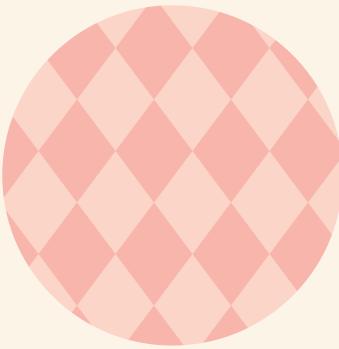
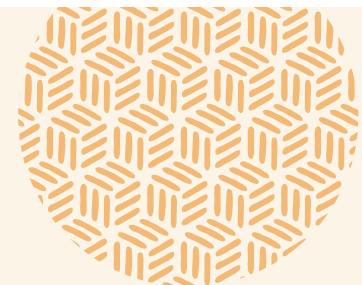
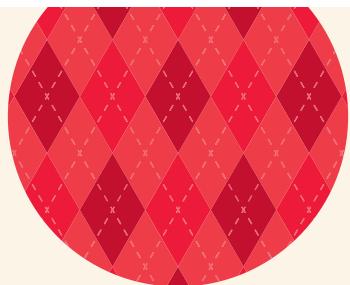


3ヶ月先の流通店頭の「実需」がわかる

2026年
2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



**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ヶ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。

資料の見方

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)

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°C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
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 (2026/2/2 ~ 2026/2/8)							2週 (2026/2/9 ~ 2026/2/15)							3週 (2026/2/16 ~ 2026/2/22)							4週 (2026/2/23 ~ 2026/3/1)							5週 (2026/3/2 ~ 2026/3/8)														
2月	3日	4日	5日	6日	7日	8日	9日	10日	11日	12日	13日	14日	15日	16日	17日	18日	19日	20日	21日	22日	23日	24日	25日	26日	27日	28日	1日	2月	3日	4日	5日	6日	7日	8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	日	月	火	水	木	金	土	日							
● ホットブレード「ほんの日」・つぼ漬の日	● 節分	● 立春	● 抹茶の日	● ニゴラー集う「にぎり酒」の日	● 大福の日	● 豚丼の日	● ボンカレーの日	● バレンタインデー	● 建国記念の日	● 土佐文旦の日	● パンカレーの日	● 初午いなりの日	● 日本酒女子会の日	● 寒天の日	● 千切り大根の日	● 雨水	● キヌアの日	● 猫の日	● 夫婦円満の日	● チーズ鮓の日	● 富士山の日	● 天皇誕生日	● 冬の恋人の日	● Pokémon Day	● バウムクーヘンの日	● ひな祭り	● ミロの日	● ハルクの日のミルクの時間	● さかなの日	● メンチカツの日	● すたみな太郎の日	● ギヨーザの日	● レモンサワーの日	● ビールサーバーの日								
● ビタミンCケアの日	● 冬の土用明け	● 妊娠の日	● お風呂の日	● 煮たまごの日	● 北方領土の日	● オリンピックメモリアルデー	● 東京二八そばの日	● にわとりの日	● 和ちょこの日	● データをつなぐ日	● フードの日	● フットケアの日	● 黄ニラ記念日	● わんこそば記念日	● ジャムの日	● フェムテックを学ぶ日	● ガチャの日	● フェムテックを学ぶ日	● おでんの日	● カツカレーの日	● 富士山の日	● おでんの日	● ハロウィングレープフルーツの日	● ピーマンがスヌムキムチの日	● 包む(ラッピング)の日	● デコポンの日	● マヨネーズの日	● マヨサラダの日	● 常陸牛の日	● 啓蟄	● 喜寿の日	● 春のちらし寿司の日	● ミニーマウスの日	● スリムの日	● ミロの日	● ハルクの日のミルクの時間	● さかなの日	● メンチカツの日	● すたみな太郎の日	● ギヨーザの日	● レモンサワーの日	● ビールサーバーの日
● 巻寿司の日	● 煮たまごの日	● 煮たまごの日	● 妊娠の日	● お風呂の日	● お風呂の日	● ニゴラー集う「にぎり酒」の日	● 大福の日	● 豚丼の日	● ボンカレーの日	● データをつなぐ日	● フードの日	● フットケアの日	● 黄ニラ記念日	● わんこそば記念日	● ジャムの日	● フェムテックを学ぶ日	● ガチャの日	● フェムテックを学ぶ日	● おでんの日	● カツカレーの日	● 富士山の日	● おでんの日	● ハロウィングレープフルーツの日	● ピーマンがスヌムキムチの日	● 包む(ラッピング)の日	● デコポンの日	● マヨネーズの日	● マヨサラダの日	● 常陸牛の日	● 啓蟄	● 喜寿の日	● 春のちらし寿司の日	● ミニーマウスの日	● スリムの日	● ミロの日	● ハルクの日のミルクの時間	● さかなの日	● メンチカツの日	● すたみな太郎の日	● ギヨーザの日	● レモンサワーの日	● ビールサーバーの日

