２０１９年の売れる企画と
キャッチコピー作りの徹底攻略セミナー

有限会社いろは

竹内謙礼

■竹内謙礼の２０１９年カレンダーの使い方

・一目で２ヶ月間のスケジュールが見渡せる。
・スタッフで共有する情報は積極的に書き込む。
（書き込まないと予測カレンダーは役に立ちません）
・目標数値をカレンダーに書き込む（売上、集客数、アクセス数等）。
・「具体的な反省」を書き込むと、翌年の販促に役立つ。
（実際に私、竹内謙礼もこの手法を取り入れています！）
・カレンダーの販促企画キャッチコピーは日々チェックする。
・キャッチコピー例を参考にして、スタッフと一緒に定期的にアイデア出しをする。
・企画立案時期、スタート時期をチェックする。
・卓上カレンダー、手帳に積極的にカレンダーの販促ネタを書き込む。
・グーグルカレンダーやスマホのカレンダー機能に販促企画を入力する。入力は面倒な作業になるが、書き込み作業は頭の中に情報を叩き込む重要なアクションになる。
・従業員の誕生日をカレンダーに書きこむと、より目につきやすくなる。

【注意事項】

講義のＣＤでは時間の都合上、触れなかったところもありますので、

必ずＣＤを聴き終わった後にレジュメを読み返してください

【概要】2019年はどんな年になるのか？

●世界経済概況

【米・欧州が世界経済をけん引】

2019 年はトランプ大統領の任期が3年目となり、翌年が大統領選挙となる。米国では、大統領就任から3年目の年は株価が上昇するケースが多い。特に共和党政権の場合はそれが顕著。民主党政権でも3年目の株価が下がったのは 2015 年のオバマ政権2期目だけである。そのような背景から、**2019 年の米国株相場は上昇が期待できる上、日本株相場にとっても追い風となることが予想される。**また、欧州も景気は底堅く推移しており、ユーロ圏の 2018 年 GDP 成長率は 2.4%の見通し。物価上昇率は1%程度にとどまっているが、欧州中央銀行のドラギ総裁は「ドイツを中心に賃金が上昇しており、2019 年には2%の物価上昇が見込める」と欧州経済の好調さをアピールしている。

もうひとつの好材料は 2019 年の夏以降、米国に追随する形で欧州も利上げに転じる可能性が高いことである。欧州が利上げをすると日本株が大幅高になるケースが多く、欧州の利上げは 1969 年以来6回あったが、いずれも日本株は大きく上昇している。これまでも世界の景気拡大と利上げのサイクルは「米国→欧州→日本」という順番になることが多く、仮に米国に続き欧州も利上げに踏み切るほど世界の景気が好調という状況ならば、“世界景気敏感株”と言われる日本株には追い風となり、期待感から株価収益率が上がり、日本を含めて世界経済が好景気になると予想する。

【米中貿易戦争の影響は軽微】

2018 年7月6日に中国が米国の知的財産権を侵害しているとして、トランプ政権が中国製品に25%の制裁関税を発動。その後も第二弾、第三弾と制裁リストを増やしている。中国も負けてはおらず、同じ規模の報復措置で対抗。お互いのメンツをかけて米中が維持を張り合う構図は基本的に 2019 年も続くと予想する。ただし、メディアを通じて中国を悪役に仕立てるのがトランプ流の人気獲得の戦術であることはご周知の通り。ツイッターなどで悪役を叩けば叩くほど米国内での政権の支持が高まるという事実をトランプ氏は理解している。そう考えれば中間選挙が終わった今、そこまで対中政策にこだわる必要はなく、2019 年からは中国批判のトーンを弱めていくことが予想される。

しかし、2020 年の次期大統領選を睨んで、支持を回復しようと一段と過激な通商政策や外交政策にはしる可能性も捨てきれない。そうなった場合、対中政策をさらに混乱させる状況になることも考えられるので予断が許されない状況は続くだろう。

