

FUN FOR THE FUTURE!

バンダイナムコグループの
CSR活動報告2015





FUN FOR THE FUTURE!

楽しみながら、楽しい未来へ。

エンターテインメントが社会に対してできること、

それは、心が心を響かせて楽しい未来をつくることです。

バンダイナムコグループは「夢・遊び・感動」を

お届けする企業として、地球環境や社会とのかかわりについて、

「Fun For the Future! 楽しみながら、楽しい未来へ。」

を合言葉に、社会とステークホルダーのよろこびにつながる活動を

推進し、楽しい未来づくりに貢献していきたいと思えます。



Contents



3 トップメッセージ

5 特集：
IPを活用した活動

「機動戦士ガンダム」シリーズ
「太鼓の達人」シリーズ
「くまのがっこう」

25 バンダイナムコグループのCSRマネジメント

27 各SBUの重点取り組みテーマ
2014年度進捗報告

35 人事関連情報

37 環境関連情報

39 コーポレート・ガバナンスとコンプライアンス

41 リスクマネジメントと情報開示

43 グループ組織体制

44 財務・業績ハイライト

45 会社情報ほか

46 CSR活動報告2015 WEB版のご案内



トップメッセージ



「楽しみながら、
楽しい未来へ。」を合言葉に
バンダイナムコグループ
ならではの活動で
取り組んでいきます。



株式会社バンダイナムコホールディングス
代表取締役会長
石川 祝男

「夢・遊び・感動」を提供することをミッションとするバンダイナムコグループでは、「Fun For the Future! 楽しみながら、楽しい未来へ。」を合言葉にCSR活動を行っています。同時に地球環境や社会とのかかわりにおいて、バンダイナムコグループらしさを活かしたさまざまな活動を推進することで、このコンセプトを広くアピールしています。

また、事業面においては、バンダイナムコグループ最大の強みである「IP 軸戦略」により、IP*の持つ魅力を最大限に引き出し、商品・サービスとして展開しています。

そこで、今回のCSR活動報告では、IPの視点からバンダイナムコグループならではのさまざまな取り組みをご紹介します。

バンダイナムコグループは、「夢・遊び・感動」をお届けする使命に誇りと責任を持ち、「楽しみながら、楽しい未来」をつくる活動に取り組んでまいります。



* IP : Intellectual Propertyの略で、
キャラクターなどの知的財産のことを指します。



株式会社バンダイナムコホールディングス
代表取締役社長

田口 三昭

IPを活用した活動

バンダイナムコグループは、多くのお客さまに愛されているIPの世界観を活かし、多彩な商品・サービスを展開する「IP軸戦略」が強みです。

同時に、これらIPをCSR活動にも活用しています。

今回は、「機動戦士ガンダム」「太鼓の達人」「くまのがっこう」の3つのIPを通じた、さまざまな取り組みについてご紹介します。



「機動戦士ガンダム」
シリーズ

P7



「太鼓の達人」
シリーズ

P17



「くまのがっこう」

P21

有力なIP
(コンテンツ)



技術

人材

企画
開発

「IP軸戦略」とは

幅広い事業領域を活かし、最適なタイミングで、最適な地域へ、最適な商品・サービスとして提供していくことで、IPの価値最大化を図るといふ、バンダイナムコグループ最大の強みです。



有力IPの
価値を最大化

NEW
DEVICES

VIDEO ON
DEMAND (VOD)
CONTENT



LIVE
ENTERTAINMENT



HOME
VIDEO GAME
SOFTWARE



PLASTIC
MODELS



CAPSULE
TOYS



CARDS



NETWORK
CONTENT



TOYS



VISUAL
PACKAGE
SOFTWARE



APPAREL



MOVIES



ARCADE
GAME
MACHINES



注：この概念図は、IP軸展開の一例です。

機動戦士 ガンダム シリーズ

「機動戦士ガンダム」シリーズは、1979年のテレビ放映開始以来、長年にわたり絶大な人気を誇る定番IPです。ここでは「機動戦士ガンダム」シリーズで展開する、さまざまな商品・サービスの中から、プラモデルの生産を行っている「バンダイホビーセンター」における活動をご紹介します。



企画
開発



プラモデルの
生産プロセス

BANDAI HOBBY CENTER

》 バンダイホビーセンターとは？

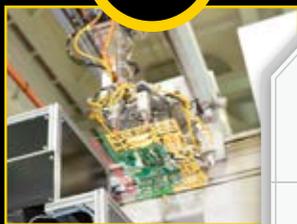
2006年、「バンダイホビーセンター」は静岡県静岡市に、バンダイの国産プラモデルの生産拠点として建設されました。バンダイが国内で販売しているすべてのプラモデルを生産しており、その中でも、「ガンブラ®」（ガンダムシリーズのプラモデル）は、2015年に発売から35周年を迎え、シリーズ累計4億4千5百万個（2015年3月末現在）を生産しています。ここでは「バンダイホビーセンター」における地球環境に配慮した活動とともに、“MADE IN JAPAN”にこだわり抜いたモノづくりについてご紹介します。



開発
設計

金型

生産



「バンダイホビーセンター」は、プラモデルにおいて世界に誇れる生産量・技術力を持ち、バンダイのすべてのプラモデルの「企画開発」「開発設計」「金型」「生産」を担っています。生産効率の向上、高品質化を目指すべく、常に最新技術を導入し、進化し続けているとともに、“MADE IN JAPAN”にこだわったモノづくりを行っています。

新素材KPSの開発

お客様の声にお応えするとともに、 リサイクル可能な新素材を開発

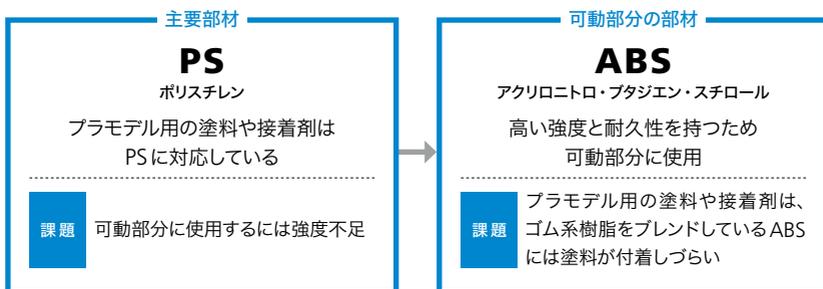
プラモデルをご購入いただいているお客様の声にお応えするために、ポリスチレンメーカーと共同で、バンダイオリジナルブレンドの新素材・KPS (強化 [Kyouka] ポリスチレン [PS]) を開発しました。

KPS 開発のきっかけ

» お客様のご要望にお応えるためにオリジナル素材を開発

背景

精密で、かつ可動部分が多いプラモデルが主流となる中、部品の強度・耐久性がますます求められるようになりました。また、「プラモデル用の塗料や接着剤を使用し、プラモデルをもっと作り込みたい」というお客様のご要望にもお応えしたいという想いから、オリジナル素材の開発に着手しました。



KPS

強化ポリスチレン

2010年から、ABSに近い強度を持ちつつ、PS (ポリスチレン) をベースにした新素材の開発に着手し、約2年の歳月を掛けてKPSの開発に成功した

2012～2013年にかけて、本格的に投入開始し、使用量は年々増加傾向になっている

KPS 投入量





KPSを用いたガンプラ

KPSの特徴

》 KPSは高い強度とリサイクルが可能な素材

KPSは強度と柔軟性を両立するとともに、塗装やリサイクルにも対応しています。これにより、お客さまにますます喜んでいただけるモノづくりを実現することができました。

強度と柔軟性を両立

ABS並みの強度を誇るだけでなく、180度曲げても折れることのない柔軟性を併せ持つ



KPSペレット素材



KPSを用いた成形例

塗装ができる

PSをベースにしていることから、問題なく塗料の付着が可能となった

リサイクルができる

これまで端材が出たABSは産業廃棄物として分別して処理したが、工場内でリサイクル素材として、他のPS材と一緒にリサイクル可能となった

VOICE

新しい素材を開発し、今後のモノづくりに貢献

今後は、設計上の組みやすさや、原料のコストダウンといったプラモデル設計で培った経験を素材開発に活かしていきたいと考えています。素材を使用する側の観点と、生産プロセスのノウハウを融合させて取り入れることで、新たな素材開発に

