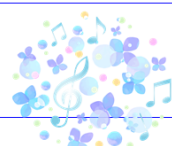


折込広告 販促カレンダー

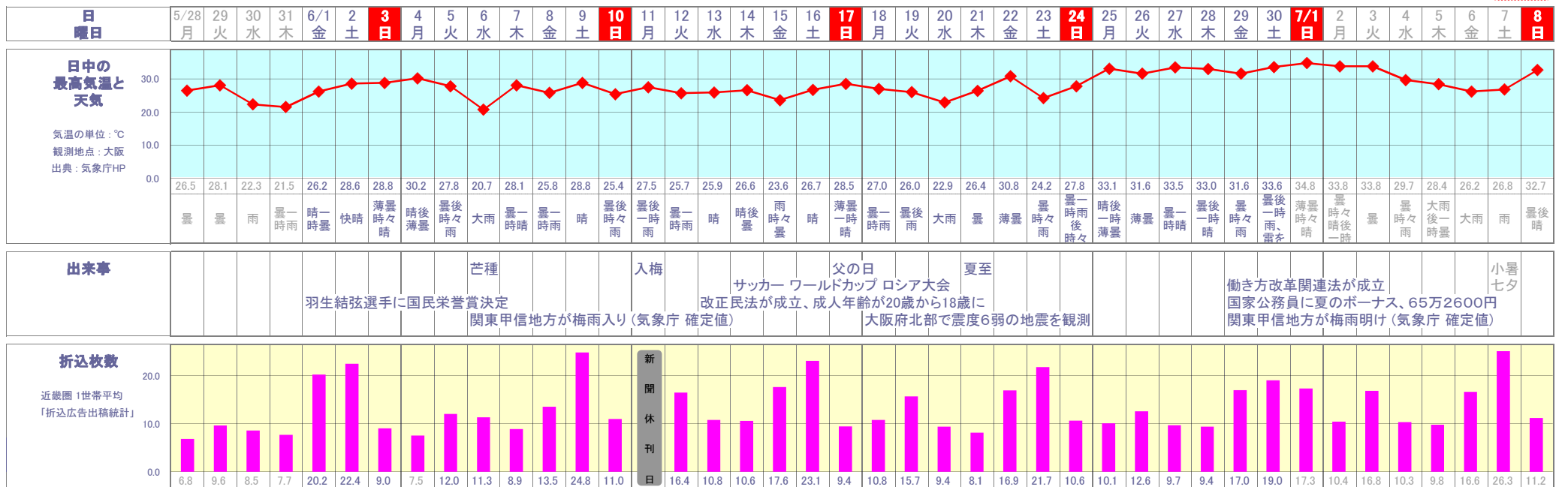


2019年 6月

前年データ - 2018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	2017年					2018年						
調査月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
消費支出(円)	279,197	280,320	268,802	282,872	277,361	322,157	289,703	265,614	301,230	294,439	281,307	267,641
実質増減率(%)	-0.2	0.6	-0.3	0	1.7	-0.1	2	0.1	-0.2	-1.3	-1.4	-1.2



本年ポイント - 2019年 -

【今月の季節 - 六月・梅雨の暮らし】
短夜（みじかよ）、出水（でみず）、水見舞（みずみまい）、空梅雨、微（かび）、鰻、
蝸牛（かたつむり）、雨蛙、さくらんぼ、紫蘇（しそ）、らっきょう、田植え、草取、鮎、
鶉、鰻、草刈、朝顔苗、梅雨晴、夏服、青葉（あおすだれ）、よじず、網戸、夏暖簾

週日曜日	5月第5週/6月第1週					6月第2週					6月第3週					6月第4週					6月第5週					7月第1週																													
曜日	5/27	28	29	30	31	6/1	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	7/1	2	3	4	5	6	7													
曜日	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	月	火	水	木	金	土	日													
予定																																																							
国民の祝日																																																							
五節句 二十四節気 雑節 暦の行事																																																							
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																																																							
毎月の記念日																																																							

重点テーマ

父の日 - 6月第3週の日曜日 <6/16>

需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ 父の日ギフト商戦、ピークは父の日当週の6月第3週

… ギフト注文の賑わいはネット予約が先行。

リアル店舗は父の日当週<6月第3週>の駆け込み需要に備えたい

訴求テーマ・商品例

- ◆ 家族で楽しむ父の日 - 親子アイテム、ホームパーティーの提案

衣料品: 同じモチーフの親子Tシャツ、洋服に合わせやすいデザインの扇子

食料品: 酒類全般（ビール、焼酎、日本酒）、寿司、ローストビーフ、焼肉、枝豆、デザート

- ◆ 父の日の定番ギフト - フラワーギフト（黄色いバラなど）にプラスワン

衣料品: ホロシャツ、ワイシャツ、バッグ、財布、ベルト、傘、タオルハンカチ、パジャマ、甚平、作業衣

住居品: 健康枕、シェーバー、コーヒーメーカー、タンブラー、体組成計、マッサージ機器、健康食品



夏のボーナス商戦

需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ 百貨店、夏のクリアランス、初の2回開催【東京地区 前年実績】

… 初夏物中心の第1弾が6/29<金>から、また盛夏物中心の第2弾が7/27<金>から
それぞれスタート（いずれもプレミアムフライデー）

- ◆ 夏のボーナスの使い道 - 貯蓄(47.7%)、旅行(22.9%)、ローンの支払い(20.0%)、教育関連費(18.1%) など

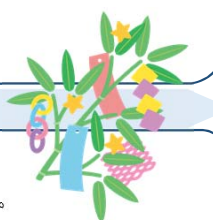
【平成30年6月「物価モニター調査速報」消費者庁】

七夕 - 7月7日 <日>

訴求テーマ・商品例

食料品: 七夕の行事食は、中国の故事に由来するそうめんが定番。

ほかには笹巻き、野菜の天ぷらの盛り合わせなどの精進料理もおすすめ



中元商戦 - ギフトセンターの開設は6月第2週までに【百貨店 東京地区 前年実績】

需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ 折込広告上の訴求 - 特集・単独チラシの出稿 - は第3・4週に集中

… 市場が縮小傾向にあることから、「SNS映え」「個食」「簡便」「プチゼいたく」「季節感」

といったワードを切り口に各社とも20~30代を中心とした若年層の取り込みを狙う

サッカー女子 ワールドカップ (6/7金 - 7/7日、フランス)

需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ グループステージ 日本代表戦 (カッ内は日本時間における試合開始日時) : [第1節] 対アルゼンチン(6/11火 1:00)

[第2節] 対スコットランド(6/14金 22:00) [第3節] 対イングランド(6/20木 4:00)

梅雨の暮らし

訴求テーマ・商品例

住居品: ◇ 梅雨時のお洗濯 ◇ 害虫対策 ◇ 食中毒対策 ◇ 住まいのにおい対策 ◇ 家の中で快適に過ごす

食料品: ◇ 旬の味覚（梅干し、果実酒、涼味）◇ 酢でさっぱり&食欲増進 ◇ らっきょう・みょうがを味わう

衣料品: ◇ 雨の日の外出 - 梅雨が楽しくなるファッションアイテム（デザインと機能性を兼ね備えた雨具や衣料品、服飾雑貨）



盛夏に向けて準備

訴求テーマ・商品例

衣料品: ◇ スーパークールビス ◇ 海開き（水着）◇ 浴衣

住居品: ◇ 暑さ・熱中症対策 ◇ 紫外線・日焼け対策 ◇ 虫よけ・感染症対策