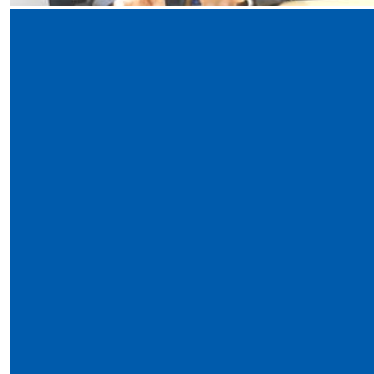
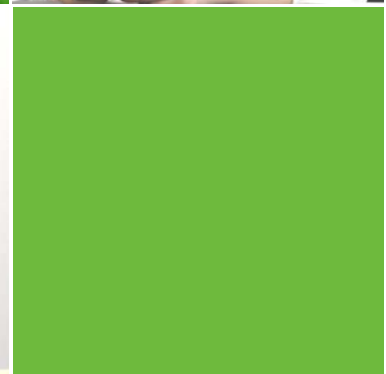
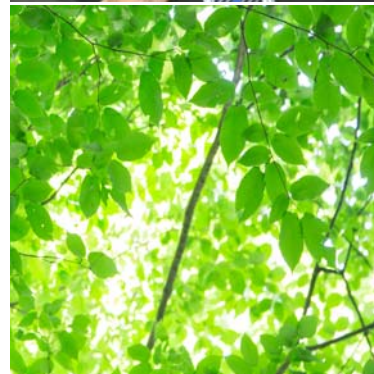




ハピネット
CSRレポート
HAPPINET CSR REPORT
2017



目次

目次	1
編集方針 / グループ概要	2
グループビジョン	3
CSR理念・CSR基本方針	4
ハピネットグループの事業概要	5
トップメッセージ	7
ハピネットグループのCSRとは	10

特集

1. 社員の健康増進と職場環境改善	13
2. 様々な領域でエンタテインメントを創出	16
ヒューマンレポート	20
CSR マネジメント	35
CSRの目標と実績	36
コーポレート・ガバナンス	39
コンプライアンス	41
リスクマネジメント	43
環境とのかかわり	46
基本的な考え方	47
環境マネジメント	48
廃棄物削減の取り組み	49
地球温暖化防止の取り組み	52
顧客とのかかわり	53
基本的な考え方	54
製品責任への取り組み	56
CS(顧客満足)の向上	58
社員とのかかわり	60
基本的な考え方	61
多様性とワークライフバランスへの配慮	62
人材開発	64
労働安全衛生への配慮	65
社会とのかかわり	68
基本的な考え方	69
社会貢献	70
株主とのかかわり	71
基本的な考え方	72
株主還元	73
株主・投資家とのコミュニケーション	74
環境データ集	75

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

2016年度(2016年4月1日～2017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2016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 レポーティング 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

2017年5月(前回:2016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

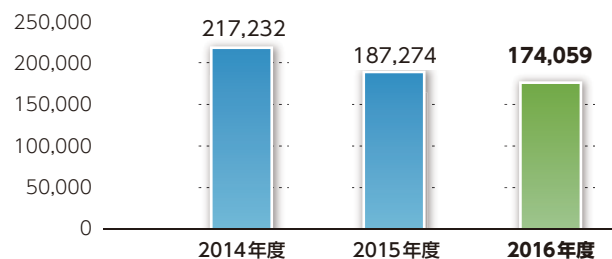


URL <http://www.happinet.co.jp/>

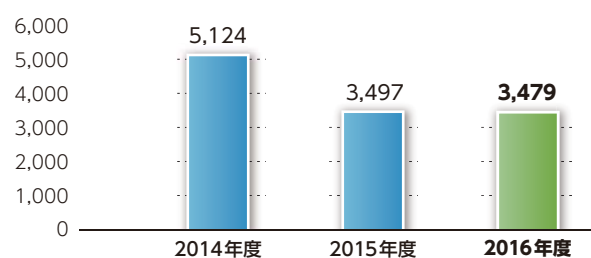
主要子会社 株式会社ハピネット・マーケティング
株式会社マックスゲームズ
株式会社ハピネット・ベンディングサービス
株式会社ハピネット・ロジスティクスサービス

従業員数 連結843名(男性:660名 女性:183名)
単体468名(男性:336名 女性:132名)

売上高推移(百万円)

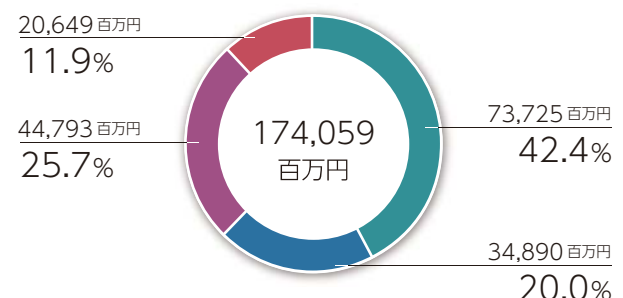


経常利益推移(百万円)



事業別売上高構成比(2016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 © 2017 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

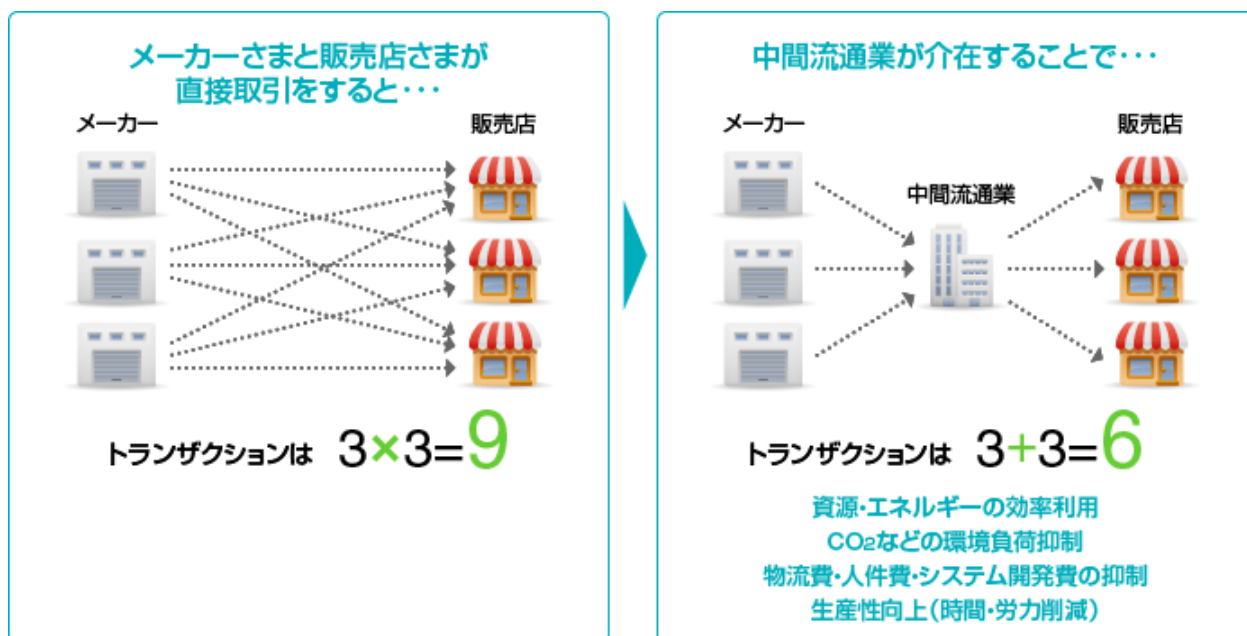
メーカーさまと販売店さまの間に立つ“中間流通業”としての機能を発揮して商品流通に伴う“社会的エネルギー・コストの抑制、効率化”に貢献していきます。

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 © 2017 Happinet. All Rights Reserved.

特集1 社員の健康増進と職場環境改善

「快適なオフィス環境で
いつまでも健康に働ける会社」を
目指した
より良い職場づくりへの取り組み



社員が自立的に健康増進に取り組むきっかけづくり

私たちは2016年に「社員の長期的なキャリア育成支援」や「会社の生産性向上」をテーマとした健康増進プログラムを展開しました。昨今、健康経営が注目されているように、社員が能力を発揮するためには健康な状態を維持・向上することが重要な要素だと考えられます。そのため、加齢と共に上昇する健康リスクを減らせるよう、健康の基本となる食事、睡眠、運動をテーマにして、社員が健康増進に取り組むきっかけづくりを行いました。

具体的には、専門家をお招きし「体成分測定会」「運動体験会」「食事セミナー」を実施しました。「体成分測定会」では体脂肪率、筋肉バランスなどを測り、自身の身体の状態を様々な指標で把握することで健康への意識向上を促しました。「運動体験会」では自宅でもできる体幹トレーニングを習得し、「食事セミナー」では免疫力を高める食生活について学びました。

結果としては、開催をした地区に在勤する社員の約半数に参加してもらうことが出来ました。参加できなかった社員に対しては、体験会やセミナーの内容や様子を社内のイントラネット等に掲載することでフォローを行っています。

これらの健康増進プログラムの展開をきっかけに、最終的には社員各々が、自立的に健康増進に努めるようになることを目指しています。



体成分測定会当日の様子



社長の榎本も体成分を測定しました



運動体験会の様子



食事セミナーの様子

今後へ向けて

(株)ハピネット 経営本部 人材開発チーム

高木 秀徳

現在、健康増進プログラムは年代や性別によって参加率に開きがあります。全ての年代の方に参加をしてもらうことはもちろんですが、特に将来ハピネットの中心を担っていく社員が今の良好な健康状態を保てるように、年代別や性別に合わせたプログラムをしっかりと組み込んでいくことが課題だと考えています。さらに、既に参加した社員についても、健康への意識付けを継続していけるように工夫していくことも必要です。今後も社員にとって魅力的なプログラム（2016年度実施をしていない「質の高い睡眠」等）の拡充を図っていきたいと考えています。