取り組み、そして何よりもお客さまに喜んでいただけるモノづくりを模索、追求していきます。



KPS 開発担当者
株式会社バンダイ
ホビー事業部 生産チーム
リーダー

石川 恭啓

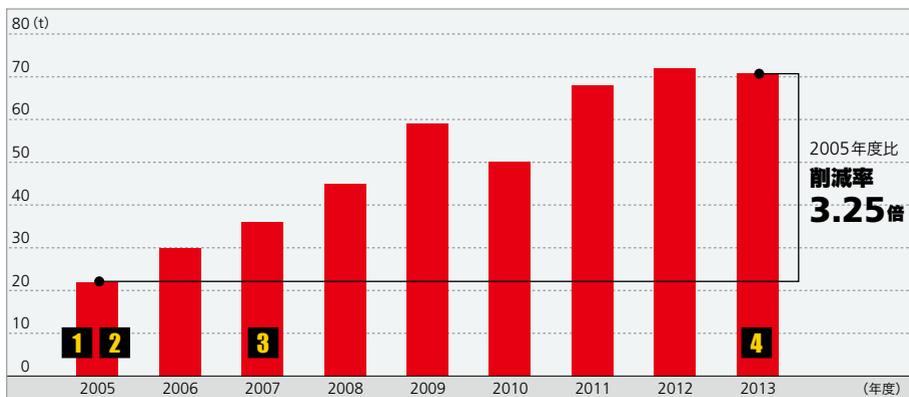


ランナー材料の削減

設計の工夫を追求し、不要になるランナー材料を削減

バンダイのプラモデルのランナー（枠）は、完成した時の格好良さと、つくる人の組み立てやすさを追求して、さまざまな工夫を凝らしています。一方で、プラモデルを組み立てたあとに残ったランナーパーツはゴミとして廃棄されます。開発設計チームでは、積み重ねた知識と経験を活かし、ランナーに使用する素材を極限まで削減するための数々の取り組みを行っています。

ランナー削減施策を行ったことによる材料想定削減量



具体的な取り組み

1 》ランナー径の削減

ランナー径（特に成形性に影響が少ない箇所を重点的に）を材料の流れのぎりぎりの径まで細く設計



3 》製品密集レイアウト

製品パーツを空いているスペースへ移動して、ランナー枠を縮小したレイアウト設計へ。梱包材料の削減も同時に行う



2 》コーナー設計の工夫

従来、外枠ランナーの角は直角で設計していたが、角を取って丸くすることで材料削減を極限まで高めた



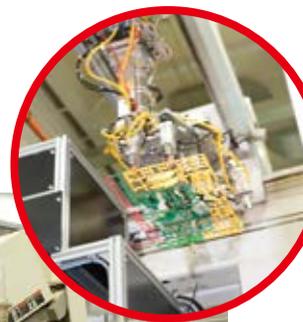
4 》外枠ランナーの削減

特定の製品において、パーツ保持のための外枠ランナーを削除



省資源への取り組み

多色成形機



使用電力と使用材料を削減する プラモデルに特化した多色成形機

多色成形は4つの色、4つの異なる素材を同時に成形できるバンダイオリジナルの技術です。多色成形機によりプラモデルは飛躍的に進化し、「誰でも組み立てやすく」「誰でもかっこよくつくれる」ようになると同時に、大きく2つの環境負荷低減に貢献することができました。

1. 使用電力量の低減

2013年に導入した最新型の電動多色成形機1台あたりの年間使用電力量は、初代モデルと比較して、**60%削減**

2. 使用材料の省資源化

多色成形機を使用しなかった場合と比較して2013年度は**約57.5t**の材料を節約

多色成形による外周ランナー節減イメージ



単色成形機
では**4枚**



多色成形機
では**1枚**



外周ランナーの
一部を材料削減

リサイクルへの取り組み

エコプラ

▶▶ 累計**221,612**個を生産

2008年5月から生産開始



リサイクル材料を使用したプラモデルの生産

プラモデル生産時に排出される「製品にならないPS（ポリスチレン）素材」をリサイクルし、「エコプラ」シリーズとして生産・販売をしています。バンダイホビーセンターでは、こうしたバンダイナムコらしいリサイクルの取り組みを行っています。



環境に配慮した1色印刷の
パッケージ

人材への取り組み

マイスター制度

プラモデル職人によって継承される「匠」の技

バンダイホビーセンターが誇るプラモデルの生産技術は、「匠」と呼ばれるプラモデル職人に支えられています。ランナーの省資源化などに代表される環境を配慮したモノづくりも、「匠」の知識と経験が必要不可欠です。今後もお客さまの声に応えるべく、この「匠」の技を永続的に継承していくために、マイスター制度を導入しています。ここではシニアマイスターの2人にマイスターとしての使命について聞きました。

VOICE

▶▶▶ マイスターとしての使命

マイスター制度の目的は技術伝承と技術開発ですが、プラモデルとして面白い商品をつくるためには、独自の工夫の積み重ねが必要になってきます。基本的技術よりも、そのような発想をいかに伝え、いかに伸ばしていくかがテーマだと考えています。新しい技術を導入しても、お客さまに喜んでいただくための応用力や発想力が重要です。マイスターとしての育成の考え方は、その人独自の得意な能力を伸ばす、才能をより尖らせることが重要だと考えています。それによってマイスターを増やしていきたいです。

株式会社バンダイ
ホビー事業部 開発設計チーム
シニアマイスター

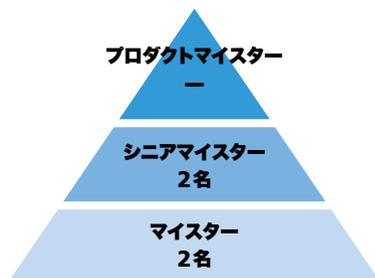
大須賀 敏亨

▶▶▶ マイスターの具体的な取り組み

全体的な商品のクオリティを見ながら、いかに新しいことを盛り込めるかを考えます。また、育成の部分では、技術的な勉強会などを主導的に開催し、技術的なトピックスをメルマガ形式でチームのメンバーに配信するなどしています。

マイスター制度とは？

誰もが認める卓越した技術保持者であるとともに、さらに本人の専門知識・技術向上への意欲、後継者の育成・指導に取り組む意欲のある社員をマイスターと認定しています。マイスターには、マイスター、シニアマイスター、プロダクトマイスターの3つの段階があり、3年に一度選考を行っています。現在は、マイスター2名とシニアマイスター2名の計4名が誕生しています。



》》》 マイスターとしての使命

技術伝承では、新しい成形法を開発していく発想力が重要だと考えています。例えば外部の技術を見た時に、いかに自分の工場の製品に活かせるのか、といった技術開発の発想力です。また、技術者は、どうしても自分の技術だけにこだわりがちですが、技術がどのように製品に活きるのかをお互いが理解し合うために、チーム・部署を超えた技術交流を推進しています。金型や生産に携わるチームはもちろんのこと、企画開発や開発設計のチームなども相互理解が進み、バンダイホビーセンターが一体となって、お客さまに喜ばれる商品づくりにつながると思います。

株式会社バンダイ
ホビー事業部 金型チーム
シニアマイスター

志田 健二

》》》 マイスターの具体的な取り組み

成形を30年近く担当し、主に金型の完成に向けたテストショットや、量産に向けた問題点などを確認するといった業務に取り組んでいます。また、育成面では、多色成形機における特殊な技術を絶やさぬように後輩たちに伝えています。勉強会なども開催し、作業上で困っているような場合に個別でアドバイスしています。



グリーンファクトリーを目指して

太陽光発電

工場の外壁に設置された大型ソーラーパネルでは、年間56,000kWhを超える太陽光発電が可能です。これにより、工場内の約5%にあたる電力をまかっています。



水の再利用

2トンの貯水容量を誇る、工場の地下にある雨水貯水施設では、蓄えた雨水や井戸水を浄化装置でろ過し、洗浄水として工場内のトイレで再利用しています。これにより、年間約2,000トンの水を再利用しています。



生産技術を伝える工場見学

バンダイホビーセンターでは、地域の小中学校、高等学校を中心に、工場見学の受け入れを実施しています。プラモデルの生産工程を紹介するとともに、グリーンファクトリーを目指した環境への取り組みについても紹介しています。



