HAPPINET REPORT 2026

2026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

自らの進化と社会貢献を果たすために、
ハピネットグループの存在意義と、
目指すべき未来像を
「グループビジョン」として
明文化しています。

VISION

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。

POLICY

経 営 姿 勢

常に変化を先取りして自己革新をすすめ、
新しいビジネスをきりひらきます。

顧客への姿勢

パートナーシップをもって連帯し、
生活者に満足を提供します。

社員への姿勢

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

社会への姿勢

ビジネス倫理に基づく企業活動を通じて、
明るく楽しい社会の実現に貢献します。

株主への姿勢

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

GUIDELINES

行 動 指 針

常に
「何が大切か、何が正しいか」
を考え、
行動します。

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 2026」編集方針

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

将来見通しに関する注意事項

当レポートは、当社グループの計画・見通し・戦略・業績などに関する将来の見通しを含んでいます。この見通しは、現在入手可能な情報から得られた判断に基づいています。したがって、実際の業績は、さまざまなリスクや不確実性の影響を受けるものであり、これらの見通しとは大きく異なる結果となることがあることをご承知おきください。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、2026年3月期（2025年4月1日～2026年3月31日）の実績に基づいています。（ただし、一部2026年4月以降の情報を含みます）

統合報告書の位置付け

財務情報	非財務情報
統合報告書「HAPPINET REPORT」 https://www.happinet.co.jp/ir/library/integrated_report.html	当レポートでは、ハピネットグループの企業価値創造に向けた成長戦略や事業戦略、ESG情報などの財務・非財務双方の情報をコンパクトにわかりやすく発信しています。
■ 当社Webサイト「株主・投資家の皆さまへ」 https://www.happinet.co.jp/ir/index.html	■ 当社Webサイト「サステナビリティ」 https://www.happinet.co.jp/sustainability/index.html
■ 有価証券報告書 https://www.happinet.co.jp/ir/library/securities.html	■ コーポレート・ガバナンス報告書 https://ssl4.eir-parts.net/doc/7552/tdnet/2837258/00.pdf
■ 説明会資料 https://www.happinet.co.jp/ir/library/presentation.html	

CONTENTS

SECTION 01

ハピネットグループの存在意義

トップメッセージ …… 02
エンタテインメントの無限の可能性を
ネットワーキングで広げ、
世界のエンタテインメント・スタイルを
創造する企業グループを目指します
価値創造プロセス …… 08
ハピネットグループの
ビジネスモデルと強み …… 10
挑戦の軌跡 …… 14

SECTION 02

経営戦略・事業戦略

ハピネットグループの中長期ビジョン …… 16
Close-up 「バリュー」発揮の事例：
『うたの☆プリンスさまっ♪』
15周年記念の取り組み …… 20
海外戦略（CGOメッセージ） …… 22
情報戦略（CIOメッセージ） …… 23
財務戦略（CFOメッセージ） …… 24
事業戦略 …… 26
物流機能 …… 31

SECTION 03

持続的成長に向けて

ハピネットグループのサステナビリティ … 32
環境 …… 34
社会 …… 37
ガバナンス｜社外取締役メッセージ｜…… 42
ガバナンス｜役員紹介｜…… 44
ガバナンス …… 46

SECTION 04

データ関連

財務ハイライト …… 52
非財務ハイライト …… 53
会社情報 …… 54
株式情報 …… 55

エンタテインメントの無限の可能性を ネットワーキングで広げ、 世界のエンタテインメント・スタイルを 創造する企業グループを目指します

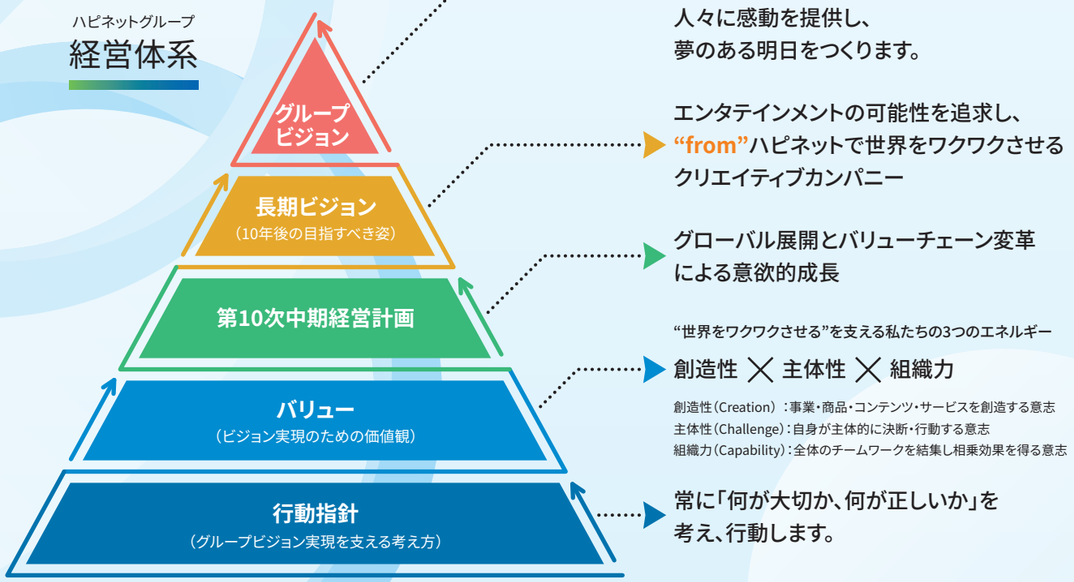
代表取締役社長
兼最高執行責任者　水谷 敏之



ハピネットグループは創業以来、エンタテインメントと人々を幸せにつなぐ担い手として、日本のエンタテインメント産業とともに成長してまいりました。私たちが目指す姿は、「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る」というグループビジョンの実現です。この想いは創業期から一切ぶれることなく、私たちの事業の根幹に根付いています。社長に就任して1年が経った現在、この想いをいかに進化させ、次の成長ステージを目指すのか。当社グループの成長戦略と今後の方向性についての考え方をここにご説明申し上げます。

ハピネットグループが 目指す未来像

ハピネットグループ
経営体系



強みの本質と今後の課題の両面から 社長就任1年を振り返る

私は長年にわたり玩具事業に従事してきましたが、社長としてハピネットグループの事業全体に責任を持つ立場になり、改めて実感したことがあります。それは、当社グループの成長の源泉であり、強さでもある、「受け皿の広さ」です。当社グループは現在、玩具、映像音楽、ビデオゲーム、アミューズメントという4つの事業を展開しています。エンタテインメントの世界は日々変化し、新しいビジネスが生まれ続けていますが、その多様な変化や波にグループ内のいずれかの事業部が柔軟に対応できていると思います。この事業ポートフォリオの多様性こそが、当社グループの長年にわたる成長を支えてきたのだと考えています。

もう一つ、社長として実感したことが、カンパニー制の定着です。中間流通業に始まった当社は、トップダウンによる意思決定が強い会社でしたが、カンパニー制への移行によって、各事業を率いるプレジデントたちが自らの事業の置かれた環境を把握し、自ら成長戦略を考え、決断・行動できるようになってまいりました。

例えばコロナ禍という試練の時期、大手量販店などへの来店が困難になりました。その変化に対し、玩具事業では身近なコンビニエンスストアにエンタテインメントをお届けすることで、コンビニ事業を一気に拡大させました。映像音楽事業では、パッケージからデジタル配信へのシフトを見据えて、ハリウッドメジャースタジオ各社との包括契約を推進しました。また、アミューズメント事業では、ショッピングモールなどでアパレルショップが撤退していた時期に、その空きスペースに着目して、カプセルトイの直営店舗数を大きく増やしました。これらはいずれも、各プレジデントが現場の判断として変化に速やかに対応した成果です。

一方で、変えなければならない課題も明確になりました。それは、事業現場レベルでチャレンジ意欲をもう少し高く持つべきではないかという点です。会議の場で新しいチャレンジを提案すると、リスクや失敗の可能性から先に声が上がることがあります。これは、当社が長年、中間流通業として「正確に、丁寧にお届けする」ことを最優先し、ミスを起こさない文化を重視してきた結果でもあります。事業を守る意味で必要な姿勢ではありますが、変化が加速するエンタテインメント市場で成長し続けるためには、チャレンジを奨励し、建設的な失敗から学べる組織風土へと変わっていく必要があります。若手社員、とりわけ入社1年目から5年目の層は「やってみたい」という意欲をより強く持っているように感じます。その芽を摘まず、リーダー層を含む全ての階層で「やってみよう」というチャレンジの気持ちが湧き上がる組織をつくることこそが、課題解決の一歩だと私は考えています。

「エンタテインメント市場のハブ」 としての存在意義をさらに追求

エンタテインメントを世の中にお届けする「エンタテインメント市場のハブ」として何ができるかを考え、チャレンジし続けることが、当社グループの存在意義だと考えています。

現在当社グループは、約700社のメーカーさまから商品を仕入れ、約1,200社の販売店さまにお届けするハブ機能を担っています。自社の販売・マーケティング体制を持つ大手メーカーさまへの流通支援はもちろん、販売網やマーケティング機能を自社で持てない中小メーカーさまやスタートアップ企業さまに対しても、流通から販促、消費者認知まで一貫してご支援をしています。この「支援の幅の広さ」も、他社が容易に代替できない私たちの優位性であると言えます。

エンタテインメント市場のハブ機能は、単に商品を「正しく運ぶ」ことにとどまらず、市場そのものを共につくるパー



市場のハブとしての機能を進化させ、
ステークホルダーの皆さまとともに、
「世界のエンタテインメント・スタイルを
創造するグループ」を
目指してまいります

トナーとしての機能も含みます。例えば、某大手メーカーさまのカードゲーム事業支援においては、年間100回を超える体験・大会イベントを実施し、延べ数千人の子どもたちに新しい遊びの体験をお届けました。商品が消費者の皆さまの手に届くまでのルートを整えるだけでなく、消費者の皆さまがエンタテインメントと出会い、夢中になる瞬間を演出することが当社グループのハブ機能の真の価値なのだと思います。

エンタテインメントの新たな世界を切り開き続けるために

こうした当社グループの取り組みを社外からも評価いただき、2026年6月には、経済産業省による「新たな世界を切り開く玩具産業企業20選」に選定されました。当社グループの米国におけるカプセルトイショップ展開、多様な販売チャネルの開拓、お客さま参加型イベントを通じた新たなファン創出への取り組みが評価されたものです。このような評価をいただけたことは、メーカーさま、販売店さま、そして消費者の皆さまをつなぐ存在としてこれまで取り組んできたことへの励みになるとともに、私たちの存在意義を改めて確認する機会となりました。

そして、その存在意義をこれからも発揮し続けるためには、市場環境の変化に合わせて自らも進化し続けることが最も重要だと考えています。実際に、エンタテインメントの定義自体も近年、急速に変化しています。エンタテインメント市場は、従来の玩具・ゲーム・映像音楽ソフトなどから、推し活グッズ、雑貨や文房具、イベント、さらには体験型コンテンツにまで広がっています。その意味で、当社グループの使命は、エンタテインメントの境界線を勝手に引くのではなく、世の中の変化に合わせ、ハブとしての機能を広げ続けることにあるのだと思います。

日本は世界に誇るIPの宝庫です。そして、アニメ、ゲーム、キャラクターコンテンツのソフトパワーが国境を越えて世界中のファンを魅了しています。この日本発コンテンツの競争力と、当社グループが創業以来培ってきたエンタテインメント流通のノウハウを組み合わせることで、私たちは「エンタテインメント・スタイルを創造する」というグループビジョンを日本だけではなく、世界に向けて展開できると考えています。



「新たな世界を切り開く玩具産業企業20選」とは？

経済産業省が、玩具産業の発展と国際競争力強化を目的に、2025年度に新設した企業顕彰制度です。
①グローバル展開 ②多様なファン層の獲得 ③消費者とのタッチポイント強化、の3つの分野で、顕著な取組・成果を挙げた玩具関連企業を選定するものです。

第10次中期経営計画における取り組みの進捗

2026年3月期に始動した第10次中期経営計画では、業界や流通経路などの枠を超えた新しいエンタテインメント・スタイル（楽しみ方・ライフスタイル）を「**“from”**ハピネット」で発信するという長期ビジョンのもと、テーマ（中期ビジョン）として「グローバル展開とバリューチェーン変革による意欲的成長」を設定しました。

米国でカプセルトイ文化の醸成を目指す

第10次中期経営計画の重点投資先の一つであるこのテーマは、当社グループにとって真の意味での新たなチャレンジです。日本の少子化という構造的課題を踏まえ、グローバルな成長機会を追求する方針のもと、2024年10月より、米国テキサス州を起点としたカプセルトイの直営店展開を進めてきました。テキサス州内で14店舗（2026年8月末時点）をオープンし、現地スタッフ約50名体制での運営基盤を構築しています。

当初の計画では日本と同様のスピードで店舗数を拡大する想定でしたが、実際に展開して見えてきた課題があります。最大の壁は「文化の醸成」です。日本においてカプセルトイは、人々が移動の途中に気軽に立ち寄る「ついで買い」のライフスタイルに溶け込んだ文化として浸透しています。しかし土地が広く、車移動の多い米国では、広大なモール内での購買行動は「目的買い」が主流です。インバウンド旅行者が東京でカプセルトイを回す光景は、現地での日常的な消費行動とは異なるものです。

この認識のもと、店舗数の拡大よりも各店舗における採算性の確立と現地における文化定着の仕組みを優先する方針へと軌道修正しました。SNSを活用した発信や地域のフェスティバルへの出展などを通じた認知向上を進めながら、当中期経営計画期間中に成功モデルを確立することを最優先目標に据えています。

店舗運営も、ローカル人材による自律的な体制へと移行しつつあり、このプロセスで培った知見が将来的な他国・他地域展開の礎になると考えています。グループビジョンである「エンタテインメント・スタイルを創造する」ことを世界で展開するためには、まず一つの市場で文化を根付かせる経験をすることが不可欠であり、その着実な一歩を米国で踏み出しています。



『GASHAPON BANDAI Official Shop US Grapevine Mills』

エンタテインメント市場のハブとしてのバリューチェーン変革

バリューチェーン変革については、4事業全てが川上から川下までの全領域に進出することを意図するものではありません。エンタテインメント市場のハブとして、「既存の中間流通機能を核としながら、取引先さまのニーズや事業特性に応じて関与の幅を戦略的に広げていく」ことを意味しています。飛び地ではなく、本業に近い隣接領域を着実に拡張していくことを基本とし、この考え方のもと、各事業において、バリューチェーン変革の取り組みを進めています。

事業成長につながるDX戦略

DXは、今後の成長と競争力維持に不可欠な経営基盤と捉えています。当社がDXで目指しているのは、人手を機械に置き換えることではなく、「AIを使いこなせる人材を育てる」ことです。データ分析や定型業務の処理はAIやシステムに委ね、それを判断材料として活用しながら行動を起こすサイクルを全社に浸透させることを目指しています。

物流面では、グループ会社の㈱ハピネット・ロジスティクスサービスが協働型ピッキングアシストロボットをはじめ、リニソート、小型の自動搬送ロボット（AGV）を活用した仕分けシステムなどを積極的に導入しています。ミニチュアカーのような小型品からジャングルジムのような大型品まで多種多様な品目を取り扱う玩具業界では、物流の自動化は難易度の高い取り組みです。当社グループは、これまで培ってきたノウハウを活かしながら自動化を推進し、持続可能な物流基盤の構築を進めています。

さらにアミューズメント事業では、店舗を巡回する担当者の個人の経験に基づく商品選定や巡回計画を、データに基づくものへと転換するため、システム投資を進めています。これにより、経験の浅い担当者でも変わらないサービスレベルで行動できる環境を整えています。

中間流通ならではの多品目・多取引先対応の業務プロセスを簡素化し、社員が創造的な仕事に集中できる基盤を構築することは、生産性向上と人的資本投資の両方につながると考えています。

環境変化を捉えた財務戦略・資本配分

財務面では、資本配分を事業環境の変化に合わせて見直しています。従来当社の事業投資は、その大半が中間流通業としてのシステム構築や物流インフラに対するものでした。当中期経営計画では、成長投資として190億円を想定していますが、その重点投資先を国内の小売出店、海外事業の立ち上げ、各事業の成長加速へと転換しました。その中でも、最大の投資先は、アミューズメント事業における国内のカプセルトイショップ展開です。

一方、映像音楽事業では、映画製作・配給事業に積極的な投資を行いましたが、市場環境に鑑み、洋画への新規投資は一度縮小する判断をいたしました。このように、環境の変化を素早く認識し、資本配分の優先順位を機動的に見直すことが、ROEをはじめとした資本効率の向上に直結すると考えています。

M&Aについては、2019年にグループ入りした模型玩具卸の㈱イリサワとの協働により、ホビー市場での展開と顧客層の年齢域拡大が着実に進んでいます。また、2023年にグループ入りした㈱ブロッコリーとも、自社IPの創出を目指し、取り組んでいます。今後も、各事業の有機的成長の加速を優先しつつ、ご縁と戦略的整合性が合致する機会があれば、M&A案件にも機動的に対応していく方針です。

対話の積み重ねこそが価値を創る人的資本経営

人材は、サステナブル経営の根幹を成すものです。その育成において最も重要なのは、経営ビジョンと社員の日々の仕事をつなぐ「対話」だと私は考えています。社長就任後、全社員約1,100人を対象にビジョン研修を実施しました。私自身が全ての研修に参加し、自らの言葉で経営の方向性を伝え、社員一人ひとりの声を聴く時間を設けました。社員側も「社長と話したい」という意欲を持ってくれており、積極的に語りかけてくれる場面が数多くありました。この双方向の対話こそが、チャレンジを促す組織風土変革の起点だと考えています。

2027年3月期は、管理職層を対象にした対話型のビジョン研修を実施する予定です。各カンパニーのプレジデントたちとは日常的に方針を共有できていますが、その下のリーダー層とは対話の機会も少なく、数字への責任もあり、慎重な姿勢を持ちやすい傾向があります。「失敗のリスク」を先に考えてしまう文化を変えるためには、この層が「やってみようよ」と率先して声を上げられるような組織風土をつくり上げることが重要です。その実現に向けて、今後はこうした対話を重ねながら、社員一人ひとりが前向きに挑戦できる企業文化を育み、挑戦から新たな価値が生まれる好循環をつくっていきたいと考えています。

