



HAPPINET REPORT 2022

2022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「何が大切な、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

SECTION 02 | 経営戦略・事業戦略

- 06 トップインタビュー
- 09 第9次中期経営計画の概要
- 10 Close-up ハピネットの“最適物流システム”
- 12 財務・非財務ハイライト
- 14 ハピネットグループのサステナビリティ
- 16 事業戦略
- 21 財務戦略

SECTION 03 | 持続的成長に向けて

- 22 役員紹介
- 24 コーポレート・ガバナンス
- 28 社外取締役メッセージ
- 29 社会とのかかわり
- 32 環境とのかかわり

SECTION 04 | データ関連

- 33 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 2022 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、本年より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、バリュー・レポーティング財団 (VRF) の「国際統合報告フレームワーク」や「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

このレポートは、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・製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) このレポートの内容は、2022年3月期(2021年4月1日～2022年3月31日)の実績に基づいています。
(ただし、一部2022年4月以降の情報を含まず)

WEBサイトでは、当社グループのさまざまな情報を掲載しています。当レポートと併せてご覧ください。

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



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

(2022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 330名
映像音楽事業 222名
ビデオゲーム事業 95名
アミューズメント事業 179名
全社(共通)人材 118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 85,325百万円
純資産 43,494百万円
自己資本比率 50.1%

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
世界をワクワクさせ

可能性を追求し、“from”ハピネットで
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
挑む創造的成長

プラットフォームのデュアルエンジンで

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

事業活動



玩具
事業



映像音楽
事業

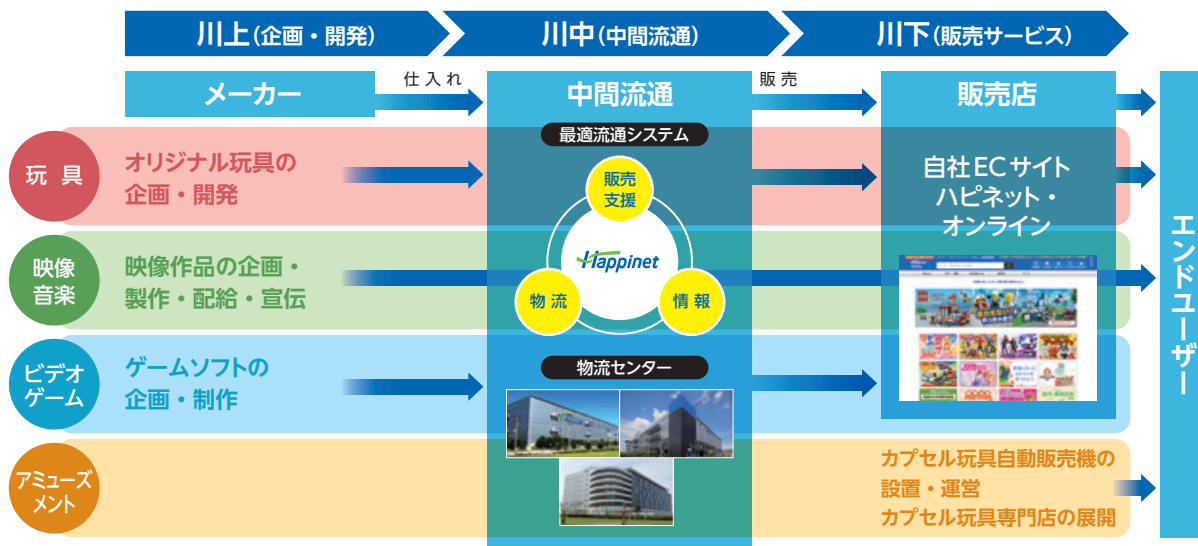


ビデオゲーム
事業



アミューズメント
事業

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26%(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

(2022年3月期)

連結売上高	282,441百万円	セグメント別売上高	
営業利益	5,575百万円 (売上高営業利益率2.0%)	玩具事業	105,401百万円
ROE	8.6%	映像音楽事業	66,965百万円
		ビデオゲーム事業	85,998百万円
		アミューズメント事業	24,075百万円

社会的価値の創造

グループ
ビジョンの
実現

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。

マテリアリティ | 重要課題

- 1 廃棄物の削減、再利用
- 2 サプライチェーンにおける
環境負荷低減
- 3 商品・サービスを通じた
幸福で豊かな暮らしへの貢献
- 4 ダイバーシティ&インクルージョンの推進
- 5 デジタルトランスフォーメーション
- 6 健全かつ有効な
コーポレートガバナンス基盤の構築

挑戦の軌跡

エンタテインメント総合商社への軌跡

ハピネットは、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。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届けてまいりました。今後も当社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、事業を展開してまいります。

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と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。



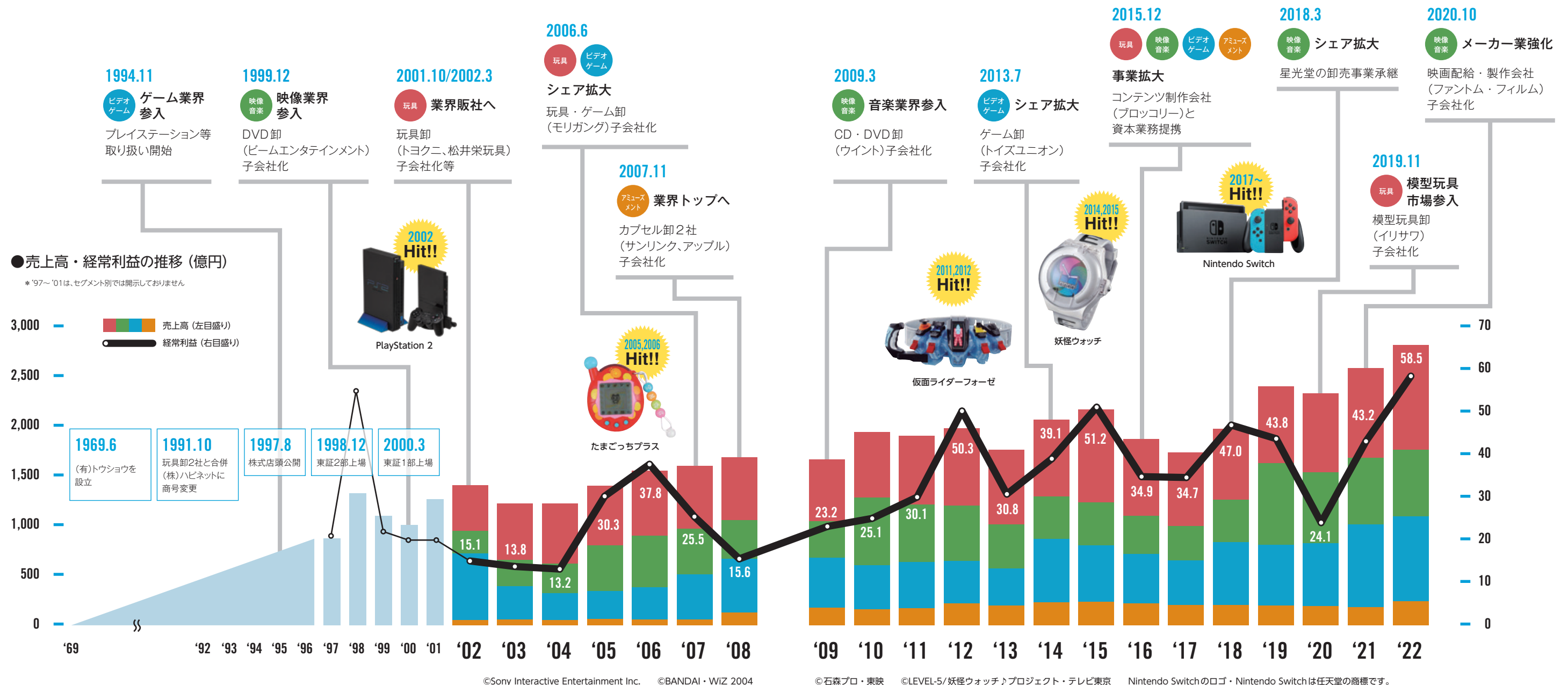
ビデオゲーム事業

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。



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

新生ハピネットに向けて 高く掲げた長期ビジョンに 強い意志で取り組んでまいります

第8次中期経営計画 「Shinka2020」を振り返って

第8次中期経営計画「Shinka2020」(2019年3月期～2021年3月期)では、3つの基本方針を掲げて事業を推進してまいりました。

1 流通事業をShinkaさせ、 更なる成長を図る

玩具事業では、模型玩具卸の(株)イリサワを子会社化しました。さらに、当社の模型玩具販売部門をイリサワに移管し、社名を(株)ハピネット・ホビーマーケティングに変更しています。当社は従来、低年齢層向けの玩具を主に取り扱っておりましたが、イリサワを子会社化したことで、プラモデル、フィギュア、鉄道模型など、ハイターゲット向けの商材の取り扱いが拡大しました。また、映像音楽事業では当社と当社子会社の映像音楽パッケージ卸部門を統合し、物流やシステムの共通利用を通じて生産性の向上を図りました。

2 ビジネスネットワークを創出し、 メーカー事業を強化する

メーカー事業では、映像音楽事業で邦画とアニメ作品に投資を集中し、当社の幹事作品である『日は好日』が興行収入約13億円を達成するなど、ヒット作品を創出することができました。また、(株)ファントム・フィルムを子会社化し、2021年4月には当社映像制作部門と統合して新会社(株)ハピネットファントム・スタジオを設立しました。これにより、映像作品の企画・製作、宣伝、配給、ライツ、パッケージ販売に至るまで、一気通貫の事業推進が可能になりました。

