

「もらいたいプレゼント」トップは「母への感謝の言葉」、  
「家族旅行」が昨年に比べ増加

- 母の日に関する調査 -

URL : <https://insight.rakuten.co.jp/report/20190418/>

楽天インサイト株式会社（本社：東京都世田谷区、代表取締役社長：田村 篤司、以下「楽天インサイト」）は、「母の日に関する調査」をインターネットで実施しました。今回の調査は、2019年3月8日（金）と3月9日（土）の2日間、楽天インサイトに登録しているモニター（約220万人）の中から、全国の20代から60代の男女1,000人を対象に行いました。

---

■□ 調査結果 □■

---

**■今年の母の日にプレゼントを渡す人は4割強で昨年に比べやや増加。年代別では20代が7割以上でトップ**

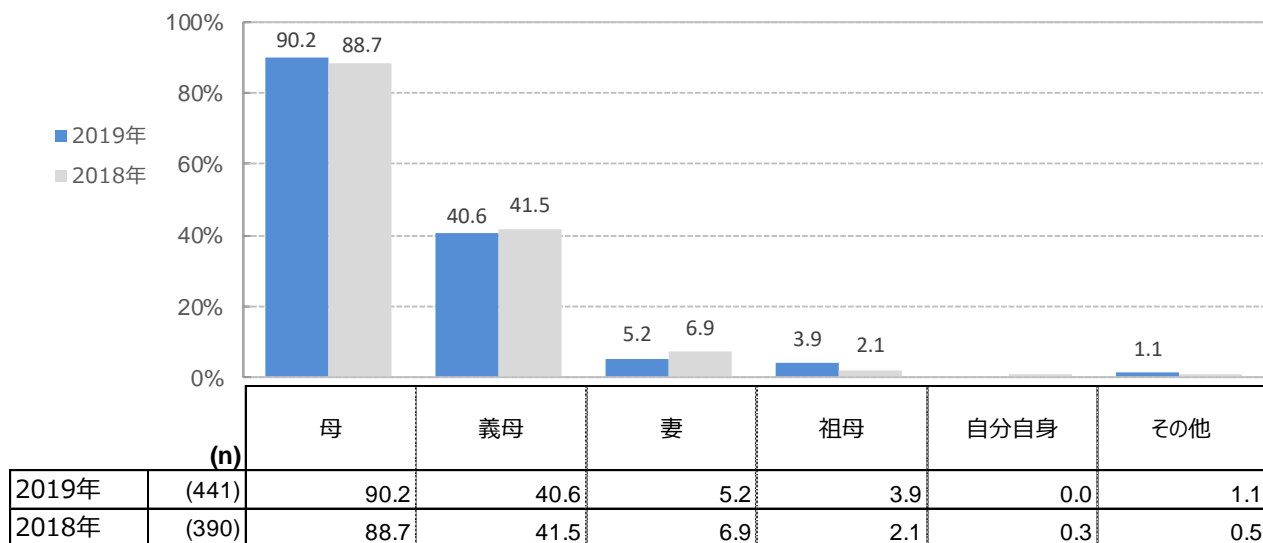
今年の母の日にプレゼントを渡す予定があるかを聞いたところ、「はい」と回答した人は全体で44.1%という結果となり、昨年3月実施の同調査（<https://insight.rakuten.co.jp/report/20180423/>）と比べると5.1ポイント増加した（昨年：39.0%）。性年代別に見ると、「はい」と回答した人は、女性20代（72.4%）が、昨年の同調査（昨年：62.7%）に続き最も多い結果となった。女性においては、年代が若くなるにつれて、プレゼントを渡す予定がある人が増加する傾向がみられた。

プレゼントを渡す予定があると答えた人に渡す相手について聞いたところ、「母」と回答した人が全体の90.2%と最も多く、次に「義母」（40.6%）と続いた。いずれの相手も、昨年の同調査と比べてポイントに大きな変動はみられなかった。

