

# ウイズコロナの居酒屋チェーンは「サクッと飲み」で存在感あり 計画的な飲み会ではなく、たまの出勤日の潤滑油として活用！

## ～ コロナイド居酒屋ラボ 調査リリース 第1弾 ～

株式会社コロナイド（本社：神奈川県横浜市、代表取締役社長 野尻公平 以下「コロナイドグループ」）は、この度、時代に即したチェーン居酒屋の利用シーンや価値を発掘・発見し、発信していく新プロジェクト「コロナイド居酒屋ラボ」を発足いたしました。

ラボの活動の一環として、世の中の状況を把握するため、「会社員の飲酒に関する実態調査」を実施しました。本リリースを初回として、数回に分けてお届けいたします。

まずは、第1弾報告といたしまして、3年目に突入したウイズコロナの生活における「お酒を伴う会食」の実施状況について、調査結果と居酒屋の現場の最前線を見ている現役店長らのコメントと共にお届けいたします。

### 【調査結果から見えてきたこと】

- ① 飲酒を伴う外食について、会社員の**63.9%**が半年に1回以上実施。
- ② 飲みに行く相手は「友人」52.3%、「家族」28.3%、「同僚」23.7%の3つが主流。  
「飲みニケーション」は必要だが、「サクッと」「マイペース」が前提に。
- ③ 「サクッと飲み」の場所は居酒屋チェーンが**65.4%**。コスパよし・席数多し・入りやすいが、今選ぶ理由に。

### 【調査概要】

会社員の飲酒に関する実態調査

調査対象：東京・神奈川・千葉・埼玉在住、20～59歳、男女、会社員・自営業・公務員 800名

調査手法：インターネット調査

調査実施時期：2022年5月30日～6月1日

調査主体：株式会社コロナイド 居酒屋ラボ

（1994年～居酒屋現場の最前線を見てきた店長経験者・現役店長のコメントを交えて考察）

## ① 飲酒を伴う外出について、この半年で会社員の63.9%が実施。

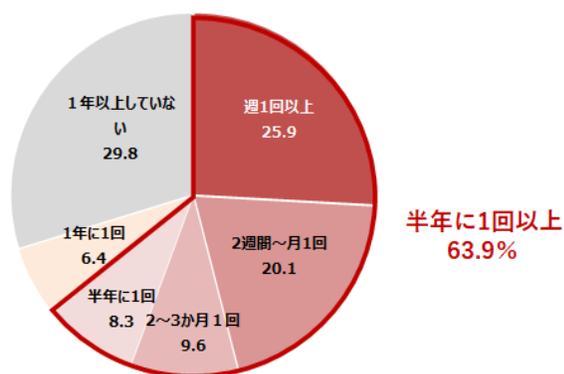
行動制限が緩和された5月末の調査（図1）によると、会社員の最近のお酒を伴う外出頻度は63.9%の方が半年に1回以上実施していることがわかりました。46%と半数近くは月1回以上、実施しているようです。

同じくお酒を伴う意識については（図2）「普段通りに行っている（16.6%）」、「世の中の様子を見ながら行っている（35.3%）」、「行かざるを得ない時だけ行っている（21.1%）」となり、これらの合計として、様子を見ながらも「行動している人」は全体で73%となりました。

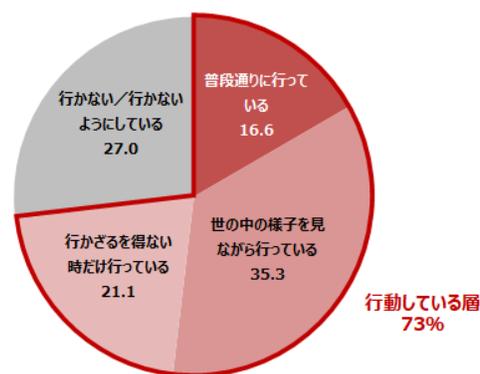
2020年初頭からの新型コロナウイルス感染拡大により、私たちの生活は自粛を余儀なくされ、外出シーンも行動制限により一変しました。当社でも、営業自粛や時短営業により、お客様の客足が減少し、今までにない危機に陥りましたが、ここ最近では、少しずつお客様も増えてきております。

