

ハピネット
CSRレポート
HAPPINET CSR REPORT

2019



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. ゲームの販促活動を通じて、 防災・減災意識の向上に貢献	13
2. SNSを活用して認知度を拡大、 新たなファン層を獲得した 小型電子ペット「ハグミン」	16
3. 従業員が生き生きと、 自立して活躍する組織の実現に向けて	19

ヒューマンレポート	21
-----------------	----

CSR マネジメント	41
CSR推進体制	42
コーポレート・ガバナンス	45
コンプライアンス	47
リスクマネジメント	49

環境とのかかわり	52
基本的な考え方	53
環境マネジメント	54

顧客とのかかわり	56
基本的な考え方	57
製品責任への取り組み	59
CS(顧客満足)の向上	61

社員とのかかわり	63
基本的な考え方	64
多様性とワークライフバランスへの配慮	65
人材開発	67
労働安全衛生への配慮	68

社会とのかかわり	74
基本的な考え方	75
社会貢献	76

株主とのかかわり	77
基本的な考え方	78
株主還元	79
株主・投資家とのコミュニケーション	80

環境データ集	81
--------------	----



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形式にまとめております。

報告書の対象期間

2018年度(2018年4月1日～2019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2018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・株主さま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スタンダード
環境省「環境報告書ガイドライン(2012年版)」

発行年月

2019年9月(前回:2018年5月)

問い合わせ先

株式会社ハピネット 経営本部 経営企画ユニット
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: <https://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 <https://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
株式会社ハピネット・メディアマーケティング
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966名
単体489名

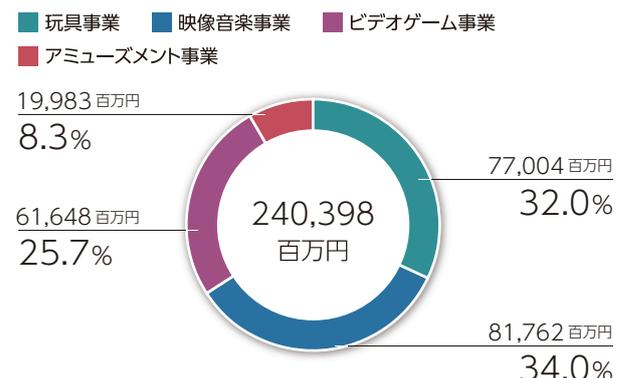
売上高推移(百万円)



経常利益推移(百万円)



事業別売上高構成比(2018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。

ハピネットが果たす3つの責任

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 © 2019 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

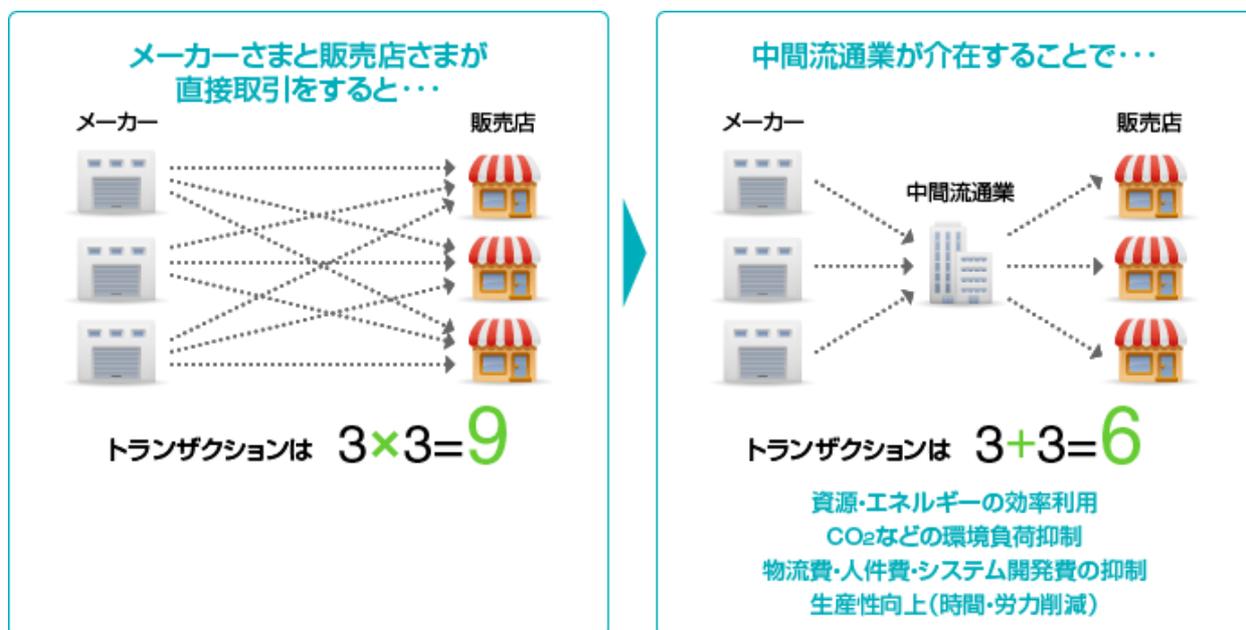
メーカーさまと販売店さまの間に立つ“中間流通業”としての機能を発揮して商品流通に伴う“社会的エネルギー・コストの抑制、効率化”に貢献していきます。

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 © 2019 Happinet. All Rights Reserved.

特集 1 ゲームの販促活動を通じて、 防災・減災意識の向上に貢献



地震で崩壊した都市からの脱出をめざすサバイバル・アクションアドベンチャーゲーム「絶体絶命都市4Plus」。販売を一手に担うハピネットは、ゲームの販売および防災・減災面に焦点を当てた販売促進活動を通じて、お客さまの防災・減災への意識づけに貢献しています。

防災・減災を全面的に打ち出す販促活動でゲーム未経験層にも訴求

ハピネットが販売を手がける家庭用ゲーム機ソフト「絶体絶命都市4Plus」は、地震によって崩壊した都市からの脱出を目指すサバイバル・アクションアドベンチャーゲームです。専門家の監修に基づくリアルな描写には定評があり、メーカーさまも「都市災害体験シミュレーター」と銘打つなど、実際の災害を想定した状況が真に迫って展開されています。本ソフトには神戸市消防局をはじめとする専門家が監修した「防災マニュアル」も収められており、ゲームを楽しみながら緊急時に役立つ知識が自然と身につく仕組みとなっています。

ハピネットは、本ソフトの販売ならびに防災・減災を意識づける販促活動で、お客さまの防災・減災意識の向上に貢献しています。本ソフトが防災・減災の知識向上に役立つ点をチラシやPOPに明記して強くアピールするとともに、お取引先さまと連携してオリジナルの防災グッズを企画・販売し、お客さまからご好評をいただきました。

全国20店舗で開催し、延べ約1,000名のお客様にご来場いただいた体験会では、これまでゲームに興味をお持ちでなかったお客さまが、防災・減災知識を学べるなら本ソフトとゲーム機の同時購入をご検討されるなど、新たなファン層の獲得にもつながっています。ハピネットは、これからもエンタテインメントを追求しつつ、実際に役立つ知識取得の場を提供するなど、社会に広く貢献していきます。



家庭用ゲーム機ソフト「絶体絶命都市4Plus」



「絶体絶命都市4+」のプレイ画面。
火災後の燃え落ちた街を歩く主人公



販売店さまで体験会を開催。延べ約1,000人が来場。

「防災緊急非常用袋」や「LEDライト&ホイッスルカラビナ付」など、防災に役立つコラボグッズを展開

担当者の声

(株) ハピネット ビデオゲームユニット MD2チーム 入澤 裕美

娯楽を通じた防災・減災意識向上の取り組み

「絶体絶命都市4Plus」は、巨大地震で被害を受けたビルの傾きやヒビの入り方にも専門家の監修を受けるなど、とことんリアルにこだわったゲームです。災害の恐ろしさはもちろん、生々しい人間関係まで包み隠さず描く意欲作との評価を得ています。ゲーム内で得られる防災マニュアルに加えて、スマートフォンアプリ「絶体絶命都市防災マニュアル」も配信し、実際に災害が発生した際に役立てていただける工夫も施されています。

ハピネットは本ゲームの中間流通を一手に担う立場であり、店頭の販促活動も任されています。店頭などで配布するチラシやPOP、防災グッズ、ゲーム体験会とさまざまなプロモーション活動において、ゲーム体験を通じて正しい防災・減災知識が習得できることを全面的に訴求する一方、大規模災害での被災状況を軽んじて被災者の方の心を傷めるような表現を決して行わないよう徹底しました。

ゲームは娯楽であり、楽しさを追求するものですが、同時に知識を効率良く学べるツールとしても有効です。今後も効果的な販促活動の実践で、より多くの方がゲームを手に取り、さまざまな知識習得に役立てられる機会を創出したいと考えています。



入澤 裕美

特集2 SNSを活用して認知度を拡大、 新たなファン層を獲得した小型電子ペット「ハグミン」



ハピネットは中間流通業にとどまることなく、自社オリジナル商品の企画・開発を行うとともに、その商品認知拡大に向けた施策の展開によって新たなファン層を獲得し、より多くのお客さまに幸せをお届けしています。

子どもやママもハマり中！ かわいい仕草が癒されると評判に

「ハグミン」は、指にはめると愛らしい仕草で癒してくれる新感覚の小型電子ペットです。3つのセンサー（触覚・音声・傾斜センサー）と超小型モーターを13センチのボディに搭載しており、動いたり、しゃべったり、笑ったり、悲しんだり、まるで感情を持って生きているかのようなリアクションで応えてくれます。全世界で「Fingerlings」の名で親しまれている商品を展開するWowWee社（カナダ）とライセンス契約を結んだハピネットは、商品名を「ハグミン」として、より多くの日本のお客さまに楽しんでいただくため日本向けにローカライズするとともに、「お世話セット」など日本独自の商品を企画開発し、販売しています。

同時に、人気お笑いタレントがハグミンに扮したテレビCMや魅力的な売り場づくりなど、商品の認知拡大に向けた施策を展開。2018年にSNSで開催した「ハグミン夏休みフォトコンテスト」には、ハグミンと一緒に撮った写真が500件以上寄せられ、盛り上がりを見せました。さらには女性ファッション誌『Domani』のオンライン版にてハグミンの魅力に迫る記事が連載され、新たなファン層の獲得にもつながっています。

ハピネットは、これからも夢のある楽しい商品の提供を通じて、より多くの皆さまに魅力ある商品をお届けしたいと考えています。



3つのセンサーによって、眠ったり、投げキッスをしたりと、何十種類ものかわいい仕草や動きをしてくれる。



人気お笑いタレントを起用したCMの撮影風景



SNSを活用した「ハグミン夏休みフォトコンテスト」でグランプリを受賞した作品



ハグミンの楽しさを訴求した売り場

担当者の声

(株) ハピネット プロダクトディベロップメントユニット マーケティングチーム 中久木 俊哉

SNSを使ったプロモーションによって新たなファン層を獲得

写真共有アプリ「インスタグラム」を活用した「ハグミン夏休みフォトコンテスト」は、ユーザーが特定のハッシュタグと共にハグミンとの夏の思い出写真を自身のアカウントから投稿すると、公式サイト内の特設ページにその投稿写真が自動的にアップされるという仕組みを用いた、お客さまとハグミンの接点機会の創出を狙ったデジタルプロモーション施策です。ハグミンの可愛い仕草や表情がインターネット上でも話題となったことに加えて、小さなお子さんを持つインフルエンサー（流行に敏感で世間に大きな影響力を持つユーザー）の投稿も相次いだことから、女性ファッション誌からの取材を受け、普段なかなか玩具とは結び付きにくいファッションという分野でもハグミンの認知度を拡大させることができました。

