

2026 年 8 月 18 日

株式会社ロイヤリティマーケティング

世代別の飲み会意識を調査

仕事関係の飲み会への参加意向は、若手層が最も高く約 5 割

参加したい理由は、若手・中堅層は「親睦」、ベテラン層は「業務上の交流」

共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」を運営する株式会社ロイヤリティマーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：勝 文彦、以下「LM」）は、20～61 歳の方 1,002 名を対象に調査した「世代別の飲み会意識に関する調査」（実施期間：2026 年 7 月 6 日～7 月 12 日）の結果をご報告いたします。本調査では、若手層を 20～30 歳、中堅層を 31～45 歳、ベテラン層を 46～61 歳として集計しています。

【調査結果】

・ TOPICS①

仕事関係の飲み会への参加意向は、若手層が最も高く 46.8%

・ TOPICS②

仕事関係の飲み会に参加したい理由は、若手・中堅層は「親睦」、ベテラン層は「業務上の交流」が最も高い

・ TOPICS③

仕事関係の飲み会に参加しやすい条件は、若手・中堅層は「会費の安さ」、ベテラン層は「気を遣わない相手」が最も高い

・ TOPICS④

全世代で「仕事関係の飲み会に誘うことはない」が 4 割超

【調査結果詳細】

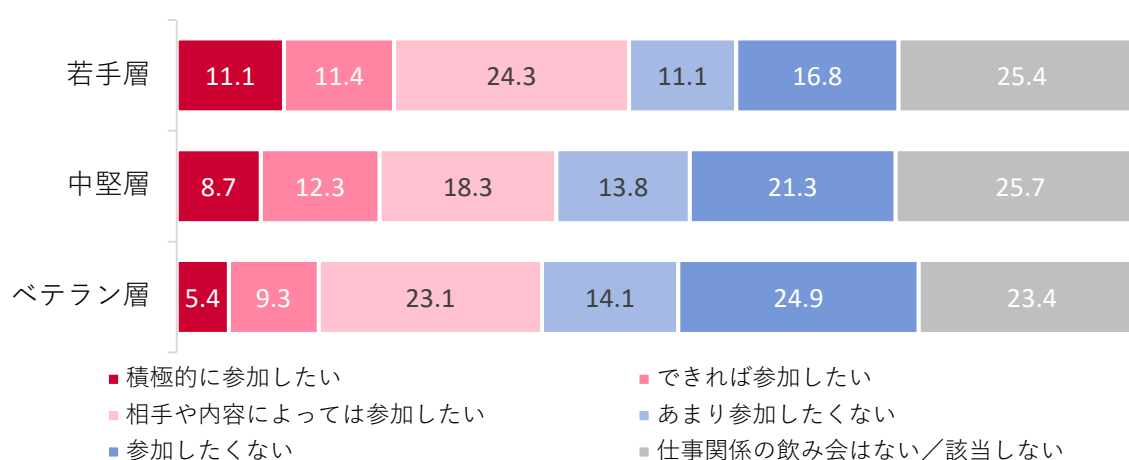
■TOPICS①

仕事関係の飲み会への参加意向は、若手層が最も高く 46.8%

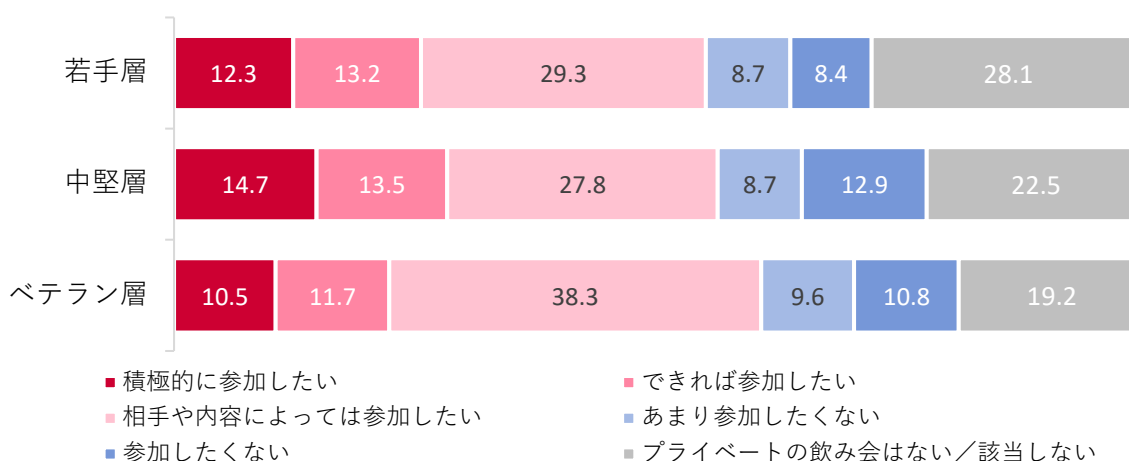
仕事関係の飲み会への参加意向を尋ねたところ、「積極的に参加したい」「できれば参加したい」「相手や内容によっては参加したい」と回答した割合の合計は、若手層が最も高く 46.8%、中堅層が 39.3%、ベテラン層が 37.8%となった。

プライベートの飲み会への参加意向は、ベテラン層が 60.5%で最も高く、中堅層が 56.0%、若手層が 54.8%となり、仕事関係とプライベートでは、参加意向の順位が異なる結果となった。

▼世代別 仕事関係の飲み会への参加意向 (n=1,002 ※各世代 n=334)(%)



▼世代別 プライベートの飲み会への参加意向 (n=1,002 ※各世代 n=334)(%)



■TOPICS②

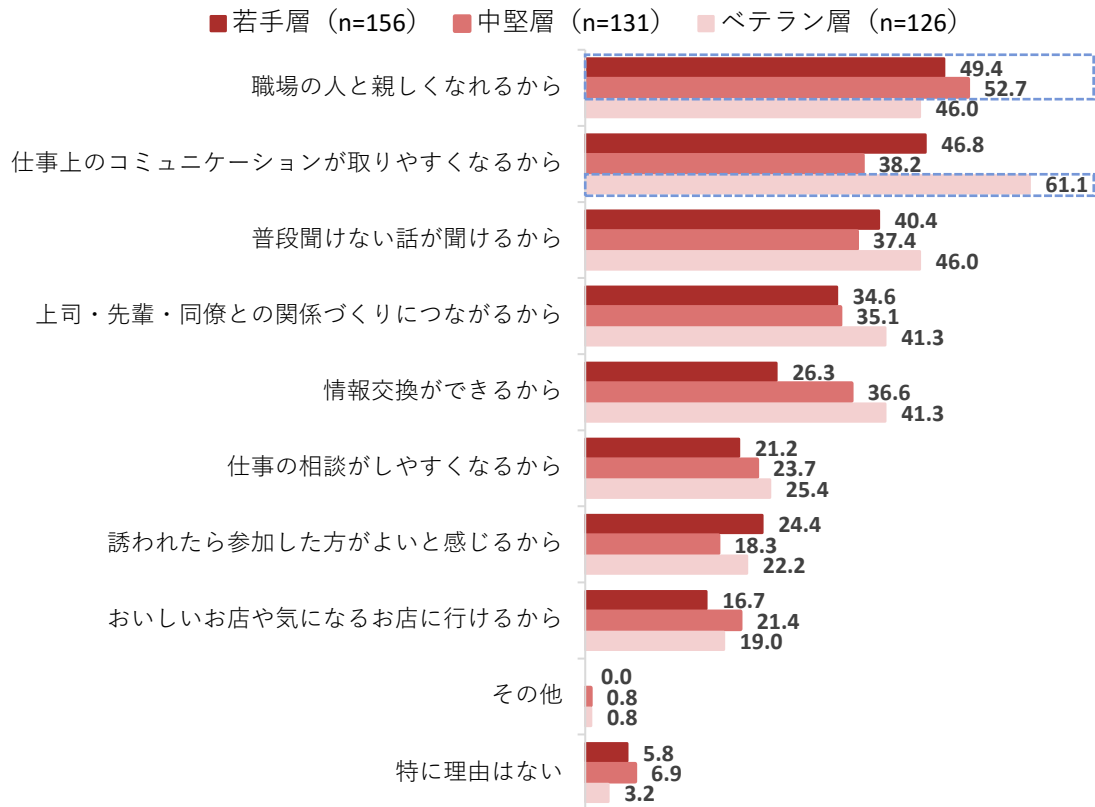
仕事関係の飲み会に参加したい理由は、若手・中堅層は「親睦」、ベテラン層は「業務上の交流」が最も高い

