



ハピネット | 7552

COVERAGE INITIATED ON: 2014.03.06

LAST UPDATE: 2018.09.06

当レポートは、掲載企業のご依頼により株式会社シェアードリサーチが作成したものです。投資家用の各企業の『取扱説明書』を提供することを目的としています。正確で客観性・中立性を重視した分析を行うべく、弊社ではあらゆる努力を尽くしています。中立的でない見解の場合は、その見解の出所を常に明示します。例えば、経営側により示された見解は常に企業の見解として、弊社による見解は弊社見解として提示されます。弊社の目的は情報を提供することであり、何かについて説得したり影響を与えたりする意図は持ち合わせておりません。ご意見等がございましたら、sr_inquiries@sharedresearch.jp までメールをお寄せください。ブルームバーグ端末経由でも受け付けております。



目次

SRLレポートの読み方：本レポートは、直近更新内容・業績動向セクションから始まります。ビジネスモデルに馴染みのない方は、事業内容セクションからご覧ください。

主要経営指標の推移	3
直近更新内容	4
概略	4
業績動向	5
事業内容	14
主要事業	14
SW (Strengths, Weaknesses) 分析	24
市場とバリューチェーン	25
経営戦略	29
過去の業績	31
その他情報	41
沿革	41
ニュース&トピックス	42
大株主	45
企業概要	46

主要経営指標の推移

損益計算書 (百万円)	09年3月期 連結	10年3月期 連結	11年3月期 連結	12年3月期 連結	13年3月期 連結	14年3月期 連結	15年3月期 連結	16年3月期 連結	17年3月期 連結	18年3月期 連結	19年3月期 会予
売上高	166,778	194,246	190,891	198,021	176,757	206,867	217,232	187,274	174,059	197,607	230,000
前年比	-1.3%	16.5%	-1.7%	3.7%	-10.7%	17.0%	5.0%	-13.8%	-7.1%	13.5%	16.4%
売上総利益	19,990	22,467	22,326	25,007	22,501	24,039	26,152	21,997	21,971	22,880	
前年比	9.2%	12.4%	-0.6%	12.0%	-10.0%	6.8%	8.8%	-15.9%	-0.1%	4.1%	
売上総利益率	12.0%	11.6%	11.7%	12.6%	12.7%	11.6%	12.0%	11.7%	12.6%	11.6%	
営業利益	2,137	2,327	2,855	4,855	2,973	3,888	5,056	3,450	3,698	4,806	5,000
前年比	47.3%	8.9%	22.7%	70.1%	-38.8%	30.8%	30.0%	-31.8%	7.2%	30.0%	4.0%
営業利益率	1.3%	1.2%	1.5%	2.5%	1.7%	1.9%	2.3%	1.8%	2.1%	2.4%	2.2%
経常利益	2,322	2,513	3,013	5,032	3,081	3,917	5,124	3,497	3,479	4,701	4,800
前年比	48.0%	8.2%	19.9%	67.0%	-38.8%	27.1%	30.8%	-31.8%	-0.5%	35.1%	2.1%
経常利益率	1.4%	1.3%	1.6%	2.5%	1.7%	1.9%	2.4%	1.9%	2.0%	2.4%	2.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,135	1,179	1,376	2,458	2,011	2,466	4,049	2,359	2,040	4,031	3,200
前年比	-	3.9%	16.7%	78.6%	-18.2%	22.6%	64.2%	-41.7%	-13.5%	97.6%	-20.6%
利益率	0.7%	0.6%	0.7%	1.2%	1.1%	1.2%	1.9%	1.3%	1.2%	2.0%	1.4%
一株当たりデータ (円、株式分割調整後)											
期末発行済株式数 (千株)	12,025	12,025	12,025	24,050	24,050	24,050	24,050	24,050	24,050	24,050	
EPS (円)	48.8	52.3	61.3	109.7	89.8	109.4	178.9	104.1	92.3	185.3	147.1
EPS (潜在株式調整後) (円)	-	-	-	109.6	89.6	108.1	176.2	102.2	90.4	181.1	
DPS (円)	15.00	15.00	15.00	27.50	22.50	24.75	28.50	30.00	35.00	40.00	40.00
BPS (円)	799.5	846.4	883.7	972.1	1,036.2	1,128.3	1,293.0	1,364.8	1,464.8	1,659.3	
貸借対照表 (百万円)											
現金・預金・有価証券	5,463	6,312	8,220	12,359	10,155	9,996	15,867	11,412	11,605	11,458	
流動資産合計	44,864	40,140	41,039	48,269	47,930	52,449	52,449	44,905	48,975	60,484	
有形固定資産	1,952	1,668	1,555	1,392	1,110	1,342	688	753	777	758	
無形固定資産	4,488	3,836	3,132	1,715	985	446	854	1,086	1,005	2,465	
投資その他の資産	3,355	3,405	2,780	2,946	2,976	5,065	5,900	10,079	10,579	11,614	
固定資産合計	9,797	8,910	7,468	6,054	5,072	6,854	7,443	11,887	12,361	14,838	
資産合計	54,661	49,050	48,507	54,323	53,003	59,303	60,893	56,793	61,337	75,323	
支払手形及び買掛金	20,748	19,832	20,204	23,042	22,672	20,099	20,118	18,282	21,550	27,785	
短期有利子負債	5,520	2,460	-	-	-	-	-	-	-	-	
流動負債合計	33,171	27,436	25,837	29,617	26,883	25,036	26,957	21,817	25,188	34,354	
長期有利子負債	430	30	-	-	-	-	-	-	-	-	
固定負債合計	3,305	2,651	2,867	2,909	2,829	3,148	3,355	3,621	3,837	4,269	
負債合計	36,476	30,088	28,704	32,527	29,713	28,185	30,312	25,438	29,026	38,624	
純資産合計	18,184	18,962	19,802	21,795	23,289	25,694	29,580	31,355	32,311	36,698	
有利子負債 (短期及び長期)	5,950	2,490	-	-	-	-	-	-	-	-	
キャッシュフロー計算書 (百万円)											
営業活動によるキャッシュフロー	951	6,232	5,083	4,609	-1,505	2,547	6,658	978	3,055	4,453	
投資活動によるキャッシュフロー	-851	-391	-315	-50	-108	-87	-158	-4,752	-1,107	-3,837	
財務活動によるキャッシュフロー	-975	-4,481	-2,852	-421	-588	-2,618	-628	-677	-1,754	-762	
財務指標											
総資産経常利益率 (ROA)	4.5%	4.8%	6.2%	9.8%	5.7%	7.3%	9.0%	6.0%	5.9%	6.9%	
自己資本純利益率 (ROE)	6.2%	6.3%	7.1%	11.8%	8.9%	10.1%	14.8%	7.8%	6.5%	11.9%	
純資産比率	33.3%	38.7%	40.8%	40.1%	43.9%	47.7%	49.4%	55.2%	52.7%	48.7%	

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

*同社は2011年12月1日付で、1対2の株式分割を実施している。1株当たりデータは当該株式分割の影響を加味し、遡求修正を行った。

*2015年3月期以前の親会社株主に帰属する当期純利益は、「当期純利益」となる。

直近更新内容

概略

2018年9月6日、株式会社ハピネットへの取材を踏まえ、本レポートを更新した。

2018年8月9日、同社は2019年3月期第1四半期決算を発表した。
(決算短信へのリンクは[こちら](#)、詳細は業績動向の項目を参照)

過去の会社発表は、ニュース&トピックスを参照

業績動向

四半期業績動向

四半期業績推移 (累計) (百万円)	18年3月期				19年3月期				19年3月期 (進捗率) 上期会予		19年3月期 (進捗率) 通期会予	
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q				
売上高	35,150	84,827	153,682	197,607	47,249				47.2%	100,000	20.5%	230,000
前年比	7.3%	17.1%	14.8%	13.5%	34.4%					17.9%		16.4%
売上総利益	4,582	10,266	17,954	22,880	5,433							
前年比	6.3%	7.6%	4.8%	4.1%	18.6%							
売上総利益率	13.0%	12.1%	11.7%	11.6%	11.5%							
販管費	4,133	8,504	13,260	18,074	4,666							
前年比	-0.6%	-2.2%	-4.4%	-1.1%	12.9%							
売上高販管費比率	11.8%	10.0%	8.6%	9.1%	9.9%							
営業利益	449	1,761	4,694	4,806	767				47.9%	1,600	15.3%	5,000
前年比	195.4%	108.6%	43.5%	30.0%	70.8%					-9.1%		4.0%
営業利益率	1.3%	2.1%	3.1%	2.4%	1.6%					1.6%		2.2%
経常利益	392	1,640	4,540	4,701	754				50.3%	1,500	15.7%	4,800
前年比	312.6%	121.1%	46.9%	35.1%	92.3%					-8.5%		2.1%
経常利益率	1.1%	1.9%	3.0%	2.4%	1.6%					1.5%		2.1%
親会社株主に帰属する四半期純利益	177	1,044	3,793	4,031	435				43.5%	1,000	13.6%	3,200
前年比	-	217.0%	111.5%	97.6%	145.8%					-4.2%		-20.6%
純利益率	0.5%	1.2%	2.5%	2.0%	0.9%					1.0%		1.4%

四半期業績推移 (3ヵ月) (百万円)	18年3月期				19年3月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	35,150	49,677	68,855	43,925	47,249			
前年比	7.3%	25.2%	12.0%	9.4%	34.4%			
売上総利益	4,582	5,684	7,688	4,926	5,433			
前年比	6.3%	8.8%	1.1%	1.9%	18.6%			
売上総利益率	13.0%	11.4%	11.2%	11.2%	11.5%			
販管費	4,133	4,371	4,756	4,814	4,666			
前年比	-0.6%	-3.6%	-8.1%	9.3%	12.9%			
売上高販管費比率	11.8%	8.8%	6.9%	11.0%	9.9%			
営業利益	449	1,312	2,933	112	767			
前年比	195.4%	89.6%	20.9%	-73.8%	70.8%			
営業利益率	1.3%	2.6%	4.3%	0.3%	1.6%			
経常利益	392	1,248	2,900	161	754			
前年比	312.6%	93.2%	23.5%	-58.6%	92.3%			
経常利益率	1.1%	2.5%	4.2%	0.4%	1.6%			
親会社株主に帰属する四半期純利益	177	867	2,749	238	435			
前年比	-	144.2%	87.8%	-3.6%	145.8%			
純利益率	0.5%	1.7%	4.0%	0.5%	0.9%			

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

*四半期業績 (3ヵ月) は四半期業績 (累計) から前四半期業績 (累計) を差し引いて算出。

季節偏重：玩具事業は同社の売上の約4割、営業利益の約6割を占める。玩具は12月のクリスマス商戦に販売のピークが来るため、同社の売上および営業利益は12月を含む第3四半期に偏重する傾向がある。

セグメント業績

セグメント業績 (四半期累計) (百万円)	18年3月期				19年3月期			
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q
売上	35,150	84,827	153,682	197,607	47,249			
(前年比)	7.3%	17.1%	14.8%	13.5%	34.4%			
玩具事業	13,450	31,206	58,145	71,403	13,037			
(前年比)	-5.9%	-1.2%	-2.2%	-3.2%	-3.1%			
映像音楽事業	7,944	18,930	28,148	42,466	20,292			
(前年比)	-2.4%	14.6%	9.1%	21.7%	155.4%			
ビデオゲーム事業	9,263	24,856	52,424	63,107	9,389			
(前年比)	58.8%	73.8%	56.6%	40.9%	1.4%			
アミューズメント事業	4,492	9,833	14,963	20,630	4,529			
(前年比)	0.1%	-2.1%	-1.5%	-0.1%	0.8%			
セグメント利益	449	1,761	4,694	4,806	767			
(前年比)	195.4%	108.6%	43.5%	30.0%	70.8%			
玩具事業	300	891	2,765	2,467	254			
(前年比)	5.6%	16.0%	-2.2%	-19.0%	-15.3%			
映像音楽事業	89	311	482	882	355			
(前年比)	-	112.5%	34.6%	111.0%	298.9%			
ビデオゲーム事業	61	402	1,194	1,180	102			
(前年比)	-	-	379.5%	207.3%	67.2%			
アミューズメント事業	305	761	1,232	1,678	362			
(前年比)	-11.6%	18.5%	38.6%	31.0%	18.7%			
調整額	-306	-604	-981	-1,402	-307			

セグメント業績 (3ヵ月) (百万円)	18年3月期				19年3月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上	35,150	49,677	68,855	43,925	47,249			
(前年比)	7.3%	25.2%	12.0%	9.4%	34.4%			
玩具事業	13,450	17,756	26,939	13,258	13,037			
(前年比)	-5.9%	2.7%	-3.3%	-7.2%	-3.1%			
映像音楽事業	7,944	10,986	9,218	14,318	20,292			
(前年比)	-2.4%	31.1%	-0.7%	57.5%	155.4%			
ビデオゲーム事業	9,263	15,593	27,568	10,683	9,389			
(前年比)	58.8%	84.1%	43.8%	-5.6%	1.4%			
アミューズメント事業	4,492	5,341	5,130	5,667	4,529			
(前年比)	0.1%	-3.9%	-0.3%	3.8%	0.8%			
セグメント利益	449	1,312	2,933	112	767			
(前年比)	195.4%	89.6%	20.9%	-73.8%	70.8%			
玩具事業	300	591	1,874	-298	254			
(前年比)	5.6%	22.1%	-9.0%	-	-15.3%			
映像音楽事業	89	222	171	400	355			
(前年比)	-	11.0%	-19.3%	566.7%	298.9%			
ビデオゲーム事業	61	341	792	-14	102			
(前年比)	-	266.7%	177.9%	-	67.2%			
アミューズメント事業	305	456	471	446	362			
(前年比)	-11.6%	53.5%	90.7%	13.8%	18.7%			
調整額	-306	-298	-377	-421	-307			

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

*四半期業績 (3ヵ月) は四半期業績 (累計) から前四半期業績 (累計) を差し引いて算出。

*前年比が1,000%を超える場合は-と記載している。

玩具事業の業績

(百万円)	18年3月期				19年3月期			
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q
売上高	13,450	31,206	58,145	71,403	13,037			
前年比	-5.9%	-1.2%	-2.2%	-3.2%	-3.1%			
バンダイ	6,000	15,100	29,100	36,500	7,300			
前年比	-6.1%	-2.1%	-2.3%	-3.0%	20.4%			
構成比	45.1%	48.5%	50.1%	51.1%	56.1%			
タカラトミー	1,500	3,200	5,800	7,300	1,700			
前年比	7.8%	7.5%	2.7%	4.0%	14.4%			
構成比	11.4%	10.5%	10.1%	10.3%	13.4%			
同社オリジナル	200	700	1,300	1,600	400			
前年比	-45.2%	-11.1%	-9.1%	-6.8%	76.8%			
構成比	1.9%	2.5%	2.3%	2.3%	3.4%			
その他メーカー	5,500	12,000	21,700	25,900	3,500			
前年比	-6.1%	-1.5%	-2.8%	-5.0%	-36.9%			
構成比	41.6%	38.5%	37.5%	36.3%	27.1%			
セグメント利益	300	891	2,765	2,467	254			
前年比	5.6%	16.0%	-2.2%	-19.0%	-15.3%			
利益率	2.2%	2.9%	4.8%	3.5%	1.9%			

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

*2018年4月株式会社BANDAI SPIRITSの始動に伴い、2019年3月期より売上の内訳を一部変更した。

映像音楽事業の業績

(百万円)	18年3月期				19年3月期			
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q
売上高	7,944	18,930	28,148	42,466	20,292			
前年比	-2.4%	14.6%	9.1%	21.7%	155.4%			
映像	6,500	15,200	22,600	32,500	12,000			
前年比	4.5%	20.6%	14.4%	21.7%	83.4%			
構成比	82.4%	80.6%	80.4%	76.6%	59.2%			
卸売部門	5,300	12,900	19,300	28,000	11,100			
前年比	1.9%	20.5%	18.3%	26.1%	111.1%			
構成比	66.7%	68.3%	68.7%	66.1%	55.2%			
メーカー部門	1,200	2,300	3,200	4,400	800			
前年比	17.2%	21.1%	-4.0%	-0.1%	-34.6%			
構成比	15.7%	12.3%	11.7%	10.5%	4.0%			
音楽	1,300	3,600	5,500	9,900	8,200			
前年比	-25.4%	-5.0%	-8.4%	21.8%	493.4%			
構成比	17.6%	19.4%	19.6%	23.4%	40.8%			
セグメント利益	89	311	482	882	355			
前年比	-	112.5%	34.6%	111.0%	298.9%			
利益率	1.1%	1.6%	1.7%	2.1%	1.7%			

