

特集

# 終活最前線



“終活”市場が活況を呈している。  
全国各地で終活セミナーが開催され、  
どの会場も多くの人で溢れかえっているという。  
沸騰する終活ブーム——その最前線を追った。

※「終活」とは……「人生の終わりのための活動」の略。2009年に「週刊朝日」で連載された記事「現代終活事情」が「終活」という言葉の生みの親と言われている。2012年の新語・流行語大賞ではトップテンに選出された。

## 変わりゆく“終わり”への意識 年々高まる“終活”への関心

2014年8月24日。この日、東京都港区にある都立産業貿易センターの3階イベントホールは、大勢の人で賑わっていた。会場で行われていたのは「終活フェスタ2014 in 東京」。「一般社団法人終活カウンセラー協会」主催による、日本最大級の終活イベントだ。昨年に引き続き2度目の開催となった今回、来場者数は前回の約1.5倍にあたる約3,230名に上り、終活に対する世間の関心の高さを窺わせる結果となった。最近、このよう

な終活関連のイベントが全国各地で開かれており、世の中ではちょっとした“終活ブーム”が起こっている。

終活に対する世間の関心は高まる一方だ。「リサーチバンク」(『ライフメディア』社が運営する自主調査サイト)が60歳以上の男女を対象に実施している「終活・エンディングノートに関する調査」によると、2012年の初調査では終活という言葉を知っている人が10%程度だったが、13年の調査では約27%に、さらに今年行われた調査では約41%にまで増加。この結果を見ても、終活の知名度が右肩上がりに上昇していることが窺える(P11図1参照)。

では、実際にどれだけの人が終活の必要性を感じているのか。今年度の「終活・エンディングノートに関する調査」の結果を見てみると、終活を必要と考えている人は約40%(P11図2参照)。ほんの数年前まで、最期について考えるという行為が「縁起でもない」と忌避されていたことを考えれば、ここ数年の間

