

## 「歓送迎会」「花見」の参加回数は今年も順調に回復傾向 想定支出金額は「歓送迎会」は4,397円/回（前年比-7円）と微減、 「花見」は2,908円/回（前年比+56円）で過去最高と予想

「歓送迎会」と「花見」動向を調査（2025年2月実施）

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘、以下リクルート）の外食市場に関する調査・研究機関『ホットペッパーグルメ外食総研』（<https://www.hotpepper.jp/ggs/>）は、2025年春の「歓送迎会」「花見」について、2025年2月上旬に消費者アンケートを実施しましたので、その結果をご報告いたします。

### <要約>

**POINT1 「歓送迎会」「花見」への参加回数は、増加派が減少派を上回り、今年も順調な回復が期待される** ・・・ P3-6

▶2025年春の「歓送迎会」への参加回数の見込みは、増加派（「昨年より大きく増えそう」＋「昨年よりやや増えそう」）が計9.5%で、減少派（「昨年より大きく減りそう」＋「昨年よりやや減りそう」）計2.0%を上回り、今年も回復が期待される。

▶同「花見」への参加回数の見込みは、増加派が計7.3%で、減少派計1.0%を上回った。

▶「歓送迎会」「花見」とも、20～30代の若手を中心として、2020～2021年頃の底からの回復傾向が続いていると考えられる。

### 【参考】

2024年の平均参加回数は「歓送迎会」が0.38回、「花見」が0.26回。

**POINT2 平均想定予算は「歓送迎会」が4,397円（前年比-7円）。  
「花見」は2,908円（前年比+56円）で過去最高額の予想** ・・・ P7-9

▶2024年は「歓送迎会」の1回1人あたりの想定額（平均4,404円）と実際の参加費（同4,811円）の乖離（上振れ）が大きく、参加費は調査開始以来の最高額であった。今年は想定額が4,397円と前年比で-7円と微減の予想。

▶「花見」は2024年の参加費が平均2,830円と、過去最高額（同2,942円）だった前年から一息ついた。一方で、今年の想定金額は過去最高額で平均2,908円（前年比+56円）。調査開始以来初の2,900円台に。

**POINT3 「歓送迎会」は「会社・仕事関係」が30%台で最多の予想。  
「花見」は2年連続して「友人・知人関係」が最多の相手に** ・・・ P9-11

▶「歓送迎会」の相手は「会社・仕事関係」が最多で30.1%（前年比-0.6ポイント）。

▶「花見」の相手は「友人・知人関係」が最多で12.8%（前年比-2.1ポイント）。

▶「歓送迎会」の相手は「会社・仕事関係」が2年連続して30%台を維持、「花見」の相手は「友人・知人関係」が2年連続して最多となっている。

本件に関する  
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

## 調査概要と回答者プロフィール

- ◎調査名 外食市場調査（2025年1月度）  
◎調査方法 インターネットによる調査

首都圏、関西圏、東海圏における、夕方以降の外食および中食のマーケット規模を把握することを目的に実施した調査（外食市場調査）の中で、昨年の歓送迎会および花見についての実績や、今年の予測や意向等を聴取。2013年～2024年（それぞれ2月初旬に調査）に続き、13回目の調査。

- ◎調査対象 首都圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、茨城県）、関西圏（大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、滋賀県）、東海圏（愛知県、岐阜県、三重県）に住む20～69歳の男女（株式会社マクロミルの登録モニター）

### ■事前調査

- ①調査目的 本調査の協力者を募集するために実施  
②調査時期 2024年12月13日（金）～ 2024年12月27日（金）  
③調査対象 首都圏、関西圏、東海圏に住む20～69歳の男女（株式会社マクロミルの登録モニター）  
④調査内容 本調査への協力意向、普段の外食頻度、普段の中食頻度  
⑤配信数 490,360 件  
⑥回収数 26,704 件  
⑦本調査対象者数 10,555 件

- ◆本調査対象者の割付について
- ・本調査では、回答者の偏りをできるだけなくするために、割付を行って回収した。
  - ・性年代別10区分×地域別25区分（首都圏地域13区分、関西圏地域8区分、東海圏地域4区分）＝250セルについて、令和4年人口推計（総務省）に基づき割付を行った。
  - ・本調査の目標回収数は、首都圏3,200s、関西圏1,600s、東海圏1,600s、合計6,400sとした。

