



バンダイナムコグループ
CSR Report 2008

CONTENTS

- バンダイナムコグループ 企業理念 ……01
- バンダイナムコホールディングス 会社概要 ……02
- バンダイナムコグループ 事業ポートフォリオ ……03
- トップメッセージ ……06
- 中国特集 ……08

CSR マネジメント

- 1 バンダイナムコグループのCSR
(企業の社会的責任)への取り組み ……18
- 2 コーポレート・ガバナンス ……19
- 3 内部統制について ……20
- 4 コンプライアンスの取り組み ……21
- 5 リスクマネジメント ……23

安全・品質・ユニバーサルデザイン

- 1 安全品質マネジメントと商品開発 ……24
- 2 ユニバーサルデザインへの取り組み ……28

環境保全

- 1 環境マネジメント ……30
- 2 社員の啓発活動 ……31
- 3 温暖化防止に向けた取り組みの推進 ……34
- 4 環境に配慮した商品の開発、販売 ……36
- 5 廃棄物の削減と資源循環の推進 ……40
- 6 リサイクルシステムの構築 ……43
- 7 物流における環境負荷の低減 ……44
- 8 環境コミュニケーション ……46

文化・社会支援

- 1 社会貢献活動 ……52
- 2 文化・社会のために ……53
- 3 地域社会のために ……57
- 4 お子さまへの福祉活動 ……59

企業価値向上

- 1 イキイキ働ける職場づくり ……62
- 2 キャリアアップ支援 ……64

第三者意見 ……66

GRIガイドライン対照表 ……68

編集後記 ……69

編集方針

「バンダイナムコグループ CSR Report 2008」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、具体的な数値をあげながら分かりやすく報告することを目指して発行しています。

グループとしてのCSRレポート発行は2年目を迎え、特集では「品質・安全」の面で注目が高まっている中国におけるバンダイナムコグループの活動を紹介しています。また、どなたにも読みやすいように本文にユニバーサルデザインフォントを使用しました。本レポートがバンダイナムコグループをご理解いただく一助になればと思っています。

対象期間

2007年度(2007年4月1日～2008年3月31日)の活動実績について記載しています。一部2008年度に開始した活動も含んでいます。

対象範囲

このCSRレポートはP.04-05掲載のグループ会社における持分法適用会社を除く連結対象国内企業を対象範囲としています。

参照ガイドライン

環境報告ガイドライン(2007年度版)
GRIサステナビリティ・レポート・ガイドライン(2006年度版)

バンダイナムコグループ 企業理念

「グループ企業理念」は、バンダイナムコグループの経営における意思決定のよりどころとなり、グループ社員の精神的支柱となる、すべての活動の基本方針です。バンダイナムコグループ各社では、それぞれ企業理念を掲げていますが、「グループ企業理念」はそれらを包含するものとなります。

バンダイナムコグループは、この「グループ企業理念」のもとで各社の自由と自律を尊重し、それぞれが創造性を最大限に発揮するとともに、新しいグループとしてのシナジーを生み出し、グループ全体の企業価値の向上を目指してまいります。

ミッションステートメント

「夢・遊び・感動」

わたしたちバンダイナムコは斬新な発想と、あくなき情熱で、エンターテインメントを通じた「夢・遊び・感動」を世界中の人々へ提供しつづけます。

信念

「夢・遊び・感動」は 幸せのエンジン

「夢・遊び・感動」のカタチは時代によって大きく変わっていくが、人々が幸せであるためには「夢・遊び・感動」が大切であることは変わりがないことを信じています。

基本精神

「超熱中」

「超発想」

「超おもてなし」

- ・誰にも負けない好奇心、あくなき情熱
- ・常識にとられない斬新な発想力
- ・人々の心に響くおもてなしの心と、人々の感動を自らの喜びとする心

ビジョン

「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」

わたしたちバンダイナムコは常に時代の先頭で、エンターテインメントに新たな広がりや深みをもたらし、楽しむことが大好きな世界中の人々から愛され、最も期待される存在となることをめざします。

バンダイナムコのシンボルマークは、株式会社バンダイナムコホールディングスをはじめ、バンダイナムコグループを象徴するアイコンとして広く使用してまいります。

ブランドコンセプト

Fusion and evolution (融合と進化)

活性化した生き物のように、有機的な2つのフォルムが重なりあい、融合し、たえず進化しつづけ、これまでにない夢や喜び、感動を生み出していく様子をバンダイナムコのグループシンボルとして表現しています。

シンボルカラー

レッド・オレンジ・イエロー

エンターテインメントへの情熱と、発想の自由さをレッド・オレンジ・イエローを組み合わせたレイヤードカラーで表現しています。



バンダイナムコホールディングス 会社概要

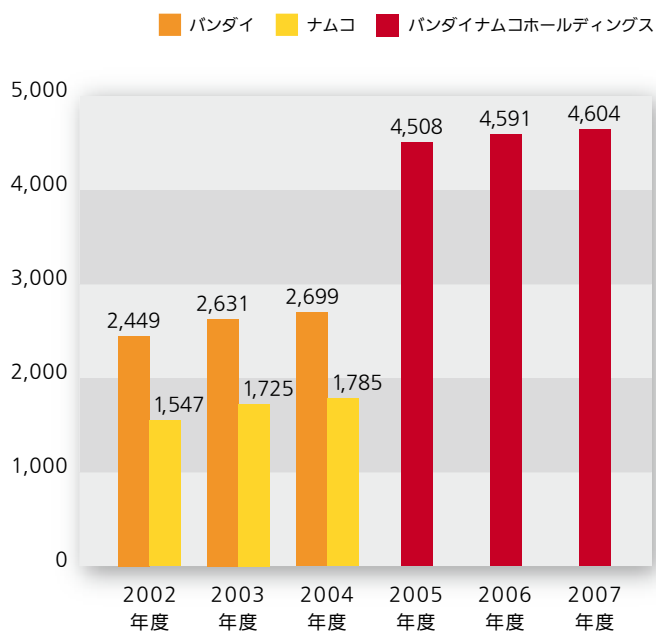
会社概要

社名	株式会社バンダイナムコホールディングス NAMCO BANDAI Holdings Inc.
本社	〒108-0075 東京都港区港南2-16-2 太陽生命品川ビル 9F
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
グループ従業員数	6,948名
連結対象会社数 (持分法適用会社を含む)	62社

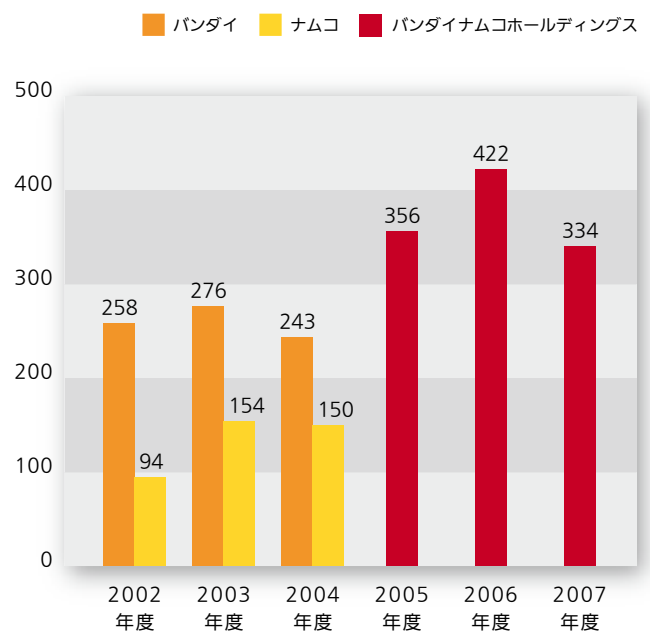
※ 2008年3月末日現在

連結業績データ

● 売上高（単位：億円）



● 営業利益（単位：億円）



※ 2002～2004年度の数字は、バンダイとナムコ経営統合以前の両社の連結業績を記載しております。

バンダイナムコグループ 事業ポートフォリオ

バンダイナムコグループは、5つの「戦略ビジネスユニット(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。

バンダイナムコグループは、多岐にわたるエンターテインメント領域で事業を展開しています。それぞれの事業ブランドの独自性を生かしつつ、グループとしてのシナジー効果を最大限に発揮していく最適な組織体制として、純粋持株会社体制をとっています。

国内外における事業戦略の策定・実行に当たっては、事業会社の集合体である「トイホビー」「アミューズメント施設」「ゲームコンテンツ」「ネットワーク」「映像音楽コンテンツ」の5つの戦略ビジネスユニット(Strategic Business Unit=SBU、以下SBUと呼ぶ)が中心となって推進することにより、責任と権限の範囲を明確にしています。同時に、各SBUの事業を横断的にサポートする機能を「関連事業会社」として集約しています。

戦略ビジネスユニット



バンダイとナムコの経営統合の最大の目的は、それぞれの強みを融合し、変化と競争の激しいエンターテインメント業界において業容のさらなる拡大と深耕を図り、グループ企業価値を最大化することにあります。バンダイナムコグループは経営統合により、玩具、アミューズメント施設、業務用ゲーム機、家庭用ゲームソフト、ネットワークサービス、映像ソフトなど、幅広い事業をグローバルに展開するエンターテインメント企業グループとなりました。これにより安定的な成長を目指すとともに、この幅広い事業領域を最大限に活用したグループシナジー効果を発揮していきます。

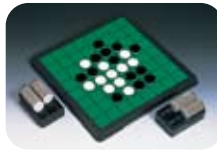
トイホビーSBU

常にユニークな顧客価値の創造に挑戦し続けます。

グループの強みであるキャラクターマーチャンダイジングをさらに進化させ、常にユニークな価値創造に努めています。国内市場では、ターゲットとする年齢層の拡大やこれまでの玩具の枠にとらわれない新規事業への取り組みを行う一方、海外市場では積極的な事業の拡大を推進しています。また、さまざまな戦略をスピーディーに展開するため、外部パートナーとの協力関係を積極的に構築しています。



**炎神合体シリーズ
DXエンジンオー**
(株)バンダイ
30年以上にわたり人気を獲得し続けている定番キャラクターの商品



**オフェシャル
オセロ**
(株)メガハウス
発売から35年たった今でも世界中で愛される定番商品



**いえー!
ふぁみりーイロイロ!
たまごっちプラス**
(株)バンダイ
2004年に復活した「たまごっちプラス」シリーズ



**マイファーストセイカ
はさみあそび/
はじめてのはさみ**
(株)セイカ
エンターテインメント文具からスクール教材まで幅広く文具を展開

主要グループ会社

株式会社バンダイ	株式会社メガハウス	株式会社セイカ	株式会社シー・シー・ピー
株式会社シーズ	株式会社プレックス	ピープル株式会社*	Bandai America Incorporated
BANDAI S.A.	BANDAI U.K. LTD.	BANDAI ESPAÑA S.A.	BANDAI (H.K.) CO., LTD.
BANDAI ASIA CO., LTD.	BANDAI INDUSTRIAL CO., LTD.	BANDAI KOREA CO., LTD.	CREATIVE B WORKS CO., LTD.
BANDAI (SHENZHEN) CO., LTD.			

アミューズメント施設SBU

グループシナジーを活かし、多くの人々に「豊かで幸せな時・場」を提供します。

グループシナジーを発揮したバンダイナムコグループならではの展開を推進することで、幅広い年齢層のお客さまがお楽しみいただける独自性のある施設と付加価値の高いサービスを提供しています。同時に、開発・運営におけるコスト構造の改善による収益性の向上や、海外事業において地域特性に応じた展開による収益基盤の確立などを推進しています。



ナムコ・ナンジャタウン
(株)ナムコ
さまざまな楽しみが盛り込まれた国内最大級のビルイン型テーマパーク



**ナムコ ワンダーパーク
ヒーローズベース**
(株)ナムコ
アミューズメントとキャラクターが融合した魅力あふれるエンターテインメント施設



**こちら葛飾区亀有公園前派出所
ごち亀ゲームば〜く**
(株)バンプレスト
運営：(株)プレジャーキャスト
「ごち亀」の世界観が体感できるキャラクターアミューズメント施設



浅草花やしき
(株)花やしき
1853年に開園され、2004年に事業継承した下町浅草の老舗遊園地

主要グループ会社

株式会社ナムコ	株式会社プレジャーキャスト	株式会社花やしき	株式会社ナムコ・スパリゾート
NAMCO CYBERTAINMENT INC.	NAMCO OPERATIONS EUROPE LTD.	NAMCO OPERATIONS SPAIN S.L.	NAMCO ENTERPRISES ASIA LTD.
SHANGHAI NAMCO LTD.*			

ゲームコンテンツSBU

世界一のエクセレントゲームメーカーを目指します。

人々が喜び・楽しみ・満足するゲームを常に提供し続けるために、家庭用ゲームソフト、業務用ゲーム機、モバイルコンテンツの開発においてノウハウや技術を共有することで、フレキシブルな開発体制を構築していきます。これにより、開発面で運動や効率化を図るとともに、家庭用ゲームソフトではプラットフォームごとにバランスの取れたタイトル編成を実施し、顧客ニーズの変化に迅速な対応を図ります。



**Xbox360用ソフト
「アイドルマスター
ライブフォーユー!!」**
(株)バンダイナムコゲームス
アーケードから生まれたアイドルプロデュースゲームの家庭用ゲームソフト第2弾



**wii用ソフト
「ファミリートレーナー」**
(株)バンダイナムコゲームス
0.5畳の巨大アスレチックで、みんなで楽しみながら運動不足を解消



**業務用メダルゲーム機
「海物語
ラッキーマリンシアター」**
(株)バンダイナムコゲームス
「海物語シリーズ」が、従来のイメージそのままにメダルゲーム機として登場



**業務用ゲーム機向け景品
「カピバラさん
スーパーDXぬいぐるみ
〜リヤマさんといっしょ〜」**
(株)バンプレスト
アミューズメントマシン向けのオリジナルキャラクター景品

主要グループ会社

株式会社バンダイナムコゲームス	株式会社バンプレスト	株式会社ベック	バンプレスト販売株式会社
株式会社バンプレソフト	株式会社ナムコ・テイルズスタジオ	株式会社ナムコトレーディング	BANPRESTO (H.K.) LTD.
NAMCO BANDAI Games America Inc.	NAMCO AMERICA INC.	NAMCO NETWORKS AMERICA INC.	NAMCO BANDAI Games Europe S.A.S.
NAMCO EUROPE LTD.	NAMCO BANDAI Networks Europe LTD.		

ネットワークSBU

総合ネットワーク企業への飛躍を目指します。

多くのファンに支持されるコンテンツプロバイダーであるために、常にユーザーの視点に立った取り組みを行い、コンテンツ力・技術力・提案力・運営力などで独自のノウハウを蓄積しています。今後はコンテンツの見直しとビジネスモデルの改善を行い、選択と集中を図ることで収益基盤を強化するとともに、新規事業領域の開拓にも努めていきます。



携帯電話向けゲームコンテンツ
機動戦士ガンダムネットバトル
バンダイネットワークス(株)

モバイルコンテンツは技術の進歩に合わせてグラフィックや遊びの内容も進化



携帯電話向け動画コンテンツ
「アニメ.モビ」
バンダイネットワークス(株)

携帯電話の高機能化に合わせて、アニメーションのモバイル映像コンテンツを提供



PC・携帯電話向け
レストラン情報サイト
「TaskU.com」
バンダイネットワークス(株)

ユーザー参加型の情報サービスサイトをPCおよび携帯電話向けに運営



カメラでケンサク!
ERサーチ
バンダイネットワークス(株)

さまざまな技術を携帯電話向けに提供

主要グループ会社

バンダイネットワークス株式会社

株式会社VIBE

映像音楽コンテンツSBU

総合コンテンツプロデューサー集団へのステップアップを図ります。

映像コンテンツを中核に音楽・出版コンテンツを融合させることで新たなコンテンツの価値を創造するとともに、パッケージメディアだけでなく、インターネットや携帯電話などのネットワークメディアを多角的に活用しています。このようにコンテンツとメディアをさらに高度に組み合わせることで、事業フィールドのさらなる拡大を図っていきます。



機動戦士ガンダム00
(株) サンライズ
バンダイビジュアル(株)
(株) バンダイチャンネル

登場から30年近くたった今でも新規ファン層を獲得し続けているシリーズ



「ケロロ軍曹」シリーズ
(株) サンライズ
バンダイビジュアル(株)
(株) バンダイチャンネル

小さなお子さまから大人まで幅広い層に支持される人気シリーズ



山嵎
バンダイビジュアル(株)

藤沢周平の短編小説を映画化した本格時代劇



No Border (JAM Project)
(株) ランティス

アニメソング界のスーパーユニット「JAM Project」の活動のテーマ曲であるオリジナルシングル

主要グループ会社

バンダイビジュアル株式会社

株式会社サンライズ

株式会社バンダイチャンネル

株式会社ランティス

株式会社エモーション

株式会社アニメチャンネル

サンライズ音楽出版株式会社

BANDAI ENTERTAINMENT INC.

BEEZ ENTERTAINMENT S.A.S.

関連事業会社

グループの各戦略ビジネスユニットに向けた事業をサポートするさまざまな機能を保有しています。スケールメリットを活かした効率化とコスト削減、グループとしての総合力を強化し、バンダイナムコグループを横断的に支援しています。



(株) バンダイロジバル
(株) ロジバルエクスプレス

高品質で効率的な物流業務に加え、国際一貫物流や安全・環境面での配慮にも注力



(株) バンダイナムコウィル

障がい者雇用を目的とした特例子会社としてグループ拠点での清掃・緑化作業などを実施



(株) アートプレスト

印刷・デザイン・WEBサービスを中心に展開



(株) ナムコ・エコロテック

リサイクル樹脂や、抗菌おしぼりなど環境に配慮した商品を展開

主要グループ会社

株式会社バンダイロジバル

株式会社ロジバルエクスプレス

株式会社バンダイナムコビジネスサービス

株式会社アートプレスト

株式会社ナムコ・エコロテック

株式会社ハビネット*

株式会社サンリンク*

株式会社創通*

株式会社イタリアントマト*

* 持分法適用会社、会社名は2008年6月末時点

バンダイナムコグループは、2008年度 「ピュア」をCSRのキーワードに 「夢・遊び・感動」を提供していきます

「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」を目指すバンダイナムコグループは、各企業の独自性とグループとしてのシナジーを発揮することにより、エンターテインメントのさまざまな領域で事業展開を行っています。それと同時に、社会に対する責任が従来に増して大きくなってきていることを実感しています。

2007年度を振り返りますと、バイオマス素材を使用したバンダイのカプセル玩具「アースカプセル 昆虫採集」が、第4回エコプロダクツ大賞において農林水産大臣賞を受賞しました。また、ロジパルエクスプレスの船橋営業所が平成19年度エコドライブコンテストにおいて理事長賞を受賞したほか、6営業所が入賞を果たしました。

こうした成果は、これまでの地道な取り組みに対して社会からご評価をいただいたものであると認識しています。

その一方で、バンダイビジュアルが販売したポータブルDVDプレーヤー「Char MODEL Portable DVD Player BCHW-0001」、ならびにセイカが販売した「電動えんぴつけずり ふたりはプリキュア」、プレジャーキャストがアミューズメント施設で提供した景品「監督しんちゃんぬいぐるみ」の商品回収を行い、お客さまならびに関係者の皆さまにご心配とご迷惑をお掛けすることとなりました。

あらためて深くおわびを申し上げますとともに、再発防止に向け管理体制のさらなる強化に努めていく所存です。

バンダイナムコグループでは、長期的な目標として売上高1兆円、営業利益1,000億円、海外売上比率50%を掲げています。社会から信頼され、社会に貢献する企業グループとして成長していくためには、事業規模の拡大

や海外展開を進めると同時に、グループを構成するすべてのメンバーが、社会の一員としての責任に対する認識を共有することが必要です。

そのために、バンダイナムコグループのCSRは、グループ各社がこれまで培ってきた企業文化を基盤としながら、2008年度は「ピュア」というキーワードを軸に活動を進めていこうと考えています。

— 「ピュア」な気持ちで 商品・サービスを開発・提供する

まず、バンダイナムコグループの商品やサービスにかかわるすべての人が、「ピュア」な気持ちを大切にしながらそれぞれの業務に携わっていきたくと思っています。

お客さまに提供する商品やサービス自体も、「ピュア」なものであることが求められます。バンダイナムコグループが提供する商品やサービスは、安全で安心して楽しむことができ、社会の健全性や教育面において好ましい影響をもたらすものでなければならぬと考えています。

— お客さまの 「ピュア」な気持ちを育む

そして、商品やサービスを購入し使っていただいたお客さまが「ピュア」な気持ちになれる、「ピュア」な感性を育てていただくことにつながるような事業を展開していくことが大切であると考えています。

— 地球環境にとって 「ピュア」な事業活動を行う

わたしたちの責任は、商品やサービスを提供した時点で終わるものではありません。お客さまが商品を使われる段階にとどまらず、ライフサイクル全体を通じて環境に負荷をかけないもの、つまり地球環境にとっても「ピュア」な商品・サービスを開発し提供していくことが重要です。

— 市民として 「ピュア」な存在を目指す

さらに、バンダイナムコグループの社員は、企業人として仕事を行っているときだけでなく、一市民としても「ピュア」な存在であることが求められると考えています。一人一人が社会の規範を守ることはもちろん、社会の発展に貢献していくような人であってほしいと願っています。

バンダイナムコグループが社会に対する責任をしっかりと果たしていくために、委員会組織をはじめとする推進体制をさらに強化するとともに、グループ全体で価値観を共有し、「夢・遊び・感動」を世界中の人々に提供しつづけることができるよう、努力を重ねていきたいと考えています。



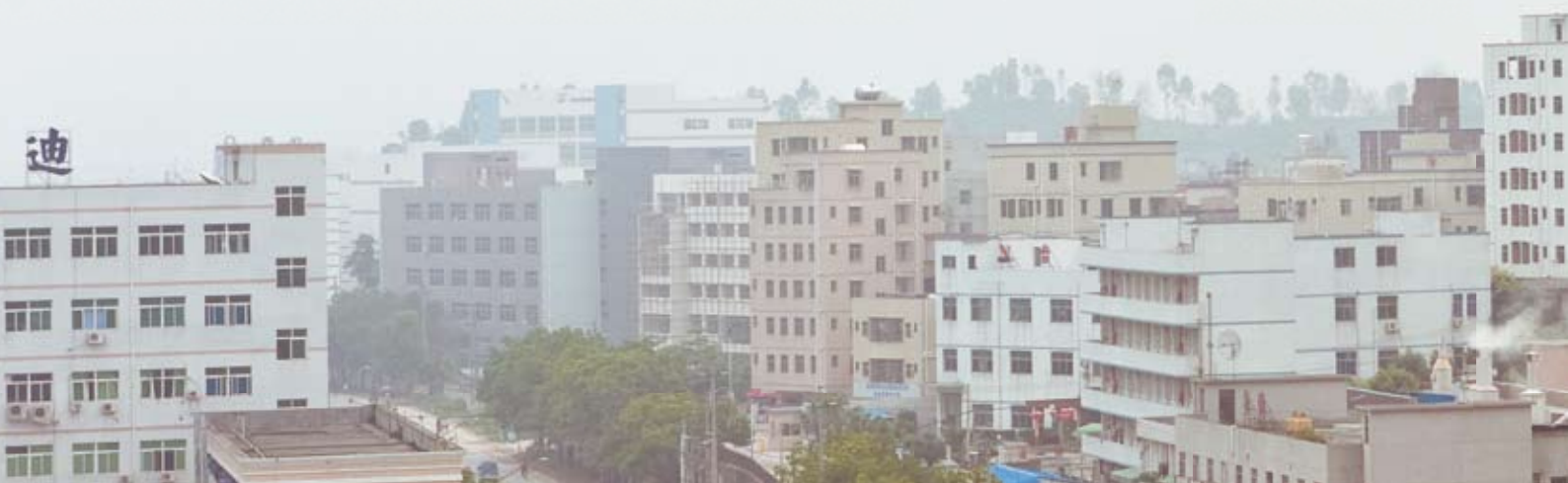
株式会社バンダイナムコホールディングス
代表取締役社長

高須 武男

健全なサプライチェーンの確立により 顧客満足のさらなる向上を目指す

バンダイナムコグループでは中国を重要な生産拠点とし、品質管理の徹底、グリーン調達の実施、C.O.C.監査の実施などを通じて、お客さまが安心して安全にご利用いただける商品を提供するためのサプライチェーンの整備に取り組んでいます。

また、香港に大型アミューズメント施設を展開し、お客さまの視点に立った運営を行うなど、販売面においても中国での積極的な展開を進めています。





BANDAI TRADING (SHANGHAI) CO.,LTD.
SHANGHAI NAMCO LTD.
BANDAI LOGIPAL (SHANGHAI) LTD.

上海

広州

BANDAI (GUANGZHOU) CO.,LTD.

深圳

BANDAI (SHENZHEN) CO.,LTD.

香港

BANDAI (H.K.) CO., LTD.
BANDAI ASIA CO., LTD.
NAMCO ENTERPRISES ASIA LTD.
BANPRESTO (H.K.) LTD.
BANDAI LOGIPAL (H.K.) LTD.

