

NEWS RELEASE

報道関係者各位

2025年 7月 22日

株式会社くるめし

【社内懇親会実態調査】**70%以上の企業で「週5出勤」オフィス回帰の流れ****大企業では「社員間の交流」、スタートアップでは「社員の満足度向上」
を目的にオフィスを会場とした懇親会を開催**

国内最大級の法人向けフードデリバリーサービス「くるめし弁当」を運営する株式会社くるめし（本社：東京都渋谷区、代表取締役：小林篤昌）は、「オフィスでの飲食シーンの実態調査」と題して、オフィスでの懇親会に関する調査を実施いたしました。その結果をお知らせします。

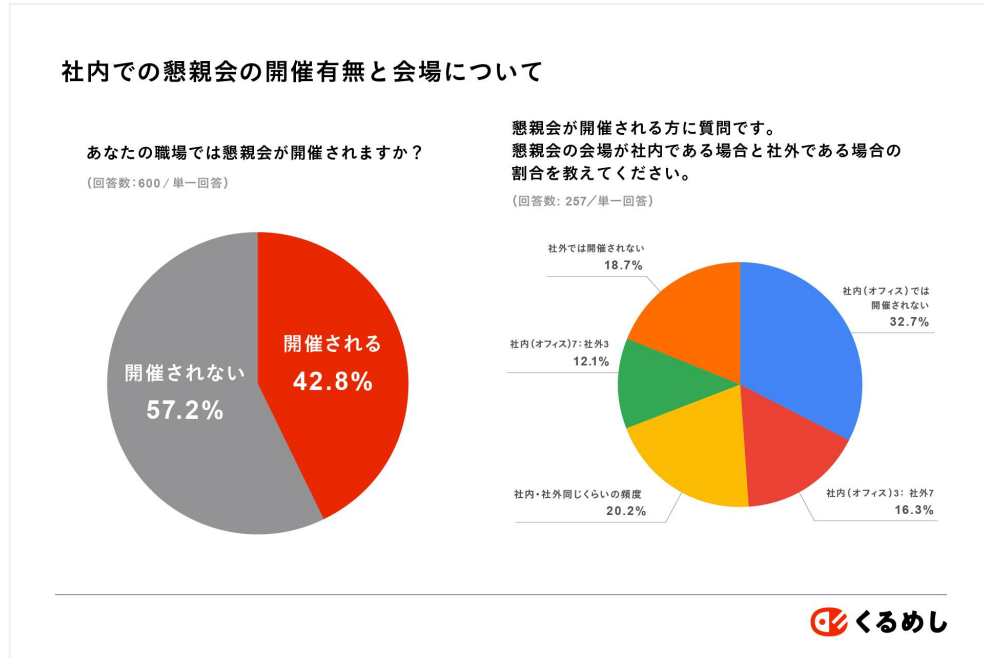
<調査結果概要>

- 懇親会を開催する企業は**42.8%**。懇親会を社内開催する割合が最も多いのは大企業で**39%**
- 社内懇親会の開催目的は「社員間の交流目的（**54.9%**）」ただし、企業規模によって開催目的は異なる
- 社内懇親会の開催内容は「歓送迎会（76.3%）」「忘年会（76.3%）」が主流。社員同士のクラブ活動・部活動（38.2%）社員旅行・遠足（39.3%）という回答もみられる
- 30%以上がオードブルまたはケータリングで食事を手配。また、企業規模が大きくなるほどアルコールの提供率が高い
- 社内・オフィスが会場となる懇親会のメリットは「移動時間」と「安価である」こと
- 職場におけるコミュニケーションで最も多い不満点は「交流が少ない（17.3%）」／20代・30代はともに「業務に対するフィードバック」を求めている
- 懇親会有無によって異なる満足度。懇親会実施により「人間関係」「社内コミュニケーション」における不満は低下
- フル出勤が70%以上でオフィス回帰は顕著。しかしフル出勤の17%は「交流が少ない」と回答し、コミュニケーションに課題あり

