

**飲む前に飲む！？ 1次会前の「0次会」の経験がある人は22.8%**  
**実施理由・目的は「時間の余裕があった」68.7%と計画性はなし**  
**平均予算は2,403円。60代は3,000円台、20・30代女性は2,000円未満**  
**夕方以降の外食における「0次会」についての調査（2023年12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、首都圏・関西圏・東海圏での「0次会」の経験についてアンケートを実施しました。その結果を発表いたします。

## <要約>

### POINT1 2017年3月以降で「0次会」の経験がある人は22.8%。

圏域による差が大きく、首都圏で経験割合が高い ・・・P3-4

▶2017年3月以降で「0次会」の経験を尋ねたところ、「0次会をしたことがある」は22.8%。

▶性年代別では、30代男性で最も高く、29.0%の経験率。「コロナ禍後」に限ると、20代男性が19.1%と最も高い経験率。

▶圏域別では、首都圏で経験率が24.8%、関西圏では21.0%、東海圏では18.4%と圏域による差が目立つ。

### POINT2 「0次会」実施の理由・目的は「時間の余裕があった」68.7%と計画性はなし

・・・P5

▶「0次会」を実施した理由・目的は、「時間の余裕があった」(68.7%)、「早く飲み始めたかった」(33.3%)、「1次会の前に特に親しい人との会話を楽しみたかった」(26.5%)。あまり計画的には行われていない様子。首都圏での経験率が高かった理由として、リモートワークの浸透度合いや、圏域の広さに由来する時間的余裕をもった移動になること等が関係していることも考えられそう。

▶性年代別では、30～50代男性は、「早く飲み始めたかった」、20・30代女性は「1次会の前に特に親しい人との会話を楽しみたかった」の割合が他の性年代に比べ高い。

### POINT3 「0次会」の平均予算は2,403円。

60代は3,000円台。20・30代女性は2,000円未満 ・・・P6

▶「0次会」の平均予算は2,403円。「2,000～2,500円未満」(21.6%)、「1,000～1,500円未満」(20.3%)のシェアが多くなっている。

▶性年代別では、60代男性の平均予算が最も高く3,208円、次いで同女性が3,163円と続く。逆に20・30代女性は順に1,978円、1,925円であり、2,000円を下回った。

▶圏域別では、「0次会」参加の経験率が最も低かった東海圏の平均予算は2,671円で、他の圏域よりも高くなっている。

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（2023年11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、0次会（1次会の前に一部の参加者や一人で軽く飲んだり、1次会ではないお店に行くこと）の経験有無や0次会の費用、0次会の実施理由や目的などを聴取。

- ◎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 2023年10月16日（月）～2023年11月2日（木）
- 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 514,855 件
- ⑥回収数 32,473 件
- ⑦本調査対象者数 13,522 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3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4,000s、関西圏2,000s、東海圏2,000s、合計8,000sとした。