【中国の経済成長率は 6.5%を維持】

2018 年は共産党大会の翌年にあたり、前年までに膨れ上がったインフラ投資、不動産投資などを見直す年だった。しかし、米国から貿易戦争を仕掛けられたために、景気を失速させないよう想定外の金融緩和と財政出動を余儀なくされた。結果、地方政府にインフラ投資を促し、不動産投資を後押ししたことで大都市部のマンションの価格も上昇。GDP 成長率も 2018 年には悪くても 6.5%程度を維持できそうな気配なので、今のところ急減速する懸念は小さいと言える。

●日本の経済状況

【個人消費が好景気を底支え】

内閣府が 2018 年8月に発表した4～6月期の実質国内総生産(GDP)は、前期比年率で 1.9%増加し、2四半期ぶりのプラス成長となった。**アベノミクス以降、小幅ではあるが継続してきた賃上げ効果によって個人消費がようやく持ち直してきたといえる。**また、2018 年の夏のボーナスは大企業で過去最高となり、大企業の賃上げは5年連続、中小企業も 20 年ぶりの伸びとなった。

個人が使えるお小遣いも増加傾向にある。新生銀行の調査によると、男性会社員のお小遣い額は 1990 年に 7 万 7000 円をピークに減少の一途を辿り、2015 年～2017 年は3万 7000 円台で横ばいだった。しかし、2018 年は3万 9836 円に上昇しており、2014 年度並みに回復。女性会社員でも3万 4854 円となり、前年よりも3%増加した。働き方改革で残業代が減っても、景気拡大の影響もあって会社員の給与は緩やかな増加傾向にあると言える。

【家電の買い替え需要とキャッシュレスが日本経済を底上げ】

個人消費の拡大の要因となっているのが家電の売上が好調な点が大きい。中でもテレビ、冷蔵庫、エアコンの購入意欲は強く、この3つの家電は 2009 年から 2011 年にかけて実施されたエコポイント家電の対象となったものである。家電の買い替えサイクルは8年程度と言われており、2017 年頃からエコポイントと家電が買い替えサイクルに入っていることが、買い替え需要の拡大に繋がっている。2018 年末には4K、8K の放送も始まり、新しいテレビできれいな映像を見たいという消費者はさらに増える見込み。特に 2019 年のラグビーW杯、2020 年の東京五輪、パラリンピックを控えており、しばらくはテレビの買い替え需要は根強く続くだろう。また、2019 年5月には新天皇が即位し、国中が祝賀ムード一色となる。そうなるとお年寄りがテレビを買い替える可能性は非常に高いと言える。

さらに、**キャッシュレスによる5%の還元が行われることになれば、消費税の増税による買い控えも抑えられるので 2019 年の景気は大きく減退することは考えにくい。**むしろ、決済サービス各社がキャッシュレスの導入に際して様々なポイント還元セールを展開する可能性もあり、「キャッシュレスで買わなくてはもったいない」という風潮が高まれば、減税効果と同じような働きになり、個人消費が伸びて景気が上向くことも予想される。

【増加する億万長者】

純金融資産が1億円以上の富裕層は国内に 120 万世帯以上とアベノミクス以前の 2011 年に比べて5割増加。株高や起業で財を成した**いきなりリッチ**が増えている。レクサスの 2017 年度の国内販売は4万 5605 台と 10 年比 36%増。高島屋で 2017 年に年 100 万円以上を買った売上高は 2016 年度比で3%増えている。お金持ちが増えることによって 2019 年は高額商品が売れる可能性が高い。

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

以降の内容に関しては、カレンダーに付いてくる「2019年の売れる企画とキャッチコピー作りの徹底攻略セミナー」を参照いただければと思います。

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

カレンダーご購入はこちら
https://e-iroha.com/calendar2019/

[illegible]

■その他の 2019 年のマーケットの傾向と対策

【2019 年4月から始まる働き方改革関連法に注目】

2018 年6月末に働き方改革関連法が成立。企業の労使が労働基準法 36 条に基づく協定を結べば、月 45 時間、年 360 時間まで残業が認められるようになった。ただし、特別条項付きの協定によって残業の条件をなくすことができなくなる。特別条項付きの協定を結んだ場合でも、残業は年 720 時間（月平均 60 時間）まで規制されて、**単月では 100 時間未満、2～6カ月の平均では 80 時間以内に抑えなくてはいけない。**また、年間で6カ月以上は月あたりの時間外労働を 45 時間以内に収める必要があるので、月 45 時間は平日に1日あたり2時間程度の残業に相当することになる。つまり、新しいルールは1日2時間程度を超える残業は年6カ月しか認められないのだ。この厳しい働き方改革関連法は**大企業が 19 年4月から、中小企業も 20 年4月から適用される。**

