

Happinet

Happinet Group CSR REPORT 2011

目次

目次／編集方針	01
グループ概要	02
グループビジョン	03
ハピネットグループの事業概要	05

マネジメント

■ CSRの目標と実績	07
■ コーポレート・ガバナンス	08
■ コンプライアンス	09
■ リスクマネジメント	10

環境

■ 環境とのかかわり	11
------------	----

社会

■ 顧客とのかかわり	17
■ 社員とのかかわり	19
■ 社会とのかかわり	23
■ 株主とのかかわり	24

【編集方針】

本CSRレポートは、ハピネットグループのCSRに対する取り組みをご理解いただくことを目的として、分かりやすく報告することを目指しています。

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。

【報告書の対象期間】

2010年度(2010年4月1日～2011年3月31日)の活動実績について記載しています。一部、2011年度に開始した活動も含んでいます。

【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あらゆるステークホルダーを対象読者と想定しています。

【参照したガイドライン】

GRI「サステナビリティレポートガイドライン」(第3.1版)
環境省「環境報告ガイドライン(2007年版)」

【発行年月】

2011年11月(前回:2011年1月)

【問い合わせ先】

株式会社ハピネット 経営戦略部 CSR推進チーム
〒111-0043 東京都台東区駒形二丁目4番5号 駒形CAビル
TEL:03-3847-2665 FAX:03-3847-0418
URL:<http://www.happinet.co.jp/>

◆ 東日本大震災に寄せて ◆

このたびの東日本大震災の被災地および被災者の皆さまには、心よりお見舞い申し上げますとともに、1日も早い復興をお祈り申し上げます。

ハピネットグループでは、被災地域のお取引先さまへの優先的な商品供給と店舗の復旧に向けての人的支援、さらにメーカーさまご協力のもと、被災された地域のお取引先さまに破損した商品の交換や補填を行いました。

また、被災地へは「日本赤十字社を通じた義援金」「いわき市支援」「取引先見舞金」などの支援を行いました。

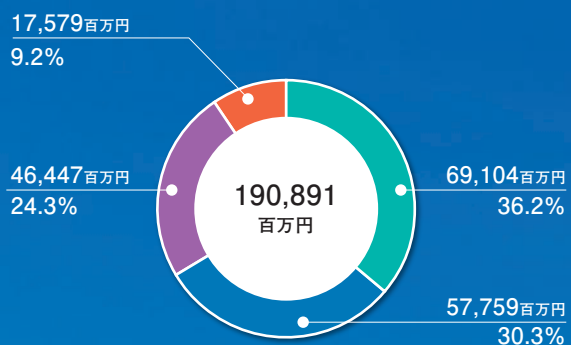
これからも、お取引先さまとの共存を基本として、被災地支援への取り組みを積極的に行い、復興に向けて少しでもお役に立てるよう全社をあげて対応してまいります。

■ グループ概要 — 2011年4月1日現在 —



- 【会社名】 株式会社ハピネット
- 【本社所在地】 〒111-0043
東京都台東区駒形二丁目4番5号 駒形CAビル
- 【URL】 <http://www.happinet.co.jp/>
- 【主要子会社】 株式会社ハピネット・マーケティング
株式会社ハピネット・ピーエム
株式会社モリゲームズ
株式会社ハピネット・ベンディングサービス
株式会社ハピネット・ロジスティクスサービス
- 【従業員数】 連結 935名(男性:741名、女性:194名)
単体 435名(男性:319名、女性:116名)

■ 事業別売上高構成比(2010年度)

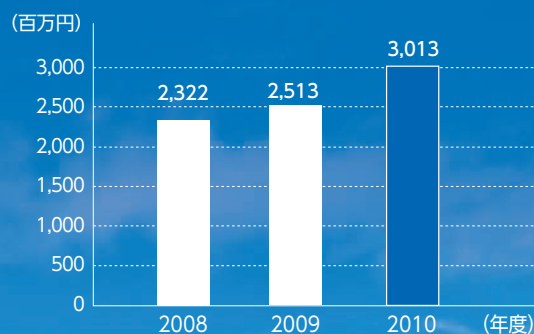


- 玩具事業
- ビデオゲーム事業
- 映像音楽事業
- アミューズメント事業

■ 売上高推移



■ 経常利益推移



グループビジョン

時代を先取りし、積極的に進化する企業となり、お取引先さまをはじめあらゆる関係者の方々に貢献していきます。そのために、ハピネットグループの存在意義と、目指すべき未来像を「グループビジョン」として明文化しました。

グループビジョン

私たちはハピネス・ネットワーキングを展開し、エンタテインメント・スタイルの創造により人々に感動を提供し、夢のある明日をつくります。

経営姿勢

常に変化を先取りして自己革新をすすめ、新しいビジネスをきりひらきます。

◆顧客への姿勢

パートナーシップをもって連帯し、生活者に満足を提供します。

◆社員への姿勢

一人ひとりを尊重し、成長と挑戦の機会をつくり、働きがいのある環境を育てます。

◆社会への姿勢

ビジネス倫理に基づく企業活動を通じて、明るく楽しい社会の実現に貢献します。

◆株主への姿勢

積極的なディスクロージャーにより、経営の透明性を高め、株主の信頼と期待を得る活動につとめます。

行動指針

常に「何が大切か、何が正しいか」を考え、行動します。

ハピネットグループは、人々の幸福な人生 (Happiness) の実現に貢献すべく、グループをとりまくあらゆる関係者との間で積極的にコミュニケーションを図り (Networking)、エンタテインメント事業を通してより豊かなライフスタイルを実現するための付加価値を創造していきます。人々の心に感動を与え、夢のある明日という社会的価値を生み出せる企業グループ。それが私たちの存在意義だと考えています。

CSR理念

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・ネットワーク」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不可欠な社会の持続的発展に対して必要なコストを払い、

未来に対する投資として必要な活動を行います。また、常に「何が正しいか」を考え、自らを律していきます。

株主とのコミュニケーション

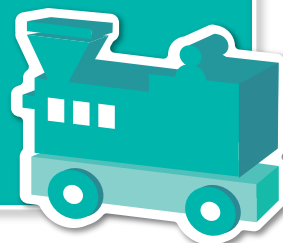
積極的な情報開示をタイムリーに行い、経営の透明性を高めます。

ハピネットグループの事業概要

玩具事業

玩具事業は、ハピネットグループの中核を成す重要なビジネスです。業界最大手の中間流通業として、(株)バンダイをはじめとしたあらゆるメーカーさまの幅広い商品を供給し、確固たるシステムと提案力を強みとして、メーカーさまや販売店さまの多様なニーズにお応えしています。さらに物流の高度化・効率化を推し進めるとともに、新たなチャネルの開拓も積極的に行っています。

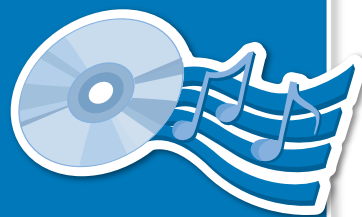
今後は、マーチャライジング機能の高度化やメーカー各社さまとの積極的な取り組みにより、市場拡大策を推進するとともに、適正な在庫管理システムにより、事業の発展を図っていきます。



映像音楽事業

映像音楽事業は、DVD・CD市場に商品を供給し、中間流通業として業界でもトップクラスのBlu-ray・DVD・CDソフトの取り扱いタイトル数を誇っています。また、中間流通業にとどまらず、映画・アニメなどの自社コンテンツ制作や独占販売権の獲得にも積極的に取り組んでいます。

今後は、映像音楽商品の商社として、流通シェアの拡大に力を入れるとともに、良質なコンテンツの創出を図っていきます。



◆トイ・ホビーユニット

(株)バンダイの玩具を中心とした商品を、販売店さまに供給しています。

◆株式会社ハピネット・マーケティング

多くのメーカーさまの玩具を中心とした商品を、販売店さまに供給しています。

◆CVSユニット

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

◆トイ・オリジナルユニット

玩具を中心に、当社のオリジナル・独占販売商品の企画・開発を行っています。

◆株式会社ハピネット・ピーエム

映像・音楽ソフト商品を、販売店さまに供給しています。

◆ピクチャーズユニット

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

ハピネットグループの事業の中核は、メーカーさまと販売店さまの橋渡しを行う「中間流通機能」です。ハピネットは、中間流通業の真の価値は「販売支援システム×物流システム×情報システム」が三位一体となった「最適流通システム」を提供することにあるとの信念のもと、これらのシステムの構築に力を注いできました。絶えざるシステム革新により、ローコストで高品質な物流システムやタイムリーな情報提供など、お客さまの多様できめ細かいニーズに対応しています。

