

“感謝”と“愛”を広げる記念月間『THANKS LOVE MONTH 2026』 あなたの感謝のことばで、世界に一つだけの花が咲く！ 「“ありがとう”で咲かせる花屋さん」

**2026年5月7日(木)～10日(日)期間限定・東京都内で開催
特別な日でなくても、想いをかたちにすることで感謝は伝えやすくなる！**

ユニバーサル・スタジオ・ジャパン（運営：合同会社ユー・エス・ジェイ）は、2026年5月8日（金）から6月21日（日）までの期間限定で、「母の日」「父の日」だけでなく、自身の周りにいるあらゆる大切な人へ“感謝”や“愛”を伝え合うスペシャルな記念月間『THANKS LOVE MONTH 2026』（サンクス・ラブ・マンズ 2026）を開催します。

パークでの「サンクス・ラブ・マンズ 2026」の開催に先立ち、この取組みをパーク内のみにとどまらずさらに各地へ広げていくべく、2026年5月7日（木）から10日（日）までの期間限定で大切な人へ感謝を伝える体験型イベント「“ありがとう”で咲かせる花屋さん」を東京都内・特設会場にて開催、本日より一般公開に先駆けてイベントの様子を報道陣に公開しました。



午前10時半ごろ、明日5月8日からユニバーサル・スタジオ・ジャパンで開催される「サンクス・ラブ・マンズ」の出張イベント「“ありがとう”で咲かせる花屋さん」が、東京・新宿にて期間限定でオープンしました。今回のイベントのためだけに開発された専用マシン「Thanks Flower Planter（サンクス・フラワー・プランター）」の前に、朝早くから体験を心待ちにしたゲストが集い、パークからお祝いに駆け付けたエルモやクッキーモンスターとともに、カラフルなお花で飾られた会場で晴れやかにオープニングをお祝いしました。早速「サンクス・フラワー・プランター」を体験した参加者はちょっぴり照れながらも、想い

想いに大切な人を思い浮かべ、心を込めて「ありがとう」の言葉を発し、一人ひとりの個性的あふれる“世界でひとつだけの花”を咲かせることに次々と成功。自分だけの“花が咲く”初めての経験に驚きの声があがる中、完成したフラワーカードに「ありがとう」の言葉を添える様子がうかがえました。また、デジタルスタンプもプレゼント。参加された皆さんは、世界にひとつだけの「ありがとう」の花を、大切な方に向けて送るなど、思い思いに感謝の気持ちを伝えてあっており、会場は笑顔で感謝を贈り合う光景にあふれていました。

■「“ありがとう”で咲かせる花屋さん」イベント概要

タイトル	「“ありがとう”で咲かせる花屋さん」
開催期間	2026年5月7日（木）～10日（日）
開催時間	10:00～18:00（5月7日（木）のみ 10:35～18:00）
会場	サナギ新宿前イベントスペース （東京都新宿区新宿三丁目35番6号）
アクセス	JR 新宿駅東南口改札より徒歩1分
参加について	無料（事前申込制） ※申込期間は終了しています

【東京会場来場者限定】

イベント開催期間中にお越しいただいた方に向けて、
サンクスフラワーカードを配布します。

※サンクス・フラワー・プランターの体験はいただけません

※カードの配布は、お一人様一枚となります

※こちらで配布するカードのお花は1種類です

※在庫状況により予告なしで早めに終了する場合がございます



■「“ありがとう”で咲かせる花屋さん」体験型イベント 花の種類は数万通り！

参加者は専用マシン「サンクス・フラワー・プランター」の前に立ち、マイクに向かって大切な人への感謝のことば「ありがとう」を伝えます。感謝のことばを話した方にはその場で、2枚1組の「サンクス・ラブ・マンス 2026」限定のフラワーカードをお渡しします。フラワーカードに描かれる花は、数万通りのイラストデザインの中から感謝の言葉に合わせた世界にたった一つの花となります。カードの1枚は大切な人への贈り物に、もう1枚は会場内の巨大ボードへ掲出いただきます。参加者一人ひとりの「ありがとう」が重なり合い、会場全体が色鮮やかな感謝の花屋さんへと変わっていく様子をお楽しみいただけます。

