

2021年 10月 13日



コロナ禍で2度目の「ハロウィーン」 行事参加予定者は11.2%と前年より4.0pt減 肯定理由「経済効果」が減少、否定理由「感染拡大危惧」が増加 2021年「ハロウィーン」への参加意向・賛否の理由等を調査（2021年9月実施）

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘）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 2021年「ハロウィーン」行事参加予定者は11.2%、前年に比べて4.0pt減

・・・P3

▶2021年の「ハロウィーン」行事参加予定者は11.2%と、コロナ禍での前年の参加予定15.2%からさらに4.0ポイント減少し、過去7年間の最低値。

POINT2 「ハロウィーン」の過ごし方、「家族・親族」と、「家で」「スイーツ」「料理」

・・・P4-6

▶「ハロウィーン」を過ごしたい相手は、1位「家族・親族（小学生以上18歳以下の子連れ）」8.8%、2位「夫婦2人で」8.2%、3位「家族・親族（19歳以上のみ）」7.7%。

▶「ハロウィーン」の過ごし方の希望は、1位「家で過ごしたい」22.6%、2位「ハロウィーンスイーツを食べたい」12.0%、3位「手作りの料理を食べたい」8.9%。

▶「家で過ごしたい」背景には、新型コロナウイルス感染拡大が大きな影響。

POINT3 「ハロウィーン」に肯定的な理由、「経済効果」はトップ3圏外に後退 「ハロウィーン」に否定的な理由、「感染拡大危惧」49.5%で前年より増加

・・・P7-8

▶「ハロウィーン」に肯定的な理由は、1位「本来の意味と違って日本風を楽しめば良い」37.1%、2位「子どものためのお祭りとして良い」34.2%、3位「自分は仮装しないが、楽しくて良い」28.2%。昨年3位の「経済効果がある」27.0%は4位に後退。

▶「ハロウィーン」に否定的な理由は、1位「新型コロナウイルス感染症の感染拡大につながりそう」49.5%、2位「自分には関係がないように思う」42.1%。前年から1・2位が逆転。3位は「何かと理由をつけて騒ぐのは良くない」36.9%。

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

2021年 10月 13日

調査概要と回答者プロフィール

- ◎調査名 外食市場調査（2021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、今年のハロウィーンは誰とどのように過ごしたいか、新型コロナウイルス感染拡大の影響、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 2021年7月21日（水）～2021年8月2日（月）
 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 497,678 件
 ⑥回収数 33,581 件
 ⑦本調査対象者数 15,347 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るために、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30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。

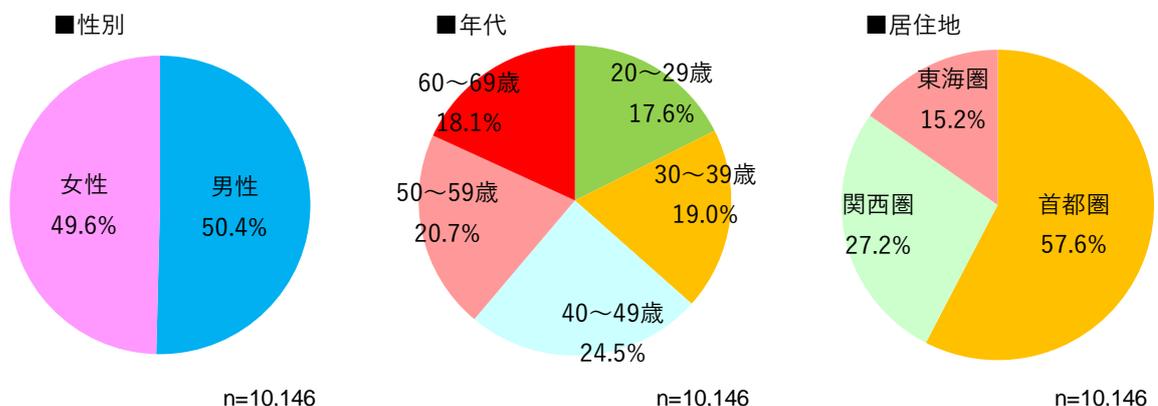
■本調査

- 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 2021年9月1日（水）～2021年9月13日（月）
 ③配信数 11,860 件
 ④回収数 10,268 件 （回収率 86.6 %）
 ⑤有効回答数 10,146 件 （首都圏 5,239 件、関西圏 2,693 件、東海圏 2,214 件）

