

訴 状

平成16年8月11日

東京地方裁判所民事部御中

原告訴訟代理人

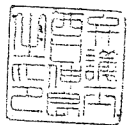
弁 護 士 五 十 嵐 啓 二



同 松 江 仁 美



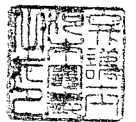
同 西 口 伸 良



同 牛 久 保 美 香



同 河 本 憲 寿



同 萩 原 達 也



当事者の表示

別紙当事者目録記載のとおり

謝罪広告掲載等請求事件

訴訟物の価格

金1億2462万3200円

貼用印紙額

39万5000円



請 求 の 趣 旨

- 1 被告らは、原告に対し、連帯して、金1億1000万円およびこれに対する平成16年6月25日から支払い済みまで年5分の割合による金員を支払え。
 - 2 被告らは、原告に対し、連帯して、被告株式会社講談社発行の写真週刊誌「フライデー」に別紙取消・謝罪広告目録記載の謝罪広告を、別紙掲載要領目録1記載の掲載要領で掲載せよ。
 - 3 被告らは、原告に対し、連帯して、朝日新聞、読売新聞、毎日新聞、日本経済新聞および産経新聞の各朝刊紙に別紙取消・謝罪広告目録記載の取消・謝罪広告を、別紙掲載要領目録2記載の掲載要領で掲載せよ。
 - 4 訴訟費用は被告らの負担とする。
- との判決並びに第1項につき仮執行の宣言を求める。

請 求 の 原 因

第1 当事者

1 原告

(1) 目的

原告は、主として、家電用品、日用雑貨品、食品、時計・ファッション用品及びスポーツ・レジャー用品等の販売を業とする株式会社である。

(甲1 履歴事項証明書)

(2) 原告の概要

現在の原告の会社概要は以下のとおりである。(連結ベースによる)

売上高 1586億1911万5000円

経常利益 101億6238万8000円

資本金	59億4987万5000円	(平成15年6月末現在)
従業員数	8177名	(平成16年7月15日現在)
店舗数	93店舗	(平成16年7月15日現在)

(3) 沿革

原告は、現在の原告代表者である安田隆夫(以下、「原告代表者」という。)によって昭和55年9月に、資本金300万円にて設立された。なお、設立当初の商号は株式会社ジャストの名称であった。設立当初は杉並区内にて店舗物件を賃借の上、雑貨等の小売販売業を行っていたが、その後、昭和57年6月からは主たる事業形態を卸売業に変更した。

平成元年3月、東京都府中市に「ドン・キホーテ」府中店との名称で新たに小売店舗を開設し、主たる事業形態を卸売業から小売業へと再度変更した。

その後、平成5年11月、2号店である「ドン・キホーテ」杉並店の開店を皮切りに、平成10年にはわずか10店舗であったのが、平成16年には90店舗を超えといったように、短期間に爆発的な成長を続け、小売業界全体の不振が叫ばれている現在まで、ビッグコンビニエンス&ディスカウントストアを展開し、単体ベースで13期連続増収増益を達成している。(2003年6月期現在)

また、原告は、平成7年9月に「株式会社 ドン・キホーテ」と商号変更し、平成8年12月には株式の店頭公開を果たし、その後平成10年6月に東京証券取引所市場第2部に上場、平成12年6月にナスダック・ジャパン市場に上場、そして同年7月には東京証券取引所市場第1部銘柄へ指定変更された。

(甲3 有価証券報告書)

(甲4 年次報告書)

2 被告

(1) 被告株式会社講談社(以下「被告会社」という)は、本件にて対象となっている写真週刊誌「フライデー」(以下「フライデー」という)のほか、週刊現代などの雑誌、および書籍の出版等を主たる業とする株式会社である。

(甲2 履歴事項全部証明書)

(2) 被告出樋一親(以下「被告出樋」という)は、被告会社従業員であり、フライデーの編集人である。

第2 原告の企業原理

1 原告の企業原理の形成・実践

原告の前述のような短期・爆発的な成長は、原告が、これまでの小売業における常識(いわゆるチェーンストア理論)に追従することはせず、商人の原点に立ち返り、「お客様第一主義」を原告の根元的な企業原理に据えたうえで、常に新たな小売業の業態を創造してきた結果である。