VOICE

バンダイホビーセンターは 2006年より稼働しています

準備に2年近い時間を費やし機械のレイアウトから付帯設備まで、社員総動員で工夫して案をまとめました。建設場所が住宅地ということもあり「騒音」、「におい」を極力取り除き、地域社会と調和することを条件とするとともに、生産している製品が「アニメに登場するロボット」がメインということで、その世界観をも共有できるような工場を目指しました。

生産設備から社員の制服、自動ドアまでもアニメの世界観を再現しつつ、宇宙ステーションのように「水の再利用」、「太陽光発電」を取り入れ、環境に配慮した工場として稼働しています。

さらに、自社による開発設計、金型技術をフルに活用しプラモデルのランナーの削減に取り組むとともに、地域貢献、お客さまへの感謝を考えて工場見学も実施し、モノづくりの「カッコよさ」を体験いただいています。

株式会社バンダイ
ホビー事業部 ゼネラルマネージャー
バンダイホビーセンター長

佐々木 克彦



太鼓の達人

たいこのたつじん

シリーズ

「太鼓の達人」シリーズは、2001年に業務用ゲーム機として発売し、2016年2月に15周年を迎えるオリジナル定番IPです。バンダイナムコグループでは、「太鼓の達人」とそのオリジナルキャラクターである「どんちゃん」を活用して、さまざまなCSR活動に取り組んでいます。



TOPICS

1

ACCS 著作権普及啓発キャンペーン

「どんちゃん」が全国各地のキャンペーンを応援

バンダイナムコエンターテインメントは、1996年にACCS*に入会し、2013年から著作権普及啓発キャンペーンに「どんちゃん」と一緒に参加しています。2014年も日本各地のキャンペーンに参加しました。

4

2014年2月



AICHI

主催：愛知県警察、ACCS
「サイバー犯罪防止キャンペーン」
著作権侵害の実態、知的財産権保護や
情報セキュリティについて



7

2014年10月



HOKKAIDO

主催：北海道警察、ACCS
「サイバー防犯キャンペーン」
著作権侵害の実態、知的財産権保護や
情報セキュリティについて

2

2014年10月



AOMORI

主催：青森県警察、ACCS
「サイバー犯罪防止キャンペーン」
著作権侵害の実態、知的財産権保護や
情報セキュリティについて

3

2015年1月



CHIBA

主催：千葉県警察、ACCS
「サイバー犯罪抑止キャンペーン」
著作権侵害の実態、知的財産権保護や
情報セキュリティについて



北海道札幌市

1

2

青森県

5

2015年3月



TOKYO

主催：東京税関、ACCS
「ニセモノ上陸阻止
キャンペーン」
著作権侵害物品の水際取
締り、税関の普及啓発に
ついて

東京都

千葉県

4

5

3

愛知県

* ACCSとは…

ACCS：一般社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会
デジタル著作物の権利保護や著作権に関する啓発・普及活動を行う業界団体。
現在は、ビジネスソフトやゲームソフト、WEBコンテンツ、アニメ、音楽などデジ
タル著作物を提供している企業を中心に、約170社の企業が加盟しています。

バンダイ、バンダイナムコエンターテインメント、ナムコの3社は、2014年12月に東京ビッグサイトで開催された「エコプロダクツ2014」に共同で出展しました。ブース内ではおもちゃのエコが学べる「おもちゃのエコ学校」をコンセプトにした展示や、「エコなアミューズメントセンター」をコンセプトに、エコアミューズメント認定製品や砂場の展示を行いました。またエコクイズのワークショップを実施し、参加者にはどんちゃんのペーパークラフトをプレゼントしました。そのほか、どんちゃんオリジナル色鉛筆がとれるクレーンゲーム機（エコアミューズメント認定製品）コーナーも設置しました。

展示の様子は31ページの「各SBUの重点取り組みテーマ2014年度進捗報告」のトピックスでもご紹介しています。

エコプロダクツとは…

環境問題の解決に貢献することを目的に、企業のCSRや環境の取り組み、新たな環境ビジネスや技術ノウハウ、ライフスタイルのヒントが一堂に集結。出展社数750社以上、来場者16～18万人と日本最大級の環境展示会です。



どんちゃん
ペーパークラフト



どんちゃんオリジナル色鉛筆

環境配慮設計「エコアミューズメント」

バンダイナムコエンターテインメントは、国内で販売する業務用ゲーム機を対象とした「環境配慮設計ガイドライン」（2012年1月策定）を設け、一定レベルをクリアした製品を「エコアミューズメント」と認定しています。この取り組みは、従来行ってきた環境配慮設計を、より一層推進していくもので、アミューズメント業界初となる取り組みです。認定製品には「どんちゃん」をモチーフにした、エコアミューズメントラベルを貼っています。

エコラベル

認定商品
「釣りスピリッツ（6ST）」



TOPICS 3

しながわECOフェスティバル2014

バンダイナムコエンターテインメントは、品川区都市環境事業部主催のイベント「しながわECOフェスティバル2014」に出展しました。同イベントへの出展は、2013年度に引き続き、2回目となります。イベントでは、環境への取り組みについて記載されたパネル展示のほか、「どんちゃん」も応援に駆け付け、フェスティバルを盛り上げました。



しながわECOフェスティバルとは…

地域に住む方々が気軽に参加して、楽しみながら地球温暖化などの環境問題に関心を深め、地域の自治体や企業とともに環境を守るための行動を起こすきっかけにしてもらうためのイベントです。

TOPICS 4

製品リサイクル



バンダイナムコエンターテインメントでは、再利用および再資源化を目的に、従来廃棄されていた製品のプラスチック部分を、回収、分別して再生樹脂（ペレット）に再加工する取り組みをしています。（2010年度～2014年度累計リサイクル量：11.3t）

VOICE

株式会社バンダイナムコ
エンターテインメント
AM事業部
プロダクションディビジョン
第1プロダクション



中館 賢

「太鼓の達人」15周年にあたり、2015年度は、お客さまに楽しんでいただくためのさまざまな展開を行っていく予定です。

同時に、これまで以上に、製品・サービスの安全性の追求や環境問題への対応、品質向上に取り組むことで、楽しい未来づくりに貢献してまいりますので、どうぞご期待ください。

the bears' school

くまのがっこう

バンダイナムコグループのキャラ研が展開する

人気絵本キャラクター「くまのがっこう」。

絵本には末っ子のくまの女の子ジャッキーと11匹のおにいちゃんたちが

繰り広げる日常が描かれています。「何気ない一日の幸せ」を大切にしたいが、

私たちのCSR活動と重なり、ジャッキーをイメージキャラクターとして、

CSRコンセプト「Fun For the Future! 楽しみながら、楽しい未来へ。」を

広くアピールしています。



ジャッキーが「Fun For the Future!」を社内外にアピール

fun for the future

BANDAI NAMCO
Dreams, Fun and Inspiration

楽しみながら、楽しい未来へ。

Start!
Fun For the Future!

エンターテインメントが社会に
対してできること、それは、
心が心を豊かせて未来をつく
ることです。
バンダイナムコグループは
「夢・遊び・感動」をお届けす
る企業として、地球環境や社
会とのかかわりについて、
「Fun For the Future」を合言
葉に、楽しみながら、楽しい
未来づくりへの貢献をしてい
きたいと思えます。

BANDAI NAMCO Group

くまのがっこう



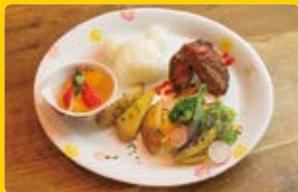
Cheer Jackies! / チア ジャッキーズ!