◇今年の母の日にプレゼントを渡しますか（性年代別）（n=1,000：全員回答）単一選択 単位：%



◇今年の母の日にプレゼントを渡す相手 (n=441：母の日にプレゼントを渡す人) 複数選択 単位：%



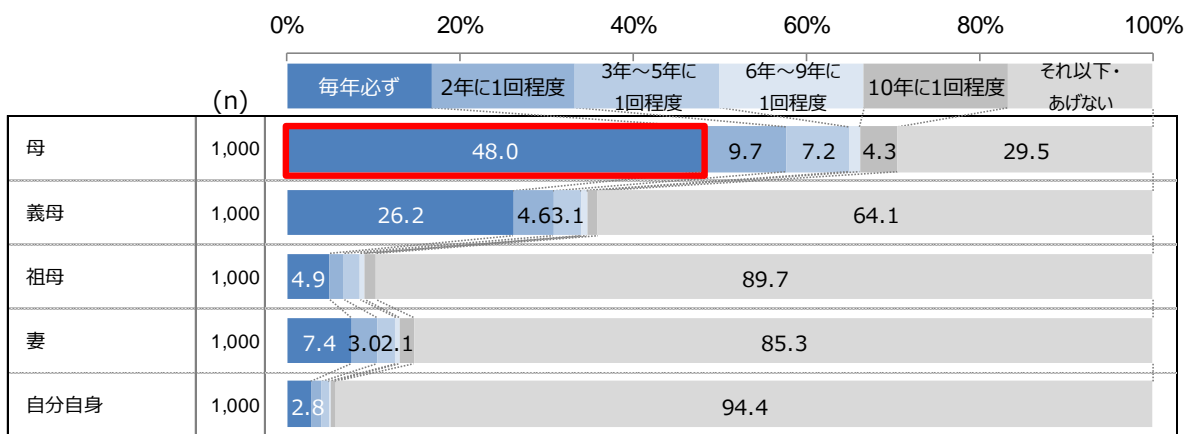
※1%未満のグラフスコアは非表示 (%)  
 ※2019年で降順ソート

**■母へ「毎年必ず」プレゼントを渡しているのは全体の約半数。女性 20 代は、男性同年代の約 2 倍という結果に**

相手別に、これまでどれくらいの頻度で母の日にプレゼントを渡してきたかを聞いたところ、「母」に対しては、「毎年必ず」（48.0%）と回答した人が全体で最も多く、約半数が毎年継続的に渡している傾向がみられた。

「母」へプレゼントを渡してきた頻度を性年代別に見ると、「毎年必ず」渡す人は女性 20 代（65.8%）が最も多かった。男性 20 代（33.3%）と比べると約 2 倍という結果となり、同年代でも男女で差がみられた。

**◇これまで母の日にプレゼントを渡してきた頻度**（n=1,000：全員回答）単一選択 単位：%



※2%未満のグラフスコアは非表示（%）

**◇「母」にプレゼントを渡してきた頻度（性年代別）**（n=1,000：全員回答）単一選択 単位：%

母にプレゼントを渡す頻度	n	毎年必ず	2年に1回程度	3年～5年に1回程度	6年～9年に1回程度	10年に1回程度	それ以下・あげない	
全体	1,000	48.0	9.7	7.2	1.3	4.3	29.5	
性年代	男性 20代	81	33.3	17.3	16.0	1.2	4.9	27.2
	男性 30代	95	44.2	6.3	8.4	3.2	4.2	33.7
	男性 40代	120	43.3	11.7	3.3	0.0	5.8	35.8
	男性 50代	99	42.4	6.1	8.1	2.0	9.1	32.3
	男性 60代	108	32.4	4.6	5.6	2.8	3.7	50.9
	女性 20代	76	65.8	14.5	6.6	1.3	3.9	7.9
	女性 30代	92	59.8	10.9	12.0	1.1	1.1	15.2
	女性 40代	117	58.1	9.4	4.3	1.7	4.3	22.2
	女性 50代	98	53.1	10.2	7.1	0.0	4.1	25.5
	女性 60代	114	50.0	8.8	4.4	0.0	1.8	35.1

\* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下（%）

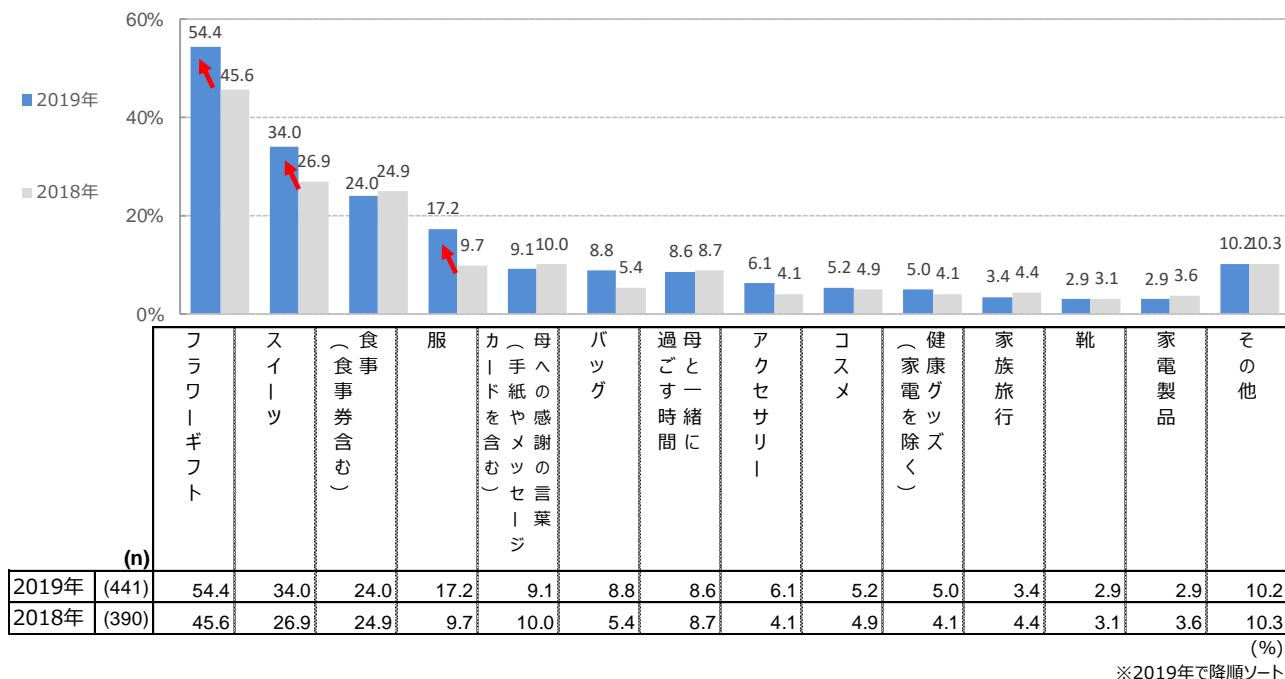
**■プレゼントは、「フラワーギフト」が5割以上でトップ。昨年に比べ「服」、「スイーツ」が増加**

プレゼントを渡す予定があると答えた人に何をプレゼントするかを聞いたところ、「フラワーギフト」（54.4%）と回答した人が最も多く、次いで「スイーツ」（34.0%）、「食事（食事券含む）」（24.0%）となった。昨年の同調査と比べると、「フラワーギフト」は 8.8 ポイント増加し、昨年に続き最も高かつ

た（今年：54.4%、昨年：45.6%）。続いて「スイーツ」（今年：34.0%、昨年：26.9%）、「服」（今年：17.2%、昨年：9.7%）もそれぞれ約7ポイント増加した。

年代別で見ると、「フラワーギフト」と回答した人は60代（61.1%）が最も多かった。一方、「スイーツ」は20代（44.4%）がトップという結果になった。20代は「母と一緒に過ごす時間」（18.9%）も全体に比べて特に高く、共に過ごす時間を大切にしようとする傾向がみられた。

◇今年の母の日にプレゼントするもの（n=441：母の日にプレゼントを渡す人）複数選択 単位：%



◇今年の母の日にプレゼントするもの（年代別）（n=441：母の日にプレゼントを渡す人）複数選択 単位：%

	n	フラワーギフト	スイーツ	食事（食事券含む）	服	カード（手紙やメッセージを含む）	母への感謝の言葉	バッグ	母と一緒に過ごす時間	アクセサリ	コスメ	健康グッズ（家電を除く）	家族旅行	靴	家電製品	その他
全体	441	54.4	34.0	24.0	17.2	9.1	8.8	8.6	6.1	5.2	5.0	3.4	2.9	2.9	10.2	
20代	90	44.4	44.4	23.3	23.3	17.8	8.9	18.9	12.2	11.1	4.4	4.4	4.4	4.4	5.6	
30代	100	58.0	41.0	28.0	9.0	13.0	10.0	4.0	3.0	8.0	5.0	3.0	2.0	3.0	11.0	
40代	120	53.3	32.5	20.8	15.8	4.2	7.5	5.0	5.0	3.3	5.8	1.7	2.5	3.3	15.0	
50代	77	58.4	19.5	23.4	19.5	6.5	11.7	6.5	6.5	1.3	3.9	3.9	3.9	2.6	11.7	
60代	54	61.1	27.8	25.9	22.2	1.9	5.6	11.1	3.7	0.0	5.6	5.6	1.9	0.0	3.7	

