

HAPPINET REPORT 2023

2023年3月期 統合報告書



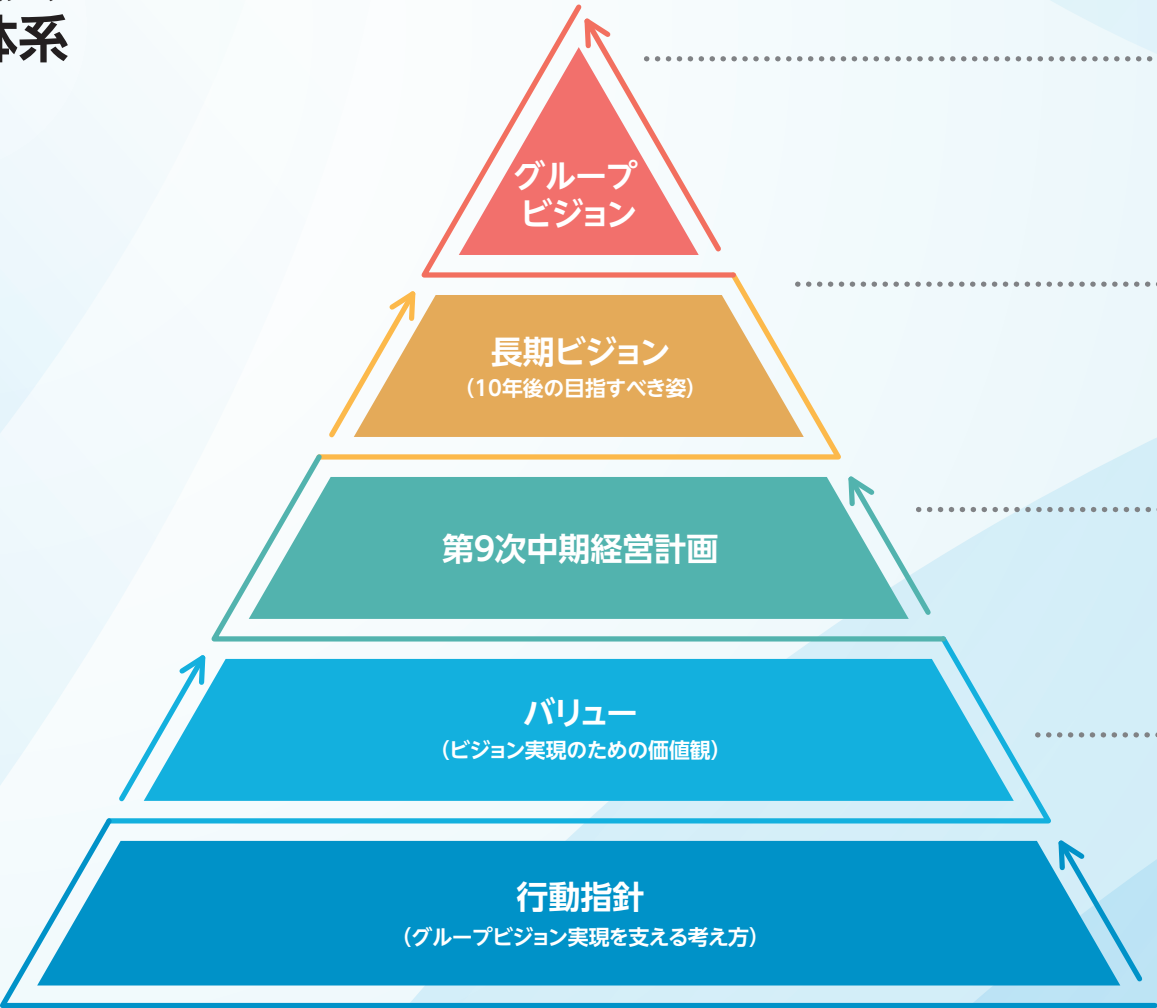
株式会社ハピネット
〒111-0043 東京都台東区駒形二丁目4番5号 駒形CAビル
TEL:03-3847-0521 (代表)

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



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”ハピネットで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。

CONTENTS

SECTION 01 ハピネットについて

- 02 価値創造プロセス
- 04 挑戦の軌跡
- 06 ハピネットグループの強み

SECTION 02 経営戦略・事業戦略

- 07 トップインタビュー
- 10 Close-up 社外取締役座談会
- 12 財務・非財務ハイライト
- 14 財務戦略
- 15 情報戦略
- 16 事業戦略

SECTION 03 持続的成長に向けて

- 20 ハピネットグループのサステナビリティ
- 22 ハピネットグループのESG
 - 22 役員紹介
 - 24 ガバナンス
 - 29 社会
 - 33 環境
- 36 ハピネットグループの事業基盤

SECTION 04 データ関連

- 37 会社／株式情報

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 2023」編集方針

「HAPPINET REPORT」は、ステークホルダーの皆さまに当社グループの中長期的な成長性や企業価値について、より一層の理解を深めていただくために発行する統合報告書です。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可能性があることをご承知ください。将来の見通しに影響を与え得る要素には、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得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、2023年3月期(2022年4月1日～2023年3月31日)の実績に基づいています。
(ただし、一部2023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」 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分かりやすく発信しています。 https://www.happinet.co.jp/ir/library/integrated_report.html	
■ 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/7352/tmef/2301890/00.pdf
■ 決算説明会資料 https://www.happinet.co.jp/ir/library/presentation.html	

価値創造プロセス

Input

価値創造プロセスを支える経営資源

(2023年3月31日時点)

知的資本

販売データ
販売支援/物流ノウハウ
商品開発ノウハウ

人的資本 正社員

玩具事業 328名
映像音楽事業 220名
ビデオゲーム事業 98名
アミューズメント事業 191名
全社(共通)人材 103名

社会関係資本

仕入先 約700社
販売先 約1,200社

製造資本

物流拠点 全国3拠点
(千葉県、大阪府)
総延べ床面積 65,568㎡

財務資本

総資産 94,275百万円
純資産 45,213百万円
自己資本比率 47.4%

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。

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”ハピネットの世界をワクワクさせるクリエイティブカンパニー

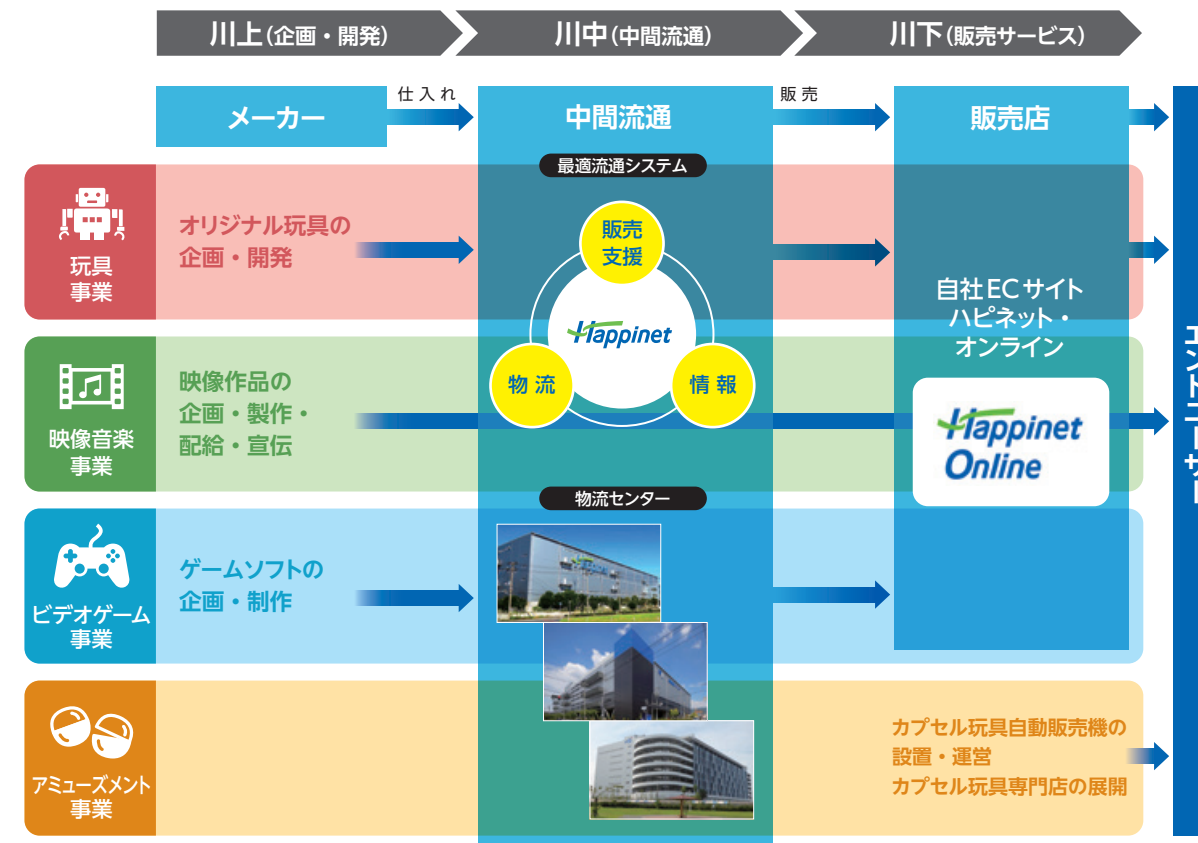
中期ビジョン

第9次中期経営計画テーマ

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

エンタテインメントとプラットフォームの2つの軸で人々に感動を提供し、夢のある明日をつくります。

ビジネスモデル



コーポレート・ガバナンス

コンプライアンス
リスクマネジメント

サステナビリティ

Output

玩具事業

玩具市場を支える 中間流通最大手

- ◎ シェア約30%(当社調べ)玩具市場の中間流通で業界最大手
- ◎ 国内外のメーカー商品を幅広く取り扱う
- ◎ 自社商品の企画・開発も手がける

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

- ◎ 国内で発売されている全ての家庭用ゲーム機(据え置き型ゲーム機、携帯型ゲーム機)を取り扱う
- ◎ ゲームソフトの企画・制作やゲーム関連グッズ・アクセサリーの企画・製造・販売も手がける

映像音楽事業

業界トップクラスの販売網を構築

- ◎ 映像音楽市場の中間流通でトップクラスのシェア約27%(当社調べ)を誇る
- ◎ 映像音楽メーカーとして良質な自社作品も創出

アミューズメント事業

カプセル玩具市場で業界最大手

- ◎ カプセル玩具市場シェア約60%(当社調べ)
- ◎ 自社のカプセル玩具専門店「gashacoco」も運営

Outcome

経済的価値の創造

(2023年3月期)

連結売上高	307,253百万円	セグメント別売上高	
連結営業利益	5,842百万円	玩具事業	124,900百万円
	(売上高営業利益率1.9%)	映像音楽事業	67,137百万円
ROE	8.1%	ビデオゲーム事業	83,372百万円
		アミューズメント事業	31,842百万円