高木 秀徳

オフィスの統合とリニューアルを一挙に敢行

ハピネットグループでは事業の拡大により組織・人員が増加し、その結果、複数のビルに各部門が分散して勤務していました。関係する部門間でも、別のビルで執務しているケースがあり、効率的な業務の推進に支障が生じていました。さらにオフィススペースを都度増やしてきたため、「部門に割当てられた広さと人員のアンバランス」「会議室や商談ブースの不足」といった問題も起こっていました。こうした環境を改善するため、オフィスの統合と内装のリニューアルを実施しました。オフィスビルを削減し、関連性の高い部門が同じビルで執務することで効率化を図りました。また各フロアでは、最新事例を参考にしながら、快適に仕事ができるデスクレイアウトや職場のコミュニケーションを促すスペースづくりを行い、生産性の高いオフィス環境の実現に取り組みました。そして「意味・役割を持たないスペースをつくらない」をコンセプトとしたオフィスプランニングによってスペースの有効活用が進められ、不足していた会議室や商談ブースを増やすことにも成功しました。



商談ブース



商談ブースにモニター付きの個室を新設。
会話や音を気にせず商談ができるようになりました。

今後へ向けて

(株) ハピネット 経営本部 総務チーム

山本 大海

今回のオフィス統合で目指したのは、経営的な視点に立ったオフィスづくりでした。

組織が変わる度に大きな負担になっていたオフィスの引越を、より軽微にレイアウト変更ができるようにするための対策を打つことができました。また、今回はこれまでの課題解決を徹底して行い、業務に集中できるオフィス基盤を整えることができましたと考えています。今後はこれを維持していくとともに、より効率的かつ快適なオフィス環境の在り方を追求し価値を提供し続けていきたいと考えています。



山本 大海

物流拠点の効率改善と安全確保

2016年度は物流拠点である東日本第二ロジスティクスセンターをMFLP船橋 I に移転しました。移転により、業務フロアを4フロアから1フロアに集約することで、階層間の垂直搬送がなくなり作業効率が向上しました。また、災害時の従業員の安全性を確保できる環境を整えました。地震発生時には、建物が揺れを1/3程度に軽減する構造になっており、災害時の非常発電設備や充実した災害備蓄品も備えています。



特集 2 様々な領域でエンタテインメントを創出

映画、ゲーム、玩具を通じて
いろいろな層のお客さまに
感動や楽しさを提供



「夢のある明日づくり」によって社会的価値を生み出す

ハピネットグループは、「私たちはハピネス・ネットワークを展開し、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、事業活動を通じてあらゆるステークホルダーの皆さまと積極的にコミュニケーションを図りつつ、戦略的・長期的視点で「新たな価値」を創造していくことをCSRと位置付けています。この考えのもとで、創業当初は玩具のみだったハピネットグループの事業は、映像事業、ビデオゲーム事業及びアミューズメント事業などに拡大しています。

映画『キセキーあの日のソビトー』

ハピネットは幹事作品として映画『キセキーあの日のソビトー』（2017年1月28日公開）の製作に携わり、興行収入14億円を超えるヒットを達成しました。この作品は、2007年にメジャーデビューした男性4人組のボーカルグループ「GReeeeN」のヒット曲「キセキ」の誕生にまつわる物語を描いたものです。公開館数157館スタートながら公開初週の土日2日間で邦画ランキング1位という好成績を収めるスタートを切りました。作品自体に備わった話題性の高さに加えて、劇中で菅田将暉、横浜流星、成田凌、杉野遥亮が演じる音楽ユニット「グリーンボーイズ」がCDデビューをしたことも興行を大きく盛り上げ、観客動員を後押ししました。ハピネットは、映画に引き続き、DVD、ブルーレイでも『キセキーあの日のソビトー』をより多くの皆さまに楽しんでいただくべく活動してまいります。



©2017 「キセキーあの日のソビトー」製作委員会

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2チーム

丸山 文成

私はプロデューサーとして、脚本やキャスティングをはじめ、製作全般に関わりました。映画『キセキーあの日のソビトー』は、

「GReeeeN」を描いた作品と受け取られがちですが、そうではありません。“兄と弟” “父と子” といった家族を描く作品にできたことが、

「GReeeeN」のファン層である中高生や大学生だけでなく、幅広い年代の皆さまに観ていただくことにつながったと感じています。これからもたくさんの方に感動をお届けできるような作品に取り組んでいきたいです。



丸山 文成

ニンテンドー3DSソフト『12歳。～恋するDiary～』

ハピネットのゲームパブリッシング部は、子どもたちを対象としたゲーム制作に取り組んでいます。そのひとつが、雑誌『ちゃお』（小学館）で連載中の人気少女まんが『12歳。』の世界が体験できるニンテンドー3DSソフト『12歳。～恋するDiary～』（2016年8月発売）です。1作目である『12歳。～ほんとのキモチ～』は女兒向けの恋愛ゲームが少なかったことに着目し、企画いたしました。2作目の『12歳。～恋するDiary～』は、原作の世界観を活かしつつ重厚なオリジナルストーリーを描き、さらにゲーム性を高めました。発売時期近くに開催された「ちゃおサマーフェスティバル」（横浜・神戸）ではゲームの試遊を行い、大きな反響を得ることができました。その後、2016年の年末商戦に向けてテレビアニメの放送と合わせてCMを流すなど、積極的なプロモーションを行いました。



ちゃおサマーフェスティバルの様子

今後へ向けて

（株）ハピネット ゲームパブリッシング部 制作チーム

築山 純三

イベント会場などにおいて私たちのつくったゲームで遊ぶ子どもたちの表情を見ることができるのは、とてもドキドキする瞬間であり、この仕事の醍醐味でもあります。これからも多くの子どもたちに喜んでもらえるゲームを作り続けていきたいと思えます。



築山 純三（左）／栗林 孝史（右）

（株）ハピネット ゲームパブリッシング部 運用・宣伝チーム

栗林 孝史

テレビアニメに合わせて流したCMづくりでは、「どんな表現なら、子どもたちにゲームの魅力が伝わるか」「どんなメッセージなら、親御さんにも受け入れてもらえるか」をチーム全体で考えながら試行錯誤したことが、とても良い経験になりました。今後もこれまでに蓄積したノウハウを活かして、我々の商品の魅力をしっかり訴求できるよう様々なプロモーションを展開して参ります。

幼児向け玩具『おえかきピカットボード』

ハピネットでは、自らオリジナルの玩具を企画・開発し、販売する事業も行っています。2017年3月には、透明なプレート部分に色鉛筆で描いた絵や文字がLEDで照らされて鮮やかに発光する幼児向け玩具『おえかきピカットボード』を発売しました。

幼児を対象としたお絵かきボードは昔から発売されておりましたが、多くのものが2～3歳を対象とした「絵や線を自由に好きなだけ描ける」ことに重点を置いた商品でした。そこで、「色を認識し始め絵を描き始める時期」といわれる4～6歳向けのお絵かき玩具として『おえかきピカットボード』を開発いたしました。ハピネットでは時代を超えて子どもたちに遊んでもらえる息の長い商品へと育てていきたいと考えています。



©Happinet

今後へ向けて

(株)ハピネット トイ・オリジナルユニット オリジナルチーム
宇津 英治

「誤って口に入れてしまっても体に害のない専用色鉛筆」を同梱したり、「ボードに描いた絵を消すために水で洗っても壊れにくい」ように本体を改良するなど、商品化にあたっては安全性に隅々まで配慮しました。

成熟したカテゴリーと言われていたお絵かきボードの中で、このような商品を開発できたことについて非常に嬉しく思っています。また、販売店さまからも久しくなかった新基軸になりうる玩具ということで好意的に受け止められていると聞いております。

引き続き、商品自体の面白さや楽しさで勝負するオリジナル玩具にチャレンジしていきたいと思っています。



宇津 英治

HUMAN REPORT 2017

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)

玩具の未来を
見据えて
新しい「お客さま」と
「売り方」を探る

㈱ハピネット・マーケティング
開発担当

山里 祐二



➤ マーケティング・企画(アミューズメント)

女性の視点を取り入れながら、
カプセル玩具の可能性を拡大する

㈱ハピネット
アミューズメントユニット
マーケティング部
MD2チーム

渡邊 真麻



▶ マーチャンダイジング(ビデオゲーム)



メーカーさまの
営業担当として
売場づくり、
売上拡大に貢献する

㈱ハピネット
ビデオゲームユニット
ESチーム
入澤 裕美

▶ セールス(ビデオゲーム)



物流体制を
改善することで
迅速かつ確実な
納品を実現

㈱マックスゲームズ
SR3チーム
星野 真人

▶ セールス(映像音楽)



イベントと絡めた
直接販売を通して
アーティストたちの
成長を支える

㈱ハピネット
ピーエムユニット
商品企画部
商品企画2チーム
斎藤 学

▶ スタッフ(情報システム)



