

【アクティビティに関する意識・実態調査】

シニア女性の 96.3%が運動や習い事などのアクティビティに意欲的
体や脳を動かすことが、健康維持だけでなく心のコンディションを整える役割も

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 生きかた上手研究所は、50～79 歳のハルトモの女性 464 名を対象に【アクティビティに関する意識・実態調査】を WEB アンケートにて実施しました。

(※1) 日本 ABC 協会発行社レポート(2025 年 1 月～6 月)

調査結果のポイント

- 体を動かすことをしている（してみたい）のは 85.6%、それ以外の習い事や学びをしている（してみたい）のは 69.8%、どちらにも該当しないのはわずか 3.7%であり、96.3%という多くのシニア女性がアクティビティに意欲的である。
- 新しく始めてみたい「体を動かすこと」は、プールや海などの水系のアクティビティ、日本を含めたアジアの武道や、ボッチャ・モルック・輪投げなどの強度が弱めの新しいスポーツが上位に。
- 新しく始めてみたい「イエナカアクティビティ」は、頭を使うこと、創作活動、エンタメ活動が上位に。
- 今年の冬「自宅で（おこなってみて）楽しかったこと、よくやっていたこと」で、目立った回答は、一人でできること、ネットの活用、社会とつながること。

【調査背景】

ハルメク 生きかた上手研究所は、シニアのインサイトについて調査・分析を行っています。今回は、日常で行っている運動や「イエナカアクティビティ」についての意識や実態を探るべく、調査を実施しました。

【調査概要】

調査方法：WEB アンケート

調査対象・有効回答者数：全国のメールアドレス保有のハルトモ会員 50～79 歳・464 名

調査実施日：2026 年 2 月 16 日（月）～2 月 19 日（木）

調査主体：株式会社ハルメク・エイジマーケティング ハルメク 生きかた上手研究所

※調査結果のパーセンテージは、小数点以下第 2 位を四捨五入したため、総数と内訳の合計が一致しないことがあります。

※本リリースの内容を掲載いただく際は、出典として「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。

※調査主体の「ハルメク 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。

96.3%のシニア女性がアクティビティに意欲的である。

- ・ 体を動かすことをしている（してみたい）のは 85.6%、それ以外の習い事や学びをしている（してみたい）のは 69.8%、どちらにも該当しないのはわずか 3.7%で、96.3%のシニア女性がアクティビティに意欲的である。
- ・ 身体を動かすことをしている（してみたい）人の 67.3%、それ以外の習い事や学びをしている（してみたい）人の 71.3%と多くの方が、お金を払ってアクティビティを行っている。