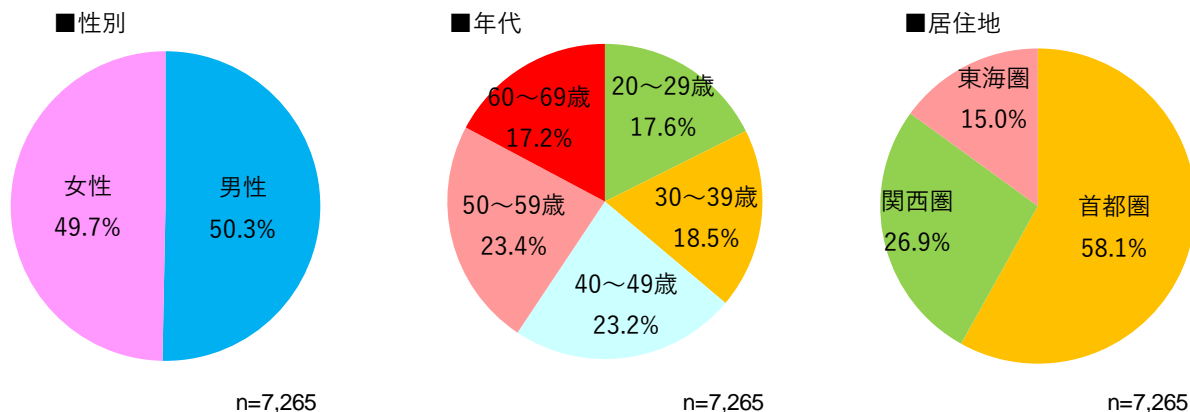
### ■本調査

- ①調査方法 事前調査で本調査への協力意向が得られたモニターの中から、脱落率を加味して設定した必要数をランダムに抽出し、本調査の案内メールを通知。  
②調査期間 2025年1月31日（金）～2025年2月14日（金）  
③配信数 9,919 件  
④回収数 7,326 件 （回収率 73.9 %）  
⑤有効回答数 7,265 件 （首都圏 3,752 件、関西圏 1,917 件、東海圏 1,596 件）

※回収された票のうち、自由回答コメントから、趣旨に合わないと思われる票を無効としたほか、事前調査時の普段の外食・中食頻度の回答と、本調査時の1カ月間の外食・中食回数が著しく乖離している場合、事前調査時の住所と、本調査時の住所が、圏域を越えて変わっている場合を無効とした。

- ◆集計方法について
- ・本調査結果は、令和4年人口推計（総務省）における割付（性年代別10区分×地域別25区分＝250セル）別の構成比に合わせてサンプル数を補正したウェイトバック集計を行っている。
  - ・補正後のサンプル数は次の通り。  
3圏域・計 7,265 件（首都圏 4,218 件、関西圏 1,954 件、東海圏 1,093 件）

