

報道関係者各位

レッドロブスタージャパン株式会社

2025 年 12 月 4 日

【2025 年総括】感謝は脱・イベント化へ 50%超が“高級店<カジュアル店”での「お手軽感謝」派と判明 ～これからのご褒美消費は「気軽さ重視」のフランク志向が新常識に～

レッドロブスタージャパン株式会社（本社：東京都 代表：大塚啓）が 2025 年 8 月に発足した日常のささやかな感謝やねぎらいを伝えることを促進するプロジェクト「Red Reward Story by RED LOBSTER」は、この度「日常の中の小さな感謝・ねぎらい行動と、そこで用いられる“プチご褒美”の実態」に関する調査を実施しました。

本調査では、日本人は感謝やねぎらいの気持ちを抱いても“実際の行動に移すまでにギャップがある”ことが明らかになりました。特にパートナー間では、家事に対するねぎらいが不足しがちである傾向が浮き上がっています。

一方で、「もっと気軽に感謝やねぎらいを伝えたい」という意向が強まっており、予算や手間を抑えて実践できる“ミニマルなご褒美行動”や“身近な場所選び”がトレンドになっていることも分かりました。

■ 調査結果ハイライト

- 約 37%が毎日感謝を感じても、言葉にするのは約 20%！内弁慶な感謝の気持ちと希薄化する回らん**
感謝・ねぎらいを感じていても、その気持ちを言葉や行動で伝えていないというギャップ有り
家族やパートナーと食卓を囲めていない人が約 6 割
日常のコミュニケーション機会の希薄化が原因か？
- 約 65%が感謝やねぎらいを伝えてほしい！トップは家事労働に潜む、パートナーへの感謝不足**
特にパートナー間で、家事へのねぎらい不足が深刻化している
- 感謝・ねぎらいの気持ちは、気軽に伝えたい&伝えられたい「お手軽感謝」が主流に**
準備レス・負担レスで気軽に気持ちを伝えたい人が 75%超で圧倒的多数
予算を抑えて重い負担をかけない「お手軽感謝」が主流に
思い立った時にサクッとお礼を言うスタイルが求められている
- 感謝の「脱イベント化」！気持ちを伝える場所選びはミニマルトレンド**
お店選びは「価格の気軽さ」重視。ファミレスやチェーン店などカジュアルな場が主流に

【調査概要】

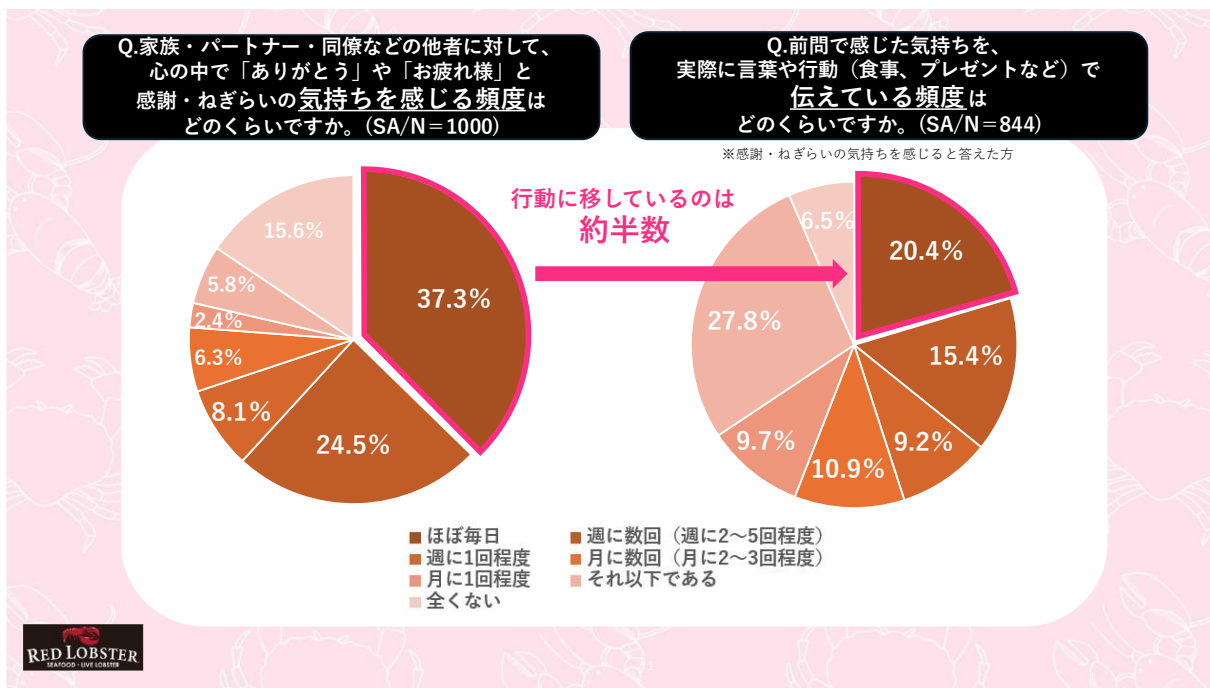
調査 名：日常の中の小さな感謝・ねぎらい行動と、そこで用いられる“プチご褒美”の実態調査
調査 方法：インターネット調査
調査 期間：2025 年 10 月 31 日～11 月 5 日
対 象 者：全国の 20～59 歳の男女 1,000 名

