

# 2022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2022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。
- ・スマホのカレンダー機能に販促企画を入力する。入力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ユメを読み返してください

# 【概要】 2022年はどんな年になるのか？

## ●世界経済概況

国際通貨基金 (IMF) が 2021 年 10 月に発表した改定値によると、世界経済の成長率は 2021 年 5.9%、2022 年 4.9% に回復すると予測。7 月時点の予測から 0.1 ポイント下方修正した理由は、半導体不足や石油の高騰などによる供給の混乱に加えて、各国でコロナの感染拡大が見受けられたことが要因。一方、日本は 2021 年が 2.4%、2022 年が 3.2% と、世界に比べて成長率が低く予測された。日本の経済回復は世界と比較して若干遅くなることは考慮したほうがいだろう。

### 【アメリカの経済回復は一時的】

アメリカの物価は大幅に上昇しているものの、長期金利の利上げが進まない現状を見ると、コロナ収束の反動による一時的な物価高とみて、この消費は長く続かないと予想する。日本の場合も、仮にコロナ収束後の反動消費が起きたとしても、一時的 (1~2 年) と認識したほうが良さそうである。

また、アメリカの独占禁止法を扱う連邦取引委員会 (FTC) の委員にコロンビア大学のリナ・カーン准教授が選ばれた点にも注視したい。同氏は Amazon や Google などの大手テック企業の行動に批判的な論議を展開しており、バイデン政権がハイテク企業に厳しい姿勢で望む可能性が高いと思われる。世界的なネットビジネスに対する規制強化が懸念される。

### 【欧州は強気な脱炭素化を展開】

英国の EU 離脱とドイツのメルケル首相の退任に伴い、ドイツの中国離れが加速し、対中強靱に転じている。第三党の「緑の党」と連立を組むことで、世界の脱炭素化への圧力はより一層強まると予想する。日本もそのルールに従わざるを得ない状況を考えて、国内の SDGs やサステナブルのトレンドはより加速すると思われる。

### 【膠着状態が続く米中関係】

トランプ氏は「米国第一主義」を掲げていたが、バイデン氏も自国を優先する考えを公言し、世界各国と連携して中国包囲網を敷いている。ハイテク問題、海洋問題、人権問題、台湾の領土問題は簡単に解決される気配はない。米中関係が芳しくない状態が続くと、世界が「中国ブロック」と「米国ブロック」と分断され、資源の奪い合いやサプライチェーンの複雑化を招き、**輸入品の価格上昇、輸送費の高騰が長期化する恐れがある。**

### 【どうなる？ ガソリン高騰】

石油の高騰により、物価の上昇が止まらない。原材料費や輸送費の価格高騰にも影響を与えているため、消費停滞の要因になっている。石油価格の上昇は世界経済の急回復や天然ガスの高騰など複雑な事情が絡み合っており、予測が非常に難しい。IMF が 2021 年 10 月に発表した報告書によると、欧州とアジアの冬が過ぎればガソリンへの依存が下がり、天然ガスの価格も正常化するた





職種のことを意味する。顧客とコンタクトをとりながら、個々の顧客に適した商品やサービスの使い方を提案し、満足度を高めるのが主な仕事となる。クラウド経由でソフトを提供する SaaS 型サービスを展開する企業や、ゲームアプリを提供する企業などで採用が先行した業種だが、ここ数年はシェアリングやサブスクのサービスが増え、採用する企業が急増している。コロナ禍ではカスタマーサクセスの掲載求人数が 2021 年 1～3 月に前年同期の約 3 倍に増加。サブスクが広がり始めた 2019 年 1～3 月と比べると 8 倍以上に伸びている。

需要が拡大している職種だけに年収も高め。**カスタマーサクセスの部門立ち上げを担える経験者で年収は 800～1000 万円の求人案も目に付く。**新製品が続々と出てくる変化の早い時代において、カスタマーサクセスの重要性は増している。コロナ禍でリモートの働き方が増えたこともカスタマーサクセスの増加の追い風になっている。

### ＜急激な DX 化による人手不足＞

エン・ジャパンによると、ワクチン接種後を想定した正社員の確保のニーズが高まっている。職種別でみると IT、Web などの技術系が 2019 年比で 5 割増加。DX 化を担う即戦力人材が伸びている。ネット通販のサポートの求人も目立つ。マイナビ転職に掲載された求人案件数も 2021 年 4 月は前年同月比 95% 増え、2019 年の年間平均を上まわる。中途採用の平均初年度年収も 4 月は 0.5% 増え 452 万 9000 円。企業が採用を本格化し、不足感が広がる IT などの分野では経験者の年収を引き上げて募集する動きが出ている。

### ＜物流増によるブルーワーカーの人手不足＞

エン・ジャパンによると、2020 年 11 月の派遣社員の募集時平均時給は三大都市圏（関東・東海・関西）で前年同月比 1.2% 高い 1601 円。3 月の 1591 円を抜いて 2013 年以来最高値となった。**なかでも倉庫内作業を含む軽作業が前年同月比 5.1% 高の 1191 円、宛名シール貼りなどの事務的軽作業も同 2.6% 高の 1294 円と大きく上昇している。**ネット通販の物流系の求人も増加しており、ディップの「はたらこねっと」に掲載されている軽作業（梱包、仕分け、検品）の案件数は、11 月に前月比 42.7% 増え、10 月比 7.9% 増となった。サービスや飲食系の時給の前年割れが続く中、コールセンタースタッフやデータ入力の時給が大きく上昇している。

