

平成24年()第 号 賠償請求事件

原告 株式会社セントラルマーケット

被告

被告

準備書面2(被告)

スターティーインターナショナル株式会社(旧社名 株式会社セントラルマーケット)から訴訟のお誘いがあった為に、スターティーインターナショナル株式会社への準備書面2(被告)を作成。

準備書面2(被告)では、裁判所に釈明権及び釈明処分行使を求めている。

この釈明権及び釈明処分は、相手が裁判の進行や事実の追求を妨害する為に話を逸らしたりする場合、裁判所に対して事実関係の認定を行使依頼する際に使用する。

この釈明権及び釈明処分行使をされた場合、しっかりとした立証を行わないと都合が悪いから誤魔化しているとの自白『**擬制自白**』と判断が下される。

スターティーインターナショナル株式会社は、前訴でも本訴でも都合が悪い為に立証を拒否し、認めない、憶測だ等と愚かな主張を行っているのである。

第1 原告元社員の情報公開について

1. 原告元社員の情報について、もう少し記載を行う。

原告元社員が立ち上げた企業は、株式会社グッドイナフ(株式会社 good enough)だ。

この企業名は、被告は分かっていなかった。何故分かったかという、「**悪質 広告代理業 グッドイナフ**」(甲1-1)と、この様なキーワードで検索されたのをアクセス解析で把握したからだ。

そこでグッドイナフで調査すると、元社員の伊藤 真吾と神倉 慶子が立ち上げた企業と把握できた訳だ。

「**悪質 広告代理業 グッドイナフ**」の検索ワードから分かる通り、原告勤務時代と営業手法が全く変わっていないのだ。

なお、株式会社セントラルマーケット 元副社長(女性)の起業も当然知っている。

今の所、原告の不動産詐欺時期に在籍及び関与の判断ができていないし、悪い噂も今の所見当たらないから何も記載していないだけである。

何でもかんでも公表している訳では無い。

第2 **裁判所に釈明権及び釈明処分の行使を求める。**

原告側へ事実の認否と釈明（再度の反論）及び証拠提出を求める。

裁判所に釈明権及び釈明処分の行使を求める理由及び原告側へ事実の認否と釈明（再度の反論）証拠提出等を求める理由。

本件該当Webサイトは、9割程が前訴裁判資料からできている。

前訴裁判資料は、下記の様な流れとなる。

- ・ 平成21年 月 日 前訴 被告 訴状(乙56)
- ・ 平成21年 月 日 前訴 原告 答弁書(乙57)
- ・ 平成21年 月 日 前訴 被告 準備書面(1)(乙58)
- ・ 平成21年 月 日 前訴 原告 第1準備書面(乙59)
- ・ 平成21年 月 日 前訴 被告 準備書面(2)(乙60)
- ・ 平成21年 月 日 前訴 原告 第2準備書面(乙61)
- ・ 平成21年 月 日 前訴 被告 準備書面(3)(乙62)
- ・ 平成21年 月 日 前訴 原告 第3準備書面(乙63)
- ・ 平成21年 月 日 前訴 被告 控訴の理由書(控訴審)(乙64)
- ・ 平成21年 月 日 前訴 原告 答弁書(控訴審)(乙55)
- ・ 平成21年 月 日 前訴 被告 準備書面1(控訴審)(乙65)
- ・ 平成21年 月 日 前訴 被告 準備書面2(控訴審)(乙66)
- ・ 平成22年 月 日 前訴 原告 第1準備書面(控訴審)(乙67)
- ・ 平成22年 月 日 前訴 被告 準備書面3(控訴審)(乙52)
- ・ 平成22年 月 日 前訴 被告 準備書面4(控訴審)(乙68)
- ・ 平成22年 月 日 前訴 被告 上告人口頭弁論に対する反論 及び上告理由書に
対する反論補記(上告審)(乙49)

前訴で、どの様なやり取りが行われ、何を追求及び請求し証明を行っていったかは上記訴訟資料にて証明を行う。

なお、前訴訴訟資料の証拠号証は、乙69にて本訴提出証拠資料との互換表として提出を行う。

前訴においても、被告は裁判所に釈明権及び釈明処分の行使を求めた。(乙64, 65) その際に、原告に対して根拠の提出及び詳細説明を求め、それを行わない場合は「擬制自白である」との裁判所の判断を求めている。

その際に、原告は何の証拠も示さずに詳細な説明も行わなかった。

そして、被告の文書提出命令も却下され裁判を終結し勝訴した。

普通、民事裁判は双方の言い分がある限り裁判は続く。

しかし、被告が文書提出命令を出す様に要請していたにも関わらず終結させ被告の勝訴。

これは、裁判所が被告の主張に対して原告が証拠の提出及び証明を行わなかった事により「擬制自白である」と認定し、これ以上の証拠は必要無しと判断したからである。

もし、被告の主張が認められず証明としては不足と判断されたのならば、更なる証拠提出を求め裁判は続行となる。即ち、被告の文書提出命令は却下されずに認められていた。

なによりも、裁判官がこれ以上の証拠は必要ないと発言している。

当然、被告の主張が全て正しいと裁判官が判断し、原告が自白したと認められ終結したのである。

前訴では、裁判官が擬制自白について口頭にて発言しなかった。

当時から、今回の様な原告による判決をねじ曲げた虚言流布は予測できていた。

本訴でも、原告は

- ・ 前訴判決をねじ曲げた主張をし続ける。
- ・ 前訴判決内容も認めない。
- ・ 技術的な証拠を突きつけても全く認めないで、証拠や証明も無く虚言を繰り返す。
- ・ 証拠の提出を求めても無視する。
- ・ 何の証拠も無しに、事実と異なると虚言を繰り返す。

そして原告は、本件該当Webサイトの9割程が前訴の裁判資料でできているにも関わらず、

- ・ 前訴内容のWebサイトと本訴は関係が無い。(リーバマン法律事務所 石井が法廷証言。)
- ・ 前訴と本訴は関係が無いと主張しながら、前訴内容のWeb内容は、事実と異なると主張。
- ・ 前訴判決で認められた内容についても、認められていないと主張する。

