

突然訪れる葬儀の参列。

葬儀マナー、7割以上が「不安」と回答。

最多の悩みは「焼香の作法」

～ネット時代の葬儀に“事前相談”のニーズが浮き彫りに～

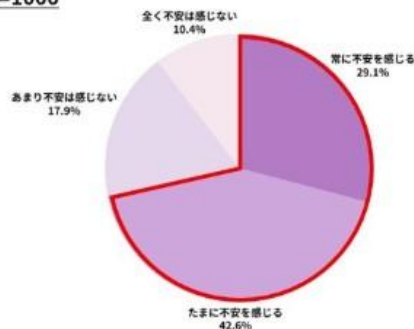
全国どこでも安心・安全に、そして後悔のないお葬式やライフエンディングを迎えられる世の中を目指し、トータルサポートを提供する、燦ホールディングス株式会社（東京本社：東京都港区、大阪本社：大阪府大阪市北区、代表取締役社長：播島聡、東証プライム：9628）は、この度、30代から60代の男女1,000名を対象に、葬儀のマナーについて調査を実施しました。

30代～60代の7割以上が葬儀マナーに不安を感じると判明！

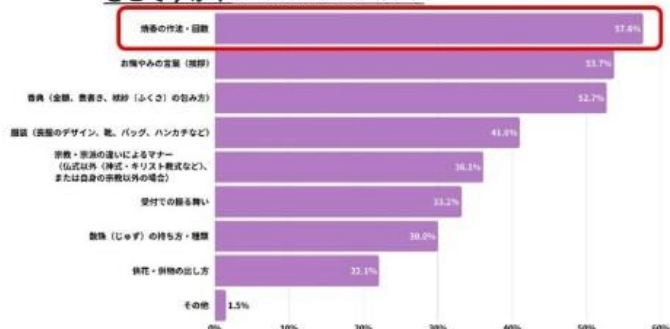
最も迷うポイントは「焼香の作法」

Q1.あなたは、葬儀に参列する際、服装や持ち物、振る舞いなどの「マナー」について不安を感じることはありますか。

n=1000



Q2.(Q1で「不安を感じる」と回答した方)葬儀のマナーについて、特に「迷う」「自信がない」と感じるポイントはどこですか？n=717※複数回答可



核家族化や都市部への人口集中が進む中、葬儀に触れる機会そのものが少ないまま過ごす人が増えています。かつては家族や親族の中で自然と共有されていた葬儀マナーも、現在では「誰に聞けばよいかかわからない」知識になりつつあります。一方で、インターネットやSNSの普及により、必要な情報を自分で調べる行動が一般化しました。こうした環境変化を背景に、葬儀という非日常の場における「不安」や「迷い」について本調査を実施しました。

今回の調査では、葬儀のマナーに関して多くの方が不安を抱えていることがわかりました。さらに、葬儀マナーについてインターネットで調べて参列する方も多くいる一方で実際に参列した際に、「マナーを知らずに恥をかいた」「失敗した」と思った経験がある方も一定数いるという実態が明らかになりました。