また、社員が仕事を休んでも賃金を支払う年次有給休暇（年休）のルールも変更となる。年に 10 日以上の年休が付与されている人に対して、企業は、5日は消化させる義務を負わなければいけない。**違反した企業は1人あたり最大 30 万円の罰金が科せられる。このルールは企業規模を問わず大手も中小も一律に 2019 年4月から適用される。**

＜ユニークな採用方法と離職防止策＞

人材不足に頭を抱える企業が、ユニークな採用方法と離職防止策を展開している。試行錯誤を繰り返しながら、適切な人材採用方法を探る状況は 2019 年も続きそうである。以下にユニークな離職防止策や事例をまとめてみたので参考にしてもらいたい。

・パソナ・パナソニックビジネスサービスはオフィス内を緑化することで、部署の雰囲気が明るくなり、緑をきっかけに社員同士の会話が増えて離職の防止に繋がっている。視界に緑がどの程度入るのか計算した「緑視率」に基づき空間設計し、視界の 10～15%に緑が入ると最もストレスが抑えられて仕事の集中力が高まり効率が上がるのも利点。

・社員クチコミサイトのヴォーカーズが発表したサービス業の社員満足度ランキングを検証すると、社員が満足する企業は褒め合う仕組みを設けるという共通点がある。１位を獲得した婚礼・レストラン事業を手掛けるプラン・ドゥ・シーは、店単位でアルバイトや正社員を表彰する「月間 MVP 制度」を設けて、優秀者には食事会の特典を与えている。２位の結婚式場紹介の相談カウンターを運営するリクルートゼクシィなびは、成績に応じた表彰制度を設置。３位のオリエンタルランドは、年に一度、園内のキャスト同士で褒めるイベントを開催。良い接客が上司の目に留まれば称賛を意味するカードが手渡される。カードを集めると

商品がもらえて、特別なショーが観られるなどの特典などが与えられる。ちょっとした社内イベントで離職を防止できるのであれば、このような褒め合う企画は積極的に取り入れていったほうがいいだろう。

・米 Amazon ドットコムは米国各地の自社物流施設に隣接して、オートキャンプ場「RV パーク」を設けている。キャンピングカーで全米を旅行して回っている現役リタイヤ組などがその施設を利用して Amazon のセンターで短期間働き、次の旅行先でもまた Amazon の施設を利用するという生活を送って人手不足を解消させている。これによって Amazon は臨時社員の採用コストを抑制。作業経験者なので教育の必要もないので教育コストも削減することに成功している。全国チェーンを展開する企業の場合、このような旅行者などを採用する仕組みを作れば、人材不足を解消することも可能になるのではないだろうか。

・アルバイトの採用前に仕事体験や職場見学を行う企業が増えている。吉野家やロイヤルホストなどの大手外食も一部店舗で導入。体験、見学をできるほうが、できないほうに比べて応募数が４割多いという。

・家系ラーメン「町田商店」では、バイト募集で面接に来た人にラーメンをご馳走する。店で食べてもらうので店の雰囲気を感じてもらえる。名古屋地区では応募数が３倍になった。

・応募をしても面接に来ないケースが増えている。最近の求職者は「いくつかキープして、よいものにいく」という傾向が強い。そのため、求職者の目を引くために**「履歴書不要、ネット面接」**を謳う企業も増加中。警備などのバイトでは一般的だが、販売、飲食でも面接に来るだけで交通費の支給や寮の完備など、新卒採用並みの条件内容が増えている。

