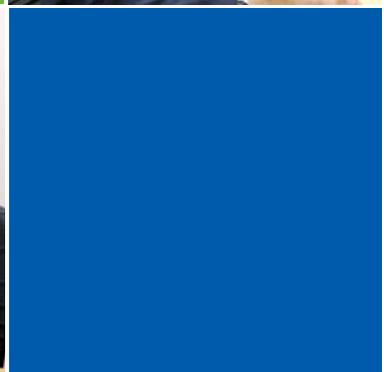




ハピネット
CSRレポート
HAPPINET CSR REPORT
2016



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	10

特集

1. 多様性を重視した映像事業の推進	13
2. カプセル玩具の購入機会の創出	15

ヒューマンレポート	17
-----------------	----

CSR マネジメント	37
CSR の目標と実績	38
コーポレート・ガバナンス	41
コンプライアンス	43
リスクマネジメント	45

環境とのかかわり	48
基本的な考え方	49
環境マネジメント	50
廃棄物削減の取り組み	51
地球温暖化防止の取り組み	54

顧客とのかかわり	55
基本的な考え方	56
製品責任への取り組み	58
CS(顧客満足)の向上	60

社員とのかかわり	62
基本的な考え方	63
多様性とワークライフバランスへの配慮	64
人材開発	66
労働安全衛生への配慮	67

社会とのかかわり	70
基本的な考え方	71
社会貢献	72

株主とのかかわり	74
基本的な考え方	75
株主還元	76
株主・投資家とのコミュニケーション	77

環境データ集	78
--------------	----



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

2015年度(2015年4月1日～2016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2015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推定しています。

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4版」(G4)
環境省「環境報告書ガイドライン(2012年版)」

発行年月

2016年7月(前回:2015年7月)

問い合わせ先

株式会社ハピネット 経営本部 経営企画チーム
〒111-0043 東京都台東区駒形二丁目4番5号駒形 CAビル
TEL: 03-3847-0410 FAX: 03-3847-0420
URL: <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
株式会社マックスゲームズ
株式会社ハピネット・ベンディングサービス
株式会社ハピネット・ロジスティクスサービス

従業員数 連結883名(男性:688名 女性:195名)
単体490名(男性:348名 女性:142名)

売上高推移(百万円)

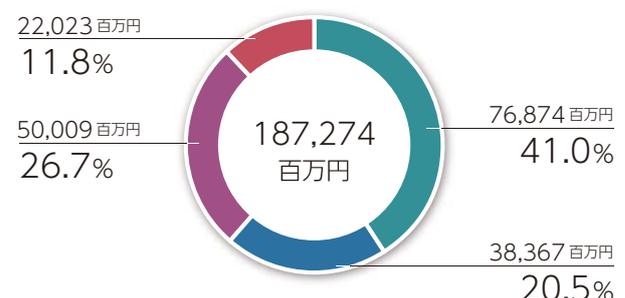


経常利益推移(百万円)



事業別売上高構成比(2015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ズにより、経営の透明性を高め、
株主の信頼と期待を得る活動につとめます。

行動指針

常に
「何が大切か、何が正しいか」
を考え、
行動します。

ハピネットグループは、人々の幸福な人生 (Happiness) の実現に貢献すべく、グループをとりまくあらゆる関係者との間で積極的にコミュニケーションを図り (Networking)、エンタテインメント事業を通じてより豊かなライフスタイルを実現するための付加価値を創造していきます。

人々の心に感動を与え、夢のある明日という社会的価値を生み出せる企業グループ。それが私たちの存在意義だと考えています。

CSR理念・CSR基本方針

CSR理念

ハピネットグループが目指す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込めており、エンタテインメント事業を通してより豊かなライフスタイルを実現するための付加価値を創造することを事業コンセプトとして掲げています。企業活動を通して「人々の心に感動を与え、夢のある明日をつくる」という思いを社員一人ひとりが常に意識し、実践していくことが、CSR理念の基本的な考え方です。

CSR基本方針

ハピネットグループの「CSR基本方針」では、ステークホルダーとの双方向の対話を重視しています。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人として尊重し、教育を通して自主的かつ積極的なチャレンジを支援します。社員が誇れる会社を目指し、働き甲斐のある職場環境をつくります。

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存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。

玩具事業



玩具事業は、ハピネットグループの中核を成す重要なビジネスです。業界最大手の中間流通業として、(株)バンダイをはじめとしたあらゆるメーカーさまの幅広い商品を共有し、確固たるシステムと提案力を強みとして、メーカーさまや販売店さまの多様なニーズにお応えしています。

さらに物流の高度化・効率化を推し進めるとともに、新たなチャネルの開拓も積極的に行っています。また、当社のオリジナル・独占販売商品の企画・開発を行っています。

映像音楽事業



映像音楽事業は、DVD・CD市場に商品を共有し、中間流通業として業界でもトップクラスの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、映画・アニメなどの自社コンテンツ制作や独占販売権の獲得に取り組んでいます。

ビデオゲーム事業



ビデオゲーム事業は、中間流通業として唯一、国内で販売されているすべての家庭用ゲーム機の取り扱いを実現しています。このオールプラットフォームの取り扱いと売場提案力を強みとして、ビジネスの拡大を推進しています。

また、オリジナル商品の企画・開発、ゲームソフトの開発にも取り組んでいます。

アミューズメント事業



アミューズメント事業は、カプセル玩具販売機やデータカードゲーム機のオペレーションを行っています。業界トップの地位を生かし、お取引先さまとのより強固な関係の構築や、数多くのメーカーさまとの取引拡大による市場に密着したサービスを提供しています。

トップメッセージ

全役員・社員のチャレンジ精神を結集し、
夢のある明日づくりに貢献し続けます。

代表取締役社長兼最高執行責任者 榎本 誠一



ハピネットのグループビジョンとCSR理念

ハピネットグループは、「ハピネス・ネットワーキングを展開し、エンタテインメントスタイルの創造により、人々に感動を提供し、夢のある明日をつくります。」というグループビジョンのもと、事業を展開してきました。

グループビジョンには、人々に感動を提供するエンタテインメント事業を通じて、人々の心を豊かにし、夢のある明日づくりという社会的価値を生み出せる企業グループとして、存在価値を発揮していきたいという思いが込められています。グループビジョンを実践していくことが、ハピネットのCSR理念の基本的な考え方です。

この中にある「ハピネス・ネットワーキング」とは、人々の幸福な人生(Happiness)の実現に大きく貢献できるタイムリーで付加価値のある提案をするために、ステークホルダーの皆さまと絶えず積極的にコミュニケーションを図ること(Networking)を基本姿勢として表したものです。

近年、私たちを取り巻く環境は日々めまぐるしく変化し、厳しい市場環境が続くエンタテインメント業界におきまして、柔軟性と機動性を兼ね備えた経営力をこれまで以上に発揮していくことが急務だと感じております。そのため、より一層コーポレートガバナンスの強化をはかるとともに、役員・社員一人ひとりがハピネットのCSRの基本姿勢に立ち返り、自らの役割、当社の果たすべき責任を問い直し、チャレンジ精神を結集して新たな成長ステージの創出に挑戦してまいります。

「何が大切か、何が正しいか」を考え、行動する

ハピネットグループには、「常に『何が大切か、何が正しいか』を考え、行動します。」と定めた行動指針があります。これは、事業を推進するなかで時として利害関係の対立に直面したとき、役員・社員一人ひとりの判断基準となるものです。さらに、この行動指針をもとに「法的・倫理的責任」「経済的責任」「環境・社会的責任」の3つの責任を果たすべく様々な取り組みをしています。

ハピネットが果たす3つの責任 ハピネットグループのCSRに関する姿勢について、次の3つの視点からご説明いたします。

1. 「法的・倫理的責任」

ハピネットグループでは、行動指針にある「何が大切か、何が正しいか」の「何が正しいか」に当たる倫理観として、「信義と信頼を大切にします」、「ステークホルダーとの共生を図ります」、「社会の『良き一員』としての自覚を持ちます」の3点を掲げています。

それらを実践するために「倫理綱領」「内部統制システム」「ハピネットグループ・コンプライアンス・プログラム（内部通報制度）」「行動指針10カ条」を定めています。

また、仕組みやルールを定めるだけでなく、企業倫理・法令などを遵守徹底させるため「倫理向上委員会」を設置して組織横断的に統括しています。さらに、事業部門から独立したコンプライアンス推進室が内部統制の整備・運用を行うほか、社内外にそれぞれコンプライアンス委員会を設置し、経営と事業の双方をモニタリングする体制を採っています。

2. 「経済的責任」

ハピネットグループはステークホルダーの皆さまにより成り立っており、したがって事業によって生み出された付加価値はステークホルダーの皆さまへ適正に還元すべきと考えます。

お取引先さまに対する「商品」「サービス」を通じた「適正な利益」、
消費者に対する「満足」、
社員に対する「報酬」「教育」「福利厚生」、
社会に対する「納税」「雇用」、
株主に対する「配当」「適正な株価の維持向上」「株主優待」

これらステークホルダーの皆さまへの還元は、継続的な成長による付加価値の最大化によって初めてなしえるものですので、今後も経営の透明性を高めるとともに、経営計画、経営状況を的確にモニタリングし、戦略的・長期的な視点で企業の成長・発展に最適な意思決定をしていきます。

3. 「環境・社会的責任」

ハピネットグループは、メーカーさまが開発・生産した膨大な種類の商品を、販売店さまに速く、正確にお届けすることで、消費者の皆さまの豊かな生活を支える重要な役割と大きな債務を担っています。また、メーカーさまや小売店さまのCSRの取り組みを中間流通として支援していくことも重要な役割としております。

この役割を果たす上での環境への配慮として、例えば誤納率を限りなくゼロに近づけることで配送頻度を下げ、エネルギー消費を抑えたり、リサイクル可能な緩衝材を用いたりしています。こうした事業に直結した地球温暖化の抑制や資源の有効活用への貢献を今後も自主的に行ってまいります。

また、製品の品質に対する取り組みとして、お客さまに安心して商品をご利用いただけるように、法令や業界基準の遵守はもちろん、厳しい自主基準を設け、品質責任者による委員会により継続的に基準の改定を議論しています。

**夢のある明日づくりと持続
的な会社の成長・発展をめ
ざして**

2016年6月23日付で代表取締役社長に就任いたしました。「人々の幸福な人生（Happiness）の実現に貢献する」というグループビジョンのもと、これからも環境変化を予見する努力を怠らず、ビジネス基盤を最大限に活用し、持続的な成長・発展を実現させていくことが私の使命です。ステークホルダーの皆さまの声に常に耳を傾けながら、全役員・社員のチャレンジ精神を結集させ、夢のある明日づくりに貢献いたします。今後ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

Copyright © 2016 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

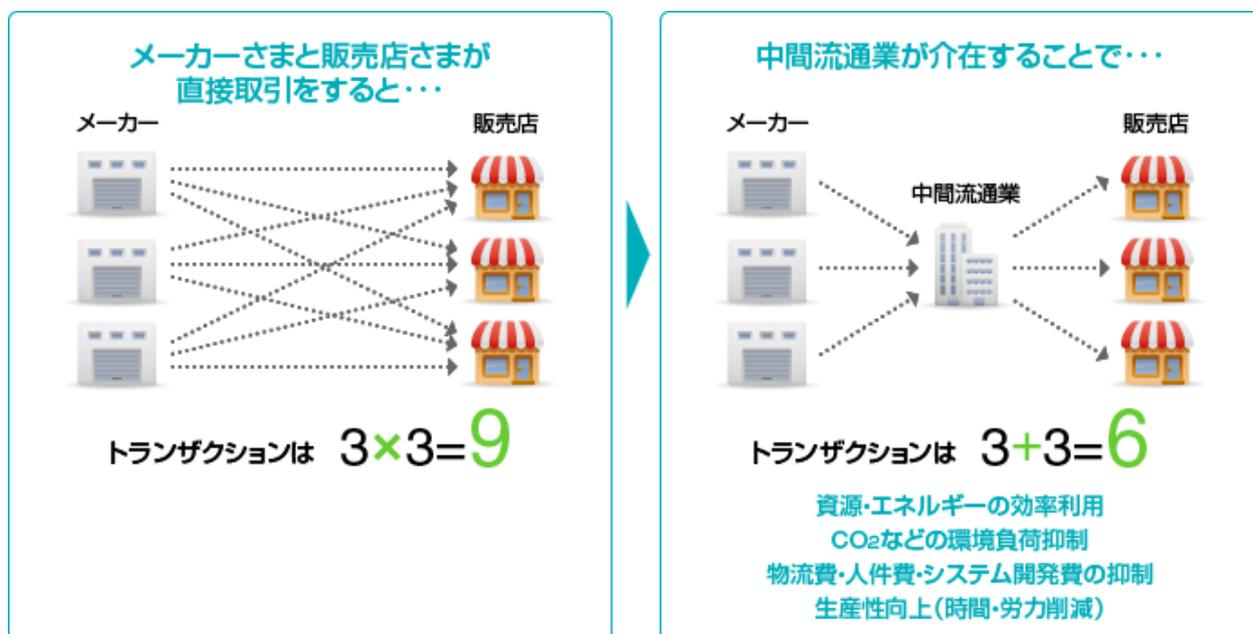
メーカーさまと販売店さまの間に立つ“中間流通業”としての機能を発揮して商品流通に伴う“社会的エネルギー・コストの抑制、効率化”に貢献していきます。

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 © 2016 Happinet. All Rights Reserved.

