

# ネットワークビジネスの現状とスポーツを媒体とした偏見改善へのアプローチ

## The state of Network Business and Approach to improving prejudice through sports

1K05A231

山田 将樹

指導教員

主査 倉石平先生

副査 武藤泰明先生

### <緒言>

ネットワークビジネス、マルチレベルマーケティングという言葉を知っているであろうか。日本アムウェイと聞くと認知している人も多いと思われる。この企業は上場が1番厳しいとされる世界最大規模のニューヨーク証券取引所に正規上場を果たしている。さらに世界最大手の信用調査機関で日本でも有名な格付け機関ムーディーズの親会社であるダンアンドブラッドストリート社(D&B 社)から最高ランクの5A-1 という格付けを得ている。これはマイクロソフトや IBM、デュポン社といった世界レベルの一流企業と同じ評価である。

しかしながら日本において、このネットワークビジネスが十分に認知されておらず、「マルチまがい商法」や「ネズミ講」といった悪徳商法と混同されている。本論文では誤解されてしまう原因解明、そして悪徳商法との違いなどネットワークビジネスの正しい定義や知識を調査研究し、提言していくこととする。

### <研究目的>

ネットワークビジネスが誤解される原因を日本での歴史などを背景に明らかにすること。また、ネットワークビジネスを正しく理解してもらうために悪徳商法との違いを明確にし、正しい定義を記す。そして、その誤解を改善する方法の一つとして、スポーツを媒体としたアプローチ方法がないか追求すること。

### <研究方法>

- ・ 文献や図書、インターネット上のホームページ

及び関連組織の公式ホームページを参照する。

- ・ 業界のリーディングカンパニーである「日本アムウェイ」にインタビュー調査を行い、スポーツを媒体とした偏見改善へのアプローチの企業側の狙い、そしてどんな実質的効果がもたらされたかに調査を実施した。

### <結果と考察>

- ・ 企業調査の結果、偏見改善に対する企業側の意図を正確に把握できた。加えて、現在実施している内容についても詳細な回答が得られた。しかし、実質的効果について詳細なデータを得るには至らなかった。継続して登場シーンを増やし、認知度向上を図り、これからも一層力を入れていく方針だという回答が得られた。
- ・ 各ディストリビューターに対しコンプライアンスに重点を置いたトレーニングを企業側は徹底することである。十分なトレーニングを受けない状態で活動することで素人が素人をスポンサリングする連鎖が起き、法規制等を気づかぬうちに犯してしまうといったことにつながる。
- ・ 現行のネットワークビジネスに対する法律、つまり特定商取引法では「ネットワークビジネス」と「マルチまがい商法」を識別する明確な判定基準が確立されていないことが判明した。そして誤解が生じる原因の一つは、長所でもある「門戸が誰にでも開かれている」ことである。逆に言えば、悪意のある人々も容易に参入可能である。そのような一握りの人々を排除する

策を業界全体として講じていく必要がある。

#### <本研究のまとめ>

対策として必要であるのがまず特定商取引法の法改正である。悪徳商法と明確な法的識別判定基準を設けることがディストリビューターの働く上で良い法環境となり、偏見改善への大きな一歩となる。そして企業側はスポンサリング開始前にコンプライアンス強化のために特定商取引法等の法規制に関する知識、企業倫理、悪徳商法との違いに関する知識等を十分に習得できる必

修プログラムを用意する必要がある。スポンサードに関しては調査結果をみる限り、まだ日が浅いこともあるが益々これから業界全体として登場シーンが増えていくことは間違いない。今まで以上に多くのネットワークビジネス企業が参入し、既に参入している企業は日本アマウェイがサッカーヨーロッパのビッグクラブ「AC ミラン」のオフィシャルスポンサー（プロモーションスポンサー）になったように、より大規模なスポンサードに乗り出すことが予想される。