3 新規事業に積極的に挑戦する

2020年4月、機動的な事業運営を目指し、社内カンパニー制度を導入するとともに、カンパニー外の組織として、新規事業の開発に取り組む専門部署を設置し、既存事業にとらわれない事業開発のための体制を整備し、その取り組みを進めています。

総括

コロナ禍の影響を懸念していましたが、想定以上の巣ごもり需要によって、玩具事業やビデオゲーム事業は売上高・利益ともに好調に推移しました。

玩具事業では、2020年前半はイエナカで遊べるボードゲームやスポーツ玩具の需要が伸び、また、コンビニエンスストア向け商品が好調でした。2020年10月に劇場公開された『鬼滅の刃』や、『呪術廻戦』などのヒットIPの出現も売上高の成長に貢献しました。

ビデオゲーム事業では、Nintendo Switchの『あつまれ どうぶつの森』や『リングフィット アドベンチャー』などのヒット商品のほか、2020年11月に『PlayStation®5』(PS5)が発売されたことも当社グループの業績に寄与しました。

2022年3月期は、コロナ禍による先行き不透明な状況が続いていましたが、コンビニエンスストア向け商品の好調な推移や、アミューズメント事業でのカプセル玩具の販売の伸長などにより、連結売上高は282,441百万円(前期比8.9%増)、連結営業利益は5,575百万円(前期比31.2%増)となり、過去最高益を達成しました。

“from”ハピネット — 自らの発信により 世界をワクワクさせる クリエイティブカンパニーへ

コロナ禍で消費者ニーズをはじめとした事業環境が大きく変化したこともあり、第9次中計経営計画(2023年3月期～2025年3月期)は1年をかけて戦略の練り直しを行い、策定しました。改めて当社グループが置かれている環

境を整理するとともに、10年後に目指すべき姿として、長期ビジョンを掲げました。未来へ向けて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楽しみ方やライフスタイルの提案も含めた、新しいエンタテインメント・スタイルを“from”ハピネット」で発信してまいります。50年以上、エンタテインメントビジネスに取り組んできた当社グループだからこそできる取り組みを進めていきたいと考えています。

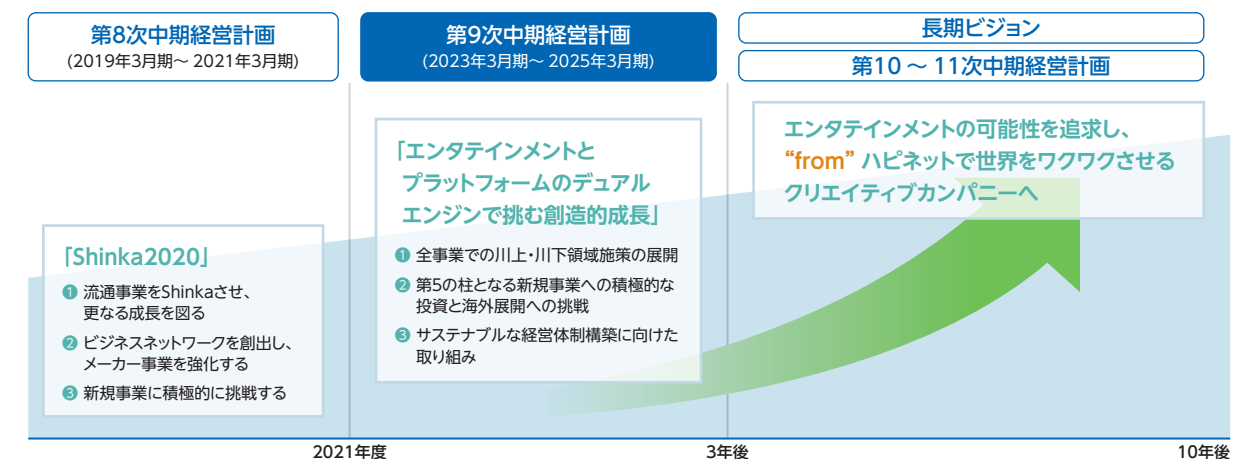
▶「ハピネットグループ経営体系」については、P.01をご参照ください。

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

長期ビジョンからバックキャストिंगすることで、第9次中期経営計画で目指す中期ビジョンを「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」と掲げました。サービス・コンテンツの「創造」と「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。

中長期的な事業環境変化への対応

長期ビジョン(10年後に目指すべき姿)を見据えて第9次中期経営計画(当中計)を策定した背景には、人口減少やデジタル化により、中長期的に中間流通市場全体が縮小傾向に向かうとの大きな危機意識がありました。1年間の戦略練り直し期間を経て、当社グループが変わらず維持したい姿・存在意義を明確にした一方で、変化に対する機動力を兼ね備えた企業体である必要性を強く認識するに至りました。



長期ビジョン達成のロードマップ

10年
VISION

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

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	女性・シニアドメインの市場シェア拡大 ホビー商品の中間流通シェア拡大	消費者接点の創出
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	エンタテインメントソリューション開発 配給・配信事業の幅拡大とコンテンツ・プロデューサーの育成・確立	組織構造改革 受託事業の開始と拡大
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	パ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	ガシャココ出店	ガシャココの進化 商材軸の拡大	新たな体験の場を提供

さらに、長期・中期ビジョンを支える価値観として以下の3つのバリューを定義しました。

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

社員一人ひとりが主体性を持ちながらチームワークを発揮して事業、商品、コンテンツ、サービスを創造する。3つのどれか一つでも欠けてはならないと考えています。長らく中間流通業を担ってきたこともあり、自ら創造する力、自ら発信する力が不足していたと自覚しています。社員個々人が強い意志をもってその力を強化し、チームワークを結集して、長期・中期ビジョン達成に向けた取り組みを推進してまいります。

中期数値計画について

2023年3月期から2025年3月期の3か年における定量目標は、連結売上高が各期において2,800億円、経常利益はそれぞれ55億円、60億円、65億円を見込んでいます。当中計の実践を通じ、持続的な成長を実現する企業グループに必要な収益構造の構築に挑戦してまいります。

中期数値計画



サステナビリティへの取り組みと
ステークホルダーとの
積極的な対話へ向けて

2022年4月、当社グループのサステナビリティ方針の策定と意思統一を図るため、サステナビリティ委員会を発足しました。持続的成長に対する取り組みを強化し、課題の抽出と中期計画の立案、モニタリング体制の構築などを1年かけて整備してまいります。当社グループを取り巻くあらゆるリスク(脅威)とチャンス(機会)を分析し、取り組みを推進していく所存です。さらに、ステークホルダーの皆さまとの積極的な対話に向けた取り組みとして、この統合報告書の発行を通じて情報開示を強化してまいります。

ステークホルダーの皆さまへ

コロナ禍を経て、エンタテインメントビジネスはますます重要性を増しているという実感があります。刻々と市場環境が変化するエンタテインメント業界において、新たなビジョンを掲げた新生ハピネットとして成長し続け、ステークホルダーの皆さまに信頼していただける企業であり続けられるよう、強い意志をもって全力で取り組んでまいります。

第9次中期経営計画の概要

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

3つの基本戦略と重点施策の概要

ここでは、3つの基本戦略についてご説明します。

基本戦略 1

全事業での川上・川下領域施策の展開

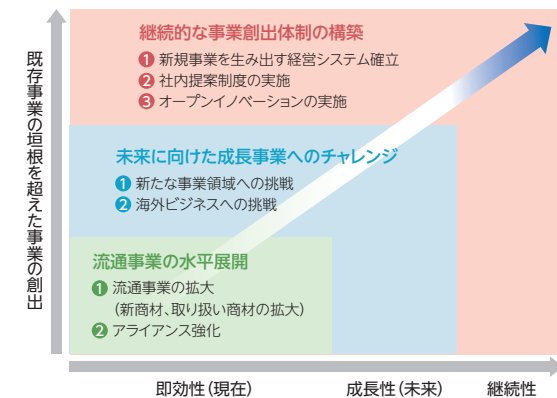
全事業において川上・川下領域に進出してまいります。消費者視点に立ったサービスの創造とクリエイティブ機能強化によるコンテンツの創造として、玩具事業における新規カテゴリでの自社商品開発、消費者接点の創出、映像音楽事業におけるメーカー機能の強化・確立、ビデオゲーム事業におけるパブリッシング事業の強化、アミューズメント事業における自社店舗拡大・新規流通開発などを行ってまいります。



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により、玩具、映像音楽、ビデオゲーム、アミューズメントの4つの柱以外に、第5の新たな事業の構築を目指します。また、これまでは国内事業が中心でしたが、海外における成長可能性についても調査、検討してまいります。



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

当社グループとしてROEを向上させていくために、各事業ではROAを指標として設定し、その改善・向上に向けた取り組みを可能にする体制を構築してまいります。また、ダイバーシティ&インクルージョンの推進による多様な人材の活躍促進やDX推進体制の確立により、新たなビジネスモデル創出の足掛かりをつくるなど、持続的な成長を実現するための取り組みを推進してまいります。

▶ 当中計の重点施策の詳細につきましては、以下のURLをご参照ください。

<https://www.happinet.co.jp/ir/managementplan.html>

Close-up

中間流通業の ノウハウを結集した “最適流通システム”

多くの商品と情報をタイムリーに提供し、サプライチェーン(流通)全体を最適化するという中間流通業の社会的使命を果たしていくために、ハピネットグループは、「販売支援システム」「物流システム」「情報システム」という3つのシステムを事業基盤と位置付け、個々の機能を磨き続けています。

また、3つのシステム(機能)を融合(統合)して、メーカーさまや販売店さまが求める「商品」と「情報」を市場の変化に合わせて最適化して提供する「最適流通システム」を構築。

