บริษัท โตโยต้า ทูโช ฟอร์คลิฟท์ (ไทยแลนด์) จำกัด
607 ถ.อโศก-ดินแดง แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
สำนักงาน : นิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ เลขที่ 700/412 หมู่ 7 ต.ดอนหัวฬ่อ อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000 โทร. 038-454428 แฟ็กซ์ 038-453165-70

นโยบายการกำกับดูแลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎหมายการแข่งขัน

1. วัตถุประสงค์ของนโยบาย

"บริษัทจะปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการต่อต้านการคอร์รัปชัน การต่อต้านการผูกขาดและการแข่งขัน กฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการค้า" เพื่อให้ประสบผลอันพึงควรของพันธกิจตามประมวลจรรยาบรรณและจริยธรรมขององค์กร บริษัทต้องทำความเข้าใจกฎหมายแข่งขันที่บังคับใช้ ทั้งระดับภายในประเทศและระดับระหว่างประเทศ และปฏิบัติตามกฎหมายเหล่านั้น ธรรมเนียมปฏิบัติภายในวงการอุตสาหกรรมซึ่งท่านอาจเห็นว่ายอมรับได้ ไม่ได้หมายความว่า ธรรมเนียมเหล่านั้นสอดคล้องกับกฎหมายแข่งขันเสมอไป นโยบายนี้วางแนวทางทั่วไปในเรื่องพื้นฐานของกฎหมายแข่งขันทั่วโลกให้แก่บุคลากรของบริษัท

2. การปรับใช้และขอบเขต

นโยบายนี้ใช้แก่บุคลากรทุกคนของบริษัท หากข้อกำหนดในนโยบายนี้ขัดแย้งหรือไม่สอดคล้องกับกฎหมายภายในประเทศ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องนั้นต้องปรับใช้มาตรฐานขั้นสูงสุดที่สอดคล้องกับกฎหมายภายในประเทศดังกล่าว

หากท่านตระหนักถึงความเป็นไปได้ของการฝ่าฝืนนโยบายนี้หรือมีข้อกังวลเกี่ยวกับการกระทำในอดีตหรือที่กำลังจะดำเนินการโดยบุคลากรท่านใด โปรดติดต่อฝ่ายกำกับนโยบายโดยทันทีและปฏิบัติตามคำแนะนำของฝ่ายดังกล่าว

3. คำนิยามที่สำคัญ

คำ	นิยาม
การตกลงร่วมกัน	การร่วมมือ ระหว่างบริษัทกับคู่แข่งขันในเรื่องต่างๆ ครอบคลุมถึงข้อห้ามร้ายแรง เช่น การกำหนดราคา ส่วนแบ่งตลาด และการจำกัดปริมาณสินค้าที่จะผลิตหรือจำหน่าย
คู่แข่งขัน	บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลซึ่งจำหน่ายหรือมีความสามารถในการจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการชนิดเดียวกันหรือคล้ายกับสินค้าหรือบริการของบริษัทในตลาดเดียวกัน หรือซึ่งจัดหาหรือมีความสามารถในการจัดหาสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกันหรือคล้ายกับสินค้าหรือบริการของบริษัทในตลาดเดียวกัน

4. บทสรุปผู้บริหาร

4.1 ห้ามมิให้ทำข้อตกลงทุกกรณีกับคู่แข่งขันที่จำกัดการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรมต่อผู้ประกอบธุรกิจอื่นในตลาด รวมถึงตัวอย่างดังต่อไปนี้

- การกำหนดราคา
- การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการค้าที่ละเอียดอ่อน
- การแบ่งท้องที่หรือแบ่งลูกค้า
- การแบ่งโควตาการผลิต จัดหา และการจำหน่าย
- การสมยอมกันในการเสนอราคา และ
- การร่วมกันคว่ำบาตร

4.2 ท่านต้องไม่ติดต่อกับคู่แข่งขันเกี่ยวกับเรื่องที่กล่าวถึงข้างต้น รวมถึงไม่ทำการแบ่งปันข้อมูลสำคัญที่มีส่วนในการกำหนดราคา หรือข้อมูลทางการค้าอื่นที่ละเอียดอ่อนหรือเป็นข้อมูลที่เป็นความลับ

