

# 未婚の20～30代のデジタルネイティブ世代の終活観を調査！

## 自身の死後、SNSアカウントを「残したくない」が約半数

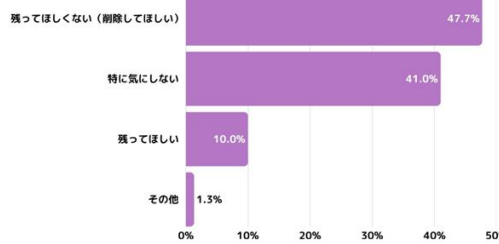
### 理由上位は「プライバシーが気になる」「放置されるのが嫌」

#### デジタル痕跡への高い意識が明らかに

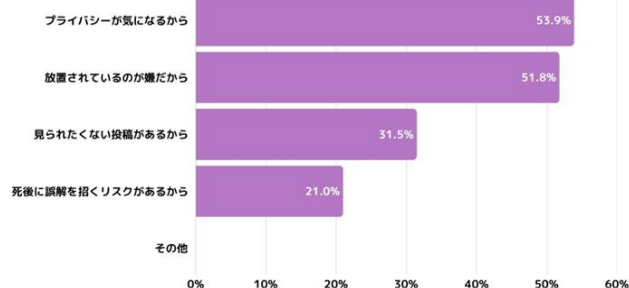
全国どこでも安心・安全に、そして後悔のないお葬式やライフエンディングを迎えられる世の中を目指し、トータルサポートを提供する、燦ホールディングス株式会社（東京本社：東京都港区、大阪本社：大阪府大阪市北区、代表取締役社長：播島聡、東証プライム：9628）は、この度、20代から30代の未婚の男女300名を対象に、デジタルネイティブ世代の終活観に関する調査を実施しました。

#### 若者は死後のデジタル遺品整理を重視！ 約半数がSNSアカウントの「削除」を希望

自分のSNSアカウントが死後も残ることについて、  
あなたはどのように思いますか？ n=300



「残ってほしくない」と回答した方に伺います。  
なぜ「残ってほしくない」と思いますか？  
n=143※複数回答可



近年、「デス活」や「終活スナック」など、死をカジュアルに語る文化が若者を中心に浸透しています。この流れはデジタル終活にも広がりを見せています。SNSに人生を刻むデジタルネイティブ世代にとって、死後のアカウントの扱いは心配の1つようです。

本調査では、自分のSNSアカウントが死後も残ることについて「残ってほしくない（削除してほしい）」人が約半数（47.7%）という結果に。プライバシー保護とデータが永遠に残されることに対して懸念を抱いていることが分かります。「デジタルな痕跡を無管理な状態で残したくない」という意識は、現代の「終活」の新しいテーマとなっていることが伺えます。

