

【報道関係各位】

2013年8月27日
ニフティ株式会社
株式会社コムニコ

**ニフティとコムニコ、共同で
ソーシャルメディアに対する“終活”の意識調査を実施
～ソーシャルメディア上の“終活”は「重要」、
50代が最も高く47.0%、20代でも39.0%～**

ニフティ株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：三竹 兼司、以下ニフティ）と株式会社コムニコ（本社：東京都港区、代表取締役社長：林 雅之、以下コムニコ）は共同で、ソーシャルメディアに対する“終活”の意識調査を行いました。

※“終活”＝人生の終わりをより良いものとするために事前に準備すること。

<調査概要>

- ・調査対象：自身およびその家族がソーシャルメディア（Facebook、Twitter、mixi、LINE、Google+、ブログなど）を利用する20歳以上の男女
- ・サンプル数：500人 性年代均等割付（20代、30代、40代、50代、60代以上）
- ・調査期間：2013年7月31日（水）～8月5日（月）
- ・調査方法：インターネットによるアンケート調査

※調査結果の数値は、小数点第2位以下を四捨五入して表示しています。

<調査結果トピックス>

1. 全体の62.8%が“終活”という言葉を知っている
2. 万が一の場合ソーシャルメディアで事実を「伝えたい」「伝えてほしい」は、家族の場合も自分の場合も30%以上
3. 家族の情報は「残したい」49.2%、自分の情報は「残したくない」71.6%
4. ソーシャルメディアの“終活”は「重要」、50代が最も高く47.0%、20代でも39.0%

<調査の要旨>

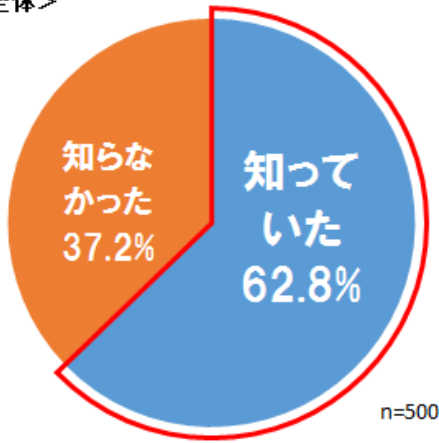
1. 全体の62.8%が“終活”という言葉を知っている

「“終活”という言葉を知っていましたか」に対し、全体の62.8%が「知っていた」と回答した。年代別にみても、20代59.0%、30代64.0%と比較的若い年代においても認知されていることがわかる（グラフ1）。

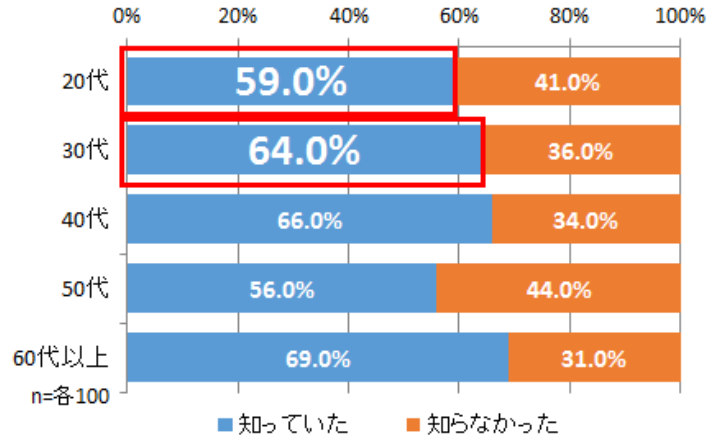
(グラフ1)

Q.“終活”という言葉を知っていましたか。(単一回答)

