



2025年9月18日
株式会社オンワード樫山
株式会社大和

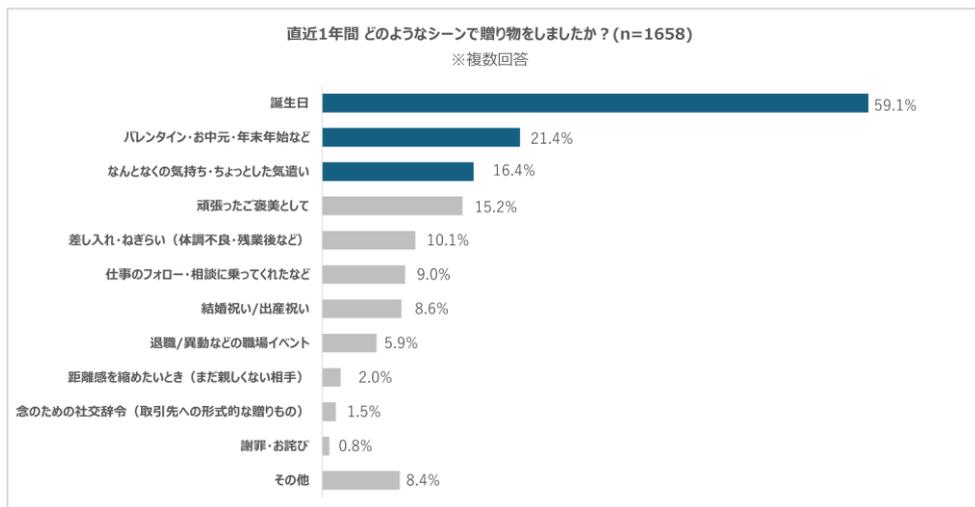
多様化するギフト最新トレンドを調査 相手が喜ぶものをあげたいと考える一方で、失敗したくないと考える慎重派も!?

株式会社オンワード樫山（本社：東京都中央区 代表取締役社長：保元 道宣）のマーケティンググループと株式会社大和（本社：長野県安曇野市、東京都中央区 代表取締役社長：川島 豊）は、全国の20代～50代の女性1,658名を対象に、「ギフトトレンドに関するアンケート調査」を実施しました。本調査では、コロナ禍以降に拡大を続けるギフト市場における最新のニーズやトレンドが明らかになりました。

【調査結果サマリー】

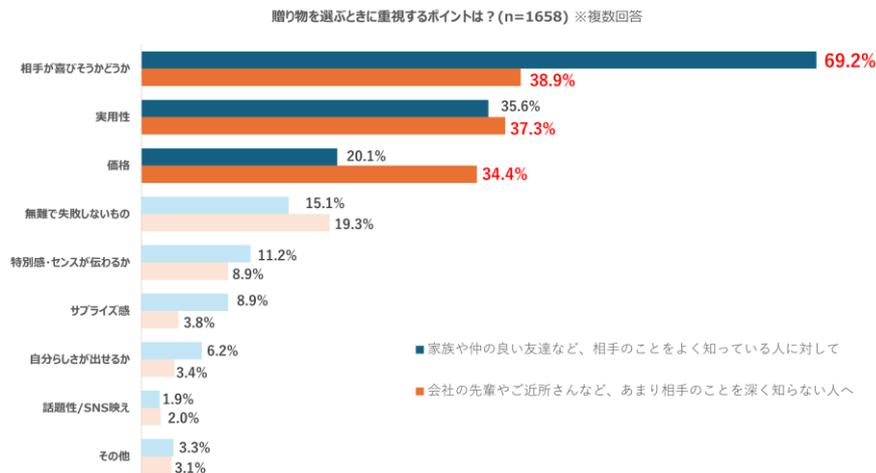
- 贈り物のシーンについて、誕生日などの行事ごとの次に「なんとなくの気持ち・ちょっとした気遣い」が上位に。カジュアルなシーンでの贈り物の需要が判明。
- 贈り物を選ぶ際の基準について、相手との関係値により選定ポイントが異なる結果に。また、相手が喜ぶものをあげたいと考える一方で、失敗したくないと考える人が一定数存在することも明らかに。
- 約3割が「贈り物で失敗した経験がある」と回答。理由は“好みに合わなかった”が最多。
- 近年人気のソーシャルギフト、使われる理由の多くは「気軽さ」。
- カタログギフトには「フォーマル」なイメージが根強いが、「日常使いしやすいもの」としての期待も。

