

**「歓送迎会」「花見」ともに参加回数は回復の予想
想定支出金額は「歓送迎会」3,998円/回（前年比+113円：2年連続増加）、
「花見」2,495円/回（前年比+202円：3年ぶり増加）の予想
「歓送迎会」と「花見」動向を調査（2023年2月調査）**

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、以下リクルート）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、2023年春の「歓送迎会」「花見」について、2023年2月上旬に消費者アンケートを実施しましたので、その結果をご報告いたします。

<要約>

POINT1 「歓送迎会」「花見」への参加回数は「増加する」が過去最高割合・・・P3-6

- ▶2023年春の「歓送迎会」への参加回数の見込みは、増加派（「昨年より大きく増えそう」＋「昨年よりやや増えそう」）が計17.9%で、2013年の調査開始以来最高の割合。
- ▶同「花見」への参加回数の見込みは、増加派（「昨年より大きく増えそう」＋「昨年よりやや増えそう」）が計16.3%で、2013年の調査開始以来最高の割合。
- ▶「歓送迎会」「花見」とも、20代男女の若年層を中心に、回復傾向であると考えられる。

【参考】

2022年の平均参加回数は「歓送迎会」が0.22回、「花見」が0.18回。

POINT2 平均予算は「歓送迎会」が3,998円（前年比+113円）で2年連続して増加予想、 「花見」は2,495円（前年比+202円）で3年ぶりの増加予想・・・P7-9

- ▶「歓送迎会」の1回1人あたり想定予算は「5,000円～6,000円未満」が最多（30.7%）、2番目に多い価格帯が「3,000円～4,000円未満」（25.7%）。1回1人あたりの想定支出金額平均は3,998円（前年比+113円）で、2年連続して増加予測。
- ▶「花見」の2023年の想定額は「0円」の回答が前年・一昨年と比べて大きく割合が減少し、1回1人あたりの想定支出金額平均は2,495円（前年比+202円）で、3年ぶりの前年比プラスの予想。

POINT3 「歓送迎会」は「会社・仕事関係」が前年比で大幅増加予想。 「歓送迎会」「花見」とも、すべての相手において前年比で増加の予想・・・P9-11

- ▶「歓送迎会」の相手は「会社・仕事関係」が最多で26.7%（前年比+8.6ポイント）。
- ▶「花見」の相手は「家族・親族関係」が最多で15.9%（前年比+3.2ポイント）。
- ▶「歓送迎会」「花見」とも、すべての相手において前年比で増加する予想。

本件に関する
お問い合わせ先

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

調査概要と回答者プロフィール

- ◎調査名 外食市場調査（2023年1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、昨年の歓送迎会およびお花見についての実績や、今年の予測や意向等を聴取。2013年～2022年（それぞれ2月初旬に調査）に続き、11回目の調査。

- ◎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 2022年12月14日（水）～2022年12月28日（水）
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 505,173 件
⑥回収数 32,776 件
⑦本調査対象者数 14,148 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、令和2年国勢調査人口（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。

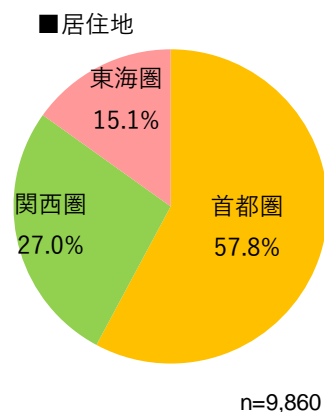
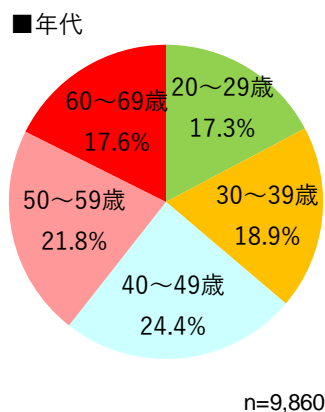
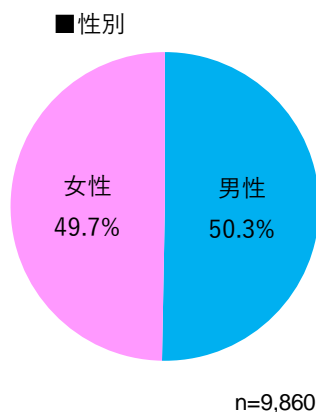
■本調査

