

マス・メディアにみる終活のとらえ方とその変遷 —朝日・読売・毎日新聞のテキストマイニング分析を通して

横浜国立大学 環境情報研究員 非常勤教員

木村 由香

横浜国立大学

安藤 孝敏

The view point of Japanese mass media for SHU-KATSU (The Activity of Preparation for Aging and Death in Japan) : A Text Mining Analysis of Asahi, Yomiuri and Mainichi Newspapers

Yuka KIMURA

Yokohama National University

Takatoshi ANDO

Yokohama National University

要旨

終活を通じた高齢者の支援を考えるにはまず、終活が一般にどのようなように広められ認識されているのかを踏まえておく必要がある。本研究では、今現在、終活がどのように社会意識として捉えられて伝えられているのか、マス・メディアのうち特に新聞記事の分析を通じて明らかとすることを目的とする。そのために、この直近5年間に於いて、1) どのような終活の内容が取り上げられており、それは年ごとにどのように推移しているのか、2) 終活にからめて語られる内容にはどのようなものが顕著に見られるのか、3) 新聞の紙面には、記者等による記事、企業・団体等による広告、受け手側たる読者による読者投稿といった内容があるが、それらについて語られている内容に違いがあるか、あるとすればどのような内容なのか、という3つの視点から新聞記事の分析を行った。そのうえで、これらの分析を総合的に検討し、新聞記事にみられる終活とその課題を考察した。記事数は、全1,458件、うち一般記事867件、広告・告知185件、読者投稿406件であった。終活報道は、特に一般記事及び広告・告知において、葬儀・墓といった内容から、相続・遺言といった内容を重視するより金銭的かつ法的な方向にシフトしつつあることが伺えた。だが、日常生活から終活を見る読者投稿では、物の整理・日記・手紙といった日常生活に直結する視点で終活が語られる傾向にあった。終活の意識に乖離があり、その違いをすりあわせていくことが今後の終活の発展につながるものと言える。またそこでは、人生設計といった視点からの支援が求められていると言える。

Abstract

In order to consider how to support the elderly through end-of-life activities, it is necessary to know how SHU-KATSU (The Activity of Preparation for Aging and Death in Japan) are generally spread and recognized. The purpose of this study is to clarify how SHU-KATSU activities are perceived and reported as a social awareness through the analysis of mass media, especially newspaper articles. The three major national newspapers (Asahi, Yomiuri, and Mainichi) from 2015 to 2019 were targeted. The Articles of these newspapers were analyzed by the following steps: 1) what kind of contents of SHU-KATSU have been taken up in the last five years, and how they have been changing year by year; 2) what kind of contents related to SHU-KATSU have been remarkably discussed; and 3) whether there is any difference in the contents of the articles by reporters, advertisements by companies and organizations, and reader contributions by readers, and if so, what kind of contents. The total number of articles was 1,458, of which 867 were general articles, 185 were advertisements/announcements, and 406 were reader contributions. It is apparent that coverage of life and death, especially in general articles and advertisements/announcements, is shifting from funerals and graveside matters to inheritance matters. However, in reader contributions, the readers viewed SHU-KATSU from the perspective of everyday life - the perspective of organizing things, diaries and letters, which are directly related to daily life. There is a gap in the awareness of SHU-KATSU, and it can be said that reconciling these differences will lead to the development of SHU-KATSU in the future, and it required that supporting elderly people from the perspective of life planning.

1 研究背景

1.1 終活をめぐる動き

近年、日本の社会においては、少子高齢化と核家族化が進んだことから、高齢者が自らの老いや死、そして死後について何らかの形で考えておく、あるいは具体的に備える必要性が高まってきた。そのような高齢社会の現状に呼応するかのように、「終活」と呼ばれる、主に高齢者が自らの死に備える動きが現れ、マス・メディアにも取り上げられるようになった。終活とは、高齢者が比較的健康なうちに、葬儀や墓、医療や介護についての希望、財産整理や任意後見など、自らの老後や死後への備えを行う現象を指す¹。今や終活は、市場で様々に展開されているだけでなく、経済産業省といった国レベル^{2,3}から神奈川県横須賀市⁴・大和市⁵・綾瀬市⁶、千葉県千葉市⁷、愛知県名古屋市⁸、兵庫県高砂市⁹などをはじめとする自治体レベルまで、広く行政でも取り組みが進められており、社会的に重要な動きと言える。さらに、終活に関連する団体や企業によれば、「人生の終焉を考えることを通じて、自分をみつめ、今をより良く自分らしく生きる活動」¹⁰のように、サクセスフル・エイジングを目指す意味を含んだものとされる。

終活という言葉は、2009 年に週刊朝日にて連載された「現代終活事情」（全 19 回）による。当初はいわゆる流行語のような形で登場した終活という言葉は、10 年以上を経た現在に至るまで使われ続けており浸透してきた。市場においてもさまざまな「終活」の名のついたサービス、商品、資格などが出現、注目を集める言葉となっている。例えば、イオンライフ株式会社による「イオンの終活」（葬儀サービス）、三菱電機ライフサービス株式会社による「終活支援」（葬儀・相続等の相談窓口）、株式会社ビックカメラによる「ビックカメラの終活サービス」（遺影、フォトブック、エンディングノート、カメラ等販売）、日本郵便株式会社による「終活紹介サービス」（遺品整理、生前整理、自分史作成、お別れ会、墓、遺言書等の相談窓口）など、大手企業においても、終活の名称を用いて多様な支援サービスを展開するなど、終活という表現の認知度は広がっていると言える。一方で、終活という言葉は、葬儀社から石材店、士業やファイナンシャルプランナー、あるいは家電量販店から郵便事業に至るまで、様々な業界において用

いられている現状がある。

このように、終活に関係する業種には様々なものがあるが、例えば葬儀業の市場規模はおよそ 1.5 兆円¹¹、さらに不動産取引もからも相続になると 46 兆円規模¹²とも言われる。それら終活関連の市場と、それに付随する形で終活をめぐる様々なサービスが登場していることが推測される。

終活という言葉は、前述の通り、自らの老後や死語への備えを行う現象という広い内容を指す言葉だが、終活という言葉を用いた様々なサービス、情報が発信されていくにつれ、当事者たる高齢者を中心とした情報の受け手側にとっては「終活とは一体何を目的とし、どのような内容を指すものなのか」がわかりづらくなりつつあるとも言える。

そこで本研究では、マス・メディアで伝えられている終活の内容を分析することにより、終活がどのように社会意識として捉えられて伝えられているのかについて探る。

1.2 終活に関連する先行研究

終活に関する先行研究としては、これまで、高齢者の老いや死への備えに関し、医療、介護、福祉、心理、社会、文化といった学問分野から、それぞれの視点で研究調査が行われることが多かった。それらの先行研究からは、年齢とともに死の備えに対する意識が高まり¹³、特に 60 歳以上でその傾向が強くなること¹⁴、高齢者の約半数が老後や死後の準備をするべきだと感じつつ実行していないこと¹⁵などが示されてきた。

終活という現象について取り上げた研究は、現状ではまだ数は少ない。木村・安藤 (2015)¹⁶は、終活に関する項目について準備の内容を書き込む「エンディングノート」についての調査を通して、終活に取り組む高齢者は「迷惑をかけたくない」という意識が強く、物の整理や預金・保険など財産の整理が取り組みやすく満足感を得られやすい内容であったことを明らかにしている。岡本ら (2017)¹⁷は、高齢者の死生観と終活の現状について都市と地方の比較を行い、都市部の高齢者のほうが終活により積極的である一方、都市・地方双方とも終活に関する情報を得る場についての認知度が低いことが明らかとなった。同じく木村・安藤 (2019)¹⁸は、終活と高齢者の