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

*2018年3月、星光堂社の音楽映像パッケージの卸売に関する権利義務の一部を同社連結子会社である星光堂マーケティング社に承継した。

ビデオゲーム事業の業績

(百万円)	18年3月期				19年3月期			
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q
売上高	9,263	24,856	52,424	63,107	9,389			
前年比	58.8%	73.8%	56.6%	40.9%	1.4%			
任天堂商材	7,600	21,200	46,100	53,900	7,200			
前年比	76.7%	108.9%	85.7%	59.4%	-4.2%			
構成比	82.2%	85.5%	88.1%	85.6%	77.7%			
SIE商材	1,500	3,300	5,700	8,300	1,900			
前年比	19.8%	-10.2%	-27.5%	-15.3%	26.5%			
構成比	16.8%	13.4%	11.0%	13.3%	20.9%			
その他	0	200	400	700	100			
前年比	-56.9%	-35.5%	-25.8%	-28.9%	33.7%			
構成比	1.0%	1.1%	0.9%	1.1%	1.4%			
セグメント利益	61	402	1,194	1,180	102			
前年比	-	-	379.5%	207.3%	67.2%			
利益率	0.7%	1.6%	2.3%	1.9%	1.1%			

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

*SIEは株式会社ソニー・インタラクティブエンタテインメント

アミューズメント事業の業績

(百万円)	18年3月期				19年3月期			
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q
売上高	4,492	9,833	14,963	20,630	4,529			
前年比	0.1%	-2.1%	-1.5%	-0.1%	0.8%			
カプセル玩具	2,400	5,300	8,000	10,900	2,500			
前年比	7.6%	10.1%	14.2%	15.2%	4.7%			
構成比	53.5%	54.4%	53.5%	52.9%	55.5%			
カードゲーム	1,600	3,700	5,700	8,000	1,600			
前年比	-10.8%	-11.6%	-13.1%	-11.7%	-2.3%			
構成比	37.2%	38.2%	38.4%	39.2%	36.1%			
その他	400	700	1,200	1,600	300			
前年比	3.4%	-22.1%	-22.8%	-19.1%	-8.6%			
構成比	9.3%	7.4%	8.1%	7.9%	8.4%			
セグメント利益百万円	305	761	1,232	1,678	362			
前年比	-11.6%	18.5%	38.6%	31.0%	18.7%			
利益率	6.8%	7.7%	8.2%	8.1%	8.0%			

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

2019年3月期第1四半期決算実績

売上高47,249百万円（前年同期比34.4%増）、営業利益767百万円（同70.8%増）、経常利益754百万円（同92.3%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益435百万円（同145.8%増）となった。

同社の関連業界においては、ビデオゲーム市場はヒット商品の牽引により好調に推移しているものの、玩具市場は消費者ニーズの多様化、映像音楽市場は配信サービスの普及など視聴方法の多様化により、依然厳しい状況で推移した。

同社の業績については、売上高、利益面ともに前年同期を上回った。セグメント別では映像音楽事業が増収増益に貢献した。2018年3月を効力発生日として株式会社星光堂の音楽映像パッケージの卸売に関する権利義務の一部を会社分割により承継したことが、前年同期比の増収増益要因となった。

セグメント別の業績は次の通りとなった。

玩具事業

売上高13,037百万円（前年同期比3.1%減）、セグメント利益254百万円（同15.3%減）となった。

玩具事業については、バンダイの「HUGっと！プリキュア」や、ハイターゲット向け商材を取扱うBANDAI SPIRITSの「一番くじ」関連商品が好調に推移したものの、玩具事業全体としては低調に推移し、売上高、利益面ともに前年同期を下回った。バンダイ社の商品の売上高は7,300百万円（前年同期比20.4%増）、売上高構成比は56.1%（前年同期は45.1%）、タカラトミー社製品の売上高は1,700百万円（前年同期比14.4%増）、売上高構成比は13.4%（前年同期は11.4%）、同社オリジナル製品の売上高は400百万円（前年同期比76.8%増）、売上高構成比は3.4%（前年同期は1.9%）、その他メーカーの売上高は3,500百万円（前年同期比36.9%減）、売上高構成比は27.1%（前年同期は41.6%）となった。なお、2018年4月の株式会社BANDAI SPIRITSの始動に伴い、2019年3月期より売上の内訳を一部変更している。

利益面では、減収に伴い減益となった。

バンダイナムコホールディングス社において、2019年3月期第1四半期のトイホビーセグメントの売上高は50,536百万円（前年同期比18.1%増）となった。バンダイナムコホールディングス社資料によれば、「仮面ライダー」シリーズ、「プリキュア」シリーズなどの定番IP商品の好調が継続した。同社の業績には、「HUGっと！プリキュア」や、ハイターゲット向け商材を取扱うBANDAI SPIRITSの「一番くじ」関連商品が好調に推移した。

タカラトミー社において、2019年3月期第1四半期の日本セグメントの売上高は31,548百万円（前年同期比2.9%減）であった。タカラトミー社の資料によれば、「トランスフォーマー」映画関連商品などの海外向け輸出が減少し減収となった。定番商品では、50周年を迎えた「リカちゃん」の商品販売が伸長した他、「プラレール」では1月より放送のテレビアニメ「新幹線変形ロボ シンカリオン」関連商品の販売が好調に推移した。

映像音楽事業

売上高20,292百万円（前年同期比155.4%増）、セグメント利益355百万円（同298.9%増）となった。

売上高は、既存の事業がほぼ前年同期並みで推移する中、星光堂マーケティング社の事業承継によって増収となった。同社は2018年3月を効力発生日として、星光堂社の音楽映像パッケージの卸売に関する権利義務の一部を会社分割により連結子会社である星光堂マーケティング社に承継し、中間流通市場シェアを拡大した。

映像分野の卸売部門の売上高は11,100百万円（前年同期比111.1%増、星光堂マーケティング社の売上高6,100百万円を含む）、映像分野のメーカー部門の売上高は800百万円（同34.6%減）、音楽分野の売上高は8,200百万円（同493.4%増、星光堂マーケティング社の売上高6,000百万円を含む）となった。

利益面でも、星光堂マーケティング社が高い市場シェアをもつ音楽分野の販売が好調に推移したため増益となった。

なお、星光堂マーケティング社は、のれん償却後においても利益を計上した模様。

ビデオゲーム事業

売上高9,389百万円（前年同期比1.4%増）、セグメント利益102百万円（同67.2%増）となった。

メーカー別では、任天堂社の商材の売上高は、7,200百万円（前年同期比4.2%減）、ソニー・インタラクティブエンタテインメント社の商材の売上高は1,900百万円（同26.5%増）となった。任天堂社の商材では、「ニンテンドー3DS」等の携帯型ゲーム関連製品は減収となったが、据置型の「Nintendo Switch」のハードおよびソフトが引き続き好調に推移した。

利益面では、ハードと比較して利益率の高いソフトの売上高構成比率が上昇したこと、相対的に利益率の高い同社独占流通のソフトが好調だったことから、増益となり、営業利益率は1.1%（前年同期は0.7%）に上昇した。

アミューズメント事業

売上高4,529百万円（前期比0.8%増）、セグメント利益362百万円（同18.7%増）となった。

売上高の内訳として、カプセル玩具の売上高は2,500百万円（前年同期比4.7%増）、カードゲームは1,600百万円（同2.3%減）となった。カプセル玩具はイベント販売を積極的に実施したことや、優良ロケーションでの販売を強化したことにより、前年同期並みの売上高となった。

利益面では、カプセル玩具の増収効果に加え、補充作業の効率化による物流費低減等が増益要因となった。カプセル玩具について、玩具の補充および売上高の回収は、通常は同社の社員が行う。同社ではこの作業の効率化のために、POSシステムの導入やロケーションの見直しを行っている。

過去の四半期実績と通期実績は、過去の業績へ

今期会社予想

会社予想

会社予想 (百万円)	18年3月期			19年3月期		
	上期実績	下期実績	通期実績	上期会予	下期会予	通期会予
売上高	84,827	112,780	197,607	100,000	130,000	230,000
売上原価	74,561	100,166	174,727			
売上総利益	10,266	12,614	22,880			
売上総利益率	12.1%	11.2%	11.6%			
販売費及び一般管理費	8,504	9,570	18,074			
売上高販管費比率	10.0%	8.5%	9.1%			
営業利益	1,761	3,045	4,806	1,600	3,400	5,000
営業利益率	2.1%	2.7%	2.4%	1.6%	2.6%	2.2%
経常利益	1,640	3,061	4,701	1,500	3,300	4,800
経常利益率	1.9%	2.7%	2.4%	1.5%	2.5%	2.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,044	2,987	4,031	1,000	2,200	3,200
純利益率	1.2%	2.6%	2.0%	1.0%	1.7%	1.4%

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

*下期業績は通期業績から上期業績を差し引いて算出。

セグメント別会社予想

(百万円)	18年3月期			19年3月期
	上期実績	下期実績	通期実績	通期会予
売上	84,827	112,780	197,607	230,000
前年比	17.1%	11.0%	13.5%	16.4%
玩具事業	31,206	40,197	71,403	72,000
前年比	-1.2%	-4.6%	-3.1%	0.8%
映像音楽事業	18,930	23,536	42,466	78,000
前年比	14.6%	28.1%	21.7%	83.7%
ビデオゲーム事業	24,856	38,251	63,107	60,000
前年比	73.8%	25.5%	40.9%	-4.9%
アミューズメント事業	9,833	10,797	20,630	20,000
前年比	-2.1%	1.8%	-0.1%	-3.1%
セグメント利益	1,761	3,045	4,806	5,000
前年比	108.6%	6.7%	30.0%	4.0%
玩具事業	891	1,576	2,467	2,850
前年比	16.0%	-30.8%	-19.0%	15.5%
利益率	2.9%	3.9%	3.5%	4.0%
映像音楽事業	311	571	882	700
前年比	113.0%	109.9%	110.9%	-20.6%
利益率	1.6%	2.4%	2.1%	0.9%
ビデオゲーム事業	402	778	1,180	1,200
前年比	-	85.2%	207.0%	1.6%
利益率	1.6%	2.0%	1.9%	2.0%
アミューズメント事業	761	917	1,678	1,650
前年比	18.5%	43.5%	31.0%	-1.7%
利益率	7.7%	8.5%	8.1%	8.3%
調整額	-604	-798	-1,402	-1,400

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

*下期業績は通期業績から上期業績を差し引いて算出。

2019年3月期は第8次中期経営計画の初年度となる。流通事業ではシェア拡大を目指す他、オペレーションの見直しによって収益性・生産性の向上を図る。メーカー事業では同社オリジナル商品・作品の制作を推進するとともに、他社とのアライアンスも含め、新たなエンタテインメントの領域に挑戦するという。また、エンタテインメントを軸としつつ、新規事業の研究・開発にも取り組むとしている。

2019年3月期は、売上高230,000百万円（前期比16.4%増）、営業利益5,000百万円（同4.0%増）、経常利益4,800百万円（同2.1%増）、親会社株主に帰属する当期純利益3,200百万円（同20.6%減）を見込む。

同社は、2018年3月に星光堂社の音楽・映像商材の卸売事業を会社分割によって承継した（会社分割後の商号は星光堂マーケティング）。当該事業承継による2019年3月期の業績寄与は、売上高で40,000百万円程度（前期は5,600百万円）を

見込んでいる。ただし、のれん償却によって、利益寄与は軽微であるとSR社は推測している。同社によれば、中期的に星光堂マーケティングと同社の物流やシステムの統合を進めることでコストを削減し、収益貢献を図るとしている。

玩具事業

売上高72,000百万円（前期比0.8%増）、営業利益2,850百万円（同15.5%増）を見込む。厳しい市場環境が続く中、在庫管理を徹底することで処分損が減少し増益となる見込みである。

同事業において売上高の約半分はバンダイ社の商品が占める（2018年3月期におけるバンダイ社製品の売上高構成比は51.1%）が、株式会社バンダイナムコホールディングス（東証1部 7832）は、2019年3月期の玩具ホビー事業の売上高が前期比3.4%増加すると予想している。国内玩具ホビーのキャラクター別売上高計画では、仮面ライダー関連商品を22,500百万円（同9.3%減）と見込んでいるが、スーパー戦隊関連商品等の売上高増加を予想している。

映像音楽事業

売上高78,000百万円（前期比83.7%増）、営業利益700百万円（同20.6%減）を見込む。売上高は、前期に承継した星光堂社の卸売事業（星光堂マーケティング社）の通年寄与によって増収となる。

同社は、2018年3月に星光堂社の音楽・映像商材の卸売事業を会社分割によって承継した（会社分割後の商号は星光堂マーケティング）。当該事業承継による2019年3月期の業績寄与は、売上高で40,000百万円程度（前期は5,600百万円）を見込んでいる。ただし、のれん償却によって、利益寄与は軽微であるとSR社は推測している。

メーカー事業では、今期においても前期同様、アニメ作品・邦画を中心に投資および自社幹事作品の製作を行うとしている。前期に引き続き、自社幹事・投資作品のパッケージ、ライセンス販売につなげるビジネスモデルの確実性を高め利益の創出を図る。

ビデオゲーム事業

売上高60,000百万円（前期比4.9%減）、営業利益1,200百万円（同1.6%増）を見込む。

売上高は、2017年3月発売の「Nintendo Switch」ハードの販売が一巡するが、新作ソフトの販売によって前期並みを見込む。引き続き「Nintendo Switch」の販売最大化を図るため、各販売チャネルに最適な支援策を提案・実施する。また任天堂販売社との協働により、流通・サービスの最適化を図る。「Nintendo Switch」専用ソフトについては、「大乱闘スマッシュブラザーズ（仮称）」が2018年内の発売を予定している他、「ドンキーコング トロピカルフリーズ」が2018年5月に発売となった。

利益面では、ハードウェアと比較して利益率が高いソフトウェアの新タイトルが発売されることによって、利益貢献が見込まれる。また、独占流通商品とゲーム周辺商材の拡大により利益率向上を図る方針である。

アミューズメント事業

売上高20,000百万円（前期比3.1%減）、営業利益1,650百万円（同1.7%減）を見込む。

前期に引き続き、カプセル玩具は優良ロケーションの獲得に取り組む他、商品の企画・開発を推進することにより、ユーザー層を拡大させるとともに、ITを活用したオペレーション改革により、効率化を図るとしている。

中期展望

中期経営計画

同社は2018年5月に、2019年3月期から2021年3月期までの第8次中期経営計画を発表した。第8次中期経営計画は、2021年3月期において、売上高230,000百万円（2018年3月期と比較し16.4%増）、営業利益5,800百万円（同20.7%増）、経常利益5,600百万円（同19.1%増）、経常損益段階での過去最高益を目指す。第7次中期経営計画での施策の継続を基本としつつ、2018年3月期に承継した星光堂社の映像・音楽商材の卸売事業を、物流やシステムの統合を進めることでコストを削減し、収益改善を図るとしている。

第8次中期経営計画数値目標

第8次中期経営計画 (百万円)	18年3月期 実績	19年3月期 会予	21年3月期 計画
売上高	197,607	230,000	230,000
18年3月期比	-	16.4%	16.4%
営業利益	4,806	5,000	5,800
18年3月期比	-	4.0%	20.7%
営業利益率	2.4%	2.2%	2.5%
経常利益	4,701	4,800	5,600
18年3月期比	-	2.1%	19.1%
経常利益率	2.4%	2.1%	2.4%

出所：同社資料よりSR社作成

第8次中期経営計画における取り組み

玩具事業

同社によれば、第8次中期経営計画期間の市場環境は、Eコマースの台頭や少子化に伴う玩具店の減少によって、厳しい状況が続くという。こうした環境の中、中間流通としてバンダイ社をはじめとした各メーカーとの連携を強化することによって、品揃えや他社にない売り場作りのノウハウを蓄積し、長期的には玩具の中間流通として圧倒的な地位を確保することを目指す。また、メーカーとしてオリジナル商材の拡充にも取り組む。

映像音楽事業

承継した星光堂社の事業とのシステム・物流などの統合とメーカー事業の強化によって、流通のシェア拡大を目指す。

星光堂社の事業承継

2019年3月期において、星光堂社の事業を承継した同社子会社の星光堂マーケティング社売上高は、40,000百万円（前期は5,600百万円）を見込む。利益面では、のれん償却後の利益はほとんどないとSR社は推測している。2020年3月期以降、物流やシステムの統合を進めることでコストを削減し、収益貢献を図るとしている。なお、同事業承継ののれんは2018年3月期末時点で658百万円、償却期間は5年である。

同社によれば、国内映像音楽の中間流通シェアは、星光堂社が17%、同社が11%、その他が13%（親会社の流通のみを担う企業のシェア10%を含む）、メーカーとの直取引が59%を占めるという。同社が星光堂社の事業を承継することで同社のシェアは28%となり、メーカーとの直取引59%、親会社の流通のみを請け負う企業のシェア10%を差引くと、同社の事実上の独占となったといえる。