4.3 ในความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับผู้จัดหาและผู้จัดจำหน่าย/ตัวแทนจำหน่าย ข้อตกลงที่มีข้อความจำกัดการแข่งขัน (เกี่ยวกับท้องที่หรือการผูกขาดสินค้า) อาจได้รับอนุญาตในบางกรณี การกำหนดราคาขายต่อ (Resale Price Maintenance) หรือ RPM ห้ามกระทำอย่างเด็ดขาด

4.4 ในตลาดซึ่งบริษัทมีอำนาจเหนือตลาด (ขึ้นอยู่กับท้องที่ โดยอาจสันนิษฐานได้ในกรณีที่บริษัทมีส่วนแบ่งตลาด 50% หรือมากกว่า แม้ว่ามีส่วนแบ่งตลาดเพียง 35% ก็อาจถือเป็นข้อบ่งชี้ถึงอำนาจเหนือตลาด) บริษัทมีความรับผิดชอบที่จะไม่ใช้อำนาจดังกล่าวโดยมิชอบในการกำจัดหรือก่อให้เกิดความเสียหายแก่คู่แข่งขันโดยการปรับใช้แนวปฏิบัติในการต่อต้านการแข่งกัน

5. การปฏิบัติตามข้อกำหนด

5.1 ภาพรวม

กฎหมายแข่งขันทางการค้าส่งเสริมและแสวงหาความมั่นใจและการรักษาไว้ซึ่งการแข่งขันที่เป็นธรรมในตลาดสินค้า โดยมีสองสิ่งสำคัญที่คำนึงถึง ได้แก่

- การป้องกันพฤติกรรมการกีดกันทางการแข่งขันระหว่างคู่แข่งขัน (เช่น การกำหนดราคา) และระหว่างผู้จัดหากับตัวแทนจำหน่าย (เช่น การกำหนดราคาขายต่อ) และ
- การใช้อำนาจเหนือตลาดโดยมิชอบ

ไม่ว่าข้อตกลงดังกล่าวอาจเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ เป็นลายลักษณ์อักษรหรือด้วยวาจา แม้ว่าเป็นเพียงความเข้าใจอย่างไม่เป็นทางการก็เพียงพอที่จะเป็นพยานหลักฐานของความมีอยู่ของการป้องกันพฤติกรรมการกีดกันทางการแข่งขันระหว่างคู่แข่งขัน

5.2 การติดต่อกับคู่แข่งขัน

ท่านอาจมีการติดต่อกับคู่แข่งขันเป็นประจำผ่านการประชุมในองค์กรวิชาชีพ สมาคมอุตสาหกรรม หรืองานพิธีและงานสังคม การติดต่อปฏิสัมพันธ์กับคู่แข่งขันเช่นนี้ทำให้ท่านมีความเสี่ยงเป็นอย่างมากที่จะละเมิดกฎหมายแข่งขันโดยไม่ได้ตั้งใจ

(1) การร่วมกลุ่มเพื่อครอบงำตลาดและการทำสัญญาต้องห้าม

ก) การกำหนดราคา

ข้อตกลงกับคู่แข่งขันที่มุ่งหมายกำหนดราคาหรือส่วนประกอบของราคา (เช่น การลดราคา ส่วนลด ดอกเบี้ย ค่าใช้จ่าย เงินเดือน ฯลฯ) หรือข้อตกลงหรือเงื่อนไขการขายอื่น (เช่น การค้ำประกัน เงื่อนไขการชำระเงิน เงื่อนไขการส่งมอบ ฯลฯ) ล้วนแต่ต้องห้ามอย่างเคร่งครัด โดยในทางปฏิบัติ ให้ใช้กฎข้อห้ามดังต่อไปนี้ตลอดเวลา