このシステムを活用することで、メーカーさまや販売店さまの市場環境や需給状況に応じた製品の生産・販売活動を支援することができます。

さらに、流通経路全体の効率が一層向上するため、社会的エネルギー・コストの抑制の効果もより高まります。

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。

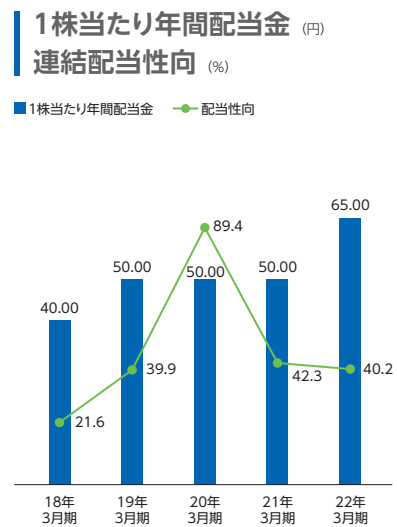
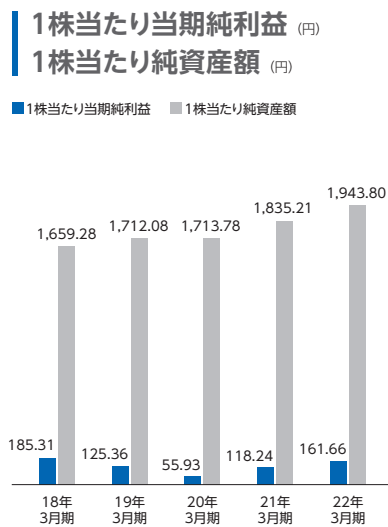
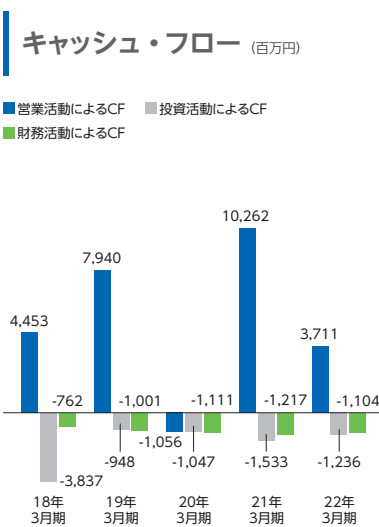
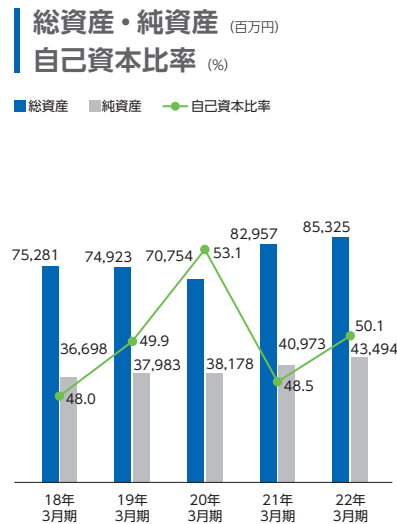
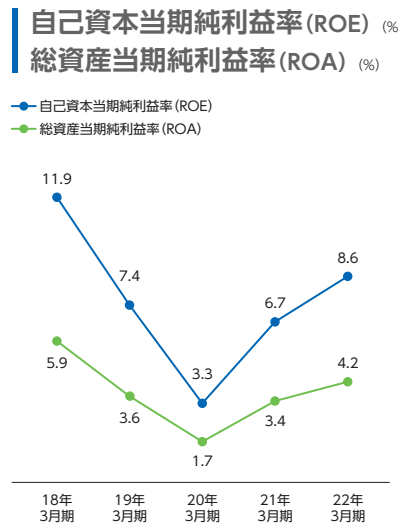
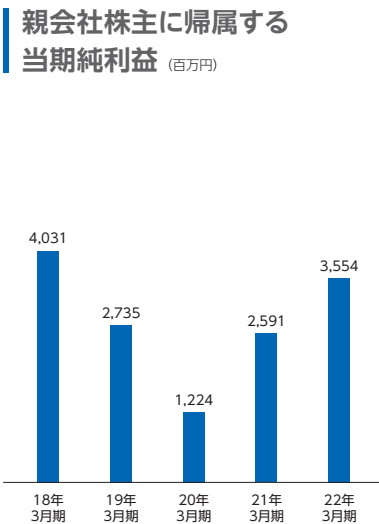
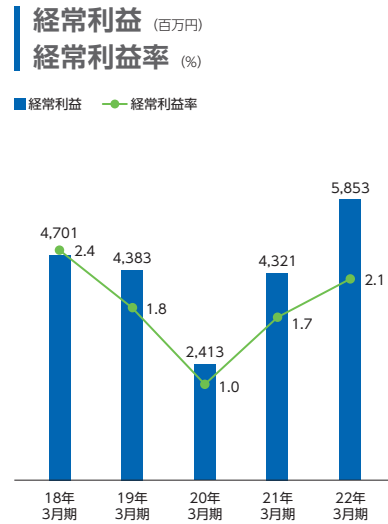
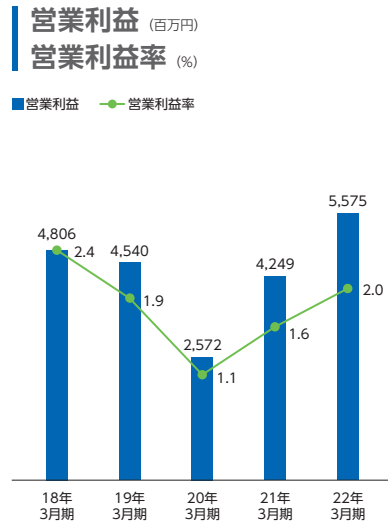
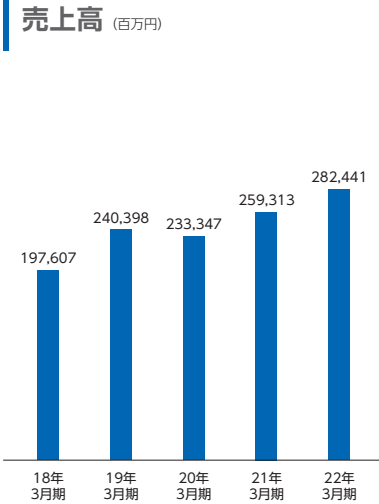
最適な「情報」を、 最適な「タイミング」で

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。



FINANCIAL HIGHLIGHTS

[財務ハイライト]

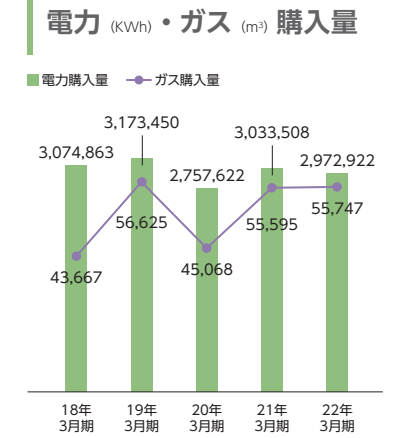
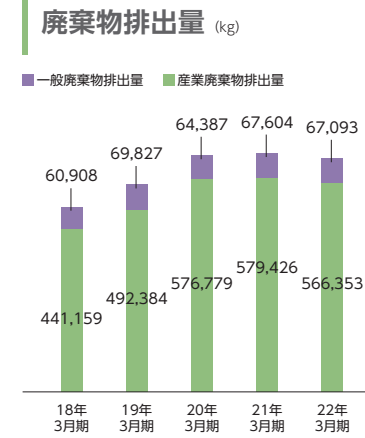
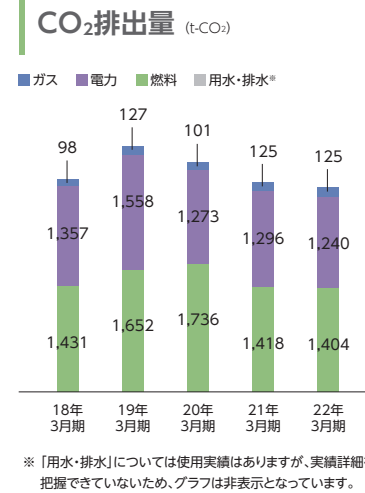


NON-FINANCIAL HIGHLIGHTS

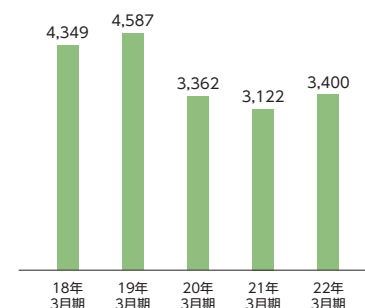
[非財務ハイライト]

より詳細な非財務データは、当社ホームページ「ESGデータ集」をご覧ください。 <https://www.happinet.co.jp/csr/data/index.html>

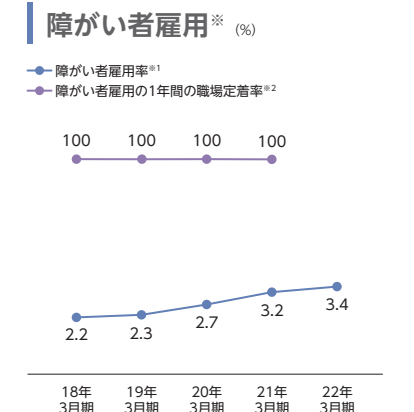
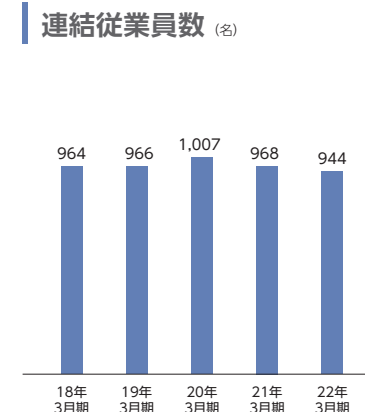
Environment