星光堂の直近の経営成績及び財政状況

決算期	2015年6月期	2016年6月期	2017年6月期
売上高	58,520百万円	55,061百万円	53,327百万円
営業利益	-103百万円	-55百万円	-123百万円
経常利益	-219百万円	-190百万円	-257百万円
当期純利益	-252百万円	-216百万円	-1,471百万円

同社資料よりSR社作成

メーカー事業の強化

メーカー事業では、アニメ・邦画を中心とした出資、自社幹事作品の製作を継続して行い、メーカーとの取組みを強化することで、メーカー直取引としてのシェア拡大を目指す。

同社は第8次中期経営計画期間中において、ノウハウの蓄積によりヒット率が上がってきている邦画と、ゲームや玩具等のマルチユース展開が可能なアニメを中心とし、製作を強化していくとしている。

ビデオゲーム事業

「Nintendo Switch」の販売最大化を図り、各販売チャンネルに最適な支援策を提案・実施する。また任天堂販売社との協働により、流通・サービスの最適化を図る。また、相対的に利益率の高い独占流通商品とゲーム周辺商材の拡大により利益率向上を図る方針である。

また、同社は、自社開発商品として新規カテゴリーのオリジナルブランド「Asakusa Studio」を発足した。同ブランドは、2018年3月期においてはPCゲームの販売プラットフォーム「Steam」向けに製品開発を行ったが、今後は他プラットフォームも含め年間で2～3作品を開発するという。

Steamとは、アメリカのValve社が運営するPCゲームのDRM（デジタル著作権管理）兼ダウンロード販売プラットフォームであり、月間アクティブユーザー数は6,700万人を超える（Xbox Liveは5,300万人、PlayStationは7,000万人超）。

アミューズメント事業

同事業では、ロケーションの開拓と商品の企画開発によるユーザー層の拡大による「需要の創出」と「オペレーションスタイルの進化」によって、事業基盤を強化・拡充する。

「需要の創出」においては、第7次中期経営期間中に進出した交通系ロケーション（サービスエリア、空港等）での常設化を目指す他、新たな業種・業態への設置先を拡大するという。また、主婦層やOL層に訴求可能な商品開発を継続する他、ライブ、イベント会場への設置も引き続き注力する。

また、「オペレーションスタイルの進化」では、従来の人海戦術による商品入替え業務を、IT化で入替えタイミングを把握するなどの巡回レスにすることにより効率化する取組みを継続するという。

事業内容

主要事業

同社の事業は、メーカーと小売業者を結ぶ物流、在庫管理、受発注の取次ぎなどの中間流通であり、取扱商品は玩具、DVD・CD、ビデオゲームである。セグメントは玩具事業（2018年3月期売上高構成比36.1%）、映像音楽事業（同21.5%）、ビデオゲーム事業（同31.9%）、アミューズメント事業（同10.5%）から成る。

同社グループは、玩具、DVD・CDの中間流通事業者として業界トップクラスで、同社によれば、カプセル玩具自動販売機運営及び販売に至っては約60%の市場シェアを持っている。

事業セグメント売上高・セグメント利益

(百万円)	10年3月期	11年3月期	12年3月期	13年3月期	14年3月期	15年3月期	16年3月期	17年3月期	18年3月期
	実績	実績	実績	実績	実績	実績	実績	実績	実績
売上高	194,246	190,891	198,021	176,757	206,867	217,232	187,274	174,059	197,607
(前年比)	16.5%	-1.7%	3.7%	-10.7%	17.0%	5.0%	-13.8%	-7.1%	13.5%
玩具事業	65,654	69,104	77,313	74,660	76,821	93,270	76,874	73,725	71,403
(前年比)	6.2%	5.3%	11.9%	-3.4%	2.9%	21.4%	-17.6%	-4.1%	-3.2%
(構成比)	33.8%	36.2%	39.0%	42.2%	37.1%	42.9%	41.0%	42.4%	36.1%
映像音楽事業	67,838	57,759	55,719	44,810	42,955	43,372	38,367	34,890	42,466
(前年比)	85.5%	-14.9%	-3.5%	-19.6%	-4.1%	1.0%	-11.5%	-9.1%	21.7%
(構成比)	34.9%	30.3%	28.1%	25.4%	20.8%	20.0%	20.5%	20.0%	21.5%
ビデオゲーム事業	44,372	46,447	42,704	36,839	63,609	56,448	50,009	44,793	63,107
(前年比)	-12.1%	4.7%	-8.1%	-13.7%	72.7%	-11.3%	-11.4%	-10.4%	40.9%
(構成比)	22.8%	24.3%	21.6%	20.8%	30.7%	26.0%	26.7%	25.7%	31.9%
アミューズメント事業	16,381	17,579	22,282	20,447	23,481	24,140	22,023	20,649	20,630
(前年比)	-8.6%	7.3%	26.8%	-8.2%	14.8%	2.8%	-8.8%	-6.2%	-0.1%
(構成比)	8.4%	9.2%	11.3%	11.6%	11.4%	11.1%	11.8%	11.9%	10.5%
セグメント利益	2,327	2,855	4,855	2,973	3,888	5,056	3,450	3,698	4,806
(前年比)	8.9%	22.7%	70.0%	-38.8%	30.8%	30.0%	-31.8%	7.2%	30.0%
玩具事業	1,865	2,321	3,009	2,055	2,710	4,279	2,848	3,044	2,467
(前年比)	87.2%	24.4%	29.6%	-31.7%	31.8%	57.9%	-33.4%	6.9%	-19.0%
(構成比)	50.4%	55.8%	48.6%	47.7%	52.6%	65.5%	57.9%	59.4%	39.7%
映像音楽事業	253	-656	448	309	307	202	466	418	882
(前年比)	-81.0%	-	-	-31.0%	-0.7%	-34.3%	130.7%	-10.3%	110.9%
(構成比)	6.8%	-15.8%	7.2%	7.2%	6.0%	3.1%	9.5%	8.2%	14.2%
ビデオゲーム事業	1,035	1,156	936	678	79	254	-43	384	1,180
(前年比)	-15.2%	11.7%	-19.0%	-27.6%	-88.2%	217.9%	-	-	207.0%
(構成比)	28.0%	27.8%	15.1%	15.7%	1.5%	3.9%	-0.9%	7.5%	19.0%
アミューズメント事業	544	1,340	1,801	1,265	2,053	1,796	1,652	1,281	1,678
(前年比)	-	146.3%	34.4%	-29.8%	62.4%	-12.5%	-8.0%	-22.5%	31.0%
(構成比)	14.7%	32.2%	29.1%	29.4%	39.9%	27.5%	33.6%	25.0%	27.0%
調整額	-1,371	-1,307	-1,341	-1,335	-1,263	-1,475	-1,473	-1,430	-1,402

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

*セグメント利益構成比は、調整額控除前営業利益に対する構成。

玩具事業（2018年3月期連結売上高構成比：36.1%、同（調整額控除前）営業利益構成比：39.7%）

同事業において、同社は、玩具メーカーから商品（玩具）を仕入れ、小売業者に販売することで収益を得る。

商品の主な仕入れ先は、バンダイ社、タカラトミー社などの玩具メーカーである。また、販売先は日本トイザラス株式会社（非上場、以下トイザラス社）をはじめとした玩具販売店、大手家電量販店、大型小売チェーン店、大手ネット小売業者などである。玩具メーカーの主要取引先は下表の通りである。最大の取引メーカーはバンダイ社であり、同社はバンダイ社の日本における玩具流通の約90%を取り扱う。

玩具事業 主要取引メーカー

(百万円)	10年3月期 実績	11年3月期 実績	12年3月期 実績	13年3月期 実績	14年3月期 実績	15年3月期 実績	16年3月期 実績	17年3月期 実績	18年3月期 実績
売上	65,654	69,104	77,313	74,660	76,821	93,270	76,874	73,725	71,403
(前年比)	6.2%	5.3%	11.9%	-3.4%	2.9%	21.4%	-17.6%	-4.1%	-3.2%
バンダイ	32,700	37,400	42,300	38,800	40,700	55,400	41,900	37,600	36,500
(前年比)	13.1%	14.4%	13.1%	-8.3%	5.0%	35.8%	-24.2%	-10.4%	-3.0%
(構成比)	49.8%	54.1%	54.7%	52.0%	53.1%	59.4%	54.6%	51.0%	51.1%
タカラトミー	5,000	7,000	6,300	5,300	4,200	4,100	4,900	7,000	7,300
(前年比)	4.2%	40.0%	-10.0%	-15.9%	-21.6%	-1.6%	20.4%	41.6%	4.0%
(構成比)	7.6%	10.1%	8.1%	7.1%	5.5%	4.5%	6.5%	9.6%	10.3%
同社オリジナル	1,400	1,400	2,200	2,500	2,000	1,900	1,500	1,700	1,600
(前年比)	16.7%	0.0%	57.1%	13.6%	-17.7%	-8.1%	-16.3%	10.6%	-6.8%
(構成比)	2.1%	2.0%	2.8%	3.3%	2.7%	2.0%	2.1%	2.4%	2.3%
その他メーカー	18,400	23,100	26,400	27,900	29,700	31,800	28,200	27,200	25,900
(前年比)	-5.6%	25.5%	14.3%	5.7%	6.5%	6.9%	-11.1%	-3.6%	-5.0%
(構成比)	28.0%	33.5%	34.1%	37.4%	38.7%	34.1%	36.8%	37.0%	36.3%

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

*同社は玩具事業区分の見直しを行い、2011年3月期より「その他事業」を各メーカーに組み込んでいる。

玩具は定番商品が継続的に売れることは少なく、流行に左右されやすい。特にテレビアニメなどのキャラクター関連商品は、一年周期で新シリーズに切り替わり、それに伴い商品が入れ替わる。テレビ放映終了後のキャラクター商品は人気が低下し、販売が低迷する傾向がある。

また、玩具メーカーは主に中国をはじめとした海外の工場で商品を生産することが多いが、上記の商品の性質上、自動車や家電製品のような同一商品の継続的生産とは異なり、需要予測に基づき決定した数量を決まった期間だけ生産する。また、子供が手に取る商品であるという性質上、厳しい品質管理や検査工程が必要なことから、生産から小売業者の店頭に並ぶまでに3ヵ月程度要する。

このような事業環境のなか、同社のような中間流通業者は玩具メーカーと小売業者の間に入って需要予測を行い、商品の在庫リスクを負うことで付加価値を得ている。この仕組みにより、小売事業者は店頭在庫以外の商品の在庫リスクを負う必要がなくなる。

玩具の流通の仕組みは、以下の通り。

- 新商品発売3ヵ月前に玩具メーカーと同社が商談を行い、発注量を決定する。
- 発売時に、玩具メーカーから同社、同社から小売業者に商品が納品され、小売業者は店頭在庫に対して、在庫リスクを負うことになる。
- 同社は概ね2週間分の小売在庫を持ち、小売業者からの追加注文に応じる。同社は倉庫保管在庫に対し、在庫リスクを負う。

同社によれば、年間在庫処分額は玩具事業の年間売上高の1から2%の水準であるという。商品の売れ行きに応じて適正な在庫を把握・維持するとともに、小売店と協働し、商品分類別の販売実績データをもとにした販売予測を行うことで、適正な店頭在庫のコントロールや小売店への販促支援を行い、在庫処分金額を抑制することが同社の利益率向上には不可欠である。

同社は商品在庫を毎月処分するが、販売予測精度の誤差により在庫処分損が変動し、売上総利益率は上下1%程度変動する。

玩具事業の業績推移

	10年3月期 実績	11年3月期 実績	12年3月期 実績	13年3月期 実績	14年3月期 実績	15年3月期 実績	16年3月期 実績	17年3月期 実績	18年3月期 実績
売上高 (百万円)	65,654	69,104	77,313	74,660	76,821	93,270	76,874	73,725	71,403
前年比	6.2%	5.3%	11.9%	-3.4%	2.9%	21.4%	-17.6%	-4.1%	-3.2%
セグメント利益 (百万円)	1,865	2,321	3,009	2,055	2,710	4,279	2,848	3,044	2,467
前年比	87.2%	24.5%	29.6%	-31.7%	31.9%	57.9%	-33.4%	6.9%	-19.0%
利益率	2.8%	3.4%	3.9%	2.8%	3.5%	4.6%	3.7%	4.1%	3.5%
処分金額 (百万円)	1,100	1,100	1,300	1,300	1,000	1,600	1,800	700	1,300
処分金額/売上高	1.7%	1.6%	1.7%	1.7%	1.3%	1.7%	2.3%	0.9%	1.8%
在庫金額 (百万円)	2,100	2,200	2,300	2,400	2,400	2,300	2,200	2,700	2,900
在庫回転率	22.7	31.3	33.6	30.7	31.0	38.7	33.6	29.6	25.1

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

同社によれば、同社は玩具中間流通事業者の最大手で約30%のシェアを有する。1990年代の大規模小売店舗法の規制緩和以降、小売業者の大型化に伴い、中間流通事業者に対して高度な情報システムや物流システムが要求されるようになったが、同社はそのような事業環境の変化に対応した。また、同社株式の27.1%を保有する株式会社バンダイナムコホールディングス（東証1部 7832）の子会社である株式会社バンダイの玩具売上が成長したことによって、同社は業界最大手に成長したとSR社は認識している。

SR社の理解では、同社玩具事業の主要取引先で、グループ会社でもあるバンダイ社は数多くの人気キャラクター商品を有しており、アニメキャラクターなどを活用した玩具・雑貨などを商品化するビジネスを得意としている。バンダイ社はテレビアニメと連動したキャラクター玩具により、日本における玩具売上に拡大させた。

バンダイ社は、キャラクター玩具で様々な商品を有する。代表的なバンダイ社のキャラクター別売上で上位に入るスーパー戦隊シリーズ、仮面ライダーシリーズ、プリキュアシリーズは、東映社または東映アニメ社が制作し、テレビ朝日系列で毎週日曜日に放映、バンダイ社が番組スポンサーとして玩具を商品化するという仕組みで長年継続しており、最も長いスーパー戦隊シリーズは1975年の「秘密戦隊ゴレンジャー」からスタートし、2018年の「快盗戦隊ルパンレンジャーVS警察戦隊パトレンジャー」まで42作品が制作されている。

スーパー戦隊シリーズは、3人～9人の複数のメンバーが、変身アイテムを使って、人間から3色～9色のスーパーヒーローに変身し、悪事を働く敵（怪物）と戦うという内容の30分のテレビドラマである。敵は一旦敗北した後に巨大化して復活するが、スーパー戦隊は巨大ロボットを操縦し、これを倒す。

各シリーズは一年で放送を終了するが、毎年2月に放送を開始し、夏休みの8月に映画化される。スーパー戦隊が使う変身アイテム、武器、ロボットなどの玩具がバンダイ社により商品化され、テレビ放映の深耕に応じて新キャラクター、新アイテムが追加され、一年で最も玩具が売れるクリスマス商戦に向けてスーパー戦隊関連玩具のラインナップが出揃う。

バンダイナムコホールディングス社のキャラクター別売上（国内トイホビー）

(億円)	10年3月期 実績	11年3月期 実績	12年3月期 実績	13年3月期 実績	14年3月期 実績	15年3月期 実績	16年3月期 実績	17年3月期 実績	18年3月期 実績
妖怪ウォッチ	-	-	-	-	14	552	308	93	-
機動戦士ガンダム	144	134	156	165	184	229	258	264	262
仮面ライダー	175	230	283	271	223	206	157	204	248
スーパー戦隊	105	92	130	96	144	113	78	88	91
アンパンマン	84	86	96	100	103	81	94	106	109
プリキュアシリーズ	119	125	107	106	98	65	66	75	81
ドラゴンボール	33	27	44	48	64	58	116	103	142
アイカツ!	-	-	-	15	130	86	26	26	23
ウルトラマン	31	28	18	20	32	26	27	31	43

出所：バンダイナムコホールディングス社資料

映像音楽事業（2018年3月期連結売上高構成比：21.5、同（調整額控除前）営業利益構成比：14.2%）

同事業は、映像卸売部門（2018年3月期映像音楽事業売上高構成66.1%）、映像メーカー部門（同10.5%）、音楽部門（同23.4%）から成る。同社は、2018年3月に星光堂社の音楽・映像商材の卸売事業を会社分割によって承継した（会社分割後の商号は星光堂マーケティング）。同社によれば、国内映像音楽の中間流通シェアは、星光堂社が17%、同社が11%、その他が13%（親会社の流通のみを担う企業のシェア10%を含む）、メーカーとの直取引が59%である。当該承継によつ

