

報道関係各位



2023年4月24日
株式会社ギフトモール

ギフトモール オンラインギフト総研
＜コロナ禍前後の母の日のギフトトレンドを比較＞
母の日の定番「カーネーション」に続く、新トレンドは「あじさい」。
物価高の中ギフト単価は上昇傾向、平均単価は**6,154円**。

オンラインギフトサービスを通じた幸福度の高い世の中の実現を目指す「ギフトモール オンラインギフト総研」は、ギフト利用の実態を探るため、グループで運営するギフト関連のプラットフォームの来訪者の検索、購入データをもとにギフトのトレンド動向を分析したレポートを発表しております。

当社グループが運営するギフト関連のプラットフォームでは、月間約3,600万人の生活者の方に、ギフトの情報の検索、購入のためにご利用いただいております。これらのデータをもとに、直近の売れ筋商品や単価の動向を分析し、広く世の中に発信することで、消費者の方々のギフト選びや、ギフトを販売されている事業者の皆様の参考にしていただくことを目的に、ギフトのリアルタイムな動向分析をお伝えします。



今回は2023年5月14日の母の日に向けて、現時点での売れ筋商品の動向について、3年前の2020年同時期と比較して特徴的なものについてお知らせします。3年続いたコロナ禍前後の消費動向を比較するデータとなっています。母の日ギフトをこれから選ぼうとされている方や、母の日ギフトを販売されている事業者の皆様に参考にしていただければと考えています。

■調査サマリー

1. コロナ禍の3年間で「花」が圧倒的首位に。ネット販売の増加とEC利用の一般化が要因か。
2. コロナ禍の中で登場した「鉢植え」・「あじさい」が、新しい母の日定番ギフトに。
3. 物価高の中でも単価は上昇傾向に。**2023年の平均単価は6,154円。**

ギフトモール オンラインギフト総研 所長 小川 安英

1998 年リクルート(現リクルート HD)入社。人材、旅行、金融にまたがる幅広い領域に従事したのち、ギフト領域におけるイノベーションを目指し、2020 年 7 月ギフトモールに参画。10 兆円の規模を持つギフト市場の中でも特にオンラインギフトの可能性に着目し、利用率の推移や市場動向を分析。次世代ギフトの形を精力的に探求。



■データから見る2023年の母の日ギフト、注目トレンド

2023年 母の日ギフト 人気カテゴリランキング

順位	カテゴリ名	2020年 順位	2020年との 順位増減
1	お花	2	1
2	スイーツ	1	-1
3	鉢植え	103	100
4	カーネーション	17	13
5	お菓子	3	-2
6	あじさい	344	338
7	フルーツ（果物）	8	1
8	パジャマ	42	34
8	生花	53	45
10	花束	23	13



※実際にオンラインで購入された商品のカテゴリ

※2020年3月17日~4月16日と2023年3月17日~4月16日を比較分析

2023年母の日 注目トレンド①

コロナ禍の3年間で「花」が圧倒的首位に。ネット販売の増加とEC利用の一般化が要因か。

母の日ギフトとして購入されている商品の全カテゴリを、花・スイーツ・グルメ・雑貨に分類し、その構成割合を2020年と比較した結果、2020年40.1%だった雑貨に代わり、今年は花が35.9%と高いシェアを占め首位となりました。雑貨は3年前から約10%減で31.8%となりましたが一定のシェアを占めており、スイーツ・グルメはコロナ禍前後で大きな変化はないことがわかりました。

