

平成六年(ワ)第四八三〇号損害賠償等請求事件(平成一〇年七月一七日口頭弁論終結)

判 決

東京都港区南麻布二丁目八番一―二号

原告	日本アムウェイ株式会社
右代表者代表取締役	リチャード・エス・ジョンソン
右訴訟代理人弁護士	高石 義一
同	濱辺 陽一
右訴訟復代理人弁護士	大橋 宏一
同	石渡 一浩

東京都千代田区猿楽町二丁目五番二号

被告	株式会社あつぷる出版社
右代表者代表取締役	北原 章
東京都多摩市愛宕四丁目四一番地一号	エステメル二―多摩二〇五
被告	北原 章
東京都杉並区天沼一丁目一四番二〇号	リッチハイム一〇七
被告	山岡 俊介
被告ら訴訟代理人弁護士	芳永 克彦
同	内藤 隆
同	内田 雅敏
同	山崎 恵

主 文

一 原告の請求をいずれも棄却する。

二 訴訟費用は原告の負担とする。

## 事実

### 第一 当事者の求めた裁判

#### 一 請求の趣旨

- 1 被告らは、別紙刊行物目録記載の各刊行物の出版、展示、販売及び頒布をしてはならない。
- 2 被告らは、原告に対し、本判決確定の日から七日以内に、東京、大阪、中部、西部及び北海道で発行される朝日新聞、読売新聞、毎日新聞、日本経済新聞及び産経新聞並びに東京新聞の朝刊各紙に各一回、縦一七センチメートル、横一九センチメートルの枠組みで一四ポイント活字を以て、別紙「取消並びに謝罪広告」と題する書面記載の謝罪広告を掲載せよ。
- 3 被告らは、原告に対し、連帯して金一〇〇〇万円及びこれに対する平成六年五月二六日から支払済みに至るまで年五分の割合による金員を支払え。
- 4 訴訟費用は被告らの負担とする。
- 5 右3項につき仮執行宣言

#### 二 請求の趣旨に対する答弁

主文同旨

### 第二 当事者の主張

#### 一 請求原因

##### 1 当事者

原告は、物品の輸出入、製造、販売及び委託販売等を業とし、ホームケア製品、ハウスウェア製品及びパーソナルケア製品などの研究、開発、製造、販売等を行っている株式会社である（以下、原告を単に「アムウェイ」ともいう。）。被告株式会社あっぷる出版社（以下「被告会社」という。）は、書籍。雑誌の製造及び販売等を業とする株式会社であり、別紙刊行物目録記載の各出版物を出版、

展示、販売、頒布している。

被告北原章（以下「被告北原」という。）は、被告会社の代表取締役であり、別紙刊行物目録記載の各出版物の発行者である。

被告山岡俊介（以下「被告山岡」という。）は、別紙刊行物目録記載の各出版物の著者である。

## 2 各書籍の出版等

被告らは、被告山岡を著者、被告北原を発行者、被告会社を発行所として、別紙刊行物目録一記載の書籍（「誰も書かなかったアムウェイ」、一九九二年六月七日第一刷、以下「本件書籍（一）」という。）同目録二記載の書籍（「続・誰も書かなかったアムウェイ」、一九九二年一月二日第一刷、以下「本件書籍（二）」という。）及び同目録三記載の書籍（「アムウェイが崩壊する日」、一九九三年一月二〇日第一刷、以下「本件書籍（三）」といい、本件書籍（一）ないし（三）を一括して単に「本件書籍」という。）をそれぞれ出版、展示、販売、頒布している。

## 3 名誉毀損

本件書籍中には、原告の業績、営業手法、販売製品の性質などについて、別紙一ないし五記載の各記述部分（以下、これらを合わせて「本件各記述部分」ともいう。）があるが、これらは、次のとおり、原告の信用及び名誉を毀損するものである。

### （一） 別紙一の各記述部分

(1) 訪問販売等に関する法律（以下「訪問販売法」という。）一条一項に規定されている法的概念としての連鎖販売取引は、マルチ商法及びマルチまがい商法を包括した概念であるから、同項にいう連鎖販売取引に該当しない取引をマルチ商法及びマルチまがい商法と呼ぶのは誤りである。

原告のビジネス形態は、訪問販売法一条一項の「特定利益」、「特定負担」の要件を欠くから、同項の連鎖販売取引、すなわちマルチ商法及びマルチまがい商法には該当しない。

(2) 被告らは、本件書籍中において、原告の商法をマルチ商法ないしはそれと類似した商法であると主張し、別紙一の1ないし3記載のとおり、マルチ商法及びマルチまがい商法なる語を、「無限連鎖講の防止に関する法律」が禁止する「無

限連鎖講」(一般に「ねずみ講」ともいわれる。)ないしそれに類似した悪徳商法と同義で使用しているが、さらにこの用語に、マルチ商法又はマルチまがい商法との用語から社会一般が認識する悪徳商法という意味合いよりも一段と悪い意味、即ち、違法行為若しくは犯罪行為という実質的意味をも持たせて、マルチ商法又はマルチまがい商法という用語を用いているものである。

- (3) マルチ商法及びマルチまがい商法という用語は、もともと法律用語としてではなく、ジャーナリストや消費者問題の運動家等により、社会的用語として発生したものであって、必ずしも一義的に使用されているとは言えないが、少なくとも良い意味に使われていることはなく、概ね悪徳商法、非倫理的商法という意味に使われている。
- (4) 被告らは、原告が実質的には違法なねずみ講を行う企業であるとのイメージを捏造し、そのような誤解を社会に植え付けることによって、原告を不当に中傷・誹謗していることが明らかである。したがって、原告の商法をマルチ商法又はマルチまがい商法であると記述することは名誉毀損に当たる。

(二) 別紙二の各記述部分

被告らは、本件書籍中において、別紙二の1ないし7記載のとおり、次の表現を用いて原告及びそのディストリビューターが違法行為を行っていると論じているが、これらの表現は、原告が違法行為もしくは違法行為に匹敵するような行為をしている企業であると指摘しているに等しいものであり、また、原告がそのディストリビューターに違法行為をさせている企業であるかのような印象を与えるものであって、原告の社会的評価を低下させるものであることが明らかであるから、これらの記述は名誉毀損に当たる。

九〇年、九一年の数字は露骨に言えば”粉飾決算”などとの表現(別紙二の1)

原告の株式上場にインサイダー疑惑があるとの表現(別紙二の2)

原告に薬事法違反の疑いさえあるなどとの表現(別紙二の3)

原告に独禁法違反の疑いがあるなどとの表現(別紙二の4)

原告及びそのディストリビューターがウソと騙しと違法な勧誘の手口で商売を行っているなどとの表現(別紙二の5)

アムウェイを論じることに危険が伴うとの表現(別紙二の6)

離婚すると原告のディストリビューター資格を剥奪されるとの表現

(別紙二の7)

(三)別紙三の各記述部分

被告らは、本件書籍中において、別紙三の1ないし6記載のとおり、  
「経常利益、当期利益とも大幅マイナス。同社始まって以来の惨状」などと記述し、原告が恰も経営に行き詰まり、破綻に瀕している企業であるとの表現を用いているが、右記載は、原告社員、ディストリビューター、顧客、取引先、社会一般に対して原告についての不安をかき立て、その結果原告の商法が行き詰まっているとの印象を読者に与えるものであるから、  
これらの記述は名誉毀損に当たる。

(四)別紙四の各記述部分

被告らは、本件書籍中において、別紙四の1ないし4記載のとおり、次の表現を用いて原告及びそのディストリビューターのビジネス方式、ビジネス活動に関する記述をしているが、これらの表現は、原告が反社会的かつ偽善的な行為をしている企業であり、あるいは原告が恰も消費者保護を謳いながら、それは形式的なものにすぎず、実態は消費者保護を軽視した劣悪な企業であるとの印象を読者に与えるものであって、このような指摘が原告の社会的評価を低下させることは明らかであるから、このような記述は名誉毀損に当たる。

原告のディストリビューターが多量の不良在庫を抱えているとの表現

(別紙四の1)

原告がマスコミ操作や環境保護活動によって自社の問題点を隠蔽し、社会の眼をごまかしているとの表現(別紙四の2)

原告の一〇〇パーセント返金保証制度や返品された商品は再販しないとの制度は単なる建前であるとの表現(別紙四の3)

殺されたアムウェイ販売員の裂かれた腹の中にアムウェイの洗剤が詰め込まれていたとの表現(別紙四の4)

(五)同別紙五の各記述部分

被告らは、本件書籍中において、別紙五記載のとおり、原告製品である合成洗剤が、安全でなく、毒性の高い物質を使用しており、看板に偽りがあるなどと記述し、原告らの商法はマルチまがい商法であるから、商品はアリバイ的存在であり、商品売買が本業であるかの如きアリバイを作るため

に商品を介在させているに過ぎないなどと述べているが、これらの記述は、原告が恰も環境破壊を招く製品を意図的に製造している劣悪な企業であるとの印象を読者に与えるものであるから、名誉毀損に当たる。

#### 4 被告らの責任

被告山岡は、別紙一ないし五記載の本件各記述部分を含む別紙刊行物目録記載の本件書籍を執筆し、被告北原は、本件書籍を発行し、被告会社は、本件書籍を出版、販売した。

したがって、被告山岡は本件書籍の執筆者として、被告北原は本件書籍の発行者として、被告会社は本件書籍の出版販売者として、それぞれ原告に対し、不法行為責任を負う。

#### 5 原告の損害

原告は外資系企業であって、日本国内における特別の基盤を持たないため、その営業基盤は原告自らが築き上げてきた高い信用と社会的名声であるから、原告に対する信用、名誉の侵害は、原告の営業基盤そのものを脅かすものである。実際にも、本件書籍の発行、販売により、原告の平成五年から平成七年までの間の三年間の更新デイスクリビューター数の対前年度比伸び率が一けた台となったほか、平成四年八月には売上高の伸び率が急落するなどの影響を受けており、原告らが本件書籍の発行、販売により受けた損害は甚大である。

被告らの不法行為による原告の名誉、信用の毀損による損害は、被告らが本件書籍の出版、展示、販売及び頒布を中止したうえ、別紙のとおり謝罪広告を掲載し、かつ、損害賠償金を支払うことによって償うのでなければ、回復することはできず、原告の被った損害は、少なくとも一〇〇〇万円を下らない。

6 よって、原告は、被告らに対し、不法行為による損害賠償請求権に基づき、本件書籍の出版、展示、販売及び頒布の差し止め及び別紙「取消並びに謝罪広告」と題する書面記載の謝罪広告の掲載並びに連帯して一〇〇〇万円及びこれに対する訴状送達の日以後である平成六年五月二六日から支払済みに至るまで民法所定の年五分の割合による遅延損害金を支払うことを求める。

## 二 請求原因に対する被告らの認否

1 請求原因 1 及び 2 の事実はいずれも認める。

2 同3の事実のうち、本件書籍に別紙一ないし五記載のとおりの本件各記述部分が掲載されていることは認めるが、その余はいずれも否認ないし争う。

被告らは、本件書籍において、訪問販売法一条に規定されている連鎖販売取引をマルチ商法と定義し、原告の商法が同法一条の要件を欠きマルチ商法には当たらないが、これと同種の社会的問題を有していることを示したうえで、原告の商法について語られているアメリカンドリーム、高所得神話への疑問を指摘し、消費者に対し原告のビジネスに参加した場合の危険性についての啓蒙をすることを目的として執筆、発行、出版したものであり、本件各記述部分は、いずれも主要な部分に関して、客観的な真実に基づいて述べられた正当な批評であり、論評としての域を逸脱したものといえないことが明らかである。

3 請求原因4の事実のうち、被告らが本件書籍の執筆、発行、出版、販売をしたことは認めるが、その余はいずれも否認ないし争う。

4 請求原因5の事実は否認ないし争う。

### 三 抗弁

#### 1 事実の公共性及び目的の公益性

原告は、独自の販売方法を用いた営業方法により、高成長を続け、企業規模を拡大している上場企業であり、多数の関係者を有しているなど社会的な影響力も大きい。本件書籍は、原告の商法について、その凄態を明らかにしたうえで、訪問販売法上の連鎖販売取引と同様の問題点を有するマルチまがい商法であると指摘し、一般消費者に対する注意を促すものであり、被告らは、本件書籍中で公共の利害に関する事実を論じ、公益を図る目的で、本件書籍の執筆、出版、発行を行ったものである。

#### 2 本件各記述部分の真実性等

##### (一) 別紙一の各記述部分

(1) わが国において、マルチ商法とは、訪問販売法一条一項で定義されている連鎖販売取引を意味することが広く社会的に承認されており、マルチまがい商法とは、同条及び同法施行令七条に定める「特定負担」などの要件を充足しないため、法律の規制に触れないが、連鎖販売取引と同じ本質を有し、社会的問題を有する類似商法のことであると説明されている。本件書籍において被告らが使用しているマルチ商法及びマルチ