バンダイナムコグループは、2008年6月の中国四川省地震の被災地の皆さまを支援するための救援金として、日本赤十字社を通じて300万円を送付いたしました。
被災地の皆さまにお見舞い申し上げるとともに、1日も早い復興を心よりお祈り申し上げます。

大型アミューズメント施設 「ワンダーパークプラス」オープン

バンダイナムコグループは2008年4月、香港中心部のコースウェイベイにあるワールドトレードセンター6階に、アミューズメント施設「ワンダーパークプラス」をオープンしました。「ワンダーパークプラス」では、お客さまに安全かつ快適に遊んでいただけるよう細やかな対応に努めるとともに、環境面にも配慮した施設運営を行っています。



ワンダーパークプラス店舗入口

バンダイナムコグループの シナジーを發揮

「ワンダーパークプラス」はバンダイナムコグループのシナジーを生かした大型施設で、海外では初登場となる「機動戦士ガンダム 戦場の絆」のほか、約200台の業務用ゲーム機が設置されています。

また、「初代ガンダム RX-78」「シャア専用ザク」「まめっち」「めめっち」などのキャラクターの立像や「太鼓の達人」の内装など、施設内はグループ関連コンテンツが満載となっており、幅広い層のお客さまに楽しんでいただけるようサービスの提供に努めています。

必要な数の景品袋の 使用を呼び掛け



景品袋の配布用ラック

施設内ではサービスの一つとして、お客さまがゲームなどで獲得した人形や景品を入れるためのビニール袋を配布しています。施設内の数カ所に設置されたラックからお客さまが自由に袋を入手できる仕組みになっており、必要な分だけの袋の使用を呼び掛けるメッセージを掲示しています。



施設内の様子

使用済みガシャポン®カプセルの リユース

施設内には多くのカプセル玩具「ガシャポン」自販機が設置されています。お客さまが商品ご購入後不要となるカプセルは、専用の回収ボックスを用意し、別のクレーンゲーム機の景品用カプセルとしてリユースしています。また、傷や汚れが付いて利用できなくなったカプセルは、店内のディスプレイ素材としてリユースし、資源循環を進めています。



店内に設置された回収ボックス



リユースされた景品用カプセル

安全・安心に 遊んでいただくために

施設内に設置された数多くのゲーム機のコード類は、天井部にまとめて配線されており、お客さまがつまずいて転倒することを防止しています。

また、16歳未満の方や学生服を着用しているお客さまが、年齢指定区域に立ち入らないように、警備員が常に店内の巡回を行い、身分証の提示をお願いするなど確認を行っています。さらに、施設のスタッフも常に店内の安全に心を配り、お客さまが安心して楽しんでいただけるように配慮しています。



天井部にまとめられた配線コード



警備員

低年齢層の お客さまへの配慮

「ワンダーパークプラス」には、ご家族連れをはじめとする幅広い年齢層のお客さまにご来店いただき、楽しんでいただいています。

低年齢層のお子さまにも店内で安全に遊んでいただけるように、ディスプレイケースの角には保護器具を付け、万が一、お子さまの頭部などが接触した場合にもケガをしないように配慮しています。



ディスプレイケースの角に付けられた保護器具

comment



NAMCO ENTERPRISES
ASIA LTD.
Operations Manager

陳偉賢
Bill Chan

「ワンダーパークプラス」のオペレーションマネージャーとして、施設全体のデザインの企画設計やスタッフのオペレーションの指導・管理を行っています。

バンダイナムコグループのアミューズメント施設の楽しさをいかに香港の人々に伝えていくか、ということに常に考えながら仕事をしています。一方、お客さまのニーズが日本とは異なる部分もあり、国や地域の文化・習慣を十分に考えながら一つ一つのオペレーションを立案し運営していくところに、大きなやりがいを感じています。

スタッフ一同、最高のサービスで最高の楽しさと夢の時間を提供することを目指しており、多くのお客さまに「ワンダーパークプラス」にご来場いただければと思っています。

トイホビー事業強化に向けた 新拠点の設立

バンダイナムコグループではトイホビー事業強化のため、中国とシンガポールに新会社2社を設立しました。2008年4月に設立されたBANDAI (SHENZHEN) CO.,LTD.は、これまでBANDAI (H.K.) CO.,LTD.の生産管理・品質保証部門の拠点として機能してきた深圳地区のオフィスを法人化したもので、今後、同社の事業活動を通じて玩具の生産管理および品質保証体制をさらに強化していきます。



生産委託先の中国工場

品質保証活動の充実に向けた 情報の把握

バンダイの玩具は、日本のみならず世界のさまざまな地域で販売されています。このためBANDAI (SHENZHEN) CO.,LTD.では、各地域の関連法規制の制定・改正の動きや関連業界における商品をめぐる問題の発生などに関し、世界中から情報を収集し、社内やグループ各社のみならず、生産を委託している工場にも情報提供を行っています。こうした取り組みにより、国際的な動向や世界各地の動きに迅速に対応できる体制の維持・強化に努めています。



国際的な動向や世界各地の動きに迅速に対応できる体制の維持・強化に努めています。

作業者への指導の様子

有害物質に関する 検査体制の強化

BANDAI (SHENZHEN) CO.,LTD.では、製品中に有害物質が含まれていないことを確認するため、蛍光X線分析装置をはじめとする多くの検査機器を導入しています(当グループ所有の蛍光X線分析装置はP.24を参照)。これらの検査機器を使い、新製品検査のみならず量産段階の受け入れ検査時にも、有害物質に関する検査ならびに安全性の確認を徹底しています。



BANDAI (SHENZHEN) CO.,LTD.に導入されている検査機器の一部
左上：赤外線分析装置、右上：カートン振動試験機
左下：蛍光X線分析装置、右下：恒音槽（サイクル）試験機



検査員教育の充実

BANDAI (SHENZHEN) CO.,LTD.では、生産委託工場に検査員を派遣して生産された製品の受け入れ検査を実施しており、現在57名の検査員が検査業務を行っています。

すべての検査が同様に高いレベルで実施されるよう、検査員には日常的な学習のみならず、年2回の試験が義務付けられています。この試験で十分な成績に達しなかった検査員には補講と再試験を実施し、検査レベルの維持・向上を図っています。



検査員の勉強会

検査員の健康管理の徹底

BANDAI (SHENZHEN) CO.,LTD.で導入している各種検査装置は、安全性の面で十分な対応がなされていますが、放射線などを使用するものもあり、万が一検査員が多量の放射線を摂取した場合などには、健康に影響を与える恐れもあります。

このため、該当する検査装置に放射線レベルを測定する測定器を設置するとともに、検査員自身も測定器を身に付け、事故などの発生への未然防止、早期対応が可能な体制を整備しています。また、検査員は1カ月に1回、この測定器を病院へ持参し健康診断を受け、体調を管理しています。なお、放射線を使用する検査装置が設置されている部屋への妊娠中の従業員の入室は禁止しています。



放射線レベル測定器



検査員の胸に付けられた測定器

comment



BANDAI (SHENZHEN) CO.,LTD.
Manager
Q.A. Section
USA&Europe Division

黄國安
Thomas Wong

新製品の開発に伴う品質面の管理、既存製品に関する品質管理や問題発生への対応を、研究開発部門や工場と協力しながら進めています。また、玩具関連の基準などの情報を世界の拠点に配信するとともに、世界各国のリコール案件を分析し、社内での情報共有に努めています。

世界各国の基準の動向を的確に把握することで、これらが施行される前に十分な対応が準備できていることに誇りを持っています。新しいコンセプトの製品や新たな素材を使用した製品の分析・評価においては、多くの手間がかかるケースもありますが、市場に送り出した製品を多くのお客さまに購入していただいていることが、大きな充実感につながっています。

これからも、世界中の人々に楽しんでもらえる製品を提供し続けていきたいと思っています。

グリーン調達活動の推進

バンダイナムコゲームスでは、日本国内のみならず中国をはじめとするすべての生産拠点において、環境負荷の少ない製品、部品、材料の調達を進める、グリーン調達活動を実施しています。

中国地域では、日本の担当者が実際に工場を訪れ、導入前の勉強会から活動が確実に行われていることを確認するまで、密接なコミュニケーションをとりながら取り組みを進めています。



グリーン調達が
行われている工場

バンダイナムコゲームスではグリーン調達を実施するに当たり、サプライヤーの元へ頻繁に訪れ、調達品に関する書類の確認や生産ラインの確認・監査を実施しています。また製品中の有害物質の有無を確認するため、中国・深圳地区に蛍光X線分析装置を設置しています。現地に自社所有の検査機を設置することで、自分たちの目で調達品の検査を実施することが可能になっています。

今後もグリーン調達活動が各サプライヤーの全社活動として根付くように、サプライヤーとの密なコミュニケーションを図っていきます。



工場担当者とのミーティング風景

comment



バンダイナムコゲームス
AMカンパニー
AM品質保証部

佐藤 研
Ken Sato

私はバンダイナムコゲームスが実施するグリーン調達活動の日本以外の国について担当しています。海外工場の多くは中国地区にあります。現在は日本から出張する形で活動を実施・推進しています。グリーン調達活動を実施するに当たり実感するのは、現地の習慣などを理解した上で、現地担当者とコミュニケーションを図ることの重要性です。監査は通訳を通じて実施しますが、そのほかの場面ではできる限り現地担当者と直接会話をし、コミュニケーションを図るよう心掛けています。そのため中国語を猛勉強中です。

サプライヤーインタビュー

グリーン調達に取り組みにご協力いただいているサプライヤーにインタビューを行いました。各社において社内教育などが行われ、グリーン調達の実践が企業体質の強化にもつながっていることがうかがえます。



グリーン調達が行われている工場



サプライヤー

微動電機五金廠
總經理

楊忠波氏

グリーン調達活動は、バンダイナムコゲームスの要請により2007年8月から開始しました。それまではグリーン調達に関してまったく知識がありませんでしたが、バンダイナムコゲームスの担当者と協力して活動を進めてきた結果、当社のみならず我々のサプライヤーにまでグリーン調達活動を広げることができました。

導入段階では、管理レベルが十分でないサプライヤーに発注していた部品などを内製に切り替えるなど、多くの困難がありましたが、こうした経験を通してさまざまなノウハウを得ることもできました。

この活動により社員の意識が大きく変わり、すべてのセクションで仕事のレベルが向上しています。また、グリーン調達活動を通じて習得した高いレベルの管理能力は、社外に対する大きなアピールポイントにもなっています。



サプライヤー

拓來電子(深圳)有限公司
全面品質管理本部長

魏雲氏

グリーン調達活動を開始した当時は、取り組みに関する知識をほとんど持っていませんでしたが、現在はグリーン調達関連の知識を習得している実務歴3年以上の社員5名によるチームを編成し、活動を推進しています。

しかし、担当チームによる活動だけでは、グリーン調達活動を確実に実施することは困難です。このため、工場に勤めている事務系の社員から実際にラインで働いている社員まで、すべての人を対象に教育を行い、取り組みの浸透に努めています。

当社では社員からの提案でISO14001を取得しており、今後も自分たちから進んで行動を起こし、EUや日本の基準に対応しながらレベルアップを図り続けていきたいと考えています。

中国特集



グリーン調達が行われている工場



サプライヤー

青柳熱研電子(深圳)有限公司
モノづくり改革本部長

山上 三津雄氏

グリーン調達活動は、2003年からの準備期間を経て2004年より完全実施しています。活動の推進に当たっては、当社としてグリーン調達について学ぶとともに、サプライヤーに対しても勉強会などを実施し浸透を図りました。納入先によってグリーン調達の基準が異なるため、当社では環境配慮の項目ごとに一番基準が厳しいものを取り入れて対応しています。

グリーン調達は、一部の社員だけの活動では推進することはできません。このため、新入社員に対しても入社時の研修で徹底して教育しています。活動を通して製品の品質に関する意識がより一層高まり、サプライヤーとの強い信頼関係が構築できたことなど、当初予想していた以上に波及効果が大きく、この活動自体が当社の社風になった感さえあります。

物流拠点の整備

バンダイロジパルでは、玩具の生産拠点多く立地している中国・深圳地区に物流拠点を設け、ここから各国の販売会社に向けて商品を出荷しています。日本向けの商品に関しては、日本国内のトラック輸送距離を短縮するために、販売地域に応じて東京と神戸の2拠点に分けて商品を輸送しています。日本向けに分港輸送することで、日本国内のトラック輸送が低減できます。



出荷ターミナル



検針機



倉庫内部

C.O.C.監査

バンダイでは、中国においても全工場を対象にバンダイC.O.C. (Code of Conduct: 行動規範) 監査を実施しており、監査に対する工場側の理解が進み、改善に向けた取り組みも着実に進展しています。

※ バンダイC.O.C. 監査についてはP.25を参照



監査風景

バンダイでは2007年度、日本を除くアジア地域に立地する全工場について、バンダイC.O.C.監査を実施しました。玩具生産の中心的な拠点となる中国地区では、207社を対象に監査を行いました。

C.O.C.監査は、外部の監査会社とBANDAI (SHENZHEN) CO.,LTD.の監査員により実施されています。またBANDAI (SHENZHEN) CO.,LTD.では、日本のバンダイと連携して監査スケジュールの調整、監査結果のまとめ、工場における不適合箇所の是正確認作業を行っています。

C.O.C.監査に関しては、実施当初に比べ工場側の理解も進み、監査を積極的に受け入れるとともに、監査の結果発見された不適合箇所の是正に取り組む工場が増えてきました。さらに、監査の実施に向け、工場に対し監査の意義と必要性を理解していただけるよう、BANDAI (SHENZHEN) CO.,LTD.では地道な活動も進めています。

● 中国における監査済み工場数



comment



BANDAI (SHENZHEN) CO.,LTD.
Chief
Quality System
Affairs Section
Q.A./Q.C. Dept.

徐賽賓
Sally Xu

C.O.C.、品質管理、シャープツールコントロール*1、C-TPAT*2などに関する工場監査を担当しています。具体的には、監査の手配、実施、監査結果のフィードバック、指摘事項の改善に関するアドバイス、監査レポートの作成、指摘事項の改善確認までの一連の業務を行うほか、顧客の要求基準と該当する法律に関する情報の更新、監査員のトレーニング、緊急案件の処理などに取り組んでいます。

私は自分の仕事に誇りを持ち、楽しみながら業務を進めています。監査を実施した結果、不適合箇所が見つかった場合、対象となる工場にその改善に向けた協力を求めることが難しいケースもありますが、丁寧な対応と努力の積み重ねにより、課題の解決に努めています。

*1 カッターナイフなど刃物の管理体制の確認

*2 米国の国土安全保障省税関国境警備局が実施しているテロ防止対策

CSR マネジメント

1

バンダイナムコグループの

CSR(企業の社会的責任)への取り組み

バンダイナムコグループは、斬新な発想とあくなき情熱で、エンターテインメントを通じた「夢・遊び・感動」を世界中の人々に提供し続けることを企業理念としています。「夢・遊び・感動」を提供し続けるために、次の3つの責任を果たすことを盛り込んだ、グループを横断する「CSRへの取り組み」を定めています。

この基本方針のもと、グループ各社を横断する「CSR委員会」とその分科会である「社会貢献委員会」「環境プロジェクト委員会」、それに加えて「グループ危機管理委員会」「グループコンプライアンス委員会」を設置し、各種施策に取り組んでいます。

環境・社会貢献的責任への取り組み（安全・品質、環境保全、文化／社会支援活動）

● 安全・品質向上への取り組み

バンダイナムコグループは、お客さまに安心してご利用いただけるよう、製品・サービスに応じた所定基準、自主基準を設け、より高い安全性と品質を追求できる体制を実現しております。

● 環境保全への取り組み

バンダイナムコグループは、世界中の人々に「夢・遊び・感動」を提供しつづけるために、地球の将来を考えた環境保全に積極的に取り組んでいます。

● 文化／社会支援活動

バンダイナムコグループは、製品・サービスのご提供以外の場面においても、ミュージアム運営やボランティア活動など、グループ各社での取り組みを推進しております。

経済的責任への取り組み

バンダイナムコグループは、経営の透明性を高めるとともに、グループ各社の経営計画、経営状況を常にモニタリングし、グループの発展に最適な事業を選択し、そこに経営資源を集中することで、社会およびステークホルダーに最大限の利益還元ができるようにいたします。

法的・倫理的責任への取り組み（コンプライアンス）

バンダイナムコグループは、国内外のグループ各社、全役員・従業員に対してコンプライアンス対応の基本事項を提示し、法令遵守・倫理尊重が適切に行われているかについて常にモニタリングしております。

2

コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

新しい価値の創造により「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」となることを目指すバンダイナムコグループでは、企業活動を支えるあらゆるステークホルダーの利益を最重視しており、長期的、継続的な視点から企業価値の最大化を図る上で、コーポレート・ガバナンスの強化が重要な経営課題であると認識しています。

こうした考え方にに基づき、社会から信頼され、社会に貢献し続ける企業グループとなるために、経営の健全性、透明性、効率性を高めるとともに、スピーディな情報開示を可能とするコーポレート・ガバナンス体制の構築を進めています。

コーポレート・ガバナンス体制

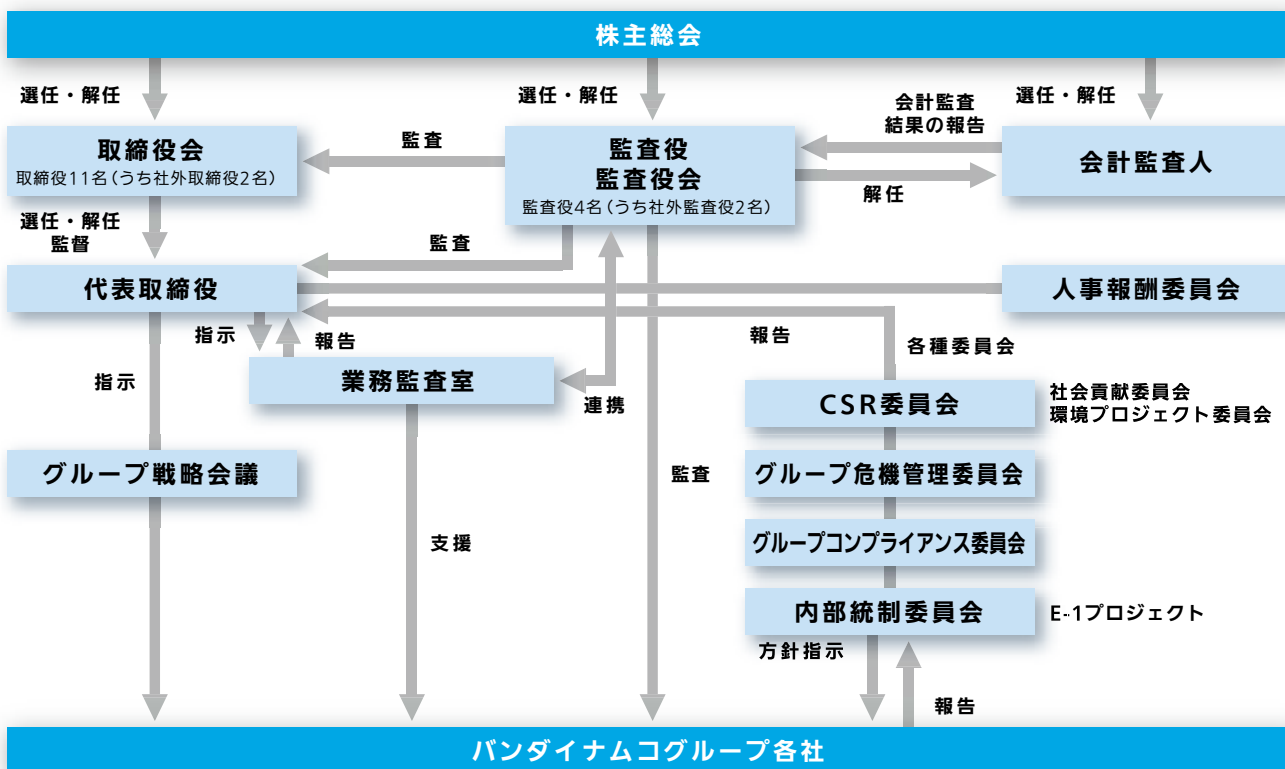
バンダイナムコホールディングスでは、11名の取締役のうち2名を社外取締役とし、コーポレート・ガバナンスの機能強化に努めています。また、経営環境の変化に迅速に対応するとともに、取締役の責任をより一層明確化することを目的として、取締役の任期を1年以内としています。

当社では監査役制度を採用し、社外監査役2名を含む4名の監査役（うち常勤監査役2名）が、監査役会で定められた業務分担に基づき監査を行っています。また、会計監査人による会計監査、業務監査室による業務監査を踏まえ、監査役を中心に会計監査人、業務監査室が相互に連携して、会社の内部統制状況を日常的に監視し、問題点の把握、指摘、改善勧告を行っています。

経営管理体制の整備

バンダイナムコグループでは、取締役会において、会社法で定められた事項の決議、報告、ならびにグループの経営に関連する事項の検討、決議、報告を行うとともに、グループ戦略会議を開催し、経営および事業に関する情報を的確に把握し迅速な対応が取れる体制を構築しています。

また、CSR委員会、グループ危機管理委員会、グループコンプライアンス委員会、内部統制委員会において、それぞれの経営課題に関する事項の検討、グループ各社への方針の指示を行うとともに、適宜、各社からの報告を受け、経営上の課題、問題などが生じた場合に速やかな措置を講じることができる体制の整備に努めています。



2008年6月末日現在

3 内部統制について

バンダイナムコグループは、「エンターテインメント業界No.1の内部統制」を目標に掲げ、SBU内、グループ内における統制機能および経営効率のアップを図っています。

E-1プロジェクト進行中

バンダイナムコグループ

バンダイナムコグループでは、2006年5月、会社法上求められる事業会社において内部統制システム構築に関する決議を行いました。また同年6月末から、金融商品取引法への対応を含むグループ横断プロジェクト「E-1プロジェクト」を立ち上げ、内部統制の評価と構築を進めています。“E-1”には、「Entertainment業界No.1の内部統制を目指す」という意味が込められています。

● 内部統制の基本的な進め方

- ・内部統制は日々の企業活動の前提になっている。特別視は不要。
- ・内部統制は法令対応だけが目的ではない。自らを強くするための道具であり、今がチャンスととらえよう。
- ・内部統制構築は全社、全グループが対象である。皆で知恵を出そう。

● これまでの経緯（2006年度）

2006年度はバンダイナムコホールディングス、バンダイ、ナムコ、バンダイナムコゲームスを中心にパイロット的な展開を実施してきました。

● これまでの経緯（2007年度）

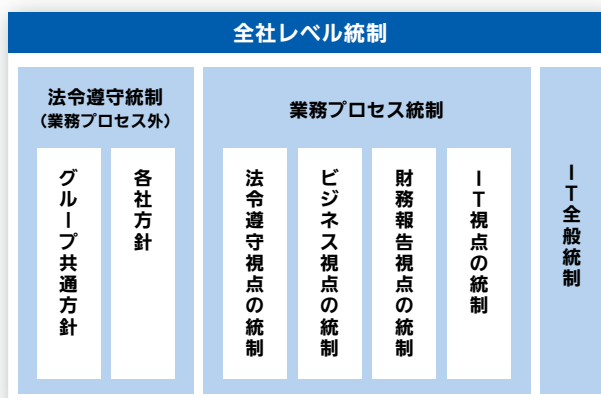
トレーニング内容	実施時期	参加者
iGrafxトレーニング フロー、RCM作成ツールの使用説明	国内 2006年から 北米 2007年1月 欧州 2007年3月 アジア 2007年5月	国内 延べ約100名 海外 延べ約50名
自己点検研修（国内） 内部統制自己評価（CSA）の手続	2007年7～9月	SBU主幹会社 延べ約100名
自己点検研修（海外） 国内に同じ	北米 2007年8月 欧州 2007年9月 アジア 2007年11月	海外事業会社 延べ約50名
第三次文書化研修 財務報告の信頼性に関わる評価実務研修	国内 2008年5月	SBU主幹会社 約50名

2007年度は、北米・欧州・アジア各地域の事業会社への展開を図りました。また国内を含む各地域において、内部統制自己評価のためのトレーニングセッションを実施し、文書作成（リスク、コントロールの抽出）、自己評

価をほぼ完了しました。さらに、自己評価の結果に対する内部監査も実施しました。その結果、各社の抱える内部統制上の課題が明確になりました。各社は重要な課題につき、2008年度中に解決を行います。

● 内部統制の領域

経営者の行動を含めた「全社レベル統制」を重視するとともに、「業務プロセス統制」においては、財務報告の信頼性のみならず、広くビジネス的な視点から業務を見直すことに重点を置いています。



● 業務改善

国内のいくつかの事業会社では、業務改善のテーマを抽出し、会社としての取り組みを開始しようとしています。これはE-1プロジェクトの主旨にのっとり、J-SOXに限定せず、企業価値を高めようとする試みの一つです。

● 代表者宣誓書

バンダイナムコホールディングスは、2009年3月末時点における「内部統制報告書」を金融庁に提出することになりますが、この報告の信頼性をより高めるために、当グループでは2007年度より「代表者宣誓」制度を導入しています。グループ内事業会社のトップは自社の内部統制を評価し、その結果をSBU単位にまとめた上でバンダイナムコホールディングスに報告します。バンダイナムコホールディングスではこれら報告内容を踏まえ、「内部統制報告書」を作成します。

4

コンプライアンスの取り組み

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」として「夢・遊び・感動」を提供しつづけるために、コンプライアンスに関する考え方を明確化し、グループ企業への徹底を図っています。

コンプライアンス宣言と憲章に基づく取り組み

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。

さらに、グループ各社の全社員が憲章に対する理解を深め、業務遂行において実践できるよう、「バンダイナ

ムコグループ コンプライアンスBOOK ~コンプライアンス憲章の手引き~」を作成・配付し、周知徹底を図っています。

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コンプライアンス委員会を設置し、グループ全体のコンプライアンスに関わる重要事項の監査、監督ならびに法令等の違反の防止に努めるとともに、万一、法令違反などの事実が認められる場合に速やかな措置を講じることができる体制を整備しています。