竹内謙礼の一口メモ

≪Amazon に奪われる雇用≫

アルバイトが集まらなくなっている理由は若年人口の減少に加えて2つの要因がある。ひとつは物流倉庫の求人増。ネット通販の伸長で業務が急増し、時給 1500 円を超える倉庫のアルバイトが急増。特に Amazon は高時給で有名。**小田原の物流センターで 2017 年 10 月1日～12 月 25 日までの期間限定ではあるが、時給 1850 円＋出勤手当毎週1万円という好待遇でアルバイトを募集した。**Amazon に奪われているのは顧客や売上だけではなくバイトも奪われている。

2つ目が働き方改革の影響。正社員の残業を減らした結果、派遣などの事務系の非正社員のニーズが増えている。数年前までは 30 代半ばから新規に事務作業のバイトに就くのは難しいとされていたが、今では事務をこなせる非正社員の求人が多く、40 代でも職につくことが可能。この結果、30～40 代主婦層が立ち仕事の販売や飲食のバイトに流れてこなくなってしまったことが、主婦層の働き手がサービス業や飲食業に流れなくなってしまった要因となっている。今後、東京オリンピックに向けて特需関連のバイト募集が増えることが予想される。

＜2019 年の採用対策ベスト５＞

年々厳しさを増す採用市場。ここでは、数々の不人気業種で人材採用の成功実績を上げている株式会社いいねの鳥羽社長のアドバイスを受けて、2019 年の人材採用を成功させるための『5つの対応策』を講じてもらった。静岡県に拠点を構える求人広告の代理店ではあるが、全国の求人広告のプロデュースを行っているので、もし、人材採用に悩んでいる企業があれば相談して欲しい。

株式会社いいね http://iine.jpn.com/

対策その① **indeed 対策**

2018 年は indeed の影響力が急激に大きくなった。2019 年はすべての業種において無視できない状況となる。媒体の傾向としては募集業種をひとまとめに出すのではなく、分散して出すと求職者に情報が届きやすくなる傾向がある。ただし、他社と採用条件が比較されやすいので、同業者の募集条件や給与体系、時給は細かくチェックすること。

[illegible]

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝
以降の内容に関しては、カレンダーに付いてくる「2019年の売れる企画とキャッチコピー作りの徹底攻略セミナー」を参照いただければと思います。
＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

カレンダーご購入はこちら
https://e-iroha.com/calendar2019/

[illegible]

[illegible]

[illegible]

【楽天市場】

楽天は非常に好調。2018 年 12 月期には売上が初の 1 兆円を超えて、営業利益も 1500 億～2000億くらい出そうな雰囲気である。特にフィンテック事業（カード・銀行・証券）が好調で、2018 年4～6月フィンテック営業利益は 240 億円と 2018 年 4～6 月 EC 営業利益の 148 億円を大きく超えている。このような状況からも 2019 年からはEコマースの会社ではなく、金融の会社として大きく舵を切り始

めたところがあり、決算発表でも**「楽天は EC・金融・携帯の会社」**という見せ方をしている。

なお、EC 分野の 4～6 月の流通額は 9023 億円（前年同期比＋11%）となっており、うち楽天市場 7500 億円ほど（前年同期比＋10%ほど）と予測。成長率が 10%前後と鈍化しており、Amazon、ヤフーの影響を受けてしまっている感は否めない。また、株価に関しても 3 年前の 3 分の 1 に落ちており、2019 年 10 月 1 日に参入する携帯事業が失敗するのではないかという市場の予想が露骨に株価に表れてしまっている。

一方、チャットの導入や楽天 Pay の導入、倉庫一括プランなどを見ると、全体的に小型店の出店者に対して厳しい措置を行っている感は否めない。事実、2018 年は楽天にヤマダ電機が出店。さらにはビッグカメラと提携を行うなど、完全に大型店舗との連携に楽天市場は力を注いでいることは明らかである。

しかし、だからと言って出店者は楽天から撤退するというのは得策ではない。Google のアルゴリズムの変更によって商品名の検索キーワードで上位表示を狙うことが難しくなり、自社サイトで EC サイトを運営することは困難な状況。Amazon の価格競争は激しさを増しており、資本力の乏しい中小企業が出店しても勝ち目はない。ヤフーショッピングも楽天に比べればトラフィックがまだまだの状況で、楽天を撤退した分の売上を他モールで確保できるのかといえば、微妙なところである。