■ 調査結果詳細

- 約 37%が毎日感謝を感じても、言葉にするのは約 20%！内弁慶な感謝の気持ちと希薄化する回らん**
「心の中で『ありがとう』や『お疲れ様』と感謝・ねぎらいの気持ちを感じる頻度はどのくらいですか？」という問いに対して、ほぼ毎日と回答した人が 37.3%にのぼりました。しかし、その気持ちを実際にほぼ毎日言葉や行動で伝えている人の割合は 20.4%にとどまり、意識と行動の間に大きな隔たりがあることが分かりました。

性年代別に見ると、実際に言葉や行動（食事、プレゼントなど）で伝えている頻度が**ほぼ毎日と回答した人が最も多かったのは男女ともに 20 代**でしたが、それでも 20 代男性は 25.0%、20 代女性は 28.0% に留まりました。

この背景として、**家族やパートナーとの日常的なコミュニケーション機会の不足**が考えられます。家族やパートナーと食卓を囲む頻度を聞いたところ、約 4 人に 1 人が「月に 1 回以下」と回答しました。さらに、共に食事をしている場合でも「1 時間未満で済ませる」人が 66.3% を占めていました。一緒に食事を囲むといった団らんシーンが短いことによるコミュニケーションの希薄化が、「感謝・ねぎらい不足」の一因となっているのかもしれません。

