

# 【速報】母の日ギフト2024年トレンド予測発表！2024年・母の日ギフトのトレンドは「節約疲れによるプチ贅沢志向」「ネットからリアルへ回帰」「お花以外の選択肢の多様化」「指名買いの増加」

「母の日.me」は10～70代の男女(計974名)を対象にした、2024年の母の日ギフトに関する定点調査・意識調査アンケートデータを公開。今年の母の日プレゼントのトレンドを探ることができます。

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。

2024年も、全国の10代～70代の男女(計974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。



## ● 母の日ギフト2024年トレンド予想 トピックス

1. 物価高の節約疲れによるプチ贅沢志向
2. 母の日ギフトの購入はネットからリアルへ回帰
3. 「お花以外」の選択肢の多様化
4. ネット通販での買い物慣れによる指名買いの増加

## ● 1. 物価高の節約疲れによるプチ贅沢志向

2023年の母の日は、2022年に比べ母の日に贈るプレゼントやギフトの予算が大幅に下落し、「物価高による節約志向」とのトレンド予測を発表しました。

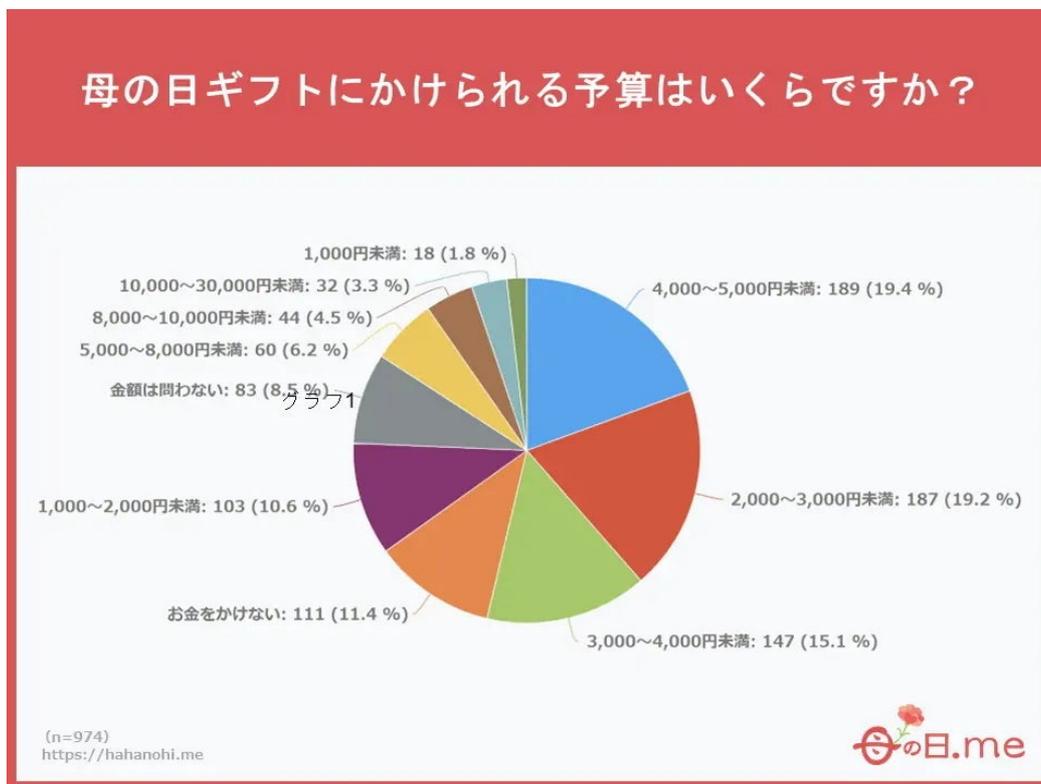
2024年の予算に関するアンケートを実施したところ、2023年に比べ、2024年は「予算アップ」となり、物価高が継続しているものの、母の日ギフトの予算は上昇するという結果となりました。

