

折込広告 販促カレンダー

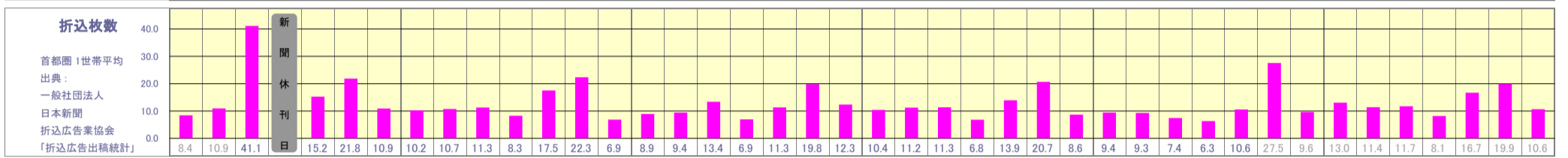
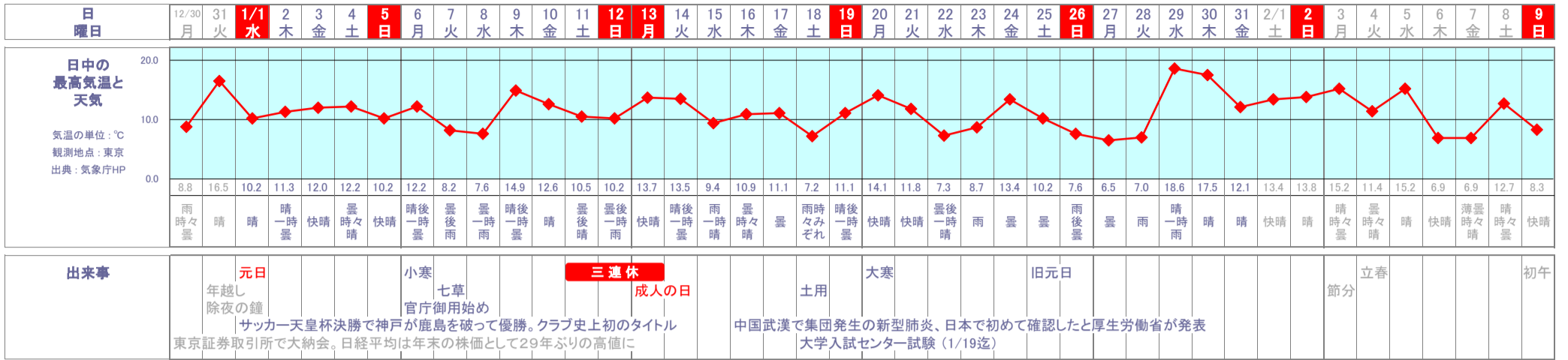
2021年 1月

■ 前年データ — 2020年 —

【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）

調査年	2019年											2020年	
調査月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	
消費支出(円)	271,232	309,274	301,136	300,901	276,882	288,026	296,327	300,609	279,671	278,765	321,380	287,173	
実質増減率(%)	1.9	2.1	1.3	6.0	2.7	1.0	1.0	10.5	-4.0	-1.4	-3.3	-3.9	



■ 本年ポイント — 2021年 —

【今月の季語 — 年のはじめの初尽くし】

初鶏、初鶉、初雀、初明り、初日、初空、初富士、初風、初手水、初景色、乗り初め、初詣、初便、初電話、初暦、初刷、初菫、笑い初め、泣き初め、掃き初め、書き初め、売り初め、買い初め、初市、初荷、初湯、初髪、初句会、初芝居、初旅、初夢、出初