- ห้ามตกลงกับคู่แข่งขันหรือเปิดเผยต่อคู่แข่งขันเรื่องราคาขั้นต่ำหรือเป้าหมายราคา ส่วนต่างกำไร หรือเงื่อนไขการขายอื่น เช่น ส่วนลด เงินคืน และระยะเวลาการให้สินเชื่อหรือการชำระเงินให้คู่แข่งขันทราบ
- ห้ามร่วมมือกับคู่แข่งขันในการขึ้นราคาหรือลดราคา
- ห้ามหารือกับคู่แข่งขันเรื่องราคา
- ห้ามเข้าร่วมการประชุมกับคู่แข่งขันเกี่ยวกับการหารือเรื่องราคา

ข) การจำกัดการผลิตและสินค้า

ข้อตกลงกับคู่แข่งขันที่มุ่งหมายให้มีผลต่อปริมาณการผลิตหรือปริมาณการขายของฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดถือเป็นการร่วมกลุ่มเพื่อครอบงำตลาด กฎข้อห้ามเหล่านี้บังคับใช้กับการร่วมกลุ่มเพื่อครอบงำตลาด

- ห้ามตกลงกับคู่แข่งขันหรือเปิดเผยให้คู่แข่งขันทราบเกี่ยวกับปริมาณการผลิตหรือปริมาณการขาย
- ห้ามร่วมมือกับคู่แข่งขันในการเพิ่มหรือลดปริมาณ

(2) การแบ่งตลาด

การตกลงระหว่างคู่แข่งขันในการแบ่งตลาดทางภูมิศาสตร์หรือตลาดการผลิต ท้องที่การขายหรือลูกค้าเป็นสิ่งต้องห้ามอย่างเคร่งครัด รวมถึงข้อตกลงไม่ล่วงล้ำ (non-poaching agreement) กับคู่แข่งขันเพื่อไม่ให้มีการแก่งแย่งลูกค้าของแต่ละฝ่าย หรือข้อตกลงที่จะไม่แย่งลูกจ้างของอีกฝ่าย การกำหนดส่วนแบ่งโดยคู่แข่งขันตกลงกันเกี่ยวกับปริมาณของสินค้าหรือบริการที่จะขายหรือส่วนแบ่งตลาดที่จะรักษาไว้ก็เป็นสิ่งต้องห้าม

(3) การสมยอมกันในการเสนอราคา

การสมยอมกันในการเสนอราคาเป็นเรื่องการละเมิดอย่างร้ายแรง ท่านต้องไม่เข้าจัดการ หารือ หรือทำความเข้าใจกับคู่แข่งขันเกี่ยวกับ

- ราคาหรือระยะเวลาและเงื่อนไขที่จะส่งในการเสนอราคา
- ท่านหรือคู่แข่งขันของท่านจะเสนอราคาหรือไม่
- คู่แข่งขันคนใดที่ต้องการให้ชนะการเสนอราคา

หากคู่แข่งขันติดต่อท่านในเรื่องการเสนอราคา โดยปกติท่านต้อง

- ไม่เปิดเผยว่าท่านจะเข้าร่วมการเสนอราคาหรือไม่
- ไม่เปิดเผยข้อมูลใดๆ เกี่ยวกับราคา ค่าใช้จ่าย ผู้จัดหา หรือเงื่อนไขสำคัญใดๆ ที่ลูกค้าระบุ
- อธิบายว่าการสอบถามนี้เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม และ
- บันทึกสิ่งที่หารือกันและแจ้งให้ฝ่ายกำกับนโยบายทราบทันที

อาจมีกรณีที่เป็นการชอบด้วยกฎหมาย ที่คู่แข่งขันจะหารือกันเกี่ยวกับการเสนอราคา แต่เนื่องจาก การติดต่อกับคู่แข่งขันเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน ท่านจึงควรหารือกับฝ่ายกำกับนโยบายก่อนเสมอ

(4) การร่วมกันคว่ำบาตร

การกำหนดใดๆ กับบุคคลที่สาม (รวมถึงคู่แข่งขัน ลูกค้า และคู่ค้า) ร่วมกันปฏิเสธการขายต่อลูกค้าหรือลูกค้าบางราย หรือกลุ่มลูกค้า หรือต่อการติดต่อกับคู่ค้าโดยเฉพาะเจาะจง เป็นสิ่งต้องห้ามอย่างเด็ดขาด

