



ハピネット
CSRLレポート
HAPPINET CSR REPORT
2013



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	11

特集

1.メンタルヘルス対策の強化	14
2.若手・中堅社員教育の強化	20
3.書店向け玩具販売パッケージの開発	24

ヒューマンレポート	27
-----------	----

CSRマネジメント	39
CSR推進体制	40
CSRの目標と実績	41
コーポレート・ガバナンス	43
コンプライアンス	45
リスクマネジメント	47

環境とのかかわり	53
環境マネジメント	54
廃棄物削減の取り組み	56
地球温暖化防止の取り組み	61

顧客とのかかわり	63
基本的な考え方	64
製品責任への取り組み	66
CS(顧客満足)の向上	70
お取引先さまとともに	72

社員とのかかわり	75
基本的な考え方	76
多様性とワークライフバランスへの配慮	77
人材開発	80
労働安全衛生への配慮	83

社会とのかかわり	90
基本的な考え方・社会貢献	91

株主とのかかわり	93
基本的な考え方・株主還元策の実施	94
株主・投資家とのコミュニケーション	95

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

2012年度(2012年4月1日～2013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2012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想定しています。

参照したガイドライン

GRI「サステナビリティ レポートニング ガイドライン」(第3.1版)
環境省「環境報告書ガイドライン(2007年版)」

発行年月

2013年8月(前回:2012年8月)

問い合わせ先

株式会社ハピネット 管理本部 経営管理部 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:<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

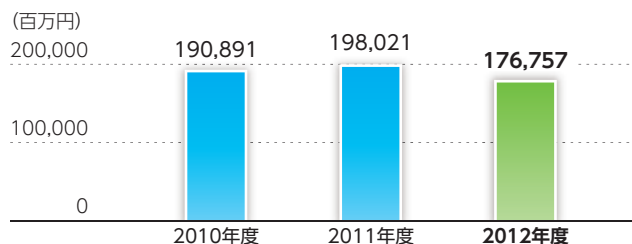


URL <http://www.happinet.co.jp/>

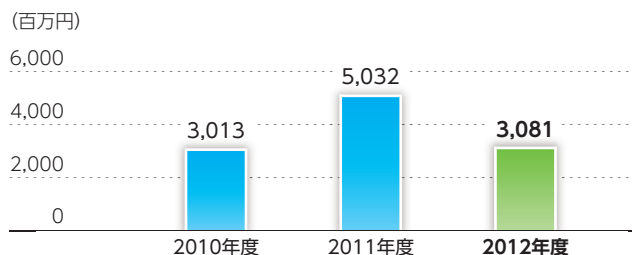
主要子会社 株式会社ハピネット・マーケティング
株式会社ハピネット・ピーエム
株式会社モリゲームズ
株式会社ハピネット・ベンディングサービス
株式会社ハピネット・ロジスティクスサービス

従業員数 連結 918名(男性:752名 女性:193名)
単体 399名(男性:287名 女性:112名)

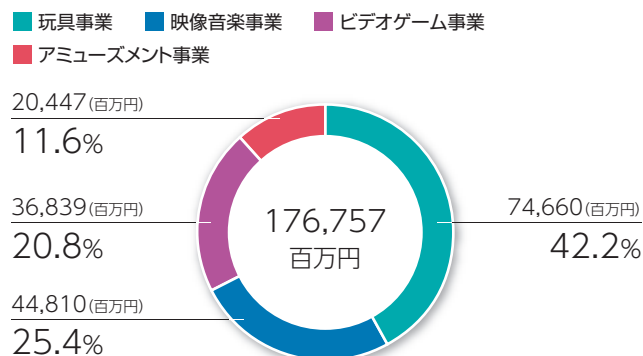
売上高推移



経常利益推移



事業別売上高構成比(2012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ジャーにより、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目指す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。また、「CSR基本方針」のベースとなっているのは、「経営姿勢」です。

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。

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。

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。

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。

ハピネットグループの事業概要

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提供し、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。

玩具事業



映像音楽事業



映像音楽事業は、DVD・CD市場に商品を提供し、中間流通業として業界でもトップクラスのBlu-ray・DVD・CDソフトの取り扱いタイトル数を誇っています。また、中間流通業にとどまらず、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も積極的に取り組んでいます。

株式会社ハピネット 事業ユニット

●トイ・ホビーユニット

(株)バンダイの玩具を中心とした商品を、販売店さまに供給しています。

●CVSユニット

玩具やDVD、ビデオゲームなどの幅広い商品を、コンビニエンスストア法人に供給しています。

●トイ・オリジナルユニット

玩具を中心に、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。

●ピクチャーズユニット

映像・音楽などの自社コンテンツ作品や独占販売商品の企画・制作を行っています。

●ビデオゲームユニット

(株)ソニー・コンピュータエンタテインメントのプレイステーション関連商品、日本マイクロソフト(株)のXbox360関連商品を中心に、販売店さまに供給しています。

●オンラインユニット

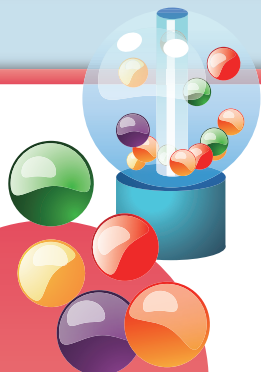
インターネットショッピングサイトを運営し、玩具、ビデオゲームやDVDなどを消費者であるお客さまに直接販売しています。

- 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
- その他

ビデオゲーム事業は、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。



ビデオゲーム事業



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。

主要子会社

●株式会社ハピネット・マーケティング

多くのメーカーさまの玩具を中心とした商品を、販売店さまに供給しています。

●株式会社ハピネット・ピーエム

映像・音楽ソフト商品を、販売店さまに供給しています。

●株式会社モリゲームズ

任天堂(株)のWii、ニンテンドー3DSおよびニンテンドーDSシリーズ関連商品を販売店さまに供給するとともに、オリジナル商品の企画・開発を行っています。

●株式会社ハピネット・ベンディングサービス

カプセル玩具自動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。

●株式会社ハピネット・ロジスティクスサービス

ハピネットグループを中心に物流業務を受託し、「最適流通システム」の中で、物的流通面における機能構築と運用を行っています。

トップメッセージ

創業当初から受け継がれる
経営の基本姿勢を守り、
「ハピネットらしいCSR」で
社会と共存していきます。

代表取締役 社長兼最高執行責任者 苗手 一彦



ハピネットに根付くCSRの考え

ハピネットは、この十数年で急成長を果たしています。なぜ、ここまで成長できたのでしょうか？それは、各ステークホルダー（利害関係者）から認められたからであり、評価されたからです。その時々において「CSR」という言葉は使っていませんでしたが、「利益を追求するだけでなく、社会に与える影響に責任を持ち、あらゆるステークホルダーからの要求に対して適切な意思決定をする」ことを実践してきたからこそその成長と言えます。当社の経営姿勢にはCSRの基本となる考え方が根付いていたのです。

このことは、創業者である当社最高顧問の河合の言葉にも表れています。あるインタビューで「消える会社、存続する会社を分けるものは何か？」という問いに対して河合は「ひとこと言えば、消える会社は社会的に役に立つことを怠っていた、皆さんから必要とされることをやっていたということだと思います。社会は絶えず変化していますから、その社会に必要とされなくなった事業や仕事というのは必然的に消えていくでしょう。常に周りが何を必要としているかということを先に準備していれば、社会に認められる。自社の利益だけ、自分の会社のためだけを考えて行動していたら、いつかは駄目になると思います」と答えています。

このように、当社には、ステークホルダーから評価・支持されるために、戦略的・長期的視点で活動する姿勢があります。その結果として、ステークホルダーに適正な利益を還元できるのです。私は、この創業者が育んできた文化を「ハピネットらしいCSR」の基本コンセプトとして社内外に発信していくべきであると考えています。

「何が大切か、何が正しいか」 を考え、行動する

企業には、時として利害関係が対立する諸問題が発生します。例えば、「法的・倫理的責任」「経済的責任」「環境・社会的責任」などの概念で利害関係が対立する場合や、ステークホルダー間（「メーカーさま」と「販売店さま」、「企業利益」と「環境問題」、「社員の報酬」と「株主利益」など）の利害関係が対立する場合も、「戦略的・長期的視点」で企業全体の価値を高める意思決定を行っていきます。当社のこれらの判断基準はすべて「常に『何が大切か、何が正しいか』を考え、行動します。」と定めた行動指針に基づいています。

1. 「法的・倫理的責任」

当社には、創業当時から最高顧問の河合が「近代経営とはこうあるべきだ！」と率先垂範してつくり上げてきた倫理的な文化があります。それは、「信義と信頼を大切にす」「社会のよき一員としての自覚を持つ」「ステークホルダーとの共生を図る」という言葉などで明文化されています。創業者の企業経営に賭ける強い思いが最も色濃く表れている部分であり、これらの経営意思は、当社のさまざまな経営の仕組み、ルールとなり、企業風土として根付いています。具体的な仕組み、ルールとしては、「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)」のほか「行動指針10カ条」などがあり、いずれも倫理的な事柄を重視しています。

また、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、コンプライアンスに関する監視・監督を行うコンプライアンス推進室(内部監査)や「社外コンプライアンス委員会」「社内コンプライアンス委員会」を設置しています。

さらに実務では、懲戒辞令において「どこが悪かったのか。何を誤ったのか」ということを具体的に全社員に告知するなどして教訓にしています。

これらは、創業者が率先して全社員に浸透させた取り組みの成果であり、他社にない当社の強みであると自負しています。今後も全役員・社員に対して、コンプライアンス・倫理規範を徹底し、かつ適切に行われているか、常にモニタリングを実施していきます。そして、リスクが発生しうる危険性が認められた場合には、組織的に対応し早期に是正する姿勢を貫いていきます。

2. 「経済的責任」

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」——当社は、これらステークホルダーに対する適正な利益還元と、そのプロセスを公正に実施していくことを経済的責任と位置付け、戦略的・長期的な視点で経営を行ってきました。

例えば、玩具事業は、中間流通業としての中核機能(「販売支援システム」×「物流システム」×「情報システム」)を高めたことによって、販売店さまからもメーカーさまからもその存在意義を認めていただき、ナンバーワンのシェアを占めることができました。これは、ビデオゲーム事業にしても映像事業にしても同じことが言えます。その背景にある戦略的な営業施策の具体例が、大半の営業社員が受講している「セールスアカデミー」です。これは、営業員の育成を目的とした社員教育ですが、お取引先さまの成長を支援する新たな価値をいかにフェアな競争を通じて提供し続けていくかという営業活動であり、CSR活動でもあります。

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」

● 環境保全への取り組み

当社は、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進め、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事業体制の構築をめざしています。

例えば、物流における環境活動の一環として、「誤納率、十万分の一以下」をめざしています。納品の誤りは、お取引先さまにご迷惑をかけるだけでなく、再納品など配送頻度も上がり、環境負荷も高くなるからです。また、「商品容積を自動計算し、梱包材のムダを排除」「伝票レス取引の推進」「商品の倉庫間移動削減」「折りたたみコンテナによる納品」「廃棄物のリサイクル（リサイクル可能な緩衝材への変更や、段ボールのリサイクル）」などに力を入れています。

このように、「事業に直結した部分でどのように環境保全を行っていくか」を優先的に検討し、温暖化の抑制や、貴重な資源の有効活用にも今後も自主的に取り組んでいきます。

● 安全・品質向上への取り組み

当社は、お客さまに安心して商品をご利用いただけるように、法令や業界基準を遵守することはもちろんのこと、厳しい自主基準を設け、高い安全性と品質を追求できる体制を実現します。

玩具の法的規制としては、「食品衛生法」などがあります。これに対して、当社が所属する（社）日本玩具協会では、法的規制より厳しい独自の玩具安全基準（ST基準）※1を設けて自主的な規制を実施しています。当社は、玩具安全マーク（STマーク）付き玩具については、基準合格品であるかどうかを入荷前にチェックする取り組みを実施しています。また、オリジナル製品に関しては商品ごとにST基準より厳しい自主基準を定めて安全性を管理しています。さらに、玩具だけでなく、映像・音楽やビデオゲームなどについても、反社会的団体との関係に疑いのある商品や政治・宗教に関わりのある商品については、その取り扱いを慎重に検討し、商品を選別しています。

こうした基準に基づくチェックとともに、現場でのCoC（Code of Conduct：行動規範）監査※2も進めています。

※1 玩具安全基準（ST基準）

（社）日本玩具協会が、玩具業界の自主的な玩具安全対策事業として1971年に創設した制度で、ST（Safety Toy）マークを表示する子ども用玩具の適合基準。このST基準をクリアすることによって、商品にSTマークを表示することが可能になる。

※2 CoC監査

生産委託先の労働基準に関する監査。監査内容は、工場の施設や設備に関するハード面と就業規則や健康管理に関するソフト面があり、強制労働・児童労働・賃金未払いといった問題を含む労働法（生産工場の国における法令）などに基づいた内容。

● 文化・社会支援活動

当社は、「（財）日本おもちゃ図書館財団への寄付」や「（財）共用品推進機構への寄付」を行っています。また骨髄移植手術のための休みを特別休暇としています。さらに『We Are The World』という作品では、売り上げの一部を「USA for AFRICA」を通じて飢餓撲滅キャンペーンに寄付しています。東日本大震災の被災地や被災者の皆さまには、日本赤十字社およびおもちゃ図書館を通じた義援金の寄付、（社）日本玩具協会を通じた玩具の寄付、「東北こども博」への協賛などを実施しました。活動目的・主旨に賛同でき、ハピネットらしくお役に立てる活動に対して、可能な範囲でその取り組みを今後も推進していきます。

「社会から信頼される会社」

「社員が誇れる会社」

をめざして

当社には「あらゆるステークホルダーから評価・支持されるために戦略的・長期的視点で活動していく」という創業者が育んできた文化があります。この文化が当社の「CSR理念」「CSR基本方針」の骨格です。「CSR理念」「CSR基本方針」を実践し、社会から信頼される会社、社員が誇れる会社をめざすことを宣言して、皆さまへのメッセージとさせていただきます。より良い会社になることをめざして全社一丸となって邁進してまいります。

株式会社 ハピネット
代表取締役 社長兼最高執行責任者

苗手 一彦

Copyright © 2013 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

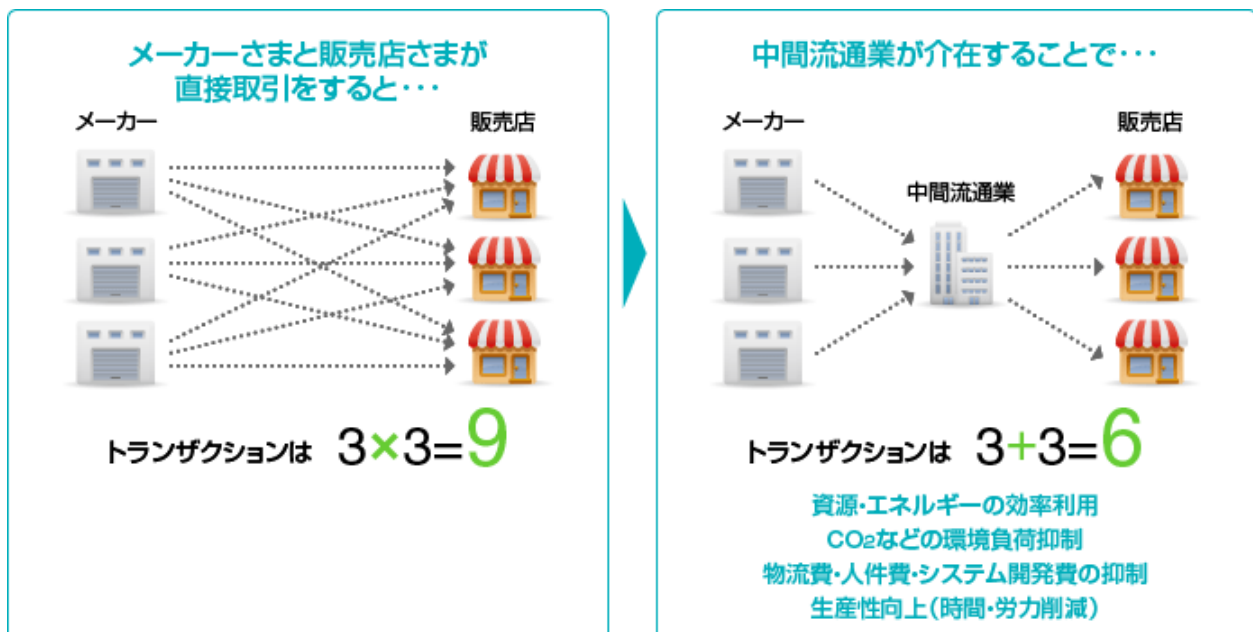
メーカーさまと販売店さまの間に立つ“中間流通業”としての機能を発揮して商品流通に伴う“社会的エネルギー・コストの抑制、効率化”に貢献していきます。

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 © 2013 Happinet. All Rights Reserved.