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、国内で発売されているすべての家庭用ゲーム機の取り扱いを実現しています。このオールプラットフォームの取り扱いと売場提案力を強みとして、ビジネスの拡大を推進しています。

今後は、マーケティング機能をさらに強化し、販売の最大化を図ることで、メーカーさまや販売店さまのパートナー企業として確固たる地位を築いていきます。



アミューズメント事業

アミューズメント事業は、カプセル玩具販売機やデータカードゲーム機のお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。

今後も、事業構造改革を引き続き推進し、企画力・開発力のある組織へと変革を図り、新しいビジネススタイルを開発していくことを目指していきます。



◆ビデオゲームユニット

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

◆株式会社モリゲームズ

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

◆株式会社ハピネット・ベンディングサービス

カプセル玩具自動販売機やデータカードゲーム機のおペレーションを行っています。

◆オンラインユニット

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

◆株式会社ハピネット・ロジスティクスサービス

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

CSRの目標と実績



CSRの目標と実績

CSRの目標	評価	2010年度の取り組み実績
処分損・評価減の削減 前期:23億2千万円	×	グループ全体未達成 実績:25億3千万円
業務の効率化	○	2011年4月より映像音楽事業販売部門の統合
EDI ^{*1} 化による事務工数削減や販売機会の拡大	○	継続的に364法人がEDIを実施中
取り扱う玩具の安全性確認体制の強化	○	取り扱う玩具において、STマーク ^{*2} 取得の有無とその内容の自動検索を可能にした
消費者ニーズを把握したオリジナル商品(感動を与える商品・生活が豊かになる商品)の販売	○	「貯犬箱(ちよけんばこ)」大ヒット、海外でも好調 『オーシャンズ』『交渉人』『ゲームセンターCX』『息もできない』『おまえうまそうだな』などの話題作を販売

*1 EDI (Electronic Data Interchange)

商取引に関する情報を標準的な書式に統一して、企業間で電子的に交換する仕組み。

*2 ST (Safety Toy) マーク制度

(社)日本玩具協会が、玩具業界の自主的な玩具安全対策事業として1971年に創設した制度で、対象年齢が14歳までの子ども用玩具に適用。

検査を受けて、形状や強度、材料の安全性について安全基準(ST基準)に適合していると認定された玩具にSTマークを表示することができる制度で、消費者が玩具を選ぶときの目安となります。

2011年度 CSR施策一覧

施策区分	取り組み事項	施策
基盤	コンプライアンス	各事業部門において必要とされる法的リスクマネジメント研修を実施
	事業継続性の確保	物流機能の安定的な継続とサービスレベルの維持ができる体制を確立
	リスクマネジメント	東日本大震災を受け、BCPの見直し、情報セキュリティの取り組み強化
環境活動	環境負荷低減	適正な需要予測と在庫管理の推進による廃棄量削減、グループ全体の電力消費量の削減
	3Rの実施	3R(リデュース、リユース、リサイクル)のさらなる実施
	環境コミュニケーション	環境意識向上のための、eco検定受検のさらなる啓発
顧客	高品質で魅力ある商品・サービスおよび情報の提供	取り扱い商品の、より高い安全性の確保
社員	働き甲斐の追求	年齢別キャリア研修の実施
	労働安全・衛生	社員が安全に働ける職場環境の整備
	職業生活支援体制の構築	休職者、休業者の円滑な復職支援体制を強化
社会	企業市民活動	政府の要請に対応した電力量の15%削減
	社員の自発的な社会貢献	エコキャップ運動を推進
株主	IR活動の強化	個人投資家向けIR活動の実施
	幅広い情報開示の推進	ウェブサイトの内容の充実

コーポレート・ガバナンス



●基本的な考え方

ハピネットでは、企業価値の最大化と経営の健全性を確保することが、最も重要な課題と考えています。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経営体制の確立に努めています。このような視点に立ち、積極的に情報を開示することで、株主の信頼と期待を得る活動に努めるほか、顧客、社員、社会などと良好な関係を築き、長期的に安定した株主価値の向上を図っていきたくと考えています。

●ガバナンス体制

ハピネットのコーポレート・ガバナンス体制について、説明します。

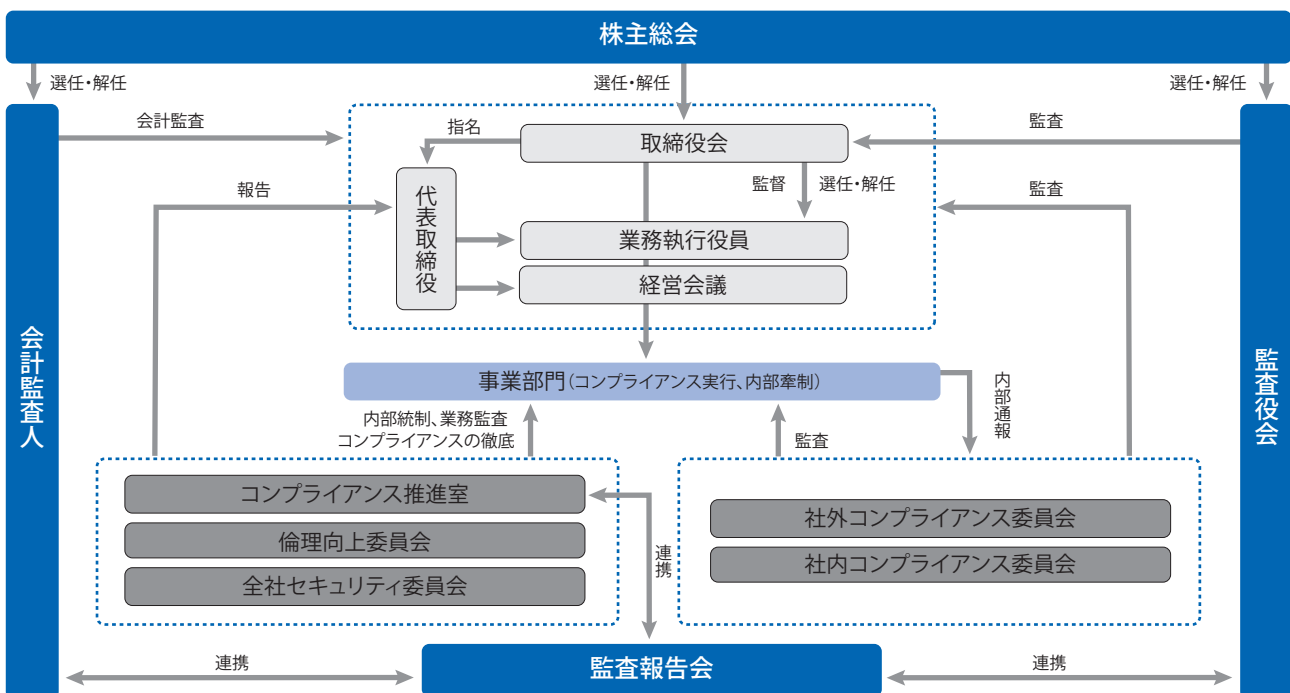
●取締役会による、経営方針と業務執行の意思決定と監査役制度による監査機能を柱とするコーポレート・ガバナンス体制を採用しています。

また、経営と執行の分離による監督体制の強化と経営スピードの向上のために、執行役員制度を導入しています。

●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りコーポレート・ガバナンスのさらなる強化が可能であると考えていることから、委員会設置会社ではなく、監査役制度を採用しています。

