

節句文化を 次の時代へ

一般社団法人 全日本人形専門店チェーン
設立50周年誌

節句文化を次の時代へ

一般社団法人 全日本人形専門店チェーン 設立50周年誌

発行日 2019年 4月1日

発行 一般社団法人 全日本人形専門店チェーン

〒111-0052 東京都台東区柳橋2-1-9 東商センター

URL <http://www.ningyou-chain.or.jp/>

(一社)全日本人形専門店チェーンの 50年とこれから

(一社)全日本人形専門店チェーン 会長 / 小木 一郎



一般社団法人 全日本人形専門店チェーンは1970(昭和45)年7月、全国の人形小売店有志が集まり、人形業界初のボランティアチェーンとして結成されました。各店舗が相互協力して消費者サービスの向上に努め、日本のよき伝統文化である節句人形を次の時代に引き継いでいくことを目的としています。

設立以来、チェーンとして情報などを広く共有し協力して研究を重ね、仕入れ、販売、新製品の開発、PRなど、積極的に戦略を立てて運営してきました。一方で、加盟会員店はそれぞれの創意工夫のもと、固有の伝統を持つ地域の方々のニーズにきめ細かく対応した商品やサービスを提供してきました。

組織力を生かした「優れた商品」「責任もてる商品」を提供することで、全日本人形専門店チェーンは大きな信用を得ています。また実績も着実な伸びを見せ、加盟会員店の大きな力となっています。

設立50周年を迎えるにあたり、活動の歴史をふりかえるとともに、将来を見据え、さらにチェーン網を拡大し、チェーンオリジナル商品の開発や研修会などの活動をいっそう意欲的に進め、会員相互、そしてお客様のお役に立つよう研鑽していく所存です。

設立当時にふりかえって

(一社)全日本人形専門店チェーン 名誉会長 / 佐藤 和二



一般社団法人 全日本人形専門店チェーンは、日本全国それぞれの地域で店を担う経営者の方々の尽力によって発足しました。当時事務局だった(株)大広の段取りで、発会式は名古屋の第一ホテル。全国から80人くらいの方が集まってくれました。

当時(1970年)は景気も良く、七段十五人揃えが主流で、価格も10万円以上。鯉のぼりも、小田原付近では5m、ほかの場所では6~8mのものが売れ、時に矢車が間に合わないこともありました。また、毎年主催していた人形海外ツアーでは、ジャンボ機をチャーターして400人がハワイへ。州知事にもお目にかかりました。

今、厳しい時代の中で、常にこれからどうするかを考えること。それが重要であり、これからの変化をしっかりと捉え、この業界を支えていってほしいと思います。(談)

- 1970年～ 全日本人形専門店チェーン結成のための準備委員会が発足(3月)
- 人形業界初のボランティアチェーンとして全日本人形専門店チェーン結成(7月)
- 事務所を東京都品川区北品川に置く
- 情報交換会/勉強会
- 第1回 人形海外ツアー(ハワイ)開催
- 第1回 共同仕入れ見本市開催 現在も継続中
- 共同PRの一つとして広報DM「ライフメイト」創刊。以降第394号(2003年2月)まで続く
- 1979年 ヤングの会結成大会が焼津市うみのホテルで開催され、芥子の会が正式に発足、会員数21名
- 芥子の会便りを発行
- 1980年 芥子の会による節句人形研修会始まる
- 1988年 芥子の会によるオリジナル商品開発
- 2015年 全日本人形専門店チェーン認定品マーク、リーフレット作成
- 2017年 一般社団法人へ
- 2020年 設立50年を迎える



(一社)全日本人形専門店チェーンの事業

日本のよき伝統文化である節句人形を、次の時代に引き継いでいきたい。その設立目的を実現するため、各人形専門店が相互協力して消費者サービスの向上に努めながら、人形チェーンの組織力を生かし、戦略的な事業を積極的に展開しています。これらは、お客様から多大な信用を得るとともに、加盟会員店の大きな力となっています。

共同仕入れ～優れた商品をリーズナブルに

全日本人形専門店チェーン設立の目的の一つは、人形の「共同仕入れ」でした。毎年、新作の展示会を開催し、人形チェーンとして共同で仕入れることで、より優れた商品をリーズナブルな価格でお客様に提供できるようになりました。

