

2025-2026 ハルメク シニアトレンドを発表！

「イマ活」「ご自愛消費」「戦力シニア」「再点火メイク」「ならわし卒業」

お金も時間も（キャンセルせずに）自分に使うシニアが増加

～キャンセルするのはこれまでのお付き合いやしきたりという過去のしがらみ。

新たな趣味や仕事、自分の心が満足できることにはお金も時間も消費に前向き～

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 生きた上手研究所は、今年のシニア世代の動向を振り返り、2025-2026 ハルメク 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（2025年1月～6月）

2025-2026 ハルメク シニアトレンド

これからのために、生きてきた
ハルメク
h a l m e k

1. イマ活

4. 再点火メイク

2. ご自愛消費

5. ならわし卒業

3. 戦力シニア

2025年は米の高騰、トランプ関税などデフレからインフレに経済環境が大きく変化し、猛暑やクマ被害など環境の変化も著しかった1年でした。その一方で、インバウンド消費、大阪・関西万博・映画「国宝」・NHK朝の連続テレビ小説「あんぱん」等の文化系エンタメが活況を呈しました。高市政権誕生後、日経平均株価の最高値更新が相次ぐなど経済成長への期待も高まっています。社会や経済が目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、変わったのか。そして今後どのように変わっていくのか。日々シニア女性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、生々しい情報をもとに、ハルメクグループのシンクタンク「ハルメク 生きた上手研究所」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きました。



2025-2026 ハルメク シニアトレンド

1. 「イマ活」

シニアの間で「豪華クルーズ」「ちょっと上質なランチ」など、自分を喜ばせる体験に人気が集中しています。ハルメクのイベントでは、「オペラ鑑賞」「大相撲観戦」など、12万円を超えるプレミアムチケットが即完売しました。高額でも「元気なうちに、今を楽しもう」と、自分の心を満足させるため、価値ある“コト”に時間とお金を使う動きが広がっています。



2. 「ご自愛消費」

節約疲れからのリバウンドもあり、「理由があるなら高くとも納得して上質なものを買いたい」「頑張った自分をいたわりたい」と、心身のゆとりを取り戻す動きが出てきました。経験を積んだ世代は、「自分に似合う」「長く使える」といった基準が明確で、数多くのアイテムを持つより「価値のある一着」を選択します。10万円超のハルメクのカシミヤコートが支持されるのも、素材や縫製など、確かな根拠があるから。また、快眠や健康という価値を実感できるリカバリーウェアや姿勢サポート製品など“自分をいたわる”アイテムのニーズも上昇しました。自分のための納得できる消費は、今後も続いていくと予想しています。



3. 「戦力シニア」

「おでつたび（リゾートワーク）」「タイミー（スポットワーク）」など、仕事が暮らしや趣味の一部として溶け込み、場所や時間に縛られない自由な働き方が拡大しています。50代以上が旅行や地域活動を通じて働く姿は、従来の「再雇用」や「副業」と異なり、仕事そのものが余生の生き方の一部となっています。経験豊かな世代が「もう一度自分の好奇心で働く」「今だからこそ、やってみたい」と好きで始めたことが、いつの間にか周囲に影響を与え、気づけば“戦力”として頼られる存在になっています。



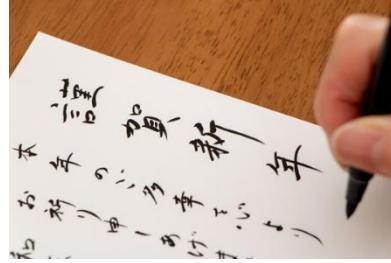
4. 「再点火メイク」

「今を生きる私に似合う」を美容に求める動きが拡大しています。自分の魅力を更新するため、時間を費やす潮流に合わせたシニア向けの美容教室の出現、50代以上の美容系 YouTuber の増加、高市早苗首相のメイクが変わったことが話題になるなど、大人世代のロールモデルが洗練を示しています。時代に合わせ、「自分の個性を引き出す武器」としてメイクを捉える動きはこれからも広がっていくと予想しています。



5. 「ならわし卒業」

若者文化の「キャンセル界隈」が社会規範への拒否や苦労することへの放棄だとしても、シニアのキャンセルは、自分を取り戻すための手放しです。生きかた上手研究所の調査では、「年賀状じまい」「墓じまい」「お中元・歳暮じまい」が進んでいることが明らかになりました。「●●じまい」により、過去の形式に縛られず、自分らしい関係性や生きかたを再構築する行為が広がっています。