で私達の「人生の終わり」に対する意識がどれだけ変化しているかが分かるだろう。そしてこれから先、終活に対するニーズは益々高まっていくと予想される。

## “終活ブーム”到来—— その背景にあるものとは!?

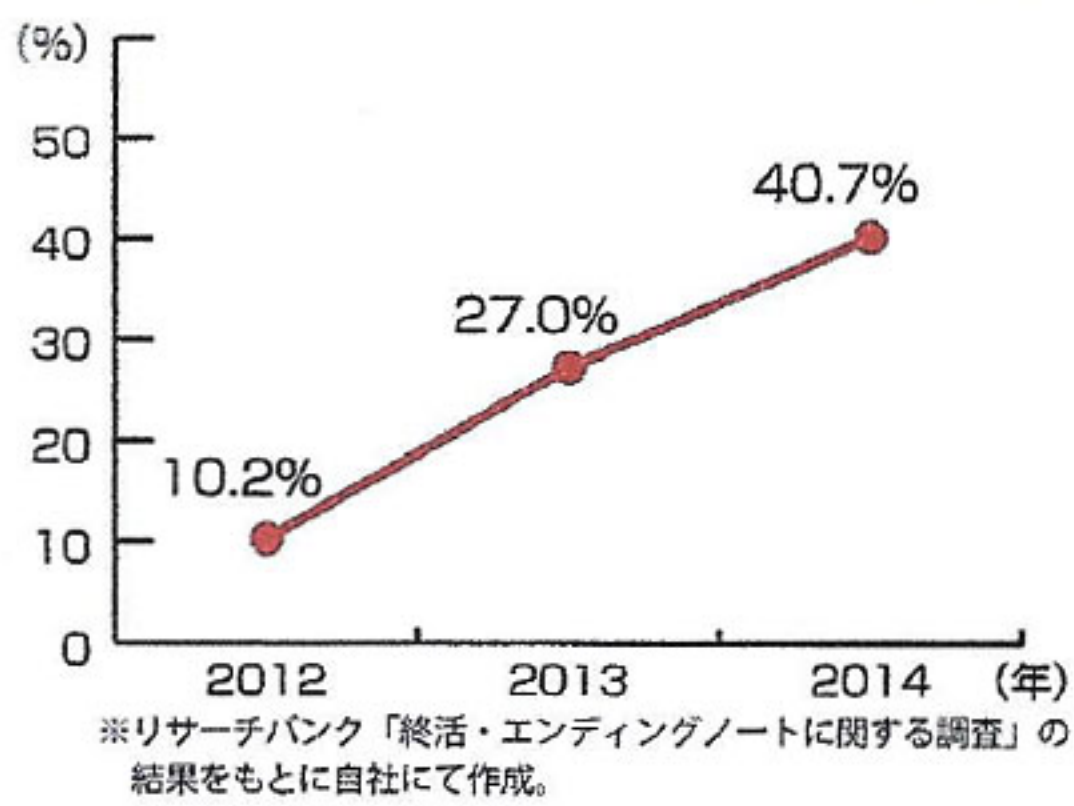
終活ブームの背景には、幾つかの要因があるとされている。まず一つ目の要因として挙げられるのは、高齢者の核家族化だ。かつては「年老いた両親の面倒を子どもが見る」というのが当たり前だったが、近年は子どもがいても夫婦だけで暮らす高齢者が増加の一途を辿っている。また、高齢者福祉施設などに入所して老後を過ごす人も少なくない。ここで問題になるのが、親と子が離れて暮らしているため、万一の時に子どもを頼れないケースが出てくるということだ。となれば、「もしもの時に備えて生前からきちんと準備をしておこう」と考える人が増えるのも不思議ではないだろう。『国立社会保障・人口問題研究所』が2013年1月に発表した「日本の世帯数の将来推計」では、2030年には4世帯に1世



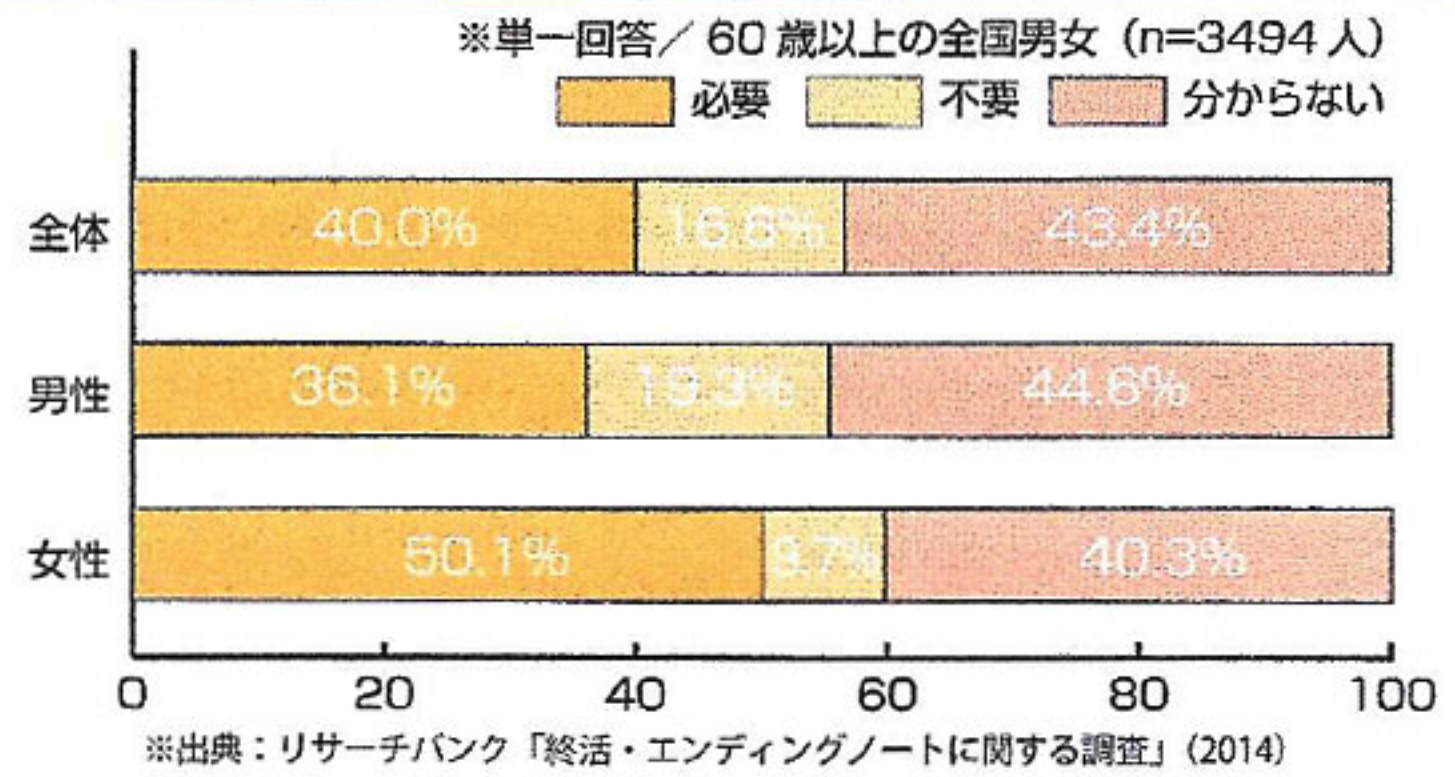
▲「終活フェスタ2014 in 東京」特設ステージで開催されていたイベントの風景。どのイベントも人で溢れ、参加者は熱心に耳を傾けていた。



