



ハピネット
CSRレポート
HAPPINET CSR REPORT

2018

Happinet



目次

目次	1
編集方針 / グループ概要	2
グループビジョン	3
CSR 理念・CSR 基本方針	4
ハピネットグループの事業概要	5
トップメッセージ	7
ハピネットグループのCSRとは	10

特集

1. 新たな可能性への挑戦	13
～プラモデルやフィギュアの未来を変える 次世代ディスプレイ 「X-BASE (クロスベース)」～	
2. 増加する訪日外国人をターゲットに、.....	15
「クールジャパン」を訴求する販売施策を展開	
3. IR・PR活動を促進し、.....	18
ステークホルダーとの コミュニケーションの深化を目指す	

ヒューマンレポート	20
-----------------	----

CSR マネジメント	40
CSR推進体制	41
コーポレート・ガバナンス	44
コンプライアンス	46
リスクマネジメント	48

環境とのかかわり	51
基本的な考え方	52
環境マネジメント	53

顧客とのかかわり	55
基本的な考え方	56
製品責任への取り組み	58
CS(顧客満足)の向上	60

社員とのかかわり	62
基本的な考え方	63
多様性とワークライフバランスへの配慮	64
人材開発	66
労働安全衛生への配慮	64

社会とのかかわり	70
基本的な考え方	71
社会貢献	72

株主とのかかわり	73
基本的な考え方	74
株主還元	75
株主・投資家とのコミュニケーション	76

環境データ集	77
--------------	----

編集方針

本 CSRレポートは、ハピネットグループのCSRに対する取り組みをご理解いただくことを目的として、分かりやすく報告することをめざしています。
今後、ハピネットグループがより良い社会の実現に貢献していくために、このレポートを重要なコミュニケーションの一助としてお読みいただき、Webサイトから皆さまのご意見をお寄せいただけたら幸いです。
また、弊社ではCSRレポートの冊子を廃止し、Webのみの報告としました。一括してお読みになりたい方のために、当サイトの情報をこのようなPDF形式にまとめました。

報告書の対象期間

2017年度(2017年4月1日～2018年3月31日)の活動実績について記載しています。

※従いまして、登場する社員の所属部署名につきましても2017年度所属の名称としています。

報告書の対象範囲

グループ会社における連結対象企業を対象範囲としています。

対象読者

お客さま・社員・株主をはじめとするステークホルダーを対象読者と推定しています。

参照したガイドライン

GRI「サステナビリティ レポートینگ ガイドライン 第4版」(G4)
環境省「環境報告書ガイドライン(2012年版)」

発行年月

2018年5月(前回:2017年5月)

問い合わせ先

株式会社ハピネット 経営本部 経営企画部 経営企画チーム
〒111-0043 東京都台東区駒形二丁目4番5号駒形 CAビル
TEL: 03-3847-0410 FAX: 03-3847-0420
URL: <http://www.happinet.co.jp/>

グループ概要

会社名 株式会社ハピネット

本社所在地 〒111-0043
東京都台東区
駒形二丁目4番5号
駒形CAビル

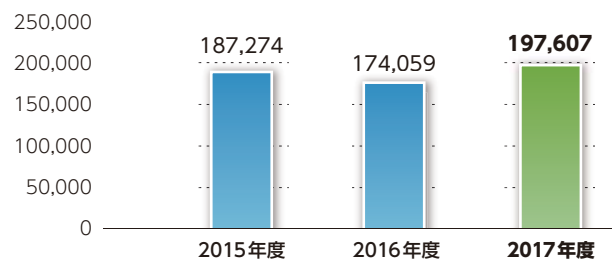


URL <http://www.happinet.co.jp/>

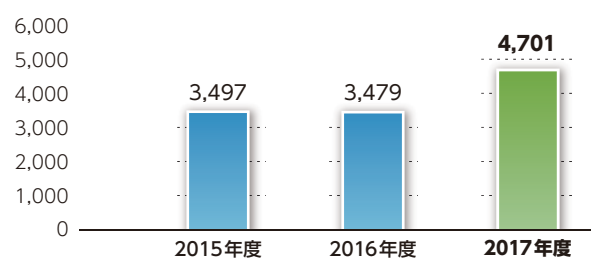
主要子会社 株式会社ハピネット・マーケティング
株式会社星光堂マーケティング
株式会社マックスゲームズ
株式会社ハピネット・バンディングサービス
株式会社ハピネット・ロジスティクスサービス

従業員数 連結964名
単体471名

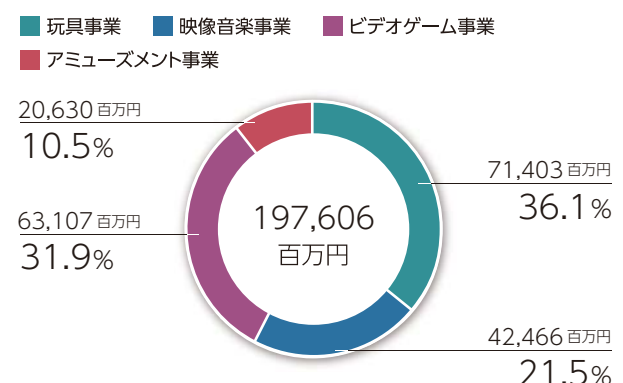
売上高推移(百万円)



経常利益推移(百万円)



事業別売上高構成比(2017年度)



グループビジョン

時代を先取りし、積極的に進化する企業となり、
お取引先さまをはじめあらゆる関係者の方々に貢献していきます。
そのために、ハピネットグループの存在意義と、
目指すべき未来像を「グループビジョン」として明文化しました。

グループビジョン

私たちはハピネス・ネットワーキングを展開し、
エンタテインメント・スタイルの創造により
人々に感動を提供し、夢のある明日をつくります。

経営姿勢

常に変化を先取りして自己革新をすすめ、
新しいビジネスをきりひらきます。

- 顧客への姿勢

パートナーシップをもって連帯し、
生活者に満足を提供します。

- 社員への姿勢

一人ひとりを尊重し、成長と挑戦の機会をつくり、
働きがいのある環境を育てます。

- 社会への姿勢

ビジネス倫理に基づく企業活動を通じて、
明るく楽しい社会の実現に貢献します。

- 株主への姿勢

積極的なディスクローズにより、経営の透明性を高め、
株主の信頼と期待を得る活動につとめます。

行動指針

常に
「何が大切か、何が正しいか」
を考え、
行動します。

ハピネットグループは、人々の幸福な人生 (Happiness) の実現に貢献すべく、グループをとりまくあらゆる関係者との間で積極的にコミュニケーションを図り (Networking)、エンタテインメント事業を通じてより豊かなライフスタイルを実現するための付加価値を創造していきます。

人々の心に感動を与え、夢のある明日という社会的価値を生み出せる企業グループ。それが私たちの存在意義だと考えています。

CSR理念・CSR基本方針

CSR理念

ハピネットグループがめざすCSRにおいて最も大きな道標となるのは、グループビジョンです。グループビジョンでは「ハピネス・ネットワーキング」という言葉の中に、人々の幸福な人生の実現に貢献すべくあらゆる関係者との間で積極的にコミュニケーションを図るという意味を含めており、エンタテインメント事業を通してより豊かなライフスタイルを実現するための付加価値を創造することを事業コンセプトとして掲げています。企業活動を通して「人々の心に感動を与え、夢のある明日をつくる」という思いを社員一人ひとりが常に意識し、実践していくことが、CSR理念の基本的な考え方です。

CSR基本方針

ハピネットグループの「CSR基本方針」では、ステークホルダーとの双方向の対話を重視しています。なお、「CSR基本方針」は「経営姿勢」がベースとなっています。

ハピネットグループは2015年9月の「国連持続可能な開発サミット」で採択されたSDGs※に賛同し、企業活動を通じ、目標の達成にむけ最善を尽くしてまいります。



環境とのコミュニケーション

最適流通システムを基盤としたマーケティングシステムの強化をすすめ、適正な需要予測・適正在庫の推進・適正な業務執行を徹底することで、貴重な資源を無駄にしない体制を構築します。



社員とのコミュニケーション

社員一人ひとりを自立した個人として尊重し、教育を通して自主的かつ積極的なチャレンジを支援します。

社員が誇れる会社を目指し、働き甲斐のある職場環境をつくります。



株主とのコミュニケーション

積極的な情報開示をタイムリーに行い、経営の透明性を高めます。



顧客とのコミュニケーション

お取引先さまとのパートナーシップに基づき、互いの機能と責任を果たし、生活者に対して満足と幸福を提供します。



社会とのコミュニケーション

企業の存続に必要な不可欠な社会の持続的発展に対して必要なコストを払い、未来に対する投資として必要な活動を行います。また、常に「何が正しいか」を考え、自らを律していきます。



※ SDGs: Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標) の略。2015年9月の「国連持続可能な開発サミット」で、150超の加盟国首脳によって採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に盛り込まれた17の目標と169のターゲットから構成。各国が2030年までに貧困や飢餓の撲滅、エネルギーや気候変動問題への対応、平和的社会の追求など、持続可能な開発のための諸目標の達成をめざす。

玩具事業



玩具事業は、ハピネットグループの中核を成す重要なビジネスです。業界最大手の中間流通業として、(株)バンダイをはじめとしたあらゆるメーカーさまの幅広い商品を共有し、確固たるシステムと提案力を強みとして、メーカーさまや販売店さまの多様なニーズにお応えしています。

さらに物流の高度化・効率化を推し進めるとともに、新たなチャネルの開拓も積極的に行っています。また、当社のオリジナル・独占販売商品の企画・開発を行っています。

映像音楽事業



映像音楽事業は、DVD、CD市場に商品を共有し、中間流通業として業界でもトップクラスのDVD、CDソフトの取り扱いタイトル数を誇っています。

また、映画・アニメなどの自社コンテンツ制作や独占販売権の獲得に取り組んでいます。

ビデオゲーム事業



ビデオゲーム事業は、中間流通業として唯一、国内で販売されているすべての家庭用ゲーム機の取り扱いを実現しています。このオールプラットフォームの取り扱いと売場提案力を強みとして、ビジネスの拡大を推進しています。

また、オリジナル商品の企画・開発、ゲームソフトの開発にも取り組んでいます。

アミューズメント事業



アミューズメント事業は、カプセル玩具販売機やデータカードゲーム機のオペレーションを行っています。業界トップの地位を生かし、お取引先さまとのより強固な関係の構築や、数多くのメーカーさまとの取引拡大による市場に密着したサービスを提供しています。

トップメッセージ

全役員・社員のチャレンジ精神を結集し、
夢のある明日づくりに貢献し続けます。

代表取締役社長兼最高執行責任者 榎本 誠一



ハピネットのグループビジョン とCSR理念

ハピネットグループは、「ハピネス・ネットワーキングを展開し、エンタテインメントスタイルの創造により、人々に感動を提供し、夢のある明日をつくります。」というグループビジョンのもと、事業を展開してきました。

グループビジョンには、人々に感動を提供するエンタテインメント事業を通じて、人々の心を豊かにし、夢のある明日づくりという社会的価値を生み出せる企業グループとして、存在価値を発揮していきたいという思いが込められています。グループビジョンを実践していくことが、ハピネットのCSR理念の基本的な考え方です。

この中にある「ハピネス・ネットワーキング」とは、人々の幸福な人生(Happiness)の実現に大きく貢献できるタイムリーで付加価値のある提案をするために、ステークホルダーの皆さまと絶えず積極的にコミュニケーションを図ること(Networking)を基本姿勢として表したものです。

近年、私たちを取り巻く環境は日々めまぐるしく変化し、厳しい市場環境が続くエンタテインメント業界におきまして、柔軟性と機動性を兼ね備えた経営力をこれまで以上に発揮していくことが急務だと感じております。そのため、より一層コーポレートガバナンスの強化をはかるとともに、役員・社員一人ひとりがハピネットのCSRの基本姿勢に立ち返り、自らの役割、当社の果たすべき責任を問い直し、チャレンジ精神を結集して新たな成長ステージの創出に挑戦してまいります。

「何が大切か、何が正しいか」 を考え、行動する

ハピネットグループには、「常に『何が大切か、何が正しいか』を考え、行動します。」と定めた行動指針があります。これは、事業を推進するなかで時として利害関係の対立に直面したとき、役員・社員一人ひとりの判断基準となるものです。さらに、この行動指針をもとに「法的・倫理的責任」「経済的責任」「環境・社会的責任」の3つの責任を果たすべく様々な取り組みをしています。

ハピネットグループのCSRに関する姿勢について、次の3つの視点からご説明いたします。

1. 「法的・倫理的責任」

ハピネットグループでは、行動指針にある「何が大切か、何が正しいか」の「何が正しいか」に当たる倫理観として、「信義と信頼を大切にします」、「ステークホルダーとの共生を図ります」、「社会の『良き一員』としての自覚を持ちます」の3点を掲げています。

それらを実践するために「倫理綱領」「内部統制システム」「ハピネットグループ・コンプライアンス・プログラム（内部通報制度）」「行動指針10カ条」を定めています。

また、仕組みやルールを定めるだけでなく、企業倫理・法令などを遵守徹底させるため「倫理向上委員会」を設置して組織横断的に統括しています。さらに、事業部門から独立したコンプライアンス推進室が内部統制の整備・運用を行うほか、社内外にそれぞれコンプライアンス委員会を設置し、経営と事業の双方をモニタリングする体制を採っています。

2. 「経済的責任」

ハピネットグループはステークホルダーの皆さまにより成り立っており、したがって事業によって生み出された付加価値はステークホルダーの皆さまへ適正に還元すべきと考えます。

お取引先さまに対する「商品」「サービス」を通じた「適正な利益」、
消費者に対する「満足」、
社員に対する「報酬」「教育」「福利厚生」、
社会に対する「納税」「雇用」、
株主に対する「配当」「適正な株価の維持向上」「株主優待」

これらステークホルダーの皆さまへの還元は、継続的な成長による付加価値の最大化によって初めてなしえるものですので、今後も経営の透明性を高めるとともに、経営計画、経営状況を的確にモニタリングし、戦略的・長期的な視点で企業の成長・発展に最適な意思決定をしていきます。

3. 「環境・社会的責任」

ハピネットグループは、メーカーさまが開発・生産した膨大な種類の商品を、販売店さまに速く、正確にお届けすることで、消費者の皆さまの豊かな生活を支える重要な役割と大きな債務を担っています。また、メーカーさまや小売店さまのCSRの取り組みを中間流通として支援していくことも重要な役割としております。

この役割を果たす上での環境への配慮として、例えば誤納率を限りなくゼロに近づけることで配送頻度を下げ、エネルギー消費を抑えたり、リサイクル可能な緩衝材を用いたりしています。こうした事業に直結した地球温暖化の抑制や資源の有効活用への貢献を今後も自主的に行ってまいります。

また、製品の品質に対する取り組みとして、お客さまに安心して商品をご利用いただけるように、法令や業界基準の遵守はもちろん、厳しい自主基準を設け、品質責任者による委員会により継続的に基準の改定を議論しています。

夢のある明日づくりと持続的な
会社の成長・発展をめざして

「人々の幸福な人生（Happiness）の実現に貢献する」というグループビジョンのもと、これからも環境変化を予見する努力を怠らず、ビジネス基盤を最大限に活用し、持続的な成長・発展を実現させていくことが私の使命です。ステークホルダーの皆さまの声に常に耳を傾けながら、全役員・社員のチャレンジ精神を結集させ、夢のある明日づくりに貢献いたします。今後ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

Copyright © 2018 Happinet. All Rights Reserved.