■調査サマリー

①葬儀マナーに不安を感じる人は7割以上。

特に「焼香の作法」や「お悔やみの言葉」に自信がない結果に。

②実際の葬儀で「マナーを知らずに恥をかいた」経験者は15.0%。

具体的な失敗談として「焼香の方法がわからなかった」「肌色のストッキングを履いてしまった」と回答。

③葬儀マナーについての情報収集の主流は「ネット検索」という回答が約7割。

一方で、8割以上が「親や親族から自然に学ぶ機会が減っている」と回答。

■「葬儀マナーに関する意識調査」概要

調査期間：2026年1月9日

調査方法：インターネットによるアンケート調査

調査対象者：全国の30歳～69歳の男女

回答者数：1,000名（30代～60代の男性・女性各125名）

調査主管：燦ホールディングス株式会社

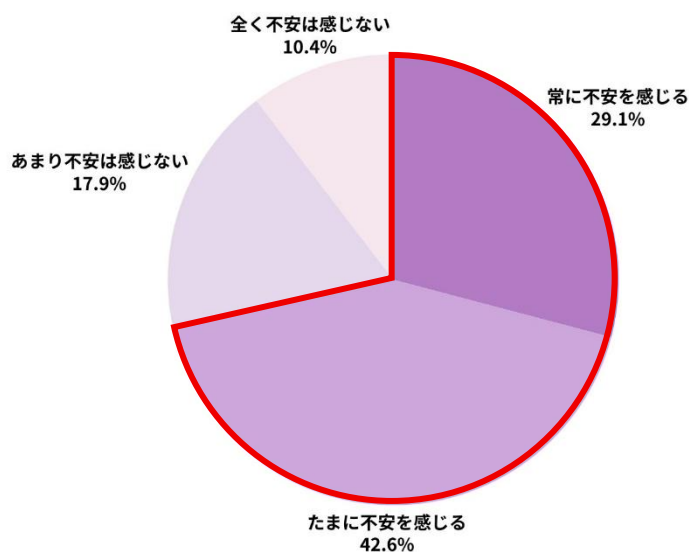
※グラフ中の回答割合は小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならないことがあります

調査結果をご紹介いただく際は【燦ホールディングス「葬儀マナーに関する意識調査」より引用】と注釈をご記載ください。

①葬儀マナーに不安を感じる人は7割以上

特に「焼香の作法」や「お悔やみの言葉」に自信がない結果に。

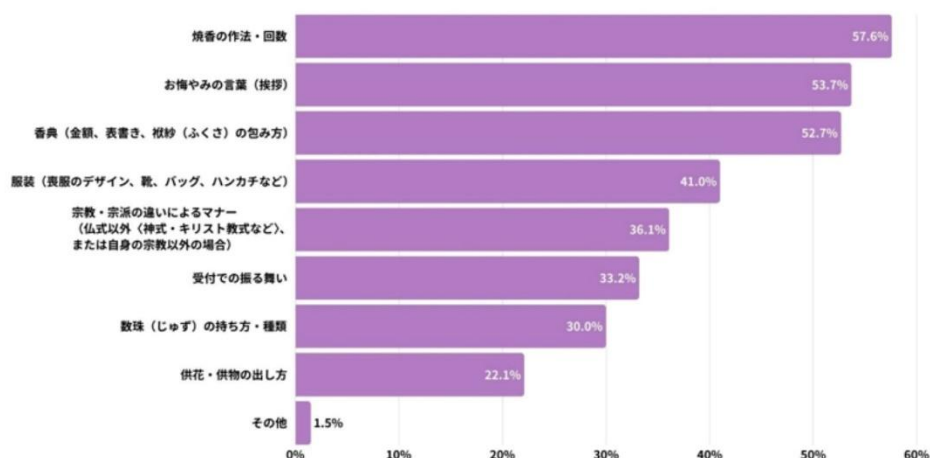
Q1.あなたは、葬儀に参列する際、服装や持ち物、振る舞いなどの「マナー」について不安を感じることはありますか？n=1000



「葬儀に参列する際、葬儀マナーについて不安を感じるか」を尋ねたところ、「常不安を感じる」29.1%、「たまに不安を感じる」42.6%となり、約7割が不安を感じていることがわかりました。

葬儀は日常的に経験する機会が多いものではなく、さらに家族葬など形式の多様化も進んでいることから、判断に迷う場面が生じやすいことが背景にあると考えられます。そのため、多くの人が一定の不安を抱えながら参列している実態がうかがえる結果となりました。

