

プレスリリース  
報道関係者各位

2026年2月24日  
三井住友トラストクラブ株式会社

**【新富裕層の消費行動調査】初任給プレゼントの定番は今も昔も「寿司」**

——でも 20代の4人に1人が「店・施設の雰囲気や格式に不安」

20代は本格的なおもてなしを志向する一方、  
半数以上が保有しているクレジットカードに付帯のレストラン特典を利用していない現状も

ダイナースクラブカードを発行する三井住友トラストクラブ株式会社（代表取締役社長:五十嵐幸司、以下当社）は、20代とその親世代を対象（調査概要参照）に「初任給プレゼントの実態」に関する調査を実施しました。

社会人としての第一歩となる初任給は、単なる収入の始まりではなく、自身の立場や人間関係の変化を実感する節目でもあります。とくに親への感謝をどのような形で伝えるかは、多くの新社会人にとって一度は向き合うテーマです。

今回の調査結果では、初任給で親に「特別な体験」を贈りたいと考える20代の多くが、店選びや予約に不安を感じている実態が明らかになりました。また、予算1万円超の夕食を選ぶ層は4割を超えるものの、クレジットカード付帯のレストラン特典利用は半数以下にとどまり、潜在ニーズと実際の利用に大きなギャップが存在することもわかりました。

