

2015年 忘年会白書

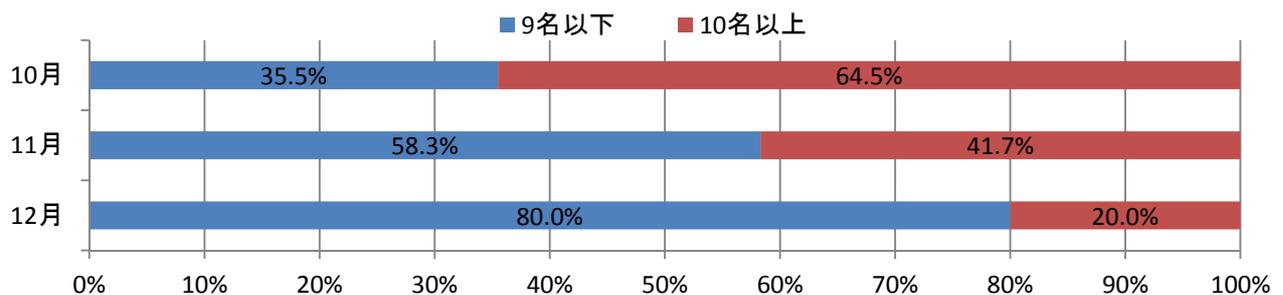
混雑ピーク予測日は12月18日（金）

2015年は「プライベート忘年会」に注目

飲食店情報検索サイト「ぐるなび」を運営する株式会社ぐるなび（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：久保証一郎 以下、ぐるなび）は、ぐるなびに蓄積するビッグデータをはじめ、ぐるなび会員や加盟飲食店への調査などを多角的な情報をもとに2015年の忘年会を傾向を分析し、「忘年会白書」として公開します。

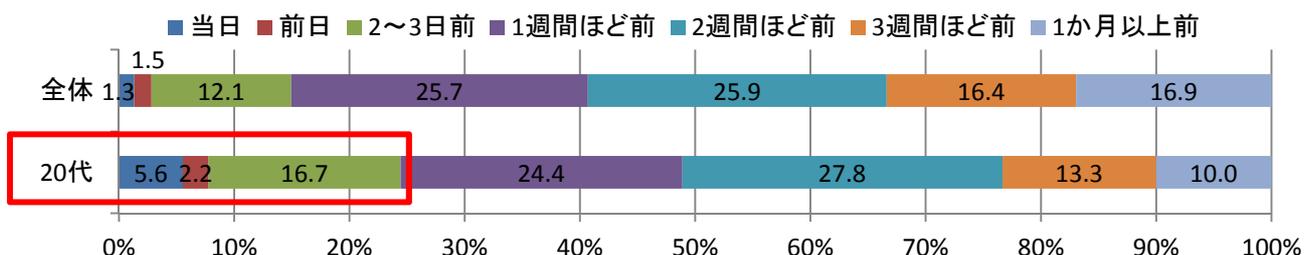
ピーク日は大型忘年会が集中しやすく、予約の申し込みも早い プライベート忘年会では、若い世代ほどお店の決定が直前になる傾向

ぐるなびのネット予約システムに蓄積された予約日から推測し、今年は**12月18日（金）がもっとも混雑**し、続いて12月11日（金）と祝日前にあたる12月22日（火）が混雑すると予測されます。混雑日は参加者の参加率もあがりやすいため、特に会社単位などの大型忘年会の集中し、早めに予約を確保しようと、10月中から予約が入ります。2014年の予約状況を分析すると、10月の申込みは大人数が多く、11月・12月と直前になるほど少人数の忘年会の予約が増えます。またぐるなび会員への調査では、参加人数が少ないプライベート忘年会は全体の25.9%が2週間ほど前にお店が決定するのに対し、20代では直前に決定する傾向が高く、24.5%が忘年会の2～3日前でした。これはネット予約の普及や、メールやSNS等で連絡がとりやすいことが要因と考えられます。特に20代女性の7.7%が当日にお店が決まると回答しています。



