

5 類移行後初の「歓送迎会」「花見」シーズン、参加回数は回復傾向 想定支出金額は「歓送迎会」4,404 円/回（前年比+406 円）、 「花見」2,852 円/回（前年比+357 円）とともに大幅増加の予想 「歓送迎会」と「花見」動向を調査（2024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、2024年春の「歓送迎会」「花見」について、2024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、増加派が減少派を上回り、さらなる回復が期待できそう . . . P3-6

- ▶2024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16.4%で、減少派（「昨年より大きく減りそう」+「昨年よりやや減りそう」）計1.1%を大きく上回った。
- ▶同「花見」への参加回数の見込みは、増加派が計12.7%で、減少派計0.5%を大きく上回った。
- ▶「歓送迎会」「花見」とも、20代男女の若年層を中心に、コロナ禍からの回復傾向が続いていると考えられる。

【参考】

2023年の平均参加回数は「歓送迎会」が0.35回、「花見」が0.25回。

POINT2 平均想定予算は「歓送迎会」が4,404円（前年比+406円）で過去最高額、「花見」も2,852円（前年比+357円）で過去最高額の予想 . . . P7-9

- ▶2023年は「歓送迎会」の1回1人あたりの想定額（平均3,998円）と実際の参加費（同4,593円）の乖離（上振れ）が大きく、参加費は調査開始以来の最高額であった。今年は想定額が4,404円と前年比で+406円と大幅に上昇の予想。
- ▶「花見」は2023年の参加費が、調査開始以来の最高額（平均2,942円）であった。今年の想定金額は平均2,852円（前年比+357円）と大幅な増加を予想。

POINT3 「歓送迎会」は「会社・仕事関係」が30%台に回復予想。「花見」はコロナ禍以降では初めて「友人・知人関係」が最多の相手に . . . P9-11

- ▶「歓送迎会」の相手は「会社・仕事関係」が最多で30.7%（前年比+4.0ポイント）。
- ▶「花見」の相手は「友人・知人関係」が最多で14.9%（前年比+0.1ポイント）。
- ▶「歓送迎会」の「会社・仕事関係」は30%台に回復、「花見」で「友人・知人関係」が「家族・親族関係」を上回るのはコロナ禍以降では初。

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（2024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（外食市場調査）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～2023年（それぞれ2月初旬に調査）に続き、12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 2023年12月14日（木）～2024年1月4日（木）
- 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 514,946 件
- ⑥回収数 33,632 件
- ⑦本調査対象者数 13,482 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3年人口推計（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。

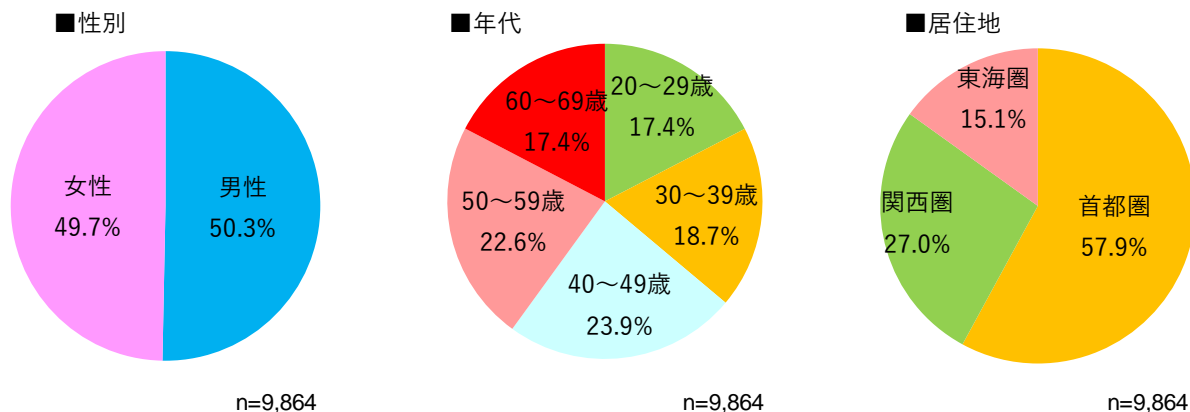
■本調査

- 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 2024年2月1日（木）～2024年2月13日（火）
- ③配信数 12,729 件
- ④回収数 9,947 件 （回収率 78.1 %）
- ⑤有効回答数 9,864 件 （首都圏 5,059 件、関西圏 2,595 件、東海圏 2,210 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3年人口推計（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 9,864 件（首都圏 5,714 件、関西圏 2,661 件、東海圏 1,489 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、増加派が減少派を上回り、さらなる回復が期待されそう