ハピネットグループのCSRとは

「事業活動」を通じて“社会の要請”に応えながら、多様なステークホルダーの期待に応えるために戦略的・長期的視点で“新たな価値”を創造する。それが、ハピネットグループのCSRです。

1 中間流通業として

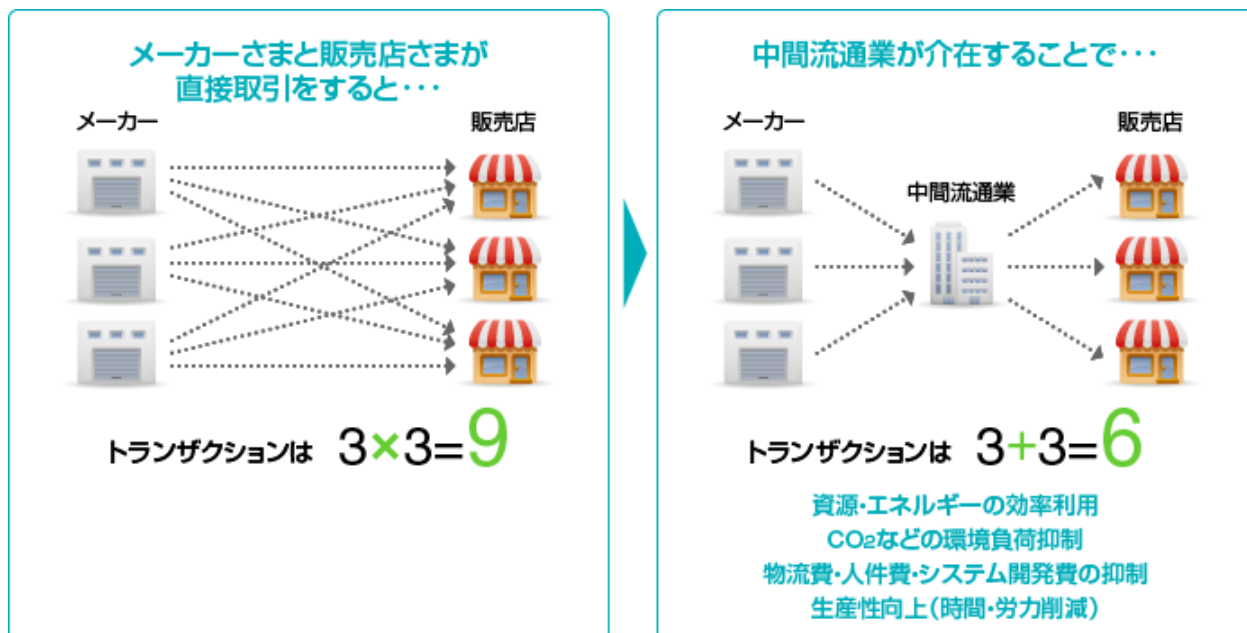
メーカーさまと販売店さまの間に立つ“中間流通業”としての機能を発揮して商品流通に伴う“社会的エネルギー・コストの抑制、効率化”に貢献していきます。

ハピネットグループは、メーカーさまと販売店さまの間に立つ“中間流通業”として、玩具や音楽・映像メディア、ゲームソフト、カプセル玩具などの商品をさまざまなメーカーさまから仕入れ、全国の販売店さま、消費者の皆さまにお届けしています。

そして、流通全体を最適化するための付加価値を提供して“社会的エネルギー※・コストの抑制、効率化”、さらには“サプライチェーン（流通）全体の生産性向上”に貢献することをめざしています。以下の図をご覧ください。

※ 社会的エネルギー：ハピネットグループが事業活動を行う上で使用する電気、ガス、ガソリンなどのさまざまなエネルギー

中間流通業の役割（機能）



メーカーさまと販売店さまが直接取引をすると、商品流通に伴うトランザクション——ある目的のためにモノを運んだり、情報を届けたりする活動の単位——は中間流通業の役割（機能）左図のとおり「9」となります。ところが、中間流通業の役割（機能）右図のように、中間流通業としてのハピネットグループが商品を一括して集約・配送し、情報を収集・発信すると、トランザクションは「6」で済み、トランザクションが減った分、物流・情報処理などに必要なエネルギーや労力、コストを削減でき、またCO₂の排出量なども削減することができます。この効果は、メーカーさまの数、販売店さまの数、取り扱いアイテム数が多くなるほど増大します。



ハピネットグループは、
 このように本業を通じて“社会の要請”に応えるとともに
 戦略的・長期的視点で活動することにより、
 事業に関わるさまざまなステークホルダーの期待に応えていきます。



2 | 最適流通システムの構築を通じて

メーカーさま・販売店さまのご要望に“最適な答え(SOLUTION)”を提供しながら
 多くのステークホルダーの皆さまにとっても価値ある「最適流通システム」を構築していきます。

多くのモノと情報をタイムリーに提供し、サプライチェーン（流通）全体を最適化するという中間流通業の社会的使命
 を果たしていくために、ハピネットグループは、「販売支援システム」「物流システム」「情報システム」という3つ
 のシステムを事業基盤と位置付け、個々の機能を磨き続けています。

また、3つのシステム（機能）を融合（統合）して、メーカーさまや販売店さまが求める「モノ」と「情報」を市場の
 変化に合わせて最適化して提供する「最適流通システム」を構築。このシステムを活用することで、メーカーさまや販
 売店さまの市場環境や需給状況に応じた製品の生産・販売活動を支援することができます。さらに、流通経路全体の効
 率が一層向上するため、社会的エネルギー・コストの抑制の効果もより高まります。

ハピネットグループのめざす姿



最適流通システムは「販売支援システム」「物流システム」「情報システム」の3つの機能の掛け算が成果であり、どれか一つでも「0」になると成果も「0」になるという理念のもとに構築されています。

ハピネットグループは、これからも本業の強化を通じてCSR（企業の社会的責任）を果たしていくことで、多くのお取引先さま、社員、そして社会とともに持続的に成長する“ハピネス・ネットワーキング”の輪を一層拡大し、「人々に感動を提供し、夢のある明日をつくる」というビジョンを実現していきます。

Copyright © 2018 Happinet. All Rights Reserved.

特集 1 新たな可能性への挑戦

～プラモデルやフィギュアの未来を変える

次世代ディスプレイ「X-BASE (クロスベース)」～



ハピネットは中間流通業にとどまることなく、新たな領域への挑戦を続けています。2017年12月には、高性能ワイヤレス電力供給システム「X-BASE」を発売。新しい領域に踏み込み、お客さまに新しい価値を提供しています。

誰もが気軽に、安全に電飾を楽しめるように～「X-BASE」が起こした電飾革命～

X-BASEは、独自開発の「磁界共鳴方式」を採用した、高性能ワイヤレス電力供給システム。L字に組んだボードの間の空間全体

(30cm×30cm×30cm) への電力供給を実現し、約500個の専用ワイヤレスLEDを同時に光らせることが可能です。

従来、プラモデルやフィギュアに電飾を取り付けるには、物理的な制約の多い狭い箇所に配線や電源を施さなければならないなど、大きな労力や技術を必要としました。一方、X-BASEは市販の接着剤などでも取り付けが可能のため、誰でも、簡単に、安全に電飾を楽しめます。また、従来では実現が極めて困難だった水中での使用も可能。これまでライトユーザーには踏み込めない領域だった電飾カスタムの世界に革命をもたらし、ディスプレイ表現の幅を大きく広げました。

また、ほとんど熱を発生せず、安全に長時間利用できるX-BASEは、プラモデルやフィギュアなどのホビー商品への使用にとどまらず、クリスマスツリーや観葉植物、アクアリウムの電飾など、アイデア次第でさまざまな用途にお使いいただけます。



©KOTOBUKIYA
作品に埋め込まれたLEDが光る

ハピネットは、お客さまのニーズにお応えするため、そして社会に新たな価値を提供するため、既存の事業領域にとどまることなく、新たな挑戦を続けていきます。

担当者の声

(株) ハピネット トイ・オリジナルユニット プロダクトチーム 楠 健作

試行錯誤を繰り返し、LEDユニットの小型化と明るさの両立を実現

X-BASEの開発でこだわったのは、専用LEDユニットの大きさです。汎用性が高まるよう、できるだけ小さくすることを目指しました。しかし、LEDユニットが小さくなるほど、LEDユニットに取り付けるコイル部品が小さくなり、明るさが失われてしまうという壁が生じました。私たちは何度も試作を作り、最終的に4.5mm×4.5mmという小ささでありながら、明るく光るLEDユニットの実現に至ったのです。

発売後、X-BASEの体験会などを通じ、お客さまからは驚きの声、特にこの技術に対する価格の安さに驚く声をいただきました。商品そのものを評価していただいていることを感じうれしく思います。

市場のニーズを捉え、皆さまに安心・安全で、ご満足いただけるものを作り出す、そのスピードが重要になっていると感じています。X-BASEは「磁界共鳴方式」という新たな技術を取り入れた製品のコンセプトを約2カ月でつくりあげ、さらにそこからわずか9カ月というスピードでお客さまのもとにお届けできました。新たな事業領域でありながら、このスピードを実現できたのは、挑戦を受け入れる当社の企業文化あってこそだと思えます。



楠 健作

(株) ハピネット トイ・オリジナルユニット マーケティングチーム 城田 義暢

「X-1グランプリ」の開催など、X-BASEの魅力伝える販売施策を展開

メインビジュアルが黒いL字の板であるX-BASEは、一見、どのような製品なのか伝わりにくい商品です。どうしたらお客さまにこの製品の魅力を伝えられるか、それが販促面の課題だといえます。X-BASEについて広く知っていただくため、ホビー専門誌やWEBサイトでの露出、ホビー系の展示会への出展、販売店さまでの体験会の実施など、さまざまな施策を展開してきました。2018年3月からは、X-BASEを使ったプラモデルの電飾作品を投稿していただくイベント「X-1 (クロスワン) グランプリ」を開催しています。

今後、X-BASEは家電、電子機器、ディスプレイ業務用用品など、アイデア次第でさまざまな分野での活用が期待できる商品です。実際、X-BASEの発売後は、さまざまな業界・業種の企業さまからお問い合わせを多数いただき驚きました。

汎用性の高い「ワイヤレス給電」技術を基本とするX-BASEで、今後も、新たな価値ある商品を社会に提供していきたいと考えています。



城田 義暢

特集2 増加する訪日外国人をターゲットに、「クールジャパン」を訴求する販売施策を展開



東京オリンピックが開催される2020年を目前に控え、近年、日本を訪れる外国人の数は増加の一途をたどり、2017年の訪日外客数は2,869万人※と過去最高を更新しました。ハピネットが扱うフィギュアやカプセル玩具などの商品は、日本のポップカルチャーのひとつとして、訪日外国人のお客さまに人気を博しています。商品をよりスムーズに、より安心して楽しんでいただけるよう、ハピネットは訪日外国人のお客さまの目線に合わせたさまざまな施策を展開しています。

※日本政府観光局（JNTO）「2017年1月～12月 国・地域別 / 目的別 訪日外客数（暫定値）」より

事例1 日本のお土産として人気のフィギュアやプラモデル玩具を国際線ターミナルの免税店さまに展開

ハピネットはお土産として日本の玩具を購入される訪日外国人のお客さまニーズに対応するため、成田空港や羽田空港といった国際線ターミナルの免税店さまに、フィギュアやプラモデル、キャラクター関連グッズなどの玩具を卸し、日本ブランド・クールジャパンの発信に貢献しています。

訪日外国人の方に特に人気なのが、歌舞伎や侍といった伝統的な日本文化をホームページさせるような商品と、日本生まれのキャラクター商品です。ハピネットはこれらの商品を免税店さまに納品するだけでなく、商品の世界観や魅力が伝わるディスプレイなどを設置し、商品選びを楽しんでいただける売り場づくりを実施しています。その他にも、メーカーさまのご協力の下、限定商品の取り扱いなどにもチャレンジし、お取引先さまの付加価値向上に取り組んでいます。

ハピネットは今後も、訪日外国人のお客さまのニーズを的確にキャッチし、日本らしいお土産をお届けできるよう取り組んでいきます。



日本生まれのキャラクター商品を設置した売り場

担当者の声

(株) ハピネット・マーケティング 第2営業部東京 SR3チーム 谷口 準

お客さまの胸を打つディスプレイで、商品の回転率向上に貢献

訪日外国人のお客さまは、ディスプレイされている商品をお求めになるマースが多いため、私たちは商品の魅力が伝わるディスプレイづくりを実施しています。例えば、SF映画のキャラクターに日本の鎧甲冑を着せたフィギュアシリーズを取り扱った際には、メーカーさまのご協力をいただき、その映画の世界観を表すオリジナルの金屏風をディスプレイ用に製作。その金屏風の前にフィギュアを設置したところ、訪日外国人のお客さまから大きな反響を得て多くの方にご購入いただき、免税店さまだけでなくメーカーさまからも好評価をいただきました。

お土産として玩具を選んでご購入いただいたり、また、探していた玩具を見つけて喜ばれる訪日外国人のお客さまの姿を目にしたりすると、達成感のある仕事に従事できていることを実感します。今後も、2020年のオリンピックに向けて「クールジャパン」を空港から発信し、日本の玩具を訪日外国人のお客さまにアピールしていきたいと思っております。



谷口 準

事例2 「クールジャパン」として注目されるカプセル玩具の専用コーナーを駅や空港などに設置し、商品を選ぶ楽しみも提供

数百円という低価格でありながら、クオリティーの高い玩具を気軽に手に取って遊べることから、幅広い年代のお客さまに人気を博しているカプセル玩具。1カ月で100種類もの新商品が登場するなど、短いスパンで頻繁に商品が入り替わるカプセル玩具は、「クールジャパン」を体現する最先端のサブカルチャーとして、近年、訪日外国人のお客さまからも注目されています。

カプセル玩具取り扱いNo.1のシェアを持つハピネットは、あらゆるお客さまをターゲットに、全国のさまざまなロケーションでカプセル玩具を展開しています。近年は訪日外客数の増加に伴って、訪日外国人のお客さまの目線に合わせた商品や売り場づくりを実施。国内の国際空港にも、約150台のカプセル玩具自動販売機をずらりと設置し、さまざまな商品を見て選ぶ楽しさも併せてご提供しています。

また、カプセル玩具の買い方をご存知ないお客さまに向けて、店頭POPや看板には、英語や中国語などの言語や、ユニバーサルデザインを意識した絵を表記し、スムーズにカプセル玩具を楽しんでいただけるよう注力しています。

ハピネットは今後も、訪日外国人のお客さまに日本を楽しんでいただけるよう、新たなロケーションの開拓と売り場づくりに取り組んでいきます。



カプセル玩具の専用コーナー

担当者の声

(株) ハピネット・ベンディングサービス 営業推進部 ロケーション開発チーム 田子 和機

使われていない空間を有効活用し、付帯収入に結び付ける取り組み

手軽に、省スペースでの設置が可能なカプセル玩具自動販売機は、駅のコンコースや量販店の休憩スペースの隅など、普段使われていない場所を、利益を生み出すスペースへと簡単に変えられることから、使い勝手の良いチャンネルとしてお取引先さまに喜ばれています。

私たちは、カプセル玩具自動販売機の設置にあたり、事前に市場分析を実施し、ターゲットの状況や心境も想定した上で、その場所に適した商品選びや売り場づくりを実施しています。例えば空港に設置したカプセル玩具自動販売機コーナーでは、屋根瓦風の装飾と掛け軸風の看板を設置し、訪日外国人のお客さまに日本の文化や雰囲気も楽しんでいただけるよう工夫しました。

訪日外客数がさらに増えていくと予想される2020年に向けて、今後は新たなロケーションの開拓を進めていきたいと思えます。どのような訪日外国人のお客さまが、どこに滞留されるのか、そのときどのような状況なのか、お客さまの動向を分析し、より多くのお客さまにカプセル玩具をお届けできるよう施策を展開していきます。



田子 和機

特集3 IR・PR活動を促進し、ステークホルダーとの コミュニケーションの深化を目指す



ハピネットは、ステークホルダーとの長期的な信頼関係の構築と、企業価値の向上を目指し、株主・投資家の皆さまとのコミュニケーションの機会の増加、さまざまなメディアでの社名の露出など、IR・PR活動を積極的に推進しています。

ハピネットのコーポレートコミュニケーション

ハピネットは、個人投資家説明会や決算説明会をはじめ、機関投資家の方を集めたスモールミーティング、海外ロードショーなどを実施し、株主・投資家の皆さまとのコミュニケーションの機会を増やしています。今期は過去最多となる8回の個人投資家説明会を開催したほか、機関投資家向けには海外投資家の皆さまとのコミュニケーションを図るために、初の試みとしてシンガポールにて社長自ら説明会を実施しました。これらのIR活動の効果もあって、ハピネットに関心を持っていただいた投資家の方から取材依頼をいただく機会も大幅に増えています。

また、幅広いステークホルダーの皆さまに当社を知っていただくためのPR活動も積極的に推進しています。2017年からはテレビ媒体の番組提供を開始し、提供クレジットで社名を露出しているほか、プレスリリースの発信回数を増やすなど、さまざまな施策を展開しています。

今後も、より多くの皆さまにハピネットを知っていただき、そしてご支援いただけるよう、ステークホルダーとの積極的なコミュニケーションを展開していきます。



社長の榎本による説明会の様子



経営本部長の柴田による説明会の様子

担当者の声

(株) ハピネット 経営本部 経営企画チーム 佐野 詩織 / 本廣 麻子

直接対話の機会を増やし、株主・投資家の皆さまとの信頼関係の構築を目指す

投資家説明会やスモールミーティング、個別取材への対応などを通じて、株主・投資家の皆さまにハピネットの経営戦略や成長プランなどをご説明する機会を増やしています。このような機会を通じて感じるのは、投資家の皆さまと直接対話することの重要性です。対面でのコミュニケーションだからこそ、ステークホルダーの皆さまがハピネットに何を求めているのかを直に受け取ることができ、また、いただいたご意見は経営陣にフィードバックし、経営の改善に生かすことができます。さらに、メディアを通しては伝わりにくい、ハピネットの経営姿勢や、経営陣の思いなどを伝えることができる貴重な機会にもなっています。

引き続き、株主・投資家の皆さまとのコミュニケーションの機会を創出するとともに、積極的な情報開示によって、長期的な信頼関係の構築を目指していきます。



佐野 詩織 (左) / 本廣 麻子 (右)

(株) ハピネット 経営本部 経営企画チーム 安部 愛子 / 大嶋 ゆきみ

ハピネットの認知度向上に向け、さまざまなPR活動を展開

中間流通業を主力事業とする当社は、創業時からの「メーカーや販売店などを陰で支えるのが当社の役割」との思いもあり、積極的なPR活動はあまり行っていませんでした。しかし上場企業として、ハピネットのことをより多くの方に知っていただきたいとの思いから、さまざまなPR施策を数年前から展開しています。

