

「母の日には、亡き母に想いを馳せて」新しい文化の定着を願い 10 者が集結

母の日参りパートナーシップ共同プレス発表会開催

ゲストに高島礼子さん「母の日の思い出」三行詩を朗読

薫香製造・販売の日本香堂を始めとする有志 10 者(5 企業・5 団体)からなる『母の日参りパートナーシップ』は、4 月 26 日(水)、東京都内にて「母の日参りパートナーシップ 共同プレス発表会」を開催し、「母の日には、亡き母のお墓参りを」という“母の日参り文化”の定着を呼びかけました。有志 10 者は、業界の垣根を越え、5 月 14 日の母の日に向けて団結して活動の本格化を誓いました。



プレス発表会に集結したパートナー10 者の代表者たち
※氏名詳細は後ページに記載



ゲストとして駆けつけた女優の高島礼子さん。パートナー各者の母の日参り商品で彩られたモニュメントと共に

「母の日参りパートナーシップ」は、供養関連業界から(株)日本香堂、(一社)PRAY for (ONE)、(一社)全国優良石材店の会、(一社)日本石材産業協会が、花卉業界から JA グループ和歌山、(株)日比谷花壇、サントリーフラワーズ(株)が、和菓子業界から(株)亀屋万年堂、(株)清月堂本店が、流通業界から生活協同組合コープさっぽろが“母の日参り普及・定着”を目指して手を組んだ共同体です。

発表会では、最初に、今年新たに作られた「母の日参りシンボルロゴ動画」が上映され、ロゴと映像の制作を担当した映像作家の奥下和彦さんが登場。ロゴと映像に込めた想いを語りました。続いて、パートナー10 者の代表者が順にステージに立ち、それぞれ本年度の母の日参りに関する取り組みについてプレゼンテーションを行いました。さらに、日本香堂の「母の日参り」TVCM に出演している女優の高島礼子さんがゲストとして登場。一般公募により集まった 269 篇の三行詩「母の日の思い出」より、高島さんご自身が選考委員として選び抜いた 5 篇の詩を、情感たっぷりに朗読。選んだ 5 篇それぞれにメッセージを寄せました。

【母の日参りパートナーシップに関するお問い合わせ先】

株式会社日本香堂 『母の日参り』キャンペーン事務局

担当：マーケティング部 吉野公祥

TEL.03-3541-3473 FAX.03-3541-3579 E-mail : k-yoshino@nipponkodo.co.jp

母の日参りが

■実施概要

- 開催日時： 2017年4月26日（水）10：30～11：30
- 会場： ワテラスコモンホール（千代田区神田淡路町 2-101 ワテラスコモン 3F）
- 出席者： (株)日本香堂 代表取締役社長 小仲 正克
JA グループ和歌山 JA 紀州 代表理事 専務理事 芝 光洋
(株)日比谷花壇 執行役員 販売企画部長 中山 真吾
サントリーフラワーズ(株) 取締役 国内ビジネス統括部長 福島 浩幸
(一社)PRAY for (ONE) 代表理事 保志 康徳
(一社)全国優良石材店の会 事務局長 山崎 正子
(一社)日本石材産業協会 会長 射場 一之
(株)亀屋万年堂 代表取締役社長 引地 大介
(株)清月堂本店 営業部 部長 宇野 祐介
生活協同組合コープさっぽろ マーケティング部長 川崎正隆
- ゲスト： 高島 礼子さん(女優)、奥下 和彦さん(映像作家)

■ゲストからのメッセージ

①奥下和彦さん

「赤い糸」をモチーフにさまざまな映像作品、イラストレーションを手がけています。「母の日参り」ロゴは、“母”の文字の真ん中にアイキャッチとして二つハートマークをレイアウト。カリグラフィをベースに、赤い糸で温かみと視認性を大事にデザインしました。自身の母の日の思い出としては、肩たたき券を自作しプレゼントしたり、花を一輪プレゼントしたり。そんな思い出も蘇り、制作の際は気持ちがこもりました。母とは別々に暮らしていますが、離れてみて、強く逞しい人だった、と感じます。制作にあたっては、母親と子どもの絆や、大人になっても変わらない「二人の関係」を意識しました。

