

<論文>

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—

横浜国立大学大学院 環境情報学府 博士前後期課程

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)

Yuka KIMURA

Graduate School of Environment and Information Sciences, Yokohama National University

Takatoshi ANDO

Yokohama National University

要旨

近年、「終活」と呼ばれる、自らの死に備える動きが見られる。終活とは、マス・メディアによって作られた言葉である。2009年週刊朝日での連載記事によるものとされ、当初は主に葬儀や墓に関する内容を指した。終活という言葉が広がるにつれ、その内容に相続、財産整理、延命治療、介護、認知症、また遺品整理などが含まれるべきとの動きが生じ、現在では辞書でもそのように定義されている。つまり終活とは、マス・メディアによって作られ、世相を取り込み多様な内容を含む広義の言葉として変化したと言える。このことは、終活に関わる人々や企業、団体によってそのとらえ方が異なる可能性も示唆する。

そこで本研究では、今一度終活がマス・メディアによって作られた葬儀や墓への備えを中心とした言葉であることに留意しつつ、終活に関するマス・メディアのとらえ方とその変遷を明らかにすることを目的とする。そのために、「終活」の語を含む新聞記事について、テキストマイニングを用いて内容分析を行った。

記事数は、2015年をピークとしつつ2016年・2017年ともに同水準で推移し、かつ読者投稿の比率が年々増加しており、終活は一般に浸透していることが伺えた。記事の内容からは、葬儀や墓についての内容を依然としてその中心としつつ、明るい側面を強調する形で報道されてきたことから、終活に取り組むことを肯定する視点でとらえてきたことがわかった。さらに近年では徐々に生活者の視点を取り込みつつあり、その内容はまさに変化の時期あることが示唆された。

Abstract

Backgrounds : With the aging of society there is need, and also a trend of preparation for aging and death. In Japan, this trend is called SHU-KATSU coined by the media in 2009. Originally, most subjects of SHU-KATSU were about funeral and grave. Nowadays, SHU-KATSU is defined as activities in preparation for funeral, grave, inheritance, medical and nursing care, and any planning for aging and death. Stakeholders say that SHU-KATSU is not only deciding about the relevant things of death but find out what one wants to do in rest of life.

Purpose : The purpose of this study is to clarify the current meaning of SHU-KATSU in the mass media.

Methods : Articles by Asahi-Newspaper were analyzed the by following steps.

1) Articles including the keyword 'SHU-KATSU' were selected from Asahi-Newspaper database.

2) The articles were categorized and text mined by the context of keywords and relative to the number of characters.

Results : The mass media affirms the value of SHU-KATSU. Funeral and grave are still the main subjects of SHU-KATSU. At the same time, some words that means life are observed on frequently appearing words with time.

I. はじめに

近年、日本の高齢社会においては、高齢者のみの世帯、独居の高齢者世帯が増加の一途をたどっている。それにともない、認知症や介護への対応、尊厳死など生命倫理に関する問題、高齢者のみの世帯の増加と孤立、老々介護の増加、葬儀や墓への意識と実態の変化、在宅医療や在宅介護を推進する国の方針などをはじめとする様々な課題が意識されてきた(内閣府, 2017)。これらの課題をふまえると、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とも言える。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・メディアでも度々取り上げられるようになった。

終活という言葉が使われるようになったのは、2009年『週刊朝日』での連載記事がその始まりで、当初は主に葬儀や墓に関する備えが中心であった。終活という言葉は、就活(就職活動)をもじったもので、マス・メディアによって作り出された造語である。

こんにちでは、終活とは自らの老いや死に関する様々な事柄に備えることを指すと辞書では定義されている(小学館, 2017)。今や終活は、市場で様々な展開され(矢野経済研究所, 2015)、その規模は5兆円に至るとも言われる(ワールドビジネスサテライト, 2015.12.8)。同時に、経済産業省(2011, 2012)や横須賀市(2016)など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おいては、「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よく自分らしく生きる活動」(終活カウンセラー協会, 2017a)のように、サクセスフル・エイジングやプロダクティブ・エイジングを目指す意図もあわせて述べられるようになっていく。このような終活の広がりや、終活に関わる人々や企業、団体によってそのとらえ方が変化しているという可能性も示唆する。

終活という言葉がマス・メディアに作り出され世に送り出されたものであること、さらにマス・メディアの世論に与える影響の大きさを考えれば、マス・メディアにおける終活の扱われ方をとらえることは、終活という現象を把握し、終活に対する社会意識の変遷を知るうえで重要と言える。

II. 研究背景

1. 終活という言葉の発生

終活という言葉が初めて使われたのは、2009年8月～12月にかけて週刊朝日にて連載された「現代終活事情」(全19回)による。同連載では、葬儀と墓にまつわるテーマが毎回取り上げられていた¹⁾。2010年には連載をまとめたムック本が『わたしのお墓 2010 終活マニュアル』というタイトルに改められ朝日新聞出版より発売された。このように、終活は当初、葬儀や墓についての知識を蓄えることや事前準備を行うことを指していた。しかし、同連載の最終回においてそのタイトルが「葬儀、お墓のホンネ座談会 死ぬための準備でなく人生を楽しむために」(朝日新聞出版, 2009.12.25)とされ、ムック本においてもサブタイトルが「よりよく今を生きるために、人生の最後を考える」(朝日新聞出版, 2010)とされていたことから、当初より、終活を考えることでこれからの人生をよりよくするとの意味合いも含まれていたことが伺える。

ここで注意したいのは、葬儀や墓の変化は2009年よりもずっと以前から見られていたという点である。森(2010)は、1980年代後半ごろから葬儀や墓についての大きなパラダイム変化が始まったとする。森は、少子化によって祭祀承継者の確保が困難となったこと、地域や家族との繋がりが希薄となったこと、あらゆるものが市場化・商品化する中で葬儀や墓もその例外ではなかったこと、そこから人々が自己決定によって葬送のあり方を決めたいと思うようになったと指摘する。これら葬儀や墓に関する研究は、これまで主に民俗学や文化人類学において活発に研究がなされていた。山田(2007)によれば、従来の研究では、民族の祖形と意味を求め、伝統的霊魂観や死生観の探求を目的とすることが多かったため、現代の葬儀や墓の変容を伝統の崩壊としてとらえており、現状を分析する視点は少なかったという。とはいえ、2000年以降から終活という言葉が登場する2009年の期間には、葬送の個人化と意識の変容を分析した村上(2003)による研究、葬送の生前契約に関する意識と実態について分析を行った北川(2007)による研究、女性の高齢期の自己実現に対する葬儀の生前契約の有用性と世代間格差を考察した橋本ら(2009a, 2009b)の一連の研究などのように、その変化をさまざまな視点からとらえようとする研究が現れていた。つまり終活とは、葬儀や墓への人々の意識や行動の変化という現象に対し、マス・メディアがわかりやすく名付けたものであったと言える。

なお、終活関連の商品としてよく知られているものに「エンディングノート」がある。自らの老いや死に備えるための様々な項目を網羅した書き込み式のノートを指す。1996年に井上治代の『遺言ノート』が一般書店にて販売されたのを皮切りに、2003年NPO法人NALCによる『NALC エンディングノート』、2009年コクヨから販売された『エンディングノート もしもの時に役立つノート』など書店等で購入できるものが相次いで販売された。その他にも、企業の販売促進グッズや行政サービスの一環として制作されたものもあり、有料無料含め同様のノートが多数出ている。エンディングノートの主な項目は、初期からほぼ変化しておらず、木村・安藤(2015)は、「医療・介護の意思決定」、「葬儀・墓の内容決定」、「親しい者への伝言作成」、「財産整理」、「持ち物整理」、「経歴作成」、

「連絡先作成」、「相続内容決定・遺言作成」、「自分史作成」の9つの内容に分類している。

このように、終活という言葉が出る前から、老いや死に備える動きがあり、エンディングノートといった商品もすでに流通していたことになる。また、その具体的な内容は葬儀や墓に限ったものではすでなかった。

2. 終活の変遷：終活市場を中心として

(1) ～ 2010 年

終活という言葉に関連する動きを見ていくことにする。

2009年に現れた終活という言葉は、1年後の2010年には、ユーキャン新語・流行語大賞のノミネート語（候補語）60語に選ばれた（自由国民社，2017a）。ただしこの時にはノミネートのみで受賞は逃している。

(2) 2011 年

2011年は終活に影響を及ぼす出来事が多く見られた年となった。同年3月に発生した東日本大震災は、その甚大な被害を通し、人々の意識にも強く影響を及ぼした。2012年に電通（2012）が行った調査によれば、「震災後、日頃の生活の中で、自分が死ぬ場合のことを意識している」とした回答が66.2%にのぼっている。

終活に関する様々な団体も多く出現を始めた。たとえば、同年7月には一般社団法人終活カウンセラー協会が発足、終活に関する講座を開催し、終活カウンセラー認定資格を発行する活動を開始している。

