

3ヶ月先の流通店頭の「実需」がわかる

2025年
5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。

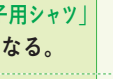
シーズナリー

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 (2025/4/28 ~ 5/4)							2 週 (5/5 ~ 11)							3 週 (5/12 ~ 18)							4 週 (5/19 ~ 25)							5 週 (5/26 ~ 6/1)						
28	29	30	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
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
●ドイツワインの日 ●庭の日 ●インターホンの日	●昭和の日 ●ナポリタンの日 ●畳の日	●しみゼロの日 ●派手髪の日 ●図書館記念日	●八十八夜 ●緑茶の日 ●令和はじまりの日	●カルシウムの日 ●コージーコーナーの日	●憲法記念日 ●五三焼カステラの日	●みどりの日 ●春の土用明け ●しらすの日	●立夏 ●ふりかけの日 ●端午の節句	●振替休日 ●コロネの日 ●コロッケの日	●コナモンの日	●ごはんパンの日 ●小鉢の日 ●世界赤十字デー	●アイスクリームの日 ●ココの日 ●口腔ケアの日	●黄金糖の日 ●コットンの日 ●ファイトの日	●母の日 ●ご当地スーパーの日 ●ご当地キャラの日	●アセローラの日 ●こてっちゃんの日 ●看護の日	●トップガンの日	●マーマレードの日 ●ゴールドデー	●沖縄復帰記念日 ●水分補給の日 ●ヨーグルトの日	●抗疲労の日 ●旅の日	●お茶漬けの日 ●高血圧の日	●ネット生保の日 「こりを癒そう」 「サロンパス」の日 ●ことばの日	●ごとうるの日	●こんにやく麺の日 ●ガチ勢の日 ●電気自動車の日	●小満 ●ニキビの日	●たまご料理の日 ●抹茶新茶の日 ●うなぎの未来を考える日	●チョコチップクッキーの日 ●骨密度ケアの日	●菌活の日 ●伊達巻の日 ●スクーバダイビングの日	●シーチキンの日 ●みやぎマンゴーの日 ●主婦休みの日	●メープルもみじの日 ●風呂カビ予防の日 ●源泉かけ流し温泉の日	●小松菜の日 ●背骨の日 ●ドラゴンクエストの日	●ゴルフ記念日 ●自助の日 ●骨盤の日	●シリアルの日 ●エスニックの日 ●こんにやくの日	●アーモンドミルクの日 ●消費者の日 ●オーガナイズの日	●世界禁煙デー	●クリーンアイスの日 ●鮎の日 ●牛乳の日
28.2	25.8	25.2	21.2	21.7	24.2	27.8	22.7	23.6	22.2	23.8	18.9	24.4	25.9	24.8	22.0	21.6	25.7	25.1	27.2	28.8	24.1	21.4	28.9	25.3	25.2	29.0	25.8	26.6	25.1	25.9	25.8	27.3	21.7	26.3
