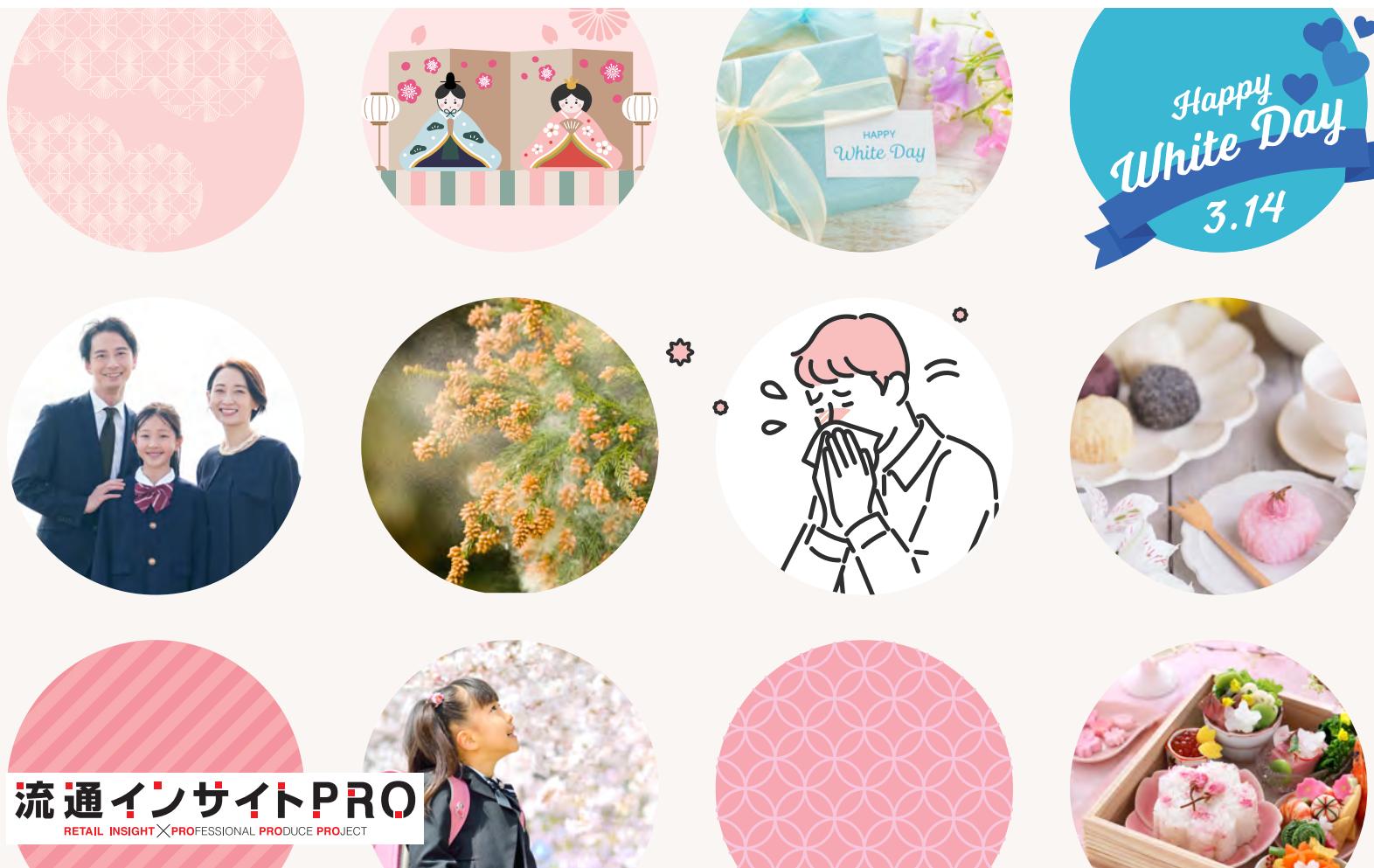


3ヶ月先の流通店頭の「実需」がわかる

2026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



“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。

| 前年 気温 (東京) | 最高 | 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 | 13.5 | 14.9 | 13.8 | 14.7 | 20.4 | 19.6 | 12.0 | 7.8 | 16.2 | 12.9 | 10.7 | 13.7 | 17.4 | 23.6 | 25.6 | 19.2 | 25.0 | 25.9 | 22.4 | 25.7 | 14.3 |
|------------------|----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|-----|------|------|-----|------|------|------|------|------|------|------|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 最低 | -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 | 1.5 | 3.2 | 6.3 | 8.8 | 9.1 | 8.5 | 6.7 | 4.8 | 6.6 | 4.6 | 0.5 | 4.3 | 3.9 | 6.9 | 11.4 | 10.0 | 10.1 | 14.9 | 12.2 | 14.1 | 4.3 |