同年8月には、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～新たな「絆」と生活に寄り添う「ライフエンディング産業」の構築～報告書』を発表した。いわば終活関連産業の調査報告であった。人生の終末期や死別後に準備する行動期を「ライフエンディング・ステージ」と名付け、この領域のサービス産業の創出と振興を視野に国が行った調査であり、終活に関連する分野は国や経済にとっても重要な位置づけであることが公に示された。なお、同報告書作成委員を務めたファイナンシャルプランナー本田桂子監修による『終活ハンドブック』は、同年7月に発売されている。その表紙には、『終活』とは、人生の最後

を心残りなく迎えるための準備活動のこと。（本田，2011）と記されている。内容は、財産等金銭に関することに焦点をあてつつ、相続、財産管理、老人ホーム、葬儀、遺言状の書き方等多岐にわたっている。『週刊朝日』による葬儀や墓を中心とした終活とは明らかな違いが見られている。

同年10月には、ドキュメンタリー映画『エンディングノート』が公開された。「わたくし、終活に大忙し。」（ビターズ・エンド，2017）とのコピーがつけられたこの映画は、公開後73日目にして動員7万8千人、興行収入1億円を突破し話題となった。

これらのことから、2011年は、自らの死を意識したり備えたりすることへの意識が高まるような出来事が多く、終活という言葉の広がりに影響を及ぼしたと考えられる。

(3) 2012 年

2012年4月には、経産省（2012）から『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』が出された。この報告書では、ライフエンディング・ステージに関わる様々な職種を広くとらえ（葬祭業、弁護士や司法書士等のいわゆる士業、銀行や保険会社、福祉関連業、行政、医療、介護、その他さまざまな団体や専門職など）、高齢者のライフエンディング・ステージを連携して支えていくべきとの見解が示された。2011年の経産省報告書とあわせ、終活に関連する業種は葬祭業に限らず、医療や福祉、士業や金融関連などさまざまな分野があるとのとらえ方となっている。

そして同年12年、終活は再びユーキャン新語・流行語大賞のノミネート語に選ばれ、流行語大賞トップ10を受賞した（自由国民社，2017b）。これにより、終活という言葉はより注目を集めることとなった。ところで、先に述べたように、同大賞のノミネート語は『現代用語の基礎知識』から選ばれる。2011年の『現代用語の基礎知識』における「終活」は、「終わりに向けての活動。人生の終末に向けて葬儀やお墓の準備を始めること。『週刊朝日』が2009年に『現代終活事情』を連載したのが最初といわれる。書店では、自分らしく人生を締めくくるための『終活本』が棚をにぎわし始めている。」（自由国民社，2017c）となっている。当時の終活という語の文献上の定義

はまだ葬儀や墓が中心とされていたが、経産省および市場の動きからは、すでに終活はより広義にとらえられており、やや乖離が見られる。なおこの定義は、2013 年版まで継続した。

(4) 2013 年

2013 年 7 月、初の終活専門誌と題し、『終活読本 ソナエ』が発行された。同誌は年 4 回の季刊誌であり、2017 年 8 月現在も発行が続いている（最新号は 17 号である 2017 年夏号）。同誌第 1 号の内容を見ると、表紙には「相続」「供養」の 2 つが最も大きな文字で示されている。他にも、死に関するテーマでの芸能人へのインタビューや、癒やし、健康といった記事が掲載されており、終活専門誌はその登場から終活を葬儀や墓とともに相続という財産面も大きく取り上げ、多岐にわたる内容をとらえていた（産経新聞出版，2013）。

同年 8 月には、終活カウンセラー協会によるイベント、「終活フェスタ 2013 in Tokyo」が東京都立産業貿易センターにて開催された。協賛・出展企業は保険会社、葬祭業をはじめとし、石材、納骨堂、仏花（供花）などの葬祭関連業、出版、健康、食品、写真、介護、医療、旅行関連の企業などが見られた（終活カウンセラー協会，2017b）。

2013 年にはすでに終活は葬儀や墓だけでなく、相続、医療、介護、健康など様々な内容を含むものとして市場ではすっかり定着しており、終活に関連する幅広い経済活動の様子が伺えた。

(5) 2014 年以降

2014 年になると、『現代用語の基礎知識』の終活の定義が変化した。「死の前に必要なさまざまなケアと、死後一定期間の後始末について準備する活動のこと。事実、山のように残された遺品の山に立ち往生する家族は少なくないし、人生最後の身だしなみとして「終活」に取り組む人が増えている。『エンディングノート』など、終活の内容を事前に指示する書式を整えた本は、いま静かに売れ行きが広がっている。」（自由国民社，2017c）とより広義な定義となった。その後も、前後の文章に多少の変化は見られるものの、同様の内容が最新の 2017 年度版まで継続している。また、2013 年までは「時代・流行世相語」カテゴリに分類されていたが、同年より「高齢社会・介護」へと移行している。終活は葬儀や墓だけでな

く、高齢社会にともなう問題を扱い、死の前後についての様々な内容を含むと定義し直されたと言える。

2015 年 12 月には、「エンディング産業展（ENDEX）」が開催された。「フューネラルビジネス・エンディング・終活・葬儀・埋葬・仏壇・供養・終末関連のための専門展示会」（エンディング産業展事務局，2017）で、初回より 200 社以上が出展、2 万名以上の来場者が訪れた。以降 8 月に開催月を移し、毎年 1 回開催されている。類似の分野では、より歴史の古い「フューネラルビジネスフェア」がある。こちらは、総合ユニコム株式会社が 1996 年に葬祭業界の経営情報誌として「月刊フューネラルビジネス」を創刊するとともに、葬祭業界随一の総合展示会として同ビジネスフェアを開催するとしている。同ビジネスフェアは、2017 年現在に至るまで定期的開催され、2017 年 6 月に第 21 回を迎えた（総合ユニコム，2017）。なお、「フューネラルビジネスフェア」は企業間取引（B to B）を基本としているが、「エンディング産業展」は当初より終活という言葉を用いていることや、企業間取引だけでなく消費者向け取引（B to C）も一応は念頭に置いた展示会であることなど、いくつかの違いが見られる。

(6) 現在

このように、終活という言葉は葬儀や墓への備えを意味する内容として作られて以降、市場や終活に関連する団体などの動きに応じ意味合いが広げられていった。先に見たように、『現代用語の基礎知識』でも 2014 年よりその意味が拡大された。『デジタル大辞林』も同様に、終活を「《「就活」のもじり。「終末活動」の略か》人生の終末を迎えるにあたり、延命治療や介護、葬儀、相続などについての希望をまとめ、準備を整えること。」と広く定義している（小学館，2017）。

さらに、終活を推進しようとする団体の定義をみると、近年では終活を楽しむことや、終活を通して自らの人生をとらえ直しこれからの生き生きとした生き方を考える、すなわちサクセスフル・エイジングやプロダクティブ・エイジングを目指す意図もあわせて述べられるようになった。終活カウンセラー協会は「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よく自分らしく生きる活動」とし、一般社団法人終活ジャパン協会（2012 年発足）は「笑顔の終活」

を提唱し、「きっと、これから自分らしく生きることを考えるきっかけが見つかります。」（終活ジャパン協会，2017）としている。

3. 終活に関連する先行研究

こんにちにおける高齢者の老いや死に対する備えを扱った研究は数が限られているが、高齢社会における課題（認知症や介護への対応、尊厳死など生命倫理に関する問題、葬儀や墓への意識と実態の変化など）や死生観といった分野から、それぞれの視点で研究がなされていた。これまでに、年齢が上がるにつれ死の備えに対する意識が高まり（大坂、2010）、特に60代以上になるとその傾向が強まること（日潟・岡本，2008）、高齢者は死の備えの必要性を感じている一方で自らの死について考えるのを避ける傾向があること（谷田ら，2010；福武ら，2013）、実際の備えとして行われているのは自らの墓の備え、および葬儀への経済的な備えが多いこと（経済産業省，2012；福武ら，2013）、などが示されてきた。また、木村・安藤（2015）によれば、エンディングノートに取り組む高齢者の動機では「迷惑をかけたくない」という意識が強いこと、物の整理や預金等財産の整理について取り組みやすく満足感を得られやすいこと、死や死の備えについて話をする機会がなくそれを強くはないものの望んでいることが明らかとなっている。

このように、高齢者にとっての死の備えについて様々な研究分野からそれぞれの視点で研究がされてはきたものの、これらを終活という現象に包括してとらえたものは極僅かであった。その主な実践者である高齢者にとって終活がどのような影響を与えるのかを明らかとし、終活関連団体の提唱するような「生き生きとした人生」につながるものとするためには、終活という現象について様々な角度から分析し考察することが求められる。

4. 問題意識：一般の人々にとっての終活とは何か

これまでに述べてきた終活の定義の変遷は、主に終活に関連する企業や団体—いわば「終活業界」の中での終活像にすぎない。実際に終活に取り組む人たちは別として、業界の動きがどこまで一般に知られているかはまた別問題である。一般に終活がどのよ

うにとらえられてきたのかについては、この変遷を見ただけでは定かではない。実際、終活という言葉が一般に広く知られるにあたり重要な役割を果たしたと思われるユーキャン新語・流行語大賞トップ10においても、選定の元となる『現代用語の基礎知識』では、当時、終活を葬儀や墓についての備えとしてとらえていたことに留意すべきである。また、終活という言葉が広義に変化したことは、終活に関わる人々や企業、団体によってそのとらえ方が異なる可能性も示唆していると言えよう。

