

【終活に関する意識・実態調査 2025】

終活にかかった費用は平均約 503 万円
終活を始めている層は 44.0%で、幸福度、生活満足度が高い。
「年賀状じまい」「墓じまい」など“手放す終活”の広がりが顕著に。

女性誌販売部数 No.1 (※1) 雑誌「ハルメク」などのマーケティングやリサーチのコンサルティングを通じて、50 代以上のインサイトを日々探求する、ハルメク 生きかた上手研究所は、50～79 歳の男女 2,016 名を対象に「終活に関する意識・実態調査」を WEB アンケートにて実施しました。

(※1) 日本 ABC 協会発行社レポート(2024 年 7 月～12 月)

【 調査結果のポイント 】

- 終活を「すでに始めている」割合は 44.0%。
終活をすでに始めている層は、幸福度、生活満足度が高い。
- 既にやり終えた終活で最も高いものは「年賀状じまい」。
「終活」の認識で最も高いのは「金融口座・金融商品の整理」。
「お墓の整理・墓じまい」は増加傾向。
- 終活実施者の、終活にかかった費用は平均約 503 万円。
死後にお金を残したい人の、残したい平均金額は総額約 2,451 万円。

【調査背景】

ハルメク 生きかた上手研究所は、シニアのインサイトについて調査・分析を行っています。今や終活は特別な準備ではなく、安心して人生を送るための“新たな生活習慣”となりつつあります。今回は 50 代から 70 代の終活に関する実態や意識などについて調査しました。

【調査概要】

調査方法：WEB アンケート

調査対象・有効回答者数：全国の男女 50～79 歳 2,016 名

調査実施日：2025 年 2 月 14 日（金）～2 月 17 日（月）

※2023 年調査：2 月に実施、全国の男女 50～79 歳 2,000 名が対象

※2021 年調査：3 月に実施、全国の男女 50～79 歳 2,016 名が対象

調査主体：株式会社ハルメク・エイジマーケティング ハルメク 生きかた上手研究所

※調査結果のパーセンテージは、小数点以下第 2 位を四捨五入したため、総数と内訳の合計が一致しないことがあります。

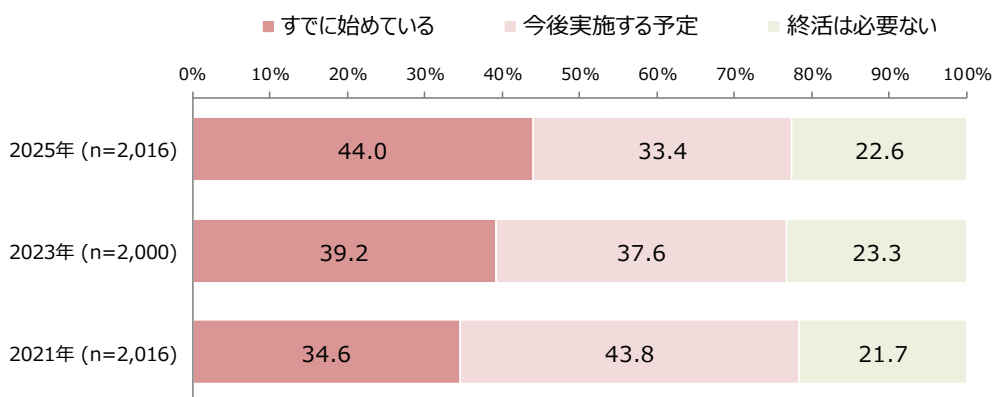
※本リリース内容を掲載いただく際は、出典「ハルメク 生きかた上手研究所調べ」と明記をお願いいたします。

※調査主体の「ハルメク 生きかた上手研究所」所長への取材、コメント提供も可能です。

終活を「すでに始めている」割合は 44.0%
終活をすでに始めている層は、幸福度、生活満足度が高い

- ・ 終活を「すでに始めている」割合は 44.0%。「今後実施する予定」は 33.4%で、前回からやや変化がみられた（※項目追加による影響の可能性あり）。なお「終活は必要ない」22.6%は前回、前々回調査と大きな変動はない。
- ・ 終活をすでに始めている層の幸福度は平均 6.48 点と、TOTAL（6.03 点）と比べて高い。
- ・ 終活をすでに始めている層の生活満足度 TOP2（「満足している」＋「やや満足している」計）は 63.5%と、TOTAL（53.5%）と比べて高い。

