



amare[®]

ポリシーマニュアル



第4版

目次

1.0	ビジネス倫理.....	5
1.1	契約	5
1.2	契約および適用法の順守	5
1.3	ブランドパートナーの活動	5
2.0	定義.....	6
3.0	倫理.....	7
3.1	倫理規定.....	7
3.2	否定的なコメント / 誹謗中傷の禁止	8
4.0	アマーレグローバルブランドパートナーになるには	8
4.1	基本的な考え方	8
4.2	ブランドパートナーとして新規登録する	9
4.3	認められた権利	9
4.4	ID番号	9
4.5	契約の期間と更新	10
4.6	事業体	10
4.7	アマーレグローバルビジネスの受益権	10
4.8	独立請負人としての地位；訴訟に対する補償	11
4.9	世帯員または関係者の行動	12
4.10	法律および条例の順守	12
4.11	適用される所得税法の順守	12
4.12	表彰	12
5.0	ブランドパートナーの責任	13
5.1	トレーニングとリーダーシップ	13
5.2	正確な住所	13
5.3	正しい情報の維持管理	13
5.4	スポンサーシップ	13
5.5	クロススポンサーの禁止	14
5.6	非倫理的なスポンサー活動の禁止	14
5.7	勧誘の禁止	15
5.8	競合する製品とオポチュニティ	15
5.9	会社が利用できる差止救済措置	16
5.10	報酬プランにもとづく売上要件	16
6.0	製品に関する主張	17
6.1	ガイドライン	17
7.0	注文.....	17
7.1	一般的な注文ポリシー	17
7.2	ボーナスでの購入の禁止	18
7.3	不十分な資金	18
7.4	消費税の支払い義務	19
8.0	返品ポリシー	19
8.1	アマーレ 満足保証	19
8.2	返品手続き	20
8.3	ブランドパートナーの契約破棄による製品の返品	21
8.4	製品パックの再販制限.....	22



8.5	領収書の提出義務	22
8.6	注文番号の保持義務	22
8.7	破損または誤配送された製品の返品	22
8.8	払い戻しの選択肢	22
9.0	アマーレグローバル オポチュニティ	22
9.1	アマーレグローバル オポチュニティのプレゼンテーション — 収入の開示	22
9.2	アマーレグローバル報酬プランの順守	24
9.3	登録のみの報酬	24
9.4	報酬の保証	24
10.0	特別プログラム	24
10.1	特別ボーナスおよびプロモーション	24
10.2	特別プログラムの悪用	24
11.0	コミッション&ボーナスの支払い	25
11.1	ボーナス&コミッション獲得要件	24
11.2	コミッション計算と不一致の報告	25
11.3	期間ごとのボーナスへの組み入れ	25
11.4	アマーレクレジットの償還	25
11.5	返品された製品のボーナス、コミッション、またはボリュームへの調整	25
11.6	返品されたボーナス小切手の手数料	26
11.7	書類の保存義務	26
11.8	誤記または疑問点	26
12.0	広告、プロモーション資料、社名および商標の使用	27
12.1	アマーレグローバル知的財産権	27
12.2	会社名、商標、および保護された資料の使用	27
12.3	製品の再ラベリングおよび再包装の禁止	28
12.4	販売店、サービス関連施設および商業販売	28
12.5	広告およびプロモーション資料	29
12.6	肖像権の放棄	30
12.7	メディアおよびメディアからの問い合わせ	30
12.8	テレマーケティング - 制限事項	31
12.9	ファックスおよびEメール - 制限事項	31
12.10	展示会およびその他の販売フォーラム	32
12.11	インターネットおよび第三者ウェブサイトの制限	33
12.12	ソーシャルメディアの制限	34
12.13	その他広告に関する規定	35
13.0	海外マーケティング	36
13.1	海外マーケティングに関する方針	36
14.0	ブランドパートナーの事業変更	37
14.1	ブランドパートナー契約情報の変更	37
14.2	プレイスメント	37
14.3	スポンサーの変更	37
14.4	ブランドパートナーの紹介者の変更	38
14.5	組織の変更	38
14.6	所有権の売却、譲渡または委任	39
14.7	ブランドパートナーの離婚	39

14.8	事業体の解散	40
14.9	後継者 - ブランドパートナーの死亡または能力喪失	40
15.0	プライバシーポリシー	41
15.1	はじめに	41
15.2	プライバシーへの期待	41
15.3	従業員による情報へのアクセス	42
15.4	アカウント情報開示の制限	42
15.5	ブランドパートナーのプライバシー保護義務	42
16.0	独占情報および企業秘密	42
16.1	ビジネスレポート、リストおよび専有情報	42
16.2	秘密保持義務	42
16.3	違反および救済	43
16.4	レポートの返却または破棄	43
17.0	懲戒処分および契約の取り消しまたは解除	43
17.1	懲戒処分	43
17.2	契約の取り消しまたは解除	44
18.0	紛争解決	46
18.1	仲裁	46
19.0	その他の事項	48
19.1	分離可能性	48
19.2	権利放棄	48
19.3	後継者および譲受人	48
19.4	準拠法	49
19.5	変更、修正、訂正	49
19.6	遅延	49
19.7	発効日	49

※本文の中でのドル表記に関しては算定された為替での計算となります。

1.0 ビジネス倫理

1.1 契約

- A. アマーレグローバルポリシーマニュアル（以下、本マニュアル）はブランドパートナー契約書（日本ではブランドパートナー資格取得申請書）の諸条件に組み込まれ、その一部となります。本マニュアル、ブランドパートナー契約書、アマーレプライバシーポリシーおよびアマーレグローバル報酬プランは、アマーレグローバル（以下、アマーレグローバルまたは当社）とブランドパートナーとの間の完全な合意（以下、契約）を構成します。本契約またはその一部は、本契約の規定に従って当社が変更することができます。

1.2 契約および適用法の順守

- A. アマーレグローバルブランドパートナーは、本契約（本契約の定めるところにより随時変更される条項を含む）および適用される日本の法律、地域の法律、規制、条例を順守する必要があります。
- B. アマーレグローバルブランドパートナーは、本マニュアルの情報を熟読する必要があります。ポリシーやルールに関して質問がある場合、ブランドパートナーは、スポンサーまたは他のアップラインのブランドパートナーに問い合わせることをお勧めします。さらに明確な説明が必要な場合は、アマーレグローバルコンプライアンス部（compliance@amare.com）までお問い合わせください。

1.3 ブランドパートナーの活動

- A. ブランドパートナーは、アマーレグローバルとその製品の評判を守り、かつ促進し、違法または欺瞞的、誤解を招く、非倫理的、不道德な行為や慣行を避けることに同意します。ブランドパートナーは、個人および職業上の行動において高い道徳性を示し、当社の信用や評判を損なう行為に関与しないことに同意します。本規定に反するすべての不正行為を特定することは不可能ですが、ブランドパートナーは以下の事項に同意するものとします。
- I. 正確かつプロフェッショナルな方法で、アマーレグローバルのオポチュニティと製品を紹介する。
 - II. 完全かつ正確な方法で報酬プランと返品規定を提示する。
 - III. 下記のセクション6で認められている場合を除き、製品に関する主張を行わない。
 - IV. 虚偽または誤解を招くような収入に関する主張を行わない。
 - V. ダウンラインのブランドパートナーやカスタマーにサポートやトレーニングを提供するための合理的な努力をする。
 - VI. クロスラインスポンサーおよび非倫理的な商習慣に関与しない。
 - VII. 他のダウンラインとの干渉を避けながら、ダウンラインのブランドパートナーやカスタマーに積極的な指導とトレーニングを行う。ブランドパートナーは、ブランドパートナーまたはカスタマーのアップラインリーダーの同意を得ずに、別の組織のブランドパートナーまたはカスタマーに系列を超えてトレーニングを提供することは推奨されません。
 - VIII. アマーレグローバルビジネスオポチュニティの一貫性を支持、保護、擁護する。
 - IX. ブランドパートナー契約書および要求された補足書類を正確に記入し、適時に提出する。

2.0 定義

アクティブカスタマー：過去12ヵ月にアマーレグローバルの製品を購入したカスタマー。

契約：契約書面、ブランドパートナー契約書、アマーレグローバル ポリシーマニュアル、アマーレグローバルプライバシーポリシー、アマーレグローバル報酬プランを含む、アマーレグローバルとブランドパートナーとの間の契約。これらの文書を総称して「契約」と呼びます。

年会費：ブランドパートナーが、毎年の登録日にメンバーシップを更新するために支払う必要がある費用。（日本では適用されません。）

ブランドパートナー：本契約にもとづき、独立請負業者としてアマーレグローバルのオポチュニティに参加する個人または法人。ブランドパートナーのみが、他のブランドパートナーをスポンサーし、アマーレグローバル報酬プランに参加する権利を有します。

解約：ブランドパートナーの事業を終了すること。解約は、自発的、強制的または更新の不履行によって発生します。

報酬プラン：ブランドパートナーがコミッションやボーナスを得る方法を説明するためのガイドラインと関連文献。

再販可能製品：以下の各要素を満たす場合、製品は「再販可能」とみなされます。(i) 未開封かつ未使用であること。(ii) もとの包装および表示が変更または破損されていないこと。(iii) 当該製品を正価で販売することが商業上合理的な状態にあること。(iv) 製品に最新のアマーレグローバルのラベルが含まれていること。販売時に返品不可、製造中止、または期間限定であることが明記されている製品は、「再販可能製品」ではありません。

カスタマー：アマーレグローバルの製品を購入し、ブランドパートナーとして登録していない人。カスタマーはスポンサー（ダウンラインを構築）することはできず、コミッションを受け取ることもできません。

会員資格：カスタマーに対してアマーレグローバルの製品およびサービスの購入を促進し、ダウンライン組織を構築し、ブランドパートナー向けのプロモーションおよびプログラムに参加できるアマーレグローバルブランドパートナーにだけ認められたビジネス資格。

フロントライン：紹介者のダウンラインのレベル1において紹介者の直下に配置されたカスタマーまたはブランドパートナー。

レベル：組織内のブランドパートナーの階層。あなたが直接紹介したブランドパートナーは、あなたのレベル1（フロントライン）となります。レベル1のブランドパートナーが紹介したブランドパートナーはあなたのレベル2ブランドパートナーとなり、レベル2のブランドパートナーが紹介したブランドパートナーはレベル3となります。

スポンサーシップライン（LOS）：アマーレグローバルが作成する、ブランドパートナーの個人情報および売上情報、グループの活動状況などに関連した重要なデータを含むレポート。このレポートには、アマーレグローバルが所有する機密情報および企業秘密情報が含まれています。

組織：ブランドパートナーの下に登録されているカスタマーおよびブランドパートナー。

アマーレグローバル公式資料：アマーレグローバルが開発、印刷、発行、配布するあらゆる形式の文献、オーディオ、ビデオ、その他の印刷物、デジタル資料、オンライン資料。

プレイスメント：組織内のブランドパートナーの配置場所。

他のビジネスへの勧誘：アマーレグローバルの利益相反対策として、「勧誘」とは他のアマーレグローバルブランドパートナーまたはカスタマーを他のマルチレベルマーケティング、ネットワークマーケティング、またはダイレクトセールスに、直接的、間接的または第三者を通じて、実際に勧誘すること、または何らかの形で影響を及ぼそうとする行為を意味します。

複製ウェブサイト：ブランドパートナーがカスタマーおよび他のブランドパートナーにアマーレグローバルの製品およびサービスを販売しスポンサーするために、アマーレグローバルが提供するウェブサイト。

スポンサー：カスタマーまたは他のブランドパートナーを直接紹介し、ブランドパートナー契約書にスポンサーとして記載されるブランドパートナー。他の人にアマーレグローバルを直接紹介し、ブランドパートナーとしてトレーニングを提供する活動を「スポンサリング」と呼びます。スポンサーは「エンローラー（紹介者）」とも呼ばれます。

アップライン：アマーレグローバルのスポンサー系列において、特定のブランドパートナーの上位に位置するブランドパートナーのこと。アップラインは、ブランドパートナーとアマーレグローバルを結ぶスポンサーのつながりを意味します。

3.0 倫理

3.1 倫理規定

A. アマーレグローバルは、ブランドパートナーに対し、最高水準の倫理的行動規範に則り、ともに働くすべての人に対して敬意を払うことを期待し、それを求めます。

アマーレグローバルおよびその製品を紹介する際、ブランドパートナーはこれらの倫理的行動に従います。アマーレグローバルの倫理規定は以下のとおりです。

- I. アマーレグローバルのブランドパートナーは、人種、性別、社会的階級、宗教に関係なく、アマーレグローバルに関わるすべての人に対して、公正さ、寛容さを示し、敬意を払い、チームワークや良好なモラル、コミュニティ精神などの「ポジティブな雰囲気」を醸成していきます。
- II. アマーレグローバルのブランドパートナーは、アマーレグローバルの大切な、かつ実りある経験を提供するために、すべての人を支援し、激励します。
- III. ブランドパートナーは、アップラインおよびダウンラインのブランドパートナーの状況を含め、ビジネス上の問題を解決するため、臨機応変かつ繊細に、良心にもとづき行動し、新たな問題を引き起こさないよう心掛けます。
- IV. アマーレグローバルのブランドパートナーは、正直かつ責任あるプロフェッショナルな態度でビジネスを行い、誠実に行動します。
- V. アマーレグローバルのブランドパートナーは、他者を不当に攻撃したり、誤解させたり、威圧したりする発言をしません。
- VI. ブランドパートナーは、アマーレグローバルおよびアマーレグローバルの役員、従業員、自分自身、または他のブランドパートナーの名誉を傷つけたり、恥をかかせたりする行動や言動をしません。

- VII. ブランドパートナーは、所属する組織またはアマーレグローバルに損失や損害、迷惑をかけません。ブランドパートナーは、いかなる問題にも迅速に対処します。
- VIII. ブランドパートナーは、アマーレグローバルの製品とオポチュニティを正直に伝えます。病気や収入、ビジネスチャンスに関する主張は行いません。収入事例は、随時発表される、アマーレグローバルの収益開示書に記載されています。ブランドパートナーは、報酬プランを正確に伝え、収入について正直に説明します。ブランドパートナー自身の収入を使用して成功の可能性を伝える行為は禁止されています。
- IX. ブランドパートナーは、現行の本契約および本契約およびその他契約文書の将来の改定に従います。

B. アマーレグローバルは、ブランドパートナーの行為がアマーレグローバルまたは他のブランドパートナーに有害、破壊的、または損害を与えると独自の裁量で判断した場合、ブランドパートナーに対して適切な措置を取ることができます。

3.2 否定的なコメント / 誹謗中傷の禁止

A. アマーレグローバルに対して、またはアマーレグローバルのミーティングやイベントにおいて、ブランドパートナーがアマーレグローバルの製品または報酬プランについて否定的かつ中傷的なコメントをすること、またはアマーレグローバルのミーティングやイベントにおいて迷惑行為をすることは、他のアマーレグローバルのブランドパートナーの熱意を削ぐ以外の何の目的もありません。ブランドパートナーは、アマーレグローバル、他のブランドパートナー、アマーレグローバルの製品もしくはサービス、報酬プラン、またはアマーレグローバルの取締役、役員、従業員、製品の供給業者もしくは代理店を中傷してはなりません。本方針の違反は、本マニュアルの重大な違反であり、本マニュアルに規定されている制裁措置の対象となる場合があります。アマーレグローバルに関する苦情、批判、懸念は、コンプライアンス部(compliance@amareglobal.com)までお寄せください。

4.0 アマーレグローバルブランドパートナーになるには

4.1 基本的な考え

ブランドパートナーになるには、以下の条件を満たす必要があります。

- I. 居住する国において成人年齢（日本では20歳以上）に達していること。日本では学生の登録は認められません。
- II. 日本国内に居住または有効な住所を有すること。
- III. 公的本人確認書類を提出すること。
- IV. 適切に記入・署名されたブランドパートナー契約書をアマーレグローバルに提出すること（詳細は「ブランドパートナーとして新規登録する」をご覧ください。電子的に契約書を提出できない場合、申請者は書面にてブランドパートナー契約書を提出することができます。そのような場合、契約書は、契約締結の日付から30日以内に提出されなければなりません）。
- V. アマーレグローバルの従業員、アマーレグローバルの従業員の配偶者、またはアマーレグローバルの従業員と親族関係にあり、アマーレグローバルの従業員と同一世帯に居住していないこと。ただし、アマーレグローバルの人事部およびコンプライアンス部による事前の承認がある場合を除きます。
- VI. ブランドパートナー年会費を支払うこと。（日本は対象外）

4.2 ブランドパートナーとして新規登録する

- A. ブランドパートナーへの登録を検討している人は、スポンサーのウェブサイトまたは当社のウェブサイトから登録することができます。このような場合、アマーレグローバルは、物理的に署名されたブランドパートナー契約書の代わりに、新しいブランドパートナーが契約書の諸条件に同意したことを示す「電子署名」を受理することにより、ウェブ登録およびブランドパートナー契約書を受理します。このような電子署名は、ブランドパートナーとアマーレグローバルとの間の法的拘束力のある合意を構成します。
- B. アマーレグローバルは、いかなるアカウントに対しても、その出所に関わらず、署名入りの書類を要求する権利を保持します。
- C. 要請があった場合、ブランドパートナーは入会后14日以内に署名済みのブランドパートナー契約書をアマーレグローバルまで送付する必要があります。
- D. ブランドパートナー契約書を含むがこれに限定されない、署名された文書は法的拘束力のある契約書であり、署名後にいかなる方法によっても変更、改ざん、または変更してはなりません。事業登録書を含むあらゆる文書に関し、虚偽または誤解を招くような情報、偽造署名、改ざんが文書に署名された後に行われた場合、ブランドパートナーは、会員資格の強制解約を含む制裁を受ける可能性があります。
- E. アマーレグローバルは、提出された申請またはオンライン登録を承認または拒否する権利を保持します。
- F. 不完全、不正確、または詐欺的な申請は、申請時点から無効とみなされます。