かかる短期・爆発的成長を支えているのが、原告の事業形態において他に真似が出来ない特徴とされる、「主権在現」、「完全実力主義」等の企業原理である。

ここで「主権在現」とは、前述の「お客様第一主義」を具体的に実現するため、顧客のニーズを的確に捉え、それをすぐに反映させるためには、本来的に権限は現場(各店舗・各売場の各責任担当者)にあるのが当然であるとの考え方である。また、権限は決して本部から委譲されるものではなく、そもそも現場にあることも併せて示す原告の造語である。

そのため原告においては、各店舗・売場の各責任担当者は、仕入れ権限から

売値の決定権まで権限を有している。

「主権在現」は、このように従業員を一人の商人として扱うものであることから、従業員に商売の楽しさを体感させることによって、従業員の能力を最大限引き出すことも可能になるのである。

(甲5 「ドン・キホーテのDNA」と題するパンフレット)

(甲6 原告代表者著作「ドン・キホーテの『4次元』ビジネス」)

(甲7 「ドン・キホーテの革命商法」と題する書籍)

2 原告の人事政策

原告においては、上記「主権在現」を企業発展の理念として実効あらしめるため、人事政策において「完全実力主義」を採用している。

「完全実力主義」とは、文字通り採用はもとより人事評価においてこれまでの学歴や年齢、性別、国籍等で評価することは一切行わないことはもちろんのこと、入社後の年功序列もなく、現時点における本人の将来性を含む成果を全ての評価軸としていることである。

この基本理念は、創業者である原告代表者による創業から現在まで一貫してとられてきた人事政策である。

第3 原告の人的構成の現状

以上のように、人事政策・採用方針ともに「完全実力主義」を貫徹し、学歴性別、年齢、国籍等不問を、絶対的な原則とした結果、原告における従業員の人的構成は以下のようになっている(平成16年7月15日現在)。

(甲8 「従業員総数」と題する書面)

(甲9 「最近の従業員採用状況」と題する書面)

(1)雇用形態別構成

(単位:名)

	全社合計	正社員（内）	メイト（内）
全従業員数	8 1 7 7	1 4 6 6	6 7 1 1
大学卒	1 9 3 3	8 2 7	1 1 0 6
専門学校卒	1 2 1 8	2 8 2	9 3 6
高校卒	4 2 0 5	3 4 0	3 8 6 5
中学卒	6 0 7	1 0	5 9 7
外国人	1 4 7	5	1 4 2
学歴申告なし	6 7	2	6 5

* メイトとは、原告における、アルバイト従業員の呼称である。

(2) 正社員職位別構成

(単位 : 名)

営業本部	本社	合計	大卒	専卒	高卒	中卒	学歴 申告 なし
	取締役	6	2	0	4	0	0
プロデューサー	部長・室長	7	5	0	2	0	0
ディレクター	次長・部長代理	9	3	3	3	0	0
ゼネラルマネージャー	課長	1 0	3	3	4	0	0
マネージャー	課長	2 4	1 2	2	9	0	1
サブマネージャー	課長代理	7 6	5 2	5	1 9	0	0

* 取締役には、社外取締役は含めない。

* 営業本部と本社では職位の呼称が異なる。

* 上記は課長代理以上についての統計である。

以上のとおり、原告においては、人事政策・採用において、学歴による形式

的な基準による差別取扱を一切行っていない。

第4 被告らの不法行為

1 フライデーの販売形態等

被告会社が発行する「フライデー」は、写真を中心としたセンセーショナルな記事、芸能ゴシップ記事、グラビア記事等を機軸とするいわゆる総合写真週刊誌であり、その発行部数は約49万部にのぼる。

写真週刊誌とは、誌面の約半分以上を写真掲載に割くことを特色とした週刊誌である。写真は主に記事の真実性の根拠として用いられ、記事が単なる憶測、推測に基づくものではないとの印象を読者に与え、記事に迫真性を持たせる役割を有している。

「フライデー」は日本全国にわたって広く販売されており、一般書店のみならず、JR各線や地下鉄、私鉄などの各駅売店、コンビニエンスストアなどでも広く販売されている。

また、被告らは「フライデー」の発行に際して、毎週JR各線や地下鉄、私鉄各線において大々的に中吊り広告を掲載するのみならず、朝日、読売、毎日、産経各全国新聞にその広告を掲載し、その内容を広く公衆の目に触れさせている。これら広告には、公衆の注目を集めるべく、できる限りショッキングかつセンセーショナルな見出しを、体言止めや断定的な表現を多用して掲載し、広告を見る者に記事に対する強い印象を与えて、その購買意欲をかき立てている。

