

折込広告 販促カレンダー

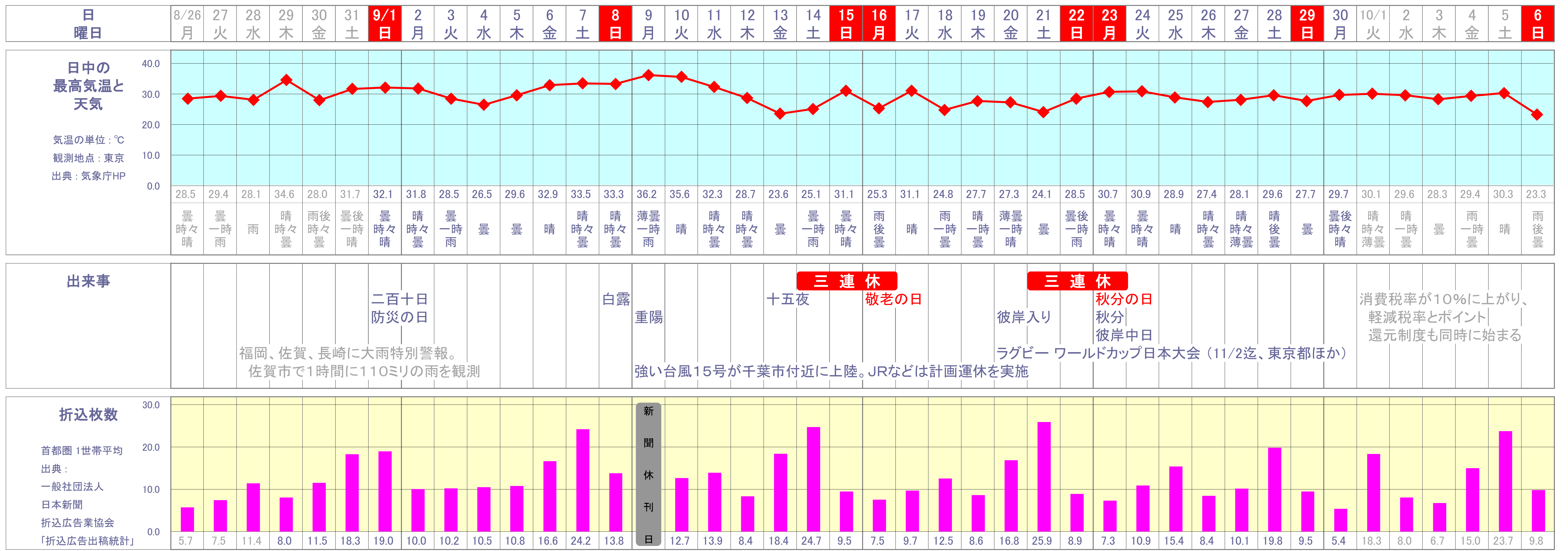


2020年 9月

【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	2019年											
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
消費支出(円)	290,396	281,041	329,271	296,345	271,232	309,274	301,136	300,901	276,882	288,026	296,327	300,609
実質増減率(%)	1.0	0.3	1.9	2.1	1.9	2.1	1.3	6.0	2.7	1.0	1.0	10.5

