

報道関係各位

2022年12月8日
株式会社クロス・マーケティング

忘年会、参加に積極的な人は増加 一方で「予定なし」は7割超 コロナを理由に飲み会を断ったことがある人は4割

－ 忘年会に関する調査（2022年） －

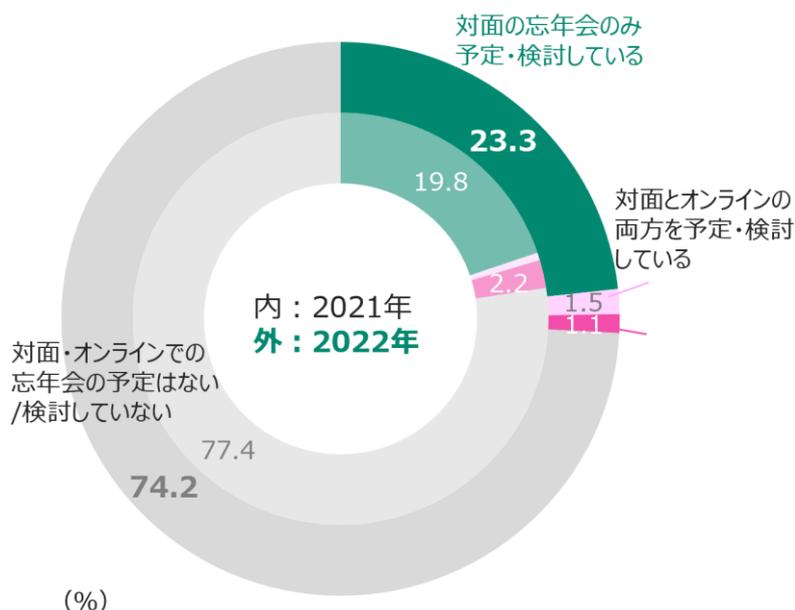
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「忘年会に関する調査（2022年）」を実施しました。行動制限が緩和されているこの冬、コロナ禍に順応し始めた人々の年末の忘年会や飲み会に対する意識は、どのように変化しているのでしょうか。今回は昨年と同様、「今年の忘年会の予定」「忘年会に対する気持ち」「どのような忘年会がいいと思うか」、また新たに「コロナを理由に忘年会を断った経験」を調査しました。

- ◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20221208yearendparty/>
- ◆2021年の調査結果はこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20211124yearendparty/>

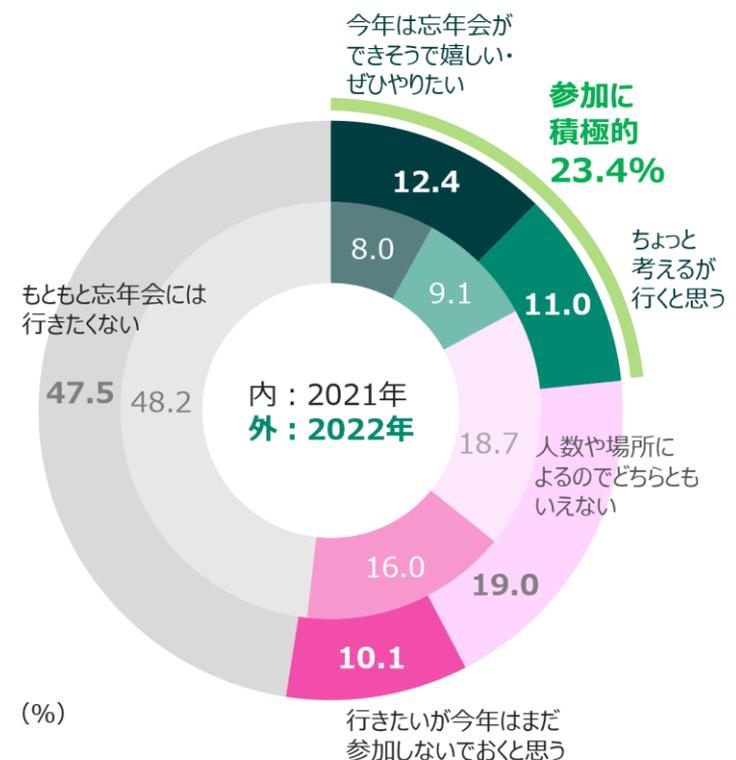
■調査結果

- ✓ 現時点で「忘年会の予定はない／検討していない」人は74.2%。〈図1〉
「対面での飲み会を予定・検討している」人は23.3%であり、昨年よりやや増加しているものの、多数は依然として、年の瀬に忘年会の予定や検討はしていない。
- ✓ 半数近くは「もともと忘年会に行きたくない」と消極的。一方、「ぜひやりたい」+「行くと思う」は23.4%と昨年より6.3ポイント増加。〈図2〉
- ✓ 忘年会は、「なるべく少人数がいい」という声が昨年同様にTOP。〈図3〉
次いで、「久しぶりに会う知人・友人と飲みたい」、「コロナ対策をしっかりとっているところで飲みたい」が2割台で続き、感染に注意しながら楽しみたい気持ちがうかがえる。
- ✓ コロナを理由に忘年会や飲み会を断った経験がある人は41.7%。そのうち、「本当にコロナが気になるので断ったことがある」人は20.5%であり、女性の割合が多い。〈図4〉