- 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 2023年2月1日（水）～2023年2月9日（木）
③配信数 12,725 件
④回収数 9,863 件 （回収率 77.5 %）
⑤有効回答数 9,860 件 （首都圏 4,997 件、関西圏 2,599 件、東海圏 2,264 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、令和2年国勢調査人口（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 9,860 件（首都圏 5,702 件、関西圏 2,666 件、東海圏 1,491 件）

◆回答者プロフィール（ウェイトバック後）



1. 「歓送迎会」「花見」への参加回数は「増加する」が2013年の調査開始以来の過去最高割合

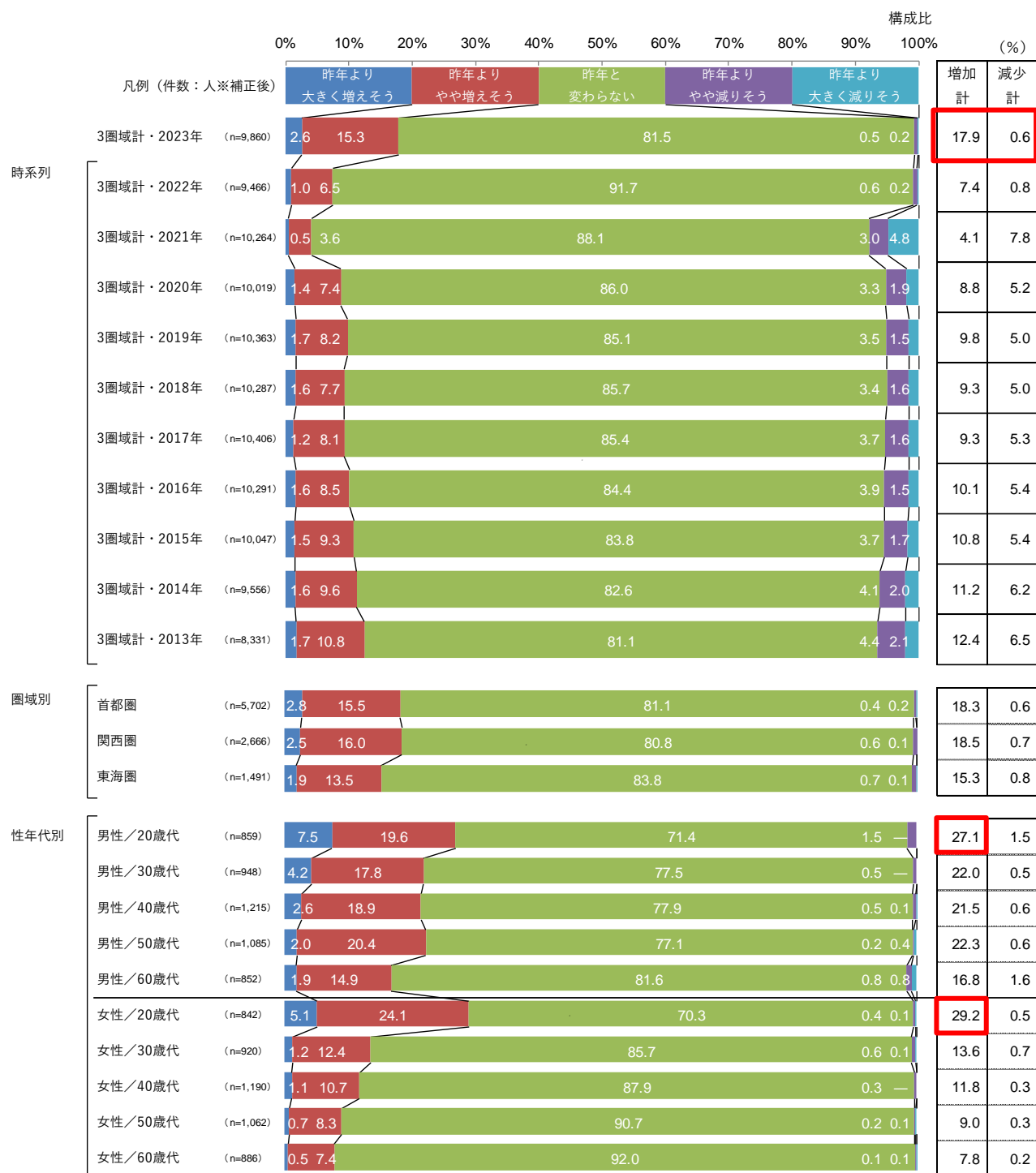
< 歓送迎会 (P4) >

2023年春の「歓送迎会」への参加回数の見込みは、増加派（「昨年より大きく増えそう」＋「昨年よりやや増えそう」）が計17.9%で2013年の調査開始以来最高の割合となった。一方、減少派（「昨年より大きく減りそう」＋「昨年よりやや減りそう」）は計0.6%で過去最低の割合に減少。「昨年と変わらない」が81.5%と最も高い割合ではあるが、新型コロナウイルスの感染拡大による影響からの回復傾向が見られる。なお、2022年の「歓送迎会」の参加率は、9.6%（P6）と、前年の7.6%からは微増しており、2年連続しての回復となりそうだ。性年代別の特徴としては、増加派は20代女性が最も多く29.2%、次いで20代男性が27.1%と若年層を中心に増加する可能性がありそうだ。

< 花見 (P5) >

2023年春の「花見」への参加回数の見込みは、増加派（「昨年より大きく増えそう」＋「昨年よりやや増えそう」）が計16.3%で、こちらも2013年の調査開始以来最高の割合となった。一方、減少派（「昨年より大きく減りそう」＋「昨年よりやや減りそう」）は計0.4%と、こちらも歓送迎会同様に過去最低の割合に減少。「昨年と変わらない」が83.3%と最も高い割合ではあるが、こちらも回復傾向は間違いなさそうだ。2022年の「花見」の参加率は11.8%（P6）と前年の11.1%、2020年の9.4%から微増が継続しており、3年連続しての回復が期待される。性年代別の特徴としては、増加派は20代女性が最も多く21.6%、次いで20代男性が20.5%と、こちらも若年層を中心に増加する可能性がありそうだ。

