

「40~80代女性のファッション・美容に対する意識実態調査」

おしゃれ意欲は70代が最も高く、

40~70代女性の約9割がおしゃれに関する悩みを持っていることが明らかに。

おしゃれをする上で大切にしていること1位は「清潔に見えること」。

女性誌販売部数 No.1 (※1) の「ハルメク」をグループで発行する(株)ハルメクホールディングス(本社：東京都新宿区、代表取締役社長：宮澤 孝夫)のハルメク 生きかた上手研究所は、40~89歳の女性1,000名を対象に「シニア女性のファッション・美容に対する意識実態調査」をWEBアンケートにて実施いたしました。(※1) 日本ABC協会発行社レポート(2022年1月~6月)

【 調査サマリ 】

■「おしゃれに意欲がある」人の割合は、全体で約半数。

70、80代は、40~60代と比較して「おしゃれ意欲あり」の割合が高い。

⇒「おしゃれ意欲あり」の割合は、40代で47.0%、50代で40.5%、60代で46.5%、70代で60.5%、80代で54.5%だった。

■40~80代女性が1か月あたりおしゃれ用品に使っている平均額は9,407円/月。

70代、80代は他年代比で高く、平均額が1か月に1万円超え。

⇒1か月あたりおしゃれ用品に使う平均額を年代で比較した結果、最も高いのは70代で10,742円/月、次いで80代で10,092円/月だった。一方、最も低いのは50代で7,996円/月だった。

■おしゃれをする上で最も大切にしていること1位は「清潔に見えること」。年代別だと40代、50代は「自分の気持ちが上がること」、60~80代では「清潔に見えること」「似合っていること」が重要視されている。

⇒「おしゃれをする上で大切にしていること」で選んだ選択肢数の平均は、全体で5.4件。年代別で比較すると、70~80代の選択肢数平均は6件以上で、他年代比で多かった。

■40~70代女性の約9割がおしゃれに関する悩みを持っていることが明らかに。

⇒「ファッションに関するお悩み」TOP3は「マンネリ化している」28.2%、「欲しい服の金額が高い」15.8%、「自分に合うものがわからない」15.2%だった。

⇒「メイクに関するお悩み」TOP3は、「メイクをするのが面倒」23.8%、「うまくメイクできない」18.7%、「マンネリ化している」18.5%だった。

【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さまざまな切り口から調査・分析を行っています。「人生100年時代」とも言われる中、「おしゃれなシニア女性」は、メディアやSNSなどで取り上げられることが増えてきました。女性のファッション、美容にかかるお金や、おしゃれにおいて大切にしていることは、年代によってどのように異なるのでしょうか？また、コロナ禍や物価高による影響は見られるのでしょうか？この点を探るべく、ハルメク 生きかた上手研究所では「40~80代女性のファッション・美容に対する意識実態調査」を実施いたしました。

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

※調査主体の(株)ハルメクホールディングス「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。

【調査概要】

調査の方法：WEB アンケート

調査の対象：40~89歳の女性

有効回答数：1,000名(10歳刻みで均等割付)

調査実施日：2022年11月9日~11月10日

調査主体：(株)ハルメクホールディングス ハルメク 生きかた上手研究所

※本リリース内容を掲載いただく際は、出典「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。

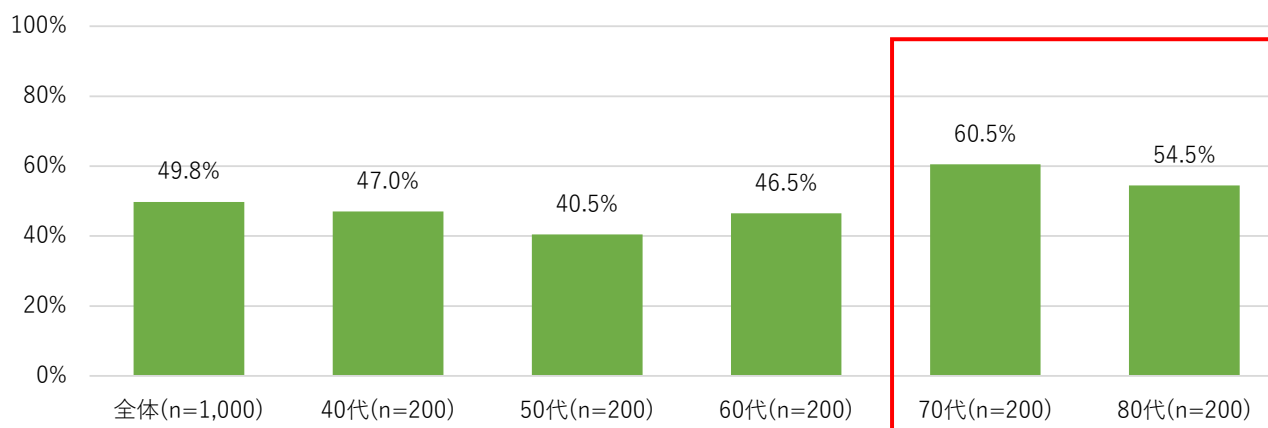
**「おしゃれ意欲がある」人の割合は、全体で約半数。  
70、80代は、40~60代と比較して「おしゃれ意欲あり」の割合が高い。**