※回収された票のうち、自由回答コメントから、趣旨に合わないと思われる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30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 10,146 件（首都圏 5,844 件、関西圏 2,755 件、東海圏 1,546 件）

◆回答者プロフィール（ウェイトバック後）

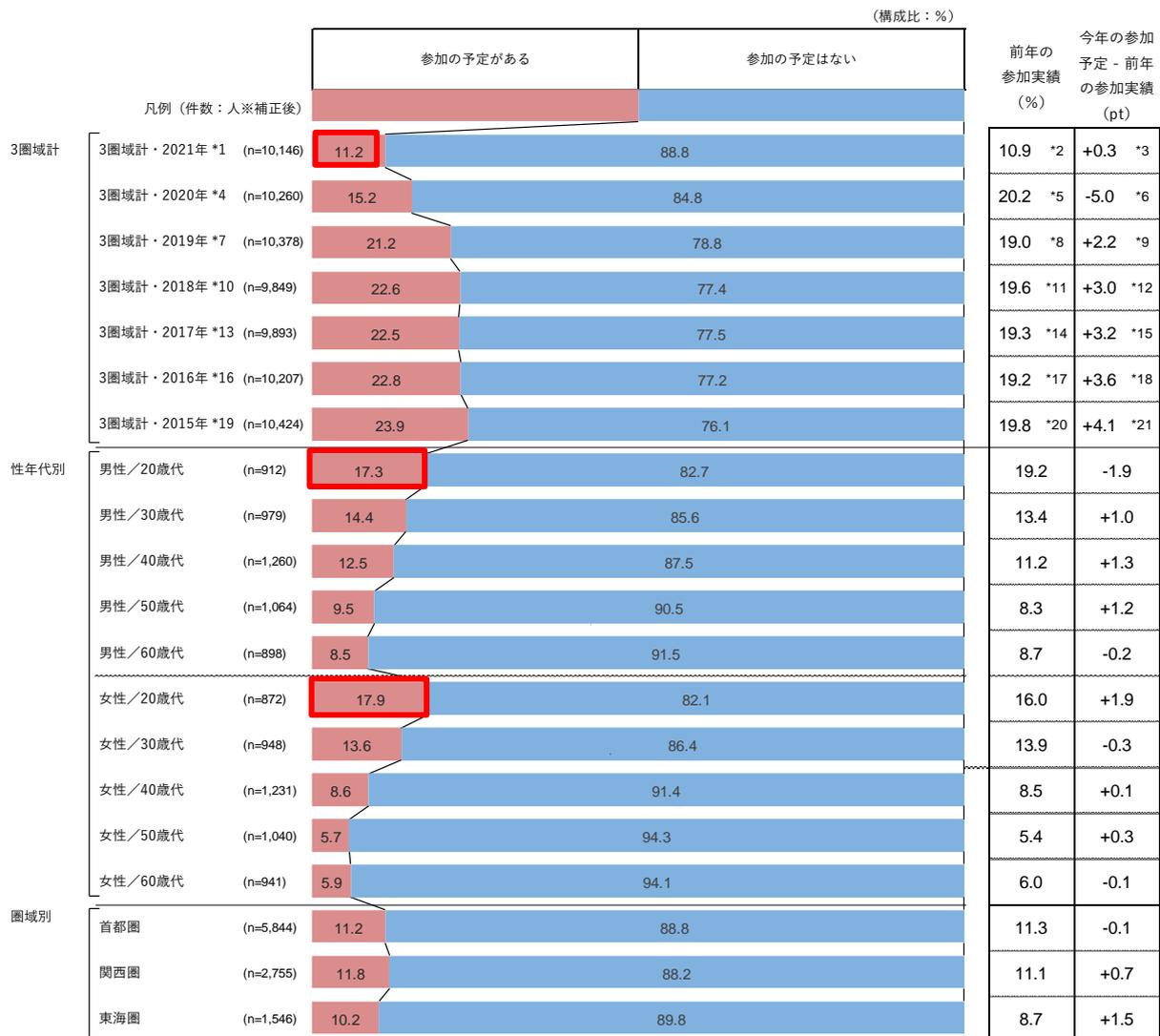


2021年 10月 13日

1. 2021年「ハロウィーン」行事参加予定者は11.2%、前年に比べて4.0pt減

コロナ禍の影響で昨年は例年に比べると落ち着いた印象のあった「ハロウィーン」。2021年の行事参加予定については3圏域計で11.2%と、コロナ禍では初めてであった前年の参加予定15.2%からさらに4.0ポイント減少し、過去7年間の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17.9%、20代男性では17.3%が参加予定と回答している。前年の参加実績（2020年に調査）と今年の参加予定を比べると、今年の参加予定割合が前年の参加実績（10.9%）を上回っており、今年実際に「ハロウィーン」行事に参加する人は、前年比で増加する可能性もありそうだ。

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 2021年調査で聴取。2021年の「参加したい」割合を示す。
 *2 2021年調査で聴取。2020年の参加実績を示す。
 *3 2021年調査で聴取。「2021年の『参加したい』割合」-「2020年の参加実績」で算出。
 *4 2020年調査で聴取。2020年の「参加したい」割合を示す。
 *5 2020年調査で聴取。2019年の参加実績を示す。
 *6 2020年調査で聴取。「2020年の『参加したい』割合」-「2019年の参加実績」で算出。
 *7 2019年調査で聴取。2019年の「参加したい」割合を示す。
 *8 2019年調査で聴取。2018年の参加実績を示す。
 *9 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。
 *10 2018年調査で聴取。2018年の「参加したい」割合を示す。
 *11 2018年調査で聴取。2017年の参加実績を示す。
 *12 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。
 *13 2017年調査で聴取。2017年の「参加したい」割合を示す。
 *14 2017年調査で聴取。2016年の参加実績を示す。
 *15 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。
 *16 2016年調査で聴取。2016年の「参加したい」割合を示す。
 *17 2016年調査で聴取。2015年の参加実績を示す。
 *18 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。
 *19 2015年調査で聴取。2015年の「参加したい」割合を示す。
 *20 2015年調査で聴取。2014年の参加実績を示す。
 *21 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