データ出典 2014年10～12月 ぐるなび予約システム・ぐるなびスーパーらくらく幹事さん

■友人・知人・家族などプライベートでの忘年会のお店が決定したのはいつごろでしたか？

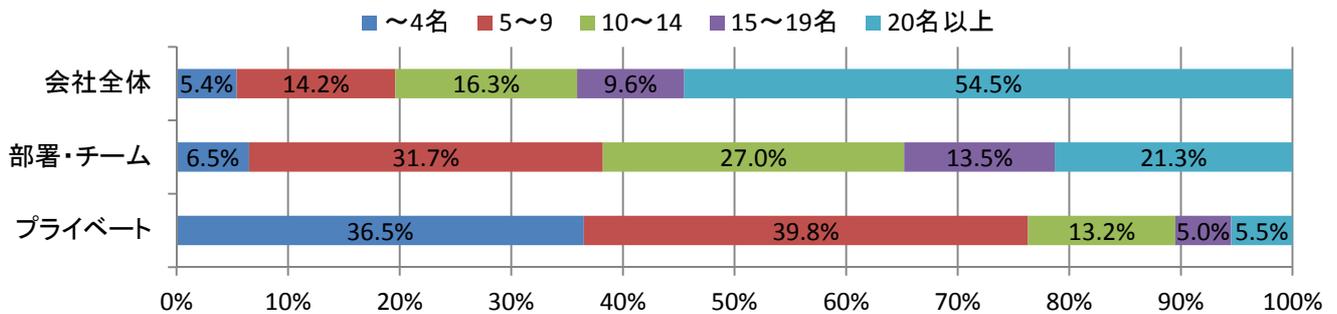


データ出典 2015年8月 ぐるなび会員アンケート (n=602)



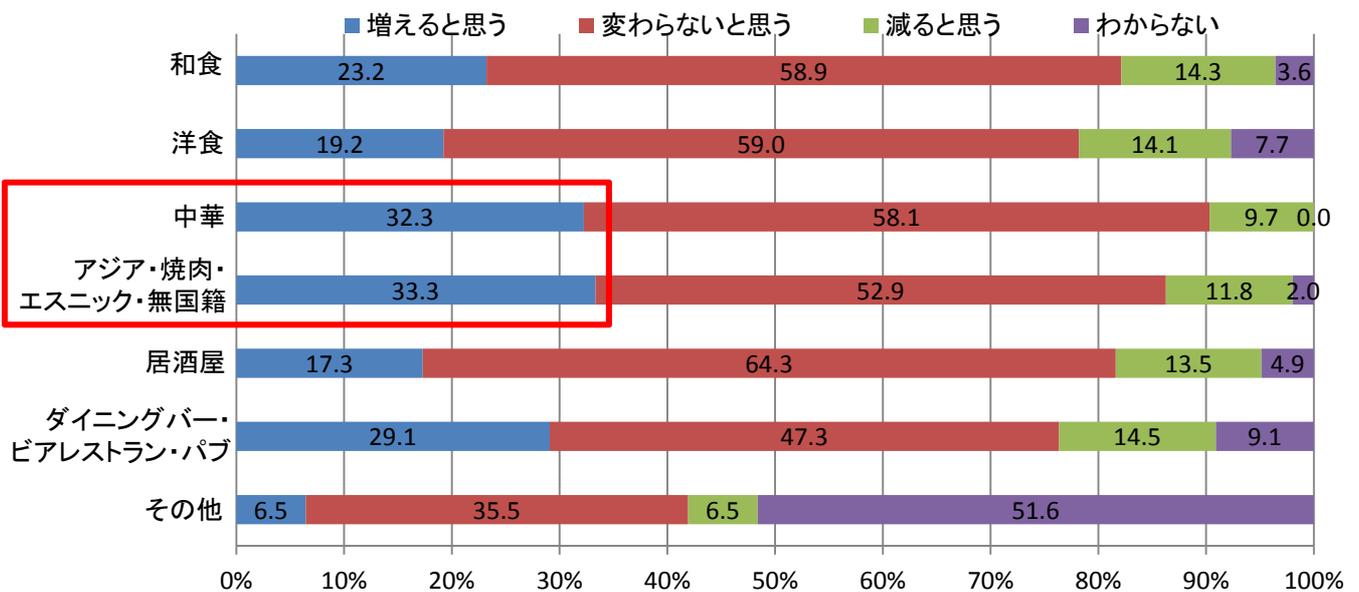
会社の忘年会は高め予算 プライベートはリーズナブル 飲食店の21.7%が「今年は客単価が増える」と予想

「会社全体の忘年会」の半数以上が20名以上で開催し、**平均予算は5766円で通常宴会よりも367円高い**結果でした。「部署・チームの忘年会」では全体の65%が14人以下という人数で、平均予算は4796円（通常宴会平均+15円）。「プライベートの忘年会」では76.3%が9名以下という規模で予算は4637円（通常宴会平均+12円）でした。一方で、**飲食店の21.7%が2015年の忘年会の客単価が「増える」と**みており、特にアジア・焼肉・エスニック業態や中華でその傾向が高く、価格帯別では、5000~7000円の飲食店の28.8%、7000円以上の飲食店では35.1%が「増える」と回答していました。一年をしめくくる忘年会だからこそ、少しくらい贅沢をしようというユーザー心理が垣間見れる結果に、飲食店もその期待に応えようと「忘年会用プランの設定（38.7%）」や「セットやコース内容の充実（24.3%）」などの準備をしています。