母の日.meでは、2024年の母の日ギフトトレンドとして「物価高の節約疲れによるプチ贅沢志向」と予

測し、ワンランク上の普段より少し高価なプレゼントや、ちょっと贅沢が感じられるプレゼントの需要が増えるものと思われます。

### 【調査データ】

母の日ギフトにかけられる予算はいくらですか？



(URL: <https://hahanohi.me/survey056/>)

母の日.meが行った母の日の予算に関するアンケートでは、「4,000~5,000円未満」と答えた人が一番多く19.4%となりました。

対して昨年（2023年）で一番多かった回答の金額は「2,000~3,000円未満」で、約2倍の予算に上昇しました。

ギフト市場においては、昨年から続く物価高の影響を受け、節約志向だったトレンドが一転し、「節約疲れによるプチ贅沢志向」がトレンドとして生じてきていると予想されます。

## • 2. 母の日ギフトの購入はネットからリアルへ回帰

新型コロナウイルスによる外出自粛も解除され、母の日ギフトの購入先がネット通販からリアル店舗へ回帰する動きが、2024年もより一層強まるという調査結果となりました。

また、母の日のプレゼントを「もの」で贈るのではなく、食事や旅行といった「こと」で贈る流れも進んでいると思われます。

さらにネットからリアルへ回帰している理由として、母の日とゴールデンウィークのカレンダー（日の並び）も影響していると考えられます。

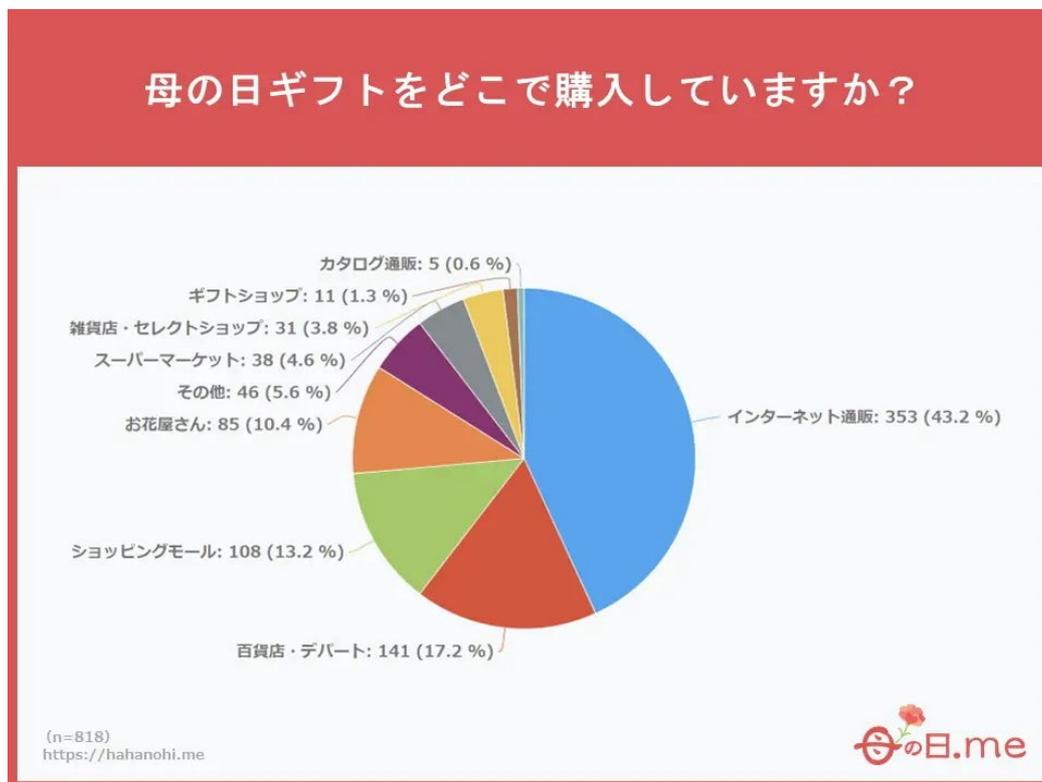
母の日とゴールデンウィークが近いということもあり、ゴールデンウィークの帰省に合わせて、手土産やお持たせを「母の日ギフト」で済ませる動きも見られます。その際、ネット通販ではカーネーションなどのお花のお届けが「母の日直前期」にあらかじめ設定されてしまっていることが多く、ゴールデンウィークの手土産にすることができません。一方、リアル店舗であれば、確実に手に入れることがで