TOPICS①贈り物のシーンについて、誕生日などの行事ごとの次に「なんとなくの気持ち・ちょっとした気遣い」が上位に。カジュアルなシーンでの贈り物の需要が判明。



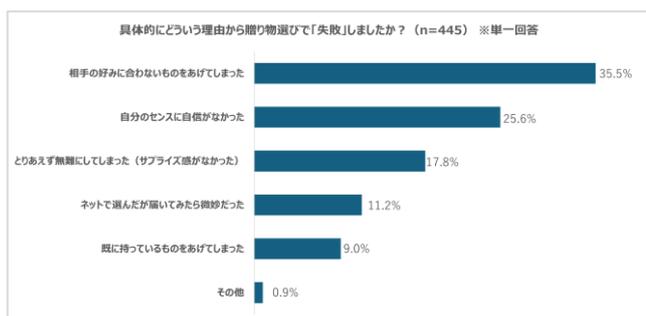
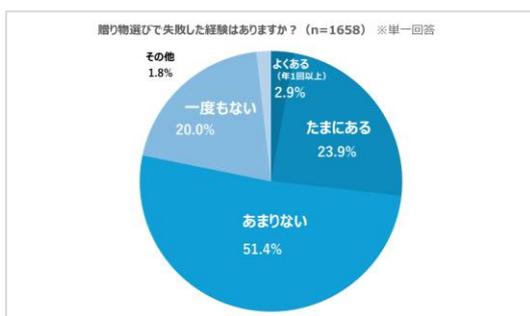
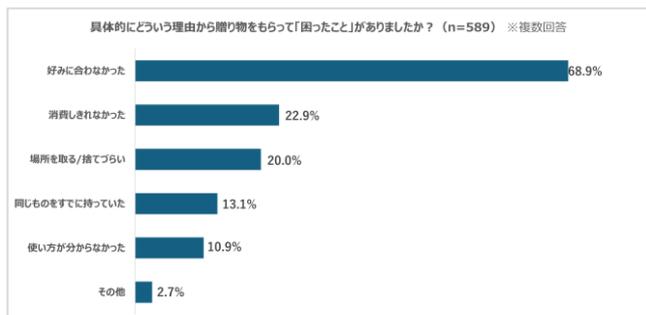
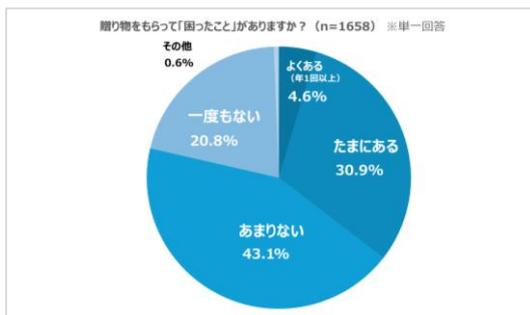
直近1年間の贈り物のシーンについての質問に対して、「誕生日」(59.1%)が最も多く、次いで「季節の挨拶(バレンタイン・お中元・年末年始など)」(21.4%)といった季節行事に関連する回答が多く見られました。一方で3位には、「なんとなくの気持ち・ちょっとした気遣い」(16.4%)の回答がランクインし、イベントや形式にとらわれず、気軽に贈り物をする“カジュアルギフト”の文化が広がりつつあることが明らかになりました。

TOPICS② 贈り物を選ぶ際の基準について、相手との関係値により選定ポイントが異なる結果に。また、相手が喜ぶものをあげたいと考える一方で、失敗したくないと考える人が一定数存在することも明らかに”。



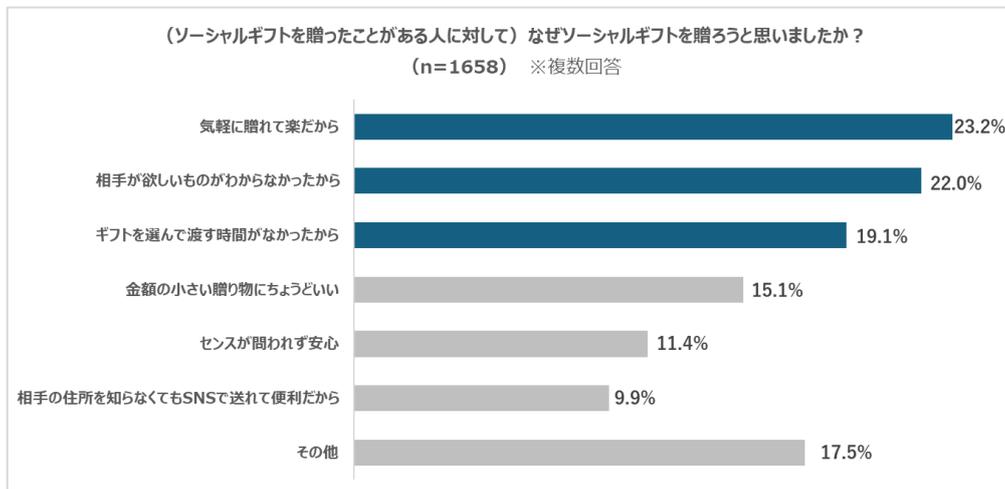
贈り物を選ぶ際の基準について質問したところ、家族や仲の良い友達など「よく知る相手」に対しては、「相手が喜びそうかどうか」(69.2%)が圧倒的に重視され、2位以下を大きく引き離しました。一方で、会社の先輩や近所に住む方など「あまりよく知らない相手」に対しては、「相手が喜びそうかどうか」(38.9%)、「実用性」(37.3%)、「価格」(34.4%)に加え、「無難で失敗しないもの」(19.3%)との回答が得られました。この結果から、よく知る相手には“喜んでもらいたい気持ち”が最優先される一方で、あまりよく知らない相手には“失敗したくない”という心理が一定数存在することが明らかになりました。

