

団体の概要 (NGO/NPO用)

団体名 知っ得らぶ

所在地	〒 822 -0111 福岡県鞍手郡若宮町金丸 358 - 12 TEL:0949 - 52 - 1452 FAX: - - E-mail: f_ne_ca_8da@ybb.ne.jp 携帯 : 090-6426-8385		
ホームページ			
設立年月	H 16 年 9 月 * 認証年月日 (法人団体のみ) 年 月 日		
代表者	辰島千代子	担当者	瀧下敦子
組織	スタッフ 5 名 (内専従 名) 個人会員 5 名 法人会員 名 その他会員 (賛助会員等) 名		
設立の経緯	<p>地球環境を考えるにあたり、個人・家庭でのライフスタイルの見直しが最優先だと思った。特に家庭排水による環境汚染は言うまでもない。そこで環境負荷の少ない製品を使用してはみたが、経済的理由により継続する事は不可能だった。ならばどうすれば、個人に負担なく環境に良い製品を広く継続使用できるのか模索した。皆が経済的豊かさを手にし、なおかつ環境活動に貢献できる方法。そして、知って得するクラブ (知っ得らぶ) を立ち上げた。</p> <p>H 16 年 9 月 知っ得らぶ結成 (商標登録出願中) H 16 年 10 月 2 日 第一回知っ得らぶ開催 H 16 年 10 月 30 日第二回 以後 2 回 / 毎月開催</p>		
団体の目的	市民の経済が豊かにならないと環境も良くはならない。そこで環境活動が社会貢献から経済へ展開できることを、広く一般市民に情報提供し、「個」と「公」が一体となって、環境革新を目的とする。		

<p>団体の活動 プロフィール</p>	<p>98年12月より厚生省は「成人病」という呼称をやめて「生活習慣病」という呼称に変えた。その背景には、発症の低年齢化により、「成人病」は食生活や日常生活による生活習慣が大きな影響を及ぼすと考えられる様になったからだ。</p> <p>つまりは日常の生活習慣が健康や環境おも汚染しているという事になる。</p> <p>又、国民健康保険による国家医療費負担の増大により、その赤字を埋める策として国民の負担率が引きあがった記憶は新しい。</p> <p>尚、少子・高齢化が進むにあたり、今後貰える将来の年金の額に一層の関心が深まり、不安を隠せないのも事実だ。</p> <p>厚生年金の保険料についても、現在年収の13.58%（労使折半）から毎年引き上げられていき、平成29年度には18.3%になる事が見込まれている。</p> <p>そんな経済的にゆとりの無い、日々逼迫していく一般市民の家計から、品質よりも価格を優先選択しているのも無理ない事である。</p> <p>又昨今、不誠実な企業が相次いで取り沙汰されている。</p> <p>たとえ華々しい成長を遂げていても、環境に無頓着だったり、人を大切にしない企業に対しては投資しない考えが必要だ。</p> <p>誠実にがんばっている企業をもっと積極的に応援したい。</p> <p>それでなければいつまで経っても、家庭排水による環境汚染は防げない。</p> <p>このままでは地球が持たないのは判明している。</p> <p>私達は子から子へ。次世代へこの地球を残さなくてはいけない義務がある。</p> <p>知っ得らぶ（知って得するクラブ）は周りの環境を変えようとする前に、まずは自分が変わる事を目的とし、環境に貢献している企業を選んで、日常生活そのものの社会的責任投資に取り組んでいく。</p> <p>環境や社会が良い方向に変わり、私たち市民も経済的に豊かになる事を目指す。</p>
--------------------------------	---

活動事業費（平成15年度） 円

政策のテーマ

**21世紀型ビジネス推進
(環境・経済の豊かさを手にする)**

環境活動

政策の分野

- ・化学専門部門において成分検証
- ・

政策の手段

- ・知っ得らぶ(知って得するクラブ)を全国設置

団体名：知っ得らぶ

担当者名：辰島千代子

政策の目的

ネットワークマーケティング業界全体の認知度向上

長引く不況で減収減益に苦しむ市民の多い中、ネットワーク・ビジネスこそが21世紀型ビジネスになりうる。

消費者の参加と参画でマーケティング・イノベーションを起こし、共に行動する過程において財をつくる。

ネットワークによってグリーン調達の推進を積極的に行う。

背景および現状の問題点

ネットワーク・ビジネスが生まれた米国ではマルチ・レベル・マーケティングビジネスとも呼ばれており、日本では、マルチ商法という言葉には、うさんくさいという語感がつきまといっている。合法的なネットワーク・ビジネスと完全に違法なネズミ講との違いが一般に知られていないという問題がある。

たとえ社会貢献を経営理念に掲げ真面目に取り組んでいる企業であっても、ネットワークカンパニーと聞いただけで一般市民には受け入れてもらえない。

環境問題の多くは国民の日常生活に起因している。

だからこそ国民一人一人が取り組んでいかなければならない。

もう国や環境省の呼びかけだけでは環境負荷の低減は思うほど望めない。

政策の概要

【第1段階】

- ・一般的に「環境にやさしい」といわれている製品成分検証
世の中いろんな情報が氾濫しており、どれが環境に良いのか市民には検証できない。
専門知識を要するので環境省を筆頭に国のバックアップ願う。
その結果、各企業もこぞってグリーン調達推進を加速する。

【第2段階】

- ・「知っ得らぶ」全国設置のマニュアル作りと人材育成
製品マニュアル・経済マニュアルの作成と各地域においてネットワークビジネス教育をし
環境改善の担い手を増やしていく。

