

# 2015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2015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、来年の販促に役立つ。  
(実際に私、竹内もこの手法を取り入れています！)
- ・カレンダー販促企画の『注意点』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。
- ・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ートフォン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、書き込み作業は頭に叩き込む重要なアクションのひとつ。

## 【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るので、必ずCDを聴き終わった後にレジユメを読み返すこと！

## 【概要】 2015年はどんな年になるのか？

### ●世界経済の概要

#### 【アメリカ経済に引っ張られる形で好調を維持】

2014年10月7日に発表されたIMFの世界経済の見通しでは、アメリカの成長率の牽引が見て取れる。2014年の世界全体の経済成長率は3.3%となっているが、米国2.2%、ユーロ圏0.8%、日本0.9%、新興国4.4%とアメリカの強さが伺える。アメリカの雇用状況や設備投資もすでに回復しており、明らかに世界経済をアメリカが引っ張っている状況が続いている。この状況から、2015年に世界経済が同時期に不況に陥ることは考えにくく、2015年の世界経済は、好調を維持できることが予想される。

### ●日本経済の概要

#### 【最大のリスクはアベノミクス批判派、円安批判派の台頭】

アベノミクスの批判派が、消費税増税後の景気困難に直面し、再度批判論を強めている。「金融緩和によるデフレ脱却は無理だ」、「デフレのほうがインフレよりましだ」等、アベノミクスは失敗したから、反故するべきだという間違った世論のノイズが、政策決定に大きな影響を与えてしまうと、経済成長が鈍化してしまう可能性が出てきてしまう。事実、世界の日本株式に対する視線も厳しいものになってきている。日本株式は年初来（2014年初）で見ると、世界最低水準の騰落率となっており、外国人投資家の間にも失望感が出始めている。加えて、消費税増税前の駆け込み需要の反動減からの回復は鈍さが出ており、現在の日本経済の力不足は否めない。安倍政権と日銀が「デフレ脱却をあらゆる犠牲を賭して推進する」というメッセージを世界に向けて発信しなければ、2015年の世界の投資家からの強い信頼を勝ち取ることは難しい状況だと言える。しかし、その反面、今回の解散総選挙によって、再びアベノミクスに対して強い経済政策を打ち出せる政治体制を構築することができれば、2015年以降の日本経済は、力強く成長していくことが期待できる。

### 竹内謙礼の一口メモ

#### ◀円安の影響は？▶

気になる2015年の円安についても、ここで考察しておこう。

理想の為替水準は、103円/1ドル前後と言われている。しかし、過去の主要国の為替変動幅は、プラスマイナス30%ぐらいのレンジ（1980～2000年までの異常円高期を除く）なので、1ドル120円台後半ぐらいまで、2015年は変動する可能性が十分に考えられる。

これらの円安に向けて日本経済が振れていく動きは、日本の企業の業績に大きく貢献して、株高、デフレ脱却の推進力になるはずである。しかし、現状、円安のメリットを「受けていない」と感じる人が多いのが現状である。

なぜ、円安のメリットを今の日本人は感じられないのか？

実は、円安によって輸出量が伸びていないのが理由である。現在の日本の輸出品の大半が非価格競争品（技術・品質）である。つまり日本の輸出構造が大きく変わってしまったことが、今回の円安によって証明されたことが分かる。そのような状況を考えると、輸出数量が伸びなくても、海外の現地法人からの円ベースでの所得が増加して、それはやがて、所得収支の改善を通して日本の経常収支を支えることになることは明らかである。加えて円安で国内生産にメリットが出てくれば、製造業の国内生産回帰、輸入業者の国内調達による輸入代替によって、国内生産は活発化するはずだ。今現時点では、疑心暗鬼で国内設備投資、国内生産の動きが鈍い状況ではあるが、やがて、円安のメリットが少しずつ明確になっていき、日本経済は円安によって活性化していくことが予想される。



もちろん、円安による輸入物価高で、一時的に実質賃金が低下するのは確かである。しかし、それは日本に賃上げを定着させるため不可避のプロセスに過ぎない。痛みを伴わない革新はないのである。円安によって企業収益が増加している以上、持続的経済拡大が実現できれば、いずれ賃上げが実質所得を増加させることに繋がっていくはずである。

もし、円安の恩恵を日本企業が受けられるようになれば、**2015年3月期の企業業績は1割増益と史上最高と見られている**。円安加速によって更なる上方修正は必至な状況になるはずである。ただし、先述したように、円安批判の高まりによって、デフレ脱却&金融緩和の矛先が鈍ってしまえば、この予測は大きく失速する可能性があるので警戒が必要であることは、念頭に入れておいたほうが良いだろう。