15.7	17.4	18.2	11.8	10.8	11.4	14.8	15.4	19.1	18.6	11.4	10.2	8.7	14.1	17.3	15.4	12.2	13.8	14.7	13.4	16.2	17.7	14.4	16.9	18.0	18.1	18.1	18.3	17.6	20.3	22.4	18.8	17.5	16.6	17.4
行事							GW ・25年の大型連休は後半4連休の1回のみ。 ・24年は物価高による節約志向から「安・近・短」傾向で、25年も同様の動きの予測。							母の日のお祝い POINT ・コロナ5類移行後、「母と一緒に過ごす」層が増加し、ギフトも「直接渡す」が増加。 ・物価高のなかでも、母の日のギフト予算は上昇傾向で「プチ贅沢」がキーワードに							父の日ギフト準備 POINT ・母の日同様に、アフターコロナでギフトが変化。「家で快適に過ごすアイテム」から「外出」向けのアイテムが増加。父の身だしなみを気遣うシーンも増え、美容関連も拡大。													
マーケット							晩春の旬&初夏の旬 走り・トマト・なす・えだまめ・しそ・梅・さくらんぼ・びわ・らっきょう・かます・たちお 涼味本格化 ・近年、気温上昇の早まりに伴い「冷たいもの」を食べたいニーズが早まっている。 ・小売り各社では、涼味提案が拡大し、涼味バリエーションが広がる。							手作り漬ける準備 ・「梅」や「らっきょう」など旬の食材の出回りとともに、小売各社では「旬」や「お酢」をフックに漬けるの提案が見られる。							梅雨準備 ・梅雨シーズンに向けた室内環境作りや雨の日のお出掛け準備を行う。							夏に向けたシーズン準備 ・6月より「スーパークールビズ」スタート。さらなるオフィスでの経費削減で買い足しニーズに注目。						
季節							気温上昇に伴うシーズン需要 POINT ・気温上昇に伴い「汗」に対する意識が高まる頃。 ・春から真夏日を記録する地域が増え、紫外線量もアップ。男女、年齢問わず紫外線対策が早期化&拡大。							5/1 クールビズ開始 ・近年の猛暑を踏まえ、各社とも冷涼感を打ち出した商品を拡充。							連休明けの疲れケア ・コロナ拡大以降、体だけでなく、心の疲れケアにも注目が集まり、「メンタルケア」関連の商品やサービスも拡大。連休明けの疲れは「心身」両方のケア提案が必要となる。													
学校行事							春の運動会&体育祭シーズン ・コロナ拡大を機に、「お弁当」なし午前中終了の運動会が浸透しつつある。 ・運動会終了後の「お疲れ様会」ニーズに今後注目。							春の遠足／校外学習							プール開き準備							修学旅行シーズン						
トピックス							5/9-11 東京 5/17-5/18 神奈川 5/31-6/1 東京 ・EVO Japan 2025 ・世界トライアスロン横浜大会 ・第1回全世界フルコンタクト空手道選手権大会							月間週間 ・消費者被害防止月間 ・赤十字運動月間 ・自転車月間							5/1-7 5/5-11 ・原子力エネルギー安全月間 ・憲法週間 ・児童福祉週間							5/15-21 5/31-6/6 ・総合治水推進週間 ・禁煙週間						