<全体>



<年代別>

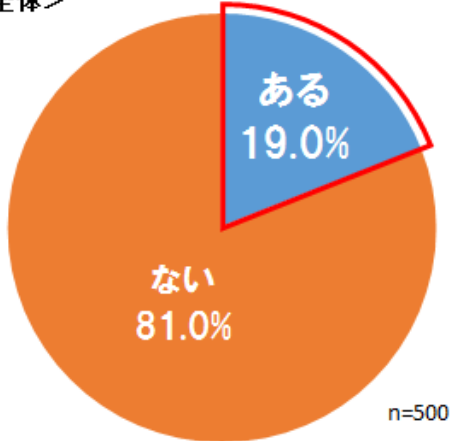


また、全体の 19.0%が「自分の死後のソーシャルメディアの扱いについて考えたことがある」と回答した。特に 40代は 23.0%と最も高くなった (グラフ 2)。

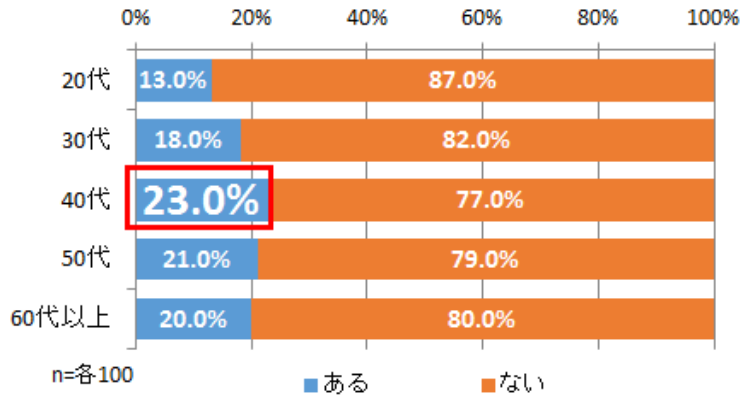
(グラフ2)

Q.ご自身が亡くなった後のソーシャルメディアの扱いについて考えたことがありますか。(単一回答)

<全体>



<年代別>



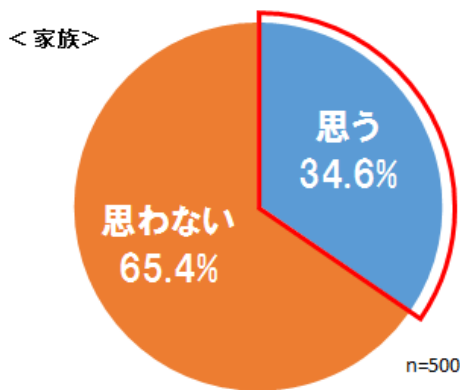
2. 万が一の場合ソーシャルメディアで事実を「伝えたい」、「伝えてほしい」は、家族の場合も自分の場合も 30%以上

「(仮に家族が亡くなった場合) その友人・知人たちに対してソーシャルメディアを通して亡くなった事実を伝えたいと思うか」に対し、34.6%が「伝えてほしいと思う」と回答し、自分の場合にも、31.2%が「ソーシャルメディアを通して伝えてほしいと思う」と回

答した（グラフ 3、4）。「事実を伝えてほしいと思う」人のうちお通夜や告別式等の連絡については、家族の場合も自分の場合も 60%以上が「伝えたい（伝えてほしい）」と思う」と回答した（グラフ 5、6）。

