



# 目次

<b>1. はじめに</b>	<b>3</b>
1.1 概要	3
1.2 目的と責任	3
1.3 違反に対する処分	3
1.4 すべての適用法の遵守に関する方針	3
<b>2. 反競争的行為</b>	<b>4</b>
2.1 定義	4
2.2 背景	6
<b>3. 競合他社との関係</b>	<b>7</b>
3.1 競合他社との適切なコミュニケーション	7
3.2 違法な活動	8
3.2.1 価格協定	8
3.2.2 顧客、サプライヤー、または地域に関する合意	9
3.2.3 事業者団体への参加	10
<b>4. 顧客との関係</b>	<b>11</b>
4.1 再販価格の操作やその試み	11
4.2 顧客、サプライヤー、または営業地域に関する顧客の選定権の制限	12
4.3 顧客との間におけるその他の問題行為	13
<b>5. サプライヤーとの関係</b>	<b>14</b>
5.1 サプライヤーに関する禁止行為	14
5.1.1 価格協定	14
<b>5.2 サプライヤーとの間における問題行為</b>	<b>14</b>
5.2.1 互惠取引	14
5.2.2 排他的取引	14
<b>6. 相談と違反の報告</b>	<b>15</b>

# 1. はじめに.

## 1.1 概要

本方針は、Techtronic Industries Co., Ltd.およびその世界各国の子会社、ならびにこれらのために、またはこれらに代わって業務をするすべての者(従業員、役員、取締役、コンサルタント、代理業者、ならびに請負労働者および派遣労働者を含む。)に適用されます。

TTIは、競争の激しい業界の世界的リーダーです。当社の成功は、従業員の勤勉、専心、熱意と、優れた製品や革新的なサービスによってもたらされます。現在のビジネス環境は今もなお競争が激しく、継続的な成功を保つには、熱意と情熱をもって競争に取り組む必要があります。

私たちは、誠実さを持って競争心を発揮する必要があります。いかなる場合も法律に従って公正に競争を行います。私たちが行う競争には、当社が事業を営んでいる法域の複数の法律や規制と共に、当社の価値観、期待事項、および要件が適用されます。本方針は、競合および公正なビジネス手法に関する法律上の規則およびTTIが定めている規則に関する指針となるものです。

## 1.2 目的と責任

私たちは、反競争的行為に関する法律および規制、さらには当社の内部方針および行動規範を遵守しなければなりません。これらに違反した場合、違反に関与した者が罰金や拘禁などの厳しい罰則を科されるだけでなく、当社の社会的評価が損なわれたり、成功を推進する当社の世界的なブランドが傷ついたりする可能性があります。

本方針の適用対象者は次の責任を負います。

- 本方針を理解すること
- 必要に応じて競争法に関するトレーニングに参加すること
- 競争法や本方針に違反する行動を避けること
- 問題のある状況に遭遇したときは、上司や法務部に指導を求めること
- 当社が設けている報告手段を通じて事件、問題行為、または懸念を報告すること

## 1.3 違反に対する処分

本方針や世界各国の競争法に違反した場合、TTIやその従業員が刑罰や罰金を科されるだけでなく、解雇を含む懲戒処分の対象となる可能性があります。

管理者が本方針の遵守について従業員の監督を怠った場合、管理者も同様に懲戒処分の対象となる可能性があります。管理者は、模範を示し、従業員からの質問を受けたり、助言が必要な従業員に助言を与えたりする役目を果たす必要があります。

## 1.4 すべての適用法の遵守に関する方針

当社が事業を営んでいる一部の国では、本方針で議論しているものよりも厳格な遵守要件を定めている場合があります。私たちは、常に、適用される法律、規制、または方針のうち、最も厳格なものに従います。法律や方針で求められる事項について疑問があるときは、法務部に指導を求めなければなりません。

# 2. 反競争的行為。

## 2.1 定義

反競争的行為には、他社の公正な市場参入を制限したり妨げたりする可能性がある商行為、または完全かつ公正な競争による恩恵を消費者が享受できなくなる商行為が含まれます。反競争的行為は、競合会社間で、または消費者やサプライヤーとの間で行われる可能性があります。この種の行為の一部は、競争に悪影響を与える可能性が高いため、市場への反競争的な影響や反競争的な損害が実際に生じたことを示す証拠の有無にかかわらず、常に禁止されます。こうした行為の例としては、次のようなものがあります。これらに該当する行為を決して行ってはなりません。

