



コロナ禍で「母の日」に変化があった？カテゴリ別もらって嬉しいプレゼントも発表！ 「母の日コム 贈る人もらう人アンケート 2022」第 2 弾結果発表

実の娘や息子以外からもらいたい相手は「夫」が最多。
贈る人は 4 人に 1 人がお母さん以外に「義母」へのプレゼントを検討。

株式会社日比谷花壇(本社:東京都港区、代表取締役社長:宮嶋浩彰)と、日比谷花壇グループで Web プロモーション事業等を行う、株式会社イノベーションパートナーズ(本社:東京都港区、代表取締役社長:本田晋一郎)は、食品、ファッション、暮らし等、生活関連産業の企業に参画いただき、お母さんや妻、義母へのありがとうの気持ちを伝えたいという方のために、母の日のプレゼントや過ごし方を紹介する情報提供ポータルサイト「母の日コム」(<https://hahanohi.com/>)を運営しています。このたびインターネット上で、「母の日コム 贈る人もらう人アンケート 2022」(略称:母の日コムアンケート 2022)を実施し、その結果の第2弾を以下の通り発表します。

<https://hahanohi.com/enquete/> 4 月 5 日(火)公開

《アンケート概要》

実施期間: 2022 年 2 月 28 日~3 月 14 日

実施方法: インターネット上で、贈る人もらう人それぞれに、母の日についてアンケートを実施。
有効回答数、贈る人 1,900 人、もらう人 395 人。

*「母の日コム 贈る人もらう人アンケート」は、2006 年から毎年実施しています。

《アンケート結果ダイジェスト》

- ◆母の日において、もらう人が最も嬉しいグルメ商品は「家族で外食」モノよりコトへ変化。
贈る人においても「家族で外食」需要は増加傾向へ。
- ◆母の日における、ファッショングッズ・雑貨カテゴリでは、バッグや財布、ハンカチや傘などの婦人小物が 2021 年に引き続き、もらう人、贈る人それぞれで 1、2 位を独占。
- ◆母の日における、美容・健康関連グッズカテゴリでは、美容(エステ・美容グッズ)がもらう人、贈る人ともに大幅に増加し、素肌ケアへの需要が高まっている。
- ◆母の日における変化に関しては、もらう人、贈る人ともに「コロナ禍前と変化はなかった」との回答が大多数であるものの、一部には感謝の伝え方や商品の選び方に変化が見られたという回答も。
- ◆母の日に実の娘や息子を除き、もらう人が一番嬉しいのは「夫」が最多となった。贈る人が予定している相手としては、「義母」へのプレゼントを約 4 人に 1 人が検討している結果となった。

《アンケート結果総評》

アンケート第2弾では、お花以外のカテゴリ別の商品について、及びコロナ禍における母の日の変化、母の日に贈る相手についての調査を中心に結果を公表しました。

カテゴリ別で母の日プレゼントについて調査したところ、「グルメ」では、長引くコロナ禍において、直接会いづらい環境が続く影響を受け、家族での外食など、モノよりコトへの需要の高まりが、もらう人、贈る人双方において顕著に表れました。

また、「美容・健康関連グッズ」においては、美容(エステ・美容グッズ)の回答が、もらう人、贈る人ともに増えており、アフターコロナに向けて外出が増えていくことも影響して、“素肌ケア”への意識が高まっているものと考えられます。

「ファッショングッズ・雑貨」においては、例年通り定番商品である「バッグ・財布」「ハンカチや傘などの婦人小物」が上位となり、大きな変化は見られませんでした。

今年の独自調査で実施した、コロナ禍での「母の日」における変化については、大多数の方が「変化なし」と回答しているものの、商品の選び方や贈り方、伝え方に変化が見られ、会えない相手をより思いやりといった気持ちの変化が、もらう人、贈る人それぞれから感じられる回答がありました。

そのほか、身近な存在でもある「夫」からプレゼントをもらえると嬉しいと回答する人が最多となり、贈る人の回答では、「義母」に対しては4人に1人が今年もプレゼントを贈ることを検討していることがわかりました。

