

3.1.冠婚葬祭を中心としたデジタル化・情報化がもたらす課題解決の事例収集

後藤 恵理

I 背景

II デジタル化・情報化による課題解決の事例収集

1. デジタル庁創設とデジタルの日

1.1. 情報サービス産業の概況

1.2. ICT 分野の基本データおよびインターネット上の情報流通の特徴

1.3. デジタル・トランスフォーメーション (DX) と「2025 年の崖」問題の概要

1.3.1. 「2025 年の崖」による経済損失の算出根拠

1.4. デジタル産業での変革において起こりやすいジレンマ

1.5. DX を通じて目指すべきデジタル社会の姿

2. 日本におけるインターネットの歴史

2.1. コロナ禍による Web 会議システムの普及

2.1.1. テレビ電話とテレビの歴史

2.1.2. 日本国内でのテレビ電話、オンライン会議システムの歴史

2.2. テレワークが生み出す通勤時間・余暇時間への影響

2.3. 5G (第 5 世代通信移動システム)

3. 新型コロナウイルスがもたらした生活への影響

3.1. 受診控えによる健康寿命短縮のリスク

3.2. 冠婚葬祭業にみる感染対策の事例

3.3. グッドデザイン賞受賞サービスに見る社会からの期待と浸透

3.3.1. サブスクリプション方式による「供養サービス付き墓石『偲墓』」

3.3.2. 二次元コード (QR コード)

3.3.2.1. 冠婚葬祭における QR コードの具体的使用事例

4. デジタル画像・映像の普及に伴うデジタル表示の浸透

4.1. デジタルフォトフレームの普及と現状

4.2. デジタルサイネージの普及と市場の動向

5. オンライン偲ぶ会『しのぶば』のサービス

6. 日本国内のお墓参りに関わるサービスの例

6.1. 2020 年に新規参入した墓参り代行サービス

6.1.1. 第一交通産業グループによる『お墓参りサポートタクシー』

6.1.2. 株式会社 HIS による『リモートお墓参りサポート・お墓掃除代行』

6.2. オンライン墓参りアプリ『セレモビ®』および同アプリを用いた墓参り代行サービス

7. ふるさと納税の返礼品としての『お墓参り代行サービス』

7.1. ふるさと納税制度の概況

- 7.2.ふるさと納税の返礼品としてのお墓参り代行サービスについて
- 8.海外の追悼におけるオンライン化の事例
 - 8.1.コロナ禍の台湾におけるオンライン墓参りの事例
 - 8.2.アメリカにおけるオンライン墓地および墓地検索サイトの事例
 - 8.2.1.The World Wide Cemetery について
 - 8.2.2.Tributes.com について
 - 8.2.3.Find a Grave について
 - 8.2.4.ForeverMissed 社のメモリアルサイト（追悼サイト）
 - 8.3.著名人の追悼サイトについて
 - 8.4.オンラインの訃報および追悼アカウントの事例
- III おわりに／考察

I 背景

新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、感染予防の観点からオンライン会議が普及するなど、生活様式に変化をもたらした。また、経済産業省が推進しているデジタル・トランスフォーメーション（DX、デジタル変革）により、業界ごとの課題をより進んだ技術を用いて解決することが期待されている。ここでは DX において提示されている課題に触れるとともに、デジタル化などによる課題解決の事例を収集する。

II デジタル化・情報化による課題解決の事例収集

1. デジタル庁創設とデジタルの日

2021 年 9 月にデジタル庁が創設された。行政の効率化や住民サービス向上を目指すものである。デジタル庁の普及と浸透を目的に、2021 年は 10 月 10 日から 11 日にかけて「デジタルの日」が開催された。由来は、デジタル信号が 2 進法の 0 と 1 で処理されていることにちなみ、10 月 10 日が 1010 と表示されるためとのことである。

1.1. 情報サービス産業の概況

平成 30（2018）年 9 月 7 日付の経済産業省『DX レポート』によると、情報サービス産業の企業数は 27,375 社、全売上高 25 兆円、従業員数 97 万人の産業に成長している。問題点として 2015 年の時点で基幹系システムのうち 2 割が 21 年以上経過していると言われており、同時点での IT 人材不足が約 17 万人と言われていた。既存システム構築の担い手であった人材の高齢化・退職に伴い、2025 年には IT 人材不足が約 43 万人にまで拡大するとも予測されていた。また、2025 年には基幹系システムのうち 21 年以上経過したものが最大で 6 割にまでのぼるようになる。2025 年以降、現状のままで既存システムの刷新が行われない場合に、課題がより顕在化すると予測されることを「2025 年の崖」と表現している。

1.2. ICT 分野の基本データおよびインターネット上の情報流通の特徴

総務省の令和3（2021）年版および令和元（2019）年版『情報通信白書』より、ICT 分野の基本データを参考までに下記に示す。

図表1 ICT 分野の基本データ 令和3年版、元年版 『情報通信白書』を基に筆者作成

項目	上段令和3（2021）年版の値 （下段は令和元（2019）年版の値）
情報通信産業の国内生産額（2019年、名目） （2017年、名目）	108.4兆円（全産業の10.4%） 97.5兆円（全産業の9.7%）
情報通信産業の雇用者数（2019年） （2017年）	405.8万人（全産業の5.6%） 399万人（全産業の5.8%）
情報産業の労働生産性*（2019年） （2017年）	1,413.1万円 1,357.4万円
クラウドサービスの利用状況 （一部でも利用している企業の割合、2020年） （一部でも利用している企業の割合、2018年）	68.7% 58.7%
スマートフォン保有率（個人）（2020年） （2018年）	69.3% 64.7%
インターネット利用率（個人）（2020年） （2018年）	83.4% 79.8%
SNS利用状況（個人）（2020年） （2018年）	73.8% 60.0%
テレビ（リアルタイム）視聴時間 （2021年1月12日～18日、平日1日あたり） （2018年度、平日1日あたり）	163分 157分
インターネット利用時間 （2021年1月12日～18日、平日1日あたり） （2018年度、平日1日あたり）	168分 112分

*労働生産性とは、生産量を延べ労働者数で除して算出されることが多い。しかし正確には、労働投入量は労働者数と労働時間の積で表すことが必要であり、その意味から、従業員一人1時間あたりの産出量として定義される。（ブリタニカ国際大百科事典より）

図表1には挙げていないが、総務省の令和元年版『情報通信白書』によると、20代も含め、マスメディアへの信頼度はインターネットへの信頼度と比べて相対的に高い状況であり、年代「全体」での結果は、新聞、テレビともに信頼度が6割を超えているが、インターネットへの信頼度は3割程度となっている。ちなみに、インターネット上での情報への接触の特徴として、「自分に近い意見に偏って接する」という事象が起こると言われてい

る。この事象を「エコーチェンバー」や「フィルターバブル」と表す。

エコーチェンバーとは、ソーシャルメディア（SNS）を利用する際、自分と似た興味関心を持つユーザーをフォローする結果、意見を SNS で発信すると、自分と似た意見が返ってくる状況を、「閉じた小部屋で音が反響する物理現象」に例えたものである（出所：笹原和俊（2018）『フェイクニュースを科学する』）。

また、フィルターバブルとは、アルゴリズム（問題解決の演算規則）が、ネット利用者個人の検索履歴やクリック履歴を分析し、学習することで、個々のユーザーが「関心があるだろうと予想される」情報が優先的に表示され、利用者が「関心がないと予想される」情報から隔離されることで、自身の考え方や価値観の「バブル（泡）」つまり、フィルターの内側において、情報が偏向するようになる環境を指す。問題として、自分の関心とは異なる情報に触れにくくなり、他の意見の存在に気付にくくなることが挙げられている。

1.3. デジタル・トランスフォーメーション（DX）と「2025年の崖」問題の概要

近年、頃に聞かれるようになった「DX」は、2004年にスウェーデンのウメオ大学のエリック・ストルターマン教授によって提唱されたコンセプトであり、進化したIT技術により、人々の生活をより良いものへと変革させる、という概念を指す。

しかし、日本では、従来の基幹システムの老朽化・複雑化と、その専門性を熟知しているエンジニア世代が定年していくことにより、各業界が使用するシステムが徐々にブラックボックス化していくことを問題視しているため、基幹システムの大幅な刷新を含む転換も含め「デジタル・トランスフォーメーション（DX、デジタル変革）」と呼ぶことが多い。

先述の『DXレポート』（経済産業省 2018年9月7日）では、1.1.で挙げた課題を、ITシステムの「2025年の崖」と称して問題提起していた。この問題は日本のITエンジニア人材の所属先に原因があると説明している。アメリカでは、IT人材は「ユーザー企業（サービスを利用する企業、例えば銀行であればその銀行）」内の「IT部門」に所属する人材が65.4%を占め、外注先のIT企業の人材は34.6%という比率で構成される。しかし、日本における人材の所属先は、「ユーザー企業内のIT部門」に所属する割合は28.0%に過ぎず、外注先のIT企業所属の人材が72.0%という構成比を示す（出所：IPA『IT人材白書2017』）。1990年代から広がったITのアウトソーシングが原因で、ユーザー企業内に基幹システムを熟知した人間が少ないという構図が生まれており、これは他国では見られない特殊なものであると報告されている。また『DXレポート』では、大規模なシステム開発を行ってきた人材が定年退職の時期を迎えることで、属人的なノウハウが失われることの危険性に触れ、団塊の世代の大量退職を表した「2007年問題」に代表されるように、現存システムを新規から開発した人材が失われることによるブラックボックス化が進展する危険性を説いている。

しかしながら、オードリー・タン氏はその課題に対して、別の視座を提示している。一

つには、もし若い人が旧来のシステムを学びたいと思えば学べるということであり、必要なのは学習環境を再現し、若い人に古いシステムを学ぶことができる環境を用意することである。また、二つ目には、巨大なシステムにとって、最も重要視されるのは安定性であり、新しいニーズが生まれた際に、既存のシステムの安定性を犠牲にしなければ新しいニーズに対応するシステムが確立できないように思われているかもしれない点である。もし前述の学習環境の問題を解決できたなら、「Open API」を採用すれば、基礎の部分の安定性を確保したまま、様々なインプットとアウトプットを行うことが可能、とある。新しく学ぶ人に創造力を発揮してもらい、安定性を確保しながらこの課題を解決できるようになる、と提示している。

1.3.1. 「2025年の崖」による経済損失の算出根拠

『DXレポート』の試算において、既存システムが事業部門ごとに構築されていることにより横断的なデータ活用が出来ない、また、カスタマイズされたことによる複雑化・ブラックボックス化がもたらす課題を克服できない場合、2025年以降、年間最大12兆円の経済損失（同レポートでの算出時点の約3倍）が生じる可能性がある」と報告されているが、その経済損失の算出根拠は以下となっている。

(1) EMC ジャパン株式会社の調査をもとにした独立行政法人 情報処理推進機構のまとめ（2016年2月公開、2018年3月更新）によると、データ損失やシステムダウン等のシステム障害により生じた2014年1年間の損失額は国内全体で約4.96兆円。

(2) 日経BP社『日経コンピュータ2017.8.3』によると、2010年代のシステムダウンの原因別理由は上位から、①セキュリティ29.1% ②ソフトの不具合23.1% ③性能・容量不足7.7% ④人的ミス18.8% ⑤ハードの故障・不慮の事故19.7%。

(3) レガシーシステム（注：レガシーは遺産、遺品のことであり、旧来のシステムを指す。既存システムが機能しているがために、DXによる刷新の足かせになっていると指摘されている。）に起因して起こる可能性があるのは、仮に(2)の①・②・③・⑤とすると、合計79.6%。

これらを踏まえ、レガシーシステムに起因したシステム障害による経済損失は、報告書の時点で、最大で4.96兆円×79.6%≒3.95より約4兆円／年にのぼると推定されている。

(4) 日本情報システム・ユーザー協会『企業IT動向調査報告書2016』によると、企業が保有する「最も大きなシステム」（≒基幹系システム）が、

a.21年以上前から稼働している企業の割合は20%

b.11～20年稼働している企業の割合は40%

であるため、もしこの状態のまま仮に刷新などが行われずに10年後の2025年を迎えると、基幹系システムが21年以上稼働している企業の割合は、b.がa.に移行するため計60%になる。つまり、「報告書2016」の時点のa.の3倍にあたることから、基幹系システムがその時点のまま2025年を迎えた場合、レガシーシステムに起因するトラブルリスク

も3倍になると試算しており、レガシーシステムによる経済損失は最大で約12兆円／年にのぼると試算されている。

1.4. デジタル産業での変革において起こりやすいジレンマ

『DXレポート2』の追補版である『DXレポート2.1』（デジタル産業の創出に向けた研究会 編 2021年8月31日）では、既存産業がデジタル産業に変革する際の困難として、下記の問題が挙げられている。

(1) ユーザー企業とベンダー企業の相互依存関係

まずユーザー企業側は、ITをコストと捉え、ベンダー企業を競わせることでコスト削減を実現している。しかしその一方、①ユーザー企業内のIT対応能力が育たない ②IT対応能力不足でブラックボックス化することにより、経営の迅速さが失われる、という問題がある。

片や、ベンダー企業（納入業者）側は、労働量に対する値付けを行う¹ことで低リスクのビジネスを実現している。しかしその一方、①利益水準が低くなり、多重下請け構造を含めた売上総量の確保が必要 ②売上総量の確保のために、結果的に労働量が下がってしまうような「生産性を向上させるインセンティブが働かない」、また、低利益率のため技術開発投資が困難、という問題が挙げられている。

(2) デジタル産業の変革を困難にしているいくつかのジレンマ

デジタル変革の際に起きやすいジレンマとして、下記が挙げられている。

① 危機感に対するジレンマ

目先の業績が好調であると変革に対する危機感が生まれにくい。投資体力があるうちに変革を進めていくことが重要であるが、危機感が高まる頃には既に業績が不調の可能性が高く、変革に必要な投資体力がない場合が多い。

② 人材育成におけるジレンマ

デジタル産業の分野では技術が陳腐化するスピードが速いため、時間をかけて学んだとしても、習得した際に古い技術になっている可能性がある。また、新技術を即座に獲得できる人材は引き抜かれてしまうことも多い。

③ 納入業者であるベンダー企業のビジネスのジレンマ

納入する側であるベンダー企業は、受託型のビジネスを現業としているが、もしユーザー企業のデジタル変革に対して「伴走支援する企業」へと変革しようとする、「内製化」に移行することにより、受託型より売上規模が縮小する。また、その内製化の移行支援を

¹ 一方、同報告書12頁において、「デジタル産業の企業は労働量ではなく価値による取引を行い、顧客価値を中心とした価値創出のネットワークで企業同士がつながっている。」とも記載されている。

行うことにより、最終的に自分たちが不要となってしまふ。

これらの問題点が指摘されているが、ベンダー企業が取り組んできた IT 技術やシステム開発の能力は、最新技術がコモディティ（必需品として安定供給され低廉化した商品、日用品の意）化されたとしても、これからのデジタル産業において継続的に必要なものである。そして、ベンダー企業にとっては、その先の最新技術に精通し続けることで、資産（=能力）を手放すことなく変革を進めていくことが重要、と続けられている。

1.5.DX を通じて目指すべきデジタル社会の姿

『DX レポート 2.1』において、目指すべきデジタル社会の姿として、次のことが挙げられている。

- ・社会課題の解決や新たな価値・体験の提供が迅速になされる
- ・グローバルで活躍する競争力の高い企業や世界の持続的発展に貢献する企業が生まれる
- ・資本の大小や中央・地方の別なく価値創出に参画することができる

現下のニューノーマルにおいて、遠隔・非対面・非接触が様々な社会活動において求められている。デジタル技術がもたらした新たな価値に対して、人々の価値観が大きく変化している。そのことにより、「デジタル社会に向けた不可逆的な変化が一気に押し寄せている」とも書かれている。社会全体でデジタル化が進む中で、企業はこの変化に適応し、データとデジタル技術を活用して新たな価値を産み出すことが求められている。

2.日本におけるインターネットの歴史

デジタル化と切り離すことができないものとして、インターネットの歴史に触れる。総務省の令和元（2019）年版『情報通信白書』から日本のインターネットの歴史を整理すると、日本国内ではインターネットは 1984 年に誕生し、1994 年頃までを「インターネット黎明期」、1995～2000 年頃までを「インターネット普及開始期」、2001～2010 年頃までを「定額常時接続の普及期」、2011 年以降の「スマートフォンへの移行期」に分けている。

2.1.コロナ禍による Web 会議システムの普及

新型コロナウイルス感染拡大による社会への打撃（コロナショック）を受け、内閣府は『選択する未来 2.0 中間報告』（2020 年 7 月 1 日）において、「新たな日常（ニューノーマル）の実現に向けて、日本社会を 10 年分前進させるような社会変革を一気に進めていくことが求められる」と表現し、実際に日常生活には、急速に大きな変化が訪れたが、一方では、オンライン（映像を通信で伝えるビデオ）会議は利用されるようになってから 20 年ほど経っており、コロナ対策に用いているテクノロジーが 20 年前のものであると落合