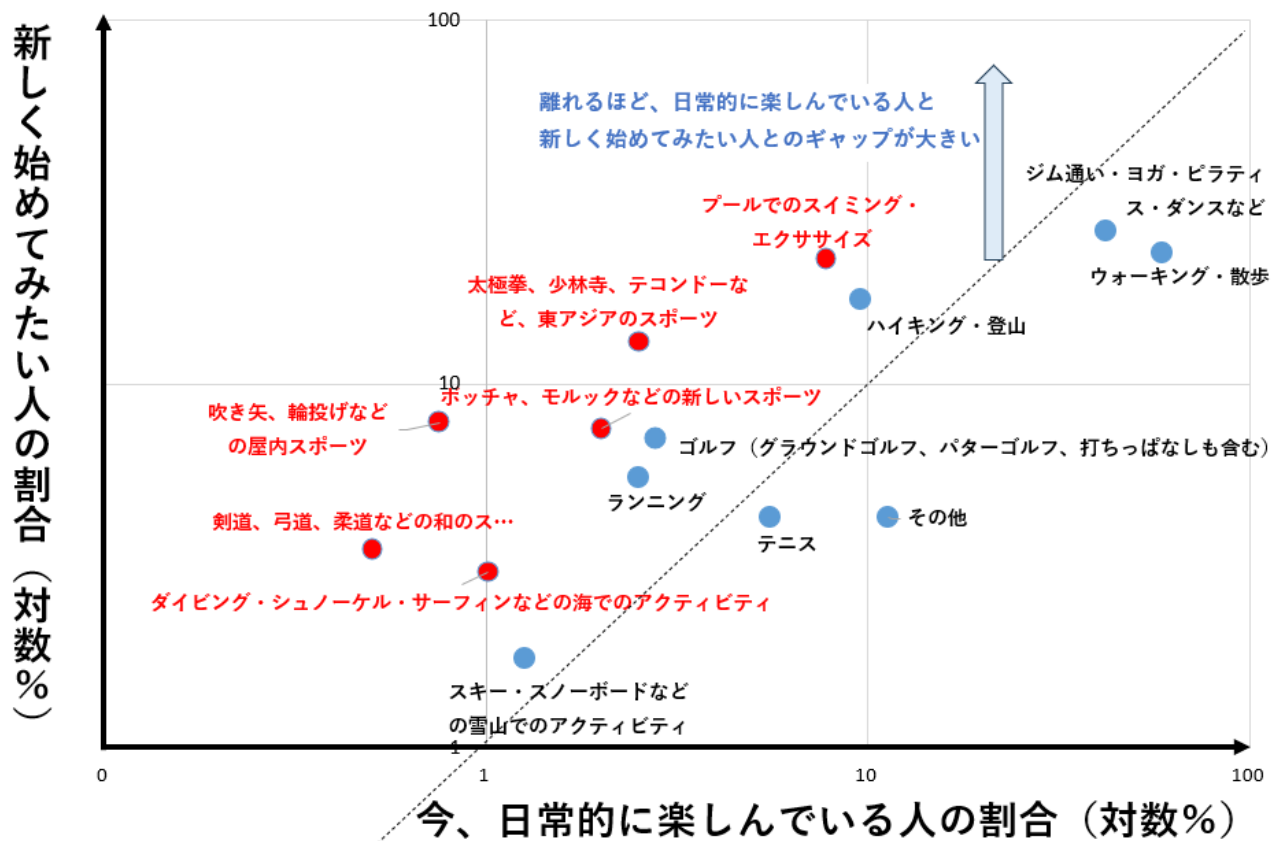
■体を動かすこと、それ以外の習い事や学びについて今のあなたに当てはまるもの (全回答者 464 名 複数回答)

全件464人	人数	%		うち、それにお金を払っている人	%
体を動かすことをしている・してみたいと思っている	397	85.6	▶	267	67.3 (対397人)
体を動かすこと以外の習い事や学びをしている・してみたいと思っている	324	69.8	▶	231	71.3 (対324人)
どちらも該当しない	17	3.7			

新しく始めてみたい「体を動かすこと」は、
プールや海などの水系のアクティビティ、日本を含めたアジアの武道や、
ボッチャ・モルック・輪投げなどの強度が弱めの新しいスポーツが上位に。

- ・ 体を動かすアクティビティの中でも、日常的に楽しんでいる人の割合が特に高いのは、「ウォーキング・散歩」「ジム通い・ヨガ・ピラティス・ダンスなど」。
- ・ 新しく始めてみたい人の割合が高いのは、「プールでのスイミング・エクササイズ」「ダイビング・シュノーケル・サーフィンなどの海でのアクティビティ」といった水系のアクティビティに加え、「太極拳、少林寺、テコンドーなどの東アジアの武道」「剣道、弓道、柔道などの和の武道」といった日本を含めたアジアのアクティビティ、また「ボッチャ、モルックなどの新しいスポーツ」「吹き矢、輪投げなどの屋内スポーツなど」の強度が弱めのアクティビティが挙がった。

