

## 家族葬/直葬の増加に伴い、「喪中はがきで知る訃報」が増加 現代の新習慣『年末に贈る喪中見舞い』需要拡大に向け 線香、プリザーブドフラワーなど「供物付電報」ラインナップ拡充

24時間、ネットで申し込みのできる電報サービス「VERY CARD」(www.verycard.net)を提供する株式会社ヒューモニー(東京・代表取締役 高野瀬明郎)は、現代の新習慣として定着しつつある「年末に贈る喪中見舞い」の需要拡大のため、2011年から発売の線香付電報(弔電)に加え、本年より、プリザーブドフラワー、うるし箱の付いた供物付電報をラインナップに加えました。「年末に贈る喪中見舞い」向けの供物付電報は、ヒューモニー弔電ページ<http://www.verycard.net/category/condolence/>をご覧ください。

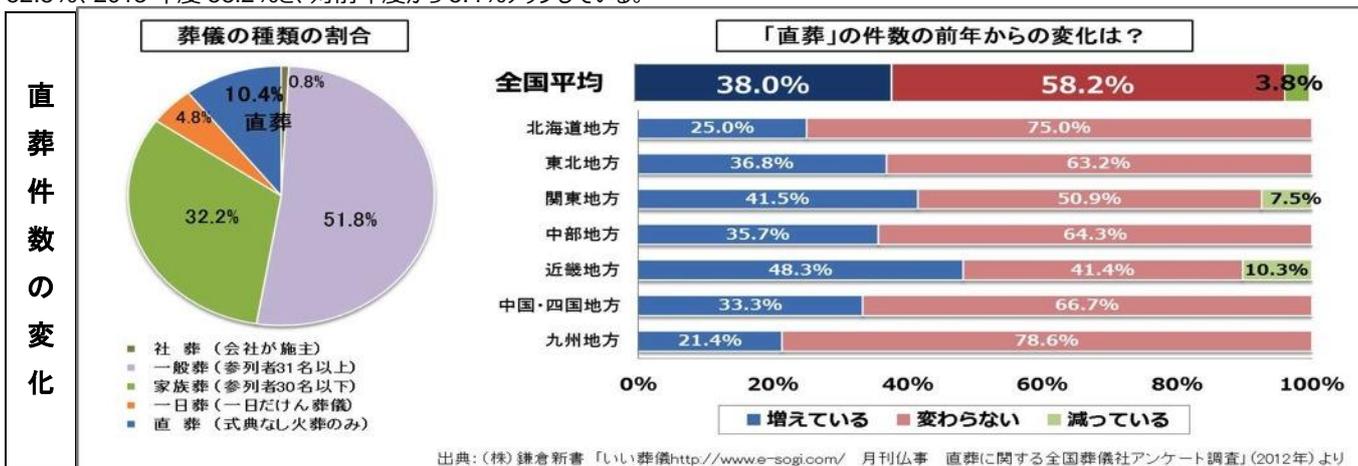
### 喪中はがきで訃報を知ることが増えた背景とその影響

喪に服している人(身内を亡くした人)は年賀状を出さない風習があり、11月～12月に「喪に服しているので、こちらからの新年のご挨拶を遠慮させていただきます」というお知らせをするのが「喪中・年賀欠礼状＝喪中はがき」になります。喪中期間の正式なルールはありませんが四十九日や一年が目安となることが一般的です。この喪中はがきで訃報を知ることが増えています。

#### ● 背景

「高齢化」:65歳時の平均余命は2011年データで男性が18.89年、女性が23.66年と男女とも高齢期が長くなる傾向。会社リタイア後の生活や療養生活などが長くなることで、亡くなった時に社会との関係性が薄くなっている場合が多く、訃報が行き届かない。

「葬儀形態の変化」:葬儀・告別式を行わず火葬のみの「直葬」が全体の中で増加傾向にある。(下記グラフをご参照ください。)また、身内だけで式を行う家族葬が増加しており、お知らせをしないことも多くなっている。\*(株)鎌倉新書「いい葬儀.com <http://www.e-sogi.com/>」調べによると、「同社ウェブサービス利用者の葬儀件数における家族葬の割合(直葬を除く・本プレス用に設定した葬儀規模の要件による)」は2012年度52.8%、2013年度58.2%と、対前年度から5.4%アップしている。