て同社のシェアは28%となり、メーカーとの直取引59%、親会社の流通のみを請け負う企業のシェア10%を差引くと、同社の事実上の独占となったといえる。

映像音楽事業の業績推移

(百万円)	10年3月期 実績	11年3月期 実績	12年3月期 実績	13年3月期 実績	14年3月期 実績	15年3月期 実績	16年3月期 実績	17年3月期 実績	18年3月期 実績
売上高	67,838	57,759	55,719	44,810	42,955	43,372	38,367	34,890	42,466
前年比	85.5%	-14.9%	-3.5%	-19.6%	-4.1%	1.0%	-11.5%	-9.1%	21.7%
映像	42,500	40,300	39,600	31,500	31,600	33,000	29,500	26,700	32,500
前年比	16.4%	-5.2%	-1.7%	-20.3%	0.1%	4.4%	-10.4%	-9.5%	21.7%
構成比	62.6%	69.8%	71.1%	70.5%	73.6%	76.1%	77.1%	76.6%	76.6%
卸売部門	36,800	34,400	33,600	25,900	25,200	26,000	24,800	22,200	28,000
前年比	26.5%	-6.5%	-2.3%	-22.8%	-2.7%	3.3%	-4.9%	-10.2%	26.1%
構成比	54.2%	59.6%	60.3%	58.0%	58.8%	60.2%	64.7%	63.8%	66.1%
メーカー部門	5,700	5,800	5,900	5,600	6,300	6,900	4,700	4,400	4,400
前年比	-23.0%	1.8%	1.7%	-5.1%	13.3%	8.7%	-31.2%	-5.8%	-0.1%
構成比	8.4%	10.0%	10.6%	12.5%	14.8%	15.9%	12.4%	12.8%	10.5%
音楽	25,200	17,400	16,100	13,200	11,300	10,300	8,700	8,100	9,900
前年比	-	-31.0%	-7.5%	-18.0%	-14.3%	-8.5%	-15.3%	-7.7%	21.8%
構成比	37.1%	30.1%	28.9%	29.5%	26.4%	23.9%	22.9%	23.4%	23.4%
セグメント利益	253	-656	448	309	307	202	466	418	882
前年比	-81.0%	-359.3%	-168.3%	-31.0%	-0.6%	-34.2%	130.7%	-10.3%	111.0%
利益率	0.4%	-1.1%	0.8%	0.7%	0.7%	0.5%	1.2%	1.2%	2.1%

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

映像卸売部門

同部門では、同社はDVDをメーカーから仕入れ、小売業者に販売、流通する役割を担い、収益を得る。同社によれば、DVDは、小売業者が発注してから納品までの期間が一週間程度であり、玩具事業と比較して中間流通事業者が在庫を多く抱える必要がないという。そのため、同社が在庫リスクを負うことはほとんど無く、玩具事業と比較して売上総利益率は低いという。

商品の仕入れに関して、同社は主要な映像ソフトメーカー全てと取引がある。また、商品の売上先は大手インターネット小売業者、家電量販店などである。

映像メーカー部門

同部門では、映画製作委員会に出資することでビデオグラム化権を獲得、または既存の映像に対するビデオグラム化権の許諾を得ることで、映画のDVDを製作し販売する。同部門の収益は、映画製作委員会への出資額、出資比率、映画の興行収入、DVDの販売枚数、ビデオグラム化権料などの様々な要因で決まる。

映画産業と映画製作委員会の仕組みに関して説明すると、映画産業は、製作、配給、興行、二次利用の機能から構成される。二次利用とは映画コンテンツを上映後にDVD化し、消費者に対し、レンタル・販売・配信をする機能である。

映画のビデオグラム化に関しては、映像ソフトメーカーが映画製作委員会に出資することで、当該映画のビデオグラム化権の許諾を得る方法と、ビデオグラム化権の許諾を取引により得る方法がある。

映画製作委員会に出資した場合は、その出資比率に応じた映画興行に係る利益を得る。映画興行に係る利益とは、興行収入（映画入場者数に映画入場料を乗じた額）から、その費用（興行会社の取り分、配給会社の取り分、映画製作費、広告宣伝費など）を差し引いた額である。同社によれば、作品により映画製作費、同社の出資額、興行収入は大きく異なり、製作委員会出資による収益を予測することは困難であるという。また、出資比率に応じた映画興行収入に係る利益に加えて、製作委員会での出資契約に基づき、当該映画のビデオ化権の許諾を得ることにより、同社は映画のDVDを発売し、販売枚数に応じた売上・利益を得る。

映画製作委員会方式の他に、映画のビデオグラム化に関して、製作委員会などの著作権者からビデオグラム化権の許諾を得る方法もある。その場合、ビデオグラム化権はビデオグラム化権料またはMG（Minimum Guarantee：最低保証）を支

払うことで許諾を得る。同社によれば、ビデオグラム化権利は映画によって大きく異なり、平均的な収益性を算定することは困難であるという。

音楽卸売部門

同部門において、同社は音楽ソフトメーカーからCDを仕入れ、小売業者に販売することで収益を得る。映像卸売部門と同様に、在庫リスクを負うことが少なく、玩具事業と比較して売上総利益率は低いという。

同部門においては、同社の主な仕入先は主要音楽ソフトメーカーであり、売上先は大手インターネット小売業者、家電量販店などである。

音楽ソフトは、メーカーが著作権法に定める再販売価格維持制度によって、小売店に小売販売価格を遵守させることができる。商品の値引きが行われないため、映像ソフトの流通とは異なり、売上の一定割合を返品枠（仕入れに対してどれだけ返品してよいかという契約）として設定し、返品を受け付ける場合がある。

返品枠は音楽ソフトメーカーと中間流通事業者、中間流通事業者と小売業者で別々に設定される。したがって、音楽ソフトメーカーが中間流通事業者に対し設定する返品枠を、小売事業者が中間流通事業者に対し要求する返品枠が上回る場合には、中間流通事業者は在庫リスクを負うことになる。

音楽CDの再販売価格維持：ある商品の生産者または供給者が卸・小売業者に対し商品の販売価格を指示し、それを遵守させる行為である。再販売価格維持は、日本では独占禁止法上で不正な取引方法に該当するとして原則として禁止されているが、音楽ソフト（音楽用CDなど）は例外的に再販売価格維持を容認している。

同部門では、2016年2月からは、ライブイベント企画やその運営で実績を持つ株式会社横丁企画と共同でハピネット・ライブエンタテインメント合同会社（現ハピネット・ライブエモーション合同会社）を設立し、アイドルを中心としたイベント運営関連事業を立ち上げ、ライブ興行、グッズ販売も行っている。営業・イベント機能の強化により、従来は自社でイベントの開催・商品の販売を行っていたメーカーが、同社にイベントも含めた流通を委託する取引が増加しているという。

ビデオゲーム事業（2018年3月期連結売上高構成比：31.9%、同（調整額控除前）営業利益構成比：19.0%）

同事業において、同社は、ビデオゲームメーカーからゲーム機本体（ハード）及びゲームソフトを仕入れ、小売業者に販売することで収益を得る。同事業は同社の事業セグメントの中で最も売上総利益率が低いが、DVD・CDと同様に商品の納期が短く、在庫リスクは小さい。

同事業における同社の仕入先は、任天堂株式会社（東証1部 7974、以下、任天堂社）の子会社の任天堂販売株式会社、株式会社ソニー・インタラクティブエンタテインメント（ソニー株式会社（東証1部6758）の子会社、以下、ソニー・インタラクティブエンタテインメント社）、マイクロソフト社で、同社は中間流通事業者として唯一、すべての国内家庭用ゲーム機を取り扱っている。2014年3月期に任天堂社商品取り扱い中間流通業者のトイズユニオン社を連結子会社としたことで、任天堂関連製品の売上高構成比が上昇した。

2018年3月期における同事業の売上構成は、任天堂社関連の売上が8割程度、ソニー・インタラクティブエンタテインメント社関連の売上構成が1割程度、その他がそれに続く。売上先は大手インターネット小売業者、家電量販店などである。

任天堂社のゲーム関連商品における同社の取扱シェアは約25%（SR社推定）で任天堂社商品取り扱い中間流通業者では第2位の売上高である。ソニー・インタラクティブエンタテインメント社はビデオゲーム流通において主にGMS向け流通を請け負っている。マイクロソフト社とは国内総代理店契約を締結している。

ビデオゲーム事業の業績推移

(百万円)	10年3月期 実績	11年3月期 実績	12年3月期 実績	13年3月期 実績	14年3月期 実績	15年3月期 実績	16年3月期 実績	17年3月期 実績	18年3月期 実績
売上高	44,372	46,447	42,704	36,839	63,609	56,448	50,009	44,793	63,107
前年比	-12.1%	4.7%	-8.1%	-13.7%	72.7%	-11.3%	-11.4%	-10.4%	40.9%
任天堂（据置型）	6,400	4,700	3,200	4,400	10,700	9,000	12,300	8,600	36,800
前年比	52.4%	-26.6%	-31.9%	37.5%	142.4%	-15.3%	36.6%	-30.1%	327.9%
構成比	14.4%	10.1%	7.5%	11.9%	16.9%	16.2%	24.9%	19.2%	58.3%
任天堂（携帯型）	10,300	9,900	10,400	14,200	40,300	35,600	26,700	22,600	14,000
前年比	7.3%	-3.9%	5.1%	36.7%	182.8%	-8.3%	-27.5%	-15.4%	-38.1%
構成比	23.2%	21.3%	24.4%	38.7%	63.4%	65.5%	53.6%	50.5%	22.2%
任天堂（その他）	-	-	-	-	-	-	1,200	2,300	2,900
前年比	-	-	-	-	-	-	-	91.7%	26.1%
構成比	-	-	-	-	-	-	2.4%	5.1%	4.6%
PlayStation（据置型）	6,900	6,000	6,800	5,300	4,800	3,100	3,400	5,700	5,900
前年比	3.0%	-13.0%	13.3%	-22.1%	-9.1%	-34.8%	11.3%	67.6%	3.5%
構成比	15.6%	12.9%	15.9%	14.4%	7.6%	5.6%	7.0%	12.7%	9.3%
PlayStation（携帯型）	8,000	11,600	12,200	7,100	4,700	4,300	4,400	4,000	2,200
前年比	-22.3%	45.0%	5.2%	-41.8%	-33.1%	-9.4%	3.0%	-9.1%	-45.0%
構成比	18.0%	25.0%	28.6%	19.3%	7.5%	7.7%	8.9%	8.9%	3.5%
セグメント利益	1,035	1,156	936	678	79	254	-43	384	1,180
前年比	-15.2%	11.7%	-19.0%	-27.6%	-88.3%	221.5%	-	-	207.0%
利益率	2.3%	2.5%	2.2%	1.8%	0.1%	0.4%	-	0.9%	1.9%
処分金額	-	-	100	100	800	300	500	100	90
処分金額/売上高	-	-	0.2%	0.3%	1.3%	0.5%	1.0%	0.2%	0.1%

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

同事業では、自社開発ゲームソフトの販売にも取り組んでいるが、2018年3月期において、連結業績への貢献は軽微であった。また、同社は、自社開発商品として新規カテゴリーのオリジナルブランド「Asakusa Studio」を発足した。同ブランドは、2018年3月期においてはPCゲームの販売プラットフォーム「Steam」向けに製品開発を行ったが、今後は他プラットフォームも含め年間で2~3作品を開発するという。

Steamとは、アメリカのValve社が運営するPCゲームのDRM（デジタル著作権管理）兼ダウンロード販売プラットフォームであり、月間アクティブユーザー数は6,700万人を超える（Xbox Liveは5,300万人、PlayStationは7,000万人超）。

同社は1994年にビデオゲーム事業に参入し、その後、中間流通事業者を買収することで、ビデオゲーム事業の売上を拡大した。今後も、パッケージゲーム市場の縮小が予想される中で、業界内で同業他社のM&A案件が増加する可能性もあり、同社が取引量を拡大し、市場シェアを獲得できる機会となり得るとSR社は考える。

アミューズメント事業（2018年3月期連結売上高構成比：10.5%、同（調整額控除前）営業利益構成比：27.0%）

同事業は、玩具自動販売機の運営とデジタルカードゲームの運営から成る。

アミューズメント事業の業績推移

(百万円)	10年3月期 実績	11年3月期 実績	12年3月期 実績	13年3月期 実績	14年3月期 実績	15年3月期 実績	16年3月期 実績	17年3月期 実績	18年3月期 実績
売上高	16,381	17,579	22,282	20,447	23,481	24,140	22,023	20,649	20,630
(前年比)	-8.6%	7.3%	26.8%	-8.2%	14.8%	2.8%	-8.8%	-6.2%	-0.1%
カプセル玩具	-	-	-	-	-	10,100	10,300	9,400	10,900
(前年比)	-	-	-	-	-	-	2.0%	-8.7%	15.2%
(構成比)	-	-	-	-	-	42.1%	47.1%	45.8%	52.9%
カードゲーム	-	-	-	-	-	10,500	9,300	9,100	8,000
(前年比)	-	-	-	-	-	-	-11.4%	-2.2%	-11.7%
(構成比)	-	-	-	-	-	43.6%	42.3%	44.4%	39.2%
その他	-	-	-	-	-	3,400	2,300	2,000	1,600
(前年比)	-	-	-	-	-	-	-32.4%	-13.0%	-19.1%
(構成比)	-	-	-	-	-	14.3%	10.6%	9.8%	7.9%
セグメント利益（百万円）	544	1,340	1,801	1,265	2,053	1,796	1,652	1,281	1,678
前年比	-	146.3%	34.4%	-29.8%	62.3%	-12.5%	-8.0%	-22.5%	31.0%
利益率	3.3%	7.6%	8.1%	6.2%	8.7%	7.4%	7.5%	6.2%	8.1%

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

玩具自動販売機運営部門

同事業において、同社は大手量販店、大手家電量販店、ショッピングモールなどに玩具自動販売機を設置し、カプセル入り玩具（以下、カプセル玩具）を販売している。玩具自動販売機はバンダイ社から購入している。同事業は、小売業に近い業態であり、全事業の中で相対的に売上総利益率が高い。

カプセル玩具の価格は100～500円（税込）である。玩具自動販売機に硬貨を投入し、中央に配置されたレバーを回転させると、カプセル玩具が出てくる仕組みとなっている。カプセルの中身は、精巧なアニメキャラクターや動物のフィギュア、携帯ストラップなど、多岐にわたる。玩具自動販売機毎に様々なテーマがあるが、カプセル玩具は出てくるまで中身がわからないところにゲーム的要素がある。

2018年5月現在、全国で約18万面の同社玩具自動販売機が稼働している。

カプセル玩具



出所：同社資料

同事業は、2007年11月に玩具自動販売機運営を運営する業界1位の株式会社サンリンクと業界2位の株式会社アップルを同社が子会社化し、2008年10月に同2社と同社のアミューズメント事業部門を統合、株式会社ハピネット・ベンディングサービス（以下、ハピネット・ベンディングサービス社）を設立し、同社の連結子会社として事業を継続している。

同社によれば、2007年当時、3社合計で約8,600カ所に玩具自動販売機を設置していたが、採算がとれない設置場所も多かったという。玩具自動販売機の運営では、人手を使って販売状況を把握し、カプセル玩具の入替え、硬貨の回収を行う

必要がある。これらの業務は、設置場所を巡回して行われるため、設置数や巡回頻度に応じて人員を配置しなければならない。そのため、売上の少ない設置場所では、固定費負担により採算が合わないことが多かったという。3社統合後、不採算である設置場所および営業拠点を整理することで、設置場所をそれまでの約8,600カ所から約4,800カ所に絞り込み、同社は2010年3月期にアミューズメント事業の営業利益の黒字化に成功した。

デジタルカードゲーム運営部門

同部門において、同社は大手量販店、大手家電量販店などにアニメキャラクターのカードゲーム機を設置し、運営している。同部門も、玩具自動販売機運営部門と同じく小売業に近い業態であり、全事業の中で相対的に売上総利益率が高いという。

デジタルカードゲーム機の仕組みは、1ゲーム100円（税込）で、硬貨を投入すると、ゲーム機からICカードが1枚排出される。当該カードにはアニメキャラクターの図柄が印刷され、ゲームに関連する電子情報（対戦ゲームでは攻撃力、守備力、必殺技など）が透明な特殊インクで記録されている。ゲーム機には、液晶画面と、カードデータを読み取るパネルが設置され、カードの電子情報と連動して画面上でゲームが展開される。カードはコレクションの対象にもなっている。

デジタルカードゲーム機は、同社がバンダイ社から買取り、レンタル、またはリースの方式で調達している。また、カードはバンダイ社から仕入れている。2018年5月現在、「ドラゴンボール」、「仮面ライダー」などのカードゲーム機がラインナップとして揃っている。また、2016年11月からはディズニーキャラクターのカードとカプセルの連動ゲーム機を設置している。

デジタルカードゲーム機



出所：同社資料

グループ企業

同社の連結対象は、同社および連結子会社4社からなる。特に、株式会社ハピネット・マーケティングおよび株式会社マックスゲームズは、連結売上高に占める割合が10%を超え、連結業績に対する影響が大きい。

