



の

日.me

おかあさん、  
いつもありがとう



母の日ギフト白書

2025年版

# 母の日ギフト白書2025

「母の日」に特化した市場調査・実態調査・意識調査

## はじめに

「母の日を、もっと特別な日に。」

これは、私たち「母の日.me」が掲げる想いです。

母の日は、日頃の感謝を伝える大切な日ですが、どのように祝うべきか、どんな贈り物が喜ばれるのか、多くの方が悩まれるのも事実です。母親の好みやライフスタイルの変化、トレンドの移り変わりによって、毎年どのようなギフトを贈るか迷う方も少なくありません。また、家族のライフステージが変わることで、母の日の過ごし方自体も変化していきます。

近年の調査データから見えてきたのは、母の日の祝い方の多様化です。定番のカーネーションやスイーツは依然として人気ですが、それに加えて、体験型ギフトやカスタマイズできるプレゼントが注目を集めています。特に、母親の趣味や健康を考慮したギフトの需要が増加しており、例えば旅行やエステなどのリラックス体験、ヘルスケア関連の商品が選ばれるケースも増えています。また、感謝の気持ちを伝える手紙やメッセージの価値が改めて見直され、SNSや動画メッセージを活用した新しい形のコミュニケーションも広がりを見せています。

一方で、「毎年同じような贈り物になってしまう」「母の日を祝う習慣が薄れつつある」といった課題も浮かび上がっています。特に、若い世代の間では母の日に何を贈るべきかが分からないという声も多く、ギフト選びのサポートを求めるニーズが高まっています。

このような変化を踏まえ、私たちは母の日に関するデータを広く集約し、「母の日ギフト白書」としてまとめました。本書では、贈り物のトレンド、家族間の意識調査、祝い方の実態など、さまざまな観点から母の日を捉え直し、これからの母の日のあり方を考えるための指針となる情報を提供しています。

本書が、皆様にとってより心温まる母の日を迎えるための一助となれば幸いです。

2025年4月  
グルーヴ株式会社  
母の日.me 編集部

# 母の日ギフト白書2025

「母の日」に特化した市場調査・実態調査・意識調査

はじめに	2
調査概要	7
回答者属性	8
調査サマリー	9

# 母の日ギフト白書2025

「母の日」に特化した市場調査・実態調査・意識調査

## 調査01. 2025年の調査

- 01-1. 昨年の母の日にはギフトを贈りましたか？
- 01-2. 義理のお母さんに、昨年の母の日にはギフトを贈りましたか？
- 01-3. 昨年の母の日はどのように過ごしましたか？
- 01-4. 義理のお母さんと、昨年の母の日はどのように過ごしましたか？

## 調査02. 贈る頻度・購入時期に関する調査

- 02-1. 母の日ギフトはどれぐらいの頻度で贈っていますか？
- 02-2. 義理のお母さんへの母の日ギフトは、どれぐらいの頻度で贈っていますか？
- 02-3. 母の日ギフトの購入時期に関する質問です。母の日に贈るギフトは、いつ頃に決めますか？
- 02-4. 母の日ギフトを忘れてしまっていたり、母の日を過ぎてからギフトを贈ったことはありますか？

## 調査03. ギフトの内容に関する

- 03-1. 今年の母の日にはギフトを贈りますか？
- 03-2. 義理のお母さんに、今年の母の日にはギフトを贈りますか？
- 03-3. 今年の母の日に贈りたいものは何ですか？
- 03-4. 義理のお母さんに、今年の母の日に贈りたいものは何ですか？
- 03-5. 今年の母の日に贈りたいギフトはどのようなものですか？
- 03-6. 母の日ギフトは毎年同じものを贈っていますか？

## 調査04. 購入先に関する調査

- 04-1. 母の日ギフトをどこで購入していますか？
- 04-2. 義理のお母さんへの母の日ギフトをどこで購入していますか？
- 04-3. 母の日ギフトはどのように探していますか？
- 04-4. 義理のお母さんへの母の日ギフトはどのように探していますか？
- 04-5. 母の日に贈るプレゼントを選ぶ上でギフトラッピングができるかどうかは重要ですか？
- 04-6. 母の日に贈るプレゼントを選ぶ上でギフトラッピングができるかどうかは重要ですか？(義母)
- 04-7. 母の日ギフトはどこで購入する予定ですか？(店舗別の詳細・複数選択可)

## 調査05. ギフト選びに関する調査

- 05-1. 母の日のプレゼントは、毎回変えていますか？
- 05-2. 義理のお母さんへの母の日のプレゼントは毎回変えていますか？
- 05-3. 母の日ギフトでお花以外のものを贈ることはありますか？

## 調査06. 予算に関する調査

- 06-1. 母の日ギフトにかけられる予算はいくらですか？
- 06-2. 義理のお母さんへの母の日ギフトにかけられる予算はいくらですか？
- 06-3. 今年の母の日の予算は、前年と比べてどのように変化していますか？

# 母の日ギフト白書2025

「母の日」に特化した市場調査・実態調査・意識調査

## 調査07. カーネーション・お花に関する調査

- 07-1. 毎年、母の日ギフトは、定番と言われている「カーネーション」のお花を贈っていますか？
- 07-2. 今年、母の日ギフトでお花を贈る場合、どのような品種・カラーのお花を贈りますか？
- 07-3. カーネーションなどのお花と、スイーツやグルメ、雑貨などとセットになった商品が増えています。このような商品についてどのように思いますか？

## 調査08. スキンケアギフトに関する調査

- 08-1. 母の日に贈るプレゼントとして化粧品やスキンケア商品を選んだ経験はありますか？
- 08-2. 母の日にスキンケア商品を贈る場合、どのような改善があるとお母様に喜ばれると思いますか？

## 調査09. ギフトの悩みに関する調査

- 09-1. 母の日ギフトを選ぶ時の悩みはありますか？
- 09-2. 義理のお母さんへの母の日ギフトを選ぶ時の悩みはありますか？
- 09-3. 母の日に贈るプレゼントは、事前に相手の好みや欲しいものを聞いていますか？
- 09-4. 母の日に贈るプレゼントは、事前にお義母さんの好みや欲しいものを聞いていますか？
- 09-5. 母の日ギフトでのトラブルや思っていたのと違っていたことはありますか？
- 09-6. 母の日ギフトをネット通販で購入する際、心配・不安に思うことは何ですか？

## 調査10. ギフトを贈る相手についての調査

- 10-1. 母の日にプレゼントを贈る相手として、義母も含まれると思いますか？
- 10-2. 母の日にプレゼントを贈る相手として、妻も含まれると思いますか？
- 10-3. 母の日ギフトは誰に贈りますか？

## 調査11. eギフトに関する調査

- 11-1. ソーシャルギフト(eギフト)を贈ったことはありますか？
- 11-2. ソーシャルギフト(eギフト)をもらったことはありますか？
- 11-3. 今後ソーシャルギフト(eギフト)を利用してみたいと思いますか？
- 11-4. 今年からLINEギフトのようなソーシャルギフト・eギフトを利用する予定はありますか？

## 調査12. その他

- 12-1. 母の日にはどのような思いや気持ちを込めてプレゼントを送りますか？ギフトにかかる思いを教えてください。
- 12-2. 母の日と父の日、どちらを重視しますか？

おわりに

# 母の日ギフト白書2025

「母の日」に特化した市場調査・実態調査・意識調査

当該調査データは、個人・商用利用問わず、転載などでの使用の際は、「母の日ギフト白書2025より引用」等のコピーライト表記、リンク設置をお願いします。

母の日ギフト白書2025より引用

<https://hahanohi.me/mothers-day-survey/>

Copyright © 母の日.me All Rights Reserved.

また、他の調査データの閲覧、二次利用、加工利用、枕データを活用した商品開発などのご相談につきましては、グローブ株式会社（groov-info@groov.co.jp）あてにお問い合わせください。



## 調査概要

母の日に特化した情報メディアサイト「母の日.me」 (<https://hahanohi.me/>) は、母の日のプレゼント選びに悩む方へ有益な情報を提供し、より沢山のお母さんに喜んでもらえるギフト選びをサポートすることを目的としてアンケート調査及び、インターネットリサーチをもとに、「母の日」の意識調査・アンケート調査を行った。

### ■母の日に関するアンケート調査①（実のお母さま（実母）がいらっしゃる方への質問）

調査エリア：全国  
調査主体：母の日.me（調査エリア：全国調査主体）  
調査期間：2025年2月5日～2月26日  
調査対象：20代～70代の男女（計1063名）  
調査方法：インターネットリサーチ

### ■母の日に関するアンケート調査②（義理のお母さま(義母)がいらっしゃる方への質問）

調査エリア：全国  
調査主体：母の日.me（調査エリア：全国調査主体）  
調査期間：2025年2月5日～2月26日  
調査対象：20代～70代の男女（計435名）  
調査方法：インターネットリサーチ

### ■母の日に関するアンケート調査③実のお母さま（実母）や義理のお母さま（義母）がいらっしゃる方への質問

調査エリア：全国  
調査主体：母の日.me（調査エリア：全国調査主体）  
調査期間：2025年3月5日～3月12日  
調査対象：20代～70代の男女（計758名）  
調査方法：インターネットリサーチ

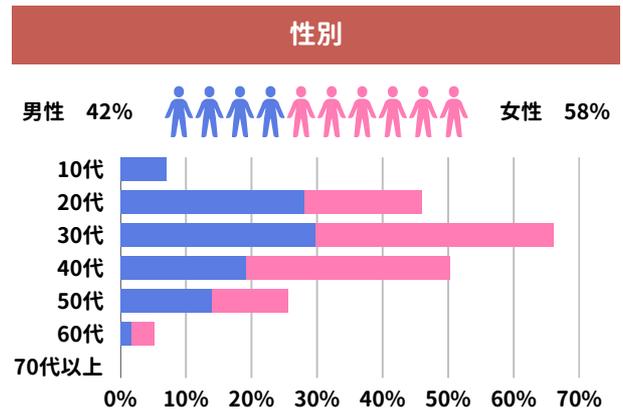
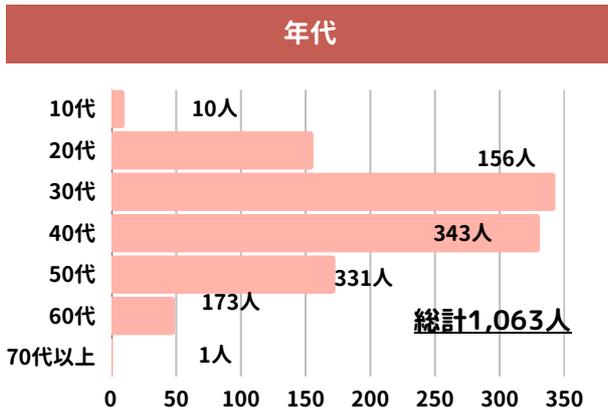
- (注) 本レポートでは小数点以下第二位を四捨五入しているため、合計値が100%にならない場合があります。  
(注) サンプル数が少ないカテゴリーは、グラフ上で非表示にしています。  
(注) 調査対象の人数は「信ぴょう性のないデータ」を取り除いた数値となっています。  
(注) 調査結果については、有意差検定を行っていますが、一般ユーザーを対象にした一部の調査では、検定は行わず、結果をそのまま述べているものもあります。



# 回答者属性

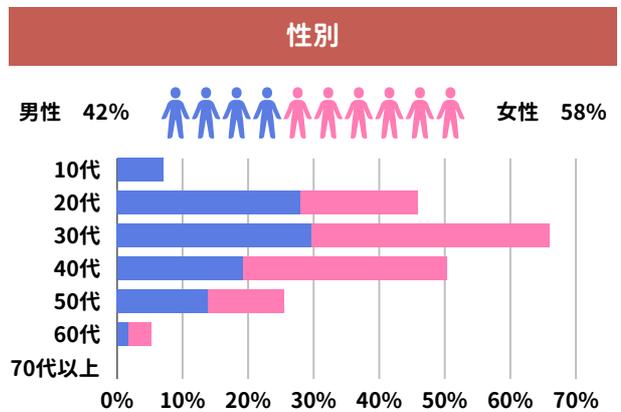
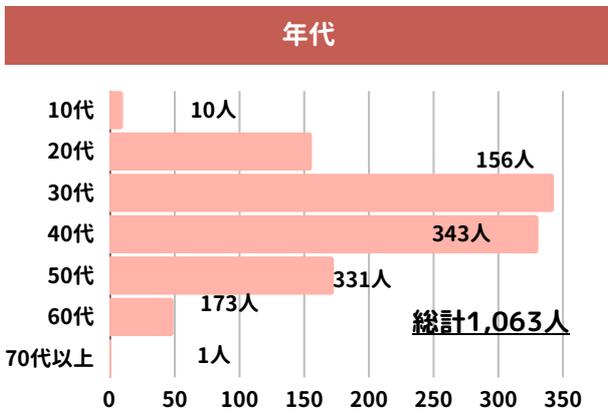
## 母の日に関するアンケート調査①

(実のお母さま (実母) がいらっしゃる方への質問)



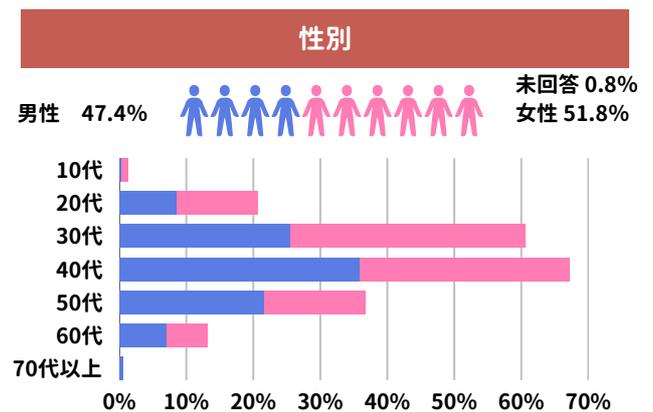
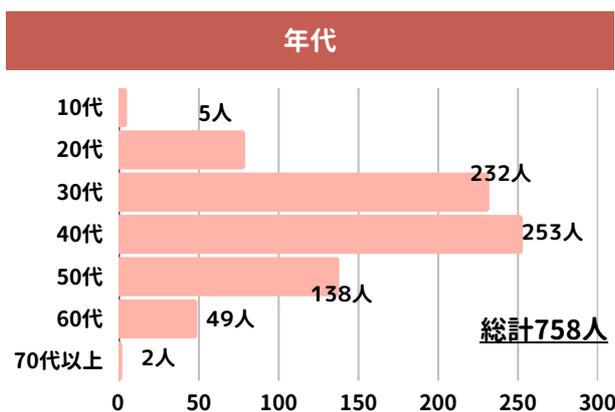
## 母の日に関するアンケート調査②

(義理のお母さま(義母)がいらっしゃる方への質問)



## 母の日に関するアンケート調査③

実のお母さま (実母) や義理のお母さま (義母) がいらっしゃる方への質問





# 調査サマリー

## 調査01. 2025年の調査 ▶▶▶詳しくはP17へ

### 01-1. 昨年の母の日にはギフトを贈りましたか？

- ・「贈った」と回答した人は62.6%で、全体の6割を超える。
- ・プレゼントを贈る文化が多くの人に根付いていることがうかがえる。
- ・一方で、約4割がギフトを贈っておらず、贈らない理由やニーズの多様化も見られる。

### 01-2. 義理のお母さんに、昨年の母の日にはギフトを贈りましたか？

- ・実母に比べて贈答率はやや低めだが、それでも半数以上が義母への感謝をカタチにしている。
- ・義母へのギフトは、関係性や距離感によって対応が分かれる傾向がある。
- ・母の日は“義理の母”にも想いを伝えるきっかけとして定着しつつあることがうかがえる。

### 01-3. 昨年の母の日はどのように過ごしましたか？

- ・「お母さんと一緒に過ごした」人は32.6%で、およそ3人に1人の割合。
- ・多くの人々が離れて暮らすなどの理由から、直接会うことなく母の日を過ごしている様子が見られる。
- ・一緒に過ごすことは叶わなくても、ギフトや連絡を通じて感謝の気持ちを伝えている可能性も高い。

### 01-4. 義理のお母さんと、昨年の母の日はどのように過ごしましたか？

- ・「お義母さんと別々に過ごした」と回答した人が91.3%と、圧倒的多数を占める。
- ・義理の母とは物理的・心理的な距離があり、母の日を一緒に過ごす人は少ない傾向。
- ・会わずに感謝を伝える“離れていても気持ちを届ける母の日”が主流になっていることがうかがえる。

## 調査02. 贈る頻度・購入時期に関する調査 ▶▶▶詳しくはP21へ

### 02-1. 母の日ギフトはどれぐらいの頻度で贈っていますか？

- ・半数以上が母の日を恒例の感謝イベントとして重視。
- ・「とくに何もしない」や「2、3年に一度の頻度」など、贈るスタイルは人それぞれ。
- ・物より心を重視する傾向も見られる。

### 02-2. 義理のお母さんへの母の日ギフトは、どれぐらいの頻度で贈っていますか？

- ・半数以上が義母に対しても継続的に感謝の気持ちを表している。
- ・「とくに何もしない」とした人も26.0%にのぼり、対応は家庭や関係性によって分かれる傾向。
- ・毎年贈る形式にとらわれないスタイルも根付いている。

### 02-3. 母の日ギフトの購入時期に関する質問です。母の日に贈るギフトは、いつ頃に決めますか？

- ・「4月中には決める」人が最も多く26.8%で、早めに準備する傾向が見られる。
- ・計画的派と直前派に二極化している。
- ・ギリギリ派も一定数おり、駆け込み需要にも対応できるギフト提案が求められる。

### 02-4. 母の日ギフトを忘れてしまっていたり、母の日を過ぎてからギフトを贈ったことはありますか？

- ・多くの人が毎年母の日を意識して行動していることがわかる
- ・一方で、約3人に1人がうっかり忘れてしまった経験がある。
- ・忘れても後から贈る人も一定数いることから、“母の日を過ぎてでも贈れるギフト”のニーズも存在している。

## 調査03. ギフトの内容に関する調査 ▶▶▶詳しくはP25へ

### 03-1. 今年の母の日にはギフトを贈りますか？

- ・今年も多くの方が母の日に感謝を伝える意向を示している。
- ・「まだ未定」や「贈らない予定」の回答もあり、約4割は行動が定まっていない状態。

### 03-2. 義理のお母さんに、今年の母の日にはギフトを贈りますか？

- ・半数以上が義母に対しても継続的に感謝の気持ちを表している。
- ・一方で、「とくに何もしない」とした人も26.0%にのぼり、対応は家庭や関係性によって分かれる傾向。
- ・毎年贈る形式にとられないスタイルも根付いている。

### 03-3. 今年の母の日に贈りたいものは何ですか？

- ・母の日の王道ギフトは根強い支持を集めている。
- ・「食品・グルメ」や「スイーツ」が上位に入り、美味しいものを贈る傾向が目立つ。
- ・体験型ギフトは少数派にとどまっており、今年は“手元に残る”モノ重視の傾向がうかがえる

### 03-4. 義理のお母さんに、今年の母の日に贈りたいものは何ですか？

- ・人気1位は「お花・観葉植物」で、華やかで気持ちが伝わりやすい定番ギフトとして支持を集めている。
- ・気を遣わせすぎない贈りやすさが選ばれる理由と考えられる。
- ・実用性や日常を彩るアイテムも一定のニーズあり。

### 03-5. 今年の母の日に贈りたいギフトはどのようなものですか？

- ・最も人気が高かったのは「スイーツ・グルメギフト」で、美味しい時間を贈る傾向が際立つ。
- ・「お花ギフト」も根強い人気を保ち、華やかさや感謝の気持ちを表す定番アイテムとして選ばれている。
- ・一方で「贈らない」や「未定・決まっていない」という回答もあり。

### 03-6. 母の日ギフトは毎年同じものを贈っていますか？

- ・「毎年お花以外を贈っている」人が33.6%で最多となり、定番以外のギフトにこだわる傾向が見られる。
- ・「贈ったり贈らなかつたり、その年による」と回答した人が31.3%と、柔軟に対応する人も多い。
- ・「毎年お花を贈っている」人は16%と、お花は根強い人気ながらも少数派にとどまっている。

## 調査04. 購入先に関する調査 ▶▶▶詳しくはP31へ

### 04-1. 母の日ギフトをどこで購入していますか？

- ・「インターネット通販」が48.3%と圧倒的多数を占め、母の日ギフトの主流購入手段となっている。
- ・「百貨店・デパート」や「ショッピングモール」など、実店舗での購入も一定の支持がある。
- ・利便性と選択肢の多さがネット購入の決め手になっていることがうかがえる。

### 04-2. 義理のお母さんへの母の日ギフトをどこで購入していますか？

- ・義母へのギフトは自宅から手軽に贈れるオンライン購入が主流。
- ・「百貨店・デパート」や「お花屋さん」も一定の支持があり、上質さや華やかさを意識した選択が見られる。
- ・「失礼のないものを」「きちんと感を出したい」という意識が強く、購入先にもその傾向が表れている。

### 04-3. 母の日ギフトはどのように探していますか？

- ・オンラインで幅広い選択肢から探すスタイルが主流。
- ・「実店舗に見に行き探す」人も31.8%と多く、実物を見て選びたいニーズも根強。
- ・第三者の評価を参考にする人も一定数おり、信頼性や話題性が選ばれる決め手になっている。

### 04-4. 義理のお母さんへの母の日ギフトはどのように探していますか？

- ・効率的に選べるオンライン情報が主な手段となっている。
- ・「実店舗に見に行き探す」人も36.5%と高く、直接見て選びたいという慎重な姿勢がうかがえる。
- ・「レビュー・クチコミ」や「人気ランキング」など、客観的な評価を参考にする人も一定数存在。

### 04-5. 母の日に贈るプレゼントを選ぶ上でギフトラッピングができるかどうかは重要ですか？

- ・多くの人々がラッピングを“好印象を与えるひと工夫”と捉えている。
- ・見た目や贈るシーンを重視する層も一定数存在。
- ・ギフトラッピングは、選ばれる商品の付加価値として重要なポイントとなっている。

#### 04-6. 母の日に贈るプレゼントを選ぶ上でギフトラッピングができるかどうかは重要ですか？(義母)

- ・ラッピングがあれば嬉しい程度の存在と捉えられている。
- ・義母への贈り物においては実用性や中身を重視する傾向も見られる。
- ・義母へのギフトは過剰になりすぎず、適度な礼儀と気遣いを感じさせるラッピングが好まれる傾向にある。

#### 04-7. 母の日ギフトはどこで購入する予定ですか？

- ・手軽さと品ぞろえの豊富さからネット通販が主流。
- ・実店舗での購入ニーズも根強い。
- ・お花は根強い人気ながらも少数派にとどまっている。
- ・「そのほかのネット通販」など選択肢は多様化しており、購入ルートが分散傾向にある。
- ・「ネットのお花専門店」や「LINEギフト」など特化型・手軽さ重視のサービスも少数ながら活用されている。

### 調査05. ギフト選びに関する調査 ▶▶▶詳しくはP38へ

#### 05-1. 母の日のプレゼントは、毎回変えていますか？

- ・約7割が“できるだけ毎回違うものを”と工夫している。
- ・定番ギフトへの安心感やリピート意識も一定数存在。
- ・プレゼント選びには「毎年新鮮さを求める派」と「定番の安心感を重視する派」が混在している。

#### 05-2. 義理のお母さんへの母の日のプレゼントは毎回変えていますか？

- ・多数の人がバリエーションを意識して選んでいる。
- ・義母への贈り物は、関係性に配慮しつつも毎年少しずつ内容を工夫しようとする傾向が強い。
- ・「ギフト選びには、「安心して贈れる定番」と「変化をつけられる提案」の両立が求められている。

#### 05-3. 母の日ギフトでお花以外のものを贈ることはありますか？

- ・圧倒的多数で、多くのお花以外のギフトも積極的に取り入れている。
- ・年々多様化しており、スイーツ・グルメ・雑貨・美容アイテムなど選択肢が広がっていることがうかがえる。
- ・お花以外でも“感謝が伝わるもの”として価値を見出す人が多く、個性や実用性を重視する傾向が高まっている。

### 調査06. 予算に関する調査 ▶▶▶詳しくはP41へ

#### 06-1. 母の日ギフトにかけられる予算はいくらですか？

- ・3,000円前後の価格帯がボリュームゾーン。
- ・「お金をかけない」や「1,000～2,000円未満」も一定数おり、気持ち重視の控えめギフト層も目立つ。
- ・「金額は問わない」や「5,000円以上」の回答は少数派であり、高額ギフトは全体として少なめ。