仕事関係の飲み会に参加したい理由について、若手層と中堅層は「職場の人と親しくなれるから」が最も高く、それぞれ49.4%、52.7%となった。ベテラン層は「仕事上のコミュニケーションが取りやすくなるから」が61.1%で最も高かった。

仕事関係の飲み会に参加したくない理由は、全ての世代で「気を遣って疲れるから」が最も高かった。また、全世代で2位となった「自分の時間を優先したいから」は若手層が47.3%、中堅層が48.7%となり、ベテラン層（33.8%）より10ポイント以上高かった。

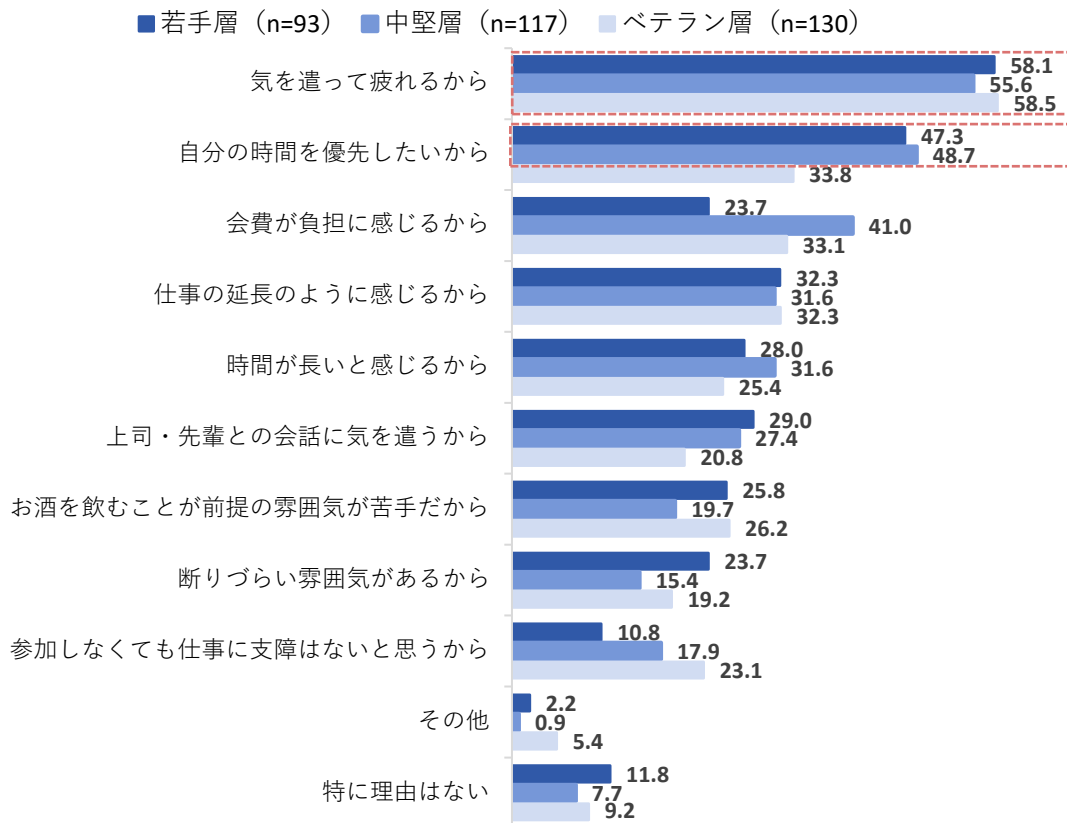
▼世代別 仕事関係の飲み会に参加したいと思う理由（複数回答）（n=413）（%）