また、2015年11月に株式会社ブロッコリーと資本業務提携、2015年12月に第三者割当増資を受け、ブロッコリー社が持分法適用関連会社となった。

2018年3月には、株式会社星光堂の音楽・映像商材卸売部門を同社100%子会社（商号：株式会社星光堂マーケティング）に承継した。

連結子会社

ハピネット・マーケティング社（出資比率：100%）

バンダイ社も含め、様々な玩具メーカーの商品を全国的に取り扱っている中間流通事業者。

株式会社ハピネット・マーケティングの業績推移（単位：百万円）

	10年3月期 実績	11年3月期 実績	12年3月期 実績	13年3月期 実績	14年3月期 実績	15年3月期 実績	16年3月期 実績	17年3月期 実績
売上高	31,350	31,531	32,236	31,527	32,395	38,383	34,217	32,715
前年比	-3.3%	0.6%	2.2%	-2.2%	2.8%	18.5%	-10.9%	-4.4%
経常利益	597	818	950	773	980	1,917	989	1,047
前年比	99.7%	37.0%	16.1%	-18.6%	26.8%	95.6%	-48.4%	5.9%
当期純利益	349	473	517	465	586	1,164	633	681
前年比	95.0%	35.5%	9.3%	-10.1%	26.0%	98.6%	-45.6%	7.6%

出所：会社データよりSR社作成

星光堂マーケティング社（出資比率：100%）

国内映像音楽の中間流通シェア17%を占める星光堂社の事業を会社分割によって承継した中間流通業者。

マックスゲームズ社（出資比率：100%）

ビデオゲーム機・ゲームソフト等を販売している。

株式会社マックスゲームズの業績推移（単位：百万円）

	10年3月期 実績	11年3月期 実績	12年3月期 実績	13年3月期 実績	14年3月期 実績	15年3月期 実績	16年3月期 実績	17年3月期 実績
売上高	-	-	-	35,357	31,868	43,622	41,546	34,670
前年比	-	-	-	-	-9.9%	36.9%	-4.8%	-16.6%
経常利益	-	-	-	393	-158	309	199	179
前年比	-	-	-	-	-	-	-35.6%	-10.1%
当期純利益	-	-	-	194	-296	164	120	92
前年比	-	-	-	-	-	-	-26.8%	-23.3%

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

*2014年7月1日付で、同社100%子会社であるトイズユニオン社とモリゲームズ社を統合し、社名をマックスゲームズ社に変更した。

ハピネット・ベンディングサービス社（出資比率：100%）

玩具自動販売機の設置・運営を行なっている。

ハピネット・ロジスティクスサービス社（出資比率：100%）

同社グループから物流業務を受託している。

持分法適用関連会社

ブロッコリー社（出資比率：25.15%）

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、及びキャラクター商品の企画・製作・販売を行っている。

株式会社ブロッコリー業績推移（単位：百万円）

	13年2月期 実績	14年2月期 実績	15年2月期 実績	16年2月期 実績	17年2月期 実績	18年2月期 実績
売上高	4,372	6,786	6,256	6,429	5,692	5,410
前年比	-	55.2%	-7.8%	2.8%	-11.5%	-5.0%
経常利益	833	2,150	1,484	989	728	594
前年比	-	158.1%	-31.0%	-33.4%	-26.4%	-18.4%
当期純利益	877	1,908	904	622	479	405
前年比	-	117.6%	-52.6%	-31.2%	-23.0%	-15.5%

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

SW (Strengths, Weaknesses) 分析

強み (Strengths)

- **事業分散による収益の安定化**：SR社の認識では、玩具は人気、流行、ヒット性による売上の変動が大きく、特定メーカーへの取引依存度が高くなると、中間流通事業者の業績は当該メーカーの商品売上に影響を受けやすくなる。同社はバンダイ社のみではなく、全玩具メーカーと取引を行い、玩具中間流通業のみならず、ゲーム、映像・音楽などにも事業を分散し、収益が安定しているといえよう。
- **バンダイ社との強固な取引関係**：SR社では、バンダイ社はキャラクター玩具を中心に世代を超えた根強い人気を持っており、新たなキャラクター玩具の開発にも優れていることから、今後も国内玩具市場で安定的な事業展開を進めると予想する。バンダイ社の親会社である株式会社バンダイナムコホールディングスは同社株式の27.1%を保有する大株主であり、同社はバンダイ社の国内玩具流通の約90%（同社推計）を取り扱う関係にある。同社は今後もバンダイ社との取引の恩恵を享受できるだろう。

弱み (Weaknesses)

- **付加価値要素、収益機会の創出余地が限られる**：同社の主力事業は中間流通であり、メーカーから仕入れた商品をそのままの形で小売業者に流通させることが大前提である。よって、製品を加工して付加価値を高めるといった、高付加価値化の余地が限られる。そのため、特に映像音楽事業およびビデオゲーム事業で、同社は低水準の粗利率を受け入れてしまっている。また、新商品投入や新規出店などにより、自力で売上成長を作り出す方法が限られる。
- **自社開発商品の実績が乏しい**：同社は自社開発商品を増やすことで、中間流通業以外の新たなビジネス領域を開拓し、収益機会の拡大を図る方針である。しかし、SR社の認識では、特に玩具において、同社は自社開発商品の実績が乏しく、代表的な商品は数少ない。一方、人気アニメなどの著作権者にとっては、実績のある玩具メーカーに玩具商品化の権利を与える方が、事業遂行が確実であると考えられる。このことから、同社が人気アニメなどのキャラクター商品を手掛けようとした場合に、玩具商品化権の獲得が困難となる可能性が高いとSR社は考える。
- **市場が縮小に向かう事業が多い**：SR社の予想では、同社が取り扱っている製品は中長期的に市場が縮小する傾向にある。玩具は少子高齢化による購入対象者減少の影響を受け、映像ソフト・音楽ソフトおよびビデオゲームは、少子高齢化に加え、データ形式の流通が進むことから市場の縮小が予想される。同社は各商品において高い市場シェアを有することから、その売上は市場縮小の影響を被りやすいといえよう。

市場とバリューチェーン

マーケット概略

日本の玩具市場

総務省統計局「国勢調査」によれば、日本の0～14歳の人口は2009年の17,010千人から2017年には15,592千人に減少した。これは平均年率で1.1%の減少ということになる。一方、玩具10品目の市場規模は2009年の5,217億円が2017年に5,082億円となったが、その間の変化率は平均年率0.3%減であった。

玩具8品目の市場規模を0～14歳の人口で除して、玩具の対象人口当たり平均購入金額を算定すると、当該数値は2009年の30,670円が2017年には32,590円に平均年率0.8%の上昇となった。

同社によれば、電子部品などの付加機能の追加により、玩具の価格は上昇傾向にあるという。この玩具価格の上昇が、玩具市場が安定的に推移している要因になっているという。

国内玩具市場と人口の推移

国内玩具市場規模と人口	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
玩具10品目市場規模（億円）	5,217	5,428	5,634	4,461	4,476	4,905	4,998	5,159	5,082
0～14歳の人口（千人）	17,010	16,839	16,705	16,548	16,390	16,233	15,945	15,780	15,592
玩具10品目平均購入額（円）	30,670	32,230	33,730	26,960	27,310	30,220	31,350	32,690	32,590

*主要10品目とは、ゲーム（テレビゲーム関連を除く）、カードゲーム、トレーディングカードゲーム、ジグソーパズル、ハイテク系トレンドトイ、男児キャラクター、男児玩具、女児玩具、ぬいぐるみ、知育・教育（ベビーカー・チャイルドシート・三輪車などの乗用関連を除く）、季節商品。

出所：日本玩具協会および国立社会保障・人口問題研究所、総務省統計局「国勢調査」をもとにSR社作成

人口の将来見通しに関して、人口問題研究所によれば、晩婚化や出生率の低下により2025年の0～14歳の人口は14,073千人にまで減少すると予測されている。これは2016年以降、平均年率1.3%の減少ということになり、2006年から2016年の平均年率1.0%減のペースを上回る速度で、玩具の購入対象者数が減少することを意味する。

SR社では、少子高齢化により玩具の購入対象者数が減少することで、玩具市場は減少すると予想する。ただし、今後も玩具メーカーによる付加価値追加の努力は継続し、玩具価格の上昇により、玩具市場の減少ペースは緩やかに留まると推測する。

日本の映像ソフト市場

映像ソフトの市場（有料動画配信を除くセル市場及びレンタル市場）は年々減少を続け、2007年から2017年の間に平均年率5.7%のペースで減少した。

ビデオソフトの市場規模

ビデオソフトの市場規模（億円）	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
合計	6,301	5,741	5,307	5,021	4,802	4,615	4,390	4,175	4,002	3,703
前年比	-5.1%	-8.9%	-7.6%	-5.4%	-4.4%	-3.9%	-4.9%	-4.9%	-4.1%	-7.5%
セル市場	2,832	2,674	2,635	2,479	2,413	2,431	2,287	2,234	2,171	2,044
前年比	-6.8%	-5.6%	-1.5%	-5.9%	-2.7%	0.7%	-5.9%	-2.3%	-2.8%	-5.8%
レンタル市場	3,469	3,067	2,672	2,542	2,389	2,184	2,103	1,941	1,831	1,659
前年比	-3.7%	-11.6%	-12.9%	-4.9%	-6.0%	-8.6%	-3.7%	-7.7%	-5.7%	-9.4%

出所：日本映像ソフト協会「映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査」の資料をもとにSR社作成

*表の数値が資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

同市場の縮小の背景としては、平均購入枚数減少や単価下落ではなく、ビデオソフトの購入者数減少が影響しているとSR社では考えている。日本映像ソフト協会「映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査」によれば、ビデオソフトの購入率は低下しているが、平均購入枚数、平均購入金額には明確な低下傾向はみられない。

ビデオソフトの購入率、平均購入枚数、平均購入金額

ビデオソフトの購入に関する調査	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
購入率 (%)	21.2	21.6	19.3	16.3	18.2	16.7	18.2	17.1
平均購入枚数 (枚)	5.5	3.9	3.8	5.0	4.2	4.2	3.9	4.0
平均購入金額 (円)	23,370	15,706	14,720	18,004	17,745	19,370	18,827	17,456

出所：日本映像ソフト協会の資料をもとにSR社作成

*購入率は「購入あり」と回答した人数の調査対象者数に対する比率。なお、調査対象者数は各年によって異なる。

また、有料動画配信の普及も、映像ソフト市場の減少に影響していると考えられる。一般財団法人デジタルコンテンツ協会によれば、有料動画配信の国内市場規模は2010年の762億円が2017年には1,850億円へと拡大した。

動画配信 (VOD) 市場規模

動画配信 (VOD) 市場規模	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
動画配信 (VOD) 市場規模 (億円)	762	826	1,016	1,230	1,255	1,410	1,636	1,850
前年比	-	8.4%	23.0%	21.1%	2.0%	12.4%	16.0%	13.1%

出所：一般財団法人 デジタルコンテンツ協会の資料をもとにSR社作成

SR社では、映像ソフトの市場は今後も緩やかな減少が続くと予想する。インターネットの無料動画の影響に加え、有料動画配信の普及、映像ソフトの購入者層である15~64歳の人口減少が予想されるためである。なお、15~64歳の人口は2016年の75,979千人から2025年には71,701千人へと平均年率0.6%減となることが予想されている（出所：国立社会保障・人口問題研究会のデータを基にSR社算定）。

日本の音楽ソフト市場

日本の音楽市場に関しては、音楽ソフトの売上が継続的に減少しているだけでなく、有料音楽配信市場も数量、金額ともに2007年をピークに減少傾向にある。

レコード生産有料音楽配信の概況

レコード生産有料音楽配信の概況	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
合計 (億円)	3,866	3,406	3,110	2,837	2,820	2,402	2,301	2,297	2,306	2,312
前年比	-5.4%	-11.9%	-8.7%	-8.8%	-0.6%	-14.8%	-4.2%	-0.2%	0.4%	0.3%
音楽ソフト金額 (音楽ビデオ除く) (億円)	2,961	2,496	2,250	2,117	2,277	1,985	1,864	1,826	1,777	1,739
前年比	-11.2%	-15.7%	-9.9%	-5.9%	7.6%	-12.8%	-6.1%	-2.0%	-2.7%	-2.1%
有料音楽配信 (億円)	905	910	860	720	543	417	437	471	529	573
前年比	20.0%	0.5%	-5.5%	-16.3%	-24.5%	-23.2%	4.8%	7.8%	12.3%	8.3%
合計 (百万枚/回)	727	682	651	567	490	407	369	348	320	300
前年比	-0.7%	-6.2%	-4.5%	-12.9%	-13.6%	-16.9%	-9.3%	-5.7%	-8.0%	-6.3%
音楽ソフト枚数 (音楽ビデオ除く) (百万枚)	248	214	210	200	218	191	172	170	161	154
前年比	-7.1%	-13.7%	-1.9%	-4.8%	9.0%	-12.4%	-9.9%	-1.2%	-5.3%	-4.3%
有料音楽配信 (百万回)	479	468	441	367	272	216	197	178	159	146
前年比	3.1%	-2.3%	-5.7%	-16.8%	-26.0%	-20.5%	-8.8%	-9.6%	-10.7%	-8.2%

出所：日本レコード協会「日本のレコード産業」をもとにSR社作成

日本レコード協会「音楽メディアユーザー実態調査」によれば、有料聴取層の減少傾向が続いており、20~40代中心に有料聴取層が減少しているという。有料視聴層のうち音楽の購入が減った人を対象に、なぜ減ったのかという質問に対する回答では、「現在保有音楽で満足」、「金銭的な余裕が減った」に加え、「動画配信サイト・アプリで満足するようになった」といった回答が上位にあがっている。

SR社では、日本の音楽ソフトの市場は、映像ソフトと同様に、無料動画配信サイト視聴の影響、購入者人口の減少などにより、今後も緩やかな減少が続くと予想する。

日本のゲーム市場

国内のゲーム専用機市場は、1983年に任天堂社からファミリーコンピュータが発売されてから14年の間、毎年成長を続け、1997年に約7,600億円の市場規模に達しピークを迎えた。その後は、任天堂社とソニー・コンピュータエンタテイン

ンメント社を中心に、新型ハードや大作ソフトの発売を要因とする変動を繰り返しながら、2005年まで縮小傾向を辿った。

過去10年間では、2005年を底に新型携帯型ゲームの発売や、任天堂社の「Wii」、ソニー・コンピュータエンタテインメント社の「プレイステーション3」が登場したことで、2007年まで市場は回復したが、その後は縮小傾向にある。

国内家庭用ゲーム機出荷額の推移

	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
金額 (億円)	5,342	4,541	4,258	4,028	3,958	4,095	3,734	3,302	3,303	3,147
前年比	-9.7%	-15.0%	-6.2%	-5.4%	-1.7%	3.5%	-8.8%	-11.6%	0.0%	-4.7%
うちソフトウェア (億円)	3,013	2,525	2,591	2,379	2,202	2,537	2,356	1,949	1,950	1,880
前年比	4.4%	-16.2%	2.6%	-8.2%	-7.4%	15.2%	-7.1%	-17.3%	0.1%	-3.6%
うちハードウェア (億円)	2,329	2,016	1,667	1,649	1,756	1,558	1,378	1,353	1,354	1,267
前年比	-23.2%	-13.4%	-17.3%	-1.1%	6.5%	-11.3%	-11.6%	-1.8%	0.1%	-6.4%

出所：CESAのデータをもとにSR社作成

SR社の認識では、ビデオゲーム市場の変動は、ゲーム機本体の発売が作り出している大きなトレンドに加え、スマートフォンの急速な普及と、ソーシャルゲームを始めとしたオンラインゲームの市場拡大が大きく影響している。2010年以降、オンラインゲーム市場が急速に拡大し、ゲーム関連全体の市場規模は拡大しているが、ゲーム専用機の市場規模は縮小を続けている。

ゲーム専用機の特徴として、ゲーム機本体がスマートフォンやPCと比較して価格が安いこと、ネットワークに繋がる環境になくともゲームを楽しむことができること、ソフトの貸し借りができること、ソフトを買ってしまえば、継続的に課金される心配がないことなどから、一定の需要は継続すると考えられる。一方で、ゲームライトユーザーのスマートフォンへの移行、ゲームソフトのダウンロード販売の普及などにより、パッケージゲームソフトの流通額は縮小すると予想する。

日本のカプセル玩具市場

カプセル玩具は、1970年代に街角の駄菓子屋やおもちゃ屋の前に玩具自動販売機が置かれ、日本全国に広まった。1970年代後半にはスーパーカー消しゴムが、1980年代前半には人気漫画「キン肉マン」の消しゴムが、小学生を中心にヒットした。1990年代後半には、精巧でリアルさを追求したフィギュアの投入により、子供だけでなく大人にまでファンを増やし、300億円規模の市場に成長した。