原告は、一体何が主張したいのだ？

前訴は関係ないと言いながら、何故前訴内容のWebサイトについて事実は違うとか主張しているのだ？(準備書面1(原告)2ページ末行) 頭は大丈夫か？

原告は、被告の技術見解や証拠に対して技術的反論及び論破ができない為に、被告回答に対してはぐらかす回答を行い、裁判の進行を妨害していることが容易に想像できる。

原告は、サーバー会社へ行っていた執拗な業務妨害により問題化させ、Webサイトの削除を促す様に仕向けたが失敗し、問題があるのなら訴訟しろと回答がきた為にターゲットを被告に変更したと容易に推測できる。

本件は報復訴訟の為、裁判進行の中で何が審理され、証拠たる事実の確認、争点の確認、証拠の選択を行う。その結果、次の段階の審理過程見通しが明確にならないと無駄な時間を浪費するばかりである。

原告の反論については、被告は技術的データにより論破済みであるにもかかわらず、原告側から更に同じ見当違いな反論を繰返されては、何の為に技術的検証を行ってきたのかも分からない。

原告は、常に矛盾だらけの一般論にもならない反論を終始し、本請求事件に関する事実問題を言及せずデータによる否認もしていない。このままであれば、「擬制自白である」との裁判所の判断を求める。裁判進行上の過程で重要な事実関係であるこの事実の被告側の否認とその上に立つ原告側の再反論、釈明を求める。同時に、裁判所に釈明権及び釈明処分の行使を求める。

なお、原告の乙39、40の事実無根の原告虚言流布内容は、本訴原告主張を見れば憶測が付く。

そこで、釈明権及び釈明処分の行使について、以下の事を裁判所に強く要望を行います。

- ・ 被告が請求した釈明権及び釈明処分の行使は、必ず判決文にて認否の記載を頂く。
- ・ 被告の主張が通らない場合は、裁判中に認めないと公言及びその理由を頂く。
- ・ 被告の釈明権及び釈明処分の行使は、全て認められるまで主張を行います。

上記の請求根拠は、原告が現在行っている、

- ・ 前訴判決や事実をねじ曲げた虚言流布による被害を食い止める。
- ・ 前訴第一審での判決で、事実認定に問題があった為の対策（乙64 25ページ 12）
- ・ 新たな業務妨害の報復訴訟の発生を防ぐ。

上記の意味を持ちます。

被告は、技術的にも全て立証できます。

しかし、前訴でも争ってきた内容の為に、どの程度本訴でも記述すれば認められるのか判断ができません。そこで、裁判管に上記の様に裁判中の口頭での認否を回答願います。否認された件については、再度証明を行い事実関係の認否を問わせて頂きます。

事実関係の認否及び釈明、証拠提出を求める項目

裁判所での被告指摘に関する再反論及び釈明、証拠提出を求める。

1 本件該当Webサイトが、利用サーバーで使用停止になった理由

原告は、訴状16ページ上から12行目 原告が本件ウェブサイトの削除を要求したところ、さくらインターネット株式会社は被告らに対して同社提供サーバーでの運用を平成23年9月26日に停止した。ところが、被告らは直ちに別の会社の提供するサーバーを用いて本件ウェブサイトを開設した。と恰も本件該当Webサイトの内容に問題がありサーバー会社から削除依頼が

来たが無視をしたかの如く虚言を主張及び流布している。

原告の主張は虚言である。

該当Webサイトの使用停止を通達したのは、原告がさくらインターネット株式会社に対して同様の内容で計4回(子会社の株式会社レアの1回含む)Webサイト削除依頼等を行ってきた。(乙44-1、45-1、46-1、47-1)

その為に、乙47-3 3ページ目の様なさくらインターネット株式会社からの回答がある。

乙47-3 3ページ目

(以下、9/16にお伝えしました内容です)

お客様の主張内容を申し立て者へ転送するとのお話させていただきましたが、社内協議を行いました結果、当事者間協議での解決が難しい状況であるということから、弊社を仲介した転送を行っても又、申し立て者から弊社へ返答が寄せられることは十分あり、先に進展することは考えにくいと判断し転送は行っておりません。

本件は裁判で承認された内容での公開コンテンツであるとのことであれ、ご利用サービスでの当事者間解決が難しいコンテンツの継続は、当社業務の遂行に支障が生じると判断します。

お客様にてご利用サーバでの公開を停止いただくか期日までに対応に応じられませんか場合は、弊社約款第19条1項2号により弊社にて公開の停止措置を行わせていただきます。

原告は、原告がさくらインターネット株式会社に行ってきた業務妨害の事実すら認めない。

原告の主張は、見当違いにも達してなく、原告の追及に対して論理的な主張や、データや証拠での立証ができない為に、さくらインターネット株式会社に執拗な業務妨害をしかけ問題化させ削除させようとしていた事は明白。

そこで、

- (a) 本件該当Webサイトは、内容が事実無根でサーバー会社から削除されたのでは無い。
- (b) 原告の本件該当Webサイト削除要求内容が、サーバー会社に認められたものでも無い。

との認定をお願い致します。

原告が上記内容について証拠に基づく反論証明を行えない場合は「擬制自白である」との裁判

所の判断を求め判決文に事実認定をしっかりと記載頂きたい。

2 本件該当Webサイトの真実性について

原告は、準備書面1(原告)2ページ 下から3行目で、被告らは、本件では**公共性、公益性、真実性が認められる為に名誉毀損は成立しないと主張する**(答弁書2項など)。しかし、本件各記述はもっぱら**公益を図る目的になされたものではなく、真実でもない**。と主張している。

原告の『真実でもない』とは、当然、**公益性等を語った次の真実性が認められる為に名誉毀損は成立しないと主張する**にかかると主張する。

この本件該当Webサイトが真実では無いとの主張は、原告Web(乙39)でも

- ・ **事実を歪曲した推測による情報の掲載と、当社の信用失墜を目的としたメール等による、当社取引先に対する、風評被害が発生しております。**
- ・ **インターネット上に開示された本件情報は、インターネット閲覧者に対して、事実誤認させることを目的とした、風評被害であると、捉えています。**

と言う主張からも読み取れる。

被告は、前訴から本訴に至るまで原告の主張に対して反論証拠及び証明を提出し、原告に対して証拠に基づき論理的証明をしると散々請求してきた。

しかし、今現在に至るまで何一つ証拠も、論理的証明も無い。

このままでは、何時まで経っても報復裁判は続くだけである。

そこで、本訴にて、判決文に下記内容の事実認定をしっかりと記載頂きたい。

(1) Usid e自体のユーザー数

Usid e自体には、ユーザーが殆ど居ません。それは、初日のアクセス数をみれば一目瞭然です。(乙19)これは、他社のアクセス解析からも同様に読み取れます。(乙26)