陽一²氏は言及している。

2.1.1. テレビ電話とテレビの歴史

オンライン会議の元となっている「テレビ電話」の歴史は意外に古く、『日本大百科全書（ニッポニカ）』の「テレビ電話」によると、着想は19世紀末に発表され、1927年にアメリカのベル・システムがニューヨーク・ワシントン間で電話回線を用いてテレビ伝送に成功した。1950年頃に本格的な研究が始まったが、効用に比してコストが高かったため、長い間普及に至らなかった。なお比較までに、一般向けの定時テレビ放送が世界で初めて行われたのは1935年3月22日、ドイツにおいてであった。当時のテレビ受像機は非常に高額で、フォルクスワーゲンの販売予定価格(1,000 マルク)に対し、1台 2,500~3,500 マルクであった。放送開始時点での受像機保有台数は、ドイツ国内で50台程度であった。一方、公衆テレビ電話は、1936年3月1日、ドイツのライプツィヒ見本市に登場した。ライプツィヒ見本市は、1170年頃に起源³をもつとされる国際見本市である。公衆テレビ電話は1936年の見本市の目玉として登場し、ライプツィヒ - ベルリン間を結ぶ有線テレビ受信機であった。通話料は3.5 マルク、(出所本の出版時点である2011年当時の)貨幣価値にして5,000円程度で3分間の通話ができた。画質の比較として、テレビは1929年(定時放送前)の時点で、縦3cm、横4cm程度の画像を1,200分割し、1秒間に12.5回送信されたとあるが、画面があまりはっきりしなかったとある。しかし、見本市でのテレビ電話は1画面(画像のサイズは不記載)を4万分割し、1秒間に25回送信されたため、格段に鮮明に見えるようになったとのことである⁴。当時のドイツでは、テレビ受信自動車やトーキーテレビジョン(音声付きテレビ放送)の開発にも成功していた。なお、公衆テレビ電話は、ドイツによるポーランド侵攻が始まった1939年、軍事上の理由からわずか3年で姿を消した。当時のドイツの軍事的な行為は忍び難いものであるが、同国は電子顕微鏡をはじめとする科学技術の発明の他、先進的な社会制度も持っていたそうである。

ちなみに、日本国内におけるテレビ放送の歴史をたどると、1939年5月、NHKが日本初のテレビ公開実験を開始し、戦争による中断を経て、1948年から公開実験が再開され、1953年2月1日、NHKによるテレビの本放送が開始した⁵。同じく1953年の8月には民放の日本テレビ放送網も本放送を開始している。

² 落合陽一氏はデジタル庁の「デジタルの日」検討委員会の構成員の他、デジタル改革関連法案ワーキンググループにも有識者として参加した。

³ ブリタニカ国際大百科事典 小項目事典「ライプチヒ」の解説より

⁴ 『ナチスの発明』武田知弘 彩図社 2011年、63頁

⁵ NHK 放送史「テレビ放送の歴史」より

2.1.2.日本国内でのテレビ電話、オンライン会議システムの歴史

日本国内においてテレビ電話は、NTT が実験を繰り返し、1984 年にサービスを開始した。1988 年には ISDN（デジタル通信網の規格名称）のサービスが開始され、品質が向上し、導入企業が増えていった。2.にて記載したように、90 年代後半にインターネットが普及開始し、2000 年以降はブロードバンドが一般的となり、テレビ会議の追い風となった。なお、「テレビ電話」とは専用回線を用いるもので、インターネットのサーバーを介する Web 会議とは別のシステムである。「インターネット」を利用した Web 会議システムが開発されたのは 2000 年代のことである。当初主流であった Skype（スカイプ）は、マイクロソフト株式会社が提供するアプリケーションである。Skype 社が 2003 年に設立され、同年 8 月にパブリック β 版（テスト版）が、翌 2004 年に正規版 1.0 がリリースされた。初期は画面共有やビデオ通話はなく、ビデオチャットに対応したのは 2006 年 1 月 5 日の Skype2.0 からである。なお、現時点でビデオ会議の主流となっている「Zoom」は、Zoom ビデオコミュニケーションズ（本社：アメリカ合衆国サンノゼ、2011 年設立）が提供するソフトウェアで、2013 年 1 月にサービスが開始された。コロナ禍における普及は、ご周知のところである。ご参考までに次ページに、総務省 令和元（2019）年版『情報通信白書』より図表 2「インターネットの普及の推移と主要なコミュニケーションサービスの開始時期」を示す。

2.2. テレワークが生み出す通勤時間・余暇時間への影響

テレワークの実施率は、職種や業界によって大きく差が見られる。パーソル総合研究所の2020年5-6月の第3回調査によると、コンサルタント、経営企画、商品開発・研究などは4月と比べテレワーク実施率が10ポイント以上上昇し、それぞれ74.8%、64.3%、56.5%であった。直近の同調査第6回（2022年2月）結果によると（いずれも2万人規模調査）、業種別には、情報通信業が最上位で63.0%、学術研究・専門技術サービス業が43.8%と続いた。一方で、医療・介護・福祉業は7.0%、宿泊・飲食サービス業は10.2%であった。同調査を企業規模別実施率で見ると、10人-100人未満で15.4%、100人-1,000人未満で26.1%、1,000人-1万人未満で39.9%、1万人以上で46.9%であった。職種別の実施率は、Webクリエイティブ職で76.9%、IT系技術職が65.5%と高かった。黒田祥子（2012）によると、図表3に示すように、日本人男性の、特にホワイトカラーの雇用者における労働時間のうち、「仕事」が占める時間は7.19時間（1941年）から9.16時間（2006年）に増加し、65年間の間に差分1.97時間（表上では1.98）の「仕事」の時間が増えたことになる。1941年→2006年の間に、ホワイトカラー雇用者の労働時間は1.97時間増えたが、一方テレワークの導入により、「通勤時間」がなくなった場合、表中のホワイトカラー雇用者の一日当たりの「通勤時間1.29時間（2006年）」分が、余暇に回ったことになる。テレワークの実施が難しい職種の場合にも、オンライン会議等の導入から、打合せのための移動や出張が省けることで、移動時間や移動経費がかからなくなったことによる、雇用者、企業への影響は大きいのではないかと推察される。

なお、表中で比較される年代がどのような時期かということ、1941年は、12月8日の真珠湾攻撃により太平洋戦争が開戦した年であり、一方2006年は、8月11日⁶に山中伸弥教授のグループが「iPS細胞」を作り出すことに成功した年である。

図表3 男性雇用者の平日一日当たり時間配分の比較（1941年と2006年）
黒田祥子（2012）『日本人の余暇時間：長期的な視点から』より（単位：時間）

	ホワイトカラー				ブルーカラー			
	市場労働時間		家計生産時間	余暇時間	市場労働時間		家計生産時間	余暇時間
	仕事	通勤			仕事	通勤		
1941	7.19	1.33	0.43	15.06	9.82	0.89	0.20	13.09
2006	9.16	1.29	0.24	13.29	8.95	1.05	0.24	13.74
2006（参考）	9.27	1.23	0.23	13.26	—	—	—	—
1941→2006	1.98	-0.04	-0.19	-1.77	-0.87	0.16	0.04	0.66

備考：1941年は、2006年時点での年齢構成比で加重平均した値。単位は時間。ホワイトカラーは、『国民生活時間調査（昭和16年調査）』（以下、1941年調査）は「俸給生活者」、『社会生活基本調査（平成18年調査）』（以下、2006年調査）は「専門的・技術的職業従事者」「管理的職業従事者」「事務従事者」をそれぞれの労働者数で加重平均したもの。ブルーカラーは、1941年調査は「工場労働者」、2006年調査は、「保安職業・サービス職業従事者」「運輸・通信従事者」「生産工程・労務作業従事者」の加重平均値である。なお、表中の（参考）と書かれた数値は、ホワイトカラーのグループに「販売従事者」を加えた場合を示している。また、1941年調査は、行動項目の「家事」には「買い物」も含むと定義されており、「買い物」だけの項目が存在しない。そこで、表3については、比較のために2006年についても家計生産時間に「買い物」も合算した値を掲載している。

出所：『国民生活時間調査（昭和16年調査）』（日本放送協会）、『社会生活基本調査（平成18年調査）』（総務省統計局）

⁶ 出所：NHKサイト『キーワードでみる年表 平成30年の歩み』

2.3. 5G（第5世代通信移動システム）

現在使用可能となっている通称「5G」は、図表2の最下段の「移動回線」に示されており、第5世代移動通信システム（5th Generation 「第5世代」の意、の頭文字をとったもの）である。総務省の『第5世代移動通信システム（5G）の今と将来展望について（令和元（2019）年12月）』によると、「2019年8月よりソフトバンクが、9月よりNTTドコモ及びKDDIがプレサービスを提供開始」、「2020年春から本格展開」とある。各社公式サイトによると、ソフトバンクは2020年3月から商用化を開始とあり、NTTドコモは同年3月25日、au（KDDIグループ）は同年3月26日にサービスを開始した。これらの日程は、「2020東京オリンピック競技大会」前に、大会を見据えて開始したものであった。

NTTドコモを一例にとると、2020年6月以降は5Gで受信時最大4.1Gbps、送信時最大480Mbpsの通信速度を提供し、順次拡大している対応エリアは、2021年3月末時点で全政令指定都市および500都市以上に導入、とある。

なお、総務省は6Gにあたるものとして、『Beyond 5G推進戦略』を令和2（2020）年6月に公表し、6Gに向けたロードマップを打ち出している。（2030年代に）求められる像として、「アクセス通信速度は5Gの10倍、コア通信速度は現在（2020年6月）の100倍、消費電力量は現在の100分の1（仮に対策を講じない場合、IT関連消費電力が現在の約36倍、その結果、総消費電力量は現在の1.5倍となる）」などが掲げられている。

3. 新型コロナウイルスがもたらした生活への影響

新型コロナウイルスがもたらした手洗い消毒の徹底などの衛生意識の向上は、結果として2020年の死亡者数を前年比9,373人⁷減少させ、死亡者数の減少は11年ぶりのことであった（人口動態総覧での比較による）。但し、2020年の年間死亡者数は対前年比で減少しているが、2020年10月以降においては増加傾向にある。

感染対策における非接触の例として、神社等の手水舎での柄杓の使いまわしを控えるところが増え、都内の寺社では流水式に変更したところが見られる。明治神宮、湯島天満宮、神田明



図表4 明治神宮（左）浅草寺（右）における流水式手水の写真（2022年2月19日 筆者撮影）

え、都内の寺社では流水式に変更したところが見られる。明治神宮、湯島天満宮、神田明

⁷社会政策課題研究所 江崎禎英所長 講演『「人生100年時代」の幸せのかたち』2022年1月



図表5 東京駒込妙義神社における花手水の写真
(2021年4月3日 筆者撮影)

神、根津神社、福德神社、小網神社、聖観音宗金龍山浅草寺、曹洞宗萬頂山高岩寺（とげぬき地蔵尊）などではそのような対策が取られている。柄杓で手を清める際に、口を漱ぐ作法（左手に水を受け、口に含む）がわからないために、柄杓から直接口に含む参拝客が以前は時折見られることもあった。新型コロナウイルスの感染が落ち着いた後に、柄杓が戻るのか、衛生面から流水式⁸のままとなるのかは

見届けたいところだが、このような社会的状況を機に所作に対する認識が薄れていくことは残念である。

一部の寺社で広がりを見せている「花手水」というものがある。本来、「花手水」とは、植物についた朝露で手を清めることを指す言葉であったそうだが、手水鉢や水盤に花や植物を浮かべて飾ることも「花手水」と呼ぶようになり、京都の柳谷観音立願山楊谷寺が2017年頃から発信などを始めたところ、メディアやSNSを通じて知られるようになった。花を浮かべる習慣は日本で昔から見られたが、見た目美しく写真映えすることに加え、柄杓を置かなくなった寺社もあるため、広がりを後押ししている。楊谷寺では自宅で器に花を浮かべ楽しむこともSNSで発信して広めている。

また、新年の初詣の混雑回避のため、年が明ける前からの分散参拝を促す「幸先詣（さいさきもうで）」という造語が作られた。湯島天神では「幸先が良くなりますように」という願いを込めて、年末には「幸先詣」という幟が掲げられる。

3.1. 受診控えによる健康寿命短縮のリスク

感染回避のために、日常生活で病院に行くことにリスクを感じ、検診や診察を控えたことによる、がん等の発見の遅れ、また医療逼迫からの手術遅れによるがん死亡者数の増加が報告されている。新型コロナそのものによる死亡者数ではないが、がんによる死亡者数の増加は、過度な受診控えをせずに必要時は病院で受診することなどでリスクを下げるこ

⁸ 一方、埼玉県神社庁は2020年9月23日付感染対策のガイドラインに「マイひしゃく」の持参等の対策例を記載し、28都府県の神社庁の賛同を得たとしている。（出所：2020年9月24日7:08 産経新聞『初詣にマイひしゃく持参を 埼玉県神社庁が指針』）

とができる。受診控えについて、2022年3月27日2:00配信の日本経済新聞記事「高齢者、長引く受診控え コロナ下で認知症治療22%減」では、高齢者が外出を避け、病院通いを控えていることについて報道されている。以下記事によると、身体機能の回復を図るリハビリテーションや認知症治療を受けた患者はコロナ前に比べ2~3割減った。都内の80代の女性はコロナ禍で身体機能が落ち一か月半入院した。退院して自宅に戻ったが、感染を避けるため外出を控え、リハビリに通わなくなった。結果として数か月後に車椅子生活になってしまった。

診療データベース企業が匿名加工した診療報酬請求用データから、高齢者が受診控えしている実情がわかる。下記にコロナ前との比較を示す。

図表6 コロナ前との比較による高齢者の受診控え（記事を基に筆者作成）

受診者数 (コロナ前の 2019年12月比)	運動器リハビリを受けた 患者(65歳以上)	認知症薬を 処方された患者 (年齢記載なし)	白内障の患者 (65歳以上)
2020年5月 (第一波)	△27.0%	△22.0%	△22.0%
2021年12月 (コロナ患者数が落 ち着いていた時期)	△4.0%	△11.0%	△17.0%

注) メディカル・データ・ビジョン(MDV)調べ。国内の急性期病院321院の診療報酬データ。△はマイナス。

図表6にあるように、運動器リハビリの受診者数は2021年12月に4%減(2019年12月比)まで戻ったが、認知症薬の処方患者数は11%減、白内障の患者は17%減と低水準のままである。高齢者は体を動かす機会が減ると、身体機能が衰える「虚弱(フレイル)」状態に陥る可能性もある。日本慢性期医療協会の武久洋三会長は「フレイルを放置すれば、要介護認定者が増え、医療費・介護費が増える」と語る。

2020年度の国全体の医療費は前年度比3%減と過去最大の減少幅となった。同記事には「高齢者中心に受診控えが起きたため、新型コロナが収束すれば反動が起きる可能性は大きい」とある。また、受診やリハビリサービスの利用控えは健康寿命を短くするおそれがあり、また、その後の医療費や介護費の増加にもつながる。これらから、高齢者に限らず、適切に受診やリハビリ等のサービスを受けることが、国民全体の健康寿命を延ばす上で非常に重要なことである。

3.2.冠婚葬祭業にみる感染対策の事例

外出自粛や距離の確保などの観点から冠婚葬祭の場で行われている感染予防の取り組み

をまとめると主に下記のようなものが挙げられる。

- ①打合せにおける Zoom 等を用いたオンライン会議
- ②オンラインによる会場視察（Web 上に映像を掲載する例や、担当者によるカメラ映像をリアルタイムで見せる例など）
- ③結婚式等当日に会場に来られない人によるリモート参加（Zoom 等カメラ映像を用いた画面上での参加や、遠隔操作できる分身ロボット「OriHime（図表7）」などによる参加の事例等）
- ④現地参加できない人への映像配信・中継
- ⑤リモート参加者への料理の配送
- ⑥密を避けるためのガーデンパーティー等による空間の確保
- ⑦2部制、3部制など、時間を区切ることによる人数制限の実施
- ⑧パーティション使用等による遮蔽
- ⑨ご葬儀におけるドライブスルー式参列（ビデオモニターで会場の様子を視聴したり、車からご焼香したりすることができる）および「流れ焼香（人の滞留を防ぐ）」
- ⑩ロボットによる読経
- ⑪少人数による会の実施

なお、冠婚葬祭および関連分野におけるコロナ対策とその関連記事（2020/5/13～2020/7/21）を収集し、表に取りまとめたので、文末に別表として示す。

3.3.グッドデザイン賞受賞サービスに見る社会からの期待と浸透

3.2.の取り組み事例③で触れた分身ロボット「OriHime」は、株式会社オリィ研究所が開発した遠隔操作できる分身ロボットである。オリィ研究所の共同創設者 代表取締役 CEO である吉藤健太郎（吉藤オリィ）氏が、自身の闘病などの体験から、「ベッドの上にながら、会いたい人と会い、社会に参加できる未来の実現」を理念に開発を進めている事業であり、吉藤氏は 2016 年、Forbes Asia 30 under 30 Industry, Manufacturing & Energy 部門に選出されている。

分身ロボット「OriHime」を用いて障がい者就労支援を行うことで、障がい者が遠隔就労（＝接客）と来店が可能となる「分身ロボットカフェ DAWN ver.β」および「分身ロボット OriHime」は 2021 年度グッドデザイン大賞を受賞した。

グッドデザイン賞とは 1957 年に開始され、公益財団法人日本デザイン振興会が主催する事業である。

2018 年には貧困問題解決に向けたお寺の活動である「おてらおやつクラブ」が大賞を受賞している。2021 年度の件数な



図表7 分身ロボット OriHime と「分身ロボットカフェ DAWN ver.β」

どは以下の通りである。

A.2021 年度グッドデザイン賞（カッコ内：対前年比）

受賞件数：1,608 件（+213 件）

受賞企業数：1,101 社（+127 社）

審査対象数：5,835 件（+1,066 件）

B.2021 年度グッドデザイン・ロングライフデザイン賞

（長年にわたりスタンダードであり続ける力を持ったデザインを顕彰する賞）

受賞件数：22 件（+3 件）

受賞企業数：27 社（記載なし）

審査対象数：120 件（-6 件）

2021 年度のグッドデザイン賞を受賞したサービスのうち、冠婚葬祭にも関係する「情報化」のサービスを二つご紹介したい。

3.3.1.サブスクリプション方式による「供養サービス付き墓石『偲墓』」

仏壇仏具専門店「株式会社佛英堂」（三重県松阪市）による「供養サービス付き墓石『偲墓』」が A.の 2021 年度のグッドデザイン賞を受賞した。「檀家契約」「お布施」「離檀料」などの慣習をなくし、初期費用の 275,000 円（墓石代と入仏法要代）の他、サブスクリプション方式をとり、月額 3,300 円でお墓を維持できる。その費用には日々の供物代、百か日以降の法要代、システム管理費、解約後の永代供養料が含まれる。2021 年 4 月 1 日に発売され、設置場所は「提携寺院（後述）の境内及び墓地」である。解決できる課題として、従来は子や孫が移住した場合、遠隔地の墓をお参りする際の不便さがあったが、当事業では、寺院・墓石店・仏壇店の 3 者が共同開発することで、