### 竹内謙礼の一口メモ

#### ＜平均時給を引き上げるワクチンのコールセンター＞

リクルートが発表した三大都市圏の 2021 年 6 月のアルバイト・パートの募集時平均時給は事務系が 1176 円と前年同月より 176 円高く、過去最高を 2 ヶ月連続で更新した。事務系の内訳は「コールセンタースタッフ」が前年同月比 45 円高い 1384 円と過去最高となった。ワクチン接種関連の問い合わせ対応の人手不足が続いていることと、コロナ禍に伴う巣ごもり消費でネット通販の利用が活発化になり、注文の受付や商品の確認にあたるコールセンターの人員を増やす動きの影響で時給が上昇している。また、コールセンタースタッフは故障受付やトラブル対応を含めた苦情処理を担うため、ストレスを受けやすく、一定数の離職が

発生するので補充が必要なことも高時給の要因になっている。「販売・サービス」の職種も前年同月比20円高の1072円と2019年12月に並び過去最高。「イベントスタッフ」「ホテルスタッフ」の時給も上昇しており、人件費がどの業種でも高騰している。

## 【人材不足への4つの対応】

### 《アルムナイ採用の強化》

退社した人材を再雇用する制度。即戦力になってくれるため採用コストと育成コストが削減できる。退職する際に再雇用の意思を伝え、退職してからもまめにSNS等で近況を探ることが採用に繋がる。再雇用した後の教育や昇給昇格にも配慮が必要。

#### 【新卒者の採用】

企業と大学が連携して教育支援と支援。企業が提供している研修制度で研修、大学の中で実務スキルを習得して企業で活躍する実践型トレーニングに加えている。採用コストや教育コストが抑えられるため、早急に対応が必要とされている。

#### 【中途採用者の採用】

企業で働きながらスキルを習得し、企業で企業で働きながらスキルを習得する。企業で働きながらスキルを習得し、企業で企業で働きながらスキルを習得する。

#### 【専門知識のある人材の採用】

フリーランスやクラウドワークスなどを利用した人材の活用。フリーランスやクラウドワークスなどを利用した人材の活用。フリーランスやクラウドワークスなどを利用した人材の活用。

#### 【業務効率化によるコスト削減】

コスト削減の取り組みが期待されている。フリーランスやクラウドワークスなどを利用した人材の活用。フリーランスやクラウドワークスなどを利用した人材の活用。フリーランスやクラウドワークスなどを利用した人材の活用。

・フリーランスやクラウドワークスなどを利用した人材の活用。フリーランスやクラウドワークスなどを利用した人材の活用。フリーランスやクラウドワークスなどを利用した人材の活用。



4月

**【成人年齢引下げ】18歳・19歳の方歓迎！**

クレジットカード、ローン、携帯電話が親の同意なしに契約可能に。キャンペーンを展開する金融サービス増加か

**【ワクチン】ワクチン接種証明書、陰性証明書をご提示のお客様は生ビール1杯無料。**

ワクチン接種証明書や陰性証明書が割引サービスとセットになる可能性あり

**【GW】キャンセルOK。早期予約のお客様は10%オフ。**

競合に常連客を奪われないために早めに販促企画を告知して、集客を確定しておくこと

**◀18歳、19歳のネット通販利用者が増える▶**

2022年4月1日より、民法改正で成人年齢が20歳から18歳に引き下げられる。2022年4月1日時点で18歳、19歳の方はその日から「大人」となる。消費においては下記の点が大きく変わることになる。

- ・一人暮らし用や引っ越しの手配が親の同意なしで行える。
- ・クレジットカードの作成、携帯の契約などが親の同意なしで行える。

飲酒、喫煙、大型免許の取得などは、引き続き20歳にならないと行うことはできない。そのため、成人年齢の引き下げによって、消費全般に起きる変化は下記のものが見込まれる。

- ・4月から転居する18～19歳が増えて、新生活商品が売れる。ただし、お金がないので安い価格帯の商品しか売れない。
- ・クレジットカード会社が新規獲得のために18～19歳向けの大々的なキャンペーンを展開する。クレジットカードのアフィリエイトが一部で盛り上がる。
- ・「卒業祝い」と称してクレジットカードを作った高校生に豪華なプレゼントがクレジットカード会社から贈られる。
- ・携帯電話各社が18～19歳向けの新規契約キャンペーンを展開する。
- ・18～19歳が消費トラブルに巻き込まれる。

ネット通販に関しては、クレジットカードが作れないことから、若い世代はコンビニ払いを主としたメルカリなどの個人売買を利用するケースが多かった。しかし、クレジットカードを高校生、大学生が親の承諾なしで作れるようになれば、楽天、Amazonの若年層の利用者は増えると予想する。

**特に楽天は楽天カードを18～19歳に作らせることに躍起になると思われるので、楽天モバイルの契約とセットにして大々的な販促を仕掛けることが考えられる。**18～19歳に人気のある商品は、集客の導線が張られることも考えられるので、ティーンズ向けの商品を扱っているネットシ