楽天内部の情報によると、楽天が事業の比重を金融にシフトしたとしても、三木谷社長自身の楽天市場への思い入れは強く、楽天そのものの運営に手を抜くことはまず考えいにくいという。また、携帯事業に関してもインドから優秀な携帯開発スタッフを引き抜いている状況で、携帯事業の勝算は世間が思っているほど低くはない。

そのような状況を考えると、2019 年は消費税増税に伴うキャッシュレスによる5%還元策に加えて、携帯事業の参入が重なり、楽天の流通額は大幅に上昇。スマホからの集客がさらに高まり、**2019 年の年末商戦はギネスを記録する店舗が続出すると予想する。**

ただし、最近の楽天の新しく投入する新機能に関しては使いづらさやトラブルが目立っているところが気がかりな点。おそらく命令系統がトップダウン過ぎる上に、意思決定をする中間管理職の社員たちが現場を良く分かっておらず、結果、出店者側が混乱することが繰り返されているように思われる。この点を改善していかなければ、出店者のストレスが増してしまい、消費者の潮目が変わった際に、一気に顧客が離脱する恐れも考えられる。今後の楽天の成長に関しては、店舗に対しての楽天社員のヒアリングがカギを握ると言える。

≪2019 年　楽天の対策≫

情報提供／株式会社アルド http://www.aldo-system.jp/

・5・10 の日の売上が好調

2016 年頃から始めた5・10 のつく日のセールが明確に売れ始めている。スーパーセールに至っては5と 10 の日以外が売れないぐらいの状況にもなっており、5と 10 の日を絡めるためにスーパーセールが長期化させているぐらいである。5・10 の日の売上を伸ばすために広告展開する店舗も増えている。

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝
以降の内容に関しては、カレンダーに付いてくる「2019年の売れる企画とキャッチコピー作りの徹底攻略セミナー」を参照いただければと思います。
＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

カレンダーご購入はこちら
https://e-iroha.com/calendar2019/

9月

今月の使える販促企画キャッチコピー

【増税1カ月前】消費税増税まであと〇日。

軽減税率が対象となる企業や店舗は、スタッフがしっかり増税について説明できるかどうかチェックすること

【ラグビー】普段着としても着られる大人のラガーシャツ特集。

約1ヶ月半のロングイベント。盛り上がれば消費税増税の意識を他に向けられる可能性も

【敬老の日】電動ベッドは増税前に購入するのがお得です。

駆け込み消費でシニア向けの商品をギフト品として購入してもらえる可能性も。電動ベッドや寝具はチャンス

≪駆け込み消費と買い控えは発生しない可能性あり≫

キャッシュレスで消費税の5％が還元されるのであれば、消費税増税による駆け込み消費はほとんど発生しないと予測。ただし、スマホ決済や電子マネーでは高額品を購入することができないので、住宅や車、リフォーム等の高額支払いに関しては駆け込み消費が起きることが考えられる（その分、減税措置は行われると思うが）。また、増税後に5％還元を狙って高額商品を無理やりクレジットカードで支払おうとするお客様が増えることも考えられるので、クレジットカードによる支払い対応は行えるようにしておいたほうがいい。特に自動車や住宅、リフォームに関しては還元対象となる「小売」に含まれるかどうか微妙なところ。情報収集を行い、対策を講じておいたほうがいいだろう。

竹内謙礼の一口メモ

≪″逆買い控え″が起きる可能性も≫

10 月１日の増税後からキャッシュレスによる5％還元策がとられるのであれば、**"逆買い控え"**が発生する可能性もある。例えば、9月中に洋服を購入すると消費税は通常の8％。しかし、10 月に入ると消費税が 10％になるが、キャッシュレスで購入すると5％が還元されるので結果的に消費税5％で買い物ができるようになる。**つまり、9月に商品を購入するよりも 10 月に買い物をしたほうが結果的に3％得をするということになる。**食品に限っては軽減税率が採用されるにも関わらず、9月に購入すれば8％だが、10 月からはキャッシュレスによる支払いで5％引きの3％になるので、10 月にまとめ買いをしたほうが得になるという逆転現象が起きてしまう。

