



方針および手続きマニュアル

NERIUM INTERNATIONAL JAPAN 合同会社(以下「会社」、「Nerium International」または「Nerium」)のブランドパートナーは、会社が発行または配布するブランドパートナー資格取得申請書、概要書面、契約書面、ブランドパートナー方針および手続きマニュアル(以下「方針マニュアル」)およびこれらに含まれるすべての規則、規制、方針、および手続き、並びに報酬プラン(Compensation Plan)(以下「本件各書面」)をよく読み理解するとともに、これを遵守することが義務付けられています。会社が適切と判断した場合、会社は第11.07項に従い、本件各書面を変更する権利を有します。

会社は、ネットワーク・マーケティングを規定する日本法を遵守しており、各ブランドパートナーにも同様の遵守を義務付けています。そのため、本件各書面に含まれる情報を読み、理解することは極めて重要です。規則または方針に関して質問がある場合は、各自のスポンサー、アップラインリーダー、または会社のコンプライアンス部から回答を得てください。方針マニュアルの第12項には職業倫理規程が含まれています。これらの資料をよく読み、ビジネス計画に不可欠なものとして取り入れてください。

内容

第1項:ブランドパートナー資格

第2項:期間および更新

第3項:スポンサーシップ

第4項:解約等

第5項:譲渡

第6項:情報

第7項:商標、印刷物、および広告

第8項:コミッションおよびボーナスの支払い

第9項:製品の購入と販売

第10項:返品・交換

第11項:総則(一般規定)

第12項:職業倫理規程

第1項ブランドパートナー資格

1.01 ブランドパートナー資格取得要件

申請者は、以下の要件を満たすと会社の独立ブランドパートナー(「ブランドパートナー」)になります。

- a) 記入したブランドパートナー資格取得申請書(以下「申請書」)の提出
申請者は、スポンサーとなるブランドパートナーから交付された概要書面を含むアプリケーション・キットの内容について十分に説明を受けるとともに、各書類をよく読み、内容を理解して、申請書に必要な事項を記入・署名の上、会社へ送付しなければなりません。

オンラインからブランドパートナー資格取得手続き(以下「オンライン登録」)を行う場合には、申請書の提出は必要ありません。オンライン登録は、申請者ご自身で登録画面から必要事項を入力する必要があります。したがって、パソコンなどの操作が苦手な方は、スポンサーにオンライン登録を手伝っていただくこともできます。この場合、必ず申請者が同席の上、手続きを行ってください。安心してお手続きいただくには、申請書(書面の提出)での登録手続きをお勧めします。

会社へ提出する申請書は、真正かつ正確で適正に作成されなければなりません。不完全、不正確、または違法な申請は無効とみなされます。会社には、その独自の判断により、理由の如何にかかわらず申請書の受理またはオンライン登録を拒否する権利があります。

- b) 会社より直接送付される会社のビジネスサポートパンフレット等一式の購入
申請者は、契約書面および小売伝票などの基本セットに加え、会社の概要など、ビジネスをスタートするための教育・研修ツールが含まれたベーシックキット、会社情報、および販売促進資料・パンフレット(再販不可)を、登録料とともに会社の定める費用で購入する必要があります。
- c) 身分証明
登録時または会社が要請したとき、会社または関係機関からの要請に対して、申請者は、政府が発行する有効な身分証明またはその写しで、現住所が表示されているものを提供することに同意します。日本国籍の申請者は、運転免許証、健康保険証、住民票等、日本国籍以外の申請者の場合は在留カードを提出してください。また、日本以外の国籍から日本に帰化した申請者の場合は、戸籍謄(抄)本、住民票の写し、パスポート等、日本国籍取得を証する書類の提出を合わせてお願いする場合があります。

資格取得手続時に身分証明書の添付が無い場合にも、申請の手続きは進められます。ただし、会社の要請に対して身分証明書の提出が確認されない場合、製品の注文はできますが、ブランドパートナーの権利としての会社の報酬プラン(第1.03項)に参加できません。なお、会社の要請から身分証明書未提出の間に発生したボーナスの支払いは保留となり、有効な身分証明書を会社が受領した時点でブランドパートナーに支払われます。資格取得申請条件として、以下の方はブランドパートナーおよびパートナーの資格を取得することはできません。

- i) 満20歳未満の方
- ii) 高等学校、大学、専門学校等の学生
- iii) 日本以外に居住している方(外国籍の場合、永住者、特別永住者、定住者、または日本国籍の配偶者などの有効な在留カードを所持し、日本国内でスポンサー活動等をすることが認められる在留資格を得ていなければなりません)
- iv) 公務員法等の関連法令や就労上の規定(副職に関する規定等)で制限のある方
- v) 成年被後見人、被保佐人、被補助人または反社会的勢力に属する等、事業を行うことが不適切とみなされる方

1.02 ブランドパートナー資格取得に伴う費用

前項に定められた費用を除き、ブランドパートナーになるために物品を購入する必要はありません。

1.03 ブランドパートナーの義務と権利

ブランドパートナーには、会社の製品およびサービスを販売し、会社の報酬プランに参加する権利があります。ブランドパートナーは、新規ブランドパートナーの会社への登録を紹介することができます(以下この行為を「スポンサー活動」といいます)。

1.04 配送先住所

4人以上のブランドパートナー、プリファードカスタマーまたはリテールカスタマー(以下総称して「カスタマー」といいます)が、同じ配送先住所に製品を発送することはできません。

1.05 夫婦、親子のブランドパートナー登録

夫婦およびそれらに扶養される子供は同一のブランドパートナー資格を共有します。登録後に結婚したブランドパートナーは個別のブランドパートナー資格を維持しますが、一方の配偶者が他方の直上のスポンサーである場合は例外となり、この場合は夫婦間でブランドパートナー資格を統合することができます。単一のブランドパートナー資格を共有する夫婦が離婚または別居した場合、会社は、適用される場合は当該夫婦が第5.03項の要件を遵守することを条件として、離婚後の戸籍謄本の写しと将来コミッションおよびボーナスが支払われるべき個人を両当事者が承認し、署名捺印した書面もしくは裁判所による判決、調書の写しを会社が受領するまで、離婚または別居前と同じ方法でコミッションおよびボーナスの支払いを継続します。

1.06 ブランドパートナーたる地位の重複禁止

ブランドパートナーとその配偶者および扶養家族が、同時に2つ以上のブランドパートナーの地位を有することはできません。例えば、法人登録しているブランドパートナーが、個人でブランドパートナーになることはできません。

1.07 法人、パートナーシップ、有限責任会社、受託者

法人、パートナーシップ、有限責任会社、またはその他の形態の事業組織もしくは受託者は、申請書を提出し、さらに以下の文書を提出し、コンプライアンス トレーニング(第3.01項参照)を受講してコンプライアンス テストを受け合格することでスポンサー活動資格(第3項参照)を取得できます。必要書類の提出がなされない場合、製品の注文は行うことができますが、「ブランドパートナーの権利」としての会社の報酬プラン(第1.03項)に参加することはできません。

- a) 定款、パートナーシップ契約書、信託契約書、履歴事項全部証明書のいずれか、および印鑑証明書を添付した当該印鑑押印済の申請書
- b) 該当する形態により、企業に関与している全取締役、役員、および株主、共同経営会社のすべての無限責任および有限責任パートナー、有限責任会社の社員、または受託者および受益者に関する完全な名簿等
- c) に準ずるその他の文書および情報

ブランドパートナーの株主、取締役、役員、パートナー、社員、受益者、および受託者は、本件各書面に従うことに同意し、会社に対する責任を個人的に負うこと、また本件各書面に従う義務があります。

1.08 偽名および仮名の使用禁止

偽名もしくは仮名を称する個人または組織は、会社の承認を得ることなく、偽名または仮名を使用してブランドパートナーに申し込むことはできず、会社がこれを拒否する場合があります。

1.09 自営業者

ブランドパートナーは自営業者となります。ブランドパートナーは、会社のフランチャイズ加盟店、ジョイントベンチャーパートナー、事業提携者、従業員、または代理人ではありません。ブランドパートナーは、口頭または書面であるにもかかわらず、会社のフランチャイズ加盟店、ジョイントベンチャーパートナー、事業提携者、従業員、または代理人であると述べたり、暗示してはなりません。ブランドパートナーは、会社の名において一切の法律行為を行ってはなりません。会社は、ブランドパートナーに対し、従業員としての支払い、福利厚生に関する支払い、損害賠償保険、身体障害保険、労働者災害補償保険等その他使用者としての責任は一切負いません。ブランドパートナーは各自において、本件各書面に従い、その実働時間を設定し、ビジネスの運営方法を決定します。

1.10 課税

ブランドパートナーは、課税上も自営業者として扱われ、フランチャイズ加盟店、事業提携者、従業員、または代理人として扱われることはありません。

1.11 法令の遵守

ブランドパートナーは、ブランドパートナーのビジネス運営に関するすべての日本の法律、規制、および条例を遵守するものとします。ブランドパートナーは、ブランドパートナー資格に基づく経営上の判断および支出について全責任を負います。

1.12 ブランドパートナーID番号

ブランドパートナーには、ブランドパートナーの会社との取引を目的とした、Nerium International ID番号が割り当てられます。すべての注文を行う際および会社との連絡の際においてこの番号を記載する必要があり、以下ブランドパートナーID番号（「BPIN」）と称されます。会社は、すべての社内ブランドパートナー取引にこの番号を使用します。

