

# ネットワークビジネス 9つの嘘

ディストリビューター必読！かも



誰も教えてくれなかった  
ネットワークビジネスの裏側が見えてくる。

誰にも頼まれもしないのに、勝手に本書を執筆した理由は、  
ネットワークビジネスを、単に誹謗中傷する為ではありません。  
内部告発でも、暴露でもありません。

この書の中に紹介されている**9つの嘘**は、単なる机上の空論ではなく、  
実際にネットワークビジネスの現場で、私が体験した事を基に書かれています。

さて、私はアップラインの嘘の数々を信じてしまった為に、失敗を重ねました。  
アップラインが指導するアホな「嘘」の通りにやらなくなった途端に、  
私の傘下組織がグングン大きくなっていました。

毎日見込み客を追いかけ廻して、半年間に、“一人スポンサー出来るか出来ないか”の悲惨な状態から、  
「あなたのビジネスに興味があります」と言って、次から次へと見込み客が集まってきたのです。

皆様のご友人や御家族、御親類の方が、こういった**嘘を連ねる能無しアップライン**の罠に嵌って  
「マインドコントロールされてしまっているのではないか」と  
悩んでおられる方達にも、是非読んでいただきたいと思います。

**私が犯した様な失敗や苦い経験を、他のディストリビューターの方達には絶対に  
味わってほしくないと願っているのです。**

もしも、あなたが、  
**アップラインの言う通りに頑張っているのに、どうして組織が出来ないのさうろ？**と  
悩んでおられるのであれば、この書が**解決の糸口**になると確信しています。

私は、ネットワークビジネス（連鎖販売取引、マルチ商法）に携わる一人として、  
ネットワークビジネスが、健全な産業として発展して欲しいと願っています。

本書を読もう決心された、あなたの好奇心と向上心に心から敬意を表します。

筆者: **Mike Kakiyara** CEO  
*Iuntullect Corporation*  
California USA  
<http://www.MikeKakiyara.com>

(注) 本書で使われる「ネットワークビジネス」と云う言葉は、「連鎖販売取引」又は  
「マルチ商法」のことを指します。

# 目次

ネットワークビジネスとの出会い.....	3
嘘を発見したぞ！.....	8
嘘その1. 誰にでも簡単にできるよ.....	10
嘘その2. 世界中の人達がプロスペクト(見込み客)だ！.....	17
嘘その3. セールスじゃないよ.....	24
嘘その4. ABCで簡単リクルート.....	32
嘘その5. 商品が勝手に売れてしまう！.....	38
嘘その6. 業績が伸びている会社で、無借金経営だから大丈夫.....	41
嘘その7. あなたの組織を自動構築。 ノルマが無い.....	47
嘘その8. 早く参加した方が有利だ(早い者勝ち).....	52
嘘その9. 成功できると信じれば、きっと成功できる.....	55

## ネットワークビジネスとの出会い

1980年代の中頃、若くてハンサム？で、好青年だった私は、何をトチ狂ったのか、アメリカへ移住することにしました。(^^;ゞ

やっとの思いでアメリカくんだりまで来たまでは良かったのですが、頼る親類も友人も居ません。生活していく為に、何はともあれ職を探さなければなりませんでした。

**面接を幾つか受けましたが、そう簡単には雇ってもらえませんでした。(そりゃそうだろう)**

6社目の面接を受けた時です。

英語がよく分からなくて、いつものように面接担当者の質問に答えるのに、四苦八苦の状態。うつろな目で天井を仰ぎながら、“どうせ雇ってもらえないだろうなあ〜”なんて思っていた時です。「よし、君にチャンスを与えよう」と面接担当者は言いました。「え！本当に雇ってくれるんですか？！」と驚いて聞き返す私。面接担当者の英語を、聞き間違えたかもしれないと思ったんです。

「そうだ、明日の朝8時に出社して、総務課へ行って手続きをしてもらえ」  
「英語が未だまともに喋れないから、仕事で失敗して迷惑をかけるかもしれないよ」とちょっと弱気で言うと。「誰でも失敗はある。お前は若いのだから怖がらずに挑戦しろ。英語はそのうち上達するよ」という返事。

何処の馬の骨とも分からぬ私を雇った、その会社の寛大さ(無鉄砲)というか、「アメリカって面白い国だな」って感じたことを今でも覚えています。

何よりも、挑戦する**チャンスを与えられた事**が、心の底から嬉しかったですね。

それから一年程が過ぎた頃、私はこちらで知り合い、普段からお世話になっているジョンとヘレン夫妻に「土曜日にビジネス朝食会があるから、マイクも来ないか？」と誘われました。

“休日に、朝早く起きてまで行きたくないなあ〜”なんて思い、断る口実を考えていると、それを見透かした様子のジョンは「君は私達のゲストだから、朝食代はフリー(無料)だよ」と言いました。

「えっ！フリーなの？」と思わず反応してしまう自分が情けないと思いつつ、内心“フリー(無料)のものを断っちゃあ関西人の名が廃る”と思い、「勉強になりそうだから、参加します」と適当な大義名分を思いつき、招待を受けることにしました。

さて、その土曜日の朝、“朝食会だから、ほんの数人が集まるんだろうな～”なんて思いつつ、夫妻から聞いていたレストランの駐車場へ“ふぁ～あ～”なんて間抜けなあくびをしながら車を乗り入れた時、ビックリする光景を目にしたのです。

「何やねん、これ！」(驚くと、ついつい母国語の関西弁が出てしまいますねん)

そこにはすでに百台近い車が駐車しており、私の後ろや他の入り口からも続々と車がレストランの駐車場に入って来るのです。キャデラック、ベンツ、BMWといった高級車も数多く、なんと！フェラーリまで数台駐車してあるではありませんか！

錆<sup>さび</sup>の腐蝕であちらこちらに蜂の巣の様に穴が空き、塗装は褪せて、元々どんな色をしていたかすら分からない我が愛車72年型シボレーを(ちなみにこのようなボロ車を英語で“錆びたバケツ”って呼ぶんですよ)、駐車場の隅にこっそり隠す様に駐車しました。

“粗大ゴミと間違えて、廃品回収に持っていかれてしまうんじゃないかぁ”とちょっと心配しながら愛車から降り、レストランに向かって駐車場を歩いて行くと、入り口の脇でジョンとヘレンがニコニコしながら手を振って待っていてくれました。

ジョンに「大勢の人が来るんですね！」と驚いたように私が言うと、  
「今日はちょっと特別なことがあるから、いつもよりも人数が多いんだよ」とジョンが笑顔で答えました。

レストランの横に増築された大きな会場の中に案内されると、そこには50卓ほどの円卓がセットしており、正面には小さなステージが有りました。大勢の人達がワイワイガヤガヤとあちらこちらで歓談していて、立って喋っている人達や、着席して喋っている人達と様々で、騒然としていてあちらこちらから大きな笑い声がします。

その雰囲気には圧倒されるように立ちつくしている私の腕を掴み、ジョンとヘレンは私を連れて円卓と人の間を縫う様に進み、次々と私を紹介して回りました。

20分程の間に何十人という人達に紹介され、皆「ウエルカム！（よく来たね）」と笑顔で歓迎してくれて、私も「初めまして、マイクです」と、いったい何人の人に自己紹介をしたか覚えていない程です。

当日招待されていたのは私だけではなく、大勢の人達がゲスト(招待客)と一緒に連れて来ていました。

“腹減ったな～”なんて思っていると、「ハロー！ 皆さん聞こえますか？ それでは時間になりましたので朝食会を始めます。」という場内アナウンスが流れました。(やった～！ ようやく飯にありつけるぞ～！) \ (^\_^) /

すぐにテーブルへ向かう人達も居ましたが、半数以上はまだガヤガヤと歓談を続けています。すると「皆さん、時間になりましたので、着席してください」と云う、アナウンスがもう一度流れましたが、皆はそのアナウンスを無視するかの様に、まだガヤガヤと歓談を続けています。

「皆さん、時間になりましたので早く着席してください！！」と、今回はちょっとキレ気味の声に、ようやく皆が着席し始め、私もジョンとヘレンに案内されてテーブルに行き、彼等の横に着席するとほぼ同時に、先の気の短いアナウンスの声の主が、軽い足取りで中央のステージに上りました。グループのリーダー的な存在のようで、プロの司会者ではないようですが、慣れた感じでスムーズに朝食会を進行していきます。

私は、話なんぞまともに聞きもせず、ただムシャムシャと供された朝食を一心不乱に食べ続けていました。

しばらくして司会者が突然大きな声で「今日は特別なゲストスピーカー（講師）をお招きしています！」と言うと、宴会場の大きな窓のカーテンが一斉に開き、もの凄い爆音と共に、竜巻の様な塵を巻き上げながら、白いヘリコプターが駐車場の片隅に着陸するのが見えました。

スクランブルエッグを喉に詰まらせそうになりながら、“一体何事やねん？！”と驚いていると、そのヘリコプターの中から、地味なスーツを着た初老のアメリカ人のおじさんが降りてくるのが見え、出迎えた数人の人達と笑顔で握手をすると、案内されて私達の居る会場へ向かって来ました。

彼が会場に入ると、会場の招待客以外のほぼ全員が起立して拍手喝采の大歓迎。

いきなりボルテージがグーンと上がります。

どこから見ても、どこにでも居る様な普通のおじさんなのに、まるでロックスターの様な扱いです。

私は何が何だか分からず、只、呆然とその様子を眺めているだけでした。

きっとこの“ヘリコプターでやってきたおじさん”が、先にジョンとヘレンが言っていた

“特別なこと”なのだろうかぁ～、なんて思っていました。

“このおじさんが、ステージの上で何か特別な面白い芸でも見せてくれるのかな？”なんて、ちょっと期待していると、

「皆さん、ご静肅をお願いします。今さらご紹介させていただくまでもないと思いますが、リッチ・デヴォス社長です！」と司会者が紹介すると、そのおじさんが笑顔でステージに上がります。

そこでまたしても、もの凄い拍手喝采。

“社長？ な～んだ、どこかの会社の社長さんかぁ～…”と少しがっかりしたのですが、

“ひょっとするとこの社長さんが面白い隠し芸なんかを披露してくれるのかな～？”なんてほのかな期待を残していました。でも残念ながら、ついぞ隠し芸は披露していただけませんでした。

このリッチ・デヴォスと云う社長さんが、ステージのポディウム（演台）から何かを言う度に大きな拍手が起き、真剣にメモを取っている人達も大勢いました。会場内は熱気でムンムンとしています。ジョンとヘレンも朝食に手も付けず一生懸命に話に聞き入り、何やらしっかりとメモっています。…φ(。.)

私は話しには全く興味無かったのですが、ジョンとヘレンの手前、一応聞いているふりをしながらちゃっかりと朝食のセカンドサービング（おかわり）をしていたのです。

社長さんの話は20分程だったと思います。

話終わるとこれまた拍手喝采に送られて会場を後にしました。外で見送りをした数名に笑顔で握手をして、待機していたヘリコプターに素早く乗り込むと、爆音と共に飛び立って行きました。

会場内は興奮醒めやらぬ人達が、連れてきたゲストに向かって何やら一生懸命に話しています。

ジョンとヘレンも私に「社長の話はどうだった？ 凄いビジネスだろ～」と興奮気味に話しかけてきます。

私は「う～ん、凄かったね」と応えましたが、実は私はヘリコプターの発着を間近で見たのが生まれて初めてで、それが“凄かった！”と云う意味だったのです。しかしジョンとヘレンには言いませんでした。

ジョンとヘレンはネットワークビジネスとやらのディストリビューターと云う仕事をしていて、そのネットワークビジネス会社が地元(ミシガン州)のエイダと云う田舎町に本社があり、主力製品が特別な洗剤らしく、日本を含め世界中でビジネス展開をしている多国籍企業で、“業界ナンバーワン”ということでした。

組織というものを作れば大きな収入になり、「夢の様な暮らしが出来るよ」とも言われました。

「マイク、君もやってみないか？」と誘われましたが、何やら訳の分からないビジネスをするつもりは毛頭無く、食後のコーヒーをすすりながら「考えておきます」と答えただけで、結局その会社のディストリビューターとしてビジネス活動をすることはありませんでした。

そして、私は、これがネットワークビジネスとの最初で最後の出会い(遭遇)だと思っていたのです。

その後私は仕事の関係でしばらくヨーロッパへ行き、アメリカへ帰って来てカリフォルニア州へ引っ越しました。

ある日、アメリカ人の友人から、「マイク、通訳のアルバイトをしないか？」と電話がかかってきました。

どうやら小さなビジネスミーティングの通訳で、予約していた通訳者が急に来られなくなったらしいのです。

「面倒くさいから嫌だよ。誰か他の人に頼んでくれよ」と断ったのですが、その友人が「時給100ドル(約一万円)払うよ」と言った途端に、「何時やればいいんだ？」と、快諾している自分が居ました。

**金に目が眩んで**、やりたくもない通訳を引き受けてしまった自分が情けないと思いつつ、当日、指定されたホテルの会議室へ行くと、数名のアメリカ人と30人程の日本人の方達が集まっていました。

日本人のほとんどがアメリカに在住している人達だったのですが、中には数名このミーティングの為にわざわざ日本から来た方も居ました。(だから通訳が必要だったのです)

集まっている人達に簡単な挨拶と自己紹介を済ませ、そのミーティングのスピーカー(講師)をするマークと云う名前のアメリカ人と打ち合わせをする為に、ホテル内のカフェへ向かいました。

私の様な素人の通訳者が、スピーカー（講師）と事前に打ち合わせをするのは一般的で、どの様な内容をどの順序で話すのかを先に知っておくと、比較的スムーズに同時通訳が出来ます。

特に、英語をそのまま日本語に直訳しても面白いジョーク（冗談）と、そうでないジョークがありますので、その点も事前に確認しておきます。

しばらくマーク氏が説明してくれる内容を聞きながら、

“あれ～？ この話以前どこかで聞いた様な気がするなあ～”なんて思っていると、

“そうだ！ジョンとヘレンがああ朝食会の時言っていた事だ！”と、気が付いたのです。

こうして思いがけず、私は**ネットワークビジネスと再会** したのです。

この再会がキッカケになり、私はアメリカでネットワークビジネスを始めることになりました。

## 嘘を発見したぞ！

私が再会したのは、先に紹介しましたジョンとヘレンが関わっていたネットワークビジネスの会社とは別のネットワーク会社でした。

この通訳のアルバイトがキッカケで、私はネットワークビジネスの世界に入っていった迄は良かったのですが、ところがどっこい**大きな壁にブチ当たって、挫折してしまったのです。**

アップの言う通りにいくらやっても、なかなか上手くいきませんでした。  
いや～、参った、参った。

アメリカには「成功したければ、成功者の真似をしろ」と云う諺がありまして、私の本業であるビジネスコンサルティングや投資も、その分野で既に実績を上げている人達から色々なノウハウを吸収して学びました。（私、こう見えても、仕事はちゃ～んと真面目にやるんです）

ですから、“成功者であるアップラインの言う事に耳を傾ければ、アップラインの様に成功する道が開ける”と、思っていたのです。

私だけではなくて、同業他社のディストリビューター達も同じ様に信じて、ネットワークビジネスで夢を叶えようと、来る日も来る日も猛然と頑張っていました。  
他のディストリビューター達の多くは、私よりも遙かに優秀な人達だったのですが、その多くが途中で挫折してネットワークビジネスから去って行きました。

そうして二年後に、私自身も疲れ果て、ネットワークビジネスから去ることになったのです。  
皆さんの中にも同じ様なお経験をされた方がいるかと思えます。

辞める時に私のスポンサーであるアップラインに相談したら、何て言われたと思えますか？

**「君はやる気がないんだよ！」**って言われたのです。

私は、「やる気は有ったんですが・・・」とだけ言って去りました。（>\_<）

根に持つ性格(暗いなあ〜)の私は、アップラインに言われた事がどうしても納得できなかったのと、  
“失敗した原因を突き止めれば、ネットワークビジネスで傘下組織を築く良い方法が見つかる”と  
思ったのです。

