


 2019年10月15日
 株式会社リクルートライフスタイル

2019年「ハロウィーン」への参加意向・仮装意向・賛否等を調査
今年の「ハロウィーン」参加予定は21.2%、前年比では微減
「子どものお祭りとして良い」が増加の一方
「たまにはめを外す機会として良い」が減少

株式会社リクルートライフスタイル（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：浅野 健）の外食市場に関する調査・研究機関「ホットペッパーグルメ外食総研」（<https://www.hotpepper.jp/ggs/>）は、「ハロウィーン」への参加・仮装意向、賛否等に関する意識についてのアンケートを実施しましたので、その結果を発表いたします。

<要約>

POINT1 2019年「ハロウィーン」行事参加予定者は21.2%、前年比微減。
子どものいる人は子どもが楽しむために「ハロウィーン」に参加

・・・ P3-5

- 2019年の「ハロウィーン」の参加予定は21.2%で、前年の参加予定22.6%に比べると微減。
- うち、仮装での参加予定者は36.9%で過去3年間では最少。30代女性では過半数（52.8%）が仮装する予定。
- 子どものいる人は「子どもが楽しむために参加したい」とする回答が43.4%と多く、特に20・30代女性では約8割が「子どもが楽しむために参加したい」と回答。

POINT2 「ハロウィーン」肯定派は65.3%、過去5年間で最少・・・ P6-7

- 「ハロウィーン」普及について「良いと思う」が65.3%。過去5年で最少。
- 仮装することについて「良いと思う」が59.6%、過去5年で最少。

POINT3 「ハロウィーン」肯定理由、「子どものお祭りとして良い」が増加。
一方、「経済効果より害のほうが大きい」という意見も・・・ P8-9

- 「ハロウィーン」肯定理由トップは「日本風に楽しめば良い」（45.3%）。「子どものお祭りとして良い」（36.4%）が2位に上昇。「たまにはめを外す機会として良い」（31.9%）は昨年よりも約10ポイント減少。
- 否定理由トップは「何かと理由をつけて騒ぐのは良くない」（57.1%）。「経済効果より害のほうが大きい」（27.6%）も大きな伸び。

【本件に関するお問い合わせ先】

<https://www.recruit-lifestyle.co.jp/support/press>

調査概要と回答者プロフィール

- ◎調査名 外食市場調査(2019年8月度)
- ◎調査方法 インターネットによる調査
首都圏、関西圏、東海圏における、夕方以降の外食および中食のマーケット規模を把握することを目的に実施した調査(外食マーケット基礎調査)の中で、ハロウィーンに関連した飲食・パーティー・イベントの参加状況や参加意向、仮装経験、ハロウィーンに対する考え方などを聴取。
- ◎調査対象 首都圏(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、茨城県)、関西圏(大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、滋賀県)、東海圏(愛知県、岐阜県、三重県)に住む20~69歳の男女(株式会社マクロミルの登録モニター)

■事前調査

- ①調査目的 本調査の協力者を募集するために実施
- ②調査時期 2019年6月20日(木)~2019年7月2日(火)
- ③調査対象 首都圏、関西圏、東海圏に住む20~69歳の男女(株式会社マクロミルの登録モニター)
- ④調査内容 本調査への協力意向、普段の外食頻度、普段の中食頻度
- ⑤配信数 488,602 件
- ⑥回収数 33,240 件
- ⑦本調査対象者数 16,176 件

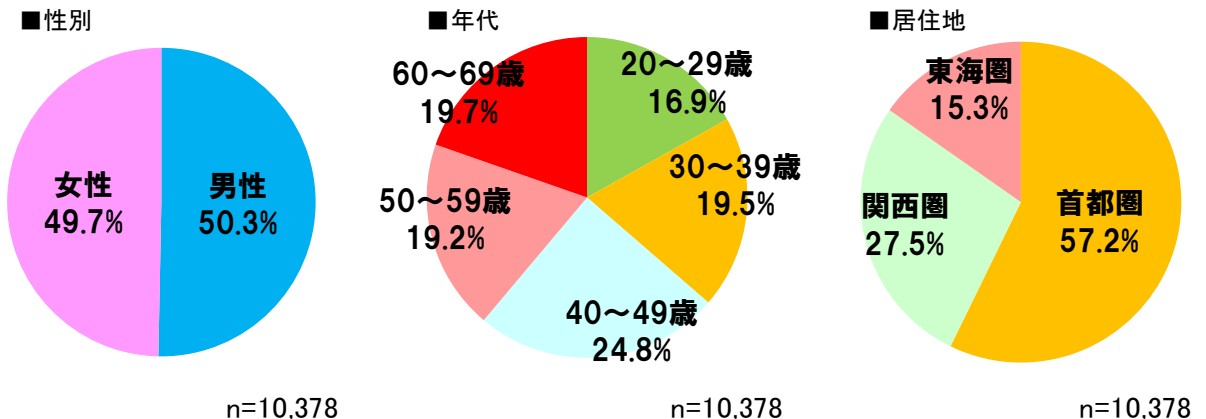
- ◆本調査対象者の割付について
 - ・本調査では、回答者の偏りをできるだけなくすために、割付を行って回収した。
 - ・性年代別10区分×地域別25区分(首都圏地域13区分、関西圏地域8区分、東海圏地域4区分)=250セルについて、平成29年人口推計(総務省)に基づき割付を行った。
 - ・本調査の目標回収数は、首都圏4,000s、関西圏2,000s、東海圏2,000s、合計8,000sとした。

