

# 折込広告 販促カレンダー



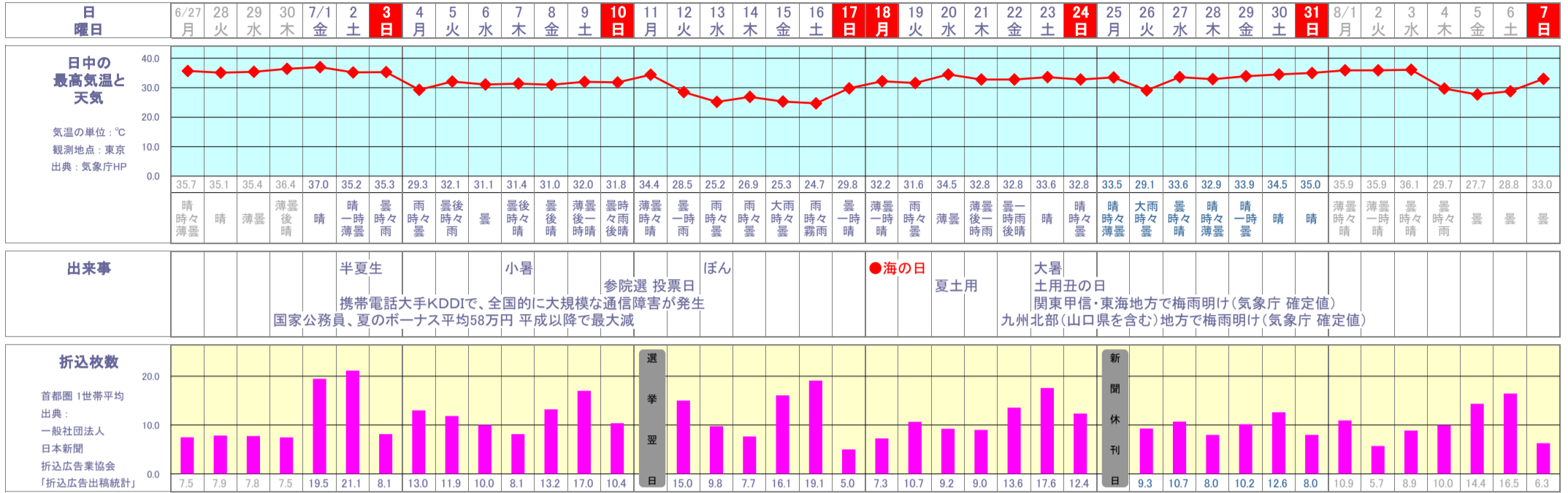
## 2023年 7月

【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

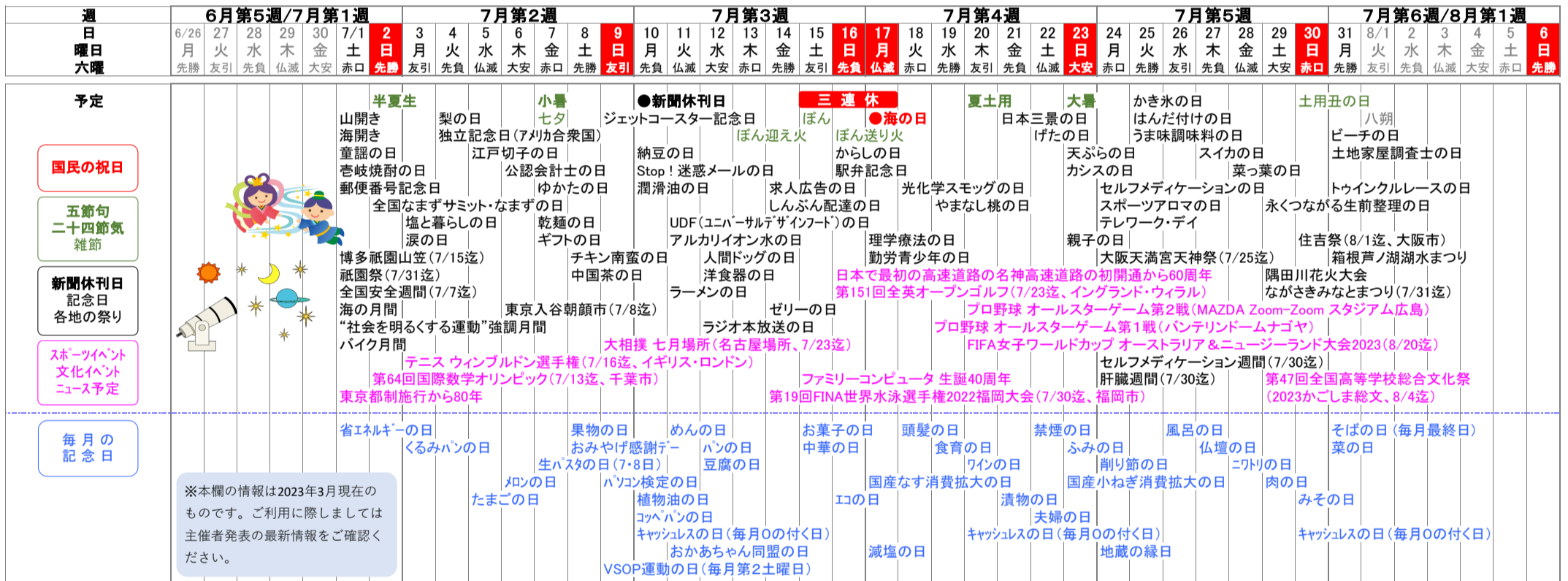
調査年	2021年					2022年						
調査月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
消費支出(円)	266,638	265,306	281,996	277,029	317,206	287,801	257,887	307,261	304,510	287,687	276,885	285,313
実質増減率(%)	-3.0	-1.9	-0.6	-1.3	-0.2	6.9	1.1	-2.3	-1.7	-0.5	3.5	3.4