- ・「ファッション」「スキンケア」「メイク」「ヘアケア・髪型」に対するおしゃれ意欲を尋ね、1つ以上のカテゴリについて「おしゃれ意欲が高い」人を「おしゃれ意欲あり」(※2)とした。その結果、「おしゃれ意欲あり」の人の割合は、全体で49.8%だった。

(※2) おしゃれ意欲あり：『ファッション』『スキンケア』『メイク』『ヘアケア・髪型』それぞれのおしゃれについて、意欲がある方か」という質問に対し、1つ以上のカテゴリで「そう思う」「ややそう思う」と回答した人。

- ・「おしゃれ意欲あり」の割合を年代で比較すると、70代では60.5%、80代では54.5%で、40代(47.0%)、50代(40.5%)、60代(46.5%)と比較して高かった。

**■ 「おしゃれ意欲あり」の割合（全体、年代別）  
40~89歳の女性（単一回答に基づき算出）：1,000名**



注：「おしゃれ意欲あり」は『ファッション』『スキンケア』『メイク』『ヘアケア・髪型』それぞれのおしゃれについて、意欲がある方か」という質問に対し、1つ以上のカテゴリで「そう思う」「ややそう思う」と回答した人。

**40~80代女性がおしゃれ用品に使っている平均額は9,407円/月。  
70代、80代は他年代比で高く、平均額が1か月に1万円超え。**

・40~80代女性に1か月あたりおしゃれ用品(※3)に使う金額を尋ねた。その結果、全体の平均額は9,407円/月だった。

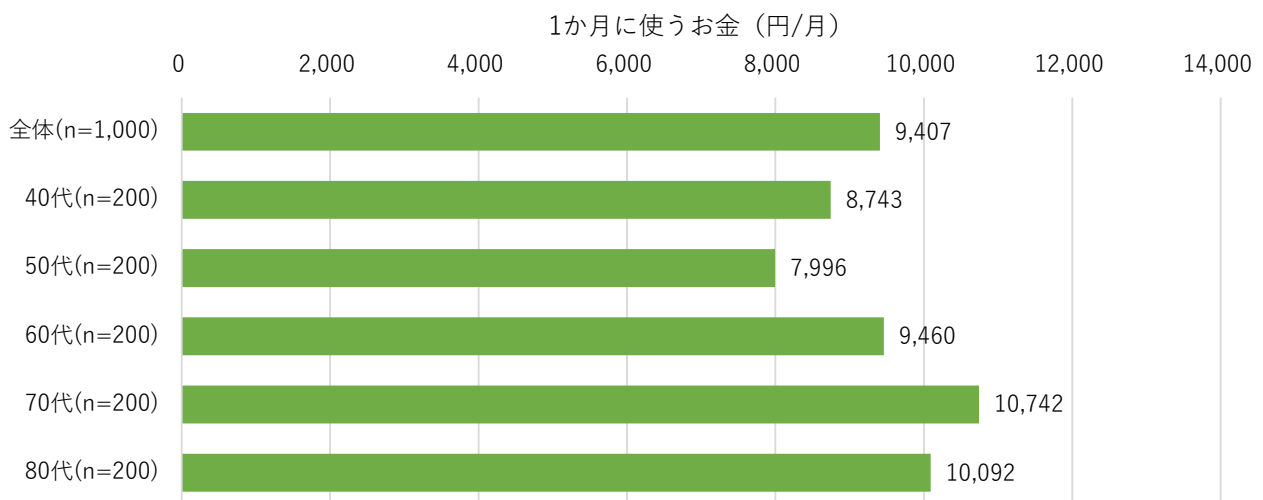
(※3)「洋服」「スキンケア用コスメ」「メイクアップ用コスメ」「シャンプー」「白髪染め」の5品目を「おしゃれ用品」とした。