バンダイナムコグループ コンプライアンス宣言

～「夢・遊び・感動」を提供しつづけるために～
わたしたちは宣言します

1. この憲章の遵守を率先垂範し、高い倫理観をもって誠実に行動します。
2. この憲章をグループ内に定着させることを使命と認識し、社内環境の整備を行います。
3. この憲章や法令の違反が発生した場合は、直ちに原因究明と再発防止のための措置を講じるとともに、厳正な処分を行います。

バンダイナムコグループ コンプライアンス憲章

わたしたちは、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を目指し、「夢・遊び・感動」を提供しつづけるため、次の原則を制定し、これに基づき行動します。

厳正な商品サービス・公正な取引

- 「夢・遊び・感動」を提供しつづけるという企業理念から、若者の健全な成長を阻害することがないように、適正な商品やサービスの提供を行います。
- 自由な競争のもと、自己の立場を不当に利用することなく、公正・透明な取引を行います。

社員尊重

- 社員の生命・身体を優先し、安全で働きやすい職場環境を提供します。

情報保護・開示

- 企業活動に伴い取得する顧客情報・個人情報、企業活動から生じる機密情報について、その重要性を十分に理解し、情報漏洩をしないことはもちろんプライバシーにも配慮して、適正に管理します。
- 株主、取引先その他のステークホルダーを保護するため、経営の透明性を確保することを念頭に、情報隠蔽をすることなく、適切かつ信頼性のある企業情報を適時かつ公正に開示します。

知的財産の尊重・活用

- コンテンツを含む知的財産が重要な経営資源であることを認識し、他社の権利を尊重するとともに、自らの権利を守り、有効活用します。

財産保全

- 会社財産の使用に当たっては、公私の区別をわきまえて、適正に使用します。

環境・社会貢献

- 自然環境や人々の生活環境への配慮は、企業の中長期的な発展に不可欠の要素であると考え、これを十分に認識して事業活動を行います。
- 「よき企業市民」として、事業活動を通じて文化の発展に貢献し、豊かで明るい健やかな生活の実現に寄与します。

反社会的勢力の拒絶

- 社会の安全、秩序に脅威を与える反社会的勢力、団体とは一切関係を持たず、断固としてこれを拒絶します。

海外コンプライアンス

- 世界各国の地域特性を踏まえ、その文化や習慣を尊重するとともに、国際ルールや現地ルールを遵守します。

情報保護・開示

バンダイナムコグループ

バンダイナムコグループでは企業活動に伴い取得する顧客情報・個人情報、企業活動から生じる機密情報について、その重要性を十分に理解し、情報漏洩をしないことはもちろんプライバシーにも配慮して、適正に管理しています。また株主、取引先その他のステークホルダーを保護するため、経営の透明性を確保することを念頭に、情報を隠すことなく、適切かつ信頼性のある企業情報を適時かつ公正に開示しています。

そこでグループ全社員の周知徹底を図るため、情報保護・開示についても明記された「バンダイナムコグループコンプライアンスBOOK」を全社員に配布しています。

コンプライアンスBOOKの中では、心構えや情報の分類、関連する法令などについても説明があり、情報を取り扱う際の留意事項まで細かに説明されています。また全社員の理解度を高めるために2008年3月にeラーニングを実施し各社員の理解度を測定しています。測定された結果をもとに今後の活動を推進していきます。

「プライバシーマーク」の認証取得

バンダイネットワークス VIBE

個人情報の管理は企業にとって重要な課題であり、情報通信技術の発展および社会における普及を背景に、情報管理体制のさらなる強化が求められています。

バンダイネットワークスおよび子会社のVIBEでは、ネットワークコンテンツサービスの提供やインターネット通販などの事業を行う企業として、業務遂行上さまざまな形でお客さまの個人情報を取り扱っています。このため、2004年12月に個人情報保護方針を制定し、事業活

動に伴う個人情報の取り扱いに関し管理の徹底に努めてきました。

2005年4月の個人情報保護法の完全施行を踏まえ、両社では個人情報の管理体制のさらなる強化を進め、その一環として2006年に財団法人日本情報処理開発協会（JIPDEC）の「プライバシーマーク」の認証を取得しました。また、JIS Q 15001が個人情報保護マネジメントシステムとして改正されたことに対応し、社内規程、マニュアルの改訂を行うなど、管理体制の充実を図ってきました。

こうした取り組みに加え、社内の実務担当者による専門組織を発足させ、各職場における啓発活動や運用面の改善に努めるとともに、定期的な研修や入社時教育、各部門の監査などを通じ、個人情報保護をはじめとする情報管理体制の継続的改善、強化を図っています。

内部通報制度の整備・運用

バンダイナムコグループ

バンダイナムコグループ各社では、グループコンプライアンス管理規程に基づき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が規定されています。公益通報者保護法などに基づき、通報を行った社員の氏名や通報内容は守秘され、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が図られています。

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、グループコンプライアンス管理規程に基づき、各社のコンプライアンス委員会からグループコンプライアンス委員会に報告が行われ、事案に応じて適切な対応が取られます。

VOICE

企業法務室において、グループ全体のコンプライアンス体制を整備するための企画提案をしています。

ジグソーパズルの最終段階のように、グループ全体のコンプライアンス体制図が、より充実していく姿が実感できたときに喜びを感じ、そこがやりがいでもあります。

今も、これからも、地球にも人にも優しい仕事をしていきたいと思っています。



企業法務担当

藤井直海

バンダイナムコホールディングス

5

リスクマネジメント

バンダイナムコグループでは、企業経営をめぐる多様なリスクに迅速かつ適切に対応できるよう、グループ危機管理規程の制定、グループ危機管理委員会の設置などを通じ、リスクマネジメント体制の強化を図っています。

グループ全体の
リスクマネジメントの強化

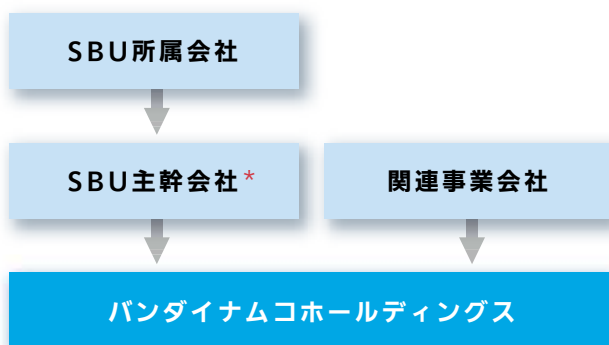
バンダイナムコグループ

企業が事業活動を進めていく上では、自然災害や人為的事故、製品の品質問題、法令違反、訴訟の提訴など、さまざまなリスクが存在します。こうしたリスクに対して的確な対応がなされない場合、企業経営にダメージをもたらし、ステークホルダーの利益を損ねることになります。

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、グループ危機管理規程を制定し、役員、職員一人一人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危機管理委員会を設置し、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。

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、グループコンプライアンス管理規程に基づき、各社のコンプライアンス委員会からグループコンプライアンス委員会に報告がされます。

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。

● 法令違反が発生した場合のバンダイナムコグループ
コンプライアンス委員会への報告ルート

* SBU主幹会社：バンダイ、ナムコ、バンダイナムコゲームス、バンダイネットワークス、バンダイビジュアル

震災発生に備えた体制の整備事例

バンダイ バンダイネットワークス

災害発生時に社員の安全を確保することは、企業にとって重要な課題の一つです。バンダイおよびバンダイネットワークスでは、首都圏直下型地震を含む大型地震の発生に備え、防災班の設置による役割の明確化、食糧・資材の備蓄、安否確認サービスの導入などの対応を行っています。

バンダイネットワークスではこれらの対策に加え、社員の「帰宅マップ」を作成し、東京都が選定している帰宅支援対象道路を基準に、オフィスから社員の自宅までの帰宅経路を確認するとともに、居住地域ごとに「帰宅グループ」を編成しています。こうした対応により、社員がより安全に帰宅でき、被災状況に応じた帰宅経路の決定を迅速に行える体制を整えるとともに、非常時に予想される心理的不安の軽減を図っています。

このほか同社では、「緊急時行動マニュアル」を毎年見直し全社員に配布するなど、社員一人一人が災害発生時に適切な対応が取れる体制の整備に努めています。



バンダイネットワークス作成の帰宅マップ

安全・品質・ ユニバーサルデザイン

1

安全品質マネジメントと商品開発

お客さまに安心してご使用いただける商品を開発、提供するため、バンダイナムコグループでは商品やサービスの品質向上に向けた継続的な取り組みを進めるとともに、安全面、環境面における管理体制の充実に努めています。

350
項目の基準

バンダイ品質基準に基づく 管理の徹底

バンダイ

バンダイでは、「安全で安心できる製品作りに徹し、世界のお客さまから信頼と満足を得られる商品を提供する」ことを方針に掲げ、品質管理の取り組みを進めています。1997年に品質保証部門ではISO9002（現ISO9001：2000）の認証を取得し、同規格に基づくシステムを運用するとともに、各製品分野にかかわる法規制や業界が定める品質・安全基準などを踏まえ、350項目からなる自主品質基準（バンダイ品質基準）を設定しています。

毎月開催される品質基準審議会では、品質管理をめぐる国内外の最新動向を踏まえ、バンダイ品質基準の見直しなどの検討を行っています。また、定期的にグループ企業間やサプライヤーとの情報の共有、意見交換などを行い、品質管理体制の充実につなげています。

サプライヤーに対しては、各社が納入する製品や部品に関し、バンダイの基準に基づく検査結果の提出を要請しています。2006年には蛍光X線分析装置および赤外線分析装置を導入し、有害物質や規制対象物質の製品への含有に関する検査体制の強化を図りました。



蛍光X線分析装置の導入による 検査体制の強化

バンダイナムコグループ

バンダイナムコグループでは、製品中に含まれる有害物質などの検査体制を強化するために、蛍光X線分析装置の導入に力を入れています。現在、導入されている装置の設置拠点および設置台数は下記の通りです。



蛍光X線分析装置

● バンダイナムコグループ蛍光X線分析装置設置状況

（2008年3月末時点）

所有会社	設置台数
バンダイ	1
シーズ	1
BANDAI (SHENZHEN)	1
バンダイナムコゲームス	2
バンダイナムコグループ合計	5



47社
を監査

グリーン調達推進

バンダイナムコゲームス

バンダイナムコゲームスでは2005年からグリーン調達の取り組みを開始し、グリーン調達基準書の発行、社内関連部門やサプライヤーを対象とする説明会の開催などを通じ、環境負荷の少ない製品、部品、材料の調達を進めてきました。

グリーン調達基準書においては、国内の関連法規制や欧州のRoHS（電気電子機器への特定有害物質の含有を制限する）指令などにに基づき、有害物質の使用回避などを求めるとともに、サプライヤーの環境活動の状況も考慮し調達を行っています。また、関連規制の動向やサプライヤーの要望を踏まえ、基準の見直しやより分かりやすい記載への変更などを行っています。

2007年度は中国および台湾において計3回の説明会を開催し、グリーン調達基準の周知徹底を図りました。また、国内23社、海外24社のサプライヤーを対象に製品含有化学物質管理に関する監査を実施し、管理状況を確認するとともに、十分な対応がなされていない事業者に対するフォローアップを行っています。

224社
を監査

バンダイC.O.C.監査

バンダイ

国内外で事業を展開するバンダイは、各国の工場における適正な労働環境の維持を目的として、1998年に「バンダイC.O.C. (Code of Conduct: 行動規範) 宣言」を行いました。宣言の考え方を踏まえ、2004年度より、すべての工場に対して労働環境に関する調査票の提出を求めています。

また、バンダイが独自に作成したチェックリストに基づき、工場のC.O.C.監査を実施しており、2007年度は日本を除くアジア諸国に立地する224社すべてに対して監査を実施しました。監査結果については管轄事業部で確認を行い、不適合事項が発見された場合には該当工場に通知し、是正・改善に向けた対応を求めるとともに継続的なフォローを行っています。

さらに、C.O.C.に関する考え方や監査の方法などについて周知徹底を図るために、2007年8月に「バンダイC.O.C.マニュアル」を作成し、すべてのサプライヤーに配布しました。このほか、サプライヤーを対象にC.O.C.監査に関する説明会を開催するとともに、監査結果の報告会を実施しており、優良事例の紹

介、不適合事例や改善策の説明などを行い、全体のレベルアップに結び付けています。

バンダイでは、こうした取り組みを通じてサプライチェーンにおける適正な労働環境の維持に努めるとともに、サプライヤーとの協力関係の強化を図っています。

● C.O.C. 監査実施件数

2005年度	2006年度	2007年度
37社	100社	224社

● 2007年度の監査工場内訳

地域名	監査数	地域名	監査数
中国	207	タイ	4
台湾	4	インドネシア	3
韓国	2	マレーシア	2
ベトナム	2		

「モノづくり基準」の制定

バンダイナムコゲームス

バンダイナムコゲームスでは、2008年7月に「モノづくり基準」を制定しました。本基準は、品質基準、グリーン調達基準に、2008年6月に施行された欧州のPFOS（パーフルオロオクタンスルホン酸塩）規制への対応を加えた構成になっています。今後、この「モノづくり基準」をベースに、国内外のサプライヤーの協力を得ながら、総合的な視点に立った製品開発を進めていきます。

● バンダイナムコゲームス「モノづくり基準」の構成



多様な分野において事業を展開するバンダイナムコグループでは、これまで各製品分野の特性を踏まえ、品質管理や環境への対応の充実を図ってきました。こうしたアプローチと同時に、グループとして共通の枠組みを確立し、統一的な取り組みを進めていくことが重要であるとの認識に立ち、基準や推進体制の整備を図っていきます。



キャラクターの世界観を守るために

バンダイ バンダイビジュアル

バンダイナムコグループでは、キャラクターが持つ世界観を守り、お客さまに本物の商品を安心して安全に使用していただくために、模倣品や海賊版に対し毅然とした姿勢で対策を進めています。

● バンダイにおける模倣品対策

バンダイは、著作権元さま、販売代理店さま、関係会社と緊密に連携し、模倣品の排除を徹底しております。

日本では、ネット販売を含む国内市場を常時監視し、また税関に対して輸入差し止めの申し立てを適宜行うことで、模倣品の早期発見、流入防止およびその排除に努めています。海外では、模倣品が多く製造・販売されている市場において、模倣品の製造工場、取り扱い問屋・小売店の摘発などを現地の取締機関などを通じて行っています。特に中国では、国際知的財産保護フォーラム（IIPPF）のメンバーとして各行政機関や関連団体などと協力や情報交換を行い、実効ある対策の実施に結び付けるよう努めています。



正規品



模倣品

● バンダイビジュアルにおける海賊版対策

バンダイビジュアルでは、映像コンテンツやパッケージソフトの海賊版の販売に厳格な姿勢で取り組んでおり、国内の事案に関しては刑事訴訟を通じて対処しています。

一方、海外諸国で海賊版が作成され国内に流入するケースが増えていることから、コンテンツ海外流通促進機構（CODA）のCJマーク委員会を通じて、関係業界の企業と協力しながら対策を進めており、中国、香港、台湾において現地政府の取締機関を通じて摘発を行っています。

このほか、海賊版など不正商品への対策に関する消費者の認識を高める活動にも積極的に参画しています。



正規品



海賊版

月間
4~5
万件

お客さま相談システムの拡充

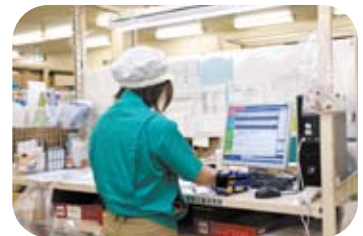
バンダイ

毎年約3,000点の新商品を発売しているバンダイでは、商品の特性やアイテム数の多さから、お客さまよりさまざまなお問い合わせ、ご要望、苦情などをお受けしています。バンダイのお客さま相談センターでは、月間4~5万件に上るお客さまからの声に迅速に対応するため、品質保証部門と連携しながら体制の整備、充実を図っています。

2007年10月には、開発、生産システムとリンクした新たなお客さま相談システムを導入しました。本システムでは、個人情報の取り扱いに十分に配慮しながら、お客さまからのご意見、ご要望などをデータベース化し、よりの確かつきめ細かな対応を可能にするとともに、蓄積された情報を商品開発に反映させ、顧客満足の向上に結び付けています。



バンダイお客さま相談センター



部品や商品の発送作業

VOICE



相談センター担当

鈴木健司

バンダイ

お客さまからのお申し出の内容を分析し、各事業部門へのフィードバックをしています。「迅速・正確・誠心誠意」をモットーに日々業務に取り組んでいます。



重要なお知らせ

バンダイナムコグループにおいて、2007年4月から2008年3月までに緊急告知をいたしましたお知らせならびに対応状況についてご報告いたします。

2007年7月12日発表

「Char MODEL Portable DVD Player BCHW-0001」 (シャア専用ポータブルDVDプレーヤー)の回収について

バンダイビジュアル

バンダイビジュアルが2004年3月に発売しましたポータブルDVDプレーヤー「Char MODEL Portable DVD Player BCHW-0001」に関し、2007年7月に製造委託先である長瀬産業株式会社より、同種商品の一部において使用中に液晶画面のフレーム部分に変形や発煙が起きる事例が発生したため、商品の自主回収および購入代金の返金手続きを実施する旨の発表がありました。

バンダイビジュアルの商品も回収対象に該当することから、新聞およびウェブサイトを通じてお客さまにお知らせをするとともに、商品返品へのご協力をお願いいたしました。2008年4月末までに1,427台の商品を回収しております。

本商品をご購入いただいたお客さまには、ご迷惑をおかけしましたことを深くお詫び申し上げますとともに、ご理解とご協力を賜りますようお願い申し上げます。



〈返品方法〉

商品をご準備のうえ、下記お問い合わせ先までご連絡くださいますようお願い申し上げます。商品の回収確認後、ご指定の銀行口座にお振込みさせていただきます。

〈お問い合わせ先〉

長瀬産業株式会社
DVDプレーヤーお客様相談窓口
フリーダイヤル 0120-181-655
受付時間 9:00～18:00 (土日・祝日を除く)

*お客さまよりお知らせいただきました個人情報、本件の目的以外には一切使用いたしません。

*バンダイビジュアルのホームページ上でもご案内しております。
(<http://www.bandavisual.co.jp/support/info.html#0712>)

2007年8月22日発表

「電動えんぴつけずり ふたりはプリキュア」の 回収・電源コード交換について

セイカ

セイカが2004年11月より2005年9月まで販売しました「電動えんぴつけずり ふたりはプリキュア」(CN-0422436-A)に関し、電源コードから火花が出てコードが断線する事故が4件発生しました。このため、2007年8月以降、新聞およびウェブサイトを通じてお客さまにお知らせをするとともに、無償で電源コードの交換をさせていただいており、2008年4月末までに1,660個の商品を回収しました。

本商品をご購入いただいたお客さまには、ご迷惑をおかけしましたことを深くお詫び申し上げますとともに、品質管理をより一層強化し再発防止に努めてまいります。

〈商品ご送付先〉 〒463-0054 名古屋守山区小六町5-22
株式会社デピカ 電動鉛筆削り係
フリーダイヤル 0120-92-9575

*上記送付先まで送料受取人払いにて対象商品をお送りいただき、電源コードを無償交換させていただきます。

*商品を確実に送付させていただくため、お客さまの郵便番号・ご住所・お名前・電話番号を正確にお書き添えくださいますようお願い申し上げます。なお、お知らせいただきました個人情報は、本件以外の目的には一切使用いたしません。

〈お問い合わせ先〉

株式会社セイカ お客様相談センター
フリーダイヤル 0120-461-085
受付時間 10:00～16:00
(土日・祝日を除く)



*セイカのホームページ上でもご案内しております。
(http://www.seika-n.co.jp/press/dendou_kezuri_070822.html)

2007年11月20日発表

「監督しんちゃんぬいぐるみ」の回収について

プレジャーキャスト

プレジャーキャストが2007年11月に、アミューズメント施設「ゲーセン クレヨンしんちゃん 嵐を呼ぶプリプリ シネマスタジオ」(埼玉県春日部市)において、同店舗限定の景品「監督しんちゃんぬいぐるみ」を、社団法人日本玩具協会によるセーフティ・トイ(ST)検査の合格通知を待たずにSTマークを付けて販売しておりました。また、商品の一部の塗装にSTの基準値を超える鉛が使用されていることが判明いたしました。

現在までのところ本製品による健康被害の報告は受けておりませんが、1,790個(2008年6月末現在)がお客さまのお手元にわたっており、全力をあげて回収・交換をさせていただいております。

お客さまならびに取引先の皆さまにご心配とご迷惑をおかけしましたことを深くお詫び申し上げますとともに、安全・品質管理の強化を図り、再発防止に努めてまいります。

〈製品送付・お問い合わせ先〉

〒277-0863 千葉県柏市豊四季241-22
株式会社プレジャーキャスト「監督しんちゃんぬいぐるみ」係
フリーダイヤル 0120-252-741
受付時間 10:00～18:00 (土日・祝日を除く)

*上記送付先まで送料受取人払いにて対象商品をお送りくださいますようお願い申し上げます。

*交換商品を確実に送付させていただくため、お客さまの郵便番号・ご住所・お名前・電話番号を正確にお書き添えくださいますようお願い申し上げます。なお、お知らせいただきました個人情報は、本件以外の目的には一切使用いたしません。



〈店頭回収・お問い合わせ先〉

〒344-0064 埼玉県春日部市南1-1-1
ララガーデン春日部3階
「ゲーセン クレヨンしんちゃん 嵐を呼ぶプリプリ シネマスタジオ」店
電話番号 048-731-6822
受付時間 10:00～18:00 (無休)

なお、対象製品に関する問題は発売元および製造・販売元によるもので、著作権元および社団法人日本玩具協会に責任はございません。

2

ユニバーサルデザインへの取り組み

バンダイナムコグループでは、性別・年齢・国籍・障がいの有無などにかかわらず、より多くのお客さまに商品を楽しんでいただけるよう、「今より一歩」を合言葉にユニバーサルデザインを追求しています。

144名
参加

ユニバーサルデザインに関する教育の充実

バンダイ

バンダイでは、社員のスキルアップをサポートするバンダイアカデミーにおいて、2008年2月にユニバーサルデザインセミナー（初級編）を開催しました。

今回のセミナーは前年に続き2回目となるもので、特定非営利法人日本ユニバーサルデザイン研究機構の横尾良笑理事長を招き、ユニバーサルデザインに関する基礎的な内容や最新動向についての講演ならびにワークショップを実施しました。

バンダイやグループ企業の社員に加え、商品の企画制作にご協力いただいている関係者、計144名が参加し、ユニバーサルデザインに対する理解、認識を深めました。

今後もユニバーサルデザインに関する知識の習得や情報の把握に努めるとともに、こうした視点をより多くの商品の開発に反映させていきます。



ユニバーサルデザインセミナーの様子



ユニバーサルデザインの取り組み事例

バンダイ セイカ メガハウス

より多くのお客さまに商品を楽しみやすくご使用いただくことができるよう、商品の特性などを考慮しながら、使いやすさ、見やすさ、組み立てやすさ、包装への配慮など、さまざまな視点からユニバーサルデザインに取り組んでいます。

● それいけ!アンパンマン キャリアブルシール Part.3

バンダイ

カラーユニバーサルデザインを取り入れ、赤緑色覚障がいのある方にも、シールのデザインや境目などが見えやすい色の組み合わせになるよう配慮しています。



● 仮面ライダーキバ 変身ベルト & フェッスル DXキバットベルト

バンダイ

ベルトに本体を取り付ける際に、どの角度からでも容易にはめ込めるよう、取り付け部分を設計当初の四角い形状から丸い形状に変更しました。これにより、お客さまが力を入れずに簡単にはめ込むことができるようになりました。



● マイファーストセイカシリーズ

セイカ

低年齢のお子さまにも使いやすい文具を開発するため、研究者のアドバイスやお子さまを対象とする調査を踏まえ、以下のような工夫（一例）を行いました。

・おけいこはさみ

切った後に容易に開くことができるように、スプリングを付けました。また、集中して切れるように、刃の縁に緑のラインを入れました。



・とってつきしたじき

ノートからはみ出る部分（キャラクター）を付け、使用後に抜き取りやすいようにしました。また、やわらかい素材を使用し、筆圧が弱いお子さまでも書きやすいようにしました。



・キャラキッズマーカー

手のひらで包み込むように握って使う形状にし、小さなお子さまでも簡単に描けるようにしました。



● 1/144FG ガンダムエクシア

バンダイ

部品の組み込み忘れをなくすために、組み立て方式を変更し、上腕や下腕などボディの構成ユニット単位で組み立てた後に、各ユニットを新設計の関節パーツで接続する仕様になりました。また、シールを貼る際に容易に位置決めができるよう、シールにガイドとなる部分を付けるようにしました。



● ゲゲゲの鬼太郎 ゲゲゲフィギュアコレクション

バンダイ メガハウス

商品の包装にはポリエチレンの袋が使用されていますが、粘性があるため開けるのに手間がかかる場合があることから、ミシン目を入れ誰にでも開けやすい仕様になりました。



VOICE

ユニバーサルデザイン担当

三本松真広

バンダイ

一人でも多くの方に楽しさを届けるデザインがユニバーサルデザインだと思っています。「今より一歩」使いやすい商品を作るために、今後もさまざまな工夫を重ねていきます。

環境保全

1

環境マネジメント

バンダイナムコグループは、グループ全体を包括する環境プロジェクト組織体制を構築し、「環境方針」および「環境ビジョン」に基づき、エンターテインメント企業グループとして環境との調和に積極的に取り組んでいます。