用水使用量 (m³)

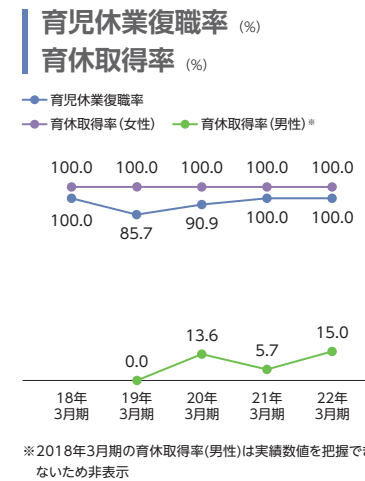
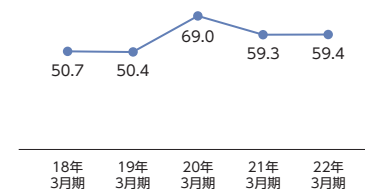


Social

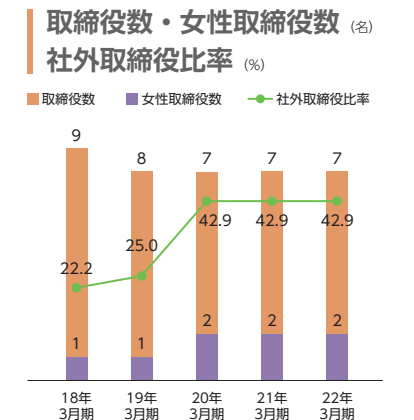


※ 数値は単体ベース
※1 法定障がい者雇用率の算出方法
※2 2022年3月期は新規採用実績がないため算出不可

有給休暇取得率 (%)



Governance



ハピネットグループは、グループビジョンのもと、企業活動を通じて「人々の心に感動を与え、夢のある明日をつくる」という思いを社員一人ひとりが常に意識し、実践することでCSRへの取り組みを推進してまいりました。

2023年3月期より、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に向け、CSRへの取り組みをサステナビリティへの取り組みに発展させるべく、マテリアリティ(重要課題)の特定を行いました。社会における課題と、当社グループの持続的成長を踏まえた課題を抽出し、その課題の中から、事業活動における「リスク」「機会」を踏まえたうえで、「自社への影響」と「社会への影響」を軸に重要性について検討した結果、6つのマテリアリティを特定しました。

今後はこれらマテリアリティの社内浸透を図ることに加え、マテリアリティを経営・事業戦略へ統合し、課題ごとの目標やKPIを策定してまいります。

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(IIRC)、GRI、SASB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

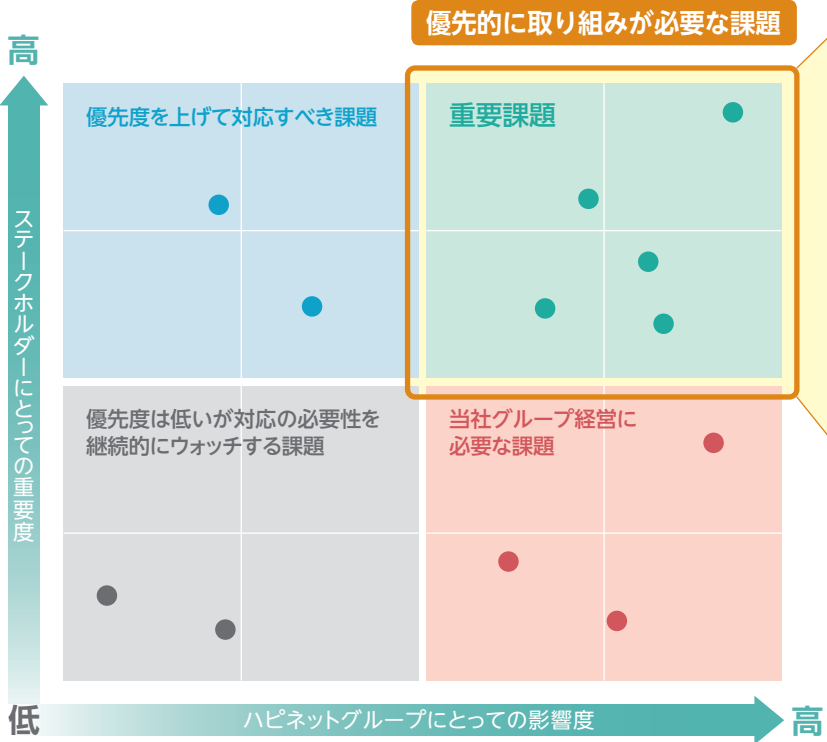
抽出したサステナビリティ課題34項目に対し、当社グループにとっての重要度を5段階で評価しました。事業活動における「リスク」「機会」を踏まえて、「自社への影響」と「社会への影響」を軸に検討し、マトリックスにマッピングして重要度の判定を行いました。マッピングに当たっては、従業員アンケートの結果やステークホルダーの意向、外部機関の評価も組み入れました。

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・改善に取り組んでまいります。



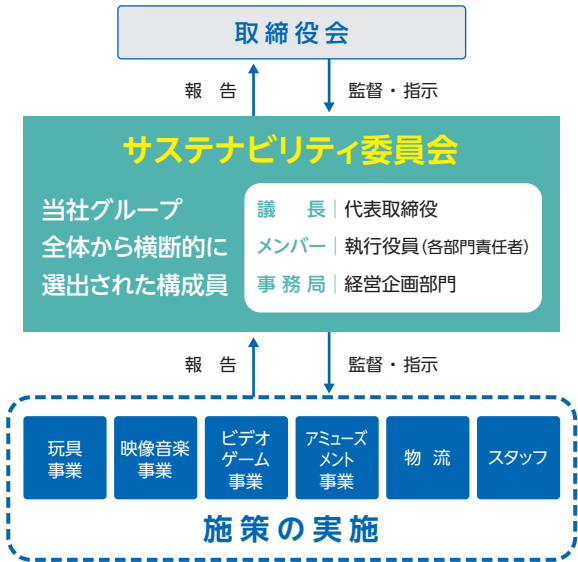
サステナビリティ推進体制

2009年4月に設立したCSR推進委員会を、2022年4月より代表取締役を議長とするサステナビリティ委員会として再編しました。当社グループにおけるマテリアリティ(重要課題)の特定、重点テーマ及び取り組み内容を決定し、よりスピード感をもって取り組みを推進してまいります。

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います。

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	当社グループの取り組み
環境	1 廃棄物の削減、再利用 3 持続可能な消費と生産 12 つくば未来をつくる 13 気候変動に挑む	● 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
	2 サプライチェーンにおける環境負荷低減 3 持続可能な消費と生産 12 つくば未来をつくる 13 気候変動に挑む	● 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
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 3 持続可能な消費と生産 4 社会の発展に貢献する 9 多様な人材の活躍を促す 12 つくば未来をつくる 17 持続可能な消費と生産	● 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
	4 ダイバーシティ&インクルージョンの推進 3 持続可能な消費と生産 4 社会の発展に貢献する 5 エンゲージメントを高める 8 多様な人材の活躍を促す 10 人々の暮らしを豊かにする	● 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
	5 デジタルトランスフォーメーション 9 産業と経済活動の発展を促す	● 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 ● デジタル活用による新たなサービスの創造
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 5 リスク管理を推進する 10 人々の暮らしを豊かにする 16 持続可能な消費と生産	● 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

玩具事業



執行役員
トイカンパニープレジデント

水谷 敏之

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
部門では新しい遊びの創出、企画部門では新しい機会の創出、
流通部門ではメーカーさまの想いを消費者の皆さまに届ける
新しいチャレンジを行い、生活者に満足を提供し続けていき
ます。そのためにも既存事業にとらわれることなく、ビジネス領
域を拡大し、新しいマーケットへのチャレンジを進めていきます。



執行役員
ホビーカンパニープレジデント

鈴木 篤

ホビーカンパニーは(株)ハピネット・ホビーマーケティング
として2021年に立ち上がりました。ホビー商品を生活の一部
とした「ライフシーン」を創造して世代を超えた人々に「夢と感
動」を提供し続けたいと考えています。多種多様な商品に、流
通すること以外の付加価値を与える提案をしていきます。ま
た私たち自身も新たな消費者の皆さまとの接点を設けること
により、事業領域を拡大していきます。

事業環境(機会・リスク)

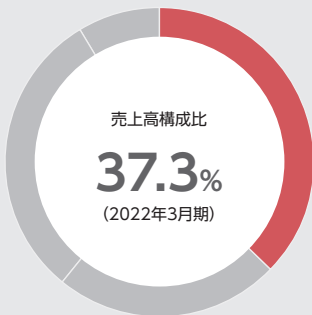
玩具市場は、ハイターゲット向け商品の好調などにより、大きな縮小は見られないものの、少子
高齢化により、低年齢層向け玩具の市場は中長期的には縮小していくと見込んでいます。
また、スマートフォンなどのデジタルデバイスに触れる年齢が低年齢化し、デジタルコンテンツへ
の置き換えが加速していくと予想しています。
商品や消費者ニーズが多様化していくこと、またハイターゲット商材が好調であることを受けて、
戦略の転換期を迎えているのが、玩具事業です。

2022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好調に推移しており、
『鬼滅の刃』や『ワンピース』などのIPのくじが特に人気となりました。
また、『ポケモンカードゲーム』や『デュエルマスターズ』などのトレーディングカードがヒットした
ことも重なり、売上高、利益面ともに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