【図1】“終活”の知名度の推移



【図2】あなたは、終活を必要だと感じますか？



香が、一人暮らしの高齢者か高齢の夫婦だけで暮らす世帯になると報告されている。高齢者の核家族化に歯止めがかからない以上、終活に取り組む高齢者が今後増加していくのは間違いないだろう。

また、「子どもに迷惑をかけたくない」と考える高齢者が増えていることも見逃せない。ある調査によると、高齢者ほど「ぼっくり死にたい」と思う人が多いとの傾向が示され、その理由として最も多かったのは「家族に迷惑をかけたくない」との回答だったという。最近では「子どもに墓守をさせるのは忍びない」と、継承を前提としないお墓を選ぶ夫婦も増えているようだ。

もう一つ、終活ブームを語る上で欠かせないのが“未婚化”だ。『国立社会保障・人口問題研究所』の調査によると、1990年以降、男性の生涯未婚率は上昇し続けており、50歳の時点で一度も結婚したことのない男性の割合は、2010年の段階で20.1%にも上っている。子どもがないというのは、死後を託せる存在がないということ。そうなれば、万が一の時のための準備は全て自分で行わなければならない。つまり、未婚化が進んだ結果、否応なく終活に取り組まざるを得ない人が増えているのである。

核家族化・少子化・未婚化が進む現代の日本において、「自分の死後を、誰に、どのように託すのか」を考えると、誰もが避けて通ることのできない問題と言っても過言ではない。そう考えれば、ここ数年の間で終活ブームが到来したのは、偶然ではなく必然であったと言えるだろう。

### 広がる“終活”の意味 次々登場する新サービス

終活という言葉が登場した当初、終活は「葬儀や墓など人生の終焉に向けての事前準備」を指すものとして使われていた。ところが、世の中に終活が浸透するに連れてその解釈は広がりを見せ、現在は「人生のエンディングを考えることを通して“自分”を見つめ、“今”をよりよく、自分らしく生きる活動(※終活フェスタHPより抜粋)」を指すものとして使用されるようになってきている。そして、その解釈の広がりによって、以前は考えられなかったようなサービスが次々と誕生している。