■本調査

- ①調査方法 ・事前調査で本調査への協力意向が得られたモニターの中から、脱落率を加味して設定した必要数をランダムに抽出し、本調査の案内メールを通知。
 - ②調査期間 2019年9月2日(月)~2019年9月10日(火)
 - ③配信数 12,939 件
 - ④回収数 10,455 件 (回収率 80.8 %)
 - ⑤有効回答数 10,378 件 (首都圏 5,264 件、関西圏 2,711 件、東海圏 2,403 件)
- ※回収された票のうち、自由回答コメントから、趣旨に合わない判断された票を無効としたほか、事前調査時の普段の外食・中食頻度の回答と、本調査時の1カ月間の外食・中食回数が著しく乖離している場合、事前調査時の住所と、本調査時の住所が、圏域を越えて変わっている場合を無効とした。

- ◆集計方法について
 - ・本調査結果は、平成29年人口推計(総務省)における割付(性年代別10区分×地域別25区分=250セル)別の構成比に合わせてサンプル数を補正したウェイトバック集計を行っている。
 - ・補正後のサンプル数は次の通り。
3圏域・計 10,378 件(首都圏: 5,940 件、関西圏: 2,853 件、東海圏: 1,586 件)

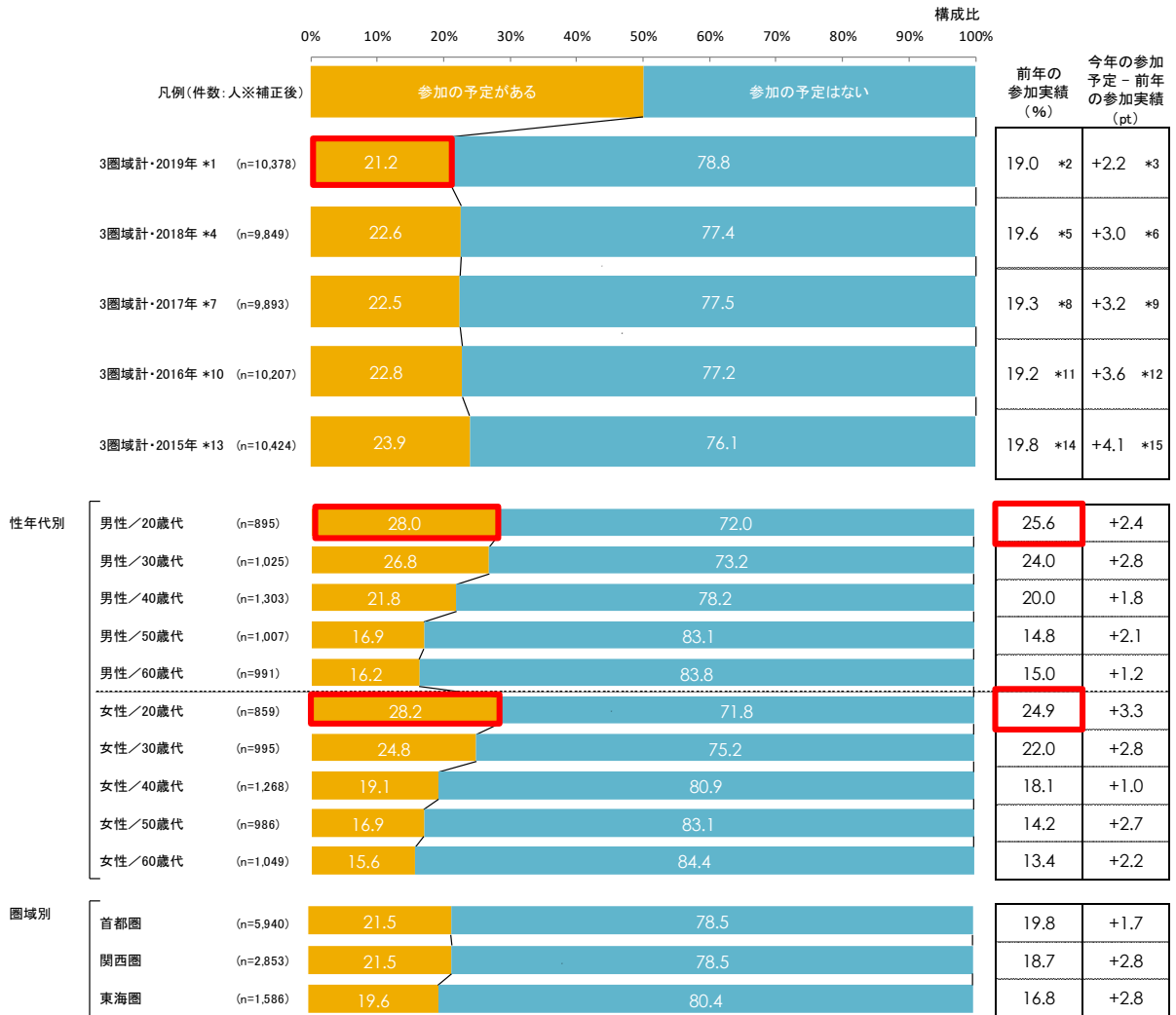
◆回答者プロフィール(ウェイトバック後)



