

★自店の販促計画と照らし合わせ
ヒントがあれば参考にしてください！

春を先取りするワクワクを演出する月

週	第49週 1/29(月)~2/4(日)	第50週 2/5(月)~2/11(日)	第51週 2/12(月)~2/18(日)	第52週 2/19(月)~2/25(日)
社会行事 イベント	節分 大学入試期間～入学セレモニー～人事異動～引越し対象となるお客さまは「下見・準備」にはいる時期 春に新生活をスタートさせるお客さま訴求の販促キャンペーンは、遅くとも2月上旬には準備を始めましょう。	3連休① 2/10・11・12 バレン タイデー	中国・香港・台湾 春節(旧正月) 2/10~2/17 インバウンドのお客さまが増える	3連休② 2/23・24・25
お客さまのお買い物の山	第49週・50週は、卒業・入学、新生活など今後の予定が決まったお客さまが準備を始める、見えない山場があります。	2月は購買意欲の低い月とされていますが、3連休が2回、ギフト需要の高いバレンタインデーもあります。インバウンド需要もあれば第50・51週が月の売上のピークです。		2回目の3連休に向けて再度上昇
	上旬 バレンタインデーと1回目の3連休に向けてゆるく上昇			下旬 2回目の3連休に向けて再度上昇

～ 売場づくりで表現！ 対応で訴求する！ ☆ミニイベント☆ ～

1/29 昭和基地開設記念日、タウン情報誌の日、3分間電話の日、おからのお菓子の日 1/30 みそか正月、生命保険の日、愛妻感謝の日、テレビ放送記念日、ニオイの日、マンマの日、琉球王国建国記念の日 1/31 フレンチ・クレープデー、夫婦の日、麩の日、情報セキュリティの日 2/1 節分、のり巻きの日 、大豆の日、絵手紙の日 2/2 立春 、西の日、妊娠の日、ビタミンCケアの日	2/5 プロ野球の日 、ふたごの日、笑顔の日 2/6 お風呂の日 、海苔の日、抹茶の日 2/7 オリンピックメモリアルデー 、ニキビに悩まないデー、国産バナナの日 2/8 針供養、事始め、和ちよこの日、艶の日、にわとりの日、つばきの日 2/9 服の日、ふくの日 、大福の日、漫画の日 2/10 二重(ふたえ)の日、フットケアの日、豚丼の日、ふとんの日、ニートの日 2/11 建国記念日 、干支供養の日、わんこそば記念日、初午いなりの日	2/12 レトルトカレーの日、ベニシソンの日、ブラジャーの日 2/13 苗字制定記念日、NISAの日、土佐分担の日 2/14 バレンタインデー、チョコレートの日 、ネクタイの日、煮干しの日、予防接種記念日 2/15 春一番名付けの日 2/16 天気図記念日、寒天の日、 似合う色の日 2/17 天使のささやきの日、千切り大根の日、電子書籍の日、 ガチャの日 2/18 エアメールの日	2/19 雨水の日、プロレスの日、 チョコミントの日 2/20 アレルギーの日、キヌアの日、 夫婦円満の日 、歌舞伎の日、旅券の日、国際母語デー、食糧管理法公布記念日 2/21 猫の日 、おてんこの日、スニーカーの日 2/22 天皇誕生日 、富士山の日、ふるしきの日、工場夜景の日 2/23 鉄道ストの日、クロスカントリーの日 2/24 ひざ関節の日、 親に感謝の気持ちを伝える日
---	---	---	--

ヒントとなる記念日

●2月9日は『服の日』です。

衣類に対する関心を高め、服を着る楽しさを伝えることを目的として、1991年に全国服飾学校協会や日本ファッション教育振興協会によって制定。2月は春物の立ち上げの時期ですが、気温は低く「もう少し暖かくなってから…」というお客さまも多いです。ディスプレイやPOPのキャッチコピーに取り入れ、早い時期から春物を楽しんでいただく訴求に利用してはいかがでしょうか。



●2月14日は『バレンタインデー』！

今年のバレンタインデーのトレンドは3つです。
①SNSにアップしたくなる見ため、②高級感、③体に良いヘルシーな要素です。SNSにアップした時のことを考えて選ぶ方が多いこと、プレゼントだけでなく自分へのご褒美の購入も増えていることが要因です。バレンタインの訴求をする時には取り入れてみてください。



●2月22日は『猫の日』

猫を飼っている・猫が好きなたちが、猫の健康と幸福を祈り、一緒に過ごす時間を楽しむために設けられた日です。猫による経済効果、通称「ネコノミクス」の経済効果は2022年度で約1兆9690億円。飼育に必要なグッズやフード、医療だけでなく、ファンシーグッズや猫目的の旅行など幅広く影響しています。自店の商品、サービスに猫との関連性はないか洗い出し、猫と絡めて訴求してみるのはいかがでしょうか。



売場づくり

ギフトのディスプレイテーマは『イベント×プレゼント相手』
春物は『2024年の色』をプラスしてより新鮮に！

ギフトディスプレイのテーマ設定

2月のバレンタイン以降、入卒、就職、新生活などギフト需要の高い月が続きます。バレンタインの市場調査では、義理チョコよりも、『自分が贈りたい人に贈るスタイル』が主流に。友達や家族、推しや自分への購入も増えています。ギフトのディスプレイテーマは、『バレンタイン』などイベントだけでなく、相手の方をイメージできるテーマを設けましょう。

『2024年の色』をプラス

気温は低くても、春物の立ち上げが多い2月。生地や素材での訴求だけでは、「まだ寒いから…」 「すぐ必要ではないし…」と気持ちが高まらないお客さまもみられるかもしれません。そんな時は春色×2024年春を象徴する色でより新鮮にアプローチするのはいかがでしょうか。

◆PANTONE®社選出、『ピーチ・ファス』

春カラーに
なじませて

◆日本流行色協会選出、『モデレート・ブルー』

ベーシックカラー
に合せて

恋人、義理だけでなく



『バレンタインデー』は

友達？ 自分に！ 親に★
推しに♪

対応ポイント

春物、セレモニーなど『非日常』をご覧のお客さまには接客で『日常』『今後』をイメージいただく！

アパレル・雑貨・物販店舗

■春物
『今から使える』…手持ちや冬服とのコーディネート
『今後も使える』…3月・4月の気温での着こなし方。
■セレモニー
『入学式でも使える』…明るく見えるコーディネート
『日常でも使える』…仕事服や普段着への落とし込み

卒業式



入学式は
予定
なし…

仕事なら

飲食・食品物販店舗

■2月に旬を迎える食材の他、春を先取りするいちご、バレンタインデーからチョコレートを使ったメニュー。寒い日にはまだ温かい飲み物・食べ物の需要も。

▶2月に旬を迎える主な食材

小松菜、冬キャベツ、春菊、ブリ、うさ、いちご(ハウス)、りんご