今年（2023年）の「歓送迎会」における参加回数の見込み（単一回答）

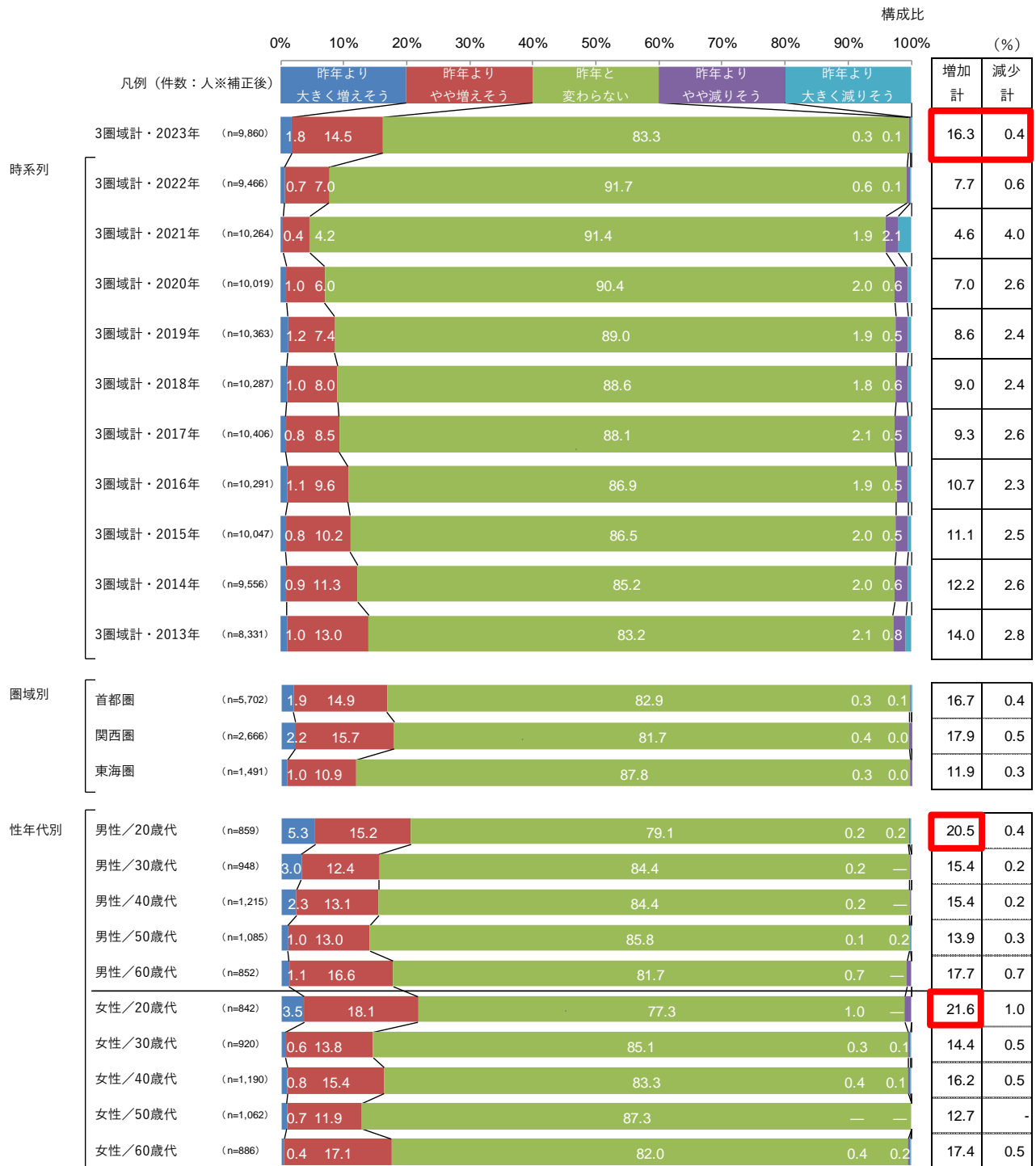


※増加・計：「昨年より大きく増えそう」「昨年よりやや増えそう」のいずれかを回答した人

※減少・計：「昨年より大きく減りそう」「昨年よりやや減りそう」のいずれかを回答した人

※歓送迎会は店舗で行うものに加えて、オンラインでの開催も含めて尋ねている

今年（2023年）の「花見」における参加回数の見込み（単一回答）