〈図1〉 今年の忘年会の予定（単一回答：n=1,100）

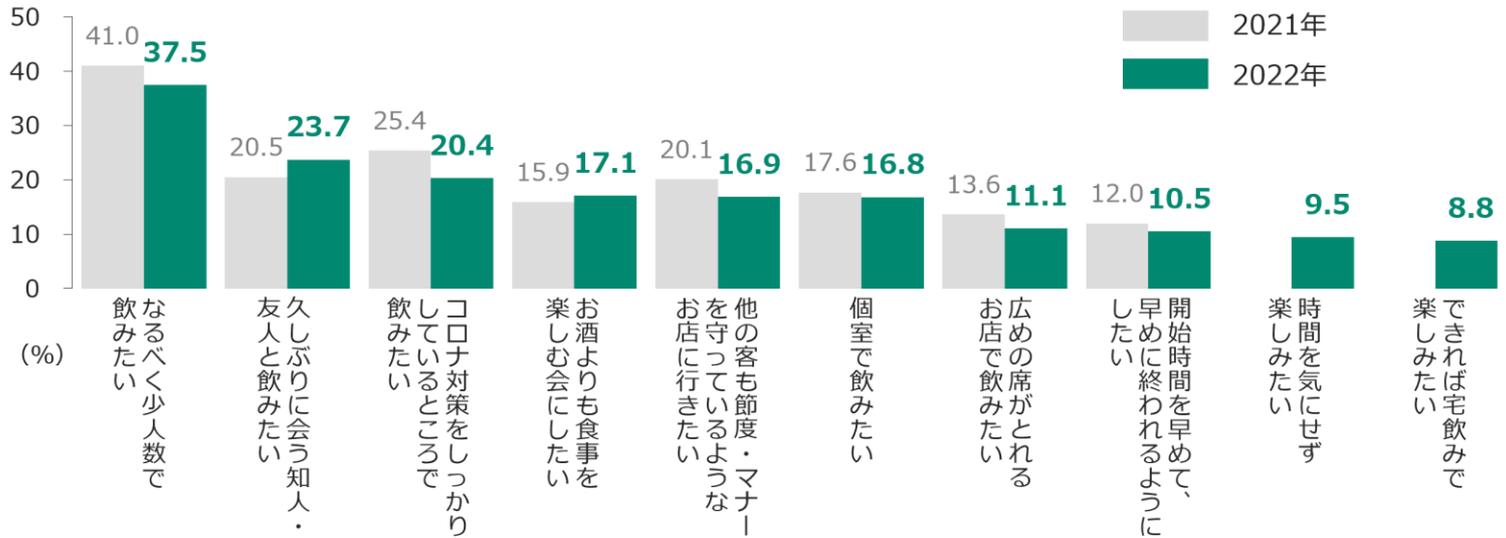


〈図2〉 忘年会に対する気持ち（単一回答：n=1,100）

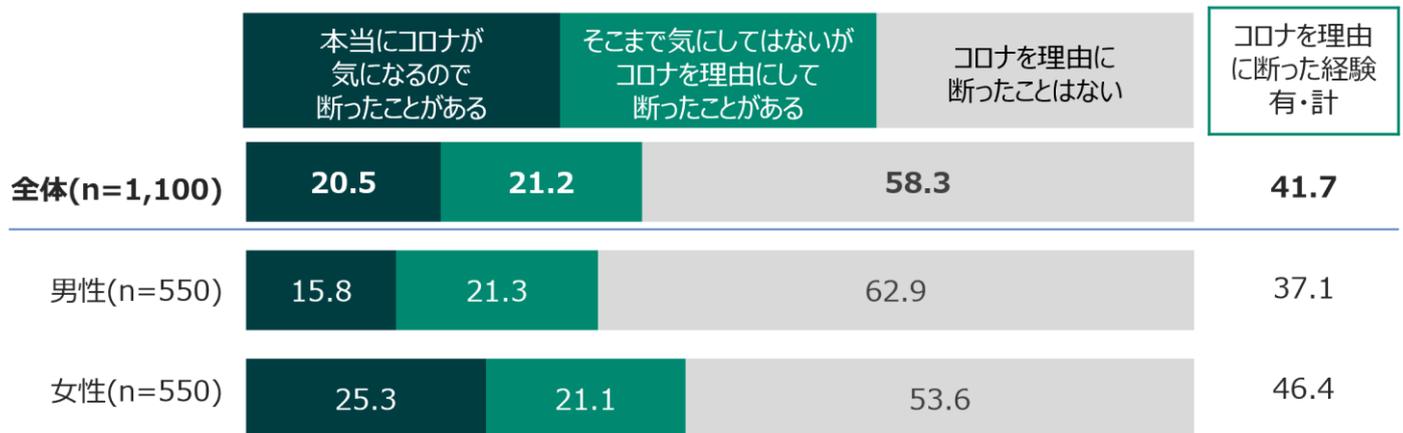


※1.0%以下はラベル省略

<図3> どのような忘年会が良いと思うか (複数回答：n=1,100)



<図4> 今年、コロナを理由に忘年会や飲み会を断った経験 (単一回答：n=1,100)



■ 調査項目

- 属性設問
- 忘年会に対する気持ち
- 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
- どのような忘年会が良いと思うか
- 今年の忘年会の予定
- コロナを理由に忘年会を断った経験

◆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/20221208yearendparty/>

■ 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) /2021年11月19日 (金) ~21日 (日)
 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ーション

◆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・・・」

