

\店舗のリアルを捉えて解決/  
**dentsu tempo**

3ヶ月先の流通店頭の「実需」がわかる

2024年  
2月版

# 52週 販促予測カレンダー

**流通インサイトPRO**  
RETAIL INSIGHT X 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。

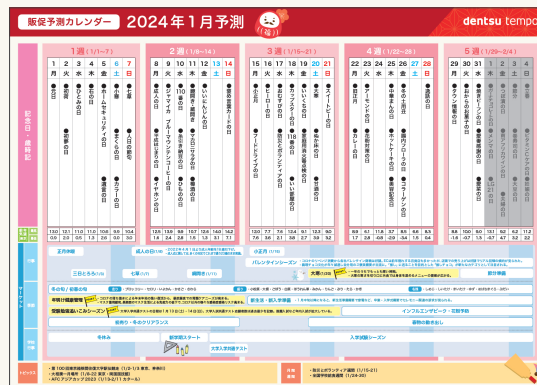
この資料は、流通の52週販促立案に必要な情報を3ヵ月先取りで月ごとにまとめております。  
流通52週販促の理解や、流通及び、メーカークライアント様へのご提案のヒントとしてお役立てください。

販促予測カレンダー (P.2)

カテゴリー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℃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 シーズナリー

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(2/1~7)

1	2	3	4	5	6	7
木	金	土	日	月	火	水
●ガナチョコレートの日 ●メンマの日 ●LG21の日	●つば漬の日 ●南アフリカワインの日 ●夫婦の日	●節分 ●巻寿司の日 ●大豆の日	●立春 ●ピタミンCケアの日 ●妊娠の日	●ニコラー集う「にびり酒」の日	●お風呂の日 ●ブログの日	●オリンピックメモリアルデー ●北方領土の日
13.1 -0.7	9.2 4.7	6.2 3.2	11.2 2.2	12.0 2.6	9.9 1.4	13.6 3.2

2週(2/8~14)

8	9	10	11	12	13	14
木	金	土	日	月	火	水
●東京二八そばの日 ●にわたりの日 ●和ちよこの日	●大福の日 ●副業(複業)の日 ●データをつなぐ日	●豚丼の日 ●フードの日 ●フットケアの日	●建国記念の日 ●出雲そばの日 ●初午いなりの日	●初午 ●レトルトカレーの日 ●ブラジャーの日	●日本遺産の日	●バレンタインデー ●日本酒女子会の日
11.7 5.6	10.6 2.3	3.5 0.0	14.1 2.6	16.9 4.9	10.3 4.9	10.7 3.3

3週(2/15~21)

15	16	17	18	19	20	21
木	金	土	日	月	火	水
●寒天の日	●千切り大根の日 ●電子書籍の日 ●ガチャの日	●雨水	●キヌアの日 ●夫婦円満の日			
7.8 0.8	9.6 -0.7	10.8 0.8	15.0 1.8	18.5 6.9	14.7 4.7	9.2 2.2

4週(2/22~28)

22	23	24	25	26	27	28
木	金	土	日	月	火	水
●カツカレーの日 ●おでんの日 ●猫の日	●天皇誕生日 ●チーズ鱈の日 ●富士山の日	●冬のお祭りの日 ●ささみの日 ●春のちらし寿司の日	●冬のお祭りの日 ●ささみの日 ●春のちらし寿司の日	●フロリダグレイプフルーツの日 ●包む(ラッピング)の日	●冬の恋人の日 ●Pokémon Day	●ビスケットの日
10.4 0.2	14.4 4.6	12.1 6.0	12.7 4.0	10.7 1.9	15.0 3.0	19.4 3.1

5週(2/29~3/6)

29	1	2	3	4	5	6
木	金	土	日	月	火	水
●にんにくの日 ●富士急の日	●デコボンの日 ●マヨネーズの日 ●防災用品点検の日	●ご当地レトルトカレーの日 ●春のサニータスタスの日	●ひな祭り ●ささみの日 ●春のちらし寿司の日	●パウムクレーンの日 ●差し入れの日 ●雑誌の日	●啓蟄 ●スリランカカレーの日 ●常陸牛の日	●スリムの日 ●ミロの日 ●スマートストックの日
	10.0 -0.7	9.0 1.3	13.1 -0.7	9.2 4.7	6.2 3.2	11.2 2.2

前年	最高
気温	最低
[東京]	