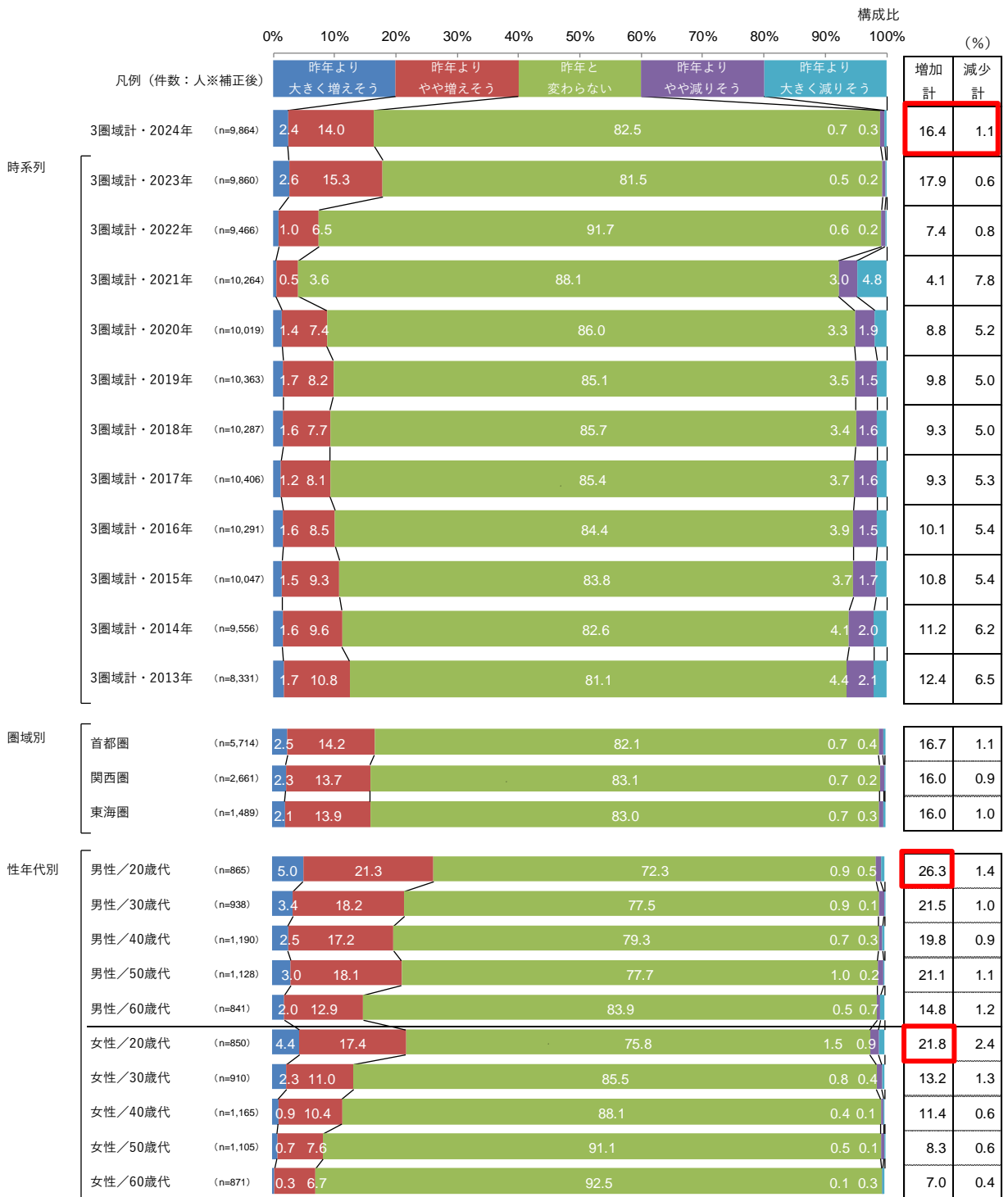
< 歓送迎会 (P4) >

2024 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 16.4%で、2013 年の調査開始以来 2 番目の高さであった。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 1.1%。「昨年と変わらない」が 82.5%と最も高い割合ではあるが、増加派が減少派を大幅に上回ることから、新型コロナウイルス感染症の 5 類移行後の回復傾向が見られる。なお、2023 年の「歓送迎会」の参加率は、16.5%（P6）と、2022 年の 9.6%からは大幅に増加しており、2 年連続しての大幅な回復も考えられる。性年代別の特徴としては、20 代男女で増加派が他の性年代に比べて多く（男性：26.3%、女性 21.8%）、例年のことではあるが、若年層を中心に活発な歓送迎会の企画・参加がありそうだ。

< 花見 (P5) >

2024 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 12.7%で、こちらも前年に引き続き高い割合に達した。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 0.5%と、過去 2 番目に低い割合。