1.13 自由なビジネス活動

マーケティングまたはスポンサー活動を目的とした活動において、独占的領域はありません。ブランドパートナーは各自のビジネスにおいて、独占的な領域があると暗示させたり、または述べてはなりません。フランチャイズは供与されず、販売またはスポンサー活動を目的とした独占的な領域はありません。日本国内または会社が事業運営を認可されているその他の国においては、ブランドパートナーのスポンサー活動に対する活動地域の制限はありません。

1.14 その他の製品

ブランドパートナーは、Neriumの製品が販売または展示される場所で、Neriumの製品以外の製品を販売または展示しないことに同意します。ブランドパートナー契約期間中、およびその後6か月間、ブランドパートナーは、各自が個人的に紹介したブランドパートナーを除き、Neriumの従業員、代理人、またはブランドパートナーに対し、競合する製品またはサービスもしくはマーケティングプログラムを販売または宣伝してはなりません。Neriumは、本項目または関連規則に違反したブランドパートナーに対し、購入特権の喪失、ブランドパートナーの地位と会社の報酬プランへの参加について一時停止または解除を行うことができ、かつ、Neriumに損害が生じた場合には当該ブランドパートナーに対して損害賠償請求を行うことができます。

1.15 クロスグループ販売

ボーナスや昇格のためのポイントを獲得するために、会社の他のブランドパートナーに会社製品、会社が発行した印刷物・資料を販売することは禁じられています。会社製品、会社が発行した印刷物・資料は、ブランドパートナーが会社から直接入手するものとします。本項に違反したブランドパートナーは、会員資格の一時停止または契約解除の対象となる場合があります。

1.16 連絡先

ブランドパートナーから会社に対し連絡をとる場合、その連絡先は、会社の事務所またはスタッフに限られるものとします。会社の書面による承認がない限り、会社の提携先、サプライヤー、コンサルタント、または会社に雇用されている専門家に直接連絡することはできません。

第2項：期間および更新

2.01 期間

第4項の規定を条件とし、新規登録のブランドパートナー資格は、会社による登録申請の受理日から開始し、その日付から1年後（「更新日」）に終了します。

2.02 年次更新

ブランドパートナー資格を更新するには、更新日までに年次更新料を支払うか、更新日の60日前から前日までにオートデリバリーオーダー（ADO）プログラムで80QV（会社の報酬プランにある資格達成条件ボリューム以上の製品注文を選択していなければなりません。年次更新料の金額は、オンラインビジネスセンターへの掲載、もしくは、カスタマーサービスを通じて周知されます。当該金額の支払い期限は、登録日から1年後の更新日となります。ブランドパートナー資格の更新は年次更新料等につき会社が確認の上、毎年自動更新を行っています。方針マニュアルに規定されるとおりに更新日までに更新しないブランドパートナーは、会社とのブランドパートナーの地位の関係を自主的に終了させたものとみなされ、ブランドパートナーの地位、すべてのスポンサーシップ、報酬プランにおける地位、コミッションおよびボーナスに対するすべての権利、ブランドパートナー価格（BP価格）で製品を会社から購入する資格を失います。

ブランドパートナー資格の更新を怠ったブランドパートナーは、ブランドパートナー資格の失効日から6か月間は新たなスポンサーの下で再登録することはできません。

2.03 グローバルターミネーション

Neriumは、ブランドパートナーが、(1)登録日から1年以上経過している場合、且つ(2)過去6か月の間にビジネス活動を行っていない場合には、そのブランドパートナー資格を自動的に解除することができるものとします。

第3項：スポンサーシップ

3.01 スポンサー活動

新規ブランドパートナーがスポンサー活動を行うためには、以下 (i) から (iii) のNeriumが提供するコンプライアンス トレーニングのいずれかの方法でビジネスの基本的な関連法令とルールを学び、コンプライアンス テストを受け合格することで、スポンサー活動資格を取得する必要があります。

- i) Neriumが主催する「コンプライアンス トレーニング」のセミナーを受講する。
- ii) Neriumが発行する「コンプライアンス トレーニング」のテキストで学ぶ。
- iii) e-ラーニングを受講する。

スポンサー活動資格を取得していない場合、他の方を紹介することができず、ブランドパートナーの特典である報酬プランに参加することもできません。

スポンサー活動資格を取得したブランドパートナーは、日本および会社が認めた国または地域において、他のブランドパートナーを紹介することができます。スポンサーは、新規ブランドパートナーがそれぞれのブランドパートナー資格取得申請書、概要書面、契約書面、方針マニュアル、および報酬プランを受領し、内容を理解したことを保証するものとします。

3.02 申請書の競合

申請者が異なったスポンサーを記載した複数の申請書を提出した場合、会社が最初に受領した申請書のみが受理されます。公式スポンサーの承認に関する会社の決定は最終的なものとなります。

3.03 トレーニング要件

ブランドパートナーには、紹介するブランドパートナーに十分なトレーニングを保証することが義務付けられます。スポンサーは、組織内のブランドパートナーとの継続的なリーダーシップ関係を維持し、製品およびサービスの販売または提供において、流通および販売における監督的役割を最大限に果たすことを約束します。会社から要請があった場合、ブランドパートナーは、当該トレーニングを含むスポンサーとしての責任を継続的に果たしていることを会社に証明しなければなりません。

3.04 収入に基づく勧誘の禁止

ブランドパートナーは、ブランドパートナーになろうとする者に対し、数学的根拠に基づいた会社の報酬プランの収入予測、その他一切の暫定的な収入の予測を提示することはできません。収入額は、その取引毎の様々な要素に左右されるため、ブランドパートナーはブランドパートナー収入が保証されたものとして他者に提示しないものとします。コミッションおよびボーナスの支払いをマーケティング資料に使用することはできません。ブランドパートナーは、ビジネスに起因する報酬、立替金、経費、または控除額をブランド

パートナーになろうとする者に保証せず、試算も行わないこととします。ブランドパートナーは、誠意を持って公平に報酬プランを説明し、これを提示するものとします。過去に得られた収入、潜在的な収入、または実際に得られた収入をブランドパートナーになろうとする者に対して主張することはできません。ブランドパートナーは、ブランドパートナーになろうとする者に対してコミッションおよびボーナスを保証せず、経費の試算を行うこともできません。

3.05 スポンサーシップの移行

ブランドパートナーは以下の条件を満たし、かつ、会社が書面により承認した場合に限り、異なるスポンサーまたはスポンサーシップラインに移ることができます。会社が書面により承認した場合、会社の最終的な承認は要請を行ったブランドパートナーのみに適用され、ブランドパートナーのダウンライン組織には適用されません。また、ブランドパートナーは第5.03項の要件に従うものとします。

- a) 会社に対しスポンサーシップ移行の理由を説明した書面を提出していること。
- b) ブランドパートナーが同じスポンサーシップグループ内に移る場合、その移行の影響を受けるすべてのブランドパートナーが署名捺印した書面を得られていること。
- c) ブランドパートナーがスポンサーシップグループ以外に移る場合、その移行の影響を受ける各当事者がその移行を理解し、それに同意することが記載された、当該移行にかかわるすべてのアップラインブランドパートナーによる署名捺印がなされた書面を提出していること。
- d) 6,000円（税抜き）の移行手数料を会社に支払うこと。

3.06 スポンサーの指名

原則として、ブランドパートナーとなろうとする者は、各自でブランドパートナーズスポンサーを指名し、会社に対してブランドパートナー資格取得申請を行うことができます。ただし、既に別のブランドパートナーが販売促進等相当な努力を行ったとき、Neriumは当該ブランドパートナーを評価し、同人をスポンサーとみなす場合があります。

第4項：解約等

4.01 自主解約

ブランドパートナーは、以下の方法で、ブランドパートナー資格を自主的に終了することができます。この場合、解約するブランドパートナーのすべてのダウンラインは自動的に直上のブランドパートナーのダウンラインとなります。

- a) ブランドパートナー資格を更新しないこと
- b) 会社に対し資格解約の旨会社規定の解約届により通知すること
 - i) この場合、理由のいかんを問わずブランドパートナー資格を自主的に終了することができます。
 - ii) 解約の効力は、会社はその通知を受領した時点から発生します。
 - iii) 解約するブランドパートナーは、契約終了日から6か月後に新規ブランドパートナーとして登録することができます。
- c) クーリング・オフ

ブランドパートナーは、(i) 会社より直接送付された契約書面を含むベーシックキットを受け取った日、または、(ii) 登録時に購入した製品を最初に受け取った日のうち、どちらか遅い日を起算日として30日以内であれば無条件でブランドパートナー資格を終了することができます。この場合、配送および取扱手数料を含む製品代金全額並びにNeriumに返品するための費用を返金します。但し、クーリング・オフを希望するブランドパートナーにコミッションおよびボーナスがすでに支払われた場合には、払戻し金額と相殺されます。会社は、送料およびブランドパートナーが購入した製品の費用をすべて負担し、損害賠償または違約金の請求は行いません。クーリング・オフは書面により行うことができ、クーリング・オフによる資格終了を行う旨を記載した書面による意思表示をブランドパートナーが会社に対して発信したときに契約解除の効力が生じます。

4.02 一時停止処分

ブランドパートナーの、関連法令、および本件各書面の規定違反が発覚した場合、会社はその独自の裁量にてブランドパートナー資格を一時停止させること（「一時停止処分」）を含む是正措置を取ることができます。ブランドパートナーの一時停止処分が決定された場合、会社は、ブランドパートナーに対して書面により、一時停止処分の効力が書面による通知記載の日付から発生すること、一時停止処分の理由、および一時停止処分を解除するために必要な手段がある場合は当該手段を通知します。一時停止処分の通知は、方針マニュアルの通知規定に従って、会社に記録されているブランドパートナーの住所に送付されます。一時停止処分は、ブランドパー