この3年でECサイトでの花の購入割合が一層広がった理由としては、供給者側・消費者側双方の変化が影響していると考えられます。

■供給者側:既存の事業者がECサイトでの販売を強化

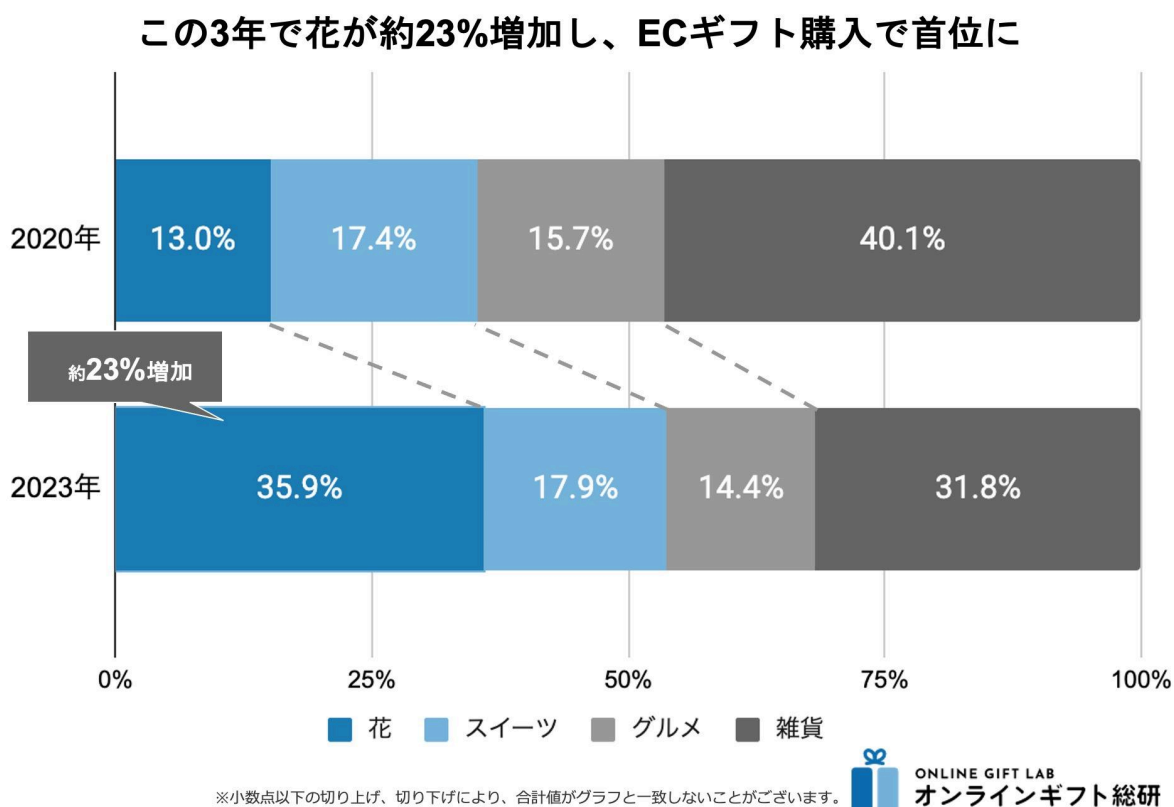
コロナ禍で行動が制限され、店頭でのギフト購入がしづらくなった状況を踏まえ、インターネット上で販売をする事業者が増えたと考えられます。それにより購入することができる商品の選択肢が増え、ECサイトでの花の購入が検討されやすくなったと推測できます。

■消費者:ECサイトでのギフト購入が増加

コロナ禍で全体的にECサイトの利用が促進された結果、ギフト購入に関してもECサイトを利用することへの抵抗がなくなりました。弊社の調査では、ギフトの購入場所は「総合ECサイト」が首位になり、ECサイトが代表的な購入場所となったこともわかりました。(※)

※インターネット上でのギフト購入に関する最新の利用実態の把握

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/0000000038.000048025.html>



2023年母の日 注目トレンド②

コロナ禍の中で登場した「鉢植え」・「あじさい」が、新しい母の日の定番ギフトに。

首位となった花では、2020年17位だった「カーネーション」が、今年は4位と変わらず人気の高いギフトであることがわかります。一方で今年3位「鉢植え」(2020年103位)、6位「あじさい」(2020年344位)は「カーネーション」を超えるもしくは同等の強い人気を集めており、コロナ禍の中で登場し、新しい母の日の定番ギフトとなったと言えます。