## 06-2. 義理のお母さんへの母の日ギフトにかけられる予算はいくらですか？

- ・2,000～5,000円未満の手頃な価格帯が全体の主流。
- ・金額よりも気持ちを重視する傾向が義母へのギフトにも表れている。
- ・「5,000円以上」の予算層は少数派で、「高価すぎない」ことが配慮のひとつとされている様子が見られる。

## 06-3. 今年の母の日の予算は、前年と比べてどのように変化していますか？

- ・「前年と同じ」と回答した人が83.4%と圧倒的多数で、例年通りの予算を維持する人が大半を占めている。
- ・「予算を増やす」という人もおり、より気持ちを込めた贈り物をしたいという意識の高まりが一部に見られる。
- ・「予算を減らす」との回答もあり、経済状況やライフスタイルの変化が影響している可能性がある。

## 調査07. カーネーション・お花に関する調査 ▶▶▶詳しくはP44へ

### 07-1. 毎年、母の日ギフトは、定番と言われている「カーネーション」のお花を贈っていますか？

- ・近年はカーネーションにこだわらない多様な贈り方が主流に。
- ・「カーネーションを贈る」など、定番を大切にしている層も根強く残っている。
- ・“花は贈りたいが個性を出したい”というニーズもみられる。

### 07-2. 今年、母の日ギフトでお花を贈る場合、どのような品種・カラーのお花を贈りますか？

- ・お花以外のギフトや別の形で感謝を伝える人が増えている傾向が見られる。
- ・定番の「カーネーション（赤）（ピンク）」は依然として人気が高い。
- ・あじさい・蘭・ひまわりなど季節感や個性を重視した花も少数ながら選ばれている。

### 07-3. カーネーションなどのお花と、スイーツやグルメ、雑貨などとセットになった商品が増えています。このような商品についてどのように思いますか？

- ・実用性や楽しみが増える“セットギフト”が高く評価されている。
- ・お花よりも他のアイテムに価値を感じる人も一定数存在している。
- ・「お花だけのほうがいい」と答えた人は11.6%で、シンプルで伝統的なスタイルを好む層も根強い。

## 調査08. スキンケアギフトに関する調査 ▶▶▶詳しくはP47へ

### 08-1. 母の日に贈るプレゼントとして化粧品やスキンケア商品を選んだ経験はありますか？

- ・化粧品・スキンケアは母の日ギフトとしてはまだ一般的ではない傾向が見られる。
- ・「ある」と答えた人は17.9%で、一定数の人が“美容やケア”をテーマにした贈り物として選んでいる。
- ・好みや肌質に左右されやすいため、選びづらさやハードルの高さが影響している可能性がある。

### 08-2. 母の日にスキンケア商品を贈る場合、どのような改善があるとお母様に喜ばれると思いますか？

- ・最も多かったのは「乾燥対策」で、年齢を問わず日常的に気になる悩みとして重視されている。
- ・エイジングケアへのニーズが高いことがうかがえる。
- ・使いやすさだけでなく“実感できる変化”を期待する声が多く、目的に合った提案が喜ばれる鍵となる。

## 調査09. ギフトの悩みに関する調査 ▶▶▶詳しくはP49へ

### 09-1. 母の日ギフトを選ぶ時の悩みはありますか？

- ・「とくに悩まない」が最多ながら、「気に入ってもらえるかわからない」とほぼ同率。
- ・マンネリやネタ切れに悩む声も目立つ。
- ・「贈りたいものが多すぎて選べない」、「予算がない」といった選択肢や金額面での迷いも見受けられる。

### 09-2. 義理のお母さんへの母の日ギフトを選ぶ時の悩みはありますか？

- ・相手との距離感や好みの把握が難しい義母ならではの悩みが顕著。
- ・定番化や情報不足に関する悩みも目立つ。
- ・限られた情報の中で“無難かつ喜ばれるギフト”を探す難しさが浮き彫りになっている。

### 09-3. 母の日に贈るプレゼントは、事前に相手の好みや欲しいものを聞いていますか？

- ・「聞いていない」が70.8%と圧倒的多数で、サプライズや気持ちを込めて選ぶことがうかがえる。
- ・確実に喜んでほしいという配慮から“リクエスト重視”の選び方をする人も一定数存在。
- ・全体としては、自分で考えて選ぶことに重きを置きつつも“失敗しない贈り方”へのニーズも根強い傾向がある。

### 09-4. 母の日に贈るプレゼントは、事前にお義母さんの好みや欲しいものを聞いていますか？

- ・「聞いていない」が79.6%と大多数を占め、義母へのプレゼントは“聞かずに選ぶ”ことが多い。
- ・「事前に聞いている」は18.0%で、確実に喜ばれるものを贈りたいと考える“慎重派”も一定数存在。
- ・サプライズ感を大切にしたいといった心理が働きやすく、相手の好みを想像して選ぶ傾向が強い。

### 09-5. 母の日ギフトでのトラブルや思っていたのと違っていたことはありますか？

- ・多くの方が安心してギフトを贈れていることがわかる。
- ・期待と現実のギャップに関するトラブルも一定数存在していた。
- ・配送の確実さやギフトらしさの演出が母の日ギフトでは特に重要視されていることがうかがえる。

### 09-6. 母の日ギフトをネット通販で購入する際、心配・不安に思うことは何ですか？

- ・相手に喜んでもらえるかどうか最大に関心事となっている。
- ・商品の品質や状態への不安も上位に並ぶ。
- ・「当日までに届くか心配」などの配送の確実性に対する懸念も根強い。

## 調査10. ギフトを贈る相手についての調査 ▶▶▶詳しくはP55へ

### 10-1. 母の日にプレゼントを贈る相手として、義母も含まれると思いますか？

- ・「義母も含まれる」と回答した人が71.9%と、母の日の対象として考える人が主流であることが明らかに。
- ・「義母は含まれない」は26.9%おり、家庭の考え方や関係性によって意識に差があることがうかがえる。
- ・義母を含むかどうかは、プレゼントを贈る習慣や親しさ、生活環境によって左右される傾向がある。

### 10-2. 母の日にプレゼントを贈る相手として、妻も含まれると思いますか？

- ・「妻は含まれない」が63.1%と多数を占め、母の日＝自分の母に贈る日という意識が根強いことがうかがえる。
- ・母親としての妻をねぎらう意味合いでプレゼントを贈る人も一定数存在。
- ・限られた情報の中で“無難かつ喜ばれるギフト”を探す難しさが浮き彫りになっている。

### 10-3. 母の日ギフトは誰に贈りますか？

- ・「自分の母親」に贈ると回答した人が73%と圧倒的多数で、実母に感謝を伝える日として広く定着している。
- ・「義母」に贈る人は24.5%と約4人に1人の割合で義母もギフトの対象と考える人が一定数いることがわかる。
- ・「自分に贈る」(1.2%)という回答もあり、“自分へのご褒美”として母の日を楽しむ人もいる。

## 調査11. eギフトに関する調査 ▶▶▶詳しくはP58へ

### 11-1. 母の日に贈るプレゼントは、事前にお義母さんの好みや欲しいものを聞いていますか？

- ・「まだ贈ったことがない」が53.6%と、認知はされつつも利用経験のない人が多い状況が見て取れる。
- ・約4人に1人がeギフトの存在を認識していないという課題も明らかに。
- ・「贈ったことがある」は20.5%で、徐々に利用が広がっているものの、まだ一般的とは言い難い段階。

### 11-2. ソーシャルギフト(eギフト)をもらったことはありますか？

- ・「まだもらったことがない」が43.9%と最多で、ソーシャルギフト受け取り経験は半数未満にとどまっている。
- ・3人に1人が、認知不足が利用拡大の壁となっていることが明らかに。
- ・「もらったことがある」は24%で、少しずつ浸透し始めているがまだ一般的なギフト手段とは言いがたい段階。

### 11-3. 今後ソーシャルギフト(eギフト)を利用してみたいと思いますか？

- ・「利用してみたい」が48.4%と、ソーシャルギフトへの関心や期待が高まっていることがうかがえる。
- ・約3人に1人を占め、使い方やメリットを理解できていない層も多いことが明らかに。
- ・「利用したくない」と明確に答えた人は17.9%で、デジタルギフトへの抵抗感や不安を抱く人も一定数存在。

### 11-4. 今年からLINEギフトのようなソーシャルギフト・eギフトを利用する予定はありますか？

- ・「いいえ」が73.6%と圧倒的多数で、今年ソーシャルギフトを利用する予定がない人が大半を占めている。
- ・「わからない」が21.4%で、興味はあるものの利用イメージが明確でない層が一定数存在。
- ・「はい」と答えた人は5%にとどまり、現時点では“使ってみたい”という意向は限定的。

## 調査12. その他 ▶▶▶詳しくはP62へ

### 12-1. 母の日にはどのような思いや気持ちを込めてプレゼントを送りますか？ギフトにかける思いを教えてください。

- ・母の日は“ありがとう”をカタチにする日として広く認識されている。
- ・グルメギフトは気軽かつ実感しやすい喜びとして選ばれている傾向。
- ・母の体調や心の安らぎを気遣う“いたわり型ギフト”も注目。

### 12-2. 母の日と父の日、どちらを重視しますか？

- ・「両方とも同じ」が48.7%で、どちらの親にも公平に感謝を伝えたいと考える人が半数近くにのぼる。
- ・「母の日」を重視する人は35.7%で、母への感謝を特に意識する傾向が依然として強い。
- ・家庭環境やタイミングによって優先度が変わるケースもある。

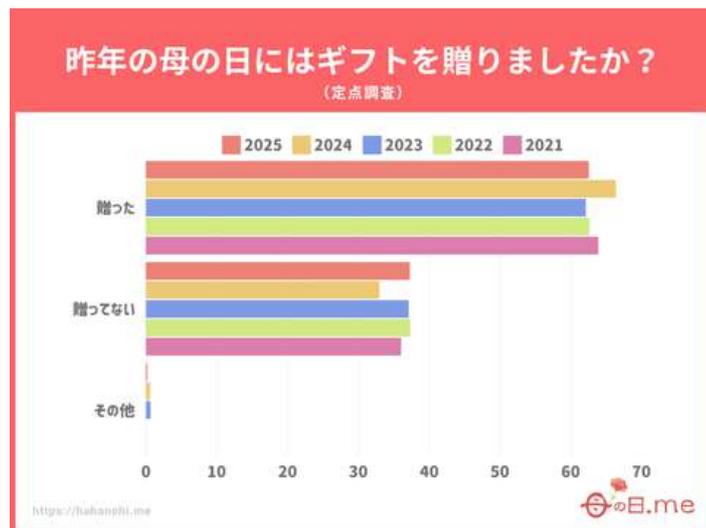
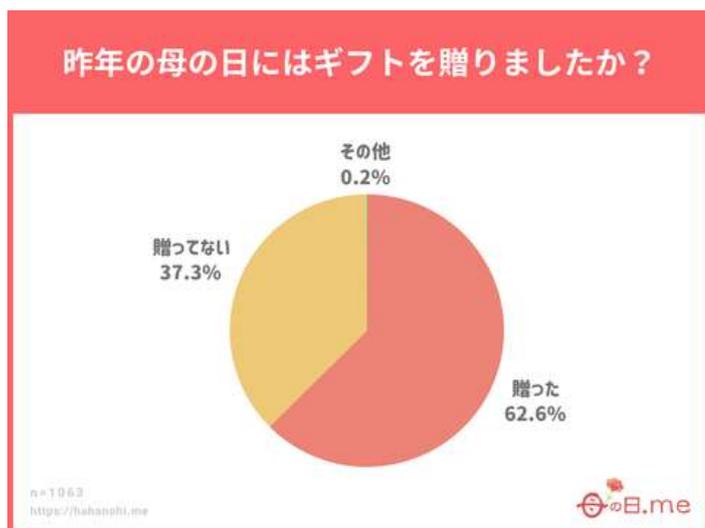


## 調査01. 2025年の調査

### 01-1. 昨年の母の日にはギフトを贈りましたか？ (対象：母の日に関するアンケート調査①)

- 贈った：62.6%
- 贈ってない：37.3%
- その他：0.2%

このアンケート結果から、約6割の人が母の日にはギフトを贈ったということがわかりました。これは比較的高い割合であり、母の日のギフト需要が一定数あることを示しています。一方で、約4割の人が贈っていないという点も注目すべきで、理由としては、忘れていた、金銭的に余裕がなくて贈れなかったという意見も多くみられました。

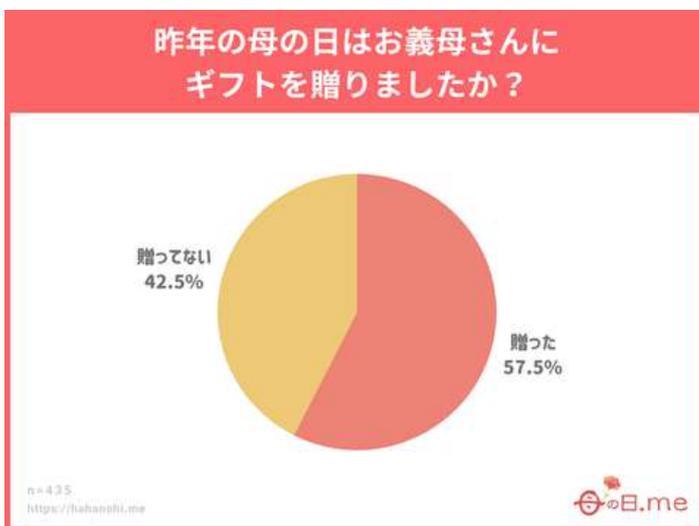


過去の定点調査によると、2023年に母の日ギフトを贈ったと回答した人は66.4%となり、2024年では約3ポイント減った63%となりました。物価高騰や生活費の上昇により、プレゼントを控えたり、コストを抑える選択をした人が増えた可能性があります。特に、必需品以外の支出を見直す動きが影響したと考えられます。

## 01-2. 義理のお母さんに、昨年の母の日にはギフトを贈りましたか？（対象：母の日に関するアンケート調査②）

- 贈った：57.5%
- 贈ってない：42.5%

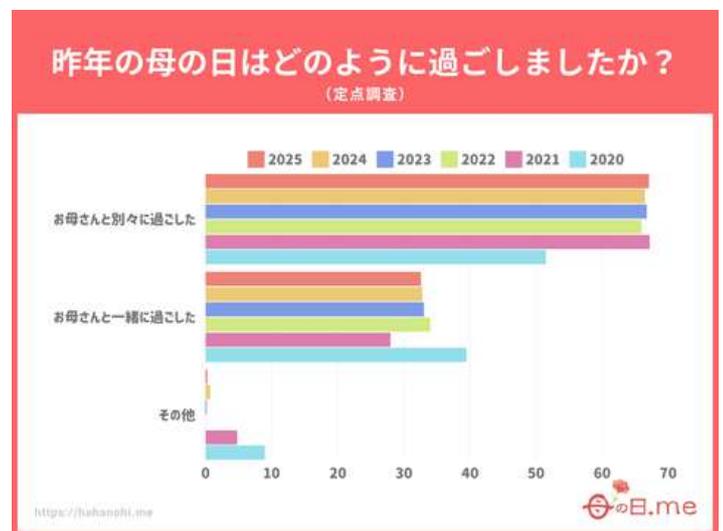
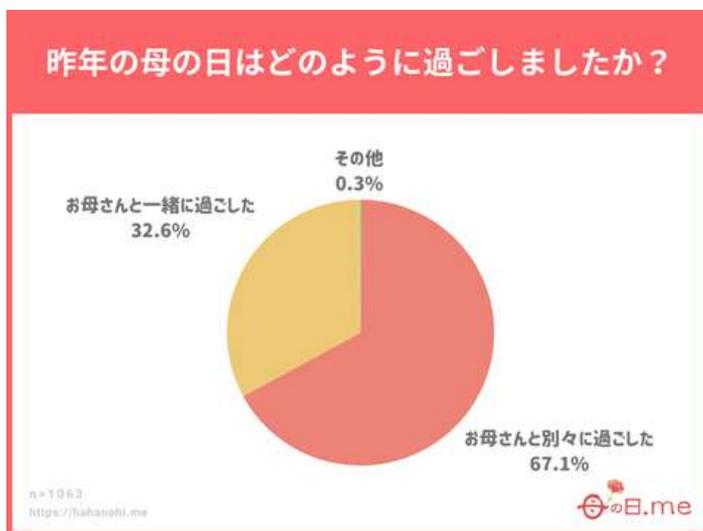
アンケート結果から、母の日に義母へギフトを贈る人は過半数を占めているものの、贈らなかった人も4割以上いることが分かりました。「贈った」と回答した人が57.5%と一定数いることから、義母へのプレゼントが一つの習慣として根付いている家庭も多いと考えられます。一方で、「贈っていない」と回答した人も42.5%と少なくなく、義母への母の日ギフトは必ずしも当たり前ではないことも伺えます。その背景には、関係性や距離感、贈る習慣の有無、好みが分からないといった理由が考えられます。



### 01-3. 昨年の母の日はどのように過ごしましたか？ (対象：母の日に関するアンケート調査①)

- お母さんと別々に過ごした：67.1%
- お母さんと一緒に過ごした：32.6%
- その他：0.3%

アンケート結果によると、67.1%の人が母の日を別々に過ごしていることが明らかになりました。遠方に住んでいたり、仕事や家庭の都合で会えなかったケースが多く、オンラインで感謝を伝える手段のニーズが高いと考えられます。一方で、3割以上の人は母の日を特別な日と捉え、直接会って過ごしていることも分かりました。どちらも過去2年と比較してもほぼ変わらない割合となりました。

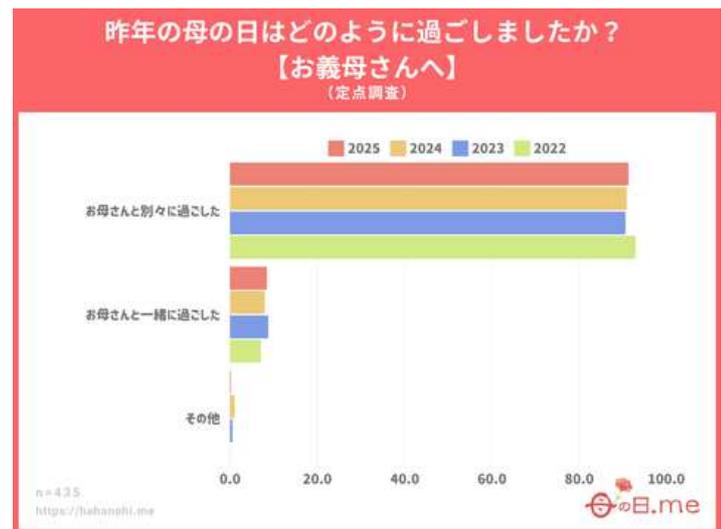
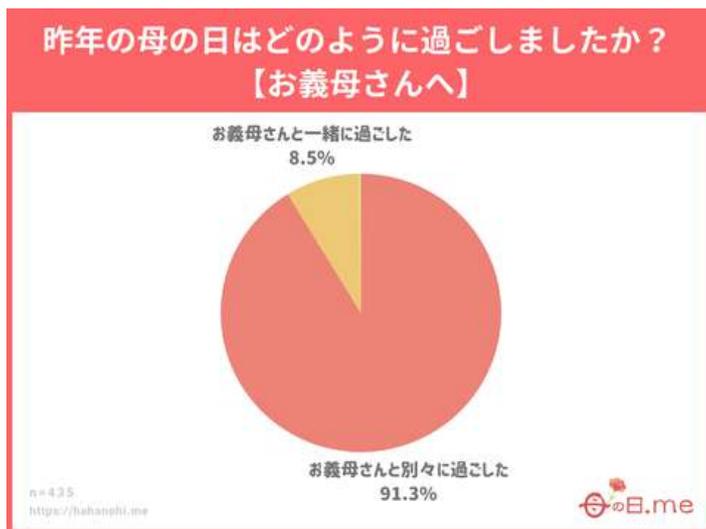


過去の定点調査によると、母の日は「お母さんと別々に過ごす人」が依然として多数派であり、その割合は2024年から2025年にかけてほぼ横ばいであることが分かりました。「お母さんと別々に過ごした」と回答した人は2024年は66.5% → 2025年は67%と微増しており、多くの人が母の日を直接会うのではなく、遠方から感謝の気持ちを伝える日として過ごしていることが伺えます。一方で、「お母さんと一緒に過ごした」と回答した人は2024年は32.8% → 2025年は33%とほぼ変わらず、約3割の人は母の日を特別な時間として、直接お母さんと過ごすことを選んでいることも分かります。この結果から、母の日の過ごし方は年々大きく変化するわけではなく、各家庭のライフスタイルや距離、関係性によって自然と決まる傾向が強いと考えられます。

## 01-4. 義理のお母さんと、昨年の母の日はどのように過ごしましたか？（対象：母の日に関するアンケート調査②）

- お義母さんと別々に過ごした：91.3%
- お義母さんと一緒に過ごした：8.5%
- その他：1.1%

アンケートの結果、義理のお母さんと母の日を一緒に過ごす人はごく少数派であり、ほとんどの人が別々に過ごしていることが分かりました。「お義母さんと別々に過ごした」と回答した人が91.3%と圧倒的に多い結果になりました。一方で、「お義母さんと一緒に過ごした」と答えた人は8.5%にとどまり、義母との母の日の過ごし方は、実母とは異なるケースが多いことが伺えます。これは、遠方に住んでいる、普段の関係性、パートナーの家族との距離感などが影響している可能性があります。また、「その他」1.1%の回答もあり、ギフトを贈るだけでなく、オンラインでのビデオ通話や、後日改めて会うといった方法を選ぶ人も一定数いると考えられます。



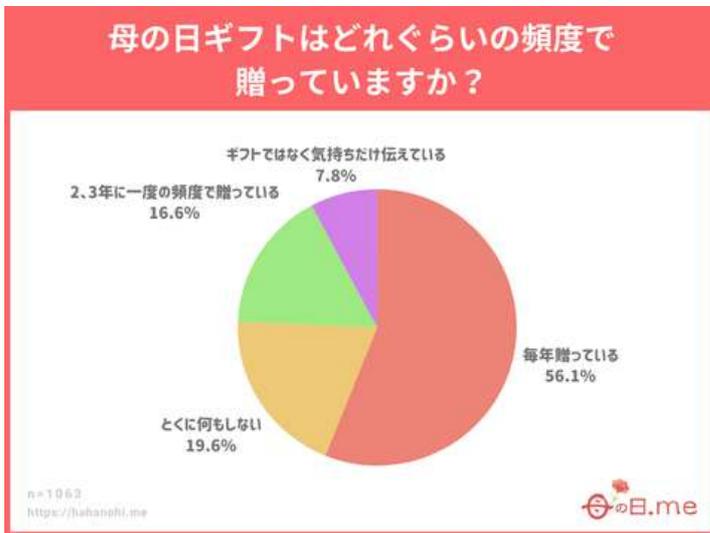


## 調査02. 贈る頻度・購入時期に関する調査

### 02-1. 母の日ギフトはどれぐらいの頻度で贈っていますか？ (対象：母の日に関するアンケート調査①)

- 毎年贈っている：56.1%
- とくに何もしない：19.6%
- 2、3年に一度の頻度で贈っている：16.6%
- ギフトではなく気持ちだけ伝えている：7.8%

プレゼントを贈る頻度に関するアンケート調査(n=1063)によると、「毎年贈っている」と回答した人は56.1%と半数以上を占め、多くの人が母の日を大切な機会として捉えていることが伺えます。一方で、「とくに何もしない」人も19.6%と一定数おり、毎年母の日ギフトを贈る習慣がないことや、予定が合わない、母の日に特別なことをしないとといった意見もありました。また、「2、3年に一度の頻度で贈る」人は16.6%、「ギフトではなく気持ちだけ伝える」人は7.8%と、それぞれのライフスタイルや価値観によって母の日の過ごし方は異なることが分かります。

