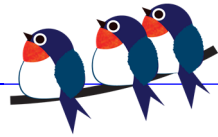


折込広告 販促カレンダー

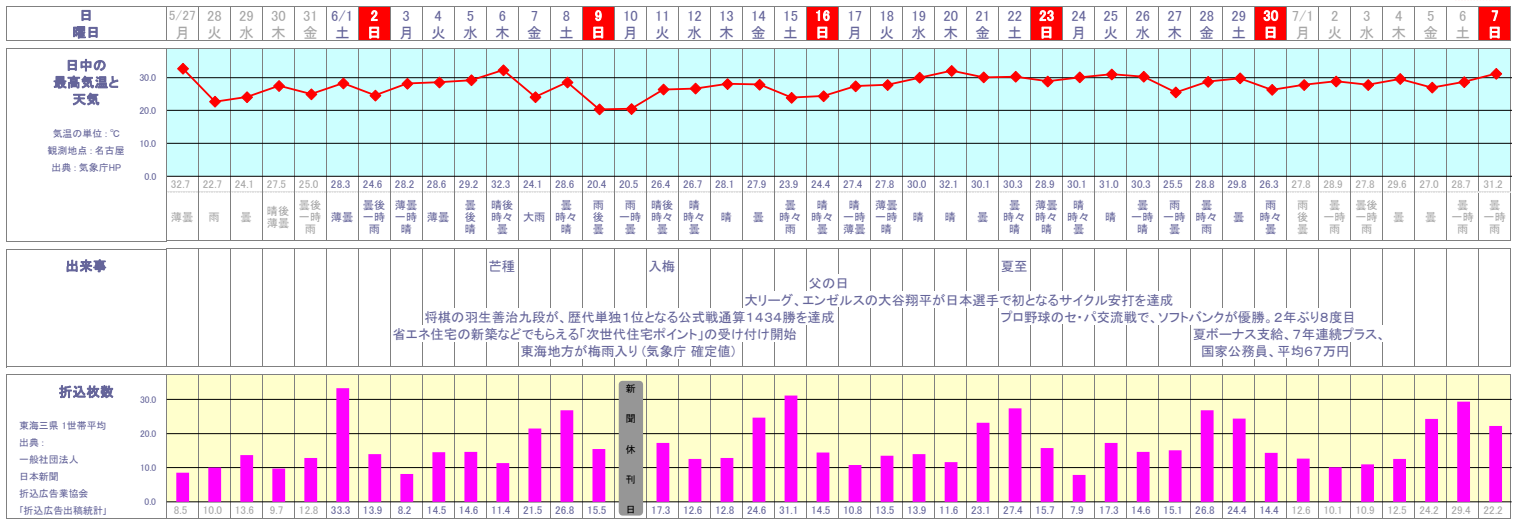


2020年 6月

【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												2020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	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)	283,387	292,481	271,273	290,396	281,041	329,271	296,345	271,232	309,274	301,136	300,901	276,882												
実質増減率(%)	0.4	2.8	-0.5	1.0	0.3	1.9	2.1	1.9	2.1	1.3	6.0	2.7												

前年データ - 2019年 -



本年ポイント - 2020年 -

【今月の季節語 - 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、霰(かひ)、蟬、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、草刈、鮎、鰯、鯉、草刈、朝顔苗、梅雨晴、夏服、青蘆(あおすだれ)、よしず、網戸、夏暖簾

週	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															
日曜日	5/25	26	27	28	30	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	
曜日	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																																									
スポーツイベント・文化イベント・ニュース予定																																									
毎月の記念日																																									

重点テーマ

プラスチック製レジ袋の有料義務化 7月1日<水>よりスタート

※経済産業省HP、2020年3月現在

需要予測のヒントと販促のポイント

◆本制度はプラスチック製レジ袋を扱う小売業を営む全ての事業者が対象。

期日までに紙袋、布の袋、持ち手のない袋、あるいは従来品と同じ形状でも環境性能の認められたレジ袋への転換が必要

◆オリジナルエコバックの開発や販売促進、SDGs(持続可能な開発目標)に取り組む事業姿勢をアピールするチャンスでもある

◆顧客への周知については、既に実施済みの大型チェーン各店の状況(店頭やHP、折込広告の告知欄など)も参考にしたい

国のキャッシュレス・ポイント還元事業 6月末で終了

※経済産業省HP、2020年1月現在

需要予測のヒントと販促のポイント

◆利用者の認知の次第によっては駆け込み消費が増加の可能性も

父の日 - 本年は6月21日<6月第3週>

訴求テーマ・商品例

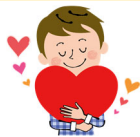
◆父の日の定番ギフト - フラワーギフト(黄色いバラなど)にプラスワン

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、ハンカチ、甚平、作業衣

住居品: 健康枕、シーバー、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

◆家族で楽しむ父の日 - ホームパーティーの提案

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、スイーツ



夏のボーナス支給

需要予測のヒントと販促のポイント

◆国家公務員のボーナス支給、6月30日(火)

◆夏のセール、リアル店舗で分散化、後ろ倒し、縮小・廃止の傾向が加速 ⇒ 定価販売にウエイト

… 気候の温暖化、ネット通販の常時割引や個人間売買

サイトの店頭などで、早期一斉開催の効果が薄れる

中元商戦 - ギフトセンターの開設、5月第5週・6月第1週に集中【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

◆中元単独の折込広告の出稿も依然として盛ん【百貨店 東京地区 前年実績】

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) ◇酔でさっぱり&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: ◇スパーカービズ ◇海開き(水着) ◇七夕(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