多様性の拡大についても、発展途上にあるという認識です。長年積み上げてきた中間流通業を中心とした文化の中で、一つの目標に向かって全員で走ることは得意であるものの、多様な意見や発想が生まれにくい環境になっていた面があります。米国での現地採用の推進はその変革の一歩ですが、国籍・バックグラウンドを超えた多様な人材が自由に発言し、新しいアイデアを持ち込める組織へと進化することは、「**“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」という長期ビジョンを実現するための人的資本経営に不可欠だと考えています。



全社員約1,100人を対象にビジョン研修を実施

事業そのものが体現するハピネットグループのサステナビリティ

サステナビリティを語るとき、私は「ハピネットの事業そのものがサステナビリティである」という話から始めるようにしています。なぜなら、当社グループにとってのサステナビリティは、ビジネスモデルの根底を支えているからです。

最もわかりやすい事例が、中間流通機能が持つ環境的価値です。仮に当社グループのような中間流通が存在せず、約700社のメーカーさまがそれぞれ約1,200社の販売店さまへと個別に商品を届けようとすれば、物流車両の台数、梱包資材の使用量、倉庫の稼働面積は膨大なものになりますが、中間流通業としての当社グループが商品を一括して集約・配送し、情報を収集・発信することで、物流・情報処理などに必要なエネルギーや労力、コストを削減でき、またCO_2の排出量なども削減することができます。この効果は、メーカーさまの数、販売店さまの数、取り扱いアイテム数が多くなるほど増大します。膨大な数のエンタテインメント商材を取り扱う当社グループが営業・仕入れ・物流の連携強化による効率的な商品配送を行うことで、環境負荷低減を推進しています。

物流オペレーションにおける具体的な取り組みも着実に積み上がっています。納品における折りたたみ式コンテナ（オリコン）の活用では、段ボール資材の削減と開梱作業の軽減を同時に実現しており、現在約700店舗へ導入されています。さらに、㈱ハピネット・ロジスティクスサービスが推進する倉庫内自動化は、大幅な出荷効率向上を実現しています。こうした取り組みは、限られた人員や設備をより効率的に活用することにつながり、物流センター全体の生産性向上やエネルギー利用の効率化にもつながっています。

長期ビジョン実現に向けて

「世界のエンタテインメント・スタイルを創造する」企業グループへ

私たちはグループビジョンで「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。」と謳っています。この目標の実現に向けて、私たちが持つエンタテインメント市場におけるハブ機能をさらに拡張していく中で、私が社長として大切にしたいのは、当社グループに関わる全ての人々に「エンタテインメントと出会う喜び」を感じていただくことです。当社グループの社員がそれぞれの仕事に誇りを持ち、お取引先さまとともに新たな価値を創造し、消費者の皆さまに多彩なエンタテインメントとの出会いを楽しんでいただく。その好循環こそが、私たちの目指すハピネス・ネットワーキングの姿であると考えています。

変化を恐れず、エンタテインメントの無限の可能性を信じ、市場のハブとしての機能を進化させ続けながら、全てのステークホルダーの皆さまとともに、「世界のエンタテインメント・スタイルを創造する企業グループ」を目指して着実に歩んでまいります。今後とも、当社グループへの変わらぬご支援をお願い申し上げます。

新たな価値を創造し、
エンタテインメントとの出会いを
多くの方に楽しんでいただくことが、
私たちが目指すハピネス・ネットワーキングの
姿であると考えています。



価値創造プロセス

ハピネットグループは、経営資源をエネルギーとしてグループビジョンの実現を目指し、中間流通業をメインとしたビジネスモデルを進化させながら、エンタテインメント商材を通して「夢のある明日をつくる」事業を展開しています。事業活動を通じて、持続可能な社会の実現に向けた責任を果たすとともに、あらゆるステークホルダーに対して当社グループの価値を創造していきます。

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。

インプット

価値創造プロセスを支える経営資源

（2026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 …… 388名
映像音楽事業 …… 208名
ビデオゲーム事業 …… 160名
アミューズメント事業 …… 233名
全社（共通）人材 …… 124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 …… 144,003百万円
純資産 …… 60,285百万円
自己資本比率 …… 41.6%

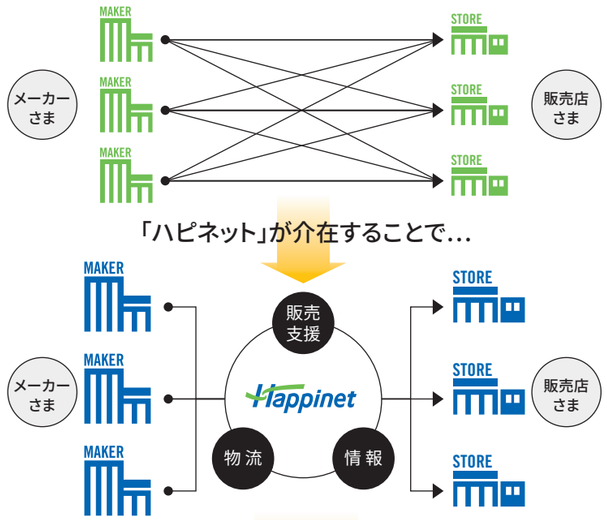
強み 詳細はP.11～

1 4事業展開　2 付加価値提供
3 取引先数　4 事業領域拡大

ビジネスモデル

詳細はP.10をご参照ください

中間流通業



中間流通業とのシナジーを発揮して事業の付加価値を高める

グローバル展開
川上・川下領域への展開

第10次中期経営計画 詳細はP.16～

アウトプット

（2026年3月期：連結）



セグメント別売上高 詳細はP.19～

玩具事業 …… 192,417百万円
映像音楽事業 …… 62,216百万円
ビデオゲーム事業 …… 119,019百万円
アミューズメント事業 …… 65,398百万円

営業利益 …… 15,590百万円
経常利益 …… 15,701百万円
ROE …… 17.5%

長期ビジョン

10年後の目指すべき姿

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

中期ビジョン

第10次中期経営計画

グローバル展開とバリューチェーン変革による意欲的成長

アウトカム

生み出す価値

経済的価値

第10次中期経営計画 目標数値（2028年3月期：連結）

海外売上高目標 …… 150億円
経常利益の川上／川下比率 …… 30%達成

社会的価値

環境／顧客：適正な需要予測
環境：環境負荷低減
顧客：付加価値の提供
消費者：世界をワクワクさせる商品・サービスの創造
社員：多様な人材の活躍
社会：事業を通じた社会貢献活動
株主／投資家：透明性のあるガバナンス

バリュー 詳細はP.2

サステナビリティ基本方針 マテリアリティ 詳細はP.32～

経営基盤 （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） 詳細はP.42～

ハピネットグループのビジネスモデルと強み

ハピネットグループは、玩具・映像音楽・ビデオゲーム・アミューズメントの各分野で、川上事業（企画・開発）から川中事業（中間流通）、川下事業（販売サービス）までをつなぐ事業基盤を構築しています。
グループの中核である中間流通事業を通じて培った強固な物流・情報基盤と豊富な取引先ネットワークを活かし、流通の効率化に加えて市場情報や販促提案などの付加価値を提供することで、持続的な成長を目指します。

ビジネスモデル



強み 1

4つの事業をトップシェアで展開

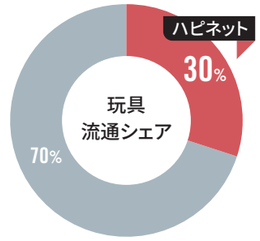
エンタテインメント商材の中間流通業として、4事業にわたる幅広い商品をいずれも業界トップクラスのシェアで取り扱い、強固な収益基盤を構築しています。

玩具市場を支える中間流通最大手

玩具事業

強み

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

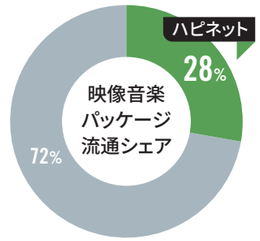


業界トップクラスの販売網を構築

映像音楽事業

強み

- 映像音楽市場の中間流通で業界最大手。シェア約28%（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。

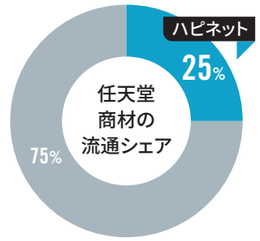


中間流通業として唯一、全ての家庭用ゲーム機を取り扱い

ビデオゲーム事業

強み

- 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を取り扱う。
- 受発注や需要予測の機能を強化した、当社ならではの売場提案が評価されている。
- ゲームソフトの企画・制作やゲーム関連商品の企画・製造・販売も手掛ける。

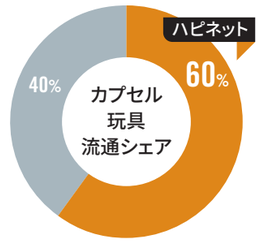


カプセル玩具市場で業界最大手

アミューズメント事業

強み

- 業界トップシェアの地位を活かし、消費者ニーズに応えるさまざまな商品を展開。
- 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トイショップ『gashacoco（ガシャココ）』を全国に出店。



強み 2

最適流通システムによる付加価値提供

メーカーさまと販売店さまをつなぐ最適流通システムを基盤に、物流や在庫管理の効率化だけでなく、販売実績や市場動向、消費者ニーズなどの情報を提供。メーカーさまの商品開発や生産計画、販売店さまの売場づくりや販促施策を支援し、サプライチェーン全体の価値向上に貢献しています。

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。

強み 3

取引先数の多さ

さまざまな商品を仕入れ、それぞれに適したチャネルに販売することで、中間流通業としてエンタテインメント商材を広く皆さまにお届けしています。玩具専門店、家電量販店、コンビニエンスストア、ECサイトなど、多様な販売店さまへ効率的に商品を供給しています。

MAKER
メーカーさま
約700社

STORE
販売店さま
約1,200社

強み 4

事業領域の拡大

中間流通業だけにとどまらず、自社オリジナル商品や映像作品の企画・製作など、新たな収益基盤確保に向け、全事業での川上・川下領域への進出を継続しています。

玩具事業

定番のR/C商品を中心に、トイドローンやバラエティトイ、知育玩具などの自社開発商品を手掛けています。



映像音楽事業

洋画・邦画・アニメなどの映像作品の企画、製作、配給、宣伝のほか、ハリウッドメジャースタジオ作品のパッケージ製作から流通までを一貫して手掛けています。



©2026「さとこはいつも」製作委員会

ビデオゲーム事業

オリジナルゲームの自社開発のほか、国内外の優良なインディータイトルを手掛けるパブリッシング事業（Happinet Indie Collection）を行っています。



アミューズメント事業

「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トイショップ『gashacoco』を、商業施設などを中心に全国で166店舗（2026年6月末時点、フランチャイズ含む）展開しています。
2026年3月からは公式アプリをリリース。アプリから店舗の在庫状況もご確認いただけます。

gashacoco



挑戦の軌跡

エンタテインメント総合商社への軌跡

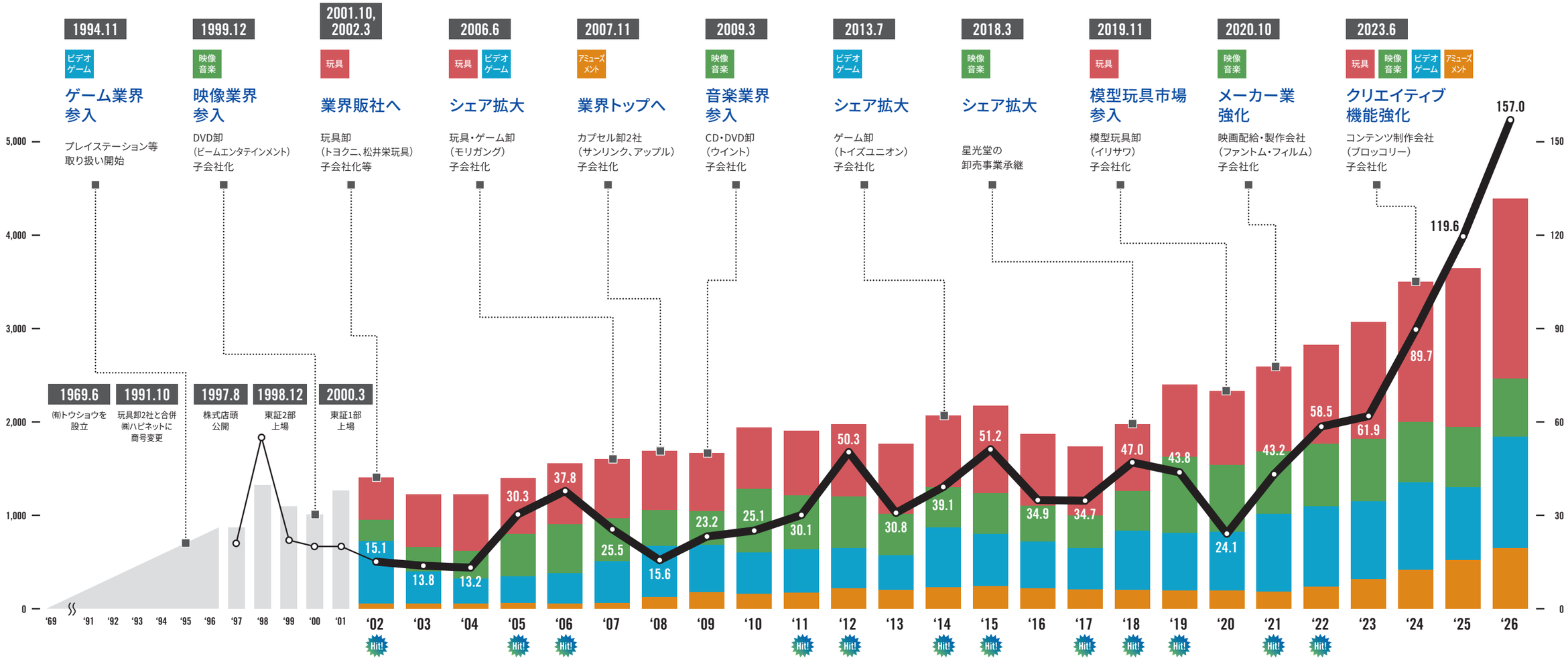
当社は、1969年に設立された個人商店㈲トウショウとしてスタートしました。その後、玩具卸2社と1991年10月に合併し、名称を現在の㈱ハピネットに改め、全国流通網を構築しました。㈱ハピネットとなった後も、より大きな成長を目指して20社を超えるM&Aを行い、DVD／ブルーレイ・CD・ビデオゲーム・カプセル玩具・カードゲームなど取扱商材を拡大し、エンタテインメントに関する、多くの商品を世の中にお届けしてきました。今後も当社グループは玩具をはじめとするさまざまな商材を取り扱うエンタテインメント総合商社として、多様化するお客さまのニーズに高い次元でお応えしながら、事業を展開していきます。

売上高・経常利益の推移（億円）

※'97～'01は、セグメント別では開示しておりません。

売上高（左目盛り）　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

経常利益（右目盛り）




PlayStation 2


たまごっちプラス


仮面ライダーフォーゼ


妖怪ウォッチ


Nintendo Switch

一番くじ

ガシャココ

ポケモン カードゲーム

ONE PIECE CARD GAME

©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。　©尾田栄一郎／集英社　©尾田栄一郎／集英社・フジテレビ・東映アニメーション

長期ビジョン

当社グループは2022年4月より、10年後の目指すべき姿である「長期ビジョン」を掲げています。人々に感動を提供し、夢のある明日をつくるための「エンタテインメントの可能性を追求」し、業界や流通経路などの枠を超えた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」で発信していきます。

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”ハピネットで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10次中期経営計画―

「長期ビジョン」達成に向けた第2フェーズとして、2025年4月より、3カ年の「第10次中期経営計画（中期ビジョン）」をスタートしました。第9次中期経営計画で軌道に乗った取り組みを大きく加速させながら、さらなる成長・発展に向けた取り組みを全事業で展開しています。

当社グループの基幹事業である中間流通としての強みを活かしながら、国内から海外へフィールドを広げ、クリエイティブ・メーカー領域、また、小売領域への展開を加速することにより、事業領域を拡大し、意欲的な成長を図ります。

中期ビジョン

グローバル展開とバリューチェーン変革による意欲的成長

基本戦略

1 全事業でのグローバル展開の加速

◎ エンタテインメントを基軸としたコトモノ輸出入を全事業×グローバルで推進
◎ “from”ハピネットで世界をワクワクさせる体験価値提供への挑戦

2028年3月期 海外売上高目標 **150億円**

基本戦略

2 バリューチェーン変革への資源配分で事業ポートフォリオの再編を実現

◎ 注力すべき領域（バリューチェーン上の川上・川下）へ重点的に資源配分
◎ 経常利益に占める川上／川下比率を高め事業ポートフォリオを再編する

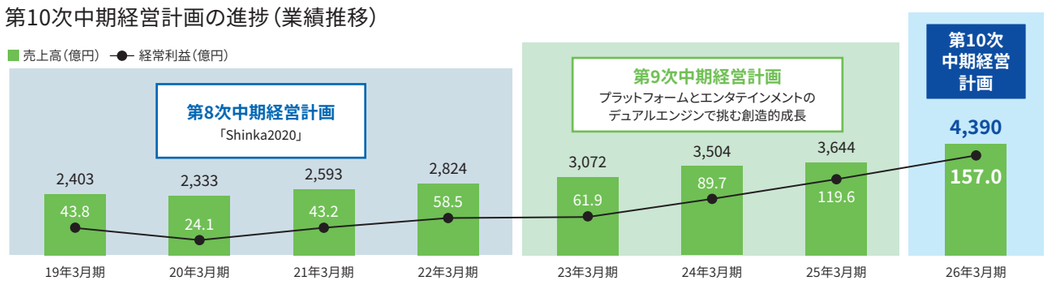
経常利益 川上／川下比率 **30%達成**

基本戦略

3 企業価値向上に貢献するサステナブル経営体制への進化

◎ 持続性を意識した経営体制構築、人的資本施策の拡充、DX戦略を推進
◎ 中長期志向型サステナブル経営へシフト

第10次中期経営計画の進捗（業績推移）



第10次中期経営計画の進捗

基本戦略	2026年3月期（1年目）進捗	振返り／今後の方向性
1 全事業でのグローバル展開の加速	◎ アメリカテキサス州にてカプセルトイショップを12店舗まで拡大 ◎ ゲーム発IPのグローバル展開開始 ◎ 自社アニメ作品の海外販売実施	◎ 引き続きアメリカでの店舗数拡大を目指す。一方で、現地におけるカプセルトイの認知度向上は課題 ◎ 自社IPの積極的な海外展開を継続
2 バリューチェーン変革への資源配分で事業ポートフォリオの再編を実現	◎ カプセルトイショップの拡大と収益率向上により、川下事業／全社の経常利益割合30%を達成 ◎ 自社ゲームタイトルの増加 ◎ 洋画作品の買付では大きな損失が発生	◎ カプセルトイショップは出店拡大を継続しつつ、収益性や効率性を重点に置いた方向性へ転換 ◎ 各事業で領域拡大施策を継続 ◎ 映像音楽事業における洋画作品への投資は今後縮小
3 企業価値向上に貢献するサステナブル経営体制への進化	◎ DEI&Bを推進、女性管理職比率2026年3月期目標の20%を達成 ◎ 投資家層拡大のための株式分割・積極的なIR 活動の実施	◎ 多様な事業における人材を適切に評価できる人事制度の再構築 ◎ DEI&B推進の継続（2030年度女性管理職比率30%目標） ◎ ステークホルダーとのコミュニケーション強化