## ●消費税が見送られたことによる消費への影響

## 【商売人に与えられた増税延期による“執行猶予”】

消費税2%の追加増税は、2015年10月1日から2017年4月1日に延期された。そもそも「10月1日」という増税のタイミングはスケジュール的に中途半端だったこともあり、増税の反動を取り戻す意味でも、「2014年4月1日」という半年先までの延期というのは妥当な判断だといえる。市場の消費マインドも「2015年10月1日よりマシだ」という意識が生まれて、増税による反動減がやや抑えられる可能性がある。そうなった場合は、2014年度の年末商戦は、解散総選挙で一時的に消費の出鼻はくじかれるかもしれないが、**2015年の初頭からの消費は好調が予想される**。以下、増税が延期されることによって、注意しなくてはならないポイントをまとめてみたので参考にしてもらいたい。

### ①2015年から2016年にかけて景気は好調

世界経済の好調、円安による日本経済への影響、増税延期による反動消費の3点において、2015年の消費は好調を維持する可能性がある。設備投資をはじめ、積極的な広告投資、商品開発等、攻めの経営戦略を立てる必要がある。

### ②2017年4月1日までに優良顧客を囲い込む

2014年4月1日の増税による買い控えが起きた企業のほとんどが、優良顧客の囲い込みに失敗したところである。つまり『価格が上がっても、あなたの店で買いたい』という顧客を増やせなかったことが、集客低下に繋がってしまった。**増税延期による消費回復を追い風にして、新規顧客、優良顧客を増やし、2017年4月1日以降も、売上を落とさない強い客質体制を作ることを、長期戦略として考えていかななくてはならない。**

### ③2017年4月1日までに「値上げ」と「人材確保」は完了しておくこと

原材料費と人件費の高騰で、商品の「値上げ」は避けられない状況。さらに、大手企業が価格競争を挑んでくるので、小さな会社の「安く売る」という薄利多売のビジネスは、近いうち終焉を迎える。増税までに、時間をかけて商品の付加価値をあげて、高い価格でも商品が売れる販売体制を作る必要がある。また、賃金上昇に向けて、中小企業が人を採用しづらくなることは明らかなので、好景気に沸く増税前までに、優秀な人材を確保するか、新たに人材を採用しなくても回転するビジネスモデルを構築することが求められる。

### ④軽減税率の情報をチェック

2017年4月1日の消費税増税時には、軽減税率の導入が予定されている。商品ごとに税率を変える手法は、売り手側に大きな負担を与える可能性があり、商品登録やレジ、システムの変更等、手間のかかる事前準備が必要となる。また、軽減税率によって大きなビジネスチャンスが生まれる可能性もあるので、どのような商品に、どのような税率がかけられるのか、情報収集を怠らないことが重要である。

### 《軽減税率の基礎知識と対策》

「軽減税率」とは、商品ジャンルごとに、消費税の税率が異なる仕組みであり、その決定内容によっては、業界全体の売上が大きく変わる可能性もある。例えば、ドイツの付加価値税（日本で言う消費税）は、標準税率が19%なのに対して、食品に掛かる税率は7%となっている。他のヨーロッパ諸国も同じような軽減税率を採用しており、決して真新しい税制というわけではない。しかし、**軽減税率の難しいところは、その「境目」の判断である。**例えばハンバーガーショップで、店内で食事をした場合は、「外食」とみなされて標準税率が適用されるが、ハンバーガーをテイクアウトした場合は「食料品」と判断されて、軽減税率が適用される。他にも、チョコレートをカカオの含有量によって軽減税率と標準税率を区別していたり、マーガリンに標準税率をかけて、バターは“酪農家を保護するため”という名目で、軽減税率を採用していたり、その区分は思いのほか曖昧な状態である。このように軽減税率が採用されれば、支払いが複雑になるだけでなく、商売の区分によっては得する業界と損する業界が生まれて、導入時に混乱が生じる恐れがあるのだ。