トナーの地位の解除につながる場合とつながらない場合があります、これは会社の独自の判断によって決定されます。ブランドパートナーが、当該処分に対して不服申立てを希望する場合、その不服申立ては一時停止処分通知の日付から15日以内に書面にて会社に受領されるものとします。会社は、一時停止処分を審査および検討した上で、一時停止処分通知の日付から30日以内にその決定を書面によりブランドパートナーに通知します。会社の決定は最終的なものとなり、それ以上の審査の対象とはなりません。会社は、一時停止期間中に、以下の特定の措置を取ることがあります（ただし、列挙された措置に限定されません。）。

- a) ブランドパートナーがブランドパートナー説明会を開催すること、会社のブランドパートナーとして外出活動を主催すること、または会社の専有マークまたは資料を使用することを禁じる。
- b) 一時停止期間中、ブランドパートナーに支払われるべきコミッションおよびボーナスを保留する。
- c) ブランドパートナーが会社からサービスおよび製品を購入することを禁じる。
- d) ブランドパートナーが新規ブランドパートナーを紹介すること、既存のブランドパートナーに連絡すること、またはブランドパートナーミーティングに出席することを禁じる。
- e) 一時停止処分の原因となった違反が継続している、十分に解消されていない、または一時停止処分となっているブランドパートナーが関与する新たな違反が発生したことを、会社がその独自の裁量により判断した場合、一時停止処分となっているそのブランドパートナーを強制解約処分とする。

4.03 強制解約処分

ブランドパートナーは、関連法令、および本件各書面の規定に違反する重大な行為が発覚した場合、会社はその独自の裁量にて、違反したブランドパートナーを一時停止処分にする事なく、強制的に解約させる場合があります。ブランドパートナーは、強制解約処分の理由に関連する問題を検討するための委員会による審査を受ける機会に関する通知を受けます。ブランドパートナーの強制解約処分が決定した場合、会社はブランドパートナーに対してブランドパートナーの登録住所へ書面により、強制解約処分が書面による通知の日付から30日後に、当該処分の効力が発生することを通知します。

4.04 不服申立て

ブランドパートナーが強制解約処分の不服申立てを希望する場合、その不服申立ては強制解約処分通知の日付から15日以内に書面にて会社に受領されるものとします。不服申立てが15日の期間中に受領されなかった場合、強制解約処分は最終的なものとみなされます。ブランドパートナーが適時に不服申立ての通知を申請した場合、会社は不服申立てを審査し、不服申立ての受領後10日以内にブランドパートナーにその決定を通知します。会社の決定は最終的なものとなり、それ以上の審査の対象とはなりません。強制解約処分が撤回されなかった場合、強制解約処分は最初の強制解約処分通知に記載されている日付の時点から有効のままとなります。

4.05 強制解約処分の効果

解約となったブランドパートナーは、強制解約処分後直ちに、以下の事項を遵守します。

会社には、ブランドパートナーが会社に支払うべき金額を、ブランドパートナーに支払われるコミッションおよびボーナスから控除する権利があります。また会社は、方針マニュアルの第11.01項に従って発生した損害賠償義務の規定に基づいてブランドパートナーが支払うべき妥当な金額を控除することができます。

- a) 会社の製品、報酬プラン、またはプログラムに言及または関連する商標、サービスマーク、商号、およびサイン、ラベル、文房具、または広告を削除し、永久的に使用しないこと。
- b) 会社のブランドパートナーであると自称するのを停止すること。
- c) ブランドパートナーの地位および報酬プランの地位、およびその結果得られる将来のすべてのコミッションおよびボーナスに対する権利を放棄すること。
- d) 会社がその機密情報の保護に関して義務付ける妥当なすべての措置を取ること。

4.06 再申請

強制解約処分となったブランドパートナーの再申請、またはその家族の申請の受理は、会社の独自の判断により決定されるものとし、拒否される場合があります。

第5項：譲渡

5.01 ブランドパートナーの地位に関する権益の取得

別のブランドパートナーの地位に関する権益の取得を希望するブランドパートナーは、まず自らのブランドパートナーシップを終了させ、取得の資格が得られるまで6か月間待つものとします。当該ブランドパートナーは、取得を希望する地位に関する権益をすべて会社に開示し、会社による事前の承認を得なければなりません。

5.02 ブランドパートナーへの譲渡

方針マニュアルに明記されている場合を除き、ブランドパートナーは、別のブランドパートナーまたはブランドパートナー組織に権益を有する個人に対し、ブランドパートナーの組織（またはその権利）を譲渡することはできません。ただし、上記にかかわらず、第5.03項の条件を満たす場合には、ブランドパートナーは、ブランドパートナーの地位を当該ブランドパートナーのスポンサーに譲渡することができます（この場合、スポンサーのブランドパートナーの地位、および譲渡を行うブランドパートナーの地位は1つとなります）。

5.03 譲渡の条件

ブランドパートナーは、会社から事前書面による承認を得て、かつ、以下の条件を満たす場合に限り、ブランドパートナーの地位（またはその権利）を譲渡することが許されます。なお、会社は、すべてのブランドパートナーの地位の譲渡に関して先買権（会社がブランドパートナーの地位を優先的に買い取る権利）を有します。

- a) ブランドパートナーがNeriumの方針および手続きを厳守していること。方針の違反等により現在ブランドパートナー資格に基づく活動に対する一時停止処分が猶予されておらず、かつ一時停止処分中でもないこと。
- b) ブランドパートナーの地位の譲渡を希望するブランドパートナーは、まず会社に対し、当該譲渡にかかる諸条件を書面により提示しなければなりません。会社は当該書面受領後10営業日以内に、先買権を行使するか否か、当該ブランドパートナーに通知します。会社が10営業日以内に回答しなかった場合、または先買権を行使しない旨回答した場合、ブランドパートナーは、当該提示条件にて、第三者に対して当該ブランドパートナーの地位を譲渡することができます。ただし、当該第三者が、他のブランドパートナー、ブランドパートナーの配偶者、扶養家族、またはブランドパートナーの地位に権益を有する個人もしくは組織に該当する場合には、この限りではありません。
- c) ブランドパートナーの地位を譲渡するブランドパートナーは、会社が発行した、署名済みの「ブランドパートナーポジションの譲渡申請書(Japan Sales of Brand Partner Position)」書式と、購入者名、購入価格、購入および支払い条件を含む譲渡の詳細が記載されたすべての文書の写し等を会社に提供します。
- d) 譲渡文書の提出と共に6,000円(税抜き)の譲渡手数料を支払う必要があります。
- e) ブランドパートナーの地位を譲渡するブランドパートナーは、当該地位を譲り受ける者の利益のために譲渡の日から6か月間は当該譲受人と競合しないこと、または、会社の既存のブランドパートナーを引き抜かないこと、スポンサー活動を試みないことを約束した誓約書を作成し、会社に提出します。
- f) 会社が書面により譲渡を承認した場合、ブランドパートナーの地位を譲り受けた者は、購入価格等の売買条件を明示した書面（両当事者の署名捺印を要する）を提出しなければなりません。
- g) 会社が書面により譲渡を承認した場合、ブランドパートナーの地位を譲り受けた者は、当該ブランドパートナーの地位を承継し、会社が指定する申請書およびその他会社が必要とするすべての文書を提出しなければなりません。
- h) 会社はその自由裁量により、当該譲渡の承認に関して追加の諸条件を要求することができます。その場合、当該追加条件が充足されている必要があります。
- i) ブランドパートナーが、過去90日間において製品販売の実績があること。
- j) ブランドパートナーが、過去12か月以内に登録もしくはブランドパートナー資格を更新していること、または、譲渡するブランドパートナーのクレジットカード等にて支払いを済ませたことを証する継続中のオートデリバリーオーダー（ADO）があり、過去30日以内に登録上の配送先住所に発送されていること。
- k) 譲渡の対象となるブランドパートナーの地位は、過去12か月間において個人的に最低1名のブランドパートナーのスポンサーを務めた実績があること。
- l) ブランドパートナーの地位を譲り受ける者は、当該地位を譲り渡すブランドパートナーの当初の登録日を引き継ぎます（なお、当該地位を譲り渡すブランドパートナーの登録日が30日以上経過している場合、ブランドパートナーの地位を譲り受ける者にはiPad獲得の資格はありません）。

- m) 譲渡の対象となる地位がすでにファストスタート (Fast Start) 資格 (「FSQ」) を満たしている場合、ブランドパートナーの地位を譲り受ける者はFSQの特権を引き継ぐものとします (当該地位のスポンサーには当該地位のビルダーボーナスまたは追加のコーディングレグを受け取る資格はありません。)
- n) 譲渡の対象となる地位がシニア ディレクター以上のランクである場合、購入者がレクサス カーボーナスを受け取る資格を得るには、90日間当該地位の最高達成ランクに等しい支払ランクを維持してなければなりません。

5.04 無効となる譲渡

会社の自由裁量により、本件各書面の遵守を回避するためにブランドパートナーの地位が譲渡されたと判断された場合、その譲渡は無効とされます。かかる効力は譲渡日に遡求し、そのブランドパートナーの地位は、当該地位を譲渡したブランドパートナーに戻されます。会社が必要と認めた場合、当該地位を譲渡したブランドパートナーに対して、本件各書面の遵守を徹底させる目的で、強制解約処置等適切な措置を取ることがあります。

5.05 相続

第5項の他の規定にかかわらず、ブランドパートナーが死亡した場合、ブランドパートナーの地位は、法の規定に従い、ブランドパートナーの相続人に承継されますが、会社は当該相続人が現行の申請書に署名し、死亡証明書および遺言、信託証書、または所有権の移転を証明するために会社が指定するその他の証書を提出するまで、当該承継の効果を認めません。その後、相続人は会社のブランドパートナーとしてのすべての権利義務を負います。