基本戦略 1

全事業でのグローバル展開の加速

アメリカにおけるカプセルトイ事業の拡大を進めており、テキサス州でショップを累計14店舗（2026年8月末時点）まで拡大しています。

一方で、アメリカにおけるカプセルトイは、日本と同じように日常的に購入されるような認知はされておらず、課題となっています。今後はプロモーション強化による新規顧客獲得と、リピーターの囲い込みに注力し、優良物件に絞った店舗開発を行います。

その他、子会社の㈱ブロッコリーを中心にゲーム発IPのグローバル展開や、自社アニメ作品の海外販売など、全事業でのグローバル展開拡大に向けて取り組みを進めています。

出店実績

1	Grapevine Mills	2024年10月	305面
2	North East Mall	2025年 5月	410面
3	Firewheel Town Center	2025年 8月	556面
4	The Parks Mall at Arlington	2025年10月	375面
5	Town East Mall	2025年11月	312面
6	Deerbrook Mall	2025年12月	358面
7	Willowbrook Mall	2026年 1月	546面
8	Grandscape	2026年 2月	394面
9	First Colony Mall	2026年 2月	492面
10	The Galleria	2026年 3月	480面
11	Deep Ellum	2026年 3月	214面
12	La Centerra	2026年 3月	424面
13	Hulen Mall	2026年 5月	494面
14	H-Mart Plaza Haltom City	2026年 7月	404面

イベント出店



広告実施





海外戦略の詳細は、P.22の「海外戦略 CGOメッセージ」をご参照ください。

基本戦略 2

バリューチェーン変革への資源配分で事業ポートフォリオの再編を実現

自社運営のカプセルトイショップ『gashacoco（ガシャココ）』の出店増加により、川下事業の経常利益比率が全体の30%まで拡大しました。今後も、『gashacoco』の出店拡大を継続するとともに、収益性や効率性を重視した出店計画を進めていく方針です。川下事業が好調な一方で、川上事業における洋画作品の買い付けでは大きな損失が発生しました。今後、洋画作品への投資は縮小の方針です。

玩具 商品開発・企画機能の強化

コンビニエンスストアや玩具流通向けのキャンペーン及び流通限定商品の企画を実施しています。

2.5次元の人気アイドルグループ『いれいす』や、『パンダコパンダ』のバスボールの展開など、企画提案や独占流通商品の強化に取り組んでいます。

コンビニエンスストア・玩具流通向けの企画提案・独占流通商品の強化



6人組2.5次元アイドルグループ『いれいす』
© VOISING Inc.

映像音楽 パッケージメーカー事業の拡大

2025年7月より、NBC ユニバーサルさま、ワーナーブラザースさま、パラマウント・ピクチャーズさまとのビデオグラムライセンス契約を開始しました。

2024年から契約を開始したソニー・ピクチャーズさま、ウォルト・ディズニー・ジャパンさまを含めた、ハリウッドメジャースタジオ5社とのビデオグラムライセンス契約の締結が完了しています。

パッケージ制作・流通事業を拡大

2025年12月3日発売
『ジュラシック・ワールド／復活の大地』

2025年10月17日発売
『ミッション：インポッシブル ファイナル・レコニング』



©2025 Universal Studios. All Rights Reserved.



©2025 Paramount Pictures. All Rights Reserved.

ビデオゲーム IPの創出・展開の強化

自社制作ゲーム、『ブリガンダイン アビス』をマルチプラットフォームで2026年8月に全世界同時発売。

『うたの☆プリンスさまっ♪』の15周年イベントでは、展示、グッズ販売、ステージイベント、ドローンショーなどを実施し、3日間で約2万人のお客さまにお越しいただきました。

『ブリガンダイン アビス』2026年8月27日マルチプラットフォームで全世界同時発売決定



『うたの☆プリンスさまっ♪』15周年記念スペシャルイベント



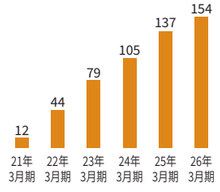
アミューズメント カプセルトイショップの展開

国内における自社運営のカプセルトイショップ『gashacoco』の展開を進めています。

2027年3月期は35店舗の出店拡大を計画しています。

今後は、出店拡大を継続しつつ、収益性や効率性を重点に置いた方向性へと転換していきます。

出店数推移



出店拡大を継続しつつ、収益性や効率性を重点に置いた方向性へと転換

gashacoco

2027年3月期 出店目標 **+35店舗**
（直営＋15店舗　FC＋20店舗）

基本戦略 3

企業価値向上に貢献するサステナブル経営体制への進化

「企業価値向上に貢献するサステナブル経営体制への進化」では、DEI&Bを推進し、女性管理職比率2026年3月期目標の20%を達成することができました。また、投資家層拡大のため、2026年1月1日に株式分割を行ったほか、積極的なIR活動を実施しています。今後は、女性管理職比率30%を目標としてDEI&Bを継続していくほか、多様な事業における人材を適切に評価できる人事制度の再構築を図り、事業の拡大に対応できる仕組みをつくっていきます。

サステナブル経営体制への進化に関する詳細は、P.32～の「ESGページ」をご参照ください。

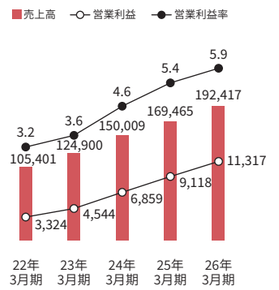
セグメント別業績概況（2026年3月期）

売上高構成比 ／ 売上高（百万円） 営業利益（百万円） 営業利益率（%） ／ 主要部門概況（売上高・セグメント利益）

玩具事業

『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商品が引き続き好調に推移したことや、一般玩具でバンダイの『Tamagotchi Paradise』などのヒット商品もあったことが寄与しました。加えて、プラモデルやフィギュアなどのホビー商品の流通を拡大したことも貢献し、売上高、利益面ともに前期を上回りました。





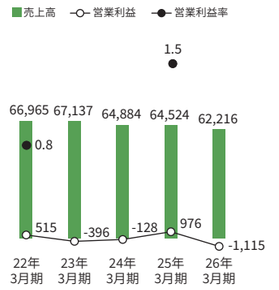
（億円）	24年3月期	25年3月期	26年3月期
バンダイ・BANDAI SPIRITS	758 (50.6%)	826 (48.7%)	912 (47.4%)
タカラトミー	66 (4.4%)	80 (4.8%)	96 (5.0%)
当社オリジナル	53 (3.6%)	69 (4.1%)	79 (4.1%)
その他メーカー	621 (41.4%)	718 (42.4%)	836 (43.5%)
売上高合計	1,500	1,694	1,924
セグメント利益	68	91	113

（ ）内は構成比

映像音楽事業

パッケージ市場が縮小している中、ハリウッドメジャースタジオ5社との包括契約締結など、映像パッケージ制作・流通事業を拡大し、売上の維持と利益率の向上を図っていますが、売上高は若干前期を下回る結果となりました。利益面については、当社買付洋画作品で投資損失が発生し、大幅な赤字となりました。



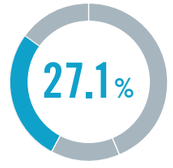


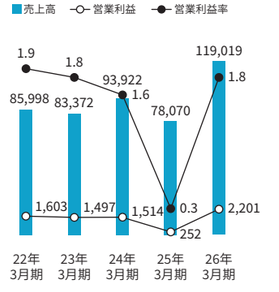
（億円）	24年3月期	25年3月期	26年3月期
映像	399 (61.6%)	359 (55.7%)	355 (57.2%)
卸売部門	359 (55.5%)	268 (41.6%)	240 (38.6%)
メーカー部門	39 (6.1%)	90 (14.1%)	115 (18.6%)
音楽	249 (38.4%)	285 (44.3%)	266 (42.8%)
売上高合計	648	645	622
セグメント利益	-1	9	-11

（ ）内は構成比

ビデオゲーム事業

任天堂のゲームハード『Nintendo Switch 2』と関連アクセサリが好調に推移したことに加え、関連ソフトの『マリオカート ワールド』『Pokémon LEGENDS Z-A』『ぽこ あ ポケモン』などのヒット商品に恵まれ、売上高、利益面ともに前期を大幅に上回りました。





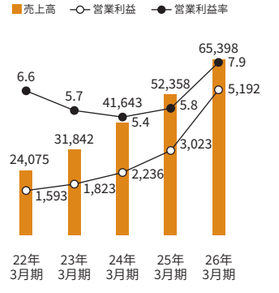
（億円）	24年3月期	25年3月期	26年3月期
任天堂商材	695 (74.1%)	529 (67.8%)	1,020 (85.7%)
SIE*商材	162 (17.3%)	176 (22.6%)	99 (8.4%)
その他	80 (8.6%)	75 (9.6%)	69 (5.9%)
売上高合計	939	780	1,190
セグメント利益	15	2	22

※ 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
（ ）内は構成比

アミューズメント事業

カプセル玩具市場は継続的な大人需要やインバウンド需要を取り込み、好調に推移しています。カプセルトイショップ『gashacoco』は、2026年3月末時点で直営店が累計121店舗、フランチャイズ店舗が累計33店舗、合計で154店舗にまで拡大。また、バンダイナムコアミューズメントさまと共同運営を行うカプセルトイショップ『ガシャポンバンダイオフィシャルショップ』『ガシャポンのデパート』の店舗の増加も貢献し、売上高、利益面ともに前期を大幅に上回りました。





（億円）	24年3月期	25年3月期	26年3月期
カプセル玩具	308 (74.0%)	397 (75.9%)	528 (80.8%)
カードゲーム	35 (8.6%)	33 (6.4%)	36 (5.6%)
その他	72 (17.4%)	92 (17.7%)	88 (13.6%)
売上高合計	416	523	653
セグメント利益	22	30	51

（ ）内は構成比

『うたの☆プリンスさまっ♪』15周年記念の取り組み

大規模イベント開催を通じた
IP価値の向上と、ファンの皆さまとの
長期的な関係づくり





株式会社ブロッコリー　平光 良介

IPを通じ、作品の魅力にさまざまな角度から触れられる体験価値を創出

私が所属する㈱ブロッコリーは、「笑顔と感動を創出し続ける“世界的なコンテンツホルダー”」の実現を10年ビジョンに掲げ、自社IPの育成・拡大と、IP価値の最大化を実現する事業基盤の強化を通じて、持続的な成長を目指しています。

ハピネットグループの長期ビジョン
エンタテインメントの可能性を追求し、
“from”ハピネットで世界をワクワクさせる
クリエイティブカンパニー

株式会社ブロッコリーの10年ビジョン
笑顔と感動を創出し続ける
“世界的なコンテンツホルダー”

ファンの皆さまとともに祝う、過去最大規模の周年イベント

『うたの☆プリンスさまっ♪』は、2010年のゲーム第1作発売以来、音楽、TVアニメ、ライブ、劇場版アニメなど多角的なメディアミックスを展開し、多くのファンの皆さまに支持されてきました。15周年という節目にあたり、これまでの歩みを振り返るとともに、長年にわたり作品を支えてきたファンの皆さまへの感謝を届ける15周年施策を実施しました。

15周年施策の中心として実施したのが、2026年1月に開催した「UTA☆PRI WONDERLAND -15th Anniversary-」です。

有明GYM-EXの全館を使用し、展示、ステージ企画、グッズ販売、飲食エリアなどを展開した本イベントには、3日間で約2万人にご来場いただきました。また、一部プログラムをオンライン配信し、来場できないファンの皆さまにも参加機会を提供することで、1万人を超える視聴者との接点を創出しました。

本イベントでは、作品の世界観を体験できる空間づくりに加え、ラジオ公開録音やキャラクターグリーティング、ドローンショーなど、多面的な体験を提供しました。ファンの皆さまが作品とのつながりを実感できる機会を創出することで、IPへの愛着やエンゲージメントの向上につなげています。

バリュー：主体性の発揮

IPの世界観を守りながら、体験価値を最大化する


ステージイベント


物販の様子

IPビジネスにおいては、コンテンツの世界観を維持しながら体験価値を高めることが重要です。

本イベントでは、企画立案から会場施工、運営まで主導し、制作会社や運営会社と連携しながらプロジェクトを推進しました。作品への深い理解を持つ担当者が中心となって意思決定を行うことで、ファンの皆さまの期待に応える一貫した体験を実現しました。

また、イベントを通じて得られた来場者の反応や声は、今後の商品開発やサービス企画にも活用しています。ファンの皆さまとの接点から得られる知見を次の価値創出へつなげることで、IPの持続的な成長を支えています。

バリュー：創造性×組織力の発揮

日常の中で続いていくファンの皆さまとのつながり


会場の様子


関係者からのお祝いメッセージを展示

『うたの☆プリンスさまっ♪』が15年間にわたり支持されてきた背景には、イベントや映像作品にとどまらず、日常生活の中で作品を感じられる機会を継続的に提供してきたことがあります。

『うたの☆プリンスさまっ♪』の15年の歩みの中では、世界的ファッションデザイナー丸山敬太氏とのコラボレーション、フレグランス商品、スニーカー、カラーコンタクトレンズなど、作品の世界観を日常生活の中でも感じられる企画を展開してきました。ファンの皆さまが作品とのつながりを日常の中で感じ続けられる環境を創出することで、イベントという特別な機会だけでなく、365日を通じた継続的な体験価値の提供につなげています。

さらに、多様なパートナー企業との協働により、作品の魅力をさまざまな角度から体験できる機会を提供しました。長年培ってきた信頼関係と各社の専門性を活かすことで、単独では実現できない価値創出を可能としています。

マテリアリティへの取り組み

IPを通じた幸福で豊かな暮らしへの貢献



ドローンで贈った感謝のメッセージ
“Forever and ever, MUSIC, DREAMS, and LOVE to everyone!”

一つのコンテンツが15年にわたり支持され続けることは容易ではありません。その背景には、作品の魅力だけでなく、ファンの皆さまとの継続的な関係性を丁寧に積み重ねてきた結果であると考えています。

『うたの☆プリンスさまっ♪』15周年施策は、商業的な催事にとどまらず、これまで作品を支えてくださったファンの皆さまへ感謝を届けるとともに、これからの未来への期待や活力を提供する取り組みとなりました。

ハピネットグループはマテリアリティである「商品・サービスを通じた幸福で豊かな暮らしへの貢献」のもと、エンタテインメントが人々の日常に楽しさや感動を届け、暮らしに継続的な彩りをもたらす役割を担うと考えています。本施策は、IPを通じた体験価値の創出が、精神的な豊かさにつながることを示すとともに、ファンの皆さまとの継続的な関係性がIPの長期的な成長を支えることを体現する事例となりました。

今後も、IPの魅力を最大限に引き出す商品・サービスの提供を通じて、持続的な企業価値向上と豊かな社会の実現に貢献していきます。

『うたの☆プリンスさまっ♪』
公式Webサイト

OVERSEAS STRATEGY 海外戦略

CGOメッセージ

米国カプセルトイ事業の基盤強化と持続的成長への挑戦

取締役 副会長
兼最高グローバル責任者
榎本 誠一



グローバル展開の現状と中長期戦略

当社グループでは、グローバル展開の新たな成長機会の獲得に向け、アメリカにおけるカプセルトイ事業の可能性を検証し、事業基盤の構築を進めてきました。アメリカ市場では、日本発のキャラクターやコレクション文化への関心が高まる一方、カプセルトイの楽しみ方はまだ日常的な消費体験として十分に浸透しているとは言えません。次のステップでは、タッチポイントとしての店舗数拡大だけでなく、既存店舗の認知度と売場力・商品力・運営力を高め、地域のお客さまに継続的に楽しんでいただける事業モデルを確立することを重要なテーマとして認識しています。中長期的には、現地の需要を的確に捉えた商品展開、安定した物流・補充体制、人材育成を確立させ、持続的な成長と高い収益性を実現する海外事業への進化を目指します。

第10次中期経営計画 1年目を振り返って

2026年3月期は、アメリカにおけるカプセルトイ事業を本格的に立ち上げ、多店舗運営に向けた基盤づくりに取り組みました。ダラス・フォートワース都市圏、ヒューストン都市圏を中心に店舗展開を進め、立地ごとの客層や販売動向、売れ筋商品の傾向、補充サイクルなどの実績データを蓄積し、現地市場で受け入れられる商品構成や店舗づくりの検証を重ねてきました。また、現地スタッフによる店舗運営体制、売場メンテナンス、在庫管理、販促活動などの業務プロセスを整備し、事業拡大の前提となるオペレーション品質の向上を進めました。これらの取り組みにより、今後の成長に向けた課題と改善余地が明確になり、既存店舗の活性化に向けた土台を築くことができました。

長期ビジョン達成に向けた重点施策

既存店舗の収益力向上と持続的な成長モデルの確立

2027年3月期以降は、出店そのものを目的化するのではなく、既存店舗の売上・収益力を着実に高めることに重点的に取り組みます。具体的には、店舗別の販売データを活用したMD精度の向上、客層や商圏に応じた商品構成の最適化、売場レイアウトの改善、欠品・滞留在庫の抑制、補充頻度の見直しなどを通じて、1店舗当たりの生産性向上を図ります。あわせて、現地スタッフの教育や店舗運営マニュアルの整備により、接客・売場管理・オペレーションの標準化を進め、複数店舗を安定的に運営できる体制を強化していきます。