より高品質で効率的な
業務を目指して
ITインフラの
構築・運用に携わる

㈱ハピネット
情報システム部 商流チーム
安藤 結香

※ 社員の所属部署は2016年度時点のものです

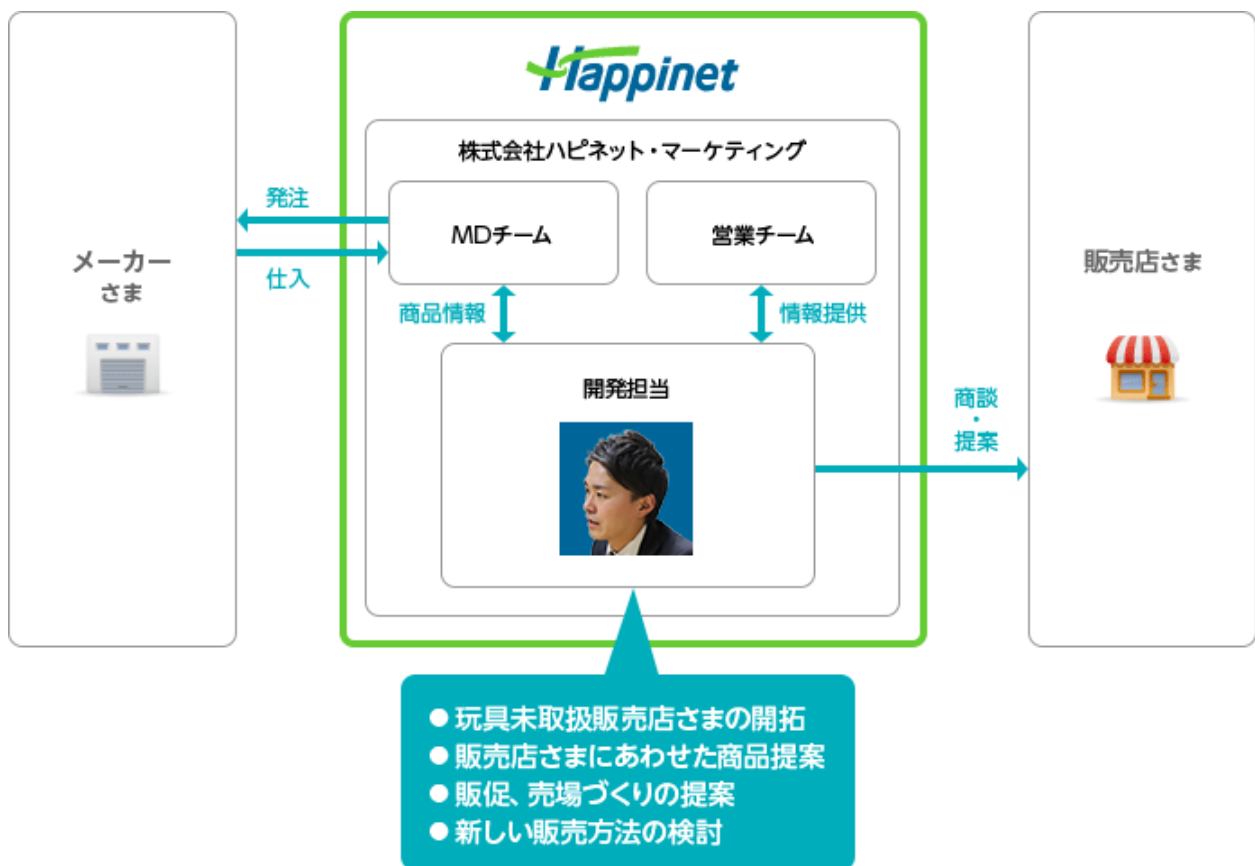
Copyright © 2017 Happinet. All Rights Reserved.



セールス（玩具）

（株）ハピネット・マーケティング 開発担当 山里 祐二

玩具の未来を見据えて 新しい「お客さま」と「売り方」を探る



仕事・役割

ハピネット・マーケティングでは、メーカーさまから商品を仕入れ、販売店さまに商品を供給する玩具卸売業を生業としており、その中で私の仕事はこれから玩具を扱いたいお取引先さまへの営業と新たな販売方法を模索することです。新しいお取引先さまとビジネスを始めるには日々移り変わるお客さまのニーズを探り出し、一つ一つ解決策をさがしていくことが重要です。昨今の事例として、「外国人旅行者に魅力を感じてもらえる商品を探している」といったお客さまのニーズが増えてきており、新たに取引が始まるケースを増やせています。また新たな販売方法として、2016年には普段玩具とは縁のない高齢者層をターゲットとして、テレビのショッピング番組にて、「お孫さまへのクリスマスプレゼント特集」を組んでいただくなど新たな試みも行いました。



(株)ハピネット・マーケティング 開発担当
山里 祐二

かかわりの深いステークホルダー

- 販売店さま

CSRの取り組み



主なCSRの取り組み

- 顧客満足
- 取引先とのコミュニケーション強化

国内の少子化が進み、玩具を手にとってくれる層が減少する中で、「新しいお客さまを創り出す」ことは大きな課題です。その課題に対し、従来になかったタッチポイントを創出することで、玩具購入の機会を増やしています。直近では訪日外国人のお客さま向けに空港にある販売店さまにて土産品として玩具を取り扱っていただきました。他にもハロウィーン向け販売イベントでは、通常は玩具が並んでいない場所で不特定多数の方に触れていただき、販売店さまから高い評価をいただくことができました。これからも「玩具に日常ではふれない人に玩具の魅力伝える活動」を進めていきます。

今後の課題

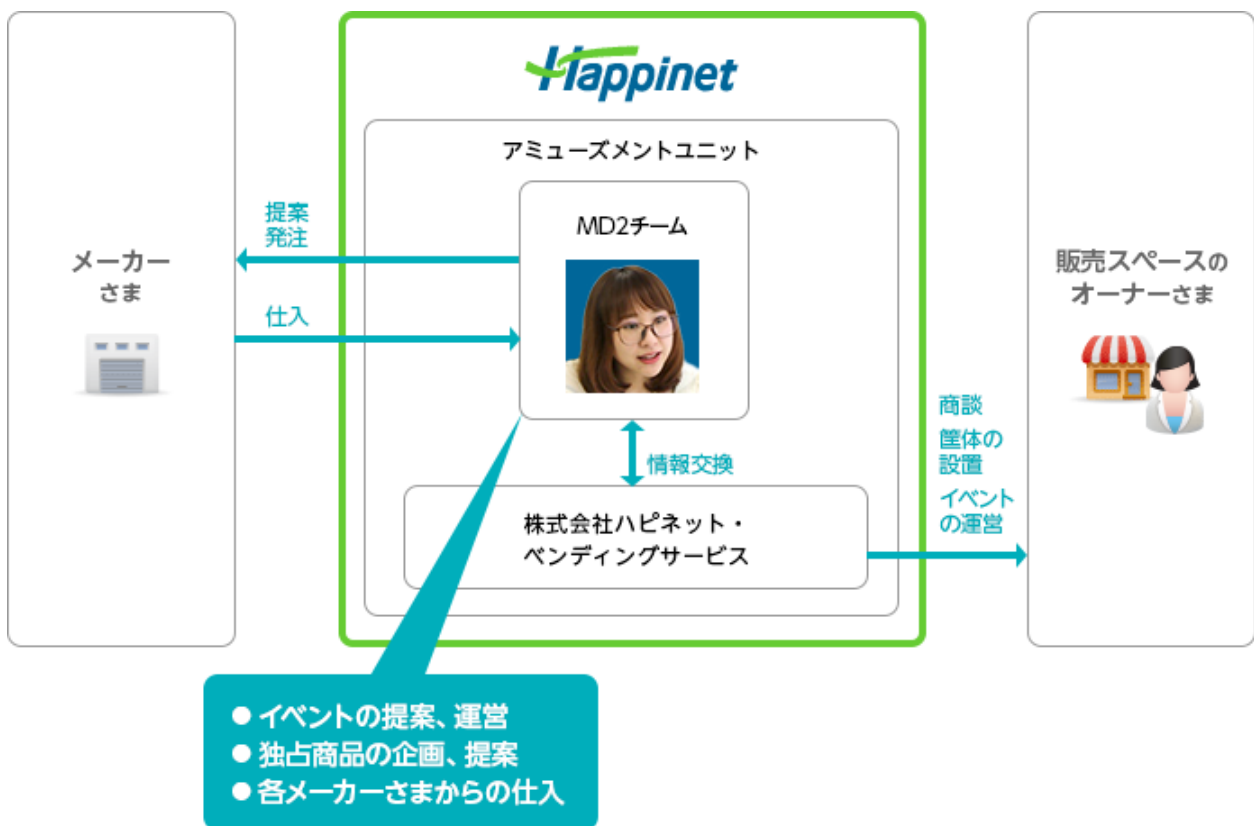
新たな試みをして、上手くことばかりではありません。取り組みの中で、予測したほど販売が伸びないこともありました。その際は「失敗と捉えるべきかどうか」を慎重に判断していくよう心掛けています。商品自体の魅力が伝えきれなかったからなのか？それとも、ターゲットが間違っていたからなのか？仮に少し違う戦略をとっていたら、もっと売れたのではないだろうか？など、こうした仮説や検証を行うことで、失敗としてではなく、貴重な財産として次の活動に活かすようにしています。「こういう売り方にしてみれば、こういう層に売れるのではないか」と絶えず考えながら、与えられた条件や環境のもとで、お客さまにとっての最良の提案を心掛けていきます。



マーケティング・企画（アミューズメント）

（株）ハピネット アミューズメントユニット マーケティング部 MD2チーム 渡邊 真麻

女性の視点を取り入れながら、
カプセル玩具の可能性を拡大する



仕事・役割

アミューズメントユニットでは、メーカーさまから仕入れた商品をさまざまな施設に設置したカプセル玩具自動販売機で販売する事業を行っています。私は、ハピネットが企画に関わったオリジナル商品の中で主に女性向け商品を担当しており、メーカーさまと協力して企画した商品を独占的に仕入れて、女性に人気のファッションビルなどへ提案するのが主なミッションです。今のトレンドのキーワードは、「フォトジェニック（写真映えること）」です。カプセル玩具自動販売機を女性向きにデコレーションするだけでなく、アクセサリやジュエリーを販売するような什器を用意して可愛く華やかに展示するなど、「写真を撮りSNSにアップして誰かに教えたいくなる」ようなアピール方法を工夫しています。

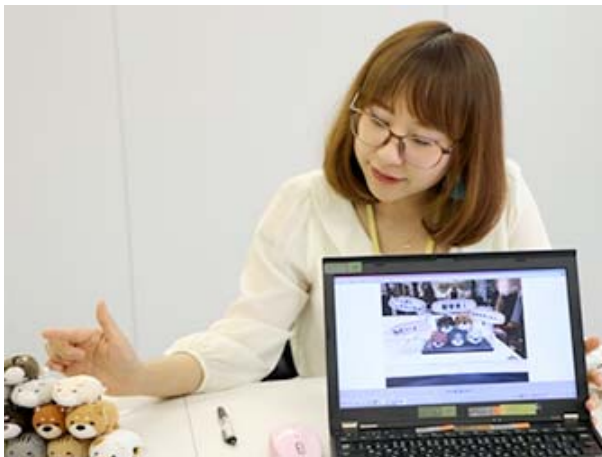


(株)ハピネット アミューズメントユニット マーケティング部 MD2チーム 渡邊 真麻

かかわりの深いステークホルダー

- メーカーさま
- 販売店さま

CSRの取り組み



主なCSRの取り組み

- 顧客満足
- 取引先とのコミュニケーション強化
- 安全の確保

現在、ハピネットは、駅、空港、ファッションビルなど、今まで設置していなかったロケーションにカプセル玩具自動販売機を展開することで、より多くの方にカプセル玩具の面白さを伝えていこうとしています。そうした中で気を付けているのは、何よりも安全性です。万が一にも、購入して下さったお客さまがケガをすることがないように、商品の安全性をメーカーさまと徹底的に検討しています。また、カプセル玩具自動販売機や什器についても、設置状況に細心の注意を配ります。例えば、キャストにストッパーをつけて不意に動かないようにしたり、高さを制限して転倒しないようにしたりしています。販促用のノボリを作る際には、防災加工を施すことを必須とするなど、安全基準を設けて遵守しています。こうした安全・安心への取り組みは、カプセル玩具自動販売機の売り場を広げていくにあたりますます大切になると思います。