2021年 10月 13日

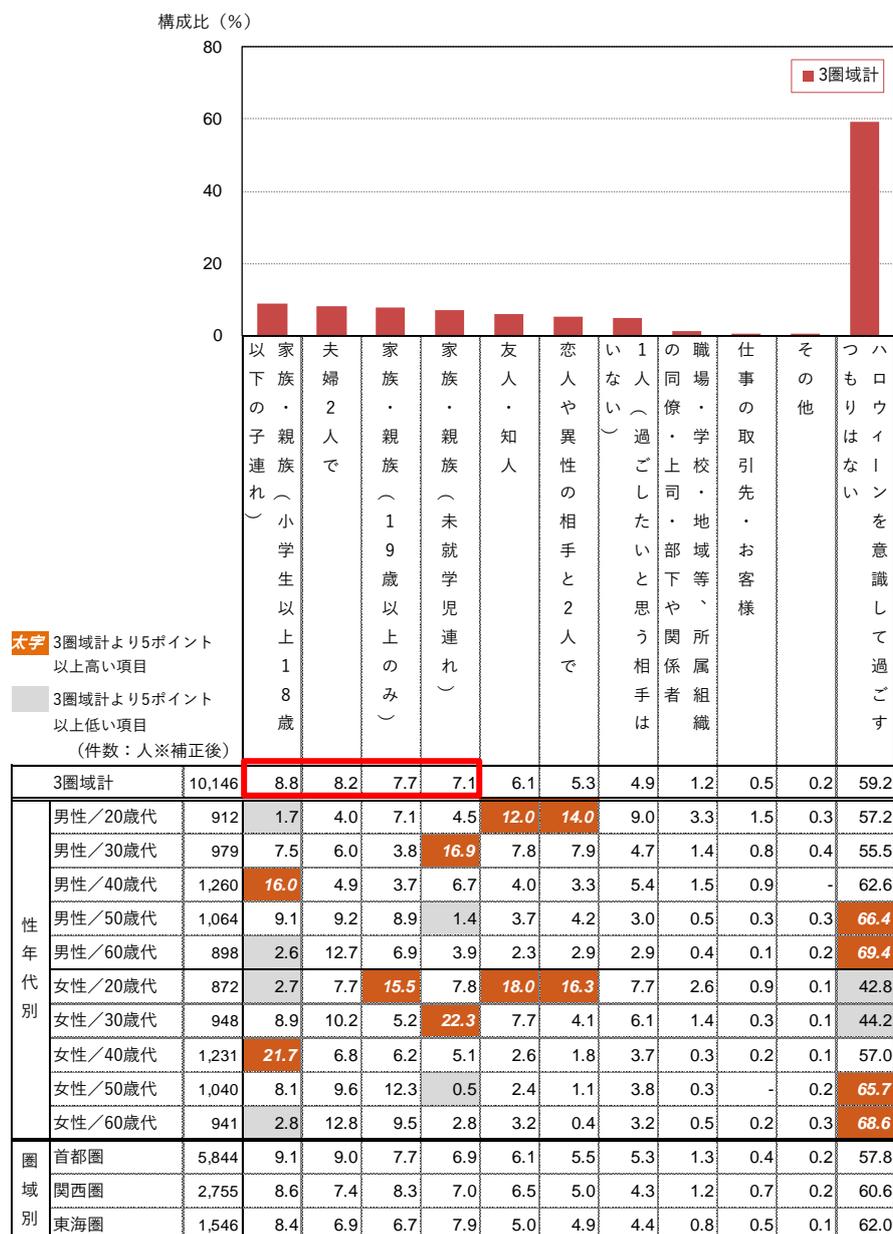
れかのパーティー、イベントに「参加したい」と回答した人を集計

※「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」ともに「参加の予定はない」と回答した人を集計

2. 2021年の「ハロウィーン」を一緒に過ごしたい相手は「家族・親族」が中心

2021年の「ハロウィーン」を誰と過ごしたいか聞いた。「ハロウィーンを意識して過ごすつもりはない」以外は僅差で、1位は「家族・親族（小学生以上18歳以下の子連れ）」で8.8%、2位は「夫婦2人で」で8.2%、3位は「家族・親族（19歳以上のみ）」で7.7%であった。4位の「家族・親族（未就学児連れ）」の7.1%を合わせると、「家族・親族」で過ごすスタイルが中心の「ハロウィーン」になりそうだ。