「昨年と変わらない」が 86.8%と最も高い割合ではあるが、こちらも増加派が減少派を大幅に上回ることから、回復傾向に間違いはなさそうだ。2023 年の「花見」の参加率は 15.2%（P6）で、2021 年（11.1%）、2022 年（11.8%）から年々増加しており、今年も回復が期待される。性年代別の特徴としては、歓送迎会同様に増加派は 20 代男女が他の性年代に比べて多く（男性 15.2%、女性 16.4%）、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（2024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（2024年）の「花見」における参加回数の見込み（単一回答）



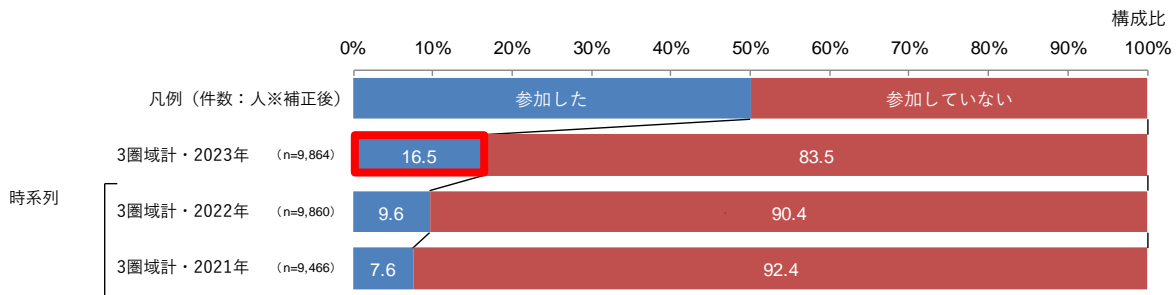
※増加・計：「昨年より大きく増えそう」「昨年よりやや増えそう」のいずれかを回答した人

※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

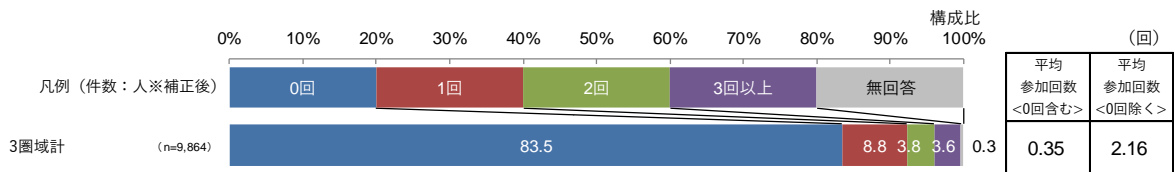
※お花見は、店舗および店舗以外の屋外やホームパーティー、オンラインで行うものも含めて尋ねている