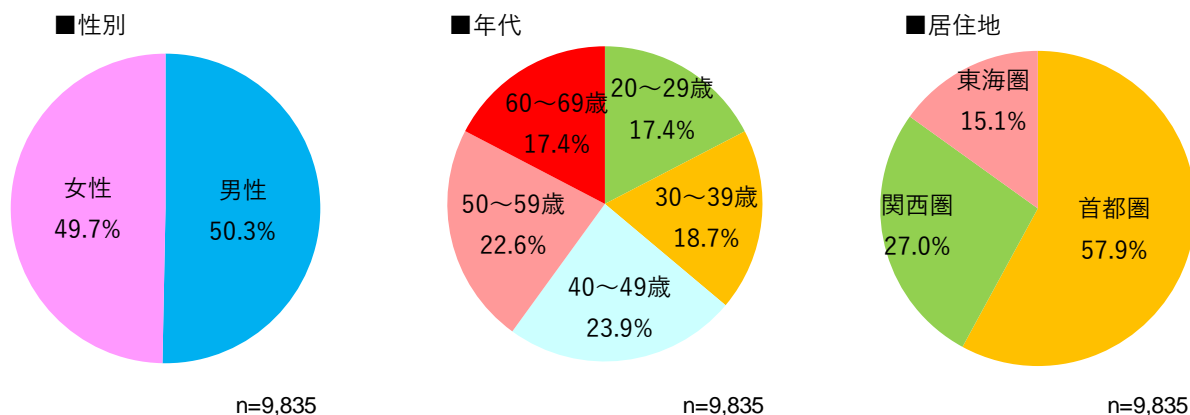
### ■本調査

- 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 2023年12月1日（金）～2023年12月11日（月）
- ③配信数 12,735 件
- ④回収数 9,934 件（回収率 78.0 %）
- ⑤有効回答数 9,835 件（首都圏 5,047 件、関西圏 2,599 件、東海圏 2,189 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3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 9,835 件（首都圏 5,698 件、関西圏 2,653 件、東海圏 1,484 件）