週	12月第5週/1月第1週							1月第2週							1月第3週							1月第4週							1月第5週							2月第1週													
日曜日	12/28	29	30	31	1/1	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	30	31	2/1	2	3	4	5	6	7							
曜日	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	月	火	水	木	金	土	日							
予定	赤口	先勝	友引	先負	先勝	先負	先勝	先勝	先負	先勝	先負	先勝	先負	先勝	先勝	先負	先勝	先負	先勝	先負	先勝	先勝	先負	先勝	先負	先勝	先負	先勝	先勝	先負	先勝	先負	先勝	先勝	先負	先勝	先負	先勝	先勝	先負	先勝	先勝	先負	先勝	先勝	先負	先勝		
国民の祝日					元日										成人の日																																		
五節句 二十四節気 雑節 暦の行事					年賀初詣																																												
新聞休刊日 各地の祭り					●新聞休刊日																																												
スポーツイベント 文化イベント ニュース予定																																																	
毎月の記念日																																																	

重点テーマ

◆ 年末年始休暇

◆ 需要予測のヒントと販促のポイント

◆ 2021年の1月1日は新世紀ベビー(21世紀に生まれた人)が成人を迎える最初の日

◇ 2001年1月1日~4月1日生まれ(2000年度生まれ) → 成人式は2021年

… 2000年4月2日~12月31日生まれのミレニアムベビーと同学年

◇ 2001年4月2日~12月31日生まれ(2001年度生まれ) → 成人式は2022年

… 日本の成人年齢は2022年4月1日より18歳に引き下げられるため、

この学年は20歳で成人を迎える最後の学年となる

◆ 2021年の干支は丑(うし) — 関連ワードに注目

… 丑年生まれの有名人や干支地名、縁起物、置物、ぬいぐるみ、玩具、マンガ・アニメ・キャラクター など

◆ 流通・小売各社の福袋商戦、近年継続する堅実な消費者心理や「巣ごもり」傾向も反映して、

— 食料品や家電を中心とした住居品など自宅で楽しめる福袋に人気が集まる傾向も

… かつて福袋の主流だった衣料品の低迷に加えて、近年注目の非常日常を楽しむ体験型も外出自粛の影響で期待薄

七草 <1/7木> → 成人の日 <1/11月> → 大寒 <1/20水>

◆ 訴求テーマ・商品例

食料品： ◇七草(セリ、ナズナ、ゴギョウ、ハコベラ、ホトケノザ、スズナ、スズシロ)
◇成人の日 三連休のごちそうメニュー(ステーキ、刺身・寿司、真鯛、酒類)
◇大寒、寒魚(ぶり、たら、さば、かき、じじみ)

◆ 訴求テーマ・商品例

住居品： マスク、ボックスティッシュ・ポケットティッシュ、点眼薬・目薬、内服薬、点鼻薬・鼻スプレー、鉛・のど飴、洗顔液、花粉対策メガネ、甜茶・ルイボスティ

◆ 節分 <2月2日 火曜日>

◆ 需要予測のヒントと販促のポイント

◆ 例年、初売りセール終了と同時に恵方巻予約の訴求が本格化。大手はSDGsの取り組みで事前の予約受注に拍車

受験生応援 — 本年より「大学入学共通テスト」<1/16土・17日>がスタート

◆ 訴求テーマ・商品例

食料品： 応援食(食品、菓子、飲料) / 暖かい夜食(ラーメン、鍋焼きうどん) **住居品：** 栄養補助食品・ドリンク / 薬 / あったかグッズ / 加湿器

◆ 入園・新入学・新生活準備

◆ 需要予測のヒントと販促のポイント

◆ 例年、初売りセールの終了と同時に訴求が本格化

◆ 訴求テーマ・商品例

衣料品： ◇入園入学準備(婦人セットスーツ、男女児スーツ、スクールワイシャツ、男女児肌着・ソックス、ハンカチ、シューズ、上履き、キルトバッグ)
住居品： ◇新生活準備(キッチングッズ、引っ越し用品、寝具、日用雑貨、家事・調理・AV家電)

◆ バレンタイン商戦 — 2月14日、本年は日曜日

◆ 需要予測のヒントと販促のポイント

◆ 曜日まわりは2016年と同じ

◆ 外出自粛の影響でバレンタインに限らず

ギフト商戦は全般的にその主戦場が実店舗から

EC(電子商取引)サイトに移行しつつある。

ターゲティングや品揃えの見直しなど

キャンペーン全体の最適化を図りたい

◆ 1月23日 <土> は花粉対策の日