

## 2.2.4.お墓と記憶のデジタル化

### —QRコード付墓石とオンラインメモリアルサイトをめぐって—

宮澤 安紀

2021年の9月、Twitter上に挙げられた英語の投稿が話題を集めた。そこにはQRコードが彫られた洋風の墓石の写真に、「日本では霊園の墓石にQRコードがついているのは普通。コードをスキャンして、人々の生前の動画を見ることができる」というメッセージが添えられ、2022年1月現在3万近い「いいね」を集めている<sup>1</sup>。たしかにQRコードの技術自体は日本企業によって開発されたものであり、日本ではQRコードの認知度や普及率もかなり高い。そうしたことを理由に、QRコード付墓石の導入は欧米では失敗しているが、日本では比較的成功的であると述べる論文も見られる[Cann 2013]。

しかしながら日本では上記の投稿や論文が記すように、QRコードの付いた墓石がそこまで浸透しているとは、少なくとも現在の時点では到底言えないだろう。それよりも、近年ではイギリスやアメリカなどの欧米で、オンラインメモリアルサイト<sup>2</sup>の広がりとともにQRコード付墓石が広まりつつあるように見える。実際、アメリカのアーリントン墓地の諮問委員会では、2013年にQRコード付墓石の許可をめぐって議論がなされており<sup>3</sup>、その認知度が比較的高いことが推測される。

QRコード付の墓石が今後世界で普及していくのかどうかは未知数だが、QRコードを用いて故人の様々な情報へアクセスするという仕組み自体は、墓参そのものの体験を大きく変容させる可能性を秘めている。なぜならQRコードを用いることによって故人の詳細な情報や写真、動画にアクセスできるとしたら、情報の保存媒体としての墓石の役割は薄れてしまう可能性があるからだ。さらに言えばQRコードに紐づけられたメモリアルサイトをブックマークするなどしてURLを控えてしまえば、わざわざ墓を訪れ墓石の前でスキャンをしなくても、いつでも好きな場所・好きな時間にサイトへアクセスできてしまう。情報量の少ない墓石よりも、オンライン上に写真や動画など故人をリアルに思い出せる様々な情報が集約されるとしたら、故人の追悼の場としての墓にはどのような意味が与えられるのか。逆に、メモリアルサイトにいつでもアクセスできるのにあえて墓参を行うのだとしたら、我々は墓に対してどのような固有の経験を求めているのだろうか。

---

<sup>1</sup> WTF Facts, (<https://twitter.com/mrwtfacts/status/1438184076264058889?s=21>), 2021.11.22 閲覧。ただし、この投稿へはこれが事実ではないことを指摘するコメントも多数見られる。

<sup>2</sup> オンラインメモリアルサイトとは、オンライン上で故人を追悼するために作られたスペースである。オンラインのメモリアルサイトが最初に登場したのは1990年代であり、当初はHTMLやウェブホスティングプロトコルに詳しい個人が非営利で作成したものが中心であったという[Arnold et al. 2018 : 33]。

<sup>3</sup> The New York Post, 2013.11.20. “Arlington National Cemetery debated allowing QR codes on tombstones. Does technology belong in cemeteries?”, (<https://www.washingtonpost.com/news/innovations/wp/2013/11/20/arlington-national-cemetery-debated-allowing-qr-codes-on-tombstones-does-technology-belong-in-cemeteries/>), 2021.1.21 閲覧。ただし議論の結果、QRコード付墓石の設置に関しては許可しない方針を順守することが確認されている。

現在では QR コード付墓石以外にも、web 上の霊園や VR でのヴァーチャル墓参など、インターネットを利用した様々なサービスが展開している。こうした墓をめぐる新たなテクノロジーの利用と展開の速度は目まぐるしいものだが、新たな提案は既存の価値観を相対化し、我々が墓というモノや空間に何を求めているのかを改めて考え直す機会を与えてくれるのではないか。そこで本報告では、日本においてオンラインメモリアルサイトの運営と QR コード付墓石の販売を行なっている企業を取りあげ、この問題について考える端緒としたい。