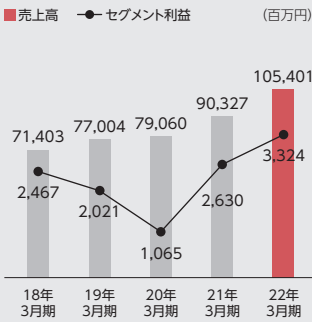
玩具事業では、川上から川下、両方面への展開で、玩具事業の総合化を実現してまいります。
川上分野としては、スポーツ関連グッズなどの新規カテゴリーでの自社商品の拡大や、現在コン
ビエンスストア店舗向けに実施している、代理店ビジネスの最大化を図るための、IPのリサーチ
力、商品企画力の強化を行います。
既存の川中分野では、ホビー商材の流通における、カテゴリーマネジメントを強化して、サービ
スレベルの向上と業務の効率化を図ってまいります。また、大人女性やシニア層など、ユーザー層の
拡大のための新たな市場の創出、川下分野では、消費者接点の創出などに、積極的に取り組んで
まいります。



強み

- シェア約30%。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
- 継続的に販売できる定番商品を中
心に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)

	20年 3月期	21年 3月期	22年 3月期
	453 (57.4%)	517 (57.3%)	560 (53.2%)
タカラトミー	74 (9.4%)	63 (7.1%)	85 (8.1%)
当社オリジナル	15 (1.9%)	9 (1.0%)	9 (0.9%)
その他メーカー	247 (31.3%)	312 (34.6%)	398 (37.8%)

()内は構成比

映像音楽事業



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

メディアコンテンツカンパニーでは「人々に良質なエンタテイ
ンメントを届けるためのエッセンシャルカンパニー」であることを
ビジョンに掲げ、CD・DVDなどパッケージ商品の流通や舞台
興行・ライブなどのコト体験、ライブハウスやCDショップ運営
によるユーザー接点を通じて良質なコンテンツを皆さまにお届
けしています。音楽事業に関してはまだまだ事業基盤が確立で
きておりませんが、今後アーティストの発掘や育成に注力してい
きます。映像事業に関してはライセンス事業を強化し、良質な映
像作品を一人でも多くの方にお届けしていきます。

コンテンツプロダクションカンパニーは、日本映画、外国語映
画、TVアニメーション、配信ドラマシリーズなどさまざまな映像コ
ンテンツを企画・製作、海外からの買い付け、劇場配給・宣伝、
配信、パッケージ化、海外展開まで全て自ら手掛けることによっ
て皆さまに提供しています。ゼロから新しいコンテンツを自ら企
画し生み出し、世の中に届けていく。グループ内でも比較的新し
い映像メーカーとしての機能をさらに拡充し、将来的には世界に
通用する強力な自社IPを生み出すべく日々、挑戦してまいります。

小西 啓介

事業環境(機会・リスク)

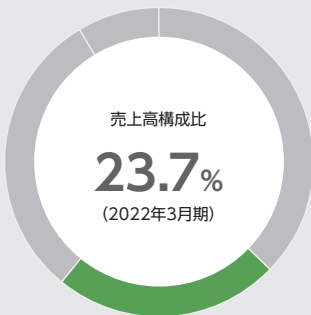
映像音楽市場は、配信などへの移行や、パッケージもEコマースでの販売が中心となるなど、ビ
ジネス構造が大きく変化している状況です。
一方で、ライブや映画館などの体験型ビジネスは、コロナ禍を除けば拡大傾向にあり、今後も成
長が見込まれます。当社グループにおきましても、市場変化に対応した構造的転換が必要となっ
ているのが、映像音楽事業です。

2022年3月期概況

映像音楽パッケージの新譜の発売は好調に推移したものの、巣ごもり需要で好調に推移してい
た旧譜の販売は、反動減がありました。
またメーカー部門では、コロナ禍の影響がいまだ続いており、劇場の座席制限などの影響を受け、
当社出資映像作品の興行が苦戦し投資損失が発生しました。その結果、売上高、利益面ともに前
期とほぼ横ばいとなりました。

第9次中期経営計画 基本戦略

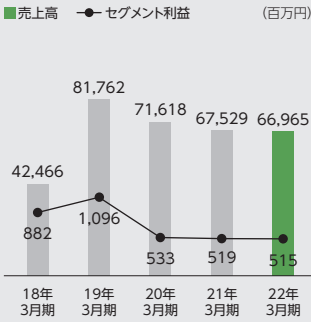
中間流通での安定利益確保と、事業領域拡大に向けた川上・川下での機能獲得・強化を進め
てまいります。
川上分野においては、映像部門で配給・配信事業、アニメーション事業といったメーカー機能の
強化、また音楽部門でアーティストの発掘、育成からマネタイズまで、音楽メーカーとしての360度
ビジネスへの挑戦を行ってまいります。
川中分野では、業界全体で効率を高める中間流通を目指した取り組みを行い、帳合取引の拡大
と、インフラコストの削減を図ってまいります。
川下分野においては、昨年から新たな取り組みとして始めた2.5次元舞台興行や、朗読劇興行の
事業化に取り組んでまいります。



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)

	20年 3月期	21年 3月期	22年 3月期
映像	435 (60.8%)	418 (61.9%)	415 (62.1%)
卸売部門	391 (54.7%)	368 (54.5%)	373 (55.9%)
メーカー部門	43 (6.1%)	50 (7.4%)	41 (6.2%)
音楽	280 (39.2%)	257 (38.1%)	254 (37.9%)

()内は構成比

ビデオゲーム事業



執行役員
ゲームカンパニープレジデント

野々山 正孝

ゲームカンパニーでは、デジタル化やゲームプラットフォームの多様化といった市場環境の変化に対応するため、事業構造の改革を進めています。中間流通においてはマーチャンダイジングを高度化し、消費者の皆さまとの接点を拡大しながら、メーカーさま、販売店さまと協力してパッケージ市場を盛り上げていきます。また、公式ライセンスのゲームアクセサリーの企画開発やゲームキャラクターグッズの取り扱いを強化し、ファン層の拡大にも貢献していきます。

パブリッシング事業においては、2021年にスタートしたゲームレーベル「Happinet Indie Collection」の展開を強化し、国内外の魅力的なゲームを積極的に発信していきます。

ゲームカンパニーは、これからもハピネス・ネットワーキングを展開し、ゲームに関わる人たちを笑顔にしていきます。

事業環境(機会・リスク)

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ダウンロード販売が伸び、配信への移行が進んでおり、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。

2022年3月期概況

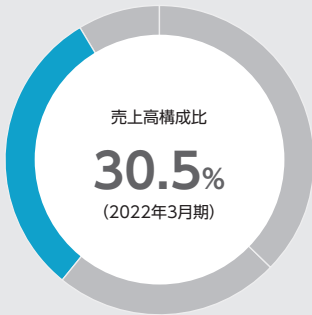
新型の有機ELモデルが発売されている『Nintendo Switch』や『PlayStation 5』のハードが、引き続き好調に推移したことに加え、ソフトで『Pokémon LEGENDS アルセウス』などのヒット商品があったことにより、売上高、利益面ともに前期を上回りました。

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ーなどの、自社企画商品の拡大を図ります。

川上分野では、昨年立ち上げた「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へのアプローチを強化し、大型タイトルを獲得していきたいと考えています。

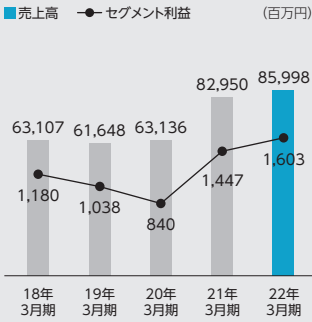
川下分野では、新たな事業展開に向けてさまざまな取り組みを検討してまいります。



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)

	20年 3月期	21年 3月期	22年 3月期
任天堂商材	583 (92.4%)	754 (91.0%)	755 (87.9%)
SIE*商材	38 (6.0%)	58 (7.0%)	75 (8.7%)
その他	9 (1.6%)	16 (2.0%)	29 (3.4%)

()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



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

アミューズメントカンパニーでは、第9次中期経営計画のテーマとして「既存事業の発展と新たな事業開発への投資」を掲げています。エンタメ消費における生活者の選択肢が増えている中、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環境であると考え、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取り組んでいきます。

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専門ショップを展開していくこと、また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。品揃えでは、販売データの分析機能を強化し、お客さまが求める商品を、買いやすい売場づくりとともに追求し続けます。そして、私どもの事業展開で『あらゆる人々にわくわく体験を提供する』というビジョンのもと、新しい事業の開発についても積極的に取り組んでまいります。

事業環境(機会・リスク)

カプセル玩具市場は、消費者の購買動機、チャネル、コンテンツの多様化が進んでおり、コロナ禍による人出の減少などの影響も受けましたが、大人需要やインバウンド需要などを取り込んで伸長しています。

キャッシュレスなど技術の進歩により、新たな購買方法の可能性も想定され、今後も拡大の余地があると考えているのがアミューズメント事業です。

2022年3月期概況

カプセル玩具の販売が引き続き好調で、コロナ前の売上水準も上回って推移しました。

また、カードゲーム商品の販売が、コロナ禍の影響を受けた前期から回復したこともあり、売上高は前期を大幅に上回りました。

利益面につきましても、当社運営のカプセル玩具専門店「gashacoco(ガシャココ)」の出店拡大に伴う初期費用を計上したものの、売上高の伸長により、前期を上回りました。