かつては死を連想させるものとしてタブーとされてきた遺影の生前撮影。しかし、表情が硬かったり画質が不鮮明だったり、遺影に対して不満を感じる遺族も少なくなかった。そのため、近年は終活の一環としてエンディングフォト(生前遺影撮影)を撮影する人が増加しており、そういったニーズに応えるべく、エンディングフォト撮影を手がける写真館も出始めている。「終活フェスタ2014 in 東京」に出展していた『えがお写真館』(東京・巣鴨)も、エンディングフォトサービスを提供する写真館の一つだ。

同写真館は、今年の2月に設立されたシニア・シルバー世代向けの写真館。世の中に写真館は数あれど、シニア・シルバー世代を専門とする写真館はこれまでにほとんどなかった。「一般的な写真館は小さなお子さんの節目の写真やご家族での記念写真を撮影される方が多く、シニア・シルバー世代の方々にとっては足を運びづらい部分がありました。そこで、シニア・シルバー世代の方が気軽に入れる写真館を作ろうと考えたんです」。同社の太田明良社長は、設立の趣旨についてそのように語る。

同写真館がコンセプトに掲げているのは、「“人生のベストショット”をあなたに届けます!」。在籍するプロのヘアメイクアップアーティストやスタイリストが、丁寧なカウンセリングを通して顧客のニーズをくみ取り、写真撮影にあたった。「人生のベストショットはどんな人にも必要となってくるはず。遺影写真を撮る、というのではなく、自分らしい“とっておきの写真”を残すという思いで撮影に臨んでいただければと思います」——。撮影では多くの写真を撮り、その後、顧客と共にパソコンで写真を確認して、ベストの一枚を届けてくれるとのこと。必ずお気に入りの一枚が見つかるそうなので、終活におけるエン

### 注! 終活新サービス① エンディングフォト撮影 (えがお写真館)

「終活フェスタ2014 in 東京」では、写真額や台紙、映像などの写真関連アイテム展示のほか、体験ヘアメイク/撮影を実演。ヘアメイク/撮影を体験しようと、女性を中心に多くの人々が列を成していた。ヘアメイクアップアーティストやスタイリストと談笑しながら美しいメイクを施され、その姿を写真に収められた人は皆、一様に嬉しそうな表情を浮かべており、サービスに対する満足度の高さが窺えた。

【えがお写真館 HP : <http://egao-shashinkan.jp>】





ディングフォトとしてはもちろん、還暦や喜寿、米寿などの長寿祝い、誕生日、母の日、敬老の日などのお祝い事や記念日にもお勧めだ。

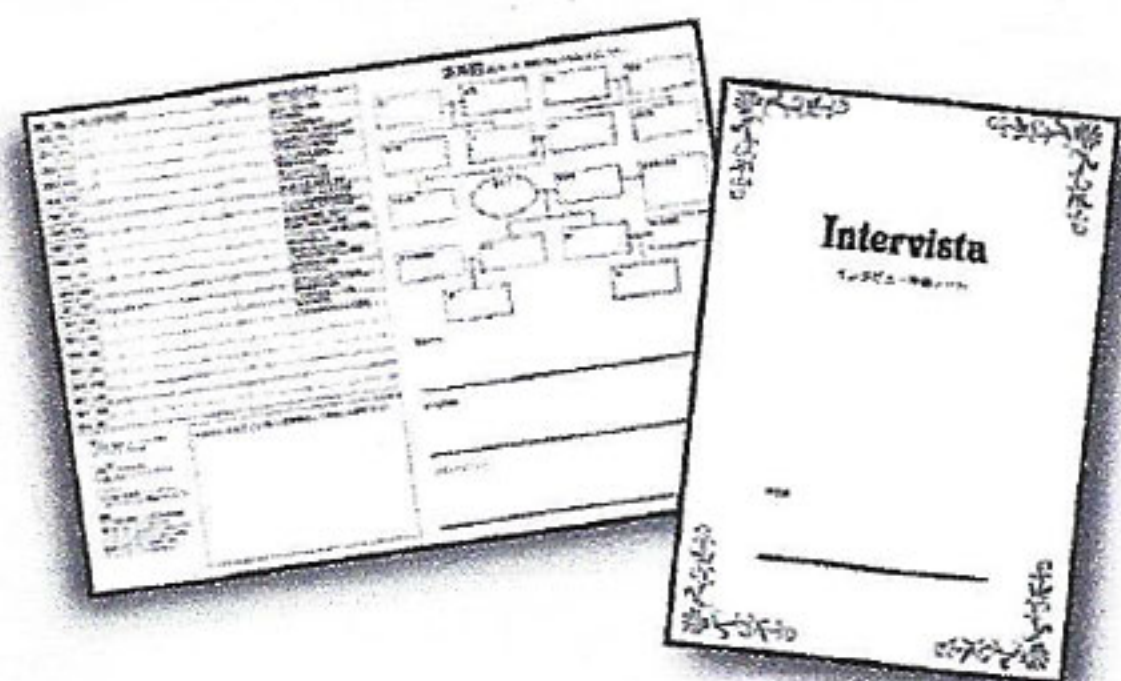
面白いサービスは他にもある。『映像企画アマルコルド』の「メモリアル映像制作」がそうだ。同社の代表を務める堀井裕子さんは、2013年秋、