今後の課題

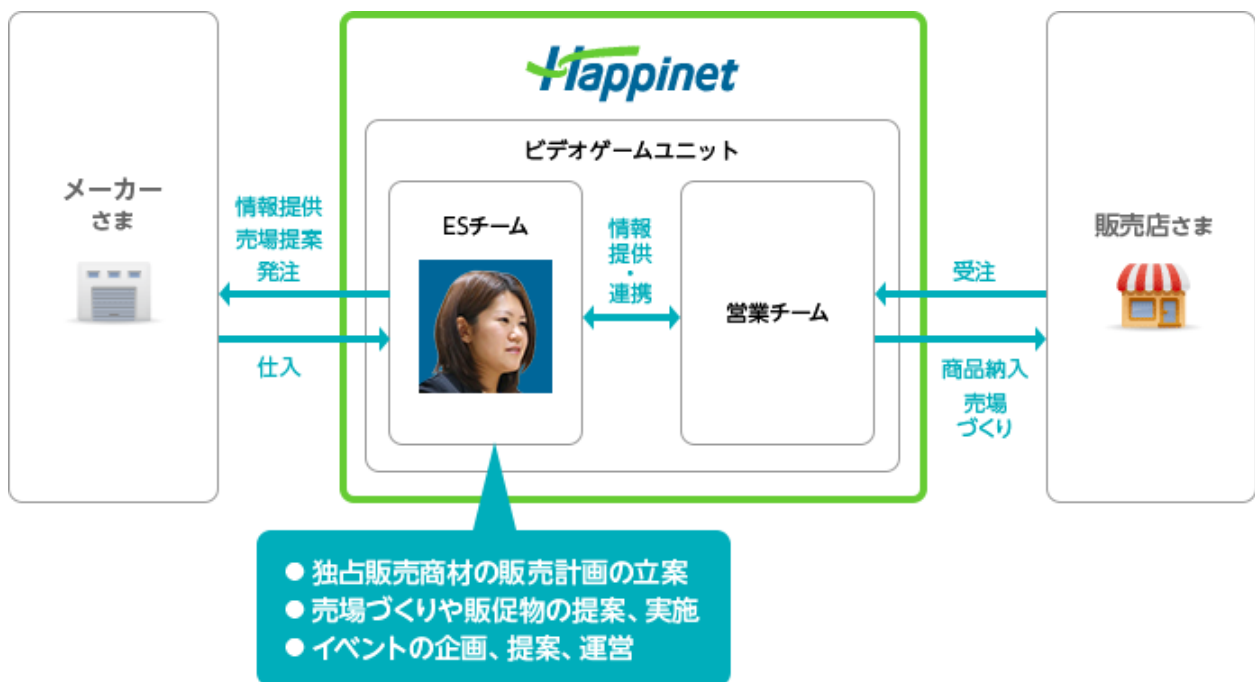
空港や駅をはじめ、これまでと違う場所にカプセル玩具自動販売機の設置を進めていく中で、カプセル玩具自動販売機を核に多種多様な商品を提案できる売り場がつかれるのではないかと考えています。不特定多数の人が集まるスペースで、カプセル玩具とあわせて、それと相通じる価値観やセンスでつくられた他ジャンルの商品を上手くプレゼンテーションしていくことができれば、大きな相乗効果が期待できるのではないのでしょうか。社内の異なる商材を扱う部門との連携を強化し、カプセル玩具と関連した映像や音楽の商品を販売する、あるいはイベントを開催するといったような形でお取引先さまの売り場をどんどん盛り上げていきたいと思っています。



マーチャンダイジング（ビデオゲーム）

（株）ハピネット ビデオゲームユニット ESチーム 入澤 裕美

メーカーさまの営業担当として
売場づくり、売上拡大に貢献する



仕事・役割

テレビゲームの商流は、メーカーさまがつくったゲーム機の本体やソフトが全国的な流通会社に供給され、その流通会社を介して販売店さまに届けられるという仕組みになっています。私が所属するES (Exclusive Sales) チームは、ハピネット流通というネットワークを使って、ハピネットがメーカーさまから直接仕入れた商品を販売店さまへ納品させていただくという独自のビジネスを展開しています。売場や市場の動向に通じた中間流通業としてのノウハウを生かして、メーカーさまの営業部隊という立場で商品の販売促進を支援することにより、メーカーさまには良質なソフトをつくることに専念していただくことが私たちの役割です。店頭の販促展開を提案したり、発売日に、購入者対象の抽選会や出演する声優やゲーム制作スタッフを招いたイベントを開催するなど、日々「当社の商品をハピネット流通に任せてよかった」というお声をお客さまからいただけるように1つ1つの商品の販売最大化に取り組んでおります。



(株) ハピネット ビデオゲームユニット ESチーム
入澤 裕美

かかわりの深いステークホルダー

- メーカーさま
- 販売店さま

CSRの取り組み



主なCSRの取り組み

- 顧客満足
- 取引先とのコミュニケーション強化

これまで売場の提案は、「既成のPOPを基本通りに設置する」というものがほとんどでした。しかし現在、お客さまに興味をもっていただくためには、よりきめ細かな提案が求められています。私が担当させていただく乙女ゲーム（女性を主人公とした恋愛ゲーム）では、オリジナルのPOPを制作して、ターゲットである女性の目をより引きつける華やかな売場づくりに挑戦しました。この取り組みは良い一例となり、メンバー内でもよりお客さまの目線に立った売場づくりを追求しようとする意識が高まっています。この取り組みを継続していくことができれば、販売店さまからは信頼を得ることでより多くのスペースを提供していただくことができ、メーカーさまにもさらに喜んでいただけるようになるのではないのでしょうか。

今後の課題

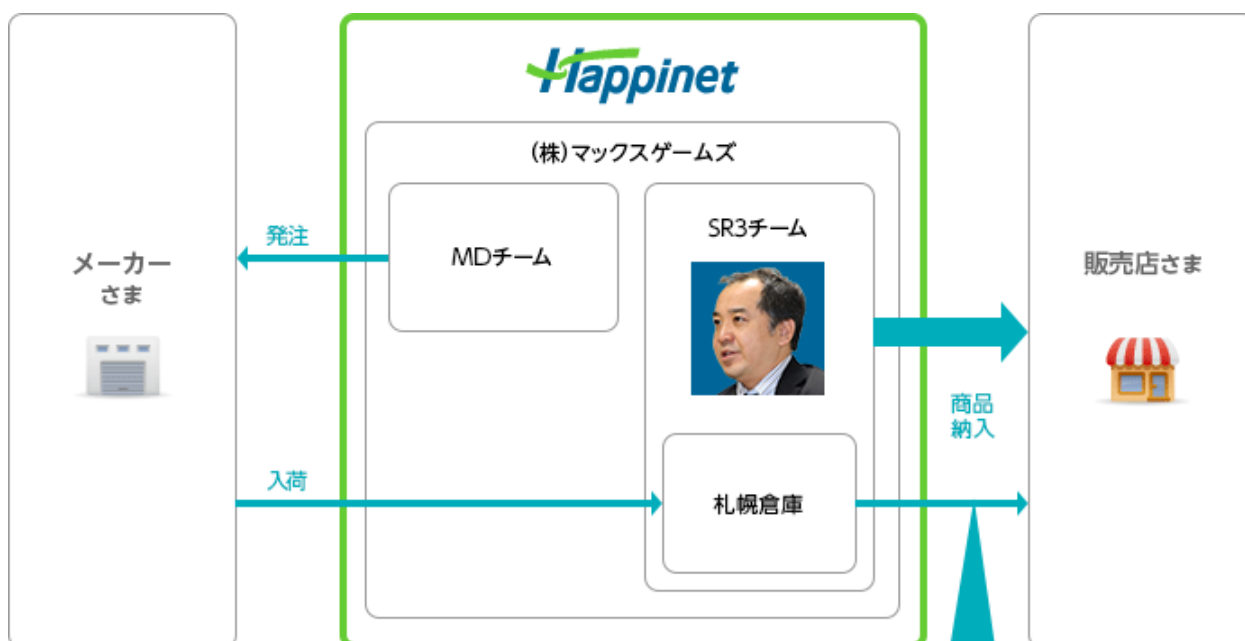
ハピネットで流通を担っているメーカーさまの信頼にしっかりと応えるために、業務品質の向上に取り組んでいます。「テレビゲーム予約の解禁から発売日までの業務をどういう手順で運用するか」といった基本フローは、ある程度は固まっていますが、まだ個人のスキルやノウハウに依存している部分があります。そこで、いかなるタイトルに対しても、部門内の誰が担当しても安定したサービスを提供できるよう、業務を遂行するうえでの拠り所となるテンプレートづくりを進めています。また、過去商品の予約や販売実績のデータベースを構築し検証を重ねていけば、類似タイトルを展開する際に、売上予測や販売計画立案の貴重な判断材料になると考えています。