5.06 再登録

ブランドパートナー資格を譲渡したブランドパートナーが新規ブランドパートナーになるために再登録する資格を得るには、譲渡の効力発生日から6か月間待たなければなりません。

第6項: 情報

6.01 秘密保持契約

契約の期間中、会社はブランドパートナーに機密、専有、または企業秘密情報を提供することがあります。これには、系列およびダウンライン情報、カスタマーリスト、会社が作成した、またはブランドパートナーによって作成されたカスタマー情報 (信用情報、カスタマーおよびブランドパートナープロフィールおよび製品購入情報等)、ブランドパートナーリスト、製造業者およびサプライヤー情報、事業報告書、コミッションおよびボーナスまたは売上報告書、および会社が機密、専有、または企業秘密として指定するその他の金融および事業情報等が含まれます。そのようなすべての情報 (書面または電子形式であるにかかわらず) は会社にとって機密、専有、または企業秘密であり、ブランドパートナーにはブランドパートナーと会社との取引においてのみ使用することを目的に、知る必要がある場合のみ極秘扱いで伝達されます。ブランドパートナーは、ブランドパートナーの最善の努力を払って機密、専有、企業秘密情報を保護し、そのような情報を第三者に直接的または間接的に開示しないものとします。ブランドパートナーは、会社と競合するために、または会社のプログラムおよび製品とサービスの販促以外の目的で、その情報を使用しないものとします。契約期間が満了し更新されなかった場合、または契約が終了した場合、ブランドパートナーは、機密、専有、または企業秘密情報の使用を中止し、占有するすべての機密、専有、または企業秘密情報を会社に速やかに返却するものとします。

6.02 著作権の制限

会社からの製品購入に関して、ブランドパートナーは、製造会社の使用制限および著作権保護等にかかわる全ての規則を守るものとします。

6.03 ベンダーおよびその他のビジネス協力者の機密

ベンダー、製造会社、サプライヤー、および研究者と会社の取引関係は極秘となります。ブランドパートナーは、サプライヤー、製造会社、または研究者が会社の要請により出席する会社主催のイベント以外において、会社のサプライヤー、製造会社、または研究者と、直接的または間接的かを問わず、いかなる手段によっても伝達しないものとします。

第7項: 商標、印刷物、および広告

7.01 商標

a) 会社の名称、商標、サービスマーク、および著作権資料の所有権は、会社製品の名称を含め会社に帰属します。このようなマークおよび資料は方針マニュアルの徹底した遵守の下使用するものとします。会社のみが、これらの商標の下で、製品および印刷物を作成し、販売する権限を有しています。会社が作成または許可しない品目に会社名を使用することは、以下に記載の様式を除き禁じられています。

Taro Yamada 山田太郎
Independent Brand Partner インディペンデント ブランドパートナー
Nerium International Japan 合同会社

7.02 電話帳への掲載

ブランドパートナーは、電話帳に広告として会社の商号を使用してはなりません。ブランドパートナーが、会社の商号と共に各自の電話番号を掲載するには、事前に会社から書面による承認を得ることとし、同承認が得られた場合には以下のように掲載するものとします。

Taro Yamada 山田太郎
Independent Brand Partner インディペンデント ブランドパートナー
Nerium International Japan 合同会社

7.03 印刷広告および電子広告

印刷メディア等においてブランドパートナーのビジネスの宣伝、もしくは会社の製品またはサービスの販売を行うには、会社が作成した販促および広告資料のみを使用することができます。1スターナショナルマーケティングディレクター以上、またはグローバルナショナルマーケティングディレクターは会社から事前の書面による承認を受けることにより、会社が作成した販促および広告資料を編集またはカスタマイズして使用することができます。会社が作成していない広告、または会社から事前の書面による許可を得ていない広告に会社の名称、ロゴ、商標、または著作権により保護されている資料を使用してはなりません。会社の印刷物および資料は、会社から事前の書面による明示的な許可を得ることなく複製または転載することはできません。会社はその自由裁量により、当該事項に関する同意または承認を行わない場合があります。バナー、展示会向け資料などには、会社の書面による承認が必要です。広告に関するお問い合わせは、compliance.jp@nerium.comにEメールにてご連絡ください。

7.04 インターネット

会社は、インターネット上に独自のウェブサイトを持っています。ブランドパートナーは、Nerium International™, LLC、Nerium International Japan 合同会社の名称、Nerium International™, LLCのロゴ、および製品名を含む会社の商標、またはその他すべての商号、商標、もしくは製品に関連するものを含む会社が使用する固有の表現またはコメント、もしくはそれらと誤信させる用語を、インターネット上のいかなる形態においても使用することが禁じられています。ブランドパートナーがブランドパートナーの個人的なウェブサイトから直接会社のウェブサイト（Nerium.jp、会社の公式ソーシャルメディア）へのリンクの提供を希望する場合、ブランドパートナーは書面にてその旨を申し入れなければならず、会社の自由裁量による判断での承認が必要となります。ただし、パーソナル ウェブサイト（PWS）のリンクはこれに含まれません。ブランドパートナーは、会社から書面による承認を受領するまでリンクを設定することはできません。

7.05 未成年者の保護

Nerium International Japan合同会社のウェブサイトは、未成年者向けではなく、未成年者を対象としていません。会社が意図的に20歳未満の未成年者から個人が識別できる情報を収集したり、使用したり、それを広めることはありません。ただし、Nerium International Japan合同会社のサイトで20歳未満の未成年者個人が識別できる情報が収集されたことが判明した場合、会社は確認可能な親権者または未成年後見人の同意を得るために、当該未成年者の親権者または未成年後見人に連絡する目的のみにその情報を使用します。合理的な期間が経過後も同意が得られない場合、または連絡した際に会社がそのような情報を使用または保持しないことを親権者または未成年後見人から要請された場合、会社は相応の努力を払い、当該情報を会社の記録から削除します。親権者または未成年後見人から要請があった場合、Nerium International Japan合同会社は20歳未満の未成年者から収集された特定の個人情報についての概要を説明します。

7.06 利益を保証する広告、販促活動の禁止

- a) ブランドパートナーは、プリファードカスタマーを含むブランドパートナーになろうとする者を自分の組織またはチームに登録するよう不適切に勧誘するために、印刷物、電子的もしくは口頭により宣伝してはなりません。当該禁止行為は、特別な報酬、インセンティブ、ボーナス、製品、またはダウンラインの地位の保証等その他これらに準じる行為一切を意味し、会社がその自由裁量により判断します。
- b) ブランドパートナーは、Neriumビジネスへの登録を目的とする場面において、公的・私的を問わず、プリファードカスタマーを含むブランドパートナーになろうとする者に対し、影響を与えるために、インセンティブまたは勧誘策として「プレイズメントスイート」を使用することはできません。

7.07 ソーシャルメディア

- a) Neriumのブランドパートナーとして、ソーシャルメディアを使用する場合、Neriumが指定するガイドラインと方針を厳守しなければなりません。これらのガイドラインと方針は、Neriumブランドの統一性とコンプライアンス遵守を徹底し、Neriumのビジネス活動を健全に行うためのものです。
- b) ブランドパートナーは、各自の独立した事業について、Neriumと雇用関係にある、または代理人である等のように表明することはできません。オフライン（印刷物等）またはオンラインであるにもかかわらず、ブランドパートナーが行う情報発信はすべて、独立した事業主によって行われていることを明らかにし、消費者にNeriumの従業員、または代理人とやり取りをしているかのような誤解を与えてはいけません。

- c) 「Nerium Independent Brand Partner」(Neriumインディペンデント ブランドパートナー)という表現は、各自の様々なソーシャルメディアサイトのプロフィールに使用できます。「公式」またはその他の類似する表現を使用することはできません。Neriumや Nerium International Japanの別称または名称を変更させたものを、ソーシャルメディアで使用してはなりません。名称に関するさらに詳しい説明は第7.01項を参照してください。
- d) Neriumに関連してオンラインで情報を掲載する際は、Neriumが指定するガイドラインと方針を厳守してください。
- e) ブランドパートナーが自主解約または強制解約した場合は、その10日以内にソーシャルネットサイトのプロフィールからすべてのNeriumへの言及を削除することが義務付けられます。
- f) Neriumが不適切と認めるプロフィールやコンテンツを発見した場合は、ブランドパートナーにはそのデータを即時削除することが求められます。
- g) ソーシャルメディアガイドラインの違反はすべて、ブランドパートナーアカウントの解除を含む懲戒処分の対象になることがあります。
- h) Neriumは、すべてのブランドパートナーに自らを独立した事業主と名乗ることを義務付けており、したがって、ブランドパートナーは、Facebookページやその他のすべてのソーシャルメディアサイト名、URL等において、「Taro Yamada, Independent Brand Partner, Nerium International Japan」(山田太郎、インディペンデント ブランドパートナー、Nerium International Japan合同会社)と記載するよう、厳守するものとします。Facebookにおいてのみ、URLを各自のパーソナルウェブサイト (PWS) と同じにする場合(つまり「Facebook.com/taro.yamada.nerium」)、URLに「Nerium」の使用が許可されます。「Nerium」という単語のURLでの使用は前述の場合に限定されます。
- i) 全てのブランドパートナーは、ソーシャルメディアの広告宣伝サービスを利用して「Nerium」を宣伝することが禁じられています。
- j) 全てのブランドパートナーは、使用するソーシャルメディアが設ける規約等を遵守しなければなりません。

