードバックをどのように受け止めているか（その後の施術への反映等）」、「業務の満足感、達成感をどのように得ているか」、「業務上のストレスをどのようにコントロールしているか」、「特に印象的だった事例」であった。

③ 施術遺族および非施術遺族への面接調査

施術遺族および非施術遺族への面接調査は、2008年11月～2009年1月に実施した。A社が運営する遺族サポートグループに依頼し、会員300名の中から、本研究の条件に合致するエンバーミング施術者、エンバーミング非施術者を有意抽出した。抽出された会員に対し、調査参加の意向確認を行い、承諾した会員をインフォーマントとした。最終的に、「研究協力同意書」を提出した遺族会員13名（施術者7名、非施術者6名）に面接調査を実施した。

主な面接調査内容は、「故人およびインフォーマントの基礎情報の確認」「葬儀の振り返り」「Unfinished Taskの確認」であった。面接終了後、遺族心理に配慮し、その状態に応じ、1名当たり30分～1時間30分のディブリーフィングを行った。

倫理的配慮

本研究の倫理的配慮については、関西大学大学院心理学研究科の研究・教育倫理委員会の承認を得た（認定番号第 0003 号）。

面接調査はプライバシーを保護するため、1対1で個室にて行った。調査に先立ち、研究趣旨の説明および調査協力者の権利に関する説明を行った。研究趣旨および調査に係る権利の説明に同意した調査協力者に面接承諾書への記名を得たうえで、調査を行った。

結果

① エンバーミング営業担当者への調査結果

エンバーミング営業担当者が営業（説明）対象としていたのは、どの群においても、喪主（その葬儀の代表）、施主（葬儀代金負担者）が大半を占め、故人の配偶者や子ども、きょうだいと同席するケースが多かった。また、地域によって自治会長が説明の対象となり、社葬の場合は企業の担当者に対し説明を行っていた。

エンバーミング説明は、遺体搬送先で葬儀打ち合わせの際に行うが、“故人のエピソードに関する語りをきっかけに”、“遺族間ダイナミクスを把握した上で”、“遺族心理に配慮して”等の理由から打ち合わせ中盤に行う営業社員がどの群でも多かった。例外として、過度の遺体損傷が見られる場合は打ち合わせ冒頭に説明し、可能な限り早期の施術を提案していた。

「説明の仕方」では、遺体変化プロセスおよびエンバーミングの利点（防腐・保存、消毒・殺菌）を説明した上で、湯灌との対比や修復・化粧を強調し説明する際には、遺体修復に対する遺族の期待が過度に高まらないよう配慮していた。また、受注件数が多い群の一部では、“遺族心理に配慮”、“受注の妨げになるから”、“営業社員自身の死生観に添わないから”などの理由から、小切開→血液排出→防腐剤注入、臓器排出、開口部縫合・接着について、説明の回避、部分的説明、歪曲表現を行っていた。

「説明に関する注意点」では、各群に共通して、“押し売りにならないように”、“事実（施術方法）を確実に伝える”、高齢者に対しては“日本語で遺体衛生保全と表現する”、“1人（遺族のキーマン）で意思決定させることを避ける”、施術者への指示に関しては“遺族から得た生前の故人に関する情報をできるだけ反映させる”などが挙げられた。

エンバーミング施術に対し批判的な考え方を持つ営業社員や過去の施術失敗経験を持つ営業社員は、受注件数が少なく、働きがいも低下している傾向がみられた。

② エンバーマーへの調査結果

入社（現職選択）のきっかけはワークモチベーションの源泉となっていた。エンバーミ

ング施術にあたるエンバーマーの心的過程には、施術の目標が“故人の希望の充足、満足”である「故人焦点」の意識、施術の目的が“遺族の希望の充足、満足”である「遺族焦点」の意識が存在し、その意識の在り様が顧客オーダーの解釈に最も強く影響を及ぼすことが示唆された。また、エンバーマー自身の死生観によって、「故人焦点・遺族焦点」の意識の重み付けが異なる可能性があり、そのあり方は、多くの遺体と向き合う日々の業務を通じ、変化していくことが明らかとなった。

業務の繁忙から、現行、エンバーマーが葬儀会場で遺族と接するのはクレーム対応による再施術や手直しの場合のみであり、適切なフィードバックが得られないことが多く、業務の満足感および達成感の阻害因となっていた。

③ 施術遺族および非施術遺族への調査結果

施術遺族および非施術遺族への面接調査結果は、エンバーミング営業担当者、エンバーマーへの面接結果と合わせ、購買行動の意思決定モデルであるEKBモデル（Engel, et al,1993）と対応させ、解釈を行った。解釈結果図を Figure 1.に示す。

購買意思決定の「欲求喚起」では、“してあげられることは全部してあげたい”という遺族心理が欲求の源泉となり、次段階の「情報探索」では、営業社員の説明がエンバーミングという未知情報の理解に作用していた。「選択代案の評価」および「態度・意図」については、施術遺族の多くは、エンバーミングを“いいものだと思ってやった”とポジティブに評価していたが、非施術遺族は“死生観に沿わない”、“必要がない”と判断し、非購買意思決定を行っていた。「購買後の評価」は購買前の欲求が満たされた施術遺族において高く、欲求が満たされない、あるいは会葬者からの不本意な評価を受けた施術遺族においては低かった。また、評価が低かった遺族の一部には、エンバーミングを施術したことに關する後悔の発言がみられた。

