

外出自粛の長期化で “母の日の当日（5月10日）にこだわらず贈りたい” 派が約4割 “オンラインギフト” か、近くの花屋で購入したい ～【第一園芸調べ】母の日のギフトに関するアンケート調査結果～

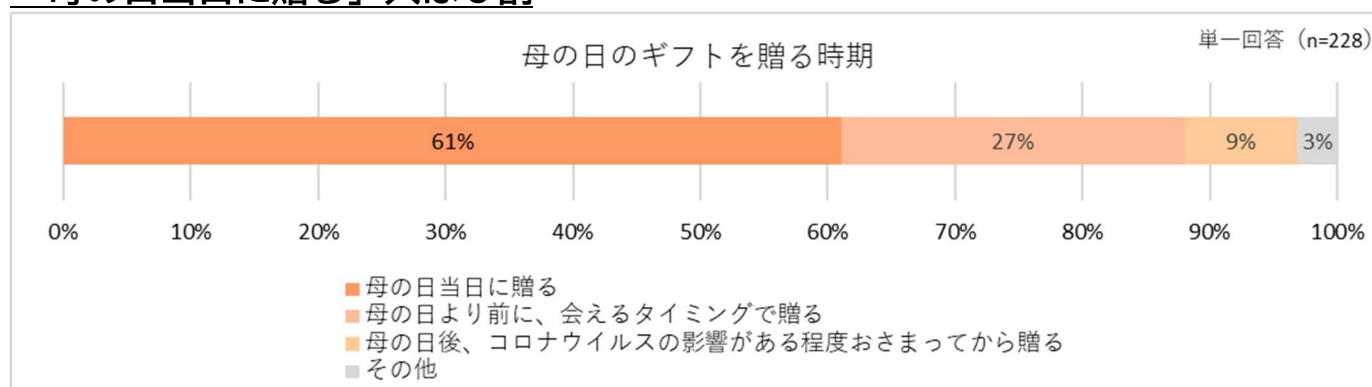
花と緑に関する事業を展開する第一園芸株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：伊藤昇、三井不動産グループ）は、5月10日（日）の「母の日」を前に母の日ギフトに関するアンケート調査を実施しました。

<調査概要>

- ・調査内容：「母の日のギフトに関するアンケート」
- ・調査方法：インターネット調査（調査元：株式会社マクロミル）
- ・調査対象：日本国内に住む20～50歳代の男女
- ・調査人数：500人（うち「母の日のギフトを贈る」という回答者：228人）
- ・調査実施期間：2020年4月21日（火）～4月23日（木）