社会的価値の創造

ステークホルダーとの良好な関係構築の実現

- 環境** ▶ 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** ▶ 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** ▶ 社員一人ひとりを尊重し、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、働きがいのある職場環境をつくります。
- 社会** ▶ 社会の良き一員として、共生の理念のもと、グループが保有する経営資源・事業特性を有効に活かす社会貢献活動を推進していきます。
- 株主・投資家** ▶ 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。

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。

当社が展開する4つの事業



玩具事業

玩具事業は、業界最大手の中間流通企業として、あらゆるメーカーさまの幅広い商品を提供し、確固たるシステムと提案力を強みしてお取引先さまの多様なニーズにお応えしています。また、自社商品の企画・開発も行っています。



映像音楽事業

映像音楽事業は、DVD／ブルーレイ、CDの中間流通業として業界でも最大手の販売網を誇っています。また、中間流通業にとどまらず、映画・テレビアニメ作品などの映像作品の企画・製作・配給・宣伝及び音楽コンテンツの企画・制作にも積極的に取り組んでいます。



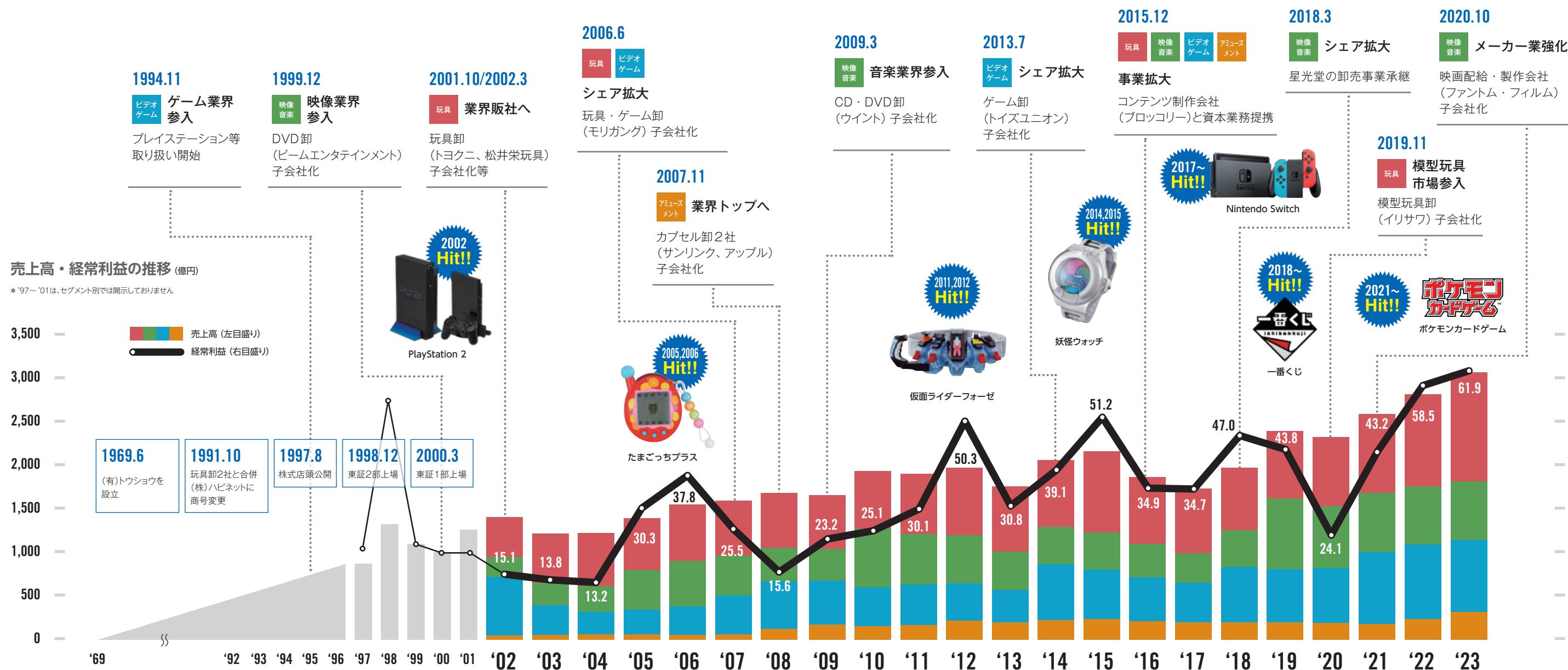
ビデオゲーム事業

ビデオゲーム事業は、中間流通業として唯一、国内で発売されている全ての家庭用ゲーム機の取り扱いを実現しています。このオールプラットフォームの取り扱いと売場提案力を強みとして、ビジネスの拡大を推進しています。また、ゲームソフトの企画・制作やゲーム関連商品の企画・製造・販売にも取り組んでいます。



アミューズメント事業

アミューズメント事業は、カプセル玩具自動販売機やキッズカードゲーム機のオペレーションを行っています。業界トップの地位を活かし、販売店さまとのより強固な関係の構築や、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。



©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・クリーチャーズ・ゲームフリークの登録商標です。

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”

メーカーさまとともに

売れ行き予測が可能

販売店さまからフィードバックされた情報をもとに売れ行きを予測し、生産数量を決定する際の参考データを提供しています。

販売・消費者情報の入手

販売データ・消費者ニーズなど、商品開発の役に立つ最新情報を提供しています。

リアルタイムに情報共有

発注した際の入・出荷数量や在庫数量の情報をリアルタイムに反映し、メーカーさまと共有しています。

販売支援システム

物流・情報システムのインフラを活用し、店舗の特性に合わせた売場づくりの企画・提案といった“付加価値”を付けて、商品を提供しています。

販売店さまとともに

特性を活かした売場づくりをご提案

それぞれの店舗の特性を活かした売場づくりやプロモーション、イベントなどを企画・提案しています。

チャンスを逃さない商品供給

適正な在庫を確保し、業界トップクラスの当社物流センターから商品をお届けしています。

販売状況を考慮した商品受注

店舗ごとに異なる販売状況を当社の担当営業が管理。日程や数量を調整しながら注文を受け付けています。

市場情報の収集

何がどれだけ売れたか、消費者が何を求めているか、日々変化する市場状況をともに収集し、分析しています。

最適流通システム

Happinet

物流システム

お取引先さまと当社グループを物理的につなぐロジスティクスは事業の要。常にローコストで高品質、かつ最新の物流システムを構築しています。



情報システム

多くのお取引先さまと有益情報の相互交換を可能にするために、常にタイムリーな情報提供を実現するシステムです。

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お届けします。

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。

トップインタビュー

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

主体性あるチャレンジで、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ます

2023年3月期の事業活動サマリ

2023年3月期は、連結売上高、同利益ともに前期を上回り、過去最高を達成しました。これは主に、くじ関連商品の好調やトレーディングカードのヒットが貢献した玩具事業、そして人流の回復に加え、自社運営のカプセル玩具専門店「gashacoco(ガシャココ)」の計画的出店が進んだアミューズメント事業の好調によるものです。

エンタテインメント商品の中間流通業として幅広い事業領域で高いシェアを維持できていることが、稼ぐ力の基礎になっていると認識しています。

「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」を謳う、第9次中期経営計画の初年度として、その進捗を3つの事業戦略の視点から整理したいと思います。



2023年3月期連結業績概要・2024年3月期連結業績予想概要

	2022年 3月期実績	2023年 3月期実績	前期比 増減率		2024年 3月期予想	前期比 増減率
売上高	282,441百万円	307,253百万円	8.8%	▶	310,000百万円	0.9%
営業利益	5,575百万円	5,842百万円	4.8%	▶	6,000百万円	2.7%
経常利益	5,853百万円	6,194百万円	5.8%	▶	6,200百万円	0.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,554百万円	3,561百万円	0.2%	▶	3,700百万円	3.9%

基本戦略 1

全事業での川上・川下領域施策の展開

玩具事業 新規カテゴリーでの自社商品拡大に向けた施策として、玩具商材でのIPビジネスを開始しました。一例として、ベネッセコーポレーション様との共同開発で、通信講座『こどもちゃれんじ』のキャラクター「しまじろう」を使用した玩具を開発し、2023年4月から11アイテム、さらに7月から5アイテムの発売を開始しました。また、消費者接点の創出として、観戦グッズのOEM生産などを通じ、ライブイベントやスポーツ市場への進出を進めています。



当社開発の音で光を制御する“音波制御型ペンライト”[SSS(ソニックストリーミングシステム)]は、2023年6月からサッカーJ2クラブの大部分トリニータ様へ導入されています。

映像音楽事業 映像領域で2020年10月に国内外の映画の配給・宣伝などを手掛けていた株式会社ファントム・フィルムがグループ入りし、2021年に「ハピネットファントム・スタジオ」が始動しました。この成果が顕在化してきており、同社による自社製作・自社配給作品が国内外で高い評価を受け、数々の映画賞を受賞しました。引き続き良質な作品の創出に取り組むとともに、作品の海外販売強化も図っています。

音楽領域では、2022年11月に音楽レーベル「ハピネット・ミュージック」を設立しました。新人アーティストの発掘から所属アーティストの育成、自社レーベルの拡大やグッズ制作まで手掛ける360度ビジネスの確立を目指しています。

©2022[PLAN 75]製作委員会/
Urban Factory/Fusee
ハピネットファントム・スタジオの自社幹事作品である映画「PLAN 75」は、2022年カンヌ国際映画祭でカメラードル特別表彰を受賞しました。



ビデオゲーム事業 中間流通の利益向上を目指し、自社主催イベント「ハピネットゲームフェス！」などで積極的に独占流通商品をPRし、拡販を目指しています。パブリッシング事業の強化では、2021年9月に立ち上げた自

社のゲームレーベル『Happinet Indie Collection』において、海外を中心とした良質なタイトル獲得とブランディングによる販売の最大化を目指しています。



Nintendo Switchのロゴ・Nintendo Switchは任天堂の商標です。
©18Light Game Ltd. FunZone Games Ltd. Joy Brick Inc. Licensed to and published by HAPPINET CORPORATION.
2023年3月7日、一部アジア地域を除くワールドワイドで、第6弾となるタイトル「棄海：忘れられた深海都市」(Switch用ソフト)の配信を開始しました。

アミューズメント事業 2023年3月末時点で「gashacoco」が79店舗となりました。今後100店舗以上の出店を目指すとともに、2023年3月からは、フランチャイズ店舗の募集も開始しています。加えて、新規ロケーション開拓として、2022年12月、「みどりの窓口」の跡地を活用した無人カプセル玩具専門店をJR西日本の千里丘駅と岸辺駅に出店しました。



