



ハピネット
CSRLレポート
HAPPINET CSR REPORT
2014



目次

目次	1
編集方針/グループ概要	2
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.カプセル玩具の流通オペレーション改革 ..	14
2.シニア向け映像商品のプロデュース	19

ヒューマンレポート	22
-----------------	----

CSRマネジメント	38
CSR推進体制	39
CSRの目標と実績	40
コーポレート・ガバナンス	42
コンプライアンス	44
リスクマネジメント	46

環境とのかかわり	52
環境マネジメント	53
廃棄物削減の取り組み	55
地球温暖化防止の取り組み	60

顧客とのかかわり	62
基本的な考え方	63
製品責任への取り組み	65
CS(顧客満足)の向上	69
お取引先さまとともに	71

社員とのかかわり	74
基本的な考え方	75
多様性とワークライフバランスへの配慮	76
人材開発	79
労働安全衛生への配慮	81

社会とのかかわり	88
基本的な考え方・社会貢献	89

株主とのかかわり	91
基本的な考え方・株主還元策の実施	92
株主・投資家とのコミュニケーション	93

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

2013年度(2013年4月1日～2014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2013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

2014年8月(前回:2013年8月)

問い合わせ先

株式会社ハピネット 経営本部 経営企画部 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/>

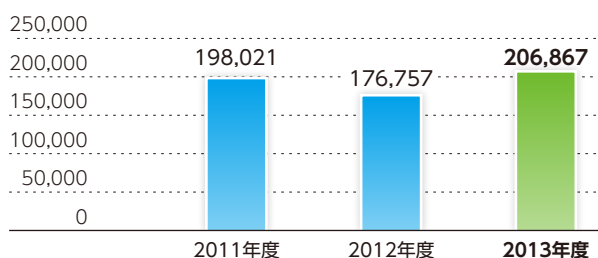
主要子会社 株式会社ハピネット・マーケティング
株式会社ハピネット・ピーエム^{※1}
トイズユニオン株式会社^{※2}
株式会社モリゲームズ^{※2}
株式会社ハピネット・ベンディングサービス
株式会社ハピネット・ロジスティクスサービス

従業員数 連結 972名(男性:753名 女性:219名)
単体 425名(男性:296名 女性:129名)

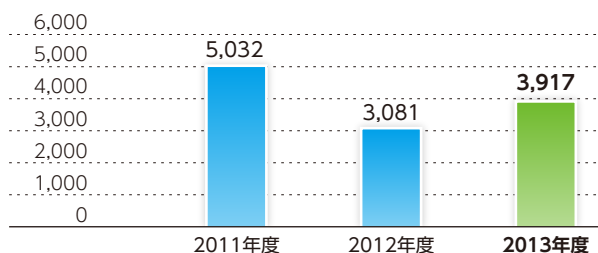
※1 株式会社ハピネット・ピーエムは、2014年4月1日付で株式会社ハピネットに吸収合併しました。

※2 トイズユニオン株式会社と株式会社モリゲームズは、トイズユニオン株式会社を存続会社として合併し、社名を株式会社マックスゲームズに変更しました。

売上高推移(百万円)

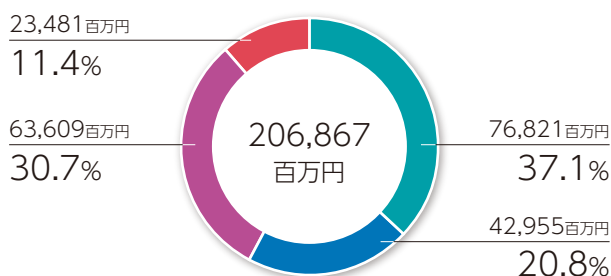


経常利益推移(百万円)



事業別売上高構成比 (2013年度)

■ 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



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スにより、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供給し、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市場に商品を供給し、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^{※1}

映像・音楽ソフト商品を、販売店さまに供給しています。

● トイズユニオン株式会社^{※2}

ビデオゲームハード・ソフト等の販売、およびトレーディングカードの販売を行っています。

● 株式会社モリゲームズ^{※2}

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。

※1 株式会社ハピネット・ピーエムは、2014年4月1日付で株式会社ハピネットに吸収合併しました。

※2 トイズユニオン株式会社と株式会社モリゲームズは、トイズユニオン株式会社を存続会社として合併し、社名を株式会社マックスゲームズに変更しました。

- 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

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「ひとことで言えば、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に先を準備していれば、社会に認めてもらえる。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」する「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 © 2014 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

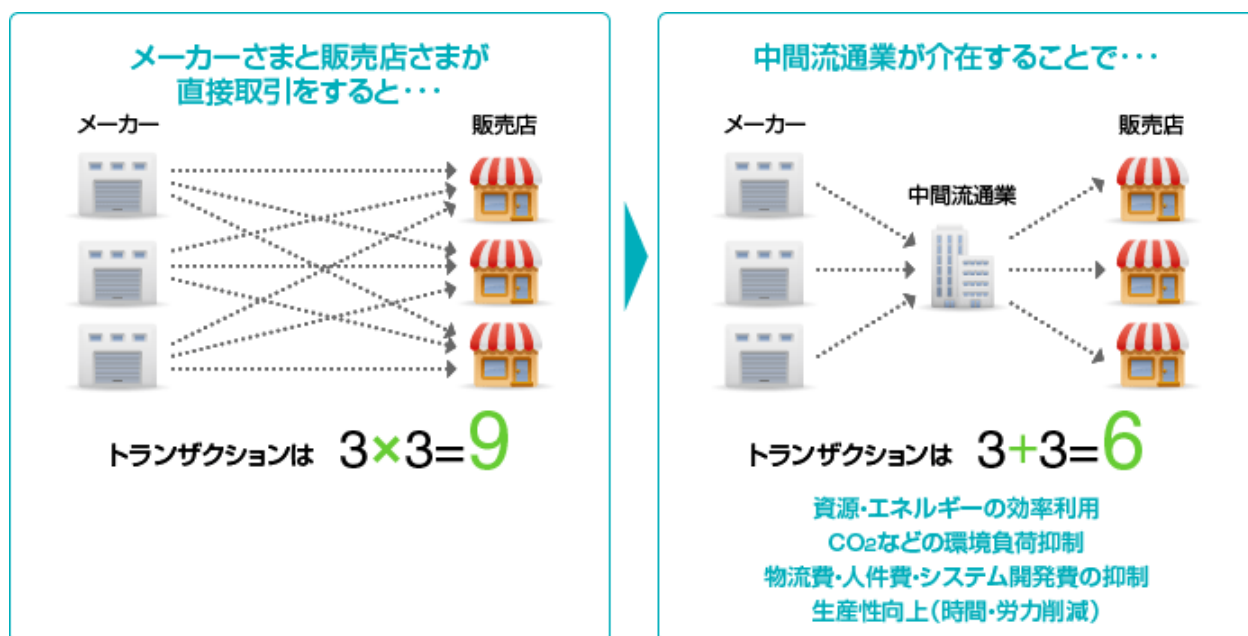
メーカーさまと販売店さまの間に立つ“中間流通業”としての機能を発揮して商品流通に伴う“社会的エネルギー・コストの抑制、効率化”に貢献していきます。

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 © 2014 Happinet. All Rights Reserved.

特集 1 カプセル玩具の流通オペレーション改革

自動販売機にセンサーなどを搭載することで販売店様の機会損失を最小化しながら、お客様満足度や環境対応力を高める販売システムを構築しています。



販売店の機会損失を抑制するために

ハピネットは、国内で約15万台のカプセル玩具の自動販売機を管理しており、同市場で約6割の売上げシェアを有しています。この自動販売機一台一台に人気のあるカプセル玩具を安定的に供給することで、販売店様の売上拡大、そしてユーザー満足度の向上に努めることは、トップベンダーとしての使命といえます。

この使命を果たすために、ハピネットでは自動販売機が設置されている売り場をオペレーターが営業車などで定期的に巡回して売れ行きをチェック。販売機ごとに需要を予測しながら商品の補充や入れ替えを行っています。ところが、人気が高まってきた商品などは想定よりも早く売れ切れてしまうことがあり、オペレーターごとに需要予測が異なっていることも相まって、結果的に販売店様に機会損失をもたらすことがありました。逆に、補充が必要のない自動販売機も確認して回るため、業務効率が高まらず、またガソリンなどのエネルギー効率も改善しませんでした。



人海戦術による時間ロスや、品切れによる売上ダウンが発生。
商品輸送時のエネルギー消費量が増加。

センサーと通信機器で販売状況を把握

必要な場所に、必要な商品を、最適なタイミングで効率良く供給し続けるために――。

課題解決に向けて、ハピネットはカプセル玩具自動販売機の内部に排出感知センサーと通信機器を設置して、遠隔地からでもカプセル玩具の売れ行きを一個単位でリアルタイムに把握できる「単品データ取得システム」を開発。2013年から、福島県を地盤とするスーパーマーケット、ヨークベニマル様の50店舗にセンサー付自動販売機を設置してテスト運用を開始しました。

3ヵ月にわたるテスト運用の結果、導入店舗での売上は、未導入の店舗と比較して平均で約1.5倍に増加するという大きな成果を得ることができました。

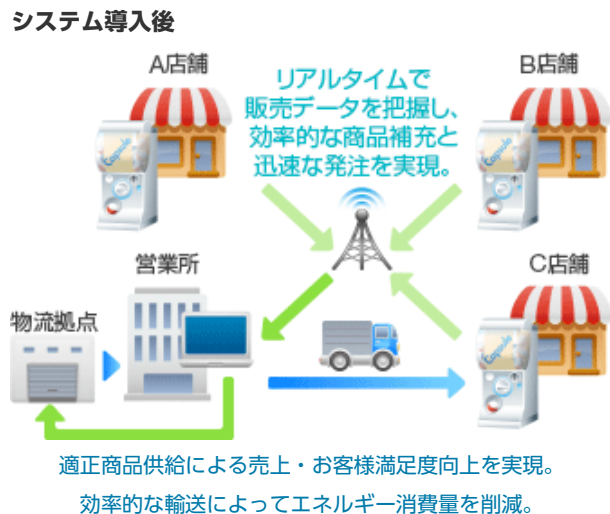


カプセル自動販売機の内部に設置した通信機器

売上は未導入の店舗と比較して平均で約1.5倍に増加。

補充スピードや需要予測の精度が向上

売上が向上した理由は、自動販売機一台ごとのカプセル玩具の売れ行き――どこで、何が、どれだけ売れたかが営業拠点やモバイル端末でリアルタイムに把握できるようになったため、人気商品を品切れ前にタイムリーに供給できたり、売れ行きが鈍った商品を早期に入れ替えできるようになったためです。また、商品ごとの在庫回転率を分析することで、店舗ごとに異なる売れ筋の傾向も明らかになるなど、需要予測の精度も向上したことで、補充スピードも向上。さらに、全体の売れ行きを踏まえて、メーカーに対する迅速な発注も可能になりました。

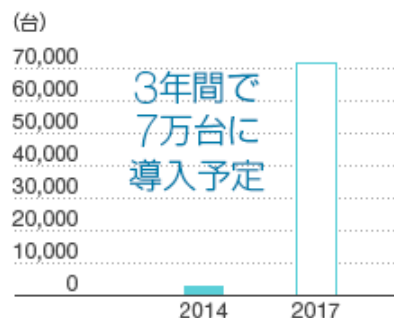


ビッグデータを活用して提案力をさらに強化

こうした成果を踏まえ、ハピネットは現在、設置店舗を50店舗から100店舗に広げ、2,000台を超えるセンサー付自動販売機を運用しています。また、2014年度からは順次、他の地域にも取り組みを広げ、3年間で全国のカプセル玩具の自動販売機の約半数、7万台に「単品データ取得システム」を導入していきます。

これらシステムの本格導入を進め、在庫回転率など各種のデータを統合したビッグデータを活用することで、ハピネットは今後、実データに基いた仮説の立案、売れ行きを検証を繰り返していきます。そして、地域の店舗ごとに、より精度の高い需要予測とオペレーターの効率的なワークスタイルを実現することで、販売店様の機会損失を最小限に抑えながら、お客様満足度や社員のやりがい、環境対応力をより一層高めていきます。