特集 1 メンタルヘルス対策の強化

“メンタルタフネス”をコンセプトに 不調者の早期回復にとどまらず 「元気な社員」をますます元気にする 体制を構築



ハピネットグループでは、社員が充実した社会生活を送るために、
従来から社員の健康サポートや安心して働ける職場環境づくりに取り組んできました。
なかでも近年は、職場におけるメンタルヘルスクアの重要性が叫ばれていることから
“不調予備軍”の早期発見・対応や、不調に陥った社員の職場復帰支援に重点を置いた対策を推進。
さらに2012年度は、健康な社員に対しても予防策を取るなど、対策を強化しています。

“メンタルタフネス”をコンセプトに体制を強化

多くの企業で成果主義の導入や雇用形態の変化、ITの発達による働き方の変化など、仕事・職場環境が大きく変化するなか、最小限の人数で効率を上げ、生産性を向上していくことが社員にとって過重な労働負荷となり、少なからぬ社員が職務上のストレスで心身の健康を損ねるという問題が起こっています。厚生労働省「労働者健康状況調査」（平成19年）によると、仕事や職業生活に関して強い不安、悩み、ストレスを感じている労働者が約6割に上っています。

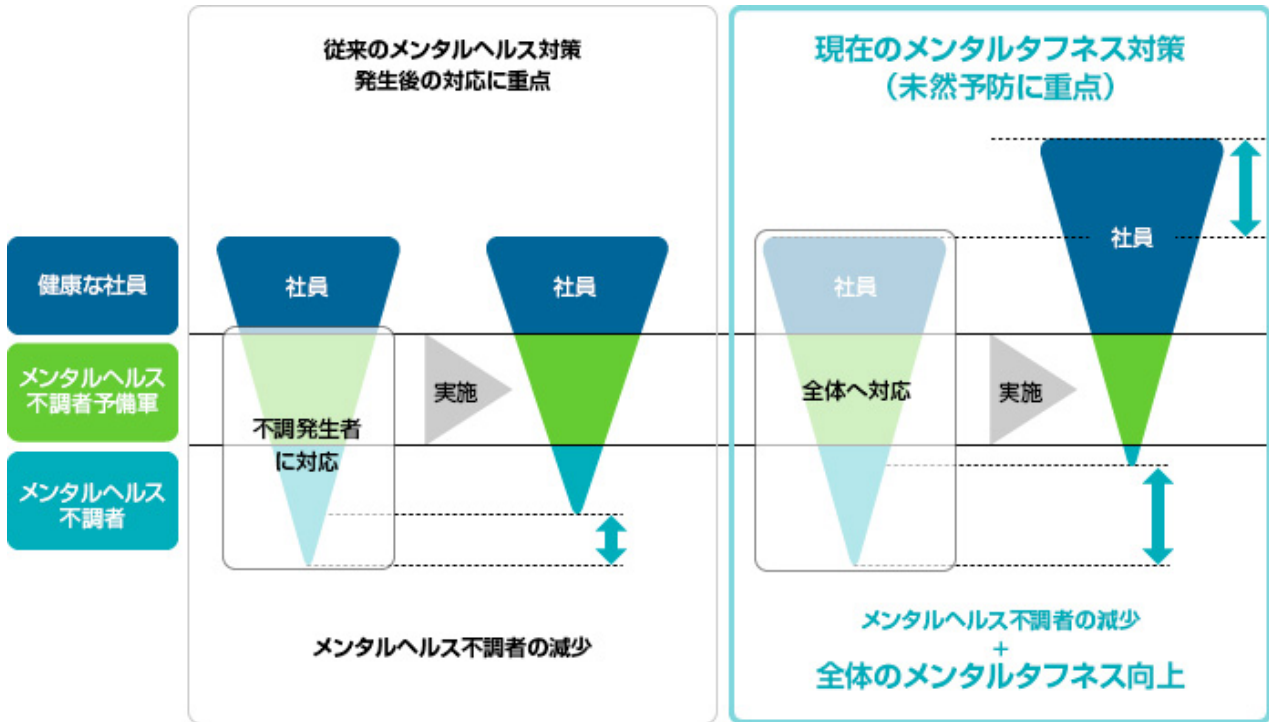
こうしたなか、ハピネットグループでは2007年、一般的な健康管理業務では補いきれない個々人の疾病予防から対処まで、心身のトータルなヘルスクアを実施する「安全衛生推進チーム」を設置。「ストレスチェック」などを実施して“不調予備軍”の早期発見・早期対応や職場環境の改善、不調に陥った社員の回復および職場復帰支援に重点を置いたメンタルヘルス対策にも取り組んできました。

そして、2012年度からは、対策をさらに強化し、“メンタルタフネス”というコンセプトのもと、不調予備軍だけでなく“健康な社員”に対しても予防策を講じる取り組みを開始しました。



安全衛生推進チームの様子

メンタルヘルス対策の方向性



取り組み①
「ストレスチェック」の
コンテンツを拡充

取り組み②
カウンセリング体制を
充実

取り組み③
臨床心理士による
きめ細かなケアを実施

不調予備軍だけでなく“健康な社員”に対する予防策を強化していくために、ハピネットグループは、2013年1月、新たなストレスチェックの仕組みを導入しました。

これは、Webサイト上で99問に及ぶ質問に答えていくことで、「自覚しているストレス」だけでなく、一人ひとり異なる「ストレスを感じる原因・受け取り方・対処の傾向」などを把握することができるものです。実施後すぐにチェック結果を得ることができるほか、自身のストレス耐性の傾向などもわかりやすく表示されます。また、結果に応じて必要な改善・予防策を自己学習できるコンテンツも豊富に用意されており、必要なセルフケアを実践することができます。

ハピネットグループでは、このストレスチェックを年1回、全社員を対象に実施するとともに、ストレス耐性のレベルなどによってさまざまな対象層にセグメントして、その層に必要な予防策の指導やアドバイスを行っていく予定です。

さらに、社員がいつでも気軽にメンタルコンディションを確認できるよう、44問のセルフチェックツールも用意しています。

ストレスチェック



©2013 ADVANTAGE Risk Management Co.,Ltd. All Rights Reserved.

取り組み①
「ストレスチェック」の
コンテンツを拡充

取り組み②
カウンセリング体制を
充実

取り組み③
臨床心理士による
きめ細かなケアを実施

取り組み①
「ストレスチェック」の
コンテンツを拡充

取り組み②
カウンセリング体制を
充実

取り組み③
臨床心理士による
きめ細かなケアを実施

社員が仕事上の悩みや問題を抱えた時に備えて、ハピネットグループは、社外に専門のカウンセラーを置き、プライベートに配慮しながら電話相談できる体制を構築していましたが、実際の運用段階では利用数が少なく、予防効果に関しては十分とは言えませんでした。

そこでハピネットは、2013年1月から、社員が心身ともにベストな状態で職業生活を送ることを目的に、健康な社員も気軽に相談できる新たなカウンセリング体制を構築しました。具体的には、相談内容を仕事やキャリア、心身の状態に限定せず、親の介護や子育てに関する悩みや、私生活において法的・経済的な知識が必要な問題など、公私両面にわたるあらゆる相談に幅広く対応することにしました。また、本人の心に影響する可能性がある家族の悩みにも対応するという観点から、二親等までの親族もカウンセリングを受けることができます。

さらに、アクセス方法も利便性を向上。従来の電話に加えて、メールやWeb相談、対面カウンセリングも可能になり、必要に応じて東京だけでなく、全国47都道府県で直接専門家によるカウンセリングを受けることができます。

2013年1月にこの体制を構築してから3カ月間で、相談件数は徐々に増えています。

取り組み①
「ストレスチェック」の
コンテンツを拡充

取り組み②
カウンセリング体制を
充実

取り組み③
臨床心理士による
きめ細かなケアを実施

取り組み①
「ストレスチェック」の
コンテンツを拡充

取り組み②
カウンセリング体制を
充実

取り組み③
臨床心理士による
きめ細かなケアを実施

ハピネットグループは、事業場内でのメンタルヘルスに関するサポート体制として、安全衛生推進チーム内の担当者に加えて、産業医や看護師などと定期的に面談できる機会を設けています。

この体制をさらに強化していくために、2012年5月からは、文部科学省が認定する資格取得者である臨床心理士を新たに加えました。心理テストなどを用いた心理査定技法や面接査定に精通し、臨床心理学的な面接援助技法を適用できる相談体制を社内につくることで、今後、退職復帰者の不調再発防止のため、またメンタルヘルス不調を未然に防ぐため、職場や仕事に適應するまでのよりきめ細かなサポートを行っていきます。



臨床心理士とのカウンセリング風景

取り組み①
「ストレスチェック」の
コンテンツを拡充

取り組み②
カウンセリング体制を
充実

取り組み③
臨床心理士による
きめ細かなケアを実施



- **ストレス耐性を高める取り組みに注目しています**

情報通信の技術革新や、グローバルな経済状況の変化のなかで、仕事の質や量、そしてスピード感なども変化し、働く人々にとってはストレスの多い時代となっています。とはいえ、それらを避けて通ることができない以上、ストレス耐性を高めていくしかありません。ストレスが過大になると、人は、心身の病気という形でストレス反応を出してしまうことがあります。それに対し、ストレス耐性とは、ストレスへの抵抗力を高める働きです。今回、ハピネットがテーマとする「メンタルタフネス」というキーワードは、ストレス耐性を高める要素について、多くの社員が積極的に取り組んでいけるよう、会社全体で取り組んでいこうというアクティブな施策であり、ハピネットのめざす新しい時代の働き方への提案の一つであろうと思います。多くの社員が取り組みへの理解を深め、互いに支え合って、ともにストレスに負けない健康な心と体をつくり、快適なビジネスライフを送っていただければと思います。

ERI産業心身医学研究室 平 陽一 先生

特集 2 若手・中堅社員教育の強化

時代の変化にスピーディに対応していくために “若手・中間層社員の育成”を強化



企業が持続的に成長を遂げるためには、

職場でリーダーシップを発揮する人材が不可欠です。

こうした考えから、ハピネットグループは従来から新入社員とともに
リーダー層の育成に注力してきました。

また、2009年度からは、リーダー層の育成に一定の成果が出てきたことや
加速する事業環境の変化にスピーディに対応していくために

「キャリア研修」を中核に、若手・中間層社員の育成強化に注力しています。

リーダー層に次いで若手・中間層を強化

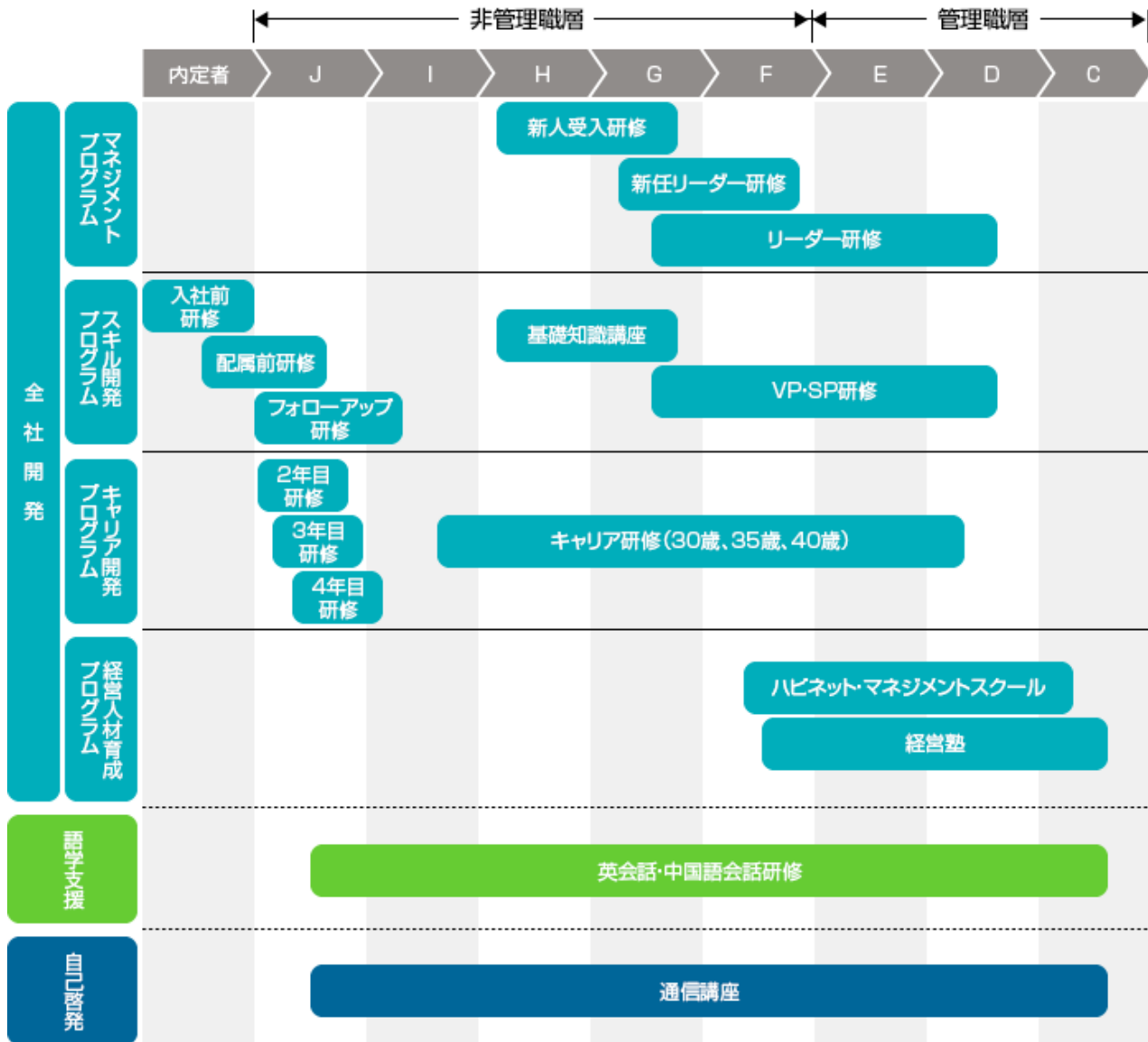
ハピネットグループは、企業としての持続的な成長をめざして、従来から次代を担うリーダー育成のための研修プログラムを拡充してきました。具体的には、将来の幹部候補生を育成することを目的とした「ハピネット・マネジメントスクール」、チームリーダーを対象にした「リーダー研修」や「新任リーダー研修」、顧客視点を持って価値を提案できる営業人材を育成する「VP (Value Planner) 研修」、経営者のパートナーとして全体最適を考えた問題解決力を育成する「SP (Solution Planner) 研修」などを実施してきました。

これらの研修を重ねることによって一定の成果が上がりましたが、エンタテインメント業界を取り巻く経営環境の変化はますますスピードを増しています。こうした変化の激しい時代に新たなビジネスチャンスを見出すためには、リーダー層だけでなく、若手や中間層の社員を含めた全社員が事業戦略や将来のあるべき姿を考え、自覚と責任を持って実行していく環境づくりが必要です。

そこでハピネットは、2009年度から、若手・中間層社員がより活躍していくための新たな教育研修プログラムの拡充に着手しました。



(株)ハピネット 管理本部 経営管理部
人材開発チーム 関 毅



「将来のために今何をすべきか」を考える「キャリア研修」

若手・中間層社員がより活躍できる教育研修プログラム——その中心となるのが、5年ごとに自らのキャリアを考える「キャリア研修」です。

キャリア研修は、25歳から40歳までの5年ごとに実施しており、それぞれの年齢ごとに設定されたテーマの研修を受講し、自分自身のキャリアに応じた目標や課題を整理していきます。例えば30歳の段階では、社会のなかでの会社の位置付け、自身の位置付けなどを踏まえて「これからどのような分野、仕事で組織人としての責任を果たしていくか」などをテーマに、また40歳の段階では、上司や同僚、部下による「多面評価」の結果も参照しながら自分自身を客観的に捉え、「会社の核としてどのように自己革新を遂げるか」というテーマで自分自身のキャリアを検討していきます。

受講者からは「普段の担当業務から離れて、会社全体もしくは自分自身の長期的な視点で考えることで本当に自分の成し遂げたいことが見えてきた」「自分を客観的に見つめ直すことで、改めてこの会社ですべきことが整理できた」といった声が聞かれます。ハピネットは今後も研修を継続し、若手・中堅層社員のマインドやスキルの底上げを図っていきます。

新人育成の基本的な方法や心得を理解する 「新入社員受入研修」を開始

若手社員の能力向上に向けて、2012年度は、新たに「新入社員受入研修」を開始しました。

この研修は、新入社員のOJT（On the Job Training：上司や先輩が具体的な仕事を通じて新入社員を教育・指導する）を担当する職場の先輩社員を集め、指導方法や心得、仕事をする上でのルールなどをレクチャーするもので、これによって「人によって言うことが違う」といった事態を防ぎ、指導レベルを高く均一に揃えることができるようになりました。また、新入社員一人ひとりの個性なども事前に共有することで、先輩社員の連携によるきめ細かな指導が期待されます。

2012年度は、新入社員37名が入社し、同数のOJT担当者が受講しました。受講者からは「あらかじめ新人の興味対象や思考特性などが把握できることで、指導がやりやすくなった」との声が寄せられています。また一方で、指導の際の注意事項などを事前に示したことで、一部の先輩社員からは「厳しく接することができなかった」という声も寄せられました。今後は、こうした課題も踏まえながら、来年度の受入研修の内容を工夫していきます。

新入社員受入研修プログラム



VOICE

「自部門に配属される新入社員」に対する実践的な受入準備ができました

久しぶりに新入社員が同じチームに入ってくるタイミングで開かれた研修だったので、大変勉強になりました。「新人教育」という大きな枠組みで考えるだけでなく、「自部門に配属されてくる新入社員」に目を向けることができ、受け入れる側も具体的かつ実践的な育成目標・計画の立案や、配属直後の接し方など幅広い視点で受入準備をすることができました。また、今までは、業務の引き継ぎ方にばかり気をとられていましたが、相手のキャリアビジョンなども共有した上で指導していくことの重要性も実感できました。若手育成に関しては、4年目のコーチング研修もありますが、実際にOJTを行うメンバーを対象にして実施したこの研修も続けていってほしいと思います。



(株) ハピネット ビデオゲームユニット 第2営業部 SR1チーム
中根 伸一

社員の自己啓発意欲に応える「基礎知識講座」を開設

2012年度は、「基礎知識講座」も新たに開始しました。

これは、「法律・契約」「管理会計」「債権管理・取引先状況把握」「労務管理」という業務に求められる基本的な知識・スキルを、法務チームや債権管理チームに所属する専門的な知識を持つ社員が講師となってレクチャーする講座で、勤務時間終了後に行われます。希望する社員が参加できるため、「キャリア研修」などで作成したキャリアプランに合わせた学習機会を自らつくることができます。

2012年度は、ほぼ毎回満席で、延べ112名が受講しました。ハピネットでは、「引き続き開催してほしい」という声に応えて、今後、テーマや回数を増やすことも検討しています。

VOICE

受講して改めて「仕事の責任の重さ」と「奥深さ」を感じました

「基礎知識講座」を受講しようと思ったきっかけは、入社5年目となり、多くのことを経験したと思う反面、「知識」としてまだまだ未熟だと感じる部分が多量ならずあったからです。「知っているようで知らないこと」をこの機会に自信を持って「知っている」とはっきりと言えるようになりたいと思い受講しました。受講して、改めて「仕事の責任の重さ」と各講座の「奥深さ」を実感しました。2カ月間にわたって受講した「債権管理に関する基礎知識講座」では、担当する法人さまのいろいろな出来事にアンテナを張り、上司と情報共有していくことが重要で、仕事は資金を回収して初めて終わるということを強く意識付けられました。また、参加したすべての講座について、その奥深さを知ることができたのは、今後もより多くの知識を増やしていこうと思うきっかけとなり、とてもいい経験でした。



(株) ハピネット・マーケティング 第2営業部MDチーム

山里 祐二

特集 3 書店向け玩具販売パッケージの開発

ハピネットの強みを活かした “玩具・バラエティグッズの提案”を 通じて書店の売り場活性化を支援



人々の活字離れや電子書籍の登場など、逆風のなかにある書店経営。こうした状況を踏まえ、ハピネットは玩具やバラエティグッズなど得意とする商材販売を、その品揃えから在庫管理までトータルに支援する書店向けのパッケージを開発し、2013年4月から本格的な提供を開始。新たな商材による客層の拡大、売れ筋商品による店頭の活性化が期待されています。

