

\店舗のリアルを捉えて解決/
dentsu tempo

2024年
1月版

3ヶ月先の流通店頭の「実需」がわかる

52週 販促予測カレンダー

流通インサイトPRO
RETAIL INSIGHT × PROFESSIONAL PRODUCE PROJECT

**Retail
Solutions**

『52週販促カレンダー』とは、スーパーやドラッグストアなどの流通業界で用いられる週ごとの販促活動カレンダーのこと。

一年は52の週でできていることから、流通では52それぞれの週にテーマや重点商品を設定し、計画的な販売戦略を立てています。

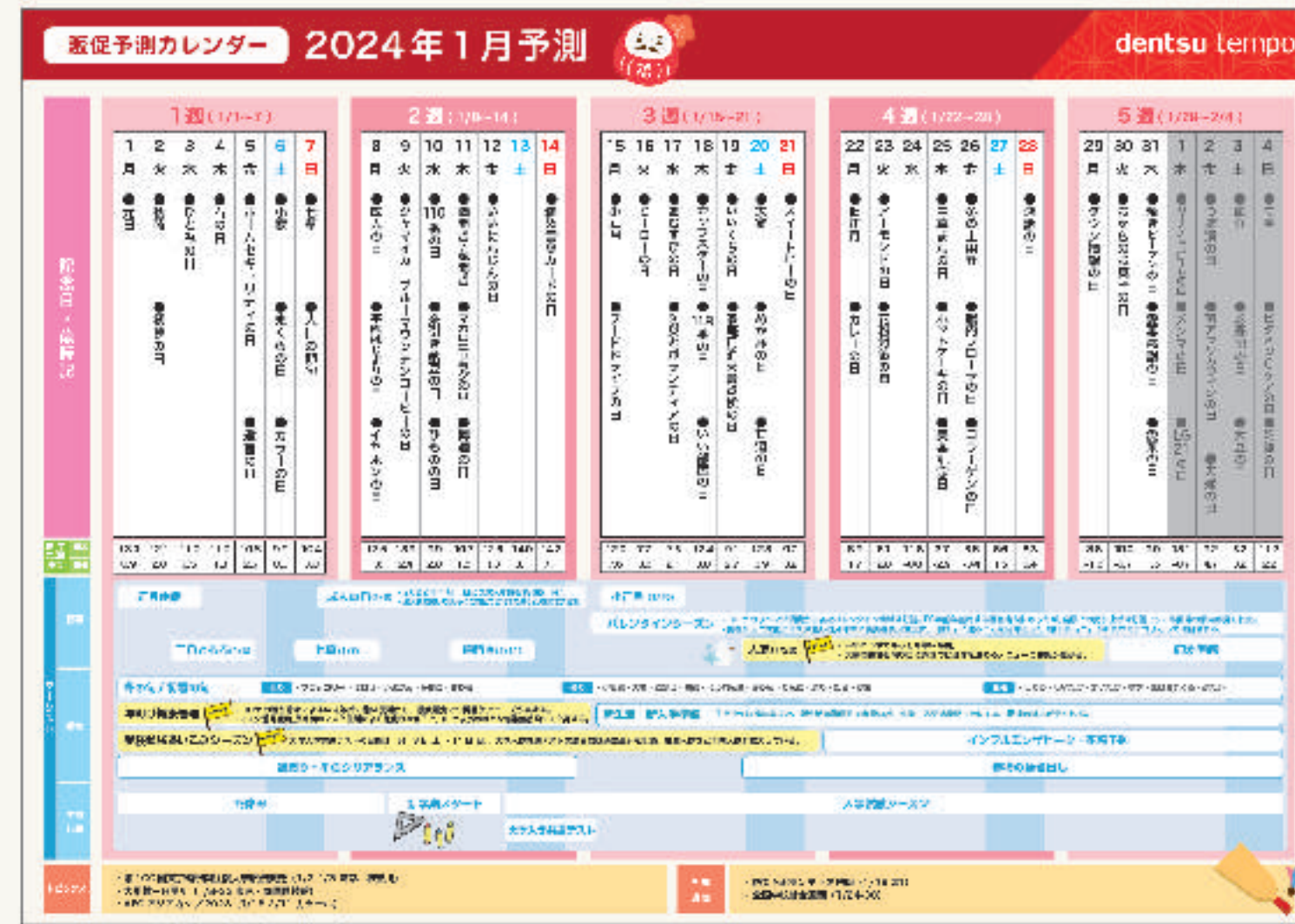
この資料は、流通の52週販促立案に必要な情報を3ヵ月先取りで月ごとにまとめております。流通52週販促の理解や、流通及び、メーカークライアント様へのご提案のヒントとしてお役立てください。