※仕事関係の飲み会への参加意向について、「積極的に参加したい」「できれば参加したい」「相手や内容によっては参加したい」と回答した人を対象に聴取。



▼世代別 仕事関係の飲み会に参加したくないと思う理由（複数回答）（n=340）（%）

※仕事関係の飲み会への参加意向について、「あまり参加したくない」「参加したくない」と回答した人を対象に聴取。



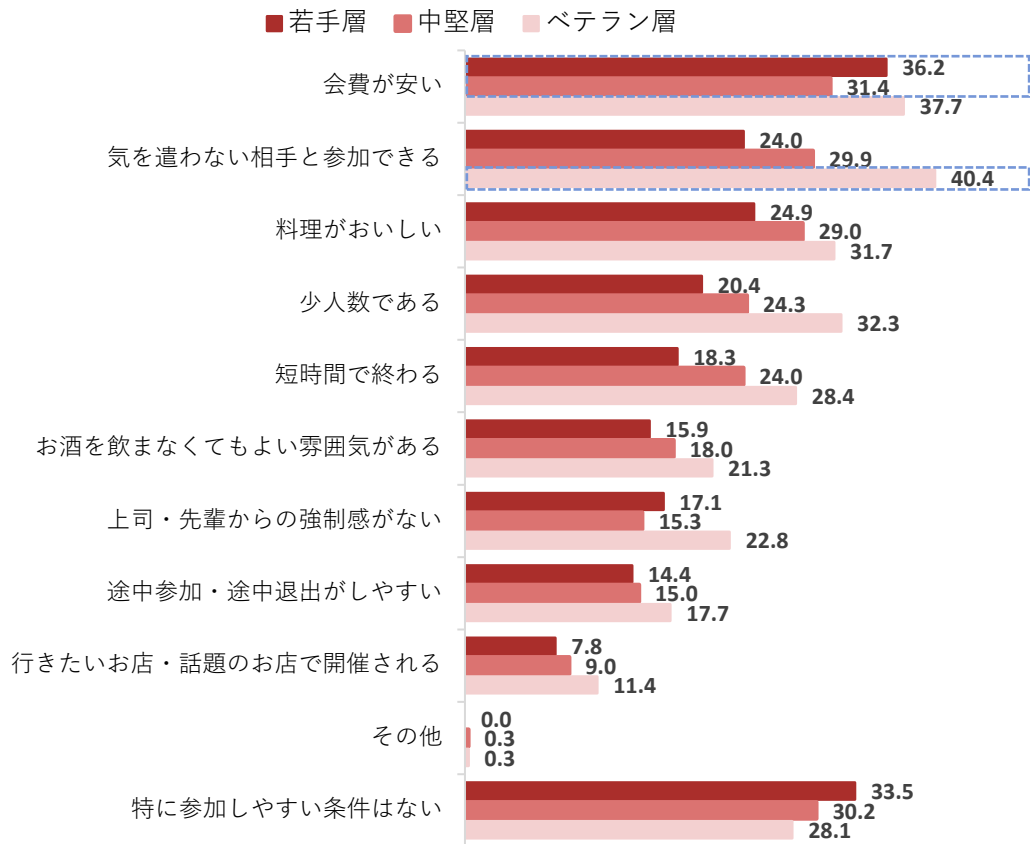
■ TOPICS③

仕事関係の飲み会に参加しやすい条件は、若手・中堅層は「会費の安さ」、ベテラン層は「気を遣わない相手」が最も高い

仕事関係の飲み会に参加しやすいと感じる条件について、若手層と中堅層は「会費が安い」が最も高く、それぞれ36.2%、31.4%となった。特に若手層は、2位の「料理がおいしい」（24.9%）より10ポイント以上高く、金額面を重視する傾向がうかがえる。ベテラン層は「気を遣わない相手と参加できる」が40.4%で最も高かった。選択肢に上げた、会費や参加相手、人数、時間、飲酒を前提としない雰囲気、強制感のなさなど、全ての条件において若手層と中堅層を上回った。