Q2. (Q1で「不安を感じる」と回答した方) 葬儀のマナーについて、特に「迷う」「自信がない」と感じるポイントはどこですか？ n=717※複数回答可



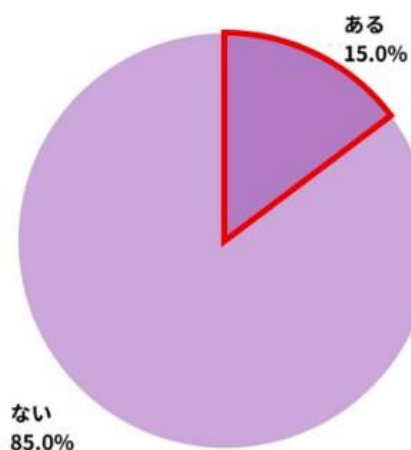
Q1で「不安を感じる」と回答した方に特に「迷う」「自信がない」と感じるポイントを問う設問では、「**焼香の作法・回数**」57.6%が最多となり、次いで「**お悔やみの言葉（挨拶）**」53.7%、「**香典（金額・表書き・袱紗（ふくさ）の包み方）**」52.7%が続く結果となりました。また「**服装（靴・バッグ等を含む）**」も41.0%と約4割を超えています。

葬儀は「間違えてはいけない」と感じやすい場面である一方、**作法や言葉、金銭（香典）、身だしなみ**といった「**事前の知識の有無が、不安に直結する項目**」に迷いが集中している実態がうかがえます。

②実際の葬儀で「マナーを知らずに恥をかいた」経験者は15.0%。

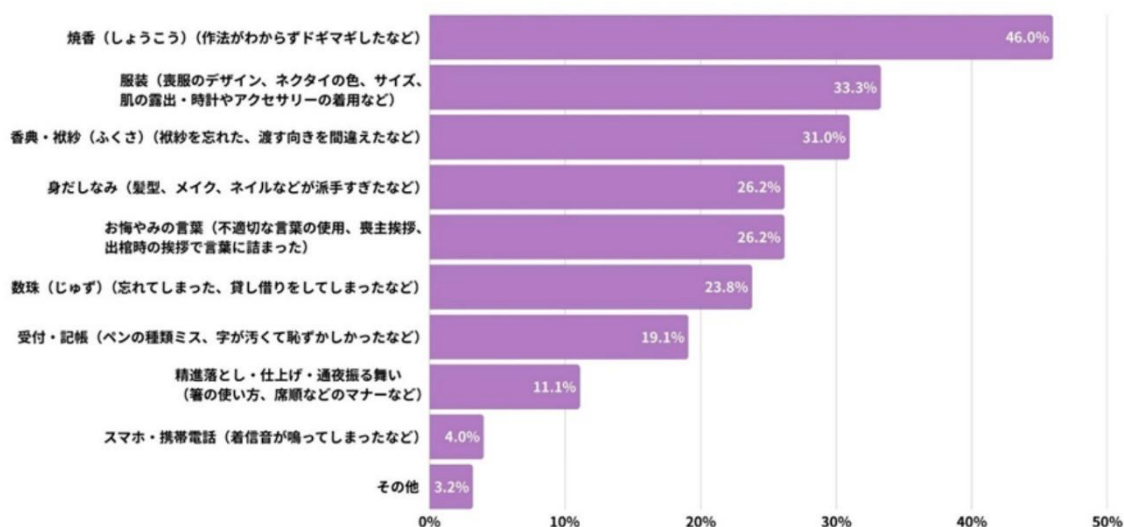
具体的な失敗談として「**焼香の方法がわからなかった**」
「**肌色のストッキングを履いてしまった**」と回答。

Q3. (葬儀に「参拝した経験がある」と回答した方) これまでに葬儀の場で、「マナーを知らずに恥をかいた」「失敗した」と思った経験はありますか。 n=841



実際にこれまでに葬儀の場で、「マナーを知らずに恥をかいた」「失敗した」と思った経験があるかどうかについて問うと「ない」と回答した人が85.0%の一方で、15.0%の人は「ある」という回答しました。