特集1 多様性を重視した映像事業の推進

より多くの方に
映画を楽しんでいただくために
映像コンテンツの
バリアフリー化に取り組む



目の不自由な方に映画の感動をお届けする

私たちは映画やアニメ作品への出資や製作委員会への参加、またその映像ソフトをつくるメーカー事業を手がけています。その一環として2015年、目の不自由な方へも映画の感動をお届けするために、映画『奇跡のひと マリーとマルグリット』のバリアフリー上映と、音声ガイダンス付きDVDの制作を行いました。『奇跡のひと マリーとマルグリット』は、目も耳も不自由な主人公の少女を、自身も聴覚に障がいを持つ女優が演じたフランス映画です。現地では長編映画として初めてフランス語字幕付の上映が全国で行なわれ、大成功をおさめました。私たちは2014年に本作品と出会い、配給会社の(株)ドマさま、(株)スターサンズさまとともに買付を決定し、日本におけるプロモーションに参画しました。3社によるプロジェクトの初期段階から、作品のストーリーを踏まえて目の不自由な方が楽しめるような取組みを行うことを決定し、日本語吹替と音声ガイダンスをつけたバリアフリー上映版を制作いたしました。



©2014 - Escazal Films /
France 3 Cinéma - Rhône- Alpes
Cinéma

音声ガイダンス付きDVDパッケージ

関係する法人さまや一般の方と協力しながらバリアフリー上映を実現

日本では、年間500本以上の映画が上映されています。それにもかかわらず、聴覚障がい者に配慮した日本語字幕付き作品は66本、視覚障がい者に配慮した音声ガイド付き作品はわずか6本にとどまっています。セリフや物音、音楽表現を文字にする「日本語字幕」や場面転換や出演者の動作・表情を言葉で伝える「音声ガイド」は、視覚や聴覚に障がいのある方にも映画館で映画を楽しんでいただくために、2001年頃から登場しています。ところが、「字幕や音声ガイドにかかる制作費」「上映時のオペレーションにかかる追加費用」など、関係する法人さまや上映館の負担が大きいため、期待されたほど普及が進んでいないのが実情です。しかし今回は、プロモーションに関わった3社の賛同に加え、東京におけるバリアフリー上映にご対応頂ける映画館（シネスイッチ銀座さま）が見つかりましたので、スムーズに実現することができました。さらに制作費については、その一部を一般の方々から寄付を募るクラウドファンディングで公募し、「バリアフリー版に関わる人の和を広げよう」という試みを行いました。

バリアフリー上映とDVD版のリリースにあたって

映画の公開に先立ち、様々なプロモーションイベントを実施しました。2015年4月には、主演女優のアリアーナ・リヴォアールが来日し、「この映画は私のように、ろうであるとか、バリア（障がい）を持った人たちに観てほしい」と力強く訴え、注目を集めました。また5月に開催したチャリティ試写会には、秋篠宮妃殿下と佳子内親王にご来臨いただき、多くのメディアに取り上げられました。6月からの公開後は、全国各地でバリアフリー上映（映画館10回、映画館以外＜公民館など＞5回）が行なわれ、多くの方々に鑑賞いただきました。

映画の公開に向けた活動と並行してハピネットでは、視覚障がい者のための音声ガイド付きDVDの制作を進めました。視覚障がいをお持ちの方がDVDを楽しむためには、コンテンツを再生する前段階である機器の操作における障がいをクリアする必要があります。そのため、機器にDVDを入れた段階で、「本編を音声ガイド付きで鑑賞する場合はそのままお待ちください」と音声ガイドによる操作説明がスタートする対応をとりました。発売後、音声ガイド付きのDVDは各地の図書館からの注文が通常よりも多く入り、待ち望んでいただいている方の存在を実感することができました。



チャリティ試写会にご来臨された
秋篠宮妃殿下と佳子内親王

今後へ向けて

（株）ハピネットピクチャーズユニット 映像制作部 映像制作2チーム 鈴木 俊輔

目が見える方は、「スクリーンが見えなかったら映画館へ出かける意味がないのでは」と思われるかもしれません。しかし私は『奇跡のひと マリーとマルグリット』との関わりを通じて、目が不自由な方も映画館で映画を楽しみたいのだということを実感しました。映画は多種多様です。すべてを対象とすることは難しいですが、目の不自由な方、耳の不自由な方にも楽しんでいただける環境をできる限り整えたいと思います。



池田 葉月（左）／鈴木 俊輔（右）

（株）ハピネットピクチャーズユニット 映像制作部 映像制作2チーム 池田 葉月

今回は障がいのある方を意識した企画でしたが、「視力が低下して画面が見えにくくなった」「聴力が低下してセリフや音が聞こえづらくなった」という高齢者の方からも、バリアフリーの配慮がなされた映像コンテンツとして喜ばれているようです。多様性が重視される社会の中で、バリアフリーへの意識をさらに高め、多くの方々に映像作品を楽しんでいただけるよう取り組んでいきます。

特集 2 カプセル玩具の購入機会の創出

新しいロケーションで
より多くのお客さまに
カプセル玩具の楽しさを
広めていく



広がり続けるカプセル玩具の活用シーン

私たちはカプセル玩具自動販売機の運営・管理を行うアミューズメント事業を展開しています。現在、全国約5,000箇所に約20万台の自動販売機を設置し、各地域の営業担当が品切れをおこさないよう商品を補充するとともに、より多くのお客さまに喜んでいただける商品を提供し、カプセル玩具を楽しんでいただいております。

カプセル玩具の設置場所は商業施設の多様化とともに、かつての玩具店の軒先から、家電量販店、総合スーパー、専門店、ショッピングモール等へと広がっています。また、商品のターゲットも男児・女児から、より幅広い年代・性別へと変化してきています。このような環境変化の中、「電源を使わずに設置できる」「空きスペースを有効活用できる」というカプセル玩具自動販売機のメリットを活かして、新たな設置ロケーションやお客さまへの訴求方法の開拓に取り組んでいます。

駅を舞台に新しいお客さまの獲得を図る

カプセル玩具のビジネスは、お客さまとのタッチポイントをどのように増やしていくかが重要です。私たちが圧倒的な数のお客さまとのタッチポイントとして注目したのが鉄道駅です。2015年にはJR東京駅、秋葉原駅、池袋駅など首都圏主要ターミナル駅の各構内にて期間限定でカプセル玩具販売を実施し、通勤途中の会社員、買い物帰りの高齢者、さらに外国からの旅行者など、従来とは異なる層のお客さまにカプセル玩具を手にとっていただくことができました。「東京みやげをモチーフにした商品」「外国人にも人気のアニメキャラクター」など、その駅の特性を考慮した商品展開が功を奏し、売上面においても大きな成果を得ることができました。また多くの人々が行き交う駅での活動を通し、安全対策や商品ラインナップなどについて公共性の高いロケーションでの運営ノウハウを学ぶことができました。

企画力を発揮してカプセル玩具に付加価値をつける

独自企画によりタッチポイントを増やす取組みも行っています。その一例が、若い女性に人気のファッションビルや雑貨ショップへの設置です。

「各施設の雰囲気に合わせて、トレンドを取り入れたラッピングを施す」「女性に選んで頂ける商品を前面に押し出して展開する」など、女性にフォーカスした取組みを徹底し、従来の「子供向けおもちゃ」というイメージを壊すことで、女性のお客さまが商品を手に取りやすい環境を生み出すことが出来ました。

その他、さらに付加価値の高いサービスをめざして、「カプセル玩具+α」の発想によるプロモーションも進めています。2016年春には、東北・北関東に展開するお取引先さまにご協力いただき、カプセル玩具と遊びを連動させたイベントを実施しました。空カプセルで占いが出来る遊具を開発し、カプセル玩具購入後もエンタテインメント体験をしていただける企画です。お子さまへの誘引力は高く、期間中通常を大きく上回る売上となり、お取引先さまからも高い評価をいただくことができました。



空カプセルを鳥の口から入れると運勢がわかる「占いバード」



ファッションビルを中心に女性向けのガチャガチャを展開

今後へ向けて

(株) ハピネット・ベンディングサービス 事業開発チーム
白倉 大士

「回すと何が出てくるだろうか」と誰もがわくわくすることができるカプセル玩具は、「商品を購入する過程自体がエンタテインメント」という類稀なアイテムであり、その魅力を1人でも多くのお客さまにお伝えできるよう努めています。その一例である、駅での取り組みは、今後首都圏以外へも拡大すべく準備を進めています。カプセル玩具そのものが持つ商品としての魅力に加え、公共交通機関での実績をもとに、安全性とお客さまの満足度を両立させることができれば、新たなロケーションへの設置が可能になり、カプセル玩具ユーザーを拡大できると確信しています。



白倉 大士

HUMAN REPORT 2016

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(映像音楽)



販売店さまとの信頼関係を基盤に理想的なパートナーを目指す

㈱ハピネット
ピーエムユニット
第2営業部CSチーム
坂本 尚也

➤ マーチャンダイジング(玩具ほか)



お取引先さまの業態に特化した営業体制でメーカーさま、販売店さまの利益の最大化を図る

㈱ハピネット
CVS ユニット MDチーム
大木 みか

商品企画・制作(映像音楽)

多くの方に愛された
映像作品を
現在に蘇らせて、
未来へと継承する

㈱ハピネット
ピクチャーズユニット
映像制作部
マーケティングチーム
影浦 萌



ロジスティクス

商品を確実に
お届けするために
物流現場の「安全」「品質」
「生産性」を追求する

㈱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2チーム
宇津木 聡



スタッフ(ECサイト)

「店舗のような
接客サービス」で
誰もが楽しく
買物できる
ECサイトを目指す

㈱ハピネット
オンラインユニット
EC運営チーム
深澤 信秀



スタッフ(経営企画)

マニュアルと
トレーニングを通じて
リスクマネジメント力の
強化に取り組む

㈱ハピネット
経営本部 経営企画部
経営企画チーム
安部 愛子



※ 社員の所属部署は2015年度時点のものです

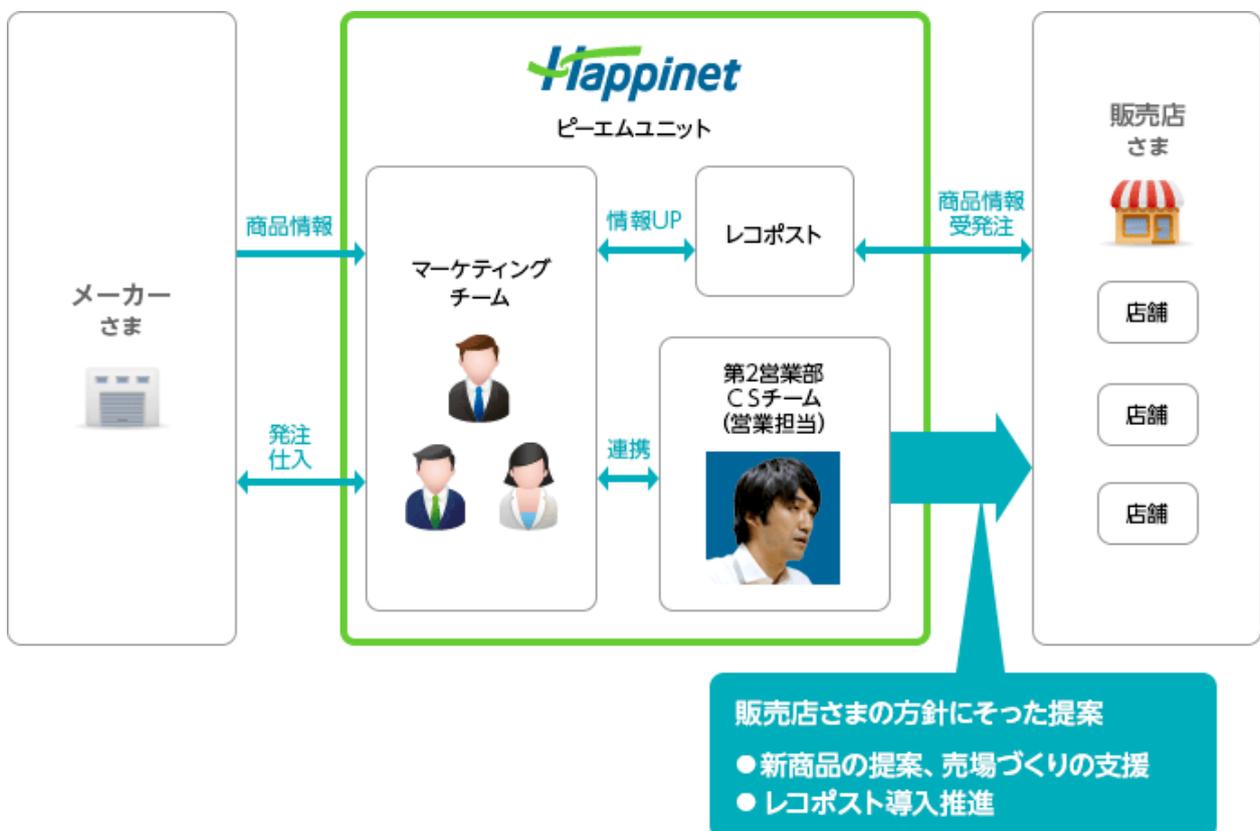
Copyright © 2016 Happinet. All Rights Reserved.