■終活実施状況（50～79 歳男女：2,016 名（単一回答））



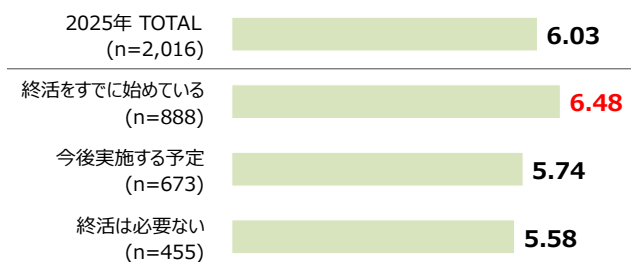
注：各区分の判定方法は以下

すでに始めている：「今後の生活や自分の死後のことを考えて、既にやり終えたこと」選択肢でいずれか回答あり

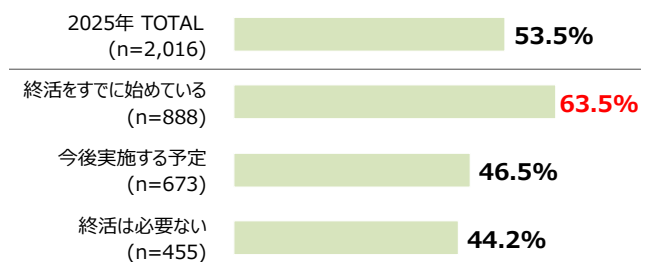
今後実施する予定：「すでに始めている」非該当かつ、「あなたの今後の生活や自分の死後のことを考えて「必要」だと思うこと」選択肢でいずれか回答あり