2 被告らの掲載記事

被告らは、「フライデー」平成16年7月2日号（平成16年6月18日販売）、および同年7月9日号（同年6月25日販売）に以下の記事等および広告（以下「本件記事」という）を掲載した。

（甲20 平成16年7月2日付け「フライデー」掲載記事）

(甲21 平成16年7月9日付け「フライデー」掲載記事)

(甲22 平成16年6月18日付け読売新聞朝刊掲載広告)

(甲23 平成16年6月25日付け読売新聞朝刊掲載広告)

(1) 平成16年7月2日号掲載記事

平成16年7月2日号には88頁から「告発 偏差値45以下は落し厚労省も激怒! 『ドン・キホーテ』が作った『不採用高校』リスト」との大見出しを付し、本文中に原告会社が設立以来、企業として急激に成長しているが、それは年齢や経験を問わない徹底的な実力主義に鼓舞されたスタッフにより支えられてきたものであることを紹介した後、「しかし、この基盤を根底から覆すような内部文書の存在が判明した」とし、原告会社には「出身校調査に基づくメイト採用基準について」、「要注意高校リスト」なる文書が存在するとして、当該文書を紙面に掲載、引用しつつ、続けて原告会社がメイトの採用に関し「審査では、採用候補者が過去、他店で不正を行い退職していないかをチェックするだけではない。履歴書に書かれた採用候補者の出身高校の偏差値を確認する『出身校調査』も、行っているのだ。」「同資料によると、『偏差値が低い』=『治安が悪い』とし、東京都と神奈川県に関しては『要注意高校リスト』を作成。5月17日から首都圏を中心としたドン・キホーテの各店舗で運用されている。」「リストには、偏差値49以下の高校名がズラリと並んでいて、偏差値45~41の高校出身者は、レジなど金銭に関する業務をさせない『条件付き採用』、偏差値40以下の高校出身者は商品持ち出しなどを犯す可能性が高いため『採用不可』としている」とし、原告会社従業員の話として、「制度の運用を開始した5月17日以降は、約1ヶ月間で5~6件ほど(採用に関する)“話し合い”をしています」と記載して、原告会社の従業員が上記各内部文書に記載されているとおりの運用をしていることを認めているとの記事を掲載した(以下「本件記事1」

という)。

(2) 平成16年7月9日号掲載記事

さらに平成16年7月9日付号100頁以下において「追及第2弾 人権無視をウソで言い逃れた『証拠』を公開! 『ドン・キホーテ』不採用高校リストの『真相』」との大見出しを付し、記事本文中に「本誌は先週号で『ドン・キホーテ』(以下、ドンキ)がメイト(店舗スタッフ)の採用の採否を判断する際、出身高校の偏差値を基準にしていることを示す内部文書を掲載した」、「ドンキは、メイトによる不正や、メイトの友人ぐるみでの不正を防止するためという名目で、東京都と神奈川県に関しては偏差値49以下の『要注意高校リスト』を作成。世間的には実力主義を標榜しておきながら、内実、ドンキは偏差値を基準にした採用方法を運用していた」、「同社のホームページの『投資家情報』には、本誌記事に対する弁明が公開されている。投資家に対して平気でウソをつく企業に、東証一部上場の資格はない。」「偏差値というごく一面的な指標だけをもって学校や生徒を区別するドンキの採用方法は、言語同断といわざるをえない。そんな当たり前のことを考慮することなく、ドンキは彼らでしか理解しえない何らかの基準によって悪意の下、高校と偏差値を関連付けてリストを作成・運用していた。」との記事を掲載した(以下「本件記事2」という)。

(3) 掲載資料

本件記事1においては、「出身校調査に基づくメイト採用基準に付いて」と題された資料が掲載され、そこには偏差値及び店舗と学校との距離の相関によって採用の可否が決定されるかのような記載がなされており、「メイト入社手続きフローチャート」と題された資料も掲載されて原告会社がメイトの採用審査に出身校調査を行っているかのような内容が記載されている。

さらに、東京都と神奈川県複数の高校について偏差値ごとに振り分けた表が「要注意高校リスト」として掲げられており、そこには、実在の高校が実名で記されていて、何らの修正も加えられることなく、そのまま記事として掲載されている。