セールス（映像音楽）

（株）ハピネットピーエムユニット 第2営業部 CSチーム 坂本 尚也

販売店さまとの信頼関係を基盤に
理想的なパートナーを目指す



仕事・役割

DVD、CDなどの映像や音楽に関連する商品を扱う部門で、全国に店舗を展開するCS（チェーンストア）の販売店さまへの営業を担当しています。具体的な業務としては、マーケティングの担当者が集約し精査した各メーカーさまからの情報をもとに、販売店さまに対する新商品の提案や売場への導入支援を行います。お客さまに求められる商品を提供し、販売店さまとハピネットの双方が利益を獲得できるようにすることが、私たちの役割となります。担当する販売店さまと良好なコミュニケーションを築きながら、各店舗の方針やニーズを理解したうえで、それにマッチし、なおかつお客さまに求められる商品を提案できるように取り組んでいます。また、非常に数多くの店舗を担当させていただく中で、特定の店舗に肩入れすることなく、公正な取引を心掛けています。



(株)ハピネット ピーエムユニット 第2営業部
CSチーム坂本 尚也

かかわりの深いステークホルダー

- 顧客

CSRの取り組み



主なCSRの取り組み

- 環境負荷軽減
- 取引先とのコミュニケーション強化

従来、ハピネットと販売店さまとの間の受発注は、紙の情報をベースに行われていました。新商品情報と注文用紙が一体となった紙をハピネットから販売店さまへ送り、注文情報を記入していただいた紙を、再びFAXで送り返していただくという流れをとっていました。しかしこの方法には、FAXでやりとりする紙の管理に問題がありました。販売店さまに送っていただいた注文用紙が、ハピネットで確認できないといった行き違いトラブルがどうしてもなくならなかったのです。そこでハピネットでは、注文情報の行き違いの撲滅、管理業務の軽減、紙の使用量の削減を目的に、販売店さまからのFAXの情報を、OCR(光学式文字認識)を使用し、電子情報化して管理する新しい受発注システムを開発しました。

さらにFAXの電子情報化と並行し、販売店さま向けのWebシステム「レコポスト」の利用推進にも取り組みました。専用のWebサイトから「レコポスト」をご利用頂ければ、リアルタイムに新譜情報を得ることができ、さらに、販売店さまが必要としている商品の在庫状況を、ハピネットに問い合わせる手間なく把握できるなど、販売店さまの利便性が大いに高まります。一部の販売店さまには、注文の際に紙を使わないことで得られるコストや環境面のメリットを高く評価していただき、ハピネットとの受発注をすべてデジタル情報化していただくことができました。

今後の課題

OCRや「レコポスト」による受発注業務のデジタル情報化をきっかけに、商品に関する様々なデータの活用を推進することができれば、販売店さまの在庫削減や業務負荷の軽減に、より貢献できるのではないかと考えています。映像音楽市場は、ネット配信の普及、総人口の減少傾向などを背景に、競争が一層激しくなると見込まれています。そうした状況の中でも、販売店さまとの信頼関係を基盤に、理想的なパートナーとなれるよう努めて参ります。

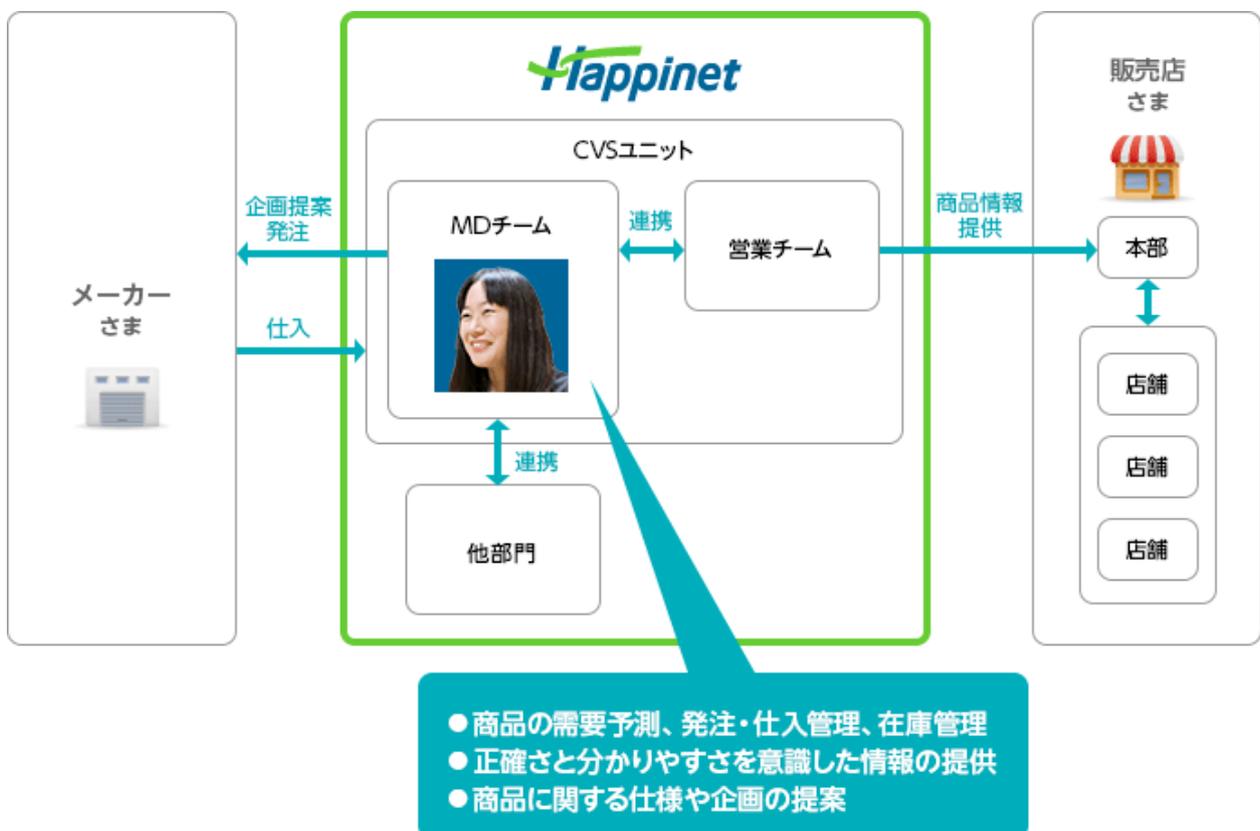
Copyright © 2016 Happinet. All Rights Reserved.



マーチャンダイジング（玩具ほか）

（株）ハピネット CVS（コンビニエンスストア）ユニット MDチーム 大木 みか

お取引先さまの業態に特化した営業体制で
メーカーさま、販売店さまの利益の最大化を図る



仕事・役割

私はコンビニエンスストアさまへの販売を担当する部門で、商品の仕入れ業務を行うMDチームに所属しています。商品をつくるメーカーさまとコミュニケーションをとりながら、コンビニエンスストアさま向け商品の仕様づくり、また注文を受けた商品の納品手配やスケジュール調整などに携わっています。

私たちの部門は、コンビニエンスストアさまという販売店さまの業態に特化した部門です。そのため、玩具や映像、音楽、ビデオゲームといった各商材の販売を専門とする社内の他部門から市場の最新情報を取得し、それを営業チームに伝え、商談につなげてもらうことも私の重要な役割です。

仕事において気をつけているのは、「正確さ」です。コンビニエンスストアさまの店舗数は全国約55,000店舗にのぼり、発売日、販売価格、JANコードなど、流通に関わる情報に間違いがあると、関係する方々に多大な迷惑をかけてしまい、経済的な損失にもつながります。そのため各メーカーさまとは、ひとつひとつの案件について、きめ細かい打ち合わせを心がけています。



(株)ハピネット CVS (コンビニエンスストア) ユニット
MDチーム
大木 みか

かかわりの深いステークホルダー

- 顧客
- 社員

CSRの取り組み



主なCSRの取り組み

- CS向上

コンビニエンスストアさま向けの販売は、各店舗のオーナーさまが発注する商品や数量で決定します。各店舗で過剰在庫となり商品が廃棄にならないよう、メーカーさまと商品の仕様を決める際には何個を1セットにするか念入りに調整しています。また、各店舗で適正な需要予測を行えるよう、流行が分かりやすく有益な情報を各店舗に提供できるよう試行錯誤をおこなっています。

私は現在、商品の仕入れ業務に加えて、顧客価値の向上を目指した新しいデータベースづくりにも関わっています。販売情報を今よりも高度に分析できる仕組みを構築し、売れ筋の予測精度を向上させ、今まで以上に過剰在庫を削減出来る可能性を広げていこうと考えています。また、新商品の発掘や、従来にない売り方の提案など、付加価値の高い業務につなげていければと思います。

今後の課題

最近のコンビニエンスストアさまの傾向は、30代40代の男性のみならず、幅広い世代の女性の集客も増えていきます。また、女性がアニメグッズなどコンビニエンスストアさまの店頭から生まれる流行を盛り上げる主役となってきています。コンビニエンスストアさまのビジネスにおいては、女性の目線で市場動向を読むことは、ますます重要になっていくのではないのでしょうか。現在CVSユニットは、社内でも営業職の女性社員が比較的多い部門です。さらに女性社員が活躍する職場であるために、営業職の先輩としてどうあるべきかを試行錯誤しながら働いていきたいと思っています。

Copyright © 2016 Happinet. All Rights Reserved.

HUMAN REPORT 2016

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・制作（映像音楽）

（株）ハピネット ピクチャーズユニット 映像制作部 マーケティングチーム 影浦 萌

多くの方に愛された映像作品を
現在に蘇らせて、未来へと継承する



仕事・役割

ピクチャーズユニットは、DVD、ブルーレイといった映像パッケージ商品の販売や、映画・アニメ等の著作権の取得、ビデオグラム化、製作出資などを行っています。

映像ビジネスの世界では、ひとつのコンテンツに、いくつもの権利が絡みあっているため、作品によってハピネットの関わり方は様々です。たとえば洋画の場合、海外の映画祭に出向き、日本での権利を取得するところからはじまり、配給権を持つお取引先さまが劇場公開の準備を進める一方で、ハピネットが映像パッケージ商品の制作を行うなど、関係する他のお取引先さまと連携をとりながら仕事を進めています。

ピクチャーズユニットの組織構成は、商品の企画を立案するプロデュース部門、商品をつくる制作部門、お客さまへの商品の訴求や営業部門と協力して販促を行うプロモーション部門、国内外のネット配信やテレビ放送を事業とされるお取引先さまに番組の販売を行う部門などから構成されています。私は現在、制作部門の業務のひとつとして『デジモンアドベンチャー』『カレイドスター』といった旧作アニメのブルーレイ制作に携わっています。



(株)ハピネット ピクチャーズユニット 映像制作部
マーケティングチーム
影浦 萌

かかわりの深いステークホルダー

- 顧客

CSRの取り組み



写真の左より©1983-2005 TOMY ©ShoPro ZOIDS is a trademark of TOMY Company, Ltd. and used under license.
©Konami Digital Entertainment/小学館・NAS
©本郷あきよし・東映アニメーション
©2003 佐藤順一・HAL・GONZO/カレイドステージ ©2005 佐藤順一・HAL・GONZO/カレイドステージ

主なCSRの取り組み

- 顧客満足

映像を記録するメディアの進化や再生機器の変化に伴い、10年以上前に製作されたアニメ作品が観たくても観られない状況になっています。こうした中で私は、思い出のアニメ作品を再び楽しんでいただけるよう、ブルーレイとして蘇らせる仕事に携わっています。ブルーレイ版をつくるには、古いSD（標準）画質の映像素材をHD（ハイディフィニション）画質へアップコンバート（高解像度化）する必要があります。たとえば、1年間テレビで放送されたアニメ作品をブルーレイBOXで発売する場合、1つの商品に50話前後収録することになります。大変長時間の映像素材になりますが、アップコンバートに伴い色や画面に損なわれた箇所がないかを、すみずみまでチェックします。またブルーレイ版を発売するにあたり、商品パッケージとしていかに魅力的なものに仕上げるかについても私の重要な役割です。「オリジナルのスタッフ・キャストを再集結して新作のドラマCDをつくる」「読み応えのあるブックレットをつける」といった形で、ファンであるお客さまへ喜んでいただけるプレゼントになるものをつくろうと努めています。

私は自分の仕事について、作品を現在に蘇らせて、未来

へと継承することだと捉えています。さらに、古い映像素材のHDリマスター化によりHD映像での配信や番組販売、海外ビデオグラム化権の販売などが可能となりますのでコンテンツホルダーであるお取引先さまの資産価値を高めることに貢献できると考えています。

今後の課題

これからも多くのお客さまが復活を待ち望んでいるアニメ作品をブルーレイで楽しんでもいただけるよう尽力していきたいと思えます。お客さまの思い出のなかにある輝いているアニメ作品の美しさに負けない商品をお届けします。

映像素材の高品位化や商品につける特典などにかかるコストは無限ではありませんが、「十数年待った甲斐があった」と喜んでいただける商品を提供できるよう、ベストをつくして参ります。

