



最新トレンドの発信拠点「コロワイド総研」発足！ 歓迎会の季節に合わせ 「職場の飲み会に関する調査」を実施

株式会社コロワイド(本社:神奈川県横浜市、代表取締役社長 野尻公平)は、“食”の総合プロデュース会社として、
外食産業を取り巻く変化や消費者動向を捉え、最新トレンドを発信する「コロワイド総研」を立ち上げました。

第一弾の取り組みとして、祖業である居酒屋をテーマに、「職場の飲み会に関する調査」を 20～60 代の男女
500 人を対象に実施いたしましたので、その結果を発表します。

「コロワイド総研」設立趣旨

コロワイドは、外食産業および関連産業の発展に寄与する情報提供を目的に、「コロワイド総研」を設立
いたしました。

現在、外食・関連産業は急速な社会環境の変化や消費者ニーズの多様化に直面しています。不確実性が
高まる中、業界全体においてこれまで以上に「食の未来」を見通す確かな“知”が求められています。

当社はこれまで、M&Aを通じた多角的な外食業態の運営をはじめ、商品開発から調達・製造・物流に至
るまで、食のバリューチェーンを網羅する「食の総合プロデュース会社」として歩んでまいりました。こうした
実務で培った知見を体系化し、広く社会に還元するため、本総研を設立いたしました。

「コロワイド総研」は、多様な外食業態の運営で培った知見を生かし、ビジネス視点と生活者視点の双方
から独自の分析を行い、最新動向をわかりやすく発信してまいります。変化の激しい時代において、より多
くの方に外食の魅力を再発見していただくきっかけを創出するとともに、業界内外のステークホルダーにと
って羅針盤となる情報発信を通じて、外食産業全体のさらなる発展に貢献してまいります。

外食の世界を、知的刺激でおもしろくしていく。

「職場の飲み会に関する調査」

POINT① 世代・性別で参加意欲や金額感度に差。平均予算は 3,600 円。

POINT② 飲み会のスタートに変化。若年層はノンアル併用で“飲み会の新常識”へ

POINT③ タッチパネルは歓迎、スマホは不便？世代で異なるデジタル許容度が浮き彫りに

■世代・性別で参加意欲や金額感度に差。平均予算は 3,600 円。

職場の飲み会は若手男性・役職者が牽引！コミュニケーションの場として機能

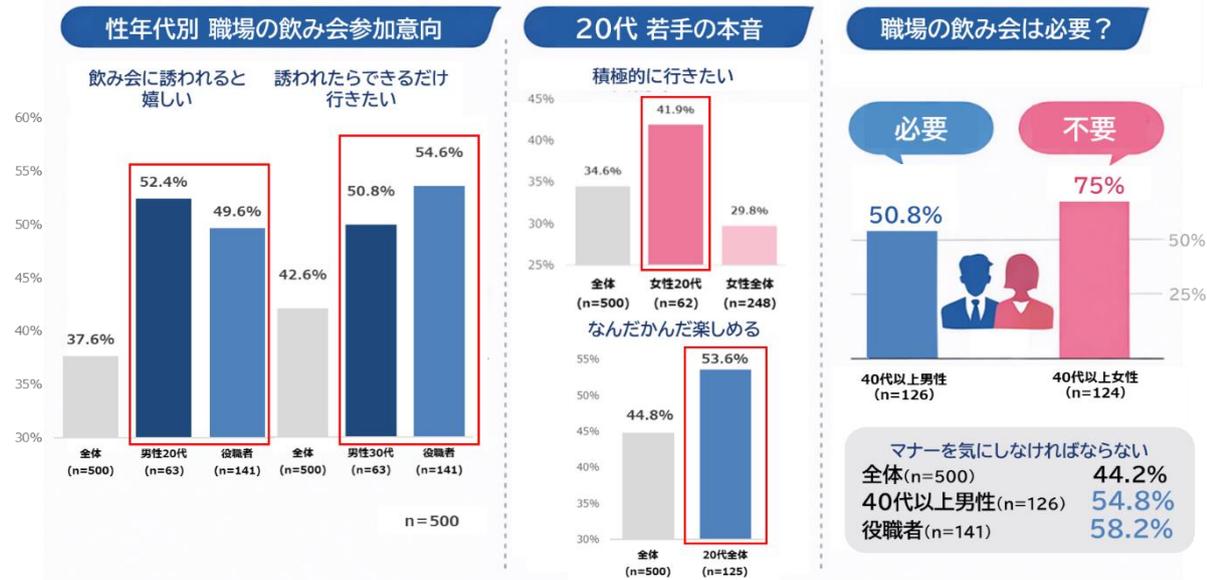
仕事後の職場飲み会について尋ねたところ、性年代別では、20～30 代男性や役職者層が参加意向を比較
的高く示す一方、女性や非役職者では慎重な傾向も見られた。20 代男性では「飲み会に誘われると嬉しい」と
答えた人が 52.4%を占め、20 代女性では「積極的に行きたい」と答えた人が 41.9%となった。さらに 20 代全
体で「なんだかんだ楽しめることが多い」と回答した人も半数を超えるなど、若年層では前向きに捉える声も多い。