今年のハロウィーンは誰と過ごしたいか（全体／複数回答）



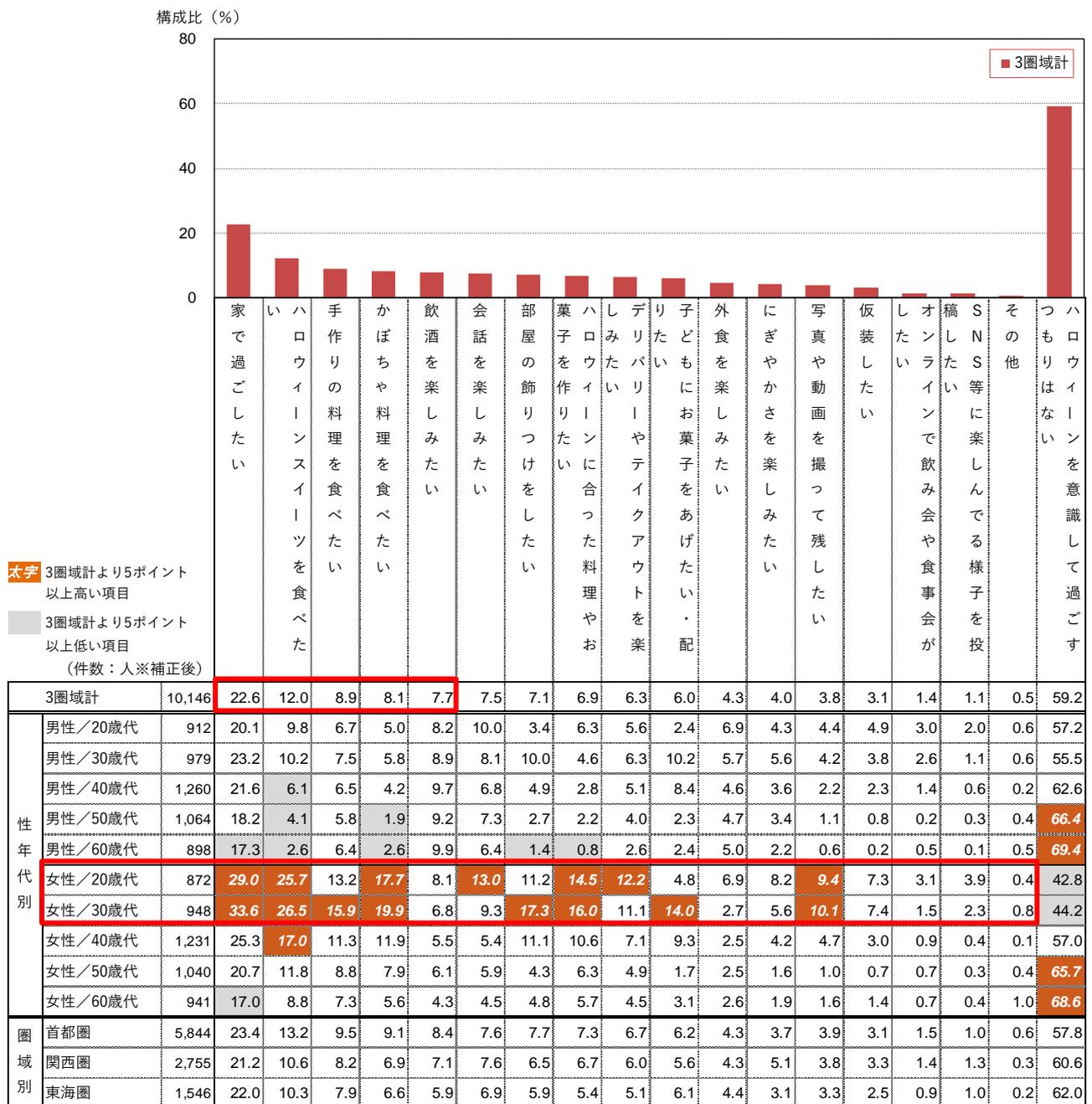
※3圏域計の多い順にソート

2021年 10月 13日

3. 2021年の「ハロウィーン」、過ごし方の希望は「家で」「スイーツ」「料理」等

2021年の「ハロウィーン」の過ごし方の希望を聞いた。「ハロウィーンを意識して過ごすつもりはない」以外でのトップ5は、1位が「家で過ごしたい」で22.6%、2位が「ハロウィーンスイーツを食べたい」で12.0%、3位が「手作りの料理を食べたい」で8.9%、4位が「かぼちゃ料理を食べたい」で8.1%、5位が「飲酒を楽しみたい」で7.7%。特に20・30代女性では様々な過ごし方への希望があるようだが、総じて「家で過ごしたい」が多いことから、市中の人流への影響は限定的であると考えられる。