Usid e自体にユーザーが存在しないのは、前訴での下記のやり取りからも判断できる。

被告は前訴控訴審でUsid eの広告リンクをクリックしているのは**99.9%ハイステージユーザーだと証言し、被告広告リンクのクリックに関するアクセス解析を請求致しました。**

その際に、原告 代表加藤 昌稔 は、『いいですよ。アクセス解析を出しますよ。ユーサイドの会員登録数は、8万人以上居ます。』と証言を行う。

その為に、被告が請求していたアクセス解析の文書提出命令が保留され、内容証明にて原告にアクセス解析の請求内容を送達（乙36）。

しかし、原告は広告をクリックしているのが99.9%以上ハイステージユーザーと確認できた為に、アクセス解析は提出せず、U s i d eにはアクセス解析と言う機能は無いと控訴審口頭弁論で供述。

しかし、被告から乙19は原告自らが提出している裁判証拠で、原告が機能が無いと証言しているアクセス解析の一部だろ戸突っ込まれ黙り込む失態を晒す。

そして、裁判官にこれ以上の証拠は必要ないとアクセス解析の文書提出命令も却下され裁判終結。要するに、擬制自白が認められたのだ。

上記やり取りの内容は、乙66 第2、乙67 第1-3、乙52 第1-4から8ページ目 下から8行目、乙68の順番で行われている事で証明する。

もし、原告がU s i d eユーザー数について異論を行うのならば、証拠を提出しそれに基づく証明を行え。

原告が、証拠に基づく証明を行えない場合はU s i d eには、U s i d e自体を活用しているユーザーが殆ど居ない。U s i d eに会員登録しているのは、ポイント目当てのハイステージユーザー（乙37 3ページ）である「擬制自白」との裁判所の判断を求め判決文に事実認定をしっかりと記載頂きたい。

(2) U s i d e 広告がクリックされるカラクリについて

では、U s i d e が賑わっているかの様に装う為にどのような手法を使用したかと言う事になります。その手法は、原告運営のポイントサイト ハイステージユーザーを使ってポイント(乙13)を餌に、U s i d e に掲載している広告リンクをクリックさせているのである。(乙11, 12)

その為に、U s i d e 広告へのアクセス数が翌日以降から上がるのです(乙19, 26)

そして、ハイステージユーザーを使用したU s i d e等の広告クリック回数は、ハイステージのシステムで操作できる様に込み込まれている。(後述(3)にて証明。)

即ち組織的関与があるのである。

もし原告が、U s i d e 広告がクリックされるカラクリについて異論を行うのならば、証拠を提出しそれに基づく証明を行え。

原告が、証拠に基づく証明を行えない場合は前述『(1) U s i d e 自体のユーザー数』の観点からも、U s i d e 広告をクリックしているのは、99.9%以上ハイステージユーザーによるもので「擬制自白である」との裁判所の判断を求め判決文に事実認定をしっかりと記載頂きたい。

(3) U s i d e 広告の使用モデルで広告クリック回数が変わるカラクリについて

乙27は、訴外他社が原告から被害を受けた際に原告へ送った内容証明である。この中に、モデルによりアクセス回数が変わると営業しているのが把握できる。(岡田みりさんと月間3万~4万アクセス、有名で無いモデルだと月間1万~2万アクセス。)

モデルの知名度によってユーザーの広告クリック数が変わるカラクリはいたって単純で、ハイステージに表示されるバナー表示の場所、表示頻度等を調節しているのである。(乙29)

乙29の丸部分に高額順と言うボタンがある。



このボタンを押すと掲載広告がランダムに入れ替わる。乙29は、この高額順ボタンを5回押した結果を証拠として添付している。(7ページ目だけは、高額順ボタンを押す前のノーマル常態の画面表示です。)

見て頂ければ分かる様に、高額順であるにも関わらず0.1ポイントしかないバナーが常に最上部に表示される様になり、その下に表示されているバナーはランダムに入れ替わり0.5ポイントのバナーが表示される。

上記機能は、個人担当の社員でできる事では無く、ハイステージのWebシステム仕様で盛り込まれているのは明白である。ここからも組織的に関わっている犯行と断定できる。

ハイステージユーザーは、取敢えずは表示された広告をクリックするのみ。目視でクリックポイント数を選び好みしている程の時間がある位なら、広告をクリックした方が稼げる。それ程1クリック単価も低い。

原告は、このハイステージユーザーの心理を利用して、広告リンクをクリックして欲しいバナーの表示位置と表示回数を設定しているのである。

それによって、U s i d e の各広告のクリック数を調整している。

もし、原告がU s i d e 広告の使用モデルで広告クリック回数が変わるカラクリについて異論を行うのなら、証拠を提出しそれに基づく証明を行え。

原告が証拠に基づく証明を行えない場合は、U s i d e は使用モデルやその他条件に合わせてハイステージでの広告表示順位や表示回数を設定している「擬制自白である」との裁判所の判断を求め判決文に事実認定をしっかりと記載頂きたい。

(4) 原告の不法行為とその計画性及び日常的に組織的関与の認定について

原告は、しきりに計画性や日常的、組織的な関与を否定する。(準備書面 1 (原告) 1 等)

しかし、ハイステージにU s i d e リンクバナーを設置する事については、**不法行為と計画性**が前訴判決で認められている。無論、計画性の中に**日常性**も盛り込まれている。

甲 8 8 ページ下から 6 行目から 9 ページ上から 5 行目辺りが、**不法行為**の認定箇所である。

『ハイステージに、リンクバナーを儲け、換金可能なポイントを付与するとしてページの閲覧回数を増やす事は、無料プレゼントが当たるなどとしてページ閲覧回数を増やす事と比べて、商品購入とは無関係な経済的利益の獲得のみを目的として該当広告リンクをクリックする者を相当数生じさせる点で、その実質は共通していると言う事ができるから、被控訴人による上記説明は、ユーサイドの利用の実態に反するのもであり、換金可能なポイントを付与するとしてページの閲覧回数を増やす様な広告業者とは異なるという謝った印象を与えるものである。したがって、原告は被告に対する上記契約上の情報提供義務に違反したものであるが、これは原告の被告人に対する不法行為を構成するものである。』

