



「桃の節句・端午の節句」に関する消費者意識調査を実施

～幼少期に節句祝いを経験した人は現在の生活満足度、節句習慣の継承への関心が高い結果に～

- 愛知県は豪華な節句飾りが主流、大阪府はコンパクト&シンプル志向、東京都は伝統志向
- 子や孫に「伝統的な」節句飾りを購入したいと答えた世代は20代が52%で最多に
- 兜が似合いそうな芸能人は市川海老蔵、お雛様にしたい芸能人夫婦はDAIGO&北川景子が首位！

田中貴金属ジュエリー株式会社
ギンザタナカ

純金製雛人形や純金製兜を製作・販売する貴金属の老舗ギンザタナカ(田中貴金属ジュエリー株式会社 本社:中央区銀座、代表取締役社長執行役員:田中 ^{まさかず} 和和)は、「桃の節句・端午の節句」に関する一般意識調査を実施しました。

期間	2020年1月17日(金)から1月20日(月)まで
手法	インターネット調査
対象	・東京都・愛知県・大阪府在住の20歳以上の男女600名 (うち節句祝いの経験者:一般男女270名、男性50% 女性50%、節句祝い非経験者:東京都・大阪府・愛知県在住の20歳以上の一般男女330名、男性50% 女性50%)

— 結果概要 —

■ 節句祝いで飾っていたもの、端午の節句は「こいのぼり」(38%)、愛知県20代は鎧甲冑が最多(47.1%)
 / 桃の節句は七段飾り(38.4%)が最多に(Q1)

・端午の節句に飾っていたものでは、「こいのぼり」(38%)が最多。愛知県在住の20代は「鎧や甲冑の飾り」(47.1%)が「こいのぼり」を上回り、特徴的な地域性が伺える結果に。

■ 子や孫に節句祝いをしてあげたいと考える人は節句祝い経験者が78.1%で、非経験者よりも多い割合に。
購入してあげたいもので「伝統的なもの」は20代が最多(Q2、Q3)

・子や孫に購入したい節句飾りは「できるだけコンパクトでシンプルなもの」(62.6%)が最多、次いで「伝統的なもの」(41.7%)に。

・地域別では、「伝統的なもの」と回答した東京都在住者は49.6%で他2地区と比較して最も多い結果に。また、「できるだけコンパクトでシンプルなもの」と回答したのは大阪府在住者が70.1%で最多。

・年代別では「伝統的なもの」と回答した人の割合が他年代と比較して20代が52%で最多に。

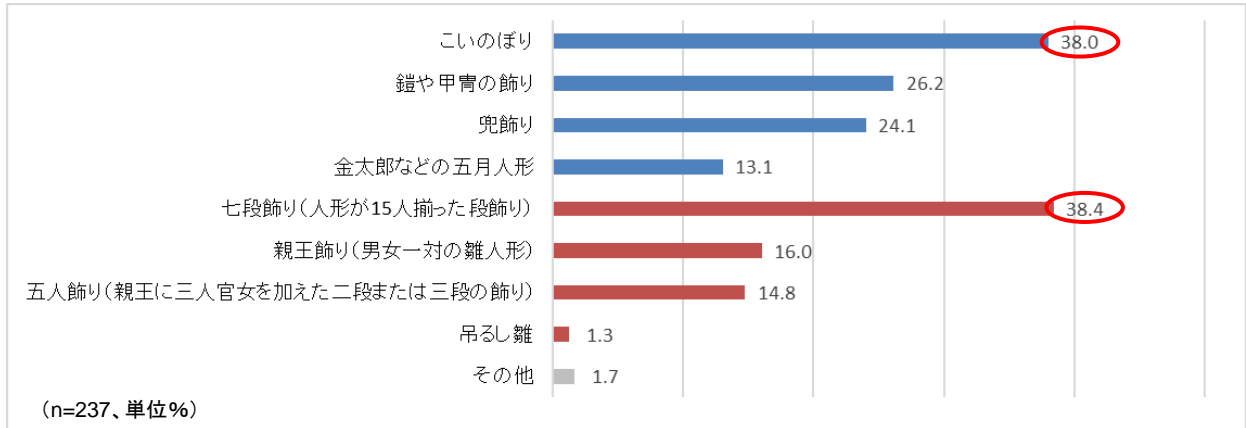
■ 節句祝い経験者は非経験者に比べQOL(生活満足度)が高い結果に(Q4)