営業を終了した「みどりの窓口」跡地の有効活用方法の一つとして、カプセル玩具自動販売機を設置しました。

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

新規事業に関しては、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。

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、既にある事業を大きく育てることは得意なのですが、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。これまでも、若い世代の社員を中心にメンバーを選抜し、新規事業開発にチャレンジしてきましたが、短期的な評価が先行して、残念ながら成果に結びついていませんでした。

10年先を見据えた長期ビジョンを実現するためには、中間流通業の視点から脱却する必要があると強く感じています。不足する事業資源は外部の方々の知見をお借りしつつ、新規事業提案プログラム「FRoM」のもと、社員のアイデアやチャレンジから新規事業の花が開くことを大いに期待しています。



～ “きっとできる” を未来のカタチに～

「FRoM」では、社内のアイデアをブラッシュアップするために社外メンターとの相談窓口を設けています。

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

サステナブル経営に関する当社グループの課題の一つとして、ダイバーシティ&インクルージョンの推進が挙げられます。楽しく、働きやすい環境を整備することは稼ぐ力の向上にもつながると考えています。

当社グループでは、2019年からの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」を推進していますが、この活動の一環として、2023年春、「カタリバ 55」という座談会を複数回開催しました。

この座談会では、私と有志の若手社員が会し、「10年後のハピネットについて」「10年後の自分について」などを意見合いました。10年後を「自分事」として考える、多様な「価値観を認め合う」場として、非常に興味深い意見を多く聞くことができました。今後ともこのような活動を私自身が積極的にサポートしていきたいと考えています。

さらに、2024年3月期以降、女性管理職を中心に女性活躍推進プロジェクトを発足し、多様な視点から、働きやすい環境づくりに取り組む計画です。当プロジェクトをはじめとする新たな視点に立った取り組みを通じ、社

員の皆が働きやすい環境づくり、多様な社員が活躍できる環境づくりに積極的に取り組んでいきます。



「カタリバ 55」の様子

10年後に目指す姿、長期ビジョンの達成に向けて

中期経営計画と長期ビジョンの実現を目指し、全社員を対象とした「ビジョン浸透プログラム」に取り組んでいます。この目的は、ビジョンを社員一人ひとりが納得し、自分事として考え、実践するために、全社員で中期経営計画及び長期ビジョンを理解・共有し、常にそれらを意識して事業を推進する意識づくりにあります。

ビジョン実現ためのバリューに関しても、「創造性(Creation)」「組織力(Capability)」に加え、「主体性」をあえて「Challenge」とした根底には、“主体性を持って果敢に行動することから、初めて新たなコトを実現できる。それを役員・社員が一丸となって実践していこう。”との想いがあります。

2024年入社予定の新入社員の採用面接の際、学生時代をコロナ禍で過ごし、通学もできずに落ち込んでいた毎日をエンタテインメントに救われたからと、当社グループを志望してくれた学生が多く見られました。衣食住のような生活必需品ではありませんが、より楽しく充実した生活を送るためにエンタテインメントは欠かせない——それをお届けする責任が当社グループにはあるのだと改めて実感しました。

当社グループは、ビジョンを肝に銘じ、幅広いステークホルダーの皆さまにエンタテインメントビジネスを通じて貢献し続けたいと考えています。今後とも、当社グループを変わずご支援・ご鞭撻くださいますようお願い申し上げます。

社外取締役
長瀬 眞社外取締役
岡 俊子社外取締役
水野 道訓

ハピネットグループのさらなる成長をテーマに、 多様なバックグラウンドと知見をあわせもつ 社外取締役3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)の評価

長瀬 私は2016年6月から当社グループの社外取締役に就任していますが、第9次中期経営計画は初めて本格的な議論を行い、策定した計画という意味で評価をしています。1年目としての進捗状況についても評価ができるのではないのでしょうか。一方で、「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」という「基本戦略2」については、もっと具体的な施策のための議論を増やすべきだと思っています。

岡 中期経営計画については、策定プロセスと中身という2つの視点があると思います。プロセスに関しては、私たち社外取締役も議論に参加しましたし、多角的な視点から検討ができたことは評価できると思います。中身に関しては、既存事業については施策に具体性があり、社員一人ひとりが中期経営計画を自分事にして取り組んだ結果、1年目の好業績が出せたのだと思います。一方で既存事業以外の部分は具体性が足りず、少し弱く感じてしまいます。今後の課題として取り組む必要があると思います。

水野 当社グループは10年前と比較して大きく成長しています。社外取締役として2024年3月期より参加していますが、透明性やガバナンスのレベルも高いと感じます。3年後を見据

えてという意味では、順調に進捗していますが、今の成長ドライバーがこの先も継続するかは考えるべきだと思います。各カンパニーにおける事業や施策を取捨選択し、向かうべき方向に具体性を持たせなければ、現場の若手社員は方向性を見失いかねません。当社グループの場合、カンパニーとカンパニーの間にヒットの芽がある可能性があります。エンタテインメントという事業領域において多角化は重要な要素ですが、多角化していく中でも、具体的なビジョンがあることで、コングロマリット・メリットを生み出せるのだと思います。

長瀬 ビジョンの浸透が課題かもしれません。エンタテインメ



ント総合商社として約700社の仕入先と約1,200社の販売先があるという、自らの社会関係資本の強みをもっと共有することが必要だと思います。中間流通業として効率化ばかりがクローズアップされる傾向にありますが、上流と下流の関係性を創り出すのが商社の強みです。その上でビジョン実現へ向けて、強みを活かした事業展開を考えるということが必要だと思います。

岡 カンパニー制に移行したことでカンパニーごとにKPIも変わってきますし、経営はより複雑化し高度化したはずですが。カンパニーごとの方向性を束ねるためにも、ビジョンや求心力は多角化経営にとって重要だと思います。

水野 サステナビリティという観点では、当社グループの事業や取り扱い商材、顧客ターゲットを踏まえると、「子どもの教育ならびに子育てへの支援」を具体的に打ち出していくべきではないのでしょうか。現在取り組んでいる「発達を支援する玩具」から全事業へと展開し、それぞれの事業で子どもの教育、子育てに貢献してほしいと思います。

多様性に関する ハピネットグループの現状認識と今後の課題

岡 当社グループはM&Aにより入ってきた社員が多いため、その視点では、まずビジョンやパーパスを含めて当社グループのことを知ってもらうことがインクルージョンにつながると思います。その上でシナジー創出に向けたディスカッションを行うのですが、それに費やす時間やコストは全社コストとし、差し引いて業績を評価する必要があります。一方ダイバーシティの視点では、日本企業の多くは依然として日本人男性が主体になっていると思います。当社グループにおいても形式的なものではなく、真のインクルージョンにつながる取り組みを行って欲しいと思っています。

長瀬 女性や外国人など組織内のマイノリティに対してももっとポジションを与え、公正な競争を促し、育成することが重要です。

水野 多様な人材、外部から来た人が流れを変えることがありますから、違和感を当たり前のものと捉え、中長期視点でうまく融和を図っていくことが重要だと思います。

次世代経営候補者の 育成に関する今後の方向性

水野 社内に埋もれている人材や外部から入って来て少し萎縮している人材についても、こういうことをやらせたら伸びそうだということを把握しておくことが大切です。そうした人材も含めた中から、自然と経営候補者が厳選されることが重要ではないかと思います。そのためにも、外部から来た人材を含めて、同世代でのコミュニケーションを通して学び合う機会が必要です。人事こそ、中長期ビジョンが重要なのではないのでしょうか。

長瀬 次世代に向けて、これまでとは違った視点で人材を評価・配置することを議論することが必要かもしれないですね。それが実現すれば、当社グループが持つプラットフォームが今まで以上に強みとして機能すると思います。

岡 対外交渉力も重要な要素なので、人的ネットワークを広げ、他流試合の機会を今以上に増やしていくことも重要です。外部の人々との交流を通して、異なる視点で世界や世の中の流れを感じることが必要だと思います。



ステークホルダーの皆さまへ

長瀬 サクセッションプランも含め、次の時代に向けた取り組みのお手伝いをしていきたいと考えています。新たな時代を担う企業のリーダーを輩出できるよう、積極的にアドバイスさせていただくつもりです。

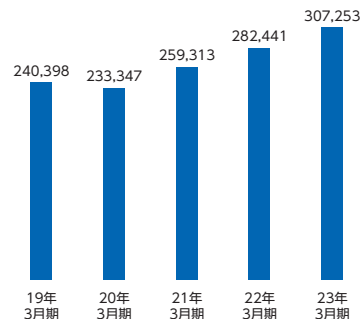
岡 特に投資家の皆さまに向けてなのですが、日本には当社グループのような良い企業があります。もっと目を向けていただき、当社グループを発見していただきたいと思っています。社外取締役としては、お役に立てることはなんでもさせていただきます。

水野 エンタテインメント業界に身を置いていた者として、当社グループの明るさと熱量の高さに成長性を感じています。海外事業とデジタルが、次なる10年の当社グループのキーワードだと思っています。

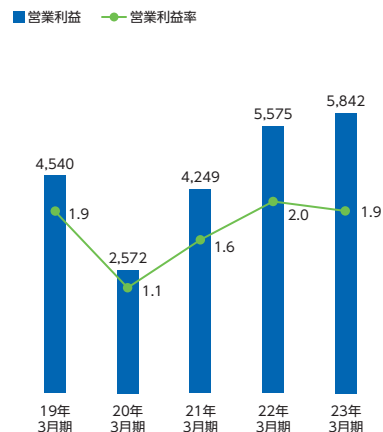
財務ハイライト

FINANCIAL HIGHLIGHTS

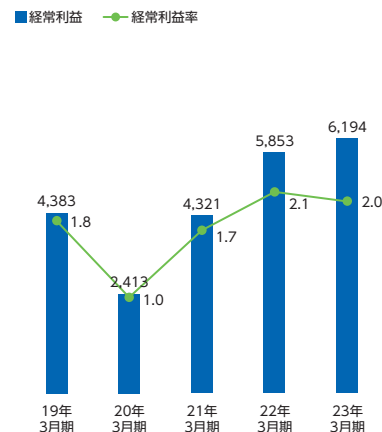
売上高 (百万円)



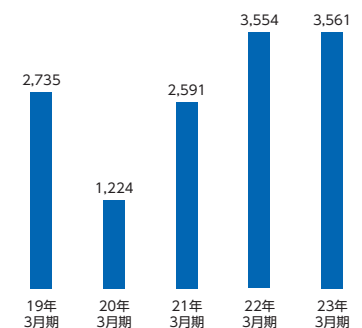
営業利益 (百万円) 営業利益率 (%)