甲 8 7 ページ下から 3 行目から 8 ページ上から 3 行目辺りが、**計画性**の認定箇所である。

広告掲載後、現にハイステージに本件広告へのリンクバナーを設けたものであるところ、乙 1 1 , 1 2 によれば、ハイステージにはユーサイドのWebサイト上の広告へのリンクバナーが多数設けられている事が認められるのであるから、平成 2 0 年 1 1 月 1 0 日当時において、本件広告へのリンクバナーをハイステージに設ける可能性があったと推認できる。

ちなみに、前訴で裁判官より被告と原告加藤にハイステージのバナーの中に、U s i d e バ

ナー（乙11、12）は、どの位の割合あるのかと裁判官から質問され際の回答は次である。

被告	割合までは把握していません。
原告	30%（確かそう言っていたと思う。）位です。

何の前振りも無く突然だった為に、被告は割合までは把握できていませんと答えた。

しかし、原告加藤はハイステージのバナーに中のUsideバナー（乙11、12）の割合まで把握している。（確かに原告の主張する位の割合だと思う。）

上記からも、原告 代表者取締役である 加藤 昌稔 が原告企業内のシステムや運用実態を詳細に把握していると言う事が立証できるのである。

これを組織的と言わずに何を組織的と言うのだ？

そして、前述の『(3) Uside 広告の使用モデルで広告クリック回数が変わるカラクリについて』でも記載しているが、ハイステージはポイント数に関係なく広告の表示順位や表示回数をコントロールできる。

これは、1 社員でできる事では無くハイステージのシステム設計に組み込まないとできない事である。

即ち、事前（計画的）にシステム設計する際（組織的に）に関与しているのである。

そこで、裁判官に

- (a) 原告の運営媒体は、予め（計画的に）広告クリックを操作する仕様になっている。
- (b) 原告の広告クリック数操作は、日常的に原告組織が関与している。
- (c) ハイステージを使用したUside 広告クリックは、原告によるUside の利用説明の実態に反した不法行為を構成するもの。

との認定をお願い致します。

もし、原告が計画性や組織的関与、Uside の利用説明に関する不法行為について異論を行うのならば、証拠を提出しそれに基づく証明を行え。

原告が、証拠に基づく反論証明を行えない場合は「擬制自白である」との裁判所の判断を求め判決文に事実認定をしっかりと記載頂きたい。

(5) U s i d e には、原告が主張する様な広告を良く読み込むユーザーは殆ど居ない

ハイステージユーザーは、ポイントの換金（乙 1 3 ）が目的の為に U s i d e 広告を見ません。広告閲覧時間も計測済です。（乙 9 ）

明らかに、乙 2、3 5 の説明とはかけ離れている。

ハイステージユーザーは、広告を見ている暇があったら、広告クリック数を稼ぐ行為を繰り返します。（乙 4 , 9 ） ハイステージユーザーの行為としては至極当然です。クリックポイントを貯めて換金（乙 1 3 ）する為にハイステージにユーザー登録をしているのですから。

また、U s i d e のアクセス解析を見ても一目瞭然である。

広告表示直後は、U s i d e W e b サイトで一番注目される箇所に広告が表示（乙 2 0 ）されるが、アクセスが殆ど無い。

この件については、前述の『(1) U s i d e 自体のユーザー数』で述べている。

これが、原告 U s i d e の実態です。原告の営業内容（乙 2、3 5 ）とはかけ離れており、そのかけ離れ方も原告が意図的に顧客を騙している。

被告が主張する顧客を騙すとは、無論 U s i d e には優良なユーザーが多いかの如く営業（乙 2、3 5 ）を行っているが、実際はポイント目当てのハイステージユーザーに広告をクリックさせていただきと言う事だ。（乙 1 1 , 1 2 ）

これらの主張は、前述の『(1) U s i d e 自体のユーザー数』と合わせて見て頂くと更に判断ができる。

上記により、U s i d e には、原告が主張する様な広告を良く読み込むユーザーは殆ど居ないとの認定をお願い致します。

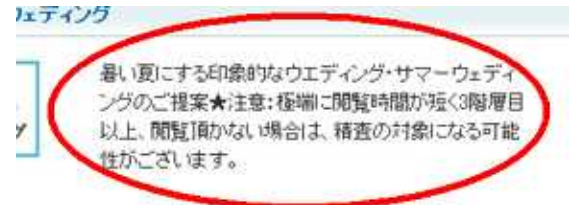
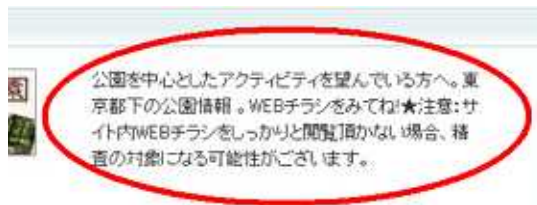
もし、原告が異論を行うのならば、証拠を提出しそれに基づく証明を行え。

原告が証拠に基づく証明を行えない場合は、U s i d e には、原告が主張する様な広告を良く読み込むユーザーは殆ど居ない「擬制自白である」との裁判所の判断を求め判決文に事実認定をしっかりと記載頂きたい。