そこで本研究では、終活がマス・メディアによって生み出された言葉であることに今一度立ち戻る。マス・メディアは大きな影響力を持つが、彼らが終活をどのようにとらえ扱ってきたのかを知ることで、一般における終活のイメージを伺い知る手がかりとなろう。

本研究では、終活という言葉が当初「葬儀や墓への備え」という意味でマス・メディアにより作り出された言葉である点に留意しつつ、マス・メディアのうち特に新聞記事において、終活のどのような面が注目され、どのように取り上げられてきたのかについて明らかにすることを目的とする。そのために、1) 新聞記事においてどのような終活の内容が実際に取り上げられてきたのか（葬儀や墓を中心とするのか、あるいはそれ以外の内容も含まれるのか）、2) それら終活の内容は読者にどのような印象を与える表現を用いているのか（ポジティブな表現なのか、あるいはネガティブな表現なのか）、3) 新聞記事の扱う終活の内容は時間によってどのように変化してきたのか、という3つの視点から新聞記事の分析を行った。また、補足的にはあるが、新聞記事は一般記事、広告、読者投稿の3つに区別しそれぞれの記事の特徴を検討することで、市場（広告）、読者（読者投稿）と報道全体との比較も行った。これらの分析を総合的に検討し、新聞記事における終活のとらえ方を考察した。

III. 研究方法

本研究では、マス・メディアのうち、特に新聞記事における終活のとらえ方を明らかとすることを試みる。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(総務省, 2016) による。

1. 分析対象

分析対象は、『朝日新聞』の朝刊・夕刊において「終活」という言葉を含む記事とした。

分析対象を朝日新聞とした理由は、『読売新聞』『毎日新聞』とあわせ3大全国紙の1つ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1985年以降の新聞記事データが収められている朝日新聞データベース「聞蔵II ビジュアル」を利用した。

2. 分析方法

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手法である(金, 2009)。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があるとされている(藤井ら, 2005)。テキストマイニングは、従来、定性的な手法でしか分析をなしえなかったテキストデータに対し、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という点が大きな特徴と言える。

テキストマイニングは、本研究で扱う新聞記事という大量のテキストデータを分析するにあたり有効であると考え用いることとした。なお、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ていると推察する。

(1) 記事の収集

「聞蔵II ビジュアル」より、対象機関紙「朝日新聞」、キーワード「終活」、発行日「未指定～2017年5月31日」として検索を行った。ヒットした476件のうち、たまたま「終活」という文字が入ってしまった記事(例:「断層の最終活動時期」)等、不適当と思われる記事を除き、最終的に得られた記事(以下「終活記事」とする)

462件を対象とした。

(2) 記事の分類

462件のデータには、データベースから得られた記事の「日付」と「本文(タイトル含む)」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」「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

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 ver.6を使用した。同ソフトウェアにて(2)で作成したcsvファイルを読み込み、各種分析を行った。分析にあたっては、一度分からし書きを行った上で内容を確認し、以下の辞書登録を行った。

① ユーザー辞書

以下の「」内の文字をユーザー辞書として登録したうえで、記載の処理を行った。これらは、記事の中でコーナー名や記事の写真などにつけられてしまう単語であり、頻度が高いにも関わらず内容には関わりがない。またURLやメールアドレスに当たるものは記号として処理し除外した。

- a) 「講座・講演」→抽出語「講座」に類義語登録(後述)
- b) 「写真説明」→写真付きの一般記事に付随し頻度は高いが内容に関わりないため除外
- c) 「【図】」→図付きの一般記事に付随し頻度は高いが内容に関わりないため除外
- d) 「(声)」「(ひととき)」→読者投稿のコーナー名。頻度は高いが内容に関わりないため、記事本文中に出現する同語と区別すべく除外
- e) 「【評】」→読者投稿の俳句コーナーに付随し頻度は高いが内容に関わりないため除外

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 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) 「講座」(セミナー、講演、講座・講演)
- b) 「葬儀」(葬式)
- c) 「墓」(お墓)

- d) 「棺おけ」(お棺、棺)
e) 「葬儀会社」(葬儀社)

IV. 結果

終活記事は、以下の内容にて検出された。

- ・記事数：462（うち、一般記事：191、広告：123、読者投稿：148）
- ・総文章数：8,082 ・延単語数：61,175

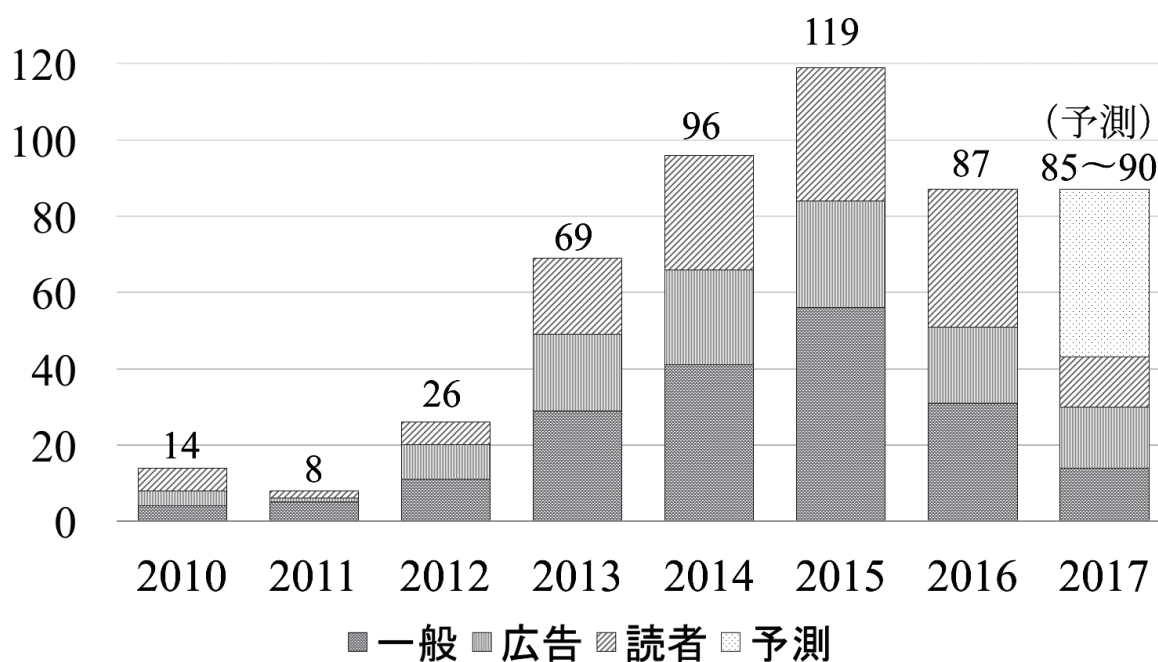
1. 記事数の推移

年ごとの記事数の推移を図1および表1に示した。終活記事が初めて登場したのは、2010年であった。その後、2011年を除き、2015年まで右肩上がりの記事数は増加した。

なお、2011年の記事数が低い原因のひとつとして、東日本大震災の記事が紙面の大半を占めていたこと

が考えられる。ちなみに同データベースにて「東日本大震災」のキーワードでヒットした記事数は、2011年 38,897 件、2012年 19,753 件と膨大な数にのぼる。

終活記事数は2015年の119件をピークとし、2016年には87件と件数自体は減少したものの、2017年は5月31日現在で43件となっており、今のところ前年と同程度の記事数が予測される。これらより、ピーク後も終活記事の数は安定し推移していると見られる。また、広告は一定数が常に掲載されていること、そして年ごとに読者投稿の記事数が増加していることも特徴である。読者投稿は選定する新聞社側に裁量があるものの、少なくとも終活についての投稿が少なければ記事の増加にはつながらない。これらのことから、終活という言葉は新聞記事においても定着していると言える。



	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
一般	4	5	11	29	41	56	31	14
広告	4	1	9	20	25	28	20	16
読者	6	2	6	20	30	35	36	13

図1 (上)・表1 (下) 終活記事数の年推移

2. 終活記事の扱う内容

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。

(1) 頻度分析（単語）

頻出単語のうち上位 20 語を表 2 に示した。なお、頻度とは全体の中での単語の登場回数を指す。「葬儀」「墓」は 10 位以内と頻度が高く、また葬儀と墓

では葬儀の方がより高い出現数となっている。11 位以下に登場した終活に関する具体的な項目として、「エンディングノート」「相続」がみられた。また、終活において欠かせない概念である「死」は 13 位となっていた。ちなみに「死ぬ」という動詞の頻度は 61 であり、「死」「死ぬ」を合わせた頻度は合計 237 と「人生」をわずかに上回る数にのぼった。

表 2 頻出単語 上位 20 語

順位	単語	頻度
1	終活	576
2	人	483
3	葬儀	363
4	自分	359
5	考える	308
6	思う	265
7	人生	234
8	良い	232
9	墓	230
10	家族	214