**調査概要：「20代と親世代における、初任給プレゼントの実態」に関する調査**

【調査期間】 2026年1月28日（水）～2026年1月29日（木）

【調査方法】 PRIZMA (<https://www.prizma-link.com/press>) によるインターネット調査

【調査対象】 調査回答時に①20代の社会人（初任給が月額26万円以上）／②50～60代の社会人（世帯年収が1,500万円以上）と回答したモニター

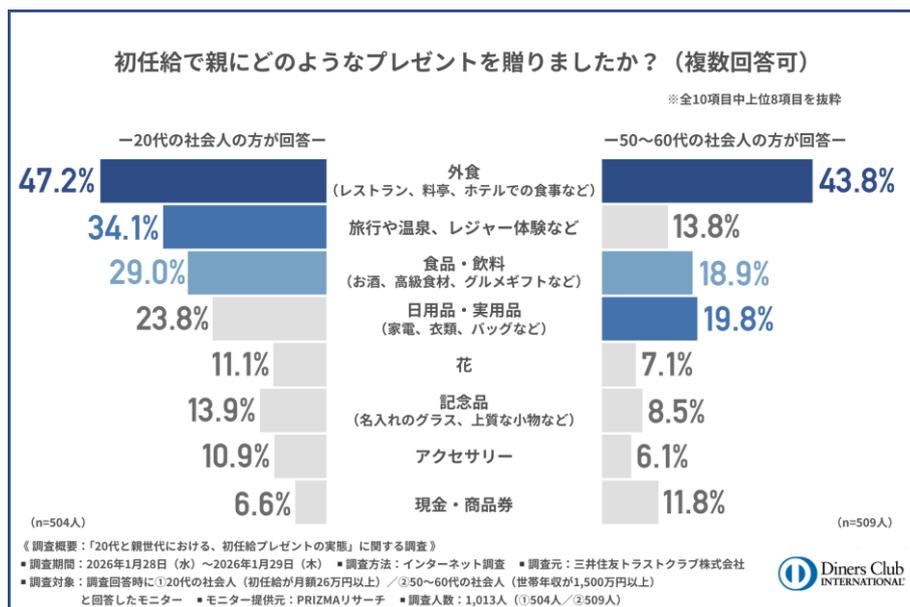
【調査人数】 1,013人（①504人／②509人）

【調査元】 ダイナースクラブ（発行会社：三井住友トラストクラブ株式会社）

【モニター提供元】 PRIZMA リサーチ

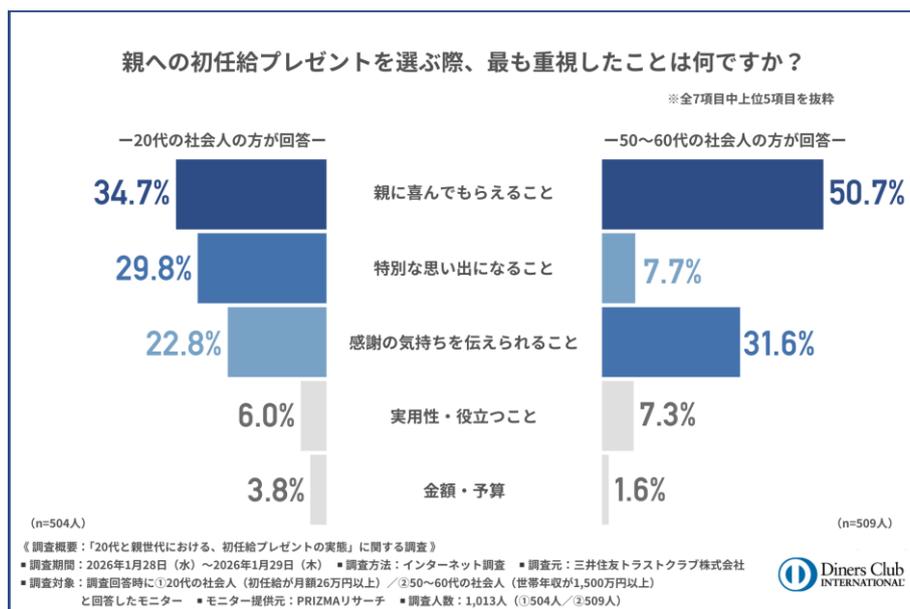
## ■ 初任給プレゼントの第1位は20代・親世代ともに「外食」

### ● 初任給で親にどのようなプレゼントを贈ったか



両世代ともに、4割以上が「外食」を選んでおり、食事の時間を共有することが初任給プレゼントの定番であることがわかりました。一方で、2位は親世代では「日用品・実用品」だったのに対し、20代では「旅行や温泉、レジャー体験など」となり、現代の若者は「形に残るもの」以上に、旅行や食事といった「体験価値」を通じて感謝を伝えるという傾向がみられました。

### ● 親への初任給プレゼントを選ぶ際、最も重視したことは何か



親世代は『親に喜んでもらえること』『感謝の気持ちを伝えられること』が8割強を占め、喜びや感謝といった感情の伝達そのものを重視しています。一方で、20代はそれらを前提としつつ、『特別な思い出になること』が親世代と比較して約4倍となり、より強く「記憶に残るシーン」を求めています。

