



【速報】母の日ギフト2025年トレンド予測発表！2025年のトレンドは「節約志向vs高級志向」「予算の壁、引き下げ」「花より実用性」「美ギフト人気」「ソーシャルギフト元年」「体験ギフトから共感ギフト」

10～70代の男女(計1,821名)を対象にした、2025年の母の日に関する定点調査・意識調査アンケートデータ、及び2025年4月の売上動向をもとに、母の日ギフト2025年トレンド・流行予測を発表。

母の日に専門特化したメディアサイト「母の日.me」は、2025年の母の日ギフトトレンド予測を発表しました。

母の日.me（<https://hahanohi.me/>）では、毎年、母の日ギフトに関するアンケート調査を実施しています。定点調査をすることにより、年ごとの比較が可能となり、その年のトレンドが見えてきます。2025年も、全国の10代～70代の男女(計1,821名)を対象にアンケートが行われ、母の日のプレゼントに対する意識の変化やトレンド傾向が分析されました。また、2025年3月1日～4月28日の売上動向データをもとに、「母の日ギフト6つのトレンド・流行」を予測し、公開させていただきます。

母の日.me 母の日ギフト2025年トレンド予測発表

<https://hahanohi.me/news20250502/>

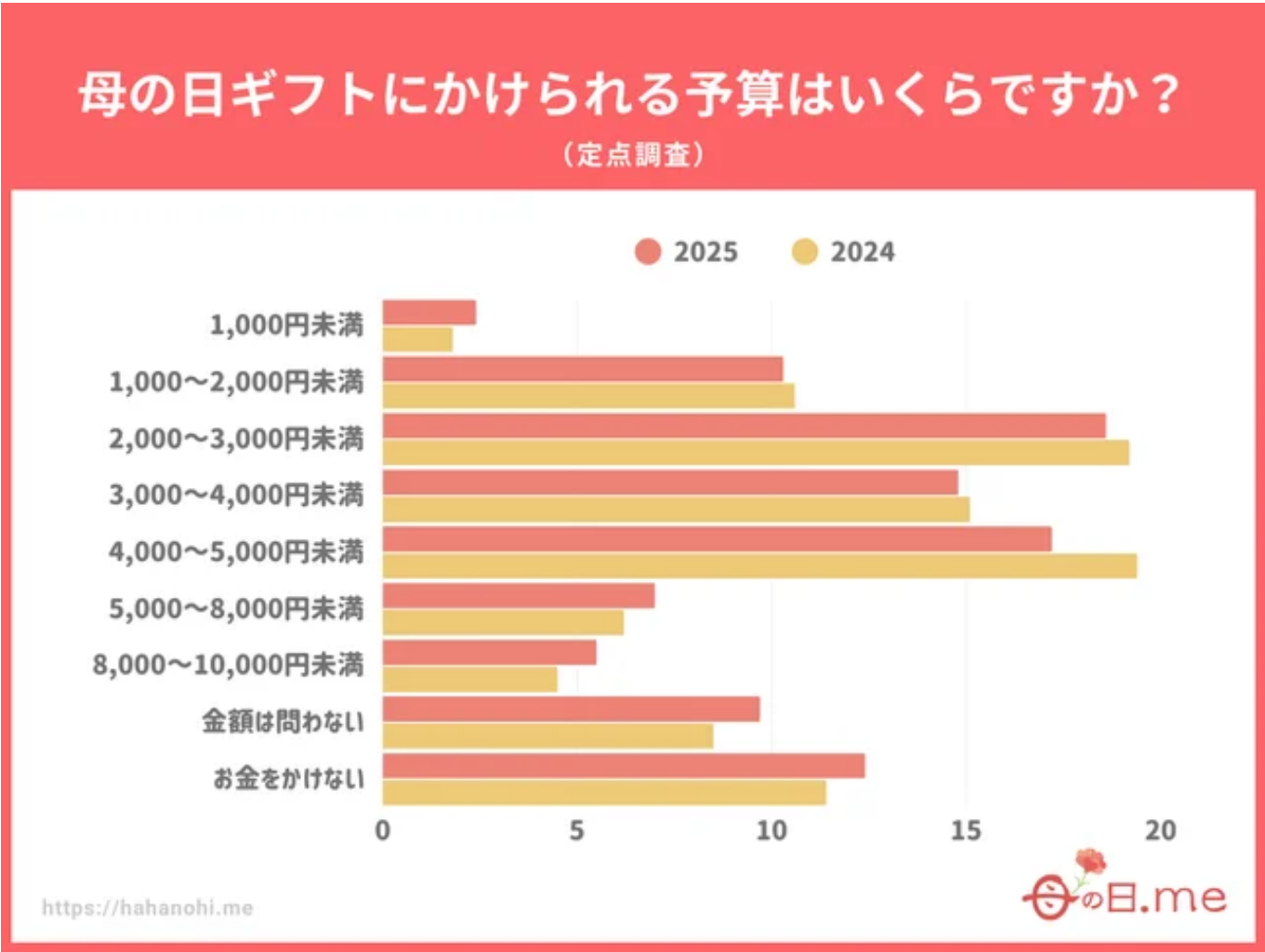


母の日ギフト2025年トレンド予想 トピックス

- 1. 「母の日ギフト、節約志向と高級志向で二極化鮮明に」
- 2. 「母の日ギフト予算5,000円の壁、引き上げられず」