順位	単語	頻度
11	話す	180
12	いう	177
13	死	176
14	エンディングノート	166
15	開く	153
16	生きる	150
17	相続	148
18	書く	142
19	多い	142
20	言う	140

(2) ネットワーク分析（係り受け）

ネットワーク分析では、関連の強い言葉同士のまとまり（話題）を作り、それぞれまとまり中で言葉がどのように繋がっているのかを確認することができる。この関係を示したのが図 2 である。なお、丸の大きさは頻度の量、矢印の太さは関連の強さを表す。

i) 終活の具体的内容

「葬儀」「墓」は強い関連を持ちながら、「準備」という言葉を通して「終活」という言葉に非常に位置に属し、話題のネットワークを構築していることがわかる。また、「葬儀」と関連して「相続」「遺言」が同じまとまりに属している。一方でエンディングノートはまた別のまとまりとして示されていることから、話題としては「葬儀」等とは独立している。

ii) 「死」について

「死」は単語の頻度分析も 13 位と頻出の言葉だが、それに類する言葉として「最期」がある。両者の示

す意味は非常に似ているものの、その言葉の使われ方には違いがあった。

「死」は「生」と関連し、終活を考えるという文脈（原文では「生と死を考える」のような表現）につながる一方で、死にかかる他の言葉はネットワーク図に現れておらず多くはない。終活記事内において直接的な「死」という表現にまつわる話題は多くないこと、死が掘り下げて語られているわけではないことがうかがえた。

「最期」は、「考える」に係る点で「死」と共通してはいるが、「準備」や「葬儀」などに近い位置に登場する。「最期」という言葉が用いられる場合は、準備や具体的な終活の項目につながる文脈において使われていることがうかがえる。

iii) 終活の動機

「迷惑」「かける＋したくない」というまとまりが見られる。言葉の頻度としてはそれほど多くはなく、また大きな終活の話題からは独立している表現では

iv) その他の表現

取り組む、もしくは終活に絡む何事かに取り組む「人が増えている」「人が多い」のような表現もよく見られるが、これらはネットワーク図においても明確に現れている。

また「思う」(6位:265件)「良い」(8位:232件)といういずれも高頻度の単語が強い繋がりを持つ言葉として現れている。この表現は終活についての価値評価にもつながるものだが、詳しくは「3. 終活記事の年ごとの変化:時系列分析」にて述べることにする。

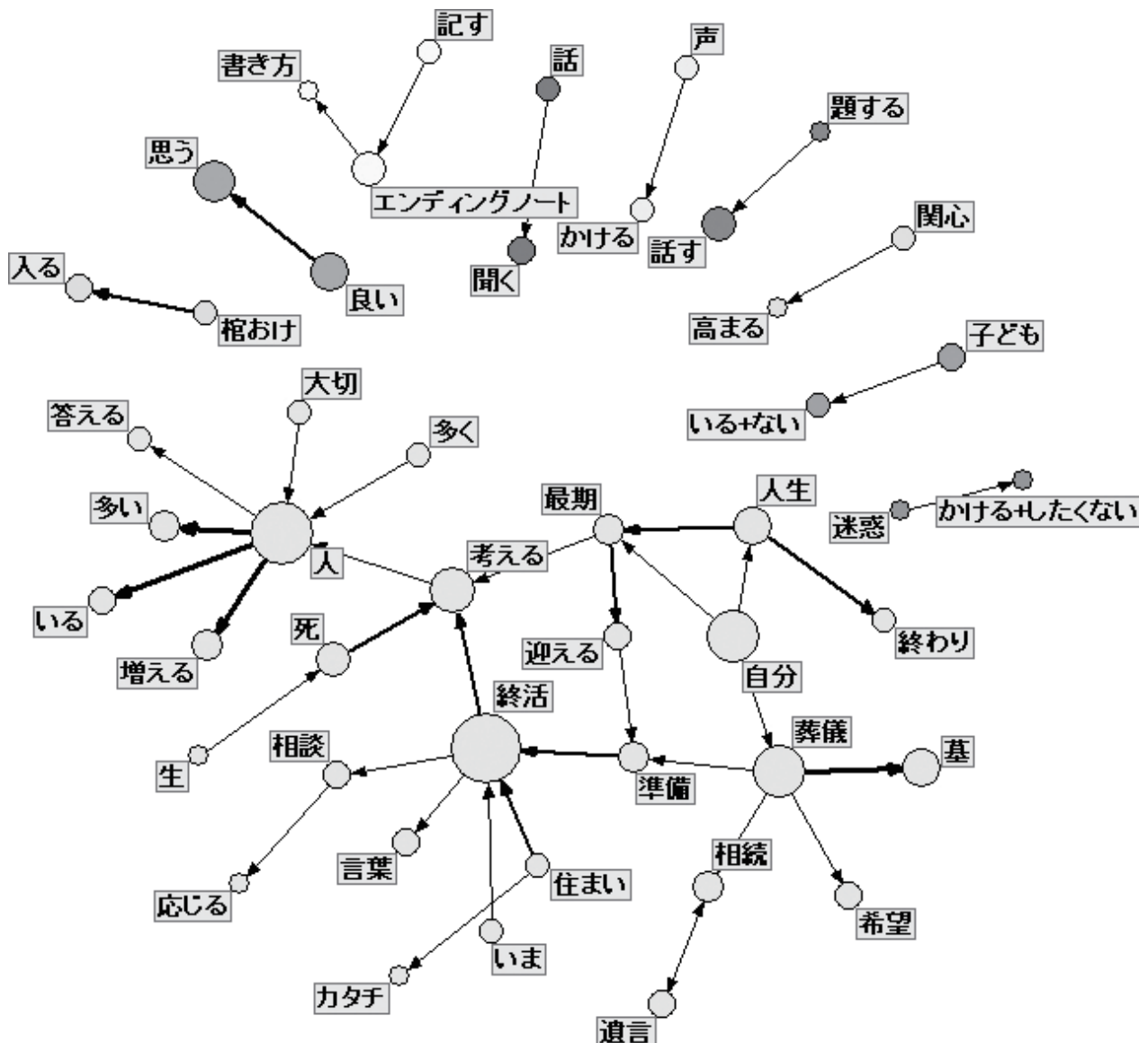


図2 ネットワーク分析結果

2. 「終活」に対する印象にかかわる表現：評判分析

終活記事における表現の仕方を探ることは、マス・メディアが終活についてどのような価値評価を持ち、どのような印象を与えようとしているのかを伺い知ることにつながる。ここでは、評判分析を用い、前項で見出された葬儀や墓をはじめとする終活の内容に関して、好評・不評と解釈できる表現（以後それぞれ、「好評語」「不評語」）をその回数とともに抽出し分析した。

(1) 評判分析：終活の具体的内容を示す言葉

前項において、終活の具体的内容を示す言葉として「葬儀」と「墓」、「相続」と「遺言」、そして「エンディングノート」が主に出現していることがわかった。ここでは、これらの言葉が実際にどのような印象を与える表現とともに現れているかを探った。これらの言葉について、好評語・不評語いずれかが2以上のものを抽出した結果を図3に示した。終活の具体的内容についての評判は好評語の占める割合が多

くなっている。特に中心的話題となる「葬儀」「墓」では好評語の割合が不評語に比べて非常に高く、また「エンディングノート」については好評語のみの表現であった。不評語の割合が高い多いものは、「相続」「遺言書」、墓に関連する「墓地」「墓石」であった。

なお、評判分析では主に一般記事において好評語・不評語が登場している。例外として「相続」の好評語は広告と読者投稿のみ、「エンディングノート」の好評語は読者投稿が多いという特徴がある。ただしこれらの件数は全体に比して少ないため、属性に関する詳細な検討は避けた。

「葬儀」「墓」「相続・遺言」それぞれにつき、好評語・不評語をネットワーク図で示した（図4～6）。ネットワーク図については、前章と同様に丸の大きさで頻度を表し、矢印の太さで関連の強さを示す。なお、「エンディングノート」については好評語3語のみの出現と少数のため、個別に詳細な検討は行わなかった。以下、「葬儀」「墓」「遺言・相続」について個別に分析する。