7.08 推奨

会社の印刷物および伝達において明示的に伝えられない限り、ブランドパートナーは、会社のプログラム、製品、またはサービスが、会社の役員、第三者、または政府機関により承認または推奨されていると、直接的または間接的に表明または暗示することはできません。

7.09 情報の伝達

本第7項による制限を条件とし、ブランドパートナーには、ブランドパートナーそれぞれのダウンラインに情報および指示を提供することが奨励されますが、ブランドパートナーは個人的なやり取りと会社からの公式な通知を特定し、区別するものとします。

7.10 医学的効果効能の主張

ブランドパートナーは、明示的または暗示的にかかわらず、会社の製品について医学的な効果効能の主張をすることはできません。Neriumの提供する製品は、治療を目的としたものではありません。

7.11 ブランドパートナーサービス

会社は、ブランドパートナーに対し、管理およびトレーニングに関する通知のほか、製品および販売資料の適時送付、コミッションおよびボーナス等に関するオンラインレポートを提供します。

7.12 価格設定

インターネット上で販売される製品の価格設定は、第9.14項に概説されるすべての小売販売に関する一般規則を厳守しなければなりません。

7.13 記録

ブランドパートナーは、会社が販売している製品または会社が制作した印刷物、音声または映像資料、プレゼンテーション、イベントまたはスピーチ(電話会議も含まれる)を、販売または個人的な使用のために作成または複製することはできません。会社主催のミーティングやイベント等のビデオ撮影および音声録音は固く禁じられます。写真の撮影は、ミーティング主催者の判断により許可することができます。

7.14 電話の応答

ブランドパートナーは、電話に应答する際に、「Nerium International」(ネリウムインターナショナル)と言ったり、電話の相手に会社の事業所に繋がったと誤信させ得る他の方法で電話に应答することはできません。

7.15 契約上の責任

方針マニュアルに含まれている規則の違反は、違反者のブランドパートナー資格の解除事由となります。また違反者は、会社の著作権、商標、および資料の不正使用により生じた損害について責任を負います。

第8項: コミッションおよびボーナスの支払い

8.01 コミッションおよびボーナスの基準

コミッションおよびボーナスは、登録後、コンプライアンス テスト (第3.01項参照) を合格するまで支払われません。コミッションおよびボーナスは、会社のサービスおよび製品の販売に基づいてのみ支払われます。コミッションおよびボーナスは、ベーシックキットの購入やブランドパートナーのスポンサー活動に対しては支払われません。

8.02 計算期間

コミッションおよびボーナス、オーバーライドは、現行の支払い期間について計算され、支払われます。ブランドパートナーは、各コミッションおよびボーナス期間の終了時に資格のある最も高いランクに昇格されます。コミッションおよびボーナスは、「支払ランク」に基づき支払われます。

8.03 コミッションおよびボーナスの支払日

毎月のコミッションおよびボーナスは、各支払い期間の終了から約2週間後に支払われます。支払日が土日、祝日、ならびに銀行または会社の休業日に該当する場合、コミッションおよびボーナスとオーバーライドの支払いは前営業日に行われます。毎週のコミッションおよびボーナスは、コミッションおよびボーナス期間の終了から約1週間に支払われます。支払日が法定休日または週末に該当する場合、コミッションおよびボーナスとオーバーライドの支払いは翌営業日に行われます。コミッションおよびボーナスは、報酬プランに定義される支払達成条件に基づき支払われます。報酬プランには、特典とコミッションおよびボーナスの体系が詳細に説明されています。

8.04 最低支払い金額

コミッションおよびボーナスとオーバーライドの最低支払い金額は2,000円(税抜き) です。これに満たない未支払い金額はすべて次のボーナス支払いに合算されます。手数料は支払いオプションにより異なり、すべてのコミッションおよびボーナス支払い額から差し引かれます。

8.05 コミッションおよびボーナスの相殺

ダウンラインが返品した製品に関して支払われたコミッションおよびボーナスは、ブランドパートナーの債務であり、当該コミッションおよびボーナスが支払われたブランドパートナーが会社に返金するものとします。会社は、当該ブランドパートナーおよび、オーバーライドに参加した当該ブランドパートナーのアップラインに対し、現にもしくは将来において支払われるべきコミッションおよびボーナスと、当該ブランドパートナーの債務を相殺することができます。

8.06 コミッションおよびボーナスの税申告

ブランドパートナーに支払われたコミッションおよびボーナスはすべて、日本における税法の対象となります。インセンティブ旅行、無償製品 (3UR Free、Nerium Gives Back)、およびレクサスカーボーナスの支払いはすべて収入として課税の対象となります。ブランドパートナーには、ビジネス運営に適切なすべての収入・支出関連の報告書等を申告する責任があります。

第9項: 製品の購入と販売

9.01 購入要件

申請者がブランドパートナーになるための製品の購入は義務付けられてはいませんが、報酬プランにおいて昇格するためには製品の購入または販売が必要となる場合があります。会社によって登録申請が受理され、コンプライアンス テストに合格したブランドパートナーは、会社から直接製品を購入することにより、報酬プランに基づきコミッションおよびボーナスが支払われます。

9.02 販売製品の中止

会社は、その時々において、法令の変更、技術の進歩または処方の更新等の事由により、特定の製品の製造を中止することができるものとします。製品の製造が中止された場合、ADOで当該製品を購入しているブランドパートナーは、会社が販売終了製品を類似の製品に代替できること、および、ブランドパートナーが当該代替製品をADOベースで引き続き受け取り支払いを行うこと (例えば、オプティメラナイトクリームをADOで購入中のブランドパートナーは、会社がオプティメラナイトクリームをエイジIQナイトクリームに代替した場合、会社はエイジIQナイトクリームを当該ブランドパートナーにADOベースで発送することができること) に同意するものとします。この場合、影響を受けるブランドパートナーは、受け取った日から30日以内であれば、代替製品を返品し、全額の返金を受け取ることができます。

9.03 不正購入の禁止

会社の実績はすべての消費者に対する売上げに基づくものであり、ブランドパートナーによるあらゆる形態の買い込み、大量購入、追加報酬の資格を満たすことを主な目的とした製品の購入、その他これに準ずる行為全てを含め、不正購入は固く禁じられています。ブランドパートナーは70%ルール(第9.04項参照)を厳守するとともに、自身が使用するための適正な在庫を保有するものであり、報酬プランにおけるランク昇格の要件を満たすために、通常1ヶ月では消費または販売することができない過度の製品を購入することは固く禁じられます。

9.04 70%ルール

ブランドパートナーは、会社に発注した注文の少なくとも70%を個人的に販売、消費またはビジネス構築に使用してから、次の発注を行うものとし、会社または関係機関によって領収書などの書類の提出を要求された場合には、かかる使用について証明することに同意します。会社に電話注文を行うブランドパートナーもまた本ルールに従う必要があり、会社からルール遵守の立証を要請されることがあります。70%ルールおよび小売販売ルール(第9.05項参照)を徹底し、強化するために、会社は四半期ごとに無作為に監査による追跡検証を行います。会社の担当者がブランドパートナーに連絡し、70%ルールの遵守をさらに検証します。ブランドパートナーは、記録を保持し、当該会社の担当者に協力する準備をしておく必要があります。

9.05 小売販売ルール

ブランドパートナーは、毎月5名のリテールカスタマーへNerium製品を販売するよう努めるものとします。

9.06 プリファードカスタマールール

プリファードカスタマーは、毎月のオートデリバリーオーダー (ADO) プログラムを自ら選択しなければなりません。本人からの許可を得ることなく資格を満たす目的でなされたプリファードカスタマーの注文は無効となります。ブランドパートナーが、カスタマーの同意なく、プリファードカスタマーの注文を行った場合、そのブランドパートナーは強制解約処分を含む懲戒処分の対象となります。ブランドパートナーは、理由のいかんを問わず、本人に代わってプリファードカスタマーの注文を支払うことができず、ブランドパートナー宛に配送することもできません。例外は認められません。

9.07 注文方法

会社に提出されたすべての注文には、会社が注文を正しく処理し、発送できるように、ブランドパートナーまたはカスタマーの会社発行ID番号を記載します。注文を行う際、そのID番号の確認がとれない場合、注文の処理が遅れる場合があります。

9.08 直接購入

ブランドパートナーは、必要とする製品を会社から直接購入することができます。ブランドパートナーがスポンサーまたはアップラインの個人的な在庫から製品を入手した場合には、会社は当該取引についてはコミッションおよびボーナスまたはオーバーライドは支払われません。また、製品の交換及び返品には応じられません。

9.09 支払いオプション

購入の支払いは、クレジットカード、銀行振込等で行うことができます。

9.10 配送と取扱い

注文された製品は、支払いが確認された後すみやかに配送会社によってブランドパートナーの登録住所または、ブランドパートナーが当該注文時に指定した配送先住所に配送されます。

9.11 製品の配送

支払いが清算されると、会社は注文された製品の配送手続きを開始します。注文製品が一時的に在庫切れ (「TNA」) の場合、当該注文者に対して会社から通知されます。

9.12 破損品

配送会社実際に製品を預かった後に発生した破損は、配送会社の責任となります。したがって、ブランドパートナーは、Neriumが配送会社に補償を請求できるように、破損を迅速に報告することが重要です。破損した製品を受け取った購入者は、以下の手順に従うものとします。