さらには、SNSの活用やモール内販促施策、各種イベントへの出展を、認知度の向上と既存店舗への来店促進やリピーターの獲得につながる施策として位置付け、店舗と連動したマーケティングを強化します。また、新規出店については、店舗ロケーションや収益性、運営体制とのバランスを見極めながら、優良物件を慎重に選定し、既存店舗での成功事例を共有しながら進めていく方針です。これらの取り組みを通じて、アメリカにおけるカプセルトイ事業を当社グループのグローバル展開の柱として育成していきます。



『GASHAPON BANDAI Official Shop US Grapevine Mills』

INFORMATION STRATEGY 情報戦略

CIOメッセージ

事業変革を支えるDXの高度化とグローバル成長に向けたICT基盤の強化

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
津田 克也



第10次中期経営計画 1年目を振り返って

第10次中期経営計画の1年目は、長期ビジョンである「“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」の実現に向け、事業成長を支える情報基盤の強化と、業務変革の推進に取り組みました。前中期経営計画で整備した基幹システムを土台に、各事業の業務プロセス標準化、自動化、データ活用を推進し、社員がより付加価値の高い業務に集中できる環境づくりを進めています。また、生成AIやローコードツール、RPA等の活用を拡大し、全社的な生産性向上に向けた実践フェーズへ移行しました。一方で、グローバル展開や事業領域拡大に伴い、データ量の増加やネットワーク負荷の高まり、セキュリティリスクへの対応の重要性を改めて認識した1年でもありました。

長期ビジョン実現に向けた重点施策

(1)経営戦略を実現するDXの高度化

2年目以降は、経営戦略を実現するDXの高度化に取り組みます。アミューズメント事業では、需要予測、在庫管理、店舗巡回計画などをデータに基づき最適化することで、経験や勘に依存した業務から、再現性の高いオペレーションへの転換を進めます。卸部門においても、営業支援機能の強化や業務プロセスの抜本的な見直しを通じて、属人性を低減し、意思決定の標準化・効率化を図ります。

これにより、社員を定型業務から解放し、商品企画や販売提案、新規事業創出など、よりクリエイティブな領域に経営資源を振り分けていきます。

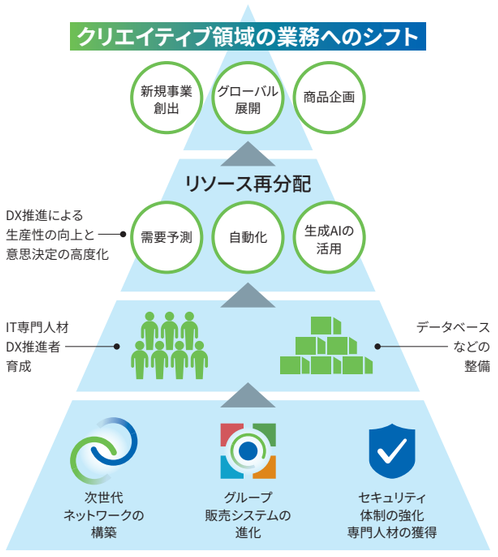
(2)グローバル成長を支えるICT基盤・セキュリティ強化

また、グローバル展開と事業ポートフォリオの再編を支えるICT基盤とセキュリティ体制の強化を進めます。海外事業の拡大や川上・川下領域への進出により、当社グループが管理・活用する情報資産やシステムは今後さらに拡大・複雑化していきます。

こうした環境変化に対応するため、次世代ネットワークの整備、クラウド活用の推進、グローバル標準でのセキュリティ対策の高度化、インシデント対応力の強化に取り組み、安心して挑戦できるデジタル基盤の構築を進めます。

情報システム部門は、単なるシステム運用部門ではなく、事業部門とともに変革を推進するパートナーとして、当社グループの持続的成長と企業価値向上に貢献していきます。

経営・事業戦略を実現するDX推進のイメージ



CFOメッセージ

持続的な企業価値向上を支える財務戦略

取締役
常務執行役員最高財務責任者
兼経営本部長
石丸 裕之



第10次中期経営計画 1年目を振り返って

第10次中期経営計画では、戦略として「グローバル展開」と「事業ポートフォリオの再編」を掲げ、さらなる成長に向けて3年間で190億円の投資を計画しています。国内・海外におけるカプセルトイ事業の展開のほか、自社IPの創出に向けたゲーム開発など、利益率の向上を目指し、川上・川下領域への投資を重点的に行います。

初年度である2026年3月期は、売上高、利益面ともに前期を大きく上回り、4年連続で過去最高益を達成しました。特に第9次中期経営計画からの重点投資分野である、カプセルトイ事業の貢献が大きく、第10次中期経営計画の目標値であった川下事業の経常利益比率30%を初年度で達成し、非常に高い投資対効果を生み出すことができています。

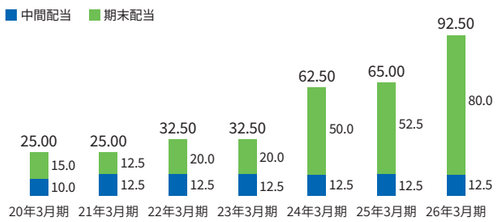
資本政策面では、配当に加え、2025年12月に株式給付信託を通じて306,000株の自己株式を取得しました。これにより、重要な経営指標であるROEは17.5%となり、前期より4.8ポイント向上しました。

株式市場においても より魅力ある企業を目指して

2026年1月に、普通株式1株につき2株の株式分割を実施しました。投資単位当たりの金額を引き下げ、投資しやすい環境を整えることを意図したものです。加えて、個人投資家説明会の開催など積極的なIR活動を行い、投資家層の拡大を図っています。

株主還元については、株主さまへの利益還元を経営の重要指標の一つと位置付け、安定配当として1株当たり年間30円を維持するとともに、連結配当性向40%を目標としています。2026年3月期は中間・期末合わせて92.5円（株式分割後換算）の配当を実施しました。今後も中期経営計画の各施策実施による収益性向上を最優先に、中間流通としての信用力維持に必要な運転資金やM&Aなど機動的な戦略投資のための内部留保の維持を鑑みながら、適正な株主還元を実施していきます。

配当推移 (円)



また、当社は「JPX日経中小型株指数※」の 2026年度の構成銘柄に選定されました。継続的な事業の成長や配当の実施、株式分割の実施など、企業価値向上に向けた取り組みが一定の評価をいただいたものと受け止めています。これからも、株主・投資家の皆さまにとってより魅力ある企業を目指します。

JPX-NIKKEI Mid Small

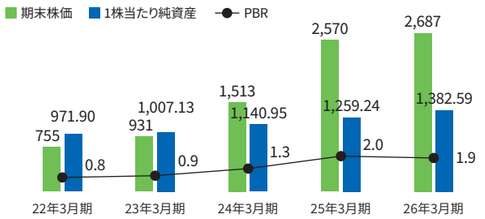
※JPX日経中小型株指数は、「投資者にとって投資魅力の高い会社」を構成銘柄とするJPX日経インデックス400と同じコンセプトを中小型株に適用し、持続的な企業価値の向上、株主を意識した経営を行っている企業で構成する株価指数です。JPX総研と日本経済新聞社が共同で算出を行っています。

資本コストや株価を意識した 経営の実現に向けた対応

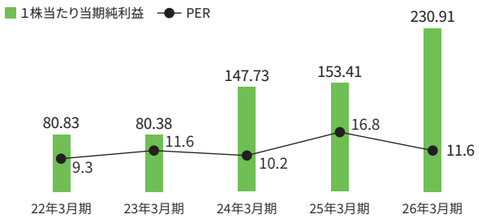
企業価値向上のために、事業規模の拡大と収益性・効率性の向上を重要課題としています。単年度業績の指標として「経常利益」と、中長期業績の指標として株価との相関関係も高い「ROE（自己資本利益率）」を重要な経営指標として位置付け、資本コストも把握した上で短期・中長期の目標数値を設定し、その向上に取り組んでいます。

また、PBRの向上に向けて、ROEとPER、それぞれの向上施策を実行していきます。

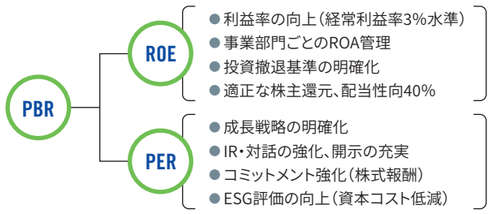
期末株価 (円)　1株当たり純資産 (円)　PBR (倍)



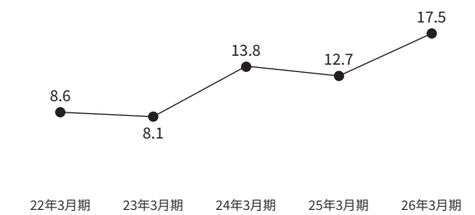
1株当たり当期純利益 (円)　PER (倍)



PBR向上に向けた取り組み



自己資本当期純利益率（ROE） (%)



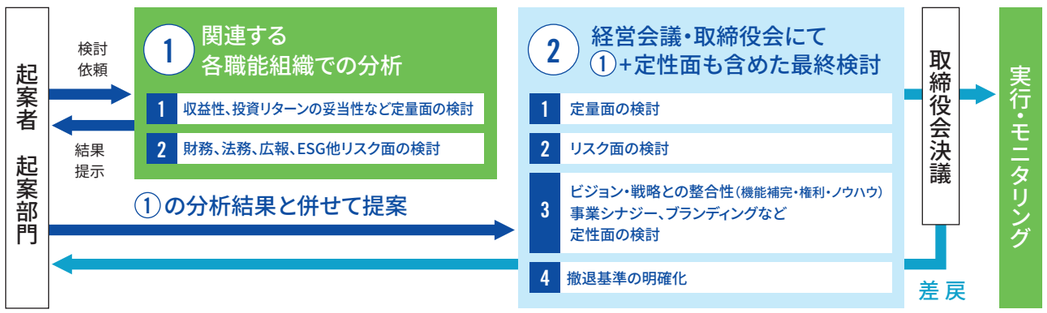
（注）2026年1月1日付で普通株式1株につき、2株の割合で株式分割を行っています。各指標は、過年度分も含め当該株式分割が行われたと仮定し算定しています。

最適な事業ポートフォリオ 構築に向けた体制

事業ごとにROAを算出し、向上のために何を・どう改善していくのか、KPI設定とモニタリングを定期的に実施しています。各事業部門においても損益の面だけでなく、適正な棚卸資産の維持、営業債権・債務のバランスなど、貸借対照表の面も意識した運営を行っています。

また、投資リターンの追求、投資リスクの抑制も図る重層的な意思決定プロセスを構築し、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っています。重要案件に関しては改善や撤退判断のプロセス・基準も明確化し、定期的にモニタリングを行うことで、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。

投資判断フロー（イメージ）



玩具事業



常務執行役員
トイカンパニー
プレジデント
辻井 健太郎



株式会社ハピネット・
ホビーマーケティング
代表取締役会長
鈴木 篤

第10次中期経営計画 1年目を振り返って　グローバル流通への挑戦と自社企画商品の拡充

第10次中期経営計画における初年度は、グループ基本戦略にある「グローバル展開」に関して、自社商品を含む国内取り扱い商品のグローバル流通を目指し、既存のお取引先さまを通じた海外への販売拡大を推進しました。実績は限定的ではありますが、拡大に向け提案を継続しています。

また「バリューチェーン変革」に関しては、川上領域にて自社企画商品における商品点数の拡大と、新しいカテゴリー商品の企画・開発を推進しました。さらに、お取引先さまへのIPを軸とした販売促進企画の提案、連動商品の企画・販売の拡大を図り、実績を上げることができました。

長期ビジョン 達成に向けた重点施策　グローバル展開の拡大とオリジナル商品開発強化及びホビー商材との接点創出

長期ビジョンの達成に向け、第10次中期経営計画2年目以降の重点施策として、「自社商品を含む国内取り扱い商品のグローバル流通」のさらなる拡大を推進します。海外販売については、販売先となる国の法規制や商慣習により制限がかかることが多いため、それを理解した上で各国のニーズやトレンドを的確に捉え、市場特性に応じた商品の提案を進めていきます。また、自社企画のオリジナル商品については、市場ニーズを踏まえ、お客さまに喜んでいただける商品の企画・開発を進めます。2027年3月期は、現在のトレンドに合った女児向け商品や、定番的人気を有するIP商品の発売も予定していますのでご期待ください。

ホビー商材については、市場が拡大する中で、従来のホビーファンだけでなく新規層の獲得に向けた取り組みを継続していきます。「最適な売場づくり」や「販促イベント企画の充実」により、店舗当たりの規模拡大を推進します。また、データ分析の機能を進化させることでホビーの多品種にわたる定番商品の拡充を図り、お客さまの要望に応える商品供給体制を構築していきます。

玩具事業では現在、国内中間流通を核に事業を展開していますが、グローバル流通の拡大や商品企画、イベント等、消費者接点の拡充を図ることにより、多くの人々に豊かな生活を提供することを目指していきます。



人気IPの商品化も実施『RC ゴジラ』　TM & © TOHO


低年齢・ファミリー向け玩具系イベント



ホビー商材の新規層獲得に向けた売場づくり

映像音楽事業



株式会社ハピネット・
メディアマーケティング
代表取締役社長
鶴丸 智康

第10次中期経営計画 1年目を振り返って　パッケージメーカー事業成長の一方、映画事業の収益改善が課題

㈱ハピネット・メディアマーケティングは、「良質なエンタテインメントを届けるエッセンシャルカンパニー」をビジョンに掲げ、映画事業、映像パッケージメーカー事業（発売元・販売元）、映像・音楽パッケージ流通事業の3つを柱として事業を展開しています。

映画事業では、洋画を中心に多数の作品を配給しましたが、興行成績が計画を下回ったことにより、多額の投資損失を計上しました。映像パッケージメーカー事業では、大手スタジオをはじめとするさまざまな権利元からライセンス供与を受け、取扱作品の拡充を進めたことで、市場における存在感を一層高めることができました。流通事業では、取引先の拡大を通じてシェア向上に努めました。しかしながら、イベント販売など一般流通以外の販売チャネルの構成比が高まった影響により、当社の流通売上高は前期を下回る結果となりました。

この結果、パッケージ事業は堅調な利益を確保したものの、映画事業における大幅な損失を補うには至らず、全社としては厳しい業績となった1年でした。

長期ビジョン 達成に向けた重点施策　3事業の競争力強化と新たな収益機会の創出で持続的成長を目指す

当社は、①映画事業（制作・配給・二次利用）②映像パッケージメーカー事業（発売元・販売元）③映像・音楽パッケージ流通事業（卸事業）の3つを柱として事業展開しています。各事業領域における存在価値を高め、業界にとって不可欠な「エッセンシャルカンパニー」を目指しています。

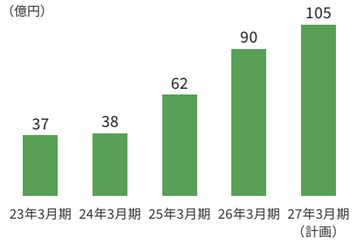
1つ目の映画事業においては、取得済みの洋画作品を数多く抱えているものの、市場動向を踏まえ2027年3月期も厳しい事業環境が続くことが予想されます。そのため、新規作品の取得基準の見直しや作品特性に応じた宣伝施策の最適化、組織体制の見直しなどを通じて構造改革を推進し、収益性の改善に取り組むとともに、良質な作品を多くの映画ファンにお届けしていきます。

2つ目の映像パッケージメーカー事業においては、ハリウッドスタジオ各社との包括ライセンス契約により業界トップクラスの規模を確立しています。洋画、邦画、アニメ、テレビドラマ、ドキュメンタリーなど、多彩な映像コンテンツをパッケージ商品としてお客さまにお届けする責務を果たすべく、商品企画・制作力の強化に加え、マーケティング及び営業活動のさらなる充実を図り、より多くのユーザーさまに魅力ある商品を提供していきます。

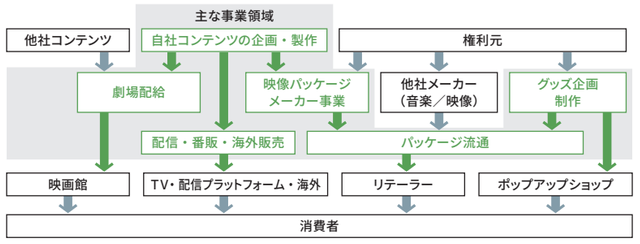
3つ目の業界唯一の卸事業では、提案型営業の強化と事業効率化を進め、メーカーさまと得意先さま双方への価値提供を拡大することで、業界を支える流通インフラとしての役割を一層強化していきます。

さらに、業界ネットワークを活かしたグッズ企画やポップアップイベントなど新たな収益機会の創出にも取り組み、持続的な成長と企業価値の向上を目指します。

パッケージメーカー事業　売上高推移



映像音楽事業の主な事業領域



ビデオゲーム事業

ゲームカンパニー
プレジデント
井澗 正幸



第10次中期経営計画 1年目を振り返って　パブリッシング事業の強化と消費者接点拡大による事業基盤の強化

ゲームカンパニーは、第10次中期経営計画のテーマである「ゲーム市場でハピネットならではのポジションを確立する」の実現に向け、グループ基本戦略「バリューチェーン変革」のもと、パブリッシング事業と中間流通事業の両面から事業基盤の強化を推進しました。

パブリッシング事業では、国内市場にとどまらずグローバル展開を見据えた自社IPタイトルの開発や、パブリッシングタイトルの獲得を進め、将来の成長に向けた基盤づくりに取り組みました。

中間流通事業においても好調な市場環境を追い風に成長を実現し、今後のさらなるシェア拡大に向けた施策推進の土台を築く1年となりました。また、消費者接点拡大施策として開催した「ハピネットゲームフェス!」には2万人を超えるお客さまにご来場いただき、ゲームファンとの接点強化を図ることができました。

長期ビジョン 達成に向けた事業戦略　パブリッシング事業の成長加速と中間流通事業の進化

カンパニーの10年ビジョン「ハピネスネットワーキングでゲームに関わる人たちを笑顔にする」の実現に向け、第10次中期経営計画2年目以降もパブリッシング事業の強化と中間流通事業の進化を重点施策として推進していきます。

