ハロウィン食品の実購買率は 12.8%
20〜40 代では約 2 割、全国 2,000 人調査

商品選びでは「ハロウィンらしい見た目・デザイン」が味・価格を上回る

株式会社丸信

株式会社丸信が運営する食品業界向け Web メディア「ショクビズ」は、全国の 18 歳以上 2,000 人を対象に、2026 年のハロウィンにおける食品・お菓子・飲料の購買実態を調査しました。

ショクビズでは、季節イベント前の「購入意向」だけでなく、イベント終了後に「実際に購入したか」「何を買ったか」「いくら使ったか」「どこで購入したか」などについて継続的に調査しています。

今回の調査では、ハロウィンに食品・お菓子・飲料を購入した人は 12.8%でした。

また、購入者の商品選びでは「ハロウィンらしい見た目・デザイン」30.3%が最も多く、「味・品質の良さ」21.2%、「価格の手頃さ・お得感」18.8%を上回りました。

調査結果の詳細
https://shokubiz.com/11089/

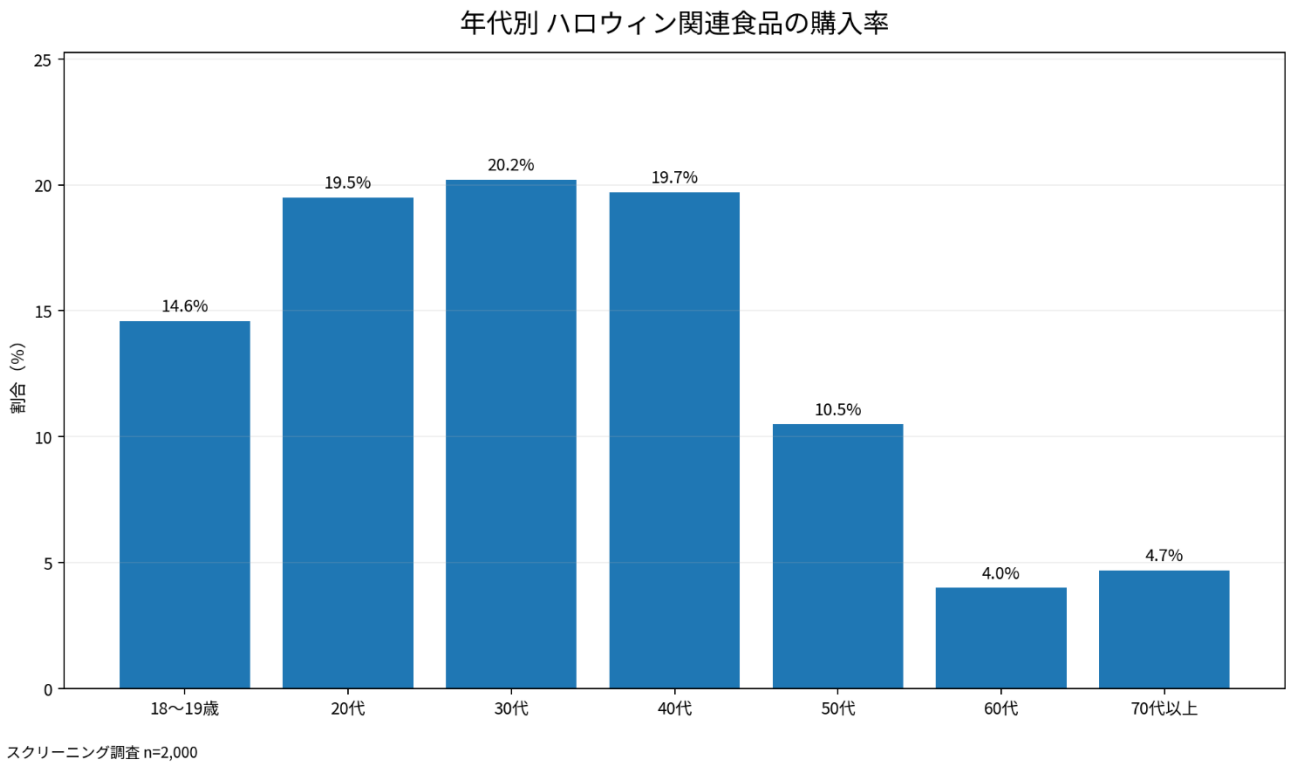
ハロウィン食品の実購買率は 12.8%