#### <調査サマリー>

##### ①デジタルネイティブ世代だからこそ、約過半数がSNSアカウントの削除希望

プライバシーと放置状態への懸念が上位に

##### ②終活の開始時期は「50代～60代」が最多層に！

「自分の持ち物を処分・整理」と「デジタル終活」が二大関心事

##### ③自身が亡くなったことを知らせたい相手上位は「家族」が57.7%、次いで「親友」が32.7%と親密度の高い関係に限定したいという傾向が判明

SNSで亡くなったことを投稿してほしいと思わない人が半数以上

##### ④理想の最後は「一人で静かに」が最多47.7%

納骨方法にも表れる自由な価値観。自由と個を重んじる現代の「生」の終わり方

■「自身の死後のSNSアカウントについての意識調査」概要

調査期間：2025年9月26日

調査方法：インターネットによるアンケート調査

調査対象者：未婚の20代・30代の男女

回答者数：300名（20代男性75名・30代男性75名 / 20代女性75名・30代女性75名）

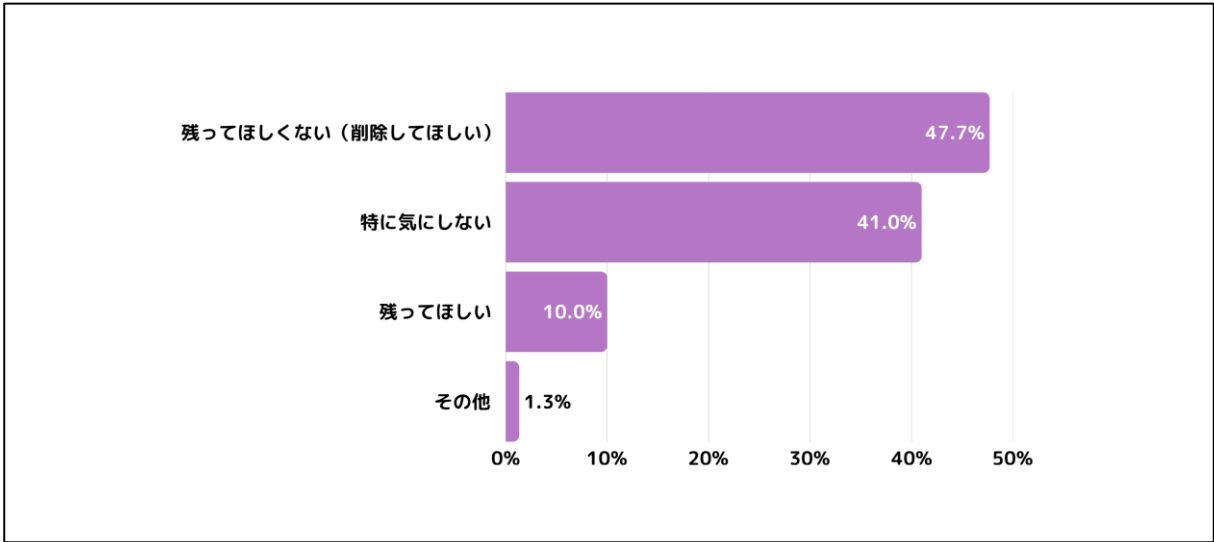
調査主管：燦ホールディングス株式会社

※グラフ中の回答割合は小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100％にならないことがあります

調査結果をご紹介いただく際は【燦ホールディングス「デジタルネイティブ世代の終活観に関する調査」より引用】と注釈をご記載ください。

①デジタルネイティブ世代だからこそ、約過半数がSNSアカウントの削除希望  
プライバシーと放置状態への懸念が上位に

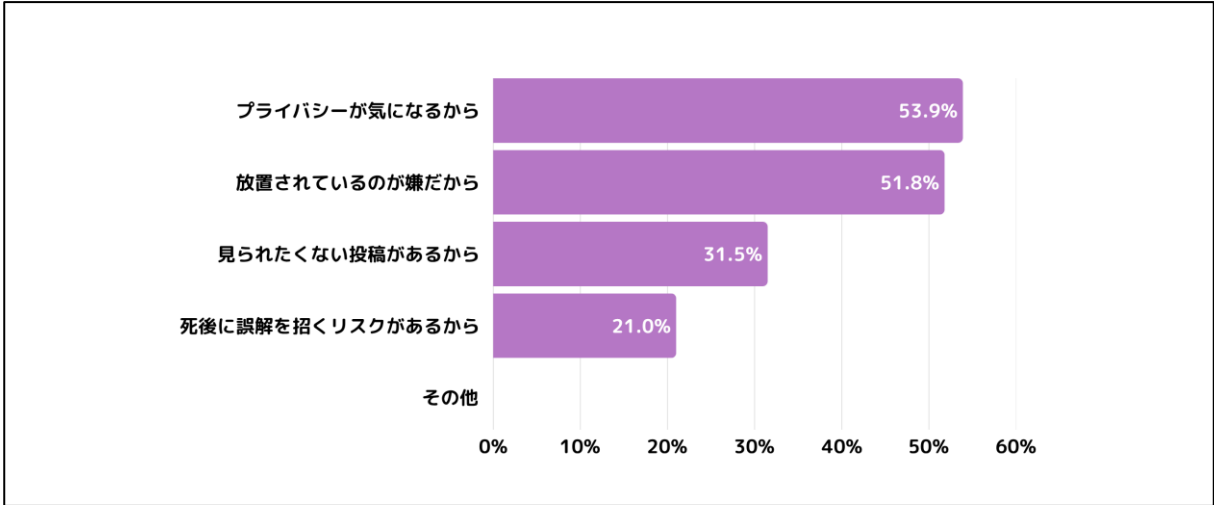
Q1.自分のSNSアカウントが死後も残ることについて、あなたはどのように思いますか？ n=300