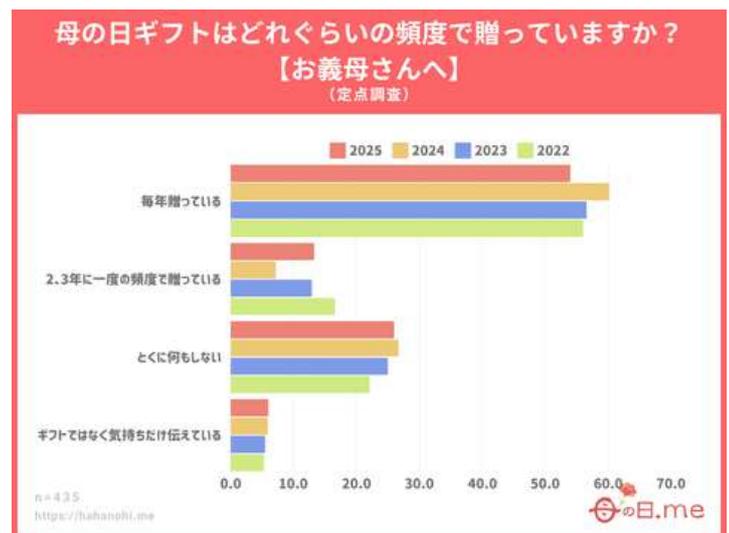
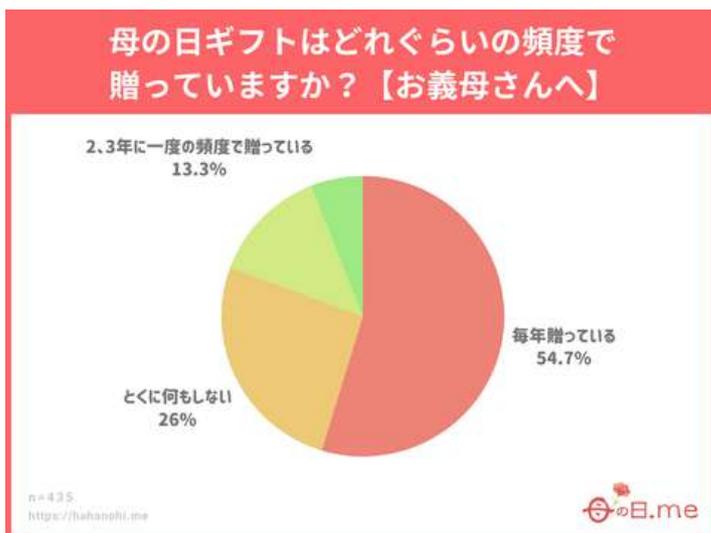


アンケート結果から、母の日に毎年ギフトを贈る人の割合が減少していることが分かりました。2024年には61.6%だった「毎年贈っている」という回答が、2025年には54.0%と約7.6ポイント減少しており、母の日のギフト文化に変化が見られます。この減少の背景には、経済的な影響による支出の見直しや、ギフトの形が変化していることが考えられます。

## 02-2. 義理のお母さんへの母の日ギフトは、どれぐらいの頻度で贈っていますか？（対象：母の日に関するアンケート調査②）

- 毎年贈っている：54.0%
- とくに何もしない：26.0%
- 2、3年に一度の頻度で贈っている：13.3%
- ギフトではなく気持ちだけ伝えている：6.0%

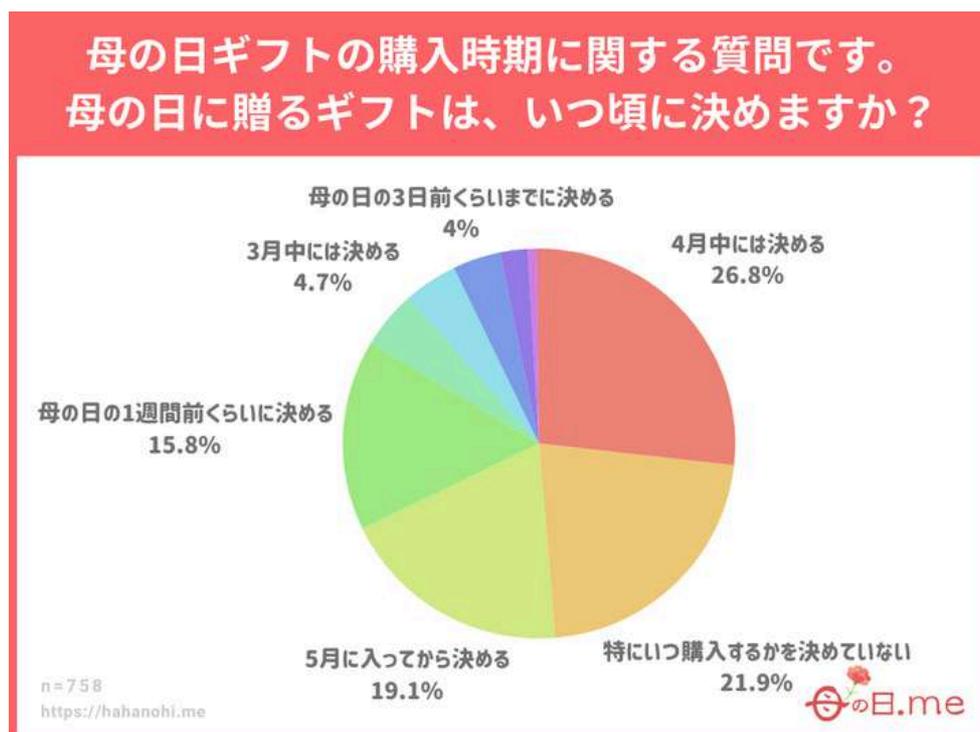
アンケート結果から、義母への母の日ギフトを贈る習慣は家庭によって大きく異なることが分かりました。「毎年贈っている」と回答した人が54.0%と半数を超えており、義母にも感謝の気持ちを伝えることが定着している家庭が多いことが伺えます。一方で、「とくに何もしない」26.0%と答えた人も一定数おり、義母への母の日ギフトが必ずしも一般的な習慣ではないことも浮き彫りになっています。また、「2、3年に一度の頻度で贈る」13.3%や「ギフトではなく気持ちだけ伝える」6.0%といった回答も見られ、母の日の過ごし方は家庭ごとに異なることが分かります。特に、義母への贈り物は「関係性」や「距離感」によって変わるため、ギフトの選び方や頻度に迷う人も多いと考えられます。



### 02-3. 母の日ギフトの購入時期に関する質問です。母の日に贈るギフトは、いつ頃に決めますか？（対象：母の日に関するアンケート調査③）

- 4月中には決める：26.8%
- 特にいつ購入するかを決めていない：21.9%
- 5月に入ってから決める：19.1%
- 母の日の1週間前くらいに決める：15.8%
- 3月中には決める：4.7%
- ゴールデンウィーク中に決める：4.5%
- 母の日の3日前くらいまでに決める：4%
- 母の日の当日に決める：2.2%
- 母の日の前日に決める：0.7%
- 母の日が過ぎてから決める：0.3%

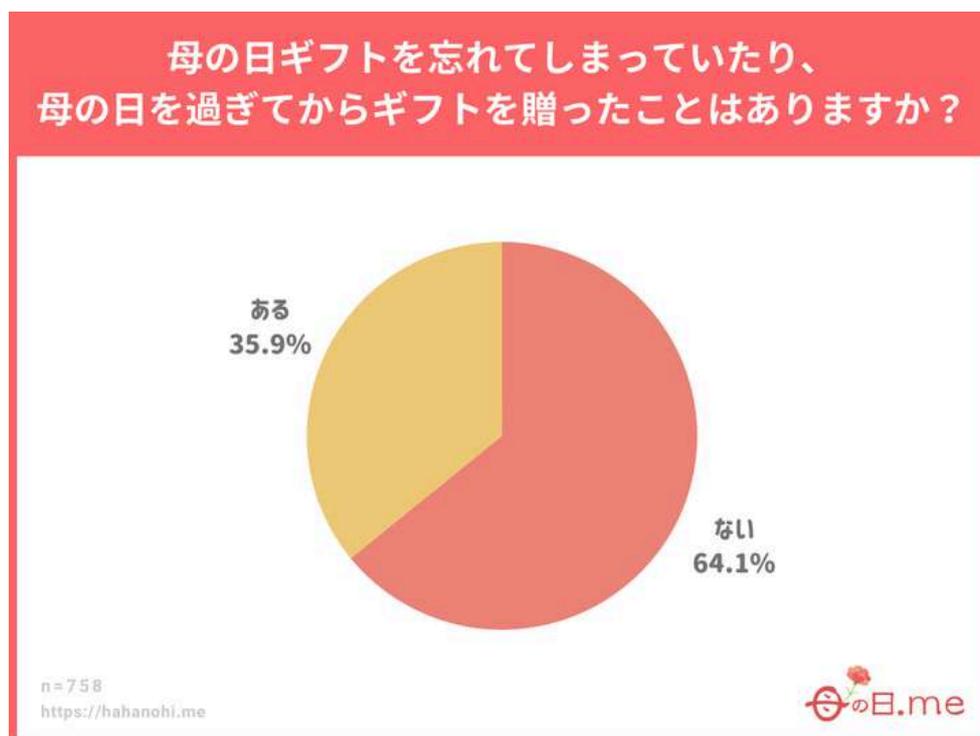
アンケートの結果、母の日ギフトの購入時期には明確な分かれ方があり、「早めに決める派」と「直前・当日に決める派」が共存していることが分かりました。最も多かったのは「4月中には決める」26.8%であり、約3割の人が計画的にギフトを選んでいることが分かります。一方で、「5月に入ってから決める」19.1%や「母の日の1週間前くらいに決める」15.8%と答えた人も多く、約4割の人が母の日が近づいてからギフトを選ぶ傾向にあることが分かります。これは、「母の日が近づいてから気づく」「直前のプロモーションを見て決める」「店頭での展開を参考にする」といった行動パターンが影響している可能性があります。また、「特にいつ購入するかを決めていない」21.9%という回答も多く、ギフトを贈るつもりではあるものの、特に計画を立てていない層が一定数存在することも分かります。さらに、「母の日の3日前くらいまでに決める」4%、「母の日の当日に決める」2.2%、「母の日の前日に決める」0.7%と、ギフトを直前や当日に決める人も一定数いることが分かりました。



## 02-4. 母の日ギフトを忘れてしまっていたり、母の日を過ぎてからギフトを贈ったことはありますか？（対象：母の日に関するアンケート調査③）

- ない：64.1%
- ある：35.9%

このアンケートの結果では、母の日に合わせてギフトを贈る人が多数派である一方で、約3人に1人は母の日を過ぎてから贈った経験があることが分かりました。「ない」と回答した人が64.1%と多く、母の日ギフトは事前に準備して贈ることが一般的な習慣として定着していることが伺えます。しかし、「ある」と答えた人が35.9%もいることから、忙しさや予定の調整、単純なうっかりミスなどで母の日に関わらなかった人も一定数いることが分かります。この結果は、「ギフトを贈る意志はあるが、タイミングを逃してしまうケースが意外と多い」ことを示しており、母の日のギフト市場において「遅れても贈れるギフト」の需要が高まる可能性があると考えられます。





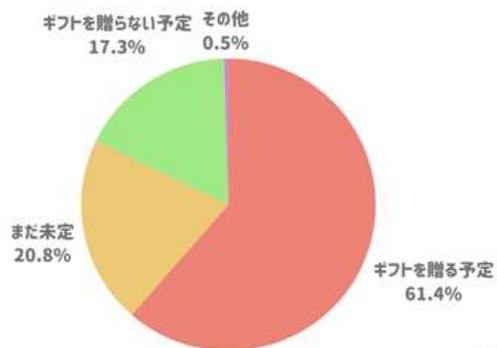
## 調査03. ギフトの内容に関する

### 03-1. 今年の母の日にはギフトを贈りますか？（対象：母の日に関するアンケート調査③）

- ギフトを贈る予定：61.4%
- まだ未定：20.8%
- ギフトを贈らない予定：17.3%
- その他：0.5%

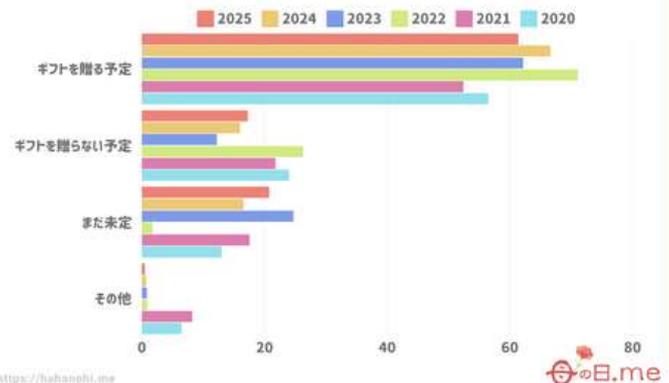
今年の母の日にはギフトを贈りますか？というアンケート(n=1063)によると、多くの方が今年の母の日にはギフトを贈る意向を持っていることが分かりました。「ギフトを贈る予定」と回答した人は61.4%にのぼり、母の日が感謝を伝える大切な機会として広く認識されていることが伺えます。一方で、「まだ未定」と答えた人も20.8%おり、直前になってから決める人や、ギフト以外の形で感謝を伝えようと考えている人も一定数いました。また、「ギフトを贈らない予定」の17.3%の中には、過去に贈っていたが今年は控える人や、母の日を特別に祝う習慣がない、お母さんが要らないと言っているなどの回答もありました。

#### 今年の母の日にはギフトを贈りますか？



#### 母の日にはギフトを贈りますか？

(定点調査)



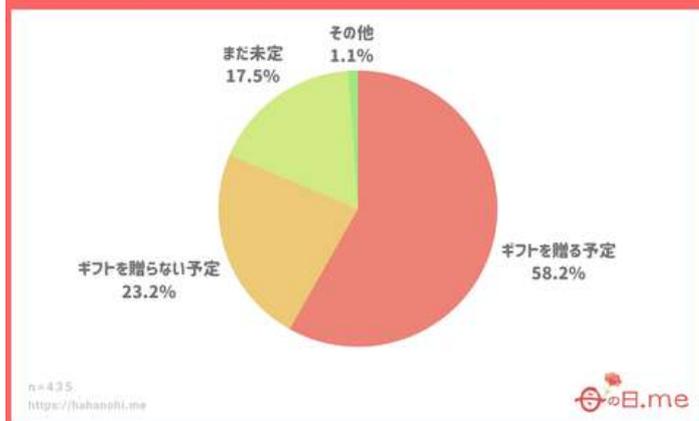
過去の定点調査によると、母の日にはギフトを贈る予定の人が減少し、「まだ未定」と答えた人が大幅に増加していることが分かりました。「ギフトを贈る予定」と回答した人は2024年は66.6% → 2025年は61%と5.6ポイント減少しており、母の日ギフトの購入意向がやや低下していることが伺えます。特に注目すべきは、「まだ未定」と答えた人が2024年は6.6% → 2025年は21%へと大幅に増加している点です。これは、母の日のギフト選びを直前まで決めかねている人が増えていることを示しており、ギフト市場において「購入の後ろ倒し」や「選択肢の迷い」が影響している可能性があります。一方で、「ギフトを贈らない予定」の人は2024年は16.0% → 2025年は17%とほぼ横ばいであり、母の日にはギフトを贈る習慣自体が大きく減少しているわけではないことが分かります。

### 03-2. 義理のお母さんに、今年の母の日にはギフトを贈りますか？ (対象：母の日に関するアンケート調査③)

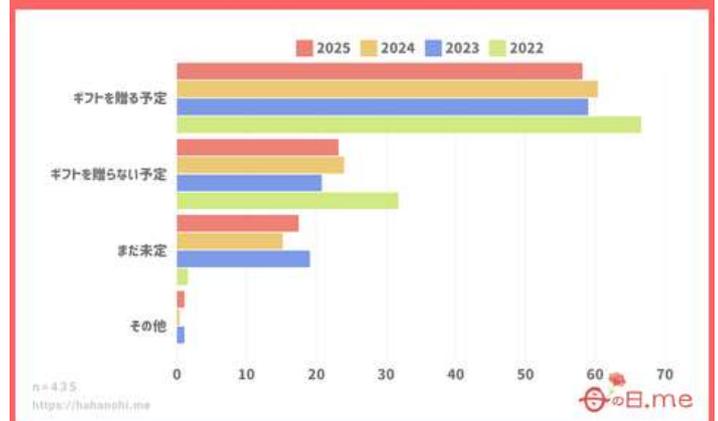
- ギフトを贈る予定：58.2%
- ギフトを贈らない予定：23.2%
- まだ未定：17.5%
- その他：1.1%

アンケートの結果、義理のお母さんへの母の日ギフトを贈る予定の人が過半数を占めているものの、贈らない予定の人や迷っている人も一定数いることが分かりました。「ギフトを贈る予定」と答えた人が58.2%と過半数に達しており、多くの方が義母にも感謝の気持ちを伝える機会として母の日を意識していることが伺えます。一方で、「ギフトを贈らない予定」と回答した人も23.2%と比較的多く、義母へのギフトは必ずしも全員が贈るものではないことも見えてきます。この背景には、義母との関係性や、普段のやりとりの頻度、家庭の慣習などが影響している可能性があります。また、「まだ未定」と答えた人も17.5%おり、ギフトを贈るかどうかを直前まで迷っている層も一定数存在していることが分かります。

2025年（今年）の母の日は、  
お義母さんにギフトを贈りますか？



2025年（今年）の母の日は、お義母さんに  
ギフトを贈りますか？  
(定点調査)



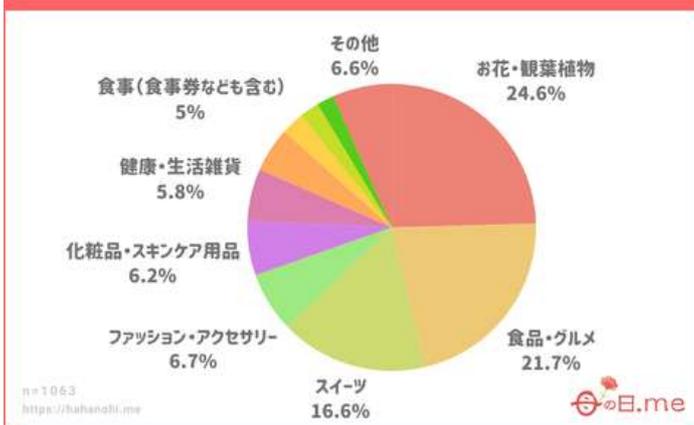
過去の定点調査によると、母の日にギフトを贈る予定の人が減少し、「まだ未定」と答えた人が大幅に増加していることが分かりました。「ギフトを贈る予定」と回答した人は2024年は66.6%→2025年は61%と5.6ポイント減少しており、母の日ギフトの購入意向がやや低下していることが伺えます。特に注目すべきは、「まだ未定」と答えた人が2024年は6.6%→2025年は21%へと大幅に増加している点です。これは、母の日のギフト選びを直前まで決めかねている人が増えていることを示しており、ギフト市場において「購入の後ろ倒し」や「選択肢の迷い」が影響している可能性があります。一方で、「ギフトを贈らない予定」の人は2024年は16.0%→2025年は17%とほぼ横ばいであり、母の日にギフトを贈る習慣自体が大きく減少しているわけではないことが分かります。

### 03-3. 今年の母の日に贈りたいものは何ですか？ (対象：母の日に関するアンケート調査①)

- お花・観葉植物：24.6%
- 食品・グルメ：21.7%
- スイーツ：16.6%
- ファッション・アクセサリ：6.7%
- 化粧品・スキンケア用品：6.2%
- 健康・生活雑貨：5.8%
- 食事（食事券なども含む）：5%
- その他：3.5%
- 趣味に関するもの：2.6%
- お酒・ビール：2.2%
- 旅行（旅行券・宿泊券なども含む）：1.9%
- その他：6.6%

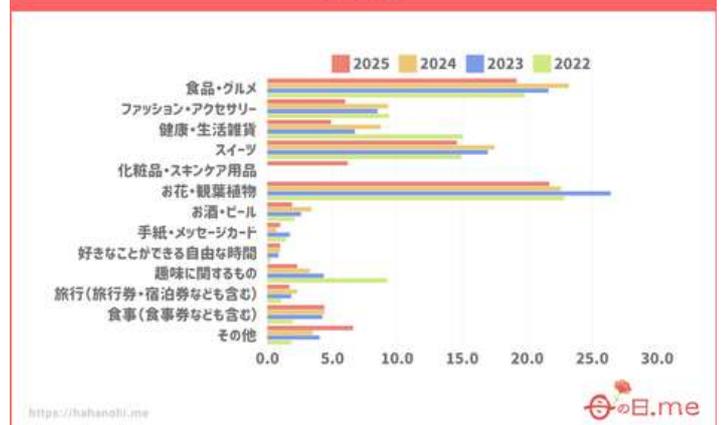
母の日に贈りたいものは何ですか？というアンケート(n=1063)では、今年も「お花」や「グルメ」が人気の定番であることが分かりました。しかし昨年(2024年)の結果では「食品・グルメ」23.2%が「お花・観葉植物」を上回る結果になりましたが、今年は再び「お花・観葉植物」の人気が高まりそうです。次いで、「食品・グルメ」21.7%や「スイーツ」16.6%といった食のギフトが続いており、手軽に楽しめる美味しい贈り物を選ぶ人が多いことが分かりました。また、「ファッション・アクセサリ」6.7%、「化粧品・スキンケア用品」6.2%、「健康・生活雑貨」5.8%といった実用性を重視したギフトも一定の支持を集めており、母親のライフスタイルに合わせた贈り物を選ぶ傾向も見られます。一方で、「旅行」1.9%や「お酒」2.2%といった特別感のある贈り物は少数派となりましたが、「一緒に楽しむ時間を作りたい」や、「ゆっくりとした時間を過ごしてほしい」といった体験や趣味を重視する層も一定数いることが分かりました。

#### 今年の母の日に贈りたいものは何ですか？



#### 母の日に贈りたいものはなんですか？

(定点調査)

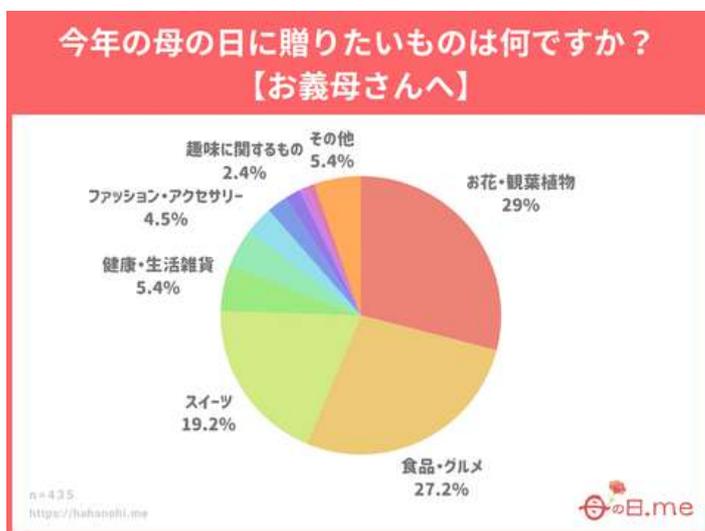


過去の定点調査から、母の日ギフトの定番は変わらず「お花」と「食品・グルメ」が中心であることが分かりました。2024年は「食品・グルメ」23.2%と「お花・観葉植物」22.6%が拮抗していましたが、2025年は「お花・観葉植物」24.6%が最も多くなり、再び母の日に華やかな贈り物の人気が高まっていることがうかがえます。一方で、「食品・グルメ」21.7%や「スイーツ」16.6%といった食のギフトも引き続き根強い支持を集めており、「母親に美味しいものを楽しんでほしい」という気持ちが強いことが分かります。しかし、2024年と比較すると、食品・グルメ系の割合はやや減少しており、ギフトの選択肢がより多様化している可能性も考えられます。さらに、2025年には新たに「化粧品・スキンケア用品」6.2%が登場しており、美容アイテムを贈る人が増えていることが見て取れます。「お花やグルメといった定番ギフト」と「美容や体験を重視したギフト」が共存する形に変化していると考えられる他、今後は定番アイテムだけでなく、「母の日の過ごし方」に寄り添ったアイテムや、「リラックスや自己ケアを促すギフト」の需要が高まっていく可能性が考えられます。

### 03-4. 義理のお母さんに、今年の母の日に贈りたいものは何ですか？（対象：母の日に関するアンケート調査②）

- お花・観葉植物：29.5%
- 食品・グルメ：27.7%
- スイーツ：19.5%
- 健康・生活雑貨：5.5%
- その他：5.4%
- ファッション・アクセサリ：4.6%
- お酒・ビール：3.3%
- 趣味に関するもの：2.4%
- 食事（食事券なども含む）：1.8%
- 手紙・メッセージカード：0.9%
- 旅行（旅行券・宿泊券なども含む）：0.9%
- 好きなことができる自由な時間：0.3%