	1 週 (2025/4/28 ~ 5/4)	2 週 (5/5 ~ 11)	3 週 (5/12 ~ 18)	4 週 (5/19 ~ 25)	5 週 (5/26 ~ 6/1)
生鮮食品	- GW当週で、「牛肉」「まぐろ」「さしみ盛り合わせ」などごちそうが上位を占める。 ※他の生鮮肉=牛タンなど 「ほたて貝」「えび」など、焼肉・BBQの焼き商材も上昇。 	- 週末は母の日で、ごちそう商材の「たい」「まぐろ」「さけ(サーモン含む)」など上位。 - GW明けの節約志向で「合いびき肉」が年間1位。 ※24年は天候不順等の影響で野菜が高値に 	- GW&母の日の後で節約志向が高く生鮮年間順位が39位にダウン。 - 涼味の「かつお」やサラダ野菜が上昇。 ※他の根菜=生姜、らっきょうなど 	- 初夏の「かつお」が年間ピーク。 - 出回りが拡大する輸入果物が伸長。「キウイフルーツ」は年間1位。 	6月に突入、初夏～夏の味覚の出回りが拡大し、上位を占める。 - 漬けるシーズンで、らっきょうなど含む「他の根菜」「他の野菜のその他」が上昇。 ※他の野菜のその他=青梅など 
	すいか 上昇理由・GWのデザート 前週 20位 → 16位	メロン 上昇理由・GWのデザート 前週 22位 → 17位	鶏肉 上昇理由・GW明けの節約 前週 21位 → 17位	豚肉 上昇理由・GW明けの節約 前週 28位 → 22位	さしみ盛り合わせ 上昇理由・涼味メニュー 前週 27位 → 19位
	メロン 上昇理由・初夏の味覚 前週 15位 → 13位	さやまめ ※そら豆、枝豆など 上昇理由・初夏の味覚・家飲み 前週 24位 → 13位	他の果物 ※さくらんぼ、アメリカンチェリーなど 上昇理由・初夏の味覚 前週 21位 → 17位	まぐろ 上昇理由・涼味 前週 33位 → 27位	すいか 上昇理由・夏の味覚 前週 15位 → 14位
その他食品	- GW当週で、ごちそうの「すし(弁当)」や「天ぷら・フライ」などが伸びる。 - 子どもの日の祝いスイーツも上昇。 ※他の和生菓子=柏餅など 	- 週末は母の日で、ごちそうの「すし(弁当)」や、定番の「カレールウ」が伸長。 - GW明けの食品買い足しで「食パン」や「冷凍調理食品」などが上昇。 	- GW&母の日の後で節約志向が高まり非生鮮の年間順位は48位までダウン。 - 冷やし中華などの涼味商材や「漬ける」商材の伸びが目立つ。 	- 気温上昇で涼味メニュー商材やアイス、飲料などが上昇。 - 漬けるシーズン需要で、漬ける材料の「酢」「砂糖」や果実酒用の酒類が伸長。 	- 漬けるシーズン突入で、「食塩」「砂糖」が年間上位。「焼酎」「他の酒」も伸びる。 「マヨネーズ」「ドレッシング」など初夏のサラダ材料が上位。 
	すし(弁当) 上昇理由・GWのごちそう 前週 47位 → 5位	ビール 上昇理由・GWの家飲み 前週 18位 → 5位	豆腐 上昇理由・涼味メニュー 前週 47位 → 14位	他の茶葉 上昇理由・冷たい飲料 ※麦茶など 前週 24位 → 18位	茶飲料 上昇理由・冷たい飲料 前週 34位 → 20位
	ぎょうざ 上昇理由・簡便・節約志向 前週 34位 → 29位	アイスクリーム・シャーベット 上昇理由・涼味スイーツ 前週 20位 → 18位	チューハイ・カクテル 上昇理由・週末の家飲み 前週 41位 → 17位	カレールウ 上昇理由・夏のスパイスニーズ・簡便・節約 前週 43位 → 11位	生うどん・そば 上昇理由・涼味メニュー 前週 39位 → 35位
衣料	母の日のギフト需要として「アクセサリ」が年間1位となるほか、「他のバッグ」や「ハンドバッグ」などの支出も高まる。 	母の日当週となり、「アクセサリ」の支出が前週から引き続き高く、年間2位となる。 	夏物衣料などの需要が継続して高く、ポロシャツやTシャツなどを含む「他の婦人用シャツ」や「他の男子用シャツ」が当週もそれぞれ年間上位となる。 	初夏の紫外線対策需要などで「帽子」が年間2位まで上昇。 	2024年の当週は雨が多かったことに加え、梅雨に向けた需要も高まり、「傘」が年間8位まで上昇。 
	春の園芸の需要がピークとなり、「園芸用植物」「園芸用品」がそれぞれ年間1位となる。 	母の日ギフトとして、「フラワーギフト」などの「切り花」が年間7位まで上昇。 	夏に向けた冷房需要で、「エアコン」が年間20位に再上昇。 	初夏の暮らし替え需要で、すだれなどを含む「他の室内装備品」が前週47位から当週42位に上昇。同様に、「カーテン」も遮光・遮熱ものの需要が高まり前週の42位から上昇。	夏に向けての暮らし替え需要で、「敷物」が年間1位になるほか、タオルケットなどを含む「他の寝具類」が前週40位から当週24位まで急上昇。
	春の園芸の需要で「殺虫・防虫剤」が年間2位まで上昇。 	初夏の紫外線対策の需要も高まり、UV対策機能を備えた「乳液」の指数が高まる。 	初夏のにおい対策需要などで、香水などを含む「他の化粧品」が年間13位まで上昇。 	梅雨対策として住居のカビ防止などの需要も高まり、「台所・住居用洗剤」が年間16位に再上昇。 	ヘルスケア・日用品部門の各商品の支出が減少し、年間20位以内となる商品も少ない。部門全体でも年間50位と低迷。

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：永野 | 瀬木 | 市川

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