自分のSNSアカウントが死後も残ることについてどう思うか聞いたところ、「残ってほしくない（削除してほしい）」が、47.7%と半数近くを占めました。次いで「特に気にしない」が41.0%となりました。一方、「残ってほしい」と回答した人は10.0%に留まってることが分かりました。この結果から自分の死後のSNSアカウントの扱いに明確な意思を持つ（削除を望む）人と、無関心な（気にしない）人の二極化していると伺えます。

Q2.Q1で「残ってほしくない」と回答した方に伺います。

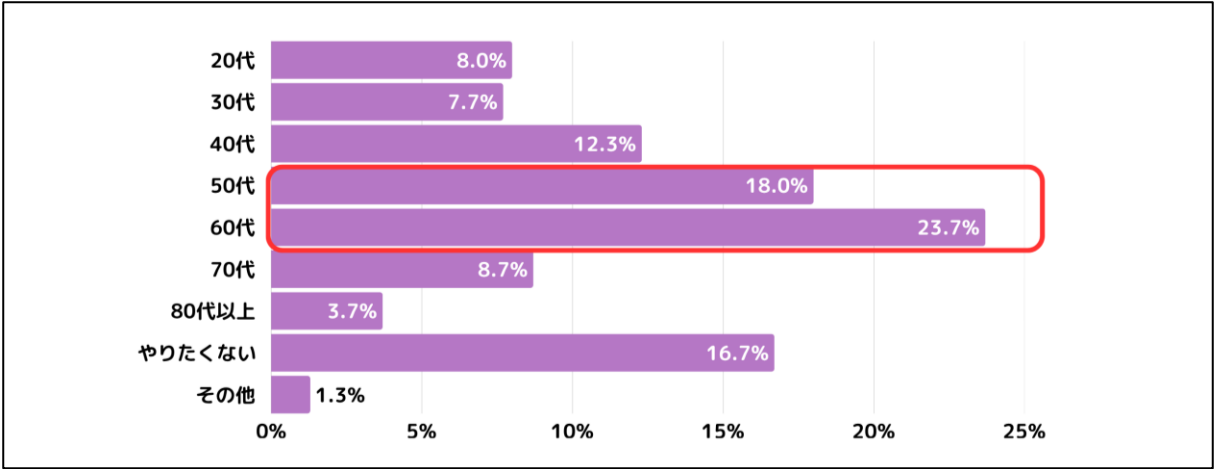
なぜ「残ってほしくない」と思いますか？ n=143※複数回答可



Q1でアカウントが残ってほしくないと回答した方に、「なぜ残ってほしくないか」を聞いたところ「プライバシーが気になるから」が53.9%、「放置されているのが嫌だから」51.8%となりました。この結果から、個人的なプライバシーの保護と、死後にアカウントが放置された状態になることに抵抗があることが伺えます。