行為の種類	具体例
1. 価格協定	競合他社と共同して製品の価格を設定する
2. 地域分割	競合他社が特定の地域を独占する一方で当社が別の地域を独占するという合意を締結する
3. 顧客分割	競合他社が特定の顧客のみに販売を行い、他の顧客への販売を行わないという合意を締結する
4. ボイコット	競合他社との間で、特定の購入者への販売を控えたり、特定のサプライヤーからの購入を控えたりする合意を締結する
5. 入札談合	落札者についてあらかじめ競合他社と合意を締結する

## 2. 反競争的行為

他にも、特定の状況下でのみ禁止される行為があります。これらは、その行為が実際に競争を阻害していることを裏付ける証拠がある場合にのみ禁止されます。こうした行為の例としては、次のようなものがあります。これらの種類の活動のいずれかに携わる場合は、事前に法務部に相談しなければなりません。以下の備考欄の記述から分かるように、この内容は極めて複雑なため、法務部長から常に指導を得ることが必要になります。

行為の種類	具体例	備考
1. 再販価格の制限	顧客が独自に価格を設定する権利を制限する	一部の法域では、企業が適切な条件下で一方向的に自社製品の値引を禁止したり、最低広告価格に関する方針を定めたりすることが法的に認められていますが、注意を払わなければ、これらの行為が法律に違反する可能性があります。
2. 顧客、サプライヤー、または地域を選定する権利の制限	顧客が特定顧客に販売し、特定サプライヤーから購入し、または特定地域で営業を行う権利を制限する	状況によっては、高いブランド価値を守るため、またはその他の理由により、契約で取引経路を制限することができますが、それ以外の状況では、そうした制限が違法とみなされる可能性があります。
3. 抱き合わせ	顧客が他の特定製品と一緒に購入する場合に限り、ある製品を購入できるようにする	これは必ずしも違法ではありませんが、必ず法務部長から指導を得てください。
4. 価格差別	同じ製品の価格を顧客によって変える	価格を設定するときは常に前もって法務部から承認を得なければなりません
5. 原価割れ販売／略奪的価格設定	市場から競合他社を追いやることを意図して極めて低い価格を製品に設定する	
6. 相互利益	当社が相手から製品を購入する一方で相手が当社から製品を購入するという合意を締結する	
7. 排他的取引	TTIから購入を行い、TTIの競合他社から購入しないよう顧客に要求したり、TTIのみに販売を行い、TTIの競合他社に販売しないようサプライヤーに要求したりする	繰り返しになりますが、状況によっては、契約で排他的な供給、購入、または再販を定めることができますが、それ以外の状況では、そうした規定が違法とみなされる可能性があります。

# 2. 反競争的行為

## 2.2 背景

多くの国では、上述の行為を含む特定種類の反競争的行為を禁止する法律を定めています。私たちはそのような法律を尊重し、自身の行為がそのような法律に違反しないようにする必要があります。以下は、TTIや世界各国の子会社に適用される競争法の一例です。

国	法律
米国	シャーマン法 クレイトン法 ロビンソン・パットマン法
欧州連合	欧州連合競争法(ローマ条約)
香港	競争法
中国	中国の独占禁止法

本方針は、すべての競争法の規則を覚えることを従業員に義務付けるものではありません。それよりも、これらの法律の主旨を単純化し、概括することによって従業員に役立てることを意図しています。上述した反競争的行為の種類について知り、そうした行為が発生し得る状況を理解することは、TTIが公正かつ信頼できる競争者であるというイメージを維持する一助となります。

# 3. 競合他社との関係.

## 3.1 競合他社との適切なコミュニケーション

適切なコミュニケーションとは、すなわち、競合他社との間で秘密情報について話さないことを意味します。

秘密情報には、次のようなものが含まれます。

- 価格設定
- 割引
- 保証や金利など、価格設定に影響を与えるその他の条件
- 契約条件や売買条件
- 公知でない顧客または潜在顧客の名称
- 当社または競合他社が製品を販売している地域または販売を計画している地域
- コスト
- 生産レベル
- 入札情報
- 販売・購買戦略

競合他社からこれらの話題を持ちかけられた場合、またはTTI従業員がこれらの事項を競合他社と話していることを知った場合やそのような疑いがある場合は、詳細について法務部に連絡しなければなりません。

# 3. 競合他社との関係

## 3.2 違法な活動

セクション2.1に記載されているように、公正な競争に悪影響を与えられるために常に違法となる行為の種類が複数あります。このセクションでは、そのような活動について詳しく説明します。