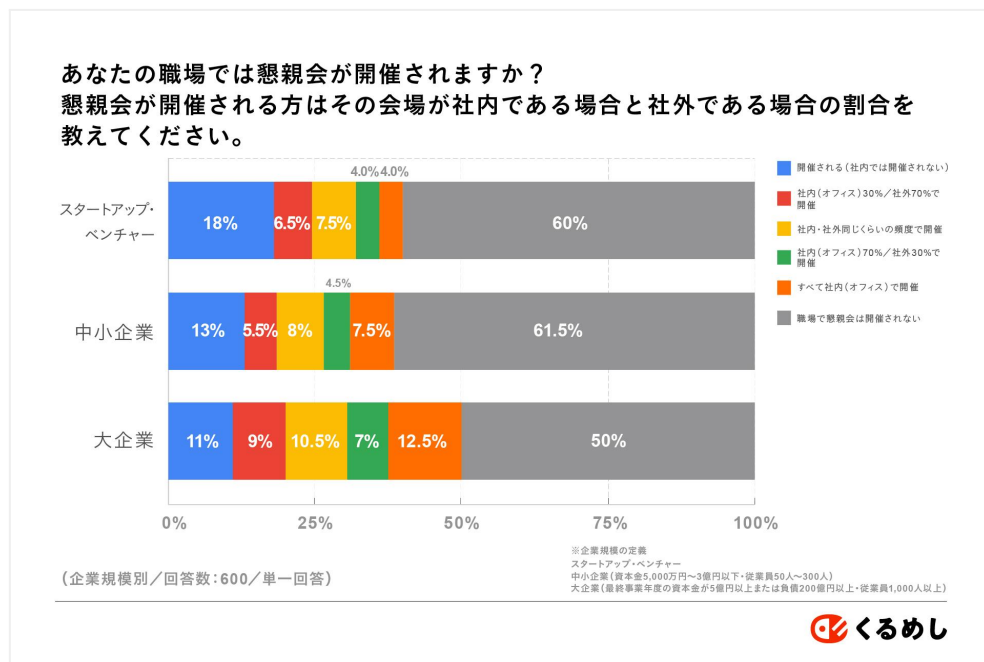
<調査結果詳細>

- **懇親会を開催する企業は42.8%。懇親会を社内開催する割合が最も多いのは大企業で39%**

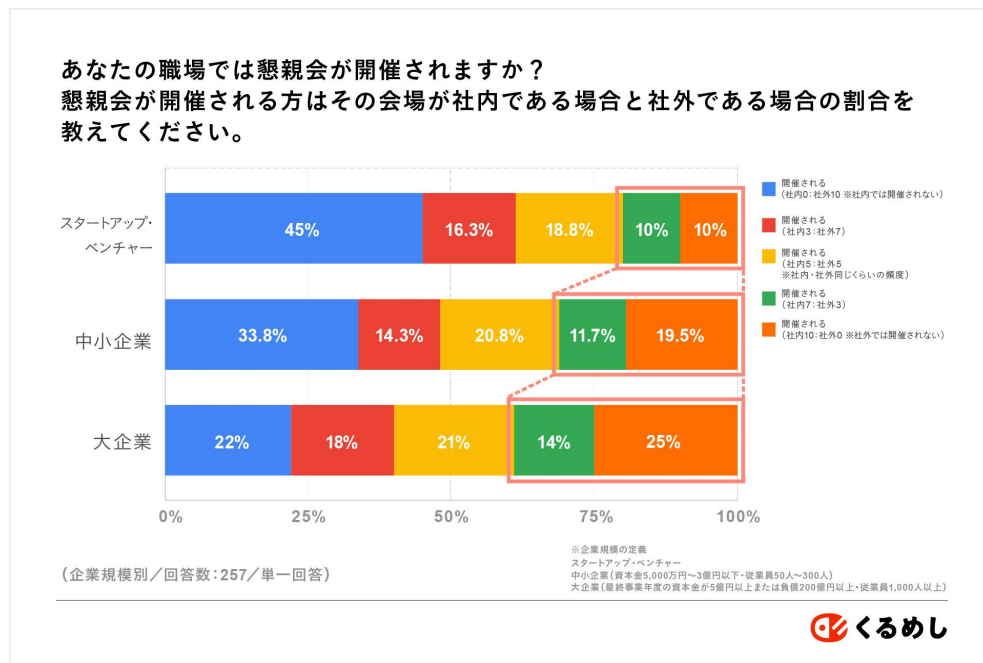
42.8%の企業が社員同士の懇親会を開催していることが判明しました。その中で、懇親会の会場を社内(オフィス)としている企業の割合は67.3%でした。さらに懇親会の会場をみると、懇親会を社内・オフィスでのみ実施している(社外では開催されない)企業が全体で18.7%という結果がみられました。



懇親会の実施割合を企業規模別でみると、スタートアップでは40%、中小企業が39.5%、大企業が50%と、10%以上の差をつけて大企業が懇親会を積極的に開催していることがわかりました。

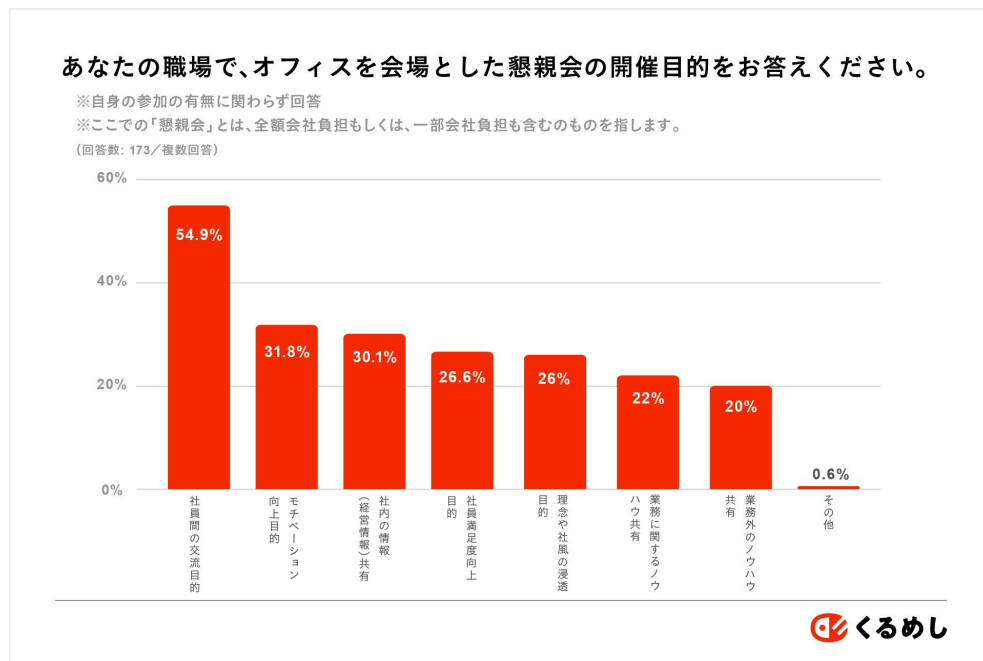


さらに、懇親会が開催されている企業の開催会場を詳しくみると「開催される(社内7:社外3)」「社外では開催されない」の合計がスタートアップでは20%(社内のみは10%)、中小企業が31.2%(社内のみは19.5%)、大企業が39%(社内のみは25%)で、大企業ほど懇親会の開催場所として社内を選択していることが判明しました。



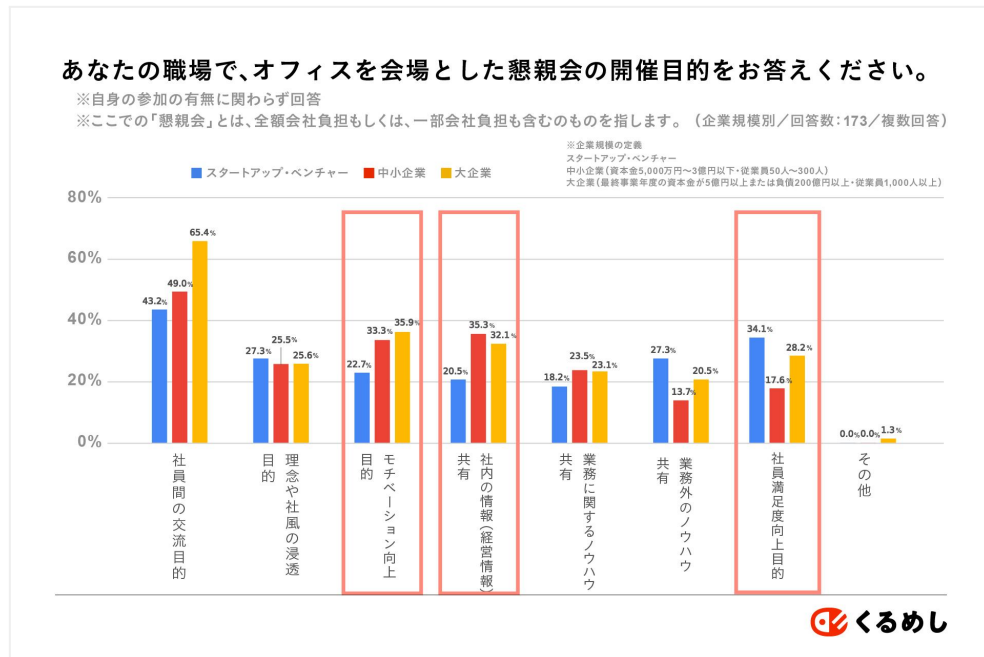
● **社内懇親会の目的は「社員間の交流目的(54.9%)」ただし、企業規模によって開催目的は異なる**

