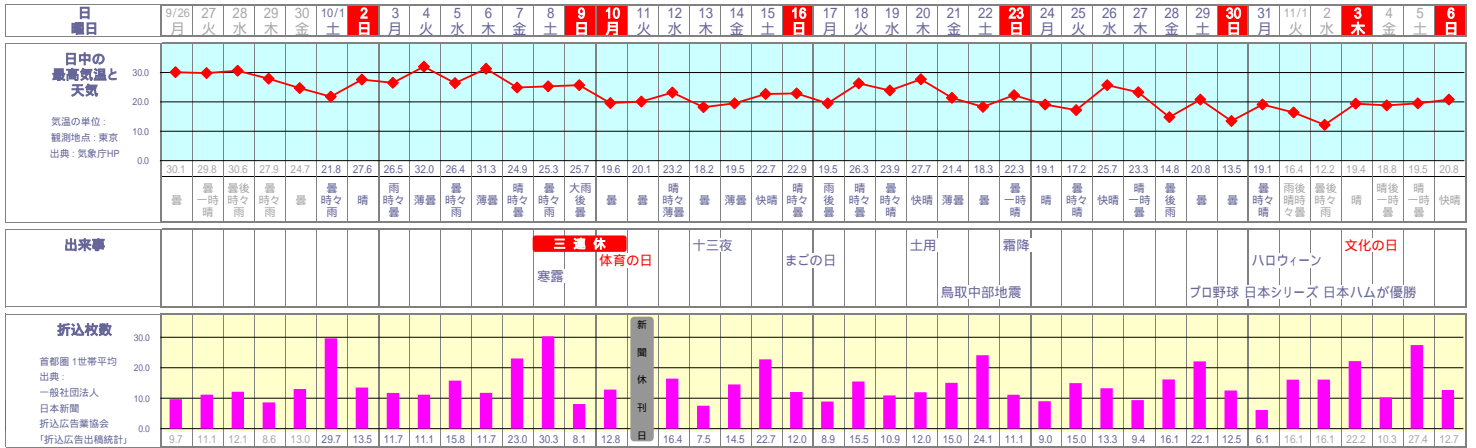


前年データ - 2016年 -

【全国1世帯当たりの消費支出 月別推移】 調査対象は2人以上の世帯/実質増減率は対前年同月比/出典：総務省「家計調査」
 調査年 2015年 2016年
 調査月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月
 消費支出(円) 273,268 318,254 280,973 269,774 300,889 298,520 281,827 261,452 278,067 276,338 267,119 281,961
 実質増減率(%) -2.9 -4.4 -3.0 1.3 -5.3 -0.4 -1.1 -2.3 -0.5 -4.6 -2.1 -0.4



本年ポイント - 2017年 -

【今月の季語】
 秋の日 秋晴れ 秋高し 馬肥ゆる 秋の空 秋の雲 秋の山 秋の野 秋風 秋の声
 秋の暮れ 秋の雨 初紅葉 薄紅葉 桜紅葉 松茸 椎茸 茸狩り 新米 新潟
 きりたんぼ 秋の田 豊年 秋の川 渡り鳥 りんご 柿 秋祭 菊 肌寒 落花生

曜日	9月第5週/10月第1週	10月第2週	10月第3週	10月第4週	10月第5週	10月第6週/11月第1週																																													
9/25	9/26	9/27	9/28	9/29	9/30	10/1	10/2	10/3	10/4	10/5	10/6	10/7	10/8	10/9	10/10	10/11	10/12	10/13	10/14	10/15	10/16	10/17	10/18	10/19	10/20	10/21	10/22	10/23	10/24	10/25	10/26	10/27	10/28	10/29	10/30	10/31	11/1	11/2	11/3	11/4	11/5										
土曜	先勝	友引	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	先勝	
予定 祝の行 事 記念日																																																			
毎月の 記念日																																																			

重点テーマ

秋の行楽商戦 スポーツやイベントへの参加、旅行など体験型の消費活動(コト消費)に商機

秋の行楽商戦 <10/7土~9月>

需要予測のヒントと販促のポイント

本年4月、日本スポーツの5カ年計画

『第2期スポーツ基本計画』(スポーツ庁)がスタート <~2022年3月>

成人の週1回以上のスポーツ実施率が65%に引き上げ

- ... 15年度は40.4%(内閣府調べ)
- ... 16年度は58.7%(スポーツ庁調べ)

スポーツをする時間ももちたいと思う中学生を80%に増加

スポーツ市場規模、現状の5.5兆円を2020年に10兆円、2025年に15兆円へ拡大

基本計画の実施期間中はスポーツの世界大会が日本国内において多数開催される予定

- <2019年> ラグビーワールドカップ 等
- <2020年> 東京オリンピック・パラリンピック競技大会
- <2021年> ワールドマスターゲームズ 関西

ハロウィーン <10/31火>

需要予測のヒントと販促のポイント

ハロウィーンに関する意識調査

<2016年 マクロミル調べ 15~49歳の全国の男女計1,000名が回答>

ハロウィーンにける予算は、平均5,000円

... ハロウィーンで買いたい商品がグッズで「かぼちゃのスイーツ」(2人に1人が購入)

首都圏では3割が「仮装する」(1都3県在住1,000名に調査)

紅葉狩り - 北方の山間部から徐々に見頃となる

需要予測のヒントと販促のポイント

紅葉狩りの提案は、温泉旅行や観光列車、味覚狩りなどのセットがおすすめ

訴求テーマ・商品例

衣料品: タウナードなどのベストジャケット類、ウオーキングシューズ、ハット、帽子

秋冬予約商戦 クリスマスケーキ・歳暮の予約受注が順次スタート

需要予測のヒントと販促のポイント

クリスマスケーキの予約告知、三連休(体育の日)明けの10月第3週から順次【百貨店 前年実績】

歳暮の予約承り、まずはインターネットで。早い企業では三連休(体育の日)明けの10月第3週から【百貨店 前年実績】

... 実店舗におけるギフトセンターの開設は11月第1週から本格化

子どもが主役のファミリーイベントが連続 まごの日<10/15日> 七五三<11/15日> クリスマス<12/25日> お年玉<1/1日>

需要予測のヒントと販促のポイント

この時期、玩具メーカー各社で高級・高額おもちゃの発売が相次ぎ

スーパーではごちそうメニュー、外食チェーンでも食事会の予約受注が活況を呈する

冬支度、暖房準備、鍋料理

需要予測のヒントと販促のポイント

冬支度・暖房準備の訴求、三連休(体育の日)で寒露の10月第2週を境に本格化【ホームセンター 東京地区 前年実績】

鍋料理の訴求は秋が一段と深まる霜降の頃、10月下旬<第4・5週>から本格化【食品スーパー 東京地区 前年実績】

秋の健康と美容

訴求テーマ・商品例 **住居品:** 早めの風邪予防対策(マスク、風邪薬、のどめ、うがい薬、ハンドソープ) お肌の乾燥対策(化粧水、保湿クリーム・ハット、リップクリーム、加湿器)