

【幸福に関する意識・実態調査 2026】

シニア女性の幸福度は 7.75 点で、2024 年調査の 7.84 点とほぼ変わらず。
幸福度には親しい友人や家族の人数などが影響しており、SNS 利用の影響は見られない。

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、全国 50～88 歳のハルトモの女性 484 名を対象に「幸福に関する意識・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 7 月～12 月)

調査結果のポイント

- 50～80 代女性の幸福度平均点は 10 点満点中（0 点～10 点）中 7.75 点。物価高によって 11%が「幸福感が減った」と回答。
- 幸福度に影響している要素は、本人の体や心の元気度のほか親しい友人や家族・親戚の人数。SNS・デジタル利用の有無は幸福度への影響が見られない。
- 幸せを感じる 1 位は「美味しいものを食べている時」で 2024 年の前回調査と変わらず。2 位の「旅行に行った時」は前回 3 位からランクアップ。

【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。定期的に行っている幸福に関する調査が前回実施から 2 年が経過し、この間、物価高や SNS・AI の利用が広がるなど、社会状況は変化しています。こうした中でハルメク世代の幸福度は変わったのか、幸福感に影響を与える要素は何なのかを探るべく調査しました。

【調査概要】

調査方法：WEB アンケート

調査対象・有効回答者数：全国のハルトモ女性 50～88 歳・484 名

調査実施日：2026 年 5 月 29 日（金）～6 月 2 日（火）

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。

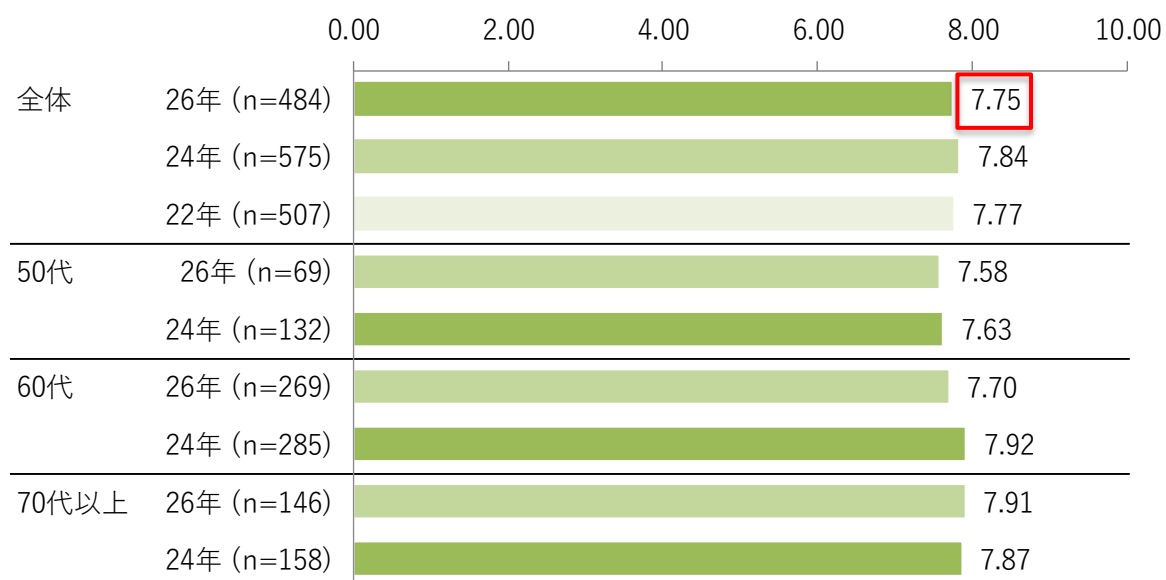
50～80 代女性の幸福度平均点は 10 点満点中（0 点～10 点）中 7.75 点。

物価高によって 11%が「幸福感が減った」と回答。

- ・ 国連による World Happiness Report（※2）と同じ形式（10 点満点）で聞いた幸福度の平均点は 7.75 点。
- ・ 2024 年に実施した調査では 7.84 点、2022 年は 7.77 点であり、大きな変化はなかった。
- ・ なお、World Happiness Report2026 における 1 位フィンランドは 7.76 点。日本は 6.13 点だった。
- ・ 物価高の影響で「暮らしのゆとりも幸福感も大きく減った」と回答したのは 11.4%。特に 50 代が 21.7%と多い。

