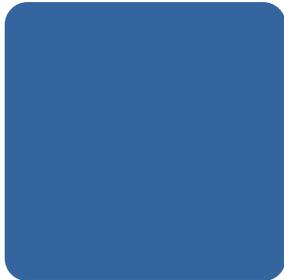
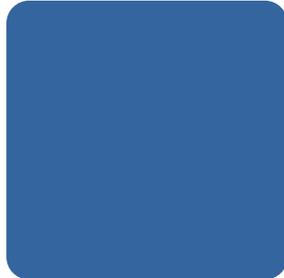
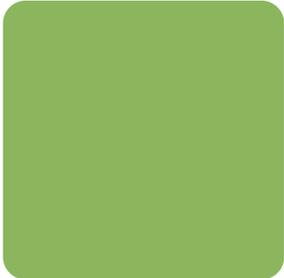




CSR Report

2020
Digest edition



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 | 8 |

特集

| | |
|--|----|
| 1. ハピネットブランドの魅力を より多くの方へ配信 | 11 |
| 2. 障がい者の特性を生かした、 働きがいのある職場づくり | 14 |
| 3. 50周年記念を契機とし、 会社の魅力を社内外へ発信 | 18 |

| | |
|---------------|----|
| CSR推進体制 | 20 |
|---------------|----|

| | |
|--------------|----|
| 環境データ集 | 24 |
|--------------|----|



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

2019年度(2019年4月1日～2020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2019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「環境報告ガイドライン(2018年版)」

発行年月

2020年8月(前回:2019年9月)

問い合わせ先

株式会社ハピネット 経営企画室 経営企画部 広報チーム
〒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
株式会社イリサワ
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・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1,007名
単体426名

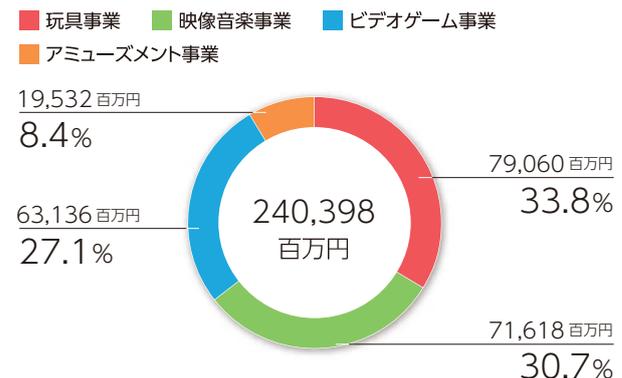
売上高推移(百万円)



経常利益推移(百万円)



事業別売上高構成比(2019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込めており、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。



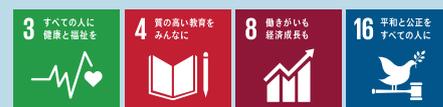
顧客とのコミュニケーション

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、平和的社会的追求など、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。