・節句祝い経験者は、非経験者に比べ、「学校や職場での人間関係」、「家族や親戚との人間関係」、「自身の資産や収入」、「現在の私生活」、「現在の仕事内容」の満足度が高い結果に。

■ お雛様にしたい芸能人カップルは1位「DAIGO & 北川景子」(47.8%)、一方、兜が似合う芸能人は1位「市川海老蔵」(25.5%)という結果に。(Q5-1、Q5-2)

Q1. 家庭でどんな節句飾りを飾っていましたか？(複数回答)

節句祝い経験者 270 人のうち、節句飾りを飾った経験のある 237 人に家庭でどんなものを飾っていたか聞いたところ、端午の節句では「こいのぼり」が最多、次いで「鎧や甲冑の飾り」(26.2%)、「兜飾り」(24.1%)という結果になりました。桃の節句では「七段飾り」(38.4%)が最多、次いで「親王飾り」(16%)、「五人飾り」(14.8%)となりました。

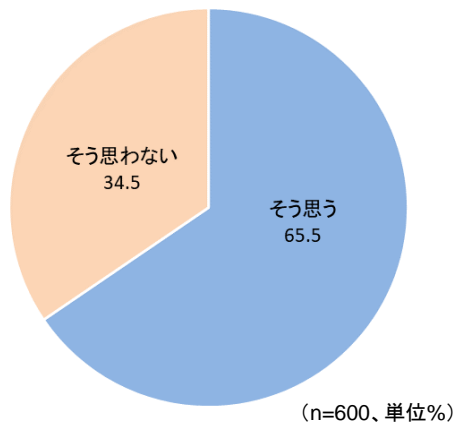


また、Q1 について年代とエリア別に調査したところ、愛知県在住の 20 代では「鎧や甲冑の飾り」を飾っていた人の割合が最も多く 5 割近くとなり、全体で最も多かった「こいのぼり」(38%)を超える結果となりました。加えて、「兜飾り」(35.3%)も全体(24.1%)を 11.2 ポイント上回る結果となり、三英傑など、全国的にも人気の高い有名武将を多数輩出している愛知県ならではの地域性が伺える結果となりました。また、桃の節句では愛知県在住の 30 代では大型で豪華なものが多い「七段飾り」でお祝いをしていた人が全国で最も多い結果となりました。