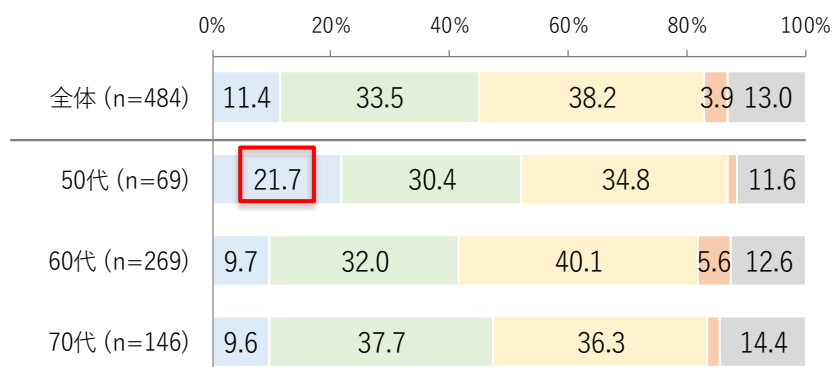
（※2）国連 World Happiness Report 2026

■幸福度の年代別推移（平均点）



■物価高や値上がりによる暮らしや幸福感の変化（%）

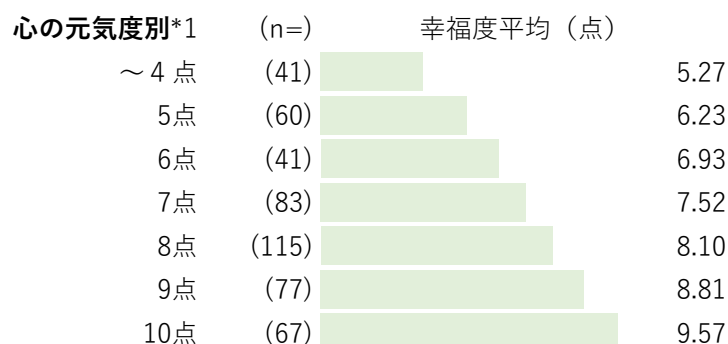
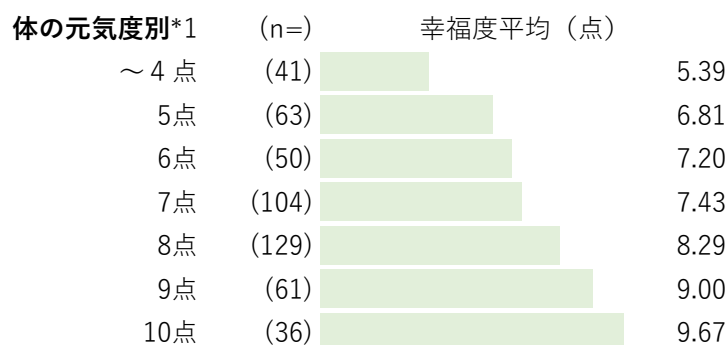
- 暮らしのゆとりも幸福感も大きく減った
- 暮らしのゆとりは減ったが、工夫しているので幸福感は変わらない
- 暮らしのゆとりも幸福感も変わらない
- 暮らしのゆとりは減ったが、むしろメリハリのある暮らしになり日々の充実感・幸福感が増した
- わからない・どちらともいえない



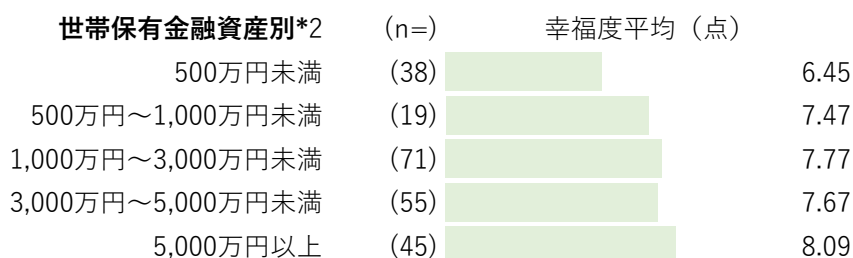
**幸福度に影響している要素は、本人の体や心の元気度のほか
親しい友人や家族・親戚の人数。SNS・デジタル利用の有無は影響が見られない。**

- ・ 幸福度に影響を及ぼしている要素として“影響あり”は、体や心の元気度・世帯保有金融資産・ふだん幸せを感じる時の個数・親しい友人や家族親戚の人数。
- ・ “やや影響あり”なのは、世帯年収・1か月に自由に使える金額・配偶者との相思相愛度だった。
- ・ SNSやデジタルの利用有無による幸福度の差異は1ポイント未満と影響はほぼ見られなかった。

