

6月17～19日米国 DSA が年次総会

4兆円規模の世界トップの市場規模があり、アントレプレナー(起業家)育成にもっとも貢献しているという視点からダイレクト・セリング(以下 DS)の役割を強く主張する会となりました。

DSの歴史が長く、世界進出するDS企業を数多く抱えるDSのメッカといえば米国です。米国のDS企業が所属するのがダイレクト・セリング・アソシエーション(DSA)です。世界でDSという表現を使う場合には、ほとんどがMLM(マルチ・レベル・マーケティング)を指しています。

米国DSA(ワシントンDC)は、6月17日から19日まで、米国カリフォルニア州サンディエゴ市内のホテルで年次コンファレンスを開催しました。「DSが持つ起業に果たす役割」を強調するスピーチが目立ちました。

(販売戦略や商品開発など7部門で表彰)

コンフェレンスでは、販売戦略や製品開発、新規立ち上げなど7分野で表彰式を行い、アムウェイ、メアリーケイ、ダムセルインディフェンス、パウツリー(ペットフード)、ジュネスグローバルなどが表彰されました。

新規立ち上げ分野ではペットフードで展開している企業が表彰されました。

また、1963年から続く「殿堂入り」企業も表彰され、今年には1911年から調理器の製造を開始し1956年からDS事業を行うロイヤルウェア社(本社ウイスコンシン州)が選ばれ、三代目社長のジェフリーレイグル氏と家族、経営陣が壇上で紹介されました。

これまで殿堂入りした企業にはアムウェイ、ニュースキン、メアリーケイ、シャクリー、ブリタニカなどがあります。

(アントレプレナーを支援するDS)

全体会議であいさつに立った米国DSAのジョセフ・マリアーノ会長は「DSの持つアントレプレナーシップ「起業家精神」を土台に、消費者保護を同時に強化して発展させていこう」と語りました。

大会議長はアムウェイ営業部長のジョンパーカー氏、副議長はトレイシーリン社創業者のトレイシー・リー・バートン女史が務めました。

全体会議の合間に分科会も開催されました。テーマは、「DS業界と企業のブランド価値をいかに上げるか」「消費者保護の促進とビジネス発展のかねあい」「ソーシャルメディアの担い手としてのディストリビューターという起業家」「DSの社会的評価をいかにして上げるか」などでした。

大会には、ミシガン州選出の下院議員ジョン・ムールナー氏(共和党)とカリフォルニア州選出の下院議員トニー・コーディナス(民主党)も登壇して祝辞を述べました。

(DSの価値を啓発する大学教授も参加)

今回、40年にわたりダイレクトセリングを研究して啓発する学術団体であるDSEF(ダイレクト・セリングエデュケーション・ファンデーション、ワシントンDS)から28人の大学教授らが参加しました。

同協会は学識者のほかDSAの理事らが役員を務めており、全米で137人の教授や講師が所属し、DSの社会的役割を研究しつつ、授業の中で大学生にDSについて授業で講義しています。

分科会ではDSEFに所属する大学教授が「高い技術と起業家精神を持つソーシャルメディアの担い手としてのディストリビューター」のテーマでパネルディスカッションを開催しました。

ノースウェスタン大学のアン・クーフラン教授は「店舗の閉店が相次ぐ中で商品の流通手段としての価値とアントレプレナーシップの視点から貧困層にもビジネスチャンスがあるDSの社会的存在価値について述べました。

同協会に所属するフロリダ州立大学のウェンディ・リッツ助教授は「大学生がダイレクトセリングを活用して学費を稼ぐことは違法ではないのですが、まだ実際に参加する学生は少ないです。大学でダイレクトセリングについて講義する教授が増えるにつれて参加する大学生も増加するのでは」と分析していました。

(企業管理下でSNSでの勧誘が広がる)

米国企業では、インターネットを使った新規ビジネス会員募集が活発化と言われていますが、この点について、大会でも、スピーカーを務め81年に殿堂入りしているプリンスハウス(調理器販売)社長のコニー・タン女史は、「アムウェイやNSなどの大手企業でも、また中堅クラスの企業でも、会社に登録したメンバーに限り、HPの開設を認める形でコントロールしています。会社に関心を持った消費者は会社のHPから自分の居住地近くのリーダーを地図上で探しだしHPを見てどのリーダーの傘下に入るかを選ぶしくみが定着しています」と語りました。

米国DS協会には、メインであるネットワークビジネス84社、ホームパーティー販売67社に加えて、ドアツードア販売企業が加盟しています。

大会には、会員のDS企業68社のほか、カナダ、オーストラリア、ニュージーランド、ボリビア、コロンビア、エストニア、エクアドル、ブラジル、ヨーロッパなどからDSA協会のスタッフや販売会社など約1000人が参加しました。

DSの特徴について研究するDSEF(ダイレクト・セリング・エデュケーション・ファンデーション)からは分科会に出席する講師も含めて大学教授など28人が参加しました。

会場には、サプリメントや化粧品メーカー、クレジット、旅行会社、システム会社など14社がブース出展し販売会社スタッフとのビジネス交渉に励んでいました。

PS

大会期間中にはDSEFを資金面で支援するためのカジノ大会も開催されたり、初日午前中には有志によるゴルフコンペも開催されるなど盛りだくさんのイベントが満載でした。来年はテネシー州で開催されます。