

研究員の眼

会社の歓迎会は「開く側」と「開いてもらう側」で受け取り方に違いはあるのだろうか

生活研究部 研究員 廣瀬 涼
(03)3512-1776 hirose@nli-research.co.jp

1——2025年「お花見」「歓迎会・懇親会」の開催率は？

株式会社東京商工リサーチが実施した「2025年 お花見・歓迎会・懇親会に関するアンケート調査¹⁾」によると、2025年に「お花見」「歓迎会・懇親会」を開催した（または開催予定である）企業は全体の23.8%（5,628社中、1,345社）にとどまった。これは2024年4月時点の29.1%から5.2ポイントの減少であり、コロナ禍明け以降では最も低い開催率となった。企業規模別にみると、大企業の開催率は32.9%（437社中、144社）であるのに対し、中小企業は23.1%（5,191社中、1,201社）と、大企業の方が9.8ポイント高い水準を示している。

図1 「お花見、歓迎会・懇親会」開催率推移



東京商工リサーチ調べ

出所：株式会社東京商工リサーチ「2025年 お花見・歓迎会・懇親会に関するアンケート調査」より引用

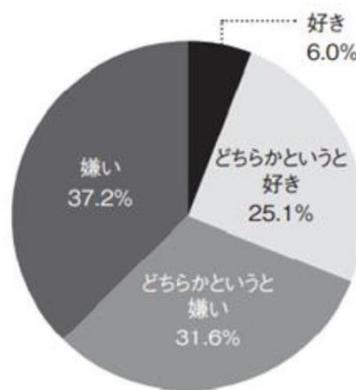
コロナ禍真ただ中だった2022年にはわずか5.3%にまで落ち込んでいたことを踏まえると、現在

は持ち直しの傾向にあるとはいえ、生活様式や働き方の変化が定着しつつあるなかで、コロナの収束後も職場単位での飲み会や交流イベントを積極的に再開する機運は限定的であることがうかがえる。

2——職場における人間関係はより“淡泊”に

生活者の多くは現在、コロナ禍での制限を忘れ、家族や友人と気兼ねなく外食を楽しむようになった。しかし、会社という場における飲み会の開催については、その回復傾向は鈍化している。この背景には、若者に限らず、以前から飲み会文化に対して否定的な意見を持つ層が少なくなかったことが要因の1つとして考えられる。株式会社産労総合研究所が2021年に20～60代の男女を対象に実施した「飲みニケーションは好きですか？」という調査によれば、「好き（6.0%）」「どちらかという好き（25.1%）」を合わせた“好き派”は31.1%にとどまる一方で、「どちらかという嫌い（31.6%）」「嫌い（37.2%）」と回答した“嫌い派”は68.8%と、約7割が職場での飲み会に否定的であることが明らかとなった。

図2 職場の飲み会は好きですか？（n=215 男性：117，女性：98）



出所：株式会社産労総合研究所「独自調査：飲みニケーションは好きですか？」より引用

コロナ禍を経て、在宅勤務やハイブリッドワークが浸透し、就業後の時間を家族との時間や趣味など“自分のために使う”という価値観が一般化した。仕事とプライベートの境界が明確になったことで、勤務時間外に職場の人間関係を深めるための飲み会に、時間やお金を割く意義が薄れている。

筆者は2023年に執筆した『あの新入社員はなぜ歓迎会に参加しないのか³』の中で、「若者が飲み会に参加しない理由」について次のように論じた。——満足いく給与が得られていなかったり、やりがいのある仕事でなければ、労働は“生活のために仕方なく行うもの”であり、基本的にはネガティブな行為として認識される。そんな労働に対して、自身の貴重な時間やお金をさらに投じる必要があるだろうか。むしろ、それらを“嫌な労働に耐えるためのモチベーション”となるような消費行動や、自己充足のための活動に回すことが合理的である——と。このように、合理性を重視する若年層を中心に、職場における人間関係はより“淡泊”なものへと移行しつつあるのだ。

なにより、SHIBUYA109 labが行った調査である「Z世代の仕事に関する意識調査⁴」においては、

上司を含めた会社の飲み会は好きかどうかについて「好き」が 33.4%、「苦手」が 66.7%となる一方で、同期や同世代の同僚との会社の飲み会が好きかについては「好き」が 50.8%、「苦手」が 49.1%と、上司ほどは嫌ではないが、半数近くが同期や同僚と飲む事に対しても前向きではないことがわかっている。