「鉢植え」・「あじさい」が支持された理由としては、ECサイトの場合はお届けが郵送となるため、届いたタイミングの商品のコンディションへの安心感が比較的高く、かつそのまま育てられるといった点が支持されているのではないかと考えられます。

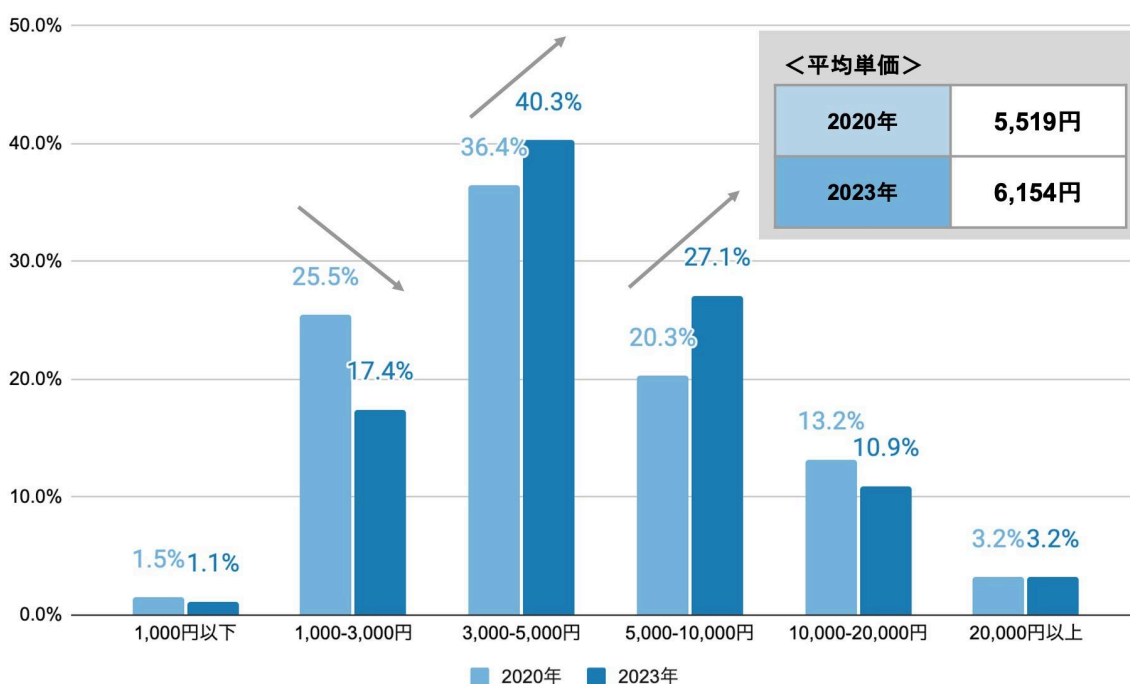
2023年母の日 注目トレンド③

物価高の中でも単価は上昇傾向に。2023年の平均単価は6,154円。

購入価格帯は「3,000-5,000円」が40.3%と最も多く、2020年と変わらずメインの価格帯となりました。また平均単価は2020年は5,519円、2023年は6,154円となり、この3年で635円増加した結果となりました。

3,000円未満の比較的手ごろな価格帯の購入が減少し、3,000～10,000円の価格帯が増加しました。物価高の影響で生活必需品の価格が上がっている中、ギフトに対する需要は下がることなく、むしろ平均単価は上昇傾向にあります。コロナ禍の前と比較すると、母への感謝の気持ちをギフトとして贈ることを大切なコミュニケーションの手段として捉える方が増えているのかもしれない。