それからの数年間、数多くのネットワーク会社のオポチュニティミーティング(説明会)に参加したり、  
様々な分野の有料ビジネスセミナーを受講しました。ネットワークビジネスに関する書籍も読み漁り、  
CDやDVD等も含め、購入した資料は莫大なものとなりました。(多額の先行投資です)

それだけでは充分ではありませんので、色々なネットワーク会社のディストリビューターとして登録して、  
実際にトレーニングに参加し、多くのアップラインの下で活動してみました。

アメリカのネットワーク会社の副社長の仕事を引き受けたのも、“業界の裏舞台を知る”良い経験に  
なると思ったからです。

今もビジネスコンサルタント業の一部として、日本へ進出計画もしくは進出準備を進めているアメリカの  
ネットワーク会社のコンサルタントをしています。

そうした探求の中で、ネットワークビジネス業界で常識の様に言われている事に、  
「おや〜？ 何か変だぞ」と疑問を持つようになり始めました。

さて、私が疑問を感じた一つ一つを掘り下げていくと、  
それらが「**とんでもない嘘**」だという事に気が付いたのです。

これらの嘘が、多くの脱落者や被害者を出し、ネットワークビジネス業界が批判される元凶になって  
いるのです。

ところで、日本では、「アメリカでは、ネットワークビジネスは産業として認められている」と言う方が多く居るよう  
ですが、実際はかなりマイナーな業界です。アメリカ社会が、ビジネスに対して比較的に開放的なので、  
“一般的に広く受け入れられている”と云う印象を持たれたのかもしれませんが。

しかし、アメリカでも、ネットワークビジネスは、財界ではまだまだビジネスとして“まともに相手にされていない”と  
云うのが実情です。その一因は、私がこれから紹介する“嘘”の数々が横行しているからです。

**アップラインが連ねる嘘を、嘘だと知らずに信じて活動している限り、  
ネットワークビジネスで成功することや、ネットワークビジネスが産業として  
成長することはあり得ないと云うことです。**

## 嘘その1. =誰でも簡単に成功できるよ=

現在日本では、特定商取引法によって規制されていますから、この様なバカげた事をプロスペクト(見込み客)に向かって言うディストリビューターは居ないと思いますが、、、  
う～ん、居て欲しくない、、、いや、居てはいけない！

だけど、実はまだ居るんですよ～。

ここに言い方を変えた例をいくつか紹介しますが、ニュアンスや意味は皆ほとんど同じです。

「このシステムを使えば、誰にでも出来るよ」

「経験が無くても大丈夫ですよ」

「簡単にお小遣い稼ぎができるよ」

「空いている時間を利用して気軽に出来ますよ」

他にも色々有りますが、今回はこのくらいにしておきましょう。

ネットワークビジネスに誘われた経験の有る方ならば、一度や二度、もしくは、“うんざりする”程、耳にされたことのあるセリフかもしれませんね。

欲の皮が思いっきり突っ張ってる私なんかは、すぐに信じてしまいますが、**落ち着いて**お茶でもすすりながら読んで下さっている皆さんは「こんなセリフをマジで信じる人なんて居るの？」なんて呆れることでしょう。

そうなのです、お茶をすすりながら落ち着いて考えるまでもなく、

**「そう簡単に、ビジネスで成功できるわきゃあ無いだろ！」**ってことです。(ー\_ー)

皆さんもご存知の通り、世の中はそんなに甘くないんですよ～。

誰にでも簡単に成功できるビジネスならば、周りに成功者がゴロゴロと居てもおかしくない筈です。

ところが、ネットワークビジネスを始めた90%以上の方が、「ガッポリ」と言われた収入を得ていなかったり、途中で挫折していると、言われています。

それじゃあ、「誰にでも簡単に成功できるよ」というのは完全な嘘なのかと云うと、100%嘘でもないのです。正確には「簡単に大成功したかの様に見えるディストリビューターも中には居る」ということです。

現在ネットワークビジネスに携わっておられるディストリビューターの方達の中には御経験があると思いますが、ほとんどのネットワークビジネス会社には、月光仮面(ちょっと古いかなあ～)の様に突然風に乗って何処からともなく現れ、トントンと資格レベルを昇り、短期間(数ヶ月)の間にトップディストリビューターに躍り出て、巨額の

収入を得ている、業界用語で**スーパースター**と呼ばれるディストリビューターが居ますよね？  
会社主催のコンベンションなんかに行くと、ステージの上で成功体験談なんかを語る人です。

このスーパースターさんは、ステージの上で「製品が素晴らしい」とか、「このネットワークビジネスに出会えたことが、いかに素晴らしいチャンスだったか」とか「会社と凄い製品のお陰で成功した」と云う様な事を語るのが通例です。

スーパースターさんの様に、トントン拍子で資格レベルを駆け登っていく様に見える人が、どこのネットワークビジネス会社にも数人居るものです。

全く経験もコネもない人が、短期間でスーパースターに上り詰める事もあります、これはスーパースターの中でも希なケースです。ただでさえ希なスーパースターの中でも、更に希なのですから、大多数の人にとっていかに非現実的な事かを分かっていただけたらと思います。

スーパースターさんの中には「**ファウンダー**」(立ち上げディストリビューター)と呼ばれる、会社が設立された直後にディストリビューター契約を結んだディストリビューターも居ます。

外資系ネットワークビジネス会社の場合、日本進出は会社設立から数年後になることが一般的ですから、この“ファウンダー”の中に日本に住む日本人が居ることは90%無いと言ってもよいでしょう。

但し、日本開業直前や当初からディストリビューター契約を結んだディストリビューターを“ファウンダー”と呼ぶこともしばしばあります。

“ファウンダー”だからと云って、必ずしもスーパースターに成れるという保証は有りません。

もちろん、“セールスボリューム”と呼ばれる“売上げ”を生み出す巨大な傘下組織を築くことが、上位資格レベル、もしくはスーパースターに昇格する必須条件です。

私はしばらくネットワークビジネス業界に身を置いてきた中で、多くのディストリビューターが僅か数ヶ月という驚異的な短期間で資格レベルのトップ、つまりスーパースターに上り詰めるのを数多く見てきました。

それは、昨日自動車の運転免許を取得したばかりの人が、一ヶ月後にいきなり世界の強豪ひしめくF1レースで入賞したようなものです。

平社員で入社して、いきなりとてつもない業績をあげ、半年もしない内に代表取締役にとントン拍子で出世してしまうようなものです。

私の様に、宴会に遅れて来たくせに一番高い酒をがぶ飲みして、一人だけ先に出来上がってしまう奴のようなものです。(^^;ゞ

厄介なのは、経験の浅いディストリビューターやプロスペクトの方達が、この希なスーパースターに**誰でも簡単に成れるような錯覚**を起こしてしまうことなのです。

又、そのような錯覚を起こさせる様に仕向ける悪質な会社や、ディストリビューターも多いということです。

スーパースターとはまでは言わなくても、上位資格レベルにいかにも簡単に昇格して、高い収入が得られるような錯覚を起こさせる様な“**美味しい言葉**”(嘘)を並べるのです。

その最たる言葉が「**誰でも簡単に出来るよ**」(直訳:お猿さんでも出来るよ)です。

実は私も、そんな甘い言葉を信じてしまったことがあります。(情けねえ~)

「お猿さんでも出来るんだったら、俺にでも出来るはずだ」と思い、“捕らぬ狸の皮算用”なんかして、「ウッシッシ！大金が手に入ったら豪遊だ〜！」なんて“太陽にほえろ”に登場する銀行強盗みたいに、夜も寝ないで夢想していたんですから。

ちなみに、こう云う夜もロクに寝ないで欲の皮の突っ張らしている人達を、業界英語でレッドアイ・クラブ(目の充血した会員)って呼ぶんですよ。日本では、“脳内お花畑状態”って言うと聞いています。(笑)

話がちょっと横道に逸れちゃいましたので、戻しますね。

正確には、スーパースターが錯覚を起こさせる様な事を言うのではなくて、

実はスーパースターが**公に言わない事**が、聞いている人達に**錯覚を起こさせる原因**なのです。

彼等が公の場で決して口にしない事とは、

彼等がネットワークビジネスを始めた時点で、既に**膨大な人脈(コネ)を持っていた**ということです。

一般的にスーパースターと呼ばれる人達の多くは、ネットワークビジネス経験も長く、過去に数社で大きな組織を築いた経験を持っています。中には他社で築いた組織を、そのまま今の会社に引き連れて来る人も大勢居ます。

私が驚かされたのは、ディストリビューター契約を結んでID番号を得た二日後に、20センチ以上もあろうかと云う積み重なった千枚近い記入済みディストリビューター契約書を会社に持ってきて、次々と順番通りに傘下組織者登録を済ませ、なんと数時間程の間に資格レベルをトップまで駆け上がった人も居た事です。

会社側の責任者として、データ入力室でこの登録に立ち合った私は、「**Is this real?!**」(ほんまかいな?! )を連発するのがやっとでした。

他社からの組織移動以外にも、過去に活動したネットワークビジネスを通じて知り合った大勢のディストリビューター達との交流から生まれた、膨大な人脈を持っていたりするので。

私自身、アメリカのロスアンジェルス近郊に本社を置くネットワーク会社の副社長をしていた僅かの間や、ディストリビューターとして活動している間に、かなりの数の名刺やコンタクトが貯まりました。

この様に、スーパースターは、最初っから一般の人達よりも、有利なレース展開をすることが出来るのです。特に、設立したばかりで、急成長を遂げ勢いを付けたいネットワークビジネス会社にとっては、ファウンダーと呼ばれる数人のスーパースターを確保する事が重要事項となります。

ファウンダーは一般公募ではなくて、その会社の経営陣の人脈を元に、“ヘビーヒッター”と呼ばれるトップディストリビューター経験者や他社トップディストリビューターをしている人達に密かに打診するのが一般的です。ネットワークビジネス業界は、コネ(繋がり)だらけの世界なんですよ。

確かにスーパースターは、皆と同じ一人のディストリビューターとして、同じスタートラインである最下位の資格レベルから始めるのですが、「うさぎと亀の競争」のうさぎさんの様に、スタートと同時にもの凄いダッシュが出来る程の人脈を持っているのです。

ネットワークビジネスでの“うさぎと亀の競争”では、古来の“うさぎと亀の競争”の物語と違い、この“スーパーうさぎさん”は途中でさぼったりせず、そのままダッシュ突っ走って一気にゴールイン(最上資格レベルに到達)してしまいます。

**亀さんをぶっちぎって、大差で、うさぎさんがゴールインして勝っちゃうんです。**

**但し、単に膨大な数の名刺やコンタクト(コネ)だけでは、傘下組織は作れません。**

(そう簡単にはいきませんよ)

ネットワークビジネスに限らず、ビジネスで成功している人には、共通する**重要なファクター(要素)**が有るのです。

**実は、このファクターが、ネットワークビジネスで非常に重要なのです。**

この章でこのファクターだけに付いて書きますと、話が横に逸れていってしまい、弱い頭が混乱した私は本題に戻って来ない可能性が有りますので、ファクターに付いては別書(ページ58 参照)を用意してありますから、本書では、大まかに説明させていただきますね。m(\_ \_)m

もちろん、ネットワークビジネスの経験者ばかりではなくて、初めてネットワークビジネスに携わり、上位資格レベルやスーパースターに到達したディストリビューターも多く居ます。

**例えば、佐藤さん(仮名)というキャリアウーマンが初めてネットワークビジネスを始めたとしましょう。**

佐藤さんは長年会社の営業畑で実績を重ね、経営幹部として役職に就いて高額所得を得ています。佐藤さんには営業経験が有り、その営業を通して多くの人脈を築いています。しかも会社の経営幹部ということで、彼女のビジネス手腕を高く評価している人達も多くいます。

ですから、佐藤さんが「面白いビジネスがあるのよ」と誘った時、彼女の話聞いてみようと思う人が大勢居て、彼女は自分の営業経験や経営幹部というバックグラウンドや、高額所得で得たお金を運転資金として最大限に活用して、アポ取り、プレゼンテーション、クロージング、ミーティングのセットアップと進行、トレーニングといったものを無難にこなし、比較的早く大きな組織を築いて、グングンと資格レベルを登っていきます。

つまり、佐藤さんがネットワークビジネスを始めた時点で、既に**重要なファクター(要素)**を持っていて、それに基づいた人脈と云う**「蓄積」**が有ったと云うことです。

しかも、佐藤さんには彼女と同じ様な**ファクター(要素)**と“蓄積”を持っている人が集まり、またそこからファクターを持った人達へと広がっていき、とても早く傘下組織が出来上がっていくのです。

**もう一方で**、山本さん(仮名)という主婦の方が、佐藤さんとほぼ同時期に初めてネットワークビジネスを始めたとしましょう。

山本さんは大学を卒業して結婚前に会社で事務仕事の経験がありますが、結婚後は専業主婦として家庭を守り、子育てに専念する生活を続けてきました。山本さんはやりくり上手で、余裕が有るわけではありませんが、普通の幸せな生活を送っています。

しかし、ご主人も何時りストラに遭うか分からない状態の上、子供さんの学費も年々増え続け、家計のやりくりにも限界が有ります。「空いている時間を利用して気軽に副収入を稼げるよ」と誘われて、“それなら出来そうだわ！”と、決心して始めたネットワークビジネスで収入を増そうと思っています。

山本さんはトレーニングもしっかりと受け、製品やビジネスの事も勉強します。営業経験の無い彼女は、アプローチの仕方、アポの取り方、プレゼンテーション、クロージング、トレーニングの仕方といったビジネスのイロハを基礎から学ばなければなりません。

もうこの時点で、佐藤さんの方が有利であることが、お分かりいただけますよね。

山本さんはアップラインの指示に従って、学生時代の同級生や、主婦仲間、趣味を通じた友人達をリストアップして、コンタクトリスト(見込み客名簿)を作り、次から次へとアプローチをします。

山本さんが佐藤さんと同じ様に「面白いビジネスがあるんだけど、話を聞いてみない？」と誘いますが、**「興味がない」**とか**「時間が無い」**といって断られ続けます。(;>\_<)

中には「主婦のあなたがどうして急にビジネスの話なんてするの？」といぶかる友人も居ました。

これは決して山本さんの人格や信用、又は能力が佐藤さんよりも劣ると云う意味ではありません。単に、ビジネスを始めた時点で、**ファクター**が有ったか、無かったかの違いです。

もう皆さんお気づきですよ？

二人共同じ時期に最下位資格レベルと云う同じスタートラインから始めました。

しかし、この二人を前出の“うさぎと亀の競争”と云う観点からだけ見てみますと、佐藤さんがスーパーうさぎさんで、山本さんが亀さんとなり、佐藤さんの方が断然有利です。

現在ネットワークに携わっている方なら、佐藤さんや山本さんの様な人達が周りに居ますよね？

これは、ネットワークビジネス業界だけではなくて、一般のビジネス業界でも日常茶飯事で、決して希なケースではありません。

「それじゃあネットワークビジネスなんて不公平だ！」と思われるかもしれませんが、ネットワークビジネスの“**フェア(公平)**”な部分の一つは、「誰もが一人のディストリビューターとして、**同じスタートラインから出発する**」ということです。

学歴、学閥、家筋、性別、宗教、年齢に関係無く、皆同じスタートラインからの出発なのです。

もちろん、そこから先は冷厳な実力の世界で、ディストリビューターの資格レベルや収入レベルは全て**結果(業績)次第**となります。

学歴、学閥、家筋、性別、宗教、年齢、上司との人間関係、勤続年数といったものとは全く関係ありません。ネットワークビジネスのアップラインは上司ではありませんから、昇格する為にゴマをすったり、お中元やお歳暮なんて送なくていいんです。明らかにスライスして“池ポチャン”なのに、「ナイスショット！」なんてしらじらしいこと言わなきゃなんない接待ゴルフもありません。

私の傘下組織の中には、私よりも後から始めても、私を追い越して資格レベルが私よりも上で、もちろん収入も多い方がたくさん居ます。(自慢している場合やないなあ～)

