

POLICIES AND PROCEDURES

XANGO®

会員規約 およびマーケティング プラン

日本
(2009年10月1日発効)

必ずこの書面をお読みください。

方針と手順

本会員規約は、上記の最初の日付に有効となり、XanGo® 会員が「会社」、他の会員、小売顧客と事業を行う方法を規定しています。本書は以前のあらゆるバージョンに取って代わり、この後任となります。主な定義は大文字になっており、補足 A に記載されています。会員規約のあらゆる解釈、明確化、除外、または例外が有効になるためには書面で、権限のある会社の役員が署名しなければなりません。会社は、均一かつ非差別的な方法で本会員規約を施行するよう努めます。ただし、1人の会員が本会員規約の規定のいずれかを施行できなくても、当該会員または他の会員に対して会社がこの規定を施行する権利を撤回するものではありません。

会員規約、マーケティング プラン（補足 B）、連帯登録者リスト（適宜）、会員登録申請書、国や状況に特有の補足、および会員と会社間のその他の書面による合意は、現在の形式および会社の裁量のみに基づき時宜修正された形式の双方において、まとめて「会員契約」と呼ばれる契約に組み入れられ、その重要な一部を成します。上記の文書はまとめて「会員契約」と称します。各会員は、会員契約を読んで理解し、これに準拠する責任を負っています。また、会員契約の最新版を把握し、これに基づいて活動しなくてはなりません。新しい会員のスポンサーになる場合は、申請者が会員登録申請書を提出する前にスポンサーが最新版の概要書面を申請者に提供するものとします。会員登録申請書に署名するか、会社からコミッションを受け取ることにより、会員は会員契約およびその修正条項を読んで理解し、これに拘束されることに同意するものとします。

会社は時宜、法律や事業の状況の変化に応じて会員契約のいかなる部分も修正することができます。ただし、会社は少なくとも変更が有効になる 30 日前にあらゆる修正の通知をウェブサイトで公表するものとします。すべての会員は、www.xango.com または会社の他のウェブサイトに掲載される最新の会員規約を定期的に見直す責任を負っています。また、会社は会員から要請があれば、最新の会員規約の写しを提供します。

◆ 目次 ◆

方針と手順

倫理規定

第 1 項	会員登録	3
第 2 項	会員の義務と会員資格の管理	5
第 3 項	スポンサー	11
第 4 項	スポンサーとプレイスメントの変更、譲渡、受益権	12
第 5 項	コミッション（報酬）	16
第 6 項	会社製品の発注	18
第 7 項	製品とビジネス チャンスの宣伝活動	23
第 8 項	契約違反	29
第 9 項	解約	30
第 10 項	その他	32
補足 A	用語の定義	34
補足 B	マーケティング プラン	40
第 1 項	コミッションの支払い	40
第 2 項	会員のランク	41
第 3 項	パワースタート コミッション	42
第 4 項	ユニレベル コミッション	44
第 5 項	グローバル ボーナスプール コミッション	45
第 6 項	500K ボーナスプール コミッション	46
第 7 項	小売販売コミッション	47
第 8 項	報奨旅行と表彰	48
第 9 項	用語の定義	48

倫理規定

会社は、最高の品質の製品や類まれなサポート・マーケティング プランを会員に提供するという公約を掲げています。会員は、個人で使用するため、および消費者に再販するために会社から直接製品を購入することができます。同様に、会員は倫理的かつプロフェッショナルな方法で製品や収入機会について説明することに合意します。各会員は以下の倫理規定に従うことに合意します。

会員の行為：

1. 会員は、会員活動を行っている際に会うあらゆる人に敬意をもって接するものとします。
2. 会員は常に倫理的、道徳的、合法的、財務的に良好な方法で行動し、活動を遂行するとともに、誤解をまねくような行動や違法な活動は一切行わないものとします。
3. 会員は競合他社の製品をけなすような意見を他人に述べず、競合他社や他の会員に関する中傷や誹謗、軽蔑的な陳述は行わないものとします。
4. 会員は会社や他の会員、自分自身の評判を害するような活動は行わないものとします。
5. 会員は製品について誠実に説明し、正式な会社の出版物に掲載されたり証明されたりしていない製品に関する主張は行わないものとします。
6. 会員はスポンサーとしての指導者責任を果たし、ダウンラインの会員を訓練、支援したり、その他の方法でサポートするものとします。
7. 会員は、マーケティング プランと同プランに掲載されている収入の可能性について適正かつ合法的な説明を行うものとします。
8. 会員は、会員契約のあらゆる条項に拘束されるものとします。
9. 会員は、あらゆる小売顧客に対して返品や返金方針の条項を尊重するものとします。
10. 会員は、他のあらゆる会員のスポンサー関係を尊重し、当該関係の阻害や変更を試みたり、他の会員をけなしたり真実ではない主張を行ったりしないものとします。

第1項 会員登録

- A. **年齢その他の条件** 会員登録するためには、会員申込者は全員、未成年、学生または公務員ではなく、会社との間で、会員登録に関する契約、登録後の製品購入に関する契約その他一切の契約を結び、会員としての活動を行うための十分な法的判断能力を有する必要があります。また、会員は、会社との会員契約の締結により、会社の共同経営者、パートナー、もしくは従業員、またはフランチャイズ加盟者、合併事業者、その他法律上の代理人となるものではありません。

- B. **登録申請** 会員申込者は、①会員登録料を支払い、②記入・署名済みの「会員登録申請書」原本または電子版（FAX またはスキャンされたもの）を会社に返送するか、会社のオンライン登録申請プロセスで署名し（利用できる国のみ）、③会社が「会員登録申請書」を受諾した場合に、会員権を行使して会員資格を管理する権限を会社から授与されます。（「会員登録申請書」を除くその他の必要書類は会社のウェブサイトからも入手できます。）
1. 会員申込者が居住している国の「会員登録申請書」およびその他、会員契約の必要書類を会社が受諾するには、すべての点で完全かつ正確な書類を、会員が提出しなくてはなりません。
 2. 会員が要求に応じて、完全に記入された適正な申請書を提出したり適切な書類を提供したりできない場合は、会社により「会員登録申請書」が拒否されることがあります。会社のみが「会員登録申請書」を受諾または更新する権利を有します。
 3. 会員は、会社に対して居住証明書や労働許可証、「会員登録申請書」に記載されている国で合法的に活動可能である旨の証明書の提出を求められることがあります。
- C. **必要な購入** 法律で別途禁止されていない限り、会員資格を取得、維持するために購入する必要があるのは会員登録料、年次更新費用のみです。製品の購入は任意です。
- D. **オンラインや FAX による申請** オンラインや FAX による登録申請の場合、「会員登録申請書」の原本またはオンライン登録時に印刷した同申請書に署名を付したものを会社が受領するまで、暫定的に会員資格が認められます。当該会員資格は、暫定期間中会員規約のすべての条項が適用され、申込者は 30 日間製品の発注が認められます。「会員登録申請書」の原本またはオンライン登録時に印刷した同申請書に署名を付したものをこの期間内に会社に提出しなかった場合、暫定的会員資格は取り消されることがあります。
- E. **法人** 申請者が法人の場合、「会員登録申請書」原本の署名は、法人を拘束する権限のある個人のものでなくてはなりません。また、申請者は「会員登録申請書」とともに①法人の登記簿謄本写し、②連帯登録者リスト（法人で受益権を有するすべての個人の署名を含む）を提出する必要があります。法人の形態、受益権の所有者、署名権限のある個人を確認するため、会社はいつでも定款、会社設立契約書、その他の設立認許文書の写しを提出するよう申請者に要請することができます。
- F. **ID 番号** 該当なし
- G. **不正確な情報** 会社は、「会員登録申請書」または「連帯登録者リスト」に不実または虚偽の情報が含まれていると判断した場合、会員資格を直ちに解除するか、登録時点に遡って「会員登録申請書」が無効であると宣言することができます。さらに、会員は、会員契約の正確性に影響を与える変更についてはすべて継続的に会社に報告しなければなりません。
- H. **居住地の変更** 居住国を変更する場合、会員は①新しい居住国の「会員登録申請書」、②署名を入れ日付を記載した居住国変更申請書、

③新たな居住地の証明となる当局の書類（運転免許証やパスポートの写しなど）、④手数料 US\$100（または地元通貨で定められた金額）を会社に提出する必要があります。会員は、新たな居住国に特有の条項を含む会員契約の条件すべてに準拠する責任を負っています。

- I. **期間** 会員の資格は、会員登録後より1年間有効です。引き続き会員資格を維持するためには、以後毎年更新しなければなりません。更新されなかった場合は、会員権を解約されます。これにより会員は、スポンサー権、プレイスメント権、獲得した地位、およびその他会員として得たすべての権利を放棄することになります。
 1. 会員の資格は、会員登録後より1年間有効で、翌年の会員登録月が更新月となります。引き続き会員資格を維持するためには、以後毎年更新しなければなりません。年次更新費用は、2,400円（税込）です。
 2. 年次更新費用および資料費が更新月までに支払われない場合、会員は会員権を失い、現在のスポンサーの下で会員からリテール顧客に変更されたり、ダウンラインを失ったり、マーケティングプランに参加する権利を失ったりする可能性があることに合意します。
- J. **非排他的な受け持ち区域** 本書に基づいて会員が会員権を行使し会員資格を実施する許可には、会員に対する排他的なフランチャイズや受け持ち地域の授与は含まれておらず、会員はこのような主張を行うことはできません。

第2項 会員の義務と会員資格の管理

- A. **コンプライアンス** 会員は会員契約のすべてを完全に遵守しなければなりません。
- B. **独立事業主** 会員は、独立した事業主として自己の活動経費、または決定および行為に責任を負います。
 1. 会員は、会社の代理人、従業員、共同経営者または合併事業者と称してはなりません。会員は、会社の名義で購入その他の取引をしてはなりません。
 2. 会社は会員の就労時間、経費、販売またはマーケティングの方法や計画などに対して指示することはありません。会員は、この点につき誤った情報を伝えたり、示唆したりする印刷物や口答の表明は一切してはなりません。
 3. 会員は、会社の正式な資料に明示的に掲載されていない製品やサービス、マーケティングプランについて口頭や書面で行ったあらゆる陳述に対して一切の責任を負っています。会員契約の範囲を逸脱して行った会員の表明や行為に起因する賠償請求、損害または弁護士費用を含むその他の費用が発生した場合、会員はその費用を会社に補償することに同意するものとします。この規定は、会員契約の解約後も効力は継続します。

- C. **法律の遵守** 会員は、独立した事業主としての自己責任を持ち、関連法規（特定商取引法、薬事法、食品衛生法、個人情報保護法など）に則った行動規範を守らなければなりません。会員は、製品の購入価格を下回る価格での販売はしてはならず、不公正な競争または業務方法に対して適用されるすべての法令規則に違反してはなりません。
- D. **提供** 会員は、製品の販売促進に関連して、会社と関係のないプラン、インセンティブ、機会または承認されていないセールスツールを提供または販売してはなりません。
- E. **競合製品の販売促進** 会員は会員契約期間中、いかなる認可国においてもマンゴスチンの果実または植物から全体あるいは一部が得られた成分、キサントン、またはいかなる物質をも含む消化可能または局部に使用可能な会社以外のブランド製品を販売促進したり販売したりすることを禁じられています。
- F. **非競合** 本項の規定に従い、会員は会員契約期間中、直接的または間接的に競合他社の独立会員、従業員、役員、または顧問として、あるいは競合他社のために活動することを禁じられています。ただし本規定は、会員が会社の会員になる前、あるいは本規約の発効日よりも前に競合他社の独立会員、従業員、役員、顧問として、または競合他社の為に活動していた場合には適応されません。
- G. **小売販売** 会員として成功するには、時間と努力、献身が必要です。コミッションの保証はなく、生産性に基づいた報酬のみを得られます。会員活動を成功させるには、会員による製品の規則的で反復的な小売販売が必要です。会員のダウンライン（下部組織）による小売販売も、会員活動の成功に貢献します。会社では、毎月最低2人の顧客に小売販売を行うよう推奨します。会員は小売販売のあらゆる記録を最低4年間保持する必要があります。会社は、会社の小売販売要件が遵守されているかどうか無作為に監視を行います。会員以外の個人や法人または顧客が購入した製品は自動的に毎月、小売販売要件に加えられます。
- H. **否定的な陳述** 会員は次の事項について、軽蔑的な誤解を招く、不正確または不公正な表現、表明、主張または比較をしてはなりません。
1. 会社およびその製品、ビジネス活動または会員について。
 2. 競合する会社を含む他社およびその製品・サービス・ビジネス活動について。
- I. **非倫理的な活動** 会員は、会員活動を行う際は常に倫理的でプロフェッショナルでなくてはなりません。会員は、倫理的ではない活動に自ら従事したり、このような活動をダウンラインの会員に許可しないものとします。倫理的ではない活動には以下が含まれますが、これに限られません。
1. 小売施設で製品を販売する。
 2. 書面による明示的な許可なくして別の会員のクレジットカードを使用する。
 3. 認可を受けずに、会社の機密情報を使用する。

4. クロスカンパニー リクルートを行う（クロスカンパニー リクルートの補佐や他者の幫助を含む）。
5. クロスライン リクルートを行う（クロスライン リクルートの補佐や他者の幫助を含む）。
6. 該当なし。
7. 製品に関して承認されていない主張を行う。
8. 会員規約の規定に沿っていない会員活動に関する収入の主張を行う。
9. あらゆるタイプの誤った説明や不正確な説明を行う。この中には、製品の品質や入手可能性、グレード、価格、支払い条件、返金を受ける権利、保証、性能に関する真実ではない説明や誤解をまねくような説明、販売オファーが含まれるがこれに限られない。
10. 会社やその会員の信用性を損なうような個人的行為。
11. 会員活動に関する法律や規則に違反する。
12. スポンサーの責任を果たさない。
13. 倫理規約に違反する。
14. 会員契約に違反する。