セールス（ビデオゲーム）

（株）マックスゲームズ SR3チーム 星野 真人

物流体制を改善することで
迅速かつ確実な納品を実現



- 物流体制の改善による迅速かつ確実な納品
- 地域の特徴を加味した商品、販促活動の提案
- 商品の発売に関する情報を、スピーディーにお客さまの店舗に展開

仕事・役割

マックスゲームズは、任天堂さまのゲーム機本体やゲームソフトをお取引先さまに販売しています。その中で私は、営業チームに所属し、北海道エリアを担当しています。お取引先さまの方針を汲み取るだけでなく、より地域の事情を知っている存在として、地域の特性に合わせた販促活動の提案に努めています。私たちの役割は、単にご注文いただいた商品をお取引先さまの各店舗に届けることだけではありません。メーカーさまからいただいた商品の発売に関する情報を、スピーディーにお取引先さまの各店舗に展開することも私たちの仕事の肝となります。商品情報をPOPなどの形で、いち早く店頭を訪れるお客さまにお知らせできれば、競合店との差別化が図れ、予約の獲得をはじめ、セールス面でいろいろなメリットに繋がると考えています。



(株) マックスゲームズ SR3チーム
星野 真人

かかわりの深いステークホルダー

- 販売店さま

CSRの取り組み



主なCSRの取り組み

- 顧客満足
- 取引先とのコミュニケーション強化
- リスクマネジメント

商品の中間流通を担う私たちにとって、タイムリーな商品提供は大きな使命の一つです。お客さまが心待ちにしている商品を実際に、少しでも早くお届けできるよう、常に物流の改善に取り組んでいます。2016年は、東京の倉庫を拠点とした物流体制から、札幌の倉庫を拠点とした物流体制へと変えることにより、北海道内のお取引先さま各店舗への納品にかかるリードタイムを約1日短縮することができました。わずか1日かもしれませんが、その店頭で商品が品切れになる時間が減少し、お取引先さまとお客さまの両方に喜んでいただけます。また北海道という土地柄、冬季には降雪により道路交通がストップしてしまうこともありますが、そうした場合も現地の倉庫をいかした物流体制を構築することで、商品をお取引先さま各店舗にお届けしやすくなります。昨年未もクリスマス直前に大雪が降り、東京発で輸送された商品の到着が数日にわたって遅延する状況だったにも関わらず、私たちのお取引先さまの店舗だけは無事に商品を並べることができ、感謝の言葉をいただきました。

今後の課題

一口に北海道といっても、札幌のような都市部から、過疎が著しい遠方の市や町まで、いろいろな地域があります。また、お客さまの受け取る情報量や情報への感度も違いますし、いつ誰とお店に行きゲームを買うかといったショッピングスタイルも同じではありません。そのため、お取引先さま各店舗に向けて、より地域の特性を加味した提案を心掛けています。さらに北海道のお取引先さまの対応をする私たちだけがわかる情報を確実にキャッチして、それを東京の本社にフィードバックしていくことで、会社全体のサービス向上に貢献するような動きを目指していきます。

HUMAN REPORT 2017

ハピネス・ネットワーキングの実現へ。
私の取り組み。



セールス（映像音楽）

（株）ハピネット ピーエムユニット 商品企画部 商品企画2チーム 齋藤 学

イベントと絡めた直接販売を通して アーティストたちの成長を支える



- アーティストの魅力を引き出し、CD販売を最大化するためのイベント企画
- 安全かつ楽しんでいただけるイベント運営
- イベント会場の開拓

仕事・役割

私は映像や音楽のパッケージ商品（CD、DVD、ブルーレイ）を取り扱う部門で、独占販売商品（音楽）の販売促進に取り組んでいます。近年、CDをはじめとする音楽商材の販売促進の手法として、イベントの活用が盛んになっていますが、ハピネットにおいても独占販売権を獲得したアーティストのCD販売を最大化するためのイベント企画/運営を活発に展開しています。お取引先さまレーベル、事務所さまからお預かりしたアーティストそれぞれの特性、マーケット把握から効果的なイベントブッキングを提案し、常に関係各社と地道なすりあわせ、販売方法の模索に取り組んでおります。

次世代を担う新人アーティスト育成の場としても、ますますイベント需要は高まっており、当社流通イベントで人気を拡大しメジャーデビューするアーティストも現れるなど、着々と成果が上がっています。



(株)ハピネット ピーエムユニット 商品企画部 商品企画2チーム 斎藤 学

かかわりの深いステークホルダー

- 販売店さま
- お客さま

CSRの取り組み



イベントの様子

主なCSRの取り組み

- 顧客満足
- 取引先とのコミュニケーション強化
- 安全の確保

アーティスト、お取引先さまレーベル、事務所さま、イベントに参加していただいたお客さま、販売店、および場所を提供いただいた関係者の皆さまなど、イベントに関わるすべての方に満足していただきたい。それが私たちの何よりの想いです。

そのためには、関係各位との緊密な連携、周到な事前準備と「アーティストに気持ち良く演奏してもらう」環境づくりを徹底し、イベント当日は参加されるお客さまのストレス軽減、満足度向上のための緻密な運営と、イレギュラー事態への適切な対応により「お客さまにイベントを安全に楽しんでいただく」ことが重要です。

結果、アーティストの素晴らしいパフォーマンスがお客さまの心に残り「また来たい」と感じてもらえるような運営が私たちに求められています。

今後の課題

メジャーメーカーもイベントでの直接販売に力を入れている現状に、CDショップの減少も加わり、イベント会場の確保が年々難しくなっています。そうした中で、お取引先さまレベル、事務所さまの要望を満たすブッキング、新しいイベント会場の開拓が、私たちの課題となっています。簡単に解決できませんが、音を出すことができ、CD販売する体制を整えば、どこでも私たちのイベント会場になる位の柔軟さが必要と考えております。また会場数に限界があるのであれば、フェス形式でアーティストの対バン（複数のアーティストが共演すること）を組むといった戦略も有効です。相性の良いアーティストを組み合わせることができれば、各々の魅力を大勢の方に届ける機会に結び付けることができます。ゆくゆくは、映像や玩具を取り扱うハピネットの他部門とも連携をとることで、「モノ売りイベント」を超えた「コト売りイベント」にまで価値を高めていきたいと考えています。

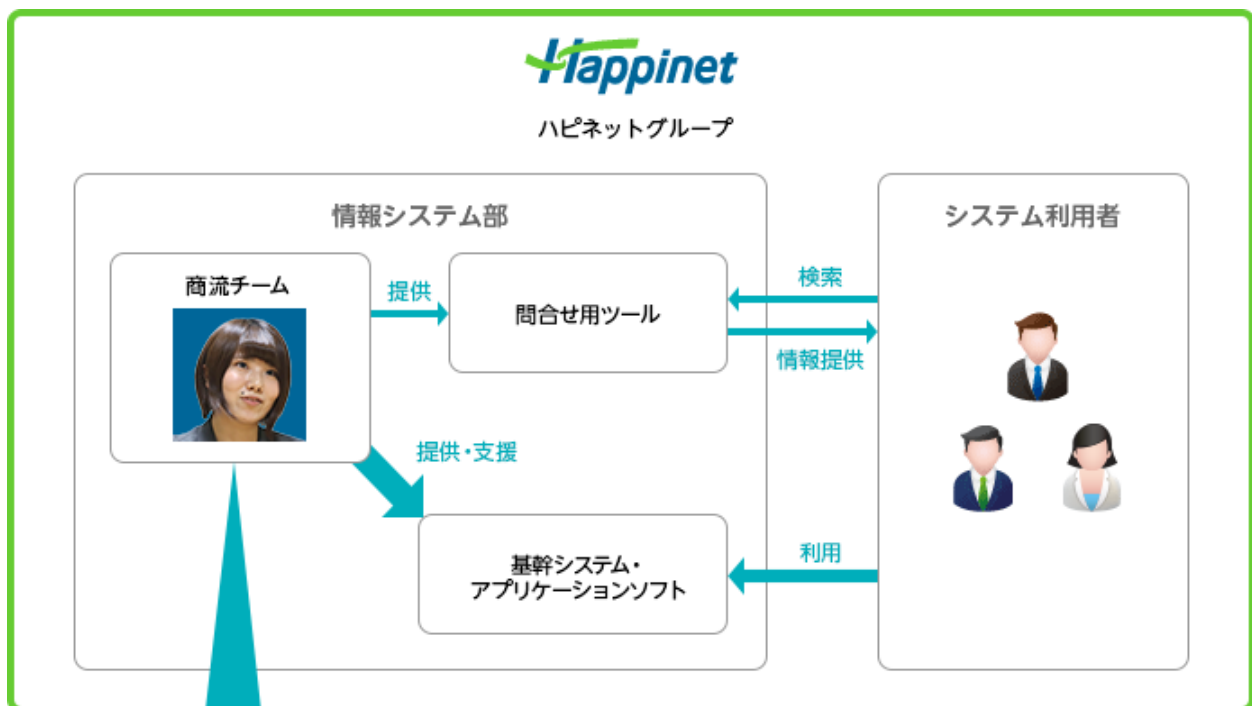
Copyright © 2017 Happinet. All Rights Reserved.