今後もプロモーションという仕事によって商品の魅力をお客さまに伝え、商品とお客さまの出会いをサポートすることで、多くのお客さまに夢や楽しさを届けていきたいと考えています。



中久木 俊哉

(株) ハピネット・マーケティング 第3営業部大阪SR2チーム 杉丘 達哉

遊び方を提案する売り場づくりで認知度アップに大きく貢献

販売店さまの店頭でハグミンの魅力をお客さまにわかりやすく伝え、興味を持っていただけるような売り場づくりに注力しています。ハグミンの売り場づくりにあたっては、まずお客さまにハグミンという玩具を知っていただこうと、販売店さまと交渉して売り場のメイン通路に商品を展開していただき、子どもたちの手が届く範囲に商品サンプルを設置しました。また棚の支柱やモニター脇といった目につくいろいろな箇所にハグミンのサンプルを設置することで、お客さまのアイキャッチと遊び方の新たな発見ができるような売り場づくりを目指しました。テレビCMと併せて目立つ

売り場づくりを展開したこともあり、両者の相乗効果でお子さまや保護者の方々にハグミンの存在や面白さを訴求できたと考えています。そうした取り組みが評価され、社内の売り場づくりコンテストにて1位を獲得できたことは、私自身の大きな励みとなりました。

子どもの頃から特撮番組が大好きで、関連玩具からたくさんの夢をもらいました。玩具を子どもたちに届ける側の存在となった今、玩具を通じてより多くの子どもたちに夢を届けていきたいと思っています。



杉丘 達哉

特集3 従業員が生き生きと、 自立して活躍する組織の実現に向けて



ハピネットは、従業員が生き生きと働き、高いモチベーションをもって主体的に活動する組織の実現を目指し、組織の状態を可視化する「組織診断」を実施するなど、組織活性化に向けた取り組みを実施しています。

ボトムアップ型組織への変革に向けた取り組み

ハピネットは、時代の変化に合わせて組織を変革し、従業員一人ひとりが高いモチベーションをもって主体的に活動するとともに、他の従業員と協働して高い目標にチャレンジしていく組織の実現を目指しています。その足掛かりとして、2019年度から年2回の「組織診断」を導入しました。全従業員を対象に、「会社全体」「直属上司」「職場」の3つの分野に関するアンケート調査を行い、従業員の会社に対する期待度や満足度を可視化・数値化し、組織の本質的な課題の把握に努めています。

また2019年4月には、会社の変革を主導していくのは従業員一人ひとりであるという考えのもと、各部門長クラスから20代の若手メンバーまで幅広い世代が参加する組織横断の「ワークスタイルイノベーションプロジェクト」を発足しました。このプロジェクトは、ハピネットとして目指すワークスタイルを定義したうえで、変革すべき課題を抽出・整理し、方向性や優先順位の提案を行うことを目的としており、従業員が主体的に考える体制を整えています。ハピネットは今後も、従業員一人ひとりが意見を言いやすい風土を醸成してボトムアップ型組織の実現を目指すとともに、各自が自立して生き生きと活躍できる組織の実現を目指し、さまざまな取り組みを進めていきます。



組織診断の結果を受け、部門責任者クラスで研修を実施

担当者の声

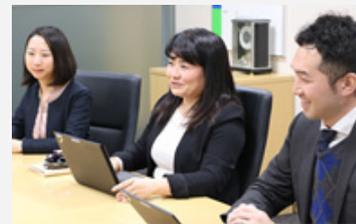
(株)ハピネット 経営本部 人材開発部 人材育成チーム 秋元 真弓 / 岸成 明 / 町永 千春

従業員一人ひとりが会社のことを考え、それによって会社も変わる組織へ

同じ会社に勤める従業員として、互いの働きぶりはわかっている、具体的に組織がどのような課題を抱えている、何を改善すべきなのかといったことを数値化する手段はこれまでありませんでした。そこで当社は「組織診断」を実施し、当社の課題や従業員のニーズを明らかにすることで、従業員が生き生きと活躍できる環境の整備に取り組んでいます。

また、組織診断の結果を受け、部門責任者クラスには、現場で組織変革のPDCAサイクルを回せるよう研修を実施するほか、理念や将来ビジョンなどの浸透に向けた社長や事業部長による従業員向けメールマガジンの発行、社員の声として多く上がった休憩スペースの設置など、顕在化した課題の解決に向けた取り組みを進めています。

当社の人事憲章に「会社と社員は対等である」とあるように、誰かが会社を変えてくれるのを待つのではなく、従業員一人ひとりが会社のことを考え、それによって会社も変わっていく。そのようなボトムアップ型の組織を目指し、組織活性化に向けた施策を今後も実施していく予定です。



写真左から、
町永千春 / 秋元真弓 / 岸成明

HUMAN REPORT 2019

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)

メーカーさまとの二人三脚で
魅力ある売り場づくりを実現、
店頭での販売機会の
最大化や売り上げアップに
挑む

(株)ハピネット
トイ・ホビーユニット
営業部CS1チーム

高橋 佳代



▶ セールス (販売)

お客さまのニーズを先取りする
商品をメーカーさまと共同開発
商品を通じて、
お客さまに感動や楽しさをお届けする

(株)ハピネット
CVSユニット
営業部CVS1チーム
栗飯原 聡子



▶ 企画・制作(映画・音楽)

映画『日は好日』を
プロデュース、
幅広いお客さまに
喜ばれる良質な作品を
社会に届ける

(株)ハピネット
ピクチャーズユニット
映画制作部
金井 隆治



▶ ロジスティクス(物流)

システムの冗長化や
物流施設のBCP対策で
お客さまに確実に商品を
届ける「当たり前」を維持

(株)ハピネット
ロジスティクスサービス
物流システムチーム
今井 純平



▶ スタッフ(法務)

法務研修の実施で
リーガルリテラシーの
底上げを図り、
取引の
安全を確保

(株)ハピネット
経営本部
法務部 法務チーム
松永 啓吾



▶ スタッフ(総務)

本社ビルに
「リフレッシュルーム」を
設置し、
社員が生き生きと
働ける職場環境を整備

(株)ハピネット
経営本部 総務部
総務チーム
山田 裕二



※ 社員の所属部署は2018年度時点のものです

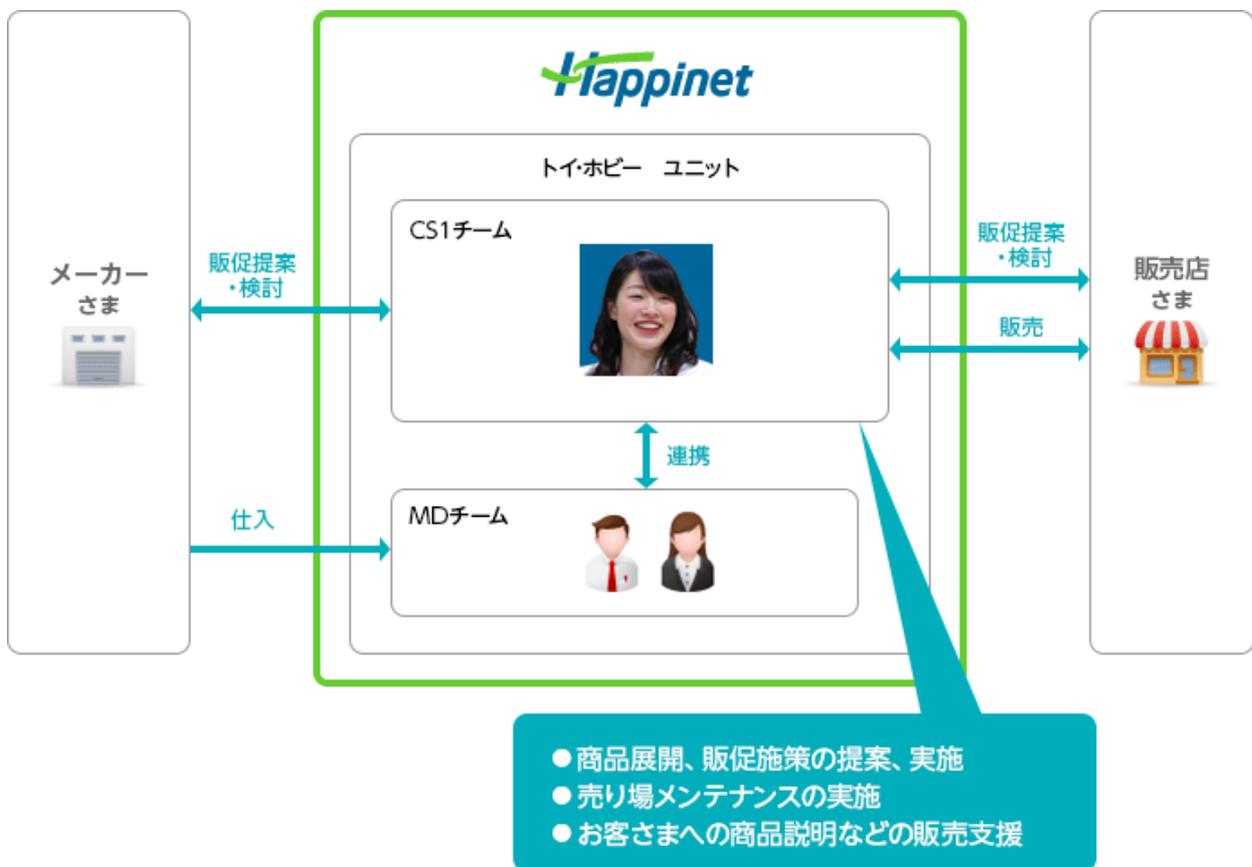
Copyright © 2019 Happinet. All Rights Reserved.



