

今年は1週間前倒し！

家族の絆を強める「そごう・西武 父の日ギフト」

震災後の社会不安の中、家族の絆が見直されています。家族が共に時間を共有する、あたり前の日常に幸せを感じたり、また余震の中、父親が傍らにいただけで安心感が感じられた、などの声も。

父の日ギフト商戦も例年6月に入ってから本格化するのですが、今年は1週間前倒しで5月25日頃から本格的に動き出し、売上も前年の110~120%で推移しています。

■売れ筋No.1は、クールライフを意識した、機能性肌着。

「暑さ対策」「節電」「家計にやさしい」といった今年ならではのニーズから、機能性肌着が売上前年比180%と大ヒット商品に。

■イエナカ志向から、「甚平」復活。

家で過ごす時間を楽しむ「イエナカ」志向へのライフスタイルの変化から、ここ2~3年ダウン傾向であった「甚平」が人気復活。7,000~10,000円の商品が売れ筋で、売上前年比 **147%**。また昨年から人気のステテコも売上前年比270%と今年も大ブレイク。おしゃれなデザインのもを娘さんが選ばれるパターンも多くみられます。定番のセンスも前年143%。単品でなく、組合せで贈られる方が多いようです。

■今年はクールビズもさらにHOT

昨年まではカジュアルなポロシャツが父の日ギフトの定番でしたが、今年はビズポロが前年比112%と伸長。普段、ビズポロを着こなしている 30代の男性が、自分の父親（50~60歳代）に「おしゃれを薦める」的な贈り方が今年ならではの。コーディネートアイテムとして、ビズポロに合わせる茶系やメッシュのベルトも前年比106%の伸び。



■遠方の父に贈る人も増加

震災後の心理変化の影響か、遠方の父親に贈るケースも増加。配送件数が早くも前年比 **130%**に。

■アイビースタイルを復刻させた『懐カジ』コーナーが人気急増

今の『父さん』世代が青春時代（1960~80年代）に流行った『I V Y』スタイルが贈り手である30代のご夫婦の興味を引き購入されるケースが急増。目標比120%コーナー内に設置した『ビン入り・コココーラー』を片手に、どのシャツ、ブランドを贈ろうか思案される若いご夫婦が日に日に増えています。