



HAPPINET REPORT 2024

2024年3月期 統合報告書

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:03-3847-0521 (代表)

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

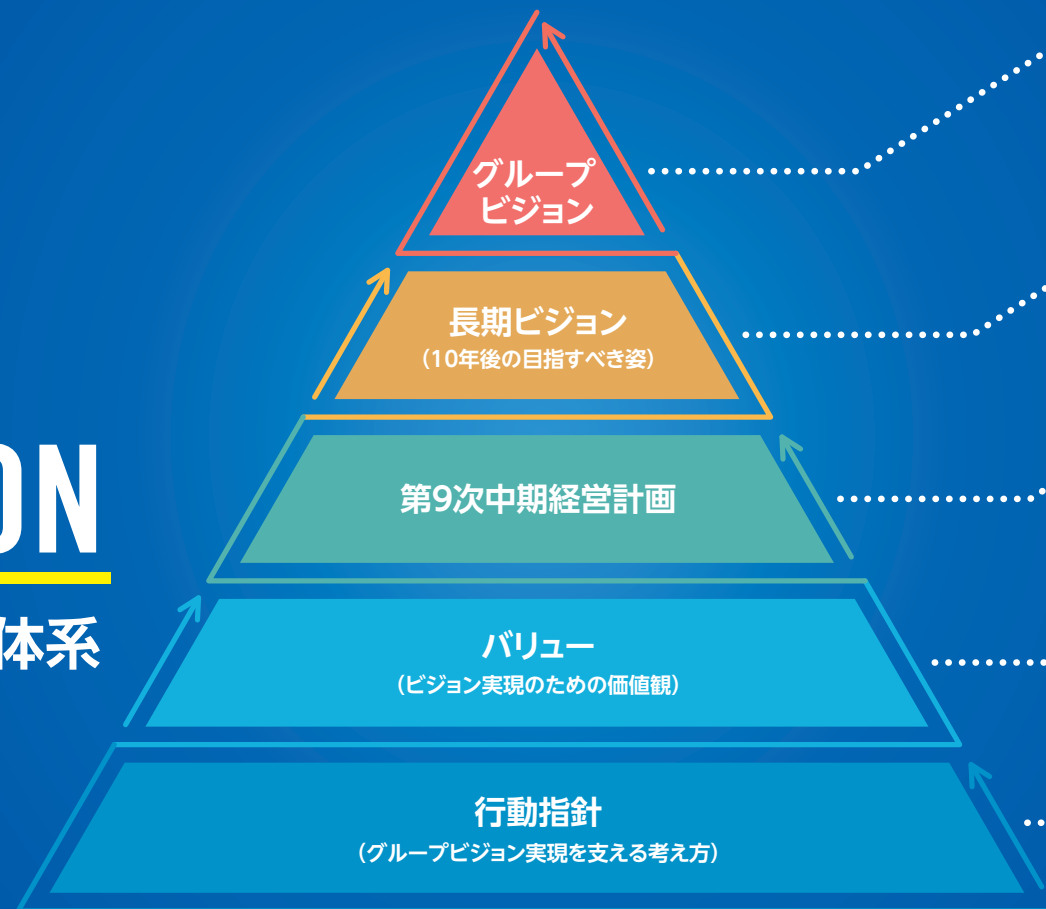
ハピネットグループが目指す未来像

私たちハピネットグループは、人々に感動を提供するエンタテインメント事業を通して多くの方の心を豊かにし、「夢のある明日づくり」によって社会的価値を生み出せる企業でありたいと考えています。

“ハピネス・ネットワーキング”とは、社名の由来でもあり、当社グループの事業コンセプトを表します。「人々の幸福な人生（Happiness）の実現に貢献する」という信念のもと、グループを取り巻くあらゆるステークホルダーとの間で積極的なコミュニケーションを図りながら（Networking）、豊かなライフスタイルの提供を目指しています。

OUR VISION

ハピネットグループ | 経営体系



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。

エンタテインメントの可能性を追求し、“from”ハピネットの世界をワクワクさせるクリエイティブカンパニー

エンタテインメントとプラットフォームのデュアルエンジンで挑む創造的成長

“世界をワクワクさせる”を支える私たちの3つのエネルギー

創造性 × 主体性 × 組織力

創造性 (Creation) : 事業・商品・コンテンツ・サービスを創造する意志
主体性 (Challenge) : 自身が主体的に決断・行動する意志
組織力 (Capability) : 全体のチームワークを結集し相乗効果を得る意志

常に「何が大切か、何が正しいか」を考え、行動します。

ABOUT US

ハピネットグループは、玩具を中心に、映像・音楽ソフト、ビデオゲーム、アミューズメント関連商品を、いずれもトップクラスのシェアにて取り扱うエンタテインメント総合商社です。オリジナル玩具、映像作品、ビデオゲームソフト等の企画・製作にも注力するなど、エンタテインメント商材を通して「夢」を届ける事業を展開しています。

[HAPPINET REPORT 2024] 編集方針

ハピネットグループは、幅広いステークホルダーの皆さまを対象に、当社グループの中長期的な成長性や企業価値向上のための取り組みに対する理解を深めていただくことを目的に、2023年3月期より統合報告書「HAPPINET REPORT」を発行しています。当レポートの編集に当たっては、IFRS（国際財務報告基準）財団の「国際統合報告フレームワーク」や経済産業省の「価値協創ガイダンス」を参照しています。

将来見通しに関する注意事項

当レポートは、当社グループの計画・見通し・戦略・業績などに関する将来の見通しを含んでいます。この見通しは、現在入手可能な情報から得られた判断に基づいています。したがって、実際の業績は、さまざまなリスクや不確実性の影響を受けるものであり、これらの見通しとは大きく異なる結果となることをご承知おください。将来の見通しに影響を与える要素には、当社グループの事業領域を取り巻く経済環境・競争圧力・関連する法規・商品の開発状況の変化・為替レートの変動などがあります。ただし、見通しに影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。

（注）当レポートの内容は、2024年3月期（2023年4月1日～2024年3月31日）の実績に基づいています。（ただし、一部2024年4月以降の情報を含みます）

統合報告書の位置付け

財務情報	非財務情報
統合報告書「HAPPINET REPORT」 https://www.happinet.co.jp/ir/library/integrated_report.html	当レポートでは、ハピネットグループの企業価値創造に向けた成長戦略や事業戦略、ESG情報などの財務・非財務双方の情報をコンパクトにわかりやすく発信しています。
▶ 当社Webサイト「株主・投資家の皆さまへ」 https://www.happinet.co.jp/ir/index.html	▶ 当社Webサイト「サステナビリティ」 https://www.happinet.co.jp/sustainability/index.html
▶ 有価証券報告書 https://www.happinet.co.jp/ir/library/securities.html	▶ コーポレート・ガバナンス報告書 https://ssl4.eir-parts.net/doc/7552/tdnet/2462850/00.pdf
▶ 決算説明会資料 https://www.happinet.co.jp/ir/library/presentation.html	

CONTENTS

SECTION 01 ハピネットについて

- 02 価値創造プロセス
- 04 ハピネットグループが展開する4つの事業
- 05 ハピネットグループの強み
- 06 挑戦の軌跡

SECTION 02 経営戦略・事業戦略

- 08 トップインタビュー
- 09 中長期ビジョンの概要
- 10 中期経営計画の進捗
- 12 財務戦略
- 14 情報戦略
- 15 事業戦略
- 20 **Close-up** 「バリュー」発揮の事例：「gashacoco」の取り組み
- 22 事業基盤
- 23 財務ハイライト

SECTION 03 持続的成長に向けて

- 24 ハピネットグループのサステナビリティ
- 26 ハピネットグループのESG
 - 26 環境
 - 29 社会
 - 34 ガバナンス | 役員紹介 |
 - 36 ガバナンス | 社外取締役対談 |
 - 38 ガバナンス
 - 44 非財務ハイライト

SECTION 04 データ関連

- 45 会社 / 株式情報

INPUT

OUTPUT

OUTCOME

ハピネットグループが展開する4つの事業

玩具事業

玩具市場を支える
中間流通最大手

売上高構成比
42.8%
(2024年3月期)

- 強み
- シェア約30% (当社調べ)。玩具市場の中間流通で業界最大手。最適流通システムを武器に、国内外のあらゆるメーカーさまの商品を取り扱う
 - さまざまなメーカーさまの商品を当社が集約して販売店さまに供給。メーカーさま及び販売店さまは商品流通に伴うコスト抑制・効率化を図ることが可能
 - オリジナル商品の企画・開発も手掛ける

業績概況

主要部門概況 (売上高・セグメント利益)

(億円)	22年 3月期	23年 3月期	24年 3月期
『一番くじ』など主にコンビニエンスストア向けに販売しているくじ商品や、『ポケモンカードゲーム』『ONE PIECE カードゲーム』などのトレーディングカード、フィギュア・プラモデルをはじめとしたホビー商品など、ハイターゲット向けの商品が引き続き好調に推移したことにより、売上高・利益面ともに前期を大幅に上回りました。			
バンダイ・BANDAI SPIRITS	560 (53.2%)	662 (53.1%)	758 (50.6%)
タカラトミー	85 (8.1%)	74 (5.9%)	75 (5.1%)
当社オリジナル	9 (0.9%)	14 (1.2%)	53* (3.5%)
その他メーカー	398 (37.8%)	497 (39.8%)	612 (40.8%)
売上高合計	1,054	1,249	1,500
セグメント利益	33	45	68

※(株)プロッコリーの売上高 (30億円) 含む
() 内は構成比

ビデオゲーム事業

中間流通業として唯一、全ての
家庭用ゲーム機を取り扱い

売上高構成比
26.8%
(2024年3月期)

- 強み
- 中間流通業として唯一、全ての家庭用ゲーム機を取り扱う
 - 受発注や需要予測の機能を強化した、当社ならではの売場提案が評価されている
 - ゲームソフトの企画・制作やゲーム関連商品の企画・製造・販売も手掛ける

業績概況

主要部門概況 (売上高・セグメント利益)

(億円)	22年 3月期	23年 3月期	24年 3月期
任天堂商材	755 (87.9%)	668 (80.2%)	695 (74.1%)
SIE※1商材	75 (8.7%)	110 (13.2%)	162 (17.3%)
その他	29 (3.4%)	55 (6.6%)	80※2 (8.6%)
売上高合計	859	833	939
セグメント利益	16	14	15

※1 SIE: 株式会社ソニー・インタラクティブエンタテインメント
※2 (株)プロッコリーの売上高 (1億円) 含む
() 内は構成比

映像音楽事業

業界トップクラスの
販売網を構築

売上高構成比
18.5%
(2024年3月期)

- 強み
- 映像音楽市場の中間流通で業界最大手。シェア約27% (当社調べ) を誇る
 - 新譜情報、出入庫情報、販促情報などをWebツールに統合することで、より効率的なオペレーションを構築
 - 映画やアニメ、音楽作品の企画・製作・配給・宣伝を行い、メーカーとして良質な自社作品を創出

業績概況

主要部門概況 (売上高・セグメント利益)

(億円)	22年 3月期	23年 3月期	24年 3月期
映像	415 (62.1%)	428 (63.9%)	399 (61.6%)
卸売部門	373 (55.9%)	381 (56.9%)	359 (55.5%)
メーカー部門	41 (6.2%)	47 (7.0%)	39 (6.1%)
音楽	254 (37.9%)	242 (36.1%)	249* (38.4%)
売上高合計	669	671	648
セグメント利益	5	-3	-1

※(株)プロッコリーの売上高 (3億円) 含む
() 内は構成比

アミューズメント事業

カプセル玩具市場で
業界最大手

売上高構成比
11.9%
(2024年3月期)

- 強み
- カプセル玩具市場で業界最大手
 - 量販店・ショッピングモールや駅のコンコースなどカプセル玩具自動販売機を全国に展開
 - 「こころおどる、がココにある」をコンセプトにしたカプセル玩具専門店を全国に出店

業績概況

主要部門概況 (売上高・セグメント利益)

(億円)	22年 3月期	23年 3月期	24年 3月期
カプセル玩具	170 (70.9%)	227 (71.4%)	308 (74.0%)
カードゲーム	43 (17.9%)	45 (14.2%)	35 (8.6%)
その他	26 (11.2%)	45 (14.4%)	72 (17.4%)
売上高合計	240	318	416
セグメント利益	15	18	22

() 内は構成比

ハピネットグループの強み

中間流通業のノウハウを結集した “最適流通システム”



最適な「商品」を、 最適な「日時」に

中間流通業だからこそ知り得た、メーカーさまや販売店さまからの情報をもとに、日々変化する商品の販売状況を捉え、販売チャンスを逃さぬよう在庫を確保し供給します。業界トップクラスの物流システムを駆使しつつ、精度の高いタイムリーな出荷作業を行い、全国の店舗に商品を届けます。

最適な「情報」を、 最適な「タイミング」で

業界トップクラスの販売支援システムを駆使してつかんだ情報をもとに、商品の売れ筋を見極め、販売店さまやその店舗ごとに異なるニーズに対応した販売方法を検討。商品の陳列方法、販売展開方法などを企画し、最適なタイミングでの提案を実現しています。

挑戦の軌跡

エンタテインメント 総合商社への軌跡

当社は、1969年に設立された個人商店(有)トウショウとしてスタートしました。その後、玩具卸2社と1991年10月に合併し、名称を現在の(株)ハピネットに改め、全国流通網を構築しました。(株)ハピネットとなった後も、より大きな成長を目指して20社を超えるM&Aを行い、DVD／ブルーレイ・CD・ビデオゲーム・カプセル玩具・カードゲームなど取り扱い商材を拡大し、エンタテインメントに関する、多くの商品を世の中にお届けしてきました。今後も当社グループは玩具をはじめとするさまざまな商材を取り扱うエンタテインメント総合商社として、多様化するお客さまのニーズに高い次元でお応えしながら、事業を展開していきます。

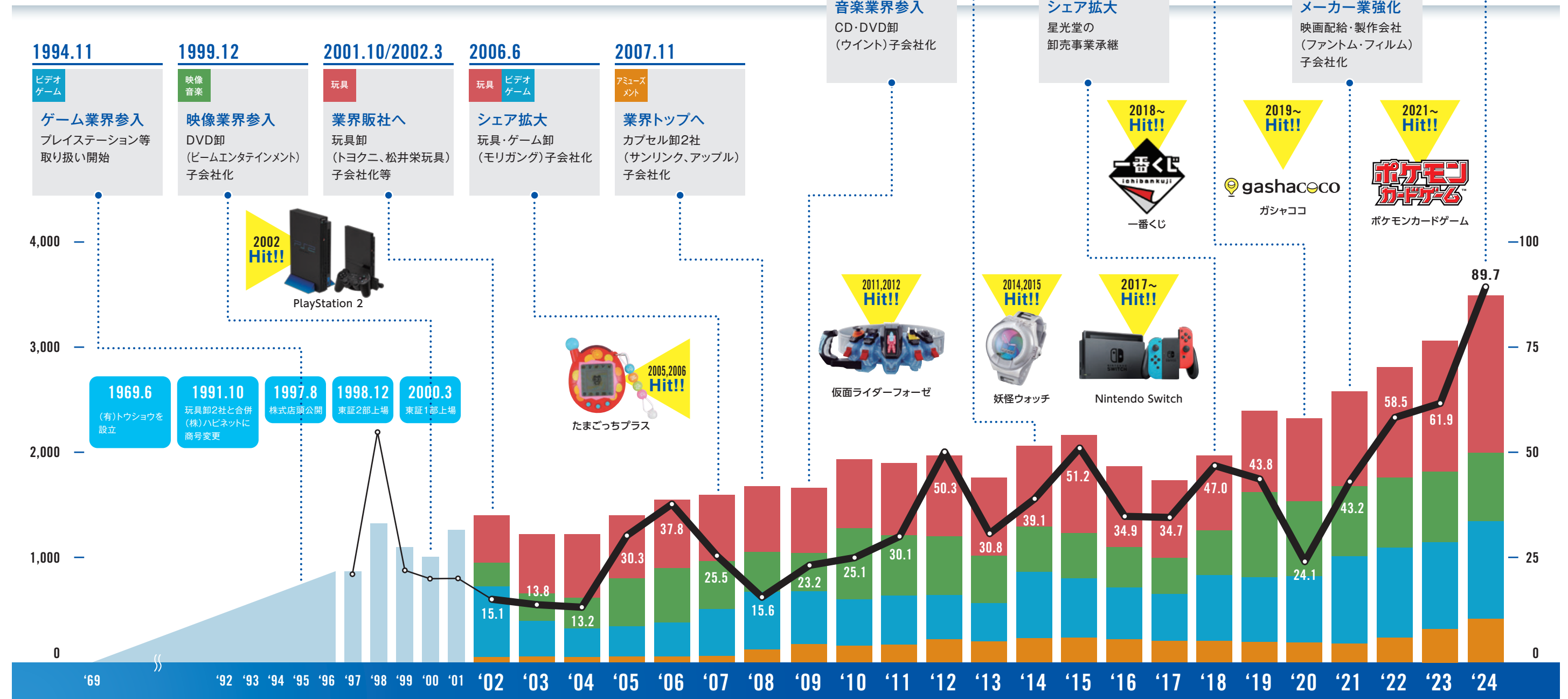
売上高・経常利益の推移 (億円)

* '97~'01は、セグメント別では開示しておりません

売上高 (左目盛り)

経常利益 (右目盛り)

■ 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



©Sony Interactive Entertainment Inc. ©BANDAI・WIZ 2004 ©石森プロ・東映 ©LEVEL-5/妖怪ウォッチ・プロジェクト・テレビ東京 Nintendo Switchのロゴ・Nintendo Switchは任天堂の商標です。©BANDAI SPIRITS 2008 ©Pokémon.
©Nintendo/Creatures Inc./GAME FREAK inc. ポケットモンスター・ポケモン・Pokémonは任天堂・クリーチャー・ゲームフリークの登録商標です。

中間流通業で培った経験を活かし、 新たなエンタテインメントスタイルの 発信を目指します



代表取締役社長兼
最高執行責任者

榎本 誠一

2024年3月期は、連結売上高・利益ともに過去最高を更新しました。各事業カンパニーのプレジデントへの権限委譲が進み、彼らが費用対効果を見据えつつ、自信をもって新たなチャレンジに取り組んでいる成果だと感じています。その原動力となっているのが、第9次中期経営計画（以下、「現中計」）と長期ビジョンです。全社員が自分事として、そして一丸となって事業を推進するための取り組みを強化しています。

ビジョン実現に向けた 新たなチャレンジ

現中計策定に際しては、10年後の当社グループのありたい姿を長期ビジョンとして掲げています。長期ビジョンには、中間流通主体のビジネスから、自らサービス・コンテンツを創造・発信するクリエイティブカンパニーへ発展していこう、というメッセージを込めています。

2024年3月期は連結売上高が3,500億円を超えましたが、いまだ国内事業、そして中間流通業が中核です。これら既存事業の一層の高度化・効率化を図りつつ、2025年3月期は、全事業での川上・川下領域展開と海外展開に注力していきます。