生活満足度との関連を調査し、終活は特に独居高齢者の生活満足度や未来展望について影響を及ぼし、サクセスフル・エイジングにつながる人生の設計に寄与するものである可能性を見出した。

木村・安藤 (2018)¹⁹ は、終活がマス・メディアに作られた言葉であることに着目し、マス・メディアにおいて終活のどのような内容が注目され実際に取り上げられているのか、それらはどのような印象を与える表現となっているのか、そしてその表現は時間によってどのような変化が見られているのかという視点から、2010 年～2017 年 5 月までの朝日新聞における終活に関する記事の内容分析を行った。結果、終活記事ではあくまでも葬儀や墓を中心としつつ相続やエンディングノートといったその他の具体的な項目を取り上げていたこと、終活という活動及び終活の具体的な項目についてポジティブな側面を強調する形で報道する傾向にあり終活を肯定する形でとらえられてきたことを示した。また、時間的な変化として、2016 年頃より高齢者を中心とした生活者の視点（家族のこと、日々の生活のこと）を取り込む報道の形にシフトしつつある兆しがあることを示した。その上で木村らは、終活が変化の時にあり、終活に関係する人々がどのような意図でどのような提案をしていくかによって今後の終活の動向が定まっていく可能性がある旨を示唆した。

なお、新聞記事の内容分析については、樋口 (2011)²⁰ によるテキストマイニング（計量テキスト分析）を用いた研究がある。樋口は、情報技術（IT）に関する朝日新聞、読売新聞、毎日新聞の全国三大紙の記事についての分析と、情報技術に関する意識調査との比較を行い、両者の関連を示した。樋口は、我が国の社会意識については全国紙の分析をもとに一定程度まで探索しうるものであることが示されている。

このように、高齢者世帯が子世帯に頼る風潮が薄れる中、高齢者が自らの老後の人生設計を自ら行うための一つの方法として、終活が機能しつつあると言える。終活は取り組んだ方が良いという意識が当事者たる高齢者やそれを取り巻く世相に見られ、終活に取り組むことが高齢者のサクセスフル・エイジングに寄与する可能性が示唆されてきた。

1.3 問題意識

前述のように、終活が社会に浸透していくまさに渦中に今はあり、その「語られ方」が徐々に変化しつつあること、終活が変化の時期にある可能性が先行研究では示唆されていた。では、その後となる今現在、終活はどのような形で報道をされているのだろうか。また、葬儀や墓といった終活の具体的な項目が、マス・メディアにおいてどのように語られているのかについては先行研究で扱われているが、社会意識における終活を探る際には、終活にからめてどのような内容が語られているのかもまた踏まえる必要があろう。さらに、受け手となる人々はどのような形で終活の報道を捉え、終活というものをどのように考えているのかも捉えておく必要があろう。先行研究によれば、新聞記事と社会意識には関連があることが示されているが、新聞記事には大別して記者による記事、企業や団体による宣伝・広告記事、読者による読者投稿と、3つの主体があり、それぞれにどのような違いがあり、これら主体の違いによる終活の捉え方の違いをうかがい知ることにもまた可能ではないかと思われる。

先に述べたように、終活という言葉は市場の様々な業界において多様な使われ方をしており、そのサービス内容も多岐にわたることから、終活という言葉が半ば独り歩きし、何を目的のどのような取り組みを指すものなのかがあいまいな印象を与えている。一方で、マス・メディアにおける終活の報道も年を追って変化を見せていた。変化のさなかにあつて、終活に関係する人々がどのような意図でどのような提案を行うかが、高齢者の終活を通じたサクセスフル・エイジングにも少なからず影響を及ぼしていくものと思われる。とすれば、今、社会意識において終活はどのような形で捉えられているのか、その変遷を常に確認しつつ、当事者たる高齢者の意識やニーズ、そして市場の現状と比較しながら、今後の終活について考えアップデートを行っていく必要があるといえる。そこで本研究では、今現在、終活がどのように社会意識として捉えられて伝えられているのか、マス・メディアのうち特に新聞記事の分析を通じて明らかにすることを目的とする。そのために、この直近 5 年間に、1) どのような終活の内容が取り上げられており、それは年ごとにどのように推移しているのか、2) 終活にからめて語られる内容にはどのようなもの

が顕著に見られるのか、3) 新聞の紙面には、記者等による記事、企業・団体等による広告、受け手側たる読者による読者投稿といった内容があるが、それらについて語られている内容に違いがあるか、あるとすればどのような内容なのか、という3つの視点から新聞記事の分析を行った。そのうえで、これらの分析を総合的に検討し、新聞記事にみられる終活とその課題を考察した。

なお、調査対象を新聞記事とした理由は、1) 予め活字で提供される媒体であり、データ分析が容易であること、2) データベースが整備されており、データの収集を客観的かつ比較的容易に行うことができること、3) 世代を問わず信頼度が最も高いメディアと考えられていること²¹による。

2 研究方法

2.1 分析対象

分析対象は、調査当時の直近5年間(2015年から2019年)の『朝日新聞』『読売新聞』『毎日新聞』の朝刊・夕刊において「終活」という言葉を含む記事とした。

分析対象をこの3紙とした理由は、3大全国紙として広く流通していること、新聞記事検索のデータベースが充実しており分析対象となる記事の入手が容易であることによる。なお、記事収集には、以下のデータベースを用いた。

- ・朝日新聞：聞蔵 II ビジュアル
- ・読売新聞・毎日新聞：G-Search データベースサービス

2.2 分析方法

(1) 記事の収集

「聞蔵 II ビジュアル」及び「G-Search データベースサービス」より、「朝日新聞」「読売新聞」「毎日新聞」を対象として、キーワード「終活」、発行日「2015年1月1日～2019年12月31日」として検索を行い、たまたま「終活」という文字が入ってしまった等不適当と思われる記事を除き得られた記事(以下「終活記事」とする)1,458件を対象とした。

(2) 記事の分類

1,458件のデータには、データベースから得られた記事の「日付」「タイトル」「本文」「新聞名」に加え、

「記事属性」という項目を付与した。記事属性は「一般記事」「広告・告知」「読者投稿」のいずれかとし、各記事内容にあわせ手作業でタグ付けを行った。作成したデータは、1レコード1行のcsvファイルとして保存した。

(3) 分析

新聞記事は、テキストマイニング(計量テキスト分析)による内容分析を行った。テキストマイニングとは、テキストデータを文字や単語、フレーズ等の単位に分解し、これらの関係を定量的に分析する定量的手法である²²。テキストマイニングでは、テキストデータの持つ曖昧さを定量的に処理することに限界がある一方で、統計的な分析という視点からの新たな発見の可能性もあるとされている²²。そのため、大量のテキストデータにおいて、言葉の出現頻度や言葉同士の関連を数量化し客観的な分析結果を示すことができる点が大きな特徴と言える。

本研究で分析対象とする新聞記事は、1) 1,458件の記事という大量のテキストデータであること、2) 新聞記事は文法や使用できる語句がある程度定められておりテキストデータの持つ曖昧さは比較的強く抑えられるデータであること、3) 分析者の主観ではなく客観的な統計結果をもとに考察を行うこと、の3点から、テキストマイニングを用いた分析が有効であると考え、用いることとした。