前年 気温 (東京)	最高	8.8	9.6	11.2	9.0	9.2	10.6	9.7	11.5	11.4	10.5	12.7	13.1	14.5	14.0	16.9	15.5	9.7	8.9	10.6	10.9	9.4	11.1	10.8	12.7	17.6	16.5	16.6	19.7	22.1	14.4	5.4	8.4	11.7	12.2	6.8
	最低	3.1	4.0	2.3	-0.1	-0.6	-0.6	0.3	0.7	-0.5	0.3	0.4	3.4	2.4	5.2	7.5	3.9	1.9	0.4	-1.0	1.0	1.4	-0.4	-0.1	0.5	4.0	4.2	5.4	6.5	7.9	1.6	0.4	0.8	6.6	3.2	0.5

行事	2/3 節分	ひなまつり準備	・2026年ひなまつりは火曜日。平日のお祝いで即食ニーズが高まる＆「一人用」のニーズにも注目。 ・少子化によるお祝い対象の減少で、幅広い世代が楽しめる春のパーティー提案が増えている。
	バレンタインシーズン	ホワイトデー準備	・2026年バレンタインは、土曜日となる曜日周り。休日バレンタインで家族、友人で楽しむニーズが増える予測。 ・カカオ豆の高騰により、チョコ単体でない焼き菓子やチョコ以外のスイーツが拡大。節約需要で手作り率が上昇。

季節	鍋メニュー食べ納め時期	POINT	・鍋メニューの食べ納め時期となり、小売りでの鍋提案は”春”と掛け合わせた提案が見られる	春メニュー動き出し	・冬型の鍋メニューからパスタやカレーなどの中温度帯メニューなど、春型のメニューに移り変わる。
	厳冬対応	・2025年2月は強い寒気が流れ込み、全国各地で大雪となる所が多かった。	新入学準備	・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	・25年冬は「インフルエンザ」「新型コロナウイルス」「マイコプラズマ肺炎」の3つの感染症が同時流行。	スギ花粉飛散シーズン	POINT ・2025年春の花粉飛散量は、全国平均で昨年比115%、平年比113%。特に九州では過去10年で最も多い飛散となった。 ・寒波の影響で短期集中型の花粉シーズンとなった。
学校	新入学説明会の頃・入学試験シーズン	学年末テスト	
北	東	西	南

トピックス	2/6-22 イタリア ・第25回オリンピック冬季競技大会	2/21-2/23 横浜 EVANGELION:30+ ; 30th ANNIVERSARY OF EVANGELION		
月間週間	・省エネルギー月間	・薬物乱用事犯取締強化月間	2/1 - 2/7 ・生活習慣病予防週間	2/17 - 2/23 ・アレルギー週間