義理のお母さんに、今年の母の日に贈りたいものを調査したところ、「お花・観葉植物」と「食品・グルメ」が圧倒的に選ばれていることが分かりました。「お花・観葉植物」29.5%が最も多く、次いで「食品・グルメ」27.7%、「スイーツ」19.5%と続き、義母へのギフト選びにおいても、華やかさや実用性を兼ね備えた定番のプレゼントが支持されていることがうかがえます。義母へのギフトには「気軽に受け取れる、美味しいもの」が好まれる傾向が見られます。義理の関係であることから、好みが分かりやすく、気軽に楽しめるギフトが選ばれやすいのかもしれませんが。一方で、「健康・生活雑貨」5.5%や「ファッション・アクセサリ」4.6%など、日用品や身につけるものは比較的少数派であり、義母へのプレゼントとしては慎重に選ばれる傾向があることが考えられます。

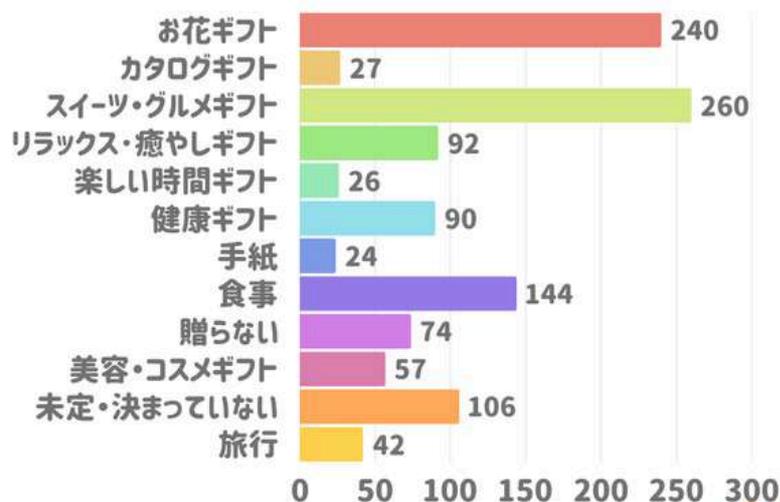


### 03-5. 今年の母の日に贈りたいギフトはどのようなものですか？ （複数選択可）（対象：母の日に関するアンケート調査③）

- スイーツ・グルメギフト：22%
- お花ギフト：20.3%
- 食事：12.2%
- 未定・決まっていない：9%
- リラックス・癒やしギフト：7.8%
- 健康ギフト：7.6%
- 贈らない：6.3%
- 美容・コスメギフト：4.8%
- 旅行：3.6%
- カタログギフト：2.3%
- 楽しい時間ギフト：2.2%
- 手紙：2%

このアンケート結果から、母の日ギフトの定番は「お花」と「スイーツ・グルメ」であり、依然として高い人気を誇っていることが分かりました。「スイーツ・グルメギフト」22%が最も多く、次いで「お花ギフト」20.3%と続いており、「美味しいものを楽しんでもらいたい」「華やかさを演出したい」という気持ちがギフト選びに反映されていることが伺えます。また、「食事」12.2%という回答も比較的多く、「物を贈る」よりも「一緒に食事をする」という形で母の日を祝う人も一定数いることが分かります。これは、母の日が「感謝を伝える日」であると同時に、「一緒に過ごす時間を大切にする機会」として捉えられていることを示しているのかもしれない。一方で、「リラックス・癒やしギフト」7.8%や「健康ギフト」7.6%も一定の支持を集めており、「日頃の疲れを癒やしてほしい」「健康を気遣いたい」という思いがギフト選びの背景にあることが伺えます。特に近年は、ストレスケアやウェルネスに対する関心が高まっているため、リラクセーショングッズや健康アイテムを贈る傾向が強まっている可能性もあります。また、「美容・コスメギフト」4.8%や「旅行」3.6%といった、より特別感のあるギフトを選ぶ人も一定数いるものの、全体としては「気軽に楽しめるギフト」が主流であることが推測できます。

#### 2025年の母の日に贈りたいギフトは どのようなものですか？（複数選択可）

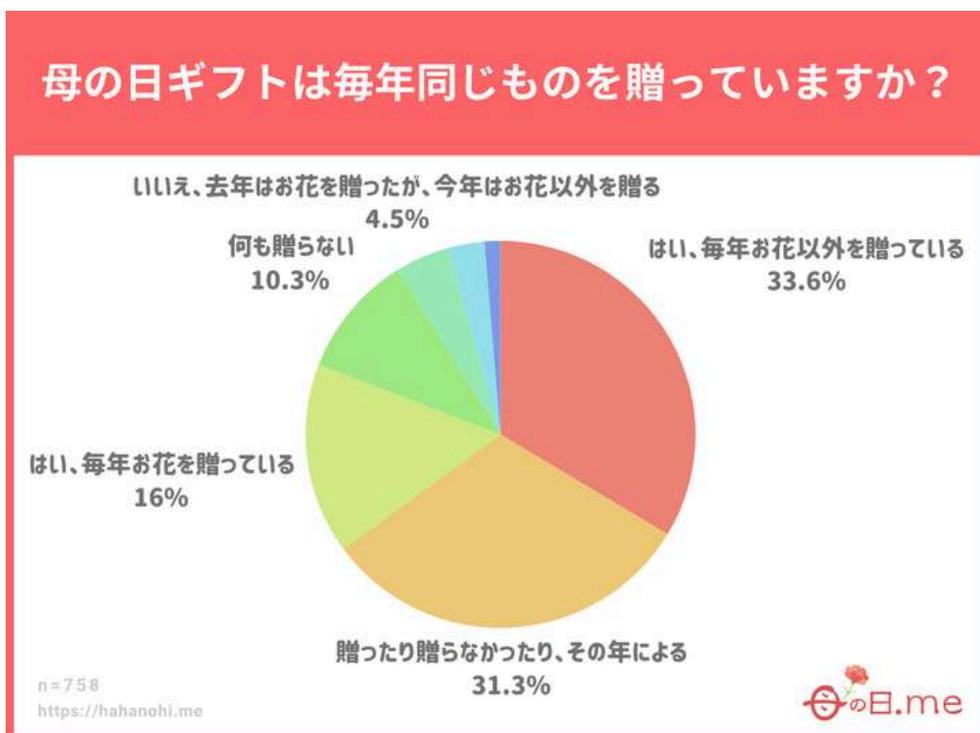


n=758  
<https://hahanohi.me>

### 03-6. 母の日ギフトは毎年同じものを贈っていますか？（対象：母の日に関するアンケート調査③）

- はい、毎年お花以外を贈っている：33.6%
- 贈ったり贈らなかったり、その年による：31.3%
- はい、毎年お花を贈っている：16%
- 何も贈らない：10.3%
- いいえ、去年はお花を贈ったが、今年はお花以外を贈る：4.5%
- いいえ、去年はお花以外を贈ったが、今年はお花を贈る：3%
- わからない：1.3%

このアンケートの結果、母の日ギフトの選び方には「毎年同じものを贈る派」と「その年によって変える派」が共存していることが分かりました。「はい、毎年お花以外を贈っている」33.6%と「はい、毎年お花を贈っている」16%を合わせると、約半数の人が毎年同じジャンルのギフトを選ぶ傾向にあることが分かります。これは、一度贈って喜ばれたものをリピートする安心感や、贈り物の選び方を定番化することで迷う手間を省きたいという意識が影響していると考えられます。一方で、「贈ったり贈らなかったり、その年による」と答えた人が31.3%と多く、毎年必ず母の日ギフトを贈るわけではない層も一定数いることが分かります。「去年はお花を贈ったが、今年はお花以外を贈る」4.5%、「去年はお花以外を贈ったが、今年はお花を贈る」3%と回答した人もおり、毎年異なるものを贈ることで新鮮さを演出する人も一定数いることが分かります。「何も贈らない」10.3%という回答もあり、言葉や行動で感謝を伝える人もいます。





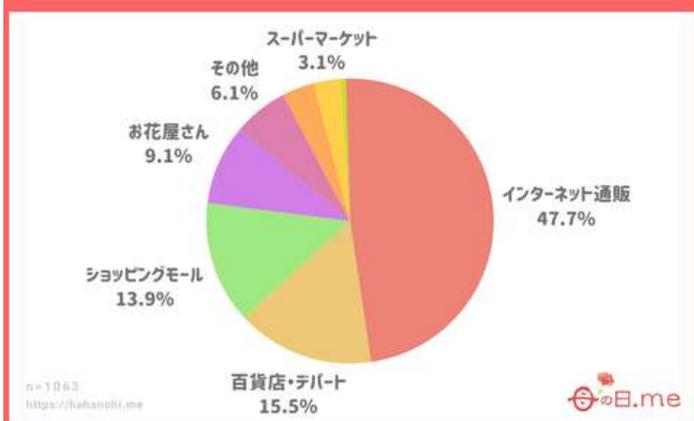
## 調査04. 購入先に関する調査

### 04-1. 母の日ギフトをどこで購入していますか？（対象：母の日に関するアンケート調査①）

- インターネット通販：48.3%
- 百貨店・デパート：15.7%
- ショッピングモール：14.1%
- お花屋さん：9.2%
- その他：6.1%
- 雑貨店・セレクトショップ：3.7%
- スーパーマーケット：3.1%
- カタログ通販：0.6%
- ギフトショップ：0.5%

母の日ギフトをどこで購入していますか？というアンケート調査によると、購入先として「インターネット通販」が主流であることが分かりました。48.3%の人がオンラインで購入しており、手軽さや品揃えの豊富さ、配送の便利さが重視されていることが伺えます。次いで、「百貨店・デパート」15.7%や「ショッピングモール」14.1%といった実店舗での購入も一定の支持を集めており、直接商品を見て選びたいというニーズも根強いことが分かります。また、「お花屋さん」9.2%での購入も多く、母の日の定番ギフトとして花の人気が高いことが改めて確認できます。

#### 母の日ギフトをどこで購入していますか？



#### 母の日ギフトをどこで購入していますか？



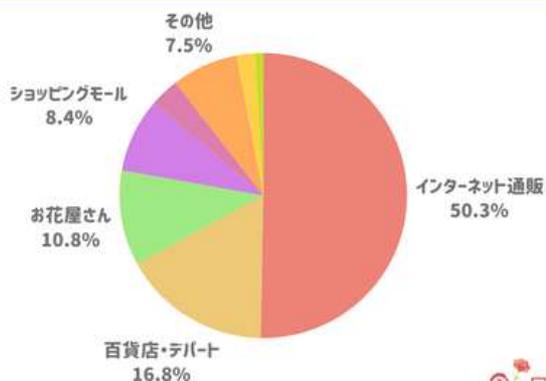
過去の定点調査によると、母の日ギフトの購入先として「インターネット通販」の利用が年々増加していることが分かりました。2024年には43.2%だったのが、2025年には48.3%へと増加しており、オンラインでのギフト購入がより一般的になっている傾向が見て取れます。これは、商品の選択肢の多さや、配送の便利さ、口コミやランキングを参考にできる点が大きな理由と考えられます。一方で、「百貨店・デパート」17.2%→15.7%や「お花屋さん」10.4%→9.2%といった実店舗での購入はやや減少傾向にあります。しかし、「ショッピングモール」は13.2%→14.1%と微増しており、実際に手に取って選びたい人や、買い物ついでに購入する人も一定数いることが分かります。

## 04-2. 義理のお母さんへの母の日ギフトをどこで購入していますか？（対象：母の日に関するアンケート調査②）

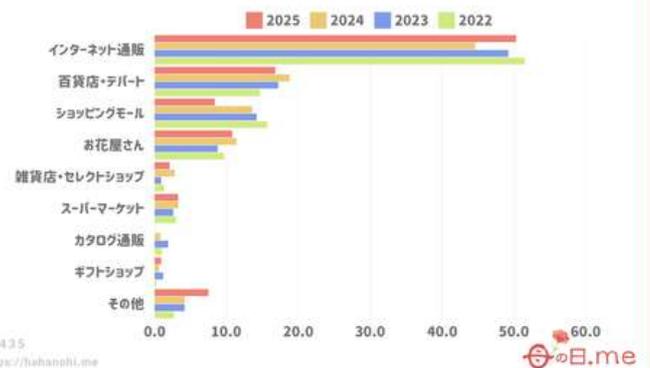
- インターネット通販：50.3%
- 百貨店・デパート：16.8%
- お花屋さん：10.8%
- ショッピングモール：8.4%
- その他：7.5%
- スーパーマーケット：3.3%
- 雑貨店・セレクトショップ：2.1%
- ギフトショップ：0.9%

義理のお母さんへの母の日ギフトの購入先を調査したところ、「インターネット通販」を利用する人が半数を超えていることが分かりました。「インターネット通販」50.3%が圧倒的に多く、義母へのプレゼント選びでは、自宅にしながら豊富な選択肢の中から探せるオンラインショッピングが主流となっていることが伺えます。次いで、「百貨店・デパート」16.8%や「お花屋さん」10.8%といった、上質な商品を扱う実店舗の利用も一定の支持を集めています。特に、義母へのギフト選びでは、失礼のないように品格のあるものを選びたいという心理が働くため、デパートのギフトセットや、高品質な生花を求める人が多いのかもしれない。

母の日ギフトをどこで購入していますか？  
【お義母さんへ】



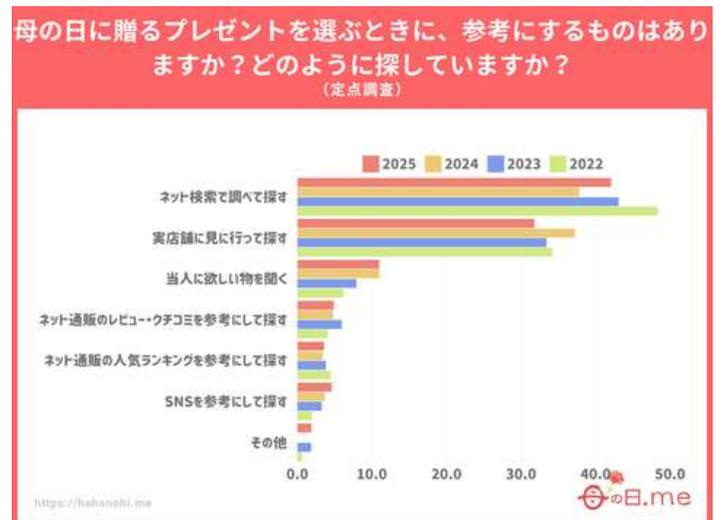
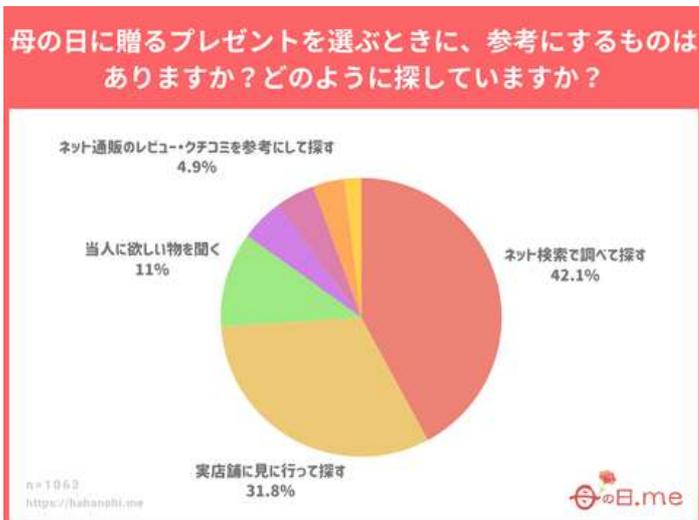
母の日ギフトをどこで購入していますか？  
【お義母さんへ】  
(定点調査)



### 04-3. 母の日ギフトはどのように探していますか？（対象：母の日に関するアンケート調査①）

- ネット検索で調べて探す：42.1%
- 実店舗に見に行き探す：31.8%
- 当人に欲しい物を聞く：11.0%
- ネット通販のレビュー・クチコミを参考にして探す：4.9%
- SNSを参考にして探す：4.6%
- ネット通販の人気ランキングを参考にして探す：3.6%
- その他：1.9%

母の日に贈るプレゼント選びの参考にするものに関するアンケート(n=1063)によると、母の日のプレゼント選びには「ネット検索」と「実店舗での確認」が主要な手段であることが分かりました。「ネット検索で調べる」と回答した人が42.1%と最も多く、オンライン上の情報を活用しながらギフトを選ぶ傾向が強いことが伺えます。次いで、「実店舗で探す」人も31.8%と一定数おり、実際に商品を手にとって選びたいというニーズも根強いことが分かります。一方で、「当人に欲しい物を聞く」11.0%という回答は1割程度にとどまり、多くの人が相手の好みを想像しながらプレゼントを選んでいることが分かります。また、「ネット通販のレビュー・クチコミ」4.9%や「SNS」4.6%を参考にする人もおり、第三者の意見やトレンド情報を重視する人も一定数存在します。

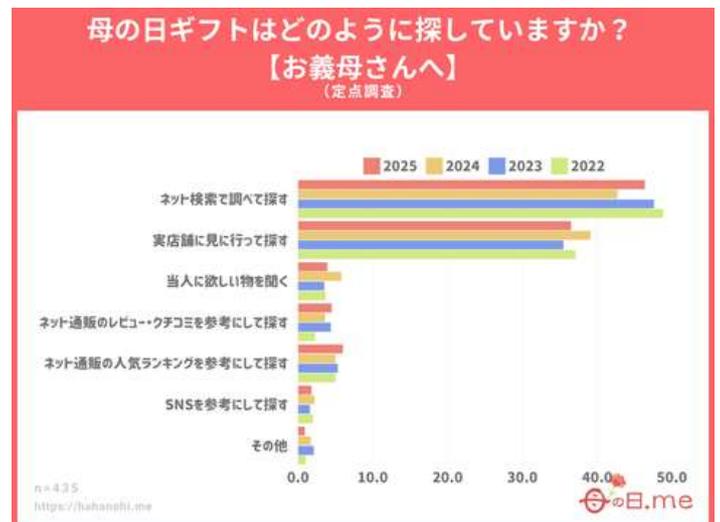
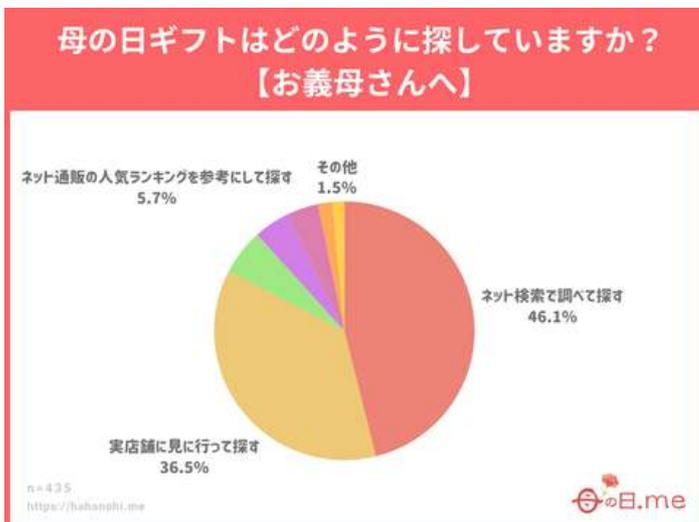


過去定点調査では、母の日のプレゼント選びでは「ネット検索」と「実店舗での確認」が引き続き主要な手段であることが分かりました。「ネット検索で調べて探す」と回答した人が2024年：43.09% → 2025年：42.1%と依然として最も多く、オンラインで情報を集めながらギフトを選ぶ傾向が続いています。次いで、「実店舗に見に行き探す」人も2024年：33.41% → 2025年：31.8%と、一定の割合を占めており、実際に手に取って選びたいというニーズも根強いことが分かります。特に、母の日ギフトでは質感やデザインを直接確認できる実店舗の魅力が依然として支持されていると考えられます。一方で、「当人に欲しいものを聞く」と回答した人が2024年：7.94% → 2025年：11.0%と増加しており、母親の希望を事前に確認する人が増えていることが伺えます。これは、「気に入ってもらえるかわからない」という悩みが増えていることの影響とも考えられ、失敗しないギフト選びのために直接リクエストを聞く人が増えた可能性があります。また、「SNSを参考にして探す」という回答は2024年：3.26% → 2025年：4.6%と増加しており、最新のトレンドギフトを探す人が増えていることが分かります。SNSは、視覚的に魅力的なギフトアイデアを得られるだけでなく、リアルなレビューや実際の使用感を知る手段としても活用されていると考えられます。

## 04-4. 義理のお母さんへの母の日ギフトはどのように探していますか？（対象：母の日に関するアンケート調査②）

- ネット検索で調べて探す：46.1%
- 実店舗に見に行き探す：36.5%
- ネット通販のレビュー・クチコミを参考にして探す：4.5%
- ネット通販の人気ランキングを参考にして探す：5.7%
- 当人に欲しい物を聞く：3.9%
- SNSを参考にして探す：1.8%
- その他：1.5%

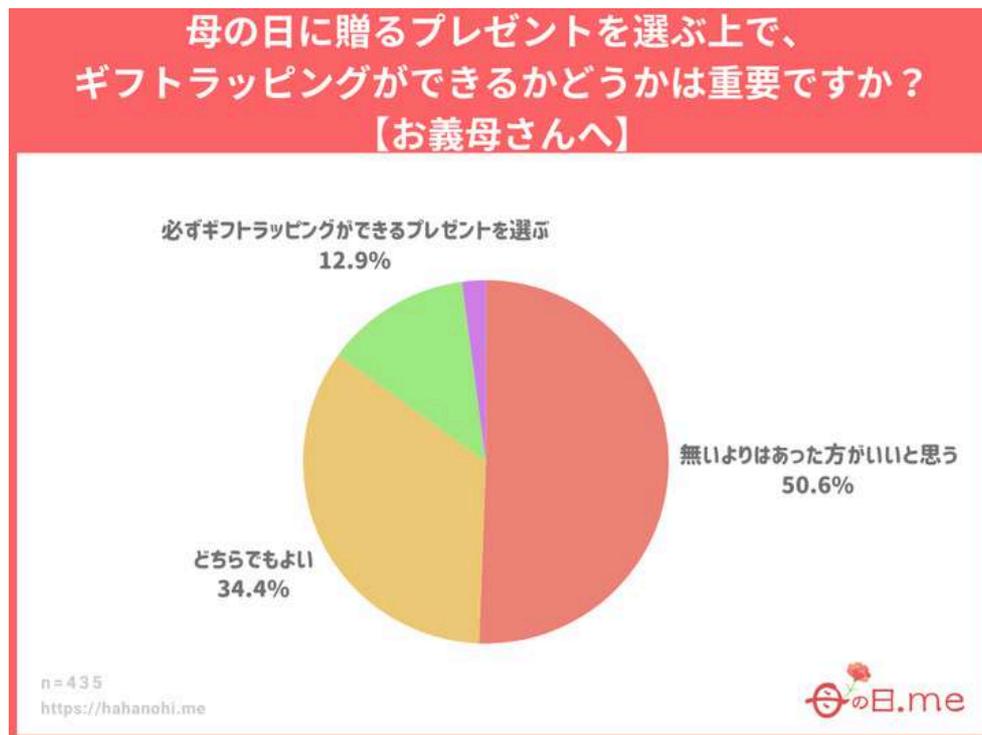
アンケート結果から、義理のお母さんへの母の日ギフト選びでは、「ネット検索」と「実店舗での確認」が主流であることが分かりました。「ネット検索で調べて探す」と回答した人が46.1%と最も多く、オンラインで情報を集めながらギフトを選ぶ人が多数派であることが伺えます。次いで、「実店舗に見に行き探す」と回答した人が36.5%と、実際に手に取って確認しながら選びたいという人も多いことが分かります。義母へのギフトは、失礼のないよう慎重に選びたいという意識が強く、実物を見ながら選ぶことで安心感を得る人が多いのかもしれませんが。一方で、「ネット通販のレビュー・クチコミを参考にする」4.5%や、「ネット通販の人気ランキングを参考にする」5.7%という回答は比較的少なく、義母へのプレゼント選びでは、他人の意見や評価よりも、自分の判断で選ぶ人が多いことが分かります。また、「当人に欲しいものを聞く」と答えた人は3.9%と少数派であり、義母に直接リクエストを聞くことに対して遠慮する人が多いことが伺えます。義母との距離感や関係性を考慮しながら、ある程度無難で失敗しにくいプレゼントを選ぶ傾向が強いと考えられます。「SNSを参考にする」という回答は1.8%と極めて少なく、母の日ギフトのトレンドをSNSで探す人はほとんどいないことも特徴的です。これは、義母へのギフト選びでは流行に左右されるよりも、定番で安心感のあるアイテムを選びたいという意識が強いことを示しているのかもしれませんが。



## 04-5. 母の日に贈るプレゼントを選ぶ上でギフトラッピングができるかどうかは重要ですか？（対象：母の日に関するアンケート調査①）

- 無いよりはあった方がいいと思う：54.8%
- どちらでもよい：22.2%
- 必ずギフトラッピングができるプレゼントを選ぶ：18.9%
- ギフトラッピングは全く必要無い：3.8%
- その他：0.3%