例えば、川上領域では、2023年にグループ入りした㈱ブロッコリーのIPの活用や、新規IPの開発などを推進していきます。海外展開では、海外戦略チームを組成し、本格的な事業展開の準備に着手しました。不足する事業資源は外部の知見を取り入れながら、各事業において第5の柱事業の創出に向けたチャレンジを始めています。

また、サステナブルな経営体制構築の一環としては、ハピ

2024年3月期連結業績概要

	2023年 3月期実績	2024年 3月期実績	前期比 増減率
売上高	307,253百万円	350,461百万円	14.1%
営業利益	5,842百万円	8,679百万円	48.5%
経常利益	6,194百万円	8,974百万円	44.9%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	3,561百万円	6,581百万円	84.8%

ネットビジネススクールという育成プログラムを創設し、次期経営層の育成に取り組んでいます。

ビジョンの浸透による変化

従来の中期経営計画は、事業の責任者や役職者が中心に策定してきたことから、現場社員への浸透が十分ではありませんでした。そこで、現中計の発表後は私自身も全国の拠点に出向き、多くの社員と交流を重ね、長期ビジョンやその中で現中計の位置付けについて説明を行いました。

その甲斐があつてか、社員が納得し、自分事として考え、計画達成に向けて自分がすべきことに取り組む姿勢が芽生えてきたことを、変化として感じています。商品に恵まれたこともあります。好調な業績もあり、社員のやる気が高まっている印象があります。

全社横断型取り組みに対する期待

2019年から5ヵ年計画で、“社員の皆が笑顔で働けるようにするために何が必要か”を考える場として、有志による全社横断型の「スマイルワークプロジェクト」を推進してきました。2024年3月期は、部門を横断した交流を図る目的で、500人規模の「ハピネットフェス」を2日間にわたり実施しました。当社所属のアーティストが登場してイベントを盛り上げたり、各部門が商材を紹介し合うなど、大変好評でした。こうした取り組みが部門を越えたシナジーの萌芽につながることを期待しています。

新たなエンタテインメントスタイルの 発信に向けて

長きにわたり中間流通業に携わり、川上・川下のニーズに応え続けたことが、一方で主体性の欠如につながっているとも感じています。中間流通業で蓄えた経験を活用し、新たなエンタテインメントスタイルを発信できると私は考えています。主体性をもって現中計を着実に実行し、「from”ハピネット”で世界をワクワクさせるクリエイティブカンパニー」を目指していきます。

中長期ビジョンの概要

VISION

当社グループは2022年4月より、10年後の目指すべき姿である「長期ビジョン」と、長期ビジョン達成のための最初の3ヵ年の取り組みとして、「第9次中期経営計画（中期ビジョン）」を掲げ、戦略を推進しています。また、これらのビジョン実現のために全社員が持つべき価値観として、「バリュー」を制定しました。

▶ 現状認識：外部環境と当社グループにおける課題認識（策定時点：2022年3月期）

脅威	機会	脅威	機会
● 少子高齢化により、低年齢層向け玩具市場は中長期的には縮小見込み ● 子どものデジタルデバイスに触れる年齢が低年齢化 デジタルコンテンツへの置き換えが加速予想 ● 中間流通業については、商材やチャネルのすみ分けがなされており均衡状態	玩具事業 少子化・需要構造変化により戦略転換期を迎える ● ハイターゲット向け商材が好調 ● 商品や消費者ニーズが多様化 ● 世帯当たりの支出額は年々増加傾向 玩具市場は縮小せず	● 家庭用ゲーム機の市場ではダウンロード販売が伸長	ビデオゲーム事業 パッケージ市場の縮小、配信への移行が進む一方、グローバルでゲーム市場は拡大 ● 小売店各社はファミリー層の囲い込み、生涯ファンづくりに向けて玩具・ゲームの取り扱いを強化 ● グローバルのゲーム市場は引き続き拡大傾向
● 映像音楽は配信へ大きくシフト ● パッケージ販売は店舗からECへ大きくシフト ● ライブ、映画館はコロナ禍で業況厳しい	映像音楽事業 パッケージ市場は縮小の一方、配信・ライブ市場の成長が予測され、市場の構造的転換を迎える ● コロナ禍を除けばライブ市場は成長傾向 ● デジタル×ライブなど技術を活かした新たな形のエンタテインメントが誕生 ● 配信は、大幅伸長	● GMS、ゲームセンターは店舗数縮小傾向 ● コロナ禍リスクを内包	アミューズメント事業 消費者の購買動機、チャネル、コンテンツの多様化が進む拡大市場 ● カプセル玩具市場は伸長 ● 大人需要、インバウンド需要などユーザー層が拡大 ● キャッシュレスなど技術の進歩により新たな購買方法が可能に

▶ 長期ビジョン（10年後の目指すべき姿）

エンタテインメントの可能性を追求し、“from”ハピネットで世界をワクワクさせるクリエイティブカンパニー

人々に感動を提供し、夢のある明日をつくるための「エンタテインメントの可能性を追求」し、業界や流通経路などの枠を超えた新しいエンタテインメント・スタイル（楽しみ方・ライフスタイル）を「from”ハピネット”」で発信していきます。

▶ 第9次中期経営計画（中期ビジョン）

エンタテインメントとプラットフォームのデュアルエンジンで挑む創造的成長

第9次中期経営計画ではエンタテインメント事業（＝サービス・コンテンツの創造）とプラットフォーム事業（＝サービス・コンテンツの発信）の2つをコアエンジンとして、創造的な成長を図ります。当社グループが持つ中間流通としての強みを活かしながら、クリエイティブ機能を強化することにより、シナジーを発揮して事業の価値を高めていきます。

▶ 長期ビジョン達成のロードマップ

基本方針 業界や流通経路などの枠を超えた新しいエンタテインメント・スタイルの発信

	第9次中期経営計画 2022～2024年度	第10次中期経営計画 2025～2027年度	第11次中期経営計画 2028～2030年度
玩具事業	■ 中間流通の商品幅拡大 ■ ホビー商品の中間流通シェア拡大	■ 女性・シニアドメインの市場シェア拡大	
映像音楽事業	■ 流通シェアの確保・業務効率化と新ビジネス展開 ■ アーティストの発掘・育成 ■ 配信・配信事業の幅拡大とコンテンツ・プロデューサーの育成・擁立 ■ 受託事業の開始と拡大	■ エンタテインメントソリューション開発	■ 組織構造改革
ビデオゲーム事業	■ 中間流通における生産性向上及び付加価値拡大 ■ バブリッシング事業の強化 ■ 新たな事業領域に向けた取り組み		
アミューズメント事業	■ 「gashacoco」出店 ■ 商材軸の拡大	■ 「gashacoco」の進化	■ 新たな体験の場を提供

第9次中期経営計画

エンタテインメントとプラットフォームのデュアルエンジンで挑む創造的成長

基本戦略

全事業での川上・川下領域施策の展開

1

消費者視点での体験的価値に着眼したサービスの創造と
クリエイティブ機能強化によるコンテンツの創造を目指します。



玩具事業

新規カテゴリーでのオリジナル商品拡大

IPビジネスの展開

㈱ベネッセコーポレーションさまとの共同開発で、通信講座『こどもちゃれんじ』のキャラクター「しまじろう」を使用した玩具を第6弾(全23アイテム)まで発売しました。

コロナ収束後から成長が続いている
ライブエンタメ市場に進出

「推し活」に最適な大人女性向けペンライト『HOTALUNA(ホタルナ)』を2024年4月に発売しました。

推し活系インフルエンサーさまとともに開発し、推し色を2色登録できる、写真を入れられるバッジが付属しているなど、推しをいつでも手元にセットできる仕様になっています。



映像音楽事業

配給・配信事業拡大

独立系映画スタジオA24さまと独占パートナーシップ
契約を締結

A24さまが世界配給権を所有する新作映画の国内配給・配信などを当社グループが独占的に手掛けることが可能になりました。

A24社とは、『ムーンライト』(2017年)や『ミッドサマー』(2020年)など数多くの作品の成功を通じて信頼関係を深めてきました。



映像パッケージ事業の領域拡大

大手版權元とのビデオグラム包括ライセンス契約を締結

ウォルト・ディズニー・ジャパン(株)さまや㈱ソニー・ピクチャーズエンタテインメントさまがビデオグラム化権を保有する全ての作品について、当社グループが映像パッケージの制作及び販売を行います。



ビデオゲーム事業

パブリッシング事業の強化

自社レーベル『Happinet Indie Collection』にて
累計7タイトルを発売

The Game Awards 2022でBest Indie Gameを含む2部門を受賞した話題作『Stray』(PlayStation 4/PlayStation 5)を2023年11月に発売しました。



“PlayStation”、“PS5”、及び“PS4”は、株式会社ソニー・インタラクティブエンタテインメントの登録商標または商標です。 © 2022-24 BlueTwelve Studio Ltd. Published by Annapurna Interactive under exclusive license. All rights reserved. Licensed to and published in Japan by HAPPINET CORPORATION.

消費者接点の創出

自社主催イベント「ハピネットゲームフェス！」を開催

積極的なプロモーションによる独占流通商品の販売拡大とより多くの方にお越しいただけるメジャーゲームイベントへの育成を目指します。

全社

当社の持分法適用関連会社であった㈱ブロッコリーの
株式を追加取得し、連結子会社化

㈱ブロッコリーが持つ開発力により創出されたコンテンツを当社グループの4事業に展開することで、当社グループのビジネスを拡大し、エンタテインメントビジネスにおけるさらなる成長を目指します。
2024年6月には、10年以上にわたりファンの皆さまに愛されてきた主力コンテンツ『うたの☆プリンスさまっ♪』より、新作アプリゲーム『うたの☆プリンスさまっ♪ LIVE EMOTION』の配信を開始しました。



©SAOTOME GAKUEN



アミューズメント事業

自社店舗拡大

カプセル玩具専門店
『gashacoco』の
出店拡大

2024年3月末で105店舗(直営94店舗、フランチャイズ11店舗)を運営しています。

2023年12月14日に100店舗目である「gashacoco 川越クリアモール」をオープンしました。



売場づくり・販促拡充

独占流通商品『にっこりーノ』シリーズ展開

2024年2月から3月にポップアップショップを展開し、カプセル玩具以外の物販も好調でした。

基本戦略

2

第5の柱となる新規事業への積極的な投資と海外展開への挑戦

新規事業への投資と、持続的にアイデアを生み出せる事業創出体制の構築を目指します。
海外における成長可能性を検証し、ポテンシャルのある領域へ挑戦します。

海外ビジネスへの挑戦

カプセル玩具ビジネスでアメリカへ進出

成長のポテンシャルを持つアメリカのカプセル玩具市場をターゲットとして設定し、海外ビジネスへ挑戦しています。その柱を打ち立てる第一歩として、2024年3月に当社グループ初となる海外子会社Happinet America Inc.を設立し、2024年10月より、テキサス州ダラスにおいて㈱バンダイさまのカプセル玩具「ガシャポン®」の専門店『GASHAPON BANDAI Official Shop US Grapevine Mills』の店舗運営を開始しました。

国内のカプセル玩具市場は、インバウンド需要も取り込みながら好調に推移し、拡大が続いています。そのカプセル玩具市場でシェア約60%(当社調べ)を占める当社グループが積み重ねてきた運営・集客ノウハウをベースに、アメリカでの事業拡大を進めていきます。

※「ガシャポン®」は㈱バンダイの登録商標です。



「GASHAPON BANDAI Official Shop US Grapevine Mills」はアメリカ・テキサス州にある大型ショッピングモールGrapevine Millsの一部区画にカプセル玩具自動販売機を設置したテキサス州最大級のカプセル玩具専門店です。

流通事業の拡大

ホビー商材の中間流通シェアの
さらなる拡大

2019年11月に㈱イリサワがグループ入りし、模型玩具市場へ参入。ホビー商品のカテゴリマネジメントを強化することで欠品の低減や売場づくりの支援に取り組みました。取り組みによる新規お取引先さまの獲得や市場の成長により、ホビー商品の売上拡大を実現しています。また、おもちゃ王国さまやTSUTAYAさまとともにプラモデルが体験できるクラフトスペースを設置し、消費者接点の拡大にも取り組んでいます。

基本戦略

3

サステナブルな経営体制
構築に向けた取り組み

持続性を意識した経営体制、事業・人材ポートフォリオマネジメント体制の構築を目指します。

サステナビリティへの取り組み体制を強化

サステナビリティ委員会を中心にグループ全体での取り組みを加速させるとともに(詳細はP.24以降をご参照ください)、適切な情報開示によりESG評価を向上させました(「CDP®気候変動2023」においてB評価を獲得)。

※CDPとは、英国の慈善団体が管理する非政府組織(NGO)であり、投資家、企業、国家、地域、都市が自らの環境影響を管理するためのグローバルな情報開示システムを運営しています。

ダイバーシティ&インクルージョンの推進

育児勤務制度の利用可能期間の延長や時間有休制度の導入など柔軟な働き方を実現する制度を導入するとともに、女性社員が働きやすい風土・職場環境づくりに向けた教育・研修を実施することで、第9次中期経営計画開始前(2022年3月期)は2.0%だった女性管理職比率を9.2%(2024年3月期)へ向上させました。

CFO メッセージ

グループのさらなる成長と
企業価値向上を実現する
財務戦略を実行していきます



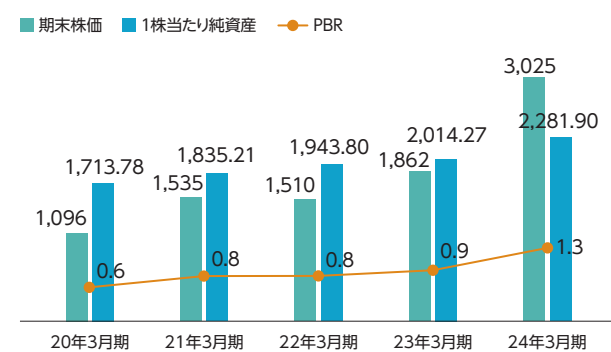
資本コストや株価を意識した

経営の実現に向けた対応

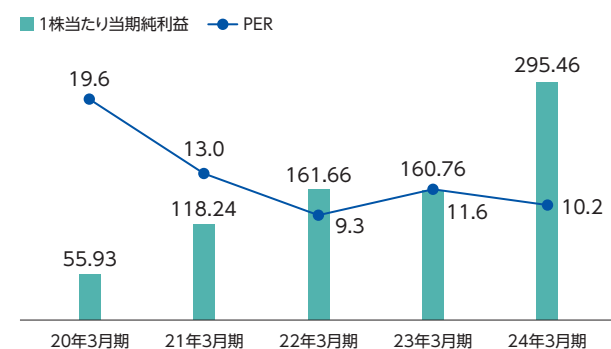
当社グループは、企業価値向上のために、事業規模を拡大するとともに、収益性・効率性を高めることを重要課題として取り組んでいく方針を掲げています。経営活動全般の利益を表す単年度業績の指標として「経常利益」と中長期業績の指標として株価との相関関係も高い「ROE（自己資本当期純利益率）」を重要な経営指標として位置付け、自社の資本コストも把握した上で短期・中長期の目標数値を設定し、その向上に取り組んでいます。

また、PBRの向上に向けては上記の重要指標とともに、PERの向上も意識し、投資家の皆さまに当社グループの株が魅力あるものになるよう、成長戦略の明確化、IR・対話の強化、開示の充実、ESG評価の向上にもより一層力を入れていきます。

期末株価（円） 1株当たり純資産（円） PBR（倍）



1株当たり当期純利益（円） PER（倍）



2024年3月期は過去最高益を達成

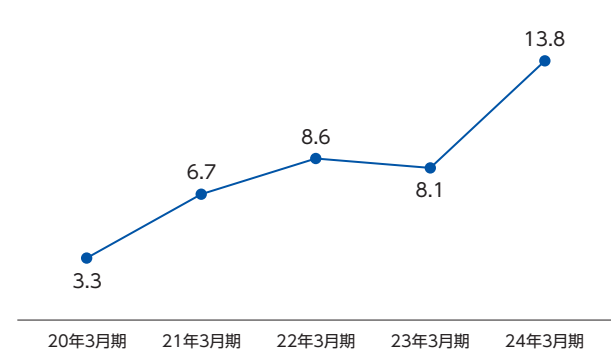
2024年3月期は、トレーディングカードがヒットした玩具事業や、カプセル玩具の売上が伸長したアミューズメント事業が好調に推移し、連結売上高・利益ともに前期を大幅に上回り、過去最高を達成しました。なお、(株)プロッコリーの株式を追加取得し連結子会社化したことに伴い、段階取得に係る差益約10億円を特別利益として計上しています。

ROE向上に向けた取り組み

当社グループの重要指標であるROEの向上に向けては、中期経営計画の各施策実施による収益性の向上を最優先に取り組んでおり、そのための投資も積極的に行っていく方針です。前期に実施した(株)プロッコリーの株式公開買付けによるグループ入りは、第9次中期経営計画の戦略である「全事業での川上・川下領域施策の展開」を大きく進めることができる投資だと考えています。また、当社グループの事業で最も収益性の高いアミューズメント事業において、自社運営のカプセル玩具専門店『gashacoco（ガシャココ）』の店舗展開にも注力しています。

その上で、効率性への取り組みも進めており、事業ごとにROAを算出し、向上のために何を・どう改善していくのか、KPI設定とモニタリングを定期的 to 実施しています。各事業部門においても損失・利益面だけでなく、適正な棚卸資産の維持、営業債権・債務のバランスなど、資産・負債面も意識した運営を行っています。

自己資本当期純利益率(ROE) (%)