パブリッシング事業では、「ユーザーさまを笑顔にするコンテンツを創り、育てる」ことと、「グローバル展開の強化」を成長戦略の中核に位置付けています。

その取り組みの象徴として、6年ぶりの自社IPタイトル『ブリガンダイン アビス』を今夏、全世界同時発売しました。世界中の多くのユーザーさまに楽しんでいただけることを期待しています。

また、継続的なIP創出と事業基盤のさらなる強化に向け、パブリッシングタイトルのグローバル展開を加速させるとともに、事業ポートフォリオの見直しを進め、収益性と成長性の両立を図ります。加えて、持続的かつ再現性の高い開発・リリース体制の構築を進めることで、世界中のユーザーさまを“ワクワク”させるコンテンツを継続的に創出し、長期ビジョンの実現につなげていきます。

中間流通事業では、市場環境の変化を捉え、メーカーさま・販売店さまをはじめとするパートナー企業の皆さまへの提供価値をさらに高めていきます。

自社商談会の充実や販売店さまと連携したイベント開催を通じてユーザーさまとの接点を広げるとともに、新たな機能やサービスの提供にも取り組みます。こうした施策を通じて、流通領域における独自の強みを磨き、持続的な成長につなげていきます。さらに、既存事業の強化に加え、新たな収益源の創出にも積極的に挑戦し、事業ポートフォリオの拡充を図ります。

これらの取り組みを通じて、グローバル展開とバリューチェーン変革を推進し、当社ならではのポジションを確立するとともに、ゲーム業界の発展と企業価値向上に貢献していきます。



『ブリガンダイン アビス』


ハピネット主催の商談会の様子

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
野々山 正孝



第10次中期経営計画 1年目を振り返って　『gashacoco』の出店拡大とIT活用による店舗運営の高度化を推進

アミューズメントカンパニーでは、グループ基本戦略である「川下領域への重点的な資源配分」に沿って、カプセルトイショップの拡大に取り組んできました。当社運営のカプセルトイショップ『gashacoco（ガシャココ）』は、2026年3月末で154店舗まで増やすことができました。より多くのカプセル玩具ファンに楽しんでいただけるよう、原宿、浅草、池袋などの都市エリアに大型路面店を出店しました。

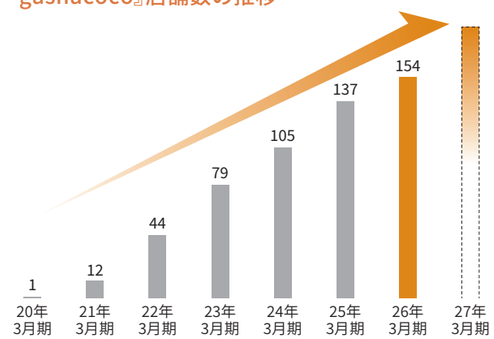
また、カプセル玩具のオペレーションにおいては、自動販売機設置場所の特色にあった品揃えの最適化や、需要予測精度の向上を目指し、リアルタイムで販売状況を把握できるPOSシステムの導入など、IT活用による高度化も進めています。

長期ビジョン 達成に向けた事業戦略　顧客接点の拡大とデータ活用による事業変革

第10次中期経営計画の2年目においても、引き続き当社運営のカプセルトイショップ『gashacoco』の出店を推進していきます。都市エリアへの出店を強化するとともに、ガシャココ公式アプリでの情報発信や店頭キャンペーンなど顧客ロイヤリティの向上に努め、お客さまに選ばれるショップづくりを進めていきます。また、メーカーさまと協力して商品の品揃えにおける独自性を追求し、他社店舗との差別化や収益性の向上を図ります。さらに、当社グループが関わるエンタテインメントとお客さまとのタッチポイントとなる施策も積極的に実行していきたいと考えています。

また、ITを活用したオペレーションスタイルの変革も進めていきます。具体的には、販売分析や在庫管理、巡回計画などをシステム化することで、属人的な意思決定からデータドリブンな意思決定へと転換を進め、生産性や収益性の向上を図ります。

『gashacoco』店舗数の推移



アミューズメントカンパニーの10年ビジョンである「リアルエンタテインメント事業の展開で、あらゆる人々にワクワク体験を提供する」を実現すべく、当社グループにおける川下領域の最重点事業としてカプセル玩具ビジネスを進化させるとともに、カプセル玩具にとどまらない新たなリアルエンタテインメントを追求し続けていきます。


『gashacoco CUTE CUBE 原宿』



『gashacoco 浅草』

ブロッコリー

株式会社ブロッコリー
代表取締役会長
鈴木 恵喜



事業内容

㈱ブロッコリーは、IP（知的財産）の企画・制作・育成と、それらを活用した商品、ゲーム、イベント等の企画・制作・販売を事業の中核としています。自社IP・他社IPを問わず、コンテンツ開発から商品化、イベント運営、デジタル展開までを一貫して手掛けることで、IP価値の最大化を実現しています。既存IPの価値向上と新規IP創出を両輪で推進し、創造力・制作力・プロデュース力を活かして継続的なヒット創出を目指しています。ファンとの長期的な関係構築を通じてIPを育成し、中長期的な企業価値向上につながる収益基盤の強化を図っています。

第10次中期経営計画 1年目を振り返って　『うたの☆プリンスさまっ♪』15周年施策と新たなIP創出への取り組み

第10次中期経営計画初年度は、「既存IPの強化」と「新たな成長基盤の構築」を重点テーマとして取り組みました。主力IPである『うたの☆プリンスさまっ♪』では、15周年施策をはじめ、ゲーム、イベント、グッズ、音楽商品など多面的な展開を推進し、ファンとの接点拡大とIP価値向上を図りました。また、『ジャックジャンヌ』や『Z/X』の活性化に加え、ゲームブランド『LicoBiTs』の展開や新規コンテンツ企画を推進し、次世代IP創出への挑戦も進めました。さらに、デジタル技術の活用による業務効率化、人材育成基盤の整備にも着手し、中長期的な成長を支える基盤づくりを推進しました。一方で、新規IPの継続的な創出や海外展開の拡大などについては引き続き課題として認識しており、今後さらなる取り組みを加速していきます。

長期ビジョン 達成に向けた重点施策　主力IPの価値最大化と次世代IP創出に向けた事業基盤強化

㈱ブロッコリーは、「笑顔と感動を創出し続ける“世界的なコンテンツホルダー”」をビジョンに掲げ、持続的な成長基盤の構築と収益力向上に取り組んでいます。ビジョン達成に向けて、「既存IP価値の最大化」と「新たなIP創出基盤の確立」を重点施策として推進していきます。

1つ目の「既存IPの価値最大化」では、主力IPである『うたの☆プリンスさまっ♪』を中心に、ゲーム、音楽、イベント、グッズなどの多面的な展開を継続し、ファンとの接点を拡大していきます。単発的な商品販売ではなく、リアルとデジタルを融合させた継続的な体験価値を提供することで、ファンとの長期的な関係構築を図り、IP価値のさらなる向上を目指します。また、『ジャックジャンヌ』や『Z/X』などの既存IPについても、それぞれの特性に応じた展開を進めることで、収益基盤の安定化と拡大を図ります。加えて、自社コンテンツの海外展開を強化し、アジア地域ではアプリゲームや映像コンテンツを起点とした展開を進めるとともに、現地パートナーとの連携強化により持続可能なビジネスモデルの構築を目指します。

2つ目は「新たなIP創出基盤の強化」です。持続的な成長を実現するために、新たなヒットIPを継続的に創出できる組織力の構築が不可欠であると考えています。そのため、若手プロデューサーの育成や専門人材の獲得を進めるとともに、IPプロデュース機能の強化に取り組みます。また、『LicoBiTs』の新作をはじめとした新規コンテンツ開発への挑戦を通じて企画・開発ノウハウを蓄積し、将来の収益の柱となるIPの創出につなげます。さらに、制作機能の強化やDX推進による生産性向上を図ることで、コンテンツ創出力の底上げを進めていきます。



『うたの☆プリンスさまっ♪』
15周年イベント「UTA☆PRI WONDERLAND
–15th Anniversary–」
©SAOTOME GAKUEN



『LicoBiTs』第3弾
『Le Mirage Mystique
（ル ミラージュ ミスティーク）』
©BROCCOLI ©TIS Creation

ロジスティクス

株式会社ハピネット・
ロジスティクスサービス
代表取締役社長
花岡 信和



事業内容

㈱ハピネット・ロジスティクスサービスは、玩具やゲーム、映像音楽ソフトの中間流通においてトップシェアを誇るハピネットグループの物流機能として、商品を楽しみにされているお客さまのもとに確実にお届けすることを使命としています。20年余にわたりハピネットグループの物流機能を担ってきました。取扱物量の増加に対応するため、増床と積極的な設備投資を行い、成長を続けています。

これまでの実績とノウハウを活かし、エンタテインメント商材のサプライチェーンの最適化と物流DXを加速し、持続可能な商品供給体制を構築していきます。

第10次中期経営計画 1年目を振り返って　荷量増加と事業拡大に対応する物流体制の確立

ハピネットグループ各事業の成長に伴い、物流事業が取り扱う荷量は着実に増加しています。第9次中期経営計画では、将来の成長に対応できる物流基盤の構築に向け、物流設備の機械化や情報システムの高度化を推進してきました。第10次中期経営計画においては、これらの機能を最大限に活用し、各事業の成長を物流面から支援することで、グループ全体の競争力向上に取り組んでいます。また、トラックドライバー不足や物流関連法規制への対応、人件費の上昇、労働力不足など物流業界を取り巻く環境変化に的確に対応し、安定した物流サービスの提供を通じてグループの事業拡大に貢献しています。

長期ビジョン 達成に向けた重点施策　物流2024年問題を見据えた持続可能な物流網の構築

物流業界では、いわゆる「物流2024年問題」を契機としたトラックドライバー不足の深刻化により、輸送能力の低下が社会全体の課題となっています。当社は、このような事業環境の変化に対応し、安定した配送サービスを維持するため、輸送効率の向上と物流ネットワークの最適化を推進していきます。また、サステナビリティ施策の一環として、段ボールの使用削減に寄与する折りたたみコンテナを活用したルート配送網の拡大を進め、環境負荷の低減と物流品質の向上の両立を目指します。

あわせて、現場主体による継続的な物流改善活動を推進し、作業・保管・配送の各工程における生産性向上とコスト削減に取り組みます。さらに、AIをはじめとするデジタル技術の活用を推進するとともに、現場に点在するアナログデータのデジタル化を進めることで、データに基づく迅速な意思決定と業務改善の高度化を図り、変化する事業環境への対応力を強化します。

人材面では、多様な人材が活躍できる雇用基盤の整備を重点課題と位置付けています。高齢者や障がい者を含む多様な人材が能力を発揮できる就業環境の充実を図るとともに、健康支援施策や各種制度の見直しを通じて働きやすさと定着率の向上に取り組みます。さらに、採用活動及び雇用構成の見直しにより世代バランスの最適化を進め、組織の活力向上と安定的な人材確保を実現することで、物流機能の持続的な競争力強化とグループの成長を支えていきます。

ケース立体自動倉庫（ファインストッカー）

スタッカークレーンが商品の入ったコンテナや段ボール箱などを棚に自動で運び、保管する自動倉庫。最大22,000個のケースまたは折りたたみコンテナを収納することができます。





ピースソーター（リニソート）

同時に178店舗分の仕分け作業を行うことで、1時間あたり13,000個の商品を仕分けることが可能です。JANコードを自動で読み取る機能により、効率化・簡略化を実現しています。

T-Carry systemシャッターアソートシステムの併用

小型AGVが作業者のもとに商品を運び、作業者が「シャッターアソートシステム」に入ることで、繊細な商品の仕分け作業が可能。同時に180店舗の仕分け作業を行うことが可能です。



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、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、企業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献することをサステナビリティの基本方針としています。こうした考えに基づき、社会課題の解決に向けた取り組みが、当社グループの持続的な成長にもつながると捉え、サステナビリティを経営の中核に据えた取り組みを強化してきました。

今後も、サステナビリティの社内への理解浸透はもちろん、市場環境や経営・事業戦略の変化に合わせて、適宜社内体制やマテリアリティを見直し、全役員・社員一丸となって取り組みを推進していきます。

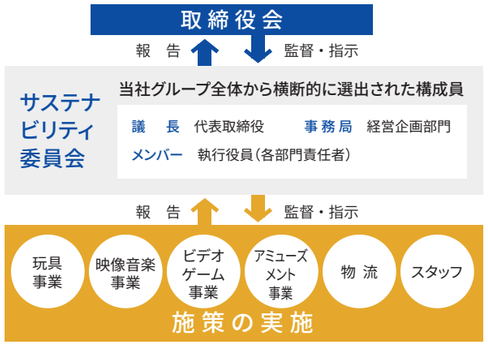
サステナビリティ基本方針

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

サステナビリティ推進体制

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

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



マテリアリティの特定プロセス

当社グループは、右のプロセスでマテリアリティを特定しました。

1 課題抽出
国際的なガイドラインなど※を参照し、当社グループの持続的成長のための34項目の課題候補を抽出

2 重要度判定
社内外の意見や評価を踏まえ、「自社・社会への影響」を軸に重要性を5段階で評価し、マッピング

3 委員会での検討
サステナビリティ委員会にて6項目を特定し、それに対する取り組み内容とスケジュールを策定

4 特定
取締役会の承認を経て、マテリアリティと中期での取り組みを決定

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

ハピネットグループのマテリアリティ

○：目標達成　△：一部未達成　×：未達成

ESG	項目	目指す姿	取り組み・KPI	中期KPI	2026年3月期実績	進捗評価
環境	1 温室効果ガス排出量の削減	環境への配慮が持続可能な社会の実現に向けた重要課題であるとの認識のもと、サプライチェーン全体での環境負荷低減に取り組みます。	● 事業活動によるCO₂排出量の削減 ● 出荷回数の集約・削減 ● 他社との共同配送の取り組み ● 環境マネジメント強化	● グリーン電力導入によるCO₂削減年間850t ● ディーゼル／ハイブリット車への入替合計40台	● 物流拠点3拠点の全面グリーン電力化実現 ● 市川口ジスティクスセンターにおける太陽光発電システムの導入 ● ディーゼル／ハイブリット車への入替合計34台 ● 環境係数管理の強化（「CDP※気候変動2025」にてB評価獲得）	○
環境	2 廃棄物の削減、再利用	適正な需要予測・適正在庫の推進・適正な業務執行を徹底することで、貴重な資源を無駄にしない体制を構築します。	● 廃棄量の削減 ● オリジナル商品の品質向上による不良率の改善 ● リデュース、リユース、リサイクルの推進	● オリコン導入店舗数1,500店舗 ● 商品／販促物廃棄量削減 ● オリジナル玩具の不良率低減	● オリコン納品の拡大による梱包材の削減（導入店舗数700店舗） ● カプセルトイショップにおける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 ● オリジナル玩具の不良率低減 ● カプセルトイのサーマルリサイクル実施	○
社会	3 DEI&Bの推進	社員一人ひとりの違いや価値観を受け入れ、尊重し、認め合うことで働きがいのある職場環境をつくり上げ、ハピネットグループの持続的な成長を目指します。	● 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	● 女性管理職比率30% ● 障がい者雇用定着率100% ● 育児休業取得率女性100%、男性85%	● 次期経営層候補者育成プログラムの実施 ● 女性管理職比率20%目標達成（22.2%） ● 障がい者雇用の拡大 ● 従業員エンゲージメントの向上に向けたビジョン浸透プログラムの実施	○
社会	4 商品・サービスを通じた幸福で豊かな暮らしへの貢献	ハピネットグループならではの商品・サービスを創造・展開することで、グループにかかわるすべての人々に幸福で豊かな生活を提供します。	● 商品・サービスを通じた楽しみの提供、社会貢献 ● 取引先・消費者視点に立ったサービスの創造 ● 知的財産の適切な活用と保護 ● 商品・サービスの安心・安全・品質管理 ● サステナビリティの社内への理解浸透	—	● 映像作品のバリアフリーへの対応 ● 各種イベントの実施による楽しみの提供と取引先への貢献 ● カプセルトイショップの拡大（『gashacoco』154店舗） ● 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	○
社会	5 デジタルトランスフォーメーション	デジタル技術を積極的に活用することで事業の価値を高め、サステナブルな経営を実現することを目指します。	● 持続可能な物流拠点への進化 ● デジタル化による業務効率化の推進 ● 事業戦略を実現するDXの推進	● 事業部門の業務効率化10%	● 各事業における業務効率化の推進（業務時間8,200時間削減） ● デジタルマーケティングの推進	△
ガバナンス	6 健全かつ有効なコーポレートガバナンス基盤の構築	企業価値の最大化と経営の健全性確保が最も重要な経営課題であると捉え、健全かつ有効なコーポレートガバナンス基盤を構築します。	● 事業継続計画（BCP）・リスク管理運用体制の継続的な改善 ● コーポレートガバナンス・コードの実行、関連施策の企画・実施 ● コンプライアンス意識・企業倫理のさらなる向上 ● グローバルに対応できるリスク管理機能の構築	● 法令・倫理違反／セキュリティ事故「0件」	● 事業継続計画（BCP）の見直しと訓練の実施 ● セキュリティ強化に向けたシステムアセスメントの実施 ● 倫理向上研修の実施 ● 海外子会社管理体制の構築	○

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

Environment | 環境

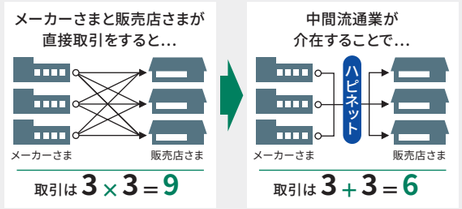
より詳細な取り組みは、当社Webサイトをご覧ください。
https://www.happinet.co.jp/sustainability/