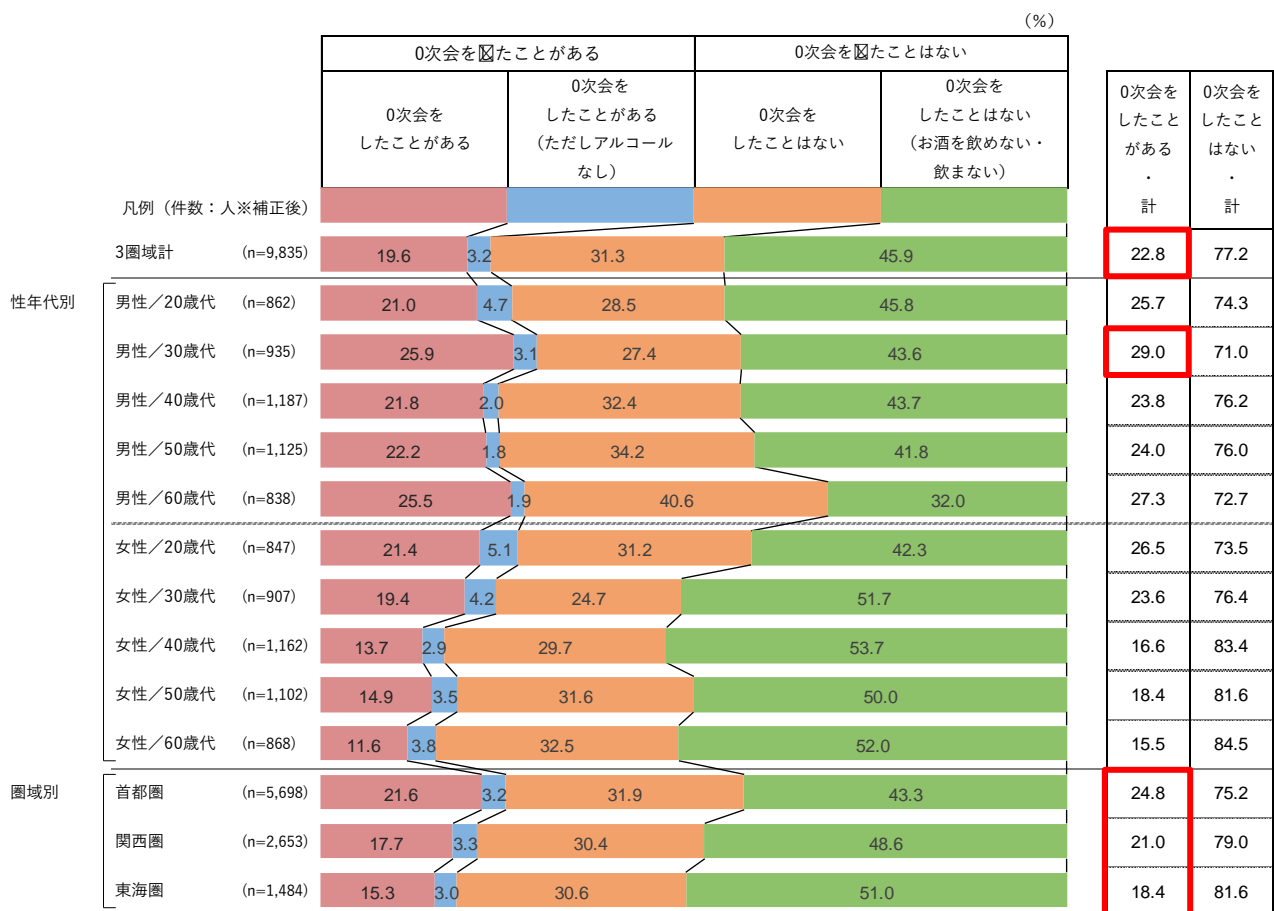
### ◆回答者プロフィール（ウェイトバック後）



## 1. 2017年3月以降で「0次会」の経験がある人は22.8%。圏域による差が大きい

コロナ禍前から、リタイヤ層の増加等を背景に注目されていた「0次会」（今回の調査では、1次会の前に別のお店で、お一人様や参加者の一部で、軽く飲んだり食べたりすること、と定義）。2017年3月以降で「0次会」の経験を尋ねたところ、「0次会をしたことがある」は22.8%であった。時期別（次ページ参照）では、2017年3月以降では、コロナ禍前の経験率は20.5%で、コロナ禍中・コロナ禍後に比べ高かった。