

消費者と事業者の望ましい コミュニケーションの在り方

～ハルメク読者の声と徹底的に向き合い、シニア市場の未来を動かす～

ハルメク age marketing
h a l m e k

2026年5月29日(金)
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 梅津 順江

よりそうマーケティング 

●梅津 順江 (ウメツ ユキエ)

【所属】

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 所長

【略歴】

大学を卒業後、化粧品メーカーで商品開発やマーケティングを7年間、リサーチ会社で定性調査のモデレーターや分析を14年間行う。2016年から株式会社ハルメクに入社。

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して、誌面づくり・商品開発・広告制作の種になるインサイトをつかんでいる。また、時代や世代も捉えて、半歩先のシニアの未来を予測・創造している。

【著作物】

「消費の主役は60代 シニア市場最前線」(同文舘出版 2025年)

「この一冊ですべてわかる 心理マーケティングの基本」(日本実業出版社 2015年)

「市場開拓、開発テーマ発掘のためのマーケティングの具体的手法と経験事例集」
(技術情報協会 2013年共著)

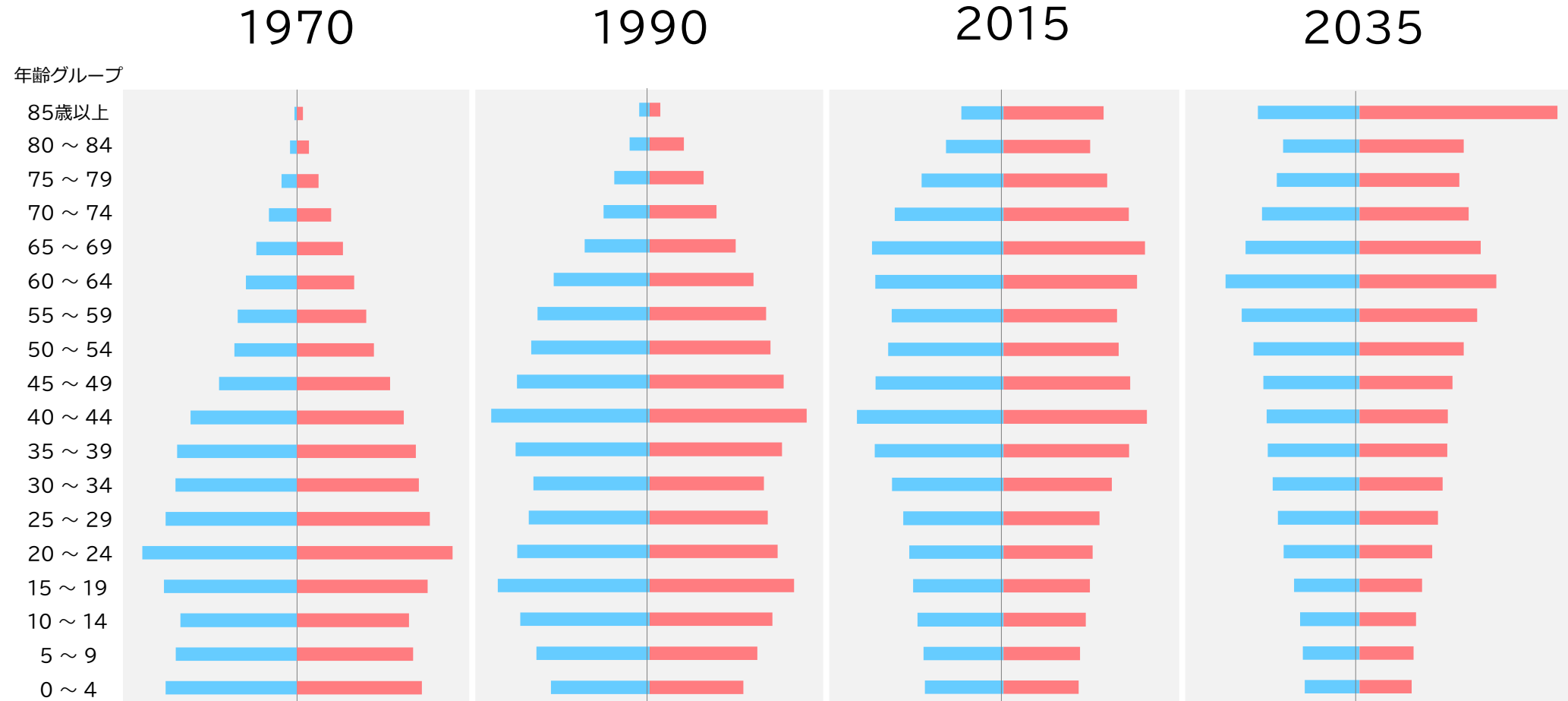
【連載中】

「今どきシニアの消費行動大解剖」(MarkeZine 2025年8月～)