(5) หัวข้อหารือ / การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งขัน

โปรดระมัดระวังการเข้าร่วมประชุมของสมาคมธุรกิจ การแสดงสินค้า การประชุมกับลูกค้า และงานที่ไม่เป็นทางการ/งานสังคมที่มีการติดต่อกับคู่แข่งขัน กิจกรรมดังต่อไปนี้ที่ทำกับคู่แข่งขันซึ่งโดยทั่วไปสามารถกระทำได้

- การรณรงค์ทั่วไปเพื่อประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมายของวงการอุตสาหกรรมในเรื่องหนึ่งเรื่องใดเป็นการเฉพาะเจาะจง
- การปรึกษาหารือประเด็นทางกฎหมายที่เป็นประโยชน์แก่วงการอุตสาหกรรมโดยรวมโดยไม่มีลักษณะเป็นการคุกคามต่อการแข่งขันที่เป็นธรรม
- การพัฒนามาตรฐานของสินค้าอย่างไม่ผูกพัน หากสมเหตุสมผล เป็นกลาง และเปิดเผยแก่บุคคลที่สาม และ
- ร่วมกันโฆษณาส่งเสริมอุตสาหกรรมโดยรวมโดยไม่กีดกันสมาชิกจากการโฆษณายี่ห้อของตนเอง และ/หรือ ไม่กำหนดราคา/เงื่อนไขทางการค้าอื่น

ในทางตรงกันข้าม โดยทั่วไปท่านไม่ควรให้หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ละเอียดอ่อนดังต่อไปนี้กับคู่แข่งขัน

- การตั้งราคาในวงอุตสาหกรรมและของแต่ละบริษัท รวมถึงการเปลี่ยนแปลงราคา ค่าธรรมเนียม การสมัคร ส่วนลด เงินเพิ่ม เงินคืน หรือระยะเวลาการให้สินเชื่อ
- ตัวเลขปริมาณการขายหรือการผลิต รายได้จาการขาย หรือความสามารถในการผลิต/บริการของแต่ละบริษัท
- ตัวเลขค่าใช้จ่าย จัดหา หรือส่วนต่างกำไรของแต่ละบริษัท
- การติดต่อของแต่ละบริษัทกับลูกค้าหรือผู้ผลิตโดยเฉพาะเจาะจงรายใด
- ข้อมูลเกี่ยวกับแผนในอนาคตของแต่ละบริษัทใดเกี่ยวกับเทคโนโลยี การลงทุน หรือการออกแบบ การผลิต การขายหรือการตลาดของสินค้าและบริการโดยเฉพาะเจาะจง และ
- ข้อมูลอื่นใดที่อาจถือได้ว่าเป็นข้อมูลที่ละเอียดอ่อนในการแข่งขันและเป็นความลับ

อย่างไรก็ตาม โดยทั่วไป วิธีการต่อไปนี้เกี่ยวกับการหาข่าวกรองทางการตลาดเป็นสิ่งที่ได้รับอนุญาต

- การรับข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งขันจากแหล่งข้อมูลที่ชอบด้วยกฎหมายหรือที่เปิดเผยเป็นสาธารณะ เช่น จากลูกค้า องค์กรวิจัยตลาดอิสระ หรือข้อมูลสถิติของวงการอุตสาหกรรมที่เป็นสาธารณะ และ
- การเข้าทำการศึกษาวิจัยข้อมูลทางสถิติของวงการอุตสาหกรรม หรือการประเมินความสามารถ ทั้งนี้ เมื่อได้รับอนุญาตจากฝ่ายกำกับนโยบาย

5.3 การติดต่อกับตัวแทนจำหน่ายและคู่ค้า

บริษัทมีอิสระในการกำหนดราคาของตนเองและเจรจากับตัวแทนจำหน่ายแต่ละคน แต่บริษัทไม่อาจควบคุมกลยุทธ์การขายทั่วไปหรือการตั้งราคาของตัวแทนจำหน่าย บริษัทไม่อาจเข้าแทรกแซงนโยบายการตั้งราคาของตัวแทนจำหน่ายของบริษัท บริษัทไม่ควรให้ความสะดวกแก่การทำความตกลงหรือความร่วมมือระหว่างตัวแทนจำหน่ายของบริษัทเกี่ยวกับการตั้งราคา และ/หรือ ข้อกำหนดหรือเงื่อนไขทางการค้าอื่น