## 1. QR コード付墓石とオンラインメモリアルサイトについて

QR コード付墓石とは、販売している企業によって多少形態は異なるが、基本的には墓石に付けられた QR コードを読み込むことによって、故人の写真や動画などのデジタル情報を保存した web サイトへその場でアクセスすることを可能とするサービスである。墓石に直接コードを彫り込むこともできるが、ステンレスや石板などのより薄く小さな素材にコードを彫り込み、後から墓石に取り付けることも可能である。

QR コードの基本的なメリットは、限られたスペースに限りない情報量を付与できるという点である。例えば通常の墓石であれば、そこに記すことができる情報は、家名、戒名、没年、家紋など、たとえ墓誌を含めても非常に限られており、そこに眠る故人がどのような人物だったのかを具体的に知ることは難しい。しかし墓石に QR コードが付されることにより、墓石という媒体からではなく web サイトに保存された情報——故人の写真や生前の動画、お気に入りの音楽、遺族から送られたメッセージまで——を通じて、故人の面影や歩んだ人生、人となりなども知る事が可能となる。また残された者同士がオンラインで故人の思い出を語り合いシェアすることで、悲嘆を共有する場にもなる。さらに言えば、近年の家族形態の変容を受けて墓の無縁化や「墓じまい」が進み、墓自体の永続性が揺らぐなかで、オンライン上に保管された故人のデータは永続的に維持されるというメリットもあるという<sup>4</sup>。

日本では QR コード付墓石を主題とした論文が管見の限りほとんどないこともあり断言することはできないが、国内外のメディアでは 2008 年に山梨県甲府市の石材店「石の声(株)」が QR コード付墓石の販売を開始したことが広く報じられており<sup>5</sup>、おそらくこれが

---

<sup>4</sup> ただしもちろん、この「永続的な維持」というのは運営会社がサービスを継続している場合に限るため、その永続性は確固としたものではない。実際、欧米のオンラインメモリアルサイトについて論じた Arnold et al. (2018)では、実際に存在したいくつものオンラインメモリアルサイトのサービス停止や技術的な問題、頻繁なアップデートによる可変性をあげ、web 上でのその非永続性に言及している [Arnold et al. 2018 : 35]。しかし同時に、だからこそその維持のために絶えず人の手が入り、適切に維持されれば、オンラインメモリアルサイトは墓石よりも長持ちする可能性もあると指摘している [Arnold et al. 2018 : 35-36]。

<sup>5</sup> BCNR, 2018.3.13. 「石の声、携帯で墓参りも、故人を偲ぶサイトの QR コード付墓石「供養の窓」」 ([https://www.bcnretail.com/news/detail/080313\\_10125.html](https://www.bcnretail.com/news/detail/080313_10125.html)) , Michael Keferl, 2008. 3. 20, “QR code

日本で最初の事例と考えられる[Cann 2013: 103]。ただしそれ以降のメディア露出はほとんどなく詳細が不明であるため、ここでは近年注目されているスマートシニア株式会社の展開するサービスを取り上げたい。

## 2. スマートシニア「想いでサイト」

スマートシニア(株)は2019年に藤澤哲雄氏によって設立され、エンディング産業にIT分野から参入している比較的新しい企業である<sup>6</sup>。スマートシニアのサービスの大きな特徴は、アメリカで展開している Forever Missed (2008年開始) というオンラインメモリアルサイトのプラットフォームを利用し、ライセンスを取得したうえで、日本向けにカスタマイズし「想いでサイト」という名称で提供している点である。想いでサイトは実際の墓とは独立して利用可能だが、墓石にQRコードを付けることによって墓所に眠る故人と紐づけることができるため、スマートシニアでは全国の霊園や石材店とパートナーシップを結び、QRコード付墓石を購入した人々が想いでサイトを利用できるようにしている。

藤澤氏によれば、2011年にスティーブ・ジョブズ氏が亡くなった際、Apple社が彼を追悼するためのメモリアルサイトを立ち上げたことにより欧米ではサービスが浸透し、アメリカでは無料・有料のものも含め10~30社ほどが存在しているという。アメリカ在住歴のある藤澤氏は当地の病院でこのサービスの存在を知り、日本に導入したという経緯がある。想いでサイトのカウントによれば2022年1月18日現在、806のページが作成され、6万4千を超える訪問数と1万を超えるメッセージが寄せられている<sup>7</sup>。