●任意の委員会として、指名・報酬の各委員会を設けており、各委員会とも社外取締役をメンバーに加えています。

●顧問弁護士とは顧問契約に基づき、必要に応じてアドバイスを受けています。



コンプライアンス



●基本的な考え方

ハピネットグループでは、法令の目的と精神を理解して行動し、法令に不備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します。それが、社会における「良き一員」としての、当社グループの責務と考えます。

●コンプライアンス推進体制

ハピネットグループでは、各事業部門が公正な事業活動を行っているかのチェックや、コンプライアンスの実効性を高めるために、社長直轄でコンプライアンス推進室を設置しています。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わたる内部監査を実施しています。

●法令の遵守

ハピネットグループでは、コンプライアンスの実効性を高める目的で「ハピネットグループ・コンプライアンス・プログラム」を制定し、法令などの違反に対して迅速な措置をとる体制を整えています。なお、2010年度は、重大な法令違反はありませんでした。

●倫理綱領／コンプライアンス教育

ハピネットグループでは、グループビジョンを実現するために、社会的視点からの規範、社会との共生を軸においた、当社グループのビジネスにおける規範である「倫理綱領」を制定しています。この倫理綱領は「基本編」「実践編」という2冊の小冊子にまとめて、全社員に配布しています。

また、倫理綱領の更新や内容の定期的なチェックと、ビジネス倫理に関する具体的な問題解決を要する事項の対応を決定するために、倫理向上委員会を設置し、倫理綱領の理解や浸透を促進しています。

当社グループでは、新入社員に対して法務知識や倫理綱領など当社グループ社員として必要な基本的内容についての研修を実施しています。また、2010年度においては、部門責任者を対象としたビジネス基本スキルテストの中で、実務に関連する法務知識の理解度の確認およびフィードバックを実施しました。2011年度においても、研修を実施することにより、さらなる知識の浸透を推進していきます。

ハピネットグループビジネス倫理観



●内部通報制度

ハピネットグループ・コンプライアンス・プログラムには、社外と社内にコンプライアンス委員会の設置が規定されています。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。この制度を利用して報告や相談をした社員は、調査の結果、コンプライアンス上の問題の有無にかかわらず、会社における身分および処遇において、いかなる不利益も受けないよう対応を図っています。

リスクマネジメント



●基本的な考え方

ハピネットグループは、事業にマイナスの影響を及ぼすリスクが顕在化したときの迅速な対応に加えて、リスクを未然に防止することが重要と考え、各種マニュアルの整備や担当者への研修を実施しています。また、大規模な災害や事故などが発生した場合に備え、人命および施設などの安全確保を最優先に対応するとともに、損害の範囲と事業への影響を極小化し、効率的な事業復旧を可能とするため、各部門においてアクションプランを策定しています。

●リスクに関するマニュアルの整備

ハピネットグループでは、リスクが顕在化していない平時に、各部門責任者がマネジメントできるように「マネジメントガイド(リスク版)」を策定しています。

また、リスクが顕在化した際に、迅速な対応が可能となるよう「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。加えて、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な対応が可能となるよう、「リスクマネジメント羅針盤」を策定し、各部門責任者への研修を実施しています。

*緊急時リスクマネジメントマニュアル

リスクイベントごとにリスクの発生から収束までの全体フロー、緊急対策本部内における各役割の業務リストおよび、確認した情報を記載するシートなどで構成されています。また、同マニュアルは、各部門責任者に配付し、定期的な研修を実施しています。

●BCP(事業継続計画)の策定

ハピネットグループでは、緊急対応を必要とするリスクが顕在化した際には、最高執行責任者(COO)を緊急対策本部長とし、部門を越えた緊急対策本部を設置します。東日本大震災後の2011年11月現在においても、大規模災害の発生に備えた、各種対策を実行中です。

●BCP(事業継続計画)策定の効果

2011年3月11日に発生いたしました東日本大震災では、BCPおよび各部門において策定していただいたアクションプランに基づき、迅速な社員の安否確認はもちろんのこと、物的被害を最小限にとどめ、早期の事業復旧を果たしました。

BCP(事業継続計画)の対応で 東日本大震災に効果があったこと

(株)ハピネット・ロジスティクスサービスでは、商品を保管する棚の転倒防止策*や商品の落下防止策など、さまざまな地震の対応策を進めてきました。

その中でも、「商品落下防止ゴムバンド」は、東日本大震災の際も商品の落下を抑制し、商品の破損を最小限に抑えることができました。



商品落下防止ゴムバンド

*転倒防止策
「パレット用保管設備連結バンド」、「保管棚連結器具」など

環境とのかかわり



●環境マネジメント

■基本的な考え方

ハピネットグループは、CSR基本方針の下、中間流通業として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」を基盤に、適正な需要予測と在庫管理の推進を図ることにより、廃棄物の削減を行っています。加えて、物流段階で使用される梱包資材の削減・リサイクルなど、事業を通じた環境活動に重点を置き取り組んでいます。また、eco検定受検奨励やライトダウンキャンペーン参加など、社員の意識啓発への取り組みも進めています。このような取り組みを通し、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の保護に取り組んでいきます。

■推進体制

ハピネットグループは、2009年4月に発足した「CSR推進委員会」を中心に、継続して取り組むべき環境課題や対策方法、目標を設定し、各事業部門や子会社における環境負荷の低減に努めています。

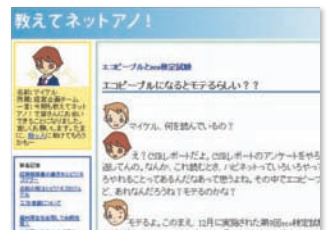
また、2010年度は昨年度から引き続き、各パフォーマンスデータの抽出およびデータを把握するために、体制の整備に取り組んできました。具体的には、各営業所での光熱費、各営業車両の運行記録およびガソリン購入量や購入金額などの把握を行いました。さらに、2009年度に把握できていなかったコピー用紙の購入量などの環境データの整備も進めてきました。

今後は、さらなる体制の強化を図り、より精度の高いパフォーマンスデータの取得に努めていきます。

■社員の啓発

ハピネットグループでは、イントラネット版社内報を活用し、環境配慮に関する啓発を行っています。

具体的には、「eco検定」、「ライトダウンキャンペーン」、「ごみの分別」などの理解を促進するために、キャラクターを使って分かりやすく解説し、社内浸透を図っています。また、給湯室などに節電や節水、ごみの分別を呼びかけるポスターを貼り、社内における環境配慮の啓発を行っています。



イントラネット版社内報一部

■ライトダウンキャンペーン

ハピネットグループでは、2009年度より6月の夏至および7月の七夕の日に年に2回、各事業所屋内外において、ライトダウンキャンペーンを行っています。

ライトダウンの日には、「全フロア、20時完全消灯」に取り組んでいます。この、年に2回のキャンペーンを通して、省エネ、CO₂排出量の削減、残業時間の短縮による社員の健康管理、地球温暖化防止などの社員の意識の向上に努めています。



ハピネット本社ビルでの実施状況

(株)ハピネット・ロジスティクスサービスでの実施状況

環境社会検定試験 (eco検定) の受検を支援

ハピネットグループでは、企業としての環境対策を推進すると同時に、社員に対しても社会の一員ならびに環境と経済を両立させる企業人として、環境マインドの醸成とリテラシーの向上を図っています。