「チア ジャッキーズ!」とは、一番のがんばりやさんであるジャッキーのように、世界中のがんばる子どもたちを応援する活動です。ここでは、その一部をご紹介します。



「ジャッキーのごちそうさまフェスティバル」

「食べることで何だろう」と親子で一緒に考える「食育」をテーマにしたイベント。初めてコックさんに挑戦する子どもにピッタリな「こどもコックさん体験!ジャッキーのパンケーキスクール」を開催するなど、さまざまなワークショップを通して、食の大切さを楽しく学んでいただきました。



「チャリティーミュージカル」

2014年で4回目の開催となったチャリティーミュージカル「ジャッキー!」。絵本『くまのがっこうジャッキーのたからもの』を題材に、家族愛をメインテーマにした本当の「たからもの」とは何かを問いかける感動物語です。オーディションで選ばれた子どもたちが力いっぱい創り上げるミュージカルとなっています。

※チケットの売上の一部は東日本大震災支援活動に使われています。





「チア ジャッキーズ!」は、2011年より東日本大震災被災地支援活動として、被災地を訪問し、子どもたちに向けた音楽会などを継続して行っています。

東日本大震災被災地支援活動（宮城県仙台市）



ジャッキーとルルロ口のチャリティ音楽会



ジャッキーと絵本『ジャッキーのいもうと』に登場するルルロ口がコンサートを開催しました。ピアノやトランペット、打楽器など多彩な楽器を奏でる“くまのがっこう音楽隊”の演奏に合わせて、子どもたちと一緒に歌や手遊びを行ったほか、絵本『ジャッキーのゆめ』をお芝居仕立てで読み聞かせたり、会場の子どもたちと一緒にダンスを踊りました。



保育所訪問



ジャッキーとルルロ口のコンサートでは、子どもたちと一緒に音楽に合わせてめいっぱい歌って踊りました。会場となった保育所は、子どもたちの手づくりイラストやフラッグが飾られ、「くまのがっこう」一色となりました。



小学校訪問



“くまのがっこう音楽隊”と小学校の児童と一緒に、リコーダーや木琴の演奏、ダンスを先生やご家族に披露したほか、“くまのがっこう音楽隊”によるミニコンサートや絵本の読み聞かせなどを行いました。

バンダイナムコグループの被災地支援活動

バンダイナムコグループでは、「チア ジャッキーズ!」の活動に加え、グループらしさを活かしたさまざまな支援活動を行っています。

ふくしまキッズ博



福島県福島市で開催された「ふくしまキッズ博」に参加し、ケンダマクロスなど玩具の体験やテレビアニメのヒロインへのなりきり体験コーナーなどを展開しました。

東北こども博



宮城県の仙台大学で開催された「東北こども博」へ協賛・参加し、キャラクターのステージショーや玩具の体験コーナーを展開しました。

公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン(SCJ)と連携した活動

株主優待で寄付をご選択いただいた株主さまとともに、SCJを通じ「こども☆はぐくみファンド」へ合計1,000万円を寄付しました。寄付金は、被災地のNPOの活動資金として、子どもたちの今と明るい未来づくりに使用されます。

2014年度には、8月、10月、12月、3月に宮城県石巻市・東松島市、岩手県釜石市、福島県郡山市・いわき市で、合計200名以上の子どもたちと工作教室やダンスなどを行いました。



宮城県石巻市「プラモデル教室」



岩手県釜石市
「ジャッキーのクリスマスリースづくり」



福島県郡山市「ジャッキーとダンス」

VOICE



株式会社バンダイナムコホールディングス
コーポレートコミュニケーション室
佐久間史人(左)、今福ゆり子(右)

東日本大震災被災地支援活動にあたっては、さまざまな被災地を訪問し、どうすれば子どもたちに「夢・遊び・感動」を提供できるかを考えながら活動しています。そうした中で、私たちバンダイナムコグループは、「Fun For the Future!」を合言葉に次の時代を担う子どもたちと一緒に楽しみながら明るく楽しい未来づくりのための活動に取り組んでいます。これからも、子どもたちの笑顔につながる支援活動を続けていきます。

バンダイナムコグループのCSRマネジメント

バンダイナムコグループでは、特に重点的に取り組む必要があるテーマを「バンダイナムコグループのCSR重要項目」とし、さらにSBU（戦略ビジネスユニット）の活動レベルに落とし込んだ「CSR重点取り組みテーマ」を策定して、各事業特性を活かした活動を行っています。

→ 各SBUにおける重点取り組みテーマの詳細は27ページ以降をご覧ください。

バンダイナムコグループのCSR方針

ミッション

“Dreams, Fun and Inspiration”
「夢・遊び・感動」

CSRコンセプト

Fun For the Future!

楽しみながら、楽しい未来へ。

CSRへの取り組み

- ① 環境・社会貢献的責任
- ② 経済的責任
- ③ 法的・倫理的責任

コンプライアンス憲章

「適正な商品サービス・公正な取引、社員尊重、情報開示、知的財産の尊重・活用、情報・財産の保全、反社会的勢力の拒絶、環境との調和、社会との調和」に関する原則。

バンダイナムコグループCSR重要項目

- ① 商品・サービスの安全と衛生
- ② 環境配慮
- ③ コンテンツや商品の表現における社会への影響とポリシー
- ④ サプライチェーン管理

各SBU・関連事業会社で、重点取り組みテーマを掲げ、事業を通してグループCSR重要項目の深掘りを行う。

バンダイナムコグループのCSR推進体制

2010年度より、グループCSR委員会のメンバーを各SBU主幹会社の社長とし、スピード感をもって決断し、事業と一体となるCSR体制を強化しています。

CSRに関する事項の決議・報告

バンダイナムコホールディングス 取締役会 (適宜)

報告事項・検討事項

グループCSR委員会 (半期)

グループCSR部会 (四半期)

各SBUのCSRプロジェクト

グループリスクコンプライアンス委員会 (適宜)

バンダイナムコグループのCSR重要項目

①

商品・サービスの安全と衛生

私たちがお届けする「夢・遊び・感動」の基盤となる商品・サービスの安全と衛生の向上について、最優先に努めています。

②

環境配慮

「夢・遊び・感動」を次の時代につなげるために、地球環境に配慮し、企業活動におけるエネルギー削減や商品・サービスにおける省資源化に努めています。

③

コンテンツや商品の表現における社会への影響とポリシー

世界中の人々へ「夢・遊び・感動」をお届けするため、「表現の自由」の尊重とともに、多様なコンテンツや商品を適切にお客さまにお届けするよう努めています。

④

サプライチェーン管理

私たちがお届けする「夢・遊び・感動」の質的向上のために、それぞれの事業に対応したサプライチェーンの管理向上に努めています。

各SBUの重点取り組みテーマ 2014年度進捗報告

| CSR重要項目 ① 商品・サービスの安全と衛生 | | | |
|-------------------------|-------------|---|--|
| SBU | 重点取り組みテーマ | 進捗状況 | 2014年度活動報告 |
| トイホビー SBU | 安全・安心への取り組み |  | <ul style="list-style-type: none"> + SBU横断のグループ情報交換会を毎月実施し、情報共有により全体の取り組み向上を図る。 + プロダクトセーフティフォーラムとして、製品安全を考える展示会と製品安全対応研修を実施。 + オンデマンド配信とワークショップを組み合わせた、協力メーカーとの勉強会を毎月開催。 + バンダイ品質基準の見直しを適時実施し、改訂を年2回実施。 + 玩具安全基準 (ST2012) の改訂に伴い、品質基準審議会を8回開催。 |
| コンテンツSBU | グリーン調達の推進 |  | <ul style="list-style-type: none"> + 海外の法改正に基づく自社基準の改訂準備を行い、新規サプライヤーへの個別説明会を実施。 + 2015年度サプライヤー向け全体説明会を開催予定 |
| | 品質基準の推進 |  | <ul style="list-style-type: none"> + 業務用ゲーム機の品質向上のため、法規制等の改正に伴う該当基準の改訂および、光過敏ガイドラインの改訂を実施。 + バンダイナムコエンターテインメントの一般消費者向け製品 (販促品なども含む) の情報共有システム (製品サンプル保管) について、6月より本格運用開始。 + 玩具安全基準の改訂に基づき、バンダイナムコエンターテインメントの品質基準を改訂し、継続運用中。 |

| SBU | 重点取り組みテーマ | 進捗状況 | 2014年度活動報告 |
|-------------------------------------|----------------------------|---|---|
| アミューズメント 施設SBU | 健全な売場の醸成 |  | <ul style="list-style-type: none"> + 「AOU 青少年アドバイザー」 資格取得促進。 ⇒ アミューズメント施設 194店中 171 店に保有者在籍。 在籍率：88% （在籍目標率 100%） + 「サービス接客検定」 資格取得推進。 ⇒ 店舗社員取得率 88% （取得目標率 100%） |
| | 青少年の社会学習 | | <ul style="list-style-type: none"> + 企業訪問・職場体験の受入れ対応。 ⇒ 浅草花やしき（職業体験） 24 校（363 名） （目標 15 組） |
| 関連事業会社 （バンダイロジカル・ ロジカルエクスプレス） | 安全運転により車両事故を抑制し、貨物を遅滞なく届ける |  | <ul style="list-style-type: none"> + 年間 5 回、ドライバー研修を実施。 + 点呼時の安全指導。 + ドライブレコーダーの全車装着。 + 安全性優良事業所（G マーク）の維持。 |
| 関連事業会社 （アートプレスト） | 安全・安心の製品提供 | | <ul style="list-style-type: none"> + 全商品生産の把握のためシステム継続運用中。 + 出荷前、上記システムによる各社品質基準に準じた検査の実施。 + 情報管理の強化のため、データセンターによる情報管理の刷新が完了。 プライバシーマークの更新は不備なく完了。 |