		(単位%)	兜飾り	鎧や甲冑の飾り	こいのぼり	金太郎などの五月人形	親王飾り(男女一对)	五人飾り(三人官女を加えた二段または三段)	七段飾り(人形が15人揃った段飾り)	吊るし雛	その他
全体		n=237	24.1	26.2	38.0	13.1	16.0	14.8	38.4	1.3	1.7
エリア×年代	東京都×20-29歳	14	35.7	28.6	50.0	7.1	21.4	14.3	35.7	-	-
	東京都×30-39歳	15	6.7	26.7	33.3	-	26.7	13.3	33.3	-	-
	東京都×40-49歳	19	31.6	21.1	31.6	10.5	26.3	15.8	42.1	5.3	-
	東京都×50-59歳	14	28.6	21.4	35.7	14.3	-	21.4	50.0	-	-
	東京都×60-69歳	16	31.3	12.5	31.3	25.0	-	18.8	37.5	-	6.3
	大阪府×20-29歳	17	29.4	29.4	58.8	5.9	17.6	17.6	35.3	-	-
	大阪府×30-39歳	20	30.0	30.0	45.0	10.0	10.0	15.0	50.0	5.0	-
	大阪府×40-49歳	16	18.8	18.8	31.3	6.3	6.3	25.0	31.3	-	-
	大阪府×50-59歳	12	33.3	33.3	16.7	8.3	8.3	-	8.3	-	16.7
	大阪府×60-69歳	16	18.8	18.8	43.8	25.0	18.8	6.3	31.3	-	6.3
	愛知県×20-29歳	17	35.3	47.1	41.2	17.6	11.8	11.8	41.2	-	-
	愛知県×30-39歳	17	17.6	23.5	17.6	5.9	35.3	17.6	52.9	-	-
	愛知県×40-49歳	14	21.4	21.4	42.9	14.3	28.6	7.1	42.9	-	-
愛知県×50-59歳	17	11.8	35.3	41.2	23.5	11.8	29.4	29.4	-	-	
愛知県×60-69歳	13	7.7	23.1	46.2	23.1	15.4	-	46.2	7.7	-	

Q2. ご自身の子どもや孫に節句祝い(食事やプレゼント含む)をしてあげたいと思いますか？(単回答)

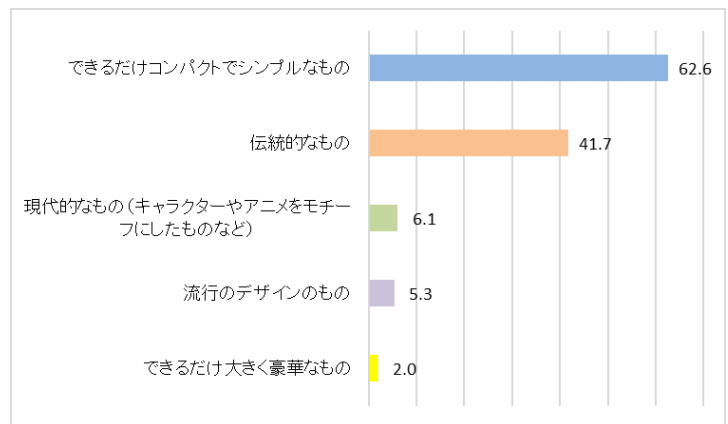
自分の子や孫に節句祝いをしたいか聞いたところ、「そう思う」と答えた人は全体の 65.5%を占めました。自分自身の節句経験の有無との関連性について調べたところ、節句祝い経験者の 78.1%が「そう思う」と回答していることが分かりました。幼少期に節句祝いをしてもらった経験がある人はそうでない人に比べ、次世代にも節句祝いの習慣を継承したいと考えている人が多いことが伺えます。



		n=	思 そ う う	な 思 そ う い わ う
全体		600	65.5	34.5
節句経験(Q1より)	節句経験あり(Q1より)	270	78.1	21.9
	節句経験なし(Q1より)	330	55.2	44.8
エリア	東京都	200	61.5	38.5
	大阪府	200	67.0	33.0
	愛知県	200	68.0	32.0
年代	20-29歳	120	62.5	37.5
	30-39歳	120	65.8	34.2
	40-49歳	120	55.0	45.0
	50-59歳	120	65.8	34.2
	60-69歳	120	78.3	21.7
兄弟・姉妹の有無	兄弟・姉妹がいる	494	69.4	30.6
	兄弟・姉妹はいない	106	47.2	52.8
性別	男性	300	64.3	35.7
	女性	300	66.7	33.3

Q3. 自身の子どもや孫に購入したいと思う節句飾りは？(複数回答)

Q2 で「自身の子や孫にも節句祝いをしてあげたい」と回答した 393 人にどんな節句飾りを購入したいか聞いたところ、「できるだけコンパクトでシンプルなもの」が最多となりました。



(n=393、単位%)