過去10年の間、カプセル玩具の市場規模は概ね250億円から350億円の間で推移している。2007年に市場シェア6割（同社推定）を持つ同社が、不採算な玩具自動販売機の整理を行ったことで、2008年および2009年は市場規模が縮小した。その後、カプセル玩具の市場は2009年を底に緩やかな増加傾向にある。

同社によれば、カプセル玩具の市場は、一定の安定的な需要に加え、ヒット商品の有無が販売に大きく影響する傾向があるという。特に2011年は前年比で大きく販売が増加しているが、これは「仮面ライダー」関連のカプセル玩具が人気化したことによるという。

カプセル玩具市場の推移

	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
金額 (億円)	285	249	259	301	270	278	319	311	277	319
前年比	-6.6%	-12.6%	4.2%	16.0%	-10.3%	3.0%	14.7%	-2.5%	-10.9%	15.2%

出所：日本玩具協会「玩具市場規模調査結果データ」をもとにSR社作成

競合環境

同社によれば、全国展開して様々な玩具メーカーの商品を取り扱う主要な中間流通事業者は同社と株式会社カワダ（非上場、以下、カワダ社）であり、玩具から映像音楽まで幅広く中間流通業を手掛けているのは同社のみであるという。

カワダ社は、独自商品としてブロック玩具や知育玩具も販売する玩具中間流通事業者で、独自商品としては「ダイヤブロック」が有名である。2017年5月期の売上高は250億円（2016年5月期の売上高は260億円）（出所：カワダ社のホームページ）。

同社の売上は、カワダ社の売上を大きく上回り、取扱商品も異なることから、競争関係というより、住み分けが進んでいる状況といえよう。

経営戦略

同社の経営戦略は、二つに分けられる。一つは、少子高齢化などを背景に市場縮小が見込まれる商品を取り扱いながら、市場シェアの拡大により、売上を拡大させること、もう一つは、自社開発品の売上高構成を増やし、売上及び利益率を向上させることである。

市場シェアの拡大

SR社の認識では、玩具、ビデオゲーム、映像ソフト・音楽ソフトといった同社の取扱商品は、少子高齢化、オンライン取引普及の影響により、市場縮小が予想される。実際に映像ソフト・音楽ソフトに関してはダウンロード販売の普及や無料動画サイトの影響でパッケージソフトの市場規模が縮小している。

取扱商品の市場縮小は同社の短期的な業績には歓迎すべきことではない。しかしながら、同社は、1990年代後半から玩具中間流通事業者の再編が進む中で、M&Aにより売上規模を拡大してきた（「沿革」の項参照）。SR社は、中長期的に、市場縮小のために映像ソフト・音楽ソフトやビデオゲームを専業とする中間流通事業者の再編も進み、同社が取引を拡大できる余地が大きいと推測する。

また2019年3月期からの第8次中期計画では、玩具以外のプラモデル等のホビー分野の他、アミューズメントのイベント企画や、音楽ライブ、スマホゲーム等の新規事業への挑戦を基本戦略の一つとしている。

映像音楽事業のシェア拡大余地

同社によれば、2018年3月末現在、映像ソフト・音楽ソフトの流通に関しては、映像ソフトメーカー・音楽ソフトメーカーと小売業者との直接取引が59%となっている。SR社では、将来的にはパッケージソフト市場の縮小から、映像ソフトメーカー・音楽ソフトメーカーが、自社の販売促進および流通業務を同社のような中間流通業者に移管する可能性があるとする。

SR社は、上記のような業務移管が更に行われることによって、中長期的に取引および売上拡大の機会になると考えている。

同社は、2018年3月に星光堂社の音楽・映像商材の卸売事業を会社分割によって承継した（会社分割後の商号は星光堂マーケティング）。同社によれば、国内映像音楽の中間流通シェアは、星光堂社が17%、同社が11%、その他が13%（親会社の流通のみを担う企業のシェア10%を含む）、メーカーとの直取引が59%である。当該承継によって同社のシェアは28%となり、メーカーとの直取引59%、親会社の流通のみを請け負う企業のシェア10%を差引くと、同社の事実上の独占となったといえる。

ビデオゲーム事業のシェア拡大余地

2013年7月、同社はビデオゲーム中間流通事業者のトイズユニオン株式会社（現株式会社マックスゲームズ）の株式を取得し、子会社化した。同社によれば、トイズユニオン社の子会社化によって国内の任天堂社関連製品の取扱いシェアは約25%に達し、任天堂社関連製品を取り扱う大手中間流通事業者で、業界第2位になったという。

任天堂社関連製品を取り扱う中間流通事業者の第1位は任天堂販売株式会社である。2016年6月、任天堂社は、ビデオゲーム卸事業を展開するジェスネット株式会社（2015年7月期売上高57,062百万円）の株式70.0%を取得し、連結子会社化すること、及び株式会社アジオカよりビデオゲーム卸事業（2016年6月期売上高38,735百万円）を譲り受けた。2017年4月にはジェスネット社から任天堂販売社に社名変更した。

任天堂販売社と同社を合わせた国内任天堂社関連製品の取扱いシェアはほぼ100%となる。同社は任天堂販売社とは協業する方針であるという。

自社開発品の売上高拡大

同社は中期的な方針として、収益性の高い自社オリジナル・独占販売商品の売上拡大を掲げている。

2019年3月期からの第8次中期経営計画では、第7次の方針を維持し、自社開発品に関して、同社の優位性のある市場に集中することで、収益の改善を図る方針としている。

過去の業績

2018年3月期通期決算実績

売上高197,607百万円（前期比13.5%増）、営業利益4,806百万円（同30.0%増）、経常利益4,701百万円（同35.1%増）、親会社株主に帰属する当期純利益4,031百万円（同97.6%増）となった。

ビデオゲーム事業にて任天堂の「Nintendo Switch」及び関連ソフトが好調に推移したことや、映像音楽事業で一部作品がヒットしたことなどにより、増収増益となった。特別損益においては、株式会社SRAとの訴訟の控訴審判決に伴い、受取賠償金1,198百万円を特別利益に計上した。

同社の関連業界においては、ビデオゲーム市場はヒット商品の牽引により好調に推移しているものの、玩具市場は消費者ニーズの多様化、映像音楽市場は配信サービスの普及など視聴方法の多様化により、依然厳しい状況で推移した。

セグメント別の業績は次の通りとなった。

玩具事業

売上高71,403百万円（前期比3.1%減）、セグメント利益2,467百万円（同19.0%減）となった。

バンダイ商品において、「仮面ライダービルド」や「HUGっと！プリキュア」等の一部商材は好調に推移したものの、最大の商戦期である年末商戦において、ビデオゲーム市場の好調が玩具市場に影響し、売上高、利益面ともに前期を下回った。

玩具メーカー別では、バンダイ社製品の売上高は36,500百万円（前期比3.0%減）、売上高構成比は51.1%（前期は51.0%）、タカラトミー社製品の売上高は7,300百万円（前期比4.0%増）、売上高構成比は10.3%（前期は9.6%）、同社オリジナル製品の売上高は1,600百万円（前期比6.8%減）、売上高構成比は2.3%（前年同期比は2.4%）となった。

バンダイナムコホールディングス社において、2018年3月期のトイホビーセグメント（注）の売上高は222,417百万円（セグメント組換え後の売上高で前期比2.0%増）となった。バンダイナムコホールディングス社資料によれば、「仮面ライダー」シリーズ、「プリキュア」シリーズ、「ドラゴンボール」シリーズなどの定番IP商品の好調が継続した。バンダイナムコホールディングス社は増収となったが、製品ミックスの影響から同社のバンダイ社製品の売上高は減収となった。

注：バンダイナムコホールディングス社は、2018年3月期において、アミューズメント施設向けの景品やコンビニエンスストア等に向けたロト商材に関する事業を、ネットワークエンターテインメント事業からトイホビー事業に区分を変更した。

タカラトミー社において、2018年3月期の日本セグメントの売上高は145,854百万円（前期比10.7%増）であった。50周年を迎える「リカちゃん」の商品販売が伸長したことや、テレビアニメ「トミカハイパーレスキュードライブヘッド」等の定番商品が好調に推移した。

利益面では、減収に加え、在庫処分金額が1,300百万円（前期の在庫処分金額は700百万円）となったことにより、減益となった。

映像音楽事業

売上高42,466百万円（前期比21.7%増）、セグメント利益882百万円（同111.0%増）となった。

売上高は、株式会社星光堂の音楽映像パッケージの卸売に関する権利義務の一部を承継したことや、映画「君の名は。」や自社幹事作品である映画「キセキーあの日のソビト」のパッケージが好調に推移し、前期を上回った。映像分野の卸売部門の売上高は28,000百万円（前期比26.1%増）、映像分野のメーカー部門の売上高は4,400百万円（同0.1%減）、音楽分野の売上高は9,900百万円（同21.8%増）となった。なお、2018年3月に星光堂社の事業を承継した同社子会社の星光堂マーケティング社の売上高は映像分野の卸売部門で3,700百万円、音楽分野で1,900百万円であった。

利益面では、星光堂社の事業承継に伴う一時的な手数料収入があった他、前期第1四半期に自社作品で投資損失を計上した反動、自社幹事作品である映画「キセキーあの日のソビト」（2017年1月劇場公開）の興行収入の分配金、同作のDVD（2017年7月発売）による利益貢献があった。

ビデオゲーム事業

売上高63,107百万円（前期比40.9%増）、セグメント利益1,180百万円（同207.3%増）となった。

2017年3月発売の「Nintendo Switch」ハードおよび「スプラトゥーン2」、「スーパーマリオオデッセイ」などの関連ソフトがヒットした他、「PlayStation4」のソフト「モンスターハンター：ワールド」などが好調に推移し、大幅な増収増益となった。

メーカー別では、任天堂社製品の売上高は53,900百万円（前期比59.4%増）、ソニー・インタラクティブエンタテインメント社製品の売上高は8,300百万円（同15.3%減）となった。

アミューズメント事業

売上高20,630百万円（前期比0.1%減）、セグメント利益1,678百万円（同31.0%増）となった。

カードゲーム商材は低調に推移したものの、カプセル玩具は高速道路のサービスエリアや駅構内、大型ショッピングモール等の優良ロケーションを獲得したことに加え、仮面ライダー関連商品などが好調に推移し、前期並みの売上高となった。内訳として、カプセル玩具の売上高は10,900百万円（前期比15.2%増）、カードゲームは8,000百万円（同11.7%減）となった。

利益面では、上述の通り、カプセル玩具では優良ロケーションの獲得に努めた他、収益性の低いロケーションからの撤退を行った。これによりカプセル玩具の売上が増収となったことに加え、ロケーションの絞り込みによってカプセル玩具補充のための業務委託費が減少し、増益となった。

2018年3月第3四半期決算実績

売上高153,682百万円（前年同期比14.8%増）、営業利益4,694百万円（同43.5%増）、経常利益4,540百万円（同46.9%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益3,793百万円（同111.5%増）となった。

ビデオゲーム事業にて任天堂の「Nintendo Switch」ハード及び関連ソフトが好調に推移したことや、映像音楽事業で一部作品がヒットしたことなどにより、増収増益となった。

同社の関連業界においては、ビデオゲーム市場は持ち直しの動きが続いているものの、玩具市場は少子化や消費者ニーズの多様化、映像音楽市場は配信サービスの普及など視聴方法の多様化により、依然厳しい状況で推移した。

セグメント別の業績は次の通りとなった。

玩具事業

売上高58,145百万円（前年同期比2.2%減）、セグメント利益2,765百万円（同2.2%減）となった。

バンダイ商品において、「仮面ライダービルド」や「ウルトラマンジード」関連及び女兒向けキャラクター商品の一部は好調に推移したものの、最大の商戦期である年末商戦において、ビデオゲーム市場の好調が玩具市場に影響し、売上が前年同期を下回った。

玩具メーカー別では、バンダイ社製品の売上高は29,100百万円（前年同期比2.3%減）、売上高構成比は50.1%（前年同期は50.1%）、タカトミー社製品の売上高は5,800百万円（前年同期比2.7%増）、売上高構成比は10.1%（前年同期は9.7%）、同社オリジナル製品の売上高は1,300百万円（前年同期比9.1%減）、売上高構成比は2.3%（前年同期比は2.5%）となった。

バンダイナムコホールディングス社において、2018年3月期第3四半期の玩具セグメントの売上高は164,376百万円（前年同期比0.8%減）となった。バンダイナムコホールディングス社資料によれば、「仮面ライダー」シリーズ、「スーパー戦隊」シリーズなどの定番IP商品が好調に推移した。一方、「妖怪ウォッチ」関連商品の国内売上高は3,100百万円（前年同期は8,500百万円）となった。

タカトミー社において、2018年3月期第3四半期の日本セグメントの売上高は116,827百万円（前年同期比11.7%増）であった。50周年を迎える「リカちゃん」の商品販売が伸長したことや、テレビアニメ「トミカハイパーレスキュードライブヘッド」等の定番商品が好調に推移した。

利益面では、減収に加え、在庫処分金額が増加したことにより減益となった。

映像音楽事業

売上高28,148百万円（前年同期比9.1%増）、セグメント利益482百万円（同34.6%増）となった。

売上高は、映画「君の名は。」や自社幹事作品である映画「キセキーあの日のソビト」のパッケージが好調に推移し、前年同期を上回った。映像分野の卸売部門の売上高は19,300百万円（前年同期比18.3%増）、映像分野のメーカー部門の売上高は3,200百万円（同4.0%減）、音楽分野の売上高は5,500百万円（同8.4%減）となった。

利益面では、増収効果の他、前期第1四半期に自社作品で投資損失を計上した反動、自社幹事作品である映画「キセキーあの日のソビト」（2017年1月劇場公開）の興行収入の分配金、同作のDVD（2017年7月発売）による利益貢献があった。

ビデオゲーム事業

売上高52,424百万円（前年同期比56.6%増）、セグメント利益1,194百万円（前379.5%増）となった。

メーカー別では、任天堂社製品の売上高は46,100百万円（前年同期比85.7%増）、ソニー・インタラクティブエンタテインメント社製品の売上高は5,700百万円（同27.5%減）となった。

「Nintendo Switch」ハード及び「スーパーマリオオデッセイ」などの関連ソフト、ニンテンドー3DSのソフト「ポケットモンスター ウルトラサン・ウルトラムーン」及び「ニンテンドークラシックミニ スーパーファミコン」が好調に推移し、増収増益となった。任天堂社の据置型ハードの売上高は20,300百万円（前年同期は1,400百万円）、ソフトの売上高は7,700百万円（同441.7%増）となった。

利益面では、「Nintendo Switch」関連ソフトの売上高が利益の増加の主要因となった。

アミューズメント事業

売上高14,963百万円（前年同期比1.5%減）、セグメント利益1,232百万円（同38.6%増）となった。

内訳として、カプセル玩具の売上高は8,000百万円（前年同期比14.2%増）、カードゲームの売上高は5,700百万円（同13.1%減）となった。カプセル玩具は駅構内や、大型ショッピングモールでの優良ロケーションの獲得により好調に推移したことに加え、仮面ライダー関連商品なども好調に推移したものの、カードゲーム商材が低調に推移し減収となった。

利益面では、上述の通り優良ロケーションの獲得に努めた他、収益性の低いロケーションからの撤退を行った。これによりカプセル玩具の売上が増収となったことに加え、ロケーションの絞り込みによってカプセル玩具補充のための業務委託費が減少したため増益となった。

その他：記念配当の実施

2018年3月期の期末配当金について、当初予想の普通配当1株当たり15円に、特別配当1株当たり10円を加えた25円に修正した。第2四半期末の配当1株当たり15円との合計額では40円（普通配当30円、特別配当10円）となり、5期連続の増配となる。

2018年3月第2四半期決算実績

売上高84,827百万円（前年同期比17.1%増）、営業利益1,761百万円（同108.6%増）、経常利益1,640百万円（同121.1%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益1,044百万円（同217.0%増）となった。

ビデオゲーム事業にて任天堂の「Nintendo Switch」及び関連ソフトが好調に推移したことや、映像音楽事業で一部作品がヒットしたことなどにより、増収増益となった。

同社の関連業界においては、ビデオゲーム市場は持ち直しの動きが続いているものの、玩具市場は少子化や消費者ニーズの多様化、映像音楽市場はソフト配信の普及によるパッケージ市場の低迷などにより、依然厳しい状況で推移した。

セグメント別の業績は次の通りとなった。

玩具事業

売上高31,206百万円（前年同期比1.2%減）、セグメント利益891百万円（同16.0%増）となった。

バンダイ商品において、「仮面ライダービルド」（2017年9月テレビ放送開始）や「ウルトラマンジード」（2017年7月テレビ放送開始）の関連玩具および女兒ホビー関連が好調に推移したものの、市場全体をけん引するに至らず、前年同期比で減収となった。