また、「特に参加しやすい条件はない」は、若い世代ほど高く、若手層が33.5%、中堅層が30.2%、ベテラン層が28.1%だった。

▼世代別 仕事関係の飲み会に参加しやすいと感じる条件（複数回答）（n=1,002 ※各世代 n=334）（%）



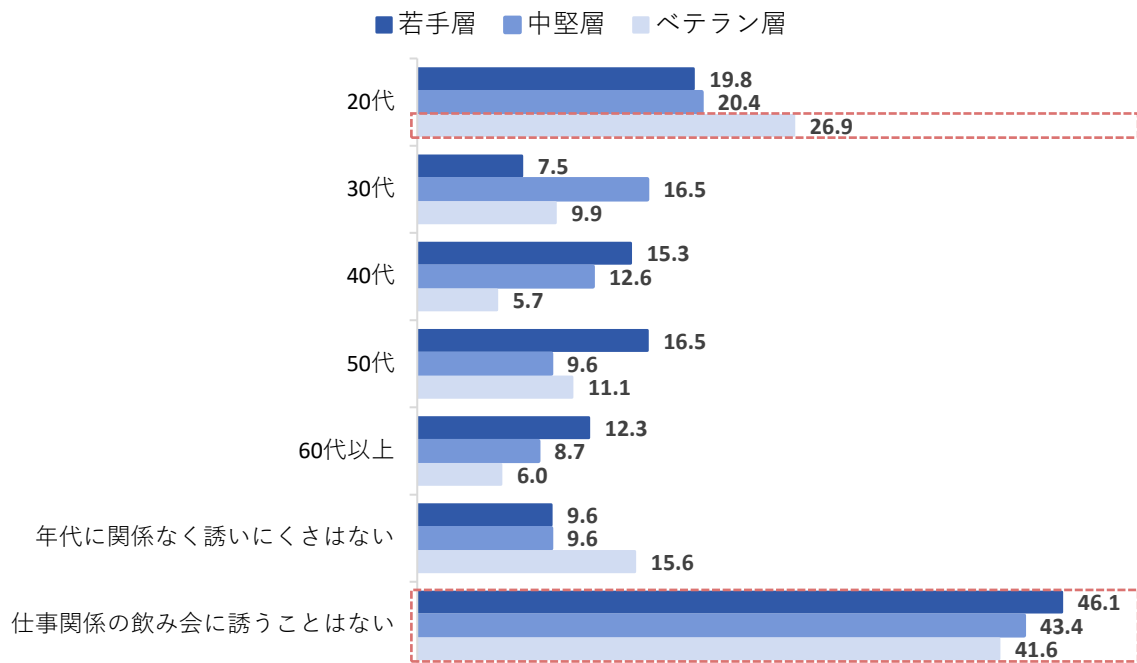
■ TOPICS④

全世代で「仕事関係の飲み会に誘うことはない」が4割超

仕事関係の飲み会について、誘いにくいと感じる年代を尋ねたところ、若手層、中堅層、ベテラン層のいずれにおいても「20代」が最も高かった。ベテラン層は26.9%となり、突出して高い。また、「仕事関係の飲み会に誘うことはない」と回答した割合は、全ての世代で4割を超えた。