※当データを使用される際は、クレジット表記【第一園芸調べ】の記載をお願いします。

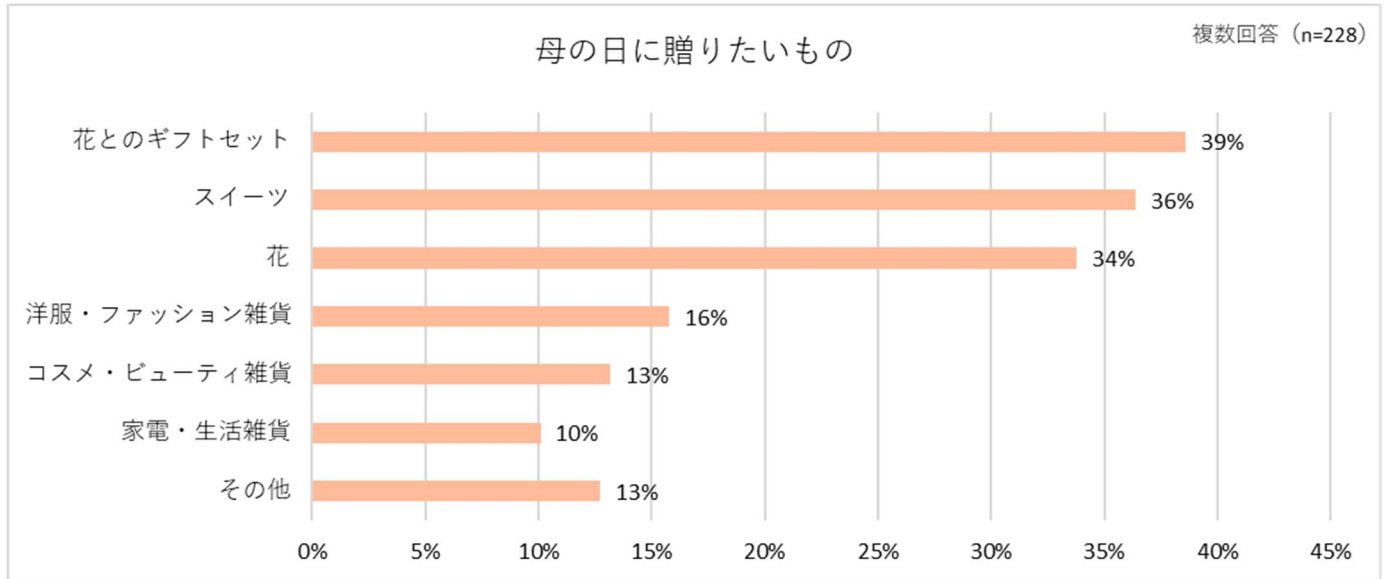
母の日に限定せず、無理のない時期にギフトを送りたい派が約4割 「母の日当日に贈る」人は6割



外出自粛が続く今、「母の日にギフトを贈る」と答えた228人に、贈りたい時期について訊いたところ、61%が「母の日当日」、27%が「母の日前に会えるタイミングで」、9%が「コロナウイルスの影響が落ち着いてから」という結果となりました。全国の緊急事態宣言中、5月10日の母の日当日にこだわるのではなく、お互いに無理のない時期に贈ろう、と柔軟に考えている人がいることが分かりました。

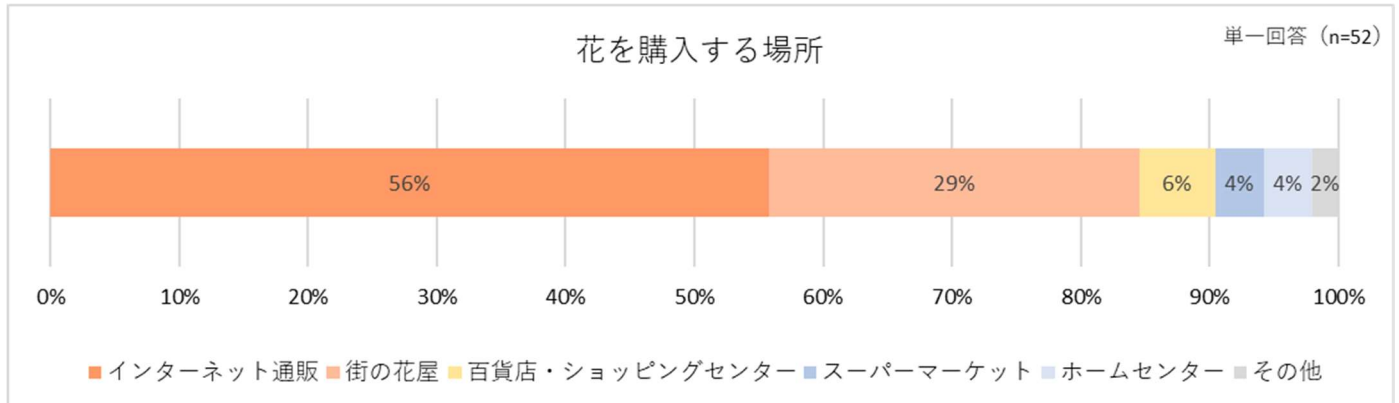
また「母の日のギフトを贈る」228人のうち、母の日当日にはどう過ごすか、という質問に対し、約半数が、例年なら母の日に直接会うことができるが、今年は外出制限で会えそうもないので、あえて「母の日ギフトを贈る」と回答していることから、ギフトを通じたコミュニケーションの重要性を見て取ることができました。

