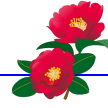


折込広告 販促カレンダー

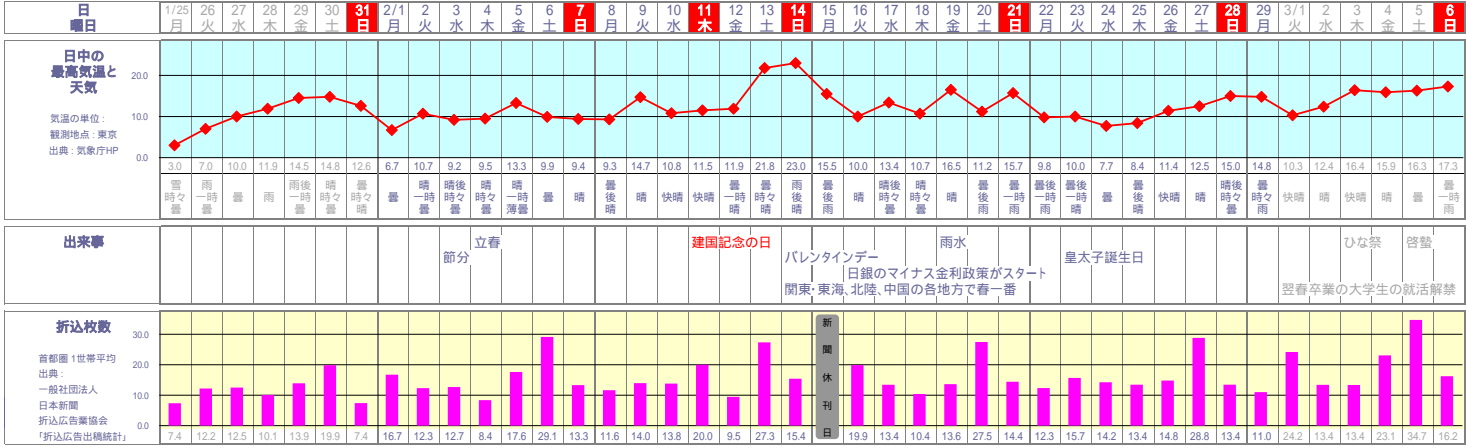


2017年 2月

■ 前年データ - 2016年 -

[全国1世帯当たりの消費支出 月別推移] 調査対象は2人以上の世帯/実質増減率は対前年同月比/出典：総務省「家計調査」

調査年	2015年					2016年						
調査月	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)	317,579	300,480	286,433	268,652	280,471	291,156	274,309	282,401	273,268	318,254	280,973	269,774
実質増減率 (%)	-10.6	-1.3	4.8	-2.0	-0.2	2.9	-0.4	-2.4	-2.9	-4.4	-3.0	1.3



■ 本年ポイント - 2017年 -

[今月の季語]
 寒明 早春 春浅し かもら 雪解 雪しろ 雪崩 残雪 雪間 凍解 氷解 薄氷
 余寒 春の霜 春の風邪 春時雨 猫の恋 白魚 わかざき さり 麦踏 猫柳 春菊
 ぼうれん草 露の薫 水菜 海苔 梅 梅見 盆梅 紅梅 黄梅 うぐいす 春一番

曜日	1/23	24	25	26	27	28	29	30	31	2/1	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	3/1	2	3	4	5
予定曜の行事記念日	土 土 土	日 火	月 水	火 木	水 金	木 土	金 日	土 月	日 火	月 水	火 木	水 金	木 土	金 日	土 月	日 火	月 水	火 木	水 金	木 土	金 日	土 月	日 火	月 水	火 木	水 金	木 土	金 日	土 月	日 火	月 水	火 木	水 金	木 土	金 日	土 月	日 火	月 水	火 木	水 金	木 土	金 日
毎月の記念日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日	毎日の日

重点テーマ

特に本年は閏年の前年に比べて営業日数が一日減り、2月の前半に企画を集中的に訴求し、早めの売り上げ確保を図りたい

【二月の販促】 月の前半に企画を集中的に訴求し、早めの売り上げ確保を図りたい

バレンタイン商戦

需要予測のヒントと販促のポイント

2月14日のバレンタインデー、本年は火曜日 5年前の2012年2月と同じ曜日まわり

... 売り場のにぎわい、ピークは商戦のラスト4日間 11日<土>からバレンタイン当日の14日<火>

ターゲットは全方位で 本命・義理・自家需要、衣・食・住部門、いづれにも商機

... 生活者の流行や興味関心、また景気次第では単価アップによる売り上げ拡大の期待も

訴求テーマ・商品例

バレンタイン ホームパーティー

食料品： ステーキ、焼き肉、シチュー、カレー、パスタ、サラダ、デザート、ワイン、酒類、清涼飲料水

バレンタイン 手作りチョコレート

食料品： 板チョコレート、割チョコレート、ホワイトチョコレート、ドーナツ、ビスケット、生クリーム、クリームチーズ、ココア

住居品： シリコンチョコカプ、チョコレート Mold、チョコレートラジカ、クッキングシート、キャメルシート、ハンドミキサー、デジタルスケール、ラッピング用品 (包装紙、ギフトボックス、リボン、シール、メッセージカード)

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

ホワイトデー商戦

3月14日、本年は火曜日

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

... 前年データとの比較により予測される 義理 (へのお返し) 需要拡大への対応と 本年バレンタイン商戦の最新検証結果に基づいた 的確な現状判断で商戦のピークを制したい

冬から春へ 春物衣料の販売が本格化

需要予測のヒントと販促のポイント

春の大型キャンペーン、百貨店各店で続々と バレンタイン商戦の終了直後から

節分

需要予測のヒントと販促のポイント

本年の恵方は北北西

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

ひな祭

3月3日、本年は金曜日

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 雨小<2月18日>に飾り付け

3月3日は前年同様、平日 パパも揃ってのファミリー需要は本年も期待薄

... ママ方による手作り子ども会やアルホームを介した大人の女子会の提案など、需要創造で商機の拡大を

新生活 / 春の買い替え・暮らし替え・模様替え / 新入学

需要予測のヒントと販促のポイント

本年上半期の引っ越し商戦、ピークは2月下旬から4月上旬にかけて

訴求テーマ・商品例 住居品： 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 引っ越し用品・資材

花粉症・PM2.5対策

訴求テーマ・商品例 花粉症の罹患、低年齢化が昨今の傾向 住居品： かわいくて使い勝手の良い子供・幼児用マスク、安全でおしゃれな空気清浄機

受験生応援 入学試験ピーク

訴求テーマ・商品例 住居品： 風邪・インフルエンザ対策 栄養補給 食料品： からだが温まって消化の良い夜食