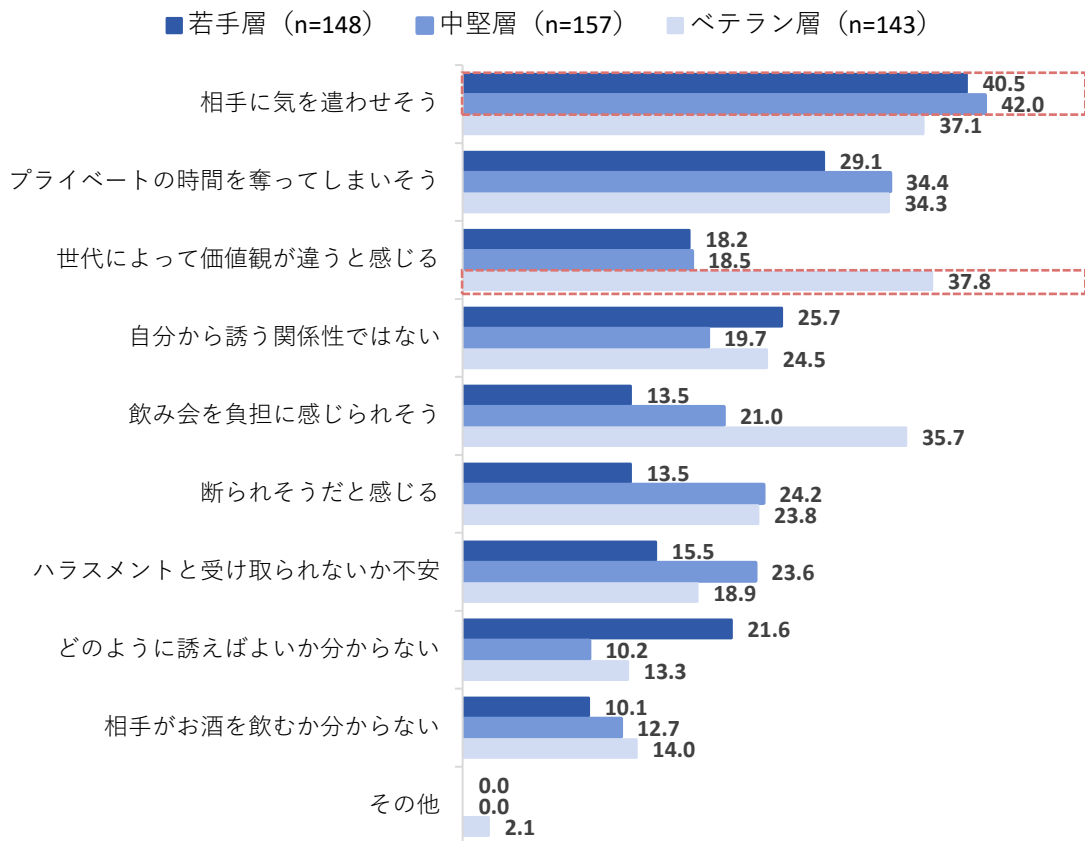
仕事関係の飲み会に誘いにくい理由は、若手層と中堅層で「相手に気を遣わせそう」が最も高く、それぞれ4割を超えた。ベテラン層は「世代によって価値観が違ふと感じる」が最も高く37.8%だった。若手層（18.2%）、中堅層（18.5%）と比べると、突出して高かった。

▼世代別 仕事関係の飲み会において誘いにくい年代（複数回答）（n=1,002 ※各世代 n=334）（%）



▼世代別 仕事関係の飲み会において誘いにくい理由（複数回答）（n=448）（%）

※誘いにくい年代として、20～60代以上のいずれかを回答した人に絞って集計



【調査概要】

調査方法 : インターネット調査
調査期間 : 2026 年 7 月 6 日～7 月 12 日
パネル : 「Ponta リサーチ」会員
(Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をいただいている方)
調査対象 : 国内在住 20～61 歳
有効回答数 : 1,002 名 ※世代別に各 334 サンプル回収
※調査結果は小数点第 2 位を四捨五入しています

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「Ponta リサーチ」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

■関連 URL

株式会社ロイヤリティマーケティング マーケティング詳細紹介サイト：

<https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート（自主調査結果を掲載）：<https://biz.loyalty.co.jp/report/>

公開データ：<https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム：<https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先
広報部にご連絡をお願い申し上げます。