

業界をもっと知りたい人のための月刊誌 ネットワークビジネス

www.network-b.com

11

November
2021
¥650

日本アムウェイはドールより
売り上げが大きい!
会員数は
建設業界よりも大きい

市場は2年連続プラス成長!

エアコン業界と肩を並べる

業界大研究 2021

本気のビジネスは「楽しい」
けれど「楽」じゃない!

リーダーたちの
多忙なスケジュールを大公開
中野香理、朴敏慧、中里裕貴、今川篤

ビジネス トレーニング最前線

オンライン編

ZoomやSNSをフル活用!
家に居ながら収入を得る秘訣を公開
野口悦子、前田晃、松田いづみ、
松園弘枝、齋藤敬一、大刀あゆ未

躍動する4社のトップインタビュー

ニュースキンジャパン
ナチュラループラス
ライブバンテージジャパン
プレミカ・ジャパン

誌上コンベンション大特集⑮「ライブ配信」編

ハーバライフ・オブ・ジャパン

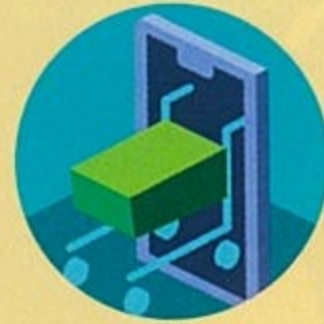
日本ネットワークビジネス推進機構
土井かおる社長
月額オンラインスクール開校

THE WIDE NEWS
アイテックインターナショナルが行政処分



010 業界大研究2021

1. ネットワークビジネス業界の市場規模と他業界を比較
2. ネットワークビジネス 店舗販売との違いは? 流通の仕組みを解説
3. 肩を並べる企業はどこ? 有名企業と売り上げを比較
4. もっと深掘り! ネットワークビジネスにまつわる数字と比較
5. 通販・訪販・ネットワークビジネスの無店舗販売で健康食品・化粧品が売れている企業は?
6. 社会問題の解決につながるネットワークビジネスの魅力



094 躍動する4社のトップインタビュー



ニュースキン
ジャパン
小林和則社長



ナチュラループラス
田嶋隆志社長



ライフバンテージ
ジャパン
塩川英一社長



プレミカ・ジャパン
円谷卓司社長

101 誌上コンベンション大特集⑮ 「ライブ配信」編 ハーバライフ・オブ・ジャパン プロテインアイスコーヒー発売記念 配信イベント開催

102



日本ネットワークビジネス推進機構
土井かおる社長
月額オンラインスクール開校

029 ビジネストレーニング最前線 ～オンライン編～

ZoomやSNSをフル活用!
自宅での活動で収入を得る秘訣を公開

(一社)全国直販流通協会 野口悦子氏
アドバンス 前田晃社長
モデーアジャパン 松田いづみさん
ナチュラループラス 松園弘枝さん
サンクスアイ 齋藤敬一さん
マナテックジャパン 大刀あゆ未さん

086

本気のビジネスは「楽しい」
けど「楽」じゃない!
リーダーたちの多忙な
スケジュールを大公開
「成功するためには時間の投資が必要」

ユニシティ・ジャパン 中野香理さん
アフロゾーンジャパン 朴敏慧さん
WAKAYA perfection 中里裕貴さん
ドリームカンパニー 今川篤さん

035

コロナ禍でニーズが高まる
カスタマーサービス代行4社の新システム

038

ビジネスに役立つ! いま知っておきたい! 素材原料
第65回 容器・カプセル

042

THE WIDE NEWS
ニューエイジグループ 4社合同ウェビナーを初開催
消費者庁 アイテックに6カ月間の一部取引停止命令

051

龍さんの中国直銷通信^{⑪⑫}
2020年 疫禍の戦い
台湾、都市封鎖を回避して中国に勝つ

特別
編

044

マンスリーニュース

大好評連載

- 048 野口悦子の根っこワークビジネス^{④⑧}
続けるべきか辞めるべきかの判断手順
- 054 心の専門家・佐藤康行「こころのネットワーク」^{②①}
暗示の弊害
- 056 見山敏のマインドマネジメント講座^{②⑧}
難有り、有り難し、節より芽が出る
- 058 大木祐馬のデジタル時代を生き抜くためのDX思考^⑤
ビジネスリーダーができること
- 062 橋口智親のコラム
働く女性に教えたい新常識「健康食品を考えよう」^{②⑧}
腸内環境と健康の関係^③