このような会社での飲み会反対派が増えている中で、昨年のレポート⁵では、飲み会に代わるコミュニケーション施策として、業務時間内にランチ会を実施する企業の事例を紹介したが、前述の東京商工リサーチの調査でも飲み会参加へのハードルを下げるための意図か、「お花見・歓迎会・懇親会」を「開催する」と回答した企業のうち、18.5%がそれらを労働時間内に実施すると回答している。しかし、業務時間内に開催されるお花見や飲み会では、「上司と勤務中に酒席を共にしなければならない」という義務感が発生する。形式上は“歓迎”や“親睦”を目的とした場であっても、労働時間に組み込まれることで実質的には“業務の一部”としての拘束力を帯びる。そうになると、上司の愚痴や自慢話に相槌を打つことや、先輩へのお酌といった行為さえも、「業務だから仕方ないよね」と受け入れざるを得なくなってしまう。

その結果、本来は社員同士の交流やモチベーション向上といった建前で行われる場が、むしろ意味の不明瞭な益々「やらされ感」に満ちたイベントとなりかねない。コミュニケーションの機会を設けること自体は重要だが、その設計にはより繊細な配慮が求められるだろう。

3—若者は本当に飲み会が嫌いなのか

2022年当時、歓送迎会の開催に対して否定的な空気が強まっていた背景には、単に個人の優先順位や価値観だけでなく、「コロナ禍」が大きく影響していた。多くの人々が感染症対策に努め、大人数での会食や宴会が公的・私的を問わず自粛されていた中、たとえそれが会社の行事であったとしても、「会食をする」という行為そのものが“社会的に褒められることではない”と広く認識されていた。

さらに、新型コロナウイルスに感染することで、自分自身の行動が制限されたり、重い症状に苦しむリスクを負うことになる。そのようなリスクを抱えてまで、会社側が「例年行っているから」「せっかくだから」といった理由で、従業員に歓迎会の参加を提案する姿勢は、無責任に映ることもあっただろう。「たかが会社の飲み会のために、自分の健康や生活が軽んじられてしまうのか」という不信や怒りを覚えた人も少なくないはずだ。

また、CSR（企業の社会的責任）の観点から見ても、当時のような状況下で不用意に飲み会を開催すれば、世間から「感染対策を軽視している企業」としての印象を持たれかねない。実際にそのような行為が明るみに出れば、企業の評判や信頼を損なうリスクもあった。そうした社会的影響を十分に考慮せずに「とりあえず毎年やっているから」と、従来の慣習に従って提案してきた会社に対し、失望や反発の声が上がったのも無理はない。

このように、2022年当時は「飲み会」という行為そのものに、感染リスクや社会的批判というマイナスの要素が色濃く結びついていた。単なる“職場のコミュニケーション”の一環というよりも、それを提案すること自体が倫理的・社会的な責任を問われる時代だったのである。

一方で、その「新型コロナウイルスの流行」が会社での飲み会に期待する要因となっている層もい

る。筆者が行ったヒアリング調査では、2024年に新入社員として入社したZ世代の中には、大学時代にサークルやゼミでの飲み会が「新型コロナ流行」を理由に、ほとんど開催されなかったことから、「会社で初めて本格的な飲み会に参加できる」といった期待感を抱いている者も見受けられた。飲み会文化に対する経験の少なさが、かえって肯定的なイメージにつながっている側面があるといえる。

他にもR&C株式会社が、全国の20～50代の社会人男女1,000人を対象に実施した「飲み会に関する意識調査⁶」では、「飲み会は好きか嫌いか」聞いているが、職場の飲み会が「好き」と回答した人は38.8%（「好き：16.2%、どちらかといえば好き：22.6%）、「嫌い」と回答した人は31.3%（嫌い：13.8%、どちらかといえば嫌い：17.5%）だった。年代別に見ると、「好き」と「どちらかといえば好き」を合わせたポジティブな意見が最も多いのは20代（46.0%）だった。

この結果からは、「若者＝飲み会嫌い」という一元的なイメージは必ずしも当てはまらないことがわかる。むしろ、飲み会に対する経験が少ない若年層ほど、会社の飲み会を新鮮で楽しみなものと感じている傾向もある。また、50代は「嫌い」（16.0%）、「どちらかといえば嫌い」（20.0%）が最も多く、上の世代ほど飲み会文化に慣れているぶん、「コロナ禍でやらなくて済んだなら、このまま続けなくてもいい」と感じたり、自分の時間を優先したいという気持ちが強くなるのかもしれない。

4——歓迎会を「開く側」と「開いてもらう側」

では、会社の歓迎会は「開く側」と「開いてもらう側」で受け取り方に違いはあるのだろうか。株式会社インテージが行った「第48回生活者インデックス調査⁷」では、「歓送迎会を楽しみにしているか？」という問いを、「祝う・送る側」と「祝われる・送られる側」の立場別に調査している。