Q4. (Q3で「ある」と回答した方)それは具体的にどのような場面での失敗でしたか。
あてはまるものをすべて選んでください。n=126※複数回答可



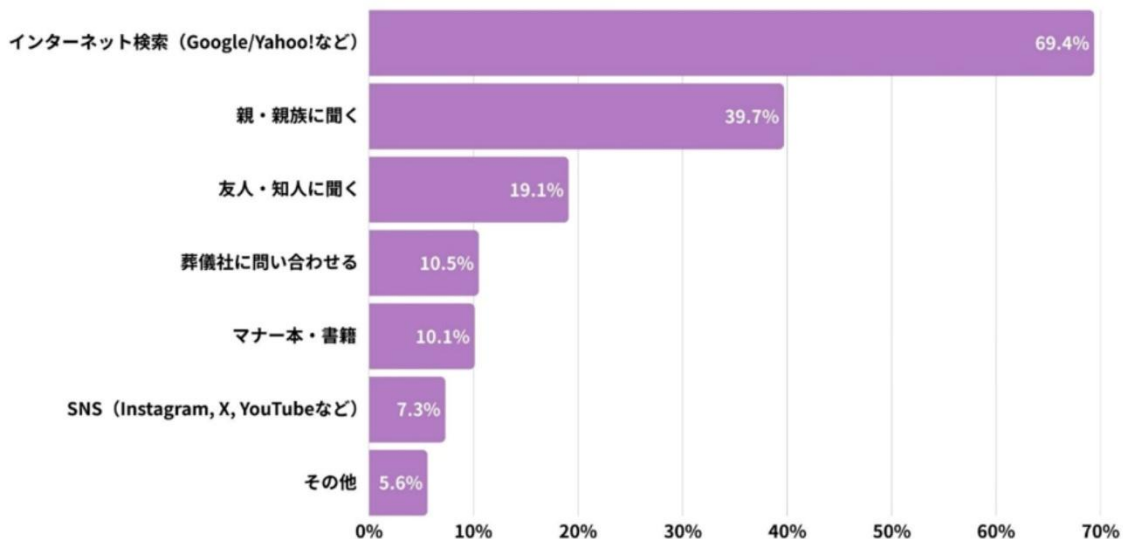
Q3にて恥ずかしかった経験や失敗した経験が「ある」と回答した方に「具体的な場面」を訊いたところ「焼香（作法がわからずドギマギしたなど）」46.0%が最多となり、次いで「服装」33.3%、「香典・袱紗（ふくさ）」30.9%が続く結果となりました。

また具体的には、「焼香のやり方がわからず、前の方のやり方をみてもよく見えず、自分の番になってどぎまぎした」、「若い頃は喪服で黒ストッキングということを知らず、普通のストッキングで参列してしまった」、「受付をしてから香典を渡すタイミングがわからなかった」、「喪主へのあいさつがうまくできなかった」などの内容が挙げられました。

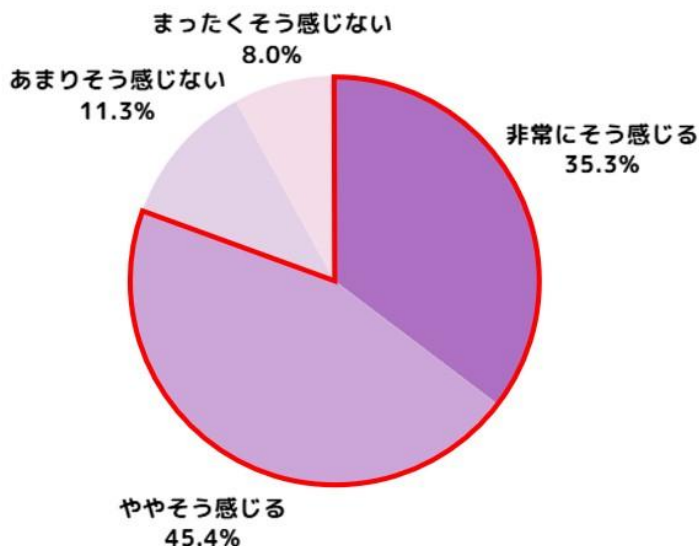
葬儀マナーとして不安に感じている内容でも上位だった項目が実際の「失敗」「恥をかく」につながっていることが示唆されます。

