

★自店の販促計画と照らし合わせ
ヒントがあればご参考にして下さい！

52週MD 6月編



The rainy season is coming! 快適な過ごし方を提案しよう!

週	第14週 6/1(土)~6/2(日)	第15週 6/3(月)~6/9(日)	第16週 6/10(月)~6/16(日)	第17週 6/17(月)~6/23(日)	第18週 6/24(月)~6/30(日)
イベント	6月1日 衣替え		6月16日 父の日 FATHER'S DAY	 6月下旬~ SALE	
お客さまのお買物の日	上旬 レイングッズ・半袖アイテム 梅雨前の点検 ・衣替えと防虫・防カビ対策 ・エアコン・扇風機買い替え	父の日の定番ギフトは 酒・グラス・おつまみ類 筆記用具・ゴルフ用品 ビジネス小物	セール前の買い控え 「いま買いたい」or「セールで買いたい」の お客さまのココロの声を聞く接客を	夏のボーナス 6/28公務員・一般企業は 6月中旬~7月上旬	下旬 本年も酷暑が予測されます 夏を快適に過ごせる アイテムはセールで お得にゲット

~ 売場づくりで表現! 対応で訴求する! ミニイベント ~

6/1衣替えの日、気象記念日、 真珠の日、麦茶の日、 写真の日 、 世界牛乳の日・牛乳の日	6/4~6/10歯と口の健康週間 6/3世界自転車デー、測量の日 6/4蒸しパンの日、虫の日・ムシの日、 ショートフィルムの日	6/10入梅、時の記念日、 ミルクキャラメルの日、無添加の日、 ローストビーフの日	6/18海外移住の日、 考古学出発の日、 おにぎりの日 、 国際寿司の日	6/24ドレミの日、UFOの日・ 空飛ぶ円盤記念日、 UFOキャッチャーの日
6/2横濱港開港記念日、 長崎港開港記念日 、 イタリアワインの日、ローズの日、 オムレツの日	6/5世界環境デー・ 環境の日 、 ろうごの日、ロゴマークの日、落語の日	6/11傘の日、梅酒の日 6/12児童労働反対世界デー、 恋人の日、バザー記念日、 ロースイーツの日	6/19ベースボール記念日、 ロマンスの日、朗読の日、元号の日 6/20ペパーミントデー、 世界難民の日、健康住宅の日	6/25詰め替えの日、 指定自動車教習所の日、 天覧試合の日、 生酒の日
	6/6楽器の日、らっきょうの日、 いけばなの日、ロールケーキの日	6/13「小さな親切運動」 スタートの日、はやぶさの日、 鉄人の日、いみじょうの日	6/21夏至、冷蔵庫の日、 スナックの日、エビフライの日、 世界一周の日	6/26世界格闘技の日、 露天風呂の日 、 オリエンタリングの日
	6/7母親大会記念日、 緑内障を考える日、ムダ毛なしの日	6/14世界献血者デー、 手羽先記念日、五輪旗制定記念日 ローションバックの日、 ロハスの日	6/22DHAの日、ボウリングの日、 かにの日	6/27ちらし寿司の日、日照権の日、 メディア・リテラシーの日
	6/8世界海洋デー、ガバオの日 ローションバックの日、 ロハスの日	6/15世界高齢者虐待啓発デー、 暑中見舞いの日、オウムインコの日	6/23国連パブリック・サービスデー、 オリンピックデー 、沖縄慰霊の日	6/29ビートルズの日、佃煮の日、 星の王子さまの日
	6/9サイバー防災の日、 ロックの日、ドナルドダックの誕生日、 まがたまの日	6/16父の日、和菓子の日、 麦とろの日、モンブランの日、 ケーブルテレビの日		6/30リンパの日、夏越ごはんの日、 ハーフトゥイデー、酒酵母の日

6月1日は衣替えの日

衣替えや断捨離が話題になる時期です。衣替えは「これから着る服、しまし服、通年で着る服の3パターンに分けてから進める」断捨離は「来シーズンも着たいと思える服だけ残す」など衣替えと断捨離がラクにできるコツを入れて会話を広げましょう。

6月11日は傘の日

日本で消費される傘は年間約1.2億~1.3億本。そのうちの6割にあたる約8000万本がビニール傘などの使い捨て傘です。再生プラスチックやアップサイクル素材を使った傘も増えています。サステナブルな視点で提案し興味を引きましょう。

6月25日は詰め替えの日

「詰め替えの日」は、メディアがトレンドとして取り上げやすいテーマです。SNSの場合、時節やトレンドにあった内容は、企業アカウントの投稿も受け入れられやすいです。「詰め替えの日」をネタにした投稿で知ってもらえるきっかけを作りましょう。

売場づくり

6月ならではのイベントを探せ!

イベントとテーマを調和させ魅せるVPに!

祝日もなく花見やGWのような全国的なイベントがない6月。調べてみると衣替え・ジュンブライド・プール開きなど売場づくりのヒントとなるイベントがあります! 売場をつくるときの参考に調べてみましょう! きっと自店舗に合うイベントが見つかりますよ!

最初のフォーカルポイントになるようにVPをつくる!

VPやPPは、「テーマ」と「サブテーマ」を決めて視線が集中する、「フォーカルポイント」をつくれます。購入後のイメージが想像できるVPを作り、お客さまの購買意欲を刺激しましょう。

- ◆テーマ: 父の日
感謝と労りを感じる、「日本酒とグラスのギフト」
- ◆テーマ: 梅雨
雨でも外出したくなる、「傘とレインブーツのコーディネート」



知っ得情報

52週MD (マーチャндаイジング) を知ろう!

「52週MD」とは、一年間の商品計画などを、週ごとに立て実行していくことです。買い控えが顕著なセール前の第17週に、どのような仕掛けをしたら、お客さまに喜んでもらえるでしょうか?