本件記事2には、上記「出身校調査に基づくメイト採用基準について」と題された資料が再度掲載され、「平成16年度5月度第一営業本部経営会議」と題された資料も掲げられており、これら資料を原告会社に無断で掲載することにより、一般読者に対して本件各記事の記載内容が真実であるかのごとき印象を与えるものとなっている。

(4) 新聞広告等

「フライデー」は、毎週金曜日に発行されるどころ、実際に店頭に並ぶのは、各発行日の2週間前の木曜日の夜からであり、これにあわせて新聞広告および中吊り広告がなされている。

そして、平成16年6月18日付読売新聞朝刊には、本件記事1が掲載された同年7月2日号「フライデー」の広告が2段抜きで掲載され、その中央部に「『ドン・キホーテ』が作った『不採用高校』リスト」との一文が記載されている。同じく平成16年6月25日付読売新聞朝刊には本件記事2が掲載された同年7月9日号「フライデー」の広告が3段抜きで掲載され、その中央部に「『ドン・キホーテ』不採用高校リストの『真相』」との一文が記載されている。

また、平成16年6月17日夜より、JR各線、地下鉄および私鉄各線においてもこれら新聞広告と同様の中吊り広告が掲載された。

3 原告に対する名誉毀損の成立

以上、被告らは、本件各記事の掲載および新聞広告の見出し、JR各線、地

下鉄各線および私鉄各線の中吊り広告に上記のとおりの記事ないし広告を掲載して、一般読者および一般社会をして原告会社が社員(メイト)の採用に関し、単に偏差値といった形式的な基準のみをもってその採否の決定をするという、不当な差別採用を行う職業選択の自由を全く無視した会社である、との事実を摘示して原告の名誉を著しく毀損し、その社会的評価を低下させたものである。

第5 本件各記事の摘示事実が虚偽であること

1 「完全実力主義」に基づく従業員の採否決定

上述のとおり、原告においては、原告代表者が標榜する「主権在現」の発想に基づく「完全実力主義」の理念を基礎に採用ならびに人事考査を行っており、「完全実力主義」の理念は正社員のみならず、メイトの採用にも及んでいる。そもそも、原告の6人の取締役(社外取締役を除く)中、大学を卒業したのは原告代表者の安田隆夫のほか一名だけであり、この事実をもってしても原告があくまで「完全実力主義」を採用しており、偏差値や学歴などといった基準に全くこだわらない社風であることは明らかである。

2 原告における従業員採用状況

本件各記事によれば、平成16年5月17日から、「出身高校の偏差値」に基づく採否決定の運用が開始されていることが記載されている。

しかしながら、原告における人事採用実績等に関し、いわゆる本件記事1に掲載されている「要注意高校リスト」記載の高校(以下「リスト記載校」という)出身者の割合に焦点を絞った概観は以下のとおりである。

(甲8 「従業員総数」と題する書面)

(甲9 「最近の従業員採用状況」と題する書面)

(1) 在籍状況

全従業員における状況

(単位：名)

	全社合計	正社員(内)	メイト(内)
在籍総数	8 1 7 7	1 4 6 6	6 7 1 1
リスト記載校出身者	8 0 9	1 3 7	6 7 2

上記リスト記載校出身者における分布状況

(単位：名)

偏差値	4 9 ~ 4 6	4 5 ~ 4 1	4 0 ~ 3 3	総合計
人数	1 9 6	3 4 7	2 6 6	8 0 9

役員および正社員における職位別状況

(単位：名)

営業本部	本社	総合計	リスト記載校出身者
取締役	取締役	6	0
プロデューサー	部長・室長	7	2
ディレクター	次長・部長代理	9	1
ゼネラルマネージャー	課長	1 0	0
マネージャー	課長	2 4	7
サブマネージャー	課長代理	7 6	7
ゼネラルチーフ	係長	1 0 8	1 2
ヘッドチーフ	係長	1 9 7	1 8
チーフ	係長	5 1 7	5 3
サブチーフ	主任	8 3	4
スタッフ	スタッフ	4 3 3	3 0
合 計		1 4 7 0	1 3 7

* 取締役には、社外取締役を含まない。

* リスト記載校出身者には、最終学歴が大学卒のものも含む。

(2) 平成16年3月1日～平成16年7月15日における従業員採用状況

(単位:名)

	全社合計	正社員(内)	メイト(内)
全従業員数	1964	288	1676
大学卒	430	159	271
専門学校卒	283	52	231
高校卒	1046	74	972
(リスト記載校卒)	(202)	(20)	(182)
中学卒	157	3	154
外国人	35	0	35
その他	13	0	13