- 3. 「主役はお花以外、花より実用性」
- 4. 「美ギフト、人気沸騰」
- 5. 「母の日ソーシャルギフト元年」
- 6. 「体験ギフトから共感ギフトへ」

母の日ギフト2025年トレンド予想 詳細

1. 「母の日ギフト、節約志向と高級志向で二極化鮮明に」



2025年の母の日ギフト市場では、主食であるお米をはじめとする食料品や日用品の値上げが、消費者のギフト予算に影響を与えているようです。

過去の定点調査から、2024年と2025年の予算別調査を比較すると、母の日ギフトのボリュームゾーンである2,000円～5,000円未満の予算帯で軒並み減少しています（2,000～3,000円未満：19.2%→18.6%、3,000～4,000円未満：15.1%→14.8%、4,000～5,000円未満：19.4%→17.2%）。一方で、1,000円未満は増加しており、さらに「お金をかけない」と回答した人の割合が11.4%から12.4%に増加。節約志向の高まりを裏付けています。

2024年のトレンド予測では「物価高の節約疲れによるプチ贅沢志向」で予算増が見込まれていましたが、2025年の調査では一転して予算を下げる結果となり、生活必需品への支出を優先する消費者の意識が明確に表れています。

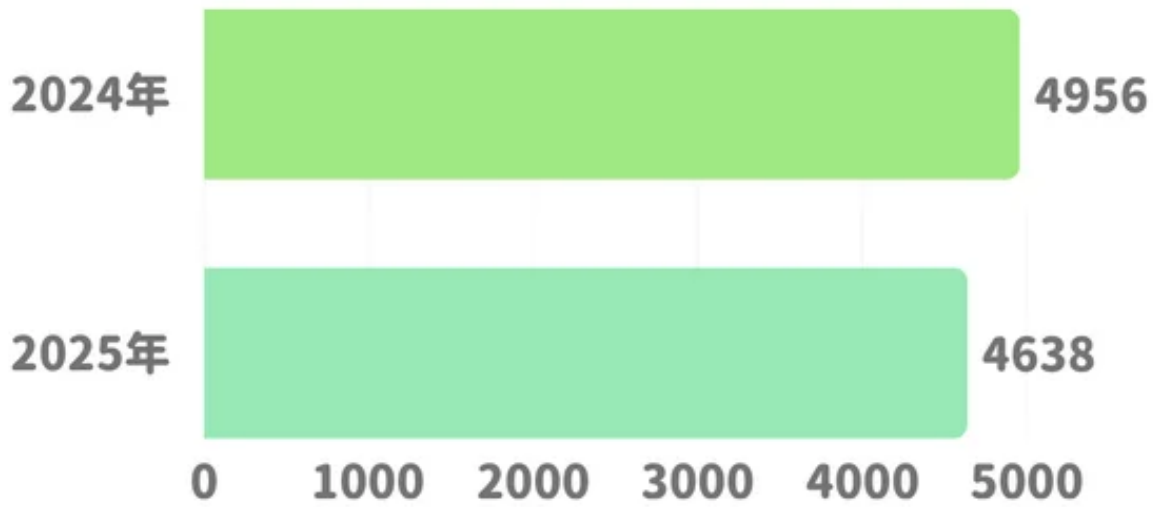
一方、注目すべき点として、比較的高価格帯である「5,000～10,000円未満」および「金額は問わない」のゾーンでは、2024年と比較して2025年に増加傾向が見られます。