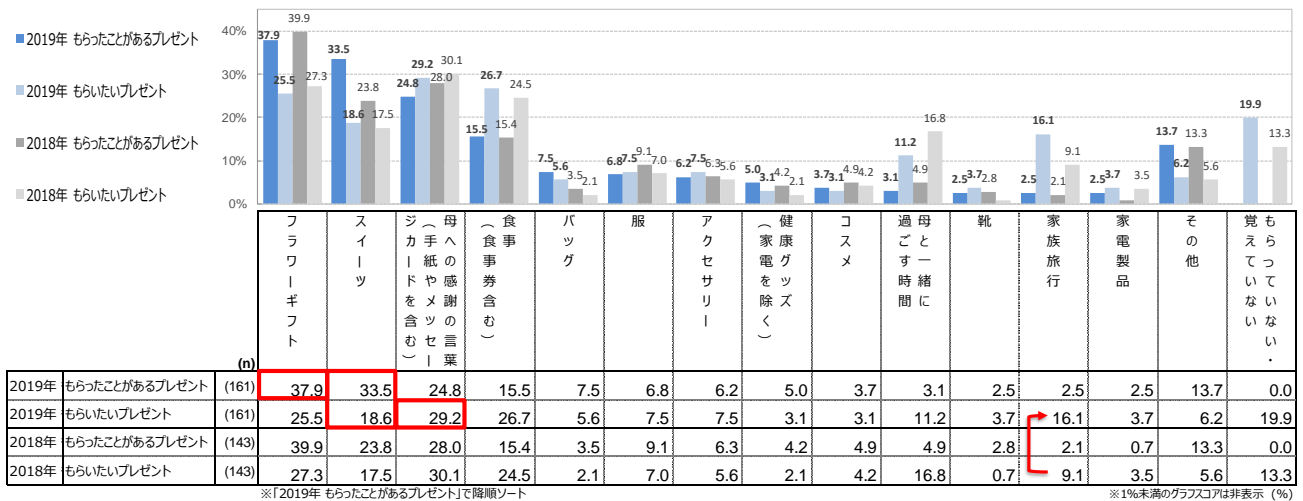
\* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下 (%)  
 ※全体で降順ソート

■「もらいたいプレゼント」トップは「母への感謝の言葉」が約3割。「家族旅行」が昨年に比べ増加傾向

子どもがいる女性で、母の日にプレゼントをもらったことがある人に、母の日に「もらったことがあるプレゼント」と「もらいたいプレゼント」について聞いた。「もらったことがあるプレゼント」では「フラワーギフト」(37.9%)と回答した人が最も多く、「スイーツ」(33.5%)、「母への感謝の言葉」(24.8%)と続いた。「もらいたいプレゼント」は「母への感謝の言葉」が約3割(29.2%)と最も高く、次いで「食事」(26.7%)、「フラワーギフト」(25.5%)という結果となった。

一方、「もらったことがあるプレゼント」と「もらいたいプレゼント」の回答結果に最も差があったのは「スイーツ」で、もらったことがある人よりも、もらいたいと思っている人が14.9ポイント少なかった。また、昨年と比べ、「もらいたいプレゼント」としてポイントが最も増加したのは「家族旅行」(16.1%)であるのに対して、「もらったことがある」と答えた人は2.5%と少なく、需要と供給に大きく差が生じる結果となった。