(1) การกำหนดราคาขายต่อ

การกำหนดราคาขายต่อ (Resale price maintenance) หรือ RPM เป็นสิ่งต้องห้าม

การกำหนดราคาขายต่อหมายถึง กำหนดหน้าที่หรือการกดดันตัวแทนจำหน่ายให้ขายสินค้าหรือบริการในราคาคงที่ ราคาขั้นต่ำหรือ ราคาขั้นสูงที่กำหนดโดยบริษัท ตัวอย่างของการกำหนดราคาขายต่อที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย รวมถึง

- การกำหนดส่วนต่างราคาของตัวแทนจำหน่าย
- การกำหนดระดับส่วนลดขั้นสูงที่ตัวแทนจำหน่ายสามารถให้ได้ หรือ

- คุกคาม ตักเตือน ลงโทษ ประวิงการส่งมอบหรือยกเลิกสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามราคาขายต่อที่แนะนำ

ท่านอาจให้ราคาแนะนำในการราคาขายต่อแก่ตัวแทนจำหน่าย แต่ท่านไม่สามารถบังคับให้ขายต่อในราคาที่กำหนดหรือประพฤติใดในการลักษณะการบีบบังคับต่อตัวแทนจำหน่ายในการขายในราคาที่แน่นอน

(2) การปฏิเสธการติดต่อ

ในกรณีที่บริษัทไม่อยู่ในฐานะผู้มีอำนาจเหนือตลาด บริษัทมีสิทธิเลือกลูกค้าที่ต้องการทำธุรกิจด้วย อย่างไรก็ตาม ถ้าบริษัทมีอำนาจเหนือตลาด บริษัทอาจปฏิเสธการติดต่อกับลูกค้ารายใดรายหนึ่งเฉพาะในกรณีที่มีเหตุสมควร เช่น

- บริษัทอาจปฏิเสธการขายแก่ลูกค้าใหม่หรือลูกค้าเดิมตามเหตุผลที่เป็นภาวะวิสัย (เช่น มีเครดิตไม่ดี การไม่ชำระราคาตามใบแจ้งหนี้ ปฏิเสธการยอมรับข้อกำหนดและเงื่อนไขการขายของบริษัท)
- บริษัทอาจปฏิเสธการส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าเดิมในกรณีที่เกิดการขาดแคลนสินค้าหรือสินค้าหมด ทั้งนี้ การปฏิเสธดังกล่าวต้องไม่ได้เป็นไปโดยปราศจากเหตุผล/ไม่เลือกปฏิบัติ

5.4 การใช้อำนาจเหนือตลาดโดยมิชอบ

หากบริษัทมีอำนาจเหนือตลาด (ขึ้นอยู่กับท้องที่ โดยอาจสันนิษฐานได้ในกรณีที่บริษัทมีส่วนแบ่งตลาด 50% หรือมากกว่า แม้ว่ามีส่วนแบ่งตลาดเพียง 35% ก็อาจถือเป็นข้อบ่งชี้ถึงอำนาจเหนือ) พฤติกรรมที่โดยปกติชอบด้วยกฎหมายก็อาจเป็นสิ่งต้องห้ามได้หากก่อให้เกิดสิ่งที่ไม่ชอบ โดยปกติพฤติกรรมอันมิชอบรวมถึง

- การบังคับใช้เงื่อนไขที่ไม่เหมาะสม โดยเฉพาะการขายหรือราคาขาย
- การห้ามการพัฒนาสินค้า กระบวนการผลิตสินค้น หรือการขายสินค้า
- การเลือกปฏิบัติต่อคู่ค้าทางการค้าต่างรายกันโดยปราศจากเหตุอันสมควรที่เป็นภาวะวิสัย
- การปฏิเสธการจัดส่งสินค้าให้แก่ผู้ซื้อโดยปราศจากเหตุอันสมควรที่เป็นภาวะวิสัย
- จัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าเฉพาะกรณีที่ลูกค้าซื้อสินค้าอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่สั่งซื้อคราวแรก (การขายแบบพ่วง)
- การตั้งราคาเพื่อกำจัดคู่แข่งขัน โดยทั่วไปหมายถึงการกำหนดราคาต่ำกว่าทุน หรือ *"การทุ่มตลาด"*