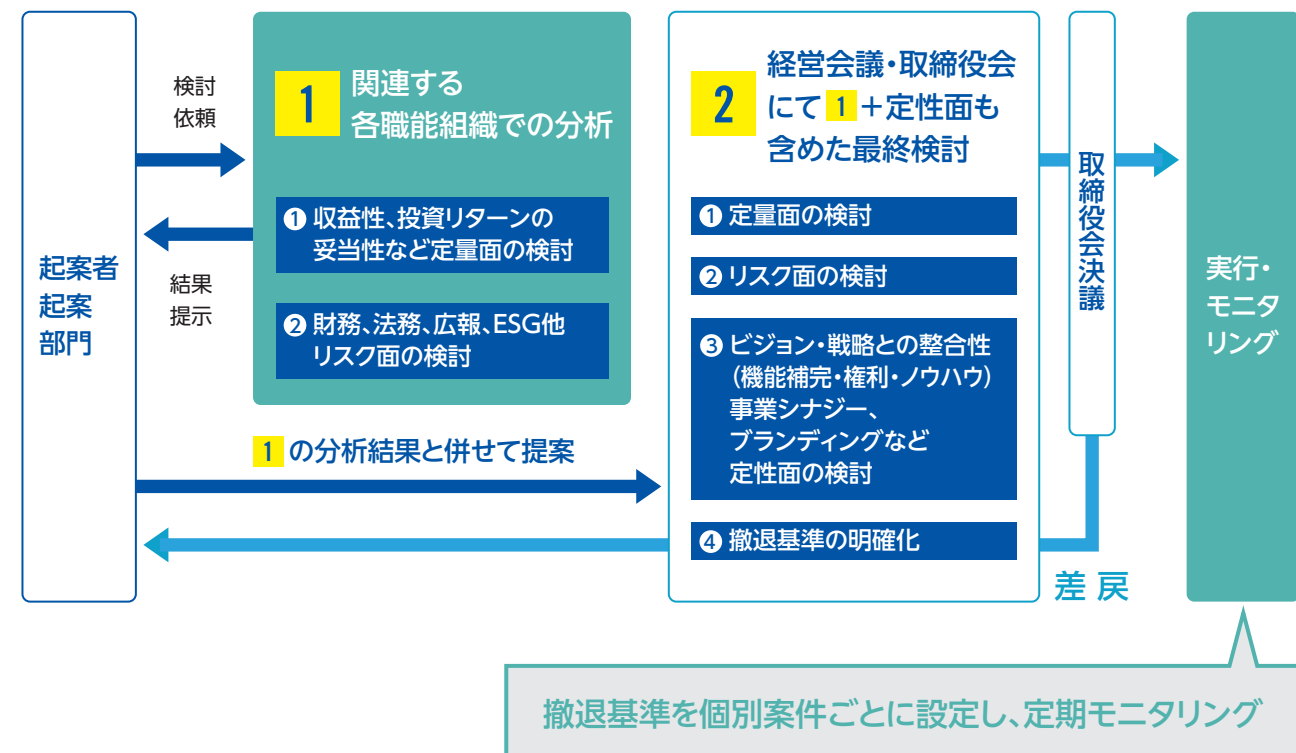
最適な投資判断・

事業ポートフォリオ構築に向けた体制

事業環境の変化が激しいエンタテインメント業界において迅速な対応・意思決定を行うべく、当社グループでは組織体制として社内カンパニー制を導入しています。各事業における経営資源の配分権限をカンパニーへ委譲することで、他社とのアライアンスやM&Aを含めた機動的な事業運営を行い、収益性の向上を図っています。

その一方で、戦略的投資の実行に際しては投資リターン の追求、投資リスクの抑制を図る重層的な意思決定プロセスを構築

投資判断フロー（イメージ）



株主還元方針について

株主さまへの利益還元を経営の重要指標の一つと位置付け、将来の事業展開のため積極的な投資を行うとともに、適正な配当を行っていくことを基本方針としています。具体的には、安定的な配当額として1株当たり年間50円を維持するとともに、連結配当性向40%を目標として株主還元を実施しています。前期は中間・期末合わせて125円の配当を実施しました。

また、今期は日々の売買高、株価などを総合的に勘案し、2024年5月14日から8月30日にかけて、367,700株、11億

しています。各機能組織の専門的観点から収益性や効率性、財務・法務・広報・ESGリスクなどを分析し、事業評価を行ったうえで、取締役会にて中長期ビジョンや全社戦略との整合性、グループシナジーなども議論し、定量面・定性面を総合的に勘案して最終判断を行っています。重要案件に関しては改善や撤退判断のプロセス・基準も明確化し、定期的にモニタリングを行うことで、計画どおりの運営が確実に実行されるようにサポートするとともに、より健全な事業ポートフォリオへの入れ替えが常にできる体制を整えています。

4,240万円の自己株式の取得を行いました。引き続き、安定的な事業運営に必要な運転資金とのバランスを鑑みながら、事業推進のための投資を行い、利益を向上させていくことで、株主還元も増やしていきたいと考えています。

さらに株主優待制度を設けており、当社グループをより理解していただくために毎期20種類以上のオリジナル商品を優待品として取り揃え、多くの株主さまにお申し込みいただいています。

今後も株主・投資家の皆さまに当社グループの株が魅力あるものになるよう、努めていきます。

CIO メッセージ

デジタル変革を通じて ハピネットグループの持続的成長と 企業価値向上に貢献します

基幹システムの完成と より高度な営業支援システムの構築

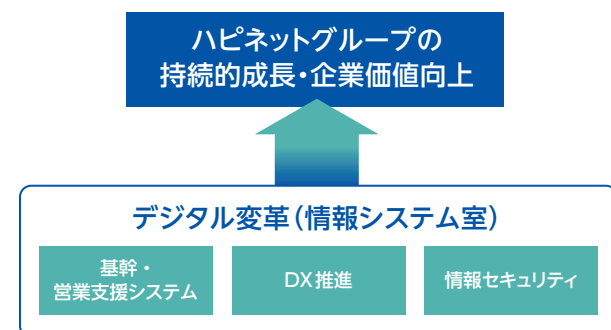
当社グループでは、2021年3月期より事業部門ごとに販売システムの入替えを行ってきました。今期の映像音楽部門への販売システムと物流システムの導入により、ついに中間流通部門の新基幹システムが完成します。今後は、当社グループのさまざまなデータを統合・管理できるデータベースの構築やより高度な営業支援を可能にする分析ツールの導入により、リアルタイムで予測・分析・判断が可能な体制を整備し、的確な意思決定を支援していきます。

また、中間流通部門以外のシステム効率化も併せて推進し、営業現場全体の生産性向上と効率化を目指します。

DX推進によるビジネス変革

長期ビジョンとして私たちが目指す「エンタテインメントの可能性を追求し、“from”ハピネットで世界をワクワクさせるクリエイティブカンパニー」は、今まで通りの仕事の進め方では実現することはできません。当社グループのDXを担う情報システム室は、営業現場と協力し、最新のITソリューションの活用を拡大しながら、業務プロセスの自動化やデータ活用による意思決定の迅速化を進め、よりクリエイティブな仕事へシフトするための支援を行っていきます。

また、2024年3月期は社員のITスキルアセスメントを実施し、全社員のスキルを可視化しました。今後は社員一人ひとりに対し、より最適な教育を行うことで全社のITリテラシーを向上させ、DX推進体制を強化していきます。



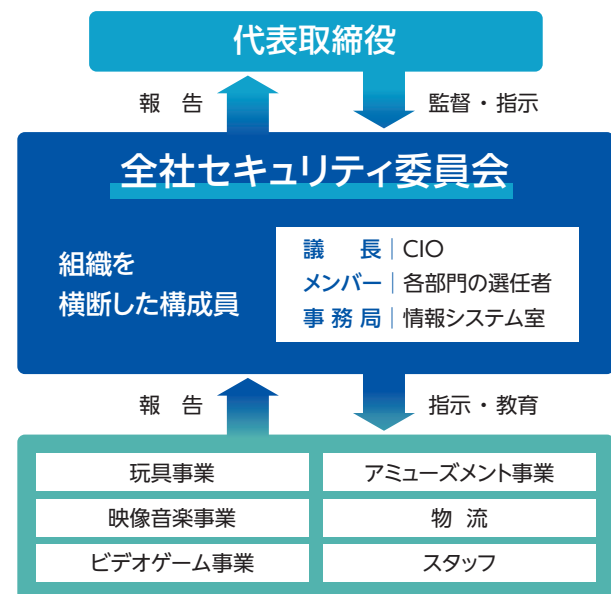
サイバーセキュリティと ネットワークインフラの強化に向けて

情報セキュリティは、私たちが取り組むべき最優先事項の一つです。

すでにランサムウェアなどのサイバー攻撃へ対応するため、エンドポイントに導入したEDRの機能強化を行い、セキュリティオペレーションセンターでの24時間365日監視体制も整備しています。今後は、インシデント発生時の初動対応から回復までの対応訓練を実施し、BCP(事業継続計画)の高度化を推進していきます。

また、当社グループではCIOを議長とした組織横断の全社セキュリティ委員会において、当社グループを取り巻く情報セキュリティに関するリスク対策の検討、全社のリテラシー向上施策の立案・実施などに取り組んでいます。適宜、時代に適合した情報管理規程の見直しを行うとともに、社員のリテラシー向上を目的とした月に1度のセキュリティ教育を実施しています。さらに標的型メール攻撃訓練も実施し、適切な対応を取らなかった社員に対しては、eラーニングによるフォローアップ教育を行っています。

全社セキュリティ委員会体制図



カンパニー統括本部長 メッセージ

各プレジデントとともに ハピネットグループの さらなる成長・発展に貢献します

カンパニー統括本部は、トイカンパニー(玩具商材の中間流通事業、メーカー事業)、アミューズメントカンパニー(玩具自動販売機の設置・運営、カプセル玩具専門店の運営、アミューズメント施設用商品等の販売)、ゲームカンパニー(ゲーム関連商材の中間流通事業、パブリッシング事業)、メディアコンテンツカンパニー(映像音楽パッケージの中間流通事業、グッズ企画制作、音楽レーベル事業、舞台企画制作)の事業部門4カンパニーと、それらの事業を支えるロジスティクスカンパニー(物流業務全般の受託)で構成されている部門です。

長期ビジョンの達成のため、プレジデントと一緒に各カンパニーにおける中期経営計画のPDCAの実行や成長戦略の立案を実施し、既存事業のさらなる高度化と新しい事業領域へのチャレンジを行っています。また、カンパニー統括本部では、カ

経営戦略室長 メッセージ

新たな事業の柱を創出するために 持続的な事業創出体制の構築と 海外展開へ挑戦します

経営戦略室では、既存事業領域にとらわれないさまざまなマーケットニーズに応える事業開発に取り組んでいます。長期ビジョンの達成に向けて新たな事業の柱を創出するためには、持続的に新たなアイデアを生み出せる事業創出体制を構築することと、海外での成長可能性を検証しポテンシャルの高い領域へ進出することが必要不可欠であると考えています。

このような想いから、2023年4月に社員から新規事業のアイデアや提案を広く募集する新規事業提案プログラム「FRoM」を立ち上げました。初年度から数多くの応募があり、うち6件が仮説検証フェーズに進み、最終2件が審査を通過しました。通過者は今期から専任として事業化に向けた次のステップに挑戦しています。2期目となる今期も前期と同等数の応募があり、うち数件が仮説検証フェーズに進む予定です。今後も積極的に本プログラムを展開し、新たなビジネスの創出を



ンパニーを横断したシナジー効果を最大限発揮させるための役割も担っています。

現状、各事業部門では少子化問題やパッケージ市場から配信市場へのシフト、物流部門では2024年問題や物流費の高騰など、市場環境の大きな変化や多数のリスクを認識しています。そのような状況の中、ターゲット人口の拡大に向けた商材幅の拡大や皆さまへ新しい価値・サービスを提供できるビジネススキームの構築により課題解決を行い、当社グループの成長・発展に貢献していきます。

第9次中期経営計画の最終年度となる今期は、現中期経営計画の必達はもちろんのこと、各カンパニーにおける次期中期経営計画の土台づくりの一年と位置付け、良いスタートダッシュが切れるようさまざまなチャレンジを行います。



目指します。また、各事業部門におけるクリエイティブ・コト分野への挑戦をサポートするために、新規事業開発におけるポートフォリオを描きながら、当社グループらしいオープンイノベーションのあり方についても検討を重ねています。第9次中期経営計画の最終年度となる今期中に、あるべきイノベーション促進の体制構築を図ります。

海外展開に向けてはポテンシャルの高い領域を特定し、テスト展開も含めた具体的な検証を積極的に進めます。

当社グループは長年、中間流通業者として成長してきたため、事業をゼロから立ち上げることにあまり知見がありません。事業創出体制の構築、海外領域への進出はいずれも時間を必要とする長い道のりであると心得ながら、組織一丸となって創造力と主体性を発揮し、長期ビジョンの達成に努めます。

トイカンパニー

「トイ・グッズ」と「サービス」を通して
豊かな生活に貢献し続けることが使命

トイカンパニーは、トイ・グッズの中間流通事業を展開する「トイユニット」「CVSユニット」、メーカー事業を展開する「トイプロダクションユニット」の3ユニットから構成されています。

関係各社さまとの取り組みを通し、商品とサービスで豊かな生活の「お役に立つ」ことを使命として、価値を提供し続けるカンパニーでありたいと考えています。

第9次中期経営計画の最終年度となる今期は、「新規事業領域の確立と事業体制の構築」という方針のもとさらなる成長戦略に着手しています。

メーカー事業では2024年4月にオリジナルペンライト『HOTALUNA(ホタルナ)』を発売し、ライブエンタメ市場に参入しました。発売から1年を迎えたオリジナル商品「しまじろうのおもちゃ」シリーズは、さらなる市場での定着に向けて商品展開とプロモーションを見直し、より多くのお客さまにご満足いただけるように取り組みます。

また、さらなる販路の拡大を目指し、OEM商品の海外展開や、

お取引先さまを通じた海外への商品供給にも挑戦します。既存事業で培ったノウハウを活かし、お役に立てる地域軸を拡大します。

中間流通事業では、新たに「企画・開発機能の強化」、「業務変革・物流変革」に着手しています。

事業領域の拡大と同時に、ご提案する商品・サービスの品質向上を目指します。サプライチェーンの中間に位置する当社だからこそできる品質の高いサービスを、“from ハピネット”で安定してご提供できる体制を構築します。



ホビーカンパニー

マーケットニーズをとらえ
新たな顧客創造を提案していく

ホビーカンパニーはプラモデル・フィギュア・鉄道模型・ホビーラジコン・エアソフトガンなど、大人向けのエンタテインメント商材を取り扱う部門です。

現在、ホビー市場はコロナ禍の巣ごもり需要やインバウンド需要の取り込みなどにより拡大しています。しかし、コアユーザーは過去にホビーに慣れ親しんだ経験のある出戻り層が中心であり、新規ユーザーの獲得が進んでいないという課題があります。そこで、私たちはホビー商品を生活の一部とした「ライフシーン」を創造し、世代を超えた人々に「夢と感動」を提供し続けたいという理念のもと、第9次中期経営計画の取り組みとして、新たな顧客を創造すべく、お取引先さまとともに新しい売場づくりにチャレンジしています。

まず、競合他社ではできないような市場のニーズに合った提案を行っていきます。空港売店や書籍、ホームセンターのような

これまでホビー商材の取り扱いがなかった販売店さまに対して、その特徴に合った売場を構築、単品思考から商品群で販売する総合的な提案を実施し、今までにない消費者目線に立った新たな売場と顧客の創造に努めます。

次に社内体制の強化です。市場のニーズに合った品揃えを東西2拠点の倉庫でカバーし、全国の店頭へ商品をタイムリーに届ける体制を整備しています。そして、多種多様なホビー商品に対応したカテゴリー分類の確立や独自の受発注システムの開発など、これまでアナログ中心だった業務のシステム化により、業務効率化を推進しています。

ホビーカンパニーはこれからもホビーの楽しさを消費者の皆さまに伝えられるよう、既存・新規の販売店さまに対し、新しい売場の提案を行っていきます。



トイカンパニープレジデント
櫻井 保幸

メディアコンテンツカンパニー

映像音楽パッケージビジネスを軸として、
人々に良質なエンタテインメントを届ける
エッセンシャルカンパニーを目指します

メディアコンテンツカンパニーは、映像音楽パッケージ市場を中心にビジネスを展開しています。中間流通として、500社以上の仕入先さまと4,000口座以上の販売店さまの間に立ち、最適な商品流通、情報、付加価値を提供しています。また、さまざまな権利元さまからライセンスを受け、パッケージメーカーとしても、洋画、邦画、アニメ、TVドラマ、バラエティなど多様なジャンルの商品をお届けしています。

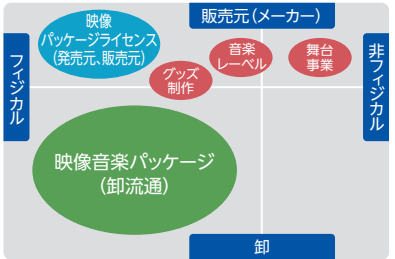
映像音楽市場全体は、デジタル配信の伸長、ライブや映画館のコロナ禍からの回復により堅調ですが、パッケージ市場単体ではダウントレンドです。しかし、コレクション需要や推し活消費など、パッケージ商品の存在感は依然大きく、コンテンツホルダーにとっても重要なマネタイズ手段の一つです。私たちは、変化し続けるパッケージ市場の中で、中間流通としての役割を追求するとともに、パッケージメーカーとしての機能強化と役割

拡大により、コンテンツホルダーにとって最良のビジネスパートナーであり続けます。

他にも、映像音楽コンテンツと親和性の高いオリジナルグッズの企画製作、音楽レーベル事業、舞台企画製作を行っています。

第9次中期経営計画最終年度となる今期は、中間流通で事業基盤の安定化を図りつつ、映像パッケージのライセンスビジネスを一層拡大します。

パッケージ制作、マーケティング、営業力といった当社機能を最大限発揮し、数多くの商品を市場にお届けします。



事業ポートフォリオ

コンテンツプロダクションカンパニー

さまざまな分野への継続的なチャレンジと
海外マーケットを本気で見据えた1年に

コンテンツプロダクションカンパニーは、実写映画やドラマ、アニメーションなど映像コンテンツの企画製作、洋画・ドラマの買い付け、映画の配給・宣伝などの事業を柱とし取り組んできました。さらに、当社の強みである映像コンテンツをオールライトで運用できる機能を活かし、配信・テレビ販売事業の強化、映像製作や宣伝などの受託事業、WEBトゥーンなどデジタルコンテンツの企画開発などさまざまな分野で事業の裾野を広げるべくチャレンジを続けています。

また、とりわけ5年、10年先の市場を考えた場合、海外マーケットへ進出できるか否かが映像ビジネスの成長における分水嶺であると捉え、映画、ドラマなど映像コンテンツの海外共同製作、自社作品の海外販売、海外映画祭展開などに一層力を入れています。その結果、カンヌ国際映画祭やベルリン国際映画祭への当社作品の出品などの実績により海外における業界内での当社ブランドが高まり、昨年10月には数多くの米アカデミー賞受賞作品など

を送り出しているアメリカの独立系映画スタジオ・A24さまと世界で初めて独占パートナーシップ契約を締結するに至りました。これにより良質な洋画作品の確保だけでなく、協業による北米における当社作品の配給、共同製作コンテンツの企画開発、A24さまが手掛けるマーチャндаイジング事業のローカライズなど、海外戦略におけるさまざまな可能性が広がっています。

第9次中期経営計画の最終年度となる今期は、次期中期経営計画に向けての試金石となる年と捉え、積極的な投資とコスト削減など適切なリスクヘッジのバランスを取りながら、当社が掲げる“独立系No.1スタジオの実現”に向け尽力します。



執行役員
コンテンツプロダクション
カンパニープレジデント
小西 啓介



2024年4月24日、A24さま×株式会社ハピネットファントム・スタジオのローンチパーティを開催

ゲームカンパニー

中間流通とパブリッシング事業のデュアルエンジンで ゲーム市場を盛り上げていきます

ゲームカンパニーは、家庭用ゲーム機やパッケージソフトをはじめとしたさまざまなゲーム関連商材の中間流通事業と、自社ソフト『プリガンダイン』や国内外の優良なゲームタイトルを手掛けるパブリッシング事業を行っています。