- ・複数の寺院を提携寺院としてプラットフォームに取り込む仕組み作り
- ・移動が容易かつ低価格な墓石を作り出すこと

に成功し、2022 年 1 月 27 日時点では 1 府 4 県（三重県、愛知県、奈良県、大阪府、福岡県）の 11 カ寺と提携を結んでいる⁹。提携寺院の間では、お墓の引っ越しが可能となり、また、宗教宗派は不問とある。

宗教宗派が不問であることに関しては、教義や考え方の上で重要な事項であるが、居住地の事情によるお墓参りの際の悩みを解決する方法の一提案である。

3.3.2.「二次元コード（QR コード）」

「二次元コード（QR コード）」は、B.の 2021 年度グッドデザイン・ロングライフデザ

⁹ 『偲墓』公式サイト 2022 年 1 月 27 日閲覧

イン賞を受賞した。QRコードとは、正方形のコードをスマートフォンのカメラ等のスキャナ（読み取り装置）で読み取ることにより、URL等の文字列に変換される二次元コードのことである。株式会社デンソーウェーブ（愛知県知多郡）（開発当時は自動車部品メーカーである株式会社デンソーの一部門であった）が開発し、1994年9月から利用を開始している。従来のバーコードには自動車工場の部品管理の場で、油に汚れたりした際に使用できない（読み取れない）、小さな商品には印刷できないなどの問題点があったため、それらを解決するために開発された。読み取りやすさを最大限に追求し、単純な構造でコンピュータが処理しやすいようにした。QRコード内の3つの切り出しシンボル（二重の四角形）が、印刷物で最も使われていない形であることを確認し、読み取りのスピードを上げることが可能となった。そのことを突き止めるために開発チームは、「雑誌やチラシ、段ボールなどに印刷されている絵や文字」をすべて白黒に直し、面積の比率を徹底的に調べ上げた。3つの切り出しシンボルの「黒、白、黒、白、黒」の長さの比「1:1:3:1:1」が、「一番使われていない比率」であることを突き止め、走査線がどの角度で走っても、コードの位置が割り出せる仕組みを生んだ。QRコードに格納できる情報は、数字にして約7,000文字、漢字の表現も可能となり、大容量でありながら、他のコードの10倍以上の速さで読み取ることが可能となった。



図表8 QRコード
（冠婚葬祭総合研究所
HPで生成）

一方向だけに情報を持つバーコードに対して、2次元であるQRコードは、記録できる情報量が飛躍的に大容量化した。例えば、長い文字列であるURLをQRコードに変換することで、示されたサイトをダイレクトに開くことができる。

そもそも従来のバーコードには、英数字で最大20文字ほどの容量（情報量）しか格納できなかった。90年代に製造現場が多品種少量生産にシフトしたことを背景に、より詳細な生産管理が求められ、コードの大容量化が必要となった。また、バーコードの読み取り速度の改良も求められていた。

なお、QRコードの特許はデンソーウェーブが保有しているが、権利行使せず特許技術を無料公開して、広く普及させることを目指した。そのことにより、競合の2次元コードが乱立して混乱することを防いだ。そして、QRコード自体ではなく、スキャナで利益を出すことを考えたという。見事QRコードは浸透した。欧州特許庁が2006年から毎年1度、技術・社会・経済的に優れた発明を表彰する「欧州発明家賞」という賞があるが、QRコードは、「急速に普及し、幅広い地域・年代の一般消費者に認知されていること」が評価され、2014年にQRコード開発チームはPopular Prizeを受賞している。

QRコードによる課題解決事例を一つご紹介したい。東京都交通局では、令和5(2023)年度までに管理する都営地下鉄全線でのホームドア整備を進めているが、複数の鉄道事業者による相互直通運転を行う浅草線では、車両編成数やドア数が異なる列車が運行してい

る。従来はホームドアと車両ドアの開閉の連動を、無線装置などにより行っていた。ホームドアを導入するには、各社の車両改修が必要になるというハードルがあった。世界初¹⁰のQRコードを用いたドア開閉連動技術を採用することにより、課題解決に至った。列車がホームに入ると、車両ドアに貼られたQRコードをホーム上の読み取り装置（カメラ）がとらえ、車両編成数、扉の数の情報を読み取り、車両数やドア数に応じたホームドアの開閉を制御することが可能となる。判読スピードが速いことが活き、各社の車両改修を行わずに運用が可能となり、2020年8月24日時点では、4駅（新橋駅、大門駅、三田駅、泉岳寺駅）にてホームドアの整備が完了している。

3.3.2.1.冠婚葬祭におけるQRコードの具体的使用事例

前項に記したように、QRコードの利点は①線状のバーコードに比べ2次元コードはコード化できる情報量が多いため、英数字の他、URLやメールアドレス等の情報を埋め込むのに適している。②専用の読み取り装置（例：バーコードリーダー）でなくとも、スマートフォン等のカメラ機能（必要時はアプリケーションをインストールすること）により読み取りが可能である、という点である。

また、QRコードは、Google アナリティクスをはじめとする解析ツール（無料のものもある）を用いることでアクセス解析ができ、使用回数・場所を解析することが可能となる。また、埋め込んだURLのコンテンツを変えることにより、使用用途を種々に広げることが出来る。なお、QRコードは表示させたいページ上で、PCであれば右クリックして「このページのQRコードを作成」を選択すると、容易に生成することができる。以下に、冠婚葬祭における具体的な使用例を示す。

(1) 結婚式、葬儀・法要などの案内状への掲載（紙へのQRコードの掲載）

結婚式をはじめとしたお祝いの席のご招待状や、訃報、ご案内の送付物にQRコードを掲載し、予め用意したご案内用Webサイト、日時、場所等の他、新郎新婦からのメッセージや、故人を偲ぶサイト等を表示させることもできる。また、投稿可能な設定にすれば、遠方や高齢等の理由で参加できない関係者からも、祝福や弔意を受け取り共有することも出来る。

(2) メールやSNS等のメッセージ機能でのQRコードの使用（メッセージへの掲載）

上記(1)の紙への掲載と同様、電子メールやLINE等のメッセージ機能にQRコードを添付して送付することにより、詳細を掲示したサイトへ誘導することができる。仮に、作成したサイトが訃報記事やお別れ会の記事である場合、新聞の訃報記事掲出に比べ、Webサイト上に訃報記事を作成・掲載する方が経済的に安価であり、また届けたい相手の連絡先さえ分かれば、必要な相手に直接確実に届けることができる。

¹⁰ 東京都交通局 2020年8月24日 都政レポート

(3) 会場までのルート案内

会場の位置情報を(1)や(2)に掲載し、正確な道順を確認してもらうことができる。

(4) 墓石へのQRコード取り付け

墓石や仏壇、写真立て等に着脱可能なQRコードを(墓石の場合、墓石に彫るか、セラミック製の印刷物を)取り付け、読み取ることによりリンク先の内容を表示させることができる。(1)でも記したように故人や祖先を偲ぶサイトを作成し、故人にまつわる写真や動画等を保存することなどができる。故人用サイトは構成次第で、写真や文章に加え、自叙伝、人生史や家系図の保存や、閲覧者が投稿できるように設定することも可能である。



図表9 墓石のQRコード

お墓にQRコードを取り付けることは、国内のみならず海外でも試みられている。

オーストラリア、英国、米国の埋葬地では、今では墓石の2~3%にQRコードが付けられているという記事も目にする¹¹。

オーストラリア、英国、米国の埋葬地では、今では墓石の2~3%にQRコードが付けられているという記事も目にする¹¹。

(1)~(4)の各項目の利点として、作成したWebサイトを表示させているため、記載内容の追加や改編が可能であり、希望があれば閲覧制限を設けることも出来る。また前述のように、設定により閲覧者がコメントなどを残すことも可能となる。

4. デジタル画像・映像の普及に伴うデジタル表示の浸透

携帯電話やスマートフォンの普及とともに、カメラを持ち歩く生活となり、身近な日常を写真や動画で記録する人は大幅に増えた。またソーシャルメディアやコンテンツプラットフォームが普及したことで、個人が発信者やクリエイターとして自由に情報発信できる環境となり、写真や動画を共有し、喜びや美しい景色などを共有することは、年代を問わず身近な楽しみとなっている。冠婚葬祭の場でも映像等による演出は欠かせないものとなり、プロジェクションマッピングによる演出を供する施設もある程である。ここでは、デジタルの画像や動画を映し出す装置としての、デジタルフォトフレーム(フォトフレームは写真立ての意)と、殊にデジタルサイネージ(サイネージは看板、標識の意)の利用に焦点を当てる。

4.1. デジタルフォトフレームの普及と現状

デジタル表示が進んだことにより、紙焼きの写真や印刷物、アナログの看板等は、デジタル表示が可能な装置(例:タブレット、ディスプレイ等)へと、置き換えが進んでいる。

デジタルフォトフレームはデジタル写真用のディスプレイのことであり、デジタル写真

¹¹ PR TIMES サイト『お墓参りのデジタル化「お墓QRコード」と「ウェブ墓」をセットで提供開始』スマートシニア株式会社 2021年3月11日06:35更新

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000013.000059701.html> (2021年6月25日閲覧)

のみならず、動画や音楽の再生機能を備えたものもある。デジタルカメラの普及に伴い登場したが、当初はそれほど普及しなかった。日本でのデジタルカメラの普及は1999年末の高画素数化やカメラの小型化の進展をきっかけに市場拡大したとある。東洋経済オンライン記事「ソニー参入で一気にブレイク 急拡大するデジタル写真立て」(2008/07/18 15:00)によると、2006年から10社程度の家電ベンチャーがデジタルフォトフレームを販売していたが、写真に比べ鑑賞にはやや物足りない画質が当時ネックとなっていた。2008年5月にSONYが「S-Frame」シリーズ3モデルでデジタルフォトフレーム市場に参入¹²したことにより、製品の認知率が向上した。同記事内、調査会社BCNの調べによると、SONYが参入したことで、2008年5月単月のデジタルフォトフレーム国内販売額は、同年1月の4.8倍となった。SONYの自社製高精細な液晶を搭載した商品が、母の日(5月の第2日曜日)向けギフトとして買われ人気に火が点いた。2009年3月には富士フイルムも参入したことで更に普及に勢いがついた。調査会社BCNが販売データの集計を開始した2007年12月(SONY、富士フイルム参入前)を1とすると、2009年10月の販売台数は9.7倍、金額は6.7倍にまで伸び、平均単価は5,000円以上1万円未満が30.9%、1万円以上1万5,000円未満が46.3%であった。しかし、SONYは2014年10月に、当時のモデルの出荷終了をもってデジタルフォトフレーム関連のビジネスを終了すると発表した。理由は、スマホやタブレット、パソコンやデジタルテレビなどのデジタル写真を楽しむことができるデバイスの増加により市場規模が縮小したためとのことである。なお、SONYの公式ページでは生産が終了しているS-Frame(デジタルフォトフレームの商品名)の当時のモデルを確認することができ、写真約250枚~4,000枚分が保存可能な機種のリッチなラインナップがあった。現在でも、SONY社製の商品も一部通販では流通されている他、他社製品も含めインテリア等としての需要が認められる。

4.2. デジタルサイネージの普及と市場の動向

店頭、施設や屋外、駅などで使用されるデジタルサイネージは、2000年代に入り、ディスプレイの大型化や薄型軽量化が進んだことで、金融機関、交通機関の情報表示を主として市場が形成されてきた。以降、①ネットワーク環境の整備 ②低価格化の進行により、商業施設、公共施設、一般企業、教育機関などでも広く導入が進んだ。前項で触れたSONYは、デジタルサイネージについては現在もBRAVIAシリーズの販売を続けている。

市場のニーズは、当初「システムそのものの販売および構築」のビジネス中心であったが、普及が進み配信ニーズも多様化するにつれ、「コンテンツ制作および配信サービス」、「デジタルサイネージ広告」といったビジネスの需要も増えている。殊に、いわゆるOOH(Out

¹² Wikipediaのデジタルフォトフレームの項目には、「1999年に撤退したソニーが2008年に再参入した」とあるが、根拠としている参照先およびSONYのHPでは「1999年の撤退」に関する記述は確認できなかった。

of Home の略) 広告と呼ばれる屋外広告・交通広告のディスプレイが増えることにより、例えばビルに設置した大きなビジョンは、広告媒体としての価値を持つ。富士キメラ総研の『デジタルサイネージ市場総調査 2019』(2019年6月13日発表)によると、東京五輪を見据え、首都圏の交通機関、公共施設、大型商業施設を中心とした新設/追加/置き換え案件が増えている、とある。そして、ディスプレイは大型化や高解像度化、多様化が進んでいる。当調査はコロナ前であったため、(東京五輪を含めた)訪日外国人の増加を見越した多言語システムや AI ロボット等を活用したシステム需要も高まっている、とある。長期的には、デジタルサイネージ広告の伸びがデジタルサイネージ市場を牽引すると予想されている。デジタルサイネージの国内市場は、①システム販売/構築 ②コンテンツ制作/配信サービス ③デジタルサイネージ広告 の3つに分類され、図表10のように予測されている。

図表10 デジタルサイネージの国内市場(『デジタルサイネージ市場総調査 2019』を基に筆者作成)

	2018 年見込 (2017 年比)	2025 年予測 (2017 年比)
システム販売/構築	699 億円 (117.7%)	986 億円 (166.0%)
コンテンツ制作/ 配信サービス	285 億円 (110.0%)	400 億円 (154.4%)
デジタルサイネージ広告	675 億円 (115.4%)	1,800 億円 (3.1 倍) ※表記ママ

図表11 サイネージ用ディスプレイ「大型モニター」の動向(同調査を基に筆者作成)

		2018 年見込 (2017 年比)	2025 年予測 (2017 年比)
サイズ別	50 インチ未満	49,200 台 (105.1%)	53,500 台 (114.3%)
	50 インチ以上	51,800 台 (147.2%)	83,500 台 (2.4 倍) ※表記ママ
合計		101,000 台 (123.2%)	137,000 台 (167.1%)

図表12 デジタルサイネージの国内市場(同調査を基に筆者作成)

		2018 年見込 (2017 年比)	2025 年予測 (2017 年比)
解像度別	FullHD/HD	96,690 台 (119.7%)	21,200 台 (26.2%)
	4K 以上	4,310 台 (3.6 倍) ※表記ママ	115,800 台 (96.5 倍) ※表記ママ
合計		101,000 台 (123.2%)	137,000 台 (167.1%)

今後も大きな伸びが予想されるデジタルサイネージ広告は、①交通広告 ②ビルボード広告(屋外ビジョン) ③インストア(施設内、店内)メディア他、の3つに分けられる。①の交通広告は、鉄道、空港、タクシーに加え、バスや道路サービス施設での設置が更に増加すると予想されている。③のインストアメディア他は、スーパーや家電量販店に加え、2017年以降はコンビニエンスストアや自治体施設で大きく増加した。今後も施設の属性に応じた「ターゲティングメディア」として新規設置の増加が予想される。また、デ

デジタルサイネージ向けにオンラインで広告を配信する専用のアド（広告）ネットワークの普及拡大などにより、媒体価値の向上と効率化が進むことで、交通広告以上の伸びが期待されている。

つまり、自社の施設にデジタルサイネージを設置した際に、「ターゲット層」が明確である場合、媒体としての付加価値が生まれる。施設等に設置したデジタルサイネージにオンライン広告配信を受けることで、広告媒体としての収入が見込めることとなる。

5. オンライン偲ぶ会『しのぶば』のサービス

高齢で亡くなる方が増え、下表に見られるように、2019年では死亡者のうち70歳以上が、男性で8割、女性で9割を超える。80歳以上が男性では5割、女性では75%を超える。さらに女性の年間の死亡者のうち、90歳以上が実に4割を超える。故人が在職中であれば、葬儀に関係先などが参列することも多いが、故人が高齢な場合、親しい親族や友人も高齢なことが多く、感染予防の観点から参列自粛のケースも増える。

図表 13 死亡年齢の構成比の推移（男女別）（筆者作成）

男性				女性			
	1980年	2010年	2019年		1980年	2010年	2019年
90歳以上	2.5%	11.0%	16.7%	90歳以上	6.8%	31.1%	40.5%
80～89歳	19.8%	33.1%	37.3%	80～89歳	30.1%	37.1%	35.3%
70～79歳	31.0%	27.8%	26.3%	70～79歳	29.6%	17.3%	14.3%
70歳以上計	53.3%	71.9%	80.3%	70歳以上計	66.5%	85.5%	90.1%

出所：厚生労働省『人口動態統計』

浄土宗大本山増上寺の大殿1階には、オンライン偲ぶ会『しのぶば』を紹介するフライヤー（チラシ）が置かれている（図表 14）。

図表 14 『しのぶば』フライヤーの画像



先述のように、亡くなる故人が高齢であるほど、関係者も高齢となるため、高齢者ご本人の操作上の心配はあるものの、感染予防の上でオンラインが歓迎されることが予想される。偲ぶ会のオンラインサービスである『しのぶば』は博報堂 DY グループの AD plus VENTURE 株式会社が提供している。御香典もオンラインでお渡しできるシステムを導入しており、フライヤーの体験談には亡くなって8年経ち、自分が母になったのを機に母親の偲ぶ会を開いた方や、33回忌の機会での例も紹介されており、回忌のタイミングでの利用もあるようである。家族葬や直葬などが増えている中、故人の思い出を語り合う機会が減っていることを受けて、それができる場を作りたいという想いの下、オンラインの偲ぶ会、メモリアルサイト、葬儀報告ページ¹³などの展開を行っているとのことであった。