また、カードに記載されたQRコード※1をスマートフォンで読み取っていただくと、画面上に同じデザインのフラワーが表示され、画像をダウンロードすることができます。各種SNSでもシェアが可能となっており、直接会えない大切な人にも「ありがとう」の言葉に思いを込め、「感謝の気持ち」を贈ることができます。

ユニバーサル・スタジオ・ジャパンでは、「母の日」（今年は5月10日）や「父の日」（今年は6月21日）があり、感謝を伝えるシーズンとして定着しているこの期間、ライフスタイルや家族のかたち、感謝の伝え方が多様化する今の時代に寄り添い、お母さんやお父さんへの感謝だけでなく、パートナー、友人、同僚など、自身を取り巻くあらゆる大切な方への感謝やねぎらいの気持ちを伝えるための感謝月間として「サンクス・ラブ・マンス」を2022年より提唱。開催5年目※2を迎えた今年は、パーク内での各種プログラムもパワーアップ。初のパーク内・プログラムとなるグリーティング・ショー「ギフト・オブ・サンクス ～サンクス・ラブ・マンス～」も登場し、大切な人へ感謝を伝えたいあなたの気持ちを全力で後押しいたします。

いつでも「ありがとう」を伝え合える社会の実現に向けた取り組みとして、今回東京では体験イベントを展開し、大阪ではパークそのものが感謝を伝えるきっかけとなることを目指しています。

※1 QRコードは(株) デンソーウェーブの登録商標です

※2 初年度 2022年のみ「サンクス・ラブ・ウィーク」として1週間限定で開催



STEP1 大切な人を思い浮かべて
感謝の気持ちを語ります



STEP2 世界に一つだけのオリジナル
のお花が生成されます



STEP3 感謝の気持ちを書き込んで贈れるカードと、
会場掲出用カードの2枚セットを受け取ろう！



STEP4 2枚印刷されたカードの内、
1枚はイベント会場にあるボードに貼り付け
一人ひとりの“ありがとう”を展示

■『“ありがとう”で咲かせる花屋さん』参加ゲストのコメント

- 普段なかなか行けないので、東京にユニバーサル・スタジオ・ジャパンのイベントが来てくれて、とても嬉しいです！いつも私が赤ちゃんのお世話に集中できるように家事をしっかり手伝ってくれる夫に感謝を伝えたいです。（東京都在住/ご家族連れ）
- 普段から感謝の気持ちは伝えているつもりですが、なかなか面と向かって表現する場が少ないのでこういったイベントをきっかけに、感謝の気持ちを身近な人でもそうじゃない人でも伝えられる機会があるのはとても良いと思います。今日は、いつも家庭の事を手伝ってくれている妹に改めて感謝を伝えました。（神奈川県在住/姉妹）
- 3月に結婚したばかりで、今日は夫婦で参加しました。“愛を伝える”というテーマも込められていると聞いて、すごく嬉しい気持ちになりました。普段はなかなか面と向かって感謝を伝える機会がないのですが、今日は「いつも一緒にいてくれてありがとう」という気持ちを改めて伝えることができました。特別なことがなくても日頃から夫婦で感謝を伝え合う日ももっと増えたら素敵だと思いました。今回のイベントを通して、これからも日頃の感謝をしっかり言葉にしていきたいと感じました。（東京在住/ご夫婦）



■プロジェクト責任者コメント

鶴 隼人（つる はやと）

合同会社ユー・エス・ジェイ

コーポレートコミュニケーション部・部長

パークが提唱する感謝月間「サンクス・ラブ・マンス」は、今年で開催5年目を迎えます。感謝を伝えるきっかけづくりをパークだけではなく、社会全体にも伝えていくため、今回東京・新宿で初の出張体験型イベント『“ありがとう”で咲かせる花屋さん』を開催しました。この花屋さんでは、大切な人を想いながら伝えたい言葉を込めて、メッセージを伝えていただくと、“世界に一つだけの花”を咲かすことができます。感謝の気持ちがフラワーカードやスタンプという“かたち”になることで、普段は少し照れくさい「ありがとう」の気持ちを素直に伝えたいくなる体験をお届けしています。

是非、大切な人に「世界に一つだけのフラワーカード」を送っていただければと思います。
ユニバーサル・スタジオ・ジャパンは、この取り組みを通じ、社会全体に感謝を伝え合う文化を広げていきたいと考えています。自身の周りにいるあらゆる大切な人へ“感謝”や“愛”を伝え合う事を後押しするスペシャルな記念月間『サンクス・ラブ・マンス 2026』を通して、いつでも大切な人に感謝を伝え合いたくなるような社会になることを願っています。