3 ひなまつり

・義理チョコ文化が衰退する中、「お返し」需要激減。代わりに自分への「ご褒美」として楽しむ動きもあり
・「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く

春のお彼岸

- ・小売り各社では、お彼岸に合わせ、天ぷらやおはぎなどを訴求。
- ・故人の好みに合わせ、線香や燐燭で本物を模した商品が増加

100

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・なら・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

新年度・新学期の朝食対応

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・新字期の朝対応

季節 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ママの年間ニーズが高まる頃。
・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。

新入学準備 **春レジャリー／お花見シーズン**

POINT

- 手作り作品の作成や学用品の準備を行う頃。
- 春の気温が上昇し、経年では桜の開花日が早期化している。25年の東京の桜開花は平年並みであったが、共働きの増加で、保育園入園準備ニーズが増加。

・例年、3月上旬になるとキバナ花粉ピーク時期となり、3月中旬以降からアゼラキ花粉飛散シーズンとなる頃。
・2023年のアゼラキ花粉のピークは、2月下旬から、ヒノキ花粉が2月中頃から、4月上旬にかけてピーク。九州では過去10年で最多の飛散量に

学校 後期期末テスト&学年末テスト 卒業式シーズン 春休み / 新学期準備

トピック 3/1 東京 3/6-3/15 イタリア

TOP ホーム 東京マラソン 2026 (3/1・東京) ミラノ・コルティナ 2026 バラリンピック冬季競技大会

| | | | | | |
|------|-----------------|-------------|------------|--------------|------------|
| 月間週間 | ・道路交通環境整備強化推進月間 | ・自殺対策強化月間 | 3/15 - 3/7 | 3/27 - 3/21 | 3/15 - 4/9 |
| | | ・春の全国火災予防運動 | | ・こころの健康づくり週間 | 繪本週間 |