マテリアリティ 1 温室効果ガス排出量の削減

中間流通業の役割

エンタテインメント商材の中間流通トップ企業として

中間流通業の役割



メーカーさま・販売店さまのメリット

- ▶作業量・コスト削減（物流／人件費）
- ▶在庫リスク低減
- ▶情報の入手（販売／消費／市場情報）
- ▶CO_2などの環境負荷低減

メーカーさまと販売店さまが直接取引をすると、商品流通に伴うトランザクション ―― ある目的のためにモノを運んだり、情報を届けたりする活動の単位 ―― は上図のとおり「9」となります。ところが、中間流通業としての当社グループが商品を一括して集約・配送し、情報を収集・発信すると、トランザクションは「6」で済み、トランザクションが減った分、物流・情報処理などに必要なエネルギーや労力、コストを削減でき、またCO_2の排出量なども削減することができます。この効果は、メーカーさまの数、販売店さまの数、取り扱いアイテム数が多くなるほど増大します。膨大な数のエンタテインメント商材を取り扱う当社グループは、営業・仕入れ・物流の連携の強化による効率的な商品配送を行うことで、環境負荷低減を推進しています。

事業活動によるCO_2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、CO_2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。

Voice 担当者の声

グリーン電力や太陽光発電の導入にあたっては、「環境性」「コスト」「安定性」のバランスを重視しました。物流DXの推進により電力への依存度が高まる中、安定した電力供給体制の確保は事業運営の基盤として欠かせません。一方で、省エネルギーの徹底や猛暑時でも働きやすい倉庫環境の整備、CO_2排出の抑制を通じて、環境負荷の低減と電力コストの最適化を同時に実現していくことが重要だと考えています。

今後は、中長期的な視点で太陽光と蓄電池を組み合わせた活用や電力使用の最適化を図ることで、自律的かつ柔軟なエネルギー管理を目指していきます。



㈱ハピネット・
ロジスティクスサービス
管理チーム
吉岡 純也

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。

マテリアリティ 2 廃棄物の削減、再利用

廃棄量の削減

オリコン納品の拡大による梱包材削減


オリコン納品の様子

物流部門の全ロジスティクスセンター（市川、船橋、東大阪）では、納品を行っている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CO_2排出量の削減や輸送時の商品破損の軽減を実現しています。また、店舗さまにおける開梱作業や廃材処理の削減にもつながり、品出し効率の向上にも貢献しています。

データの活用による廃棄量の削減

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

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

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

AIを活用した需要予測の効率化・高質化

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

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

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

オリジナル商品の品質向上による不良品の改善

不良率の低減と廃棄の削減

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

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

リデュース、リユース、リサイクルの推進

3Rの推進

物流部門では、段ボールの使用を最小限に抑えるため、折りたたみコンテナによる納品の推進、また、商品特性や数量に応じた最適な梱包ができるよう豊富なサイズの段ボールを取り揃えるとともに、出荷される商品の傾向に合わせ、形状やサイズの見直しを継続的に行うなど、無駄な梱包資材の使用を防ぐための活動を行っています。また、再利用できない段ボールなどについてはリサイクルを進めています。

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

また、アミューズメント事業では、カプセル玩具、自動販売機などの複合材の廃棄において、廃棄物の半分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。

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CO_2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CO_2排出量の削減を目指します。

気候変動への取り組みとTCFD※提言への対応

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

※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.33をご参照ください）に則り、気候変動関連リスクを考慮した経営を実施できる体制を構築しています。

戦　略

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

気候変動関連リスク

分類		想定される影響	財務影響 1.5℃／2℃	財務影響 4℃	対応策
移行リスク	政策及び規制	① 炭素税の導入によるエネルギー調達コスト増加	中	—	● CO_2排出量の管理及び削減策の実施（省エネルギー施策の推進、再生可能エネルギーの利用等）
		② 炭素税の導入による配送単価の上昇	中	—	● 配送の効率化、配送頻度の低減
		③ 炭素税の導入による廃棄コスト増加	中	—	● 廃棄物の削減
	市場	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
		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	急性	⑥ 異常気象による供給・流通網への被害に伴う売上減少	大	大	● BCP（事業継続計画）の継続的なアップデートと訓練の実施
	慢性	⑦ 平均気温上昇による設備投資、電力コスト増加	中	中	● 省エネルギー施策の推進

気候変動関連機会

分類		想定される影響	財務影響 1.5℃／2℃	財務影響 4℃	対応策
機会	資源効率	① 省エネルギー機器等の導入によるエネルギー調達コスト減少	中	中	● 省エネルギー施策の推進
		② 配送効率向上による配送コスト減少	中	中	● 配送の効率化、配送頻度の低減
		③ 環境に配慮した配送形態への移行による梱包材のコスト減少	中	中	● 物流における梱包方法の見直し、梱包材の削減
	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
	製品及びサービス	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排出量の管理及び削減策の実施（省エネルギー施策の推進、再生可能エネルギーの利用等）
		⑥ 環境配慮製品の開発・取り扱いによるサステナブル・エシカル消費ニーズの取り込みを通じた売上増加	—	—	● 環境配慮製品の開発・取り扱いによるサステナブル・エシカル消費ニーズの取り込み ● デジタル・体験型ビジネスの拡大

リスク管理

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

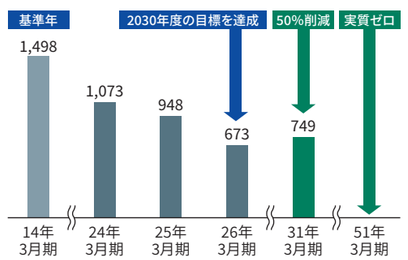
指標及び目標

当社グループでは、マテリアリティの一つとして「温室効果ガス排出量の削減（P.34をご参照ください）」を掲げています。また、気候変動関連リスクに関する対応策の推進度を管理するための指標として温室効果ガス排出量を指標として定め、削減に向けて取り組んでいます。

中期目標（～2030年度）　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年度）　自社拠点における二酸化炭素排出量実質ゼロ

ハピネットグループ自社拠点における二酸化炭素排出量（スコープ2）の推移（単位：t-CO_2）



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

Social ｜ 社会

マテリアリティ 3 DEI&Bの推進

サクセッションプランも含めた人材育成プログラムの策定・推進

人事憲章と支援体制

当社グループは「人」に対する根本理念となる「人事憲章」を制定しています。当社グループが今後も成長・発展を遂げていくためには、一人ひとりの社員の成長・発展が不可欠であり、最も重要な経営課題として人材育成を位置付けています。「人事憲章」では企業と個人の基本関係や人と経営に関する基本姿勢、目指すべき人材像、人材育成の基本的な考え方を定め、社員が自らの夢と幸福な未来の実現のために仕事をすることを真に望み、その実現のために当社グループは最大限に支援することとし、入社研修時に説明機会を設けて周知しています。

また入社後は、会社生活を送る上での「健康教育」、休業・休職からの円滑な「復帰支援」、社員自らのストレス度を把握する「ストレスチェック」、組織の課題を把握し改善に取り組む「組織診断」などのさまざまな施策を展開し、生き生きと安心して働ける職場づくりに取り組んでいます。

人事制度

当社グループでは、時価主義・成果主義に基づいて、社員の変動する価値・成果に対応する「人材時価（価値）制度」を導入しています。これは事業における業績や個人の成果を、より明確に反映するための制度で、管理職には「年俸制」を導入しています。

一方、社員の多様なキャリアビジョンを支援するため、非管理職層を対象に「社内公募制度」を導入しています。希望の部門・職務がある場合、上司を通さず、人事担当部門に直接申し込むことができます。また、入社5年目未満の育成層には「ジョブローテーション」を導入し、計画的な早期育成を図っています。

さらに、年3回、上司と部下が面談する「目標管理制度」、年1回、本人と上司、同僚、部下による「多面評価」を実施し、職務遂行やキャリアプランの実現を支援しています。

人材育成方針

当社グループは「経営の主体は人材である。」とのスタンスに立ち、人材の活動を通して経営資源の最大活用を図ります。

社員の能力開発と人材育成を重視するとともに、能力を最大限に発揮できる機会と場を創ります。

社内環境整備方針

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

社員の多様なキャリア形成をサポートする研修のほか、育成層に向けた集中的な基礎教育、管理職層に向けたリーダー研修、全社員向けのeラーニング受講システムの提供など、社員の自己啓発や能力向上を図るためのさまざまな制度を設けています。

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

次世代の経営者・マネジメント人材の育成

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

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

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

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

女性活躍推進への取り組み

全ての社員がその能力を十分に発揮できるように職場環境の整備を行うとともに、女性社員が活躍できる職場環境を実現するため、「女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画」を策定しています。

「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_2025.pdf

育児勤務制度の利用可能期間の延長

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

「健康経営優良法人2026」ダブル認定

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2026（大規模法人部門）」に6年連続で選定されました。また、㈱ハピネット・ロジスティクスサービスにおいても、「健康経営優良法人2026（中小規模法人部門）」に、3年連続で選定されました。

労働安全衛生推進体制

本社各部署や各グループ会社と連携を図り、組織開発部門でグループ全体の健康と安全・衛生を推進しています。

特に、本社地区では近隣の消防署実施の救命講習や応急手当講習への積極的な参加により、緊急時のサポートができる社員を増やし、安心して業務遂行ができるような取り組みを行っています。

社員の健康サポート

社員の病気の予防と早期発見・早期治療を重視し、各種相談体制の確立、ヘルスケアサービスの提供、過重労働による健康障がい防止対策の実施、自己管理意識の醸成など、社員の健康の保持増進を図るためにさまざまな取り組みを行っています。

健康診断の取り組み	法定の健康診断項目以外にも、自由に選択できるオプション検査の受診を補助。産業医が要2次検査と判断した社員に対しては、受診確認を徹底。
メンタルヘルスの取り組み	社内に専門の相談窓口を設置し、社内外の産業保健スタッフが相談に応じる体制を整備。全社員を対象に180問を超える「ストレスチェック」を実施し、予防策の指導やアドバイスを行う。
トータルヘルス相談の取り組み	2012年3月期から独自の「トータルヘルス相談」を実施。より踏み込んだ健康相談や指導が受けられる制度で、病気の予防や早期発見、適切な措置・対処を目指す。
健康についての情報発信や補助	研修の企画や社内イントラ・メールを使用した啓蒙などを通して、健康についての情報発信や補助を実施。
残業時間／休日出勤の削減	社員の健康の保持増進を図り、労働災害を未然に防止することを目的に、1カ月の残業時間が45時間を超える社員の周知・改善策の検討など残業に関するルールを徹底。
効果検証	取り組みの結果把握や効果検証を継続的に行い、取り組みの見直しを図ることで、社内の健康課題の解決や健康の保持増進につなげる。 詳細は「ESGデータ集」の「社会」をご覧ください。 https://www.happinet.co.jp/sustainability/data/index.html

従業員エンゲージメント向上施策の推進

ビジョン浸透、社内広報企画の実施

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

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

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

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



ビジョン浸透プログラムの様子

Voice 担当者の声

人材開発部門と経営企画部門が合同で企画・運営しました。

ビジョン浸透プログラムの設計で意識したのは、「会社からの一方的な発信で終わらせない」ことでした。参加者が自分のなりたい姿と会社の未来を考えた上で、社長や他の参加者に発表し、社長からフィードバックを受けるという一連のプロセスを通じて、ビジョンを自分事として捉えられるようにすることを重視しました。

今後は事業部門別・チーム別など実施単位を柔軟に変えながら、より主体的に参加できる形を模索していきます。ビジョンやバリューが日常業務の中で自然に語られ、互いの行動を認め合える組織文化の定着に向けて、継続的に取り組んでいきます。



（左から）
小川真史、吉野美玲、
大嶋ゆきみ、齋藤泰児、
寺内智彦

（株）ハピネット 経営企画部
吉野 美玲、大嶋 ゆきみ、
齋藤 泰児

人材開発部
小川 真史、
寺内 智彦

マテリアリティ 4 商品・サービスを通じた幸福で豊かな暮らしへの貢献

商品・サービスを通じた楽しみの提供、社会貢献

スポーツ、ライブ・エンタメOEMグッズの受注を開始

玩具事業では、音源や映像に組み込んだ音波信号を送るだけでペンライトが色鮮やかに点灯し、「会場の一体感」や「心に残る体験価値」を提供する「SSS（ソニックストリーミングシステム）」の製作受託を行っています。「SSS」は音に反応して光が制御されるシステムを搭載しているため、従来の電波受信型に必要だった設備投資やアプリ開発、使用者側のBluetooth設定などは不要です。

近年盛り上がりを見せる「推し活」に最適な大人女性向けペンライト『HOTALUNA』を2024年4月より発売しました。「推し」の写真を手元にセットでき、推し色2色を設定可能、軽くて持ちやすい形状など、「おうち推し活」をはじめさまざまなシーンで楽しんでいただける仕様となっています。

自社運営のカプセルトイショップ『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トイショップ『gashacoco（ガシャココ）』を全国に154店舗展開しています（2026年3月末時点）。

店舗づくりの工夫や幅広い品揃えにより、多くのお客さまにご満足いただけるショップ展開を目指しながら、店頭でのイベント開催やSNSを通じたキャンペーンを活用して顧客接点の拡大も図っています。また、一部店舗では、お客さまの利便性向上を目的とし、商品位置検索用のタブレットを店内に設置しています。

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



『gashacoco』公式サイト
https://gashacoco.jp/

取引先・消費者視点にたったサービスの創造

ゲームイベントの実施による楽しみの提供と取引先への貢献

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

また、イベント開催を通して、タイトルの認知向上やユーザーさまへの興味喚起を促し、多くのパブリッシャーさまにも貢献しています。



「ハピネットゲームフェス！」の様子

映像作品のバリアフリーへの対応

映像音楽事業では、製作幹事作品において「バリアフリー字幕」と「音声ガイド」を付与する、バリアフリー上映を実施しています。今後もバリアフリー上映の普及の促進に努めると同時に、「障害

者差別解消法」の理念「全ての国民が、障がいの有無によって分け隔てられることなく、相互に人格と個性を尊重し合いながら共生する社会の実現」に向けて、エンタテインメントというジャンルでの貢献を積極的に進めます。



ⓒ2026映画『ストリート・キングダム 自分の音を鳴らせ。』製作委員会

玩具を通じたSDGsへの貢献

当社グループが運営するECサイト『ハピネット・オンライン』では未来の地球にとってもお子さまにとっても、より良いおもちゃを見つけられる特集ページ「社会に寄り添うおもちゃ For SDGs」を設けています。

特集ページは誰もが楽しめるおもちゃを見つけられることや、子どもたちが学校だけでなく、遊びの場でも持続可能な社会づくりのための考えを養うことができるようになることを目標に、「環境に配慮したおもちゃ」「共遊玩具」「発達に合ったおもちゃ」の3ページから構成されており、多くのメーカーさまの、社会に寄り添う多種多様なおもちゃを掲載しています。また、『ハピネット・オンライン』のサイト内にページを構築したことで、気になるおもちゃをその場で購入することが可能です。

「社会に寄り添うおもちゃ For SDGs」
https://www.happinetonline.com/ec/category/cp_sdgs.html

サステナビリティの社内への理解浸透

サステナビリティの社内への理解浸透

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

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

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

品質と安全への取り組み

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」及び「製品安全自主行動計画」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。

「製品安全に関する基本方針」及び「自主行動計画」
https://www.happinet.co.jp/sustainability/management/pdf/happinet_product_safety_policy.pdf

品質保証推進体制

品質保証部門を設置して、製造を担う各事業部門のものづくりを支援しています。

品質保証部門は品質保証に関わるリスクマネジメント体制の構築・強化に取り組み、「ハピネット品質基準」の原案作成や各事業部門の製品開発体制の構築支援、製品企画から出荷まで各段階での品質検査を担当しています。また、行政及び玩具等の関連業界の動向を収集しグループ内に周知しています。

この品質保証部門と、各事業部門の品質に関わる責任者が主体となって「品質保証推進委員会」を定期的に開催しています。この委員会では、品質関連法令改正に対応する体制の検討、製品事故・失敗事例などの情報共有、改定される「ハピネット品質基準」の確認などを行っています。

オリジナル玩具製品への取り組み

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

「ハピネット品質基準」は、消費生活用製品安全法、食品衛生法などの法令や、一般社団法人日本玩具協会が定める玩具安全基準（ST基準）に対応して制定された自主基準です。法令や業界基準動向だけでなく、製品事故事例などを踏まえて、適宜改定を行っています。この基準を生産委託事業者に向けても周知することで、当社グループ品質基準のさらなる理解度向上と浸透を図っています。

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。公正な事業を遂行していくには、法令やルールを遵守することはもとより、事業に伴う行為が社会から支持され、信頼されることが重要です。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と業務委託先の運送事業者が参加し、輸配送時に発生した破損や誤配送に対する改善策、お客さまからの要望に対する対応を共同で検討しています。

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、ローコードツール（Power Automate等）やノーコードツールを活用し、時間を要していた業務の自動化に取り組んでいます。デジタルツールの利用を促進することで、労働生産性の向上を目指し、業務効率化を進めています。

映像音楽事業では、以前よりAI-OCR※の導入、運用に向けた準備を行い、2024年10月よりAI-OCRによる受注業務の運用をスタートしました。AI-OCRでは、FAXまたはメールで受信する注文書（PDF）を高い識字率で読み取ることができ、エラーが出たものに関しては、AIに学習させることで読み取りエラーを減らすことも可能です。この導入により、手入力・修正作業の削減、チェック作業の廃止など、DXによる業務効率化を実現することができました。また、今後もRPAと連携することにより、さらなる作業の自動化を推進し、他部署やカンパニーへの波及を目指します。

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

経営・事業戦略を実現するDX推進体制の構築

デジタルマーケティング推進

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

デジタル活用による新たなサービスの創造

キャッシュレス決済に対応するカプセル玩具自動販売機の研究開発

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



QR決済対応のカプセル玩具自動販売機

社外取締役メッセージ



社外取締役
独立役員
岡（おか） 俊子（としこ）

Q1 ハピネットグループの中長期的な成長に向け、特に重要と考えられる課題や強化すべき点について

経営環境が大きく変化する中、当社は経営体制を次世代チームへ移行させ、業績も順調に拡大させています。

外部環境をみると、地政学リスクはこれまで以上に増大し、特に中東における紛争は、玩具業界とて例外ではなく、原料調達やサプライチェーンにその影響が波及していますし、AIに象徴されるテクノロジーの変化は、当社業界を含め、すべての業界を揺さぶっています。

こういった事業環境の中で、当社は、リテイルビジネスなどの新規事業や、米国事業に象徴される海外展開にもチャレンジしています。

中長期的な成長に向けて、新経営陣を中心に、まずはこれらの投資をしっかりとマネタイズしていき、さらにその先の成長戦略を解像度高く描いていくことが必要な時期にあります。

