

3ヶ月先の流通店頭の「実需」がわかる

2025年
3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 × 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 (2025/2/24 ~ 3/2)					2 週 (3/3 ~ 9)					3 週 (3/10 ~ 16)					4 週 (3/17 ~ 23)					5 週 (3/24 ~ 3/30)																																															
24	25	26	27	28	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																																	
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																																	
● 振替休日	● エビスの日 ● とちぎのいちごの日 ● ひざ関節の日	● フロリダグレイフルーツの日 ● ご飯がススムキムチの日 ● 包む(ラッピング)の日	● 冬の恋人の日 ● Pokémon Day	● ビスケットの日	● デコボンの日 ● マヨネーズの日 ● マヨサラダの日	● ご当地レトルトカレーの日 ● 春のサニーレタスの日 ● ミニーマウスの日	● ひな祭り ● ささみの日 ● 春のちらし寿司の日	● バウムクーヘンの日 ● 差し入れの日 ● 雑誌の日	● 啓蟄 ● 常陸牛の日 ● スリランカカレーの日	● ミロの日 ● ミルクの日のミルクの時間 ● スリムの日	● さかなの日 ● メンチカツの日 ● サウナの日	● ギョーザの日 ● レモンサワーの日 ● サバの日	● 西京漬の日 ● ミックスジュースの日 ● 雑穀の日	● たけのこの里の日 ● ミートソースの日 ● ミントの日	● いのちの日 ● 防災意識を育てる日 ● おくる防災の日 (防災用品を贈る日・送る日)	● だがしの日 ● サイフの日 ● サイズの日	● 新撰組の日 ● ペヤングソースやきそばの日	● ホワイト・デー ● さーあんだぎーの日 ● 不二家パイの日	● 冠婚葬祭互助会の日 ● ランドセルリメイクの日	● ミドルの日	● 春の彼岸入り ● みんなで考えるSDGsの日	● 点字ブロックの日	● 眠育の日	● 春分の日 ● 彼岸中日 ● さつま揚げつけあげの日	● アジフライの日 ● ランドセルの日 ● はじめようの日	● 放送記念日	● 春の彼岸明け ● 世界気象デー ● ホットサンドを楽しむ日	● 恩師の日(「仰げば尊し」の日)	● みんなでニコリみんな健康寿命の日 ● 電気記念日	● サク山チョコ次郎の日 ● 食品サンプルの日	● オンライン花見の日 ● さくらの日 ● 祈りの日	● 三ツ矢サイダーの日	● 作業服の日	● サラサートイの日																																	
最高 気温 (東京)	10.3	5.8	13.3	11.4	14.4	16.4	10.1	13.4	15.7	9.1	10.4	10.7	9.4	11.2	13.6	13.8	10.0	13.7	15.6	17.6	22.7	21.7	14.6	12.4	15.7	11.4	13.3	9.3	15.5	12.5	12.3	16.5	14.6	22.2	24.6																																
最低 気温 (東京)	1.2	3.5	4.8	4.1	4.1	3.7	3.9	1.2	2.9	2.0	2.0	4.9	0.4	2.6	0.5	1.8	6.1	6.7	2.8	6.2	10.8	9.8	4.1	3.7	4.7	3.4	1.8	2.6	4.2	10.8	6.1	6.0	7.2	11.7	12.3																																
行事					3/3 ひなまつり																																																														