1. 2019年「ハロウィーン」行事参加予定者は21.2%、過去5年間では微減傾向。

このところ、仮装やコスプレ習慣を伴ってきた「ハロウィーン」。2019年の参加予定については3圏域計で21.2%と、前年の参加予定22.6%から微減し、過去5年間では最低値となっている。参加意向が最も高かったのは男女とも20代で、20代女性では28.2%、20代男性では28.0%が参加予定と回答している。前年の参加実績（2019年に調査）でも男女とも20代が最も高い参加率（男性25.6%、女性24.9%）となっており、今年も若者中心の盛り上がりが見込まれる。一部エリアでは、路上での飲酒を制限する条例が成立するなどしており、その分飲食店に人が流れるのかが注目される。

■ハロウィーンに関連した飲食、パーティー、イベントについて、今年の参加予定（全体／単一回答）



*1 2019年調査で聴取。2019年の「参加したい」割合を示す。

*2 2019年調査で聴取。2018年の参加実績を示す。

*3 2019年調査で聴取。「2019年の『参加したい』割合」-「2018年の参加実績」で算出。

*4 2018年調査で聴取。2018年の「参加したい」割合を示す。

*5 2018年調査で聴取。2017年の参加実績を示す。

*6 2018年調査で聴取。「2018年の『参加したい』割合」-「2017年の参加実績」で算出。

*7 2017年調査で聴取。2017年の「参加したい」割合を示す。

*8 2017年調査で聴取。2016年の参加実績を示す。

*9 2017年調査で聴取。「2017年の『参加したい』割合」-「2016年の参加実績」で算出。

*10 2016年調査で聴取。2016年の「参加したい」割合を示す。

*11 2016年調査で聴取。2015年の参加実績を示す。

*12 2016年調査で聴取。「2016年の『参加したい』割合」-「2015年の参加実績」で算出。

*13 2015年調査で聴取。2015年の「参加したい」割合を示す。

*14 2015年調査で聴取。2014年の参加実績を示す。

*15 2015年調査で聴取。「2015年の『参加したい』割合」-「2014年の参加実績」で算出。

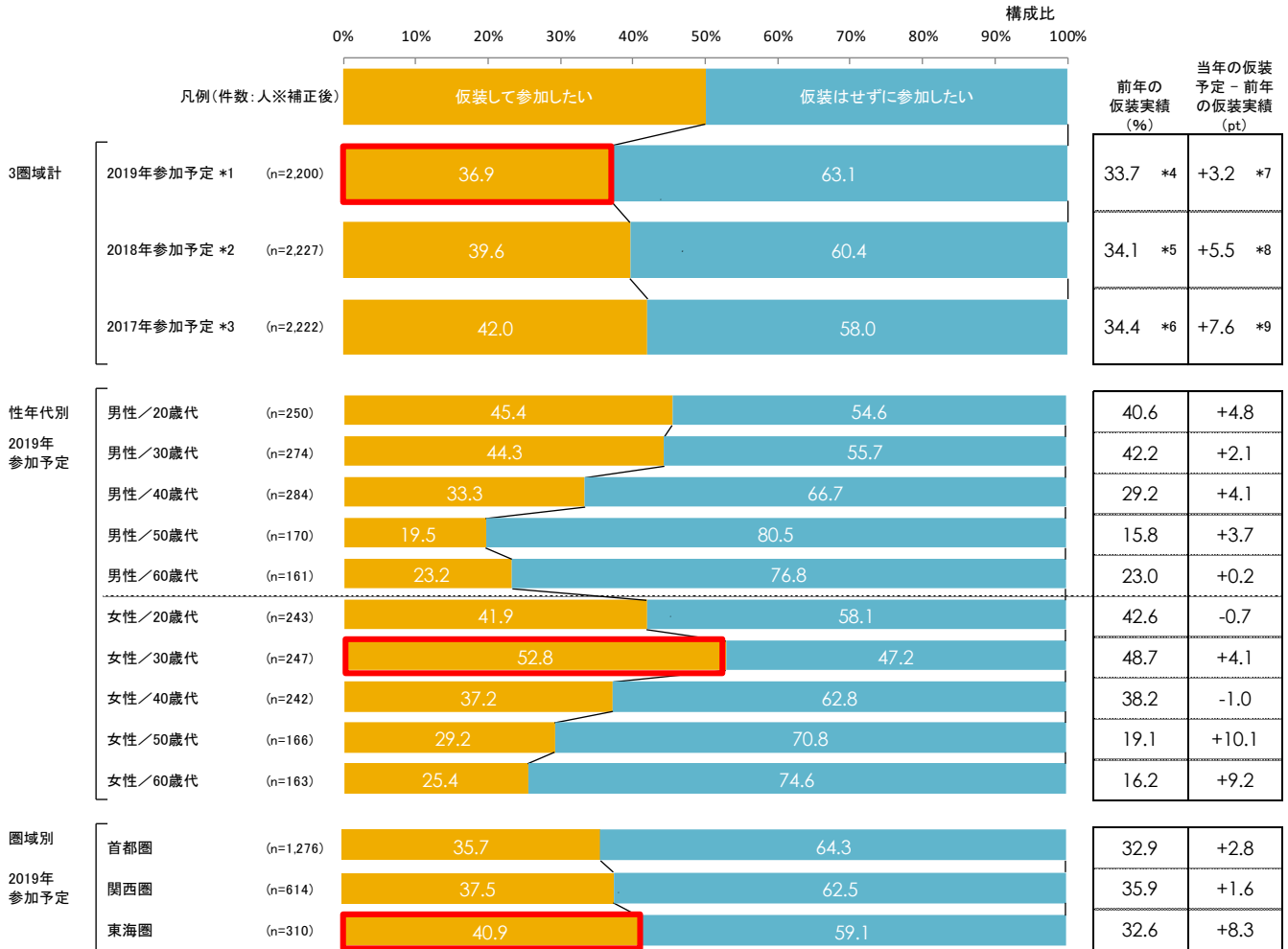
※「参加の予定がある」：『今年参加したいハロウィーンに関連した飲食、パーティー、イベント』の「自分が企画・呼びかけしようと思っているもの」「企画はしないが参加しようと思っているもの」で、いずれかのパーティー、イベントに「参加したい」と回答した人を集計