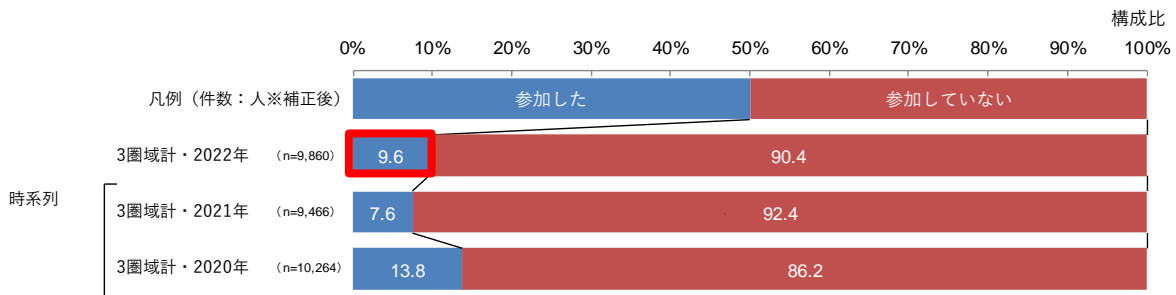
※増加・計：「昨年より大きく増えそう」「昨年よりやや増えそう」のいずれかを回答した人

※減少・計：「昨年より大きく減りそう」「昨年よりやや減りそう」のいずれかを回答した人

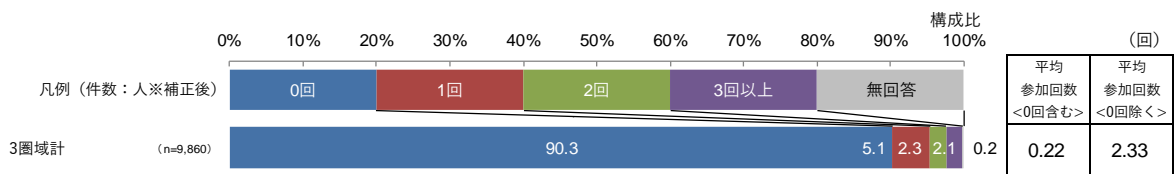
※お花見は、店舗および店舗以外の屋外やホームパーティ、オンラインで行うものも含めて尋ねている