まず「祝う・送る側」に注目すると、全体の約3割が「楽しみにしている」と回答したのに対し、「楽しみにしていない」と答えた人は約4割にのぼり、ネガティブな印象がやや優勢であることがわかった。性別・年代別でみると、10代・20代の男女では「楽しみ」が「楽しみでない」を上回る傾向が見られたが、30代以降になるとその割合は減少し、逆転する。その理由を自由回答から見ると、「お金の負担」に関する理由が目立った。

一方、「祝われる・送られる側」においても、「楽しみにしている」は約3割、「していない」は約4割と、やはりポジティブな評価は少数派にとどまっている。ただし、こちらも10代・20代の男女では「楽しみ」が上回り、年齢が上がるほどに減少傾向にある。「楽しく感じない」理由を見てみると「物価高。みんなにお金の負担を強いるのが申し訳ない」、「（スピーチなどもあり）そういった場面は苦手」、「注目されたくない」といった声が目立つ。

逆に「楽しみにしている」人たちは、歓送迎会を「人生で数少ない主役になれる機会」と捉え、催し物などを含めた“非日常感”をポジティブに評価しているようだった。確かに、転職や異動でもしれない限り、自分が“主役”となる歓迎会は、その職場で人生に一度きりのものだ。そう思うと、どこか特別な意味を帯びて見えてくる。たった一度のその機会を経験してみたいと、ポジティブに感じる人がいても、不思議ではないだろう。

5——世代差ではなく、会社に対するプライオリティの差

結局のところ、飲み会を「楽しい」と感じるかどうかは、人それぞれの価値観や置かれた環境によるところが大きい⁸。職場がどうしても入りたかった憧れの会社であったり、周囲との人間関係が良好であったり、単に皆でワイワイする雰囲気が好きであったり、理由はさまざま。中にはお酒が好きだから、あるいは家に帰っても特にやることがないからといった理由で参加を好む人もいる。

こうした傾向に明確な世代差があるとは言いきれない。重要なのは、「会社に時間やエネルギーを費やしてもよい」と感じられるかどうかという、その人にとっての“優先順位”である。会社を単なる労働の場と捉える人にとっては、そこにプライベートな時間やお金を投じること自体が負担となる。逆に、職場を自己実現や居場所として捉える人にとっては、飲み会もまたその延長としてポジティブに受け止められるだろう。つまり、「会社にどこまで自分のリソースを預けたいと思えるか」という軸は、年齢に関係なく、すべての働き手に共通して問われているのだ。

- 1 東京商工リサーチ「「お花見、歓迎会」開催は、企業の23.8% コロナ禍後で最低、かつての慣習戻らず～2025年「お花見、歓迎会・懇親会に関するアンケート」調査～」2025/04/12
https://www.tsr-net.co.jp/data/detail/1201270_1527.html
- 2 株式会社産労総合研究所「独自調査：飲みニケーションは好きですか？」2021/02/05
https://www.e-sanro.net/research/research_jinji/jijiomu/nomination/pr2102-1.html
- 3 廣瀬涼（2023）『あの新入社員はなぜ歓迎会に参加しないのか：Z世代を読み解く』金融財政事情研究会
<https://store.kinzai.jp/public/item/book/B/14243/>
- 4 SHIBUYA109 lab. 「Z世代の仕事に関する意識調査」2023/02/22 <https://shibuya109lab.jp/article/230222.html>
- 5 廣瀬涼（2024）「あの“同期”はなぜ飲み会に参加しないのか—Z世代のアルコールに対するスタンスについて考える」2024/09/24 <https://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=79717?site=nli>
- 6 R&C株式会社「20代は40～50代よりも飲み会好き！R&Cマガジン「飲み会事情」」2023/07/19
<https://news.livedoor.com/article/detail/24636706/>
- 7 インテージ「知るギャラリー」「若者も歓送迎会を楽しみたい！～出会いと交流、感謝だって伝えたい～生活者スナップショット Vol.10」2025/03/25
https://gallery.intage.co.jp/ihr-column50/?utm_source=20250325&utm_medium=email
- 8 あと業界も大きな要因だ。飲み会をすることが「普通」とされる業界ならば、そのような心構えで入社するだろうし、そのような業界にこのような調査を行えば、若者は会社での飲み会が好きという根拠になるような数字が容易に出てくるだろう。

本資料記載のデータは各種の情報源から入手・加工したものであり、その正確性と完全性を保証するものではありません。また、本資料は情報提供が目的であり、記載の意見や予測は、いかなる契約の締結や解約を勧誘するものではありません。