

報道関係各位

株式会社 日本香堂

2014年11月●日

「喪中見舞」意識・実態調査

“喪中はがき”に想いを返すギフト習慣として浸透進む『喪中見舞』

株式会社日本香堂（東京都中央区／代表取締役社長・小仲正克）は、当社が提案する、喪中はがきを受け取った際に弔意をこめて進物用お線香をおくる『喪中見舞』という新たなギフト習慣について、その浸透度を測るため「喪中見舞」意識・実態調査を実施しました。

近年、“家族葬”の普及に伴い「年末に届く喪中はがきで知人が亡くなったことを知る」ケースが急増。思わぬ報せに、今さらお香典をおくるのも躊躇われ、適切な対処も見当たらず、戸惑いの広がる生活者の意識に目を向けて「進物用お線香」という解決策を提案した当社の「喪中見舞」キャンペーン。開始以来大きな反響を呼び、年末の「進物用お線香」需要は年々めざましい伸長を見せています。

この市場のさらなるポテンシャルを推し量るべく実施した調査の結果、直近1年以内に喪中はがきのやりとりをした30代～70代の男女の4割以上が「喪中見舞」を認知しており、一度でもおくれた経験のある人の9割近くが今後も継続の意向を示し、受け取った経験がある人の7割以上が今度は自身もおくりたいと答えるなど、認知・浸透の進む様子が見てとれました。今後さらなる認知の広がりと共に、新たな年末のギフトとして習慣定着が期待されます。

最近では、ご供養に対する生活者の意識が大きく変化し、故人と語らうひとときに心の癒しを求めてお線香を供える「エントリーユーザ層」が増えています。当社ではそうした想いにやさしい香り・やさしい使用感でお応えする新製品『やさしい時間』を今春発売し、ご好評をいただいておりますが、新たにその進物タイプもラインナップに追加。「喪中見舞」に託される皆さまの温かい思いやりや心の交流を応援してまいります。

【製品に関するお問い合わせ】

株式会社日本香堂 マーケティング部 担当:吉野 公祥

TEL: 03-3541-3473(直通) / FAX: 03-3541-3579 / MAIL: k-yoshino@nipponkodo.co.jp

【調査に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂プロダクツ PRデザイン部 担当:松永

TEL: 03-6441-6552 / MAIL: fuma.z.matsunaga@hakuholdo.co.jp

<調査概要>

- 調査時期：2014年10月
- 調査対象：30～70代男女500名／直近1年以内に喪中はがきのやり取りをした人
- 調査方法：インターネット調査

<調査結果サマリー>

1. 「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

- ① 聴取者全体の43.7%が喪中見舞を「知っている」と回答。<グラフ1>
- ② 年齢が上に行くほど認知が進んでおり、70代では過半数が「知っている」。<グラフ2>

2. 知っている人の約4割が喪中見舞の贈答経験ありと回答

- ① 「喪中見舞」認知者中、実際におくった経験がある人は38.3%。<グラフ3>
- ② 同じく、受け取った経験がある人は45.4%。<グラフ4>

3. 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」

- ① 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」など。<グラフ5>

4. 今後の喪中見舞実施意向、贈答経験者は9割。受取経験者は7割超

- ① 今後の実施意向は、聴取者全体で34.8%。<グラフ6>
- ② 一度でもおくった経験がある人に限定すると、継続実施の意向は87.4%に。<グラフ7>
- ③ 一度でも受け取った経験のある人では今後の実施意向が72.8%。<グラフ8>

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」

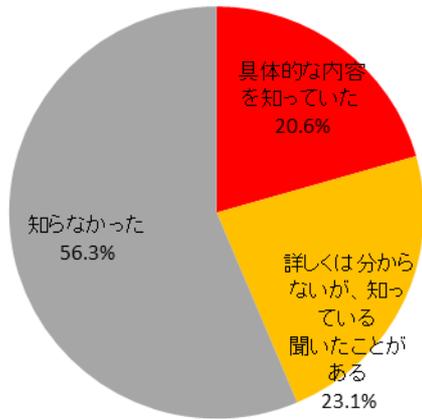
- ① おくりたい理由は「気遣いとして適している」「人の絆は大切」など。<グラフ9>

■「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

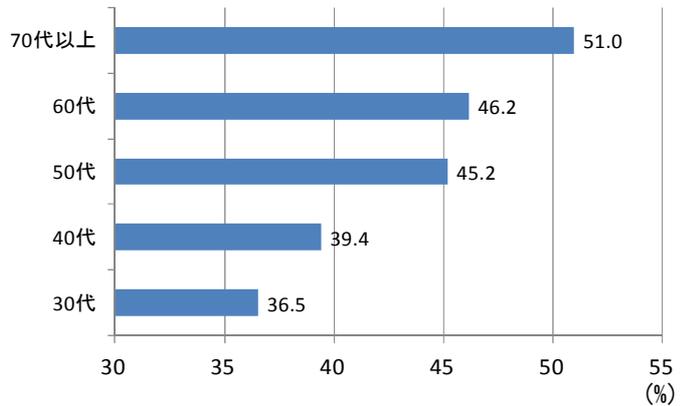
喪中はがきを受け取った際に、それに対して想いを返すギフト習慣、「喪中見舞」という言葉を知っていたかと尋ねたところ、具体的な内容まで含めて知っていた人が20.6%、詳しくは分からないが、知っている／聞いたことがあると答えた人が23.1%で、認知度は合わせて43.7%だった。また、認知は年齢が上がるほど高く、70代では過半数(51.0%)が知っている