彼等は私と同じ最低資格レベルというスタートラインから出発して、私よりも業績を上げたので当然なのです。

私自身の場合も、私より早くビジネスを始めたのに、私よりも資格レベルや収入が低いアップラインが、多々居ます。私は彼等と同じ最低資格レベルというスタートラインから出発して、彼等よりも業績を上げたので、当然なのです。(思いっきり自慢！)

こういう事を、私は“**フェア(公平)**”と呼んでいます。

**問題なのは**、スタートラインは同じでも、各自の“蓄積”の違いで、そこからのビジネスの進み具合が大きく違ってくるのに、**その事を隠して言わない**ことなのです。

蓄積の無い新しいディストリビューターは、先ず時間と労力をかけて“蓄積”を貯めなければならないのに、スポンサーやアップラインがその事実を正直に言わないことなのです。

それでは何故、スポンサーやアップライン、スーパースターはこの“蓄積”に付いて隠すのでしょうか？それは、蓄積を貯めていく段階で、“**断られる**”と云う“**苦痛**”が伴うからだと思っているからです。事実、彼等はこの“断れる”苦痛を、散々味わってきているのです。

プロのセールスの方達ですら、この苦痛に耐えかねて、挫折してしまいます。当然、新しいディストリビューターやプロスペクトにとって、この拒絶という苦痛はもの凄い“**恐怖**”なのです。

ですから、“**断られる**”と云う“**苦痛**”が伴うことなく蓄積を築く方法を知らない、悪質な会社やアップライン、又、スーパースター達は「簡単にできるよ」と、いかにもこの苦痛が無いかのような嘘をつくののです。  
(地獄の閻魔はんに舌を抜かれませ)

ごく希に、何のビジネス経験も無い人が、どんどん実績を上げて高い資格レベルに昇格して、高い収入を得る“**希なケース**”があります。それを、「ネットワークビジネスと云う**ビジネス形態**だから成しえた」と、主張する人(ディストリビューター)も多いますが、実はそう云った成功した人達には、**共通した要素(ファクター)**があるものなのです。

確かに、彼等の成功には、ネットワークビジネスと云う、“**ビジネス形態**”と云う部分も有りますが、それよりも、彼等が内に持つ**要素**が、成功の要因なのです。(詳しくは別書で紹介[ページ58参照])

成功が、“内に持つ**要素**”に起因するところが大きいのに、それをネットワークビジネスと云う、“**ビジネス形態**”のお陰で成功したと勘違いしたまま、この“**希なケース**”を、いかにも誰にでも出来ると、**日常茶飯事**の様に言う事は、話を聞いている相手に間違っただけの印象を与えてしまいます。

膨大な資本金や経費を必要としないネットワークビジネスは、確かに比較的簡単に**始められる**ビジネスです。

しかし、、、

**簡単に始められる** (参入障壁が低い)のと

**簡単に出来る** (成功できる)とでは**大違い**なのです。

## 嘘その2. =世界中の人達がプロスペクト(見込み客)だ！=

他にも「こんな素晴らしい製品のことを知ったら、きっと皆が飛びつ付くよ」とか  
「こんな凄いビジネスチャンスがあることを、皆は未だ知らないだけなんだ」なんてヴァージョンもあります。

確かに理論的には、全日本国民、いや世界中全ての人達が、プロスペクト(見込み客)です。

しかし、、、

ここであえて言うのもアホらしいのですが、世の中にはあなたの会社の製品やネットワークビジネスに全く興味の無い人が大勢居るといのが事実です。

それなのに

「皆(プロスペクト)は未だこの製品の素晴らしさを知らないだけで、知ったら必ず買う」とか  
「ミーティングに連れて来て、ネットワークビジネスの素晴らしさを理解させれば、必ずディストリビューター登録するはずだ」

なんてアホな事を言うスポンサーやアップラインが居るから手が付けられません。

あ～つまた血圧が上がってきた！(-\_-)

アメリカにも“スリーフット・ルール”というのが有って、つまり「自分の1メートル(スリーフット)圏内に入って来た全ての人に、片っ端からアプローチしろ」と云う意味です。

これじゃあまるで海底の岩穴の中に隠れていて、知らずに泳いで来た魚にいきなり**ガブリ!**と噛み付く

**うつぼ**そのものです。(笑)

私は実際、この**うつぼディストリビューター**に、何度も遭遇したことがあります。

ある日、スーパーマーケットで食品を入れたカートを押してレジへ向かった時です。

私の前には4人の買い物客がレジに並んでいました。私の前で同じように順番を待っていた若くて美人の金髪女性が、後ろの私に振り向き「ハイ！(こんにちは!)」と爽やかな笑顔で挨拶をしてくれました。

愛想のいい人が比較的多いアメリカでは、見ず知らずの人に軽く挨拶するのは珍しい事ではありません。

もちろん私は、デレ～っと鼻の下を伸ばし、「ハイ！」と笑顔で応えました。(^^)/

その女性が「こんな時間に男性(私の事)がスーパーマーケットで買い物をしているなんて、珍しいわね」と言いました。確かに火曜日の午前11時頃にスーパーマーケットで買い物をしているのは、圧倒的に女性(たぶん主婦)です。会社とかに勤めている男が、火曜日の午前11時頃にスーパーマーケットで買い物をしているなんてことはまずないですからね。

私は独立(自営業)していますから、スーパーマーケットが一番空いている時間帯(火曜日の午前11時頃)に、買い物を済ませるようにしていただけなんです。

もちろん、そんな廻りくどい私の事情などを、レジ待ちの短時間に説明するつもりはありませんでしたから、「うん、自営業だからね」とだけ言って応えました。

“前日に、妻とのジャンケンに負けて買い物に行く羽目になった”なんて本当の事は口が裂けても言えません。

余談ですが、私の妻はデンマーク系アメリカ人で、アメリカのジャンケンって、「ポン！」って出すタイミングが、日本のジャンケンと若干違うんですね。

どうも、妻の方が微妙に後出しをしている様な気がしてなりません… 私はずっと負けてばかり。

さて、先のレジに並んでいた女性について話を戻しますね。

その女性は私に向かって「あなたは今の生活に満足していますか？」と尋ねました。

“えっ！ いったい何を唐突に訊くねん！” (+\_+)と、目を点にして呆れていると、

その女性が続けて、

**「凄いビジネスチャンスがあるんですけど、話を聞いてみますか？！」**と、私を誘いました。

この時点で、“はは～ん、これはきっとネットワークビジネスに違いない”と、太陽にほえろのゴリさんの様に察知した私は、“一体なんちゆう酷いアプローチをしてんねん”と心の中で思いながら、

**「せっかくですが、興味がありません」と**、クリント・イーストウッドの様な渋い感じでお断りしました。

彼女は他にも何か言いたそうでしたが、時間的に私を説得する余裕が無い(なんせレジ待ちをしている短時間ですからね)為に諦めた様子で、「後で興味が沸いたら、連絡してね」と言って、慌てて私に名刺を渡しました。

彼女の名刺を見ると案の定、或るネットワークビジネスのディストリビューターでした。

そうなのです、私はこの「うつぼディストリビューター」が待ち伏せしている岩穴の前を、何も知らずスイスイと泳いでいた「可愛いお魚さん」だったのです。(<°)))多

(可愛くはないか、ハハハ…)

厄介な事に、この“うつぼディストリビューター”達は神出鬼没。

いつどこから、いきなり**ガブリ!**と噛み付かれるか分からないのです。(怖い～)

次に、これは或る高級レストランで見かけた光景です。

えっ?

「何でお前が、高級レストランで飯を食ってるんだ!？」ですって?

アメリカにも、日本の高級レストラン並みの料金をとる高級レストランがあります。

もちろんケチな私は、いつもこんな高級レストランで食事なんてしません。

実は友人のアレンと或る賭けをして、私が勝った為に、アレンが私に食事をおごる羽目になったのです。

お勘定は敗者のアレン持ちですから、あえて超高級レストランを選んだ私を責めることができるでしょうか?

又話が横に逸れちゃったじゃあないですか!

レストランで私が遭遇した光景の話の続きをしますね。

メインの料理をたらふく食べ、支払いの事を考えて青ざめてるアレンを無視して、「さて、デザートは何を注文しようかな～」なんて、デザートメニューを見ながら考えていた時です。

突然大きな声が耳に入りました。

アメリカ人は、ワイワイガヤガヤとお喋りをしながら食事を楽しむ習性があるのですが、落ち着いた雰囲気の高級レストランで大声で話すのは、マナー違反です。

ちなみに、私は東京の高級フランス料理店で、赤ワインソースの事を“すいたレ”(関西弁で酸っぱいソースと云う意味です)と言って失笑を買ったことはありますが、これはマナー違反じゃあないですよ? ねっ?

さて、その大声の主はミスター・ジョンソンと云う恰幅の良い男で、その話ぶりからどうやら常連客の様です。

彼のテーブルを担当したのはそのレストランの新人ウェイターの様で、未だ慣れない手つきでサービスをしていました。

その新人ウェイターくんに向かってその男が

「どうだ? 面白いビジネスがあるんだが、興味あるか?」

「凄い収入になるぞ!」

「DVDを渡すから、家に帰ってから観てみろ」

と横柄な言葉使いで話かけています。

DVDを渡されたその新人ウェイターは、当惑した様子でしたが、無碍に断ってお客様のご機嫌を損ねてはいけ  
ないと、「ありがとうございます。さっそく観てみます」と、社交辞令の返事をしていました。

しばらくして、その男性客は帰って行きました。

先の新人ウェイターが私達のテーブルの傍を通ったので、ちょっと声をかけてみました。

「さっきの客は常連さんなの？」

「はい、そうです」

「ずいぶん偉そうにしてたね」

「ええ、まあ、お得意さんですから」

「ところで、さっきのDVDのラベルだけでも見せてくれないかな？」

「はい、いいですよ」と言って、ウェイターはDVDを取りに行きました。

「お客さん(私のこと)に興味有るんでしたら、差し上げますよ」と、私に手渡しました。

「ありがとう。でもラベルを見せてくれるだけでいいよ」

そのDVDのラベルを見ると、或るネットワークビジネスの、プロモーション(宣伝用)DVDでした。

新人ウェイターに私が「君は彼が言っていたビジネスに興味があるの？」と尋ねると。

**「もちろんビジネスで成功したいという夢はありますが、正直言ってあの方(さっきの常連客)とは関わり合いたくはないですね」と、応えました。**

そして「何か上手く断る方法があればいいんですが～…」と、独り言の様にため息混じりで言いました。

私は、彼が可哀想になり、「余計なお節介かもしれないけれど」と、前置きをしてから、“**上手い断り方**”を  
彼に伝授しました。

なんせ私は、過去に散々断られた経験がありますから、**断り文句の蓄積**はたつぷりと有るんです。(^^;ゞ

彼は大変喜んでくれて、「お客さん、これはサービスしておきますね！」と言って、注文したデザートを無料にして  
くれました。それを聞いてガッツポーズで喜んだのは、言うまでもなく、お勘定を受け持つアレンでした。

私は同業者ですから、この“うつぼディストリビューター”のアプローチ(嘸み付き)を苦笑で済ませられますが、  
もしもこれが、ネットワークビジネスとは全く関係のない人(プロスペクト)や、もしくは、ネットワークビジネスに  
対して反感を抱いている人(アンチ)だったら、どう感じたと思いますか？

**こんなアプローチをあなたの親類や友人にしたら、どういう反応が返ってくると思いますか？**

好意的な第一印象を持ってもらえるとは到底思えませんし、ましてビジネスに興味を抱く筈がありません。間違いなく「**拒絶**」されるでしょう。

アンチの人だったら「やっぱりネットワークビジネスって、馬鹿げた商売だ」と思われたことでしょうし、こう言う**うつぼディストリビューター**達が、ネットワークビジネス業界のレベルや評判を下げていることは間違いありません。

ところで皆さん、**MLM**(ネットワークビジネス)のイニシャルの意味をご存知ですか？

最初の**M**は Multi (マルチ/複数)。次の**L**は Level (レベル/層)。

そして最後の**M**は Marketing (マーケティング)です。

説明がまわりくどくなって申し訳ありませんが、MLMとは、“**複数層に重なる人達による、マーケティング**”という意味です。ちなみに、複数層とは、組織図の下層部、中間層、上層部と、重なる層のことです。

残念なのは、ネットワークビジネスとは**マーケティングのビジネス**であるということ、大多数のディストリビューターが知らないことです。と云うか、知らされていないことです。

**うつぼディストリビューター**達がやっていることは、素人の**粗悪なセールス**(粗悪な勧誘)であって、到底「マーケティング」と言えるものでは、ありません。

これでは**MLM**=マルチ/複数(M)レベル/層(L)マーケティング(M)ではなくて、**MLS**=マルチ/複数(M)レベル/層(L)粗悪セールス(S)になってしまいます。

**マーケティング**とは、直訳すると「販売戦略プラン」となります。

ネットワークビジネスだけではなくて、大多数のビジネスにおいてもマーケティングは重要です。

特にネットワークビジネスを初めて始める人達の多くは、「ビジネスの素人」ですので、

ネットワークビジネスに於ける**マーケティング(M)**というものの意味を、理解している必要があるのです。

ちょっと話が堅くなってしまいましたね。

実は私はこういったマーケティングだの、販売戦略プランとかいった難しい用語を使う話が最大の苦手です。

しかし、ネットワークビジネスに関するセールスとマーケティングの話をしないうちはいきませんし、

さりとて、ここでその話をすると又横道に逸れてしまいますので、これは私の著書、「ネットワークビジネス9の罠」(ビジネス社)で詳しく取り上げていますから、そちらを読んでくださいね。

さて、「世界中全ての人達がプロスペクト(見込み客)」と言うこと自体は、嘘ではありません。

問題なのは、ビジネス指導をしているアップラインが、「**見込み客**」と「**思い込み客**」の違いを、全く認識していないことなのです。

つまり、一般的にネットワークビジネスで言われているプロスペクト(見込み客)とは、  
実はうつぶディストリビューターが勝手に見込み客だと思い込んでいるだけなのです。

**例えば**、田沢さん(仮名)という40代半ばで、中堅の広告会社の営業課長がいるとしましょう。

田沢課長は明るく人当たりも良く、得意先や部下からの評判も上々で、豊富な人脈も持っています。  
彼には奥さんと、高校受験を控えた中学生の息子さんと大学受験を控えた高校生の娘さんが居て、  
これから増え続ける教育費に対する不安も抱えています。

田沢さんは社内でも評価は高く、幹部候補生として有望視されていますが、会社の将来に展望が持てず、  
“出来ることならば独立起業をしたい”と云う密かな願望があります。

圧倒的多数のディストリビューターの方達は、田沢さんの様な人を、“喉から手が出る程欲しい”  
“**絶好のプロスペクト**”と思い込み、ガンガンアプローチをかける筈です。

以前の私なら、田沢さんの様な人が居ると知ったら、どんなに遠くてもぶっ飛んで行ってネットワークビジネス  
に誘ったでしょうね。ストーカーみたいに朝から晩まで田沢さんに付きまとい、ビジネスの話をするチャン  
スを虎視眈々と狙っていたことでしょう。

そうです、正にうつぶの様に。

**しかし**、田沢さんは絶好のプロスペクト(見込み客)どころか、単なるプロスペクトですらないのです。

「どうして田沢さんが、プロスペクトじゃないんだ？」と、疑問に思われる方もおられることでしょう。

確かに田沢さんには経験も人脈も有り、起業願望も持っています。

しかし、田沢さんが実際に独立起業の為の情報を集めたり、起業セミナー等を受講すると云った  
**具体的な行動を起こしている人**でない限り、田沢さんはプロスペクトではないのです。

実は、田沢さんの様に起業願望を持っている人は星の数ほど居ます。  
ここで多くのディストリビューターが犯す過ちは、ただ願望を持っている人と、実際に模索をしている人とは、  
天と地ほどの差があると云うことに、気が付いていないことなのです。