このように、アメリカで作成されたプラットフォームを使用している想いでサイトの追悼ページは、基本的には個人を単位として作成されており、印象としてはFacebookのアカウントページに近い。一つの追悼ページは「ホーム (about)」と「歩み (life)」、「アルバム (gallery)」、「思い出 (stories)」の4つのカテゴリから成り(括弧内はアメリカ版での名称)、「ホーム」には故人の説明や訪問者からのメッセージが、「歩み」には故人のライフヒストリーが、「アルバム」には写真や動画が、「思い出」では訪れた人によって故人の思い出がシェアできるようになっている。

---

graves give a “Memorial Window”, (<https://web.archive.org/web/20120502174456/http://www.japantrends.com/qr-code-graves-give-a-memorial-window/>), Reuters, 2008.4.3. “Japan e-crypt offers a tomb with a view”, (<https://www.reuters.com/article/us-japan-graves-idUKKRA33267920080403>, 2021.1.18 閲覧), The Guardian. 2008. 4. 5. “In Japan, you can get a barcode for your tomb”, (<https://www.theguardian.com/technology/blog/2008/apr/05/injapanyoucangetabarcode>, 2022.1.20 閲覧), The Atlantic, 2014.5.21. “QR Codes for the Dead”, (<https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/05/qr-codes-for-the-dead/370901/>, 2022.1.20 閲覧).

<sup>6</sup> スマートシニア(株)の藤澤哲雄氏への聞き取りは、2021年12月9日にオンラインにて行った。

<sup>7</sup> 「想いで.com」(<https://www.tsuionet.com/>, 2022.1.18 閲覧)

スマートシニアでは「オンラインのメモリアルサイト」という概念に馴染まない人々のために「web墓」や「ネット墓」という言葉も使っているが、それ以前から日本で見られていた類似のサービスとは理念上異なるものと捉えられている。例えばこれまでいくつかの仏教寺院が展開してきた「ネット霊園」「バーチャル霊園」などのサービスは、従来の墓参の体験をネット上で置き換えたものとして考えられる。そこではオンライン上の「霊園」にアクセスし、それぞれの「墓碑」のリンクをクリックすると、墓石や位牌のイラストが表示され、「お参り」することができる。またオンライン上で線香を供えたり、お経をあげたりすることができるギミックも用意されるなど、強い宗教性や儀礼性が付随し、現実で行う墓参りをヴァーチャルで再現しようとする意識が強く見られる<sup>8</sup>。それに対し、スマートシニアの想いでサイトには、上述のように宗教性や儀礼性はほとんど感じられず、あくまで故人を偲び、残された人々が思い出を共有するための空間を提供するという位置付けである。

藤澤氏は自社の思い出サイトについて、「お墓の“コア”な部分である思い出を永遠に保存するもの」と述べており、想いでサイト自体を祈りの対象とは見ていない。すなわち、ヴァーチャルで線香や花を供えるようなネット墓は祈りの空間をオンライン上に再現しているのに対し、想いでサイトをはじめとするメモリアルサイトにはそうした意図はないと考えられる。

### 3. QRコード付墓石

上述のようにスマートシニアはメモリアルサイトの運営を主事業としており、QRコード付墓石の販売を行なっているわけではないため、サイトを墓石と紐づけるためには別の企業との提携が必要になる。そこで次に、スマートシニアと最初にパートナーシップを結び、想いでサイトにアクセスできるQRコード付墓石の販売を開始した、埼玉県比企郡にある（有）安藤石材工業を取り上げたい<sup>9</sup>。

同社の代表である安藤克也氏は、興味深いことに、実はスマートシニアと提携する以前から墓石にQRコードを付ける構想を抱いていたという。スマートシニアがQRコードをメモリアルサイトへアクセスする手段としていたのに対し、安藤氏が当初QRコードによって読み取らせようとしていたのは故人の遺影であった。地方の家屋には先祖代々の遺影がずらっと並んでいるものだが、それと比較し墓を訪れてもそこに眠る先祖の顔は全くわからない。墓参りに訪れた人々が、墓石に付けたQRコードによって故人の顔をその場で見るようにしたいというのが、当初の発想であった。