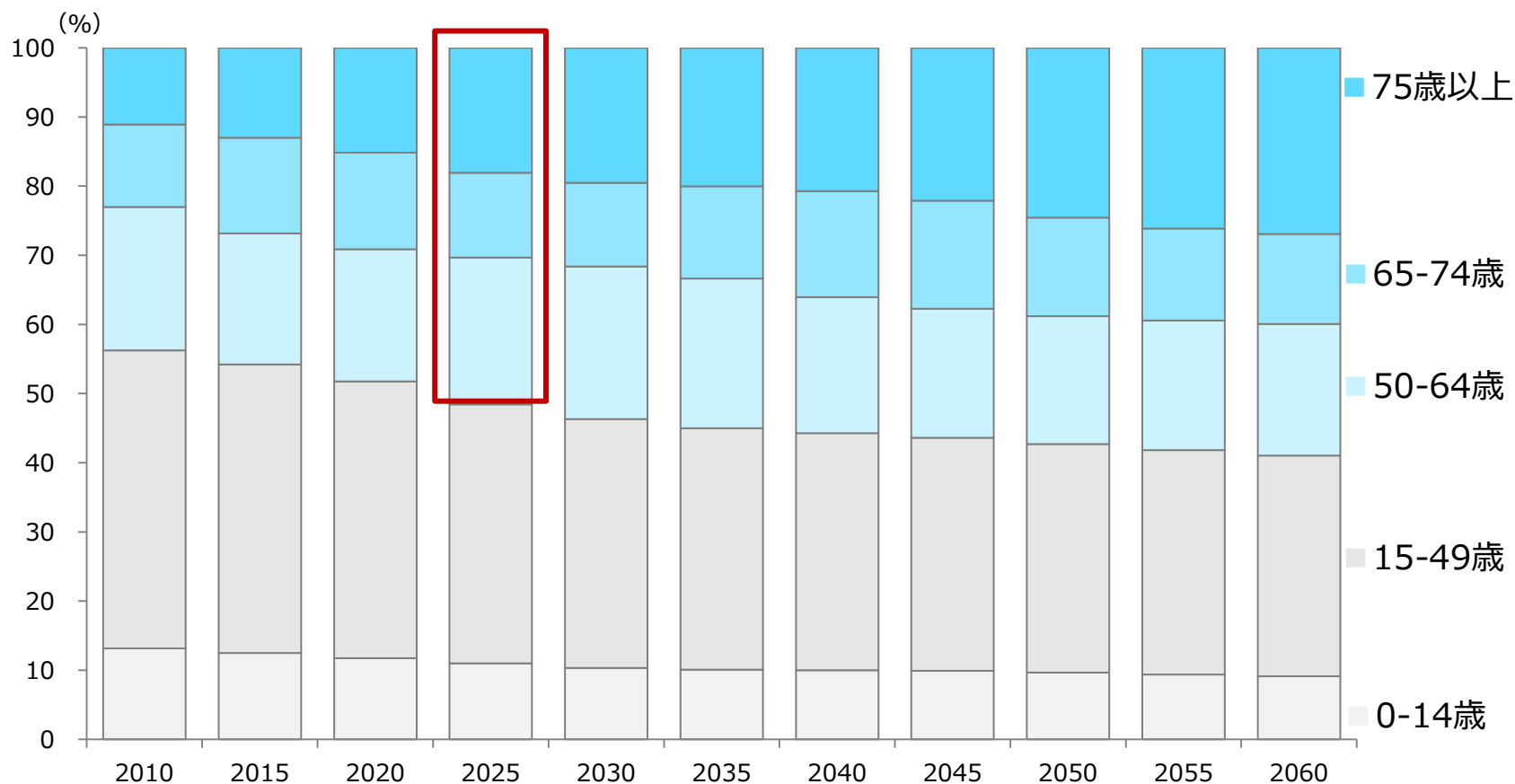
1. 日本市場環境・社会構造

逆ピラミッド化がすすんでいる