私が言うまでもなく、皆さん既にご存知だと思いますが、ネットワークビジネスだけに限らず、  
ビジネスとは、“実際に行動を起こしている人達で、成り立っている”のです。  
いくら強い願望を持っていても、何も行動をしなければ、何も起きないのです。

「それならば、田沢さんの様に起業願望を持っている人にアプローチして、ネットワークビジネスを紹介すれば行動を起こすのではないか」とおっしゃる方も多いと思います。

けれど、それはディストリビューター側の**勝手な思い込み**です。

願望を持っている人を、実際に行動させるには、かなりレベルの高いトーク(説得能力)が必要になります。

しかし、大多数のディストリビューターは**素人**で、レベルの高い説得能力等持っていませんから、結局、本書で挙げる様な“嘘”(ほとんどの場合、当人は嘘とは知らない)を使って、なんとか説得しようとしてしまうのです。

中には、「ビジネス機会や素晴らしい製品を提供する、人助けの為にやっているビジネス」と言うディストリビューターも多く居ますが、実は自分のネットワークビジネスに勧誘する為、つまり**自分の利の為(我田引水)**だけに、アプローチしているだけのことが多いのではないのでしょうか。

私も、当初はアップに言われるまま、**うつぼ**の様なアプローチをしていましたが、もうしません。全くしません。

それでも、と云うか、**だからこそ傘下組織を築くことが出来ました**。

私と同じ方法で、順調に組織を築いて居るディストリビューターは大勢居ます。

なんだか禅問答みたいになってしまいましたね。ごめんなさい。

とりあえず、本書では簡潔に説明しますね。詳しくは別の書(本書ページ58参照)で取り上げています。

**本当のプロスペクト**(見込み客)とは、実際に起業の為の模索行動をし、「**あなたのビジネスに付いて教えて下さい**」とか「**あなたと一緒に仕事をさせて欲しい**」と言って、自分の方に**アプローチしてくる人**のことです。

私は、独自の**マーケティング**を使い、独立起業の為の情報収集活動をしている方が、**私にアプローチしてくる**様にしているのです。もちろん同じ方法を、傘下組織の方達にも教えています。

**自分のネットワークビジネスの利の為に、思い込み客を追いかけ回しているディストリビューターは、いつまで経っても、低俗なうつぼディストリビューターとしてしか扱われません。**

しかし、プロスペクトからアプローチされるディストリビューターとは、**エキスパート**として、敬意を持って信頼されているということです。

皆さんちょっと考えてみて下さい。

あなたがディストリビューターならば、**うつぼ**として扱われる方が、  
それとも、**エキスパート**として信頼される方が、どちらを選びますか？  
(そんなこと訊かなくても分かるっちゅーの)

## 嘘その3. =セールスじゃないよ=

「セールスです！」って、いきなり答えから先に言いますね。(^^;ゞ

そりゃそうですね？

**販売**という行為によって、製品なり、サービスなりが流通する訳ですから、ネットワークビジネスも販売(セールス)によって製品が流通しなければ、ネットワーク会社は業績不振に陥って倒産してしまいます。

セールスと云う言葉には、製品購入を促す「勧誘活動」と、金銭と製品が実際に交換される「販売」との二つの意味が込められていますが、ここでは「**勧誘活動**」と云う定義で話をしますね。

大多数の人達は、セールス(勧誘)をするのが苦手で、嫌いです。

その理由は只一つ、前の章でも申しました様に、「断られるのが怖いし、苦痛」だからです。

ネットワークビジネスでは契約書に署名し、登録が済んで晴れてディストリビューターに成った時点で、スポンサー(もしくはアップライン)が、「**トレーニング**」と呼ばれる「セールストレーニング」をするのが通例です。普通の人を、「**うつぼディストリビューター**」に変身させるトレーニングなのです。

「えっ？ ちょっと待て！」と、気付かれた方も居ると思います。

そうです。「セールスじゃないよ」と言って誘っておきながら、ディストリビューターに成った途端に、**セールス**トレーニングが待っているんです。これって、矛盾していますよね？(笑)

そのトレーニングで、新人ディストリビューターに、真っ先に科せられる宿題があります。(ちなみに、私は学生時代から宿題が大っ嫌いです)

その宿題とは、コンタクトリスト(見込み客名簿)を作ることです。

嘘その2. で説明させていただいた様に、私はこれを、「**勝手に思い込み客名簿**」と呼んでいます。経験豊富なプロのセールスの方ならば、思い込み客でも上手く説得して販売する技術を持っていますが、**ディストリビューターの大多数はセールスの素人で、そんな技術は持っていないのです。**

セールスの経験のある方なら既にご承知だと思いますが、このコンタクトリスト(名簿)を作ることは、セールスのイロハのイです。英語ではプロスペクトリストと呼ばれるもので、新人ディストリビューターが自分の親兄弟、親戚や知人、友人等の名前と連絡先を片っ端からリストアップしたものです。

このリストは**ウォームマーケット**(親兄弟、親戚や知人、友人)と、**コールドマーケット**(交流の無い他人)と云う、基本的に二つのカテゴリーに分類されます。

トレーニングでは「先ずウォームマーケット(親兄弟、親戚や知人、友人)リストの人達にアプローチをするように」と、指導されるのが一般的です。

何故かって？

詳しく説明すると、とても長くなってしまいますので、簡潔に説明しますね。

ウォームマーケット(親兄弟、親戚や知人、友人)の人達は、新人ディストリビューターがアプローチした時に、“知ってる仲のよしみ”(義理)で、“無碍に断らない”からです。運が良ければ話だけでも聞いてもらえますし、義理で製品を買ってもらえるかもしれないからです。

新人ディストリビューターの中には学校や職場の先輩という立場を利用して、後輩(可哀想な餌食)に無理矢理迫る新人ディストリビューターも大勢います。

余談になりますが(もうお気付きかと思いますが、集中力が欠如している私は、余談が好きなんです)、以前、或るベッドの訪問販売会社の営業部長さんと話をする機会があった時です。

この会社はテレビでコマーシャルを流していて、社名は結構知られている会社なのですが、評判は、あまり良くありませんでした。

私が、「ベッドの様な高価な耐久消費財のセールスをするのは大変でしょうね？」とその営業部長に問い掛けると、「そうですね、ここの営業部は人(セールス担当者)の入れ替わりが激しいんです」と答えました。

「へえ～、そうなんですか。 どうしてそんなに入れ替わりが激しいんですか？」

「うちの営業部のセールス担当者の給料は、僅かな固定給と歩合制なのです」

「つまり、ベッドを売った売上げに応じた収入と云うことですね？」

「その通りです。 僅かな固定給だけではとても生活は出来ませんし、三ヶ月間で目標数値を達せなければ解雇されます」

「プレッシャーが、かかりますね？」

「セールスの世界は、結果が全てです」

「新人の中で、目標数値を達せられる人は何人くらい居るのですか？」

「百人中、十人居るか居らないかですね」

「10%を割るわけですか！ 90%が脱落しても、会社は経営を続けることが出来るのですか？」

「脱落するセールス担当者の大多数は、最初は家族や親類、友人(ウォームマーケット)なんかに泣きついて、とりあえず一つか二つは何とか売ってくるのです。」

「けれど、そこから先は行き詰まって挫折して、次から次へとセールス担当者が入れ替わる訳ですね？」

「そうです。 耐久消費財ですから、一人が一回売ればOKです」

「だから、次から次ぎへと新人セールスを雇っているんですね？」

「まあ、そういうことです」

この営業部長と話をして、会社の評判が悪いのが納得できました。  
案の定、数年後にこの会社は倒産していました。

誤解を招くといけませんから、ここで一言申し上げておきますね。  
このベッド販売会社のやっていた事は、プロのセールスとは程遠い低俗なものです。  
皆さん、この会社がやっていたことが、セールスだと勘違いされません様にお願いします。

残念ながら、ネットワークビジネスに於いても、このベッド販売会社と同じ様な事をやっている会社や  
アップラインディストリビューターが数多く居ます。

ネットワークビジネスに於いて、コールドマーケット(交流の無い他人)の人達は、ウォームマーケットの人達の  
次にアプローチする人達の事です。ウォームマーケットで良い成果を上げられなかった場合、次の手段としてコー  
ルドマーケットにアプローチをすると云う順序が一般的です。  
新人ディストリビューターの中には、家族や親類、友人等に販売するのは気が引けるから、何の関係もない  
他人にアプローチする方が楽だと思っている人も大勢居ます。  
ところが、一般的にはコールドマーケットへのアプローチはウォームマーケットよりも難しいとされています。

何故かって？

コールドマーケットの人達は、新人ディストリビューターとは交友関係も何も有りませんから、義理立てする必要も  
無く、その名の通り、冷たく(コールド)無碍に断ります。皆さんも、突然の訪問販売や電話によるセールスを  
「結構です！」(そんなもん要りまへん!)なんて言って、無碍に断ったご経験が有りますよね？

皆さんもお気付きになったと思いますが、ウォームマーケットで良い成果を上げられなかったディストリビューターが、  
それよりも難しいコールドマーケットで、良い成果を上げられるわきゃないんです。  
にもかかわらず、「**手当たり次第にアプローチしろ!**」なんて、アホな指導をするアップラインが大勢居るの  
が現状です。

**「下手な鉄砲も、数撃ちゃ当たる」**(ビデオゲームなら、それでいいかもしれないですけどね)

**「Noと断られる数が多い程、Yes という承諾に一步近づくんだ」**(ほんまかいな?)

**「とにかく、先ず100回断られてこい！」**なんて、時代錯誤の“ど根性セールス”みたいな事を言う  
アホなアップラインまで居る始末。

**3回断られただけでも、かなりの苦痛で辞めたくなのに、  
あと97回も、わざわざ断られに行く人(変人)が居ると思いますか？!**

そのうち“闘魂注入ビンタ”なんて云うものが、トレーニングに導入されたりするんじゃないですかね。(笑)

ネットワークビジネスでも、前出のベッド販売会社のセールスの様に、親や親類に泣きついて製品を買ってもらったり、友人に義理立てさせて製品を買わせたりする新人ディストリビューターが多くいます。

しかし、そのうちに売る(勧誘する)相手が居なくなってしまう、**大量の在庫を抱え込んでしまう**ケースが非常に多いのです。( >\_< )

今では、法律がかなり整備され、クリーニングオフと呼ばれる解約が出来る期間を法律よりも長目に設定したり、未使用在庫の返品を受け付けたり、無理な製品購入を強制しないネットワークビジネス会社が増えていますが、ビジネスとして取り組んでいるディストリビューターの大多数が、セールス(勧誘)でつまずいて、脱落していくと云う**「根本的な問題」**は、解決していないのです。

ここで、皆さんに誤解していただきたくないのは、私は決してセールスを見下している訳ではありません。むしろ、セールス(営業)と云う難しい仕事をしているプロの方達には、心から敬意を表します。m(\_ \_)m

「職業に貴賤無し」と言いますが、セールスを単なる「物売り」として、見下す人が多いことも残念な事実です。しかし、よ〜く考えてみてください。

会社勤めで給料を貰っている人だって、その勤めている会社が製品やサービスを売った収益の中から、給料が支払われているわけです。時給で働いている方ならば、自分の時間を売って収入を得ている訳ですし、医師や弁護士、先生、コンサルタントも自分の時間や専門知識や技術を売って、収入を得ているわけです。

就職する時に面接試験があったと思いますが、面接とは、就職したい会社に「自分を売り込む」セールスの機会の事です。

(子供に野菜を食べさせる時も、「大きく成れるぞ〜」なんて言って、野菜を売り込んでいるわけでしょ?)

直接にせよ、間接にせよ、皆、「何かを売って、収入を得ている」わけです。

ですから、“セールスが下賤”で、“それ以外の職業が高貴”なんて、変な差別はしないでくださいね。

**問題の根源**は、販売(勧誘)の**素人**であるディストリビューター達がやる、**うつぼアプローチ**なのです。

それじゃあ、どうしてこの“うつぼアプローチ”が上手くいかないかを、説明しますね。

**例えば**、良夫くん(仮名)が結婚相手を探しているとしましょう。

良夫くんは、渋谷の駅前交差点で、人混みをじ〜っと見つめています。

その人混みの中に、自分の好みのタイプの女性を見つけると、彼は猛然と駆け寄って行ってこう言います。

**「僕と結婚してくれませんか？」**

いきなり見ず知らずの男から、路上でプロポーズされ、驚いてたじろぐ女性。(そりゃあそうだろう)

良夫くんは続けます。

「僕は背も高くハンサムで、一流企業に勤めていて高収入です」

「僕と結婚してください！」

女性は目を点にして絶句状態。(+\_+)

そして足早に逃げて行きます。

良夫くんは又、人混みの中から別の女性を見付け、そして猛然と駆け寄って行ってこう言います。

「僕と結婚してくれませんか？！」

今度は完全に無視されました。

良夫くんは、“**きっとプロポーズのセリフ(言葉)が悪いんだ**”と思い込み、

別のセリフを考えつき、人混みの中から次ぎなる女性(犠牲者)を見つけて猛然と駆け寄って行ってこう言います。

「貴女のような素敵な女性に巡り会えて最高です！ 僕と結婚してください！」

その女性は驚きながら「あなた一体誰?! 近づかないで!」と叫び、走り去って行きました。

良夫くんは、またしても次の女性に駆け寄って行きます。

「僕と結婚してください！」

**バシッ! (´\_`)J** □ (ハンドバッグで思いっきり張り倒される音)

「痛て〜ッ!」

タフな良夫くんは、これくらいじゃあへこたれません。

人混みの中から次から次へと好みの女性を見つけては、猛然と駆け寄って行って

「僕と結婚してくれませんか?!」と、路上プロポーズを続けます。

しかし、全ての女性に、ことごとく断られました。

良夫くんは、意気消沈して思います。

**「やっぱり、プロポーズなんてそう簡単に出来るもんじゃないな」**

**「結婚するのはもう諦めよう…」**

皆さん、良夫君の行動についてどう思いますか？

「アホな奴だ」

「一体何を考えてんだ！」

「いきなりプロポーズしたって、上手くいくわきゃないだろうが」

「先ずデートを重ねてから、プロポーズをするのが常識だろ」

皆さんの仰る通り、良夫くんの行動は常識を逸脱しています。

一般的に結婚に至るまでのプロセスは、恋愛だろうがお見合いだろうが、先ずデートを重ねてお互いを知り、そしていよいよプロポーズ、OKが出れば晴れて結婚となる訳です。

プロポーズをした相手の女性は、プロポーズ自体(仕方)よりも、その前に重ねたデートから、その男性を結婚相手として選ぶかどうかを判断するのが普通です。初対面でいきなりプロポーズして、「はい、結婚しましょう」なんて承諾してくれる相手が居るわきゃないですよ。

またもや余談ですが、私の場合、「Will you marry me?」なんて、そのままでは芸が無いし、一体何て言ってプロポーズしようかなあ〜・・・なんて考えていたら、「Let's get married.(結婚しようよ)」って、彼女(今の妻)に、先に逆プロポーズをさせてしまったのです。(おいおい)慌てて「普通プロポーズは、男がするものでしょ？」と言ったのですが、「だって、あなた(私)がいつまで経ってもグズグズしているからよ」と言い返されてしまいました。

(面白い…じゃない。♥ロマチック♥でカッコイイ台詞を一生懸命考えてたんだよ！)

さて、話を“うつぼアプローチ”に戻しますね。

皆さん、覚えていますか？

“嘘その2”の章で、マーケティングとセールス(勧誘)について少し触れましたよね？

この章の始めの部分で「セールスと云う言葉には、製品購入を促す“勧誘”と、製品が実際に“販売”される二つの意味が込められています」と申しましたが、ここからは、以下の様な設定で話を進めますね。