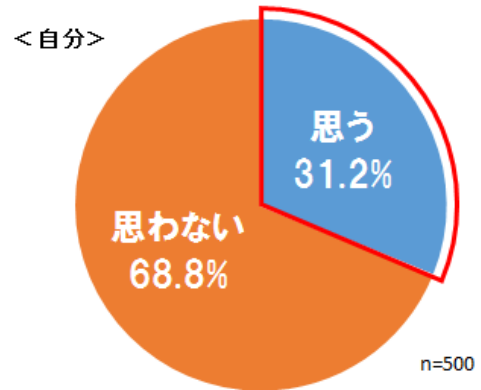
（グラフ3）

Q.（仮に家族が亡くなった場合、その家族のアカウントで友人・知人たちに対して、ソーシャルメディアを通して、亡くなった事実を伝えたいと思いますか。（単一回答）



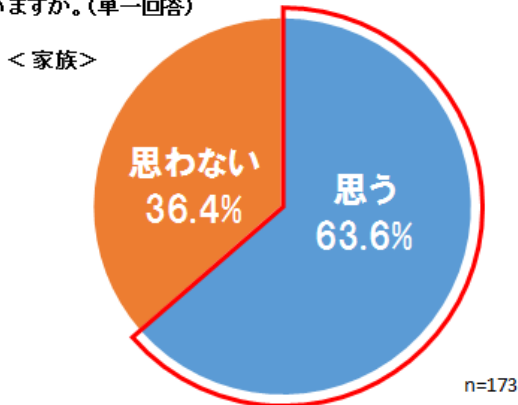
（グラフ4）

Q.あなたの死をあなたのアカウントで生前の関係者にソーシャルメディアを通して、伝えてほしいと思いますか。（単一回答）



（グラフ5）

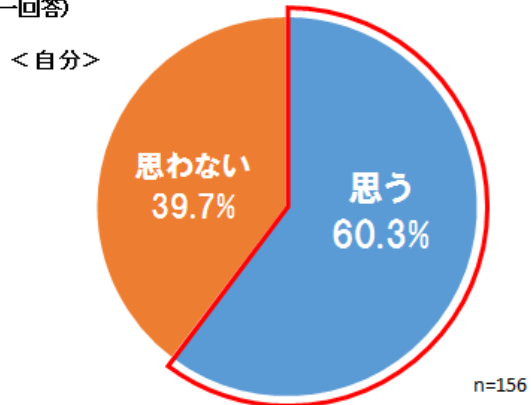
Q.（仮に家族が亡くなった場合、その家族の）お通夜や告別式等の連絡をその家族のアカウントで、友人・知人にソーシャルメディアを通して伝えたいと思いますか。（単一回答）



※n=仮に家族が亡くなった場合、その家族のアカウントで友人・知人たちに対して、ソーシャルメディアを通して、亡くなった事実を伝えたいと「思う」と回答した人

（グラフ6）

Q.あなたのお通夜や告別式等の連絡をあなたのアカウントで生前の関係者にソーシャルメディアを通して伝えてほしいと思いますか。（単一回答）



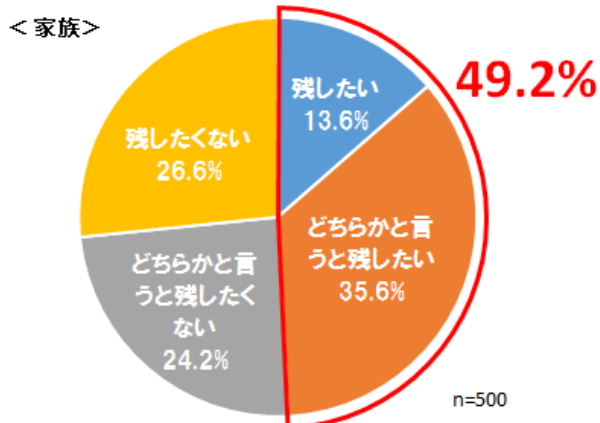
※n=自分のアカウントで生前の関係者に対して、ソーシャルメディアを通して、亡くなった事実を伝えてほしいと「思う」と回答した人

3. 家族の情報は「残したい」49.2%、自分の情報は「残したくない」71.6%

「ソーシャルメディアの情報（投稿された記事や写真、コミュニケーションの記録など）を残したいか」に対しては、家族の情報は「残したい」「どちらかと言うと残したい」が合わせて49.2%であるのに対し、自分の情報は「残したくない」「どちらかと言うと残したくない」が合わせて71.6%となった（グラフ 7、8）。