社外に発信する情報をキャッチするため、リリースする商品情報などを各事業部で更新し、社内共有できるイントラサイトの整備や、広報情報連絡会を定期的を開催するなど、各事業部との連携を図る環境も整えています。

ハピネットは業界内での圧倒的なシェアを持つ東証一部上場企業であるにもかかわらず、まだその名が広く一般に浸透しているとはいえません。まずは、より多くのステークホルダーの皆さまに「ハピネット」の社名を知っていただくべく、より一層のPR活動を推進していきます。



大嶋 ゆきみ (左) / 安部 愛子 (右)

HUMAN REPORT 2018

ハピネス・ネットワーキングの実現へ。
私の取り組み。



ハピネットグループの社員一人ひとりが実践するそれぞれの「持ち場」での取り組みや創意工夫を報告します。



ハピネットグループでは、企業活動を通して、
「人々の心に感動を与え、夢のある明日をつくる」という思いを、
社員一人ひとりが、常に意識し、実践していくことを
CSR理念の基本的考え方としています。

～ハピネットグループ「CSR理念」より～

➤ セールス(玩具)

市場把握・予測機能を
最大限に活用した
ご提案で、商品欠品や
過剰在庫などの
負担軽減に貢献

㈱ハピネット
トイ・ホビーユニット
第2営業部 CS3チーム

金田 豊



➤ マーチャンダイジング(玩具ほか)

お客さまの生活に
密着した
コンビニエンスストアに
玩具の楽しさを
届けていく

㈱ハピネット
CVSユニット MDチーム

森 彩友美



▶ セールス(ビデオゲーム)



販売店さま限定の特典やキャンペーンの立案で、顧客ロイヤルティ向上を目指す

㈱マックスゲームズ
SR2チーム
武藤 有果

▶ セールス(ビデオゲーム)



人の暮らしを楽しく、豊かにしてくれる、ビデオゲームの魅力をファミリー層のお客さまにも届けたい

㈱ハピネット
ビデオゲームユニット
営業1チーム
高橋 一輝

▶ セールス・企画(ビデオゲーム)

1人の個人として評価される仕事をすることが、ハピネットのダイバーシティを促進する力となる

㈱ハピネット
ビデオゲームユニット
コンテンツチーム
手島 綾子



▶ スタッフ(人材開発)

「自立した人材の育成」を基本思想とする研修で、社員が能力を發揮できるハピネットを実現する

㈱ハピネット
経営本部 人材開発チーム
町永 千春



※ 社員の所属部署は2017年度時点のものです

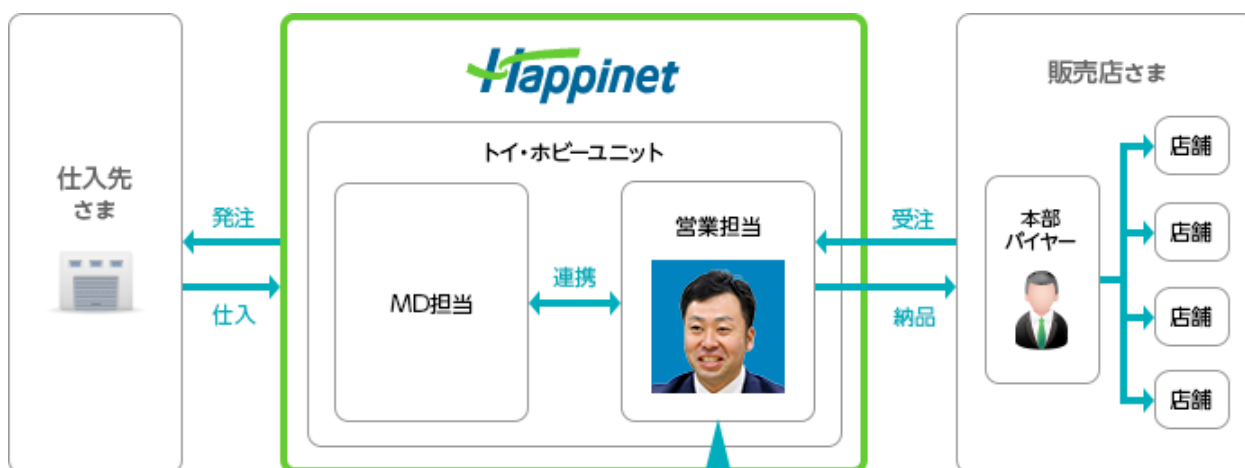
Copyright © 2018 Happinet. All Rights Reserved.



セールス（玩具）

（株）ハピネット トイ・ホビーユニット 第2営業部 CS3チーム 金田 豊

市場把握・予測機能を最大限に活用したご提案で、
商品欠品や過剰在庫などの負担軽減に貢献



販売店さまへのトータルサポート

- 需要予測をもとに最適な売り場作りに向けた玩具商品提案、商品調達
- スピーディーかつタイムリーな商品情報提供
- 商品展開プラン、陳列方法提案
- 店頭イベント、体験会の提案
- 販促物の設置、提案

仕事・役割

お取引先さまやお客さま、皆さまに喜んでいただける施策を展開

メーカーさまから玩具商品を仕入れ、販売店さまに商品を納品する。つまり玩具のセールスが私の仕事です。難しいのは納品数の設定です。少なければ店頭での商品の欠品を招き、多ければ販売店さまが在庫を抱えてしまいます。そのような負担を最小限に抑えるため、私たちはマーケティング部と連携し、分析を基に売上予測を立てた上で、販売店さまに納品数のご提案をしています。当社にはさまざまな商品の過去数年分の販売実績データが蓄積されています。この膨大なデータ量は当社の強みです。精度の高い予測によって、販売店さまが在庫を抱える負担を軽減しつつ、お客さまに常に商品を手にしていただける環境を作るよう努めています。

また、商品を届けるだけでなく、売り場づくりやイベント企画などのご提案も私の仕事のひとつです。購入・来店時の限定特典など、お客さまが求める「その場でしか味わえない」独自の施策を実現できたとき、そしてメーカーさま、販売店さま、客さまと、皆さまに喜んでいただける施策を実現できたときは、この仕事のやりがいを実感します。



©2017 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映

かかわりの深いステークホルダー

- 販売店さま

CSRの取り組み

お取引先さまとの信頼関係構築のために



主なCSRの取り組み

- 顧客満足
- 取引先とのコミュニケーション強化

私が担当している販売店さまとは、昨年度からお取引が始まりました。新しいお取引先さまとは、まずは関係の基礎をつくるのが大切だと考えています。信頼関係構築のため、私はとにかく早いレスポンスを心掛けました。お問い合わせやご要望に対して、すぐに確認し、できるだけ早くご連絡する。たとえ確認などに時間がかかり、すぐにお返事できないときでも、こまめに進捗をご報告し、現在がどんな状況にあるのか、いつ頃にどうなる予定なのかをお伝えるなど、お取引先さまにご安心いただけるように努めました。このような小まめな連絡と情報共有が、お取引先さまとの信頼関係構築につながられたのではないかと考えています。

人と人のつながりを大切にしながら、お客さまの事業の底上げを図る

今後は、当社の分析技術を生かして、お取引先さまの強みと弱みを把握するとともに、強みを伸ばし弱みはベースアップのご提案によって、お客さまの事業全体の底上げに貢献したいと考えています。

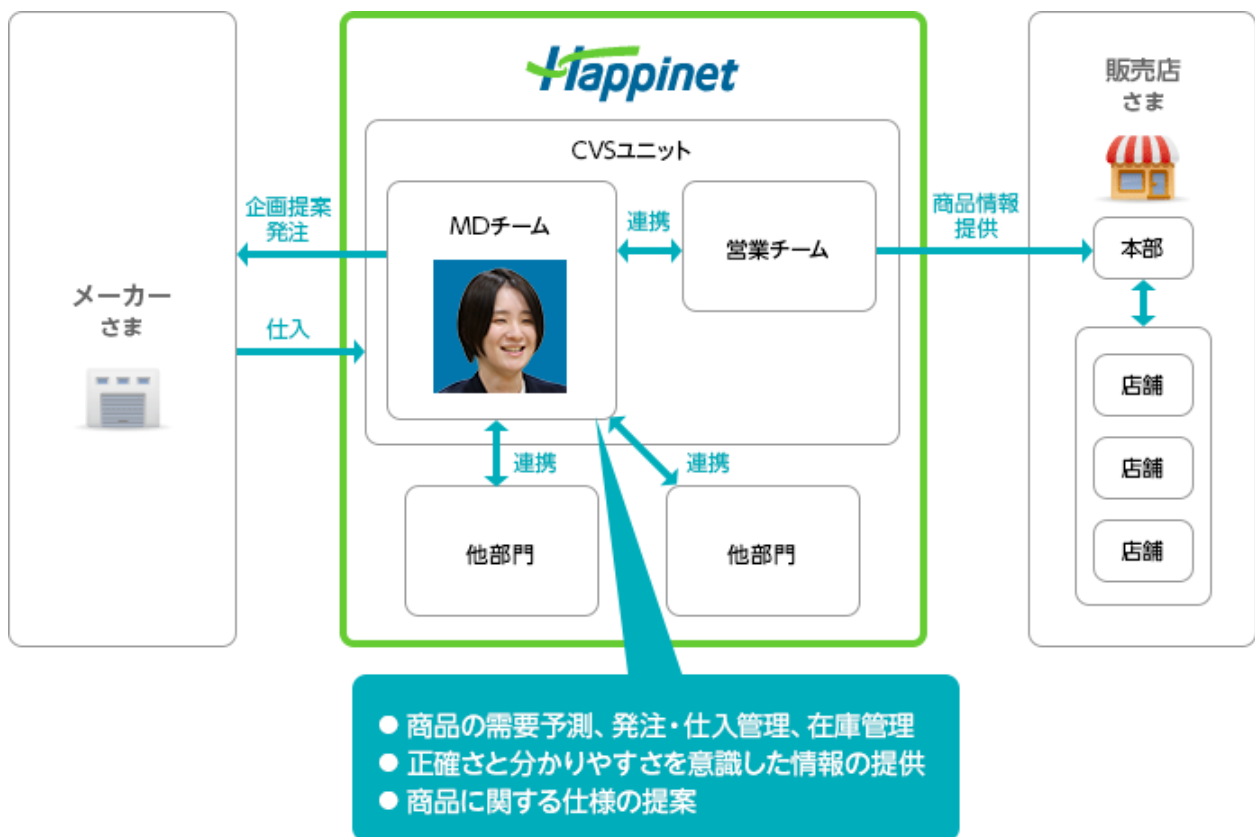
近年、人工知能の発達により自動化・機械化が進んでいますが、最終的にそれを操るのは人間ですし、良い仕事のためには人と人のつながりが欠かせないと私は思っています。今後も、社内外において、頻繁に連絡を取ったり、自分から出向いて会話をしたりと、対面でのコミュニケーションを日々心掛けながら、皆さまにご満足いただける施策を生み出していきたいと思います。



マーチャндаイジング (玩具ほか)

(株) ハピネット CVSユニット MDチーム 森 彩友美

お客さまの生活に密着したコンビニエンスストアに
玩具の楽しさを届けていく



仕事・役割

メーカーさまと営業チームの間に立ち、商品の流通を支えるマーチャンダイジング

CVSユニットは、コンビニエンスストアという販売店さまの業態に特化し、玩具・雑貨、ビデオゲーム、映像音楽ソフトなどを販売している部門です。その中でMDチームに所属する私は、主に玩具メーカーさまからの仕入れ業務を担当しています。

メーカーさまからいただいた商品情報を基に、営業チームがコンビニエンスストアさまと商談を進めていくにあたり、何を一番に伝えればいいのか、販売店さまにどのような情報を伝えれば商品の魅力を感じて取り扱っていただけるのか、各メーカーさまときめ細かい打ち合わせを行い、その情報を営業チームに的確に伝えるように心掛けています。

また、毎週商品が入れ替わるコンビニエンスストアさまとの商談は「スピード」と「正確性」が大切だと考えています。決められたスケジュールまでに商談がまとまるよう、メーカーさまと営業チームの間に立ち、なるべく「早く」、「正確」にコンビニエンスストアさまからのご要望をメーカーさまに伝え、調整を図ることも重要な役割です。



かかわりの深いステークホルダー

- メーカーさま

CSRの取り組み

商品を通して子どもたちに「遊び」の機会を提供



主なCSRの取り組み

- 顧客満足
- 取引先とのコミュニケーション強化

立ち寄ったコンビニエンスストアの玩具売り場で、私たちが提案した玩具を子どもたちが購入してくれている姿や、家に帰って親子で遊んでいる姿を想像すると、とてもうれしい気持ちになります。私たちの仕事は、子どもたちに遊びを通じてコミュニケーションの機会を提供する仕事だと思っています。今後も、お客さまの生活に近いコンビニエンスストアさまへの玩具の提案を通して、子どもたちに遊びの機会を創出していきたいと思います。

生活必需品ではない玩具を取り扱っていただくために

コンビニエンスストアさまが取り扱う商品は、食料品や日用品といった生活必需品が中心です。その中で生活必需品ではない玩具を今後も引き続き取り扱っていただくために、これまで以上に玩具という商材を取り扱うメリットをコンビニエンスストアさまに提案すること、そして、売り上げに貢献することが大切だと感じています。そのためにも、コンビニエンスストアさまがどのようなことを考えているのかをメーカーさまにお伝えし、メーカーさまとのコミュニケーションをより深め、商品の魅力をお伝えできるよう取り組んでいきたいと思ひます。

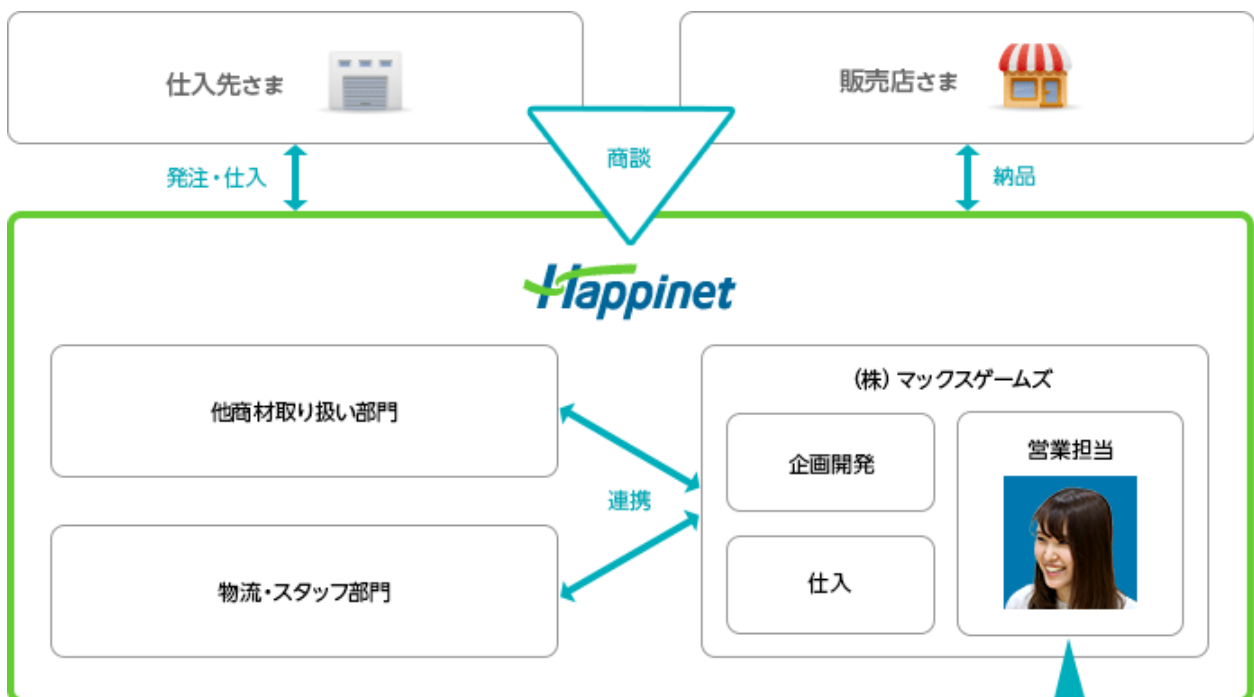
また、新たな取り組みとして、コンビニエンスストアさまの店頭で、今までにない販売促進提案や、地域限定商品の企画提案などにもチャレンジしていきたいと考えています。



セールス（ビデオゲーム）

（株）マックスゲームズ SR2チーム 武藤 有果

販売店さま限定の特典やキャンペーンの立案で、
顧客ロイヤルティ向上を目指す



売上最大化を目指した販売施策の提案

- メーカー情報や需要予測と連動した数量提案、在庫管理
- 特典の企画、支援
- 業務の効率化、生産性向上

仕事・役割

ここでしか手に入らない販売店さま限定特典で顧客をつかむ

私はビデオゲーム商材を取り扱う部門に所属し、メーカーさまから仕入れたゲーム機本体やソフト、オリジナルライセンス商品などの商品を販売店さまに納品しています。メーカーさま、販売店さま、当社の三社で週1回のペースで商談の場を持ち、人気商品の欠品を出さないよう情報交換をするとともに、販促に向けた施策として、特典付き商品の企画の検討などを行っています。2017年に実施したある施策では、ここでしか手に入らない豪華な特典を抽選でプレゼントする企画を実施したところ、「これ絶対欲しい!」といった声がTwitterなどのSNSに数多く寄せられ、施策を実施した販売店さまでの購入につながることができました。