②高島礼子さん

年齢を重ねて、20歳の時に亡くした母のありがたさ、大きさを思います。今回寄せられた三行詩は、居住する地域も、歴史も性別も異なる方々から集まってきたのに、「母への想い」が共通しているのを嬉しく思いました。母の日は唯一、センチメンタルに、子どものころの自分になれる、母の思い出に浸れる日です。「母の日参り」が広まっていけば、と願っています。

母の日参りが

■各者プレゼンテーションの発表主旨

業界	団体名・出席者	発表主旨
供養関連業界	(株)日本香堂 代表取締役社長 小仲 正克	そもそも「母の日参り」は、数年前に当社営業社員が、ホームセンターの担当者様から聞いた「母の日には仏花が売れる」という言葉から着想した。最近では「供養」の認識が大きく変わってきており、亡き母や父の顔を思い浮かべて懐かしむという文化が生まれてきている。当社調査によると、母の日及びゴールデンウィークに「お参り」をする人はこの10年で1.7倍に増えた。本年度は賛同する10者でパートナーシップを組めたこと、展開店舗を1000店舗から5000店舗に拡大したこと、シンボルロゴを制作し、10者が自由に使える環境を整えたこと、3月中旬から5月中旬まで、母の日参りTVCMを展開していること、商品「カーネーション」を主力に売っていくことなど、「母の日参り」の取り組みを積極化した。
	(一社)PRAY for (ONE) 代表理事 保志 康徳	「祈り」は世界を変えようと考え活動している。自分のためだけでなく、他者を想う祈りは、やさしさを育む。誰かを祈っている時間が一番多いのは「お母さん」だ。自分の子どもを想う気持ち。わが身がどうなるかと、子どもに幸せになってほしいと願う「祈り」の強さ。子どもが大きくなったときに、今度は育ててくれた想いをお母さんに返している。「亡き母への想いを込めて、「祈り鶴」と共に供えてほしい」という気持ちからパートナーシップに参画した。
	(一社)全国優良石材店の会 事務局長 山崎 正子	消費者が一生に一度のお墓づくりを安心して任せられる店作りをモットーに35年前に設立。日本香堂からの働きかけで参画した。生きている母にも、亡き母にも感謝する、いろいろなことに感謝する輪が広がればと願っている。本年度の活動としては、コープ和歌山とポスターをコラボレーションし、全国の会員店頭でポスターを掲示した。また、日本香堂のお線香「かけはし」をOEMで作製、墓前に供えるよう、啓発を行っている。業界に留まらず、日本人の心に「感謝」の輪を広げたい。
	(一社)日本石材産業協会 会長 射場 一之	小売だけでなく、採石業者、輸入卸など、石に関わるあらゆる団体1239社で成り、石の持つ可能性を発信している。もともと、「秋分の日はお墓参りの日」「誕生日はお墓参りの日」と啓発してきたが、本年「母の日参り」に参画した。会員にポスターを配布し、地域の花祭りの公民館、カフェ、居酒屋等でポスターを掲示している。また、小学三年生向けに「地域の祭り」について授業を行った。地域の神社に祭られているのは実はご先祖。今年のゴールデンウィークは、お母さんお父さんに「お墓参りに連れて行って」と頼むよう啓発した。来年度以降も輪を広げていきたい。
花卉関連業界	JAグループ和歌山 JA紀州 代表理事 専務理事 芝 光洋	青年部が「母の日に何か出来ないか」と思い立ち2009年から「家族愛」をテーマに母の日参り運動を展開している。本年はJA全国青年大会にて「母の日参り」について発表し、優秀賞を獲得した。また、花の卸売り会社と連携し小売業界の皆さまにご提案したり、地域の花祭りや高野山の参拝者へもPR。市営バスや鉄道でも母の日参りの広告を掲示している。今後ますます活動を広げていきたい。
	(株)日比谷花壇 執行役員 販売企画部長 中山 真吾	「チアフルマザーズデー」が今年の「母の日」のテーマ。専用商品を180種展開している。お祝いの機会以外にも、お悔やみの場でも花を贈る文化が広がっている。オンラインショップでは、2006年から「亡き母」という企画を実施。同年より「母の日コム」を展開し12年目になる。2014年には花の国日本協議会を設立し、今年協賛会内でも母の日参りを提案した。リアル店舗でも、日本香堂のお線香を販売。ネットとリアル双方から母の日参りのプロモーション活動を強化している。
	サントリーフラワーズ(株) 取締役 国内ビジネス統括部長 福島 浩幸	ムーンダストという、世界で唯一花弁に青い色素を持つカーネーションを販売し、日本のみならず世界に親しまれている。高貴な色と花持ちの良さが特徴。花言葉は「永遠の幸福」。ムーンダストは母の日参りのコンセプトと親和性が高い。今年は母の日参りの認知度UPを積極的に展開している。流通各社の店頭でポスターを掲示したり、WEBでは消費者にダイレクトに訴求した。ヤフーのショッピングサイトのムーンダスト特集ページでも母の日参りに言及。30万人のメルマガ会員にも情報を提供している。
和菓子業界	(株)亀屋万年堂 代表取締役社長 引地 大介	母の日、彼岸の歳時記に合わせて商品を展開している。母とのつながり、亡くなった人とのつながりが。これまでも弊社が提供してきた価値を、「母の日参り」を通じてもっともっと世の中に広めたいという思いで参画した。直営店舗にてPRしたり、自社サイトでも専用ページを設けて情報発信している。代表商品のナボナは発売54年目。亡くなったお母様たちの中にもナボナがお好きだった人もいらっしゃると思うので、ナボナの詰め合わせ商品として母の日参りの好商品として紹介している。また、専用の掛け紙を用意し、母の日参り活動を推進。
	(株)清月堂本店 営業部 部長 宇野 祐介	日本香堂と協力し、お線香と菓子のギフトセット「母の日参りセット」を業界で初めて開発した。開発にあたりネックになったのは、お線香の香りが菓子に移ることだったが、お線香を真空パックし、箱も2段にするなど工夫を施し完成した。母の日参りセットを持って、墓前にお線香を供えた後、お菓子を食べながら亡き母を偲んでほしい。同商品はインターネットでも展開している。
流通業界	生活協同組合コープさっぽろ マーケティング部長 川崎正隆	北海道全域でスーパー、宅配などの小売業を展開している。自社調査でも、母の日に供養関連品の需要があることが分かった。「母の日参り」の主旨に賛同し参画した。店舗事業では、ゴールデンウィークのタイミングで花とお線香や食品の関連商品を約100店舗で展開。31万世帯を対象とした宅配事業では、花、飲料、お菓子、お線香などで「母の日参り」販促活動を展開予定だ。これを機会に亡き家族への祈りの機会の提供につながればと願っている。

