

折込広告 販促カレンダー

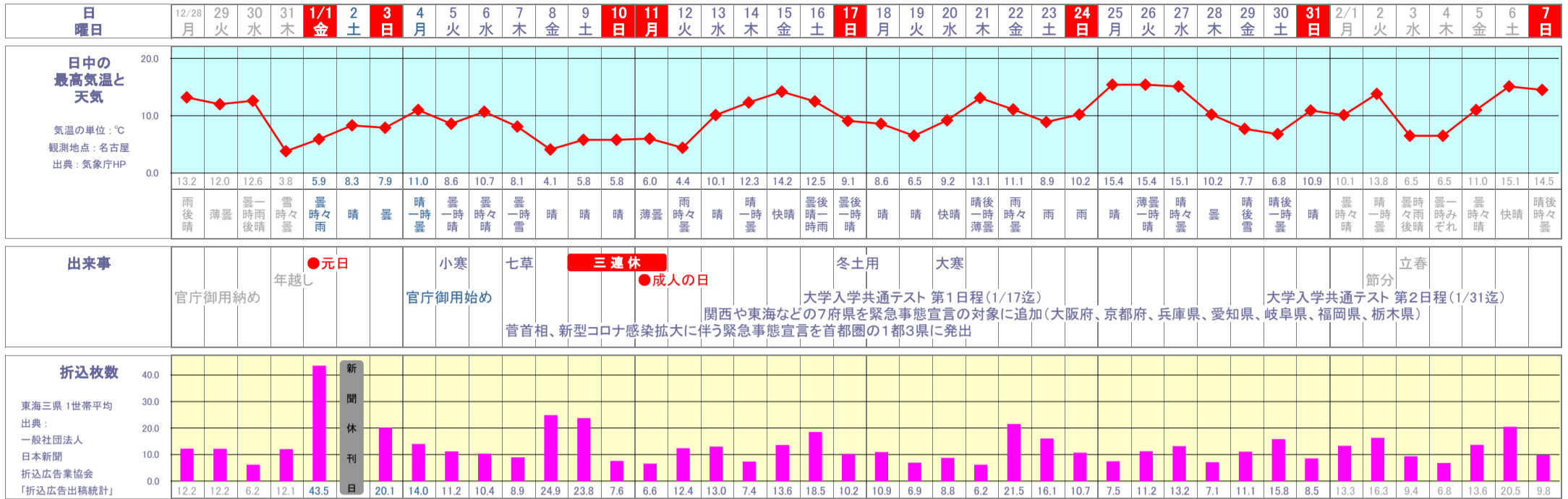


2022年 1月

前年データ - 2021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（実質増減率は対前年同月比）

| 調査年 | 2020年 | | | | | | | | | | | | 2021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) | 271,735 | 292,214 | 267,922 | 252,017 | 273,699 | 266,897 | 276,360 | 269,863 | 283,508 | 278,718 | 315,007 | 267,760 | |
| 実質増減率(%) | -0.3 | -6.0 | -11.1 | -16.2 | -1.2 | -7.6 | -6.9 | -10.2 | 1.9 | 1.1 | -0.6 | -6.1 | |



本年ポイント - 2022年 -

◆季節の食材 - 1月
寒しじみ、寒ぶり、寒鰯、寒むつ、寒卵、寒鮓
【その他 魚介】タラ、ブリ、アコウダイ、アラ、アマエビ、イイダコ、マシジミ、トリガイ、コマイ
【その他 野菜・果物】ミズナ、ホウレンソウ、メキャベツ、コマツナ、レンコン、ユズ、キンカン

