NEWS LETTER

モロゾフ株式会社
２０２６年9月２８日

モロゾフのハロウィーンは 今年で５０周年

1976年にモロゾフ株式会社（神戸市東灘区）がハロウィーン商品を発売して以来、今年で50周年を迎えます。モロゾフはお菓子を通してその楽しさを伝え、イベントを通してその魅力を届け、情報発信を通して文化を紹介してまいりました。「ハロウィーン」という文化そのものを日本に根付かせるための、モロゾフの50年にわたる取り組みをご紹介します。

1976年発売
初代・ハロウィーン商品パッケージ



1976年　ハロウィーン商品発売

ハロウィーンの夜明け前、1970年代の日本。
当時、「ハロウィーン」という言葉や「トリック オア トリート※」という習慣を知る人はほとんどいませんでした。

そんな時代背景の中、モロゾフは1976年にいち早くハロウィーン向けの商品を発売し、日本のハロウィーン文化のとびらを開きました。

日本におけるハロウィーン文化の原点となった、モロゾフの初代ジャック オ ランターンは、今も大切に引き継がれています。

※「トリック オア トリート」はモロゾフの登録商標です。

1989年発売
モロゾフ機関紙「SWEET　LAND」より



文化を伝えるための広報活動

モロゾフは社内報や当時発行していた機関紙を通じて、「ハロウィーンとは何か？」「なぜ仮装するのか？」「ジャック オ ランターンの由来」などを解説し、日本人にハロウィーン文化を紹介し続けました。

また、1976年の発売以来、時代とともに進化してきたモロゾフのハロウィーン商品。ゴーストンや黒猫シリーズなど年代ごとのパッケージデザインは日本のハロウィーンデザインの歴史そのものと言えます。

モロゾフのジャック オ ランターンの変遷

「ジャック オ ランターン」はチョコレートやキャンディなどを容器に詰め合わせた、モロゾフのハロウィーンを代表する商品。
お召し上がり頂いた後はハロウィーン気分を盛り上げるインテリアや仮装グッズとしてもお楽しみいただけます。
1976年の発売以来、時代とともに進化してきたその変遷をご紹介します。


1976年～


2010年～2016年


2010年～2015年


2013年～2014年


2016年


2017年

「ハロウィーンを楽しむ文化」を広げた、モロゾフの挑戦

「ハロウィーン＝お菓子を楽しむ行事」として定着を目指したモロゾフは、体験型のイベントを次々と企画しました。

1976年　ハロウィーン商品発売

日本ではまだハロウィーンが知られていなかった時代にいち早くハロウィーン向けの商品を発売。時代ごとのパッケージは日本のハロウィーンデザインの歴史そのものといえます。



1987年　ディスコ仮装パーティー

当時の六本木のディスコ「AREA・CIPANGO」で開催。仮装して来店された方は入場無料、さらにモロゾフ特製のジャック オ ランターンをプレゼントする画期的なキャンペーンを実施しました。



1987年　仮装して街へ出かける文化を提案

当時まだ珍しかった「仮装をして街へ繰り出す」楽しさをいち早く提案。銀座や新宿の歩行者天国、表参道、百貨店の中までも練り歩き、人々がお菓子とともにハロウィーンの一夜を体感する、日本のハロウィーン文化の大きな原点となりました。



1988年　フォトコンテスト企画

当時発行していたモロゾフの機関紙「SWEET　LAND」などで家庭や仲間同士での「ハロウィーンパーティー写真」を公募。全国の読者から楽しい写真が寄せられ、家庭でのイベント定着を後押ししました。



1989年　ハロウィーン・エクスプレス

全国の子どもたちを招待し、車内をパーティー会場に見立てた特別列車を運行。新宿駅を出発し、車内をハロウィーン仕様に装飾し、ゲームやお菓子の詰め放題、仮装コンテストなどを開催しました。



1991年　船上ハロウィーンパーティー

非日常的な空間でお菓子と文化を楽しむ「船上ハロウィーンパーティー」を開催。海の上での優雅な仮装イベントとして、話題を呼びました。



2000年代後半「おばけかぼちゃ」の重量当てクイズを実施

店頭でもハロウィーンの雰囲気を体感し、お楽しみいただけるよう、通常のサイズよりもはるかに大きい「おばけかぼちゃ」の重さを当てる企画を実施しました。



2021年　Instagram　ARエフェクト配信
新しいハロウィーンの体験価値を提案

コロナ禍でも自宅で手軽にハロウィーン気分を楽しめるよう、Instagram限定のオリジナルARエフェクト（スマートフォンのカメラ映像に、3Dキャラや映像をリアルタイムで重ねる機能）を配布しました。



2026年　ハロウィーン展開50周年を記念し
新キャラクター「モンスター」が仲間入り

近年では仮装やSNSでも盛り上がりを見せ、ご自分用に商品を購入したり、ちょっとしたプレゼントとして贈ったりと日常生活にハロウィーンを取り入れて楽しむようにもなりました。



“ハロウィン”と“ハロウィーン”

日本では一般的に「ハロウィン」という呼称が定着していますが、モロゾフでは1976年の発売当初から一貫して「ハロウィーン」と表記しています。

その理由は、本場・欧米での発音と文化へのリスペクトにあります。「Halloween」は「All Hallow’s Eve（諸聖人の日の前夜）」が語源であり、英語の正しい発音に近いのは「ハロウィーン」です。

モロゾフは西洋の伝統的な文化として日本に正しく紹介したいという強い思いがあったため、より本場に近い「ハロウィーン」という呼称にこだわり続けてきました。
50年経った今でも、その姿勢は変わっていません。



機関紙「SWEETLAND 1980年 vol.3」

＊問い合わせ先＊
モロゾフ株式会社　人事総務部　広報担当　　岩崎・荻野
〒658-0033　兵庫県神戸市東灘区向洋町西五丁目3番地　　電話：078-822-5010