### 3.2.1 価格協定

価格協定とは、製品またはサービスの価格を設定するために競合他社と合意をすることをいいます。価格協定は違法であり、消費者に損害を与える行為です。消費者には、競合会社間の合意ではなく、需要と供給、品質、その他の適法な要素といった、自由市場の原理に基づいて価格の決定を受ける権利があります。

なお、覚えておくべき重要事項として、必ずしも直接的に価格を固定する合意だけが違法となるわけではなく、商品の価格に影響を与える内容について競合会社間で合意された場合も、価格協定とみなされる可能性があります。これには、次のような合意が該当します。

- 割引
- 販売促進
- クレジット条件
- 輸送
- 生産活動
- 生産量、生産レート、生産方針
- コスト

価格協定の合意は、書面や口頭で行われたり、共同行為によって黙示的に成立したりする可能性があります。**どのような手段で行われるとしても、価格協定は常に禁止されます。**

いかなる場合も、製品の価格設定は、市況や原価などの適切な要素に基づいて、独自に行わなければなりません。

#### 価値観に従う

**事例:** 私は調達部門に所属しており、ポリエチレンを供給するサプライヤーとの対応を担当しています。ポリエチレンは、当社のブランドで掃除機製品のホースを製造するための材料として使用されています。近年、ポリエチレンの価格が上昇しており、それに伴って、当社から小売店への掃除機の販売価格も上昇しています。展示会で競合他社の担当者が私にアイデアを持ちかけてきました。そのアイデアとは、掃除機の全体的な価格を安定させるために業界でポリエチレンの上限価格を設定し、その価格での供給をサプライヤーに強いるべきであるというものでした。すべての競合会社が足並みをそろえれば、材料を購入する顧客がいらないので、サプライヤーがこれ以上の値上げをすることができないということです。競合他社とこの会話を続けてもよいでしょうか？

**回答:** いいえ。このような会話を行ってはなりません。製品の価格への働きかけや価格の設定に関して競合他社と話し合ったり、実際に合意したりしてはならないことを忘れないでください。これには、最終製品の価格だけでなく、材料の価格も含まれます。



# 3. 競合他社との関係

## 3.2.2 顧客、サプライヤー、または地域に関する合意

顧客、サプライヤー、地域または市場の分割および割り当てについて、競合他社と合意することはできません。

このような合意には、次のものが含まれます。

- 特定顧客への販売、特定サプライヤーからの購入、または特定地域での営業を行わないという合意(ボイコットとも呼ばれます)
- 特定顧客のみへの販売、特定サプライヤーのみからの購入、または特定地域のみでの営業を行うという合意
- 各競合会社が決められた市場の顧客、サプライヤー、および地域で取引を行うよう、競合会社間で特定の市場を分割する合意
- 何らかの条件を満たさない限り、特定の顧客またはサプライヤーとの取引を行わないという合意(顧客が特定のサプライヤーからの購入を停止しない限り、その顧客への販売を行わないという合意など)

覚えておくべき重要事項として、TTIは、特定の顧客、サプライヤー、または地域と取引を行うかどうかを独自に決定することができます。例えば、当社は、一企業として、特定の顧客のみに販売を行ったり、特定のサプライヤーのみから購入を行ったり、他の地域よりも特定の地域への販売に注力したりすることを決定できます。ただし、そうした決定を競合他社との合意の中で行うことはできません。

### 価値観に従う

**事例：**見込み顧客の購買力が新たに高まっている中国の多くの地域でTTI製品の販売を計画しています。展示会で、ある競合他社の担当者から、競合会社間でこれらの市場を分割する必要性について尋ねられました。私は、このような会話は不適切であると伝えました。

**回答：**これは正しい行動です。顧客、サプライヤー、地域および市場の割り当てまたは分割への合意は、当社方針の違反であり、多くの独占禁止法で違法とされています。この従業員はまた、今回の件を法務部に報告する必要があります。

# 3. 競合他社との関係

## 3.2.3 事業者団体への参加

TTIでは、法務部から承認を得ることで、各企業の代表者として事業者団体の会議や職能団体などに自由に参加することができます。

しかし、事業者団体の会議で、次のような機微な事項について協議してはなりません。そのため、事業者団体の会議に関わる際は注意を払わなければなりません。

- 秘密情報（セクション3.1を参照してください。事業者団体やその他の場所でこれらの情報を話してはなりません。）
- 顧客、サプライヤー、または地域に関する競合他社との潜在的な合意（セクション3.2で概説した合意を参照してください）