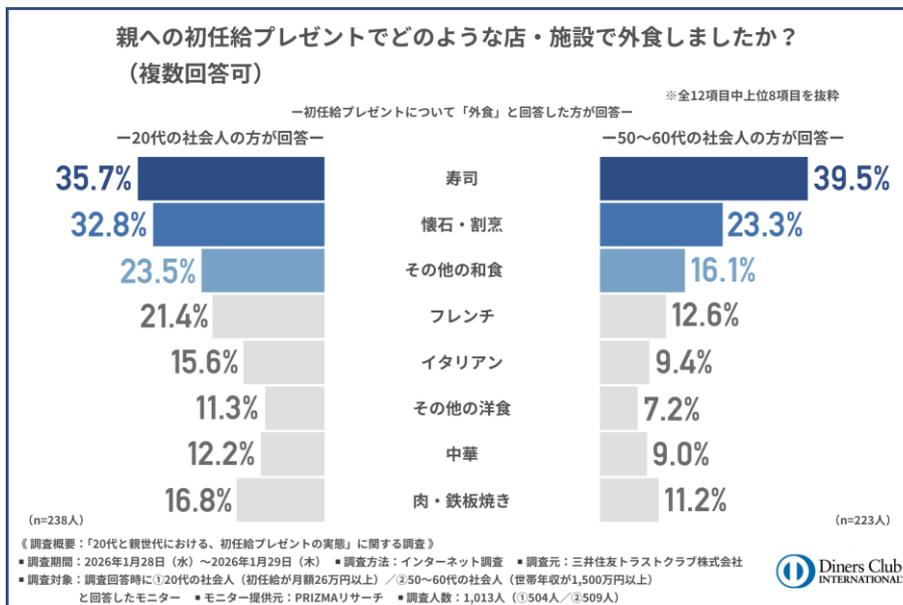
## 初任給プレゼントで最も印象に残っているエピソード<抜粋>

- ・泣いて喜んでくれたこと。(20代/女性/会社員)
- ・親と美味しいイタリアンのおしゃれなお店に行き、ご馳走した。(20代/女性/会社員)
- ・大人になるまで両親とゆっくり話すことがあまりなかったので、初任給でちょっと高級なお店での食事をご馳走して、初めて大人として対等に話げできた気がした。(50代/女性/自営業・フリーランス)
- ・高価なものを買えなかったのが悔しかった。(50代/男性/医師)
- ・もう亡くなった母親の笑顔が忘れられない。(50代/女性/その他)

世代を超えて共通するのは、初任給での親孝行が単なるプレゼントではなく、心に刻まれるイベントであることです。とくに「対等な大人として話せた」というエピソードは、親子関係の新たな一歩を象徴しています。

## ■ 世代問わず、初任給プレゼントに『寿司』を選んだ方が多数！

### ● 親への初任給プレゼントでどのような店・施設で外食したか

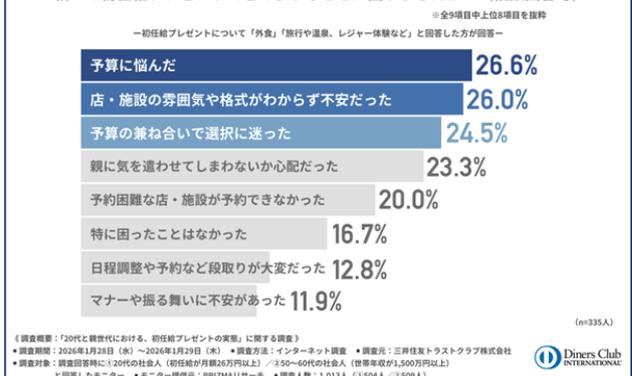


世代を問わず『寿司』の人气が高く、お祝いの席＝寿司というイメージは今も昔も変わりません。また、20代において『懐石・割烹』を選ぶ割合が3割を超え、親世代よりも高くなりました。落ち着いた和の空間でのおもてなしを好む傾向があり、伝統的で格式のある和食店を選ぶことで大人としての成長や礼節を示したいという心理が働いていると考えられます。