この構想を実現させるため、安藤氏は自社でアプリ開発に着手する。そのアプリで目指していたのは、墓石に付けたQRコードによって、ヴァーチャルでの墓参りを可能にすること

---

<sup>8</sup> 宝性寺「Webお参り」(<https://www.894.or.jp/virtual>, 2022.1.18 閲覧)、観音院「ネット霊園」(<https://www.kannon-in.or.jp/cenotaph/index.html>, 2022.1.22 閲覧)など。

<sup>9</sup> （有）安藤石材工業の安藤氏への聞き取り、及びQRコード付墓石の見学については2022年1月20日に行った。

である。QRコードを読み込んだ先に、故人の写真だけではなく、先に述べた線香や花を供える機能も持たせようとしたのである。しかし、アプリ自体は完成したものの頒布がうまくいかず、このアプリの実用は叶わずじまいだった。一方で安藤石材工業では、墓石にQRコードをつける技術を紆余曲折の末自社で確立しており、ハードは用意できたがソフトが揃わない状況だった<sup>10</sup>。そうしたなか、安藤氏はエンディング産業展でソフト面を補完してくれる技術を持った藤澤氏と出会うことにより、すぐにパートナーシップ契約に進み、2019年から想いでサイトにアクセスできるQRコード付墓石の販売を開始した。

2021年1月現在、つまり販売開始から1年半の時点でのQRコード付墓石の販売実績は、安藤石材工業では20件程度だといい、それほどニーズが多いわけではない。ただし実際に施工した例では、墓参に来ていた子供などの若い世代が興味を持ちスキャンする光景を見るといえる。なお安藤石材工業では、QRコード付墓石の技術を「ohaca-QR®」として商標登録し普及を目指している。メモリアルサイトを実際にある墓と遠く離れていてもつながることができるツールと捉えており、メモリアルサイトによって墓石自体の需要が消滅するとは考えていないためである。



(写真1) 安藤石材工業（株）で提供している取り付け用のQRコード。ステンレスを焼き付け加工して作るシールタイプと、御影石を彫って作るタイプの二種類がある。2022年1月20日報告者撮影。



(写真2) 御影石タイプのQRコードをつけた墓地の例。リンク先は招待者のみ閲覧可能のようにアクセス制限をかけることができるので、部外者がスキャンしてもプライベートな情報を守ることができるという。2022年1月20日報告者撮影。



<sup>10</sup> アプリの運用ができない状況下で、安藤石材工業ではQRコードのリンク先にGoogleDriveを設定し、故人の写真などを閲覧できる仕組みを作っていた。

(写真3) 寺院の檀家墓地における実際の施工例。QRコードを貼る場所は特に決まっていなかったが、目立たない箇所に貼り付けることが多いという(写真では左下)。2022年1月20日報告者撮影。

(写真4) 御影石よりもステンレス製が圧倒的に多いが、それは現在提供している御影石が黒色しかなく、墓石に取り付ける際に目立ってしまうからかもしれないという。2022年1月20日報告者撮影。

#### 4. 考察

このように、スマートシニアとパートナーシップ契約を結んだ石材店の間では QR コード付墓石の販売が進んでおり、日本での今後の動向が注目される場所である。

ところで冒頭の問いに戻ると、QR コード付墓石とオンラインメモリアルサイトが登場することにより、我々の墓参の経験はどのように変化するのだろうか。オンラインへ比重が偏ることにより、現実にある墓の持つ役割は減少していくのだろうか。

この問いに答えるためにはさらなる実証的な調査が必要になるが、少なくともスマートシニアのサービスにおいては、むしろ現実にある墓の存在感は薄れず、むしろ増しているようにも見える。なぜなら個人単位での利用を想定している Forever Missed のプラットフォームとは異なり、想いでサイトでは石材店とも協働することで、メモリアルサイトを家族単位、さらに言えば家墓単位での利用を可能とするように独自の仕様変更が加えられているからである。

