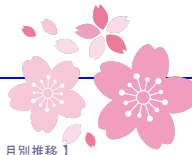


折込広告 販促カレンダー

2024年 2月

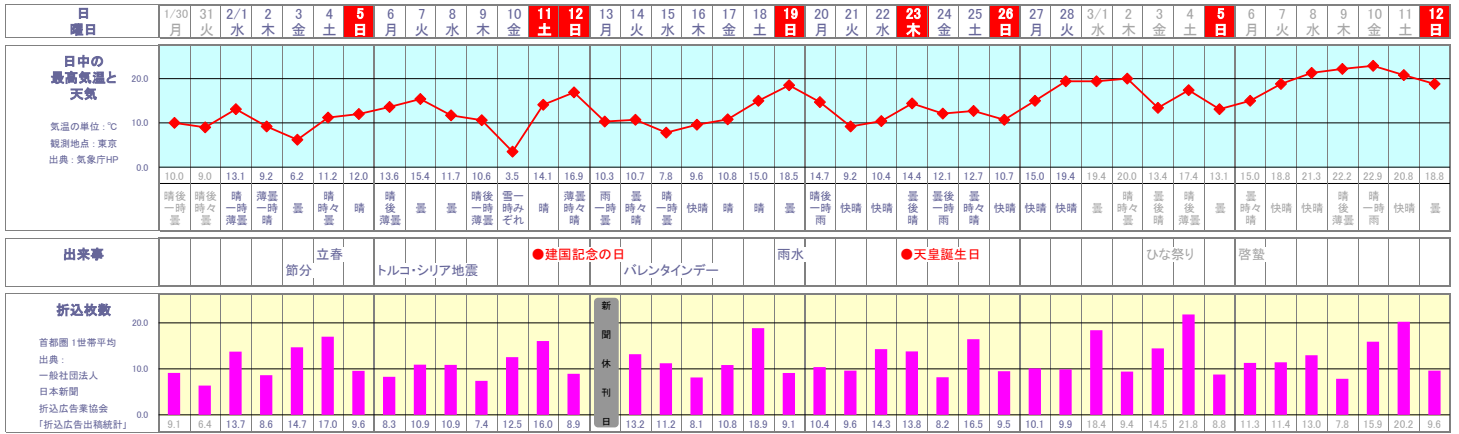


【全国1世帯当たりの消費支出 月別推移】 出典：総務省「家計調査」時系列データ二人以上の世帯

調査年	2022年	2023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)	307,261	304,510	287,687	276,885	285,313	289,974	280,999	298,006	285,947	328,114	301,646	272,214
実質増減率(%)	-2.3	-1.7	-0.5	3.5	3.4	5.1	2.3	1.2	-1.2	-1.3	-0.3	1.6

※実質増減率は、物価水準の変動の影響を除去した増減率。実質増減率=((100+名目増減率)÷(100+各項目に対応する消費者物価指数の変化率)-1)×100

前年データ - 2023年 -



本年ポイント - 2024年 -

◆季節の代表的な食材 - 2月
【魚介】 鱈(たら)、メバル、甘鯛(あまだい)、カワハギ、ムール貝、鰯(あじ)、ブリ、サーモン
【野菜】 白菜、大根、ほうれん草、にんじん、コボウ、セロリ、プロコッロー、小松菜、春菊、水菜
【果物】 いちご、レモン、ダイダイ、柚子、カボス、キウイ、りんご、梨、みかん、デコポン

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	2月第5週	3月第1週	3月第2週
日	1/29	2/5	2/12	2/19	2/26	3/5	3/12	3/19
曜	日	日	日	日	日	日	日	日
祝								
予								
定								
日								
曜								
大								

※本欄の情報は2023年10月現在のものです。ご利用に際しましては主催者発表の最新情報をご確認ください。

重点テーマ

バレンタインデー <14日> は水曜日 ⇒ ギフト需要は直前の三連休に盛り上がり
ひな祭り準備 ⇒ 3月3日は日曜日。“家族みんなでお祝”

【マーチャндаイジングと購買促進策】

- ◇ チョコレートやケーキなどのバレンタイン関連商品を多彩に取り揃え、POP広告や店内放送でアピール
- ◇ 手作りチョコレートのレシピやアイデアなどのコンテンツをパンフレットやリーフレットにまとめて店頭で配布
- ◇ WEB販促として公式サイトやSNSなどで、バレンタイン関連商品の紹介やロコミを発信し、顧客とのコミュニケーションを図る。また、手作りチョコレートキットやギフトセットなどのオンライン予約や宅配サービスなどの便利な機能の提供も効果的

【新聞折込広告による来店促進策】

- ◇ バレンタイン関連商品の価格と写真を掲載し、魅力や品質を伝える
- ◇ 手作りチョコのキット、ギフトセットなどの特別商品や、チョコレート手作り教室などのイベント情報を告知

【マーチャндаイジングと購買促進策】

- ◇ ひなあられ、桃の花、ひな人形、春の食材など、ひな祭りに関連する商品を中心にディスプレイを展開
- ◇ ひな祭りの食卓を彩る簡単なレシピやデコレーションのアイデアをパンフレットやリーフレットにまとめて店頭で配布

【広告・イベントによる来店促進策】

- ◇ 新聞折込広告を活用した特別なひな祭りセット(食材、飾り付けなど)の掲載や、ひな人形DIYワークショップのようなイベント情報の告知
- ◇ 子供たちが手作りしたひな人形や絵・イラストを店内で展示

節分

卒園・卒業準備 ⇒ 入園・入学準備との連動を考慮に入れた売場づくりを心掛け、顧客の利便性向上を図る

【マーチャндаイジングと購買促進策】

- ◇ 恵方巻や福豆などの節分関連商品を集中的に陳列し、POP広告や店内放送でアピール
- ◇ 節分の由来や風習に関する情報のほか、恵方巻の作り方などのコンテンツを提供

冬の花粉症・感染症対策 ⇒ 花粉症は気温の上昇とともに深刻化

冬から春へ ⇒ 入園・新入学・新社会人・新生活準備

受験生応援 ⇒ 一方で受験のための塾選びも最終段階。進学塾では3月から新学年の授業がスタート