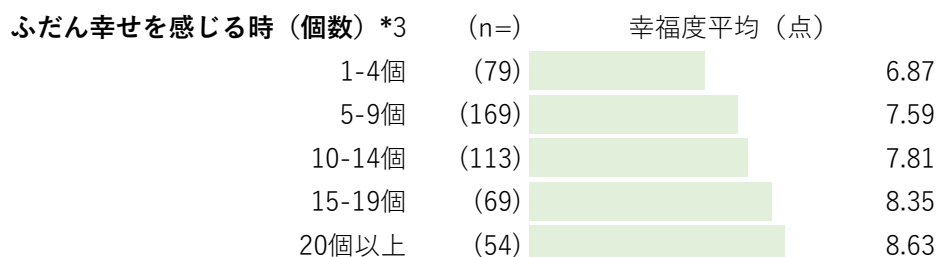
■幸福度平均点に“影響あり”（属性間の最大平均点差が1.0以上）



*1 ご自身の体と心の元気度を10点満点（0～10点）で評価してもらった

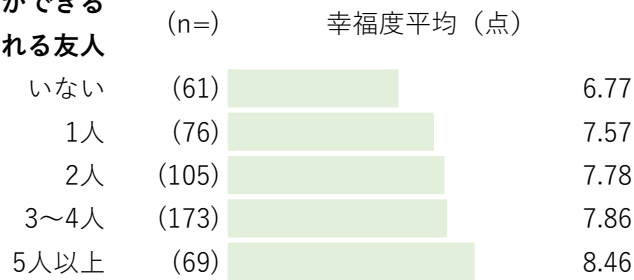


*2 金額について「わからない・答えたくない」人は除く

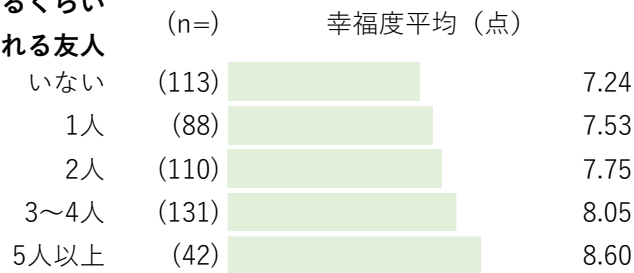


*3 「あなたはふだん、どんな時に幸せを感じますか？あてはまるものをすべて 選んでください」の設問で、
提示項目28項目中の回答個数

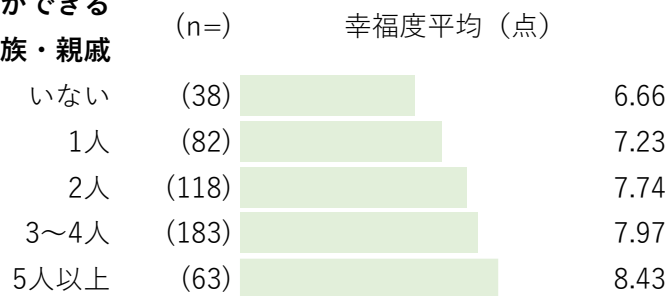
**個人的なことでも話することができる
くらい気楽に感じられる友人**



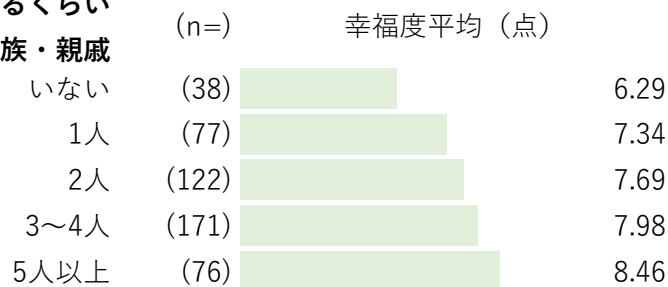
**助けを求めることができるくらい
親しく感じられる友人**



**個人的なことでも話することができる
くらい気楽に感じられる家族・親戚**



**助けを求めることができるくらい
親しく感じられる家族・親戚**



■幸福度平均点に“やや影響あり”（属性間の最大平均点差が 0.5 以上 1.0 未満）



1か月に自由に使える金額別*2	(n=)	幸福度平均 (点)
～1万円未満	(54)	7.13
1万円～2万円未満	(84)	7.39
2万円～3万円未満	(115)	7.94
3万円～5万円未満	(82)	7.85
5万円～10万円未満	(68)	7.96
10万円以上	(44)	8.02