(参考) 【2022年春】の「歓送迎会」「花見」への参加有無・回数 ※今回(2023年)調査で聴取

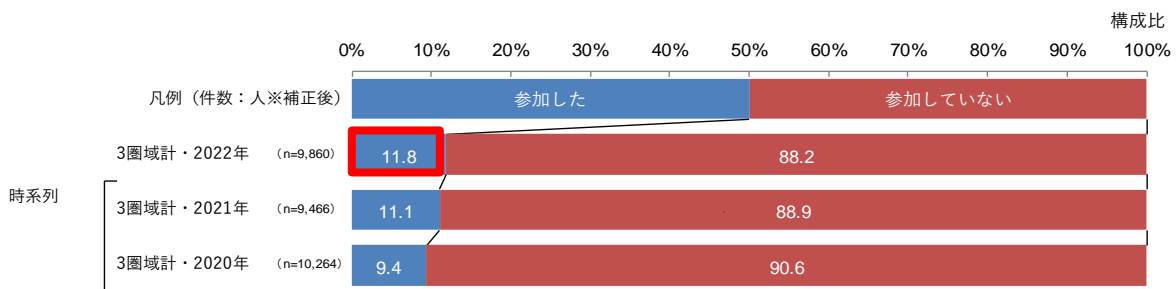
昨年(2022年)の「歓送迎会」の参加有無(単一回答)



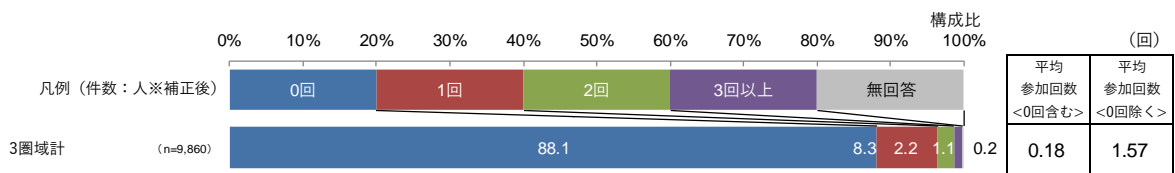
昨年(2022年)の「歓送迎会」の参加回数(実数回答)



昨年(2022年)の「花見」の参加有無(単一回答)



昨年(2022年)の「花見」の参加回数(実数回答)



※「昨年(2022年)の「歓送迎会」「花見」に参加した回数」の再集計(無効数値処理前のデータを使用)

参加した: 2022年2月~2022年5月までの各時期のいずれかで「1回」以上、回答した人

参加していない: 2022年2月~2022年5月までの全ての時期で「0回」と回答した人

※「平均参加回数」は、上下0.1%の範囲のデータを無効数値として除いて集計している

※「昨年(2022年)の「歓送迎会」「花見」に参加した回数」の再集計(無効数値処理後のデータを使用)

「0回」: 2月~5月までの参加回数の合計が「0回」の人

「1回」: 2月~5月までの参加回数の合計が「1回」の人

「2回」: 2月~5月までの参加回数の合計が「2回」の人

「3回以上」: 2月~5月までの参加回数の合計が「3回」以上の人

2. 平均予算は「歓送迎会」が 3,998 円（前年比+113 円）で 2 年連続して増加予想、「花見」は 2,495 円（前年比+202 円）で 3 年ぶりの増加予想

2023 年春の「歓送迎会」「花見」の予算について、過去 11 年の結果と今年の想定額を比較した。

< 歓送迎会 (P8) >

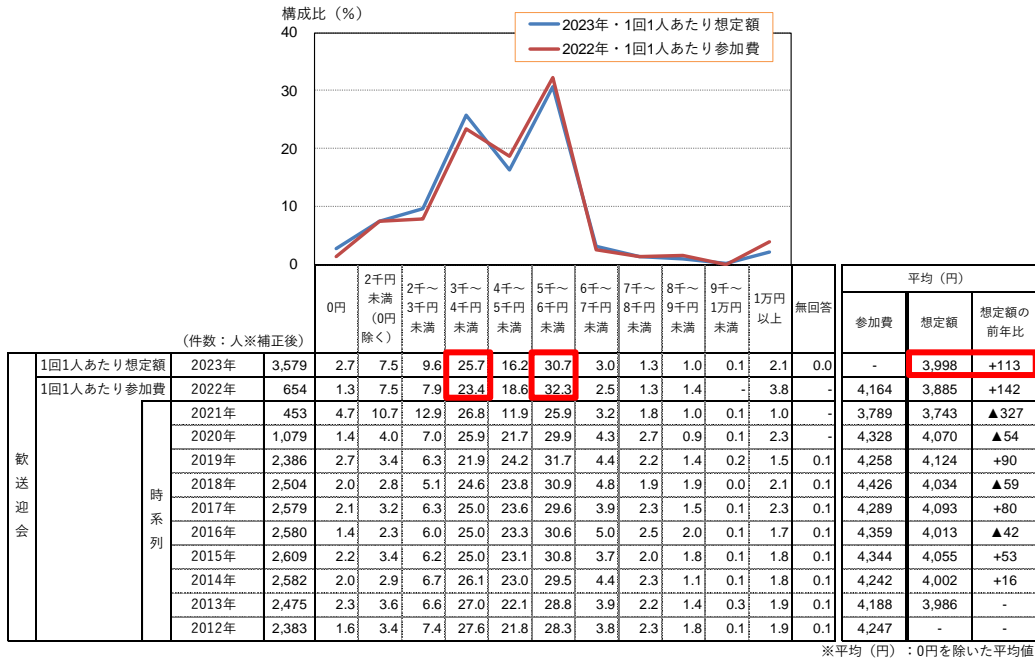
2022 年における「歓送迎会」の実際の費用を見ると、1 回 1 人あたり「5,000 円～6,000 円未満」が最多で 32.3%、次いで「3,000 円～4,000 円未満」が 23.4%であったが、2023 年の想定額でも「5,000 円～6,000 円未満」が最多（30.7%）、2 番目に多い価格帯が「3,000 円～4,000 円未満」（25.7%）と前年と同じグラフの形状となっている。1 回 1 人あたりの想定支出金額平均は 3,998 円（前年比+113 円）で、2 年連続して増加予測となっている。想定予算と実際の参加費を比べると、毎年、上振れしているため、2023 年の参加費は前年超えの可能性が高そうだ。