全国 2,000 人を対象としたスクリーニング調査では、ハロウィンに食品・お菓子・飲料を購入した人は 255 人、購入率は 12.8%でした。

年代別では、

20 代：19.5%
30 代：20.2%
40 代：19.7%

となり、20〜40 代では約 2 割が購入しています。
一方、50 代は 10.5%、60 代は 4.0%、70 代以上は 4.7%でした。



【画像：年代別購入率】

購入目的は「自分で楽しむため」が 47.9%で最多

本調査回答者 165 人に購入目的を聞いたところ、

- 自分で楽しむため：47.9%
- 家族と一緒に楽しむため：43.6%
- 子どもや孫のため：28.5%

となりました。

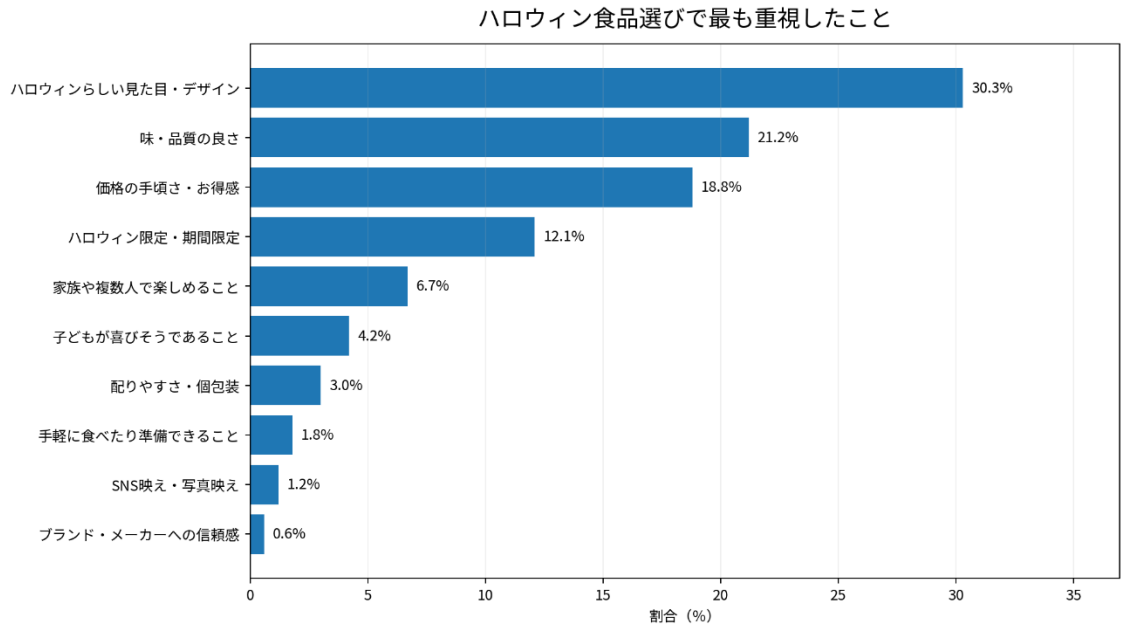
「子どもや孫のため」だけでなく、大人自身や家族でハロウィンを楽しむための食品需要があることがうかがえます。

商品選びは「ハロウィンらしい見た目・デザイン」が最多

商品選びで最も重視したことでは、

- ハロウィンらしい見た目・デザイン：30.3%
- 味・品質の良さ：21.2%
- 価格の手頃さ・お得感：18.8%
- ハロウィン限定・期間限定であること：12.1%