節分(2/3) **POINT** ・24年の節分は2/3(土)。休日の節分で家族層の実施率が高まる見込み

バレンタインシーズン **POINT** ・2024年バレンタインは、平日水曜日のバレンタインとなる曜日周り。  
・コロナの制限緩和でバレンタインイベントが活況。自分が楽しむイベントとコミュニケーションの日の2つのニーズが定着。

ひなまつり準備

ホワイトデー準備

晩冬の旬 / 初春の旬 **走り** ・春キャベツ・グリーンピース・いちご・真鯛

**盛り** ・カリフラワー・春菊・大根・白菜・ほうれん草・りんご・はっさく・たら・さば・しらお・しじみ・かに

**名残** ・ごぼう・ゆず・真さば・真鯛

新生活準備

春メニュー動き出し

厳冬対応 ・2023年の1月は10年に一度の強烈寒波襲来。各地で大雪や厳冬の記録を更新。電車や車の立ち往生も発生。

新入学準備 **POINT** ・保護者の入学説明会後に、入学後に必要な手作り用品の購入、作成スタート時期。  
・政府の少子化対策強化により、働く親のサポートが拡充しより保育園入園需要が高まる見込み。

インフルエンザピーク期 ・脱マスク、免疫力の低下でインフルエンザ感染者数が拡大する懸念。

スギ花粉飛散シーズン ・23年はスギ・ヒノキ花粉が過去3年で最も飛散。2022年の夏が「高温・多照・少雨」となったことで、スギの花芽形成が促されたことが要因。  
・花粉に悩みを持つ人の多くが「花粉対策疲れ」を感じており、花粉シーズンにおいて「外出を控える」傾向に。

新入学説明会の頃

入学試験シーズン

学年末テスト

トピックス ・第78回国民スポーツ大会冬季大会スキー競技会(2/21-24山形)

月間週間  
・省エネルギー月間  
・生活習慣病予防週間(2/1-2/7)  
・アレルギー週間(2/17-2/23)  
・薬物乱用事犯取締強化月間



※新型コロナウイルスの影響で変更の可能性あり



生鮮食品

その他食品

衣料・住居・日用品

1週のポイント  
(1/1~7)

● 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

●あさり 上昇理由) ●春の味覚 前週 47位 → 15位	●えび 上昇理由) ●恵方巻・手巻き寿司の材料 前週 37位 → 12位
-------------------------------------	--

2週のポイント  
(1/8~14)

● 2月は節約志向が高まり「合いびき肉」や「もやし」など低単価商材が上位。(前年から続く食品値上げも影響)

● 気温が低く、ホットメニュー需要継続。

その他 急上昇カテゴリ

●じゃがいも 上昇理由) ●節約志向 前週 21位 → 17位	●牛肉 上昇理由) ●バレンタインのフチハレメニュー 前週 40位 → 23位
---------------------------------------	---

3週のポイント  
(1/15~21)

● 2月中旬も気温が低く、ホットメニュー商材が上位を占める。

● 春の味覚が動き出し、「他の柑ぎつ類」が年間3位、「キャベツ」「いちご」も上昇。

その他 急上昇カテゴリ

●他の葉茎菜 上昇理由) ●春の味覚 前週 25位 → 17位	●あさり 上昇理由) ●春の味覚 前週 34位 → 16位
---------------------------------------	-------------------------------------

4週のポイント  
(1/22~28)

● 2月は「さつまいも」が最も甘くなる時期。焼きいも需要などで伸長。

● 冬の旬商材が徐々にダウン、春の旬へ切り替わり始める。

その他 急上昇カテゴリ

●まぐろ 上昇理由) ●ひなまつり準備 前週 38位 → 26位	●レタス 上昇理由) ●春のサラダ 前週 43位 → 31位
--	--------------------------------------

5週のポイント  
(1/29~2/4)

● ひなまつり当週で、汁物材料の「他の貝」や「あさり」が年間1位。

● ひなまつりのごちそうで、ちらし寿司材料や「たい」、「いちご」なども伸びる。

その他 急上昇カテゴリ

●他の果物 上昇理由) ●ひなまつり 前週 40位 → 29位	●さやまめ 上昇理由) ●ひなまつり・春の味覚 前週 39位 → 27位
---------------------------------------	--

● 節分の恵方巻で「すし(弁当)」が年間1位。手作り材料の「干しのり」「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	●他の洋生菓子 上昇理由) ●節分スイーツ 前週 25位 → 12位
--	--