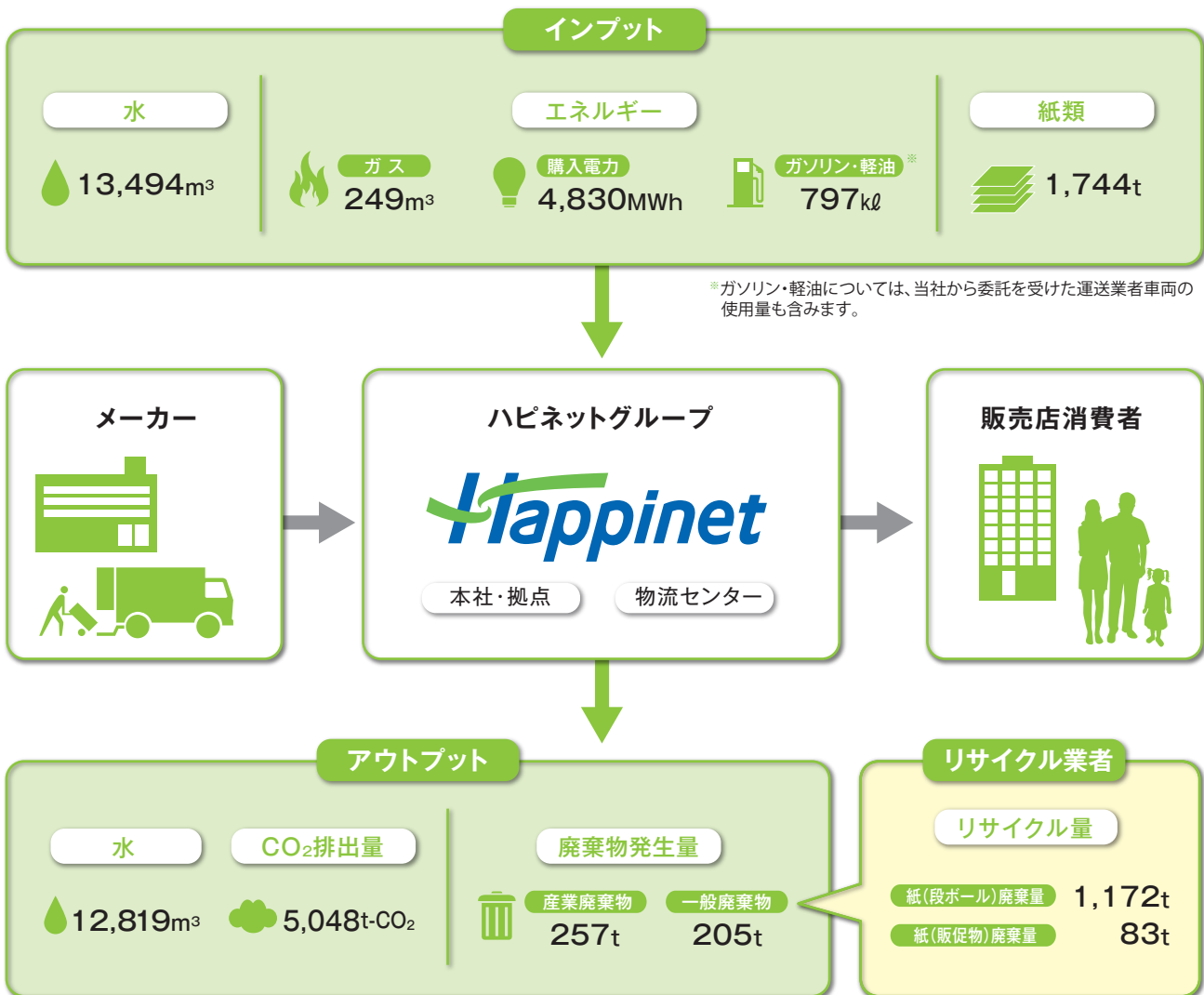
その一環として、「環境社会検定試験 (eco検定)」の受検者全員にテキストと問題集を提供し、資格取得者には奨励金を給付しています。2011年3月現在、検定に合格したエコピープルは、グループ全体で77名誕生しています。

今後ともグループを挙げて社内啓発活動を拡大し、会社全体の環境問題・省エネ意識を高めていきます。



エコピープル集合写真

事業活動による環境影響



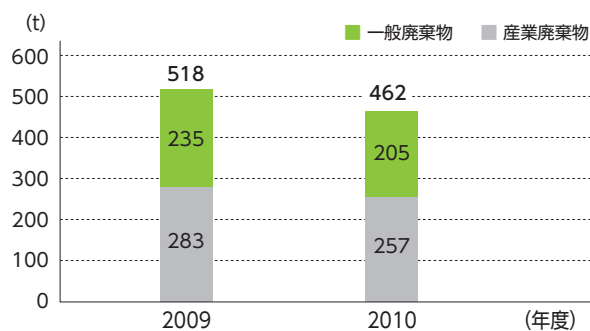
※集計対象範囲は、ハピネットグループ全拠点ではありません。各項目のバウンダリーについては下記をご覧ください。

<http://www.happinet.co.jp/company/csr/environment/management/PDF/data.pdf>

● 環境負荷低減の取り組み

ハピネットグループの中核事業は、メーカーさまと販売店さまの橋渡しを行う「中間流通機能」です。マーケティング機能を強化し、市場に受け入れられる商品を売れるところに売れるだけ供給する。この、適正な需要予測を実施することが、市場在庫・当社在庫の適正化につながります。消費者の手に届かない過剰な社内の在庫は廃棄物の発生となるため、いろいろな取り組みにより、廃棄物の発生を抑え環境負荷低減を目指していきます。

ハピネットグループ廃棄物発生量推移



■ 適正な需要予測と在庫管理の推進

トイ・ホビーユニット、(株)ハピネット・マーケティング

トイ・ホビーユニット、(株)ハピネット・マーケティングでは、消費者と販売店さまのニーズに応えるべく、メーカーさまと協議し、販売数量および調達数量の決定を行っています。また、すべての消費者と販売店さまのニーズを的確に掴むために、店頭販売データを分析し、営業担当者の情報を吸い上げ、需要予測の立てやすい環境を整えています。データの分析は、カテゴリごとの販売金額トレンドを掴むために、玩具商品を8つの分類に分けて金額の推移を捉え、また、商品の販売動向を時系列で把握し、過去発売した類似商品の販売データとすりあわせながら単品の予測に落とし込んでいます。これらの取り組みにより流通在庫の適正化を目指しています。

CVSユニット

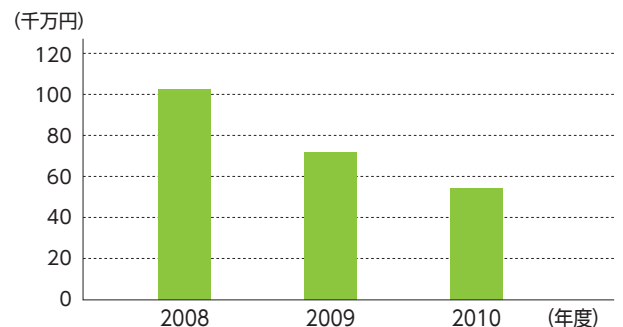
CVSユニットでは、コンビニエンスストア法人に対して、玩具やDVD、ビデオゲームなどを供給しています。店舗への納品はあくまで店舗オーナーさまの意思によ

る商品発注によって決定されます。ハピネットから各メーカーさまへの発注については他販売チャネルと同様ですが、店舗の発注の前に需要予測し、適正な数量をメーカーさまに発注しなければなりません。

発注のギャップが過剰な在庫になり、廃棄商品の増加につながりますので、適正な需要予測は廃棄量の削減をするにあたって、必要不可欠な要素であると言えます。

現在、取引店舗数が4万店弱あるために、予測の難易度が高く、当然欠品もできません。そのため適正な需要予測が適正な在庫実現のポイントとなり、それが結果として廃棄量の削減につながります。

期末在庫金額推移



Voice

適正在庫

CVSユニットにおいて、在庫削減を図るためには「需要予測」が非常に重要になってきます。

そのために各法人のPOSデータ*を分析し、それを蓄積していくことで適正な発注を行っています。

また日々各法人の商品受注状況を管理し、保管在庫の調整を行うことによって、過剰在庫をタイムリーに減らし、適正在庫を保つようにしています。同様に、CVSユニットの中だけでなく、他部署への販売依頼などの連携をとることも重要となります。

適正な需要予測を行い、かつ廃棄量を削減することで、業務面だけでなく環境負荷の低減にも貢献していきます。

(株)ハピネット CVSユニット
営業推進担当 山田 浩義



*POSデータ

お取引先さまの店頭などで蓄積した販売データ(品名、数量、販売時刻など)