(6) ハイステージは、技術的に精査不可能な条件を出しているについて

ハイステージユーザーが広告をクリックし、ポイントを集め換金をしようとする、原告による精査を理由に換金拒否する。（乙 1 3 ）

そして愚かにも、ハイステージの精査は技術的に不可能な条件を挙げている。（乙 1 7 ）



上記の技術的に精査不可能条件を書き出したのが下記だ。

注意：サイト内 WEB チラシをしっかりと閲覧頂かない場合、精査の対象になる可能性があります。

注意：極端に閲覧時間が短く 3 階層目以上、閲覧頂かない場合は、精査の対象になる可能性があります。

上記注意事項が、精査作業中と言う口実が成立するかを検証する。
検証として、下記 2 着目点から見るだけでも結論は出せる。

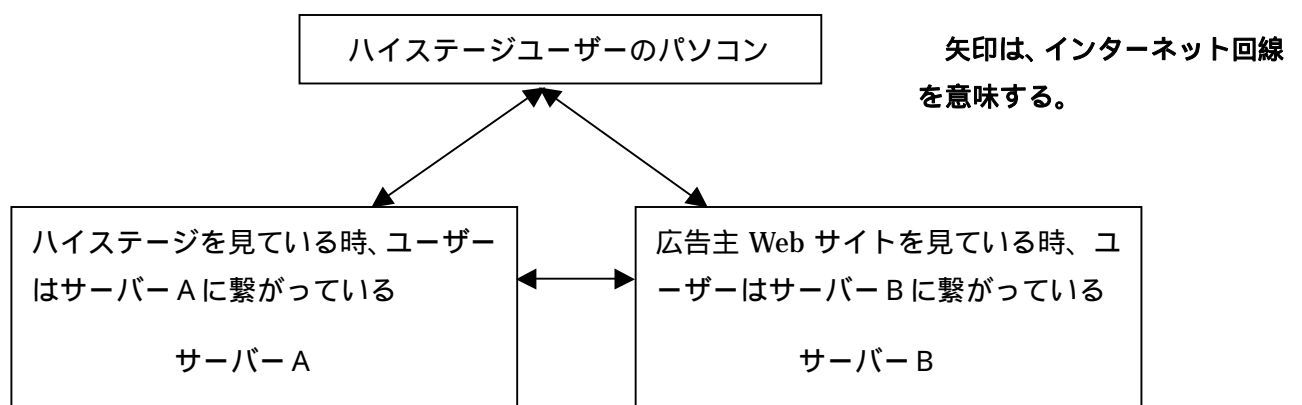
() 原告がユーザーは、被告サイトを見ていない筈は無いと主張

原告は、前訴 答弁書(乙57) 2 ページ目上から 2 行目で、**ユーザーが被告 Web サイトを訪問している事は明らかであり、見ていないとは考えられず、そもそも何を持って見ていないと主張しているのかが不明であると答弁してきている。**

広告主に対してこの様な主張をしているにも関わらず、ユーザーに対しては真逆の精査中と主張しているのは明らかに道理に合わない。

() 原告が閲覧時間や 3 階層目以上閲覧しているか精査できるか？

ハイステージユーザーが、バナーをクリックするとハイステージ Web サイトから、広告主の Web サイトへ移動する。この Web サイトの移動は、パソコン画面に表示されている Web ページが変わっただけで無く、Web サイトを管理しているサーバーも移動している事を意味する。



原告が、ハイステージユーザーの動向を探れるのは、ハイステージを閲覧している時（サーバーA内）のみで、バナー広告をクリックして広告主Webサイトに移動した後は、サーバー自体が原告の管理外の為ハイステージユーザーの動向は一切把握できない。

動向把握もできない（精査できない）事を理由に挙げ、精査中で換金できないと言っているのは、明らかに詐欺（人を騙す概念の意味）。

なお、補足情報として上記の閲覧時間や3階層目以上閲覧等の精査基準の注意記述は、被告との裁判で原告ユーザーが被告サイトを見ていないと2009/5/10に立証（乙9）された後に追加された記述。この注意記述追加は、ハイステージユーザーにも指摘されている（乙15の34、35番書込み）。

34：名無しさん@お腹いっぱい。：2009/06/11(木) 21:00:02 ID:bc5vqhhw0 [1/1 回発言]

注意：極端に閲覧時間が短く3階層目以上、閲覧頂かない場合は精査の対象になる可能性があります。

精査と称する未払いの言い訳を追加かよw

大体、今見ているサイトのディレクトリ構造を意識して閲覧しているヤツなんて居る訳無いだろうに・・・

35：名無しさん@お腹いっぱい。：2009/06/11(木) 21:08:07 ID:k9qySk8z0 [1/1 回発言]

知らぬ間に言い訳が追加されて

それが過去に遡って適用されるみたいだし

これじゃいつまでたっても換金は夢物語だな

上記により、原告が運営するポイントサイト ハイステージの精査は、技術的に不可能な条件を挙げているとの認定をお願い致します。

もし、原告が異論を行うのならば、証拠を提出しそれに基づく証明を行え。

原告が証拠に基づく証明を行えない場合は、ハイステージの精査は、技術的に不可能な条件を挙げている「擬制自白である」との裁判所の判断を求め判決文に事実認定をしっかりと記載頂きたい。

(7) 原告が認める詐欺とは

原告は、本訴訟でも度々詐欺はやっていないと主張する。

被告が、原告に対して詐欺の概念を具体的に答える（答弁書21ページ上から10行目）と問えば、下記の様な意味不明な回答をする。

準備書面1（原告）4ページ末行で、『別件訴訟控訴審（民事）において原告の詐欺（刑法246条）は認定されていない』と主張している。

これは、原告が詐欺で逮捕されない場合は詐欺では無いとの認識を隠しながら主張しているのは明白である。このまま原告の認識する詐欺の意味を隠しながらの主張をされているのは、何を基準に論述すれば良いか不明である。そこで、

(a) 原告は、人を騙す『詐欺』と言う概念は、詐欺には当たらないと認識している。

(b) 原告は、民事上の『詐欺』は、詐欺には当たらないと認識している。

(c) 原告は、刑事上の詐欺（逮捕）でなければ詐欺では無いと認識している。

上記の認定をお願い致します。

原告が詐欺について執拗に記載してくる以上、上記認定をしっかりと頂かない限りは何を証明すれば良いかも不明である。

このままの状態では、裁判の進行に支障が出ます。

原告は、上記(a)～(c)について、『はい』又は『いいえ』の2択で回答せよ。

原告が、『はい』又は『いいえ』の2択で回答を行えない場合は上記(a)～(c)について「擬制自白である」との裁判所の判断を求め判決文に事実認定をしっかりと記載頂きたい。

(8) 広告クリック数保証が、契約の勧誘に使われているについて

準備書面1（原告）7ページ6行目にて、2万クリック保障という話が被告との契約妥結の数日後に出たものであるということからも、**原告が、一般的に2万クリック保証などによって契約の勧誘などを行っているわけではない**ことはわかると主張を行っている。

確かに、被告に対しては2万クリックを契約の勧誘には使っていない。（被告に対して2万クリックを提示したのは、Usideアクセス解析提出の代案。）

しかし、他社では、広告クリック数保障によって勧誘が行われている。(乙27, 28、乙53)