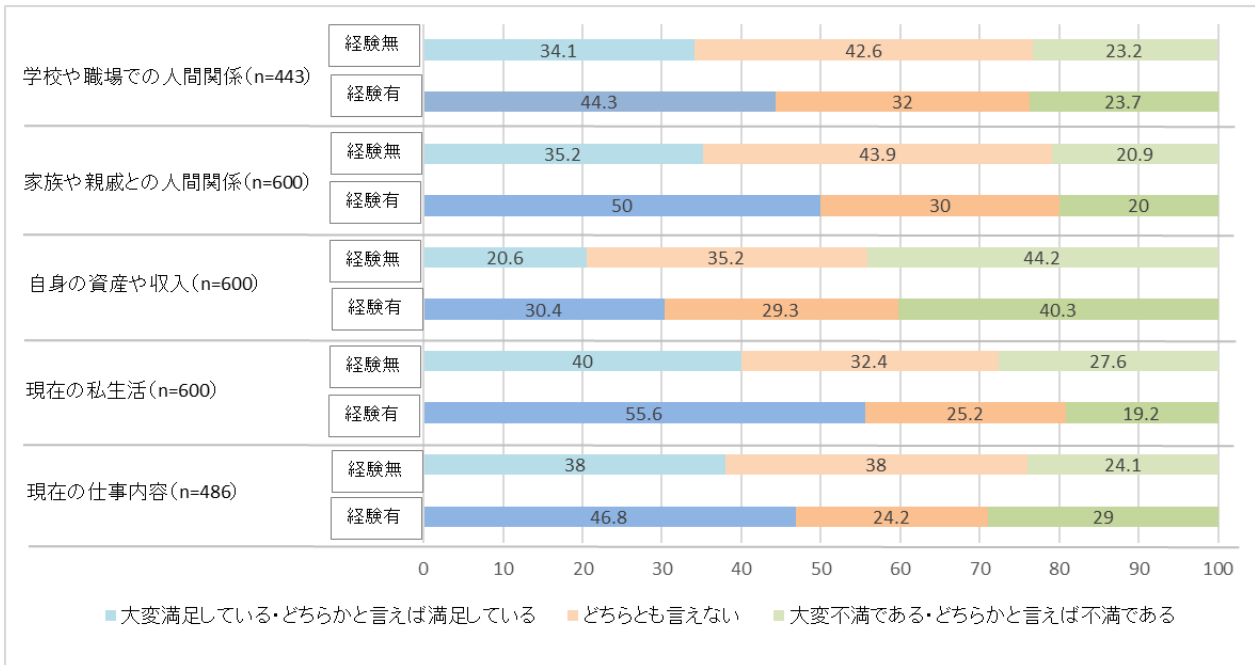
更に年齢やエリア別で詳しく調べたところ、「できるだけコンパクトでシンプルなもの」と答えた人は大阪在住者が 70.1%で、調査した 3 地区で最も多くなり、対して東京都在住者は 55.3%で、大阪府、愛知県と比較して最も少ない割合となりました。また、「伝統的なもの」を購入したいと回答した世代は、20 代が 52%で全体より 10.ポイント高くなり、年代が低くなるほど割合が大きくなる傾向となりました。