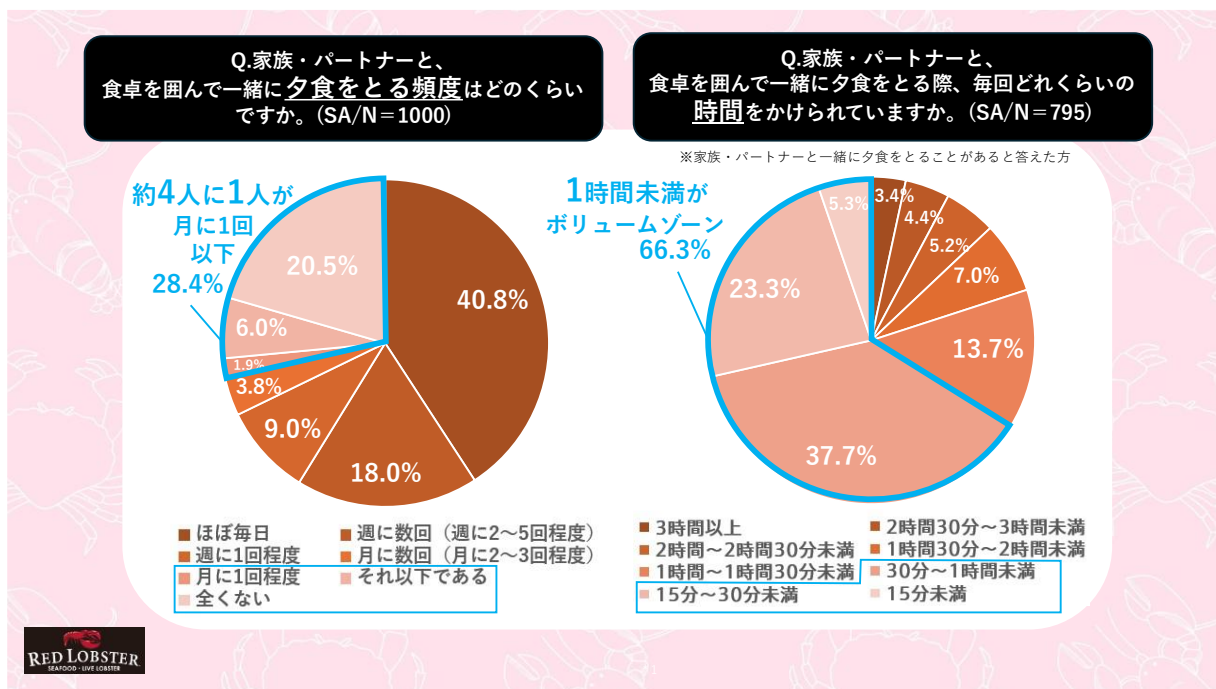


Q.前問で感じた気持ちを、実際に言葉や行動（食事、プレゼントなど）で伝えている頻度はどのくらいですか。(SA/N=844)※年代別

※感謝・ねぎらいの気持ちを感じると答えた方

(%)	ほぼ毎日	週に数回 (週に2～5 回程度)	週に1回程度	月に数回 (月に2～3 回程度)	月に1回程度	それ以下であ る	全くない
合計	20.4	15.4	9.2	10.9	9.7	27.8	6.5
男性20代	25.0	23.9	17.4	10.9	9.8	6.5	6.5
男性30代	18.6	21.6	10.8	9.8	6.9	24.5	7.8
男性40代	14.2	9.4	3.8	12.3	9.4	43.4	7.5
男性50代	14.7	17.4	7.3	9.2	7.3	35.8	8.3
女性20代	28.0	14.0	14.0	12.0	10.0	19.0	3.0
女性30代	21.7	12.3	10.4	14.2	8.5	25.5	7.5
女性40代	23.2	10.7	7.1	9.8	11.6	31.3	6.3
女性50代	18.8	15.4	5.1	9.4	13.7	32.5	5.1