・1か月あたりおしゃれ用品に使う平均額を年代で比較した結果、最も高いのは70代で10,742円/月、次いで80代で10,092円/月だった。一方、最も低いのは50代で7,996円/月だった。

・1か月あたりおしゃれ用品に使う平均額をおしゃれ意欲の高さで比較すると、「おしゃれ意欲あり」は12,992円/月で、「おしゃれ意欲なし」(5,850円/月)の約2.2倍の水準だった。

**■1か月あたりおしゃれ用品に使う平均額  
(全体、年代別)**

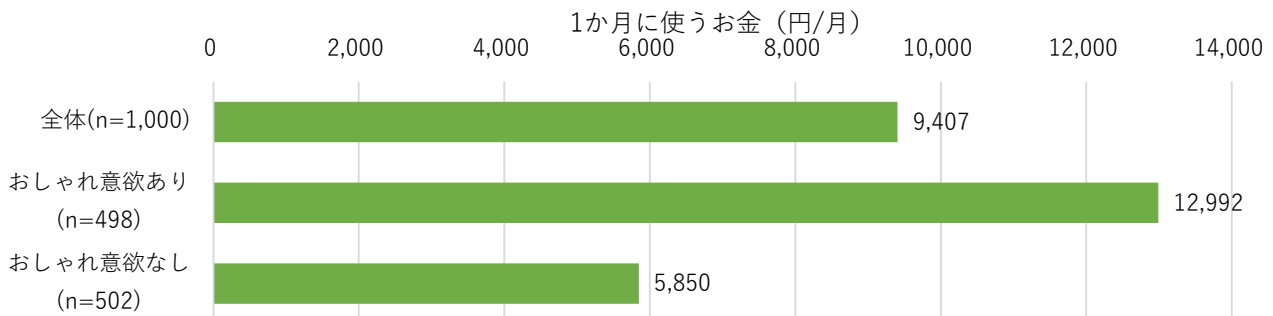
**40~89歳の女性：1,000名**



注：数値は1か月あたり「洋服」「スキンケア用コスメ」「メイクアップ用コスメ」「シャンプー」「白髪染め」に使う総額の平均であり、「0円」という回答も含めて算出した。

**■1か月あたりおしゃれ用品に使う平均額  
(全体、おしゃれ意欲の高さ別)**

**40~89歳の女性：1,000名**



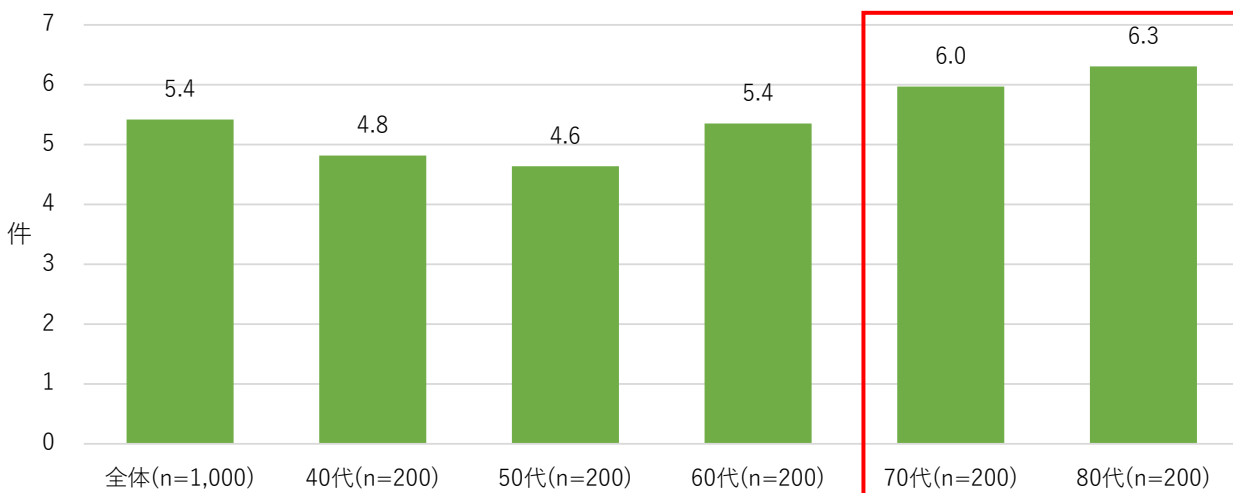
注1：数値は1か月あたり「洋服」「スキンケア用コスメ」「メイクアップ用コスメ」「シャンプー」「白髪染め」に使う総額の平均であり、「0円」という回答も含めて算出した。

