

＼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
9月版

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）

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



カテゴリー別家計消費支出動向（P.3）

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。



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。



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。



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。

1週(9/1~7)

1	2	3	4	5	6	7
日	月	火	水	木	金	土
●防災の日 ●キウイの日 ●防災用品点検の日	●くず餅の日 ●宝くじの日	●グミの日 ●クエン酸の日 ●草の日	●串の日 ●おおいた和牛の日 ●くじらの日	●計画と実行の日	●ブラックサンダーの日 ●生クリームの日 ●黒酢の日	●白露 ●クリーナーの日
33.4 25.8	34.9 26.1	34.6 26.0	30.3 24.5	34.8 25.2	33.4 23.9	30.0 24.3

2週(9/8~14)

8	9	10	11	12	13	14
日	月	火	水	木	金	土
●ハヤシの日 ●スペインワインの日 ●マスカラの日	●重陽の節句 ●手巻寿司の日 ●きゅうりのキューちゃんの日	●二百二十日 ●牛たんの日 ●愛する小倉トーストの日	●警察相談の日	●水路記念日 ●クイズの日	●管理会計の日 ●クイズの日	●コスモスの日 ●ファミリーカラオケの日
25.2 19.7	29.6 21.7	33.0 23.6	32.9 25.0	32.0 23.8	33.4 23.3	32.7 25.1

3週(9/15~21)

15	16	17	18	19	20	21
日	月	火	水	木	金	土
●スナックサンドの日 ●敬老の日 ●敬老の日 ●敬老の日 ●敬老の日	●スナックサンドの日 ●敬老の日 ●敬老の日 ●敬老の日 ●敬老の日	●中秋の名月 ●月見酒の日 ●イタリア料理の日	●秋の彼岸入り ●秋の彼岸 ●秋の彼岸	●バスの日 ●子どもの成長啓発デー ●空の日	●ガトーショコラの日 ●クレイジーソルトの日	●クレイジーソルトの日
32.8 25.3	31.7 25.2	32.9 25.9	33.3 26.0	33.5 25.1	32.3 23.5	29.5 23.9

4週(9/22~28)

22	23	24	25	26	27	28
日	月	火	水	木	金	土
●秋分の日 ●秋の彼岸 ●酒風呂の日	●振替休日 ●おいしい小麦粉の日 ●網膜の日	●海藻サラダの日 ●畳の日	●秋の彼岸明け ●主婦休みの日 ●骨董の日	●大腸を考える日	●世界観光デー	●まけんグミの日
29.4 21.4	24.3 20.7	26.8 19.4	27.7 18.5	29.7 20.2	30.2 22.8	33.2 22.9

5週(9/30~10/5)

29	30	1	2	3	4	5
日	月	火	水	木	金	土
●クリーニングの日 ●かぜ備えの日 ●招き猫の日	●宅配ビザの日 ●クミンの日 ●翻訳の日	●トンカツの日 ●コーヒーマンの日 ●日本酒の日	●グラノーラの日 ●とんこつラーメンの日 ●スンドウブの日	●とろみ調味食品の日 ●飲むオリブオイルの日 ●洗浄の日	●糖質ゼロの日 ●ラーメンフォークの日 ●ティシューの日	●みそおでんの日 ●カナダ・メープルの日
28.9 24.6	28.5 23.4	29.9 23.3	27.1 19.6	27.3 17.9	23.1 17.3	26.4 16.9

敬老の日ギフト準備・お祝い

POINT
・コロナの落ち着きでシニアの外向き活動が再開。近年フレイル対策としてもシニアの「運動」ニーズが注目。
・敬老の日にギフトを贈る割合は4割近く(23年)。コロナ5類移行で外食ニーズも復活の動き。

ハロウィン準備

・コロナ禍を経て、家族や友人と楽しむ「おうちハロウィン」が主流に。限定商品や飾りつけで季節感を楽しむ傾向。
・近年ハロウィンメニューのマンネリ化から、「秋の収穫祭」に広げた提案も増えている。

9/1 防災の日

POINT
・24年1月に発生した能登半島地震により、防災意識が増加。栄養バランスを考慮した防災食や断水を意識した対策品など、能登半島地震で需要が高まった防災商品に注目が集まっている。