社内懇親会を開催する目的について伺うと、「社員間の交流目的(54.9%)」、「モチベーション向上目的(31.8%)」、「社内の情報(経営情報)共有(30.1%)」、「社員満足度向上目的(26.6%)」という回答でした。



企業規模別に開催目的をみると、「社員間の交流目的」と回答しているのは大企業が最も多く65.4%。「社員満足度向上目的」においては、スタートアップ・ベンチャーが最も回答が多く34.1%という結果がみられました。中小企業では、「社内の情報(経営情

報)共有」において回答が最も多くみられ、35.3%でした。また、「モチベーション向上目的」という項目において、スタートアップ・ベンチャーでは22.7%という結果に対して、大企業では35.9%という回答で10%以上の差がみられる結果となりました。



企業規模にかかわらず、社内の懇親会においては働く社員同士のコミュニケーションを活性化させたいという考えのもと開催されているのかもしれませんが、なかでも、大企業では、抱える所属社員数が多いため、お互いのコミュニケーションの場を提供するための懇親会を開催することが多いのかもしれません。一方で、スタートアップ・ベンチャー企業では社員のエンゲージメント・帰属意識向上のために「満足度向上目的」で懇親会を開催していると予想できます。

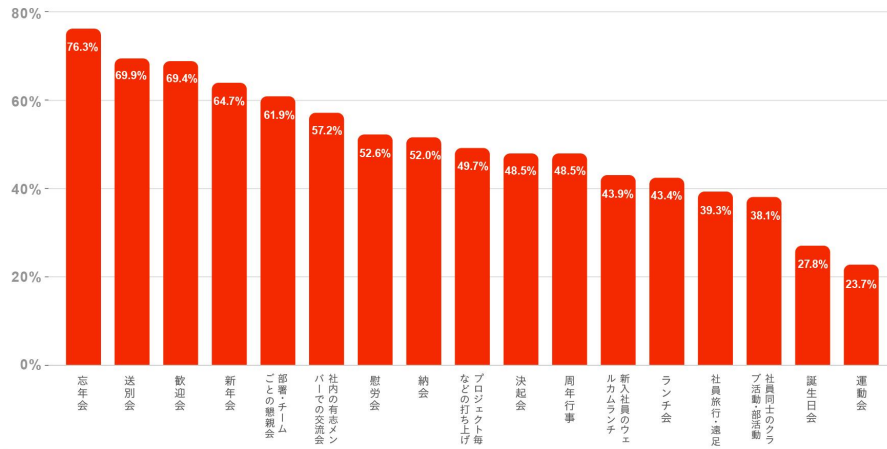
- 社内懇親会の内容は「歓送迎会(76.3%)」「忘年会(76.3%)」が主流。社員同士のクラブ活動・部活動(38.2%)社員旅行・遠足(39.3%)という回答もみられる

懇親会の内容としては、忘年会(76.3%)、送別会(69.9%)、歓迎会(69.4%)、新年会(64.7%)、部署・チームごとの懇親会(61.9%)という結果で、歓送迎会や季節のイベントで開催されている様子が伺えます。一方で、社員旅行・遠足(39.3%)、社員同士のクラブ活動・部活動(38.1%)、運動会(23.7%)などの回答も見られ、独自の懇親会・イベントを開催し交流を深めている企業も多いようです。

あなたの職場で、どのような懇親会が開催されますか？

※ここでの「社内懇親会」とは、全額会社負担もしくは、一部会社負担も含むものを指します。

(回答数: 173/複数回答)

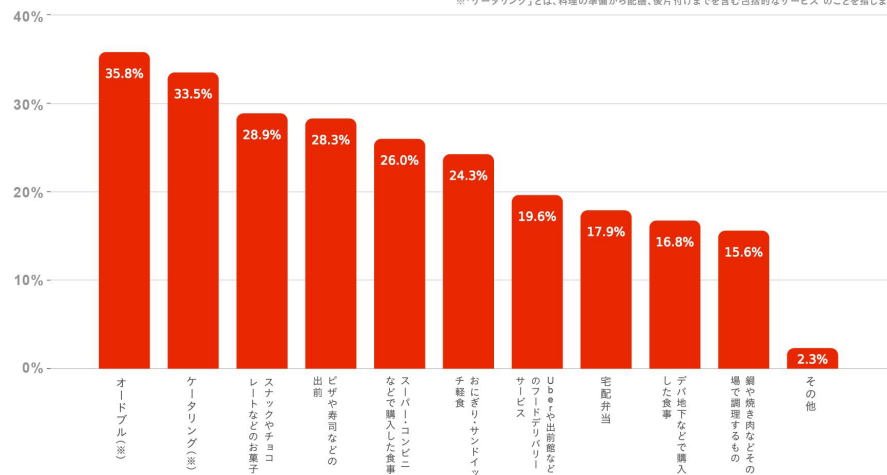


- **30%以上がオードブルまたはケータリングで食事を手配。また、企業規模が大きくなるほどアルコールの提供率が高い**
社内懇親会開催時の食事手配は、オードブルが35.8%、ケータリングが、33.5%と最も多い結果でした。その他、ピザや寿司などの出前(28.3%)、スーパー・コンビニなどで購入した食事(26%)もみられています。

社内懇親会で提供された食事としてあてはまるものをお答えください。

(回答数: 173/複数回答)