書店活性化に向けた「パッケージサービス」の開発に着手

日本全国の書店数は、1997年の約2万店をピークに減少の一途を辿っており、2015年までに1万店を切るともいわれています。その背景には、日本人の活字離れやネット書店の成長などが挙げられます。また、現在では電子書籍も登場し、実店舗型書店の経営環境は厳しさを増しています。

こうした事態を打開しようと、最近では書籍だけでなく、玩具や雑貨も販売する複合型の書店が増えてきました。しかし、玩具や雑貨は書籍・雑誌とは異なる商品管理のノウハウが求められ、そうした人材が十分に育っていない店舗では大きな効果を発揮することができていませんでした。

こうした状況のなか、2010年秋、ハピネットは書店活性化プロジェクトを立ち上げ、書店の客層に合った玩具やバラエティグッズの品揃えを強化し、かつそれらの仕入れから在庫管理、販売促進までを一括して支援する、書店にとって魅力あるパッケージサービスの検討を開始しました。

書店のタイプ、客層に応じた魅力あるパッケージの立案

ハピネットは、書店を店舗の立地からターミナル型と郊外ロードサイド型に大別し、さらに取扱商品によって「専門書店」と「複合書店」に分類した上で、それぞれのタイプに来店するお客さまの購買動機を詳細に分析。それぞれの商品や店舗の特性に応じたパッケージサービスを企画・立案しました。



売り場の玩具販売パッケージ



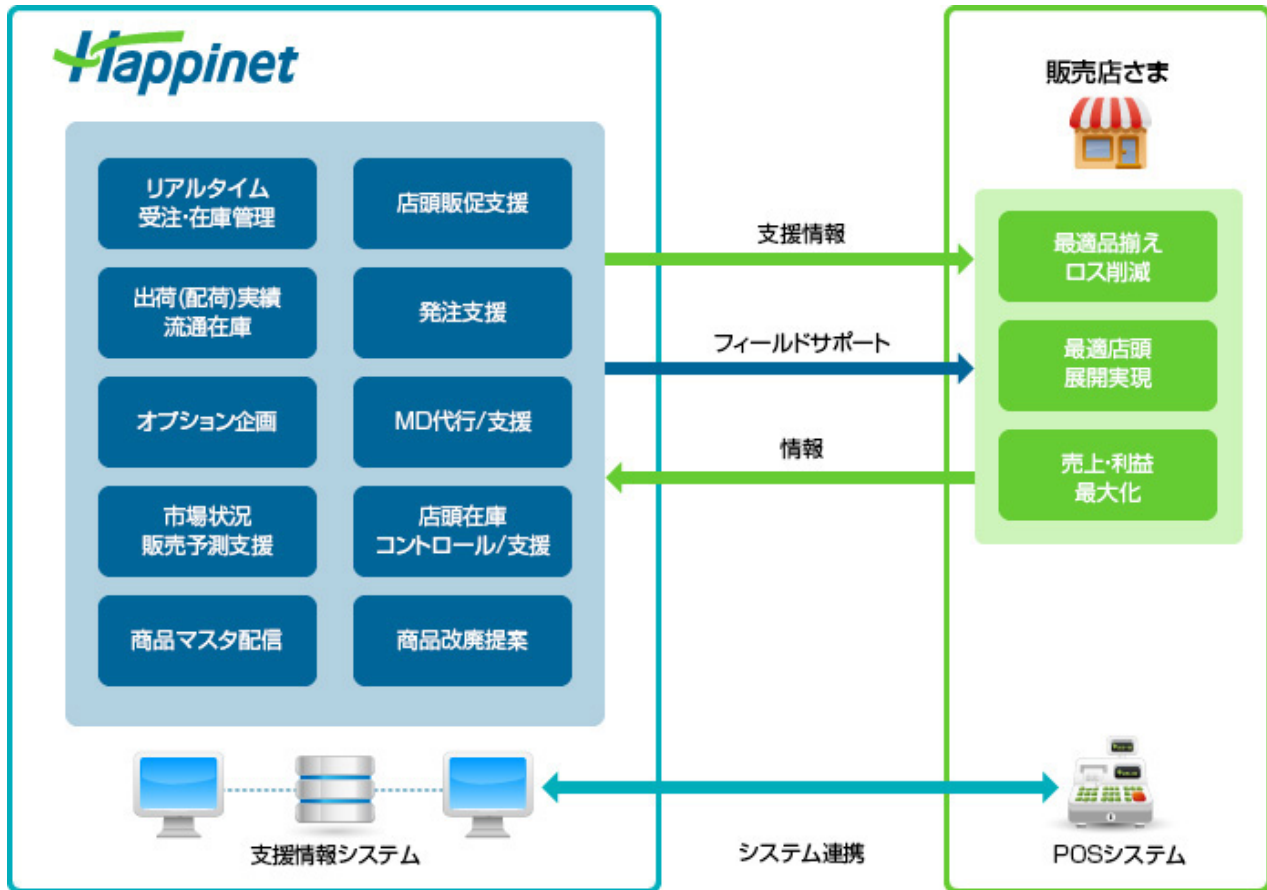
蓄積してきたマーチャндаイジング力を発揮

これらパッケージの実現を支えているのは、ハピネットが中間流通業として長年培ってきた玩具に関する総合的なマーチャндаイジング力です。

玩具販売には、キャラクターの登場するテレビ番組の動向など、トレンドに迅速に対応する必要があります。また、商品の発注から納品までのリードタイムが場合によっては数カ月かかることもあり、需要予測の精度が利益を左右するなど、仕入れの難しさがあります。こうしたなか、ハピネットは、中間流通業として市場の需要予測に基づく商品調達の精度向上に努めてきたノウハウを情報システムとして整備。同時に、担当スタッフの経験に基づく人的判断を組み合わせ、各店舗の特性に応じた商品構成や陳列の提案、データ分析による適正補充数量の算出、タイムリーな商品改廃の提案なども行ってきました。

こうしたノウハウ、そして一連のオペレーション力を基盤として、ハピネットはプロジェクトのスタートから6カ月の期間を経て書店向けパッケージのプロトタイプを開発し、2011年4月からテスト導入を開始。書店さまからは、「大きな負担なく客層を広げることができた」「売り場の鮮度が高まり、お客さまの来店頻度が向上した」などといった評価の声をいただきました。

ハピネットでは、試験導入の結果を踏まえ、2013年度からパッケージの本格導入を開始しています。



販売店さまからの声



当社は、新刊本やレンタルDVD等の複合店を関東一円および近郊に71店舗展開しています。

近年、とりわけレンタル関連部門の競争が激化するなかで、当社は来客数アップを図るために商材拡大に注力しています。この一環として展開するレンタルDVD、コミックと関連した商材を検討していたところ、ハピネット・ピーエムさんから「パッケージサービス」を提案いただき、一挙に多店舗に導入することを決めました。

導入にあたっては、店舗選定や売り場確保に苦心したものの、売り場づくりはもちろん、販売管理などのシステム面を含めて、ハピネット・ピーエムさんにお任せしてスムーズに開始することができました。

パッケージ導入の成果は着実に上がっています。今後、さらに導入店舗を増やすことや、商材や売り場の拡大も考えているところです。

今後の課題としては、欠品防止や予約注文へのきめ細かな対応を図る一方、店舗オペレーションの簡素化などへ向けて、ハピネット・ピーエムさんと密に連携を取りながら積極的な展開を図っていきたいと思っています。

株式会社ファミリーブック 店舗運営部 SV 細谷 真義 さま

HUMAN REPORT 2013

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～

▶ マーケティング



市場のニーズに即した
適切な流通の
実現に向けて、
メーカーさまと
力を合わせています。

㈱ハピネット
トイ・ホビーユニット
マーケティング部 MD2チーム
大城 雄太

▶ セールス(玩具)



店舗スタッフの皆さんと
信頼関係を深めながら、
新たな売り場づくりを
追求していきます。

㈱ハピネット
トイ・ホビーユニット CS4チーム
高田 詠子

▶ セールス(アミューズメント)



顧客店舗とのきめ細かな
コミュニケーションで
常に安全品質の向上を
めざしています。

㈱ハピネットバンディングサービス
ロケーション部 東関東第1チーム
網島 広太

▶ ロジスティクス(物流)



「ヒヤリ・ハット」対策を
徹底し、
より安全で快適な
労働環境の実現を
めざしています。

㈱ハピネットロジスティクスサービス
東日本ロジスティクスセンター
運用第1チーム
新井 仁

▶ スタッフ



効率性や経済性を
追求するとともに、
セキュリティ対策も重視した
職場環境をつくって
いきたい。

㈱ハピネット
管理本部総務部 総務チーム
岸 成明

※ 社員の所属部署は2012年度時点のものです

Copyright © 2013 Happinet. All Rights Reserved.

HUMAN REPORT 2013

ハピネス・ネットワーキングの実現へ。
私の取り組み。



マーケティング

(株) ハピネット トイ・ホビーユニット マーケティング部 MD2チーム 大城 雄太

市場のニーズに即した適切な流通の実現に向けて、
メーカーさまと力を合わせています



仕事・役割

トイ・ホビーユニット マーケティング部MD2チームは、玩具部門の仕入れを担当しています。具体的な業務としては、メーカーさまの販売戦略を把握した上で、当社の持つ情報を活用した需要予測を行い、営業部門と連携しながら、社内における販売方針を共有し、調達する商材の数量の決定をしています。

また、商品発売後は、販売状況を確認し、事前の予測とギャップが生じた場合は、早期に販売対策を立案し、流通在庫を適正化させることが重要です。



トイ・ホビーユニット マーケティング部 MD2チーム
大城 雄太

CSRの取り組み



需要予測やニーズの把握を行っています

メーカーさまが納得できるデータを用意することで、コミュニケーションを密にすることを強く意識しています。例えば、販売店さまのPOSデータや、過去に発売された類似品のデータを活用した需要予測と、市場動向に基づいた潜在ニーズの把握を行い、そのデータをメーカーさまの生産に反映していただけるよう、商談を行っています。商品が余りも不足もない適正な量を実現して、流通の役割を全うできるよう交渉しています。また、その状態の実現が販売店さま、メーカーさまの満足度（CS）向上につながると感じています。

今後の課題

商品の販売状況や消費者購買動向、メーカープロモーション、顧客状況などの市場環境を踏まえた上で、メーカーさまと協働しながら、市場を“適切に拡大”していく体制を構築していきたいと思えます。

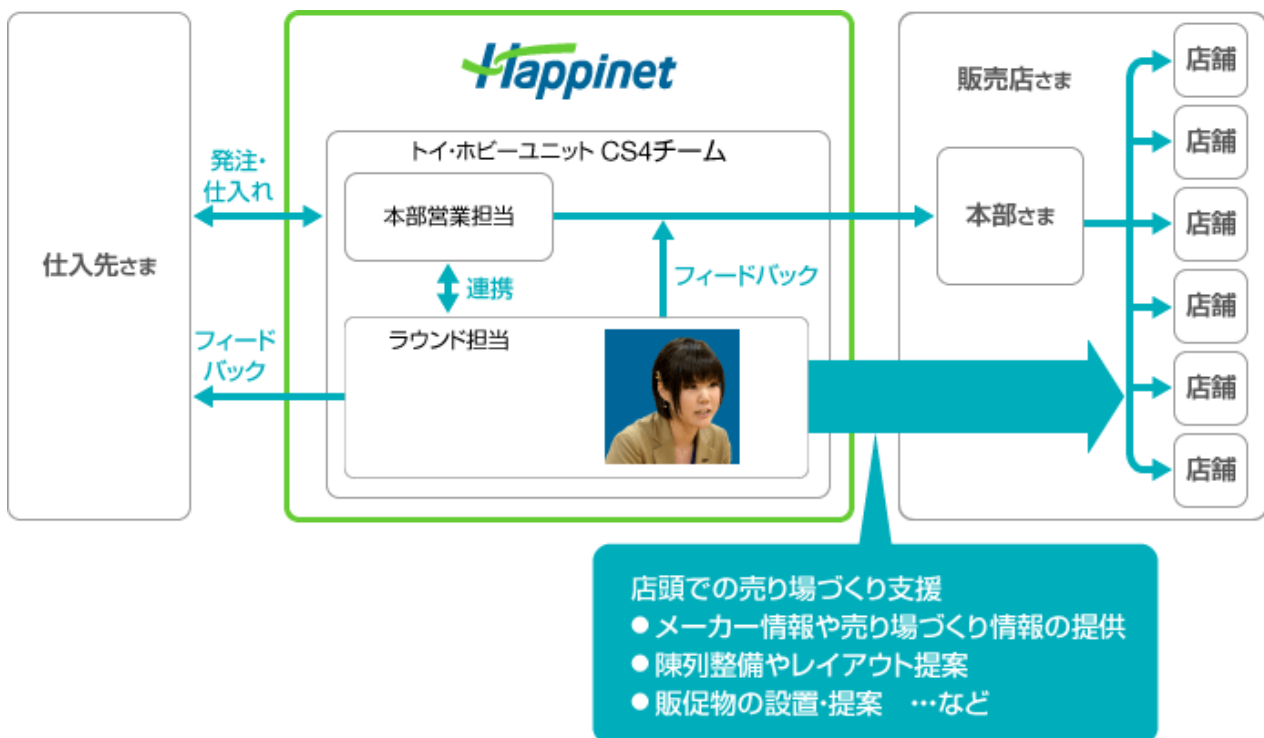
Copyright © 2013 Happinet. All Rights Reserved.



セールス（玩具）

（株）ハピネット トイ・ホビーユニット CS4チーム 高田 詠子

店舗スタッフの皆さんと信頼関係を深めながら、
新たな売り場づくりを追求していきます



仕事・役割

CS4チームは量販店さまの営業担当を行っており、そのなかで2年前より店舗ラウンドを強化しています。私の役割は、本部商談で決まった商品が店頭でどのように展開されているのかを確認し、陳列整備やレイアウトの提案、販促物の設置など、売り場のサポートを行うことです。

また、営業担当や、本部バイヤーさま、メーカーさまに情報をフィードバックする役割も担っています。



トイ・ホビーユニット CS4チーム
高田 詠子

CSRの取り組み



店舗さまにお伺いしての売り場づくり

本部バイヤーさまだけでなく店舗スタッフの皆さんとのコミュニケーションを強化することによって、市場ニーズの変化や店舗さまの状況に対応したより良い売り場づくりをめざしています。しかし、店舗さまにお伺いしての売り場づくりは、すぐに成果が現れるものではありません。継続的に提案努力をすることはもちろん、店舗さまの協力があってこそ、この業務は成り立ちます。そうしたなかで、店舗スタッフの皆さんと一緒に売り場について考え、一緒に売り場をつくることによって築き上げられる信頼関係こそ、私の喜びであり、次の新しい施策を考える原動力です。一店舗一店舗と真剣に向き合い、より良い売り場を提案し続けることが、私にとっての責任だと考えています。

今後の課題

今後は、当社に、メーカーさま、販売店さまを加えた3層で、情報共有をさらに強化し、店頭での問題点を全体で改善できる提案をしていきたいと思っています。また、売り場提案においても、POPや飾り付けボードなど、独自の販促物を持参するなど、店舗さまの売り上げ拡大のための新たな売り場づくりを追求していきます。

Copyright © 2013 Happinet. All Rights Reserved.

HUMAN REPORT 2013

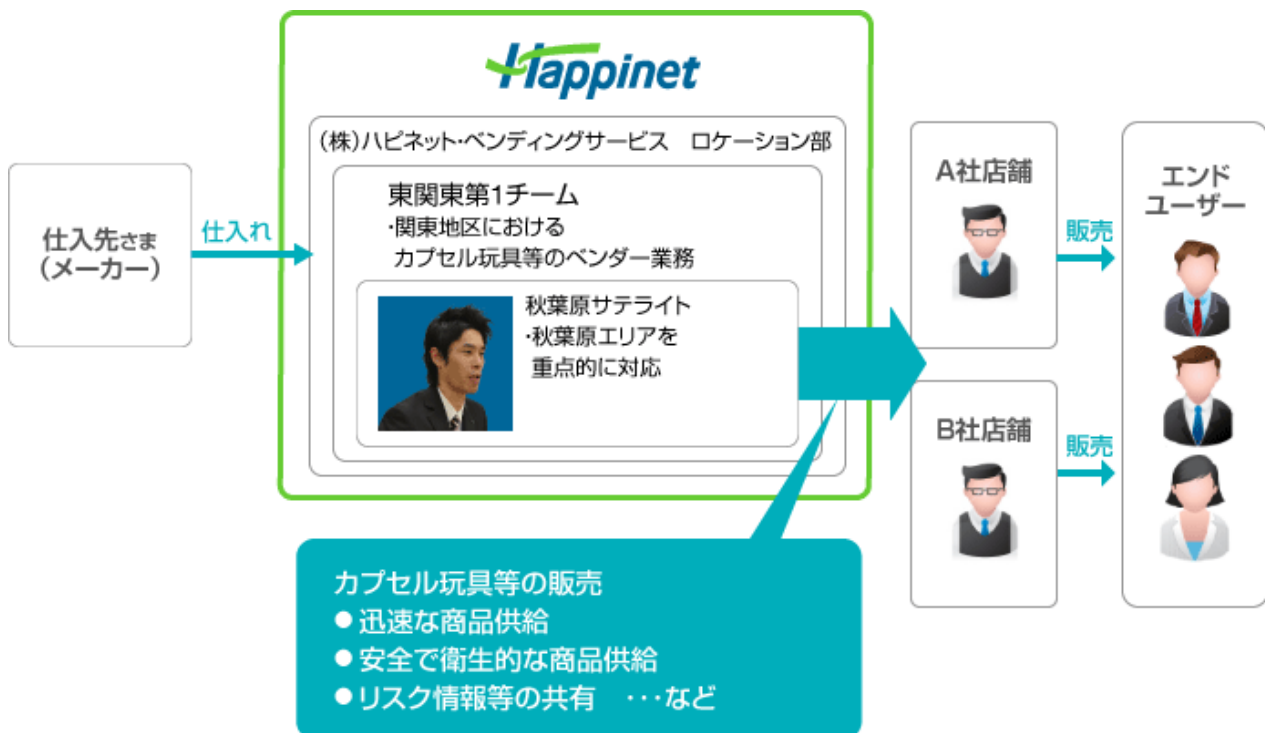
ハピネス・ネットワーキングの実現へ。
私の取り組み。



セールス（アミューズメント）

（株）ハピネット・ベンディングサービス ロケーション部 東関東第1チーム 網島 広太

顧客店舗とのきめ細かなコミュニケーションで
常に安全品質の向上をめざしています



仕事・役割

ハピネット・ベンディングサービス ロケーション部では、大手家電量販店さまなどに設置されているカプセル玩具やカードダスなどのベンダー機、カードゲーム機に商品を投入・補充する業務を行っています。私は、秋葉原エリアでの店舗サポートを強化するために設置された秋葉原サテライトの管理担当者として、日常的な納品やキャラクター商品の先行販売、販促イベントなどプロモーションの提案、さらに新規顧客店舗さまの獲得などの業務を行っています。



（株）ハピネット・ベンディングサービス
ロケーション部 東関東第1チーム
網島 広太

CSRの取り組み



カプセル玩具の補充業務

[安全品質の管理・向上] を重視しています。例えば、狭い場所に設置された機械は、顧客店舗さまと協力してなるべく通路を広くしていただいたり、転倒防止装置を取り付けていただいたりしています。また、カプセル機を楽しむお子さまが手を汚してしまわないように衛生面にも常に配慮しています。さらに常にお客さま目線に立ち、安全で安心できる品質の商品・サービスを提供できるように、顧客店舗さまの声を、すぐにメーカーさまへお伝えし、メーカーさまと一体となって安全性を高める改善策や品質の向上を図っています。

今後の課題

商品の安定供給はもちろん、エンドユーザーであるお客さまの苦情などトラブルにはすぐに対応できる態勢を整えています。これからも顧客店舗さまとの意思疎通を図り、安全で安心な商品を提供する売り場の展開と、顧客店舗さまの成長に貢献する販促強化を両立させていきたいと考えています。

Copyright © 2013 Happinet. All Rights Reserved.

