

# 独自の遺体冷却装置「メモリアルベッド」携え 葬祭業界への貢献拡大に向けて新会社設立

(株)ドウシシャ メモリアルサポート [大阪市中央区]

ドライアイスを使わずに遺体を保全する次世代型吸熱式遺体冷却装置「メモリアルベッド」を販売する(株)ドウシシャは、この4月1日、同製品の拡販と葬祭業界への貢献拡大を図るため、新会社(株)ドウシシャ メモリアルサポートを設立した。すでに全国の葬儀社から高い評価を受けている同製品をとおして、葬祭業界に新たな付加価値の提案をしつつ、その先の消費者満足や社会貢献までも見据えた事業を展開していくという。



## 施行件数3,200件の実績重ね 現場の声から使い勝手を追求

「メモリアルベッド」は、ドライアイスや従来型の保冷庫を必要としない、まったく新しい冷却方式を採用している。ドライアイス使用時の遺体表面の凍結や変色を防ぎ、自然な状態の見た目を保つことができる。内臓に最も近い背中側から冷却ブロックで吸熱するため、遺体の深部まで効率的に冷却することが可能となった(図表1)。ドライアイスという“異物”を遺体の上に乗せることに違和感をもつ遺族感情にも配慮できる。

運用コスト面でも、従来のドライアイスを使った冷却方式と比べて大幅な削減が見込まれる。リースを活用すれば、導入直後からコスト削減の効果が現われ、また長期にわたって使用することで削減効果は大きくなる(図表2)。さ

らにCO<sub>2</sub>の発生量もドライアイス方式と比較して5分の1程度に抑えることができる。

すでに全国の葬儀社に導入が進んでおり、同製品を使用した葬儀施行件数は3,200件を超えている。この数字は製品そのものの評価であるとともに、導入先からの要望に真摯に向き合うドウシシャの企業姿勢に対する評価でもある。

「冷却ブロックを使った独自冷却システムの技術には絶対の自信をもっていますが、それを葬儀の現場で運用していくうえでの使い勝手については、葬儀社様からいただいたさまざまなご意見を製品に反映させ、改良に努めてきました」と、新会社ドウシシャ メモリアルサポートの代表取締役社長に就任した三重野亮太氏。

実際、開発初期の段階では移動などにやや手間がかかる製品だったが、その後、導入先からの意見

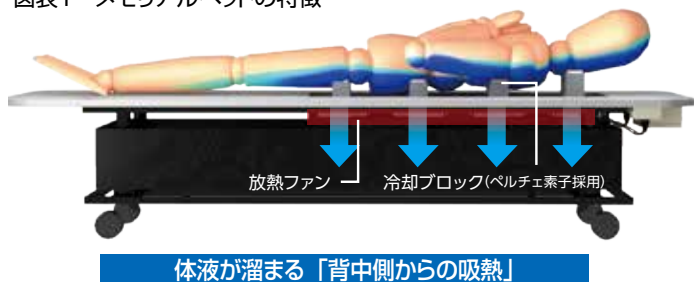


(株)ドウシシャ メモリアルサポート 代表取締役社長 三重野亮太氏

を採り入れて使い勝手を大幅に向上。現行の「メモリアルベッド」は、2分割にして会館内の移動が簡単に行なえる「据置き型」と、より持ち運びが便利で自宅安置にも対応できる「軽量型」の2種類を用意しており、さらに今後は高さ調整ができる「昇降型」や、収納を意識した「折畳み型」なども開発中だという。

また、遺体の首の部分に乗せる冷却ブロックの高さを、導入先からの要望にあわせて数cm高くするなど、製品の細部に至るまで現場の声を反映させている。

図表1 メモリアルベッドの特徴



図表2 ドライアイス使用時とのコスト比較  
リース(2.5万円/月 税抜)の場合

ドライアイス費用¥/kg	¥150	¥150	¥200	¥200	¥300	¥300
安置日数	2日	3日	2日	3日	2日	3日
月間施行数	9.2件	6.1件	6.7件	4.5件	4.4件	2.9件