064 YKCの「ネットワークビジネスをメジャーにする!」^⑬
成果を上げるための秘訣

068 マンガで分かる! ネットワークビジネス法律レッスン^{④②}
処分事例をもとに勧誘時の禁止行為をおさらい

- 103 読者プレゼント&広告インデックス
- 070 読者からのお便り これだけは言わせて
- 072 編集後記
- 073 次号予告&バックナンバー・定期購読の申し込みのお知らせ



コロナ禍で苦しんでいる 飲食店を救いたい

このPOP戦略は、当社の製品を一般の人たちに知ってもらうための広告宣伝ではない。ねらいとしては、当社の製品を使用して健康になってもらうことだけでなく、コロナ禍で経済的に苦境に立たされている多くの飲食店の事業主さんを救済したいという思いが強いため。継続して行っていきたい。

現在、都内23区内には飲食店が7〜8万店舗あるので、そのうちの1%である700〜800店舗の導入を目標にしている。毎月製品を送るので、使ってもらえれば口コミでどんどん広がっていくと思う。

飲食店オーナーも 副業でビジネスできる

私としては、大手飲食チェーン店よりも個人オーナーが事業主の飲食店に普及

プレミカ・ジャパン 円谷 卓司社長

飲食店にPOP展開開始 オーナーの救済に尽力

プレミカ・ジャパン(本社東京)は、7月末から都内飲食店に同社の高濃度水素+ケイ素発生セラミック「アクアシードプラスワン」を掲載した卓上型POPの設置に力を入れている。円谷卓司社長に飲食店へPOP展開する理由について聞いた。



アクアシードプラスワン

させていきたい。その次の段階として、店舗オーナーに当社や製品、報酬プランについて理解してもらい、当社のビジネスを副業として取り組んでもらえるようにしていきたい。

具体的には、POPを見て製品に興味を持った来店客に対して、当社の営業部が個別でフォローする。オーナーが紹介した来店客が製品を購入すれば、オーナーは当社からコミッションを得ることが出来る。そうなれば、店のアルバイトやスタッフを雇うための補助になるだろう。結果的に、調理と接客すべてをワンオペレーションで運営していたオーナーには、時間的余裕が生まれる。その時間を

使って当社のビジネス活動にあててもらいたいと考えている。

まずは都内で成功事例としてのモデルケースを作り、これを日本全国に広げていきたい。

ネットワークビジネスの 偏見を払拭したい

飲食店のオーナーが、当社のビジネス活動をすることによって少しずつでも成果が出てくれば、ネットワークビジネスへの偏見や悪いイメージを払拭できるのではないかとも思っている。5年10年かけて、少しでも業界のイメージを変えていきたい。

すでに都内飲食店 20店舗以上に POP設置



POPには、「当店の水はアクアシードウォーターを使用しています!」と明記。記載されたQRコードを読み取ると、製品説明とアクアシード水を使ったデモンストレーションをYouTubeで視聴することができる。

すでに、都内の麻布十番の鉄板焼き店や五反田の焼き鳥屋などの20店舗以上の飲食店が設置。導入店舗には、当社が「アクアシードプラスワン」を毎月無料で提供している。製品で作った高濃度ケイ素(シリカ)+水素水は、飲料としてはもちろん、店内で調理に使用する水として活用されてる。

8月25日に発行したフリーマガジン「Poco ce(ポコチェ)」9月号にも当社のインタビュー記事が掲載された。都内で12万部設置しているので、これも一般の人にも触れてもらえる機会となるだろう。

POP展開が増えているけば、当社の営業部のスタッフを増員していき、今後は、ネットワークビジネス以外のさまざまなオープンマーケットの業界とコラボレーションすることで、1つのモデルケースとして確立していきたい。