職場の飲み会の必要性については、全体の37.8%が「必要だと思う」と回答。40代以上の男性では半数以上が必要と感じる一方、同年代の女性では75.0%が不要と回答し、育児や家庭との両立など生活状況の違いから男女で参加意欲に差が見られる。

また、特に40代以上の男性や役職者層は、立場や周囲への配慮を意識しつつ参加しており、マナーや気遣いを重視する傾向が強い。職場の飲み会は男性を中心にコミュニケーションの場として認識されていることがわかる。

職場の飲み会への参加意欲

若手男性・役職者が牽引！コミュニケーションの場として機能



職場の飲み会の平均金額は3,600円。若年層ほど金額感度が高い傾向に

1回の職場の飲み会にかかる費用について聞いたところ、「3,000円～4,000円未満」(28.8%)が最も多く、次いで「4,000円～5,000円未満」(21.0%)となった。平均金額は3,596円で、3,000円台～4,000円台が中心価格帯となっている。

高いと思う金額は「5,000円～6,000円未満」(25.6%)が最も多く、次いで「4,000円～5,000円未満」(22.6%)となり、5,000円前後が一つの心理的な上限ラインであることがうかがえる。

また、安いと思う金額は「3,000円未満」(82.8%)が最多となった。特に20代では、2,000円～3,000円未満であっても高いと感じる割合が2割と、若年層ほど費用負担に対する感度が高いことが明らかとなった。

職場の飲み会の費用感覚

1回当たりの支出額は平均3,596円、5,000円が心理的な高ライン



■飲み会のスタートに変化。若年層はノンアルコール併用で“飲み会の新常識”へ

「とりあえず生」は若者に通じない？ 一杯目に広がる世代ギャップ

職場の飲み会における飲み物の選択を性年代別に見ると、30代以上の男性では「1杯目にビールを選ぶ」割合が64.0%と多数。一方、20代全体では24.0%にとどまり、20代女性では16.1%とさらに低水準となった。若年層ではレモンサワーなど選択肢が分散しており、ビールを前提としないスタートが一般化しつつある。