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

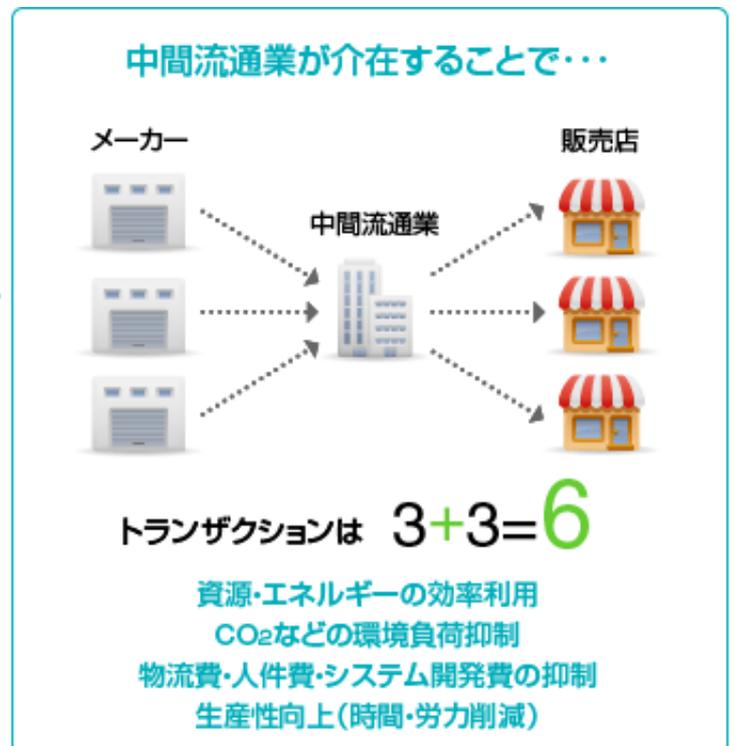
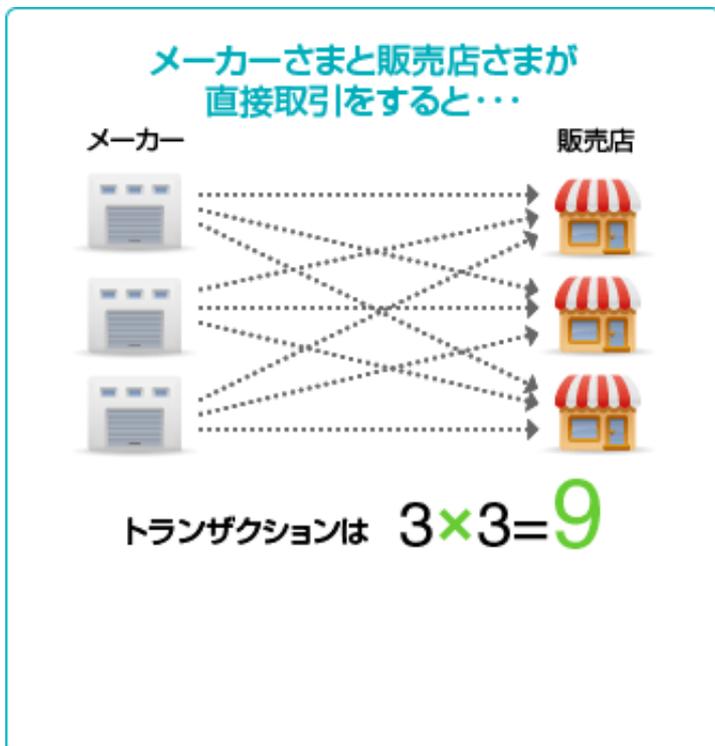
メーカーさまと販売店さまの間に立つ“中間流通業”としての機能を発揮して商品流通に伴う“社会的エネルギー・コストの抑制、効率化”に貢献していきます。

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。

Happinet



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。



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」と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。

特集 1 ハピネットブランドの魅力をより多くの方へ発信



ハピネットグループは、「東京ゲームショウ」「全国エンタメまつり」といったイベントへの出展などを通じて、国内外のより多くの方に自社オリジナルゲームソフトや取扱商材を知っていただき、楽しんでいただくためのプロモーションの強化に努めています。

ハピネットグループの強みを発揮した、大規模イベント出展におけるプロモーション活動

ハピネットグループは、自社オリジナルゲームソフトや取扱商品のプロモーション強化に取り組んでいます。これまで、店頭体験会など小規模人数への告知が主体でしたが、より多くのお客さまへ商品を訴求するため、2019年度は大型ゲームイベントへの出展などを通じた大々的なプロモーション活動を行いました。

8月には、岐阜県岐阜市にて開催される町おこしゲームイベント「全国エンタメまつり」に参加。アーケード街に設けられた物販コーナーにおいて、レトロゲーム体験会や関連グッズの販売を実施しました。また、ハピネット・ベンディングサービスと連携し、カプセル玩具自動販売機をハピネットブース内に多数設置し、大勢の来場者にご好評いただきました。

9月の「東京ゲームショウ」では、会場内でもひととき目立つ大きなブースの展示を実現。商品ジャンルの多様性で当社グループの強みが発揮された展示となりました。

展示の様子は多くのメディアで取り上げられ、また、イベントを通じて多くの海外パブリッシャーやメディア関係者の方々と交流する機会も得られました。ハピネットグループは今後も、新たなイベント出展にチャレンジしながらノウハウを蓄積し、効果的なプロモーションとハピネットグループの認知度向上に取り組んでまいります。



会場の幕張メッセでもひととき目を惹くハビネットの展示ブース



展示ブースの一角では、『ブリガンダインルーナジア戦記』のゲームクリエイターを招いたトークイベントも開催



目当てのカプセル玩具を求めて、大勢の来場者が賑わう



一部商品は即完売と、レトロゲーム体験会・グッズ販売は好調

担当者の声

(株) ハピネット ゲームパブリッシング部 運用・宣伝チーム 栗林 孝史

イベント出展を弾みに、企業認知を高め、海外展開を強化していく

私はプロモーションとオペレーションを担当するチームのマネージャーをしており、自社でプロデュースするビデオゲームソフトのプロモーション活動やゲームを発売するためのさまざまな調整業務などを行っています。近年は自社プロデュースタイトルの海外販売に向けた交渉も積極的に展開しています。東京ゲームショーでは弊社開発のゲームソフト『ブリガンダインルーナジア戦記』に対する、国内外のファンの方々の高い熱量に驚きました。さまざまな反響が得られ、ゲーム開発の励みとなりましたし、海外のパブリッシャーやメディア関係者の方々と交流を深めるよい機会ともなりました。また大勢のお客さまで混雑した際に、他部門のスタッフと協力してスムーズなブース運営を行えたことも、ハピネットグループの結束力を実感する出来事として強く印象に残っています。