- ข้อตกลงการซื้อแบบผูกขาด และ
- ระบบเงินคืนอันมิชอบ กล่าวโดยเฉพาะคือการให้ส่วนลดเงินคืนจากความภักดี

5.5 การร่างเอกสารและการติดต่อสื่อสาร

1) ใช้ภาษาในการติดต่อ

พึงควรระวังการใช้ภาษาของท่านในการติดต่อธุรกิจทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นหนังสือหรือบทสนทนาทางโทรศัพท์หรือการประชุม การเลือกใช้คำผิดอาจทำให้การกระทำที่ถูกกฎหมายถูกมองว่ามีข้อพิรุธ แนวทางทั่วไปในการใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสารมีตามที่กำหนดไว้ด้านล่างนี้

- เมื่อท่านเขียนสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ระลึกว่า วันหนึ่งมันอาจถูกเผยแพร่ทางสาธารณะ พึงระมัดระวังให้มากในการส่งข้อความทางอีเมลหรือการฝากข้อความเสียง เมื่อต้องส่งจดหมายหรือบันทึกให้สันนิษฐานไว้ว่าอีเมลทั้งหมด ระบบส่งข้อความสั้น หรือข้อความเสียงอาจถูกอ่านหรือฟังโดยบุคคลอื่น
- หลีกเลี่ยงการสร้างความรู้สึกว่าลูกค้าได้รับการปฏิบัติเป็นพิเศษ (เช่น "*นี่เป็นข้อเสนอพิเศษสำหรับคุณ*")
- ไม่เสี่ยงในสิ่งที่อาจผิดหรือไม่ผิดกฎหมายก็ได้ (เช่น "*นี่อาจเป็นไปได้ที่จะผิดกฎหมาย แต่...*") หากท่านเห็นว่าสิ่งใดอยู่ในพื้นที่สุ่มเสี่ยง ให้ปรึกษากับฝ่ายกำกับนโยบายก่อนเขียนข้อความ
- ไม่ใช้คำศัพท์สื่อถึงการกระทำความผิด (เช่น "*กรุณาทำลาย/ลบหลังจากที่อ่าน*" หรือ "*สำหรับท่านอ่านเท่านั้น*")
- หลีกเลี่ยงคำศัพท์ที่แสดงอำนาจหรืออำนาจที่เหนือกว่า (เช่น "*นี่อาจทำให้เราควบคุมตลาด*" หรือ "*เราใกล้จะกำจัดการแข่งขันไปได้แล้ว*")

2) ระมัดระวังการใช้สื่อในการติดต่อสื่อสารของท่าน

เอกสารทั้งหมด แม้ว่าจะเป็นการภายในบริษัททั้งหมด ควรถูกเขียนบนข้อสันนิษฐานว่า เอกสารเหล่านั้นอาจถูกใช้เป็นหลักฐานเพื่อการตรวจสอบโดยหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขัน บทสนทนาทางโทรศัพท์ก็มักเป็นเอกสารหลักฐานเหตุการณ์ การจดบันทึกสิ่งที่สนทนาทางโทรศัพท์มักถูกทำขึ้นโดยคู่สนทนาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดหรือทั้งสองฝ่าย อย่าคิดว่าท่านสามารถให้ความระมัดระวังน้อยกับการสนทนาทางโทรศัพท์ได้

6. แผนกที่รับผิดชอบ

ฝ่ายกฎหมาย

7. เป็ดเตล็ด

นโยบายนี้มีผลใช้บังคับวันที่ 1 มิถุนายน 2565 เป็นต้นไป

.....

(นายฮิโรชิ มุคาอิ)

ประธานบริษัท

27 พฤษภาคม 2565