©2017 Nintendo
Nintendo Switchのロゴ・Nintendo Switchは任天堂の商標です。

かかわりの深いステークホルダー

- メーカーさま
- 販売店さま

CSRの取り組み

業務効率化による残業時間の削減に貢献



主なCSRの取り組み

- 顧客満足
- ITによる業務効率化

営業活動の他、業務効率化にも取り組んでいます。ハピネットのグループ会社である当社は、2014年に2社が合併しており、私が異動になった当初は、それぞれの会社のルールやノウハウの統合があまり進んでいませんでした。そこで、毎日発生する商品の出荷に関わる作業をITシステムで自動化したり、また、物流の作業を担当者が変わっても滞りなく進むようにマニュアル化・ルーティン化したりと、作業を効率化する仕組みづくりに力を注ぎました。これにより、発注業務や販売予測といった、自動化できない業務により時間を割くことができるようになり、残業時間の削減にもつながりました。ここで得られたノウハウを他部門でも応用できるよう、情報発信も行っていきたいと思っています。

アンテナを高く張り、「今、お客さまは何を求めているのか」を探る

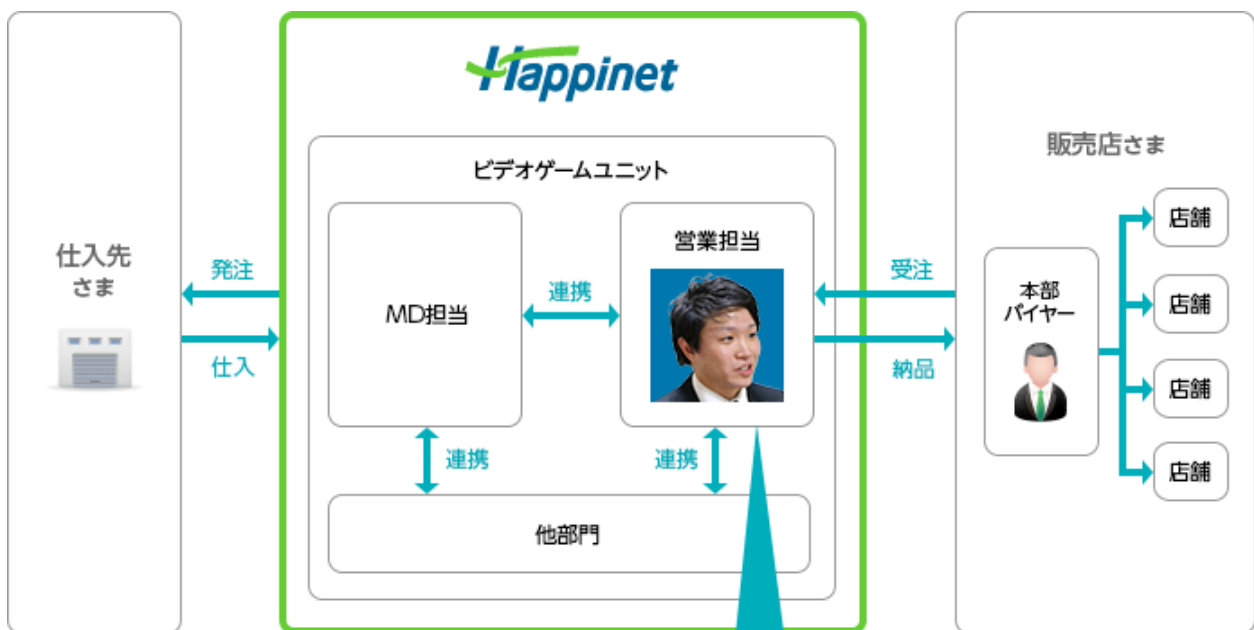
どんなにブームを巻き起こした商品も、多くのお客さまが既に持っている状況になると、なかなか買ってもらえることはできません。それは商品本体だけでなく、特典についても同様で、ありふれた特典ではなかなか振り向いてはもらえません。お客さまを引き付ける特典を提案するため、常にアンテナを高く張り、「今、お客さまは何を求めているのか」を探るよう心掛けています。同時に、自社の強みを生かすことも重要だと考えています。当社ではさまざまなエンタテインメント商材を取り扱っているため、他部門との連携がとても重要です。ゲーム機の専用ポーチなどゲーム周辺グッズを開発している部門と連携し、これらの自社製品とセットにした限定商品を企画するなど、自社の強みを生かすことでお取引先さまにさらなる貢献ができればと思っています。



セールス（ビデオゲーム）

（株）ハピネット ビデオゲームユニット 営業1チーム 高橋 一輝

人の暮らしを楽しく、豊かにしてくれる、
ビデオゲームの魅力をファミリー層のお客さまにも届けたい



仕入先さま、販売店さまの方針にあわせた販売施策の提案

- メーカー情報や需要予測と連動した数量提案、在庫管理
- 店頭イベントや売場づくりの提案、支援
- 関連部門と連携した体験会やイベントの実施
- 販促物の提案、支援

仕事・役割

ファミリー層を意識した売り場づくりでビデオゲームの魅力を発信

私はビデオゲームのハードやソフトといった商材をメーカーさまから仕入れ、販売店さまである大手GMS（総合スーパー）さまに供給する卸業務に携わっています。私は、GMSさまのメイン顧客層がファミリー層であること、そしてビデオゲームをファミリー層に向けて拡販していきたいというメーカーさまのご要望のマッチングに目をつけ、その実現を意識して業務に取り組んでいます。そのための方策として、例えばビデオゲーム機でできることをリストアップした表や、お客さまの状況に合うおすすめソフトを示したチャート表を売り場に掲示するなど、メーカーさまと販売店さまの間を取り持ちながら、普段ゲームをしないお客さまにも振り向いてもらえるような売り場づくりを行っています。また、販売店さまの店頭で体験イベントや即売会を行った際には、イベントの企画提案から運営、人員手配だけでなくSNSやWebサイトを活用した告知を展開するなど、デジタル部分も当社でサポートし、多くのお客さまの動員につなげることができました。



かかわりの深いステークホルダー

- メーカーさま
- 販売店さま

CSRの取り組み

消費者目線を生かした目利きでヒット商品を予測



主なCSRの取り組み

- 顧客満足
- 取引先とのコミュニケーション強化
- ワークライフバランス

ビデオゲームは、衣食住と違って生活に必要なものではありませんが、人の暮らしを楽しく、豊かにしてくれるものだと思います。そのような人の生活を彩るエンタテインメントを確実にお客さまにお届けするのが私たち中間流通業の使命です。販売店さまの各店舗に供給する数量の配分を計画し、過剰在庫を出さないようにしながら確実にお客さまに商品をお届けする。そのバランスをとるために、当社が蓄積する膨大なデータを活用しています。

一方で、データはひとつの重要な指標ではありますが、それだけに頼ってはいけません。常に変化する市場に対応しきれないケースもあります。新規タイトルのヒットを予測し、売り上げを大きく伸ばす勝負に出るときは、長年ビデオゲームやアニメ、漫画に親しんできた自身の知識や経験を生かした目利きが、大きく役立っています。

チームワークを磨いて、お取引先さまとの信頼関係構築を目指す

私たちが取り扱っているビデオゲーム機には、できることがたくさんあるのですが、その商品の魅力をまだまだ伝え切れていません。もっとお客様の声に耳を傾け、お客様が知りたいこと、求めていることに訴求できるような販促ツールの企画・開発などを通じて、幅広い層に商品の魅力をお届けできればと思っています。

ただし自分1人の力だけでは、十分な仕事はできません。お取引先さまに満足していただくためにも、担当者同士のコミュニケーションが重要です。社内外問わず、今まで以上に関係者同士の連携を強化し、お取引先さまとの信頼関係をより強くしていきたいと思っています。



セールス・企画（ビデオゲーム）

（株）ハピネット ビデオゲームユニット コンテンツチーム 手島 綾子

1人の個人として評価される仕事をするのが、
ハピネットのダイバーシティを促進する力となる



- オリジナル商品企画、開発 / 製品デザイン仕様検討 / ライセンス管理
- 国内外メーカーの新規チャネル開発
- 販売店さまとの共同での企画立案
- 新規取扱商品の開拓

仕事・役割

新規商材を求めて、世界最大級のゲーム見本市「E3」に参加

ビデオゲームの仕入れや卸を担当する部門で、新規事業を取り扱うチームに所属し、現在は主に、キャラクターグッズやゲーム周辺グッズの企画・開発などに取り組んでいます。2017年には、海外で新規商材を探すため、ロサンゼルスで開かれる世界最大級のゲーム見本市「E3」に、輸入業者さまや販売店のバイヤーさまと一緒に参加しました。E3に参加したことで、国内のみの流通に携わっていたのでは分からない、グローバルな取引ならではの知見を得ることができました。この経験を生かし、海外の魅力的な新規商材を日本のお客さまにお届けしたいと思っています。



かかわりの深いステークホルダー

- 販売店さま
- ライセンサーさま
- メーカーさま

CSRの取り組み

育児も、新しい仕事への挑戦も



主なCSRの取り組み

- 顧客満足
- 取引先とのコミュニケーション強化
- ダイバーシティ

今までE3への派遣メンバーに女性が選ばれたことがなく、加えて私が幼い子ども2人の母親でもあったため、他のメンバーよりも少し早く内示を受けました。それは母親である私が海外に行くには、家庭での育児サポート体制を整える必要があることを、会社側が配慮してくれたことでした。

育児休業から復職し7年経った今、可能な限り仕事を任せてもらいたい、挑戦したいと考えています。当社には、仕事と育児を両立する女性への配慮があると同時に、E3に参加できたように、どのような社員であっても新しい仕事に挑戦する機会があると感じています。以前は、育児と仕事の両立を意識し、女性活躍の道を私が切り開きたいという気持ちが強くありました。しかし今は、私が個人として評価される仕事をするのが、結果として会社の新しい一歩につながると感じています。

1つのコンテンツにさまざまな領域から提案できるのがハピネットの強み

スマートフォンなどで利用されているゲームアプリの急激な台頭は、ゲーム市場に大きな影響を与えています。このような中、ゲームアプリと販売店さまのゲーム売り場をうまく連動させられる可能性を持っているのは、キャラクターグッズだと私は思っています。今後は、ゲームアプリと連動したキャラクターグッズの企画・開発によって、お世話になっている販売店さまに貢献できればと考えています。

また、当社には、1つのコンテンツにさまざまな領域から関われるという強みがあります。例えば、あるアニメがグッズになれば玩具部門、DVDになれば映像部門、ゲーム化されればゲーム部門が関わることができる。つまり、エンタテインメントのあらゆる領域からのご提案が可能です。こうした当社の強みをもっと生かすことで、ハピネットならではの価値を創造していきたいと思っています。

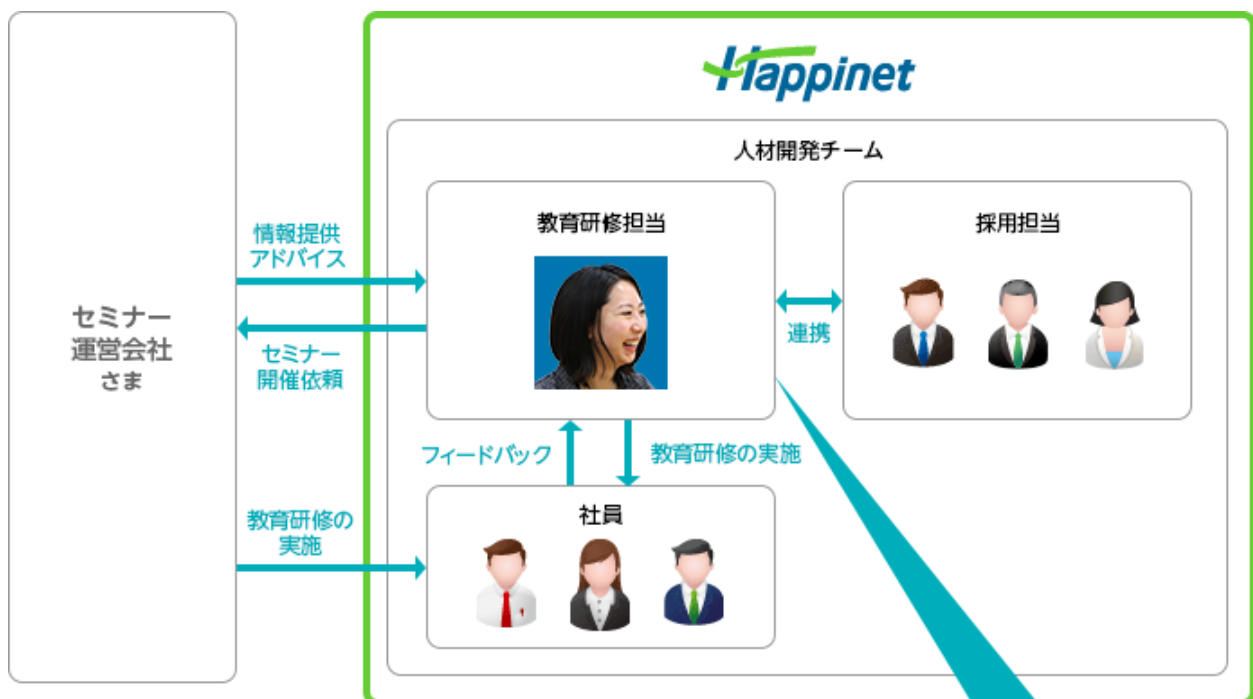
Copyright © 2018 Happinet. All Rights Reserved.



スタッフ（人材開発）

（株）ハピネット 経営本部 人材開発チーム 町永 千春

「自立した人材の育成」を基本思想とする研修で、
社員が能力を発揮できるハピネットを実現する



- 教育研修の企画、実施（新入社員研修、OJT研修、若年層研修、キャリア研修等）
- 働きやすい環境づくり

仕事・役割

教育研修の企画・実施で社内コミュニケーションの強化を図る

当社では、新入社員の導入研修をはじめ、配属後のOJT、2年目から4年目を対象とする若年層研修、30歳以上を対象とするキャリア研修など、さまざまな研修を実施しています。これらの教育研修の企画・運営が私の役割です。

2016年度からの新たな取り組みとして、新社員とOJTを担当する先輩社員との合同研修をスタートさせました。ペアで体を動かしたり、即興演劇を行ったりなど、業務とは直接関係のない遊びの要素も入ったワークへの取り組みを通じて、双方の心理的な距離を縮め、社内コミュニケーションを強化することが狙いです。参加者からは「相手の思いがけない一面を知り、話しやすくなった」という声もあり、新社員と先輩社員との関係性向上に役立っています。



かかわりの深いステークホルダー

● 社員

CSRの取り組み

教育研修は「自立した社員」となるためのサポートを行う場



主なCSRの取り組み

- 人材育成
- 社内のコミュニケーション活性化

当社は、企業として持続的に成長していくための最も重要な経営課題は人材育成であると考えています。当社の人材における根本的な考えは「社員の自立」です。「人事憲章」でも、会社と社員は対等の関係であることをうたっています。会社は、会社が進むべき方向を社員に示し、活躍の場を用意する。一方で社員は、「会社の示す方向」と「自分の目指したい方向」とを擦り合わせて、自立した存在として自らの進むべき方向性を決める責任を持つ。研修もその考えを基にして企画・運営を行っています。会社が求める人材像を植え付けるのではなく、社員自身が自分で考え行動できるようになる。教育研修はそのためのサポートの場なのです。

生き生きと働ける場をつくり、1人ひとりが十分力を発揮できる企業に

人材に関わる私の担当業務は、「働きやすい職場づくり」にもつながる仕事です。評価制度や人事異動といった制度や環境などのハード面は教育研修でカバーすることはできませんが、それ以外の部分で働きやすさを醸成していければと思っています。

仕事自体にはやりがいを感じているのに、働きにくさを理由に会社を離れてしまう仲間がいたとしたら、それは非常に残念なことです。社員が安心して、生き生きと働ける場を提供することが、社員の成長や能力の発揮につながり、またそれが会社の成長にもつながります。1人ひとりが力を十分発揮し、持続的に成長していけるような研修を組み立てていくことが目標です。

Copyright © 2018 Happinet. All Rights Reserved.