- ◇ **マーケティング = デート**
- ◇ **セールス(勧誘) = プロポーズ**
- ◇ **製品購入又は新規ビジネス参加 = 結婚**

単なる製品の愛用者としてだけではなくて、ビジネスとして取り組んでいるディストリビューターにとっての、最終目的は製品の販売とビジネスへの勧誘です。

皆さんは、前出の良夫くんの突拍子もないプロポーズの事を嘲笑されるかもしれませんが、ディストリビューターの多くは、実は良夫さんと全く同じ事をしているのです。

私自身も、以前は同じ事をやっていたのです。コンタクトリストの人達に次から次へと電話して、「とても良い製品があるんだけど、買わない？」とか、「凄いビジネスチャンスだから、やらないか？」なんて、いきなり勧誘(プロポーズ)をしていたのです。

中には、ネットワークビジネスはセールスではなくて、製品やビジネスチャンスの情報を**分かち合うだけ**とか、**伝えるだけ**と新人ディストリビューターに指導するアップラインディストリビューターも多くいます。この“情報を分かち合うだけ”という言葉が、**セールスという言葉**を隠す道具となり、新人ディストリビューターやプロスペクトに誤った認識を植え付け、**うつぼアプローチ**の元凶の一つにもなっているのです。

確かに、情報を人から人へ「伝える」(ロコミ)ことに間違いはないのですが、製品の購入やビジネス参加への勧誘と云う、利害関係の生じる可能性を含んだ、**明らかにセールス**なのです。ビジネスとして売買関係が絡んでいるネットワークビジネスでは、「**ロコミ=セールス**」です。だから“トレーニング”と称して、**セールスのトレーニング**をする訳でしょ？

それでは何故、アップラインディストリビューター達は、“セールス”と云う言葉を隠すのでしょうか？  
答えは、彼等も、“**セールス=無理な勧誘**をすること”だと思い込んでいるからです。だから、“情報を分かち合うだけ”なんて言って、**真実**を隠そうとするのです。

さて、嘘その2. でも述べましたように、MLM(ネットワークビジネス)とは、“**複数層に重なる人達による、マーケティング**”という意味です。

層に重なるというのは、ディストリビューターが、プロスペクトを新しいディストリビューターに成る様に誘い、その新しいディストリビューターがプロスペクトを新しいディストリビューターに成る様に誘うという様に、**模倣しながら重複**して行くことです。

つまり、ネットワークビジネスのユニークで重要な点の一つは、**模倣(コピー)のビジネス**だと云うことです。ところが、この事を、うつぼディストリビューターに成った途端に、すっかり忘れてしまうんですね。

うつぼディストリビューターがアプローチする相手(思い込み客)の前で、ディストリビューターに成ったら、**「このうつぼディストリビューターと、同じアホなことを、模倣しなければならない」**と云う醜い姿を、モロに晒け出している訳です。

良夫くんのプロポーズの様なうつぼディストリビューターの醜い仕事ぶりを見て、「わぁ～なんて素敵なビジネスなんでしょう ♡ 私もうつぼディストリビューターの様になりたいわ～♡」なんて、憧れる人が居るとは到底思えませんよね。

問題は、**マーケティング**と云う、非常に大切なプロセスが抜けてしまっている事なんです。

正確には、大多数のアップラインディストリビューター達が、ネットワークビジネスに於けるマーケティングを知らないか、わざと無視しているのです。

**マーケティング(デート)をきちんとやらなければ、  
セールス(プロポーズ)はスムーズにいきません。**

マーケティングを確立すれば、逆にプロスペクトの方からアプローチされるのです。  
うつぼディストリビューターのように、思い込み客を追いかけ回す必要など全く無いのです。  
これって、凄く気分的に楽だと思いませんか。(=^.^=)

私は、傘下組織のディストリビューターの方達や登録したばかりの新しいディストリビューターの方達にも、  
“トレーニング”と称するセールストレーニングは一切しません。

その代わりに、「オリエンテーション」と呼ばれる「マーケティング」に付いての説明だけを行います。

ネットワークビジネスに於けるマーケティングのコンセプトは、非常にシンプルです。

私は、複雑なことが大嫌いなのです。(^^;ゞ

私のオリエンテーションに参加した人達は、そのシンプルさに驚きます。

但し、私が教えるマーケティングは、確かにシンプルですが、簡単という意味ではありません。

あまり資金を必要としませんが、“時間”と“労力”と云う先行投資(辛抱)が必要となります。

慌てれば慌てる程、マーケティングは上手くいきません。

ビジネスである以上、ディストリビューターにとっては、プロスペクトが製品購入又はディストリビューターとして新規ビジネス参加を承諾することが、最終目標です。

その目標を達成する方法として、**うつぼ式** と **マーケティング**と云う二つの選択肢が有るだけなのです。

どちらを選ぶかは、皆さん(各ディストリビューター)の自由です。

## 嘘その4. =ABCで簡単リクルート=

今まで私の駄文に我慢して付き合ってくくださった皆さんに、この章の後の方で、私からささやかなプレゼントを差し上げたいと思います。「**プレゼントを差し上げます!**」\(^o^)/と、声を大にして言いまして、私は**ケチ**ですから、あまり大きな期待はしないでくださいね。 m(\_ \_)m

ところで皆さん、「**虎の威を借る狐**」っていう諺をご存知ですよね？

同じ様な意味で、「他人のふんどしで相撲をとる」(ちょっと不衛生だなあ~)っていう諺もあります。

大雑把な意味は、自分の力ではなくて、他人の権力や肩書き、立場や財力、知力、知識といったものを直接もしくは間接的に利用するといったことです。

(これは、皆さんも私生活で使っている技法で、子供さんがいたずらをした時なんか「お父さんが帰ってきたら、叱ってもらうからね!」なんて言って、お母さんがお父さん使ったりするでしょう?)

これからご紹介する話は、私がネットワークビジネスに関わる以前に体験した**珍事**です。

アメリカの企業では退職や転職による欠員が来ると、必要に応じて雇用するのが一般的です。

日本の様な入社試験は無く、レジメと呼ばれる履歴書審査をした上で数人を選抜し、インタビュー(面接)を行い、採用する人を決定します。

会社によっては、一次面接から二次面接、三次面接と数段階の面接を行うところもあります。

日本では総務課や人事課の担当者が面接をするのが一般的ですが、アメリカの場合は課長や部長といった各部門の長が直接面接を行い、採用する人を決定します。

私が、以前アメリカの或る企業で部長をしていた時に、部内の一人が転職してしまい、新規採用をする事になりました。 インタビュー(面接官)を担当するのは私で、総務課から渡された履歴書の中から5人を選び、面接に来るように通知を出しました。

面接と云ってもそれほど大したことではなく、私のオフィスで、一対一で質疑応答をする程度です。

この5人の中の一人、グレッグと云う二十三歳の青年が面接に来た時のことです。

秘書から「グレッグと云う方が、面接に来られました」と、私のオフィスのインターフォンに連絡が有り、「どうぞ、通してください」と応えました。

間もなくしてグレッグが私のオフィスに入って来て、その彼の後から一人の女性も入ってきました。

私は社内の別の課の女性社員だと思い、私は彼女に向かって

「申し訳ありませんが、これからこの青年の面接をしますので、用件は後にしていただけますか?」と言うと、

「初めまして、私はグレッグの母親で、キャリアと申します」と、いきなり自己紹介をされました。

「あっ！お母さんですか？ それではグレッグ君の面接が終わるまで、秘書のデスクの有るロビーで待っていていただけますか？」とお願いすると、「**実はこの子(グレッグ)は口下手で、上手く自分の事や経験を説明できませんの。ですから私が息子のグレッグに代わって説明させていただきますね**」と、宣ったのです。(おいおい、マジかよ?)

面接で母親が息子の代わりに受け答えすると云う前代未聞のリクエストに、目が点になってしまいましたが、お母さんはオフィスから出て行ってくれそうにもない雰囲気でしたので、とにかく彼女の要求を呑み、お母さん同伴でグレッグの面接をすることにしました。

このキャリアというお母さんの受け応えは、確かに見事なものでした。(きっと何回もやってるんだろな〜……) もちろん私はグレッグに向かって質問をするのですが、このお母さんが横から代わりに返事をしてしまうのです。もうほとんどコントです。(笑)

「もちろん息子のグレッグも人間ですから、短所も有りますが、短所は彼の長所によって充分カバーされると思います。グレッグは幼い時から明るくて素直で、誰とでも上手く一緒に仕事が出来ると思いますわ」  
「**息子を雇わなかったら、会社にとっては大きな損失になるわよ**」と、お母さんの自信に満ちた売り込みの言葉を最後に、30分程の面接は終了しました。いや〜、疲れました。(汗)  
その間グレッグは、一度たりとも私の質問に対して自分で応えることはありませんでした。彼は、凄い虎(お母さん)の威を借りたのです。

さて、ネットワークビジネスには、「**ABC**」と呼ばれるシステムが存在します。新しいディストリビューターが、“思い込み客リスト”を作った後に施すトレーニングの一つで、もちろん英語の勉強なんかじゃなくて、以下のような意味です。

**A=ビジネスや製品の説明をする、ベテランディストリビューター(アップライン)**  
**B=新人ディストリビューター**  
**C=Bが見つげてくる見込み客(思い込み客)**

つまり、Aさんと呼ばれるベテランディストリビューターが、Cさんと呼ばれる、Bさんが見つげてきた思い込み客に対して、Bさんの代わりに製品の説明や売り込み、ビジネスへの勧誘をします。(Aさんは、まるで先のグレッグ君のお母さんみたいですね)

これが、スポンサーやアップラインのビジネスサポートの基本であり、仕事の大半です。オポチュニティ・ミーティングと呼ばれるビジネス説明会を催したりしますが、これはCさんと云う一人の見込み客に対する個別面談に対し、一つの会場に複数の見込み客を集めて行うABCの集団形式となります。但し、日本ではこの様な説明会に見込み客を誘う場合は、特定商取引法上、ディストリビューターが誘う時点でネットワークビジネス(マルチ商法)の説明会である旨を、見込み客に伝える義務があります。

この“ABC”自体は、ネットワークビジネス以外でも使われる、昔から有る、効果的なプロのセールスの技法の一つで、決して珍しいものではありません。そのプロ用の技法を、ネットワークビジネスでも活用しようというわけです。

さて、ABCを使う理由は、製品知識やビジネス経験の豊富でない新人ディストリビューター(Bさん)の代わりに、ベテランディストリビューター(Aさん)が説明(勧誘)をした方が、成功率が高いと云う理屈からです。

確かに、このABCが効果的だった時代もあります。昔(20年程前)はインターネットも無く、今ほど巷にネットワークビジネスやディストリビューターの勧誘方法に関する情報が溢れていなかったからです。

ABCが昔は上手くいった理由は、

1. 見込み客(Cさん)は、Aさんの話の信憑性や事実関係を、素早く確認する方法(インターネット等)が無かった。
2. Bさんに対する義理立て。
3. 2(AさんとBさん)対1(Cさん)と云う、AB側の数的優位によるプレッシャーに押されたから。
4. ネットワークビジネス以外に、これといった他の在宅サイドビジネスが存在しなかった。
5. 関連法律(特定商取引法)が、未だ十分に整備されていなかった。

といったところですよ。

さて、ここまでクドクドと説明しておいて何ですが… **私はABCはやりません！**

って言うか、こんなアホらしい事は、とっくに止めました。もちろん傘下組織の方達にも勧めません。

「どうして、ABCをやらないんだ？」かって？

それは、**ABC**が、実は「**Cさんをバカにしたシステム**」であると云うのと、ネットワークビジネスに於ける**マーケティングの重要な要素を台無しにしてしまう**からです。

ネットワークビジネスに於ける“ABC”と呼ばれるこの方法が、いかにアホらしいかを簡単に説明させていただきますね。

私はこれを、「**水戸黄門ABC**」と名付けています。

私も新人ディストリビューターだった頃、ABCのトレーニングを受けました。

新人ディストリビューターが三人一組になって、交代でロールプレーなんかをやって練習するのです。

ABCで重要なのは、Aさん役を上手くやるよりも、Bさん役を上手くやることなのです。

つまり、Bさん役が、簡単そうで、実はちょっと難しいのです。

トレーニングが終了したら、水戸黄門ABCをいよいよ実戦で使います。

水戸黄門ABCが上手く機能する為には、先ずBさんは、Aさんを持ち上げる「ティーアップ」と呼ばれる下準備を、周到にしなければなりません。

**「アップライン(Aさん)が凄い成功者だから、きっと君も成功できるよ」**

**「あなた(Cさん)の為に、私(Bさん)がなんとかAさんに時間をとってもらって、説明していただけるように頼んであげたのだから」**

**「彼(彼女)から直接話を聞けるあなた(Cさん)は、とてもラッキーだ。感謝しなさい」**

なんでもったい付けたことを、Cさんに散々言って、Aさんを思いっきり持ち上げておくのです。

これじゃあBさんは、単なる美人局つつもとせですよ。(笑)

そして格さん、じゃなかった、Bさんが、印籠を見せながら「え〜い、頭が高い！ 控えおろう〜！」と叫ぶと、Cさんが、「へへ〜」m<(.)>m と土下座して、そこにAさんが水戸黄門の様にファミレスなんかに登場し、成功者ぶって、Cさんにビジネスや商品の説明及び勧誘をすると云う、まるで時代劇の様な段取りです。最近はABCをやる為に、ファミレスで長時間居座るディストリビューターが多く、「ネットワークビジネスの方はお断り」なんて張り紙が貼ってあったりするくらいです。(笑って済まされる問題では無いですよ)

昔はこんな手口でも引っかけたり、我慢してくれるCさんも居たかもしれませんが、今時通用する方法ではありません。これでは、Cさんを見下げてバカにした形になりますし、Cさんにしたって、「最初からAさんに説明して欲しいなんて頼んでいなし、なんでAさんが偉そうに喋るんだ」って腹が立つと思いませんか？

本物の黄門様(ドラマの中の黄門様)は、悪代官や悪徳商人(日本橋の桔梗屋)を退治してくれますが、ネットワークビジネスの黄門様(Aさん)は、自分は成功して偉いと、単に思い上がっているだけの人が多いのです。

実は私自身も、お恥ずかしながら、思い上がっていた時期がありました。

ミーティングや、国際コンベンションなんかに行くと、成功者としてチャホヤされました。

ステージの上で表彰され、おまけにスピーカー(講師)として、偉そうに講演までする。

「Please take a picture with us! (一緒に写真を撮ってください〜い)！」なんて、あちらこちらから頼まれ、まるで人気芸能人の様な扱いを受けたものですから、“俺は凄いな”って舞い上がってしまっていたのです。

(アホだね〜、俺って)

ところが、そのネットワーク会社が何の予告も無く、ある日突然倒産してしまいました。

数千人を超えた私の傘下組織の人達は、5日程で“蜂の子を散らす様に”去って行きました。

その時私は、自分の傘下組織の人達を単なる利害関係だけで扱っていた事に気付き、信頼関係の大切さを思い知らされました。自業自得ってやつですね。(;”;) )

トップディストリビューターの方は、よく覚えておいて下さいね。

確かにあなたは成功者かもしれませんが、それはネットワークビジネスという、マイナーな業界の中の、更にたった一つの会社の中だけのこと。

つまり、とてつもなく狭い世界の中だけで、チャホヤされていると云うことを、肝に銘じておくことです。

会社勤めの方でも、部長だろうが専務だろうがその肩書きが無くなった時に「普通の人」になってしまうのです。

ネットワークビジネスでも、人間関係を大切に、信頼関係を築いておけば、**トップディストリビューター**という肩書きが突然無くなっても、それほど困ることはありません。

私の推奨するマーケティングは、先ず信頼関係の構築から始めるものなのです。(あたり前ですよ)

私がABCをもうやらない理由の一つが、先の母子の面接です。

あの面接をネットワークビジネスのABCに置き換えてみましょう。

**A = お母さんのキャリア** (ベテランディストリビューター)

**B = グレグ** (新しいディストリビューター)

**C = 私** (Bの見込み客)

と云う構図になります。

つまり、Cさんにとっては、Bさんは自分の面接試験にお母さん(Aさん)を連れ来た、情けないグレグの様に写りますし、思い上がった水戸黄門の様に、偉そうにノコノコと出てくるAさんも、みっともないだけです。