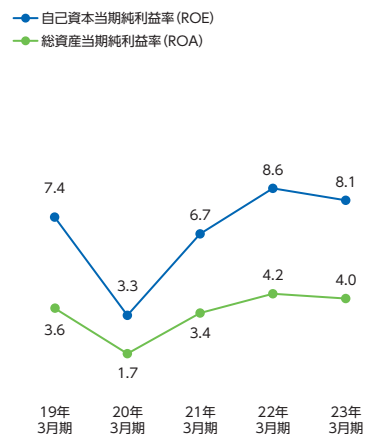
経常利益 (百万円) 経常利益率 (%)



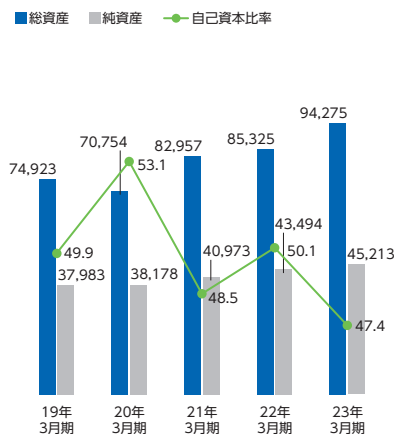
親会社株主に帰属する 当期純利益 (百万円)



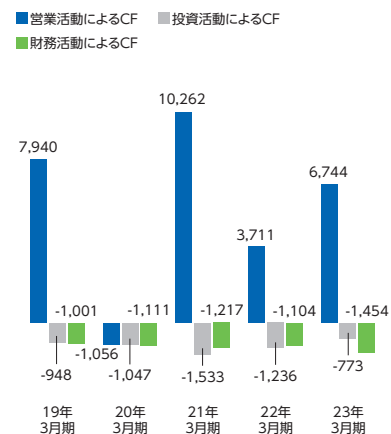
自己資本当期純利益率(ROE) (%) 総資産当期純利益率(ROA) (%)



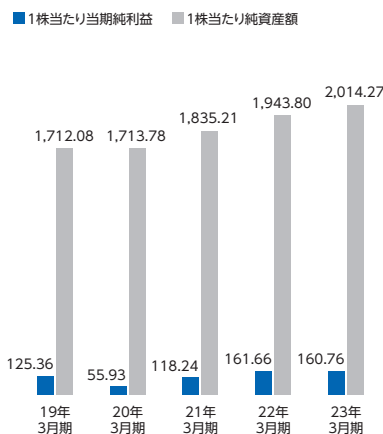
総資産・純資産 (百万円) 自己資本比率 (%)



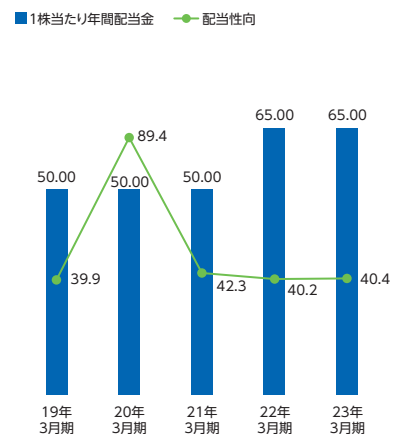
キャッシュ・フロー (百万円)



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 (%)



非財務ハイライト

NON-FINANCIAL HIGHLIGHTS

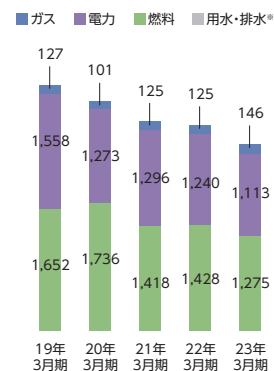


より詳細な非財務データは、当社Webサイト「ESGデータ集」をご覧ください。

<https://www.happinet.co.jp/sustainability/library/data/>

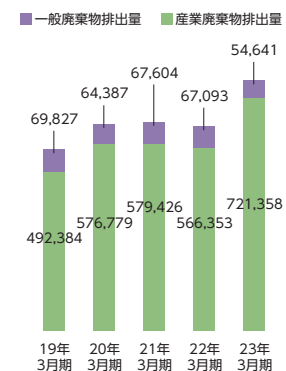
Environment

CO₂排出量 (t-CO₂)

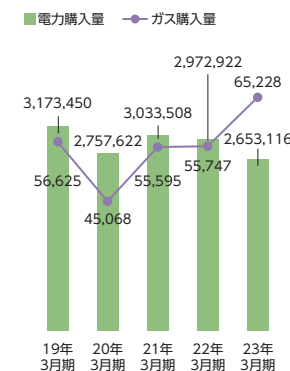


※「用水・排水」については使用実績はありますが、実績詳細を把握できていないため、グラフは非表示となっています。

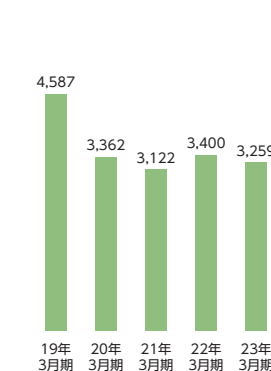
廃棄物排出量 (kg)



電力 (kVh) ・ ガス (m³) 購入量

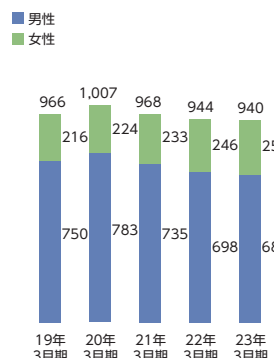


用水使用量 (m³)

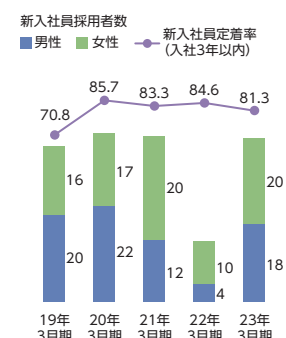


Social

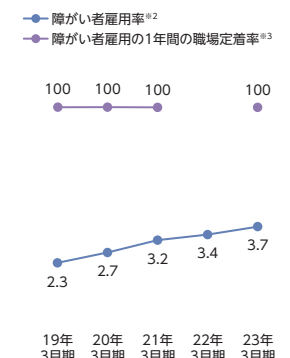
連結従業員数 (名)



新入社員採用者数 (名) 新入社員定着率 (%)

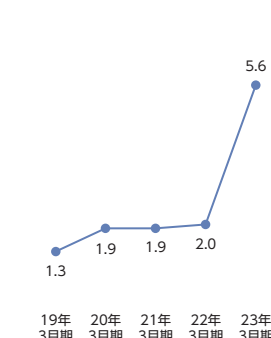


障がい者雇用^{※1} (%)

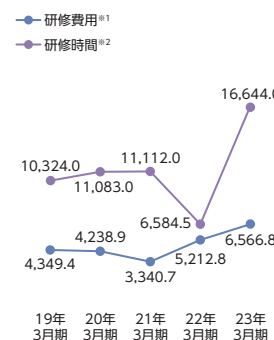


※1 数値は単体ベース
※2 法定障がい者雇用率の算出方法
※3 2022年3月期は新規採用実績がないため算出不可

管理職に占める 女性労働者の割合 (%)

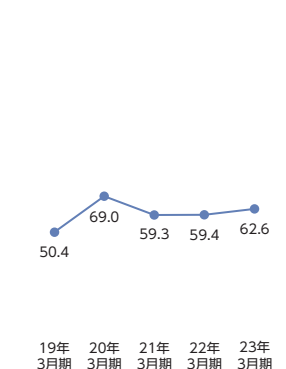


研修費用 (万円) 研修時間 (時間)

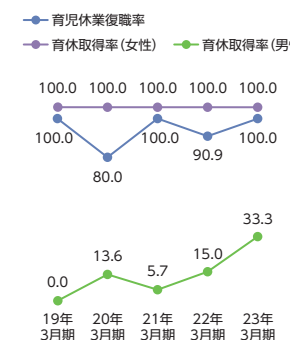


※1 教育投資総額
※2 受講人数×研修時間

有給休暇取得率 (%)

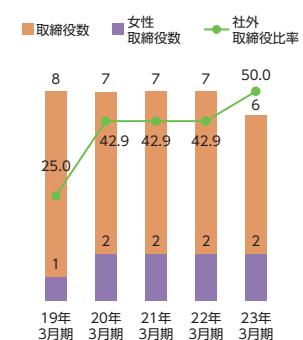


育児休業復職率 (%) 育児休業取得率 (%)



Governance

取締役数・女性取締役数 (名) 社外取締役比率 (%)



▶ 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けて

CFOメッセージ

事業ポートフォリオの最適化により 全社グループとして企業価値向上を 実現します



取締役 常務執行役員
最高財務責任者
兼経営企画室長

石丸 裕之

事業ポートフォリオ構築に向けて

当社グループはこれまで中間流通業として棚卸資産への意識は強くあったものの、資産効率性は本社での一括管理となっており、各事業部におけるBSマネジメントへの意識は薄かったと感じています。

前期よりBSの精緻化に取り組み、棚卸資産だけでなく営業債権・債務や固定資産、投資有価証券も各事業部門のBSとして可視化することで、より正確な事業ごとのROAの算出が可能になりました。今後はROA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実施することで、全社での資本効率向上につなげるとともに、事業部門の意識改革も図っていきます。

最適な投資・事業ポートフォリオ構築を 目指したプロセス・体制の構築

今期より投資判断ルールを導入し、収益性や効率性などの定量面、事業シナジーやブランディングなどの定性面、財務・法務・広報リスクなどを総合的に勘案して事業評価を行えるプロセスを確立しました。重要案件に関しては定期的にモニタリングを行い、改善や撤退判断のプロセス・基準を明確化することで、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。

また、組織体制として社内カンパニー制を導入し、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

取り組み推進イメージ



益力の向上を図っています。

中期経営計画の進捗に関しても、「中期経営計画推進会議」を設け、四半期ごとにモニタリングを行っています。

PBR向上に向けて

上場企業として株価は常に意識をして経営を行っています。当社グループは、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(自己資本利益率)」を重要な経営指標と位置づけ、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。まずは中期経営計画の各施策を確実に遂行し、収益性を上げていくことが最優先ですが、事業ごとにROAを算出しその改善に取り組むことや、事業ポートフォリオマネジメントを強化するなど効率性への取り組みも進めていきます。併せて適切な株主還元を行うとともに、対話機会の充実や積極的なIR活動を継続し、投資家の皆さまに当社の株が魅力あるものになるよう努めることでPBRの向上を目指します。

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づけ、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。前期は年間65円の配当を実施しました。今後も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。

また、株主優待制度も設けており、当社グループをより理解していただくために毎期20種類以上の自社商品を優待品として取り揃え、多くの株主さまにお申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