■体を動かすことで、今、日常的に楽しんでいる人の割合×新しく始めてみたい人の割合
 （体を動かすことをしている・してみたいと思っている 397 名 複数回答）

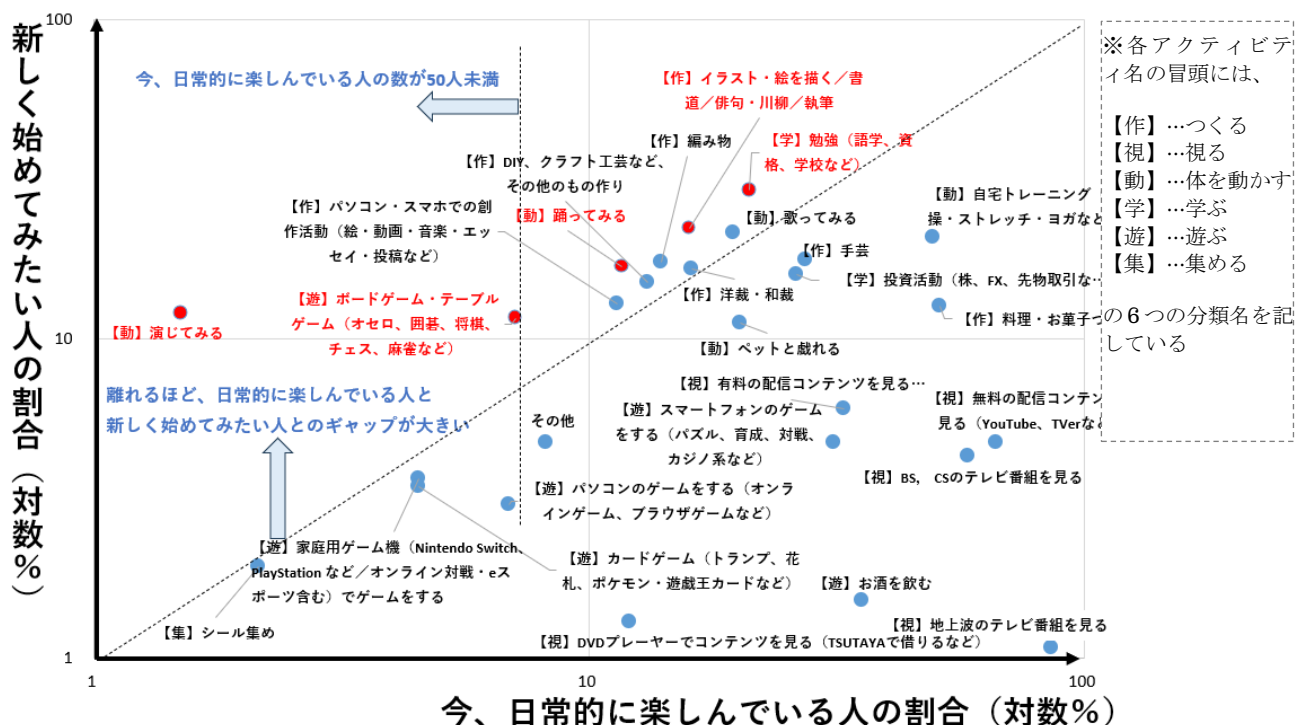


新しく始めてみたい「イエナカアクティビティ」は、 頭を使うこと、創作活動、エンタメ活動が上位に。

- 「イエナカアクティビティ」として新しく始めてみたいこととしては、「勉強（語学、資格、学校など）」「イラスト・絵を描く／書道／俳句・川柳／執筆」「ボードゲーム・テーブルゲーム（オセロ、囲碁、将棋、チェス、麻雀など）」などが挙がり、頭を使う活動や創作系のアクティビティへの関心が高い傾向が見られた。
- 「踊ってみる」といったエンターテインメント性の高いアクティビティへの関心度も高い。また、人数自体は少ないが「演じてみる」ことについては、日常的に楽しんでいる層と新しく始めてみたい層とのギャップが大きい傾向が見られた。