HUMAN REPORT 2013

ハピネス・ネットワーキングの実現へ。
私の取り組み。



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 東日本ロジスティクスセンター 運用1チーム

新井 仁

「ヒヤリ・ハット」対策を徹底し、
より安全で快適な労働環境の実現をめざしています



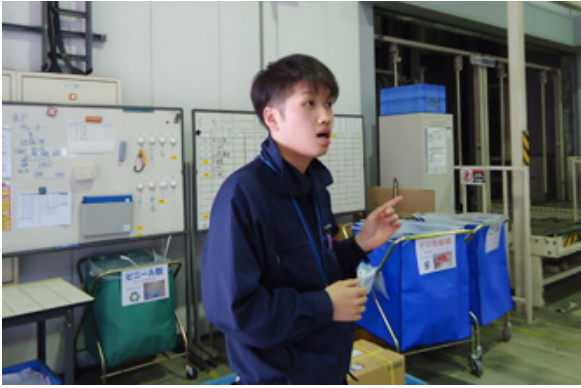
仕事・役割

ハピネットの取り扱う幅広い商材を対象に、その入荷から出荷までを、適切なアイテム、適切な量、適切なタイミングで管理し、取引先さまのご注文を、最も効率良く正確にお届けするのが物流部門の役割です。私はそのなかで入荷業務を担当し、マーケティング部門が調達した商材を、出荷状況に応じて適切に倉庫内へ格納していく業務に携わっています。また、安全衛生委員会のメンバーとして活動しています。



(株) ハピネット・ロジスティクスサービス
東日本ロジスティクスセンター 運用1チーム
新井 仁

CSRの取り組み



現場担当者への指導

ハピネット・ロジスティクスサービス（HLS）では、毎月開催している安全衛生委員会活動など、ロジスティクスセンター内の「安全で快適な労働環境の実現」をめざした取り組みに力を入れています。そのなかで、センター内の各所を巡回して危険な場所がないか、整理整頓はできているかを具体的にチェックし、ピンポイントで改善を行っています。また、作業環境内の潜在的な危険性を取り除くために、社員から日々の業務のなかで、少しでも危険を感じた事例（ヒヤリ・ハット事例）を定期的集め、それに基づき労働環境を確認。機器の取り扱い方法や収納方法などで、改善が必要なものは対策を講じるよう現場担当者に指導しています。もちろん指導後の状況確認やさらなる改善の提案、新たなヒヤリ・ハット事例の収集も継続的に行っており、年間で40件以上の項目に対し検討と改善を実施しました。こうした活動の結果、例えば、フォークリフトに伴う事故発生件数は、軽微なものも含めかつて年間10件程度もあったものが0件（前年下半期実績）となるなどの成果も出ています。

今後の課題

今後は安全な労働環境の基盤となる「整理・整頓・清掃・清潔・躰（5S）」の徹底をさらに推進し、より安全で快適な労働環境づくりをHLSならではの文化として根付かせていきたいと思っています。

HUMAN REPORT 2013

ハピネス・ネットワーキングの実現へ。
私の取り組み。



スタッフ

(株) ハピネット 管理本部総務部 総務チーム 岸 成明

効率性や経済性を追求するとともに、
セキュリティ対策も重視した職場環境をつくっていきたい



業務特性に合った職場環境づくり

- オフィスレイアウトの設計、設備の調達
- オフィスに関する情報や意見の収集
- オフィス機器の利用研修会開催 …など

仕事・役割

総務チームの仕事は、オフィスの設備・備品の管理など社内環境の整備や社内制度の改善など、非常に多岐にわたっています。なかでも私は、「安全で効率的な職場環境」をテーマに、業務特性に合ったレイアウトの立案から、オフィス設備の管理、運用、整備まで、いわば“オフィスの総合的なプロデューサー”としての役割を担っています。



管理本部総務部 総務チーム
岸 成明

CSRの取り組み



複合機の導入

常に【セキュリティ】を重視しています。例えば、以前、当社のオフィスは、誰でも比較的自由に入退出ができる状況でした。そこで、2012年、各フロアにIDカード（社員証）による認証システムを導入し、さらにプリンタ複合機でも同じくIDカードによる認証システムを取り入れました。これによって、いつまでも出力紙が放置されている状態もなくなり、機密文書が他者の目に触れるリスクや書類紛失のリスクをなくすことができました。

また、これまで複数の機器で行っていた機能を1台で対応可能な複合機を導入したことで、省エネや紙資源の削減もできるようになりました。

今後の課題

今後も書類の保管方法などセキュリティ対策をさらに強化していくとともに、プリンタ複合機の機能を有効活用する方法を社員に伝えていくことで、環境にも優しいオフィスをつくっていききたいと思います。



環境にも優しいオフィスをつくっていきます



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。

2012年度サマリー

- 2013年度CSR施策一覧を公開しています。
- ソーシャルメディア個人利用ガイドラインを制定しました。
- リスクに関する各種マニュアルの整備を行いました。
- 倫理綱領の改定を重ね、コンプライアンス教育を実施しています。

> CSRの目標と実績

- > CSR推進体制
- > 2012年度CSRの目標と実績
- > 2013年度 CSR施策一覧

> コーポレート・ガバナンス

- > 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

- > 基本的な考え方
- > コンプライアンス推進体制/内部監査
- > 法令の遵守
- > 倫理綱領/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

- > 基本的な考え方
- > リスクに関するマニュアルの整備
- > 物流施設の安全性強化
- > 安否確認システムの導入
- > システムの防災対策
- > 情報セキュリティについて
- > 各種システムによるセキュリティ対策の実施
- > 個人情報の保護
- > 「ソーシャルメディア個人利用ガイドライン」の制定



CSR推進体制

ハピネットグループは、グループ全体において共通した認識のもとでCSR活動を推進するために、「CSR推進委員会」を設置し、原則として2カ月に1回、委員会を開催しています。

委員会メンバーは、各ユニット、子会社およびCSRに関連するスタッフ組織ごとのCSR推進担当20名で構成されています。委員会では、本業を通じたCSR活動についての方針・目標を立案するとともに、委員会を構成する各部署が推進する活動の進捗確認と情報共有の場としています。

CSRの目標と実績

2012年度CSRの目標と実績

○：目標達成 △：一部未達成 ×：未達成

取り組み事項		具体的施策	評価	取り組み実績
マネジメント	コンプライアンス	各事業部門において必要とする法的リスクマネジメント研修の実施を継続	○	● 事業部門別に必要な研修（下請法、商標・意匠、PL法等）を実施。
		倫理綱領の見直しと社内浸透	○	● 倫理向上委員会で見直しを行い、社内掲示にて全社員への案内を実施。
	リスクマネジメント	自然災害や電力不足などのリスクに向けた対応強化を継続	○	● 緊急災害発生時に備え、全社員を対象に安否確認テスト及び緊急連絡網の複合テストを実施（年2回）。 ● 物流センターで、地震を想定した避難方法についてのマニュアル作成に着手し、避難訓練を実施。全ての従業員を対象にした緊急連絡網訓練も実施。
		情報セキュリティ対策強化の継続とSNSなどの新セキュリティリスクへの対応	○	● 会社貸与パソコン全てにウイルス対策ソフトを設定し、自動更新される環境を実現。 ● ソーシャルメディア個人利用におけるガイドラインを制定し、全社員向け説明会を実施。
環境	環境マネジメント	環境パフォーマンスデータ管理体制の再構築	○	● パフォーマンスデータの取得範囲、取得項目、換算法を明確にし、法律に対応した収集、集計、管理体制を構築。 ● マニュアル作成による運用標準化を実施。
		環境意識向上のため、eco検定受験啓発の継続	○	● 2013年3月末現在でのグループ取得者数 207名（昨年より65名増加）。
	廃棄物量の削減と資源の有効活用	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	△	● グループ廃棄物量は昨年比±0。 産業廃棄物が昨年比6%減、一般廃棄物が昨年比15%増。
		3R（リデュース、リユース、リサイクル）の推進の継続	○	● 物流センターにおける、紙類・ビニール類の分別・リサイクル、物流機材やパレットのリサイクルを推進。
地球温暖化防止の取り組み	電力消費量抑制の取組継続	△	● 2012年度は事務所を中心とした節電を試みるもグループ電力消費量は昨年比9%増。	
顧客	製品責任	取扱商品のより高い安全性の確保と継続	○	● 品質保証推進委員会を月1回実施。また、ハピネット基準の随時改定を行い、ユニット毎の緊急時対策マニュアルの作成と見直しも実施。
	顧客とのコミュニケーション	高付加価値商品の企画・開発	○	● 共遊玩具認定にあらたに2アイテムが追加。
		取引先との取り組みによる、情報システムの更なる高度化	△	● CD、DVDお取引先さまとのMD最適化管理システムの導入を推進。2013年に向けさらに強化。
社員	人事制度	雇用環境、法令改正に合わせた、人事制度、諸規定の見直し	○	● 高年齢者雇用安定法に伴う改定を実施。2月に全社員に告知、説明会実施（再雇用、休職、ネクストキャリア等）。
	労働安全衛生	社員の健康保持・増進の為の予防対策強化と早期発見・早期対応による健康リスクの低減	○	<感染予防対策> インフルエンザ予防ワクチン接種：747名実施。 <禁煙対策> 禁煙キャンペーンやチャレンジャー通信発行の継続実施。喫煙レベル測定会の実施。 <健康診断関連> 健康診断受診率100%達成。二次検査受診につなぐケースが昨年より増。 <メンタルヘルス対策> メンタフチェック（ストレス診断）の全社実施。
社会	社会貢献	近隣の道路・歩道の清掃活動を実施	○	● 物流拠点3カ所で延5回。各10名が参加して清掃活動を実施。
		エコキャップ運動の継続	○	● エコキャップ 61,800個の回収実績 昨年比107%。
株主	IR活動の強化	個人投資家向けIR活動の実施	○	● 株主優待の選択商品拡充。 ● 2012年12月 日本経済新聞社主催の個人投資家向け説明会に参加し、519名の参加実績。
	情報開示	IRサイトでの情報発信をさらに強化	○	● 2012年7月に、IRサイトをリニューアルし、「経営情報」「IRデータ」「株式情報」の3つをわかりやすく整理。ナビゲーションなども全面的に改善。

2013年度 CSR施策一覧

施策区分	取り組み事項	施策
マネジメント	コンプライアンス	<ul style="list-style-type: none"> 法的リスク事前予防のため、啓蒙・教育活動を継続。
	リスクマネジメント	<ul style="list-style-type: none"> 大規模災害の最新情報・想定に基づくBCPの見直しを推進。 情報セキュリティ対策強化の継続。
環境	環境マネジメント	<ul style="list-style-type: none"> 環境意識向上のための、eco検定受験の啓発の継続。
	廃棄物量の削減と資源の有効活用	<ul style="list-style-type: none"> 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。 3R（リデュース、リユース、リサイクル）の推進の継続。
	地球温暖化防止の取り組み	<ul style="list-style-type: none"> 電力消費量抑制の取り組み継続。
顧客	製品責任 (安全・品質への取り組み)	<ul style="list-style-type: none"> 全社横断的な品質保証体制および生産管理体制の構築。
	顧客とのコミュニケーション (顧客満足向上への取り組み)	<ul style="list-style-type: none"> ハピネットベンディングサービス カプセル販売機のPOS開発・導入。 高付加価値商品の企画・開発。
社員	人事制度	<ul style="list-style-type: none"> 事業変化に対応した人事諸制度の拡充により、組織活性化を図る。
	労働安全衛生	<ul style="list-style-type: none"> 職場環境改善の継続。 社員の健康保持・増進のための予防対策強化と早期発見・早期対応による健康リスクの低減。
社会	社会貢献	<ul style="list-style-type: none"> 近隣の道路・歩道の清掃活動の実施。 エコキャップ運動の継続。
株主	株主とのコミュニケーション	<ul style="list-style-type: none"> 定時株主総会の休日開催と株主優待の継続。
	IR活動	<ul style="list-style-type: none"> 個人投資家や機関投資家への説明会の実施を継続。

Copyright © 2013 Happinet. All Rights Reserved.



コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

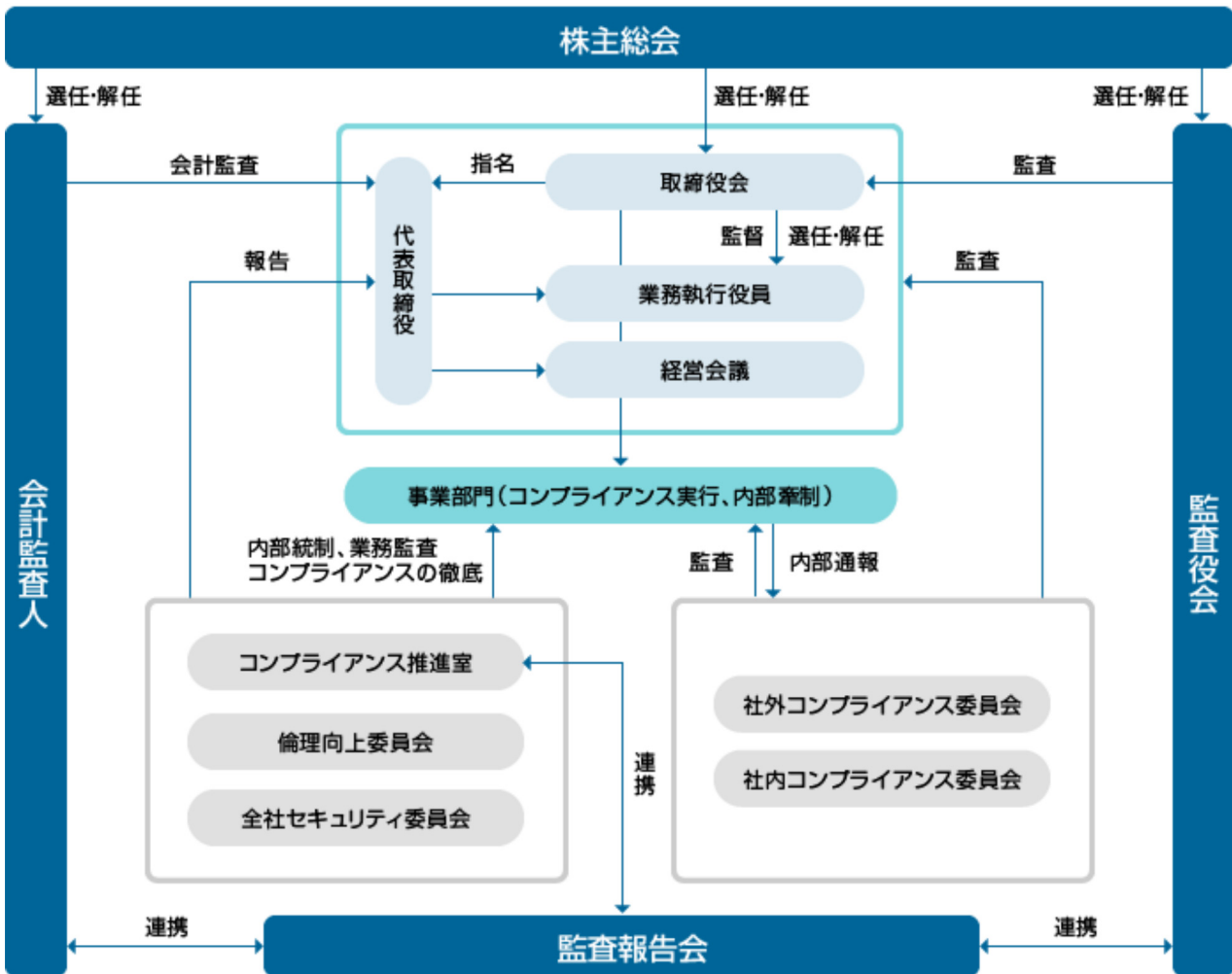
ハピネットは、企業価値の最大化と経営の健全性確保が、最も重要な経営課題であると考えています。その実現のために、経営の透明性を高め、経営環境の変化に対して、迅速かつ的確に対応できる体制の確立に努めています。

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、指名委員会・報酬委員会を設け、両委員会とも社外取締役が参画しています。
- 必要に応じて顧問弁護士からアドバイスを得る仕組みを整えています。



内部統制体制の強化

ハピネットグループは、内部統制体制を強化していくために、2006年5月に「内部統制システム構築の基本方針」を定めました。

2008年4月からは、金融商品取引法で定められた内部統制報告制度の適用が開始されたことから、業務プロセスの有効性の評価や検証方法の文書化などの対応を進めてきました。また、新たにグループに加わった企業においても、同様の対応を求めています。

2012年度もコンプライアンス推進室が中心となり、内部統制の整備・運用状況の評価を実施し、課題や指摘事項は報告されませんでした。



コンプライアンス

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「コンプライアンス推進室」を設置しています。

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

法令の遵守

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。

なお、2012年度は、重大な法令違反はありませんでした。

倫理綱領/コンプライアンス教育

ハピネットグループは、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、当社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」はグループ全社員に配布し、「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。

また、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。2012年度は、グループ全社員に実施したアンケート結果も反映させ、実践編におけるソーシャルネットワークサービスなどの内容を改定しました。

コンプライアンスの徹底にあたっては、グループ全体で社員研修を継続的に実施しています。2012年度は、法的リスクマネジメントに関する研修を前年度に引き続き実施。新入社員についても、倫理綱領などについての研修機会を設けています。



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CEO、COO、CFO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 © 2013 Happinet. All Rights Reserved.