今年のハロウィーンはどのように過ごしたいか（全体／複数回答）



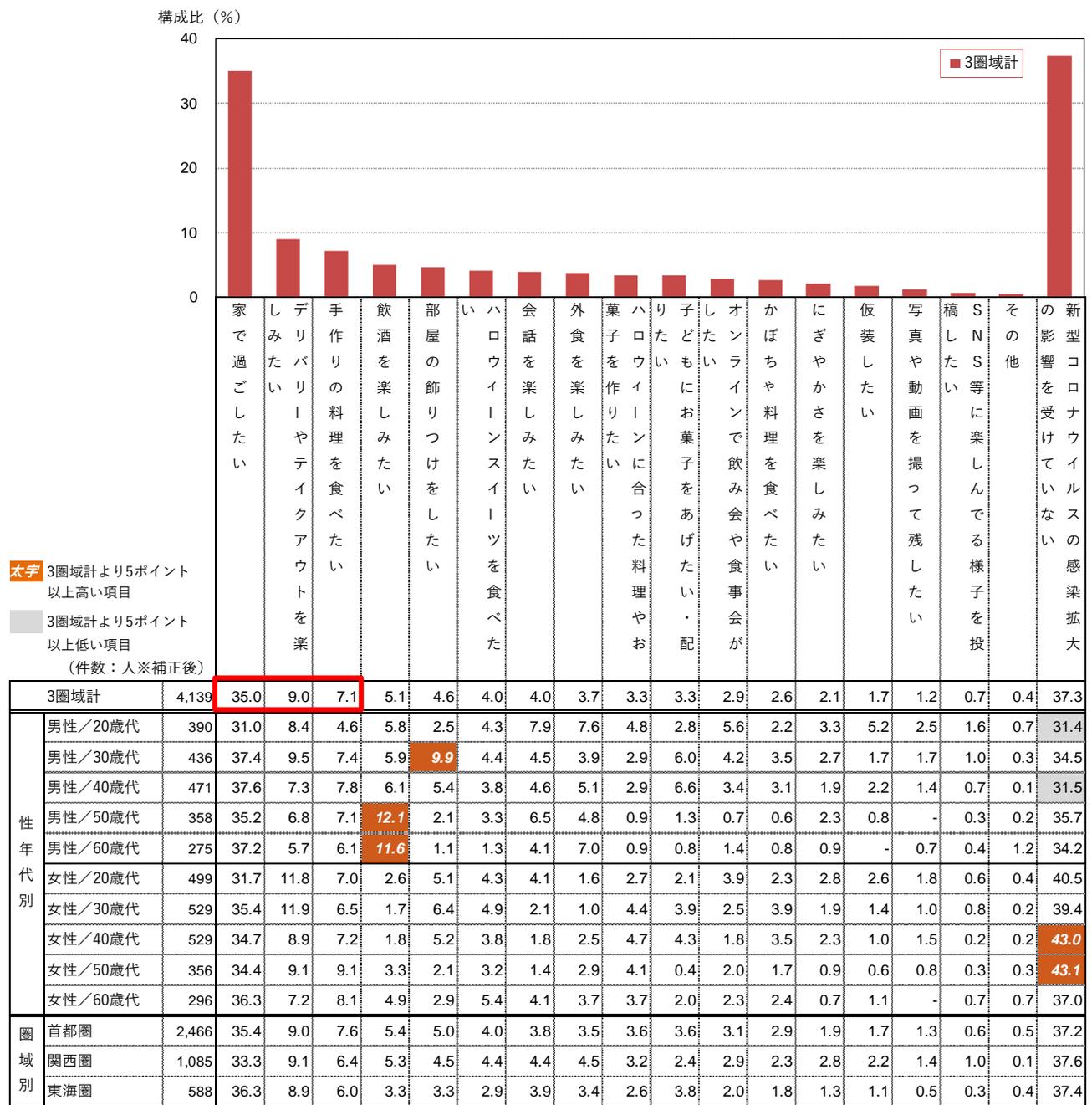
※3圏域計の多い順にソート

2021年 10月 13日

4. コロナ禍での「ハロウィーン」、「家で」「デリバリー・テイクアウト」「手作り料理」等

前ページで希望する「ハロウィーン」の過ごし方があった人（4,139人）に、新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受けて選んだものを聞いた。「新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受けていない」以外でのトップ3は、1位が「家で過ごしたい」で35.0%、2位が「デリバリーやテイクアウトを楽しみたい」で9.0%、3位が「手作りの料理を食べたい」で7.1%。特に「家で過ごしたい」は突出しており、コロナ禍の影響で前年に続き「ハロウィーン」での外出自粛の傾向が見られる。

新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受けて選んだもの（「今年ハロウィーンは、どのように過ごしたいか」のいずれかの回答者／複数回答）