まがい商法の語もこれと同義で用いているものである。

(2) 原告は、被告らが用いているマルチ商法及びマルチまがい商法という語は、「無限連鎖講の防止に関する法律」が禁止する「無限連鎖講」(ねずみ講)ないしそれに類似した悪徳商法と同義で使用されていると主張する。確かに、マルチ商法が連鎖販売取引として訪問販売法により規制されているのは、その商法が消費者に対して危険をはらんでいるからに他ならず、その意味でマルチ商法及びマルチまがい商法が健全なビジネスや優良ビジネスでないことは明らかであるが、本件書籍中において、マルチ商法及びマルチまがい商法を一般的な悪徳商法の意味で使用しているものではない。

(3) 被告らは、本件書籍中において、原告の商法が訪問販売法一条の要件を欠くため、同法において規制されている連鎖販売取引には該当せず、法的な意味でのマルチ商法とはいえないが、ディストリビューターが行う製品の販売あるいはディストリビューターへの勧誘活動(スポンサー活動)が本質的に連鎖販売取引の有する社会的問題性、危険性と同様の問題点を有していることから、原告の商法がマルチまがい商法であると表現している(マルチ商法とは表現していない。)のであって、別紙一の1ないし3の各記述部分は、いずれも真実であり、もしくは真実と信ずるについて相当の理由がある。

## (二) 別紙二の各記述部分

### (1) 別紙二の1の記述部分

右記述部分は、原告が証券取引法違反の粉飾決算を行っていることを意味するのではなく、原告のビジネススタイルが低額消費財の反復販売及び購入から高額耐久財の販売及び購入に比重が移ったことによって生じている原告の商品販売形態の問題点を指摘するものであり、いずれも、事実に基づくものである。

### (2) 別紙二の2の記述部分

右記述部分は、原告が平成四年四月に自社株を店頭公開した際にディストリビューターに優先購入権を与え、上場後の値上がりによってディストリビューターらに利益を帰属させた事実があったことに基づいて、



このような行為が日本証券業協会の自主ルールで決められている身内優先行為の禁止に抵触しているのではないかと諭じ、これについて論評を加えたものであるから、事実に基づく正当な論評である。

( 3 ) 別紙二の 3 の記述部分

右記述部分は、厚生省から医薬品としての承認を受けていない商品について、その効能や効果に関する広告をすることは薬事法により禁止されているにもかかわらず、原告のディストリビューターが商品の効能や効果を謳い、原告の健康食品の販売活動を行っているとの事実に基づき、このようなディストリビューターの行為が薬事法に違反しているのではないかと指摘をしたものであって、前提となる事実が真実であり、もしくは真実と信ずるについて相当な理由がある。

( 4 ) 別紙二の 4 の記述部分

右記述部分は、原告がディストリビューターに対する指針として自ら設けているアムウェイ倫理綱領・行動基準において、原告商品の店頭販売禁止を定めていること及びこれに違反してディスカウントショップに商品を売却したディストリビューターに制裁を加えていることなどの事実を下に、右のような原告の商法が不公正な取引活動を禁じた独占禁止法に違反しているのではないかと疑いを指摘したものであり、前提となる事実が真実であり、もしくは真実と信ずるについて相当な理由がある。

( 5 ) 別紙二の 5 の記述部分

右記述部分は、原告のディストリビューターが、一般消費者等の相手方に対し、誤解を与えるような誇張した表現（オーバートーク）や一部真実ではない歪曲した表現を用いて商品の販売を行っているとの事実を下に、このような販売手段が通常許されない不当な方法であるという点を指摘した記述であって、いずれも前提事実が真実であり、少なくとも真実と信ずるについて相当な理由がある。

( 6 ) 別紙二の 6 の記述部分

右記述部分は、本件書籍（一）に対する読者からの反響を綴った部分において記述されているものであり、右部分には、他方で原告を支持す

る読者の声も掲載しているのもであって、読者から寄せられた投書の内容がそのまま真実であるとして掲載したものではない。また、この記述部分は、アメリカ人ジャーナリストから寄せられた米国法人アムウェイ・コーポレーションに関する記述であるから、これとは別個の法人である原告に対する名誉毀損には当たらない。

(7) 別紙二の7の記述部分

右記述部分は、第三者の発言の一部であり、同人の意見として記述したものであって、アムウェイ倫理綱領・行動基準中に、「離婚の協議中は、新たに資格取得を申請することができない。また、他のディストリビューターとパートナーシップを組むこともできない。夫婦のディストリビューターが離婚した場合、そのディストリビューター資格は二つに分割することができる。ただし、系列上位及び下位のディストリビューターに悪影響を与えない方法で分割しなければならない。ただし、いかなる場合にも、アムウェイの書面による承認を受けなければならない。」との内部規定があることは真実であるから、右内部規定に関し、右記述部分のような意見を紹介したとしても、原告に対する名誉毀損にはあたらない。

(8) 以上のように、別紙二の1ないし7の各記述部分は、いずれも真実であり、少なくとも真実と信ずるについて相当な理由がある。

(三) 別紙三の各記述部分

右記述部分は、原告のビジネススタイルが低額消費財の反復販売・購入から高額耐久財、の販売・購入に比重が移ったこと、一九九一年度から九二年度にかけて商品破棄率が急激に増加していることなどの事実を下に、原告の商法が飽和点に近づいているとの論評を行い、あるいは一九九二年の経常利益・当期利益が大幅にマイナスとなった事実を前提に、原告の業績に関する予測等を述べたものであり、右の前提となる事実は、いずれも真実である。

(四) 別紙四の各記述部分

別紙四の1の記述部分

右記述部分は、原告商法が累進制による成績別ボーナスを採用してい

ることから、ディストリビューターがより多くのボーナスを獲得するためには、一定の販売成績を継続的に維持し、よりボーナスポイント率の高いディストリビューターへと昇進する必要があり、原告もこれを原告のビジネスに参加する利点としていること、そのために、原告のビジネスに積極的に参加し、より多くの収入を得ようとするディストリビューターは、ボーナス獲得のために不要な商品を購入したり、一度達成したボーナス資格を喪失させないために購入した商品を返品しないようにしていることなどの事実が存在することを指摘し、これらが原告の商法に内在する構造的な問題点であることを批判したものであって、いずれもその前提事実が真実であり、少なくとも真実と信ずるについて相当な理由がある。

( 2 ) 別紙四の 2 の記述部分

右記述部分は、原告がこれまで原告の商法には広告費がかからないため、その分をディストリビューターに還元することができるシステムであると宣伝してきたのに、近年高額の広告宣伝費をかけて、テレビや新聞に自社の広告を行つていること、また、原告商法がマルチ商法と同様の社会的問題点を有しているとの批判や原告が販売する洗剤について自然環境に対して有害であるとの指摘がなされているにもかかわらず、環境保護活動などを行っていることなどの事実に基づき、原告が広告宣伝活動によって言論を左右しようとし、環境保護活動を自社の宣伝活動に利用しようとしているのではないかとの批判をした記述であり、前提事実が真実である以上、批判的言論として十分に許容される程度のものであるから、名誉毀損には当たらない。

( 3 ) 別紙四の 3 の記述部分

右記述部分は、原告の返品制度は購入者が返品を申し出る相手方が原告ではなく、ディストリビューターであることから、ディストリビューターとの人間関係から返品を事実上断念せざるを得なかつたり、返品によって当該ディストリビューターの販売成績が下がり、その収入にも影響するため、購入者が当該ディストリビューターから返品を断念するよう強く要求されるなどの事情があり、事実上返品制度が機能していな

いと的事实を指摘したものであり、前提となる事実が真実であるから、名誉毀損は成立しない。

(4) 別紙四の4の記述部分

右記述部分は、昭和六三年三月に名古屋市内で発生した殺人事件の被害者が原告のディストリビューターであったとの事実をもとに、右事件が原告の商法を巡るトラブルに原因があったとの見方も成立し、そのような論調の報道もあるとの事実を指摘したものであって、前提となる事件の存在が真実である以上、名誉毀損は成立しない。また、殺されたアムウェイ販売員の裂かれた腹の中にアムウェイの洗剤が詰め込まれていたか否かとの点は、原告の名誉、社会的評価とは何ら関係がない部分である。

(5) 以上のように、別紙四の1ないし4の各記述部分は、いずれも原告のビジネスシステムに内在する問題点、原告とディストリビューターとの関係、原告の広告宣伝活動の実態などの事実関係をもとに正当に論評した記述であって、いずれも前提事実が真実であり、少なくとも真実と信ずるについて相当な理由がある。

(5) 別紙五の各記述部分

右記述部分は、原告の製造販売する合成洗剤の有毒性や環境汚染度などについて、科学的根拠に基づいて論じたものであって、記載内容はいずれも真実であり、少なくとも真実と信ずるについて相当な理由がある。

#### 四 抗弁に対する認否

1 抗弁1の事実については否認ないし争う。

被告らは、本件各記述部分の前提事実についての調査を行わず、的確な客観的裏付資料がないのに本件書籍を執筆、出版、発行したものであり、本件書籍において、原告がねずみ講的なマルチ商法またはマルチまがい商法を行う企業であると表現することにより、原告が悪徳商法、違法行為を行っている企業であるとのイメージを世間一般に定着させようとしたものである。また、被告らは、本訴係属中にも、原告を誹謗中傷する別の書籍を発行、出版するなどしている。これらの事情に鑑みれば、本件書籍の執筆、出版、発行は、公益を図る目的でなされたものでないことが明白であ

る。

2 抗弁2の事実は全て否認ないし争う。

本件各記述部分は、いずれも前提事実が虚偽のものであり、真実と信ずるについての相当な理由は全くない。

### 第三 証拠

証拠関係は、本件記録中の書証目録及び証人等目録各記載のとおりであるから、これらを引用する。

#### 理 由

一 請求原因1（当事者）及び2（本件書籍の出版等）の各事実は、当事者間に争いが無い。

二 請求原因3（名誉毀損）の各事実のうち、本件書籍中に、別紙一ないし五記載のとおり紅記述部分（本件各記述部分）が掲載されていることは、当事者間に争いが無い。なお、原告は、別紙一の各記述部分は、原告の商法をマルチ商法及びマルチまがい商法であると記述するものである旨主張するが、別紙一記載のとおりであり、原告の商法をマルチ商法であると記述した部分は存在せず、いずれもマルチまがい商法であると記述しているものであることが明らかである。

そこで、まず、本件各記述部分が、原告の社会的評価及び名誉を低下させる名誉毀損表現といえるか否かについて判断する。

#### 1 別紙一の各記述部分

##### （一）マルチ商法の法的用法

（1）乙第六四号証、第七二号証、第一四九号証ないし一五二号証及び弁論の全趣旨によれば、マルチ商法及び訪問販売法における連鎖販売取引との関係等について、以下の事実を認めることができる。

マルチ商法とは、マルチレベルマーケティングプラン（多階層販売方式）の略称で、ピラミッド販売ともいい、もともとはアメリカで始まったねずみ講式販売形態を意味する語である。

訪問販売法は、昭和五〇年頃販売業者と一般消費者との間にトラブルが多発していた訪問販売、通信販売、連鎖販売取引に一定のルールを設けることにより、販売業者と消費者との間に生じるトラブルを未然に防止することを目的として昭和五十一年に制定、施行されたものである。

また、通商産業省産業政策局によれば、同法における連鎖販売取引のうち悪質なものが一般的にマルチ商法と呼ばれることがあるとされている。

連鎖販売取引の具体的システムは、きわめて多様であって一般的な形態を示すことは困難であるが、特徴としては、a加盟者となるため、あるいはより上位のランクの地位に昇格するためには、相当多額の加盟金等の支払い又は多量の商品購入が条件とされていること、b加盟者が支払った加盟金等の一部若しくは全部、又は加盟者の商品購入による卸売利益が本部会社以外の加盟者に配分される仕組みとなっていること、c加盟者がaに掲げる投資を決定する判断材料として、自分が勧誘する他の者等が支払いの投資金の一部をbの仕組みによって自分も収受しうることを考慮していることなどがある。

昭和五一年に制定された訪問販売法では、当時悪質なマルチ商法として社会問題化していた商品の再販売を連鎖販売取引と定義して規制したが、その後商品以外の権利等についての再販売、役務提供事業あるいはこれらのあっせんを行う、マルチ商法類似の商法についても社会問題化した。この類似商法は、a商売の経験に乏しい一般人に対する勧誘を行うこと、bリクルートに過度に依存する特殊な利益形態を有すること、c多額の負担を必要とすることが多いことなどといったマルチ商法と同様の問題点を有していたため、昭和六三年の改正により、従前の連鎖販売取引の定義を拡大し、これら全てを含める形で連鎖販売取引を定義し直したうえで規制を加えることになった。

(2) これらの事実によれば、マルチ商法の法的な用法については、必ずしも明確とはいえないものの、訪問販売法の改正経緯等に照らすと、一般的な法律上の用法としては、訪問販売法の連鎖販売取引とほぼ同義であると認めるのが相当である。なお、衆議院法制局・参議院法制局編集「現行法規総覧」(乙第一〇六号証)において、訪問販売法をマルチ販売規制法と省略して用いていることから、行政解釈としても、マルチ商法を右と同様の意味で用いているものと解される。

