

報道関係各位

2022年12月12日
株式会社クロス・マーケティング

忘年会における感染予防の意識は薄れてきた 会いたい人・食べたいものなどを楽しみにするマインドが上昇

－忘年会に関する調査(2022年)－

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:五十嵐 幹)は、全国20歳～69歳の男女を対象に「忘年会に関する調査(2022年)」を実施しました。忘年会シーズン真っ只中ですが、コロナ禍が落ち着いたことで、どのように飲み会に対する意識を持っているのか、昨年と今年の違いが見えてきました。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20221208yearendparty1/>

■ 調査サマリー

Topic
Summary

年の瀬の飲み会に関する調査

01

今年は忘年会に前向き！

もともと忘年会に消極的な人を除くと、45%の人が行きたいと回答。昨年(33%)と比べて10pt以上上昇しており、**参加のムードが高まっている**。

02

20代は引き続き、40,50代がマインドチェンジ

年代別に忘年会への気持ちを見ると20代が最も参加へ積極的。一方、40,50代で昨年とのGAPが大きく、**大人世代でもコロナ明けのマインド**を感じる。

03

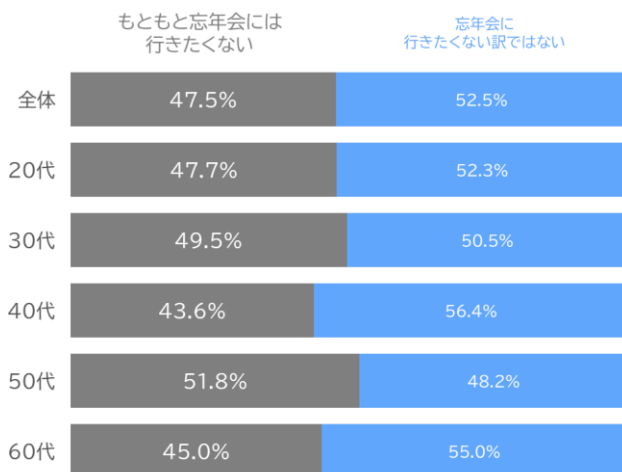
飲み会への期待でもコロナ対策への意識は薄れている

昨年と比較して、「お店のコロナ対策」「個室利用」など、感染予防に対する意識は薄れ、**久々に会う相手や食事のおいしさなど前向きな期待が高まっている**。

■ 忘年会へのスタンスに年齢別の差はない

1

忘年会と聞くとどのような気持ちになりますか。



(全体 n=1,100 / 各年代 n=220)

QiQUMO

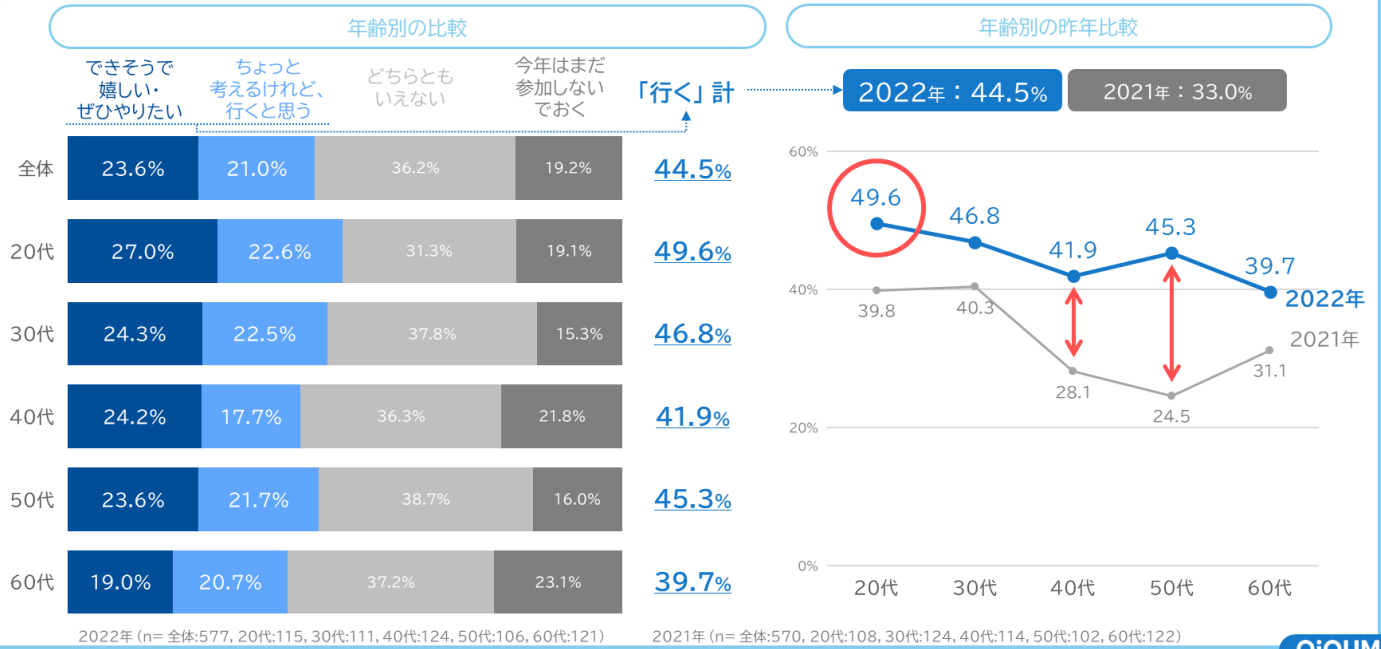
なにかにつけて“若者は飲み会をしたがらない・・・”のような話を聞くことはあるが、時勢に限らず「もともと忘年会に行きたくない」というネガティブな気持ちを持っている方はどのような世代においても半数弱存在。