玩具メーカー別では、バンダイ社製品の売上高は15,100百万円（前年同期比2.1%減）、売上高構成比は48.5%（前年同期は48.9%）、タカラトミー社製品の売上高は3,200百万円（前年同期比7.5%増）、売上高構成比は10.5%（前年同期は9.7%）、同社オリジナル製品の売上高は700百万円（前年同期比11.1%減）、売上高構成比は2.5%（前年同期比は2.8%）となった。

バンダイナムコホールディングス社において、2018年3月期第2四半期の玩具ホビーセグメントの売上高は98,135百万円（前年同期比5.5%減）となった。バンダイナムコホールディングス社資料によれば、「仮面ライダー」シリーズ、「スー

「パー戦隊」シリーズ、「プリキュア」シリーズなどの定番IP商品が好調に推移した。一方、「妖怪ウォッチ」関連商品の国内売上高は2,000百万円（前年同期は5,600百万円）となった。

タカラトミー社において、2018年3月期第2四半期の日本セグメントの売上高は73,799百万円（前年同期比20.9%増）であった。50周年を迎える「リカちゃん」の商品販売が伸長した他、「ベイブレードバースト」、タマゴを孵化させ楽しむ新感覚ペット「うまれて！ウーモ」が引き続き好評に推移した。

利益面では、販売管理費の減少などにより増益となった。具体的には2017年3月期発生した修繕費が減少した。在庫処分金額は390百万円と前年同期の340百万円から増加した。

中期経営計画に基づく取り組みとして、同社はプラモデル等のホビー商材のシェア拡大を進めている。

映像音楽事業

売上高18,930百万円（前年同期比14.6%増）、セグメント利益311百万円（同112.5%増）となった。

映画「君の名は。」や自社幹事作品である映画「キセキーあの日のソビトー」（2017年1月劇場公開）のパッケージ販売が売上を牽引し増収となった。映像分野の卸売部門の売上高は12,900百万円（前年同期比20.5%増）、映像分野のメーカー部門の売上高は2,300百万円（同21.1%増）、音楽分野の売上高は3,600百万円（同5.0%減）となった。

利益面では、増収効果の他、前年同期に自社作品で投資損失を計上した反動、自社幹事作品である映画「キセキーあの日のソビトー」（2017年1月劇場公開）の興行収入の分配金、同作のパッケージ販売（2017年7月発売）による利益貢献があった。

ビデオゲーム事業

売上高24,856百万円（前年同期比73.8%増）、セグメント利益402百万円（前年同期はセグメント損失36百万円）となった。

メーカー別では、任天堂社製品の売上高は21,200百万円（前年同期比108.9%増）、ソニー・インタラクティブエンタテインメント社製品の売上高は3,300百万円（同10.2%減）となった。

「Nintendo Switch」及び「スプラトゥーン2」などの関連ソフトやニンテンドー3DS・PlayStation4のソフト「ドラゴンクエストXI過ぎ去りし時を求めて」などのヒットにより、増収増益となった。

アミューズメント事業

売上高9,833百万円（前年同期比2.1%減）、セグメント利益761百万円（同18.5%増）となった。

カプセル玩具は駅構内や、高速道路のサービスエリアにおける期間限定販売、大型ショッピングモールでの増設など優良ロケーションの獲得により好調に推移したものの、カードゲーム商材が低調に推移し減収となった。内訳として、カプセル玩具の売上高は5,300百万円（前年同期比10.1%増）、カードゲームは3,700百万円（同11.6%減）となった。

利益面ではロケーションの見直しなどにより増益となった。上述の通り優良ロケーションの獲得に努めた他、収益性の低いロケーションからの撤退を行った。これによりカプセル玩具の売上が増収となったことに加え、ロケーションの絞り込みによってカプセル玩具補充のための業務委託費が減少した。

2018年3月第1四半期決算実績

売上高35,150百万円（前年同期比7.3%増）、営業利益449百万円（同195.4%増）、経常利益392百万円（同312.6%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益177百万円（前年同期の親会社株主に帰属する四半期純損失は26百万円）となった。

ビデオゲーム事業が好調に推移したことや、映像音楽事業で自社幹事作品がヒットしたことなどにより、増収増益となった。

同社の関連業界においては、「Nintendo Switch」の発売などによりビデオゲーム市場は持ち直しの動きがあったものの、玩具市場は少子化や消費者ニーズの多様化、映像音楽市場はソフト配信の普及によるパッケージ市場の低迷などにより、厳しい状況で推移した。

セグメント別の業績は次の通りとなった。

玩具事業

売上高13,450百万円（前年同期比5.9%減）、セグメント利益300百万円（同5.6%増）となった。

バンダイの「仮面ライダーエグゼイド」や「ウルトラマンオーブ」関連商品が好調に推移したものの、市場全体をけん引するに至らず、前年同期比で減収となった。中期経営計画に基づく取り組みとして、プラモデル等のホビー商材の取扱いの強化を進めている。

玩具メーカー別では、バンダイ社製品の売上高は6,000百万円（前年同期比6.1%減）、売上構成比は45.1%（前年同期は45.2%）、タカラトミー社製品の売上高は1,500百万円（前年同期比7.8%増）、売上構成比は11.4%（前年同期は9.9%）、同社オリジナル製品の売上高は200百万円（前年同期比45.2%減）、売上構成比は1.9%（前年同期は3.2%）となった。

バンダイナムコホールディングス社において、2018年3月期第1四半期のトイホビーセグメントの売上高は42,794百万円（前年同期比11.0%減）となった。バンダイナムコホールディングス社資料によれば、「仮面ライダー」シリーズ、「スーパー戦隊」シリーズ、「プリキュア」シリーズなどの定番IP商品は好調に推移した。一方、「妖怪ウォッチ」関連商品の国内売上高は800百万円（前年同期は2,300百万円）となった。

タカラトミー社において、2018年3月期第1四半期の日本セグメントの売上高は32,485百万円（前年同期比18.0%増）であった。「ベイブレードバースト」の好調に加え、定番商品の「リカちゃん」、タマゴを孵化させる新感覚ペット「うまれて！ウーモ」等が好調に推移した。

利益面では、販売管理費の削減などにより増益となった。物流の効率化などが効を奏した。

映像音楽事業

売上高7,944百万円（前年同期比2.4%減）、セグメント利益89百万円（前年同期はセグメント損失54百万円）となった。

パッケージ市場全体が低調に推移している中、同社においても売上高は減収となった。映像分野の卸売部門の売上高は5,300百万円（前年同期比1.9%増）、映像分野のメーカー部門の売上高は1,200百万円（同17.2%増）、音楽分野の売上高は1,300百万円（同25.4%減）となった。

利益面では、前年同期に自社作品で投資損失を計上した反動に加え、自社幹事作品である映画「キセキーあの日のソビトー」（2017年1月劇場公開）のヒットによって、興行収入の分配金に加え、2017年7月にDVDを発売した収益貢献があった。

ビデオゲーム事業

売上高9,263百万円（前年同期比58.8%増）、セグメント利益61百万円（前年同期はセグメント損失129百万円）となった。

メーカー別では、任天堂社製品の売上高は7,600百万円（前年同期比76.7%増）、ソニー・インタラクティブエンタテインメント社製品の売上高は1,500百万円（同19.8%増）となった。

2017年3月に発売した「Nintendo Switch」の本体及び「マリオカート8 デラックス」などのソフトが好調に推移し、増収増益となった。

アミューズメント事業

売上高4,492百万円（前年同期比0.1%増）、セグメント利益305百万円（同11.6%減）となった。

カプセル玩具、キッズカードゲーム機商材ともに、仮面ライダー関連商品は好調に推移したものの、市場全体をけん引するに至らなかった。内訳として、カプセル玩具の売上高は2,400百万円（前年同期比7.6%増）、カードゲームは1,600百万円（同10.8%減）となった。

利益面では、キッズカードゲーム筐体の更新に伴う費用が発生したことにより、減益となった。

2017年3月期通期決算実績

売上高174,059百万円（前期比7.1%減）、営業利益3,698百万円（同7.2%増）、経常利益3,479百万円（同0.5%減）、親会社株主に帰属する当期純利益2,040百万円（同13.5%減）となった。

同社の関連業界においては、玩具市場は少子化や消費者ニーズの多様化、映像音楽市場、ビデオゲーム市場は映像や音楽のソフト配信やスマートフォン向けゲームの普及によるパッケージ市場の低迷等、厳しい状況で推移した。

売上高は減収となったが、在庫圧縮に努めたことによる在庫処分の減少によって利益面における改善が見られたことや、利益率の高い独占流通作品の販売を推進した結果、営業利益は増益となった。営業外費用で持分法による投資損失283百万円を計上したことから経常利益は営業利益を下回った。持分法による投資損失は2015年12月に第三者割当増資の引き受けにより持分法適用関連会社としたブロッコリー社（出資比率25.15%）の影響による。株式会社ブロッコリーとは、新規レーベル『b-sound（ビーサウンド）』の立ち上げや、コンビニエンスストアに向けたキャンペーンの実施等、シナジー効果を発揮できる取組みを進めている。

セグメント別の業績は次の通りとなった。

玩具事業

売上高73,725百万円（前期比4.1%減）、セグメント利益3,044百万円（同6.9%増）となった。

バンダイの「仮面ライダーエグゼイド」などのキャラクター商材が好調に推移したものの、市場を牽引するに至らず、前期比で減収となった。

玩具メーカー別では、バンダイ社製品の売上高は37,600百万円（前期比10.4%減）、売上構成比は51.0%（前期は54.6%）、タカラトミー社製品の売上高は7,000百万円（前期比41.6%増）、売上構成比は9.6%（前期は6.5%）、同社オリジナル製品の売上高は1,700百万円（前期比10.6%増）、売上構成比は2.4%（前期は2.1%）、その他メーカー製品の売上高は27,200百万円（前期比3.6%減）、売上構成比は37.0%（前期は36.8%）となった。

バンダイナムコホールディングス社において、2017年3月期の玩具ホビーセグメントの売上高は193,229百万円（前期比6.4%減）となった。バンダイナムコホールディングス社資料によれば、前期に国内玩具ホビー売上高に対する貢献度が高かった「妖怪ウォッチ」関連商品の売上高が減少したことにより前期比減収となったが、「仮面ライダー」シリーズ、「プリキュア」シリーズなどの定番IP商品は好調に推移した。なお、バンダイナムコホールディングス社における「妖怪ウォッチ」関連商品の国内売上高は9,300百万円（前期は30,800百万円）であった。

一方、タカラトミー社において、2017年3月期の日本セグメントの売上高は131,810百万円（前期比21.5%増）であった。「ベイブレードバースト」や「デュエル・マスターズ」に加え、年末商戦においては、タマゴを孵化させる新感覚ペット「うまれて！ウーモ」等が好調に推移した。

利益面では、適正在庫の維持に努めたことによる在庫処分の減少等により増益となった。在庫処分金額は700百万円と前期の1,800百万円から大幅に改善した。前期は、「妖怪ウォッチ」の需要鈍化を誤り、多額の処分損を計上したが、当期は、「仮面ライダー」や「スーパー戦隊」などの需要見通しが妥当であり、さらに在庫の抑制に注力したことが奏功した。

映像音楽事業

売上高34,890百万円（前期比9.1%減）、セグメント利益418百万円（同10.3%減）となった。

映像分野の卸売部門の売上高は22,200百万円（前期比10.2%減）、映像分野のメーカー部門の売上高は4,400百万円（同5.8%減）、音楽分野の売上高は8,100百万円（同7.7%減）となった。

「シン・ゴジラ」など一部ヒット作品はあったものの、パッケージ市場全体が低調に推移している中、同社においても売上高は減収となった。利益面に関しては、第1四半期に一部の自社商品で損失を計上したことにより、減益となった。

なお、同社幹事の劇場公開映画『キセキ 一あの日のソビト』は興行収入1,480百万円となった。興行収入の分配金に加え、2017年7月にDVDを発売することで、2018年3月期に収益貢献が見込まれる。

ビデオゲーム事業

売上高44,793百万円（前期比10.4%減）、セグメント利益384百万円（前期はセグメント損失43百万円）となった。

メーカー別では、任天堂社製品の売上高は33,800百万円（前期比16.5%減）、ソニー・インタラクティブエンタテインメント社製品の売上高は9,900百万円（前期比24.8%増）、その他メーカー製品の売上高は1,000百万円（前期比33.6%減）となった。

「Nintendo Switch」や「PlayStation 4」本体及び関連商材が好調に推移した。ソフト配信やスマートフォン向けゲームの影響等により、減収となった。利益面では、同社独占流通のソフトが好調であったことや在庫処分による損失が前期の約500百万円から100百万円に減少したことにより、増益となった。

「Nintendo Switch」については、同社の売上高に寄与したが、第4四半期のみのものであり、通期では任天堂の据置型ハードウェアの売上高は5,200百万円（前期比17.6%減）となった。また、ハードウェアの利益率は低いことから、今期の

「Nintendo Switch」の利益寄与は限定的であった模様。同社によれば、ゲームユーザーによる「Nintendo Switch」の注目度は高く、ハードウェアは入手困難な状態が続いているという。2018年3月期にはハードウェアの売上貢献とソフトウェアによる利益寄与が期待されるとしている。

アミューズメント事業

売上高20,649百万円（前期比6.2%減）、セグメント利益1,281百万円（同22.5%減）となった。

集客力の高い施設におけるイベント販売等を実施したが、大きなヒット商材に恵まれなかったことから減収となった。内訳として、カプセル玩具の売上高は9,400百万円（前期比8.6%減）、カードゲームは9,100百万円（同1.7%減）となった。

利益面では、減収に加え、新型キッズカードゲーム筐体の導入等に伴う費用が約550百万円発生したことにより、減益となった。

2016年3月期通期決算実績

売上高187,274百万円（前期比13.8%減）、営業利益3,450百万円（同31.8%減）、経常利益3,497百万円（同31.8%減）、親会社株主に帰属する当期純利益2,359百万円（同41.7%減）となった。

同社の関連業界においては、玩具市場は少子化や消費者ニーズの多様化、映像音楽市場、ビデオゲーム市場は映像や音楽のソフト配信やスマートフォン向けゲームの普及によるパッケージ市場の低迷等、厳しい状況で推移した。

同社グループの業績については、メーカー部門においては、優位性のある市場へ投資を集中させることにより収益が改善傾向に向かっているが、流通部門においては、最大の商戦期である年末商戦において大きなヒットに恵まれず、減収減益となった。

セグメント別の業績は次の通りとなった。

玩具事業

売上高76,874百万円（前期比17.6%減）、セグメント利益2,848百万円（同33.4%減）となった。

最大の商戦期である年末商戦において大きなヒットに恵まれず、売上高は低調に推移した。バンダイナムコホールディングス社資料によれば、「仮面ライダー」、「スーパー戦隊」、「アイカツ!」などのキャラクター商材の売上高が前期比で減少した。なお、前期に売上の牽引役となった「妖怪ウォッチ」関連商品のバンダイナムコホールディングス社における売上高は30,800百万円（前期は55,200百万円）であった。

利益面についても、減収による売上総利益の減少に加え、在庫過多商品の評価減のために、在庫処分損を大きく計上した前期を上回る処分損約1,800百万円（前期は約1,600百万円）を計上したことにより減益となった。

映像音楽事業

売上高38,367百万円（前期比11.5%減）、セグメント利益466百万円（同130.7%増）となった。

インターネットを利用したソフト配信の影響によりパッケージ市場全体が低調に推移している中、同社においても売上高は減収となった。

利益面に関しては、流通部門における固定費の削減効果、独占流通商品のアニメDVDボックスが利益貢献したこと、メーカー部門の投資損失の減少による収益改善により大幅増益となった。

ビデオゲーム事業

売上高50,009百万円（前期比11.4%減）、セグメント損失43百万円（前期はセグメント利益254百万円）となった。

ソフト配信やスマートフォン向けゲームの普及の影響等により、パッケージ市場全体が低迷している中、同社においてもヒット商品不足により減収となった。

利益面についても、独占流通商品の販売予測未達と自社制作作品の不振により在庫過多商品の在庫処分約500百万円（前期は約300百万円）を計上し、減益となった。

アミューズメント事業

売上高22,023百万円（前期比8.8%減）、セグメント利益1,652百万円（同8.0%減）となった。

玩具自動販売機商材やキッズカードゲーム機商材において、前期を大きく上回る商材がなかったことや、在庫評価減を計上したことにより減収減益となった。

バンダイナムコホールディングス社資料によれば、デジタルカード販売枚数は233百万枚（前期は269百万枚）と、前期比で減少した。

その他情報

沿革

同社が発足した1991年はトイザラス社の日本進出の年であった。当時の日本の玩具小売業は小規模店が中心であり、仕入れは中間流通事業者を通じて行なわれていたが、トイザラス社はその大量販売力を武器に、玩具メーカーとの直接取引を開始した。バンダイ社はトイザラス社の日本進出以降も、日本トイザラス社を含む量販店や大手玩具専門店とは、同社を通じて取引を行うこととした。