これからもゲームファンに沢山の楽しみをお届けできるよう、より良いモノづくりを目指し、自社プロデュースタイトルとハピネットグループのワールドワイドでの認知向上に向けた、さまざまな取り組みを行ってまいります。



栗林 孝史

(株) ハピネット ビデオゲームユニット MD3チーム 正木 昂丞

お客さまのリアルな反応を励みに、さらなる企業認知や流通機能の向上へ

「全国エンタメまつり」では、イベント内容の立案をはじめ、物販商品の仕入、プレスリリースの作成、当日の設営・運営と一連のイベント業務に携わりました。会場は多くのお客さまで賑わっており、どんなお客さまがプレイされているのか、ゲームの面白さや難しさのポイントはどこにあるのかなど、具体的に知ることができました。普段のBtoB主体のビジネスや店頭体験会などではなかなか知りえない、お客さまのリアルな反応を肌で感じられたことは、私自身、商品販売に携わる上で貴重な体験となりました。今後も積極的なイベント出展を通じて、さらなる企業認知や流通機能の向上を図るとともに、実際の物販においてもイベント限定商品の企画など、お客さまに満足していただけるような取り組みを推進していきます。



正木 昂丞

特集 2 障がい者の特性を生かした、働きがいのある職場づくり



ハピネットは、一人ひとりの多様性を尊重し、障がいの有無にかかわらず、ハピネットグループ従業員全員が働きがいを持って共に働ける職場づくりに取り組んでいます。個々のスキルを生かした業務分担や、障がい特性の合理的配慮をしつつ、専門機関との連携体制も含めた多方面からのサポート体制が評価され、公的機関から職場見学の依頼なども寄せられています。

ゼロから試行錯誤で取り組んだ職場づくりが評価され、優良企業として表彰

ハピネットは、障がいのある従業員が、得意なスキルを最大限に生かし、やりがいを持って生き生きと働ける職場づくりに取り組んでいます。個々の適性と業務とのマッチングを的確に把握するため、多角的にチェックする体制を整備するとともに、面談や業務日誌、セルフケアを促すシートなどを活用して、一人ひとりとのコミュニケーションを図ることを心掛けています。また、業務面と労務面の双方からのサポートに加えて、就労支援事業所と連携し、サポートの強化も図っています。

障がい者と共に働く取り組みは、専門知識を持つ従業員が誰一人いない状態からのスタートでした。まずは、支援する社員が専門機関や他企業からの情報収集や知識習得に努めることから始め、次に従業員を対象に研修を実施し、障がい特性や得意なスキル、事例などを説明することで、理解促進を図っていきました。

各部門から業務を受託し遂行していく中で、その成果物が評価されていき、現在は障がい者が担う業務範囲が拡大しています。さまざまな種類の業務にチャレンジできる機会が増えたことで、個々のモチベーションも向上し、就労定着につながっています。