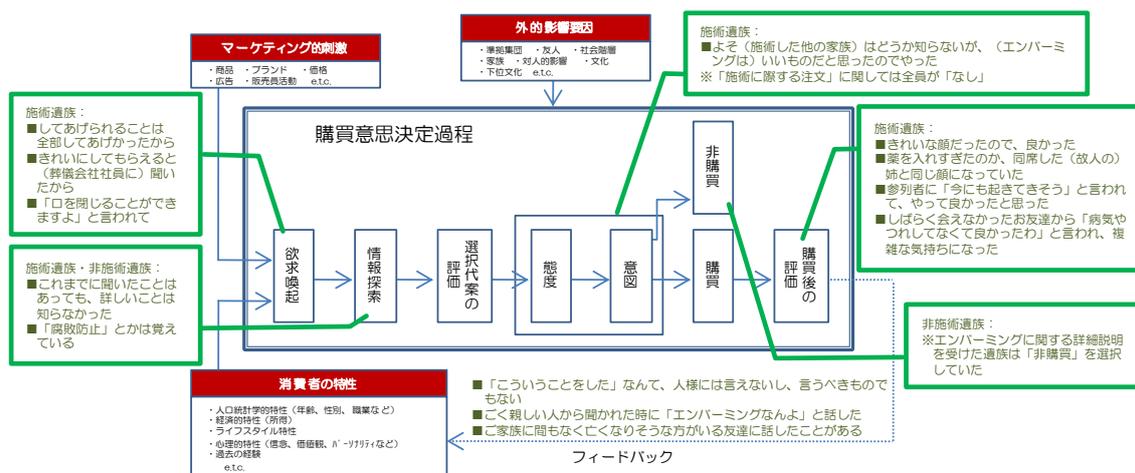


Figure 1. EKB モデル (Engel, et al,1993) と施術遺族および非施術遺族の調査結果

考察

葬儀会社の営業担当者およびエンバーマーは、グリーンケア提供者としてその役割に注目されることは少なかったが、愛する人の死という現実直面した遺族に対し死別直後の段階で接触する存在である。本研究の結果から、衝撃と混乱の渦中にある遺族に対し、彼らはその遺族心理を配慮した行動をとっていることが示唆された。

また、受注件数の多い一部の営業社員は、遺族心理への配慮から説明の回避、部分的説明、歪曲表現を行っていることが示唆された。この行動の生起因のひとつとして、営業社員自身が持つ死生観に基づくエンバーミング施術に対する否定的態度が考えられる。エンバーミング施術に対する否定的態度を持った営業社員の多くは、過去の営業において遺族から施術に関するクレームを受けた経験を有していた。その経験が基になり、受注目的でエンバーミング施術に関する基本的な情報を取捨選択あるいは歪曲させていると推察できる。本研究の結果が示すように、営業社員の説明は遺族に対して未知情報の理解を促し、遺族の施術の満足のあり方に強く影響を与えていることから、説明方法を十分検討する必要がある。

一方、フィードバックが得られないことに起因するエンバーマーの業務の満足感および達成感の阻害についても検討する必要がある。フィードバックを得るために、本研究のインフォーマントの中には“(エンバーマー)自身が直接ご遺族とお話をしながら営業して、納棺まで立ち会えれば”と話す者もいた。

本研究の協力機関では、エンバーミング施術の受注に際して、施術に関する詳細な指示書を顧客である遺族に確認しながら記載し、故人の生前の写真などを参考にしながら施術を行っている。例えば、納棺の際、指示した施術が適切であることの遺族の確認および施術に関する簡便な評価が記載可能な確認書などを用いて、フィードバックを行うことにより、エンバーマーの満足感および達成感の充実の一助となるだろう。

事故等によって遺体損傷している場合や長期の闘病生活から故人の容貌が変化してしまった場合、遺族はエンバーミングの修復機能に対し過度に期待を寄せることが調査の結果から明らかとなった。その背景には、**Quality of death**の遂行—故人の死をより良いものにする—の評価をより一層高めようとする遺族心理があると考察する。施術遺族への調査結果にあるように、“してあげられることは全部してあげたい”と思う遺族心理である。Engelらによる**EKB**モデルの「購買後の評価」が高いほど、遺族の心理安寧にポジティブに作用し、悲嘆の軽減が図れるものとする。

しかし、その一方では、「購買後の評価」が低かった遺族の発言から、エンバーミング施術すること自体が後悔など重篤な悲嘆につながる可能性があることが示唆された。遺族悲嘆を深刻化させないために、意思決定に際する十分な情報提供と遺族のオーダーの適切な把握とともに、施術技術の向上が望まれる。

結語

エンバーミング（遺体衛生保全）に関する遺族の意思決定には、情報提供者である葬儀会社の営業担当者の説明方法が大きく影響する。意思決定に際する十分な情報提供、遺族の期待に沿った施術が前提となり、遺族が「してあげられることは全部してあげられた」と評価し、会葬者との相互作用を経ることにより、遺族の悲嘆に対するエンバーミング施術のポジティブな影響が得られるだろう。

引用文献

Engel, J.F., Blackwell, R.D. & Miniard, P.W. (1993). *Consumer Behavior*

木下康仁 (1999). *グラウンデッド・セオリー・アプローチ 質的実証研究の再生* 弘文堂

公益社葬祭研究所（編著）(2005). *新しい葬送の技術エンバーミング：遺体衛生保全― 悲しみを越え、心に残る思い出を―* 現代書林