TOPICS③ 約3割が「贈り物で失敗した経験がある」と回答。理由は「好みに合わなかった」が最多。



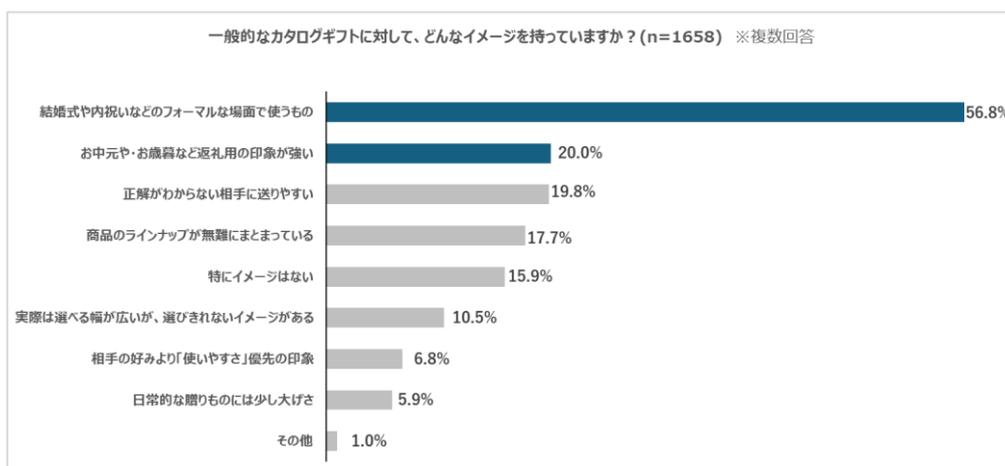
「贈り物をもって困った経験」や「贈り物選びで失敗した経験」について質問をしたところ、それぞれ約3割の人が「贈り物で失敗した経験がある（よくある、たまにある）」と回答しました。その理由として最も多かったのは「好みに合わなかった」という回答で、贈り物選びにおいて相手の好みを把握することが大きな課題となっていることが浮き彫りになりました。

TOPICS④ 近年人気のソーシャルギフト、使われる理由の多くは「気軽さ」。

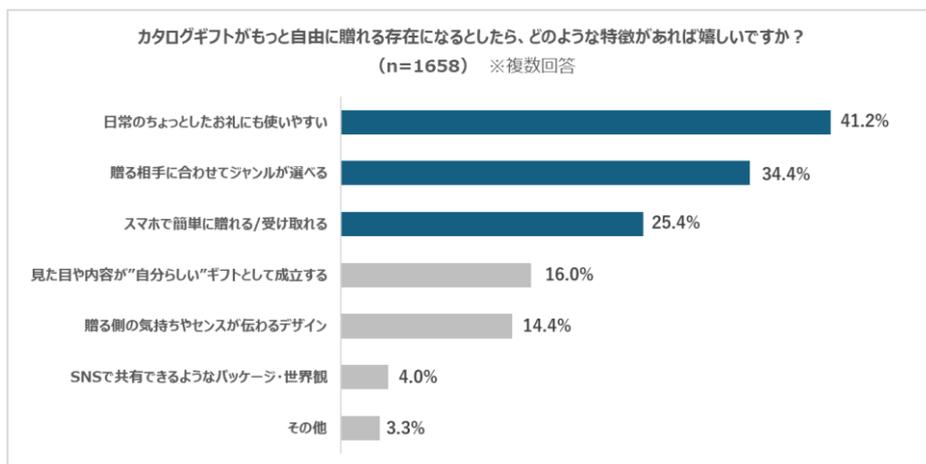


近年若者を中心に普及している、相手の住所を知らなくてもメールやSNS上で気軽にギフトを贈ることができるソーシャルギフト。その贈るシーンと理由について尋ねたところ、「気軽に贈れて楽だから」（23.2%）、「時間がなかったから」（19.1%）という回答が上位にランクイン。SNS上で贈ることができる「気軽さ」が、ソーシャルギフトの人気の理由となっていることが伺えます。