このような一人ひとりの特性を理解して、それらを生かすハピネットの取り組みが認められ、障がい者の雇用支援を行

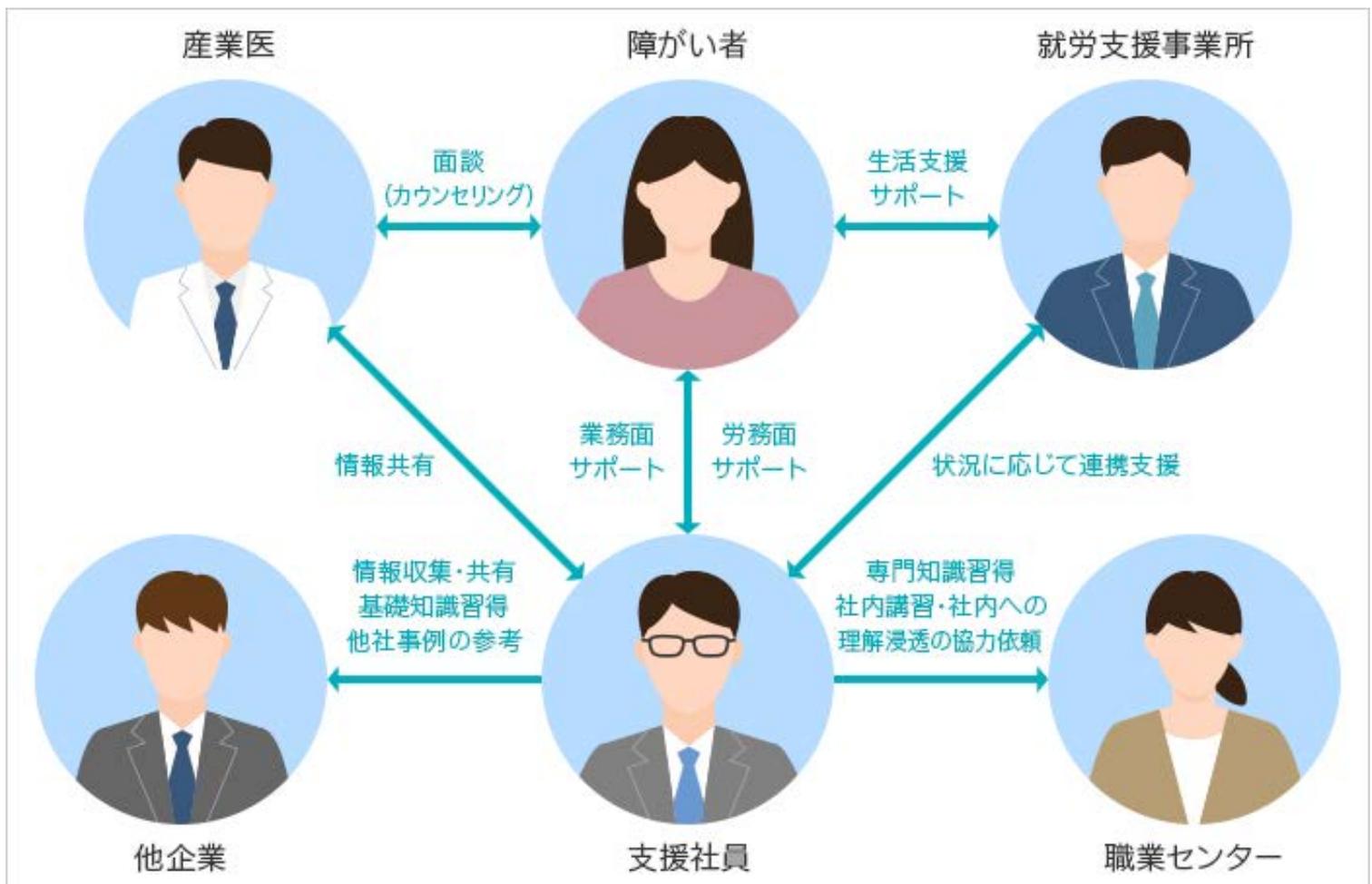
う「中央障害者雇用情報センター」から内閣人事局に紹介されるとともに、職場見学とヒアリングをしたいとの依頼を受けました。また、障害者職業総合センターより、ジョブコーチ養成研修の講師の依頼も受け、さらに就労支援事業所からは、安定就労に積極的かつ就労定着を実現している優良企業として表彰していただきました。

