

【イベントレポート】

「猛暑×更年期世代×肌トラブル」をテーマにラウンドテーブルを開催 ハルメク 生きかた上手研究所の調査結果や専門家の知見を起点に、 花王とともに「着る」と「洗う」の両面から肌にやさしい暮らしを提案

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）は、「猛暑×更年期世代×肌トラブル」をテーマとしたメディア向けラウンドテーブルを 2026 年 7 月 29 日に開催しました。

当日は、ハルメク 生きかた上手研究所による調査結果の発表を皮切りに、医学博士・健康科学アドバイザーの福田千晶先生が、更年期世代の肌と猛暑との関係について解説。さらに、「着る」と「洗う」の両面から肌への負担を軽減する工夫として、ハルメクが開発するインナーウェアと、花王株式会社の柔軟仕上げ剤「ハミング素肌おmoi」の取り組みを紹介しました。

商品カテゴリーは異なるものの、「肌にやさしい」という共通の視点から、それぞれのものづくりについて紹介し、猛暑時代の新しい暮らし方を提案しました。

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



50 代女性の約 3 人に 1 人が昨夏に肌トラブルを経験。猛暑は更年期世代の暮らしにも影響

冒頭では、ハルメク 生きかた上手研究所所長・村田 多恵子より「猛暑に関する調査」の結果を発表しました。

調査では、50 代女性の約 3 人に 1 人が昨年の夏に肌トラブルを経験していることが明らかになりました。また、猛暑をきっかけに、ブラトップや肌にやさしい素材など「着るもの」を見直す人が増えたほか、汗をかくことで洗濯回数を増やすなど、「洗う」行動にも変化が見られました。このことから、猛暑は

日々の暮らしや購買行動にも大きな影響を与えていることが分かりました。

この調査結果を受け、生かた上手研究所では、猛暑の長期化に伴い、「猛暑×更年期世代×肌トラブル」というテーマは、今後ますます重要性が高まると考えています。

「猛暑に関する調査」の詳細はこちら

https://www.halmek-holdings.co.jp/news/insights/2026/d1_dr1jupt1c/

更年期世代は「汗」「摩擦」「締め付け」が肌トラブルの原因に

続いて、医学博士・健康科学アドバイザー福田千晶先生が、調査結果を医学的な視点から解説しました。

更年期以降はホルモンバランスの変化によって肌のバリア機能が低下し、汗や乾燥、衣類との摩擦など、これまで気にならなかった刺激でもかゆみや肌荒れにつながりやすくなります。

また、50代女性は仕事や人との関わりの中で見た目を意識し、暑い日でもジャケットを着るなど厚着をする傾向があります。その結果、汗がこもり、肌トラブルを招いてしまうケースも少なくありません。

福田先生は、「夏は疲れやすい季節だからこそ、身体に負担の少ない衣服を選ぶことが大切」と話し、締め付けの少ないインナーや、汗を吸ってすぐ乾く素材、自分の体型に合ったサイズ選びの重要性を紹介しました。さらに、肌に直接触れるタオルや衣類は、やわらかく仕上げるのが肌への摩擦を減らすことにつながるほか、洗剤や柔軟剤も成分や香りに配慮して選ぶことが大切だと解説しました。



猛暑に「着る」からアプローチ：ハルメク インナーウェアのこだわり

ハルメクからは、インナーウェア事業部の住井 愛が「大人の変わる身体と肌のためのインナーウェア」をコンセプトとした商品づくりについて紹介しました。

20年以上にわたり、更年期以降の女性の体と肌の変化に向き合い、読者の声を起点に商品開発を続けてきたハルメク。年齢による体型変化だけでなく、肌の敏感さや汗のかき方まで考慮し、季節ごとの素材選びや世代専用のパターン設計、肌への摩擦を抑える縫製など、「肌負担ゼロ」を目指したものづくりを行っています。

当日は、シリーズ累計104万枚(※2)を突破した「ハルメク リラックス・カップ付きタンクトップ(涼や



か綿メッシュ)」を紹介。アンダーバストにゴムを使わず、汗をためにくい構造や、タグを外側に配置するなど、肌への刺激を減らす工夫について説明しました。

(※2) 2010年5月～2026年4月までのリラックス・カップ付きインナーシリーズ累計販売枚数

「ハルメク リラックス・カップ付きタンクトップ（涼やか綿メッシュ）」の詳細はこちら

<https://ec.halmek.co.jp/shop/g/g587722703/>

猛暑に「洗う」からアプローチ：花王「ハミング 素肌おmoi」の肌にやさしい衣類ケア

続いて花王からは、ハイジーン&リビングケア事業部門 ファブリックケア事業部の柴田 和也さんが柔軟剤「ハミング 素肌おmoi」の開発背景を紹介しました。

「ハミング」ブランドは、お洗たくを通して生活者の"ゴキゲンな毎日"を実現したいと考えています。

この想いを体現する「ハミング 素肌おmoi」は、肌着やタオルを贅沢な肌ざわりに仕上げることで衣類のチクチク、ごわごわのプチストレスを解消し、ほっと安心できる"ゴキゲン"を目指した柔軟剤です。

天然由来の柔軟成分を配合し、無香料タイプも展開するなど、やさしさに配慮しており、現在の利用者の半数以上は 50 代以上の方方で、ご自身やご家族の肌悩みをきっかけに使用を始めたという声も紹介されました。



「ハミング 素肌おmoi」の詳細はこちら

<https://www.kao.co.jp/humming/regular/>

猛暑時代に求められる、「肌にやさしい」暮らし方

今回のラウンドテーブルでは、猛暑による肌トラブルに対し、「着る」と「洗う」という異なるアプローチから、肌への負担を軽減する工夫を紹介しました。

スキンケアだけでなく、毎日身につけるインナーウェアや衣類、そして洗濯まで含めたト

ータルな視点で肌をいたわることは、猛暑時代を快適に過ごすための新たな視点といえます。

ハルメクでは、今後もお客さまのリアルな声を起点に、50 代からの女性が心地よく暮らせる商品やサービスの提案を続けてまいります。



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を同封し、オリジナル商品を主として販売。カタログの他、自社通販サイトや百貨店を中心とした店舗展開など、幅広いチャネルを展開しています。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。

雑誌「ハルメク」公式サイト：<https://magazine.halmek.co.jp>



■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/

【お問い合わせ先】

ハルメク PR 事務局 ((株)プラチナム内) 平野・矢部・名取・中村
TEL：03-5572-6072 / E-MAIL：halmek_pr@vectorinc.co.jp
株式会社ハルメクホールディングス 広報・IR 室 武曾・荒木
TEL：03-6272-8222 E-MAIL：pr@halmek.co.jp