

「ハロウィン」予算 6,565 円で昨年の 1.2 倍 ハロウィンに予定ある人は 3 割。女性 15-19 歳は 7 割予定あり 繁華街では「安全」重視

株式会社インテージ（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：檜垣 歩、以下インテージ）は、全国の 15 歳から 79 歳の男女（5,000 人）を対象に実施した「ハロウィンに関する調査結果」を公開します。

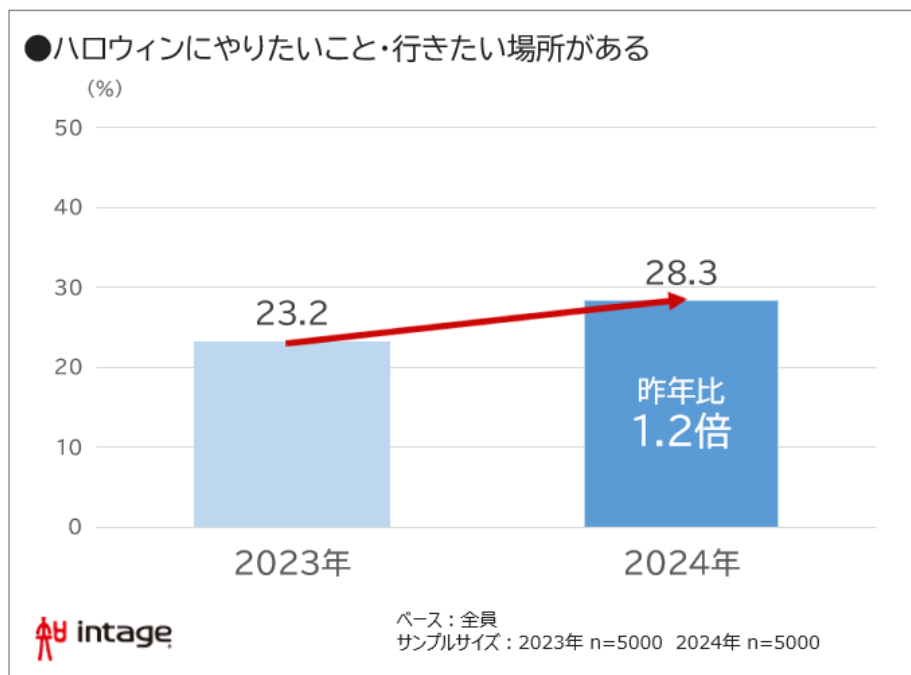
[ポイント]

- ・ハロウィンの予定がある人は約 3 割で昨年の 1.2 倍。女性 15-19 歳は 7 割に達し、男性 20~30 代も増加
- ・予算は昨年の 1.2 倍。コロナ前を上回る
- ・予算増の要因は『物価高』、「料理」「ハロウィン限定商品を買う」をはじめとする『身近な楽しみ方の広がり』と増額
- ・20 代男性では「イベントに参加」「テーマパークへ行く」「お菓子を配る」などの予定が増加
- ・繁華街に繰り出す予定がある人は「安全か」を最重視（52%）。その他の『安全・安心・モラル』面も一定重視

新型コロナウイルス（以下、コロナ）5 類指定後 2 度目となる今年のハロウィン。昨年はポストコロナ初で予算が大きく増加しましたが、今年のハロウィンはどうなるのでしょうか。

はじめに、今年のハロウィンの予定について聴取しました。「やりたいこと・行きたい場所（以下、予定）がある」と回答した人は全体の 28%で、昨年（23%）の 1.2 倍となりました（図表 1）。

図表 1



性・年代別に見ると、女性 15-19 歳は昨年より 19 ポイント増加し 70%に達し、男性 20-29 歳、男性 30-39 歳でも増加しています（図表 2）。

図表 2

●ハロウィンにやりたいこと・行きたい場所がある(性・年代別)