ハピネットは今後も、障がい特性への配慮だけでなく、成長と挑戦の機会をつくることで、働きがいのある職場づくりに努めてまいります。

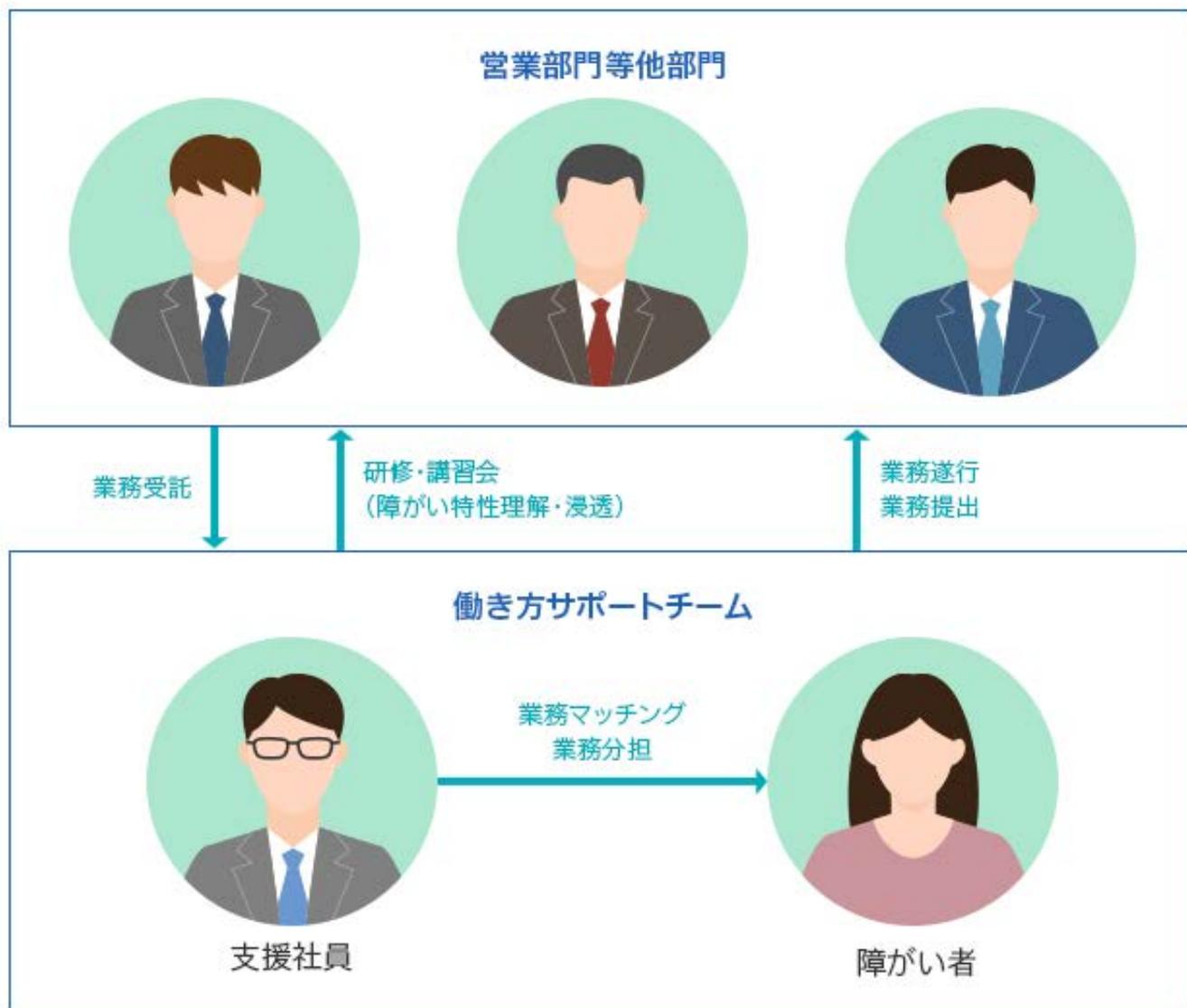


研修の様子

取組み及び連携体制



業務運用体制



担当者の声

(株)ハピネット 経営本部 コーポレート管理ユニット 人材開発部 働き方サポートチーム 坂下喜克 / 鈴木裕子

ハピネットらしいダイバーシティを！

当社は、障がい者雇用の取り組みをゼロから試行錯誤で進めてきました。専門機関からアドバイスを得たり、他社の取り組みを参考にしたりしながら、特性に合うように柔軟にアレンジしています。トライアル・アンド・エラーで一つ一つの実施と改善の繰り返し、ある意味、「手作り」感のある体制構築ですが、各々の状況や特性にマッチさせるというやり方が、当社での取り組みの良い点であり、就労定着につながっているのではないかと思います。

また、当社で取り扱うエンタテインメント系商材に興味がある障がい者の方も多く、各々の特性にマッチングした業務を遂行することによる業務効率化の発見や、モチベーションアップの傾向もみられるので、多様性を生かした働きがいのあるフィールドはまだまだあるのではないかと考えています。

今後も社内の協力を得ながら、適切なサポートを継続していきます。そして互いにコミュニケーションを図りながら、常に状況に合わせた合理的配慮を適正に行い、多様性を生かした働きがいのある職場づくりの推進に努めていきます。

特集 3 50周年記念を契機とし、会社の魅力を社内外へ発信



50th
Leap into the future
～幸せを届ける50年～



2019年に会社設立50周年を迎えたハピネットは、50周年スローガン『Leap into the future ～幸せを届ける50年～』の制定をはじめ、50周年記念サイトの作成や50周年記念ロゴデザインの社内公募や記念誌の作成など、社内外にハピネットの魅力を発信しています。