いとうまい子さん、岸順子（化け子）さんを交えたトークセッション **「シニアの女性は人類最強の生き物！ 新たな挑戦は、思い立ったが吉日」**

1983年にアイドルとしてデビュー後、45歳で早稲田大学に入学。現在は大学教授・研究者・経営者として多方面で活躍しながら、俳優業も継続されているいとうまい子さんと、YouTube登録者43.2万人を誇る「ヘアメイク職人 化け子」こと岸順子さんが登壇。梅津とのトークセッションでは、「イマ活」「再点火メイク」といったトレンドワードを軸に、シニア世代の最新トレンドについて熱い議論が繰り広げられました。

いとうまい子さんは、発表されたトレンドワードを振り返り「シニア世代は私と同世代なので、フィットするワードばかりです」とコメント。今やりたいことを楽しむ「イマ活」については、「45歳で大学に入ったことをきっかけに、今も研究を続けています。8時間でも楽しんでしまうほど趣味になっています」と回想しつつ、「ただ、研究は他人からはあまり理解されにくい趣味だったりもするので、最近は1年に1度、ドジャースの試合を観に行き、大谷翔平選手を応援することにハマっています」と意外な趣味も明かしました。続けて「いつか時間ができたらやろうと過ぎてしまったことがたくさんあるので、この年になると思い立ったが吉日です」と、自身の経験を踏まえた想いを語っていただきました。

また、ヘアメイクアップアーティスト「化け子」こと岸順子さんは、「トレンドはエネルギーです」と力強くコメントし、「最近はシニアと若い人のメイクの境目がなくなりつつあり、それが若々しさにもつながっていると感じています。年齢を理由に“やってはいけないこと”はないのです」と述べ、変わりゆくシニア世代のメイクを振り返りながら、自身の魅力をアップデートすることに励むシニア世代を後押ししました。

さらに、いとうまい子さんは会社経営や研究、大学教授に挑戦し続けている自身の活動を振り返り、「自分ができそうなことを見つけて、シニアだけれど役に立てたら良いなと思います。踏み出さないと気づけないこともあるので、あまり考えずに第一步を踏み出すことも大事だと思います」とコメント。続けて、「シニアの女性は人類最強の生き物だと思っています。“年齢を重ねるのも悪くないな”と若者世代に思わせたいです！」と常識や制約にとらわれない挑戦を続けるいとうまい子さんらしいコメントで締めくくりました。



【専門家の見解】

ハルメク 生きた上手研究所 所長

梅津 順江（うめづ ゆきえ）

2016年から現職。年間約900人のシニアへの取材やワークショップを通じて、誌面づくりや商品開発、広告制作に役立てている。時代や世代も捉えて、半歩先の未来を予測・創造している。著書に『消費の主役は60代 シニア市場最前線』（同文館出版）など。



時間もお金もキャンセルしないシニア

ITの進化によって、Z世代を中心に若者のタイムパフォーマンスとコストパフォーマンスは劇的に向上しました。生成AIが翻訳や買い物、情報収集を瞬時に支援し、時間と労力を“キャンセル”できる時代になっています。一方で、賃上げが進んだにもかかわらず、現役世代には節約志向が根強く、お金を使わない生活防衛が続いています。

では、シニアはどうでしょうか。「自分のために時間もお金も使いたい」「元気なうちに、今やりたいことをしたい」という前向きな姿勢が強まっています。背景には、常識や制約を外して新しいことへ挑戦する“エイジズムからの解放”という長期トレンドに加えて、2025年は節約疲れ・効率疲れも重なりました。キャンセルするのは、これまでのお付き合いやしきたりという過去のしがらみの方。新たな趣味や仕事、自分のための学習やモノ・コト・サービスにはお金も時間も使おうと意欲的です。

今年のトレンドを象徴する1つが【イマ活】です。豪華クルーズや上質なランチ、オペラ鑑賞など、自分を喜ばせる体験が支持され、「元気な今を楽しもう」という価値観が広がっています。また、高騰する物価の中でも【ご自愛消費】が伸び、確かな価値ある一着や、快眠・健康を実感できる商品の選択が進んでいます。働き方では、好奇心と経験をかけ合わせて動く【戦力シニア】という新潮流がみられます。旅先や地域で好きなことを仕事にした結果、気づけば周囲から頼られる存在になっているという新しい姿が見えてきました。美容でも【再点火メイク】が広がり、今の自分に似合う美しさを探してアップデート。YouTuberや著名人の変化がロールモデルとなり、メイクを“個性を引き出す武器”として楽しむ動きが活発です。さらに、【ならわし卒業】として、年賀状じまい・墓じまい・お歳暮お中元じまいなど、これまでの慣習を前向きに手放し、自分らしい関係性を再構築する行動が進んでいます。

時間もお金もキャンセルせず、“自分のために使う”シニアの存在は、これからの日本の経済と文化を力強く動かしていくことでしょう。

■販売部数No.1！ 50代からの生きた・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、ファッショントレンド・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。