セールス (玩具)

(株) ハピネット トイ・ホビーユニット 営業部CS1チーム 高橋 佳代

メーカーさまとの二人三脚で魅力ある売り場づくりを実現、
店頭での販売機会の最大化や売り上げアップに挑む



仕事・役割

お取引先さまやお客さまに喜ばれる売り場づくりを展開

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。当社はそれら業務を主に手がける玩具業界最大手の中間流通企業です。その中で私は販売店さま向けに商品展開の提案や売り場メンテナンスを担当する業務を行っています。具体的にはメーカーさまとの商談に基づく店頭販売施策を具現化するべく、販売店さまに向いてサンプルディスプレイや装飾などの売り場づくりを実施したり、自ら売り場に立ち、お客さまに商品説明を行ったりしています。商品を手に取る子どもたちの笑顔に癒され、保護者さまの意見は商品販売のヒントとなるなど、売り場での活動はお客さまとの貴重な接点でもあり、やりがいの多い仕事です。



(株) ハピネット トイ・ホビーユニット 営業部CS1
チーム
高橋 佳代

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

売り場づくりで商品の魅力をより多くの方にお伝えする



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

毎月のように新商品が登場する玩具売り場では、商品をただ陳列しただけでは売れる商品も埋もれてしまい、販売機会を失うことが多々あります。商品の魅力を確実に届ける売り場づくりはとても大事な施策です。例えば販促ツールの主旨を丁寧に説明して活用を促したり、来店するお客さまの目に留まりやすい主要通路に面した場所での売り場展開を働きかけたりします。デザインセンスが問われ、また限られたスペースで設置しなければならないなど苦勞もありますが、良い売り場になったねと販売店さまから感謝の言葉をいただいたときの達成感はひとしおです。取引先さまとお客さまの喜びをつなげるためにも、売り場づくりによって商品の魅力を正しくお客さまに伝えていきたいと思っています。

メーカーさま・販売店さま双方の実情に即した売り場づくりを実践

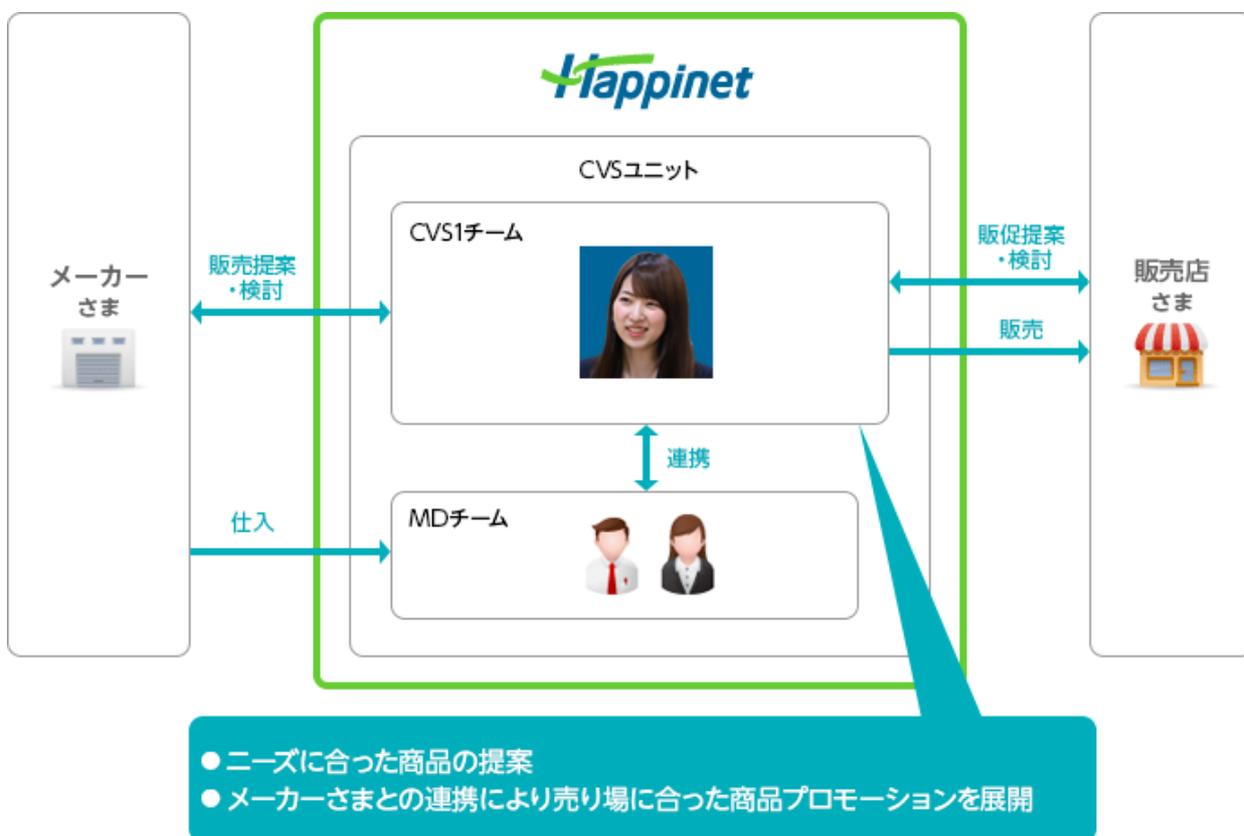
イベントを行いたくても人手が足りない、しっかりと目立つ陳列をしたくてもスペースがないなど、メーカーさまが求める売り場と販売店さまの現状にはどうしてもギャップが生じます。多岐にわたる要望を叶え、多様な課題を解決に導くのが、中間流通を手がける当社の役割です。そのためにはメーカーさまとの二人三脚でより効果的な販売施策を策定するとともに、販売店さまとの緊密なコミュニケーションで信頼関係を築き、店舗の状況把握や課題解決に寄与していくことが重要だと考えています。これまで培った知識やノウハウを基に、より効果的な販売施策の提案や売り場づくりで、お取引先さまやお客さまにさらなる幸せをお届けしていくことが今後の目標です。



セールス（販売）

（株）ハピネット CVSユニット 営業部CVS1チーム 栗飯原 聡子

お客さまのニーズを先取りする商品をメーカーさまと共同開発
商品を通じて、お客さまに感動や楽しさをお届けする



仕事・役割

正確さやスピードが必須のコンビニエンスストア業界

私たちCVS1チームはコンビニエンスストアさまの専属チームとして、当社グループで扱う商品の提案などの営業活動を展開しています。食品を主力商品とするコンビニエンスストアさまは、お客さまのニーズに合わせ、日々スピード感を持った商品開発をされています。そのため、玩具においても営業活動には正確さとスピード感が常に求められており、会社としても個人としても常に成長していくことが重要だと感じています。

クリスマスやバレンタインなどの時季には、キャンペーンや催事に向けてメーカーさまと共同開発した商品を提案することもあります。どのようなものが流行っているのか、どのような商品が売れるのか、自らマーケットを調査して商品のプレゼンテーションを行うことも大事な仕事のひとつです。



メーカーさまと共同開発した「グリーントイ」

かかわりの深いステークホルダー

- 販売店さま
- メーカーさま

CSRの取り組み

ニーズに合った商品でコンビニエンスストアさまに新風を吹き込む



(株)ハピネット CVSユニット 営業部CVS1チーム
栗飯原 聡子

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

私たちがメーカーさまと共同開発した商品のひとつに「グリーントイ」があります。これは空のペットボトルを鉢植えとして再利用し、ペットボトルと水だけでトマトや枝豆などの植物を種から簡単に育てられる栽培キットです。これまでコンビニエンスストアさまでの取り扱いはありませんでしたが、客層とそのライフスタイルから、販売すれば人気が出るだろうと考えました。そこでコンビニエンスストアさまの売り場を意識した商品サイズやパッケージデザイン、POP、価格設定をメーカーさまと一緒に考え、売れる仕組みを工夫したことで、発売当初から注目を集めることができました。お子さまと一緒にグリーントイを育て、家族そろって観察・収穫を楽しんでいらっしゃるお客さまも多く、子どもの食育にもなっているとの評価を得ています。

感動や楽しさを届ける商品を開発していきたい

当社ではさまざまな部門が多種多様なエンタテインメント商材を取り扱っているため、社内でも多角的なアドバイスやアイデアを得ることができ、そこがハピネットの強みであると思います。

時代の移り変わりが激しい現代において「これは売れないだろう」という固定概念は捨て、常にアンテナを高く張り、お取引先さまの売上に貢献できるような提案をしていきたいと思っています。

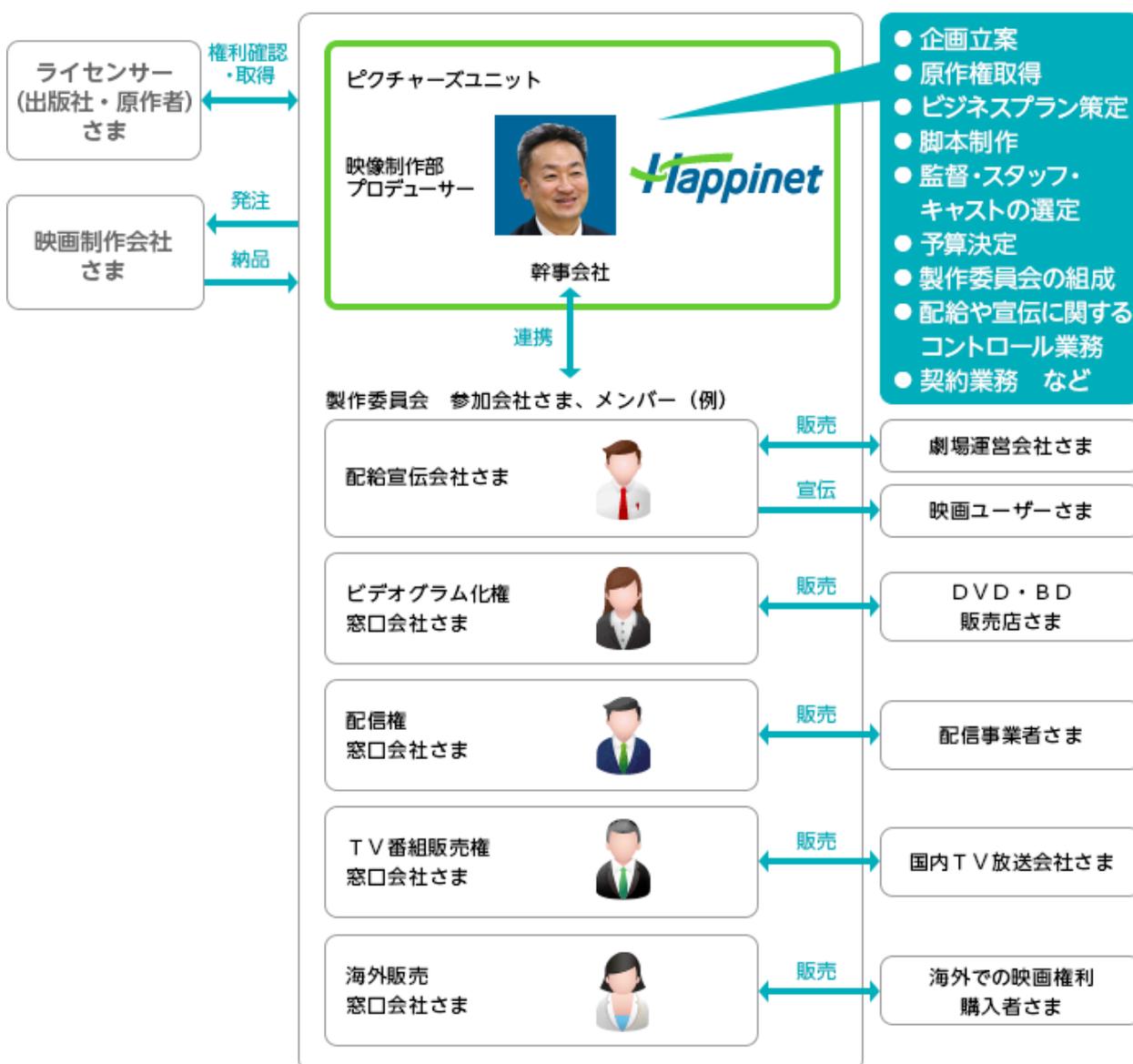
今後も引き続きコンビニエンスストアに来店されるお客さま向けに、商品を通じて感動や楽しさをお届けしていくことができるよう、より一層メーカーさまや販売店さまと緊密に連携し、お客さまのニーズを叶える商品開発に注力していきたいと思っています。



