

ハピネット
CSRレポート
HAPPINET CSR REPORT

2019
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. 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
CSR マネジメント	21
CSR推進体制	21
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

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

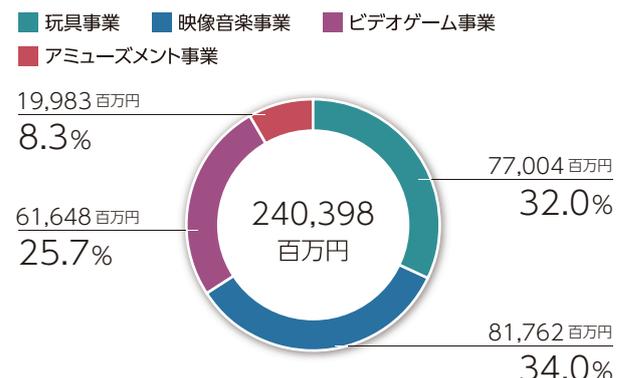
売上高推移(百万円)



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

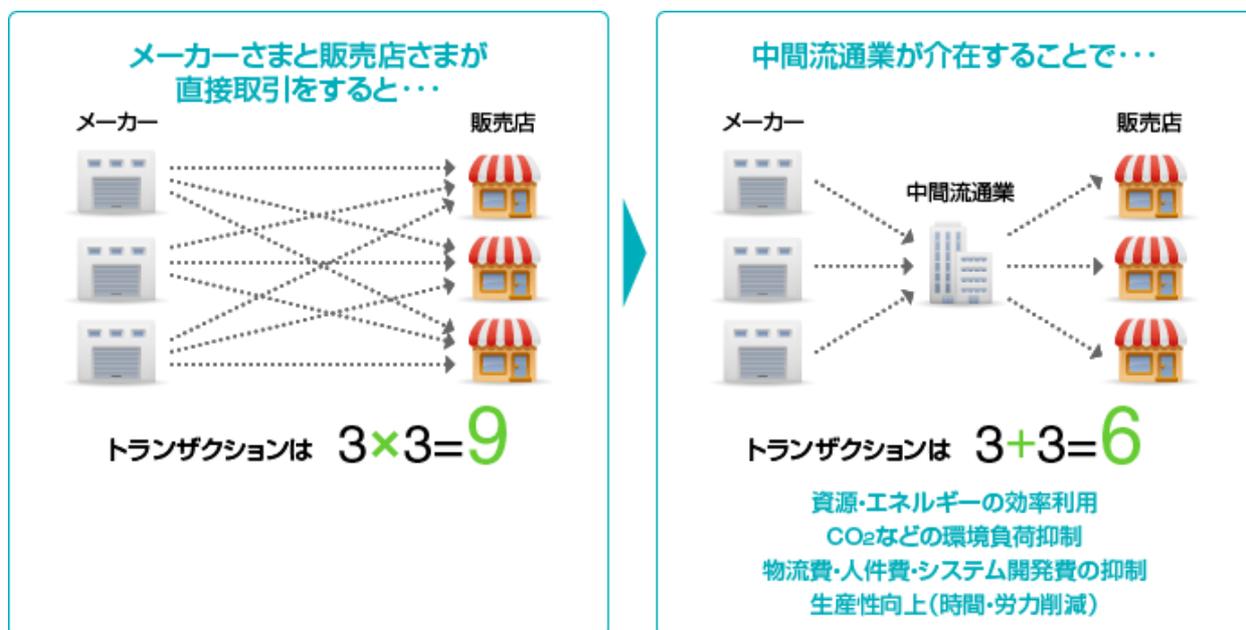
メーカーさまと販売店さまの間に立つ“中間流通業”としての機能を発揮して商品流通に伴う“社会的エネルギー・コストの抑制、効率化”に貢献していきます。

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

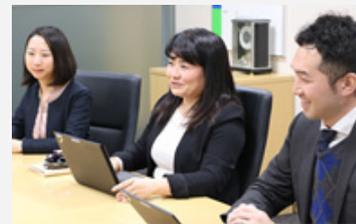
(株)ハピネット 経営本部 人材開発部 人材育成チーム 秋元 真弓 / 岸成 明 / 町永 千春

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けど、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