J. **クロスライン リクルート** 会員はクロスライン リクルートを行うことはできません。

K. **クロスカンパニー リクルート**

1. 会員は会員契約期間中および会員契約終了日から1年間、会員の家族以外の別の会員を他社へリクルートすることはできません。会員は、リクルートが会社と会員間の契約関係の不合理で不当な妨害、会社資産の転換、会社の業務上の秘密の不正流用となることを認識し、これに同意します。会員はさらに、本規則のいかなる違反も会社に対して取り返しのつかない即時的な害を与えること、また、会社は利用可能な他の救済策のほかにも即時、一時的、仮、または恒久的な差止めによる救済を使用する権利があること、このような差止めによる救済により本規定の最後の違反日から最高1年間、この制限の終了後の期間を延長できることを認識し、これに同意します。上記に関わらず、違反を行っている会員が、会社への登録前に会社とは関係なく、リクルートされた会員を知っていたと会社が判断するに足る証拠を会社に提供できる場合、会社は特定のリクルート例について本規定を免除することができます。本項の規定は、会員契約終了後も効力を有します。本書の記載事項は、機密情報の使用や会員契約の他の違反について会社が有するその他の権利や救済策を免除するものではありません。
2. 会員は、別の直接販売会社の販促、リクルート、勧誘資料に出たり、当該資料で参照されたり、会員の名前などが当該資料に記載または言及されることを許可したりすれば、クロスカンパニー リクルートとなることに同意します。

L. **紛争の解決** 会員は、会社のためにあらゆる活動を行う必要があります。スポンサーは、ダウンラインの紛争を解決するために最善の

努力を払うものとし、また非公式に解決されなければなりません。

- M. **独特な関係の主張禁止** いずれの会員も、会社の役員もしくは従業員に対して他の会員が持たない独自の関係や優位な立場、あるいは接近手段があると申し立てたり、示唆するようなことはできません。
- N. **有害な行為** 会員または会員活動に参加している者の行為が、会社または別の会員に対して損害を与えると判断された場合は、会社はその会員活動に対して第8項に則り適切な行動をとることができるものとし、
- O. **依存の禁止** 会員は、会社に法律的、税金、経済的、その他専門的なアドバイスを提供するよう頼ってはなりません。
- P. **サービス料金** 会社は会員に対し、数多くのサービスを無償で提供します。しかしながら、会員は時折、履行するのに特別な時間および努力を必要とする依頼を会社に対して行うことがあります。この種の依頼には、領収書のコピー、事務処理、計算もしくは抜粋が必要なボーナス詳細情報、調査、銀行取引に関する説明、支払い停止依頼、支払いの再支給などが含まれます。これらおよび他の特別な依頼について、会員は依頼一件につき US\$40（または地元通貨で同等の金額）に実費を加えた費用を最低料金とし、1時間当たり US\$40（または地元通貨で同等の金額）に実費を加算して利用することができます。実費には、銀行手数料、複写手数料または専門的な費用、その他費用が含まれます。
- Q. **保険** 会社は、商慣習上合理的な額の製品賠償保険を支払います。しかしながら会社はその契約内容を配布しませんし、保険の額も公開するものではありません。管轄により法律が異なるため、会社は、会員が、独立した事業主として負う個人的な賠償の範囲について弁護士と相談することを奨励します。
- R. **機密性** 「会員登録申請書」の署名後、会員は機密情報およびその他の業務上の秘密や専有情報に関する機密性を維持することに同意します。この機密保持義務は変更不可能かつ恒久的なもので、会員契約の終了後も維持され、差止め命令による法的な施行や、発生した必要経費および費用の授与対象となります。あらゆる機密情報は、ニーズに基づき会員活動での使用のみを目的として最も高い機密性で会員に送付されたり、会員による収集が許可されたりします。会員は、このような情報の機密性を保持すべく最善の努力を払う必要があります。直接的または間接的に第三者に当該情報を開示すべきではありません。会員は、会社と競合するため、または会社のプログラムや製品・サービスの販売促進以外の目的で、機密情報または機密情報から得られた情報を使用することはできません。会員は、ダウンラインの連絡先やプロフィール情報、または会員活動に関連して収集された他の会員の連絡先情報など、機密情報や機密情報から得られた情報の所有権を有しておらず、当該情報を第三者に販売、普及、または提供することはできません。会員は、ダウンラインのプロフィールや報告書に関して受領した機密情報、または会員活動に関連して収集された他の会員の情報（当該情報から得られた情報を

含む) が会社の業務上の秘密であることを認識し、これに同意します。

- S. **会員情報のプライバシー** 「会員登録申請書」で申請者が提供する情報はすべて、「会員登録申請書」を評価する目的で、会員の関連活動のためにのみ使用されます。会員は、会社が自らの裁量において連絡先情報をその会員のアップラインおよび3レベル以内のダウンラインに知らせることを許可します。また、会員がダウンラインから見て最も近いプレミア(マーケティングプランに定義)会員だった場合、連絡先情報を当該ダウンラインに知らせることを許可します。連絡先情報の利用は会員活動用に限られます。

1. 会社がその会員について取得した個人情報(「会員登録申請書」に申込者が記した情報を含むがそれらに限定されない)は、当申込者に会員資格を与えるという目的と、その会員活動に関連した目的に使用されます。なお、個人情報とは、個人情報保護に関する法律第2条第1項に定める意味を有するものを指し、会員の氏名、生年月日、年齢、性別、住所、電話番号、携帯電話番号、FAX番号、電子メールアドレス、勤務先名、勤務先住所、勤務先電話番号、勤務先FAX番号、金融機関口座番号、クレジットカード番号、会員ID番号、タイトル、ご登録の際記載された内容、製品購入履歴とその内訳、支払額、配送先、コミッション明細、コミッション額、PV/GV、CV、支払時期、変更事由、解約事由、当社に対する債権・債務額、当該債権・債務発生理由を含みますが、それらに限定されません。個人情報が他の目的で使用されることはありません。ただし、申請者の個人情報に事実誤記がある場合は、事実を証明する書類などを提出した上で、その情報の訂正を請求することができます。またこの中で表記されていない事柄で申請者の個人情報が利用または提供されている場合には、会社のカスタマーサービス宛に書面により、その情報の利用停止を請求することができます。会社は、会員の個人情報を、警察、裁判所またはこれに準じた権限を有する機関から法令に基づき情報の開示を求められた場合は、個人情報保護法上の要件に従って本人の同意なく、それらの機関に提供することができます。会社は、会員から取得した個人情報を会社が別途公式サイトへの掲載等の方法によって公表する利用目的の範囲内でのみ利用するものとし、また、当該個人情報を原則として会員の同意なく第三者に提供しないものとします。会社は、個人情報保護法が定める、当該会員の同意なくして個人情報を提供しうる場合の要件を、当該会員に通知するか、または公式サイト上への掲載等会員本人が容易に知りうる状態に置くものとします。

- T. **機密情報の使用** 会員は契約期間中、機密情報を得ることがあります。会社の会員(会員のクロスラインを含む)への会員ツールや製品の販売から得た情報などです。このため、機密情報の情報源に関係なく、会員は下記事項を了解し同意するものとします。

1. この情報は限定した人にのみ提供され、会員が、販売促進のた

めダウンライン組織のトレーニングや、サポート、サービスを
するのを容易にすることのためにのみ使用されること。

2. 会員は、かかる情報を直接・間接に第三者（他の会員を含む）
に開示せず、開示した場合、不正流用および会員規約違反を構
成し、会社に回復し難い損害を与えることになること。
 3. この情報は独自の性質を持っており、この開示により会社に甚
大な損害が出るため、会社はこの方針の違反を阻止したり当該
違反について補償したりすべく即時、一時的、仮、あるいは恒
久的な差止めによる救済、および法律や衡平法で利用できるそ
の他すべての救済策を得る権利があること。
 4. 会員は会社と直接的または間接的に競合する情報を使用しない
こと（不適切な使用があった場合は契約終了）。
 5. 会員は会社から機密情報を得る前、または会員が機密情報を得
られるような活動に従事する前に非開示合意に署名する必要が
あること。
 6. 契約期間が終了する、契約を更新しない、あるいは会員契約を
解約した場合、会員は当該機密情報の使用を中止し、自らが管
理または所持している機密情報すべてを破棄するか会社に適切
に返却すること。2.R、2.S、2.T 各項の規定は、会員契約の
終了後も効力を有します。
- U. **有害な行為の通知** 会員活動およびダウンライン組織に起因または
関連して会社に悪影響を及ぼしうる第三者からの現実または潜在的
な要求がある場合、会員は速やかに会社に書面で通知するものと
します。会社は会員に通知した後、会社を守るために訴訟や法的和解
を含むあらゆる必要な手段をとることができます。会社が何らかの
措置を講じた場合、会員はそれを妨害したり、問題に関与してはな
りません。
- V. **写真、音声、ビデオ画像、推薦の言葉の使用許可**
1. 会社は、会社のイベントで会員の写真撮影や音声録音、ビデオ
撮影を行ったり、書面や口頭による陳述を得たりすることがあ
ります。また、会員に直接これを要請することもあります。会
員は、このような写真や音声、ビデオ、推薦の言葉のすべてま
たは一部を個別に、あるいは他の写真やビデオ、その他の推薦
と合わせて現在または将来の媒体でいかなる目的でも使用、再
使用、放送、再放送、発行、または再発行したり、原本か再発
行されたものかを問わず当該写真やビデオの著作権を会社また
はその他の名前において取得したりする絶対的かつ変更できな
い権利と許可を会社に与えることに合意し、ここに当該権利と
許可を授与します。この中には、マーケティング、宣伝、販促、
広報が含まれますが、これに限られません。会員が他の組織と
の間に有している他の合意や契約に関わらず、会員は、この規
定に基づく会社による使用はすべて、著作権使用料が無料で、
賃金を取って行われた作業であり、その他のいかなる請求の対
象にもならないことに合意します。会員は、本書に基づいて授
与された権利を会社が使用したために生じた他者によるいかな

る請求に対しても、会社を弁護し免責することに合意します。会員は、推薦者として与える情報や写真、ビデオ、音声で示される情報が自らの知る限り、真実かつ正確であることを確認します。会員は、これに関連して使用される、または作成目的に従って使用される完成または未完成の製品、広告のコピー、印刷、記録、写真、ビデオ資料を点検または承認する権利を放棄します。

2. 会員は、会社のイベントや活動で会員または第三者が撮影した写真や音声、ビデオ記録を、会員活動以外の事業を促進するために会員や第三者が使用できないことに同意します。

W. 国際的な会員活動の実施 会員は、合法的に会員活動を実施できる承認国で活動を行う権利を有します。会員は、承認国で会員活動を行う際は国や地方のあらゆる法律や条例、規制に従う責任を負っています。

1. 会社は事前活動期間の対象となる特定の国を指定することができます。この期間中、会員は会員活動を実行できます。会社は、正式に活動を始める最低 30 日前に、事前活動期間を正式に公表できます。
2. 会員は、未承認国や会社からの事前活動期間発表の対象とはなっていない国で、会員活動（本書で許可されているものは除く）を実施したり、会社のビジネスや製品を紹介、設立したりする権限はなく、これを実施しないものとします。この中には、製品や事業の承認を得ようとする行為や、会社の名前や商標、商号、またはインターネットのドメイン名を登録または留保しようとする行為、会社のためにあらゆるタイプの事業や政府と連絡を取ろうとする行為が含まれますが、これに限られません。
3. 事前活動期間の公表前は、未承認国での会員活動は非常に限られています。会員は、名刺を配ったり、会員またはその関係者と個人的に知り合いである合計 8 人を超えない参加者との小規模な集まりに参加することなどができるだけです。

第 3 項 スポンサー

- A. **スポンサー** スポンサーとして活動するためには、会員は会員契約に記載されているすべての要件を遵守し、すべての義務を受諾しなければなりません。新たに会員になろうとする個人または法人は、スポンサーによって申請者として会社に紹介されます。スポンサーが新たに会員を入会させることができるのは、申込者が承認国または事前活動期間中の国に居住している場合のみです。
- B. **プレイスメント** 申込者の「会員登録申請書」を会社が受諾すると、新会員は当該スポンサーのダウンラインに配置されます。スポンサーは、新会員を自らのダウンラインの 3 レベル以内に配置しなければなりません。スポンサーは新会員を自分のダウンライン外に配置することはできません。仮にそのような事態が起きた場合、会

社は適正な支払いを行えるよう組織を修正し、あらゆるラインが完全であることを確認する権利を有します。

- C. **トレーニングとサポート** スポンサーは下記項目を実施するものとします。
1. ダウンラインの会員全員が、会員契約のすべての条項および該当する国および地方のすべての法律を理解していることを確認すべく妥当な努力を払うこと。
 2. ダウンラインのビジネス拡大と製品販売について、定期的なトレーニングと相応のサポートを提供すること。
 3. ダウンラインの会員が行う製品の販売とビジネスチャンスについてのミーティングが会員契約および該当する国および地方のすべての法律に基づいて行われるように相応の教育と指示をすること。
 4. ダウンラインの会員を指導、奨励すること。
 5. ダウンラインにおいて生じた紛争を非公式に解決するために商業上、妥当な努力を払うこと。

第4項 スポンサーとプレイズメントの変更、譲渡、受益権

- A. **スポンサーとプレイズメントの変更** 会員は、自分のスポンサーやプレイズメントの変更、または自分がスポンサーになった会員のスポンサーやプレイズメントの変更を申請することができます。ただし、以下の制約が適用されます。本書で説明されているように会員はスポンサー変更1回とプレイズメント変更1回のみを認められます。ただし、ダウンラインを混乱させないため、スポンサーやプレイズメントを変更できないことがあります。このため、会社は提案されている変更を許可または拒否する完全な裁量を有しています。
1. スポンサーやプレイズメントの変更については、申請時にUS\$35（または地元通貨で定められた金額）が毎回請求されます。この手数料は、会社が申請を拒否した場合にも請求されます。変更申請用紙は必要事項を漏れなく記入し、その月の20日午後5時（日本時間）までに会社が受け取る必要があります。この期限以降に受領された申請は、翌月処理となります。また、その月の15日午後5時（日本時間）までにすべてのスポンサーやプレイズメントの変更申請が提出、受領された場合は、US\$25（または地元通貨で定められた金額）の早期申請手数料が適用されます。
 2. スポンサーやプレイズメントの変更を申請する会員は全員、内容が最新かつ正確な「会員登録申請書」と「連帯登録者リスト」（適宜）を提出しなければなりません。
- B. **プレイズメント変更** 以下の条件を満たしていれば、会員資格を現在のプレイズメントのダウンラインで新しい位置に移動することができます。ただし、元のスポンサーや会員自身の書面による認可が必要です。