若年層は“ノンアルコール併用派”が主流に。飲み会は“飲む場”から“選べる場”へ

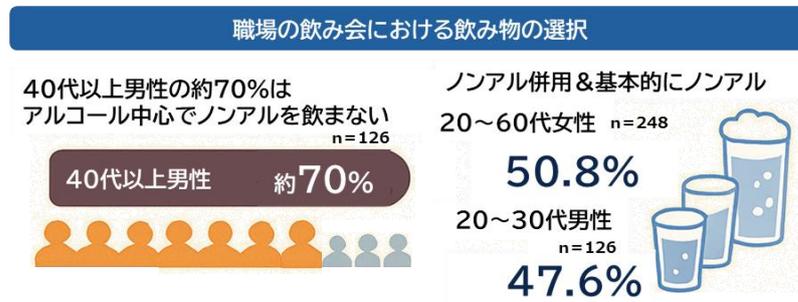
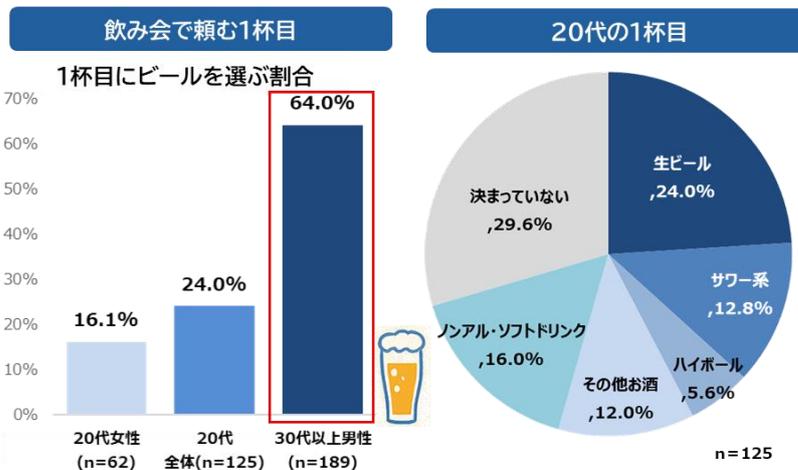
40代以上の男性では約70%が「飲み会中のドリンクはアルコール中心で、ノンアルコール飲料は飲まない」と回答しており、依然としてアルコール主体のスタイルが根強い。一方で、20~30代男性では「ノンアルコールとの併用」や「基本的にノンアルコールを飲む」層が約半数を占め、飲酒一択ではないスタイルが広がっていることが明らかとなった。

女性ではその傾向がさらに顕著で、全体の半数以上がノンアルコール中心または併用派となった。特に20代女性(35.5%)、40代女性(37.1%)では「基本的にノンアルコールを飲む」割合が高く、飲酒を前提としない参加スタイルが一般化しつつある。

これらの結果から、飲み会は「お酒を飲む場」から「それぞれのスタイルで楽しむ場」へと変化していることがうかがえる。ノンアルコールやソフトドリンクを含めた選択肢の充実が、今後ますます重要になりそうだ。

飲み会におけるドリンク選択

「とりあえず生」は若者には響かない？ “ノンアルコール併用”が新常識！



■タッチパネルは歓迎、スマホは不便？世代で異なるデジタル許容度が浮き彫りに

好ましい注文方法はタッチパネルが50.0%で最多。若年層ほど“デジタル注文”に適応

飲食店で嬉しいと思う注文方法を尋ねたところ、「タッチパネル注文」が50.0%で最多となり、外食における主流スタイルとして定着していることが明らかになった。一方、「店員に口頭で注文」は28.2%にとどまり、セルフ操作型への支持が広がっている。

「スマートフォンでのモバイルオーダー(QRコードやLINEミニアプリ)」については、20代の好意度が最も高く、若年層ほどデジタル注文を自然に受け入れている傾向がみられた。日常的にスマートフォンを使いこなす世代では、外食時のモバイルオーダーも“違和感のない選択肢”となっている。

一方、50～60代では店員に口頭で注文したいとする割合が46.0%と高水準に達した。タッチパネルには比較的抵抗が少ないものの、スマートフォンを用いた注文方式には慎重な姿勢がうかがえる。

モバイルオーダーに40.0%が「不便」注文体験に世代差

飲食店で不便だと感じる注文方法では、「スマートフォンでのモバイルオーダー」が40.0%で最多となった。特に50～60代では“モバイルオーダー不便派”が目立ち、操作の複雑さやアプリ起動の手間、通信環境への不安といったスマートフォン特有のハードルが利用障壁となっている可能性がある。