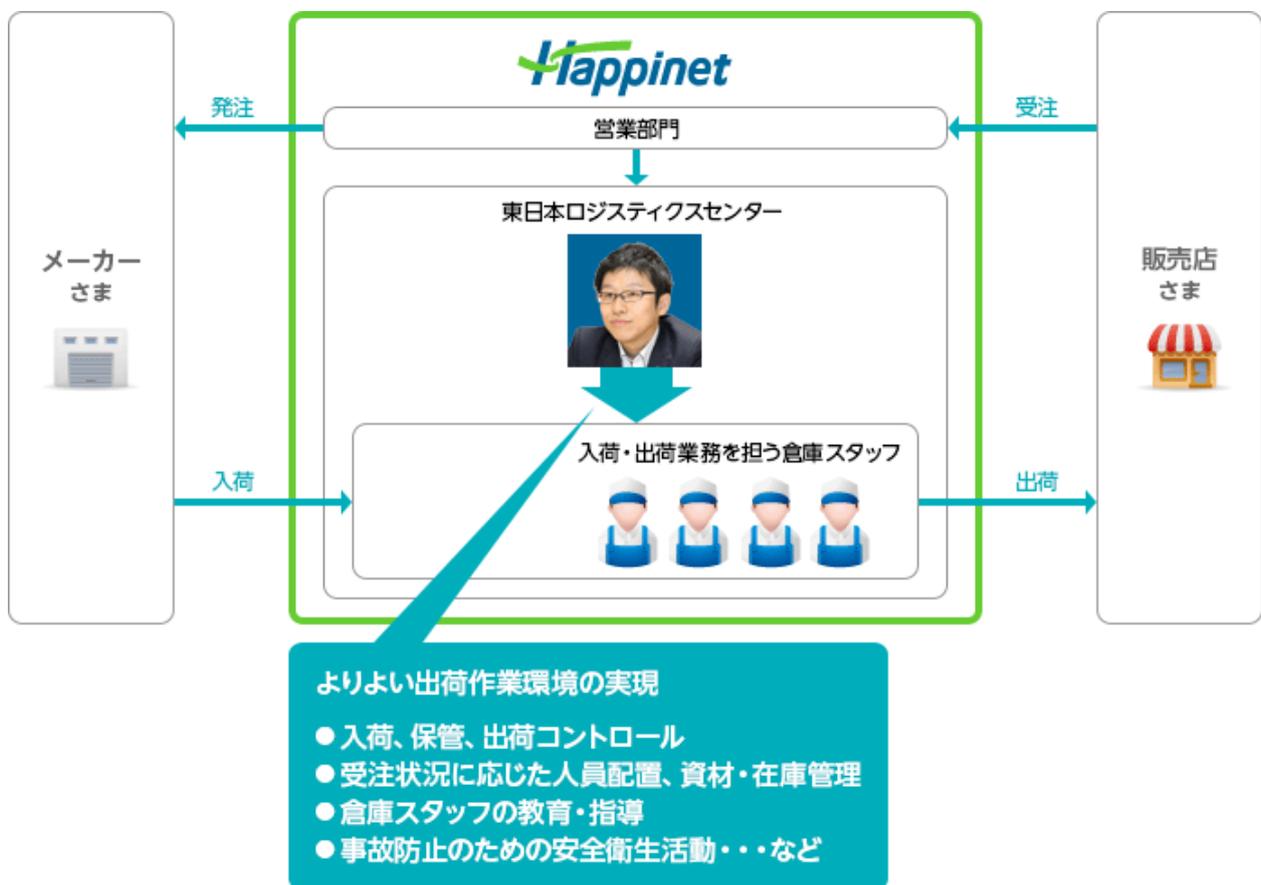
Copyright © 2016 Happinet. All Rights Reserved.



ロジスティクス

(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2チーム 宇津木 聡

商品を確実にお届けするために
物流現場の「安全」「品質」「生産性」を追求する



仕事・役割

ハピネットグループが取り扱う商品を、確実かつ迅速にお客さまのもとへお届けするための物流業務に携わっています。東日本を統括する物流拠点である「東日本ロジスティクスセンター」でDVD、CDなどの映像音楽商材を担当する部門のチームリーダーとして、入荷、保管、出荷の現場作業を取りまとめています。ハピネットグループの営業部門から、入荷や出荷予定といった情報を取得しながら、翌日あるいは数日先の人員を手配するだけでなく、1ヶ月先、1年先といった長いスパンで倉庫が安定稼働できるように努めています。また、私の部門には、様々な年代、性別、障がいをお持ちの方など70名近いアルバイトスタッフが所属しています。多様な人材に活躍してもらうために、「各々の得意な部分をいかし、不得意な部分をフォローする」といった考え方で、チーム全体で成果をあげるように取り組んでいます。



(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2チーム
宇津木 聡

かかわりの深いステークホルダー

- 顧客
- 社員

CSRの取り組み



主なCSRの取り組み

- 職場の安全
- ダイバーシティの推進

私は物流現場のリーダーとして、作業の「安全」「品質」「生産性」への責任を負っています。「安全」については、倉庫内での事故を防ぐために、前触れとなるヒヤリハットを吸い上げ、危険箇所に目を配っています。また倉庫内での事故発生につながりやすいフォークリフトについては、操作中の一旦停止や死角の確認の徹底を図っています。

「品質」については、毎月、品質向上委員会を開催し、前月に発生した誤出荷などの不正情報を共有し、その原因分析から再発防止策を打ち立てています。

「生産性」の向上については、個人のモチベーションを重視しながら取り組んでいます。倉庫内での商品の取り扱いルールや作業手順は、より正確で効率的なサービスの実現を目指して、たえず改善が図られます。しかし現状のやり方を変えることに対しては、誰しも抵抗感を持つものです。各スタッフの協力なくしては、作業の改善を成し遂げることはできませんので、1人ひとりしっかりとコミュニケーションをとり、新しいやり方を前向きに受け入れてもらえるように働きかけています。

今後の課題

少子高齢化や地域の採用環境などにより、人材の確保が困難になる中で、限られたマンパワーで安定稼働をするために作業の機械化や情報のシステム化を進めなくてはならないと考えています。

また、物流会社としての強みを、より幅広い分野でいかすことも将来への課題と捉えています。ハピネットグループの物流は、玩具、ゲームなどが中心ということもあり、年末年始の期間に取り扱う物量が平月の1.5倍～2倍にも膨らむという特徴があります。そうした物流波動への対応力、多種多様な大きさや形の荷物を取り扱うノウハウを自社グループを超えて発揮する企業になれたらいいと思います。

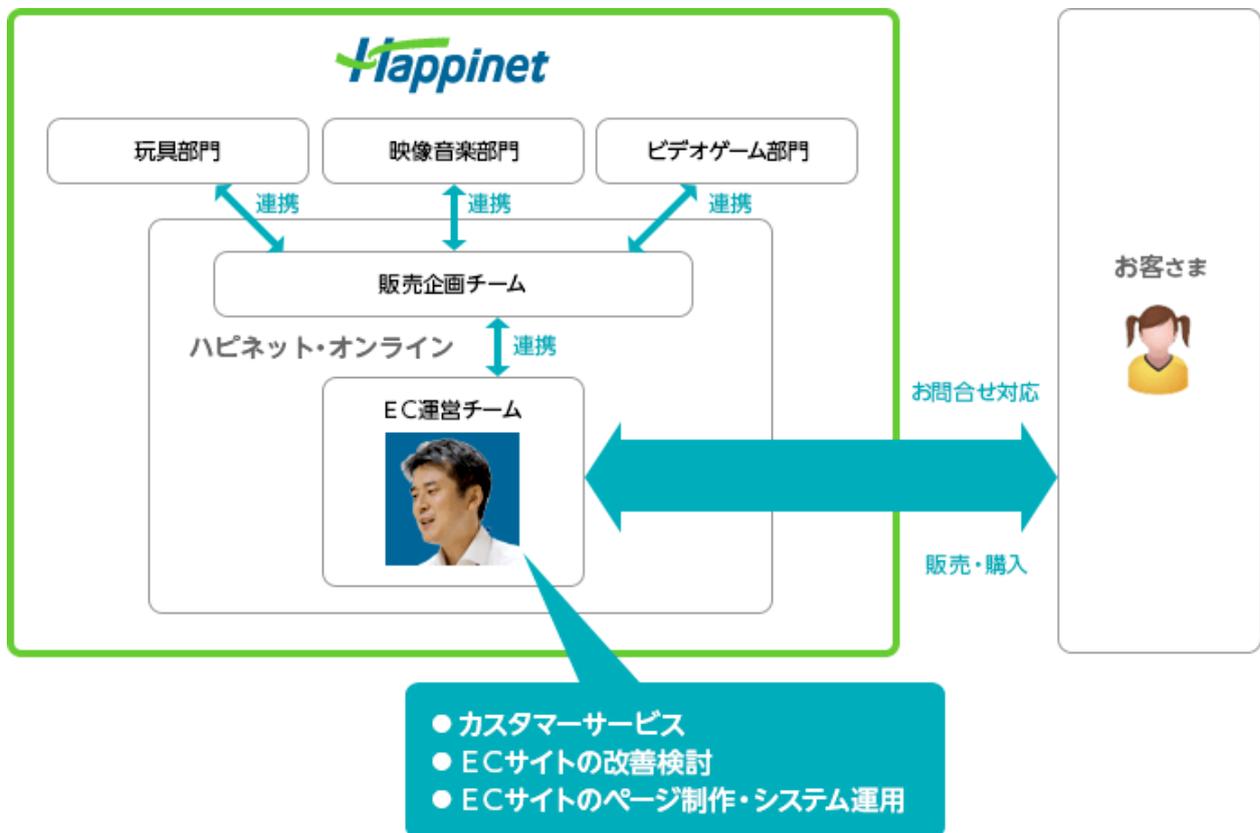
Copyright © 2016 Happinet. All Rights Reserved.



スタッフ (ECサイト)

株) ハピネット オンラインユニット EC運営チーム 深澤 信秀

「店舗のような接客サービス」で
誰もが楽しく買物できるECサイトを目指す



仕事・役割

オンラインユニットは、自社のECサイト「ハピネットオンライン」を通じて、ハピネットが取り扱う玩具、ビデオゲーム、映像音楽商材をお客さまにお届けしています。社内の各部門と連携しながらサイトでの販売方針を立案する「販売企画チーム」、サイトのページ制作やシステムの運用、カスタマーサポートを担当する「EC運営チーム」によって構成されています。現在、私はサイトを利用するお客さまからの電話やメールでのお問い合わせに対応するカスタマーサービスを担当しています。お客さまと直接コミュニケーションを図る業務であり、私たちの対応＝ハピネットの対応として評価を受けますので、会社の対応としてサービスにあたる責任とプレッシャーを感じながら業務に取り組んでいます。



(株)ハピネット オンラインユニット EC運営チーム
深澤 信秀

かかわりの深いステークホルダー

- 顧客
- 社員

CSRの取り組み



主なCSRの取り組み

- CS向上（顧客満足向上）
- 地球環境保全

私たちは、常にお客さまの声に耳を傾けながら、ECサイトの改良やカスタマーサービスの向上に取り組んでいます。ECサイトについては、スマートフォンを利用する方の増加に合わせて、スマートフォン対応を実施しました。また、カスタマーサービスの面では、サイト上に掲載する「ご利用案内」の充実に力を入れています。どなたにも快適に利用していただくために、配送料やポイントシステムなど、ご指摘ご質問が多く寄せられる点については、より分かりやすい記載方法に変更して改善を図っています。電話やメールによるお問い合わせの総件数は、年々減ってきていますので、「聞かなくても利用できるサイト」に一歩ずつ近づけていると感じています。さらにお客さま満足に加えて、環境配慮や信頼性といった企業としての社会的責任も意識しながら業務を行っています。具体的な取り組みとしては、紙の使用量削減、個人情報の取り扱い範囲の制限を目的に、紙ベースで商品に同梱していた納品書を電子メールで代用するようにしました。

今後の課題

私たちのチームでは、「リアル店舗以上の接客」をスローガンにカスタマーサービスのレベルアップに取り組んでいます。お客さまとはメール・電話での対応が主なため、顔が見えない分、リアル店舗での接客以上に、お客さまのお話をじっくりお聞きして、求められるサポートをすることにより、満足していただけることを目指しています。カスタマーサポートでは、全ての業務をマニュアル化出来るわけではないため、個々のスキルに依存する場面が多くなります。そこで研修や勉強会などを通じて全員のスキルを高めることで、より良いサービスの提供を行っていきます。