1. 変更対象会員は、会員登録日より 90 日以内であること。
 2. 変更場所は、現在のスポンサーより 3 レベル以内の下方移動であること。
 3. 変更対象会員のダウンラインの月間グループ ボリューム（マーケティング プランに定義）が、過去 2,500 を超えていないこと。
- C. **アップラインへの変更** 会員は、新しいプレイスメント アップラインに移動できます。ただし、新しいプレイスメントで自分の方が上位になる会員全員の書面による認可が必要です。同様に、会員はアップラインを移動して新しいスポンサーに移動することもできます。この場合は、スポンサーツリーで自分の方が上位になる会員全員の書面による認可が必要です。
- D. **スポンサー変更** スポンサー変更は、変更対象会員と直接スポンサーの署名があり、現在のスポンサーの組織内であれば、次のような条件の下に、自らのスポンサーの変更を申請することができます。- 1. 会員登録日より 6 ヶ月以内であること。
- 2. 変更対象会員は、20K のタイトルに達していないこと。

E. **会員資格の売却または譲渡** 会員が、会員資格の所有権や管理権を他の個人または法人に売却、割り当て、あるいは譲渡する場合、会員資格の売却、または譲渡の申請手続きが発生します。（メンバー、取締役、管理職、株主、パートナー、役員、または同様の職位や肩書きの人物が、会員資格の受益権を有する法人会員資格の支配的利権または過半数利権を売却、割り当て、あるいは譲渡する場合、当該売却、割り当て、または譲渡は本規定の対象となります）。会社は独自の裁量において、会員資格について提案されているあらゆる売却、割り当て、または譲渡を承認あるいは拒否する権限を保持します。会員資格の売却、割り当て、譲渡は、会員資格が売却、割り当て、または譲渡された時点で本書の第 9 項 E の規定に基づいて良好な状態にある場合のみ実施できます。売却、割り当て、または譲渡において、譲渡された会員は、承認された譲渡前と同じダウンラインと同じランク・タイトルを維持します。会員資格は、会社の書面による事前の承認を前提として、対価なしに譲渡することができます（贈与など）。会員資格のいかなる売却、譲渡も、本項 4.E および以下の 4.F、4.G、4.H、4.I 各項の条件の対象となります。

F. **最初の拒否権** 会員資格の譲渡は、会社が「最初の拒否権（RFR）」を有し、その後は資格のある直接アップラインが RFR を有します。- 1. 会員が会員資格購入の相応なオファーを受け取った場合、会員は最初に当該会員資格を相応なオファーと同じ条件で会社に売却するよう申し出るものとします。会員は書面にて相応なオファーを会社に提出し、会社は 15 営業日以内にこのオファーを受諾することができるものとします。正当なオファーの証拠としては、現金または担保の払い込み、ローン支払いの契約書、その他、当該会員資格の購入目的のみで実施される多大な手順がありますが、これに限られません。
- 2. 会社が 15 日の期限内に RFR を行使しなかった場合、会員は相応なオファーと同じ条件で、資格のある直接アップラインに

同じオファーを行うことができます。会社は、同じ書面による通知を会員の資格のある直接アップラインに提出することにより相応なオファーを伝えるものとします。資格のある直接アップラインは 10 営業日以内に当該オファーを受諾または拒否します。資格のある直接アップラインはオファーを受諾する場合、受諾後、書面による通知を会社に提供する必要があります。

3. 資格のある直接アップラインが期限内に RFR を行使しない場合、会員は相応なオファーと同じ条件で会員資格を第三者に譲渡することができます。ただし、会員はこの規定のその他すべての譲渡手順や、会社が時折設定する譲渡手順に準拠する必要があります。
4. RFR は、会員が新しく相応なオファーを受けるときに適用されるものとします。
5. 以下の場合、上記第 4 項 F の RFR 要件の対象とはなりません。ただし、それぞれの場合において、修正した「会員登録申請書」と「連帯登録者リスト」を会社に提出する必要があります。
 - a. 会員資格の受益権がある個人の名前が「会員登録申請書」に追加されている場合（妻が夫を追加する場合など）。
 - b. 会員資格の受益権がない個人の名前が「会員登録申請書」から削除される場合（企業から排除される重要ではないメンバーや、支配的利権を持たず、企業の利権を売却する株主など）。
 - c. 会員が個人で、当該会員のみが受益権を持つ法人に自らの所有権を譲渡する場合（夫と妻が会員活動を行うために有限責任会社を設立し、唯一のメンバーまたは管理職者である場合など）。

G. 売却と譲渡の制限

1. すでに会員となっている者は別の会員権を購入することはできません。
2. 会員資格を売却または譲渡した会員は、会社が売却を承認した後、最低 6 ヶ月間は別のスポンサーのもとで会員になる申請を行うことはできません。
3. 過去 2 年以内に会員登録されていた個人または法人は、他の会員権を購入したり、譲渡をうけたりすることはできません。
4. 会員が会員資格を資格のある直接アップラインに譲渡する場合、会員資格は会員資格の譲渡手順に基づいて、資格のある直接アップラインの既存の会員資格に合併されます。
5. 会員が自らの会員資格を売却または譲渡した後、売却日から 1 年以内に別の直接販売、ネットワーク販売、またはマルチレベル販売会社に登録、入会したり、活動を開始した場合、このような行動は会員契約の違反とみなされるものとします。会社は、会員契約の解約規定に基づき、譲渡された会員資格を終了する権利を保持します。当該規定は会員契約の終了後も効力を有するものとします。

H. **手順** さらに、以下のようなプロセス要件があります。

1. 会員資格を売却または譲渡する会員は、譲渡を申請しているすべての法人の最新かつ正確な「会員登録申請書」と「連帯登録者リスト」を提出するか、すでに提出している必要があります。
2. 会員権の譲渡をするには、会社および会社の公式サイトにて入手できる書面を提出しなければなりません。
3. 特定の月に変更を有効にするには、その月の 20 日までに会社の会員教育管理部が売却または譲渡の申請書を受け取る必要があります。
4. 20 日よりも後に受領された申請は、いずれも翌月の処理となります。
5. 申請 1 件に対し、US \$100（または地元通貨で定められた金額）の手数料が必要です。
6. 不完全、不正確、または却下された申請については、さらに US\$35（または地元通貨で定められた金額）の手数料が課せられます。

I. **解釈** 会員資格の売却、割り当て、または譲渡については、会社にとって最良とみなされる方法で『方針と手順』が解釈されます。会社は、いかなる譲渡対象者や購入者をも拒否できる権利を留保しています。

J. **合併** 1 人の会員が他の会員のスポンサーである場合、この 2 人の会員資格を 1 つの会員資格に合併することができます。このような合併はすべて変更できません。合併を有効にするには、双方の会員が修正済みの「会員登録申請書」を提出し、会社の書面による同意を得る必要があります。

K. **複数の受益権に関する制約**

1. 会員は、複数の会員資格で受益権を持つことを禁じられています。
2. 既存の会員資格の受益権がある個人または法人が別のスポンサーの下で会員になることを希望する場合、まず既存の会員資格の受益権を解消した上、6 ヶ月経過後会員になるための申請をしなければなりません。
3. 会社は複数の受益権を制限することにより、確実に①会員活動を構築しようとする会員のあらゆる努力を単一の会員資格に集中させ、複数の会員資格の要求による散逸を防ぐとともに、②アップラインは会員の努力の恩恵を完全に得ることができません。会員が受益権を有しているかどうか判定する際、会社は補足 A の定義に規定されている用語の意味とこのような制限の意図を考慮します。

L. **会員資格に対する結婚、離婚、死亡の影響**

1. 結婚：配偶者は会員資格の受益権があるとみなされ、配偶者のあらゆる行為や不作為は会員に帰するものとします。2 人の会員が結婚する場合は、別個の会員資格を維持できます。ただし、会員契約の受益権規定のその他すべての条項が双方の会員資格に適用されます。
2. 離婚：「会員登録申請書」に会員として個人名が記載されてい

る夫婦が別居するか離婚した場合、会社は法的な拘束力のある離婚命令の写し、または支払い方法の指示や会員契約に基づく権利の譲渡に関するその他の裁判所の命令を受け取るまで、引き続き別居または離婚前と同じ方法でマーケティング プランに基づいて収入を支払います。裁判所の命令により所有権が変更した場合、会員として残る配偶者は、修正済みの「会員登録申請書」を提出する必要があります。いかなる場合でも会員資格を分割することはできません。

3. 死亡と相続会員が死亡した場合、会員権は適用法規に従って法定相続人に移転します。移転の効力が発生するためには、会員権の相続を主張する法定相続人は、相続確定後直ちに、会社に対して遺産分割協議書、戸籍謄本等、会社が相続人の資格を確認するための書類を提出するものとします。会員権を相続する者は「会員規約」が適用され、遵守することを「会員登録申請書」に署名し合意しなければなりません。会社は、相続人の資格を確認するために必要なすべての書類を受領し、確認手続きを完了するまで、死亡後に発生した当該死亡会員のコミッションの支払いを留保することができるものとします。また、法定相続人が会員資格の終了を希望する場合は、解約申請書と死亡を証明する書類を提出しなければなりません。会員の法定相続人がすでに会員になっている場合、会社は6ヶ月間を期限として相続による一時的な複数の会員資格保有を認めます。ただし、6ヶ月間が終了するまでに、当該会員は保有する会員資格のいずれか1つを選択し、それ以外は売却または他の方法により譲渡、もしくは解約処理を済ませなければなりません。

第5項 コミッション（報酬）

- A. **販売による収入** コミッションは、マーケティング プランに基づいて資格を有し、会員契約に準拠している会員に支払われます。会員の成功は、自身およびダウンラインの定期的かつ反復的な製品の小売販売によってのみ得られます。これは、あらゆる会員の成功は、主として会員の個人的な努力にかかっているということであり、会社はいかなるレベルでの利益や成功、および会員の一定額の収入を保証するものではありません。会員は、他の会員のスポンサーになったり募集したりしたことに対しては報酬を得られません。コミッションを得られる唯一の方法は製品の販売です。
- B. **支払い** 会社は、①コミッション対象期間の終了前に会社が受けた製品発注、および②しかるべき支払いが全額完了している製品発注に対するコミッションを資格のある会員に支払います。
 1. 法人の場合、コミッションは「会員登録申請書」に記載されている法人名義で支払われます。法人名が記載されていない場合、コミッションは「会員登録申請書」に記載されている最初の人物に支払われます。

2. ユニレベルおよびボーナスプールのコミッションは、毎月 20 日までに支払われます。その月のユニレベルコミッションの計算に含めるためには、オンライン以外の製品注文は毎月最後の営業日の午後 5 時（日本時間）完全な形で会社が受け取る必要があります。オンライン製品注文は、その月のユニレベルコミッションの計算に含めるためには、その月の最後の日の午後 11 時 59 分（日本時間）前に完全な形で会社が受け取る必要があります。
 3. パワースタート コミッションは毎週の対象期間が終了した後の翌週の金曜日に支払われます。毎週の対象期間に注文を含めるには、通常は月曜の午前 10 時から金曜の午後 6 時までに、オンライン注文の場合は、月曜の午後 3 時から次の日曜の午後 11 時 59 分までに完全な形で発注する必要があります。
 4. コミッションの計算やプログラムの資格に誤りがあることが疑われる場合は、会社に速やかに誤りを通知しなければなりません。このような問題が該当コミッション期間の終了日から 45 日以内に会社に書面で報告されなかった場合、当該会員はその潜在的な誤りに関する権利を放棄したものとします。
- C. **小切手の再発行**（日本で適用されないため記載省略）
- D. **振込の最低金額** コミッションおよびボーナスの最低支払い金額は US\$10（または地元通貨で定められた金額）です。支払い期間の US\$10（または地元通貨で定められた金額）よりも低い金額のコミッションやボーナスは、US\$10（または地元通貨で定められた金額）以上になるまで蓄積されます。
- E. **振込できなかったコミッション** 会社は、会員がコミッションを受領できるようあらゆる努力を払います。ただし、会員が転居先住所を通知することなく引っ越したために連絡がとれなくなったり、会社の管理が及ばないその他の理由で振り込みができない場合、当該コミッションは振込日から 180 日間以降、会員の口座に貸方記入されます。会員は US\$10 の銀行支払い解約・停止費用（または現地通貨で定められた金額）を課されます。また、毎月 US\$10（または現地通貨で定められた金額）の維持費が会員の口座から引き落とされます。
- F. **操作の禁止** マーケティング プランを操作することは認められておらず、これを行った場合、処分の対象となることがあります。マーケティング プランの操作とは、会員が各種ランクやコミッションの資格を得るために直接的なマーケティング方法で販売できる見込みのない大量の製品を購入したり、ダウンラインで発注したり、州、連邦、または外国の「無限連鎖販売」などの法律に違反したりする行為が含まれますが、これに限られません。これらの行為は、会社の裁量により、コミッションの支払い停止や会員資格の解約処分の対象となります。
- G. **差し引きと相殺** 会員は、本書の第 6 項または会員契約のいずれかの条件に基づいて適切とみなされる手数料をコミッションから差し引くことを会社に許可します。手数料はすべて、会社の独自の判

断で査定されます。

第 6 項 会社製品の発注

- A. **在庫調べ** 会社は会員に対して特定の数量の発注を要求していないため、会員は自己の判断で小売販売および個人消費に必要な量を決定し発注しなくてはなりません。
- B. **発注** 発注は、電話、郵送、FAX、オンラインまたは会社に直接提出することにより行うことができます。
1. FAX や郵送または直接提出による注文は、現行の「ザンゴ製品注文 /ADP（自動配送プログラム）申込書」を用いて提出しなければなりません。会社の製品価格は会社の裁量で変更される可能性があります。
 2. 支払いは注文金額に一致していなくてはならず、現在利用可能な方法で行うことができます（クレジットカード、現金、口座引き落とし、COD（代金引換）、銀行振込み）。
 3. 代金は、製品の集配または発送前に全額支払う必要があります（COD（代金引換）を除く）。発送手数料は製品の注文数によって異なる場合があります。
 4. 他人名義のクレジットカードを許可なく使用する行為は禁じられています。
 5. 電話による注文については、会社のカスタマー サービス担当者が会員または顧客に注文番号を提供するまで会社は注文が完了したとはみなしません。
- C. **留め置き商品**（日本では現在適用していないため記載省略）
- D. **繰り越し注文** 発注された製品が一時的に在庫切れになっている場合、会員は納品の際に「繰り越し注文」通知を受け取ります。繰り越し注文は新たな在庫が届くと最初に処理されます。繰り越し注文のボリュームは、最初の注文の支払いを会社が受け取った月に記録されます。
- E. **ACH** ACH（預金口座自動振替）と呼ばれるこの支払い方法は、特定の承認国で製品の購入や会員へのコミッション支払いに利用することができます。会員が製品の購入やコミッションの受領用の方法として ACH を設定した場合、会員は指定された購入や支払い金額に対して繰り返し電子的に銀行口座に借方記入や貸方記入を行う許可を会社に与えることとなります。ただし、これは会員が居住する承認国の法律に基づきます。
1. 購入または支払い方法として ACH を開設するためには、資格のある会員は会社カスタマー サービス担当者に必要な申請書を提出しなければなりません。申請書は国によって異なり、会社のウェブサイトの特定国のリンクに含まれています。ACH の開設には、手続き期間が必要です。
 2. ACH は一部の認可国での製品注文でのみ利用できます（国によって異なります）。ACH を利用した注文では最初の 90 日間