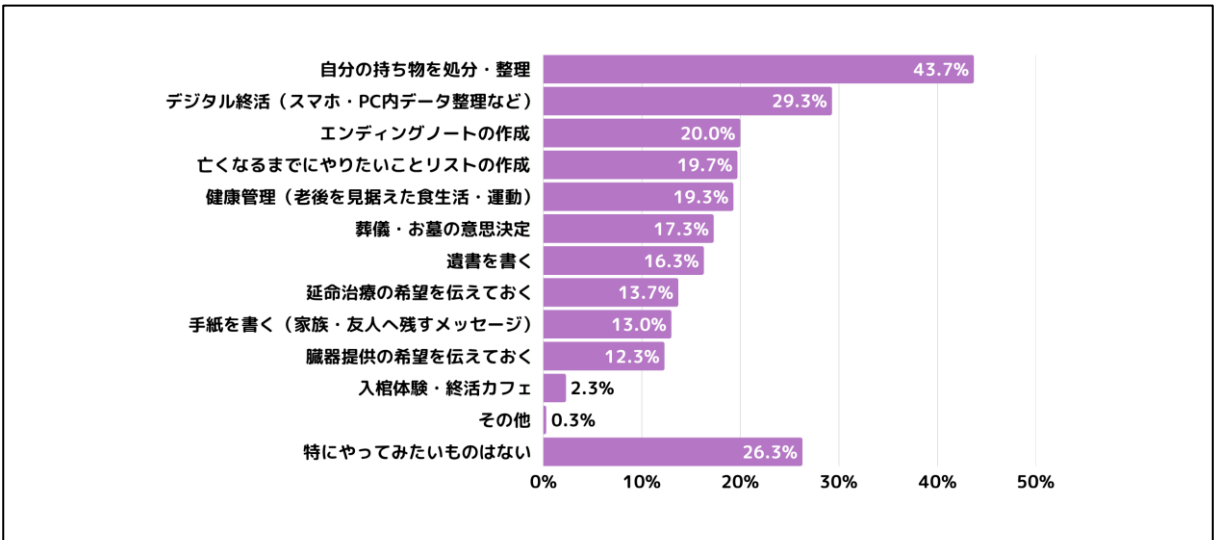
②終活の開始時期は「50代～60代」が最多層！  
「自分の持ち物を処分・整理」と「デジタル終活」が二大関心事

Q3.あなたが終活を始めるとしたら、何歳くらいから始めたいですか？ n=300



終活を始めるとしたら、何歳くらいから始めたいかと質問したところ最も回答が多かったのが「60代」で、23.7%と全体の約4分の1を占めました。次いで「50代」が18.0%となっており、50代から60代にかけて終活を開始したいという意向が全体の41.7%となりました。この結果は、多くの人が定年退職や子育ての区切りなど、人生の大きな転機を迎える時期を終活の開始時期として捉えていることが分かります。