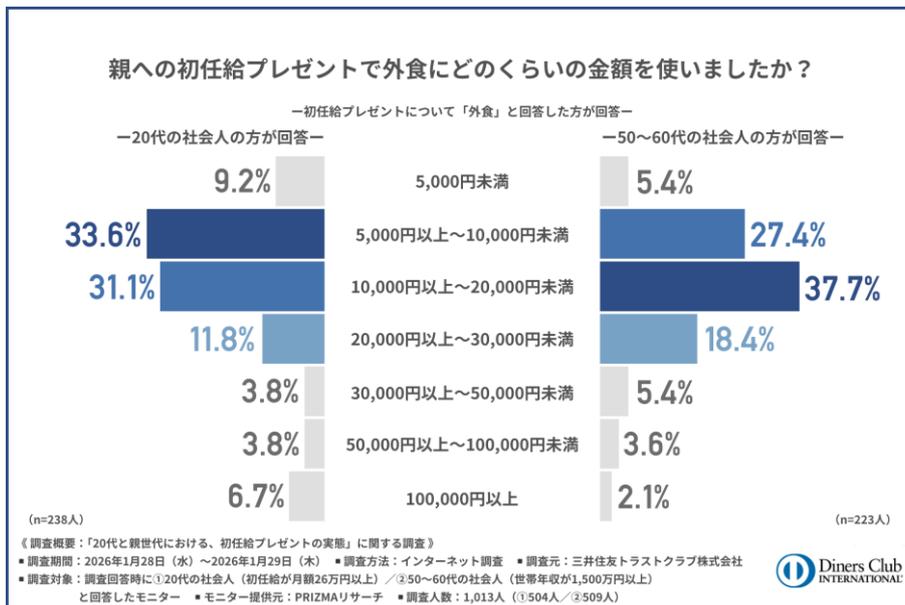
### 20代の社会人は予算だけでなく「雰囲気や格式」への不安も

「親への初任給プレゼントでどのようなことに困ったか」について20代の社会人に尋ねたところ、最も多かった『予算に悩んだ(26.6%)』と僅差で『店・施設の雰囲気や格式がわからず不安だった(26.0%)』が続きました。「失敗したくない」というプレッシャーと、「どう選べば正解が分からない」という経験不足の中で、店選びに苦戦していたことがうかがえます。

### 親への初任給プレゼントでどのようなことに困りましたか？(複数回答可)



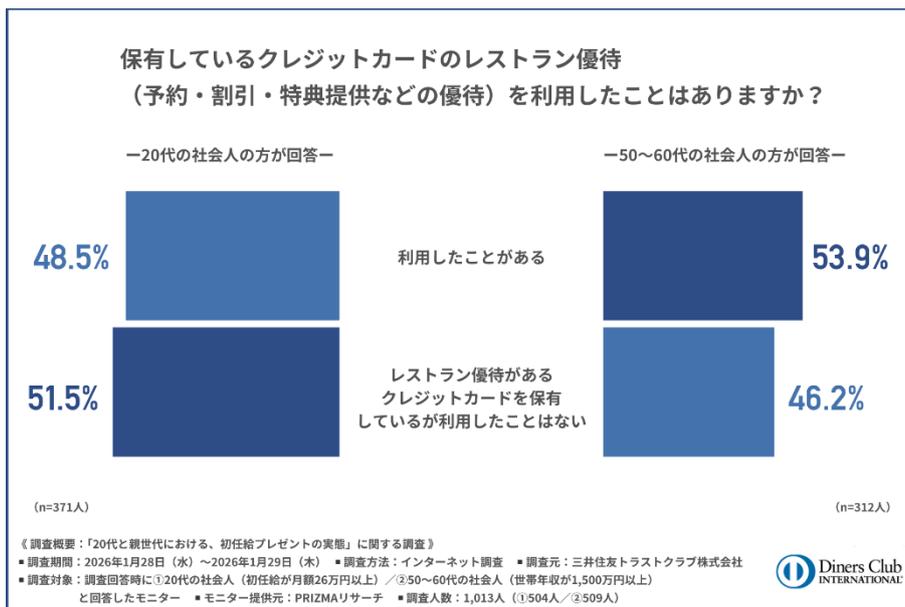
●親への初任給プレゼントで外食にどのくらいの金額を使ったか



全体的に親世代の方が高価格帯の傾向にあります。20代でも1万円以上使う層が4割を超えています。10万円以上使う層も親世代の約3倍おり、初任給という限られた予算の中で、一生に一度の記念となる特別な思い出には対価を惜しまない姿勢がうかがえます。