プロポーズの時に、その男性のお母さんが付いて来て、相手の女性に「私の息子はハンサムな上、素晴らしい人間で、結婚できるあなたは幸せよ」なんて言ったら、相手の女性は逃げていきますよね。(笑)

しかも、このAさんが「凄いビジネスチャンスだ!」「世界一の製品だ」「誰でも簡単に出来る」「簡単に儲かる」なんて「**とんでもトーク**」(とんでもないトーク)なんかをしたりするものですから、Bさんの信用まで一緒にズタズタになり、失落するわけです。

別の章でも申し上げましたが、**ネットワークビジネスは模倣(コピー)のビジネス**です。

AさんやBさんがやっている事を見て、Cさんが「私もAさんの様に成りたい」とか「Bさんのような情けない美人局に成りたい」なんて思うわけがありませんよね。

Aさんは必ずしもアップラインディストリビューターとは限りません。

例えば、会社の経営陣や業績なんかをAさん代わりにすることもあります。

**「経営者は、以前にも他のネットワークビジネス会社でも凄い業績をあげた人だ!」**

**「凄い勢いで伸びている会社で、売り上げの業界記録を更新した唯一の会社だ!」**

**「無借金経営だ!」**

**「全米で大ブーム!」**(多様な人種や価値観の米国で、国全体の大ブームなんてものは、ありません)

**「今世紀最後のビジネスチャンス!」**(“今世紀最後”って…今世紀は始まったところだぜ)

さて、いよいよここで皆さんに**プレゼント**を差し上げることにします！（約束ですからね）

もったいつける訳じゃないんですが、そのプレゼントとは、とっても便利なツール(道具)です。  
持ち運びも簡単で、何時でも何処でも使えます。

その便利なツールとは、

もしも、あなたが**うつほアプローチ**をされたり、**とんでもトーク**をされた時に、ほとんど万能的に使えるものです。  
それでは、差し上げます！

**「それがどうしたって云うんだよ！」**(男性用)

女性用も、ご用意いたしました。

**「それがどうしたって云うのよ！」**(女性用)

実用例を、紹介しますね。

**「アップライン(Aさん)が凄い成功者だから、きっと君も成功できるよ！」**

**「それがどうしたって云うんだよ！」**

**「経営者は、以前にも他のネットワークビジネス会社でも凄い業績をあげた人だ！」**

**「それがどうしたって云うのよ！」**

**「凄い勢いで伸びている会社で、売り上げの業界記録を更新した唯一の会社だ！」**

**「それがどうしたって云うんだよ！」**

**「今世紀最後のビジネスチャンス！」**

**「それがどうしたって云うのよ！」**

どうですか？

便利なツール(道具)でしょう？

ネットワーク会社の業績や経営陣の手腕の程、成功しているディストリビューターが存在する事は  
確かに重要なことです。

しかし、それとプロスペクトやディストリビューターがビジネスで成功出来るのとは

**直接関係の無いこと**なのです。

**さあ皆さん、どんどんこのツールを使ってくださいね！** \ (^o^)/

## 嘘その5. =商品が勝手に売れてしまう！=

皆さん、私が前の章で差し上げたプレゼント(ツール)をさっそく使うチャンスがやって来ましたよ！

実は私もかなり昔に、「商品が凄いから、勝手に売れてしまうんです！」と勢いで言ったことがあります。言った後すぐに、「あ〜っ！アホなことを言うてしもた」と後悔したのですが、もう言っちゃった後ですから、どうにもなりません。

本当に、口は災いの元ですね。(汗) (^;^<

ところで、他にもこんなヴァージョンがありますので、さっそくツールを使ってみましょう。

**「他社に真似が出来ないように、特許を取得している特別な商品だ」**

**「それがどうしたって云うんだよ！」**

**「今までにない最高の商品です」**

**「それがどうしたって云うのよ！」**

**「こんな素晴らしい商品は、お店では売っていない」**

**「それがどうしたんだよ！」**

**「他社とは比べものにならないくらい、こちらの商品の方が良い」**

**「それがどうしたのよ！」**

**「皆、この商品を必要としている」**

**「そんなわきゃねえ〜だろ！アホタレ！」**

どうです？

使えるでしょう。

「商品が凄いから、勝手に売れてしまう」なんて、  
皆さんも既にお気付きのように、**矛盾**していますよね。(笑)

だってそうでしょう？

**勝手に売れてしまうような商品だったら、  
会社が最初からそのまま小売り販売すればいいわけでしょ？**

**商品が勝手に売れるのであれば、ディストリビューターと呼ばれる“販売員”は、  
全く必要無いわけです。**

「製品が素晴らしい」とか「特許を取得している」ということが、嘘だと言っているのではありません。  
「商品が勝手に売れる」なんて云う、**とんでもトーク**をすれば上手くいくと思込ませるようなトレーニング  
等をしたりと、**とんでもトーク**をすることがネットワークビジネスだと思っていることに問題があると思うの  
です。

街頭でバナナの叩き売りが流行っていた40年くらい前なら、こんな**とんでもトーク**が通用したかも  
しれませんが、今は市場にありとあらゆるユニークな商品が溢れかえっています。  
インターネットを利用して、それらの商品を簡単に手に入れることだって出来るのです。

本当にユニークな商品なんて、そう簡単にはありません。

確かにユニークな商品で伸びたネットワーク会社も希にあります。

1990年代の後半にアメリカから日本に進出してきたネットワーク会社で、商品は南国の植物ジュースが  
瓶詰になっていて、当時としてはとてもユニークな商品でした。

複数の商品を揃えているのが一般的なネットワーク会社の中で、当時としては珍しいこの植物ジュースだけ  
の単品商売。

このユニークな製品と単品商売というシンプルさが人気を呼んで、この会社は僅か10年あまりで、  
とてつもなく大きく成長しました。その後、“柳の下どじょう”を狙って、数多くのネットワーク会社が同じ  
様な植物ジュースの商品を出してきましたが、結局、真似は真似のレベルでしかないんですよ。

しかし、この会社の商品がいかにユニークであったとしても、小売りとして製品を只店頭で陳列していたら、  
あれほど売れることは無かったですよ。

何故かって？

**いくら店頭で綺麗に陳列しても、多額の投資をして宣伝しても、  
商品情報が簡単には消費者に伝わらないからです。**

皆さんは「それじゃあ、会社がテレビでコマーシャル(宣伝広告)を流せばいいじゃないか」と仰るかもしれませんが、**コマーシャル**は膨大な資金を必要とし、その見返りがどれほどあるのかが、ハッキリと分からない**先行投資(リスク)**です。

しかも、あまり知られていないユニークな商品を、僅か数十秒のコマーシャルで消費者に伝えるのは至難の業です。ですから**膨大な資金を投入して、断続的に宣伝**を続けなければなりません。

つまり、**製品は勝手に売れない**のです。(あたり前ですよ)

だからネットワーク会社は、ディストリビューターと呼ばれる販売員兼消費者を通す、リスクの低い方法で製品を流通させるわけです。

そもそも、ネットワークビジネスに於ける**マーケティング**というものを理解していれば、「製品が勝手に売れる」なんて、アホなことは言う必要が全く無いのです。

## 嘘その6. =業績が伸びている会社で、無借金経営だから大丈夫=

う～ん、確かに凄く業績を伸ばして会社かもしれない。

う～ん、確かに無借金経営かもしれない。

しかし、いくら業績が伸びている会社でも、無借金経営の会社でも、経営陣の経営手腕が悪かったらいずれ会社は倒産してしまいますよね。

業績が伸びていることや無借金経営していることが、そのまま「大丈夫だ」とは言えませんし、ディストリビューターが傘下組織を構築できるかできないかは、直接関係のない事です。

他にもムーディーズやスタンダードアンドプアーズ等の格付けを元に、会社の安定性を訴えるディストリビューターも多くいます。

この格付けとて、或る程度の指標にはなるかもしれませんが、格付けは会社のクレジット等で判断される為、**格付けを、そのまま会社の将来の安定性や優秀性に結び付けるには無理がある**のではないのでしょうか。

私は、ネットワーク会社は、経営側からすると、比較的安全な商売だと思っています。

理由は、業績が伸びているとか、無借金経営だからと云うのではなくて、ネットワーク会社が、基本的には**現金商売**だからです。

私が言う“比較的安全な商売”とは、安定した会社と云う意味ではありません。

それでは、どうして現金商売が、比較的に安全な商売かを説明しますね。

前の章で、コマーシャル(宣伝)は先行投資だって言いましたよね。

収益を生む為のコマーシャルですから、商品情報が伝わっただけでは、何の意味もありません。コマーシャルによって消費者に伝えられた商品情報を元に、消費者が**実際に購入**してくれて、初めて先行投資(宣伝費)の見返りが有るわけですよね。

コマーシャルが大ヒットして、商品が大量に売れ、収益がコマーシャルの費用を上回れば、“先行投資は成功した”と云うことになりますが、その逆にコマーシャルによって売れた商品の収益が、コマーシャルの費用を下回れば、**先行投資は失敗**したことになります。(＞\_＜)

会社を経営する側に見れば、もちろんコマーシャル(宣伝)が成功することが重要なのですが、宣伝が失敗することの方が多いた方が現実なのです。

資本金も少なく、ブランド力も無い新しい会社が、宣伝と云う先行投資のリスクを回避するのに適した方法の一つが、ネットワークビジネス形態です。

何故かって？

説明がビジネスの基礎の部分から始めることになりますが、ネットワークビジネスにも深く関係していることですし、出来るだけ分かり易く説明しますから、斜め読みなんてしないで下さいね。

ビジネスの経験の有る方ならご存知だと思いますが、本当に難しいのは商品売るだけでなく、その**売った商品の代金を回収すること**ですよね。

会社は、製品を卸元や小売り側に先に納めるのが一般的です。その納めた製品の代金は一般的には手形等で支払われ、その手形(受取手形)を現金化できるのは翌月だったり、三ヶ月先だったり、手形に指定されている期日になります。手形を介さない後日現金振り込み等の場合も、代金は基本的には売掛金扱いとなります。

受取手形にしても現金にしても、代金を受け取る側は、基本的には指定期日まで待たなくてはならないと云うことです。

会社というものは、製品を販売した収益(収入)の一部を次ぎの生産分の費用(原料購入費)に廻して生産を続けるわけです。言うまでもなく、人件費等も収益から支払われます。

運転資金に余裕の有る会社ならば、今月納めた製品の代金回収が三ヶ月先でも生産を続けることができるかもしれませんが、運転資金に余裕の無い会社にとっては、納めた製品の代金回収の有無は、即、死活問題となります。

“自転車操業”と云う言葉を耳にされた方も多いと思います。

これは運転資金に余裕のない会社が、回収した代金を即運転資金に廻さないと、社員に給与が支払えなかったり、原材料の購入が出来ず生産ラインがストップしてしまったりするギリギリの状態のことです。ですから、受け取った手形が不渡りになり、代金回収が出来なくなって倒産する会社があるのです。

どうですか皆さん？ ここまでの説明を分かっていただけましたか？

えっ？ 「よく分からない」ですって？

それじゃあ、もう少し身近な例で説明しますね。

**例えば**、あなたには、普段から行きつけの飲み屋があるとしましょう。

毎晩のようにその店に酒を飲みに行くあなたは、お店と交渉して、その都度お勘定を払うのではなくて、給料日の後日に一括して支払うことにしてもらいます。

俗に言うツケってやつです。

つまり、あなたは、お酒という商品をお店から先に受け取り、信用(支払う約束を守る)と云う手形をお店に渡します。お店側からすれば、あなたが給料日の後日に払うと約束した代金は、売掛金(リスク)となります。

どこのお店にも、“山ちゃん”と呼ばれる常連客や、他にも常連さんが大勢いますから、あなた以外の人も、この「ツケ」システムを利用している人が何人か居るものです。

ところが、そのツケをした人達が、給料を別の用途に使っちゃったり、他の支払いに廻したりしてツケをしたお店に支払いが出来なくなった(手形の不渡り)とします。

そうすると、見込んでいた収益が入らなくなり(焦げ付き)、このお店はお客さんに売るお酒を卸屋さんから買う資金や家賃等が不足して、経営難に陥ってしまうか、倒産(閉店)してしまうのです。(>\_<)

だから、ツケを溜めている常連客(私のことじゃないですよ)の給料日に、お店の人や、怖いお兄さんが職場まで集金に来たりすることがあるのです。

皆さん、飲み屋のツケは、ちゃ〜んと払いましょうね! \ (^o^)/

「どうして飲み屋のツケがネットワーク会社に関係があるのか？」って。

**ネットワーク会社には、基本的に、ツケの様な売掛金のリスクが無い**のです。

確かにディストリビューターに製品を卸値で卸しますが、一部の例外を除いて、それは必ず現金と引き替えになのです。つまり、ディストリビューターが自己消費目的や小売り目的でネットワーク会社から製品を仕入れる時に、銀行振り込みやクレジットカードで、支払いを同時に済ませるシステムなのです。

私は以前、アメリカのネットワーク会社の副社長をしていましたのでよく分かるのですが、受取手形が不渡りになったり、売掛金の支払いが滞ったり焦げ付いたりする心配の無い商売、つまり、現金商売がいかに楽なことです。

しかも、ネットワーク会社からディストリビューターに支払われるコミッション(報酬)は、売上げ月の翌月払いが一般的です。つまり、収益(収入)は即現金、支払いは来月ってなるわけです。

中にはコミッションを週払いする会社もありますが、これとて、ディストリビューターが製品を購入する時既に支払いを済ませますから、これも即現金収入で、金曜日締めして翌週払いとなります。

経営する側からすれば、これほど楽ちんな資金繰りはありませんよ。

しかも業績が伸びているネットワーク会社であれば、豊潤なキャッシュフローがあるはずですよ。

もうお気付きになった方もおられると思いますが、

**リスク (先にお金を支払っている)を負っているのは、ディストリビューターの方なのです。**

私はよく「会社は大丈夫なんじゃないかな？」と、プロスペクトから尋ねられることがあります。

「経営者がよほどのアホでない限り、会社が資金繰りに困ることは無いと思いますが、“大丈夫です”と云う保証はできませんよ。それよりも、**リスクを負うのはディストリビューター(あなた)の方なのですから、あなたは大丈夫ですか？**」と尋ねています。

ネットワーク会社が無借金経営だと言っても、R&D(リサーチ&開発)＝研究開発に膨大な資金を投資する事は希ですし、売掛金もほとんど無く、スムーズなキャッシュフローがあるわけですから、急激な国際展開をする為に自己資金が不足している場合以外は、基本的には借入(借金)をする必要が無いのです。

自社工場で製品を製造しているネットワーク会社も有りますが、製品の製造を外注(OEM)しているネットワーク会社も多くあります。それでも、或る日突然倒産するネットワーク会社は多く有るんですよね～。

**確かに、業績が伸びていて無借金経営は良いことですが、  
だからと云って、会社の将来性や安定性が保証されるわけではありません。**

又、「**株式を公開(上場)しているから、会社は信用できる**」と言うディストリビューターも居ます。確かに株式公開(上場)をするには、厳しい上場審査をクリアしなければなりませんから、それをクリアした会社の信用度がある程度上がるのは一般的です。

しかし、株式を公開する目的は、株式市場から直接金融によって機動的に事業資金を調達することです。銀行等の金融機関から融資を受けるよりも、素早く事業資金を調達できるメリットがあるわけです。

私は、アメリカで10年以上投資に関わっていて、ひょつとすると私の投資ポートフォリオ内のファンドの一つに、どこかのネットワーク会社が含まれているかもしれませんが、私はネットワーク会社の株を直接購入したことは一度もありません。