● バレンタイン前週で「チョコレート」などが年間1位。また手作り材料で「バター」や「他の乳製品(生クリームなど)」も上昇。

● 2月の節約志向で非生鮮全体の年間順位は22位にダウン。

その他 急上昇カテゴリ

●ワイン 上昇理由) ●バレンタインのフチハレメニュー 前週 41位 → 29位	●チーズ 上昇理由) ●ホットメニュー 前週 13位 → 11位
--	--

● 前半はバレンタイン需要が継続。(前年は2/14が火曜日 ⇒ 今年は水曜日)

● 春型メニューの「パスタ」が伸長。

その他 急上昇カテゴリ

●カレールウ 上昇理由) ●簡便・節約メニュー 前週 21位 → 11位	●しゅうまい 上昇理由) ●節約志向 前週 31位 → 20位
--	---------------------------------------

● ひなまつり前週で、ひなまつりメニューの準備商材や菓子類が動く。

● 節約志向が継続しており、「コロッケ」や「カレールウ」などが上位にランクイン。  
※他の種類=餃子の皮など

その他 急上昇カテゴリ

●他の和生菓子 上昇理由) ●ひなまつり 前週 35位 → 10位	●すし(弁当) 上昇理由) ●ひなまつり 前週 46位 → 25位
---	---

● ひなまつり当週でごちそうの「すし(弁当)」や「天ぷら・フライ」などが伸長。

● ひなまつりのデザートで「ケーキ」が年間2位。「乳酸菌飲料(カルピスなど)」も伸びる。「他の洋生菓子」が伸びる。

その他 急上昇カテゴリ

●サラダ 上昇理由) ●ひなまつり 前週 35位 → 25位	●他の洋生菓子 上昇理由) ●ひなまつり 前週 15位 → 10位
--------------------------------------	---

● 冬物衣料の在庫処分セールなどで、「男子用上着」や「婦人用コート」など厚手の衣類が上位となる。

● 気温の低い日は継続し、「ストーブ・温風ヒーター」や「他の冷暖房用器具」といった暖房家電の支出は上位を維持。

● 肌の乾燥対策需要は継続して高く、「乳液」が年間2位、「化粧水」も年間14位と上位となる。

● 卒業旅行準備の需要も高まり始め、「旅行用かばん」が当週年間34位に上昇し、次週も10位まで急上昇。

● 入学式や卒業式などでの子どもの晴れ姿の撮影用などで「カメラ・ビデオカメラ」が年間20位まで上昇。

● フレッシュャーズや就活時の身だしなみ需要などで「整髪・養毛剤」の支出が年間6位まで上昇。

● 新入学準備などの需要で、学校給食などを含む「他の被服のその他」の支出が年間15位まで上昇。

● 新生活準備需要などが本格化し、「照明器具」が年間1位、「テーブル・ソファ」「食器戸棚」が年間2位となるなど、大型の家具などの需要も高まる。

● 新生活に伴う準備需要などで、「トイレットペーパー」や「歯磨き」などの日用消耗品の支出が全体的に上昇。

● フレッシュャーズや就活需要がピークとなり、「背広服」が年間4位、「ネクタイ」が年間9位となるなど、関連商品の支出が高まる。

● 子どもの入学や進級の際の学習用具などの準備需要が高まり、消しゴムや替え芯などの「他の学習用消耗品」が年間4位、「筆記・絵画用具」が年間9位まで上昇。

● 子どもの入学式や卒業式などの準備需要などで「ヘアカラーリング剤」が年間2位まで再上昇。「口紅」も前週から継続して上位となる。

● 入学式・入園式などを控える子ども用の衣類の需要も高まり始め、「子供用靴下」や「子供服」が上位に登場。

● 子どもの保育園・幼稚園への送り迎え需要などで、「自転車購入」やそれと関連して、自転車用の子ども椅子などを含む「自動車等関連用品」の支出が上昇。

● フレッシュャーズや就活の際の身だしなみ需要などで、シェービングクリームを含む「他の化粧品」が年間19位まで上昇。

「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。



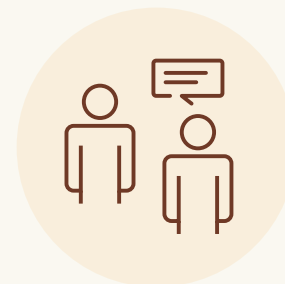
### 01 流通業界52週 販促計画を把握

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をも理解している  
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