こんな時期だからこそ、母の日には“花”を贈りたい！ 花がもつ“癒し”と“季節感”が贈りたい理由に繋がっている！？



母の日に贈りたいものを訊いたところ、ベスト3が「花とのギフトセット」39%、「スイーツ」36%、「花」34%と、花に関するギフトが2つもランクインしました。飾っておくだけで気持ちが癒される上、外出自粛が続いて“おうち時間”が長引いていることもあり、家の中で手軽に季節感を感じられる、花に関するギフトに人気が集まっていることがわかります。

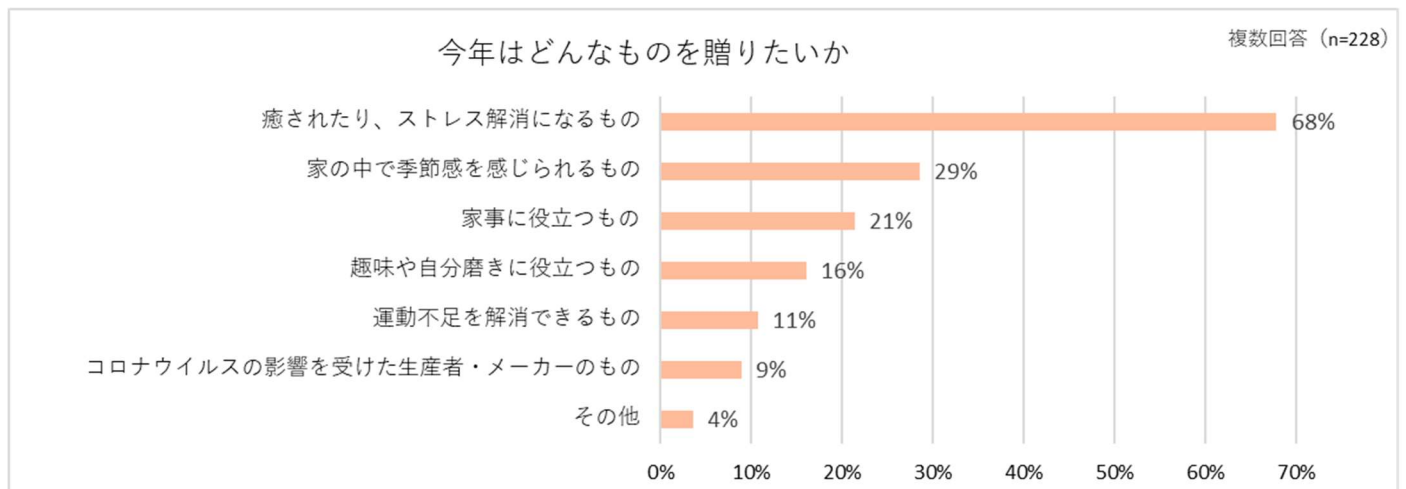
この時期ならではの傾向！？ 母の日には「インターネット通販」で購入する人56%、続いて29%が「街の花屋」



さらに母の日にどこで花を購入するか訊いたところ、「インターネット通販」が56%、「街の花屋」が29%となり、「百貨店・ショッピングセンター」6%、「スーパーマーケット」「ホームセンター」がそれぞれ4%でした。外出自粛やステイホーム週間により生活変容が起こり、オンラインでの購入と、なるべく自宅から近い花屋を利用しようと考えていることがわかります。