Q2 リスクマネジメント体制において、特に重要と考えられる課題について

昭和的な感じがするかもしれませんが、「企業は人なり」は、今でも経営の核心を突く色褪せない名言だと思います。

当社が目指す将来の姿を実現させるのは「人」です。

どういう人に同じ船に乗ってほしいか、そういう人が「ここで働きたい」と思う組織とはどういう姿か、これを突き詰めていくことによって、当社に必要とされるリスクマネジメント体制を構築し、海外事業や新規事業も成功に向けて加速できるものと考えます。

Q3 企業価値向上に向けて、社外取締役として注力するポイントについて

先人は、過去の経験をもとに、今後何が起こり得るかを洞察できます。過去のデータに基づく分析だったら、それこそAIがやってくれるかもしれません。

ところが今は、玩具業界、エンタメ業界といっても、業界の垣根が崩れ、業界構造が変化し、過去の経験則が当てはまらない環境に入っています。

そういった時代ですから、他の業界で起こっていることにも目を配り、業界を超えた広い視野でガバナンス上のモニタリング機能を果たしていきたいと考えています。



社外取締役
独立役員
水野（みずの） 道訓（みちのり）

Q1 ハピネットグループの中長期的な成長に向け、特に重要と考えられる課題や強化すべき点について

当社は、今期も含めこの10年素晴らしい成長をしてきています。しかし、現状を牽引しているカプセルトイやポケモンカード等の、将来的な売上鈍化や、ゲーム・映像・音楽パッケージビジネスの縮小及び終了の未来予測を踏まえ、新たな成長ビジネスの育成拡大に一層拍車をかけて推進すべきです。

海外ビジネスについても、現状の米国テキサス州での店舗型カプセルトイビジネス検証と、広く視野を広げて全米・アジアでのマーケティング戦略に取り組み、場合によっては専門パートナーと組んで挑戦していきましょう。

また、AIも含めたデジタルソリューションのさらなる積極活用が必要です。コンテンツIPビジネス、新規流通施策、新ジャンルへの挑戦とさまざまな方面にアンテナを張りスピード感を持って小さなチャレンジを繰り返すことが重要です。

Q2 リスクマネジメント体制において、特に重要と考えられる課題について

まず当社にとってここまでの素晴らしい成長体験こそが最大のリスクと捉えるべきです。海外・新流通・新規ビジネスに積極的にトライしていきましょう。これは栄枯盛衰の激しいエンタメビジネスの宿命でもあります。そのためには、「投下コストの上限枠と期限を決める」「検証と戦略変化を絶えず実施する」「チャレンジへの失敗を責めない（特に若手）」ことが大事だと思います。また人事面では、広く外部にアンテナを張り、チャレンジ精神旺盛な若手人材と、エンタメの財務・法務等の管理畑人材を育成・獲得していくことが必要です。一般的なリスクマネジメント体制については、当社は十分機能及び組織ができていると思いますので、さらなる継続を期待します。

Q3 企業価値向上に向けて、社外取締役として注力するポイントについて

今後10年を視野に入れて、1兆円企業を目指しての成長戦略と実行が最大テーマです。これに伴い、継続的に時価総額を上げていくことに注力したいと思います。

そのためには、多角的成長戦略の計画・実行とともに、人材の多様性や若手の登用、外部人材の確保等人事戦略にも積極的にアドバイスしていきたいと思います。



社外取締役
独立役員
佐藤（さとう） 智恵（ちえ）

Q1 ハピネットグループの中長期的な成長に向け、特に重要と考えられる課題や強化すべき点について

近年、世界のエンタテインメント市場が著しく拡大する中、当社グループにとって重要なのは、いかにこのチャンスを最大限に活かしていくかだと思います。

そのために特に注力すべきなのは、1）グローバル展開、2）M&A、3）IPコンテンツ開発、4）IT・DXの4つではないかと考えています。実は4つは、多くの大手グローバルエンタテインメント企業が数十年前から実施し続けている重点戦略です。

これらを実現するのに不可欠なのは、人的資本経営の実践です。新たな市場を切り開くのも、果敢なM&Aを仕掛けるのも、ヒットコンテンツを開発するのも、すべては「人」。中長期的な視点から現場の人材や経営人材を育成するのはもちろんのこと、中途採用もさらに強化する必要があると思います。

Q2 リスクマネジメント体制において、特に重要と考えられる課題について

この不確実性の時代、当社グループの社員・役員の皆さんが「海外事業」や「新規事業」などに挑戦していく中で不可欠なのは、レジリエンス（回復力）を強化することだと思います。その上で、特に忘れないでいただきたいことが二つあります。

一つは、失敗しても萎縮せずに、挑戦をやめないこと。

もう一つは、自社の失敗だけではなく、他社の失敗から学ぶこと。特に米国事業においては、先に進出した日本企業の失敗事例から学習するのも一考かもしれません。

Q3 企業価値向上に向けて、社外取締役として注力するポイントについて

当社の社外取締役に就任して約2年が経ちましたが、その潜在能力の高さには驚かされることばかりです。取締役会等で議論を重ねるごとに、当社グループが「もっと成長できる会社」であることを実感しています。

今後も、当社グループの強みを伸ばし、さらに企業価値を向上させることができるよう、グローバルな視点からしっかりと助言していく所存です。ステークホルダーの皆さまもぜひ当社グループの未来にご期待いただき、引き続きご支援いただければ幸いです。

Corporate Governance | ガバナンス

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

役員紹介（2026年6月末現在）

取締役



代表取締役会長
兼最高経営責任者
苗手 一彦（のうて かずひこ）

｜略 歴｜

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



取締役副会長
兼最高グローバル責任者
榎本 誠一（えのもと せいいち）

｜略 歴｜

1991年 10月　当社入社
2014年 6月　当社取締役常務執行役員
第1事業本部長
2016年 6月　当社代表取締役社長
兼最高執行責任者
2025年 6月　当社取締役副会長
兼最高グローバル責任者（現任）



代表取締役社長
兼最高執行責任者
水谷 敏之（みずたに としゆき）

｜略 歴｜

1994年 4月　当社入社
2024年 6月　当社取締役常務執行役員
カンパニー統括本部長
2025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
津田 克也（つだ かつや）

｜略 歴｜

1989年 4月　株式会社トウショウ（現当社）入社
2023年 6月　当社取締役常務執行役員
最高情報責任者兼情報システム室長
兼L&Sカンパニープレジデント
2025年 4月　当社取締役常務執行役員
最高情報責任者
兼情報システム室長（現任）



取締役 常務執行役員
最高財務責任者
兼経営本部長
石丸 裕之（いしまる ひろし）

｜略 歴｜

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



社外取締役 独立役員
岡 俊子（おか としこ）
2019年6月より現任

｜重要な兼職状況｜

◎明治大学専門職大学院グローバル・ビジネス研究科専任教授
◎日立建機株式会社社外取締役
◎ENEOSホールディングス株式会社社外取締役
◎アース製薬株式会社社外取締役



社外取締役 独立役員
水野 道訓（みずの みちのり）
2023年6月より現任

｜重要な兼職状況｜

◎株式会社ブシロード社外取締役
◎グリーホールディングス株式会社社外取締役



社外取締役 独立役員
佐藤 智恵（さとう ちえ）
2024年6月より現任

｜重要な兼職状況｜

◎公益財団法人大学基準協会経営系専門職大学院認証評価委員会委員
◎伊藤忠エネクス株式会社社外取締役

監査役



常勤監査役
浅津 英男（あさつ ひでお）

｜略 歴｜

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



社外監査役 独立役員
坂井 秀行（さかい ひでゆき）
2019年6月より現任

｜重要な兼職状況｜

◎アンダーソン・毛利・友常法律事務所
外国法共同事業顧問



社外監査役 独立役員
谷口 勝則（たにぐち かつのり）
2020年6月より現任

｜重要な兼職状況｜

◎公認会計士谷口勝則事務所所長
◎株式会社シーイーシー社外取締役（監査等委員）



社外監査役 独立役員
河野 理子（かわの あやこ）
2025年6月より現任

｜重要な兼職状況｜

◎GT東京法律事務所／グリーンバーグ・トラウリグ外国法事務弁護士事務所（外国法共同事業）
シェアホルダー

スキル・マトリックス

役職	氏名	所有株式数（2026年3月末時点）	2026年3月期における出席状況 取締役会※	監査役会	企業経営	営業・マーケティング	サステナビリティ	財務会計	法務・リスク	IT・DX	グローバル	他企業の知見
代表取締役	苗手 一彦	441,200株	13/13回		●	●	●					
取締役	榎本 誠一	58,200株	13/13回		●	●	●				●	
代表取締役	水谷 敏之	16,600株	13/13回		●	●	●					
取締役	津田 克也	17,600株	13/13回		●	●	●			●	●	
取締役	石丸 裕之	17,700株	13/13回		●		●	●	●			
社外取締役	岡 俊子	12,300株	13/13回		●		●	●			●	●
社外取締役	水野 道訓	1,600株	13/13回		●	●	●				●	●
社外取締役	佐藤 智恵	500株	13/13回		●	●	●				●	●
常勤監査役	浅津 英男	102,000株	13/13回	14/14回	●			●	●			
社外監査役	坂井 秀行	5,500株	13/13回	14/14回	●				●		●	●
社外監査役	谷口 勝則	3,000株	12/13回	13/14回	●			●				●
社外監査役	河野 理子	200株	10/10回	10/10回	●				●		●	●

※上記の取締役会の開催回数のほか、会社法第370条及び当社定款第26条の規定に基づき、取締役会決議があったものと見なす書面決議が1回ありました。

スキル定義

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

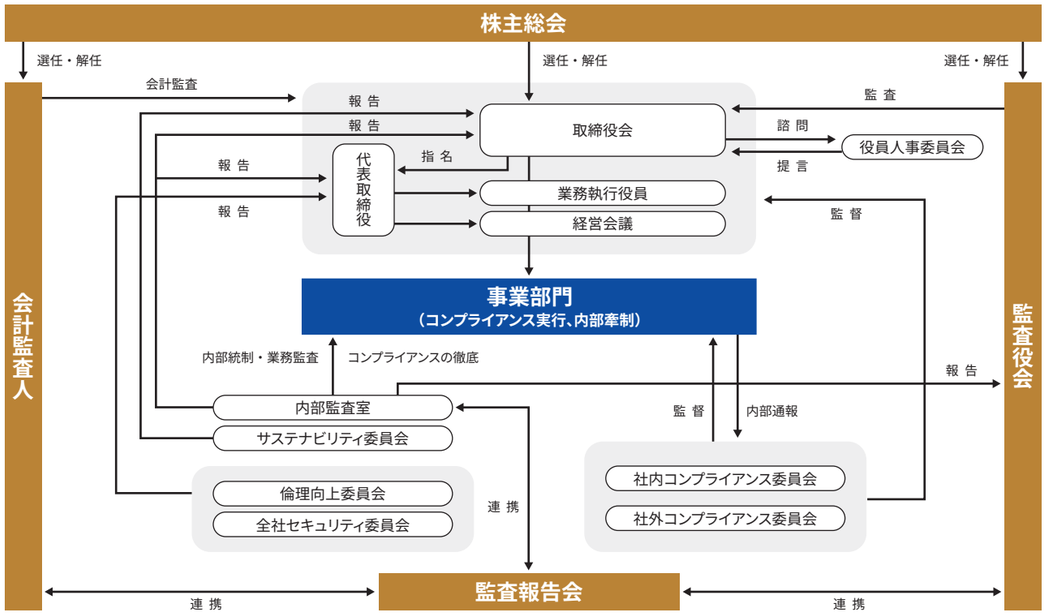
マテリアリティ 6 健全かつ有効なコーポレートガバナンス基盤の構築

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社グループは、企業価値の最大化と経営の健全性確保が、最も重要な経営課題であると考えています。その実現のために、経営の透明性を高め、経営環境の変化に対して、迅速かつ的確に対応できる体制の確立に努めています。また、株主の信頼と期待を得られるよう積極的に情報を開示するとともに、顧客、社員、社会などと良好な関係を築き、長期・安定的な株主価値の向上を図っています。

ガバナンス体制

ガバナンス体制図（2026年6月18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。
- ◎ 顧問弁護士とは顧問契約に基づき、必要に応じてアドバイスを受けています。

取締役会及び取締役

取締役会は、8名の取締役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3名で構成されています。監査役は取締役会に常時出席しているほか、常勤監査役は社内の重要な会議に積極的に参加し、法令、定款違反や株主利益を侵害する事実の有無について重点的に監査を実施しています。また、監査役会主催の監査報告会を定期的に設けており、会計監査人及び内部監査室長が出席し、監査上の重要なポイントについて意見交換等を行い、常に連携の強化に努めています。

取締役・監査役の選任方針及び指名手続き

取締役会については専門知識や知見、業務経験等のバックグラウンドが異なる多様な取締役で構成することを方針としています。また、独立社外取締役には、他社での経営経験を有する者を含んでいます。なお、各取締役及び監査役が持つ主たるスキル・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.44-45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、構成員として独立社外取締役3名からなる任意の諮問機関「役員人事委員会」にて討議した上で取締役会にて決定し、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/2837258/00.pdf

社外取締役

社外取締役の3氏は独立役員です。岡俊子氏、水野道訓氏は長年にわたり企業経営に携わり、経営に関する豊富な経験と実績を有しています。また、佐藤智恵氏は長年にわたり作家として経営・メディア関連の著書を多数執筆し、経営戦略コンサルタントとして活躍されるなど、経営に関する豊富な経験と実績を有しています。独立した立場から客観的に執行役員等の職務を監督していただくことにより当社グループのガバナンスをさらに向上させることを期待しています。

社外監査役

社外監査役の3名は独立役員です。坂井秀行氏及び河野理子氏は長年にわたる弁護士としての豊富な経験と実績を、谷口勝則氏は長年にわたる公認会計士としての豊富な経験と実績を有しており、当社グループの監査体制に活かしていただくことを期待しています。

取締役会・監査役会の実効性確保

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

2026年3月期の評価結果

2026年3月期のアンケートにおいては、取締役会の実効性を測定するための「構成」「運営」「議題」「支援体制」の4つの観点からなる全26問の質問票を取締役、監査役全員に対して配布し、回答を得ました。回答の集計内容を取締役会で共有し、分析・検証した結果、重点的に取り組むべき課題として「海外事業・新規事業に関するリスクの報告・議論の充実」と「成長投資への議論の充実」が挙げられました。この結果を踏まえて当社グループでは、海外展開・新規分野（川上・川下領域）の事業リスクに関する議論及びさらなる企業価値向上に向けた成長投資に関する議論を充実させていきます。

役員の報酬等

基本方針

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

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

固定報酬（金銭報酬）

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

短期業績連動報酬（金銭報酬）

短期的なインセンティブ機能を目的とし、個別の施策達成度合い、期初計画に基づき設定される連結業績指標（「経常利益」「ROE（自己資本利益率）」）及び個人業績指標をもとに算出します。連結業績指標は、適宜、環境の変化に応じて、役員人事委員会の答申を踏まえた見直しを行っています。

業績指標	選定理由	2026年3月期（連結）
		実　績
経常利益	経営活動全般の利益を表す単年度業績の指標として最適だと判断したため。	15,701百万円
ROE	中長期業績の指標として株価との相関関係が高く、適切な指標だと判断したため。	17.5%

非金銭報酬

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

業績達成度の評価指標として「経常利益」「ROE」を採用し、2026年3月期から2028年3月期の第10次中期経営計画目標額は、「経常利益」140億円、「ROE」7.5～8.5%としています。

「株式給付信託（BBT）」の概要は、有価証券報告書をご覧ください。
https://ssl4.eir-parts.net/doc/7552/yuho_pdf/S100YCH4/00.pdf#page=44

2026年3月期　取締役及び監査役の報酬等の総額

役員区分	報酬等の総額	報酬等の種類別の総額			対象となる役員の員数
		固定報酬	業績連動報酬等		
			短期業績連動報酬	非金銭報酬等（BBT）	
取締役 （うち社外取締役）	666百万円 （35百万円）	186百万円 （35百万円）	205百万円 －	275百万円 －	9名 （4名）
監査役 （うち社外監査役）	43百万円 （19百万円）	43百万円 （19百万円）	－ －	－ －	4名 （3名）

（注）1. 取締役の支給額には、使用人兼務取締役の使用人分給与は含まれていません。
2. 社外役員の員数及び支給額には、2025年６月19日付で退任した社外役員１名を含んでいます。

株主・投資家との対話

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

今後もさまざまな活動を通じ、株主・投資家の皆さまとの対話に取り組みます。

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

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

内部統制

当社グループは、内部統制体制を強化していくために、「内部統制基本方針」を定めています。内部統制基本方針では、役員及び社員の職務執行が法令及び定款に適合することを確保するための体制や役員の職務執行に係る情報の保存及び管理に関する体制などの方針を明記し、当社グループの業務の適正を確保するための体制を整えています。また、内部監査室が中心となり、金融商品取引法で定められた内部統制報告制度の対応や内部統制の整備・運用状況について評価を行うなど、日々、内部統制体制の強化を図っています。

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

コンプライアンス

当社グループは、法令の目的と精神を理解して行動しています。また、法律やルールを遵守しているかどうか、常に自らチェックする意識を持って行動し、仮に、法令違反やその可能性が認められた場合には、組織的に対応し、可能な限り初期段階で是正することとしています。

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

推進体制

各事業部門が公正な事業活動を行っているかをチェックし、同時にコンプライアンスの実効性を高めるために、社長直轄の「内部監査室」を設置しています。内部監査室では、内部監査計画に基づき、監査役と連携を図りながら、効率的かつ効果的に業務全般について内部監査を実施しています。また、内部監査の状況については定期的に取締役会において報告しており、さらに、内部監査の信頼性・実効性を確保するため、監査役・監査役会に対しても直接報告を行うデュアルレポーティングラインを構築しています。

法令遵守／コンプライアンス教育

当社グループでは、コンプライアンスの実効性を高める目的で「リスク管理規程」「リスク管理規程細則（内部通報）」を制定しています。

社内または社外のコンプライアンス委員会に報告があった場合は、この規程に従って違法性の有無を調査します。万が一違反が認められた場合は、処分・回復に関する措置と予防策・再発防止策を迅速に決定・実行することとしています。