Q4.以下の終活の中で、やってみたいと思うものはどれですか？ n=300※複数回答可

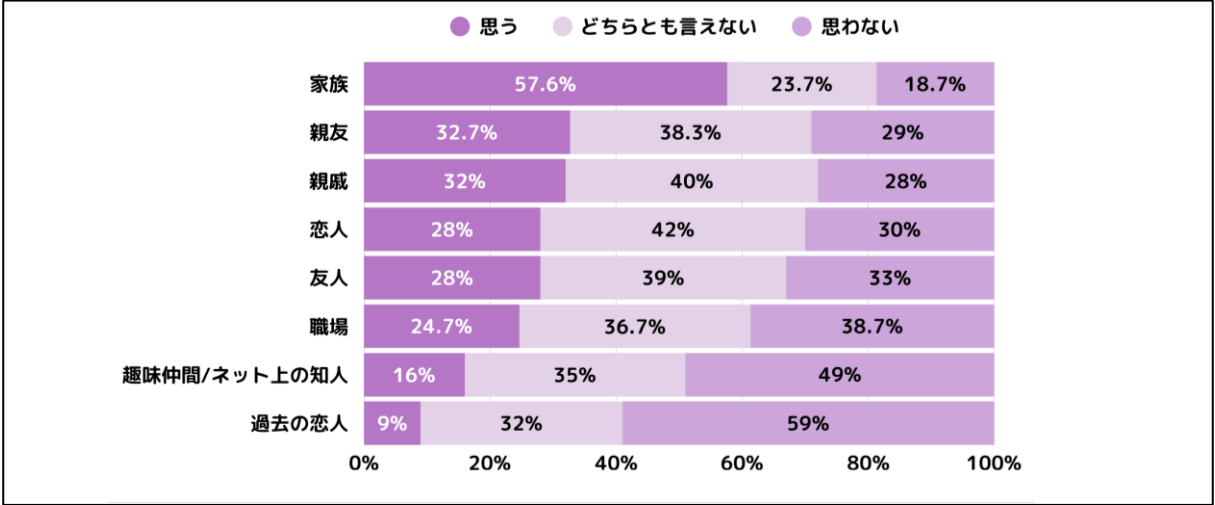


終活の中でやってみたいことについては、「自分の持ち物を処分・整理」が43.7%と約半数近くが回答しています。このことから、物理的な身辺整理が終活のイメージとして最も身近で、取り掛かりやすい行動として捉えられていることが分かります。次に意向が高かったのは、「デジタル終活」で29.3%でした。物理的な整理とデジタルデータの整理が、終活における二大関心事であることが考えられます。

③自身が亡くなったことを知らせたい相手 上位は「家族」が57.7%、次いで「親友」が32.7%と親密度の高い関係に限定したいという傾向が判明

SNSで亡くなったことを投稿してほしいと思わない人が半数以上

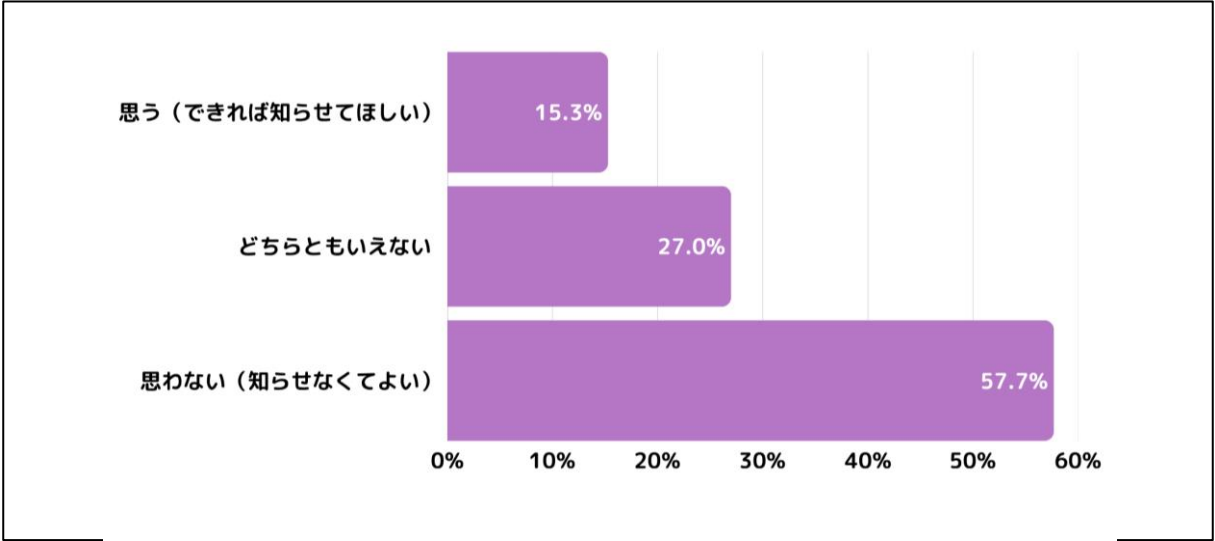
Q5.あなたが亡くなった場合、以下の方に知らせてほしいと思いますか？ n=300