企画・制作（映画・音楽）

（株）ハピネット ピクチャーズユニット 映画制作部 金井 隆治

映画『日日是好日』をプロデュース、
幅広いお客さまに喜ばれる良質な作品を社会に届ける



仕事・役割

映画制作のすべてに携わるプロデューサーという仕事

映画制作をプロデュースする映像制作部に所属しています。以前の当社は既存の映画のビデオ化権を取得して、DVD・Blu-rayの制作・販売を手がけていました。しかし近年は映像配信サービスの進展が著しく、メディアも多様化していることから、これまで培った知識やノウハウを生かして映像制作に本格的に進出しています。映画プロデューサーである私たち映画制作部員の役割は、映画制作のすべてに携わるものです。映画化に必要な企画立案、著作権取得に始まり、ビジネスプランの策定、脚本制作、監督・スタッフ・キャストの選定、出資会社を募り製作委員会を組成する、スポンサーの獲得、配給や宣伝に関するコントロール業務、契約業務など、多岐に渡ります。企画から完成までに数年を要することも珍しくなく、途中で紆余曲折が生じるなど長いスパンに伴う難しさはありますが、完成した映画がヒットして良い評判を聞くとやはりうれしいですね。



プロデューサーを務めた映画のひとつ『日日是好日』（2018年公開）／
©2018「日日是好日」製作委員会

かかわりの深いステークホルダー

- お客さま
- お取引先さま

CSRの取り組み

良質な作品をお届けするとともに、より多くの方に楽しんでいただくべく映像のバリアフリー化を推進



(株)ハピネット ピクチャーズユニット 映画制作部
金井 隆治

主なCSRの取り組み

- 顧客満足
- 映像作品のバリアフリー化の推進

2018年に公開された映画『日日是好日（にちにちこれこうじつ）』は、黒木華さん・樹木希林さん主演の茶道教室を舞台にした作品で、1人の女性が現代の茶道を通して成長していく様を描き、数多くの映画賞を受賞しました。当社はこの作品の権利関係の業務を含めたプロデュース全般を担いました。現代の茶道をここまで描いた作品は珍しく、作品を通じて日本の茶道文化を国内外に広く紹介できたと思います。聴覚や視覚に障害のある方にもこの良質な作品を楽しんでいただけるよう、DVDやBlu-rayにバリアフリー字幕を入れ、映像のバリアフリー化にも取り組みました。人の心を動かす、良質なエンタテインメントを、より多くの方に楽しんでもらうために私たちに何ができるのか。そのことを常に考えつつ、これからも優れた映画作品を世に送り出していきたいと考えています。

人の心を豊かにする作品をお届けし続けたい

アクション映画などエンタテインメント性の強い作品を手掛けてきた当社にとって、淡々とした静かな物語を特徴とする『日日是好日』のプロデュースは新たなチャレンジでもありました。原作の映画化に向けたプロデュース業務を請け負うためには、まずは社内会議で了承を得なければなりません。そこで私は作品のメインターゲットである女性にアンケート調査を実施し、原作本を読んだ感想を集め、それを企画書に盛り込むことで、この作品の素晴らしさを会議で訴えました。結果、良質な作品を世に送り出せたこと、そして数多くの映画賞を受賞できたことは私自身の誇りです。映画は食品のように生きていくために必要なものではありませんが、観た人の心を動かし、人の心を豊かにするものだと思います。いつかハピネットの企画作品で、カンヌのパルムドールやアカデミー賞にノミネートされるような邦画作品を作りたいと思っています。

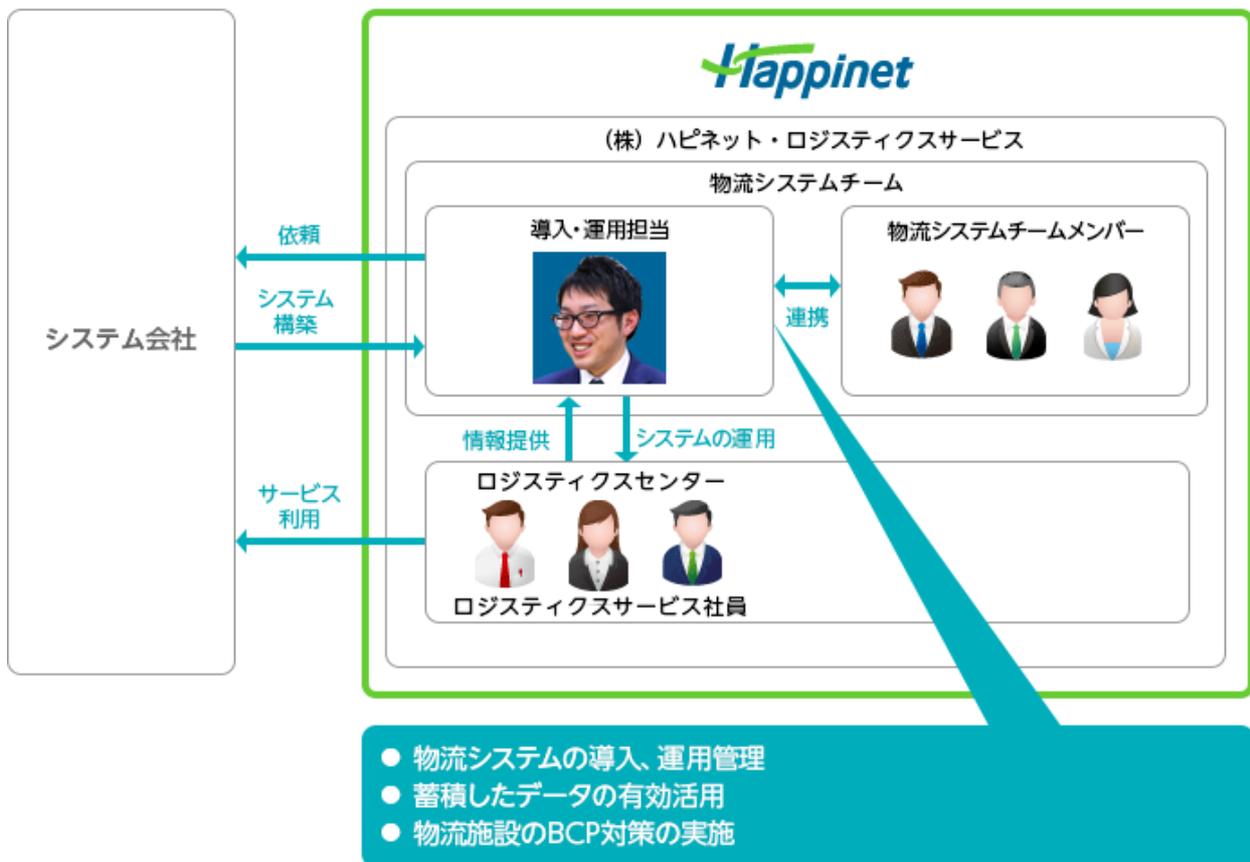
Copyright © 2019 Happinet. All Rights Reserved.



ロジスティクス（物流）

（株）ハピネット・ロジスティクスサービス 物流システムチーム 今井 純平

システムの冗長化や物流施設のBCP対策で
お客さまに確実に商品を届ける「当たり前」を維持



仕事・役割

当社の強みである物流機能のさらなる効率化を図る

当社が取り扱う商品は、玩具をはじめ映像音楽ソフトやゲームと幅広く、この多様な商品の入荷・出荷に対応できる物流機能を有していることが当社の大きな特徴です。また、仕入先や販売先など実に多くの企業との取引が発生するため、各企業のシステム要件に応えるフレキシブルな対応を行っていることも当社の強みといえます。

その中で私はハピネットグループが取り扱うさまざまな商品を、確実かつ迅速にお客さまのもとへお届けするのに不可欠な物流システムの運用管理に携わっています。現在は物流機能のさらなる効率化のため、梱包資材の最適化に取り組んでおり、出荷時に使用した梱包資材のサイズを管理できる機能を開発しました。当社の主力商品である玩具は定形外の形状が多いため、梱包材のサイズもさまざまで、多様なサイズを用意する必要があります。システムで取得したデータを研究し、資材の最適化に向けた活動を目指しています。



ハピネット東日本ロジスティクスセンター

かかわりの深いステークホルダー

- 販売店さま
- 従業員

CSRの取り組み

システムの冗長化や物流施設の安全性強化を実践



(株) ハピネット・ロジスティクスサービス
物流システムチーム 今井 純平

主なCSRの取り組み

- BCP対策

大規模災害でも停止しない物流システム構築のためには、より万全なBCP（事業継続計画）対策が必須です。そこでこれまで都内1箇所のデータセンターで管理していたシステム環境を見直し、東京と岐阜の2箇所のデータセンターにサーバーを設置する冗長化（代替用の設備を用意して、故障や障害が発生してもサービスを継続的に提供できるようにすること）を実施しました。また、東日本大震災の教訓を踏まえ、各物流施設での商品の落下や破損、落下物による作業者の怪我を防ぐべく、設備の倒壊防止や避難経路の確保などの措置も講じています。避難訓練も定期的に行うなど、いざという時でも被害を最小限に抑え、速やかに事業復旧が図れる対策を実践しています。

労働力不足に備えた環境整備

近年、倉庫で働く従業員やトラックのドライバーなど労働力不足が深刻化しています。今後は人に頼らない仕組みや環境整備を考え、先端技術を取り入れることも検討しています。

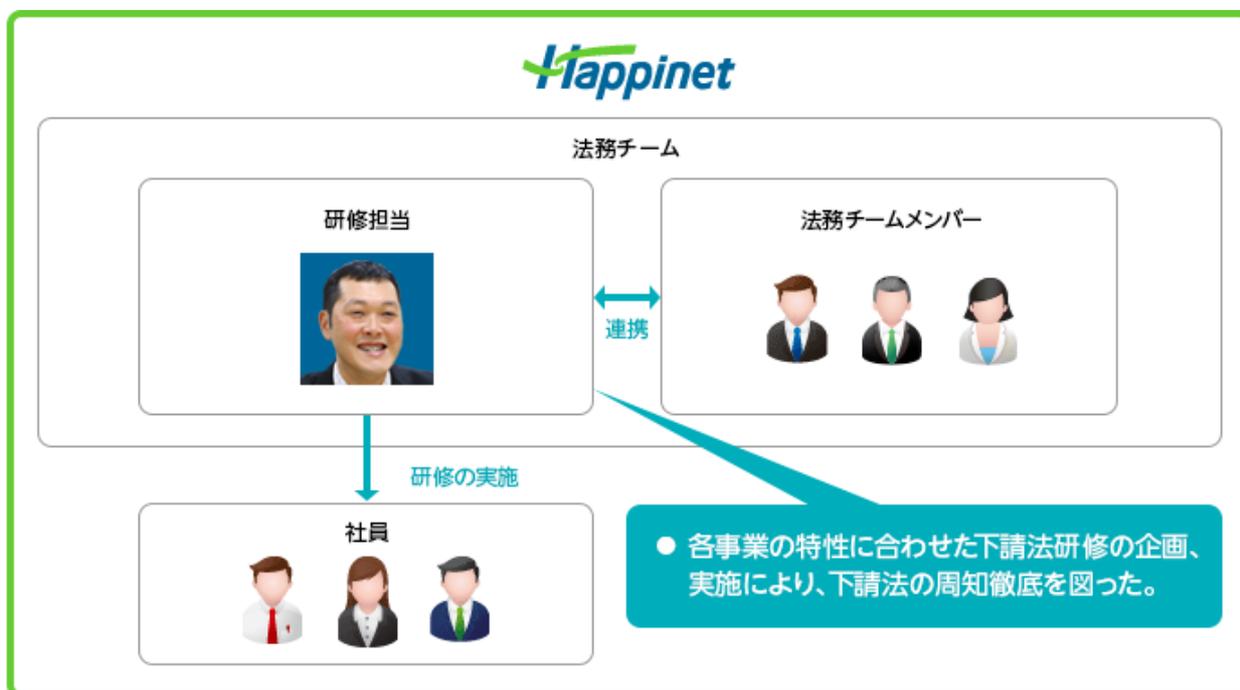
物流機能が当たり前のように動くことで販売店さまに商品が配送され、玩具が子どもたちの元へと届けられる。そうした当たり前のことを、いかなる時でも実現できるようにすることが、私たちの役割だと考えています。