※「オードブル」とは、料理店などで調理した料理を盛り付けて、使い捨て容器で届けるサービス
※「ケータリング」とは、料理の準備から配膳、後片付けまでを含む包括的なサービスのことを指します。



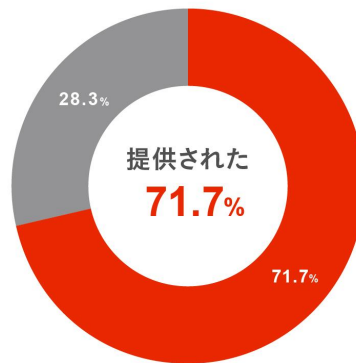
※「オードブル」とは、料理店などで調理した料理を盛り付けて、使い捨て容器で届けるサービス、「ケータリング」とは、料理の準備から配膳、後片付けまでを含む包括的なサービスのことを指します。

また、その際アルコールのご提供有無に関しては、71.7%が「アルコール類が提供された」と回答しており、企業規模別でみると、スタートアップ・ベンチャー(68.2%)、中小企業(72.5%)、大企業(73.1%)と、大企業が一番アルコールの提供割合が多い結果となりました。社内で開催することが多い大手企業では、社員同士のコミュニケーションをより気軽かつ手軽にできるようアルコールを提供している企業が多いのかもしれません。

オフィスを会場として開催された社内懇親会で、アルコール類は提供されましたか。

※自身がアルコール類を飲んだかは含みません。

※社内懇親会が複数あり、場合によって異なる場合でも、アルコール類が提供されていた場合は「提供された」と回答してください。

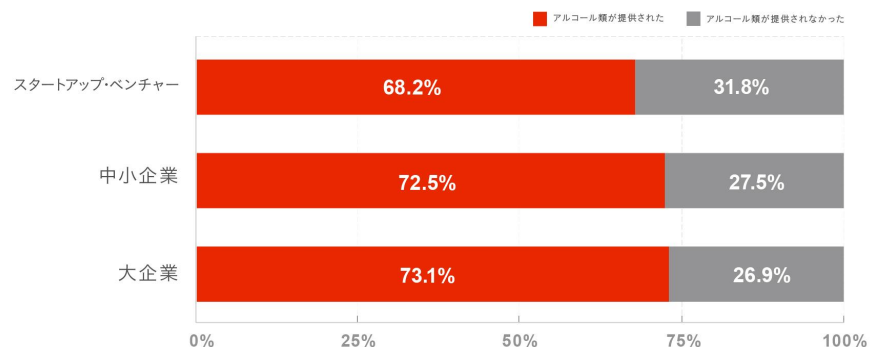


(回答数: 173/単一回答)

オフィスを会場として開催された社内懇親会で、アルコール類は提供されましたか。

※自身がアルコール類を飲んだかは含みません。

※社内懇親会が複数あり、場合によって異なる場合でも、アルコール類が提供されていた場合は「提供された」と回答してください。



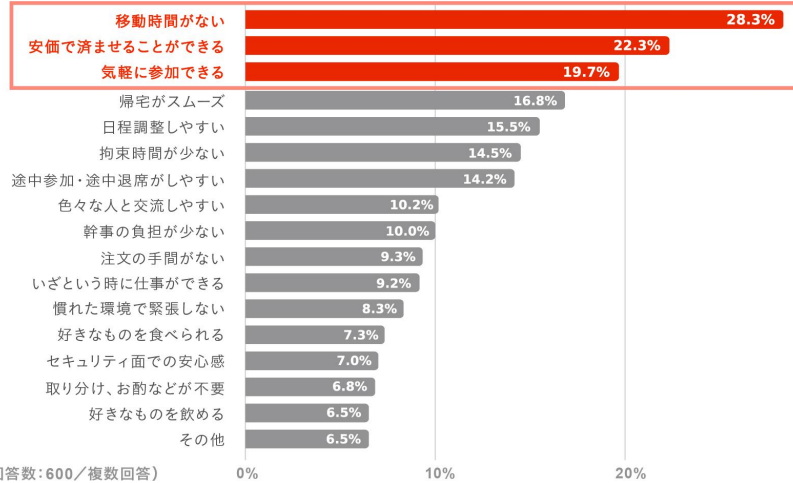
(企業規模別/回答数: 173/単一回答)

※企業規模の定義
 スタートアップ・ベンチャー
 中小企業(資本金5,000万円以下・従業員50人～300人)
 大企業(最終事業年度の資本金が5億円以上または負債200億円以上・従業員1,000人以上)

● 社内・オフィスが会場となる懇親会のメリットは「移動時間」と「安価である」こと

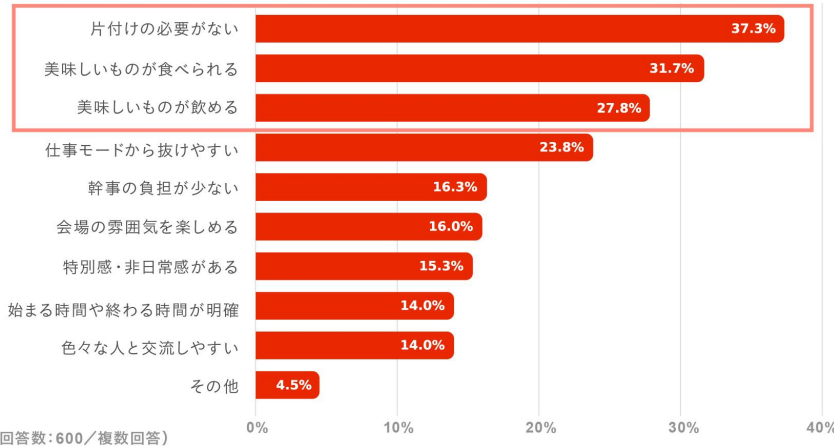
社内・オフィスが会場となる場合と、社外の店舗が会場となる場合ごとに社内懇親会のメリットを聞いたところ、社内開催のメリットとしては「移動時間がないこと(28.3%)」「安価で済ませることができる(22.3%)」「気軽に参加できる(19.7%)」があげられました。会場がオフィス内ということで、参加者にとって参加ハードルが低くなるとともに、企画者・幹事にとっても、手軽に参加できる点がメリットとしてとらえられているのかもしれません。

会社の懇親会をオフィス内(社内)での開催のメリットだと思うことを教えてください。



一方で、社外開催の懇親会では「片付けの必要がない(37.3%)」「美味しいものが食べられる(31.7%)」「美味しいものが飲める(27.8%)」という回答でした。飲食店などで開催される場合、参加者にとって料理・飲み物の質が高い点をメリットと感じられているようです。