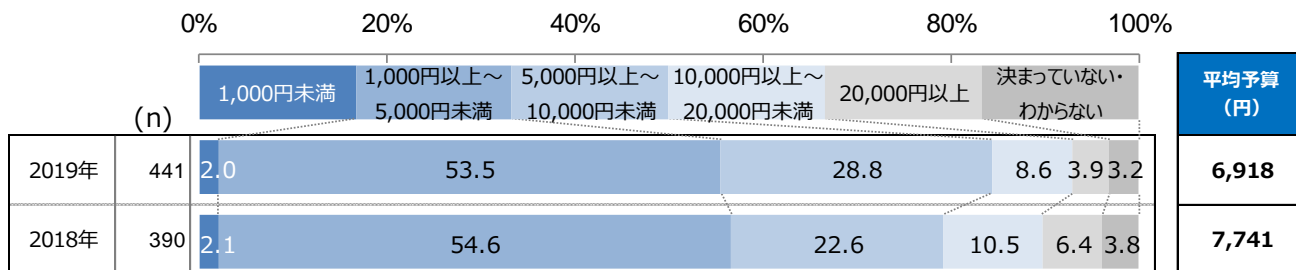
◇もらったことがあるプレゼント・もらいたいプレゼント (n=161:子どもがいて母の日にプレゼントをもらったことがある女性) 複数選択 単位:%



■プレゼント平均予算金額は6,918円で昨年に比べ823円減少。50代が8,918円でトップ

プレゼントを渡す予定があると答えた人にその予算金額を聞いたところ、「1,000円以上～5,000円未満」(53.5%)と回答した人が最も多く、次いで「5,000円以上～10,000円未満」(28.8%)、「10,000円以上～20,000円未満」(8.6%)が続いた。昨年の同調査と比べると、平均予算金額(今年:6,918円、昨年:7,741円)は823円減少した。年代別の予算金額は、50代が最も高い8,918円で、次いで20代では7,287円、60代では7,058円となった。

◇プレゼント平均予算金額 (n=441:母の日にプレゼントを渡す人) 単一選択 単位:%



※2%未満のグラフスコアは非表示 (%)

◇プレゼント予算金額 (年代別) (n=441: 母の日にプレゼントを渡す人) 単一選択 単位: %

	n	1,000円未満	1,000円以上～5,000円未満	5,000円以上～10,000円未満	10,000円以上～20,000円未満	20,000円以上	決まっていない・わからない	平均予算 (円)	平均予算 (円)
全体	441	2.0	53.5	28.8	8.6	3.9	3.2	6,918	7,741
20代	90	2.2	45.6	35.6	8.9	5.6	2.2	7,287	6,478
30代	100	0.0	52.0	33.0	11.0	1.0	3.0	6,325	7,640
40代	120	2.5	59.2	26.7	6.7	2.5	2.5	5,815	7,827
50代	77	2.6	58.4	18.2	9.1	6.5	5.2	8,918	7,779
60代	54	3.7	50.0	29.6	7.4	5.6	3.7	7,058	9,897

※↑は昨年に比べ増加

※↑は年代別で最も高い値

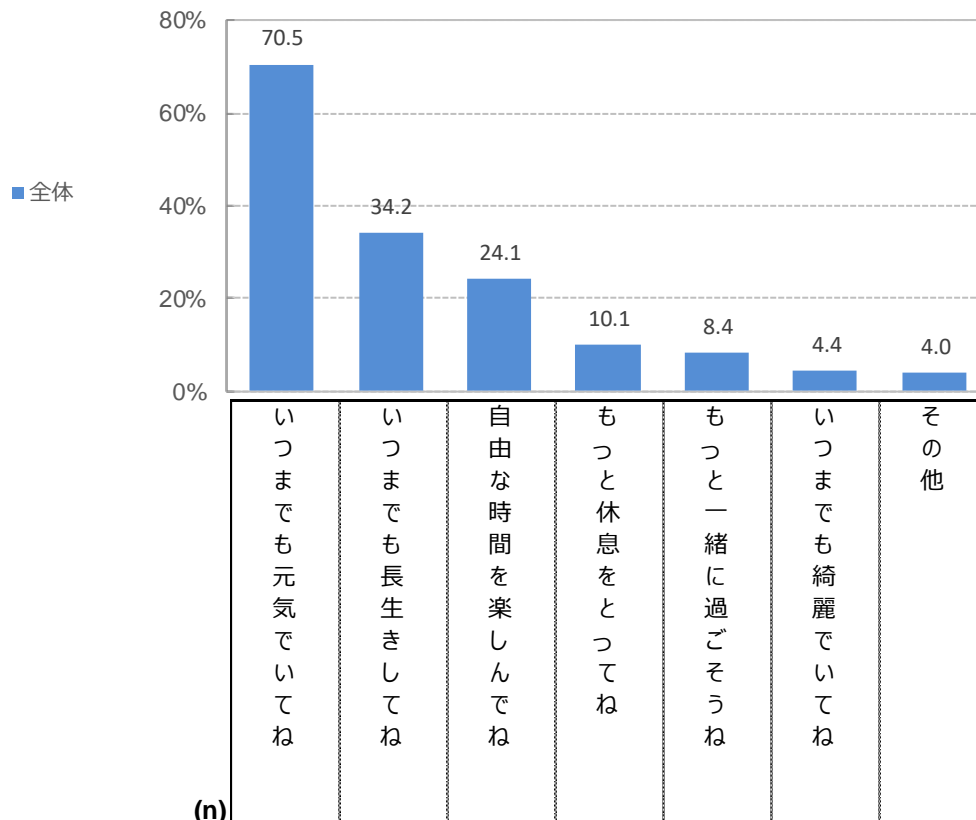
(%)