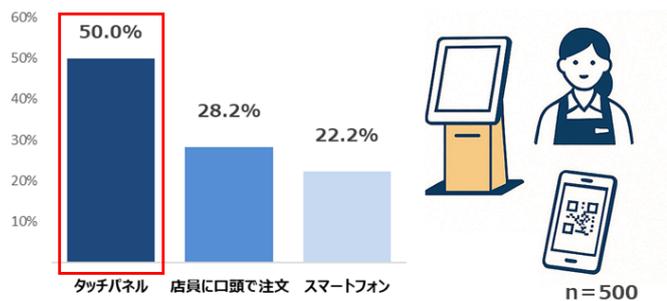
一方、20代では「店員に口頭で注文」を不便だと感じる割合が他世代と比べて高く、対面でのやり取りに心理的なハードルを感じている可能性がうかがえる。

こうした結果から、注文体験に対する評価が世代間で分かれる構図が明らかとなった。外食DXが進む中、効率化の追求だけでなく、世代間の体験格差をどう埋めるかが重要なテーマとなりそうだ。

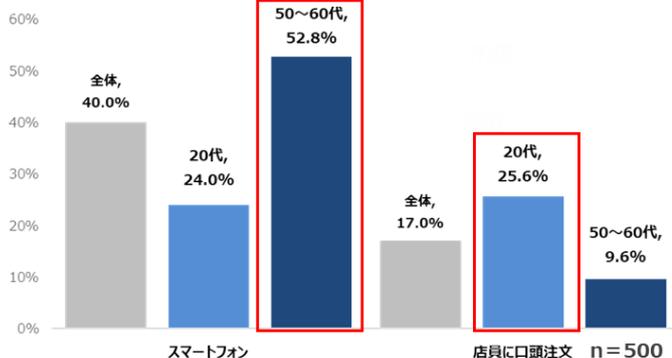
飲食店での注文方法

タッチパネルは歓迎、スマホは不便？注文体験に世代差

好ましい方法はタッチパネルが50%で最多



モバイルオーダーに40%が「不便」



【「コロワイド総研」からの提言】

今回の調査から、職場の飲み会は一様に縮小しているのではなく、世代や性別、立場によって価値の捉え方が分かれていることが明らかになりました。

外食企業においては、「どの世代にも同じ体験を提供する」のではなく、「それぞれが前向きに参加したくなる選択肢を用意する」こと、すなわちお客様一人ひとりに合わせた体験価値を提供することが、これまで以上に重要になっています。外食の基本である QSC(Quality=品質、Service=サービス、Cleanliness=清潔さ)の徹底はもちろんのこと、ノンアルコールを含めたドリンクの充実やデジタルと対面を併存させた注文環境の整備など、多様なニーズを前提とした設計が今後ますます求められます。

職場の飲み会は依然としてコミュニケーションの場として機能しています。だからこそ、多様なニーズに応える工夫を重ねていくことが、より多くの人にとって心地よい外食体験につながっていくと考えています。



コロワイド総研

■調査概要

調査日時 : 2026年2月6日(金)~2月10日(火)

調査地域 : 全国

調査方法 : インターネット調査

調査人数 : 20~60代の男女 500人

対象者条件: 有職者(フルタイム勤務者)/日勤の方(※夜勤のみの方は対象外)

■引用・転載時のクレジット表記のお願い

本調査を引用・転載する際は、必ず出典を明記ください。

「出典:コロワイド総研「職場の飲み会に関する調査」2026年3月25日公開記事」

【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

設立 : 1963年4月

資本金 : 438億14百万円

店舗数 : 2,602店舗・524拠点(2025年6月末時点)

ホームページ:<https://www.colowide.co.jp/>

コロワイドグループは、「すべては、お客様と社員のために」を企業理念に、全国で多様な外食ブランドを展開する“食”の総合プロデュース企業です。居酒屋をはじめ、レストランやデザート、給食事業、食品製造・流通まで幅広く手がけ、グループ一体となっておいしさと安心をお届けしています。

これからは「食への情熱」を原動力に、一人でも多くのお客様に「楽しかった、美味しかった」と感じていただける体験価値の創出に努めてまいります。

※本調査に関する詳細データをご希望の方は、下記お問い合わせ先までお気軽にご連絡ください。

 コロワイドグループ

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社コロワイド マーケティング統括部 PR室

TEL:045-274-5993 MAIL: mkpr@colowide.co.jp