今こそ、贈るギフトには“想い”をこめたい！

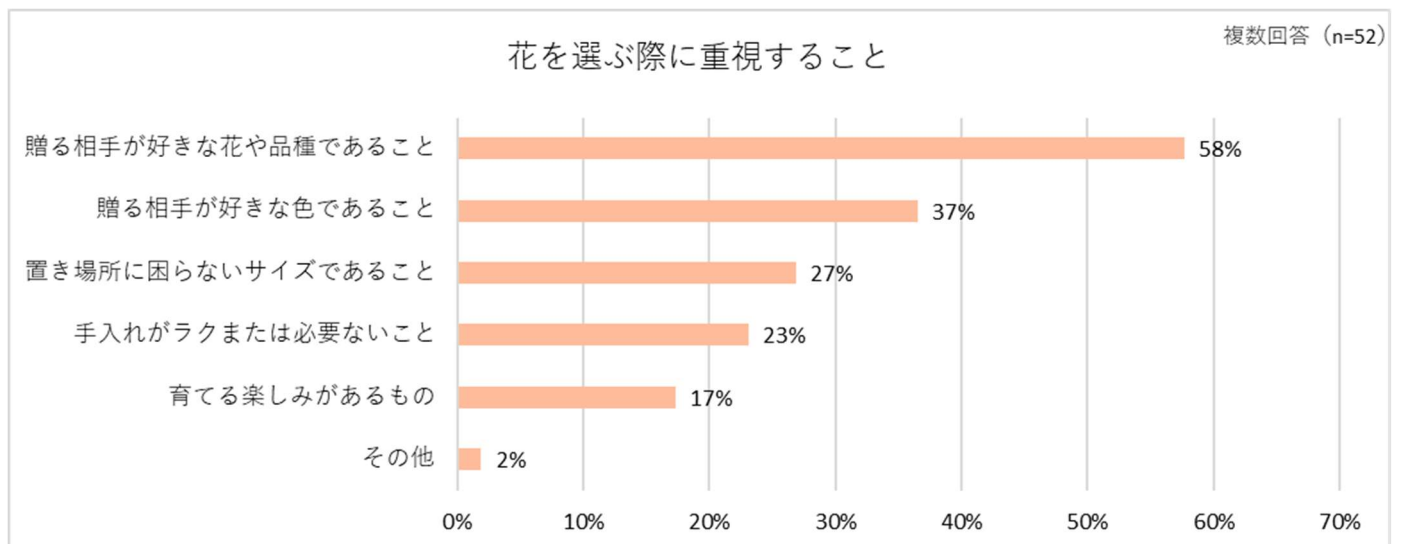
約7割が「癒し・ストレス解消につながるものを贈りたい」、約3割は「家の中で季節感を感じられるもの」、約1割は「新型コロナウイルスの影響を受けた生産者・メーカーのもの」と回答



贈りたいものを複数回答で訊いたところ、「癒し・ストレス解消につながるもの」が68%と圧倒的に多く、ストレスを溜めやすいと考えられる外出自粛の状況が続く今だからこそ、相手を思いやる気持ちが浮き彫りになりました。また、外に出られない分、「家の中で季節感が感じられるもの」29%と約3人に1人が選択、さらに、「家事に役立つもの」21%という結果は、“おうち時間”を充実させてほしいという想いからきているかもしれません。主婦の家事負担が増えているといわれる今、母の日のギフトは、癒しとストレス解消に重きをおいて選ばれる傾向がわかりました。