< 花見 (P8) >

一方、「花見」については、2022 年の実際の費用と今年の想定金額ともに「2,000 円未満」が最多である。前年・一昨年の実績では「0 円」～「2,000 円未満」が過半数のシェアを占めたが、2023 年の想定額は「0 円」の回答が前年・一昨年と比べて大きく割合が減少している。コロナ禍からの回復に伴い、飲食を伴う花見が増えることで平均単価を押し上げる可能性が高そうだ。今年の 1 回 1 人あたりの想定支出金額平均は 2,495 円（前年比+202 円）で、想定額としては 3 年ぶりの前年比プラスの予想となっている。

「歓送迎会」の支出額実績と今年の想定金額（1回1人あたり参加費・実数回答）

※支出額実績は参加者ベース、今年の想定金額は参加する機会がありそうな人ベース



※「1回1人あたり想定額」および「想定額」の平均は、自年度調査で聴取したもの
 ※「1回1人あたり参加費」および「参加費」の平均は、至年度調査で聴取したもの

※平均は、「0円（自分では払わない）」を除いて集計している

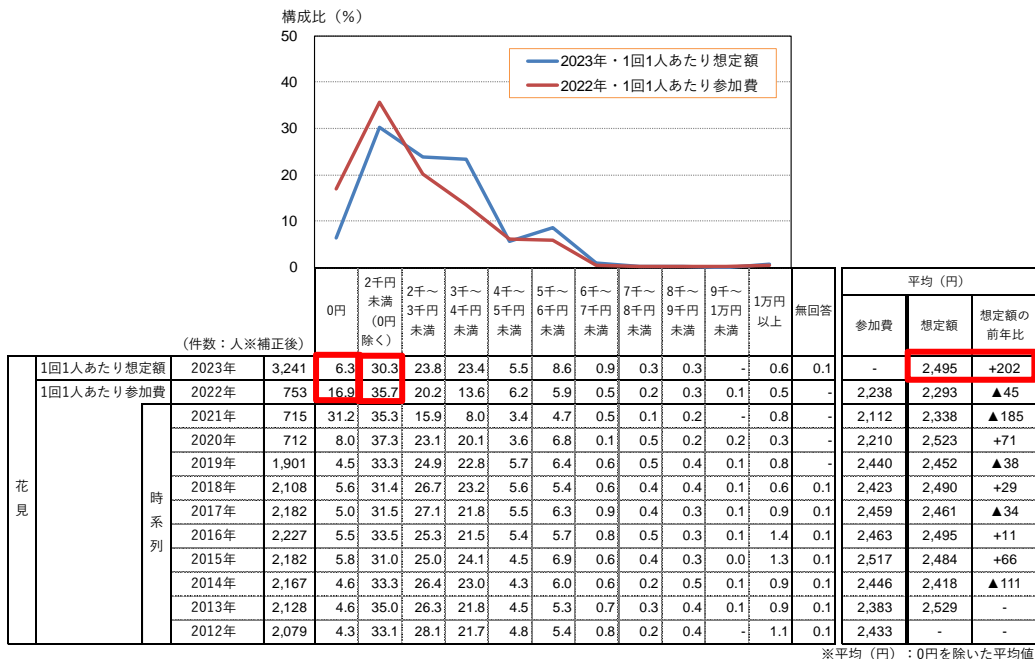
※各費用の上下0.1%の範囲のデータを無効数値として除いて集計している。歓送迎会は店舗で行うもののみを尋ねている