TOPICS ① 商品・サービスの安全と衛生

商品・サービスの安全・安心に関する展示会を開催

より安全・安心な商品をお客さまにお届けするため、グループ各社の社員を対象に、過去の製品不具合の発生事例やお客さまの声など、さまざまな情報を共有しています。

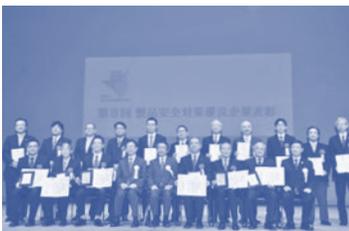


バンダイでは、外部講師による講演やグループティスカッションの実施、製品不具合の過去事例などの展示会を開催

バンダイナムコエンターテインメント、バンプレストでは、製品不具合や最新法規制などに関する展示会を開催

「製品安全対策優良企業表彰」にて優良賞を受賞

バンダイナムコエンターテインメントは、経済産業省主催2014年度「第8回製品安全対策優良企業表彰」の「大企業製造事業者・輸入事業者部門」において、『優良賞』を受賞しました。本制度における受賞は、アミューズメント業界では初の受賞となります。



ドライバー研修の実施

バンダイロジバル/ロジバルエクスプレスでは、安全運転により車両事故を抑制し、貨物を遅滞なく届けるため、ドライバー研修を実施しています。



CSR重要項目 ② 環境配慮

| SBU | 重点取り組みテーマ | 進捗状況 | 2014年度活動報告 |
|---------------------------------|--|---|---|
| トイホビー SBU | Act. Now For Future Smiles 笑顔のためにできること |  | <ul style="list-style-type: none"> + 環境配慮設計、資源リサイクル、ユニバーサルデザインに関する分科会を隔月開催し、ワークショップや体験会を実施。 + 環境広報の充実（イベント出展、小学校出前授業、FaceBook展開の開始など）。 + 環境配慮設計の実例を分科会で収集、ガイドラインを刷新し、エコラベル制定に向けて検討中。 |
| コンテンツSBU | 環境配慮設計への取り組み |  | <ul style="list-style-type: none"> + 環境配慮設計ガイドラインの継続運用。 + エコラベルの継続運用。 ⇒ 認定製品が22機種に増加。 |
| | 製品リサイクル |  | <ul style="list-style-type: none"> + 家庭用ゲーム機のリサイクルを継続実施。 ⇒ 累計実績（2015年3月時点）：約11.4トン |
| アミューズメント施設SBU | 環境データ把握 CO ₂ 排出削減、省エネ施策 省エネ法温対条対策 環境意識啓発 |  | <ul style="list-style-type: none"> + 環境データ把握率向上のため、第三者レビューならびにデータメンテナンスを実施。 + 景品機「スウィートランド4 プライムバージョン」556台のドーム内照明をLED化。 ⇒ 削減CO₂排出量：102.6t-CO₂/年 + 経済産業省「改正省エネ法」対応。 ⇒ エネルギー使用量：前年度比▲5.9% + 地方自治体温暖化対策条例対応。 + エコ検定受験・取得の推進。 ⇒ 2014年度累計取得者224名 + COOLBIZ、WARMBIZ、各月給料日NO残業DAYの実施による環境意識啓発。 |
| 関連事業会社 (バンダイロジナル・ロジナルエクスプレス) | 車両より排出するCO ₂ の抑制と事業所の節電によるCO ₂ 排出の抑制 |  | <ul style="list-style-type: none"> + 車両代替時の低公害車の導入。 + エコドライブ活動継続による平均燃費の維持。 ⇒ 5.5km/Lの維持 + 事務所・倉庫の不要照明消灯による節電継続。 |
| 関連事業会社 (アートプレスト) | 使用部材の把握 |  | <ul style="list-style-type: none"> + 使用部材および生産機械のデータベース化の実施。 + 使用部材状態での第三者機関での検査を徹底。 |

TOPICS ② 環境配慮

エコプロダクツ展2014でワークショップを開催

バンダイ・バンダイナムコエンターテインメント・ナムコの3社は、日本最大級の環境展示会「エコプロダクツ2014」に共同出展しました。企業のCSR活動や環境活動の取り組みを紹介するとともに、エコ意識を高めていただくためのワークショップを開催しました。



← バンダイでは、楽しいエコをご紹介します「見て!聞いて!考える!体験学習型ブース!」を開設しました。

→ ナムコは、バンダイナムコエンターテインメントと共同のブースを展開し、「あそびパーク」の砂場のほか、木育などに関するパネル展示を行いました。



ブレーカーレコーディングダイエットを実施

ナムコでは、電気使用量の削減を目的としたブレーカーレコーディングダイエットをアミューズメント施設全店で実施しました。これは、開店・閉店時のブレーカー ON・OFF 時間を記録することで意識付けを行い、節電につなげる試みです。

| 活動 | 内容 |
|--------|--|
| BRD | ① ブレーカーオンオフの時間管理 ② 分電盤表示工夫による時間差オンオフ |
| エアコン | ① こまめな温度管理 (ドライも活用) ② オンオフ時間の見直し (タイマーあれば活用) ③ 定期的なフィルター掃除 ④ 扇風機の併用 |
| バックヤード | ① 不在時の照明オフ ② 照度を下げる、間引き点灯をする ③ OA機器のこまめな電源オフ ④ コンセントを抜く |

ユニバーサルデザイン研究会実施

バンダイは、より多くのお客様が、今よりも使いやすく、今よりも楽しく遊べるようにユニバーサルデザインの考え方を製品に取り入れられるよう検討する、ユニバーサルデザイン研究会を年6回開催しました。



外部の講師を招き、ワークショップも実施。2014年度は4回開催しました。

CSR重要項目 ③ コンテンツや商品の表現における社会への影響とポリシー

| SBU | 重点取り組みテーマ | 進捗状況 | 2014年度活動報告 |
|-----------|---------------------|---|--|
| トイホビー SBU | コンテンツ・商品における倫理表現の統制 |  | <ul style="list-style-type: none"> + 倫理に関する各研修の実施。 ⇒ 新人研修のほか、バンダイ3事業部の社員向けにも研修を実施。 + 商品における倫理観、他社事例や社内事例を蓄積し、倫理判断基準の随時見直しを実施。 + グループ情報交換会を毎月実施し、倫理判断事例を共有。 |
| コンテンツ SBU | コンテンツの適切な言語表現の統制 |  | <ul style="list-style-type: none"> + コンテンツSBU共通テーマ「コンテンツの適切な表現の管理」を設定、SBU各社目標に向かって取り組み実施。 ⇒ バンダイナムコエンターテインメントで「BNE 禁止用語辞書」を作成、2015年度より本格運用開始。 ⇒ バンダイナムコスタジオで、コンテンツの表現に関する注意事項について開発者向け説明会を実施。 ⇒ バンダイナムコオンラインで、未成年をはじめとした消費者保護に関する社内ガイドラインを制定。 |

TOPICS ③ コンテンツや商品の表現における社会への影響とポリシー

倫理に関する研修の適時実施および 倫理情報交換会の実施

バンダイでは、商品・サービスにおける倫理の理解を深めるために、適時研修を行っています。また、バンダイを中心にトイホビー SBUでは、倫理表現の統制のため、各担当者への指導を行うとともに、トイホビー SBU 以外の担当者とも情報交換を活発に行っています。



トイホビー SBU 各社とトイホビー SBU 以外の各社担当者が集まり、情報交換を行いました。

「コンテンツの適切な表現の管理」の取り組みを実施

コンテンツSBUでは、CSRに関する共通テーマとして「コンテンツの適切な表現の管理」を掲げ、各社が独自の取り組みを実施しました。

「BNE 禁止用語辞書」

バンダイナムコエンターテインメントでは、プロジェクト、または事業部ごとにバラバラで管理されていた禁止用語（ゲームの中での使用禁止だけでなく、ユーザーが入力することもできない語句）について、バンダイナムコエンターテインメントとして統一した用語集を作成中（2015年度からの本格運用を予定しています）。