バンダイナムコグループの環境方針、 環境ビジョン、推進体制

バンダイナムコグループ

【グループの環境方針】

「夢・遊び・感動」は社会全体の幸せのエンジンであることを信念とする企業として、社会に貢献すべき役割を担っていることを自覚し、エンターテインメント企業グループとして環境との調和に積極的に取り組む。

【環境ビジョン】

「夢・遊び・感動を提供できる環境活動」

【推進体制】

バンダイナムコグループは、エンターテインメント企業グループとして取り組むべき環境配慮を検討し実行するために、2006年4月に環境プロジェクトの組織体制を構築しました。

実際の環境プロジェクトの運営においては、グループ全体の方針や目標を決定するグループ環境プロジェクト委員会を設置しています。本委員会での決定事項は各SBUの環境プロジェクトに伝達され、SBUの事業と特性に即した方針や目標に落とし込まれます。さらに、分科会や各種環境会議で日常業務にかかわるテーマが検討され、個人の行動まで浸透する仕組みとなっています。

また、委員会のサポートやグループ全体にかかわる活動の統括、各SBUの環境プロジェクトの支援、情報の共有化を図るために、グループ環境プロジェクト事務局を

設置しています。

環境への取り組みをレベルアップさせることは、バンダイナムコグループが目指す「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」の実現につながると確信し、今後も積極的な取り組みを進めていきます。

● 環境プロジェクト組織体

グループ環境プロジェクト委員会

委員長：東 純（バンダイナムコホールディングス取締役
チーフエコロジーオフィサー）

グループ環境プロジェクト事務局

トイホビーSBU環境プロジェクト

アミューズメント施設SBU環境プロジェクト

ゲームコンテンツSBU環境プロジェクト

ネットワークSBU環境プロジェクト

映像音楽コンテンツSBU環境プロジェクト

関連事業会社

2

社員の啓発活動

環境関連のセミナーの開催、国民的活動への参加、社内報を通じた情報提供などさまざまな機会を通じて、社員の環境意識の向上ならびに環境に配慮した活動の実践を促しています。

● 主な啓発活動

活動内容	実施部門・企業	実施期間
経営層向け環境経営シンポジウムの開催	ゲームコンテンツSBU	2007年12月、2008年3月
一般社員向け環境セミナーの開催	ゲームコンテンツSBU、ナムコ・エコロテック	2007年11月、12月、2008年3月
環境研修「環境問題の実態」の開催	バンダイネットワークス	2007年10月、11月
環境の視点を盛り込んだ新入社員研修の実施	バンダイ	2007年7月
地球温暖化をテーマにした映画「不都合な真実」上映会の開催	バンダイ、ナムコ、バンダイナムコゲームス	2007年8月、9月(計6回)
環境社会検定試験(eco検定)の受験、セミナーの開催	トイホビーSBU、ゲームコンテンツSBU	2007年10月～
チームマイナス6%への参加	バンダイナムコホールディングス、バンダイ、メガハウス、セイカ、シーズ、プレックス、シー・シー・ピー、ナムコ、バンダイナムコゲームス、バンダイネットワークス、バンダイビジュアル、バンダイロジパル、ロジパルエクスプレス、ナムコ・エコロテック	2006年9月～
従業員向け環境情報発信サイトの運営	バンダイ、ゲームコンテンツSBU	随時更新
環境メールマガジンの発行	バンダイ、ナムコ、バンダイネットワークス	2007年4月～
社内報への環境関連記事の掲載	バンダイ、バンダイビジュアル、バンダイロジパル	2007年9月～2008年2月
環境に関するウェブ・アンケートの実施	バンダイネットワークス	2007年12月
「バンダイナムコの森」における森林整備および教育活動の推進	バンダイナムコグループ	2007年4月～
環境配慮製品設計に向けた取り組み	ゲームコンテンツSBU	2007年10月～

● 経営層向け環境経営シンポジウムの開催

ゲームコンテンツSBU

ゲームコンテンツSBUでは2007年12月および2008年3月に、経営層を対象とした環境経営シンポジウムを開催し、同SBUの役員・執行役員、ゼネラルマネージャー、環境委員などが参加しました。

第1回は「なぜ企業にとって環境経営が必要か」、第2

回は「環境経営やCSR経営で、何を変革するのか？」をテーマに、環境先進企業や環境コンサルティング企業から講師をお招きし、講演およびパネルディスカッションを行いました。

今後も、経営層を対象とするシンポジウムなどを開催し、環境経営やCSR経営の実践、レベルアップに結び付けていきます。

169名
合格

環境社会検定試験 (eco検定) の 受験を支援

トイホビーSBU アミューズメント施設SBU ゲームコンテンツSBU
ネットワークSBU バンダイデジタル

バンダイナムコグループでは、社員が環境に関する基礎的な知識を習得し認識を高めるためのアプローチとして、東京商工会議所が運営する環境社会検定試験 (eco検定) の受験および取得による「エコパープル」の養成を進めています。

トイホビーSBUでは、2007年6月にeco検定の受験に向けた勉強会を開催し、外部講師による講義を行いました。こうした取り組みの成果もあり、2008年3月末時点でトイホビーSBU全体で43名の社員がeco検定に合格しています。

ゲームコンテンツSBUでも、eco検定の受験対策として2007年10月に基礎セミナー、12月に直前対策セミナーを開催しました。この結果、107名の社員が検定に合格しました。

今後も勉強会やセミナーを継続的に開催し、eco検定の受験、合格を促進することにより、社員の環境マインドの醸成を図っていきます。

SBU名	合格者数	従業員数
トイホビーSBU	43	2,005
アミューズメント施設SBU	11	1,597
ゲームコンテンツSBU	107	2,524
ネットワークSBU	5	132
映像音楽コンテンツSBU	-	254
関連事業会社	3	396

社員向けの環境情報の発信

バンダイ ナムコ ゲームコンテンツSBU バンダイネットワークス
バンダイビジュアル ナムコ・エコロテック

バンダイでは、2006年から毎月1回、環境メールマガジンを発行しています。バンダイの環境への取り組みのほか、生活に密着した話題などを提供するとともに、社員からの提案も受け付け、双方向のコミュニケーションに努めています。

バンダイビジュアルでは社員の環境意識の向上に向け、

社内報に環境をテーマとするコーナー「ゆるエコ」を2007年9月から6回連載し、環境に関する基礎知識、企業内の取り組み、個人の取り組みのヒントなどを紹介しました。

またゲームコンテンツSBUでは、事業所やグループ企業間で環境活動に関する情報の共有を図ることを目的として、2007年11月から環境情報発信サイトの運営を開始しました。環境に関する基礎知識、SBU内における環境活動の内容、世界のエコ情報、エコ商品のプレゼント、エコ情報掲示板など多様な情報を掲載し、社員の啓発および実践を促しています。

環境配慮製品の設計 に向けた取り組み

ゲームコンテンツSBU

ゲームコンテンツSBUでは、環境プロジェクト委員会の下部組織である環境配慮製品推進分科会にアミューズメント製品環境配慮設計専門部会を設置し、2008年1月より活動を開始しました。

本部会では、アミューズメント製品に関する環境配慮設計ガイドラインの検討を進めており、環境負荷の評価手法としてライフサイクルアセスメント (LCA) の導入に向けた取り組みを進めています。

LCAの試行結果を踏まえ、今後、省エネルギー性をはじめ、省資源・軽量化、分解容易性、原材料表記、化学物質管理などの側面に重点を置き、環境配慮設計を進めていきます。

VOICE

eco検定合格者

古田真美

バンダイナムコゲームス

eco検定に合格しました。普段の業務はゲームソフト全般のプロモーションや各種イベントの実施です。仕事も遊びも楽しみながら行うことを心掛けています。

「バンダイナムコの森」における森林整備と活動の推進

バンダイナムコグループ

森林の里親として活動を推進

バンダイナムコグループは、長野県の橋渡しにより地域と企業が連携して森林の整備と利用を推進する「森林（もり）の里親促進事業」に参加しています。

2007年4月に、財団法人下高井郡山ノ内町和合会との間で「森林（もり）の里親契約」を締結し、バンダイナムコグループは志賀高原（長野県山ノ内町）の約47ヘクタールの森林の里親となりました。5月には調印式典が開催され、調印記念プレートの交換やグループ社員によるヤマモミジ50本の記念植樹を行いました。

バンダイナムコグループでは、ここを「バンダイナムコの森」として財団法人下高井郡山ノ内町和合会が行う森林整備作業の費用を一部負担するとともに、グループ社員による森林整備体験や自然体験など、森林の保護と理解につながる各種活動の場として活用を進めています。



「バンダイナムコの森」記念植樹

「バンダイナムコグループ環境サミット」を開催

2007年10月には、環境活動や環境経営について考える「バンダイナムコグループ環境サミット」を「バンダイナムコの森」で開催しました。

2日間にわたるプログラムには約90名のグループ社員が参加し、森林整備体験や自然観察などを実施。また、他社の先進事例を学ぶ講演、社会・環境報告書を読むワークショップ、経済と環境のバランスの大切さを学ぶゲームなどを行いました。

今回のサミットでは地域とも連携し、長野県・志賀高原の地元の方々にもご参加いただくとともに、森林ガイドとしてご協力いただきました。また、実施に伴い会場や乗り物から排出される二酸化炭素をグリーンエネルギーの購入により相殺したほか、環境に配慮した仕様のバスの利用、生分解性素材を用いた弁当容器やマイはしの使用など、学習内容以外の部分でも環境への配慮を重視しました。



「バンダイナムコグループ環境サミット」



バンダイナムコグループでは、森林の整備に協力するとともに、環境保全の取り組みに対する理解を深めることを目的に、今後も「バンダイナムコの森」を活用したさまざまな活動を推進していく予定です。



2007年志賀高原写真コンテスト 理事長賞『樹氷』岩淵 嘉治
(バンダイナムコグループ協賛)

3

温暖化防止に向けた取り組みの推進

地球温暖化の防止に向け、グループ各社では省エネ型のオフィス機器の導入や運用、照明の消費電力の節減などに取り組んでいます。また、温暖化防止活動を社会に広げていくために、お客さまへの働き掛けにも努めています。

月間
8,640
kWh削減

省エネ型機器の導入

バンダイナムコゲームス

バンダイナムコゲームスのコンテンツ制作本部・CSカンパニーでは、エネルギー消費の抑制を目的として、パソコンやモニターを省エネ型の製品に切り替える取り組みを進めています。

これまでに、開発用のパソコン134台を省電力タイプのものに切り替えるとともに、モニター380台をCRTから電力消費の少ない液晶モニターに切り替えました。これにより月間約8,640kWhの電力消費が削減され、約30kgのCO₂の排出が抑制されることとなります。

バンダイナムコゲームスでは、今後も同様の取り組みを継続して実施し、エネルギー消費およびCO₂の排出をさらに削減していく計画です。

対象部門を拡大。2005年にはすべての蛍光灯照明を2本にし、トータルで120本の蛍光灯が削減されました。

照度の面で支障はなく、室温の上昇も抑えられることから、照明器具だけでなく空調の消費電力の削減にもつながっています。さらに、間引いた蛍光灯を交換用にストックしておくことにより、資源の有効活用も図っています。



天井照明の蛍光灯3本を2本に間引いている。室内は十分に明るい

120本
削減

照明の省エネルギーへの取り組み

バンダイナムコゲームス ナムコ・テイルズスタジオ バンダイビジュアル

● 照明の消灯の励行

バンダイビジュアルでは、オフィスのエネルギー消費を削減するために、2007年11月から毎週水曜日の「ノ一残業デー」の19時以降、照明の一斉消灯を実施しています。こうした取り組みにより、省エネ効果と同時にワークライフバランスの面からもメリットが期待されます。

また、バンダイナムコゲームスのP-7カンパニーでは、2007年8月より昼休みに30分間照明を消灯する取り組みを実施しています。この活動によりエネルギー消費が削減されるとともに、社員の環境意識の向上にも結び付いています。

● 蛍光灯を間引いて使用

ナムコ・テイルズスタジオでは、3本単位で設置されている天井照明の蛍光灯を2本に間引いて使用する取り組みを進めています。2003年12月からオフィスの一部でこうした対応を開始し、社員の理解と協力を得ながら



パソコンの省エネ運用の促進

バンダイナムコゲームス

バンダイナムコゲームスのP-7カンパニーでは、BTO (Build to Order) パソコンの買い替え時に、少ない電力での利用が可能なパーツ構成にすることにより、エネルギー消費の抑制に努めています。こうした取り組みに加え、ウェブを通じて省電力によるパソコンの運用方法を紹介し、カンパニー全体への浸透を図っています。

具体的には、モニターの輝度調整、スクリーンセーバーの設定、電源管理ソフトの利用、不使用時の電源オフなどに関し、電力節減効果を数値で示しながら社員の協力を求めています。また、カンパニー内の運用を紹介しているため新規購入のパソコンに関しては、スクリーンセーバーや電源管理を省電力設定にした上で使用者に渡しています。

今後バンダイナムコゲームスでは、ほかのカンパニーにも同様の取り組みを拡大していく計画です。

6台稼動

コージェネレーションシステムの導入、稼動

ナムコ・スパリゾート

ナムコ・スパリゾートが運営している「スパ・リゾート リバティ」（大阪府岸和田市）では、ガスエンジンで発電機を駆動して電力を供給し、排熱と冷却水熱により冷暖房・給湯を行うガスエンジンコージェネレーションシステムを導入しています。

本システムでは、ガスコージェネレーション（225kW×6台）を導入し、発電機を稼動させることにより、発電機用冷却水の代わりに温泉水を利用（排熱利用）できます。また、発電に伴う余剰電力を「リバティ」本体に送電することにより、商用電力の削減も図られ、温暖化の抑制に寄与しています。

なお、2007年度の発電量は766,745.8kWhでした。



コージェネレーションシステム



スパ・リゾート リバティ

「1人1日1kgCO₂削減」
応援キャンペーンへの協賛

バンダイ

バンダイでは、環境省が推進する「1人1日1kgCO₂削減」応援キャンペーンに協賛しており、プリモプエル専門店の「ハートのしっぽ」（東京・浅草）において、お客さまの参加を促しながら温暖化防止に向けた取り組みを展開しています。



「ハートのしっぽ」では、グリーン電力の利用などを進めるとともに、お客さまに「1人1日1kgCO₂削減」の活動への参加を呼び掛けています。また、商品購入時に「1人1日1kgCO₂削減」の「チャレンジ宣言カード」を提示されたお客さまのポイントカードに2ポイント贈呈、ポイントで交換できるアイテムとして特製のエコバッグを製作するなどの取り組みを行っています。

このほか、店舗でのエコクイズラリーの実施、プリモプエルに使用する電池の回収に協力してポイントをためるスタンプカードなど、楽しみながらエコ活動に参加できるメニューを用意しています。



「ハートのしっぽ」グリーン電力証書

VOICE

プリモプエル担当

田嶋裕子

バンダイ



「プリモプエル」の企画・開発をしています。さらなる「驚きとハッピー」を生み出せるよう、日々お客さまの目線に立ち、業務に当たっています。

4

環境に配慮した商品の開発、販売

バンダイナムコグループ各社では、再生素材の活用、廃棄物の発生抑制、有害物質の使用回避などの視点から、環境に配慮した商品の開発に取り組んでいます。また、環境負荷の低減に寄与する機器などの製造、販売も進めています。

60%
バイオマス配合

バイオマス素材を利用した商品

メガハウス

メガハウスでは、コーヒーの製造過程で発生するシルバースキン（コーヒー豆を包んでいる薄皮）を主原料にした商品として、「エコオセロ」「エコアンバランス」「エコABCパズル」の3つのゲームを2008年4月に発売しました。

これらの商品には、シルバースキン（60%）にポリプロピレン（40%）を混ぜて特殊加工したバイオマス素材が使用されており、社団法人日本有機資源協会のバイオマスマークを取得しています。従来不要となっていた物質を有効活用することにより、枯渇性資源の消費抑制と

廃棄物の削減に寄与しています。

メガハウスでは、これを機に「シンプルエコプロジェクト」をスタートさせ、環境に配慮した商品シリーズの拡充を図っていきます。



シルバースキンを使用したエコオセロ

小中学生を対象に「エコ」に関するアンケートを実施

バンダイネットワークスは株式会社ネットマイルと共同で、小中学生を対象とするネットリサーチサービス「キッズリサーチ」を展開しています。「キッズリサーチ」では、エコに関するお子さまたちの認識や活動の実践状況などを把握するために、2007年7月に「小学生・中学生の『エコ』」についてのアンケート調査を実施しました（有効回答者696名）。

● エコに関する認識

質問：『エコ』や『エコロジー』という言葉を知ることがありますか？

答え： 知る **95.7%** 知らない **4.3%**

ほとんどのお子さまがこれらの言葉を耳にしたことがあるという結果が得られました。

「エコ（環境問題）について学校で学んだことがありますか？」という質問（複数回答可）では、約8割のお子さまが授業や体験学習、自由研究などを通じて環境問題に触れる機会を持っていることが分かりました。

バンダイネットワークス

● エコ活動の実践

質問：身の回りで行われているエコ（複数回答可）は？

答え： 牛乳パックのリサイクル回収 ———— **65.8%**
ペットボトルのリサイクル回収 ———— **61.8%**
買い物袋の持参 ———— **53.9%**

上記3つの回答が多くなっています。また、「あなたが実践しているエコは何？」という質問（複数回答可）でも同じような項目が上位となっており、ほぼ半数のお子さまがこうした行動を実践しているようです。

● エコ製品

質問：思いつくエコ製品（複数回答可）は？

答え： 再生紙ノート ———— **74.0%**
エコバッグ ———— **65.5%**
リサイクル衣類 ———— **46.1%**

上記3つの回答が上位となり、学年が上がるにつれて知っているエコ製品が多くなる傾向が見られます。

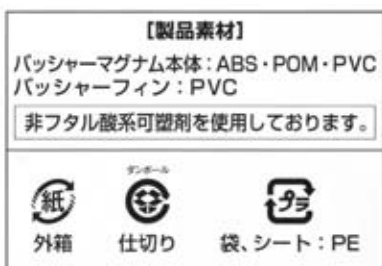
製品に含まれる有害物質などへの対応

バンダイ

玩具などの製品は、乳幼児を含む幅広い層のお客さまが使用し、身体に直接触れる機会も多いことから、バンダイでは、製品に含まれる物質に関し食品衛生法の規制内容などを踏まえ、より厳しい自主基準を設定し検査を実施しています。

特に、樹脂の可塑剤として用いられるフタル酸エステル類については、必ず新製品検査の段階で公的機関を通し、含有されていないことを確認しています。また、製品の受け入れ段階でも赤外線分析装置による検査を行い、含有されていないことを確認しています。

また、商品ご購入前にご確認いただけるようにパッケージにも明記しています。



パッケージ表示例

商品に使用される原材料のリデュース

バンダイ

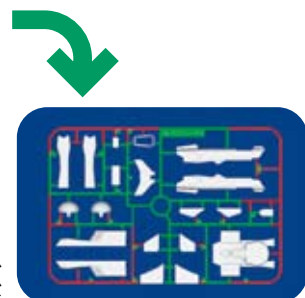
プラモデルの細かい部品を支えている「ランナー」は、お客さまが商品を組み立てた後に廃棄物として排出されることとなります。このためバンダイのホビー事業部では、資源消費や廃棄物発生を抑制するという観点から、「ランナー」の部分の削減に取り組んでいます。

同事業部では、プラモデルに使用するさまざまなプラスチック材料に関し、商品としての品質や強度を損なうことなく削減できるかどうか検証を行い、材料の特性や各部品の形状ごとに対応を進めています。



対策前のランナー

対策実行



対策後のランナー

赤い部分のランナー径を細くし、形状の変更をすることで、ランナー部分の材料を削減した

環境に配慮した紙関連商品

セイカ

セイカでは、お子さまが日常生活や学校で使用するノート、スケッチブック、ぬり絵などの商品において、環境に配慮した用紙やインキの使用を進めています。

インキに関しては約6割のアイテムに植物性のものを使用しており、今後も石油系インキからの切り替えを推進していく予定です。

家電のリサイクルプラスチックを使用した商品

バンダイ

バンダイでは、昭和20～30年代に松下電器産業株式会社より発売された懐かしい家電をリアルに再現したミニチュアディスプレイモデルの玩具菓子「なつかしの家電コレクション～松下電器歴史館編～」を2007年11月に発売しました。

この商品は松下電器グループの協力により実現したもので、同グループで商品に使用している家電リサイクルプラスチック素材（ポリスチレンを再生したもの）を10～15%程度使用することにより、家電製品の質感を表現するとともに、資源循環の促進を通じて環境負荷の低減に寄与しています。

VOICE

品質検査担当

川元真一

バンダイ

お客さまが遊んでいる姿を思い浮かべ、「楽しい顔」とともに、「つらい顔」や「悲しい顔」が浮かばないことを常に念頭に置きながら検査を行っています。

バイオマスチップ™を使用したカプセル玩具 「アースカプセル® 昆虫採集」

バンダイ

間伐材の廃材を商品に利用

バンダイでは、自動販売機専用カプセル商品（ガシャポン）として、バイオマスチップを使用し、玩具で初めてバイオマスマークを取得した昆虫のフィギュア「アースカプセル 昆虫採集」を2007年6月に発売しました。

この商品は、原料に杉の間伐材をリサイクルした木製チップ（約70%）を使用しており、ポリプロピレン（約30%）と混ぜ合わせることで、本物のような精巧な商品の成形を可能にしました。

2008年3月には第2弾として、コーヒーの製造過程で発生するシルバースキンを使用した商品も発売しました。本商品は天然素材を主成分としているため、枯渇

性資源の消費抑制と温室効果ガスの排出削減につながります。また、使用後に廃棄、焼却された場合の環境負荷も抑えることができます。



「アースカプセル昆虫採集」（カブトムシ）

「第4回エコプロダクツ大賞」 農林水産大臣賞を受賞

「アースカプセル 昆虫採集」は2007年12月に、エコプロダクツ大賞推進協議会が運営する「第4回エコプロダクツ大賞」のエコプロダクツ部門において、農林水産大臣賞を受賞しました。

受賞に当たっては、地域に存在するバイオマス資源などを積極的に利用し、お子さまたちに人気のある昆虫の模型の玩具を開発したこと、お子さまたちが環境問題などについて考えるきっかけにもなることなどが高く評価されました。



受賞記念の盾



バイオマス
登録No.070002



バイオマスチップを使用した
「アースカプセル昆虫採集」6種

「自然しらべ」の活動に協賛

バンダイでは、2007年7～8月に財団法人日本自然保護協会が実施した「自然しらべ2007」に協賛し、「アースカプセル 昆虫採集」を活用して活動を支援しました。

「自然しらべ」は、市民の自主的な参加により全国で同時期に同じ対象を観察するという活動で、2007年はセミ（ぬげがら）が観察対象となりました。バンダイでは、「アースカプセル」8万個に「自然しらべ2007」の企画チラシを同梱し、活動への参加を促すとともに、セミのぬげがらの送付にカプセルを利用してもらい活動を盛り上げました。

「自然しらべ2007」では20種・18,570個のぬげがらが集められ、これをもとに全国のセミの生息分布状況の確認が行われました。

VOICE

アースカプセル企画担当

井上 剛

バンダイ

アースカプセルの企画をしました。「始めなければ始まらない。やりたいことは人マネだろうがやってみる」ことを心において動いています。

容器包装の環境負荷低減に向けた取り組み

バンダイ

バンダイでは、商品自体の環境配慮に加え、商品の容器包装の環境負荷低減に取り組んでいます。

容器包装は、商品の保護や品質保持、運搬、商品情報の表示、販売促進などの面で重要な役割を果たしています。しかし多くの場合、お客さまが商品をご購入後、短時間で不要になり廃棄物として排出されることとなります。

このため、それぞれの商品の特性を踏まえ、容器包装としての機能を維持・向上させながら、資源の削減や環境に配慮した素材への転換などを進めています。

パッケージの空間率の低減

容器包装の環境負荷低減に向けた重要な取り組みに、パッケージの空間率*の低減があります。

パッケージ全体に占める商品以外の空間を少なくすることにより、パッケージ本体、梱包材、アウターカートンなどに使用される材料が削減され、資源消費や廃棄物の発生を抑制することができます。また、ムダな空間の削減は商品輸送時の積載効率を向上させ、CO₂排出量の

削減により温暖化防止にも寄与することとなります。

$$* \text{空間率} = \frac{\text{パッケージ容積} - \text{商品体積}}{\text{パッケージ容積}} \times 100$$

梱包材の素材の見直し

梱包材に関しては、軽量性、強度、コストなどの側面から発泡スチロールが幅広く使用されてきましたが、枯渇性資源の使用や使用済み段階の排出・処理などの点を踏まえ、より環境負荷の少ない梱包材への転換を進めています。