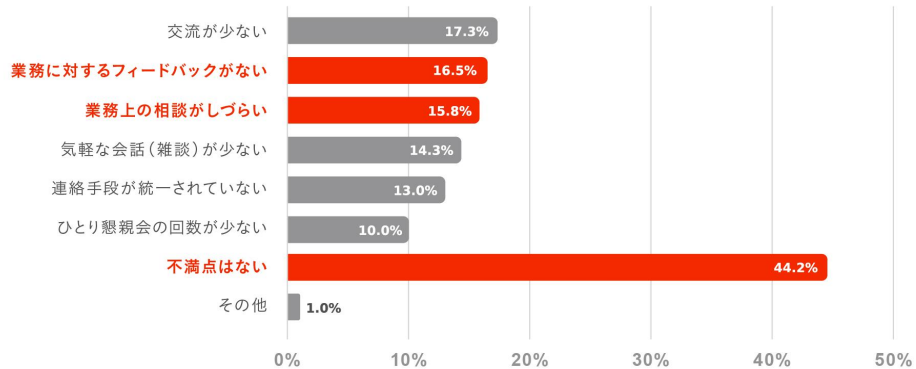
会社の懇親会を社外(居酒屋・レストラン等の店舗)での開催のメリットだと思うことを教えてください。



- 職場におけるコミュニケーションで最も多い不満点は「交流が少ない(17.3%)」／20代・30代はともに「業務に対するフィードバック」を求めている

「あなたの職場におけるコミュニケーションの不満点としてあてはまるものをお答えください。」という質問では、「不満点はない」という回答が、半数以下の44.2%でした。残りの55.8%はなにかしらの不満をもっているといえます。具体的な不満点として挙げられたのは「交流が少ない(17.3%)」が最も多く挙げられた一方、「業務に対するフィードバックがない(16.5%)」「業務上の相談がしづらい(15.8%)」という、日々の業務に影響のありそうな不満も多くみられました。

あなたの職場におけるコミュニケーションの不満点としてあてはまるものをお答えください。

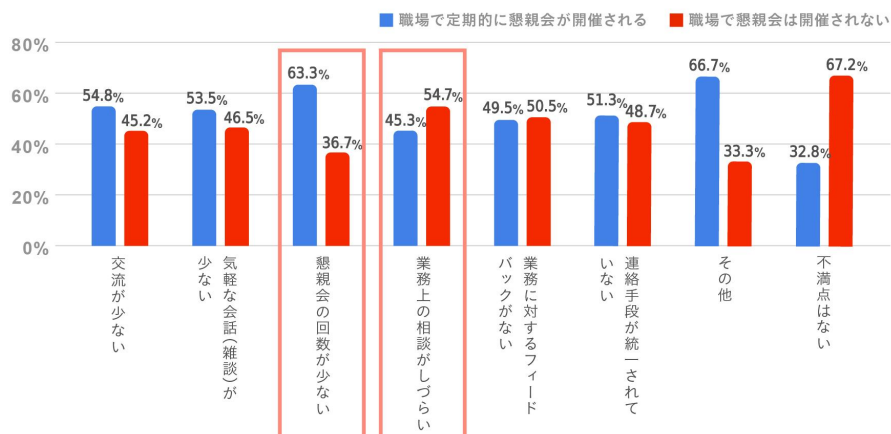


（回答数：600／複数回答）

さらに、この結果と「懇親会の開催有無」をクロス集計したところ、「職場で懇親会は開催されない」と回答している人の中で最も多い不満は「業務上の相談がしづらい（54.7%）」で、「懇親会が開催される人」の「業務に対するフィードバックがない」が45.3%であったのと比較し、10%近い差がありました。一方で、定期的に懇親会が開催されると回答している人では、「懇親会の回数が少ない」という回答が最も多く63.3%でした。出社回帰の流れで社員同士のコミュニケーションを求めている人が増えているのかもしれない。

あなたの職場におけるコミュニケーションの不満点としてあてはまるものをお答えください。

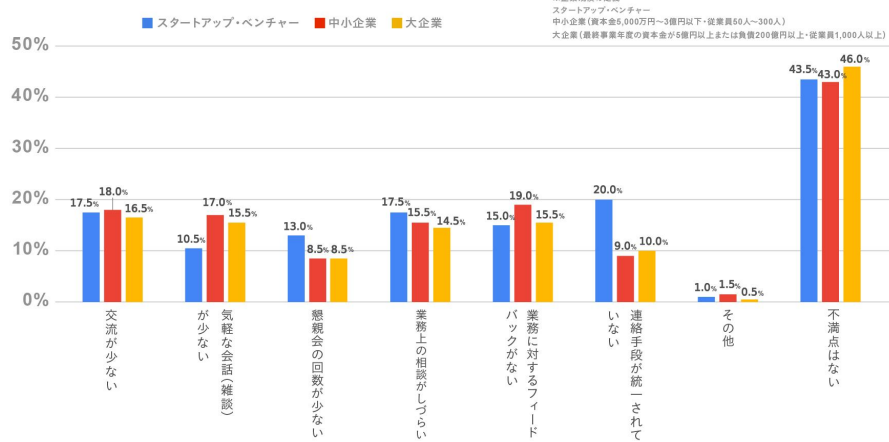
※ここでの「社内懇親会」とは、全額会社負担もしくは、一部会社負担も含むものを指します。（回答数：600／複数回答）



また、企業規模別の回答をみると、スタートアップでは「交流が少ない」「業務上の相談がしづらい」が最も多く、ともに17.5%。中小企業では「業務に対するフィードバックがない（19%）」、大企業では「交流が少ない」が16.5%で最も多い結果でした。