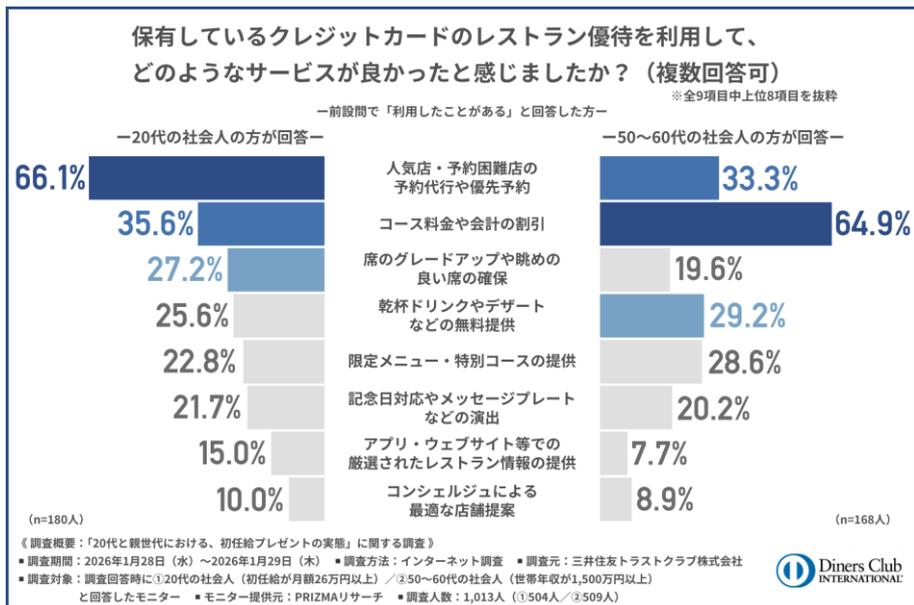
■ クレジットカードのレストラン優待の利用実態

●保有しているクレジットカードのレストラン優待（予約・割引・特典提供などの優待）を利用したことはあるか



クレジットカードのレストラン優待の利用は、親世代では「利用したことがある」と回答した方が5割強となった一方で、20代では「保有しているが利用したことはない」と回答した方が5割強となりました。店選びや予約に悩む20代が多い中で、その解決策となり得る「優待」が手元にありながら活用されていない状態であることが明らかになりました。

●保有しているクレジットカードのレストラン優待を利用して、どのようなサービスが良かったと感じたか



親世代が実利的な『コース料金や会計の割引』を最も評価しているのに対し、20代では『人気店・予約困難店の予約代行や優先予約』が約7割と、圧倒的な支持を集めました。店選びや予約に不慣れな若者にとって、クレジットカードは単なる決済手段ではなく、自力では確保が難しい憧れの店への「アクセス手段」として機能しています。

## ■ 若者が求める「体験」とそれを支える「クレジットカード」の役割

今回の調査を通じて、初任給という人生の大きな節目において、20代の若者が親世代以上に「特別な体験」や「思い出」を重要視していることが明らかになりました。定番のプレゼントは世代を問わず「外食」ですが、20代においては「モノ」を贈る以上に、「時間」や「空間」を共有することに価値を感じていることがわかりました。特に、ハレの日の象徴である「寿司」や、格式高い「懐石・割烹」を選ぶ傾向があり、一人前の大人として親をもてなしたいという真摯な想いが表れています。

しかし、多くの20代が、予算や店の格式に対する不安を感じています。「失敗したくない」「最高のおもてなしをしたい」という気持ちが強いからこそ、店選びや予約の段取りがプレッシャーになっています。そのためか、20代のクレジットカードの付帯サービスに対するニーズでは「予約代行」や「優先予約」といった、**コンシェルジュ的な機能が圧倒的に支持されています**。これは、若者にとってクレジットカードが、単なる決済手段や節約のツールではなく、自らの体験をアップグレードできるツールとして認識されつつあることを示しています。

こうした若者のニーズに応えるには、単なる割引や特典ではなく、「どの店を選ぶべきか」「どう予約すればいいか」といった**「体験設計」**そのものをサポートする仕組みが求められています。クレジットカードは今、決済手段から「体験のパートナー」へと進化しつつあります。

## ■ レストランから生まれたハイクラスなクレジットカード「ダイナースクラブ」

今回の調査で明らかになった『店選びの不安』『予約の困難さ』――。

ダイナースクラブは、1950年にニューヨークのレストランから誕生して以来、75年以上にわたり培ってきたレストランをはじめとするさまざまな優待やコンシェルジュサービスで、会員の皆様の豊かなライフスタイルを支援してきました。当社はそのダイナースクラブカードの日本で唯一の発行会社として、調査で明らかになった若者のニーズに応える特典を提供しています。