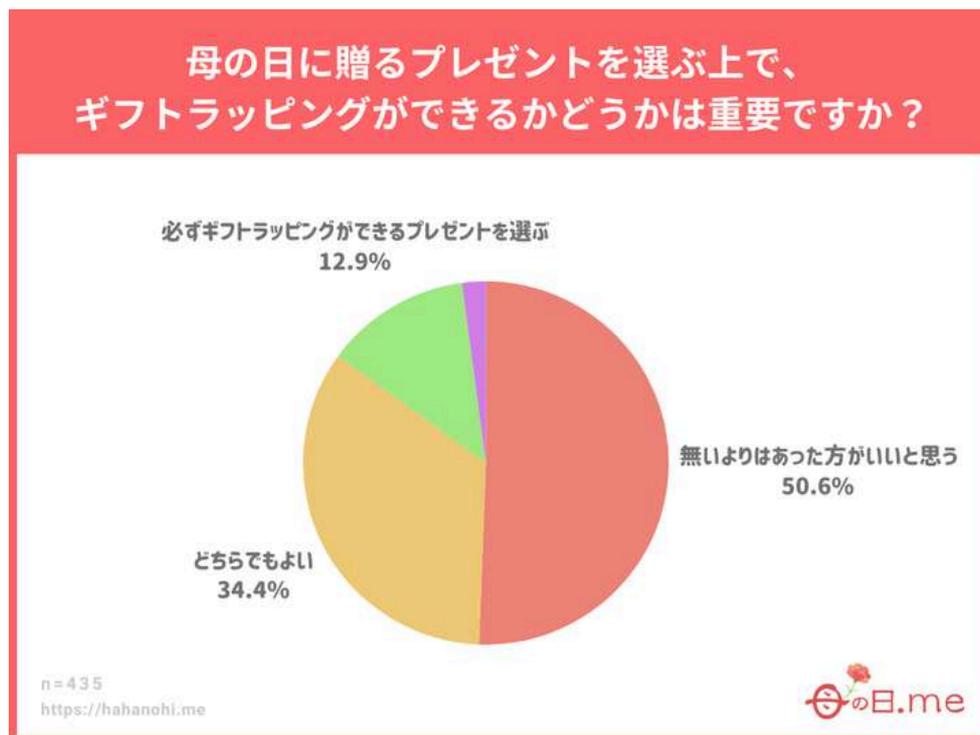
アンケート結果から、母の日ギフトを選ぶ際に「ギフトラッピングの有無を気にする人が多い」ことが分かりました。「無いよりはあった方がいいと思う」54.8%と、「必ずギフトラッピングができるプレゼントを選ぶ」18.9%を合わせると、7割以上の方がラッピングを意識していることになります。特に、「必ずギフトラッピングができるものを選ぶ」という人が18.9%いることから、見た目の華やかさや贈り物としての特別感を大切にしている傾向があることが伺えます。母の日は、感謝の気持ちを伝える特別な日だからこそ、プレゼントの見た目にも気を配る人が多いのかもしれません。一方で、「どちらでもよい」22.2%や「ギフトラッピングは全く必要ない」3.8%と答えた人も一定数おり、中には中身を重視する人もいることが分かります。ただし、この割合は少なく、全体としてはラッピングの有無を気にする人の方が多くことが明らかです。



## 04-6. 母の日に贈るプレゼントを選ぶ上でギフトラッピングができるかどうかは重要ですか？(義母) (対象：母の日に関するアンケート調査②)

- 無いよりはあった方がいいと思う：50.6%
- どちらでもよい：34.4%
- 必ずギフトラッピングができるプレゼントを選ぶ：12.9%
- ギフトラッピングは全く必要無い：2.1%

義理のお母さんへの母の日ギフトでは、ギフトラッピングの重要性がやや低くなる傾向があることが分かりました。「無いよりはあった方がいいと思う」50.6%が最多であり、半数以上の人々がラッピングの有無を意識しているものの、実母向けと比べるとやや関心が低いことが見受けられます。また、「必ずギフトラッピングができるプレゼントを選ぶ」と回答した人は12.9%と比較的少なく、義母へのギフト選びでは、見た目よりも中身を重視する傾向があることが考えられます。一方で、「どちらでもよい」34.4%と答えた人が多いことから、ラッピングの有無よりも、実用性や好みに合ったギフト選びが優先されることが伺えます。「ギフトラッピングは全く必要ない」と答えた人はわずか2.1%にとどまり、義母へのプレゼントでも、最低限の包装は求められることが分かります。

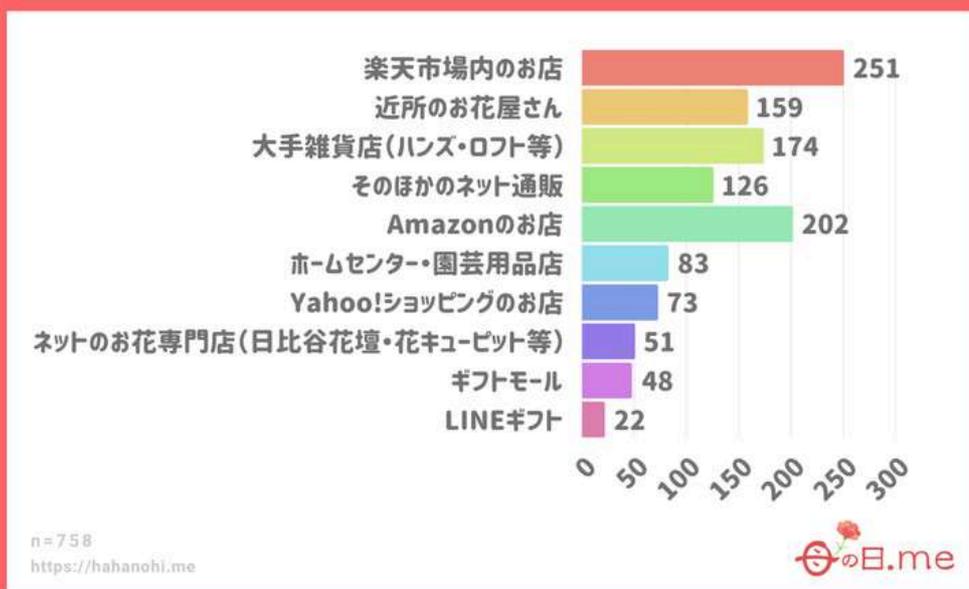


## 04-7. 母の日ギフトはどこで購入する予定ですか？（店舗別の詳細・複数選択可）（対象：母の日に関するアンケート調査③）

- 楽天市場内のお店：21.1%
- Amazonのお店：17%
- 大手雑貨店（ハンズ・ロフト等）：14.6%
- 近所のお花屋さん：13.4%
- そのほかのネット通販：10.6%
- ホームセンター・園芸用品店：7%
- Yahoo!ショッピングのお店：6.1%
- ネットのお花専門店（日比谷花壇・花キューピット等）：4.3%
- ギフトモール：4%
- LINEギフト：1.9%

母の日ギフトはネット通販が主流と判明し、店舗別の傾向を探るために追加調査を実施しました。「楽天市場内のお店」21.1%、「Amazonのお店」17%、「そのほかのネット通販」10.6%、「Yahoo!ショッピングのお店」6.1%、「ネットのお花専門店」4.3%、「ギフトモール」4%、「LINEギフト」1.9%と、ネット通販全体で約65%を占めており、母の日ギフトのオンライン購入が定着していることが明らかです。特に、「楽天市場」や「Amazon」といった大手ECモールが人気であり、「選択肢の多さ」「ポイント還元」「配送の安心感」などが、ギフト購入の決め手になっていると考えられます。これは、母の日ギフトが「配送の確実性」や「豊富な商品ラインナップ」を重視するイベントであることが影響しているのかもしれない。一方で、「大手雑貨店（ハンズ・ロフト等）」14.6%や「近所のお花屋さん」13.4%、「ホームセンター・園芸用品店」7%といった実店舗での購入も依然として根強いことが分かります。これは、実際に手に取って選びたい、花の鮮度を確認したい、ラッピングの仕上がりを直接見たいといった、ネット通販では得られない「実物確認」の安心感を求める層が一定数いることを示しています。また、「LINEギフト」1.9%など、デジタルギフトサービスの利用はまだ少数派であることも注目すべきポイントです。LINEギフトは「住所を知らなくても贈れる」「気軽に贈れる」という利便性があり、今後の市場拡大の余地があると考えられます。

### 母の日ギフトはどこで購入する予定ですか？ （複数選択可）





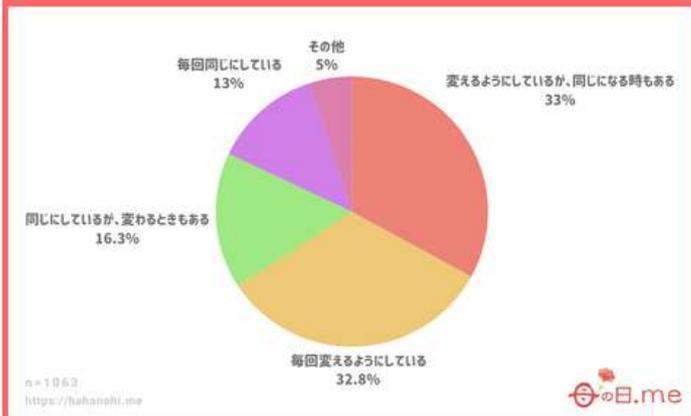
## 調査05. ギフト選びに関する調査

### 05-1. 母の日のプレゼントは、毎回変えていますか？ (対象：母の日に関するアンケート調査①)

- 変えるようにしているが、同じになる時もある：34.2%
- 毎回変えるようにしている：33.9%
- 同じにしているが、変わるときもある：16.8%
- 毎回同じにしている：13.4%
- その他：5.0%

母の日のプレゼントは毎回変えていますか？というアンケート(n=1063)では、母の日のプレゼントは「変える派」と「定番派」に分かれることが分かりました。「毎回変えるようにしている」が33.9%と「変えるようにしているが、同じになる時もある」34.2%を合わせると、全体の約7割がギフト選びに変化をつけることを意識していることが伺えます。母親の好みやトレンドを考慮し、毎年新しい贈り物を選びたいという意向が強いことが特徴だと推測できます。一方で、「同じにしているが、変わるときもある」が16.8%、「毎回同じにしている」が13.4%と回答した人も約3割おり、母の日を大切にする層が一定数いることも分かりました。

#### 母の日のプレゼントは毎回変えていますか？



#### 母の日のプレゼントは毎回変えていますか？



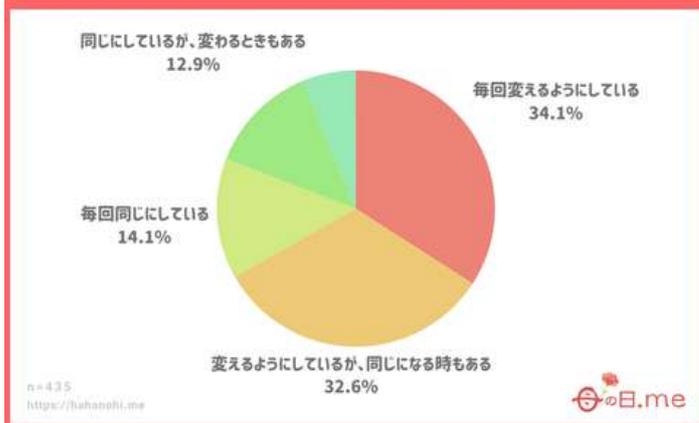
過去の定点調査によると、母の日のプレゼント選びには「変える派」と「定番派」が共存していることが分かりました。「毎回変えるようにしている」(2024年：34%→2025年：35%)と「変えるようにしているが、同じになる時もある」(2024年：34%→2025年：32%)を合わせると、2025年も約7割の人がギフト選びに変化をつけようとしていることが分かります。毎年新しいものを贈りたいという気持ちや、母親の好みに合わせて選びたいという意識が伺えます。一方で、「毎回同じにしている」(2024年：13%→2025年：15%)や「同じにしているが、変わるときもある」(2024年：17%→2025年：14%)といった定番派の割合も一定数あり、リピートしやすいギフトを選ぶ人も少なくないことが分かります。特に、2025年は「毎回同じにしている」が増加しており、一度贈って喜ばれたアイテムを継続して選ぶ傾向も見られます。

## 05-2. 義理のお母さんへの母の日のプレゼントは毎回変えていますか？（対象：母の日に関するアンケート調査②）

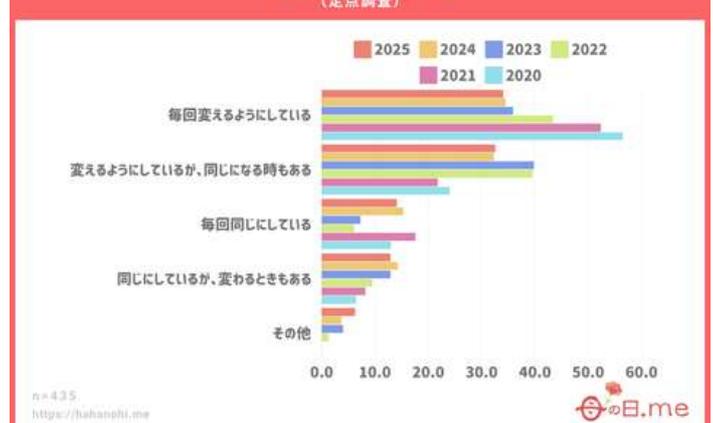
- 毎回変えるようにしている：34.1%
- 変えるようにしているが、同じになる時もある：32.6%
- 毎回同じにしている：14.1%
- 同じにしているが、変わるときもある：12.6%
- その他：6.3%

義理のお母さんへの母の日のプレゼントは毎回変えているかを調査したところ、「変える派」と「定番派」の両方が存在し、バランスが取れていることが分かりました。「毎回変えるようにしている」34.1%と「変えるようにしているが、同じになる時もある」32.6%を合わせると、約7割の人が毎年違うギフトを意識的に選んでいることが分かります。義母の好みやその年のトレンドを考慮しながら、新しいギフトを贈ることを心がけている人が多いと言えます。一方で、「毎回同じにしている」14.1%や「同じにしているが、変わるときもある」12.6%といった定番派も一定数おり、一度贈って喜ばれたものを継続して選ぶ傾向も見られます。特に、義理のお母さんへのギフト選びは、関係性や距離感が影響するため、無難な選択を好む人が一定数いるのと考えられました。

### 母の日ギフトの内容は、毎回変えていますか？ 【お義母さんへ】



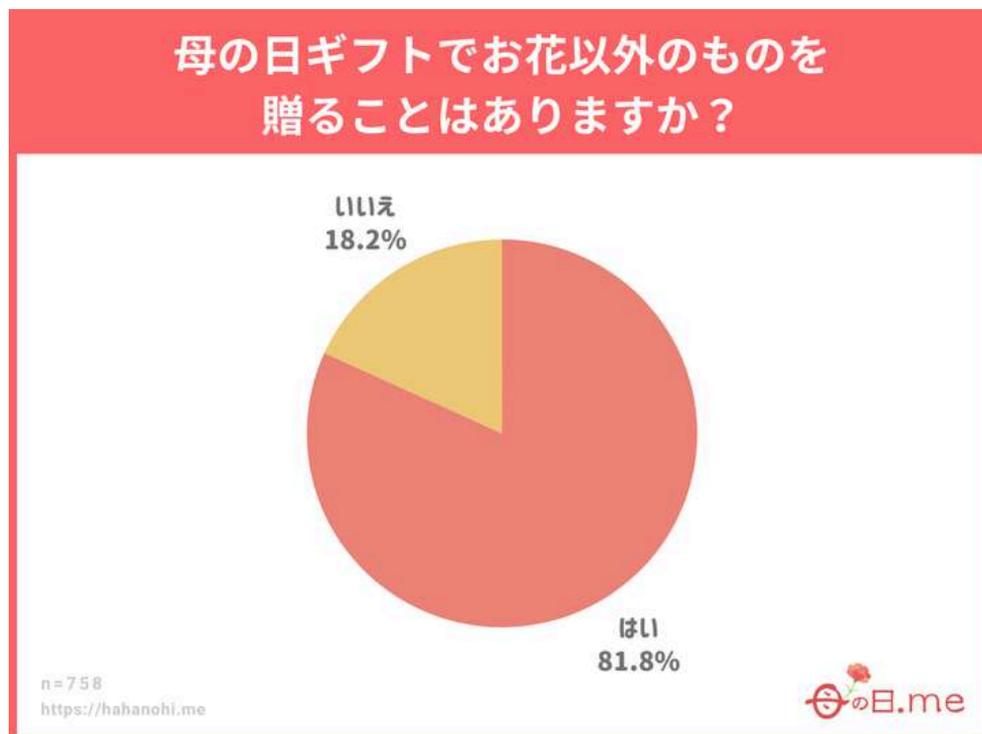
### 母の日ギフトの内容は、毎回変えていますか？ 【お義母さんへ】 (定点調査)



### 05-3. 母の日ギフトでお花以外のものを贈ることはありますか？ (対象：母の日に関するアンケート調査③)

- はい：81.8%
- いいえ：18.2%

このアンケート結果では、母の日ギフトとして「お花以外のものを贈る人」が圧倒的に多いことが分かりました。「はい」と回答した人が81.8%と大多数を占めており、母の日の贈り物は「カーネーションなどの花」だけにとどまらず、多様化していることが伺えます。これは、近年のギフトトレンドとして、スイーツやグルメ、実用品、リラク্সグッズ、体験ギフトなど、お母さんが実際に楽しめるアイテムを重視する傾向が強まっていることを示しています。特に、「物を贈る」だけでなく、「お母さんに喜んでもらえる体験」をプレゼントするニーズが高まっていると考えられます。一方で、「いいえ」と答えた人も18.2%おり、「母の日＝お花を贈る日」という伝統的な考え方を大切にしている人も一定数存在していることが分かります。お花は、見た目の美しさだけでなく、感謝の気持ちを象徴するものとして、根強い支持を受けていると考えられます。今後の母の日ギフトでは「花だけ」から「母の日を彩る多様なギフトへ」と、さらに進化していくことが期待されます。



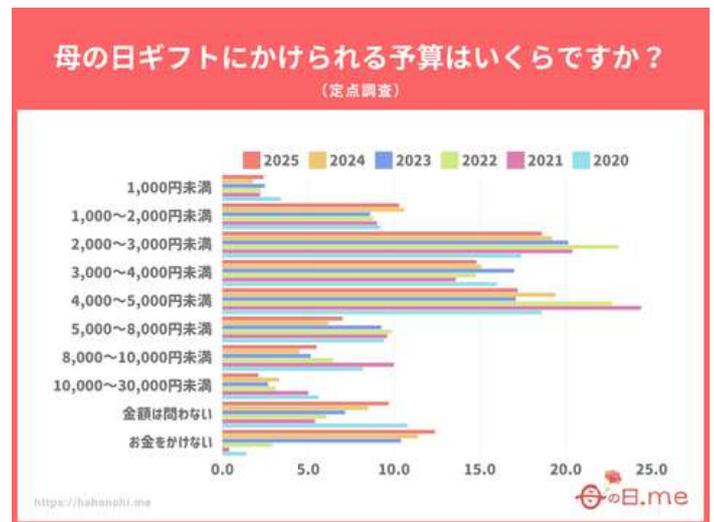
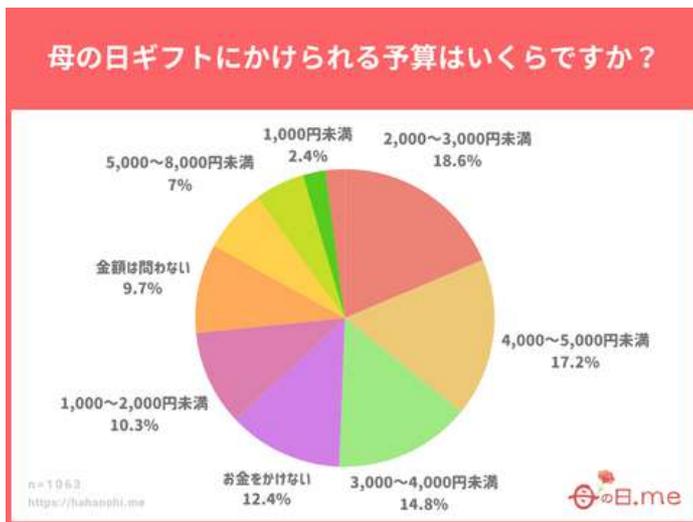


## 調査06. 予算に関する調査

### 06-1. 母の日ギフトにかけられる予算はいくらですか？（対象：母の日に関するアンケート調査①）

- 2,000～3,000円未満：18.6%
- 4,000～5,000円未満：17.2%
- 3,000～4,000円未満：14.8%
- お金をかけない：12.4%
- 1,000～2,000円未満：10.3%
- 金額は問わない：9.7%
- 5,000～8,000円未満：7%
- 8,000～10,000円未満：5.5%
- 1,000円未満：2.4%
- 10,000～30,000円未満：2.1%

母の日の予算に関するアンケートでは、母の日ギフトの予算は3,000円前後が主流であることが分かりました。「2,000～3,000円未満」の18.6%が最も多く、「3,000～4,000円未満」が14.8%、「4,000～5,000円未満」が17.2%と続き、全体の約5割が2,000～5,000円の範囲で考えていることが伺えます。一方で、「お金をかけない」が12.4%や「1,000円未満」が2.4%といった層も一定数おり、形にこだわらず、気持ちを伝えることを重視する人も少なくないことが分かります。また、「金額は問わない」は9.7%と回答した人もおり、高額なギフトを選ぶ人も一定数存在しますが、「10,000～30,000円未満」の予算を考えている人は2.1%と少数派にとどまっています。低予算でも特別感を演出できるプチギフトや、予算を気にせず選べる高級ギフトへのニーズが伺える結果となりました。



過去の定点調査から、2024年と2025年を比較すると、2,000～5,000円の価格帯が最も選ばれており、安定したニーズがあることが伺えます。一方で、2025年は「4,000～5,000円未満」の割合が19.4%から17.2%に、「2,000～3,000円未満」も19.2%から18.6%に減少しており、全体的に予算を抑える傾向が見られます。また、「お金をかけない」と回答した人の割合が11.4%から12.4%と増加していることも、この傾向を裏付けています。一方で、「金額は問わない」と答えた人の割合は8.5%から9.7%に増加し、こだわりのあるギフトを選ぶ層も一定数存在していることが分かります。また、高価格帯（10,000円以上）の割合はやや減少しており、比較的手頃な価格で特別感のあるギフトを求めている人が増えている可能性が考えられます。この結果から、母の日ギフトにかけられる予算は引き続き3,000円前後が主流であることが分かりました。

## 06-2. 義理のお母さんへの母の日ギフトにかけられる予算はいくらですか？ （対象：母の日に関するアンケート調査②）

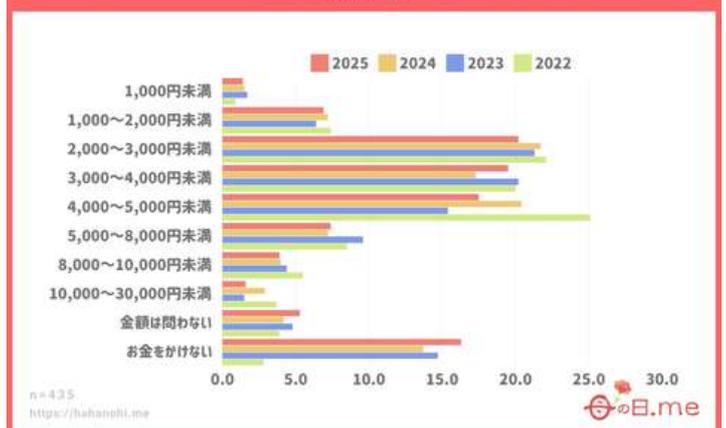
- 2,000～3,000円未満：20.2%
- 3,000～4,000円未満：19.5%
- 4,000～5,000円未満：17.5%
- お金をかけない：16.3%
- 5,000～8,000円未満：7.4%
- 1,000～2,000円未満：6.9%
- 金額は問わない：5.3%
- 8,000～10,000円未満：3.9%
- 10,000～30,000円未満：1.6%
- 1,000円未満：1.4%