4.3 認められた権利

- A. アマーレグローバルは、本契約にもとづき、以下の非独占的権利をブランドパートナーに付与します。
 - I. アマーレグローバルの製品とサービスの購入
 - II. アマーレグローバルの製品およびサービスの販売促進
 - III. アマーレグローバル公式資料で随時発表される、米国およびアマーレグローバルが認定する国において、新しいブランドパートナーおよびカスタマーのスポンサーとなること
 - IV. 条件を満たすことでアマーレグローバル報酬プランに従ってコミッションとボーナスを獲得すること

4.4 ID番号

- A. ブランドパートナーは、ブランドパートナー契約書を提出する際に公的本人確認書類をアマーレグローバルに提出する必要があります。
- B. アマーレグローバルは、公的本人確認書類を提供しない、または虚偽の情報を提供したブランドパートナーに対して、コミッションの支払いを差し止める権利を保持します。ブランドパートナー申請者が外国籍の場合は、アマーレのビジネスを行うことができる在留資格を証明する書類の写しの提出が必要です。また国籍の確認が必要な場合、パスポート等日本国籍を証明できる書類の写しを提出していただくことがあります。
- C. 登録後、アマーレグローバルはブランドパートナーにアマーレグローバルID番号を提供します。この番号は、注文、組織の構築、コミッションとボーナスの追跡に使用されます。

4.5 契約の期間と更新（日本ではA,Bとも適用されません）

- A. 本契約の期間は1年間とし、本契約に定める解約がない限り、年会費の支払いにより毎年自動的に更新されるものとします。
- B. ブランドパートナーは、本契約の締結日までに年会費を支払うことに同意します。ブランドパートナーは、当社との契約を更新するために、当社が登録されたクレジットカードに自動的に課金することを承認します。当社は、年会費を次の製品注文に加算することもできます。

4.6 事業体（日本ではBは適用されません。）

- A. 法人、パートナーシップ、LLC、または信託（以下、総称して事業体）は、アマーレグローバルのブランドパートナーに登録することができます。このブランドパートナーのビジネスおよびポジションは、適切な書類が提出されるまでは暫定的なものとなります。事業体は以下の書類のいずれかを提出しなければなりません。代表者の公的本人確認書類の写し、発行日より3か月以内の登記簿謄本（登記事項証明書）。これらの書類は、ブランドパートナー契約が締結された日から14日以内にアマーレグローバルまで送付されなければなりません。これらの書類が適時に受理されない場合、本契約はアマーレグローバルの選択により解除されることがあります。事業体の登録はオンラインで行うことはできません。
- B. ビジネス申請補遺文書には、株主、メンバー、パートナー、または受託者全員の署名が必要です。事業体の構成員は、アマーレグローバルに対する債務またはその他の義務について連帯して責任を負います。
- C. ブランドパートナーは同スポンサーのもとで、個人からパートナーシップ、LLC、法人、信託、または1つの種類の事業体から別の種類の事業体へステータスを変更することができます。

4.7 アマーレグローバルビジネスの受益権

- A. 本第4.7条に定める場合を除き、ブランドパートナーは、法律上または衡平法上、個人事業主、パートナー、株主、受託者、または受益者として、アマーレグローバルの事業を1つだけ運営、または所有権を持つことができます。いかなる個人も、複数のアマーレグローバルビジネスを有し、運営し、またはこれらから報酬を受領することはできません。以下に定める場合を除き、複数の会員資格から同時に利益を得ることは禁止されています。
- B. 例外的な状況においては、当社の単独かつ排他的な裁量により、個人が複数のアマーレグローバルの事業に対する所有権を持つことが許可される場合があります。これが認められる場合、個々の独立したアマーレグローバル事業体はそれぞれの登記簿謄本に基づき、ビジネスを行う必要があります。
- C. 同じ家族である個人は、それぞれ別のアマーレグローバル・ビジネスに登録し、利益を追求することができます。その場合、家族におけるポジションは、最初に登録した家族メンバーのフロントラインに配置されます。なお、配偶者のアカウントは除外されます。
- D. 個人およびその配偶者は、1つの会員資格として登録する必要があり、元のアカウントが報酬プランに定義されたキャリアランクであるシルバー以上になるまで、追加のブランドパートナーアカウントの受益権を所有することはできません。追加アカウントは、元のアカウントのフロントラインに配置され、元のアカウントとは異なる、有効かつ固有の税務識別番号を持っている必要があります。

- E. カスタマーとして登録している個人は、既存のカスタマーアカウントをブランドパートナーのポジションに変更することができます。ただし、カスタマーアカウントとブランドパートナーのアカウントの両方を持つことは認められません。ブランドパートナーが複数のアカウントまたは重複したアカウントを通じて報酬プランおよびプロモーションを操作しようとしているとアマーレグローバルが独自の裁量で判断した場合、アマーレグローバルは当該ブランドパートナーに対して適切な措置を取ることができます。

4.8 独立請負人としての地位；訴訟に対する補償

- A. ブランドパートナーは独立した契約者であり、フランチャイズやビジネスチャンスの購入者ではありません。従って、ブランドパートナーの成功は、それぞれの独立した営業努力によります。
- B. アマーレグローバルとブランドパートナーとの間の契約は、アマーレグローバルとブランドパートナーとの間に雇用者／被雇用者関係、代理店、パートナーシップ、またはジョイントベンチャーを生み出すものではありません。
- C. ブランドパートナーは、いかなる目的においても、アマーレグローバルの従業員として扱われることはありません。すべてのブランドパートナーは、アマーレグローバルのブランドパートナーとして得たすべての報酬から発生する日本国で決められている税金を支払う責任を負います。ブランドパートナーがアマーレグローバルから受け取るその他の報酬は、適用される米日本国の税法（またはその他の適用される司法管轄区の税法）に準拠します。ブランドパートナーは、アマーレグローバルに代わって、アマーレグローバルをいかなる義務にも拘束したり、約束を交わしたりする明示的または黙示的な権限を有しません。各ブランドパートナーは、事業体の経営者として行動する場合も、個人として代表する場合も、本契約および適用される国や管轄区の法を順守する限り、自らの目標、営業時間、営業および販売方法を自ら定めるものとします。
- D. ブランドパートナーは、アマーレグローバル公式資料に明示的に記載されていないアマーレグローバルの製品、サービスおよび報酬プランに関する口頭および書面によるすべてのコミュニケーションについて責任を負います。ブランドパートナーは、アマーレグローバル、アマーレグローバルの取締役、役員、従業員、製品サプライヤー、および代理人に対し、ブランドパートナーの無許可の表明または行為の結果としてアマーレグローバルが被った判決、民事罰、返金、弁護士費用、裁判費用を含むあらゆる責任からアマーレグローバルを免責し、損害を与えないものとします。本条項の効力は、ブランドパートナー契約の終了後も存続するものとします。
- E. ブランドパートナーは、アマーレグローバルに代わり、またはアマーレグローバルの名義で、債務、経費、義務を取得したり、当座預金口座を作成したりすることはできません。
- F. ブランドパートナーは、アマーレグローバルの事業を運営する上で発生するすべての費用を支払う責任を負います。これらの費用には、旅費、食費、宿泊費、事務費などが含まれますが、これらに限定されません。独立した契約者として、ブランドパートナーは、本契約の条件に従い、アマーレグローバルビジネスの運営を管理します。
- G. ブランドパートナーは従業員ではありません。ただしアマーレグローバルジャパンは国が定めた一定条件に基づいた額のボーナスおよびコミッションが発生したブランドパートナーより日本の税法に従った税金をボーナスおよびコミッションより源泉徴収します。ブランドパートナーは、アマーレグローバルからいかなる種類の労災保険または失業保険給付を受ける権利を有しません。

4.9 世帯員または関係者の行動

- A. ブランドパートナーの近親者が本規約のいずれかの条項に違反する行為を行った場合、当該行為はブランドパートナーによる違反とみなされ、アマーレグローバルは当該ブランドパートナーに対して本規約にもとづく懲戒処分を行うことができます。同様に、法人、パートナーシップ、LLC、信託またはその他の事業体（以下、総称して事業体）に何らかの形で関連する個人が本契約に違反した場合、そのような行為は事業体による違反とみなされ、アマーレグローバルは事業体に対して懲戒処分を行うことができます。同様に、ブランドパートナーが事業体としてアマーレグローバルに登録する場合、事業体の各関連当事者は、個人的かつ個別に本契約の条件に拘束され、これを順守しなければなりません。事業体の各関連当事者は、それぞれ異なるアマーレグローバルの会員資格に対し、共同申請者または受益者となることはできません。

4.10 法律および条例の順守

- A. アマーレグローバルブランドパートナーは、アマーレグローバルの事業を行うにあたり、すべての日本国の法律および地域の法令を順守するものとします。

4.11 適用される所得税法の順守（日本ではA、C、Dは適用されません）

- A. アマーレグローバルは、1年間の収入が600ドル以上、再販目的で5,000ドル以上のアマーレグローバル製品を購入、または600ドル以上の旅行、賞品、アワードを受け取った米国のブランドパートナーにIRS様式1099 NEC（非従業員報酬）を自動的に提供します。収益および購入額が上記に満たない場合、IRS様式はブランドパートナーの要請があった場合のみ送付され、アマーレグローバルは最低20ドルの手数料を請求することがあります。ブランドパートナーは、アマーレグローバルから提供されるこれらの旅行、賞品、またはアワードに関する税金の支払いについて責任を負います。
- B. ブランドパートナーは、独立した事業者として発生した所得にかかるすべての日本の国税、および地方税について単独で責任を負い、これを支払うことに同意し、さらに当該税額を期限内に支払わなかった場合、アマーレグローバルを免責することに同意するものとします。
- C. ブランドパートナーは、1暦年内に600ドルを超えるボーナス、コミッションまたは賞を得た場合、IRS様式W-9またはW-8BENを提出する義務があります。適切な書類の提出がない場合、アマーレグローバルはコミッションを差し止める権利を保持します。
- D. ブランドパートナーの事業が非課税である場合、書面にて連邦納税者番号をアマーレグローバルに提供する必要があります。
- E. アマーレグローバルは、すべてのブランドパートナーに対し、それぞれのビジネスについて税務アドバイザーに相談することを推奨しています。ブランドパートナーは、アマーレグローバルがいかなる種類の税務または会計に関する専門的なアドバイスも提供できないことを認めます。

4.12 表彰

- A. アマーレグローバルは、随時、基準および要件にもとづいてブランドパートナーを表彰することがあります。表彰は特定のイベントやコンベンション、出版物、雑誌などで行われることがあります。アマーレ報酬プランに定義されているブランドパートナーの表彰ランクは、通常、直近12か月のうち1回以上そのランクを達成した場合に使用されます。新たなランクアップはこの条件の対象外です。

5.0 ブランドパートナーの責任

5.1 トレーニングとリーダーシップ

- A. ブランドパートナーは、紹介者、スポンサーまたはリーダーとして成功するために、以下の責任を果たす必要があります。
 - I. 自身の組織にトレーニング、指導、励まし、サポートを提供する。
 - II. 組織のメンバーと連絡を取り、効果的なコミュニケーションを図る。コミュニケーションの例には、ニュースレターや手紙、電話、面会、チームコール、ボイスメール、Eメール、個別ミーティング、アマーレグローバルのミーティングやトレーニングへの同行、その他関連業務が含まれますが、これらに限定されるものではありません。
 - III. 新しいブランドパートナーのモチベーションを高め、製品とサービス、効果的な販売テクニック、アマーレグローバルの報酬プラン、契約の順守についてトレーニングを提供する。
 - IV. 要請に応じて、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証明する書類をアマーレグローバルに提出する。
- B. アマーレグローバルにおいて、製品の小売販売は必須の活動であり、すべてのスポンシング活動およびトレーニングで強調されなければなりません。

5.2 正確な住所

- A. 注文を行うにあたり、ブランドパートナーはアマーレグローバルに正確な発送先住所が登録されているか確認する責任があります。
- B. ブランドパートナーは、アマーレグローバルが住所変更の通知を受領した後、手続きに相応の時間（30日を超えない範囲）を要する場合があることを認識します。
- C. 配送先住所の誤りによる返送が発生した場合、ブランドパートナーは1,050円（税込）の再送料を請求されます。

5.3 正しい情報の維持管理

- A. ブランドパートナーは、個人情報に変更があった場合、アマーレグローバルに通知し、最新の情報を登録する必要があります。

5.4 スポンサーシップ

- A. 紹介者とは、ブランドパートナーやカスタマーにアマーレグローバルを紹介し、登録を完了させ、ダウンラインのサポートやトレーニングを行う人のことです。
- B. アマーレグローバルは、紹介者を以下の順で認識します。
 - I. 物理的に署名されたアマーレグローバルブランドパートナー契約書。
 - II. アマーレグローバル日本のウェブサイトまたはアマーレグローバルブランドパートナーの複製ウェブサイトで電子的に署名されたブランドパートナー契約書。

- C 電話や他の個人の署名（スポンサー、配偶者、親族、または友人）の表記があるブランドパートナー契約書は無効であり、アマーレグローバルはこれを受理しません。
- D 有効な会員資格を持つブランドパートナーは、他の人にアマーレグローバルを紹介し、登録させる権利を有します。スポンサー活動をしていると、複数のブランドパートナーが同じ新規見込みの方にアプローチする場面があります。その場合、アマーレグローバルの製品またはオポチュニティについて全般的な紹介を行った最初のブランドパートナーが新規見込みの方のスポンサーとなることが一般的な礼儀となっています。しかしながら、アマーレグローバルは、最終的にスポンサーを選択する権利は新規見込みの方にあることを認識しています。
- E ブランドパートナーは、アマーレグローバルが許可した市場および国においてのみ、他のブランドパートナーを登録またはスポンサーする権利を有します。
- F 保護された新規見込み者とは、アマーレグローバルのイベントまたはカンファレンスコールに出席したアマーレグローバルのブランドパートナーまたはカスタマーのゲストです。同じイベントに参加した他のブランドパートナーは、イベント後60日間、保護された新規見込み者を勧誘したり、スポンサーになったりすることはできません。アマーレグローバルのイベントは以下のように定義されます。
 - I. アマーレグローバルのトレーニング
 - II. カンファレンスコール
 - III. フライインミーティング
 - IV. アマーレグローバル、ブランドパートナー、カスタマーまたはアマーレグローバルが指定する代理店またはエージェンシーが主催するか否かを問わず、自宅でのプレゼンテーションを含むがこれらに限定されないプレゼンテーション全般。

5.5 クロススポンサーの禁止

- A. クロススポンサーは禁止されています。「クロススポンサー」とは、現在アマーレグローバルとカスタマー契約またはブランドパートナー契約を結んでいる個人または事業体、または過去6か月以内（元ブランドパートナーがゴールドのランク以上にある場合は12か月以内）にそのような契約を結んでいた個人または事業体が別のスポンサー系列に登録することを指します。クロススポンサーがアマーレグローバルによって確認された場合、ブランドパートナーのポジションの剥奪を含む制裁が課される場合があります。
- B. 本規定は、本マニュアルに定める「アマーレグローバル売却・譲渡ポリシー」にもとづいたアマーレグローバルのビジネスの譲渡を禁止するものではありません。

5.6 非倫理的なスポンサー活動の禁止

- A. 非倫理的なスポンサー活動には、個人または法人を勧誘する際、不公正または詐欺的、欺瞞的な行為や慣行に関与したり、談合したりすることに加え、他のブランドパートナーから不公正または詐欺的、欺瞞的に新規見込み者または新しいブランドパートナーを獲得しようとする活動が含まれますが、これらに限定されません。
- B. 非倫理的なスポンサーの申し立ては、登録後90日以内にアマーレグローバルコンプライアンス部に書面で報告しなければなりません。報告が立証された場合、アマーレグローバルは、そのブランドパートナーまたはブランドパートナーのダウンラインを、現在のアップラインスポンサーまたはプレイスメントブランドパートナーの承認を得ることなく、他のスポンサーまたはプレイスメント、組織に移動させることができます。そのような場合、最終的な決定権はアマーレグローバルが有します。