表現に関する社内説明会

バンダイナムコスタジオでは、コンテンツ制作ガイドラインを定め、タイトルごとにチェックリストに基づいて、問題がないか確認しています。社員向けのセミナーも開催し、社員の啓発活動にも取り組んでいます。

「BNO コンテンツ制作ガイドライン」

バンダイナムコオンラインでは、エンターテインメント性を失わずに守るべきルールとのバランスを取りながら、表現の統制を行っています。ゲームアプリ制作時に、社内コンテンツ制作ガイドラインにのっとり確認をしています。

| CSR重要項目 ④ サプライチェーン管理 | | | |
|---------------------------------|-----------------------|---|--|
| SBU | 重点取り組みテーマ | 進捗状況 | 2014年度活動報告 |
| トイホビー SBU | 労働規範監査 (C.O.C. 監査) |  | <ul style="list-style-type: none"> + バンダイ製品を生産する海外最終梱包工場すべてに対して監査を実施。 ⇒ 累計187社実施。 + キャラクター情報規制がある版権元の製品を生産する工場のサプライチェーン管理強化。 + 東京、深圳、上海の3会場でサプライヤーカンファレンスを実施。 |
| コンテンツSBU | グリーン審査 |  | <ul style="list-style-type: none"> + 国内外サプライヤーに対するグリーン審査の実施。 ⇒ 目標実施率75%超に対し82% |
| | C.O.C. 監査 |  | <ul style="list-style-type: none"> + バンダイナムコエンターテインメントで、業務用ゲーム機の中国最終組付工場を対象にC.O.C. 監査を実施。 + パンプレストで、新規サプライヤーを対象に調査票の提出を義務付け。 |
| | サプライヤーへの情報発信 |  | <ul style="list-style-type: none"> + バンダイナムコエンターテインメント、パンプレストで、お取引先様専用サイトを設け、随時改修し、基準改訂などの最新情報発信を実施。 |
| 関連事業会社 (バンダイロジバル・ロジバルエクスプレス) | 一貫物流サービスの展開 |  | <ul style="list-style-type: none"> + アメリカ国内の流通構築と安定運営。 + 海外通販事業の拡大支援。 + アミューズメント施設への景品物流の提供。 ⇒ 景品物流の再構築を実施中。 |
| 関連事業会社 (アートプレスト) | 工場登録の管理 |  | <ul style="list-style-type: none"> + 生産工程におけるトレーサビリティの管理。 ⇒ 工程管理表、生産ライン構成図をもとに立会確認を実施。 + C.O.C. 基準に準じた工場の選定。 ⇒ 主要生産メーカーの自主監査を実施。 |

TOPICS ④ サプライチェーン管理

労働規範監査 (BANDAI Factory Audit) を実施

バンダイでは、効率化を目的に、工場監査システムを改訂し、「新規工場監査」と「C.O.C. 監査」を一元化しています。この一元化した監査を「BANDAI Factory Audit」(BFA)と命名しました。

バンダイ製品を生産するすべての海外最終梱包工場にてBFAを実施しました。



グリーン審査・C.O.C. 監査の実施

バンダイナムコエンターテインメントでは、取引先における化学物質混入リスクの低下を目的に、工場の化学物質管理体制の確認を実施しています。加えて、取引先における適切な労働環境の確認のため、業務用ゲーム機の海外最終組付工場3社（中国深圳、台湾）を対象に、C.O.C. 監査を実施しました。

バンプレストでは新規取引を開始する36のサプライヤーを対象に、調査票による確認を実施しました。



グリーン審査 (化学物質管理システムの確認)

C.O.C. 監査 (工場における労働環境の確認)



人事関連情報 各SBU主幹会社計

(バンダイ・バンダイナムコエンターテインメント*・ナムコ)

* バンダイナムコゲームスは2015年4月にバンダイナムコエンターテインメントに社名変更しました。

| 雇用形態別従業員数 | | (名) | | | | |
|-----------|----|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | 2010年度 | 2011年度 | 2012年度 | 2013年度 | 2014年度 |
| 正社員 | 男性 | 2,892 | 2,866 | 1,972 | 1,861 | 1,821 |
| | 女性 | 741 | 751 | 614 | 580 | 583 |
| 準社員 | 男性 | 1,208 | 1,156 | 1,039 | 1,043 | 859 |
| | 女性 | 770 | 754 | 669 | 768 | 719 |
| 契約社員 | 男性 | 40 | 50 | 53 | 37 | 33 |
| | 女性 | 39 | 46 | 41 | 45 | 41 |
| 臨時雇用者数 | 男性 | 569 | 544 | 453 | 660 | 615 |
| | 女性 | 619 | 703 | 464 | 938 | 1,027 |
| 合計 | 男性 | 4,267 | 4,616 | 3,517 | 3,601 | 3,328 |
| | 女性 | 2,611 | 2,254 | 1,788 | 2,331 | 2,370 |
| | 合計 | 6,878 | 6,870 | 5,305 | 5,932 | 5,698 |

注：2011年度から2012年度の大規模な減少は、集計対象外のバンダイナムコスタジオがバンダイナムコエンターテインメントから分社化したことによるものです。

| 女性管理職数 | | 2010年度 | 2011年度 | 2012年度 | 2013年度 | 2014年度 |
|-----------|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| 女性管理職数(名) | | 74 | 88 | 86 | 86 | 90 |
| 全社員に占める割合 | | 1.1% | 1.3% | 1.6% | 1.4% | 1.4% |

| 新卒採用数 | | 2010年度 | 2011年度 | 2012年度 | 2013年度 | 2014年度 |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| 新卒採用数(名) | | 88 | 72 | 52 | 58 | 83 |
| うち女性採用数(名) | | 30 | 30 | 26 | 25 | 38 |
| 女性比率 | | 34.1% | 41.7% | 50.0% | 43.1% | 43.1% |

| 障がい者雇用率(グループ全体) | | 2010年度 | 2011年度 | 2012年度 | 2013年度 | 2014年度 |
|-----------------|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| 障がい者雇用率 | | 1.88% | 1.81% | 1.83% | 1.96% | 2.00% |

| 平均データ | | 2010年度 | 2011年度 | 2012年度 | 2013年度 | 2014年度 |
|-----------|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| 平均勤続年数(年) | | 8.2 | 8.9 | 9.5 | 10.6 | 10.3 |
| 平均年齢(歳) | | 38.0 | 38.6 | 39.4 | 39.6 | 39.5 |

| 育児・介護休業取得者数 | | | | | (名) |
|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 2010年度 | 2011年度 | 2012年度 | 2013年度 | 2014年度 |
| 育児休業取得者数 | 94 | 101 | 107 | 93 | 88 |
| うち男性 | 4 | 2 | 8 | 7 | 8 |
| 介護休職取得者数 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| うち男性 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| 年次有給休暇取得率 | | | | | |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 2010年度 | 2011年度 | 2012年度 | 2013年度 | 2014年度 |
| 年次有給休暇取得率 | 60.4% | 60.5% | 53.3% | 52.6% | 49.2% |

| 労災件数 | | | | | |
|---------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 2010年度 | 2011年度 | 2012年度 | 2013年度 | 2014年度 |
| 労災件数(件) | 63 | 46 | 47 | 50 | 38 |

| ワークライフバランス実現のための制度一覧 | | (法定以上のもの) |
|----------------------|---|-----------|
| 名称 | 概要 | |
| 育児休業 | 1歳6ヶ月に達する年の3月31日まで、または満2歳に達する日まで取得可能 | |
| 育児援助措置 | 小学校3年生終了まで、時短勤務や時間外労働・深夜労働の免除が利用可能 | |
| 妻出産休暇 | 男性社員は、妻の出産時に5日間の特別有給休暇 | |
| フレックスタイム制度 | 所定労働時間を1日ではなく月で定める | |
| 育児フレックスタイム制度 | 小学校6年生の終了までの子を養育する社員は、所定労働時間を1日ではなく月で定める | |
| ファミリーサポート休暇 | 1年に最大2日間まで利用可能な休暇(子の入学式、卒園式、一親等内の誕生日、本人結婚記念日など) | |
| キッズルーム設置 | 小学生の子どもが長期休暇中(夏休みなど)に1人で居場所がない場合に、社内で待機できる部屋を確保 | |
| 出産・子育て支援金の支給など | 第一子、第二子の誕生時に、それぞれ20万円支給 第三子以降の誕生時に、子1人あたり200万円支給 (支給には、連続した1週間以上の育児休業取得が要件) | |