センサー付自動販売機台数



カプセル玩具自動販売機 単品データ取得システム導入のメリット

メリット 1 機会損失の 低減

遠隔地にいながら店頭在庫と売上状況を確認できるため、品切れ商品を事前に把握することができ、商品販売時の機会損失を低減することが可能です。

メリット 2 需要予測の 精度向上

単品データ取得システム導入により、従来は取得できなかったリアルタイムの単品別販売データを取得することができ、需要予測の精度向上が期待できます。

メリット 3 営業支援ツール としての側面

在庫・消化状況がデータ化できるため、売れ筋商品や入れ替えが必要な商品の判断が容易になり、売り場の活性化につながる施策が立てやすくなります。

ご協力会社様の声

株式会社ヨークベニマル
生活用品部 バイヤー
土田 心さま

ハピネット・ベンディングサービスさんから、カプセル玩具自販機の販売データ取得システムを提案いただき、まずは数店舗にテスト導入することを決めました。

導入店舗は、店頭在庫状況や売れ行きが売場に行かなくても把握できるので、不振商品の滞留や欠品を抑制することができました。

また、商品の導入スピードも以前より上がり、売上もアップいたしました。それを受け、現在では約100店舗にこの仕組みを導入しております。

今後も、ハピネット・ベンディングサービスさんと密に連携を取りながら、お客様満足度の向上と売上アップを図っていきたいと思います。

単品データ取得システムの開発・導入にあたり、単にデータを収集するだけでなく、どのようにアウトプットすれば営業活動に活かせる情報になるのか、その情報に基づき、実際どのようにオペレーションするのが効果的なのかということを日々考えております。

その過程において、時には従来の営業手法の変更という高いハードルを越えなければならないこともありますが、社内で議論し、各方面の協力を得ながら仕組み作りを推進しております。

そうした流れを経て、販売データ分析に基づいた商品ラインナップを導入したところ、売上高を大幅にアップさせることが出来ました。

今後、さらなる売上アップを実現すべく、データ分析手法の高度化や、本システム導入店舗の拡大を推進し、お取引先様に貢献したいと思います。



株式会社ハピネット・ベンディング
サービス
営業企画部

奥村 亮介 (左)

営業企画部システム開発チーム

金森 誠司 (右)

特集 2 シニア向け映像商品のプロデュース

シニア層のお客様に
“レンタル店で観たい映画を選び、楽しむ”
という新たなライフスタイルを
プロデュースしています。

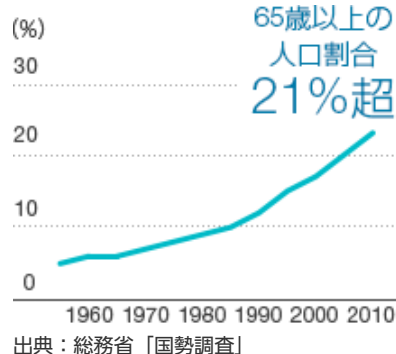


レンタル業界で始まったシニア市場への取り組み

総人口に占める65歳以上の人口割合が21%を超え、「超高齢社会」を迎えた日本。国内では現在、さまざまな企業がシニアの人々に向けた商品・サービス・接客を強化し、新たな豊かさやライフスタイルの提案を通じた消費市場の活性化をめざしています。

こうしたなか、少子化や娯楽の多様化などで年々市場がシュリンクしているレンタル業界においてもシニア市場への取り組みが始まっています。例えば、一部のレンタル店では、60歳以上のお客様や曜日・作品など一定の条件のなかでレンタルDVDを無料にするキャンペーンなどを実施してきました。

高齢化する日本



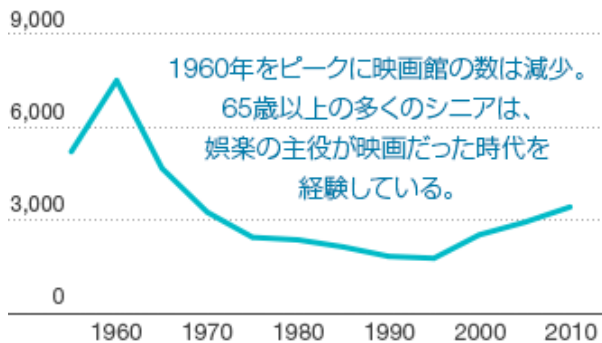
「シニア層へのアプローチ不足」という業界の課題が浮き彫りに

ところが、こうしたキャンペーンは必ずしも当初期待されたような成果が得られておらず、シニア市場の確立・定着に結びついていないのが現状です。

シニア市場が定着しない、その最大の理由はレンタル業界の事業モデルにあります。レンタル店の基本的な業務は、“多くの人々が観たい映画をコンスタントにリリースし続けること”であり、必然的に作品は近年のもの、顧客層もレンタル作品に慣れ親しんだ若者が中心となります。一方で、65歳以上の多くのシニアは、かつて娯楽の主役が映画だった時代、日本映画の黄金時代を過ごしてきたことから、映画を観る意欲や、映画館で映画を観る習慣はあっても、“映像パッケージをレンタル店で借りて、観て、返却する”という手順自体になじみがなく、せっかくの店頭での呼びかけもシニアのお客様には十分に届いていませんでした。さらに、来店しても品揃えが十分ではないために、リピーターになっていただきにくい状況でした。

スクリーン数の推移

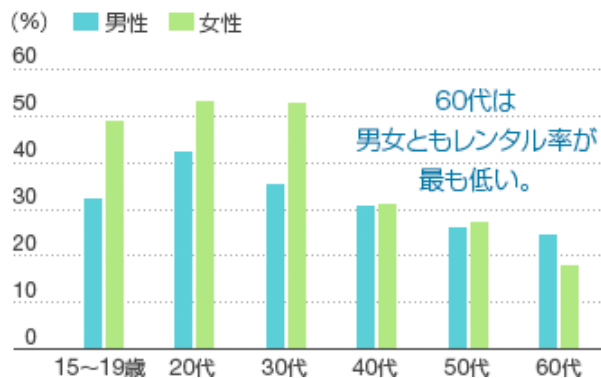
(映画館数)



出典：一般社団法人日本映画製作者連盟「日本映画産業統計」

1960年をピークに映画館の数は減少。
65歳以上の多くのシニアは、
娯楽の主役が映画だった時代を
経験している。

性別・年代別 ビデオソフト（ショップ&ネット）のレンタル率



出典：一般社団法人日本映像ソフト協会「映像ソフト市場規模 及びユーザー動向調査 2013」

60代は
男女ともレンタル率が
最も低い。

映画会社5社との共同企画キャンペーンを立案

こうした事態を打開し、昭和の時代が誇る日本の膨大な映像資産を活用してシニアの人々にレンタル店に足を運んでもらうことができれば、シニアの人々に新しい楽しみ、新しいライフスタイルを提供することになり、またレンタル市場の活性化や業界全体の持続的な成長にも貢献することになります。

そこで、映像パッケージの流通会社として長年にわたって主要な映画会社と信頼関係を結ぶ一方で全国のDVDレンタル店とも良好な関係を構築してきたハピネットは、中間流通業として培ってきた“潜在ニーズを掘り起こし、作り手から買い手へと価値をつなぐ”独自の機能を発揮。国内の主要映画会社との共同企画として、「昭和キネマ横丁」キャンペーンを企画しました。これは、全国のDVDレンタル店で1950年代から70年代の邦画を中心とした作品を並べたコーナーを展開することで、シニアの人々を改めてレンタル店に呼び込んでいくことをめざす取り組みです。



キャンペーンの開始にあたっては全国紙に広告を掲出するほか、ポスターやチラシでは、シニアの人々の手引きとなるよう、レンタル店の利用方法などをわかりやすく伝えました。

社会的な意義、ビジネスポテンシャルの両面を視野に

その実現にあたっては、各社の事業戦略との摺り合わせや作品の質の確保、コストや採算面での課題など、さまざま困難がありました。ハピネットや映画会社からスタッフが結集したプロジェクトチームは、“シニアの人々が観たかった映画がいつでも観られるライフスタイル”を実現する社会的な意義や、ビジネスとしてのポテンシャルを自社やレンタル会社の関係者、経営層にプレゼンテーションしながら一つひとつ課題をクリアしていきました。また一方で、かつて銀幕をにぎわせ、現在も活躍する俳優にキャンペーンの主旨を紹介したところ、大きな賛同の声があがったことも各社の経営判断を後押ししました。

こうして2014年1月、日本を代表する映画会社5社の賛同を得て、レンタルDVD化されていなかった作品を含む約150本の作品を全国2,000店のDVDレンタル店で展開する「昭和キネマ横丁」キャンペーンが始まりました。

岩下志麻さんコメント

この度、「昭和キネマ横丁」で、なつかしい素晴らしい映画を拝見出来ることを、大変嬉しく思います。



「昭和キネマ横丁」キャンペーン概要

- | | | | |
|----------|-----------------------------|---------|----------------|
| ● 参加メーカー | KADOKAWA(大映)、松竹、東映、東宝、日活 | ● タイトル数 | 150作品(30作品×5社) |
| ● 対象タイトル | 1950-70年以前の邦画
(一部、初レンタル) | ● 開始時期 | 2014年1月 |

参加メーカー様の声

東映株式会社 映像本部
ビデオ営業部門 ビデオ営業部長
執行役員

小林 直樹 様

5社共同キャンペーンの実施にあたっては、各社の販売条件を揃えることが最も高いハードルでした。一定の品質をもった作品、幅広いジャンルの作品をどう選ぶのか。パッケージを新たにつくりながら著作権料などをクリアしながら、各社の負担を平準化し、日常的にレンタルできる安価なコストで提供するためにはどうすればいいのか。こうした難題を前に、一時はプロジェクトの先行きが危ぶまれるほどでしたが、それでも各社の経営会議で最終のGOが出たのは、やはりハピネットさんが言う、シニアの人々に豊かな時間を提供するという社会的意義、またビジネス面でも最後のチャンスだという危機感に各社が共鳴したからだと思います。今回のキャンペーンをぜひ成功させて、将来は常設コーナーにしていきたいと思います。

これまでレンタル店は若者をターゲットにしてきましたが、市場の将来を考えるとシニア世代の人々の市場参加が不可欠です。そのフックとして、昭和の時代が誇る膨大な映像資産を活用することを考えたのですが、お客様の年齢を考えれば、昭和の邦画を観たい人はレンタルというシステムになじむタイミングを逃したまま、どんどん少なくなっていきます。つまり、「昭和キネマ横丁」キャンペーンは、レンタル業界の活性化策であると同時に、これまでメーカーもレンタル店もシニア層に本気でアプローチしてこなかった、門戸を開いてこなかったという反省を噛み締めつつ展開する、いわば感謝のキャンペーンなのです。これまで映画産業を支え続けてくれたシニアの人々に「観たかった映画」を思う存分観ていただきたいと思います。



ピクチャーズユニット
マーケティング部
マーケティングチーム リーダー
大島貴晴

HUMAN REPORT 2014

ハピネス・ネットワーキングの実現へ。
私の取り組み。



ハピネットグループの社員一人ひとりが実践するそれぞれの「持ち場」での取り組みや創意工夫を報告します。



ハピネットグループでは、企業活動を通して、
「人々の心に感動を与え、夢のある明日をつくる」という思いを、
社員一人ひとりが、常に意識し、実践していくことを
CSR理念の基本的考え方としています。

～ハピネットグループ「CSR理念」より～

➤ セールス(玩具)



人気商品を切らすことなく
供給することで
お客様の利益拡大に
貢献していきます

(株)ハピネット・マーケティング
第1営業部 東京TSチーム
宮下 洋輔

➤ セールス(ゲーム)



情報も商品も常に
スピーディーに提供し、
お客様の満足度を
高めていきたい

(株)モリゲームズ
(現・(株)マックスゲームズ)
営業1部
高木 明子

商品企画・開発・生産

生産を委託する海外の工場とより良い関係を築き、子どもたちに夢を与えるオリジナル製品を開発していきたい

(株)ハビネット
トイ・オリジナルユニット
ディレクションチーム

扇原 努



ロジスティクス(物流)

各スタッフとのコミュニケーションを密にして商品出荷業務の円滑化と効率化に取り組んでいます

(株)ハビネット・ロジスティクスサービス
東日本第2ロジスティクスセンター
運用第1チーム

石川 千尋



スタッフ(経営管理)