| 週日 | 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 | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|-------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|----|----|----|----|----|
| 曜日 | 12/27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 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 | 6 |
| 六曜 | 仏滅 | 大安 | 赤口 | 先勝 | 友引 | 友引 | 先勝 | 赤口 | 先勝 | 友引 | 先勝 | 友引 | 赤口 | 先勝 | 友引 | 先勝 | 友引 | 赤口 | 先勝 | 友引 | 先勝 | 友引 | 赤口 | 先勝 | 友引 | 先勝 | 友引 | 赤口 | 先勝 | 友引 | 先勝 | 友引 | 赤口 | 先勝 | 友引 | 先勝 | 友引 | 赤口 | 先勝 | 友引 | 先勝 | 赤口 |
| 予定 | <p>国民の祝日 国民の祝日 五節句 二十四節気 雑節 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 コース予定 毎月の記念日</p> <p>※本欄の情報は2021年9月現在のものです。ご利用に際しましては主催者発表の最新情報をご確認ください。</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 予定 | <p>官庁御用納め 大晦日 年賀初詣 初荷初夢書初め ひとみの日 遺言の日 いちごの日 カラーの日 爪切りの日 とんちの日 塩の日 お菓子の日 中華の日 Eコの日 減塩の日</p> <p>●新聞休刊日 初荷初夢書初め ひとみの日 遺言の日 いちごの日 カラーの日 爪切りの日 とんちの日 塩の日</p> <p>小寒 官庁御用始め 初水天宮 東京消防庁出初式 カラの日 瓜切りの日 おみやげ感謝デー 生ハスタの日(7・8日) メロンの日 バコン検定の日 植物油の日 コッパンの日 キャシュレスの日(毎月0の付く日) おかあちゃん同盟の日 VSOP運動の日(毎月第2土曜日)</p> <p>七草 初薬師 東京消防庁出初式 ジャマイカブルーマウンテンコーヒーの日 インテリア検定の日 アメリカンフライドポテトの日 糸引き納豆の日 イラストレーションの日</p> <p>●成人の日 初金毘羅 鏡開き 蔵開き 十日えびす 110番の日 インテリ検定の日 アメリカンフライドポテトの日 糸引き納豆の日 イラストレーションの日 とんちの日 塩の日</p> <p>冬土用 初観音 やぶ入り えんま詣り 防災とボランティアの日 家庭用消火器点検の日 ぬか床の日 スイーツの日 カレーの日 花粉対策の日 血検予防の日 血検予防月間(2/19迄) 緑の募金(5/31迄) 防災とボランティア週間(1/21迄) 国技館、1/23迄) 大学入学共通テスト(1/16迄)</p> <p>大寒 二十日正月 初大師(1/21迄) 初地蔵 アーモンドの日 家庭用消火器点検の日 とちぎのいちごの日 一無、二少、三多の日 法律扶助の日 スイートピーの日 カレーの日 花粉対策の日 血検予防の日 血検予防月間(2/19迄) 全国学校給食週間(1/30迄) 第77回国民体育大会(いちご会とちぎ国体 冬季大会、1/30迄) 算額文化を広める日 大学入学共通テスト 追・再試験(1/30迄)</p> <p>文化財防火デー 初天神 初不動 逸話の日 とちぎのいちごの日 一無、二少、三多の日 法律扶助の日 スイートピーの日 カレーの日 花粉対策の日 血検予防の日 血検予防月間(2/19迄) 全国学校給食週間(1/30迄) 第77回国民体育大会(いちご会とちぎ国体 冬季大会、1/30迄) 算額文化を広める日 大学入学共通テスト 追・再試験(1/30迄)</p> <p>立春 節分 チューリップを贈る日 愛妻感謝の日 生命保険の日 衣類乾燥機の日 人口調査記念日 国旗制定記念日 国防農地の日 日本最低気温の日 風呂の日 仏壇の日 ニワリの日 肉の日 みその日 キャシュレスの日(毎月0の付く日) そばの日 (毎月最終日)</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

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

- ◇ 当年の年末年始休暇、官公庁など一般的には12月29日(水)から1月3日(月)の六連休
- ◇ ただし、業種によってはコロナ禍をきっかけに定着しつつあるリモートワークなど働き方の多様化の影響で12月25日(土)から十連休というケースやあるいは正月三が日のみ全社休業でその前後は交代で冬期休暇を取得するなど年末年始休暇に対する考え方もまた多様化の進むことが予想される

◆ 休暇取得の多様化で年末年始の販売計画もその対応を迫られる。また、ワクチン接種が前年中を目途に一巡とはいえ、リアル店舗の年始休業や売場の混雑を避ける方針を継続せざるを得ない状況は否めない。一方で、同期間をおうちで過ごす生活者のニーズは確実に存在する。それに応えるため、オンライン、デリバリー、テイクアウトなど顧客にとって利便性の高い販売チャネルの開拓と強化がより一層望まれる

入園・新入学・新生活準備

訴求テーマ・商品例

当年の干支は「寅(とら)」

◇ おうちで過ごす正月は、ともしれば日常に埋没しがち。多種多様な干支の縁起グッズ(置物、ぬいぐるみ、玩具、マンガ・アニメ、キャラクターなど)の品揃えと提案で年末年始休暇中のおうち時間に華やかと彩りを添えたい

◇ さらに寅年はプロ野球「阪神タイガース」や映画「男はつらいよ」(=寅さん)などのパワーワードが想起される年でもある。地域を超えた全国レベルでの盛り上がり期待が高まる

需要予測のヒントと販促のポイント

- ◇ 例年、初売りセール終了と同時に訴求が本格化
- ◇ コロナ禍の移動抑制とリモートに代表される多様な働き方・学習スタイルの普及で入学・就職・転職などライフイベントに伴う従来の新生活需要(+引越)の低迷は続く

◆ 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が主流

◆ 新社会人・新入学向けにはリモートワーク・学習に最適なお部屋づくりとPC・タブレットなど必須アイテムの提案を

◆ 卒業・新入学のセレクトスーツは底堅い

… コロナ禍の縮小開催でも保護者は出席

初売り・福袋・お年玉 節分 <2月3日 木曜日> 初売り終了と同時に恵方巻予約の承りが過熱

正月のごちそう 七草 <1/7金> → 成人の日 <1/10月> → 大寒 <1/20木> 1月23日 <日> は花粉対策の日

バレンタイン商戦 2月14日、今年は月曜日 贈る相手は「自分」「家族」。曜日まわりの影響は軽微

需要予測のヒントと販促のポイント ◆ 購入はリアル店舗からオンラインサイトに移行の傾向(ただし、専門店がリアル・オンラインとも根強い人気)

◆ 贈る相手は「自分」「家族」が主流。コロナ禍で実際に会う機会が減少のため「本命」や職場・学校の「義理」「友」は退潮傾向

受験生応援 大学入学共通テスト <1/15土・16日> を皮切りに受験シーズンが本格化