エンタテインメントを通じて「幸せを届ける」次の50年へ

ハピネットは2019年に会社設立50周年を迎えました。半世紀にわたり成長・発展を続けてきた当社のこれまでの歩みを踏まえ、従業員の「いま」を共有し、未来へ向けてさらに成長・発展への道を拓いていくことを目的に、50周年記念施策を社内外で展開しました。

そこでまず取り組んだのが、50周年スローガン『Leap into the future ～幸せを届ける50年～』の制定です。「とどまることなく未来へ向けて大きく飛躍して成長・発展する」決意とともに、エンタテインメントを通じてさまざまなステークホルダーに「幸せを届ける」50年にしていきたいという思いを込めています。

50周年の象徴となる記念ロゴデザインも社内公募で作成したほか、社外の方にも今までのご支援に対する感謝の気持ちをお伝えするとともに、ハピネットをより広く認知していただくための50周年記念サイトを立ち上げ、50年の歩みや当社が手がけたヒット商品などを紹介しました。さらに50周年記念誌を作成して、当社会長と社長の対談や若手従業員による座談会の内容、また全ての従業員の顔写真やコメントを掲載し、社員の経営に対する理解浸透や社員間コミュニケーションの活性化を図りました。

今回の施策はまた、歴史ある企業としての当社のアピールにもつながるものです。設立50周年という節目を迎えられたことに対するステークホルダーの方々への感謝を示すとともに、今回の記念施策を一過性とせず、より一層の認知度向上に向けてさらなる取り組みを進めていきます。

50周年記念サイト <https://happinet.co.jp/50th/>



50周年記念ロゴには「とどまることなく未来へ向けて大きく飛躍して成長・発展する」という決意が込められている。



会長・社長の対談や若手従業員による座談会、全従業員の顔写真やコメントを掲載した記念冊子。

担当者の声

(株) ハピネット 経営本部 経営企画ユニット 経営企画部 神山 小苗 / 中山 優果 / 後藤 千裕

社内外の多くの人に支えられ、50周年を迎えられたことを実感

50周年記念ロゴデザインの社内公募には、パソコンで本格的に作成されたものから手書きのものまで326件の応募がありました。従業員の関心の高さに応えるように、4カ月に渡った選考も白熱し、4回の選考会をもって最終決定となりました。

昨年1年間は社内外のさまざまな場面で50周年企業であることを打ち出してきたので、企業認知も向上できたと考えています。また記念誌は今後も形に残るものであり、従業員が数年後に冊子を見返したときに、「50周年という記念すべき節目にハピネットに所属していた」ことを思い出せるものができたと思います。

記念誌の作成にあたり、ハピネットの歴史を調べたり、過去の社内広報誌を見たりするうちに、社内外問わず多くの人の支えがあって50周年を迎えられたことを改めて感じました。記念すべき年にこのような企画に携わることができたことをうれしく思います。今までの50年を支えていただいたステークホルダーの方々のため、そしてハピネットがこれからの50年も更なる成長発展を続けるためにも、今まで以上に多くの方々に貢献できる企業でありたいと思います。