### ◆回答者プロフィール（ウェイトバック後）



## 1. 「歓送迎会」「花見」への参加回数は、増加派が減少派を上回り、今年も順調な回復が期待される

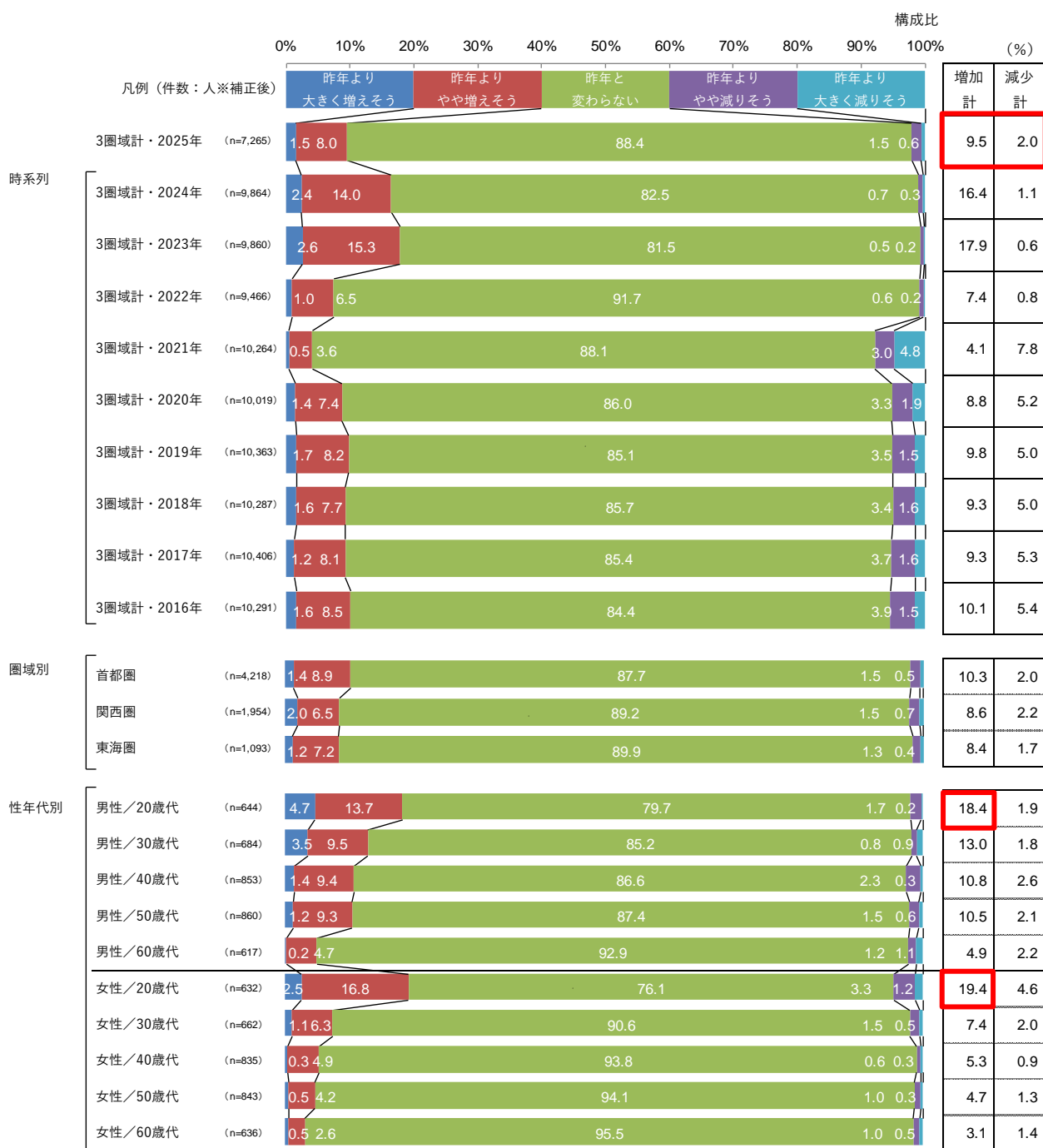
### < 歓送迎会 (P4) >

2025 年春の「歓送迎会」への参加回数の見込みは、増加派（「昨年より大きく増えそう」＋「昨年よりやや増えそう」）が計 9.5%で、前年の 16.4%に比べると減少している。一方、減少派（「昨年より大きく減りそう」＋「昨年よりやや減りそう」）は計 2.0%と前年 1.1%から微増。「昨年と変わらない」が 88.4%と最も高い割合となっている。新型コロナウイルス感染症の 5 類移行後の増加派の勢いが前年ほど顕著ではないが、引き続き増加派が減少派を上回ることから、回復傾向にはあると言えそうだ。また、2024 年の「歓送迎会」の参加率は 18.8% (P6) で、2021 年の過去最低値 (7.6%) から 3 年連続で増加しており、増加派優勢の傾向から 4 年連続の回復も見えてきた。性年代別の特徴としては、20 代男女で増加派が他の性年代に比べて多く（男性：18.4%、女性 19.4%）、例年のことではあるが、若年層を中心に活発な歓送迎会の企画・参加がありそうだ。

### < 花見 (P5) >

2025 年春の「花見」への参加回数の見込みは、増加派（「昨年より大きく増えそう」＋「昨年よりやや増えそう」）が計 7.3%で、こちらも前年より減少している。一方、減少派（「昨年より大きく減りそう」＋「昨年よりやや減りそう」）は計 1.0%と、歓送迎会同様に微増。「昨年と変わらない」が 91.7%と大半を占めている。こちらも増加派が減少派を上回ることから、回復傾向とは言えそうだ。2024 年の「花見」の参加率は 16.5% (P6) で、2020 年の過去最低値 (9.4%) から年々順調に増加しており、今年も回復が期待される。性年代別にみると、増加派は 20 代女性 (12.5%) と 30 代男性 (10.0%) で 2 桁に達し、他の性年代に比べて積極的に参加する可能性がありそうだ。