	(%)		(ポイント)
	2023年予定あり	2024年予定あり	2024年-2023年
TOTAL	23.2	28.3	5.1
男性15-19歳	33.6	39.0	5.4
男性20-29歳	22.2	37.6	15.4
男性30-39歳	23.3	32.2	8.9
男性40-49歳	20.5	25.0	4.5
男性50-59歳	10.1	16.3	6.2
男性60-69歳	10.2	12.5	2.3
男性70-79歳	8.5	9.4	0.9
女性15-19歳	50.7	70.0	19.3
女性20-29歳	45.8	54.5	8.7
女性30-39歳	48.2	45.8	-2.4
女性40-49歳	29.7	38.8	9.1
女性50-59歳	21.7	25.8	4.1
女性60-69歳	19.3	18.2	-1.1
女性70-79歳	16.6	18.1	1.5

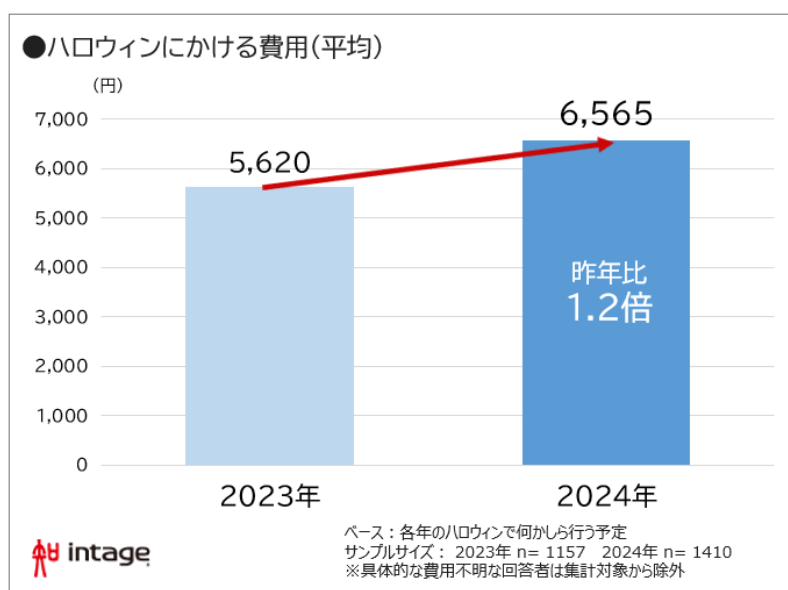
ベース：全員
サンプルサイズ：

	男性								女性							
	TOTAL	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	
2023年	5000	146	320	348	440	466	374	388	142	308	334	434	460	388	452	
2024年	5000	146	322	348	432	478	376	382	140	312	332	418	476	390	448	

intage

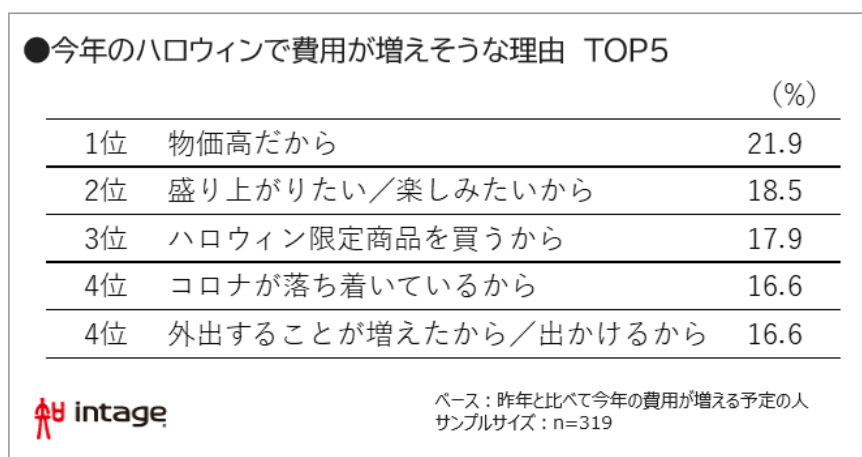
今年のハロウィンに「何かしら行う予定」と回答した人を対象に、かける費用について聞いたところ、今年は平均 6,565 円で、昨年の 5,620 円と比べて約 1.2 倍となりました（図表 3）。2023 年に実施した同調査で、コロナ前（2019 年）のハロウィンにかけた費用を聴取したところ、5,980 円でした。よって今年はコロナ前の水準を上回ったと言えます。どの層（性・年代）が今年の費用を押し上げたのかを見ると、昨年に比べて最も増加しているのは、女性 40-49 歳（昨年 3,917 円→今年 7,146 円）でした。