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



■知っている人の4割近くが喪中見舞の贈答経験ありと回答。

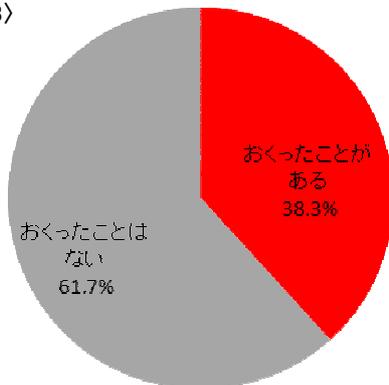
また、受け取った経験のある人は約4割超。

「喪中見舞」という言葉を知っている人のうち、実際に喪中見舞をおくった経験がある人は38.3%だった。また、自身が喪中見舞を受け取った経験がある人は45.4%だった。

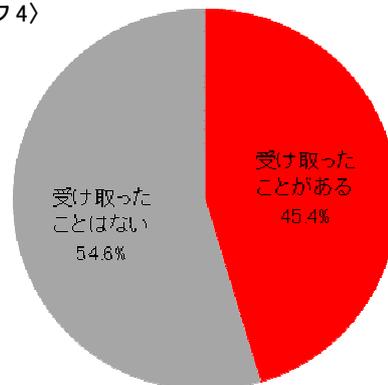
Q. あなたは、お知り合いから喪中はお返しを受け取った際、「喪中見舞」をおくったことがありますか。

Q. あなたはどなたから「喪中見舞」を受け取ったことがありますか。

〈グラフ3〉



〈グラフ4〉

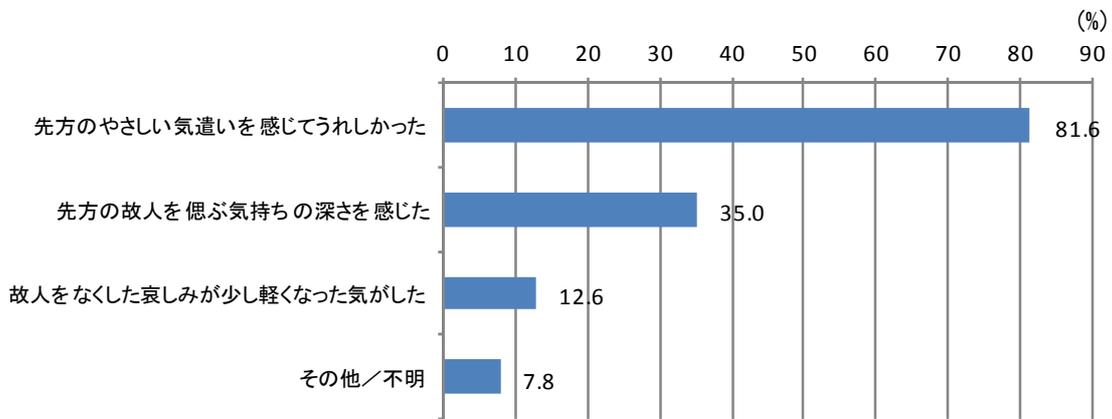


■喪中見舞を受け取った時の気持ちは「やさしい気遣いを感じてうれしかった」

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)、「人と人と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)

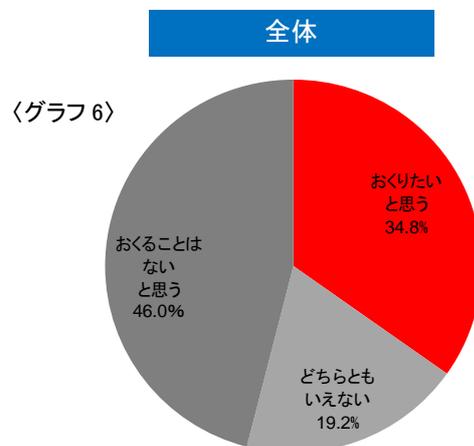
〈グラフ5〉



■今後の喪中見舞実施意向、贈答経験者は9割。受取経験者は7割超。

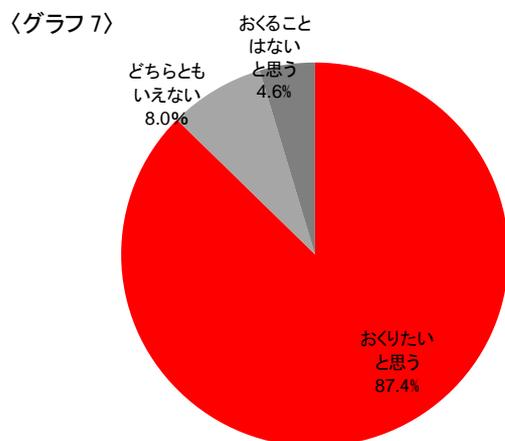
今後、喪中はがきを受け取ったら、喪中見舞をおくることがあるかという問いに対して、聴取者全体では、おくの意向があると答えたのは3人に1人程度(34.8%)にとどまったが、一度でも喪中見舞をおくったことがある人に限定すると、その割合は87.4%と9割近くに。また、受取経験者では、実施意向は72.8%だった。喪中見舞を通じて、想いを伝えあう気持ちの連鎖が生まれていることが見て取れる結果となった。