- a) 配送を受け取ります。
- b) 納品受領書に破損していると思われる箱または製品の数量を記載します。

- c) 破損した製品または箱を保管しておきます。
- d) カスタマーサービスに連絡し、交換品の配送と破損品の補償請求の申請を手配します。

9.13 価格変更

会社の製品、サービス、および印刷物の価格は、予告なく変更されることがあります。

9.14 領収書・小売価格

ブランドパートナーは、会社製品の販売の都度、全リテールカスタマーに書面によりNeriumの正式な製品購入領収書を発行します。領収書には、小売販売について法律が認める消費者の権利についての説明が記載されています。ブランドパートナーは、リテールカスタマーに領収書に記載されているクーリング・オフを含む契約解約の権利を、口頭で伝えなければなりません。

- a) 領収書は、ベーシックキットに同梱されており、単品でもNeriumにより販売されています。ブランドパートナーは製品販売の際、販売された品目、取引金額、リテールカスタマーの名前、住所および電話番号など、必要な情報を領収書に記入しなければなりません。ブランドパートナーは、自己の記録用に領収書の写しを保管しなければなりません。
- b) ブランドパートナーは、すべての小売販売の領収書の控えを法律で定められた期間保管しなければなりません。司法機関が要求する場合、もしくはNeriumまたは税務署等関係機関からの要請があった場合、ブランドパートナーは当該控えを提出しなければなりません。また、必要と判断された場合、法律に従い適用ある取引税を支払うものとします。
- c) 会社は、ガイドラインとして希望小売価格を提供しますが、ブランドパートナーは、顧客と合意した小売価格で会社製品を販売することができます。

9.15 消費税

会社は、カスタマーおよびブランドパートナーに販売される製品、販促資料、およびサービスに対して、製品の希望小売価格に基づいて課税されるすべての消費税を徴収し、これを支払うものとします。

9.16 配送中の紛失

会社は、発送されたすべての注文を追跡します。ブランドパートナーが配送上の問題に気付いた場合は、直ちに会社に連絡するものとします。

9.17 配送ミス

会社が間違った製品を配送した場合、当該製品は以下の手順に従うことにより、会社の費用で返送することができます。

- a) ブランドパートナーまたはカスタマーが、注文品の受領後5日以内に会社に通知します。
- b) ブランドパートナーまたはカスタマーが記入し、署名した会社が義務付ける適切な書式に納品書（返品・返金依頼書）または写しを同封します。
- c) 製品はオリジナルの箱に入れ、返送中に破損しないように正しく梱包します。

9.18 配送の拒否

ブランドパートナーが会社に注文した配送品を拒否した場合、会社は、配送品が受領されるまで、ブランドパートナーを一時停止処分にすることができます。ブランドパートナーまたはカスタマーは、事前に会社の承認を得ない限り、会社からの配送を拒否しないものとします。会社から発送された注文の受領者が配送を拒否し、配送品が会社に返送された場合、注文したブランドパートナーの資格は配送品が受領されるまで一時停止となります。ブランドパートナーのアカウントから、受取拒否に関わる手数料が差し引かれます。配送を拒否する正当な理由が存在すると会社が判断した場合は、ブランドパートナーまたはカスタマーに返送の適切な手順について指示があります。会社は当該本人またはアップラインに対して事実関係を確認し、必要に応じて、相応の措置を講じる場合があります。

9.19 小売店舗

会社の報酬プランの整合性は、個人対個人、1対1の対面販売から、またはグループに対するプレゼンテーションでの販売により構築された組織の上に成り立っています。したがって、小売店舗を通じて会社製品を販売または宣伝することはできません。これにはドラッグストア、薬局、スーパーマーケット、健康食品店、ショッピングモールのブースおよび類似店舗、レストラン、またはAmazon、楽天などのオンラインショッピングモールが含まれますがこれに限定されません。

ブランドパートナーからカスタマーへの直接販売がネットワーク・マーケティングの基本です。スポンサー活動の基盤としてカスタマーとの関係を保ち、育てていくことが大切です。フリーマーケット、展示会（第9.20項参照）、インターネット上の店舗、オークションサイトや

ショッピングサイト上での製品販売は、例外なく認められません。本項の規定は、契約の重要な部分であることを理解していただき、違反した場合、会社は予告なしに契約を解除する場合があります。

9.20 展示会

会社から書面による承認を得れば、ブランドパートナーは会社の製品またはサービスおよびビジネスの機会を展示会で展示することができます。ブランドパートナーは、展示会開催の2週間前までに、会社に対して書面により申出るとともに、会社から書面による承認を得なければなりません。展示会ブースで紹介できるのは、会社の製品またはサービスおよびビジネスの機会に限られます。展示会ブースでは、会社が作成したマーケティング資料のみ使用することができます。フリーマーケット、不要品交換会、またはガレージセールにおいて、会社の製品またはサービス、もしくはビジネスの機会などの展示、販売もしくは販促活動を行うことは会社のイメージを伝えられるものではないため、認められません。会社の展示会に関する承認は、他の展示会への独占的な参加を保証するものではありません。

9.21 海外での販売

ブランドパートナーは誰でも、会社の製品、会社やその製品またはサービスもしくは会社のプログラムに関連する印刷物、販売補助資料、または販促資料を日本国内から他の国に輸出したり、直接的または間接的にそれらを輸出する者に販売したりすることはできません。国際的なスポンサー活動を選択するブランドパートナーは、会社が事業運営を登録している国においてのみそれを行うことができ、当該国の会社ブランドパートナーの運営規約を完全に遵守しなければなりません。本項の違反は、本契約の重大な違反とみなされ、ブランドパートナーの地位の即時解約事由となります。

9.22 製品・サービスに関する主張

ブランドパートナーは、公式の会社資料に含まれているものを除き、会社の製品またはサービスに関する主張、表明、または保証は行わないものとします。ブランドパートナーは、公式の会社資料に含まれている表現のみを使用してNerium製品の利点を宣伝することができます。ブランドパートナーは、Nerium製品に関して医学的、療法的、治癒的、または治療的な主張を行うことはできません。

9.23 販売促進物品

会社の名前またはロゴが記載されたすべての販促物品は、事前に会社から書面による許可を得ない限り、会社または会社から承認を受けたサプライヤーからのみ購入するものとします。

9.24 クレジットカードの利用制限

ブランドパートナーは、本人名義またはパートナー登録をしている方名義以外のクレジットカードを用いて、製品の購入をしてはなりません。

第10項：返品・交換

10.01 リテールカスタマーのクーリング・オフ

リテールカスタマーが、ブランドパートナーから対面で製品を購入した場合、製品購入領収書を受領した日から8日を経過するまでは、一切の不利益を被ることなく無条件で申込みの撤回または契約の解除を行うことができ、送料を含む全額払い戻しとなります。その効力は契約を解除する旨の書面を発信したとき（郵便消印日等）から発生します。損害賠償又は違約金の支払を請求されることはありません。ブランドパートナーは、このクーリング・オフを含む返品に関する規定などの重要事項の説明するのはもちろんのこと、Neriumの正式な製品購入領収書を必ず交付しなければなりません。

10.02 返品・交換

会社は、すべてのカスタマーに購入後30日以内の100%返金保証を提供しています。カスタマーが何らかの理由で会社の製品に満足できない場合、カスタマーは交換のため、または購入価格から送料等を差し引いた製品代金の全額払い戻しのため、その製品（使用、未使用にかかわらず）をオリジナルのパッケージとともに配送箱に入れ、購入元が会社の場合には納品書(返品・返金依頼書)、ブランドパートナーの場合には、製品購入領収書の原本と共に返品することができます。返送料はカスタマーの負担となります。

10.03 保証

本契約に明示されている場合を除き、会社は、商品性、特定目的への適合性、仕上がりに関して何らの表明・保証をするものではなく、また会社から購入された製品もしくはサービスに関して何らの保証を行うものではありません。

10.04 リテールカスタマーからの返品の取扱い

会社は、以下の手順および条件が満たされた場合に限り、ブランドパートナーがリテールカスタマーに対面販売し返品された製品の交換をします。

- a) 会社から当該製品を購入したブランドパートナーが、当初の購入日から60日以内に、当該製品を会社に返品します。

- b) ブランドパートナーは、ブランドパートナーに製品が返品された日から10日以内、かつ、製品を会社に返送する前に、会社のカスタマーサービスから返品保証 (RMA) 番号を入手します。
- c) ブランドパートナーに返品された日から20日以内に、当該製品が会社に受領されなければなりません。
- d) 返品の際、以下のものが同封されていなければなりません。
- i) 返品の原因を特定した、リテールカスタマーからの署名済みの製品購入領収書原本の写し (リテールカスタマーの氏名、住所、電話番号の記載あるもの)
- ii) 返品された使用または未使用分の製品 (オリジナルの容器に入っているもの)
- iii) リテールカスタマーの氏名、住所、電話番号
- e) 交換のために返品される製品の梱包には、適切な配送用ダンボール箱と梱包材を使用し、最も経済的な配送手段が望ましいものとされます。
- f) 交換製品の返送料はブランドパートナーが負担します。
- g) 会社は製品の交換は行いますが、ブランドパートナーにはリテールカスタマーからの返品で購入価格は返金されません。

10.05 品質管理

会社は、購入から12か月の間、会社が事前に書面による承諾をした場合に限り、以下の手順で、欠陥が判明した製品の交換に応じます (交換のみで、返金が行われません。)。ただし、70%ルールを遵守せずに購入されたもの、特別割引で販売されたもの、または販促項目として販売されたものとして、ブランドパートナーが以前に証明した製品はこの限りではありません。

- a) 交換依頼の理由を記載した交換依頼書を、購入注文用紙または納品書(返品・返金依頼書)の写しと共にカスタマーサービス宛に提出します。 事前の承諾のない製品の返品は受理されません。
- b) 会社はブランドパートナーに返品保証 (RMA) 番号を発行し、ブランドパートナーに在庫検証のための製品の送付先を指示します。製品が受領され、検証が済むと、会社は必要に応じて交換製品を発送します。

