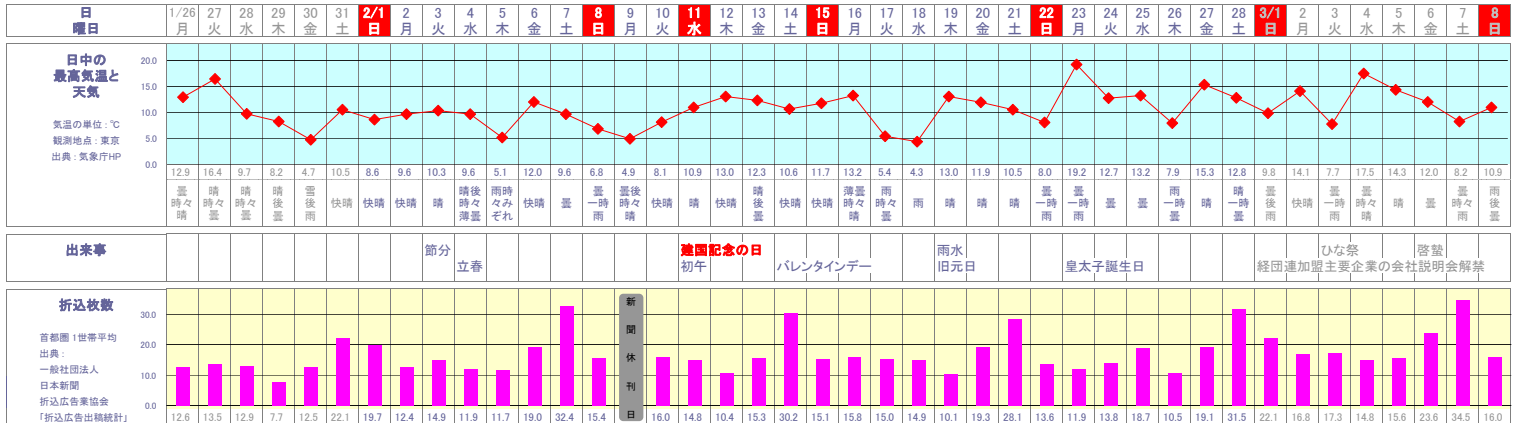


折込広告 販促カレンダー

2016年 2月

前年データ - 2015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」											
2014年						2015年						2015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	3月	4月	5月	6月	7月	8月					
消費支出(円)	345,443	302,141	271,411	272,791	280,293	282,124	275,226	288,579	280,271	332,363	289,847	265,632	265,632	265,632	265,632	265,632	265,632	265,632					
実質増減率(%)	7.2	-4.6	-8.0	-3.0	-5.9	-4.7	-5.6	-4.0	-2.5	-3.4	-5.1	-2.9	-2.9	-2.9	-2.9	-2.9	-2.9	-2.9					



本年ポイント - 2016年 -

【今月の季節】
 寒風 早春 春浅し かまくら 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 白鳥 わかさぎ さより 麦踏 猫柳 春菊
 ほうれん草 蕨の薺 水菜 海苔 梅 梅見 盆梅 紅梅 黄梅 うぐいす 春一番

週	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					2月第5週/3月第1週																					
日	1/25	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	29	3/1	2	3	4	5	6					
曜	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	月	火	水	木	金	土	日					
予定																																															
行事																																															
記念日																																															

重点テーマ

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、今年は日曜日 (日曜日のバレンタイン、前回は2010年)
- ◇ バレンタイン前夜の土曜日から当日の日曜日にかけて
- ◇ 休日をとらえて過ごす恋人同士や夫婦・家族による本命需要に期待
- ◇ 職場や学校での義理需要は後退
- ◇ バレンタインの第三極として観光を浴びる自家需要や友チョコ需要は

近年の傾向から、バレンタイン当日の曜日に関わらず、空調動きが予測される

訴求テーマ・商品例

- ◆ 日曜日はファミリーバレンタイン
- 食料品:** 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

ホワイトデー商戦 - 3月14日、本年は月曜日

需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ 3月14日のホワイトデー、本年は月曜日 (閏年のため)
- …バレンタインデーとの曜日のズレが生産者の購買動向に与える影響を予測し、例年とは異なる条件とで商戦スケジュールに織り込む必要がある
- ◆ 折込広告におけるホワイトデーの打ち出し、百貨店の場合、早い店舗ではバレンタインの翌週<2月第3週>から
- [東京地区 前年実績]
- ◆ ホワイトデーといえば、男性による本命・義理へのお返しはもちろんだが、昨今はバレンタインと呼応して、女性(女子)同士による友チョコのお返しイベントという性格も有している
- …さらに、自家需要の高まりもあり、女性客の取り込みは無視できない

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 ◇ 進級・新入学(文具) ◇ 調理用品 ◇ 日用品

冬から春へ - 春物衣料の本格販売、2月後半から

需要予測のヒントと販促のポイント ◆ 折込広告における春物衣料の本格的な打ち出し、バレンタイン終了直後の2月第3週から - 訴求開始は1月下旬から [東京地区 百貨店 前年実績]

新入学・新生活でお祝いギフトの需要が高まる - 卒業・入学、就職・転職・退職など

需要予測のヒントと販促のポイント ◆ 中元・歳暮など古くからの慣習的なギフト市場が伸び悩む一方で 昨今は友人や家族向けのパーソナルギフトに注目が集まっている

新生活 / 春の買い替え・暮らし替え・模様替え / 新入学

ひな祭 - 3月3日、本年は平日<木曜日>

訴求テーマ・商品例 **住居品:** ◇ 風邪対策 **食料品:** ◇ からだが温まって消化のいい夜食 ◇ 頭脳の働きを活発にして記憶力をアップする食事 (DHAやEPAを含む食品)

花粉症・PM2.5対策

需要予測のヒントと販促のポイント ◆ 少し高額でも高機能なグッズが人気 - マスク、ティッシュ、目薬、点鼻薬、空気清浄機 など

受験生応援 - 入学試験ピーク

訴求テーマ・商品例 **住居品:** ◇ 風邪対策 **食料品:** ◇ からだが温まって消化のいい夜食 ◇ 頭脳の働きを活発にして記憶力をアップする食事 (DHAやEPAを含む食品)

花粉症・PM2.5対策

需要予測のヒントと販促のポイント ◆ 少し高額でも高機能なグッズが人気 - マスク、ティッシュ、目薬、点鼻薬、空気清浄機 など

節分・恵方巻

訴求テーマ・商品例 **食料品:** ◇ 恵方巻 ◇ 節分いわし ◇ 福豆 ◇ 節分そば ◇ 和菓子 ◇ ぜんざい

需要予測のヒントと販促のポイント ◆ 女の子が生まれて初めて迎える節句は「初節句」 - 特に盛大にお祝いするのが慣例

…妻の実家はひな人形、親戚や友人などは子供衣料・玩具など、初節句のお祝いを贈る

雪害対策

訴求テーマ・商品例 **住居品:** 雪道用長靴、手袋、融雪剤、雪かきスコップ、備蓄用の食料・水、使い切りカイロ、電池、懐中電灯、ラジオ、毛布、寝袋、タイチェーン

雪害対策

訴求テーマ・商品例 **住居品:** 雪道用長靴、手袋、融雪剤、雪かきスコップ、備蓄用の食料・水、使い切りカイロ、電池、懐中電灯、ラジオ、毛布、寝袋、タイチェーン