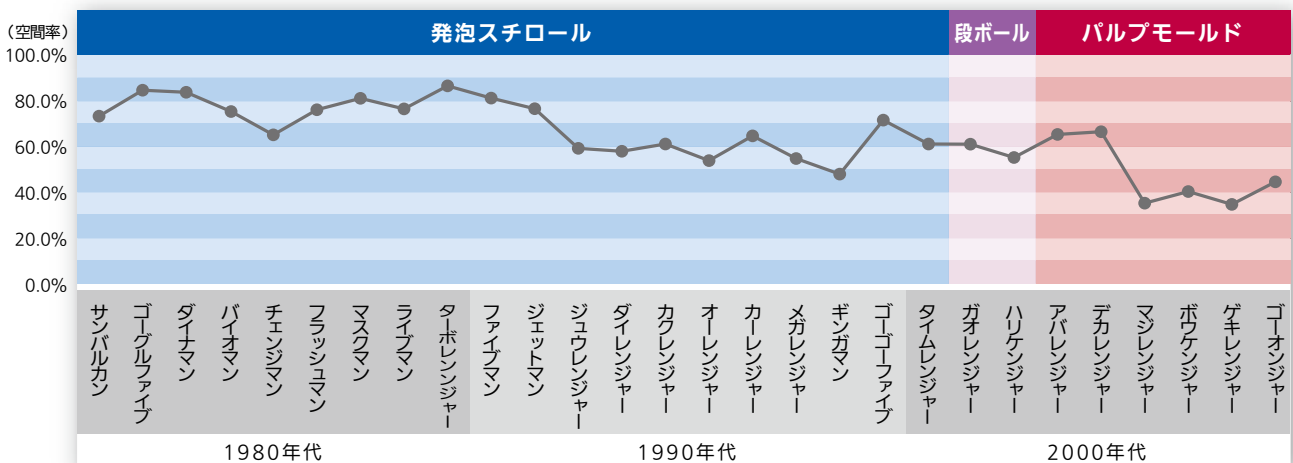
バンダイの代表的な商品の一つである「スーパー戦隊シリーズ」のロボットのパッケージでは、梱包材を発泡スチロールから段ボールへ、さらに再生紙を使用した成形梱包材パルプモールドへ切り替えました。

今後も、より多くの商品において環境負荷の少ない容器包装への転換を進めていきます。

● 空間率の削減 「スーパー戦隊シリーズ」のロボットパッケージ



● スーパー戦隊シリーズにおける「空間率」と容器包装材料の推移



廃棄物の削減と資源循環の推進

資源消費および廃棄物の排出を抑制するため、グループ各社の社員の参画、協力を促しながら、オフィスや社員食堂などで発生するごみの削減やリサイクルに向けた取り組みを進めています。

11,750
個削減

マイカップの利用促進活動

バンダイ ナムコ・テイルズスタジオ

バンダイおよびナムコ・テイルズスタジオでは、飲料容器廃棄物の削減に向け、事業所の規模や飲料の提供設備の状況などを踏まえながら、マイカップ利用促進の取り組みを進めています。

●「マイカップチャレンジ」の推進

バンダイ本社14階のカフェテリアでは、運営会社の協力を得て「マイカップチャレンジ」を実施しています。

社員がマイカップを持参して飲み物を購入すると、1杯につきスタンプ1個を発行。スタンプ15個で飲み物1杯を無料で飲むことができます。また、ダブルポイントキャンペーンなどの期間を設け、社員のマイカップ利用を促しています。

この取り組みにより、年間約3,500個のプラスチックカップの消費が削減されており、社員の環境意識の向上にもつながっています。



●マイカップ対応自動販売機の導入

バンダイでは、本社の各フロアにある飲料用自動販売機に関しても、マイカップの利用が可能な機器への切り替えを進めています。

マイカップを使用して飲料を購入すると10円のキャッシュバックがあり、販売機の横にバンダイかんきょうたいしの「くちぱっち」を使用したオリジナルの啓発ポス

ターを貼って、社員への働き掛けを行っています。

2007年11月に5フロアでマイカップ対応販売機を導入し、4カ月間で11,750個の紙カップが削減されました。今後、ほかのフロアでも販売機の切り替えを進め、マイカップの利用を促進していきます。



マイカップキャンペーンを実施

●全社員がマイカップを持参

ナムコ・テイルズスタジオでは、2007年10月から紙カップやコーヒー用のインサートカップの使用を見直し、来客や社外の方との打ち合わせ時以外には必ずマイカップを使用する取り組みを開始しました。

全社員がオフィスに各自のカップを置いており、新入社員や長期のアルバイト契約者に対しても採用時に周知徹底を図っています。この取り組みにより、従来に比べ毎月紙カップ約400個、インサートカップ約800個が削減されています。

2,000
膳導入

社員食堂の割りばし利用を中止

バンダイ

バンダイでは、社員からの提案により食堂の割りばしを繰り返し使えるはしに切り替え、廃棄物の削減を進めています。耐久性やコスト面、社員のニーズなどを踏まえ検討を進めた結果、竹製のはしを採用することを決定し、食堂の運営業者の協力を得て2008年3月に2,000膳を導入しました。

竹製のはしは耐久性に優れ、食洗機で洗ってもほとんど磨耗することがありません。また、プラスチック製のもののように麺類が食べにくいといった問題もなく、社員からも好評を得ています。

202.6
Kg 収集

「エコキャップ」回収運動
への協力

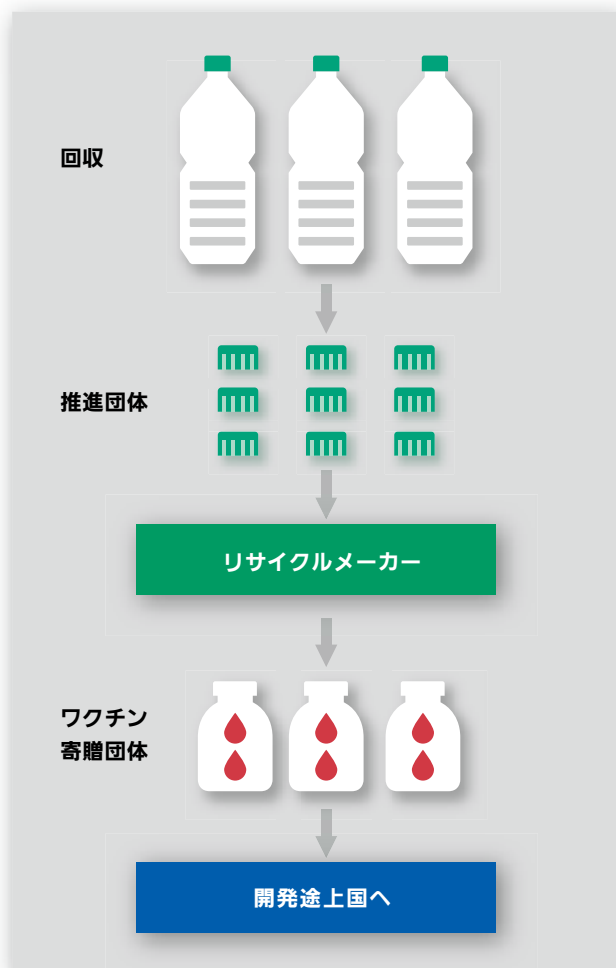
- ナムコ
- バンダイナムコゲームス
- バンプレスト
- ナムコ・テイルズスタジオ
- バンダイネットワークス
- バンダイビジュアル
- ナムコ・エコテック

バンダイナムコグループ各社では、ペットボトルのキャップ回収活動に協力しています。この活動ではペットボトルのキャップを外して分別回収し、推進団体へ提供しています。推進団体は、キャップの売却益でポリオワクチンなどを購入して開発途上国のお子さまたちに提供しています。

バンダイナムコゲームスでは、2007年11月にキャップの回収活動を開始しました。オフィスの各フロアに専用の回収箱を設置し、毎月約20,000個のキャップが集められています。

この取り組みがグループ会社に拡大しており、2007年10月からバンダイネットワークスが、12月からはナムコが、2008年1月からはナムコ・テイルズスタジオが回収活動を開始しています。

● エコキャップの流れ



エコキャップ収集箱
(ナムコ・テイルズスタジオ)



市販の箱を改良した特製のエコキャップ収集箱 (バンダイナムコゲームス)

● 収集実績

集計範囲：バンダイナムコゲームス

期間	2007年11月20日 ～12月26日	2007年12月27日 ～2008年1月30日	2008年1月31日 ～3月13日
重量	57.1kg	56.6kg	88.9kg
数量(約)	22,840個	22,640個	35,560個

ポリオワクチン	28人分	28人分	44人分
---------	------	------	------

VOICE

エコキャップ推進者
松本佳子
バンダイナムコゲームス

エコキャップのほか、広報誌や公式サイトなどの運営などを行っています。業務はとても楽しく、新しいことを達成したときの喜びは格別です。



ペーパーレス活動の推進

バンダイネットワークス バンダイビジュアル

バンダイネットワークスでは、資源消費の抑制および廃棄物の削減に向け、両面コピーの徹底などによるペーパーレスの取り組みを推進しています。社内の各所にポスターを掲示し社員の実践を促すとともに、オフィス機器の機能アップなどハード面からも対応を進めています。

文書類のコピーに関しては、コピー機の機能を利用して両面印刷が行われていますが、パソコンの文書データなどの出力においては、プリンターに両面印刷機能を持つものが少ないため片面での印刷が一般的となっていました。こうした状況を改善するため、プリンターに専用のキットを増設することにより、両面印刷が可能な環境を整備してきました。

このようなアプローチにより、既存のオフィス機器を活用しながらペーパーレスを推進することができ、機器の買い替えに伴う廃棄物の発生を抑制することにもつながっています。

バンダイネットワークスでは、ハード、ソフトの両面からの取り組みを進めることにより両面印刷を全社に徹底させ、コピー用紙などの消費量を大幅に削減することを目指しています。

同社のペーパーレスに向けた取り組みは、担当者間のコミュニケーションを通じてバンダイビジュアルなどほかのグループ企業にも波及しています。今後もこうした横のつながりを重視し、効果的な対策の水平展開を図り、グループ全体の環境負荷低減に結び付けていきます。



プリンターに増設した両面キット



プリンターを買い換えることなく両面印刷が可能に

月間
1,000
枚節減

ペーパータオルの廃止による紙資源の節減

ナムコ・テイルズスタジオ

ナムコ・テイルズスタジオでは従来、トイレにハンドドライヤーとペーパータオルを設置していましたが、2008年1月からペーパータオルの利用を取りやめました。また、社内の流しで水切りなどに使用していたペーパータオルについても、布製のものを繰り返し使用する方法に切り替えました。これらの取り組みにより、月間約1,000枚消費されていたペーパータオルが節減され、資源消費と廃棄物の発生を抑制することにつながっています。



↑
ペーパータオルを廃止し、ふきんとハンドドライヤーで対応
→



VOICE

ペーパーレス推進者

赤坂利江
バンダイネットワークス

ペーパーレスへの取り組みといった環境活動のほか、備蓄品の管理や防災マニュアルの作成、社内イベントの対応など総務・秘書業務に携わっています。

6

リサイクルシステムの構築

グループ各社では、お客さまに商品を提供した後に発生する廃棄物の回収・リサイクルシステムを構築するとともに、やむを得ず処分することになった商品在庫などについても、資源循環に努めています。

25 t
リサイクル

在庫・返品商品のリサイクルの推進

バンダイ

バンダイのキャンディ事業部では、キャンディトイ（玩具菓子）の販売を行っていますが、本商品に関しては、食品の賞味期限の関係から返品されるケースも発生しています。リサイクルの可能性を検討するために商品の素材構成を調査したところ、おおむね紙類50%、プラスチック40%、食品10%という割合であることが分かりました。

この結果を踏まえ2007年10月から、紙類とプラスチック（塩化ビニール樹脂以外）に関して試験的にリサイクルに取り組んでいます。今後、商品のアウターカートンやインナーボックスなどへの再生利用を進め、資源循環システムの構築を目指していきます。

また、カード事業部では、やむを得ず廃棄されるカード商品のリサイクルを進めています。2007年には、廃棄されるカードを破碎処理し、これらの活動で25tの紙資源を段ボール材にリサイクルしました。これを商品のアウターカートンやエコプロダクツ2007のバンダイナムコブースの壁材などに利用しました。

3.5 t
リサイクル

カプセル容器の回収・リサイクル

ナムコ プレジャーキャスト 花やしき ナムコ・エコロテック

「ナムコ ワンダーパーク ヒーローズベース」内の「C2（シーター）ファクトリー」、プレジャーキャスト「東京ガリバー松戸店」、「浅草花やしき」の3施設では、お客さまがゲームを行った後に不要となるカプセル容器の回収を進めており、カプセル容器を投入するとプレイができるゲーム機を設置するなど、回収の促進を図っています。

回収を開始した当初は、回収機にビニール袋や紙類などが混入するケースも見られましたが、リサイクルに対するお客さまの認識も高まってきており、カプセルのみを分別して回収機に入れていただけるようになってきま

した。各店舗で回収されたカプセルは、グループ企業のナムコ・エコロテックを通じてリサイクル処理されています。2007年度は合計3.5tのカプセルが回収・リサイクルされ、再生樹脂は文具、ハンガー、家電製品などの商品に使用されました。

今後、カプセル回収を実施する店舗を拡大していく計画で、お客さまのご理解、ご協力をいただきながら、資源循環をさらに進めたいと考えています。



回収されたカプセル容器

630 kg
リサイクル

ビデオケースのリサイクル

バンダイビジュアル ナムコ・エコロテック

バンダイビジュアルでは、映像媒体をVHSビデオからDVDに切り替えたことに伴い、専用のビデオケースが不用になったため、在庫品（630kg）のリサイクルに取り組みました。ナムコ・エコロテックの協力を得てビデオケースをリサイクルし、再生樹脂は土木建築用資材として使用されました。

VOICE

ビデオケースの
リサイクル推進者

齋田俊彦

バンダイビジュアル

DVDパッケージの商品の生産管理をしています。こだわりをお持ちのお客さまにも納得していただけるよう、質感の高い商品を量産できるように心掛けています。

7

物流における環境負荷の低減

バンダイナムコグループの物流を担うバンダイロジパルおよびロジパルエクスプレスでは、低公害車の導入やエコドライブの実践に取り組んでおり、商品輸送などに伴う環境負荷の低減において着実な成果を上げています。

7
営業所
が受賞

エコドライブコンテストにおいて 理事長賞を受賞

ロジパルエクスプレス

環境省および独立行政法人環境再生保全機構が主催する平成19年度エコドライブコンテスト（参加：534事業所）において、ロジパルエクスプレスの船橋営業所が理事長賞を受賞しました。このほか、札幌、仙台、静岡、名古屋、茨木、福岡の6営業所も入賞し、同社の各営業所にエコドライブの取り組みが浸透していることが示されました。

また茨木営業所は、エコドライブの実践に向けた継続的な取り組みと成果が評価され、2008年1月に大阪府の「おおさかエコドライブ大賞」を受賞しました。

導入比率

35.4%

低公害車の導入

バンダイロジパル ロジパルエクスプレス

バンダイロジパルおよびロジパルエクスプレスでは、インフラの整備状況や輸送物品の特性などを踏まえながら低公害車の導入を推進しています。現在CNG車16台、ハイブリッド車2台、新長期規制適合車22台と所有車両における低公害車の割合が35.4%に達しました。今後も、引き続き積極的な導入を推進していきます。

また、燃費向上対策として、走行時の空気抵抗を軽減するエアディフレクタやエアダム、エコタイヤ、アイドリングストップの実施に必要な蓄熱式暖房マット、蓄冷式冷房機、エアヒーターなどの導入も検討しています。

	台数	比率
CNG車	16	14.2%
ハイブリッド車	2	1.8%
新長期規制適合車	22	19.5%
合計	40	35.4%

※四捨五入の関係で合計の際の比率に0.1%の誤差が発生しています



エコドライブの普及に向けた活動

バンダイロジパル ロジパルエクスプレス

バンダイロジパルおよびロジパルエクスプレスでは、社会におけるエコドライブの普及にも積極的に取り組んでいます。

ロジパルエクスプレスは、2008年1月に開催された自動車環境セミナー（主催：大阪府、独立行政法人環境再生保全機構）において、「こどもたちの未来のためにエコドライブに取り組む」というテーマで事例報告を行いました。

また、バンダイロジパルは、2008年2月に開催された「かながわエコドライブフォーラム2008」（主催：神奈川県）で、「グループ子会社として物流パートナーとしての今後」というテーマで発表を行いました。

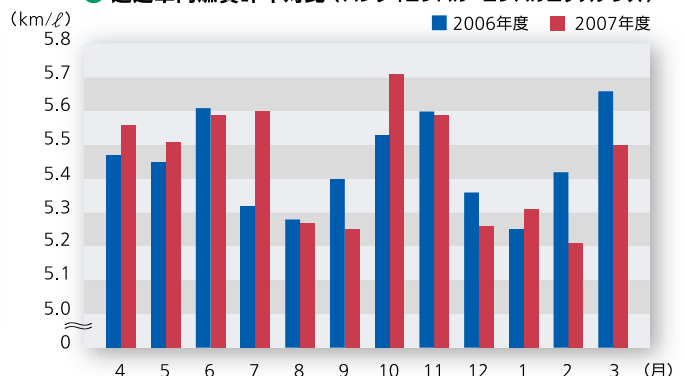
14.7%
燃費向上

燃費の継続的把握と 向上への取り組み

バンダイロジパル ロジパルエクスプレス

バンダイロジパルおよびロジパルエクスプレスでは、保有全車両にデジタルタコグラフを装着し、走行速度やアイドリングの状況を確認するとともに、走行距離と使用燃料から正確な燃費を把握しています。こうしたデータをもとに環境負荷低減に向けた対策を実施しており、全車両の平均燃費は、4.77km/ℓ（2003年）から5.47km/ℓ（2007年）に14.7%改善しています。

● 運送車両燃費昨年対比（バンダイロジパル・ロジパルエクスプレス）



エコドライブ座談会（概要）

ロジパルエクスプレス

平成19年度エコドライブコンテストにおいてロジパルエクスプレスの船橋営業所が理事長賞を受賞したほか、6営業所が入賞したことを受け、2007年11月に同社の本社でエコドライブについての座談会が開催されました。

- 〈参加者〉 **山本 貴一** 船橋営業所 運輸課 区域・乗務チーム 乗務員歴9年。2t車を中心に4t・大型車に乗務。現在の燃費は6km/ℓ(4t)。
宮崎 聡 船橋営業所 運輸課 区域・乗務チーム 乗務員歴18年。大型車で地場乗務。燃費3.5km/ℓ→4.1km/ℓに改善。
角谷 正成 船橋営業所 運輸課 区域・乗務チーム 乗務員歴22年。主に大型車（10t）に乗務。燃費4.0km/ℓ→5.1km/ℓに改善。
田中 政之 船橋営業所 運輸課 区域・乗務チーム 乗務員歴29年。大型車に乗務。（複数の車両に乗務しているため燃費データなし）
戸村 匡志 茨木営業所 マネージャー
蛭川 修一 船橋営業所 運輸課 区域・乗務チーム アシスタントマネージャー
林 一義 船橋営業所 運輸課 セネラルマネージャー
梅津 芳文 経営企画部 マネージャー
柴田 昇 取締役

—— エコドライブのポイント



田中

梅津 燃費の改善において重視している点や苦労していることはありますか。

角谷 停車時にはエンジンをかけられないので、夏や冬は日当たりなどを考えて停車位置を選んでいきます。

宮崎 必要以上にアクセルを踏み込まないように注意しています。

田中 停止する直前にクラッチを離すと燃費の節約になることを習ったので、実践しています。

山本 そのほかに、できるだけ一定のアクセルで走り続けるように心掛けています。

蛭川 蓄熱マットの利用は効果的で、今後、導入車両を拡大していければと思います。

—— エコドライブの浸透

梅津 営業所においてエコドライブを浸透させるために、どのような取り組みをされてきましたか。

戸村 一番重視したのはエコミーティングの開催です。それから、添乗教育でアクセルの踏み方など基本的な点を徹底させました。また、毎月の燃費をグラフ化して全乗務員に示し、意識の向上を図りました。

林 前年度の受賞企業を訪問し、どのような活動をされているのか話を伺いました。計画的な取り組みや教育面の徹底など、多くの点で参考になりました。



柴田

—— 活動の継続とさらなる改善に向けて

梅津 今後の抱負を聞かせてください。

林 安全と環境に配慮した運行により入賞を継続させ、さらに上の賞を狙っていければと思っています。

戸村 各営業所の自主性を高め、運行管理者やリーダー主導により活動を進めていければと思っています。

蛭川 事故をさらに減らし、次回はこうした点もアピールできればと思います。

宮崎 きめ細かな工夫により、0.1%でも燃費を向上させるよう努力していきたいと思っています。



山本

角谷 平均で5km/ℓの燃費を達成できるよう頑張りたいですね。

田中 次回は1位（環境大臣賞）を獲得できるよう、さらに工夫を重ねていきたいと思っています。

山本 日々の車両点検や整備をしっかり行い、故障などを早めに把握し対応することを心掛けようと思っています。

梅津 今後もより一層、安全でエコ運転をお願いします。

柴田 乗務員の皆さんの日ごろからの取り組みに敬意を表したいと思います。エコドライブの取り組みは、環境負荷の低減と同時に経営面にも大きく貢献しています。来年度は環境大臣賞を目指して、さらに努力と工夫を重ねていってほしいと思います。



角谷

宮崎

8

環境コミュニケーション

より多くのお客さまに、環境問題やバンダイナムコグループの取り組みをご理解いただき、また環境保全に向けた行動が社会に広がっていくよう、さまざまなイベントの開催や出展、分かりやすく親しみやすい情報発信に努めています。

サーフ大会におけるビーチクリーン活動

バンダイ

バンダイのReal B Voice事業部が扱っているサーフィンのブランドである「Real B Voice」では、毎年、神奈川県の大磯海岸でサーフ大会「Buffalos Big Board Classic JAPAN」を主催しています。

「Real B Voice」では、大会の開催により海岸を汚さず、よりきれいにすることを基本に、イベントの前後や競技実施前にビーチクリーンを実施しています。さらに2008年4月からは、毎月第2日曜日に地域住民の方たちの協力を得ながら継続的にビーチクリーン活動を行っています。



ビーチクリーン活動の様子

「東京おもちゃショー2007」における環境活動の展示

バンダイ

バンダイでは、2007年6月28日～7月1日に開催された「東京おもちゃショー2007」において、同社のブース内に環境活動のコーナーを設け展示を行いました。

バイオマスチップを使用した「アースカプセル 昆虫採集」など、環境に配慮した商品を展示するとともに、キッズ版の環境報告書などを配布し、環境への取り組みを紹介しました。また、「バンダイかんきょうたいし」のキャラクター「くちぱっち」をナビゲーターとしたプロモーションビデオを上映し、来場者の皆さまに環境活動の内容を分かりやすく伝えました。

なお、バンダイブースの運営に伴い消費されるエネルギーに関しては、グリーン電力証書システムを通じて自然エネルギーを利用しました。

グループ
11社
参加

「エコプロダクツ2007」にグループとして出展

バンダイナムコグループ

バンダイナムコグループでは、2007年12月に開催された「エコプロダクツ2007」にグループとして初めて出展し、グループ企業11社による展示を行いました。

バンダイナムコブースでは、グループ各社の環境への取り組みや環境に配慮した商品などを展示するほか、長野県志賀高原の「バンダイナムコの森」における環境保全活動について紹介を行いました。

また、クイズに回答すると「エコプロダクツ2007」限定のカプセル自販機や環境に配慮したゲーム機器で遊ぶことができるコーナーなど、実際に参加・体験しながらエコについて学べる機会を提供しました。

2,000
個販売

「JAM Project」のエコグッズの販売

ランティス

ランティスでは、アニメーションソングのアーティストグループである「JAM Project」のオリジナルグッズのアイテムとして、エコバッグやマイはしの販売を行っており、2007年度はエコバッグ約2,000個、マイはし約1,500膳を販売しました。

同社では、エコグッズを販売するだけでなく、自らも環境に配慮した行動を実践するために、全役員・社員がオフィスにマイはしを置き、割りばしの使用削減に努めています。



オリジナルエコバッグとマイはし

100
万部配布

お子さま向けに分かりやすく
環境情報を発信

バンダイ

● お子さま向け環境情報サイト「バンダイ エコ・くらぶ」

バンダイでは、2006年に開設したお子さま向けの環境情報発信サイトを、2007年12月に「バンダイ エコ・くらぶ」としてリニューアルしました。

「バンダイ エコ・くらぶ」では、バンダイナムコグループの環境キャラクター「ネイ太」や、バンダイかんきょうたいし「くちぱっち」、かんきょうたいちょう「プリモブエル」などがナビゲートし、バンダイの環境への取り組みなどについて紹介しています。

今後も、より多くのお子さまたちに関心を持ってもらえるよう、エンターテインメント性を盛り込みながら内容を充実させていきます。

● お子さま向けの環境報告書を商品に同梱

バンダイでは2005年より、環境への取り組みなどを分かりやすく紹介したお子さま向けの環境報告書を作成し、玩具などの商品に同梱し配布してきました。2007年も「バンダイのエコ こんなエコ」を作成し、合計100万部をお子さま向けのキャラクター商品などに同梱しました。

「バンダイのエコ こんなエコ」では、玩具の環境配慮や自然エネルギーの利用などの取り組みを紹介するとともに、自分のエコ生活度をチェックできるコーナーなどを盛り込み、お子さまたちやご家族が身近な問題として環境のことを考えてもらえるよう工夫をしています。



「バンダイ エコ・くらぶ」ホームページ
(<http://www.bandai.co.jp/kids/eco/>)



お子さま向け環境報告書
「バンダイのエコ こんなエコ」

いただいたお客さまや、アパレル・全国量販店でインナーを購入いただいたお客さまにキャラクターエコバッグを合計31,400枚配布しました。アミューズメント施設SBUやバンダイロジパル、ロジパルエクスプレスでは全社員にエコバッグを配布しました。ランティスではアーティストのライブグッズとして製作・販売を行っています。

今後も、イベントや店舗での配布や社員への配布を行い、紙袋やビニール袋使用の削減に努めていきます。



森林認証紙の利用促進

バンダイナムコグループ

バンダイナムコグループでは、適切に管理された森林から産出された木材を原料とする森林認証紙の利用促進に取り組んでいます。2007年10月には、グループ企業のアートプレストおよびバンダイナムコビジネスサービスが、FSC（森林管理協議会）のCoC認証（加工流通過程の管理に関する認証）を取得しました。

