



ハピネット
CSRレポート
HAPPINET CSR REPORT

2018
ダイジェスト版

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	
CSR マネジメント	20
CSR推進体制	20
環境データ集	23

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

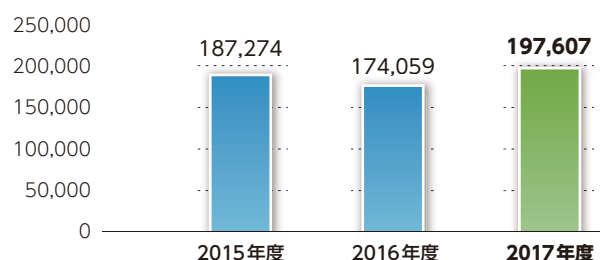


URL <http://www.happinet.co.jp/>

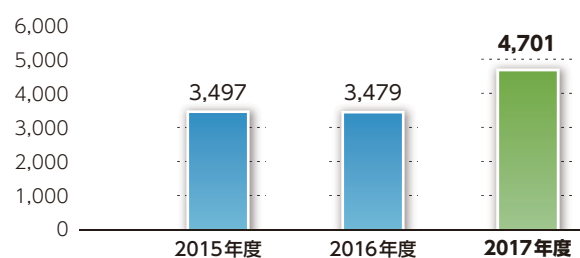
主要子会社 株式会社ハピネット・マーケティング
株式会社星光堂マーケティング
株式会社マックスゲームズ
株式会社ハピネット・ベンディングサービス
株式会社ハピネット・ロジスティクスサービス

従業員数 連結964名
単体471名

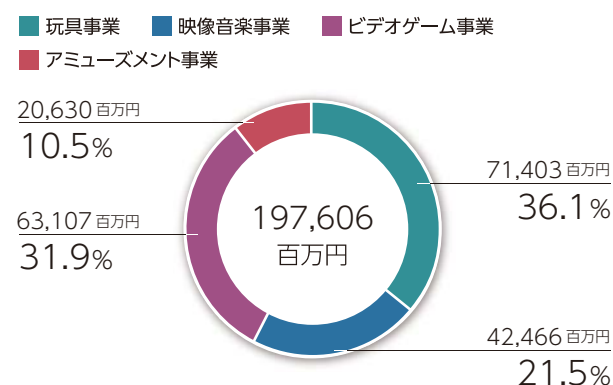
売上高推移(百万円)



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製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。

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。今後とも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

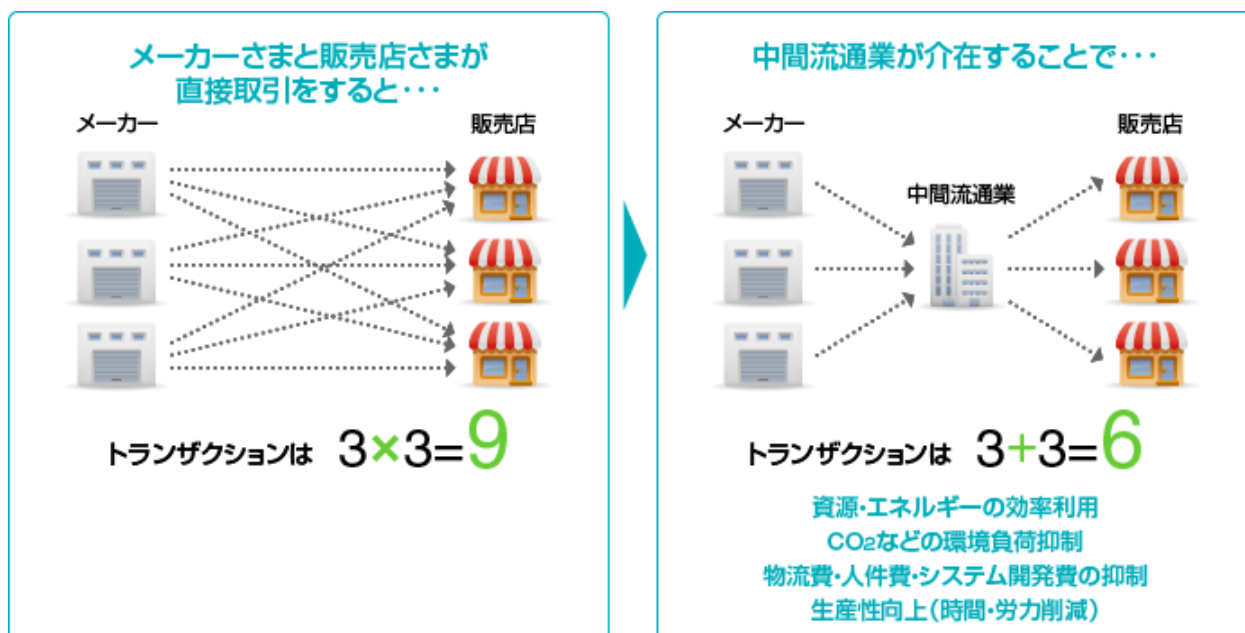
メーカーさまと販売店さまの間に立つ“中間流通業”としての機能を発揮して
商品流通に伴う“社会的エネルギー・コストの抑制、効率化”に貢献していきます。