- C アマーレグローバルは「スタッキング」行為を禁止しています。「スタッキング」とは、不当な方法でダウンラインのブランドパートナーからコミッションを引き出したり、ランクアップしたりするためにアマーレグローバル報酬システムおよびマーケティングプランを不正に操作する行為を指します。スタッキングの例として、条件を達成していないにもかかわらずコミッションを得ることを目的に、スポンサーがメンバーをアクティブでないダウンラインの下に配置することが挙げられます。スタッキングは非倫理的かつ容認できない行為であり、直接的な関与が確認されたすべての個人または事業体は、独立した事業者としてのポジションの解除を含む処罰の対象となります。
- D ブランドパートナーが、アマーレグローバルの製品およびサービスを販売または流通させるために、他のダイレクトセールス会社のメンバーの勧誘に関与した場合、ブランドパートナーはそのダイレクトセールス会社から訴えられるリスクを負います。他社の販売員または顧客に対して不適切な勧誘活動を行ったとしてブランドパートナーに訴訟、仲裁または調停が提起された場合、アマーレグローバルは、そのブランドパートナーの弁護士費用または弁護士費用を一切支払わず、判決、裁定または和解についてブランドパートナーを補償することはありません。ブランドパートナーは、他のダイレクトセールス会社の方針および手順を理解する責任を負うものとします。
- E 配偶者または親族の名前、商号、屋号、会社名、パートナーシップ名、信託名、または架空のID番号を不正に使用し、本契約または本契約で特定される規定を回避することは禁止されています。

5.7 勧誘の禁止

- A. アマーレグローバルのブランドパートナーは、いつでも他のダイレクトセールス、マルチレベル、ネットワークマーケティングまたはリレーションシップマーケティングのオポチュニティに参加することができます。ただし、本契約の期間中およびその後1年間、アマーレグローバルブランドパートナーは他のブランドパートナーまたはカスタマーを他のダイレクトセールスまたはネットワークマーケティング事業に勧誘することはできません。なお、そのブランドパートナーまたはカスタマーが当該ブランドパートナーによって直接スポンサーされた場合は除きます。
- B. 「リクルート」とは、（直接または第三者を介して）他のダイレクトセールスまたはネットワークマーケティングへの登録または参加を他のブランドパートナーまたはカスタマーに促す努力または実際の試みを指します。または、ブランドパートナーがアマーレ製品またはアマーレのオポチュニティを宣伝する同じウェブページやソーシャルメディアアカウントで別のオポチュニティを宣伝する行為を指します。
- C. 本条項のいかなる違反はアマーレグローバルとブランドパートナーとの間の不合理かつ不当な契約上の干渉となるものであり、アマーレグローバルに回復不能な損害を与えるものです。そのような場合、アマーレグローバルは独自の裁量で、当該ブランドパートナーまたは当該ブランドパートナーのポジションに対して、解除を含む必要かつ適切と考えられる制裁を科すことができるほか、保証金を支払う必要なく即時差止救済を求めることができます。

5.8 競合する製品とオポチュニティ

- A. ブランドパートナーは、アマーレグローバル製品を販売する同じウェブページや広告で、他の製品を宣伝することができます。ただし、同じウェブページや広告でアマーレグローバルの製品に類似する他のマルチレベルマーケティング製品を販売することはできません。また、新規見込み者やブランドパートナーを混乱させたり、アマーレグローバル以外の製品およびサービスとの間に関係があると誤解させたりすることを避けるため、販促資料やウェブサイト、販売会議に他社の製品またはサービスを一緒に表示させたり、同梱したりすることはできません。

- B. 本条項のいかなる違反はアマーレグローバルとブランドパートナーとの間の不合理かつ不当な契約上の干渉となるものであり、アマーレグローバルに回復不能な損害を与えるものです。そのような場合、アマーレグローバルは独自の裁量で、当該ブランドパートナーまたは当該ブランドパートナーのポジションに対して、解除を含む必要かつ適切と考えられる制裁を科すことができるほか、保証金を支払う必要なく即時差止救済を求めることができます。

5.9 会社が利用できる差止救済措置

- A. ブランドパートナーは、セクション5.5（クロススポンサーの禁止）、5.6（非倫理的なスポンサー活動の禁止）、5.7（勧誘の禁止）、または5.8（競合する製品とオポチュニティ）の違反は、アマーレグローバルとブランドパートナーとの契約関係に対する不当かつ不当な干渉であることを認め、これに同意します。
- B. 従って、ブランドパートナーは、セクション5.5～5.8の違反はアマーレグローバルに即時かつ回復不能な損害をもたらすこと、アマーレグローバルへの損害はブランドパートナーが得る可能性のある利益を上回ることを、アマーレグローバルは他の利用可能な救済措置に加えて即時、一時的、予備的、恒久的な差止命令による救済を保証金なしで受ける権利を有すること、そのような差止命令による救済は最後の違反日から最長1年間、契約終了後の期間を超えて行われる可能性があることに同意します。本条項の規定は、本契約の終了後も存続するものとします。本書に記載されているいかなる事項も、秘密情報またはその他の契約条項の違反に対する保護に関連して、アマーレグローバルが追求し得るその他の権利および救済手段を否定するものではありません。

5.10 報酬プランにもとづく売上要件

- A. ブランドパートナーは、アマーレグローバルまたは製品サプライヤーが製品ごとに別途指定しない限り、アマーレグローバル製品を購入し、任意の価格で再販売することができます。アマーレグローバルは希望小売価格を提示します。排他的な所有権は誰にも与えられていません。アマーレグローバルのビジネスにフランチャイズ料は発生しません。
- B. アマーレグローバルのプログラムは最終消費者への販売で成り立っています。アマーレグローバルは、製品の購入に関し、ブランドパートナー本人とその家族が個人的に消費するか、販売ツールとして使用するか、または最終的に消費されることを目的に他者に販売するための在庫として購入することを推奨しています。ブランドパートナーは、他のブランドパートナーに対し、ひと月内で合理的に使用できる量、またはカスタマーに販売できる量を超えて製品を購入するよう働きかけてはいけません。アマーレグローバルでは、ブランドパートナーがカスタマーにアマーレグローバルの製品とサービスを販売することを重視し、奨励しています。ブランドパートナーの成功は、製品のシステム化された販売と、組織内の他のブランドパートナーの製品販売のみによって得られます。
- C. ブランドパートナーは、次の注文を行う前に、当社に発注した注文の少なくとも70%を個人的に使用、販売、またはビジネス構築に使用することを約束し、当社または規制機関から要求された場合は、そのことを証明できなければなりません。ボーナス獲得またはランクアップの目的のみで製品を購入することは禁止されています。アマーレグローバルは、製品の購入が個人使用または販売のためではなく、要件達成のために行われていると独自の裁量により判断した場合、ブランドパートナーの購入量を制限する権利を保持します。アマーレグローバルは、本規則に違反する販売、購入に対して支払われたボーナスまたはコミッションを回収する権利を有します。

6.0 製品に関する主張

6.1 ガイドライン

- A. ブランドパートナーは、アマーレグローバル公式資料またはアマーレグローバル公式ウェブサイトに記載されている主張と一致しない製品に関する主張（体験談を含むがこれに限定されない）を行ってはなりません。いかなる場合においても、ブランドパートナーは、アマーレグローバル製品が疾病や疾患、傷害、その他の病状の診断、治療、治癒、予防に有用であることを表明または暗示してはなりません。
- B. ブランドパートナーは製品の特徴を説明する際、FDA（アメリカ食品医薬品局）の声明を参照してください。「これらの記述は、食品医薬品局によって評価されたものではありません。本製品は、いかなる疾病の診断、治療、治癒、予防を目的としたものではありません。」
- C. 製品が栄養補助食品ではなく医薬品であることを示唆することを避けるため、ブランドパートナーはいかなる製品についても医学的な主張をしたり、いかなる疾患の治療のためにアマーレグローバル製品を処方したりしてはなりません。アマーレグローバル製品を説明する際、治癒または医薬品に関連した主張を行ってははいけません。これらの製品は、特定の疾患や症状の治療に使用される医薬品と比較されるものではありません。
- D. ブランドパートナーは、いかなる製品もFDAの承認を受けていると表明したり、示唆したりしてははいけません。個々の栄養製品はFDAの承認を必要としていません。
- E. ブランドパートナーがアマーレグローバルの製品またはサービスを紹介する際、アマーレグローバルからボーナスおよびコミッションを受け取るブランドパートナーであることを公表しなければなりません。

7.0 注文

7.1 一般的な注文ポリシー

- A. ブランドパートナーになるにあたり、製品を購入する必要はありません。
- B. ブランドパートナーのみがアマーレグローバルの製品を再販できます。
- C. アカウント所有者の書面による許可なく、ブランドパートナーは、他のブランドパートナーまたはカスタマーのクレジットカードまたは当座預金口座を使用して、アマーレグローバルに登録したり、製品またはサービスを購入したりしてはいけません。ブランドパートナーは、アマーレグローバルが参照する必要がある場合に備えて、そのような書類を無期限に保管しなければなりません。
- D. ブランドパートナーは、自身のクレジットカードを使用し、本人以外のアカウントから、他のカスタマーまたはブランドパートナーのために製品を購入してはなりません。その必要がある場合、製品注文を行うカスタマーまたはブランドパートナーはアマーレグローバルから書面による許可を得る必要があります。アマーレグローバルは、書面による許可を得ていない注文を取り消し、その注文から生じるコミッションの没収およびその他の処分を行う場合があります。

- E 無効または不正な支払いによる注文があった場合、アマーレグローバルは、別の支払い方法を得るために、電話、郵便または電子メールによりブランドパートナーに連絡を試みることがあります。これらの試みが10営業日を過ぎても成功しない場合、注文はキャンセルされます。
- F 1回の注文は1,500ドルを超えることはできません。1,500ドルを超える注文は、アマーレグローバルの審査の対象となり、キャンセルされる場合があります。
- G 価格は事前の通知なく変更される場合があります。

7.2 ボーナス購入の禁止

- A. 「ボーナス購入」は厳格かつ絶対に禁止されています。「ボーナス購入」には以下が含まれます：
 - I. 個人または事業体が契約を締結していることを知らずに登録させること。
 - II. 個人または事業体をブランドパートナーまたはカスタマーとして不正に登録すること。
 - III. 実在しない個人または事業体（架空の存在）をブランドパートナーまたはカスタマーとして登録すること、または登録しようとする。
 - IV. コミッションまたはボーナスを得るために、他のブランドパートナーまたはカスタマーの代理として、または他のブランドパートナーまたはカスタマーのID番号の下で製品やサービスを購入すること。
 - V. 1か月間に合理的に使用または転売できない量の製品やサービスを過剰に購入すること。
 - VI. 最終消費者であるカスタマーの善意にもとづく製品またはサービスの購入によらない、ランクアップまたはインセンティブ、特典、コミッション、ボーナスの資格を得るための仕組みまたは策略に関与すること。
- B. アマーレグローバルは、本規則に違反する販売、購入に対して支払われたボーナスまたはコミッションを回収する権利を有します。

7.3 不十分な資金（日本ではA～Cは適用されません。）

- A. 資金不足で返送された小切手はすべて、支払いのために再度提出されます。返送された小切手および資金不足に対し、1回の取引につき 35 ドルの手数料がブランドパートナーまたはカスタマーの口座に請求されます。
- B. NSF（資金不足）小切手または返品小切手手数料、資金不足手数料（ACH）によって、ブランドパートナーまたはカスタマーがアマーレグローバルに支払うべき未払い残高がある場合、その残高はブランドパートナーの将来のボーナスおよびコミッションから差し引かれます。また、アマーレグローバルは、今後の注文の支払い方法をクレジットカードに限定する権利を有します。
- C. ブランドパートナーによって適時に解決されない、ACHまたはクレジットカードの小切手返送または資金不足を伴う取引は、解約の根拠となります。
- D. クレジットカードによる注文または自動引き落としが初回に拒否された場合、カスタマーまたはブランドパートナーは、別の支払い方法について連絡を受けます。2 回目以降も支払いが拒否された場合、そのカスタマーまたはブランドパートナーは、アマーレグローバルの製品またはサービスの購入または毎月の定期注文の利用が不適格とみなされる場合があります。

7.4 消費税の支払い義務（日本ではDは適用されません。）

- A. ブランドパートナーは、アマーレグローバルの製品およびサービスの販売に関するすべての国および地域の税金および規制を順守します。
- B. アマーレグローバルは、ブランドパートナーの注文に対して消費税を預かり、納付します。アマーレグローバルへの注文は、希望小売価格にもとづいて消費税が前払いされます。アマーレグローバルは、適切な国および地方の管轄区域に消費税を納付します。
- C. 製品をより高い価格で販売する場合、発生した消費税についてブランドパートナーは責任を負います。
- D. 消費税の徴収・申告・納付を自ら行うことを希望する場合、ブランドパートナーは自らの方法で再販納税番号を取得し、居住する州で有効な適切な消費税免除申請書をアマーレグローバルに送付することにより、これを行うことができます。アマーレグローバルが適切な書類を受領するまで州消費税は免除されません。アマーレグローバルは、消費税の徴収または納付の不履行によりブランドパートナーに請求されるいかなる責任からも免責されるものとします。
- E. アマーレグローバルは、すべてのブランドパートナーに対し、それぞれのビジネスについて税務アドバイザーに相談することを推奨しています。

8.0 返品ポリシー

8.1 アマーレ満足保証

- A. 製品パックに関して以下に定める場合を除き、アマーレグローバルはすべてのカスタマーおよびブランドパートナーに対して30日間の返品ポリシーを提供します。理由の如何を問わず、カスタマーまたはブランドパートナーがアマーレグローバルの製品に不満を感じた場合、購入者は、購入後30日以内であれば、製品の未使用部分をもとの容器および包装（または空の製品容器）に入れてアマーレグローバルに返品し、交換または購入価格（送料を除く）の払い戻しを受けることができます。有効期限から30日以内にカスタマーおよびブランドパートナーが製品を受領した場合、製品の交換が認められます。別製品への交換は、カスタマーまたはブランドパートナーが同じ製品の別のフレーバーを試したい場合にのみ認められます。
- B. 上記の満足保証は、ブランドパートナーが在庫からカスタマーに販売するアマーレグローバルの製品に適用されます。ブランドパートナーは、購入後30日以内にカスタマーからなされた返金および返品要求に応じる義務があります。カスタマーが製品をブランドパートナーの在庫から直接購入した場合（ブランドパートナーの複製ウェブサイトを経由していない場合）、カスタマーはブランドパートナーに返金を請求することができ、ブランドパートナーは送料を差し引いた購入金額の返金を行わなければなりません。その後、ブランドパートナーは製品をアマーレグローバルに返品し、返金またはクレジット、製品の交換を受けることができます。カスタマーがブランドパートナーの複製ウェブサイトを通じてアマーレグローバルの製品を購入した場合、カスタマーはアマーレグローバルに対して直接返品手続きを開始することができます。
- C. 12ヵ月間のいずれかの期間に、ブランドパートナーが返金を求めてアマーレグローバルに製品を返品し、返金額の合計が500ドルを超えた（上記セクションBに従ったカスタマーの返品を除く）、かかる請求はブランドパートナーの強制的な契約解除となる場合があります。また、返金請求は、以下のセクション8.3に従うものとします（例：返品される製品は、現在市場に流通している状態でなければならず、返金額は送料を除く購入金額の90%を上限とします）。

- D この満足保証は、乱用や誤用によって破損した製品には適用されず、送料は返金されません。さらに、この満足保証は、非公認の再販業者（アマーレグローバルおよび活動中のアマーレグローバルブランドパートナー以外の販売業者）から購入されたアマーレグローバル製品には適用されません。
- E アマーレグローバルの製品パックで購入された個々の製品は、この満足保証では返品できません。カスタマーまたはブランドパートナーが返金を希望する場合、製品パック全体を返送する必要があります。
- F 無料の「購入特典」（GWP）が付属していた製品を返品する場合で、返品後に注文金額がGWPの対象金額を下回った場合、交換したGWPを返品する必要があります。GWPが返品されなかった場合、GWPの時価にもとづく金額が登録されている支払い方法に請求されます。
- G 返品方法および手順については、以下の返品手続き（セクション8.2）を参照してください。

8.2 返品手続き

- A. カスタマーまたはブランドパートナーによる返品は、すべて以下の方法で行うものとします：
 - I. カスタマーサービスに連絡して、アマーレグローバルから返品承諾書（RMA）を入手してください。
 - II. 返品する製品またはサービスに請求書のコピーを添付してください。請求書には、ブランドパートナーID番号、注文番号、RMA、返品理由が記載されていなければなりません。
 - III. RMA発行時にアマーレグローバルカスタマーサービスから提供される住所へ製品を発送してください；
 - IV. 返品はRMAが発行された日から14営業日以内に受領される必要があります。
 - V. 製品は、配送されたときと同じようにメーカーの箱に入れて返送してください。返品にかかる送料は、カスタマーまたはブランドパートナーの負担となります。
 - VI. 返品処理には最大14営業日かかる場合があります。
- B すべての返品は、元払いでアマーレグローバルに発送する必要があります。アマーレグローバルは着払いでの発送を受け付けておりません。返品時の紛失または破損は、カスタマーまたはブランドパートナーのみが負担します。そのため、追跡および保険付きのUPSまたはFedExによる返品製品の配送を推奨します。返送した製品が指定の返品先で受領されなかった場合、カスタマーまたはブランドパートナーの責任において荷物を追跡してください。その場合、クレジットは適用されません。
- C 1 暦年内に返金のリクエストを伴う 500 ドル以上の返品が行われた場合、ブランドパートナー資格の強制解約の理由となる場合があります。
- D 事前の承認なく返品された場合は、返品を受領が拒否され、払い戻しの対象とならない場合があります。また、注文はカスタマーまたはブランドパートナーに返送されない場合があります。
- E 管轄区域によって返品、交換、払い戻しの要件が異なるため、それらの手続きは、適用される法律で義務付けられている場合、上記とは異なる場合があります。返金に関する条件は、適用される法律により決定される場合があります。
- F 配達時に荷物の受け取りが拒否され、アマーレグローバルに返送された場合、アマーレグローバルは再配送手数料1,050円を請求します。