リスクマネジメント

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、各種マニュアルの整備や社員への研修を実施しています。

また、リスクが発生した場合に備えて、部門ごとにアクションプランを策定しています。人命および施設などの安全確保を最優先に対応することや、損害の範囲と事業への影響を極小化するための対策などを定め、迅速な事業復旧へ向けた方針・手順を詳細にまとめたアクションプランとしています。

リスクに関するマニュアルの整備

未然防止に向けた取り組み

ハピネットグループは、各部門の責任者が平時から発生しうるリスクやその兆候を捉え、マネジメントに活かせるように、さまざまな事例を掲載した「マネジメントガイド（リスク版）」を作成し、配布しています。

また、リスクは予想もしない状況から顕在化する可能性もあることから、リスクの予兆が現れ始めたタイミングで早急に対応できるよう、対応事例をシナリオ化した研修教材「リスクマネジメント羅針盤」を作成しています。

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、最高執行責任者（COO）を緊急対策本部長とし、部門を超えた緊急対策本部を設置することを明記しています。また、マニュアルはリスクイベントごと、部門ごとに構成しており、リスク発生から収束までの全体フローや、緊急対策本部内における各役割の業務リスト、確認情報の記載シートなど詳細に記述しています。

さらに「災害リスク対策実行委員会」を設置し、リスク対応力の継続的な強化を図るほか、最新マニュアルを各部門責任者に配付し、定期的な研修を実施しています。

2012年度は、緊急対策本部スタッフを対象に、収集情報の強化などリスクマネジメントの高度化を図るとともに、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「緊急時マニュアル」を携帯版化して全社員に配布しました。



緊急時マニュアル携帯版

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2012年度は、人班、物資班、資金班と区分した担当部門ごとに災害対応の追加事項などを検討。「部門別アクションプラン」を改定して、BCPをさらに確固たるものとししました。

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機能を担うハピネット・ロジスティクスサービスでは、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、避難訓練の実施などに取り組んでいます。

2012年度は、全社員を対象に、地震を想定した緊急避難訓練を実施。危険エリアからの脱出、避難場所への集合、点呼に至る一連の行動を訓練し、基本的な避難行動が行えることを確認しました。

今後は、緊急地震速報から揺れが到達する間に、より迅速で適切な行動が取れるように、建物内エリアごとの初動に関する詳細なマニュアルを作成し、このマニュアルに沿った訓練やレビューを実施していく予定です。

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

商品落下防止策の強化

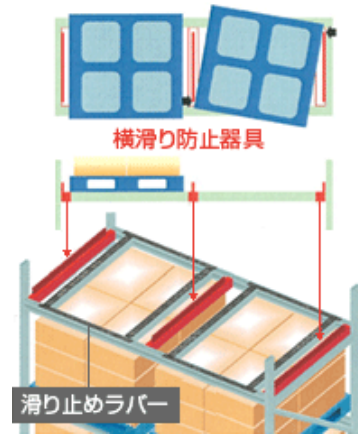
物流施設の安全性強化の面では、商品の落下を防ぐことも重要となります。

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

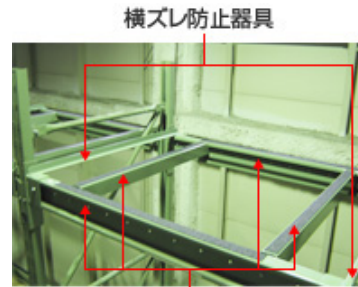
しかしながら東日本大震災の際は、商品の落下被害は軽微で、けが人もなかったものの、パレット保管商品が落下しました。

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

※ 東日本ロジスティクスセンターでの実証試験結果



落下防止策のイメージ



落下防止を施した、パレット保管設備

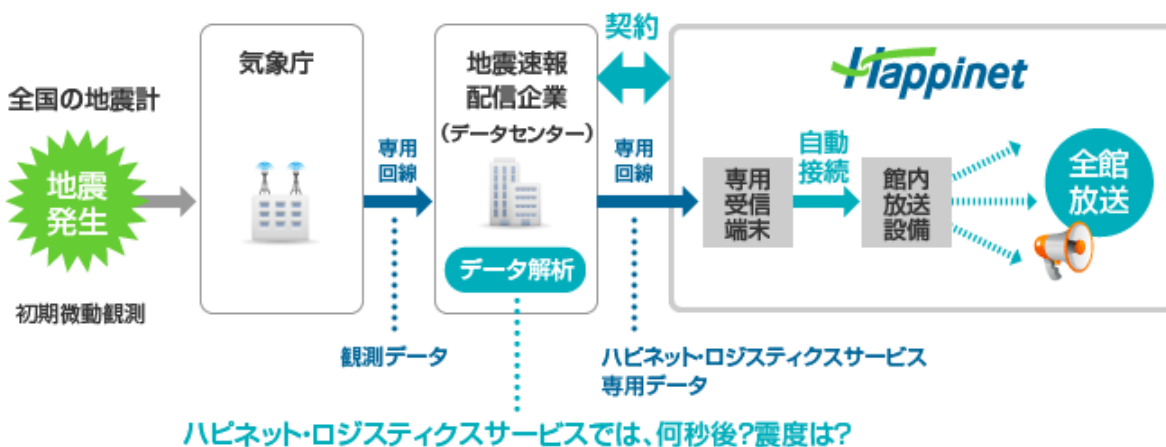
緊急地震速報受信端末機の設置

物流施設の安全性強化の面でさらに重要な点は、人命の安全確保です。

物流施設内において社員は、最長25mという長い通路で作業しています。大量の保管商品はさまざまなサイズ・形状をしており、落下防止策を講じているとはいえ、大地震が発生した場合、落下の危険性をゼロとすることは不可能です。

そのため、大きな揺れが到達する前に、社員が危険エリアから退避する仕組みづくりも重視しています。

すでにハピネット・ロジスティクスサービスでは、2011年度において、各物流施設に緊急地震速報を受信する専用端末機を設置しました。気象庁が発する地震発生初期微動を瞬時に解析し、予想される揺れ（震度）と到達予測時間（何秒後か）を自動的に全館に放送する仕組みを導入したものです。2012年度は、この仕組みのもとで、地震速報発表から20秒後に揺れが到達するとの想定で危険エリアからの避難を開始する避難訓練を実施しました。



緊急連絡体制の整備

ハピネット・ロジスティクスサービスでは、2011年度から、緊急連絡訓練の対象範囲を、アルバイト社員や派遣社員などすべての社員に拡大して実施しています。

2012年度も、申告された携帯電話などのメールアドレスに訓練用メールを送信し、返信してもらう緊急連絡訓練を実施しました。

この結果、一部、メールアドレスエラーや受信設定エラーによる未返信が発生したことを受け、今後もメールアドレスや受信設定の確認などを定期的実施していく計画です。

安否確認システムの導入

ハピネットグループは、大規模な災害の発生時に、社員とその家族の安否をただちに確認し、事業復旧・早期再開に動き出せるよう、2009年10月に全役員・社員を対象に安否確認システムを導入しました。また、より迅速に情報を収集できるように、定期的に訓練を実施しています。

こうした定期的訓練により、2011年の東日本大震災時には、電話回線中断のため訓練時より確認時間が増大したものの98%の応答率でした。

2012年度はグループ社員および契約社員を対象とした安否確認訓練を2回実施しました。

2012年8月に実施した訓練では938名が参加し、事前告知したこともあり応答完了時間は、前年度の約半分となる3時間10分でした。

2013年2月に実施した訓練には921名が参加し、事前告知をしなかったこともあり応答完了時間は4時間15分でした。

2013年度も継続的に訓練を実施する計画です。

安否確認システム構成図



システムの防災対策

ハピネットグループは、自然災害によるデータの紛失・損壊を防止するために、すでに1994年度から複数の電力供給網を持ち、自家発電機能も有する無停電データセンターに基幹系ホストコンピュータをホスティングしています。またホストコンピュータの二重化やデータのバックアップ対策なども実施しています。

今後は遠隔地データセンターへのリロケーションやクラウド環境への移行なども検討し、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。

情報セキュリティについて

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「情報セキュリティポリシー」を定めています。この「情報セキュリティポリシー」には、飲酒の予定がある場合はパソコンを持ち出さない、移動中の車内にパソコンや資料を放置しないなど、社員に日常の行動に潜むリスクを意識させる項目も盛り込んでいます。

2012年度は、スマートデバイスの利用拡大といった社会的背景を踏まえ、「情報セキュリティポリシー」を改定し、ハピネットグループで共有しているスケジュール管理ツールと個人所有のスマートフォンやタブレット端末との情報連携を可能とし、社員の情報活用における利便性の向上に貢献しました。

情報活用の利便性向上



各種システムによるセキュリティ対策の実施

ハピネットグループは、パソコンやサーバなどの情報機器を外部の攻撃から守り、情報の漏えいを防止するために、メール受信やデータダウンロード時のウイルスチェック、SPAMフィルタ、サイズ制限などによる不正アクセス対策、モバイルパソコンに保存したデータ暗号化など、さまざまな対策を講じています。また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。

2012年度は、社員が使用するパソコンを入れ替え、最新のウイルスパターンファイルに更新する環境を整えセキュリティ強化対策を実施しました。

個人情報の保護

ハピネットグループにおけるインターネット関連部門の中核を担うのがオンラインユニットです。グループ各社や各事業部門のホームページの安全・安心なサイト運営を支援しています。

オンラインユニットでは、一般消費者の方々が直接のお客さまであることから、多くの個人情報を取得しています。大切な個人情報を保護するために、ハピネット独自の「個人情報保護方針」を定め、情報の取り扱いに細心の注意を払っています。

個人情報保護の体制と仕組みを確実なものにするために、オンラインユニットが運営するオンラインショッピングサイト（www.happinetonline.com）について、世界的な認定制度に基づき、（社）日本プライバシー認証機構から「TRUSTe」マークを取得しています。個人情報の取得や利用、入退室時のセキュリティ対策、苦情対応策など、100以上の査定基準と厳格な審査をクリアすることが認証取得の要件です。

なおオンラインユニットでは、オフィスの入退室時にはカードキーを使用し、防犯管理システムを独自に設置するなど、厳重な情報管理策を講じています。



オンライントップページ

「ソーシャルメディア個人利用ガイドライン」の制定

ハピネットグループでは、2012年12月、「ソーシャルメディア個人利用ガイドライン」を制定しました。ソーシャルメディアの普及にともない、利用リスクも増大する社会的背景を鑑み、そのリスクから社員を保護することを目的に制定したものです。

ガイドラインは、日常的な注意が必要な行動規範を中心に構成していますが、不適切な投稿を発見した際の対応などにも言及しています。

また、ガイドラインの趣旨徹底を図る一環として事例集を作成するとともに、グループ社員約800名を対象とした教育研修も実施しました。

今後はソーシャルメディアの進展をにらみながら随時改定し、併せて教育研修も実施していく計画です。



研修風景



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。

2012年度サマリー

- 各事業分野で適正な需要予測と在庫管理による廃棄物削減に取り組んでいます。
- 3R（リデュース、リユース、リサイクル）の推進に取り組んでいます。
- 情報機器をリサイクルに回し、資源の再利用、廃棄量の削減に取り組んでいます。
- 「環境社会検定試験（eco検定）」の受験を推進しています。

▶ 環境マネジメント

- ▶ 基本的な考え方
- ▶ 推進体制
- ▶ 社員の環境意識を高める啓発活動
- ▶ 「エコピープル」の育成

▶ 廃棄物削減の取り組み

- ▶ 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
- ▶ オフィスでのごみの分別とリサイクル
- ▶ 情報機器のリサイクル
- ▶ DVDレンタルケースの軽量化

▶ 地球温暖化防止の取り組み

- ▶ 物流におけるCO₂排出量の削減
- ▶ オフィスにおける省エネルギーの推進



環境マネジメント

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言えます。

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、eco検定の受験奨励やライトダウンキャンペーンへの参加など、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。

推進体制

ハピネットグループは、2009年4月に設立した「CSR推進委員会」を中心に、環境保全活動に取り組んでいます。

「環境マネジメント」「廃棄物削減」「地球温暖化防止」の3点を環境テーマとして掲げ、継続して取り組むべき課題や対策、目標を設定し、各事業部門やグループ会社における環境負荷低減を推進しています。

2012年度は、環境パフォーマンスデータ管理体制を再点検しました。具体的には、当社グループの事業活動に関わるエネルギー使用についての法的基準事項やその範囲、またCO₂換算法などを整理しました。また、データ管理担当者が交替しても継続した管理が可能なマニュアルを作成しました。

社員の環境意識を高める啓発活動

ハピネットグループでは、グループ全社員に向けたイントラネット版社内報を随時発行しています。この社内報を通じて、環境配慮に関する啓発活動を推進しています。

2012年度はこの社内報において、「eco検定」「節電活動」「ごみの分別」などについて継続して掲載し、理解の促進と社内浸透を図りました。

2013年度もこのような活動を通じて、環境問題への意識向上を図ります。

「エコピープル」の育成

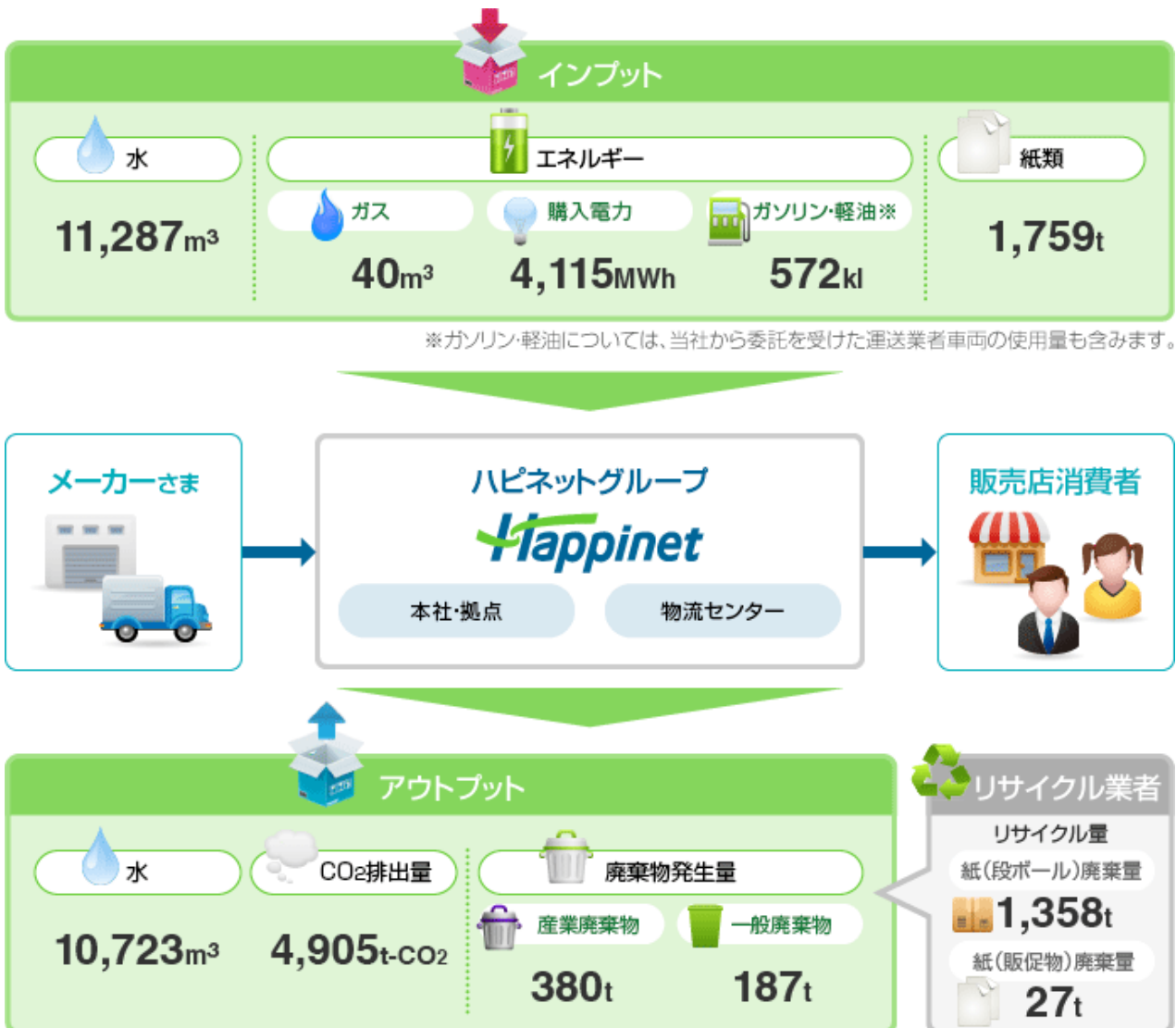
ハピネットグループでは、社会の一員として、また環境と経済の両立を考える企業人として、社員の環境マインド醸成とリテラシー向上をめざしています。

その一環として、2008年度から東京商工会議所が主催する「環境社会検定試験（eco検定）」の受験を推進しています。グループ全社員を対象に、受験希望者にはテキストと問題集を無償提供し、「エコピープル」と名付けられた検定合格者に奨励金を給付するものです。