事業者団体で協議する適切な議題には、次のようなものがあります。

- 業界に属する組織に影響を与える立法府の発案
- 業界の広報
- 業界に関する技術上または安全上の問題であって秘密情報にあたらないもの

事業者団体の会議への出席前および出席中には、次の措置を講じる必要があります。

- 事業者団体への加入前
  1. その事業者団体が競争法や独占禁止法への遵守を書面で約束していることを確認します
  2. その事業者団体に加入すべき理由を法務部に伝えます
  3. その事業者団体の内規を法務部に提出します
  4. 事業者団体の会議に出席する場合は、事前に法務部から承認を得てください
- 事業者団体への加入後
  1. 会議への出席前にアジェンダを確認して、法律顧問がその事業者団体に同席するかどうかやその必要性について指導を求めるなど、法務部と懸念事項について話し合います
  2. 懸念を引き起こす議題が会議で提起された場合、礼儀正しくその場を去り、自身の退室が議事録に記録されていることを確認して、法務部にその件を報告してください
  3. どの会議でも必ず議事録の写しを要請してください
  4. その事業者団体が独占禁止法を専門とする法律顧問を雇っており、特定の協議や主題に関する質問がある場合にいつでも相談できることを確認してください

## 価値観に従う

**事例：**TTIは、ハードウェア製品の安全性に関する問題について協議する事業者団体に所属しています。その事業者団体の会議には私の同僚がTTIを代表して出席していたのですが、最近、彼は当社を退職しました。私は、TTIを代表して事業者団体の会議に出席することを計画しており、来週開催される会議のアジェンダを入手しました。私は、アジェンダの議題の中に、製品の安全性を保ちながら製品のコストダウンを続ける方法についての協議があることに気付きました。このアジェンダの項目に反対すべきでしょうか？

**回答：**この場合、会議の前にその議題について事業者団体に問い合わせを行い、企業が安全性を保ちながらコストダウンの継続を実現する一般的な方法のみを協議するのであって、会議に参加する各企業が個別にコストダウンを試みる方法を具体的に協議するのではないことを確認する必要があります。会議への出席前に法務部に相談して、容認される主題の種類と協議を避けるべき主題の種類について指導を得てください。

# 4. 顧客との関係。

競争法および本方針は、容認される顧客との関わり方について定めています。要約すると、顧客とは公正かつ倫理的に取引しなければならず、条件についての合意を得るために不適切な手段を用いてはなりません。多くの場合、顧客との契約が禁止されることはありませんが、競争が阻害される場合は、契約が禁止される可能性があります。

問題を引き起こす可能性がある契約の種類には、次のような例が含まれます。

- ・ 顧客が価格を設定する権利を制限するもの
- ・ 顧客がその顧客、サプライヤー、または営業地域を選定する権利を制限するもの
- ・ 抱き合わせ
- ・ 同じ製品について顧客によって価格差別を行うもの
- ・ 原価割れ販売／略奪的価格設定

状況によっては違法とみなされる可能性があるため、これらを行うときは、事前に法務部から指導を得なければなりません。

## 4.1 再販価格の操作やその試み

顧客が製品を他者に再販売する際の価格を操作したり、そのような操作を試みたりした場合、法律に違反する可能性があります。これは、多くの場合、当社が取引を行う場所や顧客が当社製品の再販売を予定している場所で適用される個々の法律によって異なります。

次のことは常に容認されます。

1. 製造業者が推奨再販価格を定めること
2. 値引や促進割引を（顧客がそれらを当社製品の再販に適用するかどうか選択できる形で）顧客に転嫁すること

法的助言に従って適切に行われる場合、次のことは容認される可能性があります。

1. 製品の最低広告価格の設定
2. 製品の値引を禁止する方針の設定

繰り返しになりますが、この種の行為をするときは、必ず、事前に法務部に相談しなければなりません。

## 価値観に従う

**事例:** 新しく顧客となった小売業者が最終顧客に再販売するTTI製品の値引を開始しました。しかし、その小売業者は、他のメーカーが製造している同等製品の値引は行っていません。私たちのチームでは、このような選択的な値引により、対象となるTTI製品が生み出すブランドが損なわれていると感じています。私たちは、その小売業者に対し、当社から同意を得ることなくTTI製品を値引できないことを通知しようと検討しています。