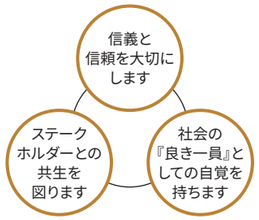
また、グループビジョンを実現するために「倫理綱領」を制定しています。社会的な規範と社会との共生に軸を置いた内容で、当社グループのビジネスにおける規範とするものです。この「倫理綱領」は事業環境、事業内容の変化に適応したものとなるよう、時流にあっているか等、「倫理向上委員会」を設置して定期的に見直しを行っています。

コンプライアンスの徹底にあたっては、啓蒙活動を継続的に実施しています。新入社員及び中途社員の入社研修時についても、「倫理綱領」などについての研修機会を設けています。また、グループビジョンや行動指針などと併せて「倫理綱領」を「Knowledge of Happinet」として手のひらサイズの冊子にまとめ、常に社員が携帯できるようにしているほか、社内イントラネットへの掲載や実践編(「倫理綱領」を日々の行動に活用するためのQ&A)の随時見直し・その内容に関する社内アンケートを実施し、理解と浸透を図っています。



「Knowledge of Happinet」冊子

ビジネス倫理観



ビジネス倫理観(『何が正しいか』)として、「信義と信頼を大切にします」「ステークホルダーとの共生を図ります」「社会の『良き一員』としての自覚を持ちます」の3点を掲げており、グループビジョン(『何が大切か』)の実現を支え、ビジネス行動を検証しています。

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

リスクマネジメントについて

リスク管理体制

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

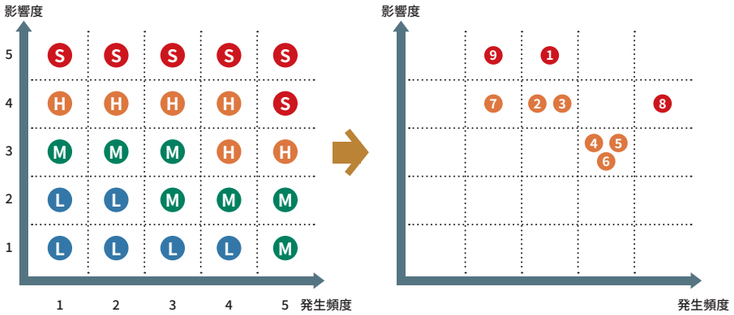
具体的には、事業活動に影響を与える可能性のあるさまざまなリスクについて洗い出し、影響度、発生頻度の観点から重要度について評価し、特に優先的に対処すべきリスクを「重要リスク」として選定しています。重要リスクについては、主管部門が主体となってリスク対策計画を立案、実施し、進捗状況に対するモニタリングを行って是正・改善に取り組んでいます。

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

重要リスクの選定

重要リスクの選定にあたっては、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。



S シビア	第一優先で取り組むべきリスクで、定期的に取締役会等へ状況報告し、必要な指示に従ってリスク低減策を実施する必要のあるリスク。
H ハイ	第二優先で取り組むべきリスクで、定期的に取締役会等へ状況報告が必要なリスク。
M ミドル	部門単位で定常的にリスク状況把握及び対策の進捗を確認しながら管理するリスク。
L ロー	日常業務において適切に状況を管理し、適宜進捗を確認しながら管理するリスク。

※東京海上ディーアール株式会社資料に基づいて作成

重要リスク項目と対応策

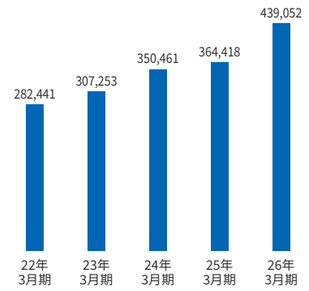
重要リスクの詳細は、当社Webサイトをご参照ください。
https://www.happinet.co.jp/ir/risk.html

大分類	リスク項目(リスクレベル)	リスクシナリオ	対応策
A 戦略リスク	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 ● 事業領域・取扱商材の拡大 ● 海外展開
	2 事業投資・企業買収(H)	● 投資回収状況や買収先の業績状況の悪化	● 事業計画の進捗状況や事業環境変化の定期的なモニタリング ● 事業投資・撤退判断基準の策定 ● 事業ポートフォリオの定期的なモニタリングや見直し
	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	● 事業領域・取扱商材の拡大 ● 海外展開 ● 新たな顧客層の開拓等による中間流通のシェア拡大
	4 海外事業展開(H)	● 地域特有リスクへの対処不足や在外子会社の管理体制不足による損失の発生	● 展開先の国や地域の社会・経済情勢、法規制、その他オペレーション等のリスク洗い出し ● 在外子会社管理体制の整備 ● 海外取引におけるリスクについての啓蒙活動
B オペレーショナルリスク	5 店舗管理(H)	● 店舗運営の不十分な管理体制による不正や不祥事の発生	● 店舗スタッフ教育の徹底 ● 運用ルール・マニュアルや掲示物の見直し ● 盗難防止に対する対応やハラスメント防止対策の強化
	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
	7 過剰在庫の発生(H)	● 需要予測精度の低下や流通在庫適正化の停滞	● 情報システムを活用した適正な需要予測とチャンスを逃さない商品供給 ● 仕入決定プロセス・基準の明確化
C ハザードリスク	8 情報セキュリティ(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 ● サイバー攻撃やマルウェアへの感染等による情報セキュリティ事故の発生	● 全社セキュリティ委員会における制度や運用に関する対策の検討 ● アセスメント実施による課題の把握、マニュアルの策定や規程の見直し ● 全社的な啓蒙活動 ● メール誤送信防止ルールやマニュアルの策定
	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活動の長期間停止	● 事業継続と早期復旧に取り組む基本方針の掲示 ● 事業継続計画(BCP)の策定と定期的な見直し、訓練・啓蒙活動の実施

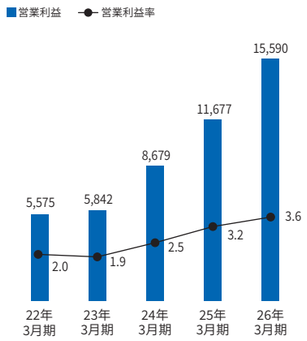
FINANCIAL HIGHLIGHTS 財務ハイライト

連結データ

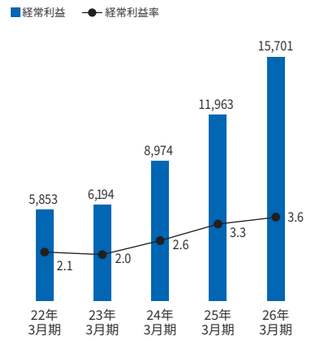
売上高 (百万円)



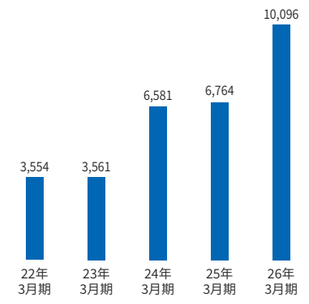
営業利益 (百万円)
営業利益率 (%)



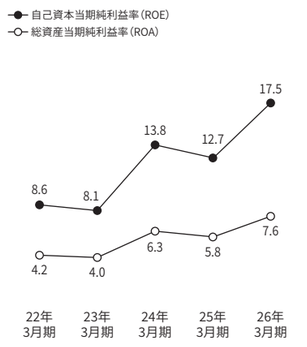
経常利益 (百万円)
経常利益率 (%)



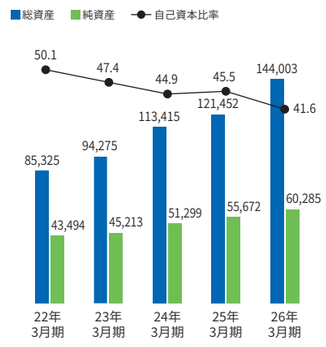
親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)



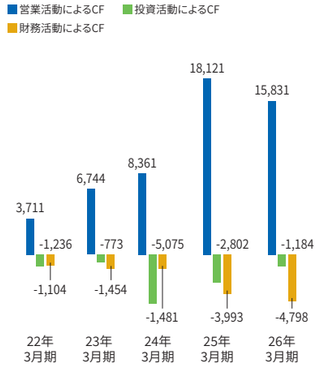
自己資本当期純利益率(ROE) (%)
総資産当期純利益率(ROA) (%)



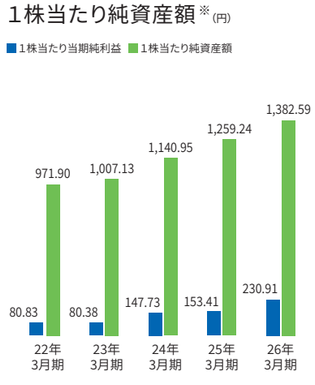
総資産・純資産 (百万円)
自己資本比率 (%)



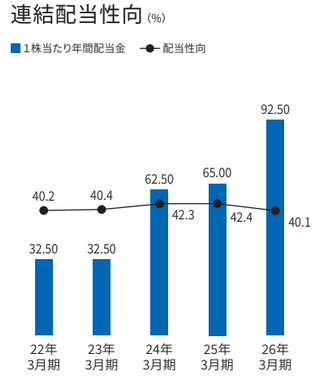
キャッシュ・フロー (百万円)



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 (%)



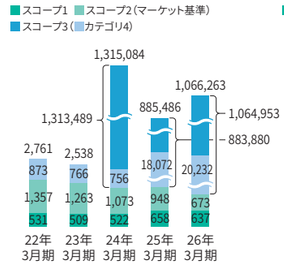
※2026年1月1日付で普通株式1株につき、2株の割合で株式分割を行っています。2022年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し算定しています。

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Webサイト「ESGデータ集」をご覧ください。
https://www.happinet.co.jp/sustainability/data/

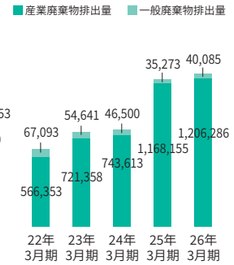
Environment

スコープ別 CO_2排出量※ (t-CO_2)

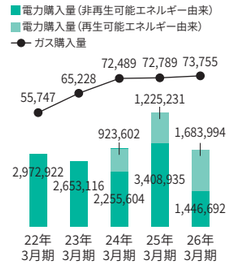


※2023年3月期までのスコープ3はカテゴリ4のみを開示し、2024年3月期よりカテゴリ1～7(8～15は対象外)までを開示しています(カテゴリ別の詳細情報は、当社Webサイト「ESGデータ集」をご覧ください)。

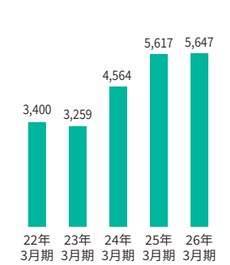
廃棄物排出量 (kg)



電力 (kWh)・ガス (m³) 購入量

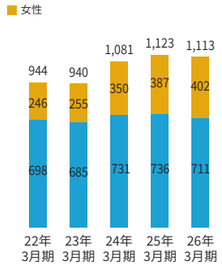


用水使用量 (m³)

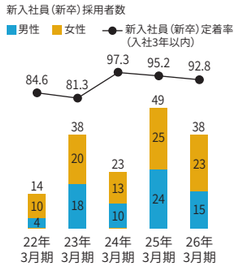


Social

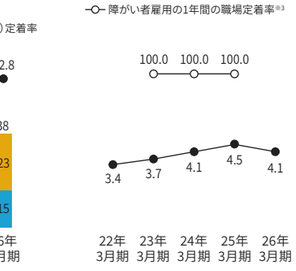
連結従業員数 (名)



新入社員(新卒)採用者数 (名)
新入社員(新卒)定着率 (%)

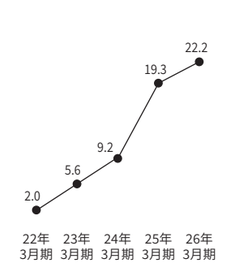


障がい者雇用※1 (%)



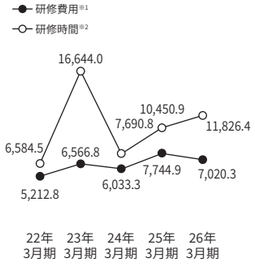
※1 数値は単体ベース
※2 法定障がい者雇用率の算出方法
※3 2022年3月期及び2026年3月期は新規採用実績がないため算出不可

管理職に占める女性労働者の割合 (%)



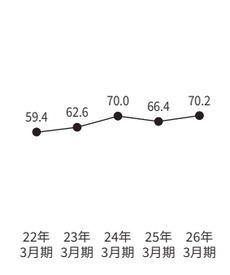
Social

研修費用 (万円)
研修時間 (時間)

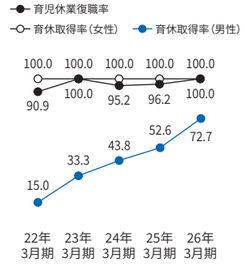


※1 教育投資総額　※2 受講人数×研修時間

有給休暇取得率 (%)

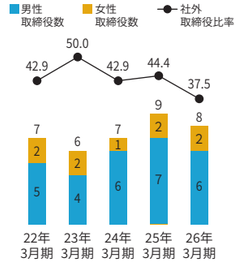


育児休業復職率 (%)
育児休業取得率 (%)



Governance

取締役数 (名)
社外取締役比率 (%)



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 水谷 敏之
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
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

従業員数	連結1,113名、単体512名　（2026年3月末時点）
事業内容	＜業種＞ 玩具・遊戯用具の企画・製造・販売 映像・音楽ソフト等の企画・製作・販売 ビデオゲームハード・ソフト等の企画・制作・販売 玩具自動販売機の設置・運営 アミューズメント施設用商品等の販売 ＜取扱商品＞ 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

主要グループ会社

株式会社ハピネット・ホビーマーケティング

事業内容　模型玩具の販売

株式会社ハピネット・メディアマーケティング

事業内容　映像・音楽ソフトの販売／映像作品の企画・製作・配給・宣伝

URL
ハピネットピクチャーズ
https://happinet-p.com/
ハピネットファントム・スタジオ
https://happinet-phantom.com/

株式会社マックスゲームズ

事業内容　ビデオゲームハード・ソフト等の販売／ビデオゲーム関連商品の企画・製造・販売／トレーディングカードの販売

URL　https://www.maxgames.co.jp/

株式会社ハピネット・ベンディングサービス

事業内容　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

URL
『gashacoco』
https://gashacoco.jp/

株式会社ハピネット・ロジスティクスサービス

事業内容　物流業務全般の受託

URL　https://happinet-ls.com/

株式会社ブロッコリー

事業内容　コンテンツ（アニメ・ゲーム・音楽・映像・カードゲーム）の企画・制作／キャラクター商品の企画・製作・販売

URL　https://www.broccoli.co.jp/

Happinet America Inc.

事業内容　玩具自動販売機の設置・運営／玩具周辺商材等の販売

（2026年3月末現在）

株式情報

株式の総数

発行可能株式総数 … 128,000,000株
発行済株式総数 …… 48,100,000株（自己株式3,114,211株含む）

株主数

37,308名

大株主（上位10名）

株主名	所有株式数（千株）	持株比率
株式会社バンダイナムコホールディングス	11,766	26.16%
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	3,401	7.56%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	3,390	7.54%
株式会社日本カストディ銀行（信託E口）	1,673	3.72%
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）	1,352	3.01%
井平 祐二	966	2.15%
河合 洋	600	1.33%
ハピネット社員持株会	517	1.15%
NORTHERN TRUST CO.（AVFC） RE GIC PRIVATE LIMITED（常任代理人 香港上海銀行東京支店）	450	1.00%
苗手 一彦	441	0.98%

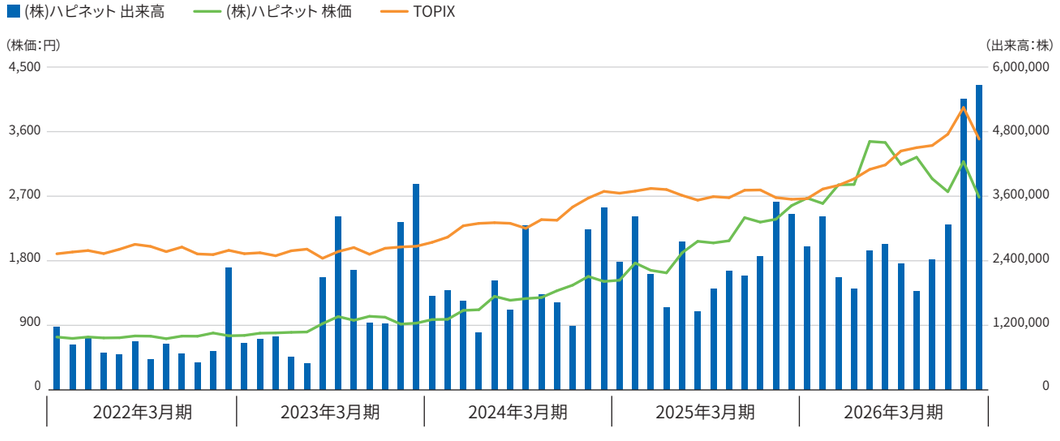
（注）1. 上記株式会社日本カストディ銀行（信託口）及び日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）の信託業務の株式数については、当社として把握することができないため記載しておりません。
2. 上記のほか、自己株式が3,114千株あります。
3. 当社は、株式給付信託（J-ESOP）及び株式給付信託（BBT）制度を導入しており、当該制度に係る信託財産として、株式会社日本カストディ銀行（信託E口）が保有する当社株式1,673千株は、自己株式数に含めておりません。
4. 当社は、2026年1月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。上記株式数については、当該株式分割後の株式数を記載しております。
5. 2026年3月31日付で公衆の縦覧に供されている大量保有報告書（変更報告書No.8）において、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及び三井住友DSアセットマネジメント株式会社が2026年3月24日現在で以下の株式を所有している旨が記載されているものの、株式会社三井住友銀行を除き、当社として2026年3月31日時点における実質所有株式数の確認ができませんので、上記大株主の状況には含めておりません。

株主分布状況



	株主数	所有株式数（株）	持株比率
金融機関	19名	10,110,000	21.02%
金融商品取引業者	29名	703,713	1.46%
その他の法人	176名	13,105,659	27.25%
外国法人等	218名	6,134,180	12.75%
個人・その他	36,865名	14,932,237	31.05%
自己名義株式	1名	3,114,211	6.47%

株価・出来高推移



※2026年1月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っています。上記株価は当該株式分割を考慮し遡及して修正しています。