アンケート結果から、義理のお母さんへの母の日ギフトには、比較的控えめな予算を設定する人が多いことがわかりました。最も多かったのは「2,000～3,000円未満」20.2%で、次いで「3,000～4,000円未満」19.5%、「4,000～5,000円未満」17.5%と続き、全体の半数以上が2,000～5,000円の範囲でギフトを選んでいることが伺えます。この価格帯は、気軽に贈れるお花やスイーツ、実用的な生活雑貨などが主流となっていると考えられます。一方で、「お金をかけない」と回答した人も16.3%と一定数おり、義母との関係性や家庭の習慣によって、ギフトを贈るかどうかが分かれることがわかります。また、「1,000～2,000円未満」6.9%のような低価格帯のギフトを選ぶ人もいる一方で、「金額は問わない」5.3%、「8,000円以上の高額ギフト」5.5%と答えた人もおり、贈る相手との距離感や特別な感謝の気持ちによって、ギフトの予算が大きく異なることが見えてきます。

### 母の日ギフトにかけられる予算はいくらですか？【お義母さんへ】



### 母の日ギフトにかけられる予算はいくらですか？ 【お義母さんへ】 （定点調査）

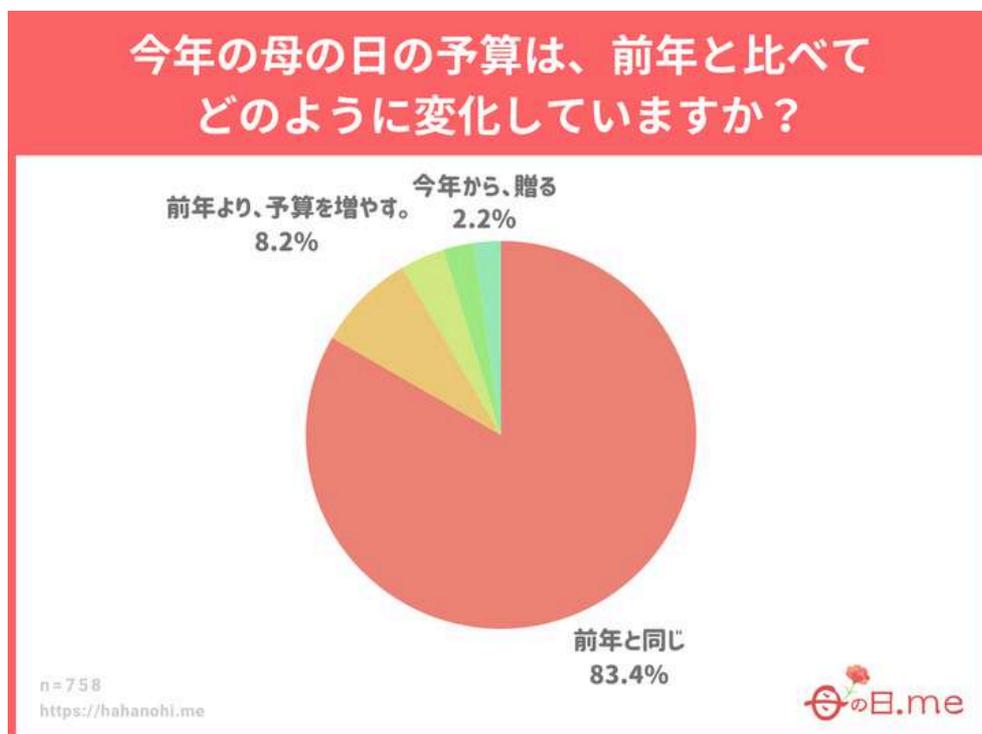


### 06-3. 今年の母の日の予算は、前年と比べてどのように変化していますか？ (対象：母の日に関するアンケート調査③)

- 前年と同じ：83.4%
- 前年より、予算を増やす：8.2%
- 前年より、予算を減らす：3.7%
- 今年から、贈らない：2.5%
- 今年から、贈る：2.2%

このアンケート結果から、母の日ギフトの予算は前年と同じ金額を維持する人が圧倒的に多いことが分かりました。「前年と同じ」と回答した人が83.4%にのぼり、母の日のギフト予算は大きく変動せず、安定した傾向にあることが伺えます。これは、母の日ギフトが習慣として根付いており、前年と同じ感覚で贈る人が多いことを示していると考えられます。一方で、「前年より予算を増やす」と答えた人は8.2%おり、全体の約1割が母の日ギフトに対する支出を増やす意向を示しています。この背景には、特別な感謝を伝えたいという気持ちの高まりや、より価値のあるギフトを選びたいという意識の変化が影響している可能性があります。価格高騰の影響を受けて、前年と同じ商品を選んでも結果的に予算が上がるケースも考えられます。

逆に、「前年より予算を減らす」と回答した人は3.7%にとどまっており、大幅に節約しようとする傾向はあまり見られませんでした。また、「今年から贈らない」2.5%と答えた人がいる一方で、「今年から贈る」2.2%と答えた人も一定数おり、母の日のギフト文化が新たに定着する人と、逆にギフトをやめる人の両方が存在することが分かります。このわずかな変化は、家庭の状況やライフステージの変化によるものかもしれません。





## 調査07. カーネーション・お花に関する調査

### 07-1. 毎年、母の日ギフトは、定番と言われている「カーネーション」のお花を贈っていますか？（対象：母の日に関するアンケート調査③）

- いいえ、お花以外の物や体験ギフトを贈る：51.5%
- 何も贈らない：16.4%
- はい、カーネーションを贈る：14.1%
- いいえ、カーネーション以外のお花を贈る：11.9%
- はい、カーネーションとスイーツのセットを贈る：6.2%

このアンケート結果から、母の日ギフトの定番である「カーネーション」を贈る人は少数派となり、ギフトの選択肢が多様化していることが分かりました。「はい、カーネーションを贈る」と回答した人は14.1%、「カーネーションとスイーツのセットを贈る」と答えた人は6.2%と、カーネーションを贈る人は全体の約2割にとどまり、かつての王道ギフトであったカーネーションが、現在では母の日の選択肢の一つにすぎなくなっていることが伺えます。一方で、最も多かったのは「お花以外の物や体験ギフトを贈る」51.5%という回答であり、母の日ギフトは「モノ」から「体験」や「実用性の高いギフト」へとシフトしている傾向が見て取れます。スイーツやグルメ、リラックスグッズ、旅行やエステなど、お母さん自身が楽しめるギフトを重視する人が増えているのかもしれませんが、また、「カーネーション以外のお花を贈る」11.9%と答えた人も一定数おり、「花を贈る」という文化は根強いものの、贈る花の種類に対するこだわりが変化していることが分かります。バラやアジサイ、胡蝶蘭など、個性的で華やかなお花を選ぶ人が増えている可能性があります。一方、「何も贈らない」と回答した人も16.4%おり、母の日にギフトを贈る習慣自体がない人も一定数いることが伺えます。これは、家庭ごとの価値観の違いや、言葉や行動で感謝を伝える人がいることが影響しているのかもしれません。

### 毎年、母の日ギフトは、定番と言われている「カーネーション」のお花を贈っていますか？

いいえ、カーネーション以外のお花を贈る  
11.9%

はい、カーネーションを贈る  
14.1%

何も贈らない  
16.4%

いいえ、お花以外の物や体験ギフトを贈る  
51.5%

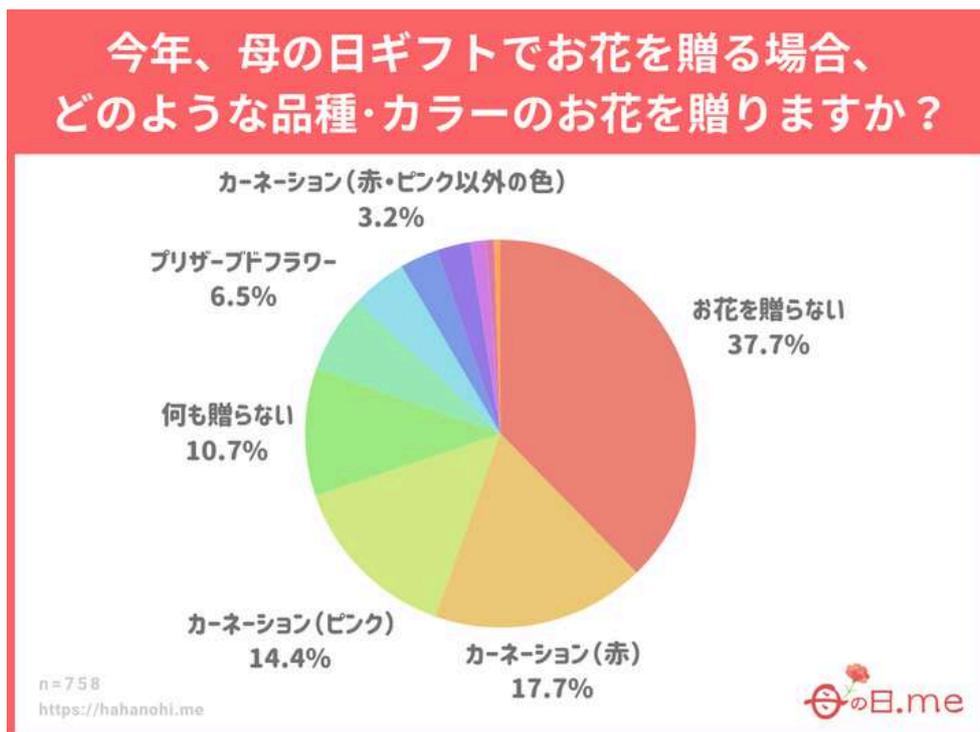
n=758  
<https://hahanohi.me>



## 07-2. 今年、母の日ギフトでお花を贈る場合、どのような品種・カラーのお花を贈りますか？（対象：母の日に関するアンケート調査③）

- お花を贈らない：37.7%
- カーネーション（赤）：17.7%
- カーネーション（ピンク）：14.4%
- 何も贈らない：10.7%
- プリザーブドフラワー：6.5%
- バラ：4.6%
- カーネーション（赤・ピンク以外の色）：3.2%
- あじさい：2.8%
- 蘭：1.3%
- ひまわり：0.7%
- さくら：0.5%

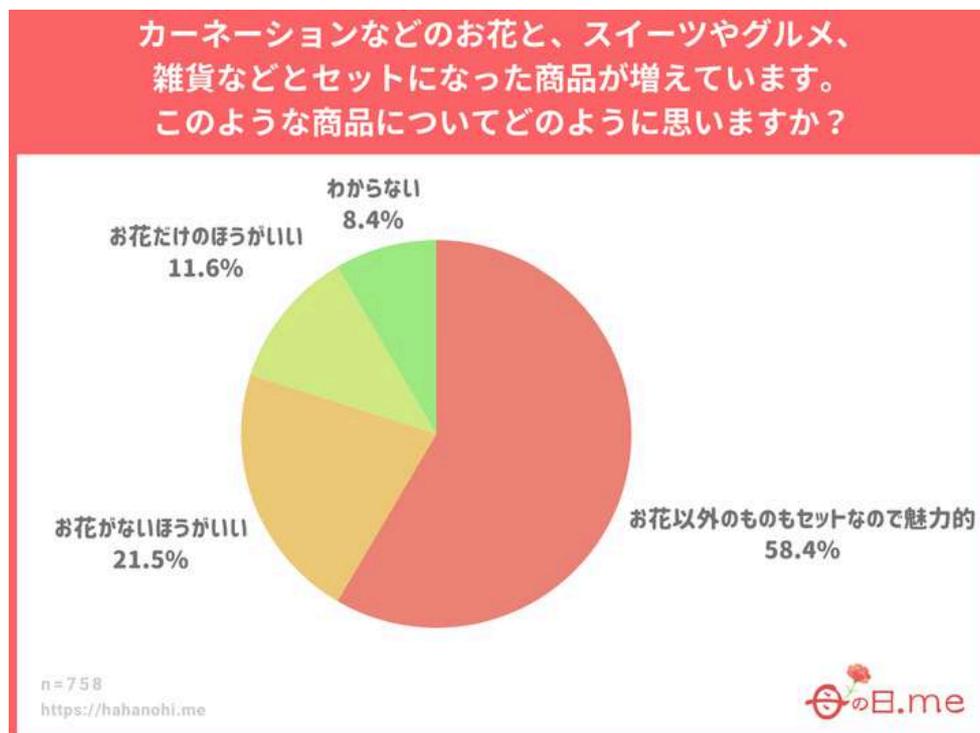
このアンケートの結果では、母の日にお花を贈る人が減少しつつある傾向が見られることが分かりました。「お花を贈らない」と回答した人が37.7%と最も多く、さらに「何も贈らない」10.7%と合わせると、約半数近くの人が母の日に花を贈らない選択をしていることが伺えます。これは、母の日ギフトの選択肢が広がる中で、スイーツやグルメ、体験型ギフトなど、より実用的で楽しめるギフトへとシフトしていることが影響している可能性があります。また、近年ではソーシャルギフトやデジタルギフトの普及により、物理的なプレゼントにこだわらない人も増えているのかもしれませんが。一方で、カーネーションの人気は依然として健在であり、「赤のカーネーション」17.7%、「ピンクのカーネーション」14.4%と続き、定番のカーネーションを選ぶ人が全体の約3割を占めていることが分かります。特に、赤は「母への愛」、ピンクは「感謝」の意味を持つため、母の日の象徴的な花として根強い支持があると考えられます。また、「プリザーブドフラワー」6.5%や「バラ」4.6%といった、より長く楽しめる花を選ぶ人も一定数いることが伺えます。これは、生花の持ちが気になる人や、特別感を演出したいと考える人が増えていることを示しているのかもしれませんが。さらに、「あじさい」2.8%や「蘭」1.3%など、高級感や季節感を重視した花を選ぶ人も少数ながら存在しています。



### 07-3. カーネーションなどのお花と、スイーツやグルメ、雑貨などとセットになった商品が増えています。このような商品についてどのように思いますか？（対象：母の日に関するアンケート調査③）

- お花以外のものもセットなので魅力的：58.4%
- お花がないほうがいい：21.5%
- お花だけのほうがいい：11.6%
- わからない：8.4%

このアンケートの結果、母の日ギフトとして「お花+α」のセット商品が支持を集めていることが分かりました。「お花以外のものもセットなので魅力的」と回答した人が58.4%と過半数を占めており、「お花だけではなく、+αの要素があることで、より特別感が増す」と考える人が多いことが伺えます。これは、カーネーションなどのお花が母の日ギフトの定番である一方で、「それだけでは物足りない」と感じる人が増えていることを示しているのかもしれませんが。特にスイーツやグルメ、実用的な雑貨などがセットになっていることで、受け取る側にとって「楽しみが増える」「長く使える」というメリットがあると考えられます。一方で、「お花がないほうがいい」と回答した人も21.5%おり、お花を贈るよりも、実用的なギフトや体験型ギフトを重視する人も一定数いることが分かります。これは、近年の母の日ギフトの多様化を反映しており、お母さんの好みやライフスタイルに合わせて、より実用的なプレゼントを選びたいというニーズが高まっている可能性があります。また、「お花だけのほうがいい」と答えた人は11.6%にとどまっており、「母の日には花を贈る」という伝統的な考え方は根強いものの、セットギフトへのシフトが進んでいることがうかがえます。「お花だけを贈る派」は少数派になりつつあり、ギフトの選択肢が広がる中で、お花と他のアイテムを組み合わせたギフトが主流になってきていると考えられます。今後の母の日ギフトは「お花+α」のセットギフトがトレンドとして定着しそうだと予測できます。





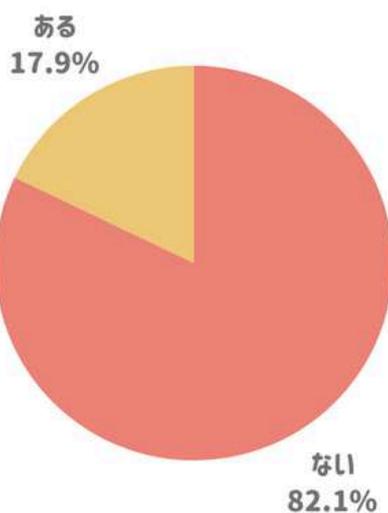
## 調査08. スキンケアギフトに関する調査

### 08-1. 母の日に贈るプレゼントとして化粧品やスキンケア商品を選んだ経験はありますか？（対象：母の日に関するアンケート調査①）

- ない：82.1%
- ある：17.9%

このアンケート結果から、母の日のプレゼントとして化粧品やスキンケア商品を選ぶ人は少数派であることが分かりました。「ない」と回答した人が82.1%と大多数を占めており、母の日のギフトとしては、食品やお花など、より一般的な選択肢が優先されていることがうかがえます。化粧品やスキンケア商品は、肌質や好みが変わるため、選び方が難しいという回答が大半を占めていました。一方で、「ある」と回答した17.9%の人は、母親の美容やスキンケアに関心を持ち、日常的に使えるアイテムを贈ることで喜んでもらいたいという回答がありました。

#### 母の日に贈るプレゼントとして 化粧品やスキンケア商品を選んだ経験はありますか？



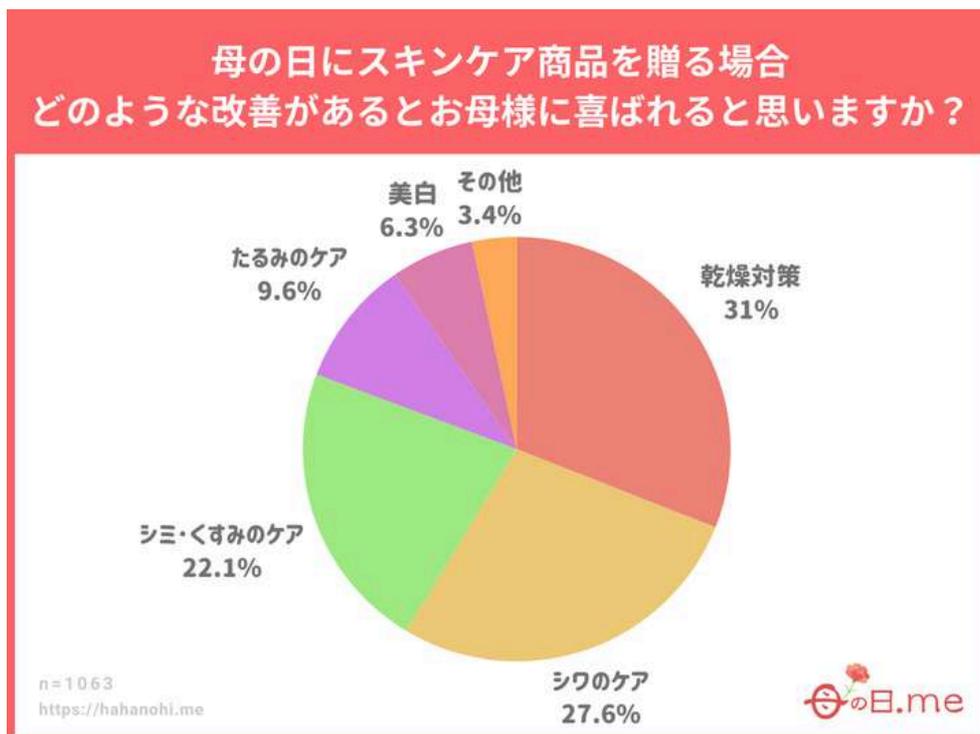
n=1063  
<https://hahanohi.me>



## 08-2. 母の日にスキンケア商品を贈る場合、どのような改善があるとお母様に喜ばれると思いますか？（対象：母の日に関するアンケート調査①）

- 乾燥対策：31%
- シワのケア：27.6%
- シミ・くすみのケア：22.1%
- たるみのケア：9.6%
- 美白：6.3%
- その他：3.4%

このアンケート結果から、母の日にスキンケア商品を贈る際には「保湿」や「エイジングケア」が重視されることが分かりました。特に、「乾燥対策」31%が最も多く選ばれており、年齢を重ねた肌の悩みとしてうるおい不足を気にする人が多いことがうかがえます。次いで、「シワのケア」27.6%や「シミ・くすみのケア」22.1%が続き、年齢による肌の変化に対応したスキンケアアイテムが求められていることが分かります。「たるみのケア」9.6%や「美白」6.3%といった項目も一定の支持を集めており、単なる保湿だけでなく、ハリや透明感を意識したスキンケアニーズもあることが分かりました。





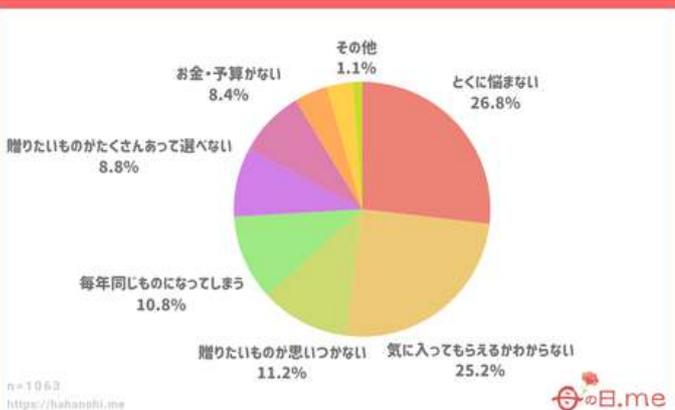
## 調査09. ギフトの悩みに関する調査

### 09-1. 母の日ギフトを選ぶ時の悩みはありますか？（対象：母の日に関するアンケート調査①）

- とくに悩まない：26.8%
- 気に入ってもらえるかわからない：25.2%
- 贈りたいものが思いつかない：11.2%
- 毎年同じものになってしまう：10.8%
- 贈りたいものがたくさんあって選べない：8.8%
- お金・予算がない：8.4%
- お母さんの好みかわからない：4.2%
- スケジュール・予定が合うかわからない：3.3%
- その他：1.1%

ギフトを選ぶ時の悩みに関するアンケート調査(n=1063)では、ギフト選びに悩む人は少なくないことが分かりました。「とくに悩まない」と回答した人が26.8%と最も多いものの、約7割以上の人何らかの悩みを抱えていることが明らかになっています。特に、「気に入ってもらえるかわからない」25.2%という不安が最も多く、母親の好みに合うギフトを選ぶことが難しいと感じる人が多いことが伺えます。また、「贈りたいものが思いつかない」11.2%や「毎年同じものになってしまう」10.8%といった悩みも挙げられ、マンネリ化を避けたいが、新しいアイデアが浮かばないという状況が見えてきます。さらに、「贈りたいものが多すぎて選べない」8.8%、「お金・予算がない」8.4%といった悩みもあり、選択肢の多さや経済的な理由がギフト選びのハードルになっていることが分かります。「お金・予算がない」については、昨年より3ポイントもアップしています。一方で、「お母さんの好みかわからない」4.2%や「スケジュール・予定が合うかわからない」3.3%といった回答は比較的少数派でしたが、事前にリサーチする機会が少ないことが原因のひとつと考えられます。

#### 母の日ギフトを選ぶ時の悩みはありますか？



#### 母の日ギフトを選ぶ時の悩みはありますか？

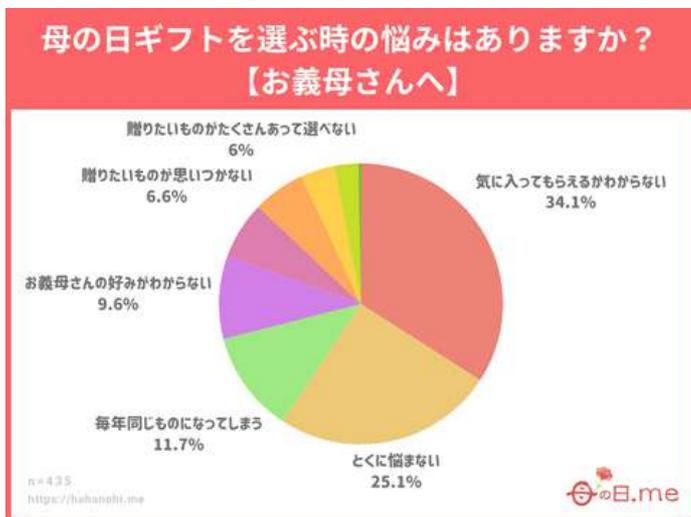


過去の定点調査によると、2025年は母の日ギフト選びに悩む人が増加し、「とくに悩まない」と答えた人が減少していることが分かりました。2024年には「とくに悩まない」と答えた人が37.4%でしたが、2025年は26.8%に減少しており、前年よりもギフト選びに迷う人が増えている傾向が見られます。特に、「気に入ってもらえるかわからない」という回答が2024年の20.8% → 2025年の25.2%へと増加しており、母親に本当に喜んでもらえるかを気にする人が増えていることが伺えます。また、「贈りたいものが思いつかない」8.9% → 11.2%や「毎年同じものになってしまう」といった回答も増加しており、母の日のギフト選びがマンネリ化していると感じる人も増えていることが考えられます。さらに、「お金・予算がない」と答えた人も5.5% → 8.5%と増えており、物価上昇や経済的な影響が母の日ギフト選びにも影響を及ぼしている可能性があります。