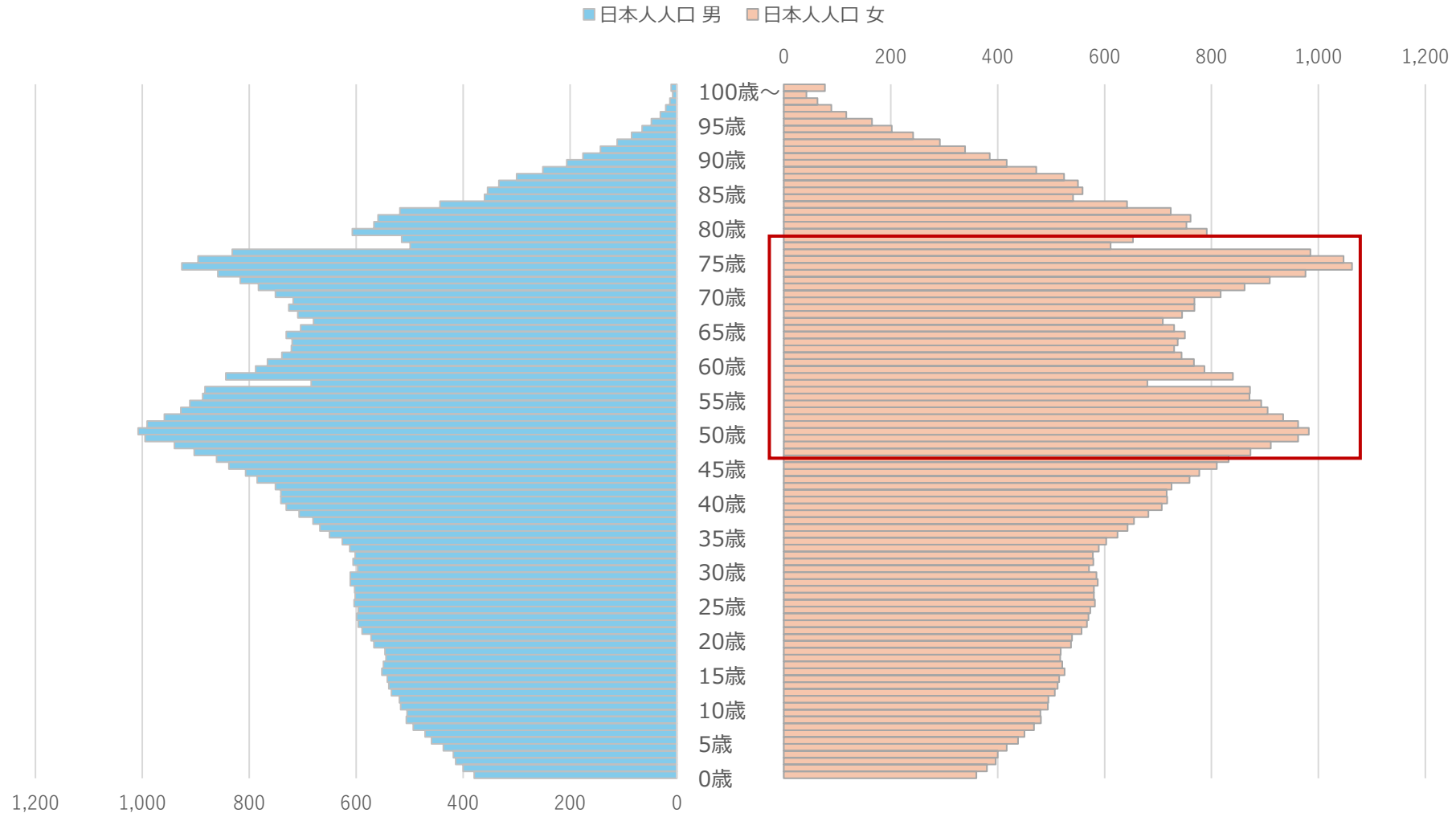
出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」（令和5年推計）