8.3 ブランドパートナーの契約破棄による製品の返品 （日本ではC～Gは適用されません。）

- A. 本契約を解約し、解約日から1年以内にアマーレグローバルから直接購入したすべての製品、キット、セールスツールを再販または使用することができない場合、ブランドパートナーは、それら製品を返品し返金を受けることができます。ブランドパートナーは、自身のブランドパートナーID番号のもとでアマーレグローバルから直接購入し、セクション 2.0に定義されている「再販可能」な状態の製品またはキット、セールスツールのみ返品することができます。
- B. アマーレグローバルが再販可能な製品またはキット、セールスツールを受領した時点で、ブランドパートナーは、当初の購入価格から送料および手数料を差し引いた金額の90%を払い戻しとして受けることができます。クレジットカードでの購入の場合、返金は同じクレジットカード口座に送られます。アマーレグローバルは、ブランドパートナーに支払われる払戻金から、返品された製品に関連してブランドパートナーが受け取ったコミッション、ボーナス、リベート、その他インセンティブを差し引くことができます。
- C. 適用される法律または本マニュアルに定める場合を除き、年会費は本契約の解約時に返金されません。
- D. 入会日から15日以内にブランドパートナー契約をキャンセルしたモンタナ州居住者は、年会費およびプログラム参加のために当該期間内に支払ったその他の対価の全額の返金を要求する権利を有します。
- E. ルイジアナ州、マサチューセッツ州、ワイオミング州の居住者がブランドパートナー契約を解約する場合、書面による解約の要請を受領したアマーレグローバルは、解約日の直前1年間に支払われた年会費の90%を返金します。
- F. メリーランド州に居住するブランドパートナーは、最初に注文した製品またはサービスの受領日から3ヵ月以内であれば、理由を問わず本契約を解除することができます。解約の場合、アマーレグローバルは、初回年会費の返金および製品の買い戻しを行い、返金額および買い戻し価格は、ブランドパートナーが最初に支払った価格の90%以上とします。
- G. プエルトリコ居住者は、登録日から90日以内であればいつでも本契約を取り消すことができます。アマーレグローバルが本契約の必須義務のいずれかを順守せず、製品またはサービスの市場開拓において、ブランドパートナーの利益に悪影響を及ぼすアマーレグローバルの作為または不作為が示された場合、いつでも本契約を取り消すことができます。そのような解約は、書留郵便で書面にてアマーレグローバルに送付されなければなりません。プエルトリコ居住者がこの条件で解約する場合、アマーレグローバルは以下のことを行うものとします。(a) アマーレグローバルから購入した製品のうち、本人が所有し良好な状態にある製品の合計を、当初の価格の90%以上で買い戻すこと。(b) アマーレグローバルから取得したサービス費用の90%以上を解約するブランドパートナーに返金すること。(c) 事業に参加する目的で支払った金額の90%を解約するブランドパートナーに返金すること。
- H. アマーレグローバルは、アマーレグローバルに代わってブランドパートナーのためのセールスツールを作成する第三者ベンダーと提携する場合があります。第三者ベンダーから購入したセールスツールの返品は、その業者の規約に従うものとします。
- I. ブランドパートナーの連絡先情報が埋め込まれている、または打刻されている、またはブランドパートナーによって追加されている印刷物（名刺、パンフレットなど）のカスタム製品は再販可能な状態での返品ができないため、払い戻しはできません。



8.4 製品パックの再販制限

- A. パック内の各製品は、個々の製品に価格が設定されている場合のみ、個別に販売することができます。それ以外の場合、価格が設定されていない製品の個別販売は禁止されています。

8.5 領収書の提出義務

- A. 小売販売を行う場合、ブランドパートナーは、販売取引中に常に、適切に記入されたアマーレグローバル公式領収書を2部カスタマーに提供します。また、ブランドパートナーは、個人的な記録として公式領収書のコピーを保管する必要があります。
- B. 領収書の最初の2枚はカスタマー用です。カスタマーが返金の要請をする場合、カスタマーは2枚目の控えに署名し、返金日の日付を記入し、ブランドパートナーに返送して返金処理を依頼します。3枚目はブランドパートナーの領収書の控えとなります。
- C. ブランドパートナーは、すべての領収書の控えを最低6年間、保管することが義務付けられています。さらに、徴収した消費税の総額を領収書に記載しなければなりません。

8.6 注文番号の保持義務

- A. アマーレグローバルが返品製品のボーナスを正しく回収できるよう、返金を請求する際は注文番号の原本をアマーレグローバルへ提供する必要があります。

8.7 破損または誤配送された製品の返品

- A. カスタマーまたはブランドパートナーが破損した製品または誤った製品を受け取った場合、アマーレグローバルは受領後15日以内に返品された製品を交換します。返品された製品は、可能な限り破損のない製品と交換いたします。交換が不可能な場合、アマーレグローバルは、カスタマーまたはブランドパートナーに対し、交換された製品の合計額のクレジットを発行する権利を有します。

8.8 払い戻しの選択肢

- A. アマーレグローバルは、その裁量により、返品に対する返金方法として、以下のような代替方法を決定する場合があります：（Ⅰ～Ⅲは日本では適用されません）
- I. アマーレ クレジット
 - II. 製品クレジット
 - III. 銀行小切手
 - IV. クレジットカードによる払い戻し、注文本人のボーナス口座への返金
- B. 現地市場の支払い手続きとよとの支払い形態により、実際の払い戻し方法が決定されます。返金の受取人は、最初の支払者のみとなります。

9.0 アマーレグローバルオポチュニティ

9.1 アマーレグローバルオポチュニティのプレゼンテーション — 収入の開示

- A. アマーレグローバル報酬プランまたはオポチュニティを新規見込みのカスタマーおよびブランドパートナーに提示する場合、ブランドパートナーは以下の規定を順守する必要があります。

- I. ブランドパートナーは、報酬プランに関する重要な事実を誤って引用したり、省略したりしてはなりません。
- II. ブランドパートナーは、報酬プランがアマーレグローバル製品およびサービスの販売ならびに他のブランドパートナーへのスポンサー活動にもとづくものであることを明示します。
- III. ブランドパートナーは、成功は個人の努力によってのみ達成できることを明確にする必要があります。
- IV. ブランドパートナーは、収入予測、仮の収入予測、収入の主張、収益の提示、収入に関する体談、または自身のアマーレグローバルの収入の開示（小切手の提示、小切手の控え、銀行取引明細書、納税記録を含むがこれらに限定されない）、または他のブランドパートナーの収入の開示をすることはできません。また、ブランドパートナーは、ライフスタイルに関する収入を主張することはできません。ライフスタイルに関する収入の主張とは、ブランドパートナーがアマーレグローバルのビジネスから得る収入により、贅沢なまたは成功したライフスタイルを享受できることを推測または表明する声明または描写を指します。禁止されているライフスタイルの主張の例としては、以下のような表現が含まれますが、これらに限定されるものではありません。
 - a. ブランドパートナー（またはその配偶者）が仕事を辞めることができた。
 - b. 仕事による収入を補うことができた。
 - c. アマーレグローバルの収入によって子どもの私立学校または大学の教育費を支払うことができた。
 - d. 高価または贅沢な所有物（家、車、宝石、ボート、SUVなど）を手に入れることができた。
 - e. アマーレグローバルの収入によって、エキゾチックで高価な目的地に旅行することができた。上記の収入に関する主張の制限は、対面でのプレゼンテーション、およびソーシャルメディアへの投稿を含む、ブランドパートナーのセールスツールに適用されます。
- V. アマーレグローバルで経済的に成功するにはコミットメントと努力、営業スキルが必要であることを、ブランドパートナーは新規見込み者に明確に伝える必要があります。反対に、勤勉に自己研鑽を積み重ねなければ成功できないという表現を用いてもいけません。この点における誤った説明の例には、以下が含まれますが、これらに限定されるものではありません。
 - a. これはすぐ簡単に使えるシステムだ。
 - b. システムがあなたの代わりに仕事をしてくれる。
 - c. 参加するだけで、波及効果でダウンラインが構築されていく。
 - d. 参加するだけで、私があなたのダウンラインを構築します。
 - e. 会社がすべての作業をあなたに代わってやってくれます。
 - f. 何も売る必要はありません。
 - g. 毎月製品を購入するだけで良いのです。
- VI. ブランドパートナーは、アマーレグローバル公式資料に含まれるものを除き、アマーレグローバルが提供する製品またはサービスに関していかなる主張も行うことはできません。
- VII. ブランドパートナーは、アマーレグローバルが事業を展開していない国において、アマーレグローバル公式資料を使用してアマーレグローバルのオポチュニティを紹介することはできません。

9.2 アマーレグローバル報酬プランの順守

- A. ブランドパートナーは、アマーレグローバル報酬プランの条件を順守しなければなりません。報酬プランからの逸脱は禁止されています。
- B. ブランドパートナーは、アマーレグローバル公式資料で具体的に規定されている以外の他のシステム、プログラムまたはマーケティング方法を通じて、またはそれらと組み合わせて、アマーレグローバルのオポチュニティを提供してはなりません。
- C. ブランドパートナーは、アマーレグローバル公式資料に記載されている報酬プランと異なる方法で、現在または将来の顧客またはブランドパートナーにアマーレグローバルへの参加を要求または推奨してはなりません。
- D. ブランドパートナーは、現在または将来の顧客またはブランドパートナーに対し、アマーレグローバル報酬プランに参加する条件として、個人またはその他の団体から購入すること、または個人またはその他の団体に支払うことを要求または推奨してはなりません。ただし、事業を自然に発展させるために必要な購入や支払いは除きます。

9.3 登録のみの報酬

- A. アマーレグローバル報酬プランは、製品の販売のみに報酬が支払われるように設計されています。ブランドパートナーは、他のブランドパートナーの登録やスポンサーになることで報酬を受け取ることはありません。

9.4 報酬の保証

- A. ブランドパートナーが得る報酬は各人によって大きく異なります。ブランドパートナーの成功は多くの要因によって決まり、それらは一貫性や再現性がなかったりする場合があります。成功は一貫して、各ブランドパートナーの努力にもとづきます。多額の報酬を得るには、時間と努力、覚悟が必要です。経済的な成功や、いかなるレベルの利益も保証されません。ブランドパートナーの多くは、ボーナスの獲得条件を達成できないこともあります。

10.0 特別プログラム

10.1 特別ボーナスおよびプロモーション

- A. アマーレグローバルは、顧客およびブランドパートナーに特別ボーナスまたはプロモーションを告知または提供します。これらのプロモーションは内容によって異なり、詳細はプロモーションごとに公開されます。顧客およびブランドパートナーは、すべてのプロモーションに自動的に参加し、各プロモーションの利用規約に同意します。

10.2 特別プログラムの悪用

- A. ブランドパートナーが、不公平な利益を得ることを目的に特別プログラムを不正に操作し、アマーレグローバルに重大な損害もしくは不利益を与えた場合、当該行為はブランドパートナーによる違反とみなされます。アマーレグローバルは、これらの者に対し、本マニュアルに従って懲戒処分を行うことができます。

11.0 コミッション&ボーナスの支払い

11.1 ボーナス&コミッション獲得要件

- A. ブランドパートナーは、ボーナスとコミッションを受け取る資格を得るために、本契約を順守し、アクティブでなければなりません。ブランドパートナーが本契約の条件を順守している限り、アマーレグローバルは、アマーレグローバル報酬プランに従って、当該ブランドパートナーにコミッションを支払うものとしします。
- B. アマーレグローバルは、記入、署名されたアマーレグローバルブランドパートナー契約書を受領することなく、ブランドパートナーに支払いを行うことはありません。すべてのボーナスは、ブランドパートナー契約書の主たる申請者に支払われます。
- C. アマーレグローバルは、3000円に振込手数料を加えた額を超えるまで、ボーナスとコミッションの支払いを延期する権利を有します。
- D. アマーレグローバルは、コミッションの支払いを処理するために以下の手数料を請求します：
 - ・ 864円: ブランドパートナーの預金口座にボーナスとコミッションを入金するため、電子取引ごとに請求されます。

11.2 コミッション計算と不一致の報告

- A. ブランドパートナーは、毎月の明細書およびボーナス/コミッション報告書を速やかに確認し、不一致があれば受領後30日以内に報告しなければなりません。30日間の「猶予期間」を過ぎた場合、コミッションの再計算に関する追加の要請は受け付けられなくなります。

11.3 期間ごとのボーナスへの組み入れ

- A. ブランドパートナーは、ボーナス期間の最終日までに承認され、アクティブとみなされなければ、その期間のボーナスと資格要件の計算に含まれません。ボーナス期間中のボーナスおよびランク資格計算の対象となるには、製品が購入され、かつ支払いがそのボーナス期間内に完了している必要があります。

11.4 アマーレ クレジットの償還（日本では適用されません）

- A. ボーナス期間内にアマーレ クレジットが払い戻しのためにブランドパートナーに発行された場合（返品ポリシーのセクション8.8に記載）、その注文に対して支払われたパーソナルボリュームまたはボーナスは払い戻されず、引き続きそのボーナス期間の計算対象となります。ただし、アマーレクレジットを使用して支払われた注文のパーソナルボリュームは、アマーレクレジットの支払い割合に応じて減少します。

11.5 返品された製品のボーナス、コミッション、またはボリュームへの調整

- A. ブランドパートナーは、最終カスタマーおよびブランドパートナーへの製品またはサービス販売による実際の売上にもとづき、ボーナスおよびコミッション、ボリュームを受け取ります。カスタマーまたはブランドパートナーにより、製品またはサービスが返金のためにアマーレグローバルに返品された場合、返品された製品またはサービスに起因するボーナス、コミッション、ボリュームは、当該売上に対してボーナス、コミッション、ボリュームを受け取ったブランドパートナーから差し引かれます。減額は返金が行われた月に行われ、それ以降はボーナス、コミッション、ボリュームが回収されるまで、支払い期間ごとに継続されます。ある月に処理された返品は、返金処理された時点でマイナスのボリュームとなります。これは、PV、CV、OV、OLL、PTV、PCV、およびアマーレグローバルが発表するその他のプロモーションやインセンティブに影響します。そのため、毎月28日から翌月2日までの間は、ブランドパートナーが毎月末のランクボリュームを確認できるよう、クーリングオフ以外の返金処理は行われません。アマーレグローバルは、ブランドパートナーにアマーレグローバルに直接支払いを要求することにより、これらのボーナスを回収することができます。
- B. 製品またはサービス取引がアマーレグローバルの決済代行会社によってチャージバックされた場合、当該製品またはサービスに起因するボーナスおよびコミッションは、当該売上からボーナスまたはコミッションを受け取ったブランドパートナーから差し引かれます。減額は、チャージバックされた月に発生し、それ以降、ボーナス／コミッションが回収されるまで、支払い期間ごとに継続されます。さらに、ブランドパートナーの注文に対してブランドパートナー自らがチャージバックを開始した場合、アマーレグローバルはチャージバックに関連する手数料を回収し、ブランドパートナーのアカウントを停止することができます。
- C. ブランドパートナー契約が何らかの理由で終了し、返品された製品またはサービスに起因するボーナスまたはコミッションの金額がアマーレグローバルによって完全に回収されていない場合、未払い残高は、アマーレグローバルが解約したブランドパートナーに支払うべきその他の金額と相殺されることがあります。さらに、アマーレグローバルは、独自の裁量で、回収しきれなかった未払いボーナスまたはコミッション残高を回収するため、追加オプションを検討することができます。

11.6 返品されたボーナス小切手の手数料（日本では適用されません）

- A. アマーレグローバルは、紛失したボーナス小切手を再発行する能力を有し、再発行には手数料がかかる場合があります。さらに、アマーレグローバルは、ブランドパートナーへの小切手の支払いを停止するために、小切手発行元の金融機関に小切手の支払いを停止するよう要請し、関連する手数料を請求することができます。

11.7 書類の保存義務

- A. ブランドパートナーは、ボーナスとコミッションに関する営業書類を少なくとも6年間保存しなければなりません。その書類には、ボーナスやコミッションの元となった製品やサービスの販売記録が含まれている必要があります。
- B. ブランドパートナーは、アマーレグローバルの要請に応じて、かかる書類をすべて提供することに同意します。これを怠った場合、契約違反となり、アマーレグローバルは、営業書類が保存されていない注文に対して支払われたボーナスおよびコミッションを回収することを選択できるものとします。

11.8 誤記または疑問点

- A. ブランドパートナーは、コミッションまたはボーナス、ビジネスレポート、注文、請求に関して質問がある場合、または誤りがあったと考える場合、誤りまたは問題があった日から30日以内に書面でアマーレグローバルに通知しなければなりません。30日以内に報告されなかったエラーまたは不作為、問題は、ブランドパートナーによって放棄されたものとみなされます。

12.0 広告、プロモーション資料、社名および商標の使用

12.1 アマーレグローバル知的財産権

- A. アマーレグローバルの名称の知的財産権が不正使用によって失われたり損なわれたりすることがないよう、ブランドパートナーによる「アマーレグローバル」の名称の使用は、アマーレグローバルの所有権を保護するために制限されています。以下の場合を除き、アマーレグローバルが製造または認可していない製品にアマーレグローバルの名称を使用することは禁止されています。

