

2021 シニアトレンド & 2022 シニアトレンド予測を発表
若者世代とは全く異なる、“今年のシニア”を総ざらい！
“親目線”推し活、カジュアル終活、古着でSDGs…
意外なシニア世代の一面が明らかに
そして2022年のシニア消費のキーワードは？ずばりトレンド予測！

女性誌部数 No.1 (※1) の雑誌「ハルメク」を発行する株式会社ハルメク（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：宮澤 孝夫）生きかた上手研究所は、今年のシニア世代の動向を振り返り、2021年シニアトレンドと、2022年のシニアトレンド予測を発表いたしました。

(※1) 日本ABC協会発行社レポート 38.5万部(2021年1月～6月)



2021シニアトレンド

1. “親目線”推し活
2. スマートシニア元年
3. 華やかマスク
4. 本気いたわりグッズ
5. “おさぼり上手”料理
6. カジュアル終活
7. 古着でSDGs
8. おうちで検診

ハルメク 生きかた上手研究所は、シニアの調査・分析を行い、インサイトを発掘しています。コロナ禍を経て、シニア世代でもこれまでにない変化があった2021年。今、シニア世代はどういったモノに関心があるのか、どういった価値観を重視するのか、これからどのように過ごしたいと考えているのか。リアルなシニアの今を明らかにするために、2021シニアトレンド&2022シニアトレンド予測を発表しました。

※調査主体の「(株)ハルメクホールディングス 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。

※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。

推し活や SDGs もシニア世代は一味違う？ 2021 年シニアトレンド

1. 「“親目線”推し活」

次世代アスリートやリーダーシップのある若い知事への応援マインド高まる。

「若い選手が自分の限界に挑戦して、自身を表現した結果がメダルというのが新競技の特徴と思った」

2. 「スマートシニア元年」

シニア女性のスマホ保有率が調査以来、今年初めて 9 割超。

「スマホ決済とかワクチン接種の予約など、ネットを使えないことで損をしたくない」

3. 「華やかマスク」



顔を華やかに見せたいシニア女性にとって、マスクは手軽に個性が演出でき顔を明るくできるメイクアイテム。

若い世代がマスク生活で眉やアイメイクなど顔の上半分に凝るのとは対比的に、シニア世代は顔の下半分に凝るように。

「呼吸が苦しくて、コロナが終わったら早く外したいと思っていたが最近違う。マスクは口もとのしわやほうれい線、たるみが隠せてむしろ都合が良い」

4. 「本気いたわりグッズ」

コロナ禍 2 年目、シニア世代はメンタルよりも慢性的なカラダの疲れがお悩みに。「室内用のルームサンダル」「ラクに着られるリカバリールームウェア」「身体の寝ぐせを考えた敷き布団・抱き枕」等、良質な疲れ取りグッズがヒット。

5. 「“おさぼり上手”料理」

「おさぼり上手」提案がヒット。「たんぱく質が手軽にしっかりとれる一汁一菜レシピ」や「あんかけの具」（冷凍食品）など、手間をかけなくてもおいしい料理が受け入れられるように。

6. 「カジュアル終活」



自宅療養、終末期が身近になった 2021。これまであまりオープンに語られなかった死についてカジュアルに語る「デスカフェ」が話題に。「死生観光トランプ」等のツールを使いながら語らう場も登場。また、瀬戸内寂聴さんが遺した前向きな言葉にも共感が続々。

7. 「古着で SDGs」

“SDGs”と意識せずとも自然に取り組むシニア世代。衣類等の寄付が途上国のポリオワクチンになる「ハルメク 古着でワクチン」の寄付額が 100 万人分を突破。誰かのためになりたいという気持ちが後押しに。

8. 「おうちで検診」



コロナ禍で病院に行くことが難しくなった状況で、「血液・尿検査」を自宅で簡単にできる郵送型検査キット「おうちでドック」などの自宅ヘルスケアサービス等の利用が増加。

2022シニアトレンド予測

1. プチ贅沢×プチおやつ
2. リベンジ小旅行×シューズ
3. ポジティブカラー×シーズンフリー
4. シニア×フェムテック
5. 健康寿命+貢献寿命

1. 「プチ贅沢×プチおやつ」

かわいい見映えと食べ応えで若者の間で人気となった「マリトッツォ」。同じスイーツ好きでも、太りたくないから量は少なめ、かつカラダに優しい美味しいおやつが欲しいというシニア女性のわがままニーズを叶える「ひと口で満足できるヘルシーおやつ」が来ると予測。