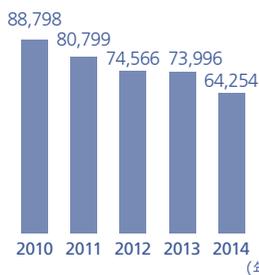
注：各社によって導入している制度は異なります。



環境関連情報

バンダイナムコグループ CO₂排出量の推移

(tCO₂)



バンダイナムコグループでは、各SBUにおいて、年度ごとに削減目標を設定し、CO₂排出量の削減に努めています。結果、2014年度も前年度に比べ、削減することができました。

+ 環境マネジメント対象範囲

バンダイナムコグループ全社

+ 環境パフォーマンスデータ収集範囲

バンダイナムコグループ連結対象会社

+ 管理基準

総排出量

注：バンダイナムコグループでは、「エネルギーの使用の合理化に関する法律」に基づき、上記一覧の*印の項目によりCO₂排出量を算定しています。

2014年度環境パフォーマンスデータ一覧

| 測定項目 | | | 単位 | 年度 | |
|----------|-------------|-----------------|----------------|----------------|--------------|
| 燃料 | 揮発油 (ガソリン) | 営業車使用分 | ℓ | 2013 2014 | |
| | | 上記以外* | ℓ | 2013 2014 | |
| | 灯油* | | ℓ | 2013 2014 | |
| | 軽油 | 営業車使用分 (ディーゼル車) | ℓ | 2013 2014 | |
| | | 上記以外* | ℓ | 2013 2014 | |
| | A重油* | | ℓ | 2013 2014 | |
| | 石油ガス | 液化石油ガス (LPG) | 営業車使用分以外* | t | 2013 2014 |
| | 可燃性天然ガス | その他可燃性天然ガス | 営業車使用分 | m ³ | 2013 2014 |
| | | | 上記以外* | m ³ | 2013 2014 |
| | 水 | 用水使用量 | | m ³ | 2013 2014 |
| 温泉水汲み上げ量 | | m ³ | 2013 2014 | | |
| 排水量 | | m ³ | 2013 2014 | | |
| 電気* | | | kWh | 2013 2014 | |
| その他の燃料 | 都市ガス* | | m ³ | 2013 2014 | |
| | 蒸気 (産業用)* | | GJ | 2013 2014 | |
| | 蒸気 (産業用除く)* | | GJ | 2013 2014 | |
| | 温水* | | GJ | 2013 2014 | |
| | 冷水* | | GJ | 2013 2014 | |
| 廃棄物 | 一般廃棄物 | | kg | 2013 2014 | |
| | 産業廃棄物 | | kg | 2013 2014 | |
| | リサイクル量 | | kg | 2013 2014 | |
| コピー用紙 | | | kg | 2013 2014 | |

| バンダイナムコ ホールディングス | トイホビーSBU | コンテンツSBU | アミューズメント 施設SBU | 関連事業会社 | 合計 |
|---------------------|------------|------------|-------------------|-----------|-------------|
| 0 | 100,432 | 63,633 | 38,409 | 71,728 | 274,202 |
| 0 | 78,517 | 57,666 | 28,847 | 68,995 | 234,025 |
| 0 | 0 | 10,260 | 0 | 2,544 | 12,804 |
| 0 | 0 | 10,260 | 0 | 1,760 | 12,020 |
| 0 | 0 | 0 | 57,063 | 10,542 | 67,605 |
| 0 | 0 | 0 | 2,133 | 7,262 | 9,395 |
| 0 | 42,596 | 0 | 0 | 884,303 | 926,899 |
| 0 | 73,368 | 0 | 0 | 758,205 | 831,573 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 365 | 365 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 50 | 50 |
| 0 | 5,330 | 0 | 0 | 0 | 5,330 |
| 0 | 2,850 | 0 | 0 | 0 | 2,850 |
| 0 | 151 | 0 | 7 | 7 | 165 |
| 0 | 111 | 0 | 9 | 11 | 131 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 45,261 | 45,261 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 29,082 | 29,082 |
| 0 | 0 | 9,453 | 0 | 0 | 9,453 |
| 0 | 0 | 9,453 | 0 | 0 | 9,453 |
| 918 | 85,628 | 41,683 | 86,816 | 6,707 | 221,752 |
| 902 | 88,283 | 41,673 | 69,752 | 5,632 | 206,242 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 688 | 85,056 | 31,665 | 86,821 | 6,707 | 210,937 |
| 652 | 87,258 | 31,277 | 69,752 | 5,632 | 194,571 |
| 550,943 | 22,672,228 | 12,315,738 | 112,076,191 | 4,378,218 | 151,993,318 |
| 495,591 | 23,356,062 | 12,001,176 | 91,795,976 | 4,593,916 | 132,242,721 |
| 13,575 | 29,169 | 512,097 | 793,523 | 69 | 1,348,433 |
| 12,795 | 33,119 | 482,803 | 617,810 | 42 | 1,146,569 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 363 | 1,258 | 0 | 1,621 |
| 0 | 54 | 377 | 982 | 2,008 | 3,421 |
| 0 | 0 | 1,867 | 4,055 | 0 | 5,922 |
| 0 | 195 | 1,676 | 422 | 581 | 2,874 |
| 12,019 | 415,127 | 172,707 | 1,035,931 | 113,768 | 1,749,552 |
| 12,009 | 426,842 | 177,936 | 948,303 | 111,741 | 1,676,831 |
| 1,289 | 963,750 | 258,059 | 2,401,801 | 88,891 | 3,713,790 |
| 1,290 | 718,416 | 235,400 | 1,505,381 | 65,636 | 2,526,123 |
| 2,229 | 691,875 | 117,269 | 58,504 | 6,131 | 876,008 |
| 2,280 | 992,131 | 118,458 | 82,591 | 95,367 | 1,290,827 |
| 5,538 | 61,256 | 54,901 | 22,947 | 25,848 | 170,490 |
| 3,643 | 60,640 | 51,518 | 20,353 | 26,962 | 163,116 |

コンプライアンス

+ 方針・考え方

バンダイナムコグループは、「世界で最も期待されるエンターテインメント企業グループ」に求められる、コンプライアンスに関する考え方を明確化し、グループ企業への周知徹底を図っています。すべての国・地域の法律を遵守し、公正な競争のもとで利潤を追求すること、企業活動を通じて広く社会に貢献することが企業の重要な使命であるとの認識に立ち、バンダイナムコグループでは2007年4月に「バンダイナムコグループ コンプライアンス憲章」を制定し、これに基づき「バンダイナムコグループ コンプライアンス宣言」を行いました。

+ コンプライアンス意識の醸成

バンダイナムコグループでは、グループすべての役員および社員が業務遂行において遵守すべき8項目を掲げた「バンダイナムコグループ コンプライアンス憲章」を制定、同憲章をグループ全社で日々実践するため、その手引書となる「バンダイナムコグループ コンプライアンスBOOK」を作成し、グループすべての役員および社員に配布しています。

2014年度は、グループすべての役員・社員を対象に、「バンダイナムコグループ コンプライアンスBOOK」に基づくeラーニングを4回、コンプライアンスに対する意識調査を1回実施し、延べ約24,000名が受講しました。また、グループ各社において、各項目に特化した独自のコンプライアンス研修を実施しました。今後も、コンプライアンス意識の醸成とコンプライアンス体制のさらなる強化のため、定期的を実施していきます。

+ リスクマネジメント

バンダイナムコグループでは、健全な事業活動の継続におけるリスクマネジメントの重要性を認識し、グループリスクコンプライアンス規程を制定し、役員、社員一人ひとりが危機発生時に取るべき行動の指針を示しています。また、バンダイナムコホールディングス社長を委員長とするグループリスクコンプライアンス委員会を設置し、リスクの把握、該当危機発生時の未然防止に努めるとともに、危機発生時に迅速な対応がとれる体制の整備に努めています。さらに、グループ各社において法令違反が発生したことが確認された場合には、グループリスクコンプライアンス規程に基づき、各社のコンプライアンス委員会からグループリスクコンプライアンス委員会に報告を行います。

