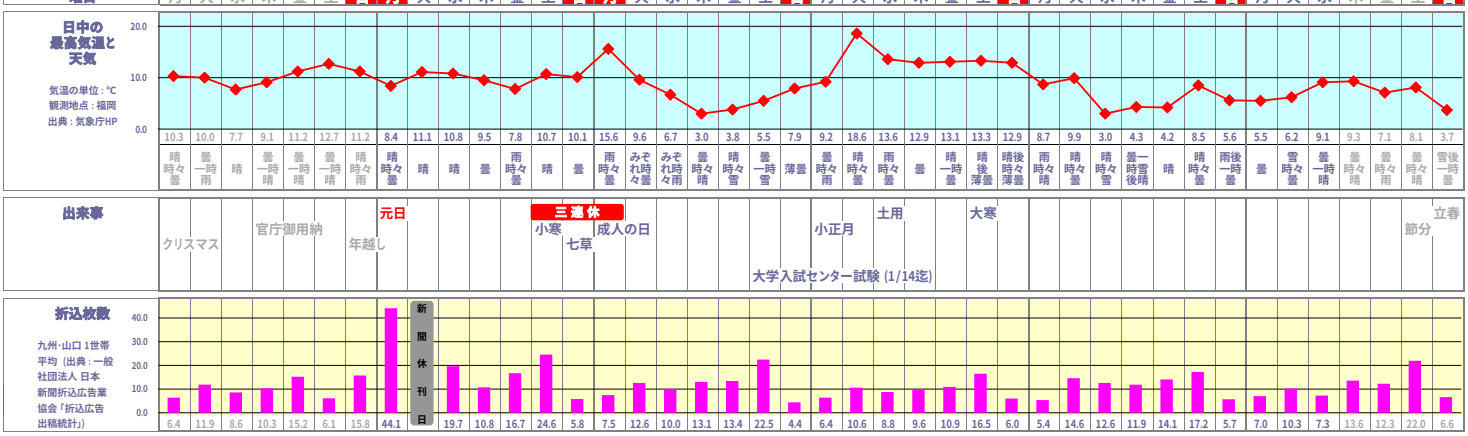
折込広告 販促カレンダー

2019年 1月

前年データ －2018年－

［全国1世帯当たりの消費支出 月別推移］ 調査対象は2人以上の世帯/実質増減率は対前年同月比/出典：総務省「家計調査」

調査年	2017年											2018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）	260,644	297,942	295,929	283,056	268,802	279,197	280,320	268,802	282,872	277,361	322,157	289,703
実質増減率（%）	-3.8	-1.3	-1.4	-0.1	2.3	-0.2	0.6	-0.3	0.0	1.7	-0.1	2.0



本年ポイント －2019年－

［今月の季語 ― 年のはじめの初尽くし］
初鶏、初鴉、初雀、初明り、初日、初空、初富士、初凪、初手水、初景色、乗り初め、初詣、初便、初電話、初暦、初刷、初寝、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

予定
- 国民の祝日
- 五節句 二十四節気 雑節 暦の行事
- 新聞休刊日 記念日 各地の祭り
- 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

◆ 2019年の干支は亥（いのしし）― 関連ワードに注目
… 亥年生まれの有名人や干支地名、ぺット、ぬいぐるみ、玩具、マンガ・アニメ、キャラクター など

◆ 年末年始休暇中はイベントが目白押し ― 期間中の販促の成否が当月の売り上げを決する
… 初詣、初売り（福袋＋クリアランス）、お年玉（玩具）、帰省ラッシュ、年始のあいさつ（ギフト）、国内外旅行 など

◆ 福袋、昨今のトレンドは「食品」「ブランド品」「体験型」― 百貨店、総合スーパー など
… ホームセンター、ディスカウントストアでは、福袋のほか、均一、日替り、家電製品・家庭用品のセット販売 など

多種多彩な価格訴求企画を初売りの折込広告に掲載

訴求テーマ・商品例
◆ 週のはじめの朝食に七草を
食料品： 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

七草 <1月7日> 成人の日 <1月14日>

訴求テーマ・商品例
◆ 成人の日 三連休のごちそうメニュー
食料品： ステーキ、刺身・寿司、真鯛、海鮮鍋、酒類

新生活・新入学商戦

需要予測のヒントと販促のポイント

◆ 新生活の打ち出し、早い企業で1月第1週からスタート。
1月第3・4週に最初のヤマ場を迎える
【ホームセンター・ディスカウントストア 東京地区 前年実績】
… 商戦は以降、「春の買い替え・暮らし替え・模様替え」や「卒業」「進学」「新社会人」「新学期」といったその時期その時期のテーマを織り込みながらマイナーチェンジを繰り返し最終の「買い忘れ」需要の取り込みまで計算に入れると4月上旬までの足掛け4カ月にわたる長丁場となる

◆ 一方、新入学商戦は大詰め 【総合スーパー】
… その打ち出しもランドセル・学習机から母と子のフォーマルスタイルにシフト

早めの花粉対策

需要予測のヒントと販促のポイント
◆ 1月23日 <水> は花粉対策の日（花粉問題対策事業者協議会）
◆ 協議会が推奨する「花粉しっかり対策3ヶ条」
… ① 花粉情報をしっかり入手！（猛暑の翌年は花粉の飛散量が増大） ② 花粉をしっかり防御！ ③ 症状に合った治療をしっかり継続！

需要予測のヒントと販促のポイント
◆ バレンタインの売場展開、1月第2週から順次
【百貨店 東京地区 前年実績】
… 催事場開設は1月第3週から順次

バレンタイン商戦 ― 2月14日、本年は木曜日（2013年と同じ曜日まわり）

大寒 <1月20日 日曜日>

防災とボランティアの日 <1月17日>

訴求テーマ・商品例
◆ 大寒 ― 寒の魚
食料品： ぶり、かき

需要予測のヒントと販促のポイント
◆ 過去の被災の体験や教訓を風化させない取り組みを

節分 <2月3日 日曜日>

需要予測のヒントと販促のポイント
◆ 恵方巻予約、承り開始は1月第1週、初売り終了のタイミング【食品スーパー 東京地区 前年実績】

受験生応援 ― 大学入試センター試験、本年は1月19日 <土>・20日 <日>

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

朝日オリコミ西部
© ASAHI-ORIKOMI-SEIBU All rights reserved 2018