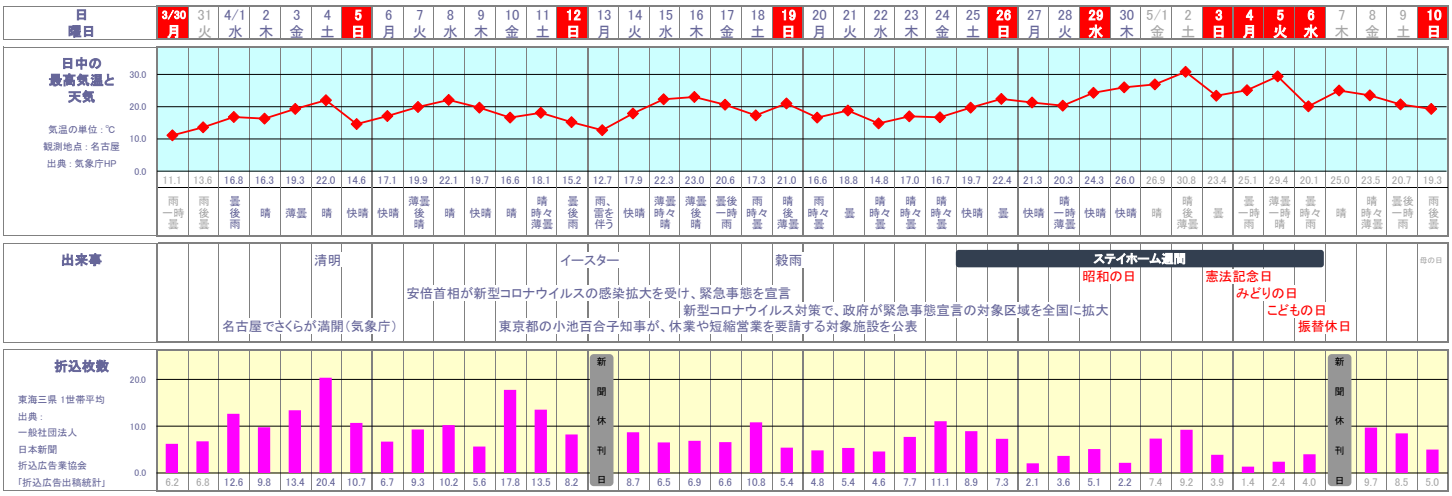
折込広告 販促カレンダー

2021年 4月

前年データ － 2020年 －

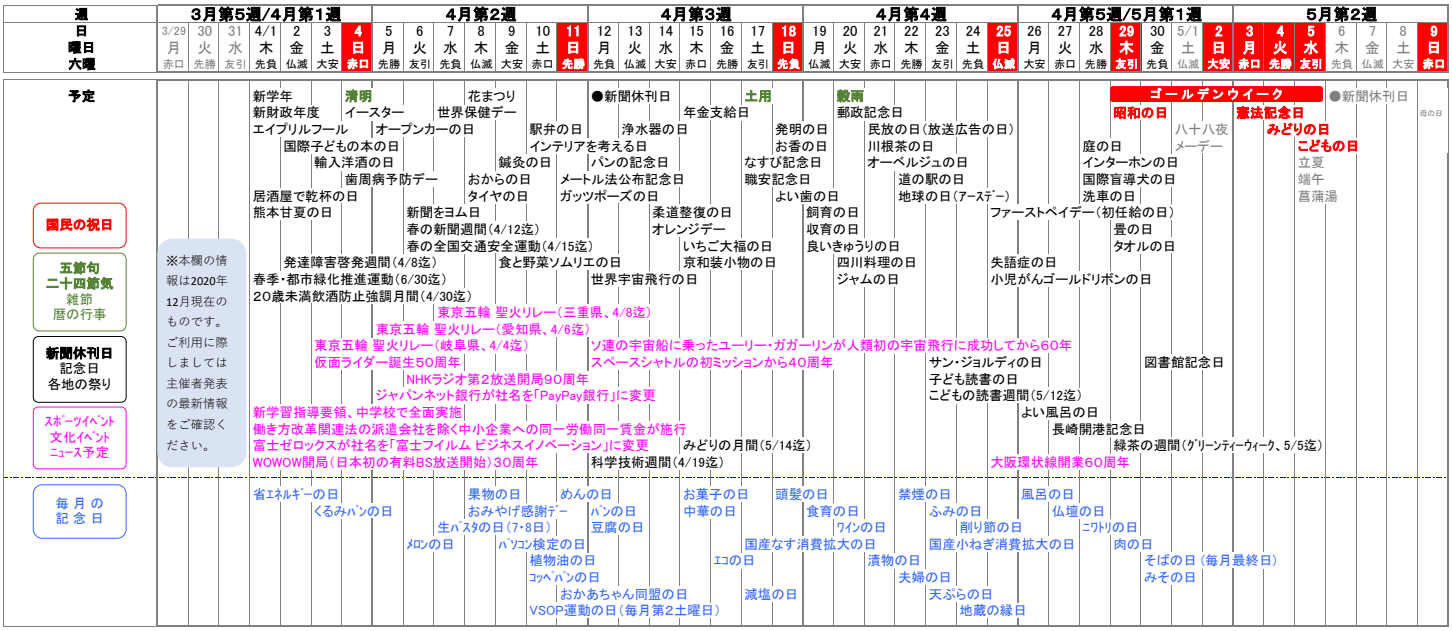
【 全国1世帯当たりの消費支出 月別推移 】　出典：総務省「家計調査」時系列ﾃﾞｰﾀ 二人以上の世帯（実質増減率は対前年同月比）

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
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
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



本年ポイント － 2021 年 －

【 今月の季語 ― 春四月の味覚 】
山葵（わさび）、芥菜（からしな）、春大根、草餅、蓬餅、母子餅、蕨餅、鶯餅、桜餅、椿餅、桜漬、花鳥賊、蛍烏賊、蛤、浅蜊、さざえ、壷焼、鮑、常節（とこぶし）、雲丹、ひじき、もづく、菜の花、花菜漬、鮒膾（ふななます）、みづ菜、鶯菜、茗荷竹



重点テーマ

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ﾍﾟｰｽづくり）

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

ゴールデンウイークを楽しむ

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イーク準備の訴求は例年、4月第3週から本格化**

⇒ 準備用品の購買については、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、人混みを避け自宅・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**

春 から 初 夏 へ

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　**食料品：** ◇涼味 ◇春の土用の丑〈4/23金〉

ASAHI ORIKOMI NAGOYA 株式会社 朝日オリコミ名古屋
Copyright © 2021 ASAHI ORIKOMI NAGOYA Inc. All rights reserved