亡くなった場合、誰に知らせてほしいかと質問したところ、家族（57.6%）や親友（32.7%）など「親密度の高い関係」に限定したいという傾向があることが分かりました。それ以外の関係性については判断が分かれませんでした。特に、「過去の恋人」は59.0%や「ネット上の知人」は49.0%と現在の生活から距離のある関係には「知らせたくない」という意向が分かりました。極めてプライベートな情報である「死」については、コアな人間関係に絞り、他への情報流出を強く避けたいという現代のプライバシー意識が反映されていることが伺えます。

Q6.あなたは「SNS（XやInstagramなど）」で自分が亡くなったことを投稿してほしいと思いますか？

※LINEやDMなどの1対1のやりとりは対象外とします。n=300



自分が亡くなった後、SNSで亡くなったことを投稿してほしいと思うか聞いたところ、「思わない（知らせなくてよい）」が57.7%と最多となりました。Q1で、死後SNSアカウントを残したくないという人が多いことから分かるように、自身が亡くなった後にSNSが動く状況を好ましく思わない人が多いのではないかと推察されます。

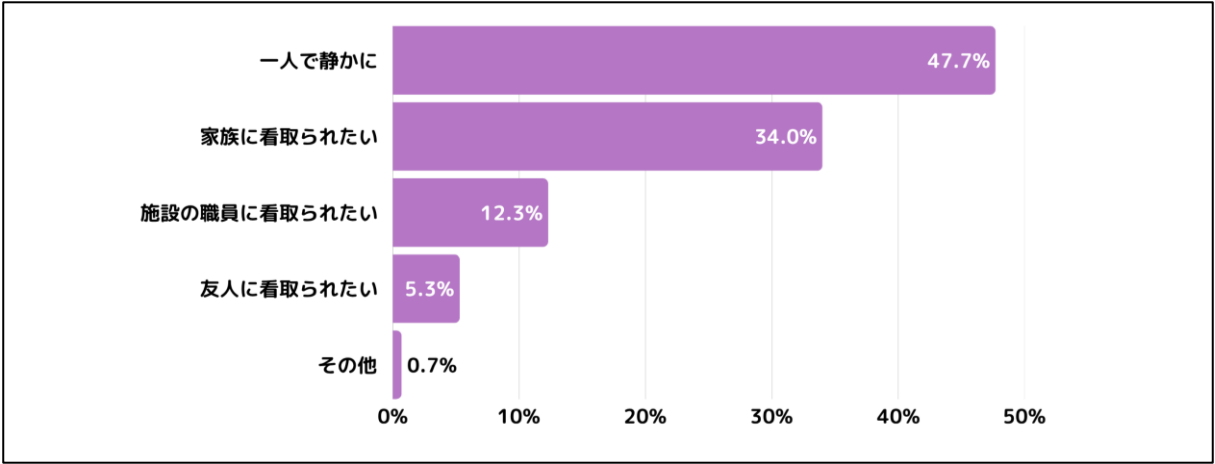
また、Q5で亡くなったことを知らせるのは親密度の高い人だけが良いという人が多いことから分かるようにSNSという幅広い人と繋がっている場では言いたくない人が多いのだと思われます。

一方、「思う（できれば知らせほしい）」は15.3%、「どちらともいえない」は27.0%と少なくなく、人によって希望が異なるため、大切な人とコミュニケーションを取って意向を確かめておくことが大切だと分かります。