## 今年（2025年）の「歓送迎会」における参加回数の見込み（単一回答）

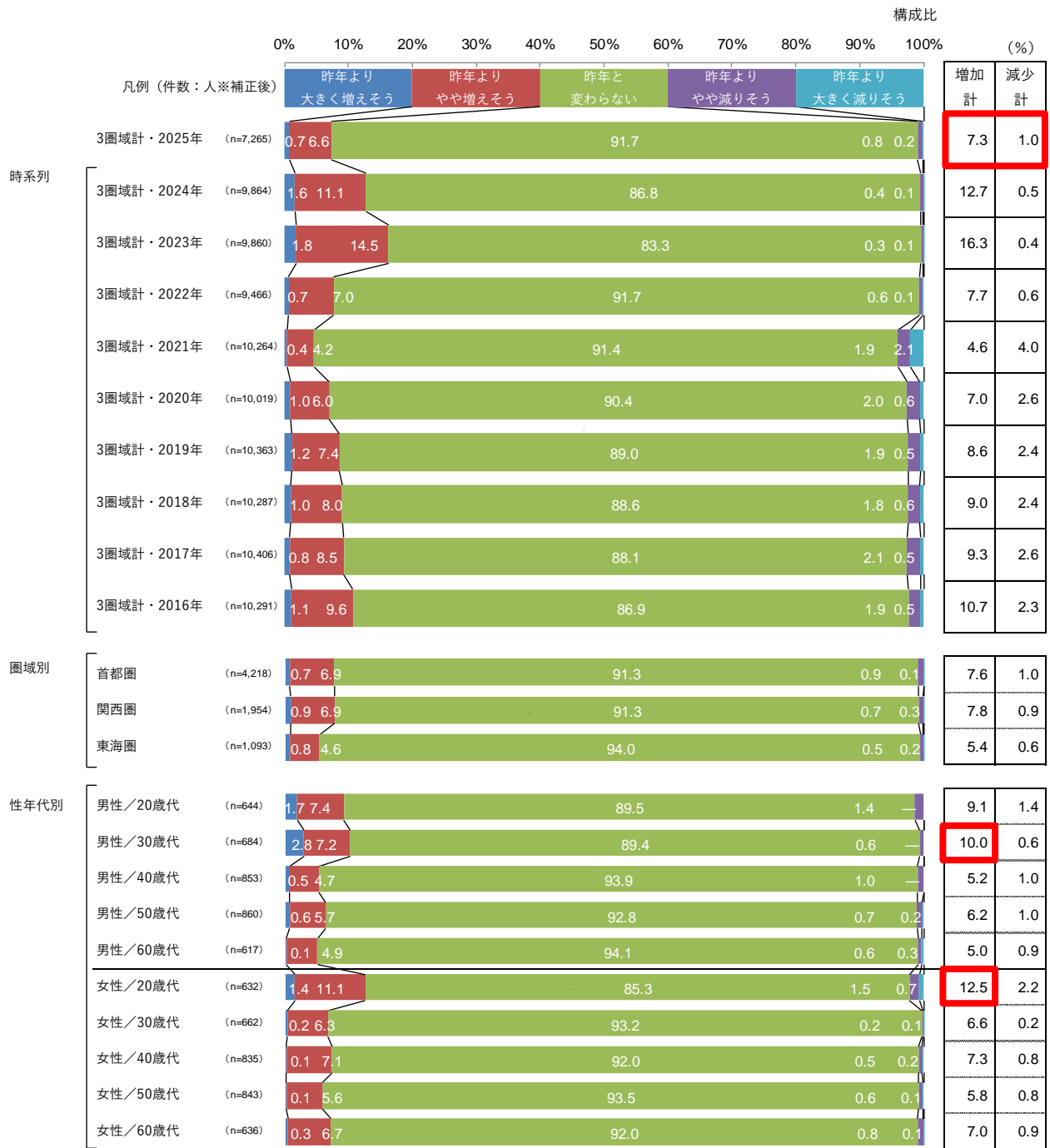


※増加・計：「昨年より大きく増えそう」「昨年よりやや増えそう」のいずれかを回答した人

※減少・計：「昨年より大きく減りそう」「昨年よりやや減りそう」のいずれかを回答した人

※歓送迎会は店舗で行うものに限らず、オンラインでの開催も含めて尋ねている

今年（2025年）の「花見」における参加回数の見込み（単一回答）



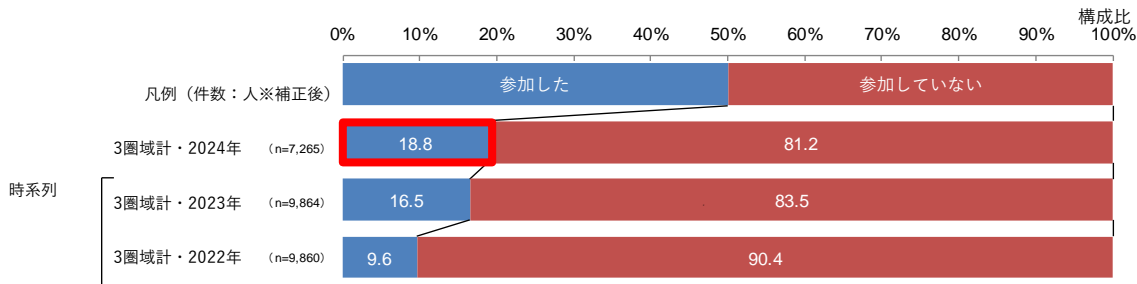
※増加・計：「昨年より大きく増えそう」「昨年よりやや増えそう」のいずれかを回答した人

※減少・計：「昨年より大きく減りそう」「昨年よりやや減りそう」のいずれかを回答した人

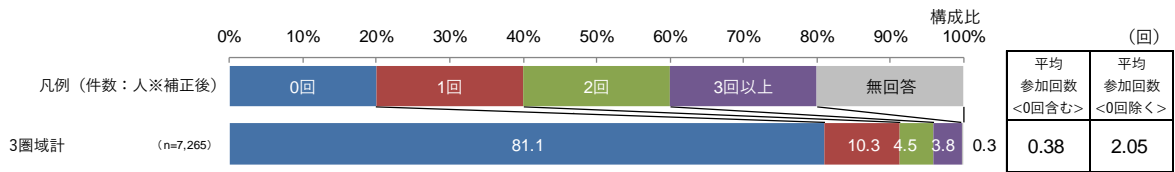
※花見は、店舗に限らず、店舗以外の屋外やホームパーティ、オンラインで行うものも含めて尋ねている