注2：「おしゃれ意欲あり」は『ファッション』『スキンケア』『メイク』『ヘアケア・髪型』それぞれのおしゃれについて、意欲がある方か」という質問に対し、1つ以上のカテゴリで「そう思う」「ややそう思う」と回答した人であり、「おしゃれ意欲なし」はそれ以外の人。

**おしゃれをする上で大切にしていること 1位は「清潔に見えること」。**  
**年代別だと 40代、50代は「自分の気持ち上がること」、**  
**60~80代では「清潔に見えること」「似合っていること」が重要視されている。**

- ・「おしゃれをする上で大切にしていること」で選んだ選択肢数の平均は、全体で 5.4 件。年代別で比較すると、70~80 代の選択肢数平均は 6 件以上で、他年代比が多かった。
- ・全体平均で見ると、「おしゃれをする上で大切にしていること」TOP 3 は、「清潔に見えること」57.6%、「きちんとして見えること」56.3%、「似合っていること」51.8%。
- ・「清潔に見えること」「きちんとして見えること」「似合っていること」は、すべての年代で TOP 3 に入った。年代差を見ると、40代、50代では「自分の気持ち上がること」、60~80代では「清潔に見えること」「似合っていること」が他年代比が高かった。
- ・「おしゃれをする上で大切にしていること」をおしゃれ意欲の高さでも比較した。その結果、「おしゃれ意欲あり」は「おしゃれ意欲なし」より、「似合っていること」「自分らしさを表現すること」「若々しく見えること」が 20 ポイント以上高かった。
- ・「あなたにとっておしゃれとは何か？」を自由記述で聞いたところ、40代の「おしゃれ意欲あり」では、「人生の楽しみ」「自己プロデュースの手段」、80代「おしゃれ意欲あり」では「心身の健康につながるもの」「他人の気持ちを害さないためのもの」、80代「おしゃれ意欲なし」では「もう卒業したもの」といった意見が見られ、世代と「おしゃれ意欲」の高さで違いが見られた。

■ 「おしゃれをする上で大切にしていること」で選んだ選択肢数の平均（全体と年代別）  
40~89歳の女性（複数回答）：1,000名



注：「その他」「大切にしていることは特にない」を除く 21 の選択肢から選んだ選択肢数の平均を用いた。

■おしゃれをする上で大切にしていること（全体と年代別、上位10位）

40～89歳の女性（複数回答）：1,000名

全体（n=1,000）		
順位	大切にしていること	%
1	清潔に見えること	57.6%
2	きちんとして見えること	56.3%
3	似合っていること	51.8%
4	ラクであること	34.6%
5	手入れしやすいこと	33.7%
6	自分らしさを表現すること	28.6%
7	若々しく見えること	28.0%
8	ナチュラルに見えること	27.9%
9	センス良く見えること	26.0%
10	自分の気持ちが上がること	25.9%

60代（n=200）		
順位	大切にしていること	%
1	清潔に見えること	61.5%
2	きちんとして見えること	56.5%
3	似合っていること	56.5%
4	手入れしやすいこと	37.5%
5	ラクであること	31.5%
5	ナチュラルに見えること	31.5%
5	若々しく見えること	31.5%
8	センス良く見えること	25.5%
8	自分らしさを表現すること	25.0%
10	自分の気持ちが上がること	23.5%

40代（n=200）		
順位	大切にしていること	%
1	きちんとして見えること	55.0%
2	清潔に見えること	49.5%
3	似合っていること	47.5%
4	自分の気持ちが上がること	34.0%
5	ナチュラルに見えること	27.5%
6	ラクであること	27.0%
7	若々しく見えること	25.5%
8	手入れしやすいこと	25.0%
9	センス良く見えること	24.5%
10	自分らしさを表現すること	21.0%