40代の実践者は10年前の3倍以上！新トレンド「母の日参り」

「母の日参り」とは、母の日や、その直前のGWの好季節に、亡き母親の墓前を訪ねる等のご供養行為を指し、近年ではそうした習慣が広がりを見せています。(株)日本香堂の調査※によると、この時季の墓参を実践している40代男女は10年前の3倍以上に増えており、全体(40~60代以上)でも10年間で約1.7倍に拡大しています。

(※:2017年、全国40~60代の男女758人に調査)

母の日ありがとう

—登壇者氏名—

① ② ③ ④ ⑤

⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩



- ①(一社)全国優良石材店の会 事務局長 山崎 正子
- ②生活協同組合コープさっぽろ マーケティング部長 川崎正隆
- ③サントリーフラワーズ(株) 取締役 国内ビジネス統括部長 福島 浩幸
- ④(株)亀屋万年堂 代表取締役社長 引地 大介
- ⑤(株)日比谷花壇 執行役員 販売企画部長 中山 真吾
- ⑥JA グループ和歌山 JA 紀州 代表理事 専務理事 芝 光洋
- ⑦(株)清月堂本店 営業部 部長 宇野 祐介
- ⑧(株)日本香堂 代表取締役社長 小仲 正克
- ⑨(一社)日本石材産業協会 会長 射場 一之
- ⑩(一社)PRAY for (ONE) 代表理事 保志 康德



一般公募した「母の日の思い出」の三行詩をよみあげ、共感する高島礼子さん



シンボルロゴと映像を制作した奥下和彦さん。ロゴの「母」の字の中に2つのハートマークをレイアウト。