そしてまた、共同仕入れを続けて実績をつくることで、各メーカーから直接商品が仕入れられるようになったことは人形チェーンにとって大きな前進でした。共同仕入れでは、人形チェーンという信頼ある名前があるがゆえに、一小売店ではコンタクトが取れない仕入れ先とも商談をすることもできます。

その商談に参加する若手のメンバーは、「最前線で活躍される目の肥えた方々の意見や、先を見据えた見

識をじかに聞けるという体験は、自分にとっても会社にとっても大きな財産です」と話しています。



共同仕入れの様子

プロジェクトチームによるオリジナル商品の開発

節句人形にも流行があります。雛人形の人気は七段飾りから三段飾りへと移っていった30年ほど前、当時の会長が人形チェーンのオリジナル商品をつくらうと発案しました。

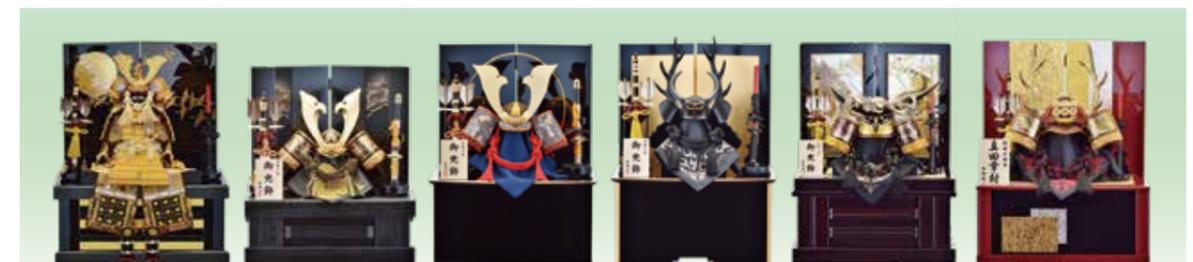
そして、それぞれのメーカーに依頼し、三段飾りや親王飾りをつくったのがオリジナル商品の第一号です。五月人形も、鎧セットと兜セットの二本立て商品を開発しました。

以後、毎年、プロジェクトチームをつくり、時代の

ニーズに合ったチェーンオリジナルの雛人形、五月人形を製作し、加盟会員店に提供しています。

商品開発にあたっては、チームのメンバーが全国の加盟会員店に出向き、その意見を汲み取り、それらを新商品に反映していくのですが、「プロジェクトチームに携わっていることは非常にメリットが大きい」と、メンバーは言います。そこで得た情報を来年度の仕入れに活かしたり、取引のなかった店舗と知り合えたりするからです。

〈オリジナル商品開発の一例〉



ともに取り組む、販売促進／PR活動

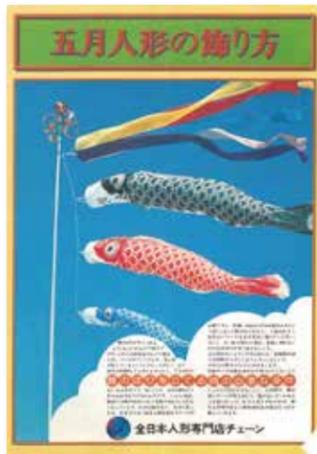
一般のお客様に向けたさまざまなツールを制作し、加盟会員店の販売促進につなげる「共同PR」も、全日本人形専門店チェーン設立の目的の一つでした。

当時の主な制作物としては、小売店ではなかなか手の届かなかったカラーチラシ。当時の会員は「販促効果は大きかった」と、ふりかえります。広告物としては、雛人形と五月人形の飾り方パンフレットやポスター、

伝統産業に関する資料なども制作しました。そのほかに、包装紙、のし紙などの店舗用品もあります。

販促物のヒット商品には防虫剤“いたわり”があり、会員外の方にも安価に販売しています。

また、海外旅行がまだ珍しかった1971年から、お客様を抽選で海外にご招待する特別企画を実施し、好評を博しました。



▲顧客に郵送したカラー版A4サイズのDM「ライフメイト」たくさんのお客様の来店につながった効果のある宣伝でした。

加盟会員店から

雛人形と五月人形の飾り方ビデオを制作しました。そういうことができるのも人形チェーンのメリットです。



●特別企画

(一社)全日本人形専門店チェーンの海外ツアー

一般のお客様への謝恩と、節句人形の海外PRを兼ねて毎年実施した人形海外ツアー。

チャーター便で行く海外旅行は、1971年から始まり、ハワイ、シンガポール、アメリカ西海岸と、日数も、規模も拡大してたくさんのお客様に楽しんでいただきました。

初めてのオーストラリア旅行(第14回、1984年)では、シドニー市長に鑑一式をプレゼント。「コアラ外交」ならぬ「ヨロイ外交」が大きな話題となりました。



情報交換会／勉強会／研修会

加盟会員店相互の交流と活性化を図るため、機会あるごとに情報交換会や勉強会・研修会を実施しています。そのために“芥子(けし)の会”という若手メンバーによる2世の会を設けています。