2013年3月末現在、グループ全体におけるエコピープルの総数は、前年度より65名増加して207名となり、グループ社員の23%が資格者です。

今後もグループを挙げて啓発活動を拡大し、環境保全や省エネに対する意識を高めていきます。

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。



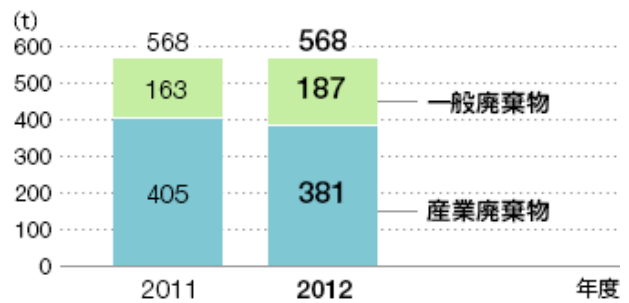
廃棄物削減の取り組み

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。

2012年度は、産業廃棄物量では前年度比6%削減できましたが、一般廃棄物は14%増となり、トータルでは前年度同様となりました。

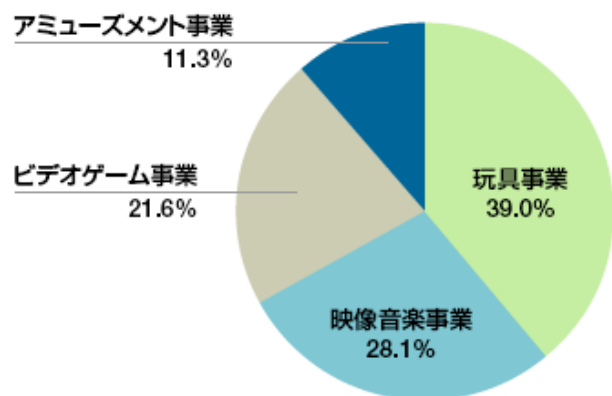
ハピネットグループの廃棄物発生量推移



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。

2012年度の売り上げ構成比



玩具事業

玩具事業では、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提供しており、トイ・ホビーユニットおよびCVSユニットと、グループ会社（株）ハピネット・マーケティングが事業を担っています。

● トイ・ホビーユニットおよび（株）ハピネット・マーケティング

トイ・ホビーユニットと（株）ハピネット・マーケティングでは、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。

2012年度は、主要な削減対象である販促物の廃棄量削減に取り組みました。

2013年度も需要予測精度の向上に取り組んでいきます。

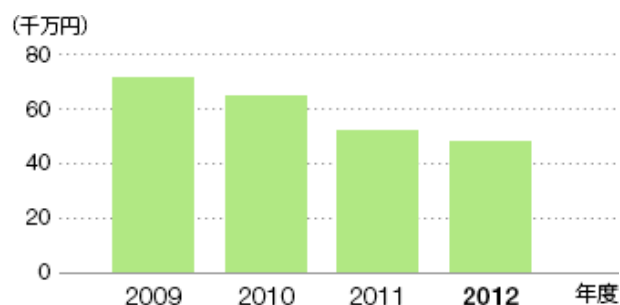
● CVSユニット

コンビニエンスストア法人に玩具を中心にDVD、ビデオゲームなどを供給するCVSユニットでは、お取引店舗は4万店以上にのぼります。そのすべてで市場データとCVSデータの比較などに基づき需要を予測し、正確な発注数を導き出すことで適正在庫を実現し、廃棄量の削減を推進しています。

2012年度も継続して在庫削減に取り組み、期末在庫（玩具）は前年度に比べ減少しました。

2013年度も需要予測の精度向上に取り組み、在庫削減を推進していきます。

CVSユニット期末在庫金額推移



映像音楽事業

（株）ハピネット・ピーエムでは、DVD、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ています。取扱タイトル数は業界トップクラスです。また、ピクチャーズユニットでは映像・音楽のメーカー事業を展開しています。

● ピクチャーズユニット

ピクチャーズユニットでは、DVD等の生産・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。

2012年度も、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ました。

ピクチャーズユニットでは、2013年度も情報分析の精度を高め、廃棄商品の削減に努めていきます。

ビデオゲーム事業

ビデオゲーム事業では、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おり、ビデオゲームユニットおよびグループ会社（株）モリゲームズが事業を担っています。

● ビデオゲームユニット

ビデオゲームユニットでは、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することで、発売済み・発売前の商品の需要予測を行い、適正な在庫管理につなげています。

2012年度、ビデオゲームユニットでは引き続き廃棄ゼロを達成し、2013年度も継続した取り組みを推進していきます。

● (株) モリゲームズ

モリゲームズでは、販売ロス防止と適正在庫の実現に向けた取り組みを継続的に行っています。

具体的には、プラットフォーム別の市場販売予測をもとに年間マーチャングライジングプランを策定。販売店さまごとに予測データを作成し、計画的に発注するため、在庫軽減と欠品防止にも成果があり、販売店さまからも評価いただいています。

2012年度も、各種データに加え直近のトレンド情報も収集して精度の高い需要予測に努めました。その結果、在庫回転率は38となり、前年度を若干上回りました。

2013年度も需要予測の精度向上に努めていきます。

在庫回転率

2010年度	2011年度	2012年度
30	37	38

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、グループ会社（株）ハピネット・ベンディングサービスが業界トップとなる事業を担っています。

● (株) ハピネット・ベンディングサービス

ハピネット・ベンディングサービスでは、商品選定を担う委託販売が中心のため、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ため、ハンディターミナルを使用した販売データの収集を推進しています。

2012年度は、商品管理強化のため単品別管理を実施する基盤づくりに取り組みました。

2013年度もこのような取り組みを推進し、廃棄物削減に貢献していきます。

3R（リデュース、リユース、リサイクル）の推進

機器類・梱包材の3R グループ会社 (株) ハピネット・ベンディングサービス

ゲーム機や自動販売機は、市場の変化に合わせて設置場所などが見直され、入れ替えや撤去が発生します。ハピネット・ベンディングサービスでは、特約店さまの需要に応じて中古自動販売機の供給や、ゲーム機器類を中古市場に流通させるリユースを推進し、機械類の廃棄量削減に取り組んでいます。

また、さまざまな理由で各拠点に回収された自動販売機商品を一拠点に集約して仕分けし、再利用することによって、効率的に在庫を管理し、廃棄量削減につなげています。

さらに、お取引先さまのご理解をいただき、入荷時のカートン箱のほぼすべてをピース・アソート出荷※の梱包材として利用。2012年度は、約6万ケースとなる出荷量について、80%の約5万ケースを再利用しています。この結果、入荷時のカートン箱の廃棄をほぼゼロとしました。2013年度は、梱包材以外についても、資源の有効活用を工夫していく考えです。

紙製商品については、リサイクル処理の推進によって、2012年度も継続してほぼすべてリサイクル化しました。

なお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。

※ ピース・アソート出荷：ピース単位でさまざまな種類の商品を詰め合わせて梱包する出荷方法

物流現場における3R グループ会社 (株) ハピネット・ロジスティクスサービス

ハピネットグループの物流を担うハピネット・ロジスティクスサービスでは、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。2010年度からは再生紙を使用したクッション入り封筒の使用も開始しました。一方、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。

2012年度は、破損した物流機材やパレットなどについて、リサイクル業者とその都度、確認を取り再分別することで、産業廃棄物の発生量は約5トンとなり、前年度比70%の削減となりました。

また、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、2012年度の一般廃棄物排出量は約80トンとなり、前年度と比べ約10%の削減となりました。



分別の様子

オフィスでのごみの分別とリサイクル

ハピネット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、本社の一部フロアと駒形プラザビルでは、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。

2012年度、本社ビルにおける一般廃棄物の排出量は53,965kgとなり、前年度比4%の削減となりました。2013年度も改善を重ね、分別精度も高めて環境負荷低減に努めていく考えです。

なお当社グループにおいては、オフィス什器、いす、机などは、グループ会社を集約してリユースを図っています。

情報機器のリサイクル

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

2012年度は、前年度に引き続き情報機器のリサイクルを推進したほか、ノートパソコン200台の省エネタイプへの交換、低消費電力ディスプレイの採用、ペーパーレス・伝票レス取引を実現するアプリケーションの開発などに取り組みました。

2013年度は、省エネタイプパソコン400台や物流システムを中心としたサーバ80台の交換で発生する廃棄分をリサイクル業者に回収を依頼する計画です。

DVDレンタルケースの軽量化

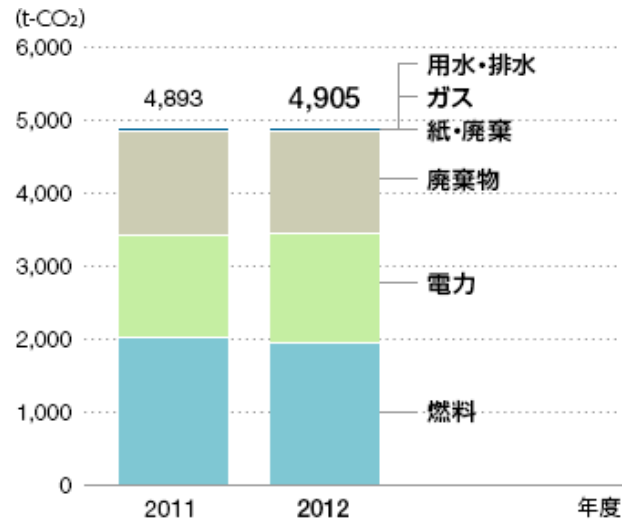
ピクチャーズユニットでは、レンタル店対象商品において、ケースの軽量化を推進しています。2012年度は、63商品約17万個について軽量化を実施し、ポリプロピレン2.6トン削減しました。2013年度も、引き続き軽量化を推進していきます。



地球温暖化防止の取り組み

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。2012年度も、オフィスでの電力消費量削減や物流段階でのリサイクルを推進するとともに、営業・仕入れ・物流の連携による物流拠点の有効活用を一層強化することで、CO₂排出量削減に努めました。

ハピネットグループのCO₂排出量の内訳



物流におけるCO₂排出量の削減

玩具事業については、お取引先さまへの配送距離が最も短くなる拠点からの出荷を推進することで、配送時のCO₂削減を図っています。

2012年度は、出荷拠点を見直したことにより、約70トンのCO₂削減効果があったと試算しています。

オフィスにおける省エネルギーの推進

ハピネットグループでは、クールビズ、ウォームビズの実施と、それに伴うエアコン温度調整の実施はもちろんのこと、チェックリストを用いたエアコン・照明消し忘れ防止の取り組みや、イントラネット版社内報を活用した節電の呼びかけなどを継続してきました。

2012年度は、前年度に引き続き、蛍光灯や水銀灯照明の間引き、室温管理担当者による執務室内温度管理の徹底（約28℃）を実施しました。

こうした結果、2012年度の電気使用量は4,115MWhとなりました。またCO₂排出量換算では1,489 t-CO₂tとなり、前年度と比較して6%増の結果となりました。

2013年度もグループ全体で省エネルギーに取り組んでいきます。

電力使用量年間推移

	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度
電力使用量 (MWh)	5,173	4,830	3,780	4,115
CO ₂ 排出量 (t-CO ₂)	2,100.0	1,791.8	1,403.3	1,489.0

Copyright © 2013 Happinet. All Rights Reserved.



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。

2012年度サマリー

- 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。
- 運送業者との「品質改善会議」を継続的に開催しています。
- 「共遊玩具」を積極的に開発・製造しています。
- オンラインユニットが表彰を受けました。

＞ 基本的な考え方

- ▶ ハピネットグループ製品安全に関する基本方針

＞ 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
- ▶ 有害物質への対応
- ▶ 玩具仕入れ製品への取り組み
- ▶ 青少年への倫理活動

＞ CS（顧客満足）の向上

- ▶ トイ・オリジナルユニットの取り組み
- ▶ オンラインユニットの取り組み
- ▶ ピクチャーズユニットの取り組み
- ▶ お問い合わせ内容の活用
- ▶ 物流での品質向上の取り組み

＞ お取引先さまとともに

- ▶ 公正な取引
- ▶ サプライチェーン全体の効率化・生産性向上のために



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を含めたすべての関係先を示します。

2007年、当社グループは「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、「お客さま重視」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、販売する製品および他社から調達して販売する製品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

（社）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

当社は、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、管理本部内に品質保証チームを設置して、製造を担う各事業ユニットのものづくりを支援しています。

品質保証チームは「ハピネット品質基準」の原案作成や、各ユニット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、オリジナル玩具製品を拡大する事業戦略に基づいて、製品リスクマネジメント体制の構築・強化にも取り組んでいます。これらのほか、行政および玩具業界の動向を収集しグループ内に周知しています。

この品質保証チームと、各事業部門の品質関わる責任者が主体となって「品質保証推進委員会」を毎月開催しています。この委員会では、当社グループが今後取り組むべき課題の検討や、製品事故・失敗事例などの情報共有、ハピネット品質基準の改定などについて議論しています。2012年度に開催した同委員会では、(社)日本玩具協会が定める玩具安全基準(ST基準)の改定にともなって「ハピネット品質基準」を改定しました。

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、オリジナル玩具製品の開発において、より安全な製品をつくるための自社品質基準「ハピネット基準」を設けています。

ハピネット基準は、当社グループが発売する各製品に関わる食品衛生法などの法令や、(社)日本玩具協会が定める玩具安全基準(ST基準)を網羅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、改定を検討しています。

さらに、企画担当者や開発担当者を対象に、ハピネット基準に関する勉強会を年4回開催し、安全基準の理解と安全に対する意識強化を図っています。生産委託事業者に向けて、ハピネット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、当社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。

ハピネット基準



ハピネット基準に関する勉強会



ハピネット品質保証Webサイト

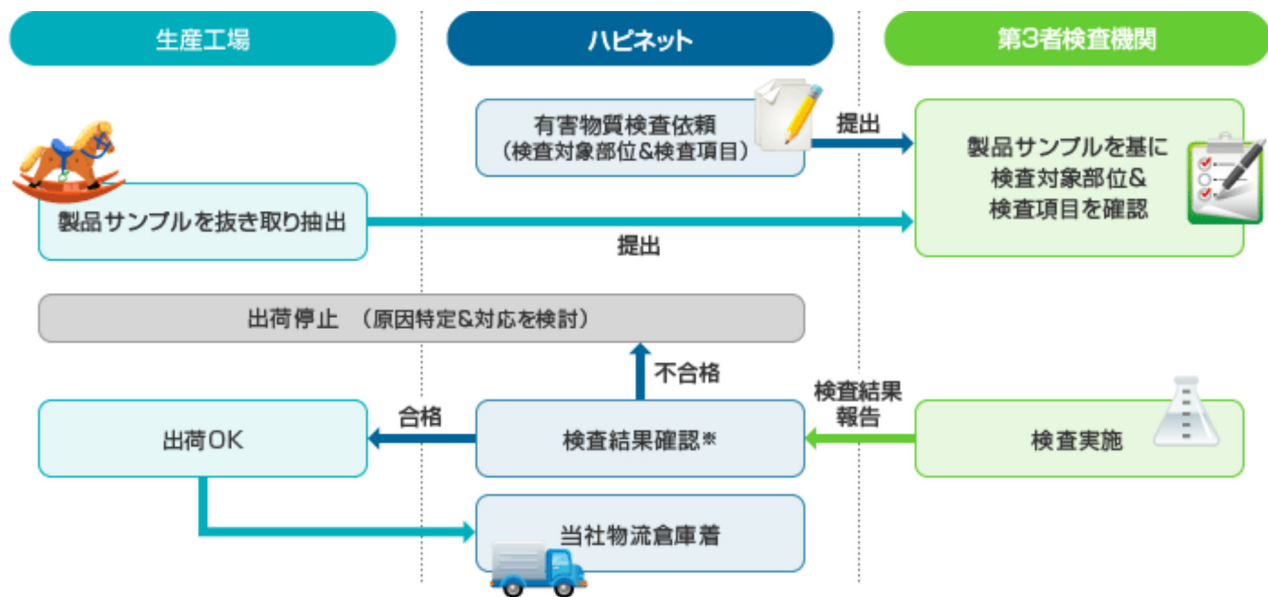
有害物質への対応

ハピネットグループは、オリジナル製品の材料の安全性について、自主基準を設けています。この自主基準は、食品衛生法および玩具業界の安全基準（ST基準）を網羅しており、工場から製品を出荷する際に、この自主基準に基づいた化学的特性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。

材料検査の対象は、接触できるすべての部位の重金属8元素、当社グループ自主基準で指定したPVCなどの素材におけるフタル酸エステル類6種ほか該当する材料としています。

有害物質検査の流れ



※ 工場出荷の合否を判断する検査は、有害物質のみならず、他の物理的安全性・性能面などの品質にかかわる自主基準についても実施しています。

共遊玩具への取り組み

ハピネットグループは、視覚や聴覚に障がいがあるお客さまにも楽しんで遊んでいただける玩具製品「共遊玩具」を積極的に開発・製造しています。

2012年度は、トイ・オリジナルユニットの「おしごとしちゃお！シリーズ」4アイテムが、（社）日本玩具産業協議会などが定める「共遊玩具」に新たに認定され、同ユニットの認定数は「ロータリーマグナム」と合わせて定数5アイテムとなりました。



おしごとしちゃお！シリーズ



ロータリーマグナム

玩具仕入れ製品への取り組み

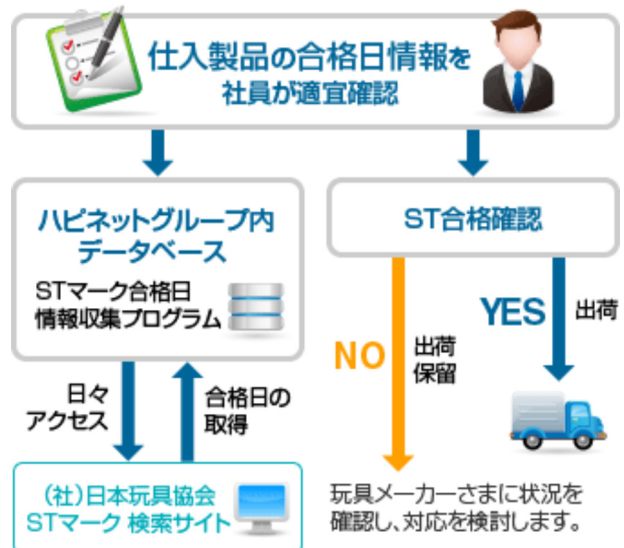
玩具の安全確認（ST確認）

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ました。

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。

2012年度においてもST合格未確認はなく、安全な商品であることを確認しています。

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。

Copyright © 2013 Happinet. All Rights Reserved.