Q. あなたは、お知り合いから喪中はがきを受け取った際、「喪中見舞」をおくったことがありますか。

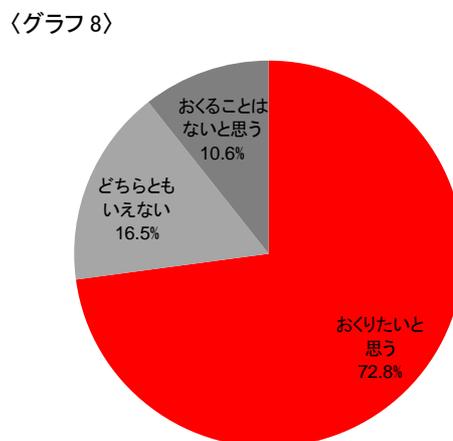


Q. あなたは、お知り合いから喪中はがきを受け取った際、「喪中見舞」をおくったことがありますか。

喪中見舞贈答経験者



喪中見舞受取経験者

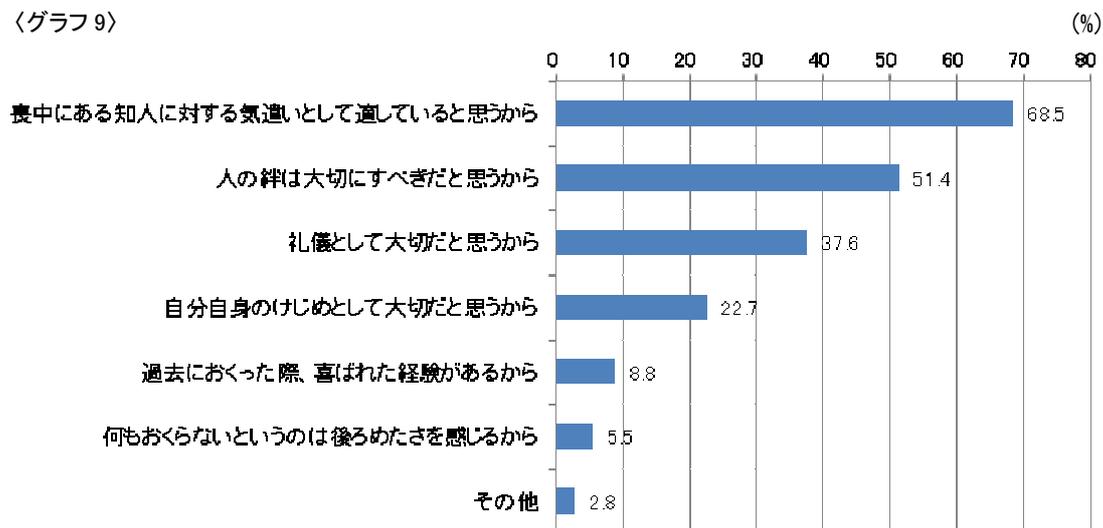


■ 喪中見舞をおくりたい理由は「気遣いとして適しているから」

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〉



【新商品ご紹介】

「やさしい時間 進物 しゃぼん/森 4箱入」

大切な人と心かよわすひとときが、やさしい香りをかたわらに穏やかに満たされますように一という想いをこめて〈しゃぼん〉と〈森〉、2つのやさしい香りを詰め合わせたご進物用お線香です。【ブランドサイト <http://www.nipponkodo.co.jp/inori/mochu/>】



商品名: やさしい時間 進物 しゃぼん/森 4箱入
希望小売価格: 2,000 円(税抜価格)

■お線香の特徴:

《天然精油配合の 2つのやさしい香り》

- ①しゃぼんの香り — ベルガモット、レモン、ローズマリー。気持ちがリフレッシュするような精油を配合した清らかな香り。
- ②森の香り — カモミール、クラリセージ、ラベンダー。気持ちがリラックスするような精油を配合したすがすがしい香り。

《日常生活と調和する 4つのやさしい使い心地》

- ①灰すっきり — 灰の量が少なく、香炉周りがキレイに保てる。
- ②けむり極少 — けむりの量がきわめて少ない。
- ③香りほのか — お部屋の邪魔にならない、ひかえめな香り。
- ④ハーフカット — お線香を折ってご使用の方に便利な「くぼみ」付。

【会社概要】

会社名: 株式会社日本香堂

本社: 東京都中央区銀座 4-9-1

代表: 代表取締役社長 小仲 正克

創業: 天正年間

設立: 1942 年

事業内容: お線香・お香・香関連商品(インテリアフレグランス)を中心とした香り商品の製造・販売

URL: <http://www.nipponkodo.co.jp/>