(参考) 【2023年春】の「歓送迎会」「花見」への参加有無・回数 ※今回(2024年)調査で聴取

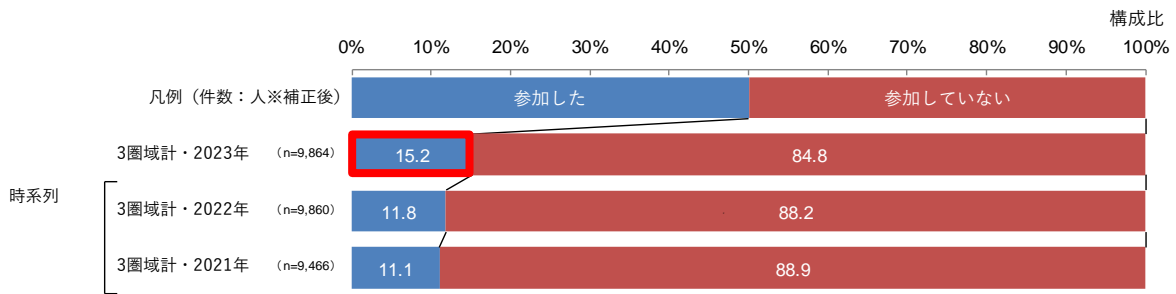
昨年(2023年)の「歓送迎会」の参加有無(単一回答)



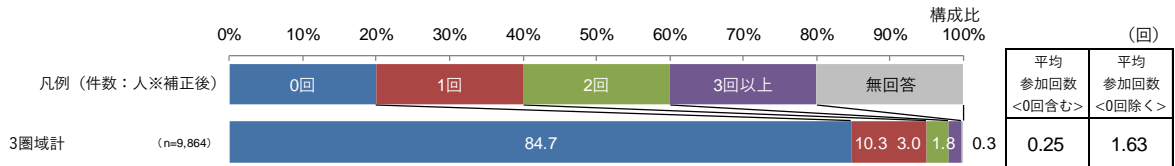
昨年(2023年)の「歓送迎会」の参加回数(実数回答)



昨年(2023年)の「花見」の参加有無(単一回答)



昨年(2023年)の「花見」の参加回数(実数回答)



※「昨年(2023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: 2023年2月~2023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: 2023年2月~2023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(2023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. 平均想定予算は「歓送迎会」が4,404円（前年比+406円）で過去最高額、「花見」は2,852円（前年比+357円）で過去最高額の予想

2024年春の「歓送迎会」「花見」の予算について、過去12年の結果と今年の想定額を比較した。

< 歓送迎会 (P8) >

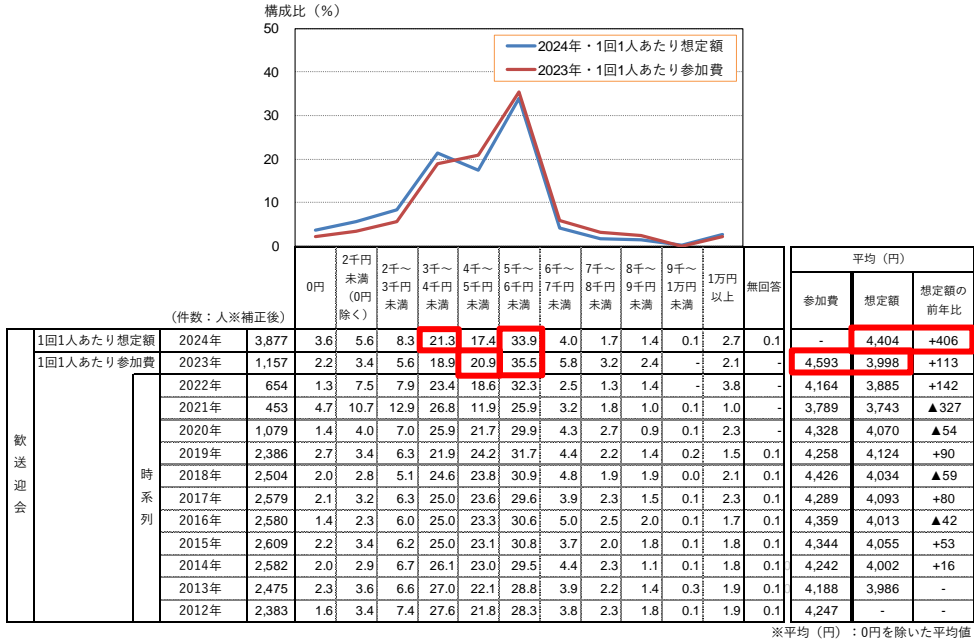
2023年における「歓送迎会」の費用については、1回1人あたりの想定額（平均3,998円）と実際の参加費（同4,593円）の乖離（上振れ）が大きく、参加費は調査開始以来の最高額であった。飲食店の値上げ等の影響も受けていると考えられるが、今年はそのことも折り込んでか、想定額が4,404円と前年比で+406円と大幅に上昇した。想定予算と実際の参加費を比べると、毎年、上振れしていることから、2024年の参加費は調査開始以来の最高額を更新する可能性がありそうだ。また、2023年の「歓送迎会」の実際の参加費を見ると、1回1人あたり「5,000円～6,000円未満」が最多で35.5%、次いで「4,000円～5,000円未満」が20.9%に達する。他方の2024年の想定額では、同じく「5,000円～6,000円未満」（33.9%）が最多であるが、次いで多いのは「3,000円～4,000円未満」（21.3%）である。2023年の実績も2024年の想定も「5,000円～6,000円未満」が最多だが、2024年は前年に比べ「3,000円～4,000円未満」の価格帯の需要が高まるかもしれない。