70代（n=200）		
順位	大切にしていること	%
1	清潔に見えること	62.5%
2	きちんとして見えること	56.0%
3	似合っていること	54.5%
4	自分らしさを表現すること	38.0%
5	手入れしやすいこと	36.5%
6	ラクであること	34.0%
6	若々しく見えること	34.0%
8	場に合っていること	31.0%
9	自分に自信が持てること	30.0%
10	ナチュラルに見えること	29.0%

50代（n=200）		
順位	大切にしていること	%
1	きちんとして見えること	52.0%
2	清潔に見えること	50.0%
3	似合っていること	46.0%
4	手入れしやすいこと	35.0%
5	ラクであること	32.5%
6	自分の気持ちが上がること	30.5%
7	ナチュラルに見えること	26.0%
8	場に合っていること	22.0%
9	若々しく見えること	21.0%
10	自分らしさを表現すること	20.5%

80代（n=200）		
順位	大切にしていること	%
1	清潔に見えること	64.5%
2	きちんとして見えること	62.0%
3	似合っていること	54.5%
4	ラクであること	48.0%
5	自分らしさを表現すること	38.5%
6	自分の気持ちがしゃんとなること	36.0%
7	手入れしやすいこと	34.5%
8	場に合っていること	32.0%
8	センス良く見えること	32.0%
10	上品に見えること	30.0%

## ■おしゃれをする上で大切にしていること（おしゃれ意欲別、上位10位）

40～89歳の女性（複数回答）：1,000名

おしゃれ意欲あり (n=498)			おしゃれ意欲なし (n=502)		
順位	大切にしていること	%	順位	大切にしていること	%
1	似合っていること	66.5%	1	きちんとして見えること	52.4%
2	清潔に見えること	63.3%	2	清潔に見えること	52.0%
3	きちんとして見えること	60.2%	3	似合っていること	37.3%
4	自分らしさを表現すること	42.0%	4	ラクであること	35.1%
5	若々しく見えること	41.0%	5	手入れしやすいこと	30.9%
6	センス良く見えること	40.4%	6	ナチュラルに見えること	21.9%
7	自分の気持ち上がること	38.4%	7	年相応に見えること	17.9%
8	手入れしやすいこと	36.5%	8	場に合っていること	16.9%
9	ラクであること	34.1%	9	自分らしさを表現すること	15.3%
10	ナチュラルに見えること	33.9%	10	若々しく見えること	15.1%