コロナ禍での生活も3年目となり、各々が感染対策に気を付けたり、世の中の様子を見つ、お酒や外出を楽しんでいるようです。

【図1】最近のお酒を伴う外出の頻度（会社員800名）



【図2】お酒を伴う外出についての意識（会社員800名）



ウィズコロナで一気に広がった「在宅勤務」に関する調査では、「ほぼ毎日出社」が62%、「在宅または在宅併用」は38%。お酒を伴う会食頻度は、「週1~2日程度在宅」層が最も多い結果に（図3）。在宅勤務の中でも、「飲みにケーション」は継続されていることが伺える。

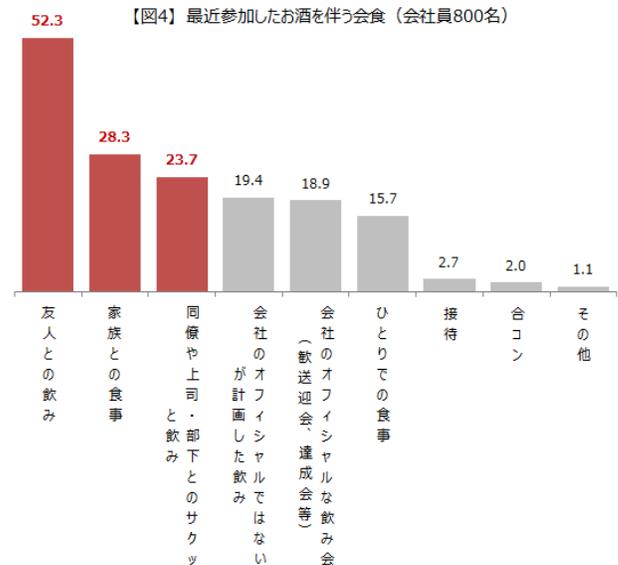
【図3】最近のお酒を伴う会食の頻度／出勤状況別（会社員800名）

		週1回以上	2週間~月1回	2~3か月1回	半年に1回	1年に1回	1年以上していない	半年に1回以上
全体	800	25.9	20.1	9.6	8.3	6.4	29.8	63.9
ほぼ毎日出社している	496	23.8	20.4	9.5	7.3	5.6	33.5	60.9
週1~2日程度は在宅勤務	126	34.1	22.2	10.3	7.9	9.5	15.9	74.6
週3~4日程度は在宅勤務	70	30.0	12.9	7.1	15.7	5.7	28.6	65.7
ほぼ毎日在宅勤務	108	23.1	21.3	11.1	8.3	6.5	29.6	63.9

## ② 飲みに行く相手は「友人」52.3%、「家族」28.3%、「同僚」23.7%の3つが主流。

ここ最近のお酒を伴う会食シーンを伺ったところ（図4）、  
「友人」「家族」「同僚や上司・部下」が上位となりました。  
「会社の計画的な飲み」や「会社のオフィシャルな飲み会」に  
ついては2割以下となり、「接待」や「合コン」は2%台にとどまる結果とな  
りました。

かつては、当社の店舗でも主流だった「職場の宴会」「接待」「合コン」は  
自粛傾向が続き、「食事のついでにフラッと」行く「サクッと飲み」スタイル  
にシフトしているようです。



### 店長経験者M氏

「最近では、スーツでお越しになるお客様が以前よりも減りましたね。」

コロナ前と比べても、4人以下の少人数で、親しい仲間やご家族と、夕食も兼ねてお酒を楽しむためにいらっしゃる方が増えています。大人数で数週間後のご予約よりも、当日予約なしでいらっしゃる方や、近い日付での予約が増えています。」