TOPICS⑤ カタログギフトには「フォーマル」なイメージが根強いが、「日常使いしやすいもの」としての期待も。



カタログギフトに対するイメージについて質問をしたところ、「結婚式や内祝いなどの場面で使うもの」（56.8%）という回答が特に多く、次いで「お中元やお歳暮などの返礼用の印象が強い」（20.0%）と回答する方が多い結果に。個人間のプレゼントとしての用途ではなく、フォーマルなイメージが強いことがわかりました。



一方で、カタログギフトがもっと自由に贈れる存在になるとしたら、どのような特徴があれば嬉しいかという質問に対しては、「日常のちょっとしたお礼にも使いやすい」（41.2%）、「贈る相手に合わせてジャンルが選べる」（34.4%）との回答が多く、「気軽さ」や「相手に合わせて選べる柔軟性」が、カタログギフトに求められる要素であることが明らかになりました。

<アンケート調査 概要>

調査主体:株式会社大和

調査方法:インターネットアンケート

調査システム:Questant

調査対象:全国の20代から50代の女性1,658名

調査期間:2025年8月5日(火)~8月9日(土)

■現代のギフトニーズを捉えた"選べる"を贈る、ギフト専門店「PRESENTERS ROOM」

株式会社大和は、創業85年目を迎えた新たな挑戦として、現代のギフトニーズを捉えた"選べる"を贈る、ギフトの専門店「PRESENTERS ROOM (プレゼンターズルーム)」の1号店を、9月12日(金)ニューマン高輪にオープンしました。

プレスリリースはこちら: https://www.onward-hd.co.jp/release/2025/20250908_1.html

P PRESENTERS ROOM



◇「PRESENTERS ROOM(プレゼンターズルーム)」について

はじめまして。めくるめく贈りものの可能性を届ける、
ギフト専門店「PRESENTERS ROOM(プレゼンターズ ルーム)」です。

ここでは、贈る人とその先の贈られる人、どちらにとっても特別な体験をお届けする入口、世界にも珍しいギフトの専門店です。

「相手が選べる」という特長をもった「Menu Gift」は、幾通りもの「相手を想う気持ち」に応えられるよう、審美眼を持って選び抜かれた様々なギフトを取り揃えています。

従来のカタログギフトはもちろん、時にはソーシャルギフトなど、シーンや用途に沿って形を変えてご準備しています。

その豊かな選択肢は、贈る相手がどんな顔をするだろうと、想像を拡げてくれるでしょう。落ち着いた雰囲気の内には今のムードと旬を感じるセレクトギフトが並び、親しみやすく経験豊かなコンシェルジュが、贈る相手やシーンに合わせてパーソナライズされた提案をします。

贈りものは、想いを届ける手段のひとつ。

あなただけの物語が宿り、どこにもないギフトとなる。

「何を贈ればいいのか迷ってしまう」

「自分と相手の想像を超えるものを贈りたい」――

そんな時は、ぜひお立ち寄りください。

贈る楽しさ、選ぶ喜びに出会える、新しいギフトのかたちがあります。

◇「PRESENTERS ROOM」 ニュウマン高輪

所在地：〒108-0074 東京都港区高輪2丁目21番1号 ニュウマン高輪 South 5階

営業時間：11:00~20:00

◇「PRESENTERS ROOM」関連リンク

オンラインストア：<https://presentersroom.jp/>

アプリ：<https://apps.apple.com/us/app/id6748181020>

LINE：<https://page.line.me/060caxpu>

Instagram：<https://www.instagram.com/presentersroom/>

■株式会社オンワード樫山 概要

代表者：代表取締役社長 保元 道宣

本社：〒103-8239 東京都中央区日本橋3丁目10番5号オンワードパークビルディング

事業内容：紳士服、婦人服、子供服、身の回り品などの企画・製造・販売

URL：<https://www.onward.co.jp/>

■株式会社大和 概要

商号：株式会社大和（やまと）

長野本社：〒399-8204 長野県安曇野市豊科高家1178-11

東京本社：〒103-0027 東京都中央区日本橋3-10-5 オンワードパークビルディング7F

代表者：代表取締役社長 川島 豊

事業内容：ギフト商品・カタログギフトの企画制作・販売・運営

HP：<https://www.ymt-yamato.co.jp/>