

終末期支援

MENU 16

株式会社愛和（東京都葛飾区）

故人を安らかに見送る 湯灌・ラストメイクサービス

訪問入浴で培った ノウハウを応用

訪問入浴やグループホームの運営など多くの介護事業を手がける株式会社愛和が、関東初の湯灌・ラストメイク事業を始めたのは今から約25年前のこと。同社の勘澤



湯灌の研修では、服装から礼儀作法まで徹底的に指導する

忠義代表取締役は、そのきっかけについてこう語る。「お風呂に入っ

て喜ばれるお客様を見て、「人生最期の福祉」として、亡くなられたときにもお身体をお湯で清めて差し上げることが重要ではないかと考えるようになりました」

開始当初は湯灌自体が認知され

ていなかったことか
ら月3件ほどであつ
たが、今では月間1
000件を超す依頼
がくるまでに成長。
スタッフ100人を
擁する湯灌・ラスト
メイクに特化した専
門部署を設け、葬儀
会社と提携しながら
事業を展開している。
湯灌は、亡くなつ
たときに看護師など
が行う清拭とは違
い、身体を〇お清め
する〇という儀式的
な要素が強い。ただ、
宗派は問わず、畳2

畳分のスペースがあればほとんどの居室で対応可能という。湯灌ではまず厳粛な式辞を述べ、遺族とともに故人に湯をかける「逆さ水の儀式」からはじめ、スタッフが身体や髪を洗い、身支度を整えていく。格式を重んじ、スタッフはみな黒を主とした葬儀に近い服装を身にまとって仕事にあたる。

「湯灌とは〇人生最後の福祉」と捉えています。ご苦勞もあつた生前のお姿をお清めすることで仏様になつていただき、ご遺族にも心静かにお別れをしていただけるよう心がけています（勘澤代表）

この「お清めする」という意識は湯灌に続けて行うラストメイクでも守られる。これみよがしの派手な化粧でなく、生前の自然な顔色や表情に戻す。「ご遺族の想いに寄り添い、共同作業として行つていきます」と勘澤代表は説明する。

長期研修を通じて 礼儀作法を徹底

同事業はスタッフの適正が問われる面がある。同社の人材育成とはどのようなものか？

「面接と長期に渡る研修を重視しています」と勘澤代表が話すよう

に、面接では本人のやる気のほか、性格や適正を判断、採用時も最初の1カ月間は人形やスタッフをモデルに湯灌の作法の訓練を徹底。その後3〜6カ月間、補佐として現場で学んでから担当を任せられることになる。「非常にナーバスな状態のご遺族の前で働くのですから作法だけでなく、ご挨拶やしきたりなどの礼儀作法も徹底的に身につける必要があります」（勘澤代表）

またラストメイクを行うにあつては、メイクアップスキルの指導を受けているという。同社のサービスが高い評価を受ける背景には、このように万全のスキルアップとフォローの態勢があるのだ。

その一方で、「現在、同業他社は十数社にまで増加。これからはプラスチックのサービスが求められる」と勘澤代表は指摘する。たとえば、湯灌・メイク後に斎場まで遺体を運搬するなど利用者のあらゆるニーズに応える必要がある。

「お客様や葬儀会社と密につき合いその声をよく聴くこと。それに尽きると思います」（勘澤代表）

（取材・文）山辺健史