

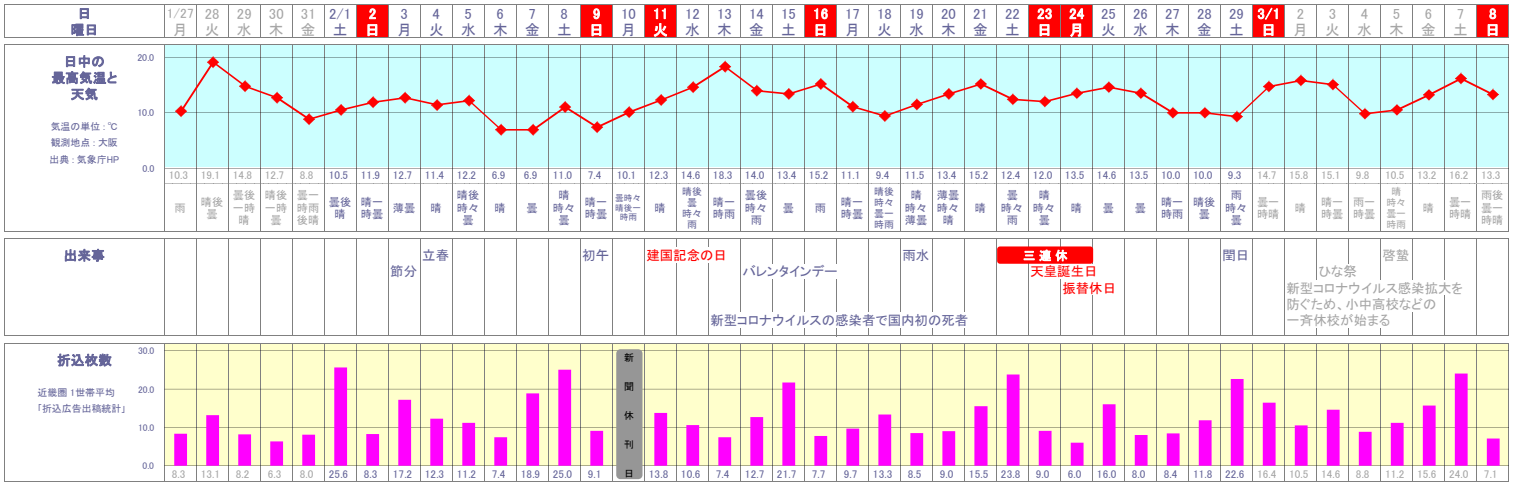
折込広告 販促カレンダー



2021年 2月

【全国1世帯当たりの消費支出 月別推移】												出典：総務省「家計調査」時系列データ 二人以上の世帯（実質増減率は対前年同月比）													
2019年						2020年						2020年													
調査年	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	調査年	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
消費支出(円)	309,274	301,136	300,901	276,882	288,026	296,327	300,609	279,671	278,765	321,390	287,173	271,735	消費支出(円)	309,274	301,136	300,901	276,882	288,026	296,327	300,609	279,671	278,765	321,390	287,173	271,735
実質増減率(%)	2.1	1.3	6.0	2.7	1.0	1.0	10.5	-4.0	-1.4	-3.3	-3.9	-0.3	実質増減率(%)	2.1	1.3	6.0	2.7	1.0	1.0	10.5	-4.0	-1.4	-3.3	-3.9	-0.3

前年データ - 2020年 -



本年ポイント - 2021年 -

【今月の季節語 - 春の訪れ】

春、立春、寒明、早春、春浅し、雪解、雪解半、雪解風、雪解水、雪解川、雪汁、残雪、雪間、凍解、氷解、解水、浮水、薄水、春の水、春寒、余寒、残る寒さ、春の霜、春の風邪、春時雨、猫の恋、野焼く、山焼く、麦踏、木の突っ倒う、梅見、下萌、春一番