そして広告クリック数保障は、周到に計画準備し組織的に行っているのは、2 本件該当 Web サイトの真実性についての

- (1) Usid e 自体のユーザー数
- (2) Usid e 広告がクリックされるカラクリについて
- (3) Usid e 広告の使用モデルで広告クリック回数が変わるカラクリについて
- (4) 原告の不法行為とその計画性及び日常的に組織的関与の認定について
- (5) Usid e には、原告が主張する様な広告を良く読み込むユーザーは殆ど居ない

上記内容で証明できる。

よって裁判所には、原告はクリック数保障などによって契約の勧誘を行っているとの認定をお願い致します。

もし、原告が異論を行うのなら、証拠を提出しそれに基づく証明を行え。

原告が証拠に基づく反論証明を行えない場合は、原告はクリック数保障などによって契約の勧誘を行っている「擬制自白である」との裁判所の判断を求め判決文に事実認定をしっかりと記載頂きたい。

(9) 原告顧客への被害発生認識について

原告の顧客やユーザーへの被害発生認識については、下記から読み取れる。

準備書面1(原告)3ページ目 下から3行目の『**被告らの被害が発生しない状態になっても掲載され続けるというのであるから、「更なる被害拡大を抑制する」(答弁書2項)**という被告らの主張する目的が、報復の目的を隠すためのいわば見せかけの目的であることがわかるものである。』

準備書面1(原告)4ページ目 上から6行目の『**「更なる被害拡大を抑制する」といった目的のものではないことは明らかである。**』

上記等の主張から、原告の認識では世の中には、原告によって被害を受けた事業主やユーザーは居ないと認識している事が読み取れる。

被告は、本訴 答弁書（被告）（11ページ等）や準備書面1（被告）等でも散々原告が改心するのは無理と説明付きで断言させて頂いている。改心が無理なのだから被害は続くのは明らかだ。

インターネット上に氾濫する原告への糾弾内容のWebサイト（乙14, 15, 16, 22, 27, 33, 34, 41, 42, 43, 54）は、原告から見れば被害を受けて糾弾している内容ではないと認識をしているのが妥当だ。

乙34に関しては、原告への提起を費用面で諦めている事がハッキリと読み取れるのに被害がないと認識している悪質さ。

また、原告は準備書面1（原告）2ページ 下から3行目で、被告らは、本件では公共性、公益性、真実性が認められる為に名誉毀損は成立しないと主張する（答弁書2項など）。しかし、本件各記述はもっぱら公益を図る目的になされたものではなく、真実でもない。と主張している。

原告の『真実でもない』とは、当然、公益性等を語った次の真実性が認められる為に名誉毀損は成立しないと主張するにかかると主張している。

この該当Webサイトが真実では無いとの主張は、原告Web（乙39）でも

- ・ 事実を歪曲した推測による情報の掲載と、当社の信用失墜を目的としたメール等による、当社取引先に対する、風評被害が発生しております。
- ・ インターネット上に開示された本件情報は、インターネット閲覧者に対して、事実誤認させることを目的とした、風評被害であると、捉えています。

と言う主張からも読み取れる。

原告から見た被告を一言で纏めると、被告は原告から被害すら受けていないと言う事だ。何故ならば、前訴で立証した内容は事実を歪曲した推測による情報であると主張しているのだから。

以上の事から、原告は

- (a) 原告から被害を受けた事業主やユーザーは存在しない。
- (b) 被告は、原告から被害を受けていない。

と認識しているとの認定をお願い致します。

原告の主張は、恰も世の中に原告から被害を受けている事業主やユーザーは無論の事、被告すら被害を受けていないかの如く主張だ。

このままでは、原告と被告での被害認識に開きが大きすぎ、何をどの様に論述すれば良いか皆目検討がつかない。それによって、話が何時まで経っても噛み合わない。

まずは、裁判官によって被害状況の認定をお願い致します。

原告においては、上記(a)(b)に異論がある場合は、(a)(b)それぞれに対して被害の有無の2択での回答後、原告が認識する被害状況を詳細に記述せよ。

もし、原告が被害の有無の2択での回答を行わずに、証拠に基づき明確な証明立証を行わない場合は、原告によって被告を含め被害を受けた事業者やユーザーは居ないと認識している「擬制自白である」との裁判所の判断を求め判決文に事実認定をしっかりと記載頂きたい。

(10) 訴状【別紙】表現目録について

答弁書(被告)19ページ【別紙】表現目録の原告の主張は、自身にとって気に食わない一部を抜き取っているだけで、文章全体の流れを見ていない頭の悪い主張だとお伝えした。

そして、本来、結審した内容に文句があるのならば、その問題となっている事例について否定する証拠を提示し、証拠に基づく詳細な理論的な証明を行い、それが認められて初めて遺憾だと主張できるのでは?とお伝えしているはずである。

しかし、未だ原告からは何の証拠に基づく詳細な論理的証明が行われていない。

このままでは、論点が噛み合わずに何に基づき証明を行えば良いのか不明である。

被告の主張や証明は、前述の 2 本件該当Webサイトの真実性について(1)~(9)にも記載済である。

原告は、裁判官に認められる 2 本件該当Webサイトの真実性について (1) ~ (9) を、証拠に基づく詳細な証明を行い、【別紙】表現目録の正当性を問うべきである。

このまま原告が被告証明について無視を行い、何時までも【別紙】表現目録などと言う気が狂った主張をしていると、裁判進行に支障が出る。

そこで、原告が 2 本件該当Webサイトの真実性について (1) ~ (9) を裁判官が認める証拠による証明を行い、【別紙】表現目録の各項目の正当性についても、更に証拠による証明を行わない場合は、被告の証拠による証明が正しく反論ができない「擬制自白である」との裁判所の判断を求め判決文に事実認定をしっかりと記載頂きたい。