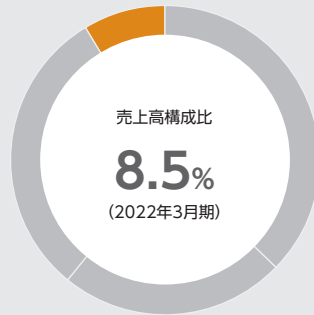
第9次中期経営計画 基本戦略

事業領域を活かしたコト体験の創造と、消費者接点でのマーケティング強化を目指します。

既存の川中分野では、売場づくり、販売促進の拡充をはじめ、消費者ニーズに合った品揃えによる新規流通開拓に取り組んでまいります。

川下分野においては、2019年より展開を進めているカプセル玩具専門店「gashacoco」が前期末の12店舗から2022年6月末日時点では52店舗まで拡大しており、今後100店舗の運営を目指して出店し、店舗運営基盤を確立していきたいと考えています。

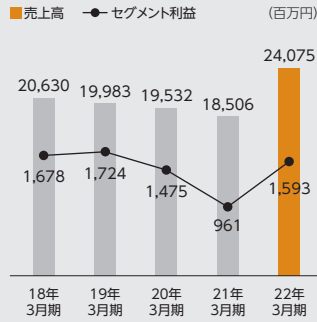
また川上分野としては、新規商材、新規事業開発への取り組みとして、既存領域にとらわれない、新たな収益源の創出を目指してまいります。



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)

	20年 3月期	21年 3月期	22年 3月期
カプセル玩具	119 (61.2%)	123 (66.8%)	170 (70.9%)
カードゲーム	54 (28.1%)	33 (18.1%)	43 (17.9%)
その他	20 (10.7%)	27 (15.1%)	26 (11.2%)

()内は構成比

物流・EC事業



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

津田 克也

物流事業を行う(株)ハピネット・ロジスティクスサービスでは、これから転換期を迎えるエンタテインメント業界の物流課題に対して、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になるため、物流施設やマテハン、ICTへの積極的な投資を行い、物流機能の強化とサービスレベルの向上に挑戦してまいります。

EC事業を行うハピネット・オンラインでは、資本業務提携先である(株)ブロッコリーのオフィシャルストアのリニューアルと運営受託を2022年3月より開始し、サイト利便性の向上と迅速な物流サービス体制を構築しました。今後は、ハピネット・オンラインとの連携を強化し、ここでしか買えない商品や特典を充実させ、お客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きます。

また、情報システム室では、2021年に基幹システムのリプレースを完了しました。今後は社員の新しい働き方の創造に向けた業務プロセスの変革と全社のデジタルシフトを推進するとともに、ICT基盤の再構築を行い、通信環境の最適化とサイバーセキュリティ体制を強化してまいります。

物流機能

全国の物流拠点を駆使し、さまざまなご要望に迅速に対応します。

ハピネットグループでは、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。



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)

Eコマース

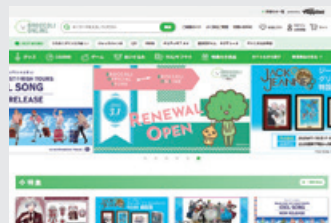
玩具・DVD/ブルーレイ・CD・ゲームなどエンタテインメント商材の通信販売を行っています。



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>

第9次中期経営計画 基本戦略

当社グループを支えるインフラ機能の拡充と、グループ外への機能の販売展開を目指してまいります。

物流事業では、当社グループ内外、どちらにも貢献できる物流機能を目指し、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、設備投資を行ってまいります。

また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、消費者の皆さまに選ばれるEコマースを目指してまいります。

経営企画室長メッセージ

定性的・定量的な分析による判断をベースに
事業ポートフォリオマネジメントを
強化いたします



取締役 執行役員 経営企画室長

石丸 裕之

サステナブルな 経営体制の構築へ向けて

ハピネットグループは、玩具、映像音楽、ビデオゲーム、アミューズメントと4つの事業ポートフォリオを軸に事業活動を展開しています。既存事業においては、消費者ニーズの多様化やデジタル化など、当社グループの関連業界における環境変化のスピードはますます加速しています。そうした環境下で持続可能な経営を推進し、成長し続ける企業であるために、最適な資源配分を実現するための経営管理機能をさらに強化してまいります。

具体的には、当社グループ全体としてROEを向上させていくために、各事業ではROAを指標として設定し、その改善・向上に向けて取り組める体制を整備してまいります。そのためにカンパニー別のバランスシートをさらに精緻化し、ROAからブレークダウンした指標を示していくことで、各カンパニー、ひいては個々の社員が何に取り組むべきかを明確にします。また、モニタリングを強化し、PDCAサイクルを迅速に循環させる体制を目指します。

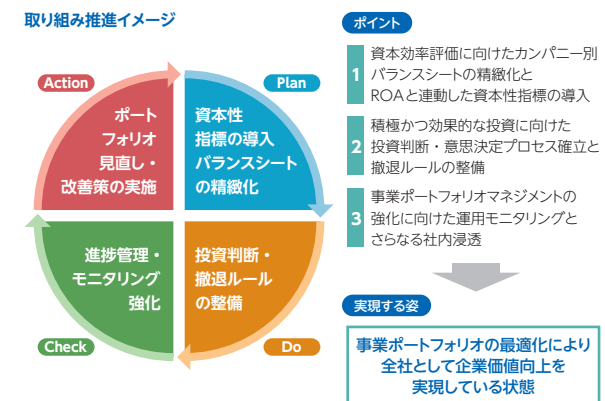
投資判断・意思決定プロセスにおける ルールづくりに取り組みます

第9次中期経営計画にも掲げているとおり、川上・川下への事業領域拡大、取り扱い商材の拡大を図るだけにとどまらず、新たな事業にも積極的に挑戦してまいります。

当社グループは、これまで20社以上のM&Aにより事業を拡大してきましたが、今後新たな事業領域へ挑戦するために効果的な投資を行うには、さらに多面的な評価やルールの整備が必要だと考えています。また、撤退ルールも事前に明確化し、投資実行後は数値にとどまらず、計画との乖離なども管理するマネジメント体制を整備してまいります。

定量面、定性面、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することで、最適な投資・事業ポートフォリオの構築を目指します。

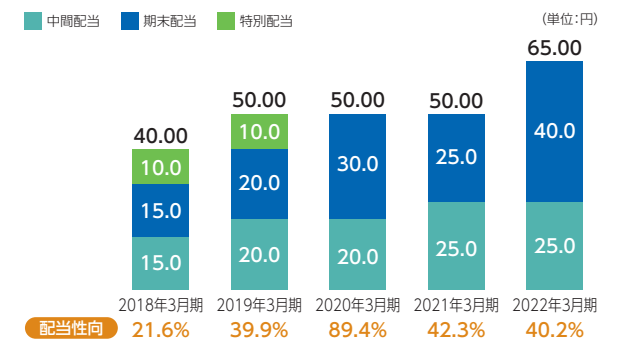
事業ポートフォリオマネジメントに向けた取り組み



株主還元方針について

将来の事業展開を見据えた投資のために内部留保の充実を図るとともに、安定的で適正な配当を実施する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、今後の成長発展に資する新規事業開発やサービス向上に必要な投資に鑑みて、連結配当性向40%を目標としています。この方針に基づき、2022年3月期の年間配当金は1株当たり65円(中間配当25円、期末配当40円)としました。今後も事業推進のための投資を実施し、利益向上を目指すとともに、適切な株主還元を実施してまいります。

配当金の推移



役員紹介

(2022年6月24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)



取締役執行役員
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(現任)



社外取締役
得能 摩利子

1978年 4月 株式会社東京銀行(現株式会社三菱UFJ銀行)入行
1994年 1月 株式会社ルイ・ヴィトン ジャパンカンパニー
(現ルイ・ヴィトンジャパン株式会社)社長室長
2004年 3月 ティファニー・アンド・カンパニー・ジャパン・
インク ヴァイスプレジデント
2010年 8月 クリスチャンディオール株式会社代表取締役社長
2013年 6月 当社社外取締役(現任)
2013年 9月 フェラガモ・ジャパン株式会社CEO
2014年10月 同社代表取締役社長兼CEO
2016年 6月 三菱マテリアル株式会社社外取締役(現任)
2017年 6月 ヤマトホールディングス株式会社社外取締役(現任)
2022年 3月 株式会社資生堂社外取締役(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・アンダ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)プリンシパル
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 ENEOS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)

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 5月 株式会社ブロッコリー社外監査役
2016年 6月 当社常勤監査役(現任)
2019年 5月 株式会社ブロッコリー社外取締役(現任)



社外監査役
坂井 秀行

1976年 3月 弁護士登録
1982年 6月 米国デューク大学ロースクール修了
1990年 1月 プ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 ビンガム・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)プリンシパル
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・ビー・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NTTデータNJK)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

