

2026 年 8 月 27 日

朝日新聞社
〒104-8011 東京都中央区築地 5-3-2

つながれば、見えてくる。

朝日新聞社

〈報道関係のみなさま〉

朝日新聞 Re ライフ読者会議、7 万人を突破

「顔が見える」「行動する」「語れる」アクティブシニアが集うコミュニティ

株式会社朝日新聞社（代表取締役社長：角田克）が手がける、50 代以上向けのメディア・コミュニティ「朝日新聞 Re ライフプロジェクト」の「Re ライフ読者会議」の登録メンバー数が、2026 年 8 月に 7 万人を突破しました。



直近 1 年余りで 2 万 8 千人が登録

Re ライフプロジェクトは、50 代以上のアクティブなメンバーが、人生後半も自分らしく、豊かに生きることを応援する参加型プロジェクトとして、2014 年にスタートしました。朝日新聞朝刊 Re ライフ面、ウェブサイト「[Re ライフ.net](https://re-life.net)」などでの情報提供と、イベントやアンケートなどを活発に展開しています。その中核が会員コミュニティ「Re ライフ読者会議」です。

Re ライフ読者会議は近年、特に大きな成長を続けています。記録が確認できる 2019 年 4 月の登録数は約 7,000 人。そこから約 7 年間で会員数は 10 倍になりました。特に直近の 1 年 4 カ月で約 2 万 8 千人が新たに登録。人生 100 年時代を前向きに生きるための情報やコミュニティへの

お問い合わせ

朝日新聞社ライフスタイル事業本部
Re ライフ事業部
E-mail: relife-info@asahi.com

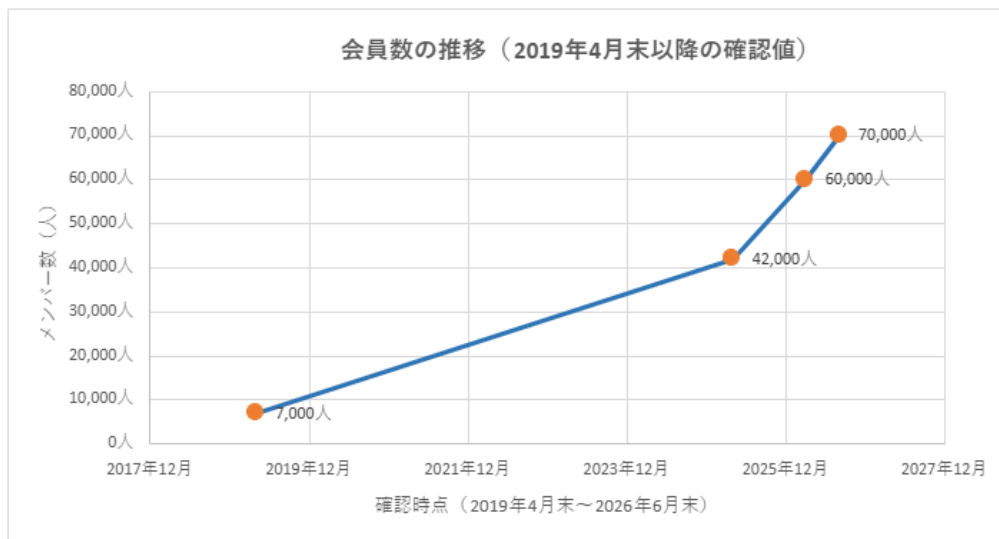
2026 年 8 月 27 日

朝日新聞社
〒104-8011 東京都中央区築地 5-3-2

つながれば、見えてくる。

朝日新聞社

関心の高まりがうかがえます。



50代メンバー増加中、バランス良い男女比

会員構成は50代22%、60代35%、70代28%という割合です。近年は50代会員の増加が目立ち、1年半弱で約1.6倍になりました。定年延長や働き方の多様化、人生設計の長期化を背景に、人生後半の生き方や暮らし方への関心が50代にも広がりつつあることがうかがえます。男女の比率がおおむね半々とバランスの良さも特徴的です。