### ダイナースクラブカードのグルメ特典

会員様を含む2名以上で所定のコース料理をご利用いただくと、1名のコース料金が無料となる

「エグゼクティブダイニング」、通常は予約が難しい高級料亭をダイナースクラブが会員様に代わってご予約する「料亭プラン」など、さまざまな特典をご用意しています。

詳細はこちら：<https://www.diners.co.jp/ja/gourmet.html>

### 2026年4月からグルメ特典がさらにパワーアップ！

- ・ レストランでお得なキャッシュバックサービス開始
- ・ エグゼクティブダイニングに待望の海外レストランが仲間入り
- ・ 会員限定の特別なダイニング体験 ほか

詳細はこちら：<https://www.diners.co.jp/ja/privilege/new-privilege.html>

## ■ ダイナースクラブカードのご案内

### ダイナースクラブカード：新規入会キャンペーン実施中



あなたの可能性をもっと広げる一枚。

「ここでしか、見つけられないものがある。」のブランドスローガンのもと、クレジットカードの枠を超え、このうえない感動と経験をご提供します。

● キャンペーン特典：本会員の初年度年会費無料

● 詳細はこちら：[https://www.diners.co.jp/ja/entry\\_form/lp/web\\_main2/index.html](https://www.diners.co.jp/ja/entry_form/lp/web_main2/index.html)

### ダイナースクラブプレミアムカード（ご招待制）



さらなる高みへ誘う一枚。

上質なサービスとステータスを兼ね備えた、ダイナースクラブの招待制カード。各種優待・特典とコンシェルジュの心を込めたおもてなしで、常に最良を求めるお客様をお手伝いします。

● 詳細はこちら：[https://www.diners.co.jp/ja/cardlineup/dinersclub\\_premiumcard.html](https://www.diners.co.jp/ja/cardlineup/dinersclub_premiumcard.html)

---

■ダイナースクラブ公式 YouTube では長谷川さんが出演する動画広告、メイキング映像からダイナースクラブ会員限定イベントまでさまざまな動画を公開中です。

ダイナースクラブ公式 YouTube アカウント：<https://www.youtube.com/DinersClubJapan>

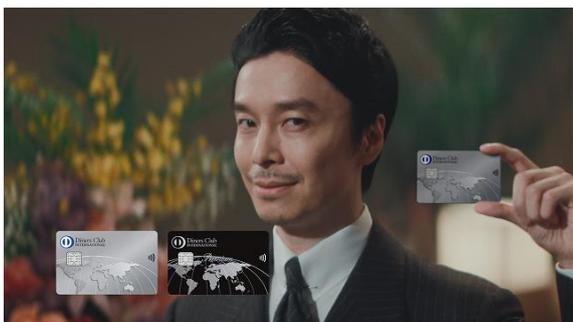
## 1950 年篇－NEW YORK

公開先：<https://youtu.be/x527QHh7mSI>



## 1960 年篇－TOKYO

公開先：<https://youtu.be/q6DryMrRHZk>



■ダイナースクラブ ウェブサイト：<https://www.diners.co.jp/ja/pvt.html>

■三井住友トラストクラブ 企業サイト：[https://www.sumitclub.jp/ja/corporate\\_site.html](https://www.sumitclub.jp/ja/corporate_site.html)

三井住友トラストクラブは、三井住友トラスト・カードと 2025 年 10 月 1 日（水）に統合しました。  
当社はこれからもずっと、ダイナースクラブ会員の皆様へ、ここでしか見つけられない体験を提供します。

【本件に関する報道関係者のお問い合わせ先】

<ダイナースクラブ>

三井住友トラストクラブ 広報室 / E-mail：[contact@sumitclub.jp](mailto:contact@sumitclub.jp)