き、帰省に間に合います。

これらのことから、ネットからリアルへ回帰の動きが進むと予想しています。

#### 【調査データ】

母の日ギフトをどこで購入していますか？



(URL: <https://hahanohi.me/survey061/>)

1番多い回答は「インターネット通販」で43.2%の割合となりましたが、過去の同じ質問による回答結果を比較すると、一昨年（2022年）は51.9%。昨年（2023年）は49.6%となっており、直近の2年間で8.7ポイントのダウン傾向である事が分かりました。

また、「母の日ギフトはどのように探していますか？」という質問に対する回答では、「ネット検索で調べて探す」という回答の昨年比を見ると、昨年（2023年）は49.6%、今年（2024年）は43.1%となっており、6.5ポイント減少していました。（参考URL <https://hahanohi.me/survey060/>）

コロナによる自粛期間が明けた事による、実店舗での購買意欲が年々高まってきており、「リアル回帰」の傾向が見て取れる結果となりました。

### ● 3. 「お花以外」の選択肢の多様化

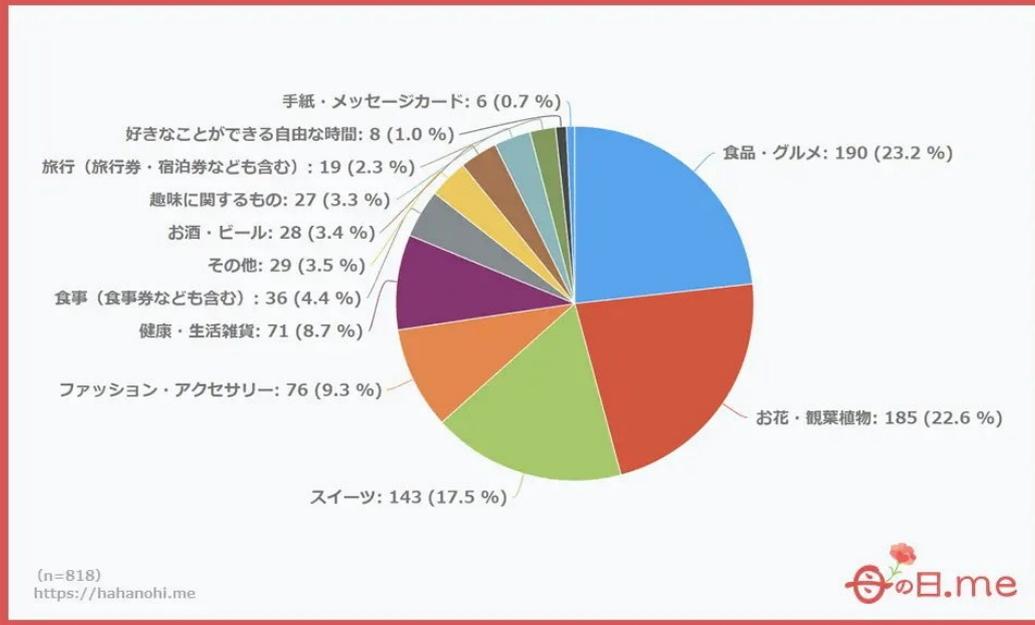
母の日ギフト商材の開発が進み、カーネーションなどのお花以外の商品が多数発売されています。従来のような「お花一択」ではなく「実用的なもの」や「お花以外」という選択肢も増え、年々その傾向が強まっています。