	1週 (2026/2/2 ~ 2026/2/8)	2週 (2026/2/9 ~ 2026/2/15)	3週 (2026/2/16 ~ 2026/2/22)	4週 (2026/2/23 ~ 2026/3/1)	5週 (2026/3/2 ~ 2026/3/8)																			
生活必需品	<ul style="list-style-type: none"> 25年の節分は2/2だったため、前週に節分商材が伸長 ⇒今年の節分は2/3で当週の火曜日、平日のため簡便ニーズが高まる見込み 	<ul style="list-style-type: none"> 正月明けの節約志向は継続、「もやし」などコスパ商材が上位に登場。 	<ul style="list-style-type: none"> 春の味覚「他の柑橘類(春の柑橘)」が年間3位に上昇。「いちご」も伸びる。 ※他の葉茎菜=菜の花、アスパラなど⇒冬の味覚と入れ替わり始める 	<ul style="list-style-type: none"> 翌週がひなまつりで、当週末にもひなまつりのごちそう商材が伸長。寿司材料の「さけ」「えび」「れんこん」「さしみ盛合せ」や汁物関連が目立つ。 ※他の貝=はまぐりなど 	<ul style="list-style-type: none"> 3/3ひなまつり当日で、お祝い商材が引き続き上位。 ※当日は親子で祝うシーンが中心 																			
	<ul style="list-style-type: none"> 2月は寒暖差の影響で、1月に続きホットメニュー商材が上位。 	<ul style="list-style-type: none"> きのこ、根菜などホットメニュー商材が継続する一方で「他の柑橘類」「いちご」や「たまねぎ」「じゃがいも」など春の味覚が動き出す。 	<ul style="list-style-type: none"> 前年は週の後半から寒波が長期滞在しホットメニュー需要が再度高まる。 	<ul style="list-style-type: none"> ひなまつりに連動して春の味覚も上位。 	<ul style="list-style-type: none"> 春の果物「いちご」が年間1位。「他の柑橘類」も年間2位に上昇。 																			
その他	その他 急上昇カテゴリ	その他 急上昇カテゴリ	その他 急上昇カテゴリ	その他 急上昇カテゴリ	その他 急上昇カテゴリ																			
	<table border="1"> <tr> <td>他のきのこ <small>上昇理由</small>・ホットメニュー</td> <td>合いびき肉 <small>上昇理由</small>・節約志向</td> </tr> <tr> <td>前週 18位 ↗ 17位</td> <td>前週 37位 ↗ 36位</td> </tr> </table>	他のきのこ <small>上昇理由</small> ・ホットメニュー	合いびき肉 <small>上昇理由</small> ・節約志向	前週 18位 ↗ 17位	前週 37位 ↗ 36位	<table border="1"> <tr> <td>塩さけ <small>上昇理由</small>・節約志向</td> <td>さやまめ <small>上昇理由</small>・春の味覚</td> </tr> <tr> <td>前週 19位 ↗ 15位</td> <td>前週 38位 ↗ 34位</td> </tr> </table>	塩さけ <small>上昇理由</small> ・節約志向	さやまめ <small>上昇理由</small> ・春の味覚	前週 19位 ↗ 15位	前週 38位 ↗ 34位	<table border="1"> <tr> <td>たい <small>上昇理由</small>・春の味覚</td> <td>たけのこ <small>上昇理由</small>・春の味覚</td> </tr> <tr> <td>前週 23位 ↗ 16位</td> <td>前週 28位 ↗ 20位</td> </tr> </table>	たい <small>上昇理由</small> ・春の味覚	たけのこ <small>上昇理由</small> ・春の味覚	前週 23位 ↗ 16位	前週 28位 ↗ 20位	<table border="1"> <tr> <td>トマト <small>上昇理由</small>・春サラダ</td> <td>きゅうり <small>上昇理由</small>・春サラダ</td> </tr> <tr> <td>前週 45位 ↗ 33位</td> <td>前週 39位 ↗ 30位</td> </tr> </table>	トマト <small>上昇理由</small> ・春サラダ	きゅうり <small>上昇理由</small> ・春サラダ	前週 45位 ↗ 33位	前週 39位 ↗ 30位	<table border="1"> <tr> <td>かつお <small>上昇理由</small>・春の味覚</td> <td></td> </tr> <tr> <td>前週 41位 ↗ 36位</td> <td></td> </tr> </table>	かつお <small>上昇理由</small> ・春の味覚		前週 41位 ↗ 36位
他のきのこ <small>上昇理由</small> ・ホットメニュー	合いびき肉 <small>上昇理由</small> ・節約志向																							
前週 18位 ↗ 17位	前週 37位 ↗ 36位																							
塩さけ <small>上昇理由</small> ・節約志向	さやまめ <small>上昇理由</small> ・春の味覚																							
