一般社団法人日本人形協会

報道関係者各位

2016 年 4 月 19 日
一般社団法人 日本人形協会

「こどもの日」にぜひとも飾ってみたい！

武将通ママ が選ぶ「五月人形に欲しい武将ランキング」

3 位 徳川家康　2 位 伊達政宗　そして、1 位は 上杉謙信

~男の子のたくましい成長を祝う五月人形は **9 割弱**の母親が購入意欲~

節句・伝統文化の啓蒙と振興のために活動している一般社団法人日本人形協会（所在地：東京都台東区、会長：金林 健史、会員加盟店数：全 367 社、以下：日本人形協会）はこの度、男の子の身の安全と健やかな成長を祝う 5 月 5 日の端午の節句を前に、母親の端午の節句への意識について調査すべく、節句人形の購入経験があり、0～5 歳の子供を持つ 20～40 代の既婚女性 500 名を対象に、「節句と節句人形に関する意識調査」を実施いたしました。

一般社団法人日本人形協会
http://www.ningyo-kyokai.or.jp/

今回の調査では、まず五月人形として人気が高い「兜飾り」や「鎧飾り」にちなみ、「五月人形として欲しい戦国武将」の調査を行いました。14 人以上の戦国武将を知っていた母親（n=228）を**“武将通ママ”**と定義し、欲しい武将を尋ねてみると、39.9%が「上杉謙信」と答え、最も支持を集めました。

また、節句人形購入者に対し、「購入した節句人形の種類」を尋ねたところ、8 割弱の母親が「兜飾り」と回答。比較的収納が容易な飾りのほうが人気の高いことがわかり、昨今の住環境との相関性が考えられる結果となりました。

まだ男の子のいない母親に関して、「もし男の子が生まれたら五月人形を購入するかどうか」を尋ねてみると、9 割弱の母親が「購入する」と回答。子供の健やかな健康を願いつつ、日本の伝統を重んじる母親像がうかがえる結果となりました。

武将通ママが選ぶ
五月人形に欲しい武将ランキング

順位	戦国武将	%	n
1	上杉 謙信	39.9	91
2	伊達 政宗	33.8	77
3	徳川 家康	32.5	74
4	武田 信玄	26.8	61
5	織田 信長	24.1	55
6	真田 幸村	21.5	49
7	豊臣 秀吉	19.7	45
8	前田 利家	16.2	37
9	石田 三成	11.4	26
10	今川 義元	8.8	20

（複数回答、n=228）

調 査 名：節句と節句人形に関する意識調査
調査対象：節句人形の購入経験があり、かつ
0～5歳の子供を持つ20～40代の既婚女性500名（全国）
調査期間：2015年12月4日～8日
調査方法：インターネットを利用したアンケート調査
調査機関：マイボイスコム株式会社

一般社団法人日本人形協会

【調査結果トピックス】

① **武将通ママが選ぶ「五月人形に欲しい武将」　1 位は 4 割のママから支持を獲得 “上杉謙信”**

② **一番人気は「兜飾り」　8 割弱の母親が購入**

③ **“健やかに育つよう願いを込めて飾りたい”　9 割弱の母親が「男の子が生まれたら購入する」と回答**

トピックス① 武将通ママが選ぶ「五月人形に欲しい武将」1位は4割のママから支持を獲得 “上杉謙信”

14人以上の戦国武将を知っていた“武将通ママ”228名に対し、「戦国武将の偉大さにあやかって彼らをモチーフにした鎧兜飾りを作るとしたら、どの武将をモチーフにしたいか。」を尋ねたところ、軍事戦術に長けた智将「上杉謙信」が39.9%の支持を獲得し、1位に輝きました。

2位には奥州を支配した“独眼竜”「伊達政宗」(33.8%)、3位には戦国時代を平定し、江戸幕府を築き上げた「徳川家康」(32.5%)が続く結果になりました。

端午の節句で鎧や兜を飾ることは、武家社会から生まれた風習です。武家社会では、武将にとって自分の身を護る大切な道具であり、シンボルとしての精神的な意味もある宝物である鎧兜を、ときには身の安全を願って神社に奉納したと言われています。そのしきたりが由来となり、端午の節句のときには鎧兜を飾るようになりました。

現在では鎧兜の“身体を守る”ものという意味が重視され、交通事故や病気から大切な子どもを守ってくれるようにという願いも込めて飾るものになっています。鎧兜飾りの由来を考えると、端午の節句に飾るものへの考え方もまた違って見えてくるかもしれません。

武将通ママが選ぶ 五月人形に欲しい武将ランキング

順位	戦国武将	%	n
1	上杉 謙信	39.9	91
2	伊達 政宗	33.8	77
3	徳川 家康	32.5	74
4	武田 信玄	26.8	61
5	織田 信長	24.1	55
6	真田 幸村	21.5	49
7	豊臣 秀吉	19.7	45
8	前田 利家	16.2	37
9	石田 三成	11.4	26
10	今川 義元	8.8	20

(複数回答、n=228)

調査名：節句と節句人形に関する意識調査
調査対象：節句人形の購入経験があり、かつ
0～5歳の子供を持つ20～40代の既婚女性500名（全国）
調査期間：2015年12月4日～8日
調査方法：インターネットを利用したアンケート調査
調査機関：マイボイスコム株式会社