## ■自分自身にとって「おしゃれ」とは何か（自由回答より抜粋）

40～89歳の女性：1,000名

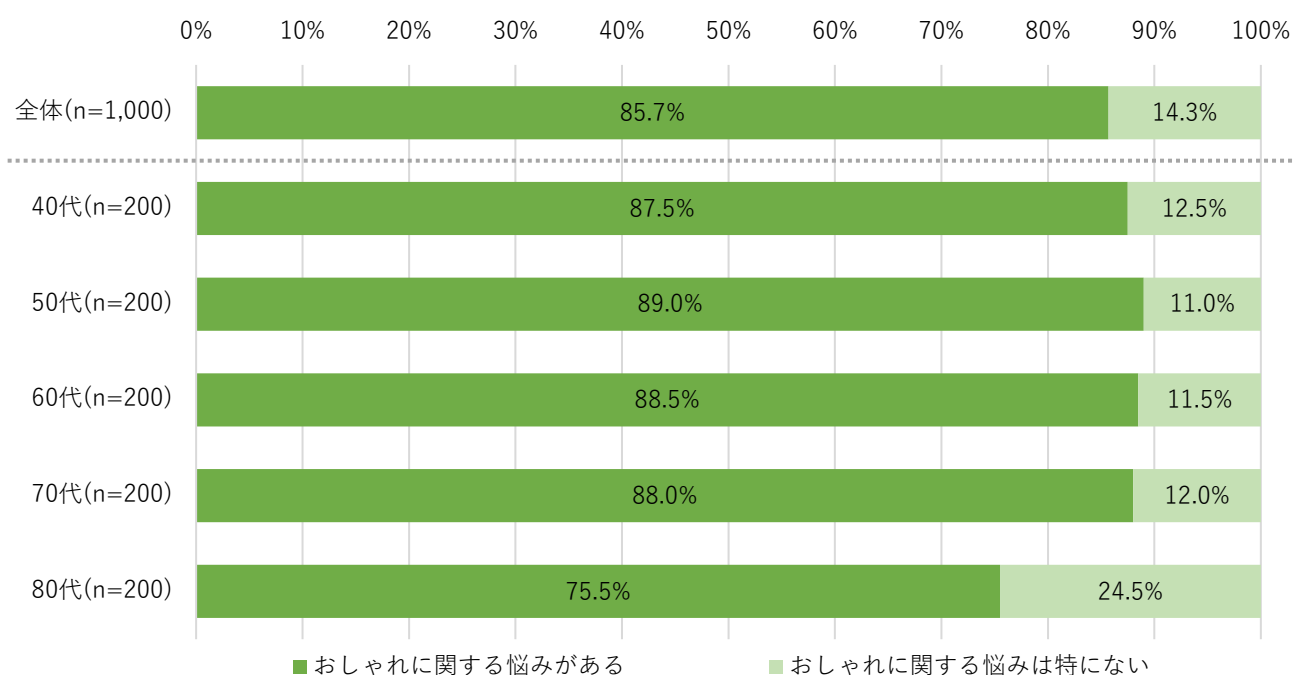
年代	おしゃれ意欲	概要	記述内容の一例
40代	意欲あり	人生の楽しみ	人生そのもの。どんなときもおしゃれにしていきたいし、楽しいと思う。(40代前半) 自分の人生に欠かせないもの。気分が上がる。(40代後半)
		自己プロデュース	自分の好きな感じに髪型から服、メイクとトータルでまとめる事。(40代前半) 自分自身を客観的な目でよくわかって、魅力を伝えられること。(40代後半)
	意欲なし	お金がかかるもの	お金がかかるもの。(46歳、おしゃれ意欲なし、同意見多数)
50代	意欲あり	気持ち良い・心地よいもの	自分なりのこだわりがあって、自分の気持ち良くなること。(50代前半) 自分を表現しつつ、自分が気持ち良いもの。(50代前半)
	意欲なし	気にしていられないもの	人によって好みはいろいろあるので、いちいち気にしていられないもの。(50代前半)
		よくわからないもの	してみたいけれど、どうしたらよいかわからない。(50代前半)
60代	意欲あり	元気になれる・元気に見えるもの	元気の源。(60代前半) 自分の個性を表現することで、元気で若々しく魅力的に見えること。(60代後半)
	意欲なし	浮かないためのもの	みんなの中で浮かない程度で良い。楽に続けられる物が一番だが、身だしなみはきちんとしたい。(60代前半)
70代	意欲あり	自分を奮い立たせるもの	自分の気持ちを奮い立たせるもの。(70代前半)
		安心するためのもの	好きな洋服を着ることによって、心身共に安心していつもの自分を表現できること。(70代後半)
	意欲なし	自然体でいること	華美にならないで、自然体でいられること。(70代後半)
80代	意欲あり	心身の健康につながるもの	心身健康であることから生まれるものなのでいつまでも健康に気を付けて姿勢をよくして生活するようにしている。(80代前半) 気持ちに張りを持たせてくれるもの。(80代前半)
		他人の気持ちを害さないためのもの	自分の気持ちが良く、他人の気持ちも、害さないこと。(80代前半)
	意欲なし	もう卒業したもの	もうおしゃれはありません、清潔感で良いです。(80代後半)

## 40~70 代女性の約 9 割がおしゃれに関する悩みを持っていることが明らかに。

- ・おしゃれに関する悩みがある人 (※4) は、全体の 85.7% だった。  
(※4) 「ファッション」「スキンケア・肌の状態」「メイク」「髪」の 4 項目いずれかについて、1 つでも「悩みがある」がある人。
- ・年代別に見ると、40~70 代の各年代で「おしゃれに関する悩みがある」人は 9 割近くおり、80 代でも 75.5% だった。
- ・「ファッションに関するお悩み」TOP3 は「マンネリ化している」28.2%、「欲しい服の金額が高い」15.8%、「自分に合うものがわからない」15.2% だった。
- ・「メイクに関するお悩み」TOP3 は、「メイクをするのが面倒」23.8%、「うまくメイクできない」18.7%、「マンネリ化している」18.5% だった。