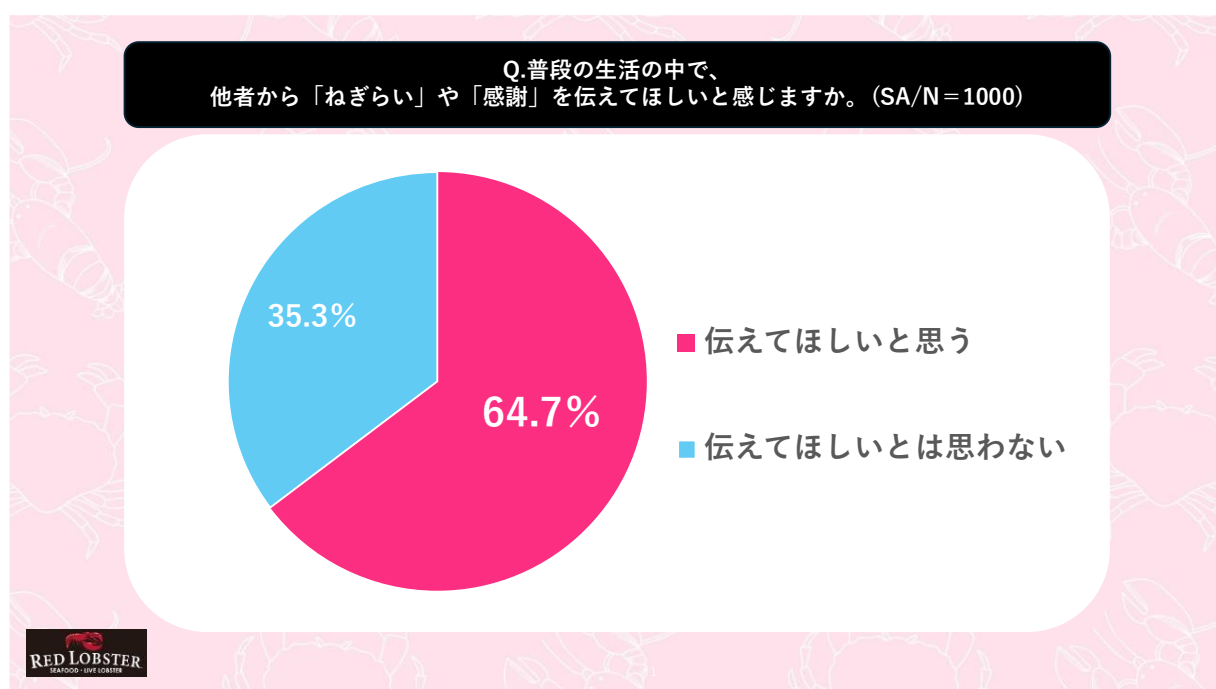
RED LOBSTER
SEAFOOD・LIVE LOBSTER



2. 約65%が感謝やねぎらいを伝えてほしい！トップは家事労働に潜む、パートナーへの感謝不足

「普段の生活の中で、他者から『ねぎらい』や『感謝』を伝えてほしい」と感じる人は64.7%に上ることが分かりました。こうした感謝やねぎらいが最も不足していると感じる相手のTOP3は、「パートナー（配偶者・恋人など）」が39.8%と最も多く、次いで「両親（自分の親）」（17.2%）、「子ども」（14.5%）という結果になりました。

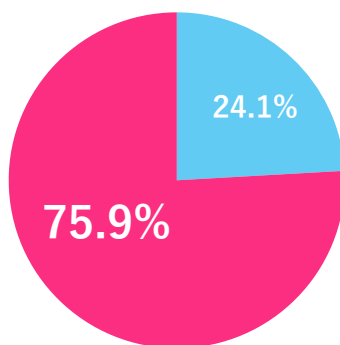
また、「ねぎらい」や「感謝」をしてほしいと感じる具体的な行動内容としては、**家事に関するもの**が多く挙げられました。このことから、日常の身近な関係性、特にパートナー間において、日々の家事や生活への貢献に対する感謝の気持ちの伝達不足の実態が浮き彫りになりました。



Q.日頃のちょっとした感謝やねぎらいを伝える際、
あなたはどちらのスタイルを実践していますか。(SA/N=1000)

気軽に伝える派

準備は簡単でもいいので、
もっと気軽に、
伝えたい時に伝える



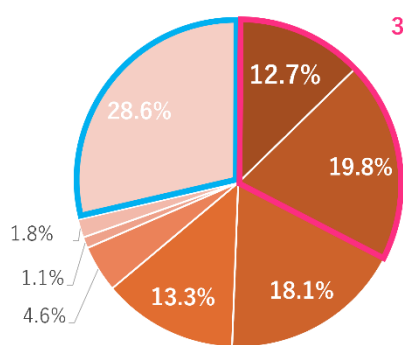
しっかり準備派

準備に時間や
お金をかけて、
年に数回しっかり伝える

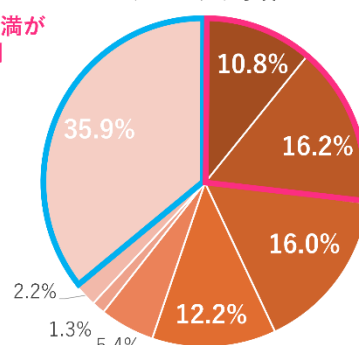


Q.他者へのお祝いや感謝を伝えたり、伝えてもらう際、
【予算】の理想について教えてください。(SA/N=1000)