ところで、訪問販売法における連鎖販売取引について、原告は、マルチ

商法及びマルチまがい商法を包括した概念であり、同法にいう連鎖販売取引に該当しない取引をマルチ商法及びマルチまがい商法と呼ぶのは誤りであると主張し、被告は、マルチ商法とは訪問販売法で定義されている連鎖販売取引を意味することが広く社会的に承認されており、マルチまがい商法とは同法に定める要件を充足しないため、法律の規制に触れないが、連鎖販売取引と同じ本質を有し、社会的問題を有する類似商法のことであると主張する。前述した訪問販売法の改正趣旨からすると、昭和六三年の同法改正にあたっては、従来の連鎖販売取引（ここではマルチ商法とほぼ同義）に該当しないマルチ商法類似の商法について規制を加える目的があったものと認めることができるが、この改正をもって、従来の連鎖販売取引（マルチ商法と同義）に該当しない全ての類似商法（マルチ商法と同様の特徴や問題点を有する商法）を連鎖販売取引と定義し、これに同法の規制を直接及ぼすこととした趣旨であるとまでは認めることはできない。右改正は、当時社会問題となっていたマルチ商法類似の商法を規制することを目的としていたものに過ぎず、当時既に事業として存在していたがその問題性が表面化していなかったマルチ商法類似の商法や改正後に新たにマルチ商法と類似の問題点を有するに至った商法などで、同法に定める要件を充足しないものについてまで、規制を及ぼすものではない。

この意味において、訪問販売法における連鎖販売取引は、マルチ商法類似の商法を含む概念であるとする原告の右主張は採用できない。

## （二）マルチ商法及びマルチまがい商法の一般的な用法

（１）乙第七七号証ないし第八 号証、第一一五号証、第二四一号証ないし第二四五号証及び弁論の全趣旨によれば、社会における一般的な用法として、マルチ商法という用語は、連鎖販売取引とほぼ同様の意味で用いられており、一部ではねずみ講式販売法ともいわれることが認められる。

例えば、広辞苑（新村出編、岩波書店発行、第四版）によれば、マルチ商法とは、「商品販売方法の一つ。物品販売業者とその商品を再販売する者が次々に他の者を再販売組織に加盟させて、組織内の地位昇進から得られる利益を餌に商品の購入や取引量の支払いの負担を約束させる形である商品の販売取引。ねずみ講式販売法とも呼ばれ、投機性が強く弊害が大きい」と定義されている。

いので法律で厳しく規制。連鎖販売取引」とされているほか、国民生活センター発行の「たしかな目」(乙第二四一号証、第二四二号証)及び「くらしの豆知識」(乙第二四三号証)には、「マルチ商法(連鎖販売取引)」あるいは『連鎖販売取引(マルチ商法)』との表現が数多く用いられていることが認められる。

- (2) 他方、甲第二三号証、第五七号証、第五八号証の一、二、乙第二四七号証ないし第二六二号証、第二八号証、第二八一号証及び弁論の全趣旨によれば、新聞、雑誌等のマスコミにおける連鎖販売取引とマルチ商法という用語の使用方法は、必ずしも統一されていない。

例えば、「ネズミ講(マルチ商法)」(甲第二三号証)とするものや、「連鎖販売取引、いわゆるマルチ商法」(乙第二八一号証)とするものなど、状況や使用される媒体に応じて様々に用いられていることが認められる。

- (3) 右認定事実によれば、マルチ商法という用語の一般的な用法、定義は、一義的なものではないが、前述したその商法自体の持つ特徴やマスコミ等における従来の使用例などから、マルチ商法という用語は、訪問販売法における連鎖販売取引とほぼ同義で使われる一方、悪徳商法あるいは悪質商法という意味を含み、社会的評価を損ねる用法で使用される例もあるなど使用される場所、使用者の主観などに左右される極めて多義的な語であるといえることができる。

したがって、マルチ商法という用語は、法律的な意味においてこれを用いる場合と異なり、必ずしも統一的な意味を含んだ語句とは言い難いからこれを使用する場所、使用する際の前後の文脈などによっては、単に訪問販売法により規制されている連鎖販売取引の意味を超え、悪徳商法と同義であるかのような印象を一般読者に与えることがあるといわざるを得ない。そのうえ、「まがい」という用語には、見分けがつかないほどよく似せてあることという意味があり、「まがい物」という語には、似せて作った物、にせものなどの意味があり、マルチまがい商法という用語についてはマルチ商法によく似せてつくられた商法、さらには、マルチ商法についての法的規制を免れるため、マルチ商法に該当しないようにわざとこれに似せてつくられた商法、脱法的にせもの商法という印象を与える面があるといえ



る。そして、その場合には対象となったものの社会的評価を低下させ名誉を毀損するものであることが明らかである。

(三) 以上を前提として、別紙一の1ないし3の各記述部分が原告の信用及び名誉を毀損するかにつき検討する。

(1) 本件書籍中において原告の商法がマルチまがい商法であるとする表現部分(別紙一の1ないし3)は、数多く存在し、マルチまがい商法の語句の使用方法等が必ずしも統一されているとはいえないが、甲第一ないし第三号証、乙第二八号証の一、二及び被告山岡本人尋問の結果によれば、次のとおり認定、判断することができる。

被告らは、本件書籍中において、マルチ商法という語句の一般的な用法を明確に定義づけてはいないが、少なくとも原告の商法及びディストリビューターの販売活動、勧誘活動は、現行法上の訪問販売法一条の連鎖販売取引の要件を具備せず、法的にはマルチ商法に該当しないものであり、また、マルチまがい商法とは、同法における連鎖販売取引の要件を満たさないが、同種の性質、危険性を有するものであるとしている。

そして、被告らは、本件書籍中において、原告の商法に関して次のとおり記述している。すなわち、原告の商法は、各ディストリビューターに対する独自のボーナスシステムを設けており、多くの製品を販売し、多くの販売員を勧誘すればするほど多額の利益(ボーナスポイント)を獲得できる構造となっているために、より上位のディストリビューターに昇格してより高額の利益を上げようとするディストリビューター相互間あるいはディストリビューターと一般消費者との間において、商品の仕入れ、販売等に関して紛争の生じることがあり、その販売、勧誘活動の方法などによつては、マルチ商法と同様の問題点を内在しているといえることができる。原告は、ディストリビューターの右活動に関し、アムウェイ倫理綱領・行動基準を設けてその指針を示し、一般的な指導を行うほか、各種相談や苦情処理を担当する部署を設けるなどしているが、被告らの取材等によれば、これは必ずしも十分なものとはいえず、原告の商法については、なお苦情や不満が多く、内部告発の声も数多く上っている。原告は、自己の商法がこのような問題点を内在し、あるいは紛

争を生じさせる構造であることを十分認識しているにもかかわらず、これを公の批判にさらすことなく、多くのディストリビューターを獲得し、ビジネスを拡大し続けている。

被告らは、右のような観点から、調査資料、元ディストリビューターからの内部告発及び第三者からの投書などをもとに、原告の商法が持つ問題点や疑問点を指摘し、原告製品の品質についての批判を加え、これによって、原告の商法の実態について広く社会に知らしめ、客観的な評価を受けさせようとの意図の下に、本件書籍を出版、発行したものである。

しかし、被告らは、本件書籍中において、マルチまがい商法の語句を「悪質な連鎖販売取引」あるいは「ねずみ講（式販売法）」などの語句と意識的に関連づけて使用し、これにディストリビューター各人の販売、勧誘活動がマルチ商法と同種の問題点を有していることを加えて論じることで、一般的な用法としてマルチ商法及びマルチまがい商法の語句が持つマイナスの印象を原告商法の特徴として示唆し、さらに、これに原告の経営状態、原告製品に対する批判などの記述を併せて論じることにより、原告の商法に対する強い非難を加えている。

(2) 右認定、判断によれば、本件書籍中のマルチまがい商法という用語は、その商法が法令で規制されているマルチ商法とほぼ同様の危険性を有する商法であって、マルチ商法によく似せてつくられた、悪質な商法であるとの印象を一般人に与えるものであり、原告の社会的評価を低下させ、その名誉を毀損するものであるというべきである。

(3) したがって、一般読者の注意と読み方を基準とすれば、被告らは、前記各記述部分（別紙一の1ないし3）を含む本件書籍の出版、発行により、原告の名誉を毀損したものである。

## 2 別紙二の各記述部分

### (一) 別紙二の1の記述部分

甲第一号証の本件書籍（一）によれば、別紙二の1記載の「九〇年、九一年の数字は、露骨に言えば”粉飾決算”」との記述部分は、アムウェイの急成長に霧りが見えるなどとする関係者の話の一環として記述されている部分であ

るが、その後続けて、「つまり、製品の販売数そのものが増えた結果の数字ではなく、簡単に売上実績があがる単価の高い台所用品セットを強引に売りさばいた結果です。」との記述があることからすると、ここでいう「粉飾決算」とは、正規の会計処理上の規準に従わず、不正な会計処理をしているとの意味ではなく、九〇年及び九一年のアムウェイの決算は、従来、主として販売していた単価の安い日用品の売上げによるものではなく、単価の高い台所用品セットの売上げを伸ばしていることによる数字であり、アムウェイのこれまでの成長とは単純に同視できないとの見方を述べている部分であると認めることができるのであつて、一般読者の注意と読み方を基準とすれば、前記記述部分が原告の社会的評価を低下させるものとはいえない。

(一) 別紙二の2ないし5の各記述部分

甲第一ないし第三号証の本件書籍及び弁論の全趣旨によれば、別紙二の2の株式上場にインサイダー疑惑があるとの記述部分は、証券取引法に反する違法な証券取引行為を行っている疑いがあると指摘することにより、原告が違法行為をしているかのような印象を与えるものであり、別紙二の3の原告に薬事法違反の疑いがあるとの記述部分は、原告がディストリビューターに対して、健康食品等の販売にあたって、薬事法に違反するかのような誇大表現をさせているかのような印象を与えるものであり、別紙二の4の原告に独占禁止法違反の疑いがあるとの記述部分は、原告が販売員の製品販売にあたって、自己の指定する製品について再販売価格維持行為を行うなど、独占禁止法に違反する行為を行っているかのような印象を与えるものであり、別紙二の5の原告及びそのディストリビューターが詐欺的勧誘の手口で商売を行っているなどとの記述部分は、原告及びそのディストリビューターが、虚偽の事実を告げて相手方を騙すなど、違法な勧誘の手口で商売を行っているなどとの印象を与えるものである。したがって、別紙二の2ないし5の各記述部分は、いずれも、一般読者の読み方を基準にすれば、原告及びディストリビューターが違法行為を行っているとの印象を与えるものであると認められるから、原告の社会的評価を低下させるものといえることができる。

(三) 別紙二の6記述部分

本件書籍(二)(甲第二号証)の該当部分によると、右記述部分は、原告を批

判的に論じる者はその生命身体等に危害を加えられる可能性があり、原告は、そのような危険な企業であるとの印象を与えるものであるから、一般読者の読み方によれば、原告の社会的評価を低下させるものと認めることができる。

被告らは、右記述部分は、原告の親会社である米国法人アムウェイ・コーポレーションに関するジャーナリストの意見を紹介したものであり、原告の信用及び名誉を毀損しない旨主張するが、右記述部分は、本件書籍（一）に対する読者の反響として紹介されているのであり、その内容は、原告について論じる場合も、米国法人アムウェイ・コーポレーションを論じるのと同様の危険性があるとの印象を与えるものであるから、右記述部分が、原告の社会的信用を低下させるものであることは明らかである。

（四）別紙二の7の記述部分

本件書籍（一）甲第一号証）によると、右記述部分は、第三者に対するインタビューの中の発言内容の一つとして、原告の定めるアムウェイ倫理綱領・行動基準中に、憲法違反を疑わせるような規定があるのではないかとの意見を紹介したものであるところ、右記述部分は、右第三者の原告商法に対する疑問をいくつか提示する形で述べられているものであり、右記述の後ろの部分に、アムウェイ倫理綱領・行動基準の該当部分が引用されていることなどからすると、一般読者の読み方と注意を基に、右記述全体を通して読むならば、原告の商法及びアムウェイ倫理綱領・行動基準については、右第三者のような考え方もあることを示したうえで、具体的な綱領・基準の該当部分を併記し、読者の判断に委ねようとする趣旨であると解すべきであって、右記述部分が、直ちに原告の社会的な評価を低下させ、その名誉、信用を毀損するものであるとまではいえない。したがって、右記述部分は、名誉毀損に該当しない。

（五） 以上によれば、別紙二の1ないし7の各記述部分のうち、同 - 及び同7の各記述部分は原告の名誉を毀損するとまでは認め難いが、同2の原告にインサイダー取引疑惑があるとの記述部分、同3の原告に薬事法違反の疑いがあるとの記述部分、同4の原告に独占禁止法違反の疑いがあるとの記述部分、同5の原告及びそのディストリビューターが詐欺的勧誘の手口などで商売を行っているとの記述部分、同6のアムウェイを論じることに危険が伴うとの記述部分は、いずれも、原告の社会的な信用、評価を低下させるものであり、