事業環境は少子化やダウンロード販売の伸長により先行きが不透明な状況ですが、私たちは「ハピネス・ネットワーキングでゲームに関わる人々を笑顔にする」をカンパニーの長期ビジョンに掲げ、マーチャンダイジングの高度化によりパッケージ市場の拡大に取り組むとともに、市場環境の変化に適應するべくパブリッシング事業の強化に取り組んでいます。

第9次中期経営計画の最終年度となる今期は、パブリッシング事業において、自社ゲームレーベル『Happinet Indie Collection』のラインナップ拡大と、イベント出展などによる認知度向上により販売の最大化を図ります。中間流通においては、

営業体制や物流などの機能的価値を向上させ、サプライチェーンの最適化に貢献することで事業の拡大を図ります。また、国内のパッケージ流通を独占的に任せていただくパブリッシャーさまと協力して、アジア地域への流通網の構築を目指します。他にも、当社主催のゲームイベント「ハピネットゲームフェス!」の開催を今期も予定しており、多くの方にビデオゲームに触れていただく機会を提供する場として規模や頻度などのさらなる発展を目指します。

ゲームカンパニーは、これからもゲームに関わる人々を笑顔にできるように、中間流通を柱として新しいことに挑戦し続けます。



アミューズメントカンパニー

お客さまに喜んでいただける 売場づくりでさらなる成長を目指します

アミューズメントカンパニーでは、主にカプセル玩具自動販売機やカードゲーム筐体の設置・運営及びカプセル玩具専門店の運営、また、アミューズメント施設用商品等の販売を行っています。

最近ではカプセル玩具市場が活況を呈する中、カプセル玩具専門店の出店に力を入れています。カプセル玩具は、長く“空きスペースに設置されている売場”でしたが、通りすがりのお客さまに対する“待ち”の売場だけではこれからの事業成長は望めないと考え、ロケーション展開と品揃えにおいて、お客さまへ自らアプローチすることに積極的に取り組んでいます。

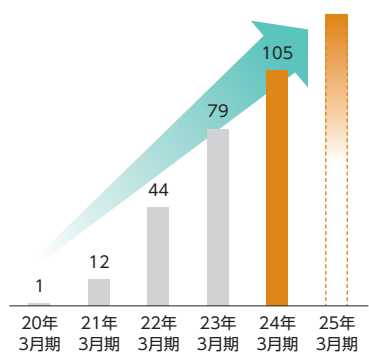
ロケーションについては、自社またはお取引先さまとともにカプセル玩具専門店の展開していくこと、またより多くのお客さまとの接点を創出していくため、新しい販売チャネルの開拓も行っていきたいと考えています。品揃えについては、販売データの分析機能を強化し、お客さまが求める商品の品揃えを、買い求めやすい売場づくりとともに追求し続けます。

第9次中期経営計画の最終年度となる今期については、カプセ

ル玩具専門店の出店継続とお客さまに喜んでいただける売場づくりにより、カプセル玩具市場の拡大に主体的に貢献することでさらなる成長を目指します。また、データドリブンな意思決定による業務の最適化・効率化に向けた取り組みを進めます。さらに、リアルエンタテインメントの領域においては、新たな体験価値の創造にもチャレンジしていきたいと考えています。

これからも私どもの事業展開により、「あらゆる人々にわくわく体験を提供する」ことを目指します。

『gashacoco』店舗数の推移



ブロッコリー

FOR SMILES & EMOTIONS ワクワクのとなりに。

私たちは、コンテンツの企画・制作とキャラクター商品の企画・製作・販売の2つを事業目的としています。

品質コントロールやマネジメントを軸としてクオリティの高いIPをプロデュース・開発する。自社IP・他社IPを問わず、グッズ・ゲーム等の制作・販売やイベントの企画運営を展開し、収益を生み出す。これら2点を核とする「ツインエンジン戦略」を掲げ、ヒットを生み出す創造力・育成力をIPの価値を向上させる品質力・企画力につなげ、収益力を最大化するモデルを循環させる事業戦略を展開しています。

この点において、当社は、『うたの☆プリンスさまっ♪』やトレーディングカードゲーム『Z/X -Zillions of enemy X- (ゼクスジリオonzオブエネミーエックス)』をはじめとしたコンテンツの企画・制作に実績があります。

『うたの☆プリンスさまっ♪』は、コンシューマーゲームソフト、ゲームアプリ、テレビアニメ、映画、音楽CD、声優ライブ、3Dライブなど幅広いメディアへ展開しており、2024年6月には14周年を迎えるなど、多くのファンを持つ主力コンテンツへと成長

しています。また、『Z/X -Zillions of enemy X-』も、トレーディングカードゲーム、ブラウザゲーム、ゲームアプリ、音楽CD、声優ライブなどのメディア展開を行っており、2024年7月には12周年を迎え、男性ファンユーザーを中心として、当社の主力コンテンツを担っています。

世界中の人々に夢と笑顔と感動を届け、その人生をより豊かに幸せにする一助となること。それこそが、私たちブロッコリーの最大の喜びです。

ワクワクする瞬間の、となりで、そばで、これからも、「笑顔と感動を創出し続ける世界的なコンテンツホルダー」として進み続けます。



うたの☆プリンスさまっ♪

Z/X -Zillions of enemy X-

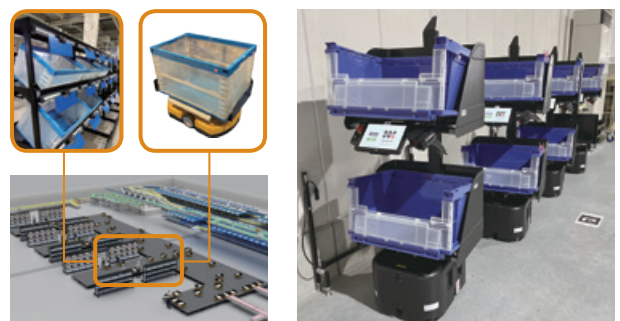
ロジスティクスカンパニー

ハピネットグループの 次世代物流機能を構築します

ロジスティクスカンパニーは、当社グループの物流機能を担っています。

物流事業を取り巻く環境は、エンタテインメント業界においてもますます厳しくなっており、人手不足や物流コストの増加、輸送能力の不足による配送遅延など、さまざまな課題への対応を迫られています。そのような中、私たちは出荷能力の強化・省人化を可能とする物流機能・設備・システムへの最適な投資を行い、物流機能の強化とサービスレベルの向上に挑戦しています。具体的には老朽化した市川ロジスティクスセンターのリニューアルに伴う、国内ではほとんど例がないシャッターアシストシステムとロボット仕分けソーターを組み合わせる導入や、船橋・東大阪ロジスティクスセンターへのピッキングアシストロボットの導入などが挙げられます。

また、第9次中期経営計画の最終年度となる今期は、これまで独自のシステムで運営していた映像音楽事業とアミューズメント事業にも全社共通の物流システムを導入し、グループ全体でのさらなる物流機能強化と生産性向上を目指します。



株式会社ブロッコリー
代表取締役社長

鈴木 恵喜



取締役 常務執行役員
最高情報責任者
兼情報システム室長
兼ロジスティクスカンパニー
プレジデント

津田 克也

ハピネットグループの長期ビジョン達成に向けて、バリューを発揮している取り組みを紹介します。



『gashacoco』を通じて、あらゆる人々にわくわく体験を提供する

私が所属するアミューズメントカンパニーでは、当社グループの10年後の目指すべき姿である長期ビジョンを達成するために、カンパニー10年ビジョンとして「リアルエンタテインメント事業の展開で、あらゆる人々にわくわく体験を

提供する」ことを掲げ、取り組みを進めています。具体的には、小売店であるカプセル玩具専門店『gashacoco（ガシャココ）』の出店を拡大し、消費者接点を創出することで、川下領域へ進出しています。

ハピネットグループの長期ビジョン

エンタテインメントの可能性を追求し、**“from”**ハピネットで世界をワクワクさせるクリエイティブカンパニー

アミューズメントカンパニーの10年ビジョン

リアルエンタテインメント事業の展開で、あらゆる人々にわくわく体験を提供する

POINT

リアルエンタテインメント事業の展開

◎中間流通にとどまらず、ロケーションを活かした新しく楽しいサービスを追求する

わくわく体験

◎商品を通じて、何が出るかわからないドキドキ感や楽しさを体験できる場所や時間を人々に提供する
◎さらなる付加価値や新しいサービスを創造し続け、よりわくわくする体験の場を主体的に提供する

『gashacoco』とは、「こころおどる、がココにある」をコンセプトに2019年12月に立ち上げたカプセル玩具専門店で、幅広い品揃えと毎週新商品が店頭に並ぶことで、お客さまが欲しいもの・思わず欲しくなってしまうものに出会える場、日常にちょっとした楽しみや喜びをお届けしています。2023年3月からは、『gashacoco』のさらなる強化・拡大を目的にフランチャイズ店舗の募集を開始しました。

2024年3月期はバリュー（創造性×主体性×組織力）という共通の価値観を発揮し、お取引先さまとの信頼関係を構築しながら、社員・アルバイトスタッフ一丸となって全国に出店を進め、店舗数を105店舗（直営94店舗、フランチャイズ

11店舗）まで増やすことができました。また、この姿勢と実績が評価され、当社グループの表彰制度の中で最も権威のある「最高殊勲賞」を受賞しました。



表彰式の様子

『gashacoco』出店拡大におけるバリューの発揮

創造性 の発揮

新しい価値を提供し続けることが私たちの使命

「お客さまがどのようなニーズを持っているのか」「どうすればお客さまに喜びやわくわくを感じていただけるのか」を常に検討し、入りやすい・滞在しやすい・回遊しやすいを意識した売場づくりや、他のカプセル玩具専門店にはない品揃えの実現など、新しい価値を提供し続けることを意識しています。

2024年3月期は、店内にある商品を探しやすくするために“商品検索タッチパネル”を設置し、テスト運用を実施しました。このタッチパネルは、お客さま自身がキーワードを入力することでお求めの商品がどの自動販売機に入っているかを探すことができる仕組みです。



商品検索タッチパネル

主体性 の発揮

コミュニケーション機会は自分で生み出すもの

各社さまからの出店も増えているカプセル玩具専門店市場では、収益性の高い物件をどれだけ取得できるかが重要です。

さらなる『gashacoco』の出店拡大と進化に向けて

今期は、直営店舗とフランチャイズ店舗を合わせて50店舗の出店を計画しています。その先もお客さまのニーズをしっかりと捉えながら、積極的に出店を進めていく予定です。

2024年6月には旗艦店となる『gashacoco 池袋』をオープンしました。当店舗には『gashacoco』初となるPOP UPスペースを併設しています。カプセル玩具の販売だけでなく、情報発信の場としてトレンドIPや商品を取り扱う企画やイベントを開催することができるこのPOP UPスペースを通して、他社さまのカプセル玩具専門店との差別化を図っていきます。

さらに、『gashacoco』ブランドを強化するために、カプセル玩具と親和性の高いSNSでの情報発信を増やすと同時に、当社グループが展開する他の3事業（玩具事業、映像音楽事業、

当社グループでは、『gashacoco』独自の取り組みやキャンペーンの実施状況などを各施設の担当者さまに積極的に提案することで、情報入手のためのコミュニケーション機会の創出につなげています。

また、出店後には関係者さまと情報共有し、施設の販促活動に合わせた企画を『gashacoco』で実施することで、信頼関係を強化しています。

組織力 の発揮

社員、アルバイトスタッフ全員で『gashacoco』を運営するために

出店を拡大するにつれて、店舗運営のクオリティの統一が課題として挙がっていました。

そこで私たちはソフトウェアやシステムを使用し、店舗運営に必要な情報や意見を一つも漏らすことなく、タイムリーに店舗運営に反映させる体制を構築しました。具体的には、「社員間の成功・失敗事例の情報共有、意見交換」や「各店舗で最適な商品展開をするための本部（社員）と店舗（アルバイトスタッフ）間の情報共有、意見の吸い上げ」などに各種ソフトウェアやシステムを活用しています。

また、社員だけでなくアルバイトスタッフへの研修や、社員によるアルバイトスタッフの行動評価とアルバイトスタッフ本人による行動評価のすり合わせを実施することで、店舗運営の方針や考え方、意識の統一を図っています。

ビデオゲーム事業）と連携し、私たちだからこそ実現可能な総合エンタテインメントショップとして展開していきたいと考えています。



『gashacoco 池袋』POP UPスペース

公式SNSアカウント



公式X (旧Twitter)



公式Instagram

グループを支えるインフラ機能

物流部門では、物流課題に対してスピーディーに解決策を打ち出すソリューションプロバイダーを目指し、倉庫能力、配送能力、コスト対応力といった物流能力の強化と、インフラの最適化に向けて、設備投資を行っています。

EC事業においては、安心して購入しやすいサイト構築を目指した機能の刷新や、独自商品の開発及び仕入れを行うことで、消費者の皆さまにより喜んでいただける、エンタテインメントサイトの展開を目指しています。

物流機能

物流拠点を駆使し、さまざまなご要望に迅速に対応します

当社グループでは、物流の中核拠点として千葉県に2拠点、大阪府に1拠点の3つのロジスティクスセンターが稼働しています。市場環境に迅速かつ柔軟に対応しながら、リアルタイム・高精度の在庫管理、迅速かつ適切な出荷等、全国にいるお客さまのニーズに応え、さらなる高付加価値物流の提供を目指しています。



ハピネット市川ロジスティクスセンター（千葉県市川市）



ハピネット船橋ロジスティクスセンター（千葉県船橋市）



ハピネット東大阪ロジスティクスセンター（大阪府東大阪市）

さらに、取り扱い商材の多様化やお客さまからのニーズに高品質かつ迅速に対応するため、高速自動ピースソーターやロボット仕分けソーター、自動梱包機など先進的なソリューションを導入し、処理能力の向上に日々取り組んでいます。

協働型ピッキングアシストロボット
[ラピュタPA-AMR XL]

作業スタッフと協働でピッキングを実施するロボット。ロボットの上下段のトレイそれぞれにオリコンを積載し、倉庫内を自律走行します。ロボットに搭載されたAIが最短のピッキングルート进行することが可能で、従来の方法よりも生産性の向上や作業スタッフの歩行距離の削減につながります（10台との協働で、作業スタッフ4～5人分の仕事を追加対応可能）。

ロボット仕分けソーター
[t-Sort]

小型の無人搬送車（AGV）の一種で、商品の搬送や仕分けが可能で次世代型ロボットソーターシステム。仕分け作業の対象となる伝票や商品をロボットの荷台に乗せると、専用シート上を走行して自動でミスなく搬送・仕分けすることができます（最大52件）。

自動梱包機
[BOS-Line]

シュリンク包装、製函、封函、ラベル貼りなどの業務を自動化できる梱包ラインで、梱包する商品ごとに最適な段ボールサイズを4サイズの中から自動で選択することができます。手作業に比べて処理速度が圧倒的に速くなる（1時間当たり350～400梱包可能）だけでなく、配送の最適化やシュリンク梱包により緩衝材の使用量を抑えることも可能です。



Eコマース

Happinet Online

ハピネット・オンライン

<https://www.happinetonline.com>

BROCCOLI ONLINE
powered by Happinet

ブロッコリーオンライン

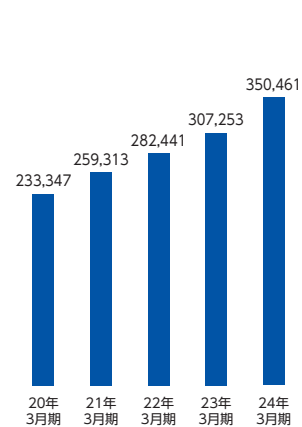
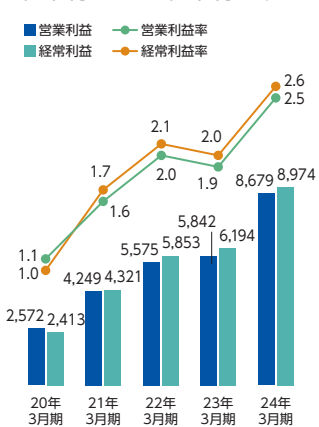
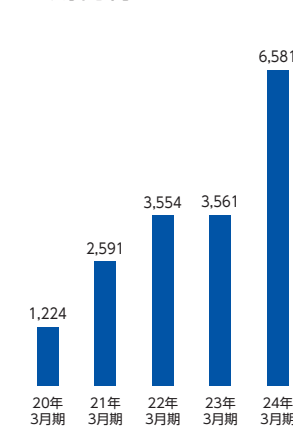
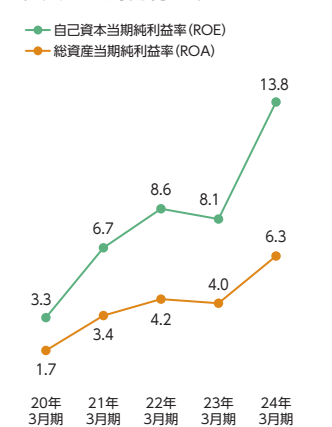
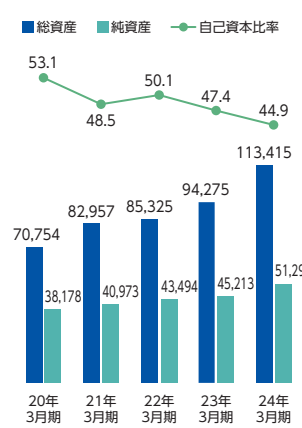
<https://www.broccolionline.jp>

玩具・DVD/ブルーレイ・CD・ゲームなどエンタテインメント商材の通信販売を行っています。

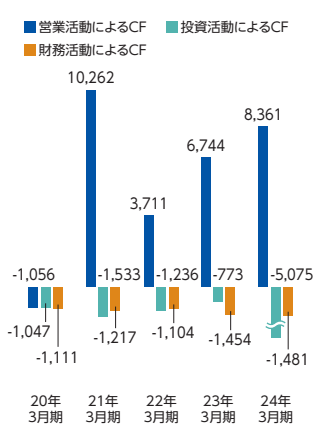
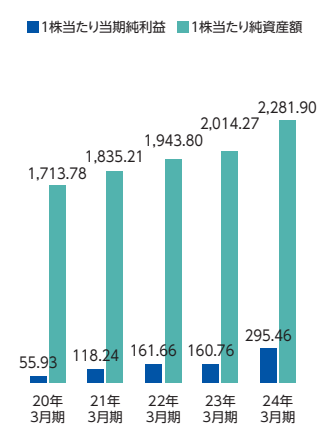
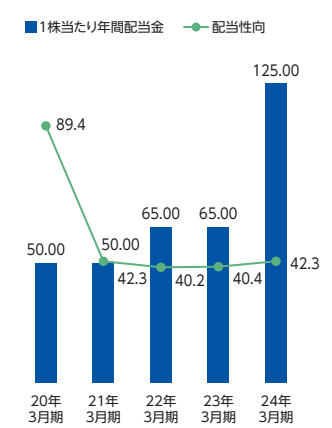
アニメ・ゲーム関連のグッズ、CD、ゲーム、トレーディングカードなどの通信販売を行っています。