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、大きな労力や技術が必要としました。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います。



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の魅力を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。どういった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、ホビース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もらえるよう、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メ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もらえ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います。



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れ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もらえ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います。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、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 to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)

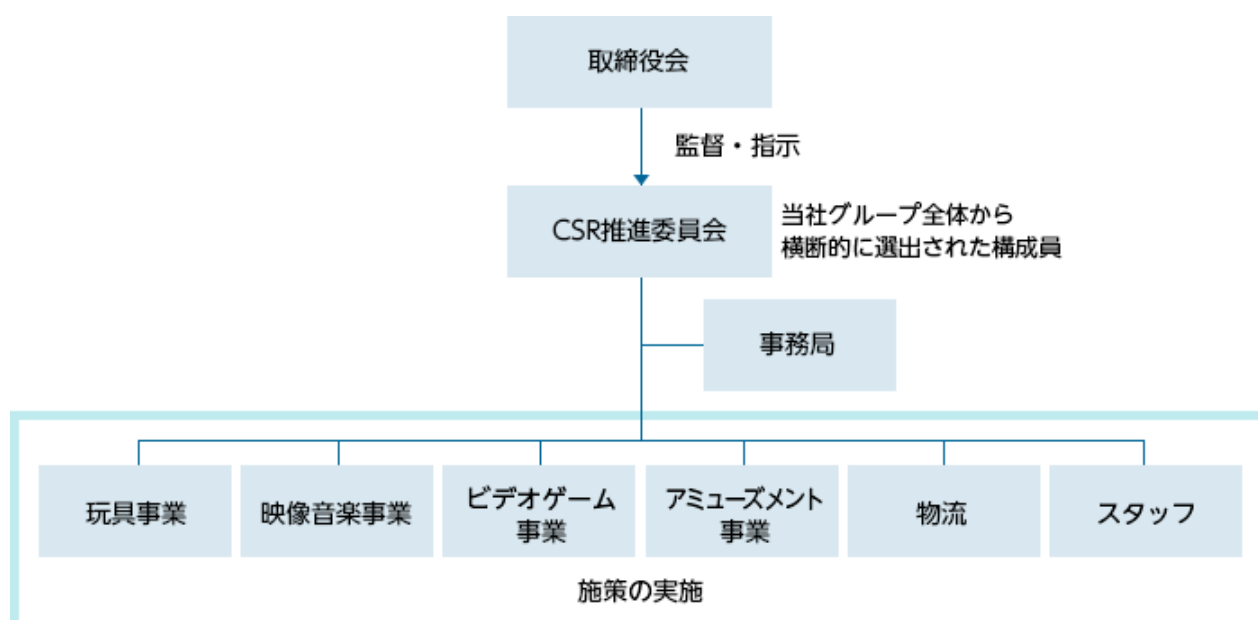


CSR推進体制

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が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。全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 ● 新諸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
		障がい者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