**回答:** 値引やその他の再販価格設定に関し、適切に策定・運用されている方針が存在しないのであれば、再販業者は、値引を含め、製品の価格を自由に設定することができます。状況と法域によっては、法務部と協働して値引を禁止する方針を設けることができますが、それは、禁止したい行為の実施前に決めておく必要があり、かつ、小売業者間で差別が起きないように適切に管理されたものでなければなりません。これは法的責任を伴う可能性がある事項なので、事前に法務部に相談することなく、値引やその他の価格設定に関する方針や行為について小売業者と協議しては決してなりません。

# 4. 顧客との関係

## 4.2 顧客、サプライヤー、または営業地域に関する顧客の選定権の制限

一般に、顧客は、誰に当社製品を再販売するか、どのサプライヤーから同等製品を購入するか、およびどの地域で製品の再販売を行うかを選定する権利を有しています。

そのため、法務部から事前に指導を得ない限り、顧客との関係において次のことをすべきではありません。

- 当社が承認していない組織や個人への再販売を行う可能性があることを理由として、顧客への販売を拒否すること
- 自身の競合他社に対して販売を行わないよう要求している顧客への販売に同意すること
- 当社の競合他社からも製品を購入している顧客への販売を拒否すること
- 特定の地域で当社の製品を再販売することを予定している顧客への販売を拒否すること
- 顧客に対して、特定地域における当社製品の再販売を要求したり、特定地域における販売を控えるよう要求したりすること

### 価値観に従う

**事例：**ドイツの中規模小売業者との取引交渉を行っています。この業者は、今後数年間で欧州全域に販路を拡大する可能性があります。スペインとポルトガルではすでに他の大規模小売業者が再販売を行っているため、私は、小売業者の担当者に対し、これらの地域に販路を拡大せず、再販売しないのであれば当社製品を販売するつもりであることを伝えました。

**回答：**これは、本方針に反する行動です。一般に、顧客は自らが選定した場所で当社製品を再販売する権利を有しており、とりわけ欧州では、加盟国間における商品の自由な流通を奨励する法律が定められています。法務部から事前に指導を得ることなく、このような方法で顧客による再販売を制限しようとはなりません。

# 4. 顧客との関係

## 4.3 顧客との間におけるその他の問題行為

**抱き合わせ** – 抱き合わせ契約では、特定の製品(多くの場合、顧客が購入を望まない製品)を同時に購入しない限り、顧客が購入を希望する製品の販売を販売業者が拒否する内容が盛り込まれます。抱き合わせ契約は、製造業者や販売業者がある製品群の強みを利用して脆弱、低評価、または無名の製品群の影響力を高めることを可能にするため、通常は違法とされています。

**価格差別** – 価格差別とは、似た立場の顧客に異なる価格で製品を販売したり、特定の値引(促進割引やマーケティング割引など)の提供において不当に差別したりすることです。

製品を低価格で購入できる顧客が高額の支払いを強いられる顧客よりも市場で優位に立てることから、状況によっては価格差別が違法とみなされる可能性があります。

低価格の設定が次のいずれかに該当する場合は、価格差別が容認される可能性があります。

- 特定の顧客との取引で発生するコストに基づいて正当に設定された場合
- 競合他社の価格に対抗するために必要な場合

また、価格差別は付加サービスについても該当します。すなわち、付加サービスを提供するときは、すべての顧客が実際に利用可能である必要があります。

付加サービスには、次のようなものが含まれます。

- 販促割引
- カタログ
- 看板
- デモ
- 特別パッケージ
- 倉庫設備
- クレジットリターン
- プロモーション懸賞の商品や無料進呈品

この事項に関する問題の発生を避けるため、価格設定方針をすべて確認した上で、必ず、実践前に法務部に確認して承認を得なければなりません。

**原価割れ販売／略奪的価格設定** – 原価割れ販売(略奪的価格設定と呼ばれることもあります)は、販売業者が発生コストを下回る価格で販売を行うことをいい、競合他社を駆逐し、その上で価格を上昇させます。妥当な価格の代替品がないため、顧客は上昇した価格で製品を購入せざるを得なくなります。繰り返しになりますが、この種の行為にあたる可能性がある場合は、法務部に確認しなければなりません。

**排他的取引** – 排他的取引とは、TTI製品のみを再販売し、競合他社のブランド製品を再販売しないよう、顧客に義務付けることです。

排他的取引は一般に違法ですが、例外もあり、必ずしもすべての法域で禁止されるわけではありません。そのため、排他的取引契約を締結する場合は、必ず、事前に法務部に相談しなければなりません。