性年代別では、30代男性で最も高く、29.0%の経験率であったが、時期別（次ページ参照）で「コロナ禍後」に限ると20代男性が19.1%と最も高かった。また、圏域別では、首都圏で経験率が24.8%に対して、関西圏では21.0%、東海圏では18.4%と、圏域による差が目立つ。

「0次会」の参加経験有無（2017年3月～現在）（全体／単一回答）



※0次会：1次会（飲み会）の前に別のお店で、お一人様や参加者の一部で、軽く飲んだり食べたりすること

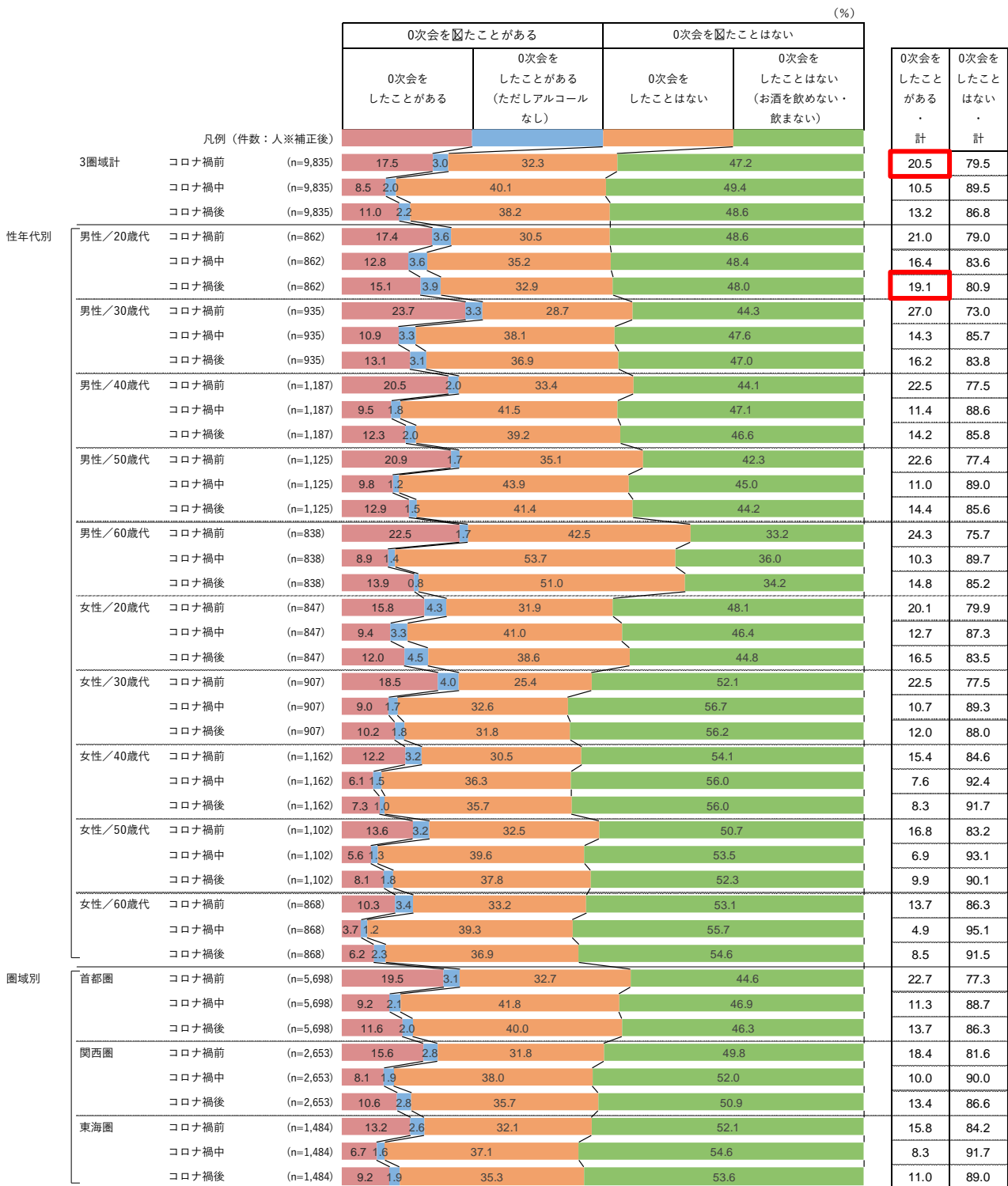
※「0次会の経験有無」について、「コロナ禍前」「コロナ禍中」「コロナ禍後」を合成して算出