配偶者との関係*4	(n=)	幸福度平均 (点)
相思相愛	(182)	8.24
やや相思相愛	(70)	7.61

*4 配偶者との関係については、配偶者・パートナーありの人に「配偶者・パートナーを大切に思っている」「配偶者・パートナーから大切に思われている」程度を5段階で聴取。
相思相愛は、両方とも「あてはまる」と回答、やや相思相愛は両方とも「ややあてはまる」と回答。

■幸福度平均点に“ほとんど影響なし”（属性間の最大平均点差が0.5未満）

年代	(n=)	幸福度平均 (点)
50代	(69)	7.58
60代	(269)	7.70
70代以上	(146)	7.91

配偶者有無別	(n=)	幸福度平均 (点)
配偶者あり	(379)	7.78
配偶者なし	(105)	7.63

就業形態別*5	(n=)	幸福度平均 (点)
フルタイム	(47)	7.60
パートタイム・アルバイト	(137)	7.73
自営・農業・フリーランスなど	(43)	7.84
今は仕事をしていないが、以前就業経験がある	(249)	7.78

*5「今まで就業経験はない」を除く

子ども有無別	(n=)	幸福度平均 (点)
子あり	(397)	7.78
子なし	(87)	7.61

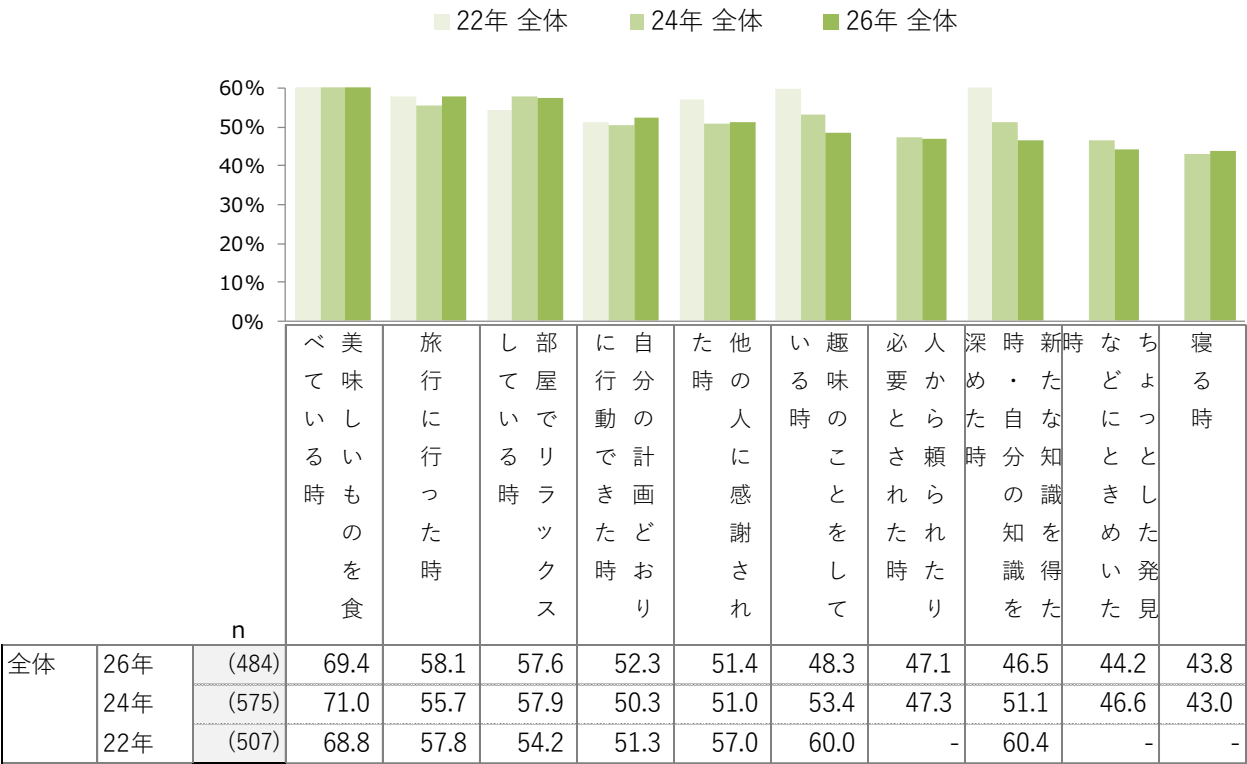
孫有無別	(n=)	幸福度平均 (点)
孫あり	(234)	7.89
孫なし	(250)	7.61