スタッフ（情報システム）

（株）ハピネット 情報システム部 商流チーム 安藤 結香

より高品質で効率的な業務を目指して
ITインフラの構築・運用に携わる



- 基幹システムの運用、保守
- 問合せ用ツールの運用、保守
- ITを活用した業務の効率化の提案、支援

仕事・役割

ハピネットのITインフラを担う情報システム部に所属し、基幹システムやソフトの運用・保守に携わっています。多くの種類のシステムに関わりますが、代表的なものは「受発注システム」です。ハピネットが販売店さまから注文を受けてから商品を倉庫から出荷するまで、もしくはメーカーさまへ商品を発注してから、その商品を入荷するまでを支えるシステムは、ハピネットの中間流通業において不可欠です。また現在、ハピネットでは事業全体のベースとなる基幹システムのリニューアルに取り組んでいますが、そのような全社的な戦略に基づく新システムの企画、開発も私たちの部門が中心となって行なっています。



(株)ハピネット 情報システム部 商流チーム
安藤 結香

かかわりの深いステークホルダー

- 社員

CSRの取り組み



主なCSRの取り組み

- IT活用による業務効率化

情報システム部は、ITの活用による業務の効率化が期待されています。2016年には、社員からの情報システムに関する問い合わせに対応する「ヘルプデスク業務の革新」に取り組みました。ヘルプデスクには、社員から、「効率的なデータの落とし方はないか」「使い方がわからない」「データ入力がシステムに反映されなくなった」などいろいろな問合せが日々寄せられます。問合せの回答は、同様の事象に遭遇した人にとって有用ですが、従来は蓄積されたデータの活用が十分にできていませんでした。そこで、社内のネットワークにFAQ（よくある質問と回答集）をつくり、発生した問題や疑問点の答えを自分でキーワード検索できるようにしました。これにより社員は、電話やメールで問い合わせをする手間暇を省くことができます。一方、私たち情報システム部としても、ヘルプデスク業務にかかる労力が減り、その分を他の業務に振り分けられるようになりました。

今後の課題

慣れ親しんだ仕事のやり方を変えて新しい仕組みを利用するということには、抵抗感がつきものです。そのため、すでに全社員に浸透したとは言い切れませんが、「FAQができて便利になった」という声は徐々に増えてきています。今後は、「直近の1か月でどんなキーワードがよく検索されているか」等の分析を行うことで、より便利になるようFAQや情報システムの改善をしていきたいと思います。さらに将来的には、情報システム部だけでなく、他のスタッフ部門とも連携をとり全体に関するFAQ、つまり「社員はここを見ればハピネットで働いていくうえで必要な基本的情報がなんでもわかる」という仕組み作りにつなげていきたいと考えています。



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。



▶ CSRの目標と実績

- ▶ 2016年度CSRの目標と実績
- ▶ 2017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

2016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	施策	自己評価	主な取組実績	
マネジメント	コーポレートガバナンス	○	<ul style="list-style-type: none"> 経営体制にあわせ決裁基準を改定 規程の適正な運用のために構成の見直し、およびルールの改定 	
	リスクマネジメント	リスクマネジメント体制の一層の強化	○	<ul style="list-style-type: none"> 「ハピネットグループ緊急事態対応マニュアル」（携帯用）を改定し、全社員へ配付 備蓄品の内容、設置場所の見直し
		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	○	<ul style="list-style-type: none"> 多様な災害を想定した訓練を定期的に実施
		機密情報取扱い管理の徹底	○	<ul style="list-style-type: none"> メールによる機密情報の誤送信対策のガイドラインを作成し、意識啓蒙を実施
環境	環境マネジメント	○	<ul style="list-style-type: none"> FAXによる問合せのフォーマットを統一、電子データ化推進によりFAX問合せ件数が減少 	
	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"> 仕入商品の販売予測精度の向上、在庫状況に応じた販売方法の検討により在庫処分は大幅に削減 カプセル自動販売機のPOSシステムやキッズカード販売データ取得により機会損失を減少
		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	△	<ul style="list-style-type: none"> 掲示物などにより3R活動の意識啓蒙を実施 物流拠点の移転より一時的に廃棄が増加
地球温暖化防止の取り組み	物流拠点の見直しによる、配送距離の削減	○	<ul style="list-style-type: none"> 入荷する物流拠点を分けることにより国内輸送量を削減 	
	保有資産の削減による、省エネルギー化の推進	○	<ul style="list-style-type: none"> サーバーを削減 	

取組項目		施策	自己評価	主な取組実績
顧客	製品責任	PB／流通限定商品／限定特典等の商品 事故防止	○	<ul style="list-style-type: none"> 品質保証部門や法務部門と連動し、品質面・表記面に事故が起こらない体制を継続実施 メーカーと共有する商品チェックリストの変更内容を確定し不当表示防止の対策を講じた
	顧客とのコミュニケーション	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	○	<ul style="list-style-type: none"> 全国商談会を実施し出展メーカー数が増加。前年度並みの集客を維持
		イベント拡大による、タッチポイント増加	○	<ul style="list-style-type: none"> 駅等新たなロケーションにおいてカプセル自動販売機や物品販売のイベントを実施
		ECサイトの表記デザイン変更等による、利便性の向上	△	<ul style="list-style-type: none"> 表記デザイン変更に着手したが未導入
		物流拠点の有効活用による、タイムリーでスムーズな納品の実現	○	<ul style="list-style-type: none"> お取引先さまの拠点にあわせた物流倉庫の見直しにより、配送距離、日数を削減
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・研修体系の充実	○	<ul style="list-style-type: none"> キャリアごとにあわせた研修を継続実施
		障がい者雇用の推進の継続	○	<ul style="list-style-type: none"> 障がい者支援センターとの協力体制、定期的な面談などにより働きやすい職場環境の改善を実施
	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"> 人事制度の見直しを実施したが再度内容の検討が必要
	労働安全衛生	社員の健康リスクの低減	△	<ul style="list-style-type: none"> 健康増進プログラムを実施。管理者向けの研修については再検討 健康診断および二次検査の働きかけや残業に対する意識啓蒙を実施
オフィス環境の改善		○	<ul style="list-style-type: none"> 本社地区のオフィスを集約し、職場環境の改善を実施 	
安全運転講習や運転技術研修による車両事故の防止		○	<ul style="list-style-type: none"> 安全運転講習や毎日の注意喚起による意識啓蒙を実施 	
		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	○	<ul style="list-style-type: none"> 安全衛生委員会、5S推進活動の継続実施 労働災害のリスクが生じたものは再発防止対策を実施
社会	社会貢献	被災されたお取引先さまへの復興支援体制の構築	○	<ul style="list-style-type: none"> 災害発生時の報告体制の確認をするとともに、被災状況把握フロー作成に着手
		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"> 個人投資家説明会の実施や機関投資家との面談の増加

2017年度 CSR施策一覧

取組項目		施策
マネジメント	コンプライアンス	<ul style="list-style-type: none"> 社員の企業倫理及び法令遵守の推進 法的知識についての社員向け研修の実施
	リスクマネジメント	<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
		<ul style="list-style-type: none"> 傷病者発生時の的確かつ迅速な対応を可能とさせる体制の強化
		<ul style="list-style-type: none"> 機密情報取扱い管理の徹底 文書管理体制の見直し
環境	環境マネジメント	<ul style="list-style-type: none"> お客さまへの商品配送案内見直しによる物流の負荷軽減
	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
	地球温暖化防止の取り組み	<ul style="list-style-type: none"> 物流拠点の有効活用と効率的な出荷体制の整備 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"> 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"> 全国商談会の拡大による、販売店さまへの有用情報提供体制の確立 販売箇所の開拓やイベントの拡大による、タッチポイント増加
		<ul style="list-style-type: none"> ECサイトの在庫管理方法変更による顧客満足度向上
社員	多様性とワークライフバランスへの配慮	<ul style="list-style-type: none"> 障がい者雇用の推進の継続 障がいに配慮した業務スタイルの創出
	人材開発（制度・教育）	<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
	労働安全衛生	<ul style="list-style-type: none"> 社員の健康リスクの低減と健康保持増進 業務効率化による残業時間の削減と有給休暇取得の推進 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	社会貢献	<ul style="list-style-type: none"> 外国人観光客向けに商品を通して日本文化の発信
		<ul style="list-style-type: none"> 近隣の道路・歩道の清掃活動の実施
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活動の推進

Copyright © 2017 Happinet. All Rights Reserved.



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

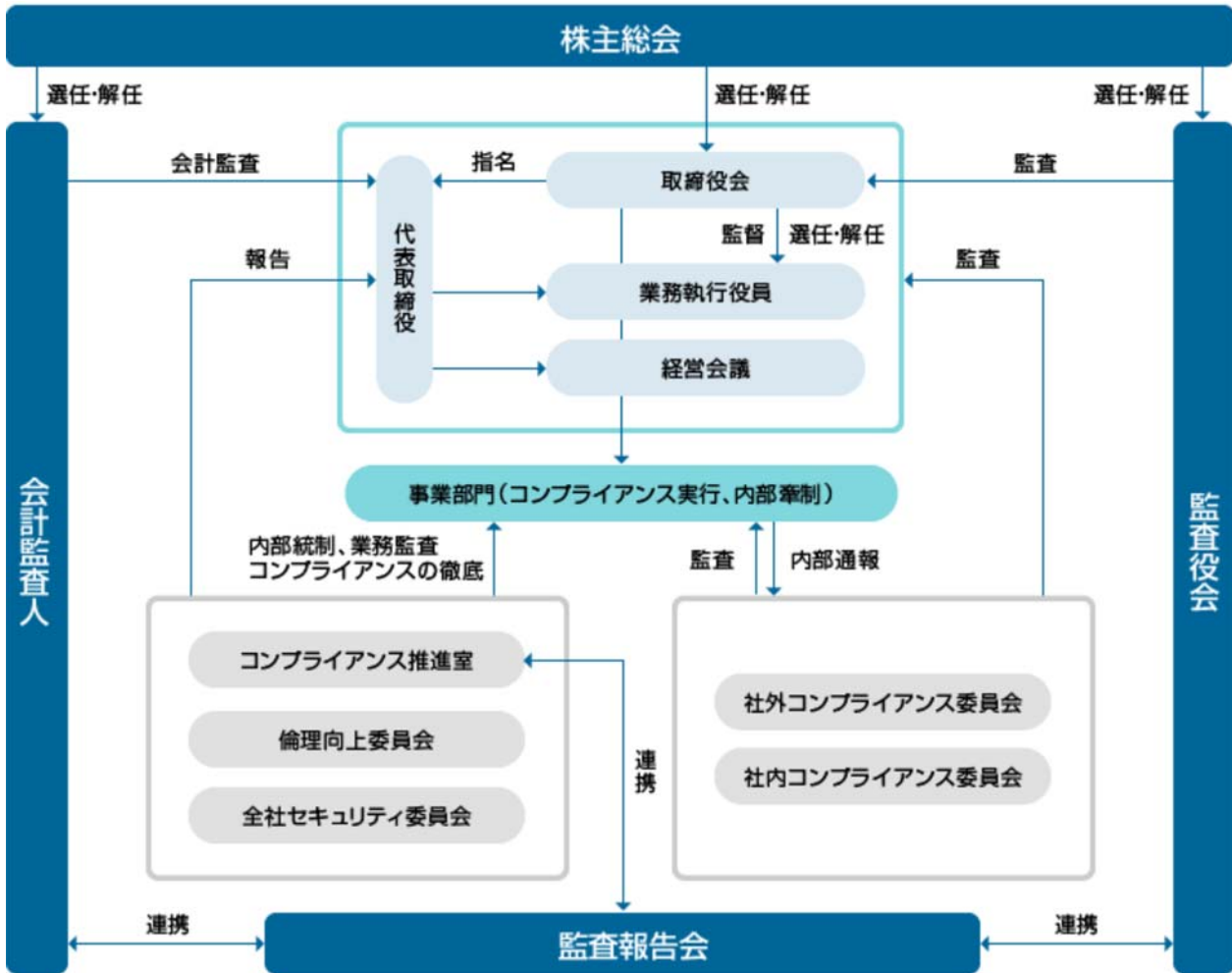
ハピネットは、企業価値の最大化と経営の健全性確保が、最も重要な経営課題であると考えています。その実現のために、経営の透明性を高め、経営環境の変化に対して、迅速かつ的確に対応できる体制の確立に努めています。