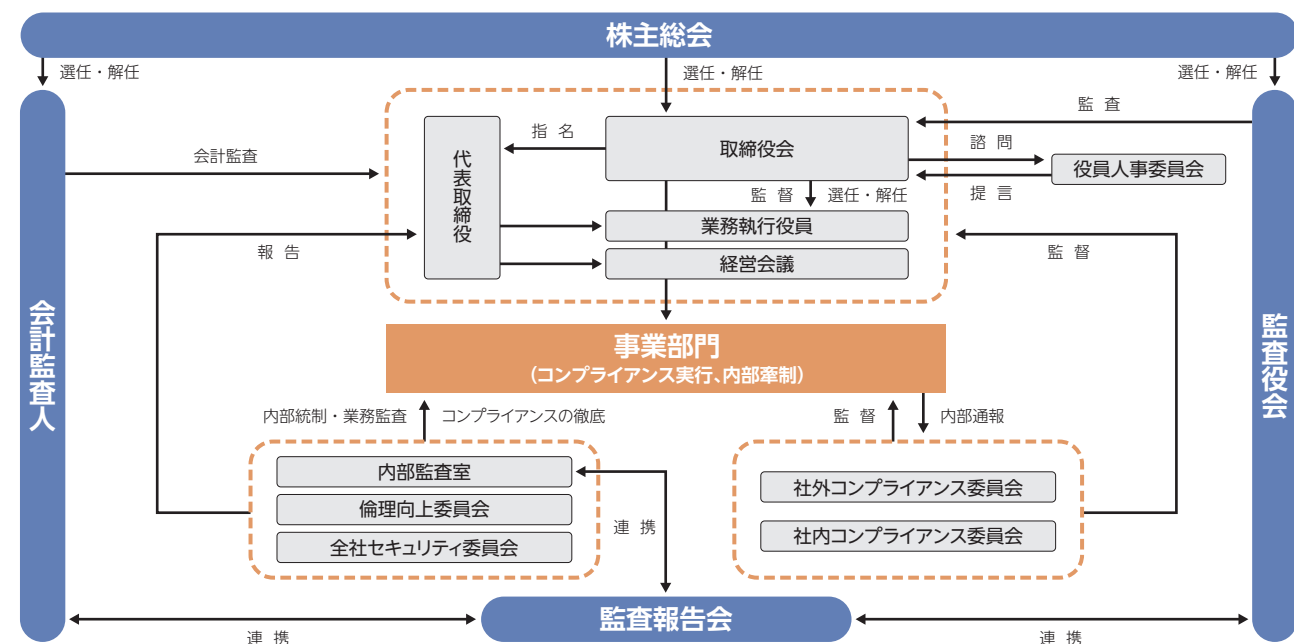
役職	氏名	企業経営	営業・ マーケティング	ESG (環境・社会・ガバナンス)	財務会計	法務・ リスク管理	グローバル	他企業の知見
代表取締役	苗手 一彦	●	●	●				
代表取締役	榎本 誠一	●	●	●				
取締役	石丸 裕之	●		●	●	●		
社外取締役	得能 摩利子	●	●	●			●	●
社外取締役	長瀬 眞	●	●	●			●	●
社外取締役	岡 俊子	●		●	●		●	●
常勤監査役	浅津 英男	●			●	●		
社外監査役	坂井 秀行					●	●	●
社外監査役	谷口 勝則				●			●

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、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



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、6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、常勤監査役は社内的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に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、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主たるスキル・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うえで、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あたり、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、当社ホームページのコーポレート・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/2146856/00.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。

得能 摩利子	【独立役員】	取締役会出席回数	11／13回
長瀬 眞	【独立役員】	取締役会出席回数	13／13回
岡 俊子	【独立役員】	取締役会出席回数	13／13回

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、当社の監査体制にい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 監査役会出席回数	13／13回 14／14回
谷口 勝則	【独立役員】	取締役会出席回数 監査役会出席回数	13／13回 14／14回

取締役会・監査役会の実効性確保

当社は、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。

2022年3月期の評価結果

2022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「後継者育成の強化」と「中長期戦略・計画に関する議論の更なる充実」があげられました。

この結果をふまえて当社では、2022年4月より開始した第9次中期経営計画において「サクセッションプランの導入」と「事業ポートフォリオマネジメントの強化」を掲げています。また、2023年3月期より会議体として「中期経営計画推進会議」を設置し、中期計画のモニタリング体制をさらに強化するとともに、会議体から取締役会への情報共有を定期的 to 実施し、取締役会での中長期戦略の議論の充実を図ってまいります。

報酬の決定方針

当社の役員の報酬は、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、個々の役員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、おおよそ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

2022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 (ストック・オプション)	
取締役 (うち社外取締役)	394百万円 (32百万円)	146百万円 (32百万円)	240百万円 －	7百万円 －	7名 (3名)
監査役 (うち社外監査役)	37百万円 (14百万円)	37百万円 (14百万円)	－ －	－ －	3名 (2名)

内部統制

当社は、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時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います。

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。

信義と信頼を大切にします

企業行動の原則は、社会からの信頼、期待に応えるということとです。

企業行動の源泉は「人」です。その「人」を尊重するのはもちろんのこと、「人」一人ひとりがビジネス行動を通じて信義を尽くし、それによって得られる信頼を大切にします。

常に誠実な行動を心掛け、積極的に情報を開示し、そして当社グループが社会から見て魅力ある企業となることを目指します。

リスクマネジメントについて

地震などの大規模災害や情報漏えい、感染症、システムダウンなどのリスクの顕在化により事業にマイナスの影響を及ぼす可能性があります。これらのリスク発生を未然に防止し、また顕在化した際に迅速に対応できるよう、各種規程やBCP(事業継続計画)に基づくマニュアルを整備し、社員への啓蒙活動を実施しています。

リスク管理体制の整備の状況

内部監査室と経営企画部門が中心となり、リスク発生の未然防止ならびにリスク管理に取り組む体制を構築しています。

注視すべきリスク

主要なリスクの詳細は、当社ホームページをご参照ください。

1. 新型コロナウイルス感染症拡大による影響について	5. コンテンツ開発事業について
2. 依存度の高い仕入先について	6. 製造物責任及び品質管理について
3. 依存度の高い販売先について	7. システムトラブルについて
4. 棚卸資産について	8. 個人情報の管理について
	9. 大規模災害による影響について

<https://www.happinet.co.jp/ir/risk.html>

ステークホルダーとの共生を図ります

企業が社会に受け入れられ、さらなる成長・発展を目指すためには、私たちのビジネスをいろいろな側面から支援し、協力関係にあるステークホルダーとともに成長するという認識が必要と考えます。

自社のビジネスのことだけでなく、ステークホルダーとの共生を常に意識しながら、自らの行動を律していきます。

社会の『良き一員』としての自覚を持ちます

企業は社会の一員です。
当社グループが社会の『良き一員』であるためには、法令の遵守はもちろんのこと、社会通念や良識に照らして、「正しい」と言える企業行動が求められます。その上で、自らが所属している社会の『良き一員』として、何をなし得るのか、企業としての立場から社会貢献を正面に見据えて、行動します。

▶ 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、当社ホームページをご参照ください。

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

物流施設の安全性強化

中間流通業である当社グループが、大規模災害時においても、その社会的役割を果たし続けていくためには、物流機能の継続性をいかに確保するかが重要な課題です。当社グループの物流部門では、安全な職場環境づくりや緊急連絡体制の見直し、避難訓練の実施、マニュアルの整備などに常時取り組んでいます。

情報セキュリティの強化

「経営上機密性の高い情報」「お取引先さま固有の情報」「一般消費者の個人情報」の保護・漏えい防止、また、玩具や映像・音楽ソフト、ゲームソフトなどを取り扱うグループ事業の特性を踏まえ、インターネットなどを介して得た外部著作物に対する権利侵害の防止にも注力しています。

これらの取り組みを徹底するため、「情報システムセキュリティポリシー」を定めているほか、メール受信やデータダウンロード時のウイルスチェック、SPAMフィルタ、不正アクセス対策など、さまざまな対策を講じています。また、自然災害によるデータの紛失・損壊の防止については、可用性の高いクラウドサービスを利用することによりリスクを軽減しています。またネットワーク回線の二重化やデータのバックアップ対策なども実施しています。

2018年に導入した倉庫管理用のシステム(WMS)は、大規模災害を想定しデータセンターを関東と関西の2カ所構成としており、大きな災害が発生した場合でも稼働を止めない工夫をしています。今後は、遠隔地データセンターへのリロケーションやクラウド環境への移行を推進し、大規模災害発生時においても円滑な事業継続が可能な環境を整備していきます。

社外取締役メッセージ



社外取締役

得能 摩利子

ビジネスを取り巻く社会環境は時代や技術の進化に伴い急激に変化してきました。映像や音楽のソフトがパッケージから配信に変化しているのも一つの典型的な例といえるでしょう。

その中でハピネットは、エンタテインメント事業を通して「人々に感動を提供し、夢のある明日をつくる」というビジョンを揺らぐことなく追い求めています。

それは基幹ビジネスに対する絶え間ない強化を怠ることなく、その上で、時代を先取りするような新しいビジネスチャンスにも敏感であることからよく分かります。すなわち現在と未来への取り組みを両立しているのです。それこそが、ビジョンである、「人々に感動を提供し、夢のある明日をつくる」と確信しているからでしょう。

これからのハピネットには外部からの異なる知見を積極的に取り入れて、ぜひ社員全員で、ハピネットのさらなる成長を楽しみながら目指してほしいと願っています。



社外取締役

長瀬 眞

ハピネットグループサステナビリティ基本方針の基礎であるグループビジョンの実践が、現在の企業業績とブランドイメージに表れており、社外取締役として大変評価しています。

今後さらにESG経営を進化させ、ステークホルダーとの共生と企業価値向上を目指すために、SDGsの観点でハピネットグループが注力的に取り組むべき事項や、マテリアリティとそれに伴う機会とリスクの特定が急がれます。マテリアリティ特定のプロセスはESG経営・SDGsの目標に向けて、グループ全体で取り組みを共有することが重要だと考えています。

- 事業部門ごとに、強みや特徴を明確化
- 事業プロセスの関係性に加え、長期ビジョン・中期経営計画の観点で社会課題・動向の精査
- 事業における機会・リスクの洗い出し
- ステークホルダーへのヒアリング

以上をサステナビリティ委員会で積極的に取り組んでいただきたいと思います。

ハピネットグループがESG経営の先進企業として、プライム市場でさらに高く評価されることを期待しています。



社外取締役

岡 俊子

ハピネットの業態は、メーカーと小売りを結ぶ卸（問屋）です。「そうは問屋が卸さない」という言葉があるように、かつて日本では問屋抜きでの商売は考えられませんでした。ところが近年、大規模化した小売りがメーカーと直取引するようになり、卸は「中抜き」の脅威にさらされています。