6. 日本国内のお墓参りに関わるサービスの例

NHK 放送文化研究所が5年に1度行っている「日本人の意識」調査では、「信仰・信心」とともに「宗教的行動」についても質問がなされている。第27問(宗教的行動)は「宗教とか信仰とかに関係すると思われることがらで、あなたがおこなっているものがありますか」という問いで、8つの行動から「いくつでも」選択可能となっている。8項目

¹³ AD plus VENTURE 株式会社しのぶば事業 副代表 松尾良馬氏への聞き取りによる

は頻度にばらつきがあるものの、種類を挙げると①礼拝・布教 ②お祈り ③墓参り ④聖典・経典 ⑤祈願 ⑥お守り・おふだ ⑦おみくじ・占い ⑧していない、である。

1973年に始まったこの調査では、調査開始当初から「墓参り」が常に6割を超えて最も多い。選択肢の表現は「年に1、2回程度は墓参りをしている」というものである。45年間の間に増加傾向を示し、2010年代は7割を超えている。

図表 15 NHK 放送文化研究所『日本人の意識』調査の「宗教的行動」の推移

(データを基に筆者作成)

(%)

	1973年	1978年	1983年	1988年	1993年	1998年	2003年	2008年	2013年	2018年
お墓参り (年に1,2回)	62.0	64.8	67.7	65.0	69.7	67.5	67.6	68.4	72.0	70.9
お守りおふだ縁起 物をおいている	30.6	34.4	36.2	34.6	32.8	30.6	35.0	34.9	34.7	30.4
祈願 (この1,2年に)	23.0	31.2	31.6	32.2	28.4	29.1	31.3	29.7	28.7	25.4
おみくじ・占い (この1,2年に)	19.2	22.8	21.9	20.5	22.2	22.7	23.4	25.3	24.8	24.4

この表から、日本人の7割は「年に1、2回程度はお墓参りする」という姿が見えるが、高齢化の進展や、地元を離れて居住しているなどの理由から、お墓参りしたいけれど、容易ではないという人も少なくないだろう。まごころ価格.comの調査によると、「お墓参りの片道移動時間(調査対象:関東在住500人)」は、2時間以上(36.4%)、1時間~2時間(23.2%)、30分~1時間(21.0%)、30分未満(19.4%)との回答であった。¹⁴

お墓参りの「代行サービス」は従来から扱う業者があった。お墓参り専門業者、墓石の石材店の他、いわゆる便利屋が行っていたが、昨今は業者のみならず、個人がサービス提供を提示し、それをオンラインで依頼・購入できる「スキルマーケットサイト(例:「くらしのマーケット」など)」の誕生により、個人間で「墓参り代行サービス」を依頼できる時代となった。なお、「くらしのマーケット」での「墓参り代行サービス(個人)」の相場を確認すると、2021年6月25日時点の登録件数483件において、価格帯は8,000円~12,000円¹⁵と表示される。サイトを介して「お墓参り」を依頼するという、デジタルを介したサービスの一例とみることができる。

¹⁴ 『お墓参りに対する必要性や認識について調べる意識調査アンケート』2015年2月調査 まごころ価格.com 調べ (調査対象:関東在住500人)

¹⁵ 「くらしのマーケット お墓参り代行」2021年6月25日閲覧 <https://curama.jp/grave/>

6.1.2020年に新規参入した墓参り代行サービス

新型コロナウイルスは日本国内では2020年1月から感染例が認められた¹⁶。日本で2020年に始まった新型コロナウイルスの感染拡大から、外出自粛が求められたことにより、お墓参り代行サービスに新たに参入した企業がある。第一交通産業グループによる「お墓参りサポートタクシー」と、株式会社エイチ・アイ・エスによる「リモートお墓参りサポート・お墓掃除代行」について取り上げる。

6.1.1. 第一交通産業グループによる『お墓参りサポートタクシー』

2020年7月1日より全国の営業エリアでスタートした当サービスは、全国34都道府県をカバーする、8,400台以上のタクシーが対応する。サービス内容は①代行サービス ②同行サービス、の2種類から選ぶことができる。

① 代行サービス：依頼者に代わって、希望のお墓にお参りする

内容：合掌、簡単な清掃（水鉢、花立て、線香台）、お線香のお供え、写真撮影（清掃前・お参り後）、報告書提出

料金：距離制運賃（地域により異なる） +5,000円

※ オプション 仏花のお供え希望（+1,000円）、墓1基追加毎に（+3,000円）

② 同行サービス：一人でのお参りが困難な依頼者への付き添い

内容：お墓又は霊園までの送迎、お参りサポート

料金：距離制運賃（地域により異なる） +3,000円

サービスの実施後に「写真（清掃前・お参り後）付きの報告」があり、365日対応している。当サービスは電話およびオンラインで受注している。

6.1.2. 株式会社エイチ・アイ・エスによる『リモートお墓参りサポート・お墓掃除代行』

旅行会社である株式会社エイチ・アイ・エス（以下、H.I.S.と表記）は「ホテル・旅館再生事業」「飲食事業」といった新事業の柱に並び、「ライフ&エンディング事業プロジェクト」を2020年9月に立ち上げ、その一環として『リモートお墓参りサポート・お墓掃除代行』事業について2020年10月29日から受付を開始した。依頼者を国内に限定せず、各国の入国制限措置規制に伴う帰国困難な方など、海外も受注対象としており、海外69ヶ国159都市250拠点（2021年10月26日時点）と国内の店舗によるネットワークという強みを生かして、お墓参りを行いたくても出来ない人に向けたリモートサービスを開始した。依頼主とコミュニケーションをとりながらZoomでオンライン中継する形を取る

¹⁶ 出所：国立感染症研究所のサイトより。日本国内での新型コロナ罹患者第一例は2020年1月3日中国武漢市滞在中に発熱を認め、帰国日の1月6日に日本国内のクリニックでインフルエンザ迅速診断キット陰性とされ、1月14日に管轄保健所により行政検査の手続きがとられ、1月15日夜に新型コロナ陽性と確定診断がされた。

ため、スマートフォン、タブレット、PCなどのデバイスがあれば、自宅、旅先、外出先からでも画面を通してのお墓参りが可能となる。

図表 16 H.I.S.お墓参り代行のリリース時の価格（2020年10月29日時点）

お掃除プラン（お掃除+お墓参り+お線香）	金額（税抜）	
基本プランA（写真5枚）	15,000円/㎡	※注1）モニター価格：オンライン希望の方は動画（録画）と同料金で実施いたします。 ※オンラインの場合は、ZOOMでお墓の前よりライブ中継（別デバイス利用希望の場合は、要相談） ※ 献花代は別料金です。（2,000円 ※税抜） また献花のお花は、生前好きだったお花をご用意するなど個別対応が可能です。
基本プランB（動画5枚+動画（録画）1分程度に編集）	18,000円/㎡	
基本プランC（動画5枚+オンライン墓参り10分程度）	モニター価格※注1 18,000円/㎡	
特殊清掃（コーティング）	お見積もり	

上記はリリース時の価格表であるが、2021年6月29日時点での詳細なサイトでは下記のように案内されていた。価格の見直しを行ったと考えられる。

墓地の対象地域は、関東（東京、神奈川、埼玉、千葉、茨城、栃木、群馬）、関西（大阪、兵庫南部、京都南部、和歌山北部）。ただし、東京都の島嶼部、積雪が予想される山間部は除く。相談・見積もりは無料で、費用は6,600円から¹⁷であった。

【お墓の状況確認プラン】

含まれるもの：清掃員交通費・駐車場代金

- ・合掌・お線香：依頼主に代わり、合掌とお線香を供える
- ・写真プラン：お墓の状況を5枚撮影（税込6,600円）
- ・動画（録画）プラン：お墓の状況を1分程度の動画に編集（税込8,800円）
- ・オンラインプラン（Zoom使用10分間）：オンラインのお墓参り。10分程度のZoom中継。（通常11,000円のところ、モニター料金税込8,800円）

【お掃除付きプラン】

- ・上記の「お墓の状況確認プラン（のいずれか）」+8,800円

含まれるもの：清掃員交通費・駐車場代金・清掃用具・ゴミ廃棄に伴う費用

- ・周辺掃除：雑草や落ち葉、ゴミを拾う
- ・墓みがき：ハンドウォッシュで水洗い後、乾拭きする
- ・後片付け：水桶などを返却し、後片付けをして指定の場所にゴミを廃棄する

【オプション】

- ①献花 3,300円（税込）

お掃除付きプランの方は、「日比谷花壇」のお花へ無料アップグレード

- ②緊急手配料金（実施日の7日前から前々日までの依頼対応）

通常1,650円（税込）のところ無料

¹⁷「H.I.S. リモートお墓参り・お墓掃除代行」2021年6月29日閲覧

https://www.his.co.jp/project/life_ending/hakamairi.html

③1坪（3.3平米）追加 通常1坪追加毎に3,300円（税込）のところ2坪まで無料
（墓地面積が1坪を超える場合、追加面積ごとに追加料金が発生するというシステム）

④墓石・墓誌・灯籠が1基を超えるお墓
通常1基追加ごと1,650円（税込）のところ、無料
なお、ペットのお墓も同料金にて対応している。

2021年6月には上記のように記載していたが、2022年5月に確認したところ価格表記が変更されており、HP上で関東圏の一例として、次のように記されている。「写真プラン15,400円」「リモートプラン17,600円（Zoomでの中継10分）」「オプション：献花3,300円、1坪追加ごと6,600円、特殊洗浄77,000円、特殊洗浄後の墓石コーティング99,000円」「取消料は、実施日10日前より代金の100%の取消手数料が発生」とある。細分化して表記されていたものが、わかりやすさを重視し概ねリリース時の価格設定に戻したようである。

受注頻度は平常時は月に2、3件だが、お彼岸やお盆の時期には10件¹⁸程度とのことである。墓参り代行サービスは近年増えているが、信頼の上に成り立つ事業であることを同事業部白井幸太氏は強調する。

6.2. オンライン墓参りスマホアプリ『セレモビ®』および墓参り代行サービス

株式会社ジャムコムは2004年1月26日に設立された企業である。同社セレモニーモバイル事業部（本社：横浜市神奈川区、代表取締役：政池 英一氏）は、墓参り代行をオンラインで頼むことができる「オンライン墓参りアプリ セレモビ®」（®は登録商標の意、以下省略）および「墓参り代行プラットフォームサービス」について、2021年2月17日にサービスの提供を開始した。

ジャムコム社の墓参り代行は、依頼者のメッセージを墓前で流しながら墓参り映像（約1分）を撮影するサービスである。墓地の近隣の人が代行業務を行うためのプラットフォームを構築し、スマートフォンを通じて墓参り代行を依頼できるようになった。2021年6月29日時点では対象墓地は神奈川県内の市営墓地7か所に限られていたが、2021年8月1日からは東京都文京区源覚寺の「小石川墓陵」（運営会社：はせがわ）でもサービスが開始され、同墓陵の6,000基の搬送式納骨堂がサービス対象となった。こちらはお花とお線香は無料の搬送式納骨堂である。小石川墓陵の納骨堂の1基には、4~5柱を納めることが出来る。なお、「小石川墓陵」は後楽園駅・春日駅から徒歩2分の立地の駅前墓苑であることを強みとしているが、外出自粛などが求められる中、オンライン墓参り（墓参り代行）も可能となった。

¹⁸ 鎌倉新書『月刊仏事』2022年4月号29頁

【オンライン墓参りスマホアプリ『セレモビ』の概要】(2021年6月29日聞き取り)

① 墓までの地図(位置情報と墓の写真)をスマホに表示(無料)

② オンライン墓参り(墓参り代行):1回3,000円~(税別)

指定日に現地スタッフが墓前に出向き、花束を手向けながら墓参り映像(1分)を撮影し、撮影動画をスマホで好きな時に何度でも見ることが可能。なお、お花はオンライン墓参りの費用内で、造花は無料で3種類から選ぶことが出来る(図表17)。

図表17 オンライン墓参り『セレモビ』での花束の種類と価格(聞き取りから筆者作成)

造花 (無料)	仏花	一般的な仏花の造花花束
	エレガント	紫・青色を基調とした造花花束
	グローリアス	オレンジ色を基調とした華やかな造花花束
生花(1,500円程度)	価格は墓地次第だが、生花不可の霊園もある	上記の造花のうち1種類に加えて、生花を供えることが出来る

③ お世話になった人のお墓(場所が不明な場合)の検索

下記要件を満たした墓地のみ、故人の名前による検索*で所在地が表示可能となり、遺族に尋ねることなく、親戚や友人が容易に墓参りをできるようになる。

*1) セレモビ上で検索できる故人は、家族または本人(生前)によって故人プロフィール登録がされており、かつ選択可能な公開・非公開について、公開設定されている場合。

*2) オンラインで墓参りできる墓地は、墓位置登録されている必要がある。

*3) 故人登録および墓位置登録は、セレモビの導入に同意した墓地・霊園に限られる。

*4) 故人登録および墓区画(表記ママ)登録は、セレモビを利用して設定や申請をすることができるが、3親等以内の家族もしくは本人(生前登録)限定の機能である。

(1) オンライン墓参り依頼者向けアプリ「セレモビ」の主な機能

- ・故人情報の登録・編集(公開・非公開設定あり)
- ・故人(情報公開設定の場合)を検索してプロフィールを表示
- ・墓地図ナビの表示
- ・オンライン墓参り(墓参り代行)の発注(翌日以降の予約が可能)およびクレジットカードによる後払い決済
- ・記帳:希望者は遺族に対してメッセージを送ることができる

(2) 墓参り代行スタッフ向けアプリ「セレモビ WORKS」の主な機能

- ・オンライン墓参りの受注・実施・完了報告
- ・料金の請求
- ・スタッフ管理(霊園事業者限定)

〈価格〉

- ・「セレモビ」「セレモビ WORKS」ともに、アプリ使用料および登録料は無料

- ・アプリによる墓参り代行：墓参スタッフによるお参り動画（1分）3,000円～（税別）
- ・「セレモビ」を導入する寺院・霊園は初期費用として60,000円～（税別）

代表取締役である政池英一氏によると、故人登録・墓区画登録を3親等以内の家族にまで権限を与えているのは、甥や姪を想定してとのことであった。現在、単身者が増えており、子供がいない場合に、3親等とすることで、甥や姪に見てもらうことが可能となる。また、曾孫も可能となるので、そちらも想定しているとのことであった。

7.ふるさと納税の返礼品としての「お墓参り代行サービス」

7.1.ふるさと納税制度の概況

ふるさと納税制度は、2008年に始まった制度である。『ふるさと納税制度の現状と課題』[橋本、鈴木 2016]によると、「2007年5月の総務大臣による問題提起」がその発端とある。加藤慶一（2010）の報告によると、その構想の元となるのは2006年10月に西川福井県知事が提案した「故郷寄附金控除」だとしている。進学や就職を機に、生まれ育った故郷を離れ、故郷と異なる地で納税する。彼らを育み、恩恵を受けた「ふるさと」の地方団体に税収はない。先述の問題提起とは、「自分を育ててくれた「ふるさと」に、自分の意思で、いくらかでも納税できる制度があっても良いのではないか」というものである。この議論は、お世話になった故郷にできれば恩返しをしたいという人の琴線に触れ反響を呼んだが、大都市部の首長から「その分だけ減収になる」と反論の声があがった。総務省の『ふるさと納税に関する現況調査結果』（2021年7月30日）によると、ふるさと納税の受入額は2015年以降大幅な伸びを見せる。開始時である2008年度以降のふるさと納税受入額の表を以下に示す。

図表 18 ふるさと納税の受入額および受入件数の推移（全国計）（筆者作成）

	2008年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
受入額	81.4 億円	388.5 億円	1652.9 億円	2844.1 億円	3653.2 億円	5127.1 億円	4875.4 億円	6724.9 億円
受入件数	5.4 万件	191.3 万件	726.0 万件	1271.1 万件	1730.2 万件	2322.4 万件	2333.6 万件	3488.8 万件

出所：総務省『ふるさと納税に関する現況調査結果』（2021年7月30日）

注）額および件数について、法人からの寄附金を控除し、ふるさと納税として認められる寄附金のみを計上している。2009年度から2013年度は100億円台とそれ以下のため割愛した。

2021年8月6日付『日本経済新聞』「都内自治体、ふるさと納税増加目立つ 流出額なお多く」によると、都内の自治体でも、返礼品の拡充や、共感を得やすい個別事業に対する寄附募集などにより、税収の流出を防ごうと努めている。具体的には、墨田区では紳士靴「スコッチグレイン」や江戸切子を返礼品とし、前年度比67%増となった。渋谷区ではレストランやホテルの食事券などのコト消費の返礼品を軸に、前年度比8.7倍となった。

4.2倍の世田谷区では個別事業に対する寄附を募り、PCR検査拡充などの新型コロナウイ

ルス対策事業、人工呼吸器などが必要な医療的ケア児の支援事業、児童養護施設退所者の奨学基金などに寄附が集まった。しかしながら、都内の税収流出の勢いは止まっていない。都市部の住民が地方に寄附するケースが多いため、「寄附額から住民税控除額を引くと控除額の方が大きい」という「赤字」の自治体は56にのぼった。

図表 19 ふるさと納税により自治体から流出する「赤字」額の多い自治体（筆者作成）

1	世田谷区	57億624万円
2	港区	38億7332万円
3	江東区	32億4581万円
4	大田区	30億9260万円
5	品川区	30億4089万円

出所：2021年8月6日付日本経済新聞『都内自治体、ふるさと納税増加目立つ 流出額なお多く』注）総務省の資料を基に寄附額から市区町村民税控除額を引いて算出したもの

赤字額が最大の世田谷区は、「税負担と行政サービス享受の公平性の点から問題がある」と国に制度の是正を訴える。控除額は、地方交付税で補填される仕組みがあるが、23区などは不交付団体のため補填がない。そのため赤字の自治体は自力での穴埋めに知恵を絞っている。

購買行動は「投票」に準えられることがある。例えば故郷や応援したい自治体の企業の商品や地場産物を選んで購入することは、その地域への応援となる。

お金の使い方と健康・幸福度について、カナダのブリティッシュコロンビア大学心理学者エリザベス・ダン博士チームによると、他者のためにお金を使うと幸福度が上がるという報告がある¹⁹。ダン博士の別の研究では高齢被験者に3週間連続でお金を渡し、A群に「お金を自分のために使う」、B群に「お金を他者のために使う」よう伝え、3週間後に血圧を計測したところ、B群において血圧の降下が認められた。自分ではなく他者のためにお金を使うことによる血圧降下の効果は、降圧剤の投与や運動に匹敵するほど²⁰であった。つまり、本来の「寄附」等の行為はこれらの効果が見込めるものである。

税収が流出している自治体は苦心している。ふるさと納税が地方の活性化に貢献しているという側面もあるようだが、居住地が財源不足では、十分な公共サービスの維持に困難をきたす。①人口減少などに起因する財源不足の自治体 ②税収流出による赤字に苦しむ自治体、の財源不足に対して、有効な解決策が見つかることを願う。

¹⁹Spending Money on Others Promotes Happiness *Science*, (2008/3/21) Vol 319, Issue 5870, pp. 1687-1688

²⁰ Is spending money on others good for your heart? *Health Psychology*, 2016 Jun;35(6), pp. 574-583.

