あると
略室）

では、
ける、
消費量
比較す
ただ、
氏べれ
ーケテ
ている。
、「昨
期に比
だろう
い水準
見てい

、コロ
新商材
盟店の
して、
な獲得
客1件
の消費
りも高
れば、
に向け
くなり

プレミカ・ジャパン

円谷 卓司 代表取締役

先見性を持って次の10年に挑戦

ケイ素・水素の生成器や乳酸菌商品をNBで展開するプレミカ・ジャパン（本社東京都、円谷卓司社長）は、来年で創業10周年を迎える。22年6月期の売上高は、前期比30%増となり、創業から9期連続の増収となった。10周年を一つの節目とする円谷社長は「これから先は、先見性を持った施策が必要だ」と言う。これまでの振り返りと今後について聞いた。

――前期を振り返ってどうか。

キャンペーン施策を積極的に投じたことが大きい。21年7月以降から、「健康応援キャンペーン」「NEW健康応援キャンペーン」「登録料無料」「10周年記念の販促」「新プラン導入」「直紹介ボーナス」など、数々の施策を段階的に実施してきた。目玉となる販促は、10周年記念のキャンペーンとして投じた施策で、22年1月から8月末までの8カ月間に渡って実施している。これを土台に、違うキャンペーンを投じて相乗効果を出してきた。

昨年末までは、コロナ禍でセミナーがほぼできなかったため、成長のスピードが緩やかだった。

しかし、22年1月以降は、コロナ禍の情勢も落ち着きが見え始めたため、リアルでセミナーができるようになった。キャンペーンとリアルセミナーが相まったことで、成長を一気に加速することができた。22年5月度の単月売り上げは、創業以来、過去最高を記録した。行ってきた施策が数字という成果で表れたことは喜ばしい限りだ。

――来年で10周年を迎えるが、振り返ってみてどうか。

10周年は、大きな節目だと考えている。昨今の日本経済の中で、継続して事業を行っていくことは難しい。ましてや、NB業界は競合も多い。勝ち残っていくこと自体が非常に厳しい世界だ。しかし、私は創業当初から信念や事業モデルを一切変えていない。商品も2アイテムのみで、増やしてもいない。そして、会員に伝える内容も変わっていない。これらを振り返ると、私の取り組みは間違っていなかったという証左だと思っている。何より、NB業界では、会社と会員の間で問題が発生してしまうと、会員が他社へ移動してしまうことがたまにあるが、当社にはそういったことがこれまでに一度もない。こうした結果も、有難いことだ。リーダー会員などに対して厳しく接する時もあるが、厳しさだけでなく、その人の成長も見込んで指導や教育を行っている。私がこれまでに取り組んでいることは変わらないが、今後の10年先はそうはいかないだろうと思っている。

――次の10年に向けてまずは何をするか。

前述したとおり、これからは10年で培ってきたことを生かして、先見性を持った施策を投じる必要があると思っている。

一つ目は、10年で会社の基礎的な土台は作れたと思う。基礎的な土台といっても、精度は高い。会員一人一人が、NBという仕事を腹落ちして取り組んでいるためだ。今後は、トップリーダーを中心に、中堅のタイトル保持者をいかに成長させていくかが鍵となる。

二つ目は、本社機能の積極的な活用だ。ここには、他社よりも優位な位置にいると思っている。

ごす日々だった。しかし、事業を継続していく中で、3年を迎えた時に5年目が見えてきた。そして、5年やってみて10年目が見えるようになってきた。これからも日々、愚直に取り組んでいくこと

理由は、若手の営業社員が多数いることだ。今後、経済状況にもよるが、副業が当たり前になる時代がくる。そういう時に、本社の営業社員が副業に興味がある人に対してプレゼンを行い、しっかりアプローチすることができる。若手社員の活用は、若い年齢層に対してのアプローチできることに加えて、プレゼン資料をより論理的に作ることで、NBを副業にするという考え方を伝えることができる。

会員も、新規の勧誘活動は行ってもらうが、本社機能の活用は鍵になるとみている。このスキームを早々に準備して、展開していくことで、これからの10年先の土台が作っていけると判断している。

私は経営者として、世の中の動向を察知しつつ、動向に見合った施策を投じていくことに集中する。引き続き、全員で取り組んでいく姿勢は変わらないが、これからは、それぞれの役目を確実に果たしていくことで結果を出す体制に作り上げていく。

71社の売上高は2989億900万円 31ページ総力特集