連結データ

売上高 (百万円)

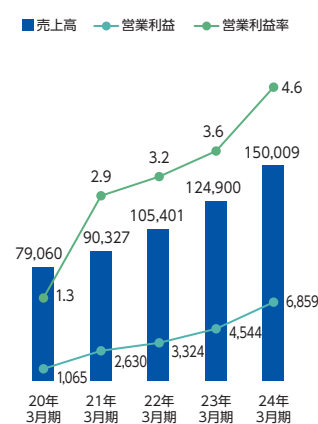
営業利益 (百万円) 営業利益率 (%)
経常利益 (百万円) 経常利益率 (%)親会社株主に帰属する
当期純利益 (百万円)自己資本当期純利益率(ROE) (%)
総資産当期純利益率(ROA) (%)総資産・純資産
自己資本比率 (%)

キャッシュ・フロー (百万円)

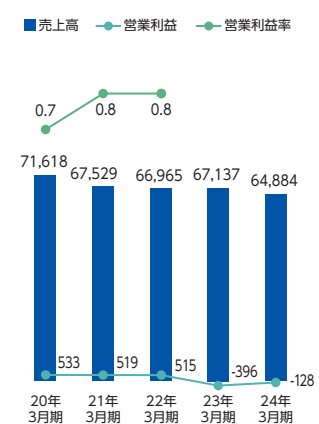
1株当たり当期純利益 (円)
1株当たり純資産額 (円)1株当たり年間配当金 (円)
連結配当性向 (%)

セグメント別データ

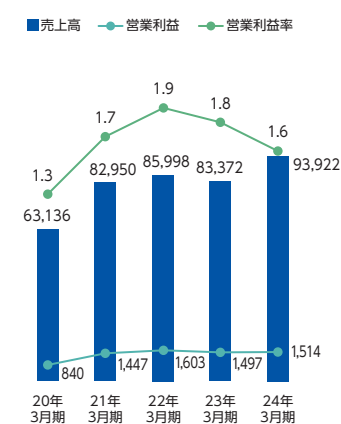
玩具事業

売上高 (百万円) 営業利益 (百万円)
営業利益率 (%)

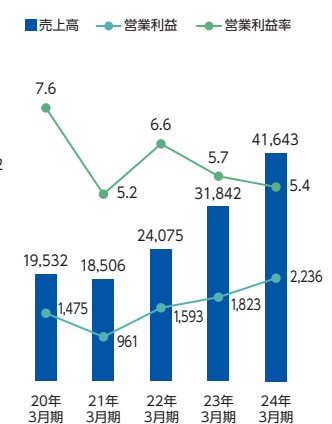
映像音楽事業

売上高 (百万円) 営業利益 (百万円)
営業利益率 (%)

ビデオゲーム事業

売上高 (百万円) 営業利益 (百万円)
営業利益率 (%)

アミューズメント事業

売上高 (百万円) 営業利益 (百万円)
営業利益率 (%)

グループビジョンのもと、 企業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献します

当社グループは、企業活動を通じた持続可能な社会の実現と当社グループのさらなる企業価値の向上を一体として考え、グループビジョンのもと、サステナビリティの取り組みを推進しています。

2023年3月期より、「ハピネット サステナビリティ基本方針」の策定と6つのマテリアリティ（重要課題）の特定、それらを経営・事業戦略へ統合して策定した目標やKPIの設定、社内への理解浸透施策の実施を通して、取り組みを加速させました。

当社グループの企業活動そのものが、全ての人々の心に感動を与え、夢のある明日をつくっていきけるよう、全役員・社員一丸となってサステナビリティの取り組みを引き続き進めていきます。

サステナビリティ基本方針

「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。」というグループビジョンのもと、企業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献します。

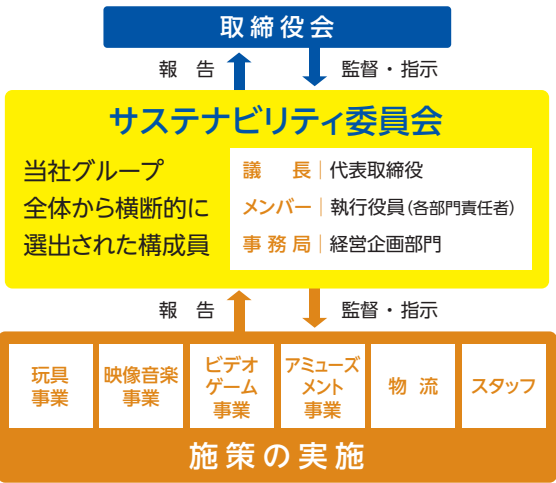
ハピネットグループのマテリアリティ

ESG	項目	目指す姿	目標・KPI	2024年3月期実績	進捗評価
環境	1 廃棄物の削減、再利用	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。	■ 廃棄量の削減 ■ オリジナル商品の品質向上による不良率の改善	■ オリジナル玩具の不良品率低減 ■ 運用方法の見直しによる販促物廃棄量の削減 →販促物の内の紙廃棄量68.9%削減 ■ カプセル玩具ショップにおけるPOSシステム導入、販売データの活用による廃棄量の削減	△
	2 サプライチェーンにおける環境負荷低減	環境への配慮が持続可能な社会の実現に向けた重要課題であるとの認識のもと、 サプライチェーン全体での環境負荷低減に取り組みます。	■ 入荷回数、出荷回数の集約・削減 ■ 他社との共同配送の取り組み ■ 事業活動によるCO ₂ 排出量の削減 →自社拠点におけるCO ₂ 排出量50%削減（～2030年度） 実質ゼロ（～2050年度）	■ ペーパーレス化の推進 →購入量10.0%削減 ■ 物流での商品梱包方法の見直しによる廃棄量の削減 →ビニールゴミのリサイクルにより約2.2t-CO ₂ 削減	○
社会	3 商品・サービスを通じた幸福で豊かな暮らしへの貢献	ハピネットグループならではの商品・サービスを創造・展開することで、グループに関わる全ての人々に幸福で豊かな生活を提供します。	■ 商品・サービスを通じた楽しみの提供、社会貢献 ■ 取引先・消費者視点に立ったサービスの創造	■ オリコン納品の拡大による梱包材の削減 →188店舗まで拡大 ■ 船橋ロジスティクスセンターにおける全面グリーン電力の導入 →約200t-CO ₂ 削減	○
	4 ダイバーシティ＆インクルージョンの推進	社員一人ひとりの違いや価値観を受け入れ、 尊重し、認め合うことで働きがいのある 職場環境をつくり上げ、ハピネットグループの 持続的な成長を目指します。	■ 新規事業の開発、創出に関する制度の整備 ■ サステナビリティの社内への理解浸透	■ 各事業にてメーカー業を拡大 ■ 映像作品のバリアフリーへの対応 ■ ゲームイベントの実施による楽しみの提供と取引先への貢献	△
	5 デジタルトランスフォーメーション	デジタル技術を積極的に活用することで 事業の価値を高め、サステナブルな経営を 実現することを目指します。	■ サクセッションプランも含めた人材育成プログラムの策定・推進 ■ 多様な人材が活躍できる制度・環境の整備 →女性管理職比率：20%（2026年3月期） 健康診断受診率：100% ストレスチェック回答率：100%	■ 従業員エンゲージメント向上施策の推進	△
ガバナンス	6 健全かつ有効なコーポレートガバナンス基盤の構築	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捉え、健全かつ 有効なコーポレートガバナンス基盤を構築します。	■ デジタル化による業務効率化の推進 ■ 経営・事業戦略を実現するDX推進体制の確立	■ 各部門でのデジタル化による業務効率化の推進 （受発注システムの導入、データ一元管理、AI・OCRシステムの検討）	△
			■ 適正なリスク管理運用体制の構築	■ セキュリティ強化に向けたアセスメントの実施 ■ 各カンパニーでの倫理向上施策の実施（ハラスメント研修等） →ハラスメント研修実施率80%	○

サステナビリティ推進体制

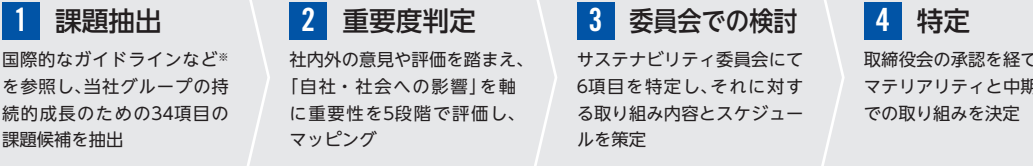
当社グループは代表取締役を議長とし、各部門責任者をメンバーとするサステナビリティ委員会を設置し、サステナビリティ課題について、当社グループにおけるマテリアリティ（重要課題）の特定、行動計画の策定、各施策の推進、目標の状況に関するモニタリングを行っており、活動状況を原則年1回以上取締役会へ報告しています。

取締役会は、サステナビリティ委員会の活動状況を適宜監督し、当社グループの課題の認識と対応についての指示を行っています。代表取締役や各部門責任者が取り組みを自ら推進することで、サステナビリティを意識した経営を実施できる体制を構築しています。



マテリアリティの特定プロセス

当社グループは、右のプロセスでマテリアリティを特定しました。



※国際統合報告フレームワークやGRIスタンダード、FTSE、MSCIなどのESG評価機関の評価項目

○：目標達成 △：一部未達成 ×：未達成

Environment

環境

マテリアリティ 1

廃棄物の削減、再利用

廃棄量の削減

データの活用による廃棄量の削減

映像音楽事業では、販売先さまの販促物告知スペースの変動と需要動向を踏まえて取りまとめた販促物の必要数量をメーカーさまに連携し、その製造数量を適正化することで、廃棄量を削減しています。

また、店頭用サンプル盤(CD・DVD)に関しても販売店さまのニーズに合わせ、可能な限りデータ提供化を推進し廃棄量の削減につなげています。

アミューズメント事業では、全国で運用稼働しているカプセル玩具自動販売機の一部にIoTシステムを導入し、1台ごとに商品の販売数をセンサーで検知できるようにしています。システム導入店舗の販売動向や在庫状況をデータとして管理できるようになったことで、効率的な在庫運用へつながっているほか、巡回の適正化など、営業部門の業務効率化にも貢献しています。

AIを活用した需要予測の効率化・高質化

トレンド商材を扱う当社グループにとって、需要予測は過不足のない受発注の実現に欠かせません。しかし、人の手による需要予測は、データの収集・加工・集計といった、意思決定の前準備に多くの時間を要することや、予測が担当者の経験や勘に依存してしまうことが課題でした。

そこで、需要予測にAIを活用し、過去実績だけでなく、お客さまの評判やSNSなどの幅広いデータを自動で収集・加工し、映画や玩具の需要予測モデルを作成しました。さらに暗黙知となっているさまざまな判断因子をAIモデルに反映させることで、予測精度の向上を図っています。

データに基づく高精度な需要予測が可能となったことにより、欠品による販売機会の喪失の改善や顧客満足度の向上だけでなく、過剰在庫の改善や廃棄ロスの削減、そして業務の属人化の解消や担当者の業務負担の軽減にもつながっています。

各部門でのペーパーレス化の推進

玩具事業では、お取引先さまへのご案内や受発注などのやり取りにおいて、FAXからメールへの切り替えを促進し、FAXの送受信量を削減しています。FAXのやり取りが欠かせないお取引先さまについては、ドキュメントハンドリングソフトウェアを活用し、PC内での編集、FAXご返信、文書保管を行うこと



より詳細な取り組みは、当社Webサイトをご覧ください。
<https://www.happinet.co.jp/sustainability/>

で生産性の向上にもつなげています。また、紙出力は必要なデータのみ行うことで、紙の使用量を大幅に削減しています。

映像音楽事業では、メーカーさまへの新譜案内書をPDFデータとして専用サイトへ掲示できるようにメーカー各社さまと調整を行い、ペーパーレス化を推進しています。また、店頭用販促物(ポスター・チラシ・店頭用POPなど)に関してもお客さまのニーズに合わせ可能な限りデータでのご提供を推進しています。

オリジナル商品の

品質向上による不良品の改善

不良率の低減と廃棄の削減

玩具事業では、不良の発生した商品を解析し、生産工程における改善点を生産工場へ指示することで、改善後の不良率の推移から効果検証を行っています。「解析→改善→生産→検証」のPDCAを回すことで商品の品質を向上させ、廃棄の削減を実現しています。

また、不良品と判断される「前段階」の措置として、商品Q&Aを開設し、その内容を消費者相談センターと共有しています。不良品の解析により、不良品の多くが「実はお客さまの操作誤りや勘違い」であることを明らかにし、事例の多かった内容を商品ごとにまとめた「故障かな?と思ったら」を2023年2月より当社Webサイト上に開設しています。さらに、こちらの内容を消費者相談センターに連携・指導することで、お問い合わせいただいたお客さまの満足度を高めつつ、商品の廃棄削減へとつなげています。

リデュース、リユース、

リサイクルの推進

3Rの推進

物流部門では、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、アミューズメント事業では、カプセル玩具、自動販売機などの複合材の廃棄において、廃棄物の半分以上をサーマルリサイクル(熱回収)し、ついでマテリアルリサイクルしています。また、鉄については鉄材料として一部再利用しています。

さらに、カプセル玩具の販売時に発生する空カプセルのリサイクル、再利用に関する研究、検証も実施しています。今後は、空カプセルにおける環境負荷低減に向けたメーカーさまとの施策などを継続して検討していく予定です。

物流での梱包方法の見直し

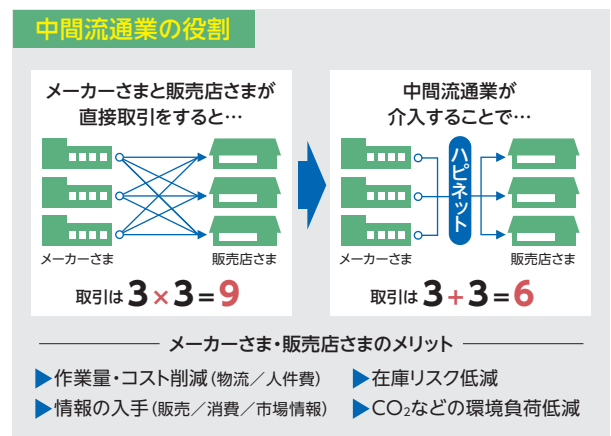
物流部門では、段ボール封緘時のテープ留めをH留めから十字留めへと変更することでOPPテープの使用量、それに伴うCO₂排出量の削減に努めています。さらに、クラフト素材やバイオマス由来などの環境に配慮したOPPテープを検証し、さらなるCO₂排出量の削減を目指します。

マテリアリティ 2

サプライチェーンにおける環境負荷低減

中間流通業の役割

エンタテインメント商材の中間流通トップ企業として



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 —— は上図のとおり「9」となります。ところが、中間流通業としての当社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。膨大な数のエンタテインメント商材を取り扱う当社グループは、営業・仕入れ・物流の連携の強化による効率的な商品配送を行うことで、環境負荷低減を推進しています。

事業活動によるCO₂排出量の削減

物流部門におけるグリーン電力と太陽光パネルの導入

物流部門では、船橋ロジスティクスセンターへのグリーン電力の全面導入による使用電力の切り替えや市川ロジスティクスセンターへの太陽光パネルの設置による自給電力の確保を進めることで、CO₂排出量削減に努めています。引き続き、あらゆる面で脱炭素に取り組み、さらなるグリーンロジスティクスを目指して活動していきます。

オリコン納品の拡大による梱包材削減

物流部門の東大阪ロジスティクスセンターを中心に、近隣店舗へのルート配送時の納品方法を従来の段ボール納品からオリコン(折りたたみコンテナ)納品へと切り替えを進めています。

繰り返し使用でき外部衝撃にも強いオリコンで商品を納品することで、物流資材(段ボールやテープなど)の製造・仕入れ・使用に伴って発生するCO₂排出量の削減や輸送時の商品破損の軽減を実現しています。また、店舗さまにおける開梱作業や廃材処理の削減にもつながり、品出し効率の向上にも貢献しています。



オリコン納品の様子

環境マネジメント強化

環境パフォーマンスデータ収集によるマネジメント体制の強化

当社グループでは、さらなる環境マネジメント強化のため、環境パフォーマンスデータの収集により、事業が環境に及ぼす影響の把握に努めています。

事業ごとの環境負荷係数の把握、環境負荷低減に向けたPDCAサイクルの構築を実現するため、引き続きマネジメント体制の強化を進めます。

気候変動への取り組みとTCFD※への対応

当社グループは、マテリアリティと併せて気候変動問題を取り組むべき重要な社会課題の一つとして捉え、2023年6月にTCFD提言への賛同を表明し、その枠組みを活用した気候変動関連情報の開示を推進しています。TCFD提言に準じて特定したリスク管理及び機会の実現を通じて、気候変動問題に対して持続可能な社会の発展・実現に貢献していきます。

ガバナンス

サステナビリティ推進体制(P.25をご参照ください)に則り、気候変動関連リスクを考慮した経営を実施できる体制を構築しています。

戦略

TCFD提言に沿ったシナリオ分析を実施し、「玩具」「映像音楽」「ビデオゲーム」「アミューズメント」の4事業を対象に気候変動関連のリスク及び機会を特定しました。シナリオ分析には、移行面での影響が顕在化する「2℃シナリオ」「1.5℃シナリオ」、物理面での影響が顕在化する「4℃シナリオ」を使用しました。

気候変動関連リスク

分 類	想定される影響	財務影響		対応策
		1.5℃／2℃	4℃	
移行リスク	政策及び規制			
	① 炭素税の導入によるエネルギー調達コスト増加	中	—	● CO ₂ 排出量の管理及び削減策の実施(省エネルギー施策の推進、再生可能エネルギーの利用等)
	② 炭素税の導入による配送単価の上昇	中	—	● 配送の効率化、配送頻度の低減
	③ 炭素税の導入による廃棄コスト増加	中	—	● 廃棄物の削減
	④ リユース市場拡大による売上減少	—	—	● 新規顧客層の開拓 ● デジタル・体験型ビジネスの拡大
物理リスク	市場			
	⑤ 再生可能エネルギー割合の高まりによるエネルギー調達コスト増加	中	—	● 省エネルギー施策の推進
	急性			
	⑥ 異常気象による供給・流通網への被害に伴う売上減少	大	大	● BCP(事業継続計画)の継続的なアップデートと訓練の実施
	慢性			
	⑦ 平均気温上昇による設備投資、電力コスト増加	中	中	● 省エネルギー施策の推進

リスク管理

当社グループでは、気候変動関連リスク・機会の特定・評価・管理を含む気候変動への取り組みについて、サステナビリティ委員会にて行動計画の策定、優先順位をつけた各施策の推進、モニタリングを実施しています。サステナビリティ委員会の活動状況は、原則年1回以上取締役会に報告され、取締役会での管理をもって全社的なリスク管理プロセスに統合されています。