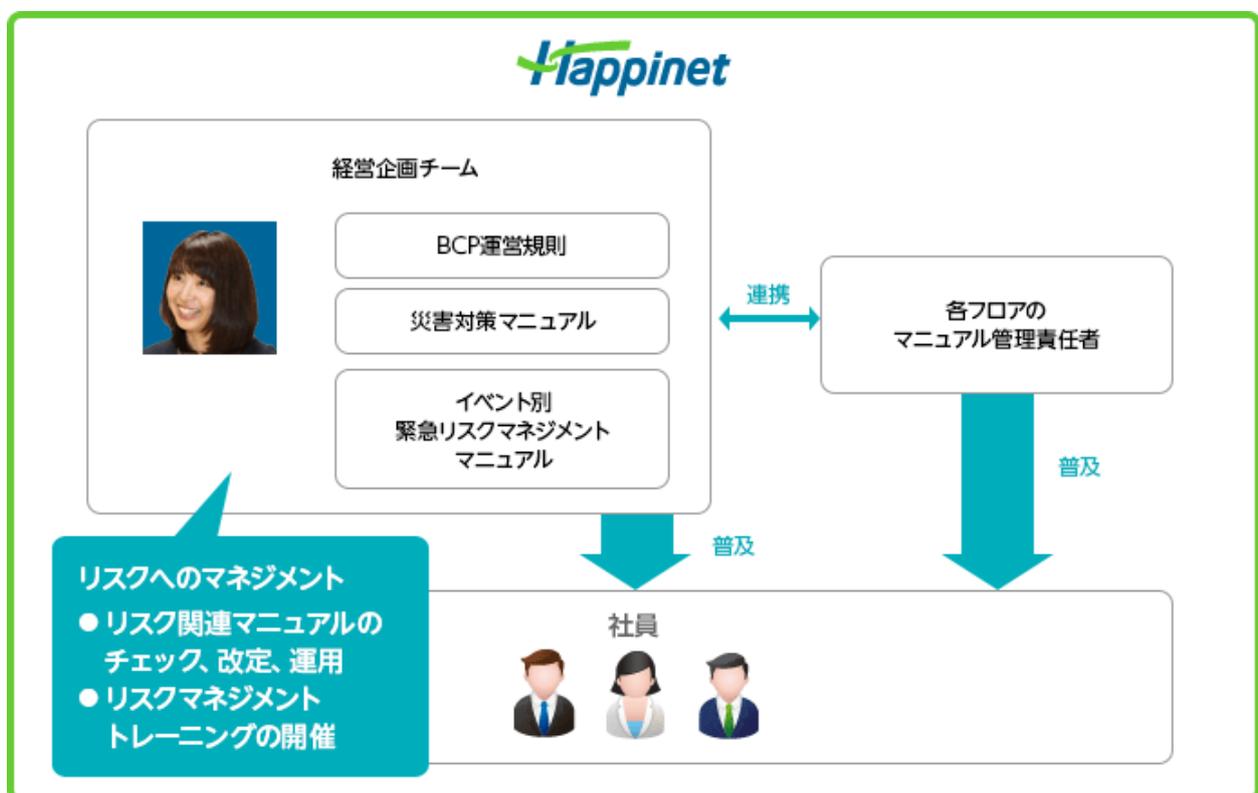
Copyright © 2016 Happinet. All Rights Reserved.



スタッフ（経営企画）

（株）ハピネット 経営本部 経営企画部 経営企画チーム 安部 愛子

マニュアルとトレーニングを通じて リスクマネジメント力の強化に取り組む



仕事・役割

「経営企画チーム」のミッションは、経営層の意思決定や事業運営をサポートすることにあります。投資家への情報公開、株主総会の運営、管理会計など、企業のガバナンスに関する多岐にわたる業務をこなすチームの中で、私は主に広報とリスクマネジメント体制の構築を担当しています。当チームは、全ての業務がグループ全体の動きに影響することが多く、これは直接関わりのある社員や株主・投資家の皆さまだけでなく、事業活動を通じてお客さまへも影響することであり、大きな責任があると認識しています。ステークホルダーの皆さまへの価値提案につなげるために、社内外いずれの方向に向けても、正確で迅速な情報の把握と提供、適切な施策立案に努めています。



(株)ハピネット 経営本部 経営企画部 経営企画チーム
安部 愛子

かかわりの深いステークホルダー

- 社員
- 株主・投資家

CSRの取り組み



主なCSRの取り組み

- リスクマネジメント体制の強化

近年、大規模な自然災害、あるいは製品事故に代表される不祥事など、企業経営をめぐる様々なリスクへの関心が高まり、適切な備えが求められています。ハピネットにおいても、万が一の事態が発生しても、社員の安全を確保し、お客さまにご迷惑をかけることなく事業をスムーズに継続するために「BCP運営規則」「災害対策マニュアル」「イベント別緊急リスクマネジメントマニュアル」などを策定しています。これらのマニュアル類は、常に実効性を保つことができるよう中身を定期的にチェックし、必要に応じて改訂を行っています。また、社員のリスクマネジメントに対する感度をあげるとともに、「日々の業務からリスクを発生させない」という意識づけを図るために、毎年、リスクマネジメントトレーニングを実施しています。2015年度は、トラブル発生後の情報収集やメディア対応についての総合トレーニングを実施しました。参加者を玩具・映像・アミューズメントの製品単位でグループ分けし、製品事故等の発生を想定して、説明責任を果たすために必要な情報収集、本物の記者との模擬記者会見を体験してもらいました。従来は、実際の記者会見に出る立場にある役員クラスを研修の対象としていましたが、今回はあえて各ユニットの現場責任者クラスを対象とし、現場のリスクマネジメント力の強化へつなげてもらうことを目指しました。私自身も、模擬記者会見の司会者としてトレーニングに参加し、広報担当者としての立場からも、企業の危機管理においてとるべき発言や行動を学ぶことができました。

今後の課題

現在ハピネットでは、自然災害他、リスクイベント別の対応マニュアルを整備し、その管理責任者をフロアごとに設けています。ただし、その存在を誰でも知っているという状況には至っていません。そのため、私たちが啓蒙活動をもっと推進し、一般の社員にマニュアルの存在を認知してもらうとともに、リスクマネジメントに対する意識を高めたいと考えています。特に強く感じるのは、マニュアルを使った実地訓練の必要性です。「定められた手順に従って、迅速に行動することができたか」「慌てることなく、的確に優先順位の判断ができたか」などを実際の場面を通してマニュアルの実効性をチェックし、マニュアルをより使えるものにしていきたいと思えます。

Copyright © 2016 Happinet. All Rights Reserved.



CSRマネジメント

ハピネットグループのCSRマネジメントを
紹介しています。



▶ CSRの目標と実績

- ▶ 2015年度CSRの目標と実績
- ▶ 2016年度CSR施策一覧

▶ コーポレート・ガバナンス

- ▶ コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方
- ▶ ガバナンス体制
- ▶ 内部統制体制の強化

▶ コンプライアンス

- ▶ コンプライアンスに関する基本的な考え方
- ▶ コンプライアンス推進体制/内部監査
- ▶ 法令遵守/コンプライアンス教育
- ▶ 内部通報制度

▶ リスクマネジメント

- ▶ リスクマネジメントに関する基本的な考え方
- ▶ リスクの未然防止に向けた取り組み
- ▶ リスク発生時の対応
- ▶ BCP（事業継続計画）の策定
- ▶ 物流施設の安全性強化
- ▶ 情報セキュリティの強化



CSRの目標と実績

2015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	景品表示法改正による表示規制強化に対応した体制の構築	○	<ul style="list-style-type: none"> 表示管理責任者を設定し、研修を実施 施部門の特性にあわせた管理体制を構築社内向けに景品表示法を分かりやすくした資料を掲示
	リスクマネジメント	災害発生時の、避難～復旧に至る基本行動訓練の充実による体制の強化	○	<ul style="list-style-type: none"> 多様な災害を想定した訓練を定期的実施
		深刻なリスクが顕在化した場合の、具体的な対応体制の整備	○	<ul style="list-style-type: none"> リスクマネジメントマニュアルの管理担当者を各拠点に設置 リスク発生時の情報収集、メディアトレーニングを実施
環境	環境マネジメント	FAX受注枚数の削減と受注入力業務の効率化	○	<ul style="list-style-type: none"> 受注の電子情報化、およびWEBツールの導入によりFAX受注枚数を削減
		ECO検定資格取得率向上をめざす	○	<ul style="list-style-type: none"> 対象部門において取得率が向上
	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"> 市場分析等により発注数の調整や在庫管理を行ったが大幅な誤差が発生し、計画未達 需要予測のためにPOSの段階的導入やシステム開発を実施
	地球温暖化防止の取り組み	保有資産を削減し、省エネルギー化を推進する	○	<ul style="list-style-type: none"> サーバーを削減

取組項目		目標	自己評価	主な取組実績
顧客	製品責任	全社横断的な品質保証体制の構築	○	<ul style="list-style-type: none"> 開発アイテム別管理リストの改善、および関係部門に対し説明会を実施
	顧客とのコミュニケーション	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	○	<ul style="list-style-type: none"> 全国商談会における、来場人数、法人数ともに増加 お取引先さまの評価は高く、情報発信の場としての役割達成
		小売店支援システム導入 店舗の業務効率向上	○	<ul style="list-style-type: none"> システム導入により問合せ件数が削減 受注処理にかかる業務の効率化達成
		ICカード対応玩具自動販売機の開発	△	<ul style="list-style-type: none"> 機能は開発したが、初期コストとランニングコストが非常に高く、商用化に課題が残る
社員	多様性とワークライフバランスへの配慮	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	△	<ul style="list-style-type: none"> キャリア研修は計画通り実施したが、マネープラン研修は未実施
	人事制度	人事制度のブラッシュアップによる組織活性化	○	<ul style="list-style-type: none"> 人事制度の見直し案の作成は計画通り完了
	労働安全衛生	社員の健康リスクの低減	△	<ul style="list-style-type: none"> メンタルヘルス不全の未然防止策としてトータルヘルス面談や全社員向けメンタルチェックを実施したが、リーダー向け研修は未実施
		効果的な安全運転講習会を研究・実施	○	<ul style="list-style-type: none"> 安全運転講習会や注意喚起を実施
社会	社会貢献	映画上映、映像ソフトに関するバリアフリー対応	○	<ul style="list-style-type: none"> バリアフリー版を全国の映画館や公民館等にて上映、またDVDを制作
		近隣の道路・歩道の清掃活動の実施	○	<ul style="list-style-type: none"> 主要3拠点の倉庫で述べ4回、倉庫周辺及び通勤経路の歩道清掃を実施
株主	IR活動の強化	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	○	<ul style="list-style-type: none"> 半期単位で機関投資家向け決算説明会を継続実施

2016年度 CSR施策一覧

取組項目		施策	
マネジメント	コーポレートガバナンス	<ul style="list-style-type: none"> 新しい経営体制に対応した管理運用システムの構築 	
	リスクマネジメント	<ul style="list-style-type: none"> リスクマネジメント体制の一層の強化 	
		<ul style="list-style-type: none"> 大規模災害時の、避難～災害復旧に至る基本行動訓練の充実による体制の強化および被災後の早期復旧体制の確立 機密情報取扱い管理の徹底 	
環境	環境マネジメント	<ul style="list-style-type: none"> FAX問合せフォーマット集約による、業務効率化と枚数削減 	
	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）推進の継続 	
		地球温暖化防止の取り組み	<ul style="list-style-type: none"> 物流拠点の見直しによる、配送距離の削減 保有資産の削減による、省エネルギー化の推進
顧客	製品責任	<ul style="list-style-type: none"> PB／流通限定商品／限定特典等の商品事故防止 	
	顧客とのコミュニケーション	<ul style="list-style-type: none"> 全国商談会の拡大による、販売店さまへの有用情報提供体制の確立 イベント拡大による、購入機会の創出 ECサイトの表記デザイン変更等による、利便性の向上 物流拠点の見直しによる、タイムリーでスムーズな納品の実現 	
		多様性とワークライフバランスへの配慮	<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・研修体系の充実 障がい者雇用の推進の継続
			人事制度
社員	労働安全衛生	<ul style="list-style-type: none"> 社員の健康リスクの低減 オフィス環境の改善 安全運転講習や運転技術研修による車両事故の防止 安全に対する社員意識の向上と改善活動による安全・安心な物流作業環境の構築 	
		社会	<ul style="list-style-type: none"> 被災されたお取引先さまへの復興支援体制の構築 近隣の道路・歩道の清掃活動の実施
			株主



コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

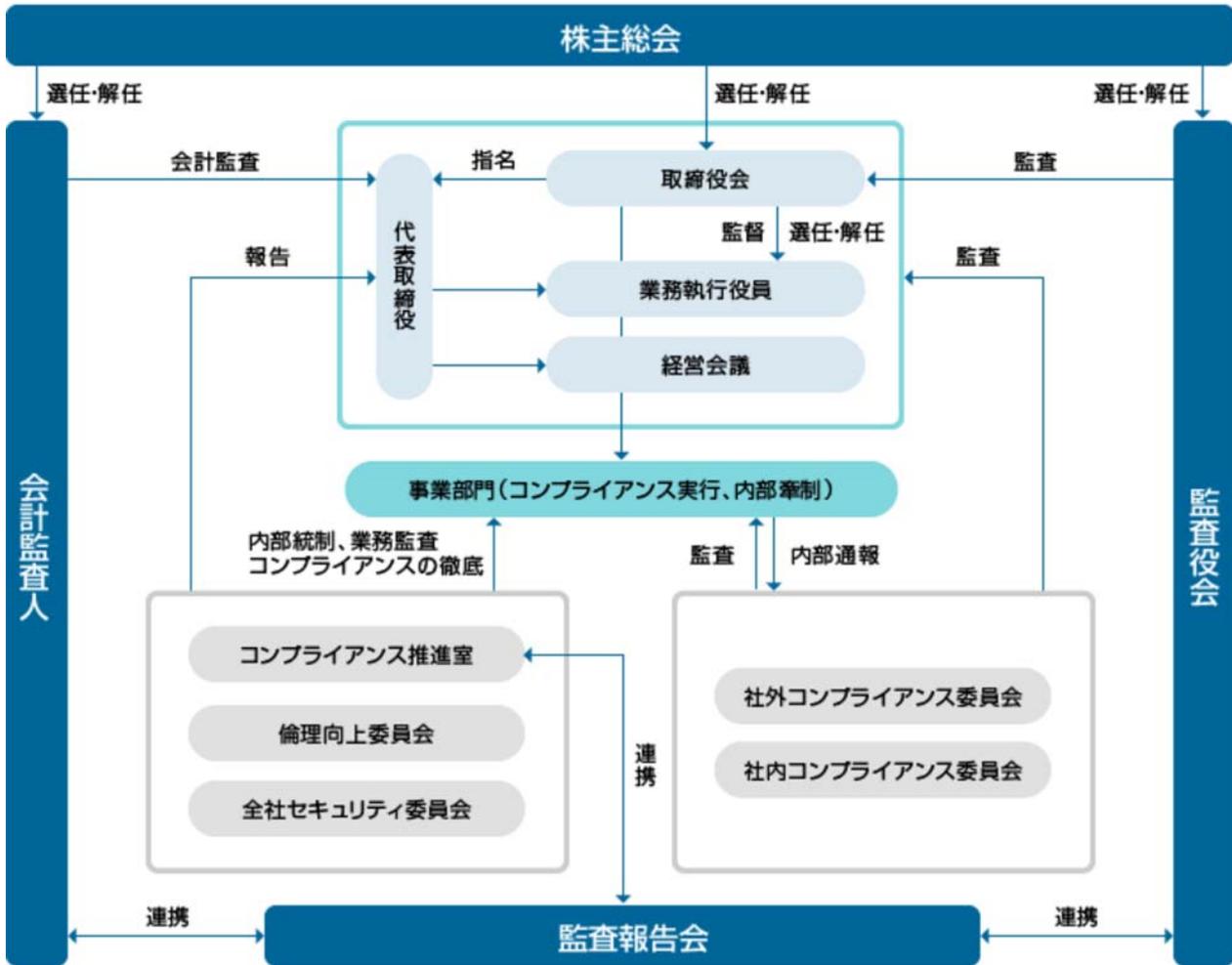
ハピネットは、企業価値の最大化と経営の健全性確保が、最も重要な経営課題であると考えています。その実現のために、経営の透明性を高め、経営環境の変化に対して、迅速かつ的確に対応できる体制の確立に努めています。

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

ガバナンス体制

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

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

毎年、コンプライアンス推進室が中心となり、内部統制の整備・運用状況について、評価を実施することにより、内部統制体制の強化を図っています。



コンプライアンス

コンプライアンスに関する基本的な考え方

ハピネットグループは、法令の目的と精神を理解して行動し、法令上の間隙があってもそれを意図的に利用することはしません。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。

法令遵守/コンプライアンス教育

ハピネットグループでは、コンプライアンスの実効性を高める目的で「ハピネットグループ・コンプライアンス・プログラム」を制定しています。

社内または社外のコンプライアンス委員会に報告があった場合は、このプログラムに従って違法性の有無を調査します。万が一違反が認められた場合は、処分・回復に関する措置と予防策・再発防止策を迅速に決定・実行することとしています。

また、グループビジョンを実現するために「倫理綱領」を制定しています。社会的な規範と社会との共生に軸を置いた内容で、ハピネットグループのビジネスにおける規範とするものです。

この倫理綱領を「基本編」「実践編」に分け、「基本編」は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。

さらに、事業環境、事業内容の変化に適応した倫理綱領とすべく、「倫理向上委員会」を設置して改定を重ねています。

コンプライアンスの徹底にあたっては、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CEO、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 © 2016 Happinet. All Rights Reserved.



リスクマネジメント

リスクマネジメントに関する基本的な考え方

ハピネットグループは、地震などの大規模災害や情報漏えい、感染症、システムダウンなど、事業にマイナスの影響を及ぼす

リスクの発生を未然防止し、また顕在化した際に迅速に対応できるよう、各種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。

リスクの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、代表取締役社長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。

また、災害時の安全確保や連絡手段など初期対応の浸透を目的として「緊急時マニュアル」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年に「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部門では、東日本大震災の経験を踏まえて、より安全な職場環境づくりや、緊急連絡体制の見直し、避難訓練の実施、マニュアルの整備などに取り組んでいます。

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

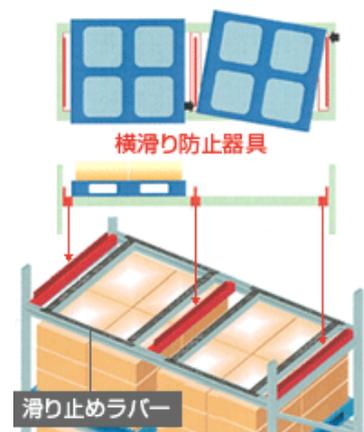
商品落下防止策の強化

物流施設の安全性強化の面では、商品の落下を防ぐことも重要となります。ハピネットグループの各物流施設では、商品の落下や破損の防止、落下物による作業員のけがなどを防止するために、設備を連結することによる倒壊防止策や落下防止バンドの活用などの措置を講じてきました。

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

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

※ 東日本ロジスティクスセンターでの実証試験結果



落下防止策のイメージ



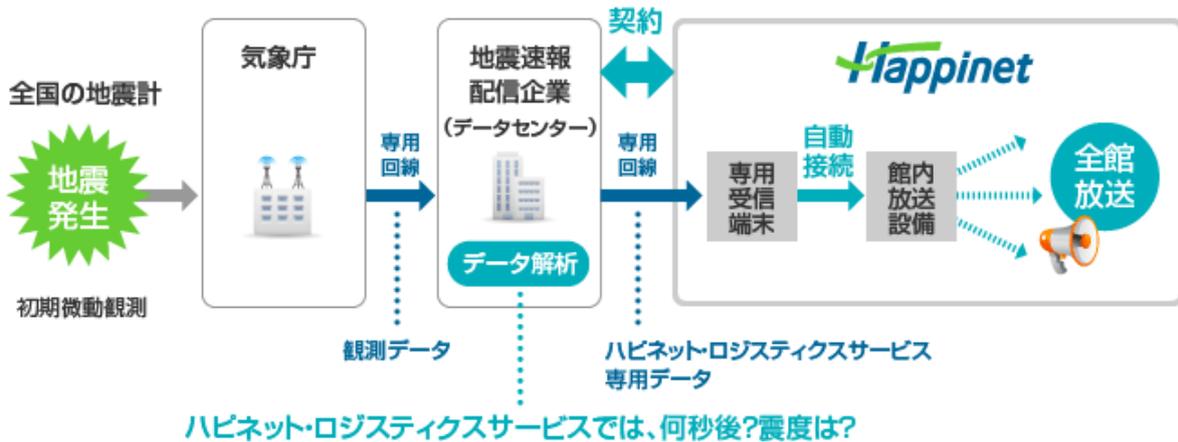
落下防止を施した、パレット保管設備

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。

物流部門では、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ています。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。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も実施しています。



情報セキュリティの強化

ハピネットグループは、情報セキュリティの強化を経営における重要テーマの一つに位置付けています。特に「経営上機密性の高い情報」「お取引先さま固有の情報」「一般消費者の個人情報」の保護・漏えい防止に力を入れています。また、玩具や映像・音楽ソフト、ゲームソフトなどを取り扱うグループ事業の特性を踏まえ、インターネットなどを介して得た外部著作物に対する権利侵害の防止にも注力しています。

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

また、パソコンやサーバなどの情報機器を外部の攻撃から守り、情報の漏えいを防止するために、メール受信やデータダウンロード時のウイルスチェック、SPAMフィルタ、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。近年はクライアントソフトの脆弱性を突いた攻撃やウイルスを使った遠隔操作などの事故が数多く発生していることから、その対策にも注力しています。

自然災害によるデータの紛失・損壊の防止については、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。



環境とのかかわり

ハピネットグループの環境保全活動を
紹介しています。

▶ 基本的な考え方

▶ 環境マネジメント

- ▶ 推進体制
- ▶ 社員の環境意識を高める啓発活動

▶ 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
- ▶ オフィスでのリサイクルとごみの分別

▶ 地球温暖化防止の取り組み



基本的な考え方

ハピネットグループは、中間流通を核とする事業特性上、地球環境への負荷は製造業など他業種と比べて比較的少ない業態といえます。

そのためハピネットグループでは、CSR基本方針に則り、事業活動によって排出される廃棄物の削減やリサイクル、各事業拠点におけるCO₂排出削減に重点を置いた環境保全活動に取り組んでいます。

この取り組みでは、これまで構築してきた中核機能である最適流通システム＝「販売支援システム×物流システム×情報システム」が有効に機能しています。すなわち適正な需要予測と在庫管理および物流段階で使用される梱包資材の削減・リサイクルなどの推進により、同業他社と比べ一層の廃棄物削減が可能となります。また、社員の環境意識を高める取り組みも意欲的に進めています。

ハピネットグループは、限られた貴重な資源を無駄にしない仕組みを構築し、グループを挙げて地球環境保全に貢献していきます。



環境マネジメント

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、環境配慮に関する啓発活動を推進しています。

また、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。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。



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。

適正な需要予測と在庫管理の推進

ハピネットグループは、「玩具事業」「映像音楽事業」「ビデオゲーム事業」「アミューズメント事業」という4つの領域にわたって事業展開し、それぞれの事業分野で、適正な在庫管理による廃棄物削減に取り組んでいます。

玩具事業

業界最大手の中間流通業として、あらゆるメーカーさまの幅広い商品を供給しています。メーカーさまは、主に中国をはじめとした海外の工場で生産することが多く、また子どもが手に取る商品であるという性質上、厳しい品質管理や検査工程が必要なことから、生産してから店頭へ並ぶまでに3か月程度かかります。そのため、メーカーさまと販売店さまをつなぐハピネットグループの需要予測が、非常に重要になります。お客さまである販売店さまの販売データや市場動向などから、販売店さまおよび消費者の皆さまのニーズの的確な把握に努めています。そしてメーカーさまと協議して、精度の高い需要予測に基づく流通在庫の適正化を推進しています。

映像音楽事業

DVD、CD市場を中心に映像・音楽ソフトを供給する中間流通業を展開し、取扱タイトル数は業界トップクラスです。

特にタイトル数の多いCDについては、日本全国のCD取扱店さまから収集した販売動向のデータに基づいて、旧譜の品揃えなどの検討に役立つ資料を各店に提供し、CD取扱店さまの仕入れ・在庫計画に役立てていただいています。また、契約販売店さまとリアルタイムで情報共有できる仕組みも構築しています。

また、当社のオリジナルDVDについては、生産・販売にあたり、正確な需要予測を立てるためにさまざまな情報を分析しています。各種データに基づき、販売数や売り上額などを独自に開発した試算表を用いてシミュレーションし、精度の高い需要予測につなげ、廃棄商品の削減に努めています。

ビデオゲーム事業

国内の中間流通業として唯一、国内で発売されているすべての家庭用ゲーム機を取り扱っています。

ライフサイクルの短い商品が多いビデオゲームの適正在庫を実現するために、物流システム・情報システムを活用し、常にリアルタイムで在庫、受注、出荷状況を把握しています。

具体的には、販売店さまの協力を得て、店頭商品の販売状況や発売前商品の予約状況をいち早く把握し、発売済み・発売前の商品の需要予測を行ったり、家庭用ゲーム機種別の市場販売予測をもとに四半期ごとのマーチャндаイジングプランを策定し、販売店さまごとの予測データを基に、計画的にメーカーさまに発注したりするなど、欠品防止と在庫の適正化につなげています。

アミューズメント事業

カプセル玩具の自動販売機やデータカードゲーム機を取り扱っており、業界トップとなるシェアを有しています。自動販売機が設置されている売り場を、社員が営業車などで定期的に巡回して売れ行きをチェックし、販売機ごとに需要を予測しながら商品の補充や入れ替えを行っています。

大型量販店、アミューズメント施設、ホビーショップ、雑貨屋、書店、駅など、設置場所によって訪れるお客様の年齢層や嗜好が異なることから、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。

今後も、精度の高い需要予測を実現するため、様々な手段を検討・実施していきます。

3R（リデュース、リユース、リサイクル）の推進

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。アミューズメント事業部門では、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。

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。

物流部門では、お取引先さまへの納品時に使用する梱包資材の資源使用量削減と有効活用をめざし、継続的な改善・改良を進めています。

段ボールの使用を最小限に抑えるため、折りたたみコンテナによる納品の推進、また、商品特性や数量に応じた最適な梱包ができるよう豊富なサイズの段ボールを取り揃えるとともに、出荷される商品の傾向に合わせ、形状やサイズの見直しを継続的に行うなど、無駄な梱包資材の使用を防ぐための活動を行っています。また、再利用できない段ボールなどについてはリサイクルを進めています。

リサイクルが難しかった細かな紙類やビニール類についても分別を徹底してリサイクル業者に引き渡すことで、一般廃棄物排出量の削減にも努めています。



物流での分別の様子

オフィスでのリサイクルとごみの分別

本社ビルの執務フロア内には、「ごみステーション」を設置し、ごみ分別表示板に従って6種類に分別廃棄するよう呼びかけています。また、一部のフロアでは、不要機密書類は専門業者が回収してティッシュ箱などにマテリアルリサイクルされています。

なおハピネット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。

また、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。

Copyright © 2016 Happinet. All Rights Reserved.