(参考) 【2024 年春】の「歓送迎会」「花見」への参加有無・回数

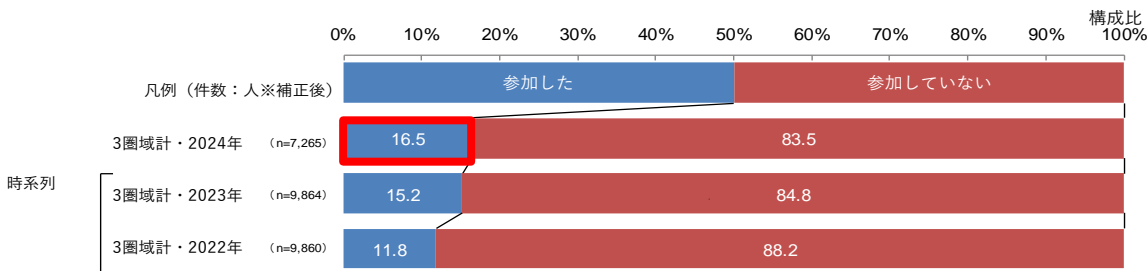
昨年（2024 年）の「歓送迎会」の参加有無（単一回答）



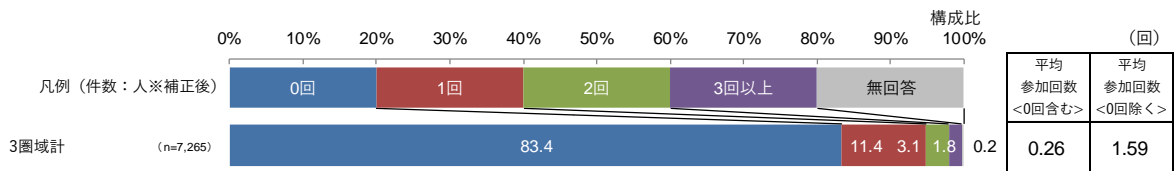
昨年（2024 年）の「歓送迎会」の参加回数（実数回答）



昨年（2024 年）の「花見」の参加有無（単一回答）



昨年（2024 年）の「花見」の参加回数（実数回答）



※すべて今回（2025 年）調査で聴取

※「昨年（2024 年）の「歓送迎会」「花見」に参加した回数」の再集計（無効数値処理後のデータを使用）

参加した：2024 年 2 月～2024 年 5 月までの各時期のいずれかで「1 回」以上、回答した人

参加していない：2024 年 2 月～2024 年 5 月までの全ての時期で「0 回」と回答した人

「0 回」：2 月～5 月までの参加回数の合計が「0 回」の人

「1 回」：2 月～5 月までの参加回数の合計が「1 回」の人

「2 回」：2 月～5 月までの参加回数の合計が「2 回」の人

「3 回以上」：2 月～5 月までの参加回数の合計が「3 回」以上の人

※「平均参加回数」は、上下 0.1%の範囲のデータを無効数値として除いて集計している

## 2. 平均想定予算は「歓送迎会」が4,397円（前年比-7円）。「花見」は2,908円（前年比+56円）で過去最高額の予想

2025年春の「歓送迎会」「花見」の予算について、過去10年の結果と今年の想定額を比較した。

### <歓送迎会（P8）>

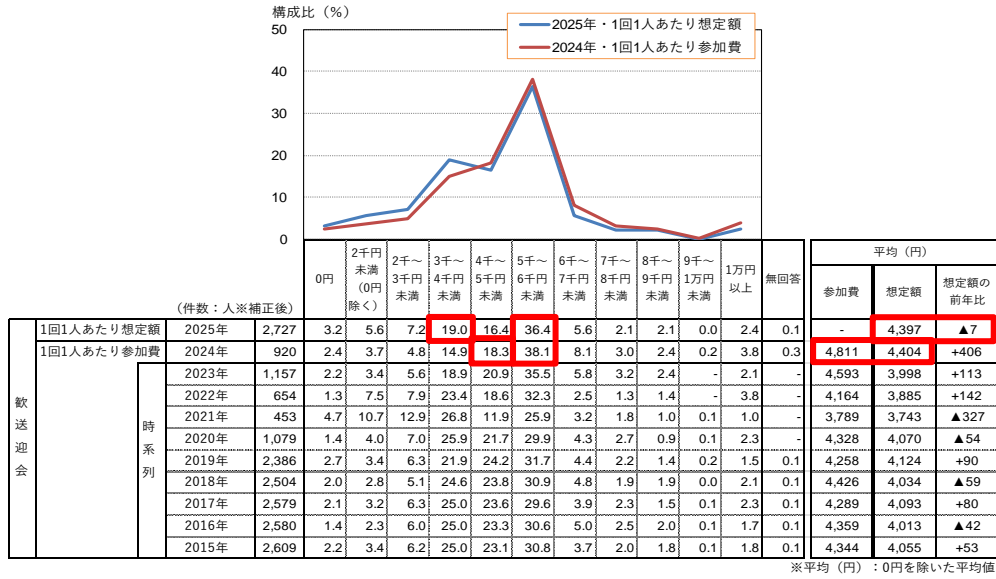
2024年における「歓送迎会」の費用については、1回1人あたりの想定額（平均4,404円）と実際の参加費（同4,811円）の乖離（上振れ）が例年通り大きく、飲食店の値上げ等の影響も受けていると考えられるが、参加費は2年連続して調査開始以来の最高額となった。一方で今年は、節約志向も高まってか、想定額が4,397円と前年比で-7円と小幅に下降した。想定予算と実際の参加費を比べると、毎年、上振れしていることから、2025年の参加費が調査開始以来の最高額を3年連続して更新する可能性もないとは言えないだろう。また、2024年の「歓送迎会」の実際の参加費を見ると、1回1人あたり「5,000円～6,000円未満」が最多で38.1%、次いで「4,000円～5,000円未満」が18.3%で、この2つがメインの価格帯となっている。他方の2025年の想定額では、同じく「5,000円～6,000円未満」（36.4%）が最多であるが、次いで多いのは「3,000円～4,000円未満」（19.0%）である。2024年の実績も2025年の想定も「5,000円～6,000円未満」が最多だが、2025年は前年に比べ「3,000円～4,000円未満」の価格帯の需要が高まるかもしれない。