(11) 詐欺で逮捕された出会い系サイトと何が違う? について

似通ったビジネスモデル その1

【出会えない出会い系サイト】

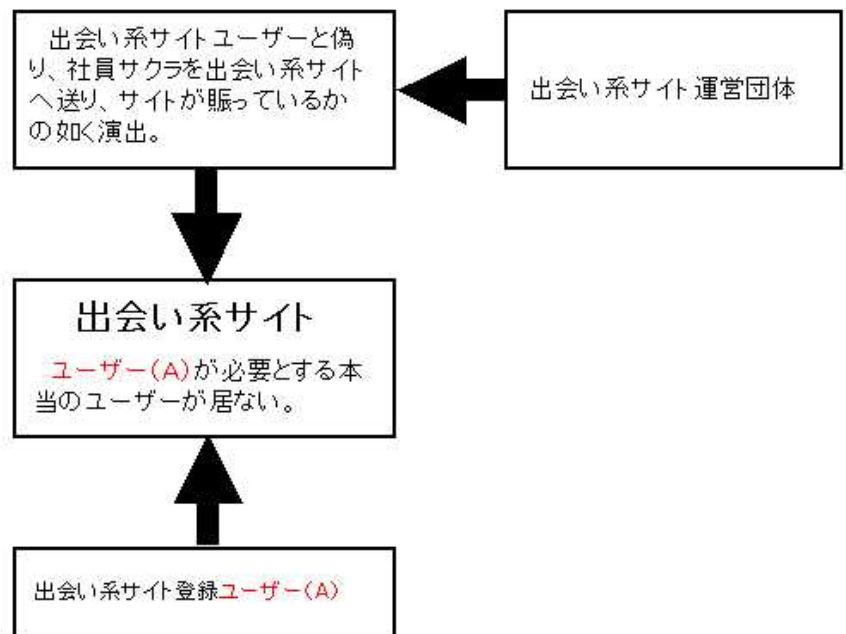
以前、出会えない出会い系サイトが詐欺で逮捕された。

[サクラばかりの出会い系サイト 詐欺容疑で元従業員含め11人逮捕](#)

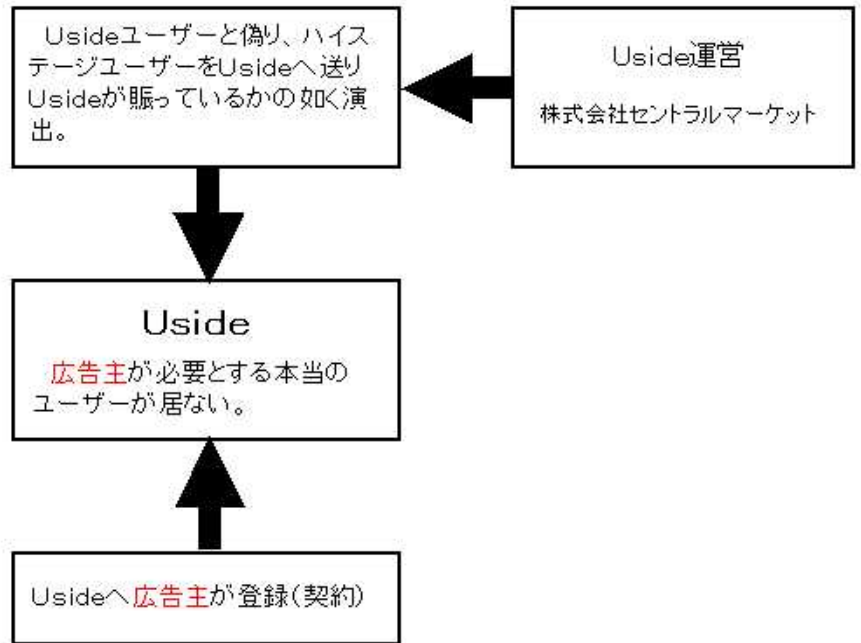
株式会社セントラルマーケットの運営媒体 (U s i d e、ハイステージ) は、この出会えない出会い系サイトの形態に非常に近い。

図にしてみると一目瞭然である。

【出会えない出会い系サイト構成図】



【U s i d e (ユーザーサイド) 構成図】



株式会社セントラルマーケット運営媒体の構成は、出会えない出会い系サイトとほぼ一緒。

悪意の虚偽説明による契約後の対応は、[蟹の電話販売詐欺とほぼ一緒。](#)

株式会社セントラルマーケット運営のU s i d e (ユーザーサイド) と出会えない出会い系サイトと違うのは、

出会えない出会い系サイト	さくら役の社員に賃金を支払っている。
株式会社セントラルマーケット	この構成上で、さくら役に相当するハイステージユーザーも騙し対価を殆ど支払っていない。

株式会社セントラルマーケットは、広告主及びハイステージユーザー両者共に騙しており逮捕された出会えない出会い系サイトよりも悪質といえる。

上記が、Webサイトの内容だ。

上記図解と主張内容は、下記証明内容を図解及び図解の捕捉説明しているだけ。

- 2 本件該当Webサイトの真実性について
- (1) Uside 自体のユーザー数
 - (2) Uside 広告がクリックされるカラクリについて
 - (3) Uside 広告の使用モデルで広告クリック回数が変わるカラクリについて
 - (4) 原告の不法行為とその計画性及び日常的に組織的関与の認定について
 - (5) Uside には、原告が主張する様な広告を良く読み込むユーザーは殆ど居ない
 - (6) ハイステージは、技術的に精査不可能な条件を出しているについて
 - (7) 原告が認める詐欺とは
 - (8) 広告クリック数保証が、契約の勧誘に使われているについて
 - (9) 原告顧客への被害発生認識について

原告は、2 本件該当Webサイトの真実性について (1) ~ (9) について証拠を提出し、それに基づく詳細な証明を行い出会えない出会い系サイトの構成とは明らかに違う事を証明するべきだろう。

原告の主張は、一般論にも達しておらず原告に都合の悪い事を闇雲に主張してくるだけである。サーバー会社に執拗に仕掛けていた業務妨害と同じ。

このままでは、裁判の進行をどの様に進めたら良いのが不明である。

そこで、原告が2 本件該当Webサイトの真実性について (1) ~ (9) について証拠を提出し、それに基づく詳細な証明を行う。その後、それらの証拠と証明を用いて出会えない出会い系サイトと構成が明らかに違うと言う事を証明できない場合は、原告の主張が正しく反論できない「擬言自白である」との裁判所の判断を求め判決文に事実認定をしっかりと記載頂きたい。

(12) 蟹の電話販売詐欺と何が違う？について

原告が顧客からクレームを受けた際の対応は、蟹の電話セールス詐欺とほぼ同じである。まずは、原告代表の加藤が法廷で証言した内容を記載する。

原告 代表取締役 加藤 昌稔 法廷証言

営業が何と言ったかは知らないが、株式会社セントラルマーケットは純広告を載せているだけで、今回は特別に無料で被告広告へのアクセス数の保障をただけ。株式会社セントラルマーケットは純広告を U-side に表示するだけで何の保障もしていない。