この結果から、**2025年の母の日ギフト市場では、節約志向が高まる一方で、高価格帯のギフトへのニーズも根強く、予算の二極化が進んでいると考えられます。**

（URL: <https://hahanohi.me/survey080/>）

2. 「母の日ギフト予算5,000円の壁、引き上げられず」

母の日ギフト 平均購入単価



2024年・2025年 4月 母の日me調べ
<https://hahanohi.me>



2024年4月と2025年4月の「母の日.me」内での平均購入単価グラフ

2025年4月の母の日ギフトにおける平均購入単価は4,638円となり、前年2024年4月の4,956円から318円減少しました。2024年には、目前まで迫った5,000円の壁でしたが、2025年はついにその壁を越えることができず、4,000円台に留まる結果となりました。平均購入単価が前年比318円減少は、統計を取り始めた2020年以降、過去最大のものとなります。

この結果は、前項で述べたように、母の日ギフトのボリュームゾーンである2,000円～5,000円未満の予算帯で軒並み減少している統計データを裏付けるものと言えます。

この傾向から、2025年5月の母の日商戦においても、平均購入単価の減少は避けられないと予測されます。2024年5月の平均購入単価は4,711円（実績値）でしたが、2025年5月は4,490円程度に留まる可能性が高いと見られます（推測）。

なお、平均購入単価の減少の背景には、予算の縮小という側面だけでなく、母の日ギフト自体の販売単価の上昇が見られないという側面もございます。物価高により食料品や生活必需品が値上がりする中、母の日ギフトの価格は横ばいで推移しており、コスト増を価格に転嫁できていない現状が示唆されます。ただし、今後は比較的高単価である美容ギフトや美容家電ギフトなどの売上比率が増加することで、平均購入単価の押し上げ効果も期待されています。

※楽天アフィリエイト成果報酬実績（2024年4月と2025年4月）での比較で算出。

3. 「主役はお花以外、花より実用性」

2025年の母の日ギフト市場では、長年の主役であったフラワーギフトの勢いが陰りを見せ、美容・コスメ用品や美容家電、健康系ドリンクといった実用的なギフトがその存在感を増しています。「**主役はお花以外、花より実用性**」という新たな潮流が、今年の母の日ギフト選びのキーワードとなりそうです。

母の日ギフト情報サイト『母の日.me』の2025年4月売上動向調査によると、カーネーションなどのフラワーギフトは3.4%のシェア低下に対し、美容・コスメは3.6%、健康系ドリンクを含むソフトドリンクは1.7%と、軒並みシェアを拡大しています。

フラワーギフトのシェア低下の背景には、カーネーションに代わる多様なギフト商材の登場と、消費者の選択肢の増加が挙げられます。しかし、例年新しいギフト商材が登場する中で、2025年に特にフラワーギフトのシェアが低下した要因として、『**花より実用性**』を重視する消費行動が顕著になったと考えられます。