50歳以上が総人口の半数をこえる

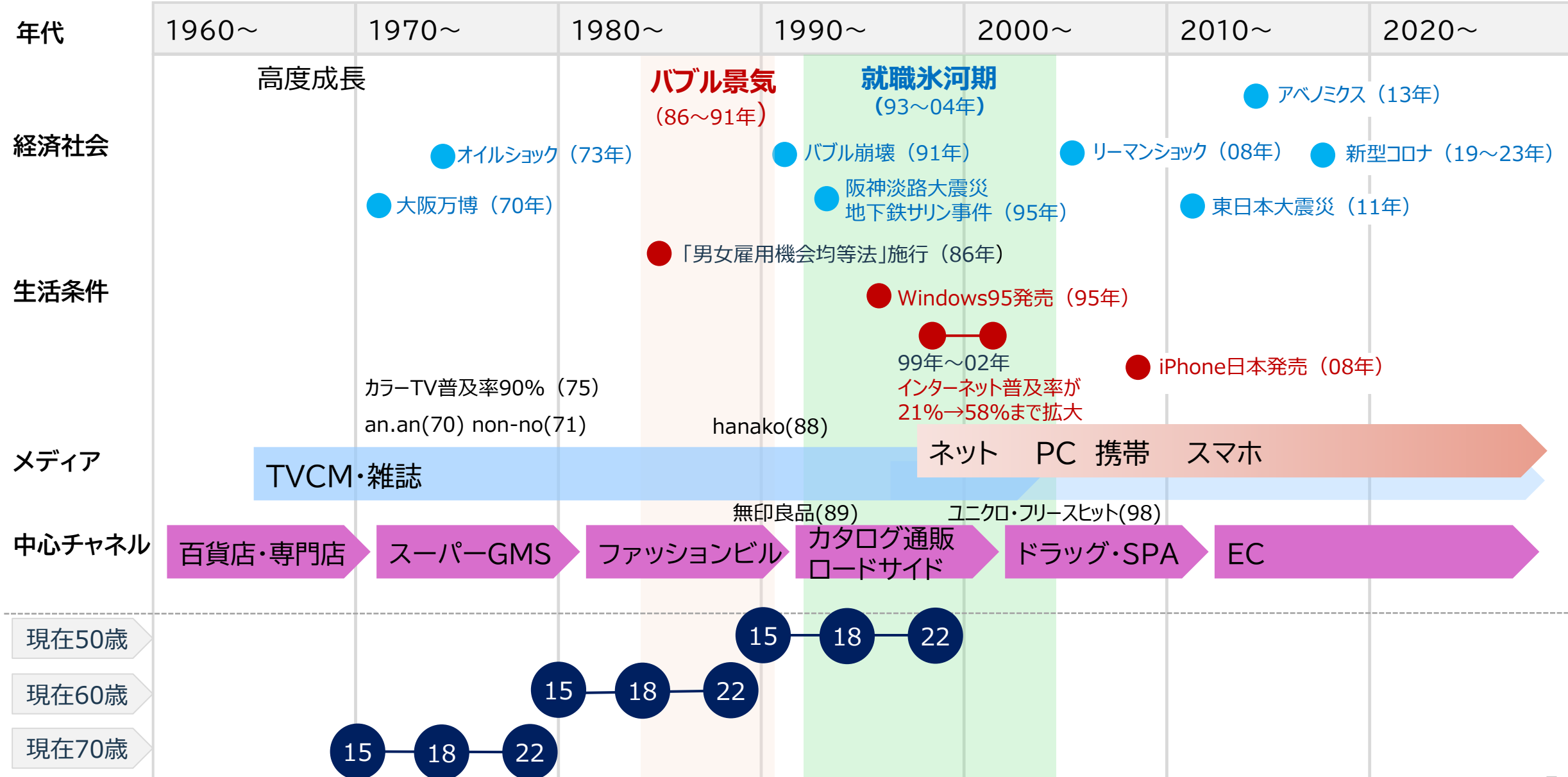


出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」（令和5年推計）

団塊世代が後期高齢者、新人類が60代、団塊ジュニアがプレシニア化

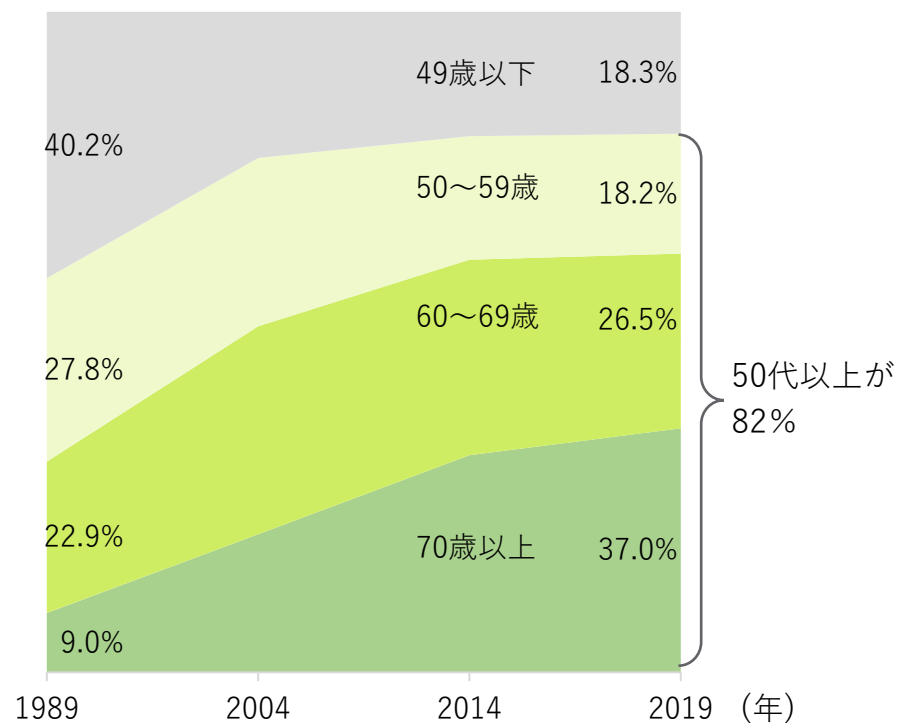


出典：総務省「人口推計」2023年

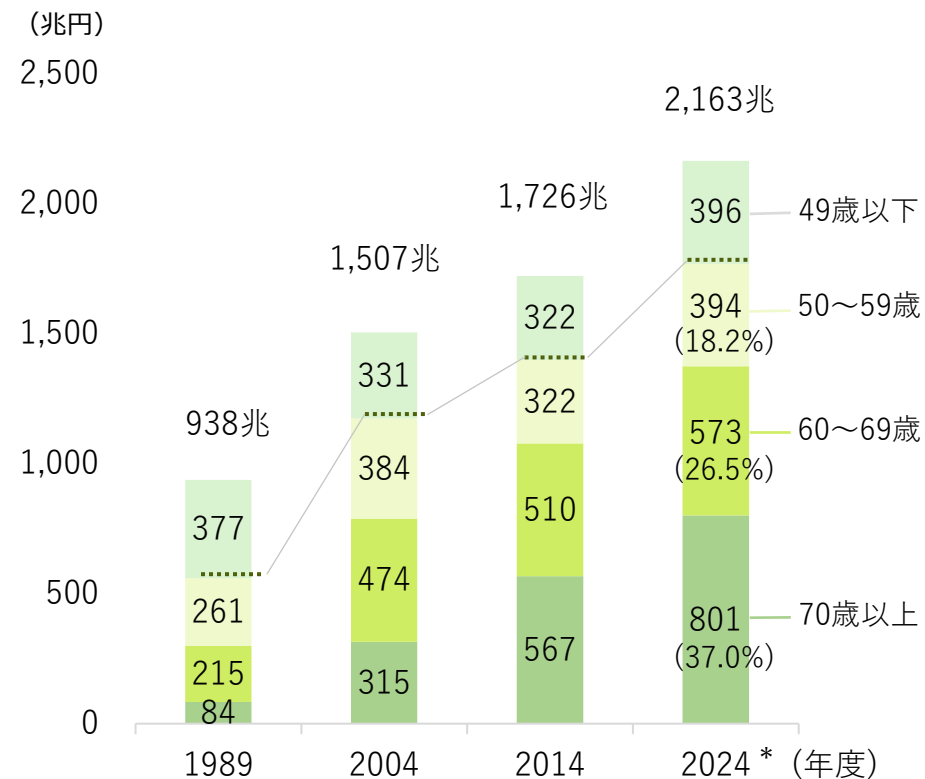