④理想の最後は「一人で静かに」が最多47.7%

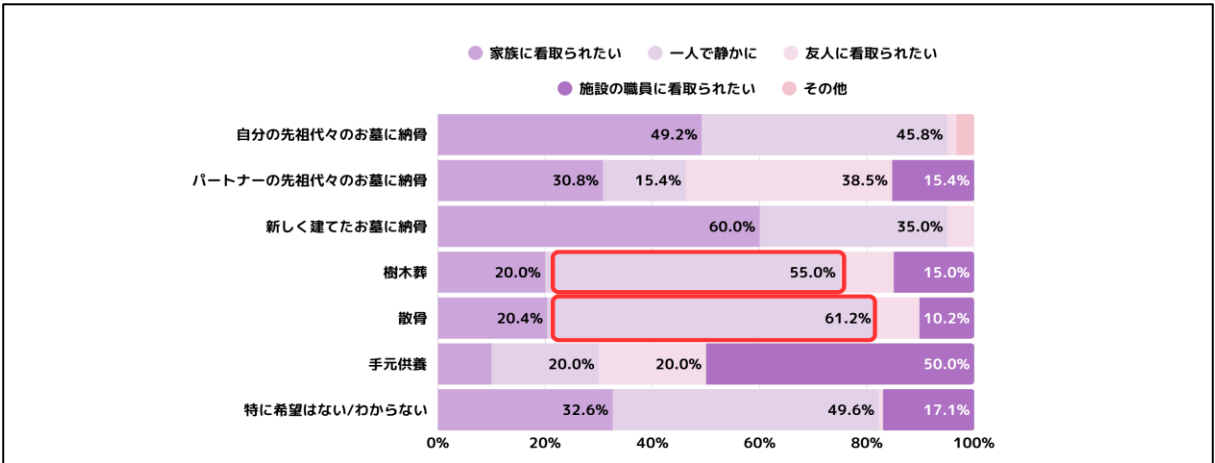
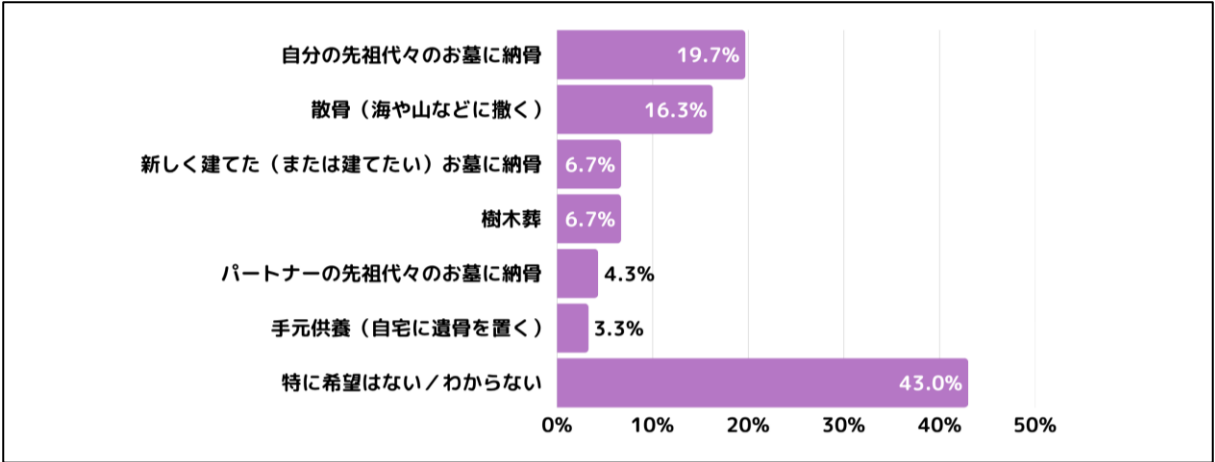
納骨方法にも表れる自由な価値観。自由と個を重んじる現代の「生」の終わり方

Q7.あなたが考える「理想の最後の迎え方」はどれに近いですか？ n=300



最も理想とする最後の迎え方については「一人で静かに」（47.7%）が1位となり、次いで「家族に看取られたい」（34.0%）という結果となりました。「施設の職員に看取られたい」（12.3%）は少数派であり、多くの人が親しい間柄か、あるいはプライベートな環境で最後を迎えたいと考えていることが分かります。