### <花見（P8）>

一方、「花見」については、2024年の参加費が平均2,830円と、過去最高額（同2,942円）だった2023年から一息つく形となった。一方で、今年の想定金額は平均2,908円（前年比+56円）と、調査開始以来初の2,900円台となっている。2024年の1回1人あたりの参加費の最多の価格帯は「2,000円未満」（29.8%）だが、2025年の想定金額では、「3,000円～4,000円未満」（24.7%）が最多で、「2,000円未満」（24.0%）を若干上回っている。また、「5,000円～6,000円未満」（14.0%）にももう一山ある折れ線グラフの形状となっており、多様な予算帯の楽しみ方が想定される。

「歓送迎会」の支出額実績と今年の想定金額（1回1人あたり参加費・実数回答）＜3圏域計＞

※支出額実績は参加者ベース、今年の想定金額は参加する機会がありそうな人ベース

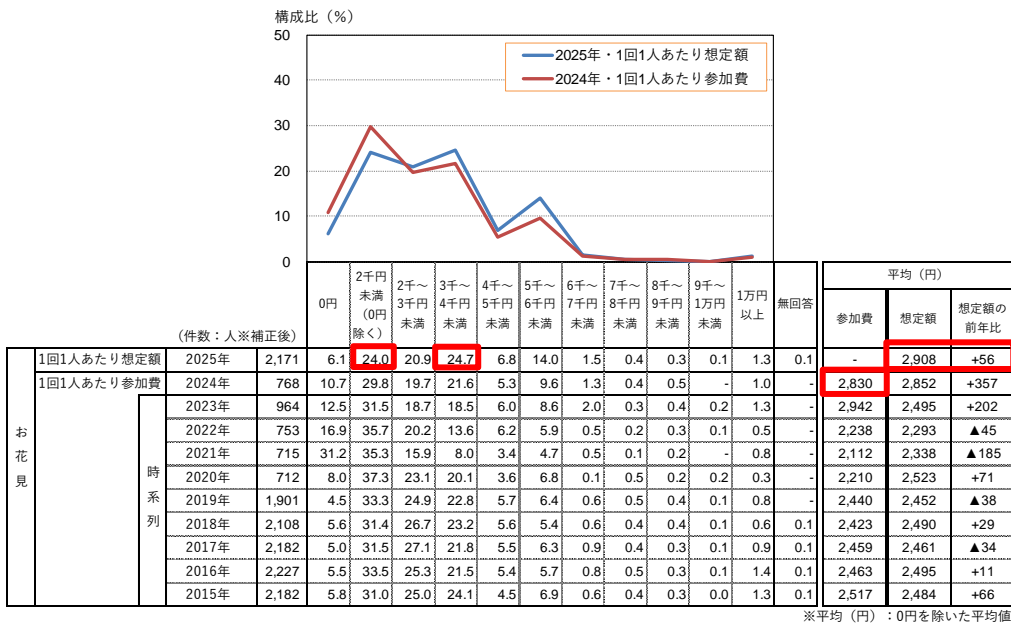


※平均は、「0円（自分では払わない）」を除いて集計している。想定額は、自分で払ってもいい額として尋ねている。参加費は、自分で払ってなくても会にかかった1回1人あたりの金額を尋ねている。2021年の想定額と2022年以降の参加費・想定額は店舗で行うものに限らず、オンラインでの開催も含めて尋ねている。2021年の参加費と2020年以前の参加費・想定額は店舗で行うもののみを尋ねている