■母の日に「ありがとう」とともに伝えたいことは、「いつまでも元気でいてね」が7割でトップ

母親がご存命の人に、母の日を機に、「ありがとう」とともに伝えたいことを聞いたところ、「いつまでも元気でいてね」(70.5%)と回答した人が最も多く、「いつまでも長生きしてね」(34.2%)、「自由な時間を楽しんでね」(24.1%)が続いた。

性年代別で見ると、「いつまでも長生きしてね」は、男性40代、50代、60代(それぞれ40.3%、44.7%、41.7%)がいずれも4割を超えた。女性20代は、健康や長生きを願う言葉に加え、母親自身の時間を思いやる気持ちを伝えたい傾向が、全体に比べ高くみられた。

◇母の日を機に、「ありがとう」とともに伝えたいこと (n=526: 母親がご存命の人) 複数選択 単位: %



		(n)	70.5	34.2	24.1	10.1	8.4	4.4	4.0
全体		(526)	70.5	34.2	24.1	10.1	8.4	4.4	4.0
性 年 代 別	男性 20代	(56)	69.6	35.7	32.1	14.3	14.3	8.9	1.8
	男性 30代	(62)	69.4	24.2	16.1	9.7	0.0	1.6	3.2
	男性 40代	(67)	65.7	40.3	19.4	4.5	7.5	3.0	7.5
	男性 50代	(47)	72.3	44.7	19.1	6.4	4.3	4.3	0.0
	男性 60代	(36)	75.0	41.7	16.7	5.6	0.0	2.8	2.8
	女性 20代	(56)	69.6	37.5	37.5	16.1	14.3	10.7	3.6
	女性 30代	(65)	61.5	20.0	29.2	7.7	9.2	1.5	7.7
	女性 40代	(61)	75.4	29.5	21.3	16.4	11.5	4.9	3.3
	女性 50代	(40)	77.5	50.0	27.5	10.0	12.5	0.0	0.0
	女性 60代	(36)	77.8	27.8	19.4	8.3	8.3	5.6	8.3

\* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下 (%)

※全体で降順ソート

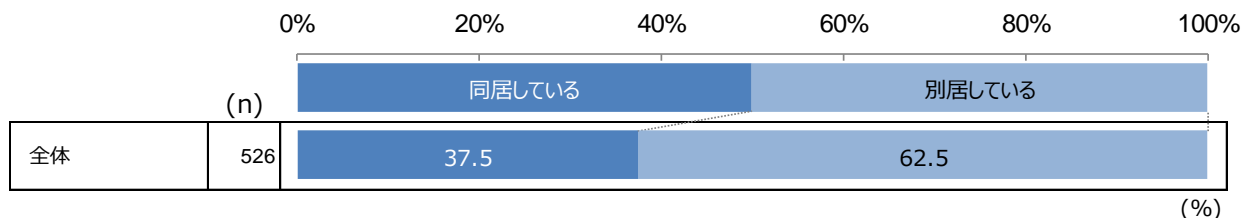
### ■3割半以上が、母親と「毎日、対面で」コミュニケーションをとっていると回答