一般社団法人日本人形協会

トピックス② 一番人気は「兜飾り」 8割弱の母親が購入

五月人形の購入経験がある母親247名に購入した節句人形の種類を尋ねたところ、76.5%が「兜飾り」と回答しました。

男の子の“身体を守る”ものという意味で飾られる兜飾りですが、端午の節句では鎧兜以外にも「鯉のぼり」を飾る風習もあります。

端午の節句の鎧兜飾りが武家社会から誕生した一方で、鯉のぼりは江戸時代に町人階層から生まれた節句飾りです。鯉は清流はもちろん、池や沼でも生息することができる、非常に生命力の強い魚です。また、鯉が急流をさかのぼり、竜門という滝を登ると竜になって天に登るという中国の伝説にちなみ、鯉のぼりには、子どもがどんな環境にも耐え、立派な人になるようにとの立身出世を願いが込められています。

このような豆知識も蓄えておくと、節句に関する理解がより深まり、楽しい端午の節句を迎えられるのではないでしょうか。

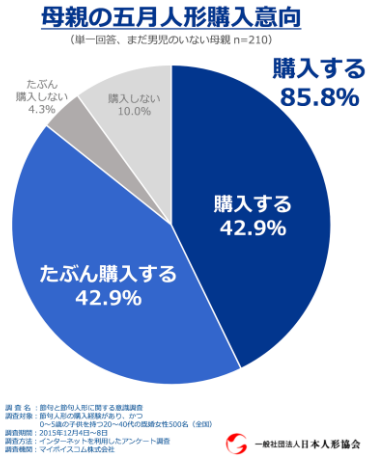
購入した節句人形の種類

(単一回答、長子が男児の母親 n=247)

調査名：節句と節句人形に関する意識調査
調査対象：節句人形の購入経験があり、かつ
0～5歳の子供を持つ20～40代の既婚女性500名（全国）
調査期間：2015年12月4日～8日
調査方法：インターネットを利用したアンケート調査
調査機関：マイボイスコム株式会社

一般社団法人日本人形協会

トピックス③ “健やかに育つよう願いを込めて飾りたい” 9 割弱の母親が「男の子が生まれたら購入する」と回答



まだ男の子がいない母親 210 人に「男の子が生まれたとき、五月人形を購入するかどうか」を尋ねたところ、42.9%の母親が「購入する」、42.9%の母親が「たぶん購入する」と回答し、母親の 85.8%に購入意向があるという結果が判明しました。

五月人形を購入したい理由としては、子供の健康を願う気持ちや、日本の伝行事大切にしたいという理由があり、ほとんどの母親が日本の男の子のための伝統行事“端午の節句”を大切に考えていることがうかがえます。

【五月人形を購入したい理由】（一部抜粋）

- 健やかに育ってほしいという願いを込めて飾りたいから（30 代/神奈川県）
- 日本の伝統的な行事は大切にしたいから（30 代/北海道）
- 男の子には男の子用のものが必要だから（30 代/愛知県）

「端午の節句」と日本人形協会　節句・伝統文化の啓蒙と振興のために―。

私たち日本人は、四季折々の節句を通じて、家族や祖父母、親戚の人たちと集い、その愛情の中で人と人との絆を深める機会に恵まれています。その中で、節句という節目があり、自然と向き合うために立ち止まるひとときを持つことも出来、そこからあらゆる日本文化が発達しました。

「こどもの日」として祝われる 5 月 5 日の端午の節句。その歴史や意味・由来を辿ると、日本の伝統文化が見えてきます。

奈良時代以前には、端午の節句に薬草、特に菖蒲をつみ、災いを受けないように祈る風習が生まれました。端午の“端”は「はじめ」という意味で、「端午（たんご）」は 5 月最初の午（うま）の日のことでした。それが、午（ご）という文字の音が五に通じることなどから、奈良時代以降、5 月 5 日が端午の節句として定着していったと言われています。

そして、江戸時代に入ると、勢力の中心が貴族から武家に移って行ったという背景や、「菖蒲（しょうぶ）」の音が、武を重んじる「尚武（しょうぶ）」と同じであることから、「端午の節句」は、「尚武（しょうぶ）」の節句として、武家の間で盛んに祝われるようになりました。その時期からこの節句は、家の後継ぎとして生れた男の子が、無事成長していくことを祈り、一族の繁栄を願う重要な行事となったのです。3 月 3 日のひなまつりが、女の子のための節句として花開いていくのに呼応するように、5 月 5 日の端午の節句は、男の子のための節句として定着していきました。

昨今は生活様式の変化によって、なかなか節句の飾りもままならないということも聞かれますが、その中で日本人形協会は日本の伝統文化を次代に伝え、『日本人の心』を伝えるために、節句行事の啓発と振興に努めたいと考えております。

【調査概要】
調査名：節句と節句人形に関する意識調査
調査対象：節句人形の購入経験があり、かつ
0～5 歳の子供を持つ 20～40 代の既婚女性 500 名（全国）
調査期間： 2015 年 12 月 4 日～8 日
調査方法： インターネットを利用したアンケート調査
調査機関：マイボイスコム株式会社