50歳以上が全体の8割以上、60歳以上が6割以上を保有 金融資産額も増加傾向

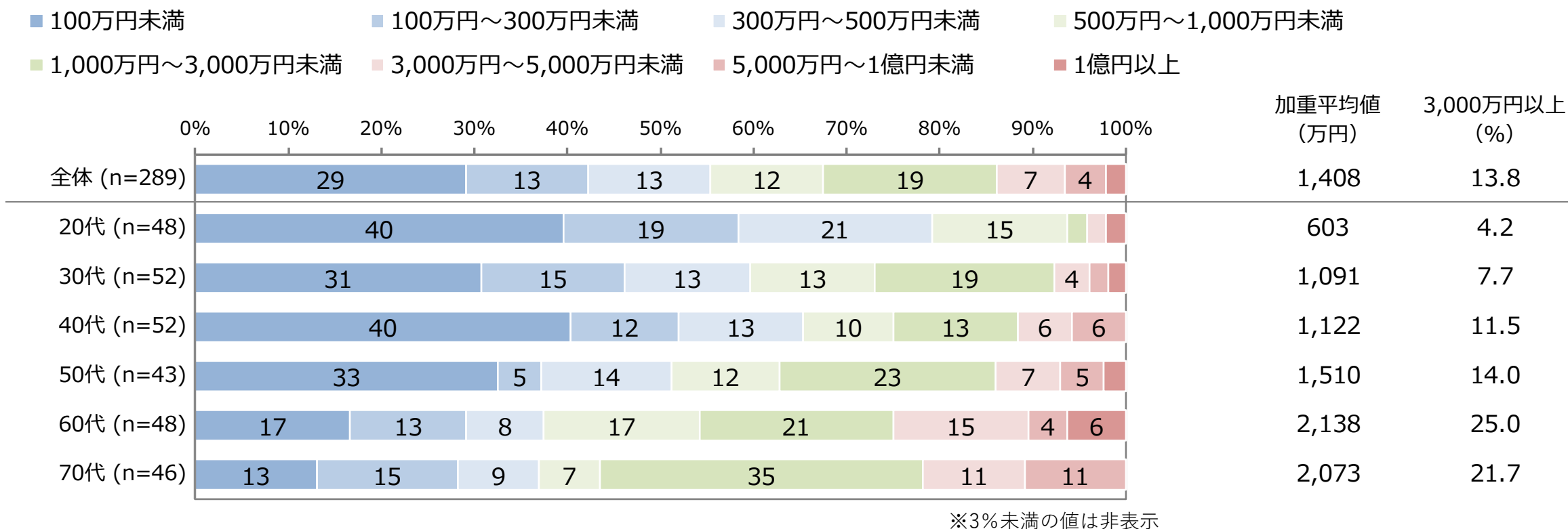
世代別金融資産分布状況（保有割合）



世代別金融資産分布状況（資産額）



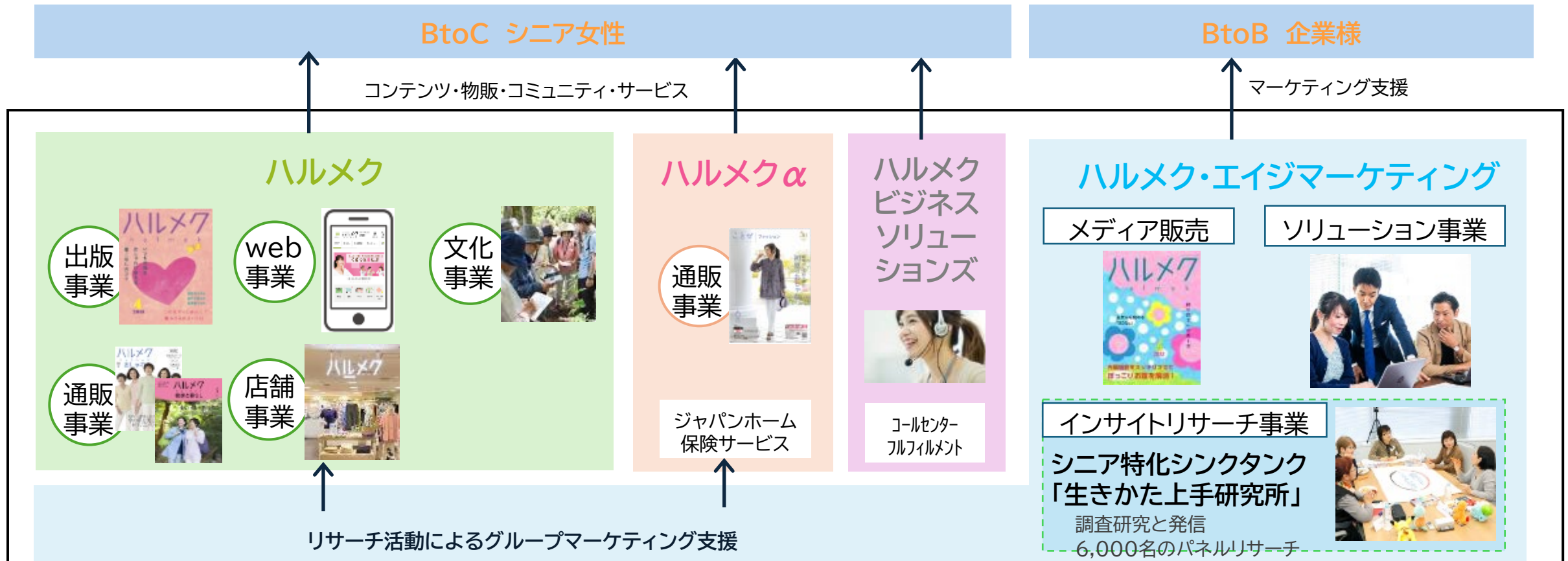
金融資産を持ち潜在的購買力がある



2.「ハルメク」会社案内

ハルメクグループについて