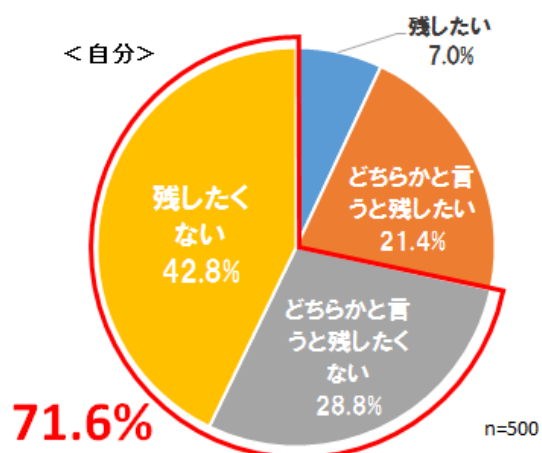
(グラフ7)

Q.(仮に家族が亡くなった場合、その家族の)ソーシャルメディアの情報(投稿された記事や、写真、コミュニケーション記録など)を残したいと思いますか。(単一回答)



(グラフ8)

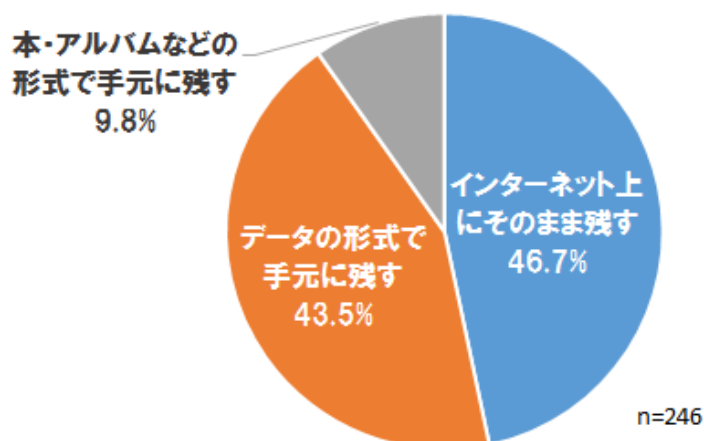
Q.仮にあなたが亡くなった場合、自身のソーシャルメディアの情報を残したいと思いますか。(単一回答)



家族の情報を「残したい」「どちらかと言うと残したい」と回答した人の情報の残し方については「インターネット上にそのまま残す」46.7%、「データの形式で手元に残す」43.5%、「本・アルバムなどの形式で手元に残す」9.8%となった(グラフ9)。

(グラフ9)

Q.(仮に家族が亡くなった場合、その家族の)ソーシャルメディアの情報をどのような形式で残したいと思いますか? 最も当てはまるものを一つお選びください。(単一回答)



※n=仮に家族が亡くなった場合、その家族のソーシャルメディアの情報を「残したい」「どちらかと言うと残したい」と回答した人

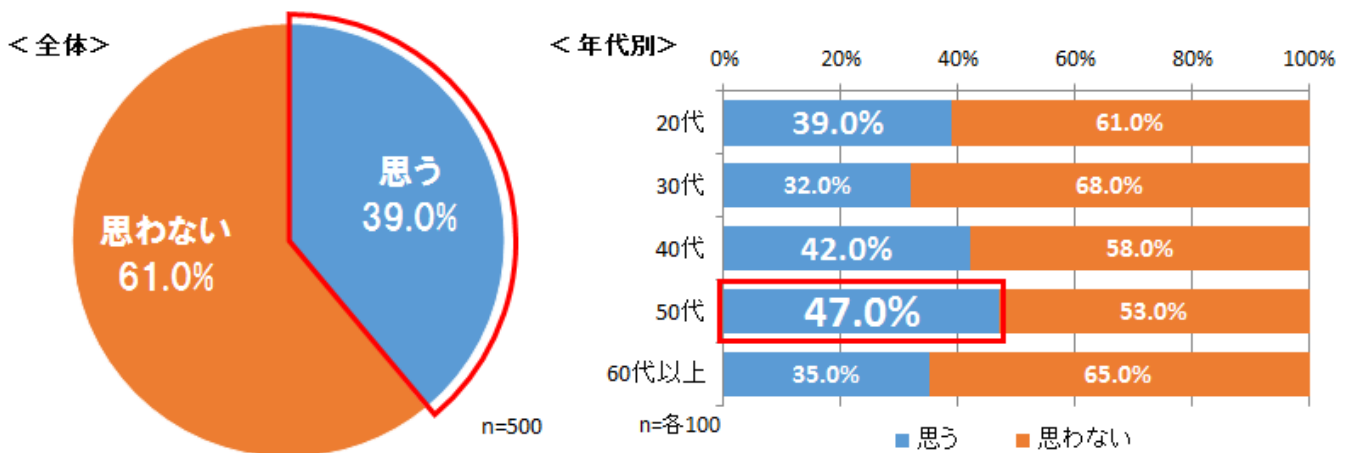
4. ソーシャルメディアの“終活”は「重要」、50代が最も高く47.0%、20代でも39.0%