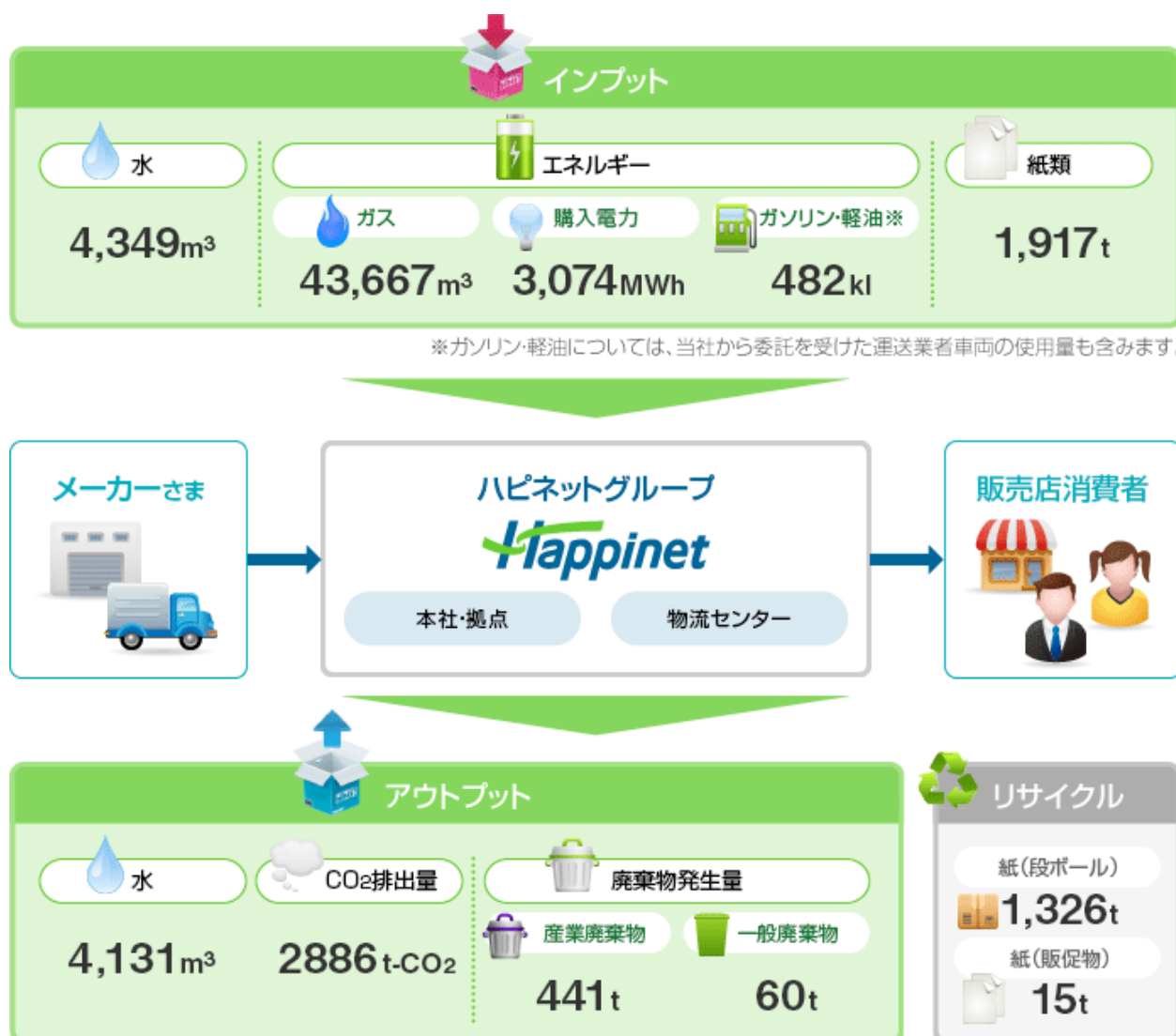
2018年度 CSR施策一覧

カテゴリ	施策
マネジメント	・ 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	・ 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	・ 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	・ 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	・ 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	・ 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

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。

Copyright © 2018 Happinet. All Rights Reserved.