## 09-2. 義理のお母さんへの母の日ギフトを選ぶ時の悩みはありますか？（対象：母の日に関するアンケート調査②）

- 気に入ってもらえるかわからない：34.2%
- とくに悩まない：25.2%
- 毎年同じものになってしまう：11.7%
- お義母さんの好みかわからない：9.6%
- 贈りたいものが思いつかない：6.6%
- 贈りたいものがたくさんあって選べない：6.0%
- お金・予算がない：3.9%
- スケジュール・予定が合うかわからない：2.7%
- その他：0.3%

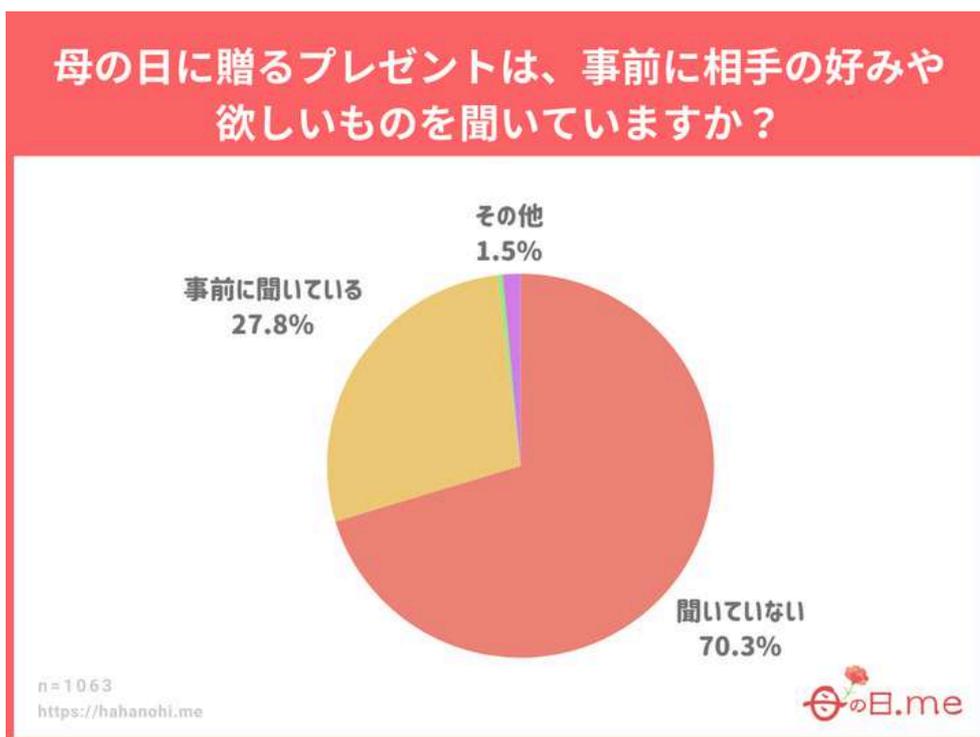
義理のお母さんへの母の日ギフトを選ぶ時の悩みを調査したところ、「相手に喜んでもらえるかどうか」に最も悩む人が多いことが分かりました。「気に入ってもらえるかわからない」と回答した人が34.2%と最も多く、特に義理のお母さんへのプレゼント選びでは、好み分からず選ぶのが難しいと感じる人が多いことがうかがえました。一方で、「とくに悩まない」と答えた人も25.2%と一定数おり、毎年決まったギフトを贈る習慣がある人や、相手の好みを把握している人は比較的スムーズに選んでいると考えられます。しかし、「毎年同じものになってしまう」11.7%という回答もあり、贈るもののマンネリ化に悩む人も一定数いることが分かります。



### 09-3. 母の日に贈るプレゼントは、事前に相手の好みや欲しいものを聞いていますか？（対象：母の日に関するアンケート調査①）

- 聞いていない：70.8%
- 事前に聞いている：27.9%
- その他：1.5%
- 聞く時と聞かない時がある：0.5%

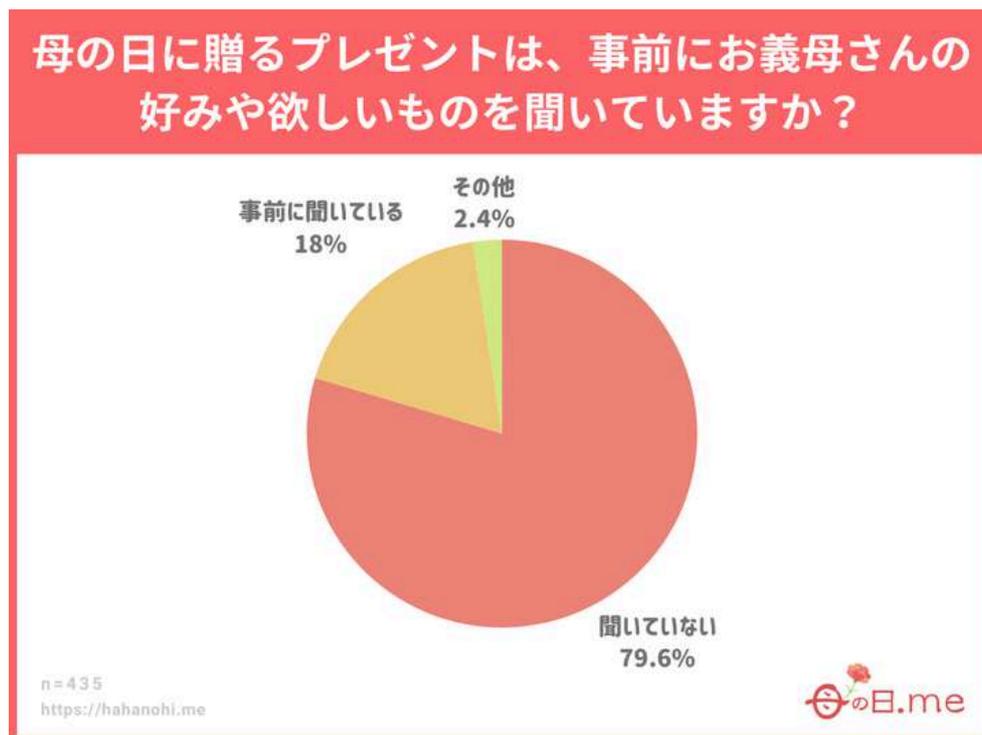
贈るプレゼントは、事前に相手の好みや欲しいものを聞いていますか？というアンケート調査(n=1063)では、事前に相手の希望を聞かずに選ぶ人が圧倒的に多いことが分かりました。「聞いていない」と回答した人が70.8%と全体の7割を超えており、多くの人が母親の好みを想像しながらギフトを選んでいることが伺えます。一方で、「事前に聞いている」と答えた人は27.9%と約3割にとどまり、母の日のギフト選びにおいては、相手の希望を直接確認するよりも、サプライズの要素を大切にする傾向が強いことが想定できます。



## 09-4. 母の日に贈るプレゼントは、事前にお義母さんの好みや欲しいものを聞いていますか？（対象：母の日に関するアンケート調査②）

- 聞いていない：79.6%
- 事前に聞いている：18.0%
- その他：2.4%

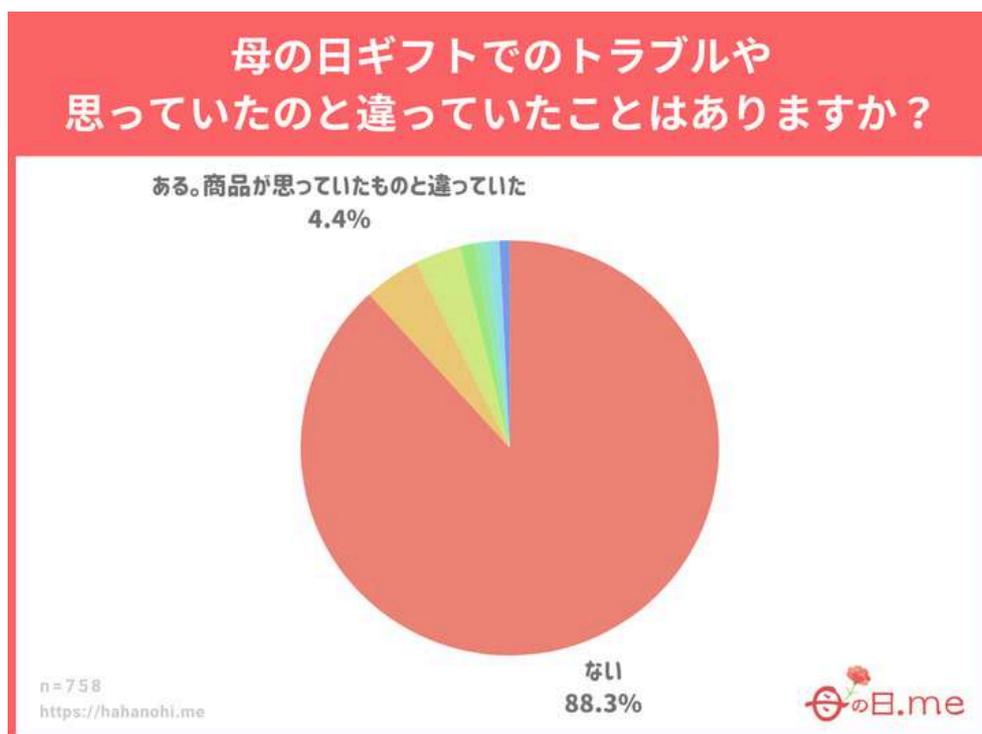
事前にお義母さんの好みや欲しいものを聞いていますか？というアンケートでは、母の日に義理のお母さんへプレゼントを贈る際、事前に好みや欲しいものを聞かずに選ぶ人が圧倒的に多いことが分かりました。「聞いていない」と回答した人が79.6%と約8割を占めており、義母の好みを推測しながらプレゼントを選ぶ人が大多数であることが伺えます。一方で、「事前に聞いている」と答えた人は18.0%と少数派であり、義母に直接リクエストを聞くことに対して、遠慮や気兼ねを感じる人が多いのかもしれませんが。前述のアンケートでも「義母の好み分からない」「気に入ってもらえるか不安」といった悩みが多く挙がっており、相手に好きなものを選んでもらえるギフト選びで、贈る側の負担を減らせるかもしれません。



## 09-5. 母の日ギフトでのトラブルや思っていたのと違っていたことはありますか？（対象：母の日に関するアンケート調査③）

- ない：88.3%
- ある。商品が思っていたものと違っていた：4.4%
- ある。母の日当日までに届かなかった：3.6%
- ある。お花がつぼみのまま届いた：1.2%
- ある。母の日ラッピングがされていなかった：0.9%
- ある。商品が相違したものが届いてしまった：0.9%
- ある。商品が破損していた：0.8%

アンケートの結果、母の日ギフトに関するトラブルはほとんど発生しておらず、大多数の人がスムーズにギフトを贈れていることが分かりました。「トラブルはない」と回答した人が88.3%と圧倒的に多く、母の日のギフト市場において、配送や品質の安定性が確保されていることが伺えます。一方で、「商品が思っていたものと違っていた」4.4%、「母の日当日までに届かなかった」3.6%といったトラブルが一定数発生しており、オンラインショッピングを中心に「実物とイメージが異なる」「配送遅延」といった課題があることが推測されます。特に、母の日は「当日までに届くこと」が重要視されるイベントであるため、配送の遅れはギフトの満足度に大きく影響する可能性があります。また、「お花がつぼみのまま届いた」1.2%という回答もあり、生花を扱うギフトならではの問題も発生していることが伺えます。母の日のフラワーギフトでは、「鮮度を保つためにつぼみの状態で届けるケース」もありますが、受け取る側がそれを知らないと「開いていない花＝未完成のギフト」と受け取られてしまう可能性があります。さらに、「母の日ラッピングがされていなかった」0.9%、「商品が相違していた」0.9%、「商品が破損していた」0.8%といった細かなトラブルも少数ながら発生していました。

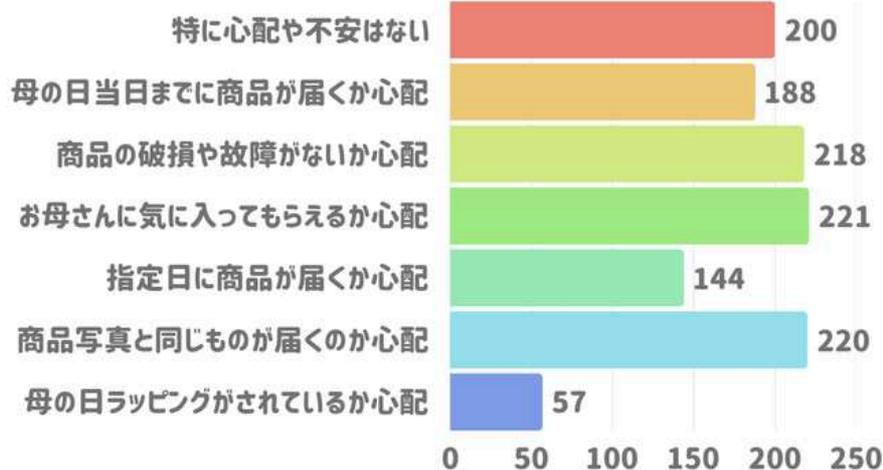


## 09-6. 母の日ギフトをネット通販で購入する際、心配・不安に思うことは何ですか？（複数選択可）（対象：母の日に関するアンケート調査③）

- お母さんに気に入ってもらえるか心配：17.7%
- 商品写真と同じものが届くのか心配：17.6%
- 商品の破損や故障がないか心配：17.5%
- 特に心配や不安はない：16%
- 母の日当日までに商品が届くか心配：15.1%
- 指定日に商品が届くか心配：11.5%
- 母の日ラッピングがされているか心配：4.6%

このアンケートの結果、母の日ギフトをネット通販で購入する際、多くの方が「商品自体の品質」と「配送の確実性」に対して不安を感じていることが分かりました。最も多かったのは「お母さんに気に入ってもらえるか心配」17.7%であり、母の日ギフト選びでは「本当に喜んでもらえるかどうか」が最大の関心事であることが伺えます。特にネット通販では、商品を手にとって選べないため、「お母さんの好みに合うかどうか」を事前に確かめられない点が不安要素となっているのかもしれませんが。次いで、「商品写真と同じものが届くのか心配」17.6%、「商品の破損や故障がないか心配」17.5%といった商品品質に関する不安も高い割合を占めており、オンラインでの購入がギフト選びの主流になりつつある中で、「実物とのギャップ」や「配送時のトラブル」に対する懸念が根強いことが分かります。また、「母の日当日までに商品が届くか心配」15.1%、「指定日に商品が届くか心配」11.5%という回答も多く、母の日は「特定の日に間に合うかどうか」が非常に重要視されるイベントであることが明らかです。特に、母の日は配送の集中による遅延リスクがあるため、確実に届くかどうかを気にする人が多いと考えられます。一方で、「母の日ラッピングがされているか心配」4.6%という回答は比較的少なく、結果となりました。また、「特に心配や不安はない」と答えた人も16.0%おり、一定数の人はネット通販に対して安心感を持っていることも分かります。これは、ECサイトの品質向上や、過去の購入経験によって信頼感が生まれていることが要因かもしれません。

### 母の日ギフトをネット通販で購入する際、心配・不安に思うことは何ですか？（複数選択可）



n=758  
<https://hahanohi.me>

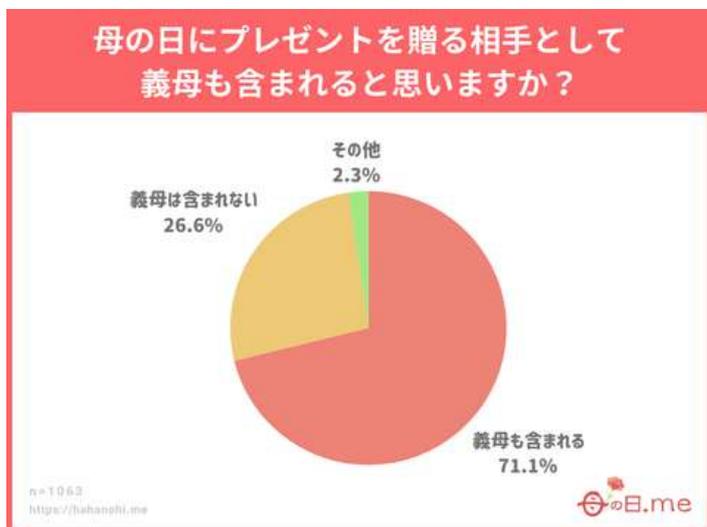


## 調査10. ギフトを贈る相手についての調査

### 10-1. 母の日にプレゼントを贈る相手として、義母も含まれると思いますか？（対象：母の日に関するアンケート調査①）

- 義母も含まれる：71.9%
- 義母は含まれない：26.9%
- その他：2.3%

母の日にプレゼントを贈る相手として、義母も含まれるかというアンケート(n=1063)によると、母の日のプレゼントは実母だけでなく、義母にも贈るべきと考える人が多数派であることが分かりました。「義母も含まれる」と回答した人が71.9%と7割を超えており、多くの人が母の日を家族への感謝を伝える機会として捉えていることが伺えます。一方で、「義母は含まれない」と答えた人も26.9%おり、母の日のプレゼントを実母に限定する人も一定数存在します。「義母との関係による」や「夫が贈っている」という回答もあり、義母も視野に入れていることがわかります。

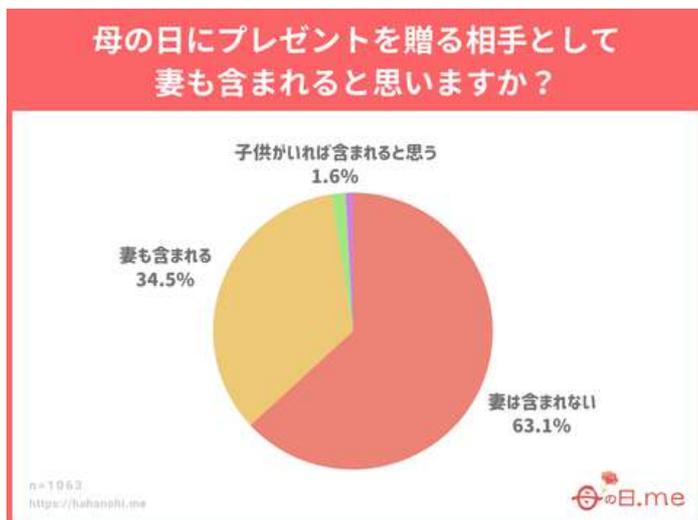


過去の定点調査によると、母の日にプレゼントを贈る相手として「義母も含まれる」と考える人は依然として多数派であるものの、やや減少傾向にあることが分かりました。「義母も含まれる」と回答した人は2024年は72.3% → 2025年は71.9%とわずかに減少し、「義母は含まれない」と回答した人は2024年は25.4% → 2025年は26.9%と増加しています。この変化はわずかですが、義母への母の日ギフトに対する意識が少しずつ変化している可能性が考えられます。義母との関係性や、普段のやりとりの頻度、家族の文化や慣習によって、対応が分かれる傾向があることが考えられます。

## 10-2. 母の日にプレゼントを贈る相手として、妻も含まれると思いますか？（対象：母の日に関するアンケート調査①）

- 妻は含まれない：63.1%
- 妻も含まれる：34.5%
- 子供がいれば含まれると思う：1.6%
- その他：0.8%

母の日にプレゼントを贈る相手として、妻も含まれているかというアンケートでは、母の日のプレゼントの対象として「妻」を含めるかどうかは意見が分かれることが分かりました。「妻は含まれない」と考える人が63.1%と過半数を占め、母の日は主に「自分の母親」に感謝を伝える日と考える傾向が強いことが伺えます。一方で、「妻も含まれる」と答えた人も34.5%おり、家族としての感謝を伝える機会と捉える人も一定数いることが分かります。また、「子供がいれば含まれると思う」1.6%という回答から、父親として「母親としての妻」に感謝を伝えるという考え方も見られます。

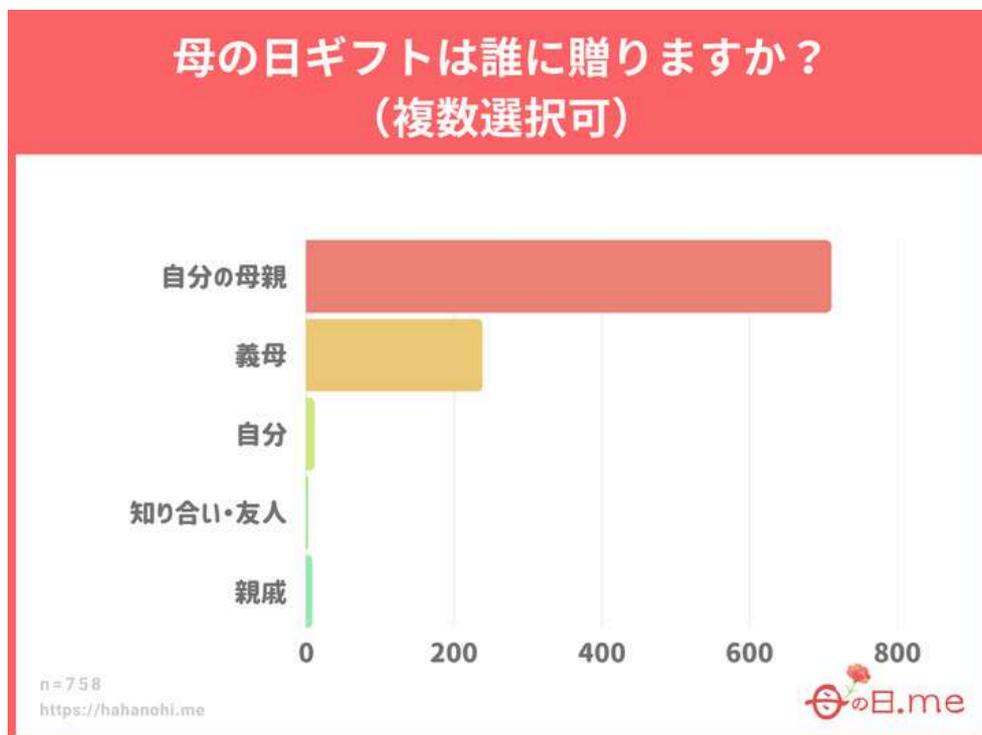


過去の定点調査によると、母の日にプレゼントを贈る相手として「妻」を含めると考える人が徐々に増えていることが分かりました。「妻も含まれる」と回答した人は2024年は61.7%→2025年は63.1%と微増しており、母の日は「自分の母親だけでなく、家族への感謝を伝える機会」として認識されつつあることが伺えます。一方で、「妻は含まれない」と答えた人は2024年は35.4%→2025年は34.5%とほぼ横ばいであり、母の日を「自分の母親だけに贈るもの」と考える層も依然として一定数存在することが分かります。これは、家庭の習慣や考え方の違いによるものと考えられます。また、2025年の結果では、「子供がいれば含まれると思う」と回答した人が1.6%含まれており、「母の日は母親としての妻に感謝を伝える日」と考える人も少なからずいることが明らかになりました。この点から、母の日のプレゼントが「子供から母へ」だけでなく、「夫から妻へ」という形で贈られるケースも増えているのかもしれません。

### 10-3. 母の日ギフトは誰に贈りますか？（複数選択可）（対象：母の日に関するアンケート調査③）

- 自分の母親：73%
- 義母：24.5%
- 自分：1.2%
- 親戚：0.9%
- 知り合い・友人：0.3%

このアンケートの結果では、母の日ギフトの多くは「自分の母親」に贈られていることが分かりました。「自分の母親」と回答した人が73%と圧倒的に多く、母の日が「生んでくれた母への感謝を伝える日」として根付いていることが伺えます。一方で、「義母」に贈る人も24.5%と一定数おり、結婚を機に義母へも感謝を伝える文化が浸透していることが分かります。義母へのプレゼントは、家庭ごとの考え方や関係性によって異なりますが、約4人に1人が義母へギフトを贈っていることから、義母向けの母の日ギフト市場にも確かな需要があると考えられます。また、「自分に贈る」と答えた人が1.2%と、これは、母親として頑張る自分へのご褒美として、母の日を自分のための特別な日にしている人もいることを示しています。近年では、「母の日＝感謝される日」と捉え、家族からのプレゼントを待つだけでなく、自分で自分をねぎらう傾向も広がりつつあるのかもしれませんが。また、「親戚」0.9%や「知り合い・友人」0.3%に贈る人は少数派ですが、家族以外の「母親」へ感謝を伝えるケースも存在していることが分かります。これは、お世話になった親戚や年上の友人、恩師などへの感謝の気持ちとして母の日を活用する人がいることを示しており、母の日ギフトの送り先が家族に限られないケースもあることが伺えます。