CSRマネジメント

ハピネットグループのCSRマネジメントを紹介しています。



▶ CSR推進体制

- ▶ 推進体制
- ▶ 2017年度 CSR施策と実績
- ▶ 2018年度 CSR施策一覧

▶ コーポレート・ガバナンス

- ▶ コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方
- ▶ ガバナンス体制
- ▶ 内部統制体制の強化

▶ コンプライアンス

- ▶ コンプライアンスに関する基本的な考え方
- ▶ コンプライアンス推進体制/内部監査
- ▶ 法令遵守/コンプライアンス教育
- ▶ 内部通報制度

▶ リスクマネジメント

- ▶ リスクマネジメントに関する基本的な考え方
- ▶ リスクの未然防止に向けた取り組み
- ▶ リスク発生時の対応
- ▶ BCP（事業継続計画）の策定
- ▶ 物流施設の安全性強化
- ▶ 情報セキュリティの強化

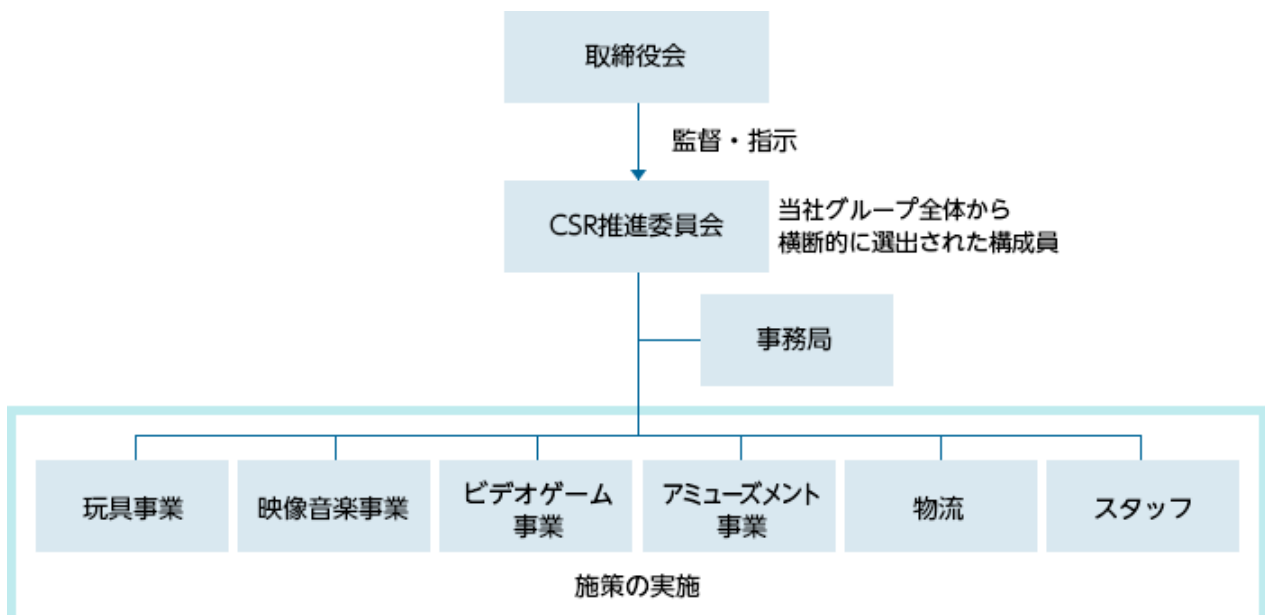


CSR推進体制

推進体制

ハピネットグループでは、2009年4月に設立した「CSR推進委員会」を中心に、年度ごとに各事業部門やグループ会社に取り組むべき課題に対して施策を策定し、実績を管理しながらCSR活動を推進しています。

推進体制



2017年度 CSR施策と実績

○：目標達成 △：一部未達成 ×：未達成

取組項目		施策	自己評価	主な取組実績
マネジメント	コンプライアンス	社員の企業倫理及び法令遵守の推進	○	● 社内広報を通じて社員むけ企業倫理および法令遵守に関する啓蒙を実施
		法的知識についての社員向け研修の実施	○	● 新たに個別に学習できる自動再生型研修を実施
	リスクマネジメント	大規模災害時の、避難～災害復旧に至る基本行動訓練の充実による体制の強化および被災後の早期復旧体制の確立	○	● 避難訓練の継続実施、および作業の復旧手順と初期消火に焦点をあてた訓練の実施
		傷病者発生時の的確かつ迅速な対応を可能とさせる体制の強化	○	● 物流部門にて継続的な「普通救命技能講習」の実施および自主救命講習を開催
		機密情報取扱い管理の徹底	○	● 情報漏洩対策のためのガイドラインの更新、および定期的な啓蒙の実施
	文書管理体制の見直し	△	● 一般文書のファイリングについて現状把握、問題点の抽出を実施。本社統一の文書管理体制の構築が課題	
環境	環境マネジメント	お客さまへの商品配送案内見直しによる物流の負荷軽減	○	● ECサイトの顧客に受取拒否(長期不在含む)は返送手数料が発生する旨をメールにてお知らせし、受取を促す再配達負荷軽減策を実施
		適正な需要予測と在庫管理の推進による廃棄物低減の継続	△	● 定期的な在庫評価の更新および受注データの共有を軸に早期対応を行ない廃棄削減 ● 新譜適正案による在庫管理の実施、ならびに返品ルールの見直しを実施 ● キャラクター商材のトレンドダウンによる在庫増加
		物流拠点の有効活用と効率的な出荷体制の整備	○	● 発送する物流拠点の見直し、およびMDによる週別拠点別需給管理の仕組みをマニュアルで確立
		保有資産の削減による、省エネルギー化の推進	○	● 仮想サーバーへの移行の実施、および一部クラウドサービスへの移行準備に着手
顧客	製品責任	全社横断的な品質保証体制の構築	○	● 製造商品開発アイテムの管理運用リストの改善をし体制を強化
	顧客とのコミュニケーション	全国商談会の拡大による、販売店さまへの有用情報提供体制の確立	○	● 全国商談会を実施。最大商戦期であるクリスマス商戦へ向けて、情報を入手しにくい店舗担当者さまに対して有力商品の情報を発信
		販売箇所の開拓やイベントの拡大による、タッチポイント増加	○	● 玩具の未扱いの法人さまに対し、売場の客層にあった商材の提案を実施 ● オリジナル商材の店舗実演やイベントを積極的に実施
	ECサイトの在庫管理方法変更による顧客満足度向上	×	● ECサイトのシステムトラブルのため未着手	
社員	多様性とワークライフバランスへの配慮	障がい者雇用の推進の継続	○	● 定期面談の継続実施や障害者職業生活相談員の選任、障害者雇用に関する知識醸成のための講習会を開催による働きやすい職場環境作りの実施
		障がいに配慮した業務スタイルの創出	○	● 各々の特性と業務のマッチングを検証。社内講習開催により、特性に見合う業務スタイルの創出
	人材開発(制度・教育)	社員のキャリア形成と能力開発を支援する教育・研修体系の充実	△	● キャリア研修の継続実施。教育・研修体系の充実に向けた施策を検討中
	労働安全衛生	社員の健康リスクの低減と健康保持増進	○	● 健康診断結果から健康リスクの低減のためのアフターフォローを実施
業務効率化による残業時間の削減と有給休暇取得の推進		○	● 業務の見直しによる効率化を軸とした業務改善および業務集約による業務量削減 ● 変形労働時間制の導入	
	安全に対する社員意識の向上と改善活動による安全・安心な物流作業環境の構築	○	● 安全に対する社員の意識向上のための安全運転講習、事例紹介および改善施策等、啓蒙活動を実施	
社会	社会貢献	外国人観光客向けに商品を通して日本文化の発信	○	● 訪日外国人向けに土産品としての玩具の提案を実施 ● カプセル玩具を空港に設置。外国人観光客を意識した売場づくりを実施
		近隣の道路・歩道の清掃活動の実施	○	● 主要3拠点の倉庫で述べ4回、倉庫周辺および通勤経路の歩道清掃を実施
株主	IR活動の強化	個人投資家や機関投資家など属性に応じたIR活動の立案・実施	○	● 個人投資家説明会や機関投資家とのミーティング回数を増加。初めての海外ロードショーを実施。広告出稿などにより潜在株主へのアプローチを積極的に実施

2018年度 CSR施策一覧

カテゴリ	施策
マネジメント	<ul style="list-style-type: none"> ● 社員の多様化・構成変化に応じた人事諸制度の見直し ● マネジメントスタイルの再構築および各リーダーのマネジメント力向上 ● 大規模災害・火事対策の強化 ● BCPを考慮した新物流システムの稼働 ● 機密情報取扱い管理の徹底及びリカバリー対応フローの構築 ● 事業リスクの洗い出しと適正な保険の再検討 ● 債権管理業務における情報管理体制の整備 ● リコール情報の社内共有システムの改善 ● 文書管理体制見直し
環境とのかかわり	<ul style="list-style-type: none"> ● グループ会社間の物流拠点の効率化 ● 廃棄物、廃棄販促物の削減 ● 商品輸送回数削減にむけた取り組み ● 保有資産（サーバ）削減に伴う、省エネルギー化 ● を推進製品素材の表記方法の見直し
顧客とのかかわり	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業活動を通じた顧客満足度の向上 ● カードゲーム商材の予測制度向上 ● 店舗・消費者のニーズに合った商品開発 ● 各アイテムに応じた品質基準書の作成 ● 自社オリジナル商材を利用したキャンペーン・イベントの実施 ● お客様相談窓口の対応レベルの向上 ● ECサイトの販促活動の強化 ● グループ会社間での連携による総合売り場プロデュースの実施 ● 商品の適正数量の予測強化 ● ムービングロゴのリニューアルに伴うブランドイメージの深化
社員とのかかわり	<ul style="list-style-type: none"> ● 社員コミュニケーションの強化 ● 自分時間の捻出（残業時間の削減）および有給休暇取得の推進 ● 交通事故＆違反件数の削減 ● 障がい者雇用の推進と組織体系の構築 ● 労働安全衛生への配慮の強化 ● 社員健康管理の徹底 ● アルバイトの定着率向上を目指した制度の導入 ● 社員の情報リテラシー向上を目指した教育の実施 ● モバイルツールにおけるセキュリティ強化検討 ● 社員の株式価値への意識向上推進 ● 社員の知識向上に向けた施策の実施 ● 業務基盤の集約・統合による業務の効率化の推進
社会とのかかわり	<ul style="list-style-type: none"> ● 映像作品のバリアフリー化の推進 ● ゲームソフトを利用した防災の意識付け促進活動 ● 地域活動への参加によるコミュニケーション活性化
株主とのかかわり	<ul style="list-style-type: none"> ● 会社発信情報の整理・拡充 ● オリジナル商品のPR活動を通じた企業認知度強化



コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

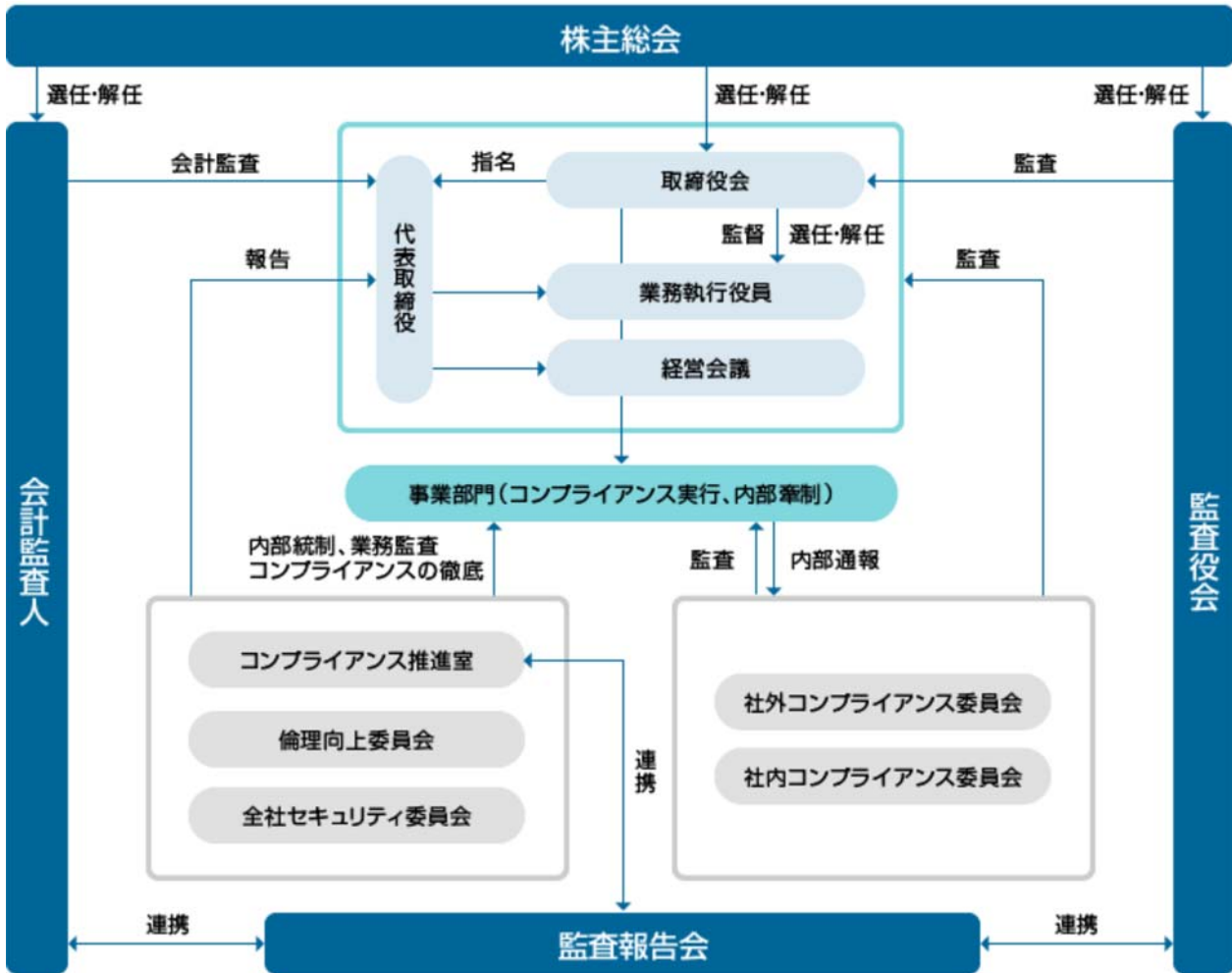
ハピネットは、企業価値の最大化と経営の健全性確保が、最も重要な経営課題であると考えています。その実現のために、経営の透明性を高め、経営環境の変化に対して、迅速かつ的確に対応できる体制の確立に努めています。

また、株主の信頼と期待を得られるよう積極的に情報を開示するとともに、顧客、社員、社会などと良好な関係を築き、長期・安定的な株主価値の向上を図っています。

ガバナンス体制

ハピネットは、下図に示すようにコーポレート・ガバナンス体制を構築しており、その特長は以下の点です。

- 取締役会による経営方針および業務執行の意思決定と、監査役制度による監査機能をコーポレート・ガバナンス体制の柱としています。また、執行役員制度を導入し、経営と執行を分離することで監督体制を強化するとともに、経営スピードの向上を図っています。
- 執行役員制度の運用や社外取締役、監査役の充実などによってコーポレート・ガバナンスのさらなる強化が可能であるとの考えから、監査役制度を採用しています。
- 任意の委員会として、役員人事委員会を設け、社外取締役が参画しています。
- 必要に応じて顧問弁護士からアドバイスを得る仕組みを整えています。



内部統制体制の強化

ハピネットグループは、内部統制体制を強化していくために、2006年5月に「内部統制基本方針」を定め、2015年5月に一部改定しました。

内部統制基本方針では、役員及び社員の職務執行が法令及び定款に適合することを確保するための体制や役員の職務執行に係る情報の保存及び管理に関する体制などの方針を明記し、ハピネットグループの業務の適正を確保するための体制を整えています。

また、コンプライアンス推進室が中心となり、金融商品取引法で定められた内部統制報告制度の対応や内部統制の整備・運用状況について評価を行うなど、日々、内部統制体制の強化を図っています。



コンプライアンス

コンプライアンスに関する基本的な考え方

ハピネットグループは、法令の目的と精神を理解して行動し、法令上の間隙があってもそれを意図的に利用することはしません。

また、法律やルールを遵守しているかどうか、常に自らチェックする意識を持って行動しています。仮に、法令違反やその可能性が認められた場合には、組織的に対応し、可能な限り初期段階で是正することとしています。

コンプライアンス推進体制/内部監査

ハピネットグループは、各事業部門が公正な事業活動を行っているかをチェックし、同時にコンプライアンスの実効性を高めるために、社長直轄の「コンプライアンス推進室」を設置しています。

コンプライアンス推進室では、内部監査計画に基づき、監査役と連携を図りながら、効率的かつ効果的に業務全般について内部監査を実施しています。

法令遵守/コンプライアンス教育

ハピネットグループでは、コンプライアンスの実効性を高める目的で「ハピネットグループ・コンプライアンス・プログラム」を制定しています。

社内または社外のコンプライアンス委員会に報告があった場合は、このプログラムに従って違法性の有無を調査します。万が一違反が認められた場合は、処分・回復に関する措置と予防策・再発防止策を迅速に決定・実行することとしています。

また、グループビジョンを実現するために「倫理綱領」を制定しています。社会的な規範と社会との共生に軸を置いた内容で、ハピネットグループのビジネスにおける規範とするものです。

この倫理綱領を「基本編」「実践編」に分け、「基本編」は全社員に配布し、「実践編」はイントラネットに掲載し、理解と浸透を図っています。

さらに、事業環境、事業内容の変化に適応した倫理綱領とすべく、「倫理向上委員会」を設置して改定を重ねています。

コンプライアンスの徹底にあたっては、啓蒙活動を継続的に実施しています。新入社員および中途社員の入社研修時についても、倫理綱領などについての研修機会を設けています。また、社内イントラネットに掲載し、理解と浸透を図っています。



小冊子の内容

基本編

企業行動が社会規範から逸脱していないかどうかを自己点検するための規範を掲載。「ビジネス倫理観」「ビジネス倫理の基本ルール」で構成。

内部通報制度

ハピネットグループは、「ハピネットグループ・コンプライアンス・プログラム」の規定に基づき、社内と社外に「コンプライアンス委員会」を設置しています。社内の委員会は代表取締役、その他指名者で、また社外の委員会は社外取締役で構成されています。

コンプライアンス対応を必要とする事項が発生した際は、通常の業務報告経路とは別に、社員が社内外のコンプライアンス委員会に匿名で内部通報が可能な情報伝達の経路を設けています。なお、この制度を利用して報告・相談した社員は、調査の結果、コンプライアンス上の問題の有無に関わらず、会社における身分および処遇において不利益を受けることはありません。

Copyright © 2018 Happinet. All Rights Reserved.