(3) (2)のうち、リスト記載校出身者の採用状況詳細

(単位:名)

採用時期	合計	3月	4月	5月	6月	～7月15日
正社員	20	12	1	2	5	0
メイト	182	26	50	50	49	7
合計	202	38	51	52	54	7

以上、平成16年3月1日から現在までの採用実績合計は社員合計20名、メイト合計182名、合計202名にも上っている。

(4) 配属実績

リスト記載校出身者の配属実績は以下のとおりである。

平成16年7月15日現在在籍者の配属状況

(単位:名)

	経理	レジ	ブランド	電気	食品	その他	合計
正社員	0	0	15	18	22	82	137
メイト	19	190	79	64	63	257	672
合計	19	190	94	82	85	339	809

平成16年3月1日以降採用者の配属状況 (単位:名)

	経理	レジ	ブランド	電気	食品	その他	合計
正社員	0	0	4	0	0	16	20
メイト	3	51	22	15	15	76	182
合計	3	51	26	15	15	92	202

* 以上(1)~(4)における従業員(正社員・メイト)の在籍数は、全国を対象とした数値であるが、リスト記載校出身者数は、本件記事において掲載された「要注意高校リスト」掲載の高校を対象とした数値である。

3 本件記事が虚偽であること

以上のように、原告においては、本件各記事に掲載されている「要注意高校リスト」記載の高等学校出身者を数多く社員またメイトとして採用しており、そうした差別的採用が開始されたとする平成16年5月17日以降においても積極的に人材を登用している。

したがって、被告らが本件各記事で摘示するような、「出身高校の偏差値」に基づく採否決定といった不当な運用が一切なされていないことはこうした社員の採用実績一点をもって既に明らかであり、本件各記事の摘示事実はいずれも全くの虚偽である。

第6 原告の損害

1 慰謝料

(1)原告は、冒頭に指摘したとおり、平成12年7月に東証一部上場企業となり、多様化する顧客のニーズに応じるべく、多様なアイデアを駆使して全国に営業活動を展開するとともに、各種店舗を設置して経済活動を営んできた。その中核となるのが、同じく上述したとおり、「主権在現」の精神に基づく「完全実力主義」の理念であり、原告はこの「完全実力主義」の理念を1つの主軸として積極的に広く人材を登用し、結果、その理念を共有する全社員、メイト等の奮闘によって、爆発的な成長を遂げることができ、小売業界全体の不振が叫ばれている現在において、単体ベースで13期連続増収増益という結果を得ることができた。

しかるに、本件各記事はこうした原告の理念を完全に無視し、原告が出身校の「偏差値」という極めて形式的かつ皮相的な基準をもってメイトの採否を決定しているとの虚偽の事実を摘示して原告の名誉、信用を著しく毀損し、原告がこれまで築いてきた「完全実力主義」のブランドイメージを完全に失わせるほどの悪質な誹謗中傷を加えたものである。しかも、その回数も一度のみならず二度にわたる執拗なものであり、被告らの名誉毀損行為は極めて悪質である。

現に本件各記事が掲載されたことにより、「フライデー」読者および一般社会のみならず、就職希望者、高等学校運営者および公共機関等に誤解を与え、苦情や抗議が殺到している状況にあり、その対応だけでも担当者が忙殺され、無用な費用の支出といった実害が生じている。

(2)被告会社が発行する「フライデー」は、日本全国にわたって広く販売されており、その発行部数も約49万部にのぼる総合写真週刊誌であって、一般書店のみならず、JR各線、地下鉄各線および私鉄各線などの各売店などでも広く販売されている。

また、被告らは「フライデー」の発行に際して、毎週JR各線や地下鉄各

線において大々的に中吊り広告を掲載するのみならず、朝日、読売、毎日、産経各全国新聞にその広告を掲載し、その内容を広く公衆の目に触れさせている。

本件各記事は、こうした状況下のもとで広く一般社会に頒布されたものであり、本件各記事が与える影響は計り知れないものがある。

(3) 以上のように、被告らが本件各記事を掲載し、原告が差別的な採否決定をしているとの虚偽事実を全国に摘示して原告の名誉を毀損したため、一般社会に誤った認識が植え付けられ、結果、原告においては新規の従業員獲得が困難となっていて、新店舗設置の際の従業員の獲得、既存店舗の運営等に著しい支障を生じている。