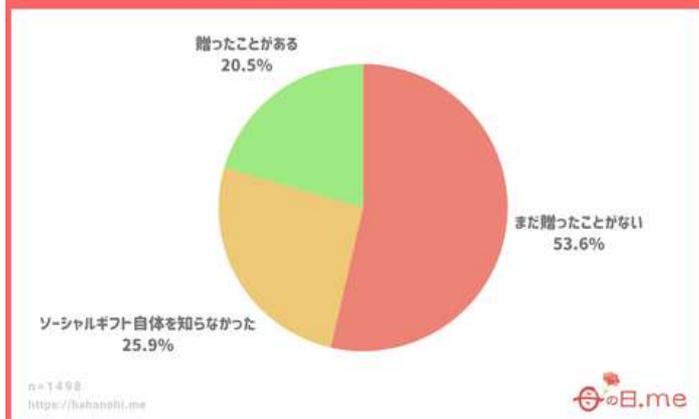
## 調査11. eギフトに関する調査

### 11-1. ソーシャルギフト(eギフト)を贈ったことはありますか？ (対象：母の日に関するアンケート調査①)

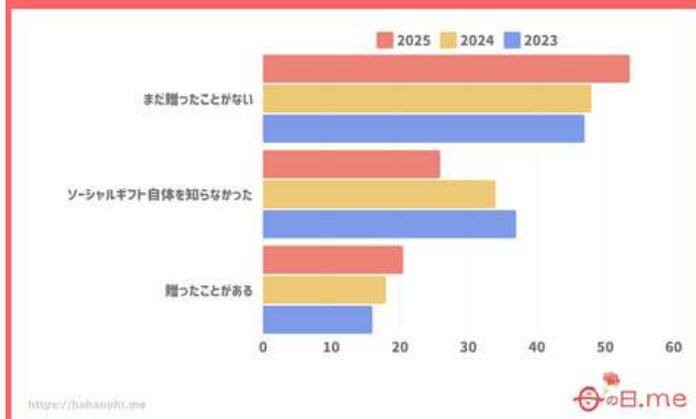
- まだ贈ったことがない：53.6%
- ソーシャルギフト自体を知らなかった：25.9%
- 贈ったことがある：20.5%

アンケート結果から、ソーシャルギフト（eギフト）の認知度や利用率はまだ発展途上にあることがわかりました。「まだ贈ったことがない」と回答した人が53.6%と半数以上を占めており、ソーシャルギフトの存在は知っていても実際には活用していない人が多いことが伺えます。また、「ソーシャルギフト自体を知らなかった」と答えた人が25.9%おり、約4人に1人がこのサービスの存在自体を認識していないことが明らかになりました。一方で、「贈ったことがある」と答えた人は20.5%と2割程度にとどまっており、一定の利用者はいるものの、まだ広く普及しているとは言えない状況です。ギフト選びに悩む人や直前に準備する人向けに「手軽に贈れる新しい選択肢」として認知されれば、より多くの人に活用される可能性が高まるでしょう。

#### これまでに、ソーシャルギフト（eギフト）を贈ったことはありますか？



#### これまでに、ソーシャルギフト（eギフト）を贈ったことはありますか？ (定点調査)

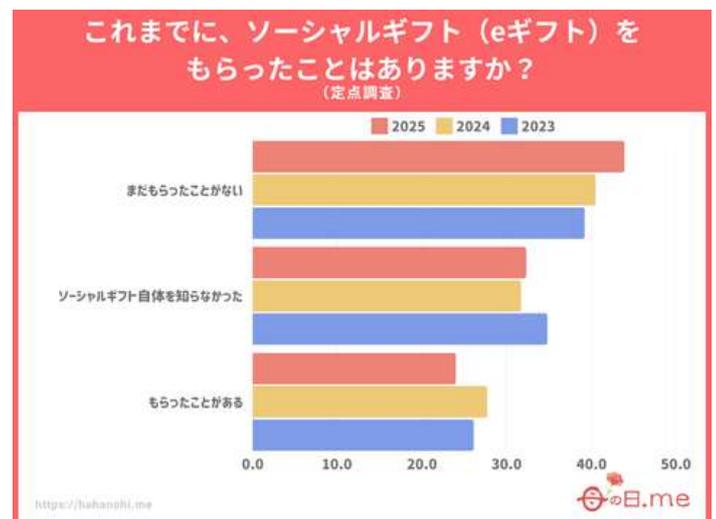
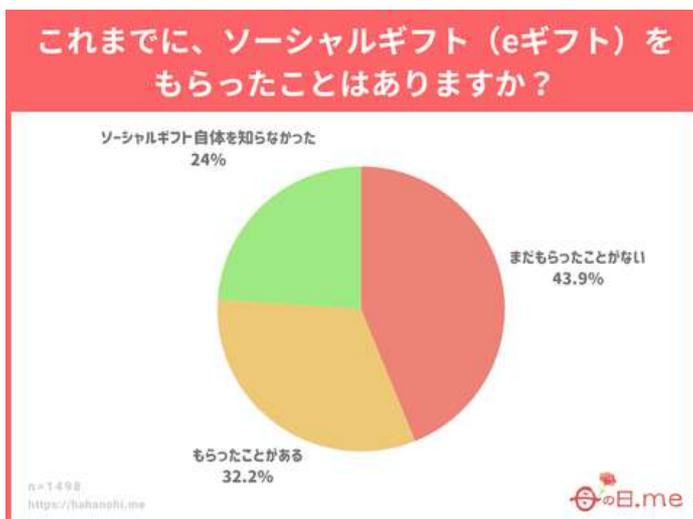


過去の定点調査によると、ソーシャルギフト（eギフト）の認知度は高まりつつあるものの、実際の利用はまだ限定的であることがわかりました。「ソーシャルギフト自体を知らなかった」と回答した人は2024年は34% → 2025年は25.9%と減少しており、この1年でソーシャルギフトの認知が広がっていることが伺えます。一方で、「贈ったことがある」と答えた人も18% → 20.5%と増加しており、実際に利用する人も少しずつ増えている傾向が見られます。しかし、「まだ贈ったことがない」と回答した人は48% → 53.6%と増えており、認知度が上がっても、利用に踏み切れていない人が多いことが課題として浮かび上がります。これは、ソーシャルギフトの仕組みが十分に理解されていない、または「贈る機会がない」と感じている人が多いことが要因かもしれません。

## 11-2. ソーシャルギフト(eギフト)をもらったことはありますか？ (対象：母の日に関するアンケート調査①)

- まだもらったことがない：43.9%
- ソーシャルギフト自体を知らなかった：32.2%
- もらったことがある：24%

ソーシャルギフト(eギフト)のアンケート結果から、ソーシャルギフト（eギフト）はまだ一般的な贈り物として広く浸透していないことが分かりました。「まだもらったことがない」と回答した人が43.9%と最も多く、実際に受け取った経験がない人が半数近くにのぼります。さらに、「ソーシャルギフト自体を知らなかった」と答えた人が32.2%おり、約3人に1人がこのサービスの存在を認識していないことも明らかになりました。一方で、「もらったことがある」と答えた人は24%と4人に1人とどまっており、利用者層はまだ限定的であることがうかがえます。

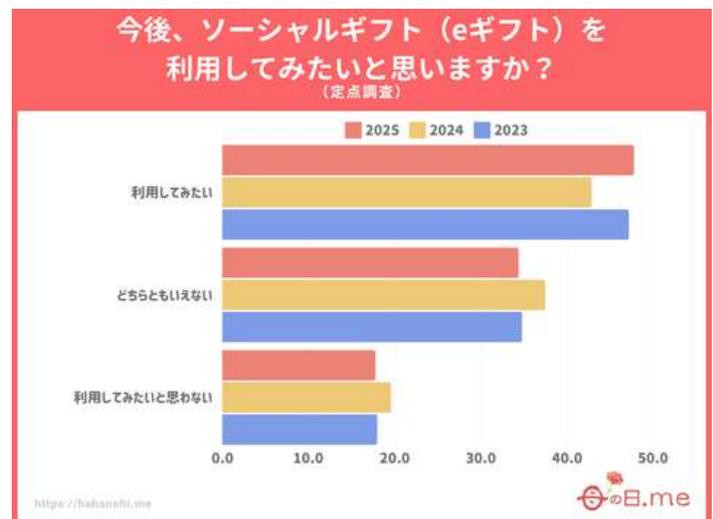
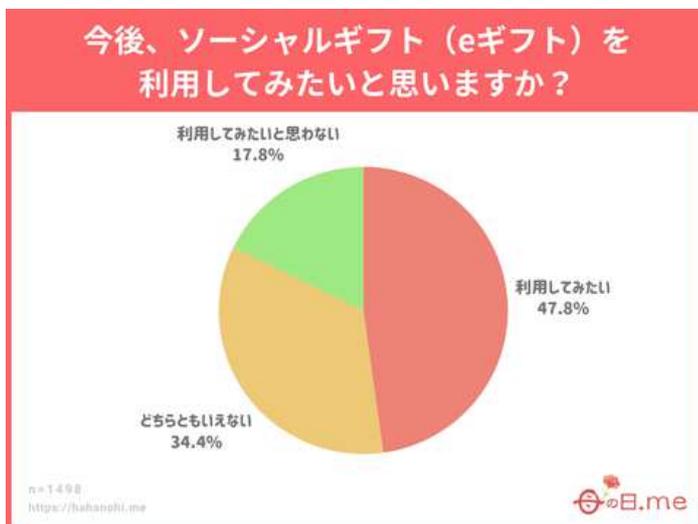


過去の定点調査によると、ソーシャルギフト（eギフト）の認知度はほぼ横ばいであるものの、実際に受け取ったことがある人の割合は減少していることが分かりました。「ソーシャルギフトをもらったことがある」と回答した人は2024年は27.7%→2025年は24.0%と減少しており、前年よりもソーシャルギフトを受け取る機会が減っている可能性があります。一方で、「ソーシャルギフト自体を知らなかった」と答えた人の割合は31.7%→32.3%とほぼ変わらず、認知拡大が進んでいないことも課題として浮かび上がります。また、「まだもらったことがない」と回答した人は40.5%→43.9%と増えており、ソーシャルギフトが普及するスピードは鈍化している可能性があることも考えられます。これは、贈る側の利用率が伸び悩んでいることや、受け取る側の理解が進んでいないことが影響しているのかもしれません。

### 11-3. 今後ソーシャルギフト(eギフト)を利用してみたいと思いますか？（対象：母の日に関するアンケート調査①）

- 利用してみたい：48.4%
- どちらともいえない：33.8%
- 利用してみたいと思わない：17.9%

アンケート結果から、ソーシャルギフト（eギフト）に対する関心は高まりつつあるものの、まだ慎重な姿勢の人も多いことが分かりました。「利用してみたい」と回答した人が48.4%と約半数を占めており、手軽さや利便性に魅力を感じている人が増えていることが伺えます。一方で、「どちらともいえない」と答えた人が33.8%と約3割おり、サービスへの理解が十分ではないと考えられます。また、「利用してみたいと思わない」と答えた人も17.9%おり、ソーシャルギフト(eギフト)に対する抵抗感や、従来のギフトの方が良いと考える層も一定数いることが推測できます。

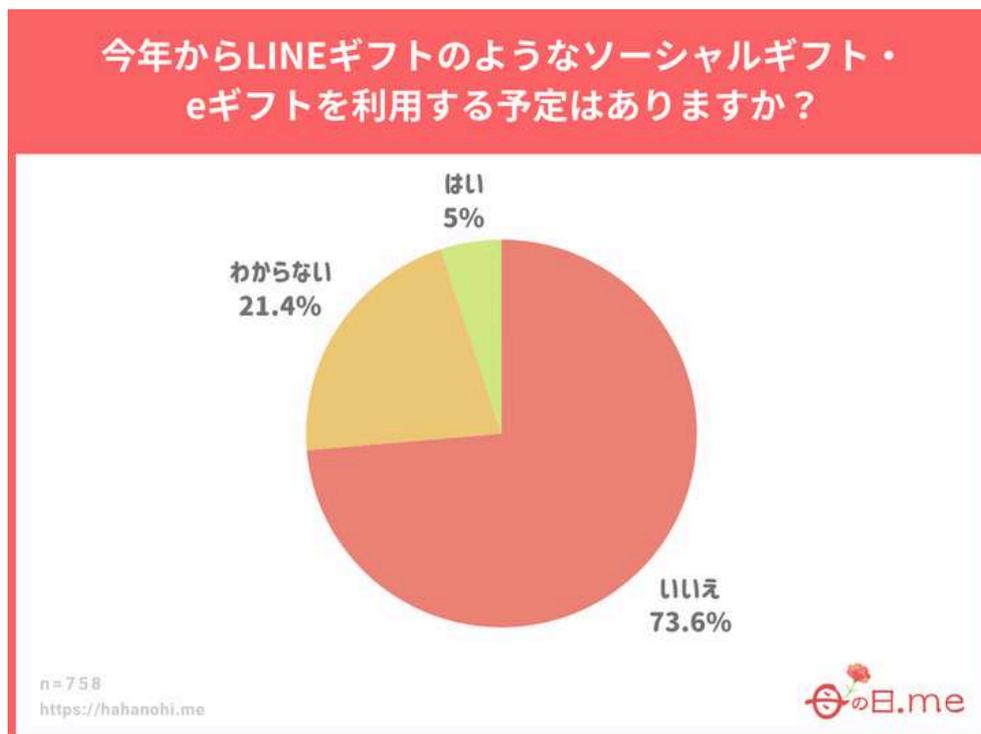


過去の定点調査によると、ソーシャルギフト（eギフト）への関心が徐々に高まっていることが分かりました。「利用してみたい」と答えた人は2024年は42.9% → 2025年は47.8%へと増加しており、約半数の人がソーシャルギフトに前向きな姿勢を示していることが伺えます。一方で、「どちらともいえない」と回答した人は37.5% → 34.4%とやや減少しており、ソーシャルギフトに対する認知や理解が進むにつれて、「利用するかどうか迷っている層」が少しずつ減っていることも見て取れます。また、「利用してみたいと思わない」と答えた人も19.6% → 17.8%と減少しており、ソーシャルギフトに抵抗を感じる人が若干減っていることが分かります。これは、デジタルギフトの利用機会が増え、一般的なギフトの選択肢として受け入れられ始めていることを示しているのかもしれない。

## 11-4. 今年からLINEギフトのようなソーシャルギフト・eギフトを利用する予定はありますか？（対象：母の日に関するアンケート調査③）

- いいえ：73.6%
- わからない：21.4%
- はい：5%

アンケートの結果から、ソーシャルギフト（eギフト）の利用意向はまだ低く、多くの人が従来のギフトスタイルを選んでいることが分かりました。「いいえ」と回答した人が73.6%と圧倒的に多く、現時点ではソーシャルギフトが母の日ギフトの主流とはなっていないことが伺えます。一方で、「わからない」と答えた人が21.4%と一定数おり、ソーシャルギフトの利用を検討しているが、まだ決めかねている層がいることが分かります。「はい」と答えた人は5%と少数派ですが、新しいギフトの形として着実に利用者が増えつつあることも示唆されています。特に、母の日ギフトは「直接会えない母親への贈り物」としての需要が高く、住所を知らなくても贈れるソーシャルギフトの特性と親和性があるため、今後の普及の余地があると考えられます。





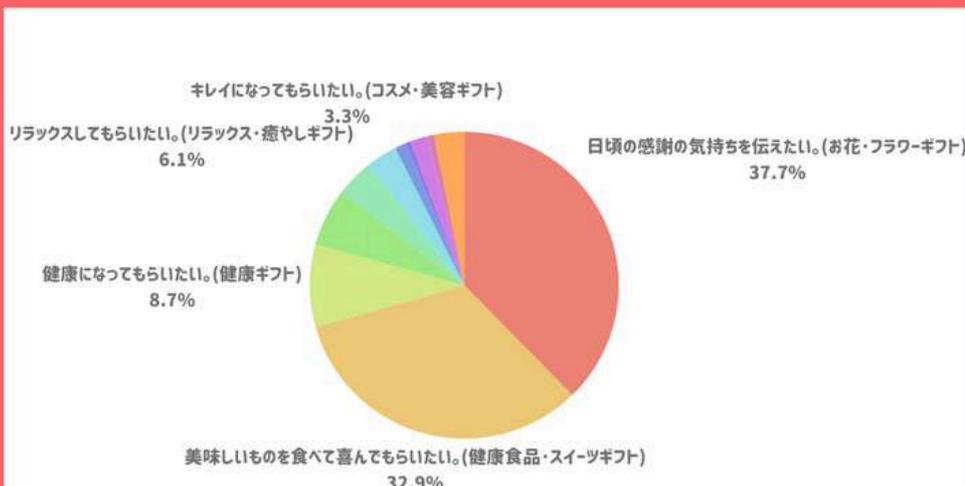
## 調査12. その他

### 12-1. 母の日にはどのような思いや気持ちを込めてプレゼントを送りますか？ギフトにかける思いを教えてください。（対象：母の日に関するアンケート調査③）

- 日頃の感謝の気持ちを伝えたい。(お花・フラワーギフト)：37.7%
- 美味しいものを食べて喜んでもらいたい。(健康食品・スイーツギフト)：32.9%
- 健康になってもらいたい。(健康ギフト)：8.7%
- リラックスしてもらいたい。(リラックス・癒やしギフト)：6.1%
- 楽しい時間を過ごしてほしい。(旅行・体験ギフト)：4%
- キレイになってもらいたい。(コスメ・美容ギフト)：3.3%
- その他：3.2%
- 贈らない：1.8%
- 一緒に時間を楽しんでもらいたい。(旅行・体験ギフト)：1.2%
- 欲しがっている物を贈る：0.7%
- よく眠ってもらいたい。(快眠ギフト)：0.5%

このアンケートの結果では、母の日ギフトには「感謝の気持ちを伝えたい」「喜んでもらいたい」という思いが込められていることが分かりました。最も多かったのは「日頃の感謝の気持ちを伝えたい」37.7%であり、母の日が「ありがとう」を伝える大切な日として定着していることが伺えます。特に、この思いを込めて「お花・フラワーギフト」を選ぶ人が多いことから、カーネーションをはじめとする花の贈り物は、感謝の気持ちを象徴するギフトとして依然として人気が高いことが分かります。次いで「美味しいものを食べて喜んでもらいたい」32.9%という回答も多く、母の日ギフトとしてスイーツや健康食品などの「食の贈り物」が広く支持されていることが伺えます。また、「健康になってもらいたい」8.7%や「リラックスしてもらいたい」6.1%という回答も一定数あり、「お母さんの健康や癒し」を意識したギフトを選ぶ人も増えていることが分かります。「楽しい時間を過ごしてほしい」4.0%や「一緒に時間を楽しんでもらいたい」1.2%といった回答も見られ、物ではなく「体験」を贈ることで、母の日を特別な時間にしたいと考える人もいることが分かります。一方で、「贈らない」1.8%と回答した人も少数ながら存在しており、ギフトを贈るよりも、言葉や行動で感謝を伝えたいと考える人も一定数いることが伺えます。

### 母の日にはどのような思いや気持ちを込めてプレゼントを送りますか？ギフトにかける思いを教えてください。

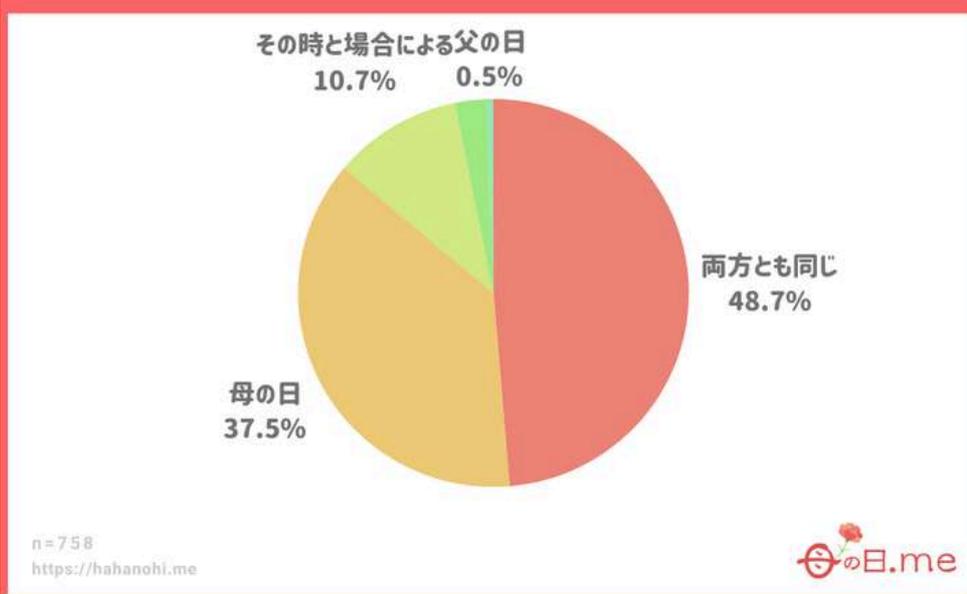


## 12-2. 母の日と父の日、どちらを重視しますか？（対象：母の日に関するアンケート調査③）

- 両方とも同じ：48.7%
- 母の日：35.7%
- その時と場合による：10.7%
- わからない：2.6%
- 父の日：0.5%

アンケート結果から、母の日と父の日はどちらも重視するという人が最も多いものの、母の日のほうがより意識される傾向にあることが分かりました。「両方とも同じ」と回答した人が48.7%と最も多く、「両親への感謝の気持ちは平等に大切にしたい」という意識が広がっていることが伺えます。しかし、「母の日を重視する」と答えた人が35.7%と、「父の日」0.5%と比べて圧倒的に多く、母の日のほうがより注目され、ギフトを贈る習慣が根付いていることが分かります。これは、母の日が世界的にも広く知られ、学校やメディアなどで取り上げられる機会が多いこと、また、お母さんが家族のケアを担うことが多いという背景が影響している可能性があります。一方で、「その時と場合による」10.7%と答えた人も一定数おり、家族の状況や記念日との兼ね合いによって、母の日と父の日のどちらを重視するかを決める人もいることが分かります。例えば、今年は母の日特別なギフトを贈ったから、来年は父の日を重視する、といったバランスの取り方をする人もいるかもしれません。また、「わからない」2.6%と答えた人もおり、どちらかを特に意識することなく、その時の気分や周囲の影響によって決める層も存在している可能性があります。

### 母の日と父の日、どちらを重視しますか？



# 母の日ギフト白書 2025

「母の日」に特化した市場調査・実態調査・意識調査

## おわりに

母の日は、単なる贈り物の習慣ではなく、感謝の気持ちを伝え、家族の絆を深める大切な機会です。しかし、ライフスタイルの変化や世代間の価値観の違いによって、母の日の祝い方が多様化する一方で、「どう祝えばいいのか分からない」「適切な贈り物が選べない」といった悩みを抱える人も増えていきます。

特に近年の調査では、母の日を祝う人の割合に変化が見られたり、定番のカーネーションに代わる新しいギフトの人気が高まっていたりと、母の日のあり方自体が少しずつ変化していることが分かってきました。しかし、どのような形であれ、「感謝を伝えたい」「喜んでもらいたい」という気持ちは変わらず、多くの人にとって母の日が特別な日であることに違いはありません。

この「母の日ギフト白書」は、そうした変化を捉え、母の日の現状と未来を考えるための資料としてまとめました。母の日に関する様々なデータやトレンドを分析し、多くの方がより良い形で母の日を迎えられるようなヒントを提供することを目的としています。

私たち「母の日.me」は、「すべての人に、最適な母の日を。」を目指し、これからも母の日に関する有益な情報を発信し続けます。本書が、皆様が大切な人に想いを伝えるお手伝いとなれば幸いです。

2025年4月  
グルーヴ株式会社  
母の日.me 編集部

当該調査データは、個人・商用利用問わず、掲載・紹介・転載・引用などでの使用の際は「母の日ギフト白書 2025より引用」等のコピーライト表記をお願いします。また、WEBサイトでの使用の際は、下記URLへのリンク設置をお願いします。

母の日ギフト白書2025より引用

<https://hahanohi.me/>

Copyright © 母の日.me All Rights Reserved.

また、他の調査データの閲覧、二次利用、加工利用、枕データを活用した商品開発などのご相談につきましては、グルーヴ株式会社 (groov-info@groov.co.jp) あてにお問い合わせください。