分析ソフトウェアには、NTT データ数理システムによる「Text Mining Studio 6.3」を使用した。Text Mining Studio は、頻度分析をはじめとして、注目したい語や属性によって特徴的に用いられている語の分析、また時系列での分析のための機能が充実しているため、本研究で用いることとした。

本研究では、1.3 にて示した3つの内容に即し、以下の分析を行った。

「1) どのような終活の内容が取り上げられており、それは年ごとにどのように推移しているのか」について、まずは全体の単語頻度解析と係り受け分析、及び係り受けについてのネットワーク分析を行った。次に単語頻度について時系列分析を行うことで、多用される単語の抽出と年ごとの変化を追った。なお、係り受け分析は、単語同士のつながりを分析し言葉がどのように語られているのかという文脈を探る手法である。また、ネットワーク分析では、係り受けをわ

かりやすく図示したものとなる。ネットワーク図の単語に付随する円は、大きさに比例して出現回数が多いことを示している。また、矢印は係り受けの方向を示す。矢印の線の太さが係り受けの強さ（関連度の高さ）を表している。

「2）終活にからめて語られる内容にはどのようなものが顕著に見られるのか」について、単語頻度解析の結果をもとに注目すべき語を選定し、それらの語について、前述の係り受け分析及び係り受けについてのネットワーク分析を用い、どのような語られ方をしているのかを探った。

「3）新聞の紙面には、記者等による記事、企業・団体等による広告、受け手側たる読者による読者投稿といった内容があるが、それらについて語られている内容に違いがあるか、あるとすればどのような内容なのか」について、本項（2）にて示した記事属性によってどのような語が特徴的に出現するのかを特徴語分析により探った。それぞれの記事属性ごとに記事数が異なるため、特徴語分析を用いた。これは、単に出現回数をカウントするのではなく、単語頻度の大小を考慮しつつ属性の中で特徴的に出現する言葉を抽出する分析方法である。

なお、分析にあたっては、一度分ち書きを行った上で内容を確認し、以下の処理及び辞書登録を行った。

①コーナー名、説明文などの扱い

新聞記事のコーナー名は、できる限り分割せず個別に辞書登録を行った。

また、記事内の写真や図には、「写真」「図」等の記載がされているため、これらは分析対象から除外した。

②類義語辞書

同じ意味を持つ異なる単語（類義語）は、Text Mining Studio 6.3 による自動判別を基本とし、以下についてユーザー設定の類義語処理を行った。

※「」内が単語として使うもの、[]内は品詞の設定、（ ）内が同様の意味につき「」内の単語として読み替えて処理するもの。

- a)「エンディングノート」[名詞 一般]（終活ノート）
- b)「詩」[名詞 一般]（川柳、俳壇、句、短歌、歌壇、俳句）
- c)「イベント」[名詞 一般]（催し）

- d)「葬儀」[名詞 一般]（葬式、葬送、お葬式）
- e)「棺おけ」[名詞 一般]（棺、棺桶、お棺）
- f)「葬儀社」[名詞 一般]（葬儀会社、葬儀業者、葬儀サービス会社）
- g)「講座・講演」[名詞 一般]（セミナー、講座、講演、講演会）
- h)「寺」[名詞 一般]（お寺、菩提寺、寺院）
- i)「墓」[名詞 一般]（墓地、墓所、供養墓、お墓）
- j)「遺言」[名詞 一般]（遺言書、遺言状）
- k)「葬儀場」[名詞 一般]（葬儀場、葬儀会館）
- l)「葬儀費用」[名詞 一般]（葬儀代、葬儀費）
- m)「僧侶」[名詞 一般]（坊さん、お坊さん、坊主）
- n)「死ぬ」[動詞 一般]（亡くなる）

3 結果

終活記事の記事数、品詞数、品詞の割合等の集計内容を表1・表2に示した。品詞の構成は、名詞が69.5%を占める一方で、形容詞・形容動詞は合わせて4.2%と低い割合となっている。そのため、今回の新聞記事の分析においては、形容詞・形容動詞との係り受けを分析することによって単語がポジティブな表現をされているかネガティブな表現をされているかを判断する「評判分析」には向かない品詞構成であった。

3.1 記事数の推移

年ごとの記事数の推移を図1に示した。2016年においては一旦記事数に若干の減少が見られたものの、以降、毎年記事数は右肩上がりが増加している。広告は一定数が常に掲載されている一方で、一般記事と読者投稿の記事数が増加していることも特徴となっている。特に読者投稿は、終活記事数が減少した2016年においても増加し続けており、2015年と2019年を比較すると、その数は5年間で約2倍となっていた。終活を題材とした一般記事の増加に加え、読者にとっての関心事としても終活という現象が取り上げられていることがわかる。

3.2 終活記事に取り上げられている内容とその推移

終活記事において、終活のどのような項目が取り上げられているのかについて、頻度分析（単語）、ネットワーク分析（係り受け）を用いて分析を行った。

表 1 終活記事の文章構成

項目	値
総行数	1,458
平均行長(文字数)	728.8
総文章数	27,870
平均文章長(文字数)	38
延べ単語数	224,922
単語種別数	43,997

表 2 終活記事の品詞構成

品詞	単語数	割合
名詞	156,365	69.5%
代名詞	3,496	1.6%
動詞	39,235	17.4%
形容詞	5,111	2.3%
形容動詞	4,162	1.9%
連体詞	2,309	1.0%
副詞	7,040	3.1%
その他	2,578	1.1%
記号・空白	4,626	2.1%
合計	224,922	100.0%