あなたの職場におけるコミュニケーションの不満点としてあてはまるものをお答えください。

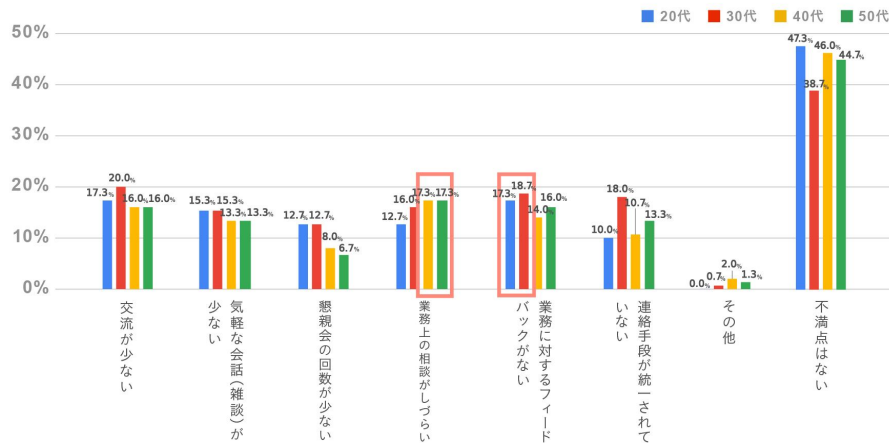
※ここでの「社内懇親会」とは、全額会社負担もしくは、一部会社負担も含むものを指します。（企業規模別／回答数：600／複数回答）



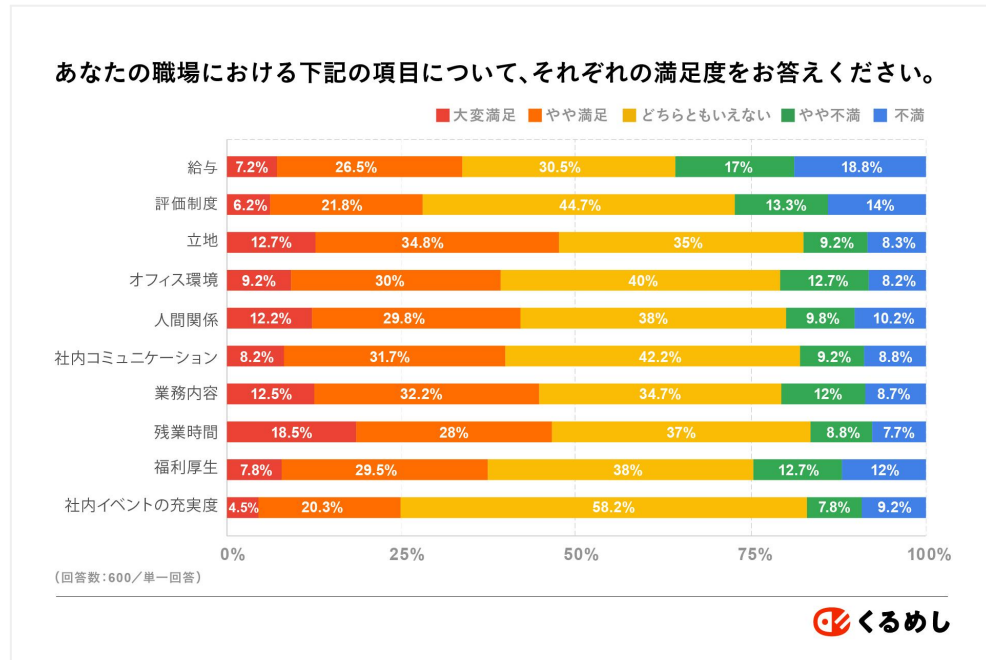
コミュニケーションにおける不満点を年代別にみると、20代・30代はともに「業務に対するフィードバックがない」が最も多い不満で、それぞれ17.3%、18.7%。40代と50代では、「業務上の相談がしづらい」が最も多く、それぞれ17.3%が回答しています。

あなたの職場におけるコミュニケーションの不満点としてあてはまるものをお答えください。

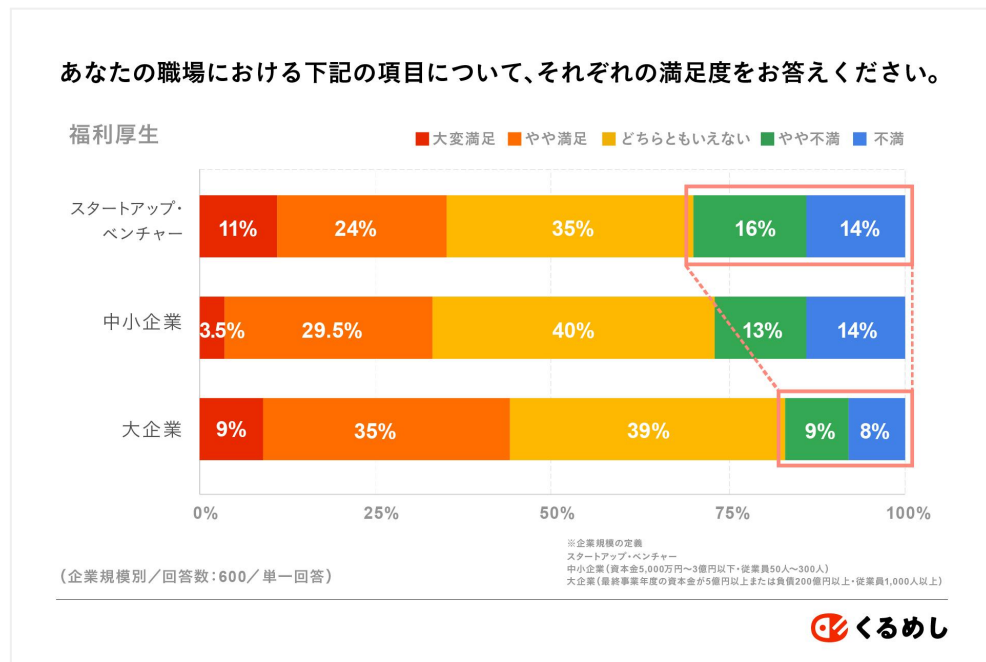
※ここでの「社内懇親会」とは、全額会社負担もしくは、一部会社負担も含むものを指します。（年代別／回答数：600／複数回答）



- 懇親会有無によって、異なる満足度。懇親会実施によって「人間関係」「社内コミュニケーション」における不満は低下
職場における満足度についての質問に対して、「立地」や「業務内容」がそれぞれ47.5%・44.7%と満足度が高い一方で、「給与」「評価制度」においては、それぞれ、35.8%・27.3%が不満という回答が集まりました。