図表 3



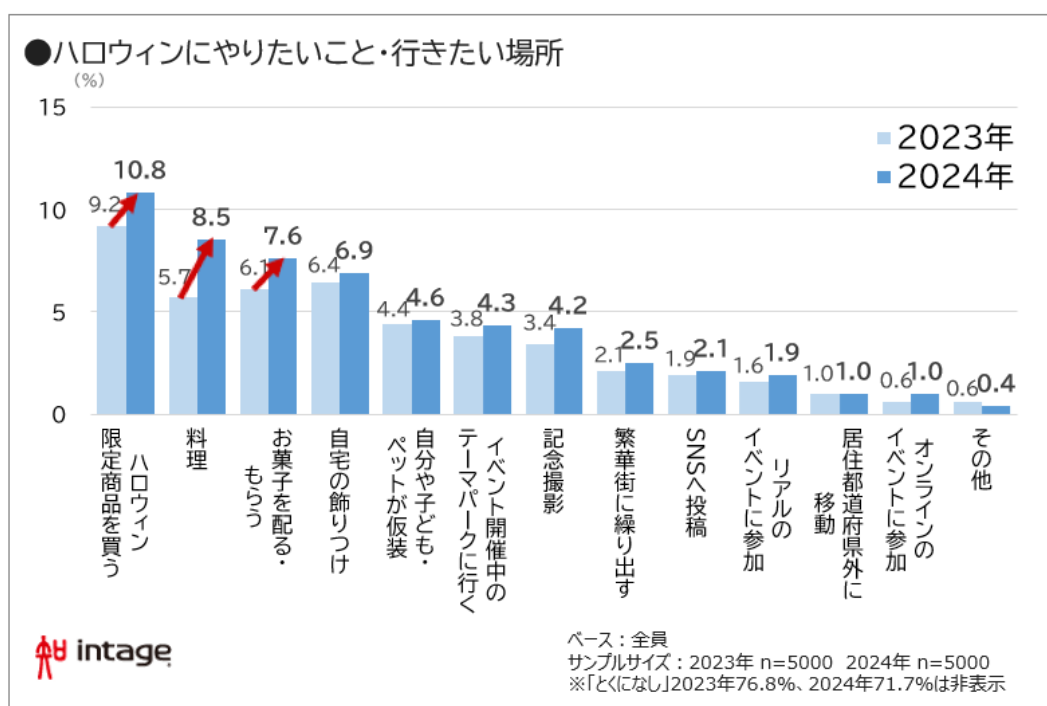
費用が昨年に比べて「増える」と回答した人に、その理由を複数回答で聴取しました。最も多かったのは「物価高だから」で22%。次いで、「盛り上がりたい／楽しみたいから」（19%）、「ハロウィン限定商品を買うから」（18%）、「コロナが落ち着いているから」（17%）、「外出することが増えたから／出かけるから」（17%）が続きました（図表4）。

図表4



次は、ハロウィンの具体的な予定から費用が増加した要因について見ていきます。今年のハロウィンでやりたいこと・行きたい場所について、全員に複数回答で聴取しました。最も多かったのは、昨年同様「ハロウィン限定商品を買う」で全体の11%。次いで「料理」（9%）が続きました。昨年と比べて「料理」（昨年+3ポイント）、「ハロウィン限定商品を買う」（昨年+2ポイント）、「お菓子を配る・もらう」（昨年+2ポイント）などが増えています。「ハロウィン限定商品を買う」は、昨年に比べて費用が増加した女性40-49歳でも増えていました。近年お菓子類に限らずハロウィンパッケージの商品も増えており、費用増に影響していると思われます。ちなみに、「やりたいこと、行きたい場所がある」人が増えていた男性20-29歳（図表2）では、「イベント開催中のテーマパークに行く」「イベントに参加（リアル／オンライン）」「お菓子を配る・もらう」が増えており、外出したい、集まりたいという気持ちが伺えます（図表5）。

