

シニアのリアル徹底解剖 ～2022-2023 シニアトレンド大公開～

株式会社 ハルメクホールディングス 生きかた上手研究所 所長
梅津 順江



目 次

概要.....	1
はじめに.....	1
1. 会社紹介.....	2
(1) 事業展開.....	2
(2) 「ハルメク 生きかた上手研究所」.....	3
2. シニアトレンド 2023.....	3
(1) トrend背景.....	3
(2) シニアトレンド.....	4
3. シニアトレンド 今後の予測.....	7
(1) 緩やかにトレンドを形成するシニア世代.....	7
(2) 今後の予測.....	7
(3) 「Well-aging (ウェルエイジング)」 な社会へ.....	9
4. 質疑応答.....	10
おわりに.....	10

概要

社会がめまぐるしく変わる中、日本のボリュームゾーンであるシニア世代はどのように過ごし、どのように変わったのか？今後どのように変わっていくのか？日々、シニアを洞察しているからこそ見える変化、蓄積したインサイトやデータをもとに、50代以上の女性向け月刊情報誌『ハルメク』のシンクタンク「生きかた上手研究所」所長がシニアの今をまっすぐ見つめ、半歩先の明るい未来を読み解く。

- ・「シニアはデジタルに弱い」は思い込み？
- ・「Z世代とは違う」シニアの推し活
- ・SDGs生活はシニアにとっての原点回帰
- ・今どきの終活の実態を丸ごと解説
- ・シニア女性のおしゃれの目的は？ファッション／美容のトレンド
- ・シニア世代の発信するおやつ 新トレンド
- ・ココロもカラダも脱エイジズム
- ・ペットの存在がシニアのメタ認知を高める
- ・ゲーマーシニアは65%、1回あたり42分時間消費

はじめに

まず自己紹介をする。50代以上のシニア層をターゲットとする出版／通販事業を展開する株式会社ハルメクホールディングス 生きかた上手研究所所長を務めている。年間1,000人程度のシニアに会い、幅広い情報を吸い上げ、誌面作り／商品開発／広告制作に役立てている。

さまざまなシニアに会う中でことばのシャワーを浴び、表情や息づかいを通し本音を引き出す。コロナ禍ではオンラインでも実施していたが、リアルに対面した方が、面白い話題や気づきを引き出しやすいと感じている。シニアの近くにいるのでニーズをつかみやすい環境だ。

本講演では50代以上の女性が中心の話をする。介護を必要とする高齢者ではないことをあらかじめ申し上げておく。商品開発やマーケティングを専門にする人が意外性を感じる話題にも触れる。

以下に、本講演の講義内容をまとめる。

1.会社紹介

この項ではハルメクグループについて紹介する。50代からの女性がより良く生きること
を応援し、シニア女性に役立つより良い生活を提供している。

(1) 事業展開

2023年3月23日東証グロース市場に上場し、今後は靴事業／ヘルスケア領域などの新
規事業も展開していく。ここでは展開する3本の柱の事業を紹介する。

①情報コンテンツ

1) ハルメク

シニア女性に役立つ情報を提供。1996年創刊。2016年『いきいき』から『ハルメク』
に改名。**顧客理解の取り組みをおこない、雑誌不況の中、急伸している。**月間販売部数約
50万部、日本最大の雑誌となる。(註：2022年日本ABC協会加盟のコミック誌を除く全雑誌で1位)
読者の9割が女性、平均年齢60代後半。

2) ハルメク 365 事業

2022年8月開始のWEBサービス。読者の中心は50代。月刊アクセス数641万PV。
気軽に読める記事以外に音声／動画／イベントが体験できるサービスを提供。

②物販

- ・2000年通販事業開始、現在自社EC／カタログ通販／店舗展開
- ・モットー：モノの提供ではなく生活提案
- ・シニア女性のリアルな声をもとにオリジナル商品を開発
- ・売上高250億円(2022年3月期連結業績)
- ・現在は7店舗を展開、現在は店舗にも勢いがあり店舗事業拡大の段階
本店：神楽坂
京王新宿、伊勢丹浦和、名鉄百貨店、京都伊勢丹、梅田大丸、福岡天神大丸
- ・ファッション／コスメ／生活日用品／食品など幅広い領域を手掛ける

③コミュニティ

生涯の友になってもらうため体験／交流の場を多く設けている。
シニア女性に「つながり」の場を提供。
オフラインとオンラインのイベント／講座／旅行。