ピクチャーズユニット

DVD・Blu-rayなどの映像商品は、実際に販売される商品ごとの数量の格差が大きく、需要の予測は非常に重要です。作品の劇場公開時の興行成績も、商品の販売に大きく影響します。このため、需要予測を行う際には、「劇場数・興行収入・P&A(配給会社におけるプリント製作費や宣伝費などのコスト)・配給会社・製作会社・キャスト、スタッフ」などの情報と類似の動向をすと思える商品の「販売数・レンタル回転数」などのデータをはじめ、映画賞などの受賞実績・プロモーション展開の方向性・展開規模など、さまざまな情報を加味して販売数や売上金額などを試算します。自社で開発した試算表を活用することで、より精度の高い需要予測を行うことを可能にしています。

ビデオゲームユニット

ライフサイクルの短い商品が多いビデオゲーム業界では在庫管理は非常に重要です。当社では物流システム・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。また、販売店さまにご協力いただき、店頭での商品の販売状況や発売前商品の予約状況をいち早く把握することで、発売前の商品、発売済みの商品の需要予測をより高い精度で行い、適正な在庫管理を行うように努めています。

(株)モリゲームズ

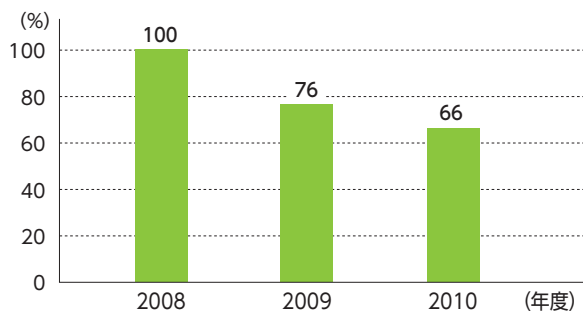
(株)モリゲームズでは、販売におけるチャンスロスの防止と、過剰在庫の軽減に向け次のような取り組みを引き続き行っています。過去10年間の販売データとメーカーさまの商品情報を参考に、プラットフォーム別の市場販売予測を立案。その市場販売予測を基に年間52週マーチャндаイジングプランを策定し、取り扱う商品ジャンル別に強弱があるため、販売店さまごとに予測データを作成しています。販売予測に基づく発注で、商品手配がスムーズになるため、在庫の圧縮にも貢献しています。この予測に基づく計画の導入と在庫保有により、販売店さまからは評価をいただいています。

■廃棄量の削減／販促物の削減

トイ・ホビーユニット、(株)ハピネット・マーケティング

トイ・ホビーユニット、(株)ハピネット・マーケティングでは、昨年の実施内容と同様に、2010年度においても取引アイテム数の削減による廃棄アイテム数の削減に取り組んでいます。2008年度までは年間平均約4万アイテム以上あった取引アイテム数を、2009年度に約20%削減し、2010年度はさらに2009年度対比約10%の削減を実施しています。具体的には、消費者ニーズおよびお取引先さまへのサービスレベルを落とさないよう、同一カテゴリー内における類似商品の品揃えの集約化を行いました。この取り組みによって廃棄金額が13%削減し、CO₂換算値でも6%削減しています。

2008年度を100とした廃棄金額率の推移



(株)ハピネット・ベンディングサービス

ゲーム機や自動販売機は、市場の変化に伴うロケーションの見直しによって機械の入れ替え、撤去が行われます。(株)ハピネット・ベンディングサービスではこれらの機械の廃棄量の削減に取り組んでいます。

具体的な活動としては、特約店さまの需要に対応した中古自動販売機の供給と、ゲーム機器類を中古市場に流通させることによるリユースが挙げられます。

また、さまざまな理由で各拠点に回収されていた自動販売機商品の在庫については、一拠点に集めて効率的な商品の仕分けを行い、商品を再利用することにより在庫の消化を促進することができ、処分削減につながりました。

■ごみの分別とリサイクルの取り組み

本社ビルの執務フロア内に、「ごみステーション」を設置し、ごみ分別表示板に従って、素材ごとに分別して捨てるように社員に呼びかけています。その結果、分別により2010年度の本社ビルにおけるごみの年間総排出量は昨年対比で15%の削減となりました。今後も、改善を重ね、より分別の精度を高め、環境負荷低減に努めていきます。

本社ビル廃棄物量

2009年度	2010年度	昨年対比
76,475kg	65,245kg	▲15%

■情報機器のリサイクル

ハピネットグループのシステム部門では、昨期より廃棄対象になったパソコン、プリンタや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にリサイクル業者を選択し、資源の再利用、廃棄量の削減を実施しています。今期は、機器をリサイクル業者に渡すまでの保管方法の効率化を実施します。また、不要になったパソコンをメモリ増設等のカスタマイズをして社内にて再利用します。他に、省エネモードのパソコン配布、節電設定の呼びかけおよび、設定方法に対する問い合わせの対応なども積極的に行っています。

■文具の一括管理

(株)ハピネット・ピーエムでは、コピー用紙やトナーなどの備品、文具の使用状況を都度確認し、保管場所の効率的管理を行いながら過剰な発注を防ぎました。この結果、前年度672万円の経費が552万円に収まり、18%のコスト削減が実現しました。さらに、リユースを推進することで、廃棄を削減することができ、社員の環境に対する意識の啓発にも貢献しています。

■リサイクルの推進

(株)ハピネット・ベンディングサービスでは、お取引先さまのご理解をいただき、入荷時のカートン箱のほぼすべてをお取引先さまへのピース・アソート出荷^{*}の梱包材として利用。年間約6万ケースある出荷のうち、80%の約5万ケースに再利用しています。この結果、

入荷時のカートン箱のごみをほぼなくすことに成功しました。今後は梱包材以外についても、資源の有効活用の工夫を実践したいと考えています。また、トレーディングカードやデータカードダスなどの紙製商品について、従来の廃棄処理からリサイクル処理への移行を推進することにより、2010年度は紙製商品の100%リサイクル化を達成しました。

^{*}ピース・アソート出荷

ピース単位でさまざまな種類の商品を詰め合わせて梱包する出荷方法。

■物流領域における3R

(リデュース、リユース、リサイクル)の推進

(株)ハピネット・ロジスティクスサービスでは、お取引先さまへの納品時に使用する梱包資材の資源使用量削減と有効活用を念頭に継続的な改善・改良を進めています。梱包資材の中でも代表的な段ボールの使用を最小限に抑えるため、メーカーさまからの入荷商品に使用されている段ボールの再利用や、折りたたみコンテナによる納品を推進するなど、梱包資材の「リユース」活動を行っています。また、豊富なサイズの段ボールを取り揃え、商品特性や数量に応じた最適な段ボールの選択を可能にし、無駄な梱包資材の使用を防ぐなど、「リデュース」活動を行っています。昨年は、再生紙を使用したクッション入り封筒の使用も開始しました。再利用できない段ボールなどについては、「リサイクル」につなげています。また、これまで一般ごみとして廃棄していた細かなビニール類や紙類についても分別することにより、リサイクルの対象範囲を広げる活動を進めています。

この結果、一般廃棄物の排出量は昨年に比べ約20%の削減(2011年1~3月度)を達成しました。

Voice

リサイクルの推進

今まで廃棄していたごみの中にもリサイクルが可能なものがあることが分かり、昨年より、倉庫内で発生するごみの分別の徹底を行っています。紙、透明ビニール、梱包用結束バンドなどを分別するために専用のごみ箱を用意、分別するごみについては誰でもわかるように、サンプルを倉庫の入口に掲示することで、運用の定着化を図りました。この結果、西日本ロジスティクスセンターの一般ごみの廃棄量は昨年に比べ半減し、廃棄にかかるコストも削減することができました。環境に対する意識を持ち、具体的に実行することが大切であると痛感しましたので、今後も継続して取り組んでいきます。