高い参加率

会員による継続的な参加と活発な対話も特徴です。プロジェクトでは健康、学び、趣味、お金、介護、終活などシニア世代の関心が高いテーマについて、少人数で体験・対話できるイベントも継続的に開催しています。

2025年度にイベント、アンケート、プレゼント企画のいずれかへ1回以上応募したアクティブなメンバーは約3万3千人。全会員の5割を超えました。うち約1万1千人は3回以上参加しています。

プロジェクト最大のイベントとして東京国際フォーラムで開催した「Re ライフフェス 2026」には約8,000人が来場。人気ステージには20倍を超える応募がありました。

お問い合わせ

朝日新聞社ライフスタイル事業本部
Re ライフ事業部
E-mail: relife-info@asahi.com

2026 年 8 月 27 日

朝日新聞社
〒104-8011 東京都中央区築地 5-3-2

つながれば、見えてくる。

朝日新聞社

プレゼント企画への応募は多い場合 1 万件を超えます。メールマガジンの開封率も約 40%と高水準を維持しています。



(左上から時計回りに) ① R e ライフフェス 2026 ② 健康麻雀 ③ 続・きょうもキレイ撮影会 ④ 旅行バック商品開発

言語化能力高いメンバー、企業・自治体・団体との共創を加速

読者会議には、自らの経験や価値観を言語化する能力にすぐれ、社会や暮らしについて主体的に意見を発信できる会員が多くいます。アンケートの自由回答には、人生観や消費行動の背景、社会課題への考え方など、一般的な市場調査では捉えにくい生活者の本音や価値観が集まります。

社会参加意欲の高いメンバーが集まっているため、読者会議のアンケートは、一般的な統計調査が示す平均像とは異なる結果になることがあります。逆に言えば「これから広がる可能性のある価値観や行動の兆し」を把握でき、将来の顧客像や社会変化を考えるうえでのヒントとして活用できます。

お問い合わせ

朝日新聞社ライフスタイル事業本部
R e ライフ事業部
E-mail : reliife-info@asahi.com

2026 年 8 月 27 日

朝日新聞社
〒104-8011 東京都中央区築地 5-3-2

つながれば、見えてくる。

朝日新聞社

これらの特徴を生かして、Re ライフ読者会議は、企業や自治体、各種団体との共創プラットフォームとしても活用されています。具体的には、生活者調査・インサイト収集、商品・サービス開発、モニター企画、イベント企画、読者会議を活用したタイアップ記事（新聞／ウェブ）などで連携が可能です。

《広告タイアップ事例》

・ Re ライフ読者会議メンバーの最大の関心事である健康。その中でも反応が良い腸活をテーマとした事例。読者にとっても自分事にしやすい参加者の体験やお悩みなどを話し合いました。

■腸のお悩み改善でもっと輝く毎日を 西村知美さん×読者会議メンバー「便秘対策座談会」

<https://www.asahi.com/reife/article/16180434>

《商品開発事例》

・ 通販事業者の商品開発に Re ライフ読者会議メンバーが協力。旅行好きでバックにこだわりのあるメンバーが選ばれ、理想の商品づくりのために意見を出し合いました。

■理想の旅行バッグつくろう 商品開発座談会に読者会議メンバー参加

【Re ライフ読者会議イベント報告】ヤマト屋、ライトアップショッピングクラブと（2025 年 12 月開催）

<https://www.asahi.com/reife/article/16246482>

Re ライフ.net（プロジェクト公式サイト）：<https://www.asahi.com/reife/>（編集長：吉浜織恵）

読者会議のメンバーを対象に実施したアンケート結果は、「Re ライフ白書」として公式サイトで公開しています。

Re ライフ白書の一覧ページ：<https://www.asahi.com/reife/topics/10143010>

お問い合わせ

朝日新聞社ライフスタイル事業本部
Re ライフ事業部
E-mail：reife-info@asahi.com