

2022-2023年「シニアトレンド」を発表！  
超長寿社会 日本のボリュームゾーン、シニア世代の今を総ざらい！  
「スマ活シニア」「押し活で若返り」「コンパクト終活」…  
“令和シニア”の意外な一面が明らかに  
～シニア世代のトレンドは緩やかに、しかし確実に変化～

女性誌販売部数 No.1 (※1) の雑誌「ハルメク」をグループで発行する株式会社ハルメクホールディングス（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：宮澤 孝夫）ハルメク 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、2022-2023 シニアトレンドを発表いたしました。

(※1) 日本ABC協会発行社レポート(2022年1月～6月)

2022-2023シニアトレンド



1. スマ活シニア
2. 押し活で若返り
3. とっくにSDGs
4. コンパクト終活
5. <sup>アゲ</sup>AGEメイク
6. 素材まるごとおやつ

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、主にシニア女性のインサイトを発掘しています。コロナ禍によって続いた行動制限も緩和され、シニア世代の生活にも明るい変化のあった2022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、2022-2023年シニアトレンドを発表しました。

※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。

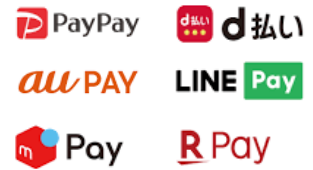
※本リリース内容を掲載いただく際は、出典「ハルメク 生きかた上手研究所調べ」と明記をお願いいたします。



# デジタル、食、おしゃれ、エンタメ…意外なシニアの一面も？ 2022～2023年シニアトレンド

## 1. 「スマ活シニア」

スマホ保有は当たり前。コロナ禍を経て、動画、SNS、スマホ決済、ポイ活など、デジタル活用が急速に進んだ。今後はスマートウォッチや音声サービスの利用が拡大の兆し。



## 2. 「押し活で若返り」

押しがいるシニア女性は35.2%。押しに使う平均金額は年間9万円。トキメキが行動や生活を変え、心身にポジティブな効用をもたらしている。



## 3. 「とっくにSDGs」

「食材を使い切る」「無駄使いしない」など丁寧な暮らしを続けてきたシニア世代。これからも賢いSDGs生活をけん引するオピニオンリーダーに。

## 4. 「コンパクト終活」

生前整理を「シートに書くだけ」にしたなら、身のまわりも気持ちもスッキリ。葬式準備を「身内だけ」にしたなら、伝統や形式などしがらみからも解放。



## 5. 「AGE (アゲ) メイク」

眉毛や目元をメイクすると気持ちもシャキッとす。外出意欲の高まりで、年齢に合ったポイントメイクで華やきたいというマインドがさらに高まる。



## 6. 「素材まるごとおやつ」

加齢で不足しがちなカルシウムや食物繊維をおいしく手軽に摂れるおやつブームが続いている。これからは新しい食スタイルやおやつトレンドをシニア世代が発信。

## 麻木久仁子さん、海原純子先生も交えたトークセッション 「今だからこそ、自分を認めて素直に新しいチャレンジに取り組むことができる」

発表会後半では、タレントの麻木久仁子さんと心療内科医/エッセイストの海原純子先生も交え、梅津とのトークセッションを実施。BTSのファンと公言されている麻木さんの押し活事情など、この世代ならではの悩みや楽しみをお話していただきました。また、最近YouTubeも始めたという麻木さん。何かを始める“ファーストギア”さえあれば、素直に新しくチャレンジできるし、克服する過程が面白い、といったお話があり、海原先生も「失敗しないとうまくならない」という気持ちが大事と仰っていました。



## 【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



### ウェルエイジング（Well-aging）な社会に向けた2022-2023のトレンド

「また誕生日が来ちゃった」「バースデーのお祝いを素直に喜べない」。

シニアの負の感情の主原因は「健康・美容」と「デジタル社会」。健康・美容の衰えは、加齢によりおきる課題です。誰もが平等に訪れますが個人差があります。また、急速なデジタル社会の変化に追いつけないことが不安やコンプレックスにつながっています。

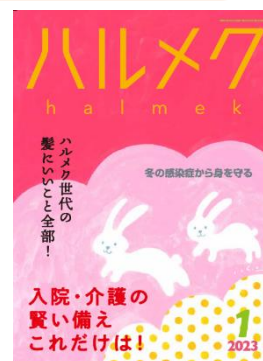
「歳を重ねるごとに意欲的」「祝われることが嬉しい」となるためには、どうすればよいのでしょうか。一つは、歳を重ねたからこそ得る「宝」に気づくこと。たとえば、知識・経験、時間、人脈、お金といったことです。決して平坦ではなかったに違いない長い道のりを乗り越えて手に入れた心の広さや優しさもあるかもしれません。実は失ったものより得たものの方が多いのではないのでしょうか。生活の知恵として賢く丁寧に続けてきた『とくにSDGs』が実は地球や次世代を守ることに気づきました。このように発揮されずに眠っていた能力が、デジタルを味方に付けることで活かせるとわかってきました。自分が社会で活かせることに気づいた喜びははかり知れませんが、賢いデジタル活用によって開眼する『スマ活シニア』が増えたら市場も社会もさらに活気づいていくでしょう。

一つは、未来を想像してワクワク・スッカリすること。VUCA（ブーカ）時代で、先行きが不透明な社会なので中々未来に希望を持つことが難しいです。次世代の未来も自分の未来（余生）も前向きに捉えるにはきっかけが必要です。『AGEメイク』をして美しくおしゃれな自分、『推し活で若返る』自分、『素材まるごとおやつ』を食べて一生歩ける自分を想像したら、ワクワクしました。億劫だった生前整理も死後の準備も『コンパクト終活』をしたら、しがらみから解放されてスッカリ。ワクワク・スッカリした未来をイメージできるモノやコトがこれからもシニアを幸せにしていくことでしょう。

「歳を重ねるのも悪くない」「スマートにワクワクと人生を重ねたい」と思えるウェルエイジング（Well-aging）な社会をこれからも見つめていきます。

#### ■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。



#### ■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。