研修会の様子



勉強会の様子



加盟会員店から

同世代の知り合いができたことは一つの財産です。同じ目的に向かって切磋琢磨しています。商売の取り引きも広がりました。

毎年行う節句人形研修会は、工房や歴史ゆかりの地の見学もありますが、業界の特徴ある会社の社長の講演やその店舗を見学させていただくこともあります。単独の店ではできないことが、人形チェーンにすることでできる。それが大きなメリットです。

情報交換会や勉強会で各地に行き、仕事以外でも交流を図っています。業界固有の課題なども話し合える関係は、人形チェーンならではのものだと思います。

芥子の会は、時代に合った“情報や場”を的確に会員に提案している貴重な会です。地方出身の私は、この活動で全国にネットワークができました。それが今の自分につながっていますし、会社にとっても大きなプラスになっています。メンバーが現場で働いている若手なので、本音で話ができるのもいいところです。

節句人形のプロが語る、日本の節句文化

節句は、季節の変わり目に無病息災、豊作、子孫繁栄を願い、その季節の訪れを楽しむ日本の伝統的な行事です。
(一社)全日本人形専門店チェーンは節句人形のプロとして、お子様の健やかな成長を祝う節句についての豊富な知識と信用に裏打ちされた質の高い商品を提供しています。そして、時代を越えて親から子へ伝えられてきた節句文化が、これからも末永く受け継がれることを願っています。
節句のことは節句のプロに。ここでは、お節句を迎えるための基礎知識をご紹介します。

日本には五節句があります



1月7日 人日の節句(七草の節句) (じんじつのせっく)

お正月の締めくくり。自然から春の息吹をいただく七草粥を食べて、一年の豊作と無病息災を祈ります。



3月3日 上巳の節句(桃の節句) (じょうしのせっく)

古く中国で、邪気を払う力があるとされた桃の花。その生命力を^{こほ}寿ぐ桃の節句が、やがて女の子の誕生と成長を祝う雛祭りとして浸透しました。



5月5日 端午の節句(菖蒲の節句) (たんごのせっく)

菖蒲の節句は「尚武^{しょうぶ}」の言葉にかけられ、鎧や兜を飾り、鯉のぼりを立てて男の子の成長と立身出世を願う祝いの日になりました。



7月7日 七夕の節句(笹竹の節句) (たなばたのせっく)

中国の牽牛^{けんぎゅう}、織女伝説に由来し、日本では織姫と彦星が年に一度、夜空で出会う日です。七夕飾りは、芸事や裁縫などの上達を星に願うことから始まりました。



9月9日 重陽の節句(菊の節句) (ちょうようのせっく)

日本の国花であり、各地で鑑賞会が行われる秋を代表する菊。
この日は、菊を愛で、長寿を願います。
今また、「後の雛^{のちひな}」として、大人の雛祭りを楽しむ方々も増えています。

節句が大切な理由をご存知ですか

身代りとしての人形

古来、人形は「ひとかた」と呼ばれ、病や災いの身代わりになってくれるものとして、神事的な意味合いを持ってつくられました。流し雛など、今でも地方によって残る行事は、身代りとなった人形を水に流して災厄を祓い、清めるというものです。

時代とともに、雛祭りは女の子のお祭りとして、雛人形や桃の花を飾り、ご馳走をいただく日という色合いが強くなってきましたが、本来の「厄払い」という意味を、私たちは忘れてはいけません。



一人ひとりの厄を受ける

雛人形とは、お子様の誕生からその一生を、与えられた「人形」が見守り、災いを引き受け、幸せを願う存在で、一人に一飾りが基本とされています。お母様が大事にされた人形はお母様の厄を引き受けており、それをお子さんやお孫さんに受け継がせないようにとの思いが込められているからでしょう。