次に、原告の前訴 答弁書 (乙55) での内容を記載する。

原告 控訴審 答弁書 2 ページ下から 6 行目

被告は、自ら申し込みをおこなった事が、明らかであるにもかかわらず、その成果のなかったことが、あたかも株式会社セントラルマーケットの責任であるかのような主張であることは明白であり、そもそも、株式会社セントラルマーケットは義務は全て履行済みであり、株式会社セントラルマーケットに広告料金の返還の義務はないと考え、また、過去に返還した事例もない。

株式会社セントラルマーケットが、被告に対して U-side の実情を悪意の虚偽説明を行い契約を結ばせた事は明らかである。

そして、『株式会社セントラルマーケットは純広告を U-side に表示するだけで何の保障もしていない』と言う主張も全くの虚言である。

これは、前訴の判決でも原告の不法行為を構成する物であり計画性があると認定されている。

甲 8 8 ページ下から 6 行目から 9 ページ上から 5 行目辺りが、不法行為の認定箇所である。

『ハイステージに、リンクバナーを儲け、換金可能なポイントを付与するとしてページの閲覧回数を増やす事は、無料プレゼントが当たるなどとしてページ閲覧回数を増やす事と比べて、商品購入とは無関係な経済的利益の獲得のみを目的として該当広告リンクをクリックする者を相当数生じさせる点で、その実質は共通していると言う事ができるから、被控訴人による上記説明は、ユーサイドの利用の実態に反するのもであり、換金可能なポイントを付与するとしてページの閲覧回数を増やす様な広告業者とは異なるという謝った印象を与えるものである。したがって、原告は被告に対する上記契約上の情報提供義務に違反したものであるが、これは原告の被告人に対する不法行為を構成するものである。』

甲 8 7 ページ下から 3 行目から 8 ページ上から 3 行目辺りが、計画性の認定箇所である。

広告掲載後、現にハイステージに本件広告へのリンクバナーを設けたものであるところ、乙 11, 12 によれば、ハイステージにはユーサイドの Web サイト上の広告へのリンクバナーが多数設けられている事が認められるのであるから、平成 20 年 1 月 10 日当時において、本件広告へのリンクバナーをハイステージに設ける可能性があったと推認できる。

もし、株式会社セントラルマーケットの営業電話内容での契約を結ばせる事が法的に問題ないとすると、冬場によく問題になっている蟹の電話セールスで、タラバガニを送ると言っておいてズワイガニを送りつける業者もあるが、下記のように言えば全く問題が無い事になる。

【蟹の電話セールス詐欺】

株式会社セントラルマーケットの似通ったビジネスモデル事例として蟹の電話セールス詐欺を下記に示す。

蟹販売業者：今、蟹祭りをしていてタラバガニ3匹3万円の所、1万5千円になってます。
電話先顧客：安いですね。では送ってください。

商品が到着し蟹を確認すると、タラバガニでは無く、ズワイガニであった為、蟹販売業者にクレームの電話を入れる。

電話先顧客：タラバガニを送ると言っていたが、届いたのはズワイガニなので返品する。
蟹販売業者：営業が何と言ったかは知らないが、うちはズワイガニの卸会社をやっているだけ。
ズワイガニを送れば、契約は履行済みであり、他には何の保障もしていない。

上記事例は、本事件の“広告”と“カニ”を入替えれば、原告の営業スタイルそのままとなる。

本事件で、株式会社セントラルマーケットの悪意の虚偽説明で契約を結ばせた事が問題無いと判決ができれば、上記のカニ商法も全く問題が無い行為だと言う事になる。このような事が認められて、正常な経済活動が成立つか？

成立つわけが無い。

との主張だろ？ 何が不満なのだ？

被告には、原告の主張が全く理解できない。この例を否定できる証拠及び誰もが納得する論理的根拠に基づき証明を行え。

原告の主張は、一般論にも達しておらず原告に都合の悪い事について闇雲に主張してくるだけである。このままでは、裁判の進行をどの様に進めたら良いのか不明である。

そこで、原告が蟹の電話販売詐欺のセールス例で、蟹と広告を入れ替えただけでは同じにはならないとの証拠及び明確な正当性を提示して被告主張を論破できない場合は、蟹の電話販売詐欺と同様である「擬制自白である」と裁判所の判断を求め判決文に事実認定をしっかりと記載頂きたい。

準備書面 2（被告）に関する事実関係の釈明及び、証拠提出を求める

1 準備書面 2（被告）第 2 1 ~ 2 ((a) ~ 含む) までの事実確認及び釈明、証拠提出を求める。

、 に関して釈明権及び釈明処分 of 行使を求める。

証 拠 方 法

1	乙第 5 6 号証	前訴	訴状
2	乙第 5 7 号証	前訴	答弁書
3	乙第 5 8 号証	前訴	準備書面 (1)
4	乙第 5 9 号証	前訴	被告第 1 準備書面
5	乙第 6 0 号証	前訴	準備書面 (2)
6	乙第 6 1 号証	前訴	被告第 2 準備書面
7	乙第 6 2 号証	前訴	準備書面 (3)
8	乙第 6 3 号証	前訴	被告第 3 準備書面
9	乙第 6 4 号証	前訴	控訴の理由書
10	乙第 6 5 号証	前訴	準備書面 1 (控訴審)
11	乙第 6 6 号証	前訴	前訴 準備書面 2 (控訴審)
12	乙第 6 7 号証	前訴	被控訴人第 1 準備書面
13	乙第 6 8 号証	前訴	準備書面 4 (控訴審)
14	乙第 6 9 号証	前訴	証拠資料号証対応表

添付書類

証拠説明書

その他

- 1．送達された訴状内容が同じ物の様でしたので、被告連名にて対応を致します。
- 2．乙15に資料追加。前訴の証明に必要な部分があり追加。本訴では、1～1000までの内450～480までの書込しか提出していない。今回、1～39までの書込資料の追加願います。
- 3．乙49を差し替え。前訴提出資料では無く、修正前の資料を提出した為に差し替え願います。
- 4．証拠説明書 乙19,乙37の作成者の表記ミスがあった。原告に変更願います。

以上