次ページの分析からは、この「もともと忘年会に行きたくない」という人は除いた内容を掲載。

■ 40,50代が忘年会復調ムードを牽引

今年の忘年会への気持ちを聞いたところ、「できそうで嬉しい・ぜひやりたい」「ちょっと考えるけど、行くと思う」の合計が44.5%と昨年の33.0%から10pt以上上昇。昨年から高いモチベーションの20代だけでなく、40,50代が前向きに変わってきたことが大きな要因となっている。

2 この年末、忘年会と聞くとどのような気持ちになりますか。
※もともと忘年会に行きたくない人を除くベース

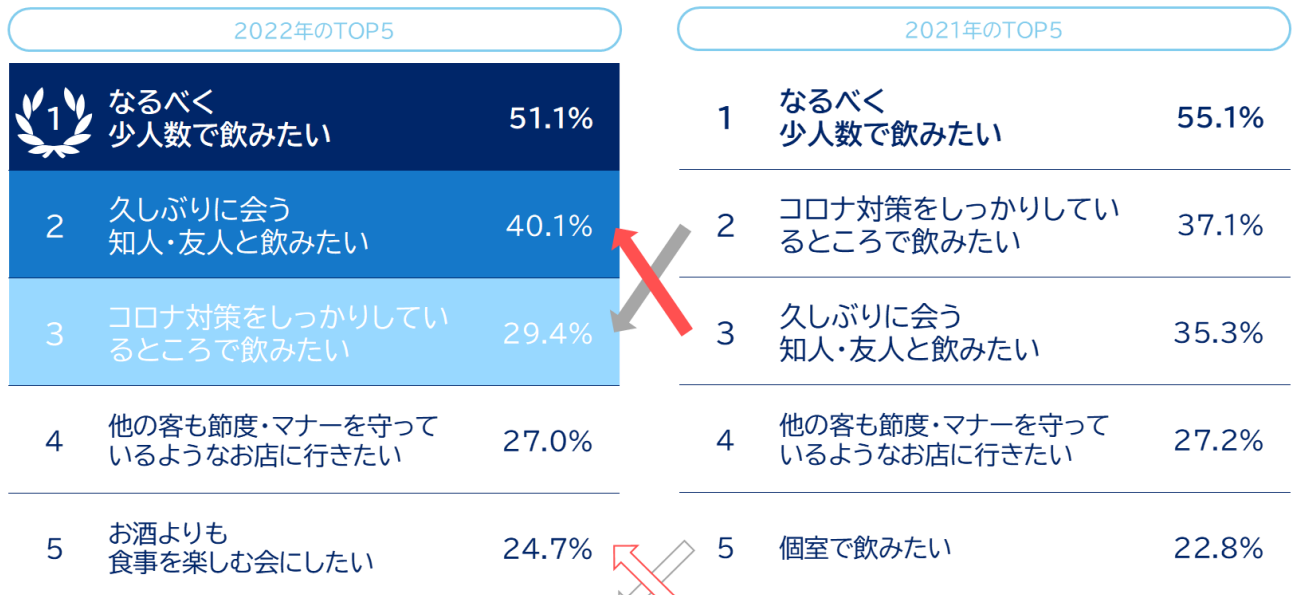


QIQUO

■ 飲み会に求めるものもやや前向きに

どのような飲み会がいいかについての上位項目を昨年と比較すると、1位は変わらず「なるべく少人数で飲みたい」。一方、「対策をしっかりとっているところで」「個室で」は減少し、「久しぶりに会う知人・友人と」「食事を楽しむ会にしたい」が上昇。忘年会へ期待する内容もポジティブなものへと移り変わっている。