日本トイザラス社は玩具メーカーとの直接取引に加え、玩具小売業界に販売価格の自由化ももたらした。1990年代前半当時、玩具はメーカー希望小売価格が小売業において遵守されることが多かったが、トイザラス社出店後は玩具の価格競争が進み、玩具メーカーおよび小売業者は、流通コストの削減を図るため、大手玩具中間流通事業者へ取引が集中することとなった。

1990年代以降、トイザラス社の日本進出によるメーカー直接取引、大手中間流通事業者への取引集中に加え、バブル景気崩壊後の消費不況の影響により、玩具中間流通業界は再編の波にさらされる中、同社は地域の中間流通事業者を傘下に収めていった。また、バンダイ社以外の玩具メーカーとの取引拡大、玩具以外の中間流通業への進出により、業績成長を果たした。

年	概要
1969年	有限会社トウショウとして法人化（その後、1972年に株式会社トウショウに変更）
1972年	ポピー社（現バンダイ社）と本格的に取引開始
1991年	バンダイ社の系列玩具中間流通事業者3社（同社、株式会社ダイリン、株式会社セイコー）が合併し、商号を株式会社ハピネットに変更
1994年	バンダイ社が同社の株式を追加取得し、同社はバンダイ社の関連会社となった。また、「プレイステーション」の取扱いを開始し、ビデオゲーム中間流通業に参入
1994年	愛知県の株式会社太陽玩具商会の株式を取得
1995年	北海道の株式会社ヒラナカの株式を取得
1999年	株式会社ビームエンタテインメントの株式を取得し、DVD中間流通業に参入
2001年	静岡県の株式会社トヨクニの株式を取得
2002年	株式会社ハピネット・ジェイピーが、大阪府の松井栄玩具株式会社より営業を譲受
2006年	任天堂製品を取り扱う大阪府の株式会社モリガングの株式を取得
2007年	株式会社サンリンクおよび株式会社アップルの株式を取得
2009年	映像音楽中間流通業2位の株式会社ウイントの株式を取得し、音楽ソフト中間流通業に参入
2013年	任天堂製品を取り扱うトイズユニオン株式会社の株式を取得
2014年	株式会社ハピネット・ピーエムを株式会社ハピネットに吸収合併
2014年	トイズユニオン株式会社と株式会社モリゲームズが、トイズユニオン株式会社を存続会社として合併し、社名を株式会社マックスゲームズに変更（現 連結子会社）
2015年	株式会社プロッコリーと資本業務提携（現 持分法適用関連会社）
2016年	ハピネット・ライブエンタテインメント合同会社（現ハピネット・ライブエモーション合同会社）を共同設立
2018年	株式会社星光堂の音楽・映像素材の卸売事業を会社分割によって承継

ニュース&トピックス

2018年2月

2018年2月8日、同社は、業績予想の修正、期末配当予想の修正（特別配当の実施）に関して発表した。

2018年3月期通期業績予想

- ▷ 売上高：193,000百万円（前回予想180,000百万円）
- ▷ 営業利益：4,800百万円（同4,200百万円）
- ▷ 経常利益：4,600百万円（同4,000百万円）
- ▷ 親会社株主に帰属する当期純利益：3,800百万円（同3,200百万円）
- ▷ 一株当たり当期純利益：171.95円（前回予想144.80円）

業績修正の理由

同社の最大の商戦期であるクリスマス・年末年始商戦において、ビデオゲーム事業で「Nintendo Switch」のハードおよび関連ソフトが好調に推移し、売上高および各利益が前回予想を上回る見通しである。

配当予想修正の内容

2018年3月期の業績予想などを勘案し、2018年3月期の期末配当については、前回予想の普通配当1株当たり15円に特別配当1株当たり10円を加えた25円に修正した。

2017年12月

2017年12月18日、同社は、業績予想の修正に関して発表した。

2018年3月期通期業績予想

- ▷ 売上高：180,000百万円（前回予想180,000百万円）
- ▷ 営業利益：4,200百万円（同4,200百万円）
- ▷ 経常利益：4,000百万円（同4,000百万円）
- ▷ 当期純利益：3,200百万円（同2,500百万円）

修正の理由

当第3四半期累計期間における同社と株式会社SRAとの訴訟の控訴審判決に伴い、特別利益を計上したことにより、親会社株主に帰属する当期純利益が前回予想を上回る見通しである。

2017年12月13日、同社は訴訟の判決に関して発表した。

同社は株式会社SRAホールディングスの子会社である株式会社SRAとの訴訟について、本日付で東京高等裁判所より判決が言い渡されたことを発表した。控訴審判決も同社の主張を大方認めた1審判決とほぼ同様の結論であった。この判決が同社の2018年3月期の業績（連結・個別）へ与える影響等については現在精査中である。

2017年12月11日、同社は子会社の会社分割（吸収分割）による音楽・映像商材の卸売事業の承継に関して発表した。

同社は、2017年12月11日開催の取締役会において、株式会社星光堂（以下、星光堂）より音楽・映像商材の卸売部門を会社分割により同社100%子会社（商号：株式会社星光堂マーケティング）にて承継する事で合意した（吸収分割効力発生日は2018年3月1日）。

事業承継の理由・目的

音楽や映像のソフト配信の進展等の影響を受け、音楽・映像パッケージ市場は低迷しており、パッケージの卸業界は継続的な受注減少という厳しい環境下にある。その中で、業界最大手の星光堂から音楽・映像商材の卸売事業を承継する事により、市場に密着したサービスの提供、物流機能やシステム等の共通利用の充実を図る。両社の強みを活かした全国ネットの流通網を強化し、各得意先との強固な関係の構築を図るとともに数多くのメーカーとの連携強化により市場拡大に努める。

星光堂の直近の経営成績及び財政状況

決算期	2015年6月期	2016年6月期	2017年6月期
売上高	58,520百万円	55,061百万円	53,327百万円
営業利益	-103百万円	-55百万円	-123百万円
経常利益	-219百万円	-190百万円	-257百万円
当期純利益	-252百万円	-216百万円	-1,471百万円
純資産	2,126百万円	1,903百万円	432百万円
総資産	19,343百万円	18,158百万円	17,803百万円

当該会社分割による対象事業の経営成績は当該会社の直近の経営成績及び財政状態に記載の金額とほぼ同額になる。

2017年9月

2017年9月25日、同社は業績予想の修正に関して発表した。

2018年3月期第2四半期累計期間（上期）業績予想の修正

- ▷ 売上高：83,000百万円（前回予想77,000百万円）
- ▷ 営業利益：1,600百万円（同1,200百万円）
- ▷ 経常利益：1,500百万円（同1,100百万円）
- ▷ 親会社株主に帰属する四半期純利益：900百万円（同700百万円）

修正の理由

当第2四半期累計期間における同社の業績は、ビデオゲーム事業において、任天堂の「Nintendo Switch 本体」および関連ソフトが好調に推移し、売上高、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する四半期純利益とも前回予想を上回る見通しである。

2018年3月期通期の業績予想は、同社最大の商戦期であるクリスマス・年末年始商戦の状況が現時点では不透明であるため、前回予想を据え置いている。

2017年2月

2017年2月9日、同社は2017年3月期第3四半期決算、2017年3月期業績予想の修正、期末配当予想の修正を発表した。

2017年3月期通期業績予想修正

- ▷ 売上高：172,000百万円（前回予想190,000百万円）
- ▷ 営業利益：3,700百万円（同4,000百万円）
- ▷ 経常利益：3,500百万円（同4,000百万円）

▷ 四半期純利益：2,200百万円（同2,600百万円）

修正の理由

同社の最大の商戦期である年末商戦において、年未年始商戦においてヒット商材にも恵まれ堅調に推移したものの、第2四半期までの落ち込みをカバーするまでには至らず、売上高、利益面とも当初の予想を下回る見通しとなった。

2017年3月期期末配当金の修正

2017年3月期の期末配当金については、当初予想の普通配当1株当たり15円に、同社生誕25周年記念配当1株当たり5円を加えた20円に修正する。第2四半期末の配当1株当たり15円との合計額では35円（普通配当30円、記念配当5）とする。

2016年11月

2016年11月22日、投資ファンドのエフィッシモ キャピタル マネージメント ピーティーイー エルティーディーは同社発行済株式総数の5.87%にあたる1,413千株を取得した旨の大量保有報告書を関東財務局に提出した。

2016年10月

2016年10月31日、同社は、訴訟の判決に関して、2016年11月2日に同訴訟の更正決定に関して、2016年11月9日に同社に対する控訴の提起に関して、2016年11月11日に控訴の提起に関して、発表した。

同社は株式会社SRAを開発委託先として、2005年より次世代基幹システムの開発に着手した。しかし、同システムの販売システムは合意された時期に納品されなかった。この件に関して、同社と株式会社SRAが相互に提起していた訴訟の判決が、2016年10月31日に東京地方裁判所より言い渡された。

判決の内容

- 同社は株式会社SRAに、22百万円及びこれに対する年6%の割合による金員を支払う。
- 株式会社SRAは同社に対し、790百万円（2016年11月1日の更正決定により822百万円に訂正）及びこれに対する年6%の割合による金員を支払う。
- 訴訟費用は4分の3を株式会社SRA、4分の1を同社の負担とする。

株式会社SRAおよび同社による控訴の提起

株式会社SRAは2016年11月8日に東京高等裁判所に同判決を不服として控訴を提起した。また、同社は2016年11月11日に東京高等裁判所に同判決に対し、株式会社SRAの請求を一部認容した部分及び同社の請求の一部を棄却した部分について不服であることから、控訴を提起した。

大株主

大株主上位 10 名 (2018 年 3 月末現在)	所有株式数の割合
株式会社バンダイナムコホールディングス	27.0%
CHASE MANHATTAN BANK GTS CLIENTS ACCOUNT ESCROW	3.2%
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)	3.1%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	2.6%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口 9)	2.6%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	2.5%
井平 康彦	2.4%
GOVERNMENT OF NORWAY	2.2%
河合 洋	1.4%
資産管理サービス信託銀行株式会社 (証券投資信託口)	1.2%

出所：会社データよりSR社作成

*上記のほか、同社が保有している自己株式2,273,050株がある。比率は、自己株式を控除して算出。

企業概要

企業正式名称	本社所在地
株式会社ハピネット	111-0043 東京都台東区駒形2-4-5 駒形CAビル
代表電話番号	上場市場
03-3847-0521	東証1部
設立年月日	上場年月日
1969年6月7日	1997年8月29日
HP	決算月
http://www.happinet.co.jp/	3月
IRコンタクト	IRページ
	http://www.happinet.co.jp/ir/index.html

株式会社シェアードリサーチは今までにない画期的な形で日本企業の基本データや分析レポートのプラットフォーム提供を目指しています。さらに、徹底した分析のもとに顧客企業のレポートを掲載し随時更新しています。SR社の現在のレポートカバレッジは以下の通りです。

株式会社アイスタイル	ケネディクス株式会社	内外トランスライン株式会社
あいホールディングス株式会社	株式会社ゲームカード・ジョイコホールディングス	長瀬産業株式会社
株式会社アクセル	株式会社ココカラファイン	ナノキャリア株式会社
アクリーティブ株式会社	コムシスホールディングス株式会社	日医工株式会社
アコーディア・ゴルフ・トラスト	サトーホールディングス株式会社	日進工具株式会社
株式会社アジュバンコスメジャパン	株式会社サニックス	日清紡ホールディングス株式会社
アズビル株式会社	サンバイオ株式会社	日本エマーゼンシーアシスタンス株式会社
アズワン株式会社	株式会社サンリオ	日本KFCホールディングス株式会社
株式会社アダストリア	株式会社ザッパラス	日本駐車場開発株式会社
アニコムホールディングス株式会社	シップヘルスケアホールディングス株式会社	ネットワンシステムズ株式会社
A P A M A N株式会社	株式会社ショーケース・ティービー	株式会社ハウスドゥ
アンジェス株式会社	株式会社シンクロ・フード	伯東株式会社
アンリツ株式会社	シンバイオ製薬株式会社	株式会社ハビネット
アース製薬株式会社	株式会社シーアールイー	株式会社ハーモニック・ドライブ・システムズ
アートスパークホールディングス株式会社	株式会社ジンス	株式会社ビジョナリーホールディングス
株式会社RVH	株式会社ジェイ・エス・ピー	株式会社ビジョン
株式会社イエローハット	Jトラスト株式会社	BEENOS 株式会社
イオンデライト株式会社	株式会社JPホールディングス	ビジョン株式会社
株式会社イオンファンタジー	ジャパンベストレスキューシステム株式会社	株式会社ビーロッド
株式会社イグニス	GCA株式会社	フィールズ株式会社
伊藤忠エクス株式会社	スター・マイカ株式会社	株式会社フェローテックホールディングス
株式会社IDOM	株式会社ストライク	藤田観光株式会社
稲畑産業株式会社	株式会社スノーピーク	フリービット株式会社
株式会社インテリジェント ウェイブ	株式会社スリー・ディー・マトリックス	フリーユ株式会社
インフォコム株式会社	生化学工業株式会社	株式会社FRONTEO
株式会社インフォマート	株式会社セリア	株式会社ベネフィット・ワン
株式会社エイジア	株式会社セレス	株式会社ベルパーク
株式会社エイチーム	ソレイジア・ファーマ株式会社	株式会社VOYAGE GROUP
株式会社エス・エム・エス	ソースネクスト株式会社	松井証券株式会社
SBSホールディングス株式会社	太陽ホールディングス株式会社	マネックスグループ株式会社
エヌ・ティ・ティ都市開発株式会社	株式会社高島屋	株式会社 三城ホールディングス
株式会社FPG	タキヒヨー株式会社	株式会社ミライト・ホールディングス
株式会社エボラブルアジア	株式会社多摩川ホールディングス	株式会社ミルボン
エリアリンク株式会社	株式会社ダイセキ	株式会社メディカルシステムネットワーク
エレコム株式会社	中国塗料株式会社	株式会社メディネット
エン・ジャパン株式会社	株式会社チヨダ	ユシロ化学工業株式会社
沖電気工業株式会社	株式会社テイクアンドグヴ・ニーズ	株式会社夢真ホールディングス
株式会社小野測器	株式会社ティア	夢の街創造委員会株式会社
株式会社オンワードホールディングス	株式会社TKC	株式会社ユージュレナ
株式会社オークファン	DIC株式会社	株式会社ラウンドワン
亀田製菓株式会社	デジタルアーツ株式会社	株式会社ラクーン
カルナバイオサイエンス株式会社	株式会社デジタルガレージ	株式会社ラック
キャンノンマーケティングジャパン株式会社	株式会社デジタルハーツホールディングス	株式会社ラックランド
クミアイ化学工業株式会社	株式会社TOKAIホールディングス	リゾートトラスト株式会社
株式会社クリーク・アンド・リバー社	株式会社ドリームインキュベータ	株式会社良品計画
グランディアハウス株式会社	株式会社ドンキホーテホールディングス	レーザーテック株式会社
ケイアイスター不動産株式会社	株式会社トライステージ	株式会社ワイヤレスゲート

※投資運用先銘柄に関するレポートをご希望の場合は、弊社にレポート作成を受託するよう各企業に働きかけることをお勧めいたします。また、弊社に直接レポート作成をご依頼頂くことも可能です。

ディスクレーマー：本レポートは、情報提供のみを目的としております。投資に関する意見や判断を提供するものでも、投資の勧誘や推奨を意図したものではありません。SR Inc.は、本レポートに記載されたデータの信憑性や解釈については、明示された場合と黙示の場合の両方につき、一切の保証を行わないものとします。SR Inc.は本レポートの使用により発生した損害について一切の責任を負いません。本レポートの著作権、ならびに本レポートとその他Shared Researchレポートの派生品の作成および利用についての権利は、SR Inc.に帰属します。本レポートは、個人目的の使用においては複製および修正が許されていますが、配布・転送その他の利用は本レポートの著作権侵害に該当し、固く禁じられています。SR Inc.の役員および従業員は、SR Inc.の調査レポートで対象としている企業の発行する有価証券に関して何らかの取引を行っており、または将来行う可能性があります。そのため、SR Inc.の役員および従業員は、該当企業に対し、本レポートの客観性に影響を与えうる利害を有する可能性があることにご留意ください。

金融商品取引法に基づく表示：本レポートの対象となる企業への投資または同企業が発行する有価証券への投資についての判断につながる意見が本レポートに含まれている場合、その意見は、同企業からSR Inc.への対価の支払と引き換えに盛り込まれたものであるか、同企業とSR Inc.の間に存在する当該対価の受け取りについての約束に基づいたものです。

連絡先

株式会社シェアードリサーチ / Shared Research Inc.
 東京都文京区千駄木3-31-12
 HP: <https://sharedresearch.jp>
 TEL: 03-5834-8787
 Email: info@sharedresearch.jp