※「参加の予定はない」：『今年参加したいハロウィーンに関連した飲食、パーティー、イベント』の「自分が企画・呼びかけしようと思っているもの」「企画はしないが参加しようと思っているもの」共に「参加の予定はない」と回答した人を集計

2. 仮装予定者は過去3年間で最少の36.9%。30代女性が最も多く、過半数が仮装の予定

「ハロウィーン」行事における仮装の状況については、全体で21.2%だった参加予定者（前項）のうち、仮装で参加したい人は36.9%であった。これは、調査を開始した2017年以来で最も低い数値にとどまっている。性年代別で見ると、30代女性では52.8%と半数以上が仮装で参加したいとしており、他の性年代より意向が高い。また、圏域別で見ると、東海圏では40.9%が仮装で参加したいとしており、他の圏域よりも意向が高い。

■ 今年のハロウィーンに関連した飲食、パーティー、イベントに、仮装して参加したい割合 (ハロウィーンに関連した飲食、パーティー、イベントに、今年参加したい人/単一回答)



*1 *4 2019年調査で聴取
*2 *5 2018年調査で聴取
*3 *6 2017年調査で聴取

*7 2019年調査で聴取。「2019年の仮装して参加したい」割合-「2018年の仮装して参加実績」で算出。
*8 2018年調査で聴取。「2018年の仮装して参加したい」割合-「2017年の仮装して参加実績」で算出。
*9 2017年調査で聴取。「2017年の仮装して参加したい」割合-「2016年の仮装して参加実績」で算出。

※前年の仮装実績 (%)は、前年参加した人ベース

※「仮装して参加したい」：『今年参加したいハロウィーンに関連した飲食、パーティー、イベント』の「自分が企画・呼びかけしようと思っているもの」「企画はしないが参加したいもの」で、いずれかのパーティー、イベントに「仮装して参加したい」と回答した人を集計

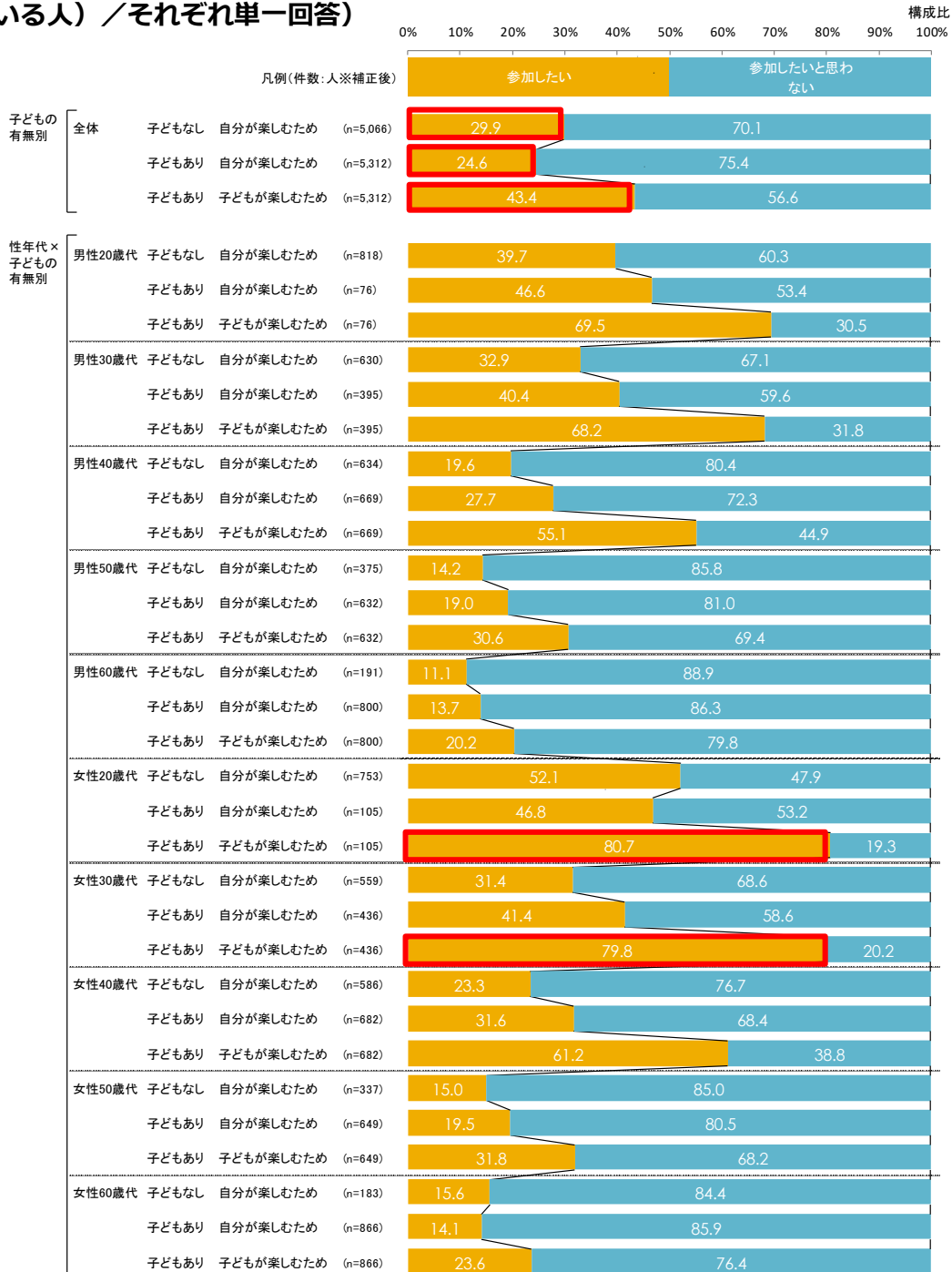
※「仮装はせずに参加したい」：『今年参加したいハロウィーンに関連した飲食、パーティー、イベント』の「自分が企画・呼びかけしようと思っているもの」「企画はしないが参加したいもの」で、いずれかのパーティー、イベントに「参加したい」と回答した人から、「仮装して参加したい」と回答した人を除いて集計