今後も、社会の動向などを的確に把握し、企業経営をめぐる多様なリスクに迅速・適切に対応できるよう、リスクマネジメント体制の強化を図っていきます。



リスクマネジメントと情報開示

コンプライアンス

+ 内部通報制度の整備・運用

バンダイナムコグループ各社では、それぞれ社内規程を制定し内部通報制度を整備・運用しています。社員が法令違反を発見した場合、上司に相談するか、あるいは内部通報制度（ホットライン）を通じて代表取締役、社外顧問弁護士、社内相談窓口、監査役のいずれかに報告することを規定しています。公益通報者保護法などにに基づき、通報を行ったことにより不利益を受けることがないように対応を図っています。内部通報制度により、法令違反の発生が明らかになった場合、各社のコンプライアンス規程に基づき、事案に応じて適切な対応を行います。

バンダイナムコグループのBCP（事業継続計画）

バンダイナムコグループでは、重大な災害や事故などの発生に備え、グループのBCP（事業継続計画）の基本方針を制定するとともに、BCM（事業継続マネジメント）体制の整備に取り組んでいます。eラーニングによる社員教育などにも着手し、お客様の安全確保や、早期に事業の再開ができるよう、対策を行っています。

+ バンダイナムコグループBCP（事業継続計画）基本方針

～「夢・遊び・感動」を提供しつづけるために～

バンダイナムコグループの使命は、一人ひとりの心の中に生まれた「夢・遊び・感動」のアイデアを、みんなの手でカタチにして、一人ひとりのお客様の心を響かせることです。

そして、その「夢・遊び・感動」は人の心を癒し、励まし、世界にひろがることで、世の中を変えることも、未来を変えることもできると信じています。

バンダイナムコグループは、予想される重大な災害・事故等の発生に際し、人命を尊重するのはもちろん、いち早く事業の再開・継続を行い、一人でも多くのお客様に「夢・遊び・感動」を提供しつづげたいと考えています。

- グループ従業員とその家族、お客様の安否確認・安全確保を最優先します。
- 早期の事業復旧を行い、商品・サービスの提供責任を全うします。
- 地域社会と連携し、復旧・復興を支援します。

情報開示

バンダイナムコグループでは、経営の透明性を高めるため、さまざまな形で経営に関する情報を開示しています。

+ 決算説明会の開催

決算発表後に、機関投資家や証券アナリストを対象に、決算説明会を開催しており、中期計画などについても、説明しています。また、バンダイナムコホールディングスのホームページにて、発表内容の動画配信や、当日の配布資料、質疑応答に関する書類がダウンロードできるようになっています。



IR・投資家情報はこちら

→ <http://www.bandainamco.co.jp/ir/index.html>

+ 株主総会の開催

バンダイナムコホールディングスでは、株主総会を決議の場だけではなく、株主の皆様と対話ができる場として、積極的なコミュニケーションを心がけています。株主総会終了後には取締役と対話できる時間を設けるとともに、商品・サービスの展示などを行いました。





グループ組織体制

バンダイナムコグループは、純粋持株会社であるバンダイナムコホールディングスのもと、3つの「戦略ビジネスユニット (Strategic Business Unit : SBU)」と各SBUをサポートする関連事業会社から構成されています。事業会社の集合体であるSBUが、国内外における事業戦略を策定・実行し、多彩なエンターテインメントを人々に提供しています。

注：2015年度（2016年3月期）よりセグメント区分を変更しました。

戦略ビジネスユニット (SBU)



バンダイナムコホールディングス

トイホビー

TOYS AND HOBBY

(主幹会社：バンダイ)

- + 玩具、菓子・食品、自動販売機用商品、カード、模型、アパレル、生活用品、文具などの製造・販売

ネットワークエンターテインメント

NETWORK ENTERTAINMENT

(主幹会社：バンダイナムコエンターテインメント)

- + ネットワークコンテンツの企画・開発・配信、家庭用ゲームソフト、業務用ゲーム機、アミューズメント機器向け景品などの企画・開発・販売、アミューズメント施設などの企画・運営

映像音楽プロデュース

VISUAL AND MUSIC PRODUCTION

(主幹会社：バンダイビジュアル)

- + アニメーションの企画・制作・プロデュース、映像・音楽ソフトの企画・制作・販売、オンデマンド映像の配信、ライブエンターテインメント事業

関連事業会社

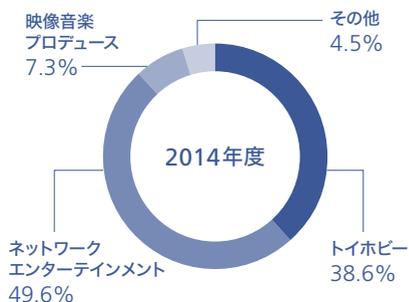
AFFILIATED BUSINESS COMPANIES

- + 流通・物流、管理業務など各SBUをサポートする事業



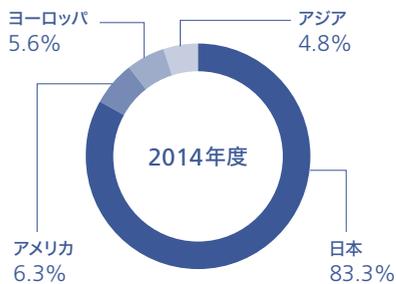
財務・業績ハイライト

事業の種類別売上高比率



注1：内部取引の消去前の売上高で計算しています。
 注2：新セグメントでの売上高比率を記載しております。

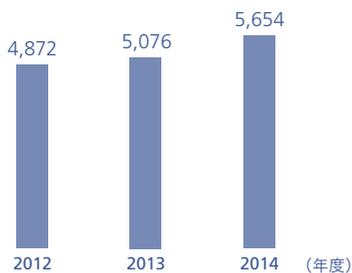
ご参考：所在地別売上高比率



注1：管理数値をベースとした概算値です。
 注2：外部顧客に対する売上高で計算しています。

売上高

(億円)



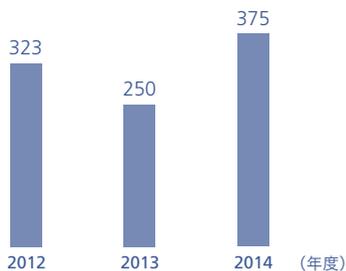
営業利益

(億円)



当期純利益

(億円)



総資産・純資産

(億円)





会社情報ほか

会社概要 (2015年3月31日現在)

+ 社名

株式会社バンダイナムコホールディングス
BANDAI NAMCO Holdings Inc.

+ 本店所在地

〒140-8590
東京都品川区東品川4-5-15
バンダイナムコ未来研究所

+ 資本金

100億円

+ 事業内容

バンダイナムコグループの中長期経営戦略の
立案・遂行
グループ会社の事業戦略実行支援・
事業活動の管理

+ グループ社員数

7,221名

+ 連結対象会社数

子会社65社
持分法適用会社6社

編集方針

「Fun For the Future! バンダイナムコグループのCSR活動報告2015」は、グループ全体のCSR(企業の社会的責任)に関する取り組みを、ステークホルダーの皆様にわかりやすく報告することを目指して発行しています。「バンダイナムコグループCSR重要項目」をもとに、各戦略ビジネスユニット(SBU)で策定している取り組みテーマの中から参考にしたガイドライン: GRI (Global Reporting Initiative)

代表的な取り組みを中心に報告する冊子版と、より詳細な活動報告・情報開示を目的としたWEB版で構成しています。

対象期間

2014年度(2014年4月1日~2015年3月31日)
※一部、2015年度に開始した活動も含んでいます。

対象範囲

グループ会社における持分法適用会社を除く連結対象会社



CSR活動報告2015 WEB版のご案内

冊子の報告内容に加えて、社会・環境の側面に関する具体的な取り組みについて詳しく報告しています。

+ WEB版

活動内容の詳細報告

<http://www.bandainamco.co.jp/social/index.html>



WEB CONTENTS

+ グループのCSR活動

- バンダイナムコグループのCSR
- 重要項目について
- コーポレート・ガバナンス
- コンプライアンス
- 環境とともに

+ CSR活動の取り組み

- お客様とともに
- 地域社会とともに
- 環境とともに
- 社員とともに

+ 冊子版

主な取り組みテーマの特集



株式会社バンダイナムコホールディングス

URL: www.bandainamco.co.jp/

発行日 2015年8月 (前回2014年8月)