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「内部統制基本方針」を定め、2015年5月に一部改定しました。

内部統制基本方針では、役員及び社員の職務執行が法令及び定款に適合することを確保するための体制や役員の職務執行に係る情報の保存及び管理に関する体制などの方針を明記し、ハピネットグループの業務の適正を確保するための体制を整えています。

また、コンプライアンス推進室が中心となり、金融商品取引法で定められた内部統制報告制度の対応や内部統制の整備・運用状況について評価を行うなど、日々、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。

コンプライアンス推進室では、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、啓蒙活動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。社内の委員会は会長、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 © 2017 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、各種規程やマニュアルを整備し、社員への啓蒙活動を実施しています。

また、地震等の大規模災害が発生した場合に備えて、人命尊重・人権尊重を最優先として行動することや、損害の範囲と事業への影響を極小化とすべく的確かつ迅速な行動をとることを基本方針として定めています。

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、社員が平時から発生しうるリスクやその兆候を捉え、予防策を常に講じられるよう、情報感度の向上に努めています。そのために平時の対応についても行動方針を規定し、心得としてイントラネットに掲示しています。

また、社員が経営トップへ直接リスクを報告できる「リスクホットライン」を設置しています。急を要する内容、上司に相談しづらい内容は直接このホットラインを利用して報告が可能な体制を構築しています。

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、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「緊急事態対応マニュアル（携帯用）」を全社員に配布しています。



ハピネットグループ緊急事態対応マニュアル（携帯用）

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初期行動マニュアル」を策定し、初動対策の強化を図りました。BCPについては引き続き検討を行い、社員がリスク発生時に自律的に動けるような確固たる仕組み作りに取り組んでおります。

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

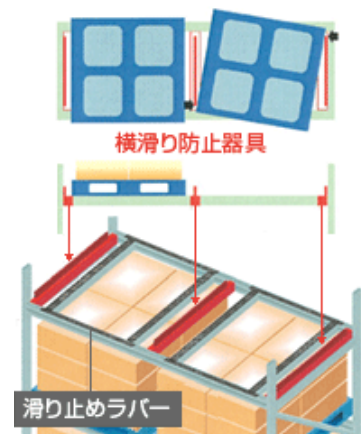
物流施設の安全性強化の面では、商品の落下を防ぐことも重要となります。

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、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



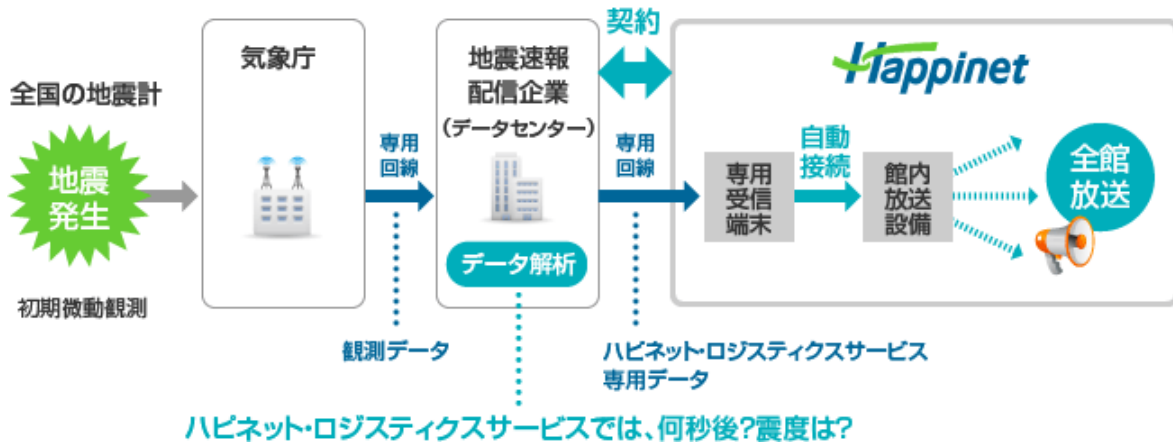
落下防止を施した、パレット保管設備

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、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、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、ブルーレイについては、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さまの年齢層や嗜好が異なるため、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べく、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

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。

また、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 © 2017 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 © 2017 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さま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、製造を担う各事業部門のものづくりを支援しています。

品質保証部門は品質保証に関わるリスクマネジメント体制の構築・強化に取り組み、「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、行政および玩具等の関連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、各事業部門の品質に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、品質関連法令改正に対応する体制の検討、製品事故・失敗事例などの情報共有、改定されるハピネット品質基準の確認などを行っています。

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「ハピネット品質基準」を設けています。

ハピネット品質基準は、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、一般社団法人日本玩具協会が定める玩具安全基準（ST基準）に対応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、改定を行っています。さらに、生産委託事業者に向けて、ハピネット品質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。

生産委託事業者は、工場から製品を出荷する際に、ハピネット品質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。

ハピネット品質基準



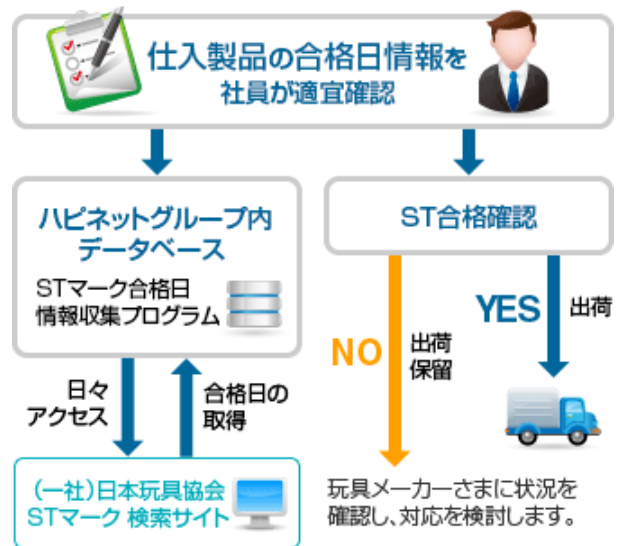
ハピネット品質保証Webサイト

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

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

CERO B 12歳以上を対象とする表現内容が含まれていることを表示しています。

CERO C 15歳以上を対象とする表現内容が含まれていることを表示しています。

CERO D 17歳以上を対象とする表現内容が含まれていることを表示しています。

CERO Z 18歳以上を対象とする表現内容が含まれていることを表示しています。
(18歳未満者に対して販売したり頒布したりしないことを前提とする区分)

暴力、セクシャル、薬物、恐怖、ギャンブル、犯罪、飲酒/喫煙、麻薬、音楽/その他



顧客とのかかわり

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、小売店さま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。そこで、製品安全に関するガイドラインとして、製造商品に対するものだけでなく、仕入商品に対するものも設け、2つの業態において各お取引先さまとの情報連携、必要となる取引手順を定め、安全な商品をお客さまにお届けできるように取り組んでおります。

EDIから流通BMSへ

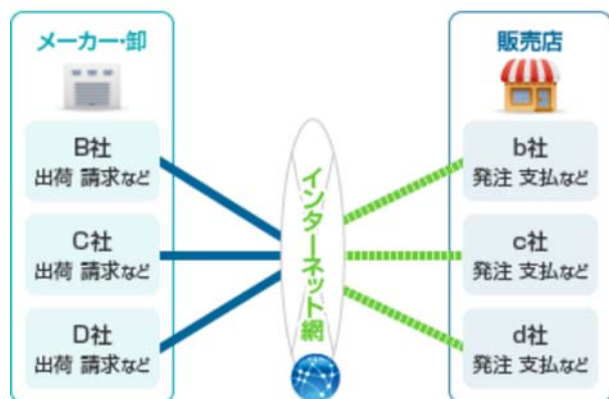


EDI: Electronic Data Interchange

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、消費者さま、社員、株主さま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。

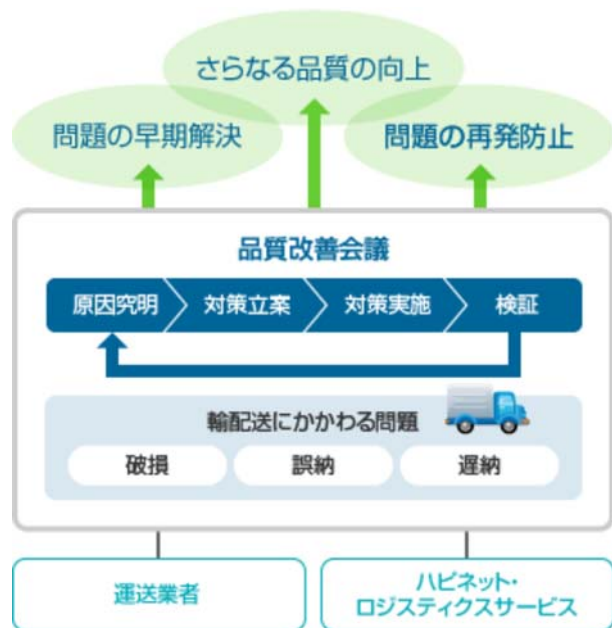
監査内容は、工場の施設や設備に関するハード面および就業規則や健康管理に関するソフト面の両面にわたります。また、強制労働や児童労働、賃金未払いといった問題について、生産国における労働法などの法令に基づく監査も行っています。