※自分自身は仮装しなくても、子どもが仮装して参加したい場合は「仮装して参加したい」に含む

3. 子どものいる人では「ハロウィーン」は子どものために参加。20・30代女性では約8割

子どもの有無別に、「ハロウィーン」の参加目的で「自分が楽しむため」と「子どもが楽しむため」を比べた。子どものいる人は、「子どもが楽しむために参加したい」とする回答が43.4%と多く、「自分で楽しむために参加したい」とする人(24.6%)は、子どもなしの人(29.9%)に比べて少ないという傾向だった。性年代別には、子どもの有無の割合が年代によってばらつきが大きいものの、どの性年代でも子どものいる人は「子どもが楽しむために参加したい」とする回答の割合が「自分で楽しむために参加したい」よりも多く、特に20・30代女性では約8割と多かった。

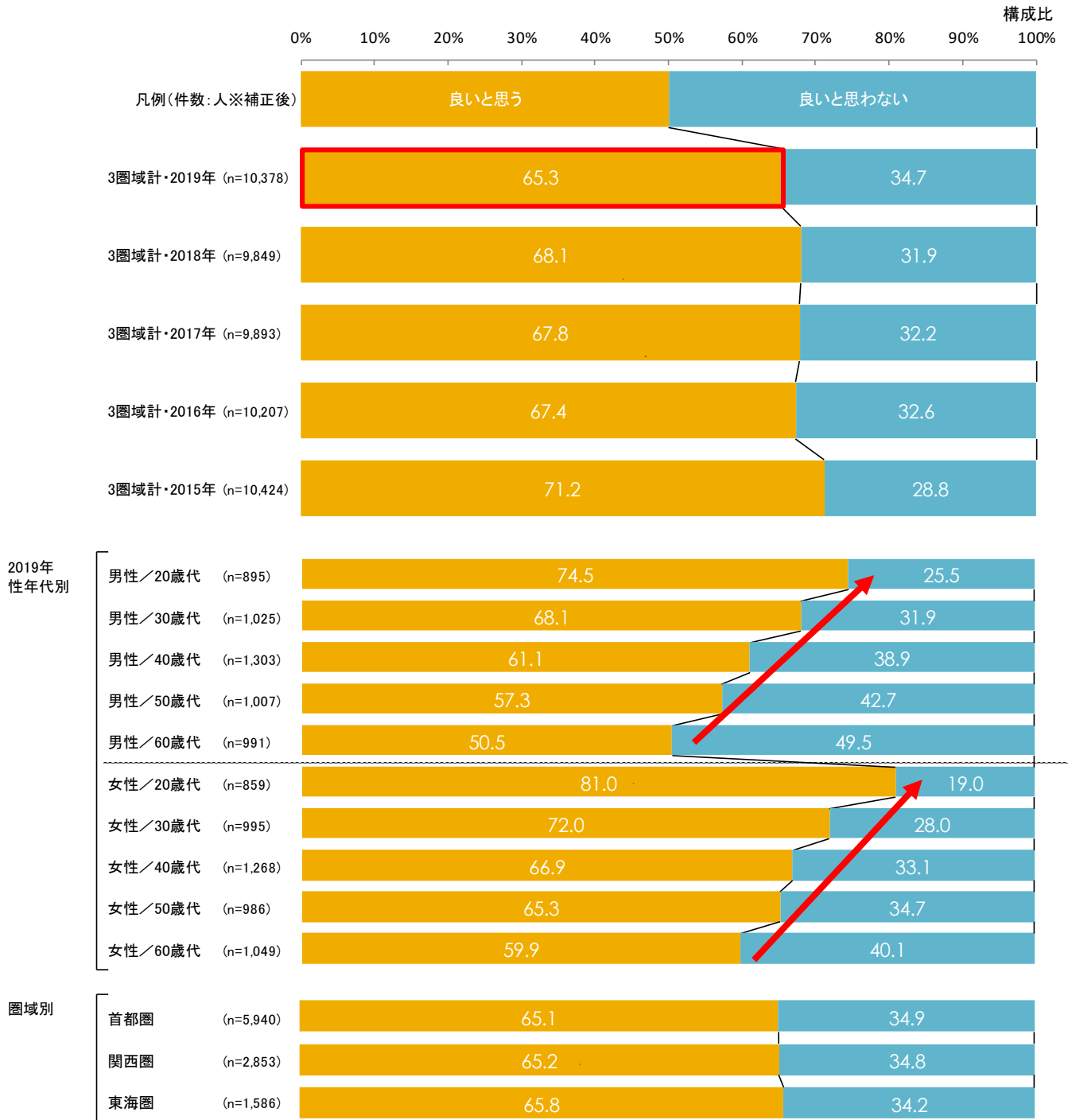
■ 「ハロウィーン」についての考え (自分自身が楽しむために参加したい(子どもがいない人) / 自分自身が楽しむために参加したい(子どもがいる人) / 自分の子どもが楽しむために参加したい(子どもがいる人) / それぞれ単一回答)