※実質増減率は、物価水準の変動の影響を除去した増減率。実質増減率=(100+名目増減率)÷(100+各項目に対応する消費者物価指数の変化率)-1)×100

## 前年データ - 2022年 -



## 本年ポイント - 2023年 -



### 重点テーマ

### 夏休み準備 ⇒ 旅行需要の回復に期待が高まる一方、物価高・感染再拡大など社会不安が懸念材料

#### 需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ 日本人国内旅行消費額は初の緊急事態宣言が発出された2020年4-6月期が底。2022年7-9月期はコロナ前(2019年)の8割程度まで回復した(観光庁「旅行・観光消費動向調査」)
- ⇒ 国内旅行消費額は、政府の規制緩和策の推進によって、**当年も回復の一途を辿るものと推察される**
- ◆ 一方でエネルギー価格や食料品、日用消耗品などの生活必需品の価格を中心とした物価上昇トレンドの継続や変異株による感染再拡大などの懸念も残る
- ⇒ **旅行需要の盛り上がりにも水を差される恐れが残ることに留意したい**



#### 訴求テーマ・商品例

- ◆ 子供連れ・家族中心の旅行・お出かけを想定した夏休み準備を早めに仕掛けながら、休み期間(実需期)に入ってからには節約派・巣ごもり派を意識した自宅過ごす夏休みの快適提案へとプロモーションのシフトチェンジを図ることでリスクヘッジとしたい
- 【国内での旅行やレジャーを楽しむ】

  - ◇ 観光地やレジャー施設、ショッピングを楽しむ ◇ SDGsを意識した体験を楽しむ
  - ◇ ひとり旅やソロキャンプ、分散型旅行を楽しむ ◇ 帰省をしてゆっくり過ごす

- 【自宅で快適に趣味や日常を楽しむ】

  - ◇ 自宅・自室を涼空間へ模様替え ◇ 夏の園芸 ◇ 熱帯夜対策で快眠環境を整える

### 台風・風水害の備え

#### 訴求テーマ・商品例



#### ◆ 必ず役に立つ! おすすめ準備品

- ⇒ 飲料水、懐中電灯、電池、簡易トイレ、缶詰やカップ麺など常温保存できる食料、スマートフォンなどのモバイルバッテリー

### 子どもたちは夏休み

#### 需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ 「健康」「安全」「有意義」に過ごすために

  - ◇ 健康に気を配る(感染症・熱中症・夏バテ・食中毒対策) ◇ 毎日のおひるごはん・時間管理
  - ◇ 安全対策(GPS、防犯ブザー、TVドアホン) ◇ 宿題・工作・自由研究・夏期講習



土用の丑の日、今年は7月30日<日曜日> ⇒ 事前予約の期間は充分。需要の早期取り込みに注力したい

梅雨明けと同時に盛夏商品の動きが急加速 ⇒ 毎日の気象情報の変化に細心の注意を

**ボーナス商戦 ⇒ 国家公務員のボーナス支給は6月30日(金)**  
**中元商戦ピーク**

暑さ対策で真夏を健康に過ごす

#### 訴求テーマ・商品例

- ◇ 水分補給 ◇ エアコン・扇風機 ◇ 夏野菜を食べる