7.2.ふるさと納税の返礼品としてのお墓参り代行サービスについて

ふるさと納税の返礼品は、多種多様な地域に根差したサービスが用意されているが、そのラインナップには「墓参り・墓掃除代行サービス」も用意されている。ふるさと納税サイトのうち、「お礼の品掲載数 No.1 ふるさと納税サイト（2021年10月JMRO調べ）」と謳われている「ふるさとチョイス」にて関連ワードの検索を行った。結果を下記に示す。

図表 20 「ふるさとチョイス」での墓参り関連ワード検索結果（2021年6月29日閲覧）
比較のため、2022年5月時点の件数も記す。件数がいずれも増加していることがわかる。

「墓掃除」 ²¹ (421件) (2022年5月463件)	最小寄附額：5,000円（北海道池田町・秋田県八郎潟町）
	最大寄附額：667,000円（静岡県裾野市内墓地お墓掃除サービス、月1回12か月連続、供花あり）
「墓参り」 ²² (320件) (2022年5月390件)	最小寄附額：7,000円（新潟県燕市のシルバー人材センター利用サービス）
	最大寄附額：770,000円（長崎県佐久市の「合葬式墓地・個別埋蔵20年間」）※検索で該当するものの内容は「墓参り」ではなく、「墓地埋蔵権」である。
	「墓参り」の最大寄附額：最大寄附額：667,000円（静岡県裾野市内墓地お墓掃除サービス、月1回12か月連続、供花あり）
「墓参り代行」 ²³ (171件) (2022年5月228件)	最小寄附額：7,000円（新潟県燕市のシルバー人材センター利用サービス）
	最大寄附額：352,000円（福島県福島市の「花の店サトウ墓参り代行サービス年12回コース」）
「墓草抜き・墓掃除」 ²⁴ (13件) (2022年5月15件)	最小寄附額：14,000円（兵庫県伊丹市の「墓草抜き・墓掃除利用券」）
	最大寄附額：667,000円（静岡県裾野市内墓地お墓掃除サービス、月1回12か月連続、供花あり）

²¹ 「ふるさとチョイス 墓掃除」2021年6月29日閲覧 <https://www.furusato-tax.jp/search?q=%E5%A2%93%E6%8E%83%E9%99%A4>

²² 「ふるさとチョイス 墓参り」2021年6月29日閲覧 <https://www.furusato-tax.jp/search?q=%E5%A2%93%E5%8F%82%E3%82%8A&header=1&target=1&sst=>

²³ 「ふるさとチョイス 墓参り代行」2021年6月29日閲覧 <https://www.furusato-tax.jp/search?q=%E5%A2%93%E5%8F%82%E3%82%8A%E4%BB%A3%E8%A1%8C&header=1&target=1&sst=A>

²⁴ 「ふるさとチョイス 墓草抜き・墓掃除」2021年6月29日閲覧 <https://www.furusato-tax.jp/search?q=%E5%A2%93%E8%8D%89%E6%8A%9C%E3%81%8D%E3%83%BB+%E5%A2%93%E6%8E%83%E9%99%A4&header=1&target=1&sst=A>

なお、「墓参り」で検索した際に「お気に入り数順」で並べると、上位には「おまかせ花束 (10,000 円) 大阪府阪南市」や「仏事線香 1 kg×2 箱 (8,000 円) 和歌山県有田市」、「総本山善通寺オリジナル念珠 (男性用 17,000 円女性用 14,000 円) 香川県善通寺市」など、墓参りに用いることのできる商品も含まれていたため、「墓参り代行」という単語に変えると 171 件の表示となった。最大寄附額に 3 回登場する「静岡県裾野市内墓地お墓掃除サービス」は、「墓参り」「墓掃除」「墓草抜き・墓掃除」のいずれの検索ワードでも該当するように、ページに単語が配されている。

それぞれの掲載件数と、1 年弱の間に掲載件数が増加していることから、墓参り代行に関するサービスにはニーズがある程度存在することが予想される。

8. 海外の追悼におけるオンライン化の事例

8.1. コロナ禍の台湾におけるオンライン墓参りの事例

中華圏の人々は先祖祭祀をととても大切にするため、年に 2 回「清明節 (旧暦 3 月、二十四節気の「春分」の次の節で、「春分」後 15 日目にあたる)」と「重陽節 (旧暦 9 月 9 日：なお、長崎のおくんち＝「御九日」は、長崎在住の中国人たちが近世に伝えた重陽の節句である)」にお墓参りに行くことが重要な行事となっており、行政が専用バスを用意しても、道路交通と人の渋滞のマネジメントが課題となる。日本におけるお盆やお彼岸に相当する時期と捉えられるが、その熱心さにより中華圏では、墓地が人で渋滞する事態が起きる。ただし、新型コロナウイルスの感染対策で 2020 年は墓参りが制限され、新たな墓参りの形が広がった。

2020 年 4 月 4 日の清明節の時点では、感染防止のために屋外では 500 人を超える集会が禁じられ、墓地でも人数の大幅な制限が行われた。それを契機に急増したのがオンライン墓参りである。台北市が管理する公共墓地では、清明節 (2020 年 4 月) 前後の約 1 週間で、利用者が約 28,000 人にのぼり、前年同期比の約 10 倍となった²⁵。

オンライン墓参りは、登録している市民しか利用できない。HP にパスワードを入力してログインすると、市内にある墓地の写真が現れる。自分のご先祖のお墓を選ぶと、利用者はオンライン画面上で花を供えたり、祈りをささげることができる。

8.2. アメリカにおけるオンライン墓地および墓地検索サイトの事例

アメリカでは 1990 年代半ばに「オンラインでの追悼サービス (メモリアルサイト)」が誕生した。Google にて「oldest memorial site」で検索すると、約 4.73 億件がヒットするが、検索最上位に「The World Wide Cemetery | The oldest online memorial site」

²⁵毎日新聞「台湾で新たな墓参りの形 公共墓地ではオンラインが前年同期比 10 倍」(最終更新 2020/11/25 12:00) <https://mainichi.jp/articles/20201124/k00/00m/030/233000c>
2021 年 6 月 29 日閲覧

(Cemetery は墓地の意)が表示される。「The World Wide Cemetery」内では、世界で初めて開設されたオンラインメモリアルサイトであると謳っている。当サイトは、1995年にカナダ人の Mike Kibbee によって開設されたものである²⁶。詳細は次項にて後述する。

8.2.3.で触れる「Find a Grave (お墓を探す、の意)」も 1995 年にアメリカで開設された墓地所在地検索サイトである。

8.2.1.The World Wide Cemetery について

当サイトは、1995 年に開設されたオンラインメモリアルサイトであり、世界で最初のメモリアルサイトであると謳っている。2021 年 6 月の時点で確認したところ、次のような状況であった。当サイトでは 28 か国の国民の墓地サイトをお参り (閲覧) することが出来、日本人も 1 名含まれている。なお、表示される 28 か国は以下の通り。

1.アルゼンチン、2.オーストラリア、3.ベルギー、4.ブラジル、5.カナダ、6.エチオピア、7.フランス、8.ドイツ、9.インド、10.イタリア、11.コートジボワール、12.日本、13.韓国、14.メキシコ、15.オランダ、16.ニュージーランド、17.パキスタン、18.フィリピン、19.ポーランド、20.プエルトリコ、21.ロシア、22.サウジアラビア、23.南アフリカ、24.スウェーデン、25.スイス、26.ウガンダ、27.英国、28.ベトナム

1つのオンライン墓地サイトを作成するための費用は \$90 であり、サインアップやパスワード、年会費は不要である。作成すると、恒久的な URL が「cemetery.org/firstname-middlename-lastname」という形式で発行され、言語は英語、フランス語、ドイツ語、イタリア語を使用することができる。作成した故人のサイトには写真やメッセージを記録できるが、2021 年 6 月時点では、音楽や動画は置くことができず、ペット用サイトの登録は受け付けていなかった。訪問者はメッセージ、写真、お花を供えることができる。短いメッセージは無料、長いメッセージと写真 (9 種類の既定の花の画像から選ぶことができる) の追加は \$9 である。同社の Philippe Saner 氏に問い合わせたところ、2021 年 7 月 1 日に得た回答では、306 基のオンライン墓地の登録があるとのことであった。

8.2.2.Tributes.com について

前項の Philippe Saner 氏に最大と思われるオンラインメモリアルサイトを問い合わせたところ、<http://tributes.com/>をご紹介いただいた。tributes とは、敬意を捧げる賛辞の意である。当サイトでは、著名人のメモリアルサイトを訪れることができる他、ペット用の

²⁶ [The World Wide Cemetery | The oldest online memorial site \(https://cemetery.org/\)](https://cemetery.org/)

2021 年 6 月 29 日閲覧

サイトを作成することもできる。

図表 21 Tributes.com の「2020 年（1 月 1 日～12 月 4 日）に亡くなった著名人」の標題



図表 22 Tributes.com 内のペット用サイト作成の紹介



Tributes.com では、毎年アメリカにおける全死亡者の 8 割以上の訃報を扱っており、現在全米の 150 の放送局（ラジオ・テレビ局）が当社のメディア配信ネットワークに加入している。各放送局のウェブサイトに Tributes.com の死亡記事を活用したセクションが掲載されている。死亡記事のデータベースには、9,500 万件を超える記録、文書が含まれている。なお、参考までにアメリカの人口は 2020 年で 3.3 億人²⁷、死亡率 0.87% であり、全米の死亡者数（2019 年）は年間 285.4 万人²⁸である。年間死亡者数を 12 で割ると、ひと月の平均死亡者数概算は 23.8 万人となる。毎月 400 万人に近い消費者と数千の葬儀場が Tributes.com の訃報を信頼し、死亡記事として公表している。

なお、検索エンジン Google にて「largest online graves」で検索すると、（2022 年 3 月 30 日時点）2.03 億件にヒットするが、検索最上位に上がる「Billion Graves」では、検索可能な墓地の GPS データを世界最大で保有すると記載している。また、検索 2 位に上がる「Find a Grave」内では、世界最大の墓地サイトコレクションであると謳っており、8.2. で触れたように、登録のある故人の墓地所在地を検索できるサイトである。

²⁷ UN, World Population Prospects: The 2019 Revision（中位推計）

²⁸ UN, Population and Vital Statistics Report

3. Live births, deaths, and infant deaths, latest available year

8.2.3. Find a Grave について

「Find a Grave」は、偉人や著名人も含め、墓地の所在地を検索できるサイトである。1995年にアメリカで開設されたオンラインサービスで、世界中に実在する約1億9,000万のお墓をサイトにリストアップしている。

図表 23 Find a Grave 内で閲覧数の多い人物の表示

Portrait	Name	Birth - Death	Occupation	Burial Location
	George Washington	22 Feb 1732 - 14 Dec 1799	1st United States President, Revolutionary War Continental...	Mount Vernon Estate Mount Vernon, Fairfax County, Virginia, USA
	Benjamin Franklin	17 Jan 1706 - 17 Apr 1790	Declaration of Independence Signer, Continental Congressman, US...	Christ Church Burial Ground Philadelphia, Philadelphia County, Pennsylvania, USA
	William Shakespeare	23 Apr 1564 - 23 Apr 1616	Playwright. Considered one of the greatest playwrights in...	Westminster Abbey Westminster, City of Westminster, Greater London, England
	Walt Disney	5 Dec 1901 - 15 Dec 1966	Entertainment Magnate, Motion Pictures Pioneer. Most remembered...	Forest Lawn Memorial Park Glendale, Los Angeles County, California, USA

閲覧者数の多い「Most Popular (図表 23)」には、ジョージ・ワシントン、ベンジャミン・フランクリン、ウィリアム・シェイクスピア、ウォルト・ディズニーの名が並ぶ。例えば「Walt Disney」を検索すると、「Forest Lawn Memorial Park」と墓地の名称や住所とともに詳細が示される (図表 24)。

図表 24 「Find a Grave」での墓地検索結果の画像 (Walt Disney 氏の墓地検索結果)

Forest Lawn Memorial Park

LOCATION 1712 S. Glendale Avenue
Glendale, Los Angeles County, California, 91205 USA [Show Map](#)

PHONE 800-204-3131

WEBSITE www.forestlawn.com

MEMORIALS 338,175 added (56% photographed)

[SHARE](#) [+ ADD FAVORITE](#)

死者の名前や生没年などを検索してヒットすると、お墓の写真やプロフィールなど死者

の情報が表示される。墓地の所在地がわかるため、実際のお墓参りに赴くことも可能となり、また、現地に赴かずとも、サイトを通じて世界中の死者にバーチャルな花を手向けたり、追悼のメッセージを送ったりすることができる。

8.2.4. ForeverMissed 社のメモリアルサイト²⁹（追悼サイト）

創設者である Oleg Andelman 氏は、2008 年末にオンラインメモリアルサイトを立ち上げ、今では世界で 280 万人以上が利用する「故人の思い出を未来につなげる」サイトである。Web 上に、家族のデジタル化した写真や記録、人生史、家系図、エピソードなどを格納し、閲覧することが出来る。また、ここで作成した Web サイトの QR コードを作成し、掲示することにより、スマートフォンやタブレットをかざすだけで容易に閲覧することが可能となる。この追悼サイト QR コードの掲示先の例として、墓石、仏壇、遺影、家系図などがあげられる。また、2012 年から追加された有料版では、閲覧制限や公開設定をすることもできるようになった。

8.3. 著名人の追悼サイトについて

アップル社のサイト内には、創業者であるスティーブ・ジョブズ氏（1955-2011）が亡くなった後、追悼用のページ「追悼 Steve Jobs」（タイトルは Apple Japan の場合）が設けられた。100 万人を超える人々がそのサイトに彼への想いや感謝を投稿している。日本の著名人の追悼サイトで知られたものでは、2020 年に亡くなった俳優の三浦春馬氏のものがある。多くの作品で活躍し、これからを期待されていた彼の死を惜しみ、所属事務所であった株式会社アミューズは、彼の 1 周忌である 2021 年 7 月 18 日から 7 月 25 日午後 6 時まで追悼サイトを作成し、過去作品をまとめた映像や未公開の写真などの公開を行った。

8.4. オンラインの訃報および追悼アカウントの事例

欧米では訃報記事を、Web サイト上に掲載することが盛んとのことであり、英語圏では Web サイト版お悔やみ記事を数千万人が活用しているとの記事も目にする。英語圏では故人の思い出の共有を Eulogy（賛辞、この場合、故人を讃えることを指す）と呼ぶ。SNS 上での「訃報」という意味では、Facebook を使用していたユーザーが亡くなった際には、アカウントを「追悼アカウント」に設定することで、そのユーザーが亡くなったことを関係のあった友人たちに知らせることができる。アメリカでは 2015 年 2 月から追悼アカウントの管理人を生前に指定できる機能が実装されており、追悼アカウント管理人により、アーカイブのダウンロード許可などを設定することができ、またアカウントの削除を選ぶことも可能となっている。新たに追加された本機能は、2015 年 5 月にアメリカに次いで世界に先駆けて、日本、オーストラリア、ニュージーランドで提供が開始された。

²⁹ <https://www.forevermissed.com/>（2021 年 6 月 25 日閲覧）

III おわりに／考察

本報告では、デジタル変革（DX）が乗り越えるべき壁（2025年の崖）に触れ、仮に既存システムが刷新されずに2025年まで使い続けられた場合、もたらす経済損失の推定額は年間最大12兆円（2016年報告書時点の3倍）となる。またデジタル産業において、日本ではIT人材が、ユーザー企業内（発注元）のIT部門に所属する割合は28%に過ぎず、アウトソーシングが原因で、ユーザー企業内にシステムを熟知した人間が少ないという問題が起きている。また、人材が退職を迎え、属人的な知識が失われる危険性も唱えられているが、属人的な知識の保存の必要性は、IT部門に限られた問題ではない。また、デジタル化がもたらす課題解決の事例では、例えばテレワークを行う場合、ホワイトカラー雇用者の通勤に要する一日当たり1.29時間（2006年）が余暇に回ったことになり、過去65年間（1941→2006）をかけて増えた労働時間（1.97時間）の65%に相当する。またコロナ禍を機に需要が確認されたオンラインによる偲ぶ会、墓参の代行サービスの他、海外で拡がりを見せるメモリアルサイトや墓地検索サイトなどの事例を紹介した。

技術の進化と定着に伴い、生まれた時から身の回りにスマートフォン、SNSなどが身近にあった世代（日本では1990年後半頃から2012年頃に生まれた世代）のことを「Z世代」と呼ぶ。