グループ内のさまざまな部門と連携してリスク対策のさらなる強化に取り組んでいます

(株)ハビネット
管理本部 経営管理部
経営管理チーム

佐野 詩織



スタッフ(経理)

法令に沿った経理業務を実践してだけでなく効率的な業務スキームを構築して会社の成長に貢献していきます

(株)ハビネット
管理本部 経理部
経理2チーム

吉原 直之



※ 社員の所属部署は2013年度時点のものです

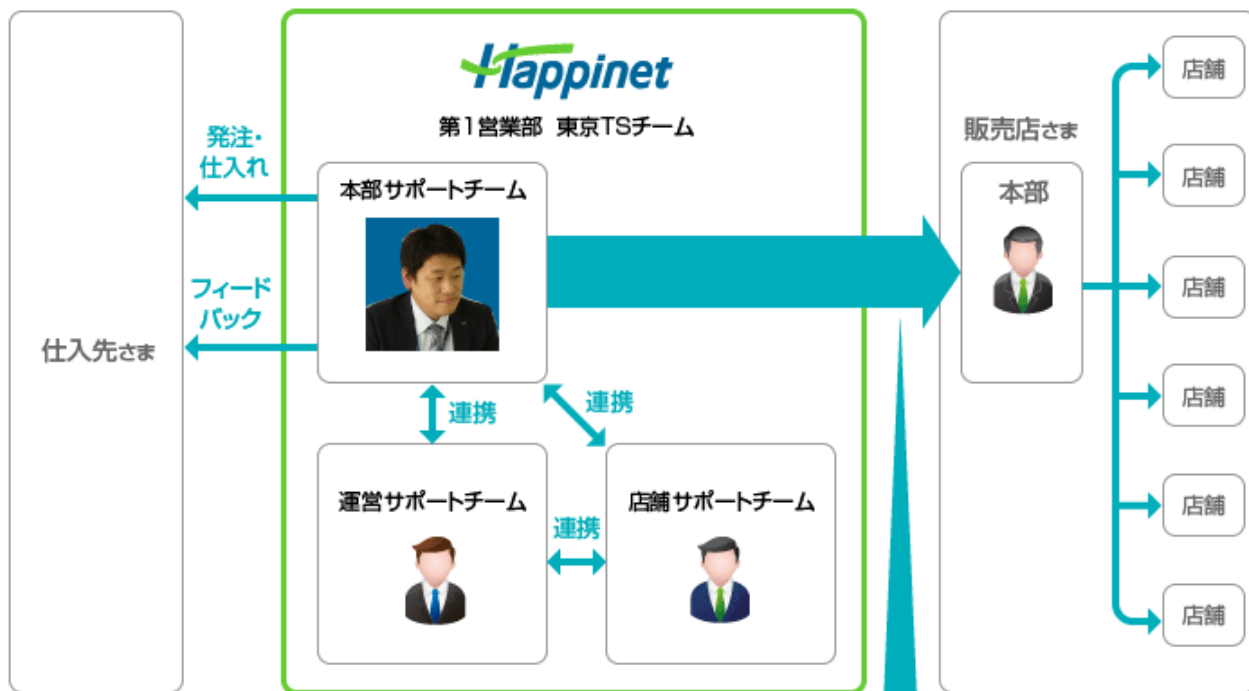
Copyright © 2014 Happinet. All Rights Reserved.



セールス (玩具)

(株) ハピネット・マーケティング 第1営業部 東京TSチーム 宮下 洋輔

人気商品を切らすことなく供給することで
お客様の利益拡大に貢献していきます



販売店さまへのトータルサポート(顧客満足)

- 販売データに基づく商品・販促・キャンペーン等の提案、実施
- 店舗の売上向上に向けた陳列整備やレイアウト提案
- 売れ筋商品を切らさない商品供給、管理…など

仕事・役割

東京TSチームの「TS」は、トータルサポートの略称。ある大手家電量販店のお客様が販売する玩具商品の調達をはじめ、販促キャンペーン、売り場づくりなどをトータルにサポートしています。そのなかで私は、バンダイのキャラクター商品とハピネットのオリジナル商品のセールスを主に担当しています。この仕事をしていて喜びを感じるのは、自分の提案が受け入れられて、お客様の売上拡大に貢献できた時です。実は先日も新たに発売されたキャラクター商品の販売提案が採用されました。当初、お客様の関心はあまり高くなかったのですが、メーカーが主催するイベントに足を運んだり、ネット上の購入者の評価などを調べたりして、新商品の魅力を提案書にまとめ、粘り強く提案した結果、販売していただけることになったのです。そのキャラクターに関する情報の蓄積や客観的なデータの裏付けがあったので提案を始めたわけですが、「お客様のために」との思いで自らが見て調べたことも含めてご説明したことが功を奏し、“売れ筋”商品として順調に推移しています。



マーケティング 第1営業部 東京TSチーム
宮下 洋輔

CSRの取り組み



商品の安定供給のために、他の営業チームや取引先との連携を強化

私が最も注力しているのは、商品を切らすことなく供給できるようコントロールすることです。例えば、担当しているお客様の店頭では男児向けのキャラクター商品がよく売れるのですが、安定供給のためにさまざまな対策を講じていても、メーカーの生産が追いつかないなどの理由で供給が難しくなるケースもあります。そうした際にも、同じ商品を扱っている他の営業チームと調整するなどして、お客様のご要望に応えられるよう努めています。また、私は「お客様とのお約束は必ず守る」「できない約束はしない」ということをポリシーにしています。万が一、お約束を守れなくなってしまった時はすぐに報告し、善処することが営業担当としての誠実さだと考えています。やらなければならないことが多くあるなかでも適切な優先順位付けとスケジュール管理を心がけ、商談にあたってはお客様の販売方針をよく理解し、ご要望をいただきそうな事柄に対しては予め回答を用意した上で商談に臨むようにしています。

今後の課題

私は、今年で入社5年目になりますが、入社以来一貫して営業を担当しています。この間、さまざまな商品を取り扱ってきましたが、常に目標は同じ。良い商品を安定的に供給し、お客様の利益拡大に貢献することです。営業の仕事には大きなやりがいを感じていますので、これからもお客様の信頼を獲得できるよう取り組んでいきます。

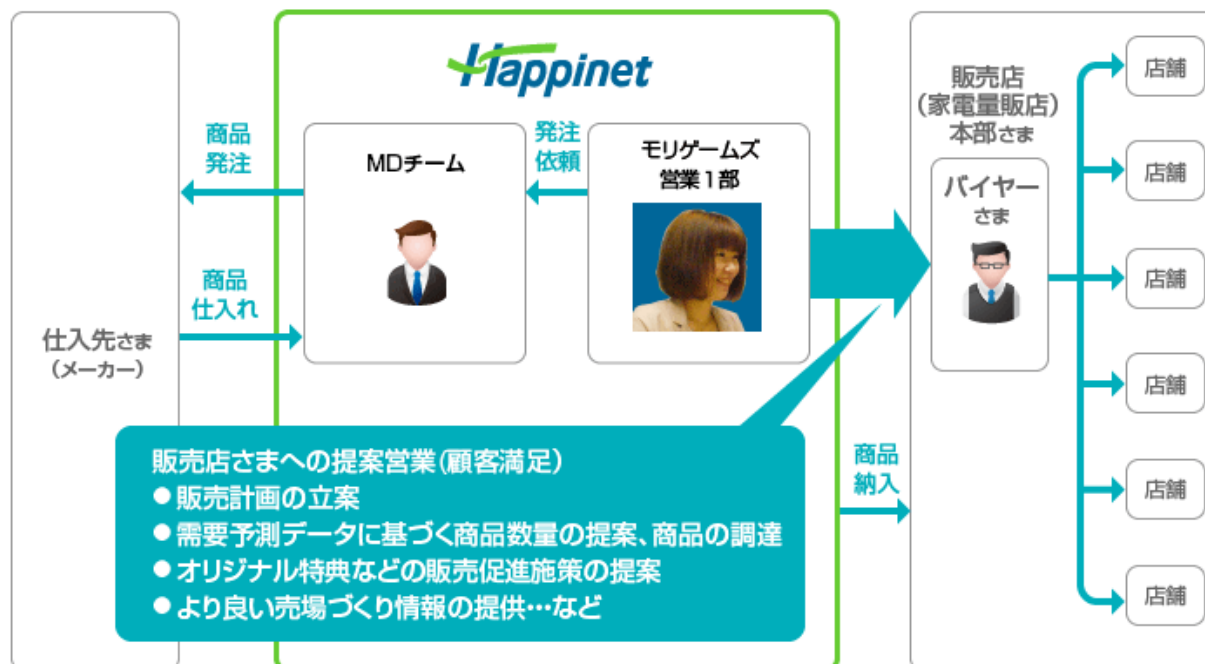
Copyright © 2014 Happinet. All Rights Reserved.



セールス（ゲーム）

モリゲームズ 営業1部 高木 明子

情報も商品も常にスピーディーに提供し、
お客様の満足度を高めていきたい



仕事・役割

モリゲームズ営業1部は、任天堂様のゲーム機本体やゲームソフトを主に西日本の法人のお客様に販売しています。バイヤーの方とともに販売計画を立て、より良い売り場づくりをサポートすることが主な業務です。私が担当しているのは家電量販店のお客様で、需要予測に基づく商品数量の提案や商品の調達です。また、オリジナル特典など販売促進施策の立案も私のミッションです。日々の業務を通じてやりがいを感じるのは、提案した販促施策によってお客様の販売シェアが向上した時や、販売が順調に伸びて在庫がスムーズに回転した時。予測とズレが生じて欠品してしまい、販売の機会を逸してしまいうような時は正直ヒヤヒヤしますが、何とか不足分を調達できた時の達成感はひとしおです。



モリゲームズ 営業1部
高木 明子

CSRの取り組み

日々の業務にあたって私が何よりも大切にしていることは、情報の提供においても物流（商品の供給）においても、誠実さをもってスピーディーに対応し、お客様の満足度を高めることです。常にアンテナを張り、何か情報を得たら、お客様にいち早く連絡することを心がけています。特にネガティブな情報ほどスピーディーな対応が重要です。例えば、物理的な要因などで納期が遅延するような場合に連絡を怠れば、お客様の営業活動に影響が生じてしまいますし、店舗からクレームが入りハピネットへの評判を落としかねないからです。物流についても、例えば市場で欠品していた商品が再入荷した際、迅速に出荷しないと、私の担当しているお客様の店舗にだけその商品がないという状況になってしまいますので、いつもタイムリーを意識して仕事に取り組んでいます。

今後の課題



育児と仕事の両立を目指し、効率的な働き方を追求

私は2012年に1年間育児休暇を取得し、昨年4月に職場復帰しました。復帰するまでは「育児をしながら営業の仕事が務まるだろうか？」と不安でしたが、周囲の支援のおかげで仕事と育児を両立させることができています。基本的には定時に帰宅し、商談時間が保育園の迎えの時間に間に合わない時は上司に代行してもらったり、上司やチームメンバー全員にサポートしてもらっています。周囲の人たちに恩返しをしつつ、営業担当者としてお客様にもっと貢献できるよう、これからも自らのレベルアップを図るとともに、より効率的な働き方を追求していきたいと考えています。