指標及び目標

当社グループでは、マテリアリティの一つとして「サプライチェーンにおける環境負荷低減(P.27をご参照ください)」を掲げています。また、気候変動関連リスクに関する対応策の推進度を管理するための指標として温室効果ガス排出量を指標として定め、削減に向けて取り組んでいます。

中期目標(～2030年)	自社拠点における二酸化炭素排出量50%削減(2014年3月期比)
長期目標(～2050年)	自社拠点における二酸化炭素排出量実質ゼロ

気候変動への取り組みとTCFDへの対応の詳細は、
当社Webサイトをご覧ください。
<https://www.happinet.co.jp/sustainability/climate>

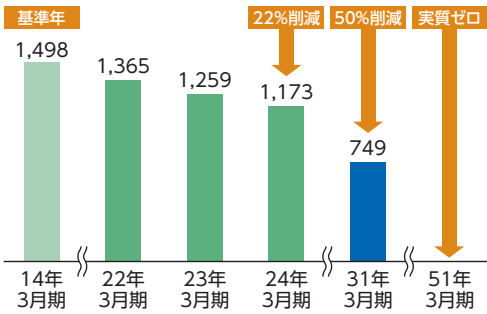


※Task Force on Climate-related Financial Disclosures =
気候関連財務情報開示タスクフォース

気候変動関連機会

分 類	想定される影響	財務影響		対応策
		1.5℃／2℃	4℃	
移行機会	資源効率			
	① 省エネルギー機器等の導入によるエネルギー調達コスト減少	中	中	● 省エネルギー施策の推進
	② 配送効率向上による配送コスト減少	中	中	● 配送の効率化、配送頻度の低減
	③ 環境に配慮した配送形態への移行による梱包材のコスト減少	中	中	● 物流における梱包方法の見直し、梱包材の削減
	④ 配送車両のEV化による燃料コスト減少	中	中	● 営業車のEV車への切り替え
エネルギー源	⑤ 配送センターの低炭素化推進による取引拡大・機会創出を通じた売上増加	—	—	● CO ₂ 排出量の管理及び削減策の実施(省エネルギー施策の推進、再生可能エネルギーの利用等)
	⑥ 環境配慮製品の開発・取り扱いによるサステナブル・エシカル消費ニーズの取り込みを通じた売上増加	—	—	● 環境配慮製品の開発・取り扱いによるサステナブル・エシカル消費ニーズの取り込み ● デジタル・体験型ビジネスの拡大

ハピネットグループ自社拠点における二酸化炭素排出量(スコープ2)の推移(単位:t-CO₂)



Social

社 会

マテリアリティ 3

商品・サービスを通じた
幸福で豊かな暮らしへの貢献

商品・サービスを通じた 楽しみの提供、社会貢献

スポーツ、ライブ・エンタメ OEMグッズの受注を開始

玩具事業では、音源や映像に組み込んだ音波信号を送るだけでペンライトが色鮮やかに点灯し、「会場の一体感」や「心に残る体験価値」を提供する「SSS(ソニックストーリーミングシステム)」の製作受託を行っています。「SSS」は音に反応して光が制御されるシステムを搭載しているため、従来の電波受信型に必要な設備投資やアプリ開発、利用者側のBluetooth設定などは不要です。ライブイベント領域やスポーツ領域など、新規カテゴリーでの商品展開を進めていく予定です。

自社運営のカプセル玩具専門店 『gashacoco』の拡大

アミューズメント事業では、「こころおどる、がココにある」をコンセプトにした幅広い品揃えのカプセル玩具が集まるカプセル玩具専門店『gashacoco(ガシャココ)』を全国に105店舗展開しています(2024年3月末日時点)。
店舗づくりの工夫や幅広い品揃えにより、多くのお客さまにご満足いただけるショッパ展開を目指しながら、店頭でのイベント開催やSNSを通じたキャンペーンを活用して顧客接点の拡大も図っています。また、一部店舗では、お客さまの利便性向上を目的とし、商品位置検索用のタブレットを店内に設置しています。

さらに、2023年3月より『gashacoco』をさらに強化・拡大するため、フランチャイズ加盟募集を開始しました。今後も、より多くのお客さまに楽しんでもいただけるような取り組みを推進します。

「gashacoco」公式サイトはこちらをご覧ください。
<https://gashacoco.jp/>

取引先・消費者視点にたった サービスの創造

ゲームイベントの実施による 楽しみの提供と取引先への貢献

ビデオゲーム事業では、自社ゲームイベント「ハピネットゲームフェス!」を開催しています。全ての来場者の皆さまに楽しんでいただけるように豊富な試遊ゲームのラインナップをご用意するだけでなく、人気コンテンツのバラエティー豊かなグッズ販売の実施やイベントステージの実施、フォトスポットを設置することで、数多くのゲームタイトルを取り扱う当社グループならではのさまざまなゲーム体験を提供しています。
また、イベント開催を通して、タイトルの認知向上やユーザーさまへの興味喚起を促し、多くのパブリッシャーさまにも貢献しています。



「ハピネットゲームフェス!」の様子

映像作品のバリアフリーへの対応

映像音楽事業では、全ての邦画配給作品において「バリアフリー字幕」と「音声ガイド」を付与する、バリアフリー上映を実施しています。今後もバリアフリー上映の普及の促進に努めると同時に、「障害者差別解消法」の理念「全ての国民が、障がいの有無によって分け隔てられることなく、相互に人格と個性を尊重し合いながら共生する社会の実現」に向けて、エンタテインメントというジャンルでの貢献を積極的に進めます。

玩具を通じたSDGsへの貢献

当社グループが運営するECサイト『ハピネット・オンライン』では未来の地球にとってもお子さまにとっても、より良いおもちゃを見つけられる特集ページ「社会に寄り添うおもちゃ For SDGs」を設けています。
特集ページは誰もが楽しめるおもちゃを見つけられることや、子どもたちが学校だけでなく、遊びの場でも持続可能な社会づくりのための考えを養うことができるようになることを目標に、「環境に配慮したおもちゃ」「共遊玩具」「発達に合ったおもちゃ」の3ページから構成されており、多くのメーカーさまの、社会に寄り添う多種多様なおもちゃを掲載しています。ま

た、『ハピネット・オンライン』のサイト内にページを構築したことで、気になるおもちゃをその場で購入することが可能です。



新規事業の開発、創出に関する 制度の整備

新規事業提案プログラムの設計、導入

当社グループでは、新規事業提案プログラム「FRoM」を2023年4月より導入し、プログラム初年度にもかかわらず多くの社員が参加しました。社員が自ら考えたアイデアを事業化するまでのプロセスを整備することにより、今期も継続して、消費者の課題解決につながる新たなビジネス創出を推進します。

サステナビリティの社内への理解浸透

サステナビリティの社内への理解浸透

「サステナビリティとは？」といった基本的な解説、当社グループのマテリアリティや推進体制の紹介などの記事を、定期的に社内イントラネットへ掲載しています。

さらに、グループビジョンや行動指針などと合わせて、サステナビリティ基本方針やマテリアリティを「Knowledge of Happinet」として手のひらサイズの冊子にまとめ、常に社員が携帯できるようにしています。

今後も、社員一人ひとりがサステナビリティを自分事として考え、取り組みにつながるように発信を続けていきます。

製品責任への取り組み

製品安全に関する基本方針

2007年に「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

当社グループは、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。

品質保証推進体制

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、行政及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」を定期的に開催しています。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

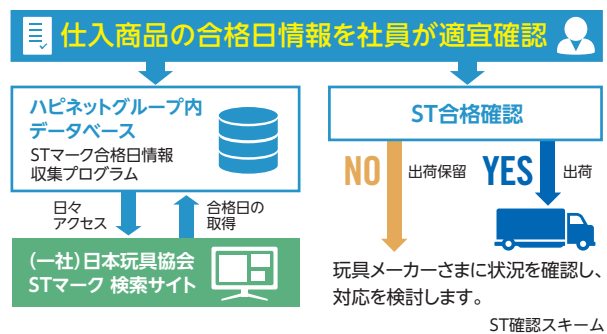
当社グループは、玩具オリジナル製品の開発において、より安全な製品をつくるための「ハピネット品質基準」を設けています。

「ハピネット品質基準」は、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、製品事故事例などを踏まえて、適宜改定を行っています。この基準を生産委託事業者に向けても周知することで、当社グループ品質基準のさらなる理解度向上と浸透を図っています。

当社グループが発売する各製品はお客さまに安全で安心して使っていただくことを最優先事項として掲げ、ST基準、第三者認定検査機関による検査を行った上で、ご使用を想定した自主基準による安全試験を実施しています。また、お使いいただいたお客さまの声をもとに、安全性を高める製品作りをしています。

仕入玩具商品への取り組み

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ています。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。



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

メーカーさま、販売店さま、部材調達先、製造委託工場などの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、EDI(Electronic Data Interchange：電子データ交換)化など、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、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、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います。

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。こうした認識のもと、当社グループは、社会的信頼を一層高めるために何が公正で正當かを常に考え、自らの行動を律していきます。

また、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及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、品質向上を目指して、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、運送事業者との「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、当社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、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。

ダイバーシティ&インクルージョンの推進

サクセッションプランも含めた

人材育成プログラムの策定・推進

人事憲章と支援体制

当社グループは「人」に対する根本理念となる「人事憲章」を制定しています。当社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。「人事憲章」では企業と個人の基本関係や人と経営に関する基本姿勢、目指すべき人材像、人材育成の基本的な考え方を定め、社員が自らの夢と幸福な未来の実現のために仕事をすることを真に望み、その実現のために当社グループは最大限に支援することとし、入社研修時に説明機会を設けて周知しています。

また入社後は、会社生活を送る上での「健康教育」、休業・休職からの円滑な「復帰支援」、社員自らのストレス度を把握する「ストレスチェック」、組織の課題を把握し改善に取り組む「組織診断」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。

人事制度

当社グループでは、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。

人材育成方針

当社グループは「経営の主体は人材である。」とのスタンスに立ち、人材の活動を通して経営資源の最大活用を図ります。社員の能力開発と人材育成を重視するとともに、能力を最大限に発揮できる機会と場を創ります。

社内環境整備方針

長期的・戦略的視点に立ち社員の専門形成を支援するべく、学習体系を確立し、社員が主体的・自主的に参加できる環境を整備しています。

社員の多様なキャリア形成をサポートする研修のほか、育成層に向けた集中的な基礎教育、管理職層に向けたリーダー研修、各種通信講座など、社員の自己啓発や能力向上を図るためのさまざまな制度を設けています。

経歴、性別、年齢、国籍等にかかわらず、多様な価値観を有する従業員がその能力を十分発揮できる体制を整備することを推進しており、管理職への登用等については、その能力、経験等を考慮し行っています。

次世代の経営者・マネジメント人材の育成

当社グループが持続的な成長・発展を遂げていくために、次世代の経営者・マネジメント人材の育成に取り組んでいます。

次世代経営者の育成については、サクセッションプラン委員会を設置し、後継者育成計画の企画・立案・検討を行っています。

次世代マネジメント人材の育成については、必要な要件を段階ごとに整理し、それに応じたスキル獲得の機会拡充により、継続的なマネジメント人材輩出の仕組みづくりを進めています。

多様な人材が活躍できる制度・環境の整備

障がい者雇用

「一人ひとりを尊重し、成長と挑戦の機会をつくり動きがいのある環境を育てる」という経営姿勢に基づき、障がい者雇用においても多様な価値観を認め、一人ひとりの「障がい特性」を理解・尊重し、合理的配慮のもとで得意なスキルを最大限に活かすことができる業務分担を行っています。また、各業務と個々の適性とのマッチング確認、面談やセルフチェックを定期的に行うことにより、各々のモチベーション向上・維持に努め、安定就労・定着化へつながる体制構築を図っています。

次のステップに向けた成長と挑戦の機会として評価制度を導入しています。各々が自分事として業務目標を設定し業務を遂行する中で得た評価を成長に活かせるよう計画的に研修を実施し、やりがいのある就労環境を整えています。

また、社外に向けての取り組みとして、職業安定局主催の各省庁向けの雇用促進セミナー等での講師登壇を行い、障がい者雇用の理解促進への貢献に努めています。また、他企業や支援機関等からの職場見学についても適宜実施しています。

女性活躍推進への取り組み

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」を策定しています。



育児勤務制度の利用可能期間の延長

育児勤務制度の利用可能期間を小学校入学前から小学校卒業までに延長することで、「小1の壁」や「小4の壁」のような育児と仕事の両立の妨げを解消し、全ての社員が安心して働くことができる環境を整備しています。

社員の健康サポート

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さまざまな取り組みを行っています。

トータルヘルス相談の導入	2012年3月期から独自の「トータルヘルス相談」を実施。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・対処を目指す。
健康診断の取り組み	法定の健康診断項目以外にも、自由に選択できるオプション検査の受診を補助。産業医が要2次検査と判断した社員に対しては、受診確認を徹底。
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、社内外の産業保健スタッフが相談に応じる体制を整備。年1回、全社員を対象に「ストレスチェック」を実施し、予防策の指導やアドバイスを行う。
健康についての情報発信や補助	研修の企画や社内イントラ・メールを使用した啓蒙などを通して、健康についての情報発信や補助を実施。
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、1ヵ月の残業時間が45時間を超える社員の周知・改善策の検討など残業に関するルールを徹底。
効果検証	取り組みの結果把握や効果検証を継続的にを行い、取り組みの見直しを図ることで、社内の健康課題の解決や健康の保持増進につなげる。 ▶ 詳細は「ESGデータ集」の「社会」をご覧ください。 https://www.happinet.co.jp/sustainability/data/index.html

従業員エンゲージメント

向上施策の推進

ビジョン浸透、社内広報企画の実施

当社グループでは、従業員エンゲージメントの向上により、組織の活性化を目指しています。2023年3月期からは、中期経営計画及び長期ビジョンの社内浸透を目的に、全社員参加のビジョン浸透プログラムを実施しています。

中期経営計画及び長期ビジョンは、人口減少やデジタル化により中長期的に当社グループの主力ビジネスである国内の中間流通市場全体が縮小傾向に向かうことが想定される中、事業環境変化に対応できる機動力を兼ね備えた企業体への変化を目指し、策定されました。会社のビジョンを、社員一人ひとりが納得し、自分事として捉え取り組むことで従業員エンゲージメントの向上を図るとともに、中期経営計画と長期ビジョンの達成を目指します。

また、社内でのコミュニケーションを活性化させるため、従業員と双方向のコミュニケーションが可能な社内イントラネット「ハピネステーション」上で多様な広報企画を実施しています。従業員をリレー形式で紹介する「他己紹介リレー」や、ユニットや子会社独自の取り組みを紹介する「広報が行く！ハピネットグループ横断の旅」などの社内広報企画を通じて、横のつながりや、グループ内のシナジー効果の強化を図っています。

従業員エンゲージメント向上に向けて、ビジョン浸透、広報企画の両面から継続的な施策を実施し、組織のさらなる活性化を目指します。



ビジョン浸透プログラムの様子

マテリアリティ 5

デジタルトランスフォーメーション

デジタル化による業務効率化の推進

各部門でのデジタル化による業務効率化の推進

玩具事業では、膨大な商品数の受発注から出荷までを一気通貫で対応できる専用の受発注システムを開発し、その

運用により、業務効率化を推進しています。運用定着を目指し、今後も継続的な開発を行います。

ビデオゲーム事業では、DaTaStudio (DTS) と呼ばれるBIツールを活用し、これまで部門単位でバラバラに管理していた商品別・法人別の予約・販売・出荷などの実績データの一元化に取り組んでいます。実績データを誰でもタイムリーに確認、活用できる状態を目指し、業務効率化を進めています。

映像音楽事業では、AI-OCR[※]の導入、運用に向けた準備を行っています。AI-OCRでは、FAXで受信した注文書をそのままデータとして読み込むことが可能で、目視でのエラーチェックにかかる時間の削減につながります。今後、RPAとの連携により、さらなる作業の自動化を検討しています。これらのツールの導入により、業務効率化を推進し、お取引先さまへのサービス安定化を目指します。

※AI-OCR: PDFや画像に書かれている文字列を、デジタルなテキストデータに変換する技術

経営・事業戦略を実現する

DX推進体制の構築

デジタルマーケティング推進

当社グループでは、社内データの活用と合わせ、アクセス解析ツールやソーシャルリスニングツールを用いたデジタルマーケティングにより、お客さまのニーズの可視化や自社の課題把握に取り組んでいます。また、需要予測にAIを活用し、事業担当者の経験や勘などの暗黙知に頼らない精度の高い意思決定を行う仕組みの構築を進めています。

デジタル活用による新たな

サービスの創造

キャッシュレス決済に対応する カプセル玩具自動販売機の研究開発

電気を必要としないカプセル玩具自動販売機は、電源の場所に縛られずいろいろな場所に設置できるところがメリットの一つですが、昨今の国内のキャッシュレス決済の需要の高まりを受けて、キャッシュレス決済に対応するカプセル玩具自動販売機の研究を継続して行っています。



QR決済対応のカプセル玩具自動販売機

Corporate Governance | 役員紹介 (2024年6月末現在)

役員プロフィールの詳細はこちらよりご覧ください。
<https://www.happinet.co.jp/company/directors/detail.html>

ガバナンス

取締役



代表取締役会長
兼最高経営責任者
苗手 一彦

略 歴
1976年 10月 株式会社トウショウ (現当社) 入社
1994年 5月 当社取締役戦略営業室長
1999年 4月 当社代表取締役社長
2016年 6月 当社代表取締役会長
兼最高経営責任者 (現任)



代表取締役社長
兼最高執行責任者
榎本 誠一

略 歴
1991年 10月 当社入社
2014年 6月 当社取締役常務執行役員
第1事業本部長
2016年 6月 当社代表取締役社長
兼最高執行責任者 (現任)



取締役 常務執行役員
最高情報責任者兼情報システム室長
兼ロジスティクスカンパニープレジデント
津田 克也

略 歴
1989年 4月 株式会社トウショウ (現当社) 入社
2023年 6月 当社取締役常務執行役員
最高情報責任者兼情報システム室長
兼L&Sカンパニープレジデント
2024年 4月 当社取締役常務執行役員
最高情報責任者兼情報システム室長
兼ロジスティクスカンパニー
プレジデント (現任)



社外取締役
独立役員 **岡 俊子**

2019年6月より現任
重要な兼職状況
◎明治大学専門職大学院 グローバル・ビジネス研究科専任教授
◎日立建機株式会社社外取締役
◎ENEOSホールディングス株式会社社外取締役
◎アース製薬株式会社社外取締役



社外取締役
独立役員 **水野 道訓**

2023年6月より現任
重要な兼職状況
◎公益財団法人ソニー音楽財団理事長
◎株式会社ブシロード社外取締役
◎グリー株式会社社外取締役



社外取締役
独立役員 **佐藤 智恵**

2024年6月より現任
重要な兼職状況
◎公益財団法人大学基準協会経営系専門職大学院
認証評価委員会委員
◎伊藤忠エネクス株式会社社外取締役



取締役 常務執行役員
最高財務責任者
兼経営本部長
石丸 裕之

略 歴
1998年 6月 当社入社
2020年 6月 当社取締役執行役員経営企画室長
2024年 4月 当社取締役常務執行役員
最高財務責任者兼経営本部長 (現任)