4. 「ハロウィーン」肯定派が過去5年で最低スコア。若年層ほど肯定派が多い傾向

日本での「ハロウィーン」習慣の普及について「良いと思う」「良いと思わない」の二択で質問した。「良いと思う」が65.3%と多数派ではあったが、スコアは過去5年で最少にとどまった。年代別には年代が若いほど肯定派が多く、同年代の性別では女性のほうが肯定派が多い結果となっている。

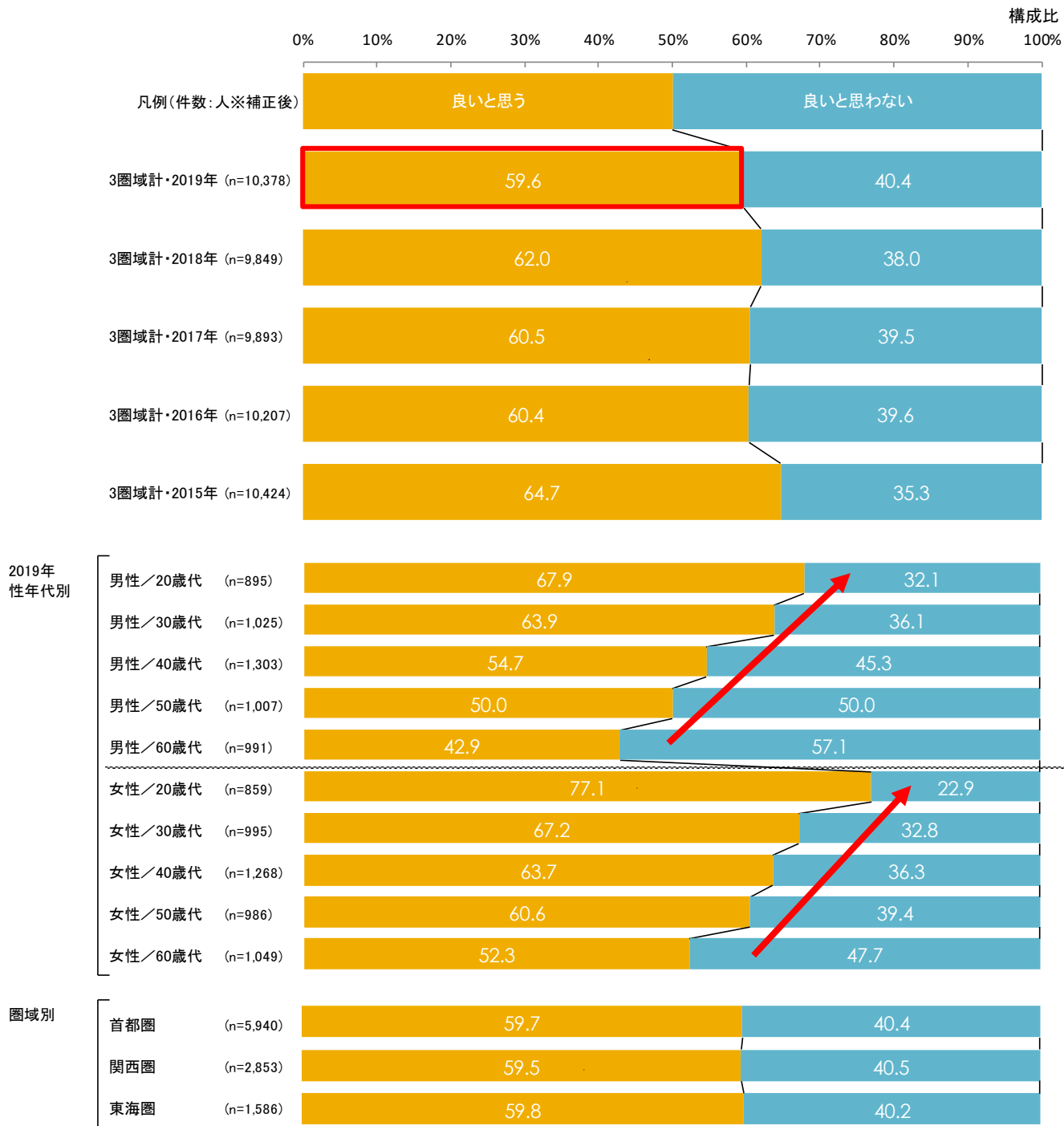
■ 「ハロウィーン」についての考え/日本で祝ったり、広まったりすることについて (全体/単一回答)



5. 「仮装」肯定派が過去5年で最少、若年層ほど肯定派が多い傾向

「ハロウィーン」で仮装することについて「良いと思う」「良いと思わない」の二択で質問した。「良いと思う」が59.6%で多数派であったが、スコアは過去5年で最少を記録した。性年代別には、仮装が「良いと思う」人は、20代女性で77.1%と最多の割合であった。普及の是非同様、仮装に対しても年代的には若い年代ほど肯定派が多く、同年代の性別では女性のほうが肯定派が多いという結果であった。