< 花見 (P8) >

一方、「花見」についても2023年の参加費は、調査開始以来の最高額（平均2,942円）であった。そのことを折り込んでか、今年の想定金額は平均2,852円（前年比+357円）と大幅な増加予想となっている。2024年の1回1人あたりの想定額の最多の価格帯は「2,000円未満」（24.9%）だが、そのシェアは、2023年の実際の参加費の同価格帯に比べると大きく下がる。また、2021年以降、「花見」の参加費「0円」の回答は年々減少しているが、2024年の想定額における「0円」の回答割合は、さらに低いものとなっている。他方で、想定額の2番目に多い価格帯の「3,000円～4,000円未満」（23.8%）は、参加費の同価格帯に比べると、シェアを伸ばし躍進した。これらのことから、コロナ禍からの回復に伴い、消費を伴う花見が増え、消費額も増加傾向にあり、平均単価は上がる可能性が高そうだ。

「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

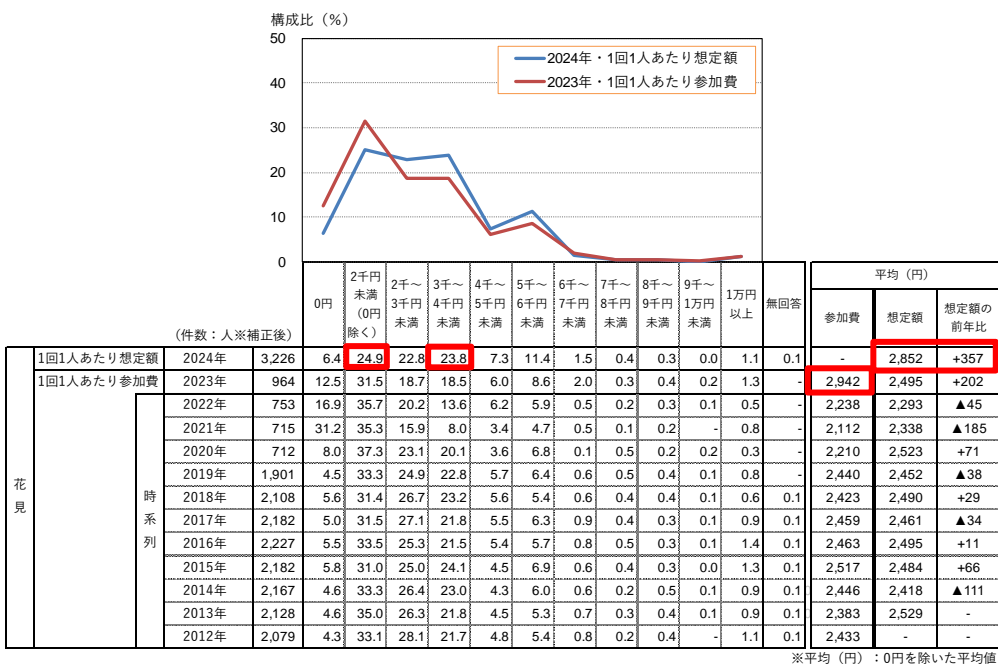


※「1回1人あたり想定額」および「想定額」の平均は、自年度調査で聴取したもの
 ※「1回1人あたり参加費」および「参加費」の平均は、至年度調査で聴取したもの

- ※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30%台に回復予想。「花見」はコロナ禍以降では初めて「友人・知人関係」が最多の相手に