## 「飲みニケーション」は必要だが、「サクッと」「マイペース」が前提に。

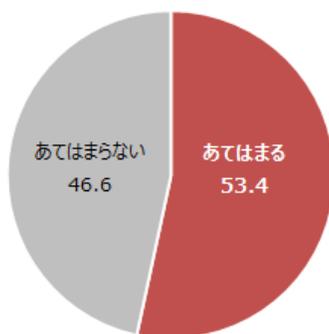
「職場の宴会」や「オフィシャルな飲み会」の自粛傾向が垣間見える昨今だが、会社員の半数以上の方は「仕事仲間と飲むことは仕事をうまく進めるために必要だと思う」と回答（図5）。その中でも「週に1～2日程度在宅」の人が最も必要性を感じている結果となりました。

働き方や飲み方は変化している中でも、いわゆる「飲みニケーション」の必要性は感じられていることが分かりました。

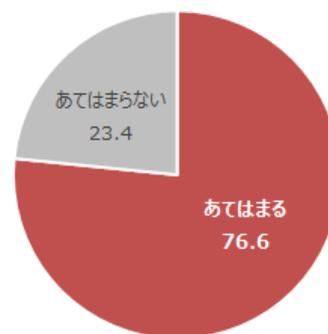
一方、76.6%の人は「お酒を飲むときは、相手を気にせず自分のペースで飲みたい」と回答（図6）。世代差があるかと思いきや、老若男女問わず同様の傾向のようです。

世の中、ダイバーシティ（多様性）が浸透していく中、「飲みニケーション」は必要だと思いつつ、昔のような「みんなで宴会スタイル」ではなく、お酒の飲み方もダイバーシティにシフトしているようです。

【図5】「仕事仲間と飲むことは仕事をうまく進めるために必要だと思う」（会社員800名）



【図6】「お酒を飲むときは相手を気にせず自分のペースで飲みたい」（会社員800名）

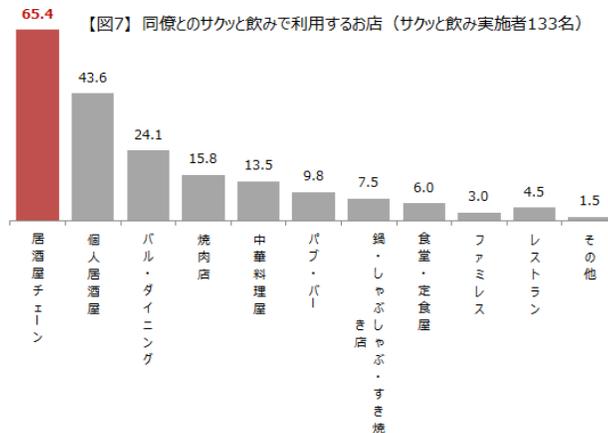


### ③ 「サクッと飲み」の場所は居酒屋チェーンが65.4%。

「同僚や部下・上司のとサクッと飲み」で利用するお店を聞いたところ、65.4%の方が居酒屋チェーンを利用していることがわかりました。

(図7)

ついで、個人居酒屋、バル・ダイニング、焼肉店が続く形となります。



### コスパよし・席数多し・入りやすいが、今選ぶ理由に。

居酒屋チェーンを利用する理由は、「コストパフォーマンスが良い」「色々な種類のメニューが食べられる」「席数が多いので入りやすい」「一緒に行く相手や、行く人の世代を選ばずに入りやすい」という点が上位に挙がりました。

食材高騰による値上げラッシュが続く昨今ですが、その中でも「安く色々食べられる」のは居酒屋チェーンだからなせること。

さらに、宴会でよく使われた居酒屋チェーンは、「広い」「席数が多い」。宴会自粛により、宴会席などの予約が入りづらくなった一方、この広さが「安心」の距離感を保つことができ、「サクッと入りやすい」支持される1つの理由になっているようです。

