

# 折込広告 販促カレンダー



## 2022年 3月

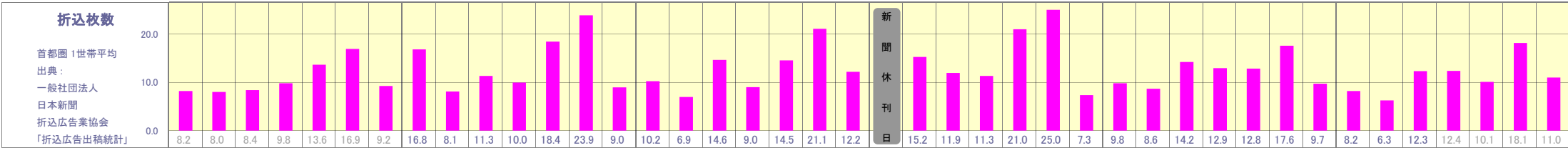
### 前年データ - 2021年 -

【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	2021年											
調査月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
消費支出(円)	267,922	252,017	273,699	266,897	276,360	269,863	283,508	278,718	315,007	267,760	252,451	309,800
実質増減率(%)	-11.1	-16.2	-1.2	-7.6	-6.9	-10.2	1.9	1.1	-0.6	-6.1	-6.6	6.2



出来事
●天皇誕生日
ひな祭り
啓蟄
ホワイトデー
●春分の日
名古屋でさくらが開花(満開は3/28)
東京でさくらが開花(満開は3/22)
福岡でさくらが開花(満開は3/22)
京都府での緊急事態宣言(2回目)解除
大阪でさくらが開花(満開は3/28)



### 本年ポイント - 2022年 -

◆季節の代表的な食材 - 3月  
 【魚介】 サワラ、ホタルイカ、ワカメ、サヨリ、サザエ、トコブシ、ホタテガイ、シヤコ、ニシン、イカナゴ  
 【野菜・果物】 フキノトウ、ミツバ、ニラ、アサツキ、ウド、フキ、ツクシ、ハッサク

週日	2月第4週							2月第5週/3月第1週							3月第2週							3月第3週							3月第4週							3月第5週/4月第1週								
曜日	2/21	22	23	24	25	26	27	28	3/1	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	4/1	2	3		
六曜	先負	仏滅	大安	赤口	先勝	友引	先負	仏滅	大安	赤口	友引	先負	仏滅	大安	赤口	先勝	友引	先負	仏滅	大安	赤口	先勝	友引	先負	仏滅	大安	赤口	先勝	友引	先負	仏滅	大安	赤口	先勝	友引	先負	仏滅	大安	赤口	先勝	友引	先負	仏滅	大安
予定	●天皇誕生日							ひな祭り、啓蟄、消防記念日、国際女性デー、東京都平和の日、東日本大震災の日、●新聞休刊日							三連休、●春分の日							電気記念日、グリーンツーリズムの日、シルクロードの日																						
国民の祝日	●天皇誕生日							ひな祭り、啓蟄、消防記念日、国際女性デー、東京都平和の日、東日本大震災の日、●新聞休刊日							三連休、●春分の日							電気記念日、グリーンツーリズムの日、シルクロードの日																						
五節句二十四節気雑節	●天皇誕生日							ひな祭り、啓蟄、消防記念日、国際女性デー、東京都平和の日、東日本大震災の日、●新聞休刊日							三連休、●春分の日							電気記念日、グリーンツーリズムの日、シルクロードの日																						
新聞休刊日	●天皇誕生日							ひな祭り、啓蟄、消防記念日、国際女性デー、東京都平和の日、東日本大震災の日、●新聞休刊日							三連休、●春分の日							電気記念日、グリーンツーリズムの日、シルクロードの日																						
スポーツイベント文化イベント	●天皇誕生日							ひな祭り、啓蟄、消防記念日、国際女性デー、東京都平和の日、東日本大震災の日、●新聞休刊日							三連休、●春分の日							電気記念日、グリーンツーリズムの日、シルクロードの日																						
毎月の記念日	●天皇誕生日							ひな祭り、啓蟄、消防記念日、国際女性デー、東京都平和の日、東日本大震災の日、●新聞休刊日							三連休、●春分の日							電気記念日、グリーンツーリズムの日、シルクロードの日																						

### 重点テーマ

#### 春の訪れとともに生活者の消費行動が活発化

**需要予測のヒントと販促のポイント**

- ◇ ひなまつり <3/3木> 啓蟄 <3/5土> の頃から生活者は春の訪れを実感。
- 春分 <3/21月・祝> の頃には春商戦がヤマ場を迎える。
- 3月は行事も多く、気温の上昇とともに消費行動の活発化に期待がかかる
- ◇ コロナ禍を経て、リアルとオンラインのスマートな使い分けという新しい消費行動が定着し、都心部や観光地、イベント会場など人の集まる場所での安全・安心に配慮した対応が必要な状況は継続
- ◆ 新しい消費行動と安心・安全に対応した顧客ファーストの購買システムの構築を推進すると同時に、その取り組みを顧客に効果的に訴求する広告メディアの選定が春商戦の成否を分ける

#### 新生活商戦がピーク

**需要予測のヒントと販促のポイント**

- ◆ キーワードは、卒園・卒業、入園・入学・進学準備、新社会人、就職、模様替え、暮らし替え、引っ越し、春のプライダル など
- ◆ お祝い・あいさつごとの多くなるこの時期、ホームパーティーや外食への関心も高まる。ギフト商戦はリアルとオンラインの両面作戦で
- ◆ 自転車の購入がピーク。通勤・通学向けを主軸に春・夏のアウトドア需要の先取りなど、オールラウンドな品ぞろえで臨みたい

#### 春のお彼岸

◆ 特に三連休期間中は墓参りや、それに伴うプチ帰省で人の移動が見込まれる

#### 3月14日はホワイトデー

⇒ 本年は月曜日

#### 3月11日は東日本大震災の日

⇒ ローリングストックの呼びかけ

#### 3月3日はひな祭り

⇒ 母の日ギフトの予約承り、総合小売大手を中心に ⇒ 3/1より順次スタート

#### 春の健康管理

⇒ 花粉症、風邪、片頭痛、関節痛、リウマチなど