前週 19位 ↗ 15位	前週 38位 ↗ 34位																							
たい <small>上昇理由</small> ・春の味覚	たけのこ <small>上昇理由</small> ・春の味覚																							
前週 23位 ↗ 16位	前週 28位 ↗ 20位																							
トマト <small>上昇理由</small> ・春サラダ	きゅうり <small>上昇理由</small> ・春サラダ																							
前週 45位 ↗ 33位	前週 39位 ↗ 30位																							
かつお <small>上昇理由</small> ・春の味覚																								
前週 41位 ↗ 36位																								
その他食品	<ul style="list-style-type: none"> 翌週のバレンタインに向けて「チョコレート」など準備商材が伸長。(自己需要も反映) 	<ul style="list-style-type: none"> バレンタイン当週で「チョコレート」や「バター」などが年間1位。 ※他の乳製品=生クリームなど 	<ul style="list-style-type: none"> 月ナカの節約志向で非生鮮全体の年間順位が24位にダウン。 	<ul style="list-style-type: none"> 翌週がひなまつりで、「すし(弁当)」などごちそうメニューが上昇。 ※他の主食的調理食品=ピザなど 	<ul style="list-style-type: none"> 3/3ひなまつり当日で、「ケーキ」やごちそう関連が上位に登場。 																			
	<ul style="list-style-type: none"> 2月の寒暖差の影響で「揚げかまぼこ」などおでん具材やホットメニュー商材が上位にランクイン。 	<ul style="list-style-type: none"> 正月明けの節約志向が根強く、「ぎょうざ」などコスパメニュー商材が上位。 ※他の穀類のその他=お好み焼き粉など 	<ul style="list-style-type: none"> 年間1位の「はくさい漬け」はキムチ鍋需要を反映。 	<ul style="list-style-type: none"> ひなまつりに連動して「他の和生菓子」などスイーツも伸びる。 	<ul style="list-style-type: none"> 子どものお祝いがメインで、手作り寿司材料の「酢」が伸長。 ※他の乾物・海藻=かんぴょうなど 																			
衣料	その他 急上昇カテゴリ	その他 急上昇カテゴリ	その他 急上昇カテゴリ	その他 急上昇カテゴリ	その他 急上昇カテゴリ																			
	<table border="1"> <tr> <td>他の洋生菓子 <small>上昇理由</small>・バレンタイン</td> <td>乾燥スープ <small>上昇理由</small>・ホットメニュー</td> </tr> <tr> <td>前週 14位 ↗ 10位</td> <td>前週 23位 ↗ 12位</td> </tr> </table>	他の洋生菓子 <small>上昇理由</small> ・バレンタイン	乾燥スープ <small>上昇理由</small> ・ホットメニュー	前週 14位 ↗ 10位	前週 23位 ↗ 12位	<table border="1"> <tr> <td>ケーキ <small>上昇理由</small>・バレンタイン</td> <td>カレールウ <small>上昇理由</small>・簡単・春型メニュー</td> </tr> <tr> <td>前週 25位 ↗ 12位</td> <td>前週 33位 ↗ 13位</td> </tr> </table>	ケーキ <small>上昇理由</small> ・バレンタイン	カレールウ <small>上昇理由</small> ・簡単・春型メニュー	前週 25位 ↗ 12位	前週 33位 ↗ 13位	<table border="1"> <tr> <td>パスタ <small>上昇理由</small>・簡単</td> <td>コロッケ <small>上昇理由</small>・簡単・節約志向</td> </tr> <tr> <td>前週 20位 ↗ 13位</td> <td>前週 21位 ↗ 10位</td> </tr> </table>	パスタ <small>上昇理由</small> ・簡単	コロッケ <small>上昇理由</small> ・簡単・節約志向	前週 20位 ↗ 13位	前週 21位 ↗ 10位	<table border="1"> <tr> <td>すし(弁当) <small>上昇理由</small>・ひなまつり</td> <td>他の和生菓子 ※桜餅など <small>上昇理由</small>・ひなまつり</td> </tr> <tr> <td>前週 45位 ↗ 11位</td> <td>前週 16位 ↗ 10位</td> </tr> </table>	すし(弁当) <small>上昇理由</small> ・ひなまつり	他の和生菓子 ※桜餅など <small>上昇理由</small> ・ひなまつり	前週 45位 ↗ 11位	前週 16位 ↗ 10位	<table border="1"> <tr> <td>酢 <small>上昇理由</small>・ひなまつり</td> <td>ドレッシング <small>上昇理由</small>・春型メニュー</td> </tr> <tr> <td>前週 41位 ↗ 15位</td> <td>前週 31位 ↗ 29位</td> </tr> </table>	酢 <small>上昇理由</small> ・ひなまつり	ドレッシング <small>上昇理由</small> ・春型メニュー	前週 41位 ↗ 15位