※各費用の上下0.1%の範囲のデータを無効数値として除いて集計している

「花見」の支出額実績と今年の想定金額（1回1人あたり参加費・実数回答）＜3圏域計＞

※支出額実績は参加者ベース、今年の想定金額は参加する機会がありそうな人ベース



※平均は、「0円（自分では払わない）」を除いて集計している。想定額は、自分で払ってもいい額として尋ねている。参加費は、自



分で払っていなくても会にかかった1回1人あたりの金額を尋ねている。花見は、店舗に限らず、店舗以外の屋外やホームパーティ、オンラインで行うものも含めて尋ねている

※各費用の上下0.1%の範囲のデータを無効数値として除いて集計している

### 3. 「歓送迎会」の相手は「会社・仕事関係」が2年連続で30%台の予想。「花見」の相手は2年連続で「友人・知人関係」が最多に

2025年春の「歓送迎会」「花見」を行う相手について尋ねた。

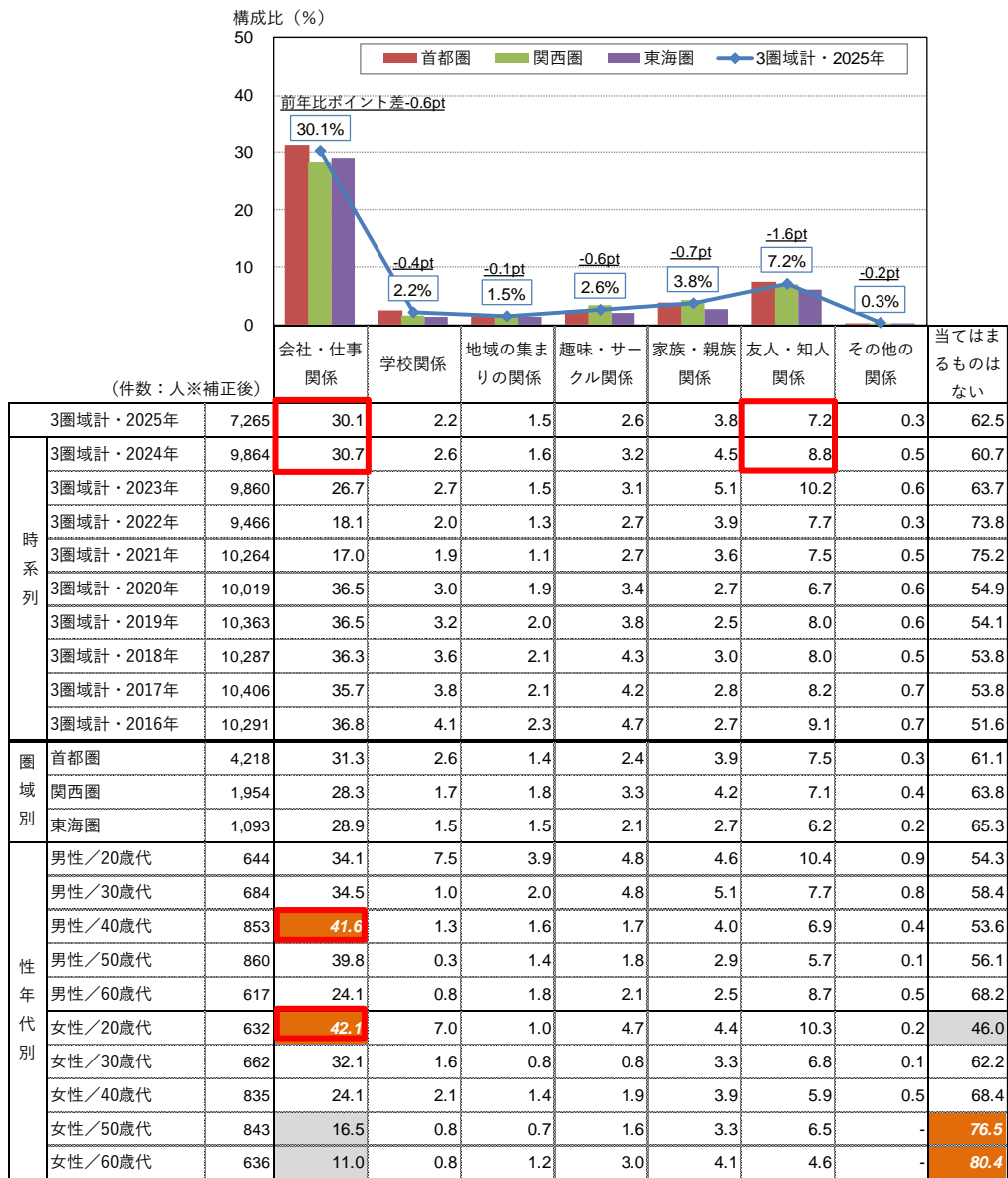
#### <歓送迎会 (P10) >

「歓送迎会」の相手は「会社・仕事関係」が最多で30.1%（前年比 - 0.6ポイント）で、前年比では微減したが、2年連続しての30%台の予想となった。コロナ禍中の過去最低値（2021年：17.0%）から、着実に回復してきている。「友人・知人関係」は7.2%（前年比 - 1.6ポイント）と減少予想で、他の相手においても増加しているセグメントがないことから、今年の歓送迎会は全体としては回復の兆しもあるが、具体的な相手を想定できている人は少ないのかもしれない。性年代別では、20代女性・40代男性で他の性年代よりも「会社・仕事関係」が多い予想となっている。