ハルメクグループはミドル～シニアマーケティングに特化し、コンテンツ・物販(通販・店舗)・コミュニティ(イベントなど)・サービス・BtoB支援事業などを連携させてビジネスを展開している企業です。



ハルメク・ホールディングス

東証グロース市場:7119

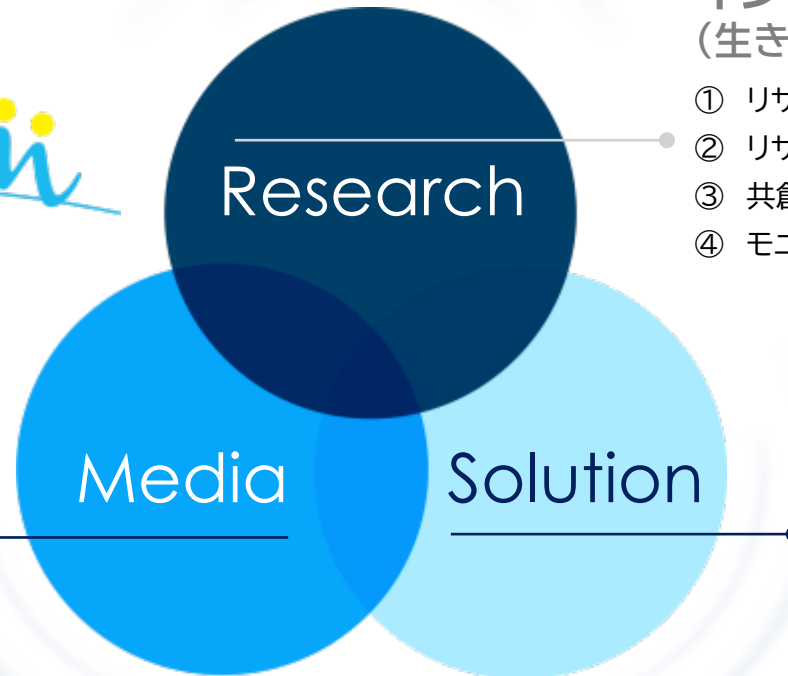
ハルメク・エイジマーケティング会社概要

「ハルメク」メディアや「生きかた上手研究所」の基盤を活用した独自のソリューションでシニアマーケティングを総合的に支援します。



インサイト・リサーチ事業 (生きかた上手研究所)

- ① リサーチコンサルティング
- ② リサーチ(定量・定性)
- ③ 共創型商品開発(ワークショップ)
- ④ モニター基盤構築支援



メディア事業

- ① ハルメク
- ② HALMEK up
- ③ ことせ

ソリューション事業

- ① 新規集客サポート(オン・オフ)
- ② CRM構築コンサルティング
- ③ 顧客・売上分析
- ④ 会報誌/カタログ制作
- ⑤ LINECRM構築、運用
- ⑥ WEBサイト構築、運用

設立

2018年4月

従業員数

36名(2024年4月現在)