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。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排出量削減に努めています。

Copyright © 2016 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。



▶ 基本的な考え方

▶ 製品責任への取り組み

- ▶ 品質保証推進体制
- ▶ オリジナル玩具製品への取り組み
- ▶ 仕入れ玩具製品への取り組み
- ▶ 青少年への倫理活動

▶ CS(顧客満足)の向上

- ▶ サプライチェーン全体の効率化・生産性向上のために
- ▶ 公正な取引
- ▶ 物流での品質向上の取り組み



基本的な考え方

ハピネットグループが考える「顧客」とは、消費者の皆さまはもちろんのこと、販売店さま、メーカーさまなどお取引先を含めたすべての関係先を示します。

2007年、ハピネットグループは「製品安全に関する基本方針」を策定して公開しました。その骨子は次の2点です。

「お客さまに安全な製品を供給すること」

「当社が自社で輸入または製造し、販売する製品、または他社から調達して販売する製品に関する事故が発生した場合に迅速にお客さまの保護・安全確保を図ること」

ハピネットグループは、安全な製品の供給とお客さまの保護・安全確保を図ることが、最大の社会的責任であると認識し、この基本方針を確実に実践していくために、役員・社員に周知徹底しています。

同時に、自らのビジネス倫理観については、「信義と信頼を大切にします」「ステークホルダーとの共生を図ります」「社会の“良き一員”として自覚を持ちます」という3つの言葉に明文化しています。

ハピネットグループは、お客さまとともに成長するとの認識のもと、公正な事業活動を遂行するために、さまざまな経営の仕組み、ルールを策定し、社員への浸透と徹底を推進しています。

ハピネットグループ製品安全に関する基本方針（2007年5月制定）

1. 法令遵守

消費生活用製品安全法その他の製品安全に関する法令に規程された義務および業界団体で定められた製品安全に関するガイドラインを遵守するとともに、これらを社内に徹底します。

2. 自主行動計画の確立

この基本方針に基づき、製品安全に関する自主行動計画を策定・推進し、「消費者重視」および「製品安全の確保」を企業文化として確立します。

3. 製品事故情報等の収集と開示

当社が自社で製造し、販売する製品（以下「製造製品」といいます）および他社から調達して販売する製品（以下

「仕入製品」といいます）に係る事故について、その情報を消費者から積極的に収集するとともに、消費者に対して適切な情報提供を行います。

4. 重大製品事故の報告

製造製品に関し重大製品事故が発生したときは、法令に従い、速やかに主務大臣に当該事故の報告を行います。

5. 安全な製品の供給

一般社団法人日本玩具協会の玩具安全基準・玩具安全マーク制度を活用するなどにより、安全な製造製品の供給を図っていきます。

6. 危害の発生・拡大の防止

製造製品および仕入製品の不測の製品事故に関し、必要と認められるときは、製品回収、その他の適当と認められる方法により、危害の発生・拡大の防止のための措置を講じます。

7. その他

上記事項に定めるほか、製造製品および仕入製品に係る事故に関し、消費者保護に必要な対応を行ってまいります。



製品責任への取り組み

品質保証推進体制

ハピネットグループは、品質保証部門を設置して、製造を担う各事業ユニットのものづくりを支援しています。

品質保証部門は「ハピネット品質基準」の原案作成や、各事業部門の製品開発体制の構築支援、製品企画から出荷まで各段階での品質検査を担当しています。また、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。

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

ハピネット基準は、ハピネット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、ハピネットグループの品質基準や品質保証体系などについて、さらなる理解度向上と浸透を図っています。

ハピネットグループは、オリジナル製品の安全性について、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検査を実施することで、安全性の確保に努めています。

検査は初回生産時のみならず、リピート生産時においても発注ロットごとに第三者認証検査機関で実施し、安全性を確認した上で出荷しています。



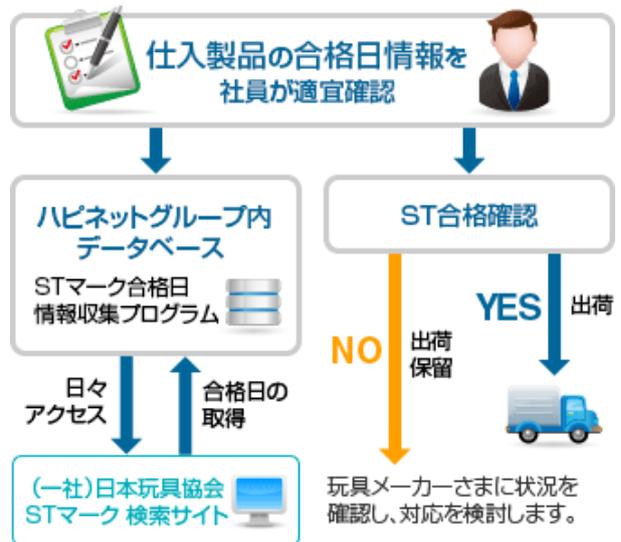
ハピネット品質保証Webサイト

仕入れ玩具製品への取り組み

ハピネットグループは、取り扱う玩具商品が玩具業界の安全基準であるST基準を満たしていることを確認するために、商品情報とST検査合格日を照合するシステムを構築しました。

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



青少年への倫理活動

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

これらの社会的要請に応えるために、ハピネットは2002年6月に発足した「コンピュータエンターテインメントレーティング機構」（略称CERO）の正会員として、年齢区分マークやコンテンツアイコンなどをパッケージに表示し、ゲームソフトの選択に必要な情報を提供するなど、青少年の健全な育成と社会の倫理水準の維持に努めています。

CEROの年齢区分マークとコンテンツアイコン



CS（顧客満足）の向上

サプライチェーン全体の効率化・生産性向上のために

ハピネットグループは、これまで構築した流通システムを基盤にして、お取引先さまとのEDI（Electronic Data Interchange：電子データ交換）化に積極的に取り組み、データ精度の向上、業務効率化、通信料をはじめさまざまなコスト削減に取り組んできました。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ています。

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。

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

また、ハピネットグループは、中間流通業および製造業という2つの業態を併せ持つことから、そのお取引先はメーカーさま、販売店さま、部材調達先、製造委託工場など多岐にわたります。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。

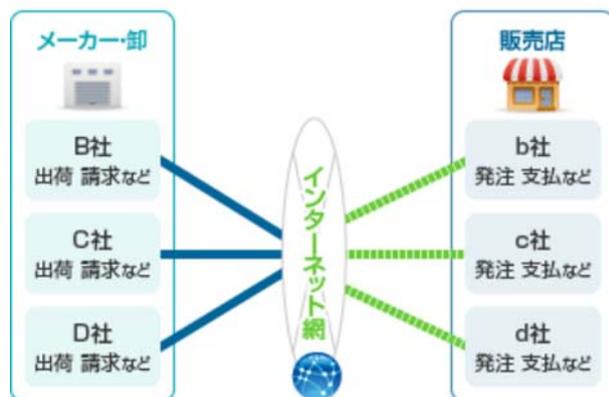
EDIから流通BMSへ



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

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。

また、お客さまに安心していただける製品を提供していくために、ハピネットグループは、主要な海外生産委託先工場の労働環境に関して、第三者機関によるCoC（行動規範）監査を実施しています。

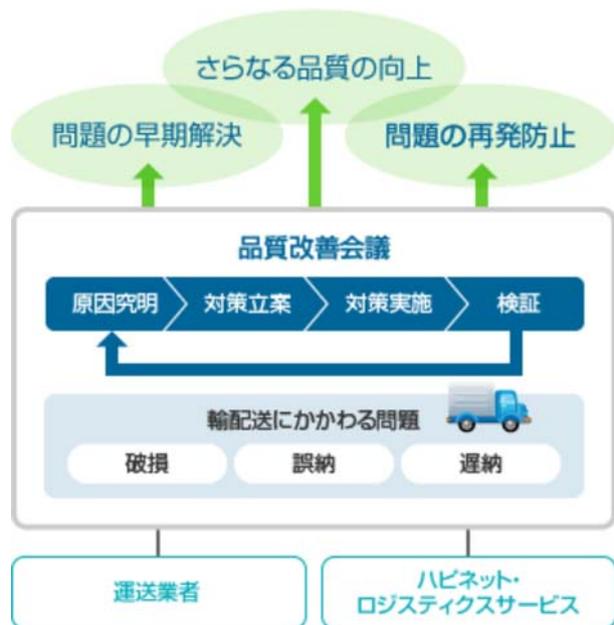
監査内容は、工場の施設や設備に関するハード面および就業規則や健康管理に関するソフト面の両面にわたります。また、強制労働や児童労働、賃金未払いといった問題について、生産国における労働法などの法令に基づく監査も行っています。

物流での品質向上の取り組み

物流部門では、品質向上をめざして、納品数の過不足や破損などの品質トラブルを集計し、毎月開催する「品質向上委員会」で品質向上策を討議・立案しています。同委員会では、物流品質を管理するための指標を明確にし、全社共通の指標として定義し、設定した目標値を達成できなかった場合には、特に詳細の原因調査をし、対策を検討、実施するスキームを運用しています。

また、運送業者との「品質改善会議」を2010年から継続的に開催しています。この会議には、ハピネットグループの物流担当者と業務委託先の運送事業者が参加し、輸配送時に発生した破損や誤配送に対する改善策や、お客さまからの要望に対する対応を共同で検討しています。

運送業者との品質改善会議



Copyright © 2016 Happinet. All Rights Reserved.



社員とのかかわり

ハピネットグループの社員への取り組みを紹介しています。



▶ 基本的な考え方

▶ 多様性とワークライフバランスへの配慮

- ▶ 雇用方針
- ▶ 障がい者雇用
- ▶ 育児・介護休業制度
- ▶ 女性活躍推進への取り組み
- ▶ 復職の支援体制

▶ 人材開発

- ▶ 人事制度
- ▶ 教育研修の実施

▶ 労働安全衛生への配慮

- ▶ メンタルヘルスの取り組み
- ▶ 健康管理体制の充実
- ▶ 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、一人ひとりの社員の成長・発展が不可欠であり、最も重要な経営課題として人材育成を位置付けています。

1997年6月に「人」に対する根本理念や経営における「人」の位置付けとあり方について「人事憲章」を制定しました。「人事憲章」には、社員が自らの夢と幸福な未来の実現のために仕事をするを真に望み、その実現のためにハピネットグループは最大限に支援することを記しています。

「人」に関する基本的な考え方と人事憲章については、新入社員および中途社員の入社研修時に説明機会を設けて周知しています。

Copyright © 2016 Happinet. All Rights Reserved.



多様性とワークライフバランスへの配慮

雇用方針

ハピネットグループは、グループビジョンやめざすべき人材像など、ハピネットグループの基本的な考え方に共感し、将来的にコア人材となる可能性を持った人材を採用しています。

また入社後は、会社生活を送る上での「健康教育」、休業・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。

育児・介護休業制度

ハピネットグループでは、個人の属性にとらわれず、一人ひとりの適性や能力に応じた働き方が選択できる制度の充実を図っています。

育児休業規程では、育児短時間勤務制度と所定外労働の免除は就学前まで利用でき、就業時間は変更せずに始業・終業時刻の繰り上げや繰り下げることが定められています。また、社員が仕事と子育てを両立し、社員全員が働きやすい環境を作ることによって全ての社員がその能力を十分に発揮できるようにするための行動計画を策定しています。今後も、次世代育成に積極的に取り組むと同時に、社員が真に職業生活を充実させて自立したキャリアプランを実現することができるよう、多様な制度の充実を図っていきます。

女性活躍推進への取り組み

ハピネット・グループは、全ての社員がその能力を十分に発揮できるように職場環境の整備を行うとともに、女性社員が活躍できる職場環境を実現するため、「女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画」を策定しました。

復職の支援体制

ハピネットグループでは、心身の不調や育児休業等によって長期休職・休業をした社員がスムーズに職場に戻るよう、さまざまな施策を実施しています。

休職中は必要に応じて産業医面接を実施し、復職準備期間に入ると「復職支援プログラム」に基づいて試し出勤や産業医、所属部門の上司を含めた4者面談など、円滑な復帰に向けたサポートを実施しています。復職後は、臨床心理士によるフォロー面接をするなど、さまざまな療法の知識を持った専門家によるカウンセリングを通じ、変化する職場や業務への適応力をつけるサポートやストレスコーピング※などを行っています。

育児休業者については、月1回、組織や制度の変更点、所属部門からのメッセージなどを記した手紙を送っています。復職時は所属部門の上司と面談を設定し、年度方針、目標、業務サポート体制などを確認し合う場を設けています。また、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。

Copyright © 2016 Happinet. All Rights Reserved.