#### ● 影響

喪中はがきを受け取った時点で、すでに葬儀は終わっているため、受け取った人はどのように弔意を伝えるかで悩む。相手も自分も忙しい時期に香典を持参/送付するか、電話やはがきで弔意を伝え、でも何も贈らなくて良いのかと悩む人が多い。

「喪中見舞い」とは:喪中はがきで訃報を知った際にお悔やみの言葉と供物を贈り弔意を伝える現代の新習慣です。

### ヒューモニー喪中見舞い向け「供物付弔電」～受け取った方から喜びの声多数～

少量の線香の付いた電報『線香付弔電「大輪」』は2011年の発売以来、毎年20%の利用増、2012年の11～12月は250件、2013年同時期は300件以上利用していただいたため、喪中見舞いの選択肢を増やすべく、本年よりプリザーブドフラワーの供物付弔電2種、うるし箱付弔電1種を追加発売しました。

#### <供物付弔電が喜ばれている点>

- ・ (贈り手) すぐにネットから贈ることができる。品物を買ってきて発送作業をする手間がない。
- ・ (贈り手) 自分の言葉で文章を作ることも文例から選ぶこともできる。
- ・ (受け手) 供物が添えてあることで言葉だけよりも、より贈り手の気持ちを感じる(という声多数)
- ・ (受け手) 添えてある供物が大きすぎないで心理的負担(お返しなど)が少ない(という声多数)



＝ 供物（仏壇へのお供え）付き弔電 ＝

ヒューモニーの電報VERY CARDは、本体価格に300文字までのメッセージ料と送料が含まれています。

弔電商品名	セット内容	詳細	本体価格	商品写真
「大輪」 (たいりん)	メッセージ+線香	日本香堂の白檀（びやくだん）の香りのお線香72本（30g）が付いている。線香の量が多すぎず、ちょうど良いと好評。	2,500円 (税抜)	
「追惜」 (ついせき)	メッセージ+プリザーブドフラワー（スタンドタイプ）	白菊、アイボリーのローズなど落ち着いた色のプリザーブドフラワーをアレンジした、御仏前にそのまま立て飾ることができるスタンド型	4,000円 (税抜)	
「哀想」 (あいそう)	メッセージ+プリザーブドフラワー（仏壇花立て用）	アイボリーとパープルのローズ、グリーンのアジサイのプリザーブドフラワーのブーケは二つに分けて仏壇の花立てに飾ることができる。	5,000円 (税抜)	
「菊花」 (きくか)	メッセージ+本うるし塗り箱	実用的なうるし箱付。御仏前の線香入れや小物入れとして使える。 * 箱サイズ198×153×41cm	4,500円 (税抜)	

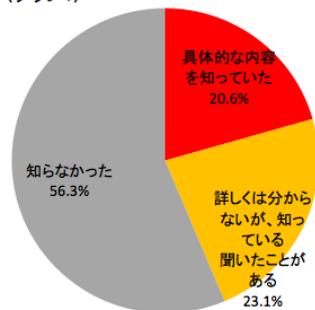
参考資料「喪中見舞」実態・意識調査2014：株式会社日本香堂資料より (<http://www.nipponkodo.co.jp/>)

■ 「喪中見舞」の認知度は4割強。年齢が上がるにつれ認知が進む傾向

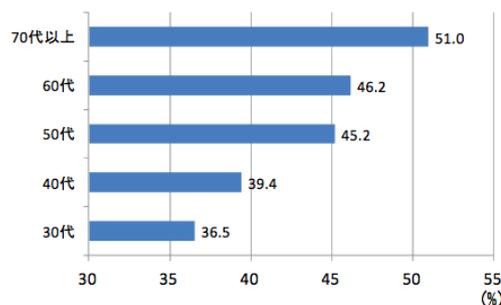
喪中はがきを受け取った際に、それに対して想いを返すギフト習慣、「喪中見舞」という言葉を知っていたかと尋ねたところ、具体的な内容まで含めて知っていた人が20.6%、詳しくは分からないが、知っている／聞いたことがあると答えた人が23.1%で、認知度は合わせて43.7%だった。また、認知度は年齢が上がるほど高く、70代では過半数(51.0%)が知っている