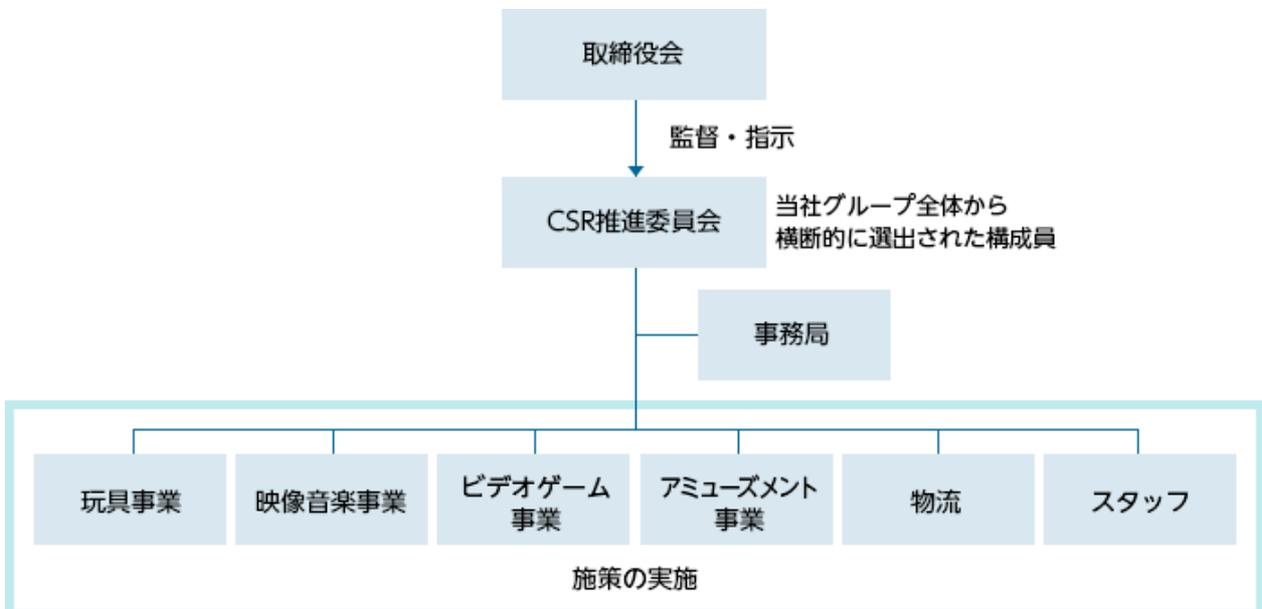


CSR推進体制

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



○：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	○	● 不要なサーバーを廃棄し、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
	EC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

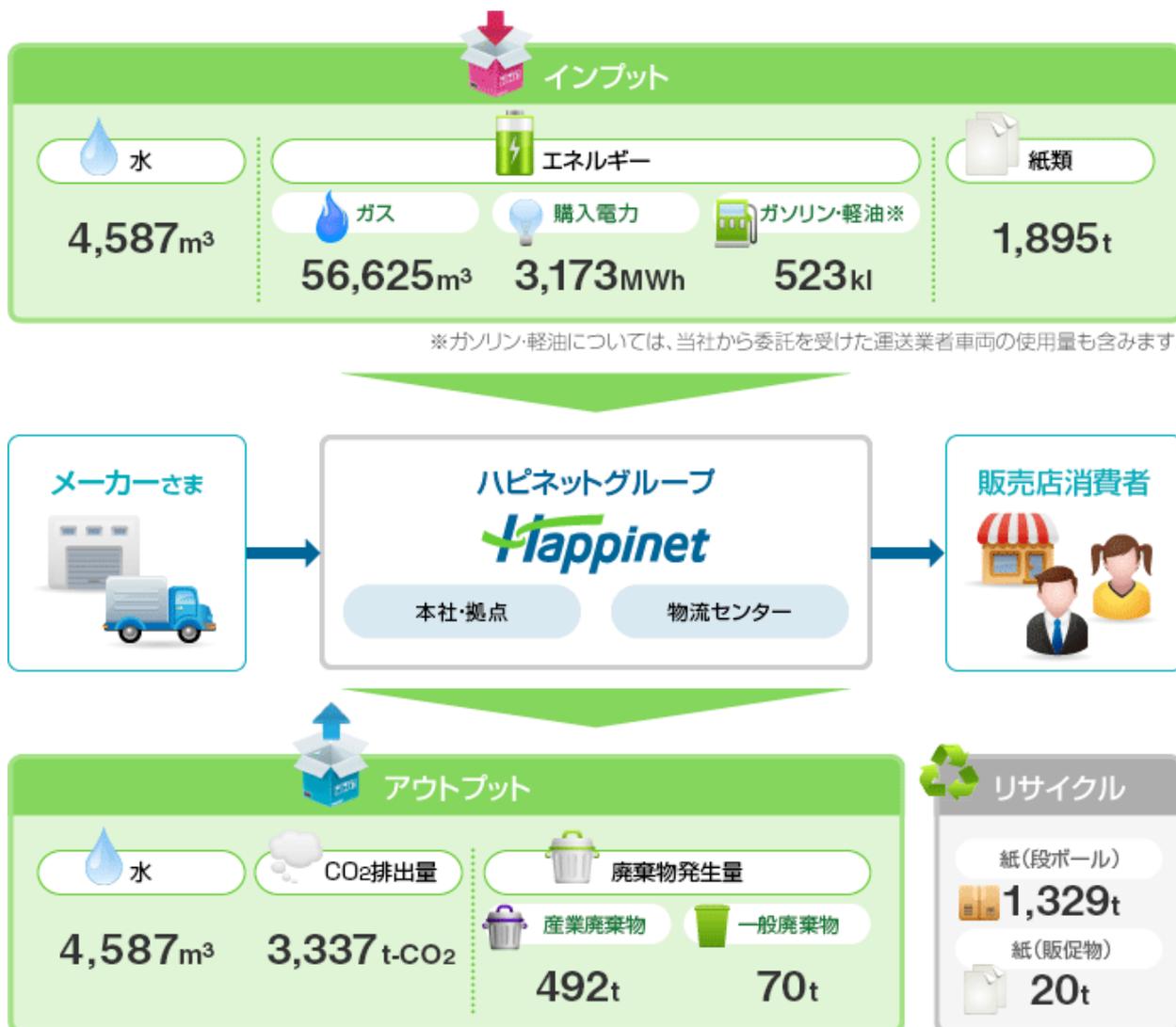
2019年度 CSR施策一覧

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・廃棄物促進物の削減 ● 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 ● 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

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。