SNS・デジタル利用有無別 (n=)	幸福度平均 (点)
SNSの閲覧 (150)	7.86
SNSの非閲覧 (334)	7.69
SNSでの発信 (57)	8.02
SNSでの非発信 (427)	7.71
生成AIの利用 (101)	7.84
生成AIの非利用 (383)	7.72
インターネット動画視聴 (193)	7.78
インターネット動画非視聴 (291)	7.72

**幸せを感じる 1 位は「美味しいものを食べている時」で 2024 年と変わらず。
2 位の「旅行に行った時」は前回 3 位からランクアップ。**

- 日々の生活の中で幸せを感じる時トップは、2024 年の前回・2022 年の前々回と変わらず「美味しいものを食べている時」で、2024 年の 71.0%→69.4%で微減。
- 9 位までの項目自体は 2024 年と変わらないが、順位は変動した。「旅行に行った時」は 55.7%→58.1%で前回 3 位から 2 位にランクアップし、「趣味のことをしている時」「新たな知識を得た時・自分の知識を深めた時」は前回より 5 ポイントほど減少し、ランクダウン。

■幸せを感じる時（％・複数回答／2026 年上位 10 位で降順ソート）



■幸せを感じる時（自由記述からの抜粋）

<何気ない瞬間>

- ・ 何も考えずボーっとしているとき（66 歳）
- ・ 好きなお酒に合う美味しい食事を楽しく出来た時（73 歳）
- ・ 気持ちいい風にあたっている時（61 歳）
- ・ 畑仕事をして汗をかいた後、冷たいお茶を飲んで休憩する時（68 歳）

<家族・人間関係>

- ・ 愛犬と自然の中を、犬仲間とお散歩している時（70 歳）
- ・ 仕事で認められた時や感謝された時（64 歳）
- ・ 家族孫達含めて一緒にご飯を笑いながら食べてる時（68 歳）
- ・ 一緒に笑ったり悩み事を相談したり出来る友人等に恵まれていること（65 歳）
- ・ 夫の早朝の出勤を平穏無事に見送った時（64 歳）

専門家の見解

ハルメク 生きかた上手研究所 所長

村田 多恵子（むらた たえこ）

大学卒業後、生活研究に基づくマーケティング戦略を提案する企業に入社。約 35 年にわたり、化粧品や食品など大手消費財メーカーの 1,000 以上のプロジェクトに関与する。世代論による市場理解や生活者起点を強みに、数多くの新製品・新規事業開発やブランディング支援を実施。生活者へのインタビューはのべ 1 万人を超える。

ハルメクに入社後シニア女性のリアルな声を社内外の事業に活かしている。



50 代以上女性の幸福の秘訣は「イマ活」

今回の「幸福に関する意識・実態調査 2026」では、50～80 代女性の幸福度平均点が 10 点満点中 7.75 点という結果になりました。2 年前の 7.84 点から大きな変化はありませんでした。なお、参考値として、World Happiness Report 2026 の 1 位であるフィンランドは 7.76 点、日本は 6.13 点でした。

この 2 年間、私たちの生活には物価高という厳しい向かい風が吹きました。実際に、物価高の影響で「暮らしのゆとりも幸福感も大きく減った」と回答した方が 11.4%おり、特に 50 代では 21.7%にのぼるなど、切実な状況も垣間見えます。しかし、それにもかかわらず幸福度が揺るがなかった背景には、50 代以上の女性たちの「日々の小さな喜びに目を向ける力」と「確かな人とのつながり」があると考えられます。

幸福度に影響を与えている要素の中でも差が大きいのは「体や心の元気度」、次いで「親しい友人や家族親族の人数」でした。SNS や AI の利用が広がっていますが、デジタルの利用有無による幸福度の違いは見られませんでした。シニア女性の幸福の基盤にあるのは、リアルな人間関係や心身の健康といった普遍的なもののようです。

ふだんどんな時に幸せを感じるか 28 項目を提示して尋ねたところ、15 項目以上あてはまる人は幸福度がアップすることがわかりました。日々の暮らしの中で小さな幸せを感じとる能力を磨くことが、幸福度アップの近道と言えます。さらに、日々の生活の中で幸せを感じる瞬間の 1 位は前回（2024 年）・前々回（2022 年）と変わらず「美味しいものを食べている時」でした。加えて「旅行に行った時」が前回 3 位から 2 位へとランクアップしており、外へ出向いて直接体験することへの意欲が高まっています。50 代以上の女性にとって、「**イマ活**（※3）」が幸福の秘訣と言えそうです。

（※3）「イマ活」とは、「元気な“今”を楽しもう」と自分を満足させるため、時間とお金を体験に使う動きのこと。
（ハルメク シニアトレンド 2025-2026 より）

■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。