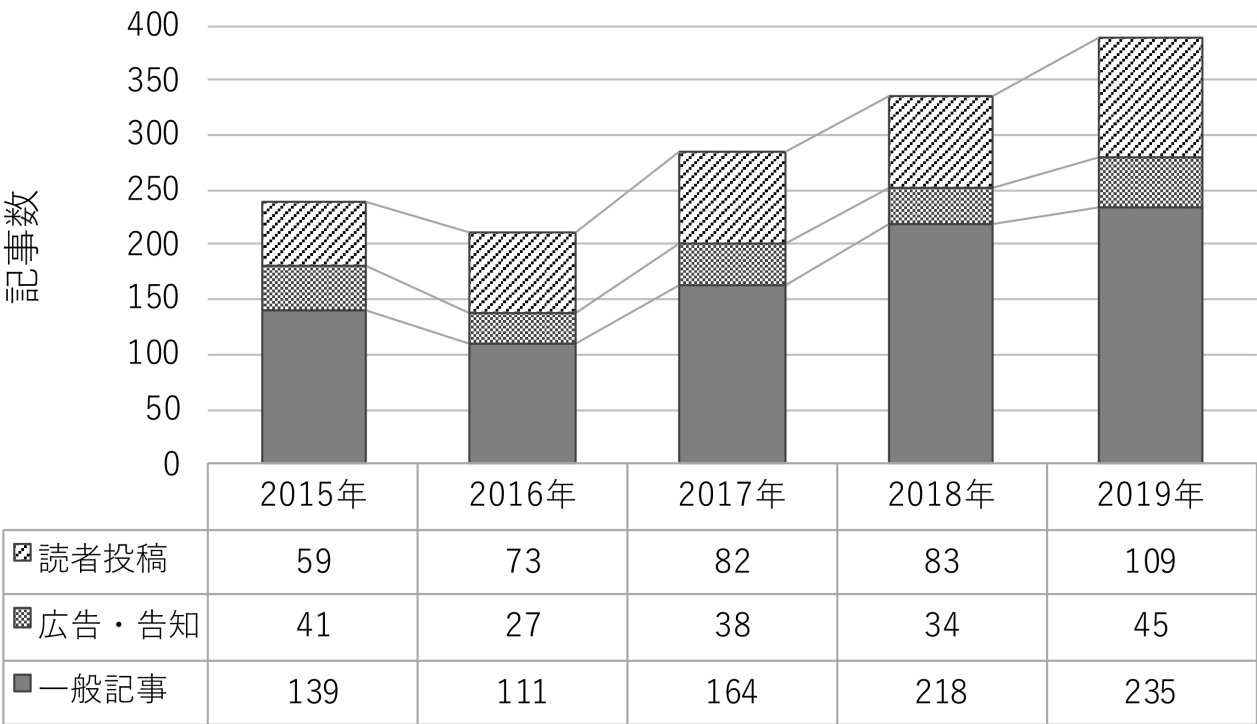


図 1 終活記事数の年推移

3.2.1 頻度分析（単語）

頻出単語のうち上位 40 語を表 3 に示した（グレー部分は、終活の具体的な項目に関する単語）。なお、頻度とは全体の中での単語の登場回数を指す。

まず、「終活」（1 位）、「人」（2 位）に次いで出現するのは、「自分」（3 位）という単語であり、終活の主体を指す言葉として出現した。「人」については、後述の「3.2.2 ネットワーク分析（係り受け）」にて詳しく触れることとする。終活に関する具体的な項目として、「葬儀」「墓」「相続」が 10 位以内と出現数が多かった。また、葬儀と墓では葬儀の方が若干高い出現数となった。さらに「遺言」が 15 位に出現しており、相続関連の単語が「葬儀」「墓」に次いで多い結果であった。エンディングノートは 32 位と、上位ではあるものの、前述の単語ほどではない。一方で、エンディングノートとほぼ変わらぬ出現数に「写真」がある。原文をたどると、写真の整理など、思い出の物を整理するような形で出現することが多く、物の整理のような形で終活の代表的な道具として表現されていた。

表 3 頻出単語・上位 40 語

順位	単語	品詞	出現数
1	終活	名詞	1,759
2	人	名詞	1,556
3	自分	名詞	918
4	思う	動詞	901
5	考える	動詞	854
6	葬儀	名詞	853
7	墓	名詞	804
8	良い	形容詞	736
9	相続	名詞	711
10	家族	名詞	699
11	人生	名詞	684
12	話す	動詞	637
13	死ぬ	動詞	621
14	いう	動詞	612
15	遺言	名詞	556
16	講座・講演	名詞	534
17	言う	動詞	471
18	多い	形容詞	468
19	開く	動詞	448
20	必要	名詞	439

さらに、終活の具体的な項目以外では、「人生」（11 位）と「生きる」（24 位）、「死ぬ」（13 位）と「死」（23 位）といった、生死を示す単語がいずれも近い出現数となっていた。

他にも、「家族」（10 位）、「夫」（33 位）、「家」（34 位）、「母」（36 位）のように、家族を示す単語群もみられた。

3.2.2 ネットワーク分析（係り受け）

ネットワーク分析では、係り受けから関連の強い言葉同士のまとまり（話題）を導き出し、それぞれまとまり中で言葉がどのように繋がり合っているのかを確認することができる。

ここでは、全体の話題の傾向に加え、終活がどのように語られているかを知るための切り口として、終活に関する具体的な項目と並んで出現頻度が高い単語についても個別に分析した。分析対象とした単語は、3.2.1 で見られた出現数が多いもの、及び記事属性での特徴語としてのスコアの高い名詞として、「人生」・「生きる」、「死」・「死ぬ」、「自分」、「家族」を対象（以下、これらの単語をまとめて注目語と表記）とした。

順位	単語	品詞	出現数
21	いる	動詞	434
22	増える	動詞	417
23	死	名詞	413
24	生きる	動詞	401
25	寺	名詞	391
26	書く	動詞	377
27	相談	名詞	362
28	女性	名詞	338
29	高齢者	名詞	336
30	始める	動詞	318
31	聞く	動詞	316
32	エンディングノート	名詞	310
33	夫	名詞	306
34	家	名詞	305
35	写真	名詞	302
36	母	名詞	301
37	見る	動詞	295
38	感じる	動詞	283
39	残す	動詞	281
40	準備	名詞	280

終活記事全般の係り受け頻度のうち、上位 30 語を表 4 に、ネットワーク分析結果 (50 語) を図 2 に示した。

全体の傾向としては、「終活」→「考える」→「人」がいる、多い、増えているといった関連が強く現れていた。新聞記事においては、基本的には終活に関わる人が増えていることを示す文章が目立ち、これらに付随して「講座・講演」についての話題や「葬儀」「墓」についての言及が多い。また、矢印のつながりの数が少ない話題が独立して多く列挙されていることから、さまざまな話題が数多く展開されていることが伺える。

「迷惑」から派生する「かける+ない」「かける+したくない」は、実際には同じ内容であり、終活の動機として「迷惑をかけたくない」という考え方について触れている記事が多い (頻度では両者の出現数合計 72 で、実質 6 位となる) ことが伺える。

「相続」「遺言」については、終活の一連のネットワークとは独立しているものの、公正証書遺言や自筆証書遺言といった具体的な内容が登場していることが示されている。

3.2.3 時系列分析

時系列による内容の変化はあるかどうかを確かめるため、頻出単語の時系列分析を行った。年ごとの頻出単語のうち、上位 20 語を表 5 に示す (グレー部分は、終活の具体的な項目に関する単語)。

まず、終活の具体的な項目として、「葬儀」「墓」「相続」「遺言」といった単語、すなわち葬送関係と相続関係については、すべての年において上位に位置している。さらに、相続関係を示す単語は、2015 年にも 3 位と葬送関係の上に位置したのち再び葬送関係の下位に位置するものの、20 位以上には必ず出現していた。また、2019 年には、「相続」(7 位)、「遺言」(10 位) と、相続関係の単語双方が 10 位以内かつ葬送関係を指す単語よりも上位に位置し、かつ葬送関係の単語は初めて 10 位以下に位置していた。

「人生」という生死に関する言葉も、継続的に上位 12 位以内に入っており、2016 年、2017 年、2019 年は 10 位以内に位置、2019 年は 6 位となった。2015 年からの推移を見ると、2018 年に若干落ち込んだものの、全体としてはじわりと増加している印象であった。一方、「家族」は、「人生」同様毎年その順

表 4 係り受け・上位 30 語

順位	係り元－係り先	出現数	順位	係り元－係り先	出現数
1	人－いる	163	16	向ける－準備	42
2	終活－講座・講演	102	17	相談－応じる	42
3	人－増える	96	18	遺産－相続	41
4	葬儀－墓	94	19	考える－終活	40
5	人－多い	86	20	講座・講演－開く	40
6	人生－終わり	65	21	迷惑－かける+したくない	38
7	良い－思う	63	22	自分－死ぬ	37
8	遺言－相続	62	23	終活－年賀状	37
9	終活－考える	53	24	大切－人	37
10	遺言－作成	51	25	相続－する	36
11	準備－終活	50	26	終活－支援	35
12	人－いる+ない	50	27	残す－家族	34
13	終活－ブーム	47	28	相続－遺言	34
14	終活－始める	46	29	迷惑－かける+ない	34
15	話－聞く	46	30	参加－無料	31