グループ各社の名刺にはFSCの認証を受けた用紙を採用し、順次切り替えを進めています。また、バンダイナムコゲームスの会社案内においてもFSC認証紙を使用するとともに、とじ具を使用しないホルダー方式や水なし印刷、植物性インキの採用など、環境への配慮を行っています。



VOICE



お子さま向け環境情報発信担当者
中原 葉子
バンダイ

バンダイのエンターテインメント性をエコに取り入れながら「どうしたら楽しくエコができるかな?」と視野を広げて物事を見るようにしています。



エコバッグの配布や販売

バンダイナムコグループ

バンダイナムコグループではエコバッグの配布や販売を行い、エコバッグの普及を推進しています。

バンダイでは「ハートのしっぽ」でスタンプをためて

環境パフォーマンスデータ

以下に2007年の主要な環境パフォーマンスデータを紹介します。環境パフォーマンスデータの把握・集計においては、継続的に精度の向上に努めておりますが、数値の妥当性、客観性をさらに高めるために、現在、対象範囲、集計方法、第三者機関による評価などの面から見直しを行っています。

環境計数

活動項目	単位	年度	バンダイナムコホールディングス	トイホビーSBU	アミューズメント施設SBU	ゲームコンテンツSBU	ネットワークSBU	映像音楽コンテンツSBU	関連事業会社
営業車走行距離数	km	2006	-	2,005,408	-	-	0	19,363	295,759
		2007	-	1,346,061	1,966,210	305,449	0	655,349	270,091
燃料（ガソリン）購入量	ℓ	2006	-	208,052	-	-	0	4,669	26,968
		2007	-	134,750	116,840	33,212	0	62,012	25,533
用水・排水使用量	m ³	2006	-	50,878	1,590	-	7,854	-	22,058
		2007	11	67,938	449,434	40,980	7,876	3,282	17,380
電力購入量	kWh	2006	59,898	6,088,000	404,000	-	325,600	643,417	4,290,100
		2007	60,813	11,130,270	129,848,707	14,891,015	302,834	878,848	3,615,350
ガス購入量	km ³	2006	-	0	-	-	0	0	-
		2007	-	0	-	686,303	0	0	0
一般廃棄物排出量	Kg	2006	587	337,068	-	-	-	3,318	302,540
		2007	596	270,325	58,000	100,058	3,842	4,368	346,900
産業廃棄物排出量	Kg	2006	-	-	-	-	-	10,438	-
		2007	-	-	-	93,164	-	11,501	3,350
コピー用紙使用重量	Kg	2006	-	84,190	-	-	4,895	7,162	10,557
		2007	-	71,481	17,419	48,884	4,103	50,204	14,610

- ※ 表中の「-」は使用実績はありますが実績値を把握できていないものです。「0」については調査の結果、使用がないものです。
- ※ トイホビーSBUの「営業車走行距離」「燃料購入量」「電力購入量」については2006年以前と対象範囲が異なります。2007年度よりバンダイの栃木、静岡、大阪地区の各物件についても計上しています。（そのほかの各項目については各年度とも栃木、静岡、大阪地区の各物件のデータを含んでいます）
- ※ アミューズメント施設SBUの2006年度のデータは矢口本社ビルと営業本部ビルのデータです。2007年度データより、矢口本社ビルと営業本部ビルに加えて全国に展開するアミューズメント施設のデータも含んでいます。なお、施設により各項目の実績データの入手が困難な場合があります。その場合は把握可能な施設を規模・業態別に分類した上で、施設面積により算出しています。
- ※ 映像音楽コンテンツSBUの2006年度はバンダイビジュアル本社のみのデータです。2007年度よりバンダイビジュアルに加え、サンライズ、バンダイチャンネル、ランティスを含んでいます。
- ※ 関連事業会社の2006年度はバンダイロジバルおよびナムコ・エコロテックのデータです。2007年度よりバンダイロジバルとナムコ・エコロテックに加え、アートプレストを含んでいます。

CO₂排出量 **91,755 tCO₂**

グリーン電力使用実績

イベント名	開催期間	会社名	場所	種類	購入量(kWh)
絵本「みのりちゃんシリーズ」Webサイト	2007年4月1日～3月31日	バンダイナムコゲームス	-	風力	11,000
カード事業部イベント合計	2007年4月～2008年3月	バンダイ	各地	-	12,000
静岡ホビーショー	2007年5月17日～20日	バンダイ	ツインメッセ静岡	風力	1,000
7-9月商談会	2007年5月24日	バンダイ	バンダイ本社ビル2階、3階	風力	1,000
東京おもちゃショー2007	2007年6月28日～7月1日	メガハウス	東京ビッグサイト	太陽光	1,000
東京おもちゃショー2007	2007年6月28日～7月1日	バンダイ	東京ビッグサイト	太陽光	12,000
第2回定時株主総会・株主懇親会	2007年6月24日～25日	バンダイナムコホールディングス	グランドプリンスホテル新高輪	水力	1,000
10-12月商談会	2007年7月25日	バンダイ	バンダイ本社ビル2階、3階	風力	1,000
「不都合な真実」社内上映	2007年8月2日	バンダイ	バンダイ本社ビル3階	バイオマス	1,000
ボーイズトイ事業部デジタルモンスタースタートイベント	2007年8月11日	バンダイ	バンダイ本社ビル	バイオマス	1,000
東日本玩具見本市	2007年8月29日～30日	メガハウス	東京都立産業貿易センター	地熱	1,000
東日本見本市・西日本見本市	2007年8月29日～30日、9月12日	バンダイ	東京都立産業貿易センター/インテックス大阪	風力	1,000
ガールズプランニングオフィス	2007年8月～2008年3月	バンダイ	青山事務所（2008年3月末まで）	風力	3,000
プリモペイル倉庫店	2007年8月～2008年3月（土日）	バンダイ	浅草ハートのしほ店	太陽光	4,000
第45回アミューズメントマシショ	2007年9月13日～15日	アートプレスト	幕張メッセ	風力	3,000
第45回アミューズメントマシショ	2007年9月13日～15日	バンダイナムコゲームス	幕張メッセ	バイオマス	2,000
東京ゲームショウ2007キッズブース	2007年9月20日～23日	バンダイナムコゲームス	幕張メッセ	風力	12,000
東京ギフトショー秋2007	2007年9月4日～7日	バンダイ	東京ビッグサイト	バイオマス	1,000
東京ホビーショー	2007年10月11日～14日	バンダイ	東京ビッグサイト	風力	1,000
アパレル事業部展示会	2007年10月18日～19日	バンダイ	バンダイ本社ビル3階	風力	3,000
ライセンスアジア2007	2007年10月31日～11月2日	バンダイナムコゲームス	東京ビッグサイト	風力	1,000
ライセンスアジア2007	2007年10月31日～11月2日	バンダイ	東京ビッグサイト	風力	1,000
個人投資家説明会	2007年11月10日	バンダイナムコホールディングス	グランドプリンスホテル新高輪	風力	1,000
新キャラクター発表会	2007年12月6日	バンダイ	有明	風力	4,000
ジャンプフェスタ2007	2007年12月22日～23日	バンダイ	幕張メッセ	風力	10,000
クリスマスイルミネーション	2007年12月24日～25日	バンダイ	本社と各社員家庭	風力	1,000
ロシアス	2008年1月21日～31日	バンダイ	一之江ロシアス店内	バイオマス	1,000
7社合同商談会	2008年2月14日～3月18日	バンダイ	札幌、仙台、東京、名古屋、大阪、福岡	バイオマス	2,000
AOU2008アミューズメント・エキスポ	2008年2月15日～16日	バンダイナムコゲームス	幕張メッセ	風力	3,000
東京ギフトショー春2008	2008年2月8日～11日	バンダイ	東京ビッグサイト	風力	1,000
キッズフォトバンダイスタジオ	2008年3月1日～31日	バンダイ	バンダイスタジオ	風力	1,000
アパレル事業部展示会	2008年3月24日～28日	バンダイ	バンダイ本社ビル3階	風力	3,000
東京国際アニメフェア2008	2008年3月27日～30日	バンダイ	東京ビッグサイト	風力	1,000
合計					103,000

グリーン電力使用によるCO₂削減量 **40.17 tCO₂**

バンダイホビーセンターの総合的な環境活動

バンダイ

2006年3月から稼働を開始したバンダイホビーセンター（静岡市）は、現在バンダイナムコグループが国内に保有する唯一の自社工場であり、グリーンファクトリーの実現に向け設備面でさまざまな環境対応を行うとともに、生産プロセスなど運営面においても環境負荷低減に向けた取り組みを進めています。



環境負荷低減に向けた設備の導入

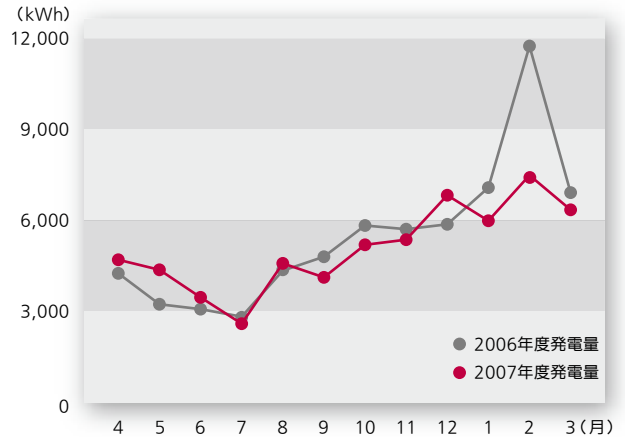
ホビーセンターの壁面には大型のソーラーパネルが設置されており、太陽光で発電された年間56,000kWhを超える電力をセンター内で利用しています。また、建物は屋上緑化が施され、断熱・省エネルギー効果を発揮するとともに、社員の憩いのスペースにもなっています。

さらに、雨水や地下水を再利用するための浄化システムを設置し、年間約2,000tの再生水によりセンター内のトイレや外部の散水をしています。



上左：壁一面に設置された大型ソーラーパネル
上：雨水を利用したトイレ
左：緑化を推進している屋上

● 2006年度-2007年度 太陽光発電量推移グラフ



資源循環の推進

センター内の生産活動や業務に伴って発生する排出物については、リサイクルや適正な管理を行い、外部に環境負荷物質を排出しない運営を徹底させています。

現在、年間約140tのプラスチックをリサイクルしており、生産工程で排出される廃油も地域のリサイクルセンターと連携して有効活用しています。オフィスでもごみの分別回収・リサイクルを進めるほか、食堂から排出される有機廃棄物は有機肥料として活用しています。

近隣環境への配慮

ホビーセンターの周辺には住宅街が広がっているため、騒音、振動、においなどに関しては十分な管理を行っています。また、三交代勤務による操業を行っており近隣の皆さまがお休みになっている時間も機械が稼働するため、油圧の成形機から、騒音や電力消費量の少ない電動タイプの設備に順次切り替えを進めています。

人への配慮

施設内は車椅子でも容易に移動できるよう、スロープを設置するなどの配慮を行っています。また、センター内で働くスタッフの労働環境の改善にも継続的に取り組んでいます。



バンダイナムコグループ 2007年度環境活動結果

バンダイナムコグループの環境活動における2007年度は、それまでグループ各社の取り組みに大きなばらつきがあった状況から、グループ全体でのPDCAサイクルの起動に向けた取り組みの元年に当たりました。そこでは依然として活動レベルの違いはあるものの、グループ各社の経営層と従業員が、環境活動を企業の継続的な取り組みとして意識し、全社的運動によって推進・発展させる仕組みが構築されてきています。

2007年度活動項目・実績ならびに2008年度の目標

SBU	2007年度の活動項目・実績	2008年度の活動目標	アクション	取り組みのポイント
トイホビー SBU	<ul style="list-style-type: none"> ・エコプロダクツの推進 ①植物性インキの導入 ②オーバーパッケージ ③ユニバーサルデザインプロジェクト ④産業廃棄物 ⑤カプセル商材のごみ問題 ⑥電池廃棄量の削減 ・エコマインドの醸成 ①環境プロジェクトの推進 ②環境研修の実施 ③環境会計の導入 ④省エネ・省資源活動 ⑤環境広報 ・第4回エコプロダクツ大賞受賞 	環境プロジェクトの深化と各部門の活動支援	エコマインドの醸成	<ul style="list-style-type: none"> ・eco検定取得者の拡大 ・社内向け環境冊子の配布
			エコプロダクツの創出	<ul style="list-style-type: none"> ・「東京おもちゃショー2008」への出展 ・「エコプロダクツ2008」への出展 ・環境配慮型商品の創出
			エコマネジメントへ挑戦	<ul style="list-style-type: none"> ・LCA（Life Cycle Assessment）の知識習得
アミューズメント 施設SBU	<ul style="list-style-type: none"> ・社員のエコ意識の向上 ①クールビズ、ウォームビズの実施 ②チームマイナス6%への参加 ③環境映画の上映やeco検定受験の支援など ・環境計数の測定（本部ビル＋一部店舗にとどまる） ・電気量削減（電気の購入先変更による経費節減） ・「C2ファクトリー」「東京ガリバー 松戸店」「浅草花やしき」によるカプセルリサイクルの実施 ・使用エネルギーの把握・削減 	<ul style="list-style-type: none"> ・使用エネルギー削減の基盤整備 ・アミューズメント施設SBU経営層、ゼネラルマネージャーへの環境意識の浸透 	環境計数測定および使用エネルギーの削減	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗を含むアミューズメント施設SBU全拠点での環境計数の測定 ・仕組み作りおよびみなし数値と実数値のスレの減少 ⇒目標値：水光熱費、実数測定50% ・本社、本部機構における、使用エネルギーの削減アクションの実施
			環境意識の浸透	<ul style="list-style-type: none"> ・役職者向け環境セミナーの実施 ・環境プロジェクトメンバーの、eco検定100%取得
			リサイクル活動	<ul style="list-style-type: none"> ・空カプセルの回収店舗の拡大（3店舗実施/2008年5月時点）
			環境ブランドイメージの確立	<ul style="list-style-type: none"> ・アミューズメント施設SBU内事業会社全社でのチームマイナス6%への参加
ゲーム コンテンツ SBU	<ul style="list-style-type: none"> ・環境委員会の変革 ・環境配慮製品推進分科会の創設 ※各カンパニーにおける自社製品の省電力設計などの推進 ・社内啓発活動 ①講習会の実施（経営層向け、社員向け） ②環境映画の上映やeco検定受験の支援など ③社員向けウェブサイトの構築 ・グリーン調達基準・管理の強化 	<ul style="list-style-type: none"> 一人でも多くの社員が ・環境活動に参加しよう！ ・環境活動を実践しよう！ 	エコ・プロダクツ（製品の開発・設計・生産にかかわる部分）	<ul style="list-style-type: none"> ・グリーン調達 ・省エネ設計 ・LCA評価などの環境基準の策定
			エコ・マネジメント（人や組織にかかわる部分）	<ul style="list-style-type: none"> ・環境リスクの洗い出し ・改善手法の洗い出し
			エコ・マネジメント（各事業部門単位での環境活動）	<ul style="list-style-type: none"> ・本業に関連した、または生かした環境活動 ・本業に役立つ（もしくは将来役立つと思われる）調査や研究の実施
			エコ・コミュニケーション（環境意識の向上にかかわる部分）	<ul style="list-style-type: none"> ・楽しいエコ・コミュニケーション企画の立案、実行 ①身近な場所での環境活動の取り組み強化 ②社外での環境活動の取り組み
ネットワーク SBU	<ul style="list-style-type: none"> ・省エネ活動：消費電力の削減 ・省資源活動：コピー用紙の使用量削減 ・環境適合品の調達推進：グリーン購入・植物性インキ・再生紙使用 ・廃棄物削減/リサイクル推進：分別廃棄促進・古紙リサイクル推進 ・環境意識の向上：メルマガ発信・環境研修/環境教育の実施 ・チームマイナス6%への参加 ・eco検定受験の支援 	オフィス内CO2排出量の削減（前年度比2%削減）	オフィス内CO2排出量の把握	<ul style="list-style-type: none"> ・CO2排出量の算出基準・方法の確認 ・前年度環境計数に基づくCO2排出量の算出 ・今年度CO2排出量算出の開始
			オフィス内使用電力の把握と削減策の検討、実施	<ul style="list-style-type: none"> ・オフィス内電力使用項目の洗い出し ・全項目について削減策を検討、実施
			3Rの再認識	<ul style="list-style-type: none"> ・ペットボトル・紙コップなどの削減策検討、実施 ・FAXのデータ受発信によるコピー用紙削減 ・ゴミの分別、リサイクルの実施状況の確認 ・そのほか3R策の検討、推進
映像音楽 コンテンツ SBU	<ul style="list-style-type: none"> ・チームマイナス6%への参加 ・社内報で環境記事の連載 ・ナムコ・エコロテックとのビデオケース原料リサイクル取り組み ・毎週水曜19時でオフィス消灯 	<ul style="list-style-type: none"> ・光熱費などの削減による、CO2排出量の削減 ・環境活動への積極的参加と、従業員の理解を得る ・環境計数改善による環境貢献を図る 	電力、資源などの省エネルギーの実施	<ul style="list-style-type: none"> ・ノー残業デー設定による、電気使用量の削減 ・室温設定による、電気使用量およびCO2削減 ・コピー用紙などの紙資源の削減 ・コスト管理を意識したムラ、ムダ、ムラの排除
			廃棄物減量、減容の推進、リユース・リサイクルの推進（事業直結）	<ul style="list-style-type: none"> ・過剰在庫（商品・販促物）の非生産 ・不要在庫（商品・販促物）の廃棄後のリサイクル ・リサイクル素材による商品生産

SBU	2007年度の活動実績	2008年度の活動目標	アクション	取り組みのポイント
映像音楽コンテンツSBU	→ P.50より続く	→ P.50より続く	環境教育の徹底（対従業員）	<ul style="list-style-type: none"> マイカップ、マイはし、エコバッグの推奨 エコキャップの推進 リサイクルに対する意識づけ 環境知識の習得
			地球温暖化対策推進国民運動 ・チームマイナス6%への参加	・チーム・マイナス6%への参加
			アーティスト活動のバックアップ	<ul style="list-style-type: none"> アーティスト発案の環境問題や、社会貢献についての活動の推進 環境問題に配慮したライブグッズの制作
関連事業会社	【バンダイロジバル】 【ロジバルエクスプレス】 <ul style="list-style-type: none"> チームマイナス6%への参加 エコドライブコンテスト理事長賞受賞 	<ul style="list-style-type: none"> エコドライブ活動の推進 ロジバル流環境マネジメントシステムの構築 		<ul style="list-style-type: none"> エコドライブコンテストへの参加 グリーン経営認証の更新 車両メーカーを活用したドライバー研修の実施 環境側面環境影響の確定（影響度の大きいもの） 簡易版環境マネジメントシステム文書の作成 営業所単位での原単位削減目標設定 営業所単位での環境活動展開
	【ナムコ・エコロテック】 <ul style="list-style-type: none"> バンダイナムコグループ環境サミットでの講義 バンダイビジュアルとのビデオケース原料リサイクル取り組み アミューズメント施設SBU環境プロジェクトへの参加 使用済みカプセルリサイクルシステムの構築 自社製品の環境対応 	<ul style="list-style-type: none"> EMSの運営および環境対応の促進 	EMSの運営および環境教育の実施	<ul style="list-style-type: none"> 各種EMS文書の作成 EMS文書の社内LANへの掲示（全社員対象） EMS外部研修および社内研修の実施 環境カウンセラーほか、各種資格の取得奨励
			環境ブランドイメージの確立	<ul style="list-style-type: none"> 「おし坊」「おし坊mini」の売上金の一部を『緑の募金』へ寄付 自社ホームページでの環境への取り組みの公開（随時更新） 「エコプロダクツ展2008」への参加
			自社製品の環境対応	<ul style="list-style-type: none"> 自社新規開発製品のRoHS対応の促進 自社既存製品のRoHS対応への移行 自社製品のリサイクル率UP 環境配慮型製品の開発販売
			グループ内廃プラスチックリサイクルの推進 (2007年度リサイクル量約4.1t)	<ul style="list-style-type: none"> アミューズメント施設SBUでのカプセルリサイクル店舗の拡大（目標10店舗） グループ企業で排出される廃プラスチックリサイクルの買取量拡大
	【アートプレスト】 <ul style="list-style-type: none"> CSR報告書のデザイン・印刷 バンダイナムコグループCSRキャラクター「こころ」のデザイン開発 FSC（Forest Stewardship Council：森林管理協議会）のCoC（Chain-of-Custody：加工流通過程の管理の認証）を取得 	<ul style="list-style-type: none"> プライバシーマーク取得、運用 FSC認証紙の推進 	<ul style="list-style-type: none"> 個人情報マネジメントシステムの内容、適切な取扱いルールを正しく理解させ一層の徹底を図る 名刺、封筒、紙袋等認証紙への切り替え 	

※ 関連事業会社のみ事業の関係上、会社別に記載しております

VOICE

わたしたち、バンダイナムコグループは、事業領域の異なる5つのSBUおよび関連事業会社が、それぞれが特色を生かした環境活動を推進しています。そして、定期的に開催される環境プロジェクト委員会で、グループ全体で取り組む課題、各SBUにて実施した有益な活動をグループ全体に波及を行っています。

今後はデータの整理と目標設定の精度をあげ、PDCAサイクルがスピードを持って回るようマネジメント体制の構築に一層の努力をしてみたいです。バンダイナムコグループは、「夢・遊び・感動」とともに、安全・安心を社会に提供し、信頼される企業であり続けるよう、CSR活動とともに環境活動の取り組みをさらに深めてまいります。



チーフエコロジーオフィサー

東 純

バンダイナムコホールディングス

文化・社会支援

1

社会貢献活動

バンダイナムコグループでは、社会貢献に関するグループとしての方針を明確化し、経営資源を有効に活用しながら、エンターテインメント企業グループとして持続性のある活動を推進していきます。

「バンダイナムコグループ社会貢献基本方針」を制定

バンダイナムコグループ

バンダイナムコグループではCSR委員会の下に社会貢献委員会を設置し、グループとしての社会貢献活動のあり方や方向性について検討を行っています。

2007年4月には「バンダイナムコグループ社会貢献基本方針」を制定し、社会貢献に関するグループとしての基本的な考え方を示すとともに、「バンダイナムコグループ社会貢献活動方針」を定め、活動推進における方向性を明確化しました。

これらの方針に基づき、グループの経営資源を有効に活用し、エンターテインメント企業グループとして持続性のある活動を展開していきます。また、グループの各事業会社がそれぞれの事業分野や特性を踏まえた活動を実施すると同時に、バンダイナムコホールディングスとして、グループ全体の視点に立った社会貢献活動を進めていきます。

バンダイナムコグループ社会貢献基本方針

わたしたちバンダイナムコグループは、「夢・遊び・感動」を提供しつづける存在として、豊かで明るい健やかな生活の実現のために、グループが持つさまざまな経営資源を積極的に活用し、社会に貢献します。

● バンダイナムコグループの社会貢献に関するスキーム

バンダイナムコグループ社会貢献基本方針
(社会貢献に関するグループの基本的な考え方)

バンダイナムコグループ社会貢献活動方針
(社会貢献活動の方向性)

グループの事業会社が実施する社会貢献活動

バンダイナムコホールディングスが実施する社会貢献活動

バンダイナムコグループの社会貢献活動

2

文化・社会のために

お子さまから大人まで、より多くの方々にエンターテインメントの素晴らしさを知っていただくために、グループ各社の特色を生かした文化・社会活動を展開するとともに、さまざまな機関・団体への支援を行っています。

3
万点
のコレクション「おもちゃのまちバンダイ
ミュージアム」の運営

バンダイ

バンダイは2007年4月に、栃木県下都賀郡壬生町おもちゃのまちにあるバンダイの施設「バンダイコレクションセンター」内に「おもちゃのまちバンダイミュージアム」（施設面積 4,240m²）を開設しました。本ミュージアムは、バンダイが所有する玩具コレクションやエジソンの発明品などを一般に公開し、お子さまたちの学習や専門家の研究、

レクリエーションなどの機会を提供することを目的に運営を行っています。



● 豊富なコレクションを展示

「おもちゃのまちバンダイミュージアム」は、3万点を超える玩具コレクションの中から約7,000点を展示する「おもちゃ歴史ミュージアム」、日本で最高の質・量を誇る「エジソンミュージアム」、シーズンごとにテーマを決めて所蔵コレクションを展示する「企画展示コーナー」などから構成されています。



左：年代順に並べられたコレクションの数々が楽しめる

左下：実際に触って遊べるおもちゃもある「企画展示コーナー」

下：蓄音機の実演も行われる「エジソンミュージアム」



ミュージアムのエントランスホールには原寸大のガンダムの胸像（全高約6m）、屋外スペースには国内最大級の蒸気自動車「ペンデルプリンセス号」を展示。芝生ガーデンでは1969年に廃線となった幻の鉄道「磐梯急行電鉄ガソ101型」の6分の1のスケールのミニ鉄道を運行しています。



エントランスホール



ミニ鉄道を運行

● 課外授業の支援

本ミュージアムは、小・中学校の課外授業にも利用していただいています。専門スタッフがおもちゃの歴史やエジソンの伝記などをレクチャーした後に展示室を案内し、おもちゃやエジソンの発明品が実際に動く姿を見ることができるプログラムとなっています。

また、発明と工夫の素晴らしさや創る楽しさを学び実感するためのワークショップのメニューを用意しており、専門スタッフのサポートにより、蒸気機関車の仕組みの学習、炭電池実験、万華鏡作りなどを体験することができます。

