

「ハロウィーンを取り入れる」は前年より11%増加し48.3%に

72%がハロウィーンらしい料理やお菓子を食べる予定

「季節感」を生活に取り入れたい、子育て卒業の中高年層にも拡がり

ケルト人の土着の宗教行事が、キリスト教に取り込まれ、今では「Trick or Treat（お菓子くれな
いといたずらしちゃうぞ〜）」と、子どもが各家を訪れる行事として欧米で定着したハロウィーン。
日本でも紹介され続けてきましたが、ここ数年、都市部での仮装行列が話題になり、ついにブレイク
ポイントが訪れた感があります。

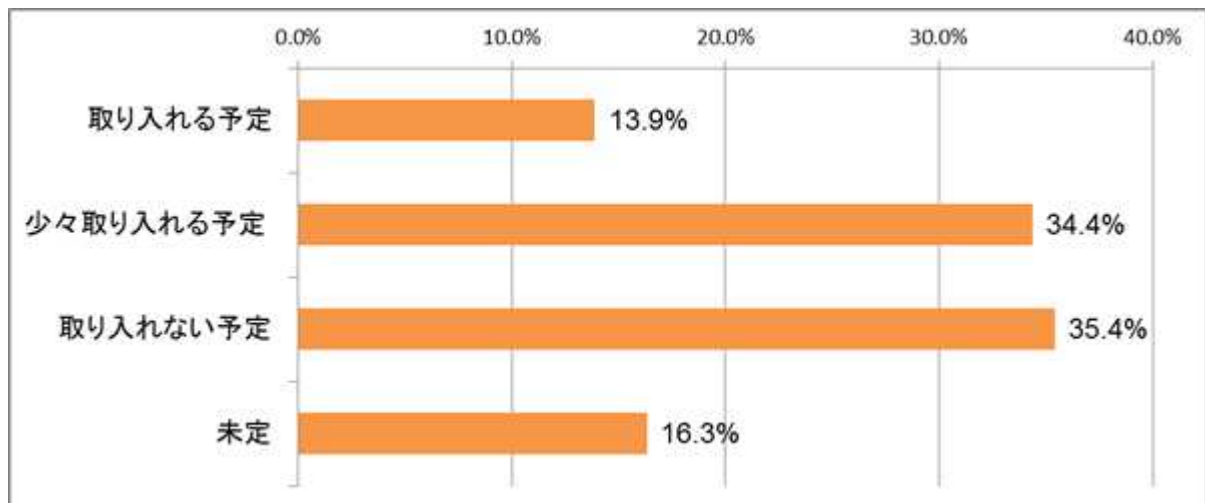
「オレンジページ暮らし予報」では昨年から、同居の子どもがいる家庭対象に「ハロウィーンにつ
いて」調査をスタート。今年の調査結果では、「ハロウィーンを取り入れる」は前年比11%増と、小
さい子どものいる家庭を中心に、“じわっ”とハロウィーンが浸透中であることが浮かびあがりまし
た。

また、同居の子どもが中学生以上、子育てが一段落した“大人中心の家庭”でも、薄れがちな「季
節感」を生活に取り入れる行事の一つとして取り入れたい、という声も寄せられました。

【ダイジェスト】

同居の子どものいる家庭では「ハロウィーンを取り入れる」は前年より11%増加し48.3%に
ハロウィーン気分は「食卓」から。72%がハロウィーンらしい料理やお菓子を食べる予定
子育て卒業世代には「季節感」がキーワード。生活のメリハリにハロウィーンも一役

Q この秋、ハロウィーンを暮らしに取り入れる予定はありますか？



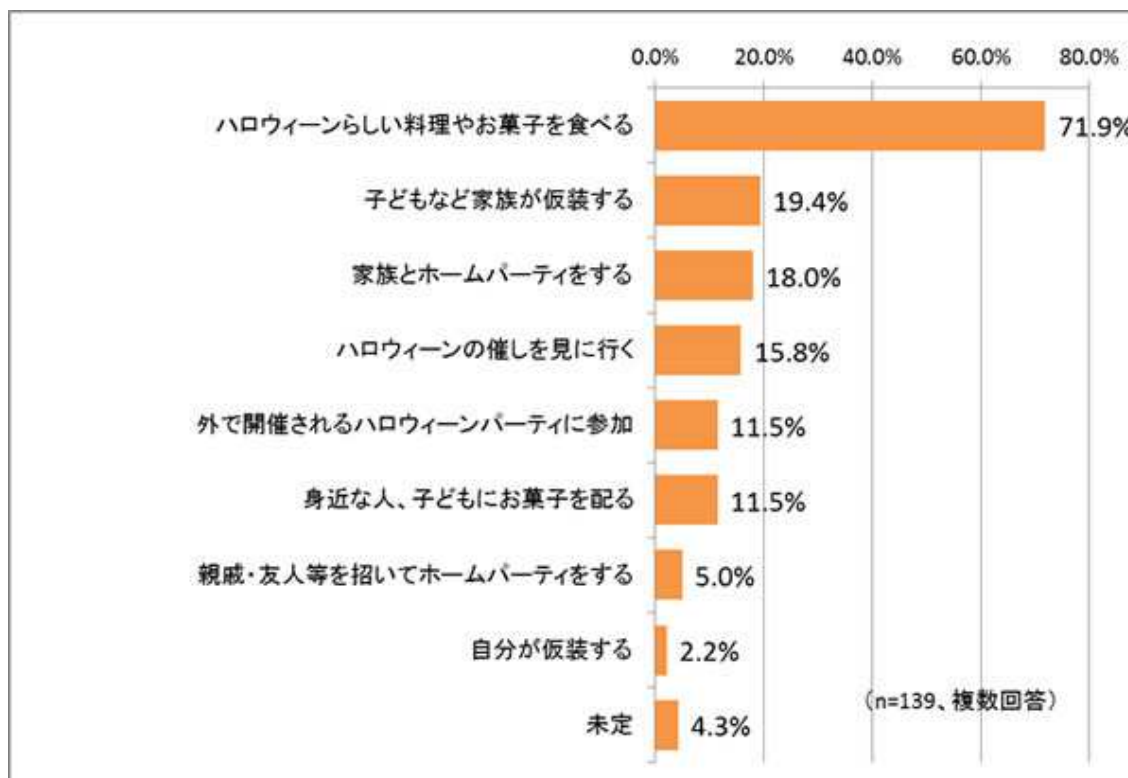
同居の子どものいる家庭では「ハロウィーンを取り入れる」は前年より 11%増加し、48.3%に