秋のお彼岸

・和菓子の購入タイミングとして、お盆に次いでお彼岸が2位。
・近年若年層に向けた洋菓子風の進化系和菓子がトレンドとなっている。

初秋の旬

走り
・さつまいも・ぎんなん・しめじ・舞茸・しいたけ・柿・りんご・生秋鮭

盛り

・生さんま・戻りカツオ・秋茄子・まつたけ・すだち・栗・巨峰

名残

・枝豆・なす・オクラ・ピーマン・桃・するめいか・あじ・かんぱち・いわな・はも

新学期的朝食・お弁当対応

POINT
・朝食需要が高まる時期となり、小売各社で朝食メニューや手軽に栄養が摂れる商品等の訴求が見られる。
・新学期がスタートし、お弁当商材の準備を行う。

秋の模様替え・新生活準備

・近年温暖化の影響で秋も気温高の傾向。色合いやモチーフなど、秋を感じるアイテムで暑い中でも気分を変える提案が必要となる。

残暑対応

・近年、9月に入っても残暑が続いているため、残暑バテなどの体調不良に注意が必要。

秋の行楽シーズン

・夏が酷暑となり外出できなかった反動で、秋の外レジャー意欲が高まっている。
・コロナ禍でのキャンプブームが一巡し、新セットの購入などは減少。+αの買い足しアイテムや季節商品の提案が必要となる。

秋メニュー&秋物への移り変わり

・猛暑による影響でさんまが不漁。9月も気温高が続き、秋の旬を出しつつ暑くても秋を感じられるメニュー提案が必要となる。
・衣料品の秋服の打ち出しとして、秋らしい素材やカラーに半袖、ノースリーブを組み合わせるなど暑くても着やすいアイテム提案に変化している。

あったかメニュー以外の秋メニュー

・23年は9月末まで東京で真夏日を記録。
・あったかメニューの後ろ倒しも検討。

新学期スタート

運動会の練習・運動会シーズン

定期考査・前期末考査

・大相撲九月場所(9/8-9/22・両国国技館)

月間
週間

・健康増進普及月間
・食生活改善普及運動月間
・農作業安全月間

・がん制圧月間
・防災週間(8/30-9/5)
・美容週間(9/1-7)

・自殺予防週間(9/10-16)
・動物愛護週間(9/20-26)

1週のポイント

(9/1~7)

- 秋の味覚が出回り、果物の「梨」「ぶどう」や、野菜では根菜類や「なす」などが上昇。



- 秋の魚介で「さけ」「さんま」も伸長。

※不漁傾向は継続（前年は高水温も影響）



その他 急上昇カテゴリ

- さつまいも

上昇理由 ● 秋の味覚

前週 35位 → 24位

- バナナ

上昇理由 ● 新学期スタートの朝食

前週 33位 → 19位

2週のポイント

(9/8~14)

- 旬の「ぶどう」「梨」が上位継続。翌週のお彼岸に向けてお供え需要も反映。
※前年は猛暑でシャインマスカットの出荷が早まり、輸出減なども影響して価格が下落



- 週末3連休(敬老の日)で「たい」「まぐろ」などのごちそう商材が動く。

その他 急上昇カテゴリ

- さしみ盛合わせ

上昇理由 ● 3連休のごちそう

前週 49位 → 35位

- りんご

上昇理由 ● 秋の味覚

前週 34位 → 28位

3週のポイント

(9/15~21)

- 週末のお彼岸需要で、「さしみ盛合わせ」や煮物材料、お供え果物類が上位。
※23年は週末2連休→24年は3連休



- 秋の味覚の「柿」も出回り始め、上位にランクイン。



その他 急上昇カテゴリ

- さしみ盛合わせ

上昇理由 ● お彼岸のごちそう

前週 35位 → 18位

- 牛肉

上昇理由 ● お彼岸のごちそう

前週 51位 → 47位

4週のポイント

(9/22~28)

- 気温高が続く中、最低気温が20℃を下回る日も出現し始め、ホットメニュー連動で旬の根菜やきのこと類が伸長。



- 中国の禁輸に伴う「ホタテ」の応援消費で「ほたて貝」の需要が増加。

その他 急上昇カテゴリ

- しめじ

上昇理由 ● 秋の味覚

前週 31位 → 23位

- ブロッコリー

上昇理由 ● ホットメニュー

前週 52位 → 45位

5週のポイント

(9/30~10/5)

- 前年は10月突入後も気温高継続。最低気温は20℃を下回り始めたことで、ホットメニュー・鍋関連の野菜が上位。
※ただし、猛暑による生育不良で野菜全般が高騰

- 前年は週末3連休(スポーツの日)で、ごちそうの「さしみ盛合わせ」が上昇。
※24年スポーツの日は10月14日

その他 急上昇カテゴリ

- 生しいたけ

上昇理由 ● 秋の味覚

前週 31位 → 23位

- じゃがいも

上昇理由 ● 秋の味覚

前週 32位 → 23位

- 新学期スタートで朝食・弁当商材が上位。(弁当需要は高校生や大人が中心)