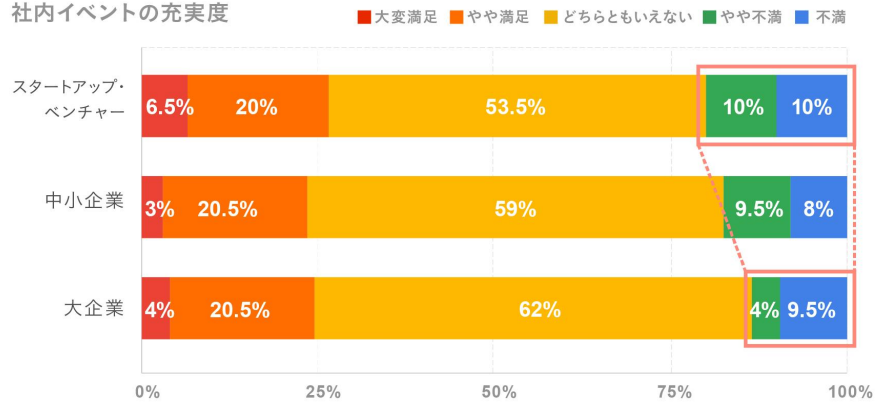
企業規模ごとに不満をみると、「福利厚生」に関して「やや不満」もしくは「不満」と回答した人の割合は大企業が17% (9% / 8%) に対し、スタートアップ・ベンチャーは30% (16% / 14%)、中小企業は27% (13% / 14%) と大きな差がみられました。



また「社内イベントの充実度」において比較すると「やや不満」もしくは「不満」を選んだ人は、スタートアップ・ベンチャーで20% (各10%)、中小企業で17.5% (9.5% / 8%) だった一方で、大企業は13.5% (4% / 9.5%) という結果となり、こちらでも差がみられました。

あなたの職場における下記の項目について、それぞれの満足度をお答えください。

社内イベントの充実度



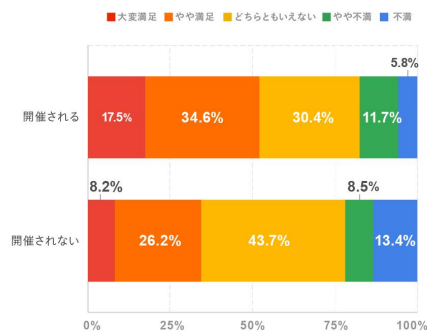
(企業規模別/回答数: 600/単一回答)

※企業規模の定義
スタートアップ・ベンチャー
中小企業(資本金5,000万円以下・従業員50人～300人)
大企業(最終事業年度の資本金が5億円以上または負債200億円以上・従業員1,000人以上)

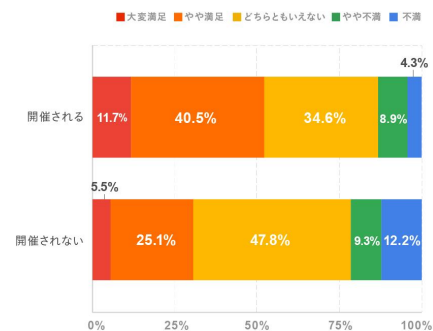
さらに、懇親会の開催有無と職場における満足度をクロス集計したところ、「懇親会が開催される」と回答した人の「人間関係」に対する満足度は「大変満足(17.5%)」「やや満足(34.6%)」の合計で52.1%であるのに対し、「開催されない」と回答した人の満足度は「大変満足(8.2%)」「やや満足(26.2%)」の合計で34.4%で20%近く差がみられました。また、同様に「社内コミュニケーション」においても、「懇親会が開催される」と回答している人は「大変満足(11.7%)」「やや満足(40.5%)」の合計で52.2%でしたが、「開催されない」と回答した人は「大変満足(5.5%)」「やや満足(25.1%)」の合計で30.6%という結果で、こちらも20%近い差がでています。

あなたの職場における下記の項目について、それぞれの満足度をお答えください。

人間関係



社内コミュニケーション

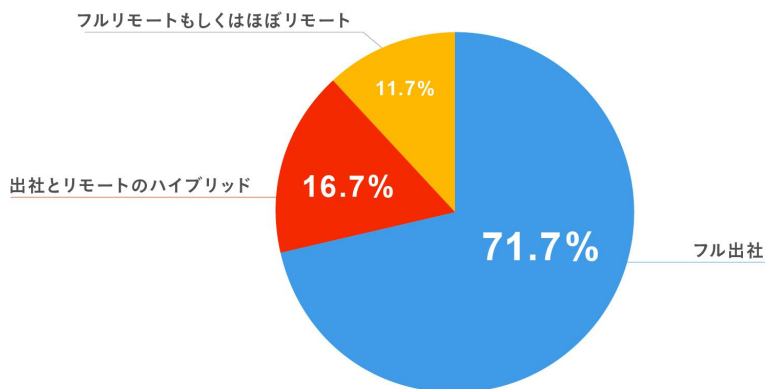


(社内懇親会の開催有無別/回答数: 600/単一回答)

- フル出社が70%以上でオフィス回帰は顕著。しかしフル出社の17%は「交流が少ない」と回答し、コミュニケーションに課題あり

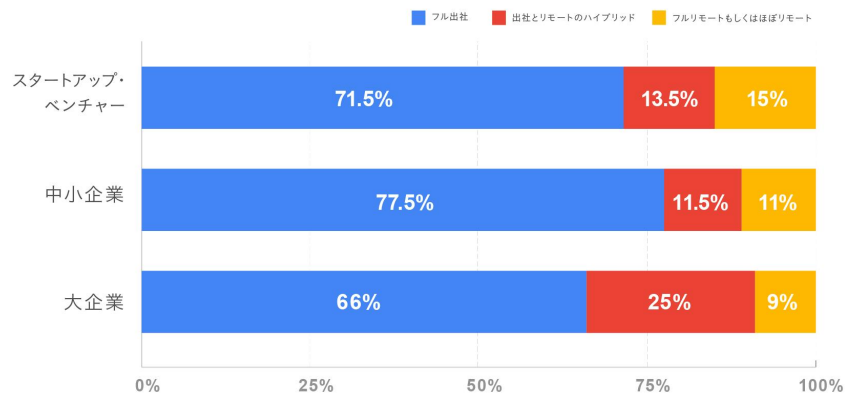
現在の出勤スタイルについて、71.1%がフル出社（週5出社）と回答しています。企業規模ごとにみると、中小企業のフル出社率が最も高く77.5%。ハイブリッドスタイルを取り入れているのは、大企業が最も多く25%、フルリモートではスタートアップ・ベンチャー企業が最も多い15%という結果でした。