原告の名誉を毀損するものというべきである。

### 3 別紙三の各記述部分

- (一) 甲第一ないし第三号証によれば、別紙三の1の記述部分は、原告の九二年度八月期の経常利益が前期比二八パーセント減となる見込みであるとする平成四年四月二二日付日本経済新聞朝刊(乙第三二四号証)の記事を掲げ、原告の業績予想に関する右記事について論じているものであるが、一般読者の読み方を基準とすれば、右記述部分は、八月決算期の会社である原告の業績予測が四月時点で新聞発表されたことについて、何らかの意味があるのではないかと憶測し、結論としては、原告からディストリビューターに対する販売促進を促すメッセージなのではないかとの見解を述べているものであり、表現がやや不適切であるものの、業績に関して発表された新聞記事に基づいてなされた一般的にも許容されうる論評といえるから、右記述部分により、原告の社会的信用や名誉が低下させられたと認めることは困難である。
- (二) 甲第二号証によれば、別紙三の。ないし。の記述部分は、一原告2九九二年度(平成四年度)の決算内容に関する記述であり、そこでは、一九八八年度(昭和六三年度)から一九九二年度(平成四年度)までの五年間における原告の売上高、経常利益および当期利益を比較し、九二年度の売上高は、前年比・二パーセントと微増ではあるものの、経常利益及び当期利益は、それぞれ前年比二二・七パーセント、一二・四パーセントの減少となっているとの事実を指摘したうえで、その原因及び原告の今後の業績予想、これに関連して、原告ディストリビューター数の推移などについて、原告の商法への批判をまじえて論じられているものと認められる。そして、右各記述部分は、客観的な資料(甲第三七ないし三九、四三の三号証)に基づく適正な批評であり、表現自体にも特別不適切な部分は認められず、正当な言論の範囲といえるから、右各記述部分により、原告の社会的信用、名誉が低下したものは認められない。
- (三) また、別紙三の5及び6の各記述部分は、それぞれ本件書籍(三)(甲第三号証)の1章見出し部分及び1章中の小見出し部分であり、右各記述部分は、原告が発表した九三年度八月期の決算予測が上方修正されているものの、利益についてはいずれも前年比マイナスであるとの事実を示したうえで、それ

は原告にとって「深刻な事態」であるとの内容を見出しとして表示したものに他ならないのであり、いずれも通常許される範囲の一般的な論評であり、その表現が適正を欠くものとは認められないから、右各記述部分により原告の社会的評価及び名誉が低下させられたとはいえない。

(四) したがって、別紙三の1ないし6の各記述部分は、いずれも原告の社会的信用及び名誉を低下させるものとは認められないから、名誉毀損を構成しないというべきである。

#### 4 別紙四の各記述部分

(一) 甲第一ないし第三号証によれば、別紙四の1ないし3の各記述部分は、本件書籍全体を通して閲読すると、右各記述により、原告のデистриビューターの中には、売上げを伸ばして、より多くのボーナスポイントを獲得するために、販売しきれないような多量の在庫を抱えている者が存在するが(別紙四の1)、これは原告の商法に内在する問題点であり、このようにしてデистриビューターが抱えた在庫の処理方法として、原告内部に一〇〇パーセントの返品を認める制度が存在するものの、この返品制度が名目的なもので事実上機能していないため、結局デистриビューターは大量の在庫を抱えざるを得ないことになるのであって(別紙四の3)、その原因は、右のような原告の商法自体の問題点にあるとの印象を与えるものであり、また、原告が自社の右のような問題点を隠すために広告等を通してマスコミに圧力をかけるなどのマスコミ操作を行い、あるいは自社製品の危険性を隠すために、環境基金への投資など環境保護活動を行っている(別紙四の2)かのような印象を与えるものである。したがって、一般読者の読み方によれば、別紙四の1ないし3の各記述部分は、原告の社会的評価を低下させるものであると認められる。

(二) しかしながら、甲第一号証(本件書籍(一))、第一六号証、乙第一〇号証、第一八五号証の一、二及び第一八六号証によれば、別紙四の4の記述部分は、原告のデистриビューターの中に残忍な方法によって殺害された者がいるということ及びこれについて新聞雑誌などで報道されたということ指摘したものであり、さらに、本件書籍(一)の中の記述部分に続けて、右事件と原告商法との関係は明確でない旨の記述があることからすると、一般読者の注意と読

み方を基準とすれば、右記述部分は、単に原告及びディストリビューターと関連のあると思われる事件の存在を示したものに過ぎず、原告及び原告商法を批判する内容であるとは認められないから、右記述部分が直ちに原告の社会的信用・名誉を低下させるものではないというべきである。したがって、右記述部分について、原告に対する名誉毀損は成立しない。

- (三) 以上によれば、別紙四の1ないし4の各記述部分のうち、同4の記述部分を除く各記述部分は、いずれも原告の社会的な信用、評価を低下させるものであり、原告の名誉を毀損するものというべきである。

#### 5 別紙五の記述部分

甲第一ないし第三号証によれば、別紙五の1の記述部分は、原告商品の全売上げに占める洗剤の比率が落ちており、その原因は、消費者が原告の生産販売する洗剤が安全や割安でないことに気付いたからであるとの内容を論じるものであり、別紙五の2の記述部分は、原告洗剤製品に毒性の高い界面活性剤(LAS)などが使用されているにもかかわらず、ディストリビューターの中に、これを安全で環境にもよい製品であるなどと宣伝して販売しているものがあるとの内容を論じているものである。一般読者の注意と読み方を基準とすれば、右各記述部分は、いずれも、原告の生産販売する洗剤製品(合成洗剤など)の安全性が低く、毒性を有していて、環境を破壊する可能性が高いうえ、他の同種製品と比較しても必ずしも性能がよくないとの前提に基づき、原告の洗剤製品及びディストリビューターの販売方法を批判し、原告がこれらのことを認識しているにもかかわらず、商品を製造販売しているとの印象を与えるものであり、原告の社会的信用、評価を低下させるものといえることができる。

- 6 以上によれば、別紙一、別紙二(ただし、別紙二の1及び7の各記述部分を除く)、別紙四(ただし、別紙四の4記述部分を除く)及び別紙五の各記述部分は、いずれも、原告の社会的評価を低下させ、原告の信用及び名誉を毀損するものと認められることができる。

### 三 抗弁について

#### 1 事実の公共性及び目的の公益性

- (一) 民事上の不法行為である名誉毀損については、その行為が公共の利害に関する事実に係り、もっぱら公益を図る目的に出た場合には、摘示された事実

が真実であることが証明されたときは右行為は違法性がなく、また、右事実が真実であることが証明されなくても、その行為者において右事実を真実であると信ずることについて相当の理由があるときは、右行為は故意もしくは過失がなく、結局不法行為は成立しないものというべきである。

## (二) 事実の公共性

甲第一号証ないし第三号証及び畝記認定事実によれば、本件書籍中には、特に原告のビジネススタイルに対する批判等を中心として、原告の名誉及び信用を毀損する記述が含まれているが、原告は、平成三年四月、東京株式市場において株式上場（店頭登録）し、平成六年六月、ニューヨーク証券市場において株式上場を果たすなど在外資系企業として、社会において、注目されている企業であるうえ、乙第一〇号証によれば、第一二〇回国会衆議院における物価等に関する特別委員会（平成三年四月二五日）において、マルチ商法の被害問題にする質疑の中で、原告の商法に関する質問がなされていること、乙第一号証及び第一二号証によれば、原告の販売する合成洗剤についての環境への問題点を指摘する声もあること、乙第一五ないし第二〇号証によれば、原告の株式公開にあたり、ディストリビューター約一〇〇〇人に一般投資家とは別の募集枠を設けたことに関して、マスコミ等から特定投資家優遇との問題点が指摘され、主幹事会社の山一証券に対し、大蔵省からの指導が行われたことがあることなどの各事実を認めることができ、これらに、昭和五一年、連鎖販売取引等における販売業者と一般消費者との間のトラブルを未然に防止することを目的として、訪問販売法が制定、施行され、さらに、その後、昭和六三年に同法が改正され、従前の連鎖販売取引の定義を拡大し、同法の規制の外にあった、マルチ商法類似の商法についても規制を加えていることなどに鑑みると、原告のビジネス方式、原告の販売する製品等に関する事実は、公共の利害に関する事実であると認めることができる。

## (三) 目的の公益性

前記二項 1 (三)(1) の認定事実によれば、本件書籍中の各記述部分は、原告のビジネス方式、業績、販売製品などの問題点を指摘し、社会に公表することを主目的として執筆、発行したものであるといえるから、公益を図る目的に出たものと認めるべきである。



原告は、被告らが本件書籍を出版、発行するにあたり、事実について徹底した取材をしなかったうえ、客観的な裏付け資料も存在しなかったのであるから、被告らの本件書籍出版の目的が、成功企業の悪口を書くことで金儲けを図ろうというものであったことが明らかであり、公益目的は存在しないなどと主張するが、本件記録を検討しても、右主張を認めるに足りる証拠はないというべきであり、原告の右主張は採用できない。

## 2 真実性及び真実と信ずるについての相当の理由

(一) 甲第一号証ないし第三号証、第六号証、第一〇号証、第一五号証、第一七号証、第二四号証、第二六号証、第三七ないし第四三号証、第九八号証、乙第二三八号証、証人岩城淳子の証言及び証人堀井剛の証言並びに弁論の全趣旨によれば、以下の事実が認められる。

(1) 原告は、一九五九年にアメリカで設立されたアムウェイ。コーポレーションの一〇番目の小会社として、昭和五二年（一九七七年）六月に設立され、約二年間の準備期間を経て、昭和五四年五月に営業を開始した。その後平成三年四月、株式を公開し（社団法人日本証券業協会に店頭登録）、平成六年六月、ニューヨーク証券市場に上場した。平成七年八月末現在、従業員数七一〇名（臨時社員を含む）、ディストリビューター数は約九八万組（ただし、更新ディストリビューター数）である。

また、原告の売上高及び経常利益の推移は次のとおりである。

年度	売上高	経常利益
平成二年度	九五四億三九〇〇万円	二九三億三四〇〇万円
平成三年度	一二三〇億三八 万円	三六六億二〇〇〇万円
平成四年度	一二三二億五三〇〇万円	三一六億〇二〇〇万円
平成五年度	一三〇〇億二七〇〇万円	三二二億一一〇〇万円
平成六年度	一五七五億五五〇〇万円	三九九億八六〇〇万円
平成七年度	一七七九億九一〇〇万円	四四二億一三 万円
平成八年度	二一二一億九五〇〇万円	五一四億三三〇〇万円

(2) 原告の商法は、問屋、小売店などの一般の流通経路を通じた店舗販売を

行わず、販売員（ディストリビューター）各人が独立した事業主として、一般消費者に直接販売する方式（ダイレクト・セリング）を取るものである。

一般人は、原告のディストリビューターになるためには、「スターターキット」と呼ばれる商品カタログや伝票等の入った書類一式を原告から購入する必要があり、右スターターキットの購入代金は八二四〇円であるが、資格有効期間内にディストリビューターとなることを解約する場合は、全額返還される扱いとなっている。

(3) 原告は、ディストリビューターの営業活動などの指針を定めたアムウェイ倫理綱領・行動基準を有しており、これに違反したディストリビューターに対する、解約、謹慎一警告処分などの懲罰的制裁規定を設けている。右アムウェイ倫理綱領・行動基準の主な内容は次のとおりである。顧客に製品を販売する際に、製品の品質などについて、「安全、無公害」などと誇大な表現で説明してはならない。

アムウェイの製品や販売促進資料を商品、バザー、展示会などにおいて販売してはならない。また、これらの場所で販売することが明らかな顧客にも販売してはならない。

顧客からアムウェイ製品の返品の申し入れを受けた場合には、「アムウェイ一〇〇パーセント現金返済保証」の制度に従って、速やかにアムウェイ製品の引き取り、交換または製品代金の返金をしなければならない。

毎月の月刊購入実績の少なくとも七〇パーセントを小売販売し、不要な在庫を抱えるような製品仕入れをしてはならない。また、系列下位のディストリビューターに対しても、不要な製品仕入れを強要又は示唆してはならない。

ディストリビューターは、アムウェイ製品等に関する販売促進物を制作したり、日本アムウェイが制作した以外の販売促進物を販売してはならない。

スポンサー（勧誘）活動をする場合には、いかなる場合にも製品の仕入れ、在庫及び販売を相手に強要してはならない。「高収入が必ず得られる。すぐに儲かる、お金持ちになれる」などという誇大な表現で相手をあおっ

たり、誘引してはならない。

夫婦のディストリビューターが離婚した場合、そのディストリビューター資格は合意により二つに分割することができる。系列上位及び下位のディストリビューターに悪影響を与えない方法で分割しなければならない。ただし、いかなる場合にもアムウェイの書面による承認を得なければならない。