③葬儀マナーについての情報収集の主流は「ネット検索」という回答が約7割。
一方で、8割以上が「親や親族から自然に学ぶ機会が減っている」と回答。

Q5.あなたは葬儀のマナーについて分からないことがある際、主に何を参考に調べますか。
n=1000 ※複数回答可



Q6.地域特有の葬儀のしきたりやマナーを、親や親族、年長者から自然に学ぶ機会は減っていると感じますか。 n=1000

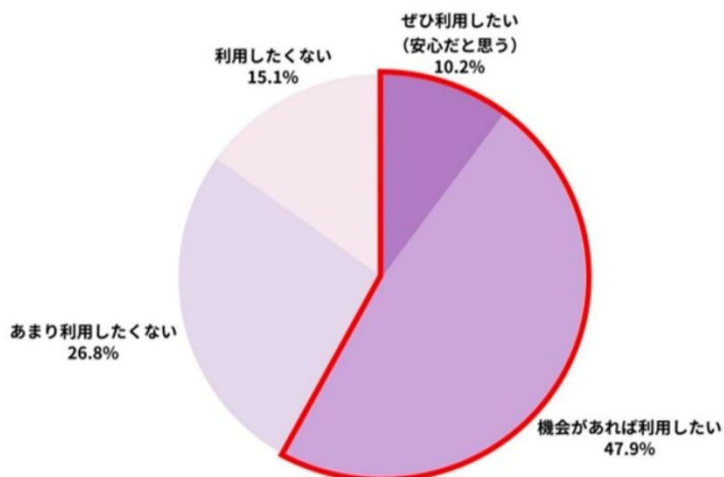


葬儀マナーを調べる際の情報収集先について訊いたところ、「インターネット検索(Google/Yahoo!など)」が69.4%で最多となりました。次いで「親・親族に聞く」39.7%、「友人・知人に聞く」19.1%という結果となりました。また、地域特有の葬儀のしきたりやマナーを、親や親族、年長者から自然に学ぶ機会は減っていると感じるかと訊いたところ、8割以上が減っていると回答しています。内訳としては、「非常にそう感じる」35.3%、「ややそう感じる」45.4%となり、かつては冠婚葬祭を通じて自然と身につけていた地域独自の慣習やマナーですが、現代においてはその機会が大幅に減少していると捉える人が大多数を占

める結果となりました。

この結果から、葬儀マナーの情報収集は「身近な人に聞く」だけではなく、個人がネットで調べて補う行動が主流化している実態が見えてきます。一方で、検索結果は情報量が多く、宗派・地域差・式場の運用などによっても対応が変わり得るため、参列者が「自分のケースに合う情報」を見極める難しさもあると考えられます。

Q7.地域によってマナーや風習が異なる中、ネットの情報だけでなく、その地域の事情に詳しい専門家（葬儀社など）に「事例に相談できる窓口」があれば利用したいと思いますか。n = 1000



また、「地域によってマナーや風習が異なる中、ネットの情報だけでなく、その地域の事情に詳しい専門家（葬儀社など）に事前に相談できる窓口があれば利用したいか」を尋ねたところ、「ぜひ利用したい（安心だと思う）」10.2%「機会があれば利用したい」47.9%と、合わせて約6割が専門家の相談窓口の利用に前向きであることが分かりました。

この結果から、葬儀マナーの情報収集はインターネットが主流である一方、地域差や個別事情を踏まえた「正確さ」「安心感」を求めて、専門家に相談したいと考える人が過半数を占めていることが明らかになりました。

インターネットは、気軽に情報が手に入り、わからない情報をすぐに調べることができるという利点がありますが、情報量が多いため、不安を感じた際には気軽に専門家や葬儀会社に聞いてみることも一つの解決策として捉えることも良いかもしれません。

このように情報収集の手段がデジタルへ移行しているものの、本調査では依然として**7割を超える人が葬儀マナーに不安を感じていることが明らか**になっています。不安の対象は「焼香」「お悔やみの言葉」「香典」といった、その場での正解が分かりづらく、間違えると恥ずかしさや後悔につながりやすい項目に集中しており、**実際に約15%が「葬儀で恥をかいた経験がある」と回答しているのが現状**です。

インターネット上に情報があふれる現代だからこそ、「**自分の状況や地域のしきたりに合った正確な情報かどうか判断しづらい**」という**新たな課題**が生じており、今回の調査でも約**6割の人が専門家による「事前に相談できる窓口」の利用を希望**しています。もはや葬儀マナーは「**知っていて当たり前の常識**」