HUMAN REPORT 2014

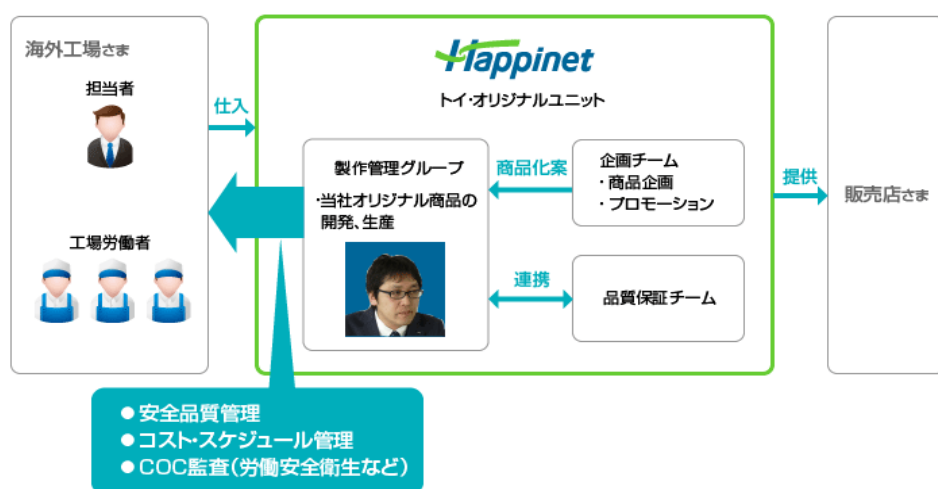
ハピネス・ネットワーキングの実現へ。
私の取り組み。



商品企画・開発・生産

(株) ハピネット トイ・オリジナルユニット ディレクションチーム 扇原 努

生産を委託する海外の工場とより良い関係を築き、
子どもたちに夢を与えるオリジナル製品を開発していきたい



仕事・役割

トイ・オリジナルユニットは、「ハピネット」ブランドで販売する当社オリジナル製品の開発・生産を担当しています。そのなかで私は、製品の生産管理や輸出入および国内における輸送手配、お客様相談センターに寄せられるご意見やお問い合わせへの対応など、多岐にわたる業務を担っています。オリジナル製品は、「こんなものができたら面白い。やってみよう!」と私たちのちょっとしたアイデアから開発がスタートすることも多く、そうした何も形のない状態から形ある製品を生み出す業務は、とてもやりがいがあります。私にも10歳になる子どもがいるのですが、いろいろと意見を巡らしてパッケージの細かな仕様にまでこだわった製品を、お店で親子のお客様が手にしてくれるのを見るのは本当に嬉しいです、そんななかからヒットが生まれると改めて「この仕事をやっていて良かった」と思います。



トイ・オリジナルユニット ディレクションチーム
扇原 努

CSRの取り組み



安全に遊べる玩具を目指し、スタッフと情報共有

製品の安全性確保には、特に力を注いでいます。玩具の開発は、開発期間やコストの面で困難の多い仕事でもあります。例えば、キャラクターを使う場合は、“旬”なうちに上市しなければ商機を逸してしまいますし、夏休みやクリスマスに合わせて上市しようとする開発期間は限られます。コストについても、お求めやすい価格を実現するには、さまざまな検討が必要です。しかし、そうした制約のなかでも、安全確保は「絶対におろそかにしてはならない」として取り組んでいます。万が一にも私たちの製品が原因でお客様が怪我をするようなことがあってはなりませんから、国内の法令や（社）日本玩具協会が定めたST基準を網羅して当社が独自に定めた「ハピネット品質基準」に基づき、製品の形状や使用材料などを厳しくチェックしています。また、製品の生産を委託している玩具工場の労働環境を確認することも重要な取り組みの1つです。当社は、主に中国やベトナム、台湾にある工場に生産を委託していますが、第三者機関に依頼して、それらの工場が労働時間、賃金、福利厚生、人権などに関する現地の法令を遵守しているかを確認するCoC（Code of Conduct：行動規範）監査を実施しています。

今後の課題

現在、当社が普段から取引している工場の約6割がCoC監査を受け、第三者機関の認証を取得しています。認証を得ることは、品質・安全の確保や事業継続の面で私たちのリスク回避になるだけでなく、生産委託先も「しっかりとした工場」として“お墨付き”を得られるというメリットがあります。今後も、委託先に認証取得の意義やメリットを説明するとともに、取得に向けた取り組みを積極的にバックアップして、より多くのお取引先とWin-Winの関係を築いていきたいと考えています。

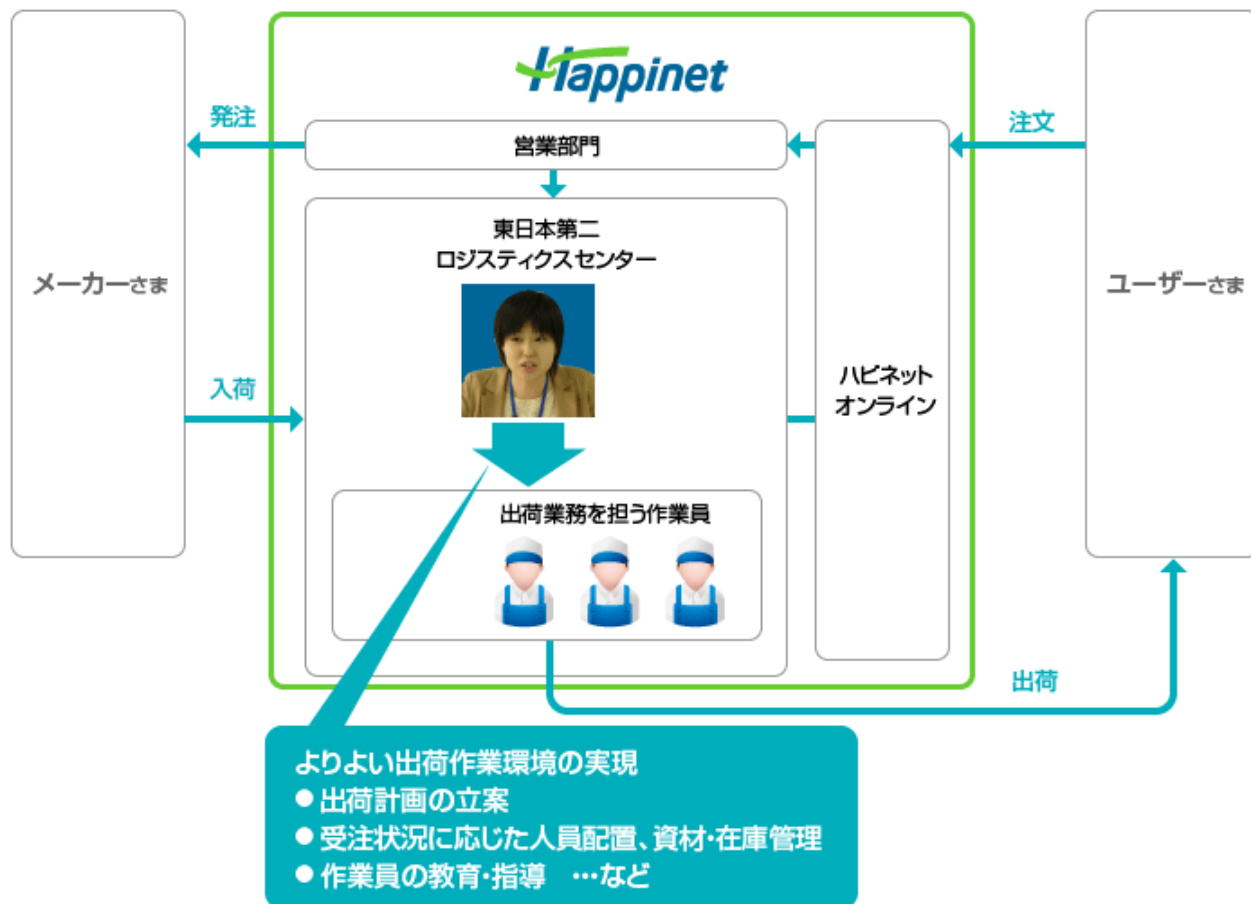


ロジスティクス（物流）

（株）ハピネット・ロジスティクスサービス 東日本第2ロジスティクスセンター 運用第1チーム

石川 千尋

各スタッフとのコミュニケーションを密にして
商品出荷業務の円滑化と効率化に取り組んでいます



仕事・役割

ハピネット・ロジスティクスサービスはグループの物流機能を担う会社で、私は全国に3つある中核拠点の1つ、東日本第2ロジスティクスセンターの運用第1チームに所属しています。当チームの役割は、BtoC事業である「ハピネットオンライン」の出荷や、法人のお客様への商品の出荷です。私の役割は、ハピネットオンライン・ユニットから入手するお客様のご注文内容に関する情報と、メーカーさんやハピネットの営業担当者から入手する商品の入荷日についての情報をもとに、日々の出荷計画を立案することです。実際に梱包作業をする現場スタッフの手配や配置、教育、物流資材の管理をはじめ、作業現場の安全衛生管理も担当しています。



(株) ハピネット・ロジスティクスサービス
東日本第2ロジスティクスセンター 運用第1チーム
石川 千尋

CSRの取り組み



質の高いサービスを提供するため、現場スタッフと協力

業務の遂行にあたって特に気を配っているのは、出荷計画どおり確実に商品を出荷できるようにすることです。また、商品は直接個人のお客様へ届けられるため、通常の梱包でもギフトラッピングでも細心の注意を払い、より丁寧で質の高いサービスの提供を心がけています。ただし、「ハピネットオンライン」でラインアップしているのは、ハピネットが取り扱う多種多様な商品です。ご注文はゲームソフト1本のケースもあれば、フィギュアをたくさんお買い上げになるケースもあるため出荷作業はすべて現場スタッフの手作業で行い、在庫がある場合はご注文の翌日に発送しています。そのため、物流現場スタッフはもちろん、情報の入手先であるハピネット本社のスタッフと密にコミュニケーションをとるようにしています。通常、梱包作業は10名ほどのスタッフで分担していますが、クリスマスシーズンなどは、出荷量が平常月の数倍にもなり、日によってスタッフを50名、80名と増やすこともあります。そんなとき、もし私が判断を誤れば大きなロスが生じるだけでなく、ご注文いただいたお客様に迷惑をかけてしまうことになりますから、常にコミュニケーションをとって円滑かつ効率的な業務運営に努めています。

今後の課題

近年、「ハピネットオンライン」を利用されたお客様から、「緩衝材の量を減らしてほしい」とのご意見をよくいただきます。そこで、当チームでは昨年度から出荷量の多い商品に使用する梱包箱については商品に合ったサイズの梱包箱を通常とは別に作成しムダの少ないものを使うよう努めています。今年度はこの取り組みをさらに進めていきたいと考えております。大きさも種類も多種多様な商品を扱い、時期によって出荷量の増減もあることから難しい面もありますが、お客様の声に応えるためにも環境負荷を低減するためにも積極的に取り組んでいきたいと思っております。

Copyright © 2014 Happinet. All Rights Reserved.