そっと触れれば、厄除けに

私たちは、自分の身代わりとなる雛人形を、もっと愛していただきたいと思っています。それには、飾るだけではなく、お人形にそっと触れてみてください。触れることで、愛着がわくと同時に厄が払われるのです。「今年も健やかな一年でありますように」。桃の節句には、ぜひ、あなたのお雛様をお願いしてみましょう。

同様に、端午の節句の五月人形にも、厄除けや守り神としての意味が込められているのです。

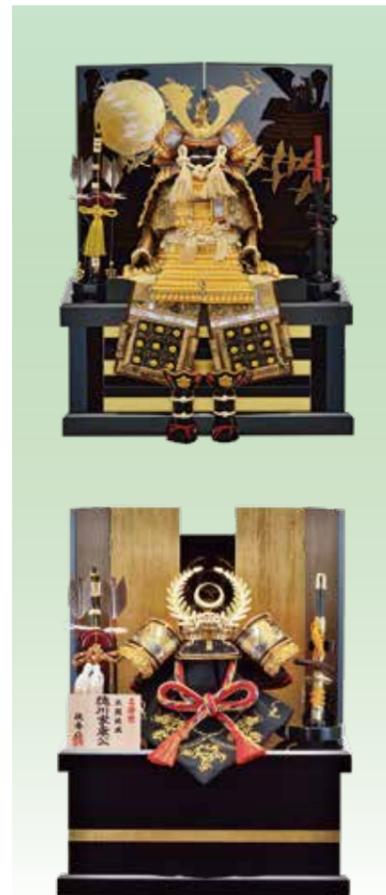


| 節句の日を、より楽しく、思い出深いものにするために — |

節句と人形 その見どころ、選ぶポイント

(一社)全日本人形専門店チェーンの雛人形、五月人形

時代のなかで、バリエーション豊富な美しい雛人形、五月人形を企画しています。



column

縁起物「破魔弓」と「羽子板」

赤ちゃんが誕生して初めて迎えるお正月に、男の子には破魔矢・破魔弓、女の子には羽子板を、魔除け、邪気払いとして贈って、お祝いしてきました。新年を彩るお飾りとしても、楽しんでみませんか。



人形選びのポイント

\その1/

「百聞は一見にしかず」

インターネットでさまざまな情報が手に入る時代ですが、お人形の細かな細工をぜひ店頭で実際に見て、その美しさを感じてください。まずは、ご家族で気軽にご来店ください。そしてお子様の喜ぶ顔を浮かべながら、お客様ご自身の直観で人形たちをごらんください。

全日本人形専門店チェーン加盟店には、(一社)日本人形協会公認の「節句人形アドバイザー」が在籍し、お客様のご相談に、長年の経験をふまえてアドバイスしています。



\その3/

見どころは顔だけではありません。

特に、直接見ていただきたいのは、人形のお顔と衣裳の組み合わせです。衣裳の色によって、また、同じお顔でも眺める角度によって、ずいぶん印象が変わることがあるからです。「きれいだね」と、お子様といっしょに衣裳の色や柄を選べば、それだけで日本文化の再発見。手仕事のこまやかさや華やかさが思い出に残ることでしょう。私たちは、節句人形の持つ美しさを伝えることで、繊細な日本文化を伝えていきたいと思っています。



\その2/

お店に行くのはいつがいい?



各加盟店では、雛人形は11月頃から、五月人形は3月頃から、その年の新作が充実のラインナップで飾られます。各店舗では、いろいろな飾り方をしていますので、そこもぜひご参考に。雛人形、お正月の羽子板、破魔弓は年内の予約をお勧めします。

ご購入の際には、どのような保証、アフターサービスがついているかもご確認ください。

加盟店でお求めの場合、お客様が遠くに引越されても、その地域の加盟店にご相談いただければと思います。全日本人形専門店チェーンの加盟店は、全国選りすぐりの店ばかり。どこでも安心のサービスをご提供します。

column

新しい節句を始めませんか。

重陽の節句は「大人の雛祭り」

9月9日は重陽の節句。菊の花を飾って長寿を祈りました。江戸時代、この日に、虫干しを兼ねて雛人形を飾る「後の雛」という風習が生まれました。菊の花と雛人形。春とは一味違う風情です。これが今、「大人の雛祭り」として広がり始めています。子どもたちのためではなく、大人の女性が楽しむ雛祭り。雛人形を囲んで女子会もいいですね。雛人形も、菊の節句を喜んでいます。