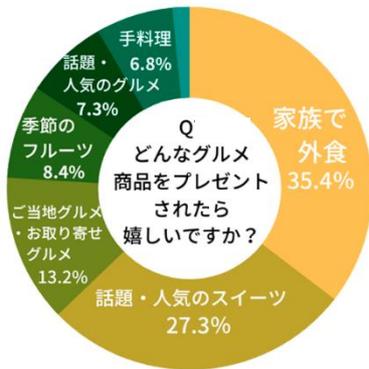
《アンケート結果詳細》 *アンケート結果は、母の日コム上でも4/5(火)に公表。

◆母の日において、もらう人が最も嬉しいグルメ商品は「家族で外食」モノよりコトへ変化。贈る人においても「家族で外食」需要は増加傾向へ。

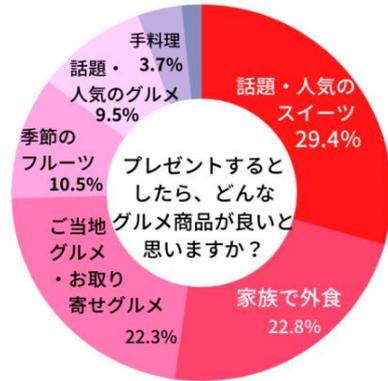
母の日におけるグルメ商品のカテゴリでは、もらう人、贈る人それぞれで「家族で外食」が2021年のデータに比べて割合が大幅に増え、グルメにおいては、モノからコトへ需要のシフトが顕著に表れました。

「家族で外食」の回答 らう人:2021年 25.4%→2022年 35.4%、贈る人:2021年 18.6%→2022年 22.8%

【もらう人】 母の日にどんなグルメ商品をプレゼントされたら、嬉しいですか？



【贈る人】 母の日にプレゼントするとしたら、どんなグルメ商品が良いと思いますか？



どんなグルメ商品をプレゼントされたら嬉しいですか？	2022年	2021年
家族で外食	35.4%	25.4%
話題・人気のスイーツ	27.3%	29.7%
ご当地グルメ・お取り寄せグルメ	13.2%	12.6%
季節のフルーツ	8.4%	13.2%
話題・人気のグルメ	7.3%	5.8%
手料理	6.8%	11.3%
その他	1.5%	2.0%

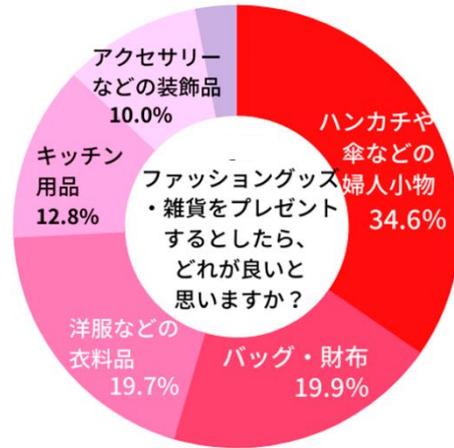
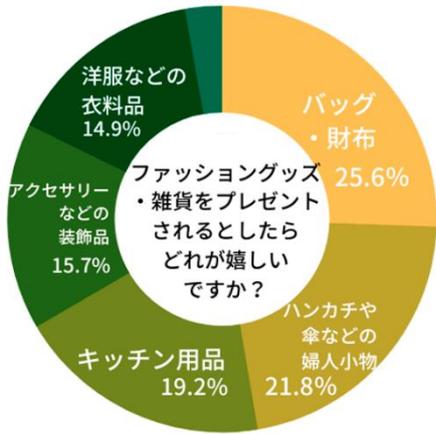
母の日にプレゼントするとしたら、どんなグルメ商品が良いと思いますか？	2022年	2021年
話題・人気のスイーツ	29.4%	30.7%
家族で外食	22.8%	18.6%
ご当地グルメ・お取り寄せグルメ	22.3%	22.0%
季節のフルーツ	10.5%	13.6%
話題・人気のグルメ	9.5%	8.9%
手料理	3.7%	3.7%
その他	1.7%	2.5%

◆母の日における、ファッショングッズ・雑貨カテゴリでは、バッグや財布、ハンカチや傘などの婦人小物が2021年に引き続き、もらう人、贈る人それぞれで1、2位を独占。

母の日における、ファッショングッズ・雑貨カテゴリでは、昨年2021年対比においては大きな変化は見られず、定番商品である「バッグ・財布」「ハンカチや傘などの婦人小物」が上位となりました。