(またはそれ以上の期間)、資金を確認するために最高 7 日間出荷が保留されることがあります。ACH は、ADP にのみ適用され、3 回目の注文以降から利用できます。ACH を利用した注文で指定日に引落しができなかった場合、配送保留の対象となります。

3. 他者が所有する銀行口座を会員が製品購入に使用する場合は、その口座の所有者からの書面による公証済みの許可が必要となります。適切な許可を得なければ、会員契約の違反とみなされます。

F. 支払いの不履行 預金残高が十分ではないため口座から引き落としができない、または意図的に引き落とされずに返却された場合は、会員契約の違反とみなされます。会社は、会員の支払い方法を制限する権利を保留します。

1. 口座の残高が不十分な場合、会員はあらゆる銀行の手数料の他に会社の手数料を支払う責任を負います。残高が不十分な場合、会社は製品を保留したり、発送をキャンセルしたりします。製品がすでに発送されている場合、会員は別の支払い方法を使うよう求められます。適切な期間内に支払いを受け取れない場合、会社は徴収対策を取り、将来の発送を差止め、会員契約に基づいて利用可能な回復措置を取ることがあります（コミッションの支払い保留など）。
2. どのような徴収もできなかった金額は、会員の現在または将来のコミッションから差し引かれることがあります。
3. 会員は、「会員登録申請書」に記載されているすべての人物、または会員資格の連帯登録者である人物が未払いの製品や手数料の金額に関して共同で、また別個に責任があることを理解しています。この共同かつ個別の責任は、会員資格または連帯登録者に適用される責任の限定に取って代わるものであることを会員は明示的に理解しています。

G. 自動配送プログラム (ADP)

1. 会員は選択により ADP (自動配送プログラム) に参加できます。会員登録後 ADP を開設するには、会員は書面により会社に申請を行い、毎月発送する製品数と支払いの方法を知らせなくてはなりません。ADP は会員登録申し込みの時点で「ザンゴ製品注文 /ADP (自動配送プログラム) 申込書」を提出することにより開設できます。ADP 口座は毎月一定の日に請求が行われ、出荷されます。会員は製品出荷後、会社から「お問い合わせ伝票番号」を確認することができます。ADP 処理日程、口座への請求、出荷、口座の変更については、会社の MY XANGO オフィス ウェブサイトに掲載されます。会社は時折、これを変更する可能性があります。
2. 冬季月間中、会社は「寒冷期発送プログラム」を一定の地域で利用する場合があります。本制度は寒冷な気象条件による製品の損害を防止することを目的としています。この発送プログラムの場合、製品の出荷日に影響を受けることがあります。

3. 会員は 2 種の ADP のいずれかを選択できます。
 - a. バックアップ ADP：バックアップ ADP を開設すると、毎月指定された日よりも前に発注した（会社の MY XANGO オフィス ウェブサイトに掲載されている ADP の日程を参照）、注文ボリュームがその月の ADP ボリューム以上の場合、当該注文はその月の ADP に取って代わります。ADP の処理後に行われた注文と ADP 処理前に行われたあらゆる注文で、その月の ADP ボリュームを下回る注文は、その月または翌月の ADP には算入されません。
 - b. 無条件 ADP：無条件 ADP を開設すると、会員は、その月の発注量に関わらず、ADP による発送を毎月受け取ります。
4. すべての ADP の処理前に、支払い確認が行われます。支払い確認が得られなかった場合、会社は会員との連絡を試み、支払い確認を再度図ることがあります。月末までに支払い確認が得られなかった場合、注文は「処理不能」とされ、コミッションの計算および処理には含まれません。会社は、処理不能に起因するボリューム不足に対して責任を負うことはありません。
5. 会員が ADP を変更、または中止するには、毎月、指定された日までに書面による申請書（日付、会員名、ID 番号、情報が変更される会員の許可の署名を含む）を会社に提出する必要があります。こうした申請書には製品数、送付先住所、支払い方法などが含まれます。ADP 口座変更予定日は会社の MY XANGO オフィス ウェブサイトに掲載されます。会社は時折、これを変更する可能性があります。
6. ADP の解約後、会員が返金方針（第 6 項 K を参照）の他のすべての規定に従う限り、会員は製品を返却することができます。製品を返品したり受取を拒否しただけでは ADP を中止したことになりません。会員は署名入りの ADP 解約申請書を提出する必要があります。書面による解約申請書は、FAX、郵便、個人的な配送、もしくはスキャンで署名を取り込んだ電子メールにより提出しなければなりません。

H. **70%規則**（日本で適用されないため記載省略）

I. **消費税、GST、VAT**

1. 会員は、販売活動による売上高が法律の要件を満たす場合、消費税を納税しなければなりません。また、会員は独立した事業主として法律に従い適切に収入を申告し、納税しなければなりません。
- 2.（日本で適用されないため記載省略）

J. **クーリング・オフ期間の顧客への通知** 会員は、会社から「会員規約」を含むウェルカムパックを受領した日と登録後に最初に購入した製品を受領した日の、いずれか遅い方の日から 20 日間以内であれば、会員登録の契約を無条件に解除することができます。この場合、会員が支払った登録料・購入代金は速やかに返金され、またウェルカムパック・製品などの返送費用も会社が全額負担いたします。会社が損害金や違約金を請求することはありません。クーリング・オフ

は書面（氏名、会員ID番号、住所、連絡先、クーリング・オフの意志、解約理由（任意）など記載）で行うことができ、書面を発信したときにその効力が生じます。なお、会員がクーリング・オフについて誤った説明を受けたり、威迫されたことにより、上記の期限が経過してしまった場合は、新たにクーリング・オフができる旨が記載された書面を受領し、その旨の説明を受けた日から20日間を経過するまで、クーリング・オフができます。

K. 返品、返金、交換

会社は、以下に基づいて製品の購入価格を返金するか、製品を交換します。

- ① 任意の解約に伴う返品（Ⅰ）：会員は登録後1年以内に会員登録を解約する場合は、登録期間中購入した製品のうち、返品可能製品に限り、返品することができます。その場合は、「返品手続」に従い、返送費用は会員負担のうえ、会社の流通センターまで返送します。返品された製品が返品可能であることが確認された後、製品購入額の90%を上限として返金されますが、この返品により会員登録の解除までに会員に支払われたコミッションの払い戻しが発生した場合は、返金額と相殺されます。
- ② 任意の解約に伴う返品（Ⅱ）：会員は登録後1年経過後に会員登録を解約する場合は、解約申込日から90日以内に購入した製品のうちで返品可能製品に限り、返品することができます。その場合は、「返品手続」に従い、返送費用は会員負担の上、会社の流通センターまで返送します。返品された製品が返品可能であることが確認された後、製品購入額の90%を上限として返金されますが、この返品により会員登録の解除までに会員に支払われたコミッションの払い戻しが発生した場合は、返金額と相殺されます。
- ③ 会員継続での返品：会員継続のまま、製品を返品したい場合は、購入した製品のうち、購入から90日以内で、返品可能製品に限り、返品することができます。その場合は、「返品手続」に従い、返送費用は会員負担の上、会社の流通センターまで返送します。返品された製品が返品可能であることが確認された後、製品購入額の90%を上限として返金されますが、この返品により会員に支払われたコミッションの払い戻しが発生した場合は、返金額と相殺されます。
- ④ 返品を受け付けられない製品：会員登録後1年を経過した場合は、返品可能製品でも大量製品注文（20ケース以上の製品注文）したものは、返品できません。

返品可能な製品：製品自体が未開封、未使用、無傷であり、消費期限が切れていない、またその製品がすでに製造中止になっていない、あるいは季節的な製品や特別なプロモーションと明言されて販売された製品でない製品を指します。

1. (日本で適用されないため記載省略)
2. (日本で適用されないため記載省略)
3. 返金を求める会員（および会社から直接注文した顧客）は会社のカスタマー サービス部門に連絡して返品許可（RMA）番号を会社から取得する必要があります。会社に返却される製品には、箱の外側に RMA 番号を記載する必要があります。RMA 番号のない製品は、返金資格を得られず、会員が経費を負担して会員に返却されます。会社は返却された製品の受領後、返品を記録し、30 日以内に会員に返金を行います。返金方法は最初の支払い方法に限られますが、これを利用できない場合はコミッション受取口座への振込みになります。すべての返金には以下の条件が課されます。
 - a. (日本で適用されないため記載省略)
 - b. 上記第 6 項 H の規定を適用すること（会員のみ）。
 - c. 製品は、会社の判定する販売可能な状態（未開封、改変なし、再販可能）で返却すること。
 - d. 返却される製品は追跡可能な出荷方式（UPS など）で発送され、会社への連絡後 7 日以内に受領できるようにすること。
4. 返金方針の例外は、会員の不品行、不正確な説明、またはその他の状況に応じて会社が示します。以前に支払われたコミッションやランクは、例外を適用した結果、会社の判断で逆になったり調整されたりすることがあります。
5. 顧客が会員に製品を返却すると、その会員は会社と交換を処理したり、顧客に返金を行ったりする責任を負います。
6. 会員または顧客の返品した製品について会員やそのアップラインに支払われたコミッションはすべて、それぞれのアップライン会員の口座に借方記入されたり、現在または将来のコミッション支払いから差し引いたりされます。会員は、コミッション期間の終了時に既存のダウンライン ボリュームに依存しないことに合意します。返品によって当該会員のタイトルやランク、コミッション支払い額が変更される可能性があるためです。
7. 製品の返品に関するあらゆる発送費用や宅配費用は、法律で禁じられている場合以外は会員のみが負担します。返品された製品が発送中に損傷や損失が発生した場合は、会員の責任となります。製品が損傷した状態で会社に届いた場合（再販不能な状態）、会社は発送品を拒否します。会社の標準的な返品方針に基づき、製品の一部のみが返品された場合は受諾されず、返金も行われません。
8. 会社は、発送中に製品が損傷を受けたり、会社の誤りで不適正に送付されたり、品質の悪いものが発送されたりした場合は製品を交換します。ただし、交換が不可能な場合、会社は返品された製品の金額を返金します。製品が損傷を受けたり欠陥がある場合、会員は注文品の受注後 10 日以内に会社に連絡を取る必要があります。会社は、製品の識別票を発行し、交換品を速やかに送付します。会社は製品の受領後、これを確認します。

- L. **買戻し** 会社は未使用の製品と、第9項E「解約」に基づいて会員契約を自主的に解約した会員に販売した未使用の販売資料を買い戻します。このような買戻しは本項に規定されている返品方針の対象となります（例外的に会員が購入した販売資料（開封後または未開封）は購入価格から送料を差し引いた金額が返金されます）。会員キットや販売資料の返却時に返金を受け取るには、書面による会員の自主的な解約通知が必要です。

第7項 製品とビジネス チャンスの宣伝活動

- A. **販売ツールの使用** 会員は、承認国または公表済みの事前活動期間対象国用に会社が承認した販売ツールのみを使用することができます。会員は販売ツールを販売したり配布するために第三者を利用するときは、会員や顧客のあらゆる情報を開示から保護し、この情報を継続的に会社の占有資産とするため、会社の提供する非開示契約を第三者と締結します。
- B. **販売ツールの承認** 会員は、使用前にすべての販売ツールを会社に提出し、会員教育管理部門から承認を得なければなりません。提案されている販売ツールを承認するか拒否するかは、すべて会社の判断に委ねられます。承認プロセスの完了には通常、最低3週間必要です。法規の改正に伴い、会社は販売ツールの以前の承認を撤回したり、以前に承認されていた販売ツールを自ら費用を負担して責任をもって市場から撤退させるよう会員に要請したりすることができます。承認された場合、会社は会員に以下を発行します。
1. 独自の販売ツール承認番号とロゴ。
 2. 販売ツールの配布について明示的に示した会社からの書面による許可。
- C. **製品に関する説明** 会員は、会社によって配布された資料のみで製品についての説明をすることができます。会員が販売に際し第三者による資料を用いるときは、地域の法律および規則に従わなくてはなりません。会員は製品について、あらゆるタイプの明示的または暗示的な健康あるいは医療に関する説明を行うことはできません。ただし、説明が行われている国で許可された会社の文献に説明が記載されている場合は、この限りではありません。どのような状況でも、会員は製品を特定の病気に適しているものとして指定できません。また、会社が提供する製品の治療上または治癒的な性質について説明を行うこともできません。
- D. **改変の禁止** 会員は、いかなる製品においてもラベルの再貼付、改変あるいは再包装を行ってはなりません。
- E. **保証の禁止** 会員は、①会社の宣伝、業務および組織が政府機関によって認可を受けたり、推薦されたものであることや②製品が厚生労働省その他公的機関によって認可されたものであることや③製品が診断、治療、治癒、および病気の予防を目的としたものであることを言ったり、ほのめかしてはいけません。

F. **収入に関する主張の禁止** 会員は、収入の可能性について事実反する、誤解を招きやすい、または代表的ではない説明を行うことを禁じられています。会員が収入について説明する場合は実際の収入と会社の現在の年間平均収入報告 (www.xango.com/misc/policies に掲載) に基づいたものでなくてはならず、収入の説明に一致した提示を行う必要があります。