リスクマネジメント

リスクマネジメントに関する基本的な考え方

ハピネットグループは、地震などの大規模災害や情報漏えい、感染症、システムダウンなど、事業にマイナスの影響を及ぼすリスクの発生を未然防止し、また顕在化した際に迅速に対応できるよう、各種規程やマニュアルを整備し、社員への啓蒙活動を実施しています。

また、地震等の大規模災害が発生した場合に備えて、人命尊重・人権尊重を最優先として行動することや、損害の範囲と事業への影響を極小化とすべく的確かつ迅速な行動をとることを基本方針として定めています。

リスクの未然防止に向けた取り組み

ハピネットグループは、社員が平時から発生しうるリスクやその兆候を捉え、予防策を常に講じられるよう、情報感度の向上に努めています。そのために平時の対応についても行動方針を規定し、心得としてイントラネットに掲示しています。

また、社員が経営トップへ直接リスクを報告できる「リスクホットライン」を設置しています。急を要する内容、上司に相談しづらい内容は直接このホットラインを利用して報告が可能な体制を構築しています。

リスク発生時の対応

ハピネットグループは、リスクが顕在化した際に迅速に対応できるよう「個人情報漏えい」「インサイダー取引の発覚」「製品事故」「感染症」など、さまざまなリスクに対応する「ハピネットグループ緊急時リスクマネジメントマニュアル」を策定しています。

このマニュアルには、緊急対応を必要とするリスクが顕在化した際には、社長を緊急対策本部長とし、部門を超えた緊急対策本部を設置することを明記しています。また、マニュアルはリスクイベントごと、部門ごとに構成しており、リスク発生から収束までの全体フローや、緊急対策本部内における各役割の業務リスト、確認情報の記載シートなど詳細に記述しています。

また、災害時の安全確保や連絡手段など初期対応の浸透を目的として「緊急事態対応マニュアル（携帯用）」を全社員に配布しています。



ハピネットグループ緊急事態対応マニュアル（携帯用）

BCP（事業継続計画）の策定

ハピネットグループは、2008年12月から「ハピネットグループ緊急時リスクマネジメントマニュアル」の改定作業と並行して、BCP（事業継続計画）策定プロジェクトを開始し、2010年11月に「BCP運営規則」「部門別アクションプラン」を制定しました。

しかしながら2011年の東日本大震災において通信手段の確保など必ずしも十全な対応ができなかった側面があったことから、BCPにおいても大規模災害の発生に備えた対策強化が課題となっていました。そのため2013年に「BCP初期行動マニュアル」を策定し、初動対策の強化を図りました。BCPについては引き続き検討を行い、社員がリスク発生時に自律的に動けるような確固たる仕組み作りに取り組んでおります。

物流施設の安全性強化

中間流通業であるハピネットグループが、大規模災害時においても、その社会的役割を果たし続けていくためには、物流機能の継続性をいかに確保するかが重要な課題です。そのためには、アルバイトや派遣社員の方々を含め、物流施設を支えるすべての社員に安全・安心な職場環境を提供するだけでなく、災害発生に備えた安否確認や連絡方法などの体制を整備することが必要となります。

ハピネットグループの物流部門では、東日本大震災の経験を踏まえて、より安全な職場環境づくりや、緊急連絡体制の見直し、避難訓練の実施、マニュアルの整備などに取り組んでいます。

また現状は災害対応が取り組みの中心となっていますが、今後は物流機能を停止させない仕組みづくりにも着手していく計画です。

商品落下防止策の強化

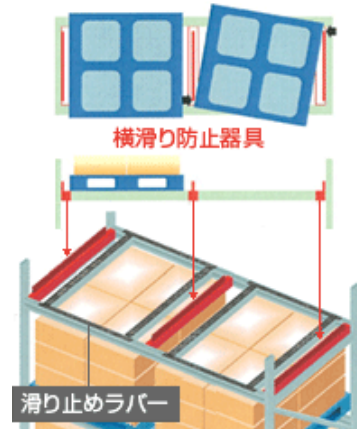
物流施設の安全性強化の面では、商品の落下を防ぐことも重要となります。

ハピネットグループの各物流施設では、商品の落下や破損の防止、落下物による作業者のけがなどを防止するために、設備を連結することによる倒壊防止策や落下防止バンドの活用などの措置を講じてきました。

しかしながら東日本大震災の際は、商品の落下被害は軽微で、けが人もなかったものの、パレット保管商品が落下しました。

そのため、物流部門では、パレット保管設備の新たな落下防止策として「滑り止めラバー」を貼り付けるとともに、「横ズレ防止器具」を取り付けました。この対策により、防止策実施前と比べ、横方向から約2.5倍の力に耐えられる実証実験結果※が得られています。

※ 東日本ロジスティクスセンターでの実証試験結果



落下防止策のイメージ



落下防止を施した、パレット保管設備

情報セキュリティの強化

ハピネットグループは、情報セキュリティの強化を経営における重要テーマの一つに位置付けています。特に「経営上機密性の高い情報」「お取引先さま固有の情報」「一般消費者の個人情報」の保護・漏えい防止に力を入れています。また、玩具や映像・音楽ソフト、ゲームソフトなどを取り扱うグループ事業の特性を踏まえ、インターネットなどを介して得た外部著作物に対する権利侵害の防止にも注力しています。

これらの取り組みを徹底するために、パソコンやネットワーク、サーバを利用する際の具体的なルールについて規定した「情報システムセキュリティポリシー」を定めています。この「情報システムセキュリティポリシー」には、飲酒の予定がある場合はパソコンやタブレットを持ち出さない、移動中の車内にパソコンや資料を放置しないなど、社員に日常の行動に潜むリスクを意識させる項目も盛り込んでいます。

また、パソコンやサーバなどの情報機器を外部の攻撃から守り、情報の漏えいを防止するために、メール受信やデータダウンロード時のウイルスチェック、SPAMフィルタ、サイズ制限などによる不正アクセス対策、モバイルパソコンに保存したデータ暗号化など、さまざまな対策を講じています。近年はクライアントソフトの脆弱性を突いた攻撃やウイルスを使った遠隔操作などの事故が数多く発生していることから、その対策にも注力しています。

自然災害によるデータの紛失・損壊の防止については、複数の電力供給網を持ち、自家発電機能も有する無停電データセンターに基幹系ホストコンピュータをホスティングしています。またホストコンピュータの二重化やデータのバックアップ対策なども実施しています。

今後は、遠隔地データセンターへのリロケーションやクラウド環境への移行を推進し、大規模災害発生時においても円滑な事業継続が可能な環境を整備していきます。

Copyright © 2018 Happinet. All Rights Reserved.



環境とのかかわり

ハピネットグループの環境保全活動を
紹介しています。

▶ 基本的な考え方

▶ 環境マネジメント

▶ 適正な需要予測と在庫管理の推進

▶ 3R（リデュース、リユース、リサイクル）の推進

▶ オフィスでのリサイクルとごみの分別



基本的な考え方

ハピネットグループは、中間流通を核とする事業特性上、地球環境への負荷は製造業など他業種と比べて比較的少ない業態といえます。

そのためハピネットグループでは、CSR基本方針に則り、事業活動によって排出される廃棄物の削減やリサイクル、各事業拠点におけるCO₂排出削減に重点を置いた環境保全活動に取り組んでいます。

この取り組みでは、これまで構築してきた中核機能である最適流通システム＝「販売支援システム×物流システム×情報システム」が有効に機能しています。すなわち適正な需要予測と在庫管理および物流段階で使用される梱包資材の削減・リサイクルなどの推進により、同業他社と比べ一層の廃棄物削減が可能となります。また、社員の環境意識を高める取り組みも意欲的に進めています。

ハピネットグループは、限られた貴重な資源を無駄にしない仕組みを構築し、グループを挙げて地球環境保全に貢献していきます。



環境マネジメント

ハピネットグループでは、事業を通じたCO₂排出量削減の取り組みを継続的に進めています。オフィスでの電力消費量削減や物流段階でのリサイクルを推進するとともに、営業・仕入れ・物流の連携による物流拠点の有効活用を一層強化することで、CO₂排出量削減に努めています。また、消費者の手に届かない過剰な在庫からは、多くの廃棄物が発生します。メーカーと販売店を橋渡しする「中間流通業」を中核事業とするハピネットグループでは、市場に受け入れられる商品を必要な量だけ供給可能な体制を整えながら、廃棄物削減を推進しています。

マーケティング機能を強化し、適正な需要予測のもと市場在庫・社内在庫を適正化するさまざまな取り組みによって、廃棄物のさらなる削減をめざしています。

適正な需要予測と在庫管理の推進

ハピネットグループは、「玩具事業」「映像音楽事業」「ビデオゲーム事業」「アミューズメント事業」という4つの領域にわたって事業展開し、それぞれの事業分野で、適正な在庫管理による廃棄物削減に取り組んでいます。

玩具事業

業界最大手の中間流通業として、あらゆるメーカーさまの幅広い商品を供給しています。メーカーさまは、主に中国をはじめとした海外の工場で生産することが多く、また子どもが手に取る商品であるという性質上、厳しい品質管理や検査工程が必要なことから、生産してから店頭へ並ぶまでに3か月程度かかります。そのため、メーカーさまと販売店さまをつなぐハピネットグループの需要予測が、非常に重要になります。お客さまである販売店さまの販売データや市場動向などから、販売店さまおよび消費者の皆さまのニーズの的確な把握に努めています。そしてメーカーさまと協議して、精度の高い需要予測に基づく流通在庫の適正化を推進しています。

映像音楽事業

DVD、ブルーレイ、CD市場を中心に映像・音楽ソフトを供給する中間流通業を展開し、取扱タイトル数は業界トップクラスです。

特にタイトル数の多いCDについては、日本全国のCD取扱店さまから収集した販売動向のデータに基づいて、旧譜の品揃えなどの検討に役立つ資料を各店に提供し、CD取扱店さまの仕入れ・在庫計画に役立てていただいています。また、契約販売店さまとリアルタイムで情報共有できる仕組みも構築しています。

また、当社のオリジナルDVD、ブルーレイについては、生産・販売にあたり、正確な需要予測を立てるためにさまざまな情報を分析しています。各種データに基づき、販売数や売り上額などを独自に開発した試算表を用いてシミュレーションし、精度の高い需要予測につなげ、廃棄商品の削減に努めています。

ビデオゲーム事業

国内の中間流通業として唯一、国内で発売されているすべての家庭用ゲーム機を取り扱っています。

ライフサイクルの短い商品が多いビデオゲームの適正在庫を実現するために、物流システム・情報システムを活用し、常にリアルタイムで在庫、受注、出荷状況を把握しています。

具体的には、販売店さまの協力を得て、店頭商品の販売状況や発売前商品の予約状況をいち早く把握し、発売済み・発売前の商品の需要予測を行ったり、家庭用ゲーム機種別の市場販売予測をもとに四半期ごとのマーチャндаイジングプランを策定し、販売店さまごとの予測データを基に、計画的にメーカーさまに発注したりするなど、欠品防止と在庫の適正化につなげています。

アミューズメント事業

カプセル玩具の自動販売機やデータカードゲーム機を取り扱っており、業界トップとなるシェアを有しています。自動販売機が設置されている売り場を、社員が営業車などで定期的に巡回して売れ行きをチェックし、販売機ごとに需要を予測しながら商品の補充や入れ替えを行っています。

大型量販店、アミューズメント施設、ホビーショップ、雑貨屋、書店、駅など、設置場所によって訪れるお客さまの年齢層や嗜好が異なるため、多様な商品群のなかから、売り場や消費者のニーズに適した商品の提供が重要となります。商品需要を正確に予測するべく、ハンディターミナルを使用した販売データの収集を推進しています。

今後も、精度の高い需要予測を実現するため、様々な手段を検討・実施していきます。

3R（リデュース、リユース、リサイクル）の推進

物流部門では、お取引先さまへの納品時に使用する梱包資材の資源使用量削減と有効活用をめざし、継続的な改善・改良を進めています。

段ボールの使用を最小限に抑えるため、折りたたみコンテナによる納品の推進、また、商品特性や数量に応じた最適な梱包ができるよう豊富なサイズの段ボールを取り揃えるとともに、出荷される商品の傾向に合わせ、形状やサイズの見直しを継続的に行うなど、無駄な梱包資材の使用を防ぐための活動を行っています。また、再利用できない段ボールなどについてはリサイクルを進めています。



物流での分別の様子

リサイクルが難しかった細かな紙類やビニール類についても分別を徹底してリサイクル業者に引き渡すことで、一般廃棄物排出量の削減にも努めています。

また、カプセル玩具の廃棄については、廃棄物の約半分をサーマルリサイクル（熱回収）することを体系化しており、焼却灰についても鉄材料として再利用しています。

オフィスでのリサイクルとごみの分別

本社ビルの執務フロア内には、「ごみステーション」を設置し、ごみ分別表示板に従って6種類に分別廃棄するよう呼びかけています。また、一部のフロアでは、不要機密書類は専門業者が回収してティッシュ箱などにマテリアルリサイクルされています。

また、システム部門では、廃棄対象になったパソコン、プリンタ、周辺機器が中古市場やレアメタルの再利用サイクルに回るようリサイクル業者を選択し、資源の再利用、廃棄量の削減に取り組んでいます。



顧客とのかかわり

ハピネットグループの顧客への取り組みを紹介しています。



▶ 基本的な考え方

▶ 製品責任への取り組み

- ▶ 品質保証推進体制
- ▶ オリジナル玩具製品への取り組み
- ▶ 仕入れ玩具製品への取り組み
- ▶ 青少年への倫理活動

▶ CS(顧客満足)の向上

- ▶ サプライチェーン全体の効率化・生産性向上のために
- ▶ 公正な取引
- ▶ 物流での品質向上の取り組み



基本的な考え方

ハピネットグループが考える「顧客」とは、消費者の皆さまはもちろんのこと、販売店さま、メーカーさまなどお取引先さまを含めたすべての関係先を示します。

2007年、ハピネットグループは「製品安全に関する基本方針」を策定して公開しました。その骨子は次の2点です。

「お客さまに安全な製品を供給すること」

「当社が自社で輸入または製造し、販売する製品、または他社から調達して販売する製品に関する事故が発生した場合に迅速にお客さまの保護・安全確保を図ること」

ハピネットグループは、安全な製品の供給とお客さまの保護・安全確保を図ることが、最大の社会的責任であると認識し、この基本方針を確実に実践していくために、役員・社員に周知徹底しています。

同時に、自らのビジネス倫理観については、「信義と信頼を大切にします」「ステークホルダーとの共生を図ります」「社会の“良き一員”として自覚を持ちます」という3つの言葉に明文化しています。

ハピネットグループは、お客さまとともに成長するとの認識のもと、公正な事業活動を遂行するために、さまざまな経営の仕組み、ルールを策定し、社員への浸透と徹底を推進しています。

ハピネットグループ製品安全に関する基本方針（2007年5月制定）

1. 法令遵守

消費生活用製品安全法その他の製品安全に関する法令に規程された義務および業界団体で定められた製品安全に関するガイドラインを遵守するとともに、これらを社内に徹底します。

2. 自主行動計画の確立

この基本方針に基づき、製品安全に関する自主行動計画を策定・推進し、「消費者重視」および「製品安全の確保」を企業文化として確立します。

3. 製品事故情報等の収集と開示

当社が自社で製造し、販売する製品（以下「製造製品」といいます）および他社から調達して販売する製品（以下「仕入製品」といいます）に係る事故について、その情報を消費者から積極的に収集するとともに、消費者に対して適切な情報提供を行います。

4. 重大製品事故の報告

製造製品に関し重大製品事故が発生したときは、法令に従い、速やかに主務大臣に当該事故の報告を行います。

5. 安全な製品の供給

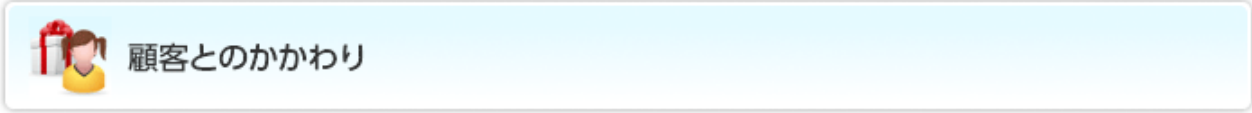
一般社団法人日本玩具協会の玩具安全基準・玩具安全マーク制度を活用するなどにより、安全な製造製品の供給を図っていきます。