六本木や原宿、横浜での仮装パーティや行列が年々盛り上がりを見せる一方、小さな単位の地域ごとに子どもたちがお化けなどの仮装で各家庭を回るイベントが少しずつ根付いてきたよう。「おとなハロウィーン」と「こどもハロウィーン」という二つのベクトルで盛況を迎えようとしている日本のハロウィーン。キリスト教では11月1日の万聖節前夜に故人の霊が家に戻ってきたり、死霊がよみがえったり、悪霊を祓ったりという、日本のお盆や節分のような立ち位置の行事です。

昨年の調査では「ハロウィーンを取り入れる予定」という人は同居の子どもがいる家庭全体の37.1%でしたが、今年の調査では48.3%。未だ半数には届かないまでも前年比約11%増という結果になりました。昨年、テレビなどのマスコミ報道が多かったことや、ハロウィーンの行事がツイッターやフェイスブックなどのSNSで拡散され、「うちも来年は何かやろうかな」と、「踊らにゃ損」的な日本人のメンタルを刺激したのではないのでしょうか。

中高年層からは「孫が大きくなったら考えてみてもいいかと思っている」(50代・主婦)、「マンションの子どもたちがお菓子をもらいに来るので、そのために少しずつあめなどを集めています」(60代・主婦)と、「喜んでくれる相手がいる」状況次第で、ハロウィーンのアクションに加わる可能性が見え隠れします。