販促予測カレンダー (P.2)

カテゴリ別家計消費支出動向 (P.3)

掲載内容

- 01 記念日・歳時記
- 02 前年の最高・最低気温(東京)
- 03 マーケット情報
- 04 トピックス・月間/週間



掲載内容

- 01 週別家計消費支出
 - 生鮮食品
 - その他食品
 - 衣料
 - 住居
 - 日用品



流通販促3つのポイント

365日、生活者の暮らしと直結する流通小売り業態は、天候や話題のニュースなどがタイムリーに、ダイレクトに売上に影響します。購買を左右する外的要因を踏まえることが重要になってきます。



01 気温・天候

「25°Cを超えるとアイスクリームの販売数が伸びる」、「雨の日には刺身が売れない」など売れ行きと気温・天候は連動します。



02 シーズナリ

お正月・母の日・クリスマスなどの歳時記や記念日、旬食材といった、その時ならではの季節感もポイントです。



03 ニュース・トレンド

増税、酒税法改定など生活に直結する社会変化、メディアやSNSなどで取り上げられる“旬”な話題など。



記念日・歳時記

1週(1/1~7)

Calendar grid for Week 1 (1/1-7) with days of the week and associated events like 元日, 初荷, 七草, etc.

2週(1/8~14)

Calendar grid for Week 2 (1/8-14) with days of the week and associated events like 成人の日, ジャマイカ, etc.

3週(1/15~21)

Calendar grid for Week 3 (1/15-21) with days of the week and associated events like 小正月, ヒーローの日, etc.

4週(1/22~28)

Calendar grid for Week 4 (1/22-28) with days of the week and associated events like 旧正月, アーモンドの日, etc.

5週(1/29~2/4)

Calendar grid for Week 5 (1/29-2/4) with days of the week and associated events like タウン情報の日, おからの日, etc.

Weather forecast table for Tokyo with columns for highest and lowest temperatures.

行事

正月休暇

成人の日(1/8) ・2022年4月1日より成人年齢を18歳引下げ。成人式に関しては、多くの市区でこれまで通り20歳のまま実施。

小正月(1/15)

バレンタインシーズン ・コロナのリベンジ消費から各社バレンタイン商戦は好調。ECは前年割れる百貨店も多かったが、店頭での売り上げは好調でリアル回帰の傾向が見られた。

三日とろろ(1/3)

七草(1/7)

鏡開き(1/11)

大寒(1/20) ・一年のうちでもっとも寒い時期。大寒の寒さを切り口に外食では身体を温めるメニューの提案が広がる。

節分準備

マーケット

季節

冬の旬 / 初春の旬

走り ・ブロッコリー・セロリ・いよかん・かさご・さわら

盛り ・小松菜・大根・ごぼう・白菜・ほうれん草・みかん・りんご・ぶり・たら・かき

名残 ・しめじ・しいたけ・まいたけ・ゆず・めばちまぐろ・ぶだい

年明け健康管理 POINT ・コロナの落ち着きによる年末年始の集い復活から、暴飲暴食での胃腸ケアニーズが高まる。

新生活・新入学準備 ・1月中旬以降になると、新生活準備需要で家電など、卒業・入学式需要でセレモニー関連の訴求が見られる。

受験勉強追いこみシーズン POINT 大学入学共通テストの日程は1月13日(土)・14日(日)。大学入試共通テスト志願者数は過去最少を記録。推薦入試など年内入試が拡大している。

インフルエンザピーク・花粉予防

初売り・冬のクリアランス

春物の動き出し

学校行事

冬休み

新学期スタート

入学試験シーズン

大学入学共通テスト

トピックス

- 第100回東京箱根間往復大学駅伝競走 (1/2-1/3 東京、神奈川)
大相撲一月場所 (1/8-22 東京・両国国技館)
AFC アジアカップ 2023 (1/13-2/11 カタール)

月間 週間

- 防災とボランティア週間 (1/15-21)
全国学校給食週間 (1/24-30)





生鮮食品

1週のポイント
(1/1~7)

- 週の前半は正月のごちそう需要で「さしみ盛合わせ」「かに」「牛肉」など継続。
- 正月の果物で「みかん」「いちご」も上位。(1/5 いちごの日も連動)