(4) また、上述のように、原告には多数の「要注意高校リスト」記載の高等学校出身者が在籍して職務に従事しているところ、被告らが本件各記事を掲載したことにより、これら従業員のみならず他の従業員においても士気が著しく低下し、原告の業務、特に店舗経営にも支障が生じている。

(5) さらに、本件各記事では、原告の内部文書を原告に無断で多数引用しており、その中には本件各記事の摘示事実とは全く無関係の原告の機密事項に関する情報までも掲載されている。

現在の企業戦略上、こうした企業秘密は法的に当然保護に値するものであるところ、上記のとおり被告らは、その必要性がない部分についても原告の経営ノウハウが記載された内部文書を無断で掲載し、原告の内部情報の流出および公表という無形の損害を与えたものである。

(6) 以上、被告らによる名誉毀損行為等により、原告は有形無形の多大な損害

を被っており、さらには、投資家に対する原告の信用も著しく損なわれ、株価が著しく下落するという事態に陥っている。業績が好調であるにもかかわらず、約200億円を超えて時価総額が大きく減少したのは本件各記事掲載の影響であることは明白である。また、機関投資家においては社会通念上ネガティブな情報が市場に流布されると売却せざるを得ないファンド等もあり、その影響も無視することはできない。

このような本件各記事の内容の悪質性と「フライデー」の影響力およびこれに伴う原告の実害等は甚大であり、被告らの一連の不法行為により原告が被った損害を金銭的に評価すれば金1億円を下らない。

2 弁護士費用

被告らの本件名誉毀損行為により、原告は本件訴えの提起を余儀なくされ、その訴訟遂行を原告訴訟代理人弁護士に委任した。原告が訴訟代理人らに支払う弁護士費用のうち、金1000万円は本件各名誉毀損行為と相当因果関係にある損害である。

3 謝罪広告

本件各記事による摘示事実は、「完全実力主義」を標榜し、全社員一丸となって経営努力を進めてきた原告にとって、全社員の採用にあたって「出身高校の偏差値」に基づいてこれを決定しているなどといった、原告の社風、理念を根底から覆し、原告の企業としての信用を完全に喪失させるものである。

また、本件各記事が広く公衆に頒布され、かつJR各線、地下鉄各線および私鉄各線への中吊り広告の掲載、各全国新聞紙への広告の掲載といった点からも原告が受けた損害は、上記金銭的な賠償では到底回復することができない。

したがって、原告の社会的評価を回復するためには、被告らに賠償責任を負わせるだけでは到底足りず、請求の趣旨記載のとおり謝罪広告を掲載させるこ

とが必要不可欠である。

第7 被告らの責任

1 被告出樋の責任

被告出樋は、本件記事が掲載されたフライデーの編集人として、上記のとおり、違法に原告らの名誉を毀損したものであり、そのことに少なくとも過失があるのは明らかであるから、原告に対し、民法709条、710条に基づく損害賠償責任を負う。

2 被告会社の責任

被告会社は、被告出樋の使用者として、原告に対し、被告出樋が事業の執行につき原告に対して加えた損害につき、民法715条に基づく損害賠償責任を負う。

3 名誉回復措置

原告代表者は、昭和55年の創業当時から、徹底した「完全実力主義」の理念に基づき原告を経営し、創業からわずか25年で、年商2000億円にものぼる企業に成長させ、一部上場を果たしたことは流通業界のみならず、広く産業界において高く評価されている。原告にとって、何より大切なことは、原告の経営理念である「完全実力主義」にのっとりた結果としての原告の成長であり、これに対する評価、イメージである。

そして、上記のとおり、被告らの行為による原告の損害は金銭的な賠償では到底回復できないものである。

そこで、民法第723条により、損害賠償とともに、別紙取消・謝罪広告目録記載の内容の取消・謝罪広告掲載の措置がとられるべきである。

第8 結語

よって、原告は、被告らに対し、民法709条、710条、715条に基づき原告に対する損害賠償として、連帯して金1億1000万円およびこれらに対する平成16年6月25日から支払い済みまで、民法所定の年5分の割合による遅延損害金の支払い、および民法723条に基づき、原告に対する名誉回復処分として、朝日新聞、読売新聞、毎日新聞、日本経済新聞、および産経新聞の各朝刊紙、およびフライデーに別紙取消・謝罪広告目録記載の取消・謝罪広告を各別紙掲載要領目録記載の各掲載要領に従い掲載することを求める。

以上