※時期によって「0次会をしたことがある」と「0次会をしたことがある（ただしアルコールなし）」の双方を回答していた場合は、「0次会をしたことがある」を採用

※時期によって「0次会をしたことはない」と「0次会をしたことはない（お酒を飲めない・飲まない）」の双方を回答していた場合は、「0次会をしたことはない」を採用

※時期によって「0次会をしたことがある」と「0次会をしたことはない」の双方を回答していた場合は、「0次会をしたことがある」を採用

<参考> 「0次会」の参加経験有無・各時期別（全体／それぞれ単一回答）



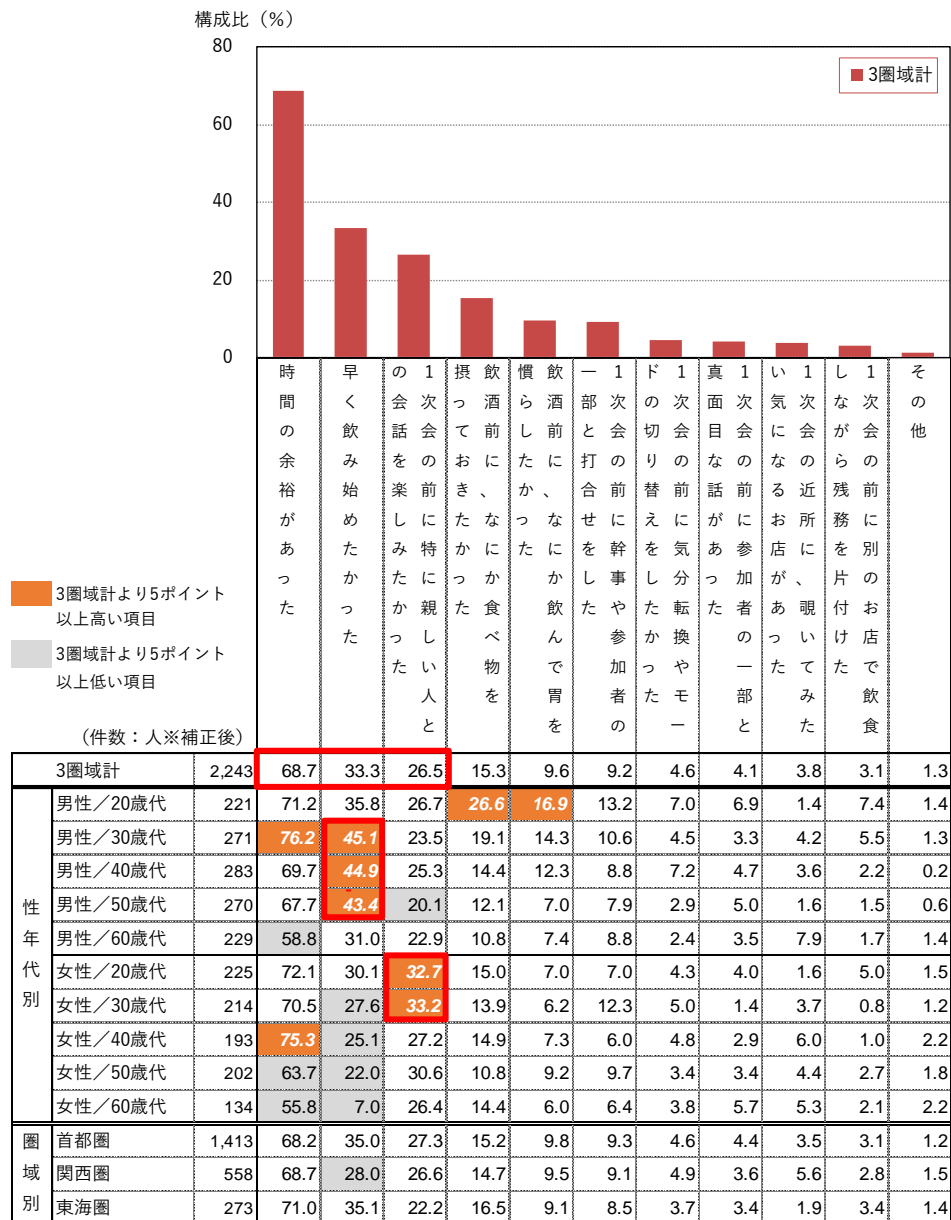
※調査票では、各時期を以下のように定義

- コロナ禍前： 2017年3月～2020年2月の約3年間
- コロナ禍中： 2020年3月～2023年4月の約3年間
- コロナ禍後： 2023年5月～現在

## 2. 「0次会」実施の理由・目的は「時間の余裕があった」68.7%と計画性はなし

「0次会」を実施した理由や目的について尋ねたところ、最も割合の高かった理由・目的は「時間の余裕があった」で68.7%。あまり計画的には行われていない様子から、前ページで首都圏での経験率が高かった理由として、リモートワークの浸透度合いや、圏域の広さに由来する時間的余裕をもった移動になること等が関係していることも考えられそうだ。他にも、「早く飲み始めたかった」(33.3%)、「1次会の前に特に親しい人との会話を楽しみたかった」(26.5%)を理由・目的として選択する割合が比較的高かった。性年代別では、30～50代男性は、「早く飲み始めたかった」、20・30代女性は「1次会の前に特に親しい人との会話を楽しみたかった」の割合が、他の性年代に比べ高くなっている。