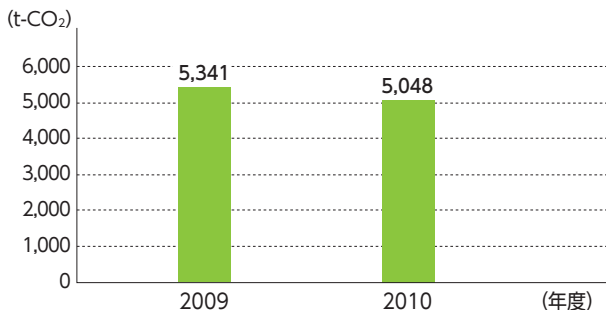


(株)ハピネット・ロジスティクスサービス
西日本ロジスティクスセンター 岡田 雅彦

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排出量の削減に取り組んでいます。2010年度は、営業・仕入・物流の連携による物流拠点の有効活用の取り組みを強化したことで、CO₂排出量の削減を行いました。

ハピネットグループCO₂排出量推移



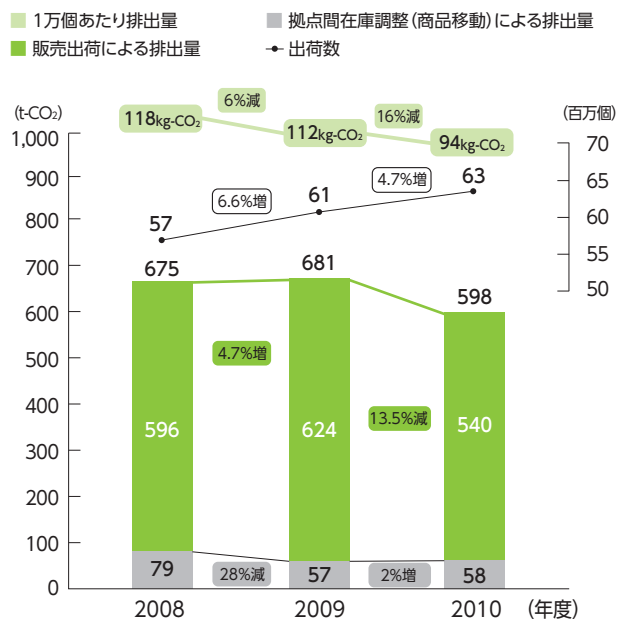
物流におけるCO₂排出量の削減

玩具事業については、出荷量が増加しているにもかかわらず、お取引先さまへの納品（配送）にかかわるCO₂の排出量は、前年比で13.5%（84トン）削減しました。これは、一部のお取引先さまについてはより近い

物流拠点からの出荷に変更し、配送距離の短縮を図るなど、営業と物流が一体となりCO₂削減に向けた取り組みを実施した結果です。

全国に6カ所ある物流拠点について、お取引先さまへの配送距離が最も短くなる拠点からの出荷を更に推進するなど、納品時のCO₂削減を図る取り組みを、お取引先さまへのサービスレベルの向上を前提に、今後も継続的に行ってまいります。

玩具事業におけるCO₂排出量推移（過去3年）



オフィスにおける省エネルギーの推進

ハピネットグループでは、2010年度もチェックリストを用いて、エアコン・電気の消し忘れを防止する取り組みを行いました。また、イントラネット版社内報を活用し、節電の呼びかけなどを継続しています。それらの効果もあり、2010年度は本社ビルの電気使用量が、2009年度と比較して約4%の削減となりました。東日本大震災後は、執務フロアの35%の蛍光灯の間引きを行い、オフィスにおける省エネルギーを推進し、光熱費削減に向けた活動を継続してまいります。

本社ビル電力使用量年間推移

項目	2008年度	2009年度	2010年度
電力使用量(kWh)	558,912	543,682	523,699
CO ₂ 排出量(t-CO ₂)	237.5	227.3	201.1

顧客とのかかわり



● 基本的な考え方

ハピネットグループでは、「お客さまに安全な製品を供給すること」および「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」が、製造・流通事業者としての社会的責任であることを十分に認識し、「ハピネットグループ製品安全に関する基本方針」を策定しています。

当社は、この基本方針を役員・社員に周知徹底し、その確実な実施を図っています。

ハピネットグループ製品安全に関する基本方針（一部抜粋）

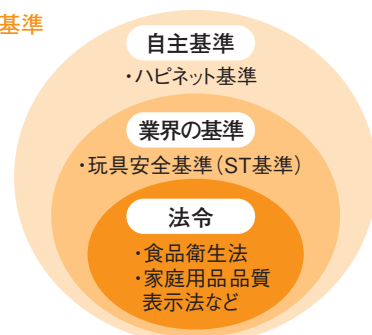
- 法令遵守
消費生活用製品安全法その他の製品安全に関する法令に規程された義務および業界団体で定められた製品安全に関するガイドラインを遵守するとともに、これらを社内に徹底します。
- 自主行動計画の確立
この基本方針に基づき、製品安全に関する自主行動計画を策定・推進し、「お客さま重視」および「製品安全の確保」を企業文化として確立します。
- 製品事故情報等の収集と開示
当社が自社で製造し、販売する製品および他社から調達して販売する製品に係る事故について、その情報を消費者から積極的に収集するとともに、消費者に対して適切な情報提供を行います。
- 重大製品事故の報告
製造製品に関し重大製品事故が発生したときは、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。
- 安全な製品の供給
(社)日本玩具協会の玩具安全基準・玩具安全マーク制度を活用するなどにより、安全な製造製品の供給を図っていきます。
- 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。

● 製品責任

■ オリジナル玩具製品の品質への取り組み

ハピネットグループのオリジナル玩具製品の開発において、より安全な製品をつくるために自社品質基準（ハピネット基準）を設けています。ハピネット基準では、当社グループが発売する各製品にかかわる法令（食品衛生法など）や（社）日本玩具協会が定める玩具安全基準（ST基準）をすべて網羅した上で、さらに厳しい自主基準を制定しています。また、各事業部門の品質にかかわる責任者が主体となって、「品質保証推進委員会」を定期的開催。この委員会で、当社グループが今後取り組むべき課題の検討や、製品事故、失敗事例などの情報共有、およびハピネット基準の改定などを行っています。ハピネット基準の改定は、法令や業界基準の動向やお客さま相談窓口、およびお取引先さまよりいただいたご意見やご要望などを踏まえて検討しています。オリジナル玩具製品の開発部門においては、定期的にハピネット基準に関する勉強会を開催し、企画担当者や開発担当者が出席して安全基準の理解と安全に対する意識強化を行っています。また、生産委託事業者向けに「ハピネット品質保証ウェブサイト」を開設し、ハピネット基準の最新版が常に確認できるようにしています。このウェブサイトの開設により当社グループ品質基準および品質保証体系などについて、より一層の理解度の向上と浸透を図っています。

ハピネット基準



■ CoC (Code of Conduct: 行動規範) 監査

ハピネットグループでは、主要な海外生産委託先工場に対し、CoC監査*を実施し、お客さまに安心していただける製品を提供するという責任を果たすために取り組んでいきます。

*CoC監査

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

Voice

品質基準

私たちは、お客さまから『ハピネットの商品を買ってよかった』と言っていたく事を目標に商品開発に取り組んでいます。お客さまへ安全、安心、価値、満足を提供するためには衆知を集めた開発体制が必要になり、一つの商品を製作する際には、企画部門、開発部門、品質保証部門がチームを結成し、より多くの『買ってよかった』をいただけるよう、多くの目で商品をチェックしながら商品開発を行います。また、品質保証の徹底には仕組みや基準の制定は必要不可欠な事はもちろん、製作者一人ひとりが子どもに優しい玩具を作るという気持ちを持つことが大切です。商品開発部門では『子どもに優しい商品作り』の心を持ち続け開発を行います。

(株)ハピネット トイ・オリジナルユニット
統括 小前 勇治



■ 有害物質への対応

ハピネットグループでは、オリジナル製品の材料の安全性にかかわる基準について、自主基準を設定しています。そして、工場から出荷する際に、製品の品質に関する検査の実施を徹底して、安全性の確保に努めています。

また、製品の材料検査についても、接触できるすべての部位の重金属8元素、当社グループ自主基準指定素材(PVCなど)におけるフタル酸エステル類6種、ほか該当する材料の安全性にかかわる検査項目などについて、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において検査を実施し、安全性を確認しています。

■ 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り、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、内容表現の青少年に与える影響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、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、一般市民やユーザーに対しゲームソフトの選択に必要な情報を、パッケージにつけた年齢区分マークやコンテンツアイコンなどで提供し、青少年の健全な育成を図るとともに、社会の倫理水準を適正に維持する活動に努めています。