位をあげ、2016～2018 年は 10 位以内に位置していたが、2019 年には 17 位に落ち込んでいた。

3.3 終活に絡めて語られている注目語

終活にからめて語られている内容として、3.2 の結果から、特に「人生」「生きる」、「死」「死ぬ」、「自分」、「家族」の注目語が見られた。そこで、これら注目語それぞれがどのように語られているのかを更に探るため、係り受け分析とネットワーク分析を行った。

3.3.1 「人生」「生きる」

「人生」（名詞）、及び「生きる」（動詞）という単語について、その取り上げられ方を探った。名詞である「人生」の係り受け分析上位 10 語について表 6 に示す。終活記事においては、「終わり」（1 位）、「締めくくる」（10 位）という人生の最期について述べた語だけでなく、「振り返る」（2 位）、「見つめ直す」（7 位）、「棚卸し」（9 位）といった、これまでの人生を思い返す行動を示す内容がみられた。加えて、3 位に「生きる」が出現し、「過ごす」と合わせて、人生の最期についてだけでなく、人生を生きていることについての表現

が出現している。また、「楽しむ」「充実」のように、人生についてポジティブな語も出現していることが特徴と言える。「生きる」については、(4) 及び (6) でも述べる。

3.3.2 「死」「死ぬ」

「死」（名詞）、及び「死ぬ」（動詞）という単語について、その取り上げられ方を探った。ここでは、名詞である「死」の係り受け分析上位 10 語について表 7 に示す。終活記事においては、まず「考える」（1 位）、「向き合う」（3 位）、「語る」（5 位）、「受け入れる」（8 位）といった、死に対する姿勢を示すものが多く見られた。また、「準備」（6 位）「備える」（同 6 位）を合わせると出現回数は 14 回、実質的には 4 位の位置づけとなり、死に備える終活の文脈が多いことも伺える。「死ぬ」については、(4) 及び (6) にて触れることとする。

3.3.3 「自分」

「自分」の係り受け分析結果上位 10 語を表 8 に示した。これらを見ると、終活の主語として「自分」が

表 5 年ごとの頻出単語・上位 20 語

順位	2015	2016	2017	2018	2019
1	終活 (265)	人 (248)	終活 (369)	人 (430)	終活 (480)
2	人 (219)	終活 (218)	人 (294)	終活 (427)	人 (365)
3	相続 (184)	思う (160)	自分 (198)	葬儀 (288)	自分 (203)
4	葬儀 (149)	自分 (146)	思う (190)	墓 (276)	思う (198)
5	自分 (142)	考える (139)	墓 (182)	思う (232)	考える (197)
6	考える (134)	良い (125)	考える (177)	自分 (229)	人生 (176)
7	思う (121)	葬儀 (118)	葬儀 (151)	家族 (227)	相続 (172)
8	墓 (119)	家族 (109)	家族 (139)	考える (207)	良い (170)
9	遺言 (110)	人生 (107)	人生 (136)	良い (207)	話す (163)
10	良い (109)	話す (104)	話す (132)	死ぬ (188)	遺言 (156)
11	講座・講演 (107)	いう (100)	良い (125)	相続 (183)	死ぬ (154)
12	人生 (102)	寺 (90)	いう (121)	人生 (163)	いう (149)
13	家族 (93)	墓 (87)	講座・講演 (116)	いう (162)	葬儀 (147)
14	話す (84)	死ぬ (84)	死ぬ (113)	話す (154)	墓 (140)
15	死ぬ (82)	相続 (83)	死 (98)	遺言 (153)	寺 (138)
16	いう (80)	生きる (83)	開く (95)	いる (125)	講座・講演 (135)
17	開く (78)	言う (81)	言う (94)	死 (119)	家族 (131)
18	相談 (76)	女性 (81)	相続 (89)	書く (119)	言う (129)
19	多い (73)	遺言 (78)	いる (88)	多い (116)	多い (126)
20	書く (70)	増える (75)	女性 (86)	増える (113)	開く (123)

表 6 「人生」係り受け・上位 10 語

順位	係り元 - 係り先	頻度
1	人生－終わり	65
2	人生－振り返る	24
3	人生－生きる	13
4	人生－送る	10
5	人生－過ごす	8
6	人生－楽しむ	7
7	人生－見つめ直す	7
8	人生－充実	6
9	人生－棚卸し	6
10	人生－締めくくる	6

※出現数が同じものは同順位

用いられており、1 位の「死ぬ」、5 位の「いる＋ない」（＝自分がいなくなる）とあわせて、終活のシチュエーションとして、自分が死ぬという事態について言及していることがわかる。また、自分で「考える」（2 位）、「決める」（3 位）、「決める＋したい」（同 7 位）といった、自らのことについて主体性を持った意思決定についての記述も目立つ。そして、「生きる」（4 位）という、終活の文脈であえて生についての姿勢が語られていることがわかる。

3.3.4 「家族」

「家族」の係り受け分析結果上位 10 語を表 9 に示した。これらを見ると、家族の「負担」（1 位）や「困る＋ない」（＝困らない）（3 位）、「かける＋したくない」（迷惑をかけたくない）（6 位）、のような表現から、家族の負担にならないよう配慮する気持ちが述べられていることがわかる。また、「話し合う」（2 位）、「伝える」（4 位）、「伝える＋したい」（10 位）といった家族に対する行動及び希望が、終活とともに語られていることがわかる。また、「死ぬ」がここでも見られ、家族の死と終活の関連について語られるパターンも多いことが伺える。

3.3.5 注目語同士の関連

このように、終活の具体的項目以外での頻出単語・特徴語として目立つ単語である注目語たちは、「生き

表 7 「死」係り受け・上位 10 語

順位	係り元 - 係り先	頻度
1	死－考える	23
2	死－迎える	20
3	死－向き合う	17
4	死－意識	8
5	死－語る	8
6	死－準備	7
7	死－備える	7
8	死－受け入れる	6
9	死－身近	5
10	死－直面	5

※出現数が同じものは同順位

る」「死ぬ」といった単語を通じて関連していた。この結果について図式化するために、これらの注目語を「係り元単語」に設定し、別途ネットワーク分析（上位 20 語で設定）を行った。その結果を図 3 に示す。この結果から、注目語群は、「生きる」「死ぬ」「考える」という動詞によって繋がりを持っていた。このように終活では、自分を主体として、生きること、死ぬこと、家族について述べられていることがわかる。

3.4 記事属性ごとの特徴語

「一般記事」「広告・告知」「読者投稿」の 3 つの記事属性において、それぞれどのような話題が現れているのかについて、その特徴を分析した。ここでは、記事属性ごとに取り上げられている内容をより明確にするために名詞のみを対象とした。分析結果で得た上位 20 語を、属性ごとに表 10 に示した。なお、順位付けに用いた「指標値」とは、補完類似度を使用したもので、属性におけるその単語の出現頻度が全体の平均頻度に比較してどの程度の割合にあるかを表しており、値が大きいほどその属性で特徴的に用いられている言葉となる。

3.4.1 一般記事

一般記事の指標値を見ると、広告・告知や読者投稿のように、突出して特徴的に出現する単語があるというよりも、いくつかの頻出単語が比較的まんべ

表 8 「自分」係り受け・上位 10 語

順位	係り元 - 係り先	頻度
1	自分－死ぬ	35
2	自分－考える	16
3	自分－決める	11
4	自分－生きる	10
5	自分－いる+ない	8
6	自分－書く	7
7	自分－やる	6
8	自分－決める+したい	6
9	自分－好き	6
10	自分－いる	5