	標準税率	軽減税率の対象商品
フランス	19.6%	【7%】 書籍・旅客輸送・肥料・宿泊施設・外食サービス 【5.5%】 食料品等 【2.1%】 新聞・雑誌・医薬品
ドイツ	19%	【7%】 食料品・水道水・新聞・雑誌・旅客輸送・宿泊施設等
イギリス	20%	【ゼロ税率】※ 食料品・水道水・新聞・雑誌・書籍・国内旅客輸送・医薬品・ 居住用建物の建築・障害者用機器等 【5%】 家庭用燃料及び電力
スウェーデン	25%	【ゼロ税率】※ 医療機関による処方箋の医薬品 【12%】 食料品・宿泊施設・外食サービス等 【6%】 新聞・書籍・雑誌・スポーツ観戦・映画・旅客輸送等

※「ゼロ税率」とは、仕入れに発生する税が控除されるだけで非課税ではない。

(出所：財務省 主要国の付加価値税の概要)

軽減税率の導入により、ビジネスの“抜け穴”のようなものが生まれる可能性もある。

例えば、雑誌や書籍に軽減税率がかけられるのであれば、商品を雑誌や書籍の付録として販売するビジネスが人気を集めるかもしれない。また、医薬品に軽減税率がかけられるのであれば、医薬品メーカーが次々に新商品を市場に投入してくる可能性があるし、障がい者用機器が軽減税率の対象になるのであれば、障がい者と健常者の両方利用できる機器に注目が集まる可能性も考えられる。法律が変わると、市場に歪みが生じて、新たなビジ

ネスが生まれることは商売の歴史の常と言える。軽減税率が導入された際に商機を逃さないためにも、常にこれらの情報収集にはアンテナを広げておいた方がいいだろう。

また、軽減税率は区分が難しい他に、事業者に対しての負担が大きい税制として問題点を抱えている。請求書や納品書が複雑になる上、税の申請も今よりも手間がかかるようになるので、決して効率が良い税制とは言えない。特に複数種類の商品を取り扱うネットショップは、軽減税率の区分ごとに税金を徴収するシステムを構築しなくては対応できなくなるので、導入の際に事前準備を怠ってしまうと、大きな損失を生んでしまう可能性もある。また、実店舗でも、古いレジの場合は税区分できる数が少ないために、新にレジを購入しなくてはいけなくなるかもしれない。しかし、あまりにも複雑な税制を取り入れてしまうと、国民から不評を買ってしまう恐れがあるので、日本の軽減税率はヨーロッパ諸国に比べてシンプルなもの導入される可能性が高いと言える。もしかしたら、旅客関連、電気水道、新聞、書籍ぐらしか軽減税率が採用されず、複雑な食品や医療品に関しては、軽減税率が見送られることも考えられる。

## 竹内謙礼の一口メモ

### 《増税後に日本は本当に景気が悪くなったのか？》

マスコミ各社では、「2014年4月の消費税増税により、景気回復が足踏み状態」という情報が繰り返し報道されている。しかし、本当に増税により、日本の景気は悪化したのだろうか？ 私は、日経MJで消費の情報を収集している限り、極端に景気が悪化しているようには思えない。以下、一部、消費が上向いている情報をピックアップした記事である。

- ・内閣府は地域経済動向で、全国11地域のすべてで5月から「上方修正」と発表。
- ・訪日外国人の消費が好調。内閣府が集計する国内総生産の最終家計消費支出として、訪日外国人の消費は集計されないが、1～6月までで7000億円と言われている。
- ・8月は大手家電量販店4社のうち2社が増収。4Kテレビの他、白物家電が好調。
- ・デジタル家電市場は1月～8月の実売売上と、9月～12月の予測売上を加算すると、「駆け込み消費」と「買い控え」は“ならせばプラス”で6.1%増となった（BCN調べ）。
- ・各業界団体の発表によると8月は、百貨店で0.3%減、スーパーも0.1%減で買い控えは収まりつつある。
- ・マルエツ、ライフコーポレーション、カスミ、エコス、ヤオコーなど関東のスーパーは上方修正。コンビニからスーパーへ回帰。また、関東は賃金上昇と不動産上昇で消費者の恩恵も受ける。対して地方都市は苦戦。オークワは上期の売上高が予想を4.3%下回る。愛知県地番のマックスバリュ中部は粗利益率が低下。その中でも、滋賀県にある平和堂は鮮魚売り場を充実したシニア層をターゲットにした売場を展開して、地方都市のスーパーでありながら、増収増益を達成。

- ・主要衣類品、靴専門店13社の9月の既存店売上高は10社が前年実績を上回った。カジュアル衣料と婦人服、子供服は全社が増収。

- ・経団連が発表した大手企業の夏の賞与は7・19%増の86万7731円。伸び率はバブル以来。

このように、日経MJで景気情報を定点観測する限り、消費の動きは鈍くなっているものの、2012年、2013年と比較しても、市況は決して引けを取らない状況と言える。少なくとも、リーマンショックと震災ショックを体験した私から見れば、今の景気は「騒ぎ立てるほどの悪さではない」というのが本音である。