彼らはデジタルネイティブであるとともに、SNSネイティブ（またはソーシャルネイティブ）、スマホネイティブでもある。そもそもZ世代の語源はアメリカにあり、ダグラス・クープランド（カナダ）の著書『ジェネレーションX』より「ケネディ政権頃からベトナム戦争終結後頃（1965~1980年頃）」までに生まれた世代を「X世代」と呼んだ。続く1981年以降1990年台前半頃までに生まれた世代をY世代、そして1990年後半頃から2012年頃に生まれた世代をZ世代と呼ぶ。（年代の区切りには諸説ある。）デジタルネイティブである彼らは、最新技術や多くの情報をより早く捉え、活用していくことが予想される。そして、デバイスを通じて海外がより身近にあるために、多様な価値観を受け入れる素地がある。

人の認識や行動は意外なきっかけで変わることがある。例えば社会的に影響のある人が「大々的に結婚式を挙げた」というようなことが、その後の人々の心理に深く影響するというようなことは起こりうる。過去には、1963年の楽曲である九重佑三子氏の「ウェディング・ドレス」（永六輔作詞、中村八大作曲。二人は「六八コンビ」と呼ばれた）が大ヒットし、ウェディングドレスの着用数が増え、貸衣裳が足りなくなるという現象が起きた³⁰。

人々の憧れや共感などによって、新たなブームや潮流が生まれることもある。人々の心情に影響するという意味で、似たようなサービスであっても商品名やキャッチコピーにより、受ける印象が大きく異なることがある。例えば関東地区でテレビCMが放送されている都市型納骨堂「良間（りょうもん）」（東京都港区南麻布）は、CM内で「アフターライフレジ

³⁰ NHK『知恵泉』「“オリジナリティー”って何だ!? 中村八大」2021年6月8日初回放送

デンス（亡くなった後の住居の意）」というコピーを用いているのが印象的である。草刈正雄氏と女性が演じる夫婦役の映像と相まって、「亡くなった後も夫婦で共に暮らす」という像を見ている人に与える。そしてその言葉の響きは、「お墓」「墓地」などの印象と異なり、亡くなった後の時間の過ごし方のような希望を感じさせる。

価値のある商品があっても、生活者に価値が上手く伝わらないと、供給のチャンスを逸してしまう。関心やニーズのある層に、適した情報を印象的に届けることは重要なことである。ソーシャルメディア等の媒体で情報を発信することも発信ツールの一つであるが、施設内外に設置したデジタルサイネージやデジタルディスプレイを活用して自社商品の効果的な広告を打ち出すことはもちろんのこと、サイネージをオンラインで繋ぎ、媒体に接触する「ターゲット層（例として挙式会場見学者など）」を明確化することにより媒体価値を高め、広告媒体として活用すれば、媒体としての収益も見込むことができる。

社会変化や価値観などの変容に応じて、大切なことの価値が効果的に伝えられ、受け手に届くことを祈る。

【参考資料】

総務省 2019 令和元年版 情報通信白書

総務省 2021 令和3年版 情報通信白書

経済産業省 2018『DX レポート～IT システム「2025年の崖」の克服とDXの本格的な展開～』デジタルトランスフォーメーションに向けた研究会編（平成30年9月7日）

経済産業省 2021『DX レポート 2.1』デジタル産業の創出に向けた研究会編（2021年8月31日）

小谷みどり 2021「死後の共同性を誰がどう保障するのか：現代社会における墓の多様化と意義」『論文集（令和2年度）』一般財団法人冠婚葬祭文化振興財団 冠婚葬祭総合研究所
落合陽一 2022『過去を「巨視」して未来を考える』NHK出版

オードリー・タン、近藤弥生子 2022『まだ誰も見たことのない「未来」の話をしよう』S Bクリエイティブ株式会社

総務省 2007『ふるさと納税研究会報告書』平成19年10月

総務省 2021『ふるさと納税に関する現況調査結果（令和3年度実施）』

橋本恭之、鈴木善充 2016「ふるさと納税制度の現状と課題」『会計検査研究 No.54』

別表 冠婚葬祭および関連分野におけるコロナ対策とその関連記事
 (新聞記事より要約) 調査期間：2020年5月13日～2020年7月21日

分野	項目	記事番号	内容	
葬儀	影響		【コロナの影響】	
		1-1	4月の通夜・葬儀への参列者の平均は15名で、通常の4割程度だった。	
	3密回避			【焼香方法の見直し】
		2-1	密を避けるため、式前にも焼香を案内している。	
		3	人の滞留を防ぐ「廻り焼香」を導入し、入り口付近で焼香し、そのまま帰宅できる。	
		4	密集を防ぐため「流れ焼香」とし、150名のホールにも社会的距離から約20席を設置している。	
		33-2	受付も設置せず、親族の焼香中に一般参列者がもう一つの焼香台で焼香できるようにした。	
		57-5	斎場内に入るのをためらう参列者のために、屋外に焼香台を設ける。	
		84-1	焼香で列に並ぶ時、距離を保つために足形や線で目印を示している。	
				【ドライブスルー型焼香】
		34-4	ドライブスルー型で、参列者は車内から窓越しに焼香し、場内の祭壇に向かい手を合わせる。	
				【新型コロナウイルス感染拡大防止ガイドライン（全互協・全葬連連名発表）】
		32-3	焼香台付近に消毒液を置く、焼香時に1m以上、可能なら2m以上距離を取る、など。	
				【社会的距離の確保】
		32-2	斎場の整列や座席も、間隔を空けて並べられていた。	
		79-2	会場の椅子の間隔を広げ、ドアを開けて換気する。	
	84-2	会場の座席を6割程度減らす。		
			【火葬場へのバス移動の乗車率】	
	84-5	火葬場へ移動する際、マイクロバスなどに乗車してもらうのは、10人未満の親族に限るケースが多い。		
	感染予防			【感染予防】
		32-4	受付は手袋を着けフィルム越しに対応し、記帳を代筆する。一般参列者の席は無くし、換気徹底する。	
		57-6	斎場の利用を1日1組に制限している。	
		79-1	葬儀場での参列者のマスク着用や消毒を徹底。	
		79-5	葬儀の受付で香典を渡してすぐ帰る場合もある。	
				【換気・消毒・アクリル板の設置】
		84-3	ドアや窓を開けた換気、階段の手すり、エレベーターのボタンなどの小まめな消毒も徹底している。会場内の受付にはアクリル板を設置している。	
				【ロボットによる読経】
66-1	僧侶に代わってロボットによる読経を用意。			
		【葬儀のデジタル化に対する意識】		
66-4	SNSによる訃報・葬儀案内やライブ配信、ロボットによる読経などIT・デジタル関連のサービスに「抵抗がある」との回答は75%を超えた。			

地域	備考	掲載日	掲載紙
愛知県名古屋	「ティア」談。小規模化の他、料理の振る舞いの省略も増加。	2020/6/19	東京新聞
宮城県仙台市		2020/5/18	河北新報
石川県能登	空気清浄機を各室導入。オンライン葬儀と香典決済を検討。	2020/5/22	北国新聞
島根県出雲市	希望があれば映像業者を手配し、葬儀を録画して発送する。	2020/6/16	山陰中央新報
沖縄県浦添市		2020/6/3	琉球新報
群馬県前橋市		2020/6/26	読売新聞
香川県		2020/7/11	四国新聞
長野県上田市	レクスト・アイ「上田南愛昇殿」	2020/6/5	産経新聞
全国	映像配信や録画をすることも「一つの方法」と提唱。	2020/6/3	琉球新報
沖縄県浦添市		2020/6/3	琉球新報
北海道函館市		2020/7/7	北海道新聞
香川県		2020/7/11	四国新聞
香川県		2020/7/11	四国新聞
沖縄県		2020/6/3	琉球新報
群馬県前橋市	メモリード（前橋市）	2020/6/26	読売新聞
北海道函館市		2020/7/7	北海道新聞
北海道函館市		2020/7/7	北海道新聞
香川県		2020/7/11	四国新聞
		2020/6/29	フジサンケイビジネスアイ
	くらしの友調べ「新しい葬儀スタイルに関する意識調査」2018年11月（コロナ前）実施、2019年2月5日リリース。40 - 70歳代男女400名対象。		

分野	項目	記事番号	内容
葬儀	感染予防		【従業員向け感染予防】
		84-7	従業員向けに、防護服や手袋、ゴーグルなどを準備し、着脱の際の注意点や消毒の手順を動画などで周知。
			【防御服などの支援 県に要望書】
		35	「セレモニー」を含む32社は県に対し、マスクや防御服の安定供給を求める要望書を提出した。
			【新型コロナ感染者の葬儀】
		46	葬儀の前に火葬を行う。遺体は納体袋に収容され棺に納められ、病院から直接火葬されるため、遺族が最後の対面が出来なかったり、棺に花を入れられなかったりする。
			【新型コロナ患者の火葬・骨揚げ】
		36-4	新型コロナで亡くなると、家族が濃厚接触者と判断され火葬場に入れず、業者が骨揚げや運搬を代行するケースも出ている。
		77	新型コロナ患者の葬儀について、葬儀会社は独自に対策を練り、火葬した上での葬儀を推奨している。
			【おくやみ欄への事後掲載】
	感染予防	33-4	葬儀・告別式の後に故人の死を知らせることが増えた。告別式を実施したことを伝える「謹告」（新聞掲載）が増えた。
		56	3～5月、朝日新聞ながさき版のおくやみ欄で「営まれた」との記載は227件。前年同時期の50件に比べ4倍超だった。
		79-4	葬儀終了後に新聞のおくやみ欄で知らせることも多い。
	少人数化		【セルフサービス葬】
		6	感染リスクを避け、家族ら2～3人での葬式を想定。火葬・棺運搬・葬儀用具・位牌・戒名授与・スマホから読経が流れる「スマ坊さん」がセットで14万8千円。
			【小規模化】
		32-1	参列者が1千人を超えることもある沖縄の告別式も席数を減らし、家族葬が増えた。
		33-1	家族や近親者のみで執り行う小規模な告別式が多くなるなど変化が起きていた。
		68-3	公益社（大阪市）が近年、年間で扱う葬儀の約7割は参列者が20～30人の家族葬が占める。2000年前後から家族葬が増え始めた。葬儀の単価が下がる一方で、多くの斎場の稼働率が、繁忙期を除いて2～3割程度にとどまっているという。
		68-4	今年2月に実施した全国調査によると、「一般葬」に携わった人が初めて5割を割り込んだ。一方家族葬が増え、葬儀参列者も平均で55人と、13年から23人減った。
79-3		葬儀を自宅で行う人、家族のみでという人もいる。	
84-6	10人程度の家族葬も急速に増加しており、葬儀場の設備を小規模用に切り替える動きも出ている。		
時間短縮		【火葬のみの葬儀（直葬）】	
	34-1	3月に扱った葬儀が全件火葬のみであった。（埼玉県の業者談）	
	34-2	最近扱った葬儀の9割が火葬のみであった。（東京都の業者談）	

地域	備考	掲載日	掲載紙
香川県	感染者が亡くなった場合でも、適切に対応できる準備が整っている。	2020/7/11	四国新聞
埼玉県さいたま市		2020/6/4	東京新聞
大阪府大阪市	お気持ちに副えるよう、出棺前に遺族が棺の上に花を手向けられるようにしたり、霊柩車が自宅前を通るようにするなどの取り組みも進めている。	2020/5/13	毎日新聞（大阪）
北海道札幌市	ただし札幌市は濃厚接触者以外の5人までは、コロナ患者の骨揚げすることを認めている。	2020/6/14	毎日新聞
新潟県	スタッフによる取骨を眺めて終わることも。玄関先で遺骨を受け取るだけのケースもある。	2020/7/4	新潟日報
沖縄県		2020/6/3	琉球新報
長崎県	高齢者の参列は感染リスクがあることもあり、おくやみ欄への事後掲載を希望したり、掲載自体を取りやめたりする遺族は確実に増えている。（メモリード（長与町）葬祭担当者談）	2020/6/26	朝日新聞
北海道函館市		2020/7/7	北海道新聞
愛知県春日井市	故人の俗名や戒名、家名等を読み込んだお経が録音される。	2020/5/15	朝日新聞
沖縄県		2020/6/3	琉球新報
沖縄県	「5～6年先のことだと思ったものが一気に訪れた。」いなんせ典礼副社長談。	2020/6/3	琉球新報
大阪府大阪市	「葬儀の小規模化が加速する可能性がある」燦ホールディングス取締役談。	2020/6/30	読売新聞（大阪）
	鎌倉新書調べ。葬儀一式の費用や飲食接待、返礼品にかかる費用の平均総額は184万3,300円（寺院などへのお布施を除く）だった。2013年比約18万5,000円の減少。	2020/6/30	読売新聞（大阪）
北海道函館市		2020/7/7	北海道新聞
香川県		2020/7/11	四国新聞
埼玉県		2020/6/5	産経新聞
東京都		2020/6/5	産経新聞

分野	項目	記事番号	内容
時間短縮			【1日葬の増加】
		34-3	通夜を行わない1日葬が昨年同期比で約20%増加。(千葉県の業者談)
			【会食の非実施】
		34-6	コロナの影響で通夜や告別式に加え、会食も実施しないなど、簡素化に拍車をかけている。
		68-2	葬儀に伴う飲食接待や返礼品の利用が落ち込んだという。
			【通夜振る舞いの持ち帰り推奨】
		84-4	提供する料理は大皿を避け、巻きずしなどの折詰に切り替えた。最近は持ち帰りを推奨している。
			【QRコードを用いた動画配信による斎場滞在時間の短縮】
		2-2	葬儀の前後に式場で流す思い出の写真のオリジナル動画を、会葬礼状のQRコードから視聴できるようにした。
		5-1	QRコードを読み込むと、故人の写真や喪主の挨拶の4分ほどの動画が流れ、会葬礼状やメール、SNSで送ることができる。
葬儀	来館せず に参加		【オンライン葬儀・法事】
		7	通夜と葬儀を無料でインターネット中継、喪主の挨拶や思い出写真の掲載。
		2-3	葬儀の様子をウェブ用カメラを導入しYou tubeを活用。
		8	オンライン葬儀をYou tubeで中継。式の終了後も一定期間内なら動画を閲覧できる。
		1-2	Zoomによる葬儀サービス。双方向性を活かし、カメラを持って棺近くなどに移動。
		1-3	築地本願寺でZoomで読経の様子を中継する「リモート読経」を開始。
		9	オンラインで読経を聞き、宅配されたお重料理を共に食べる。
		37-1	インターネットを活用した「リモート参列」
		34-5	オンライン葬儀のURLを参列希望者に事前送信。定刻にはYou tubeで配信され、生前のアルバムも閲覧可能。後日、録画も再生可能。
		36-1	オンライン葬儀（「スマート葬儀」）は4月中旬にサービスを始め、5月末までに約50件実施した。
		36-2	オンライン葬儀（「ネット遥拝」）を4月上旬に始めた。海外在住の親族も葬儀への参加ができた。
		36-3	LINEなどを通じ、僧侶が法話や読経を法要の場に届けるサービスを5月上旬に始めた。
		47	ブライト信州で葬儀を行う場合、「オンライン会葬」は追加料金なしで利用できる。希望者に動画のURLを送信。
		48-1	僧侶に事前に承諾を取り、遺族が自らのスマートフォンで通夜の様子をライブ配信した。
		48-2	メモリード（前橋市）は葬儀のライブ配信を始めた。You tubeで無料配信し、ライブの他録画でも見られる。
		48-3	ライフエンディングテクノロジーズは、Zoom、スカイプ、LINEを通じて僧侶が読経などをする「スマ僧侶」を4月下旬から始めた。参列者同士が画面上で顔を合わせ、遠隔地の僧侶の読経を聴く。
		57-4	メモリード（前橋市）の葬儀のライブ配信はこれまでに約60件が行われた。
68-1	読経する僧侶の様子などを動画で撮影し配信する「オンライン葬儀」。ウェブ会議システムなどを活用して6月に始めた無料のサービス。		
		【オンライン中継用機材 無償貸し出し】	
82	7月中に葬儀をオンライン中継するサービスを全国で始める。公益社が必要な機材を無償で貸し出し、中継に使うアプリは利用者が選べる。		

地域	備考	掲載日	掲載紙
千葉県		2020/6/5	産経新聞
東京都品川区	「よりそう」談。	2020/6/5	産経新聞
大阪府大阪市	公益社（大阪市）	2020/6/30	読売新聞（大阪）
香川県		2020/7/11	四国新聞
宮城県仙台市	斎場での滞在時間が短い参列者が増えたため。	2020/5/18	河北新報
群馬県高崎市	斎場での滞在時間が短い参列者の他、リモートの人にも伝えられる。	2020/6/19	上毛新聞
福井県福井市	供物の注文も可能。サービス名「オーリンク」	2020/5/18	中日新聞
宮城県仙台市	かつてはPC6台同時受信が限界だった。	2020/5/18	河北新報
石川県加賀市	今後、終活セミナーや人形供養祭も動画配信する予定。	2020/5/20	北国新聞
愛知県名古屋市		2020/6/19	東京新聞
東京都中央区	読経後は施主にら向き合うようにして法語を行う。	2020/6/19	東京新聞
新潟県三条市	同様のリモート結婚式も受付	2020/6/25	新潟日報
愛媛県	県外の遺族の気持ちの整理のために。	2020/6/6	愛媛新聞
群馬県前橋市	クレジットカード決済で香典や供花を送ることも可能。	2020/6/5	産経新聞
東京都	県境をまたぐ移動の自粛要請があったが、参列が実現した。	2020/6/14	毎日新聞
愛知県名古屋市	故人の考えや生き方を知り継承することが葬儀の意義であり、可能である。	2020/6/14	毎日新聞
東京都中央区	鎌倉新書	2020/6/14	毎日新聞
長野県長野市	遠隔操作できるライブ配信用カメラを天井に設置予定。香典のクレジット決済と、返礼品を選べるサービスの構築も検討。	2020/5/14	信濃毎日新聞
福岡県北九州市	葬儀に参列できず、心残りで悩んでいる人が多いことに気づかされ、寺の法要をYou tubeでライブ配信した。	2020/5/19	朝日新聞
群馬県前橋市	香典や弔電、供花をネット上から送る仕組みもある。	2020/5/19	朝日新聞
本社・東京	すでに予約を含めて約50件の利用があり、葬儀でも使われている。	2020/5/19	朝日新聞
群馬県前橋市	ライブ配信は、遠隔地に住む人のためコロナ禍の前から計画していた。	2020/6/26	読売新聞
大阪府大阪市	公益社（大阪市）	2020/6/30	読売新聞（大阪）
全国	サービスは公益社の会館の他、他社のレンタル式場や自宅で行う葬儀でも利用できる。	2020/7/10	日本経済新聞