曜日	1月第5週	2月第1週	2月第2週	2月第3週	2月第4週	3月第1週
1/27	2/1	2/7	2/13	2/19	2/25	3/1
火	土	土	土	土	土	日
赤	赤	赤	赤	赤	赤	赤
1/25	2/1	2/7	2/13	2/19	2/25	3/1
月	月	月	月	月	月	月
赤	赤	赤	赤	赤	赤	赤
1/26	2/2	2/8	2/14	2/20	2/26	3/2
火	火	火	火	火	火	火
先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝
2/27	2/3	2/9	2/15	2/21	2/27	3/3
水	水	水	水	水	水	水
先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝
2/28	2/4	2/10	2/16	2/22	2/28	3/4
木	木	木	木	木	木	木
先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝
2/29	2/5	2/11	2/17	2/23	2/29	3/5
金	金	金	金	金	金	金
先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝
3/1	3/7	3/13	3/19	3/25	3/31	4/6
土	土	土	土	土	土	土
先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝
3/2	3/8	3/14	3/20	3/26	4/1	4/7
日	日	日	日	日	日	日
先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝

重点テーマ

バレンタインデー商戦も追い込み - イベント当日、本年は日曜日

需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ 日曜日のバレンタインデー、前回は2016年
- ◆ 近年は男性への「本命」「義理」需要が減少する一方、女性の「自家」需要を取り込んだチョコレートイベントの大型化・高級化でその盛り上がりを持続してきたが、本年は前年から続く外出自粛の影響でリアルな大型イベントの展開しづらい状況が続く見込み
- ◆ 本年はギフト商材に特化したEC(電子商取引)サイトの強化や恋人、友人、ファミリーなど親しい少人数で過ごす“おうちバレンタイン”など新しい生活様式に即した提案で商戦を制したい

訴求テーマ・商品例

食料品: ◇バレンタインギフト(チョコレート、スイーツ、手作り菓子材料)
◇おうちで楽しむバレンタインパーティー
(ローストビーフ、煮込みハンバーグ、シチュー、寿司、手作りチョコ、ワイン、生花)

衣料品: ◇チョコと一緒に!(ヘル、財布、ブランドハンカチ、肌着、靴下、ネクタイ)

ホワイトデーの3月14日も日曜日

需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ ホワイトデーもまたバレンタインデーと同じ曜日まわり
- … 本年バレンタイン商戦の検証結果から予測されるお返し需要への対応とバレンタイン同様、新しい生活様式に即した提案で商戦に臨みたい

ひな祭り - 3月3日は水曜日

需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ 先行するひな人形商戦は例年2月上旬にピークを迎える
- … 飾り付けは立春の頃から。雨水<18日>の飾り付けは良縁に恵まれるとの言い伝えも
- ◆ イベント当日の日曜日まわりは週の中で決して良いとはいえないが生花、小道具による飾り付けやごちそうパーティーの提案で女の子を中心に家庭で楽しむ“ひな祭り”を盛り上げたい

訴求テーマ・商品例

食料品: ◇おうちで楽しむひなまつり
(ちらし・手巻・握り寿司、潮汁、オードブル、桜餅、フルーツ、清涼飲料水、生花)

節分 - 2月2日は火曜日

需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ 本年の恵方は南南東

訴求テーマ・商品例

食料品: 恵方巻、節分いわし、節分そば、福豆

冬から春へ ⇒ 新生活、入園入学、卒業式、新社会人

訴求テーマ・商品例

衣住品: ◇新生活(寝具、インテリア、収納用品、調理・家事家電、AV家電、照明、調理用品、日用消耗品、引越し用品・資材) ◇入園・入学・卒業式(婦人セレモニーグッズ) ◇新社会人(モバイルパソコン、財布、ビジネスバッグ)

花粉症・ウイルス対策

訴求テーマ・商品例

住居品: マスク、除菌スプレー、ハンドソープ、ティッシュペーパー、医薬品、空気清浄機、加湿器

受験生応援

訴求テーマ・商品例

住居品: ◇風邪・ウイルス対策 ◇花粉症対策 ◇栄養補給

食料品: ◇からだが温まって消化のいい夜食 ◇縁起のいい応援食