

折込広告 販促カレンダー

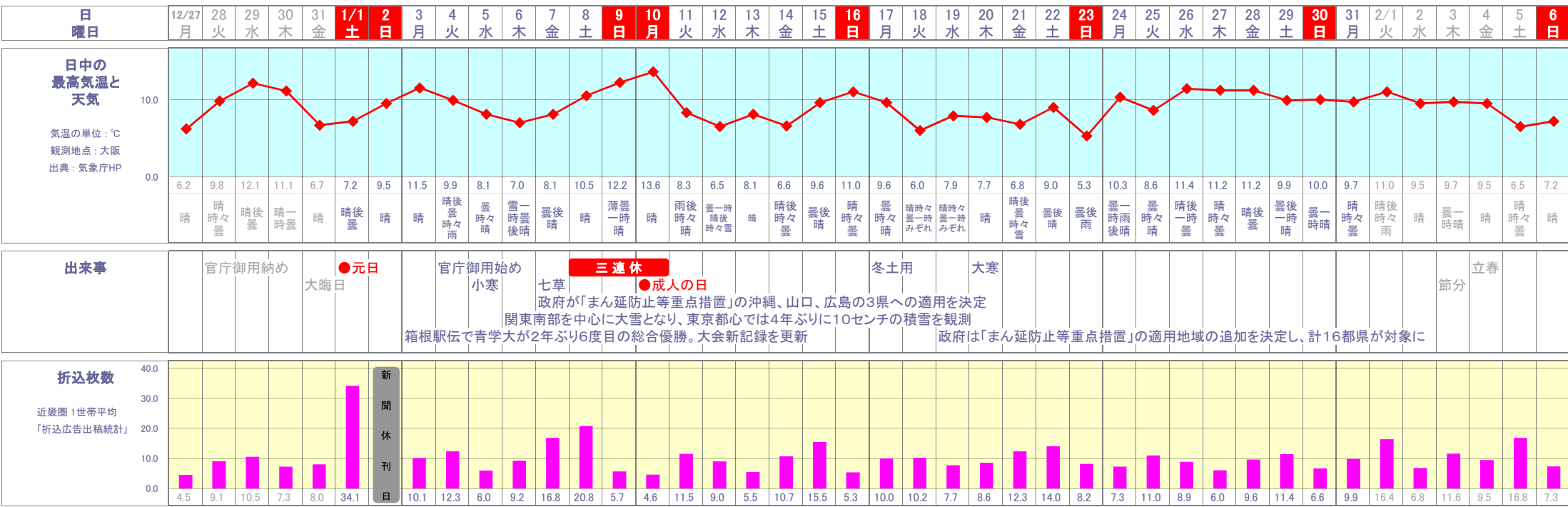
2023年 1月



【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（実質増減率は対前年同月比）

調査年	2021年												2022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	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)	252,451	309,800	301,043	281,063	260,285	267,710	266,638	265,306	281,996	277,029	317,206	287,801	252,451	309,800	301,043	281,063	260,285	267,710	266,638	265,306	281,996	277,029	317,206	287,801
実質増減率(%)	-6.5	6.5	13.9	12.5	-4.3	0.7	-3.0	-1.9	-0.6	-1.3	-0.2	6.9	-6.5	6.5	13.9	12.5	-4.3	0.7	-3.0	-1.9	-0.6	-1.3	-0.2	6.9

前年データ - 2022年 -



本年ポイント - 2023年 -

◆季節の代表的な食材 - 1月
【魚介】 鱈(たら)、鱒(ぶり)、アコウダイ、アラ、アマエビ、イダコ、マシジミ、トリガイ、コマイ
【野菜・果物】 水菜、ホウレンソウ、メキャベツ、小松菜、レンコン、ユズ、キンカン