● 個人情報の保護

オンラインユニットは、一般の消費者の方々から直接のお客さまであるため多くの個人情報を取得しており、お客さまの個人情報は非常に大切なものであることを認識し、ハピネット独自の「個人情報保護方針」を定め、その保護のために細心の注意を払っています。この目的達成のために、(社)日本プライバシー認証機構のTRUSTeマークの認証を受けています。またグループ内のインターネット関連部門の中核として、グループ各社・各事業部門のホームページの安全・安心なサイト運営の支援を実施しています。

また、オフィスの入室にはカードキーを使用、防犯管理システムを独自に設置し、厳重な顧客情報管理対策を行っています。



オンライントップページ

社員とのかかわり



● 基本的な考え方

ハピネットグループでは、「人」に対する根本理念として、「人事憲章」を制定しています。これは、経営における「人」の位置づけとありかたについて銘記したものです。当社グループが成長・発展を遂げるためには、参画する一人ひとりの社員の成長・発展が根本であり、ここに最も重要な経営課題として人材育成を位置づけています。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、その実現のために最大限の支援を行うことを記しています。

● 人権の尊重・擁護

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

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

● 人材開発

ハピネットグループでは、社員は積極的な自己の能力開発を、会社は社員の能力を最大限に発揮できる機会と場の提供に努めることを「人事憲章」に銘記し、次世代経営幹部候補から新入社員に至るまで、多種多様な研修プログラムを実施しています。

選抜教育としては、ハピネット・マネジメントスクールを発足し、次世代経営幹部候補に対する外部機関を活用した研修を実施しています。また、社内の教育制度であるセールスアカデミー、スタッフアカデミーにおいては社内資格となるバリュープランナー、ソリューションプランナーの認定を目指し、若手優秀層の早期選抜教育に努めています。

また、階層別の研修、育成層に向けた集中的な基礎教育、販売士検定の受検や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。

Voice

バリュープランナー研修

バリュープランナー研修の大きなポイントは、「机上の空論」を語る研修ではなく、「実務」に即した企画・提案力を磨く研修であるという点にあると思います。

わたしはバリュープランナー研修を通して、問題・課題を解決するためには、表面上の事象にとらわれず、いかにして物事の「本質」をえぐり出し、アクションを起こすのかということが重要であると考えられるようになり、自分のビジネススキルを大きく向上させることが出来たと実感しています。

(株)ハピネット・ベンディングサービス
DBチーム 奥村 亮介



● 人事制度

成果主義・時価主義に基づき、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。年俸制を推進し、事業における業績や個人の成果の反映先をより明確にした制度へと改訂を図っています。また、自立した個である社員の多様なキャリアビジョンを支援するために、社内公募制度や、入社5年目未満の育成層を対象とした計画的なジョブローテーション制度などを採用しています。

さらに、目標管理制度を導入し、年間3回の上司・部下による面談を通じ、目標達成に向けた社内コミュニケーション強化を図っています。

目標完遂シート:目標管理制度

4月 目標面談

年間目標の本人申告⇒上司確認
双方すり合わせによる目標設定のための面談

10月 中間面談

期中の施策変更(追加・削除)および進捗状況の確認のための面談

2月 育成面談

年間評価の自己申告⇒上司評価
双方すり合わせによる評価面談および次年度以降の育成のための上司アドバイスなど

● 多様性への配慮

人材時価(価値)制度においては、個人の属性にとらわれることなく、適性や能力による価値発揮に応じた公平な処遇・雇用機会の創出に取り組んでいます。

近年の採用傾向としては女性の比率が増加し、2010年度の新入社員は45.4%が女性、社員全体に対する女性比率は21.5%で、リーダーの役割を担う社員における女性比率は3.8%となっています。

また、ワークライフバランスを重視し、育児休業規程についても、エンタテインメント企業として次世代へと

つなげるべく、法定を上回る内容にて社員に対する支援を行っています。今後も性別・年齢・学歴などにかかわらず、社員の成長と挑戦の機会の提供に努めていきます。

Voice

多様性への配慮

ハピネットグループでは、次世代育成支援対策推進法に基づく一般事業主行動計画を策定し、取り組んでいます。計画として公表している以外にも、育児休業経験者の意見交換会やスムーズな復帰に向けての休業中の定期連絡や復帰時面談などを行っています。意見交換会では、両立の心構えや工夫などを皆でわいわいと話し合い共有しています。子育て中の女性は、時間の使い方が効率的で上手いので本当に驚きます。

このような取り組みを通じて、ハピネットグループ全体をより働きやすい会社、一人ひとりが自分のキャリアを描き、夢を実現させていけるような会社にしていきたいです。

(株)ハピネット 安全衛生推進チーム
宇都宮 薫



● 労働安全

ハピネットグループの「人」に対する根本理念に基づき、社員の安全と総合的な健康の保持増進、快適な職場環境づくりを推進し、仕事を通してより豊かな社会生活を実現できるようにさまざまな支援をしています。

社内外の産業保健スタッフが協働で、トータルヘルス相談や、ストレス対処方法・メンタルヘルスの教育・研修などを実施、また、各職場から選任された委員による安全衛生委員会活動では、社内の安全衛生について活発な意見を出し合い、より良い職場環境づくりのための提案や改善策を実行しています。

■残業時間／休日出勤の削減

社員の健康の保持増進を図り、労働災害を未然に防止することを目的に、残業に関するルールを徹底しています。健康リスクと時間外労働は密接に関係していることから、ルールの徹底は適切な時間管理・作業管理を行う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というのを、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。

■メンタルヘルスの取り組み

社内に専門の相談窓口を設置し、産業医や産業保健スタッフとの協働および関係部署やリーダーとの連携により、現場に密着したサポート体制を実施しています。また、外部機関と連携した全社員対象のストレスチェックを実施し、ストレスへの対処方法などを情報提供しています。

新入社員対象の「セルフケアの研修」や管理者対象の「ラインケアの研修」などを実施し、メンタルヘルスの予防や教育にも取り組んでいます。

■健康管理／健康診断について

社員の健康の保持増進のために、法定健診だけでなく、年齢層に応じ、会社から補助金を出して人間ドックやオプション検査の受診を推進。その結果、2010年度においての健康診断受診率は、100%を達成しました。

さらに、今期からハピネットグループ独自のトータルヘルス相談問診票の導入・活用により、生活習慣や健康状態を把握し、保健指導や相談を行うなど、サポート体制を一層強化しています。また、2013年3月末日に社内全面禁煙を目指し、その一環として「禁煙支援制度」を導入し、禁煙挑戦者へ医療補助金をはじめとしたさまざまな支援を行っています。

■安全な職場環境づくり

安全な職場の確保のために、産業医・衛生管理者・安全衛生委員会メンバーによる定期的な職場巡視を実施し、危険個所の点検や改善に取り組んでいます。衛生面では年間を通じてアルコール消毒剤やうがい薬・消毒石鹸の設置など、疾病予防対策を実施し、感染症の未然防止に努めています。また、熱中症対策などを行い、社員が安心して働ける環境づくりをしています。

AEDの設置／救命技能講習

ハピネットグループでは、万一の事態に備えて、本社ビルやロジスティクスセンター、営業所など9カ所に、14台の自動体外式除細動器(AED)を設置しています。

また、応急手当の普及を目的に、救命技能認定資格を推奨しています。救命技能認定資格取得者の合計は178名(2011年6月現在)になりました。今後もできるだけ多くの社員に救命技能講習会への参加を呼びかけていきます。

安全運転への取り組み

(株)ハピネット・ベンディングサービスでは、2010年度は、車両運転に関するルールの徹底のほか、「実務に即した安全運転に関する情報交換」を新たなテーマとし、全国13拠点合計16回の安全運転講習会を実施しました。安全運転講習会を通して、エコドライブの意識向上を図り、環境にやさしい運転の推奨を実施しています。「ふんわりアクセルスタート」「早めのアクセルオフ」など具体的に目標設定し、安全運転だけでなく、燃費向上を目指しました。