G. **商標と著作権の使用**

1. 会社は、その商標の使用を会員に認可することがあります。これは、本書の制約やあらゆるライセンス合意の制約の対象となります。ライセンス合意書は、DE&C 部門から入手できます。
2. 会員は、会社の XANGO その他のマークまたはそれに類似したマークを、製品の出荷元または販売元に、混乱、誤りを招きまたは出荷元または販売元と騙されてしまうような方法で使用することはできません。
3. 本書に記載されている場合を除き、会員は、商号、法人名あるいは事業名、会員としての登録名、インターネットのドメイン名あるいはサブドメイン名、URL、電話番号、電子メールアドレス、またはその他の住所や肩書きなどに XanGo の商標またはその商標と混同する類似物 (Zango, XNGO, Xan2go, Xang など) を使用することはできません。会員は、会社が使用許可したウェブサイトのライセンス契約を締結した場合、「XanGo」という言葉に関連した商標以外の会社の商標を URL やインターネットのドメインまたはサブドメイン名で使用することができます。会員は、当該使用許可契約の条項に従うことに同意し、当該 URL、インターネット ドメインまたはサブドメイン名における会社の商標のあらゆる権利を現在および将来にわたり会社が所有すること、および会社がいつでもいかなる理由でも会社の商標のこのような使用を無効にする権利を有していることを認識します。会員はさらに、会社に対して少額の登録費用を支払うことによりいつでも当該 URL を取得する権利を有していることに同意します。また、会員は当該 URL を会社に譲渡し、この譲渡を有効にするために会社から要請された必要な他の手順を踏むことに同意します。
4. 本規約に違反して登録されまたは留保されている会社の名称、商標、商号などは直ちに会社に譲渡することに同意するものとします。本条項は、会員解約後も存続します。
5. 会員は、会社の商標を会社が承認していない販売ツールに使用してはなりません。
6. 会社の商標と混同するかどうかの判断は、会社の裁量に委ねられます。
7. 会員は、会社の商標の使用が禁止されている国ではこれを使用してはなりません。
8. 会員は、販売ツールや通信、その他の形式の広告において、会社のビジネスや製造パートナーの名前やロゴ、商標、その他の言及を使用することはできません。

9. XANGO を使用した印刷物あるいは電子メディアは会社の著作権によって保護されており、複製することはできません。

H. 宣伝における「インディペンデント ディストリビューター」の使用

会員は、肩書きを選択する際には自分が「XANGO インディペンデント ディストリビューター」である旨を明記する必要があります。会社の従業員あるいは代理人であると示唆することはできません。会員との関係で会社のロゴまたは名称を書面に記載する場合、会員はその都度自分を「XANGO インディペンデント ディストリビューター」と称さなければなりません。

I. 宣伝方法 会員は、以下の手段を用いて宣伝活動を行うことができます。

1. 新聞広告：新聞広告は日本では許可されておりません。
2. 電話帳：いずれの会員も、個人別または職業別電話帳には、自分の氏名の後に「XANGO インディペンデント ディストリビューター」と表示して掲載することができます。電話帳広告欄でのグラフィックや図による広告の掲載は禁止されています。
3. 電子メールによる宣伝広告：会員は、自己の活動について広告または宣伝を行うための手段としての電子メール（以下、「特定電子メール」といいます。）を送信する場合、以下の事項が正しく表示されなければなりません。①「未承諾広告」の表示（「 」内すべての表示が義務づけられています）②送信者の氏名および住所 ③当該特定電子メールの送信に用いた電子メールアドレス ④受信者からの送信拒否の通知を受領するための、送信者の電子メールアドレス ⑤特定電子メールの送信をしないように求める旨の通知を、④の電子メールアドレスあてに行うことができる旨 ⑥特定電子メールの送信者の電話番号 ⑦特定電子メールの伝送に関する経路を示す情報送信者である会員は、受信者から特定電子メールの送信をしないように求められた場合はその受信者に対し、以後特定電子メールの送信をしてはなりません。
4. テレビおよびラジオ：テレビやラジオで宣伝を行う際は、会社のマーケティング、広報、法務部門から事前に書面で承認を得る必要があります。申請書は会員教育管理部門を通して提出してください。
5. 著名人による承認：会員は、会社の書面による承諾および著名人による承認なしに著名人の推薦の言葉を用いてはいけません。著名人を利用する場合は、その利用の度に上記手続きをする必要があります。
6. バザー、フリーマーケット、フェアなど：会員は、バザー、フリーマーケット、フェア、交換会または他の類似の集まりにおいて、製品を販売または販売促進してはいけません。ただし、会員は、会社の事前承認を得た上で製品の販売および販売促進を行うことができる場合もあります。
7. 売買の手段がオークション：会員は会社製品を、売買の手段が

オークションであるようなウェブサイトで販売したり、販売促進をしたりしてはいけません。会員は、出品するために第三者を使用したり、製品がウェブサイトのオークションで販売されることを会員が知っている場合、または知りうる理由がある場合には第三者に製品を販売してはなりません。会員契約の終了後も本項の規定は有効です。

J. **会社がスポンサーするイベントでの宣伝** 会員は、会社から書面で特に許可されていない限り、会社がスポンサーするイベントにおいて、会社のものでない製品やサービスの宣伝、販売または販売促進を行ってはなりません。この中には、①会社以外のイベントやシステム、資料の販売促進、②あらかじめ準備された個人的な勧誘、③ちらしや DVD、その他の資料の配布、または④会社が不適切とみなす他の形式の販売促進が含まれますが、これに限られません。

K. **インターネットでの宣伝** 会員は、インターネット上での製品またはビジネス チャンスの広告のため、会社が使用許可したウェブサイトのみを使用することができます。使用許可を得ていないインターネット ウェブサイトを通して製品またはビジネス チャンスの広告をすることは厳格に禁止されています。会社が使用許可したウェブサイトの運営を希望する会員は、以下の基準を満たさなければなりません。

1. 会員は、会社が提供するウェブサイト・トレーニングを完了するまでは、ウェブサイト ライセンス契約を締結することはできません。
2. ライセンスの許可を得たすべてのウェブサイトは、ウェブサイトが作成された日付に関わらず、1 回限りの初回費用および毎年維持費用を支払うものとします。当該料金は、要求に応じて提供されるインターネット ライセンス契約の中に記載されます。かかる料金は、トレーニングおよび規約に準拠しているかどうかを監督するための人員のために充てられます。
3. ライセンスの許可を得たウェブサイトは、第 7 項 B に従い、販売ツールとして会社にて審査され許可されます。許可されたウェブサイトは会社のことだけを掲載することができ、他の製品やビジネス チャンスについて宣伝したり、販売促進したり、リンクを貼ったりすることはできません。許可された場合、会社とライセンス契約を締結し、その後会社が作成した「許可済み」の掲載をしなければなりません。許可後の変更に関しましても、同様に事前にコンプライアンス部に申請し、承認を得なければなりません。
4. 会員は、ライセンスを与えられたウェブサイトをインターネット上で宣伝するためのキーワードまたはメタタグを使用する際、健康や収入に関する違法なまたは根拠のない主張を明示的にも黙示的にも示してはなりません。
5. 会員は、インターネット上で顧客を会社が使用許可したウェブサイトへ導くために、インターネット検索エンジン上にスポンサーリンクを設定する場合、事前に会社の書面による認可を取

得しなければなりません。

6. 会社は、すでに許可されたウェブサイトにつき、いつでも法律や規制の変更を含み、その理由に関わらず、許可を取り消すことができます。
- L. **インターネットでの宣伝と製品の販売価格** 会員は、インターネットでのあらゆる製品の宣伝と販売は会社が使用許可したウェブサイト上でのみ可能であり、当該ウェブサイトでの全製品の宣伝と販売価格は①申請者に販売する場合は、製品の会員価格に妥当な送料、会社が税金用に課す金額、手数料を加えた金額よりも低くなくてはならず、申請者にも会員キット料を課さなくてはならないこと、また、②申請者以外（顧客など）に販売する場合は、会社の希望小売価格に妥当な送料と会社が税金用に課す金額、および製品の手数料を加えた金額よりも高くなくてはならないことを認識し、これに同意します。本項について、会員は製品価格に関するあらゆる宣伝が真実であり、誤解を招くような説明（「最低価格」のように会員が他の会員よりも低い価格で販売できることを示唆するものなど）が含まれていないことに同意します。会員は、他の会員から購入した製品をインターネット上で宣伝または販売しないことを認識し、これに同意します。会員が本項に違反した場合は会員契約の違反とみなされ、本書に規定されている会員契約違反の対象となります。
- M. **マスコミュニケーション** 本項の目的では、「マスコミュニケーション」は送信者のダウンラインの会員 50 人以上、またはクロスラインの会員最低 3 人に 7 日以内に連絡することを意図した伝達として定義されています。会員が行うあらゆるマスコミュニケーションには以下の規則が適用されます。
 1. マスコミュニケーションを受け取る対象会員は、マスコミュニケーションを聞く、または受け取ることを以下の方法で意図的に「選択」しなくてはなりません。
 - a. 登録（マスコミュニケーションをイベントまたはウェブセミナーで受領する場合）
 - b. マスコミュニケーションを電子メールやウェブサイトで伝達することを確認する要請
 2. 電子メールの場合は、「選択解除」機能をマスコミュニケーションに明示的に掲載する必要があります。
 3. マスコミュニケーションは本項の条件に従わなくてはなりません。
 4. 特定の構築方法を奨励するマスコミュニケーションすべてには以下の免責条項を明示するものとします。

「XanGo 事業を構築する方法やテクニックは数多くあります。本 [ウェブサイト/ウェブセミナー/電子メール/ミーティング] で奨励されている構築方法は、アップラインが示唆したものとは異なる場合があります。異なった構築方法を教えられた場合、またはご質問がある場合はアップラインにご相談ください。」
 5. 会員は、マスコミュニケーションやツールの販売、その他の目

的で会員情報のデータベースを作成することを会員に許可すれば、会社の機密情報の使用にあたることを認識します。当該情報は会社の業務上の秘密であるため、この使用は会員に多大な金銭的利益をもたらす可能性があります。会員は、上記第2項Kで規定されているクロスカンパニー リクルート義務の対象であることを認識します。このセクションは、会員契約の終了後も効力を有するものとします。

- N. **問い合わせの配分** 会社のネットワークに入っていない人が、度々会社に対し製品について問い合わせをします。もし会社が、問い合わせをしてきた人が特定の会員から情報もらったこと、または特に知り合いの会員がいることを突き止めることができた場合、その人の問い合わせはその特定の会員に対してなされるようにします。特定の会員との関わり合いを知ることができなかった場合は、プレミア レベルの会員に紹介されます。最終的に誰に紹介するかは決定権は会社にあります。
- O. **広報関連** 会社は会員が個人的にマスコミ報道を活用しビジネスを促進させることを奨励していますが、以下の場合を含めて、会員は必ず会社の広報部に連絡をする必要があります。
1. 内容が全国的に関心を集める可能性がある場合。
 2. 内容が会社や製品の幅広い視点を必要とする場合。
 3. 会員が会社の売上高や事業戦略について質問される場合。
- P. **小売施設** 本書に記載されている場合を除き、会員は、小売施設で製品を販売したりビジネス チャンスを奨励したりすることはできません。また、会員は最終的に製品を小売施設で販売すると会員が知っている、またはその疑いがある者に対して製品を販売することはできません。小売施設内においてインディペンデント ディストリビューター情報を展示することは、本項と下記項目の関連宣伝要件すべてに準ずる限り容認されます。
1. 広告目的に限定して、小売施設 1 施設につき 1 品のみの製品展示や製品の画像数枚の展示は許可されます。
 2. 小売施設内では展示されている製品も含め、製品は一切販売できません。
 3. 小売施設において、店外から見えるかたちで会社製品やビジネス チャンスについて展示したり宣伝したりすることはできません。
 4. 展示されている製品のそばには会社認定の免責条項をはっきりと提示しなければなりません。この免責条項のサイズ、色、内容などを改ざんすることはできません。免責条項は会社のウェブサイトからダウンロードでき、次の事項が明記されています。
「ザンゴ製品に関心を寄せていただき、心より感謝申し上げます。ザンゴ製品は、株式会社ザンゴ ジャパン会員によってのみ流通販売されるものであり、小売店では入手できません。ザンゴ製品の購入をご希望される方は、株式会社ザンゴ ジャパン登録の〇〇〇（会員の連絡先）にお申し出くださいますようお願い申し上げます。」

5. 小売施設がレストラン、喫茶店、ジュースバーなどである場合、製品は試飲サイズ（グラス1杯など）でのみ販売できます。会員は当該施設に対して継続的にサポートを提供する必要があります。
- Q. サービス関連施設会員は、サービス関連施設で会員活動を行うことができます。ただし、そのサービス関連施設に公衆の注意が集まるような方法で一般大衆向けに製品のパンナーや販売ツールを展示することはできません。会社は、当該施設がサービス関連施設であり、製品の販売に適した場所であるかどうかを判断する裁量権を有します。

第8項 契約違反

- A. **条件付きの義務** 会員に対する会社の義務は、会員が会員契約の条件を誠実に遂行していることが前提条件となります。会社は、独自の裁量で会員が会員契約に違反しているか判断し、利用可能な救済策の一部またはすべてを選ぶことができます。
- B. **救済策** 違反があった場合、会社は何の対応を取らないこともあれば、以下のような契約上の救済策または法律あるいは衡平法による救済策の一部またはすべてを遂行することもできます。
1. 会員に対して書面または口頭で契約違反を通知し、違反を解決するための通知を行う。
 2. 今後は会員契約を遵守するとのさらなる確約を会員に要求する。
 3. 表彰や特典の授与を保留したり拒否したりする。
 4. 損害を査定し、コミッションの支払い額から差し引く。
 5. 会員権を一時的または恒久的に停止する。
 6. 差止めによる救済を求める。
 7. 会員契約を解約する。
 8. 損害と関連費用を求める。
- C. **契約違反の報告** 会員は別の会員による会員契約条項の違反を目撃したり、これに気づいたりした場合は、会社の DE&C 部門が提供した適切な書式で書面による苦情を当該部門に提出するものとします。古い要求について調査したり適切な救済策を判断したりすることは難しいため、クロスカンパニー リクルート以外の契約条項の違反に関する苦情は、当該違反の発生後 18 ヶ月以内に会社が検討できるように提出する必要があります。クロスカンパニー リクルート違反の場合は、発生後 6 ヶ月以内に会社に知らせなくてはなりません。当該期限内に違反を報告できなかった場合、会社は古い要求が原因で会員の活動に支障をきたさないように疑義を取り上げることができなくなる可能性があります。ただし、この方針は、古い疑義を調査したり当該疑義に責任があることが判明した会員を懲戒したりする会社の権利を放棄するものではありません。
- D. **会員契約の無効化** 会員契約は、違反による不利益な結果から会員

と会社を保護するために作成されたものです。直接的に禁止されていることを間接的に行うことにより当該契約を意図的に無効にする会員は、該当する方針や規則の直接的な違反と同様に懲戒されます。この場合、会社は上記の利用可能なあらゆる救済策を利用できます。会員契約は、別の会員に対して直接会員契約を実施したり、別の会員に対して法的な措置を取ったりする権利を会員に与えるよう意図されたものではありません。