「ソーシャルメディアの“終活”は重要だと思う」と回答したのは全体の39.0%。年代別では、50代が47.0%と最も高く、次いで40代の42.0%、20代の39.0%となった（グラフ10）。

今後、ソーシャルメディアの“終活”について「考えていこうと思う」と回答したのは22.6%となり、理由には「今からの時代では必要」や「残された者に迷惑をかけたくない」などが挙げられた。50.4%は「まだ考えられない」と回答し、その理由には「実感がわかない」「これからゆっくりと考えていきたい」などが挙げられた（グラフ11、表1）。

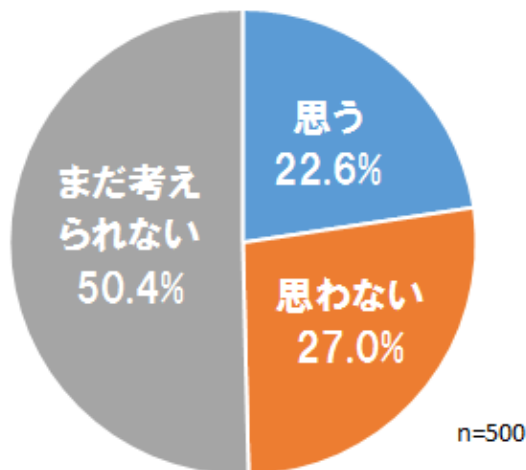
(グラフ10)

Q.ソーシャルメディアの“終活”は重要だと思いますか。(単一回答)



(グラフ11)

Q.今後ソーシャルメディアの“終活”について考えていこうと思いますか。(単一回答)



(表1) 今後ソーシャルメディアの“終活”について考えていこうと思いますか？の回答理由 ※抜粋

「思う」と回答した理由
今まで考えたこともなかったが、Facebookで友人の死を知らされたときに、このような方法もあるのかと感心したので、これからは終活について考えていこうと思った。(20代、女性)
今からの時代では必要になってくると思うから。(20代、女性)
あとのことをきちんとしておくことは大切だと思うし、繋がっている人に対しても大切なことだと思うから。繋がっている方が亡くなった後、HPがなくなってしまったりしてとても残念な想いを自分もしたから。(50代、女性)
周りで、終活をしてないがために家族が困っている人を見ているから。(50代、女性)
子供がどうかするだろうと軽く考えていた。再認識させられた。(60代以上、女性)
今まで楽しくやってきたから。信頼関係の絆も出来ているから。お礼の意味もある。(60代以上、女性)
残された家族に余計な負担を掛けたくない。(60代以上、男性)
人間関係が希薄なので再考したい。(40代、男性)
自身の生きた歴史を残せる。(30代、男性)
「思わない」と回答した理由
生きてる時にしか考えないから。(20代、男性)
ソーシャルメディアは、あくまでもコミュニケーションのツールだから。(20代、男性)
ソーシャルメディアは架空の空間でしかないから。(40代、女性)
ソーシャルメディアを重要視していないから。(60代以上、女性)
「まだ考えられない」と回答した理由
自分が若いため。(20代、男性)
身近に死を経験したことがなく、大切な人が亡くなってしまったとき自分がどうするか想像つかないから。(30代、女性)
このアンケートで、気がつきました。考えておくべきだと感じますが、今はまだ具体的に考えられないです。(30代、女性)
SNSに現実を期待していない。情報収集ツールとして使っているから。(40代、男性)
全く想像していなかった。(50代、女性)