		(単位%)	伝 統 的 な も の	シ ン プ ル な も の コ ン パ ク ト で	も の で き る だ け 大 き く 豪 華 な	流 行 の デ ザ イ ン の も の	に タ 現 代 し や 的 な も の な を モ チ ャ ー ラ フ ク
全体		393	41.7	62.6	2.0	5.3	6.1
節句経験(Q1より)	節句経験あり(Q1より)	211	47.4	64.9	1.9	4.3	4.3
	節句経験なし(Q1より)	182	35.2	59.9	2.2	6.6	8.2
エリア	東京都	123	49.6	55.3	1.6	4.9	5.7
	大阪府	134	33.6	70.1	2.2	6.7	6.0
	愛知県	136	42.6	61.8	2.2	4.4	6.6
年代	20-29歳	75	52.0	58.7	2.7	9.3	6.7
	30-39歳	79	40.5	65.8	6.3	7.6	7.6
	40-49歳	66	39.4	54.5	1.5	4.5	7.6
	50-59歳	79	39.2	64.6	-	5.1	3.8
	60-69歳	94	38.3	67.0	-	1.1	5.3
兄弟・姉妹の有無	兄弟・姉妹がいる	343	42.9	63.3	1.7	5.2	5.0
	兄弟・姉妹はいない	50	34.0	58.0	4.0	6.0	14.0
性別	男性	193	47.2	58.5	3.1	5.2	7.8
	女性	200	36.5	66.5	1.0	5.5	4.5

Q4. 現在の生活に満足していますか？(単回答)

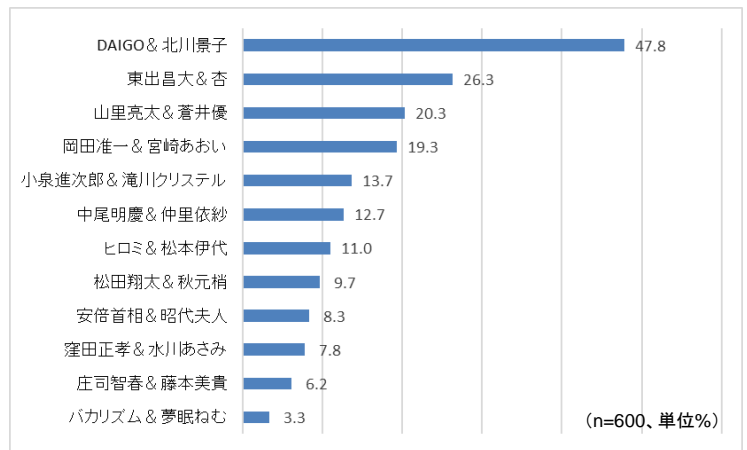
生活の満足度について聞いたところ、「学校や職場での人間関係」、「家族や親戚との人間関係」、「自身の資産や収入」、「現在の私生活」、「現在の仕事内容」の調査した 5 項目のいずれでも、「満足している」と回答した節句祝い経験者が非経験者を上回る形となりました。幼少期に経験した家庭での節句祝いなど豊かな経験が、現在の生活満足度にも影響を与えていることが伺えます。

(単位%)



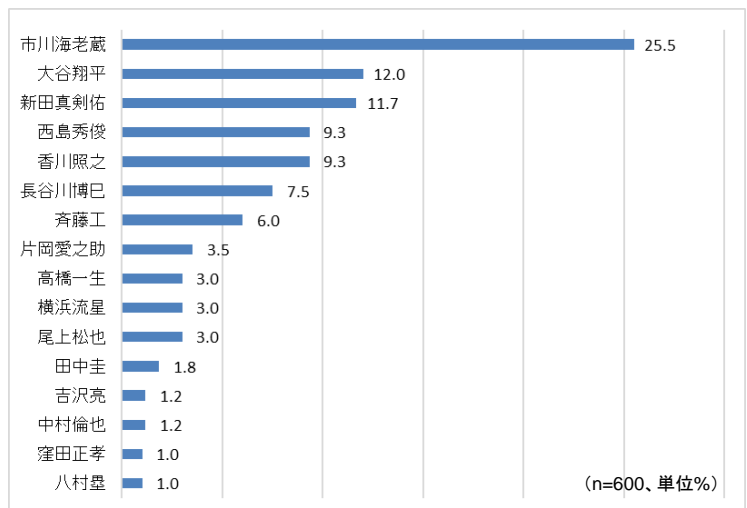
Q5-1. 雛人形(お内裏様とお雛様)にしたい芸能人カップルは？ (上位 3 組まで複数回答)