# 5. サプライヤーとの関係。

当社は、顧客との取引と同様、サプライヤーとの取引も公正かつ倫理的に行わねばならず、条件についての同意を得るために不適切な手段を用いてはなりません。いかなる場合も、次の種類の行為をしてはなりません。

- サプライヤーに対し、他の購入者や競合他社に関する秘密情報を開示するよう不適切に働きかけること
- 競合他社と「共同購入グループ」を結成し、価格を固定するようサプライヤーに強いること

顧客との取引と同様、サプライヤーと取引する場合も、サプライヤーと何らかの契約、とりわけ互恵取引や排他的取引の合意を伴う契約を締結するときは、必ず、事前に法務部に相談しなければなりません。

## 5.1 サプライヤーに関する禁止行為

### 5.1.1 価格協定

私たちが当社製品を顧客に販売するときは、製品需要や市場における代替品の価格などの要素に基づいて価格を設定します。サプライヤーもまた、同様の要素に基づいて設定した価格で製品を当社に販売します。競争法は、通常の市場要素の範囲外で人為的に価格を操作することを目的とする行為に適用されます。

共同購入グループは、サプライヤーに特定の価格で製品を販売するよう強いることを狙ったもので、禁止される手段の一つです。共同購入グループとは、サプライヤーに特定の価格で製品を販売させることを意図している複数の購入者で形成される団体のことです。共同購入グループは大規模な団体である必要はなく、特定価格で製品を購入する計画について他の購入者や競合他社と協議しただけでも、共同購入グループとみなされる可能性があります。

そのため、サプライヤーが当社に提示する価格について競合他社に話したり、当社や競合他社が予定している製品の購入価格や実際の購入価格について話したりしてはなりません。

## 5.2 サプライヤーとの間における問題行為

### 5.2.1 互恵取引

互恵取引とは、サプライヤーが相手の会社の製品を購入する場合に限り、その会社がサプライヤーから製品を購入するという取引のことです。互恵取引は必ずしも違法というわけではありませんが、その反競争的な効果について考慮しなければなりません。互恵取引契約を締結する場合は、事前に法務部に伝えてください。

### 5.2.2 排他的取引

サプライヤーとの排他的取引は一般に適法ですが、排他的取引には競争の制限が伴うため、このような契約を締結するときは、事前に法務部に相談しなければなりません。

サプライヤーとの排他的取引契約の一種として、必要量全量購入契約と呼ばれる、特定製品についてTTIが必要な量はすべて当該サプライヤーから購入するよう義務付けられるものがあります。また、別種の排他的取引契約として、サプライヤーが特定の製品をTTI以外に販売しないことに同意する内容を盛り込むものがあります。

競合他社に低コストのサプライヤーを利用させないことを目的として用いられる可能性があるため、競争法の中には排他的取引の合意を禁止しているものがあります。例えば、TTIが低コストのサプライヤーとの間でTTIのみに販売し、競合他社への供給を禁止する排他的取引契約を締結した場合、競合他社はよりコストがかかるサプライヤーからの購入が必要になる可能性があります。

適切な状況のもとでは排他的取引契約を締結することが可能なものの、不適切な状況では会社が法的責任を負うことになる可能性があるため、サプライヤーと排他的取引契約を締結するときは、事前に法務部に相談しなければなりません。

# 6. 相談と違反の報告.

当社における倫理的行動の文化の基本となるのは、正直かつ透明性のあるコミュニケーションです。質問や懸念がある場合や、本方針に違反する可能性がある行為を目にした場合は、報告してください。

私たちは報復禁止の方針に従って対応します。すなわち、誠実に報告した者に対して報復することは決してありません。また、法律によって容認される最大限の範囲で報告は秘密にされ、さらに報告者の身元が明かされないよう最善の努力を払います。

報告は、TTIの次の者に対し行うことができます。

- ・ グループバイスプレジデント、法務部長兼最高コンプライアンス責任者
- ・ 直属のマネージャーや上司
- ・ 法務部
- ・ 人事部

希望する場合は、次の方法を通じて匿名で懸念を報告することができます。

電子メール:

✉ [ttiinquiries@fulcrum.com](mailto:ttiinquiries@fulcrum.com)

ホットライン:

☎ <https://www.ttigroup.com/reporting-hotline/>

郵送:

✉ Fulcrum Inquiry, Complaint Resolution Department,  
707 Wilshire Boulevard, Suite 2050, Los Angeles, CA 90017

ファックス:

☎ +1-213-891-1300(米国ファックス番号)