■「イエナカアクティビティ」で

今、日常的に楽しんでいる人の割合 × 新しく始めてみたい人の割合（全回答者 464 名 複数回答）



「今、日常的に楽しんでいる」と回答したアクティビティをしている理由（自由回答）

- ドラッグで品出しバイトをしており、空いている棚に商品を入れるのが、リアルゲームのようで面白いし、お金をもらって筋トレと脳トレができる。（65 歳）
- 毎日欠かさずウォーキング、時々ハイキングをしながら健康を保持できると共に、草花を観たり、自然と触れ合う事でストレス発散になる、また雑草や木の実で作品を作ることが趣味となり、作品展やフリマに出品、自分の作品を見てもらったり共通の趣味の友達ができたり、コミュニケーションが広がる。またフリマアプリで購入していただく事で、自身の自己満足感が得られる。（67 歳）

そのアクティビティを「新しく始めてみたい」と思う理由（自由回答）

- 暗闇トランポリンフィットネスをテレビで見て、全身運動になりそうだし、簡単そうだし、何と言っても、暗闇なので恥ずかしくないと思ったから始めてみたいと思いました。（62 歳）
- 現在、興味があるのは吹き矢である。練習日程が合わないので時期を待っている。（75 歳）
- 今度はキックボクシングに挑戦してみたい。（60 歳）
- 新しいことは、「実験」みたいで楽しいから（70 歳）

**「イエナカアクティビティ」で「今、日常的に楽しんでいること」をする
モチベーションは、アクティビティのタイプによって大きく異なる。**

- ・ 【作】は、「好きなことに没頭できる」が圧倒的に高く、次に「生活にメリハリや張り合いが生まれる」「気分が明るくなり、前向きな気持ちになれる」が多い。
- ・ 【視】は、「新しいことを知ったり学んだりできる」と「特に目的はなく時間をすごせるから」といった、両極の意味があるモチベーションが高めである。
- ・ 【動】も「気分が明るくなり、前向きな気持ちになれる」「気持ちが落ち着き、心が穏やかになる」と、こちらも複数の意味をもつモチベーションが高い。
- ・ 【学】は、「新しいことを知ったり学んだりできる」「気持ちが落ち着き、心が穏やかになる」と、モチベーションが高い。
- ・ 【遊】へのモチベーションは少なく「特に目的はなく時間をすごせる」が最も高い。

※「今、日常的に楽しんでいる」と回答した人が 50 名以上の「イエナカアクティビティ」に限定。それらを【作】つくる 【視】観る 【動】体を動かす 【学】学ぶ 【遊】遊ぶの 5 カテゴリーに分類し、その分類単位でアクティビティをまとめあげ、「モチベーション率」を算出。

**■【作】つくる 【視】観る 【動】体を動かす 【学】学ぶ 【遊】遊ぶごとのモチベーション
(全回答者 464 名 複数回答 各アクティビティを「今、日常的に楽しんでいる」の回答者数がそれぞれの分母)**

	「イエナカアクティビティ (50名以上)」の分類				
	【作】	【視】	【動】	【学】	【遊】
%	313名	444名	318名	178名	251名
気分が明るくなり、前向きな気持ちになれる	24.3	32.7	53.8	2.8	15.5
気持ちが落ち着き、心が穏やかになる	20.8	14.2	23.9	24.3	13.5
日常のモヤモヤや疲れを和らげられる	4.8	12.4	12.3	1.7	19.5
生活にメリハリや張り合いが生まれる	24.6	14.2	17.0	19.7	5.2
年齢に関係なく続けられると感じる	18.5	15.3	12.3	16.9	10.4
好きなことに没頭できる	70.9	27.0	6.3	4.5	10.8
新しいことを知ったり、学んだりできる	11.8	69.6	0.3	38.8	0.4
自分らしさを感じられる	12.8	0.2	4.4	3.4	1.6
できることが増えるのがうれしい	8.3	0.9	4.7	8.4	2.8
自信につながる	3.5	0.5	4.4	7.9	0.8
人とのつながりや会話が生まれる	5.8	6.5	2.2	2.8	8.4
誰かと共感できる	3.5	6.3	1.9	0.6	1.6
家族や友人との会話のきっかけになる	6.4	20.5	1.3	4.5	9.6
特に目的はなく時間をすごせるから	5.1	47.1	2.8	6.7	23.5