義父が他界したことをきっかけに事業を立ち上げたという。「義父が亡くなった際、遺されたものは物品ばかりで、義父がどういう人生を送ってきたのか、遺すものはほとんどありませんでした。義父と同じ1940年代に生まれた方々は、青春時代がちょうど映画の黄金期にあたり、映画以外にも多様なカルチャーに親しんでこられたと思います。そこで、慣れ親しんだ映画を通して、本人の口で歴史を語ってもらうことが最良の方法ではないかと考えました」。

撮影を担当するのはプロの映画監督やカメラマン。文化人・芸能人など幾多の著名人のインタビューを担当してきたプロのスタッフがインタビュアーを務め、その内容を思い出の写真などと絡めて映像化してくれる「インタビュー映画」の他、商業映画や各種国際映画祭参加作品を手掛けてきたスタッフと、テレビなどで活躍する俳優を起用して短編映画を制作する「メモリアル映画」などのサービスを提供している。それ以外にも、30枚の写真を使用し、年表形式で約3分の掌編映画にまとめてくれる「メモリアル・ショートムービー」などもあるという。

## 注① 終活新サービス② メモリアル映像制作 (映像企画アマルコルド)

キャッチコピーは、「あなたの人生の大切な想いを映画にしてみませんか」。「インタビュー準備ノート」(写真)に基づき綿密な打ち合わせを行った後、プロのスタッフが撮影していくとあって、映像の完成度は非常に高い。同社では、メモリアル映像制作の他に町おこしや店舗、企業のPR映像制作も請け負っているとのことなので、興味のある方は問い合わせてみてほしい。



【映像企画アマルコルドHP：<http://homepage2.nifty.com/UMBRELLA/>】

自分自身でビデオを撮影し、後世に想いを伝えるという手段もないわけではないが、やはり完成度ではプロの作品に遠く及ばない。そういった意味でも、在りし日の自分の姿を綺麗な映像に残して次世代へと伝えられるというのは、何とも魅力的ではないだろうか。

## 深刻化する墓守不足 変わりゆく供養の形

終活関連サービスの中で、今、最も注目を浴びていると言っても過言ではないのが散骨だ。先述したように、墓守不在という事態に直面している人が少なくない中、お墓を必要としない供養の方法として散骨が注目されているからだ。中でも、ここ最近、メディアでよく取り上げられているのは樹木葬と海洋葬だろう。「終活フェスタ2014 in 東京」では樹木葬の業者こそ出展していなかったものの、海洋葬を手掛ける業者は2社出展しており、共に説明ブースは多くの人で溢れていた。このことを見ても、海洋葬に対する世間の関心の高さが窺える。