スタッフ（法務）

（株）ハピネット 経営本部 法務部 法務チーム 松永 啓吾

法務研修の実施でリーガルリテラシーの底上げを図り、
取引の安全を確保



仕事・役割

ビジネス拡大のアクセルとブレーキを担う、法務の役割

私の業務は、取引先との契約締結時のフォロー（確認、作成）をはじめ、取引の際の法的相談や社内ガイドラインの整備、法令の社内周知徹底を図ることなどです。また、ビジネスを拡大させるにあたり、法的なリスクを恐れすぎて回り道をしないよう、企業活動を後押しするアクセルとしての役割を果たし、一方で、利益を重視し過ぎて法律違反になりそうな場合にブレーキとして機能することでリスクを極力軽減する。それが企業法務としての私たちの役割です。



下請法の社内研修を実施

かかわりの深いステークホルダー

- 社員

CSRの取り組み

研修によるコンプライアンスの徹底で、取引の安全を確保



(株) ハピネット 経営本部 法務部 法務チーム
松永 啓吾

当社のビジネス活動において、業務を他の事業者へ委託する場合は多々あります。そうした際に、下請取引に該当する事業者へ意図的ではないにせよ不当な対応を強いることなどあってはなりません。そこで法務では従業員に、下請取引についての法律である「下請法（下請代金支払遅延等防止法）」に関する社内研修を実施しています。実例を交え、図解で分かりやすく示すとともに、実務に即した内容に落とし込んだことで、法律という難解な内容でありながら、現場からのリアルな質問や意見もあり、充実した研修となりました。

リーガルリテラシーの向上を図りつつ、下請取引の安全確保に取り組み、公平な取引を行うことで、お客さまへのより安全な商品やサービスの提供につなげています。

主なCSRの取り組み

- リーガルリテラシーの向上
- 人材育成
- コンプライアンスの徹底
- サプライチェーンマネジメント

改正民法の施行を控え、適切な体制を整備する

実務に携わる従業員が安心して業務を遂行できるよう、法務は最大限の支援を行いたいと考えています。法務がかかわる場面は、おそらく契約を締結、解約する時と、仕事上でのトラブル発生時が多いと思います。ルールに則った取引を行うことはもちろん、万一問題が生じた際に、適切かつ速やかな対応を行えるよう法的知識の底上げを図っていきます。なお、120年ぶりの改正となる民法が2020年4月に施行されることから、今後は実務への影響を鑑みながら法務の体制を整えたいと考えています。

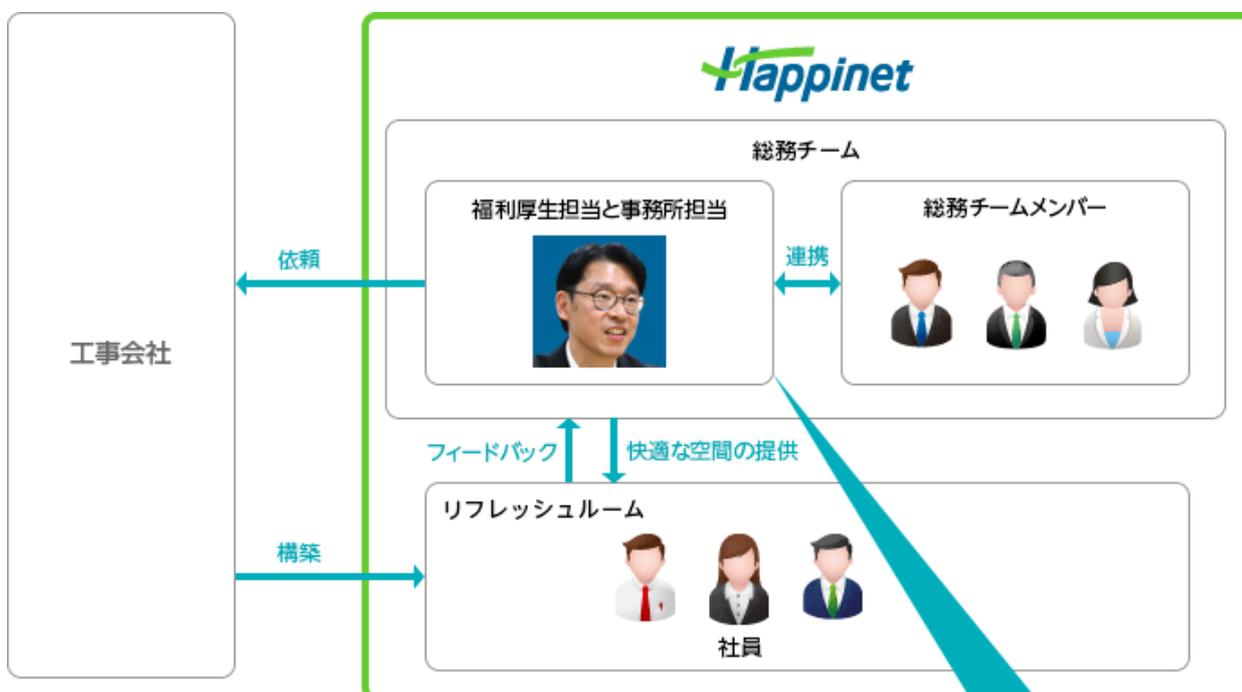
Copyright © 2019 Happinet. All Rights Reserved.



スタッフ（総務）

（株）ハピネット 経営本部 総務部 総務チーム 山田 裕二

本社ビルに「リフレッシュルーム」を設置し、
社員が生き生きと働ける職場環境を整備



- 快適な休憩所（リフレッシュルーム）の提供により、社員がより快適かつ効率的に働ける職場環境作りに貢献した。

仕事・役割

手軽にリフレッシュできる「休憩スペース」を求める声が多々

私は総務部で福利厚生業務を担当しており、職場環境の改善や制度の充実等について日々検討しています。当社は福利厚生施設として、従業員が利用できる研修所と保養所を軽井沢に設けており、これらは従業員の人気も高く、部門の研修に利用したり、余暇を家族や友人と過ごしたりと積極的に利用されています。しかしその一方で、多くの従業員が勤務する本社ビル内には、「休憩スペース」がありませんでした。社内で昼食をとる場合も自席や打ち合わせスペースを利用するしかないなど、休憩スペースの設置を求める声は以前から上がっており、私はもちろん、福利厚生業務を担う総務部メンバー全員にとって、皆の仕事の疲れを癒し、手軽にリフレッシュできる休憩スペースの設置は長年の夢といえるものでした。



本社ビルに設けたリフレッシュルーム

かかわりの深いステークホルダー

- 従業員

CSRの取り組み

リフレッシュルームが従業員同士のコミュニケーション創出の機会に



(株) ハピネット 経営本部 総務部 総務チーム
山田 裕二

主なCSRの取り組み

- 従業員満足度の向上
- 従業員コミュニケーションの強化

働き方改革の一環として実施された「組織診断」において、「職場環境への期待度が高い一方で満足度は低い」という結果が可視化・数値化されました。当社はこうした従業員のニーズに対して速やかに対応し、本社ビルに「リフレッシュルーム」を設置しました。会議室と執務スペースを大きく改装して部屋を設け、カウンターやソファ席など気分や用途に合わせて選べる席を用意したほか、室内にBGMを流してリラックスした雰囲気演出するなど、本格的なリフレッシュ空間を創出しており、昼食時や空いた時間を利用して多くの従業員が休憩に利用しています。今後は、スクリーンやプロジェクターなど備え付けの音響機材を活用して当社制作の映画の試写会等も企画していければと考えています。リフレッシュルームが多目的に活用されることで、事業の理解への促進になるとともに、知らない従業員同士の会話のきっかけにもなり、従業員同士のコミュニケーション強化になるよう役立てていきたいです。

従業員が気持ちよく仕事に取り組めるようにするのが総務の仕事

本社ビルに設置したリフレッシュルームのような休憩スペースを、今後、他の拠点にも設置していければと考えています。利用者の意見を取り入れ、他社の施設を参考にしながら、より快適な職場環境を実現していきたいと考えています。念願とはいえ、今回のリフレッシュルーム設置は最終目的ではなく、あくまでも職場環境整備の一つに過ぎません。今後はより働きやすい環境を目指してオフィススペースの改善にも着手していきたいです。

当社の強みの一つは「人間力」だと私は思っています。従業員が生き生きと、気持ちよく仕事に取り組めるよう支援することが、総務である私たちの仕事だと考えており、今後も引き続き、働きやすい環境の実現を目指してあらゆるサポートを展開していきます。そうして従業員1人ひとりが生き生きと仕事に取り組める環境を整えることが、付加価値の高い商品やサービスの提供につながり、世の中に夢のある明日を届けることにつながると考えています。



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
- 2018年度 CSR施策と実績
- 2019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