12.2 会社名、商標、および保護された資料の使用

- A. ブランドパートナーは、アマーレグローバルとその製品およびサービスの良好な評判を保護、促進しなければなりません。アマーレグローバルの会社およびビジネスオポチュニティ、報酬プラン、製品、サービスのマーケティングおよびプロモーションは、公共の利益に合致するものでなければならず、無礼で、かつ欺瞞的、誤解を招く、非倫理的または不道德なあらゆる行為および慣行は避けなければなりません。
- B. アマーレグローバルが提供または作成したすべてのプロモーション資料は、オリジナルの形式で使用する必要があり、アマーレグローバルのコンプライアンス部から事前に書面による承認を得た場合を除き、変更、修正または改ざんすることはできません。
- C. アマーレグローバルの名称、アマーレグローバルの製品名およびサービス名、ならびにアマーレグローバルがその事業に関連して採用しているその他の名称は、アマーレグローバルが所有権を有する商号、商標およびサービスマークです。そのため、これらのマークはアマーレグローバルにとって重要な価値があり、明示的に許可された方法で使用するのみを目的に、ブランドパートナーに提供されます。
- D. アマーレグローバルの名称の知的財産権が不正使用によって失われたり損なわれたりすることがないよう、ブランドパートナーによる「アマーレグローバル」の名称の使用は、アマーレグローバルの所有権を保護するために制限されています。以下の場合を除き、アマーレグローバルが製造または認可していない製品にアマーレグローバルの名称を使用することは禁止されています。

I. [ブランドパートナー氏名] 独立アマーレグローバルブランドパートナー

II. [ブランドパートナー氏名] アマーレグローバル製品およびサービス 独立ブランドパートナー

III. ウェブサイトのURLには、以下のものが含まれる場合があります。

AmareGlobalIndependentDist/BP名

- E. アマーレグローバルの名称使用に関するその他の手続きは以下の通りです：

- I. ブランドパートナーは、ブランドパートナーが独立請負人であることを明確に開示し、アマーレグローバルID番号を記載している場合、アマーレグローバルの書面による承認を得ることなく、アマーレグローバルの名称またはロゴを記載した独自の文房具（レターヘッド、封筒、名刺など）を作成することができます。そのような開示には、「[ブランドパートナー氏名] 独立アマーレグローバルブランドパートナー、ブランドパートナーID番号[xxxx]」または「[ブランドパートナー氏名] アマーレグローバル製品およびサービス 独立ブランドパートナー、ブランドパートナーID番号[xxxx]」という文言が含まれていなければなりません。

- II. ブランドパートナーは、電話帳のホワイトページまたはオンラインビジネスディレクトリーに、「独立アマーレグローバルブランドパートナー」または「ブランドパートナー」として自らの名前を掲載することができます。
- III. ブランドパートナーは、電話対応、ボイスメッセージの作成または留守番電話サービスを利用する際に、アマーレグローバルの名称を使用することはできません。「独立アマーレグローバルブランドパートナー」と表明することはできません。
- F. アマーレグローバルが広告、パッケージ、ウェブサイトで使用している一部の写真やグラフィック画像は、外部ベンダーとの有償契約によるものです。ブランドパートナーは、ベンダーの承認がない限り、このような写真や画像を使用することはできません。ブランドパートナーがこれらの写真やグラフィック画像の使用を希望する場合は、ベンダーと個別に契約交渉を行い、料金を支払う必要があります。
- G. アマーレグローバルは、ライブイベントや録画イベント、ウェビナー、カンファレンスコールを定期的に開催しています。これらのイベントでは、経営陣、ブランドパートナー、ゲストが登場し、講演することがあります。このようなイベントのコンテンツは、アマーレグローバルが独占的に所有する著作権で保護されています。ブランドパートナーは、イベントの配信形態や経路を問わず、イベントの内容を録音・録画することはできません。
- H. アマーレグローバルが制作したセールスツール、ビデオ、オーディオ、ポッドキャスト、印刷物にも著作権があります。ブランドパートナーは、アマーレグローバルの書面による事前の承認なしに、そのような資料を個人的または事業目的で使用するために複製したり、派生物を作成したりしてはいけません。
- I. 変更される法律および規制を順守するため、アマーレグローバルはセールスツールまたは販促資料の事前の承認を取り消す権利を有し、これによって影響を受けるブランドパートナーに金銭的な義務を負うことなく、そのような資料を市場から削除するよう要請する権利を保持します。
- J. ブランドパートナーは、ブランドパートナーが作成したコンテンツまたは行動により、アマーレグローバルからの承認または支援、第三者団体からの後援、またはその他の提携支援を受けていると示唆してはいけません。

12.3 製品の再ラベリングおよび再包装の禁止

- A. ブランドパートナーは、アマーレグローバルの製品またはサービス、情報、資料、プログラムのラベルを、いかなる方法によっても、再貼付、再包装、詰め替え、変更してはいけません。アマーレグローバルの製品およびサービスは、アマーレグローバルから出荷されたオリジナルの状態でのみ販売されるものとします。このようなラベルの貼り替えや再包装は連邦法および州法に違反する可能性があり、刑事罰や民事罰、法的責任を問われる可能性があります。

12.4 販売店、サービス関連施設および商業販売

- A. アマーレグローバルのダイレクトセールスを支援し、独立請負人の関係を保護するため、以下に定める場合を除き、ブランドパートナーは、小売、卸売、倉庫、ディスカウント施設、またはオンライン小売、オークション、売買サイト（AmazonおよびeBayを含みますが、これらに限定されません）でアマーレグローバルの製品を販売しないことに同意するものとします。
- B. 小売施設の所有者または経営者であるブランドパートナーは、その小売施設の年間総収入が 100 万ドルを超えず、共同経営下にある店舗数が 5 店舗以下である場合、上記方針の免除を申請することができます。

- C. ブランドパートナーは、アマーレグローバルの書面による事前の承認を得て、サービス関連施設においてアマーレグローバルの製品およびサービスを紹介、販売することができます。サービス関連施設とは、製品の販売ではなく、対面でのサービス提供によって主な収益を得る事業所を指します。そのような施設には、医師、歯科医師、その他の医療専門家の事務所、ヘルスクラブやフィットネスセンター、美容院、利用者の施設利用が会員制または予約制である事業が含まれます。アマーレグローバルは、その施設がサービス関連であるか、またはアマーレグローバル製品の販売に適切な場所であるかについて、最終的な判断を下す権利を保持します。
- D. アマーレグローバルは、アマーレグローバルの書面による事前の承認があれば、ブランドパートナーに商業販売の紹介および実施を許可します。本マニュアルの目的において、「商業販売」とは以下のものを意味します。
 - I. 1回の注文で5,000ドル以上のアマーレグローバル製品を取引すること。
 - II. 最終カスタマーに製品を再販しようとする第三者に製品を販売すること。

12.5 広告およびプロモーション資料

- A. ブランドパートナーは、アマーレグローバルの製品またはサービスを、会社が公表し、確立した最低卸売価格を下回る価格で宣伝することはできません。特別な勧誘広告は禁止されています。これには、無料メンバーシップ、送料無料、またはアマーレグローバルで利用できる以上の利点を付与するその他の特典が含まれますが、これらに限定されません。
- B. すべてのブランドパートナーは、アマーレグローバルとその製品の評判を守り、促進するものとします。アマーレグローバルの会社およびビジネスオポチュニティ、報酬プラン、製品、サービスの宣伝およびマーケティング、プロモーションは、公共の利益に合致するものでなければならず、無礼で、かつ欺瞞的、誤解を招く、非倫理的または不道德なあらゆる行為および慣行は避けなければなりません。そのため、広告をはじめとするあらゆる形態の宣伝やコミュニケーションは、誠実さと適正さの原則に従う必要があります。すべての広告またはコミュニケーションは、それがアマーレグローバルまたはその関連会社によって作成されたものではないこと、およびサイトの所有者がその内容に関するすべての責任を負うことを明示するものとします。
- C. アマーレグローバルの知的財産を有償のデジタルコンテンツやウェブサイトで使用することは禁止されています。ブランドパートナーは、アマーレグローバル コンプライアンス部の書面による特別な許可なく、タイポスクワッティングや個々の製品等のキーワードを含む、いかなる形式でもアマーレグローバルの知的財産を有料広告の入札に使用することはできません。
- D. ブランドパートナーは、アマーレグローバルが作成するセールスツールおよびサポート資料を使用することが強く推奨されます。ただし、以下の要件に厳密に準拠していることを条件に、ブランドパートナーが希望する場合は、そのようなセールスツールおよびサポート資料を独自に開発、作成することができます。
 - I. 虚偽または誤解を招く収入の主張、ライフスタイル収入の主張、オポチュニティの主張、または報酬プランの主張が含まれていないこと。詳細は上記セクション9.1をご覧ください。
 - II. アマーレグローバルの製品に関するいかなる主張が上記セクション6.0に準拠していること。すなわち、アマーレグローバルの製品については、会社が公式資料で主張する以外のいかなる主張も行うことはできません。
 - III. 以下の情報開示が含まれていること。「この広告素材は、アマーレグローバル独立ブランドパートナーである[氏名]によって制作されたものであり、その内容についてはすべて[氏名]が責任を負います。この広告素材は、アマーレグローバルが企画、開発、制作、承認したものではありません。アマーレグローバルの商標は許可を得て使用しています。」このような開示は、セールスツールやその他の販促資料に目立つように記載されなければなりません。

- IV. ブランドパートナーが作成するすべてのオンライン販促資料には、上記の開示に加え、ブランドパートナーのアマーレグローバルID番号を記載する必要があります。
 - V. アマーレグローバルの商標またはロゴを表示する場合は、アマーレバックオフィスで入手可能なアマーレブランドパートナースタイルガイドの最新版を順守する必要があります。スタイルガイド更新による修正は、スタイルガイドの更新が発表されてから14日以内に実施されなければなりません。
 - VI. 形式を問わず、アマーレグローバルのオポチュニティまたは製品を宣伝するブラインド広告（ブランドパートナー、アマーレグローバル、またはアマーレグローバルのオポチュニティまたは製品について言及または特定しない広告）は禁止されています。
 - VII. セールスツールや販促資料を作成したブランドパートナーは、他のブランドパートナーが使用できるように、それら資料を提供することはできますが、他のブランドパートナーに販売したり、他のブランドパートナーから使用料を請求したりすることはできません。
- E. アマーレグローバルは、その裁量において、ブランドパートナーが設計、開発、制作したセールスツールの使用または掲示を直ちに中止するようブランドパートナーに要求する権利を保持します。ブランドパートナーは、アマーレグローバル、その役員、取締役、所有者、従業員、および代理人に対して、かかる取り消しに起因または関連する損害、経費、費用、または他のいかなる性質の報酬についても、一切の請求を放棄するものとします。

12.6 肖像権の放棄

- A. ブランドパートナーは、オンラインフォーラムでの使用を含むがこれに限定されない、アマーレグローバルの広告または販売促進資料において、氏名、写真、ビデオ、個人的なストーリー、体験談、および/または肖像を複製、配布、および使用する取消不能の使用許諾をアマーレグローバルに付与します。ブランドパートナーは、このような使用に対する報酬の請求権、およびすべての草案、ベータ版、予備版、および完成版を検査または承認する権利を放棄します。ブランドパートナーがアマーレグローバルのセールスツールおよびマーケティング資料への掲載を希望しない場合、体験談またはイメージおよび肖像が、いかなる企業資料、表彰、広告または年次イベントの記録に使用されないように、アマーレグローバルコンプライアンス部に書面にてその旨を通知する必要があります。

12.7 メディアおよびメディアからの問い合わせ

- A. ブランドパートナーは、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌などのメディアと接触し、自身のアマーレグローバルのビジネスを宣伝したり、アマーレグローバルやその製品、ビジネスモデル、報酬プラン、ビジネスオポチュニティについて話したりする前に、事前にコンプライアンス部の承認を得ることに同意します。
- B. ブランドパートナーは、アマーレグローバルコンプライアンス部の書面による事前の許可なく、アマーレグローバルまたはそのプログラム、製品、サービスを宣伝または議論するために、テレビやラジオに出演したり、その他のメディアを利用したりしてはいけません。
- C. すべてのメディアからの問い合わせは、直ちにアマーレグローバルにご連絡ください。ブランドパートナーは、コンプライアンス部の承認なしに、アマーレグローバルおよびその製品、サービス、またはアマーレグローバルビジネスに関するメディアの問い合わせに応じようとしてはいけません。いかなるメディアからの問い合わせも、ただちにアマーレグローバルまでご連絡ください。この方針は、正確で一貫性のある情報を人々に提供し、適切な公共イメージを保証することを目的としています。

12.8 テレマーケティング - 制限事項（B,Cは日本国内では適用されません。）

- A. ブランドパートナーは、自身のアマーレグローバルビジネスに関連したテレマーケティングを行ってはなりません。「テレマーケティング」とは、アマーレグローバルの製品またはサービス、オポチュニティを紹介することを目的に、個人または団体に対して1回または複数回の電話をかけることを意味します。
- B. 連邦取引委員会（FTC）と連邦通信委員会（FCC）はそれぞれ、テレマーケティングを制限する法律を定めています。連邦政府機関および多くの州において、テレマーケティング規制法の一部として、「勧誘電話拒否」の規制が設けられています。
- C. ブランドパートナーは、自身の行為を従来の意味での「テレマーケティング」と認識していないかもしれませんが、これらの規制は「テレマーケティング担当者」および「テレマーケティング」という言葉を広範に定義しており、連邦政府が定める「勧誘電話拒否リスト」に登録されている電話番号に意図せず電話をかけた場合、ブランドパートナーの行為は法律違反となる可能性があります。これらの規制を軽々しく考えてはいけません。重大な罰則（違反1件につき最高11,000ドル）が科せられる場合があります。
- D. アマーレグローバルの製品、サービス、オポチュニティのいずれかを紹介するため、新規見込みのカスタマーまたはブランドパートナーに対して行う「電話勧誘」または「長距離電話」は「テレマーケティング」とみなされ、禁止されています。
- E. テレマーケティング規制の例外。ブランドパートナーは、以下の限定的な状況において、新規見込みのカスタマーまたはブランドパートナーに電話をかけることができます。
 - I. ブランドパートナーが新規見込み者とビジネス関係を築いている場合。
 - II. ブランドパートナーが提供する製品またはサービスに関する新規見込み者から個人的な問い合わせまたは申し込みがあり、その問い合わせがあった日から3ヵ月以内である場合。
 - III. ブランドパートナーが電話をかけることを認める書面による署名入りの許可を新規見込み者から得た場合。
 - IV. 家族、個人的な友人、知人への電話の場合。ただし、ブランドパートナーが会う人全員から名刺を集める習慣を持ち、その後に電話をかける場合、テレマーケティングの一形態とみなされ、適用除外の対象外となる可能性があります。
 - V. ブランドパートナーが「知人」に電話をかける場合、そのような電話はあくまでも不定期にかけるものであり、日常的にかけてはいけません。
- F. ブランドパートナーは、自身がアマーレグローバルビジネスを運営するにあたり、自動発信システムを使用してはなりません。
- G. テレマーケティングに関してFTCおよびFCCが定める規制またはアマーレグローバルの方針に従わない場合、ブランドパートナーは、会員資格の解除を含む制裁を科される可能性があります。
- H. ブランドパートナー契約書に署名し、アマーレグローバルからコミッションの小切手、その他の支払いまたはアワードを受領することにより、ブランドパートナーは、アマーレグローバルおよび他のブランドパートナーが連邦政府の「勧誘電話拒否」規制の下で認められた方法で連絡を取ることを許可するものとします。

12.9 ファックスおよびEメール - 制限事項

- A. 本条に定める場合を除き、ブランドパートナーは、自身のアマーレグローバルビジネスを宣伝または広告することを目的に、未承諾のファックス、Eメール、大量Eメールまたは「スパムメール」を配信したり使用したりすることはできません。例外は以下の通りです：
 - I. 事前の許可または招待を受けた人物へのファックスまたはEメール。
 - II. 過去に業務上または個人的な関係を築いた人物へのファックスまたはEメール。
- B. 法律で禁止されているすべての地域において、ブランドパートナーは、本セクションに規定されている場合を除き、通常の電話回線、ケーブル回線、ISDN、T1、またはその他の信号伝送装置を介して受信した電子信号からテキストまたは画像を転写する能力を有する機器（電話機、ファックス、コンピュータまたはその他の装置によって）に、未承諾広告を送信したり、第三者を通じて送信したりすることはできません。
- C. ファックス、電子メールまたはコンピュータを介して配信される、本規定が適用されるすべての文書には、以下の各事項が含まれていなければなりません：
 - I. ファックスまたはEメールが広告または勧誘であることを明確かつ明白に示していること。メッセージの件名に「広告」または「勧誘」の文字が記載されていなければなりません。
 - II. 返信先が明記されていること
 - III. 合法的で適切なドメイン名が使用されていること。
 - IV. 送信者からのメッセージ受信を拒否する方法が明確かつ明白に示されていること。
 - V. 配信停止またはオプトアウトの手順が、本文の最初にあり、フォントサイズがメッセージの大部分と同じであること。
 - VI. 送信者の偽りのない正確な氏名、有効な送信者のファックスまたはEメールアドレス、有効な送信者の住所が含まれていること。
 - VII. 送信日時に配慮がなされていること。
 - VIII. 受信者からファックスまたはEメールの送信を拒否する旨の通知を受けた場合、ブランドパートナーは、当該受信者に対し、以後いかなる文書も送信してはいけません。
- D. Eメールまたはコンピュータを介して送付される、本規定が適用されるすべての文書には、以下のものが含まれてはいけません；
 - I. 許可なく使用した第三者のドメイン名。
 - II. 性的に露骨な内容。