図表5

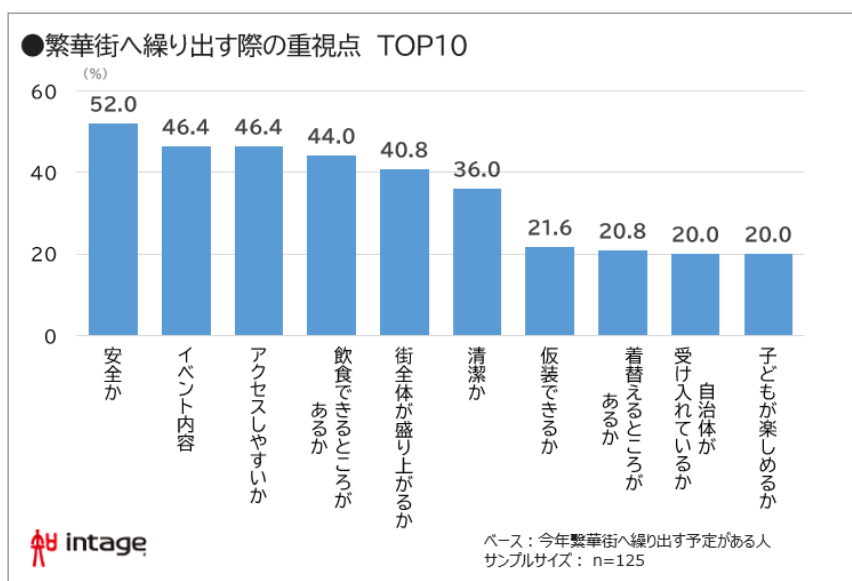


また、ハロウィンという「仮装」というイメージがありますが、今回は予定として5位で、全体の5%程度となっていました。ただ、「自分や子ども・ペットが仮装・メイクをする」を未就学児の子ども・孫と同居している人に注目して見ると、33%が“これまでに子どもを仮装させたことがある”と回答しており、“今後仮装させたい”は、44%でした。

最後に、昨年「渋谷に来ないでほしい」と呼びかけがあり、今年は渋谷区と新宿区合同で対策が行われることになりました※1が、今年繁華街へ繰り出す予定の人はどのように考えているのでしょうか。重視点を聞きました。最も重視するのは「安全か」で52%。「自治体が受け入れているか」は9位で20%で、一都三県の人に絞っても同様に20%でした。「イベント内容」「飲食できるところがあるか」「街全体が盛り上がるか」「仮装できるか」といった『楽しみ』に関する点は多くの人で重視されている一方で、「安全か」「清潔か」「着替えるところがあるか」「自治体が受け入れているか」といった『安全・安心・モラル』面も一定重視されています（図表6）。

※1 2024年10月7日発表。本調査はそれ以前の9月27日～10月1日に実施

図表6



使用したデータ

【インテージのネットリサーチによる自主調査データ】 <https://www.intage.co.jp/service/research/net/>

調査地域：日本全国

対象者条件：15～79歳の男女

標本抽出方法：弊社「マイティモニター」より抽出しアンケート配信

標本サイズ：n=5000 ※国勢調査にもとづき性別・年代・地域を母集団構成に合わせて回収

調査実施時期：2024年9月27日（金）～10月1日（火）

【株式会社インテージ】 <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージは1960年に創業。インテージグループとしてアジア No.1*であるマーケティングリサーチ／インサイト事業に加えてマーケティングソリューション事業を展開し、9か国の海外拠点とともに国内外の企業・団体のマーケティング活動を総合的に支援しています。事業ビジョンとして“Create Consumer-centric Values”を掲げ、深い生活者理解とデータ活用的高度化による顧客企業支援を通じ、生活者の幸せの実現を目指しています。

*「ESOMAR's Global Top-50 Insights Companies 2024」に基づく（グループ連結売上高ベース）

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当：下河原（しもがわら）／森（もり）／依田（よた）

TEL：03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>