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 © 2017 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。



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、障がい者が安定的に勤務する事ができ、かつ、効果的に個々のスキル活用・能力発揮ができる体制を整備し、単に法定雇用率を充足するためではなく、ハピネットグループ事業に貢献する事を目指し、継続的に取り組みを行っています。

障がい特性への十分な配慮を行いながら、同時に、得意なスキルを最大限に生かす事ができる業務分担や遂行方法の改善を実施、また、各業務について個々の適性とのチェック体制をつくり、業務とのマッチングを確認しながら、業務の効率化も図れるよう体制構築を行っています。業務遂行状況や体調面等を中心とした週及び月次での定期面談などにより、各々とコミュニケーションをはかり状況把握を行なっています。障がい者の受入部署において障がい者の特性理解や適性な配慮が行なえるよう、専門機関と連携し、課題改善のため社内講習などを実施し、より良い環境づくりに努めています。

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れるように、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、円滑な復職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。



人材開発

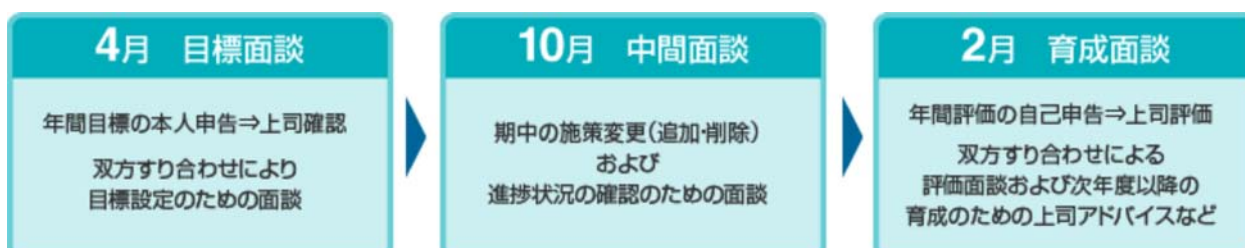
人事制度

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女性社員向けライフイベントセミナーなど、社員の多様なキャリア形成をサポートするほか、育成層に向けた集中的な基礎教育、新入社員のOJT担当者向けトレーナー研修、販売士検定の受検、各種通信講座の受講など、社員の自己啓発や能力向上を図りながら、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。



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。

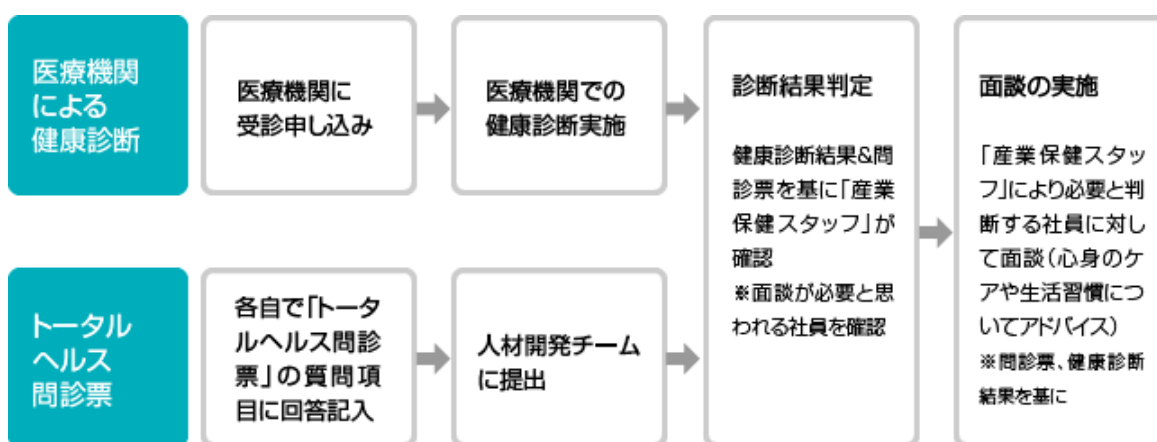
問診票の内容は、身体症状のほか、睡眠、食事、運動、嗜好品などにも及びます。身体に顕在化した症状がなくても、生活習慣の改善により病気予防や健康の保持増進につなげるためです。

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



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。



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 © 2017 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

- ▶ 玩具を通じて子ども達に笑顔を
- ▶ 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



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 © 2017 Happinet. All Rights Reserved.



社会貢献

玩具を通じて子ども達に笑顔を

ハピネットグループは、震災等による被災地の一日も早い復興を願っています。

2016年は熊本学園大学で開催された「くまもとキッズ博」（主催：くまもとキッズ博実行委員）に特別協賛し、ガールズホビー体験会を出展しました。これは、熊本地震で被災した子どもたちに玩具を通し笑顔を取り戻す支援を行うという開催趣旨に賛同したものです。また、被災地の子ども達にクリスマス・年末を笑顔でむかえられるようにクリスマスプレゼントを贈る「おもちゃの国のサンタ」プロジェクト（主催：一般社団法人こども・笑顔創出プロジェクト）に賛同し協賛しました。

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



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 © 2017 Happinet. All Rights Reserved.



株主還元

配当

各事業年度の利益と将来の事業展開を総合的かつ中長期的に考慮し、新規事業のための業務提携や開発投資など将来性と収益性の高い分野への投資を積極的に行い、より強固な経営基盤を確立するために内部留保の充実を図っていくとともに、適正な配当を実施していきたいと考えています。

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。

また2017年3月期より、株主優待制度のより一層の充実を図るため、500株以上保有の株主さまを対象に、保有株式数に応じて「こども商品券」も贈呈いたします。



©NHK
 ©まいた菜穂・小学館／アニメ「12歳。」製作委員会 ©Happinet
 ©2016「残穢-住んではいけない部屋-」製作委員会

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に行っています。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。

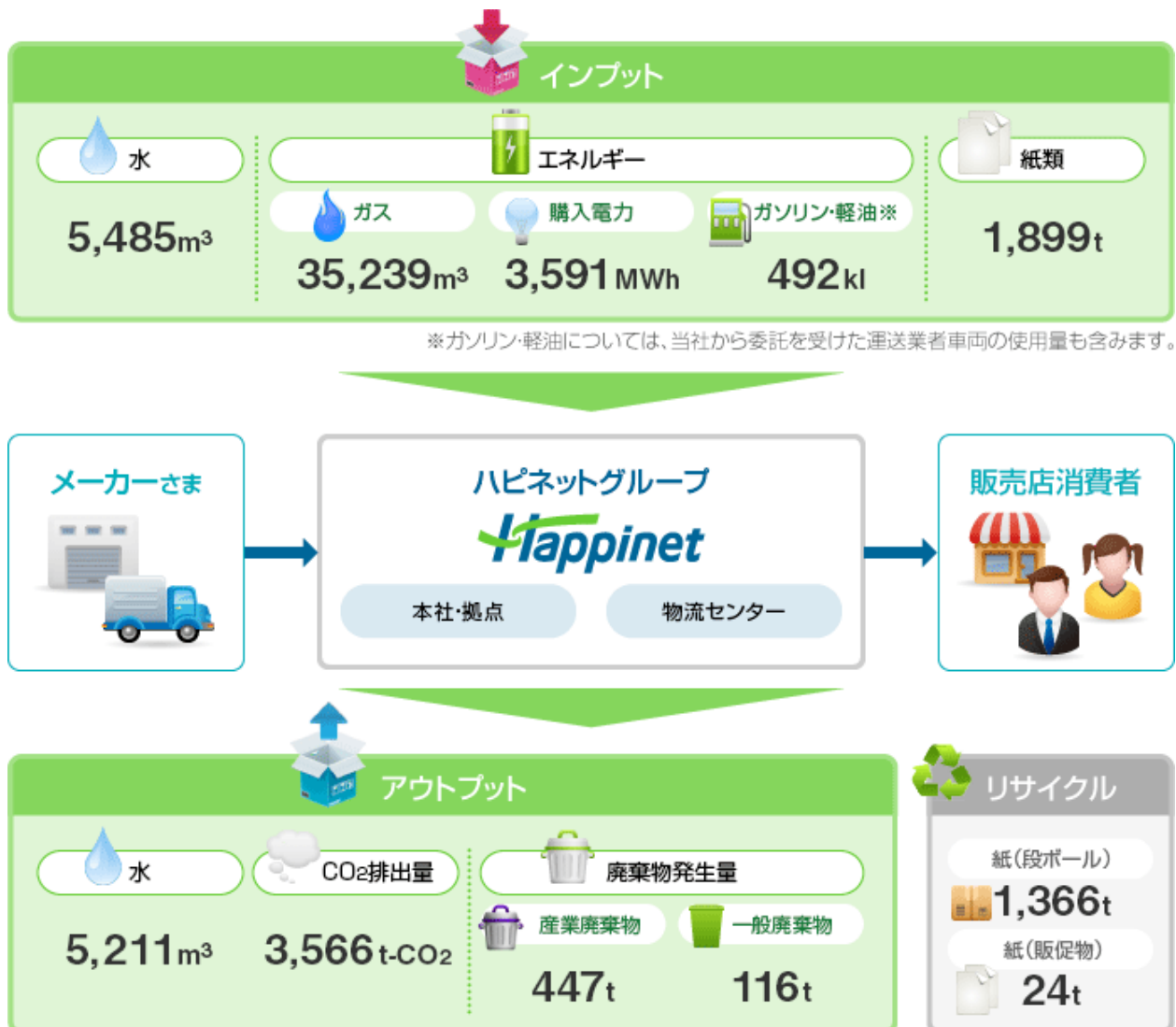


IRサイト

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。

※ CO₂排出量は、2015年度までは外部の廃棄物処理業者への委託分を含んでおりましたが、2016年度より対象外といたしました。