					POINT ホワイトデー ・コロナ禍でのバレンタインデーの義理チョコ文化が衰退したことから、「義理チョコ返し」が減少。 ・「春のギフト」の一部としての提案や、「春のスイーツイベント」などマーケットを広げた提案に変化している。																POINT 春のお彼岸 ・小売り各社では、お彼岸に合わせて、天ぷらやおはぎなどを訴求。 ・故人の好みに合わせ、線香や蠟燭で本物を模した商品が増加。																																														
マーケット 季節					春の旬 走り・グリーンピース・春キャベツ・たけのこ・新玉ねぎ・にら・さやえんどう・さわら・あさり 盛り・菜の花・たらの芽・山うど・いちご・たい・はまぐり・ほたるいか 名残・大根・水菜・みつば・春菊・いよかん・ぶり・金目鯛・ふぐ・かに																																																														
					春のお祝い ・3月は、春の歳時記に加え、合格発表のお祝いや卒業式など様々なお祝いニーズが高まる季節。合わせて、ギフトを贈る機会も増加する頃。																												新年度・新学期の朝食対応																																		
学校 行事					新生活準備 / 春の暮らし替え ・4月から働き始める新社会人や復職ママの準備ニーズが高まる頃。 ・近年、一人暮らしを始める年齢が後ろ倒しに。大学卒業後の「新社会人」の新生活ニーズが増加している。																																																														
					POINT 新入学準備 ・手作り用品の作成や学用品の準備を行う頃。 ・共働きの増加で、保育園入園準備ニーズが増加。																春レジャー / お花見シーズン ・24年花見市場は、4年ぶりの行動制限のない花見&インバウンド回復もあり活況となった。 ・24年の桜開花は全国的に遅かった。東京は前年より15日遅い開花で、2013年以降最も遅い開花に。																																														
					後期期末テスト & 学年末テスト																				春休み																																										
										卒業式シーズン																				新学期準備																																					
トピックス	3/2 東京 3/16 大阪				● 東京マラソン 2025 ● 大阪・関西万博開催記念 ACN EXPO EKIDEN 2025(ニ―ゼロニゴー)																																																														
月間週間																																																																			
				</																																																															

	1 週 (2025/2/24 ~ 3/2)	2 週 (3/3 ~ 9)	3 週 (3/10 ~ 16)	4 週 (3/17 ~ 23)	5 週 (3/24 ~ 3/30)
生鮮食品	- 週末ひなまつりで、ちらし寿司材料の「さしみ盛合わせ」「れんこん」などが上位。 - 汁物材料の「他の貝」「あさり」や唐揚げ材料の「鶏肉」も上昇。	- 春の果物「他の柑橘類」や新物野菜の「たまねぎ」が年間ピーク。4月に向けて「たけのこ」も動き出す。 「3月8日 サバの日」の訴求で「さば」が伸長。	- 春の果物「他の柑きつ類」「いちご」が上位。 - 週末から彼岸入りで「まぐろ」「さしみ盛合わせ」など、ごちそう関連が上昇。(春のお祝い需要も反映) ※25年は翌週の月曜日から彼岸入り	- 春の味覚の出回りが拡大、野菜、果物、魚介いずれも上位を占める。 ※いか=ほたるいかなど - お彼岸当週のごちそうで「まぐろ」「さしみ盛合わせ」や、天ぷら用の「えび」が伸長。 ※25年 3/20 春分の日=木曜日	- 年間順位 10 位以内に、春の味覚の「たけのこ」や「キャベツ」もランクイン。 - 春休みや春のお祝いのごちそう需要で「牛肉」が伸長。 ※焼肉需要を反映