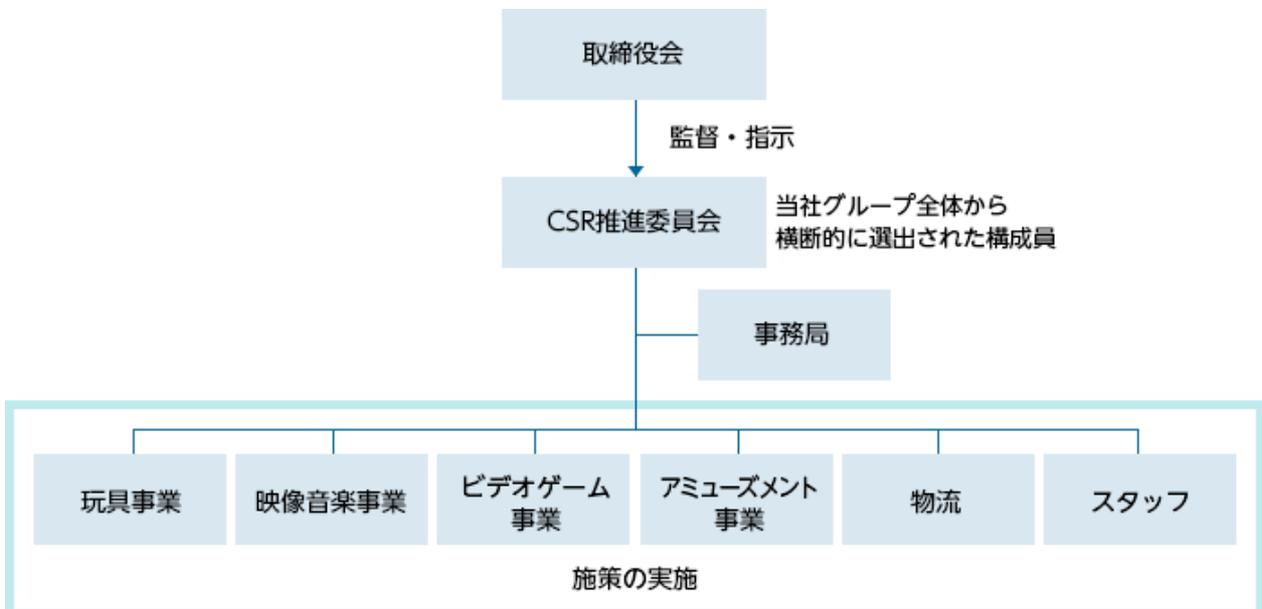


CSR推進体制

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



2018年度 CSR施策と実績

○：目標達成 △：一部未達成 ×：未達成

カテゴリ	施策	自己評価	主な取組実績
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	△	● 見直しを行ったが、人事諸制度の改訂は次期へ持ち越し
	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	○	● 従業員満足度を可視化する仕組みを導入するとともに、組織横断の「ワークスタイルイノベーションプロジェクト」を発足し、ボトムアップ型の組織に向けた体制を整備
	大規模災害・火事対策の強化	○	● 「BCP初期行動マニュアル」の見直しを実施し、災害対策を強化
	BCPを考慮した新物流システムの稼働	○	● サーバーを複数台設置することにより、システムの冗長化を実施
	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	○	● 機密情報取扱い管理の見直しを実施
	事業リスクの洗い出しと適正な保険の再検討	○	● 他社からの事業承継に伴いリスクの洗い出しを実施、適正な保険への加入によりリスクヘッジを強化
	債権管理業務における情報管理体制の整備	○	● 管理を一元化し、効率的な情報管理を実現
	リコール情報の社内共有システムの改善	○	● 毎月リコール情報を収集し、担当部門で共有
	文書管理体制見直し	△	● システムを導入し、書類の電子化を推進する方針に変更
環境とのかかわり	グループ会社間の物流拠点の効率化	○	● 物流拠点、物流システムを一元化し、効率的な商品配送を実現
	廃棄物、廃棄販促物の削減	×	● 市場状況が厳しく、廃棄物、廃棄販促物は増加
	商品輸送回数削減にむけた取り組み	○	● 物流拠点、物流システムを一元化し、効率的な商品配送を実現
	保有資産（サーバ）削減に伴う、省エネルギー化を推進	○	● 不要なサーバを廃棄し、省エネルギー化を実現
	製品素材の表記方法の見直し	○	● リサイクル判断がしやすいような記載で製品素材を表記
顧客とのかかわり	事業活動を通じた顧客満足度の向上	○	● 販売店さまの店舗における販売応援や売り場の改装支援を強化
	カードゲーム商材の予測精度向上	○	● 管理ツールを作成し、予測精度を向上させることにより、欠品を抑制
	店舗・消費者のニーズに合った商品開発	○	● コンビニエンスストア向けにグリーントイを提案するなど、売り場にあった商品開発を実施
	各アイテムに応じた品質基準書の作成	○	● アイテムごとに品質基準書を作成
	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	○	● 自社オリジナル商品「ハグミン」について、SNSを活用したキャンペーン・イベントを積極的に実施
	お客様相談窓口の対応レベルの向上	○	● マニュアルの見直しにより、お問合せへの対応時間を短縮
	E Cサイトの販促活動の強化	○	● メルマガの配信やクリスマス特集ページの作成などにより、サイトへの来店数が増加
	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	○	● グループ会社間の連携を強化し、共同で売り場づくりを行うことにより、売り場の総合プロデュースを実現
	商品の適正数量の予測強化	×	● 市場状況が厳しく、在庫の評価損失が発生
社員とのかかわり	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	○	● ブランドイメージがより伝わる新たなムービングロゴを制作
	社員コミュニケーションの強化	○	● 50周年記念事業を通じ、社員どおしのコミュニケーション機会を積極的に創出
	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	△	● 業務の効率化などにより一部の部門では残業時間や有給取得率が改善
	交通事故＆違反件数の削減	○	● 安全運転講習会の実施や業務支援体制の強化により事故・違反発生率が低下
	障がい者雇用の推進と組織体系の構築	○	● 障がい者雇用の定着を図るべく、サポート体制を整備
労働安全衛生への配慮の強化	○	● 本社ビルに休憩スペースを導入し、より快適な職場環境を実現	

カテゴリ	施策	自己評価	主な取組実績
	社員健康管理の徹底	○	● 健康診断に対する社員の意識向上を図り、受診率100%を達成
	アルバイトの定着率向上を目指した制度の導入	○	● 表彰制度の導入など、臨時従業員に対する諸制度を整備
	社員の情報リテラシー向上を目指した教育の実施	△	● 現状調査に留まり、教育の実施は次期へ持ち越し
	モバイルツールにおけるセキュリティ強化検討	○	● ニーズに合ったツールを構築し、セキュリティ強化に向けてテスト運用を開始
	社員の株式価値への意識向上推進	○	● 株式報酬制度の導入、持株会の推奨と、それに伴う社員への啓蒙活動を実施
	社員の知識向上に向けた施策の実施	○	● 下請法・景品表示法や、債権管理に関する研修を実施
	業務基盤の集約・統合による業務の効率化の推進	○	● 社員が使用しているさまざまなツールを統一すべく、現状調査と統合までのロードマップを作成
社会とのかかわり	映像作品のバリアフリー化の推進	○	● 自社幹事・出資作品4作品について、バリアフリー対応を実現
	ゲームソフトを利用した防災の意識付け促進活動	○	● 当社独占流通のゲームソフト「絶体絶命都市4+」のプロモーションを通じ、防災への意識向上に貢献
	地域活動への参加によるコミュニケーション活性化	○	● 物流拠点周辺地域企業の合同清掃活動や防災訓練などに参加
株主とのかかわり	会社発信情報の整理・拡充	○	● コーポレート・IRサイトのリニューアルを実施し、より見やすく、分かりやすいサイト構築を実現
	オリジナル商品のPR活動を通じた企業認知度強化	○	● コーポレートサイトにおいてもオリジナル商品のPRを積極的に実施

2019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"> ● 取締役会の実効性評価および課題解決策の実施 ● 資本コストを意識した経営戦略・資本戦略の推進 ● 経営層向けトレーニングの強化 ● 社員の多様化・構成変化に応じた人事諸制度の見直し ● 安定した運用保守が可能で柔軟性の高い新基幹システムの構築 ● 情報セキュリティと利便性、ICTインフラの充実の両立を実現する環境整備 ● 事業拡大や法改正に向けた、社員の法務知識の強化 ● リスクマネジメント体制の見直し、再構築 ● 大規模災害への対策強化
環境とのかかわり	<ul style="list-style-type: none"> ● 廃棄物・廃棄物削減 ● サーバー削減による、省エネルギー化の推進 ● 発行資料等の素材変更による地球環境への働きかけ
顧客とのかかわり	<ul style="list-style-type: none"> ● イベント実施、商談会開催等による商品情報の発信 ● 店舗・消費者のニーズに合った商品開発 ● 店舗でのキャンペーンなど売上拡大施策の実施 ● ECサイトにおける顧客満足度の向上 ● 映像音楽事業の物流・システム統合による効率化の実施 ● 注システムの使用による作業効率化と顧客満足度の向上 ● 像事業の多角化の推進 ● 事業の多角化に対応した新基幹システムの構築
社員とのかかわり	<ul style="list-style-type: none"> ● 社員への組織満足度調査と改善策の検討・実施業務 ● の効率化による働きやすい環境の整備 ● 残業時間の削減と有給休暇取得の推進 ● 社員の自主学習支援制度の充実 ● 若手社員の積極的な起用 ● 障がい者雇用の推進と社内理解・浸透の強化 ● 社内コミュニケーションの活性化 ● 労働安全衛生、働きやすい執務環境への配慮の強化 ● 社員の健康増進意識の向上
社会とのかかわり	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域への貢献活動への参加とコミュニケーションの活性化 ● 映像作品のバリアフリー化の推進
株主とのかかわり	<ul style="list-style-type: none"> ● 社員の株式価値への意識向上推進 ● オリジナル商品のPRを通じた企業認知強化



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。

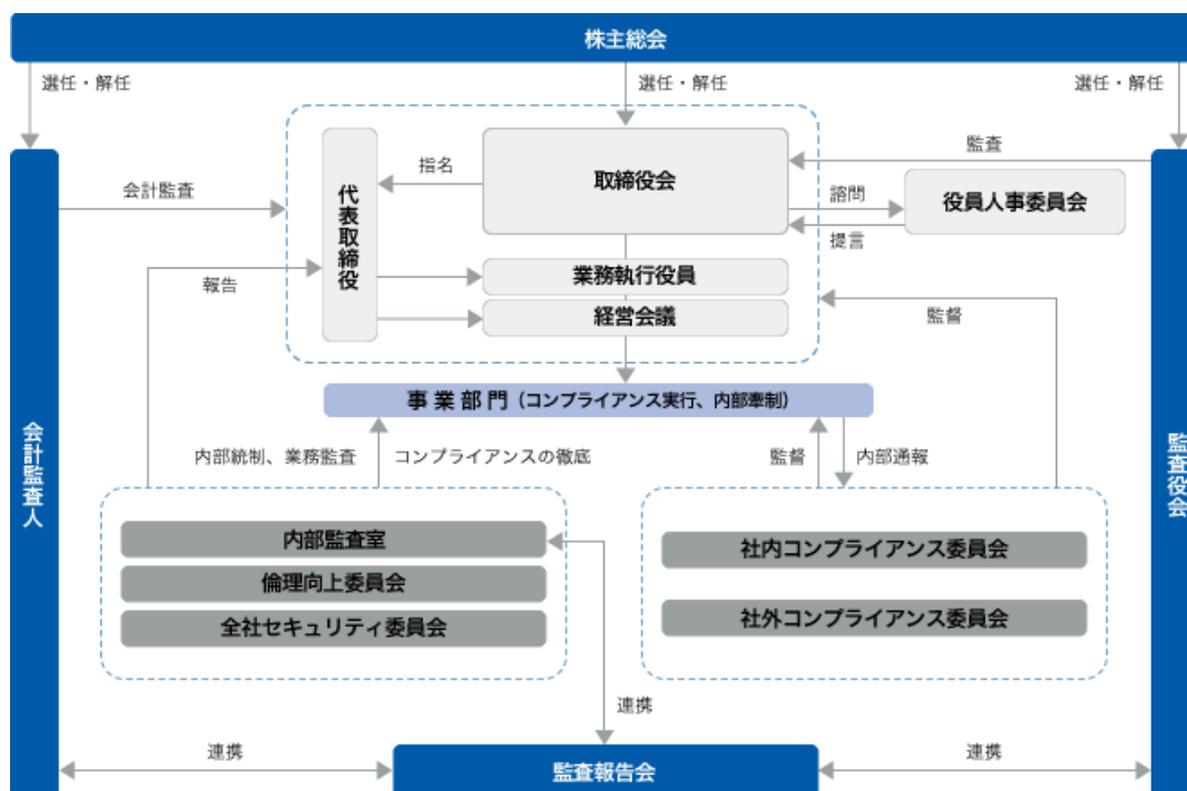
また、株主の信頼と期待を得られるよう積極的に情報を開示するとともに、顧客、社員、社会などと良好な関係を築き、長期・安定的な株主価値の向上を図っています。

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。

ガバナンス体制図



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、内部監査室が中心となり、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ありません。

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「内部監査室」を設置しています。

内部監査室では、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 © 2019 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、社長を責任者とし、部門を超えた緊急時対策班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、緊急時対策班における各役割などを詳細に記述し、対応に必要な情報を収集する際のチェックシートも添付しています。

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。



写真：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

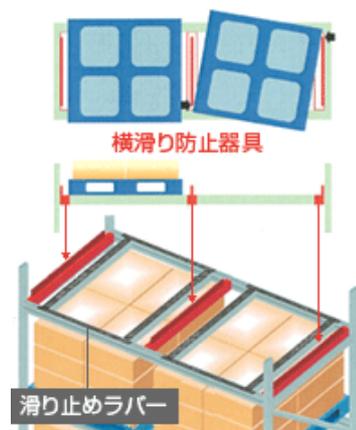
物流施設の安全性強化の面では、商品の落下を防ぐことも重要となります。

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、落下物による作業員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