6. 危害の発生・拡大の防止

製造製品および仕入製品の不測の製品事故に関し、必要と認められるときは、製品回収、その他の適当と認められる方法により、危害の発生・拡大の防止のための措置を講じます。

7. その他

上記事項に定めるほか、製造製品および仕入製品に係る事故に関し、消費者保護に必要な対応を行ってまいります。



製品責任への取り組み

品質保証推進体制

ハピネットグループは、品質保証部門を設置して、製造を担う各事業部門のものづくりを支援しています。

品質保証部門は品質保証に関わるリスクマネジメント体制の構築・強化に取り組み、「ハピネット品質基準」の原案作成や、各事業部門の製品開発体制の構築支援、製品企画から出荷まで各段階での品質検査を担当しています。また、行政および玩具等の関連業界の動向を収集しグループ内に周知しています。

この品質保証部門と、各事業部門の品質に関わる責任者が主体となって「品質保証推進委員会」を定期的を開催しています。この委員会では、品質関連法令改正に対応する体制の検討、製品事故・失敗事例などの情報共有、改定されるハピネット品質基準の確認などを行っています。

オリジナル玩具製品への取り組み

ハピネットグループは、玩具オリジナル製品の開発において、より安全な製品をつくるための「ハピネット品質基準」を設けています。

ハピネット品質基準は、ハピネットグループが発売する各製品に関わる食品衛生法などの法令や、一般社団法人日本玩具協会が定める玩具安全基準（ST基準）に対応して制定された自主基準です。法令や業界基準動向だけでなく、お客さま相談窓口およびお取引先さまからいただいたご意見・ご要望、製品事故事例などを踏まえて、改定を行っています。さらに、生産委託事業者に向けて、ハピネット品質基準の最新版を確認できる「ハピネット品質保証Webサイト」を開設しています。このWebサイトを新規取引開始時や各種基準などの改定時に生産委託事業者へ周知することで、ハピネットグループの品質基準や品質保証体系などについて、さらなる理解度向上と浸透を図っています。

生産委託事業者は、工場から製品を出荷する際に、ハピネット品質基準に基づいた検査を実施することで、安全性の確保に努めています。

検査は初回生産時のみならず、リピート生産時においても発注ロットごとに第三者認証検査機関で実施し、安全性を確認した上で出荷しています。

ハピネット品質基準



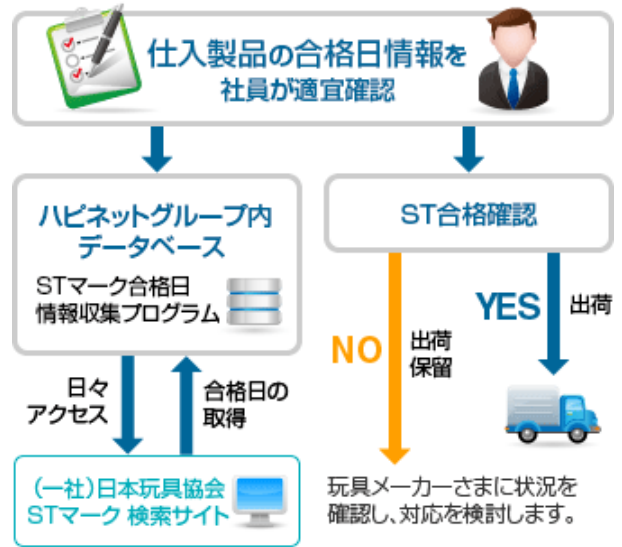
ハピネット品質保証Webサイト

仕入れ玩具製品への取り組み

ハピネットグループは、取り扱う玩具商品が玩具業界の安全基準であるST基準を満たしていることを確認するために、商品情報とST検査合格日を照合するシステムを構築しております。

これによって玩具事業の各部門が事前にメーカーさまから仕入れ予定商品の情報を入手し、発売前にその商品のST合格情報を照合。ST基準合格が未確認の商品を流通させない体制を確立しています。

ST確認スキーム

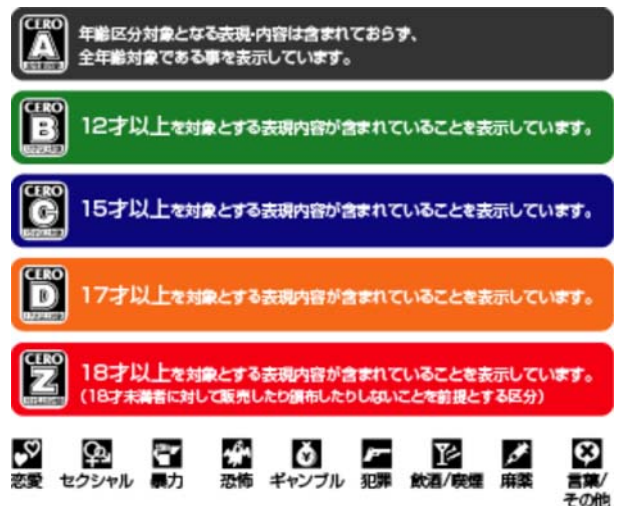


青少年への倫理活動

家庭用ゲーム機の技術進歩やゲームユーザーの年齢層の拡大によって、ゲームソフトは内容・表現ともに多様化しています。それに伴い、社会からの要請も増えています。その代表的なものとして、内容・表現が青少年に与える影響に配慮することなどが挙げられます。

これらの社会的要請に応えるために、ハピネットは2002年6月に発足した「コンピュータエンターテインメントレーティング機構」（略称CERO）の正会員として、年齢区分マークやコンテンツアイコンなどをパッケージに表示し、ゲームソフトの選択に必要な情報を提供するなど、青少年の健全な育成と社会の倫理水準の維持に努めています。

CEROの年齢区分マークとコンテンツアイコン



Copyright © 2018 Happinet. All Rights Reserved.



顧客とのかかわり

CS（顧客満足）の向上

サプライチェーン全体の効率化・生産性向上のために

ハピネットグループは、これまで構築した流通システムを基盤にして、お取引先さまとのEDI（Electronic Data Interchange：電子データ交換）化に積極的に取り組み、データ精度の向上、業務効率化、通信料をはじめさまざまなコスト削減に取り組んできました。これを発展させ、2012年2月からは経済産業省が推進する流通BMS（Business Message Standards）の取り組みを開始しています。

流通BMSとは、消費財の流通に関わるEDIの標準仕様で、多くの企業で導入が検討されています。メーカーさまと卸、小売店さまをインターネットでつなぐ通信インフラと、受発注や商品の出荷・受領、請求・支払いといった各種書式のフォーマットを統一することで、システム開発や事務処理通信コストの削減効果が期待されています。

ハピネットグループは、多くのお取引先さまとともに業務の効率化・高度化を推進していく考えで、お取引先さまの計画に合わせて迅速に対応できる体制を整えています。

また、ハピネットグループは、中間流通業および製造業という2つの業態を併せ持つことから、そのお取引先はメーカーさま、販売店さま、部材調達先、製造委託工場など多岐にわたります。そこで、製品安全に関するガイドラインとして、製造商品に対するものだけでなく、仕入商品に対するものも設け、2つの業態において各お取引先さまとの情報連携、必要となる取引手順を定め、安全な商品をお客さまにお届けできるように取り組んでおります。

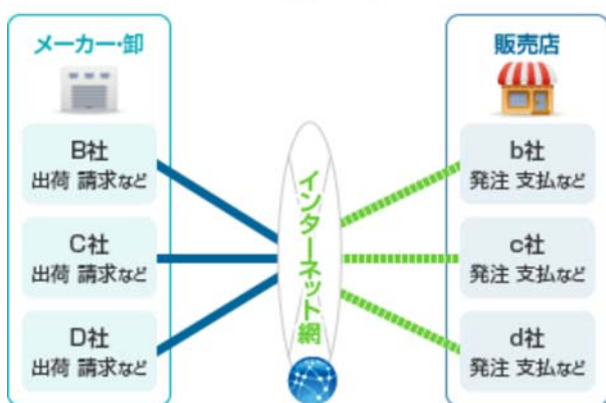
運送業者との品質改善会議



EDI: Electronic Data Interchange

商取引に関するビジネス文書を標準化して電子化し、ネットワークを通じて交換する仕組み。

EDIの標準仕様へ
得意先の個別フォーマットの共通化
Internet利用による初期投資とランニングコストの削減
導入期間の短縮



流通BMS標準仕様フォーマット

公正な取引

企業が営む事業は、お取引先さま、消費者さま、社員、株主さまなど多様なステークホルダーに、さまざまな面で支援・協力を受けて成り立っています。公正な事業を遂行していくには、法令やルールを遵守することはもとより、事業に伴う行為が社会から支持され、信頼されることが重要です。そして、社会からの信頼感の醸成が、長期的な成長・発展につながります。

こうした認識のもと、ハピネットグループは、社会的信頼を一層高めるために何が公正で正当かを常に考え、自らの行動を律していきます。

また、お客さまに安心していただける製品を提供していくために、ハピネットグループは、主要な海外生産委託先工場の労働環境に関して、第三者機関によるCoC（行動規範）監査を実施しています。

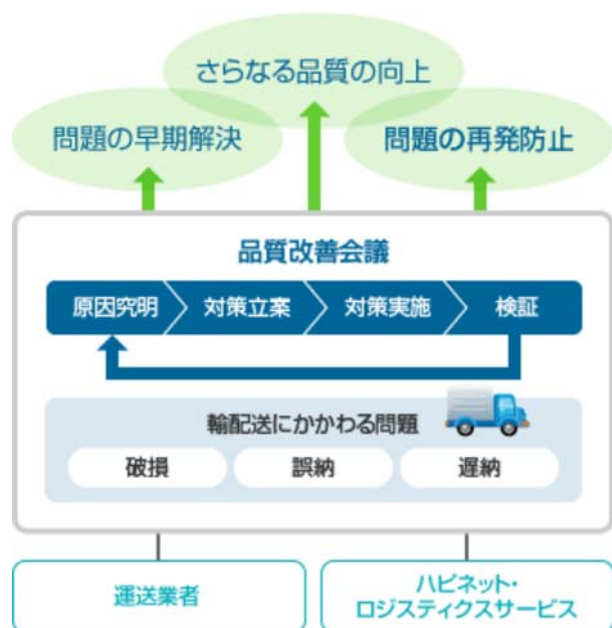
監査内容は、工場の施設や設備に関するハード面および就業規則や健康管理に関するソフト面の両面にわたります。また、強制労働や児童労働、賃金未払いといった問題について、生産国における労働法などの法令に基づく監査も行っています。

物流での品質向上の取り組み

物流部門では、品質向上をめざして、納品数の過不足や破損などの品質トラブルを集計し、毎月開催する「品質向上委員会」で品質向上策を討議・立案しています。同委員会では、物流品質を管理するための指標を明確にし、全社共通の指標として定義し、設定した目標値を達成できなかった場合には、特に詳細の原因調査をし、対策を検討、実施するスキームを運用しています。

また、運送業者との「品質改善会議」を2010年から継続的に開催しています。この会議には、ハピネットグループの物流担当者と業務委託先の運送事業者が参加し、輸配送時に発生した破損や誤配送に対する改善策や、お客さまからの要望に対する対応を共同で検討しています。

運送業者との品質改善会議



Copyright © 2018 Happinet. All Rights Reserved.



社員とのかかわり

ハピネットグループの社員への取り組みを紹介しています。



▶ 基本的な考え方

▶ 多様性とワークライフバランスへの配慮

- ▶ 雇用方針
- ▶ 障がい者雇用
- ▶ 育児・介護休業制度
- ▶ 女性活躍推進への取り組み
- ▶ 復職の支援体制

▶ 人材開発

- ▶ 人事制度
- ▶ 教育研修の実施

▶ 労働安全衛生への配慮

- ▶ メンタルヘルスの取り組み
- ▶ 健康管理体制の充実
- ▶ 安全な職場環境づくり



基本的な考え方

ハピネットグループが今後も成長・発展を遂げていくためには、一人ひとりの社員の成長・発展が不可欠であり、最も重要な経営課題として人材育成を位置付けています。

1997年6月に「人」に対する根本理念や経営における「人」の位置付けとあり方について「人事憲章」を制定しました。「人事憲章」には、社員が自らの夢と幸福な未来の実現のために仕事をするを真に望み、その実現のためにハピネットグループは最大限に支援することを記しています。

「人」に関する基本的な考え方と人事憲章については、新入社員および中途社員の入社研修時に説明機会を設けて周知しています。

Copyright © 2018 Happinet. All Rights Reserved.



多様性とワークライフバランスへの配慮

雇用方針

ハピネットグループは、グループビジョンやめざすべき人材像など、ハピネットグループの基本的な考え方に共感し、将来的にコア人材となる可能性を持った人材を採用しています。

また入社後は、会社生活を送る上での「健康教育」、休業・休職からの円滑な「復帰支援」、社員自らの「ストレス度把握」に会社として取り組むとともに、会社全体の傾向を把握する「ストレスチェック」などのさまざまな施策を展開し、生き生きと安心して働ける職場づくりに取り組んでいます。

障がい者雇用

厚生労働省は、障がい者雇用対策について「障がいのある人が、障がいのない人と同様、その能力と適性に応じた雇用の場に就き、地域で自立した生活を送ることができるような社会の実現をめざし、障がいのある人の雇用対策を総合的に推進しています」と掲げています。

ハピネットグループでは、障がい者が安定的に勤務する事ができ、かつ、効果的に個々のスキル活用・能力発揮ができる体制を整備し、単に法定雇用率を充足するためではなく、ハピネットグループ事業に貢献する事を目指し、継続的に取り組みを行っています。

障がい特性への十分な配慮を行いながら、同時に、得意なスキルを最大限に生かす事ができる業務分担や遂行方法の改善を実施、また、各業務について個々の適性とのチェック体制をつくり、業務とのマッチングを確認しながら、業務の効率化も図れるよう体制構築を行っています。業務遂行状況や体調面等を中心とした週及び月次での定期面談などにより、各々とコミュニケーションをはかり状況把握を行なっています。社内において、障がい者の特性理解や適性な配慮が行なえるよう、専門機関と連携し、課題改善のため社内講習などを実施し、より良い環境づくりに努めています。

育児・介護休業制度

ハピネットグループでは、個人の属性にとらわれず、一人ひとりの適性や能力に応じた働き方が選択できる制度の充実を図っています。

育児休業規程では、育児短時間勤務制度と所定外労働の免除は就学前まで利用でき、就業時間は変更せずに始業・終業時刻の繰り上げや繰り下げることが定められています。また、社員が仕事と子育てを両立し、社員全員が働きやすい環境を作ることによって全ての社員がその能力を十分に発揮できるようにするための行動計画を策定しています。今後も、次世代育成に積極的に取り組むと同時に、社員が真に職業生活を充実させて自立したキャリアプランを実現することができるよう、多様な制度の充実を図っていきます。

女性活躍推進への取り組み

ハピネットグループは、全ての社員がその能力を十分に発揮できるように職場環境の整備を行うとともに、女性社員が活躍できる職場環境を実現するため、「女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画」を策定しました。

復職の支援体制

ハピネットグループでは、心身の不調や育児休業等によって長期休職・休業をした社員がスムーズに職場に戻るよう、さまざまな施策を実施しています。

休職中は必要に応じて産業医面接を実施し、復職準備期間に入ると「復職支援プログラム」に基づいて試し出勤や産業医、所属部門の上司を含めた4者面談など、円滑な復帰に向けたサポートを実施しています。復職後は、さまざまな療法の知識を持った専門家によるカウンセリング（臨床心理士によるフォロー面接をするなど）を通じ、変化する職場や業務への適応力をつけるサポートやストレスコーピング※などを行っています。

育児休業者については、月1回、組織や制度の変更点、所属部門からのメッセージなどを記した手紙を送っています。復職時は所属部門の上司と面談を設定し、年度方針、目標、業務サポート体制などを確認し合う場を設けています。

※ストレスコーピング：ストレスをどのように受け止め、どのように行動するかを考える対処手法。

Copyright © 2018 Happinet. All Rights Reserved.