何故かって？

それは、ネットワーク会社の株の利ざやや配当は、私にとって魅力が無いものだからです。

私の個人的な意見としましては、キャッシュフローが豊潤な筈のネットワーク会社には、直接金融(株式公開)で事業資金を調達する必要が無いのではないかと思います。

私がアメリカのネットワーク会社の副社長をしていた時も、会社の株は全て経営陣で保有してプライベートカンパニー(株式非公開会社)にしていました。事実、株式市場から資金を調達する必要もありませんでしたし、株式を公開すれば株主価値向上の為に短期的な経営戦略に陥ってしまったり、敵対的買収の危機に晒されたりするデメリットも有るわけですからね。中には上場していたネットワーク会社が、非上場に戻るケースもあります。

株式を公開しているネットワーク会社の多くは、“会社の信用度を高める”為のようで、私はそれ自体を悪いことだとは思いません。

但し、会社が自社株の価値が将来上がる様なことを吹聴して、ボーナスの一部としてや、インセンティブの一つとして、ディストリビューターに会社の株を売ったり、配布したりするのは、個人的には反対です。

何故かって？

これは、あくまでも私個人の意見ですが、株の価値が上がる保証などありませんし、私はネットワーク会社の株は、一般的に成長率が非常に悪い為に、利ざやを目的とした、“投機株”としての価値はほとんど無いと、思っているからです。

ディストリビューターにとって大切な仕事は、自分が携わっているネットワーク会社の株の心配よりも、  
**マーケティングに集中して、  
信頼関係で結ばれた、しっかりとした傘下組織を築くことなのです。**

もう一つ頻繁に使われるのが、ネットワーク会社のコミッションボーナスの**最高支払い率の自慢**です。

**「うちのネットワーク会社の最高支払い率は他社よりも高い！」**

**「業界最高の支払い率！」**

ここでボーナスプランの仕組みや種類等を取上げますと、コンプレッションやブレーキージ(スリーピングマージン)と云った話にまで及び、膨大な資料と解説になってしまい、ワープロを打つ私の手首が腱鞘炎になってしまいますので、ここでの説明は簡潔にさせていただきますので、勘弁してくださいね。m(\_ \_)m

「ボーナス還元率」とは、ネットワーク会社の採用している「ボーナスプランの支払い率」の事で、**最高支払い率**(英語でマキシマム・ペイアウトと言います)とは、その最高のパーセンテージ(%)の事です。既にご存知の方も多いと思いますが、ネットワークビジネスでは、各ディストリビューターの業績(売上げ)に基づいて、コミッションボーナスが段階的な率(%)でディストリビューターに支払われます。

各ディストリビューターの傘下組織による売上げによって、ピンレベルと呼ばれる収入資格レベルが設定されていて、大きな傘下組織を築いて、大きな業績(売上げ)をあげることによって、コミッションボーナスの支払い率も上がっていき、膨大な権利収入へと繋がるのです。

つまり、最高支払い率とは、ディストリビューターが契約を結んでいるネットワーク会社で、最高位のピンレベルに達したディストリビューター(スーパースター)が得る、コミッションボーナス収入の最高率(%)のことです。ですから、この**最高支払い率が高ければ高い程、魅力的なコミッションボーナスプラン**ということになります。

中には70%や80%と云う最高支払い率を提示するネットワーク会社もあります。

私が以前ネットワーク会社の副社長をしていた経験からすると、60%前後が現実的な数字だと思います。各社の製品の生産コストや、ボーナスプランの中に組み込まれているブレイクage、最高支払い率の到達率等で、表面上の最高支払い率の数字は操作できますが、私は実質70%や80%の支払い率なんて、会社の経営を逼迫させるかなり厳しい数字だと思います。

確かに、ディストリビューターにとっては、この最高支払い率が高い事に越したことはありませんから、“実質”の支払い率が高いこと自体は、悪いことではありません。

しかし、最高位のピンレベルに達して、この最高支払い率の権利収入を得ているディストリビューター（スーパースター）は、全体の0.003%（最高支払い率の到達率）程度です。ネットワーク会社が大きくなり、ディストリビューターの数が増えれば増える程、この計算式の分母（ネットワーク会社の収益）は大きくなり、最高支払い率の到達率（%）は、グーンと下ってしまいます。

お分かりいただけたと思いますが、

**圧倒的多数のディストリビューターが、最高支払い率の権利収入を得る  
ピンレベルに達することはなく、したがって最高支払い率なんてあまり関係のないことなのです。**

それでは皆さん、前の章で私が差し上げたツールを、もう一度使ってみましょう。

**「うちのネットワーク会社の最高支払い率は他社よりも高い！」**

**「それがどうしたって云うんだよ！」**

**「業界最高の支払い率！」**

**「それがどうしたって云うのよ！」**

## 嘘その7. =あなたの組織を自動構築。ノルマが無い=

これ以外にも

「私達(会社もしくはトップディストリビューター達)が、あなたの組織を構築してあげます」

「あなたは、只、登録するだけで権利収入がガッポガッポと入ってくる」

張り倒したるか！o(^\_^;)ノッパ〜

と言いたくなりますよね。

よくもまあ、こんなふざけた事を平然と言えるもんです！

しかし、こんな言葉に釣られてしまう人も多く居るんです。

実は私もその一人です、いや、一人だった(過去形)のです。

そりゃあ私だって人間ですから、出来ることなら勞せずガッポリと儲けたいと思いますよ。

けれど、現実はそのように甘くないんですよ〜。

そのことをすっかり忘れてしまったのです。(汗)

前の章でも述べましたが、ネットワークビジネスは模倣のビジネスです。

つまり、「何の努力もしないでガッポリ儲けたい」と思っている私(こらこら)が、これまた同じ様に

「何の努力もしないでガッポリ儲けたい」という人をリクルートし、その人がまた同じ様に

「何の努力もしないでガッポリ儲けたい」という人をリクルートとすると云う、

**負の連鎖**を繰り返し、そうして数千人にも及ぶ大きな**何もしない組織**が出来上がったのです。

ヨッ！お見事！（笑）

数千人の人達が単に登録しただけで、製品を購入することもなく、只じ〜っと何もしないのです。

**最悪**なのは、傘下組織の下の方から順番に「いったい何時になったら権利収入が入るんだよ！」って

突き上げが来ちゃうことなんです。(>\_<)

ネットワークビジネスのユニークな点の一つは、ディストリビューターが製品の小売り販売員であり、

又同時にその製品を購入して使う顧客でもあるのです。

前の章でも申しましたが、ネットワークビジネスは、っていうか、

どんなビジネスでも価値の有る商品やサービスが売れて成り立つわけですよ。

ネットワークビジネスに於いての売り上げの中で、ディストリビューターの小売り販売の占める割合は非常に低いのです。

大多数のディストリビューターは、**自己消費目的**で、製品を卸価格で購入しているのが一般的です。それが、**組織売り上げ**となるのです。

**ネットワークビジネスにとって重要なのは、単に傘下組織の人数(頭数)ではなくて、製品を購入しているディストリビューターが何人傘下組織に居るかが、重要です。**

ですから、**製品を購入しない組織**と云うのは、**組織が存在しないのと同じこと**なのです。

しかも、この購入は一回きりではなく、**継続的な購入**でないと、継続的な権利収入を得られないのです。

最近では、ネットワーク会社やそのディストリビューターの多くが、「**ノルマが無い**」と宣伝しています。これは「大量に仕入れ(買い込んで)、販売するノルマが無い」と云う意味で、別の形でノルマはあります。

大多数のネットワーク会社は、ディストリビューターがコミッションボーナス(権利収入)を得る為の条件を設定しています。

その条件は各社のボーナスプランやポリシーによって多少異なりますが、ディストリビューターがコミッションボーナス(権利収入)を得る為に、毎月一定量の製品購入が条件となっているのが一般的です。この条件を満たしていても、傘下組織の購入(組織売上げ)がなければ、コミッションボーナスを得ることはできません。

つまり、ネットワークビジネスには、単なる製品を卸値で購入して愛用する消費者としてと、傘下組織を築いてコミッションボーナスを得ると云うビジネスとして参加する二通りがあるのです。

単に製品を卸値で購入する消費者として参加していた人が、傘下組織を築いてビジネスとして携わるケースもありますし、ビジネスとして参加していた人が、単に製品を卸値で購入する消費者になるケースもあります。

ビジネス目的(権利収入を得る目的)の場合は、先にも述べました様に、毎月一定量の製品購入が条件となっているのが一般的になっていますから、毎月一定量の製品購入代金がコミッションボーナス(権利収入)を下回れば、ディストリビューターは**赤字決算**となるわけです。

ですから、私は、権利収入を得る条件としての毎月一定量の製品購入は、「**ノルマ**」だと捉えています。

ですから、多くのスポンサーやアップラインは、新しいディストリビューターが、少しでも早く毎月一定量の製品購入代金(支出)を上回るコミッションボーナス(権利収入)や小売り収入が得られる様に躍起になるのです。

何故かって？

赤字決算が続けば、ディストリビューターは辞めてしまいます。(そりゃそうだろ～)

単なる製品の愛用者として残ってくれば、まだ良い方で、大多数は完全に辞めてしまい、愛用者として残る人は僅かなのが実態です。

**継続的な権利収入とは、  
自分の傘下組織の人達が、継続的に製品を購入することによって、可能となるのです。**

ですから、昔は毎月の売上げ締め日近くなると、アップラインが傘下組織の人達に電話をかけたりにして、無理矢理に購入を促し、社会問題になったりしたのです。

(たぶん今でも傘下組織にプレッシャーかけてる、アホな奴が居るんだらうなあ～…)

中には毎月一定量の製品購入を権利収入取得条件にしていない会社もありますし、ボーナスプランの中に、早く毎月一定量の製品購入代金(支出)を上回るコミッションボーナス(権利収入)や小売り収入が得られる様なインセンティブを取り入れている会社もあります。

ところで、1990年代中頃からアメリカで導入が始まり、日本に進出したアメリカのネットワーク会社が日本にも持ち込んだシステムに、**オートシップ**(自動購入発送システム)と呼ばれるものがあります。

オートシップが導入される以前は、各ディストリビューターが毎月ネットワーク会社に条件を満たす量の製品の注文をしていたのです。

この毎月一定量の製品購入と発送を自動化したのが、オートシップなのです。

オートシップを利用すると、ディストリビューターは、毎月ネットワーク会社に連絡して注文を入れる必要がなく、毎月決まった日に、商品が自動的に購入(ディストリビューターのクレジットカード決済)されて、送られてくるのです。

オートシップには、基本的に4つのメリットがあります。

1. 製品の買い忘れによる、コミッションボーナスの取得逃しを防ぐ
2. アップラインが傘下組織の人達に連絡して、無理矢理に購入を促したりしない
3. アップラインは毎月の組織売り上げ予測が立て易い
4. ネットワーク会社の、受注発送業務が軽減される

先にも言いましたが、私の個人的な意見としましては、

**オートシッパであろうがなかろうが、毎月一定量の製品購入や売上げを  
コミッションボーナスの取得条件にする以上、それはノルマになる**

と思っています。

私は、別にノルマ自体が悪いと言っているのでは、ありません。

毎月一定量の製品購入をコミッションボーナスの取得条件にしているのに、「**ノルマが無い**」と言う事によって、プロスペクト(勧誘相手)に対して**間違った認識**を持たせてしまうことが、悪いと思っています。

**私は、ビジネスとして本格的に取り組む気の無い、新しいディストリビューターには、すぐにオートシッパを始める様には促しません。**

これには賛否両論あり、どちらの意見にも、一理あると思います。

もしも、新しいディストリビューターが製品を大変気に入っていたり、ビジネスとして本格的に取り組みたいから、すぐに購入を始めたいと思っているのであれば、それは各ディストリビューターの自由ですから、もちろんオートシッパを勧めます。

他人に製品を勧める立場のディストリビューターが、自分が契約しているネットワーク会社の製品を愛用することは当然だと思っていますし、製品が好きでない人には、そのネットワーク会社のディストリビューターとしてビジネス活動をする事を勧めません。(自分が好きでもない製品を勧めるなんて、矛盾しているでしょ)

だから、私が言う「**すぐにオートシッパを、始める様には促しません**」と云う意味は、ビジネスとして本格的に取り組まないのであれば、初期段階では、「**必要な時に、必要な分だけの製品を注文すればいい**」ということです。

オートシッパを始めると、若干製品の手持ち(在庫)が有っても、自動購入された製品が月々送られてきます。

資金的に余裕が無いディストリビューターがオートシッパを始めると、その支出がプレッシャーになり

**「早くコミッション収入を得ないといけない**」と思い、**あせってビジネスをしてしまいます**。

確かにこのプレッシャーを土台に、頑張る人も居ますが、大多数の人はあせりが出ます。

皆さんもご存知の様に、あせって物事をやって、上手くいくことはまずありませんよね。

中にはディストリビューターになって、翌月からオートシッパの購入費以上のコミッションボーナスを得る人も居ますが、これは希なケースであって、大多数のディストリビューターは数ヶ月以上要するんです。

私が著書“ネットワークビジネス9の罠”で教えるマーケティングは、或る程度の時間と些少の資金を必要とします。

ですから、未だコミッションボーナス収入のほとんど無い新しいディストリビューターが、貴重なビジネス資金をオートシッパによる製品購入に廻すのではなくて、必要な時に必要な分だけ購入して、マーケティングに資金を廻せる様に、自分のキャッシュフローをコントロール出来る様にしてあげたいのです。

そうすれば、コツコツやりたい人は、あせる必要もなく、ネットワークビジネスに取り組めるからです。

もちろん、私の傘下組織のディストリビューターが、すぐにオートシッピングをして製品を購入してくれれば、私の組織売上げの向上になり、私のコミッションボーナス収入も増えますが、それではあまりにも不誠実で、短絡的なビジネス展望といえるでしょう。

もう一つ頻繁に使われる嘘が、

**「今の仕事を辞めて、ネットワークビジネスに集中すれば早く成功出来る」というのがあります。**

こう云うことを言って、傘下組織のディストリビューターにプレッシャーをかけるアップラインを見かけると

**「どついたらか！」** o(^\_^;)ノアッパー（今回は関西弁で）

と言いたくなります。

そもそも、ネットワークビジネスが他のビジネスと比べて有利な点の一つが、本業を辞めなくても

**「サイドビジネス」として始められる**と云うことです。

私自身も、ビジネスコンサルティングや講師、投資、通訳、執筆といった本業の傍ら、国際的な組織を築きました。

ネットワークビジネスからの収入も有り、本業を辞めてもよいのですが、本業の方も

根っから好きなので、そのまま続けています。

会社勤めをされながらネットワークビジネスを始める方や、自営業を営みながらネットワークビジネスを始める方が、本業であるお勤めや自営業を辞めた途端に、収入も止まるわけです。

本業を辞めたからと云って、請求書が来なくなるわけではありませんよね。(請求書が来なくなればいいなあ～)

光熱費、食費、携帯電話、学費、交通費、ローン、飲み屋のツケと云った、支払いは有るわけです。

本業を辞めるように勧めたアップラインが、収入を保証してくれる訳ではありませんから、そうになると、先に述べましたように、「早く稼がないといけない」とプレッシャーを感じて、あせってビジネスをしてしまうのです。

嘘その1. でも紹介させていただいた様に、既に**蓄積**の有る人ならば、本業を辞めても傘下組織を比較的早く築き、コミッションボーナス(権利収入)が本業の収入に追いつくかもしれませんが、大多数の新しいディストリビューターには、その蓄積がありません。

ですから、本業をそのまま続けながら、長期展望に立ってネットワークビジネス(サイドビジネス)を築けばよいのではないのでしょうか？

私がいつも傘下組織の方達にするアドバイスは、

**「ネットワークビジネスからの収入が、本業の4倍くらいになってから、  
本業を辞めるかどうかを考えても遅くはありませんよ」**

## 嘘その8. =早く参加した方が有利だ=

投資(投機)の世界では、「安く買って、高く売る」のが常識です。  
そうでなかったら投資とは言えません。

私は投資関係にも携わっています。

投資は複雑な部分が多い業務ですが、基本的には R.O.I(Return on investment)「いかに安く買って、いかに高く売るか」が腕の見せ所です。将来、一体何に投資したら確実に儲かるかが、手をかざすと映し出される“魔法の水晶の玉”を持っていない私は、様々な情報を収集し、研究して、将来値段の上がりそうな対象に投資をする訳です。(ハズれる事の方が多いんですが…)(>\_<)