図：落下防止策のイメージ



写真：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、特段の必要性が無い場合はパソコンを持ち帰らない、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、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、可用性の高いクラウドサービスを利用することによりリスクを軽減しています。またホストサーバ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。

2018年に導入した倉庫管理用のシステム(WMS)は、大規模災害を想定しデータセンターを東京と岐阜の2カ所構成としており、大きな災害が発生した場合でも稼働を止めない工夫をしています。

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。



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・物流の連携を一層強化することで、効率的な商品配送を行い、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、生産してから店頭に出るまでに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ンダ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、書店、駅、空港など、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やPOSシステム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、廃棄対象になったコンピュータ、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データを消去したうえで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るとともに、サーバコンピュータのクラウド環境への移行を積極的に実施し、保有資産を削減することで、省エネルギー化を推進しています。



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が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」を定期的に開催しています。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

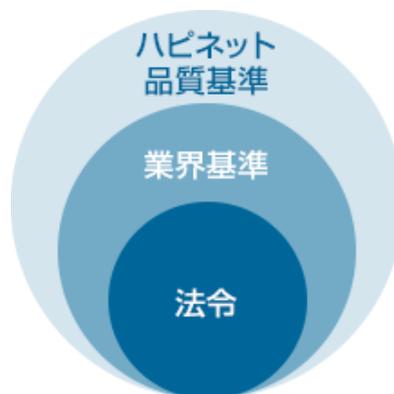
ハピネットグループは、玩具オリジナル製品の開発において、より安全な製品をつくるための「ハピネット品質基準」を設けています。

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す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

CERO A 年齢区分対象となる表現・内容は含まれておらず、全年齢対象であることを表示しています。

CERO B 12才以上を対象とする表現内容が含まれていることを表示しています。

CERO C 15才以上を対象とする表現内容が含まれていることを表示しています。

CERO D 17才以上を対象とする表現内容が含まれていることを表示しています。

CERO Z 18才以上を対象とする表現内容が含まれていることを表示しています。
(18才未満者に対して販売したり頒布したりしないことを前提とする区分)

恋愛
 セクシャル
 暴力
 恐怖
 ギャンブル
 犯罪
 飲酒/喫煙
 麻薬
 言葉/その他

Copyright © 2019 Happinet. All Rights Reserved.



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。

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。

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。

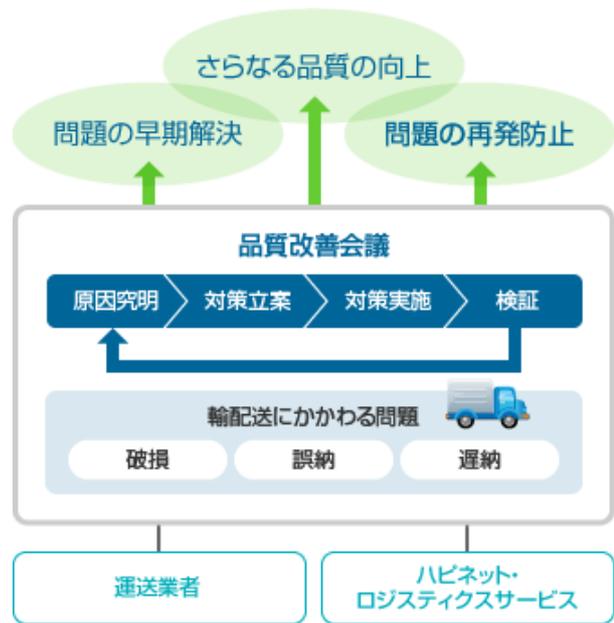
監査内容は、工場の施設や設備に関するハード面および就業規則や健康管理に関するソフト面の両面にわたります。また、強制労働や児童労働、賃金未払いといった問題について、生産国における労働法などの法令に基づく監査も行っています。

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 © 2019 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

- > 社員の健康サポート
- > 安心して働ける職場環境づくり



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。



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を把握する「ストレスチェック」、組織の課題を把握し改善に取り組む「組織診断」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。業務面と労務面の双方の支援体制を構築し、定期面談や日々のセルフケアチェックを行うことにより、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合理的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れるように、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、3ヶ月に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 © 2019 Happinet. All Rights Reserved.



人材開発

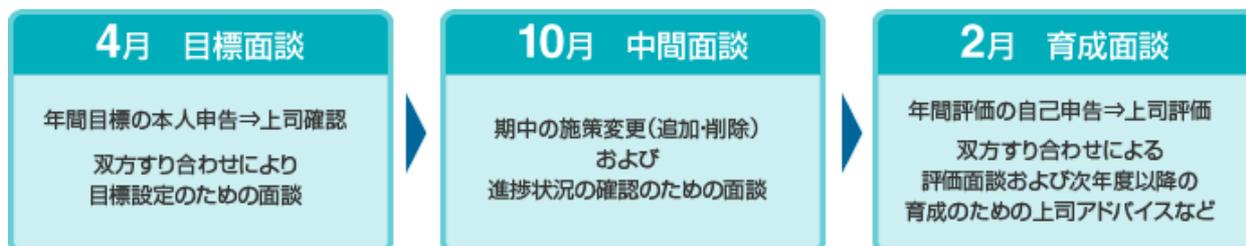
人事制度

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、主として管理職層に向けたリーダー研修、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



社員とのかかわり

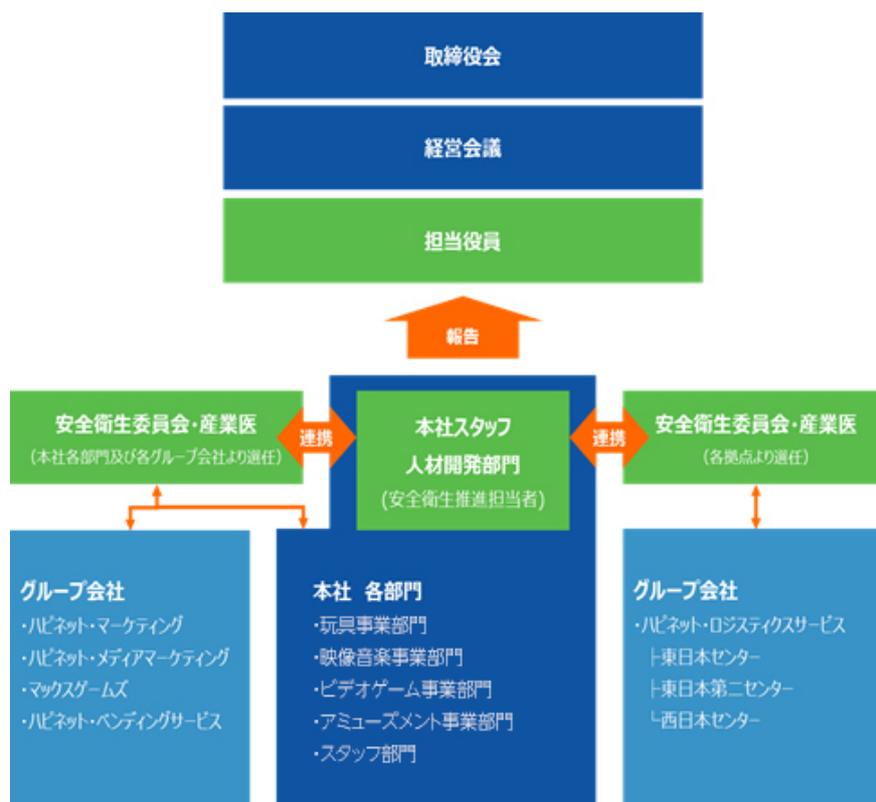
労働安全衛生への配慮

ハピネットグループでは、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。その主な活動として「社員の健康サポート」「安心して働ける職場環境づくり」を掲げており、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。

推進体制図

本社各部署や各グループ会社と連携を図り、人材開発部門でグループ全体の健康と安全・衛生を推進しています。



社員の健康サポート

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。

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、飲酒、喫煙などにも及びます。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。また、ワークライフバランスに関わる項目（育児や介護と仕事との両立）も設けています。

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。

【 2018年度 ハピネットグループ トータルヘルス相談問診票 】

トータルヘルス相談問診票は、生活習慣や心身の健康に関心をもち、健康管理への意欲を高め積極的に対応していただくためのものです。この問診票で自分の日常生活や健康状態をチェックしてみてください。
なお、回答された内容については、産業保健スタッフしか見ることができませんのでご安心ください。

◆生活習慣等について各質問にお答えください

【この1ヶ月間の健康について】
 起床時間と起床時刻 起床時刻 起床時刻 起床時刻
 平均睡眠時間は何れくらいですか 3時間未満 3時間～7時間未満 7時間以上
 寝つきがよくない はい いいえ
 熟睡できない はい いいえ
 熟睡感がない はい いいえ
 朝の起床で目が覚めて、そのあと眠れなくて辛い はい いいえ
 朝がすっきり起きられない はい いいえ
 睡眠で疲労が十分とれていないと感じる はい いいえ
 仕事や強いストレスが及ぼされている はい いいえ

【飲食について】
 食事回数は 3食 2食 1食
 朝食を抜くことが週3回以上ある はい いいえ
 過剰量が多い はい いいえ
 野菜が少ない はい いいえ
 お酒を飲む はい いいえ
 お酒を飲む頻度は 1日あたり1杯程度 2杯程度 3杯程度以上
 (例: 缶ビール(350ml)を2本とグラスワイン2杯など)

【喫煙について】
 たばこを吸っている はい いいえ
 吸っている場合 / 1日の喫煙量 20本以上 20本以下

【休日について】
 休日は 不規則 定期的 その他
 どのように過ごすことが多いですか ()

【運動について】
 定期的な運動習慣がない(週間に2回以上、かつ1回あたり30分以上) はい いいえ
 (はいの方)具体的に実施している運動は何ですか ()
 (例: 週1回スポーツジムに通っている、週2回は1時間のウォーキング)

【現在1人暮らしをしていますか】 はい いいえ
 ⇒いつから? ()

【通勤時間は】自宅を出てから会社に着くまでの時間 ()分/片道

【上記の生活習慣全体について】
 運動や食生活等の生活習慣を改善してみようと思いませんか。 既に改善に努めている 近年改善するつもりがある(1ヶ月以内) 改善するつもりはない

⇒改善項目を選択(複数回答可) 睡眠 食事 喫煙
 運動 その他 ()

◆ワークライフバランスについて各質問にお答えください

【現在育児や介護をしていますか】 育児をしている 介護をしている 現在していない

※介護について(「現在していない」にチェックした方)
 今後5年以内に介護をする可能性はありますか はい やや高い やや低い 低い

【上記の状態で、現在育児や介護をしている方にチェックした方】 あり ない
 仕事と両立する上で何が困っていることはありますか ()