#### (4) 原告商法のボーナスポイントの仕組み

原告の商法におけるボーナスポイントの仕組みは、概ね次のようなものである。

ディストリビューターの収入は、販売した商品から得られる小売利益と各種ボーナス収入の合計である。ディストリビューターは、通常、原告の定めた標準小売価格で商品を販売するが、原告は、ディストリビューターへの卸売り価格に平均三〇パーセントの小売粗利益を上乗せして、標準小売価格を設定している。原告の各商品には、ポイント・バリュー（PV）と呼ばれる点数が設定されており、月間売上商品のPVを合計することで成績別ボーナス（ファーストボーナス）のパーセンテージが決定される。成績別ボーナスは、〇パーセント（〇PV）から最大二パーセント二五〇万PV以上）が予定されており、成績別ボーナス計算の基礎となるPVの算出には、ディストリビューター個人の売上げだけでなく、当該ディストリビューターが勧誘（スポンサー）したグループ全員の売上げが考慮される。また、各商品にはビジネス・ボリューム（BV）が定められており、月間売上商品のBVの合計に成績別ボーナスのパーセンテージをかけ、成績別ボーナスの金額が決定される。

また、ディストリビューターがスポンサーしたグループが一五〇万PV以上の商品を売り上げ、二パーセントの成績別ボーナスを達成して独立した場合には、当該ディストリビューターは、原告から四パーセントのリーダーシップボーナス（セカンドボーナス）の支払を受けるとともに、これらを継続することで、さらに各種の資格が認定され、その資格に応じた特典やボーナス（サードボーナス）を獲得することができる。

このように、原告商法のボーナスポイントは、成績別ボーナス（ファースト

ストボーナス)、リーダーシップボーナス(セカンドボーナス)及び資格。  
によるボーナス(サードボーナス)の三種類で構成されている。

- (5) 原告がディストリビューターに対して配布している「アムウェイ・ビジネス・ガイド」によれば、ディストリビューターの平均年収は、次のとおりである(金額はいずれも推定による概算)。なお、右アムウェイ・ビジネス・ガイド内には、ディストリビューターはビジネス活動において、必ず原告発表の平均年収を使用しなければならず、それ以外の数字を引用することを禁止するとの記載がある。

アクティブニアリストリビューター(小売活動並にスポンサー活動を共にしているディストリビューター。・全ディストリビューターの約三〇パーセント)約一九万七〇〇〇円

ダイレクトニアリストリビューター(アクティブ。ディストリビューターの約一ニパーセント、全ディストリビューターの約〇二二六。ハパーセント)以上、約四四〇万円

ダイヤモンド・ダイレクトニアリストリビューター(アクティブ。ディストリビューターの約・〇四パーセント、全ディストリビューターの約・〇一ニパーセント)以上、約二一〇〇万円

- (6) 原告の損益計算書によれば、平成二年度から平成五年度までの間、原告の商品廃棄損として計上されている金額は次のとおりである。

平成二年度 一〇億八七三一万二〇〇〇円

平成三年度 一一億 二二一万七〇〇〇円

平成四年度 一六億一六一二万五〇〇〇円

平成五年度 一六億二五一〇万二〇〇〇円

なお、平成六年度以降の商品廃棄損は、原告が平成六年六月にニューヨーク証券取引所に上場したことに伴い、従来の会計方針を変更し、売上原価として処理する方法としたために独立して計上されていない。

- (7) 平成八年一月から一〇月までの間に、原告が新聞、雑誌、テレビ、ラジオのマスコミ四媒体において行った広告宣伝の費用は、次のとおりである。

新聞 三億二九八一万一〇〇〇円

雑誌 一億五二三五万八 円

テレビ	九三五三万一〇〇〇円	
ラジオ		円
合計	五億七五七〇万	円

(8) 国民生活センターからの回答書によれば、原告に関し、平成元年以降平成九年六月一七日までの間に国民生活センター相談窓口に対して消費者、末端デистриビューターないしはそれらの関係者から寄せられた苦情、相談の件数は、七千件以上に上る。

国民生活センターに寄せられた苦情、相談の内容は、多岐にわたるが、主なものは、販売方法に関する苦情、相談（勧誘方法が強引なもの、説明が虚偽であったもの、特典を強調して勧誘するもの、他社・他商品を誹謗するものなど）、契約解除や解約に関する苦情、相談（解約に関わるもの、信用性を問うもの、クーリングオフに関するものなど）、商品の品質に関する苦情、相談があり、それぞれ数千件程度の苦情、相談件数になっている。

また、国民生活センターに対する苦情、相談件数は、平成元年には年間数百件程度であったが、平成五年以降年間約一〇〇〇件を超えるようになり、同種の相談が寄せられる販売業者（業者名が不明市ものを除く）の苦情、相談件数に占める原告の割合は、平成元年から平成九年までの間、概ね十数パーセントから二〇パーセント程度であり、同種販売業者に関する苦情、相談件数に占める割合は一位である。

## (二) 別紙一の各記述部分

(1) 別紙一の1ないし3の原告の商法がマルチまがい商法であるとする記述の真実性

前記認定のとおり、被告らは、本件書籍中において、原告の商法が法的な意味ではマルチ商法ではないが、これと同様の社会的問題点を内在するマルチまがい商法であるとしたうえ、別紙一の1ないし3の各記述部分において、マルチまがい商法の語を『悪質な連鎖販売取引』あるいは「ねずみ講（式販売法）」などの語と関連づけて使用し、これにデистриビューター各人の販売活動がマルチ商法と同種の問題点を有するものであるとの記述と結びつけて論じることにより、原告の社会的信用、

名誉を低下させるものであるから、まず、マルチ商法（連鎖販売取引）の要件等について検討する。

- イ 訪問販売法二一条によれば、同法における連鎖販売業とは、以下の要件を満たすものである。
- a 物品（施設を利用し又は役務の提供を受ける権利を含む。）の販売（そのあっせんを含む。）又は有償で行う役務の提供（そのあっせんを含む。）の事業であって、
  - b 販売の目的物たる物品（以下『商品』という。）の再販売（販売の相手方が商品を買って販売することをいう。）受託販売（販売の委託を受けて販売することをいう。）若しくは販売のあっせんをする者又は同種役務の提供（その役務と同一の種類の役務の提供をすることをいう。）若しくはその役務の提供のあっせんをする者を
  - c 特定利益（その商品の再販売、受託販売若しくは販売のあっせんをする他の者又は同種役務の提供若しくはその役務の提供のあっせんをする他の者が提供する取引料その他の通商産業省令で定める要件に該当する利益の全部又は一部をいう。）を收受し得ることをもって誘引し、
  - d その者と特定負担（その商品の購入若しくはその役務の対価の支払又は取引料の提供で政令で定める基準に該当するものをいう。）をすることを条件とする
  - e その商品の販売若しくはそのあっせん又は同種役務の提供若しくはその役務の提供のあっせんに係る取引（その取引要件の変更を含む。以下「連鎖販売取引」という。）をするもの。
- ロ そして、同法施行規則二一条は、右の「特定利益（cの要件・通商産業省令で定める要件）」について、次のいずれかであると規定する。
- a 商品（法二一条第一項の商品をいう。第一五条及び第一七条を除き、以下同じ。）の再販売、受託販売若しくは販売のあっせんをする他の者又は同種役務の提供若しくは役務の提供のあっせんをする他の者が提供する取引料により生ずるものであること。

b 商品の再販売、受託販売若しくは販売のあつせんをする他の者に対する商品の販売又は同種役務の提供若しくは役務の提供のあつせんをする他の者に対する役務の提供により生ずるものであること。

c 商品の再販売、受託販売若しくは販売のあつせんをする他の者が取引料の提供若しくは商品の購入を行う場合又は同種役務の提供若しくは役務の提供のあつせんをする他の者が取引料の提供若しくは役務の対価の支払を行う場合に当該他の者以外の者が提供する金品により生ずるものであること。

八 また、同法施行令一〇条（旧七条）は、法一条一項の「特定負担（dの要件）」について、次のように規定する。

「法一条一項の政令で定める基準は、同項に規定する商品の販売若しくはそのあつせん又は同種役務の提供若しくはその役務の提供のあつせんに係る取引（その取引条件の変更を含む。）において条件とされる商品の購入の総額若しくは役務の対価の支払の総額又は取引料の提供の総額（商品の購入又は役務の対価の支払と取引料の提供とが併せて条件とされる場合にあつては、その商品の購入の総額又はその役務の対価の支払の総額と取引料の提供の総額との合計額）が二万円以上であることとする」

二 なお、訪問販売法一二条によれば、連鎖販売取引について勧誘を行わせる者（勧誘者）は、その契約の締結について勧誘をするに際し、又はその契約の解除を妨げるため、商品の種類、性格、品質等につき故意に事実を告げず、又は不実のことを告げる行為をしてはならないこととされている（同法一二条）。そして、この規定に違反した者は、一年以下の懲役又は一〇〇万円以下の罰金に処せられる（同法二二条）。その他、連鎖販売取引については、同法及び同法施行規則等によって様々の厳しい規制が加えられている（同法一二条ないし一七条など）。原告デISTRIBUTORの販売行為が連鎖販売取引と同種の危険性を有するかについて、特に問題となるのは、訪問販売法二条に規定された前記各要件中のc（特定利益）及びd（特定負担）についての該当性であるから、それぞれについて検討を加える。

まず、前記認定事実及びアムウェイビジネスガイド（甲第六号証及び第二四号証）、あなたのアムウェイビジネス（乙第八号証）などによれば、原告の商法は店舗を持たない、ダイレクトセリングと呼ばれる方式であること、ディストリビューターは原告製品の小売活動及びスポンサー活動により、原告からボーナスを得られる仕組みであること、原告は、自ら発行しているアムウェイビジネスガイドの中で、「アムウェイビジネスは小売活動とスポンサー活動を両輪としています」などと記載していることが認められる。そして、原告の商法がダイレクトセリング方式である以上、事業の拡大は専らディストリビューターが行うスポンサー活動による新規ディストリビューターの獲得によらざるを得ないが、ディストリビューターがスポンサー活動を行うメリットは、スポンサーした下位のディストリビューターが商品を販売することによるボーナスポイントの獲得とそれによる収入増にあるといえる。また、商品販売価格を基に算出されるボーナスポイントは、a 自己のグループを形成すること、b これを拡大すること、c 自己の作ったグループ小独立し自己の系列に属する他のグループを形成すること、によって段階的にその割合が高くなるように定められている。これらの事情からすると、少なくとも、小売活動やスポンサー活動を行うディストリビューター（アクティブディストリビューター）にとっては、右のようにして得られるボーナスポイントは、訪問販売法施行規則一二条に定められた「商品の再販売・・・をする他の者（ディストリビューター）が...商品の購入を行う場合...に当該他の者以外の者（原告）が提供する金品により生ずる」特定利益にあたるものというべきである。

なお、第一二〇回国会衆議院における物価等に関する特別委員会においても、特定利益の該当性について同趣旨の理解をしていることが認められる（乙第一〇号証）。

次に、前記認定事実及びアムウェイビジネスガイド（甲第六号証及び第二四号証）、あなたのアムウェイビジネス（乙第八号証）などによれば、一般人がディストリビューターになるための条件として、アムウェイスターキットを購入することが必要とされているが、右アムウェイ



イスターキットの価額は八二四〇円であること、ディストリビューター登録のためにその他の金銭的な負担を条件とされることはない旨定められていることが認められる。そうだとすると、右アムウェイスターキットの購入が訪問販売法施行令に定められた二万円以上の特定負担には該当しないといわざるを得ない。

被告らは、原告ディストリビューターが一般人をディストリビューターとなるように勧誘する際、実際には、その者をして、アムウェイスターキットだけではなく二万円以上の原告製品を合わせて購入させるのが通常となっているから、これを含めると、右の特定負担に該当する旨主張するが、一部ディストリビューターが勧誘の際に行う販売行為は事実上のものにすぎないから、訪問販売法における特定負担の要件の該当性の判断にあたってこかを考慮することはできないというべきであり、被告らの右主張は採用できない。

そうすると、原告の商法は、訪問販売法一条にいう特定負担の要件を欠くために、同法で規制されている連鎖販売取引にはあたらないといえることができる。

右の認定、判断によれば、原告の商法は、訪問販売法で規制されている連鎖販売取引の要件の一部を欠き、したがって、マルチ商法には当たらないものの、その主たる要件を備えている上、原告商法に関連して一般消費者とディストリビューター間、あるいはディストリビューター相互間に苦情やトラブルが発生し、ディストリビューターの一部に適切とはいえない方法で販売活動、スポンサー活動を行う者が生じているなどマルチ商法と同様の社会問題性を有していることが認められる。

しかしながら、前記のとおり、「まがい」という表現は、見分けがつかないほどよく似せてあるという意味であり、マルチまがい商法という表現は、マルチ商法に該当しないようにわざとこれに似せてつくられた商法という印象を与えるものであるところ、原告の商法がそのような商法であると認めるに足りる証拠はないうえ、たとえ一部の要件が欠けるものであるとはいえ、マルチ商法（連鎖販売取引）に当たる場合とそうでない場合とでは、その効果、罰則の有無等について大きな相違がある