これからの人形チェーンのために—— (一社)全日本人形専門店チェーンの発展と継続を

次の時代へ、全日本人形専門店チェーンと節句文化を継承するために何をすべきか語り合いました。

節句の意味や楽しさを発信していく

最近、クリスマスやハロウィンが盛んです。それに比べると雛祭りや端午の節句といった日本の年中行事は若い人たちの関心が薄いと感じますが、どうでしょう。

● これからの節句には、若い人たちが「人形を飾りたい」と思ってくれるような魅力が必要だと思います。節句本来の良いところをもっと知っていただき、次の時代に継承していくためには、お雛様は飾って楽しいものというイメージに変えていかなければなりません。

● 我々はそこを発信してこなかった、という反省があります。節句は、家庭内のお祭りです。節句を祝う意味や楽しさを浸透させていくのが、節句文化を身近なものにするいちばんの近道だと思います。

● たとえば、人形に触ると叱られると思っている方が多いですね。雛人形には、自分の厄を移して身代わりになってもらうという意味があります。だから本当は、愛着を持って人形に触ってあげることが大切なのです。

多くの人の興味を引くような新たな展開を

● お節句は新生児がメインで、赤ちゃんが生まれた人しか対象になっていないのが現状です。いくつになっても参加できるようなイベントを行っていけば、また広がっていくのではと思います。

● 私の地元には、毎年3月3日にイベントを行う店があります。お雛様を買ってくださったお客様を招待して、雛祭りのパーティーをするのです。子どもが着る十二単の衣裳を用意して、撮影会をやっている。本当はそういうことをやるべきなんですよ。

● 雛祭りの次にすぐ端午の節句が控えているので、店としてはなかなかイベントなどができないのが現実です。そういった点では、重陽の節句の時期が人形店としてはオフシーズンです。そこをうまく活用できれば、新たな展開が生まれてくるのかなと感じています。

● 今はインバウンドの需要もあります。そういう人たちにも幅広く知っていただけるといいですね。



商品に対して、発想を転換する

● 商品に対しての発想の転換も必要だと思います。近年、人気があるのが組み木の雛人形だそうです。「簡単に飾れる」「小さい」というのが、お客様のニーズに合っているのでしょう。

● 「簡単に飾れる」「小さい」をアピールするのは必要ですが、これだけ新生児の数が減っているなかで、売上げのことを考えると難しい面もあります。そのあたりの葛藤もあります。

● 買っていただく側の立場に立って、どうしたら買っていただけるかを考え、もっと努力していかなければならないと思っています。今まで努力しなくても買っていただけるだろうと思って、同じことをしてきた。気持ちを新たにしないで、と思います。

● 節句は一代祝わないと、その素晴らしさはなかなか次の世代には継承されません。従って、続けていくための提案も必要です。



活動に参加して、人形チェーンと節句文化の発展と継続を

(一社)全日本人形専門店チェーンに所属して、実際に活動に参加している方は、大きなメリットを感じておられるようです。自分の店だけではできないことも、人形チェーンではできると。逆に言うと、活動に参加しないとメリットを感じにくいということでしょうか？

● たとえば「共同仕入れ」では、人形チェーン独自のものをたくさん企画しています。そうした発注は普通の小売店ではできません。チェーンの大きなメリットです。

● 実際には入会しただけで、情報交換会や研修会に参加されない方も少なからずいます。人形チェーンには「一商圈一社」という規則があるので、単に席を置くだけの方もいらっしゃるの残念です。同じ商

圏の同業者がいないので、本音が話せて、実際に集まると話が面白いし、やり方も考えなくてはいけなくて勉強になります。これは体験してみないと、なかなかわからないものです。

● 会員はそれぞれが社長で、全責任を持って商売がされています。その中で情報交換というのは大きな価値があると思っています。

● 会費以上のメリットがあるということを感じていただくことが大切です。そうして、今後も会員を増強し、人形チェーンと節句文化の発展と継続をめざしていきたいと思っています。