ハピネットグループの成長・発展を、 デジタルやITを活用した柔軟で効果的な DX推進体制でサポートします



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

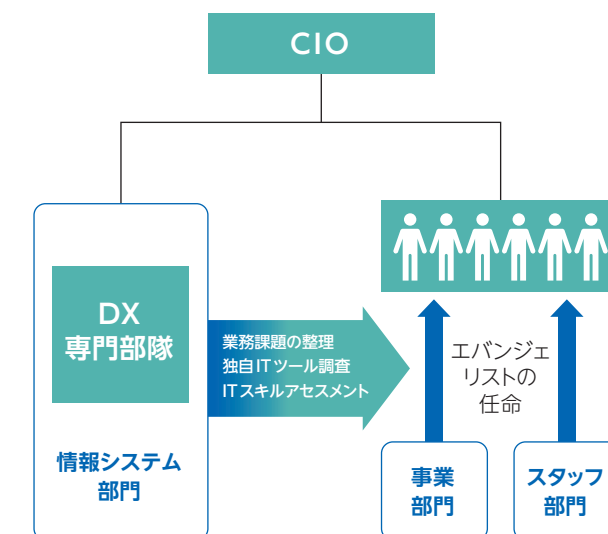
津田 克也

DX推進について

当社グループでは、デジタルトランスフォーメーションの取り組みは各事業部門で個別最適に行われており、共通の課題がありながらも改善策の共有ができていませんでした。そこで2023年3月期より、情報システム部門内にDX専門部隊をつくり、各事業部門及びスタッフ部門からエバンジェリスト(DXに関する情報を自部門に展開・周知する担当者)を任命することで、グループ全社でのDX推進体制を構築しました。さらに、各事業部門へヒアリングを実施し、その結果をもとに業務課題の整理と独自ITツールの調査を行うことで重点課題の選定と対策案を検討しました。

今後は、AIの活用実験として商材の需要予測や映画作品の興行収入予測、アミューズメント業務の配送ルート最適化や在庫適正化等のPoCを実施するなど、業務効率化やデジタルマーケティングの推進スピードを上げていきます。また、社員のITスキルアセスメントを実施し、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推進体制を強化します。

DX推進体制図



サイバーセキュリティと ネットワークインフラ強化に向けて

DXを推進するために、その基盤となる情報セキュリティの強化にも取り組んでいます。ランサムウェア等のサイバー攻撃へ対応するため、エンドポイントへのEDR導入とセキュリティオペレーションセンターでの24時間365日監視体制を構築しています。さらなる管理体制強化のため、セキュリティアセスメントの実施による現状の把握、目標とするセキュリティレベルの設定と優先順位を付けた対策の立案・実施、機能強化に必要なソリューションの更新・新規導入などを行っています。また、全社員に対しては定期的に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、適切な対応をとれ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。



基幹システムの完成と さらなる業務効率化の推進を目指して

情報システム部門は、長年にわたり基幹システムの開発に取り組んできました。2020年より事業部門ごとに導入を進め、2024年の映像音楽部門への導入で完成します。このシステム統合により、基幹システム関連費用を約30%削減する予定です。今後は、さらなるシステムの機能強化により全社的な生産性向上と運用・保守体制の効率化を目指していきます。

玩具事業

トイカンパニーは、商品やサービスを通じて、豊かな生活を
提供できるカンパニーであり続けたいと考えています。
メーカー部門ではターゲット顧客を子供だけではなく、大人
にまで広げ、新しい遊びを創出、また、流通部門においても、
既存のお取引先さまでの販売最大化に加え、新しいター
ゲット層にもアプローチできるよう、流通顧客を拡大して
いきます。

企画部門を含め、積極的に新しいマーケットへのチャレン
ジを進めていきます。



常務執行役員
トイカンパニープレジデント

水谷 敏之

ホビーカンパニーでは、主力商品である「プラモデル」「鉄道
模型」「ラジコン」「エアースフトガン」と、それに付随する
「塗料・工具・オプションパーツ」のカテゴリーマネジ
メントを進め、お取引先さまのニーズに合わせ、充実させた
品揃えを定番化し、在庫保有を行います。さらに、業界トップ
の物流サービスを加えてより良いサービスを提供していき
ます。また、新規のホビユーザー獲得のための提案を
実施し、さらなる事業領域の拡大に挑戦していきます。



執行役員
ホビーカンパニープレジデント

鈴木 篤

事業環境(リスク・機会)

玩具市場は、ハイターゲット向け商品の好調などにより、大きな縮小は見られないものの、少
子高齢化により、低年齢層向け玩具の市場は中長期的には縮小していくと見込んでいます。また、
スマートフォンなどのデジタルデバイスに触れる年齢が低年齢化し、デジタルコンテンツへの
置き換えが加速していくと予想しています。商品や消費者ニーズが多様化していくこと、またハ
イターゲット商材が好調であることを受けて、戦略の転換期を迎えているのが、玩具事業です。

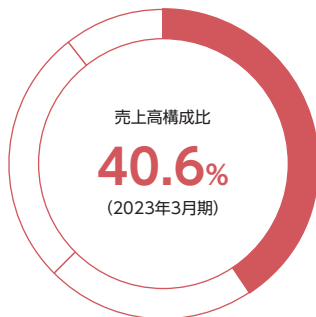
2023年3月期概況

『一番くじ』をはじめとした、コンビニエンスストア向けのくじ関連商品が依然好調に推移し
ていることや、『ポケモンカードゲーム』などのトレーディングカードがヒットしたことで、売上
高は前期を上回りました。

また利益面でも、適正在庫の維持に努めたことにより、在庫評価損失が減少し、前期を大幅に
上回りました。

第9次中期経営計画 基本戦略

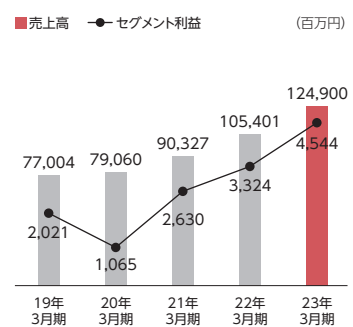
玩具事業では、川上から川下、両方面への展開で玩具事業の総合化を実現していきます。
川上分野としては、スポーツ関連グッズなどの新規カテゴリーでの自社商品の拡大や、現在コ
ンビエンスストア店舗向けに実施している、代理店ビジネスの最大化を図るためのIPのリ
サーチ力、商品企画力の強化を行います。既存の川中分野では、ホビー商材の流通における、カテ
ゴリーマネジメントを強化して、サービスレベルの向上と業務の効率化を図ります。また、川下
分野では、大人女性やシニア層など、ユーザー層の拡大のための新たな市場の創出、消費者接点
の創出などに積極的に取り組みます。



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

売上高・セグメント利益



主要部門概況(売上高)

	21年 3月期	22年 3月期	23年 3月期
バンダイ・ BANDAI SPIRITS	517 (57.3%)	560 (53.2%)	662 (53.1%)
タカラトミー	63 (7.1%)	85 (8.1%)	74 (5.9%)
当社オリジナル	9 (1.0%)	9 (0.9%)	14 (1.2%)
その他メーカー	312 (34.6%)	398 (37.8%)	497 (39.8%)

() 内は構成比

映像音楽事業

メディアコンテンツカンパニーでは、中期経営計画の2年
目である2024年3月期、主力事業であるパッケージ流通の最
適化と市場シェアの拡大により売上の維持拡大と利益回復
を図ります。また、コロナ禍の影響を大きく受けた舞台興行、
店舗運営に関して早急に立て直し、黒字化を目指します。音
楽事業に関しては、必要な機能の構築を2023年3月期に完了
しましたので、2024年3月期はアーティストの育成と宣伝販
促の強化により、ヒット曲を創出していきます。



執行役員
メディアコンテンツカンパニープレジデント

山下 俊太郎

コンテンツプロダクションカンパニーは、日本映画の企画・
製作・配給・宣伝、外国語映画の買付・配給・宣伝、TVアニ
メーションの企画製作などを事業の中心に取り組みましたが、
昨今の動画配信市場の飛躍的な伸張など、目まぐるしく変わる
映像コンテンツマーケットに対応すべく、配信ドラマの企画製
作、ウェブトゥーンなどのデジタルコンテンツの企画開発など
さまざまな映像コンテンツにも新たにチャレンジしていきます。
また、海外マーケットにも視野を広げ、映像コンテンツの海外共
同製作、自社作品の海外販売などにも力を入れ、映像メーカー
としての機能をさらに拡充させるべく日々挑戦していきます。



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

事業環境(リスク・機会)

映像音楽市場は、配信などへの移行や、パッケージもEコマースでの販売が中心となるなど、ビ
ジネス構造が大きく変化している状況です。一方で、ライブや映画館などの体験型ビジネスは、
コロナ禍を除けば拡大傾向にあり、今後も成長が見込まれます。当社グループにおきましても、
市場変化に対応した構造的転換が必要となっているのが、映像音楽事業です。

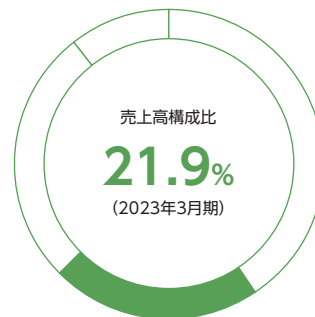
2023年3月期概況

映像のパッケージ販売に関しては、『King & Prince First DOME TOUR 2022 ～Mr.～』な
どのヒット商品があったことにより、映像パッケージの新譜の販売は回復したものの、音楽パッ
ッケージの販売が苦戦し、売上高は前期と横ばいになりました。

利益面では、滞留在庫の評価損失や、当社出資映像作品の投資損失が発生したことにより、前
期を大幅に下回りました。

第9次中期経営計画 基本戦略

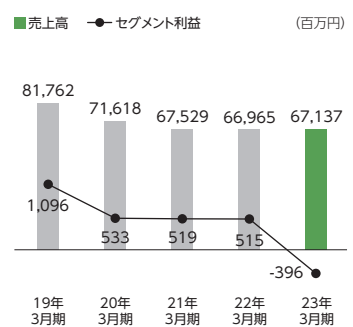
映像音楽事業では、中間流通での安定利益確保と、事業領域拡大に向けた川上・川下での機能
獲得・強化を進めます。川上分野においては、映像部門で配給・配信事業、アニメーション事業
といったメーカー機能の強化、また音楽部門でアーティストの発掘、育成からマネタイズまで、
音楽メーカーとしての360度ビジネスへの挑戦を行っていきます。川中分野では、業界全体で効
率を高める中間流通を目指した取り組みを行い、帳合取引の拡大と、インフラコストの削減を図
ります。川下分野においては、2021年から新たな取り組みとして始めた2.5次元舞台興行や、朗
読劇興行の事業化に取り組みます。



強み

- ◎ 映像音楽市場の中間流通で業界最大
手のシェア約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
- ◎ 映画やアニメ作品の企画・製作・配
給・宣伝を行い、メーカーとしても映
像作品に携わる