HUMAN REPORT 2014

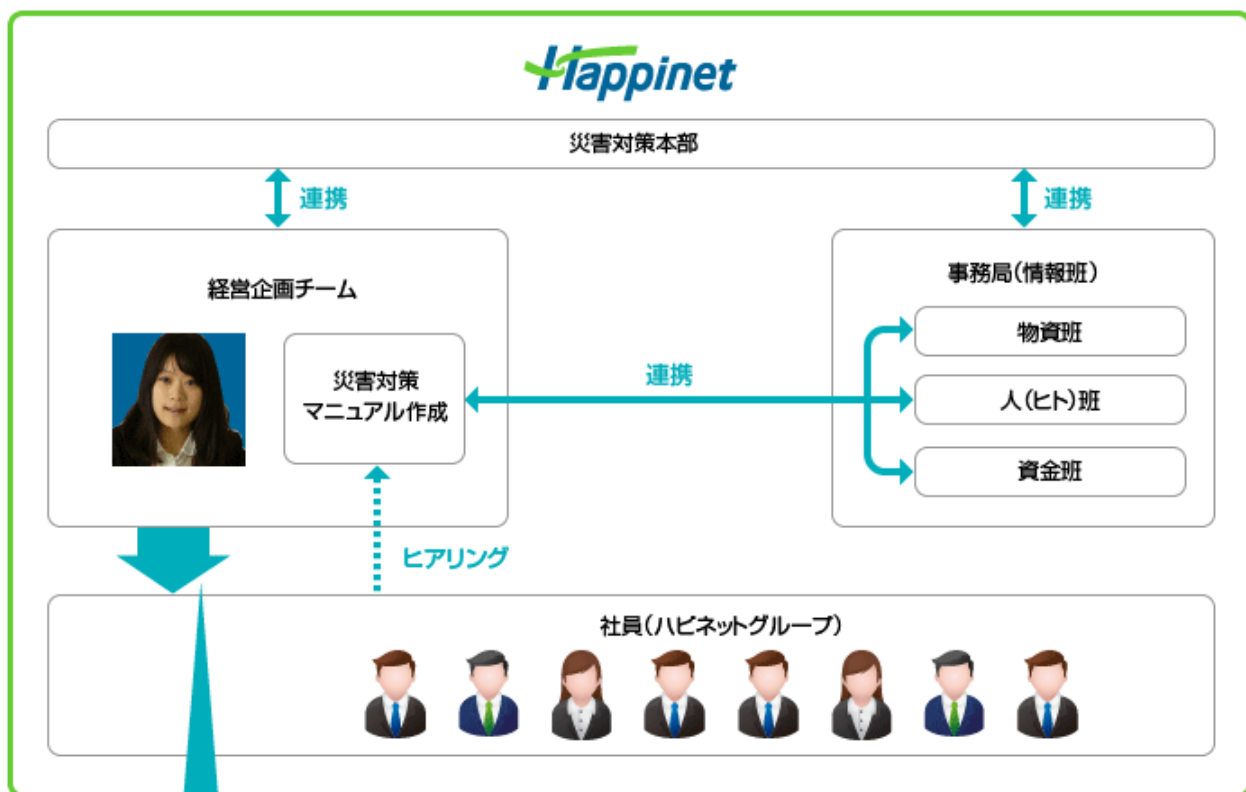
ハピネス・ネットワーキングの実現へ。
私の取り組み。



スタッフ（経営管理）

（株）ハピネット 管理本部 経営管理部 経営管理チーム 佐野 詩織

グループ内のさまざまな部門と連携して
リスク対策のさらなる強化に取り組んでいます



災害対策マニュアルに関するマネジメント

- 災害対策マニュアルの告知
- 災害対策研修の開催
- 災害対策マニュアルの運用…など

仕事・役割

経営管理チームは、経営層の意思決定や事業運営をさまざまな面からサポートする部門で、私はリスクマネジメントに関する業務と事業の予算実績管理を担当しています。当チームは、グループ全体の動きを見る業務が多く、さまざまな部門と接して気付きを得ることも多い反面、自分の仕事が会社全体に影響を及ぼすため責任は重大です。私たちの日々の取り組みが事業展開、さらにはお客様への価値提案につながりますので、常にグループの事業や活動の現状を正確に把握して、資料・データの作成や施策の立案にスピーディーに対応できるよう努めています。



管理本部 経営管理部 経営管理チーム
佐野 詩織

CSRの取り組み



「災害対策マニュアル」を策定し、社内への浸透を推進

ハピネットグループでは、リスクマネジメントを強化するために、新たな「災害対策マニュアル」を策定しました。災害対策マニュアルは従来から整備していましたが、東日本大震災が発生した際、情報の収集・伝達や初動対応などの面でマニュアルの内容に課題があることが明らかになったのです。そこで、全部門へのヒアリングを実施し、より実効性のあるマニュアルに改めました。今年5月から運用を始めていますが、いざという時にマニュアルが本当に役立つものであるためには、その内容や具体的な運用方法の周知が必要ですから、社員研修などを進めていく計画です。また、内容の見直しも継続的にを行い、随時改善を図っていきたいと考えています。

今後の課題

社会の状況が大きく変化するなか、ハピネットグループの事業領域はどんどん拡大しており、新たなリスクも生じています。そのため今年度からは、これまで整備してきたリスクマネジメントに関する体制や仕組みを全体的に見直し、きちんと機能するものとなっているかを検証していく予定です。社外のセミナーへの参加や他社事例の研究などを通じて私自身の知見も高めながら、リスク対策のさらなる強化に取り組んでいきます。

HUMAN REPORT 2014

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（経理）

（株）ハピネット 管理本部 経理部 経理2チーム 吉原 直之

法令に沿った経理業務を実践してだけでなく
効率的な業務スキームを構築して会社の成長に貢献していきます



業務効率化を目指した、経費精算の運用フローの確立

- 財務諸表の作成
- 税金の申告・納付
- 経費精算のWEB化、運用フロー作成…など

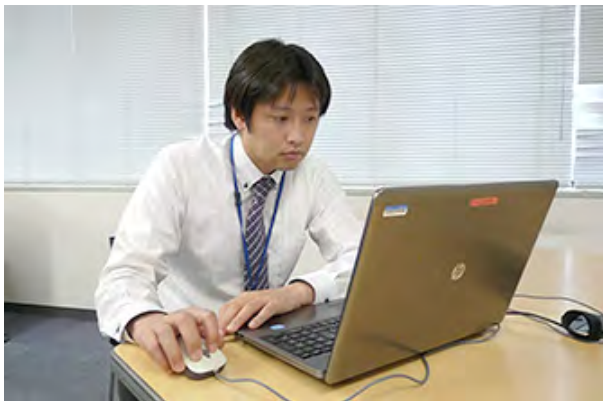
仕事・役割

経理部には、本社やグループ全体の経理を見ているスタッフと、各グループ会社を担当しているスタッフがあり、私はグループの物流業務を担っているハピネットロジスティクスサービスの経理を担当しています。これまでいろいろな部門に所属し、その都度新たな業務知識を蓄積してきましたが、経理部門は財務諸表の作成や税金の申告・納付を行うところでもあり、専門的な知識が要求されます。毎日が勉強で大変ですが、新しい知識を得ることは新鮮ですし、税務のことなどは勉強すればするほど自信がもてるようになります。またデスクワークが中心とはいえ、お金の流れを通じて会社がどのような経営戦略を推進しているのかがわかる興味深い仕事でもあります。



管理本部 経理部 経理2チーム
吉原 直之

CSRの取り組み



社内業務の効率化を目標に、「経費精算のWeb化」を担当

経理という仕事なので、企業会計原則や税法など、法令に沿った正しい会計を行うことが第一です。そのために、関連部門から上がってくる数字を単に仕訳処理するだけでなく、「本当にそれでいいのか」という観点から、できるだけ現場に入り込んで業務や取引の内容を把握するようにしています。そうすることで正しさが裏づけられますし、後々、私自身の業務効率の向上にもつながります。このように、日常業務で経理としての責任を果たしていくとともに、最近手がけた「経費精算のWeb化」という仕事も、根本的な部分でCSRを果たすことに通じていると考えています。当社はM&Aなどにより、年々事業領域が広がり規模が拡大していますが、そうしたなかで経費の項目名も増え、かつ大量に処理する必要がありました。そこで、これまで紙ベースの申請書を本社に集めて実施していた経費精算を、クラウド環境を活用した電子承認システムに移行することにしました。このプロジェクトで私は経費承認までのワークフロー設計や運用フローの構築を担当したのですが、そこで私は二つのことをめざしました。一つは、各部門の社員が使いやすい、業務効率化をサポートするシステムであること。そのために現場を何度も訪ねました。もう一つは、コンプライアンスや内部統制など、社内チェックに有効な仕組みを構築することです。これら二つが表裏一体となったシステムをつくることで、社員にとっても、また社会的にも有用なシステムとなるよう努めました。

今後の課題

会社はこれからも大きく成長していくと思います。そうしたなかで、コストを意識しつつ、常に「何のためにやるのか」という目的意識を自問自答しながら、効率的な業務スキームを構築し、実践していくことで、経理という立場から会社の成長に貢献していきたいと思っています。



CSRマネジメント

ハピネットグループのCSRマネジメントを紹介しています。

2013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基本方針を策定しました。
- 大規模災害に備え、「BCP初動対応マニュアル」を策定しました。

> CSRの目標と実績

- > CSR推進体制
- > 2013年度CSRの目標と実績
- > 2014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、必要があれば適宜、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15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

2013年度CSRの目標と実績

○：目標達成 △：一部未達成 ×：未達成

取組項目	目標	自己評価	主な取組実績	
マネジメント	コンプライアンス	○	<ul style="list-style-type: none"> Web社内報において、月1回ビジネス法務に関する読み物を掲載。 社員向け基礎講座(景品表示法・著作権法・独占禁止法・売買契約書等)を実施。 	
	リスクマネジメント	○	<ul style="list-style-type: none"> 災害復旧マニュアルに基づく訓練の実施とマニュアルの精査・充実・定着により、被災後の早期復旧体制を確立 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、eco検定受験啓発の継続 2014年3月末現在でのグループ取得者数 236名 (昨年より23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	×	<ul style="list-style-type: none"> グループ廃棄量のトータルは、前年比10%増。 産業廃棄物が前年比9%増、一般廃棄物が前年比10%増。
		販促廃棄物の削減	○	<ul style="list-style-type: none"> メーカー販促物の事前入荷確認徹底と、入荷商品の残数管理徹底の実施。 販促物廃棄金額が前年比64%減。
		独自のカプセルPOS開発・導入	△	<ul style="list-style-type: none"> POSの導入面数目標は未達成だったものの、POS未設置店と昨年対比の比較で売上が1.5倍に上昇。
		OA機器(複合機)のデータ管理機能を活用し、紙資源に関するコストダウン策を実施	○	<ul style="list-style-type: none"> ランニングコストで2,000万円/年のコストダウン予定に対し、約2,500万円のコストダウン実現。印刷枚数は前年比14%減。
3R(リデュース、リユース、リサイクル)の推進の継続	○	<ul style="list-style-type: none"> 物流センターにおける紙類・ビニール類の分別・リサイクルの推進により、一般廃棄物量が前年比20%減。 		
地球温暖化防止の取組	△	<ul style="list-style-type: none"> 2013年度は事務所を中心とした節電を試みたものの、グループ電力消費量は前年比±0%。 		
顧客	製品責任	○	<ul style="list-style-type: none"> 品質保証推進委員会を月1回実施。 新規委託工場に対して監査を実施し、「ハピネット基準」に適合するよう生産体制を改善取り組み。 	
	顧客とのコミュニケーション	○	<ul style="list-style-type: none"> 高付加価値商品の企画・開発 共遊玩具認定の商品をあらたに1つ追加。 映像音楽事業において、受注業務のデジタル化(ネットワーク受注)推進により、紙によるFAX受注が軽減。 	
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 年代別のキャリア研修の実施。 	
	労働安全衛生	○	<ul style="list-style-type: none"> 社員の健康保持・増進の為に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 メンタフチェック(ストレス診断)の全社実施。 メンタルヘルス対策をリーダー研修、階層別研修へ導入。 運転記録証明書を活用した事故削減案を実施。 外部研修機関を利用した「実車トレーニング」や「運転適性検査」を実施。 	
社会	社会貢献	近隣の道路・歩道の清掃活動を実施	○	<ul style="list-style-type: none"> 物流拠点3カ所で延5回。各62名が参加して清掃活動を実施。
		エコキャップ運動の継続	○	<ul style="list-style-type: none"> エコキャップ 94,864個の回収実績、ワクチン118名分に相当。
株主	IR活動の強化	○	<ul style="list-style-type: none"> 個人投資家や機関投資家など属性に応じたIR活動の立案・実施 個人投資家対象の会社説明会に参加。(2013年10月にモーニングスター主催、2013年12月に日本経済新聞主催の説明会に参加。) 	

2014年度 CSR施策一覧

	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"> 法的リスクの事前予防のため、啓蒙・教育活動を継続する
	リスクマネジメント	<ul style="list-style-type: none"> 事業構造変化に伴って新たに発生しうるリスクを想定し、対応体制の拡充を図る 緊急災害発生に備えたオフィス環境を作る
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検定受験の啓蒙の継続
	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 物流領域における3R（リデュース、リユース、リサイクル）の推進と継続
	地球温暖化防止の取組	<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	<ul style="list-style-type: none"> 全社横断的な品質保証体制の構築
	顧客とのコミュニケーション	<ul style="list-style-type: none"> 全国商談会を実施するなど、販売店さまへ有用な情報を提供できる体制を整える 製品不具合による消費者クレーム率の低減を図る 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を図る
社員	人事制度	<ul style="list-style-type: none"> 社員のキャリア形成と能力開発を支援する教育・研修プログラムや制度の充実 人事制度のブラッシュアップによる組織活性化を図る
	労働安全衛生	<ul style="list-style-type: none"> 社員の健康リスクの低減 効果的な安全運転講習会を研究・実施
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
		<ul style="list-style-type: none"> エコキャップ運動の継続
株主	IR活動の強化	<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 © 2014 Happinet. All Rights Reserved.



コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

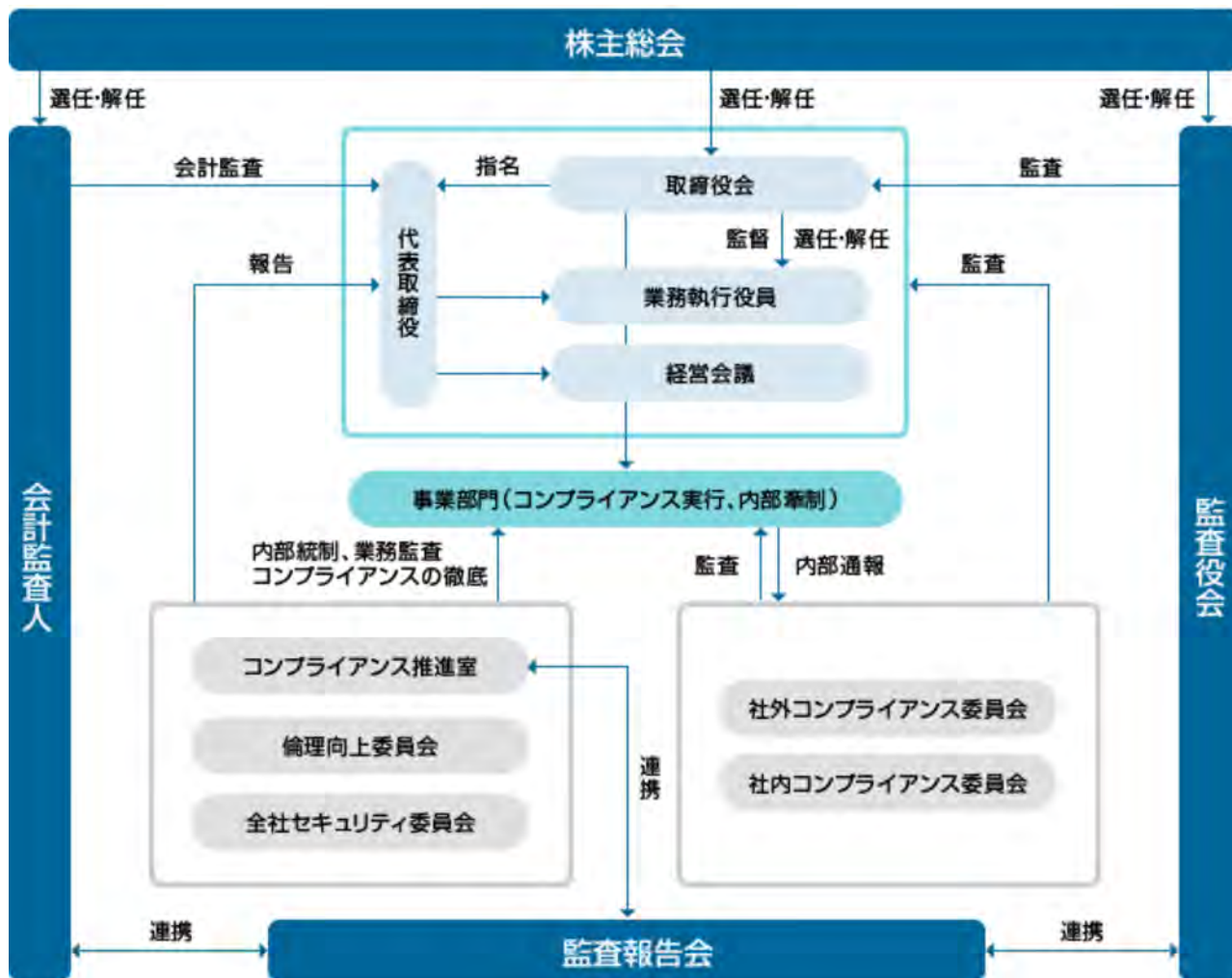
ハピネットは、企業価値の最大化と経営の健全性確保が、最も重要な経営課題であると考えています。その実現のために、経営の透明性を高め、経営環境の変化に対して、迅速かつ確に対応できる体制の確立に努めています。

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

ガバナンス体制

ハピネットは、下図に示すようにコーポレート・ガバナンス体制を構築しており、その特長は以下の点です。

- 取締役会による経営方針および業務執行の意思決定と、監査役制度による監査機能をコーポレート・ガバナンス体制の柱としています。また、執行役員制度を導入し、経営と執行を分離することで監督体制を強化するとともに、経営スピードの向上を図っています。
- 執行役員制度の運用や社外取締役、監査役の充実などによってコーポレート・ガバナンスのさらなる強化が可能であるとの考えから、監査役制度を採用しています。
- 任意の委員会として、役員人事委員会を設け、社外取締役が参画しています。
- 必要に応じて顧問弁護士からアドバイスを得る仕組みを整えています。



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。

2013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、2013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。2013年度は、倫理向上委員会にて「ソーシャルメディア基本方針」を策定しました。

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。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COO、CFO、その他指名者で、また社外の委員会は社外取締役で構成されています。

コンプライアンス対応を必要とする事項が発生した際は、通常の業務報告経路とは別に、社員が社内外のコンプライアンス委員会に匿名で内部通報が可能な情報伝達の経路を設けています。なお、この制度を利用して報告・相談した社員は、調査の結果、コンプライアンス上の問題の有無に関わらず、会社における身分および処遇において不利益を受けることはありません。

Copyright © 2014 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、イントラネットに掲載しています。

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。

また、2012年度より、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ています。



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2013年度は、「BCP初動対応マニュアル」を策定し、初動対策の強化を図り、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。

2013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。

さらに2014年度より、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ます。

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

商品落下防止策の強化

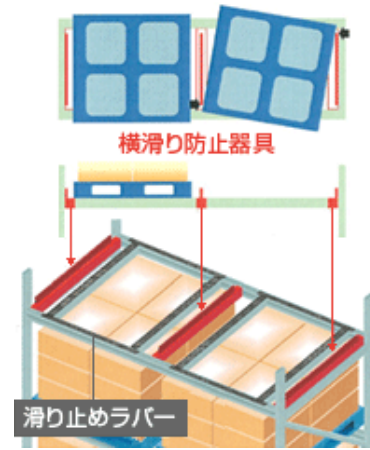
物流施設の安全性強化の面では、商品の落下を防ぐことも重要となります。

ハピネットグループの各物流施設では、商品の落下や破損の防止、落下物による作業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。

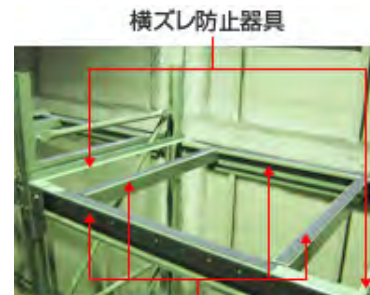
しかしながら東日本大震災の際は、商品の落下被害は軽微で、けが人もなかったものの、パレット保管商品が落下しました。

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

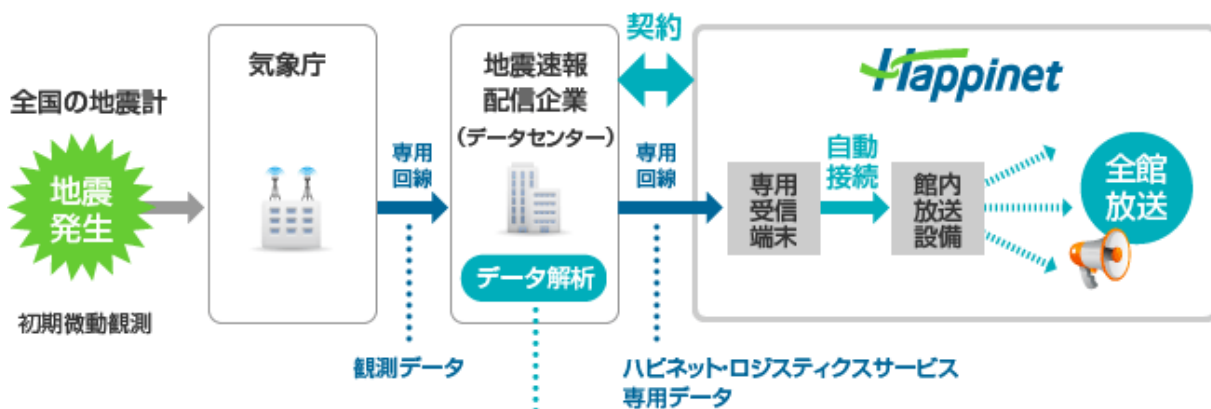
緊急地震速報受信端末機の設置

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の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。2013年度は、この仕組みのもとで、地震速報発報から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。



ハピネット・ロジスティクスサービスでは、何秒後？震度は？

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、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。

2013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実施しました。

2014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取り扱うグループ事業の特性を踏まえ、インターネットなどを介して得た外部著作物に対する権利侵害の防止にも注力しています。

これらの取り組みを徹底するために、パソコンやネットワーク、サーバを利用する際の具体的なルールについて規定した「情報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。

2013年度は、「情報セキュリティポリシー」の対象にこれまでのPC中心のデバイスにタブレット端末を加え、ポリシーの対象を拡大し、全社セキュリティの向上を図りました。また、個人情報に関する管理状況の再確認を行い、「個人情報管理規程」に沿った運用を徹底しました。

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。

2013年度は、マイクロソフト社のWindowsXPサポート終了に対応するため、セキュリティ対策の一環として新たなOSを搭載したマシンへの交換を実施し、ウイルス感染や外部攻撃等の脅威に対する対策を施しました。

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。

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。

2013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

▶ 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。

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。

2013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。

2014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

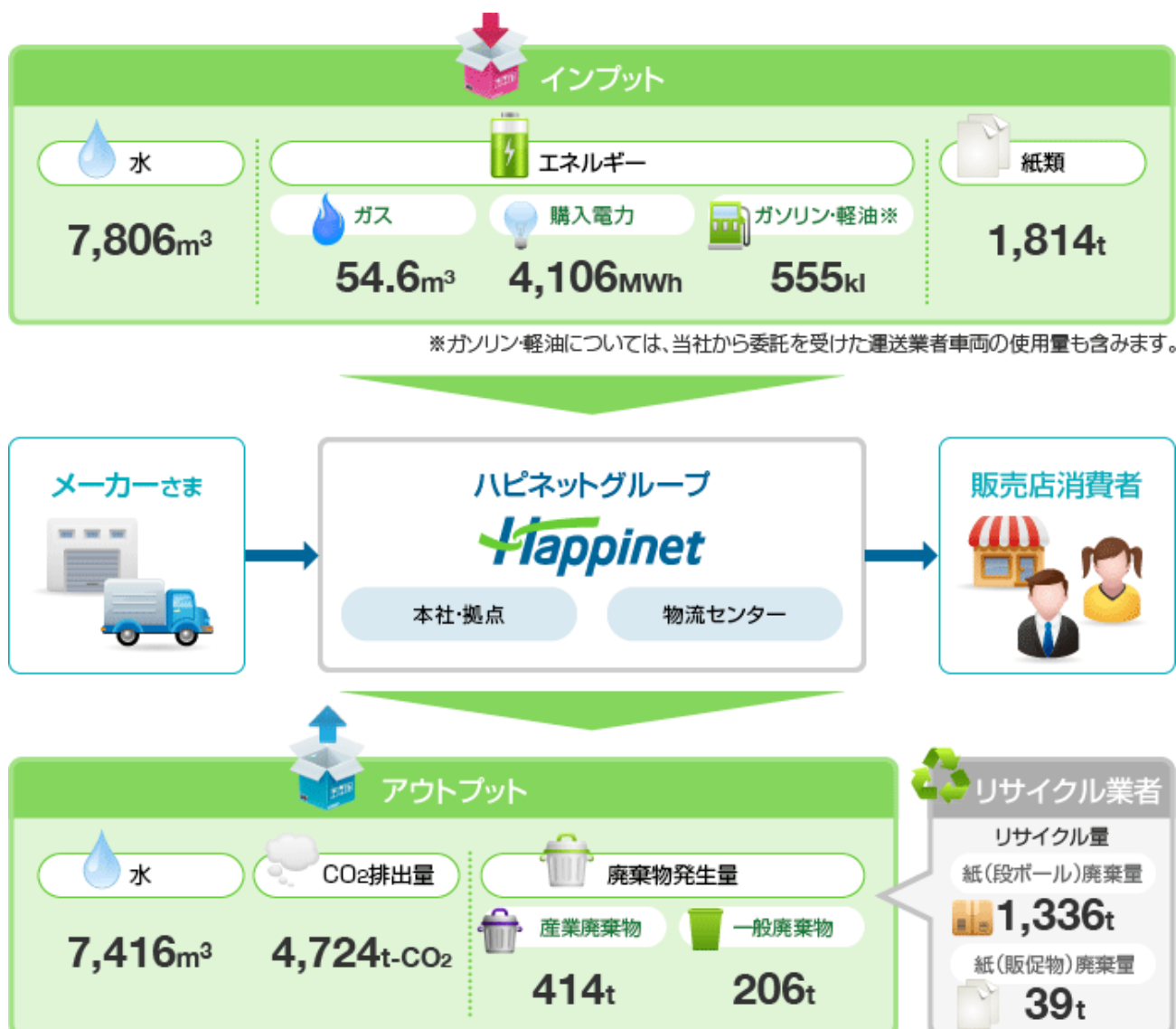
ハピネットグループでは、社会の一員として、また環境と経済の両立を考える企業人として、社員の環境マインド醸成とリテラシー向上をめざしています。