例えば想いでサイトで全体公開されている 62 件の追悼ページ(2022年1月22日時点で公開されている全 84 件のうち、サンプルとして関係者が作成しているもの等を除く)を分類してみると、3分の2以上の利用者(42件)は元々の趣旨に沿って個人単位でページを作成している一方で、3分の1程度(19件)が家族単位での追悼ページを作成している<sup>11</sup>。これらのページの多くは、墓石の写真がメインとなっており、「家族のページ」というよりは「家墓のページ」と言っても良いような体裁になっている。実際、そこに掲載されている情報も、墓所の位置情報(Google map へのリンク)や菩提寺、墓に眠る故人の没年月日、なかには石材の種類や工法まで記載され、墓参りや墓それ自体の記録としても活用されている事例がある。

<sup>11</sup> 以下の表は 2022 年 1 月 22 日現在、想いでサイトで一般に公開されている、実際に利用者が作成した 62 件のページの利用法を分類したもの。なお、先述のようにこの想いでサイトで作成されているページ自体は非公開のものを含むと 800 以上あり、ここでは全体の 10 分の 1 以下のデータを扱っているに過ぎず、全体の傾向を正確に示すものではない。

分類	件数	掲載されている情報	備考
個人	42 件	故人の生い立ち、故人の写真、墓所の位置情報など	うち生前と思われるものの 8 件
家族	19 件	墓の写真、墓所の位置情報、故人の没年月日、石材の情報など	
その他	1 件		

想いでサイトの公開ページ (<https://www.tsuionet.com/findmemorial/>) より報告者作成(2022年1月22日時点)

これはスマートシニアが2021年より、オンライン上でお墓の管理をできるように想いでサイトのサービスを拡張させたためである<sup>12</sup>。墓から離れて暮らす家族だけで管理するのではなく、寺院や霊園、石材店がともに墓のページを管理することで、墓の位置や施工法などの正確な情報を共有し、清掃等の代行サービスを依頼することもできる。故人を追悼するためのメモリアルサイトは、アメリカから日本にわたった結果、いまや遠隔から家族の墓を管理するためのツールとしても使われているのである。このように想いでサイトでは Forever Missed から大幅に利用法を変更したことで、当初意図されていたそれぞれの故人を追悼するための機能だけではなく、家墓やそこに眠る先祖の記録を保管したり、墓参りの記録をつけるなど、実際の家墓の枠組みを投影した使い方を提案していることがわかる。



(写真5) 藤澤氏が公開している個人利用の事例。「想いでサイト」より。



(写真6) 石材店が公開している家族利用の事例。墓所の位置情報や墓に眠る故人の情報が記載されている。「想いでサイト」より。

## 5. おわりに

日本における QR コード付墓石とメモリアルサイトの登場は、冒頭の Twitter 記事が面白おかしく取り上げたテクノロジーの革新という側面よりも、むしろ近年の家墓をめぐる不安定な状況を背景に浸透しているように見える。オンラインのメモリアルサイトに故人の情報だけでなく家墓の情報を記録する人々がいることは、逆に定期的に墓参りができない可能性や、墓が親族から忘れられていく可能性を憂慮し、遠隔からでも墓を管理・維持し、そこに眠る人々を記憶していきたいと考えている可能性を感じさせる。新しいテクノロジーによって目指されるのは、従来の家墓や墓参りのあり方の否定ではなく、むしろこれまでの慣習をいかに別の方法によって継続させていくことができるかという点にあるように見える。

もちろん、本報告は今回のテーマについてほんの表面に触れたに過ぎない。今後、実際に人々がどのように新しいサービスを利用しているかも含めて調査を続けていく必要がある。

<sup>12</sup> スマートシニア「【お墓の管理】をネット墓で可能に」([https://smartsenior.jp/stone\\_management/](https://smartsenior.jp/stone_management/), 2022年1月27日閲覧)。

【参考文献】

Arnold, M. et al. 2018. *Death and Digital Media*, Routledge.

Cann, C. K. 2013. “Tombstone Technology: Deathscapes in Asia, the UK and the US”, In Maciel, C. and Pereira, V. C. (eds.), *Digital Legacy and Interaction: Post-Mortem Issues*, Springer: 101-113.