売上高・セグメント利益



主要部門概況(売上高)

	21年 3月期	22年 3月期	23年 3月期
映像	418 (61.9%)	415 (62.1%)	428 (63.9%)
卸売部門	368 (54.5%)	373 (55.9%)	381 (56.9%)
メーカー部門	50 (7.4%)	41 (6.2%)	47 (7.0%)
音楽	257 (38.1%)	254 (37.9%)	242 (36.1%)

() 内は構成比

ビデオゲーム事業

ゲームカンパニーでは、中期経営計画の2年目として中間流通の事業領域拡大とパブリッシング事業の強化に取り組めます。中間流通においては、国内のパッケージ流通を独占的に任せていただいているパブリッシャーさまと協力して、台湾や香港、韓国といったアジア地域への流通網の構築を目指します。国内で培った中間流通のノウハウを活かしながら、日本だけでなくアジア地域のパッケージ市場を盛り上げていきたいと考えています。また、2022年から開催している当社主催のゲームイベント「ハピネットゲームフェス！」は、これからもたくさん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、規模や頻度などさらなる発展を目指します。

パブリッシング事業においては、自社ゲームレーベル「Happinet Indie Collection」のタイトルラインナップ拡大とブランディングによる販売の最大化を図ります。2024年3月期は販売地域を日本からアジア、ワールドワイドへと拡大し、世界中のゲームユーザーに発信していきます。

ゲームカンパニーは、これからもゲームに関わる人たち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ていきます。

事業環境(リスク・機会)

家庭用ゲーム機の市場においては、ヒット商品もあり好調に推移しているものの、配信への移行が進み、ダウンロード販売が伸びており、中期的にはパッケージ市場の縮小も見込まれます。しかしながら、グローバルゲーム市場は継続して拡大傾向にあり、当社グループにとってもチャンスがあると考えているのがビデオゲーム事業です。

2023年3月期概況

『PlayStation 5』のハードの販売は好調に推移し、『Nintendo Switch』のソフトで『スプラトゥーン3』や『ポケットモンスター スカーレット・バイオレット』などのヒット商品があったものの、『Nintendo Switch』のハードの販売が減少し、売上高、利益面ともに前期を下回りました。

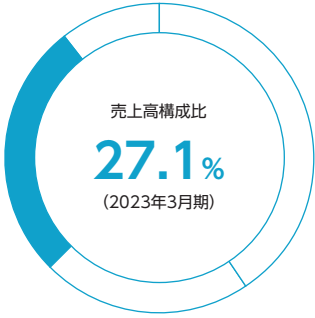
第9次中期経営計画 基本戦略

ビデオゲーム事業では、自社タイトルの開発強化と、新たなビジネスチャンスの発見を目指します。既存の川中分野では、利益向上に向けた取り組みとして、当社グループが独占的に扱う独占流通タイトルの拡大や、ライセンスアクセサリなどの自社企画商品の拡大を図ります。川上分野では、2021年に立ち上げた「Happinet Indie Collection」を中心に、海外のクオリティが高く優良なインディータイトルを国内及びアジアに向けて展開する、パブリッシング事業の強化を行います。国内外のソフトメーカーさまへのアプローチを強化し、大型タイトルの獲得を目指します。川下分野では、新たな事業展開に向けてさまざまな取り組みを検討していきます。



執行役員
ゲームカンパニープレジデント

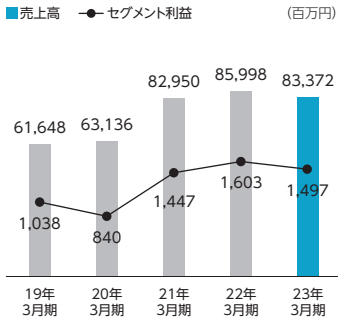
野々山 正孝



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・販売も手がける

売上高・セグメント利益



主要部門概況(売上高)

	21年 3月期	22年 3月期	23年 3月期
任天堂商材	754 (91.0%)	755 (87.9%)	668 (80.2%)
SIE®商材	58 (7.0%)	75 (8.7%)	110 (13.2%)
その他	16 (2.0%)	29 (3.4%)	55 (6.6%)

()内は構成比

※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

アミューズメント事業

アミューズメントカンパニーでは、リアルエンタテインメントの領域において「あらゆる人々にわくわく体験を提供する」ことを目指し、事業の拡大を進めています。現在カプセル玩具市場では、売場の大型化、専門店化が進んでおり、当社グループも自社運営及びお取引先さまとともに運営する専門店の拡大に取り組んでいます。2024年3月期も引き続き店舗展開の拡大を進め、売場からより多くの方々へ向けてカプセル玩具の魅力を発信していくことで市場の拡大を図ります。

また、売場の魅力を高めることや業務の効率化を目指し、IT活用を推進していきます。カプセル玩具自動販売機にIoTシステムを導入し、販売データの分析による品揃えの最適化やお客さまへのサービス向上を進めていきます。さらに、店舗巡回においてもシステム化を進め、経験に依存しないオペレーション業務の最適化を目指します。今後は、新規事業の開発にも継続的に取り組み、持続的な成長を図ります。



執行役員
アミューズメントカンパニー
プレジデント

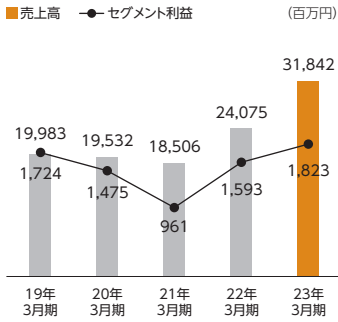
辻井 健太郎



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ナ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の大型商業施設を中心に出店

売上高・セグメント利益



主要部門概況(売上高)

	21年 3月期	22年 3月期	23年 3月期
カプセル玩具	123 (66.8%)	170 (70.9%)	227 (71.4%)
カードゲーム	33 (18.1%)	43 (17.9%)	45 (14.2%)
その他	27 (15.1%)	26 (11.2%)	45 (14.4%)

()内は構成比

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。

マテリアリティの特定プロセス

1 課題の抽出

国際統合報告フレームワークやGRIスタンダードなどの国際的なガイドライン、FTSE、MSCIなどのESG評価機関の評価項目及びSDGs課題をベースに持続的成長のための課題候補（サステナビリティ課題）を抽出しました。

2 各課題の重要度の判定

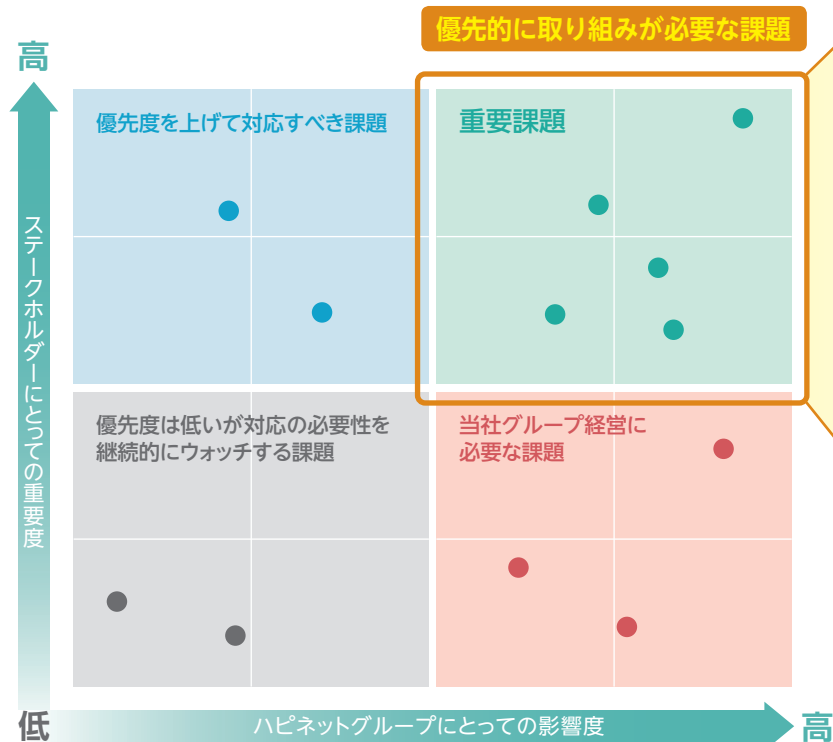
抽出したサステナビリティ課題34項目に対し、当社グループにとっての重要度を5段階で評価しました。事業活動における「リスク」「機会」を踏まえて、「自社への影響」と「社会への影響」を軸に検討し、マトリックスにマッピングして重要度の判定を行いました。マッピングに当たっては、従業員アンケートの結果やステークホルダーの意向、外部機関の評価も組み入れました。

3 サステナビリティ委員会での検討

2022年4月に発足したサステナビリティ委員会を中心に、重要性評価の内容を踏まえて検討を重ね、「6つのマテリアリティ（重要課題）」を特定しました。決定したマテリアリティ案それぞれに対して各カンパニーでの取り組み内容とスケジュールの策定を行いました。

4 マテリアリティの特定

取締役会の承認を経て、マテリアリティと中期（2023年3月期～2025年3月期）での取り組みを決定しました。中期経営計画とも連動しながら、課題の解決・改善に取り組んでいきます。



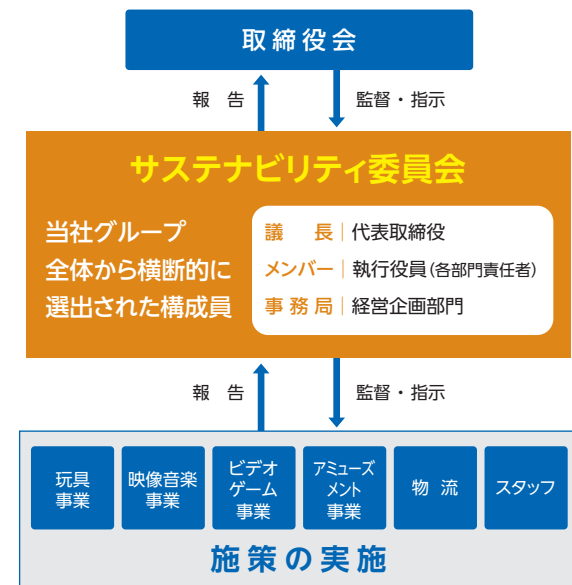
サステナビリティ基本方針

「私たちはハピネス・ネットワークを展開し、エンタテインメント・スタイルの創造により人々に感動を提供し、夢のある明日をつくります。」というグループビジョンのもと、企業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献します。