2024年春の「歓送迎会」「花見」を行う相手について尋ねた。

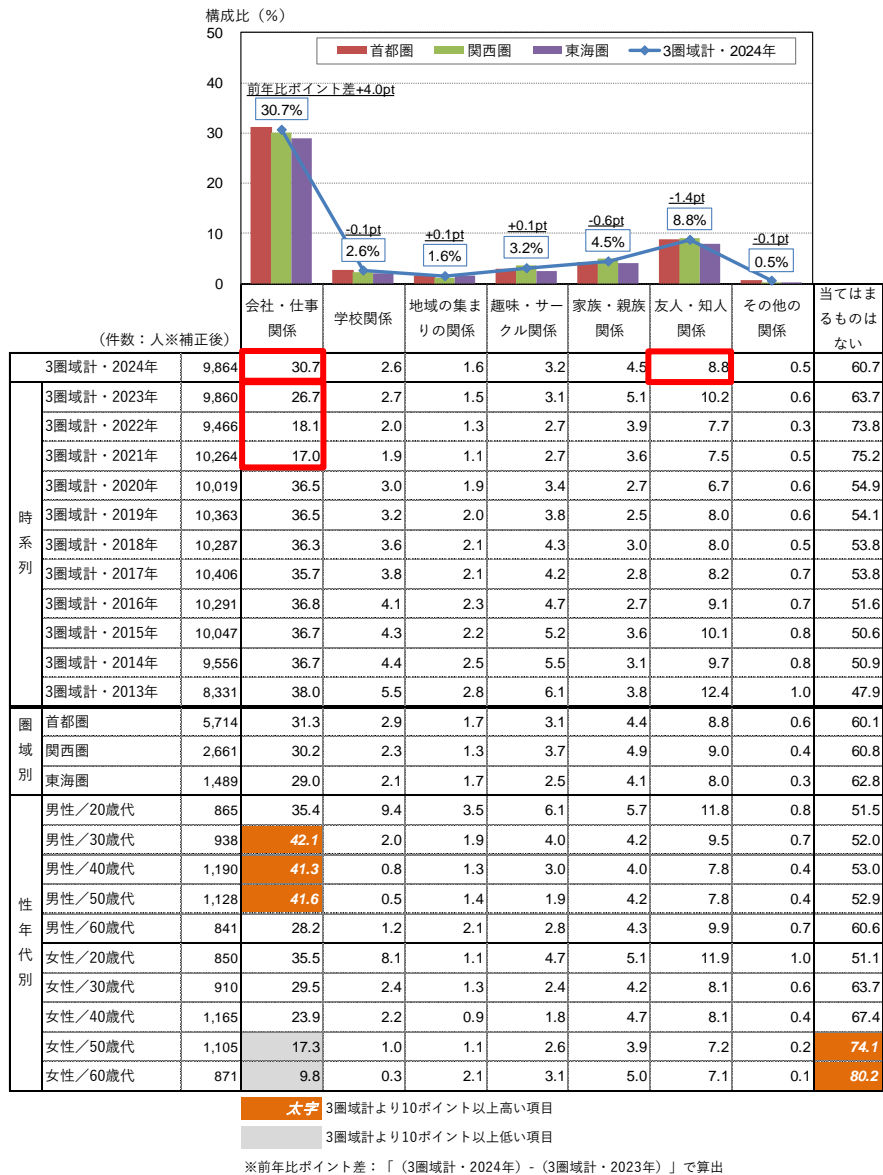
< 歓送迎会 (P10) >

「歓送迎会」の相手は「会社・仕事関係」が最多で30.7%（前年比+4.0ポイント）で、コロナ禍以前（2020年2月初旬に調査：36.5%）の30%台に回復するとの予想だ。コロナ禍中からの推移は2021年（17.0%）、2022年（18.1%）、2023年（26.7%）と着実に回復してきた。「友人・知人関係」は8.8%（前年比-1.4ポイント）と減少予想で、今年の歓送迎会は「会社・仕事関係」の色合いが強まりそうだ。