取締役 常務執行役員
カンパニー統括本部長
水谷 敏之

略 歴
1994年 4月 当社入社
2024年 6月 当社取締役常務執行役員
カンパニー統括本部長 (現任)



社外取締役
独立役員 **長瀬 眞**

2016年6月より現任



常勤監査役
浅津 英男

略 歴
1990年 9月 株式会社ダイリン (現当社) 入社
2001年 6月 当社取締役執行役員最高財務責任者
兼経営戦略室リーダー
2016年 6月 当社常勤監査役 (現任)



社外監査役
独立役員 **坂井 秀行**

2019年6月より現任
重要な兼職状況
◎アンダーソン・毛利・友常法律事務所
外国法共同事業顧問



社外監査役
独立役員 **谷口 勝則**

2020年6月より現任
重要な兼職状況
◎公認会計士谷口勝則事務所所長
◎株式会社シーイーシー社外取締役 (監査等委員)

スキル・マトリックス

役職	氏名	所有株式数 (2024年3月末時点)	2024年3月期における出席状況		企業経営	営業・ マーケティング	ESG・ サステナビリティ	財務会計	法務・ リスク管理	IT・DX	グローバル	他企業の 知見
			取締役会※	監査役会								
代表取締役	苗手 一彦	220,300株	14/14回		●	●	●					
代表取締役	榎本 誠一	28,100株	14/14回		●	●	●					
取締役	津田 克也	7,500株	11/11回		●	●	●			●		
取締役	石丸 裕之	7,800株	14/14回		●		●	●	●			
取締役	水谷 敏之	7,160株	—		●	●	●					
社外取締役	長瀬 眞	9,500株	14/14回		●	●	●				●	●
社外取締役	岡 俊子	5,600株	14/14回		●		●	●			●	●
社外取締役	水野 道訓	300株	11/11回		●	●	●				●	●
社外取締役	佐藤 智恵	— 株	—		●	●	●				●	●
常勤監査役	浅津 英男	49,900株	14/14回	14/14回	●			●	●			
社外監査役	坂井 秀行	1,700株	14/14回	14/14回	●				●		●	●
社外監査役	谷口 勝則	1,200株	14/14回	14/14回	●			●				●

※上記の取締役会の開催回数のほか、会社法第370条及び当社定款第26条の規定に基づき、取締役会決議があったものと見なす書面決議が2回ありました。

スキル定義

スキル	定義
企業経営／他企業の知見	経営戦略など重要事項に対して長期思考・戦略思考をもって最適な意思決定を行うスキル
営業・マーケティング	マーケットや流通に対する広い知識・経験を有し、事業戦略や事業課題に対して最適な意思決定を行うスキル
ESG・サステナビリティ	ESG・サステナビリティに対する広い知識・経験を有し、ステークホルダーと共存しながら長期的かつ安定的に持続可能な経営を行うスキル
財務会計	財務会計に対する広い知識・見識を有し、業績・経営指標から経営状況を適切に把握し、課題を提起するスキル
法務・リスク管理	法務・リスク管理に対する広い知識・見識を有し、リスクコントロール状況を適切に把握し、課題を提起するスキル
IT・DX	IT・デジタル領域などの最新分野に対する高度なリテラシーをもって当社の事業変革・安定的経営を実現できるスキル
グローバル	グローバルビジネスに対する広い知識・経験を有し、グローバルな視点・視座をもって海外事業戦略に対して最適な意思決定を行うスキル



社外取締役 水野 道訓

社外取締役 岡 俊子

「from」ハピネット」で 新しいエンタテインメント・スタイルの発信を目指す ハピネットグループの現状と持続的な成長をテーマに、 社外取締役2名が自由に意見を交わしました

第9次中期経営計画(2023年3月期 ～2025年3月期) 2期目の評価

川上・川下領域施策の展開

水野 かつての玩具中間流通のイメージから、完全にエンタテインメント総合商社として成長できたと思います。ですが、ここ数年は川上領域へのトライが強過ぎていたのではないのでしょうか。今や当社グループは、玩具、映像音楽、ビデオゲーム、アミューズメント全てのエンタテインメント領域におけるプラットフォームです。よりユーザーに近い川下領域において、もっと強さを発揮すると思います。

岡 第9次中期経営計画に限らず、川上・川下領域への展開は、当社グループの長年の念願だと認識していますが、現在の事業領域である川中領域をおろそかにしないことが大前提だと考えています。「常に手触り感を持ちながら」を心掛けながら徐々に川上・川下へ領域を広げていくと、リスクをミニマイズしつつ、領域拡大を実現できると思います。



新規事業への投資

岡 川上・川下への領域展開の中で新規事業の芽が出てくるかもしれませんが、基本的には現事業をより強固なものにするための展開と考えるのが良いと思います。一般論として、新規事業では「誰がやるか」が極めて重要です。社内のリソースやスキルだけではできないことも多いので、全てを自力で完結させようとせず、他力をうまく活用しながら実を取っていければよいのではないのでしょうか。また、全てのカンパニーが自らのカンパニー内で新規事業の育成にエネル

ギーを注ぐよりも、当社グループとして「新規事業の芽をどう育てるか」の議論が必要かもしれませんね。

水野 新規事業については、川上領域におけるコンテンツ関連への投資を積極的に行ってきたと思います。今後は、常にマーケットや社内の若手の意見にアンテナを張り、変化を吸収しながら、小さくても新しい事業やコンテンツにチャレンジする社風をつくってほしいと思います。その中から第5の柱が生まれる可能性があります。そのためにも、マネジメント層にはリスクと将来性を読む力が求められます。

海外展開への挑戦

水野 まさに、現在進めているカプセル玩具事業の北米展開に期待しています。中間流通が祖業の当社グループは、海外においてもユーザーダイレクトのビジネスで強みが発揮できていると感じています。第一段階であるカプセル玩具の小売ビジネスから中間流通ビジネスへの展開も考えられます。また、ASEANをはじめとしたアジアでの今後の展開にも期待しています。

岡 北米でのカプセル玩具事業の展開は、ぜひともここ数年で形にしてほしい領域として私も期待しています。

サステナブルな経営体制構築に向けた取り組み

岡 カンパニー制に移行してから4年がたち、事業運営が落ち着いてきたところなので、カンパニー制の良いところが現在の好業績に貢献していると思います。ただし、このあと数年たつとカンパニー制の課題面も出てくるでしょう。組織をサステナブルな体制にしていくことを想定して、外部環境を分析しながら、5年後・10年後の経営体制についてスモールグループで頭の体操をしておくとういと思います。

水野 グループガバナンスについては、リスク管理・コンプライアンスともに高いレベルで構築されていると思います。一方でサステナビリティへの取り組みの観点では、環境負荷低減の面で、成長領域であり、これから海外にも進出するカプセル玩具ビジネスにおいて、空カプセルの廃棄量削減やリサイクルの促進など、具体的な施策・計画を打ち出していくべきではないのでしょうか。また、玩具をはじめとしたエンタテインメント商材を取り扱う会社として、子どもの教育や子育て支援など、「子どものための応援を積極的に進める」企業としての明確なビジョンも打ち出してほしいと思います。

ハピネットグループが 持続的な成長を続けるために

岡 労働力人口が減少していく中で、どの事業領域においても、マネジメント層においても、人への投資が重要だと考えています。どうやって社内で人を育成するのか、足りないスキルをどこからどうやって補うのか、カンパニーをまたぐ人材交流をどれだけ活性化させて将来のマネジメント層となり得る人材プールを構成するのかなど、人材育成のマスタープランを策定することから始めてみたらよいのではないのでしょうか。女性活躍については、本人のエンゲージメントを高めることを含めて、あまり時間をかけずに対応策の検討・導入を進めておくと、マーケットから優秀な人材を獲得する競争において、当社グループが良いポジションを取れる可能性があります。



水野 女性管理職の比率を着実に高めていることは評価しています。ですが、いまだ執行役員に女性がおらず、候補も見えていない状況なので、マネジメント教育を含め、取り組みをさらに加速させる必要があると思います。また、今後の海外展開のためにも、外国人の採用を増やすべきだと思います。

ステークホルダーの皆さまへ

岡 中間流通に位置していますので、地味な印象があるかもしれませんが、特に投資家の方々には、当社グループのようなユニークな会社に、さらに目を向けていただくと良いのではないかと思います。日本の流通構造が変わっていく中、中長期的にどう生きていくかについて、よく考え抜かれた戦略を持っています。行動力もピカイチです。ぜひ、当社グループのおもしろさを発掘してみてください。

水野 玩具の中間流通から始まった当社は、50年以上の歴史を越えて、今や日本のエンタテインメントにおけるリアル世界での最大プラットフォームです。そしてあらゆるコンテンツ会社とのつながりから、さらに川上・川下領域への戦略を深め、海外にも積極的に展開しています。ますます今後の当社グループに乞うご期待です。

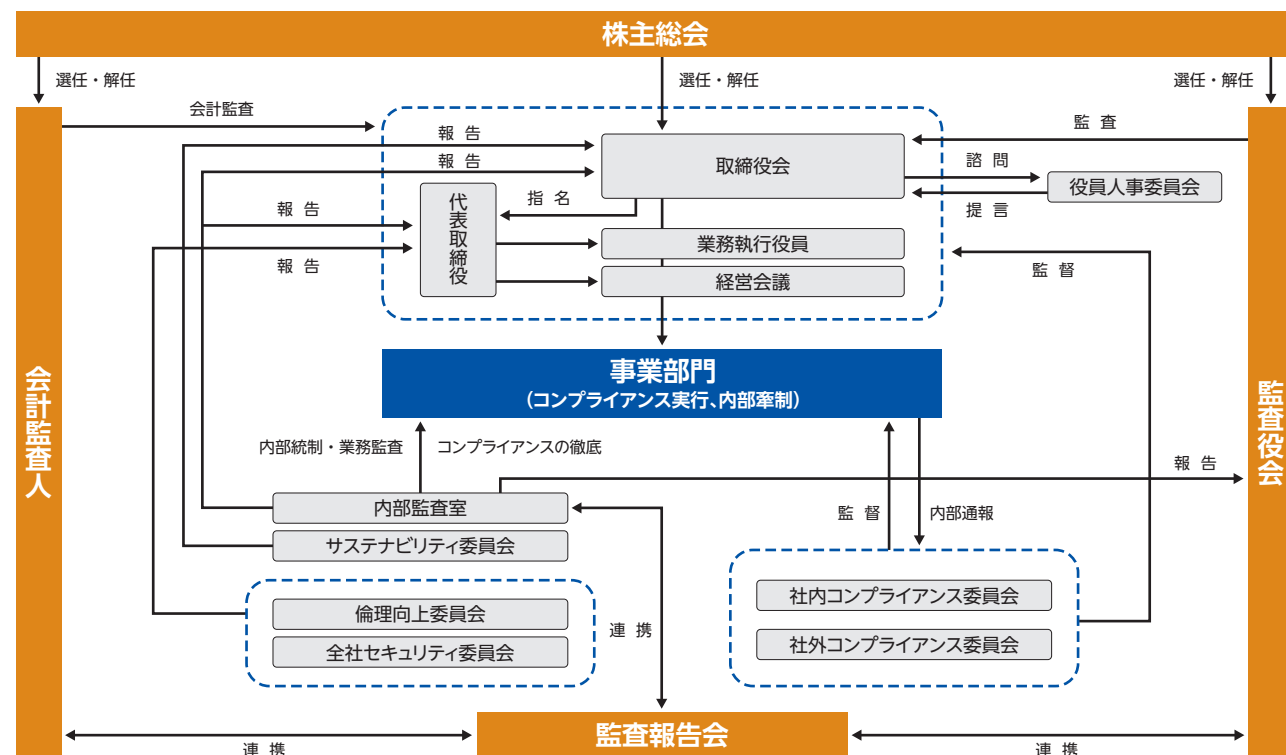
健全かつ有効な コーポレートガバナンス基盤の構築

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社グループは、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

ガバナンス体制図 (2024年6月21日現在)



主な 特長

- ◎ 取締役会による経営方針及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、監査役会設置会社の形態を採用しています。
- ◎ 任意の委員会として、独立社外取締役が過半数を占める「役員人事委員会」を設けています。
- ◎ 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。

取締役会及び取締役

取締役会は、9名の取締役ににより構成されており、うち4名が社外取締役です。毎月1回以上開催し、法令で定められた事項及び取締役会規程に定められた重要事項につき機動的な意思決定を行うとともに、業務執行状況の監視・監督を行っています。取締役の職務執行の適法性を確保するための強力な牽制機能を期待し、取締役会には少なくとも2名以上の独立社外取締役を常時在籍させています。

監査役会及び監査役

監査役会は、常勤監査役1名及び社外監査役2名で構成されています。監査役は取締役会に常時出席しているほか、常勤監査役は社内の重要な会議に積極的に参加し、法令、定款違反や株主利益を侵害する事実の有無について重点的に監査を実施しています。また、監査役会主催の監査報告会を定期的に設けており、会計監査人及び内部監査室長が出席し、監査上の重要なポイントについて意見交換等を行い、常に連携の強化に努めています。

取締役・監査役の選任方針及び指名手続き

取締役会については専門知識や知見、業務経験等のバックグラウンドが異なる多様な取締役で構成することを方針としています。また、独立社外取締役には、他社での経営経験を有する者を含んでいます。なお、各取締役及び監査役がもつたるスキル・キャリア・専門性を一覧化したスキル・マトリックスを作成しています。

▶ スキル・マトリックスはP.34-35をご覧ください。

取締役・監査役候補者の指名は、議長として代表取締役、構成員として社外取締役３名からなる任意の諮問機関「役員人事委員会」にて討議し、監査役候補者の場合には監査役会の同意を得た上で、取締役会にて指名しています。

社外取締役及び社外監査役の選任理由

社外取締役及び社外監査役の選任に当たり、経営監視機能の透明性を確保するため、東京証券取引所が定める独立性基準を参考に、当社グループの「役員執務内規」において「社外役員の独立性に関する基準」を制定しています。なお、「社外役員の独立性に関する基準」の詳細は、当社Webサイトのコーポレート・ガバナンス体制ページ内「コーポレート・ガバナンスに関する報告書」に掲載しています。



コーポレート・ガバナンスに関する報告書
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7552/tdnet/2462850/00.pdf>

社外取締役

社外取締役の4氏は独立役員です。長瀬眞氏、岡俊子氏、水野道訓氏は長年にわたり企業経営に携わり、経営に関する豊富な経験と実績を有しています。また、佐藤智恵氏は長年にわたり作家として経営・メディア関連の著書を多数執筆し、経営戦略コンサルタントとして活躍されるなど、経営に関する豊富な経験と実績を有しています。独立した立場から客観的に執行役員等の職務を監督していただくことにより当社グループのガバナンスをさらに向上させることを期待しています。

社外監査役

社外監査役の両名は独立役員です。坂井秀行氏は長年にわたる弁護士としての豊富な経験と実績を、谷口勝則氏は長年にわたる公認会計士としての豊富な経験と実績を有しており、当社グループの監査体制に活かしていただくことを期待しています。

取締役会・監査役会の実効性確保

当社グループは、取締役会の実効性向上のため、取締役、監査役全員を対象に個別にアンケートを実施し、取締役会全体で課題の分析・把握を行っています。抽出された課題については、継続的なPDCAサイクルにより解決を図っています。また、複数の独立社外取締役を選任することにより、取締役会としての判断や会議の運営等について実効性を担保しています。

2024年3月期の評価結果

2024年3月期のアンケートにおいては、取締役会の実効性を測定するための「構成」「運営」「議論」「支援体制」の4つの観点からなる全28問の質問票を取締役、監査役全員に対して配布し、回答を得ました。回答の集計内容を取締役会で共有し、分析・検証した結果、重点的に取り組むべき課題として「次期中期経営計画策定に向けた議論の充実」と「サステナビリティへの取り組みの進捗報告・議論の充実」があげられました。

この結果を踏まえて当社グループでは、現行の第9次中期経営計画の総評も含めた、グループの方向性・全社戦略、重点テーマの議論を充実させるとともに、人的資本への投資や後継者を含めた人材育成プランの全体像策定についても、中長期戦略を踏まえ、取締役会で議論していきます。また、サステナビリティの取り組みについて、重点テーマに絞った具体的な検討を行うことで、さらなる議論の充実を図っていきます。

役員の報酬等

基本方針

当社グループの取締役の報酬は、企業価値の持続的な向上を図るインセンティブとして十分に機能するよう株主利益と連動した報酬体系とし、個々の取締役の報酬の決定に際しては各職責を踏まえた適正な水準とすることを基本方針としています。

具体的には、取締役の報酬は、月例の固定報酬、短期業績連動報酬及び非金銭報酬等により構成し、客観性と透明性を担保するため、「役員人事委員会」で検討し、取締役会より一任された代表取締役が株主総会で決議された総額の範囲内で決定する仕組みとなっています。報酬の種類ごとの標準的な比率の目安は、固定報酬、短期業績連動報酬、非金銭報酬の構成を、おおそ50%、25%、25%の割合で設計しています。

なお、監査役については、固定報酬のみとし、その金額については監査役会にて決定しています。

固定報酬（金銭報酬）

基本報酬は月例の固定報酬とし、各取締役の役位、責任の大きさ、世間水準、従業員とのバランス等を考慮し、総合的に勘案して決定します。

短期業績連動報酬（金銭報酬）

短期的なインセンティブ機能を目的とし、個別の施策達成度合い、期初計画に基づき設定される連結業績指標（「経常利

益」「ROE（自己資本当期純利益率）」）及び個人業績指標をもとに算出します。連結業績指標は、適宜、環境の変化に応じて、役員人事委員会の答申を踏まえた見直しを行っています。

業績指標	選定理由	2024年3月期（連結）
		実績
経常利益	経営活動全般の利益を表す単年度業績の指標として最適だと判断したため。	8,974百万円
ROE	中長期業績の指標として株価との相関関係が高く、適切な指標だと判断したため。	13.8%

非金銭報酬

中長期的なインセンティブ機能を目的とした業績連動型株式報酬制度「株式給付信託（BBT）」を導入しており、役員株式給付規程に基づき、中期経営計画の最終年度における目標に対しての業績達成度等を勘案して定めるポイントを付与します。取締役が付与されるポイントは、取締役が退任し、役員株式給付規程に定める受益者要件を満たした場合、当該ポイント数に応じた数の当社株式を本信託から給付します。

業績達成度の評価指標として「経常利益」「ROE」を採用し、2023年3月期から2025年3月期の第9次中期経営計画目標額は、「経常利益」65億円、「ROE」7.5～8.5%としています。

「株式給付信託（BBT）」の概要は、有価証券報告書をご覧ください。
https://ssl4.eir-parts.net/doc/7552/yuho_pdf/S100TNJU/00.pdf#page=48