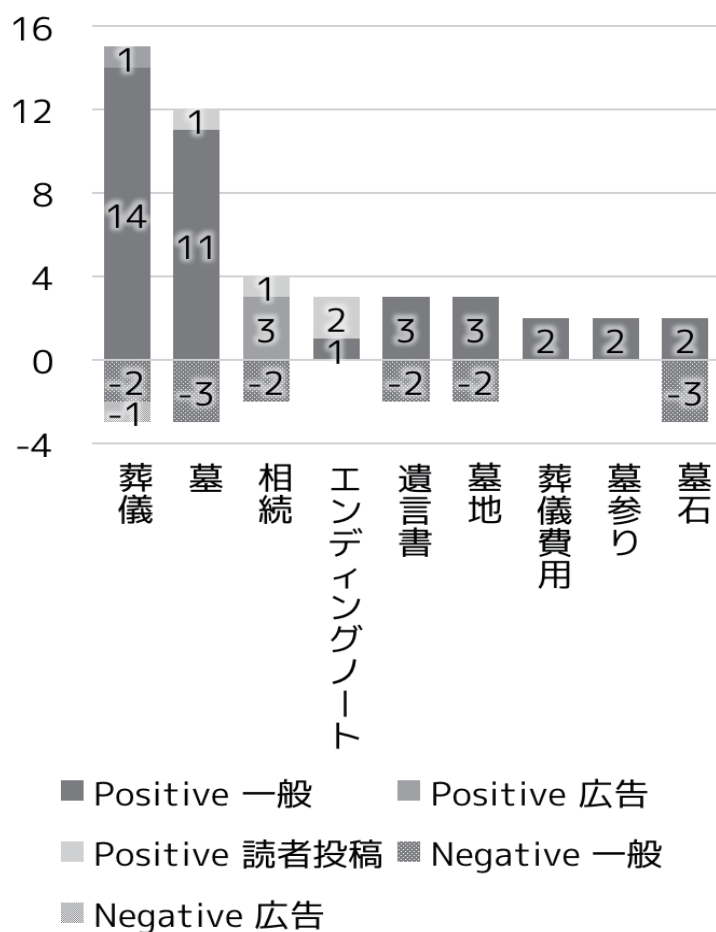


図3 評判分析：終活の具体的内容

(2) 評判分析：「葬儀」を含む言葉

「葬儀」においては、「葬儀費用」「葬儀会社」とあわせ、好評語が計18件、不好評語が計4件となり、多くが好笑的な印象の言葉とともに語られていることになる。図にはどのような言葉が用いられているかを示したが、終活における葬儀は様々なバリエーションの表現が登場する。好評語では、主ば「格安」「割安」といった値段の安さ(計3件)や、「安心」「安心+できる」(計3件)といった葬儀および葬儀会社についての評価が多かった。

一方不好評語については、いずれも各1件ではあるが、原文を参照すると、「不透明になりがちな葬儀(中略)の価格をネットで細かく明示し」「危ない葬儀社 こうして見破れ」というように、これまでの葬儀の問題を解決するといった文脈で使用されていた。また、

「小規模」においては、「小規模、低価格かつオリジナルな葬儀」となっており、近年増加している家族葬のような葬儀をイメージしたもので、むしろポジティブな表現と言える。「葬儀」を含む言葉における不好評語は、終活における葬儀のデメリットや具体的な問題点を掘り下げたものではなく、あくまでも葬儀に備えることに対するメリットを強調する形で使われていると言える。

3) 評判分析：「墓」を含む言葉

「墓」においては、「墓石」や「墓地」などいくつかのトピックが登場しており、これらをあわせ好評語が計22件、不好評語が計8件となった。終活の具体的な内容を示す言葉の中では、比較的不好評語が多い。

好評語の中で特に目立つのは「新しい」(8件)という表現である。原文を検索すると、一部に「新し

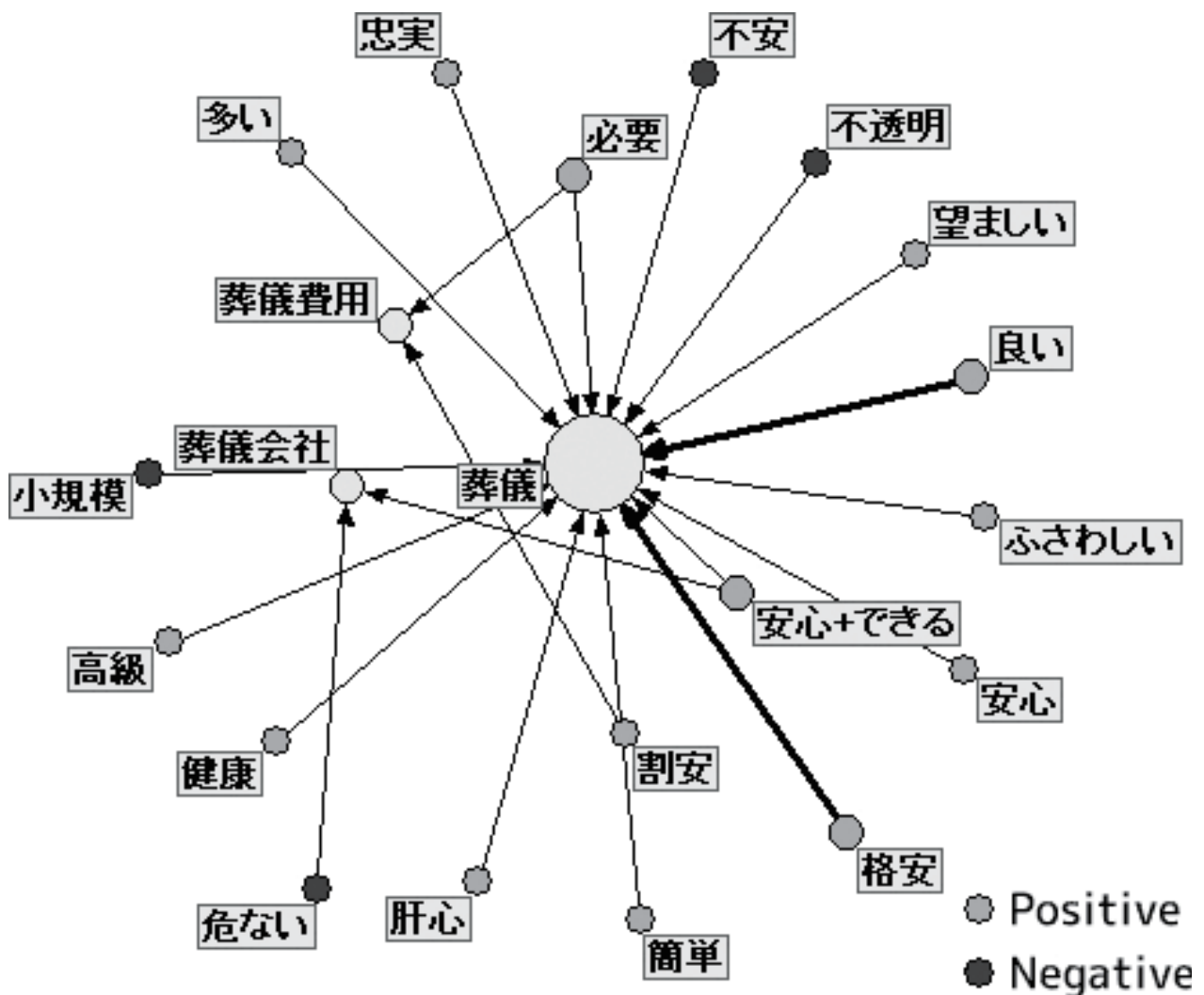


図4 好評語・不好評語ネットワーク図：「葬儀」

いお墓のかたち」といった墓文化の変化に関する表現が見られたが、多くは「新しいお墓の工事費」「新しいお墓を考える時」のように、墓の入手に関する事柄であった。

不評語はやはり雑多だが、「狭い」「不要」がそれぞれ 2 件ずつではあるが主な表現となった。「狭い」は都会の狭い墓地の区画についての指摘であったことから、現代の墓の状況についての問題点を指摘したものと言える。一方「不要」についての原文は、「墓石が不要」な埋葬手段として散骨や永代供養墓に言

及しており、「葬儀」における不評語と同様に、むしろ墓選びのメリットとしての表現であった。

4) 評判分析：「相続」「遺言」を含む言葉

「相続」「遺言」を含む言葉に関しては、好評語が計 13 件、不評語が計 5 件となった。好評語・不評語いずれの表現も複数回登場するものはなく、雑多であった。なお、「面倒」は件数としては 2 件のカウントであったが、不評語としては実質 1 件の該当となる。1 件は金融商品を買うと「相続が面倒になる」といった表現、もう 1 件は「お客様の相続全体の面