のであり、原告の商法が、マルチ商法と見分けがつかないほどの近似性のある商法であるとまでは認められない。

したがって、原告の商法がマルチまがい商法であるとする記述は、真実であると認めることはできない。

(2) 別紙一の1ないし3の原告の商法がマルチまがい商法であるとする記述について、これらを真実と信ずるに足りる相当な理由

前記認定事実及び弁論の全趣旨によれば、原告のディストリビューターの一部には、健康食品に関する厚生省及び国民生活センターのテスト結果を記載したかのような虚偽の資料を配布し、あるいは原告の販売する健康食品についての医学的な効用を記載した書面を作成、配布するなどして原告の商品を販売したり、また、原告が販売している浄水器について国民生活センターの製品テストが行われていないにもかかわらず、これが行われたかのような資料を作成するなどした者がいること、原告の商法に積極的に参加し、より多くのボーナスポイントを獲得しようとする余り、ディストリビューターの中には、多量の在庫を抱える者がおり、処分困難な在庫を原告に返品せず、ディスカウントストアへ卸すなどの方法で在庫商品の処分を行う者もいること、また、商品購入後、解約や契約解除を申し出た一般消費者への対応が不適切なディストリビューターもいることなどの各事実を認めることができる。そして、これらのディストリビューターの行為や存在については各種マスコミで取り上げられ、これらが原告の商法と無関係ではないことが指摘されていたのであり、また、原告の商法を取り上げる論調は、著しい経済成長を称賛するものがある一方で、原告の商法の特徴であるダイレクトセリング方式及びボーナスポイント制度について、一般消費者との間で問題を起こす可能性が高いと指摘をするものまで様々であったことなどの点も併せて考慮すると、原告の商法は、法的にはマルチ商法とはいえないものの、ディストリビューターとなるため、あるいはより上位のランクのディストリビューター資格を得るためには、多量の商品購入及びスポンサー活動の継続が条件とされていること、ディストリビューターの商品仕入れによる卸売利益が原告以外のディストリビューターにボーナスポイントという形で配分される仕組みとなっているこ

と、ディストリビューターが に掲げる投資を決定する判断材料として、自分が勧誘する他のディストリビューターが商品購入、仕入れに要した費用の一部を の仕組みによって自分も収受しうることを考慮していることなどの特徴を有しており、一般消費者やディストリビューター相互間においてマルチ商法と同様のトラブルを生じさせるような危険性、問題点を有していると認められる。これらの諸事情に加え、原告は、右問題点が存在するとの指摘が一部にあることを把握していたにもかかわらず、これを解消するための適切な措置を十分に講じなかつたと評価される面があること、原告商法は、連鎖販売取引の要件の主要部分を備えており、マルチ商法に類似する商法の範囲に含まれることなどの事情を総合考慮すると、被告らが、本件書籍中において、原告の商法をマルチまがい商法であると記述したことについては、真実であると信ずるに足りる相当な理由があったものというべきである。

- (3) 以上のとおり、別紙一の1ないし3の原告の商法はマルチまがい商法であるとの各記述部分は、いずれも名誉毀損の違法性を欠くというべきであり、その旨の被告らの抗弁には理由がある。

(三) 別紙二の各記述部分

- (1) 別紙二の2の原告にインサイダー疑惑があるとの記述

乙第一六ないし第二〇号証及び弁論の全趣旨によれば、原告が平成三年四月一九日に自社株式青店頭公開するに際し、ディストリビューターに一般投資家向けの販売枠とは別の募集枠を設け、主幹事会社である山一証券の募集分(約三三六万株)のうち約三割(約一〇七万九〇〇〇株)を原告ディストリビューター約一〇〇〇人に売却したこと、右の優先募集問題に関し、マスコミ等から特定投資家優遇ではないかとの批判や日本証券業協会の自主ルールに違反するのではないかとの疑問が指摘されたこと、これにより、大蔵省から山一証券に対し、営業姿勢を是正し、再発の防止につとめるようにとの指導が行われたことなどの各事実が認められる。ところで、ディストリビューターは、日本証券業協会の自主ルールで規制されている対象に含まれておらず、また、株式上場前の取引は証券取引法一六六条等のインサイダー取引にあたらぬから、右ディストリビューターへの

株式の売却をもってインサイダー取引であると認めることはできないが、右記述部分はインサイダー取引の疑惑の存在を指摘するにすぎないものであり、右認定事実に照らすと、少なくとも、被告において右摘示事実を真実と信ずるについて、相当の理由があるというべきである。

(2) 別紙二の3の原告に薬事法違反の疑いがあるとの記述

乙第二一号証、第二二号証の一ないし八、第二三号証、第一七一号証、第三〇〇ないし第三一二号証及び弁論の全趣旨によれば、平成五年一二月から平成六年二月頃にかけて、原告ディストリビュータ...の一部が、一般消費者に対し健康食品に関する厚生省及び国民生活センターのテスト結果を記載したかのような資料を配布し、製品を販売していたことが発覚したこと、ディストリビューターの一部が、原告の販売する健康食品についての医学的な効用を記載した書面を作成し、これを他のディストリビューターに配布していたことなどが認められ、また、乙第三二二号証によると、ディストリビューターが相互間で情報交換をするために独自に作成、配付していたパンフレット類、いわゆるニュースレターの中に、原告製品の医薬品としての効能や効果を記載したものがあり、この資料について薬事法違反の疑いがあると指摘されていることが認められる。右各事実に照らせば、原告ディストリビューターが薬事法違反の行為を行っていることが真実とまでは認められないものの、一部ディストリビューターの中に、薬事法違反の疑いもたれるような資料を使い、栄養補給食品等の健康食品を販売している者がいるとの摘示については、これを真実であると信ずるについて、相当の理由があったというべきである。

(3) 別紙二の4の原告に独占禁止法違反の疑いがあるとの記述

前記認定事実、乙第一号証、第一四号証及び弁論の全趣旨によれば、原告は、アムウェイ倫理綱領・行動基準において、ディストリビューターが原告商品を商店、バザー、展示会などにおいて販売することを禁じていること、週刊ダイヤモンド一九九一年六月一日号(株式会准ダイヤモンド社発行)において、原告商品をディスカウントストアに持ち込み、販売していたディストリビューターが原告から販売員資格を剥奪されたとの記事が掲載されていること、一九七九年アメリカにおいて、アムウェイコーポ

レーションがアメリカ連邦委員会（FTC）かち、再販売価格維持行為について排除命令を受けたことなどの各事実を認めることができ、これらの事実によれば、原告がディストリビューターに対して店頭販売を禁止するなど独占禁止法に違反する不公正な取引方法（独占禁止法一九条）を行い、また、原告商品の販売について、再販売価格維持行為（同法二四条の二）を行っているとの指摘が真実であるとまでは認められないが、少なくともこれらに違反する疑いのある行為を行っていると思するについて、相当の理由があるというべきである。

（４） 別紙二の５の原告及びそのディストリビューターが詐欺的勧誘の手口などで商売を行っているとの記述

前記認定事実、乙第四ないし第六号証、第七号証の一ないし三、第一一七号証、第一九七号証、第一九九号証、第二八号証及び弁論の全趣旨によれば、原告ディストリビューターの中には、浄水器のテストをしていないにもかかわらず、これを行ったかのような資料を作成し販売活動等に使用していた者がいること、前記のとおりディストリビューターのニューズレターについて薬事法違反の疑いのある行為があると指摘されていること、原告の洗剤の安全性に問題があると指摘されていること、財団法人日本消費者協会の消費者相談報告書の中に、原告及びディストリビューター１の販売方法に問題があるとの相談内容が記載されていること、右販売方法等に関して国民生活センターへ多数の苦情、相談が寄せられていることなどが認められる。これらの事実からすると、原告がディストリビューターに対し、右のように問題点を指摘されるような商品販売方法を具体的に指導しているとまでは認められないものの、原告のディストリビューターは、商品販売により生じるボーナスポイントやさらに上位のディストリビューター資格の取得を目指す余り、強引な販売活動を行う場合があることが認められるから、原告及びディストリビューターが詐欺まがいの違法な勧誘手口で商品販売をしているとまでは断言できないものの、一部のディストリビューターがこれに近い過剰な文言を用いていることは認めることができ、右各記述は、被告の表現に一部不適切な部分があるものの、その主要な部分について真実と思するについて、相当の理由があるといえる。

(5) 別紙二の6のアムウェイを論じることに危険が伴うとの記述

右記述部分について、これを真実と認めるに足りる証拠はない。

しかしながら、右記述部分は、本件書籍(一)に対する米国ジャーナリストからの反響を紹介したものであり、その内容は、原告の親会社である米国法人アムウェイ・コーポレーションに関して論じることについて危険が伴うのと同様に、原告について論じることについても危険が伴うのではないかとの趣旨の同人の意見であり、乙第二五号証によれば、米国アムウェイに関しては、月刊誌「フォーブス」一九九二年四月号に掲載された「世界に進出したアムウェイ商法の光と影」との記事の中に、米国アムウェイが反体制的な会員に対して、脅迫、電話盗聴、虐待などを行つたとの趣旨の記述があることが認められ、これに、原告がダイレクトセリング方式とボーナスポイント制度を基本として営業を拡大してゆくという独自の商品販売方法を採用しており、この販売方法に対する信頼が揺らぐことについて敏感であることなどの事情。を考慮すると、原告に対立する意見を述べることにについて何らかの危険が伴うのではないかとする右記述は、その主要な部分について、真実であると信ずるにについて、相当の理由があるといえる。

(6) よつて、別紙二の2ないし6の各記述部分は、いずれも名誉毀損の違法性を欠くというべきであり、その旨の被告らの抗弁には理由がある。

(四) 別紙四の各記述部分

(1) 別紙四の1の原告のディストリビューターが多量の不良在庫を抱えているとの記述部分及び別紙四の3の原告の一〇〇パーセント返金保証制度や返品された商品は再販しないとの制度は単なる建前であるとの記述部分前記認定事実及び甲第六号証、第三七ないし第四〇号証、乙第五一号証、第九八号証、第一五四号証、第一九九号証、第三二八号証及び弁論の全趣旨によれば、原告のアムウェイ倫理綱領・行動基準には、ディストリビューターの行動指針として、一〇〇パーセント返金保証制度を遵守すべきこと、不要な在庫を抱えるような製品仕入れをしないことなどが定められており、違反者には制裁措置が設けられていること、原告の会計報告には毎年一〇億円を超える商品廃更損が計上されており、このことからするとディストリビューターや一般消費者からの返品が相当数存在し、原告の返品

制度が機能しているものと認められることなどに照らすと、原告のディストリビューターが多量の不良在庫を抱えているとの記述や原告の一〇〇パーセント返金保証制度や返品された商品は再販しないとの制度は単なる建前であるとの記述が全て真実であるとまでは認めることはできない。もっとも、前記認定のとおり、国民生活センターへ寄せられた苦情や相談の内容の中には・契約解除やクーリングオフに関するものが相当数あること、ディスカウントストアにおいて原告商品が販売されていたことがあることなどの事情も認められるが、これによっても、右判断を変えることはできない。

しかしながら、前記認定事実などによれば、原告の商法へ積極的に参加し、より多くのボーナスポイントを獲得しようとする余り、ディストリビューターの中の一部には、多量の在庫を抱える者もいること、こういった者の中には処分困難な在庫を原告に返品せず、ディスカウントストアへ商品を卸すなどの方法での在庫商品の処分を行う者もいること、商品購入後、解約や契約解除を申し出た一般消費者への対応が不適切なディストリビューターも存在することが認められ、右各記述については、少なくとも真実と認めるについて、相当の理由があったというべきである。

(2) 別紙四の2の原告がマスコミ操作や環境保護活動を行うことによって自社の矛盾点、問題点を隠ぺいしているとの記述部分

右記述部分を真実であると認めるに足りる証拠はない。そして、右記載内容の中には、あたかも原告が多額の広告費を費やしてマスコミ操作を行い、利己的な目的から環境保護活動を利用しているかのような表現を用いている部分があり、このような表現は適切であるとは言いがたい。

しかしながら、本件書籍によれば、右記述部分の趣旨は、店舗による販売を原則とする通常の小売業と異なったダイレクトセリルグ方式といわれる販売方法をとっているため、これまで広告宣伝活動にあまり重点を置いていなかった原告が、近年多額の費用を費やし、マスコミを通じて広告宣伝活動を行っていることや積極的な環境保護活動を展開していることに対して、原告の商法に対する批判や原告商品の環境に対する悪影響に関する指摘などから社会の注意を逸らすためのものではないかと批判する点にあ

ることが認められるところ、前記認定事実、乙第二八号証及び弁論の全趣旨によれば、原告の商法や製品に対してその問題点を指摘する意見や出版物もあること、平成三年四月五日付朝日新聞において、原告がペルシヤ湾の野生生物救済のため基金を集めると発表したことに対し、日本消費者連盟が環境保護を商売の道具にしていると批判し、公開質問状を出すことに決めた旨の記述があること、また、原告のディストリビューターの中には環境によい製品であることを過度に宣伝して原告商品を販売する者もいることなどの事実が認められ、前記認定事実や右各事実を前提とすれば、右記述部分は、その前提となる事実の主要な部分において、少なくとも真実。と信ずるについて、相当の理由があるものというべきであるから、一部に不適切な表現が含まれてはいるが、これらの事実をもとに前記のような批判、論評を加えることも許されないとまではいえない。