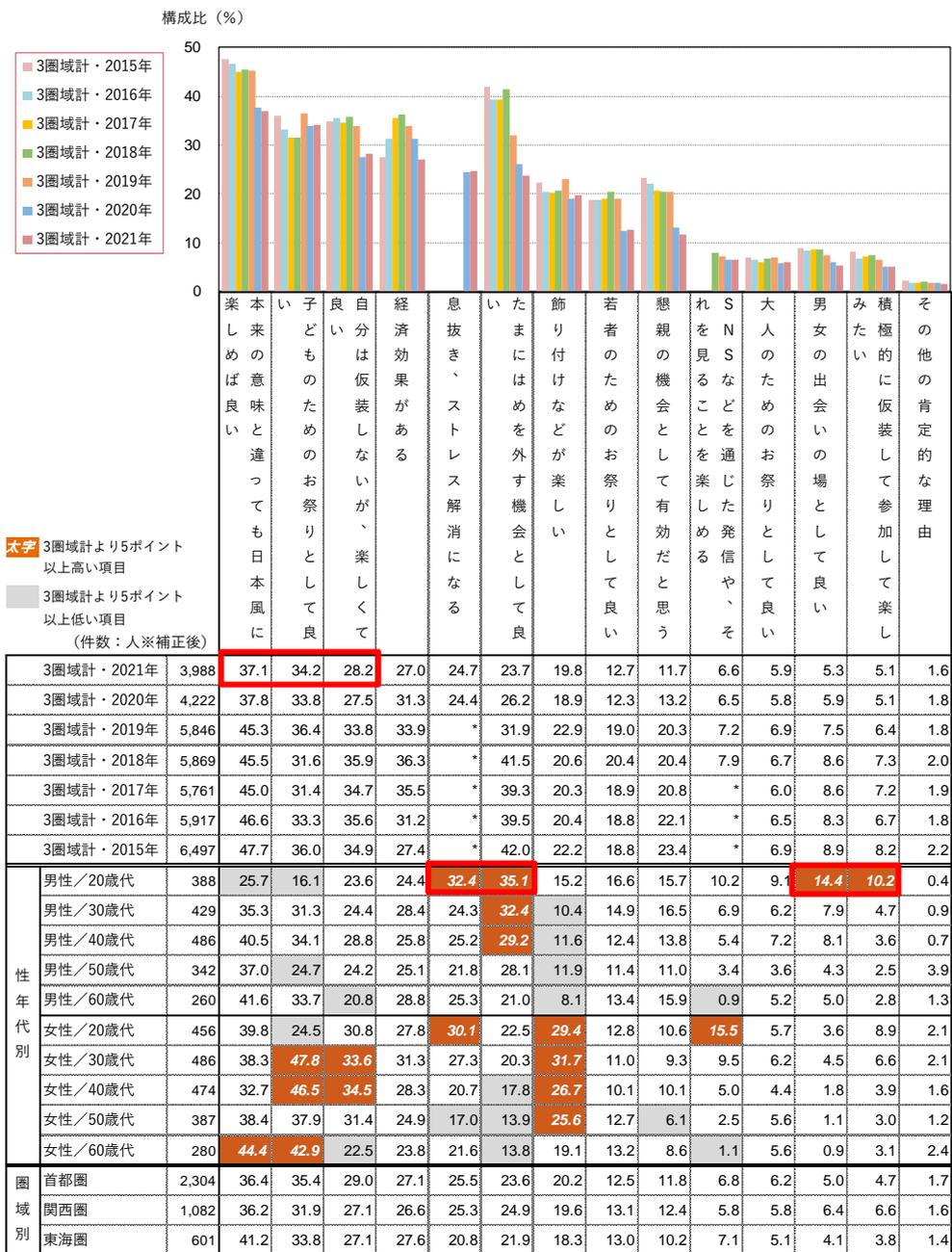
※3圏域計の多い順にソート

2021年 10月 13日

5. 「ハロウィーン」に肯定的な理由、「経済効果」はトップ3圏外に後退

「ハロウィーン」に肯定的な人が答えたその理由は、1位が「本来の意味と違って日本風によい」で37.1%、2位が「子どものためのお祭りとしてよい」で34.2%、3位が「自分は仮装しないが、楽しくてよい」で28.2%。昨年3位であった「経済効果がある」は4位に後退した。性年代別では、20・30代男性で「息抜き、ストレス解消になる」「たまにはめを外す機会としてよい」「男女の出会いの場としてよい」「積極的に仮装して参加して楽しみたい」等の回答割合が高く、世代差や男女差が大きい結果となっている。