2. 「リベンジ小旅行×シューズ」

元々お出かけ好きで旅行に行けていないうっぶんが蓄積しているシニア世代。お出かけにまつわる反動消費とともに、シニアにとって健康維持のためにも重要なアイテムである靴の需要が高まると予測。

3. 「ポジティブカラー×シーズンフリー」

衣替えしない“シーズンフリー”の流れ。シニア女性が元々好きな、気持ちが明るくなる“ポジティブカラー”に加え、「長持ちする」「使いまわせる」「応用できる」という季節を気にせず着られることがこれからの重視ポイントに。

4. 「シニア×フェムテック」

女性特有の健康課題ソリューションとして注目されるフェムテック。

更年期後の女性のカラダの研究も進み、世代特有のニーズに応える商品も増えると予測。

5. 「健康寿命+貢献寿命」

シニア世代の強みである「経験・知識」「人脈」に「デジタル進出」がプラスされ、社会で活躍するシニアが増える。健康寿命だけでなく、誰かの役にたっていると感じられる貢献寿命を伸ばしてこそ幸せな人生設計の新たなカギになると予測。

【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



昇華と派生をさせながら持続型のトレンドを形成

「え？シニアがトレンドを創るなんて。流行は若者発祥で、シニアはそれに追随しているだけでは？」

「市場の読み解きやトレンド予測はZ世代の研究をするのが定石では？」

そんな疑問の声が聞こえてきます。

一方、「日本の総人口の3割が65歳以上。占める割合はさらに増え続ける」という現状を無視できなくなっています。ここ数年、【終活】【グレイヘア】など世代特有のココロやカラダの変化に応じた流行語が生まれました。現象が記号化されると、この世代は一過性ではなく息が長いという特徴があります。巷で流行っている現象を変異させるパターンもあります。自分たちにあわせて派生させるのです。

2021年に起こった現象をトレンドとしてまとめること、2022年の近未来予測は当社で初の試みです。ほぼ1年を“緊急事態宣言下”で過ごすこととなった2021年。国際的スポーツイベント、ワクチン接種、首相交代と様々な出来事がありました。今回挙げた【スマートシニア元年】【華やかマスク】は、社会変化の影響を大きく受けたシニア世代を反映しています。【おうちで検診】【カジュアル終活】は、世代ならではのトピックを昇華させた現象。【“親目線”推し活】【古着でSDGs】は、起きている潮流をこの世代が派生させたカタチになります。

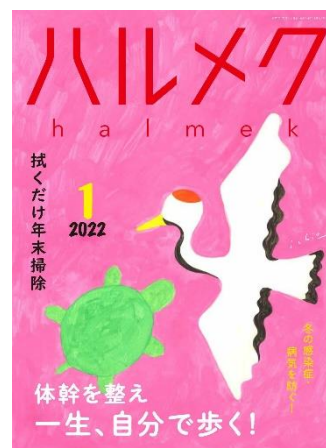
2022年も概ね上記3つのパターンにあてはまります。【リベンジ小旅行×シューズ】は社会変化への反動、【シニア×フェムテック】【健康寿命+貢献寿命】は世代の課題や変化を記号化、【ポジティブカラー×シーズンフリー】【プチ贅沢×プチおやつ】は若者で起こっている現象を派生させたものです。新しいトレンドがやってくるというより、2021の流れをくみながらゆっくりとブームが訪れるというイメージです。スピード感はありませんが、昇華・派生させながら持続型の市場やトレンドを形成していくのが当該世代の特徴。わずかな誤差や変化を見逃さずに、これからもこの世代を見つめます。

■女性誌部数 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。

誌面情報

ハルメク1月号（12月10日発売）は「一生、自分で歩く！」の特集です。シニア世代の強烈なインサイトである「一生自分の足で歩きたい」を叶えるべく、新年から始めるべき健康習慣を解説します。第2特集は例年人気の「簡単、大掃除」。第3特集は年末にしっかりと読みたい心の読み物です。



■会社概要

商号 : 株式会社ハルメク
代表者 : 代表取締役社長 宮澤 孝夫
本社所在地 : 〒162-0825 東京都新宿区神楽坂四丁目 1 番 1 号
設立 : 2012 年 7 月 24 日
事業内容 : 出版ならびに通信販売業
会社サイト : <https://halmek.co.jp/corp>
ハルメク WEB : <https://halmek.co.jp/>