第9項 解約

A. 解約

1. 会員は、本書第9項Eに基づき、「会員登録申請書」の年次更新を行わなかったり、書面で会社に解約申請書を提出したりすると、会員契約を解約できます。
2. 会社は、会員が会員契約やその修正事項に違反した場合は会員契約を解約できます。
3. 解約後、会社は独自の裁量において、会員資格を保持したり、これを解消したり、スポンサーやプレイスメント ツリーから削除したりすることができます。

B. **機密情報の返却** 会員は、解約時、または会社の要請に基づき、直接的または間接的に所持しているあらゆる機密情報（当該情報から得られたあらゆる情報を含む）を会社に返却する必要があります。当該機密情報を電子的に返却できない場合、会員は解約時、または要請に基づいて機密情報を恒久的に削除または消去するものとします。

C. **買戻し** 会員に違反があった場合、会社は本書第6項Lの規定に従って買戻しプロセスを停止したり遅延させたりする権利を有します。

D. 契約違反による解約の影響

1. 会社により会員契約を解約された会員は、新たに会員申込をする前に1年間待つ必要があります。この期間中、会員は他の会員資格の受益権を有することはできません。申請前にはまず、DE&C部門を通して会社に請願する必要があります。請願書には、会員がその前年にいかなる会員資格の受益権も持っていなかったことを確認する署名入りの公証済み宣誓供述書が含まれます（この宣誓に違反すれば処罰を受けます）。
2. 会員契約の解約後、会員資格および会員活動に対する会員のあらゆる権利は無効となり終了します。会員の違反の結果、会社がこうむった可能性がある、または将来こうむる可能性がある損害を認識し、会員は損害の一部を相殺するために未払いのコミッションを会社が没収することに合意します。損害の中には、①営業権の喪失、会社の機密情報、専有情報、商業上の秘密の価値の喪失、②会社の事業価値の一部の喪失、③将来の利益の喪失が含まれますが、これに限られません。

3. 会社は、会社、ダウンライン、アップラインに最良の利益をもたらすような方法により、違反が原因で解約された会員資格のダウンラインを再編成するよう選択することができます。
4. 会社が複数の連帯登録者のいる会員資格を解約する場合は、下記項目が適用されます。
 - a. 解約する連帯登録者は、会員資格に対するあらゆる権利と利権を放棄しなくてはなりません。
 - b. 会社は、原則としてダウンラインの一部を分割したり再度割り当てたりすることができません。
 - c. 会社は、会員資格の以前または現在の連帯登録者の間でコミッションを分割することはできません。

E. 会員による任意の解約の影響

1. 会員契約に違反していない会員は、会員登録申請書に記載されている人物全員の署名した書面による通知を会社に提供することにより、いつでも、いかなる理由においても、任意に会員契約を解約することができます。解約は、会社が書面による通知を受け取った日に有効になります。ただし、申請月に未決済ボリュームが発生している場合は、終了手続きが翌月まで遅れることがあります。会員が会員契約に違反している場合、会員は①会員契約の更新期間の最終日、または②会社が違反を発見する前に会員が会員契約に違反していた期間に相当する期間の最終日のいずれか長い方まで（ただし1年は超えない）契約を任意あるいは単独で解約できません。この場合、会社は第8項に従い会員契約の違反に対して利用可能なあらゆる救済策を講じるよう選択することができます。会員は、会社が独自の裁量で決定する期間、コミッションを受け取ることはできないものとしします。
2. 会員契約の解約後、会員資格および会員活動に対する会員の権利は無効になり、終了します。
3. 任意に解約した会員は、解約後6ヶ月の待機期間後、新しいスポンサーのもとで再度会員の申込み資格が得られます。ただし、この6ヶ月の期間中、任意に解約した会員は会員活動に参加したり会員資格の受益権を持つなどすることはできません。申請前に会員はまず、DE&C部門を通して会社に請願を行う必要があります。請願書には、会員がその前年にいかなる会員資格の受益権も持っていなかったことを確認する署名入りの公証済み宣誓供述書を含む必要があります（この宣誓に違反すると処罰を受けます）。
4. 会員は、会社との会員資格が良好な状態でない場合は任意に解約できません。これは、①一時的な会員資格、②会員資格が保留、一時停止、または審査中、③会員資格は調査中ながら正式な懲戒処分は行われていない、④解約の意図が通知済みのいずれかの場合ですが、これに限られません。

- F. **存続** 2.E、2.F、2.K、2.R、2.S、2.T、8、9、10の各項は、会員契約の終了後も効力が存続するものとしします。会員契約が解約ま

たは放棄されたり満期になった場合でも、会員契約の解約や満期後も効力が存続すると明記されている義務から会員は解放されないものとします。

第 10 項 その他

- A. **合意の完全性** 本規約は会社と会員の間の主題に関する完全なる合意を記載し、両当事者間において最終的で完全な表現とします。本規約は履行されていない同意を除き、書面または口頭のいかんを問わず、これ以前になされたすべての交渉、提案に優先します。いかなる従前の同意、約束、交渉、説明は、書面または口頭を問わずこの規約に関する点はなんら効力を有しないものとします。もし会社の従業員や代理人が会員に対してした口頭の説明と、規約の文言に相違がある場合は、規約の文言が優先することとします。
- B. **表題** 会員契約のセクションとサブセクションの表題は便宜上、挿入されているものであり、規定の一部やその解釈とみなされるべきではありません。別途指定されていない限り、会員契約のセクションが言及されている場合は、そのサブセクションすべても含まれません。
- C. **会社による変更** 会社は会員規約をいつでも変更する権利を留保し、会社が会員規約を変更した場合、会社は少なくともその効力が生じる 30 日前に会員に変更を知らせることとします。なお会社は、規約の変更後遅滞なく、公式サイト www.xango.com および www.xango.co.jp もしくは適宜の方法により、会員に変更内容を通知するものとします。会員は、ビジネスについて何らかの契約を締結した場合または会員契約を更新した場合またはコミッションを受け取ってから 30 日が経過した場合、変更を承諾したものとみなされます。
- D. **あいまいさ** 会員契約にあいまいな点がある場合、どの当事者があいまいな規定を作成したかに関わらず、いかなる当事者に反するものと解釈されるべきではありません。
- E. **保証** 会社は、製品の保証期間を、明示または黙示に、会員規約で具体的に定められた期間を超えて延長しません。会社は、会員の販売活動によって生じうる合衆国ないし外国の特許、商標、商号、著作権、または営業秘密の侵害についての保証責任を負いません。会社は、明示、黙示に関わらず、あらゆる保証を拒否します。この中には、市販性、特定目的への適性、正確性、非違反性のあらゆる黙示的な保証が含まれますが、これに限られません。この保証の免責は本合意の不可欠な一部を構成します。
- F. **権利の放棄** 会員の契約違反に対して会社が契約違反に関する責任追及の権利を放棄する場合は、必ず書面でなされますが、それは会員のその後の契約違反について権利の放棄までも意味するものではありません。会社が、「会員契約」により与えられる会社の権限を行使しなかったり、会員に対して会員規約の厳格な遵守を要求し

ない場合にも、そのことによって会社が会員に対して会員規約の厳格な遵守を要求する権利や裁量権を放棄したことにはなりません。

- G. **分離可能性** 本契約条項がいずれかの裁判管轄地で無効になったり、禁止されたり、執行不能と判断された場合でも、その効果はその裁判所でのみ有効であり、他のすべての条項や、他の裁判管轄地では無効、禁止、執行不能とはなりません。さらに、執行不能だと判断された規定は、法律に基づいて執行可能な最大範囲内で一部執行することができます。
- H. **不可抗力** 会員は、ストライキや事故、火災、洪水、当局の行為、天災、テロ行為、その他、会社の制御できない原因によって製品の生産や販売、配送が遅れたり不可能になったりしたことによる損害や損失に対して会社は責任がないことに同意します。
- I. **準拠法** 本会員規約の解釈について、株式会社ザンゴ ジャパンと会員との関係に関する事項については、日本法を準拠法とし、本会員規約中、ザンゴ ジャパンと会員の関係に関してから生じた紛争は、社団法人日本商事仲裁協会において（仲裁判断後、更に裁判所に不服申し立てできないものとします）、同協会の仲裁規則に基づき最終的に解決するものとします。
- J. **弁護士費用** 会員または会社が、相手方に対し、本会員規約に基づいて何らかの要求、行動、手続きによって本会員規約の定めを強制することとなった場合、訴訟または仲裁に基づいて有利な判断（判決・裁定）を得た当事者は、損害の賠償を受ける権利に加えて、合理的な額の弁護士費用、その他発生した費用を請求することができますものとしします。
- K. **相続人と譲受人** 会員契約は、各当事者の後継者、受贈者、執行人、管理人、個人的な代表者、相続人、譲受人（適宜）の利益のために法的に拘束力があり、効力を生じるものとします。
- L. **責任の制限** 法律で許可されている範囲において、会社、その取締役、役員、メンバー、管理職者、株主、従業員、譲受人、代理人（まとめて「責任当事者」と称します）は、あらゆる利益の損失、間接的、直接的、または特別な損害、その他、①会員による会員契約の違反、②会員資格および会員活動の促進や遂行、③会員が会社または責任当事者に提供した不正確または誤った情報、④会社が事業を遂行する上で必要な情報やデータを会員が提供しなかったことが原因で、発生したり会員がこうむったりした損失に対するあらゆる請求に対して責任を負わず、会員は会社と責任当事者をこのような請求から免除し、このような請求を放棄するものとします。各会員は、会員契約に関するあらゆる請求について会社とその責任当事者のすべての責任（契約、不法行為、または衡平法におけるあらゆる訴因を含むがこれに限られません）は、再販可能な状態で会員が会社から購入した製品の価格を超えず、この価格に制限されるものとします。

補足 A 用語の定義

会員契約では以下に定義されている用語が、鈎括弧内で使用されます。

申請者	「会員登録申請書」を提出した個人または法人。
承認国	会社がすべての会員に対して会員活動を行うことを具体的に書面により認知し承認した国。
ADP(自動配送プログラム)	会社が毎月自動的に会員宛に製品を配送するシステム。
受益権	個人または法人は、①会員が個人、法人会員のパートナー、株主、メンバー、管理職者、受益者、受託者、役員、取締役、委託者などで、直接または間接的に会員資格の所有権を有する場合、②会員が会員資格に対して現実にまたは事実上支配権を有する場合、③会員が会員資格から直接または間接的に所得を受け取る場合（アップライン会員がマーケティング プランに基づき報酬を受け取る場合は除く）、④会員が会員資格から家族の支援を受ける場合、⑤会員の世帯に属するメンバーである場合、⑥会員の配偶者か同居人である場合、⑦会員資格にその他の同様の利害関係を有する場合に、会員資格に対して受益権を持つとみなされます。
相応なオファー	ある程度独立した、会員ではない個人または法人が会員資格の購入を書面で申し出ること。会社は独自の裁量でこれが合法的な申し出かどうかを判断します。
法人	法律に則り認められたすべての種類のビジネス組織。これには株式会社、有限会社、財団法人などを含むが、これに限定されません。
同居者	別の個人と同居し、結婚に類似した関係のある20歳以上の個人。
コミッション	会員が販売し、そのダウンラインが売買した製品ボリュームに基づいて会員に支払う報酬。コミッション受領資格は、マーケティング プランに記載されている規定により決定します。
会社	株式会社ザンゴ ジャパンおよびザンゴ LLC (US 本社) を指します。
会社が使用許可したウェブサイト	会員規約第 7 項 K の規定に従って会社が承認したウェブサイト。

マーケティング プラン	会員のための報酬構造の要件と利点を詳述した、会社が使用する具体的な制度。マーケティングプランは『会員規約』の補足 B に掲載。
競合他社	第 2 項 F で規定されているように認可国で健康、栄養、またはパーソナルケア製品を販売促進、販売、または配給している直接販売、ネットワーク販売、またはマルチレベル販売会社。
機密情報	<p>会員契約に従って会員に開示された情報、または製品の販促や販売資料に関して会員が他の会員について集めた情報。この中には、①ダウンロードまたはアップラインの会員に関する情報（会員名や連絡先、会社が作成した顧客情報、または会社のために会員が会員会議、ウェブサイト、電子メール、プロフィール収集ツール、その他、会員と顧客に関する情報を収集、保管、作成するために会員やその代理人が使用する電子的または手動のアプリケーションを使って作成した顧客情報（データ、小売顧客および会員のプロフィール、製品購入情報など）を含む）、②顧客リスト、メーカー・サプライヤー情報、事業報告書、コミッションまたは販売報告書、事業計画、業績予想、業務上の秘密、知的財産、分析、関連情報、その他、妥当に機密と解されうる、または競争力を与えられる財務・事業情報が含まれますが、これに限られません。機密情報は、文書、図面、仕様、ソフトウェア、技術またはエンジニアリング・データ、またはその他のかたちで、口頭、書面、電子または磁気媒体、視覚的な観察、その他の方法によって開示されうるものです。</p>
会員契約	会員と会社間の具体的な関係を規定する書類で、「会員登録申請書」、連帯登録者リスト、会員規約、マーケティングプランおよび特定の国または状況に対応した上記各書類の別紙、修正事項、その他本規約に参照のために規定されている会員と会社との書面による合意すべてにより、会員契約が構成されます。
クロスカンパニー リクルート	本規約の第 2 項 K に規定されている契約違反。

クロスライン リクルート	間接的に、またはその他の方法で既存の会員（または当該会員の会員資格で受益権のある者）のスポンサーになること、あるいはスポンサーになるよう勧誘すること。クロスライン リクルート方針は既存会員のリクルートにのみ適用され、会社の会員ではない個人または法人には適用されません。会社は、以前に会員であったことがないものの別の会員から連絡を受けたことのある個人または法人を勧誘した会員を懲戒することはできません。他の営利事業同様、個人または法人に時間と資金を投資する会員は、当該個人または法人が他の人をスポンサーとして選ぶ可能性があるというリスクを負っています。
小売顧客	製品を提案小売価格で購入する会員でない者。
登録日	会社が、もとの署名またはもとの署名の電子的コピーを含む申請者の「会員登録申請書」を受領、受諾した日。
会員	会員資格を実施するよう現在、会社から認可を受けている個人または法人。複数名が「会員登録申請書」に記載されている場合は、すべての個人をまとめて「会員」と呼びます。
会員登録申請書	会員になるために申請者が提出する合意書。「会員登録申請書」に署名することにより、申請者は会員契約の条項を読み、これに拘束されることに合意します。
会員活動	会社が独自の裁量で、会社の製品またはビジネスチャンスの促進になると判断した活動。このような活動の一部には、「会員登録申請書」の署名、製品の宣伝広告、販売、または展示、ミーティングやイベントの開催、実施、講演（会社または会員のどちらが開催したかは問いません）、会員価格での製品の購入、製品の交換または返品、マーケティングプランへの参加、定期的な会社の文献やその他の連絡事項の受領、会社が主催するサポート サービス トレーニングや動機付け・表彰イベントへの参加、新規会員のスポンサー、リードや販売ツール、ウェブサイトなどの会員への販売が含まれますが、これに限られません。
会員権	会員契約に基づき、会員活動を実施するための会員の権利。