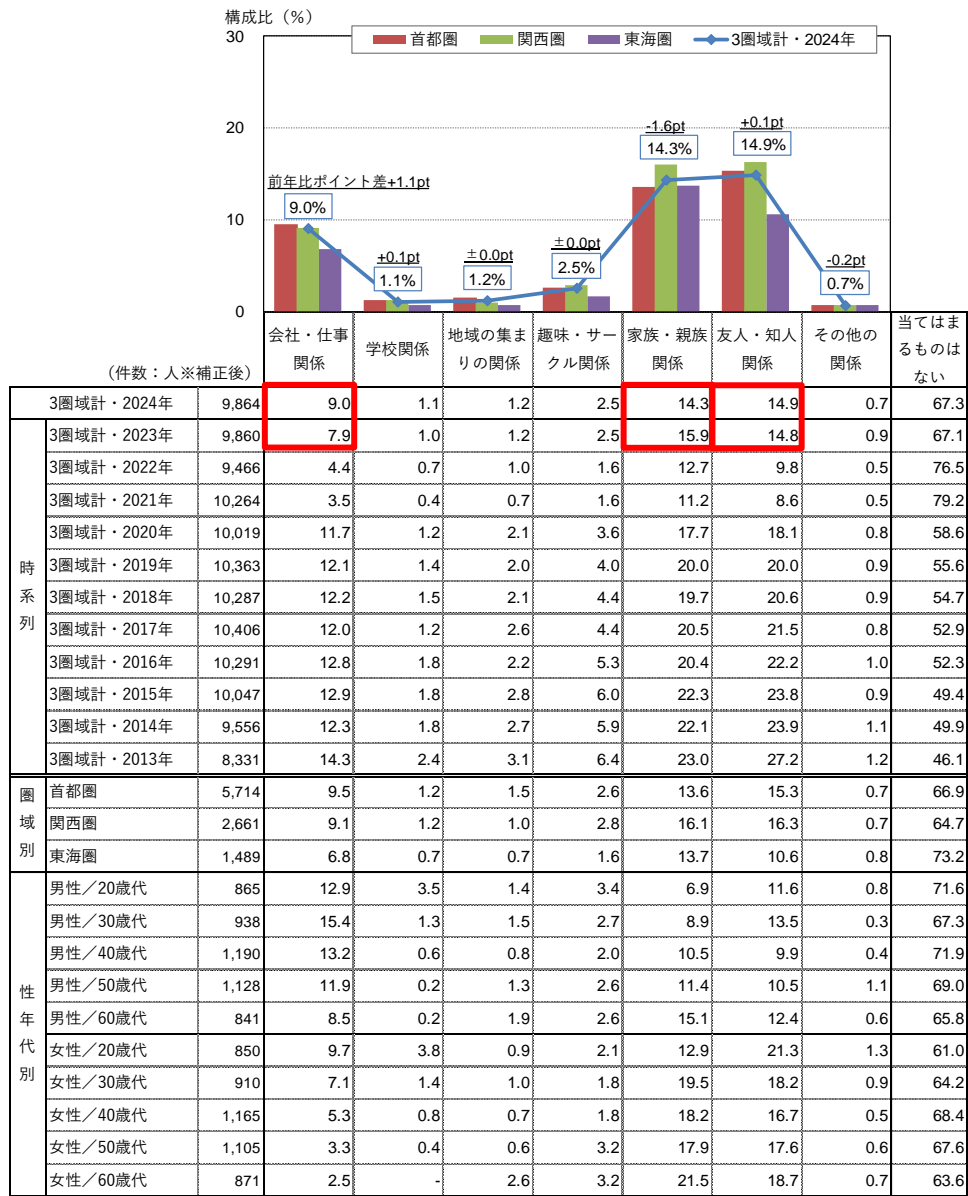
< 花見 (P11) >

一方、「花見」の相手は、「友人・知人関係」が14.9%（前年比+0.1ポイント）と最多の予想。次いで「家族・親族関係」が僅差の14.3%（前年比-1.6ポイント）で続いている。「友人・知人関係」が「家族・親族関係」を上回るのは、コロナ禍前の2020年（2月調査）以来。また、「会社・仕事関係」も9.0%（前年比+1.1ポイント）で、前年より増加予想となっている。

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）



太字 3圏域計より10ポイント以上高い項目
 3圏域計より10ポイント以上低い項目
 ※前年比ポイント差：「(3圏域計・2024年) - (3圏域計・2023年)」で算出

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/>