「ハロウィーンについての考え」肯定的な理由（肯定的な理由のいずれかに回答した人／複数回答）



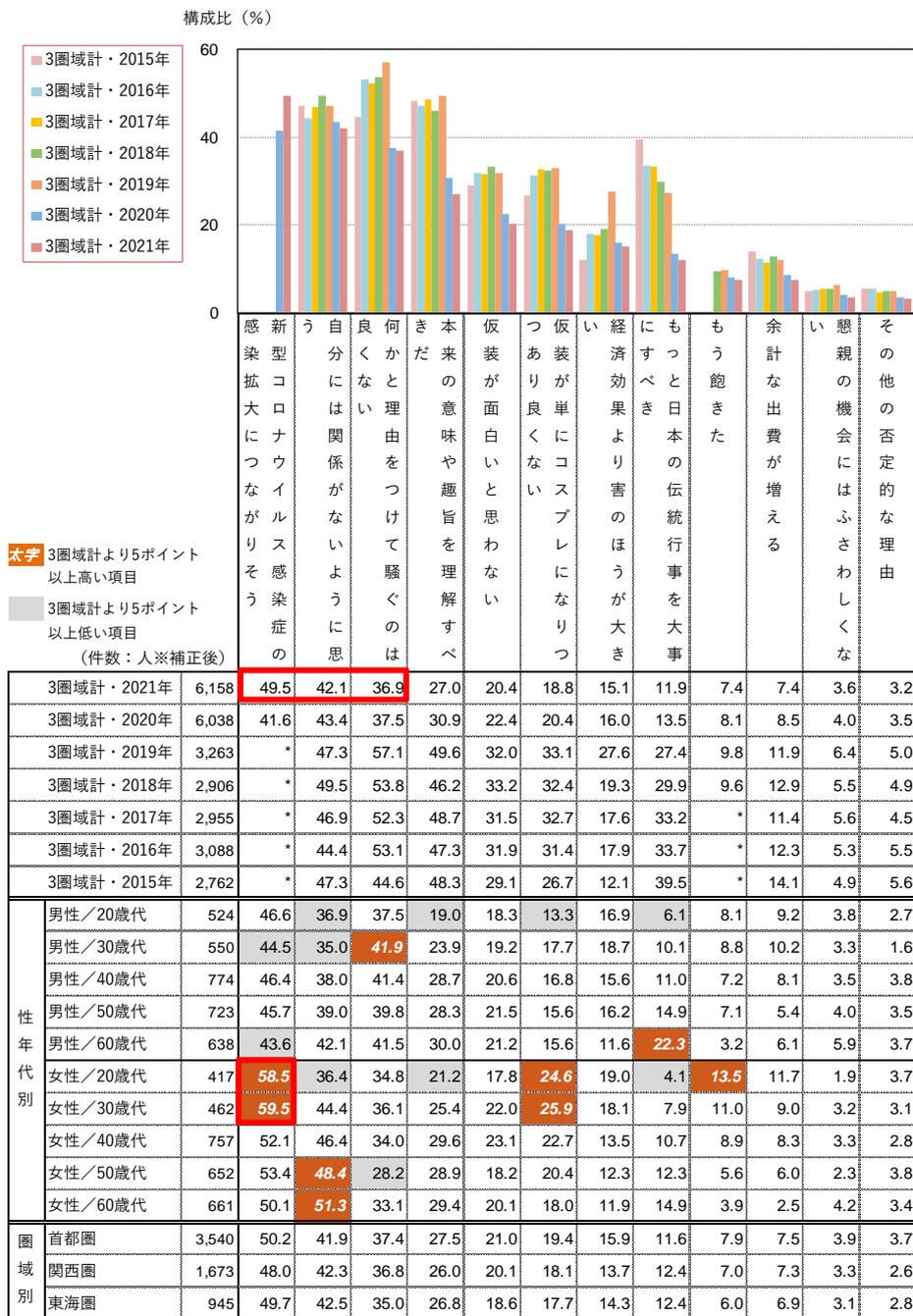
※2020年以降は設問構成を変更しているため、経年比較は注意が必要

2021年 10月 13日

6. 「ハロウィーン」に否定的な理由、「感染拡大危惧」49.5%で前年より増加

「ハロウィーン」に否定的な人が答えたその理由は、1位が「新型コロナウイルス感染症の感染拡大につながりそう」で49.5%、2位が「自分には関係がないように思う」で42.1%と、前年から1・2位が逆転した。3位が「何かと理由をつけて騒ぐのは良くない」で36.9%。性年代別では、20・30代女性で「新型コロナウイルス感染症の感染拡大につながりそう」が高く、女性の若年層は「ハロウィーン」に参加予定と回答した人が多い（前出）一方で、新型コロナウイルスの感染拡大を懸念している人も多いようだ。

「ハロウィーンについての考え」 否定的な理由（否定的な理由のいずれかに回答した人／複数回答）



※2020年以降は設問構成を変更しているため、経年比較は注意が必要

2021年 10月 13日

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人一人のライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、4万6,000人以上の従業員とともに、60を超える国・地域で事業を展開しています。2020年度の売上収益は2兆2,693億円、海外売上比率は約45%になります。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人一人が輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/>

リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>