となりました。



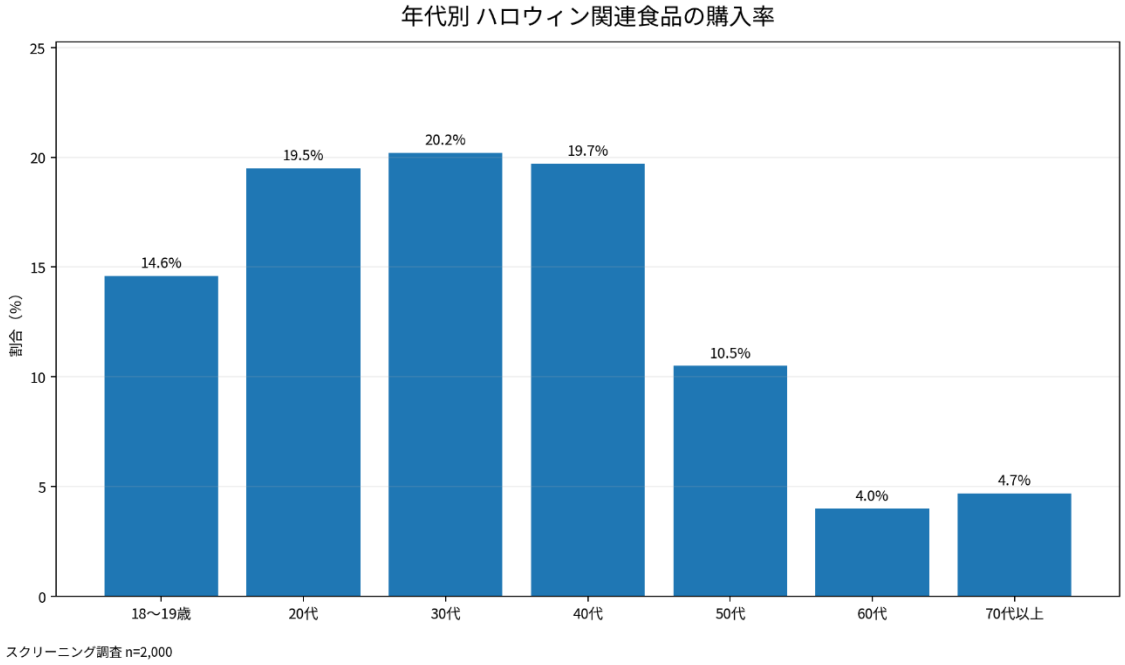
本調査 n=165／単一回答

【画像：商品選びで最も重視したこと】

特に 20 代では 40.0%、30 代では 38.7%が「ハロウィンらしい見た目・デザイン」を最も重視しています。

季節イベントの商品企画では、商品の中身だけでなく、パッケージ、色、モチーフ、売り場での見せ方などによって「イベントらしさ」を伝えることも、購買につながる要素の一つと考えられます。

購入金額は 3,000 円未満が 67.3%



購入金額では、

1,000 円未満：24.2%
1,000 円以上〜2,000 円未満：20.6%
2,000 円以上〜3,000 円未満：22.4%

となり、3,000 円未満の合計は 67.3%でした。

一方、3,000 円以上を支出した人も 32.7%となっています。

購入場所はスーパー・量販店が 62.4%

購入場所では、

スーパー・量販店：62.4%
百貨店・デパート：30.9%
菓子店・洋菓子店・食品専門店：29.7%
コンビニエンスストア：28.5%
総合 EC サイト：17.6%

となりました。

ハロウィン向け食品は、季節イベント商品でありながら、日常的な買い物の中で購入されるケースが多いことが分かります。

季節イベントの「実購買」を定点観測

ショクビズでは、食品事業者の商品企画やマーケティング、販促に活用できるデータの提供を目的に、季節イベントごとの食品購買について継続調査しています。

「購入予定」だけではなく、イベント終了後の「実際の購買結果」まで調査することで、

- 購入率
- 購入商品
- 購入金額
- 購入場所
- 商品選びの基準

などを継続的に把握していきます。

前回の「2026 年敬老の日 食品ギフト購買実態調査」では、次の季節イベントとなるハロウィンについて、食品・お菓子・飲料の購入予定も調査しました。

今回は、前回とは別の調査対象者を含む全国 2,000 人を対象に、ハロウィン終了後の実購買を調査しています。

前回調査
https://shokubiz.com/10898/

次回調査は「ブラックフライデー」

次回は、11 月のブラックフライデー終了後に、食品・飲料の実購買結果を調査・公開する予定です。

季節イベントごとの購買行動を継続して追い、食品事業者の商品企画や販促に役立つデータとして発信していきます。

調査概要

調査主体：ショクビズ編集部
調査方法：インターネットアンケート
対象：全国の 18 歳以上の男女
スクリーニング回答数：2,000 人
調査期間：2026 年 11 月 2 ～ 5 日
本調査対象：ハロウィンに食品・お菓子・飲料を購入した人
本調査回答数：165 人

※複数回答の設問では、回答割合の合計が 100%を超える場合があります。
※年代別など回答数の少ない区分については、傾向を把握するための参考値です。

株式会社丸信について

株式会社丸信は、シール・ラベル、パッケージ等の印刷・製造を中核事業とし、食品業界を中心に、包装資材やさまざまなサービスを提供するソリューション事業も展開しています。

また、食品業界向け Web メディア「ショクビズ」を運営し、商品開発やマーケティング、販促、食品表示、衛生管理など、食品ビジネスに役立つ情報を発信しています。

フードビジネスの課題解決ためのお役立ちメディア

ショクビズ!

https://shokubiz.com/

運営元

MARUSHIN

株式会社丸信

〒839-0813 福岡県久留米市山川市ノ上町 7-20

TEL　0942-43-6621（代）

https://www.maru-sin.co.jp/