⇒別のページへ

提出日: 2018年 月 日

提出先: 人材開発部 働き方サポートチーム 安全衛生推進担当 anzensei@hcn.happinet.co.jp

ID	所属名	氏名

◆ここ1ヶ月の状態で、日常生活や仕事に支障をきたすような次の症状がありますか

- 1 動悸や胸痛、息苦しさのいずれかがある はい いいえ
- 2 胃の具合が悪い(胃痛、胃もたれ、胸焼け、吐酸など) はい いいえ
- 3 下痢や便秘を繰り返す はい いいえ
- 4 頭痛や頭重感のいずれかがある はい いいえ
- 5 肩こり、肩の痛み、腰痛のいずれかがある はい いいえ
- 6 耳鳴り、めまい、立ちくらみのいずれかがある はい いいえ
- 7 手足のしびれがある はい いいえ
- 8 食欲がなく体重が減ってきた はい いいえ
- 9 過食気味である はい いいえ
- 10 気がほりつめている はい いいえ
- 11 不安だ はい いいえ
- 12 落ち着かない はい いいえ
- 13 物事に集中できない はい いいえ
- 14 気が次んだり気がおちくることがある はい いいえ
- 15 例をするにもおっくうだ はい いいえ
- 16 これまで楽しんでやれた趣味や活動が楽しくない はい いいえ
- 17 ちょっとしたことでも腹が立ったりイライラする はい いいえ
- 18 いつか死ぬ はい いいえ
- 19 ひどく疲れている はい いいえ
- 20 その他(何か気になる症状があれば) はい いいえ (お内容を以下へ)

「はい」の数が多いほど健康リスクは高まりますが、数だけでなく症状の重さにも留意しましょう。改善できることは積極的に改善しましょう。働き方サポートチーム 安全衛生推進担当からも声をかけますが、自発的なご相談にも応じます。

【実施者記入欄】 面接実施日 年 月 日
 面接者: (産業医・保健師・管理師・産業カウンセラー・心理士)

写真：トータルヘルス相談問診票

健康診断の取り組み

ハピネットグループでは、健康診断は会社の安全配慮義務履行のためだけでなく、「社員が健康のことを考え、自ら行動するきっかけ作りの場」と考えています。自らの健康状態を振り返り、その年に必要な検査項目を受診してもらえよう、法定の健康診断項目以外にも、オプション検査の受診を積極的に勧めています。オプション検査の内容は社員が自由に選択できるようにし、その検査費用の一部を会社が負担しています。健康診断の積極的な受診勧奨を進めた結果、社員の健康診断受診率は100%となりました。また産業医が要2次検査と判断した社員に対しては、受診確認を徹底しており、健康診断受診後のフォローでは、産業医、保健師、社内の産業保健スタッフ間で連携し、社員の健康保持をサポートしています。

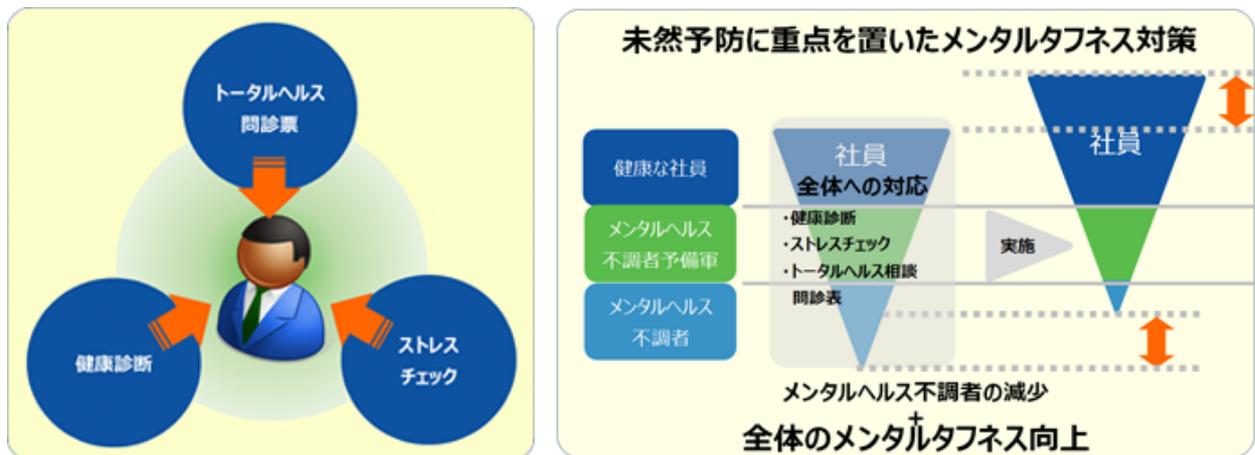
メンタルヘルスの取り組み

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。

ハピネットグループでは、ストレスチェックとあわせ、前述のトータルヘルス相談問診票および健康診断の結果と3方向から社員の健康をサポートしています。



健康についての情報発信や補助

ハピネットグループでは、社内に向けて以下のような健康についての情報発信や補助を行っています。これも「社員が健康のことを考え、自ら行動するきっかけを作るため」の一つです。特に社内を実施する健康教育と、健康保険組合と連携した取り組みについては、近年積極的に進めています。健康教育では、トータルヘルス問診票の結果から開催する研修の企画を毎年検討・実施しています。健康保険組合と連携した取り組みについては、健康保険組合の担当者と連携し、社内イントラでの掲示やメールを使った啓蒙、安全衛生委員会での説明会実施など、一人でも多くの社員に参加してもらえるよう促しています。

主な項目	健康補助	健康教育	健保組合連携
健康診断の案内・促進、オプション料金補助	●		●
インフルエンザ予防接種の受診案内、費用補助	●		●
健康増進に向けた社内研修の案内・促進	●	●	
新入社員、新任リーダーへの心身の健康管理教育		●	
禁煙コンテスト			●
ウォークラリー			●
健保組合主催セミナーの案内促進			●
家庭常備薬の案内・補助	●		●

社内イントラネット
等を使い、積極的に
情報を発信



写真：禁煙コンテストのポスターを喫煙室へ掲示



写真：健康増進に向けた社内研修を実施
(体成分測定会でのストレッチ講座)



写真：健康増進に向けた社内研修を実施(体成分測定会での結果フィードバックの様子)

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、19時30分自動消灯を推進しています。

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。

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。

効果検証

ハピネットグループでは、実施している取り組みの結果把握や効果検証を継続的に行い、取り組みの見直しを図っていくことで、社内の健康課題の解決や健康の保持増進につなげています。

効果検証指標

項目	2016年度	2017年度	2018年度
健康診断受診率	100.0%	100.0%	100.0%
ストレスチェック受検率	100.0%	100.0%	100.0%
トータルヘルス相談 問診票提出率	53.2%	76.1%	87.0%
喫煙率	-	31.5%	30.3%
運動習慣比率 (※1)	-	-	58.0%
有所見率 (※2)	53.5%	55.5%	52.5%

対象：正社員

※1 週1回以上運動習慣のある場合

※2 健康診断の判定で、経過観察、要治療、要精密検査、治療中の場合

安心して働ける職場環境づくり

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転行動につながっています。



写真：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、様々な事故削減策を実施しています。

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 © 2019 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 © 2019 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。

心停止の可能性が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 © 2019 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。



©まいた菜穂・小学館／アニメ「12歳。」製作委員会©Happinet
©2018「日は好日」製作委員会



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

ハピネットはより多くの皆さまに当社を知っていただくとともに、企業理解を深めていただくべく、個人投資家説明会や、国内・海外の機関投資家、アナリストの皆さまとのミーティングを積極的に行っています。

今後も様々な活動を通じ、株主・投資家の皆さまとの対話に取り組んでまいります。

2018年度実施内容

個人投資家向け説明会（16回／年実施）

機関投資家向け説明会（2回／年実施）

国内機関投資家とのミーティング（62回／年実施）

海外ロードショー（シンガポール、香港）

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・投資家の皆さまへ向けたIR資料や、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。

2018年10月にはIRサイトをリニューアルし、より目的の資料を探しやすい構造にするとともに、「早分かりハピネット」と題し、当社の強みをまとめたコンテンツを新たに設けています。

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。

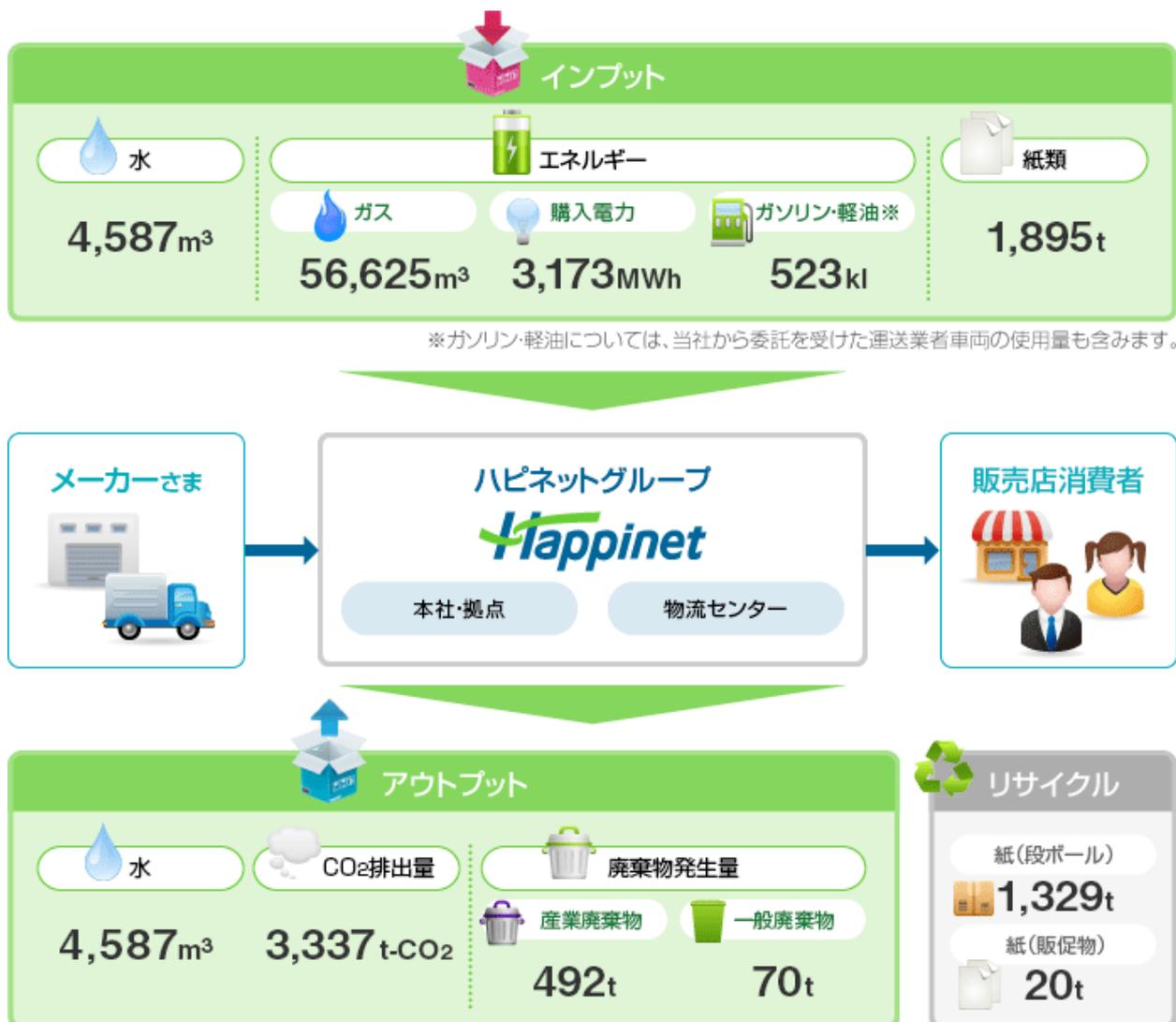


写真：IRサイト

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。