そもそも、“回復”という言葉が使えるほど、ここ数年、消費が好調な状態だったわけではない。2012年と2013年は、震災復興による特需が発生して景気が良いように思えただけで、日本経済の根本的な消費の力強さは、震災前と比較しても「横ばい」と言っている状況である。むしろ、消費税増税後は、景気の悪化が懸念されたが、消費データはすこぶる好調で、夏の天候不順さえなければ、景気は2013年よりも好調を維持できたのではないかと予想される。このような状況から、増税後の日本の景気に関しては、次のようなことが推測される。

- ・GDPの速報値ほど、市況は悪くなかったが、日本政府は安全策で早めに手を打って消費税の延期を決定した。つまり、日本の景気は“軽症”の段階で増税を見送ったので、景気はかなり早いスピードで向上していくと思われる。

- ・少子高齢化でマーケットが縮む今の日本で、今後、「景気が良くなった」と中小企業が肌で感じられる状況は永遠にない。そのような中で、2014年は消費税の増税があつたのに関わらず、現状の景気状況を維持できているのは、アベノミクスの効果だと言える。

- ・「増税＝消費が鈍る」という固定概念で、“景気が悪くなっている”と思い込んでいる人が多い。また、市場調査で消費者に対して、景況感を尋ねれば、「悪い」と答えるのは当然。高度成長期でもないのだから、このような状況下で「景気がとってもいいです」と答える日本人など、いるわけがない。増税が1年後に迫っていれば、市場調査で「節約する」と答えるのは当然の心理であり、これを“消費マインドが低迷している”と判断してしまうのは早計。

- ・中小企業レベルの資本力では、景気が良くなっても悪くなっても、お金儲けをすることが「大変」である状況は変わらない。つまり、景気の問題ではなく、社会構造そのものが小さな会社にとって厳しいものになっているため、日本のGDPと市場の景況感は、常に乖離した状況になってしまう。これからの日本の消費者は、日本の景気を表す指数と自分

たちの生活に、大きなギャップを感じながら過ごすことを理解しておかなくてはならない。

このように、世間一般に流れる景況感に関するマスコミの情報と、自分たちが現場で感じる景況感には、大きな差が生じている。しかし、客観的に状況を判断すれば、増税によって今の日本の市況は“最悪”といわれるような状況ではなく、早い段階で消費税を延期したことによって、景気が上向きスピードは早いことが予想される。

## ●その他の 2015 年の特徴

### 【大きなイベントがない年】

W杯や五輪等がなく、消費の気持ちを盛り上げるスポーツイベントがない。6月の女子サッカーのW杯や、ラグビーのW杯はあるものの、消費に大きな影響を与えるほどのインパクトはない。そのため、イベントに便乗した販促が仕掛けにくく、独自の販促企画を組み立てていかなくてはならない1年になりそうである。なお、上記2つのスポーツイベントによるテレビ観戦で、飲食店は客を奪われてしまう可能性がある所以要注意である。

### 【大型連休が多い】

2015年は、5月のゴールデンウィークの後半の5連休（2日～6日）、9月のシルバーウィーク（19日～23日）、年末年始9連休（26日～3日）と、3回の大型連休が待ち受けている。観光や旅行関係のビジネスには有利な年だが、**法人企業相手のビジネスの場合は、大型連休が多いと売上を落としてしまうケースが多いので要注意**。観光客が集る場所に臨時出店したり、連休期間中に、あえて営業を展開したりして、長期連休が発生しても、売上を落とさない販促計画を立てることが重要である。

### 【人材難の深刻化】

賃金の上昇により、中小企業の人材難が深刻化。小売業では2013年度に必要な人材を確保できなかった企業が28.2%だったのに対して、14年度は31.7%に上昇。うちスーパーマーケットでは、人材が確保できなかった企業が43%を占める。また、2014年7月の新規求人調査によると、全体で求人数は46万人増と大幅に伸びているが、卸売業、小売業における7月の就業者数は1036万人となっており、前年同月比で17万人減少。宿泊業、飲食サービス業は1万人増の376万人、生活関連サービス業は5万人減の242万人となっている。この数字からも、小売り、飲食、サービス業が人材確保に苦戦している状況がうかがえる。また、最大の伸びを見せたのが建設業で19万人増の491万人。賃金の高い、建設業に人が流れているのは明らかである。