物価高騰が続く中、消費者は実用性の低いものへの支出を控え、お母さんの美容や健康を気遣う、より実用的なギフトで感謝の気持ちを伝えようとする傾向が強まっていると考えられます。また、お花単体ではなく、スイーツや食品とセットにしたギフト商品が多数登場しており、和菓子やスイーツ、食品をメインに据え、『**ついでにカーネーション**』といった消費行動も垣間見えます。

4. 「美ギフト、人気沸騰」

2025年の母の日ギフトは、「**美ギフト**」旋風が吹き荒れる様相を呈しています。

美容・スキンケアギフトが目覚ましい伸びを見せ、新たなトレンドとして市場を席巻する兆しです。

「SK II」や「L'OCCITANE」といった定番ブランドに加え、「Yunth」「アスタリフト」「エヌオーガニック」「ファンケル」「BAUM」など、多くの美容・コスメ・スキンケアブランドが母の日ギフト市場に相次いで参入しており、市場はかつてないほどの活況を呈しています。

母の日ギフト情報サイト『母の日.me』の検索キーワードランキングでは、美容関連ワードが急上昇。消費者の関心の高さを裏付けています。さらに、2025年4月の売上動向においても、美容・コスメは、フラワーギフト、食品、スイーツに続いて4位にランクイン。前年の圏外からの大躍進となりました。

その勢いはEC市場でも顕著に表れており、楽天市場の4月22日（火）デイリーランキングでは、今年初参戦のスキンケアブランド「[Yunth 母の日限定ギフトセット](#)」が、並みいる商品を抑え、堂々の総合1位を獲得。この快挙は、美ギフト人気にさらなる加速をつけています。

「美ギフト」とは、

美容に関連する商品をギフト・プレゼントとして贈ること。母の日ギフトやホワイトデーのお返し、誕生日プレゼントなど、感謝の気持ちを伝える機会に、美肌ケア製品やコスメなどを贈る際に使われています。2025年の母の日商戦から、多数の美容関連企業がこの「美ギフト」のギフト商材を発売し、新しいギフトジャンルを確立しました。

5. 「母の日ソーシャルギフト元年」

「母の日ソーシャルギフト元年」到来 - 新需要開拓と大手参入で市場が本格化

[LINEギフト](#)をはじめとするソーシャルギフトサービスが、手軽に母の日ギフトを贈れる手段として急速に人気を集め、2025年はまさに「母の日ソーシャルギフト元年」と呼べるほどの本格的な普及の兆しを見せています。

この動きを加速させる背景には、主に以下の要因が挙げられます。

新たなギフト需要の開拓:

「うっかりギフト」や「遅れてごめんねギフト」といった従来の無計画なニーズに加え、新たなギフト需要を開拓している点。

受け取った人が選べる:

相手の好みが多岐にわたる中、受け取った人が商品やカラーを選べる点。

LINEギフトの積極的な展開:

大手プラットフォームであるLINEギフトが商品ラインナップを拡充し、母の日に向けて10%OFFクーポンなどの販促キャンペーンを展開している点。

大手ECの新規参入:

楽天市場やギフトモールといった大手ECモールが、相次いでソーシャルギフト市場に参入している点。

ソーシャルギフトは、ギフトを用意し忘れた場合や、当日までに贈ることが難しい状況でも、メッセージと共に感謝の気持ちを届けられるため、多忙な現代人にとって大きなメリットとなります。

こうした利便性から、従来は母の日直前の2日間に注文が集中する傾向にありました。しかし、近年では4月末頃からの早期クーポン配布や着日指定サービスの導入など、早期受注を促す動きが活発化しています。その結果、早い段階からの注文が増加傾向にあります。

さらに2025年には、[楽天市場](#)の一部店舗やギフト特化型ECモール「[ギフトモール](#)」でもソーシャルギフトサービスの提供が開始され、[LINEギフト](#)や[AnyGift](#)といった既存サービスと合わせ、ソーシャルギフト市場全体の拡大を後押ししています。