「終活フェスタ2014 in 東京」で2つ

のブースを借り切っていた『公益財団法人沖縄県メモリアル整備協会』。同協会は沖縄県下に6つのメモリアルパークを所有しており(※うち1つは計画進行中)、そのネットワークを生かした永代供養プラン「ロハスエンディングしま風」、及び海洋散骨と永代供養をセットにしたプラン「オキナワンエンディング美ら海」を提案している。「しま風」は、合祀永代供養・石碑彫刻・合同供養法要・メモリアルDVDが、「美ら海」は、海洋散骨(委託散骨)・散骨証明書・合祀永代供養・石碑彫刻・合同法要供養がプラン内容に含まれており、料金は共に10万円以下という破格の設定だ。この料金であれば、今後、沖縄でのエンディングを考える人は増えていくことだろう。大切な人を沖縄の地に送り、数年後、観光がてら故人を供養する——近い将来、そんな光景が当たり前になるかもしれない。

## 夢の宇宙へと旅立する—— 新たな供養の形 “宇宙葬”

新しい供養の形として樹木葬・海洋葬などが話題を集めているが、それらを上回るインパクトのある散骨サービスも登場している。故人の遺骨を宇宙空間へと打ち上げる「宇宙葬」だ。サービスを提供するのは、大阪にある葬儀会社『銀河ステージ』。同社は、宇宙葬の分野で豊富な打ち上げ実績を誇るアメリカの企業『Celestis』社と契約を結び、正規代理店として宇宙葬の申込を受け付けている。

一言で宇宙葬と言っても、種類は様々だ。ロケットに遺灰を搭載して宇宙空間へと打ち上げる「宇宙飛行プラン」、最長で240年間にわたって地球周回軌道上

## 注② 終活新サービス③ 沖縄でのエンディング (公益財団法人 沖縄県メモリアル整備協会)



「沖縄県全域に広がるメモリアルネットワーク」として、永代供養プランや海洋散骨プランを提案。老若男女を問わず多くの人々がブースを訪れ、沖縄でのエンディングについて熱心に耳を傾けていた。同協会では旅行会社と提携して見学ツアーも開催している。興味のある人は下記にお問い合わせを。



【沖縄県メモリアル整備協会 ☎ 0120-202-869 HP：<http://syukatsu.jp.net/>】





## 終活新サービス④ 宇宙葬（銀河ステージ）

宇宙葬は、1997年に実施されたのが最初だと言われており、これまでは宇宙飛行士のゴードン・クーパーをはじめ多数の著名人も宇宙空間へと埋葬されている。『銀河ステージ』は、12回の打ち上げを成功させた実績を持つアメリカ『Celestis』社の正規代理店として「Celestis Memorial Spaceflights」を提供。面倒な英語での手続きなどは全て専門のスタッフが代行してくれる他、フライト成功後には打ち上げ証明書やオリジナルフォトフレームなどを提供してくれるという。また、同社では家族葬をはじめとした葬儀全般、海洋散骨・樹木葬、墓じまいなどにも対応している。詳細はHPで。

【銀河ステージ ☎ 0120-426-388 HP : <http://ginga-net.com>】



を飛ばす人工衛星に遺灰を載せる「人工衛星プラン」、搭載した遺灰を月面まで運んでくれる「月旅行プラン」、さらに深宇宙を永遠に飛び続ける「宇宙探検プラン」。価格は「宇宙飛行プラン」で45万円～となっている（ロケットに搭載する遺灰の量、及びプランによって金額は異なる）。

同社が『Celestis』社の正規代理店として本格的に募集を始めたのは、今年の6月から。そこからわずか3カ月ほどで、生前予約を含めて約20名の申込があったという。この数字を見ても、宇宙に遺灰を打ち上げるといふプランに魅力を感じている人が少なくないことが窺える。

