

2025 年
1 月版

＼店舗のリアルを捉えて解決／
dentsu tempo

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

この資料について

『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 (2024/12/30 ~ 1/5)

2週 (1/6 ~ 12)

3週 (1/13 ~ 19)

4週 (1/20 ~ 26)

5週 (1/27 ~ 2/2)

30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2
月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日
● 地下鉄記念日	● 大晦日	● 元日 ● 肉汁水餃子の日	● 初荷 ● 初夢の日	● ひとみの日	● 石の日	● 小寒 ● ホームセキュリティの日● 遺言の日	● カラーの日	● 七草 ● 人日の節句	● 平成はじまりの日	● ジャマイカブルーマウンテンコーヒーの日	● 糸引き納豆の日 ● ひもの日 ● ほしいもの日	● 鏡開き ● マカロニサラダの日● 樽酒の日	● いいにんじんの日	● 成人の日			● 小正月 ● くりこ庵たい焼きの日● フードドライブの日	● ヒーローの日	● 冬土用入り ● おむすびの日 ● 防災とボランティアの日	● ひらく、いい鼻の日	● いいくちの日	● 大寒 ● 冬の土用の丑の日● 甘酒の日	● スイートピーの日	● カレーの日	● アーモンドの日 ● 花粉対策の日 ● 一無、二少、三多の日	● 中華まんの日 ● ホットケーキの日● とちぎのいちごの日	● 腸内フローラの日● コラーゲンの日 ● 文化財防火デー		● 逸話の日	● タウン情報の日	● おからのお菓子の日	● 愛菜の日 ● 愛妻感謝の日 ● 焼きビーフンの日	● 冬の土用の丑の日● ガーナチョココレートの日 ● ゆでたまごの日	● 節分 ● 巻寿司の日 ● ホットプレートごはんの日
14.4	12.7	12.5	9.2	11.0	15.3	13.6	15.6	12.7	10.2	11.0	12.3	7.2	13.7	11.7	10.5	11.4	7.0	12.2	13.4	15.1	7.6	12.1	14.6	13.9	8.4	9.6	12.0	12.2	9.6	11.9	13.3	14.1	16.3	7.6
4.4	5.8	4.4	2.8	2.8	6.3	2.9	3.0	5.7	2.7	1.5	1.7	1.8	0.1	1.2	0.2	2.4	0.0	0.8	2.5	7.6	4.6	4.6	6.7	5.5	1.1	-1.1	1.8	2.9	2.8	2.4	4.0	2.7	5.0	3.3
行事		正月休暇										1/13 成人の日		POINT ・2022年4月1日より成人年齢を18歳下げ。																				
		1/3 三日月					1/7 七草					1/11 鏡開き		POINT ・一年のうちでもっとも寒い時期。 ・小売り各社では、大寒に寒の味覚の打ち出しを強化する動き。							節分準備 ・2025年の節分は2/2(日)。 3日ではなく2日が節分であることの訴求が必須。													
マーケット		冬の旬 / 初春の旬					走り					盛り		名残																				
		おせちに飽きたら					新生活 / 新入学準備					インフルエンザ流行ピーク		POINT ・例年1月下旬から2月上旬頃にインフルエンザのピーク時期となるため、関連商材の強化が必要。 ・コロナ禍での徹底的な感染対策実施で、免疫力が低下。例年以上にインフルエンザの流行が広がっている。							花粉予防													
季節		年明け健康管理					受験勉強追いこみシーズン					冬休み		新学期スタート							入学試験シーズン													
		初売り・冬のクリアランス																																
学校行事																																		