あの頃の全日本人形専門店チェーン 第15期(昭和58年7.1~昭和59年6.30)の活動

第15期の事業内容をふりかえてみます。

活発なコミュニケーション、強い情報共有の思い、積極的な販売戦略が浮かび上がってきました。

● 昭和58(1983)年7月~12月

- ・58年度(第15期)全日本人形専門店チェーン 事業企画案
- PRの部 / DM制作・チラシ制作・小売店用の共同カタログの制作・PR特別費徴収
- 販促の部 / 共同仕入・第14回人形海外ツアー・販促物の販売・チェーン表示看板の作成
- 総務の部 / 会員増強年間の継続・新聞切り抜き情報の実施・第4回節句人形研修会
- ・58年度 人形チェーン 共同PRの研究開発諸点について
- DM / チラシ・共同カタログの開発・『にんぎょう』小冊子の続刊発行・飾り方のしおりの充実・チェーン加盟表示看板の製作・ワークウェア用チェーン名ワッペンの製作
- 人形海外ツアーの過去13回の内容明細(行き先と参加人数一覧)
- ・第12回 共同仕入見本市に関するご連絡
- 出品業者各位(7月30日付事務局より以下同様)
- ・第12回 共同仕入見本市のご案内 販促品ご購入業者各位(7月30日)
- ・見本市協議会及び総会準備理事会議事録(7月30日)
- ・第4回節句人形研修会開催のお知らせ(7月30日)
- 主催:全日本人形専門店チェーン 企画:芥子の会
- ・第14回総会と共同仕入見本市開催のお知らせ(7月30日)
- ・緊急理事会のお知らせ 会長 佐藤和二
- 共同PRの件・店頭用看板の件
- ・第14回海外旅行の件・電子機器研修会開催の件・その他の件
- ・第14回総会 日時:8月25日 熱海温泉さくらや会議室
- 総会出席数:開催時26社(最終30社)、
- 出席&委任状:開催時42社(最終46社)
- ・第4回節句人形研修会
- この時、年会費が15万円から18万円に増額される
- ・第12回共同仕入見本市 出品業者小間代入金一覧
- ・第14回総会・第12回見本市・第4回研修会
- 収支明細書 昭和58年8月29日
- ・定例理事会・PR・販促及び商品開発の各委合同役員会開催のお知らせ(9月1日)
- ・第1回電子機器研究会開催のお知らせ(9月3日)
- 芥子の会が企画したパソコン・ワープロの研修会
- ・商品リフレッシュ「あんしん」のご案内と注文書(9月16日)
- ・共同仕入・PR・海外旅行等チェーン事業にご協力をお願い致します(9月12日)
- ・定例理事会・PR・販促及び商品開発の各委合同役員会
- 日時:9月22日 13時~18時 東京観光ホテル
- ・理事会・PR・販促・商品開発各委合同役員会
- 日時:10月17日 13時~17時 東京観光ホテル
- 三月DMタレント中原ひとみ及び発行部数単価の件など・商品開発・入会申し込み・共同PR教材の積極的利用の件など
- ・PR新システムのお勧め(10月21日)

- 「お人形をお預かりします」静岡から関東地区に限る試み
- ・各種お知らせとお願い(11月15日)
- 出生児に関する情報・新聞の切り抜き情報・電話帳の分類について(当時は電電公社)
- ・理事会・PR・販促・商品開発各委合同役員会
- 日時:11月17日 13時~17時 東京観光ホテル
- 共同PR ライフメイトのタレント江原真二郎さんに決定。
- チラシラフ案・新入会員、共同PR、仕入れの中間報告、「あんしん」商品開発、三月の情報交換会の開催時期と場所、会員増強の件、その他

