

【考察】

1. 死や終末期についての意識

自分の理想の死に方について、「ぼっくり死」を望む人が7割もいました。「苦しみたくない」「家族に迷惑をかけたくない」「寝たきりなら生きていても仕方ない」が主な理由です。大切な人の死に方については、「わからない」と回答した人が多いものの、「ぼっくり」を希望する人では、やはり「苦しんでほしくない」が大きな理由として挙げられています。このことから、終末期の苦しみや痛みが、死の恐怖につながっている可能性が示唆されます。

また、有配偶者にたずねた質問では、男性はどの年代でも「自分が先に死にたい」と考えているのに対し、60代以上の女性は男性に先に逝ってもらいたいと考えていました。しかし女性は年代が下がるほど、「自分が先に死にたい」と回答した人が多くなり、40代以下では、男女ともに「自分が先に」と考える人が過半数を占めています。子や孫の有無に関わらず、老後は夫婦二人でというライフスタイルが定着し、自分が死ぬことよりも「最後は一人」という状況になることを恐れている人が増えているのではないかと推察されます。これは、自分が死ぬことよりも、大切な人に先立たれることが怖いと考えている人が多いことから裏付けられます。

実際、ひとり暮らしの人のなかには、入院や手術の保証人、付き添いや立ち合いしてくれる人がいないケースが少なくないことも明らかになりました。「自立できなくなっても、支える家族がいるのが当たり前」ではなくなった昨今、老・病・死に向かう人たちを社会でどう支えるかは喫緊の課題です。

2. 人生の最終段階について

自分の余命が限られているとしたら、その事実を知りたい人は多い一方、家族以外には知らせたくない人も多いことがわかりました。「身辺整理をしたい」「会いたいと思う人に会っておきたい」という意見が多いものの、「誰にも心配をかけたくない」と考える人も少なくなく、勤労世代では「誰にも知られたくない」人が1割を超えています。

余命が限られたら、7割以上の人が自宅で過ごしたいと考えていたが、実現は難しいと回答した人が多かった。しかしながら過去の調査と比較すると、実現は難しいと回答した人は減少傾向にあり、在宅医療への理解や知識が徐々に浸透しつつあるといえよう。

とはいえ、同居者の有無に関わらず、在宅死を希望する人は多いものの、同居者がいない人では、実現は難しいと考える人が多いことから、単身者であっても在宅で死を迎えられる環境の整備が急務であろう。さらに経済的ゆとりが少なくなるほど、在宅死を望む人が減少することも興味深い結果であった。

3. 人生観について

100歳以上まで長生きしたいかどうかをたずねたところ、長生きしたいとは思わない人が8割で、長生きしたいと思う人は2割にとどまりました。人生100年時代も現実味を帯びてきたように思えますが、そこまでの長生きを望まない人が大半であることが明らかとなりました。家族の介護負担や、老化に伴う身体的苦痛、経済的不安などが、長く生きることを望まない理由として示されました。特に30～50代の現役世代で、経済的不安を理由に、長生きすることを望まない人の割合が高いことは特筆すべきことであるといえます。

今夜死ぬとしたら心残りがあるかどうかについては、およそ3人に2人が心残りがあると回答しました。若い年代ほど心残りがある人の割合が高かったです。他方、若い世代であっても、心残りはないと回答した人が一定の割合でいました。心残りの内容としては、子どもの成長を見届けられないなど子どもに関する記述が最も多く、家族の生活が心配、身辺整理ができていない、親孝行ができていない、感謝の気持ちを伝えられていない、もっと旅行に行きたいといった理由も比較的多くみられました。その他、ペットが心配、お金が残っている、部屋を片づけたい、見終わっていないドラマがあるなどの記述もありました。

また、自分自身の生きた証を残したいかどうかに関しては、およそ3人に1人は自分の生きた証を残したいと思っていました。他方、「残したくない」との回答は2割でした。30代から50代に比べ、60代、70代と残したいと思う人の割合は増加しており、みずからの死を意識し始める中で、自分の生きた証を残したいと考えるようになるのではないかと考えられます。具体的に残したいものとしては、写真、手紙や日記、自分の生き方や考え、思い出、子ども・子孫、趣味のもの、お金、愛情などが挙げられていました。

今回の調査では、死別の悲しみを抱えた人へのケア、いわゆる“グリーフケア”についても尋ねました。その結果、「言葉も内容もよく知らない」と回答した人が8割と最も多く、次いで「言葉は聞いたことがあるが、内容はよく知らない」との回答が1割でした。「よく知っている」と回答した人は3.2%であり、「ある程度は知っている」との回答も6.7%にとどまっており、グリーフケアについての認知度は低く、知識や情報がまだまだ社会に浸透していないことが示唆されました。