ではなく、「事前に確認・相談したい不安領域」へと変化していると言えます。今後は、参列者が安心して最後のお別れに専念できるよう、個別の状況に寄り添った信頼できる情報提供や、気軽に相談できる機会の重要性がより一層高まっていくことが示唆されます。

■プロからのコメント

鎌田真紀子

(燦ホールディングス株式会社 執行役員)

ライフフォワード株式会社 執行役員)

【経歴】

ライフフォワード株式会社 執行役員、終活カウンセラー、国家資格キャリアコンサルタント、CS スペシャリスト。20年以上勤務した大手生命保険会社から終活関連の業務に長く従事。ライフフォワード(株)で運営しているポータルサイト“みんなが選んだ終活”にて、長年の経験と自身の喪主経験やお墓探しの体験などを活かして、終活全般のお客様のお困りごとの解決サポートをしている。



【コメント】

今回の調査からは、インターネットで情報を調べることが一般的になった今でも、葬儀のマナーに不安を感じる方が多いことがわかりました。特に、焼香やお悔やみの言葉、香典などは、事前に知っているかどうかで安心感が大きく変わるものです。

葬儀社への事前相談は、ご葬儀の準備に限らず、参列時のマナーや地域ごとのしきたりなど、細かな疑問や不安をご相談いただける機会でもあります。あらかじめ確認しておくことで、いざという時に落ち着いて故人とのお別れに向き合いやすくなります。

事前相談は、特別な準備のためだけでなく、不安を安心に変えるための身近な相談先として、気軽に活用いただきたいと思います。

■会社概要

燦ホールディングス株式会社について

燦ホールディングスグループは、東証プライム市場に上場する全国展開の専門葬儀事業者であり、葬祭業界のリーディングカンパニーとして、90年以上にわたり人の「最後」と真正面から向き合ってきました。私たちは“まごころ”をもって故人をお見送りする時間を大切に、シニア世代とご家族の一人ひとりの人生に寄り添いながら、葬儀は人生の最終章を締めくくるかけがえのない儀式だと伝えたいと考えます。また、ライフエンディングに対する啓蒙にも積極的に取り組み、ご本人とご家族が安心して最後を迎えるための準備を、社会全体で支える未来を目指しています。

これからも、人生100年時代を生きるすべての人にとって、「最後の時間が愛と敬意に包まれる社会」の

実現に貢献してまいります。

企業名 : 燦ホールディングス株式会社
東京本社 : 東京都港区南青山 1-1-1 新青山ビル西館 14F
TEL:03-5770-3301 (代表) FAX:03-5770-3302
大阪本社 : 大阪市北区天神橋 4-6-39
TEL:06-6208-3331 (代表) FAX:06-6208-3332
設立 : 1944年(昭和19年)10月2日(創業1932年8月)
資本金 : 25億6,815万円
従業員数 : 54名(単体)、1,153名(連結)(2025年3月末現在)
事業内容 : 持株会社事業、不動産事業、管理業務受託事業
主要取引銀行 : 三井住友銀行、三菱UFJ銀行、三井住友信託銀行、みずほ銀行



燦ホールディングス株式会社
SAN HOLDINGS

【燦ホールディングスグループ】

持株会社事業、不動産事業、管理業務受託事業

・燦ホールディングス株式会社

葬儀事業

- ・株式会社公益社 ・株式会社葬仙 ・株式会社タレイ
- ・株式会社家族葬のファミリーユ
- ・株式会社花駒 ・株式会社備前屋・株式会社たまのや
- ・株式会社北関東互助センター ・株式会社喜月堂セレオ
- ・株式会社グランセレモ東京(関連会社)

その他事業

- ・株式会社きずなホールディングス ・こころネット株式会社
- ・エクセル・サポート・サービス株式会社 ・ライフフォワード株式会社 ・株式会社クニカネクスト
- ・カンノ・トレーディング株式会社 ・株式会社 With Wedding
- ・株式会社フルール ・株式会社ハートライン

<https://www.san-hd.co.jp/about/group.html>