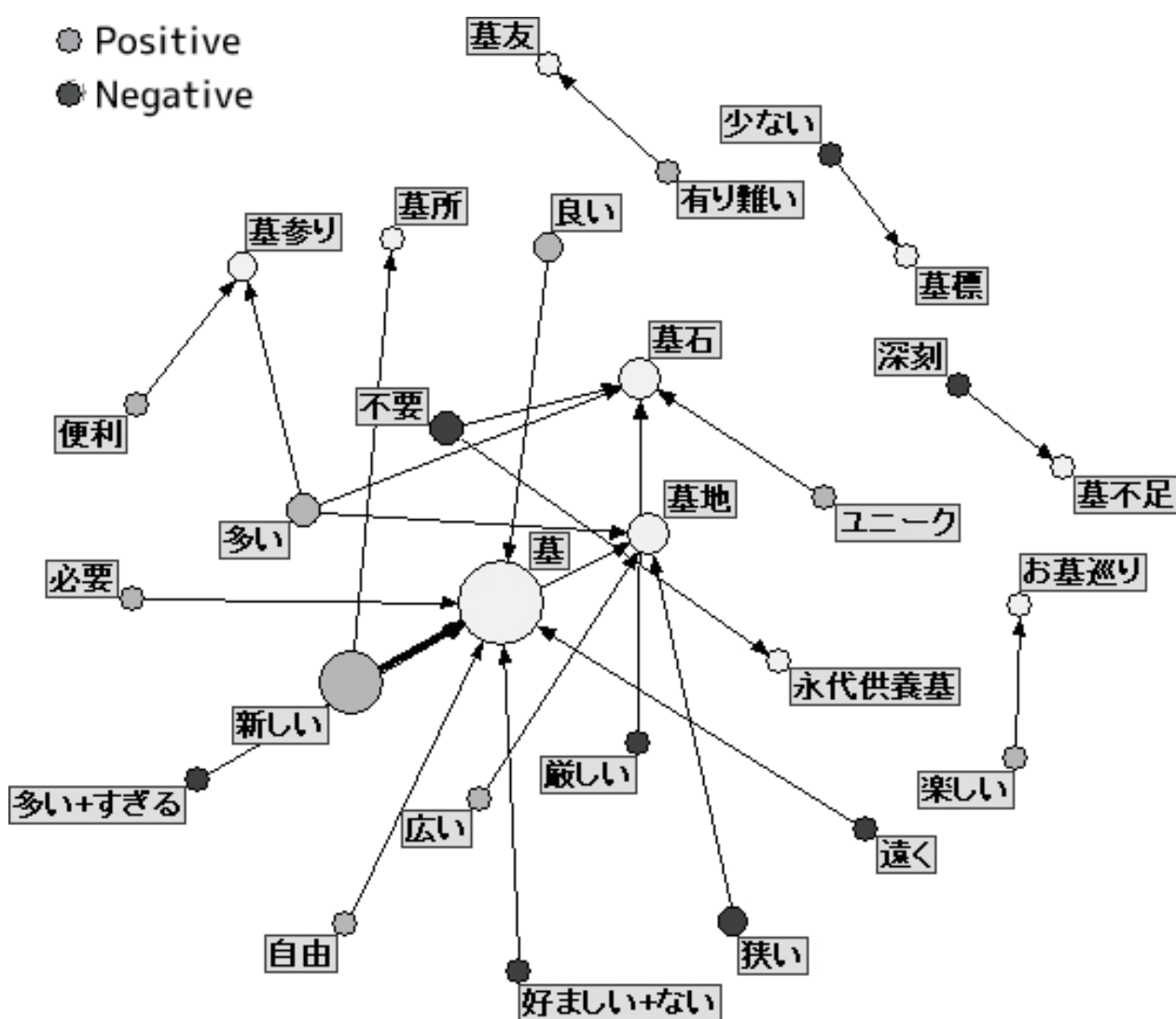


図 5 好評語・不評語ネットワーク図：「墓」

倒をみたい」というもので、後者は不評語としての表現には当たらない。ただしこの後、原文では相続に関しいくつかのトラブル例が登場していた。好評語・不評語の雑多な表現、トラブル例の紹介などがみられること、そして「相続」では好評語の出現属性が

広告と読者投稿となっていることをあわせて考えると、相続には様々なケースがあるためそれらに備える必然性がある、とする文脈がうかがえる。

以上より、「葬儀」「墓」「相続」「遺言」「エンディングノート」といった終活の具体的内容においては

好評語の割合が高く、不評語もそれぞれの項目が持つメリットを引き立たせるためのものとして使われる場合が多かった。従って、終活の具体的内容については、終活のポジティブな側面が強調される形となり、終活の抱える問題点やデメリットといったネガティブな部分については重視されているとは言えない。終活記事においては、終活に取り組むことの良さという価値感が全体として表現されている。

3. 終活記事の年ごとの変化：時系列分析

「II. 研究背景」において、終活の定義がさまざまな影響を受け変化していった様子を述べた。終活記事においても、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、時系列分析を行った。年ごとの頻出単語の内、上位 15 語を表 3 に示す。特徴を把握しやすくするため、毎年最も多い「終活」の単語は除外してある。

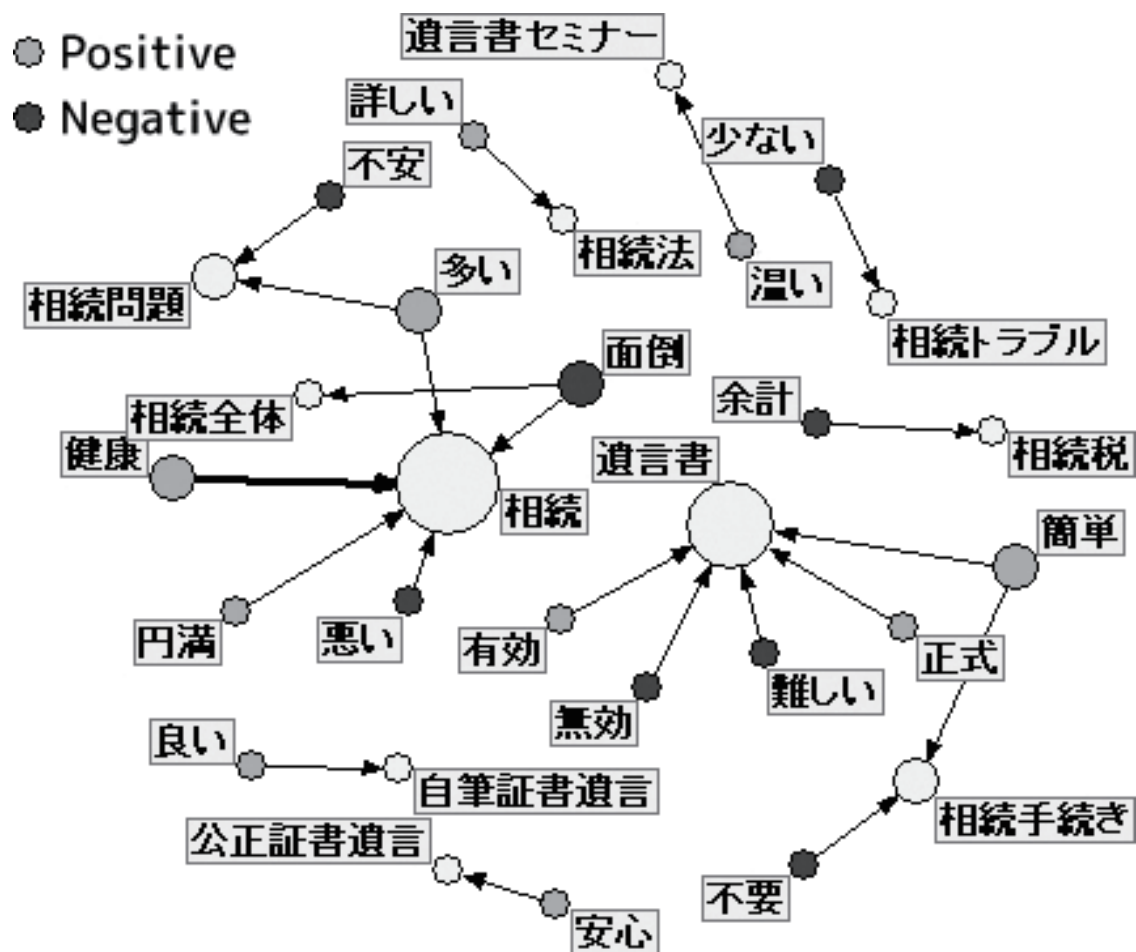


図 6 好評語・不評語ネットワーク図：「相続」「遺言」

まず、いずれの年においても、多少の変動はあるが、葬儀や墓、また相続やエンディングノートなどのように、終活の具体的な項目を示す言葉が上位に複数登場している。特に葬儀はいずれの年でも必ず登場するうえ、毎年特に高い出現頻度となっている。

2014 年になると、「思う」「良い」という単語が現れ、その後常に高い出現頻度を保っている。「2（2）ネットワーク分析（係り受け）」において「思うー良い」

の関連が見られたが、この表現は 2014 年から上位に出現し以降継続的に使用されていることがわかる。前項では終活の好評語について述べたが、ここでは頻出するポジティブな表現の登場時期が見て取れた。更に 2016 年を見ると、「家族」「女性」「生きる」など、これまでとは異なる単語が出現するようになった。「家族」は 2013 年および 2014 年にも出現しているが、「女性」「生きる」といった単語とあわせてとらえると、日々

表 3 年毎の頻出単語 上位 15 語

2013	2014	2015	2016
葬儀 (66)	人 (123)	人 (114)	人 (103)
自分 (65)	墓 (113)	自分 (88)	自分 (65)
人 (55)	葬儀 (88)	思う (72)	葬儀 (53)
考える (53)	考える (75)	考える (71)	思う (53)
死 (52)	思う (73)	良い (69)	良い (50)
家族 (36)	良い (65)	葬儀 (56)	考える (47)
準備 (36)	人生 (59)	墓 (54)	家族 (46)
開く (35)	自分 (54)	場合 (53)	女性 (43)
最期 (35)	話す (47)	相続 (51)	いう (41)
人生 (33)	書く (44)	人生 (49)	人生 (40)
話す (29)	いう (42)	話す (46)	生きる (39)
エンディングノート(29)	死 (41)	いう (45)	寺 (34)
多い (26)	家族 (40)	書く (44)	言う (29)
入る (25)	エンディングノート(36)	言う (43)	増える (26)
相談 (24)	開く (35)	遺言書 (41)	話す (25)