### ■おしゃれに関する悩みがある人の割合 (全体、年代別)

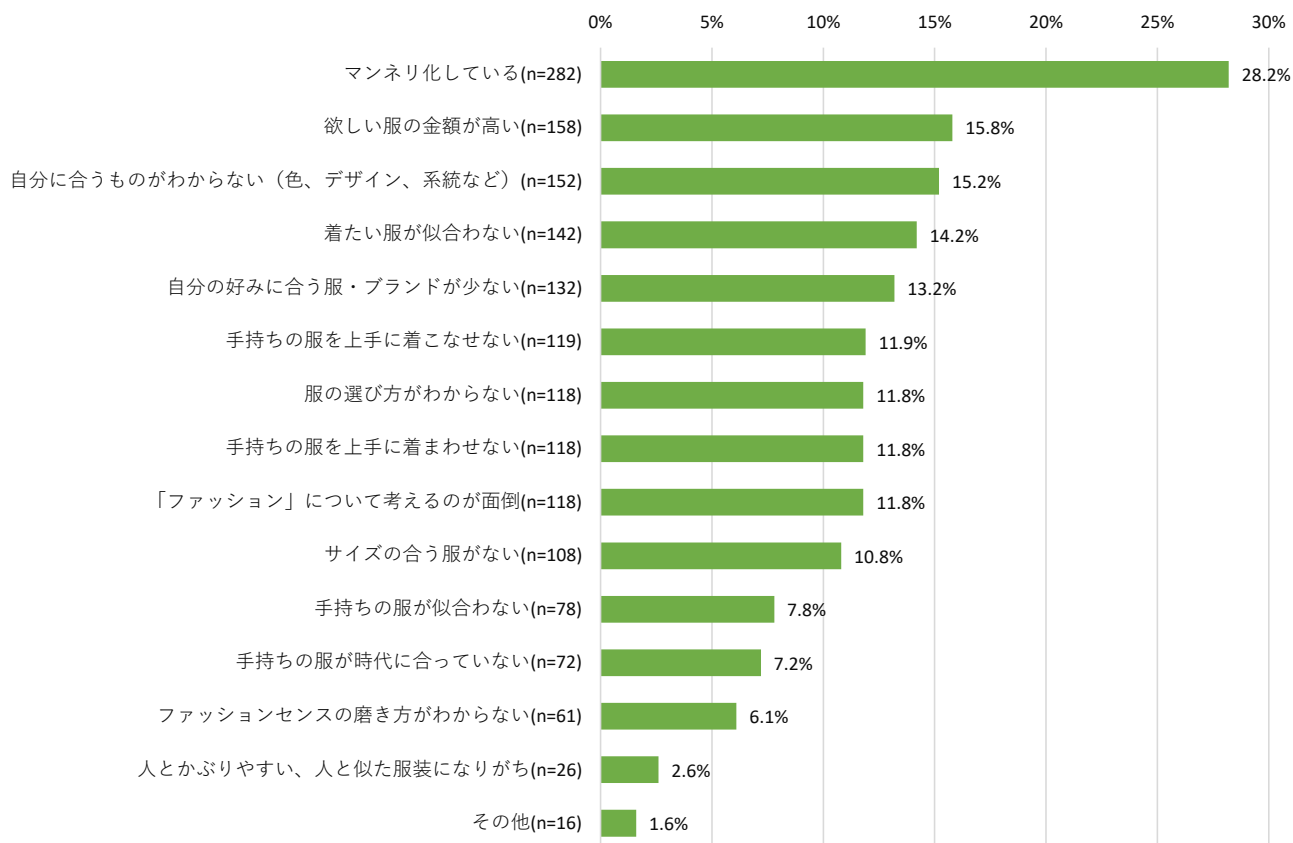
40~89 歳の女性：1,000 名



注：「ファッション」「スキンケア・肌の状態」「メイク」「髪」すべてについて「特に悩みはない」と回答した人を「おしゃれに関する悩みは特にはない」、それ以外の人を「おしゃれに関する悩みがある」とした。