今年の母の日に贈りたいものは何ですか？という調査では、「食品・グルメ」が増加し、定点調査開始から初めて「お花・植物」を逆転するという結果となりました。

#### 【調査データ】

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？



(URL: <https://hahanohi.me/survey057/>)

定点調査によると、母の日ギフトで毎年1番人気なのは「お花・植物」でしたが、今年のはじめて「食品・グルメ」が「お花・植物」のギフトを上回る結果となりました。

母の日ギフト商戦の市場では商品開発が活発に行われており、定番であったフラワー業界以外にも、食品、健康、美容、ファッションなどの各業界が毎年新たな商品をリリースしており、ギフト商品の多様化が進んでいます。来年以降もこの流れは続く可能性は多いにあり、定番であった「お花・植物」を選択する消費者は、徐々に減少していく可能性が生じ始めた1年となりました。

なお、過去5年にわたり、母の日ギフトに関する定点調査を行ってきましたが「お花・植物」が首位を譲り渡したのは初となります。

※「お花・植物」と回答した割合：2023年26.4%。2024年22.6%

※「食品・グルメ」と回答した割合：2023年21.7%。2024年23.2%

※ここ最近の母の日ギフトトレンドである「お花と食品セット」について、専用の回答選択肢を用意しておりません。これからの回答が「お花・植物」ではなく「食品・グルメ」に流れた可能性もあります。あらかじめご理解いただいた上、ご参照ください。

### ● 4. ネット通販での買い物慣れによる指名買いの増加

母の日.meより、2024年4月22日に発表した「母の日検索キーワードランキング2024 TOP10」によると、「母の日」や「母の日 プレゼント」での検索流入、及びサイト内検索が減少し、「母の日 カーネーション」「母の日 ブーケ」「母の日 お花とセット」「母の日 スイーツ」「母の日 和菓子」など、具体的なプレゼントを指定する検索が増えていることがわかりました。

「母の日」「母の日 プレゼント」で検索をする人の多くは、まだ購入するプレゼントが決まらず「何を買うのか決まっていない」状況であると考えられます。

一方、具体的な商材や商品名を合わせて検索キーワードに入力する場合は、ある程度、購入したい商品が決まり、その中から購入したい商品を選別していると考えられます。

これは「検索慣れ」「検索が上手になった」という現れでもありますが、コロナ禍で増えた「母の日ギフトのネット通販初心者」が、その便利さを知り、母の日ギフトをネット通販で購入することに抵抗がなくなったことにより、「買い物慣れ」が進んだのではないかと考えられます。

#### 【調査データ】

##### 「母の日検索キーワードランキング2024 TOP10」

母の日関連の人気検索キーワードで2024年のトレンドがわかる！？「母の日検索キーワードランキング2024 TOP10」を発表。第2位は「母の日 スイーツ」、第1位は「母の日 カーネーション」

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000075.000098805.html>

#### ● 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974名

調査期間：2024年3月2日～3月9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17,278件、成果報酬成約件数101件

調査期間：2024年3月1日～3月27日

調査情報公開URL：<https://hahanohi.me/>

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、ご一報いただければ幸いです。

#### 【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）</a>

#### ● 母の日.meについて

## ■母の日.me メディア概要

2024年の母の日は、5月12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](https://twitter.com/hahanohi_me)

Facebook : <https://www.facebook.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。



はじめてのふるさと納税 : <https://furusato-nouzei.tax/>

ふるさと納税の返礼品ジャンル別ランキングを毎日300件以上更新して紹介する情報メディアサイト。



## はじめてのふるさと納税

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。



### • グルーヴ株式会社について

#### ・ グルーヴ株式会社事業内容

ECメディアサイトの企画・運営

EC×DX化の企画・支援

診断提案型ECシステムの構築

パーソナライズECの構築

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。

グルーヴ株式会社 : <https://www.groov.co.jp/>



Groov株式会社のプレスリリース一覧

[https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company\\_id/98805](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) </a>`

【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