の生活を連想させる表現の出現として特に 2016 年の特徴となっている。これらより、年ごとに終活の表現は 2014 年、2016 年をポイントに変化し続けていることが伺える。

4. 記事属性別の特徴：特徴語分析

最期に、一般記事、広告、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。

まず、補完類似度を抽出指標とした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。上位 10 の特徴を属性ごとに表 4 に示した。なお、ここでも「終活」を除いた結果を示してある。

一般記事では、記事数も多いことから、順位こそ変動したものの表 2 で示した頻出単語に類似した結果となった。ここで特徴的なのは、「女性」という単語である。一般記事においては終活に関して女性をとらえた記事が多いことになる。

広告の中心は、講座案内と言えよう。「相続」「遺言」

いずれも死後の財産分与に関する事柄である。終活と銘打った講座は相続・遺言が多いことがわかる。

読者投稿では、話題としては多岐に渡りながら、日常生活を連想させる表現となっていると言える。まず「思う」という主観的な単語が最も特徴的なものとして見出された。「夫」「主婦」という単語からは、主婦による投稿が多いことが伺える。一般では「家族」という言葉が見られるが、読者投稿では家族の中でも特に「夫」についての話題が多いようである。「日記」が終活において話題とされ、「捨てる」ことを終活ととらえている様子も見られる。

これらより、記事属性ごとに終活の中心的话题が異なることが明らかとなった。一般記事における終活はやはり葬儀や墓を中心としており、広告においては相続が、読者投稿においては日記や捨てるということがより意識されていると言える。一方で、一般記事と読者投稿ともに女性をあらわす表現が共通している。

V. 考察

1. どのような終活の内容が取り上げられてきたか

表 4 属性毎の特徴語 上位 10 語

一般		広告		読者投稿	
単語	指標値	単語	指標値	単語	指標値
人	129.36	講座	187.05	思う	92.57
女性	57.63	問い合わせ	132.44	夫	92.45
多い	43.99	申し込み	118.94	今	53.06
墓	41.31	相続	118.27	主婦	44.59
家族	38.57	考える	115.19	日記	44.16
葬儀	37.79	住まい	114.37	年齢	42.45
亡くなる	33.15	テーマ	95.51	捨てる	41.06
死	32.69	無料	88.15	本	38.43
増える	32.17	話す	86.73	迎える	38.04
良い	32.14	遺言	77.09	言葉	36.27

2017 年の記事に至るまで、終活という言葉が 2009 年に登場してから 8 年、2012 年の新語・流行語大賞 トップ 10 から 5 年が経過している。その間、終活は『現代用語の基礎知識』において「時代・流行世相語」カテゴリから「高齢社会・介護」へと移動した。終活記事数は 2015 年をピークとしつつ、2016 年 2017 年と同水位で推移し、安定した広告記事数を保ち、読者投稿の割合が増加した。これらをふまえると、終活は単なるブームではなく、マス・メディアにおいて、さらに一般においても広く認知され浸透している現象と言えよう。

一方で、終活記事全般における話題ではやはり葬儀や墓が目立ち、そこに相続が加わるという様子が見て取れた。相続については、相続講座が募集広告として多く出されていた。終活市場において、また辞書等の定義においては、終活の意味は広義であった。一方、終活記事における終活の具体的な内容は「葬儀」と「墓」を中心に、「相続」と「遺言」、そして「エンディングノート」が加わるという形になっており、幅広いテーマが登場しているとはさほど言えず、特に介護や医療については関連が薄いようである。おそらくこれらのトピックは、終活の話題というよりもむしろ高齢社会におけるテーマとしてとらえられ、新聞記事ではそれぞれ個別に扱われているものと考えられる。

2. どのような印象を与える表現を用いているか

終活の具体的内容を示す言葉に着目すると、好評語が圧倒的に多くなる。更に不評語として登場するものも、あくまでも終活の具体的内容について取り組むことのメリットを強調するための補足として登場するものがほとんどであった。従って、不評語とはいえ単純にネガティブな印象を与えるものとは言い難い。一般に、評価する言葉の抽出では好評語が多くなる傾向ではあるが、不評語がネガティブな印象と結びつかないように用いられていることは、終活記事の大きな特徴と言えよう。終活記事においては、終活の具体的内容に取り組むことの明るい側面を強調する形で報道されており、終活の抱える問題やデメリットが重視されているとは言えない。また、時系列分析では 2014 年以降ポジティブな表現としての「思う」「良い」が上位に登場した。これらより、終活記事においては、終活に取り組むことの良さという価値判断が働いていることが伺える。

終活記事のこのようなとらえ方は、確かに、終活について読者にポジティブな印象を与えることにはなるだろう。しかしこれらは、終活に興味を抱かせるような内容であるとともに、取り組むことを誘導するような内容にとらえられる可能性もある。さらに近年は高齢者を対象とする消費者問題が消費者白書に登場している（消費者庁、2017）こともあわせて考える

と、終活の良さを強調する反面、注意すべき点などのネガティブな部分が軽視されがちとなることは、終活市場の健全な発展に対し、間接的ながらも良い方向には働かないだろう。この点に関しては、今後の終活記事の変遷とあわせ、終活市場調査も加えつつ、具体的にどのような課題を発信すべきかについて更に検討していく必要があろう。

3. 終活記事の時系列変化

時系列ごとの話題の変化も分析では明らかとなった。頻出係り受けでも登場した「良い一思う」を構成する「思う」「良い」の 2 語が 2014 年から上位に登場しその後も非常に高い頻度で出現し続けた。「思う」は読者投稿においても 1 位となっていたが、特に係り受けとしてこの 2 語を見た場合、終活に関する話題に対する非常にポジティブな表現と言える。2014 年は『現代用語の基礎知識』において終活の定義とカテゴリが変更された年であった。終活の定義の広がり、終活市場においては 2014 年よりも前から見られていたが、その変化がマス・メディアにも影響を及ぼしたのではないかと考える。そして 2016 年からは、より日々の生活を連想させるような語が上位に出現するようになった。

マス・メディアにおける終活のとらえ方は、葬儀や墓を未だその中心とし、終活市場の一部を扱っているに過ぎないが、特に女性の動きをとらえつつ、ポジティブな表現や日々の生活につながるような表現とともに語られるよう変化していた。マス・メディアにおける終活は、今や必ずしも暗い扱い、特殊な扱いとは言えないのである。

4. その他

(1) 市場（広告）・読者（読者投稿）と報道との違い

先に終活記事全般における話題は葬儀や墓と述べたが、もう少し丹念にデータを見ていくと、また少し異なる傾向も見えていた。

まず、一般記事、広告、読者投稿の記事属性には明らかな内容の違いが見られていた。一般記事は全体に近い流れにありながら「女性」が目立ち、広告は相続について、また読者投稿では「主婦」というやはり女性を表す単語が多く登場しつつ生活に近い語が頻出した。特に、読者投稿において出現した「捨てる」の語に関しては、先行研究においても指

摘されていた「物の整理への取り組みやすさ」ともつながることが推察される。終活の当事者側の意識が、終活記事上にも一部浮かび上がっていると言えよう。読者投稿の占める割合は年ごとに増加しており、一般記事で終活を扱う件数が増えることで、読者投稿の件数も後を追うように増えていったと考えられる。一方でその内容は、一般記事の後追いと言い難く、終活の当事者としての目線が反映されたものとなっていることに注意したい。

(2) 終活と死

全体を俯瞰すると、今回の分析において、「死」「死ぬ」の言葉を合わせるとその数こそ非常に多くなるものの、死についての考え方や価値観を掘り下げるような内容は見られなかった。確かに「死」や「考える」という単語は出現するが、終活の説明文に多く見られ、死について考えることをメインテーマとした記事があてはまるものではない。また、終活関連団体が提唱する「今をよりよく自分らしく生きる活動」といった定義では、むしろ「生」が強調される形となっている（言うまでもなく、終活に取り組むことがより人生の充実につながるということそれ自体は重要な提言である）。先行研究においては、死について語りづらいのと同時に語る場が欲しいという傾向が示されていたが、このような高齢者の意識に沿ったものとは言えないだろう。だが、同時に先行研究では、物の整理や財産管理などに終活の良さや取り組みやすさを覚えるという結果もある。整理に関しては読者投稿においても同様の傾向がうかがえることや、2016 年以降の生活に密着した形で語られる終活という傾向とは、むしろ一致しているとも言える。終活について語ることと死について語るとは、自らが亡くなるという事実を想定する点では共通しながらも、現実にかかるかもしれない様々な問題・課題を考えることと、内心における問題・課題を考えることの違いを持っている。終活として自らの老いや死に関する様々な事柄に取り組むことは、実際に何かをしているという実感、今生きている実感、そして亡くなった後も安心できるという満足感にもつながると考えられよう。その時に人は、死から、少なくとも死の不安からは、一時的に遠ざかっているのかもしれない。