これらの要因から、2025年の母の日商戦においては、ソーシャルギフト市場が大きく成長し、母の日ギフトの新たな購入スタイルとして定着していくことが予想されます。

6. 「体験ギフトから共感ギフトへ」

母の日ギフトに新たな潮流。「体験」から「共感」へ。

親子でお気に入りシェアする新トレンド。

今年の母の日ギフト選びに、新たなキーワード「**共感ギフト**」が浮上しています。従来の旅行や食事といった「体験ギフト」から一歩進み、子供自身が愛用するお気に入りグッズを母親に贈り、同じものを通じて思いを共有するという、心温まるギフトスタイルが注目を集めています。

これは単に物理的な体験を共有するだけでなく、お気に入りのモノを通じて感情や価値観を分かち合う「共感」であり、親子間のより深い繋がりを求める現代のニーズを反映したトレンドと言えるでしょう。さらに「共感」は、お気に入りの食品や雑貨のシェア、お気に入りの体験の「お裾分け」といった、分かち合いの形へと多様化しています。

この「**共感ギフト**」の背景には、母の日ギフトにおける節約志向の高まりも見逃せません。比較的単価の低い**プチギフト**や**お裾分けギフト**、親子で同じものを使う[ペアギフト](#)といった選択肢の増加が、この流れを後押ししています。加えて、[美ギフト](#)や**健康ドリンクギフト**など、お花以外のギフトの選択肢が充実してきたことも、共感ギフトの広がりを後押しする要因と考えられます。

親子間のより深い繋がりを求める現代のニーズと、賢くリーズナブルに感謝を伝えたいという気持ちが融合し、「共感ギフト」という新たなトレンドを生み出していると言えるでしょう。この潮流は、母の日ギフトのあり方に新たな視点を提示し、より感情的で記憶に残るギフト体験を創出すると期待されます。

母の日.me 母の日ギフト2025年トレンド予測発表

母の日に特化したメディアサイト「母の日.me」におきましては、下記ページにて当コンテンツを公開しております。

<https://hahanohi.me/news20250502/>

「母の日ギフト白書2025」 無料公開 - 最新トレンドと消費者の意識を徹底分析

母の日ギフト白書2025年版、公開。



母の日ギフト情報サイト「母の日.me」は、2025年の母の日プレゼント・ギフトに関する意識調査アンケートデータ「母の日ギフト白書2025年版」（全47項目）を、4月14日（火）より無料公開いたしました。

本白書は、10代から70代の男女計1,821名を対象に実施したアンケート調査に基づき、今年の母の日ギフトに対する消費者の意識や最新のトレンドを詳細に分析したものです。母の日ギフト選びに悩む皆様にとって有益な情報源となり、より多くのお母様に喜んでいただけるプレゼント選びをサポートすることを目的に作成されました。

全国の幅広い世代を対象とした貴重な調査データは、今年の母の日ギフト市場の動向を把握し、効果的なトレンド予測を立てる上で不可欠な情報を提供します。

「母の日ギフト白書2025年版」無料公開ページ:

https://hahanohi.me/mothersdaygift_whitepaper2025/

母の日.meアンケート調査概要

【アンケート調査概要】

調査エリア：全国

調査主体：母の日.me

調査方法：インターネット調査

調査対象：10代～70代の男女1,821名

調査期間：2025年2月5日～3月12日

母の日.me内で統計調査を公開しています。過去との比較が可能です。

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

【母の日.me PV 及び成果件数 調査概要】

調査エリア：全国

調査主体：母の日.me（<https://hahanohi.me/>）

調査方法：Google Analytics アクセス数、及び楽天アフィリエイト成果報酬件数

調査対象：有効アクセス数59,599件、成果報酬成約件数1,209件

調査期間：2025年4月1日～4月30日

調査情報公開URL：<https://hahanohi.me/>

※楽天アフィリエイト成果報酬件数は、未確定・保留も含みます。また、父の日.jp等、Groov(株)の他メディアサイトの合算での実績値のため、一部「母の日」に関連しない数値も含みます。