10.06 ブランドパートナー契約の終了に伴う返品・返金

ブランドパートナーは、会社とのビジネス関係を終了する場合、当該契約終了前に再販用として購入し保持している会社制作の販促資料、セールスイド等を含む製品在庫のうち、返品申出日から遡って90日以内に受け取った製品で、かつ、会社が「現在市場販売可能」と判断したものについては、下記内容にて返品・返金を行うことができます。

- a) 返金額
当該返品製品の購入価格から、10%の解約手数料並びに当該返品製品の購入により既に受け取っているコミッションおよびボーナス等の特定利益を差し引いた額となります。なお、当該返品に伴う送料等の経費は、ブランドパートナーが負担するものとします。
- b) 受取拒否に関して
製品受取拒否の際、クーリング・オフ等法律で認められた場合を除き、自己都合により製品の受け取りを拒否したものとみなされ、ブランドパートナーの当該製品購入額から受取拒否に関わる手数料分が差し引かれて返金するものとします。
- c) 返品手続き
返品を行うには、カスタマーサービスに連絡し、返品保証 (RMA) 番号を取得する必要があります。取得したRMA番号返品対象となる納品書(返品・返金依頼書)、会社規定の解約届および返品時の外箱に記載してください。

RMA番号なしに荷物が返送された場合、返金の遅延、拒否が発生する可能性があります。RMA番号は10営業日の間有効です。解約、返品に関する詳しい情報は、カスタマーサービスまでお問い合わせください。
- d) 返品・返金の対象外
 - i) 受け取ってから90日を経過した製品、または、ブランドパートナー自らの責任で開封、滅失もしくは毀損した製品は、返品・返金の対象外となります。
 - ii) 会社がブランドパートナーに対して、季節限定、販売終了、特別キャンペーン製品と明示した製品に関しては、「現在市場販売可能」と認められない場合があり、この場合は、原則として返品・返金の対象外となります。
 - iii) 70%ルールの下で販売されたと保証されている製品以外に関しては、返品・返金の対象外となります。

- iv) ブランドパートナーが会社の方針マニュアルに記載されている返品・返金の規定を遵守しない場合、会社はいかなる返品・返金にも応じません。

第11項：総則（一般規定）

11.01 損失補償合意

ブランドパートナーは、会社に対して、直接的または間接的であるにもかかわらず、ブランドパートナーの (a) ブランドパートナーとしての活動、(b) 契約条件の違反、または (c) 適用される法律、条例違反もしくは不遵守から生じる、または会社、株主、役員、取締役、従業員、代理業者、および利害関係を持つ継承者に対して主張される、請求、要求、賠償責任、損失、訴訟費用、弁護士費用等を補償し、かつ損害を及ぼさないことに同意します。

11.02 その他のサービスと製品

会社の製品またはサービスを販売ないし展示している場所において、他社の製品やサービスを同時に販売ないし展示することはできません。上記制限を除き、ブランドパートナーは、会社の製品やサービスと競合しない他社製品やサービスを販売することは禁じられません。もっとも、MLMや競合する製品やサービスの販促活動については固く禁じられています。

11.03 責任の制限

法律により許可される範囲内において、(a) ブランドパートナーによる契約および方針マニュアルの諸条件の違反、(b) ブランドパートナーのビジネス運営、(c) ブランドパートナーが提供した不正確なまたは間違っただータや情報、(d) ブランドパートナーが提供した資料に関連する著作権違反、(e) 報酬プランへのブランドパートナーの登録および承諾や、コミッションおよびボーナスの支払い等会社の事業運営に必要な情報やデータを提供しなかった結果として、ブランドパートナーが被った全ての損失について、会社は一切責任を負わないものとし、ブランドパートナーは会社に対して一切の責任を追及しないものとします。

11.04 損害の制限

法律により許可される範囲内において、契約、不法行為、または、無過失責任であるにもかかわらず、ブランドパートナーと会社とのビジネス関係またはその他の事項に関するブランドパートナーが被ったすべての損害について、会社とその関連会社、役員、取締役、従業員、およびその他の代表者（以下「会社関係者」）は一切責任を負わないものとし、ブランドパートナーは、会社関係者に対し、一切の責任を追及しないものとします。さらに、ブランドパートナーに対する損害賠償額は、ブランドパートナーが所有する未販売の会社のプログラム、サービスまたは製品と、ブランドパートナーに支払われるべきコミッションおよびボーナスの金額を超えず、この金額に明示的に限定されることが合意されるものとします。

11.05 記録管理

会社は、ブランドパートナーのビジネス取引の完全かつ正確な記録を保持することをブランドパートナーに奨励します。

11.06 勧誘禁止と競業禁止

ブランドパートナーは、Neriumの営業権、機密、専有、および企業秘密情報、および他のブランドパートナーが構築した販売員網の完全性と安定性を保護する唯一の方法として、すべてのブランドパートナーに本契約期間中とその後十分な期間、他の会社への他のブランドパートナーの募集および勧誘を禁じることを認識し、これに同意します。ブランドパートナーは、同契約の終了後2年間は理由の如何にかかわらず、Neriumの他のブランドパートナーに対し、他の直接販売、マルチレベルマーケティングまたはネットワーク・マーケティング会社に直接的または間接的に勧誘または募集しないことに同意します。

ブランドパートナーは、本契約の期間中、他のブランドパートナーに対して、直接的または間接的に、Nerium以外の製品、サービス、またはビジネス機会を提供しないことに同意します。

11.07 変更

会社は、本件各書面およびその小売価格、製品の製造その他サービスに関わる事項を、適切とみなした場合はいつでも予告なく当該事項を変更することができます。変更案は、Neriumウェブサイトへの掲載、またはEメール、公式のNerium出版物を通じてブランドパートナーに知らされます。変更案は通知の30日後に効力が発生し、に対して拘束力を持ちます（いかなる変更案も遡求しません）。原本の本件各書面と変更案が一致しない場合、変更案が優先されるものとします。

11.08 権利不放棄条項

会社が方針マニュアルに基づく権利を行使しなかった場合、またはブランドパートナーに対し方針マニュアルの義務もしくは規定を遵守するよう主張しなかった場合でも、両当事者の慣習または慣行が方針マニュアルに反しないときには、会社のブランドパートナーに対する方針マニュアルの遵守を求める権利を放棄したものとみなされません。ブランドパートナーによる特定の債務不履行に対して会

社が権利を放棄しても、当該ブランドパートナーによる他の債務不履行に関連する会社の権利行使は妨げられず、他のブランドパートナーの権利または義務にはまったく影響しないものとします。また、ブランドパートナーによる債務不履行により会社の権利行使が遅滞してまたは権利が行使されなかった場合でも、当該債務不履行またはその他の債務不履行に関する会社の権利行使は妨げられません。会社による権利の放棄は、権限を与えられた会社の役員が書面にて行う場合にのみ認められます。

11.09 仲裁

方針マニュアルに明示的に示される場合を除き、本件各書面、その他の会社の方針、製品、およびサービス、その他会社とブランドパートナーの権利と義務に関連して、当事者の間に生ずることがあるすべての紛争、論争または意見の相違は、一般社団法人日本商事仲裁協会の商事仲裁規則に従って、日本国東京において仲裁により最終的に解決されるものとします。

11.10 準拠法

本件各書面、その他の会社の方針、製品、およびサービス、その他会社とブランドパートナーの権利と義務に関する準拠法は日本法とします。

11.11 不可抗力

会社は、ストライキ、労働争議、火災、戦争、行政命令、または当事者の通常の供給元による減産など当事者が管理できない状況を原因とする遅延または不履行に責任を負いません。

11.12 通知

ブランドパートナーまたは会社が、他方に送る通信、通知、その他申入れは、書面にて、またはEメール、またはファックス（送信されたことが書留または配達証明郵便、郵便料金前払い、受領証返送指定、もしくは直接送達による書面で確認された場合）を問わず電子通信にて行われるものとします。いずれの当事者も、他方の当事者に本項に規定される方法で書面で通知すれば、通知先住所を変更することができます。そのような通信、通知、またはあらゆる要求は、直接送達により個人的に届けられた日、電子通信の場合は送信が確認された日、または郵便により送達された場合は返送された受領書またはその他の証拠に記載されている日付に提供または送達されたとみなされます。

11.13 可分性

適用法域における適用可能かつ拘束力のある法令の下で、本件各書面のいずれかの条項、または会社が規定した仕様、基準、または業務手順が無効または法的強制力がないとされた場合、会社には無効または法的強制力がないとされた条項、仕様、基準、または業務手順、もしくはそのいずれかの部分を、それが有効となり、かつ法的強制力があるとされるまで修正する権利があり、ブランドパートナーはその修正案により制約されるものとします。修正案は、それが義務付けられる裁判管轄区においてのみ有効となります。

11.14 違反

方針マニュアルを厳守し、それを保全することは各ブランドパートナーの義務です。ブランドパートナーが別のブランドパートナーの違反に気付いたときは、違反しているブランドパートナーとその違反について直接話し合うべきです。会社への違反の報告はすべて、会社の報告手順に従って行うものとし、カスタマーサービスに電話して報告することができます。

第12項：職業倫理規程

12.01 ブランドパートナーとしての職業倫理

会社は、ブランドパートナーは、公平、公正、誠実、および奉仕の原則に同意すべきだと考えます。会社とブランドパートナー、ブランドパートナーとカスタマー、そしてブランドパートナー間の関係は、最も高い倫理を内容とする行動基準に従って維持され、保護され、促進されるべきです。したがって、ブランドパートナーは、本第12項に含まれる職業倫理規程（「倫理規程」）を厳守し、承認することに同意します。