月間施行数が4~5件以上の場合、導入直後からコストダウン

※リース金額は、リース会社および契約内容によって異なります  
※電気代¥143/日として計算

## 喪家の立場からも遺体の“自然さ”を実感

（株）泉屋 [大阪市中央区] 年間施行件数：約1,800件

関西エリアで事業展開をする（株）泉屋では、2015年9月から直営5会館に「メモリアルベッド」を導入しており、この5月にも1台追加する予定だ。

「導入にあたり、設置場所に合わせたサイズなどに関して、かなり細かな要望をお伝えしたところ、すべて聞き入れていただきました」と同社取締役葬祭部長の川口正明氏。実際に使用してみて、遺体の状態があまりにも自然だったため「完全に冷却できていないのではないか」と逆に不安になったという。ドライアイス使用料は導入前の4分の1に減少し、コストダウンも実感。川口氏の義父の葬儀の際にも使用し、喪家の観点からも「身体に優しく、自然な感じで安心できた」と話す。



## 安置期間の長期化のなかドライアイスコストを削減

（株）ライムメンバース [群馬県高崎市] 年間施行件数：約450件

群馬県高崎市内で事業を展開する（株）ライムメンバースでは直営3会館に「メモリアルベッド」を導入。市町村合併によって火葬件数がふえ、安置期間が伸びることでドライアイスのコストがかかっていたが、導入後は3分の1に削減した。



「導入当初は冷却効果に半信半疑で、ドライアイスと併用していましたが、徐々に効果が実感でき、ドライアイスの併用もしなくなりました」と同社葬祭部課長の鈴木俊介氏。1週間ほど安置しても肌の色が変わらず、自然な状態を保持できているのに驚いたという。

「遺体への影響や使い勝手、環境問題などを考えると、メモリアルベッドはお勧めです」と鈴木氏は語る。

「ドライアイスに慣れている葬儀社のなかには、新しい冷却方式そのものに漠然と不安を感じる方もいます。きちんと説明して納得していただくのはもちろんですが、そうした不安を取り除くにはどうしたらいいかを考えるのも私たちの役目です」（同社チーフマネージャー田中氏）

導入先における製品故障は限定的など、「メモリアルベッド」は品質の高さを誇るが、万が一に備えて2年間の保証期間を設けており、全国でサポート体制を敷いている。

### 社会的重要度が高い葬祭業を通じて社会課題の解決に貢献

そもそもドウシシャはなぜ「メモリアルベッド」をとおして葬祭ビジネスに参入し、さらに新会社の設立に至ったのか。

家電や装飾品、食品、衣料といった幅広い商品の企画・開発・販売を手がけ、「生活関連商品の総合商社」を謳うドウシシャは、各分野の大手メーカーが目をつけない“ニッチ”な領域で消費者のニーズに寄り添うことを得意としており、常に新たな分野や業態の開

拓を狙ってきた。一方で、社会貢献を理念として掲げ、社会課題を解消するためのさまざまなソリューションづくりにも注力している。

「多死社会が進行する現代日本において、葬祭業は社会的に重要な役割を担っており、私たちも注目していました。業界についていろいろ勉強するなかで、ドライアイスを使った従来型の遺体安置の方式には、遺体保全のむずかしさ、高コスト、環境への影響といった課題があることを知り、そうした課題解決のために役立てるのではないかと考えたのです」と、三重野社長。

遺体保全という観点ではエンバミングが普及しているが、専門の設備や人材が必要となり、導入にはコストがかかる。エンバミングほどコストがかからず、ドライアイスよりも、より自然な状態で遺体保全ができるという、まさに“ニッチ”な需要を喚起する狙いで、「メモリアルベッド」は開発された。

「エンドユーザーであるご喪家に多彩な選択肢を提示できることが、葬儀社様にとって大きな付加価値となる。葬祭業界の活性化の

お手伝いをすることは、最終的には社会貢献にもつながる」（三重野社長）という、業界とその先の消費者を意識したドウシシャの意図は、「メモリアルベッド」そのものの導入拡大とともに、葬儀社間に徐々に浸透しつつある。

こうした状況を受け、葬祭業とさらに密接な関係を築くことができるとの考えから、新会社ドウシシャ メモリアルサポートの設立が決まった。

「走りながら考える」をモットーとするドウシシャの進取の気性は、この新会社にも受け継がれており、消費者意識の高まりのなかで既成概念からの脱却が求められる葬祭業界を力強く後押しするだろう。今後は、病院向けやペット葬用の「メモリアルベッド」の開発も計画中。将来的には海外の葬祭業界への進出も視野に入れつつ、葬祭業界に対してさまざまな価値提案を行なっていくとしている。

#### ■連絡先

大阪本社：大阪市中央区東心斎橋1-5-5  
TEL：06-7663-2020  
東京本社第1ビル：東京都品川区東大井1-8-10  
TEL：03-3474-6882  
<http://memorialbed.com/>