会員資格	会員契約の対象となる会社の会員ネットワーク内で明確に定められた身分。
ダウンライン	スポンサー ツリーまたはプレイスメント ツリーで特定会員の下に位置している会員や顧客からなる系統的な組織。会員は、①別の会員に個人的なスポンサーになってもらい、プレイスメントまたはスポンサーにより当該会員のダウンラインに属するか、②会員がスポンサーになるかプレイスメントによって配置した個人または法人にそれぞれの顧客も含めて個人的なスポンサーになってもらい、全員が当該会員の下で直接、会員資格のラインを形成することになります。
ACH (口座自動振替)	会社が発注額や更新費用を会員の預金口座から電子的に引落すことを許可する任意のプログラム。
フロントライン	特定の会員のすぐ下のダウンラインでスポンサー ツリーの最初のレベルに表示される会員。スポンサー コンプレッションにより表示されることもあります。ユニレベル コミッションを計算する際、顧客のコミッション支払い対象ボリュームはフロントラインとして扱われます(これらの用語の定義についてはマーケティング プランを参照してください)。
ID 番号	政府が特定の個人や企業向けに発行する番号。社会保障番号(米国の個人)、社会保険番号(カナダの個人)、雇用者 ID 番号(米国企業)、ID カード番号または NRIC 番号(シンガポールの個人)、ID カード番号(台湾の個人)などがあります。
個人または法人	個人、法人、または明確に存在する別個の組織、および適宜、その後継者、継承者、または譲受人。
プレイスメント	名詞の場合：自分のプレイスメント ツリーに別の会員を直接勧誘した会員。動詞の場合：ダウンラインにおける会員のスポンサーによる配置。
方針と手順	本書に掲載されている会社の方針と手順。参照として本書に取り込まれている付属文書や補足を含みます。これは会社により時折修正されることがあります。
事前活動期間	承認国となる以前に会社が発表し、その国内で会員が会員活動を開始する準備を行える期間。

製品	ボリュームが割り当てられ、会社が提供する物品やサービス。この定義には販売ツールや販促資料は含まれていません。
資格のある直接アップライン	最初の拒否権について、会員契約に違反しておらず、前月にマーケティングプランに基づく収益資格があった、会員の直接スポンサー。
ランク	マーケティングプランに基づく会員の現在の支払い資格レベル。会員のランクは、スポンサーツリーで計算されるコミッションに影響し、毎月変動します。ランクを達成するためには、会員はマーケティングプランに説明されているさまざまな要件を満たす必要があります。
リクルート	直接的、間接的、または第三者（ウェブサイトの使用を含むがこれに限られません）を介した方法で、製品やサービスを売買したり、何らかの方法によって認可国で操業したり事業を営んだり、会員を有している別の直接販売、ネットワーク販売、またはマルチレベル販売会社の独立会員、従業員、役員、顧問として、あるいは当該会社のために登録または活動するよう別の会員を実際に勧誘、登録、奨励したり、確信、説得、または影響を与えたりすること。または、それを企図すること。会員の行為が、別の会員が行ったり開始した照会や連絡への対応の場合でもリクルートとみなされます。
小売施設	サービス関連ではなく、小売販売を目的に施設を有する事業。大規模な市場や専門店が含まれますが、これに限られません。この定義では、認可されているインターネットでの販売と宣伝に関連する本規約の項目に会員が従う場合、インターネットは小売施設に含まれません。
小売販売	会員が製品を顧客に販売すること。
最初の拒否権 (RFR)	本規約の第4項Fに規定されている権利。
返品可能な製品	製品自体が未開封、未使用、無傷であり、消費期限が切れていない、またその製品が既に製造中止になっていない、あるいは季節的な製品や特別なプロモーションと明言されて販売された製品でない製品を指します。

販売ツール	会員活動をサポートするために作成された情報、資料または製品。
提案小売価格	会社が、顧客に製品を販売する会員に提案する価格。提案小売価格は会社のウェブサイトに掲載されています。
サービス関連施設	予約をとるか会員登録をしなければ公衆が即座にアクセスできない施設や、主要機能が商品の販売ではなく専門的なサービスの提供である施設。一部の製品を小売販売していてもサービスの提供を主な目的とするプライベートなオフィスやアクセスの制限されているオフィス、スパ、サロン、ジム、ヘルスクラブ、プライベートな団体など。
スポンサー	名詞の場合：ダウンラインに直接、別の会員を勧誘した会員。動詞の場合：ダウンラインに別の会員を直接勧誘する行為。
連帯登録者リスト	法人登録の際に会員契約の一部として必要とされる書類。このリストには、共同経営者、株主、代表社員、メンバー、管理職者、役員、取締役、受託人、受益者、または法人に対して直接的または間接的な受益権や支配権を有する者すべてを記載しなければなりません。
タイトル	表彰目的で使われる、会員が達成した最高のランク。
アップライン	会員資格から上方に伸びるスポンサーや会員の単一ラインの階層構造。
ボリューム	コミッションを目的として製品に割り当てられる値。
会員価格	製品について会社が会員に請求する価格。

マーケティング プラン

◆ 目次 ◆

第 1 項	コミッションの支払い	40
第 2 項	会員のランク	41
第 3 項	パワースタート コミッション	42
第 4 項	ユニレベル コミッション	44
第 5 項	グローバル ボーナスポール コミッション	45
第 6 項	500K ボーナスポール コミッション	46
第 7 項	小売販売コミッション	47
第 8 項	報奨旅行と表彰	48
第 9 項	用語の定義	48

マーケティング プランでは、会員およびそのダウンラインによる製品の
小売販売や個人購入に対して会員が報酬を受け取る方法を説明してい
ます。会員は、ダウンラインにサポートやトレーニングを提供した場合
にも報酬を受け取ることができます。マーケティング プランは、会社
と会員間の契約の一部を成しています。本書で定義されている特定の用
語には鈎括弧がつけられています。このような用語とその定義につい
ては、本書の最後、本書の本文、または『会社の方針と手順』（参照と
して本書に記載）で説明しています。

第 1 項 コミッションの支払い

- A. 会社は、製品の販売に対してさまざまなタイプのコミッションを支
払います。コミッションは、製品の注文や会員の個人ボリューム
(PV)、会員のグループ ボリューム (GV)、本書で説明されてい
るその他の資格によるスポンサー ツリーまたはプレイスメント ツ
リーのコミッション支払い対象ボリューム (CV) に基づいて計算
されます。
- B. 米国内で配布される製品についてコミッション支払い対象となる販
売が発生した場合、本マーケティング プランに基づく当該販売に
対するコミッションは会社の法的な義務となり、会社がこれを支払
うものとしします。米国外で販売される製品についてコミッション支
払い対象となる販売が発生した場合、本マーケティング プランに
基づく当該販売に対するコミッションは XanGo DISC, Inc. また
はその譲受人の法的な義務となり、同社または当該譲受人がこれ
を支払うものとしします。ただし、事務の都合上、本マーケティング

プランに基づいて支払われるコミッションは通常、会員に便利なように米国内外の販売で得られたコミッションをまとめてコミッション振込指定口座に支払われます。

- C. 『会員規約』に規定されているように、会社は必要な手数料、処理費用、または送金費用を会員のコミッションから差し引くことができます。

第2項 会員のランク

- A. 会員は、プレイスメント ツリー内の毎月の PV や GV、毎月の ADP、総合的なスポンサー要件など、特定の要件を満たすことによりさまざまなランクの資格を得ることができます。各ランクとその要件は以下のとおりです。要件はその月の資格を得るために満たす必要があります。
1. **レプリゼンタティブ (レップ)** : 100 PV。
 2. **プリファード レプリゼンタティブ (プ・レップ)** : 100 PV およびその月に有効な 100 ADP。
 3. **1K** : 100 PV、その月に有効な 100 ADP、最低 1,000 GV、スポンサー ツリーのフロントラインに最低 3 人のプリファードレプリゼンタティブ以上会員。
 4. **5K** : 100 PV、その月に有効な 100 ADP、最低 5,000 GV、スポンサー ツリーのフロントラインに最低 3 人の 1K 以上会員。
 5. **20K** : 200 PV、その月に有効な 200 ADP、最低 20,000 GV、スポンサー ツリーのフロントラインに最低 3 人の 5K 以上会員。
 6. **プレミア** : 200 PV、その月に有効な 200 ADP、最低 50,000 GV、スポンサー ツリーのフロントラインに最低 2 人の 20K 以上会員と最低 1 人の 5K 以上会員。
 7. **100K プレミア** : 200 PV、その月に有効な 200 ADP、最低 100,000 GV、スポンサー ツリーのフロントラインに最低 3 人の 20K 以上会員と最低 1 人の 5K 以上会員。
 8. **200K プレミア** : 200 PV、その月に有効な 200 ADP、最低 200,000 GV、スポンサー ツリーのフロントラインに最低 3 人のプレミア以上会員と最低 1 人の 20K 以上会員。
 9. **500K プレミア** : 200 PV、その月に有効な 200 ADP、最低 500,000 GV、スポンサー ツリーのフロントラインに最低 1 人の 200K プレミア以上会員と最低 2 人の 100K プレミア以上会員、および最低 2 人のプレミア以上会員。さらに、5 人のプレミア以上会員のうち 2 人はプレイスメント ツリーの第 1 レベルに配置されていなくてはなりません。
 10. **クァンタム プレミア** : 200 PV、その月に有効な 200 ADP、最低 750,000 GV⁶ (会員が支払いを行ったレベルの下にある最初の 6 レベルからのユニレベル圧縮 GV)。対象四半期に 3 ヶ

月間連続して①スポンサー ツリーのフロントラインに最低 1 人の 500K プレミア以上の会員、②スポンサー ツリーのフロントラインに 1 人の 200K プレミア以上の会員、③スポンサー ツリーのフロントラインに 1 人の 100K プレミア以上の会員、④スポンサー ツリーのフロントラインに 3 人のプレミア以上の会員がいること。フロントライン会員は、クァンタム プレミアの現在の対象四半期の前にそれぞれのランクを達成し（フロントライン プレミアは除く）、全員（3 人のフロントライン プレミアを含む）がクァンタム プレミアの対象四半期の間は毎月、セレクトのステータスを維持する必要があります。必要な 6 人の有資格会員のうち 3 人はプレイスメント ツリーの最初のレベルに配置されなくてはなりません。

11. **X1 プレミア**：200 PV、その月に有効な 200 ADP、最低 1,000,000 GV6（会員が支払いを行ったレベルの下にある最初の 6 レベルからのユニレベル圧縮 GV）。スポンサー ツリーのフロントラインに最低 1 人の 500K プレミア以上会員と最低 2 人の 200K プレミア以上会員および最低 4 人のプレミア以上会員がいること。さらに、7 人のプレミア以上会員のうち 4 人はプレイスメント ツリーの第 1 レベルに配置されていなくてはなりません。X1 プレミア セレクト：X1 プレミア達成に必要な前記のフロントライン会員は、X1 プレミアの対象四半期の前にそれぞれのランクを達成し（4 人のフロントライン プレミアは除く）、全員（4 人のフロントラインプレミアは除く）が X1 プレミアの対象四半期の間は毎月、セレクトのステータスを維持する必要があります。必要な 7 人の有資格会員のうち 4 人はプレイスメント ツリーの最初のレベルに配置されなくてはなりません。

- B. 単一の四半期（暦日）の 3 ヶ月全体を通してランク資格を維持したプレミア会員には「セレクト」のさらなるランク指定が適用されます。

第 3 項 パワースタート コミッション

- A. パワースタートは、新規会員の登録後 30 日以内に発注された CV を伴う初回注文に対して毎週支払われるコミッションです。このような CV からのコミッションは、スポンサー ツリーに基づいて計算されます。会社は初回注文の CV の 50%を支払います。CV の 45%は、初回注文を行った会員のアップライン スポンサーにパワースタート コミッションとして支払われ、CV の 3%はグローバル ボーナスポール、残りの 2%は 500K ボーナスポールに割り当てられます。
- B. パワースタート コミッションは初回注文のうち 1,000 CV に限定されています。ただし、会社は時折、全会員への通知後に CV の限度を変更することができます。初回注文からの残りのコミッション

は、ユニレベル コミッションとして支払われます。

C. スポンサーの PV および ADP ステータスに応じて、パワースタート コミッションは以下のいずれかの方法で支払われます。

1. **パワースタート ベーシック**：最初に資格のあるアップライン スポンサーが 100 PV の場合、パワースタート ベーシックとして、会社は、初回注文の CV の 20%を支払います。初回注文の CV の残りの 25%はスポンサー ツリーで次に資格のあるアップライン (200 PV およびアクティブな 200 ADP) に支払われます。これをまとめると以下ようになります。

スポンサー	最低資格	コミッション
最初に資格のあるレベルのアップライン	100 PV、アクティブな ADP はなし	20%
2 番目に資格のあるレベルのアップライン	200 PV およびアクティブな 200 ADP	25%

2. **パワースタート プラス**：最初に資格のあるアップライン スポンサーが 100 PV および 100 ADP の場合、会社は、初回注文の CV の 30%を支払います。初回注文の CV の残りの 15%は、スポンサー ツリーで次に資格のあるアップライン (200 PV およびアクティブな 200 ADP) に支払われます。これをまとめると以下ようになります。

スポンサー	最低資格	コミッション
最初に資格のあるレベルのアップライン	100 PV およびアクティブな 100 ADP	30%
2 番目に資格のあるレベルのアップライン	200 PV およびアクティブな 200 ADP	15%

- D. 対象となるアップライン会員は、初回注文が行われた週またはその前の 5 週間にいつでも最低要件を満たせば、パワースタート コミッションを受け取る資格を得られます。この 6 週間に対象となるアップライン会員が最低資格を満たせない場合、会社はパワースタート コンプレッションにより次に資格のあるアップラインにコミッションを支払います。パワースタート コミッションは、スポンサー ツリーのボリュームから計算されます。
- E. 翌週にパワースタート コミッションを支払うためには、会社は金曜の午後 6 時までには初回注文を完全な状態で受け取る必要があります。オンライン注文の場合は、日曜午後 11 時 59 分前までに行われた注文が翌週の支払い対象となります。

