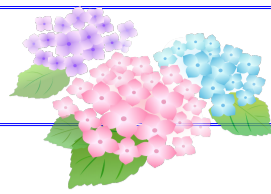


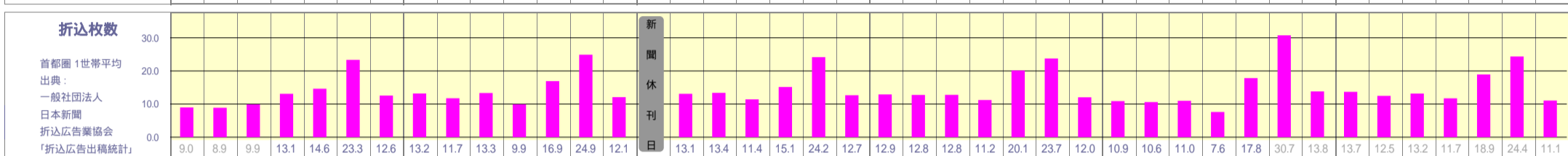
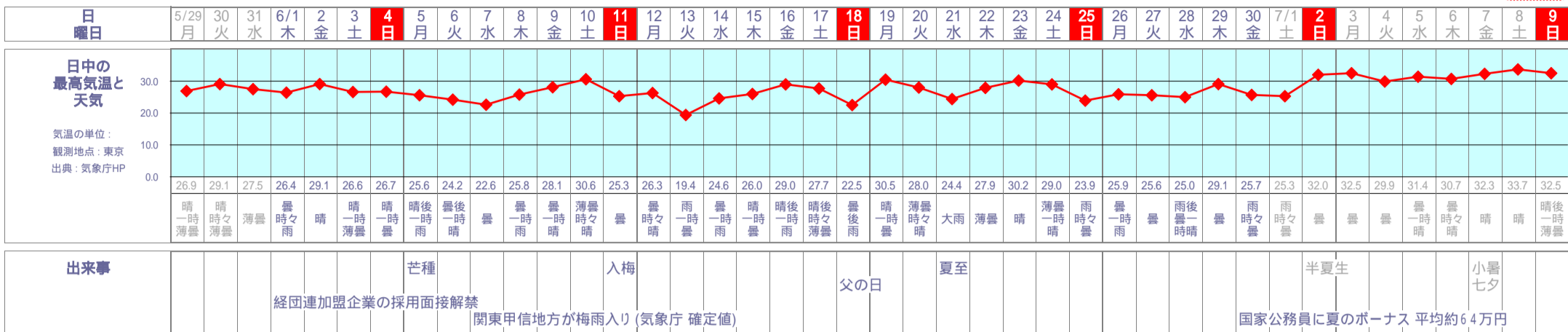
折込広告 販促カレンダー



2018年 6月

前年データ - 2017年 -

【全国1世帯当たりの消費支出 月別推移】												
2016年						2017年						
調査年	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)	278,067	276,338	267,119	281,961	270,848	318,488	279,249	260,644	297,942	295,929	283,056	268,802
実質増減率 (%)	-0.5	-4.6	-2.1	-0.4	-1.5	-0.3	-1.2	-3.8	-1.3	-1.4	-0.1	2.3



本年ポイント - 2018年 -

【今月の季節語】
 花菖蒲 あやめ みかんの花 あじさい 梅雨 出水 空梅雨 かび うなぎ かたつむり
 雨蛙 さくらんぼ 杏子 紫蘇 らっきょう 夏大根 蛸 蛸狩 あめんぼう 鮎 鮎飼い
 風薫る 夏木立 万緑 青葉 夏草 青芝 若竹 夏衣 夏羽織 よしず 網戸 夏暖簾

週日曜日	5/28	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	8				
予定層の行事記念日										芒種				新聞休刊日																																
毎月の記念日					省エネの日	くるみパンの日				果物の日	歯の日の交換日	おみやげ感謝デー	信州地酒で乾杯の日	植物油の日	めんの日	ハンの日	豆腐の日	お菓子の日	中華の日		髪の日	食育の日	ラインの日																							

重点テーマ	父の日 6月第3週の日曜日 <6/17>	夏のボーナス商戦
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 ... 夏のボーナス支給の直前で財布のヒモがかたくなりがちなの時期 ギフト提案を考えるにあたっては、ファッション性や実用性はもちろんのことだが 同様に値ごろ感にも充分配慮し、均整のとれた品揃えを心掛けたい	需要予測のヒントと販促のポイント 夏のクリアランスセール、前年 - 2017年 は6月30日 <金> から という企業・店舗が多かった【百貨店 東京地区】 6月第5週 (7月第1週) にリフォーム・エクステリア、ガーデニング、 ペット、家具・インテリアなど高額商品の単独・限定チラシの出稿が集中 【ホームセンター 東京地区 前年実績】 夏のボーナスの使い道 貯蓄(43.3%)、旅行(22.8%)、 ローンの支払い(20.2%)、教育関連費(18.5%) など 【平成29年6月「物価モニター調査」消費者庁】
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 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、ハンカチ、甚平、作業衣 住居品: 健康枕、シェーバー、コーヒーマーカー、タンブラー、体組成計、マッサージ機器、健康食品	七夕 7月7日 <土> 需要予測のヒントと販促のポイント 浴衣を着て参加できるイベントの開催でファミリー層にアピール サッカー ワールドカップ ロシア大会 <7/15迄> 盛夏に向けて準備 訴求テーマ・商品例 衣料品: 海開き (水着) 住居品: 暑さ・熱中症対策 虫よけ
中元商戦 6月に入りギフトセンターの開設が本格化	需要予測のヒントと販促のポイント 折込広告上の訴求 特集企画の掲載、単独チラシの出稿 は第2・3週に集中【百貨店 東京地区 前年実績】 ... 品揃えとしては、顧客層の拡大、若返りを図るため、SNSで「写真映え」する商品や自家需要に注力する企業・店舗が目立つのが昨今の傾向	
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 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 食料品: 旬の味覚 (梅干し、果実酒、涼味)	