表 9 「家族」係り受け・上位 10 語

順位	係り元 - 係り先	頻度
1	家族－負担	13
2	家族－話し合う	13
3	家族－困る+ない	12
4	家族－伝える	12
5	家族－死ぬ	11
6	家族－かける+したくない	10
7	家族－いる	7
8	家族－一緒	7
9	家族－希望	6
10	家族－伝える+したい	6

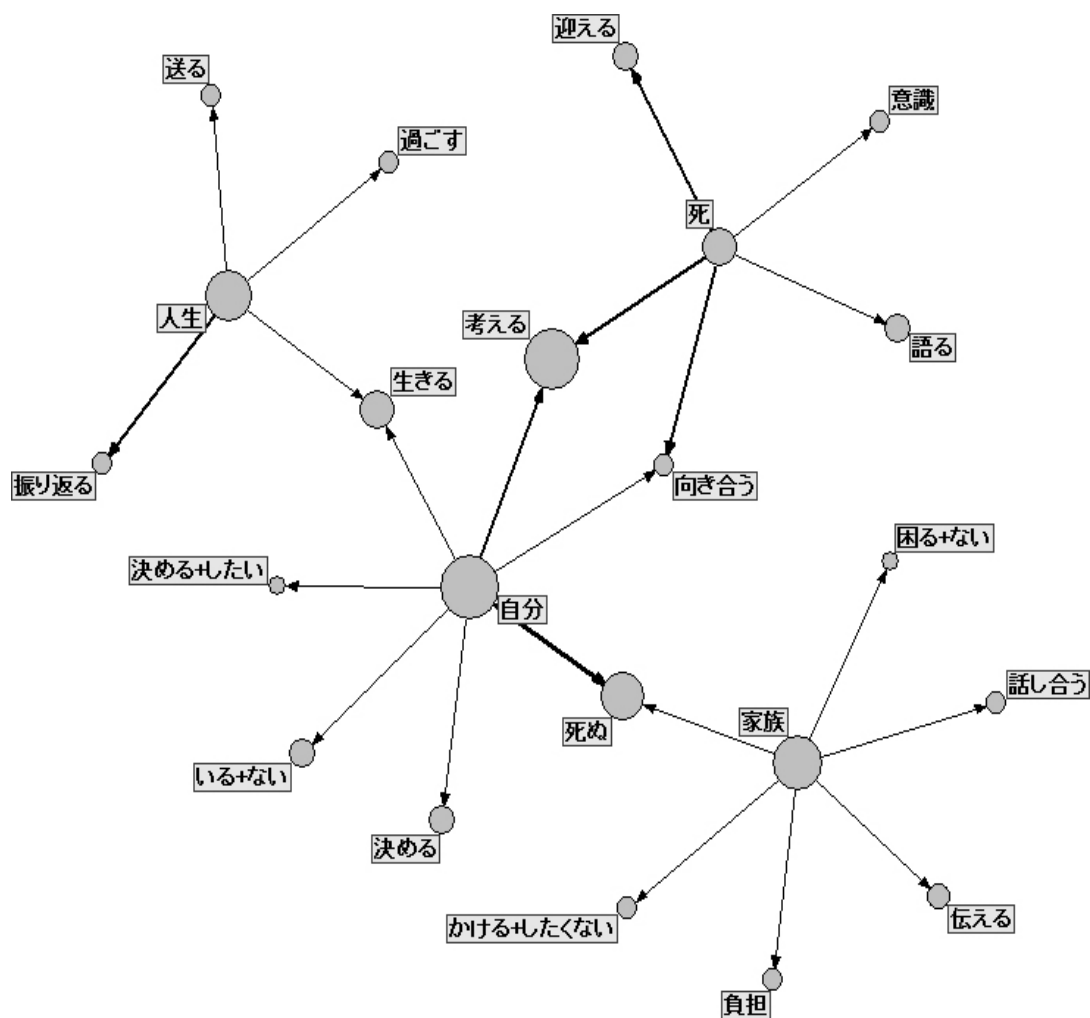


図 3 注目語のネットワーク分析（係り受け）

表 10 属性毎の特徴語・上位 20 語

一般記事			広告・告知		読者投稿	
順位	単語	指標値	単語	指標値	単語	指標値
1	墓	246.2	講座・講演	868.4	終活	501.4
2	人	210.4	終活	673.9	母	278.7
3	葬儀	191.3	無料	523.2	夫	216.2
4	寺	152.1	相続	368.3	処分	202.5
5	死	104.3	申し込み	295.7	主婦	170.9
6	市	94.9	問い合わせ	294.9	娘	155.4
7	家族	90.9	テーマ	246.9	父	144.0
8	相続	89.1	遺言	242.5	無職	140.1
9	高齢者	84.7	エンディングノート	198.2	日記	134.0
10	遺骨	78.7	イベント	158.8	詩	133.9
11	僧侶	78.5	行政書士	136.2	家	132.9
12	必要	76.3	電話	120.6	年賀状	127.3
13	遺言	67.1	相談	117.5	気持ち	123.9
14	ケース	63.6	解説	110.6	心	117.0
15	相談	61.7	講師	106.3	言葉	114.8
16	財産	60.2	人生	106.0	手紙	112.1
17	全国	60.0	司法書士	95.3	断捨離	106.8
18	作成	57.1	主催	93.8	本	104.2
19	費用	56.2	シニア	93.2	年齢	103.3
20	故人	55.0	ファクス	86.7	元気	97.4

んなく使われていることがわかる。また、「墓」(1 位)、「葬儀」(3 位)、「寺」(4 位)、「遺骨」(10 位)、「僧侶」(11 位)のように、葬送に関する単語数が多い。「相続」(8 位)、「遺言」(13 位)、「財産」(15 位)といった相続関係の単語も、葬送関係ほどではないが多く出現している。このように、一般記事における終活のとらえ方としては、葬送関係、次いで相続関係の話題が中心となっていた。

3.4.2 広告・告知

広告において指標値が 868.4 と高かったのは、「講座・講演」(1 位)であり、終活に絡んだ講座・講演・セミナー等の告知であった。そこでは、「相続」(4 位)、「遺言」(8 位)のように、相続関係の内容が多く、「エ

ンディングノート」(9 位)の書き方講座よりも多くなっていた。無料の講座も多いようで、また「行政書士」(11 位)、「司法書士」(17 位)などの職業名も出現しており、これらの単語の内容を含む講座が多いことがうかがえた。また、「人生」(16 位)の単語は、この広告・告知にて特に特徴的に現れている。原文を検索すると、これからのよりよい人生について考える旨の枕詞をつけた講座があり、少なくとも新聞記事の広告・告知に掲載されている講座等では、終活によって人生を豊かにする旨の方向性を提案するものが多いと言える。

3.4.3 読者投稿

読者投稿において目立ったのは、やはり、「母」(2

位)、「夫」(3 位)、「主婦」(5 位)、「娘」(6 位)、「父」(7 位)、「家」(11 位)のように、家族を示す具体的な単語であった。また「詩」(10 位)は、2.2.2 (3)の単語辞書登録にて示したとおり、短歌、俳句、川柳をひとつにまとめて集計したものであるが、読者が「終活」の言葉を用いて句を作成し、それらが採用され紙面に掲載される、といった形での読者投稿も多く登場していることになる。原文検索によれば、投稿者は高齢者層が中心であり、自らのこととして終活を取り上げていた。また、終活に関する具体的な行動をしめす内容として、読者投稿では、「処分」(4 位)、「断捨離」(17 位)という、物の片付けに関する行動を示す単語が特徴語として出現している。また、「日記」(9 位)、「年賀状」(12 位)、「手紙」(16 位)、「本」(18 位)といった日常的な物が終活とともに語られており、原文検索を行うと、これらを書いたり、処分したりといった終活の様子について述べられていた。