【もらう人】母の日にファッショングッズ・雑貨をプレゼントされるとしたら、どれが嬉しいですか？

【贈る人】母の日にファッショングッズ・雑貨をプレゼントするとしたら、どれが良いと思いますか？



母の日ファッショングッズ・雑貨をプレゼントされるとしたら、どれが嬉しいですか？	2022年	2021年
バッグ・財布	25.6%	26.7%
ハンカチや傘などの婦人小物	21.8%	24.7%
マグカップや箸などのキッチン用品	19.2%	15.4%
アクセサリーなどの装飾品	15.7%	15.4%
洋服などの衣料品	14.9%	12.6%
その他	2.8%	5.2%

母の日ファッショングッズ・雑貨をプレゼントするとしたら、どれが良いと思いますか？	2022年	2021年
ハンカチや傘などの婦人小物	34.6%	34.4%
バッグ・財布	19.9%	21.3%
洋服などの衣料品	19.7%	19.2%
マグカップや箸などのキッチン用品	12.8%	15.2%
アクセサリーなどの装飾品	10.0%	7.6%
その他	3.0%	2.8%

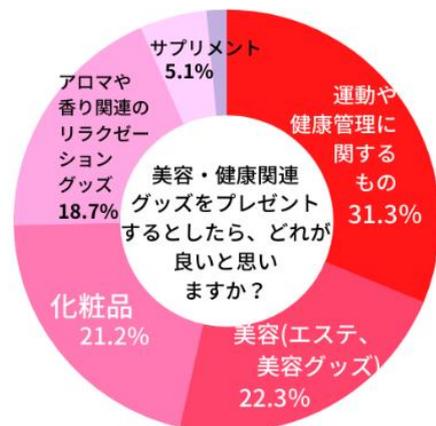
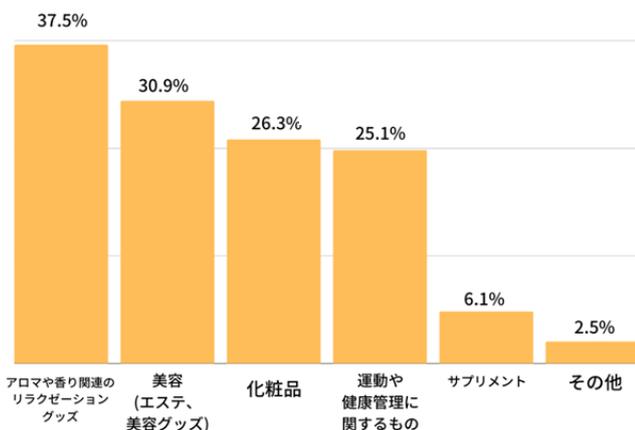
◆母の日における、美容・健康関連グッズカテゴリでは美容(エステ・美容グッズ)がもらう人、贈る人ともに大幅に増加し、素肌ケアへの需要が高まっている。

美容・健康関連グッズのカテゴリにおいては、美容(エステ・美容グッズ)の回答が、もらう人、贈る人ともに増えており、アフターコロナに向けて外出が増えていくことも影響して、“素肌ケア”への意識が高まっているものと考えられます。

【もらう人】母の日に美容・健康関連グッズをプレゼントされるとしたら、どれが嬉しいですか？

【贈る人】母の日に美容・健康関連グッズをプレゼントするとしたらどれが良いと思いますか？

※複数回答



母の日に美容・健康関連グッズをプレゼントされるとしたら、どれが嬉しいですか？	2022年	2021年
アロマや香り関連のリラクゼーショングッズ	37.5%	37.1%
美容(エステ、美容グッズ)	30.9%	20.6%
化粧品	26.3%	23.7%
運動や健康管理に関するもの	25.1%	26.3%
サプリメント	6.1%	9.3%
その他	2.5%	3.5%

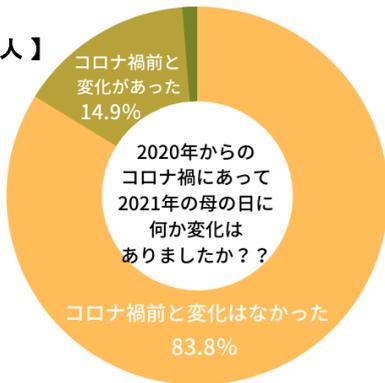
母の日に美容・健康関連グッズをプレゼントするとしたら、どれが良いと思いますか？	2022年	2021年
運動や健康管理に関するもの	31.3%	34.0%
美容(エステ、美容グッズ)	22.3%	14.5%
化粧品	21.2%	16.3%
アロマや香り関連のリラクゼーショングッズ	18.7%	25.6%
サプリメント	5.1%	7.9%
その他	1.5%	1.7%