<かける予算>



<かけてもらう予算>

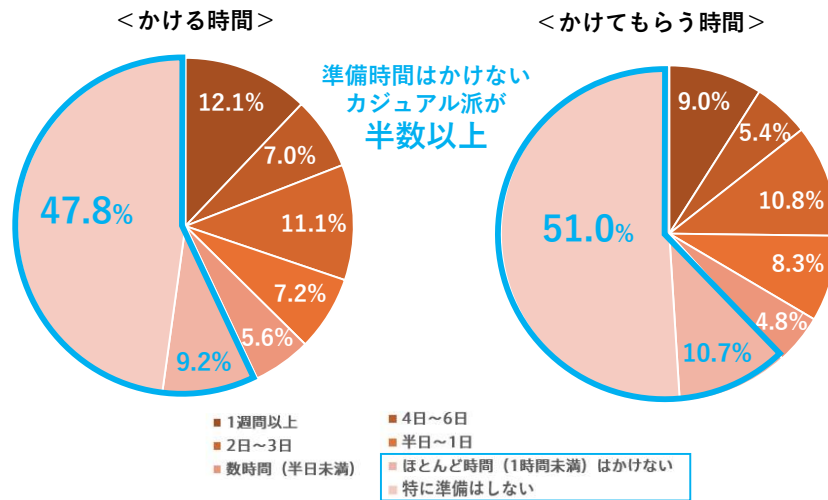


3000円未満が
約3割

- 1円～1,000円未満
- 1,000円～3,000円未満
- 3,000円～5,000円未満
- 5,000円～10,000円未満
- 10,000円～30,000円未満
- 30,000円～50,000円未満
- 50,000円以上
- 0円 (予算をかけない)



Q.他者へのお祝いや感謝を伝えたり、伝えてもらう際、
【準備の時間】の理想について教えてください。(SA/N=1000)



4. 感謝の「脱イベント化」！気持ちを伝える場所選びはミニマルトレンド

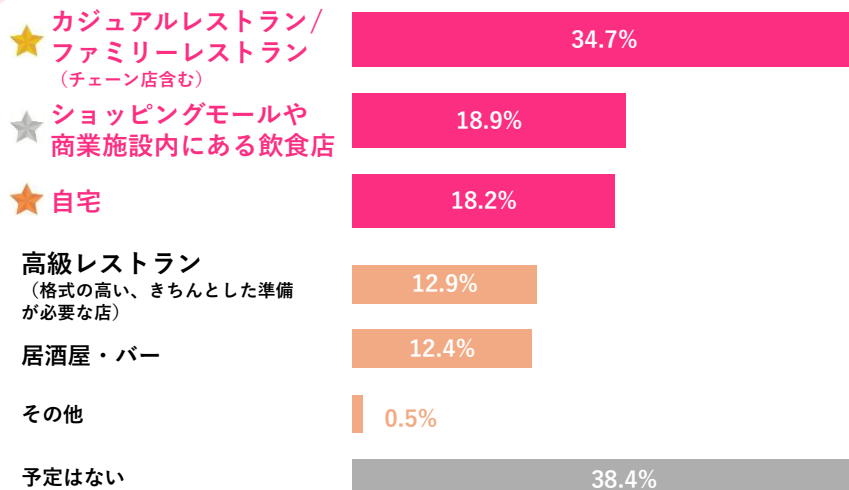
感謝やねぎらいを伝えるための食事の場についても、同様の傾向が見られました。「日頃のちょっとした感謝やねぎらいを伝える食事をするなら、どのような場所を利用するか」という設問に対し、**最多は「カジュアルレストラン・ファミリーレストラン（チェーン店含む）」**で 34.7%、次いで「ショッピングモールや商業施設内にある飲食店」で 18.9%という結果となりました。

年代別に見ると、特に 20 代は「カジュアルレストラン・ファミリーレストラン（チェーン店含む）」が 35.9%、「ショッピングモールや商業施設内にある飲食店」が 25.2%と、**他の世代よりも強くカジュアル志向が強くみられました。**

さらに、「お祝いや感謝を伝えたり、ご褒美利用として食事をする際、料理の美味しさ以外で重視するポイント」として最も多く挙げられたのは「価格の気軽さ（価格が手頃である・予算を気にせず注文できる）」で 32.9%でした。