ブランドパートナーとして、私は以下に同意します。

- a) 私は、会社のブランドパートナーとして行動する間は、自分のすべての取引において誠実かつ公平に行動します。
- b) 私は、会社のカスタマーまたはブランドパートナーになってもらうために、私が、接触する個人の時間とプライバシーを尊重します。私は、Neriumにかかわるすべてのビジネス活動の過程において接するすべての個人に、礼儀正しく接し、敬意を表します。
- c) 私は、自分の評判と会社の評判を高めるようにビジネス活動を行います。
- d) 私は、自分のダウンライン組織内のブランドパートナーのトレーニングやその他のサポートを含む、スポンサーとしてのリーダーシップ責任を果たします。

- e) 私は、不正または違法な慣行、もしくは本件各書面により禁じられる慣行に従事しません。
- f) 私は、会社の製品に関して診断的、治療的、治癒的主張は行いません。私は、公式な会社の印刷物に含まれていない主張は行いません。私は、「個人の身体はそれぞれ異なるため、製品への反応も異なる」ことのみを表明し、自分自身の製品体験でさえも、営業手段として使用した場合には「表現されている主張の拡大解釈」であると判断される可能性があることを忘れないようにします。
- g) 私は、「会社の報酬プラン」に関する収入について主張または表明をせず、「会社の報酬プラン」の理想的な予測は非現実的であることを忘れないようにします。ネットワークは、等比級数的に完璧に成長することはないため、収入を予測することは不可能です。さらに、ブランドパートナーの成功は、ビジネスに投じられた時間量や組織力のレベルなど、多くの変化する要素に左右されます。
- h) 私は、事業税、所得税、消費税、ライセンス料、およびこれに関連する個人的な料金を含め、Neriumのブランドパートナーとして自分のビジネス活動の過程で自分が負うこととなった財政的および／または法的義務の全責任を持つことを理解し、これに同意します。
- i) 私は、自分のカスタマーとの取引時に、会社の30日以内の100%返金保証を尊重します。
- j) 私は、資本主義は世界で最も競争的な経済体制であることを理解し、これに同意します。私は、積極的に、ただし公平に競争し、他のネットワーク・マーケティング会社に属する会員に対して配慮します。私は、他のネットワーク・マーケティング会社専有の「システム」に属する会員を勧誘しません。私は、他の会社の独占所有物とみなされる可能性のある販売資料または専門職団体を使用しません。会社は、ブランドパートナーの個人の自立という理念を推進する、すべての定評あるネットワーク・マーケティング会社の評判の促進に努めています。
- k) ブランドパートナーは、会社や他のブランドパートナーに関する評判または事業に悪影響を与え、事業の遂行を妨害し、損ない、または害するような行為に従事しないものとします。当該行為には、会社、その役員もしくは従業員、あるいは他のブランドパートナーを誹謗中傷すること、報酬プランを操作すること、会社が使用または許可するトレーニング制度を批判もしくはこれに対立すること、会社の他のブランドパートナー、カスタマー、従業員もしくは関連会社に対する虐待的、冒とくもしくは脅威的な行為、会社とブランドパートナーの関係もしくはブランドパートナー間の関係を弱める行為、虚偽的、不正、不誠実、欺まんだ的な行為もしくは恥ずべき行為一切、または、会社や他のブランドパートナーに悪影響を与える行為と会社がみなすその他の行為一切が含まれますが、これに限定されません。

12.02 特定商取引に関する法律(以下「特商法」と呼称)における遵守事項

Neriumのビジネスについて紹介を行う場合には、特商法の規定により以下の事項を遵守しなければなりません。

- a) 勧誘に先立って、必ず以下の事項を相手にはっきりと伝えてください。
 - ・ あなたの氏名（法人の場合にはその名称、個人の場合には実名を使用すること）
 - ・ あなたがNeriumのブランドパートナーであること
 - ・ Nerium製品を購入する等の特定負担を伴う取引であり、Nerium製品の販売またはNeriumのビジネスの紹介することを目的として勧誘していること
 - ・ Neriumの化粧品、サプリメント等が取扱う製品であること
- b) セミナーや説明会に勧誘する前に、Neriumの勧誘であること、Neriumを紹介する目的のセミナーや説明会であることをはっきりと伝えてください。
- c) Neriumのビジネスの紹介を行う場合は、必ず相手の方に「概要書面」を交付するとともに、方針マニュアルに記載されたビジネス上のルールおよび以下の事項について、正しい説明を行ってください。概要書面は、必ずブランドパートナー契約の締結前に相手の方にお渡しください。
 - ・ 会社名、代表者名、所在地、電話番号等（問い合わせ先）について
 - ・ 特定負担（製品の注文、支払い、その他Neriumのビジネスに必要な負担）について
 - ・ Neriumが取扱っている製品の内容、価格、販売条件等について
 - ・ 特定利益（コミッションおよびボーナスの内容・条件等）を受取るための条件について
 - ・ 返品、クーリング・オフ、解約する際の方法について

- ・ ブランドパートナーになるための申請、登録の方法について
 - ・ 相手の方の判断に重大な影響を及ぼす事実や重要な事項について
- d) Neriumの発行物以外のものを勝手に作成、または使用してNeriumのビジネス、製品などについて説明することは固く禁じられています。
- e) 勧誘に際して、または、ブランドパートナー契約の解除を妨害するために、上記(c)の全部または一部を隠したり、事実でないことを告げたり、誤解を与えるような表現を用いて説明したりしてはなりません。また、契約の解除（クーリングオフ）・返品の特権については、これを記載した書面を提供するだけでなく、必ず口頭でも説明しなければなりません。
- f) 勧誘に際して、またはブランドパートナー契約の解除を妨害するために、相手の方を脅迫したり、脅迫に至らないまでも不安を生じさせたり、戸惑わせたりすることも禁止されています。
- g) 友人や知人を、ミーティング、セミナーばかりでなく、自宅に招く場合でも、Neriumのビジネスの紹介をすることが目的である旨を必ず相手に伝え、誘わなければなりません。電話、ファックス、Eメール、郵便、チラシ等を利用してアポイントをとる際においても、Neriumのビジネスの紹介が目的であることを、相手の方に必ず伝えてください。また、Eメールを送信する際には、あらかじめ相手の方から承諾を得ていなければならず、承諾を得ずに送信することは禁止されています。（オプトイン規制）
- h) Neriumのビジネスの紹介が目的であることを告げずに、相手方を自宅や公民館でのミーティング、セミナー等、公衆の出入りする場所以外の場所に呼び出して勧誘することは禁止されています。
- 「公衆の出入りする場所以外の場所」とは、事業者の事務所、個人の住居、ホテルの部屋や会議室、公共施設等の会議室、カラオケボックス、貸切り状態の飲食店等が該当します。
- i) 「会社の報酬プラン」等を説明する際に、「必ず儲かる、誰でも簡単に収入が入る」等、相手の方が利益を得ることが確実であると誤解するような断定的な表現を用いて勧誘することは禁止されています。
- j) 自分の収入について話す場合でも、それがブランドパートナーとして皆が簡単に得られる金額ではないことを明確にして、誰でも同様の収入が得られるような発言はしてはなりません。ボーナスを受取るための条件について正確に説明し、収入を得るためには、他のビジネスと同じように、努力と時間が必要なることをはっきりと説明しなければなりません。
- k) Neriumの製品を説明する際に、化粧品をあたかも医薬品であると誤解させるような効能・効果の説明をしたり、「使用前」および「使用后」の写真を比較して使用したりすることは禁じられます。またはその暗示を与えるようなことをしたりしてはいけません。
- l) Neriumの製品、原料成分に関して説明する際に、他社製品の誹謗中傷と捉えうるような説明、または自社製品の優位性のみを伝え、Neriumの製品のみが、唯一安全であるといった説明は、不実の告知や優良誤認となり、方針マニュアルに違反するだけでなく、医薬品医療機器等法(旧薬事法)、景品表示法、特商法等の各法律の規定に違反する行為であり、処分の対象になりえます。また、これらの説明は、適切な治療の機会を奪い、相手の方が重篤な状態になる場合もあるので絶対に避けなければいけません。誤解を与えずにNeriumの製品を正しく説明する必要があります。
- m) 契約を締結しないと意思表示している相手に対して、無理に勧誘を継続してはなりません。また、リクルート自体を受けたくないと言っている相手に対して、それ以上、リクルートしてはなりません。
- n) 以下の行為は特商法での禁止行為とされています。
- ・ 未成年者、学生、高齢者など申請者の特性（知識、経験および財産の状況や判断能力等）からみて適性に問題があると認められる方を勧誘すること
 - ・ 製品購入の資金調達的手段として、消費者金融等からの借入を勧めたり、あっせんを行ったり、借金を勧めたりすること
 - ・ クレジットカード決済で製品を購入する場合に、クレジットカード会社に無断で他人に名義を貸したり、借りたり、または高齢者や若年者などにクレジットカード申請を強要すること
 - ・ ブランドパートナー登録申請を希望しない旨の意思表示をしている相手に対し、長時間にわたり勧誘を継続したり、深夜遅くまで、または早朝早くに勧誘を行ったり、相手の方に迷惑・困惑・心理的圧迫を覚えさせるような方法で勧誘すること
 - ・ 相手の方が希望しないにも拘わらず、未承諾広告メール（迷惑メール）を繰り返し送信すること

以上

制定日 2016年7月19日

改定日 2017年9月1日

改定日 2018年3月1日

Nerium International Japan合同会社