写真左から、中山 優果 / 神山 小苗 / 後藤 千裕

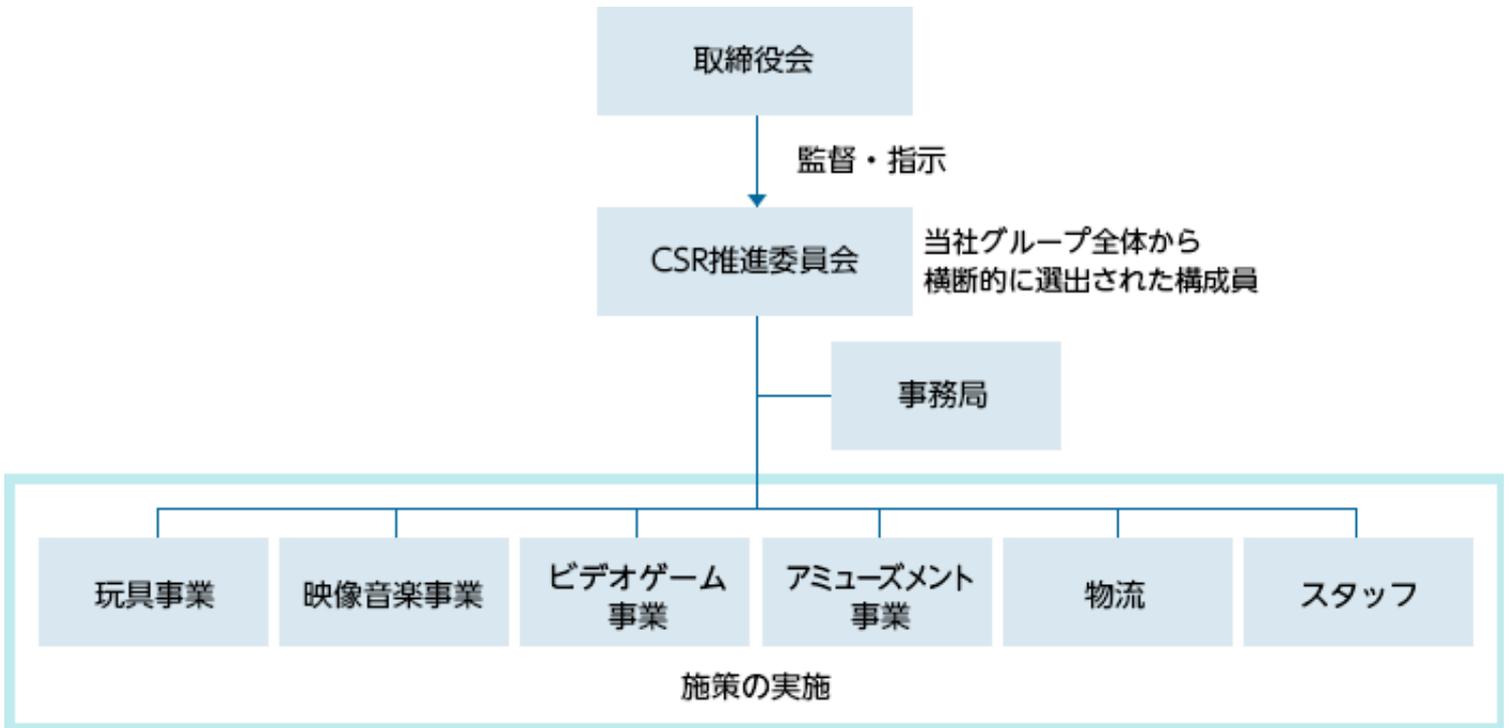


CSR推進体制

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



2020年度 CSR施策一覧

| カテゴリ | 重点施策 | 関連するSDGs | 2020年の主な施策 |
|----------|------------------|---|--|
| マネジメント | コーポレート・ガバナンスの強化 |     | 取締役会の実効性評価および課題解決策の実施 次世代経営者に対する育成施策の検討・実施 社員のコンプライアンス意識の向上 |
| | リスクマネジメントの強化 |     | BCPの見直しによる、全社を横断したリスクマネジメントの強化 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 海外取引に関する法的支援の体制強化 |
| 環境とのかかわり | 事業活動を通じた環境への貢献 |    | 廃棄物削減への取り組み ペーパーレス化の更なる推進 サーバー削減による、省エネルギー化の推進 |
| 顧客とのかかわり | 顧客満足の向上 |     | WEBサイトやSNSなどの活用による商品PRの強化 EC事業の更なる強化 海外パートナーとの取組強化による、日本市場への販売サポート及び日本の良質なプロダクトの世界への発信サポート |
| 社員とのかかわり | 働き方改革の推進 |     | ITツールの充実による持続可能なテレワークの推進 ナレッジの共有による業務の平準化、効率化 社員の健康に対する意識改善と健康増進意識の向上 |
| | 人材開発の推進 |      | 教育体系の抜本的な見直しによる人材育成強化 |
| | 組織の活性化 |      | 経営ビジョンの浸透とボトムアップ推進による組織活性化 社内コミュニケーションの活性化 |
| 社会とのかかわり | 事業活動を通じた社会への貢献 |     | 社員の積極的なボランティア活動の支援 地域貢献活動への継続的・積極的な参画 映像作品のバリアフリー化の推進 |
| 株主とのかかわり | 積極的なコミュニケーションの実施 |     | 情報開示（ディスクロージャー）の充実 WEBサイトやSNSを活用した企業認知向上施策の実施 |