■サンクス・ラブ・マンスについて

母の日や父の日は、お母さんやお父さんに“ありがとう”を贈る日。でも、そんな感謝の日は、お母さんやお父さんに限る必要はないのかもしれませんが、だから、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンは、大切な人に感謝を伝える月間を作りました。あなたも大切な人に“ありがとう”を伝えてみませんか。

『サンクス・ラブ・マンス』は、「感謝を伝えること」を特別な記念日だけのものにせず、日常のあらゆる関係性において、“ありがとう”を届けるきっかけを提供するプロジェクトです。2022年のスタート以来、パークならではのエンターテインメントの力を通じて、ゲスト一人ひとりの想いをかたちにするサポートを続けてきました。

本年パーク内では、初のグリーティング・ショー『ギフト・オブ・サンクス 〜サンクス・ラブ・マンス〜』を開催。リズミカルな音楽に合わせてパークの仲間たちと一緒に楽しく踊り、普段は言葉にするのがちょっぴり照れくさい感謝の気持ちも、思わず素直に伝えたいくなるショーがスタートするなど、パークならではのとびきりの演出で“ありがとう”のきっかけを提供し、感謝を伝える機会を後押しします。

ユニバーサル・スタジオ・ジャパンは、CSR活動のスローガン「LOVE HAS NO LIMIT」のもと、これからも社会全体と未来に向けて前進するための“気づき”や“目覚め”を提供し、子どもたちの笑顔があふれるような未来を目指してまいります。

◎「サンクス・ラブ・マンス」特設WEBサイト <https://www.usj.co.jp/company/cp/thanks-love-month/>

■ユニバーサル・スタジオ・ジャパンについて

ユニバーサル・スタジオ・ジャパンはコムキャスト NBCユニバーサルグループに属しています。ユニバーサル・スタジオ・ジャパンは、国内のみならず海外からも多くのゲストが訪れるエンターテインメント、レジャー界における一大ランドマークとしての地位を築きあげています。ハリウッドの人気映画だけではなく、日本のアニメなどのさまざまな世界的人気エンターテインメント・ブランドをテーマとする本格的なアトラクションやショー、ゲストが思いきり楽しめるシーズン・イベントなど、世界最高クオリティのエンターテインメントを提供しています。ここにしかない“超感動・超興奮”の忘れられない体験を通して、訪れるすべてのゲストが自分の殻を破り“超元気”になれる特別な場所です。

2001年の開業以来、常に革新をし続けており、「ウィザーディング・ワールド・オブ・ハリー・ポッター」が絶大な人気を博しているほか、「ジュラシック・パーク」エリア一帯を滑走する画期的なフライングコースター「ザ・フライング・ダイナソー」、大人気エリア「ミニオン・パーク」ではミニオンたちが繰り広げる想像を超える“ハチャメチャ”が楽しめる「ミニオン・ハチャメチャ・ライド」、任天堂のゲームの世界をテーマにした「スーパー・ニンテンドー・ワールド」では、実際に自分の全身を使ってアソビの本能を解き放つ、これまでにない“アソビ体験”をお楽しみいただけるなど、次々と世界最高エンターテインメントを打ち出し、さらなる進化・成長を遂げています。2026年は、パーク開業25周年のテーマを“Discover U!!!”とし、25年分の超刺激的なエンターテインメントの力で“知らないジブンが騒ぎ出す”特別な一年をお届けします。

HARRY POTTER and all related characters and elements © & ™ Warner Bros. Entertainment Inc. Publishing Rights © J.K. Rowling.

MINIONS TM & © 2026 Universal Studios.

© Nintendo

TM and © 2026 Sesame Workshop

© 2026 Peanuts Worldwide LLC

© Walter Lantz Productions LLC

TM & © Universal Studios & Amblin Entertainment

Universal elements and all related indicia TM & © 2026 Universal Studios. All rights reserved.