Qこの秋のハロウィーンはどのように過ごす予定ですか？

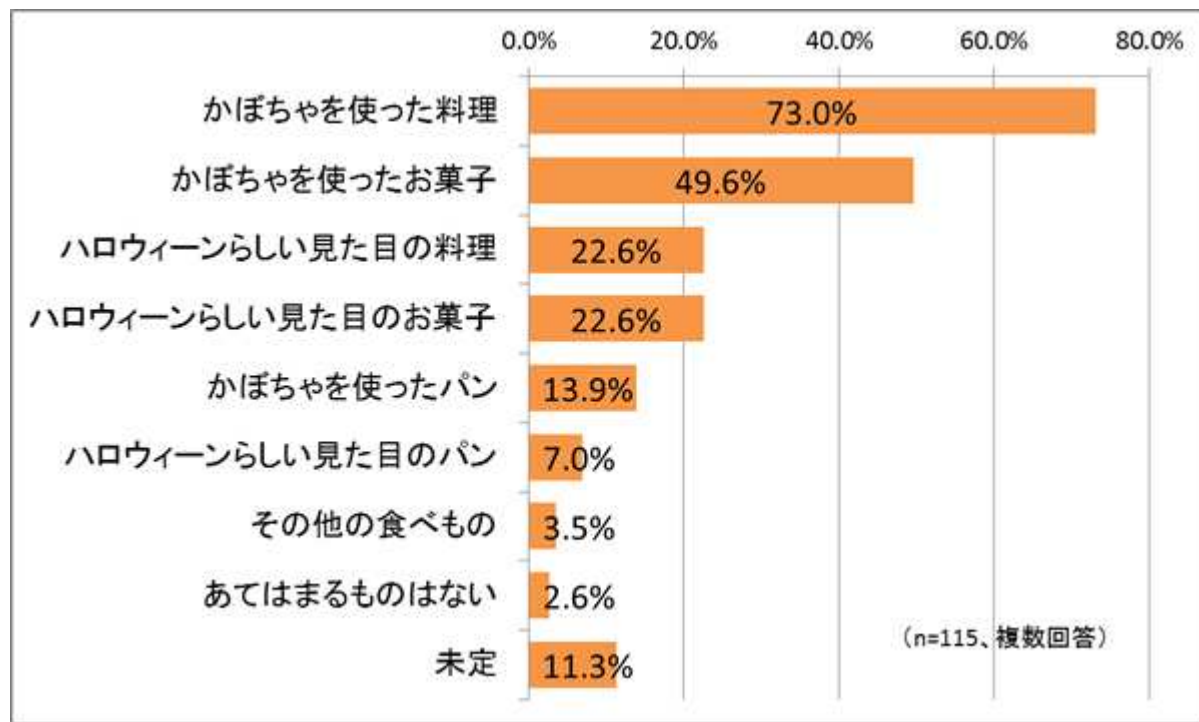


ハロウィーン気分は「食卓」から。72%がハロウィーンらしい料理やお菓子を食べる予定

ハロウィーンの過ごし方を聞くと、1位は「ハロウィーンらしい料理やお菓子を食べる」71.9%。2

位「子どもなど家族が仮装」19.4%、3位「家族とホームパーティをする」18%を大きく引き離し、圧倒的な結果。ハロウィーン気分を気軽に取り入れるポイントが「食卓」にあることが伺えます。

Q. どのようなハロウィーンらしい料理やお菓子を作りますか



さらに、どのような“ハロウィーンらしい料理やお菓子”を作るのかという問いには、1位「かぼちゃを使った料理」73.0%、2位「かぼちゃを使ったお菓子」49.6%と「ハロウィーン=かぼちゃ」と認知されていることが伺えます。「かぼちゃ型のメロンパン、かぼちゃ型にくり抜いたパイ生地をのせたパンプキンパイ、パンプキンスープに緑の皮を刻んで散らしたり、子どものお弁当で海苔をかぼちゃやBOOのお化けに切り抜く」(50代・主婦)など自由回答の声から、かぼちゃとハロウィーンを象徴するさまざまなアイコンを掛け合わせて、無限に変容させている実態が見えます。また、「去年はスモークサーモンを使用したジャック・オー・ランタンの飾り寿司を作りました」(40代・主婦)と、日本人が大好きなお寿司もハロウィーン版が登場しています。

古来、他国の宗教も文化も「流行」として取り入れ、自国の文化とうまくなじませていった日本人ですが、ハロウィーンもそのような経緯をたどるのでしょうか？

子育て卒業世代には「季節感」がキーワード。生活のメリハリにハロウィーンも一役

ハロウィーンを取り入れたきっかけを聞くと「子どもが小さいころに船上ハロウィーンパーティに参加。それ以来、毎月飾りつけたり、かぼちゃ料理を食べたりしている」(50代・フルタイム)と、「仮装をしたり、クリスマスのように飾りつけをしたり、子どもとともに楽しめる」(50代・主婦)など、多く見られるのは子どもの行事に参加して以来、毎年行うようになったというパターン。

一方、子育て卒業世代にもハロウィーンが入り込む隙間が感じられる声もチラホラ。「季節が感じられて、生活にメリハリがつく」(50代・パート)、「家庭での季節の行事の一部になっている

から」(40代・パート)、「季節のイベントを感じて生活していきたい、飾り付け用品などを雑貨屋さんで探す楽しみがある」(40代・パート)など、“子どもが喜ぶから”という理由以外でも、ハロウィーンをきっかけに秋の季節感が取り入れられそうと期待していることが伺えます。

旬を楽しみたい、大事にしたいという日本人気質からみて、「季節感」がハロウィーンの定着のポイント。今後必要なのはこの行事の起源や意味をもう少し知らしめること。日本人が持つ他国文化の柔軟な受け入れ態勢を下地に、行事の起源や意味が浸透すれば、もっとしっかりと生活に取り入れたい季節の催事になるのではないのでしょうか。

アンケート概要

●調査対象：オレンジページくらし予報モニター会員・配偶者と子どもがいる女性

(有効回答数) 288人

●調査方法：インターネット調査 ●調査期間：2015年7月29日～8月2日

●「オレンジページくらし予報」について

オレンジページくらし予報とは、オレンジページ社のモニターのなかでもアクティブな会員1万人の声を集めたリサーチ・コミュニティです。当社のモニターには、〈一般女性よりも「食意識」「生活全般に対する意識」が高い〉という特徴があります。くらし予報では、20代後半から50代の生活者が感じていることを引き出します。食意識を軸に対象者を6つのタイプに分類し、調査、比較検討することも可能です。WEB上でのアンケート調査、キッチンスタジオ「オレンジページサロン」を利用した座談会など、ご相談に応じて展開いたします。

●『オレンジページ』について

失敗なくおいしく作れるレシピ情報が支持され、今年創刊30周年を迎えた生活情報誌。30代～40代の主婦を中心に幅広い読者層を誇ります。発行部数＝348,980部(2014年印刷証明書付発行部数)。

この資料に関するお問い合わせ

株式会社オレンジページ

コトデザイン部 くらし予報担当

kurashi@orangepage.co.jp Tel. 03-3436-8418

<http://www.kurashi.orangepage.jp/>

取材お申し込み

株式会社オレンジページ 広報室 遠藤

press@orangepage.co.jp Tel. 03-3436-8421