分野	項目	記事番号	内容
葬儀	来館せず に参加		【録画提供サービス】
		84-6	やむを得ず欠席した親族に葬儀を録画して提供するサービスも広がり始めている。
			【高齢者を想定した、Zoomなどよりも簡単な操作のオンライン葬儀システム】
		91	LINEや電子メール、ショートメッセージなどで視聴用のQRコードやURLを出席者に送付する。出席者は当日ライブ中継にオンライン参列できる。
	葬儀の 補完		【後葬・後日葬】
		2-4	コロナ禍が収束した後に、故人を改めて悼む「後葬」の提案。
		37-2	火葬後に改めて別れの場を提供する「後日葬」を始めている。
		79-6	新型コロナ収束後に希望の規模の葬儀を行える取り組み。親族のみで火葬を行い、後日の葬儀の時期に期限はない。
			【コロナ患者の遺族】
		36-5	コロナ収束後、改めて遺族らが集まる機会を設ける等気持ちの整理がつけられるようにすべき。
			【葬儀の意味】
		59-2	「葬儀は、親族が集まって遺体と物理的に対面することなどが重視されてきた。儀礼を安易に簡略化するのではなく、人が死を受容していく過程を重視した別れの方法を模索することが大事だ。」
		【プロジェクションマッピング】	
	66-2	故人の思い出の写真や動画を3Dホログラムスクリーンとプロジェクションマッピングにより立体的に映し出す。感染防止の観点や遠方で参列できなかった人のためのお別れの会でも使用したりする。	
	故人への 想い		【後火葬】
	33-3	沖縄では元来「前火葬」が多いが、少しでも長く故人との時間を作るため「後火葬」の要望がある。	
	オンライ ン相談 会・ セミナー		【オンライン葬儀相談・終活セミナー】
	66-3	オンラインの葬儀相談・打合せを4月から本格開始。5月からは終活セミナーを開講。	
	外出自粛		【郵送による納骨】
		38	外出自粛の影響で、4,5月の遺骨をゆうパックで霊園に送る「送骨サービス」の申込が昨年の約2倍。合同墓か樹木葬墓地対象。
		【墓参り代行サービス】	
89	第一交通産業グループは、運転手が墓参りを代行するサービスを7/10から始めた。合掌や墓の清掃、線香を供える等のサービスを提供。通常の距離制運賃と別に、手数料5千円が必要。別料金で仏花の依頼もできる。		
営業支援		【飲食店のテイクアウト企画との連携】	
	58	総合葬祭サービスのシオンは、商工会などと連携して、営業不振に陥っている飲食店を支援しようと、テイクアウト企画を展開している。専用サイトでは、基本情報と共にメニューを写真入りで紹介。	

地域	備考	掲載日	掲載紙
香川県		2020/7/11	四国新聞
新潟県新潟市	アイビーシステム（新潟市）の「ライブデ葬儀」	2020/7/17	日経MJ
宮城県塩釜市		2020/5/18	河北新報
愛媛県		2020/6/6	愛媛新聞
北海道函館市	おくりびとのお葬式 函館南（東京）	2020/7/7	北海道新聞
北海道札幌市	NPO法人「葬送を考える市民の会」代表談。	2020/6/14	毎日新聞
	国立歴史民俗博物館 山田慎也教授 談	2020/6/26	読売新聞
神奈川県相模原市	臨場感あふれる映像に参列者は感慨を受ける。	2020/6/29	フジサンケイビジネスアイ
沖縄県		2020/6/3	琉球新報
神奈川県相模原市	Zoomを使って双方向のコミュニケーションを取った。	2020/6/29	フジサンケイビジネスアイ
北海道三笠	高齢や遠方の事情で埋葬に訪れるのが困難な親族のため2014年開始。	2020/5/31	北海道新聞
長崎県佐世保市	佐世保市内は長崎第一交通グループ。34都道府県に拠点を持つ第一交通産業グループが全国で開始した。	2020/7/15	長崎新聞
愛知県江南市	参加しているのは和洋中の飲食店など12店。	2020/6/26	中部経済新聞

分野	項目	記事番号	内容	
結婚	影響		【新型コロナによる延期やキャンセルの影響】	
		53-1	3～8月の延期・キャンセルは14万組、損失総額が5千億円に上ると見込む。	
		53-2	4月の結婚式場業の売上高は、前年同月比92.1%減だった。	
		78-1	県内では3～6月にかけて8割近くの挙式が延期され、業界団体は23億円の損失と試算。	
		83-3	「愛知ウェディング協議会」によると、加盟する25事業者の3～5月の損失額の合計は20億4千万円に上る。	
		86	2020年の国内ブライダル関連市場規模が前年見込み比5.7%減の2兆2,400億円になるとの予測をまとめた。「夏以降も市場の冷え込みが続く」と分析した。	
		93-4	矢野経済研究所による上記推計は、2020年2月時点での推計。	
		93-5	国民生活センターによると、コロナ禍での式場とのトラブルに関する相談は7月15日までに2,648件。相談は2月から増え始め、ピーク時の4月は1,335件。	
				【在宅勤務・テレワークが出生数増加の追い風に（少子化対策）】
	52	夫の家事時間が長い世帯ほど、子供が2人以上である割合が大きいとのデータもある。		
			【オンラインサービス利用状況（生活満足度）】	
	55	緊急事態宣言後に生活への満足度が下がったという調査結果が出た。一方、生活の満足度が高い人ほど、通販や映像配信などオンラインサービスを積極活用する傾向が強い。		
			【助け合いの意識の調査】	
	70	6月の調査で、緊急事態宣言下の生活でどのような人々に助けられていたか複数回答で尋ねたところ、家族（59%）、社会インフラを支えてくれている人（32%）、友人・知人・恋人（26%）と続いた。「助け合おうという意識が高まった」（67%）。「社会が助け合いにあふれている」（46%）で、1月の同様の調査より20%上昇した。「これか		
			【指針】	
	10	BIAの指針：換気や消毒の徹底、大声の余興の自粛、集合写真は直前までマスク着用等		
	57-2	BIAの指針：料理の大皿盛りは避け、個人盛り。酒の回し飲みは避ける等		
	62-6	BIAの指針：ビュッフェはNG、お酌は避ける、等		
	67-1	BIAの指針：席の間隔を空ける。大皿料理を避ける。集合写真は撮影直前までマスクを着用し会話を控える。		
11	「NEW NORMAL for HAPPY WEDDING宣言」結婚式場18社、全国1,350会場が賛同、リクルートマーケティングパートナーズも加わり独自ガイドラインを策定。			
76	結婚式場18社と「ゼクシィ」を制作するリクルートマーケティングパートナーズを含む19社は、独自ガイドラインを策定し、1490会場が賛同した。			
57-3	大阪市中央公会堂では、3月から独自の指針を定め、配膳係との接触回数を減らすため、複数の料理を一つのプレートで提供するサービスも選べる。			
60	ワタベウェディングでは感染症に配慮した挙式サービスの新基準「安心への5つの約束」を設けた。100項目以上ある。マスクやフェイスシールド着用、ソーシャルディスタンス、事前準備でのパーティション活用、衣装試着は着用ごとに消毒、メイクに使うスポンジは使い捨て、牧師が手を重ねる行為や周囲とのハグをやめたり、マイクは使うたびに消毒する、等。			
65-1	宴会の在り方の提案（お客様に対し）：乾杯時に声を発さずグラスを合わせない。余興はできるだけ声を発しない、ビデオ余興を推奨する。カチャーシーは席に座ったままか席付近で。披露宴終了後の退席はグループごと。			

地域	備考	掲載日	掲載紙
全国	日本ブライダル文化振興協会（東京）	2020/6/22	中日新聞
全国	経済産業省の統計	2020/6/22	中日新聞
茨城県	茨城ウェディング協議会（水戸市）によると、同協議会加盟の式場で3～6月に予定されていた結婚式は824組。うち中止が10組、延期が632組に上った。	2020/7/7	茨城新聞
愛知県		2020/7/10	中日新聞
矢野経済研究所調べ	4月以降、結婚式・披露宴の中止が相次いだ。ブライダル関連市場の約6割を占める挙式披露宴市場に影響した。	2020/7/15	日経MJ
矢野経済研究所調べ	婚礼関連市場6分野の金額を合計した市場規模は、19年までの5年間で7.3%縮小。	2020/7/21	西日本新聞
国民生活センター		2020/7/21	西日本新聞
内閣府・少子化指標	通勤時間が減り、在宅勤務で効率化が進められれば、夫の家事時間が増える可能性が出てくる。	2020/6/21	産経新聞
野村総合研究所調べ	「行動の自由が制限される中、オンラインサービスで生活の楽しさや利便性を実感した人は、感染収束後も活用を続けるだろう。ネットと生活満足度の相関関係はさらに強くなる。」（コンサルタント談）	2020/6/23	読売新聞（大阪）
全労災（東京）調べ	インターネット調査（6月実施）15～79歳の男女計3,000人から有効回答を得た。	2020/7/1	読売新聞（大阪）
全国	式場選びに換気のよさが優先され、短縮・少人数化が進む可能性	2020/6/17	上毛新聞
全国		2020/6/26	読売新聞
全国		2020/6/26	静岡新聞
全国		2020/6/30	福井新聞
全国		2020/6/23	中部経済新聞
全国	オンラインを活用した準備や式場スタッフの体調管理徹底など7項目。宴席の椅子を非対面で配置するなど新生活様式にきめ細かく配慮。	2020/7/4	北国新聞
大阪府大阪市	参列者が適切な距離等を保てるようスタッフが見守る。	2020/6/26	読売新聞
京都府京都市	6月以降は挙式を予定する顧客があり、安心できる基準を設けた。当面は国内で運用し、海外に広げる。	2020/6/26	京都新聞
沖縄県那覇市	沖縄では招待客が300人以上になることもあり、大人数で行われる。	2020/6/19	琉球新報

分野	項目	記事番号	内容
結婚	指針		【「新しい生活様式」多人数での会食について】
		39	新聞掲載当時は「冠婚葬祭など親族行事は、多人数での会食は避けて」と明記。延期した結婚式を普通に開きたいならば2～3年待った方がいいのかと悩む当事者も。
	3密回避		【参列者同士の距離確保】
		22-2	会場の密度を下げる運用など（会場450→200人、体温計10台、空気清浄機約20台購入）
		15-2	チャペルの座席数を半減。宴会場のテーブル同士の感覚を空け、人数を最大8→5人に削減。
		15-3	チャペルや神殿、宴会場の席数を半分に削減。
		15-4	式場や宴会場で距離を確保し、希望に応じてテーブルに透明なパネルを置くことも検討中。
		17-2	再開時はテーブル当たりの席数を半分に、人数が多い場合は披露宴を二部制に。
		40-2	換気や空気清浄を徹底し、円卓も人数を削減。席間に適した透明遮蔽版を置き、アクリルうちわも作成。
		64-1	披露宴会場のテーブルも2m間隔で設置し出席者間の距離を取る。
		67-3	テーブル数やテーブルごとの席数を半分にする。
			【サッカースタジアムで貸し切り挙式サービス開始】
		41	サンガスタジアム京セラは、1日貸し切って結婚式を挙げられるプランを始めると発表した。
			【ガーデンウェディング】
		64-4	チャペルと周囲の芝生を生かした「ガーデンウェディング」を検討。
		【時間帯や建物を分け、密集を避ける】	
	62-2	席次や収容人数が変わることから、ゲストが100人規模の場合、2部制や、会場を2か所に分けて中継する方式などを提案する方針。	
	87	4棟ある宴会施設をフル活用し、時間帯や建物によって出席者を分け密集を避ける。	
	感染予防		【感染予防】
		61-1	フロントのアクリル板設置やスタッフのマスク、フェイスシールドの着用など対策をして営業。
67-2		検温のためのサーモグラフィーを導入。	
93-1		挙式での讃美歌斉唱は聖歌隊のみ。	
		ブーケトスをする際は一定の距離を取る。 ケーキ入刀の際、参列者に前方での写真撮影を呼び掛ける案内はやめる。	
93-2		新郎新婦の入場前に、参列者に感染防止の注意点などを紹介する映像を流す計画。 お酌や回し飲みは控えるよう呼び掛ける。	
		デザートビュッフェをする場合はできるだけスタッフが取り分ける。 フラワーシャワーは、手ではなくカップに入れたものを撒いてもらう。	
	「ウェルカムドリンク」の提供は、マスクをして待機する人と提供場所を分け、接触を減らす。		

地域	備考	掲載日	掲載紙
全国	厚生労働省資料「新しい生活様式」のコミュニケーションに関する項目	2020/6/10	読売新聞
高知県高知市	取り箸を共有しないために個人用トングを数百本購入。	2020/6/14	高知新聞
長野県長野市		2020/6/23	信濃毎日新聞
長野県軽井沢町	マイクは1回の使用毎に消毒する。	2020/6/23	信濃毎日新聞
長野県松本市	ブライダルフェアは別の参加者と時間が重ならないように調整	2020/6/23	信濃毎日新聞
佐賀県伊万里市		2020/6/24	西日本新聞
山形県山形市		2020/6/6	山形新聞
和歌山県		2020/6/28	紀伊民報
福井県福井市	ザ・グランユアーズフクイ	2020/6/30	福井新聞
京都府亀岡市	挙式の標準的なプランは約65万円。	2020/6/2	京都新聞
和歌山県みなべ町	ホテル&リゾート和歌山みなべ	2020/6/28	紀伊民報
静岡県浜松市	楠倶楽部（浜松市）	2020/6/26	静岡新聞
群馬県太田市	屋外挙式や1日1組限定プランなど利用者の要望に沿った企画を提案する。またオンライン打合せも実施する。	2020/7/14	上毛新聞
北海道函館市	ベルクラシック函館「ガーデンパーティーも売り出したい。」	2020/6/26	北海道新聞
福井県福井市	ザ・グランユアーズフクイ	2020/6/30	福井新聞
福岡県福岡市	ホテル日航福岡	2020/7/21	西日本新聞
佐賀県伊万里市	アイ・ケイ・ケイ	2020/7/21	西日本新聞

分野	項目	記事番号	内容
結婚	お客様への配慮		【招待状の発送時期】
		78-2	招待客が状況を見て出欠を決められるよう出来る限り式の間近になってから招待状を送る。
			【マスクケースの用意・体調への気遣い】
		78-5	出席者の客席にマスクケースを用意した。招待状には体調を気遣うコメントを入れたカードを添付する。
	時間短縮		【披露宴の時間短縮】
		64-2	料理の提供数を減らして披露宴の時間を短縮する。
	二人の式		【二人だけで結婚を祝う「祝福式」】
		20	結婚式の中止や延期を余儀なくされた組を対象に、教会で二人の祝福式を無料でやっている。
			【ドライブスルー結婚式】
		21	ブラジル・リオデジャネイロでは、公証役場でドライブスルー式で公証人らが式を執り行う。
			【フォトウェディング】
		22-1	通常10万円の内容を3.9万円で提供。衣装選びからデータ授受まで1日に対応。
		42	ワタベウェディングは婚礼衣装の写真専門店を札幌市と福岡市に開設。スタジオは全国16か所。
		62-4	静岡市のローマ写真スタジオでは3月ごろからフォト婚の問合せが増えており、予約数も伸び、通常時の1.5倍ほど。窓を開けて換気し、スタッフはマスクを着用して撮影が進められた。
		64-5	海外での挙式を断念し、フォトウェディングのみに変更したカップルの需要が増加。
		78-4	水戸プラザホテルでは3～5月に、記念写真のみに変更したりしたケースが多かった。
	少人数化		【少人数プラン】
		14-2	最少人数6人で催す結婚式プラン。人前式、衣装、記念写真、食事のセット。
		14-3	少人数で挙式のみを行い、披露宴の代わりに1万円を超える豪華弁当を用意。
		51	婚礼の小規模開催の需要が高まると見込み、身内だけの「家族婚」を企画。
		65-2	沖縄の披露宴は大人数で行われ、お祝儀相場が1万円である。少人数の披露宴になることで、新郎新婦の金銭負担が増すことになる。
78-3		3～5月に水戸プラザホテルでは80組が延期や規模縮小を選んだ。約80人から家族のみの10人程度に縮小したりするケースが多かった。	

地域	備考	掲載日	掲載紙
茨城県水戸市		2020/7/7	茨城新聞
茨城県水戸市		2020/7/7	茨城新聞
和歌山県		2020/6/28	紀伊民報
北海道札幌市	式料は無料で、貸衣装とメイクは有料。牧師と聖歌隊あり。	2020/6/14	北海道新聞
ブラジル・リオ	5月半ばまでに40組以上の夫婦がドライブスルーで誕生	2020/6/1	毎日新聞
高知県高知市	利用者は「落ち着いたら式を挙げたい気持ちも高まった」	2020/6/14	高知新聞
福岡市・札幌市	20～30代男女の約8割がフォトウェディングの撮影を希望。根強い需要有。	2020/6/6	京都新聞
静岡県静岡市	今後、Zoomで撮影風景を新郎新婦の家族などに見てもらえるよう準備を進めている。	2020/6/26	静岡新聞
和歌山県田辺市		2020/6/28	紀伊民報
茨城県水戸市		2020/7/7	茨城新聞
岡山県岡山市		2020/6/16	山陽新聞
静岡県浜松市		2020/6/26	静岡新聞
石川県金沢市	6人分で29万5千円。	2020/5/30	北国新聞
石川県金沢市	オンライン相談会も開催。	2020/5/30	北国新聞
島根県出雲市	出雲市の古い町並みが残る木綿街道の施設を使用したプラン。宿泊プラン提案や懐石料理メニュー開発も始める。	2020/6/6	山陰中央新報
沖縄県	「少人数、コース料理が定番になれば、沖縄の祝儀相場も変わってくるかもしれない」関係者談。	2020/6/29	琉球新報
茨城県水戸市		2020/7/7	茨城新聞