4 考察

得られた結果をもとに、この直近 5 年間に、1) どのような終活の内容が取り上げられており、それは年ごとにどのように推移しているのか、2) 終活にからめて語られる内容にはどのようなものが顕著に見られるのか、3) 新聞の紙面には、記者等による記事、企業・団体等による広告、受け手側たる読者による読者投稿といった内容があるが、それらについて語られている内容に違いがあるか、あるとすればどのような内容なのか、という 3 つの視点をもとに、新聞記事における終活のとらえ方とその課題を考察した。

4.1 相続関係の話題の増加

終活の内容としては、一般には、やはり「葬儀」「墓」といった葬送関係の話題が中心であったが、それに加えて「相続」「遺言」といった相続関係の話題が多くなっていた。特に相続関係についてはその比率が次第に増しており、2019 年の単語頻度に至っては、葬送関係を示す言葉よりも上位に「相続」「遺言」が登場していた。先行研究 19 では、終活記事はあくまでも葬送関係を中心として、相続関係の話題が加わっている旨が示されていたが、それ以降の記事を扱う今回の研究では、葬送関係・相続関係両者

の取り上げられ方の差異が先行研究より少なくなっている。また、「広告・告知」だけでなく、「一般記事」においても相続関係の話題が取り上げられる機会が多くなっており、その点も先行研究と異なる傾向と言える。さらに、同先行研究によれば、上位頻出単語に「エンディングノート」の出現が目立ったが、今回の分析結果からは、「エンディングノート」は話題になってはいるものの、かつてほどの比重で紙面に登場はしなくなっていると言える。

これらより、終活記事における内容は、当初から中心を占めていた葬送関係の話題から、より金銭・財産に関わる話題、及びその相続人である家族の話題にその軸足を徐々に移しつつある、あるいは分散させつつあることがわかる。

4.2 「人生」「死」「自分」などの注目語からみる終活像

終活に関連する項目以外の単語で、本研究の分析上目立った言葉として、「人生」「生きる」「死」「死ぬ」といった生死に関する単語、そして「自分」「家族」といった人物を指す単語がみられたため、今回の分析においては、これらを注目語として抽出し分析を行った。これらによると、終活の主体は自分自身であり、また人生の終わり、自らの死について考えることが終活というとらえ方ではあった。だが一方で、人生を振り返り、棚卸しを行い、自分の人生をこれからは生きること、そのための終活であるというとらえ方があり、そこには「楽しむ」のようなポジティブな表現も出現していた。この傾向は先行研究でも示唆されていたが、その後の新聞記事を扱った本研究ではその傾向がより濃く現れている。よって近年では、改めて「終活とは人生をとらえ直し、これからのよりよい時間のために行うもの」といったとらえ方がなされ、広められていると言える。

4.3 記事属性ごとの違い

前述のように、一般記事における終活の話題は、葬送関係、相続関係について述べたものが多くなっていた。広告・告知においては、相続関係の講座が多いことが示されていた。これらより、一般記事及び広告・告知においては、相続関係の比重が増しており、お金の問題、家族間の問題のような課題が取

り上げられがちであることが見て取れる。

読者投稿においては、相続といった話題が上ることは少なかった。読者投稿では、先行研究と同様に、物の片付けを示す単語（「処分」「断捨離」）が目立ち、それぞれの投稿者の家族（「母」「夫」「娘」など）について語られ、かつ「日記」「年賀状」「手紙」「本」といった日常的なものを取り上げ、これらを書くことや処分することを終活として話題にする傾向があった。

このように、一般記事及び広告・告知と読者投稿とでは、その内容に大きな差があるとも言える。いわゆる「終活らしい」話題が一般記事になりやすく、広告においてもそれらの講座が紹介される一方で、読者は物の片付けのように日常生活に即した形で終活を行いたいとの希望や、それらの報告を投稿している。読者目線、当事者目線から言えば、このようなとらえ方の違いをふまえ、一般的な終活の扱いをより当事者側に合わせこんだサービス、商品、そして話題の提供を行っていくべきとも言える。しかし、逆を言えば、当事者目線ではあまりにも日常に寄りすぎているとも言えるのではないだろうか。終活を通して人生を考えることをよしとしながらも、日常の物の処分、日記や年賀状などといったことで終活としてとどまってしまうとすれば、今後の人生をより良くするという中長期的な展望を踏まえた終活を実践する必要があるとも言える。日常的な事柄から、いかに終活につなげ、葬送関係や葬儀関係といったいわゆる大仕事につなげていくのか、高齢者の人生設計を踏まえた終活の内容を示していく必要がここに見えている。

4.4 まとめと終活の課題

終活報道は、特に一般記事及び広告・告知において、葬儀・墓といった内容から、相続・遺言といった内容を重視する方向にシフトしており、より金銭的かつ法的な内容とも言える。「1.1 終活をめぐる動き」でも述べたように、相続は 50 兆円にも届く大きな市場規模となっており、結果、終活というキーワードを用いた市場で展開されるサービスや報道の内容に相続関連の情報が多くなっていくことは当然の流れとも言える。一方で終活記事には、人生や家族などの視点もある。終活記事においては、大きく分け

ると、高齢者を対象とした市場の動向の影響を受けたもの、終活に取り組むことで人生を充実させるのだという論調（このような表現は終活関連サービスへの誘導の枕詞であることも十分に考えられるが、ここでは、終活がたとえ建前であっても「自らの人生を考える」というような論調で語られている事実を重視する）、そして高齢者を中心とした人々の日々の生活での終活への意識、という 3 つの内容が見えてくる。これが本研究の一つの成果と言える。そして、日常生活から終活を見る読者投稿の内容は、一般記事や宣伝・広告と明らかに異なり、自らの生活により近い話題に着目した終活であった。この乖離を見いだせたこともまた、本研究のもう一つの成果である。

この読者投稿と他の記事との乖離には注意を払う必要がある。今とこれからの生活を念頭に終活を考える高齢者たちにとって、葬儀や相続、あるいはその他経済にからむものとしての終活だけに着目するのでは、高齢者の生活や人生の充実といったサクセスフル・エイジングにとって必ずしも良いことばかりではなくなってしまう可能性がある。一方で、読者投稿の目線はあまりにも生活に偏りすぎているという見方もできる。葬儀・墓、相続・遺言といった比較的大きなお金と法律が絡むものは、面倒も多く、取り組むことは大変だ。とはいえ、日々の生活の中、その延長で考えやすいことばかりでは、これからの人生をよりよくするために取れる手段にも限りが出てきてしまう。それでは、これまでの終活の研究が垣間見せた「サクセスフル・エイジングにつながる人生の設計に寄与するものである」という示唆にも限界が見えてくる。よって、この両者の違い、サービスの提供側や支援者側の人々と高齢者双方の意識をすりあわせていくことが、終活記事で見られた「自らの人生を考える」という意識につながるであろうし、今後の終活の発展にもまたつながると言える。そしてここでは、人生設計といった視点からの支援が求められていると言える。

では、日常から人生へとつなげる終活の内容としては、どのようなものがあるだろうか。そのひとつとして、高齢者がこれからの人生をいかに生きるかについての人生設計として、マネープランやキャリアプランといった具体的な支援を提供することがあげられよう。自身の人生を棚卸し、これまで行ってきたこ