居酒屋チェーンを利用する理由（居酒屋チェーン利用者318名）

① コストパフォーマンスが良い	50.0%
② 色々な種類のメニューが食べられる	45.9%
③ 席数が多いので入りやすい	36.5%
④ 一緒に行く相手や、行く人の世代を選ばずに入りやすい	36.2%
⑤ カッコつけなくてもいいので気楽	34.6%



#### 現役店長W氏

「最近、密にならないように席にお通ししていますが、少人数でもゆったりとお楽しみいただくため個室席や広めの席にお通しすると、『この人数で広い席使っているのですね、今の時期嬉しいです！』とお客様から喜んで頂けます。」

### サクッと、マイペースときたら、注文やお会計も「スマートに」。

### ウィズコロナの居酒屋チェーンは、進化を止めません。



#### 店長経験者A氏

「社内では完全キャッシュレスの『酒場ぶっちぎり』というお店を先月オープンしましたが、スマホで注文して、注文ごとに決済をする新しい形の居酒屋です。

自分の分は自分で注文して支払までできるので、

会計や割り勘のわずらわしさからも解放される、新しい形の居酒屋も展開しています。」

※酒場ぶっちぎり三軒茶屋店 <https://www.bucchigiri.com/sancha/>



ウィズコロナで私たちの生活は大きく変化し、働き方や飲み方、人との距離感やマインドも、変化してきていることが改めて分かりました。

長く親しまれてきた居酒屋チェーンも、コロナ禍の行動制限で休業を余儀なくされるなど、今まで当たり前に行っていたことができなくなったこともありました。それでも、私たちは歩みを止めませんでした。

その結果、ウィズコロナの新しい生活スタイルの中で「サクッと」「コスパ良く」気軽なコミュニケーションの場として、居酒屋チェーンは「実はちよつど良い店舗」として、選ばれています。

私たちは、これからも進化を止めません！

…第2弾では、大宴会時代の居酒屋チェーンと今の居酒屋チェーンの実態に迫ります！

コロワイドグループでは、新型コロナウイルス感染拡大防止に向けて、店舗で様々な取り組みを行っております。

- マスクの着用：全従業員マスク着用の徹底
- 手洗い消毒：全従業員が営業中の定期的な手洗い・アルコール消毒を徹底
- 離してのご案内：出来るだけ離してご案内し、飛沫感染の防止
- 定期的な換気：定期的に空気の入替えを実施
- アルコール設置：全店舗アルコール消毒液の設置
- 店内設備の消毒：お客様ご利用の都度、テーブル・椅子等の消毒

### 【「コロワイド居酒屋ラボ」概要】

「コロワイド居酒屋ラボ」は、時代に即した居酒屋チェーンの利用シーンや価値を発掘・発見し、発信していくプロジェクトです。消費者調査やトレンドから世の中を捉え、居酒屋の最前線を見てきた店長経験者らの現場のリアルも交え、様々な観点から「居酒屋チェーン」と「飲み方」についての調査研究を行ってまいります。

コロナウイルスの流行、価格高騰等もある中、今、これからの居酒屋チェーンの在り方を考察し発信していきます。

**コロワイド**  
**居酒屋ラボ**

### 【会社概要】

社名 株式会社コロワイド（英文名称：COLOWIDE CO., LTD.）

本社所在地 〒220-8112 神奈川県横浜市西区みなとみらい2-2-1 ランドマークタワー 12F

事業内容 1.飲食店の経営 2.各種食料品の仕入販売及び加工販売 3.煙草、酒類の販売 4.カラオケルームの経営

設立 1963年4月

資本金 279億5百万円

店舗数 2,785店舗（2022年3月末現在）

ホームページ：<https://www.colowide.co.jp/>

各店舗にてご試食・取材希望の場合は、ご案内させていただいております。お気軽にお問い合わせください。  
<メディア様お問合せ先> 株式会社コロワイド PR広報担当：河瀬（045-274-5993）