これらの結果から、**感謝・ねぎらいを伝える場所選びにおいて、敷居の低さや気軽さを重視するミニマル化トレンドの兆しが見受けられました。**

Q. 2026年、日頃のちょっとした感謝やねぎらいを伝える食事をするなら、
どのような場所を利用する予定ですか。(MA/N=1000)

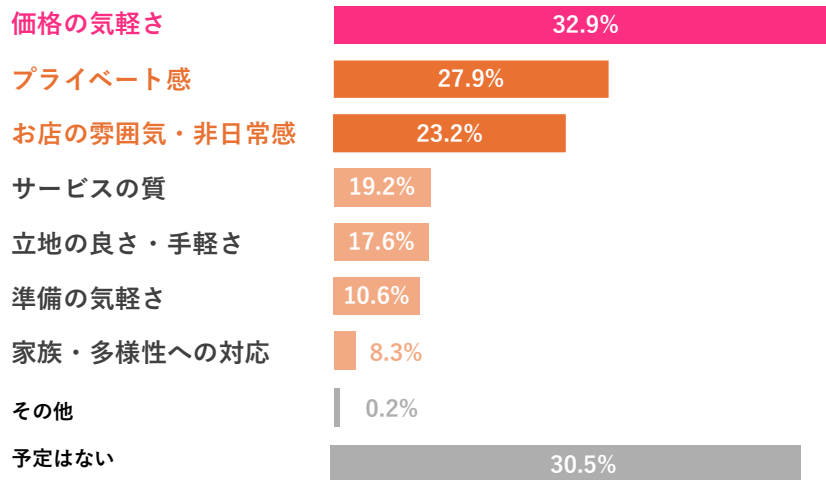


Q. 2026年、日頃のちょっとした感謝やねぎらいを伝える食事をするなら、どのような場所を利用する予定ですか。(MA/N=1000)※年代別

(%)	カジュアルレストラン/ファミリーレストラン ※チェーン店含む	ショッピングモールや商業施設内にある飲食店	自宅	高級レストラン ※格式の高い、きちんとした準備が必要な店	居酒屋・バー	その他	予定はない
合計	34.7	18.9	18.2	12.9	12.4	0.5	38.4
20代	35.9	25.2	15.8	17.5	12.8	0.0	34.6
30代	34.8	20.7	15.6	12.5	13.7	0.4	39.8
40代	32.8	14.8	23.4	11.7	10.9	0.4	38.7
50代	35.4	15.4	17.7	10.2	12.2	1.2	40.2



Q. お祝いや感謝を伝えたり、ご褒美利用として食事をする際、料理の美味しさ以外で重視するポイントは何ですか。3つまでお答えください。(MA/N=1000)



【まとめ】

今回の調査から、現代の日本人は感謝やねぎらいを心で感じていても、日々の忙しさから実際に行動に移せていない人が多数いることが明らかになりました。特にパートナー間において、日々の家事への貢献に対する感謝の伝達が求められており、その伝え方は「重い準備は不要で、気軽に行いたい」というニーズが高まっています。

忙しい現代人にとって、感謝やねぎらいの気持ちを行動に移すことが難しい現状に対し、まずは日常の食事や外食の場を「気軽に感謝を伝える機会」として活用することが、コミュニケーションの質の向上に繋がるのではないのでしょうか。

レッドロブスターでは、オイスターやシュリンプをはじめとした新鮮なシーフードやピザ・パスタなど、3,000 円以下でも楽しめる、プチご褒美にもぴったりの多彩なメニューをご用意しています。今後も、上質な食事をカジュアルに楽しめる場を通じて、身近な人にそっと感謝やねぎらいを伝えられる時間をお届け

けてまいります。

■Red Reward Story by RED LOBSTER について

レッドロブスターが贈る、あなたのための小さなご褒美の物語。

私たちはこれまで、誕生日や記念日といった「特別な日」を彩る場所として、たくさんのお客様に寄り添ってきました。しかし、お客様の素敵な笑顔は、何も特別な日だけに生まれるものではありません。日々の暮らしの中にも、小さな幸せや感謝の瞬間はたくさんあると私たちは考えています。

「日々の感謝を、もっと気軽に伝えられる場所に。」

日本では、身近な人に「ありがとう」を言葉にするのは、少し照れくさいと感じる人も少なくありません。だからこそ、私たちは、レッドロブスターがそんなささやかな感謝を気軽に伝えられる場所になりたいと考え、本プロジェクトを立ち上げました。このプロジェクトでは、皆さんのリアルな声を探り、発信することで、日々の感謝をもっと気軽に伝えられる文化と一緒に広めていきたいと願っています。

【企業概要】

1968年にアメリカで誕生し、1982年に日本へ上陸したシーフードレストランチェーン。現在は、首都圏を中心に全国20店舗を展開しています。

「Guest is First」を理念に掲げ、ロブスターのみならず厳選されたシーフードとバリエーション豊かなメニューをご用意。

親しみのあるホスピタリティサービスで、誕生日や記念日といった特別な日はもちろん、日々の暮らしの中にある小さな幸せや感謝の瞬間に気持ちを伝えられる空間を提供しています。