2019年度 CSR施策と実績

○：目標達成 △：一部未達成 ×：未達成

| カテゴリ | 重点施策 | 関連するSDGs | 2019年の主な施策 | 自己評価 | 主な取組実績 |
|------------|---|---|-------------------------------------|--------------------|---------------------------------------|
| マネジメント | コーポレート・ガバナンスの強化 |     | 取締役会の実効性評価および課題解決策の実施 | ○ | 実効性評価と抽出された課題への解決策を実施 |
| | | | 資本コストを意識した経営戦略・資本戦略の推進 | ○ | 資本コストを意識した社内指標の導入、配当方針に具体的な数値目標を追加 |
| | | | 経営層向けトレーニングの強化 | ○ | 経営層向けのトレーニングを実施 |
| | リスクマネジメントの強化 |     | リスクマネジメント体制の見直し、再構築 | △ | 見直しは行ったものの、再構築は次期へ持ち越し |
| | | | 情報セキュリティと安定性・利便性の高さを兼ね備えたシステム環境の構築 | ○ | 新基幹システムの一部導入・稼働開始、次期も引き続き導入を行う |
| | | | 事業拡大や法改正に向けた、社員の法務知識の強化 | ○ | 社員への法務研修を実施 |
| 環境とのかかわり | 事業活動を通じた環境への貢献 |      | 廃棄物・廃棄販促物の削減 | × | 市場状況が厳しく、前期より増加、次期も引き続き、削減に努める |
| | | | サーバー削減による、省エネルギー化の推進 | ○ | 不要なサーバーを廃棄し、省エネルギー化を実現 |
| | | | 発行資料等の素材変更による地球環境への働きかけ | ○ | 全社員の名刺を環境負荷が少ない新素材（LIMEX）に変更 |
| 顧客とのかかわり | 顧客満足の上昇 |      | イベント、商談会、店舗でのキャンペーンなど情報発信・売上拡大施策の実施 | ○ | 積極的なイベント参加・開催等により情報発信・売上拡大施策を強化 |
| | | | 店舗・消費者のニーズに合った商品開発 | ○ | 主にコンビニエンスストア向けの商品開発を強化 |
| | | | ECサイトにおける顧客満足度の向上 | ○ | 顧客満足度の向上により当社が出店する3つのモールにて賞を受賞 |
| | サプライチェーンの効率化 |      | 映像音楽事業の物流・システム統合による効率化の実施 | ○ | 統合により効率化を実現 |
| | | | 受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 | ○ | 一部商品の受注をFAXからオンラインシステムに移行 |
| | | | 社員の多様化・構成変化に応じた人事諸制度の見直し | △ | 見直しは行ったものの、具体化は次期へ持ち越し |
| 社員とのかかわり | 多様性とワークバランスへの配慮 |        | 障がい者雇用の推進と社内理解・浸透の強化 | ○ | 取り組みが認められ、就労定着を実現している企業として就労支援事業所から表彰 |
| | | | 社員への組織満足度調査と改善策の検討・実施 | ○ | 組織満足度調査、改善策の立案・実施、効果測定のPDCAサイクルを確立 |
| | | | 社内コミュニケーションの活性化 | ○ | 設立50周年記念を契機に、社員への情報発信強化や社内イベントを実施 |
| | | | 業務の効率化による負荷・残業時間の削減と有給休暇取得の推進 | ○ | WEB会議の活用による移動負荷の軽減、重複業務の集約等による効率化を実現 |
| | 人材開発の推進 |       | 社員の自主学習支援制度の充実 | △ | 管理職に向けた研修を実施、全社員向けの自主学習支援制度は次期へ持ち越し |
| | | | 若手社員の積極的な起用 | ○ | ボトムアップ推進に向けた部門横断のプロジェクトを立ち上げ |
| 労働安全衛生への配慮 |    | 労働安全衛生、働きやすい執務環境への配慮の強化 | ○ | 地方拠点の事務所について、整備を実施 | |

| カテゴリ | 重点施策 | 関連するSDGs | 2019年の主な施策 | 自己評価 | 主な取組実績 |
|----------|------------------|---|----------------------------|------|--|
| 社会とのかかわり | 事業活動を通じた社会への貢献 |    | 社員の健康増進意識の向上 | ○ | 社内イントラでの情報発信を実施 |
| | |    | 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 | ○ | 地域活動に継続的に参加 |
| | |  | 映像作品のバリアフリー化の推進 | ○ | 聴覚や視覚に障がいがある方にも映像作品を楽しんでもらえるよう、DVD・Blu-rayにおけるバリアフリー化を継続的に実施 |
| 株主とのかかわり | 積極的なコミュニケーションの実施 |    | 社員の株式価値への意識向上推進 | △ | 意識向上施策の実施は次期へ持ち越し |
| | |  | オリジナル商品のPRを通じた企業認知強化 | ○ | 積極的な商品PRを実施 |

Copyright © 2020 Happinet. All Rights Reserved.

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



※ガソリン・軽油については、当社から委託を受けた運送業者車両の使用量も含まれます。



※ 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。