3 この年末、忘年会に行くとしたら、どのような飲み会が良いですか。
※忘年会に「行きたい」「行くと思う」人ベース



2022年 (n=466) 2021年 (n=394)

QIQUO

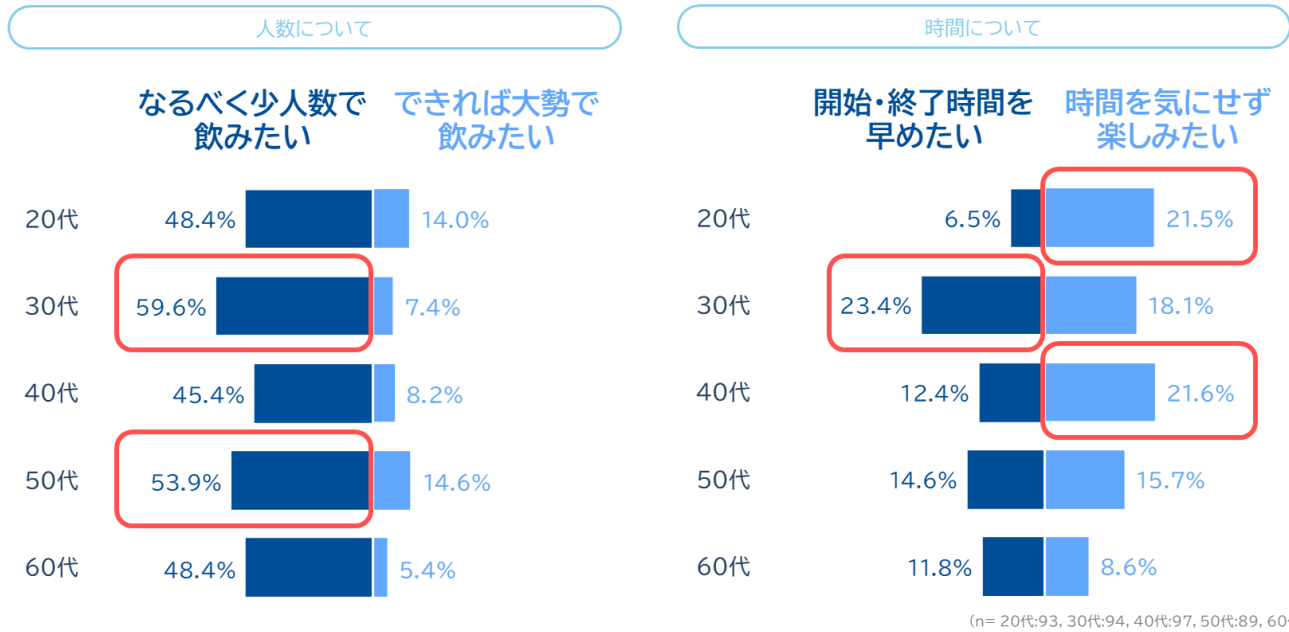
■ 世代間でギャップが生まれている忘年会の「人数」「時間」

忘年会への期待について「人数」「時間」の2つに焦点を当てて深掘り。すると、大勢・長時間を許容する20代&40代と、まだ少人数・短時間を保ちたい30代&50代に分かれた。ライフステージによって余暇時間や健康への意識が異なることを垣間見える結果となった。

4

この年末、忘年会に行くとしたら、どのような飲み会が良いですか。

※忘年会に“行きたい”“行くとと思う”人ベース



QIQUMO

■ まとめ

今回は、この時期のトピックである忘年会をテーマに、昨年と今年を比較することで生活者の意識がどのように変化しているかを検証した。

昨年の11月は1日の感染者数平均が100~200人程度。

今年の11月は50,000~100,000人程度。

感染者数は拡大しているものの、コロナ生活への慣れや行動制限の緩和への浸透が進んでいる実態が今回の調査結果にも表れた。

コロナ以外にも不況など暗いニュースが多いものの、

生活者の年末ムードは好転しつつある。

多くの人が素敵な時間を過ごせることを願っています。

■ 調査項目

- 属性設問
- 昨今の状況下で、現在、あなたが「してもいい」と思う外出を伴う行動
- 今年の忘年会の予定
- 忘年会に対する気持ち
- どのような忘年会が良いと思うか
- コロナを理由に飲み会を断った経験

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20221208yearendparty1/>

■ 調査概要

- 調査手法 : インターネットリサーチ(クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)
- 調査地域 : 全国47都道府県
- 調査対象 : 20~69歳の男女
- 調査期間 : 2022年12月2日(金)~12月6日(火)
- 有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

- 会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
- 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
- 設立 : 2003年4月1日
- 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
- 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

≪引用・転載時のクレジット表記のお願い≫

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
<例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」