母親がご存命の人に、母親と同居しているかを聞いたところ、「同居している」と答えた人は全体の37.5%だった。

また、母親とのコミュニケーション方法とその頻度を聞いたところ、「毎日」かつ「対面」でコミュニケーションをとる(35.4%)と答えた人が最も多かった。一方、「対面」以外のコミュニケーション方法はいずれも「このコミュニケーション方法はとらない」(電話:30.4%、メール:63.7%、SNS:64.3%)が最も高く、母親とは高い頻度かつ、対面でコミュニケーションをとっている人が多い傾向が見られた。その他のコミュニケーション方法についてその利用する頻度を見ると、「電話」と「メール」は「月に1回」(それぞれ16.5%、7.8%)、「SNS」は「2週間に1回以上」(7.2%)が最も高い結果となった。

年代別では、「SNS」を週に1回以上利用すると答えた人の合計値において、20代（35.8%）、30代（23.6%）が全体（17.3%）に比べて高い結果となり、若い世代を中心に活用されている傾向がうかがえた。

◇母親と同居しているか（n=526：母親がご存命の人）単一選択 単位：%



◇母親とのコミュニケーション頻度（n=526：母親がご存命の人）単一選択 単位：%

	n	毎日	週に2~3回以上	週に1回以上	2週間に1回以上	月に1回	2~3か月に1回	それ以上	このコミュニケーション方法はとらない	このコミュニケーション方法をとっている計	
対面	全体	526	35.4	5.9	5.5	6.5	12.5	12.5	15.2	6.5	93.5
	20代	112	42.9	6.3	5.4	7.1	14.3	10.7	9.8	3.6	96.4
	30代	127	37.0	3.1	5.5	6.3	11.0	14.2	16.5	6.3	93.7
	40代	128	35.2	4.7	7.0	3.9	12.5	12.5	18.8	5.5	94.5
	50代	87	33.3	10.3	5.7	9.2	14.9	6.9	18.4	1.1	98.9
	60代	72	23.6	6.9	2.8	6.9	9.7	19.4	11.1	19.4	80.6
電話	全体	526	3.8	5.3	10.1	12.4	16.5	12.0	9.5	30.4	69.6
	20代	112	5.4	4.5	11.6	14.3	18.8	15.2	8.0	22.3	77.7
	30代	127	3.1	7.1	8.7	15.0	18.9	12.6	16.5	18.1	81.9
	40代	128	4.7	3.9	9.4	11.7	16.4	12.5	7.8	33.6	66.4
	50代	87	2.3	8.0	10.3	9.2	17.2	5.7	10.3	36.8	63.2
	60代	72	2.8	2.8	11.1	9.7	8.3	12.5	1.4	51.4	48.6
メール	全体	526	2.9	5.3	5.3	5.5	7.8	6.5	3.0	63.7	36.3
	20代	112	3.6	8.0	8.0	4.5	4.5	6.3	2.7	62.5	37.5
	30代	127	3.1	8.7	6.3	7.9	12.6	8.7	7.1	45.7	54.3
	40代	128	5.5	2.3	5.5	5.5	9.4	7.8	3.1	60.9	39.1
	50代	87	0.0	4.6	2.3	5.7	6.9	4.6	0.0	75.9	24.1
	60代	72	0.0	1.4	2.8	2.8	2.8	2.8	0.0	87.5	12.5
SNS	全体	526	4.0	6.8	6.5	7.2	6.7	2.9	1.7	64.3	35.7
	20代	112	6.3	16.1	13.4	13.4	11.6	3.6	1.8	33.9	66.1
	30代	127	5.5	10.2	7.9	11.0	10.2	4.7	1.6	48.8	51.2
	40代	128	3.9	2.3	5.5	2.3	6.3	3.1	3.1	73.4	26.6
	50代	87	2.3	1.1	2.3	4.6	1.1	0.0	1.1	87.4	12.6
	60代	72	0.0	1.4	0.0	2.8	0.0	1.4	0.0	94.4	5.6