- 残暑が続くなか、気温に左右されにくい「パスタ」や「ぎょうざ」、「コロッケ」など伸長。

その他 急上昇カテゴリ

- 納豆

上昇理由 ● 新学期の朝食

前週 24位 → 10位

- ベーコン

上昇理由 ● 新学期の朝食

前週 35位 → 13位

- 週末3連休(敬老の日)で、ごちそうの「寿司」「天ぷら・フライ」や「弁当」が上昇。



- 残暑の影響で「茶飲料」「炭酸飲料」など冷たい飲料類が伸長。



その他 急上昇カテゴリ

- 他の和生菓子

上昇理由 ● 秋の和菓子
● お彼岸の和菓子需要

前週 49位 → 23位

- すし(弁当)

上昇理由 ● 3連休のごちそう

前週 30位 → 15位

- 週末のお彼岸需要で、前週に続き「すし(弁当)」「天ぷら・フライ」など上位。



- お彼岸の煮物・天ぷら材料や、お供えの「他の和生菓子(おはぎなど)」も伸びる。

その他 急上昇カテゴリ

- すし(弁当)

上昇理由 ● お彼岸のごちそう

前週 15位 → 10位

- ビール

上昇理由 ● お彼岸のごちそう
● 家飲み

前週 25位 → 15位

- 米どころの新米の出回りが拡大し、「米」が年間3位に上昇。



- 酒税法改正前の駆け込み需要で「発泡酒・ビール風アルコール飲料」が年間1位。値上げ対象の「ワイン」も伸長。

その他 急上昇カテゴリ

- ドレッシング

上昇理由 ● 涼味サラダ

前週 38位 → 15位

- 風味調味料 ※出汁、コンソメなど

上昇理由 ● ホットメニュー
動き出し

前週 44位 → 36位

- 最低気温が20℃を下回り始め、ホットメニューのおでん商材が伸長。
※そうざい材料セット=おでんセットなど



- 前年は週末3連休の簡便・行楽需要で、「おにぎり・その他」や菓子類が上昇。

その他 急上昇カテゴリ

- 揚げかまぼこ ※おでん材料

上昇理由 ● ホットメニュー

前週 44位 → 18位

- コーヒー

上昇理由 ● ホットドリンク
動き出し

前週 41位 → 32位

- ランドセルの購入需要などで「通学用かばん」が年間10位まで上昇。次週以降も上位で推移する。



- 子どもの新学期に伴う持ち物準備需要などで「着尺地・生地」が年間3位まで上昇。



- 秋の新生活スタートに伴い、日用消耗品の買い足し需要などが高まる。「浴用・洗顔石けん」が年間1位となるほか、「トイレトーパー」も年間2位まで上昇。

- 次週の敬老の日のギフト需要や、3連休の行楽需要などで「ハンドバッグ」が年間18位にランクイン。



- 秋の暮らし替え需要などで「エアコン」や「他の家具」などの支出が上昇。

- 次週の敬老の日ギフトなどで、美容家電などを含む「理美容用電気器具」の支出が年間7位まで上昇。



- 敬老の日当日が含まれる週で、ギフト需要として財布やハンカチなどを含む「他の身の回り用品」が年間2位まで上昇するほか、「アクセサリ」などの支出も上昇。



- 2023年は月曜日が敬老の日当日となったことによるギフト需要や、秋のお彼岸での需要で「切り花」が年間3位まで上昇。

- 秋冬の衣替え準備需要などで、「柔軟仕上げ剤」が年間3位まで再上昇するほか、「洗濯用洗剤」も年間14位まで再上昇。



- 秋冬物衣料品の需要が徐々に高まり始め、「婦人用上着」が年間15位となるほか、「婦人用ストッキング」も前週36位から当週25位まで急上昇。

- 秋の行楽需要などで「カメラ・ビデオカメラ」が年間13位まで上昇するほか、録画・保存用の「音楽・映像用未使用メディア」も16位まで上昇。



- 季節の変わり目の体調管理需要などで咳止めなどの「他の医薬品」の支出が前週45位から当週27位まで急上昇。

- 就寝時も衣替え需要が高まり、「子供用寝巻」が当週年間1位となるほか、「男子用寝巻き」も年間14位まで上昇。



- 秋の暮らし替え需要も継続して高く、「畳替え」が当週年間1位となるほか、「布団」や「毛布」などの秋冬物の寝具類の準備需要も高まる。

- 徐々に気温も下がり始め、秋冬に向けた入浴需要などで入浴剤を含む「保健用消耗品」が前週44位から当週28位まで急上昇。

「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