あなたの就業スタイルとしてあてはまるものをお答えください。



（回答数：600／単一回答）

あなたの就業スタイルとしてあてはまるものをお答えください。



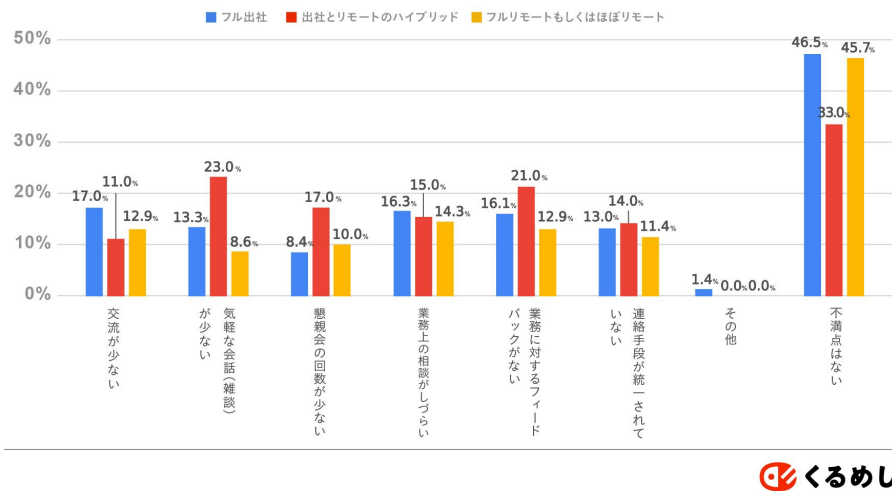
（企業規模別／回答数：600／単一回答）

※企業規模の定義
 スタートアップ・ベンチャー
 中小企業（資本金5,000万円～3億円以下・従業員50人～300人）
 大企業（最終事業年度の資本金が5億円以上または負債200億円以上・従業員1,000人以上）

出社形態ごとにコミュニケーションに関する不満点をみると、フル出社の人は17%が「交流が少ない」と回答しています。ハイブリッドスタイルの人は「気軽な会話（雑談）が少ない」と感じている人が最も多く23%という結果でした。

あなたの職場におけるコミュニケーションの不満点としてあてはまるものをお答えください。

※就業スタイルとクロス集計（回答数：600／複数回答）



■ 調査結果を受けて：「オフィス回帰」とともに求められるコミュニケーションの「量と質」

新型コロナウイルス感染症の収束とともに、企業の「出社・オフィス回帰」が進んでいます。そうした中で社内懇親会を開催する企業は42.8%にのぼり、オフィス内での懇親会やランチイベントなど、社員同士のコミュニケーション機会を設ける企業も増えてきていることがうかがえます。

一方で、今回の調査結果からは、「職場におけるコミュニケーションに不満点がある」という回答・声も多くみられました。回答者の約半数が「職場でのコミュニケーションに不満がある」ようで、「業務の相談がしづらい」「業務に対するフィードバックがない」といった実務に直結する課題が浮き彫りになりました。特に、スタートアップやベンチャーといった小規模な企業ほど、この傾向は強く、日々の業務に追われるなかで、社員同士のコミュニケーション・関係構築は後回しになりがちなのかもしれません。

こうした背景を踏まえると、「ただ出社するだけ」では社内コミュニケーションの課題は解決されないといえます。業務と直接関係のない“交流の場”を意識的につくることで、心理的なハードルが下がり、チーム間の連携や信頼関係の醸成につながる可能性があります。

中でも「食事」は、誰もが自然に参加しやすく、職場内の関係性をやわらかくほぐすきっかけとなる手段のひとつであると我々は考えています。実際に、ランチを共にするだけでも会話が生まれやすくなり、日々の業務にもよい影響を与えるケースが多く見られます。さらに今回の調査では、20.8%の企業が、社内懇親会を就業時間内に開始・開催していると答えています。近年働き方が多様化し、従来の「就業後の飲み会」では参加が難しい社員もいる中で、より多くの人が参加しやすいよう、イベントの開催時間を見直す動きが広がっているようです。

人材定着や生産性の向上が企業にとって重要なテーマとなっている今、改めて「社内コミュニケーションの質」を見直し、その活性化に向けた具体的なアクションが求められているといえるでしょう。今後もくるめし弁当では、“食を通じたつながり”の場づくりを支援する取り組みを通じて、企業と働く人々をつなぐ一助となれるよう努めてまいります。

■ 調査概要

「オフィスでの飲食シーンの実態調査」

調査対象: 全国、20歳以上～59歳の男女 600人

調査方法: インターネット調査

調査実施時期: 2025年4月

※各グラフの数値は、小数点第2位を四捨五入のうえ表記しているため、合計が100%にならない場合がございます。

※リリース内の企業規模の定義は下記としています。

スタートアップ・ベンチャー

中小企業＝資本金5,000万円～3億円以下・従業員50人～300人

大企業＝最終業年度の資本金が5億円以上または負債200億円以上・従業員1,000人以上

※本調査に関する詳細は、下記までお問合せください。

pr@kurumeshi.co.jp

●「くるめし弁当」とは

「くるめし弁当」は、会議・研修・懇親会等の企業内での利用からロケや展示会等の大型イベントまで、ビジネスの場で必要とされる団体注文・時間予約が可能なお弁当を検索・注文できるサービスです。約900店舗、20,000種類以上の商品を掲載する国内最大級の法人向けフードデリバリーサービスです。

<https://www.kurumesi-bentou.com/>

●「シェフコレ」とは

「シェフコレ」は、企業の懇親会から入社式、忘新年会まで、様々なパーティーの場面において、ご予算や利用シーンに最適なお好みのケータリング・オードブルを選ぶことができるサービスです。約150店舗・1,000以上のプランを掲載する国内最大級のパーティー料理のデリバリーサービスです。

<https://www.chef-colle.com/>

【株式会社くるめし 会社概要】

所在地 : 〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂2-23-12 フォンティスビル7F

代表者 : 代表取締役 小林 篤昌

WEBサイト: <https://www.kurumeshi.co.jp/>

事業内容 : 法人向けフードデリバリー事業

「くるめし弁当」(<https://www.kurumesi-bentou.com/>)

「シェフコレ」(<https://www.chef-colle.com/>)

設立年月日 : 2010年8月26日