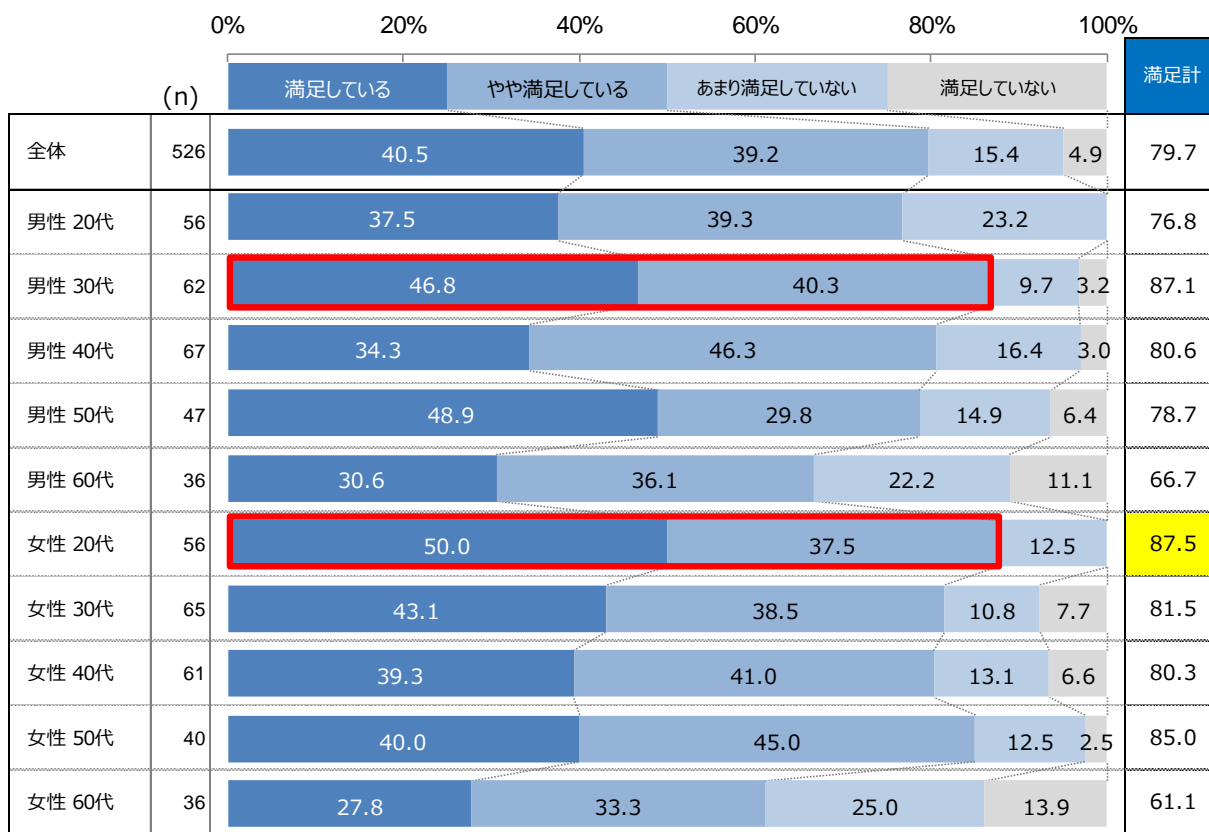
\* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

※「このコミュニケーション方法をとっている計」=「毎日」+「週に2~3回以上」+「週に1回」+「2週間に1回以上」+「月に1回」+「2~3か月に1回」+「それ以上」

■約8割が、母親とのコミュニケーションの量に満足。女性20代、男性30代の満足度は約9割

母親がご存命の人に、母親とのコミュニケーションの量に満足しているかを聞いたところ、「満足している」、「やや満足している」と答えた人の合計値（79.7%）が約8割という結果となった。性年代別で合計値をみると、女性20代、男性30代では約9割（それぞれ87.5%、87.1%）となり、次いで女性50代（85.0%）となった。

◇母親とのコミュニケーションの量に満足しているか (n=526:母親がご存命の人) 単一選択 単位:%



※1%未満のグラフスコアは非表示 (%)  
 ※ は性年代別で最も高い値

より詳細な調査結果は以下よりご覧いただけます。

<https://insight.rakuten.co.jp/report/20190418/>

【調査概要】

- 調査エリア : 全国
- 調査対象者 : 20歳～69歳 男女
- 回収サンプルサイズ : 1,000 サンプル
- 調査期間 : 2019年3月8日と3月9日
- 調査実施機関 : 楽天インサイト株式会社

以上