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					1月第6週/2月第1週															
日曜日	12/26	27	28	29	30	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
六曜	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	赤口	先勝	友引	先負	仏滅	大安	赤口	先勝
予定	官庁御用納め																																								
国民の祝日	●元日																																								
五節句	初詣																																								
新聞休刊日	●新聞休刊日																																								
スポーツイベント	第99回東京箱根間往復大学駅伝競走(1/3迄、東京都・読売新聞ビル前⇄神奈川県・芦ノ湖往復)																																								
毎月の記念日	省エネルギーの日																																								

◆広告一口メモ◆
重点テーマの需要期における新聞折込広告やポスティングについて
商圏内で認知度の高い店舗は出稿頻度を多くして絶えず需要を喚起(サイズは小さくてもOK)。一方、新店など認知度が低めの場合はサイズをなるべく大きく紙質にもこだわって、店舗独自のサービスやイベントなど生活者が保存しておきたいような情報の掲載を心がけたい。

年末年始休暇

需要予測のヒントと販促のポイント

【当年の年末年始休暇の期間】
◇ 官公庁など一般的には12月29日(木)から1月3日(火)の6連休

【当年の干支は卯(うさぎ)】
◇ 連想される縁起のよいワードは「家内安全」「飛躍」「向上」
◇ うさぎモチーフのかわいいキャラクターが女性や子どもに人気の予感

【年末年始の暮らし方】
◇ 節約志向の高まりと、ここ3年近くコロナ禍で外出を控えてきたことから家族だけで自宅でのんびり過ごす層は一定数、変わらず見込まれる
◇ 一方で富裕層やファミリー層を中心に旅行や帰省など休みをアクティブに満喫するという行動もより顕著に

【年末年始のお買い物】
◇ コロナ禍を契機とする価値観の変化の著しい状況下にあっても、正月飾りや年末年始のごちそう(おせち、年越しそば、餅、みかん)、年末年始の買い替え(歯ブラシ、肌着、タオル)といった旧来から続く新年を迎えるにあたっての準備や購買活動への関心に大きな衰えは見られない

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

◆ 商戦の本格化は例年、初売りセール終了直後から

【入園・新入学】
◇ ランドセル販売のピークは前年の6月から秋にかけて
◇ 年明けはセレクトスーツを中心に式典関連アイテムへの関心が高まる
◇ 入園・入学グッズの準備もスタート。名入れは子を持つ親にとって意外と負担。シューズケースやお弁当袋などで手作りが求められることも多い

【新生活】
◇ おうち時間の快適性アップや季節の模様替えにフォーカスした住環境の改善提案にプラスして、当年は資源不足・物価高の世相を反映したSDGs志向のおしゃれな節電・節約アイテムの品ぞろえもオススメ

1月23日<月>は花粉対策の日

需要予測のヒントと販促のポイント

◆ 前年7月~8月中旬が猛暑(高温・少雨)の場合、花粉の飛散量が多くなる傾向
◆ 花粉の詳細な飛散予測については前年の10月上旬頃からメディアで話題に
◆ 花粉対策の訴求、多くのドラッグストアでは1月第5週の新聞折込で本格スタート

初売り・福袋・お年玉
正月のごちそう
需要予測のヒントと販促のポイント
◇ 成人年齢引き下げで当年は18~20歳を迎える人が一度に新成人となる。成人の日を含む三連休は「家族」をテーマに販促立案をしたい(成人式は「二十歳の集い」などと改め従来通り20歳を対象に開催するケースが多い。式典関連の事業者は商圏内の自治体情報をチェック)

バレンタイン商戦 2月14日、本年は火曜日 ⇒ 贈る相手は「自分」「家族」。予約受注の拡大がポイント
七草<1/7土> → 三連休(成人の日<1/9月>) → 大寒<1/20金>
立春間近! 冬の味覚最終

節分<2月3日 金曜日> ⇒ 恵方巻販売、食品ロス削減のため大手では予約受注の早期化(前年12月から)と当日の在庫圧縮がトレンド
受験生応援 大学入学共通テスト<1/14土・15日>を皮切りに受験シーズンが本格化