世界で初めて宇宙葬が実施されたのは1997年と言われている。その後、同時多発テロの影響でしばらく打ち上げが中断されたこともあり、宇宙葬の知名度はまだそれほど高くない。しかし、宇宙葬の潜在的ニーズが高いことは、『銀河ステージ』に申し込んだ人の数を見ても明らかだ。憧れの宇宙へと旅立てる“宇宙葬”——。興味のある方は、一度『銀河ステージ』まで問い合わせてみてはいかがだろうか。

### 納骨か、それとも散骨か——

#### 改めて問われる供養の意義

墓守不在という現実から散骨が注目されているのは既述の通りだが、その一方で、散骨という行為に対して抵抗感を抱く人は少なくない。実際に、「終活フェスタ2014 in 東京」の来場者に「海洋散骨や宇宙葬などを利用してみたいですか?」と質問してみたところ、「今のところ利用してみたいとは思わない」との声が多く聞かれた。「お墓があるので

できればお墓に入りたい」(50代女性)という意見をはじめ、先祖代々守り継がれてきたお墓がある以上は自分もお墓に入りたいという意見が大勢を占めた。また、「親のことを考えて」と同フェスタに会場していた20代の女性に「親が散骨を希望していた場合、その遺言通りに散骨を行いますか」と尋ねたところ、「死後数年経ってからならやるかもしれないけれど、少なくとも他界した直後にはやりたくない」との答えが返ってきた。その理由は、「お墓がないと、何かの節目に報告することができなくなってしまうから」だという。こういった声があるように、お墓という存在が遺された人にとって精神的な支えとなっていることも見逃せない。

そうすると、これから先、増えてくる供養の形として「お墓への納骨と散骨の両方を行う」というのが考えられる。たとえば遺骨の半分はお墓に納め、残りの半分散骨する、といった具合だ。時代と共に多様化する供養の形。故人にとっても遺族にとっても理想的な供養の在り方とは何か、消費者と事業者、双方の模索は続く。

### 玉石混淆の終活ビジネス

#### 消費者が心がけるべきことは?

終活ビジネスの市場規模は、1兆円後半～2兆円とも言われている。それだけ大きな市場である上、終活ビジネスはまだ黎明期にあるため、今後は異業種の企業が続々と新規参入してくると予想される。加えて、高齢者を対象とした市場であるだけに、悪徳業者が参入してくる可能性も否定できない。それだけに、終活サービスを利用する上では業者の見極め

が重要となってくる。

では、終活サービスを提供する事業者を選ぶ上で、我々はどういった点に着目すべきなのか。最も重視すべきは“信頼性”だ。終活関連サービスの多くは「購入すればそれで終わり」というものではない。サービスによっては、十年以上にわたって事業者と付き合いが必要が出てくるものもある。だからこそ、事業者を選ぶ上では、少なくともサービスに対する保証がしっかりしているかどうかを確認したほうがよい。特にインターネットで業者を探そうとしている人は、Webページ上の綺麗にレイアウトされた画面に騙されることのないように注意すべきだ。利用規約を含めて、サービスの保証期間に対する言及があるかどうか、料金体系の根拠が曖昧だったり明記していなかったりしないか、いたずらに不安を煽ってなびかせようとしていないかなど、見た目ではなく内容に目を向けて業者を選ぶことをお勧めする。また、実際に足を運んで業者を選定する場合も、疑問点があればたとえ小さなことでも質問し、自分にとって本当に必要なサービスなのかどうかを十分に吟味した上で選ぶように心がけてもらいたい。

※※※

世の中には、一つだけ“絶対”のものがある。それは、誰もがいつか“死ぬ”ということだ。終活とは、その“死”から目を背けるのではなく、真っ直ぐに向き合うものである。そして、それは他の誰でもない自分のためのものであり、また、家族をはじめとした大切な人たちのためのものだ。これから終活に取り組もうという人は、そのことに充分留意して、本当に必要なサービスを選んでほしい。