と、今後行いたいこと、そして行わなければならないことを整理し、お金の問題とともに自分の人生をよりよくプランニングする人生設計について、気軽に考えることができるツールや機会、講座といったものを活用してもらうことなどが考えられる。また、近年ではライフプランニングや終活をテーマにしたゲームなども開発されていることから、ゲーミフィケーションによりより楽しみながら人生設計を支援する活動を展開することも可能であろう。ファイナンシャルプランナーやキャリアコンサルタントといった分野の知識や研究を参考に、このような様々なツールを検証していくことも求められるだろう。

いずれにせよ、市場の動向、高齢者の視点、それらをふまえたうえでの今後の展開について、「誰のための終活をどのように展開するのか」という視点のもと、包括的に見据える必要があるだろう。

5 今後の課題

終活の研究の今後については、これまでの先行研究のように、医療、介護、福祉、心理、社会、文化といったさまざまな視点がこれまでも存在したが、これらに経済や経営といった内容も加えより多岐にわたる視点からの分析と考察ができるし、求められていくものと思われる。医療・介護・福祉といった高齢者の支援とケア、あるいは高齢者をめぐる経済活動など、それぞれが意義深い研究となりうるであろう。だが、こと終活という現象を通じて現代の社会を見つめるとき、高齢者自身がどうこれからの高齢社会を生きるのか、生きやすくというテーマもまた欠かせない。

今や、独居を含む高齢者のみの世帯の増加、高齢化率が 30% を超えかつ団塊の世代が後期高齢者となる 2025 年問題が迫りつつある。人生 100 年時代がうたわれるようになり、長寿時代の高齢期をいかに生きるかが重要な課題となっている。東京大学ジェロントロジー・コンソーシアムが策定した「2030 年超高齢未来に向けた産業界のロードマップ」²²でも、人生 100 年時代において高齢者自身による長寿社会の「人生設計力」を養う必要性が主張されている。人生設計力という視点で終活を考えるならば、終活には、高齢者自身の生活を助け、家族や周囲の人々の支援の助けとなる項目が揃っている。よって終活に

取り組むことは、高齢社会の現状と課題について高齢者自身が意識を傾け、なおかつそれらに高齢者自身が向き合うことで、自らの人生を振り返り、これからの人生を捉え直していくことになる。自らの人生について高齢者自身が取り組む終活という活動がサクセスフル・エイジングにつながるためには、どのような終活のあり方が求められるのか。今後は、終活の動向をとらえつつ、また高齢者の心理と生活をふまつつも、どのような人にはどのような終活がよいのか、高齢者の抱える様々な悩みに対して終活から得られる具体的な効果について、事例をもとに模索し提示していくことが必要である。それらは、終活市場においても、そして何より終活に関心をよせるあるいは必要性を感じている高齢者自身にとっても有益な研究成果となりうるだろう。

終活の内容が世相を反映し変化していることはまた、終活に関連する様々な人々がどのような意図でどのような提案をしていくのかによって、その変化の方向が定まっていくとも言える。そして、支援側の目線と当事者側の目線との乖離を双方共がすりあわせていくことが終活の発展に寄与する可能性が今回の研究で示唆されたことから、その具体的方策について、様々な知見をもとに今後も探していきたい。

謝辞

本研究は、科学研究費補助金 (20K03290) の助成を受け実施した。

引用文献

1. 小学館 (2020) 「終活」『デジタル大辞林 (Japan Knowledge)』<http://japanknowledge.com> (2020/8/20) .
2. 経済産業省 (2011) 『安心と信頼のある「ライフエンディング・ステージ」の創出に向けて 報告書』<https://www.asagao.or.jp/sougi/link/keisan-houkoku.pdf> (2020/8/20).
3. 経済産業省 (2012) 『安心と信頼のある「ライフエンディング・ステージ」の創出に向けた普及啓発に関する研究会 報告書』https://www.shukatsu-csl.jp/about_shukatsu (2020/8/20).
4. 横須賀市 (2020) 「終活支援センター」『横須賀市

- ホームページ』 <https://www.city.yokosuka.kanagawa.jp/3014/syuukatusien/index.html> (2020/8/20).
5. 大和市(2020)「おひとり様などの終活支援事業」『大和市ホームページ』 <http://www.city.yamato.lg.jp/web/f-soumu/f-soumu01211702.html> (2020/8/20).
 6. 綾瀬市(2020)「葬儀生前契約支援事業」『綾瀬市ホームページ』 <https://www.city.ayase.kanagawa.jp/hp/page000032100/hpg000032098.htm> (2020/8/20).
 7. 千葉市(2020)「エンディングサポート(終活支援)事業」『千葉市ホームページ』 <https://www.city.chiba.jp/hokenfukushi/kenkofukushi/hokatsucare/endingsupport.html> (2020/8/20).
 8. 北名古屋市(2020)「エンディング(終活)サポート事業」『北名古屋市ホームページ』 <https://www.city.kitanagoya.lg.jp/fukushi/3000163.php> (2020/8/20).
 9. 高砂市(2020)「エンディングプラン・サポート事業」『高砂市ホームページ』 <http://www.city.takasago.lg.jp/index.cfm/15,61495,146,802,html> (2020/8/20).
 10. 一般社団法人終活カウンセラー協会(2020)「終活とは」『終活カウンセラー協会ホームページ』 https://www.shukatsu-csl.jp/about_shukatsu (2020/8/20).
 11. 経済産業省(2019)『平成30年特定サービス産業実態調査(確報)』 <https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/tokusabizi/result-2/h30.html> (2021/1/25)
 12. 野尻哲史(2017)『相続に伴う資産、世代、地域、金融機関間の資金移動 相続人5000人アンケート』 <https://invest-navi.fidelity.co.jp/static/japan-invest-navi/survey-report/20170123.pdf> (2021/1/25)
 13. 大坂紘子(2010)「高齢者を援助するボランティアの老いへの準備行動 ―地域ボランティア活動による援助成果」『国立女性教育会館研究ジャーナル』 14, pp.112-118.
 14. 日潟淳子・岡本祐子(2008)「中年期の時間的展望と精神的健康との関連 ―40歳代, 50歳代, 60歳代の年代別による検討」『発達心理学研究』 19(2), pp.144-156.
 15. 木村由香・安藤孝敏(2015)「エンディングノート作成にみる高齢者の「死の準備行動」」『応用老年学』 9(1), pp.43-54.
 16. 岡本美代子・島田広美・齋藤尚子(2017)「都市と地方における高齢者の死生観と終活の現状」『医療看護研究』 19, pp.62-69.
 17. 木村由香・安藤孝敏(2019)「独居高齢者における終活への取り組みと生活満足度との関連」『技術マネジメント研究』 18, pp.1-17.
 18. 木村由香・安藤孝敏(2018)「マス・メディアにおける終活のとらえ方とその変遷―テキストマイニングによる新聞記事の内容分析―」『技術マネジメント研究』 17, pp.1-19.
 19. 樋口耕一(2011)「現代における全国紙の内容分析の有効性―社会意識の探索はどこまで可能か―」『行動計量学』 38(1), pp.1-12.
 20. 総務省(2016)『平成28年 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書』 https://www.soumu.go.jp/main_content/000492877.pdf (2020/8/20).
 21. 金明哲(2009)「テキストデータの統計科学入門」『岩波書店』.
 22. 東京大学ジェロントロジーコンソーシアム(2012)「2030年超高齢未来」『東洋経済新報社』.