このような環境の変化のなかで、ハピネットは常に新たな時代における卸機能の在り方を模索していますが、ハピネットの新たな卸の姿は、「誰一人取り残さない」というSDGsの精神にもとづいています。すでに全国をカバーしているハピネットの商圏において地域振興を支援する地域密着の視点を取り入れ、カンパニー制の導入で消費者のニーズに合わせた商材の充実、流通の効率化を図り、卸にとって生命線であるシステム投資にも積極的に取り組んでいます。今後の課題は、国内で構築してきたこのハピネットの新たな卸機能をいかに海外展開させ、世界に貢献できるかです。

今後もハピネットが経営環境の変化に対応したサステナブルな成長を実現することを期待しています。



社会 Social

顧客とのかかわり

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

より詳細な取り組みは、当社ホームページをご覧ください。

<https://www.happinet.co.jp/csr/index.html>

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。

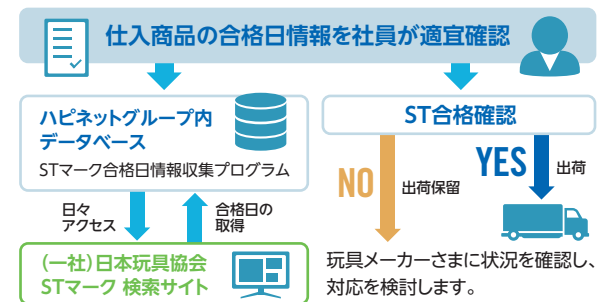
生産委託事業者は、工場から製品を出荷する際に、ハピネット品質基準に基づいた検査を実施することで、安全性の確保に努めています。検査は初回生産時のみならず、リピート生産時においても発注ロットごとに第三者認証検査機関で実施し、安全性を確認した上で出荷しています。



ハピネット品質保証Webサイト

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入手し、発売前にその商品のST合格情報を照合。ST基準合格が未確認の商品を流通させない体制を確立しています。



ST確認スキーム

青少年への倫理活動

ゲームソフトの内容・表現が青少年に与える影響に配慮し、当社は2002年6月に発足した「コンピュータエンターテインメントレーティング機構」(略称CERO)の正会員として、年齢区分マークやコンテンツアイコンなどをパッケージに表示し、ゲームソフトの選択に必要な情報を提供するなど、青少年の健全な育成と社会の倫理水準の維持に努めています。

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

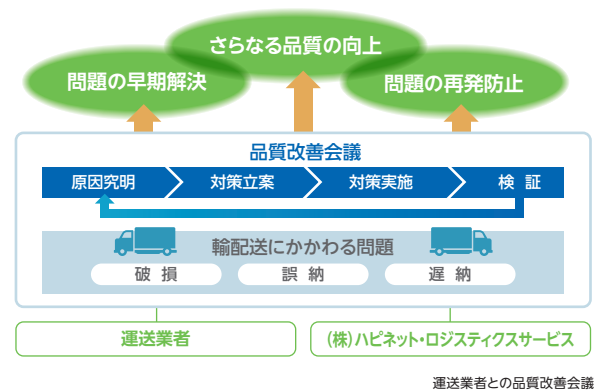
企業が営む事業は、お取引先さま、消費者さま、社員、株主さまなど多様なステークホルダーに、さまざまな面で支援・協力を受けて成り立っています。こうした認識のもと、当社グループは、社会的信頼を一層高めるために何が公正で正当かを常に考え、自らの行動を律していきます。

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や、お客さまからの要望に対する対応を共同で検討しています。



運送業者との品質改善会議

社員とのかかわり

多様性を活かした取り組み

人事憲章と支援体制

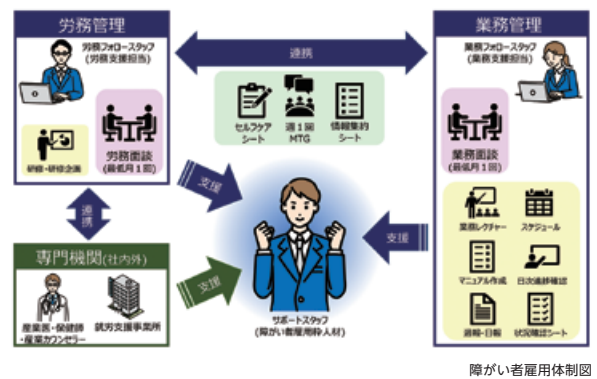
当社グループは、最も重要な経営課題として人材育成を位置付け、「人」に対する根本理念や経営における「人」の位置付けとあり方について「人事憲章」を制定しています。「人事憲章」には、社員が自らの夢と幸福な未来の実現のために仕事をするを真に望み、その実現のために当社グループは最大限に支援することを記し、入社研修時に説明の機会を設けて周知しています。

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。

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生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。

社内においては障がい者の特性理解や合理的配慮が行えるよう、専門機関と連携し、課題改善のための社内講習などを実施することで、より良い環境づくりに努めています。



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。

▶ 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/csr/employee/pdf/jyosei_2022.pdf

人材開発

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日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。

教育研修の実施

各年齢層向けキャリア研修など、社員の多様なキャリア形成をサポートするほか、育成層に向けた集中的な基礎教育、新入社員へのOJT担当者向けトレーナー研修、主として管理職層に向けたリーダー研修、販売士検定の受検、各種通信講座の受講など、社員の自己啓発や能力向上を図りながら、経営における最重要課題として人材育成に取り組んでいます。

※2021年度は新型コロナウイルス感染症防止の観点からハイブリッド型にて実施しています。
※実開催の研修ではフェイスシールド着用などの感染防止策を講じています。



新入社員研修

労働安全衛生への配慮

社員が仕事を通して充実した社会生活を送るために、より生き生きと働ける職場づくりを目指しています。その主な活動として「社員の健康サポート」「安心して働ける職場環境づくり」を掲げており、充実した職業生活を総合的に支援しています。

「健康経営優良法人2022(大規模法人部門)」認定

健康経営優良法人認定制度とは、地域の健康課題に即した取り組みや日本健康会議が進める健康増進の取り組みをもとに、特に優良な健康経営を実践している法人を顕彰する制度です。当社グループは経済産業省及び日本健康会議が選定する「健康経営優良法人2022(大規模法人部門)」に2年連続で認定されました。



地域社会とのかかわり

社会貢献

玩具を通じて子ども達に笑顔を

震災等による被災地の子ども達がクリスマス・年末を笑顔で迎えられるようにクリスマスプレゼントを贈る「おもちゃの国のサンタ」プロジェクト(主催：一般社団法人こども・笑顔創出プロジェクト)に賛同し協賛しました。

また、ウクライナで被災された方々や周辺の地域に避難された方々への人道支援のため、寄付を実施しました。寄付金はユニセフ(国連児童基金)を通じて、ウクライナ及び近隣諸国の人々の命と安全を守るための緊急性の高い支援のほか、最も支援の届きにくい子どもたちの支援に充てていただく予定です。

株主・投資家とのかかわり

▶ 配当についてはP.21「経営企画室長メッセージ」をご覧ください。

株主・投資家とのコミュニケーション

株主・投資家の皆さまとの積極的な対話

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。



個人投資家説明会 (Web配信)



環境マネジメント

CO₂排出量削減の取り組み

当社グループでは、事業を通じたCO₂排出量削減の取り組みを継続的に進めています。オフィスでの電力消費量削減や物流部門でのリサイクルを推進するとともに、営業・仕入れ・物流の連携を一層強化することで、効率的な商品配送を行い、CO₂排出量削減に努めています。

適正な需要予測と在庫管理の推進

各事業分野で、適正な在庫管理による廃棄物削減に取り組んでいます。今後もメーカーさまと販売店さまをつなぐ当社グループがこれまで培ってきたマーケティング機能をさらに強化することで市場動向やニーズの的確な把握に努め、各事業において精度の高い需要予測を行い、流通在庫の適正化を推進していきます。

情報開示(ディスクロージャー)の充実

当社グループでは、株主・投資家の皆さまへ向けたIR資料や、情報発信ツールであるホームページの充実に取り組んでいます。「わかりやすく、使いやすい」サイトをコンセプトとしたホームページでは、「株主・投資家の皆さまへ」と題したIRサイトを設け、経営情報、IRニュース、IRデータなどを充実させています。

2018年10月にはIRサイトをリニューアルし、目的の資料をより探しやすい構造にするとともに「早わかりハピネット」と題し、当社の強みをまとめたコンテンツを設けました。今後も、タイムリーで適正なIR情報の発信に努めていきます。



【早わかりハピネット】 <https://www.happinet.co.jp/ir/aboutus.html>

3R(リデュース、リユース、リサイクル)の推進

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

段ボールの使用を最小限に抑え、無駄な梱包資材の使用を防ぐため、折りたたみコンテナによる納品の推進や、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などの活動を行っています。また、再利用できない段ボールなどについてはリサイクルを進めています。

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

また、カプセル玩具、自動販売機などの複合材の廃棄については、廃棄物の半分をサーマルリサイクル(熱回収)しており、次いでマテリアルリサイクルしております。また、鉄については鉄材料として一部再利用しています。

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944名、単体366名

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1,910,583株含む)

株主数

32,339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	26.57%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,918,700	8.67%
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	3.05%
井平康彦	483,000	2.18%
河合洋	300,000	1.36%
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140040	299,500	1.35%
ハピネット社員持株会	283,917	1.28%
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140044	241,100	1.09%
苗手一彦	219,700	0.99%
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140042	212,834	0.96%

(注) 1. 当社は、自己株式を1,910,583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を控除して計算しています。
3. 当社は、「株式給付信託(J-ESOP)」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128,400株は、自己株式数に含めていません。

株主分布状況