2020年から2023年で、平均単価は635円増加



※小数点以下の切り上げ、切り下げにより、合計値がグラフと一致しない場合がございます。

ONLINE GIFT LAB
オンラインギフト総研

■人気の母の日ギフトをご紹介します

商品カテゴリの中でも人気を集めた花ギフト。Giftmall(ギフトモール)で販売している注目の花ギフト、及び花モチーフのユニークなギフトをご紹介します。

1.あじさい鉢

販売URL: <https://giftmall.co.jp/giftKSHODr/>

価格: 5,478円(税込)

販売元: COLORFUL Flowers 花のギフト専門店



2.レインボーカーネーション

販売URL: <https://giftmall.co.jp/giftAn9EQD/>

価格: 3,575円(税込)

販売元: バルーンギフト 花模様-HANAMOYOU-



3.和風プリザーブドフラワー 花・福来ろう

販売URL: <https://giftmall.co.jp/giftXisCtZ/>

価格: 5,500円(税込)

販売元: ブルーメンケイ



4.バスフレグランス ボックスアレンジ-花の入浴剤-

販売URL: <https://giftmall.co.jp/giftPyTjw3/>

価格: 3,707円(税込)

販売元: ギフト専門店 THE WOW



5.【母の日限定】ベルレーヌパールブーケ

販売URL: <https://giftmall.co.jp/gifthKfnwD/>

価格: 3,619円(税込)

販売元: バラのマドレーヌのお店ランジェラ



<トレンドレポートの分析内容>

- ・分析内容: 2020年同時期との検索カテゴリおよび購入価格比較
当社グループで運営するギフトプラットフォームサービス上で「母の日」に関連する検索を行った生活者の方が、実際にオンラインで購入した商品のカテゴリを比較分析。2020年と今年の実際の購入商品カテゴリごとの購入件数および購入価格を対象に分析を行いました。
- ・カテゴリ数: 当社が独自に設定した220種類
- ・比較分析の対象期間: 2020年3月17日~4月16日および今年2023年3月17日~4月16日

※小数点以下の切り上げ、切り下げにより合計100%にならない場合がございます。

※本調査結果をご利用いただく際は、【ギフトモール オンラインギフト総研 調べ】とご明記ください。

■ギフトモール オンラインギフト総研について

ギフトモール オンラインギフト総研は、①新しいギフト文化の兆しの発信 ②今後のギフトのあり方の提起・提言 を主な活動内容として、オンラインギフトサービスを通じた 幸福度の高い世の中の実現に貢献するために2021年に発足。

自社グループの運営する国内最大級のオンラインギフトサービスにおけるサプライヤーとユーザーそれぞれのデータから把握できる消費トレンドや、定期的に行う独自調査の結果等を踏まえて、オンラインギフト業界の最新の情報の発信を行います。

-ギフトモール オンラインギフト総研 公式サイト:<https://giftmall.co.jp/souken/>



■株式会社 ギフトモールについて

「MAKE MORE SMILES ～世界により多くのスマイルを。」をPurpose(存在意義)に、「The World of Giftization ～テクノロジー・データの力で世界のすべてをギフトで満たす」をVision(実現したい世界・未来)に掲げ、新たなギフト体験創造に取り組む2014年創業のテクノロジー企業。日本とシンガポールを拠点に、日本・インド・インドネシア等グローバルなギフト・プレゼント市場に向けてテクノロジープラットフォーム事業を推進中。約50万点以上のソーシャルギフト商品を扱う「Giftmall(ギフトモール)」および専属バイヤーによる厳選ギフトを集めた「Anny(アニー)」等を運営。現在、グループの月間訪問ユーザー数は3,600万人を超え、国内最大級の規模を誇る。

- Giftmall(ギフトモール)公式サイト:<https://giftmall.co.jp/>

- Anny(アニー)公式サイト:<https://anny.gift/>

- Annyお祝い体験(アニーおいわいたいけん)公式サイト:<https://oiwai.anny.gift/>