

コロナ禍のなかの雛人形商戦  
吉徳は購入者の2極化傾向それぞれに万全の対応  
— 雛人形は女兒の幸せを願う「厄除けの行事」に由来—



商戦の中心を彩る親王飾りセット（浅草橋本店）

1月も半ばを過ぎ、今年初節句を迎える女兒の健やかな成長と幸せを願う日本の伝統文化“桃の節句”「雛人形」の商戦が始まっています。

創業 310 年を迎えた人形の総合企業・(株)吉徳 <https://www.yoshitoku.co.jp/>  
(111-8515 東京都台東区浅草橋 1-9-14、資本金 1 億円、社長：12 世山田徳兵衛)では浅草橋本店をはじめ全国の直営 13 店舗にてこの商戦に臨んでいます。

#### ◆雛人形の原点

雛人形の原点は、遠く平安時代の3月初めに「人形（ひとがた）」または「形代（かたしろ）」と呼ばれる、人の姿をかたどったものに「けがれ」を移して川や海に流し、無病息災を願う厄除けの行事に由来するといわれています。こうした風習文化は営々と受け継がれ、現代に至っています。形は変わっても、いつの時代も雛人形は大切な子どものためのお守りのような存在です。

#### ◆購入方法の変化にそれぞれ対応 コロナ禍のなかの販売対応

コロナ禍のなか、すでに始まっている商戦ですが、今年はとくに購入客の傾向に大きく二つの形が見られます。ひとつは従来どおりの「店舗にて購入する」形、もうひとつは「オンラインショッピングにて購入する」形です。今の社会を象徴するような購入客の反応が見られます。吉徳では、こうした購入方法の変化に合わせ、それぞれに対応でき

るよう細心の取り組みを図っています。

浅草橋本店をはじめとする各直営店舗では、ご来店される購入客に対しては徹底した新型コロナウイルス感染防止対策を施し、安全安心な環境の中で雛人形選びができるよう万全を期しています。今年の商戦の特徴は、例年に比べて購入客が「短時間で雛人形選びを終える」傾向が強くなっていることです。例年はじっくり見て「時間をかけて選ぶ」のが普通でしたが、今年は事前にホームページを細かくチェックして来店、そして「意中の品物を目で確認納得して、早めに購入を終える」光景が目立っています。来店購入客の新型コロナウイルス感染自衛策が垣間見えます。

一方、行きかえりの三密を避けるため、各店舗への来店を躊躇する購入客は「オンラインショッピング」を利用される傾向があります。吉徳ではそうした思いにお応えするべく「オンラインショッピング」の内容構成をより充実し、スマホによる多角的な「オンライン購入」をサポートしています。

また、雛人形カタログでも主力商品については詳細なカット写真を掲載、併せて全商品にQRコードも掲載し、オンラインによる購入を容易にしています。

そのほか、SNSによる情報発信についてもさらなる強化を図っています。

#### ◆売れ筋商品は20万円(税抜)前後の親王飾りセット 衣裳の本物志向はさらに進化

雛飾りセットは親王飾り、収納飾り、ケース飾り、三段飾り、段飾り、木目込み飾りなど多種多彩ですが、今年の売れ筋商品は例年と同じく20万円(税抜)前後の親王飾りセットと見込んでいます。とくにここ数年台頭めざましいのが女流作家のセット商品です。女流作家ならではの感性に多くの共感を集めています。

全体的に、サイズのコンパクト化は一段と進んでいます。また、衣裳への本物志向はさらに進化し、高級仕様の正絹金襴を用いた本式衣裳が主流となっています。

#### ◆雛人形選びにみられる購入客のこだわり

子どもの母親たる女性の主張・好みがはっきりと雛人形選びに表れる傾向は、年々強くなっています。それはメインとなる雛の顔立ち、衣裳の色合いだけでなく雛の引き立て役である台、屏風までに及んでいます。

#### ◆吉徳の思い

吉徳は新型コロナウイルス感染拡大の事態が改善され、いつもの穏やかな日常が戻ることを祈りつつ、今こそ人形の由来に思いを馳せていただき、初節句のお子様を囲む家族の絆がさらに強く結ばれることを願っております。

以上