Q8.あなたが亡くなった場合、どのような納骨方法が良いですか？ n=300



納骨方法について、特に希望はないが43.0%と明確な希望をもたない層が多い中、希望を持つ層の中では、自分の先祖代々のお墓に納骨が19.7%、散骨が16.3%と一定数いることが分かりました。

また、Q6とQ7をクロス集計したところ、樹木葬や散骨といった自然葬を希望する層の過半数が、最後を「一人で静かに」迎えたいと回答しました。（散骨希望者の61.2%、樹木葬希望者の55.0%）一方で、この層のうち「家族に看取られたい」と回答した割合は、樹木葬希望者で20.0%、散骨希望者で20.4%にとどまりました。伝統的な形式やしがらみに囚われず、個人の意思を尊重し、自然やプライベートな空間で静かに生を終えたいという、自由な価値観を持っていることが考えられます。

SNSに人生の足跡を刻むこの世代は、自身のSNSアカウントが死後も残ることにに対し、半数近くが「削除してほしい」と回答しています。これは、プライバシー保護と、デジタルな痕跡が“放置”される状態を嫌う現代的な意識の表れです。

終活を始めたい時期は、人生の大きな区切りとなる50代から60代にかけてが多くを占めており、具体的な行動としては、「自分の持ち物を処分・整理」に次いで「デジタル終活」が関心を集め、物理的・デジタル的な両面での整理が求められていることが分かりました。

さらに、理想の最後の迎え方は「一人で静かに」見送られることが最も望まれ、この「個」を重んじる価値観は納骨方法にもいえることが伺えます。実際、散骨や樹木葬といった伝統に囚われない自由な形式が志向されており、現代の終活は、個人の選択と自由を重んじる傾向がみられると言えるでしょう。

## ■会社概要

### 燦ホールディングスについて

燦ホールディングスグループは、東証プライム市場に上場する全国展開の専門葬儀事業者であり、葬祭業界のリーディングカンパニーとして、90年以上にわたり人の「最後」と真正面から向き合ってきました。

私たちは“まごころ”をもって故人をお見送りする時間を大切に、シニア世代とご家族の一人ひとりの人生に寄り添いながら、葬儀は人生の最終章を締めくくるかけがえのない儀式だと伝えたいと考えます。

また、ライフエンディングに対する啓蒙にも積極的に取り組み、ご本人とご家族が安心して最後を迎えるための準備を、社会全体で支える未来を目指しています。

これからも、人生100年時代を生きるすべての人にとって、「最後の時間が愛と敬意に包まれる社会」の実現に貢献してまいります。

企業名 : 燦ホールディングス株式会社  
東京本社 : 東京都港区南青山1-1-1 新青山ビル西館14F  
TEL:03-5770-3301（代表） FAX:03-5770-3302  
大阪本社 : 大阪府大阪市北区天神橋4-6-39  
TEL:06-6208-3331（代表） FAX:06-6208-3332  
設立 : 1944年（昭和19年）10月2日（創業1932年8月）  
資本金 : 25億6,815万円  
従業員数 : 54名（単体）、1,153名（連結）（2025年3月末現在）  
事業内容 : 持株会社事業、不動産事業、管理業務受託事業  
主要取引銀行 : 三井住友銀行、三菱UFJ銀行、三井住友信託銀行、みずほ銀行



燦ホールディングス株式会社  
SAN HOLDINGS

## 【燦ホールディングスグループ】

持株会社事業、不動産事業、管理業務受託事業

・燦ホールディングス株式会社

葬祭事業およびライフエンディングサポート事業

・株式会社公益社 ・株式会社葬仙 ・株式会社タルイ ・株式会社きずなホールディングス

・株式会社家族葬のファミリーユ ・株式会社花駒 ・株式会社備前屋

葬祭関連事業およびライフエンディングサポート事業

・エクセル・サポート・サービス株式会社 ・ライフフォワード株式会社 ・株式会社クニカネクスト

<https://www.san-hd.co.jp/about/group.html>