

折込広告 販促カレンダー

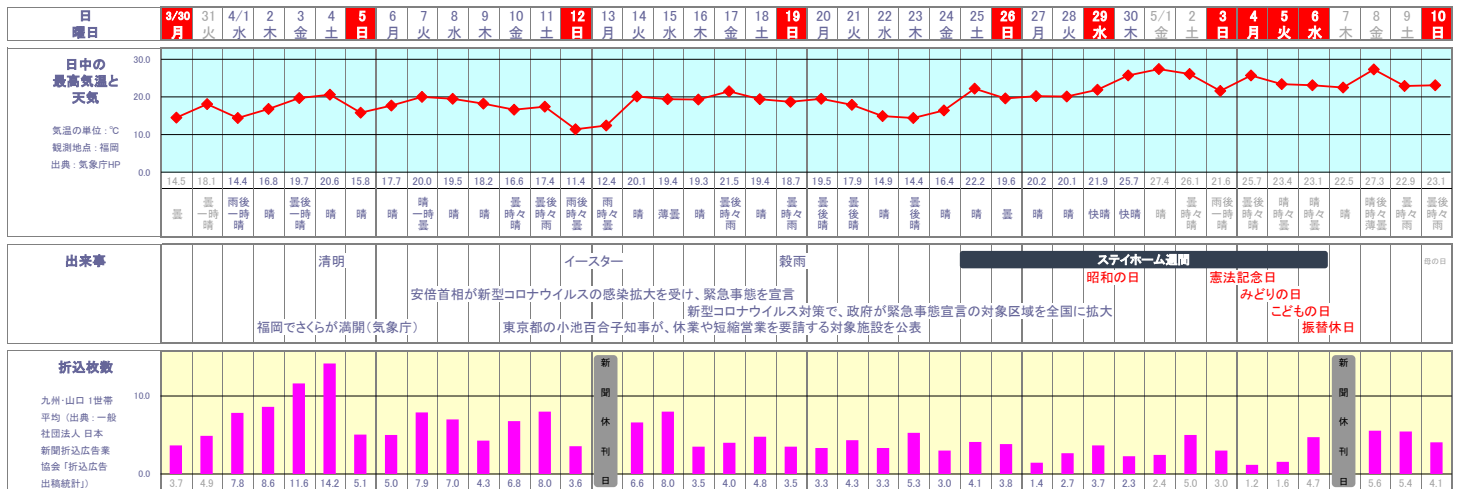


2021年 4月

【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	2019年												2020年											
調査月	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	2月	3月	4月
消費支出(円)	300,901	276,882	288,026	296,327	300,609	279,671	278,765	321,380	287,173	271,735	292,214	267,922	267,922	267,922	267,922	267,922	267,922	267,922	267,922	267,922	267,922	267,922	267,922	267,922
実質増減率(%)	6.0	2.7	1.0	1.0	10.5	-4.0	-1.4	-3.3	-3.9	-0.3	-6.0	-11.1	-11.1	-11.1	-11.1	-11.1	-11.1	-11.1	-11.1	-11.1	-11.1	-11.1	-11.1	-11.1

前年データ - 2020年 -



本年ポイント - 2021年 -

【今月の季節 - 春四月の味覚】
 山菜(わさび)、芥菜(からし)、春大根、草餅、蕨餅、母子餅、蕨餅、鶯餅、桜餅、椿餅、桜漬、花鳥餅、蛤、浅粉、さざえ、壺焼、飽、常盤(とぶこ)、雲丹、ひじき、もつ、菜の花、花菜漬、鮎(ふななます)、みつ菜、鶯菜、老荷竹

曜日	3月第5週/4月第1週			4月第2週							4月第3週							4月第4週							4月第5週/5月第1週							5月第2週											
日	3/29	30	31	4/1	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	5/1	2	3	4	5	6	7	8	9	
曜	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	
六曜	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	友引	先負	仏滅	大安	赤口
予定	新学年初年度 新財政年度 エイプリルフール			清明 イースター	世界保健デー オープナーの日 駅弁の日 インテリアを考える日							●新聞休刊日 土用 年金支給日							穀雨 郵政記念日 発明の日 お香の日							ゴールデンウィーク 昭和の日 憲法記念日 みどりの日 こどもの日							●新聞休刊日										
国民の祝日				4/29																																							
五節句	24節気 雑節 暦の行事																																										
新聞休刊日																																											
スポーツイベント																																											
毎月の記念日																																											

新生活スタート

需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ 入園・入学、入社、転勤、新学期などで新しいコミュニティでの生活が始まり子どもから大人までライフスタイルが大きく変化する時期
- ⇒ コロナ禍で共有されつつある「新しい生活様式」を取り入れながら、多様化するライフスタイルのケース別提案に改めて取り組みたい

訴求テーマ・商品例

衣住品: ◇テレワーク ◇時短勤務 ◇ワーケーション ◇在宅勤務(自分専用のワークスペースづくり)

食料品: ◇お弁当作りにチャレンジ ◇栄養豊富なお手軽朝食で一日をスタート

その他: ◇習い事・社会人スクールで自分磨き

イースター
お花見・春の行楽

訴求テーマ・商品例 **衣住品:** ◇羽織物 ◇紫外線対策 ◇春の健康管理 ◇春のガーデニング ◇潮干狩り

ゴールデンウィークを楽しむ

需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ 本年は2010年と同じ曜日まわり
- ⇒ 本年は4月30日(金)に休暇を取ると七連休 <4/29木・祝~5/5水・祝>が可能
- ◆ 折込広告におけるゴールデンウィーク準備の訴求は例年、4月第3週から本格化
- ⇒ 準備用品の購入については、新型コロナウイルスの感染拡大防止で実店舗の混雑を避ける見地からオンライン店舗への客足の分散化が予測される

訴求テーマ・商品例

- ◆ コロナ禍の状況と政府の観光支援策の次第では、旅行や帰省、アウトドアなどレジャー関連に期待
- ⇒ 関連商品は連休直前、4月第3・4週の準備期間に商機
- ◆ 一方で安心安全志向は依然として根強く、継続する節約志向と相まって、人混みを選び自宅・近所で過ごすという層も相当数予測される
- ⇒ 4月第5週以降の連休期間中、実店舗・オンライン店舗とも売上拡大に繋がる期待も

母の日ギフトを準備する - 母の日、本年は5月9日(日)

需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ 予約承り、まずはカタログ・オンラインで
- … 前年(2020年)、GMSでは3月1日(日)から
- ◆ 折込広告上の訴求は例年、5月第1週から母の日当週の5月第2週にかけて拡大

訴求テーマ・商品例

- ◆ ギフト実施率は最も高いと見る向きも
- … クリスマス、バレンタインデー、中元・歳暮を上回る
- ◆ カーネーションやバラなど定番のフラワーを軸に、健康・美容、癒し、趣味、グルメなど様々な切り口で