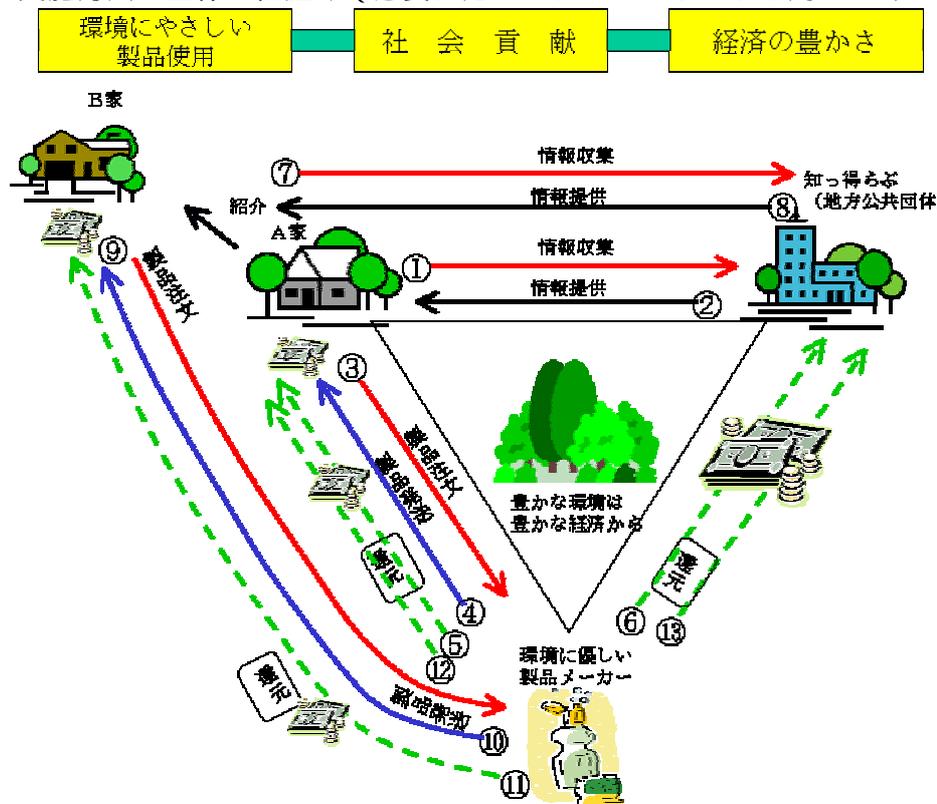
【第3段階】

- ・「知っ得らぶ」を起点とした市民環境大変革運動実施に向け全国普及活動
一人でも多くの市民が社会貢献に参加してもらう為には、「豊かさ」を掲示し市民環境大変革運動に参画してもらう。

【第4段階】

- ・ 学校教育におけるマルチ・レベル・マーケティング科目追加
ハーバード大学など世界有数の大学では、マルチ・レベル・マーケティングは単位科目になっている。
日本でもここ数年になっていくつかの大学がとりいれてはいるが、まだまだ社会的認知度が低すぎる。
ネットワークビジネスは、人とのコミュニケーションを大切にする事から始まっているが、今はIT時代とも呼ばれ、人との関わりが少なくなってきた。
それゆえに“おれおれサギ”なるものが横行してしまったのもいうまでも無い。今の日本にとって環境や人を大切にする為にも、コミュニケーション作りは不可欠なものといえる。

政策の実施方法と全体の仕組み（必要に応じてフローチャートを用いてください）



- (A家) 環境や経済の情報収集のため知っ得らぶにコンタクトを取る
- 【知っ得らぶ】 情報提供をする
- (A家) メーカーに製品注文
- 「メーカー」 A家に注文製品発送
- 「メーカー」 ポイントにもとづいてA家へ還元
- 「メーカー」 A家紹介のポイント分を知っ得らぶへ還元
- (B家) (A家の紹介により) 知っ得らぶに情報収集に行く
- 【知っ得らぶ】 情報提供をする
- (B家) メーカーに製品注文
- 「メーカー」 B家に注文製品発送
- 「メーカー」 ポイントにもとづいてB家へ還元
- 「メーカー」 B家紹介のポイント分をA家へ還元
- 「メーカー」 B家紹介のポイント分を知っ得らぶへ還元

政策の実施主体（提携・協力主体があればお書きください）

- ・ 国や環境省のバックアップ。
- ・ 地方公共団体への事業推進
- ・ ネットワークマーケティング専門研究機関
- ・ 協力企業募集
- ・ 教育委員会（ネットワーク教育研修）

政策の実施により期待される効果

環境改善活動意識の向上

環境改善活動に関して無頓着だった市民も、経済が関わってくるのであれば無関心には
いられない。

環境に関して個々の意識が高まる。

経済効果

将来の経済的不安により誰もが副収入を望んでいる。どんな人でも参画出来る事から
ネットワークビジネスは21世紀型在宅ビジネスになる。個々の収入が増えれば納税も
増額となり、地域活性の手助けとなる。

その他・特記事項

私たち「知っ得らぶ」メンバーは特別な学歴や才能も持ち合わせておりません。

ごく普通の一般市民です。

でも何とか環境と経済を良くしようと集まったメンバーです。

人間本来の幸福とは、健康であり、経済的豊かさがあり、社会環境に恵まれている事ではない
でしょうか。

どうぞ、つたないー市民の発想ですが「民の声」お聞き届けください。

最後にある企業が環境をテーマに作文を募集しました。

その際に応募した作品を添付致します。

読んでいただければ幸いです。