人材開発

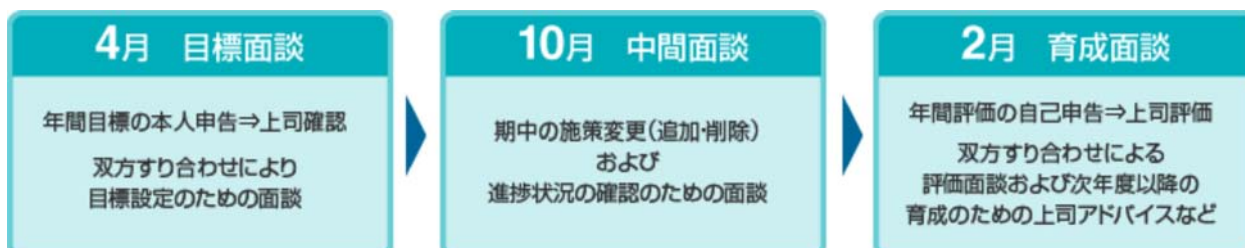
人事制度

ハピネットグループでは、時価主義・成果主義に基づいて、社員の変動する価値・成果に対応する「人材時価（価値）制度」を導入しています。これは事業における業績や個人の成果を、より明確に反映するための制度で、管理職には「年俸制」を導入しています。

一方、社員の多様なキャリアビジョンを支援するため、非管理職層を対象に「社内公募制度」を導入しています。希望の部門・職務がある場合、上司を通さず、人事担当部門に直接申し込むことができます。また、入社5年目未満の育成層には「ジョブローテーション」を導入し、計画的な早期育成を図っています。

さらに、年3回、上司と部下が面談する「目標管理制度」、年1回、本人と上司、同僚、部下による「多面評価」を実施し、職務遂行やキャリアプランの実現を支援しています。

目標完遂シート：目標管理制度



教育研修の実施

ハピネットグループは、社員が積極的に能力向上に取り組み、会社はその能力を最大限に発揮できる機会と場を提供することを「人事憲章」に明記しています。

この方針のもと、各年齢層向けキャリア研修や女性社員向けライフイベントセミナーなど、社員の多様なキャリア形成をサポートするほか、育成層に向けた集中的な基礎教育、新入社員のOJT担当者向けトレーナー研修、販売士検定の受検、各種通信講座の受講など、社員の自己啓発や能力向上を図りながら、経営における最重要課題として人材育成に取り組んでいます。



リーダー研修



労働安全衛生への配慮

ハピネットグループは、社員が仕事を通して充実した社会生活を送るために、より生き生きと働ける職場づくりをめざしています。そのために「社員の健康サポート」「労働安全衛生の推進（法令遵守）」「安心して働ける職場環境づくり」を労働安全衛生活動の3本柱と位置付け、心身の健康づくりはもちろんのこと、充実した職業生活を総合的に支援しています。

職業生活とは、日常的に従事する業務や労働などの活動を指す言葉ですが、ハピネットグループでは、これを広義の意として捉え、「生計を立てる」「豊かな人間関係を築く」「生きがい、やりがいを持つ」といった目的と密接に関係する重要な活動として考えています。

メンタルヘルスの取り組み

ハピネットグループでは、社内に専門の相談窓口を設置して、産業医や保健師、看護師、臨床心理士、産業カウンセラー、衛生管理者など社内外の産業保健スタッフが相談に応じる体制を整えています。社員が心の不調を感じた場合はもちろん、メンタルタフネスの考え方を取り入れ、不調を感じる社員以外にも予防策を講じる取り組みも行っています。

この一環として、ストレスチェックの仕組みを導入しています。厚生労働省の「職業性ストレス簡易評価票」に基づくストレスチェックよりも項目を増やし、年1回、全社員を対象に実施し、対象層をセグメントして予防策の指導やアドバイスを行っています。

このストレスチェックはWebサイト上で閲覧可能で、自身のストレスの度合いや対処方法が示され、必要なセルフケアに活かすことができます。また集計された結果は組織診断として反映され、会社全体としても健康リスクを把握することができます。

健康管理体制の充実

ハピネットグループでは、社員の病気の予防と早期発見・早期治療を重視し、各種相談体制の確立、ヘルスケアサービスの提供、過重労働による健康障がい防止対策の実施、自己管理意識の醸成など、社員の健康の保持増進を図るために様々な取り組みを行っています。

残業時間/休日出勤の削減

社員の健康の保持増進を図り、労働災害を未然に防止することを目的に、残業に関するルールを徹底しています。健康リスクと時間外労働は密接に関係していることから、ルールの徹底は健康保持・災害防止のために重要だと考えています。適正な就業環境で業務を遂行することを、社員全員の共通認識とするため、残業申請と上司による承認がない限り、20時自動消灯を推進しています。

また、リーダーを中心とした定期的な会議や研修の場において、勤怠管理の注意点などについて徹底を図っています。

トータルヘルス相談の導入

ハピネットグループでは、2011年度から独自の「トータルヘルス相談」を実施しています。医療機関による健康診断に加えて、独自に作成した「トータルヘルス相談問診票」の提出を受け、より踏み込んだ健康相談や指導が受けられる制度で、病気の予防や早期発見、適切な措置・対処をめざしたものです。

問診票の内容は、身体症状のほか、睡眠、食事、運動、嗜好品などにも及びます。身体に顕在化した症状がなくても、生活習慣の改善により病気予防や健康の保持増進につなげるためです。

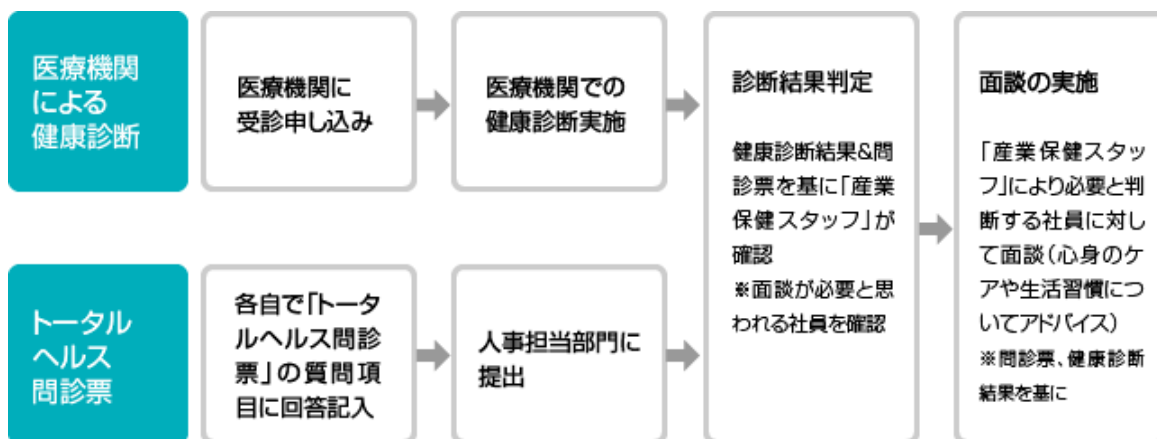
回収した問診票は、回答内容に応じて適切な産業保健スタッフを選定し、産業医や保健師からアプローチする健康相談や指導も行っています。

今後も、社員の心身にわたる病気予防と早期発見のために一歩踏み込んだ対応を推進していきます。



トータルヘルス相談問診票

トータルヘルス相談の流れ



安全な職場環境づくり

安全な職場を確保するために、産業医・衛生管理者・安全衛生委員会メンバーによって毎月1回、職場巡視を実施して危険箇所の点検や改善に取り組んでいます。また、各部門の状況に応じて、安全に業務が行えるように、職場環境を整えています。

物流拠点での取り組み

物流部門では、各拠点で毎月開催している安全衛生委員会で現場を巡回し、整理整頓の状況や危険箇所を点検しています。問題発見時はすぐに対応し、継続的な労働安全衛生改善活動を実践しています。

また、夏季の倉庫内には温・湿度計を設置し、警戒温度に応じた給水・塩分の補給体制を整えています。このほか熱中症発生時の応急処置のため、簡易ベッドや保冷剤、スポーツドリンクなどを常備しています。

さらに、すべてのリーチ型フォークリフトを、前進時に音が鳴るように改善しました。周辺の作業者が接近を音で確認して注意できるとともに、リフト運転者も音が出ることで安全を意識した運轉行動につながっています。



熱中症警戒温度表の掲示

安全運転への取り組み

玩具自動販売機の運営等を担うアミューズメント事業部門では、運転記録証明書を活用した事故削減策を実施しています。

また、実際に発生してしまった事故を分析し、安全運転講習会を通じて社員が事故発生状況を共有するとともに、今後の事故防止策を検討しました。この他、安全運転技術の向上をめざし、外部研修機関を利用した「実車トレーニング」や「運転適性検査」も実施しています。無事故無違反の社員に対して、四半期ごとに表彰する制度も設けています。

Copyright © 2018 Happinet. All Rights Reserved.



社会とのかかわり

ハピネットグループの地域社会への取り組みを紹介しています。



▶ 基本的な考え方

▶ 社会貢献

- ▶ 玩具を通じて子ども達に笑顔を
- ▶ 東京マラソンでのボランティア参加
- ▶ 独自の地域清掃活動の実施



基本的な考え方

ハピネットグループは、社会インフラである中間流通機能を維持・拡充するという事業活動を通じた社会への貢献をめざしています。

社会の良き一員として、共生の理念のもと、グループが保有する経営資源・事業特性を、有効に活かす社会貢献活動を推進しています。

Copyright © 2018 Happinet. All Rights Reserved.



社会貢献

玩具を通じて子ども達に笑顔を

ハピネットグループは、震災等による被災地の一日も早い復興を願っています。

被災地の子ども達にクリスマス・年末を笑顔でむかえられるようにクリスマスプレゼントを贈る「おもちゃの国のサンタ」プロジェクト（主催：一般社団法人こども・笑顔創出プロジェクト）に賛同し協賛しました。

また、障がいの有無に関わらず、隔たりのない（バリアフリーの）世の中を目指し、おもちゃ&スポーツ&音楽を通して、様々な子どもたちがつながる機会をつくるためにスタートしたプロジェクト「バリアフリーおもちゃ博in旭川」（主催：バリアフリーおもちゃ博 in 旭川 実行委員会）の趣旨に賛同し協賛しました。

東京マラソンでのボランティア参加

世界有数規模のランナーが参加して開催される東京マラソン。浅草消防署からの要請を受け、当社社員が救護所ボランティアに参加しています。

その背景として、当社社員の「普通救命講習」の受講率が高く、また意識も浸透していることがあげられると考えています。

「普通救命講習」とは、消防署で開催される講習会であり応急手当の普及を目的に、ハピネットグループの社員は、2007年から積極的に受講しています。

心停止の可能性のある方を発見した場合、1分1秒でも早い心肺蘇生の実施とAEDを用いた電気ショックが大切な命を救うことへと繋がるためです。

独自の地域清掃活動の実施

ハピネットグループの物流部門では、2012年度から社員が事業所周辺の歩道を清掃する活動に取り組みました。これまでも地域組合が実施する清掃活動に参加していたものの、清掃日を過ぎるとゴミが目立つようになるため、地域美化に貢献すべく独自で実施したものです。

最寄り駅から各拠点までの歩道清掃を中心に取り組み、多くのゴミが回収されました。

清掃活動をする社員の姿を通して、ゴミの投げ捨てがなくなることを願い、今後も継続して実施する計画です。



地域清掃活動の様子



株主とのかかわり

ハピネットグループの株主・投資家への取り組みを紹介しています。



▶ 基本的な考え方

▶ 株主還元

▶ 配当

▶ 株主優待

▶ 株主・投資家とのコミュニケーション

▶ 株主・投資家の皆さまとの積極的な対話

▶ 情報開示（ディスクロージャー）の充実



基本的な考え方

ハピネットグループは、タイムリーな情報開示によって高い透明性を保つとともに、当社グループの経営姿勢や事業内容を株主や投資家の皆さまに深く理解していただくために質の高いコミュニケーションに努めています。

Copyright © 2018 Happinet. All Rights Reserved.



株主還元

配当

各事業年度の利益と将来の事業展開を総合的かつ中長期的に考慮し、新規事業のための業務提携や開発投資など将来性と収益性の高い分野への投資を積極的に行い、より強固な経営基盤を確立するために内部留保の充実を図っていくとともに、適正な配当を実施していきたいと考えています。

株主優待

個人投資家の皆さまに、よりご満足いただき、長期的に株式を保有いただきたいとの考えから、株主優待制度の充実を図っています。株主優待品としては、2009年3月期からカタログギフトを採用し、当社オリジナルあるいは独占販売する玩具や映像作品ソフト等のなかからお好みの商品を選択いただける形式としています。

また2017年3月期より、株主優待制度のより一層の充実を図るため、500株以上保有の株主さまを対象に、保有株式数に応じて「こども商品券」を贈呈しております。



©2017 Happinet・WiZ
 ©2017「キセキーあの日のソビト」製作委員会
 ©まいた菜穂・小学館／アニメ「12歳。」製作委員会©Happinet



株主・投資家とのコミュニケーション

株主・投資家の皆さまとの積極的な対話

ハピネットは、機関投資家やアナリストの皆さまを対象とした決算説明会を定期的に開催しています。また、証券会社などが主催する個人投資家対象の会社説明会にも積極的に参加しています。

これら説明会の席では、社長自らが事業内容や経営成績、中期経営計画の進捗、今後の展望などを説明するとともに、参加者の皆さまからのさまざまなご質問にお答えしています。



決算説明会の様子

情報開示（ディスクロージャー）の充実

ハピネットでは、株主・投資家の皆さまへの大切な情報発信ツールであるホームページの充実に取り組んでいます。

「わかりやすく、使いやすい」サイトをコンセプトとしたホームページでは、「株主・投資家の皆さまへ」と題したIRサイトを設け、経営情報、IRニュース、IRデータなどを充実させています。

2012年7月には、このIRサイトをリニューアルし、「経営情報」「IRデータ」「株式情報」の3つをわかりやすく整理し、ナビゲーションなども全面的に改善しました。

今後も、タイムリーで適正なIR情報の発信に努めていきます。

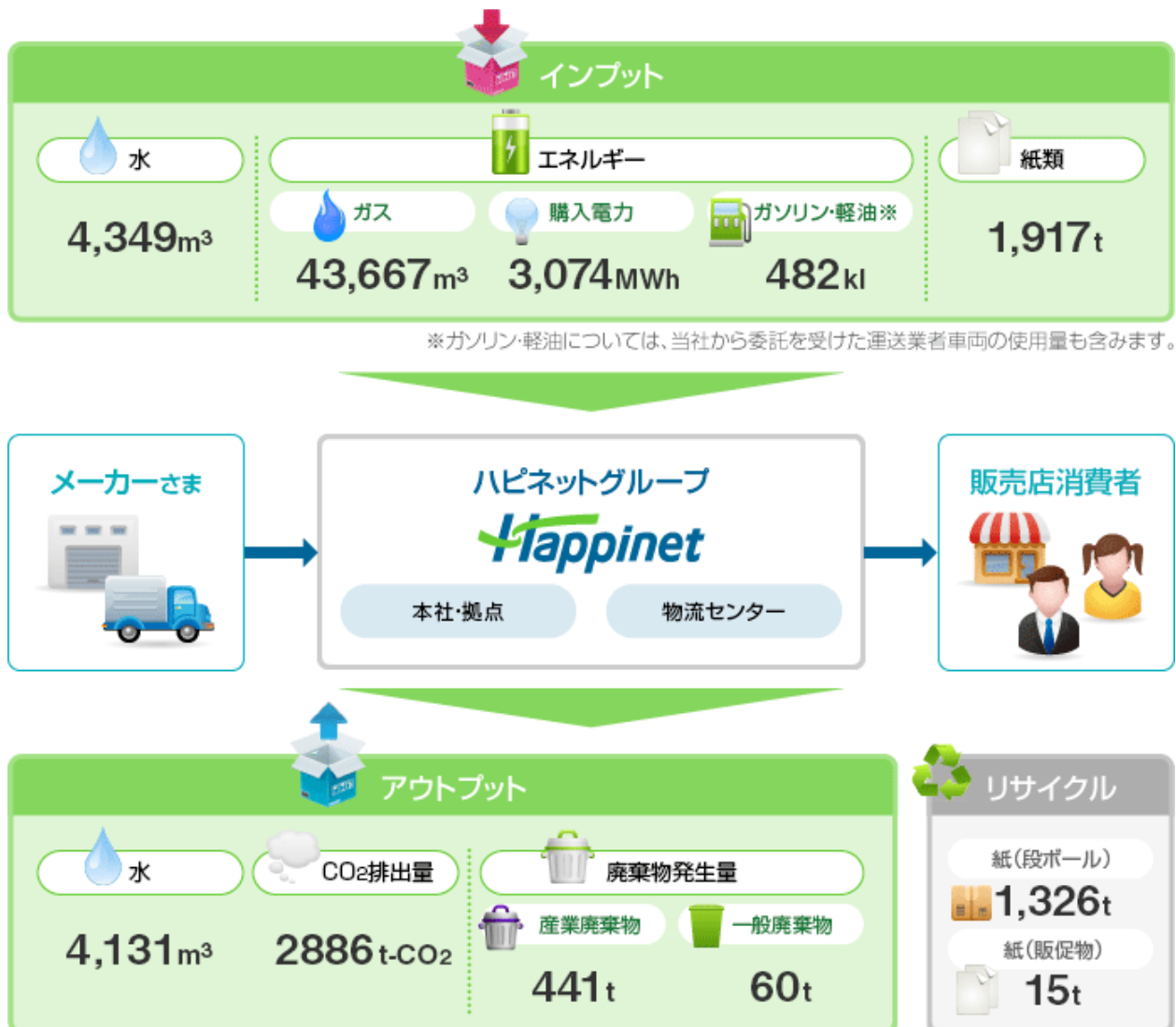


IRサイト

環境データ集

事業活動による環境影響に関するデータを掲載しています。

事業活動による環境影響



※ 集計対象範囲は、ハピネットグループ全拠点ではありません。

※ CO₂排出量は、2015年度までは外部の廃棄物処理業者への委託分を含んでおりましたが、2016年度より対象外といたしました。