※想定額は、自分で払ってもいい額として尋ねている

※参加費は、自分で払ってなくても会にかかった1回1人あたりの金額を尋ねている

「花見」の支出額実績と今年の想定金額（1回1人あたり参加費・実数回答）

※支出額実績は参加者ベース、今年の想定金額は参加する機会がありそうな人ベース



※「1回1人あたり想定額」および「想定額」の平均は、自年度調査で聴取したもの
 ※「1回1人あたり参加費」および「参加費」の平均は、至年度調査で聴取したもの

※平均は、「0円（自分では払わない）」を除いて集計している

※各費用の上下0.1%の範囲のデータを無効数値として除いて集計している。花見は、店舗および店舗以外の屋外やホームパーティーで行われたものも含めて尋ねている

※想定額は、自分で払ってもいい額として尋ねている

※参加費は、自分で払ってなくても会にかかった1回1人あたりの金額を尋ねている

3. 「歓送迎会」は「会社・仕事関係」が前年比で大幅増加予想。「歓送迎会」「花見」とも、すべての相手において前年比で増加の予想

2023年春の「歓送迎会」「花見」を行う相手について尋ねた。

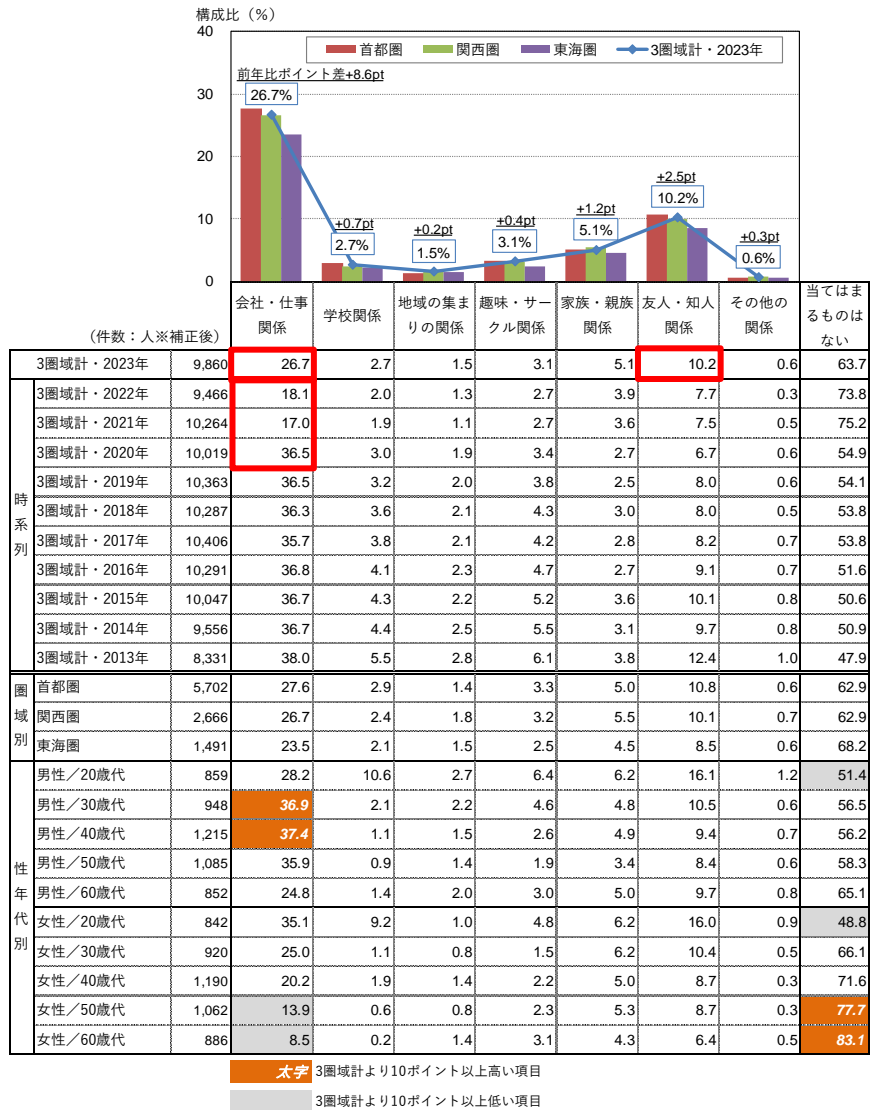
< 歓送迎会（P10） >