Q. あなたは、「喪中見舞」という言葉を知っていましたか。

〈グラフ1〉



〈グラフ2〉「知っていた」「聞いたことがある」人の割合

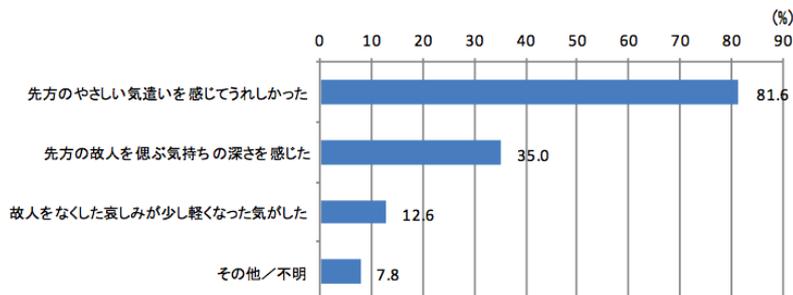


■喪中見舞を受け取った時の気持ちは「やさしい気遣いを感じてうれしかった」

喪中見舞を受け取った経験のある人に、受け取った時の気持ちを選択式で問うたところ、「先方のやさしい気遣いを感じてうれしかった」が最も多く(81.6%)、「先方の故人を偲ぶ気持ちの深さを感じた」(35.0%)が続いた。また、自由回答では、「友だちの友情と思いやりに感謝した」(60代男性)、「人と人のつながりを改めて感じた」(60代女性)、「心に留めて頂いていることを改めて感じた」(60代女性)など、お見舞いの品を通じて絆や思いやりを伝え合う姿が浮かびあがった。

Q. あなたは、「喪中見舞」を受け取ってどんな気持ちになりましたか。(複数回答)

〈グラフ5〉

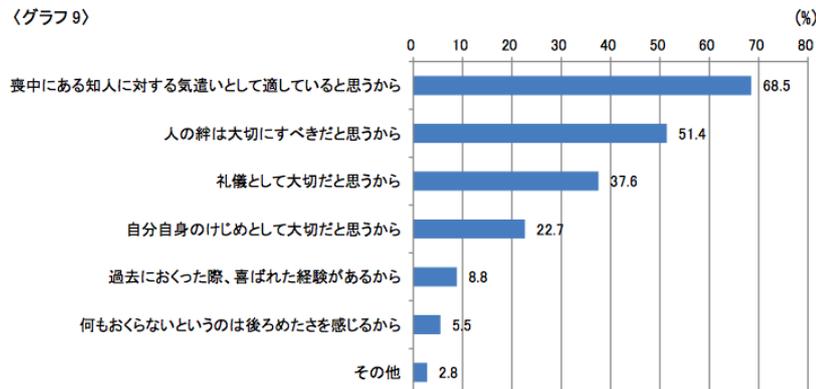


■喪中見舞をおくりたい理由は「気遣いとして適しているから」

今後、喪中見舞をおくる意向のある人に、その理由を尋ねると、「喪中にある知人に対する気遣いとして適している」(68.5%)、「人の絆は大切にすべき」(51.4%)など、相手への思いやりから自ら進んで「おくりたい」と考えている姿勢が窺えた。

Q. 「喪中見舞」をおくりたいとお答えになった理由についておしえてください。(複数回答)

〈グラフ9〉



【ヒューモニー会社概要】

会社名： 株式会社ヒューモニー  
 創業： 2002年2月  
 本社所在地：東京都中央区銀座1-2-4 サクセス銀座ファーストビル7F  
 代表者名： 代表取締役 高野瀬明郎  
 資本金： 100百万円  
 事業内容： 1.インターネット等によるグリーティングカード、慶弔関連ギフト等通信販売事業  
 2.特定信書便事業  
 3.第一種貨物利用運送事業

○一般のお客様向けサイト 「VERY CARD」：<http://www.verycard.net/>  
 ○法人企業様向けサイト 「VERY CARD for business」：<http://www.keicho.net/>

このリリースのお問い合わせ先

株式会社ヒューモニー PR 担当 電話：03-6826-8886 E-mail：press@humony.co.jp