4. まとめ

本研究では、終活という言葉が当初「葬儀や墓について備えること」という意味でマス・メディアによ

り作り出された、という点に留意したうえで、朝日新聞における終活記事の内容およびその変遷を明らかにするため、どのような終活の内容が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、そして時間によってどのような変化を示しているのか、という3つの視点をもとに明らかにすることを試みた。これまでの分析からは、まず終活という言葉はやはり葬儀や墓が中心となりつつも、相続、遺言、エンディングノートと言った内容を主に扱っていることがわかった。同時にこれら終活の具体的な内容はポジティブな表現で語られることが多く、終活の問題点を明らかにするような視点到欠けていた。また終活記事は、徐々にポジティブな表現や日々の生活につながるような表現とともに語られるよう変化していることが明らかとなった。さらに、終活という言葉は今や定着していると言えること、死に備える終活といえどもその内容は必ずしも死ぬということそのものに焦点が当てられてはいないこともあげられる。

新聞記事においては、葬儀や墓についての内容を依然としてその中心としつつ、明るい側面を強調する形で報道されてきたことから、終活に取り組むことを肯定する形でとらえていることがわかった。さらに近年では徐々に生活者の視点を取り込みつつあり、その内容はまさに変化の時期あることが示唆された。

5. 今後の課題

本研究では、朝日新聞の記事を通して分析を行った。今後は新聞記事においては他社のものも加えたデータを収集する必要がある。医療や介護をはじめとするテーマは、終活に関連しつつ単独のテーマで扱われていると推察されるため、これらの内容もデータを収集し検討していく必要がある。また、テレビを始めとする他のマス・メディアも分析の対象とする必要がある。終活市場という視点で言えば、今回示したような概観だけでなく、関連する企業や団体の意識を実際に調査する必要がある。そして何よりも、終活に実際に取り組む高齢者にとって、終活とはどのようにとらえられているのかについても明らかとすることが求められる。終活は今や市場においても行政等のサービスにおいても重要視されているが、高齢者のニーズを明らかとすることは、それぞれの分野にとっても非常に有益である。同時に、終活が高齢者に良い影響を与えるための条件や、さらには終

活がサクセスフル・エイジングやプロダクティブ・エイジングにつながるような条件を考察することにもつながるだろう。女性に関連する表現が多いという結果からは、終活の性差に関する視点が求められよう。また、家族に関する表現（「家族」「夫」「主婦」など）をより掘り下げるならば、例えば家族形態や同居人数による終活のとらえ方の違いも視点として重要となるだろう。

2014年、『現代用語の基礎知識』で終活の定義が改められたこの年に、終活記事もまたその変化の兆しを見せていた。そして2016年に至り、また新たな表現が見いだされるようになった。これを変化の時ととらえるならば、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ことになる。今後の動きを注意深く観察していくことが求められる。高齢社会における様々な問題・課題を検討する一つの切り口として、終活という視点をより深めていきたい。

注釈

1) 「現代終活事情」全19回のタイトルは以下の通り。
「1：事前準備こそ「終活」の始まり!」「2：事前の話し合いで「こだわり」演出」「3：危ない葬儀社、こうして見破れ」「4：二人三脚で作る葬儀の見積書」「5：祭壇や料理を吟味、価格差こんなに」「6：Q&A Special」「7：少人数でお見送り、「直葬」増の必然」「8：世間体よりも遺志、身近になった家族葬」「9：海へ山へ『自然葬』」「10：木の下で皆と眠る樹木葬が育む結縁」「11：儀式済んで必要な「おくりびと」の癒やし」「12：SPECIAL 光り墓／生前墓／小さいお墓／LED 瑠璃殿／ペットと一緒に入れる墓苑」「13：納得いく墓地選び、『見る』が決め手」「14：墓石も低価格志向、比較検討で吟味」「15：墓の引っ越し「改葬」」「16：Special 変わりゆくお寺のかたち」「17：手元供養のすがた、思い出の数だけ」「18：作成は“愛情の証し”一億総「遺言書」時代」「19：葬儀、お墓のホンネ座談会
死めための準備でなく人生を楽しむために」

引用文献

- 内閣府 (2017)『平成 29 年版高齢社会白書』.
 小学館 (2017)「終活」『デジタル大辞林
 (Japan Knowledge)』<http://japanknowledge.com> (2017 年 8 月 28 日) .
- 矢野経済研究所 (2015)『葬祭ビジネス市場に関する調査結果 2015』.
 ワールドビジネスサテライト (2015.12.8)
 『市場規模 5 兆円 “終活” フェア』http://txbiz.tv-tokyo.co.jp/wbs/news/post_102463/ (2017 年 8 月 28 日) .
- 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』.
 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』.
 横須賀市(2016)『横須賀市エンディングプラン・サポート事業・ご案内』.
 終活カウンセラー協会 (2017a)「終活フェスタ in 東京 2016 開催にあたって」『終活フェスタホームページ』<http://www.shukatsu-fesuta.com/> (2017 年 8 月 28 日) .
- 終活カウンセラー協会 (2017b)
 「2013 年度開催実績」『終活フェスタホームページ』<http://www.shukatsu-fesuta.com/results/2013/index.html> (2017 年 8 月 28 日) .
- 朝日新聞出版 (2009.12.25)「(現代終活事情：19) 葬儀、お墓のホンネ座談会 死ぬための準備でなく人生を楽しむために」『週刊朝日』2009 年 12 月 25 日号, pp. 174-176.
- 朝日新聞出版 (2010)『わたしの葬式 自分のお墓 2010 終活マニュアル』朝日新聞出版
 森謙二 (2010)「葬送の個人化のゆくえ-日本型家族の解体と葬送-」『家族社会学研究』22(1), pp. 30-42.
- 山田慎也 (2007)『現代日本の死と葬儀 —葬祭業の展開と死生観の変容』東京大学出版会 .
- 村上興匡 (2003)「葬祭の個人化と意識の変容 —各種アンケート調査をもとにして」『死生学研究』1, pp. 341-362.
- 北川慶子 (2007)「高齢期と葬送の生前契約」『佐賀大学文化教育学部研究論文集』11(2), pp. 267-297.
- 橋本芳・北川慶子・武田淳 (2009a)「高齢期の自己実現と葬儀の生前契約 : 地域婦人会女性の生前契約利用意識調査から」『民族衛生』75(4), pp. 131-142.
- 橋本芳・北川慶子・武田淳 (2009b)「生前契約の必要性に関する世代間格差」『九州社会福祉学年報』2, pp. 1-10.
- 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.
- 自由国民社 (2017a)「2010 年ユーキャン新語・流行語大賞 候補語」『「現代用語の基礎知識」選 ユーキャン新語・流行語大賞 全受賞記録』<http://singo.jiyu.co.jp/old/index.html> (2017 年 8 月 28 日) .
- 自由国民社 (2017b)「2012 年ユーキャン新語・流行語大賞」『「現代用語の基礎知識」選 ユーキャン新語・流行語大賞 全受賞記録』<http://singo.jiyu.co.jp/old/index.html> (2017 年 8 月 28 日) .
- 自由国民社 (2017c)「終活」『現代用語の基礎知識 1998~2017 (Windows ソフトウェア版)』自由国民社・ロゴヴィスタ .
- 電通(2012)『「震災後二年目に向けての生活者の意識・行動変化」に関する調査結果』 .
- 本田桂子 監(2011)『終活ハンドブック』PHP 研究所 .
 ビターズ・エンド (2017)『映画「エンディングノート」オフィシャルサイト』<http://www.bitters.co.jp/endingnote/> (2017 年 8 月 28 日) .
- 産経新聞出版 (2013)『終活読本 ソナエ (vol.1 2013 年夏号)』 .
- エンディング産業展事務局 (2017)『エンディング産業 2017 ホームページ』<http://www.ifcx.jp/> (2017 年 8 月 28 日) .
- 総合ユニコム (2017)「開催概要」『フューネラルビジネスフェア 2017 ホームページ』<http://www.sogo-unicom.co.jp/pbs/fair/fbf/2017/concept.html> (2017 年 8 月 28 日) .
- 終活ジャパン協会 (2017)「笑顔の終活」『一般社団法人終活ジャパン協会 ホームページ』<https://ending-sss.jimdo.com/> 笑顔の終活 / (2017 年 8 月 28 日) .
- 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.
- 日瀧淳子・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), 144-156
- 谷田恵美子・遠藤明美・安東由美(2010)「‘死へ
の準備’に対する認識 ―死を回避したい思いと
死後の世界観の尊重」『インターナショナル
nursing care research』9(4), pp.1-9.
- 福武まゆみ・岡田初恵・太湯好子(2013)「高齢者夫
婦の死に対する意識と準備状況に関する研究」『川
崎医療福祉学会誌』22(2), pp.174-184
- 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』.
- 金明哲(2009)『テキストデータの統計科学入門』
岩波書店.
- 藤井美和, 李政元, 小杉考司(2005)『福祉・心理・
看護のテキストマイニング入門』中央法規出版.
- NTT データ数理システム(2017)『Text Mining
Studio バージョン 6.0 マニュアル』.
- 消費者庁(2017)『平成 29 年版消費者白書』.