「歓送迎会」の相手は「会社・仕事関係」が最多で26.7%（前年比+8.6ポイント）で、コロナ禍前（2020年2月初旬に調査：36.5%）とコロナ禍中の2021年（17.0%）、2022年（18.1%）の半ば程度の数値まで回復してきた。「友人・知人関係」も10.2%（前年比+2.5ポイント）と、調査したすべての相手において前年比で増加予想。

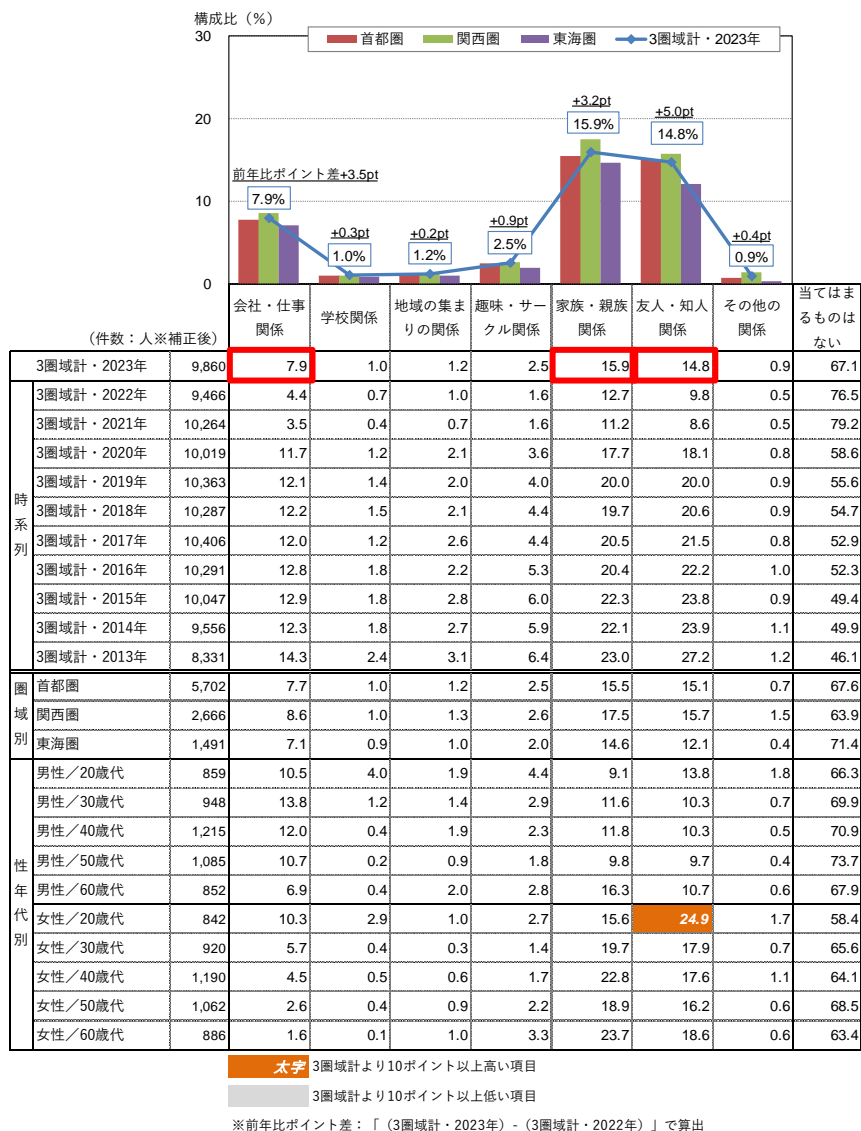
< 花見（P11） >

「花見」の相手は「家族・親族関係」が15.9%（前年比+3.2ポイント）で、「友人・知人関係」の14.8%（前年比+5.0ポイント）を上回って、相手別で3年連続の最多。「会社・仕事関係」も7.9%（前年比+3.5ポイント）等、調査したすべての相手において前年比で増加予想。

参加する機会がありそうな「歓送迎会」の相手（複数回答）



参加する機会がありそうな「花見」の相手（複数回答）



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、一人ひとり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、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。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、一人ひとり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/>