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。



ハピネットグループのマテリアリティ

ESG	項目	当社グループの取り組み	2023年3月期実績
環境	1 廃棄物の削減、再利用	● 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 ● リデュース、リユース、リサイクルの推進	● 運用方法の見直しによる販促物廃棄量の削減 ● カプセル玩具ショップにおけるPOSシステム導入、販売データの分析・活用による廃棄量の削減 ● ペーパーレス化の推進 ● 物流での商品梱包方法の見直し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	● 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 ● 環境負荷が少ない商品の開発 ● 環境マネジメント強化 ● ソリューション導入による環境負荷低減施策の企画検討	● オリコン納品の拡大による梱包材の削減 ● 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 ● 環境係数管理の強化 ● カプセル玩具の補充・配送効率の向上
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	● 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 ● 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	● スポーツ、ライブイベントグッズの開発 ● 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 ● カプセル玩具ショップの拡大 ● 新規事業提案制度の設計、導入 ● 当社グループのサステナビリティ課題の社員への発信、理解浸透施策の実施
	4 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 ● 多様な人材が活躍できる制度・環境の整備 ● 従業員エンゲージメント向上施策の推進	● 育児勤務制度の利用可能期間の延長 ● 物流部門でのシニア、外国人人材の採用 ● 従業員エンゲージメントの向上に向けたビジョン研修の実施
	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 ● 経営・事業戦略を実現するDX推進体制の確立 ● デジタル活用による新たなサービスの創造	● 受発注システムの導入、OCRシステムの導入等による業務の効率化 ● デジタルマーケティングの推進 ● カプセル玩具キャッシュレス自販機の導入
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	● 適正なリスク管理運用体制の構築 ● コーポレートガバナンス・コードの実行、関連施策の企画・提案	● 当社グループの重要リスク項目、管理体制の見直し ● 事業継続計画（BCP）の見直し ● セキュリティ強化にむけたシステムアセスメントの実施

役員紹介

(2023年6月22日現在)

取締役



代表取締役会長
兼最高経営責任者
苗手 一彦

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
1995年7月
当社常務取締役戦略営業部リーダー
1999年4月
当社代表取締役社長
2001年6月
当社代表取締役執行役員社長兼最高執行責任者
2015年6月
当社代表取締役会長
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

1991年10月
当社入社
2003年7月
当社マルチメディア事業部営業部リーダー
2008年4月
当社執行役員ビデオゲームユニット統括
2009年11月
当社常務執行役員ビデオゲームユニット統括
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L&Sカンパニープレジデント
津田 克也

1989年4月
株式会社トウショウ(現当社)入社
2003年6月
株式会社ハピネット・オンライン(現当社)取締役
2007年4月
同社代表取締役社長
2009年9月
株式会社リラススタイル代表取締役社長
2011年4月
株式会社ハピネット・ロジスティクスサービス取締役
2011年10月
同社代表取締役社長
2020年4月
当社執行役員L&Sカンパニープレジデント
2022年4月
当社執行役員L&Sカンパニープレジデント兼情報システム室長
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(現任)



取締役 常務執行役員
最高財務責任者
兼経営企画室長
石丸 裕之

1998年6月
当社入社
2006年4月
当社経営戦略部グループ戦略チームリーダー
2008年10月
当社経営本部経営戦略部経営企画チームリーダー
2014年4月
当社経営本部経営企画部リーダー
2019年4月
当社経営本部経営企画ユニットゼネラルマネージャー
2020年4月
当社経営企画室長
2020年6月
当社取締役執行役員経営企画室長
2023年4月
当社取締役常務執行役員最高財務責任者兼経営企画室長(現任)



社外取締役
長瀬 眞

1972年4月
全日本空輸株式会社入社
2009年4月
同社代表取締役副社長執行役員
2012年4月
株式会社ANA総合研究所代表取締役社長
2016年4月
ANAホールディングス株式会社顧問
2016年6月
当社社外取締役(現任)
2016年6月
三菱地所株式会社社外取締役(現任)
2016年7月
東芝テック株式会社社外取締役(現任)



社外取締役
岡 俊子

1986年4月
等松・トウシュロスコンサルティング株式会社
(現アビームコンサルティング株式会社)入社
2000年7月
朝日アーサーアンドーセン株式会社入社
2002年9月
デロイトトーマツコンサルティング株式会社
(現アビームコンサルティング株式会社)プリシパ
ル
2005年4月
アビームM&Aコンサルティング株式会社
(現PwCアドバイザリー合同会社)代表取締役社長
2015年6月
当社社外監査役
2016年3月
プライスウォーターハウスクーパースマーバ
ルパートナーズ合同会社
(現PwCアドバイザリー合同会社)代表執行役
2016年4月
PwCアドバイザリー合同会社パートナー
2018年6月
ソニー株式会社(現ソニーグループ株式会社)社
外取締役(現任)
2019年6月
当社社外取締役(現任)
2020年6月
E N E O Sホールディングス株式会社社外取締
役(監査等委員)(現任)
2021年4月
明治大学大学院グローバル・ビジネス研究科専
任教授(現任)
2021年6月
日立建機株式会社社外取締役(現任)



社外取締役
水野 道訓

1981年4月
株式会社ソニー・クリエイティブプロダクツ入社
2003年2月
同社代表取締役
2006年6月
株式会社ソニー・ミュージックコミュニケーションズ
(現株式会社ソニー・ミュージックソリューションズ)
代表取締役執行役員社長
2015年4月
株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント
代表取締役コーポレート・エグゼクティブCEO
2018年6月
ソニー株式会社(現ソニーグループ株式会社)
グループ役員常務音楽事業担当(国内)
2019年4月
株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント
代表取締役会長CEO
2020年4月
同社取締役会長兼執行役員会長
2020年6月
公益財団法人ソニー音楽財団理事長(現任)
2020年7月
株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント
顧問(現任)
2022年9月
株式会社ブシロード社外取締役(現任)
2023年6月
当社社外取締役(現任)

監査役



常勤監査役
浅津 英男

1990年9月
株式会社ダイリン(現当社)入社
2001年4月
当社執行役員経営戦略室リーダー
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
2005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統括
2009年11月
当社取締役専務執行役員最高財務責任者兼経営本部長
2016年6月
当社常勤監査役(現任)
2019年5月
株式会社プロコリー社外取締役
2023年5月
同社監査役(現任)



社外監査役
坂井 秀行

1976年3月
弁護士登録
1982年4月
米国デューク大学ロースクール修了
1990年1月
ブレークモア法律事務所パートナー
1995年2月
坂井秀行法律事務所(後に坂井・三村法律事務所)設立
2007年9月
ピングラム・坂井・三村・相澤法律事務所(外国法共
同事業)マネージングパートナー
2015年4月
アンダーソン・毛利・友常法律事務所(現アンダーソン・
毛利・友常法律事務所外国法共同事業)パートナー
2019年6月
当社社外監査役(現任)
2020年1月
アンダーソン・毛利・友常法律事務所(現アンダーソン・
毛利・友常法律事務所外国法共同事業)顧問(現任)



社外監査役
谷口 勝則

1981年4月
等松青木監査法人(現有限責任監査法人トーマツ)入所
1986年4月
公認会計士登録
1993年4月
監査法人トーマツ(現有限責任監査法人トーマツ)
シニアマネージャー
1999年4月
デロイトトーマツコンサルティング株式会社
(現アビームコンサルティング株式会社)プリシパ
ル
2002年9月
株式会社日本総合研究所主任研究員
2006年12月
IBMビジネスコンサルティングサービス株式会
社(現日本アイ・ピー・エム株式会社)
アソシエイトパートナー
2007年4月
日本橋学園大学(現開智国際大学)非常勤講師

2007年6月
株式会社エヌジェーケー
(現株式会社N T T データN J K)社外監査役
2012年9月
公認会計士谷口勝則事務所所長(現任)
2014年4月
日本橋学園大学(現開智国際大学)専任准教授
2017年4月
開智国際大学非常勤講師
2019年4月
株式会社シーイーシー社外監査役
2020年6月
当社社外監査役(現任)
2022年4月
株式会社シーイーシー社外取締役(監査等委員)(現任)

スキル・マトリックス

役職	氏名	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
代表取締役	苗手 一彦	●	●	●					
代表取締役	榎本 誠一	●	●	●					
取締役	津田 克也	●	●	●			●		
取締役	石丸 裕之	●		●	●	●			
社外取締役	長瀬 眞	●	●	●				●	●
社外取締役	岡 俊子	●		●	●			●	●
社外取締役	水野 道訓	●	●	●				●	●
常勤監査役	浅津 英男	●			●	●			
社外監査役	坂井 秀行					●		●	●
社外監査役	谷口 勝則				●				●

Corporate Governance

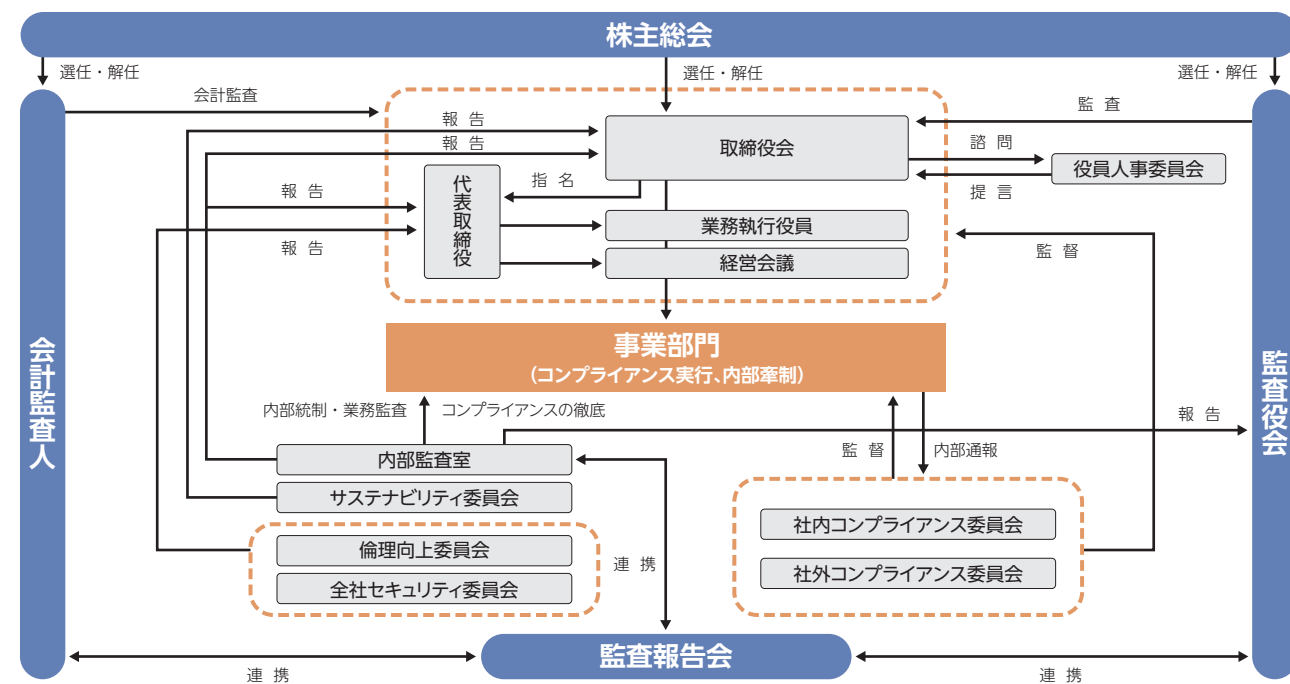
健全かつ有効なコーポレートガバナンス基盤の構築

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 (2023年6月23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、7名の取締役ににより構成されており、うち3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リーダーが出席し、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.23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/2301890/00.pdf>