自分の投資対象(株式や物件)自体の値段を自分で上げる事などできません(出来たらいいなあ)から、値段や価値の上がりそうな投資対象を、他の投資家よりも早く購入し、後から投資する人達によって投資対象の値段が上がったところで、売却した差益(利ざや)を得るわけです。

FX(Foreign Exchange)にしたって、外国為替レートの変動を利用して、通貨を「安く買って、高く売る」(差益)投機ですよ。

つまり、

「安く買う」=「他の投資家よりも早く参加する」

「高く売る」=「後から参加した投資家のお金で儲ける(差益)」

って事です。

ですから、投資(投機)に関しては、「早く参加した方が有利」と云う言葉が、或る意味当てはまります。

先物取引(デリバティブ)にしたって、基本的には…っと、話が横道に逸れて行っても、誰も戻してくれませんが、自分で本題にとっとと戻りますね。

さて、「早く参加した方が有利だ」と云う言葉は、

“ネットワークビジネス 9つの嘘”の中で、私の一番嫌いな嘘です。(´\_`#)

何故かって？

それは、**ネットワークビジネスに参入すること自体は、投資(投機)ではないのに、**そういう間違っただ概念をプロスペクト(思い込み客)に植え付ける可能性が有るからです。

確かに、早く参加(始める)することによる、有利な事もあるでしょう。

事実、嘘その1.で紹介したスーパースターの多くは、初期段階で参加していることが多いのです。

ネットワークビジネスとは、基本的に製品やビジネス情報を人づて(口コミ)で広げて傘下組織を作っていく訳ですから、未開発のマーケット(製品やビジネスに付いて未だ知らない人達)の大きい初期段階に参加した方が有利だと、多くの人達が信じているのです。特に、商品が先端技術系の様な将来性を重視した、「ヴィジョン系」と呼ばれるネットワークビジネスに、この傾向は強い様です。

この“早い者勝ち”という心理につけ込んで、

**「新しいネットワーク会社で、始まったばかりの今がチャンス！」**

**「今なら縁故会員として参加できて有利！」**

なんて宣伝文句を使って煽り、勧誘するケースが多いのです。

ところで、この“縁故会員”って、一体全体何なんですかね？

「社長の親戚にでもしてくれる」って云うことですかね？(笑)

嘘その1.で紹介した、ファウンダーと呼ばれる創立ディストリビューターの事を指すのだと思うのですが、本当に社長や他の経営陣の家族や親戚で無い限り、縁故関係は成り立ちませんよね。

「早く参加した方が有利(成功する)」って言葉の裏を返せば、

「遅くから参加したら不利(成功できない)」ってことでしょ？

それじゃあ、一体何時までが「早く参加した」事になり、何時からが「遅く参加した」ことになると云う定義が、あるのでしょうかね？

早く参加したと云うのは、最初の一ヶ月以内ですか？ それとも三年以内ですか？

遅く参加したと云うのは、二ヶ月後からですか？ それとも十年後からのことですか？

定義など無い、全く無責任であやふやな表現です。

しかも、この宣伝文句には、矛盾が含まれています。

嘘その3.でも紹介しましたが、ネットワークビジネスとは模倣(コピー)のビジネスです。

「早く参加した方が有利だ」という言葉に釣られて、初期段階で参加した(ビジネスを始めた)

ディストリビューターが、又同じ様に「早く参加した方が有利だ」という言葉で、新しいディストリビューターをリクルート(勧誘)する訳です。その新しいディストリビューターも「早く参加した方が有利だ」という言葉でリクルート(勧誘)をします。(負の模倣ってやつです)

しかし、或る時点でもう“早い時期”ではなくなるわけですね。

例えば、ネットワークビジネスでは、一般的に十年以上も前に創業したネットワーク会社を、「新しい会社」とは呼びませんし、「早い時期」と言うのにも、かなり無理が有ると思います。

ですから、創業十年後に参加した新しいディストリビューターが、「早く参加した方が有利だ」なんて言って勧誘しても、「お前、何アホなこと言うてんねん！」って一蹴されるだけです。(＞\_＜)

**ネットワークビジネスの基礎である模倣(コピー)が、  
行き詰まってしまう矛盾が、生じるのです。**

それを承知で「早く始めた方が有利だ」なんてアホな事を言うのは、明らかに不誠実ですし非理論的です。

「早く始めた方が有利だ」なんて言っても、投資(投機)ではなくて、ビジネスを築くわけですから、

**早く始めようが、遅く始めようが、  
成功できない人は、できませんし、  
成功できる人は、できるからです。**

成功できる人と、できない人の違いは、始めた時期ではなくて、**重要なファクター(要素)**とそれに関わる**蓄積の有無**です。

重要なファクターを理解し、蓄積が有れば、ネットワークビジネスを始める時期は、さほど関係がありません。

つまり、**重要なファクターを理解した人**は蓄積を築き、成功する確率が高いと言えるでしょう。

それじゃあ、蓄積の無い人は、どうすればよいのでしょうか？

蓄積の未だ無い人は、**マーケティング**によって、蓄積を創ればよいのです。＼(^\_^)／

## 嘘その9. =成功すると本当に信じれば、きっと成功できる=

この「成功すると本当に信じれば、成功できる」って云うのは、ちょっと厄介なんですよ。

何故かって？

それは、「成功すると本当に信じれば、成功できる」って云うのが、まんざら嘘ではないからです。

手前味噌で恐縮ですが、私自身も「必ず自分の夢を叶える」と信じた結果、こうしてアメリカへ移住することができましたし、その後も色々な夢をかなえてきました。

もちろん、私一人の力ではなくて、多くの人達に支えていただいたお陰です。

私のコンサルタントとしての経験や、ネットワークビジネスのコンセプトを合わせ執筆したビジネス書“Time Isn't Money”が出版され、全米及び日本を含めた世界18ヶ国で販売されていますが、それも叶った夢の一つです。（ちゃっかり宣伝）(^\_^)

[http://www.amazon.co.jp/Time-Isn't-Money-Secrets-Wouldnt/dp/0976968959/ref=sr\\_1\\_2?ie=UTF8&s=english-books&qid=1223999753&sr=1-2](http://www.amazon.co.jp/Time-Isn't-Money-Secrets-Wouldnt/dp/0976968959/ref=sr_1_2?ie=UTF8&s=english-books&qid=1223999753&sr=1-2)

今も、次なる夢に向かって進んでいる真っ最中です。（^\_^）

しかし、この「成功すると本当に信じれば、成功できる」と云う言葉には、

**「成功するという信念に基づいて、試行錯誤を繰り返しながらも諦めずに頑張れば、報われることもある」**

という意味が込められていると、私は勝手に解釈しています。

試行錯誤すると云うことは、目標に到達する方法を追求し続けると云うことです。

私から申し上げるまでもなく、皆さん既にご承知ですね。

**間違った方法を千回繰り返しても、千回とも結果は失敗に終わるだけです。**

いくら一生懸命に努力しても、方法が間違っていれば良い結果は得られません。

**例えば**、トーマス・エジソンが電球を発明できたのは、電球のフィラメントとして最も適した素材を発見するまで、試行錯誤を重ねたからですよ。

いくらトーマス・エジソンが「俺は電球を発明する」と信じていても、**間違った同じ素材**を使い続けて千回実験していたら、千回とも失敗に終わってしまい、トーマス・エジソンは電球を発明できなかったことでしょう。

つまり、**「成功すると本当に信じる」だけでは、成功できないのです。**

ところで皆さん、朝、太陽はどちらの空から昇りますか？

えっ？ 「そんなくだらねえ質問をするんじゃねーよ！」ですって？

まあまあ、そんなに怒らないで、最後の章ですから、もう少し付き合ってくださいよ。m( )m

もちろん、太陽は**東の空**(東の地平線)から昇りますよね。

**例えば**、アリス(仮名)が“日の出を見よう”と思ったとします。

そこで彼女は早起をきして、未だ暗い早朝から**西**に向かって走り出しました。(おいおい)

アリスは日の出を拝む為に、一生懸命に**西**に向かって走り続けますが、結局、日の出を見ることができませんでした。

そして彼女は考えます、「きっと、走るスピードが遅すぎたんだわ！」

翌朝、**西**に向かって猛然と走り続けましたが、この日も日の出を見ることができませんでした。

そして考えつきます、「自転車を使えばいいわ」

翌朝、**西**に向かって自転車で走り続けましたが、この日も日の出を見ることができませんでした。

そして考えます、「よし！今度は自動車を運転して行こう」

翌朝、**西**に向かって自動車で走り続けましたが、この日も日の出を見ることができませんでした。

くる日もくる日も、アリスはあの手この手で、一生懸命に**西**に向いますが、ど~しても日の出を見ることが出来ません。

ついに疲れ果てたアリスは、アップラインのジャック(仮名)に相談します。

「もう、日の出を見るのを諦めようと思うんです…」

するとジャックは応えます

「君はやる気が無いだけなんだよ」

「とにかく**西**に向かって走り続けていれば、いつか日の出が見られるよ！」

ジャックの言葉を翻訳すると

「とにかく9つの嘘を真実だと信じて頑張っていれば、そのうちに成功できるよ！」

**9つの嘘(西に向かえば日の出が見れる)を信じている限り、アリスは、同じ過ちを繰り返す羽目になるのです。(>\_<)**

**間違っただ方法を、千回やっても、  
頑張っても十年経ても、良い結果は出ないのです。**

それじゃあ、どうしてアップラインのジャックは「とにかく我慢して西に向かって走り続けていれば、そのうちに日の出が見られるよ」なんて嘘をついたのでしょうか？

それには2つの理由があります。

ジャックの様にアップラインと呼ばれるピンレベル上位者の中には、蓄積を持ってビジネス参加した人達と、嘘その8. で述べましたように、会社が比較的新しい時期に早く参加した方が有利だと思って、ビジネスに参加した人達が居ます。

1つめの理由は、嘘その1. で述べました様に、蓄積を持って参加したアップラインは、その事を公言しませんし、どうやって蓄積を創るかを教える方法も知りません。

2つ目の理由は、会社が比較的新しい時期に早く参加した方が有利だと思ってビジネス参加した無能なアップラインは、“嘘”を使って集めた組織ですから、日の出を見るには、**東**に向う必要があることを知らないのです。

つまり、ネットワークビジネスとは、マーケティングのビジネスであると言う事を知りませんから、教えることもできないのです。

ジャックの様な無能なアップラインが、コミッションボーナス(権利収入)を継続的に得る為には、アリスの様に、自分の傘下組織の人達が活動(製品の購入も含む)を続けてくれなければなりません。

**つまり、傘下組織の人達が日の出を見る為に西に向かって走っていても、その間は、アップラインが権利収入を得続けられるからです。**

けれど、これでは何時か傘下組織は行き詰まってしまいますよね。  
だから、無能なアップラインは色々な嘘をつき続けなければならないのです。

それでも、何時かは、傘下組織が行き詰まってしまいます。

そうすると、ジャックの様な無能なアップラインは、「早く参加した方が有利だ」と言う嘘を本気で信じていますから、又別の新しいネットワーク会社に移って行き同じ嘘を繰り返すのです。

こう言う人達を、業界用語でジャンキーと呼びます。(専門用語まであんのかよ)

皆さん、ちょっと考えてみてください。

ジャンキーと云う業界用語が存在すると云うことは、

ネットワークビジネス業界には、長年嘘が横行していると云うことですよね。

ですから、

**嘘の横行を止めない限り、ネットワークビジネス業界とディストリビューターは、  
同じ過ちを繰り返し続けることになるのです。**

それでは一体全体どうやったら、この嘘の横行を止めることができるのでしょうか？

**うつぼアプローチ**(下劣な物売り)を止め、**マーケティング**を始めることです。

今現在、**うつぼアプローチ**をしている、又は、そうするようにアップラインから指導されているディストリビューターの方達には、お尋ねさせていただきます。

**やっています楽しいですか？**

私は、全然楽しくありませんでした。 それどころか、とても苦痛でした。

友達に電話しても、「もしもし、俺。マイクだよ」と言った途端に「**ガチャン!**」っと電話を切られるようになってしまいました。( >\_< )

ショッピングモールなんかで出会っても、無視されました。( >\_< )

**ところが、**

或る人物に偶然出会い、**ファクター(要素)**と**マーケティング**に付いて教わったことがキッカケで、私のネットワークビジネスは大きく変わりました。

アップラインが指導するアホな“嘘”を無視して、ファクターとマーケティングに専念し始めた途端に、私の傘下組織がグングン大きくなっていきました。

毎日見込み客を追いかけ廻して、半年間に、“一人スポンサー出来るか出来ないか”の悲惨な状態から、「あなたのビジネスに興味があります」と言って、次から次へと見込み客が集まってきたのです。

これは楽しいですよ。♪♪ d( ^o^ )b ♪♪

もしも、あなたが、ネットワークビジネスをやっても全然楽しくなく、

私がネットワークビジネスで苦しんだ悩みと同じ様な悩みを抱えていて、

**解決策**を探しておられるのであれば、私の著書「**ネットワークビジネス9の罠**」(ビジネス社)

をお読みください。<http://goo.gl/aqX9M>

## さいごに

「何だよう、まだ何か言いたいことがあるのかよ～」とお思いの、気の短い読者の方もおられることでしょう。

私はしつこい性格ですから、お許してください。m(\_ \_)m

実は、最後にもう一つだけ、申し上げておかなければならない事が有るのです。

「ディストリビューターの失敗は、“自己責任”だ」と言う人(アップライン)が居ます。確かに各ディストリビューターの自己責任の部分もありますが、ネットワークビジネスでは自己責任の範囲と云うものが明確に統一されていませんので、この曖昧さを利用して、責任逃れをしようとするアップラインが居ることも残念な事実です。

これは私の個人的な意見ですが、本書に記載しました様な“嘘”を並べるアップラインに、責任の所在が有るのではないかと思います。

「ディストリビューター契約書の裏側に、責任に関して書いてある」と言われるかもしれませんが、契約とは“ボナ・ファイド(Bonna Fide)”、ラテン語で“誠意を持って”ということが前提条件となっています。

貴重なお時間を割いて本書を読んでいただき、ありがとうございました。

あなたにとって、本書が価値の有る内容であった事を願っています。

Mike Kakihara CEO

*Intullect Corporation*

California USA

<http://www.MikeKakihara.com>

〔おことわり〕

誤字脱字を見つけては“鬼の首でも取った”かのように、嬉しそうに指摘される方もおられますが、お取り替えなどいたしませんので、ご自分で修正しておいてくださいね。あしからず。m(\_ \_)m

## 【著作権】

- ◆ 本書、“ネットワークビジネス 9つの嘘”は本書は *Intullect Corporation* 社による、“ネットワークビジネス 9つの罠” (ビジネス社) のプロモーションでもあり、その一部またはすべてを著作権者及びビジネス社の書面による許可なく、使用(コピー、転載を含む)を厳禁いたします。
- ◆ 本書のすべてのコンテンツの著作権は、コンテンツの著者(及び *Intullect Corporation* 社)、が所有しており、著作権者の文書による許諾を得ない「私的目的以外の複製」および「引用」の範囲を超えたコンテンツの複製、転載、改変、配布、販売などの行為は国際著作権法により罰せられます。

## 【免責事項】

- ◆ 本書は *Intullect Corporation* 社による、“ネットワークビジネス 9つの罠” (ビジネス社) のプロモーションであり、又、無料で情報を提供するものである。正確性や適切性に最大限の努力をしておりますが、正確性、最新性、道徳性、適切性及び、特定の結果や成果を保証しているものではありません。したがって、本書によって生じたいかなる損害にも責任を負いかねます。

### 〔監修協力〕

中澤哲也

ケン・イーヴォイ

マイク・ディラード

キャシー・ロックフェラー