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。

2014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23名増加して236名となり、グループ社員の24%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。

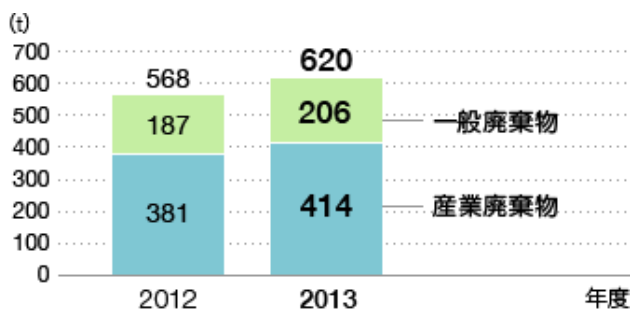


廃棄物削減の取り組み

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。

ハピネットグループの廃棄物発生量推移



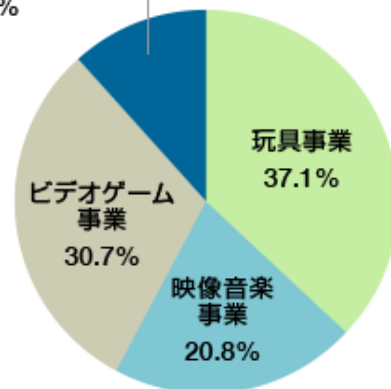
適正な需要予測と在庫管理の推進

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、適正在庫管理による廃棄物削減に取り組んでいます。

2013年度の売り上げ構成比

アミューズメント事業

11.4%



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。

2013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。

2014年度も、需要予測精度の向上に取り組んでいきます。

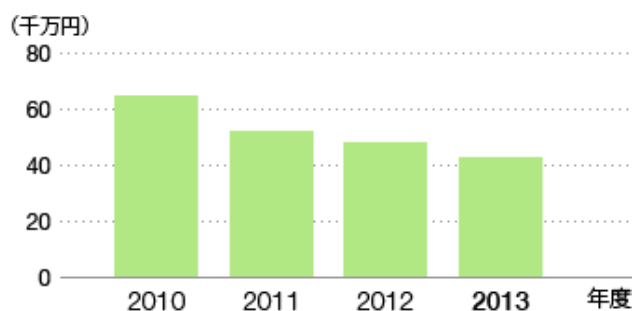
● CVSユニット

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5万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。

2013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。

2014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。

2013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。

2014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、トイズユニオン（株）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、適正在庫管理につなげています。

2014年度も、引き続き、廃棄ゼロをめざして需要予測の精度の向上に取り組んでいきます。

● （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、家庭用ゲーム機種別の市場販売予測をもとに四半期ごとのマーチャンダイジングプランを策定。販売店さまごとに予測データを作成し、計画的にメーカーさまに発注することで、欠品防止と在庫の適正化につなげています。

2013年度は、引き続き需要予測の精度の向上に努めましたが、結果として在庫回転率が前年度を下回ってしまいました。

2014年度は、2013年度の反省をふまえて需要予測の精度の向上に取り組んでいきます。

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。

2013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。

2014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。2013年度は、約7万ケースとなる出荷量について、80%の約6万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。

紙製商品については、リサイクル処理の推進によって、2013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。



分別の様子

2013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4トンとなり、前年度比20%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、2013年度の一般廃棄物排出量は約65トンとなり、前年度比20%の削減となりました。

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。

2013年度、本社ビルにおける一般廃棄物の排出量は59,885kgとなり、前年度比11%の増加となりました。2014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。

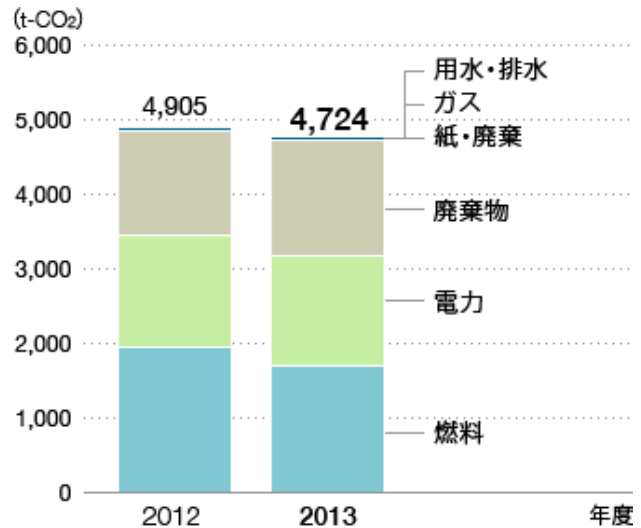
2013年度は、交換により発生したPC600台の回収をリサイクル業者に依頼しました。リサイクル業者への回収依頼は、引き続き継続していきます。



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。2013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。

2013年度は、出荷拠点を見直したことにより、約29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。

2013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、2013年度の電気使用量は4,106MWhとなりました。またCO₂排出量換算では1,482 t-CO₂tとなり、前年度と比較して0.5%増の結果となりました。

2014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	2013年度
電力使用量 (MWh)	5,173	4,830	3,780	4,115	4,106
CO ₂ 排出量 (t-CO ₂)	2,100	1,791	1,403	1,489	1,482

Copyright © 2014 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。

2013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。
- 「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、経営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。

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、（一社）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、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

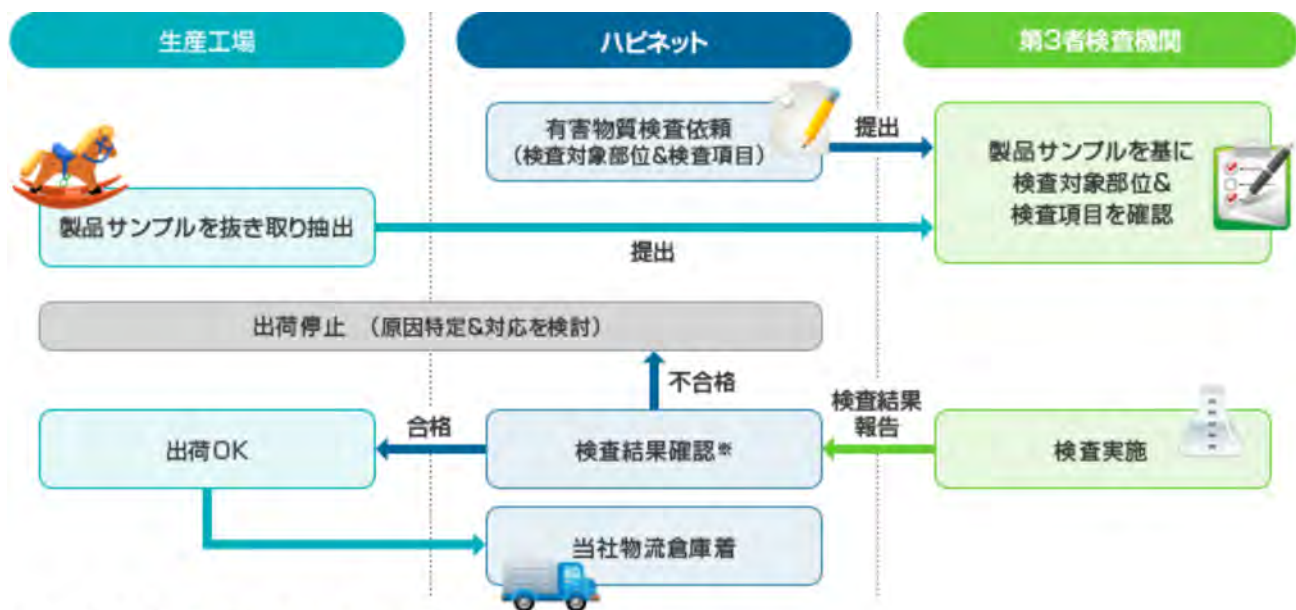
有害物質への対応

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。

2013年度は、トイ・オリジナルユニットの「的中ニャンコ生き物バージョン」が（一社）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、さらに「日本おもちゃ大賞2013共遊玩具部門優秀賞」を受賞しました。



的中ニャンコ



ドレミメイト光っておしえる

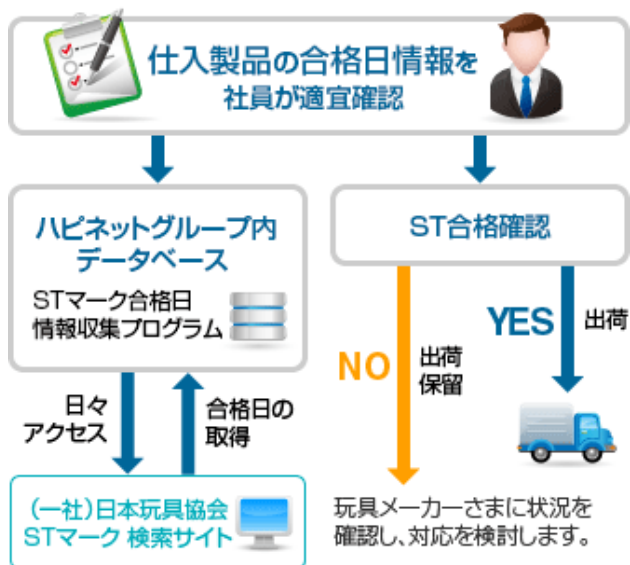
玩具仕入れ製品への取り組み

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。

ST確認スキーム

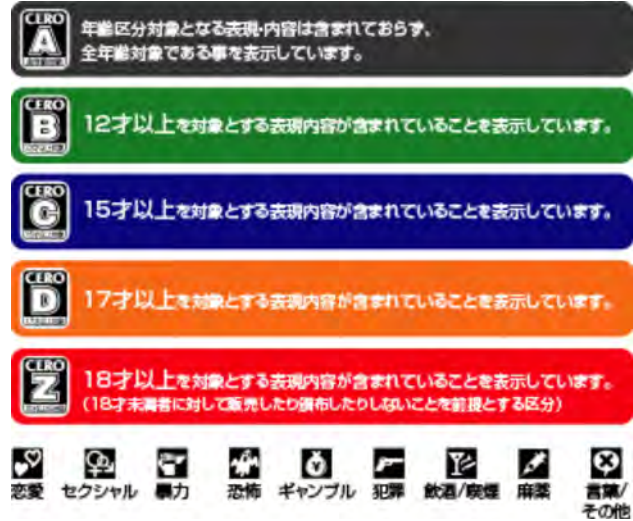


家庭用ゲーム機の技術進歩やゲームユーザーの年齢層の拡大によって、ゲームソフトは内容・表現ともに多様化しています。それに伴い、社会からの要請も増えています。その代表的なものとして、内容・表現が青少年に与える影響に配慮することなどが挙げられます。

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 © 2014 Happinet. All Rights Reserved.