資本金

1,000万円

取引先様 直取引先様

※50音順

アサヒグループ食品、伊藤園、イメージグローバルケア、エーザイ、MTG、SBIいきいき少短、NTTドコモ、オリックス銀行、キューサイ、京王電鉄、公益社、新日本製薬、住友林業ホームテック、SOMPOケア、大王製紙、大和ライフネクスト、高島屋、テレビ東京ダイレクト、東急イーライフデザイン、東上セレモサービス、日清オイリオ、日本ケロッグ、日本郵便、Panasonic、長谷工シニアウエルデザイン、はなさく生命、八十二銀行、VENTUNO、BELTA、三菱UFJ銀行、三井住友信託銀行、三井不動産レジデンシャル、メモリアルアートの大野屋、メモリードライフ、森永製菓、ヤシロ、やずや、山田養蜂場、ワタミ、官公庁、社団法人など

読者パネル（通称:ハルトモ）を組織するシンクタンク。
シニアの調査やモニタリングが可能です。

モニター組織「ハルトモ」

6,139 人在籍

※2026年3月31日現在

アンケート・インタビュー

年 **200** 件以上実施

生きかた上手研究所

雑誌「ハルメク」の雑誌販売部数No.1達成を支えたシンクタンク。
シニアの生活実態、ニーズを把握し、コンテンツ・商品・サービスの開発につなげる。
社内(編集・事業)の他、社外(B2B)の研究&コンサルティングも担っている。

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**で発信

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

※研究レポート抜粋版(無料)もあります



3. 事例でみる 「シニアマーケティング」の現場

ハルメク社内の取り組み事例

ハルメク社内の「コンテンツ」「商品開発」の他、
社外の企業様とのブランドコラボレーションも担う。
共創アプローチでシニアの理解活動を続けているため、
インサイトが深まり、磨かれ、蓄積される。



ABOUT

case

01

靴事業チームと行った
シンデレラモニターたちとの
プロダクト開発



シューズのフィッティング



デザインモック案にダメ出し。
プロ顔負けの厳しい表情

ハルメク社内の取り組み事例

ABOUT

case

02

物販チームと行った

PB商品

「本当にほしい財布」の

顧客共創商品 開発プロジェクト



円陣を組んで、チームビルディング



カラー見本を選ぶ眼差しは、真剣そのもの

case

03

毎年恒例！

おせち試食会



おせちのカタログ評価



1品ずつ味覚評価

課題：健康美容成分あおりPGを用いたシニア向けの商品開発や既存商品の改良を行いたい

解決：事業者向けの商品開発セミナー、顧客理解や意見収集のための座談会、テストマーケティング、メディア展開までをワンストップで提供

■事業者向け商品開発セミナー

- ・商品開発プロセス
- ・ハルメクの成功事例



■座談会

- ・50歳以上女性（ハルトモ）の理解
- ・開発中/ 既存商品の評価



■テストマーケティング

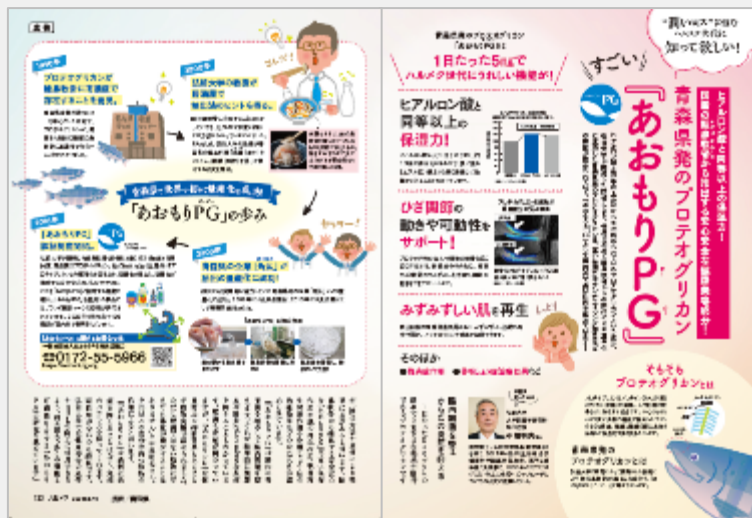
- ・ハルメクおみせ（神楽坂）で販売
- ・お客様アンケートで商品評価を聴取



■ハルメク本誌

2P

- ・あおりPGの啓蒙



■HALMEKup

タイアップ記事

- ・あおりPGの啓蒙
- ・座談会での反応



ご静聴
ありがとうございます。
ございました。