他の洋生菓子 <small>上昇理由</small> ・バレンタイン	乾燥スープ <small>上昇理由</small> ・ホットメニュー																							
前週 14位 ↗ 10位	前週 23位 ↗ 12位																							
ケーキ <small>上昇理由</small> ・バレンタイン	カレールウ <small>上昇理由</small> ・簡単・春型メニュー																							
前週 25位 ↗ 12位	前週 33位 ↗ 13位																							
パスタ <small>上昇理由</small> ・簡単	コロッケ <small>上昇理由</small> ・簡単・節約志向																							
前週 20位 ↗ 13位	前週 21位 ↗ 10位																							
すし(弁当) <small>上昇理由</small> ・ひなまつり	他の和生菓子 ※桜餅など <small>上昇理由</small> ・ひなまつり																							
前週 45位 ↗ 11位	前週 16位 ↗ 10位																							
酢 <small>上昇理由</small> ・ひなまつり	ドレッシング <small>上昇理由</small> ・春型メニュー																							
前週 41位 ↗ 15位	前週 31位 ↗ 29位																							
住居	<ul style="list-style-type: none"> 気温の低い日も継続しており、「手袋」や「マフラー・スカーフ」といった防寒小物が年間上位を継続。 	<ul style="list-style-type: none"> フレッシュヤーズ準備需要も動き出しており、「男性用スーツ」が年間上位になるほか、「ワイシャツ」が前週50位から当週37位まで急上昇。 	<ul style="list-style-type: none"> 卒業式や入学式などで子どもに着せる「子供服」が当週年間1位となるなど動き出し。 	<ul style="list-style-type: none"> 子どもの卒業式などへの参列の準備などで、「アクセサリー」や「女性用上着」など年間上位となる。 	<ul style="list-style-type: none"> フレッシュヤーズ需要などで「男性用スーツ」が年間1位となるほか、「女性用スーツ・ワンピース」も年間2位と上位になる。 																			
	<ul style="list-style-type: none"> 子どもの新学期や新入学などの準備需要などで、「筆記・絵画用具」や「他の学習用文房具」などが年間上位となる。 	<ul style="list-style-type: none"> 新生活準備需要などで、「照明器具」が年間2位まで上昇。 	<ul style="list-style-type: none"> 新生活準備需要などで、クッションなどを含む「他の室内装備品」が年間2位となるほか、衣装ケースを含む「たんす」も年間3位と上位。 	<ul style="list-style-type: none"> 新生活や進級での買い替え・新規購入などの需要が重なり、「携帯電話機」が年間1位となる。 	<ul style="list-style-type: none"> 春の園芸需要で「園芸用植物」が上昇。 																			
日用品	<ul style="list-style-type: none"> 気温が低い日が続く中での体調管理需要で「保健用消耗品」や「感冒薬」が年間上位となる。 	<ul style="list-style-type: none"> 気温が低い日が継続し、肌の乾燥対策需要が引き続き高く推移。 	<ul style="list-style-type: none"> 新生活準備需要などで、「トイレットペーパー」や「歯ブラシ」などの消耗品が上位となる。 	<ul style="list-style-type: none"> 花粉症対策需要などで、点鼻薬を含む「他の医薬品」や「ティッシュペーパー」などがそれぞれ年間上位となる。 	<ul style="list-style-type: none"> 新生活準備需要で、日用消耗品の需要が高まる。 																			

“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

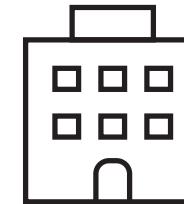
52週 365日、絶え間なく続くチラシ制作業務を通じて小売流通業に寄り添ってきた
弊社スタッフが培ったノウハウを活かし、流通側の発想視点で店頭起点の販促プロモーション
立案をサポートするプロジェクトチームです。

流通業界52週販促計画を把握



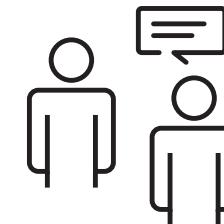
52W の年間計画を把握し、流通に
対し即反応できるように運用 GMS
に向け 7ヶ月先のチラシ・店頭計画
のための予測レポートを毎月作成し
年間提案しています。

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もを理解している
ので売場の実態、消費者の動向から
ご提案が可能です。

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