#### <花見 (P11) >

一方、「花見」の相手は、「友人・知人関係」が12.8%（前年比 - 2.1ポイント）と前年比ではマイナスではあるが、2年連続して最多の相手となる予想。次いで「家族・親族関係」が僅差の12.6%（前年比 - 1.7ポイント）で続いている。また、「会社・仕事関係」も8.9%（前年比 - 0.1ポイント）で、前年より微減の予想となっている。感染症の脅威が収束したことで、事前に入念な計画をたてる花見だけでなく、直前に日時や場所を決めて参加を募る花見など、花見のスタイルも多様化しているのかもしれない。

参加する機会がありそうな「歓送迎会」の相手（複数回答）



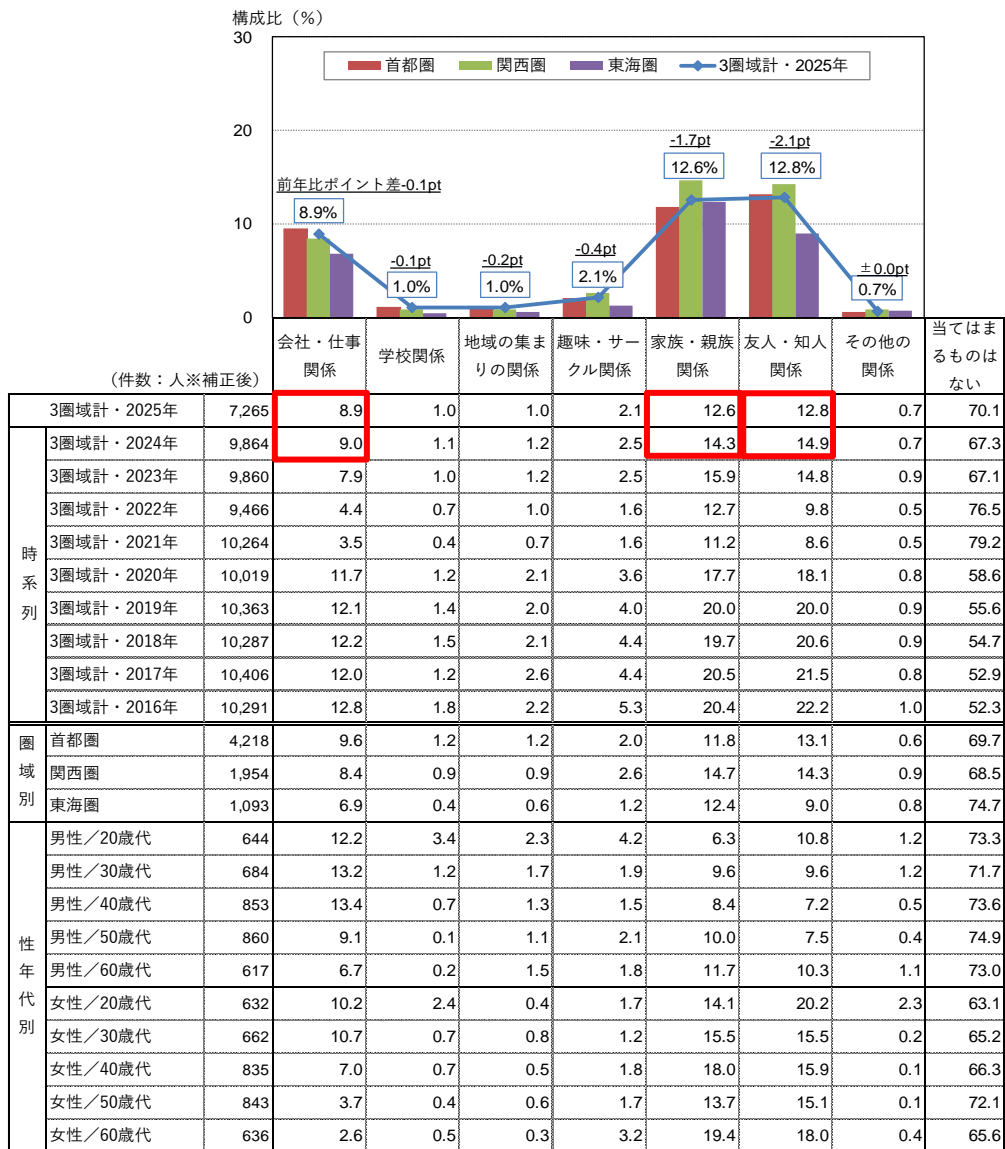
太字 3圏域計より10ポイント以上高い項目

3圏域計より10ポイント以上低い項目

※前年比ポイント差：「(3圏域計・2025年) - (3圏域計・2024年)」で算出

※歓送迎会は店舗で行うものに限らず、オンラインでの開催も含めて尋ねている

参加する機会がありそうな「花見」の相手（複数回答）



赤字 3圏域計より10ポイント以上高い項目

灰色 3圏域計より10ポイント以上低い項目

※前年比ポイント差：「(3圏域計・2025年) - (3圏域計・2024年)」で算出

※花見は、店舗に限らず、店舗以外の屋外やホームパーティ、オンラインで行うものも含めて尋ねている

## リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここがない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>