CEROの年齢区分マークとコンテンツアイコン



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



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。



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。



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。



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



CS（顧客満足）の向上

ハピネットグループは、お客さまに信頼され、喜んでいただける商品・サービスを提供するためには、お客さまとのコミュニケーションが大切であると考えています。

その考え方を実践したのが、オリジナル商品の開発・制作およびインターネットショッピングサイトを運営する部門ごとにお客さま相談窓口を設置したことです。各窓口では、お問い合わせやご意見・ご指摘に直接対応するとともに、その内容を社内や必要に応じてメーカーさまへ伝達し、商品・サービスの改善に努めています。

また万が一、製品事故が発生した場合には、お客さまに適切に対応できるように、情報伝達の手順と各担当者の役割を明確化するマニュアル作成を各ユニットで進めています。2012年度は、トイ・オリジナルユニットで作成を完了しました。

トイ・オリジナルユニットの取り組み

トイ・オリジナルユニットのお客さま相談窓口に寄せられる声の多くは、商品の不具合に関するものです。それらに迅速・丁寧かつわかりやすく対応することで、信頼の回復・向上につながると考えています。

2012年度は輸入商品の取り扱いが増えたことなどから、前年に比べ増加しています。

オンラインユニットの取り組み

オンラインユニットのカスタマーサポート部門には、1日当たり約200件のお問い合わせがメールや電話で寄せられます。その約70%を商品のお届け日に関するお問い合わせが占めています。

そこでオンラインユニットでは、ご注文受付から商品の発送完了までの状況をWebサイト上で、お客さま自身で確認いただけるシステムを構築。2011年度に「ハピネット・オンライン」の本店に導入し、2012年度は楽天およびYahoo!の支店に導入しました。

これにより、2012年度のお問い合わせ受付件数は2011年度の50,500件から44,270件に減少しました。

ピックアップユニットの取り組み

ピックアップユニットのカスタマーセンターでは、お問い合わせ状況を月次単位で集約し、改善すべき問題点やお客さまのご要望などを関係者で共有し、商品・サービスの改善や商品開発などに活かしています。

2012年度のお問い合わせ受付件数は合計1,126件と前年度の1,364件から減少しました。内訳は、「商品の使い方」に関するものが15.8%、「商品リリースや仕様」に関するものが39.9%、お客さまからの希望や企業・マスメディアからのお問い合わせなどの「その他」が44.1%でした。

お問い合わせ内容の活用

ハピネットグループは、お客さまからいただいたお問い合わせやご意見を部門ごとに社内イントラネットなどで共有し、商品の開発・改善やサービス向上に活用しています。

お客さまの声を活かした商品・サービスの改善例

● ピクチャーズユニット

商品パッケージ記載のタイトルや出演者などの情報が、レンタル店で貼られる管理シールによって隠れてしまうとのご指摘を受け、パッケージのデザインフォーマットを変更（2013年1月）

● オンラインユニット

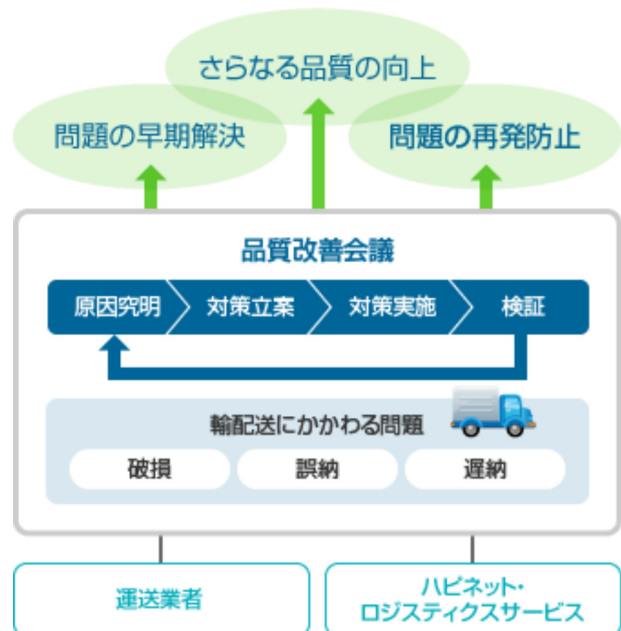
お客さまが求められる決済方法の多様化に対応し、NTT東日本フレッツ回線ご契約者について、当社商品のご購入代金を回線使用料と一緒に支払える「フレッツ・まとめて支払い」を業界に先駆けて導入（2012年10月）

物流での品質向上の取り組み

ハピネットグループの物流機能は、ハピネット・ロジスティクスサービスが担っています。同社は物流の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。2012年度は、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ました。

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・ロジスティクスサービスの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



TOPICS

2012年度、ハピネットのオンラインユニットでは、下記の表彰を受けました。

受賞対象	賞の名称	概要
ハピネット・オンライン楽天支店	楽天市場ショップ・オブ・ザ・イヤー2012「おもちゃ・ホビー・ゲームジャンル」ジャンル賞	年1回、約40,000店舗のなかからお客さまの評価などをもとに約100店舗を選出
ハピネット・オンラインYahoo!支店	Yahoo!ショッピング Best Store Awards 2012「ゲーム、おもちゃ部門賞」「フィギュア部門賞」「ソフト部門賞」	年1回、約36,000店舗のなかから、お客さまからの評価、売り上げが高かった人気の店舗を選出



お取引先さまとともに

公正な取引

企業が営む事業は、お取引先さま、消費者、社員、株主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。

業務に携わる一人ひとりが公正な取引を徹底していくために、2013年度は営業職を対象として「下請法」ほか、必要な研修や周知を行う予定です。

CoC (Code of Conduct : 行動規範) 監査

ハピネットグループは、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、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含まれます。2012年度の監査では、重要な指摘事項はありませんでした。

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、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。こうした多様なお取引先さまと円滑で効率的な取引を続けていくために、品質管理などに関わる情報をWebサイト上で公開して周知を図るなどの取り組みをしています。

流通BMSへの取り組み

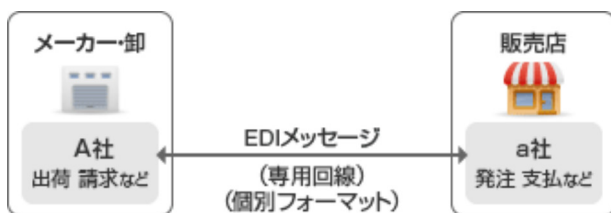
ハピネットグループは、これまで構築した流通システムを基盤にして、お取引先さまとのEDI (Electronic Data Interchange：電子データ交換) 化に積極的に取り組み、データ精度の向上、業務効率化、通信料をはじめさまざまなコスト削減に取り組んできました。これを発展させ、2012年2月からは経済産業省が推進する流通BMS (Business Message Standards) の取り組みを開始しました。

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

2012年12月時点で、GMS (総合スーパーマーケット) とコンビニエンスストアを中心に、5,200社が流通BMSを導入しており、今後も導入が進むと予想されます。

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

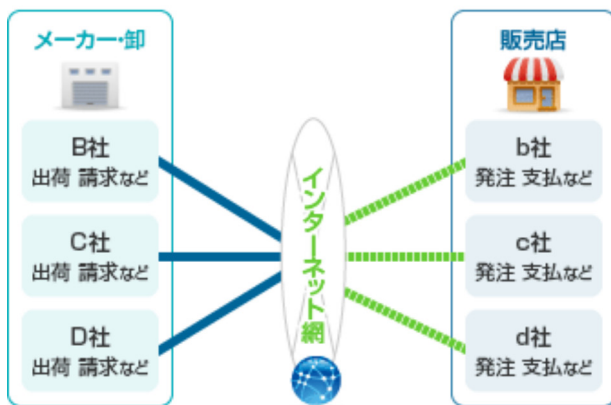
EDIから流通BMSへ



EDI: Electronic Data Interchange

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

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



流通BMS標準仕様フォーマット

店頭データの収集と分析・活用

ハピネットグループは、幅広い販売ルートを活かして市場動向を把握し、オリジナル商品の開発や販売はもとより、商品のメーカーさまや販売店さまへの提案活動に役立てています。

例えば玩具事業では、日々の営業活動を通じて販売店さまから販売データを収集。これらをもとに商品ごとの販売動向までを分析し、適切な仕入れ・販売計画に活かしています。また、こうした分析情報に基づいてメーカーさまに提案営業を実践するほか、店頭の品揃えや陳列など売り場づくりもサポートしています。

また、映像音楽事業では、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。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。

Webを活用した商品情報の提供

映像・音楽ソフトを販売する当社グループのハピネット・ピーエムは、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を2012年度に構築しました。

当社Webサイト内に設けた会員専用サイトで、商品のご注文や各種お問い合わせを受け付けています。また、新作の発売情報やご注文いただいた商品の納期などをいつでも閲覧していただけます。この仕組みは、販売店さまの利便性向上とともに、通信コストの削減にもつながっています。

このほか、ビデオゲームおよび関連商品を販売する当社グループのモリゲームズは、2012年10月、お取引先さまへの商品情報の提供を、従来のファクシミリからWebサイトに切り替えました。これにより、お取引先さまから、商品情報をいつでも確認できて便利になったと評価いただきました。

Copyright © 2013 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。



2012年度サマリー

- スタッフに臨床心理士を加えるなど、メンタルヘルスへの取り組みを強化しました。
- 長期休職・休業をした社員がスムーズに復職できるように、さまざまな施策を実施しています。
- 安全な職場を確保するために、さまざまな点検や改善に取り組んでいます。
- 「ライフイベントとの向き合い方セミナー」を開催しています。

> 基本的な考え方

- > 人権の尊重

> 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
- > 復職の支援体制

> 人材開発

- > 人事制度
- > 2012年度教育研修実施詳細

> 労働安全衛生への配慮

- > メンタルヘルスの取り組み
- > 健康管理/健康診断について
- > インフルエンザおよび感染症の発生予防対策
- > 安全な職場環境づくり



基本的な考え方

ハピネットグループが、今後も成長・発展を遂げていくためには、参画する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。

そこで当社グループは、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」を制定して明記しました。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人事憲章には記しています。

当社グループの「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。

人権の尊重

ハピネットグループは、社員が遵守すべき就業規則内の服務規律において、パワーハラスメントやセクシャルハラスメントを禁止しています。また、相談窓口として安全衛生推進担当を設置しているほか、専門的なカウンセリングスキルを持つスタッフを専属で配置し、あらゆるハラスメントの撲滅に取り組んでいます。

今後も、ハピネットグループで働くすべての社員が心身ともに健康に、かつ安心して業務に邁進できる環境の確立をめざし、諸規程・諸制度の見直しを図っていきます。



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

障がい者雇用

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

ハピネットグループでは、人事憲章の考え方にに基づき、障がい者の方々に対して、採用時も、就業時も分け隔てなく、一人ひとりを自立した個として尊重しています。

2012年度は、2013年度から障がい者雇用を本格化させることに伴い、雇用可能な業務の再評価などに着手しました。今後は障がい者就労支援事業や障がい者就労支援センターと連携した採用活動に取り組むほか、採用後の定期的面談などのフォローアップ体制の整備を進めていきます。

育児・介護休業制度

ハピネットグループでは、女性社員の比率が増加していることもあり、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。

2011年度に改定した育児休業規程では、従来は3歳までが対象であった育児短時間勤務制度と所定外労働の免除を就学前まで利用延長できるようにしました。また、就業時間は変更せずに、始業・終業時刻の繰り上げ、繰り下げができる制度としました。

2012年度における育児休業制度の利用者は前年度と同じく9名、短時間勤務制度の利用者は前年度から3名増えて6名であり、すべて女性社員の利用でした。

またハピネット・グループでは、社員が仕事と子育てを両立させることができ、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、行動計画を策定しています。

今後も、エンタテインメント企業として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に、社員を支援する多様な制度の充実を図っていきます。

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または休業をした社員がスムーズに職場に戻るよう、さまざまな施策を実施しています。

2012年度は、本社において臨床心理士によるフォロー面接を開始。さまざまな療法の知識を持った専門家が、カウンセリングを通じ、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。

また、休職中は必要に応じて産業医面接を実施。復職準備期間に入ると「復職支援プログラム」に基づき、試し出勤や産業医、リーダーを含めた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。

育児休業者については、月1回、組織や制度の変更点、チーム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。また、復職後にも定期的に復職した社員同士の意見交換会を実施し、業務や生活における工夫や改善点などの共有をしています。

※ 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。

復職支援の主な内容 (2007年開始)

- 復職支援プログラム実施 (社内・社外リワーク施設利用)
- 産業医面談
- 社内カウンセリング
- 4者面談 (上司・産業医・本人・スタッフ)
- 試し出勤の実施
- 産業医フォローアップ面談
- 臨床心理士による面談

TOPICS

ライフイベントとの向き合い方セミナー

ハピネットグループでは、結婚や出産などのライフイベントを踏まえ、女性社員がキャリアデザインに主体的に取り組める機会を積極的に提供しています。

その一環として、2011年度より、ライフイベントをさらに前向きに捉え、自らの成長のチャンスとして、また仕事における価値創造をしていくために、「どのようなことが必要か」「何をめざすのか」などを長期的視点で考える「ライフイベントとの向き合い方セミナー」を開催しています。

2012年度は2月に開催し18名が受講しました。組織開発・人材開発のコンサルタントが講師となって、「外部環境変化の予測」「ライフイベントと業務の両立と障壁」「ライフイベントと向き合うためのキャリアの考え方」「ライフイベントを自分の価値に変え、会社で発揮していくためのプランづくり」などをディスカッション中心に講習。受講者は、どのようなことをすれば、ニーズと自分の希望、そして自分にできることの3つを合致することが可能かなどを考えました。

終了後、受講生からは、「ロールモデルを探さず、自分になるという気持ちが大切だとわかった」「結婚や出産の予定はまだないが、今後訪れた時の考え方や選択の方法を知ることができて有意義だった」との感想が寄せられました。また「同じような悩みを持つ人たちと意見交換ができて良かった」「具体的に将来のキャリアを描くことができた」「予期せぬ出来事を良いことを自分のチャンスに変えていけることがわかった」などの感想も寄せられました。

本セミナーは2013年度も継続して開催する予定です。



ライフイベントとの向き合い方セミナーの様子



社員とのかかわり

人材開発

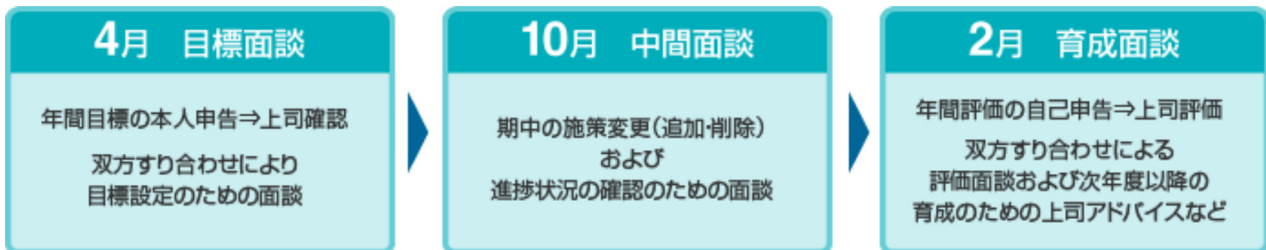
人事制度

ハピネットグループでは、成果主義・時価主義に基づいて、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の反映先をより明確にするための制度で、当社では管理職に「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に、非管理職層を対象に「社内公募制度」を導入しています。希望する部門・職務がある場合は、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、年間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」の実施によって、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



2012年度教育研修実施詳細

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。

そうした方針のもと、各年代に向けたキャリア研修や育成層に向けた集中的な基礎教育、販売士検定の受検、各種通信講座の受講など、社員の多様なキャリアビジョンをサポートする教育体系を確立し、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。

また、当社の経営幹部や中核社員の選抜教育として、次世代経営幹部候補を育成する「ハピネット・マネジメントスクール」を2010年度に開校したほか、eラーニングによる基礎知識の習得、外部機関を活用した通学形式の研修、自社経営課題演習による経営スキルの強化など、全社的な視点で知識の向上を図っています。2012年度は、主に外部機関を活用した研修に16名が、自社の経営課題に関する演習に6名が参加しました。

さらに、社内の教育制度であるセールスアカデミー、スタッフアカデミーにおいては、社内資格であるバリュープランナー（VP）、ソリューションプランナー（SP）の認定をめざす若手優秀層の「早期選抜教育」に努めています。

社員教育の全体カリキュラムと参加者数

分類		名称	研修テーマ	対象者	参加者
基礎教育	若年層	2年目社員研修	脱・新入社員／仕事へのスタンス	26	26
		3年目社員研修	キャリアプランニングの基本的な考え方／会社や自身を取り巻く環境認識／初期キャリアの検討	23	22
		4年目社員研修	コーチング（後輩育成／後輩との接し方）	38	36
	キャリア	キャリア研修 1 (30才)	キャリアプランの重要性／会社や自身を取り巻く環境認識／キャリアプランの検討	30	30
		キャリア研修 2 (35才)	キャリアプランの重要性／会社や自身を取り巻く環境認識／キャリアプランの検討	31	31
		キャリア研修 3 (40才)	現在の自分の立ち位地を正しく認識する／広い視点で将来を考える／キャリアプランの検討	49	49
選抜研修	リーダー	新任リーダー研修	マネジメントの基本／管理会計／労務知識／法務知識／債権管理／安全衛生管理	12	12
		リーダー研修	マネジメント（目標設定・評価・フィードバック）	別表参照	
		メンタルケア（安衛）	部門のメンタルヘルスマネジメント	12	12
	VPSP研修	インターンシップ	戦略的な課題解決方法の定石を身に付ける	20	20
		VPSP本認定	自部門のミッションや課題に対して、戦略的に施策を立案・実行する	16	16
新入社員教育	入社前研修	学生から社会人へと気持ちを切り替える／社会人としての基本的な行動様式を身に付ける	37	37	
	導入研修	ハピネットの新入社員として必要な知識やスキルを身に付ける	37	37	
	新入社員受入研修	（4月）近年の新入社員を知る／新入社員との接し方を学ぶ（8月）OJTの悩みを共有し、解決策を練る	37	37	
	フォローアップ研修	仕事の基本のフォローアップ／モチベーションアップ	37	37	
	（日玩協研修）	玩具業界の基本知識／著名人の講演／他社の新入社員と交流し刺激を与える	37	37	
自己学習	通信教育	必修教育講座	必修教育講座（産業能率大学の通信教育講座から8種）	-	-
		自己学習講座	自己学習講座約100種（産業能率大学、日本能率協会マネジメントセンターの通信教育講座から約100種）	-	-
	外部教育研修への参加			-	-
	基礎知識講座			-	-
	ライフイベントとの向き合い方セミナー			18	18

育成層に向けた集中的な基礎教育

1年目	入社前マナー研修、フォローアップ研修
2年目	モチベーションアップ研修
3年目	キャリア研修
4年目	コーチング研修

若手優秀層の「早期選抜教育」

VP認定コース	市場や消費者動向をとらえ、顧客視点での提案を実行できる営業員を育成する
SP認定コース	経営者の参謀の育成を目的に、全体最適を考えた問題解決を提案・実行する
IS（インターンシップ）	VP研修、SP研修受講者が初年度に受講するコース。情報収集～戦略立案・課題解決の基本的な考え方を学ぶ。ISコースを1年間学んだ後にVPもしくはSPコースを1年間学ぶ

Copyright © 2013 Happinet. All Rights Reserved.