■ 「ハロウィーン」についての考え/仮装することについて（全体/単一回答）

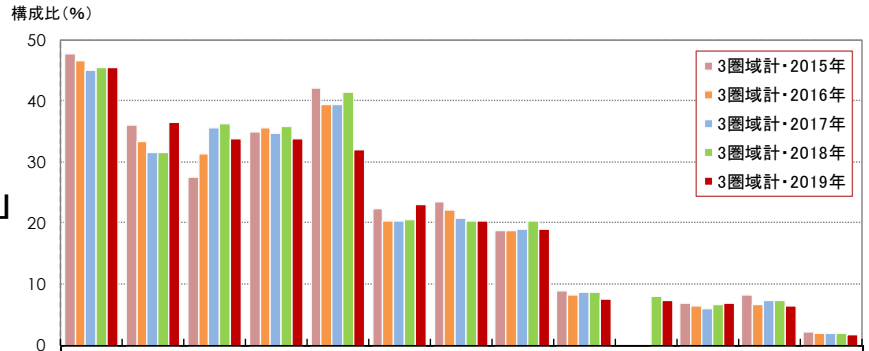


6. 「ハロウィーン」肯定理由、「子どものためのお祭りとして良い」が増加

「ハロウィーン」肯定の理由は、1位が「本来の意味と違って日本風を楽しめば良い」で45.3%。2位は「子どものためのお祭りとして良い」で36.4%、前年比で4.8ポイント増加してランクアップした。3位は「経済効果がある」で33.9%だった。前年2位だった「たまにはめを外す機会として良い」は31.9%で、前年比でスコアを9.6ポイント落として5位。「たまにはめを外す機会として良い」は、20～40代男性では平均に比べてスコアが高いが、30～60代女性では逆にスコアが低く「ハロウィーン」ではめを外すことに対して、厳しい姿勢が見られる。

■ 「ハロウィーンについての考え」の理由

(日本で祝ったり、広まったりすることについて「良いと思う」かつ、仮装することについて「良いと思う」と回答した人／複数回答)



【ハロウィーンに肯定的な理由】

		本来の意味と違って日本風	子どものためのお祭りとして良い	経済効果がある	自分には仮装しないが、楽しくて良い	たまにはめを外す機会として良い	飾り付けなどが楽しい	う憩親の機会として有効だと思	い若者のためのお祭りとして良	男女の出会いの場として良い	それを見ることが楽しめる	SNSなどを通じた発信や、	い大人のためのお祭りとして良	しみたに仮装して参加して楽	積極的に仮装して参加して楽	その他の肯定的な理由
(件数:人※補正後)																
3圏域計・2019年		5,846	45.3	36.4	33.9	33.8	31.9	22.9	20.3	19.0	7.5	7.2	6.9	6.4	1.8	
3圏域計・2018年		5,869	45.5	31.6	36.3	35.9	41.5	20.6	20.4	20.4	8.6	7.9	6.7	7.3	2.0	
3圏域計・2017年		5,761	45.0	31.4	35.5	34.7	39.3	20.3	20.8	18.9	8.6	*	6.0	7.2	1.9	
3圏域計・2016年		5,917	46.6	33.3	31.2	35.6	39.5	20.4	22.1	18.8	8.3	*	6.5	6.7	1.8	
3圏域計・2015年		6,497	47.7	36.0	27.4	34.9	42.0	22.2	23.4	18.8	8.9	*	6.9	8.2	2.2	
性年代別	男性/20歳代	589	39.7	19.9	32.3	23.4	45.6	18.2	18.2	19.3	17.5	10.4	9.6	9.5	1.3	
	男性/30歳代	625	41.0	32.4	35.6	31.4	42.5	14.4	26.1	17.5	13.6	7.3	8.3	8.9	2.2	
	男性/40歳代	667	42.6	35.4	32.2	31.9	41.5	15.1	21.7	17.8	10.3	6.1	6.9	5.5	1.6	
	男性/50歳代	472	49.5	26.7	32.3	30.5	29.6	10.6	20.9	22.9	7.0	4.3	7.2	3.9	1.4	
	男性/60歳代	389	59.2	30.2	25.9	31.9	28.6	11.5	25.9	26.7	7.3	1.8	8.2	3.1	2.9	
	女性/20歳代	622	39.8	35.3	41.7	31.6	34.3	38.0	17.8	20.3	6.5	18.1	9.3	14.0	1.7	
	女性/30歳代	634	42.1	51.7	36.2	35.7	26.5	33.9	20.2	13.1	3.6	9.3	5.8	6.8	1.9	
	女性/40歳代	758	42.2	44.0	34.6	37.1	23.0	29.7	19.7	13.0	3.1	5.1	4.1	4.6	2.3	
	女性/50歳代	562	51.1	34.6	32.7	40.5	24.7	24.3	13.5	19.8	2.7	3.1	4.7	2.9	1.3	
女性/60歳代	527	54.9	48.0	30.9	43.5	20.6	25.6	20.6	26.4	3.1	3.3	5.9	2.6	1.1		
圏域別	首都圏	3,338	44.6	35.9	34.4	33.5	31.0	23.8	20.0	18.7	7.4	7.0	6.9	6.3	1.8	
	関西圏	1,600	46.9	38.2	34.1	34.0	33.3	22.5	21.0	20.4	7.9	7.6	6.8	7.0	1.7	
	東海圏	907	45.3	35.0	31.4	34.7	32.8	20.6	20.2	17.8	6.9	7.3	6.9	5.5	1.7	