(3) よって、別紙四の1ないし3の各記述部分は、いずれも名誉毀損の違法性を欠くというべきであり、その旨の被告らの抗弁には理由がある。

(五) 別紙五の各記述部分

別紙五の1及び2の各記述部分は、被告らが原告の洗剤製品の有害性、環境破壊度について、批判している部分であるが、前記認定事実、甲第八号証、第九号証、第六一号証、第六二号証、乙第一号証、第三号証、第一二号証、第二〇〇号証、第二一八号証及び弁論の全趣旨によれば、本件書籍発行当時、原告が界面活性剤としてLAS（直鎖型アルキルベンゼンスルホン酸ナトリウム）を使用した台所用合成洗剤「ディッシュ・ドロップ」を生産、販売していたこと、右ディッシュ・ドロップを含めた市販の合成洗剤一般について環境汚染や人体への影響などいくつかの問題点が指摘されていることなどが認められるものの、その毒性及び環境破壊度については、これを裏付ける明確な研究結果が出ておらず、また、天然石けんと比較においても、その優劣については両説があり、必ずしも合成洗剤の毒性、有害性が強いことを断定しうる科学的根拠があるとまでは認めることができない。結局、本件全証拠を検討してみても、右各記述部分の前提となっている原告洗剤製品ないしは合成洗剤一般の有害性について、これを真実とまで認めるに足りる証拠はないといわざるを得ない。



しかしながら、前記証拠からも明らかなように、原告の合成洗剤の有害性環境汚染度については、専門家の間でも数多くの研究、発表がなされておりその有害性を指摘する発表も多数存在するうえ、昭和四〇年代ころから、専門家による研究成果を基に合成洗剤追放に関する住民運動が起こり、地方自治体においても環境保護に対する各種の対応を余儀なくされたことがあるなどの事情に照らせば、原告の合成洗剤が有害であるとの指摘について、科学的に真実であるとまでは認めることはできないが、真実と信ずるについて、相当の理由があったというべきである。

よって、別紙五の1及び2の原告製品の晶質についての洛記述部分は、いずれも名誉毀損の違法性を欠くというべきであり、その旨の被告らの抗弁には理由がある。

四 以上のとおりであり、本件書籍（一）ないし（三）のうちの別紙一ないし五の各記述部分は、いずれも名誉毀損の成立要件を欠くというべきであるから、原告の被告らに対する本訴請求は、その余の点について判断するまでもなく、いずれも理由がない。

よって、原告の本訴請求をいずれも棄却することとし、訴訟費用の負担につき民事訴訟法六一条を適用して、主文のとおり判決する。

東京地方裁判所民事第一五部

裁判長裁判官	市 川 頼 明
裁判官	村 野 裕 二
裁判官	竹 下 雄

## 刊行物目録

- 一 「誰も書かなかつたアムウェイーアムウェイ・ビジネスへの疑問1」
- 著 者 山岡俊介  
発 行 者 北原章  
発 行 所 株式会社あつぷる出版社  
初版発行年月日 一九九二年六月七日 第一刷
- 二 「続・誰も書かなかつたアムウェイー - なぜ私たちはアムウェイ辞めたのか - 」
- 著 者 山岡俊介  
発 行 者 北原章  
発 行 所 株式会社あつぷる出版社  
初版発行年月日 一九九二年二月二日 第一刷
- 三 「アムウェイが崩壊する日 - 辞め方、教えます - 」
- 著 者 山岡俊介  
発 行 者 北原章  
発 行 所 株式会社あつぷる出版社  
初版発行年月日 一九九三年一〇月二〇日 第一刷

### 取消並びに謝罪広告

当社が一九九二年六月七日付、同年一月二日付及び一九九三年一〇月二〇日付で発行した「誰も書かなかつたアムウェイーアムウェイ・ビジネスへの疑問1」、  
「続・誰も書かなかつたアムウェイーなぜ私たちはアムウェイを辞めたのかー」及

び「アムウェイが崩壊する日」の三書籍中において、貴社の名誉・信用を著しく害する記述を掲載して右三書籍を展示、販売、頒布、広告・宣伝しましたが、右書籍中における記述はいずれも事実を反し、また、誇大もしくは歪曲的表現に基づいて株式会社日本アムウェイを誹謗中傷する内容であり、これら記述は世人の同社に対する認識を誤らせ、同社の名誉・信用を著しく傷つけ、同社の営業を著しく妨害するものでありました。よって、ここに日本アムウェイ株式会社に関する右記述を取消し、同社の名誉と信用を失墜させかつ同社の営業を著しく妨害したことに對し、深く陳謝の意を表します。

株式会社あつる出版社

北原 章

山岡俊介

日本アムウェイ株式会社殿

別紙一

1 (本件書籍(一)の中の記述部分)

(一) 株式上場まで果たした日本アムウェイのマルチまがい商法(三頁)

(二) DD以上の者は全販売員の二パーセントに過ぎず、DD以下の販売員の小売利益の一部が自動的にごく一部のDD以上の販売員に渡っているわけで、極めてピラミッド構造的な組織形態をしている。そのため、同社のこの販売システムをマルチまがい商法であると指摘する関係者は多い。(三二頁二行目)

(三) しょせんアムウェイだってマルチシステムの一形態に他ならないのですから、ある程度販売員数が拡大すると成長が止まるか、ないし、鈍って来るのは当然のこと

です。(三二頁一三行目)

(四) 日本消費者連盟は合成洗剤の安全性と、勧誘による販売方法の二つの面からアムウェイを批判してきた。その要点は、名古屋大のウニ卵実験で、合成洗剤の中でもアムウェイの製品が最も毒性が強いという結果が出ている、ネズ、、、算式に販売員を増やす『マルチまがい商法』で、反社会的な販売方法だ。(四三頁七行目)

(五) これがアムウェイ側のネズミ講、悪徳マルチ商法とは違うという言い分である。ごく大まかにいえば、ネズミ構についてはアムウェイは製品を介在しているので違うというわけだ。(六八頁三行目)

(六) たいていの方がここでマルチとかネズミ講とか、いうんですが、私は幸いにマルチにもネズミ講も知らなかったのが、即サインしました。(一〇三頁九行目)

(七) ところが、商品はあくまで形だけのものということになれば、これは製品が介在しないネズミ講と、実質的には同じではないですか。(一三五頁一六行目)

2 (本件書籍(二)の中の記述部分)

(一) マルチとはいえ、先人のマルチ企業の二の舞いにならないようにと研究し、法的にはマルチ商法ではない。したがって、取り合ってくれる機関も相談先も一切ない。(四頁一二行目)

(二) 日本では飽和状態、韓国では崩壊寸前(一二頁一行目)

(三) いよいよ、同社の販売が我が国において飽和状態に達したということでしょう。(一三頁三行目)

(四) しかし、お隣の韓国でアムウェイがマルチまがい企業として問題視され、崩壊寸前にあるとは何ともショッキングな話ではないか。(一五頁三行目)

(五) こんな企業がそんな状況の九一年四月一九日に店頭上場された。また、同社の組織販売(マルチまがい)という特異性を考慮すると、なぜすんなりと店頭とはいえ上場されたのか。(二二頁八行目)

(六) ハッキリいって、マルチの定義は通産省の関係者でさえハッキリ説明できないほど混乱している。(二四頁八行目)

(七) ただハッキリここで筆者の持論を明らかにしておく、いまの法体系でマルチでないから、実質的にもマルチでないとは断言できないということだ。もっ

と正確に言えば、アムウェイは極めてマルチ的要素が高い商法といわざるを得ない。(二四頁一行目)

(八) 日本アムウェイはかなり限界点に達しており、そうでもしなければ売上を確保できないということだろう。(二八頁四行目)

(九) 数年でパーツと売り上げては倒産させて、また同じような会社を作るマルチ販売のやり方とこれでは基本的に同じではないですか。アムウェイ教の被害が、さらに香港や中国までにも拡大するのと思うと、寒々した思いがします。・  
・もう日本でのこれまで以上の伸長はハツキリいって一〇〇パーセント望めないといっているでしょう。(三四頁二行目)

(一〇) ネットワークには限界があります。こういった商売は必ず破綻しますよ。  
(七一頁六行目)

(一一) ステンレス鍋の購入はNO。アムウェイの入会も許されませんでした。なぜなら、彼にとってはアムウェイの商法がどれだけ危険性をはらんでいるか、どう言ってもネズミ講であることには変わらないこと、AさんもBさんも騙されているということが、理論で説明できたからです。私も確かにうかれていた面もあったし、冷静に考えてみると日本の人口がいくら一億三千万いるといっても、アムウェイ会員が広がるには限界があるということに気がきました。(九四頁六行目)

(一二) もちろん最初からアムウェイの話を持ち出せば、マルチやネズミ講と間違われて、警戒されますから、「なんとなく会いたくなって」とお茶に誘うわけです。(一二七頁二行目)

(一三) ナベばかり売るグループやバブルスターをラインに乗せたグループの噂はよく聞きます。そういう人たちはほんとうにお金だけが目的で、マルチだ、ネズミ講だ、と割り切ってやっているんじゃないですか。着実にやっていたら、子供の代までボーナスがもらえる。「私の子供は知恵足らず。私がアムウェイで頑張れば、子供にまでボーナスが出続けるから私が死んだあとも、子供の心配をしなくてもいい」といった美談が紹介されているけど。(二二九頁八行目)

(一四) しかし、なぜ、「アムウェイ、あーあのネズミ講か」と思う方が健全な常識であるはずなのに、アムウェイにドブプリと漬かる人が後を絶たないのだろうか。(一五九頁一〇行目)

(一五) このような会社が、一〇〇万人も販売員を確保できたこと自体がむしろ不思議。すでに飽和状態に達しているとするのが、マルチ専門家の一致した考えだ。

(二〇一頁六行目)

(一六) 一〇〇万人という販売員数が事実なら、すでに飽和状態ないしその状態に近づいていると考えるべきだろう。(二一二頁一一行目)

### 3 (本件書籍(三)の中の記述部分)

(一) 筆者は別にアムウェイに固執しているわけではない。同社がわが国におけるマルチまがい企業(「紹介販売」会社)の中でもっとも大きいから、マルチならびにマルチまがい企業の典型例として取り上げているだけである。(三頁一三行目)

(二) 創業して年を経るとともに同社が持っているマルチまがいという組織矛盾は次第に露呈。それとともに、本来の広告効果のためではなく、マスコミ対策として広告を多量に出さないわけにはいなくなった。特に八九年からはそれが顕著です。(三六頁八行目)

(三) そこでもアムウェイ製品のインチキ度とともに、その商法叶のものが以下のようにハッキリと「悪徳」と指摘されている。二〇年以上前に大はやりしたネズミ講式ビジネスと何ら変わるところがない。(四八頁一四行目)

(四) なぜ、日本アムウェイに一〇〇万人を超える販売員が加入し、その三割ともいわれる人々が同社製品を必死に売り込んでいるのか(残りの七割は自己消費のみといわれる)。それは「紹介販売」といわれる、その実マルチまがい商法ゆえに一時的に成立する急成長、高利益に魅力を感じ、そのおこぼれに与かろうと思っているからだろう。設備投資のせいなどと、一般企業のような言い訳は通用しないのだ。(五八頁六行目)

(五) もちろん、この『ジャパンライフ』を始めとする多くのマルチ企業の失敗例を参考に脱法策を練り、マルチまがい企業として売上の急成長もほどほどに抑えることで、堂々と営業を続けている日本アムウェイだから、この「ジャパンライフ」の例とそのまま比較することはできない。(五九頁二二行目)

(六) アムウェイ商法の問題点は、大きく二つ挙げられる。まず、第一は、他人を騙してでも売上げに突っ走る必然性を持っているマルチまがい商法であるという点。そして第二は、日本アムウェイではうちの製品は高品質というが、実際

には一般企業の製品と大差ないどころか、むしろ劣っているものさえ少なくないという点だ。そのうえにネズミ講同様マネーゲーム化しやすい高級商品を扱っている。歴史を振り返ると明らかだが、まず、現金だけを媒介とするネズミ講が社会問題化し、その全面禁止の法規制の網をかいくぐって出て来たのがマルチ並びにマルチまがい商法である。つまり、アリバイ的に商品取引をすることで、本質はネズミ講と大差ないのだが、法の網をくぐれるというものだ。だが、アリバイ的に用意した商品なので、利益幅が大きな高額商品を扱いがちだし、またその質はどうしても低いものになりがちだ。しかし、それではネズミ講同様、ほどなく被害者からの苦情によって社会問題化してしまう。そこで次に考え出されたのが高品質の、しかも低額な日用品を確保することである。

(六八頁二行目)

(七) 自分としては、弁護士の友人や通産省にネズミ講でないことを確認しました。私は証券会社時代にマルチ商法の被害にあったこともあるし、退職後も実際、Sという「バブルスター」のようなマルチの説明会へ誘われたこともあります。ですからマルチ(まがい)商法やネズミ講の類には引っかけられないという自信がありました。したがって、アムウェイがマルチであると断定された貴書には少々驚きました。(一〇〇頁一三行目)

(八) そして、いってみれば日本アムウェイはこの脱法行為を重ねている間に、以前のマルチ商法とは一見縁もゆかりもないような、極めて異質かつソフトなものに変質してしまったといえないだろうか。だが、もちろんその本質はなんら他のマルチ商法と変わらないのだ。(一四三頁七行目)