◆母の日における変化に関しては、もらう人、贈る人ともに「コロナ禍前と変化はなかった」との回答が大多数であるものの、一部には感謝の伝え方や商品の選び方に変化が見られたという回答も。

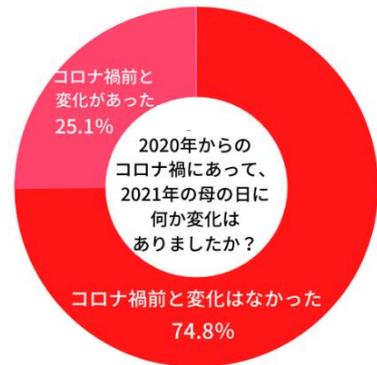
母の日に「感謝を伝える」「プレゼントなどの贈り物を贈る」「食事を共にする」という慣習は、コロナ禍においても大きな変化は見られなかったが、贈る人からは商品を送る際に、お母さん等の相手への商品の選び方が変わったという回答が見られた。また、もらう人もプレゼントだけではなく、オンラインで顔を見せることや、プレゼントを郵送などで贈る習慣も浸透してきたため、大きな変化は見られないという意見が多く見られました。

【もらう人・贈る人※共通設問】2020年からのコロナ禍にあって2021年の母の日に何か変化はありましたか？

【もらう人】



【贈る人】



2020年からのコロナ禍にあって2021年の母の日に何か変化はありましたか？	2022年
コロナ禍前と変化はなかった	83.8%
コロナ禍前と変化があった	14.9%
その他	1.3%

2020年からのコロナ禍にあって2021年の母の日に何か変化はありましたか？	2022年
コロナ禍前と変化はなかった	74.8%
コロナ禍前と変化があった	25.1%
その他	0.1%

【もらう人】

「コロナ禍前と変化があった」を選んだ方※コメント抜粋

- ・コロナ禍で会えないからと、プレゼントが送られてきた。
- ・一緒に外食する事が多かったのですが、コロナ禍後はその機会がなくなりました。
- ・家事を手伝ってくれるようになった
- ・オンラインで会う機会が増えた
- ・いつもは外食でしたがコロナ禍では、プレゼントになりました！
- ・孫に会えなくなった
など

「コロナ禍前と変化はなかった」を選んだ方※コメント抜粋

- ・毎年、娘と夫で近所の花屋さんでカーネーションを買ってきてくれるので、コロナ禍だからと言って変わりはなかった。
- ・いつも家族でいるので、特に変化はなかったけれど、夜はお店が開いていないので、ランチになった。
- ・行き来はできませんでしたが、ビデオ通話は今まで通り出来たので、変わりませんでした。
など

【贈る人】

「コロナ禍前と変化があった」を選んだ方※コメント抜粋

- ・コロナ禍前までは母の日は何にも渡していなかったが、コロナ禍になってから健康や体調が気になり、プレゼントを渡すようになった。
- ・コロナで帰省できない状況になり、会えなくなりました。その分、会えないことで大切さが身に染みて、なになら喜んでもらえるかな？と贈り物を以前より悩むようになりました。
- ・お家で楽しめるものを重視に、プレゼントを選んだ。
など

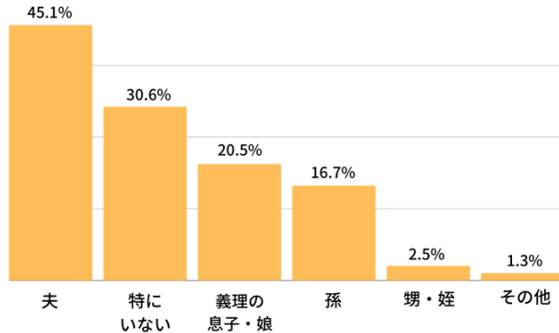
「コロナ禍前と変化はなかった」を選んだ方※コメント抜粋

- ・自宅で一緒に暮らしているので変わらない。
- ・花は郵送・LINE や電話でお礼の連絡が来て、私の子ども(母親からしたら孫)とも話せる機会はコロナ禍だろうと毎年変わりません。
- ・遠方に住んでいるため、毎年郵送でプレゼントを送っていたので特に変化はありませんでした。
など