データ出典 2015年1月 ぐるなびアンケート

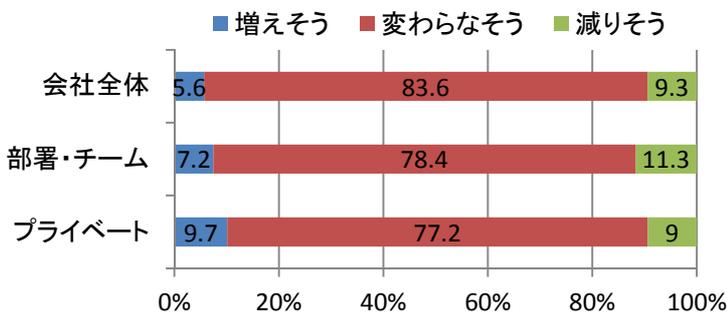
■ 2014年と比較して、2015年の忘年会の客単価はどのようになるとお考えですか。



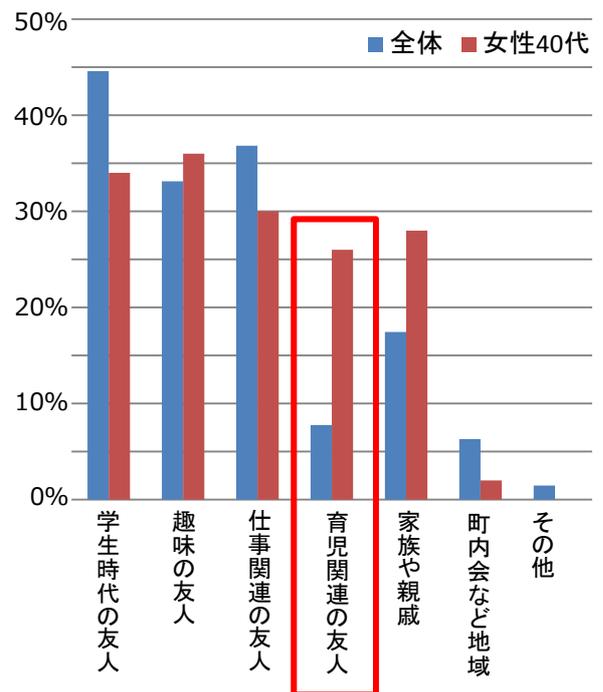
データ出典 2015年8月 ぐるなび加盟店アンケート (n=543)

回数が増えそうなのは「プライベート忘年会」 40・50代女性では育児を通じて知り合った「ママ友忘年会」

2014年に参加した忘年会では「プライベート」が41.8%と最も高く、「会社全体」が29.2%、「部署・チーム」が19.7%でした。2014年のプライベート忘年会の実績では、「学生時代の友人」との忘年会がもっとも多い結果でした。注目すべきは、女性40代の26%がママ友など育児を通じて知り合った友人との忘年会を行ったと回答しています。ママ友忘年会に向けた、ランチプランなどを提供する飲食店も増加傾向にあることから、今年もママ友忘年会は増えることが予測されます。**2015年の忘年会の回数が増えそうなものとして、「プライベート」**がわずかながら増えそうという回答が多い一方で、男性50代が「会社全体」や「部署・チーム」が「増えそう」と回答する割合が高いという特長が出ました。



■2014年の「プライベート忘年会」ではどのような方が参加していましたか



データ出典 2015年8月 ぐるなび加盟店アンケート

忘年会のお店選びで重視するのは、「料理の内容・品数」 参考にした情報源は「インターネットのグルメサイト」

2015年1月実施のぐるなび会員へのアンケートでは、忘年会のお店選びで重視した点の「1位 料理の内容・品数」「2位 予算内におさめる」「3位 お店の雰囲気」でした。忘年会のお店選びで参考にした情報源としては「1位 インターネットのグルメサイト」「2位 利用したことがあった（過去の経験）」「3位 友人・知人からの口コミ」でした。忘年会幹事の34.6%は忘年会前の9～11月に自身が行ったお店を参考に忘年会のお店を選んでいるという結果でした。飲食店に2014年12月に実施した調査では、「お値打ち感のあるプラン」「人気メニューを組み込んだコース」「高価格だが良質なプラン」を取り入れた飲食店が多いという結果でした。売り上げ目標を達成した飲食店では「高価格だが良質なプラン」に力を入れたと回答する割合が多く、**値引きによる価格提案よりも「価値の提案」がユーザーに支持**されました。2015年もこの傾向はさらに高まると見られ、この店ならではのメニューや、一年の最後にふさわしい雰囲気など、高い価値が求められると考えられます。

＜本件に関するお問い合わせ＞
株式会社ぐるなび 広報グループ
TEL:03-3500-9700 MAIL:pr@gnavi.co.jp