株主・投資家との対話

当社グループはより多くの皆さまに当社グループを知っていただくとともに、企業理解を深めていただくべく、個人投資家説明会や、国内・海外の機関投資家、アナリストの皆さまとのミーティングを積極的に行っています。遠方の方にもご覧いただけるようWeb配信を活用するなど、より多くの方に説明内容をお届けするための工夫もしています。さらに、株主総会の開催や株主通信、統合報告書の発行を通して、定期的なコミュニケーションの場を設けています。

今後もさまざまな活動を通じ、株主・投資家の皆さまとの対話に取り組みます。

具体的な活動事例

- ◎ 個人投資家向けに定期的説明会を開催
- ◎ アナリスト・機関投資家向けに定期的説明会を開催
- ◎ IR資料のホームページ掲載
- ◎ IRに関する部署（担当者）の設置

当社Webサイト「株主・投資家の皆さまへ」
<https://www.happinet.co.jp/ir/index.html>

内部統制

当社グループは、内部統制体制を強化していくために、「内部統制基本方針」を定めています。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、当社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、内部監査室が

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。

なお、「内部統制基本方針」が有効に運用されるよう、その運用状況については適宜取締役会に報告され、取締役会は評価、監督を行っています。

コンプライアンス

当社グループは、法令の目的と精神を理解して行動しています。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、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。

社員が法令・定款及び倫理綱領に違反する事実の発生を認めた際には、通常の業務報告経路とは別に、コンプライアンス・ホットライン経由で社内外のコンプライアンス委員会へ、匿名にて内部通報が可能な情報伝達経路を設けています。

推進体制

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「内部監査室」を設置しています。内部監査室では、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。また、内部監査の状況については定期的に取締役会において報告しており、さらに、内部監査の信頼性・実効性を確保するため、監査役・

監査役会に対しても直接報告を行うデュアルレポーティングラインを構築しています。

法令遵守／コンプライアンス教育

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、この規程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、当社グループのビジネスにおける規範とするものです。この「倫理綱領」は事業環境、事業内容の変化に適応したものとなるよう、時流にあっているか等、「倫理向上委員会」を設置して定期的に見直しを行っています。

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。新入社員及び中途社員の入社研修時についても、「倫理綱領」などについての研修機会を設けています。また、グループビジョンや行動指針などと併せて「倫理綱領」

2024年3月期 取締役及び監査役の報酬等の総額

役員区分	報酬等の総額	報酬等の種類別の総額			対象となる 役員の員数
		固定報酬	業績連動報酬等		
			短期業績連動報酬	非金銭報酬等 (BBT)	
取締役 (うち社外取締役)	464百万円 (32百万円)	145百万円 (32百万円)	241百万円 －	77百万円 －	8名 (4名)
監査役 (うち社外監査役)	38百万円 (14百万円)	38百万円 (14百万円)	－ －	－ －	3名 (2名)

（注）1. 取締役の支給額には、使用人兼務取締役の使用人分給与は含まれていません。
2. 2024年3月期に係る非金銭報酬等（BBT）として取締役（社外取締役を除く）に付与されたポイント数は49,710ポイントであり、2024年3月期に付与されたポイント数に、本信託の有する当社株式の1株当たりの帳簿価額を乗じた金額を記載しています。
3. 上記の取締役の員数及び支給額には、2023年6月22日開催の第55期定時株主総会終結の時をもって退任した取締役1名を含んでいます。

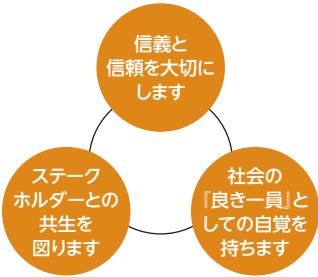
を「Knowledge of Happinet」として手のひらサイズの冊子にまとめ、常に社員が携帯できるようにしているほか、社内イントラネットへの掲載や実践編（「倫理綱領」を日々の行動に活用するためのQ&A）の随時見直し・その内容に関する社内アンケートを実施し、理解と浸透を図っています。



「Knowledge of Happinet」冊子

ビジネス倫理観

ビジネス倫理観（『何が正しいか』）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点を掲げており、グループビジョン（『何が大切か』）の実現を支え、ビジネス行動を検証しています。



「ビジネス倫理観」の詳細はこちらをご覧ください。
<https://www.happinet.co.jp/company/ethics.html>

リスクマネジメントについて

リスク管理体制

当社グループにおいては経営・事業環境の変化や長期ビジョン及び中期経営計画を踏まえた事業活動の拡大に伴ってリスクの多様化が進むことが予想されています。そのため、当社グループでは統括責任者を代表取締役社長としたリスク管理体制を整備し、当社グループのリスクを把握し、発生 の未然防止及びリスクの低減に取り組んでいます。

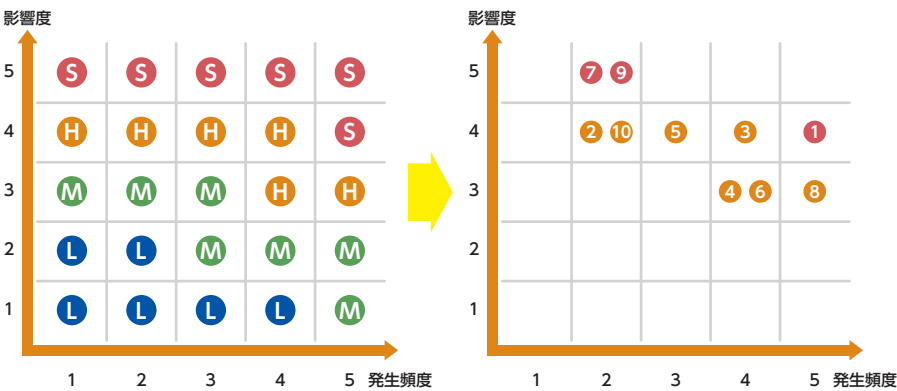
具体的には、事業活動に影響を与える可能性のあるさまざまなリスクについて洗い出し、影響度、発生頻度の観点から重要度について評価し、特に優先的に対処すべきリスクを「重要リスク」として選定しています。重要リスクについては、主管部門が主体となってリスク対策計画を立案、実施し、進捗状況に対するモニタリングを行って是正・改善に取り組んでいます。

また、これらのリスク管理の活動状況について、原則年1回以上取締役会へ報告しています。取締役会は、リスク管理の活動状況を適宜監督し、当社グループの課題の認識と対応についての指示を行っています。

重要リスクの選定

重要リスクの選定に当たっては、まず、社内取締役・管理職層等に対するアンケート及び各事業部門責任者に対するヒアリングを実施し、当社グループに影響を与える可能性があるリスクを網羅的に洗い出しました。

洗い出したリスクに関しては、影響度及び発生頻度を軸としたリスクマトリクスを用いて重要度を評価し、特に優先的に取り組むべき重要リスクを選定しています。



第一優先で取り組むべきリスクで、定期的に取り締役会等へ状況報告し、必要な指示に従ってリスク低減策を実施する必要のあるリスク。

第二優先で取り組むべきリスクで、定期的に取り締役会等へ状況報告が必要なリスク。

部門単位で定期的にリスク状況把握及び対策の進捗を確認しながら管理するリスク。

日常業務において適切に状況を管理し、適宜進捗を確認しながら管理するリスク。

※東京海上ディーアル株式会社資料に基づいて作成

重要リスク項目と対応策

重要リスクの詳細は、当社Webサイトをご参照ください。
<https://www.happinet.co.jp/ir/risk.html>

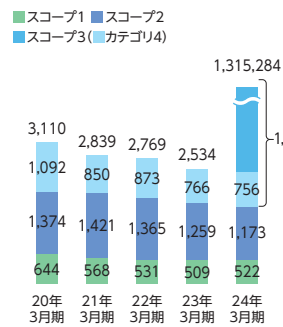
大分類	リスク項目 (リスクレベル)	リスクシナリオ	対応策
A 成長戦略	1 市場環境の変化 (S)	● 市場環境の大きな変化や経済情勢の悪化	● 市場分析を踏まえた事業計画の策定と定期的な見直し ● 社内カンパニー制の導入 ● 全事業での川上・川下領域施策の展開 ● 新規事業開発による事業領域の拡大
	2 事業投資・企業買収 (H)	● 投資回収状況や買収先の業績状況の悪化	● 事業計画の進捗状況や事業環境変化の定期的なモニタリング ● 事業投資・撤退判断基準の策定 ● 事業ポートフォリオの定期的なモニタリングや見直し
B 特定の仕入先・販売先への依存	3 特定の仕入先・販売先への依存 (H)	● 主要な仕入先・販売先の市場環境や取引状況の変化	● 全事業での川上・川下領域施策の展開 ● 新規事業開発による事業領域の拡大 ● 新たな顧客層の開拓等による中間流通のシェア拡大
C 棚卸資産	4 過剰在庫の発生 (H)	● 需要予測、流通在庫の不適切な進捗	● 情報システムを活用した適正な需要予測とチャンスを見逃さない商品供給 ● 仕入決定プロセス・基準の明確化
D 外部委託先管理	5 外部委託先管理 (H)	a)製造物責任及び品質管理 ● 製造委託先に対する不十分な管理監督による重大な商品欠陥の発生 b)外部委託先管理 ● 外部委託先での法令違反や不祥事による商品の販売や映像作品の公開の中止	a) ● 当社グループの品質基準に基づく万全な品質管理 ● 製造委託先の管理体制の整備 ● 経営層や関係社員への啓蒙活動、契約内容の見直し b) ● 発生リスクが高い事業部門における重点的な対応
E 人材の確保と育成	6 人材の確保と育成 (H)	● 労働人口の減少による採用難 ● 働きやすさや労働意欲の低下による人材流出	● 人材育成方針をもとにした学習体系の確立 ● 多様な社員が安心して働け、活躍できる環境の整備 ● 積極的な採用活動
F IT・情報管理・デジタル対応	7 システムの停止 (S)	● 自然災害や突然の停電等による通信ネットワークの切断 ● サイバー攻撃やコンピュータウイルスへの感染等による情報セキュリティ事故の発生	● 全社セキュリティ委員会における制度や運用に関する対策の検討 ● アセスメント実施による課題の把握、マニュアルの策定 ● 全社的な啓蒙活動
	8 情報管理 (H)	● 紙資料やパソコンの紛失、メールの誤送信等による個人情報や自社・取引先の機密情報等の外部への流出	● メール誤送信防止ルールやマニュアルの策定 ● 情報管理に関する全社啓蒙活動 ● データ管理のクラウド化
G 事故・災害対応、事業継続	9 事故・災害対応、事業継続 (S)	● 大規模な地震、台風、集中豪雨等の自然災害や火災、停電等の事故による営業の長時間停止	● 事業継続と早期復旧に取り組む基本方針の掲示 ● 事業継続計画 (BCP) の策定と定期的な見直し、訓練・啓蒙活動の実施
H 広報対応	10 広報対応 (H)	● 開示内容の不備、マスコミ・クレーム対応の失敗、事実誤認による報道やSNSでの誤情報の拡散、商品や映像作品における誤解を招く表示等による信用低下や損害賠償の発生	● 広報活動に関わるマニュアルやガイドラインの策定と定期的な見直し ● 広報推進委員会における広報関連情報の定期的な共有、重要な広報リスクの特定と低減策への取り組み

非財務ハイライト

より詳細な非財務データは、
当社Webサイト「ESGデータ集」をご覧ください。
<https://www.happinet.co.jp/sustainability/data/>

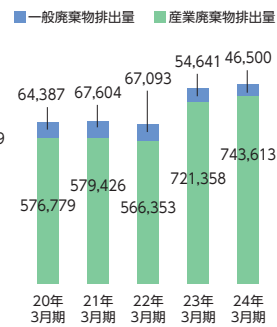
Environment

スコープ別
CO₂排出量※ (t-CO₂)

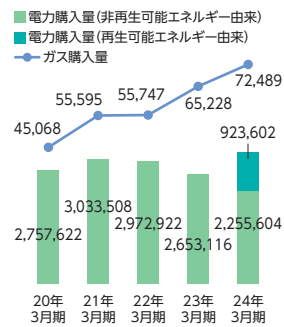


※2023年3月期までのスコープ3はカテゴリ4のみを開示し、2024年3月期よりカテゴリ1～7（8～15は対象外）までを開示しています（カテゴリ別の詳細情報は、当社Webサイト「ESGデータ集」をご覧ください）。

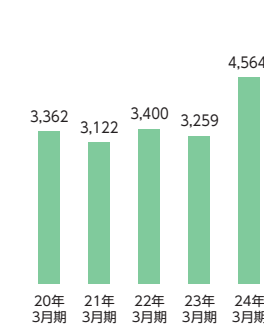
廃棄物排出量 (kg)



電力 (kWh) ・ ガス (m³)
購入量

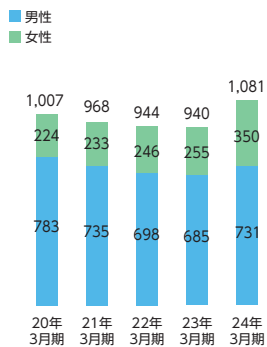


用水使用量 (m³)

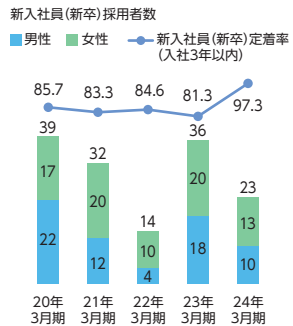


Social

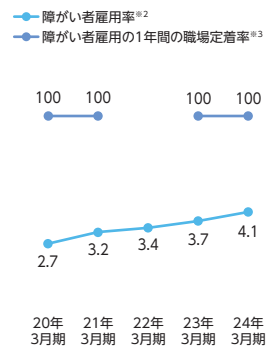
連結従業員数 (名)



新入社員(新卒)採用者数
新入社員(新卒)定着率 (%)

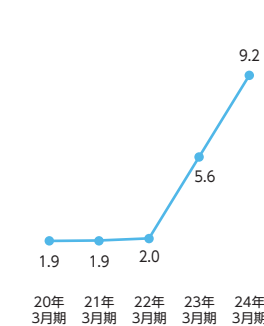


障がい者雇用※1 (%)



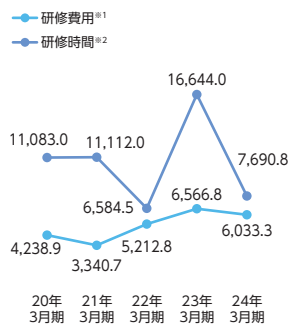
※1 数値は単体ベース
※2 法定障がい者雇用率の算出方法
※3 2022年3月期は新規採用実績がないため算出不可

管理職に占める
女性労働者の割合 (%)



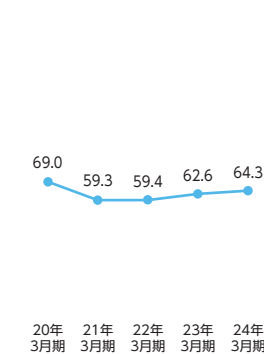
Social

研修費用
研修時間

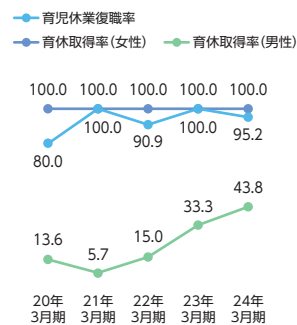


※1 教育投資総額 ※2 受講人数×研修時間

有給休暇取得率 (%)

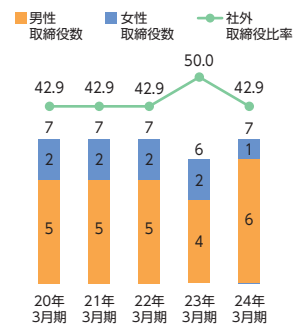


育児休業復職率 (%)
育児休業取得率 (%)



Governance

取締役数
社外取締役比率 (%)



(2024年3月末現在)

会社情報

会社名	株式会社ハピネット
代表者	代表取締役会長兼最高経営責任者 苗手 一彦 代表取締役社長兼最高執行責任者 榎本 誠一
設立	1969年6月7日
資本金	27億5,125万円
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 TEL：03-3847-0521 (代表) FAX：03-3847-0456 (代表) URL：https://www.happinet.co.jp
事業内容	＜業 種＞玩具・遊戯用具の企画・製造・販売 映像・音楽ソフト等の企画・製作・販売 ビデオゲームハード・ソフト等の企画・制作・販売 玩具自動販売機の設置・運営 アミューズメント施設用商品等の販売 ＜取り扱い商品＞玩具、映像・音楽ソフト、ビデオゲーム関連商品、アミューズメント関連商品等
従業員数	連結1,081名、単体408名

主要グループ会社	株式会社ハピネット・マーケティング ^(注) 株式会社ハピネット・ホビーマーケティング 株式会社ハピネット・メディアマーケティング 株式会社ハピネットファントム・スタジオ 株式会社マックスゲームズ 株式会社ハピネット・ペ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 株式会社プロックリー
上場証券取引所	東京証券取引所 プライム市場
証券コード	7552
事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	6月

(注) 2024年4月1日を効力発生日として、当社を吸収合併存続会社、当社の連結子会社である株式会社ハピネット・マーケティングを吸収合併消滅会社とする吸収合併を行っています。

株式情報

株式の総数

発行可能株式総数 … 64,000,000株

発行済株式総数 …… 24,050,000株 (自己株式1,189,282株含む)

株主数

34,290名

大株主 (上位10名)

株主名	所有株式数 (株)	持株比率
株式会社バンダイナムコホールディングス	5,883,408	25.74%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	1,761,900	7.71%
株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	1,092,200	4.78%
株式会社SMBC信託銀行 (株式会社三井住友銀行退職給付信託口)	676,000	2.96%
株式会社日本カストディ銀行 (信託E口)	555,900	2.43%
井平 康彦	483,000	2.11%
ハピネット社員持株会	311,627	1.36%
河合 洋	300,000	1.31%
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140040	281,300	1.23%
苗手 一彦	220,300	0.96%

(注) 1. 当社は、自己株式を1,189,282株保有していますが、上記大株主からは除外しています。
2. 持株比率は自己株式(1,189,282株)を控除して計算しています。
3. 当社は、「株式給付信託(J-E SOP)」及び「株式給付信託(BBT)」制度を導入しており、当該制度に係る信託財産として、株式会社日本カストディ銀行(信託E口)が保有する当社株式555,900株は、自己株式数に含めていません。
4. 2024年3月7日付で、公衆の縦覧に供されている大量保有報告書(変更報告書No.2)において、2024年2月29日現在でSMBC日興証券株式会社及びその共同保有者である株式会社三井住友銀行、三井住友DSアセットマネジメント株式会社が合わせて2,050,928株(保有割合8.53%)を所有している旨が記載されているものの、株式会社三井住友銀行を除き、当社として2024年3月期末における実質所有株式数の確認ができていないため、上記大株主には含めていません。

株主分布状況