※母の日.me内での露出や広告掲載により、ランキングに影響を与えている可能性があります。それらの可能性を排除しない「実績値」でのランキング集計となります。

※Google Analytics、及び楽天アフィリエイトレポートを参照しています。

母の日.meについて



■母の日.me メディア概要

2025年の母の日は、5月11日（日）。

母の日についての様々な情報を発信している、母の日に特化した情報メディアサイト「母の日.me」では、毎年の母の日はいつ？を解決してくれるコンテンツをはじめ、今人気の母の日ギフト・プレゼントがわかる300以上のギフトランキングなど、プレゼント選びでお悩みの方に役立つ情報を発信しています。

また、ギフトの予算、どこで購入しているか、選ぶ時に重視するポイントなど、みなさんの気になる「世間のギフト事情」も定期的に調査していますので、これから贈り物を選ぶ方は、ぜひアンケートを参考にしてみてください。

URL： <https://hahanohi.me/>

Twitter： https://twitter.com/hahanohi_me

Facebook： <https://www.facebook.com/hahanohi.me/>

TikTok： <https://www.tiktok.com/@hahanohi.me>

運営会社：グルーヴ株式会社（千葉県柏市）

・関連メディア



父の日.jp： <https://chichinohi.jp/>

父の日についての様々な情報を発信している、父の日に特化した情報メディアサイト。



敬老の日.jp： <https://keirounohi.jp/>

敬老の日についての様々な情報を発信している、敬老の日に特化した情報メディアサイト。

掲載について

本記事で掲載している情報は、各種メディアさまににおいて、自由にお使いいただけます。

ただし、情報元として各サイトのコピーライト表記、及びリンクの設置を併せて掲載いただきますようお願いいたします。

なお、テレビや新聞、雑誌など、リンクの設置が難しい場合に限り、コピーライト表記のみでの使用も可能です。

使用に際し、ご連絡は不要ですが、メールフォーム等でご一報いただければ幸いです。

<https://www.groov.co.jp/contact/>

【記載例】

出典：母の日.me（ <https://hahanohi.me/> ）

「コンテンツの名称」（母の日.me 提供）

取材について

母の日.me編集部への取材につまきしては、下記の4つの方法からお選びいただきご連絡をお願いいたします。

メール： groov-info@groov.co.jp

メールフォーム： <https://www.groov.co.jp/contact/>

電話： 04-7167-3043（直通）

担当者名：田口直起

※営業時間外・ゴールデンウィーク期間中のお急ぎの場合のお問い合わせ先は、下記あてにお願いします。
す。TEL：070-9119-3007（担当者直通）

グルーヴ株式会社について

グルーヴ株式会社は、母の日.meや父の日.jpなど、ギフト特化型WEBメディアサイトの運営と、EC×DX化の企画・支援事業やECでのソムリエの機械化を推進し、ユーザーが求める商品を提案する診断提案型ECシステムの構築を支援する事業を中心とした会社です。

企業名：グルーヴ株式会社

所在地：〒277-0005 千葉県柏市柏4-8-14 柏染谷ビル4F

ホームページ: <https://www.groov.co.jp/>



当プレスリリースURL

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000144.000098805.html>

Groov株式会社のプレスリリース一覧

https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/98805

本記事で掲載している情報は、メディアサイト等において自由にお使いいただけます。ただし、情報元として各サイトのコピーライト表記と、リンク設定を併せて掲載いただきますようお願いいたします。

【記載例】

出典：母の日.me（<https://hahanohi.me/>）

<a href="<https://hahanohi.me/>">「コンテンツの名称」（母の日.meより）

【本件に関するお問い合わせ先】

企業名：グルーヴ株式会社

所在地：〒277-0005 千葉県柏市柏4-8-14 柏染谷ビル4F

担当者名：田口直起

TEL：04-7167-3043（直通）

Email：groov-info@groov.co.jp

【営業時間外・ゴールデンウィーク期間中のお急ぎの場合のお問い合わせ先】

TEL：070-9119-3007（担当者直通）