12.10 展示会およびその他の販売フォーラム

- A. ブランドパートナーは、以下の要件が順守される限り、見本市、専門的な展示会、ビジネスフェア、求人フェアなどでアマーレグローバルの製品を展示、販売することができます：
 - I. イベントでは、アマーレグローバルの製品およびサービスのみ提供できます。そのイベントにおいて、同時に他の製品またはサービスを提供または宣伝することはできません。
 - II. イベントブースでマーケティングまたはプロモーション用の資料、看板、バナーを使用する場合、それらのツールはアマーレグローバルの製品またはサービスのみを宣伝するものであり、アマーレグローバルの品質イメージを維持するものでなければなりません。

- III. イベントに出展するブランドパートナーは、アマーレグローバルの従業員ではなく、独立した請負事業者であることを明確に開示しなければなりません。
- IV. イベントのブースで作業するブランドパートナーおよびすべての者は、本契約の該当するすべての条項を順守しなければなりません。イベントブースにおいて、虚偽または誤解を招く収入の主張をしてはなりません。また、製品に関する主張は、上記セクション6.0に準拠していなければなりません。

12.11 インターネットおよび第三者ウェブサイトの制限

- A. ブランドパートナーは、アマーレグローバルの商号、商標、サービス名、サービスマーク、製品名、広告フレーズ、アマーレの名称またはアマーレグローバルの知的財産を侵害するような派生物を、ドメイン名（URL）、Eメールアドレス、またはソーシャルメディアアカウントに使用したり、登録しようとしたりすることはできません。容認されない使用例は以下の通りです。
- I. www.amare-global.com、www.amareglbl.com、www.amarglobal.comなど
- II. amareglobalchris@gmail.com、amarechris@gmail.comなど
- III. @amareglobalchris、@amareglblなど
- B. アマーレグローバルのブランドを用いて、Facebook、Instagram、Pinterest、ブログ、YouTubeチャンネルなどのSNSマーケティングページを開設することは許可されていません。
- C. ブランドパートナーは、オンラインオークションまたはAmazon.com、Ebay.com、Alibaba.comおよびその他類似のショッピングモールサイトを使用して、アマーレグローバルの製品やサービスを販売したり、ビジネスオポチュニティを紹介したりしてはいけません。
- D. アマーレグローバルの製品は、アマーレグローバル複製ウェブサイトおよびアマーレグローバル公式ウェブサイトを通じてのみ販売することができます。
- E. ブランドパートナーは、承認された第三者ウェブサイトを1つ持つことができます。第三者ウェブサイトとは、アマーレグローバルが承認した個人のウェブサイトで、アマーレグローバル以外のサーバーにホストされており、アマーレグローバルと提携していないものを指します。独自の第三者ウェブサイトを開設することを希望するブランドパートナーは、そのウェブサイトを公開する前に、事前にアマーレグローバルの書面による承認を得なければなりません。アマーレグローバルの広告ポリシーを順守している限り、ブランドパートナーは第三者ウェブサイトで自身のビジネスおよびアマーレグローバルの製品を宣伝できます。第三者ウェブサイトを通じて、製品の販売や注文、カスタマー/ブランドパートナーの登録をすることはできません。第三者ウェブサイトを利用する場合は、以下の事項を順守する必要があります：
- I. アマーレグローバルのブランドパートナーであることを明示すること。
- II. アマーレグローバルが承認した画像および文言のみを使用すること。
- III. 本文書に記載されているブランド、商標、画像の使用ポリシーを順守すること。
- IV. 本文書に記載されている第三者ウェブサイトの利用に関するその他の規定を順守すること。
- V. アマーレグローバル コンプライアンス部が第三者ウェブサイトにアクセスすることに同意すること。ウェブサイトがパスワードで保護されている場合、無制限のアクセスを許可するパスワードまたは認証情報をコンプライアンス部に提出する必要があります。
- VI. 現在または将来のアマーレグローバルのポリシーに準拠するよう、ウェブサイトの修正に同意すること。
- F. ブランドパートナーの第三者ウェブサイトで使用されるすべてのマーケティング資料は、アマーレグローバルが提供するか、アマーレグローバルが書面で承認したものでなければなりません。

- G. 混乱を避けるため、第三者ウェブサイトの各ページ上部に、次の4つの要素も目立つように表示する必要があります：
- I. 会社から提供される「アマーレグローバルブランドパートナー」ロゴ
 - II. 氏名とタイトル
 - III. アマーレグローバル複製ウェブサイトへの転送ボタン
 - IV. アマーレグローバル公式ウェブサイトへの転送ボタン
- H. ブランドパートナーは、企業の情報源（アマーレグローバルのパンフレット、CD、ビデオ、テープ、イベント、プレゼンテーション資料、公式ウェブサイトなど）からコピーした素材を含む第三者ウェブサイトをを使用することはできません。
- I. 他の製品およびサービスがアマーレグローバルの価値観と一致し、競合するネットワークマーケティング会社によって販売またはマーケティングされていない限り、ブランドパートナーの第三者ウェブサイトで、アマーレグローバルの製品を他の製品またはサービスと共に表示することができます。
- J. 第三者ウェブサイトを作成し、公開する権限を付与されたブランドパートナーのアマーレグローバルビジネスが、理由の如何を問わず自発的もしくは強制的に解約された場合、またはアマーレグローバルがブランドパートナーの第三者ウェブサイト維持に関する権限を取り消した場合、ブランドパートナーは解約日から3日以内にアマーレグローバルに第三者ウェブサイトのURLを譲渡するか、またはアマーレグローバルの指示に従い、当該サイトへのすべてのトラフィックを再転送するものとします。会社およびブランドパートナー、カスタマーにとって最善の利益であるとアマーレグローバルが判断した場合、アマーレグローバルはブランドパートナーの第三者ウェブサイト使用権をいつでも取り消す権利を保持します。この領域における決定および是正措置は、アマーレグローバルの独自の裁量に委ねられます。

12.12 ソーシャルメディアの制限（日本では「EメールやSNS利用ガイドライン」も適用されます）

- A. 本契約に定めるその他の要件を満たすことに加え、ブランドパートナーが自身のアマーレグローバルビジネスの事業に関連して、ブログやFacebook、Twitter、Instagram、LinkedIn、YouTube、またはPinterestを含むがこれらに限定されない、あらゆる形態のソーシャルメディアを利用する場合、ブランドパートナーは、本セクション12.11に定める要件を遵守することに同意するものとします。
- B. アマーレグローバルの製品またはサービスを販売するためにソーシャルメディアを使用することはできません。アマーレグローバルの製品およびサービスは、ブランドパートナー複製ウェブサイトおよびアマーレグローバル公式ウェブサイトを通じてのみ販売することができます。
- C. アマーレグローバルが話題になったり言及されたりするソーシャルメディアのコミュニティに参加する場合、ブランドパートナーはプロフィール欄に、自身がアマーレグローバルのブランドパートナーであることを明確に示す必要があります。また、そのようなコミュニティに参加する場合、ブランドパートナーは不適切な会話やコメント、画像、動画、音声、アプリケーションの投稿や、その他アダルト、無礼、差別的、低俗なコンテンツを避けなければなりません。何が不適切であるかの判断はアマーレグローバルが独自の裁量で行い、違反したブランドパートナーは懲戒処分の対象となります。これらのサイトで使用するバナー広告および画像は最新、かつアマーレグローバルが承認したライブラリからのものでなければなりません。リンクを設置する場合は、ブランドパートナーの複製ウェブサイトまたは承認された第三者ウェブサイトへのリンクにする必要があります。
- D. ソーシャルメディアでの匿名投稿や偽名の使用は禁止されており、違反したブランドパートナーは懲戒処分の対象となります。
- E. ブランドパートナーは、ブログスパム、スパムデキシング、またはその他の大量複製方法を使用してブログにコメントを残すことはできません。ブランドパートナーが作成または残すコメントは、有益かつユニークで、関連性があり、ブログの記事に即したものでなければなりません。スパム行為には以下のものが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

- I. ブランドパートナーの情報を含む未承諾のEメールをオンラインユーザーに送信すること（ブランドパートナーは、上記セクション12.8および迷惑メール防止法に従ってのみEメールを送信することができます）。
- II. セクション12.8に従い、ブランドパートナーの組織に属さない、またはブランドパートナーが過去に業務上または個人的に交流のなかった人物をリストアップし、未承諾のEメールまたはファックスを送信すること。アマーレグローバルに関連するすべてのEメールは組織内のブランドパートナー宛てにのみ送信されるものであり、それらはアマーレグローバルのビジネスのみに関連するものでなければなりません。
- F. ブランドパートナーは、すべてのソーシャルメディアへの投稿において氏名を開示し、アマーレグローバルの独立したブランドパートナーであることを明示しなければなりません。匿名やハンドルネームでの投稿は禁止されています。
- G. 虚偽、誤解を招く、または欺瞞的な投稿は禁止されています。これには、アマーレグローバルの収入機会、アマーレグローバルの製品およびサービス、またはブランドパートナー自身の経歴情報および資格に関する虚偽または欺瞞的な投稿が含まれますが、それらに限定されるものではありません。
- H. ブランドパートナーは、アマーレグローバルに関連する投稿およびその他すべてのオンライン活動に対して自ら責任を負うものとします。従って、ブランドパートナーがブログやソーシャルメディアサイトまたはアカウントを所有または運営していない場合でも、ブランドパートナーがアマーレグローバルに関連する、またはアマーレグローバルに辿り着くことができる投稿をそのようなサイトに行った場合、ブランドパートナーはその投稿に対して責任を負います。ブランドパートナーは、自身が所有、運営、管理するブログ、ソーシャルメディアサイト、またはアカウントで発生した投稿についても責任を負います。ブランドパートナーのサイトまたはソーシャルメディアアカウントで行われた、適法でない、または本契約の該当条項に準拠していない主張は、削除または撤回しなければなりません。ブランドパートナーは、この内容を定期的に確認する必要があります。
- I. ブランドパートナーとして、ご自身や他のブランドパートナー、またはアマーレグローバルに対して否定的な投稿を行う人物と会話しないことが重要です。否定的な投稿に反応することは、アマーレグローバルと同じ高い基準を持たない、恨みを持つ人物との議論を煽り、アマーレグローバルの評判と信用を損なう結果につながります。そのような否定的な投稿があった場合は、アマーレグローバル（support@amareglobal.com）までご報告ください。
- J. ソーシャルメディアサイトの中には特に影響力があるサイトもあり、ソーシャルメディアサイトとウェブサイトの区別が明確でない場合があります。従って、アマーレグローバルは、特定のソーシャルメディアサイトを第三者ウェブサイトとして分類し、そのようなサイトを利用する、または利用を希望するブランドパートナーに対して、第三者ウェブサイトに関するアマーレグローバルのポリシーを順守するよう求める、唯一かつ排他的な権利を保持します。
- K. 理由の如何を問わずアマーレグローバルビジネスを解約した場合、ブランドパートナーは、これまでの投稿および利用しているすべてのソーシャルメディアにおいて、アマーレグローバルの名称およびすべての商標、商号、サービスマーク、およびその他の知的財産ならびに商標および知的財産のすべての派生物について、使用を中止しなければなりません。以前にアマーレグローバルのブランドパートナーであることを表明していたソーシャルメディアサイトに投稿する場合は、すでにアマーレグローバルのブランドパートナーではなくなったことを目立つように公表しなければなりません。

12.13 その他広告に関する規定

- A. ブランドパートナーは、独立したブランドパートナー以上の立場でアマーレグローバルを代表していると表明したり、示唆したりすることはできません。これには、口頭、書面、Eメール、チャットなど、あらゆる形態のコミュニケーションが含まれます。

- B. ブランドパートナーは、アマーレグローバルに求人またはポジションがあることを宣伝、提供、または暗示することはできません。広告の手段として、求人情報を掲載したり投稿したりすることは禁止されています。
- C. 虚偽または誤解を招くような収入や収益の主張をしてはいけません。
- D. 要請があった場合、ブランドパートナーは自身が作成した、アマーレグローバルの知的財産またはコンテンツを含むセールスツールまたはその他媒体を、直ちにアマーレグローバルへ提出する必要があります。ブランドパートナーは、配布したすべてのセールスツールまたはその他広告資料のコピーを、配布の最終日から7年間保存する必要があります。
- E. ブランドパートナーは、他の個人、企業、または事業体の知的財産の創作に起因または関連して生じるいかなる請求および要求からも、アマーレグローバルを除外し、免責することに同意するものとします。
- F. 理由の如何を問わず本契約が終了した場合、ブランドパートナーは、アマーレグローバルのマーケティング資料、コンテンツ、商標、財産、またはこれらに類似する資料の使用を直ちに中止するものとします。

13.0 海外マーケティング

13.1 海外マーケティングに関する方針

- A. ブランドパートナーは、アマーレグローバルが承認していない国において、アマーレグローバルの製品またはサービスの販売もしくは販売促進、または他のブランドパートナーのスポンサーを含む、いかなる種類のビジネス活動も行うことはできません。
- B. 海外に居住するブランドパートナーは、アマーレグローバルが許可した場合、アマーレグローバルの製品を個人使用を目的に購入することができます。アマーレグローバルが承認していない国において、アマーレグローバルの製品またはサービスの販売もしくは販売促進、または他のブランドパートナーのスポンサーを含む、いかなる種類のビジネス活動も行うことはできません。
- C. ブランドパートナーは、アマーレグローバルが承認していない国において、アマーレグローバルの製品、サービスまたは製品サンプルの輸入・販売、贈答または配布を支援することは禁止されています。
- D. ブランドパートナーは、現地の個人使用および自由貿易に関する規制を順守しなければなりません。
- E. ブランドパートナーは、OFAC（米国財務省外国資産管理局）による特別指定国民および資格停止者リストに掲載されている人物、または制裁対象国に居住する個人との取引を禁じられています。
- F. 本契約に定めるその他の救済措置に加え、海外マーケティングポリシーに違反したブランドパートナーは、アマーレグローバルが定める期間、影響を受ける海外市場に参加する権利をはく奪される場合があります。このような違反に起因する禁止事項には以下のものが含まれますが、これらに限定されるものではありません。
 - I. 対象となる海外市場において、国際的な会員資格を持つこと／スポンサー活動をする。
 - II. 対象となる海外市場の組織から発生したボーナスをブランドパートナーまたはそのアップラインが受け取ること。
 - III. アマーレグローバルが適切と判断する新市場の正式オープンに関連する会社主催イベントや会社発行の広報誌において表彰を受けること。

14.0 ブランドパートナーの事業変更

14.1 ブランドパートナー契約情報の変更

- A. ブランドパートナーは、適切な書式および契約書（該当する場合）を添付し、新たな署名（最初の契約書から「抹消」または「白抜き」したものではありません）および適切な補足書類を記入した書面を提出することにより、既存のブランドパートナー契約を変更することができます（例：社会保障番号を連邦ID番号に変更する、配偶者またはパートナーをアカウントに追加する、アカウントを個人からブランドパートナーが所有する事業体に変更する、など）。

14.2 プレイスメント

- A. 新しいブランドパートナーを登録するブランドパートナーは、その新規ブランドパートナーの「紹介者」となります。新しいブランドパートナーの真上に位置するアップラインのブランドパートナーは、その新規ブランドパートナーの「スポンサー」と呼ばれます。ほとんどの場合、紹介者とスポンサーは同じブランドパートナーです。
- B. 新規ブランドパートナーのブランドパートナー契約にスポンサーが明記されていない場合、紹介者が新規ブランドパートナーの登録日から10日以内に組織内の他のブランドパートナーの下に新規ブランドパートナーを「プレイスメント（配置）」しない限り、紹介者がスポンサーとなります。そのプレイスメントが最終決定となります。
- C. カスタマーを配置することはできません。カスタマーは、紹介したブランドパートナーに割り当てられます。

14.3 スポンサーの変更

- A. スポンサーを変更・訂正する場合、ブランドパートナーは以下の手続きを行います：
- I. 新規ブランドパートナーの登録から10日以内であれば、登録者はアマーレグローバルバックオフィスでプレイスメントを変更または修正することができます。プレイスメントの変更は1回のみ認められ、それ以降の変更は認められません。
 - II. 新しいブランドパートナーの登録日から30日以上経過した後にはスポンサーを変更する場合、アマーレグローバルとブランドパートナーの直属のアップラインおよびアップラインリーダーがすべて変更を承認し、かつ情状酌量の余地がある場合にのみプレイスメントを変更することができます。ブランドパートナーがスポンサーの変更を希望する場合は、以下の手続きが必要です：
 - a. アマーレグローバルに対し、変更を要請する理由を記載した書面を提出する必要があります。申請書には、変更を希望する新スポンサーの氏名とIDが含まれていなければなりません。
 - b. 申請書と共に5,000円の手数料をアマーレグローバルに支払う必要があります。この手数料は、申請が却下された場合でも返金されません。
 - c. アマーレグローバルから要請があった場合、ブランドパートナーは、変更理由を評価するための追加情報を会社に提出しなければなりません。
 - d. アマーレグローバルが申請を確認し、ブランドパートナーに返信するまで最大45日かかる場合があります。
 - e. 25日以降にアマーレグローバルがスポンサー変更の申請を受領した場合、最短でも翌月まで審査は行われません。