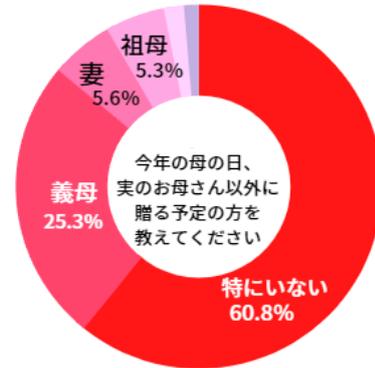
◆母の日に実の娘や息子を除き、もらう人が一番嬉しいのは「夫」が最多となった。贈る人が予定している相手としては、「義母」へのプレゼントを約4人に1人が検討している結果となった。

母の日において、実の娘や息子以外にもraitたい相手としては、「夫」が最も多く、家族の中でも最も身近な存在からのプレゼントを期待していることがわかった。贈る人としては、約6割が「特にいない」と答えているものの、「義母」へのプレゼントを約4人に1人は検討している結果となりました。

【もらう人】 母の日に実の娘や息子以外でどなたからプレゼントがもらえたら嬉しいですか？ ※複数回答



【贈る人】 今年の母の日に実のお母さん以外に贈る予定の方を教えてください。



母の日に実の娘や息子以外でどなたからプレゼントがもらえたら嬉しいですか？	2022年
夫	45.1%
特にいない	30.6%
義理の息子・娘	20.5%
孫	16.7%
甥・姪	2.5%
その他	1.3%

今年の母の日に実のお母さん以外に贈る予定の方を教えてください。	2022年
特にいない	60.8%
義母	25.3%
妻	5.6%
祖母	5.3%
叔母・伯母等の親族の女性	1.8%
その他	1.3%

※上記アンケート結果以外に、「母の日コム 贈る人もらう人アンケート 2022」 <https://hahanohi.com/enquete/> サイトでは

以下のアンケート結果を公開しておりますので、あわせてご覧ください。

【もらう人】

- 母の日のプレゼントをもらう際、どんなことが気になりますか？

【贈る人】

- これまで母の日に行ったなかで、1番喜んでもらったものは何ですか？
- 昨年の母の日のプレゼントを選んだとき、重視したことは？
- 母の日にプレゼントを渡した後より嬉しく感じるお返しはどれですか？

「母の日コム」について <https://hahanohi.com/>

母の日にあわせて運営している情報提供ポータルサイト「母の日コム」では、母の日にプレゼントを贈ったり、一緒に時間を過ごしたりと、お母さんや妻、義母など、日頃伝えきれない感謝の気持ちをカタチにする、をコンセプトに母の日のアイテムや感謝を伝えるアイデアやヒントをご紹介します。食品、ファッション、暮らし等、生活関連産業の企業を中心に参画いただき、2006年3月に立ち上げたこのサイトは、今年は3月25日(金)にグランドオープン。5月は1か月に渡り「母の月」としてプロモーションを展開予定です。

株式会社日比谷花壇について <https://www.hibiya.co.jp/>

1872年創業、1950年に東京・日比谷公園店の出店後、株式会社日比谷花壇を設立。現在、全国に約190店舗を展開。ウェディング装花、店舗及びオンラインショップでの個人/法人向けフラワーギフト、カジュアルフラワーの販売、お葬式サービス、緑を通じた暮らしの景観プロデュース、フラワーグラフィックサービス等を行っています。今後も花や緑の販売、装飾にとどまらず、暮らしの明日を彩り、豊かなものへと変えていく提案を続けていきます。

株式会社イノベーションパートナーズについて <https://innovation-partners.jp/>

2019年創業、メディア事業をはじめ、プロモーション事業、地域創生事業を展開する、プロモーション会社。現在、株式会社日比谷花壇のハウスエージェンシーとして、日比谷花壇のECサイト「hibiyakadan.com」の運営・マーケティングや日比谷花壇グループの主にデジタル分野でのプロモーション支援をはじめ、大手クライアントのサイト制作やイベント企画プロモーションを展開。佐賀県嬉野市温泉旅館「和多屋別荘」および多摩市リゾートホテル「TAQUA」のハウスエージェンシーとして宣伝広報、プロモーション施策の企画運営、共同事業も展開中です。