| | 1週 (2026/2/23 ~ 2026/3/1) | 2週 (2026/3/2 ~ 2026/3/8) | 3週 (2026/3/9 ~ 2026/3/15) | 4週 (2026/3/16 ~ 2026/3/22) | 5週 (2026/3/23 ~ 2026/3/29) | | | | |
|--|---|--|--|--|--|---|--|--|--|
| ● 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」「さしみ盛合わせ」や汁物関連が目立つ。 ※他の貝 = はまぐりなど | ● 3/3 ひなまつり当日で、お祝い商材が引き続き上位。 | | ● 月ナカの節約志向で生鮮全体の年間順位が34位にダウン。コスパ食材の「もやし」などが上位。 | | ● 春の果物「他の柑橘類」が年間1位。「いちご」も年間2位に上昇。 | | | | |
| ● ひなまつりに連動して春の味覚も上位。 | ● 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。 | | ● 春の果物や野菜類が上位にランクイン。魚介でも「たい」や「あさり」が上昇。 ※いか = ほたるいかも含む | | ● お彼岸週で「さしみ盛合わせ」や「まぐろ」などごちそう商材が伸びる。 ※26年は3/20春分の日が金曜日で週末3連休となる。 | | | | |
| その他 急上昇カテゴリー | その他 急上昇カテゴリー | その他 急上昇カテゴリー | その他 急上昇カテゴリー | その他 急上昇カテゴリー | その他 急上昇カテゴリー | | | | |
| トマト 上昇理由・春サラダ 前週 45位 ↗ 33位 | きゅうり 上昇理由・春サラダ 前週 39位 ↗ 30位 | かつお 上昇理由・春の味覚 前週 41位 ↗ 36位 | かつお 上昇理由・春の味覚 前週 36位 ↗ 29位 | たけのこ 上昇理由・春の味覚 前週 22位 ↗ 19位 | 牛肉 上昇理由・お彼岸のごちそう・春のお祝い 前週 51位 ↗ 28位 | 他の果物 上昇理由・お彼岸のお供え 前週 50位 ↗ 35位 | トマト 上昇理由・春サラダ 前週 26位 ↗ 25位 | きゅうり 上昇理由・春サラダ 前週 36位 ↗ 34位 | |
| ● 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。 | ● 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。 | | ● ホワイトデー週で「ビスケット」などギフト需要の菓子が伸びる。 | | ● お彼岸週で「他の和生菓子」が年間2位。ごちそうメニュー商材も伸びる。 ※他の主食的調理食品 = ピザなど | | ● 春休みの簡便メニュー商材として「パスタ」「弁当」などが伸長。 | ● 春休みの簡便メニューとして「パスタ」「弁当」などが伸長。 ※他の穀類のその他 = お好み焼き粉など | |
| その他 急上昇カテゴリー | その他 急上昇カテゴリー | その他 急上昇カテゴリー | その他 急上昇カテゴリー | その他 急上昇カテゴリー | その他 急上昇カテゴリー | その他 急上昇カテゴリー | その他 急上昇カテゴリー | その他 急上昇カテゴリー | |
| すし(弁当) 上昇理由・ひなまつり 前週 45位 ↗ 11位 | 他の和生菓子 上昇理由・ひなまつり 前週 16位 ↗ 10位 | 酢 上昇理由・ひなまつり 前週 41位 ↗ 15位 | ドレッシング 上昇理由・春型メニュー 前週 31位 ↗ 29位 | ピール 上昇理由・お彼岸準備 前週 39位 ↗ 36位 | 清酒 上昇理由・お彼岸準備 前週 25位 ↗ 20位 | すし(弁当) 上昇理由・お彼岸のごちそう 前週 32位 ↗ 10位 | ピール 上昇理由・お彼岸のごちそう・家飲み 前週 36位 ↗ 9位 | 生うどん・そば 上昇理由・春休みの簡便メニュー ※米不足の影響もあり 前週 16位 ↗ 11位 | 乾うどん・そば 上昇理由・春休みの簡便メニュー ※米不足の影響もあり 前週 39位 ↗ 29位 |
| ● 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。 | ● フレッシャーズ需要などで「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。 | | ● 子どもの卒園・卒業式や入園・入学式での「子供用靴」や「子供服」などの需要が高まる。 | | ● 卒業旅行の準備需要がピークとなり、「旅行用かばん」が当週年間1位となる。 | | ● 春物衣料の需要も高まり、「スカート」が前週37位から当週18位まで急上昇。 | ● 春物衣料の需要も高まり、「スカート」が前週37位から当週18位まで急上昇。 | |
| 衣料 | 住居 | 日用品 | 日用品 | 日用品 | 日用品 | 日用品 | 日用品 | 日用品 | |
| ● 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。 | ● 春の園芸需要で「園芸用植物」が上昇。 | ● 新生活や子どもの幼稚園・保育園入園に伴う送り迎え需要などで、自転車の子ども用の椅子などを含む「自動車等関連用品」が年間1位。 | ● 「ベッド」が年間1位となり、新生活準備に伴う大型の家具類の準備も進む。 | ● 子どもの入園・入学式での撮影需要などで、「カメラ・ビデオカメラ」が前週35位から当週25位に急上昇。 | ● 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。 | ● 新生活準備需要で、日用消耗品の需要が高まる。 | ● フレッシャーズ需要などで「コンタクトレンズ」が年間1位、「眼鏡」が年間6位とそれぞれ上位となる。 | ● 花粉症の対策需要が継続するのに加え、花粉症による肌荒れ対策などで「乳液」が年間3位となり、次週年間1位まで上昇。 | |

“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

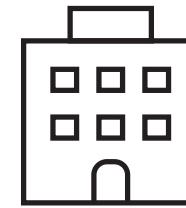
52週 365日、絶え間なく続くチラシ制作業務を通じて小売流通業に寄り添ってきた
弊社スタッフが培ったノウハウを活かし、流通側の発想視点で店頭起点の販促プロモーション
立案をサポートするプロジェクトチームです。

流通業界52週販促計画を把握



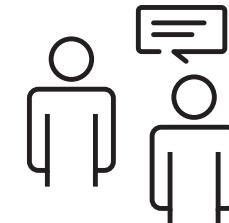
52W の年間計画を把握し、流通に
対し即反応できるように運用 GMS
に向け 7ヶ月先のチラシ・店頭計画
のための予測レポートを毎月作成し
年間提案しています。

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