その他 急上昇カテゴリ

| | |
|---------------------------|---------------------------------------|
| ●ブロッコリー 上昇理由 ● ホットメニュー | ●じゃがいも 上昇理由 ● ホットメニュー ● 正月明けの節約 |
| 前週 37位 | 前週 43位 |
| ▲26位 | ▲34位 |

2週のポイント
(1/8~14)

- 正月明けの節約志向で、低単価の「もやし」や「鶏肉」「豚肉」などが上昇。
- 気温が低く、鍋・ホットメニュー関連の野菜・きのこ類は引き続き高い。



その他 急上昇カテゴリ

| | |
|---------------------|-----------------------|
| ●いわし 上昇理由 ● 節分準備 | ●はくさい 上昇理由 ● あったか鍋 |
| 前週 46位 | 前週 21位 |
| ▲18位 | ▲15位 |

3週のポイント
(1/15~21)

- 1/20 大寒で「かき(貝)」「ぶり」「さば」や「ほうれんそう」など寒の味覚が伸びる。
※「他の鮮魚」(鱈など)も連動
- 節約志向が引き続き高く、低単価商材が上位にランクイン。

その他 急上昇カテゴリ

| | |
|---------------------|------------------------|
| ●しじみ 上昇理由 ● 寒の味覚 | ●他の柑きつ類 上昇理由 ● 春の柑橘 |
| 前週 46位 | 前週 22位 |
| ▲24位 | ▲17位 |

4週のポイント
(1/22~28)

- 気温の冷え込みでホットメニュー商材が上位を占める。
※前年は東京でも最低気温が氷点下を記録
- 翌週の節分にむけて「いわし」や「他の塩干魚介(干しいわしなど)」が上昇。



その他 急上昇カテゴリ

| | |
|-------------------------|--|
| ●さしみ盛合わせ 上昇理由 ● 節分準備 | ●他の野菜のその他 上昇理由 ● 鍋・ホットメニュー ※調理用カット野菜など |
| 前週 45位 | 前週 44位 |
| ▲41位 | ▲37位 |

5週のポイント
(1/29~2/4)

- 節分当週で「いわし」が年間1位。「他の塩干魚介」や「豆類」も上位。
- 恵方巻・手巻き寿司の手作り材料で「さしみ盛合わせ」や「まぐろ」が伸長。



その他 急上昇カテゴリ

| | |
|----------------------------|--------------------------|
| ●えび 上昇理由 ● 恵方巻・手巻き寿司の材料 | ●しじみ 上昇理由 ● 節分の汁物メニュー |
| 前週 32位 | 前週 27位 |
| ▲11位 | ▲16位 |

その他食品

- 週の前半は正月のごちそう・酒類や土産の菓子類などがランクイン。
- おせちに飽きたら食べたくなるメニュー&正月明けの節約で「カレールウ」が上昇。



その他 急上昇カテゴリ

| | |
|---------------------------------|--------------------------------|
| ●中華麺 上昇理由 ● おせちに飽きたら&ホットメニュー | ●おにぎり・その他 上昇理由 ● 冬休みの簡便メニュー |
| 前週 49位 | 前週 28位 |
| ▲36位 | ▲16位 |

- 受験応援で縁起物の「カツレツ」が年間1位。ウィルス対策で「キャンデー」も伸長。
- 新学期スタートで朝食・弁当関連が動く。



その他 急上昇カテゴリ

| | |
|-----------------------|-------------------------------------|
| ●食パン 上昇理由 ● 新学期の朝食 | ●ヨーグルト 上昇理由 ● 新学期の朝食 ● 冬の体調管理 |
| 前週 47位 | 前週 52位 |
| ▲22位 | ▲40位 |

- 正月明けの節約志向で、おでん材料やキムチ鍋材料などが上昇。(「はくさい漬」=キムチなど)
- 1/22 カレーの日で「カレールウ」が伸長。



その他 急上昇カテゴリ

| | |
|---|-----------------------------|
| ●他の飲料のその他 上昇理由 ● 1/20 甘酒の日 ※甘酒・甘酒の素など | ●カレールウ 上昇理由 ● 1/22 カレーの日 |
| 前週 46位 | 前週 14位 |
| ▲23位 | ▲9位 |

- 気温の冷え込みでホットメニュー・ドリンク商材が上昇。
- 冬の体調管理で「乳酸菌飲料」が上位。



その他 急上昇カテゴリ

| | |
|--|------------------------------|
| ●そうざい材料セット 上昇理由 ● あったか鍋 ※鍋・おでんの材料セットなど | ●しゅうまい 上昇理由 ● 節約型のホットメニュー |
| 前週 27位 | 前週 33位 |
| ▲14位 | ▲8位 |