ニフティはこれまでお客様のライフスタイルに合わせたサービスを提供してきました。また、本年6月からは、お客様の“終活”を支援する「暮らしづくり 終活」を提供しています。今後はインターネット上の情報についても“終活”に取り組む必要が出てくると考え、本調査の結果をもとにした情報の発信やサービスの提供などもしていく予定です。

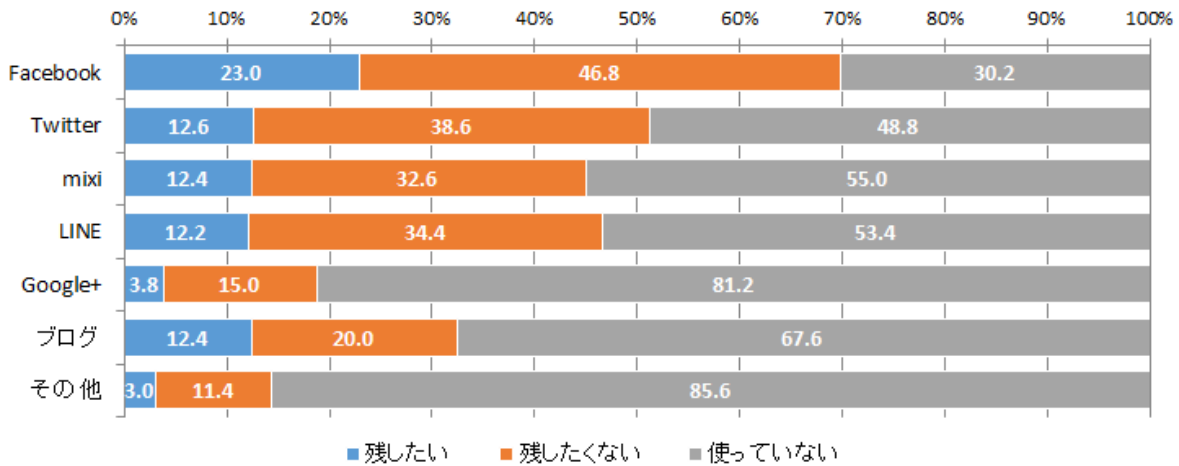
ニフティとコムニコは、今後も継続してソーシャルメディアに関する調査を実施し、公開していきます。

(参考) 上記以外の調査結果

(グラフ12)

Q. 仮にあなたが亡くなった場合、残したいと思うソーシャルメディアは何ですか？
それぞれ当てはまるものをお選びください。(メディア別、単一回答)

n=各500



■ニフティ株式会社 (<http://www.nifty.co.jp/>)

ニフティ株式会社は、インターネットサービス「@nifty (アット・ニフティ)」を運営するインターネットサービス事業者です。“ニフティとなら、きっとかなう。 With Us, You Can.” をコーポレートメッセージとし、高品質で安心・安全なサービスの提供を通じて、お客様の日々の生活をより便利で豊かにするための支援をしています。

■株式会社コムニコ (<http://www.comnico.jp/>)

株式会社コムニコは、企業の「Facebook ページ」の開設や運営で多数の実績があり、今後もその経験を活かし、企業のソーシャルメディア上の活動をさまざまな形で支援してまいります。

以上

●本調査結果を報道以外の目的でご利用になる場合は、事前にご連絡ください。

E-mail : pr@nifty.com

※ 「Facebook」 は Facebook, Inc. の登録商標です。

※ 「Twitter」 は Twitter, Inc. の商標または登録商標です。

※ 「mixi」 は、株式会社ミクシィの登録商標または商標です。

※ 「LINE」 は、NHN Japan 株式会社の商標または登録商標です。

※ 「Google+」 は、Google Inc. の商標または登録商標です。

※その他、製品名などは一般に各社の商標または登録商標です。