

50 代からの女性インフルエンサー組織
「HALMEK up アンバサダー」総フォロワー数 500 万人を突破
～始動から約 9 か月、同世代のリアルな声を届ける SNS 発信の輪が拡大～

販売部数 No.1 (※1) 雑誌『ハルメク』を発行する株式会社ハルメク（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：宮澤 孝夫、株式会社ハルメクホールディングス 100%子会社）と、シニアマーケティングを支援するグループ会社の株式会社ハルメク・エイジマーケティング（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：木船 信義）は、50 代からの女性を中心としたインフルエンサー組織「HALMEK up アンバサダー」の SNS 総フォロワー数が 500 万人を突破したことをお知らせします。(※2)

(※1) 日本 ABC 協会発行社レポート（2025 年 7 月～12 月）

(※2) 2026 年 8 月 5 日時点。各アンバサダーの SNS アカウントのフォロワー数を合算した数値です



始動から約 9 か月で総フォロワー数 500 万人を突破

近年、50 代以上の女性にとって SNS は、情報を収集するだけでなく、自らの経験や価値観を発信し、同世代とつながる場として存在感を高めています。ハルメク 生きかた上手研究所の調査では、2025 年の 50 代以上女性の SNS 利用率は 41.5% となり、2022 年と比較して約 1.75 倍に増加 (※3)。また、50 代の約 8 割、60 代の約 7 割が「SNS がきっかけで商品やサービスの購買行動につながったことがある」(※4) と回答するなど、SNS 上のリアルな体験や口コミが、日々の行動や購買にも影響を与えています。

こうした中、ハルメクでは 2025 年 11 月、同世代だからこそ共感できるリアルな声を届ける「HALMEK up アンバサダー」を始動しました。料理や美容、ファッション、健康、旅行など、さまざまなジャンルで活躍する 50 代以上の女性を中心にネットワークを拡大し、SNS の総フォロワー数が 500 万人を突破しました。また、アンバサダー数も始動時の 35 名から 144 名へと約 4 倍に拡大しています。年齢を重ねることを前向きに楽しみ、自身の経験や知識、暮らしを自らの言葉で発信するアンバサダーの輪が広がることで、50 代以上の女性による SNS 発信の存在感もますます高まっています。

(※3) ハルメク 生きかた上手研究所「デジタルデバイスに関する意識と実態調査 2025」

(※4) ハルメク 生きかた上手研究所「SNS 利用実態調査 (2024 年 9 月)」

担当者コメント：株式会社ハルメク・エイジマーケティング 伊藤 睦輝

HALMEK up アンバサダーの皆さんとご一緒する中で、いつも感じるのは、商品やサービスをご自身の生活に落とし込み、自分の言葉で発信することがとても上手だということです。

「自分だったらどう使うか」「自分の暮らしの中でどんな価値があるか」を考え、これまでの人生経験や日々の暮らしの中で培ってきた知恵、価値観まで自然に取り入れて発信されています。だからこそ、その方らしいリアルなアウトプットになり、同世代の方々の共感につながっているのだと感じています。



今後もアンバサダーの皆さんと一緒に、50 代以上の女性のリアルな声や経験が、同世代の新しい発見や行動につながり、企業のマーケティングにも新たな価値を生み出していく。そんな取り組みをさらに広げていきたいと思います。

HALMEK up アンバサダーの活用事例：森永乳業「大人のための粉ミルク」

森永乳業株式会社の「大人のための粉ミルク」では、HALMEK up アンバサダーを起用した SNS プロモーションを実施しました。

商品の特徴をそのまま紹介するのではなく、アンバサダー自身が実際に商品を体験し、「自分なら毎日の暮らしにどう取り入れるか」という視点で発信。それぞれの食生活や習慣と重ね合わせながら、自身の言葉で商品の魅力を紹介しました。

例えば、mitoさんは「アクティブに毎日を過ごせるのは、健康な体があってこそ」という実感から投稿。一方、たみーさんは、体重だけでなく筋肉や骨密度も気になり始めるという、世代ならではの変化に着目して発信しました。