労働安全衛生への配慮

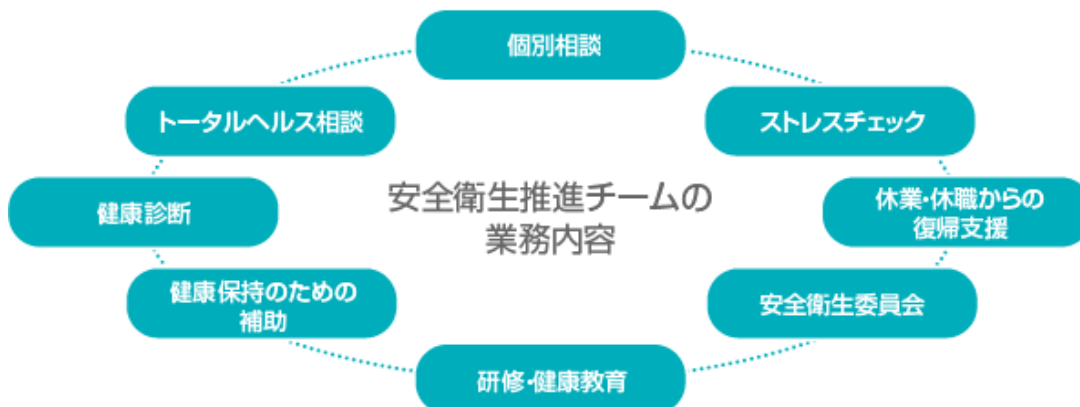
ハピネットグループは、社員が仕事を通して充実した社会生活を送るために、より生き生きと働ける職場づくりをめざしています。そのために「社員の健康サポート」「労働安全衛生の推進（法令遵守）」「安心して働ける職場環境づくり」を労働安全衛生活動の3本柱と位置付け、心身の健康づくりはもちろんのこと、充実した職業生活を総合的に支援しています。

職業生活とは、日常的に従事する業務や労働などの活動を指す言葉です。しかし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。

ハピネットグループでは、各職場から選任された委員による「安全衛生委員会」を開催しています。同委員会では、快適な職場環境づくりや健康の保持・増進、また全国労働衛生週間や安全週間などの活動推進のため、さまざまな施策を講じてきました。その結果、職場のルールが徹底され、安全な職場環境づくりが推進されています。

「安全衛生推進チーム」では、社員の健康管理や職場環境の安全衛生管理を中心に活動プログラムを順次拡充しています。ハピネットグループにおける安全衛生に対する取り組みの特長は、既存の枠組みにとらわれず、活動領域を広げていることです。当社グループは下図に示すように8つの領域で多彩な活動プログラムを展開し、社員の成長と会社の成長を支えています。

ハピネットグループの労働安全衛生の取り組み



健康教育の主な内容 (2007年開始)

- リーダー研修による心の健康のラインケア
- 新入社員研修でのセルフケア
- 感染症予防策
- 産業保健スタッフからのレターによる個別健康指導
- 全国労働衛生週間の取り組みとして様々なテーマを取り上げ情報提供
- ストレスコーピング
- VDT作業における諸注意など

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、社員が心の不調を感じた場合には、産業医や保健師、看護師、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。2012年度の相談件数は25件でした。

また、社外の相談機関（アドバンテッジリスクマネジメント・玩具人形健康保険組合）に関する情報も提供していません。

2012年度からは、産業保健スタッフに新たに臨床心理士を加えるとともに、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を開始しました。

この一環として2013年1月から新たなストレスチェックの仕組みを導入しました。すでに実施してきた厚生労働省の「職業性ストレス簡易評価票」に基づくストレスチェックの項目より増やし、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くものです。

このストレスチェックはWebサイト上で可能なため、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。

このほか、新入社員対象の「セルフケアの研修」や管理者対象の「ラインケアの研修」などを実施し、メンタルヘルスの予防や教育にも取り組んでいます。2012年度は、新人セルフケア研修と全員対象の個別面談を実施し37名が参加。また、新任リーダー研修を実施し、参加人数は12名でした。

ストレスチェック (2010年開始)

- メンタフチェック実施人数：2012年度868名（対象者897名）
- 実施率：97%

健康管理/健康診断について

社員の健康の保持増進のために、法定健診だけにとどまらず、人間ドックやオプション検査の受診を促進するための補助金を交付しています。

残業時間/休日出勤の削減

社員の健康の保持増進を図り、労働災害を未然に防止することを目的に、残業に関するルールを徹底しています。

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

このような取り組みの結果、グループ全体の年間平均残業時間は、2008年度の23時間から2012年度には19時間と減少傾向にあります。

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。



リーダー研修

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。医療機関による従来の健康診断に加えて、当社独自に作成した「トータルヘルス相談問診票」の提出を受け、より踏み込んだ健康相談や指導が受けられる制度で、病気の予防や早期発見、適切な措置・対処をめざしたものです。

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

2012年度は、健康診断や人間ドックなどの早期受診を推奨したこともあり、問診票提出率は53%でした。

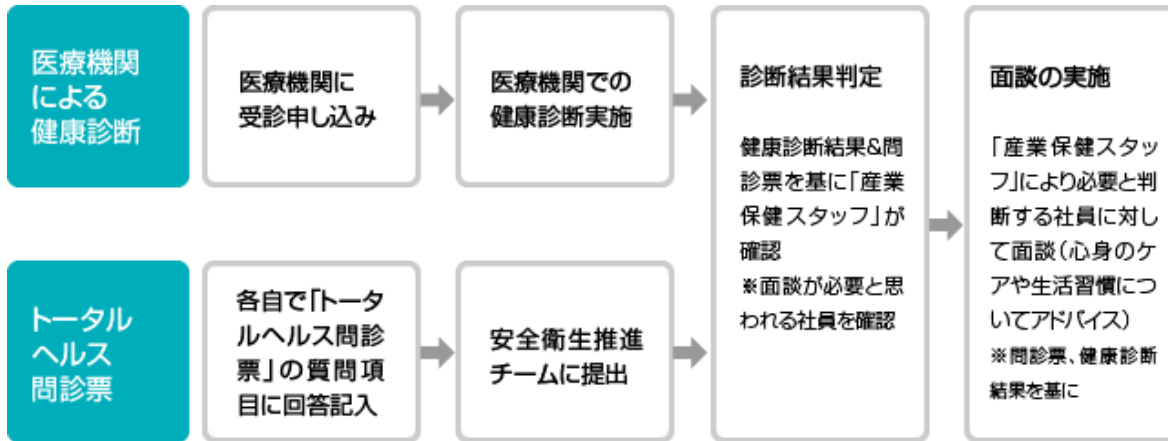
回収した問診票は、回答内容に応じて適切な産業保健スタッフを選定し、産業医や保健師からアプローチする健康相談や指導も行っています。

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



トータルヘルス相談問診票

トータルヘルス相談の流れ



禁煙支援への取り組み

ハピネットグループは、2000年から執務フロアから中が見える分煙喫煙室を設けるなど、喫煙対策に取り組んできました。2010年度には「社員の健康の保持増進とより快適な職場づくり」「エンタテインメント、子どもに携わる企業としての姿勢を示す」との禁煙目的を明確化し、2011年度からは「禁煙支援制度」を導入し、禁煙挑戦者に医療補助金を出すなどサポートしてきました。

2012年度は、5月31日の世界禁煙デーに「1日社内全面禁煙デー」を実施したほか、3回目となる「禁煙支援キャンペーン」を展開。36名が参加し、うち13名が禁煙に成功しました。禁煙挑戦者には、「禁煙チャレンジャー通信」を配布するほか、ヒアリングなどを実施しています。

このような活動は、2013年4月からのハピネットグループ社内の禁煙実施を見据えた取り組みです。



禁煙チャレンジャー通信

インフルエンザおよび感染症の発生予防対策

ハピネットグループは、インフルエンザやその他の感染症の発生予防対策として、通年でうがい・手洗い・手指消毒を奨励し、毎週1回、冷蔵庫清掃と除菌を実施しています。

また、「インフルエンザ感染拡大防止マニュアル」を作成し、対応方法を取り決めています。まず自分自身や家族がインフルエンザにかかった時、あるいはインフルエンザの可能性のある時は、安全衛生推進チームの指示に従って、「インフルエンザ発症報告書」「体調チェックシート」を提出することを義務付けています。また家庭での療養ポイント、流行時の渡航禁止・自粛区域なども取り決めています。

さらにインフルエンザ以外の感染症についても、1種から3種まで感染症の種類や待機期間・対応方法などを社内掲示して、感染症防止に努めています。

インフルエンザ予防接種を会社負担で実施

リスクマネジメントの一環として、2008年からインフルエンザ予防接種に関して、全額支援および会社での集団予防接種などを実施しています。

2012年度は、当社グループでの予防接種を受けた社員が651名、ほかの医療機関で受けた社員が96名で、全体で747名がこの制度を利用しました。

今後は、感染症拡大防止に向けて社員への呼びかけに取り組んでいきます。

職場の衛生管理体制

ハピネットグループの「安全衛生委員会」では、会合を毎月開催し、社内の安全衛生について取り組み、より良い職場環境をめざしています。

また「安全衛生推進チーム」では、衛生管理の一環として手指消毒やうがい、手洗いを通年で社員に徹底させているほか、冷蔵庫の運用管理や本社を中心に加湿空気清浄器を設置するなど、感染症防止に取り組んでいます。2012年度は、災害時応急措置用品のメンテナンスや救護室の設備の充実、緊急措置対応策の強化などに取り組みました。

安全な職場環境づくり

安全な職場を確保するために、産業医・衛生管理者・安全衛生委員会メンバーによって毎月1回、職場巡視を実施して危険箇所の点検や改善に取り組んでいます。

例えば、衛生面では年間を通じてアルコール消毒剤やうがい薬・消毒石鹸の設置など、疾病予防対策を実施し、感染症の未然防止に努めています。また、熱中症対策などのほか、当社では、加湿空気清浄器の導入によってインフルエンザや風邪予防対策をしており、社員が安心して働ける環境づくりを実施しています。



手指消毒のための消毒液

AEDの設置/救命技能講習

ハピネットグループでは、人命に関わる万一の事態に備えて、本社ビルやロジスティクスセンター、営業所など10カ所に、14台の自動体外式除細動器（AED）を設置しています。

また、応急手当の普及を目的に、2007年から消防署で開催する「普通救命講習会」を本社と各拠点で受講しています。2013年3月までに累計で375名が参加し、心肺蘇生法やAED使用方法などを習得しました。

今後もAED設置場所を増やし、できるだけ多くの社員に救命技能講習会への参加を呼びかけていきます。



AED

TOPICS

東京マラソンでの救護所ボランティア

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。2013年2月24日に実施された大会にも、当社社員が救護所ボランティアに参加しました。

浅草消防署からの要請を受け、毎年ボランティア参加しているもので、救命技能講習会の受講率が高く、また意識も浸透していることが要請の背景にあると考えています。



東京マラソンでの救護所ボランティアの様子

安全運転への取り組み

玩具自動販売機の運営等を担うグループ会社のハピネット・ベンディングサービスでは、2012年度、全国10拠点で運転適性検査を実施しました。また事故事例を分析し、どのような状況で事故が起きやすいかを確認しました。2013年4月には、事故や違反ゼロをめざして危険予測安全教室を開催しました。

このほか外部講師を招き、事故再発防止教育を実施したほか、事故防止策として「車をキレイにして事故を減らそうキャンペーン！」を展開しました。

無事故無違反の社員については、四半期ごとに表彰する制度も設けています。

物流拠点での取り組み

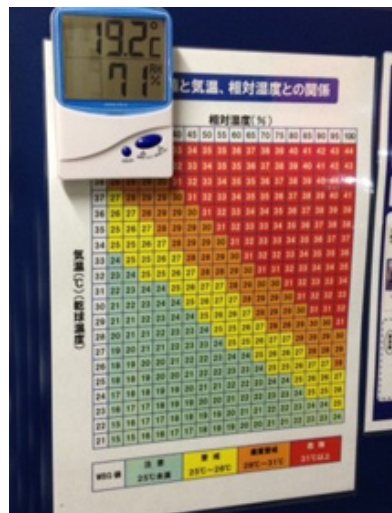
ハピネットグループで物流機能を担うハピネット・ロジスティクスサービスでは、各物流拠点で毎月開催している安全衛生委員会で現場を巡回し、整理整頓の状況や危険箇所を点検しています。もし問題が発見された場合には、すぐに対応するなど、継続的な労働安全衛生改善活動を実践しています。

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や塩分を補給できる体制を整えています。このほか熱中症発生時の応急処置に必要な備品として、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。

2012年度においては、フォークリフトの前進時に音が鳴るように改善し、3カ所のロジスティクスセンターのすべてのリーチ型フォークリフトに取り付けました。フォークリフト周辺の作業者は、接近を音で確認でき、注意行動が取れるようになったことに加え、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るものと期待しています。



給水機に岩塩を設置し塩分補給を奨励



熱中症警戒温度表の掲示



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。



2012年度サマリー

- 事業所周辺の歩道を清掃する活動に取り組んでいます。
- 「エコキャップ運動」に取り組んでいます。
- 空きカプセルを利用した工作教室を開催しました。

▶ 基本的な考え方・社会貢献

- ▶ 「東北子ども博」への協賛
- ▶ 独自の地域清掃活動の実施
- ▶ ペットボトルのキャップを回収してワクチンへ
- ▶ 東京都交響楽団への協賛
- ▶ 空きカプセルを利用した工作教室の開催



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。

社会貢献

「東北こども博」への協賛

ハピネットグループは、東日本大震災被災地の一日も早い復興を願っています。2012年度は、「2012東北こども博」実行委員会に、(社)日本玩具協会を通じて寄付金を送りました。これは、「被災地の子どもたちがおもちゃで思いきり遊び、スポーツで存分に体を動かすことで、その健やかな成長と笑顔の広がりを願う」とする開催趣旨に賛同したものです。

「2012東北こども博」は、2012年10月6～7日に宮城県の仙台大学で開催され、15,900名が参加したイベントです。さまざまなおもちゃで遊べるコーナーや、スポーツ・レクリエーションが体験できる広場、屋台村テントなどが開催され、多くのファミリーが楽しいひとときを過ごしました。実行委員会には、「子どもたちの笑顔を見て、大震災に立ち向かう勇気を得た」「子どもたちがこんなに大勢集まって、皆が笑顔でいるという光景に感動した」といった来場者の感想が数多く寄せられたとのことでした。

独自の地域清掃活動の実施

当社グループの物流機能を担うハピネット・ロジスティクスサービスでは、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。

活動初年度となる2012年度は、3カ所の拠点で延べ5回、それぞれ約10名が参加して実施しました。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、2013年度も継続して実施する計画です。



地域清掃活動の様子

ペットボトルのキャップを回収してワクチンへ

ハピネットグループは、社員の呼びかけで始まった「エコキャップ運動」に取り組んでいます。エコキャップ運動とは、ペットボトルのキャップを回収・リサイクルして得た収益金で世界の子どもたちにポリオワクチンを届ける活動です。キャップをリサイクルすることで、CO₂の発生を抑制する効果もあります。

2012年度も、社員や社員の家族の皆さんの協力を得て、61,800個を回収しました。この数は約77名分のポリオワクチンに相当し、約486キログラムのCO₂排出を抑制することができました。



ボトルキャップ回収BOX

東京都交響楽団への協賛

ハピネットグループは、エンタテインメント総合商社として映像音楽事業にも注力し、優れた音楽の普及にも貢献しています。

この一環として、2011年度から東京都交響楽団のコンサート活動に協賛しています。親子を招待する「台東おやこシート」に協賛したもので、2012年度も継続して協賛しました。

空きカプセルを利用した工作教室の開催

ハピネットグループのアミューズメント事業を担うハピネット・ベンディングサービスでは、2012年度、地域の皆さまとの交流活動の一環として、空きカプセルを利用した工作教室を開催しました。

大手GMS（スーパーマーケット）に設置したカプセル玩具の自動販売機で計14回実施し、各回20～30名の参加がありました。

この工作教室は、設置しているカプセル玩具自動販売機の空きカプセルがごみとなってしまうことから企画した催しですが、参加者はもちろん、自動販売機の設置店様からも高い評価をいただきました。

2013年度も、内容を検討しながら継続して開催できないかと考えています。



空きカプセルを利用した工作物



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。



2012年度サマリー

- 株主優待制度の充実を図っています。
- 情報発信のため、IRサイトの充実に取り組んでいます。
- 投資家の皆さまとの積極的な対話に取り組んでいます。

＞ 基本的な考え方

- ▶ 株主還元策の実施

＞ 株主・投資家とのコミュニケーション

- ▶ 株主総会の開催
- ▶ 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。

この一環として、より多くの株主の皆さまに参加いただけるよう定時株主総会を休日に開催しています。

投資家の皆さまには、株主通信「ハピネットリポート」やホームページを通じて最新情報を提供しています。また機関投資家やアナリスト向けの決算説明会、個人投資家向けの会社説明会などを定期的に開催しています。

株主還元策の実施

ハピネットグループでは、株主価値の最大化を図るために安定配当の実施に努めています。また、企業価値の向上を図るために内部留保の充実を進めており、内部留保した資金は、各事業年度の利益状況と中長期的な事業展開を考慮し、将来性・収益性のある分野の育成や強固な事業基盤の構築に向けた投資に活用しています。

2013年3月期は、事業や財務状況に関する中長期的な見通しを総合的に勘案し、ハピネットにおいては、1株当たり中間期11.25円、期末11.25円と年間22.5円の配当を実施しました。

また、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。



株主優待商品の一部



株主・投資家とのコミュニケーション

株主総会の開催

ハピネットでは、株主の皆さまとの直接的なコミュニケーションの場である定時株主総会を休日開催とし、2012年度は6月23日（土）、352名の株主の皆さまに参加いただき実施しました。

招集通知については、株主の皆さまに議案を十分に検討いただけるように早期のお届けをめざし、開催日の約3週間前に発送しています。

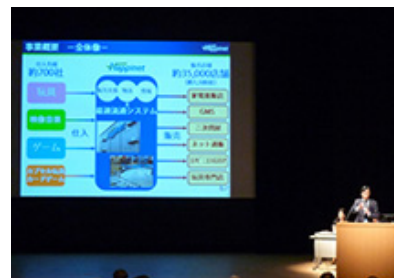
投資家の皆さまとの積極的な対話

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

2012年度は12月に、日本経済新聞社主催の個人投資家向け会社説明会に参加し、519名の参加がありました。

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

なお、決算説明会で使用した資料はホームページに掲載し、公平な情報提供に努めています。



決算説明会の様子

情報開示（ディスクロージャー）の充実

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

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

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



IRサイト

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。