※2019年の多い順にソート

*:該当項目なし

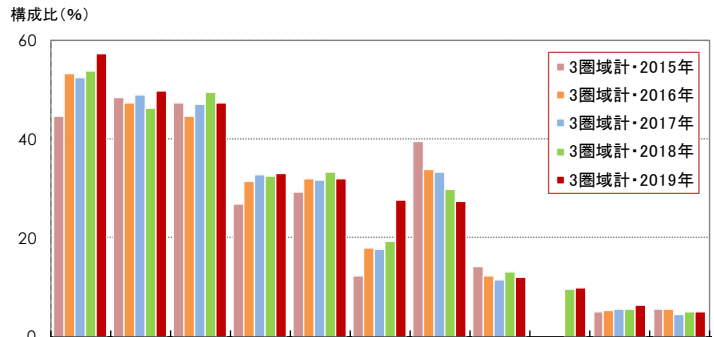
太字 3圏域計より5ポイント以上高い項目

3圏域計より5ポイント以上低い項目

7. 否定派の理由トップは「何かと理由をつけて騒ぐのは良くない」で57.1%

「ハロウィーン」を否定する理由は、1位が「何かと理由をつけて騒ぐのは良くない」で57.1%、前年よりもスコアが3.3ポイントの増加だった。2位は「本来の意味や趣旨を理解すべきだ」で49.6%、3位は「自分には関係がないように思う」で47.3%。トップ3においては、昨年に比べて2位と3位が入れ替わった。また、「経済効果より害のほうが大きい」は27.6%と前年に比べスコアを大きく伸ばした。「経済効果より害のほうが大きい」と回答した人を性年代別で見ると、20・30代女性で特に多く、女性の若年層は厳しい見方が多い一方で、同じ女性の50・60代では逆に少なく、年代により見方が分かれている。また、2018年から選択肢として追加した「もう飽きた」は20・30代男女で多い傾向にあった。

■「ハロウィーンについての考え」の理由
 (日本で祝ったり、広まったりすることについて「良くないと思う」かつ、仮装することについて「良くないと思う」と回答した人/複数回答)



		(件数:人※補正後)	何かと理由をつけて騒ぐのは良くない	本来の意味や趣旨を理解すべきだ	自分には関係がないように思う	仮装が単にコスプレになりつつあり良くない	仮装が面白いと思わない	経済効果より害のほうが大きい	もともと日本の伝統行事を大事にすべき	余計な出費が増える	もう飽きた	悲親の機会にはふさわしくない	その他の否定的な理由
3圏域計・2019年		3,263	57.1	49.6	47.3	33.1	32.0	27.6	27.4	11.9	9.8	6.4	5.0
3圏域計・2018年		2,906	53.8	46.2	49.5	32.4	33.2	19.3	29.9	12.9	9.6	5.5	4.9
3圏域計・2017年		2,955	52.3	48.7	46.9	32.7	31.5	17.6	33.2	11.4	*	5.6	4.5
3圏域計・2016年		3,088	53.1	47.3	44.4	31.4	31.9	17.9	33.7	12.3	*	5.3	5.5
3圏域計・2015年		2,762	44.6	48.3	47.3	26.7	29.1	12.1	39.5	14.1	*	4.9	5.6
性年代別	男性/20歳代	209	54.3	35.5	38.4	21.4	20.5	26.5	14.8	13.4	21.1	7.1	5.8
	男性/30歳代	297	59.5	35.3	43.4	27.8	33.4	28.5	16.3	16.5	15.8	6.4	5.1
	男性/40歳代	462	61.0	46.1	43.0	30.3	36.6	31.4	26.5	10.4	9.2	7.6	3.8
	男性/50歳代	398	58.6	48.7	47.0	28.4	30.5	25.7	28.2	12.1	8.6	8.2	5.6
	男性/60歳代	455	57.8	52.7	48.4	28.3	33.0	23.4	41.5	7.4	5.5	9.6	5.3
	女性/20歳代	123	67.9	42.0	45.4	35.3	33.6	35.9	18.8	18.0	13.3	3.0	5.7
	女性/30歳代	243	60.9	52.4	45.3	47.3	35.9	37.5	14.8	21.3	13.8	6.3	6.9
	女性/40歳代	370	51.1	55.8	52.5	40.9	32.4	30.6	23.2	15.0	9.4	3.7	5.1
	女性/50歳代	307	50.3	57.9	52.6	35.5	26.4	22.4	27.6	9.6	7.3	2.9	4.7
	女性/60歳代	398	55.0	57.6	51.6	38.2	33.2	22.0	40.5	6.0	4.6	5.4	3.4
圏域別	首都圏	1,867	56.4	49.3	47.3	31.9	31.5	28.3	25.0	10.5	9.8	6.3	4.8
	関西圏	896	59.4	50.4	47.4	35.7	33.6	28.0	31.5	13.1	10.5	6.5	5.3
	東海圏	501	55.5	49.1	47.0	33.0	31.0	24.0	29.2	15.1	8.3	6.7	4.9

※2019年の多い順にソート

*: 該当項目なし

太字 3圏域計より5ポイント以上高い項目

3圏域計より5ポイント以上低い項目