終活は必要ない：「すでに始めている」「今後実施する予定」いずれにもあてはまらない

**■終活実施状況別 幸福度
（50～79 歳男女：2,016 名（単一回答））**



**■終活実施状況別 生活満足度 TOP2
（50～79 歳男女：2,016 名（単一回答））**



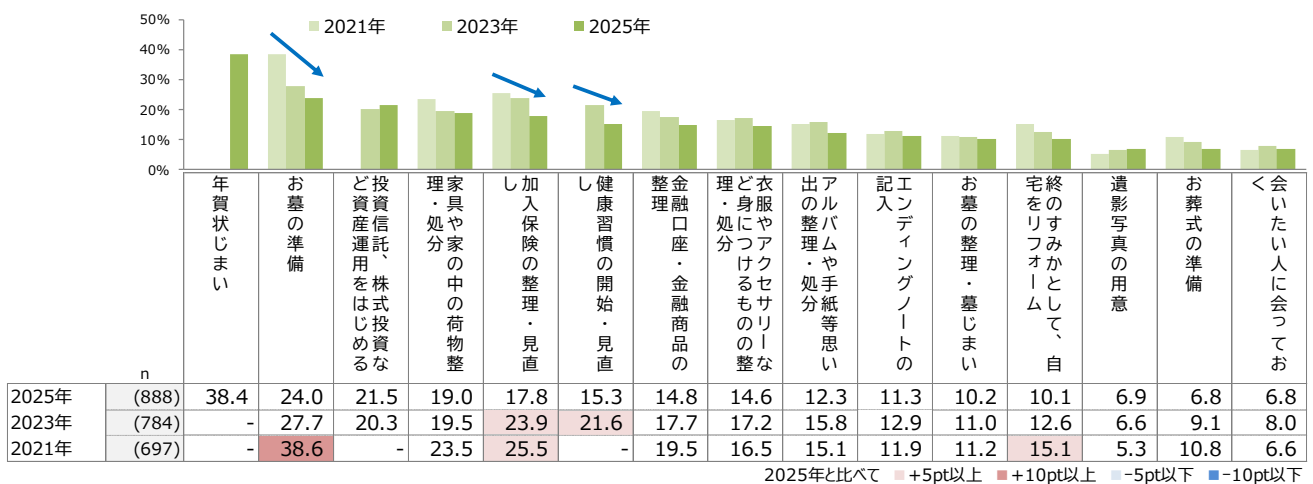
注：幸福度は「0 点」～「10 点」の 11 段階で聴取。平均点を集計。

注：生活満足度は「満足している」～「満足していない」の 5 段階で聴取。「満足している」＋「やや満足している」合計割合を集計。

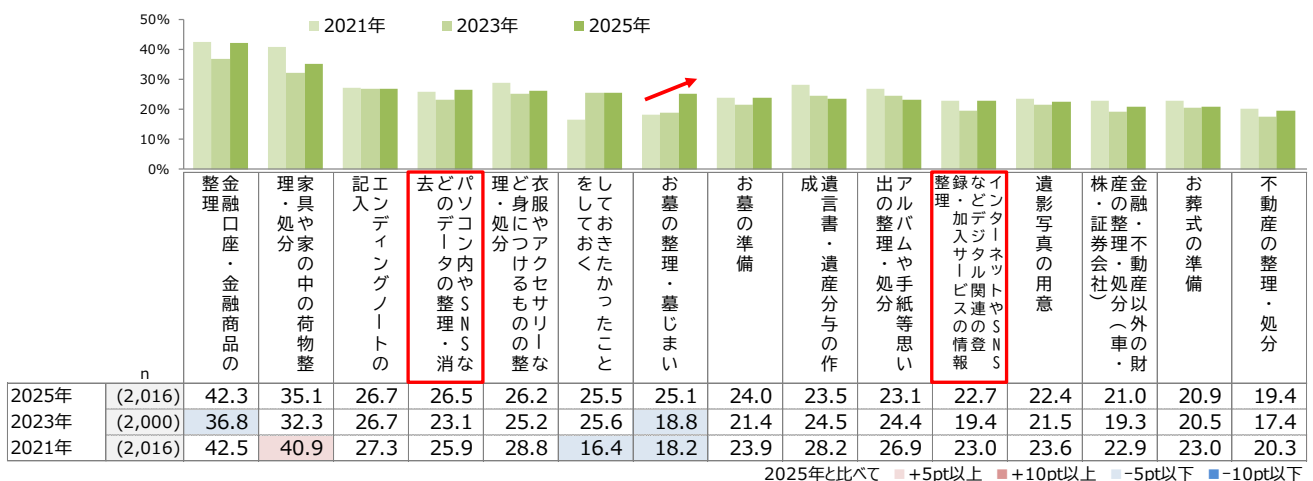
既にやり終えた終活で最も高いものは「年賀状じまい」
「終活」の認識で最も高いのは「金融口座・金融商品の整理」
「お墓の整理・墓じまい」は増加傾向。

- ・ 終活実施者が既にやり終えた取り組みの中で最も多かったのは「年賀状じまい」で 38.4%。次いで「お墓の準備」24.0%、「投資信託、株式投資など資産運用をはじめる」21.5%。
- ・ 「健康習慣の開始・見直し」の実施割合は 15.3%と前回から 6.3 ポイント低下、「加入保険の整理・見直し」は 17.8%と前回から 6.1 ポイント低下。「お墓の準備」は前回から 3.7 ポイント、前々回から 14.6 ポイント低下。
- ・ 「終活」の認識で最も高いのは「金融口座・金融商品の整理」で 42.3%
 次いで「家具や家の中の荷物整理・処分」35.1%。「エンディングノートの記入」26.7%。
 このほか、「パソコン内や SNS などのデータの整理・消去」「インターネットや SNS などデジタル関連の登録・加入サービスの情報整理」なども 2 割を超えている。
- ・ 「終活」の認識で「お墓の整理・墓じまい」は 25.1%と前回から 6.3 ポイント上昇。
 「お墓の準備」を上回る割合となった。

■既にやり終えた終活
(50～79 歳男女のいずれか終活実施者：888 名（複数回答） 上位 15 位まで掲載）



■「終活」の認識
(50～79 歳男女：2,016 名（複数回答） 上位 15 位まで掲載）



終活実施者の、終活にかかった費用は平均約 503 万円
死後にお金を残したい人の、残したい平均金額は総額約 2,451 万円

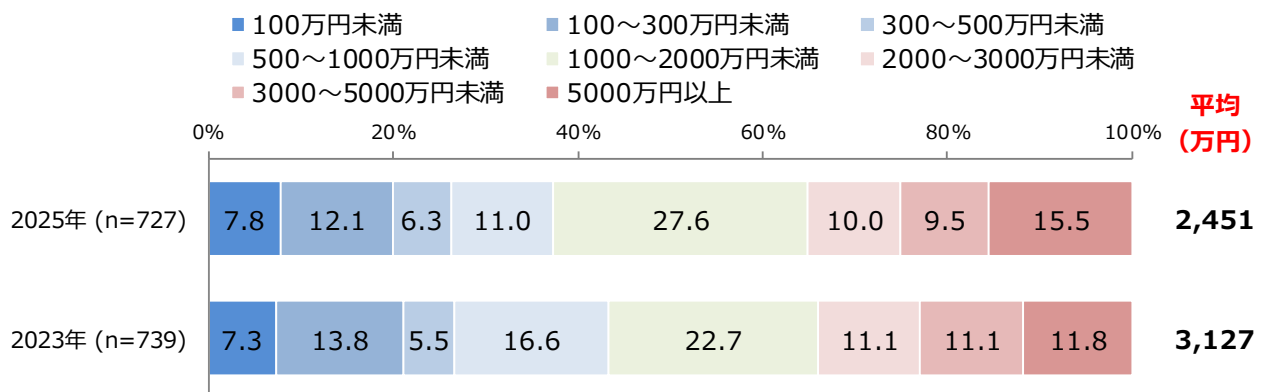
- ・ 終活実施者の、終活にかかった費用は平均約 503 万円。
前回調査（約 450 万円）に比べて増加。
- ・ 終活内容別で平均金額が最も高いのは、「投資信託、株式投資など資産運用をはじめる」。
次いで「終のすみかとして、自宅をリフォーム」、「不動産の整理・処分」。
- ・ 死後にお金を残したい人の、残したい平均金額は総額約 2,451 万円。