■ ユニレベル コミッション

レベル	レプリゼンタティブ	プリファード レプリゼンタティブ	
第1	5%	5%	
第2	5%	5%	
第3	▲	10%	
第4	▲	▲	
第5	▲	▲	
第6	▲	▲	
第7	▲	▲	
第8	▲	▲	
第9	▲	▲	

第4項 ユニレベル コミッション

- A. ユニレベルは CV のある製品の注文すべてに対して毎月支払われるコミッションです。合計すると、会社は製品注文の CV の 50% を支払います。このような注文の CV の 47% はユニレベル コミッションとして支払われ、残りの 3% はグローバル ボーナスプールに割り当てられます。
- B. 会社は、会員のダウンラインの最高 9 つの コンプレッション（圧縮）レベルからの CV 合計（パワースタート コミッションの対象とはならないもの）に基づいてユニレベル コミッションを支払います。会員のランクによって、会員がユニレベル コミッションを受領できるレベル数が決まります。会員がランクでは特定レベルよりも下のユニレベル コミッションを得る資格がない場合、このようなコミッションはユニレベル コンプレッションにより次に高い資格のある会員に支払われます。ユニレベル コミッションは以下の会員ランクに基づいて支払われます。ランクが上があれば、支払いレベルも増えます。
1. **レプリゼンタティブ**：最初のレベルで CV の 5%、2 番目のレベルで CV の 5%。
 2. **プリファード レプリゼンタティブ**：レプリゼンタティブと同じ CV の割合のほか、3 番目のレベルでは CV のさらに 10%。
 3. **1K**：プリファード レプリゼンタティブと同じ CV の割合のほか、4 番目のレベルでは CV のさらに 5%。

	1K	5K	20K	プレミア以上
	5%	5%	5%	5%
	5%	5%	5%	5%
	10%	10%	10%	10%
	5%	5%	5%	5%
	▲	5%	5%	5%
	▲	▲	5%	5%
	▲	▲	5%	5%
	▲	▲	▲	5%
	▲	▲	▲	2%

4. **5K**：1Kと同じCVの割合のほか、5番目のレベルではCVのさらに5%。
5. **20K**：5Kと同じCVの割合のほか、6番目のレベルではCVのさらに5%、7番目のレベルでもCVの5%。
6. **プレミア以上**：20Kと同じCVの割合のほか、8番目のレベルではCVのさらに5%、9番目のレベルではCVの2%。

これをまとめると、上記のようになります。

- C. オンライン以外のすべての注文を毎月のユニレベル コミッションの計算に含めるには、会社はその月の最後の営業日の午後6時前に完全な状態で注文を受け取る必要があります。オンラインでの製品注文を毎月のユニレベル コミッションの計算に含めるには、会社はその月の最後の日の午後11時59分前に完全な状態で注文が処理される必要があります。
- D. ユニレベル コミッションの計算もスポンサー コンプレッションが活用されます。これは、最低限の月次PVの援護策として会員のランク昇進を支援できる場合があります。

第5項 グローバル ボーナスプール コミッション

- A. グローバル ボーナスプール コミッションは、あらゆる世界的なCVの3%のプールから四半期ごとに支払われるコミッションです。グローバル ボーナスプールは、四半期（暦日）終了後の月に、プレミア セレクト以上として当該四半期の間、毎月資格を有してい

た会員に支払われます。グローバル ボーナスプールの四半期の支払い額は、資格のあるプレミア会員からの当該四半期の該当 GV3、GV6、GV9（ユニレベル コンプレッションの対象となるグループ ボリューム）を加算して計算され、合計プール ボリュームを出します。資格のあるプレミア会員に割り当てられるプールの割合は、それぞれの会員からの当該四半期の合計 GV3、GV6、または GV9 のボリュームをプールの合計プール ボリュームで割ったものです。この割合をグローバル ボーナスプールの合計金額で乗じると、当該会員のグローバル ボーナスプール コミッション金額が出ます。

- B. グローバル ボーナスプールの参加資格を得るには、プレミア ランクで以下が必要になります。
1. **プレミア**：セレクトのステータスを得て、対象四半期の間は毎月、最低 US\$2,500（またはこれに相当する金額）のユニレベル コミッションを獲得。プールへの割り当て基準値は GV3。
 2. **100K プレミア**：セレクトのステータスを得て、対象四半期の間は毎月、最低 US\$5,000（またはこれに相当する金額）のユニレベル コミッションを獲得。プールへの割り当て基準値は GV6。
 3. **200K プレミア**：セレクトのステータスを得て、対象四半期の間は毎月、最低 US\$10,000（またはこれに相当する金額）のユニレベル コミッションを獲得。プールへの割り当て基準値は GV9。
 4. **500K プレミア**：セレクトのステータスを得て、対象四半期の間は毎月、最低 US \$10,000（またはこれに相当する金額）のユニレベル コミッションを獲得。プールへの割り当て基準値は GV9 に基づきます。
 5. **クァンタムプレミア**：セレクトのステータスを得て、対象四半期の間は毎月、最低 US\$10,000（またはこれに相当する金額）のユニレベル コミッションを獲得。プールへの割り当て基準値は GV9 に基づきます。
 6. **X1 プレミア**：セレクトのステータスを得て、対象四半期の間は毎月、最低 US\$10,000（またはこれに相当する金額）のユニレベル コミッションを獲得。プールへの割り当て基準値は GV9 に基づきます。
- C. グローバル ボーナスプールからのコミッションは、指定口座に振り込まれます。

第 6 項 500K ボーナス プール コミッション

- A. 500K ボーナスプールは、四半期ごとにパワースタート コミッションとして支払われた初回注文の世界的な CV 合計の 2%のプールから四半期ごとに支払われるコミッションです。500K ボーナスプールは四半期（暦日）終了後の月に、500K プレミア セレクト以上

として当該四半期の間、毎月資格を得ていた会員に対して支払われます。

- B. 四半期ごとの 500K ボーナスポールの支払額は、資格のある 500K プレミア セレクト会員以上からの当該四半期（暦日）の該当 GV6 を加算して計算され、合計プール ボリュームを出します。資格のある 500K プレミア セレクト会員に割り当てられる合計プール ボリュームの割合は、会員の割り当て基準値である GV6 を合計プール ボリュームで割ったものです。この割合に 500K プールの合計金額を乗じると、当該会員の 500K ボーナスポール コミッション金額が出ます。
- C. 500K ボーナスポールに参加するには、会員は以下の要件を満たす必要があります。
 - 1. **500K プレミア セレクト**：対象四半期の間、毎月 500K プレミア セレクトとしての資格。プールへの割り当て基準値は会員の GV6 に基づきます。
 - 2. **クァンタム プレミア セレクト**：対象四半期の間、毎月 500K プレミア セレクト以上の資格。プールへの割り当て基準値は会員の GV6 に基づきます。
 - 3. **X1 プレミア セレクト**：対象四半期の間、毎月 500K プレミア セレクト以上の資格。プールへの割り当て基準値は会員の GV6 に基づきます。
- D. 500K ボーナスポールから支払われるコミッションはユニレベル コミッションに含まれます。
- E. 500K ボーナスポールの資格を得た会員がいない場合、プール金額は当該四半期のグローバル ボーナスポールに加算されます。

第 7 項 小売販売コミッション

- A. 会員は以下のいずれか、または両方を行うことにより小売販売コミッションを得ることができます。
 - 1. 会員価格で会社から製品を購入して顧客に再販する。
 - 2. 会社のリテール カスタマー プログラムを使って製品を購入するよう顧客に指示する。
- B. 会社は、会員が会社のリテール カスタマー プログラムに紹介した顧客へのあらゆる製品の販売に対してリテール（小売販売）コミッションを支払います。さらに、ユニレベル コミッションを計算する際、このような販売から生じた CV は、紹介した第 1 レベルとして扱われます。リテール（小売販売）コミッションは、製品の小売価格と会員価格との差から手数料を差し引いたものです。
- C. 小売販売コミッションはユニレベル コミッションとして振り込まれます。

第 8 項 報奨旅行と表彰

- A. 会社は時折、資格のある会員に報奨旅行やその他の表彰を提供することがあります。このような表彰や旅行は、タイトルと会員の高い業績に基づくもので、対象会員の「会員登録申請書」に掲載されている人物に対してのみ提供されます。当該人物 2 人までの飛行機代と 1 部屋のホテル宿泊費が含まれます。報奨旅行や表彰は将来受け取ることはできず、現金としての価値はありません。報奨旅行に行けない、または行かない、あるいは賞を受け取れない、または受け取らない個人や法人に対して支払いが行われたりクレジットが与えられたりすることはありません。
- B. 会社は報奨旅行などの費用の一部または全額を支払いますが、会員は旅行に関連して会員やそのゲストが負傷した場合には会社を免責することに同意します。会員は、会員やそのゲストの負傷に関わるコストや費用を得るために会社の保険を請求したり、これに依存したりすることはできません。
- C. 会社は法律により、報奨旅行や賞などの公正な市場価額を会員の年度末納税申告書に含むよう求められることがあります。会員は該当する税金を支払う責任を負っており、このような報奨旅行や表彰に関わる納税責任の請求から会社を免責することに合意します。
- D. 会員がこのような報奨旅行や表彰の資格を得る上で誤った説明を行ったり、『方針と手順』の規定に違反していたりしたことが判明した場合、会社は、会社が支払った費用や会員が受け取った利益について会員に請求することができます。

第 9 項 用語の定義

以下に定義されている用語はマーケティング プラン全体で適用されません。

500K ボーナスプール	パワースタート コミッションの対象となる初回注文からの世界的な CV 合計の 2%のプールから 500K プレミア セレクト以上の資格がある会員に支払われるコミッション。
自動配送プログラム (ADP)	この用語の定義については本規約の補足 A を参照。
コミッション 支払い対象 ボリューム (CV)	特定の市場でコミッション支払いの対象となるボリュームの実際の量。
会社	この用語の定義については本規約の補足 A を参照。

マーケティング プラン	この用語の定義については本規約の補足 A を参照。
会員契約	この用語の定義については本規約の補足 A を参照。
顧客	この用語の定義については本規約の補足 A を参照。
会員	この用語の定義については本規約の補足 A を参照。
会員登録申請書	この用語の定義については本規約の補足 A を参照。
会員資格	この用語の定義については本規約の補足 A を参照。
ダウンライン	この用語の定義については本規約の補足 A を参照。
フロントライン	この用語の定義については本規約の補足 A を参照。
グローバル ボーナスプール	世界的な CV 合計の 3% から成るコミッションの プールで、資格のあるプレミア セレクト以上の 会員に支払われます。
グループ ボリューム (GV)	会員およびそのダウンラインが購入した製品の ボリューム合計。
GV3、GV6、 GV9	プレイスメント ツリーの 1 - 3 レベル (GV3)、 1 - 6 レベル (GV6)、1 - 9 レベル (GV9) における支払いラインの GV 総計。
初回注文	CV を伴う会員の最初の製品注文で、単一の住所 に発送されるもの。登録日の 30 日以内であれば、 注文の CV はパワースタート コミッションとし て支払われます。
ペイライン	ユニレベル コンプレッションまたはパワース タート コンプレッションに基づいてコミッシ ョンの対象となるダウンラインの会員。
個人または法人	この用語の定義については本規約の補足 A を参照。
個人ボリューム (PV)	再販用または会員の消費用に購入された製品の ボリューム。
プレイスメント	この用語の定義については本規約の補足 A を参照。
プレイスメント ツリー	プレイスメントによって生じる会員資格の系統 的なネットワーク。ユニレベル コミッションは、 プレイスメント ツリーの構造に基づいて計算さ れます。
パワースタート コミッション	特定の週にスポンサー ツリーの初回注文の CV から計算されるコミッション。

パワースタート コンプレッション	パワースタートコミッションを計算する際にスポンサー ツリーで資格のない会員を飛び越えて、資格のあるアップライン スポンサーとつなぐプロセス。
プレミア	マーケティングプランの第 2 項で定義されているランク。また、プレミアから X1 のランクで使用されるタイトル。
製品	この用語の定義については本規約の補足 A を参照。
ランク	この用語の定義については本規約の補足 A を参照。
小売販売	この用語の定義については本規約の補足 A を参照。
セレクト	四半期内の連続した 3 ヶ月間、プレミア以上のランクの資格を得ること。セレクトのステータスは、当該四半期に達成された最低ランクに適用されます。
スポンサー	この用語の定義については本規約の補足 A を参照。
スポンサー ツリー	スポンサー活動によって生じた会員のみの系列的なネットワーク。パワースタート コミッションはスポンサー ツリーの毎週の CV から計算されます。
スポンサー コンプレッション	以下のようにスポンサー ツリーから支払い額を計算するために使用するプロセス。特定の月にフロントラインが製品を注文しなかった場合、このプロセスでは注文しなかった会員のフロントラインを最高ランクの会員とみなし、当該会員を昇進させて、注文しなかった会員のレベルに配置します。このプロセスは、ツリーの最下部から上に向けて連続して発生します。しかし、当該会員がどこかの段階で最高ランクの会員とみなされ、スポンサーに資格が与えられた場合、そこで当該会員に対するこの行為は終了します。
合理化 コンプレッション	パワースタート コミッション、ユニレベル コンプレッション、スポンサー コンプレッションを指します。
タイトル	この用語の定義については本規約の補足 A を参照。
ユニレベル	会員のプレイスメント ツリーで CV から計算するコミッション。

ユニレベル コンプレッション	ランクに基づき、CVが不足しているか、次のユニレベル コミッションのレベルに移る資格のないプレイズメント ツリーの会員を飛び越えて、資格のあるアップライン会員につなぐプロセス。
アップライン	この用語の定義については本規約の補足 A を参照。
ボリューム	この用語の定義については本規約の補足 A を参照。
会員価格	この用語の定義については本規約の補足 A を参照。

カスタマーサービス〈登録・注文受付〉

TEL フリー
ダイヤル **0120-72-3535** [月～金 10:00～18:00 / 祝日は除く]

FAX フリー
ファックス **0120-94-8535** [24時間受付]

XANGO®

株式会社 ザンゴ ジャパン

〒102-0094 東京都千代田区紀尾井町4番5号 紀尾井町ケルトンビル6階

www.xango.co.jp