CEROの年齢区分マークとコンテンツアイコン





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。

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。

2013年度は生産管理をより強化したことで、不具合に関するお問い合わせは、前年度に比べて3割程度減少しています。

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150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。

2014年度は、引き続きカスタマーサポート部門のスキルアップに努め、お客様の満足度のさらなる向上をめざしていきます。

ピクチャーズユニットの取り組み

ピクチャーズ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。

2013年度のお問い合わせ受付件数は合計1,003件と前年度の1,126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21.5%、「商品リリースや仕様」に関するものが33.8%、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44.7%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

● オンラインユニット

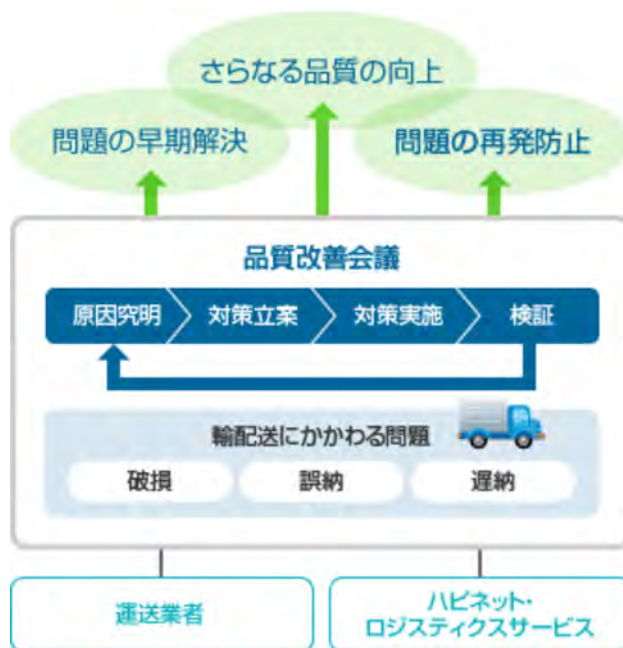
お客さまが求められる決済方法の多様化に対応し、NTT東日本フレッツ回線ご契約者について、当社商品のご購入代金を回線使用料と一緒に支払える「フレッツ・まとめて支払い」を業界に先駆けて導入（2012年10月）

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、設定した目標値を達成できなかった場合には、特に詳細の原因調査をし、対策を検討、実施するスキームを運用しています。

また、運送業者との「品質改善会議」を2010年から継続的に開催しています。この会議には、ハピネット・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

2013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 2013 「おもちゃ・ホビー・ゲームジャンル」ジャンル大賞	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 2013 「ソフト部門賞」	年1回、約46,000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。2013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。

2013年度は、ユニー様と運用を開始しました。2014年度は、さらに5法人への展開を予定しています。

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。

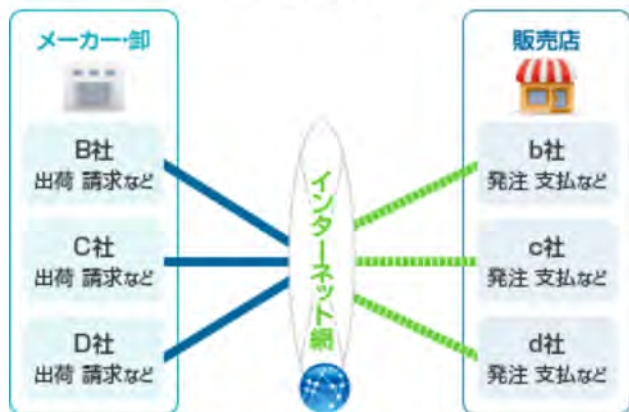
EDIから流通BMSへ



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



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。



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。



2013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。
- 本社での障がい者雇用を開始しました。
- 「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
- > 2013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ことを真に望み、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・休職からの円滑な「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、2013年度は、本社での障がい者雇用を開始しました。今後も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。

2013年度における育児休業制度の利用者は4名、短時間勤務制度の利用者は前年度から3名増えて9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。

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れるように、さまざまな施策を実施しています。

2012年度より、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。

2013年度は2月に開催し16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」「予期せぬ出来事を受け止めて向き合うことで、自分のプラスにできるということに改めて気づいた」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」「自分のやりたいこと、やれることだけでなく、会社から何を求められるのかを把握していくことで、必要とされる人材になることがわかった」などの感想も寄せられました。

本セミナーは2014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



人材開発

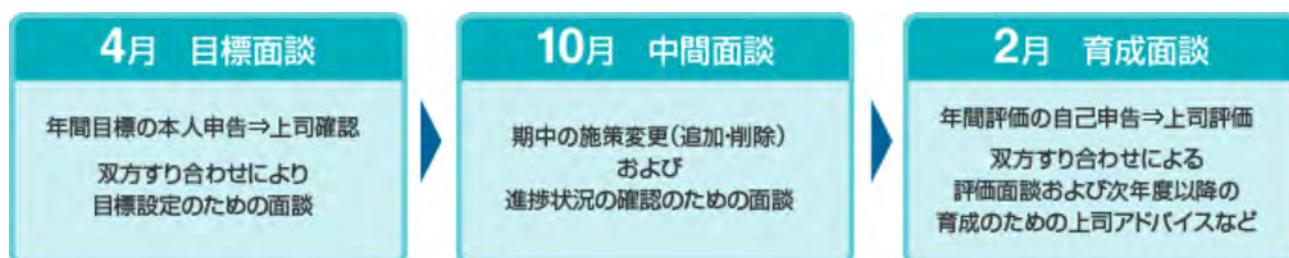
人事制度

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



2013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。2013年度は、主に外部機関を活用した研修に13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	37	37
		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	22	22
		4年目社員研修	コーチング（後輩育成／後輩との接し方）	25	25
	キャリア	キャリア研修（45～49才）	現在の自分の立ち位置を正しく認識する ライフプランとキャリアプランの検討	86	86
		キャリア研修（50～59才）	現在の自分の立ち位置を正しく認識する ライフプランとキャリアプランの検討 ファイナンシャルプラン、健康管理	97	97
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	18	18
		メンタルケア（安衛）	部門のメンタルヘルスマネジメント	16	16
	VPSP研修	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	14	14
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	39	39
		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	39	39
		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	38	38
		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			16	16



労働安全衛生への配慮

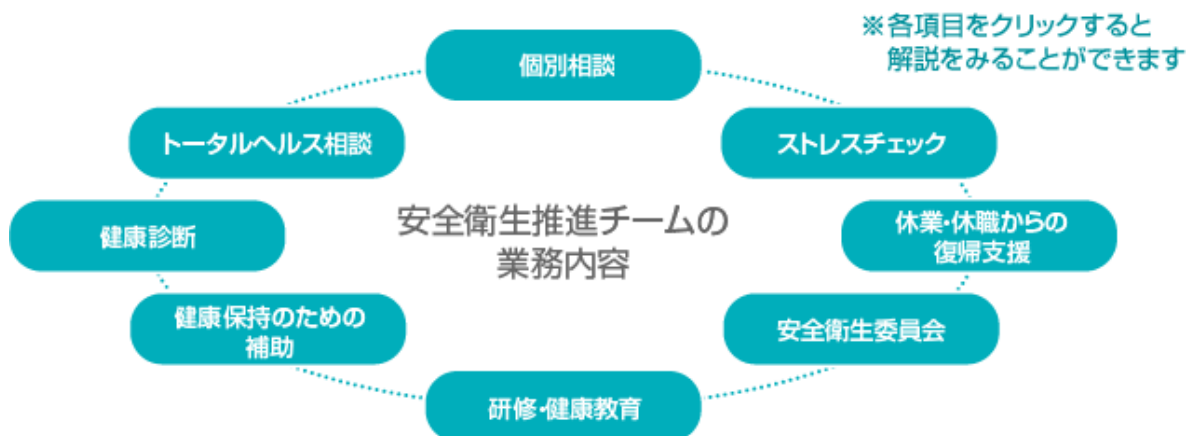
ハピネットグループは、社員が仕事を通して充実した社会生活を送るために、より生き生きと働ける職場づくりをめざしています。そのために「社員の健康サポート」「労働安全衛生の推進（法令遵守）」「安心して働ける職場環境づくり」を労働安全衛生活動の3本柱と位置付け、心身の健康づくりはもちろんのこと、充実した職業生活を総合的に支援しています。

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。2013年度の相談件数は73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す。

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。2013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39名が参加。また、新任リーダー研修を実施し、参加人数は16名でした。

ストレスチェック（2010年開始）

- メンタルチェック実施人数：2013年度889名（対象者904名）
- 実施率：98%

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2013年度には21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。

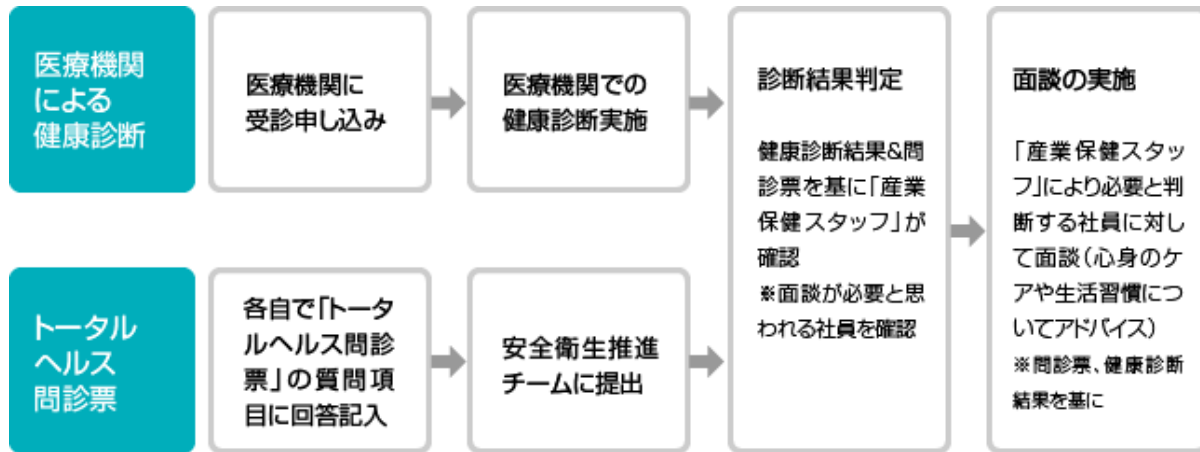
回収した問診票は、回答内容に応じて適切な産業保健スタッフを選定し、産業医や保健師からアプローチする健康相談や指導も行っています。

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。

2013年度は、4回目となる「禁煙支援キャンペーン」を展開。46名が参加し、うち16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。



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。

2013年度は、この制度を利用し、当社グループでの予防接種を受けた人数が846名となりました。

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。

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、本社では、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17カ所に、23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。2014年3月までに累計で385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。2014年2月23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。

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、2013年度、運転記録証明書を活用した事故削減策を実施しました。

また、実際に発生してしまった事故を分析し、安全運転講習会を通じて全社員が事故発生状況を共有するとともに、今後の事故防止策を検討しました。この他、安全運転技術の向上をめざし、外部研修機関を利用した「実車トレーニング」や「運転適性検査」も実施しています。無事故無違反の社員に対して、四半期ごとに表彰する制度も設けています。

物流拠点での取り組み

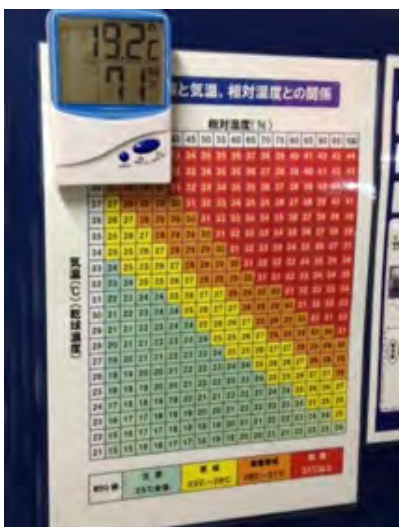
ハピネットグループで物流機能を担うハピネット・ロジスティクスサービスでは、各物流拠点で毎月開催している安全衛生委員会で現場を巡回し、整理整頓の状況や危険箇所を点検しています。もし問題が発見された場合には、すぐに対応するなど、継続的な労働安全衛生改善活動を実践しています。

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。



2013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。

▶ 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



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。2013年度は、「2013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。

「2013東北こども博」は、2013年10月12～13日に宮城県の仙台大学で開催され、18,180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。

2013年度は、3カ所の拠点で延べ6回、計延べ62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、今後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。

2013年度も、社員や社員の家族の皆さんの協力を得て、94,864個を回収しました。この数は約118名分のポリオワクチンに相当し、約746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、2013年度も継続して協賛しました。

Copyright © 2014 Happinet. All Rights Reserved.



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。



2013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で開催しています。

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。

2014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13.50円と年間24.75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、2013年度は6月22日（土）、399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。

2013年度は、10月にモーニングスター主催の個人投資家向け合同IR説明会、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、機関投資家・アナリスト向け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。