■終活にかかった費用
（50～79 歳男女のいずれか終活実施者：888 名（数値回答） 金額上位 10 位まで掲載）

	2025年		2023年		2021年	
	n	平均（円）	n	平均（円）	n	平均（円）
全体平均 【終活いずれか実施者ベース】	888	5,034,040	784	4,495,757	697	3,198,188
投資信託、株式投資など 資産運用をはじめる	191	12,583,621	159	9,466,991	—	—
終のすみかとして、自宅をリフォーム	90	7,578,924	99	4,509,720	105	7,069,610
不動産の整理・処分	35	4,707,747	29	2,247,592	42	2,837,159
欲しいものを買っておく	50	1,598,804	36	2,122,231	—	—
結婚・再婚	30	900,013	29	341,390	36	697,222
お墓の準備	213	876,115	217	996,164	269	1,473,619
加入保険の整理・見直し	158	701,009	187	949,896	178	696,721
金融口座・金融商品の整理	131	600,458	139	1,260,460	136	2,016,612
お葬式の準備	60	536,523	71	641,872	75	543,496
お墓の整理・墓じまい	91	477,364	86	549,436	78	506,802

注：30 サンプル未満は参考値

■死後に残したいお金の総額
（50～79 歳男女の死後にお金を残したい方：727 名（数値回答））



【専門家の見解】

ハルメク 生きかた上手研究所 所長 梅津 順江（うめづ ゆきえ）

2016年3月から現職。主に年間約900人のシニアを対象にインタビューや取材、ワークショップを実施



“〇〇じまい”に見る、手放す終活という人生の再設計

女優の泉ピン子さん（77歳）はかつて終活を進めていましたが、2024年に「終活やめた」と宣言し、自分らしい生き方を選びました。また、今年他界された森永卓郎さんやみのもんたさんの生き様も多くの人に影響を与えました。著名人のケースからも、終活が多様化し、自分らしさを追求する行為へと変化していることが見て取れます。

当研究所が2025年に実施した終活調査では、“手放す終活”の広がりが顕著でした。「年賀状じまい」が38.4%で最多。「終活の認識」では「墓じまい」が「お墓の準備」を上回るなど、従来の“整える終活”を超える動きも見られ、最近の〇〇じまいブームとの関連も伺えます。終活はもはや「静かな幕引き」や「死に向けた準備」ではなく、「今をよりよく生きるための選択」「これからの生き方を見直す行為」としてライフスタイルの一部になりつつあります。

終活にかかる総額は平均約503万円と決して少額ではなく、「資産運用を始める」のほか、「家のリフォーム」「不動産の処分」など、暮らしの変化を伴う“住まいの再設計”にも費用がかかっています。未来への備えという“始める終活”だけでなく、過去を整理する“手放す終活”にもお金はかかります。「いかに整えて死ぬか」ではなく、「どう生きるか」を見つめ直す動きとしての終活が、今後ますます注目されるのではないのでしょうか。

「終活の認識」では、「パソコンやSNSデータの整理」「デジタル登録情報の整理」といったデジタル終活が存在感を増し、現代終活の複雑さを象徴しています。終活を必要と思っている人（＝必要ない22.6%以外）は77.4%ですが、実際に始めている人は44.0%。意識と行動の差も依然大きく、終活が先延ばしにされがちな課題であることは変わっていません。ただ、行動に移した人ほど生活満足度が高い点は見逃せません。終活を“今の生活の質を高める手段”として機能させ、自らが選び、手放すことで主導権を握れば、幸福感へとつながっていくのです。

■女性誌販売部数 No.1！ 50代からの生きかた・暮らしかた応援雑誌「ハルメク」

50代からの女性が前向きに明るく生きるための価値ある情報をお届けしています。健康、料理、おしゃれ、お金、著名人のインタビューなど、幅広い情報が満載です。また、雑誌「ハルメク」の定期購読者には、本誌とともに提供するカタログと、オンラインでの通信販売を行っています。販売している商材は、ファッション・インナー・コスメ・美容・健康など多岐にわたり、独自のシンクタンクである「ハルメク 生きかた上手研究所」を通じて利用者の声を徹底的に調査、反映した商品開発で、多くの女性から支持を得ています。

■ハルメク 生きかた上手研究所のシニアリサーチデータは、[「ハルメク シニアマーケティング LAB」](#)で掲載しています。

「ハルメク シニアマーケティング LAB」は、ハルメク世代（シニア）を顧客とする企業にとって有益な情報をお届けしている情報サイトです。ハルメクグループが提供する定期購読誌や通販等を通じて得たマーケティングデータや記事、シンクタンク「ハルメク 生きかた上手研究所」の調査レポートなど豊富な情報が満載です。