(九) もっとも、一社のマルチ企業の寿命はひじょうに短い。マルチ商法の本質は、いわばアリバイ的に物を媒介させることで、七九年五月に施行された「無限連鎖の防止に関する法律」で禁止されたねずみ講を合法化するもの。そのため、別名「ねずみ講式販売法」ともいわれることを思えば、ひじょうに短い期間、約一～二年の間に組織拡大＝売上を伸ばし破綻するのは当然であるからだ。そして、この典型的な軌跡をたどつたマルチ企業の一社がかの「ジャパンライフ」であり、そして改良に改良を重ねてかなり趣を変えたのが今日興隆を見せている「紹介販売(CB)」であり、その代表が「日本アムウェイ」と考える。(一四四頁九行目)

- (一〇) その特定利益とは、いうまでもなく、その物をさらに別の者に紹介する - つまり、ねずみ講でいうところの、子ねずみ、孫ねずみを増やし、このねずみたちが同社の商品売ること得られる。アムウェイでいえば、同社の商品を自己消費するために購入するだけでなく、第三者を販売員に勧誘し、その販売員が商品を販売、さらに次なる第三者を勧誘、この者が商品売るといった連鎖による販売取引が拡大し、ある基準をクリアする毎に、通常の商取引（小売り利益）とは別にマージン（同社がいうスポンサー料など）が得られるというものだ。（一四八頁一二行目）
- (一一) この場合、一応商品を媒介にした商取引を装ってはいるものの、その本質はマネーゲームに過ぎないネズミ講と何ら変わらないではないか。もっとも、この商法は必ずしもネズミ講のようにただ会員を勧誘すればいいというものではない（実際に新会員が販売実績を上げないとマージンは入らない）し、また、その子ねずみ、孫ねずみの広がりもねずみ講のように垂直的なものではない（後に入会した者が、先の者より多く稼ぐ例もある）。だが、それでもこの「ネットワーク」とでもいうべき組織は、本質的にはねずみ講のそれと変わらない。なぜなら、ねずみ講は一人の会員が一日につき二人を、その二人が四人をというように子ねずみ、孫ねずみをねずみ算式に勧誘していけばわずか二七日目で会員数が一億三四〇〇万人というように日本の総人口を突破してしまう = 組織破綻と同じように、この商法も原理的には同じく多くの日を要せずに同じことが起こりうるからだ。（一四九頁一四行目）
- (一二) ねずみ講同様、マルチないしマルチまがい商法もいずれ破綻するシステムで、「日本アムウェイ」を例にとれば、『販売員数一〇〇万人、売上一〇〇〇億円が限界』（業界紙記者）といわれる。（一五一頁一三行目）



別 紙 二

- 1 九〇年、九一年の数字は、露骨に言えば”粉飾決算”といってもいいでしょう。  
(本件書籍(一)二二頁五行目)
- 2 (一) DDに優先的に株を譲ったアムウェイ。株式上場にインサイダー疑惑がある！  
(本件書籍(一)三二頁一〇行目)  
(二) アムウェイ側は同社の社員ではないので、インサイダーには当たらないと開き直っているが、こんな言い分は社会常識として通用するものではない(本件書籍(一)三四頁五行目)  
(三) 最近、販売員、それもDDクラスがかなりアムウェイをやめているようなんです。そこで、この動きに歯止めをかけるため、アムウェイとしてはインサイダーまがいと世の批判を受けようがやらざるを得なかったんでしょう。(本件書籍(一)三五頁七行目)
- 3 (一) 同社が販売している栄養補給食品についても、薬品でないのに、販売員は効能を謳っていて、薬事法違反の疑いさえあるのではないのでしょうか。(本件書籍(一)五〇頁一二行目)  
(二) 健康商品については薬事法違反のオーバートークは日常茶飯事である。(本件書籍目三六頁八行目)
- 4 (一) 店頭販売禁止は独禁法違反の疑いがある。(本件書籍(一)四九頁七行目)  
(二) アムウェイの「再販売価格維持行為」は明らかに独禁法違反だ(本件書籍(三)一六四頁六行目)  
(三) 「再販売価格維持行為」とは、アムウェイが指定する同社製品の販売価格はあくまで希望小売価格に過ぎず、実際には各販売員が価格を自由に設定しているのにも関わらず(原文どおり)、その実態はアムウェイの指示通り固定されている行為を指す。したがって、この「再販売価格維持行為」は独占禁止法違反に該当するのだ。(本件書籍(三)一六五頁七行目)
- 5 (一) いままで以上に、強引な販売が行われ、大きく社会問題化するのもすでに秒読みではないかと筆者は考える。そうしたトラブルや失望して辞めていった元会員の声は、本書の第二章、第三章を読んでいただければわかってもらえるだろうし、DDがいかにオーバートークをやり、一般の販売員を過剰な販売と新たな販売員の勧誘に駆り立てているかという一端も、第四章を見ていただければ

ばわかつていただけたらと思う。(本件書籍(2)二〇頁二行目)

(2) 現実はいまから販売員になつても、すでに先に入ったものの”うま味“になるだけで、まかり間違っても年収一〇〇〇万円以上も売り上げるようになるには、いままで以上にものすごい努力とオーバートークを始めとするダマシのテクニック、そういう表現が適切でないなら営業資質が要求される。どう考えても、日本アムウェイに同社が謳うアメリカン・ドリームなどは存在しないのだ。(本件書籍(二)三五頁一三行目)

(三) こんなにある、勧誘のウソと違法な手口(本件書籍(二)八九頁二行目)

(四) アメリカで続々登場するサギ的な戦術(本件書籍(一)一一二頁一〇行目)

(五) アムウェイ幹部の発言「高観商品がどんどん増えるので夢はある」という話は、なんの根拠もない、「サギに近い発言」といえるであろう。(本件書籍(二)一一六頁一四行目)

(六) アムウェイの製品が優れているというのは大ウソ(本件書籍(二)一二一頁七行目)

(七) これで「自由、平等、博愛」がモットーとは恐れ入る。これは、いかにうまく勧誘するか、騙しのテクニックを伝授しているのではないか。(本件書籍(二)一七二頁七行目)

(八) 商品デモによるダマシのテクニック、一挙公開!(本件書籍(三)七三頁九行目)

(九) エコロジーが叫ばれる現在にあって、いまや同社の成分は他メーカー以上に有害なものも多く、これを、「安全」「環境にいい」などと売っているに至っては、もはや詐欺とさえいわざるを得ません(本件書籍(三)八三頁一二行目)

(一〇) さて、アムウェイで問題なのは、「営業が公平に評価されない」ことに加え、他の一般企業では考えられないオーバートーク(詐欺商法)、強引な勧誘を生む土壌がその商法自体にある点。どんな人間をも、カネだけのための営業マシンに変えてしまう点だ。(本件書籍(三)一八四頁一二行目)

6 先日もメデジンカルテルについて論評したジャーナリストがニューヨークで殺されましたが、アムウェイを論じることをご存知のように大変危険が伴う行動です。私も何度もアムウェイについて書こうかと思いましたが、しかし、そのたびに断念してきました。私には自分の身の危険を冒してまで真実を公表するというジャーナリストとしての勇気がありませんでした。そういう意味におきまして私は一般読者

とは違った意味で貴殿の出版物を読ませて載せました。どうか身の安全にはくれぐれも留意され、益々のご活躍をお祈りいたします。（本件書籍（二）一一二頁五行目）

- 7 販売員が離婚したら資格を剥奪されるような規則もあるようですが、あれは憲法違反ではないですか。（本件書籍（一）五〇頁一行目）

### 別紙 三

- 1 日本アムウェイの年度決算期は八月。それなのに、なぜこんな時期に、来年度の業績予想記事が出たのか不恩議です。そこで、こんな見方をする人がいます。つまり、この記事は販売員に当てたメッセージだというわけです。「業績が悪いから、近く値上げをするぞ。だから、今のうちに大量に商品を買いためておかないと損をするぞ」と。この結果、売上が急増し、最終的にこの新聞記事より来年度の決算は悪いものにはならないというシナリオでしょう（本件書籍（一）二〇頁一二行目）
- 2 経常利益、当期利益とも大幅マイナス。同社始まって以来の惨状（本件書籍（二）一五頁五行目）
- 3 前の数字を見てもわかるように、実は同社は既に八九年から九〇年の時点で売上高、利益ともそれまでの急成長から一転、終止符を打っているんです。この時点で、すでに同社の販売はかなり限界に達していたと私は見えています。（本件書籍（二）一八頁一行目）
- 4 もっとも、日本国内では飽和状態とともに、「X - ONE」という同じようなシステムながらもつと販売員の立場に立ち、製品もアムウェイよりいいところが現れ、アムウェイの販売員が多量にそちらに流れている状況です。それは関

西も同じで、製品の技術力に長けたS社（大阪府茨木市）にもアムウェイ販売員が流れ、かつ同社の売上を食っています。もう日本でのこれまで以上の伸長はハッキリ言って一〇〇パーセント望めないといっているでしょう。（本件書籍（二）三四頁一五行目）

- 5 業績好調の裏に隠された深刻な事態（本件書籍（三）一一頁）
- 6 「業績大幅上方修正」でも利益はマイナス、の深刻な事態（本件書籍（三）二八頁一行目）

#### 別紙 四

- 1（一）いまやクックウェアは販売員一人三セットくらいは箱を開けないまま皆持っていますよ。これでも売上額には反映されるんですからね。そんなわけで、過剰在庫の総額は売上額の半分近くに相当する五〇〇億円に達しているのではと推測する関係者もいるほどです。（本件書籍（一）二五頁一三行目）
  - （二）不良在庫は一〇〇億円？大量に持ち込まれるクィーン・クックウェア・セット（本件書籍（一）五二頁一行目）
  - （三）在庫を多量に抱え、サラ金の返済が出来ず偽装離婚（本件書籍（二）三八頁一行目）
  - （四）DDの部屋の天井まで鍋セットが積まれ、部屋中在庫だらけだった（本件書籍（二）一一七頁四行目）
  - （五）不良在庫は一〇〇億円？一〇〇万円を超える在庫を抱える主婦もいる（本件書籍（一）一七六頁一三行目）
  - （六）不良在庫の押付けや家庭崩壊など人の犠牲の上に成立つ商法（本件書籍（三）一八四頁一一行目）
- 2（一）アムウェイはマスコミを使った隠ぺい工作をしている（本件書籍（一）一四頁一行目）

- (二) しかし、あまりに多くの問題を抱え込み過ぎているのも事実です。それなのに、そういった矛盾をすべてマスコミ操作を駆使して隠ぺいし、改革の努力をしないのでは、良心的な販売員に対する背信行為です。(本件書籍(一)一二六頁一三行目)
- (三) アムウェイは訪問販売だから、テレビ広告をしてもほとんど意味がありません。ところがやっているのは、そこを通してマスコミに圧力をかけてもらうかわりに、見返りとしてアリバイとして流している。その額は年間一~二億円と聞いていますが事実でしょうか。(本件書籍(一)一四二頁一行目)
- (四) マスコミ封じに多量の広告をバラまきだしたアムウェイ(本件書籍目三六頁一行目)
- (五) ちなみに、著者の前書「誰も書かなかったアムウェイ」でも書いたように、大手広告代理店D社に年間一億円ともいわれるTVCM料を支払い、その見返りにD社を通してマスコミ操作を行っていることはすでに述べた通り。(本件書籍(三)三七頁一三行目)
- (六) 環境保護活動は「有毒な合成洗剤販売」の隠れミノか(本件書籍(三)八六頁一行目)
- (七) そこで実は「自然にやさしくない」という矛盾を緩和するために出て来たのが、すでに見たオーバートークであり、そして膨大な広告、それに環境基金への異常なほどの投資である。(本件書籍目八七頁一行目)
- 3 (一) 倫理要領も有名無実。他グループ販売員引き抜きや返品ダメがまかり通る。  
(本件書籍(一)一八六頁三行目)
- (二) 同社は建前上は一〇〇パーセント返品に応じており、そして返品された商品は再販しないとしているからだ(だが、実際には封を開けていない製品は販売員が見込みで過大に発注したと見なされ一〇パーセントの手数料が取られるし、かといつて封を開けた場合には、販売員は返品は不可能と偽り、売った相手に強引に商品を売りさばいてもいる。一方、再販しないという件についても怪しい)。(本件書籍(三)二六頁一四行目)
- 4 (一) 殺されたアムウェイ販売員。多量の不良在庫を持たされた恨みの犯行説も。  
(本件書籍(一)七二頁一五行目)
- (二) 四年ほど前、愛知県で身籠もった主婦が惨殺されたことがあるんですが、彼

女はアムウェイの販売員だったんです。裂かれた腹の中には、なんと電話とアムウェイの洗剤が詰め込まれていたという酷さです。殺った相手は、おそらく多量の不良在庫を持たされ、よっぽど恨んでいたんでしょうね。(本件書籍(一)七三頁二行目)

#### 別紙五

- 1 売上げが落ちる洗剤。「安全」でも「割安」でもないことに消費者が気づいた？  
(本件書籍(2)一七三頁九行目)
- 2 毒性の高いLASや有害な蛍光増白剤を使用。看板に偽りあり。(本件書籍(3)八二頁七行目)