- f. アマーレグローバルは、その裁量により、申請を承認または却下することができます。
- g. アマーレグローバルは、変更を申請するブランドパートナーのスポンサー、紹介者およびアップラインリーダーの承認を得ることを条件とすることができます。その場合、すべてのアップラインブランドパートナーが書面にて承認しない限り、その申請は受理されません。適切な承認書は、アマーレグローバルより申請したブランドパートナーに提供されます。アマーレグローバルの指定にもとづき、アップラインの必要な承認を確保することは、申請するブランドパートナーの責任となります。
- h. スポンサー変更の申請が承認された場合、その変更は申請日に遡って適用されません。

B. スポンサーを変更するブランドパートナーにダウンラインがある場合、アマーレグローバルがその裁量により承認しない限り、ダウンラインはブランドパートナーと共に移転されません。

14.4 ブランドパートナーの紹介者の変更

- A. 新規ブランドパートナーの登録後に紹介者を変更する行為はアマーレグローバル報酬プランに大きな影響を与えるため、以下に説明する非常に限定的な状況を除き、行うことはできません。いかなる場合においても、スポンサー以外のブランドパートナーに紹介者を変更することはできません。ブランドパートナーは、下記セクション14.5に定める場合を除き、組織を変更することはできません。
- B. 紹介者の変更を希望する場合、対象ブランドパートナーの紹介者は、紹介者をスポンサーに変更する申請を提出することができます。アマーレグローバルは、その裁量により、申請を承認または却下することができます。
- C. 上記にかかわらず、新規ブランドパートナーの紹介者は、新規ブランドパートナーの登録から
- D. 10日以内であれば、紹介者を組織内の別のブランドパートナーに変更することができます。その間に紹介者の変更が処理されなかった場合、上記の規定に従って変更を申請することができます。
- E. 初回の紹介者変更手数料は無料です。それ以降は、紹介者変更申請時に5,000円の手数料が発生します。
- F. アマーレグローバルは、紹介者の変更申請を承認または却下する権利、および必要に応じて随時、いかなる方法においても、紹介者に関するエラーを修正する権利を有します。

14.5 組織の変更

- A. 別のスポンサーまたはプレイスメントで再登録する資格を得る目的でブランドパートナーが組織の移転を希望する場合、当該ブランドパートナーはカスタマーサービスに解約届を提出し、届の受理から6か月間、アマーレグローバルの活動を休止（注文を行わない、または定期注文を継続しない）する必要があります。ゴールド以上のランクの場合、休止期間は12か月となります。
- B. アマーレグローバルは、解約後のブランドパートナーの再登録申請を承認または却下する権利を有します。
- C. 再登録が承認された場合、ブランドパートナーには新しいアマーレグローバルID番号が発行され、新しいブランドパートナー契約書を提出する必要があります。再登録するブランドパートナーは、以前のランク、ダウンラインまたは以前の組織からのコミッションの資格を保持する権利はありません。

14.6 所有権の売却、譲渡または委任

- A. ブランドパートナーは、アマーレグローバルの書面による事前の承認（この承認は不当に留保されるものではありません）がない限り、ブランドパートナーとしての権利を売却、譲渡、移転したり、ブランドパートナーとしてのポジションを委任したりすることはできません。そのような承認なしに試みられた売却、譲渡、割り当てまたは委任は、アマーレグローバルの裁量で無効となる場合があります。
- B. アマーレグローバルによって売却が承認された場合、買い手/譲受人/譲渡人（以下、買い手）は、売り手/譲渡人/譲渡人（以下、売り手）の現在の資格であるタイトルの地位を引き継ぎますが、売却時点での現在の「ペイドランク」で売り手の組織を取得します。
- C. アマーレグローバル会員資格の売却、譲渡、譲受が承認されるためには、以下の項目をアマーレグローバルコンプライアンス部に提出する必要があります：
 - I. 必要事項を記入し、必要な署名をした会員資格譲渡書
 - II. 売り手と買い手の間で交わされた、署名および日付入りの契約書の控え
 - III. 買い手が記入し、署名したアマーレグローバルブランドパートナー契約書
 - IV. 25,000円の事務手数料
 - V. アマーレグローバルが要求するその他の補足書類
- D. 売り手または買い手のいずれかがアマーレグローバルに負う可能性がある債務は、アマーレグローバルによる売却、譲渡、譲受の承認に先立って、履行されなければなりません。
- E. 会員資格を売却するブランドパートナーは、本マニュアルに別段の定めがある場合を除き、売却日から6ヵ月間は、いかなる組織にもブランドパートナーとして再登録することはできません。ゴールド以上のランクの場合、その期間は12ヵ月となります。

14.7 ブランドパートナーの離婚

- A. アマーレグローバルは、複数の関係者の間でコミッションを分割することはできません。また、ダウンライン組織を分割することもできません。従って、ブランドパートナーが離婚した場合、和解案や離婚判決は、そのビジネス全体をどちらか一方の当事者に与えなければなりません。アマーレグローバルは、法的拘束力のある和解契約または裁判所の判決に従い、ビジネスが授与された元配偶者をアマーレグローバルビジネスの所有者として認識します。アマーレグローバルのビジネスを行う元配偶者は、離婚が成立した日から30日以内にアマーレグローバルとブランドパートナー契約を締結し、提出しなければなりません。
- B. 離婚訴訟の係争中および最終的な離婚和解または離婚判決がアマーレグローバルに提供されるまでの間、アマーレグローバルは、本契約に基づき、コミッションおよびボーナスの支払いを継続するものとします。
- C. 離婚手続きが完了した後、ビジネスを継承しなかった元配偶者は、その後直ちに希望する紹介者およびスポンサーのもとで再登録することができます。ただし、この場合、当該元配偶者は、元組織のブランドパートナーまたはカスタマーに対する権利を有さず、勧誘も行わないものとし、他の新規アマーレグローバルブランドパートナーと同様の方法で新規ビジネスを構築しなければなりません。

14.8 事業体の解散

- A. アマーレグローバルのビジネスを運営する事業体が解散する場合、事業体の所有者は、ビジネスを譲り受ける適切な者の身元をアマーレグローバルに提示する必要があります。アマーレグローバルのビジネスは、事業体の所有者としてアマーレグローバルが過去に認めた単一の個人または事業体に授与される必要があります。アマーレグローバルは、複数の関係者にビジネスを分割したり、個別にコミッションを支払ったりすることはできません。
- B. アマーレグローバルビジネスの譲受人は、事業体が解散した日から30日以内にアマーレグローバルとブランドパートナー契約を締結し、アマーレグローバルに提出する必要があります。提出されない場合、契約は破棄されることがあります。事業体が、アマーレグローバルのビジネスを、アマーレグローバルが事業体の所有者として認めていなかった個人または法人に売却または譲渡することを希望する場合、セクション14.5に従って、手続きを行う必要があります。
- C. 事業体の解散が完了した後、アマーレグローバルのビジネスを取得しなかった所有者／代表者は、その後直ちに、希望する紹介者およびスポンサーのもとで再登録することができます。ただし、この場合、当該所有者／代表者は、旧組織のブランドパートナーまたはカスタマーに対していかなる権利も有さず、勧誘も行わないものとし、他の新規ブランドパートナーと同様の方法で新規ビジネスを構築する必要があります。

14.9 後継者 - ブランドパートナーの死亡または能力喪失

- A. ブランドパートナーの死亡または能力喪失に伴い、ブランドパートナーのビジネスは、ブランドパートナーの法的後継者（後継者）に引き継がれる場合があります。アマーレグローバルのビジネスが遺言またはその他の遺言手続きによって譲渡された場合、後継者は死亡したブランドパートナーの組織のすべてのボーナスとコミッションを獲得する権利を取得します。これにあたり、後継者は以下のことをする必要があります。
 - I. アマーレグローバルブランドパートナー契約書に記入、署名すること。
 - II. 本契約の条項および規定を順守すること。
 - III. 前ブランドパートナーが最後に取得したランクの資格をすべて満たすこと。
- B. 本セクションにもとづき譲渡されたアマーレグローバルのビジネスのボーナスおよびコミッションは、後継者に支払われます。ボーナスおよびコミッションは、最高ランクや最高ボリュームではなく、現在の実績にもとづいて支払われます。
- C. ビジネスを共同受遺者（後継者）に遺贈する場合は、事業体を設立します。アマーレグローバルは、ビジネスの事業体に対してのみ、すべてのボーナスとコミッションを支払います。
- D. 譲渡が正しく行われるには、適切な法的書類がコンプライアンス部に提出される必要があります。死亡により、アマーレグローバルの事業譲渡を行う際、後継者は以下の事項をアマーレグローバルコンプライアンス部に届け出る必要があります。
 - I. 死亡診断書の謄本
 - II. 認証された遺言状、管財状、またはアマーレグローバルのビジネスに対する後継者の権利を立証するその他の適切な法的文書
 - III. ビジネスの適切な処分について指示を与える、遺産執行者または相続人代表の指示書、または裁判所の命令

- E. 能力喪失を理由として、アマーレグローバルビジネスの譲渡を完了するには、後継者は以下の事項をアマーレグローバルコンプライアンス部に提出する必要があります：
 - I. 管財人として選任されたことを示す公正証書の写し
 - II. アマーレグローバルのビジネスを管理する管財人の権利を確立する信託文書またはその他の適切な法的文書の公正証書の写し
 - III. 管財人が記入したブランドパートナー契約書
- F. 後継者がすでにブランドパートナーである場合、アマーレグローバルは、後継者であるブランドパートナーに対し、6ヵ月を限度として、後継者の会員資格と継承された会員資格を維持することを認めます。当該ブランドパートナーは、6ヵ月が経過するまでに、既存の会員資格または継承した会員資格を圧縮（該当する場合）するか売却または譲渡しなければなりません。
- G. 後継者がアマーレグローバル会員資格の抹消を希望する場合、後継者は、会員資格の抹消を希望する旨を記載した公正証書、死亡証明書、管財人就任証明書、その他適切な法的書類のコピーを提出しなければなりません。
- H. 書面による申請があった場合、アマーレグローバルは1ヵ月間の忌引き休暇を認め、最後の報酬資格ランクで支払いを行います。

15.0 プライバシーポリシー

15.1 はじめに

アマーレグローバルでは、個人情報の収集、使用および開示の方法を説明するため、プライバシーポリシー（<https://www.amare.com/PrivacyPolicy.html>）を公表しています。プライバシーポリシーは、アマーレグローバルがカスタマー、ブランドパートナー、新規見込みのカスタマーおよびブランドパートナーなどに開示された個人情報をどのように保護するかについて説明したものです。ブランドパートナーとして登録し、amareglobal.comのウェブサイトを使用または訪問することにより、ブランドパートナーはプライバシーポリシーに同意するものとします。

15.2 プライバシーへの期待

- A. アマーレグローバルは、カスタマーおよびブランドパートナーが各人の財務情報および個人情報のプライバシーを大切にすることを認識し、尊重します。本プライバシーポリシーに定めたとおり、アマーレグローバルはカスタマーおよびブランドパートナーの財務情報、アカウント情報および個人情報を保護し、その機密性を維持するために合理的な努力を払います。しかしながら、どのような安全策や予防措置も、絶対的な安全を提供するものではないことを理解いただくことが重要です。
- B. ブランドパートナー契約を締結することにより、ブランドパートナーは、アマーレグローバルのビジネス推進に関連する活動に限り、アマーレグローバルが自身の氏名および連絡先情報をアップラインのブランドパートナーに開示することを承認するものとします。組織内のブランドパートナーおよびカスタマーの個人情報に関して、ブランドパートナーは、そのような情報の機密性と安全性を維持し、かつ自己の組織を支援し、サービスを提供し、アマーレグローバルのビジネスを遂行する目的のみに使用することに同意します。

15.3 従業員による情報へのアクセス

- A. アマーレグローバルは、カスタマーおよびブランドパートナーの個人情報にアクセスできる従業員を、プライバシーポリシーに記載されている目的のためにアクセスする必要のある従業員に限定しています。

15.4 アカウント情報開示の制限

- A. アマーレグローバルは、プライバシーポリシーに定める場合を除き、現在または過去のカスタマーまたはブランドパートナーに関する個人情報または財務情報を第三者と共有することはありません。

15.5 ブランドパートナーのプライバシー保護義務

- A. ブランドパートナーが、既存のブランドパートナーやカスタマー、新規見込みのブランドパートナーまたはカスタマーから個人情報を受け取る場合、ブランドパートナーは、個人情報の安全性を維持し、ブランドパートナーが個人情報を必要としなくなった場合は、これらの個人情報をシュレッダーにかけて破棄、または不可逆的に削除する責任を負います。ブランドパートナーが他者の個人情報を保存または維持する必要がある場合、ブランドパートナーは、物理的あるいはデジタルかを問わず、安全な場所に情報を保存または維持しなければなりません。クレジットカードおよび支払い情報は、支払い処理後直ちに破棄、削除する必要があります。本契約で使用される個人情報とは、単独で、または他の個人情報もしくは識別情報と組み合わせられた場合に、個人を識別、所在を特定、または連絡するために使用できる情報を指します。個人情報の例としては、個人の氏名、自宅またはその他の物理的住所、Eメールアドレス、電話番号、社会保障番号またはその他の納税者番号、パスポート番号、運転免許証番号、銀行口座番号、クレジットカード番号またはデビットカード番号、および写真画像、指紋、筆跡、またはその他固有の生体認証データを含む個人的特徴が含まれます。

16.0 独占情報および企業秘密

16.1 ビジネスレポート、リストおよび専有情報

- A. ブランドパートナーは、アマーレグローバルの事業に関連する財務、学術その他の情報について、アマーレグローバルが書面またはその他の方法で配布した事業報告書およびカスタマー/ブランドパートナーの氏名と連絡先のリストならびにその他の情報（以下、総称して「レポート」と呼びます）は、アマーレグローバルに帰属する秘密情報および企業秘密であることを認め、これに同意するものとします。アマーレグローバルは、レポートの作成に多大な時間、労力、金銭的資源を費やしています。

16.2 秘密保持義務

- A. これらのレポートは、アマーレグローバルの独占的かつ完全な裁量権の下に厳重に管理されています。アマーレグローバルは、ブランドパートナーがレポートにアクセスすることを拒否する権利、およびブランドパートナーがレポートを直ちに返却または破棄することを要求する権利を有します。レポートは、ブランドパートナーがそれぞれの組織と協力してアマーレグローバルの独立したビジネスを展開することを支援する目的でのみ、厳重かつ機密扱いでブランドパートナーに提供されます。ブランドパートナーとアマーレグローバルの間でこの秘密保持および非開示の合意がない場合、アマーレグローバルはブランドパートナーにレポートを提供しないことに、ブランドパートナーは同意します。

- B. レポートの機密性および専有性を保護するため、ブランド パートナーは、契約期間中および理由の如何を問わず契約解除または終了後5年間は、自己のために、または他の個人、パートナーシップ、団体、企業、その他の事業体のために、以下の行為を行ってはなりません。
- I. アマーレグローバルと競合するため、またはアマーレグローバルのビジネスを促進する以外の目的で、レポートの情報を使用すること。
 - II. 他のネットワークマーケティング会社で系図を複製することを含め、レポートに含まれる機密情報をいかなる個人または団体に使用または開示すること。
 - III. レポートのすべて、または一部の情報を第三者に開示すること。
 - IV. アマーレグローバルのカスタマーおよびブランドパートナーを特定し、その他の商業的机会および活動に勧誘するために、レポートまたはレポートに含まれる情報を使用すること。
 - V. アマーレグローバルに回復不能な損害を与える方法で、報告書、報告書の一部、または報告書に含まれる情報を意図的または非意図的に使用または開示すること。
- C. ブランドパートナーは、本契約におけるブランドパートナーの守秘義務が、本契約の終了または解約後も存続することを理解し、これに同意します。

16.3 違反および救済

- A. ブランドパートナーは、レポートの専有情報が独自のものであり、本規定に違反して開示または使用された場合、アマーレグローバルおよび他のブランドパートナーのアマーレグローバルのビジネスに回復不能な損害が生じることを認めます。アマーレグローバルは、本条項にもとづく権利を行使するための訴訟において、本条項に違反したブランドパートナーに対し、差止救済または損害賠償を請求する権利を有します。勝訴した当事者は、弁護士費用、裁判費用および経費の賠償を受ける権利を与えられます。

16.4 レポートの返却または破棄

- A. アマーレグローバルから要求があった場合、現ブランドパートナーまたは元ブランドパートナーは、アマーレグローバルに対し、所有するその他のアマーレグローバルの秘密情報と共に、すべての「報告書」の原本およびすべてのコピーを返却または破棄するものとします。