トピックス

1/21-26・東京
1/26-29

・天皇杯・皇后杯 2025 年全日本卓球選手権大会（一般・ジュニアの部）
・第79回国民スポーツ大会冬季大会スケート競技（スピード）

月間週間

1/15-21
1/24-30

・防災とボランティア週間
・全国学校給食週間

	1 週のポイント (2024/12/30 ~ 1/5)	2 週のポイント (1/6 ~ 12)	3 週のポイント (1/13 ~ 19)	4 週のポイント (1/20 ~ 26)	5 週のポイント (1/27 ~ 2/2)				
生 鮮 食 品	- 週の前半は正月ごちそう需要で「さしみ盛合わせ」「かに」「牛肉」など継続。 1/7 七草で「他の葉茎菜」が伸長。(鍋野菜の水菜・春菊なども含む)	1月の気温低下で、あったか鍋などホットメニュー商材が上位を占める。 - 寒の味覚の「ぶり」「かき」「さば」などが動き出し年間上位。	1/20 大寒で「ぶり」「さば」「かき(貝)」「しじみ」や「ほうれんそう」などが伸びる。 ※他の鮮魚＝寒たらなど 1/15 「いちごの日」に連動して「いちご」が上昇。	- あったか鍋・ホットメニュー商材は需要継続。価格安定のきのこ類が上位。 - 翌週の節分にむけて「豆類」が上昇。	- 節分で「いわし」が年間 1 位。「他の塩干魚介」や「豆類」も上位。 ※他の塩干魚介＝めざしなど - 恵方巻・手巻き寿司の手作り材料で「まぐろ」「えび」などが伸長。 ★ 2025 年の節分は 2 月 2 日 (日) となるため要注意！				
	その他 急上昇カテゴリ								
	※前週比・支出増の目立った品目なし	もやし 上昇理由・正月明けの節約志向 前週 52位  27位	合いびき肉 上昇理由・正月明けの節約志向 前週 52位  15位	れんこん 上昇理由・ホットメニュー 前週 23位  19位	他の柑きつ類 上昇理由・春の柑橘 前週 21位  18位	豆類 上昇理由・節分準備 前週 16位  13位	しじみ 上昇理由・あったか汁物 前週 13位  10位	さしみ盛合わせ 上昇理由・恵方巻・手巻き寿司の材料 前週 48位  13位	あさり 上昇理由・あったか汁物 前週 38位  20位
そ の 他 食 品	- 週の前半は正月のごちそう・酒類やデザート・菓子類などが上位継続。 - おせちに飽きたら食べたくなる & 正月明けの節約で「カレールウ」が上昇。	- 正月明けの節約で「コロッケ」「カレールウ」などが年間上位。 - 節約型の鍋として「おでん」商材が伸長。ホットメニュー関連も引き続き上位。 ※他の主食的調理食品＝中華まんなど	- 節約志向継続で「ぎょうざ」が上位。 ※他の麺類＝餃子の皮など - 簡便 & 節約のおでん材料や「即席麺」などあったか麺商材も上位。	- バレンタインに連動した「チョコレート菓子」が年間 2 位。(自己需要含む) - 低気温でホットドリンク商材が伸長。(ココアはバレンタイン需要にも連動)	- 節分の恵方巻で「すし(弁当)」が年間 1 位。週末の節分で手作り材料も伸長。 ※他の乾物・海藻＝かんぴょうなど - 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。				
	その他 急上昇カテゴリ								
	※前週比・支出増の目立った品目なし	食パン 上昇理由・新学期の朝食 前週 52位  24位	ヨーグルト 上昇理由・新学期の朝食・冬の体調管理 前週 52位  33位	うなぎのかば焼き 上昇理由・冬の土用丑 前週 52位  27位	他の調味料 ※中華の素、パスタソースなど 上昇理由・簡便・節約 前週 41位  23位	干しのり 上昇理由・節分準備 前週 30位  14位	乳酸菌飲料 上昇理由・冬の体調管理 前週 42位  19位	酢 上昇理由・恵方巻の手作り材料 前週 41位  17位	天ぷら・フライ 上昇理由・恵方巻のサイドメニュー 前週 36位  11位
衣 料	新年の初売りセールや、新しいことはじめ需要などが重なり、「スポーツウェア」が年間 1 位、関連して「大人用運動靴」も年間 2 位まで上昇。	新春の冬物セールなどで、「男子用コート」や「婦人用セーター」など、厚手の冬物衣料などの支出が高まる。	父母の卒業式・入学式参列準備などの需要で、「他のバッグ」の需要が若干ではあるが高まる。	子どもの入学準備需要などで、「男子用・女子用学校制服」の支出が 47 週ごろから動きはじめ、当週に月内で最も支出が高まる。	冬物処分セールなどで、「男子用コート」や「婦人用コート」といった大型の冬物衣料の支出が増加。				
	住 居	新年の買い替え需要などでキッチン用品などの「他の台所用品」が年間 1 位、「電球・ランプ」も年間 4 位と上位となる。	冬物寝具の需要や、新生活に向けた準備需要などで、「布団」や「毛布」などの支出が高まる。	新年に伴う買い替え需要などで、「茶わん・皿・鉢」や、カトラリーなどの「他の食卓用品」の支出が高まる。	冬の暮らし替えや、新生活準備、新年の買い替え需要などが重なり、こたつ布団やクッションなどを含む「他の室内装備品」が年間 5 位まで再上昇。	新生活準備などで「携帯電話機」の支出が年間 4 位まで上昇。			
		日 用 品	新年の初売りセールなどで、美容家電を含む「理美容用電気器具」が年間 1 位となる。	新年の初売りセール需要が当週も継続し、「眼鏡」が年間 2 位まで上昇するほか、美容家電を含む「理美容用電気器具」が年間 10 位と上位を維持。	新年の身だしなみ対策などで、「ヘアカラーリング剤」が前週年間 2 位、当週に年間 1 位となる。	入浴回数の増加などで「ヘアコンディショナー」が年間 17 位まで再上昇。	1 月の下旬でも肌の乾燥対策の需要は高く、「化粧水」が年間 2 位まで上昇するほか、「化粧クリーム」も再上昇。		

流通インサイト PROとは

「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 | 瀬木 | 小谷野

E-Mail: ryutsu_insight@dentsu-tempo.co.jp