人材開発

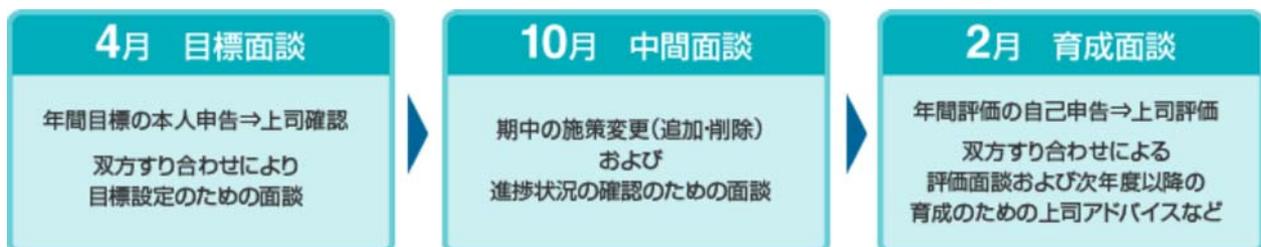
人事制度

ハピネットグループでは、時価主義・成果主義に基づいて、社員の変動する価値・成果に対応する「人材時価（価値）制度」を導入しています。これは事業における業績や個人の成果を、より明確に反映するための制度で、管理職には「年俸制」を導入しています。

一方、社員の多様なキャリアビジョンを支援するため、非管理職層を対象に「社内公募制度」を導入しています。希望の部門・職務がある場合、上司を通さず、人事担当部門に直接申し込むことができます。また、入社5年目未満の育成層には「ジョブローテーション」を導入し、計画的な早期育成を図っています。

さらに、年3回、上司と部下が面談する「目標管理制度」、年1回、本人と上司、同僚、部下による「多面評価」を実施し、職務遂行やキャリアプランの実現を支援しています。

目標完遂シート：目標管理制度



教育研修の実施

ハピネットグループは、社員が積極的に能力向上に取り組み、会社はその能力を最大限に発揮できる機会と場を提供することを「人事憲章」に明記しています。

この方針のもと、各年齢層向けキャリア研修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、ハピネットグループ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、全社的な視点での知識の向上を図っています。



リーダー研修



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が、ハピネットグループでは、これを広義の意として捉え、「生計を立てる」「豊かな人間関係を築く」「生きがい、やりがいを持つ」といった目的と密接に関係する重要な活動として考えています。

メンタルヘルスの取り組み

ハピネットグループでは、社内に専門の相談窓口を設置して、産業医や保健師、看護師、臨床心理士、産業カウンセラー、衛生管理者など社内外の産業保健スタッフが相談に応じる体制を整えています。社員が心の不調を感じた場合はもちろん、メンタルタフネスの考え方を取り入れ、不調を感じる社員以外にも予防策を講じる取り組みも行っています。

この一環として、ストレスチェックの仕組みを導入しています。厚生労働省の「職業性ストレス簡易評価票」に基づくストレスチェックよりも項目を増やし、年1回、全社員を対象に実施し、対象層をセグメントして予防策の指導やアドバイスを行っています。

このストレスチェックはWebサイト上で閲覧可能で、自身のストレスの度合いや対処方法が示され、必要なセルフケアに活かすことができます。また集計された結果は組織診断として反映され、会社全体としても健康リスクを把握することができます。

健康管理体制の充実

ハピネットグループでは、社員の病気の予防と早期発見・早期治療を重視し、各種相談体制の確立、ヘルスケアサービスの提供、過重労働による健康障がい防止対策の実施、自己管理意識の醸成など、社員の健康の保持増進を図るために様々な取り組みを行っています。

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。

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。

トータルヘルス相談の導入

ハピネットグループでは、2011年度から独自の「トータルヘルス相談」を実施しています。医療機関による健康診断に加えて、独自に作成した「トータルヘルス相談問診票」の提出を受け、より踏み込んだ健康相談や指導が受けられる制度で、病気の予防や早期発見、適切な措置・対処をめざしたものです。

問診票の内容は、身体症状のほか、睡眠、食事、運動、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。

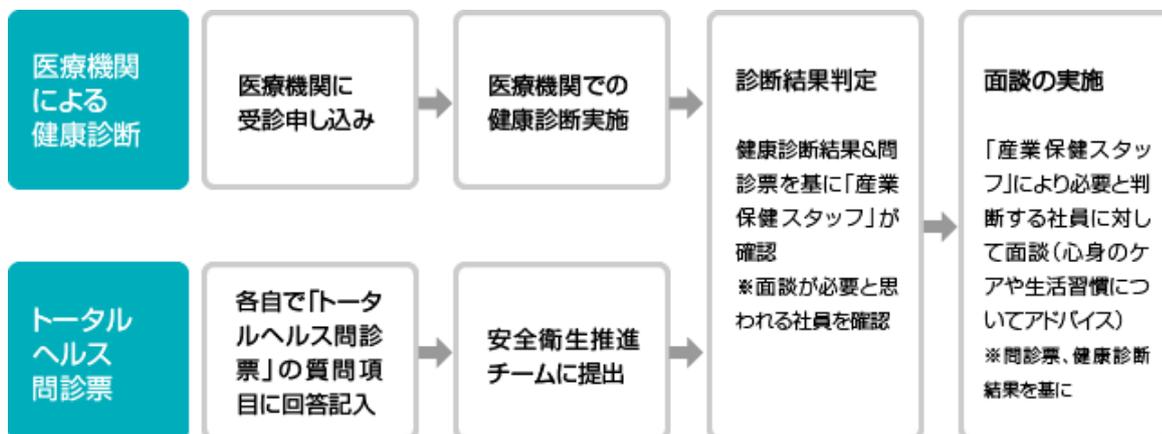
回収した問診票は、回答内容に応じて適切な産業保健スタッフを選定し、産業医や保健師からアプローチする健康相談や指導も行っています。

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



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。また、各部門の状況に応じて、安全に業務が行えるように、職場環境を整えています。

物流拠点での取り組み

物流部門では、各拠点で毎月開催している安全衛生委員会で現場を巡回し、整理整頓の状況や危険箇所を点検しています。問題発見時はすぐに対応し、継続的な労働安全衛生改善活動を実践しています。

また、夏季の倉庫内には温・湿度計を設置し、警戒温度に応じた給水・塩分の補給体制を整えています。このほか熱中症発生時の応急処置のため、簡易ベッドや保冷剤、スポーツドリンクなどを常備しています。

さらに、すべてのリーチ型フォークリフトを、前進時に音が鳴るように改善しました。周辺の作業者が接近を音で確認して注意できるとともに、リフト運転者も音が出ることで安全を意識した運転行動につながっています。



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

安全運転への取り組み

玩具自動販売機の運営等を担うアミューズメント事業部門では、運転記録証明書を活用した事故削減策を実施しています。

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。

Copyright © 2016 Happinet. All Rights Reserved.



社会とのかかわり

ハピネットグループの地域社会への取り組みを紹介しています。



▶ 基本的な考え方

▶ 社会貢献

- ▶ 「東北こども博」への協賛
- ▶ 東京マラソンでのボランティア参加
- ▶ 独自の地域清掃活動の実施
- ▶ 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。

Copyright © 2016 Happinet. All Rights Reserved.



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。「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っています。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。

「東北こども博」は、宮城県の仙台大学で開催されるイベントです。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す。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ています。

東京マラソンでのボランティア参加

世界有数規模のランナーが参加して開催される東京マラソン。浅草消防署からの要請を受け、当社社員が救護所ボランティアに参加しています。

その背景として、当社社員の「普通救命講習」の受講率が高く、また意識も浸透していることがあげられると考えています。

「普通救命講習」とは、消防署で開催される講習会であり応急手当の普及を目的に、ハピネットグループの社員は、2007年から積極的に受講しています。

心停止の可能性がある方を発見した場合、1分1秒でも早い心肺蘇生の実施とAEDを用いた電気ショックが大切な命を救うことへと繋がるためです。

独自の地域清掃活動の実施

ハピネットグループの物流部門では、2012年度から社員が事業所周辺の歩道を清掃する活動に取り組みました。これまでも地域組合が実施する清掃活動に参加していたものの、清掃日を過ぎるとゴミが目立つようになるため、地域美化に貢献すべく独自で実施したものです。

最寄り駅から各拠点までの歩道清掃を中心に取り組み、多くのゴミが回収されました。

清掃活動をする社員の姿を通して、ゴミの投げ捨てがなくなることを願い、今後も継続して実施する計画です。



地域清掃活動の様子

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。

ペットボトルのキャップを集めることで、再資源化の促進とCO₂の発生を抑制して、キャップの売却益で一人でも多くの子どもたちにワクチンを届けられるように、今後も継続して活動を進めていきます。



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、今後も継続していく予定です。

Copyright © 2016 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。



▶ 基本的な考え方

▶ 株主還元

▶ 配当

▶ 株主優待

▶ 株主・投資家とのコミュニケーション

▶ 株主・投資家の皆さまとの積極的な対話

▶ 情報開示（ディスクロージャー）の充実



基本的な考え方

ハピネットグループは、タイムリーな情報開示によって高い透明性を保つとともに、当社グループの経営姿勢や事業内容を株主や投資家の皆さまに深く理解していただくために質の高いコミュニケーションに努めています。

Copyright © 2016 Happinet. All Rights Reserved.



株主還元

配当

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。

株主優待

個人投資家の皆さまに、よりご満足いただき、長期的に株式を保有いただきたいとの考えから、株主優待制度の充実を図っています。株主優待品としては、2009年3月期からカタログギフトを採用し、当社オリジナルあるいは独占販売する玩具や映像作品ソフト等のなかからお好みの商品を選択いただける形式としています。



©2014 - Escazal Films /
France 3 Cinéma - Rhône- Alpes
Cinéma ©久世みずき/篠塚ひろむ/中
原杏/まいた菜穂/八神千歳/やぶうち
優/小学館
©Happinet

株主優待商品の一部

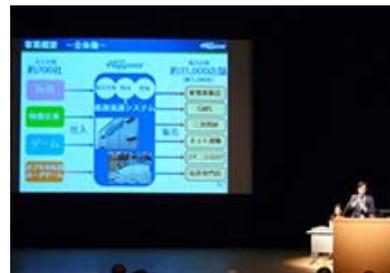


株主・投資家とのコミュニケーション

株主・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で開催しています。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。

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。



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。

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。

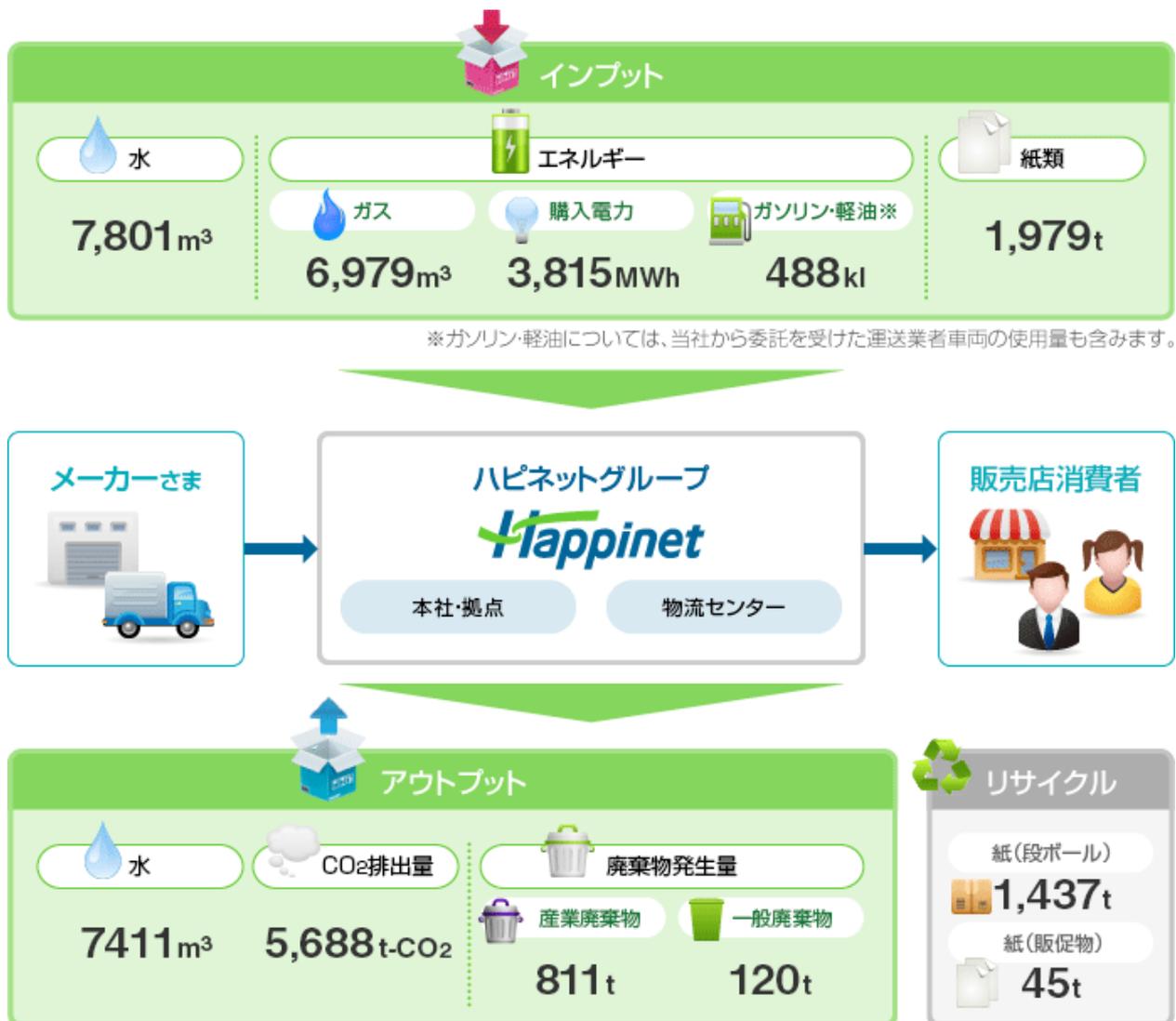


IRサイト

環境データ集

事業活動による環境影響に関するデータを掲載しています。

事業活動による環境影響



※ 集計対象範囲は、ハピネットグループ全拠点ではありません。

Copyright © 2016 Happinet. All Rights Reserved.