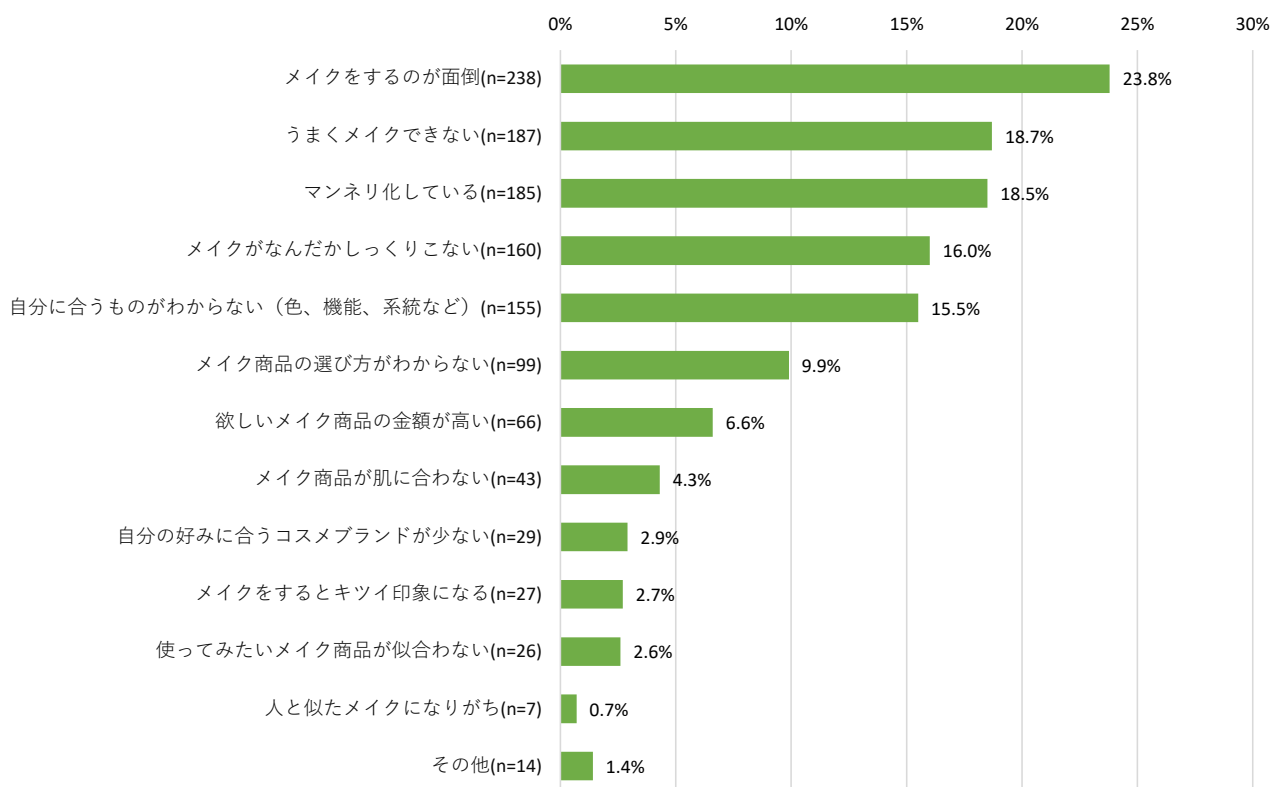
## ■ファッションに関するお悩み（全体、年代別）

40～89歳の女性：1,000名



## ■メイクに関するお悩み（全体、年代別）

40～89歳の女性：1,000名





## 【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3月から現職。主に年間約900人のシニアを対象にインタビューや取材、ワークショップを実施。



### おしゃれ市場は70代以上女性にこそ商機あり

おしゃれ欲は40～50代女性より70～80代女性が強い、という意外な調査結果でした。40～50代よりも70～80代の方が「おしゃれ」と認識しています。おしゃれにお金をかけるのも70～80代で、月平均1万円以上をおしゃれに費やしていました。おしゃれで大切にしていることを選択肢数も全体平均5.4件のところ、70～80代は6件以上と多く、おしゃれ欲求が多岐にわたります。

「マナー」「似合わない」「着こなせない」「じっくりこない」など悩みが深いから欲求も多くなるのかと思ったら、そうでもないようです。80代女性に関しては他と比べて「悩みは特にはない」と答えています。またやや意外な結果。どういうことなのでしょう。

「おしゃれとは？」という自由記述に、その解が見いだせそうです。40～50代は「気持ちを上げるための手段」、60代は「元気になれる」、70代は「自分の気持ちを奮い立たせるもの」、80代は「気持ちに張りを持たせてくれるもの」でした。おしゃれで自分の気持ちが上がることは、どの年代にも共通しています。しかし、歳を重ねるほどに、おしゃれに頼る度合いが強くなっていました。「上げる」レベルではなく「奮い立たせる」「張りを持たせてくれる」までをおしゃれに求めます。70～80代のおしゃれは気持ちを何ランクも高く持ち上げる役割があったというわけです。

70代以上の女性に向けたアパレルやコスメブランドは多くありません。おしゃれ欲の高い70～80代女性のニーズに合ったおしゃれ領域に可能性を感じます。

### ■女性誌部数 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。