## ■人材を流出させない主な対応策

### ①正社員化する。

ユニクロ柳井社長「時給1000円で人が集まる時代は終わった」と述べて、パート、アルバイトの正社員化を実施。子供を送ったあとの午前9時以降の出勤、午後4時退社で、買い物を済ませた後に子供を迎えに行くことができる。2014年6～7月の採用者は500人強。15年8月から本格採用開始。

### ②権限をスタッフに委譲する

仕事の権限を与えて、スタッフに責任感とやる気を持ってもらう。

### ③昇進昇格を積極的に行う。また、パート、アルバイトの昇級の明確化

イオンが社内資格の「鮮魚士」の資格を設けて、モチベーションアップ。1級から3級をそろえる。全国大会も実施。コンクールも実施。

### ④採用方式、採用体制を変える

セブンイレブンでは、アルバイトや社員募集の専用コールセンターを設置。忙しい時間帯に電話が鳴ったり、店長が不在だったりして、雇用チャンスを逃さないようにする。なお、ハローワークやタウンワークよりも、新聞の折込チラシによる採用のほうが、いい人材を確保できている事例が挙げられている。手作りの求人チラシを店頭で配布するのも一手。

### ⑤女性が働きやすい職場にする

東北地方のパート、アルバイトの平均時給は805円。一般事務の799円と変わらない。復興建築関係の事務職の時給があがっているのと、土日も休めるので主婦がそちらに流れている。子連れで避難している人が多いのも一因。

### ⑥短時間で働くことを推奨する

2つ、3つ職場を掛け持ちしている人が増えているため。

### ⑦65歳以降も時給を下げずに雇用

新たな高齢者を採用すると、一から教育するのに時間と手間が発生するため。

### ⑧少人数でも回るビジネスモデルへの転換

ビジネスモデルの構造そのものを変えなくては、根本的な人材の問題は解決しない。

### ⑨準社員制度を導入

「炭火串厨房 くふ楽」は女性スタッフのために、正社員よりも勤務条件を緩やかにした「準社員」を設定。1日8時間労働。週休2日が保証。正社員の8割ぐらいの給与。このまま責任を任される店長になるのは嫌だけど、仕事にはやりがいを感じていて、フリーターのままでいるのは嫌だ……という有能な人材を確保できる。

#### ⑩パート、アルバイトの紹介制度を強化する。

ヨークベニマルでは、友達を紹介してくれた謝金を1万円から18,000円に引き上げる。

## 竹内謙礼の一口メモ

### 《2017年の増税後を見越して、人材をコントロール》

企業の正社員化が活性化しているため、人材派遣会社が苦戦している。それほど、2015年は空前の人材難が発生する可能性が高い。ただし、2017年4月1日の消費税増税後によって、消費が控えられることは明らか。そのため、この時期を境に、一気に人余りになり、正社員化を急いだ企業の人件費が圧迫されることが考えられる。人材が確保できないからといって、大企業のように、正社員化を急ぐことは、現段階では早計。2017年までは、なんとか今の人材で凌いで、増税後で人余りになった際に、優秀な人材を確保するのも一手である。

### 《学生や主婦のパート・アルバイトを辞めさせない工夫》

- ・学生には、「このスキルは社会でどう役立つのか？」を説明しながら仕事を教える。
- ・学生には怒らない。「どうすれば、問題が解決するのか？」を一緒に考える。
- ・主婦を褒める場合は、個別に呼び出して褒める。褒められないことに落ち込んでしまう。
- ・叱る場合は、褒めることも同時に行う。
- ・売上を開示してゲーム感覚を持たせる。

## ● 2015年に成長が期待できる商品、ビジネス、サービス

2015年の販促ポイント

①【序章・シニアビジネス】

②【エセ“ちょい高”商品】

③【親子W消費】

### ①【序章・シニアビジネス】

《いよいよシニアビジネスが始動》

2014年は、4人に1人が高齢者（65歳以上）になったこともあり、消費の構造やサービスが大きく変わり始めている。すでに本格的な少子高齢化社会に入っているものの、ビジネスに直結させるためには模索段階といえる。そのような中で、**2015年**は、シニアビジネス

=====  
このような来年度の予測に関する情報が、90ページほどにまとめたレジュメが予測カレンダーにはついてきます。

小売業や食品業界、ネットビジネス関連の予測情報を網羅していますので、ご興味のある方は、[こちらのサイト](#)にて販売しております

=====