VOICE

おもちゃのまち
バンダイミュージアム

長澤好兼

バンダイナムコビジネスサービス

芝生に囲まれた素敵な環境の中で、昔懐かしいおもちゃやエジソンの発明品に囲まれ、ミュージアムの展示・企画・運営などを行っています。

19,000
人 来 場

才能あふれる映像作家のための 国際映画祭に協賛

バンダイビジュアル

バンダイビジュアルでは、国際映画祭「東京フィルメックス」に、第1回から継続して協賛しています。この映画祭は、コマーシャルを排除した「作家主義」を掲げ、アジアを中心とする各国の才能あふれる映像作家を日本から広く世界に紹介することを目的としています。

2007年11月に開催された「第8回東京フィルメックス」には約19,000人が来場し、最優秀作品賞に選ばれたラファエル・ナジャリ監督（イスラエル）の「テヒリーム」などの上映が行われました。



「第8回東京フィルメックス」授賞式



「ゆうばり国際ファンタスティック 映画祭2008」に参加

バンダイビジュアル

バンダイビジュアルでは、2008年3月に開催された「ゆうばり国際ファンタスティック映画祭2008」において、同社のDVDリリース作品の上映を行いました。

17年の歴史を持つ「ゆうばり国際ファンタスティック映画祭」は、北海道夕張市の財政破綻により中止されていましたが（2007年度は夕張市民有志により「ゆうばり応援映画祭」を開催）、2008年に復活することになりました。バンダイビジュアルでは、エンターテインメント性が高い実写・アニメーション作品を数多く上映してきた同映画祭の復活を応援することを目的に、スペシャルプログラム（特別上映企画）に参加し、「クレヨンしんちゃん」「装甲騎兵ボトムズ ペールゼン・ファイルズ」を上映しました。



「装甲騎兵ボトムズ ペールゼン・ファイルズ」の監督・高橋良輔氏（中央）によるトークイベントも開催



14
校
で 実 施

人材育成に向けた教育機関への協力

バンダイナムコゲームス

バンダイナムコゲームスでは、ゲーム業界の将来を担うクリエイターの育成を目的として、さまざまな教育機関において出張講義やカリキュラムの開発などの支援を行っています。

実際の開発業務や事例に基づく講義、現役クリエイターによるCGやプログラムの実習授業、企画演習やエンターテインメント理論に関する授業など、事業活動における実務を踏まえた魅力あるカリキュラムを提供することにより、教育現場の活性化に貢献しており、2007年度は大学4校、専門学校10校において支援活動を行いました。



作品の発表会の様子



学生の卒業制作作品の展示会

VOICE

大学などへのお出張講義

上 埜 芳 被

バンダイビジュアル

映像音楽コンテンツSBU内のアニメチャンネルの経営全般を行っています。インターネットを通じたエンターテインメントによって、いろいろなことに感動できる心を育むお手伝いができればと思っています。



ROBO-ONE大会に協賛

サンライズ

サンライズでは、二足歩行ロボットの格闘競技大会「ROBO-ONE」を運営するROBO-ONE委員会に協賛しています。

「ROBO-ONE」は、「ロボットをより多くの人たちにご理解いただき、より良いロボットの技術開発に貢献する」ことを目的に、2002年から年2回のペースで開催されており、2008年3月には「夢と感動が織り成す未来への進歩」をテーマに第13回大会が開催されました。

サンライズは、大会に参加する個人のロボット開発者たちの希望に応え、サンライズ版権のキャラクターロボット群の使用を無償で許諾しています。また、ROBO-ONE本大会において開発奨励金を副賞とした「サンライズ賞」を設定し、未来の技術者たちを応援しています。



ROBO-ONE大会の様子

エンターテインメント創造活動や文化活動への支援

バンダイナムコグループ

バンダイナムコグループでは、エンターテインメント創造活動や文化活動に対し積極的に支援を行っています。

2007年11月には、東京藝術大学の学生が音楽演奏や絵画の展示などを行う「藝大アーツ イン 丸の内」（東京・丸ビル）に協賛しました。

同年12月には、人気絵本「くまのがっこう」のイベント「くまのがっこう チャリティコンサート ジャッキーのクリスマス」（玉川高島屋SC）に協賛しました。



「おもちゃ図書館」の活動を支援

バンダイ

サンライズ

バンダイロジパル

「おもちゃ図書館」は、バンダイの創業者である故山科直治氏が私財を投じて創設した財団法人日本おもちゃ図書館財団の支援により、全国各地で進められている活動です。心身に障がいのあるお子さまたちが自由に玩具で遊べる機会を提供し、楽しい時間を過ごすとともに、広がりのある交流や社会とのつながりを築いていただくことを目的としており、現在、全国で500カ所を超える「おもちゃ図書館」が活動を行っています。

バンダイ、サンライズおよびバンダイロジパルでは同財団の趣旨に賛同し、玩具などの購入を支援するために寄付活動を行っています。



「おもちゃ図書館」で遊ぶお子さまたち



「ゲームの処方箋プロジェクト」の推進

ナムコ

バンダイナムコゲームス

ナムコ（現バンダイナムコゲームスおよびナムコ）は2005年に、ニューテクノロジー振興財団、早稲田大学、東京大学と共同で、「TVゲームの効用面」を世界に先駆け科学的に解明する「ゲームの処方箋プロジェクト」を発足させました。これまでに、発達障がい児の学習における新たな可能性を見出すなどの研究成果を上げています。

2006年からは、研究成果を生かしたコンテンツの研究や「遊育」（遊びの教育への効用）をテーマに新たな研究に着手し、臨床的側面に加え、新製品や新施設の開発などの応用面も視野に入れ研究活動を進めています。



ゲームの処方箋シンポジウムの様子

公益法人への人材面での協力

バンダイナムコゲームス

バンダイナムコゲームスでは、さまざまな公益法人に人材を送り、社会における幅広い領域の事業活動を支えています。

● 財団法人デジタルコンテンツ協会（略称：DCAJ）

DCAJは、良質なデジタルコンテンツの制作、流通、利活用を推進し、関連産業の健全な発展を促すことを目的としています。主な活動として、日本のデジタルコンテンツ産業の発展に大きく貢献した作品、製品、人物などを表彰する「デジタルコンテンツグランプリ」、次世代を担うクリエイターを発掘する「デジタルクリエイターズコンペティション」などを開催しています。

● 社団法人日本イベント産業振興協会（略称：JACE）

JACEは、地域、企業、団体が催す各種のイベントに関する産業の振興を図ることを目的としており、代表的な活動の一つとして、総合的イベントを対象とする日本で唯一の表彰制度である「日本イベント大賞」を開催しています。

大学における講義、講演の実施

バンダイビジュアル サンライズ エモーション

バンダイビジュアル、サンライズおよびエモーションは、2007年9月に帝京科学大学において「現代アニメーション論」の集中講義を実施しました。「アニメーション概論」や「アニメ制作業界の現状」のほか、キャラクター創出、CG技術、マーケティングなどのテーマに関し、各社の役員や担当責任者による講義が行われました。

またバンダイビジュアルは、優れたデジタルコンテンツを創造する人材育成を目的として東京大学で進められている「コンテンツ創造科学・産学連携教育プログラム」において、2007年10月に「海外戦略と次世代ディスクの展開」をテーマに講義を行いました。



帝京科学大学での講義風景

財団法人ニューテクノロジー振興財団の活動

ナムコ バンダイナムコゲームス

財団法人ニューテクノロジー振興財団は、1986年に中村雅哉ナムコ代表取締役社長（当時）が発起人代表となり設立した公益法人で、マイクロエレクトロニクスやメカトロニクスに関する科学技術の研究開発、普及啓発、国際交流の活動を行っています。

同財団では、日本で最も歴史があり海外からも多数の競技者を集める国際的なロボット競技会「全日本マイクロマウス大会」を主催しています。

2007年11月に茨城県つくば市で開催された「全日本マイクロマウス大会2007」では、従来のマイクロマウス競技、マイクロクリッパー競技、ロボットレース競技に加え、新たな技術チャレンジとして、自立型知能ロボットが公道での自律走行に挑む「つくばチャレンジ2007」を併催しました。また、大学などの研究機関と共同で「遊び」や「五感」といった人間的側面に焦点を当てたユニークな学術的研究活動を行っています。



「つくばチャレンジ2007」の様子

かいかや交流会

ナムコ

2007年9月にJICA（ジャイカ）の海外研修員の皆さまが、ナムコが運営する横浜ワールドポーターズ内にあるデイサービスセンター「かいかや横浜店」を訪問され、交流会が行われました。

研修員は、中国・インド・モンゴル・タイなど12カ国の保健省の役員・局長などの方たち13名で、高齢社会である日本の実情や対策などを学ぶために来日されました。介護保険施設の一例としてかいかやを見学され、交流会が実現しました。

当日は施設説明の後、かいかやの利用者の皆さまとクイズ大会を行い、「ベトナムを走るオートバイのほとんどは日本製である。○か×か？」などの各国に関する楽しいクイズで盛り上がり、お互いの国についての理解を深められました。

3

地域社会のために

バンダイナムコグループでは、地域社会との共生を図り、ステークホルダーの皆さまと良好な関係を築いていくために、事業の特性を踏まえながら地域貢献活動を進めています。


**地域社会に開かれた
ファミリーイベントの開催**

バンダイ

バンダイの本社では毎年5月に、浅草・三社祭に合わせてファミリーイベントを開催しており、社員の家族や本社の近隣にお住まいの皆さまをご招待しています。

2007年のファミリーイベントでは、本社ビルの一部を開放し、社員・役員によるヨーヨー釣りや射的などの縁日の出店、ヒーロー・ヒロインなりきり撮影会、ガンダムのプラモデルの組み立て教室、バンダイナムコグループ各企業の玩具やアミューズメントゲームの体験など、さまざまな催しを企画し、社員の家族や近隣の皆さま約800名に楽しんでいただきました。また、三社祭を盛り上げる神輿や山車に立ち寄っていただき、お茶の振る舞いで小休止をしてもらいました。

バンダイでは今後もファミリーイベントなどの機会を通じて、地域の皆さまとの交流や地域への貢献に努めていく考えです。



たくさんのお子さまでにぎわう
バンダイの本社


**おもちゃ団地組合の
イベントへの参加・支援**

バンダイ

バンダイでは、栃木県下都賀郡壬生町にあるおもちゃ団地組合が社会貢献と地域活性化を目的に開催するイベントへの参加、支援を行っています。

毎年クリスマス前に行われる「おもちゃ団地チャリティバザール」は2007年で36回目を迎え、バンダイはグループ各社のおもちゃのバザーのほか、飲食店やキャラクター玩具の運営などを通じてイベントを盛り上げました。

また4月の春まつり、8月の夏まつりには、同団地内にあるバンダイコレクションセンターの施設をイベントの会場として開放し、バンダイコレクションの展示やミニ鉄道の試乗会などを行い、地域の皆さまとの交流を深めました。



「おもちゃ団地
チャリティバザール」の様子

1,500
人が参加**YOSAKOIソーラン祭りに協賛**

バンダイナムコグループ

バンダイナムコグループは、2007年6月に北海道札幌市で開催された「第16回札幌YOSAKOIソーラン祭り」（主催：YOSAKOIソーラン祭り組織委員会）、ならびに全国9都市で開催されたソーラン祭りに協賛しました。

「第16回札幌YOSAKOIソーラン祭り」では、オープニング企画として約15団体の大学生約1,500人の参加により行われた「学生ソーラン」を応援し、「学生ソーラン presented by バンダイナムコ」として催しが行われました。

このほか、約600人の学生にオリジナルデザインの浴衣やTシャツを提供しました。また、札幌市およびYOSAKOIソーラン祭り組織委員会が文化交流の一環で招待した米国の高校生チーム「YOSAKOI TEXAS USA」を応援し、祭りを盛り上げました。



「学生ソーラン presented by
バンダイナムコ」の様子

各地域の交通安全協会への寄付

ロジパルエクスプレス

貨物自動車による運送事業を行うロジパルエクスプレスは、営業エリア内の交通安全にかかわる活動に対して敬意と感謝の気持ちを表し、交通安全協会への支援、協力をしています。

交通安全協会は、地域における交通安全の教育・啓発活動、交通安全対策、交通安全施設の改善整備などを推進しています。ロジパルエクスプレスでは、各地域の交通安全協会に寄付を行うとともに、春・秋の交通安全運動期間中の啓発活動などにも積極的に参加し、協会の取り組みに協力しています。

「子供地球基金」への支援活動

キャラ研

キャラ研*が企画する人気絵本「くまのがっこう」シリーズは、特定非営利法人子供地球基金の活動を支援しています。

子供地球基金は、アジア、アフリカをはじめとする国内外20カ国への絵本、画材、衣料、医薬品などの寄贈、学校建設の支援、お子さまたちに大きなキャンパスに絵を描いてもらう「アートワークショップ」などの活動を通じて、病気や戦争、災害などで心に傷を負ったお子さまたちの心のケアと支援を進めています。「くまのがっこう」シリーズでは、絵本やぬいぐるみ、文房具などを子供地球基金に提供しており、国内の児童養護施設や入院中のお子さまたち、海外のお子さまたちへのプレゼントとして、これらのグッズが活用されています。

*キャラ研：中長期的な視点からのキャラクターの開発・育成を目的として、2005年にパンダイの100%子会社として設立



人気の絵本「くまのがっこう」シリーズ

元FMWレスラー“ハヤブサ”氏 トークショー

ナムコ

2007年12月にナムコが運営するJR川崎駅前の大型商業施設「ラゾーナ川崎プラザ」内にある「ナムコワンダーパーク ヒーローズベース」にて元FMW所属のレスラー“ハヤブサ”氏をお招きし、講演会を行いました。

ハヤブサ氏は2001年10月に、試合中のアクシデントにより頸椎を損傷し全身不随の重傷を負いましたが、その後の懸命のリハビリにより自力で立ち上がるまでに回復しました。現在は高齢の方や障がいのある方、心の問題に悩む方たちの支援などを通じて、若者たちの意識改革活動を行っています。

当日は「社会の中で行き詰ってしまっている若者達の為に…」をテーマに、ハヤブサ氏が「俺もがんばっているから君たちもがんばれ!」と熱く語り掛けました。



ハヤブサ氏トークショーの様子

赤十字社を通じた寄付

パンダイナムコホールディングス サンライズ

パンダイナムコホールディングスでは、自然災害などの被災地が1日も早く復興し、お子さまたちが「夢・遊び・感動」を取り戻すことを支援するという観点から、日本赤十字社を通じて救援金、お見舞金の送付を行っています。

2007年度は、新潟県中越沖地震の被災地の皆さまに、パンダイナムコグループを代表してお見舞金をお送りしました。また、2006年度にジャワ島中部地震の被災地に救援金を送付したことに対し、天皇陛下より紺綬褒状が授与されました。

グループ企業のサンライズでも、国際赤十字の活動趣旨に賛同し、日本赤十字社に対し継続的に寄付を行っています。

4

お子さまへの福祉活動

バンダイナムコグループは、お子さまたちの生活環境をより良いものにし福祉の増進を図るために、安全なインターネット利用環境の整備、グループ企業の施設への招待、諸団体の活動支援など広範な取り組みを進めています。



「ネット利用の安全と 未来推進会議」を通じた活動

バンダイナムコゲームス

バンダイナムコゲームスは、産官学連携による「ネット利用の安全と未来推進会議」の事業活動に積極的に参加しています。この会議は、お子さまたちがインターネットを安心・安全に利用できる環境を整備し、インターネットが持つ可能性をお子さまたちの身近なものにすることを目的に活動を進めています。

同社では、取り組みの一環として「ネット利用の安全と未来推進会議」の公式ポータルサイト機能を持つコンテンツサイト「ネット星みつけた!」を制作し、2007年11月から公開しました。

「ネット星みつけた!」は、インターネットの利用についてお子さまたちがゲーム感覚で楽しく学習できるウェブサイトです。インターネットを安心して安全に使う方法を学ぶための教材として利用できるほか、お子さまたちとご家族や教師の方たちとのコミュニケーションツールとしても活用できます。

また、ポータルサイトの機能として、「ネット利用の安全と未来推進会議」が支援する産官学連携のプロジェクトの活動内容にもアクセスできるようになっています。



「ネット星みつけた!」のホームページ
(<http://www.fmmc.or.jp/netstar/index.html>)



お子さまが主人公にふんし、ゲームを通じてネット利用の「7つのルール」が覚えられる仕組み

見学者数
2,800名

バンダイホビーセンター 見学ツアーの開催

バンダイ



2008年5月に行われた「静岡ホビーショー バンダイホビーセンター パブリックビューイング」

バンダイのプラモデル商品の企画開発、設計、金型製作、生産を担うバンダイホビーセンターでは、一般のお客さまを対象とする見学ツアーを開催しています。

ツアーでは、ガンダムのプラモデル商品ができるまでの工程を映像で説明した後、同センター独自の成形技術やモノづくりへのこだわり、環境への取り組みなど幅広い活動についてご紹介しています。

さらに、開発・設計部門、実際に稼働している成形機の様子など、通常は公開しないエリアもご案内しています。2007年度は20回の見学ツアーを開催し、約800名の皆さまにご参加いただきました。

また、小・中学校の総合的な学習の時間などを利用した見学も受け入れており、2007年度は35校、約2,000名の児童・生徒の皆さまが見学に訪れました。

このほか、企業関係の方が設計や成形技術の研究を目的として見学に来られることもあり、異業種交流にもつながっています。



注) 見学ツアーは常時開催しているものではありません。開催日については下記ホームページ上でお知らせしています
<http://www.bandai.co.jp/hobbycenter/>



「バンダイこどもアンケート」の実施

バンダイ

バンダイでは、お子さまたちの生活にかかわる生の声を幅広い視点から把握し、現代に生きるお子さまたちの実態について考察することを目的として、雑誌や新聞、ウェブサイトを通じ、月に1回「バンダイこどもアンケート」を実施しています。

このアンケートは、0～12歳のお子さまの保護者の方を対象としており、お子さまの好きなキャラクター、家族旅行の行き先、携帯電話の使用状況など、毎回テーマを設定して調査を行っています。

アンケートの結果については、ウェブサイトなどで発表するとともに、1年分の調査結果を小冊子にまとめ、マスコミや教育関係者などに送付しています。



保育所の誘致による社員への 育児支援と地域貢献

バンダイ

バンダイでは、社員への育児支援を目的として、本社福利厚生棟内に東京都認証保育所「ポピンズナーサリー駒形」を2005年に誘致しました。

「ポピンズナーサリー駒形」は、対象年齢の子どもを持つ社員だけでなく、地域の施設として近隣住民の皆さまにもご利用いただいています。

なお、毎年5月にバンダイ本社で開催されるファミリーイベントには、「ポピンズナーサリー駒形」を利用されている住民の皆さまもご招待しています。



「ポピンズナーサリー駒形」の室内の様子

900人
の家族が参加

「ファミリーイベント」を開催 新社屋に社員の家族を招待

バンダイナムコゲームス

バンダイナムコゲームスでは2007年7月、移転が完了した新社屋に社員の家族を招き、「第1回ファミリーイベント」を開催しました。

社長室など社屋内のいくつかのスポットを回って書類にスタンプを押してもらった「しんせいしょラリー」、キャラクターによる実演ショー、日ごろ社員が仕事をしている場所の見学など、さまざまな企画を通じて、子どもたちを含む約900人の家族に楽しんでもらいました。

今後もこのようなイベントを通して、社員の家族との交流を図るとともに、社員が働く場への理解を深める機会を設けていきます。



多くの子どもでにぎわう「バンダイナムコゲームス未来研究所」

中学生の職場体験

ナムコ

ナムコでは、2008年2月から3月にかけて、「ラゾーナ川崎プラザ」内にある「ナムコワンダーパーク ヒーローズベース」にて中学生からの職場体験の受け入れを行いました。

この職場体験は、若者のニート対策や社会人としての人とかかわり方を学ぶことを目的としています。

実習は1日～2日間行い、ナムコの歴史・施設紹介およびフロア業務指導を行い、その後ナムコのスタッフと同様の制服を着用し、実際に接客に当たるという職場体験を行いました。



職場体験が行われた「ナムコワンダーパーク ヒーローズベース」

器「トーキングエイド」シリーズは、小型軽量化した製品や通信機能付きの製品、専用の大型キーボードの開発など、利用される方のニーズを踏まえ改良に取り組んできました。

また、高齢者や障がいのある方が楽しみながら身体機能の回復・向上が図れるリハビリテインメントマシンとして、「ドキドキへび退治RT」「ワニワニパニックRT」などを開発し、福祉施設などでご利用いただいています。



「トーキングエイドライト」

「ドキドキへび退治RT」

世界少年野球推進財団への寄付活動

サンライズ

サンライズは、世界の二大ホームラン王、王貞治氏とハンク・アーロン氏の提唱により設立された財団法人世界少年野球推進財団の趣旨に賛同し、寄付を行っています。

本財団は、野球を通じて青少年の心身の健全な発達を促し、人間性を豊かなものにするとともに、世界中の青少年に正しい競技ルールによる野球を普及、指導することによって国際親善を図り、世界平和に寄与することを目的としています。

劇団飛行船の支援活動

バンダイ

バンダイでは、株式会社劇団飛行船の活動に対して2004年より継続的に支援を行っています。

劇団飛行船は、「幼い胸に美しい夢と感動を！」をモットーに、40年以上にわたり世界中でマスクプレイミュージカル（ぬいぐるみ舞台劇）の制作、上演を続けています。バンダイは、お子さまたちの情操教育などの点における同社の事業の重要性や存在意義を認識し、事業活動継続のために特別協賛などを通じて支援を行っています。

福祉機器の開発・販売

ナムコ バンダイナムコゲームス

バンダイナムコグループでは、「遊び」と「福祉」の融合を目指す「バリアフリーエンターテインメント構想」を掲げ、福祉機器の開発、販売を進めています。

会話や筆談が困難な方のためのコミュニケーション機



劇団飛行船の公演

企業価値向上

1

イキイキ働ける職場づくり

グループ企業の一人一人の社員が高いモチベーションを維持し、常にイキイキと楽しく働くことができる環境づくりに努め、活力ある企業活動の推進に結び付けています。



「バンダイナムコグループ クリエイティブアワード」を開催

バンダイナムコグループ

「バンダイナムコグループ クリエイティブアワード」は、売上利益、話題性、新規性、海外展開、グループシナジーの5つの観点から、その年度にグループ企業の価値向上のために著しく貢献した商品サービス・ビジネスモデル（チーム）に贈られる賞で、2006年度から開催しています。

2回目である2007年度はノミネートが6作品あり、バンダイナムコホールディングスの役員を中心にそれぞれ点数評価を行いました。その合計点に加えて特にグループシナジーの点を考慮して議論した結果、大賞については該当なしとなり、準大賞として「BEN10」「鉄拳6」「ケロロ軍曹」の3作品が選ばれました。

「BEN10」はアメリカ発のキャラクターで2006年1月よりアニメーションの放映が開始されました。バンダイアメリカでは、「BEN10」を商品化し、その後ヨーロッパなどの放送エリア拡大に合わせて商品の展開エリアも拡大しています。また、イギリスにおいて「BOYS TOY OF THE YEAR」を受賞しました。

「鉄拳6」は、業界最高水準のリアリティあふれるグラフィックなどにより、ゲームをさらに盛り上げるサウンドによる演出効果を可能にするなどしています。そのほかにも多方面で収益に貢献しました。

「ケロロ軍曹」はテレビシリーズが5年目に突入り、劇場映画も3本目が公開されました。グループシナジー効果も非常に大きく、グループの定番キャラクターに成

長しました。

バンダイナムコグループでは、今後もより良い商品・サービスの充実に努めていきます。



社員の子どもに 「子女誕生日カード」を送付

バンダイ

バンダイでは、社員の子どもの誕生日に、こども商品券とともに社長直筆の「子女誕生日カード」を自宅に送付しています。

このカードには、父母が職場で働く姿を撮った写真と、子どもの近況に対する社長からのメッセージが添えられています。カードを受け取った子どもたちには大変好評で、かわいらしいお礼の手紙が届くこともあります。

バンダイでは、社員とその家族を含めたつながりを大切に、社員が働く場所を家族にとっても身近なものに感じてもらえるよう、こうした取り組みを継続していきます。



社長直筆の
お祝いメッセージ

305

店舗で実施

店舗従業員の接客態度を
評価するコンテストを開催

ナムコ

ナムコでは2002年から毎年、日本全国の店舗従業員の「笑顔」や「あいさつ」などをお客さまに直接評価していただき、高い評価を得たスタッフを表彰する「スマイルコンテスト」を開催してきました。

6年目となる2007年は、「より質の高い接客サービスの実現」と「お客さまの満足度向上」を目的に、「ナムコ スマイル×スマイルコンテスト2007」として11月3日から1カ月間、全国の自社アミューズメント施設全店舗において実施しました。

本コンテストでは、アミューズメント施設、フードテーマパークなど全国305店舗の社員、準社員、アルバイト約5,000名を対象に、「お客さまの心にふれ、お客さまを笑顔にし、お客さまを元気にする」サービスやおもてなしをしたスタッフの名前と対応・行動を、ご来店されたお客さまに応募していただきました。この結果に基づき、多くのお客さまから評価をいただいた約100名のスタッフが表彰されました。



表彰式の様子



「人類遊び研究所」の取り組み

ナムコ

バンダイナムコゲームス

「人類遊び研究所」は、2002年、ナムコの高木九四郎社長（当時）を初代所長に、社員一人一人が「遊び」のプロを志し、遊び心あふれる企業風土を実現することを目的にスタートした全社的活動です。