このような状況を考えると、9月に買い控えが発生する可能性が高く、10 月1日にキャッシュレス決済に慣れていないお客様が一気に流れ込んでくる可能性がある。十分な接客対応の準備を行っていたほうがいいだろう。

また、″逆買い控え″が発生することを考えると、もしかしたら、政府は5％の還元策を取らず、2％程度の還元策に留めるかもしれないので、その点は流動的に捉えておいたほうがいいだろう。

≪プロ野球のクライマックスシリーズ≫

クライマックスシリーズに、ソフトバンク、楽天イーグルスが参戦することになれば、どちらかのチームが試合で1勝すれば、ポイント関連のセールが行われるはずである。その際は、広告で露出を高めて、メルマガ等で固定客にセール情報を配信して売上を作るようにしたほうがいいだろう。ただし、そこで獲得したお客様を、確実に優良顧客にしていく仕組みがなければ、ただの安売りセールで終わってしまう。ページのコンテンツを充実させて、メールマガジン等でお客様とコミュニケーションを取っていく仕組みがあってこそのセールであることは覚えておいたほうがいいだろう。

≪敬老の日は気づきを与えることでビジネスチャンスに繋げる≫

花王が 20～40 代の子世代 300 人と、50～70 代の親世代 300 人を調査したところ、**「親に満足のいく親孝行ができていない」と回答した人が7割に達することが分かった。**親孝行は自ら考えて動くものではなく、第三者から言われなければ気づかないものかもしれない。敬老の日の販促は、DMや接客でお客様自身に親孝行をしていないことに気づかせてあげて、ギフト商品や食事、旅行の提案をしていくことが販促のポイントとなる。販促物の見せ方によっては大きな売上を作ることができるかもしれない。なお、敬老の日のギフトで人気なのは孫からのプレゼント。子供の手作りの品やメッセージカード付きのギフトが人気。一緒に過ごす時間を作ってあげることが喜ばれるポイントとなる。

竹内謙礼の一口メモ

≪ラグビーW杯は東京五輪のプレイベントとなるか≫

2019 年9月 20 日から 11 月2日までの約1ヶ月間の開催が予定されているラグビーW杯。5Gの高速、大容量、低遅延（リアルタイム）などの高速通信を生かした VR による遠隔観戦などのイベントが開催される予定。また、外国からの観戦客向けに試合開催地ではキャッシュレス決済を積極的に取り組むことが考えられる。特に九州地方では福岡、大分、熊本と3つの会場で試合が行われることが決まっており、従来から訪日客が多いことから、キャッシュレス化が加速することが予想される。すでに JR 九州やふくおかファイナンシャルグループなどの 17 社が九州地域でキャッシュレス決済の普及を施すための推進団体「九州キャッシュレス観光アイランド推進コンソーシアム」を設立しており、中国や東南アジアからのインバウンド誘致などにも力を入れている。3年以内に九州内の飲食店や小売店、宿泊施設などの半数でキャッシュレス決済ができることを目標に掲げており、ラグビーW 杯を見据えて九州地方の小売業、宿泊業者はキャッシュレス化を早急に進めたほうがいいだろう。

★９月のトレンドキーワード（ヤフープロモーション広告調べ）

敬老の日　プレゼント　孫から／敬老の日　メッセージカード／運動会　服装／運動会　お弁当箱／レインブーツ　ショート／レインポンチョ／ハロウィン　衣装　キッズ／エンジニアブーツ　レディース／レザー　リュック／結婚式　ワンピース　袖あり／ベビー家具／赤ちゃん　ガラガラ／お宮参り服装　ママ／グリーンスムージー　比較／マカダミアナッツオイル／野菜の缶詰／登山ウエア／旅行用家電／

＝＝
以降の内容に関しては、カレンダーに付いてくる「2019年の売れる企画とキャッチコピー作りの徹底攻略セミナー」を参照いただければと思います。
＝＝

カレンダーご購入はこちら
https://e-iroha.com/calendar2019/