社外取締役

社外取締役の3氏は独立役員です。3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。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。

長瀬 眞	【独立役員】	取締役会出席回数	12／13回
岡 俊子	【独立役員】	取締役会出席回数	13／13回
水野 道訓	【独立役員】	2023年6月就任	—

(2023年3月期)

2023年3月期)

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。

坂井 秀行	【独立役員】	取締役会出席回数	13／13回
		監査役会出席回数	14／14回
谷口 勝則	【独立役員】	取締役会出席回数	13／13回
		監査役会出席回数	14／14回

(2023年3月期)

2023年3月期)

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。

2023年3月期の評価結果

2023年3月期のアンケートにおいては、取締役会の「構成」「運営」「議題」「支援体制」の4つの観点から評価を実施し、課題として「次期幹部層も含めた人材育成計画の策定と議論のさらなる充実」と「サステナビリティ課題に関する議論のさらなる充実」があげられました。

この結果をふまえて当社グループでは、「サクセッションプラン委員会」を設け、後継者計画の企画・立案・検討を行うとともに、サステナビリティへの取り組みの取締役会への進捗報告の頻度を高め、議論のさらなる充実を図っていきます。

報酬の決定方針

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	● 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
短期業績連動報酬	● 短期的なインセンティブ機能を目的とする金銭報酬 ● 個別の施策達成度合い、連結業績指標及び個人業績指標をもとに算出 ● 目標となる連結業績指標：経常利益・ROE（自己資本利益率）
非金銭報酬	● 中長期的なインセンティブ機能を目的とする業績連動型株式報酬制度「株式給付信託(BBT)」を導入

2023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	非金銭報酬等(BBT)	
			短期業績連動報酬		
取締役 (うち社外取締役)	364百万円 (32百万円)	131百万円 (32百万円)	188百万円 －	43百万円 －	7名 (3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)

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り締めに於いて報告しており、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。

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、主管部门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

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(『何が大切なか』)の実現を支え、ビジネス行動を検証しています。

▶ 法令遵守・コンプライアンス教育及び内部通報制度の詳細は、当社Webサイトをご覧ください。

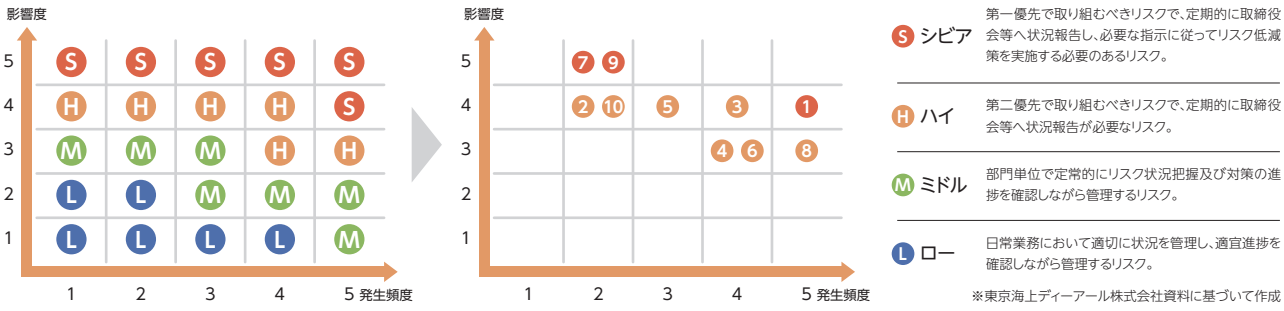
<https://www.happinet.co.jp/sustainability/governance/compliance.html>

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。なお、経営・事業環境の変化や長期ビジョン及び中期経営計画の実現に向けた事業拡大を想定して、2023年3月期において重要リスクの見直しを行っています。



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	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)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	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対策の検討 ● 全社的な啓蒙活動や訓練
	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
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	● 危機管理広報マニュアル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

社会
Social

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

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79店舗展開しています (2023年3月末日時点)。
女性が入りやすい店舗づくり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、一部店舗では商品検索タブレットを導入し、店舗内での商品検索サービスの検証を行っています。
さらに、2023年3月には『gashacoco』をさらに強化・拡大するため、フランチャイズ加盟募集も開始しました。今後も、より多くのお客さまに楽しんで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・配信、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

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/>

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！」でのイベントステージ実施の様子

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」の構築を進め、2023年4月より導入しています。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、新たなビジネス創出を推進します。



新規事業提案プログラム「FRoM」のロゴ

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に掲載しています。
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

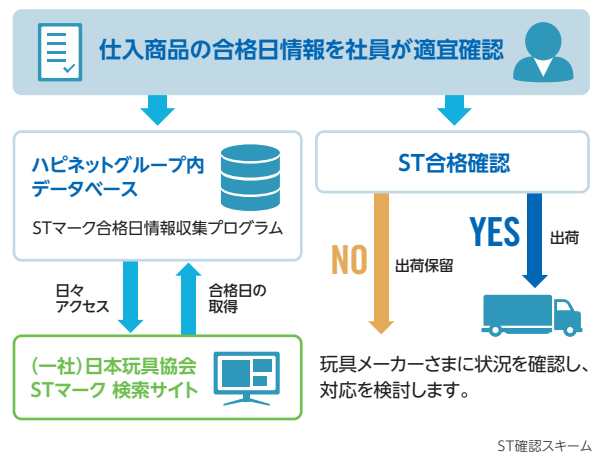
オリジナル玩具製品の開発において、より安全な製品をつくるための「ハピネット品質基準」を設けています。

「ハピネット品質基準」は、当社グループが発売する各製品に関わる食品衛生法などの法令や、一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改定を行っています。さらに、生産委託事業者に向けて、ハピネット品質基準の最新版を確認できる「ハピネット品質保証Webサイト」を開設しています。このWebサイトを新規取引開始時や各種基準などの改定時に生産委託事業者へ周知することで、当社グループの品質基準や品質保証体系などについて、さらなる理解度向上と浸透を図っています。

生産委託事業者は、工場から製品を出荷する際に、「ハピネット品質基準」に基づいた検査を実施することで、安全性の確保に努めています。検査は初回生産時のみならず、リピート生産時においても発注ロットごとに第三者認証検査機関で実施し、安全性を確認した上で出荷しています。

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当かを常に考え、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や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。

マテリアリティ 4

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、最も重要な経営課題として人材育成を位置付け、「人」に対する根本理念や経営における「人」の位置付けとあり方について「人事憲章」を制定しています。「人事憲章」には、社員が自らの夢と幸福な未来の実現のために仕事をすることを真に望み、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を記し、入社研修時に説明の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。



社員研修の様子

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。

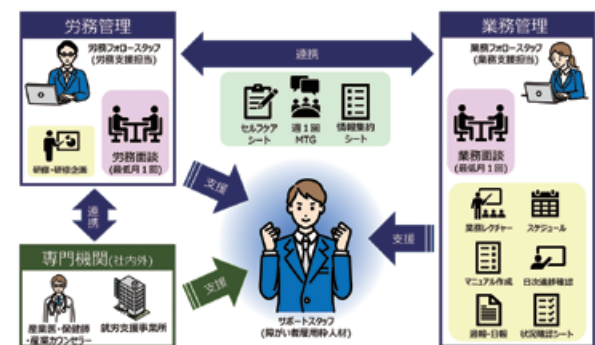
多様な人材が活躍できる 制度・環境の整備

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、働きがいのある環境を育てます。」という経営姿勢に基づき、障がい者雇用につ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・定着化へつなげる体制構築を図っています。

次のステップに向けた新たな成長と挑戦の機会として評価制度を導入しています。障がい者自身が、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きます。

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。



障がい者雇用体制図

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。



女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画

https://www.happinet.co.jp/sustainability/materiality/pdf/jyosei_2023.pdf

育児勤務制度の利用可能期間の延長

当社グループでは、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。

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月期には、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ました。

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」上で多様な社内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、社内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*及びRPAのテスト導入を行っています。AI-OCRでは、FAXで受信した注文書や書き直しが必要だった注文書を、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。さらに、AI-OCRで読み込んだ注文情報の基幹システムへの取り込みやその後の作業工程、メール受信した注文書の処理工程においてRPAを導入し、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や画像にかかれていた文字列を、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、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て、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

環境

Environment

マテリアリティ 1

廃棄物の削減、再利用

廃棄量の削減

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。同時に紙出力の必要性を確認し、紙出力が不必要なデータは排出停止とすることで、紙の使用量を削減しています。

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。

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、これ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。



H留めから十字留めへ

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

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。今後もオリコン納品の拡大に努めます。



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ています。TCFD提言に準じて特定した気候変動関連リスクの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。

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

ガバナンス	サステナビリティ推進体制(P.21を参照ください)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	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 排出量の管理および削減策の実施(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
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
物理リスク	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
	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

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℃	
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
エネルギー源	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
製品およびサービス	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 排出量の管理および削減策の実施(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

リスク管理	当社グループでは、気候変動関連リスクの特定・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。
-------	--

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」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。

指標及び目標	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/library/tcfdf>

グループを支えるインフラ機能

物流事業では、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。

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な次世代型ロボットソーターシステム。仕分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。



ECマース



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。

ハピネット・オンライン

<https://www.happinetonline.com>



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。

ブロッコリーオンライン

<https://www.broccolionline.jp>

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・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940名、単体395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 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
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

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1,292,322株含む）

株主数

35,098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	25.85%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,626,100	7.15%
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	2.97%
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	638,500	2.81%
株式会社日本カストディ銀行(信託E口)	569,000	2.50%
井平 康彦	483,000	2.12%
ハピネット社員持株会	303,716	1.33%
河合 洋	300,000	1.32%
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140040	294,500	1.29%
苗手 一彦	220,100	0.97%

(注) 1. 当社は、自己株式を1,292,322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(1,292,322株)を控除して計算しています。
3. 当社は、「株式給付信託(J-ESOP)」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569,000株は、自己株式数に含めていません。
4. 2023年3月23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)において、2023年3月15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1,811,128株(保有割合7.53%)を所有している旨が記載されているものの、当社として2023年3月期末における同社の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