分野	項目	記事番号	内容
結婚	来館せずに相談		【情報収集サイト】
		12	感染対策に重点を置いた結婚式プランの紹介や、不安に答えるQ&Aを掲載
			【オンライン相談会・打合せ】
		13-1	SNSなどを使った結婚式のオンライン相談、Instagramでスタジオや衣装をライブ配信紹介。
		14-1	式場を紹介する動画配信をスタート（金沢・富山市の式場）
		15-1	オンラインでの打合せ導入。試着とヘアメイクのリハーサル、料理の試食以外はオンライン。
		16	結婚式の「オンラインカウンター」の利用件数、4月は前年比13倍、5月は前年比12倍。
		17-1	オンラインの式場見学・打合せを導入
		18-1	挙式・披露宴会場の見学動画作成、Instagramにてドレス紹介配信。
		61-3	4月以降はZoomやスカイプなどでの見積もり、式の内容の打合せ等、月に数件利用がある。
		64-3	Instagramで模擬挙式の動画を配信。
			【挙式予定カップルに向けた動画配信】
		74	新潟県内のブライダル業界の関係者が、挙式予定のカップルに向けたメッセージ動画を制作した。You tube・SNSで配信。県内約50の事業者が参加した。
			【リゾートウェディングのオンライン相談】
		19	JTBの3店舗でリゾートウェディングの相談ができる「オンライン相談」開始。
			【オンライン結婚式・披露宴】
		13-2	Zoomで式の様子（スタッフがビデオカメラで撮影した映像）をライブ配信するサービス
		23	オンライン結婚式、ライブ配信の他、婚礼料理・ケーキを宅配し一緒に味わう。
		24	オンライン神前結婚式。You tubeのライブ配信機能で知人に式の様子を限定公開。
		25-1	オンライン参列プラン。スタッフが挙式の様子を動画撮影して中継する。
		26	「家族プラン」「フォトウェディング」「オンライン挙式」「挙式後のオンラインパーティー」
		27	オンライン結婚式。約30分の式を映像で配信。チャペル前スクリーンにZoomの招待客投影。
		18-2	家族だけの挙式の様子を専用HPにて公開、関係者への挨拶動画も掲載
		18-3	生中継によるオンライン結婚式（PCやスマホで視聴）
		28	ビデオ会議アプリを用いたオンライン披露宴
		40-1	オンラインを利用した披露宴として、料理を配送した上で、ウェブ上で一緒に祝ってもらう。
		44	ビデオ会議アプリZoomによりリモート参加もでき、式や披露宴はYou tubeで生中継される。
		54	結婚式ライブ配信アプリ「WeddingLive」を利用し、親族や友人らに参加してもらう結婚式を開催。当日は新郎新婦のみが式に出席し、スタッフがその様子をスマホで撮影して動画で配信した。
		57-1	オンライン神前式・披露宴。会場参加者は7名、Zoomにより参加した親族は22名、また神前式や披露宴はYou tubeでもライブ配信され、約60名の友人らからメッセージが書き込まれた。

地域	備考	掲載日	掲載紙
静岡県浜松市	「izumoden安心プロジェクト」	2020/6/23	中日新聞
北海道札幌市		2020/5/21	北海道新聞
石川県金沢市		2020/5/30	北国新聞
長野県軽井沢町	首都圏の利用者が3割を占め、移動の負担も軽くニーズに合う。	2020/6/23	信濃毎日新聞
京都府京都市	ワタベウェディング	2020/6/23	読売新聞（大阪）
佐賀県伊万里市	推奨するも足を運びたい人がほとんど	2020/6/24	西日本新聞
栃木県宇都宮市	コメント機能での質問にも回答	2020/6/24	下野新聞
北海道函館市		2020/6/26	北海道新聞
和歌山県みなべ町	ホテル&リゾート和歌山みなべ	2020/6/28	紀伊民報
新潟県	「事業者とお客様が溝を作らないよう、橋渡しになれば」と動画の制作を始めた。（ウェディングプランナー談）	2020/7/3	新潟日報
東京都・神奈川県	相談日時を事前予約すると、資料が事前に郵送される。	2020/6/13	週刊観光経済新聞
北海道札幌市		2020/5/21	北海道新聞
原宿東郷記念館	7人の披露宴を82人にライブ配信。総額約130万円。	2020/5/28	中部経済新聞
静岡県島田市	インスタグラムによる式場・衣装を紹介するオンライン相談も。	2020/6/12	静岡新聞
福岡県福岡市	問い合わせは堅調に増えている。	2020/6/16	西日本新聞
青森県青森市	オンラインパーティーでは参加者に料理の配達を準備中。	2020/6/16	東奥日報
宮崎県宮崎市		2020/6/22	宮崎日日新聞
福島県白河市	1年間動画保存。落ち着いたところにパーティーの流れへ	2020/6/24	下野新聞
栃木県佐野市		2020/6/24	下野新聞
愛媛県今治市	海外在住や高齢の親戚にも中継	2020/6/25	愛媛新聞
山形県山形市		2020/6/6	山形新聞
千葉市美浜区	会場と同じメニューと引き出物がリモート参加者の自宅に宅配される。	2020/6/2	千葉日報
青森県青森市	出席者はアプリを通じてご祝儀を送金できる。夫妻は来年、あらためてパーティーを開く予定。	2020/6/22	東奥日報
原宿東郷記念館	自宅参加の親族には3段お重が配達された。和食・ケーキ・花などが入っていた。費用は約60人を招待する予定だった当初の4割程度の約130万円であった。	2020/6/26	読売新聞

分野	項目	記事番号	内容
結婚	来館せずに相談		【オンライン結婚式・披露宴】
		59-1	「コロナ禍をきっかけに（結婚式の）動画配信による新たな形や簡素化の流れが加速化するのでは」
		62-5	オンライン結婚式には、結婚式プロデュース会社がシステムから式的设计まで担うケースと、新郎新婦自身がZoomなどを利用して用意するケースの二つが主流。
		65-3	「リモート結婚式」を結婚写真館が、動画配信や編集のプロ、レストランと組み、披露宴の動画配信の他、料理を届ける仕組みも整えた。
		80-3	会場の内と外をネットで結ぶオンライン披露宴も用意した。
		83-1	会場からライブ配信し、追加で衣装や教会式など様々なプランを準備する。基本料金は15万円。
		93-3	沖縄県の1施設限定で挙式をライブ配信するサービスを始めた。動画配信サイトで限定配信する。他の会場や地域でも今後展開していく方針。
			【新郎新婦が結婚を報告するオンライン結婚披露宴サイト「リモートウェディング」】
		49-2	新郎新婦が結婚を報告する映像や写真を掲載し、友人らが祝いの品を送れるオンラインサイトの開設。
			【ご祝儀のクラウドファンディング】
	83-2	オンライン挙式に合わせ、クラウドファンディング形式でご祝儀を集め、返礼品で引き出物を渡す仕組みを7月中に始める予定。	
	予約取込		【費用の支払い方法】
		14-4	費用を後払いできる「貯金ゼロでも大丈夫フェア」を企画
			【早割キャンペーン】
		14-5	6月末まで、来年の挙式予約を募り、12万円の挙式料の他、総額百万円相当を割引く。
		【新規契約者に10万円の値引きサービス】	
	80-4	年内挙式の新規契約者に一律10万円の値引きサービスを近く始める予定。	
	挙式の無料提供		【チャペル挙式のプレゼント】
80-2		式典や衣装、宿泊などがセットになったチャペル挙式を抽選で10組にプレゼント。	
	【無料で挙式サービス】		
92	挙式予定だったホテルなどが新型コロナの影響で倒産し、式を諦めざるを得なかったカップルを対象に、式場や衣装を無料提供するサービスを実施している。プランナーとの打合せや当日の進行支援も含み、挙式の様子DVD作成の提案も準備している。奈良や東京、兵庫、福岡など全国計10か所の式場のチャペルで「人前式」を開くことができ		
延期への支援		【式場「実質追加負担なし」広がる】	
	29	全国31社133会場が賛同し、式の日程変更も実質的に追加負担を無料とする対応。	
		【自治体支援】	
	30	結婚式の中止・延期で最大10万円を市が給付（34歳以下の組対象）	
	81	岐阜市内の結婚式関連業者15社が、新型コロナの影響で結婚式の中止や延期をしたカップルに支援金支給を求める要望書を市に提出した。	
	88	佐賀県は、新型コロナの影響で、3～6月に県内で予定していた結婚セレモニーを延期またはキャンセルした夫婦やカップルに、支援金10万円と「花とみどりのギフト券」5千円分を贈呈する。	
	【式場の特設サイト】		
62-3	式場が5月半ば、式を延期したカップルを応援するサイト「#さなぎ時間」を開設した。①日程変更に対し費用面も含め柔軟に対応する②打合せ段階からオンライン活用など感染対策を徹底③式が実現するまで徹底的にサポートを宣言している。		

地域	備考	掲載日	掲載紙
	文芸評論家 斎藤美奈子氏談	2020/6/26	読売新聞
	結婚式総合情報サイト「みんなのウェディング」談。	2020/6/26	静岡新聞
沖縄県浦添市		2020/6/29	琉球新報
熊本県熊本市	ANAクラウンプラザホテル熊本ニュースカイ。招待された人は出席とオンライン参加を自由に選ぶことができる。	2020/7/8	熊本日日新聞
愛知県豊橋市	婚礼司会業を手掛ける「プロスタッフ」（豊橋市）が準備。	2020/7/10	中日新聞
沖縄県	ワタベウェディング（京都市）	2020/7/21	西日本新聞
本社・東京都	「Y&Company」（東京）が開設。	2020/5/25	産経新聞（大阪）
愛知県名古屋市	「スマイルストーリー」（名古屋市）が開設予定。	2020/7/10	中日新聞
富山県富山市	ビデオ会議システムを用いた打合せも実施	2020/5/30	北国新聞
富山県富山市	ANAクラウンプラザホテル富山	2020/5/30	北国新聞
熊本県熊本市	熊本ホテルキャッスル	2020/7/8	熊本日日新聞
熊本県熊本市	ANAクラウンプラザホテル熊本ニュースカイ。「結婚式を諦めないで」とのメッセージを込めた。	2020/7/8	熊本日日新聞
全国計10か所の式場	結婚式場やレストランを運営する「ディライト」（奈良市）。東京商工リサーチによると、2～7月に経営破綻した式場運営会社は全国に4社ある。空きが出た式場の活用やプランナーの育成につなげたいという狙いもある。	2020/7/21	中部経済新聞
全国	結婚準備サイト「リクシィ」が呼びかけ。	2020/6/13	朝日新聞
千葉県四街道市	3～8月に婚姻届で1組5万円。式の中止・延期で5万円。	2020/5/21	東京新聞
岐阜県岐阜市	4～6月に市内で予定していた結婚式を後日延期して開くカップルに5万円、キャンセル後に改めて開くカップルに10万円の補助を求める内容。	2020/7/8	中日新聞
佐賀県	申請締め切りは9/30まで。	2020/7/15	佐賀新聞
静岡県浜松市	「式の延期で突然ゴールが見えなくなったストレスは大きい。準備期間を不安なく楽しめるよう、コミュニケーションを密にしていきたい。」	2020/6/26	静岡新聞

分野	項目	記事番号	内容
結婚	後日披露宴プラン		【後日披露宴実施】
		45	年内に挙式と親族のパーティーを済ませ、来年以降に披露宴を開くプランを作成
		61-2	前撮り撮影と、後日日取りを決められる披露宴の費用込みで、通常料金よりも10万円程抑えられる28万6千円のプランを5月に発売。
		80-1	挙式と披露宴を別日に分けて開催できる新プランを始めた。挙式は少人数にとどめ、披露宴は半年後や1年先など期日を自由に設定することが出来る。
	婚活		【オンラインお見合い】
		31	Zoomによるオンライン婚活パーティー・飲み会（婚活支援のLMO）
		25-2	Zoomによるオンライン婚活パーティー・飲み会（婚活支援のLMO）
		69	LMOのオンラインパーティーで4/26に知り合った二人は、画面を通じて何度か顔を合わせ、交際をスタート。オンラインのデートを重ね、6/19に初めて直接会い、その日にプロポーズが成立し、翌日に婚姻届を提出した。
		5-2	Zoomを使ったりリモートお見合い
		50	駒ヶ根市結婚相談所が開く、Zoomを活用した婚活イベント。二部制で定員男女六名ずつ。
		63-1	4月下旬からZoomによるオンラインお見合い導入。男女15組のうち8組成立。対面の1.3倍。
		85	福井市が初めて開いたオンライン婚活イベント。独身者15人が自宅などから参加した。
			【飲み会】
		63-2	「オンラインで飲み会をした」20代40.2%で50代の5倍以上。30代は25.2%。
			【親が「お見合い」をする会】
		72	未婚の子の親が代わってお見合いをする会が7/20開かれる。参加者にはマスク着用や検温を求める他、席の間隔にゆとりをもたせる会場設営をする。
			【独身男女を仲介するボランティアの取り組み】
		75	ボランティア「縁結びist」には約500人が登録しており、結婚支援センターに申し込んだ未婚男女と面会して紹介するが、4,5月は電話やメールのみの対応となった。6月からはアクリル板を設置し、検温実施の上対面での面談を始めた。
			【結婚希望者の増加】
		17-3	ステイホームの期間に家族の大切さを感じ、結婚したい人が増えたというデータもある。
	【思い出に残るプロポーズ（108本のバラ）の提案】		
49-1	生花店が「求婚」を意味する108本のバラの花束を販売する。結婚を承諾されると、「感謝」の花言葉に応じた本数に分けて知人に手渡し、結婚を報告することを提案。		

地域	備考	掲載日	掲載紙
大分県大分市		2020/5/31	大分合同新聞
北海道函館市	料理人やプランナーがカップルの自宅で料理の無料試食や相談を行う出張サービスも始めた。	2020/6/26	北海道新聞
熊本県熊本市	ホテル日航熊本。別日開催は一般に費用がかさむが、割引特典で料金を安く抑えた。年内成約カップルが対象で、申し込み後に日程変更しても追加費用はかからない。	2020/7/8	熊本日日新聞
福岡県福岡市	4/1から毎日開催し、これまで延べ約千人が参加した。	2020/5/30	日本経済新聞
福岡県福岡市	4/1から毎日開催し、これまで延べ約千人が参加した。	2020/6/16	西日本新聞
福岡県		2020/7/1	読売新聞（大阪）
群馬県高崎市		2020/6/19	上毛新聞
長野県駒ヶ根市		2020/5/27	中日新聞
愛媛県西条市	「会話重視になれる点もオンラインの良さ」結婚相談所談。	2020/6/28	山陰中央新報
福井県福井市	参加者が在宅なので、自然な姿が分かる気がする、との声。 「自宅からのやりとりでプライベートを共有できると、実は結婚にもつながりやすいのでは」	2020/7/12	福井新聞
大都市圏の 20～69歳	博報堂生活総合研究所調べ（5月、男女1,500人に調査）	2020/6/28	山陰中央新報
福岡県福岡市	「良縁親の会」は2005年から全国各地で開催。参加費は1人1万1千円。定員100人（先着順）	2020/7/3	朝日新聞
石川県	婚活中の登録者数は1,551名（3月末現在）。昨年度成婚数115組（過去最多）。累計999組。県民意識調査では未婚者の約6割が「結婚を希望する」と回答。	2020/7/4	北国新聞
	「アイ・ケイ・ケイ」の記事より	2020/6/24	西日本新聞
大阪府岸和田市	バラの花言葉は、1本「一目ぼれ、あなたしかいない」、8本「感謝」、12本「愛が日増しに強くなる」など、本数によって変化する。	2020/5/25	産経新聞（大阪）

分野	項目	記事番号	内容
	婚活		【ブライダル・ギフトジュエリーの消費】
		71	百貨店の営業が再開された6月、ジュエリーは、ブライダルとギフトから消費が戻った。「4°C」では前半はブライダルの伸びが顕著だった。若年向けにシルバーのペアジュエリーが売れているのも特徴的で「4°C」では2桁以上の伸びだった。「ヴァンドーム青山」も前年実績には届いていないものの、ブライダルとギフトは伸長し、月予算を超えた。
	結婚式場の有効活用		【結婚式場の会議会場としての利用】
		73	会議は「3密」回避が求められているため、結婚式場の庭との扉を開放できる広いパーティー会場など感染リスクに備えた設備をPRし、式場の稼働率を高める。
			【貸会議室のTKPとブライダル会社が提携】
	90	エスクリは、貸会議室大手のTKPと資本・業務提携した。3密回避で需要が高まってきている広めの宴会場をTKPは確保でき、エスクリは平日の稼働率を高められる。	

地域	備考	掲載日	掲載紙
全国	ファッションジュエリーブランドの売上は前年同月比10~20%減で推移した模様だが、想定よりは上回った。	2020/7/3	織研新聞
岐阜県	同県内の4か所の式場。いずれも庭や100人規模が収容できる広いパーティー会場がある。関東圏では、結婚式場を宴会やイベント向けに貸し出すブライダル業者が増えている。	2020/7/3	岐阜新聞
		2020/7/17	朝日新聞