安否確認システム

大規模な災害の発生時に、社員とその家族の安否の確認を第一に行い、事業復旧・早期再開に向けて安否情報を迅速に収集・共有化できるシステムをグループ役員・社員全員に導入して、定期的な訓練を実施しています。東日本大震災時には、電話回線の中断により訓練時よりも確認までに時間がかかってしまいましたが、98%の応答率で社員の安否確認の一助となりました。

● 福利厚生

ハピネットグループでは、職場環境の充実だけでなく、雇用形態にかかわらず社員や家族の生活環境のサポートを行うことができるよう、各種福利厚生メニューを用意しています。

例えば、年間で一定のポイントを社員に付与し、育児・介護サポート、各種健康促進、医療費補助、カルチャースクールやレジャー施設の利用補助、自己啓発へのサポートといった幅広い福利厚生メニューの中から、社員個人やその家族がそれぞれに合ったサービスを選択できるカフェテリアプランを導入しています。

また、財形貯蓄制度や社員持株会といった社内独自の制度を制定し、社員の将来を見据えたライフビジョンもサポートしています。

● いきいきと働ける職場環境の整備

■ 社内表彰制度

期待される人材像へのアプローチと個人の挑戦意欲の喚起を目的とし、全社員を対象に社内表彰制度を導入しています。この制度は、当該年度においてセールス部門・スタッフ部門・プロデュース(企画)部門において、それぞれ優れた成果をあげた社員を表彰するものです。特に優れた成果をあげた社員には、最高殊勲賞が授与されます。年度末に開催される次年度の年度経営計画発表会内のセレモニーとして、毎年表彰式を行っています。2010年度は18グループ56名が表彰されました。受賞者からは関係者への感謝の言葉と、次年度への決意などの感想が寄せられ、社員のモチベーションアップにつながっています。

■ フリーアドレス

ハピネットグループのオフィスでは、約10年前からフリーアドレスを導入しています。フリーアドレスとは、社員の席を一定の場所に固定しないという発想で、誰がどこに座ってもよいと、効率よく業務を進められる環境となっています。そのため、役職に応じた席も存在しません。執務環境としては個人の内線電話を固定電話機からPHSに変更し、パソコンはデスクトップパソコン

からノートパソコンに変更したことで、フリーアドレスを実現しました。

■ クラブ活動

ハピネットグループでは、野球部、サッカー部、バスケットボール部、テニス部、華道部の5つのクラブ活動があり、定期的に活動を行っています。クラブ活動を通じて、グループ社員が交流を図る場にもなっており、コミュニケーションの活性化にもつながっています。また、2010年度は野球部、サッカー部、バスケットボール部の3クラブが加盟している各リーグや組合の大会において優勝を果たしています。

Topics

● 禁煙支援への取り組みについて

ハピネットグループでは2000年より執務フロアから中が見える喫煙室を設けるなど、喫煙対策に取り組んできましたが、今期より、

- 1 社員の健康の保持増進とより快適な職場づくり
- 2 エンタテインメント、子どもに携わる企業としての姿勢を示す

という目的を明確化し、2013年3月末日での社内全面禁煙を目指しています。

2010年10月、社員を対象に喫煙に関する意識調査を実施。その後、安全衛生委員会を中心に労使一体となり、調査・審議を行っています。

まず、受動喫煙防止の強化策として、2011年1月に本社の喫煙室を執務フロアと分離した1カ所に集約し、分煙化を推進しています。

5月31日には世界禁煙デーにあわせた「1日社内全面禁煙デー」を実施。6月より「禁煙支援制度」を導入し、禁煙挑戦者への医療補助金をはじめとしたさまざまな支援も行い、禁煙化までのステップを着実に進めています。

社会とのかかわり



● 社会貢献

■ 東京おもちゃショー2010

ハピネットは7月15日から7月18日に開催された、東京おもちゃショー2010に出展しました。おもちゃショーのテーマは『おもちゃで世界を笑顔に』です。当社が発売するおもちゃを通じて世界の子どもたちへ笑顔を届けたいという願いは不変です。

7月17日、18日のパブリックデーでは、ハピネットブースにたくさんの遊び場を用意し、楽しんでいただきました。『ケイドレーダー』の実演に、子どもたちは驚き、歓声が上がりました。また『絶叫怪奇文房具 キモケシ』コーナーでは、体験会を行い終始大盛況でした。さらに『Newあめdeわたあめ』コーナーでは、作りたてのわたあめに長い行列ができました。ブース内には子どもたちの楽しそうな笑顔が溢れ、大興奮の2日間になりました。



東京おもちゃショー2010

■ ペットボトルのキャップを回収してワクチンへ

「ペットボトルのキャップを集めて世界の子どもにポリオワクチンを届ける」という運動を1年を通して実施してきました。これは1社員の発想で始まったもので、社員や社員の家族の皆さんの協力を得て、目標の12,000個を大きく上回る18,162個を集めることができました。

集めたペットボトルのキャップをリサイクルすることで、約22名分のポリオワクチンになり、さらに、約143キログラムのCO₂の排出を抑制することができました。今後もこの運動は着実に続けていきます。



ペットボトルキャップ回収BOX

東日本大震災への対応

ハピネットグループの東日本大震災の被災地や被災者の皆さまに向け、これまでに行った取り組みをご紹介します。

● 義援金

- ・東北地方太平洋沖地震における被害に対する支援
- ・おもちゃ図書館を通じて被災地に義援金を寄付

● おもちゃを被災地へ

- ・(社)日本玩具協会を通じて被災地の子どもたちに玩具を寄付

● いわき市との交流

- ・映画「フラガール」でお世話になったいわき市の皆さまに、義援金、物資を送付

● 「東北こども博」への協賛

- ・(社)日本玩具協会を通じて、「2011東北こども博実行委員会」が主催する「東北こども博」に協賛

株主とのかかわり



● 基本的な考え方

ハピネットグループでは、高い透明性を保ち、タイムリーな情報開示を行うとともに、ハピネットグループの経営姿勢や事業内容を深く理解していただけるよう、株主や投資家の方々と質の高いコミュニケーションを図るように努めています。これらの活動を円滑に行うために、広報の専門部署を新たに設置し、株主・投資家の皆さまとの更なるコミュニケーションの充実を目指しています。

● 株主還元策の実施

ハピネットグループでは、株主価値の最大化を図るために安定配当を実施するとともに、企業価値向上を図るために各事業年度の利益状況と将来の事業展開を総合的かつ中長期的に考慮し、将来性と収益性の高い分野への投資と強固な事業基盤確立のため、内部留保の充実に努めてきました。引き続き積極的に投資していく方針に変更はありませんが、事業や財務状況に関する中長期的な見通しを総合的に勘案し、2012年3月期の配当予想を上方修正することを、2011年8月10日に発表しました。

また、個人投資家の皆さまにご満足いただき、長期的に株式を保有して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。2009年3月末実施の株主優待より、カタログ形式を採用して商品を選んでいただけるようにしました。今後も株主優待の内容拡充に努めていきます。

● 株主総会・株主懇談会の開催

株主の皆さまとの直接的なコミュニケーションの場である株主総会に、より多くの方に参加していただくため、2010年より定時株主総会を土曜日に開催しています。また、定時株主総会終了後、株主懇談会を開催しています。株主懇談会は、株主の皆さまから率直なご意見やご質問をいただける場でもあると考え、いただいたご意見やご質問に対しては、積極的にお応えしていくよう努めています。

● 説明会の開催

機関投資家やアナリストの皆さまに向けての活動としては決算説明会を年2回開催し、個人投資家の皆さまに向けての活動としては証券会社などが主催する個人投資家説明会に参加しています。これらの説明会では、社長自ら、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、参加していただいた皆さまからのさまざまなご質問にお答えしています。

なお、決算説明会で使用した資料をウェブサイトに掲載することで、公平に情報を提供しています。



個人投資家説明会

株式会社ハピネット

〒111-0043 東京都台東区駒形二丁目4番5号 駒形CAビル
TEL. 03-3847-2665 経営戦略部 CSR推進チーム

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