- 節分の恵方巻で「すし(弁当)」が年間1位。手作り材料の「干しり」「酢」なども上昇。
- バレンタイン準備で「チョコレート」や「他の乳製品(生クリーム他)」などが上位に登場。



その他 急上昇カテゴリ

| |
|------------------------|
| ●酢 上昇理由 ● 恵方巻の手作り材料 |
| 前週 52位 |
| ▲39位 |

衣料・住居・日用品

- 衣料の初売りセールも始まり、衣料部門全体の売り上げも年間1位とピークとなる。
- 新年の買い替え需要や、冬のあったかメニュー需要などでカセットコンロを含む「炊事用ガス器具」の支出が年間1位となる。
- 新年の初売りで「理美容用電気器具」の支出が年間6位まで上昇。次週も15位にランクイン。



- 父母の卒業式や入学式への参加準備需要が動き始め、「アクセサリ」が年間9位まで上昇。
- 新年の初売りセールなどで、家具家電類の支出が前週から引き続き高くなる。
- 当週末に大学入学共通テストが開催されたため受験生の体調管理として「胃腸薬」や「栄養剤」の支出が上昇。



- 機能性下着などを含む「他の婦人用下着」が年間14位、「男子用寝巻き」が年間15位となるなど、下着や寝巻き類の支出も高まる。
- 新生活の準備需要も動き始め、「食器戸棚」や「テーブル・ソファ」などの大型の家具のほか、「パソコン」や「電気洗濯機」などの家電類の支出も上昇。
- 新年の身だしなみ需要などで、「ヘアカラーリング剤」が前週16位、当週も19位と上位となる。



- 冬物売り尽くしセールも重なり、「マフラー・スカーフ」などの冬物防寒小物の支出が再上昇。「手袋」も年間9位となる。
- 新生活準備が継続し「携帯電話機」の支出が年間1位となる。
- 「ファンデーション」や「化粧水」などが前週より支出が増加するなど、肌の乾燥対策需要は継続して高い。



- 子どもの新学期や新入学準備などで「女子用・男子用学校制服」がそれぞれ年間9位まで上昇。
- 新生活準備や新年の買い替え需要などで「カーテン」が年間7位まで上昇。
- 肌の乾燥対策需要が依然高く、「乳液」が年間2位まで再上昇。そのほか、「化粧水」も年間15位、リップクリームなどの「口紅」も年間16位と上位になる。



「52 週販促予測カレンダー」は、
電通 tempo オリジナルプロジェクト「流通インサイト PRO」チームが制作しております。

流通インサイトPRO

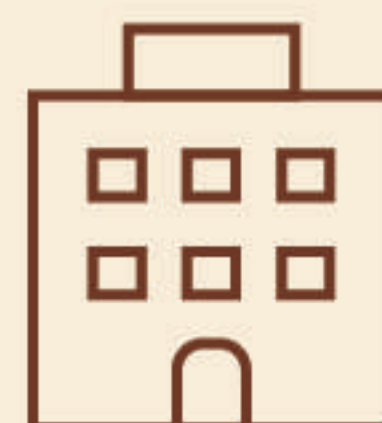
RETAIL INSIGHT × PROFESSIONAL PRODUCE PROJECT

52 週 365 日、絶え間なく続くチラシ制作業務を通じて小売流通業に寄り添ってきた
弊社スタッフが培ったノウハウを活かし、流通側の発想視点で店頭起点の販促プロモーション
立案をサポートするプロジェクトチームです。



01 流通業界52週 販促計画を把握

52W の年間計画を把握し、流通に対し即反応できるように運用 GMS に向け 7 ヶ月先のチラシ・店頭計画のための予測レポートを毎月作成し年間提案しています。



02 売場、買場の 実態を熟知

競合店も含めた現場での課題を把握。天候 / ニュース / 消費者の買物動向など年間の行為計画もを理解しているので売場の実態、消費者の動向からご提案が可能です。



03 売場実現性第一の プロモーション

クライアントの業種や商品構成や地域特性、売場オペレーション負荷、クライアントの販促計画などあるゆる外的要因も踏まえ実際の売場での実現性を第一に販促プロモーションを提案、運用していきます。

この資料に関するお問い合わせ・ご相談はこちらまで >>> 担当：市川 | 永野 | 小谷野
E-Mail:ryutsu_insight@dentsu-tempo.co.jp