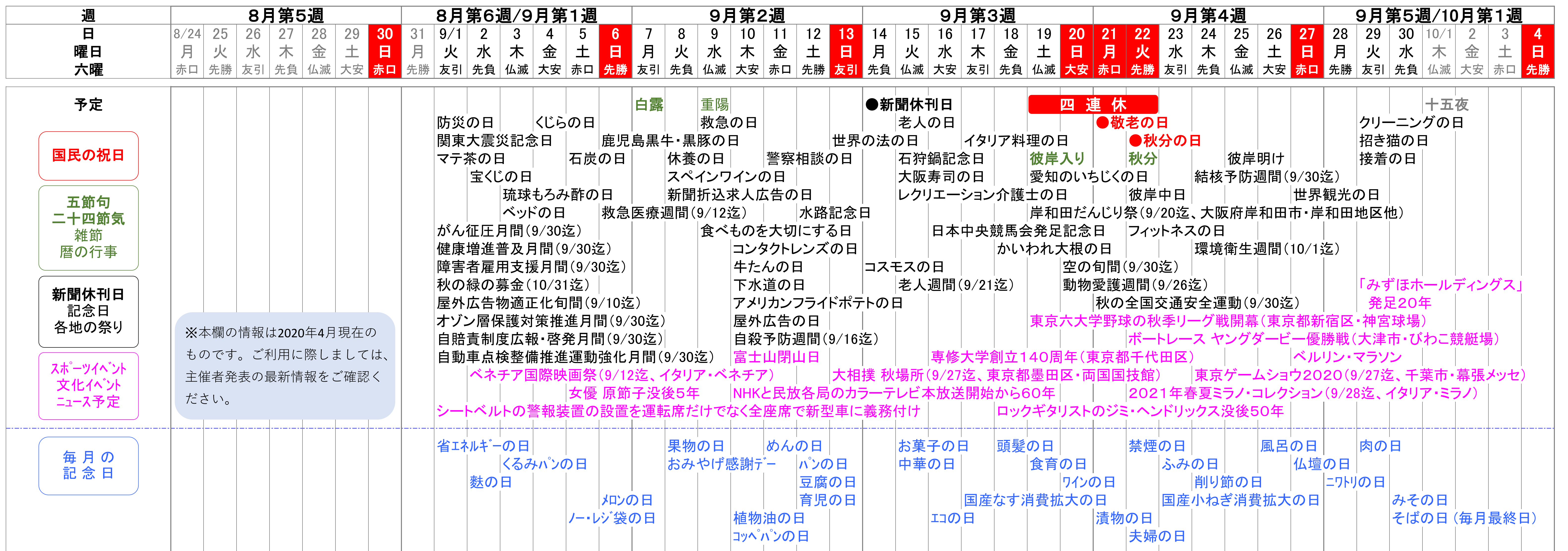
前年データ - 2019年 -



本年ポイント - 2020年 -

【今月の季節 - 九月の暮らし】

仲秋、野分、秋出水、秋の夜、夜長、秋の灯、夜なべ、夜食、秋草、芒、桔梗、女郎花、萩、露、松虫、鈴虫、こおろぎ、きりぎりす、秋の潮、名月、月見、霧、とんぼ、秋日傘、富士の初雪、秋彼岸、燕帰る、罌雲、コスモス、爽やか、冷やか



重点テーマ

秋の行楽シーズン - 秋季における3日以上の日連休、本年は9月に1回、11月に1回の計2回 - 前年同期は4回

需要予測のヒントと販促のポイント

◆ <9月> 四連休 (敬老の日+秋分の日) <11月> 三連休 (勤労感謝の日)

…前年は<9月> 三連休 2回 (敬老の日、秋分の日) <10月> 三連休 1回 (体育の日) <11月> 三連休 1回 (文化の日)

◆ 本年当月における土日祝日の合計もまた前年当月より1日少ない - <本年当月> 10日間 <前年当月> 11日間

◆ 販促計画の立案にあたっては、上記の与件に加えて、前年10月の消費増税前後のデータや昨今の不安定な生活者心理の影響、また本年当月から取得可能とされているマイナポイント(※2020年4月現在)の効果なども考え合わせ、慎重かつ丁寧に臨みたい

敬老の日 <9/21月> - おじいちゃん、おばあちゃんの健康と生きがいを応援

十五夜 <10/1木>

需要予測のヒントと販促のポイント

◆ 高齢者(65歳以上)の就業【総務省 統計トピックス No.121 2019年発表】

◇ 高齢者就業数は、15年連続で増加し、862万人と過去最多

… 就業者総数に占める割合も12.9%と過去最多

◇ 高齢就業者は、「卸売業、小売業」や「農業、林業」などが多い

◇ 高齢雇用の4人に3人は非正規の職員・従業員

… 非正規への就業、主な理由は男女とも「自分の都合のよい時間に働きたいから」が最多



訴求テーマ・商品例

食料品: 月見だんご (白玉粉、きな粉、つぶあん・ねりあん)、月餅、里芋、すすき

鍋料理の季節がやって来る!

需要予測のヒントと販促のポイント

◆ 女性の人気が高い鍋料理。ひとり鍋への関心も年々高まる傾向

訴求テーマ・商品例

食料品: 鍋といえば - 定番の「すき焼き」「しゃぶしゃぶ」、女性に人気の「キムチ鍋」

重陽の節句 <9/9水>

秋冬の予約食品商戦がスタート - まずはボージョレ・ヌーボー、おせちから

需要予測のヒントと販促のポイント

◆ 別名「菊の節句」。五節句のひとつで長寿を祈願

訴求テーマ・商品例

食料品: 祝い膳(菊酒、食用菊を用いたおひたしやお椀、栗ごはんなど)

需要予測のヒントと販促のポイント

◆ ボージョレ・ヌーボーの解禁日、本年は11月19日 <木>

秋の衣替え・模様替え

訴求テーマ・商品例

衣料品: カーディガン、セーターなどの軽やかなニット、シャツ、ジャケット 住居品: 中敷ラグ、カーペット、カーテン、収納、防虫剤、除湿剤

台風シーズン真っ只中 - 防災の日 <9/1火> を過ぎても風水害対策への関心は高い

訴求テーマ・商品例

◆ 事前の風水害対策

住居品: ◇ 屋根瓦やトタンの補強 ◇ 排水設備の点検・掃除 ◇ 懐中電灯や食料品、救急用品の用意 ◇ 土のうで浸水対策