* * *

ユニバーサル・スタジオ・ジャパンについてのお問合わせ先（一般）

インフォメーションセンター Tel : 0570-20-0606 / 公式WEBサイト www.usj.co.jp

ユニバーサル・スタジオ・ジャパン 公式Facebook <https://www.facebook.com/UniversalStudiosJapan>

ユニバーサル・スタジオ・ジャパン 公式X https://x.com/USJ_Official

ユニバーサル・スタジオ・ジャパン 公式Instagram https://www.instagram.com/universal_studios_japan/

ユニバーサル・スタジオ・ジャパン 公式TikTok https://www.tiktok.com/@usj_official

＜20代～60代男女 1,000 人に感謝の実態を調査 ユニバーサル・スタジオ・ジャパン「ありがとう調査」＞

ユニバーサル・スタジオ・ジャパンが 20 代～60 代男女 1,000 人を対象に、「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン ありがとう調査」を実施しました。その結果「感謝の気持ちはあるのに様々な理由から伝えられていない状況」や、「母、父だけではない感謝をしたい相手の存在」が見えてきました。こうした背景を踏まえ、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンは、特定の関係性や記念日、日程などにとらわれず、もっと自由に大切な人へ感謝を伝えられる場を提供するために今回、「“ありがとう”で咲かせる花屋さん」の実施にいたしました。

約 4 人に 1 人が「最後にいつ伝えたか覚えていない」！

「改まって伝えるタイミングが分からないから」・・・大切な人への感謝はついつい後回しに。

「あなたが感謝を伝えたい相手はいらっしゃいますか」と聞くと、67.4%がいますと回答。しかしそのうち、4 割以上が、伝えたい相手に伝えられていないことが明らかになりました。（グラフ 1）

また、その理由として、「改まって伝えるタイミングが分からないから（37.3%）」「恥ずかしくてうまく言えないから（34.6%）」「日常で機会がないから（21.7%）」が上位に。

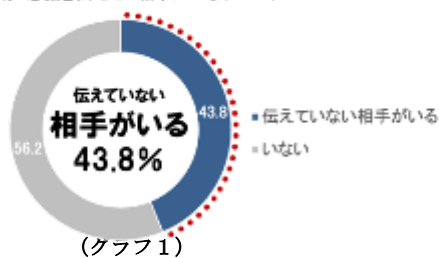
感謝を最も伝えたい相手に対し、最後に感謝を伝えたのはいつかと聞くと、直近半年以内に伝えられていない人は約半数となり、約 4 人に 1 人（24.5%）は「最後にいつ伝えたか覚えていない」と回答しました。（グラフ 2）

一方で「普段、周囲の方から感謝を述べられると、どのような気持ちになりますか」と自由回答で聞いたところ、7 割以上の方が、感謝を伝えられることで前向きな気持ちになる傾向が見られました。具体的には、「些細なことにでも、ありがとうを伝えてもらった言葉だけでも嬉しい（50 代・女性）」「形式ばった感謝は要らない。真心を感じられたとき嬉しくなる（40 代・男性）」「どう表現したらいいかよく分からないが、とにかく幸せな気持ち（60 代・女性）」といった声が寄せられました。

こうした実態から、感謝の気持ちは持っていても、つい後回しになったり、伝える機会を逃してしまったりする傾向がうかがえました。一方で、半数以上の方は、感謝を伝えられると前向きな気持ちになることが明らかになりました。

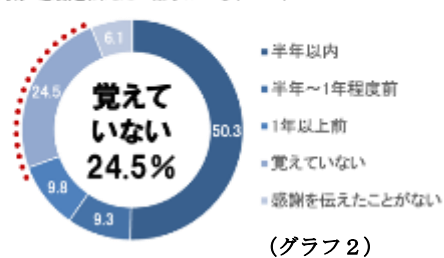
感謝を伝えたい相手に
感謝を伝えたか？

対象：感謝を伝えたい相手がいる（n=674）



感謝を伝えたい相手に
感謝を最後に伝えたのはいつか？

対象：感謝を伝えたい相手がいる（n=674）



ライフスタイルや家族のかたちの多様化による「母の日」「父の日」の価値観の変化

また、母の日・父の日に対する異なる視点も見えてきました。感謝を伝える代表的な記念日として「母の日」「父の日」しかないことに違和感を感じることがある人は 4.6%、やや違和感を感じることがある人は 7.3%となり、約 10 人に 1 人が、「母の日」「父の日」しかないことに違和感を感じていることがわかりました。（図 1）