今年の冬「自宅で（おこなってみて）楽しかったこと、よくやっていたこと」で、
目立った回答は、一人でできること、ネットの活用、社会とつながること。

一人でできること

- ・ 本の修理です。心がトキメキます。一人で楽しめる最高の行いです。（57 歳）
- ・ かるたの一人取りを少しやってみました。構えなどが少し上達した気がしてうれしかったです。（62 歳）

ネットの活用

- ・ 推し活のブログで、アクセスを伸ばし、フォロワーと交流できたこと（65 歳）
- ・ AI に相談したり教えてもらったり活用していた。とても楽しかった。（65 歳）

社会とつながること

- ・ エッセイを書いて新聞社に投稿していた。反応が大きく嬉しい。（51 歳）
- ・ 着物リメイクで洋服作りをしている。ほどく前に着用もする。地域の高齢者教室に日常着として着用できるようになった。帯を作り直したりおそろいのバッグを作ったりと広がっている。和服をくださる人がいて、お返しにバッグなどを作って差し上げると相当喜んでもらえる。高齢の人の家に行って一緒に（ほとんど私）縫い物をしたりもした。（74 歳）

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『消費の主演は 60 代 シニア市場最前線』（同文館出版）など。



シニアの家は第二の実験室 小さな挑戦が心と健康を整える

体を動かすことを「している・してみたい」と答えた人は 85.6%。習い事や学びについても 69.8% が実施または興味ありと回答しました。50 代以上の多くが、日常の中で何らかの活動に前向きであることが分かります。興味深いのは、その理由です。自由回答には「健康維持」に加えて、「気分転換」「すっきりする」「楽しい」「刺激」「ときめき」「感動」「精神的に安定する」など、感情に関する言葉が多く見られました。体や脳を動かすことが、健康だけでなく、心のコンディションを整える役割も果たしていることがうかがえます。

イエナカで始めてみたい活動も多彩です。「シニアの“イエナカ”エンタメ」と聞くと、テレビや読書など、静かに過ごすイメージを持つ人も多いかもしれません。しかし、勉強、イラスト、書道、俳句、執筆、踊る、ボードゲームなど、ジャンルは実に幅広く、「新しいことは実験みたいで楽しい」という能動的な声もありました。挑戦は若者の特権ではなく、むしろ人生経験を重ねた今だからこそ、気負わず試せるものになっているのかもしれません。

また、イエナカ活動には特徴的な共通点が3つありました。「一人でできる」「ネットを活用する」「社会とつながる」です。ブログで推し活を発信したり、AI を活用して学んだり、作品をフリマで販売したりと、家にいながら外の世界とつながっています。家は閉じた空間ではなく、小さな挑戦を試せる「第二の実験室」になりつつあるようです。

こうした姿は、最近注目される「メンパ（メンタルパフォーマンス）」というトレンドとも重なります。メンパとは、精神的な負担を減らし、心の状態を整えて生活の質を高める考え方です。現役世代では「選択のストレスを減らす」など効率的なセルフケアとして語られることが多いですが、今回の調査から見えるシニアのメンパは少し異なります。日常の中に新しい挑戦を見出し、楽しみながら小さな喜びや刺激を得る。その積み重ねが心の満足度や幸福感を高め、結果として健康にもつながる。そんな循環が見えました。

シニアのエンタメは、特別な趣味ではなく、暮らしの中にある日常の楽しみ。家の中で生まれる小さな「実験」が、毎日を彩り、人生を豊かにしているようです。

■販売部数 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。