● 昭和59(1984)年1月~6月

- ・卓上スタンド三個と三月飾り方のしおり200部ご注文の方を探しています(1月13日)
- ・アフターフォロー用の礼状文案(例)(1月16日)
- ・五月PR印刷物の見本紙をお届けします(1月19日)
- ・第14回人形海外ツアー申し込みを受け付けています(1月30日)
- ・PR・販促物等のお問い合わせ(1月31日)
- ・第4回・新聞切り抜き情報をお届けします(2月16日)
- ・第14回人形海外ツアーのご案内(シドニー)
- ・三月情報交換会開催のお知らせ(2月20日)
- ・三月商戦アンケート(2月23日)
- ・最新の出生児情報と節句品の需要推定及び情報交換会の講演内容について(2月28日)
- ・第5回新聞切り抜き情報をお届けします
- ・三月商戦アンケート集計結果(3月10日)
- ・お知らせとお願い 海外旅行の件、第6回新聞切り抜き情報の件(3月10日)
- ・三月情報交換会(兼理事会) 日時:3月15日 さくらや
- ・第7回新聞切り抜き情報をお届けします 上毛新聞記事(3月28日)
- ・新生児マーケットに関する資料
- ・五月アンケート実施について(4月18日)
- ・新聞切り抜き情報の第8回分をお届けします(4月21日)
- ・五月情報交換会(兼・役員会)開催のお知らせ(4月23日)
- ・五月情報交換会(兼・役員会) 日時:5月10日 高崎ターミナルホテル
- ・情報交換会(兼・役員会)の報告(5月11日)
- ・芥子の会・五月情報交換会の報告(兼・役員会)(5月11日)
- ・五月商戦アンケート(5月11日)
- ・シドニー市長への贈り物が新聞に報道されました:5月15日 読売新聞夕刊コラムに掲載
- ・第14回人形海外ツアー ご参加者用ご案内(第1信)
- シドニー泊10日間 6月19日~6月28日
- ・第15回総会及び第13回見本市 開催準備理事会のお知らせ(6月15日)
- 日時:7月10日 東京観光ホテル会議室

*()内は事務局付日時

1988年、創立20周年にあたっての佐藤和二会長(当時)の所信表明

創立20周年を飛躍の年に今こそ初心に戻ろう!

全日本人形専門店チェーン 会長 / 佐藤 和二

創立以来のチェーンの歩みを顧みますと、いろいろな出来事がありました。成功したものもあり、失敗もありましたし、マンネリから抜け切れないものもあつたりです。しかし、着実に業績を伸ばし、基盤が強固なものになってきました。

節句人形小売店の全国組織は、当チェーンだけであり、現在のような厳しい状況を乗り切るためには、なくてはならない組織であると確信しています。

節句業界はメーカー・問屋から小売店へという縦のつながりはあっても、小売店同士の横のつながりは皆無に等しいものでした。小売店が各自の情報を提供し、本音で商売の話が出来る画期的な組織であると言えるでしょう。

我々会員が商売をいかにして成功させるかという努力が、引いては節句習慣の喚起にもつながり、業界の活性にも結びついている、と自負できるものと思います。

試行錯誤を繰り返しながら、少しずつ確実に前進してきましたが、不況とも重なってのマンネリ化はやはり残念ながらありません。でも、それを何かの形で打破する努力は常に何処かでしてまいりました。今年はチェーンオリジナルの共同仕入れ

品を、芥子の会の諸君の努力で実現し、予定の倍のご注文があり、店頭での評判も上々であるなどは、特筆すべき事でありました。

創立以来の過去の実績を踏まえて、20周年をチェーンの新しい発展の第一歩の年としたいものです。記念行事も全会員の参加による企画でぜひ成功させ、チェーンの活性に役立てたいと思います。そのためには、創立当時の初心に戻って事に当たりましょう。

チェーンをより強固なものにするためには、会員をもっと増強する必要があります。特に会員不在県をなくし、文字通りの全国組織としようではありませんか。新しい仲間を獲得するために全会員の努力をお願いしたいものです。組織としてより強力になれば、他業界とのタイアップ事業も、新しい企画も可能となります。資金繰りが潤沢になれば、今までは見送らざるを得なかった事業も実現できますし、会員の受益面も増大出来ます。ぜひとも一致協力して、20周年からさらに大きな一歩を力強く踏み出しましょう。

(昭和63(1988)年12月22日)

(一社)全日本人形専門店チェーン 加盟会員店一覧

〈北海道・東北〉

カネイ小川

秋田人形会館

人形の東月

〈甲信越・北陸〉

人形の隆和堂

(株)檜皮屋 林人形工房

ひょうどう人形店

松葉弥

翠童人形

高田御方屋

〈関東〉

真多呂人形

福田屋人形店

人形の幸月

人形屋ホンポ

人形の昇月

小木人形

狭山清玉

人形会館 京玉

こうげつ人形

人形の峰雲堂

あさひや

〈東海〉

お人形の伊勢由

御人形處 左京

寿月すみたや

雛ふじ

人形の松井

暮石人形

スキヨ人形研究所

人形のヒロモリ

〈近畿〉

京人形もりさん

〈中国〉

オカダ人形

徳永こいのぼり

人形の藤娘

〈四国〉

加賀人形

人形と鯉のぼりの村上

〈九州〉

人形のたていわ

八女人形会館



*表記はHPIに準じています(2019年3月現在)