花を選ぶ際に重視するのは相手の好きな「花や品種」「色」

サイズや手入れのラクさなど、受け取った後の負担についても配慮



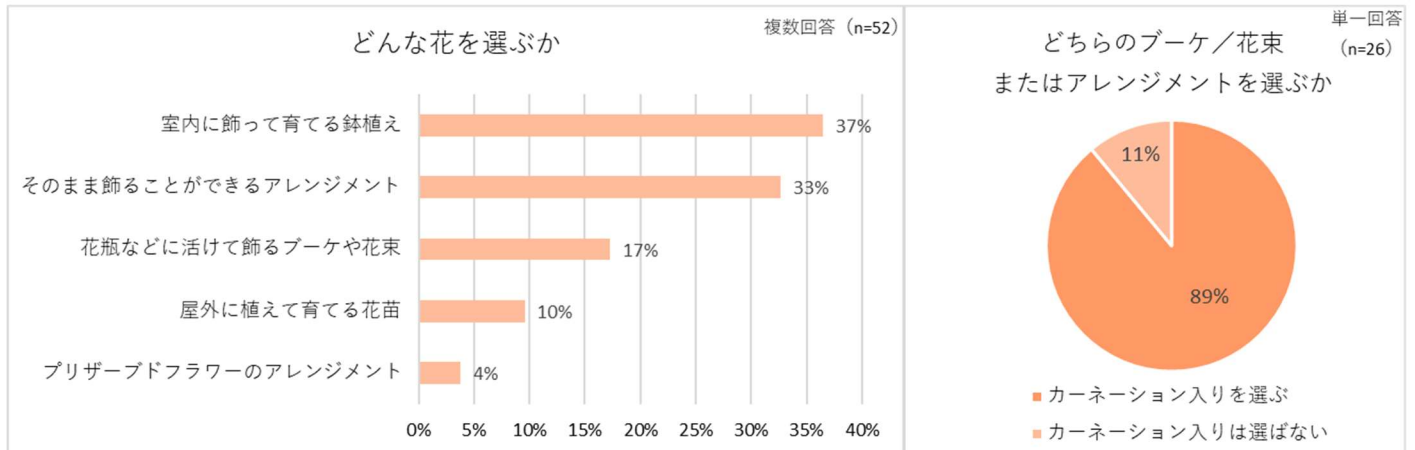
花を選ぶときに重視するポイントは、「贈る相手の好きな花や品種」が58%、「贈る相手が好きな色であること」37%、「置き場所に困らないサイズ」27%、「手入れがラクまたは必要ない」23%という回答に。相手の好みを第一に考えつつ、受け取った後の負担についても配慮して選んでいることがわかります。

室内に置く鉢植えや、そのまま飾れるアレンジメントが人気

ブーケや花束、アレンジメントを購入する人の9割がカーネーション入りを選ぶと回答

どんな花を選ぶか複数回答で聞いたところ、「室内に飾って育てる鉢植え」(37%)、「そのまま飾れるアレンジメント」(33%)の人气が高く、以下「花瓶などに活けて飾るブーケや花束」(17%)、「屋外に植えて育てる花苗」(10%)という結果になりました。新型コロナウイルスの影響で、室内で楽しめるものや、負担をかけずにそのまま飾ってもらえるものが選ばれているようです。

また、ブーケ／花束・アレンジメントを購入する人の89%が、カーネーションが入ったものを選ぶと回答。母の日の定番・カーネーションの人气が根強いことがうかがえます。



今回の調査では、一連の新型コロナウイルス問題での外出自粛が、母の日のギフト選びに様々な形で影響を与えていることがわかりました。連休中も帰省ができず母親に直接会えなくなった人が増加し、母の日当日にこだわらず時期は柔軟に、という考えの中には、“何事も今は我慢すべき”“問題が落ちつくまで”といった、国民ひとりひとりの強い意思も感じられました。また、母親への感謝の気持ちは直接会えないからこそギフトに託し、特に家事負担やストレスへの配慮をしていることも、“平時ではない世の中”を映していると考えられます。また、アフターコロナで消費者の生活スタイルも大きく変化すると予想されているように、オンライン購入派が最も多くなっていることも興味深いポイントです。

■第一園芸オンラインショップ

第一園芸では現在もオンラインショップを営業中。母の日のご注文も5月6日(水)AM10:00まで承ります。

URL: <https://www.daiichi-engei.co.jp/>

電話: 03-6404-1505

■第一園芸株式会社 概要

所在地: 東京都品川区勝島1丁目5番21号 三井物産グローバルロジスティクス勝島20号館

代表者: 代表取締役社長 伊藤昇

創業: 1898年(設立1951年)

資本金: 4億8千万円

株主: 三井不動産株式会社(100%)

URL: <https://www.daiichi-engei.jp/>