お雛様にしたい芸能人カップルを聞いたところ、2016 年に結婚し、おしどり夫婦としても著名な「DAIGO&北川景子」夫妻が 47.8%で最多となりました。



Q5-2. 最も兜が似合う芸能人は？ (単回答)

「兜が似合う芸能人」を聞いたところ、2020 年 5 月に十三代目市川團十郎白猿を襲名することが発表された歌舞伎役者「市川海老蔵」が 25.5%と最も高い支持率となりました。



～調査結果コメント～（ギンザタナカ 直営店営業部販売企画室 室長 橋 千佳）

少子高齢化や核家族化により家族関係の希薄化が話題になっていますが、自分自身の子や孫に節句祝いをしてあげたいと考える人は過半数を占め、節句祝いの経験がある人に限定すると8割近くにのぼりました。また、生活満足度の面でも、節句祝いの経験がある人が経験のない人を上回っています。幼少期、家族や親戚に節句のお祝いをしてもらった経験は大切な思い出として、次世代にも節句祝いの習慣を継承したいという気持ちを育てるとともに、現在の生活の充実にもつながっていることが伺えます。

また、子や孫への贈り物で「伝統的なもの」を選んだ人が若年層に多いなど、若年層の伝統文化への興味関心の高さも浮き彫りになりました。家族構成や住宅事情、個人の価値観が時代とともに変容する中、節句祝いの習慣は日本古来の文化として多くの人々に変わらず愛され、今後も受け継がれていくことが予想される結果となりました。

ギンザタナカでは、美しさと高い資産価値を兼ね備えた純金製の雛人形や兜を展開しております。世代を超えて継承していくことのできる逸品として、節句飾りのご購入を検討される際の選択肢としてお勧めしています。

ギンザタナカでは、40年以上にわたり、金やプラチナ、銀などの貴金属製の雛人形、兜を販売しています。貴金属製の雛人形、兜はその工芸品としての美しさのみならず、数世代に渡って受け継ぐことのできる高い資産性を兼ね備えています。今後も、ライフイベントに合わせた貴金属商品のご提案を通して、世代から世代へ受け継がれる想いや絆をつなぐお手伝いをし、心はずむ瞬間(とき)をご提供してまいります。

～ギンザタナカの純金製雛人形～

ギンザタナカの雛人形は、貴金属の素材の良さを活かした美しい見た目と、コンパクトでスペースをとらずに飾りやすく、手入れがしやすい点が特徴です。資産価値としての特色を持った家宝として、母から子へと代々継承することも可能です。



～ギンザタナカの貴金属製兜～

近年では両親や祖父母が、男児の誕生に合わせ、資産性の高い貴金属製の兜を購入するケースが増加しています。ギンザタナカの兜商品は、工芸作家による原型製作をもとに、経験を積んだ貴金属工芸職人が「金・銀の雄々しい輝きのごとく、世の中で光輝いてほしい、凜と光る未来を迎えてほしい」といった願いを込めて手がけています。



【ギンザタナカについて】

1892年に創業したギンザタナカ(田中貴金属ジュエリー株式会社)は、クオリティーの高いジュエリーや工芸品などの提供を通して、一人一人のライフスタイルに更なる輝きを持たせる、歴史と伝統を有する老舗の貴金属店です。純金やプラチナなどの上質な貴金属に匠の工芸技術を駆使して、デザイン性に富み、かつ資産性の高いジュエリーや工芸品などを製作・販売しています。

〔直営店舗〕

銀座本店、新宿店、ホテル椿山荘東京店、伊勢丹立川店、伊勢丹浦和店、横浜元町店、仙台店、名古屋店、名古屋三越 栄店、心齋橋店、福岡 西鉄グランドホテル店

<本件に関するお問合せ先>

■一般からのお問合せ／ギンザタナカ TEL:0120-556-826 <https://www.ginzatanaka.co.jp>