

折込広告 販促カレンダー

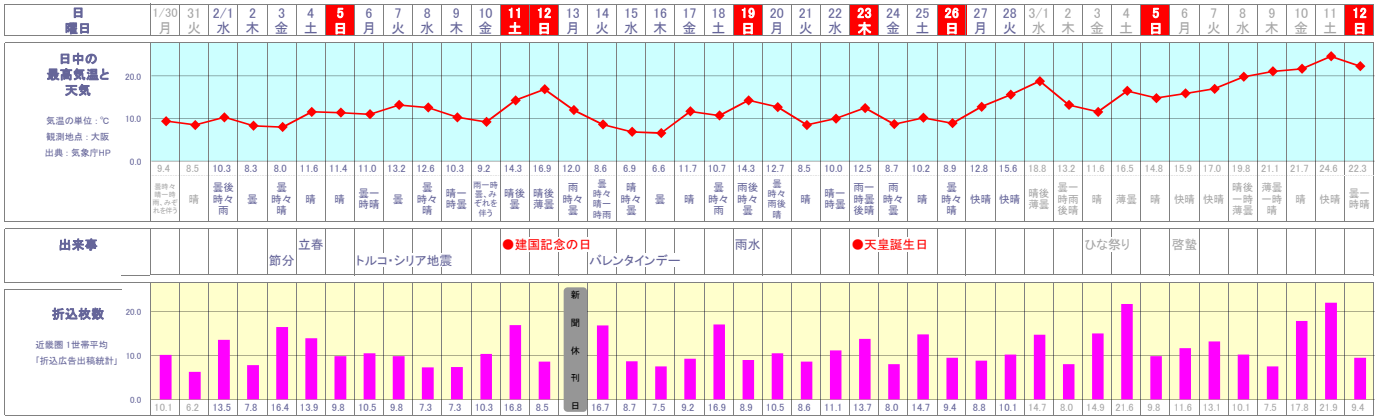
2024年 2月

前年データ - 2023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

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	-11.6	

※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



本年ポイント - 2024年 -

◆季節の代表的な食材 - 2月
 【魚介】 鰯(たら)、メバル、甘鯛(あまだい)、カワハギ、ムール貝、鱒(あじ)、ブリ、サーモン
 【野菜】 白菜、大根、ほうれん草、にんじん、ゴボウ、セロリ、ブロッコリー、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																			
日曜日	1/29	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	7	8	9	10			
予定	赤日	先勝	友引	先負	仏滅	大安	立春	節分	豆まき	針供養	針供養	針供養	針供養	針供養	針供養	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休	三連休
国民の祝日																																													
五節句																																													
新開休刊日																																													
スポーツイベント																																													
毎月																																													

重点テーマ パレンタインデー <14日> は水曜日 ⇒ ギフト需要は直前の三連休に盛り上がり

【マーチャンダイジングと購買促進策】

- ◇ チョコレートやケーキなどのパ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、パレンタイン関連商品の紹介や口コミを発信し、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】

- ◇ パ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

節分 卒園・卒業準備 ⇒ 入園・入学準備との運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

当年(2024年)の恵方は東北東。イベント当日は土曜日。恵方巻を家族そろって楽しむ家庭が増える

【マーチャンダ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

ひな祭り準備 ⇒ 3月3日は日曜日。“家族みなでお祝”

【マーチャンダ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

◆ 卒園・卒業関連商品と入学準備用品と一緒に売場に展示することで、購買時における顧客の利便性向上につながる一方、店舗側は顧客のついて買い、まとめ買い、思い出し買いによる客単価のアップが期待できる

◆ 新聞折込広告やWEB販促による緊急性(期間限定や数量限定)の訴求も効果的

冬の節電対策 ⇒ 電力使用量の年間ピークは1月から3月。節電グッズや防寒衣料・肌着による対策を呼び掛け

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