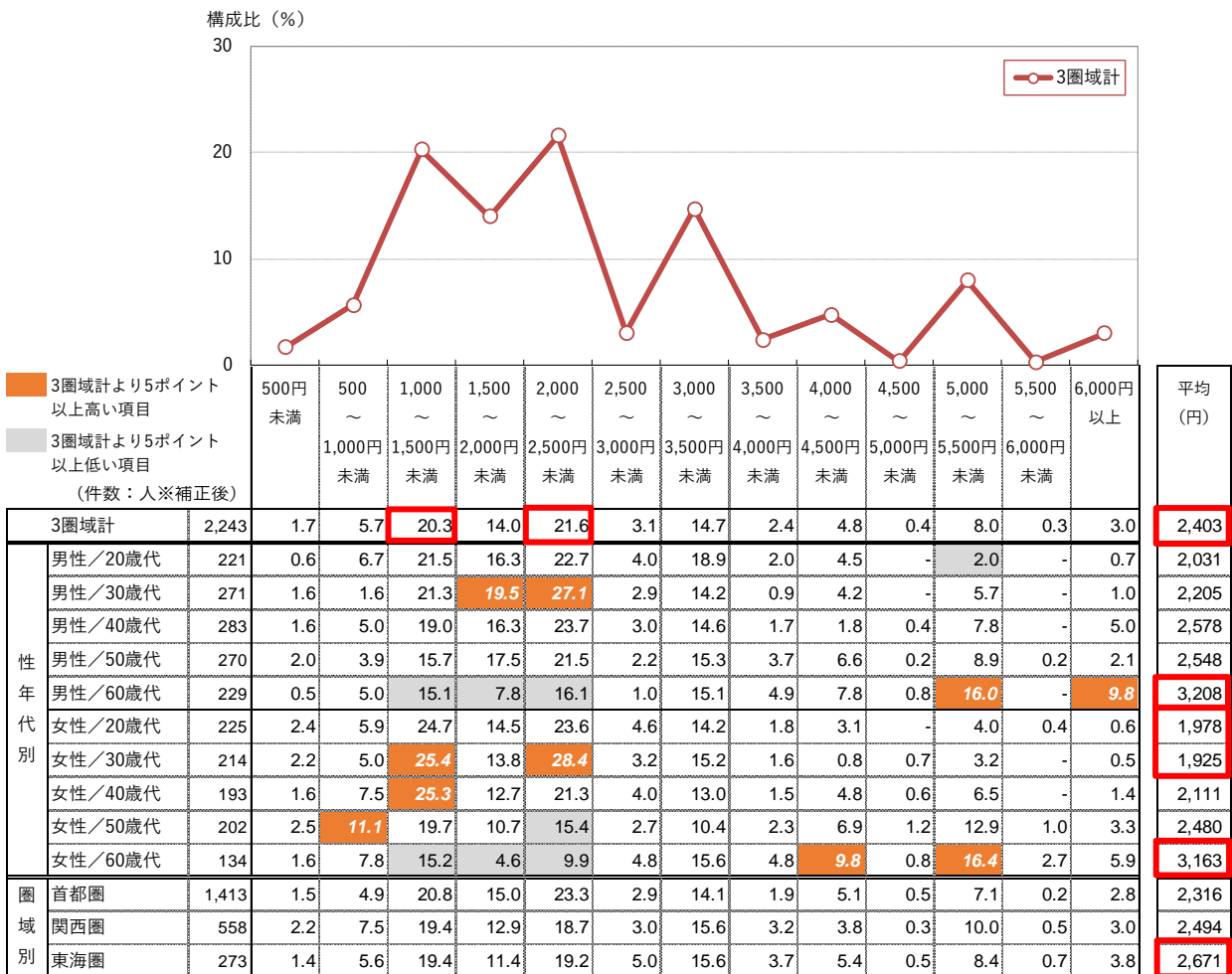
「0次会」を実施した理由や目的（コロナ禍前、コロナ禍中、コロナ禍後のいずれかで「0次会を実施したことがある」と回答した人／複数回答）



### 3. 「0次会」の平均予算は2,403円。60代は3,000円台、20・30代女性は2,000円未満

「0次会」の予算について尋ねたところ、平均は2,403円で、「2,000～2,500円未満」（21.6%）と「1,000～1,500円未満」（20.3%）のシェアが多くなっている。性年代別では、60代男性の平均予算が最も高く3,208円、次いで60代女性が3,163円と続く。逆に20・30代女性は順に1,978円、1,925円であり、2,000円を下回った。また、圏域別では、「0次会」参加の経験率が最も低かった東海圏の平均予算が2,671円で、他の圏域よりも高くなっている。

直近の0次会の1人当たりの費用（コロナ禍前、コロナ禍中、コロナ禍後のいずれかで「0次会を実施したことがある」と回答した人／数値回答）



### 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、ここにはない、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/>