同じ商品でも、アンバサダーによって着目するポイントや楽しみ方はさまざまです。一人ひとりのリアルな発信だからこそ、同世代が商品をより身近に感じられるコミュニケーションを実現しました。

mito： <https://www.instagram.com/p/DUUrJT7E1-N/>

たみー： <https://www.instagram.com/p/DUsHi0DCfdk/>

【企業向け】ミドル・シニア世代へのインフルエンサーマーケティングウェビナー開催

50代・60代女性のSNS利用が広がる中、企業のマーケティングにおいても、同世代のリアルな声を届けるインフルエンサーの活用が注目されています。

本セミナーでは、ハルメク独自の調査データと最新の企業事例をもとに、50代・60代女性が「誰の、どんな発信」に共感し、商品への興味・関心や行動につながるのかを紐解きながら、ミドル・シニア世代に届くインフルエンサーマーケティングのポイントを解説します。

タイトル	50代・60代にSNSで届く！ データと最新事例でわかった ミドル・シニアインフルエンサーが人を動かす理由
開催日時	2026年9月30日（水）11：00～12：00
参加費	無料（事前のお申し込みが必要です）
形式	Zoomにてオンライン開催
定員	100名
スピーカー	株式会社ハルメク・エイジマーケティング 新規事業開発部 担当部長 伊藤 睦輝
主催	株式会社ハルメク・エイジマーケティング
内容	・50代・60代はSNSをどう使っている？ ・なぜ、従来のインフルエンサー施策では届きにくい？ ・50代・60代が「自分ごと化」する投稿とは？ ・企業事例で検証。「届いた」その先に何が起きた？

▼セミナー詳細・お申し込み

<https://biz2.halmeke.co.jp/webinar260930>

「HALMEK up アンバサダー」とは

HALMEK up は、「今日も明日も、楽しみになる」をコンセプトに、日常の気づきや人生後半のヒントを届けるオトナ女性のためのWEBメディアです。「HALMEK up アンバサダー」は、そのコンセプトに共感し、美容・料理・ライフスタイルなど多彩な分野で活躍する50代以上の女性の中から、特にSNSで発信力を持つメンバーで構成されています。

「HALMEK up アンバサダー」は、ハルメクグループや企業と協働しながら、以下のような活動を通じて、同世代に共感を届ける発信やコンテンツ開発に取り組みます。

- ・「今日も明日も、楽しみになる」商品を実際に体験し、その魅力や使い心地をリアルな声で紹介
- ・HALMEK up の記事・動画への登場、編集部との企画会議や座談会への参加
- ・HALMEK up 内コンテンツ「HALMEK TV」への出演など、メディアを通じた発信活動

今後、「HALMEK up アンバサダー」がリアルな声を発信する環境を広げるとともに、オトナ女性の背中をそっと押すような前向きな循環を生み出していきます。メンバーの発信が日々を楽しむきっかけとなり、「今日も明日も、楽しみになる」気持ちがより多くの人に広がっていくことを目指します。

▼HALMEK up はこちら

<https://halmek.co.jp/>

▼アンバサダー一覧はこちら

<https://halmek.co.jp/ambassador>

販売部数 No.1 雑誌「ハルメク」をはじめ多角的なサービスを展開するハルメクグループ

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。



■会社概要

商号 : 株式会社ハルメク
代表者 : 代表取締役社長 宮澤 孝夫
本社所在地 : 〒162-0825 東京都新宿区神楽坂四丁目 1 番 1 号
設立 : 2012 年 7 月 24 日
事業内容 : 出版ならびに通信販売業
会社サイト : <https://www.halmek-holdings.co.jp/company/group/halmek/>
HALMEK up : <https://halmek.co.jp/>

商号 : 株式会社ハルメク・エイジマーケティング
代表者 : 代表取締役社長 木船 信義
本社所在地 : 〒101-0051 東京都千代田区神田神保町 2 丁目 2 共同ビル神保町 8 階
設立 : 2018 年 4 月
事業内容 : シニア向けビジネスのコンサルティング・広告代理・クリエイティブ・通販支援
会社サイト : <https://halmek-agemarketing.co.jp/>