現在は、ナムコ、バンダイナムコゲームス両社がこの活動を継承し、所長をナムコ社長、副所長をバンダイナムコゲームス社長が務め、全社員を所員と位置付け、さまざまな研究活動を行っています。

産学の英知を結集した学術的研究「ゲームの処方箋」（2005年～2006年）、社員の啓発を目的とした「ASO研フォーラム」、両社の社員を研究員とする「五感と遊び」研究会など、先進的かつユニークな活動を進めています。

2,750

名から選出

接客ナンバーワンを競う
「N1グランプリ」を開催

ナムコ

プレジャーキャスト

ナムコは、自社アミューズメント施設スタッフの接客ナンバーワンを決める「N1（ナムコ ロケーションスタッフ ナンバーワン）グランプリ」の決勝大会を、2008年2月に開催しました。

今年で2回目となる「N1グランプリ」は、接客技術の向上や“ナムコ式接客”の創造を目的としています。今回からプレジャーキャストのスタッフを含め、約2,750名の中から予選を勝ち抜いた地区代表13名が決勝大会に進出。ロールプレイング形式で接客技術を競い、約150名の審査員が「好感度」「コミュニケーション力」「印象度」の観点から審査を行った結果、プリズ広島店の吉長美鈴がグランプリに選ばれました。

また、吉長は、財団法人実務技能検定協会主催（文部科学省後援）の「サービス接客実務検定1級」において、最も優秀な成績を修めた1名に対して授与される文部科学大臣賞を受賞し、接客に関する日本一の評価を受けることとなりました。

ナムコでは、今後もアミューズメント施設スタッフのレベルアップとモチベーションの向上を図り、お客さまにご満足いただける日本一の接客を行う施設運営を目指していきます。



受賞者はアメリカ研修へ



決勝大会の様子

VOICE

N1
グランプリ

日本一の接客マイスター

吉長美鈴

ナムコ

お客さまが“必ず”満足していただける接客を、全店員が行える店となるよう、朝礼から終礼まで、自分自身やスタッフみんなの接客力をピシバシ鍛えています。

2

キャリアアップ支援

バンダイナムコグループでは、公平な雇用機会の確保に努めるとともに、社員のチャレンジ精神を重視し、各種研修や公募人事制度などを通じてキャリアアップの機会を提供しています。

公平な雇用機会と能力を発揮する環境の確保

バンダイナムコグループ

バンダイナムコグループ各社では、性別、国籍、学歴などにかかわらず、公平な雇用機会を提供しています。また、処遇面においても社員の属性による影響を排除し、一人一人の社員が個々の能力を十分に発揮できる職場環境の整備に努めています。

各SBU主幹5社（バンダイ、ナムコ、バンダイナムコゲームス、バンダイネットワークス、バンダイビジュアル）の女性社員の比率は20.6%となっており、近年の採用者に関しては女性が半数以上を占めています。また、女性の管理職の割合は1.6%となっています。

お子さま向けの商品・サービスを中心とする事業を推進するバンダイナムコグループでは、子どもを持つ社員が働きやすい環境の整備にも力を入れています。母親や父親が育児をしながら支障なく業務を継続できるよう、勤務形態や休暇取得などにかかわる諸制度について、社員の意見も取り入れながら充実を図っています。

● 女性社員比率

	2005年度	2006年度	2007年度
社員数	3,895	3,950	3,982
女性社員数	764	811	822
全社員に占める割合	19.6%	20.5%	20.6%

	2005年度	2006年度	2007年度
女性管理職数	35	38	62
全社員に占める割合	0.9%	1.0%	1.6%

● 育児休暇取得者数

	2005年度	2006年度	2007年度
育児休暇取得者数	17	26	36

対象範囲：SBU主幹5社（バンダイ、ナムコ、バンダイナムコゲームス、バンダイネットワークス、バンダイビジュアル）
※各年度3月末時点

障がい者雇用機会の拡大

バンダイナムコグループ

バンダイナムコグループでは、障がい者雇用を重視しており、グループ各社において雇用の拡大に努めています。2008年3月時点のグループ全体の法定雇用率は1.83%となっています。

2006年3月には、障がい者雇用を目的として株式会社バンダイナムコウィルを設立し、5月に「障害者の雇用の促進等に関する法律」に定める特例子会社の認定ならびにグループ適用を受けました。

現在、バンダイナムコウィルでは、バンダイナムコグループの拠点5カ所の業務を請け負っています。業務内容に関しては、清掃作業のほかDVDの発送作業、カプセル玩具「ガシャポン」の封入作業など、バンダイナムコグループの事業特性を踏まえ、障がいのある方々の技能ややりがいなどを考慮しながら拡大を図っています。

また同社では、近隣の特別支援学校への講師派遣、障がい者の就労体験の定期的な受け入れなども実施し、地域との交流とともに障がいのある方の就労支援に努めています。

今後もグループ内の業務請け負い拠点を広げるとともに、業務内容の拡大を図り、障がい者雇用の促進に取り組んでいきます。



バンダイナムコウィル社員の作業風景

ラスベガス・エンターテインメント体感研修の実施

バンダイナムコグループ

バンダイナムコグループでは、グループ企業各社において事業内容を踏まえた研修を行うとともに、新入社員研修、次世代経営者の育成を目的とするバンダイナムコリーダープログラムなど、キャリアの節目で、グループ統一の研修を実施しています。

グループとして実施している特徴的な研修の一つに、ラスベガス・エンターテインメント体感研修があります。この研修は、世界随一のエンターテインメント都市として有名なラスベガスを直接体感し、エンターテインメントにかかわるさまざまな要素を吸収することを目的としており、5泊7日の日程の中で数々のエンターテインメントショーの鑑賞、リゾートホテルやショッピングモールの視察などを行います。

研修への参加に関しては公募制を取っており、参加を希望する理由や体験を自らの業務のレベルアップにどのように結び付けるか、などに関するレポートに基づき選考が行われます。参加者には、研修後にも体験を踏まえたレポートの提出が求められます。

2007年度は、バンダイナムコホールディングス、バンダイ、ナムコ、バンダイナムコゲームスの4社の役員、社員26名が、2008年2月にラスベガスを訪れ、本場のエンターテインメントに浸りました。参加者は、研修を通じて得た経験と感動をそれぞれの業務の中で生かし、お客さまに喜んでいただける商品・サービスの開発、提供に努めています。



タウンスクエア



絶叫マシン・Xスクリーム



クオークスパー&レストラン

公募人事制度の運用

バンダイナムコグループ

バンダイナムコグループでは、グループ各社の多様な事業に適した人材の配置を行うとともに、個々の社員の能力を最大限に発揮してもらうことを目的として、2005年の経営統合時よりグループ内における人材の公募を行っています。

2007年度は、バンダイ、ナムコ、バンダイナムコゲームスの間で、公募制度に基づき20名の異動が行われました。今後も制度の適用範囲を拡大し、社員が自らの能力を生かして新たな業務にチャレンジできる機会を広げるとともに、グループ企業間の人事交流を促進し、各社の事業活動の活性化に結び付けていきます。

● 公募人事制度実績

	2005年度	2006年度	2007年度
応募者数	42	25	51
異動者数	8	11	20

VOICE

N1
準グランプリ

ナムコで活躍するバンダイ社員

近藤 篤

ナムコ

玩具の営業からゲームセンターの企画・管理の仕事に変わり、新しい分野にチャレンジするやりがいを感じています。「市場を拡大すること」が今の一番の目標です。

第三者意見



株式会社レスポンスアビリティ 代表取締役 足立直樹氏

理学博士。国立環境研究所から独立後、企業による生物多様性の保全やCSR調達を中心に、先進企業のCSRのコンサルティングを行う。東京大学大学院非常勤講師、環境経営学会理事等も務める。

本報告書は、バンダイナムコグループに属する5つの性格が異なるビジネス領域をカバーするという困難な課題にチャレンジし、多様なビジネスのあり様や、そこで行われている環境や社会に対する配慮をうまく紹介しています。その一方、各社の良いところだけをピックアップして並べたような印象を与えかねないのも事実です。

そのように思えてしまう理由の一つは、各種の施策が、必ずしもグループ全体で統一的には運用されていないことではないでしょうか。バンダイとナムコという二つの異なるグループが統合してからまだ3年目という事情や、各社の個性を重視して敢えてすべてを統一しようとはしない方針も理解できますが、ブランドに対する信頼感、そのブランド傘下の企業が常に同じレベルの質を提供することによってのみ維持できるということも考える必要があるのではないのでしょうか。

例えばバンダイでは、日本を除くアジア諸国に立地するサプライヤーのすべての工場の労働監査を行い、バンダイナムコゲームスはグリーン調達を行っています。労働条件に関しての監査を徹底していることは素晴らしいことですが、両社で環境面と社会面の双方を監査しても良いのではないのでしょうか。各社の良い施策が、グループ全体へと展開されることを期待します。

もう一つの問題としては、さまざまな取り組みに関する定性的な記述は多いのですが、それが全体としてどのぐらいの効果があるのか、定量的に全体像を掴むことが難しいことが挙げられます。読者に正確な全体像をイメージしてもらうためにも、より多くの項目についての定量的なデータの開示が望まれます。

以上、辛口の意見を述べましたが、本報告書から企業のカラーが強く感じられる点は高く評価できます。あらゆる部署の社員が、環境のため、社会のため、職場のためにできることに次々に挑戦している様子がよく伝わってきます。おもちゃに子ども向け環境報告書を同封したり、バイオマス素材を使ったおもちゃに生きもの調査の呼びかけを入れたり、思わずなるほどと唸るようなユニークで楽しい試みが満載で、まるで、いろいろな驚きが詰まったおもちゃ箱のようです。

全体的にはまだ荒削りなところもありますが、なんといっても人を大切にしている気持ちがよく伝わってくる、読んでいて楽しく、気持ちが良い報告書です。人を楽しませるといふ本業の強みが生かされた報告書が、今後どう発展していくが楽しみです。



IIHOE [人と組織と地球のための国際研究所] 代表 川北秀人氏

IIHOE：「地球上のすべての生命にとって、民主的で調和的な発展のために」を目的に1994年に設立されたNPO。主な活動は市民団体・社会事業家のマネジメント支援だが、大手企業のCSR支援も多く手掛ける。

<http://blog.canpan.info/iihoe/>（日本語のみ）

● 高く評価すべき点

・ 日本を除くアジア地域の全取引先工場224カ所に、行動規範（C.O.C.）監査を行い、不適合の改善への取り組みを促していること（P17、P25）。網羅的な把握に努め、項目別の勉強会なども開催していることを、非常に

高く評価します。

・ 主たるユーザーである子どもたちに向けて、「バンダイのエコ こんなエコ」100万部を商品に同梱して配布したこと（P47）。
・ 杉の間伐材やコーヒーの薄皮を利用した製品の開発・

販売や、パッケージ空間率の改善も着実に進めていること（P38-39）。

・バンダイロジパルおよびロジパルエクスプレスにおいて、全国最高水準のエコ安全運転の実践が進んでいること（P44-45）。今後は、グループ内各社の営業用車を運転する従業員への展開を強く期待します。

● **取り組みの進捗を評価しつつ、さらなる努力を求めたい点**

・アミューズメント施設における電力消費量の把握が進みつつあることを評価するとともに、施設のタイプごとに省エネアイデアが共有される機会を設けることを期待します。

● **一層の努力を求めたい点**

・環境負荷削減や従業員・取引先などの、人権も含めたCSRのより多くの事項について、実績の把握を超えて、

明確な目標と推進計画を定めること。他社の取り組みや報告書を参考に、「前年度の課題→今年度の目標→今年度の取り組み実績と課題→次年度の目標」という、PDCAに基づくマネジメントと報告が今年度こそ実現されることを、引き続き強く期待します。

・各SBUが強い個性や異なる背景を持つことを最大限に生かして、それぞれがフラッグシップとなる取り組みを引き出し、ベストプラクティスとして共有・展開すること。
・コンプライアンスや個人情報保護、情報セキュリティなど、グループの内外で共通の取り組みが求められる項目について、共通項目を整理し、統合的に研修や働き掛けを行うなど、持株会社がより積極的な役割を担うこと。



社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 常任理事、環境委員会委員長
辰巳菊子氏

教職を経て1985年に消費生活アドバイザーの資格を取得し、都内百貨店でお客様相談に携わる。経済産業省産業構造審議会や総合資源エネルギー調査会の委員、環境省グリーン購入法特定品目検討の委員なども務める。

時折しも、洞爺湖で2008年G8サミットが7月に開催されました。環境問題をメインテーマとした、世界が取り組むべき地球規模の問題解決を目指す歴史的なサミットです。温暖化防止のためのCO₂排出削減長期目標を、主要国が解決策として合意することが待たれます。

このような背景の中、暮らしにおける環境配慮に大きな期待が寄せられています。一方、毎日の暮らしに求められているあらゆる面での「ゆとり」。一見相反するようなゆとりと環境配慮ですが、この両者が、暮らしの持続可能性につながるものと信じています。

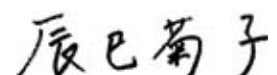
あらためてバンダイナムコグループが掲げる、「夢・遊び・感動」のキーワードを見ると、まさに遊びは工学的にはゆとりを指します。「夢・遊び・感動」を世界中の人々に提供し続けるというミッションステートメントを果たすことこそが、バンダイナムコグループのCSRであり、それを世界の人々にどのように理解してもらおうか。それを追求し続けることが、社会における大きな役割だと思います。グループ各社の一つ一つの取り組みが、社会とのコミュニケーションとなります。

夢も遊びも感動も、愛と知とイメージーションを育む中で生まれます。子どもだけではなく、大人も知り得る、素敵でゆとりの世界です。バンダイナムコグル

ープの事業はものを介在させてはいるがそこに人が存在し、肌で、五感で感動を覚える、そういった事業であって欲しいと期待を込めて読ませていただきました。

昨年来、社会現象として中国製品が話題となりました。商品選択という意味表示が潜在的消費者の声として今も静かに社会を揺るがし続けています。それに真正面から答えることが事業者の責任と考え、トップに中国特集を据えたことは時機を得たものです。製品の原料までトレースすることが難しいといわれる中国において、サプライチェーンを少しでも公開し、取り組みを説明したことは、今やらなければという強い思いの表れと理解します。

環境配慮は現状把握から始まります。今年はそのPDCAを回すためのグループ各社におけるデータの整備に努力されたことが見て取れます。これからの課題と思われませんが、長期を見すえた目標を明確にすることが、具体的なマイルストーンを作るためには、どうしても必要となります。バンダイナムコグループとしての環境配慮経営の長期目標とそれに基づくグループ各社の特徴に合わせた目標をきちんとさせることを期待します。



GRIガイドライン対照表

項目	指標	本報告書での関連ページ
1 戦略および分析		
1.1	組織にとっての持続可能性の適合性と、その戦略に関する組織の最高意思決定者（CEO、会長またはそれに相当する上級幹部）の声明	P06-07、51
2 組織のプロフィール		
2.1	組織の名称	P.02
2.2	主要なブランド、製品および/またはサービス	P.03-05
2.3	主要部署、事業会社、子会社および共同事業などの組織の経営構造	P.02-03
2.4	組織の本社の所在地	P.02
2.5	組織が事業展開している国の数および大規模な事業展開を行っている、あるいは報告書中に掲載されているサステナビリティの課題に特に関連のある国名	P.04-05、08-17
2.6	所有形態の性質および法的形式	P.02
2.7	参入市場（地理的内訳、参入セクター、顧客/受益者の種類を含む）	P.03-05
2.8	以下の項目を含む報告組織の規模 ・従業員数 ・純売上高（民間組織について）あるいは純収入（公的組織について） ・負債および株主資本に区分した総資本（民間組織について） ・提供する製品またはサービスの量	P.02
2.10	報告期間中の受賞歴	P.06、38、44-45
3 報告要素		
報告書のプロフィール		
3.1	提供する情報の報告期間（会計年度/暦年など）	目次
3.2	前回の報告書発行日（該当する場合）	裏表紙
3.3	報告サイクル（年次、半年ごとなど）	目次
3.4	報告書またはその内容に関する質問の窓口	裏表紙
報告書のスコープおよびバウンダリー		
3.6	報告書のバウンダリー（国、部署、子会社、リース施設、共同事業、サプライヤー（供給者）など）の詳細は、GRIバウンダリー・プロトコルを参照のこと	目次、P.04-05
3.7	報告書のスコープまたはバウンダリーに関する具体的な制限事項を明記する	目次、P.04-05
3.8	共同事業、子会社、リース施設、アウトソーシングしている業務および時系列でのおよび/または報告組織間の比較可能性に大幅な影響を与える可能性があるその他の事業体に関する報告の理由	P.04-05
3.9	報告書内の指標およびその他の情報を編集するために適用された推計の基となる前提条件および技法を含む、データ測定技法および計算の基盤	目次
GRI内容索引		
3.12	報告書内の標準開示の所在場所を示す表	当対照表
4 ガバナンス、コミットメントおよび参画		
ガバナンス		
4.1	戦略の設定または全組織的監督など、特別な業務を担当する最高統治機関の下にある委員会を含む統治構造（ガバナンスの構造）	P.19
4.8	経済的、環境的、社会的パフォーマンス、さらにその実践状況に関して、組織内で開発したミッション（使命）およびバリュー（価値）についての声明、行動規範および原則	P.01、18
4.9	組織が経済的、環境的、社会的パフォーマンスを特定し、マネジメントしていることを最高統治機関が監督するためのプロセス。関連のあるリスクと機会および国際的に合意された基準、行動規範および原則への支持または遵守を含む	P.19-20、30
外部のイニシアティブへのコミットメント		
4.11	組織が予防的アプローチまたは原則に取り組んでいるかどうか、およびその方法はどのようなものかについての説明	P.23
ステークホルダー参画		
4.14	組織に参画したステークホルダー・グループのリスト	P.15-16
経済		
< 経済パフォーマンス指標 >		
経済的パフォーマンス		
EC1	収入、事業コスト、従業員の給与、寄付およびその他のコミュニティへの投資、内部留保および資本提供者や政府に対する支払いなど、創出および分配した直接的な経済的価値。	P.02
環境		
マネジメント・アプローチに関する開示		
	目標とパフォーマンス	P.30 P.50-51

項目	指標	本報告書での関連ページ
方針		
	組織の責任	P.30
	研修および意識向上	P.31-32
< 環境パフォーマンス指標 >		
原材料		
EN1	使用原材料の重量または量。	P.48
EN2	リサイクル由来の使用原材料の割合。	P.36-38、43
エネルギー		
EN3	一次エネルギー源ごとの直接的エネルギー消費量。	P.48
EN4	一次エネルギー源ごとの間接的エネルギー消費量。	P.48
EN5	省エネルギーおよび効率改善によって節約されたエネルギー量。	P.34-35、49
EN6	エネルギー効率の高いあるいは再生可能エネルギーに基づく製品およびサービスを提供するための率先取り組み、およびこれらの率先取り組みの成果としてのエネルギー必要量の削減量。	P.34-35、48
水		
EN8	水源からの総取水量。	P.48
排出物、廃水および廃棄物		
EN16	重量で表記する直接および間接的な温室効果ガスの総排出量。	P.48
EN18	温室効果ガス排出量削減のための率先取り組みと達成された削減量。	P.34-35、44、48
EN22	種類および廃棄方法ごとの廃棄物の総重量。	P.48
製品およびサービス		
EN26	製品およびサービスの環境影響を緩和する率先取り組みと影響削減の程度。	P.08-17、25、36-38、43
EN27	カテゴリー別の再生利用される販売製品およびその梱包材の割合。	P.38、43
輸送		
EN29	組織の業務に使用される製品、その他物品、原材料の輸送および従業員の移動からもたらされる著しい環境影響。	P.44
労働慣行とディーセント・ワーク（公正な労働条件）		
マネジメント・アプローチに関する開示		
	監視およびフォローアップ	P.17、21-22、25 P.17、25
< 労働慣行とディーセント・ワーク（公正な労働条件）パフォーマンス指標 >		
雇用		
LA1	雇用の種類、雇用契約および地域別の総労働力。	P.64
LA2	従業員の総離職数および離職率の年齢、性別および地域による内訳。	P.64
多様性と機会均等		
LA13	性別、年齢、マイノリティーグループおよびその他の多様性の指標に従った、統治体（経営管理職）の構成およびカテゴリー別の従業員の内訳。	P.64
人権		
マネジメント・アプローチに関する開示		
	監視およびフォローアップ	P.17、21-22、25 P.17、25
< 人権パフォーマンス指標 >		
児童労働		
HR6	児童労働の事例に関して著しいリスクがあると判断された業務と、児童労働の防止に貢献するための対策。	P.25
強制労働		
HR7	強制労働の事例に関して著しいリスクがあると判断された業務と、強制労働の防止に貢献するための対策。	P.25
社会		
マネジメント・アプローチに関する開示		
	監視およびフォローアップ	P.17、21-22、25 P.17、25
製品責任		
マネジメント・アプローチに関する開示		
	目標とパフォーマンス	P.24-25 P.24
	方針	P.24
	組織の責任	P.24-25
	研修および意識向上	P.28
< 製品責任のパフォーマンス指標 >		
顧客の安全衛生		
PR2	製品およびサービスの安全衛生の影響に関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載。	P.27
製品およびサービスのラベリング		
PR5	顧客満足度を測る調査結果を含む、顧客満足度に関する実務慣行。	P.36

編集後記

2008年度版のバンダイナムコグループCSRレポートでは、特集として「中国」を取り上げました。バンダイナムコグループでは中国を重要な生産拠点と位置付けており、また香港に大型アミューズメント施設も展開しています。そこで中国地区におけるグループ各社の活動について詳細に報告しています。

なおバンダイナムコグループが事業を展開する上で使用している各環境パフォーマンスデータについても、ナムコが展開するアミューズメント施設を新たに対象範囲とするなど、昨年度より対象範囲を広げています。さらに2008年度は一刻も早くすべての環境パフォーマンスデータを把握する体制を構築するとともに、収集された各環境パフォーマンスデータが透明性のあるものとするために、第三者機関によるチェックを入れながら精度の向上に努めます。

またグループ各社で積極的に行われているCSR活動について、社員が、環境のため、社会のため、職場のためにできることに次々に挑戦している様子が伝わるよう努めました。

バンダイナムコグループは5つの個性を持ったSBUにより事業が展開されています。そのため、各社が行っている活動をそのままグループ全体に展開することが困難な場合が多々あります。そのような中でも、可能な限りグループに水平展開できるよう努めてまいります。

今後もステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションを大切にCSR活動を進めていきたいと考えておりますので、ぜひご一読いただき、ご意見をお寄せ下さいませようお願いいたします。

©2008 テレビ朝日・東映A.G・東映 ©BANDAI・WIZ 2004 ©BANDAI 2003 オセロは登録商標です。©やなせたかし／フレーベル館・TMS・NTV ©秋本 治・アトリエビーだま／集英社・フジテレビ・ADK ©窪岡俊之 ©2003-2008 NBGI ©2008 NBGI ©SANYO BUSSAN CO.,LTD. ©2007 NAMCO BANDAI Games Inc. 「海物語」は株式会社三洋物産の登録商標です。©TRYWORKS ©創通・サンライズ ©BANDAI NETWORKS ©創通・サンライズ・毎日放送 ©BANDAI NETWORKS ©BANDAI NETWORKS ©創通・サンライズ・毎日放送 ©吉崎観音／角川書店・サンライズ・テレビ東京・NAS ©2007「山桜」製作委員会 ©創通・サンライズ ©創通・サンライズ ©創通・サンライズ・毎日放送 ©臼井儀人／双葉社・シンエイ・テレビ朝日・ADK ©やなせたかし／フレーベル館・TMS・NTV ©2008 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映 ©創通・サンライズ・毎日放送 ©水木プロ・フジテレビ・東映アニメーション ©1999 BANDAI・WIZ ©Megahouse/c.p.tom's オセロは登録商標です。©サンライズ ©BANDAI

見直しに関する注意事項

当資料に記載されている将来に関する記述は、バンダイナムコグループが2008年8月6日時点で入手可能な情報から得られる種々の前提に基づいたものであり、リスクや不確実性を含んでおります。よって、実際の業績はさまざまな原因により、記述されている業績予想とは大きく異なる結果となり得ることをご承知おください。



< 大豆油インキ >

従来使用されていた石油系溶剤の代わりに、大豆油を使用したインキです。

大豆油インキは、枯渇資源の高沸点石油系溶剤が従来品に比べ20～30%削減された環境に優しいインキです。



< NON VOCインキ >

大豆油インキよりもさらに進んだ環境に優しいインキで、インキ成分中の石油系溶剤成分をほぼゼロにしました。

大気中に放出される VOC がなくなった一歩先をゆく環境対応型インキです。



< 水なし印刷 >

従来の印刷方式は湿し水を使用しておりIPA（イソプロピルアルコール）などの有害物質を含むため、VOC排出や水質汚染につながります。水なし印刷は従来の湿し水を使用しないため、より環境配慮型の印刷方法になります。



< FSC認証紙 >

適切な森林管理を認証する国際的な第三者認定機関であるFSC（Forest Stewardship Council、森林管理協議会）の基準に適合した、森林からの木材を原料として製造された用紙を使用しています。



< グリーンプリンティングマーク >

社団法人日本印刷産業連合会において、総合的に環境に配慮した印刷工場を認定する制度です。認定された工場で使用するすべての購入資材が、グリーン基準の水準に適合しています。

株式会社 バンダイナムコ ホールディングス

〒108-0075

東京都港区港南2-16-2 太陽生命品川ビル 9F

TEL:03-5783-5500

FAX:03-5783-5577

URL: www.bandainamco.co.jp

発行月：2008年8月（前回：2007年8月）