17.0 懲戒処分および契約の取り消しまたは解除

17.1 懲戒処分

- A. 本契約のいずれかの条項の違反または違法、詐欺的、欺瞞的、非倫理的な事業行為、またはブランドパートナーがアマーレグローバルの評判または信用を損なう可能性があるとしてアマーレグローバルが合理的に判断する行為または不作為（かかる損害を与える行為または不作為は、ブランドパートナーのアマーレグローバルのビジネスに関連している必要はありません）は、不正行為への対処として、アマーレグローバルの裁量により、会員資格の解除またはアマーレグローバルが適切と判断するその他の懲戒制裁の対象となる場合があります。
- B. 懲戒処分には以下の1つ以上が含まれます。
- I. ブランドパートナーに対し、直ちに是正措置を講じるよう求める文書での警告または要請。
 - II. コミッションの保留（以下、コミッション保留）の原因となった問題が解決されるまで、または今後のコンプライアンスを確保するためにアマーレグローバルがブランドパートナーから十分な追加保証を受けるまでの期間、罰金の徴収（即時に徴収される場合もあれば、将来のコミッション支払いから差し引かれる場合もあります）またはコミッション保留。
 - III. アマーレグローバルまたはブランドパートナーのイベント、アワードまたは表彰への参加の禁止。
 - IV. 1回または複数回のコミッション支払期間、ブランドパートナー契約および会員資格の停止。
 - V. 違反したブランドパートナーのアマーレグローバルの複製ウェブサイトおよびバックオフィスへのアクセス停止またはそれらウェブサイトの閉鎖。
 - VI. ブランドパートナーおよびその組織の売上の一部または全部からのボーナスの支払いの中止または制限。
 - VII. ブランドパートナーの組織の全部または一部の変更。
 - VIII. ブランドパートナー契約および会員資格の強制解約
 - IX. ブランドパートナーのポリシー違反または契約違反に起因する損害を正当に解決するために、アマーレグローバルが実行可能かつ適切とみなすその他の措置。
 - X. 金銭的または衡平法上の救済を求める法的手続き。

17.2 契約の取り消しまたは解除（日本ではCは適用されません）

- A. 自主解約。本報酬プランに参加する者は、理由の如何を問わず、いつでも解約する権利を有します。解約は、本社の住所宛に書面にて提出するか、ブランドパートナーのバックオフィスを通じて行うことができます。書面による解約通知には、ブランドパートナーの署名、氏名、住所およびブランドパートナーのID番号を記載する必要があります。12ヵ月間に500ドル以上のアマーレグローバル製品を返品した場合、ブランドパートナーは自発的に本契約を解約したものとみなされます。
- B. 活動停止による解約。ブランドパートナーが報酬プランに規定されている「アクティブ」の資格を12ヵ月連続で満たさない場合、またはブランドパートナーが新規カスタマーもしくはブランドパートナーを12ヵ月連続で登録しなかった場合、いずれかの条件が該当してから60日後に、ブランドパートナー契約およびアマーレグローバルのビジネスは、活動停止により解約されます。60日の期間に、ブランドパートナーが「アクティブ」のステータスを満たすか、新しいブランドパートナーまたはカスタマーを登録した場合、本契約は解除されません。
- C. 未払いによる停止または解約。ブランドパートナーが必要な更新料を支払期日までに支払わなかった場合、アマーレグローバルの裁量により、契約を一時停止または終了することがあります。更新料が60日間未払いの場合、本契約は自動的に解約されます。

- D. 強制解約。セクション17.1に定めるとおり、本契約のいずれかの条項に違反した場合、または違法、詐欺的、欺瞞的、非倫理的な事業行為、またはアマーレグローバルの評判または信用を損なう可能性があるとしてアマーレグローバルが合理的に判断する行為または不作為（かかる損害を与える行為または不作為は、ブランドパートナーのアマーレグローバルのビジネスに関連している必要はありません）にブランドパートナーが関与した場合、アマーレグローバルはその裁量により、本契約の解除を行う可能性があります。また、以下のいずれかの事由が発生した場合、本契約は強制的に解除される場合があります。ブランドパートナーが自発的または非自発的に破産を申し立てた場合、または重罪やその他の犯罪行為で有罪判決を受けた場合。解約は、書面による通知がブランドパートナーの最新の住所、Eメールアドレス、FAX番号、または代理人宛に送信された日、またはブランドパートナーが解約の通知を実際に受け取った日のいずれか早い日から有効となります。
- E. アマーレグローバルは、会社が必要と判断した場合、30日前に書面にて通知することにより、すべてのブランドパートナー契約を終了させる権利を保持します。(1) 事業停止、(2) 法人の解散、(3) ダイレクトセールスによる流通の終了。
- F. 解約または解除の効果。ブランドパートナーがアクティブの状態を維持し、本契約の条件を順守している限り、アマーレグローバルは、報酬プランに従ってブランドパートナーにボーナスおよびコミッションを支払うものとします。ブランドパートナーのボーナスおよびコミッションは、ブランドパートナーの売上創出の努力、およびそれに関連するすべての活動（組織構築を含む）に対する対価を構成します。理由の如何を問わずビジネスを解約されたブランドパートナーは、そのビジネスに対するすべての権利、特典および特権を失うものとします。これには、アマーレグローバルブランドパートナーとしての地位およびアマーレグローバルの製品ならびにサービスを販売する権利、自身の売上およびダウンライン組織の活動から生じるコミッション、ボーナス、その他の収入を受け取る権利が含まれます。ブランドパートナーのビジネスが解約された場合、現在販売されていない製品および更新料の全額または一部の払い戻しはありません。ブランドパートナー契約が解除された場合、ブランドパートナーはアクティブだった解除前の最後の支払い期間のコミッションおよびボーナスのみを受け取ることができます（強制解約に先立つ調査期間中に保留された金額は差し引かれます）。
- G. 解約後の再登録。強制解約以外の理由で本契約が解約された場合、元ブランドパートナーは再申請まで最低6か月間待った後、希望する紹介者またはスポンサーのもとで登録を申請することができます。契約が強制的に解除されたブランドパートナーは、コンプライアンス部による審査後、アマーレグローバルの権限を有する役員の書面による明示的な同意がない限り、ブランドパートナーへの再登録を申請することはできません。状況の如何にかかわらず、そのような元ブランドパートナーは、再申請を行うにあたり、解約日から最低12か月間の期間をあける必要があります。
- H. 再分類。ブランドパートナー契約が解約された時点で、当該ブランドパートナーがアマーレグローバルの定期注文プログラムに参加している場合、定期注文の解除を要求しない限り、その定期注文は有効に継続されるものとします。解約するブランドパートナーから定期注文の解除の申請がない場合、当該ブランドパートナーはカスタマーとして再分類されます。

- I. 組織のロールアップ（繰り上げ）。ブランドパートナーの解約または解除により組織に欠員が生じた場合、解約されたブランドパートナーの直下にいるブランドパートナーは、解約されたブランドパートナーのスポンサーの第1レベル（フロントライン）に移動します。このようなロールアップ（繰り上げ）は、解約日から1年後に行われます。例えば、AがBをスポンサーして、BがC1、C2、C3をスポンサーし、Bが契約を解約または終了した場合、C1、C2、C3はAに「ロールアップ（繰り上げ）」され、Bの解約から1年後にAの第1レベル・フロントラインになります。ロールアップ（繰り上げ）前の1年間、解約または終了したブランドパートナーのポジションは停止されます。アマーレグローバルは、その裁量により、解約または終了したブランドパートナーの組織を、次にアクティブなアップラインスポンサーにロールアップ（繰り上げ）しない権利を保持します。

18.0 紛争解決 （日本では管轄裁判所について契約書面16ページ、5が適用されます）

18.1 仲裁

- A. 本契約またはその違反、ブランドパートナーのビジネス、またはアマーレグローバルとブランドパートナーの間の紛争に起因または関連する論争または請求は、**商業仲裁規則**（<https://www.adr.org/Rules>）にもとづき、**米国仲裁協会が運営する拘束力のある機密の仲裁によって解決されるものとし、仲裁人の裁定に対する判決は、管轄権を有する裁判所において下される可能性があります。**仲裁人は1名とし、商取引に関する専門知識を有し、かつダイレクトセールス業界に精通し、米国仲裁協会が提供する候補者リストから選出されるものとします。上記にかかわらず、紛争がブランドパートナーの居住する州の小額訴訟裁判所の管轄範囲内にある場合、紛争は当該小額訴訟裁判所で解決することができます。**仲裁の代わりに小額訴訟裁判所で訴え提起された場合、当事者は、問題が小額訴訟裁判所に留まり、個別（非集団訴訟、非代表訴訟）に進められることに同意します。**
- B. AAA の規則にかかわらず、両当事者が別段の定めをしない限り、すべての仲裁訴訟には以下が適用されます：
 - I. すべての事案に連邦証拠規則を適用すること。
 - II. 当事者は、連邦民事訴訟規則が認めるすべての証拠開示の権利を有すること。
 - III. 当事者は、連邦民事訴訟規則第12条および第56条にもとづく申し立てを行う権利を有すること。
 - IV. 仲裁審理は、仲裁人が任命された日から遅くとも1年以内に開始され、5営業日以内に終了するものとする。
 - V. 当事者は、それぞれの事例を説明する時間を平等に与えられるものとする。
 - VI. 仲裁人による裁定は、各請求の処分を記載した書面によって構成されること。また、裁定の根拠となる重要な所見と結論を簡潔に記した書面も交付されます。
 - VII. 求める救済の価値が25,000ドル以下の場合、仲裁は、当事者のいずれかが対面、電話またはビデオ会議による審理を要求するか、仲裁人が審理が必要であると判断しない限り、書面による提出のみによって実施されるものとする。対面審理が行われる場合、仲裁人が別途要求しない限り、いずれの当事者も電話またはビデオ会議で出席することができます。
 - VIII. 係争が仲裁の対象となるか否かについては、仲裁を通じて決定されるものとする。

- C. 両当事者が相互に別の場所に合意しない限り、すべての仲裁手続きはユタ州ソルトレイク郡で申し立てられ、開催されるものとします。
- D. ブランドパートナーが求める救済の価値が10,000ドル以下である場合を除き、両当事者は仲裁人の費用を折半するものとします。ブランドパートナーが求める救済の価値が10,000ドル以下である場合、ブランドパートナーの要請に応じて、アマーレグローバルは仲裁に関連する仲裁人の手数料をすべて支払います。かかる仲裁において勝訴した当事者は、敗訴した当事者から、合理的な弁護士費用および申立手数料を含む仲裁の全費用および経費を受け取る権利を有します。仲裁人の決定は、最終的かつ当事者を拘束するものとし、必要であれば、管轄権を有する裁判所において判決を仰ぐことができます。
- E. 係争が仲裁の対象となるかどうかについては、仲裁人が決定するものとします。
- F. アマーレグローバルとブランドパートナーとの間で紛争が生じた場合、その秘密は会社と当該ブランドパートナーとの間で保持されるものとします。係争に関する善意の証人および当事者の法律顧問と争点について話し合う場合を除き、いずれの当事者も、紛争解決の前、最中、または後に、インターネットまたはソーシャルメディアもしくはブログでの開示を含むがこれに限定されない、いかなる方法において、第三者に口頭または書面により、主張、申し立て、利点、証拠、立場、答弁、証言、裁定、命令、問題点または係争のその他の側面について、議論、公表またはその他の方法による公開をすることはできません。この秘密保持規定は、アマーレグローバルが、会社から懲戒処分を受けたブランドパートナーのアップラインとコンプライアンス上の問題およびその解決について話し合うこと、または会社とブランドパートナーとの間の係争の解決に関連する問題について話し合うことを禁止または制限するものではありません。
- G. 本仲裁規定の適用を希望しないブランドパートナーは、本契約の締結から30日以内に、本仲裁規定の適用除外を希望する旨を書面にてアマーレグローバルに通知することにより、適用除外を選択することができます。適用除外の申請はEメール（compliance@amareglobal.com）によって行うことができます。
- H. 米国連邦法、ユタ州法およびブランドパートナーが居住する州の州法および地方法の下でブランドパートナーが利用できる救済は、本契約の条項によって制限されない限り、いかなる仲裁手続きにおいても引き続き利用できるものとします。
- I. 本契約における仲裁は、ブランドパートナー契約の解約または終了後も存続するものとします。
- J. 上記にかかわらず、本契約のいかなる規定も、いずれかの当事者が、その知的財産権、企業秘密または機密情報を保護するために、本契約に定めるとおり両当事者が管轄権を同意した裁判所に差押令状、仮差止命令、仮処分命令、終局的差止命令、またはその他の衡平法上の救済を申請し、取得することを妨げるものではありません。これには、仲裁その他の手続の申し立て前、申し立て中、または申し立て後、あるいは仲裁その他の手続に関連する決定または裁定が下されるまでの間、本契約の非勧誘条項に基づく権利の行使を含みますが、これらに限定されません。

- K. 本契約に起因もしくは関連する、またはアマーレグローバルのビジネスに起因もしくは関連する、または両当事者の関係に起因もしくは関連するすべての係争は、仲裁または裁判所において審理されるか否かを問わず、個別に提起され、審理されるものとします。両当事者は、他方当事者およびそれぞれの所有者、役員、取締役および代理人に対して、集団または共同で訴訟を進行する権利を放棄します。集団訴訟の権利放棄の適用除外を希望する場合、ブランドパートナーとして登録した日から30日以内に、適用除外を希望する旨をアマーレグローバルに書面で通知することにより、適用除外を選択することができます。適用除外の申請はEメール（compliance@amareglobal.com）によって行うことができます。
- L. 連邦仲裁法は、仲裁に関するすべての事項に適用されるものとします。本マニュアルで特に言及されている場合を除き、抵触法の原則にかかわらず、ユタ州法が本契約、ビジネス、両当事者間の関係、または両当事者間のその他の請求に関連または起因するすべての事項に適用されます。かかる請求が契約、不法行為、保証またはその他の法理論に基づくものであるか否かは問いません。上記にかかわらず、係争が管轄権を有する少額訴訟裁判所に提起された場合は、少額訴訟裁判所が所在する州の法律が適用されるものとします。
- M. 本契約の紛争解決規定は、ルイジアナ州の居住者に適用されるものとしますが、アマーレグローバルとルイジアナ州に居住するブランドパートナーとの間の仲裁は、ブランドパートナーの居住地であるルイジアナ州の法律に従って行われる場合があります。

19.0 その他の事項

19.1 分離可能性

- A. 本契約のいずれかの条項が何らかの理由で無効または履行不能と判断された場合、無効な条項のみが分離されるものとします。そのような無効または履行不能な条項は、本契約の一部を構成することがなかったかのように解釈され、本契約の残りの条項および規定は、引き続き完全に効力を有するものとします。

19.2 権利放棄

- A. 本契約の違反に対するいずれかの当事者による権利放棄は書面によって行われ、権利放棄を主張する当事者の権限を有する代理人が署名しなければなりません。当事者による違反の権利放棄は、1回限りの権利放棄とし、以後の違反の権利放棄としては機能せず、また解釈されないものとします。ブランドパートナーの特定の違反に対するアマーレグローバルの権利放棄は、その後の違反に関するアマーレグローバルの権利に影響を与えるものではなく、他のブランドパートナーの権利または義務に影響を与えるものではありません。
- B. アマーレグローバルに対するブランドパートナーの請求または訴因の有無は、アマーレグローバルが本契約の条項または規定を履行することに対する抗弁とはならないものとします。

19.3 後継者および譲受人

- A. 本契約は、当事者およびそれぞれの後継者および譲受人を拘束し、利益を付与するものとします。

19.4 準拠法

- A. 本マニュアルはユタ州法に準拠し、それに従って解釈されるものとし、米国の裁判所を専属の管轄裁判所とします。（日本では管轄裁判所について契約書面16ページ、5が適用されます）

19.5 変更、修正、訂正

- A. 連邦法、州法、地方法およびビジネス環境は絶えず変化するため、アマーレグローバルは、その単独かつ絶対的な裁量において、本契約およびアマーレグローバル製品価格表の価格を修正する権利を保持します。改定に関する通知は、アマーレグローバル公式資料に掲載されるものとします。本条項は、双方の同意によってのみ変更可能であることを規定した、セクション18の仲裁条項には適用されません。ブランドパートナーが仲裁条項の将来的な改定に明確に同意しない場合、ブランドパートナーはセクション18の規定に従い、当事者間の仲裁を行うことに同意するものとします。
- B. 変更、修正、訂正は、以下のいずれかの方法で通知され、通知された時点で直ちに発効するものとします。
- I. アマーレグローバル公式ウェブサイトに掲載された時点
 - II. Eメールが受信された時点
 - III. アマーレグローバルのニュースレターまたはその他のアマーレグローバルの通信手段を通じて書面にて公布された時点
- C. 改正は、改正の発効日以前に発生した行為に遡及して適用されないものとします。ブランドパートナーが修正（仲裁条項を除く）に同意しない場合、ブランドパートナーの唯一の手段は本契約を解約することです。ブランドパートナーによるアマーレグローバルビジネスの継続、本契約にもとづく利益の受領、ボーナスもしくはコミッションの受領、または複製ウェブサイトおよびバックオフィスの継続的な使用は、すべての修正に同意したものとみなされます。

19.6 遅延

- A. アマーレグローバルは、合理的な支配の及ばない状況に起因する義務の履行遅延または不履行について責任を負わないものとします。これには、ストライキ、労働争議、輸送困難、暴動、戦争、火災および天候不良、供給源の縮小または政府の政令や命令が含まれますが、これらに限定されるものではありません。

19.7 発効日

- A. 本マニュアルは2024年5月1日より有効となります。その時点で、以前のポリシーマニュアル（以下、旧マニュアル）に自動的に優先するものとし、その日付をもって、旧マニュアルは、仲裁条項に関して本書に規定されている場合を除き、いかなる効力も失うものとします。