特に若年層では割合が高く、20 代では 5 人に 1 人（19.5%）が違和感を覚えると回答しました。

その理由について自由回答で聴取したところ、「1 年に 1 回だけというのはおかしい」「常に感謝している」といったあふれる感謝が見られたほか、「感謝する日というのはいいが、お父さんがいない人・お母さんがいない人のことを考えると、自分が小さい時から違和感があった」「祖母や祖父、親戚も大きな存在だと思う」など他の人への感謝の声が

あがり、多様な価値観が見られました。

また、最も感謝を伝えたい相手はだれか聞くと、母親、父親はもちろん、「配偶者・恋人・パートナー」「子ども」や「友人」などが上位にランクイン。父の日や母の日以外にも、感謝を伝えやすくするために制定してほしい〇〇の日として、「配偶者・パートナーの日」「自分自身の日」「育ててくれた親・保護者の日」が欲しいという声もあがりました。

THANKS LOVE MONTH は、「母の日や父の日が、お母さんお父さんのいない子にとっては、少しつらい日になってしまうこともある。」という発見が原点になっています。

笑顔を届けるテーマパークとして、感謝の対象を限定しない社会全体の取り組みとして活動を広げ続けています。

感謝を伝えるのに「母の日」「父の日」しかないことに
10人に1人(11.9%)が違和感を感じている

対象: 全体 (N=1,000)

(図 1)



『プレゼントギャップ』? プレゼントする側は「モノ」を予定、もらう側は「言葉や一緒に過ごす時間」が嬉しい

さらに今年母の日・父の日に予定しているプレゼントでは、「スイーツ・グルメギフト」(16.1%)、「花束・フラワーギフト」(11.3%)など定番のプレゼントが上位にランクインしましたが(表1)、「今年プレゼントされたいもの」を尋ねたところ、「花束・フラワーギフト」(10.7%)「ファッション・雑貨などのモノ」(10.7%)などのプレゼントを抑え、「外で一緒に過ごす時間」(外食・お出かけなど)(15.1%)や「家で一緒に過ごす時間」(食事・団らんなど)(14.9%)、「手紙やメッセージなど気持ちが伝わるもの」といった、モノではないプレゼントが上位にランクインしました。(表2)

(表 1)

今年の「母の日」「父の日」に
予定しているプレゼントTOP5

対象: 全体 (N=1,000)

1位	スイーツ・グルメギフト	16.1%
2位	花束・フラワーギフト	11.3%
3位	ファッション・雑貨などのモノ	8.2%
4位	お酒	8.0%
5位	家で一緒に過ごす時間(食事・団らんなど)	7.1%

(表 2)

今年の「母の日」「父の日」に
子どもからもらいたいものTOP5

対象: 子どもがいる人 (n=403)

1位	スイーツ・グルメギフト	15.4%
2位	外で一緒に過ごす時間(外食・お出かけなど)	15.1%
3位	家で一緒に過ごす時間(食事・団らんなど)	14.9%
4位	手紙やメッセージなど気持ちが伝わるもの	13.4%
同率 5位	花束・フラワーギフト／ファッション・雑貨などのモノ	10.7%

それぞれのありがとうが“新たな感謝の日”をつくる

調査結果を受け、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンは、特別な理由がなくても、大切な人に「ありがとう」を伝えたいくなる、世界に一つだけの花を大切な人に贈る体験イベントを開催します。

本イベントでは、大切な人への思いを込めて、「感謝のことば」を伝え、その気持ちが世界に一つだけの花の画像として生成される「サンクス・フラワー・プランター」を開発しました。生成されたオリジナルフラワーはメッセージカードとしてその場でプリントアウトできるほか、画像データとしてダウンロードし、各 SNS でシェアすることも可能です。ふだんは照れくさくて伝えづらい感謝の気持ちを、かしこまらず、楽しく伝えたいくなる機会を創出します。ユニバーサル・スタジオ・ジャパンは、「ありがとう」を伝えたその日が、それぞれにとっての新たな感謝の日となることで、いつでも感謝を伝え合える社会の実現を目指します。

「今日は、誰の日にしますか？」—この機会に周りのあらゆる大切な人へ、心からの感謝の気持ちを伝えてみませんか？

【ユニバーサル・スタジオ・ジャパン「ありがとう調査」調査概要】

■実施時期：2026 年 4 月 6 日～4 月 7 日 ■調査手法：インターネット調査 ■調査対象：全国の 20 代～60 代男女 1,000 人（性年代別 100 人ずつ）