	【その他 急上昇カテゴリ】 さやまめ ※絹さやなど 上昇理由 ・春の味覚 ・ひなまつり 前週 22位 16位 レタス 上昇理由 ・春のサラダ 前週 45位 37位	【その他 急上昇カテゴリ】 かつお 上昇理由 ・春の味覚 前週 39位 35位 トマト 上昇理由 ・春のサラダ 前週 36位 33位	【その他 急上昇カテゴリ】 たい 上昇理由 ・春の味覚 ・春のお祝い 前週 36位 27位 さしみ盛合わせ 上昇理由 ・お彼岸 ・春のお祝い 前週 36位 25位	【その他 急上昇カテゴリ】 牛肉 上昇理由 ・お彼岸 ・春のお祝い 前週 46位 27位 オレンジ 上昇理由 ・輸入柑橘の出回り 前週 21位 17位	【その他 急上昇カテゴリ】 たい 上昇理由 ・春の味覚 ・春のお祝い 前週 21位 18位 ピーマン 上昇理由 ・炒め物など 春型メニュー 前週 28位 26位
	- 週末ひなまつりで、ごちそうのちらし寿司材料や「すし(弁当)」が上昇。 3月突入で、春型メニューの「パスタ」や「ドレッシング」が動く。	- 翌週ホワイトデーに向けて「キャンデー」などギフトになる菓子類が伸びる。 - 春を意識したパンが出始め、「他のパン(菓子パンなど)」が年間ピーク。	- 週末に彼岸入りで、おはぎを含む「他の和生菓子」などお供え菓子が伸びる。おはぎの手作り材料も上昇。 - お彼岸や春のお祝いで、ごちそうの「すし(弁当)」も伸びる。	- お彼岸当週で「他の和生菓子」のほか「天ぷら・フライ」「やきとり」など惣菜も伸長。 - 春の行楽シーズン関連も動く。 ※ただし、24年の桜の開花は全国的に前年より大幅遅れ(東京は3/29開花)	- 春休みの簡便メニューやおやつ関連が継続。 ※春の行楽ニーズも反映 - 新生活に向けて「食パン」「ジャム」など朝食関連も伸びる。
その他食品	【その他 急上昇カテゴリ】 ドレッシング 上昇理由 ・春のサラダ ・ひなまつり 前週 46位 22位 サラダ 上昇理由 ・春のサラダ ・ひなまつり 前週 50位 29位	【その他 急上昇カテゴリ】 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 20位 9位 クロッケ 上昇理由 ・簡便・節約 前週 40位 13位	【その他 急上昇カテゴリ】 すし(弁当) 上昇理由 ・お彼岸 ・春のお祝い 前週 48位 19位 干ししいたけ 上昇理由 ・お彼岸 前週 47位 15位	【その他 急上昇カテゴリ】 やきとり 上昇理由 ・お彼岸 ・春の行楽 前週 36位 27位 ドレッシング 上昇理由 ・春のサラダ 前週 20位 14位	【その他 急上昇カテゴリ】 チューハイ・カクテル 上昇理由 ・春の飲み会 ・春の行楽 前週 47位 21位 すし(弁当) 上昇理由 ・春のお祝い ・春の行楽 前週 24位 18位
	- 子どもの新入学の需要で「女子用学校制服」が年間4位まで上昇し、「男子用学校制服」も年間6位で当月上位で推移。 - 新生活の準備需要などで衣装ケースを含む「たんす」が年間1位となる。 - 季節の変わり目の体調管理需要などで「健康保持用接種品」が年間1位まで上昇。	- 卒業旅行需要などで「旅行用かばん」が年間3位まで上昇。 - 新生活準備需要が本格化し、高単価な家具・家電の購入が増える。住余部門全体で年間4位まで上昇。 - 花粉症対策需要が高まり始め、鼻炎用の飲み薬などを含む「他の医薬品」や「ティッシュペーパー」といったアイテムが年間2位まで上昇。	- 春のアウトドア需要で、「大人用運動靴」が年間2位、「スポーツウェア」が年間7位まで上昇。 - 春のお彼岸の需要で「切り花」が年間4位に登場。次週も5位と年間上位をキープ。 - フレッシュアーズの身だしなみ需要などで「眼鏡」が年間3位、美容家電などの「理美容用電気器具」が年間9位まで上昇。	- フレッシュアーズ需要などで「ワイシャツ」が年間2位、「背広服」が年間3位まで上昇。 - 入園・入学式準備などで「カメラ・ビデオカメラ」が前週45位から当週25位まで急上昇。 - 新生活準備や日用品買い足し需要などで「洗濯用洗剤」が前週40位から当週34位まで上昇。	- 子どもの新入学や進級準備として、スクールバッグやレッスンバッグなどの「他のバッグ」が年間1位まで上昇。 - 新生活や新社会人などの買い替え需要で「携帯電話機」が年間5位に急上昇。 - 日用品の買い足し需要が継続し、「トイレトペーパー」が年間1位となるほか、「柔軟仕上げ剤」や「ポリ袋・ラップ」といった細かなものまで支出が高まる。
衣料					
住居					
日用品					

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