



FUN FOR THE FUTURE!

バンダイナムコグループのCSR活動報告2011





FUN FOR

楽しみながら、楽しい未来へ。

バンダイナムコのCSRは、楽しみながら、楽しい未来をつくる活動です。

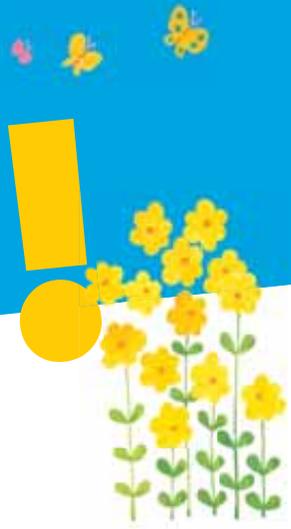
私たちの仕事は、一人ひとりの心の中に生まれた「夢・遊び・感動」のアイデアを、大勢の手でカタチにして、一人ひとりのお客様の心を響かせること。

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「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。

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。

THE FUTURE!





Our Mission Statement バンダイナムコグループのミッション

DREAMS, FUN AND INSPIRATION

「夢・遊び・感動」

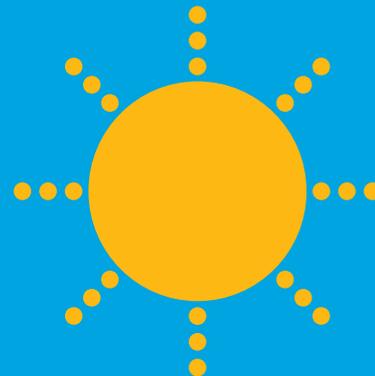
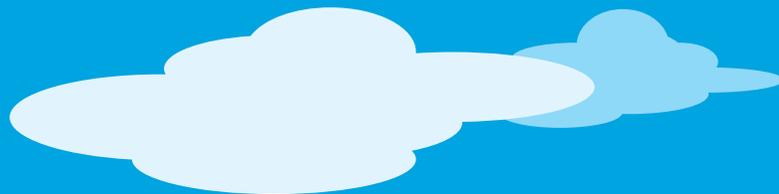
「夢・遊び・感動」は幸せのエンジンです。
わたしたちバンダイナムコは斬新な発想と、あくなき情熱で、エンターテインメントを通じた「夢・遊び・感動」を世界中の人々へ提供しつづけます。

Our Vision バンダイナムコグループのビジョン

THE LEADING INNOVATOR IN GLOBAL ENTERTAINMENT

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目指します。



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2011」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よりわかりやすく報告することを目指して発行しています。

2010年度は、「バンダイナムコグループCSR重要項目」を、さらに具体的に推進するため、各戦略ビジネスユニット(SBU)にて取り組みテーマを決定し、活動を行いました。

2011年版のレポートは、そのなかでも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

2010年度(2010年4月1日～2011年3月31日)の活動実績について記載しています。

一部、2011年度に開始した活動も含んでいます。

「バンダイナムコグループのCSR活動報告2011」の構成

冊子版

代表的な活動をFOCUSとして特集し、FACTS&FIGURESでは詳細な活動の進捗報告と各種情報について報告しています。

WEB版

冊子版の報告内容に加え、より詳細な取り組みについて報告しています。

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

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を対象範囲としています。

発行情報

2011年8月(前回2010年8月 次回2012年8月予定)

Contents

Fun for the future!

5 FOCUS 1 地球と社会と共存する

お客様のために、環境保全のためにこだわり抜いた「モノづくり」

11 FOCUS 2 お客様の幸せのために

「遊びを通じて、お客様を幸せにします」という使命のもとに

15 FOCUS 3 面白さで勝つ人材経営

面白さで勝つ人材経営の企業グループを目指して

21 バンダイナムコの森 活動報告

22 FACTS & FIGURES

23 バンダイナムコグループのCSRマネジメント

24 バンダイナムコグループCSR重要項目の進捗

25 各SBUの重点取り組みテーマ 2010年度進捗報告

27 人事関連情報

28 環境関連情報

29 コーポレート・ガバナンスとコンプライアンス

30 会社情報・お知らせ

FOCUS 1

地球と社会と共存する

お客様のために、環境保全のために
こだわり抜いた「モノづくり」

BANDAI HOBBY CENTER

バンダイホビーセンター
2006年、「バンダイホビーセンター」は静岡県静岡市に、(株)バンダイのホビー事業部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いますが、その内の約8割を機動戦士ガンダムのプラモデル、いわゆる「ガンプラ®」が占めています。「バンダイホビーセンター」は、“MADE IN JAPAN”にこだわりを併せ持つ国内唯一の自社工場です。この特集では、バンダイナムコグループならではの特色を持ち、スペースコロニー型工場を目指した「バンダイホビーセンター」をご紹介します。



楽しみながら働く、 遊び心あふれる工場目指して

「バンダイホビーセンター」の建設にあたって目指したのは、“スペースコロニー型工場”の姿です。スペースコロニーは、機動戦士ガンダムの作品中に登場する宇宙空間に建設された人工の居住空間で、ゼロエミッションとともに、完全なリサイクルが構築された自己完結型の施設という、工場が目指す理想的な姿があります。その姿を目指し、地球環境に配慮したさまざまな最新設備が施されています。

また、訪れた方々に『ガンダム』の世界観を味わっていただくため、工場のさまざまなところに遊び心あふれる工夫を凝らしています。外観は、スペースコロニーを横に切り分けた形をイメージし、工場としては珍しいアーチを描いた独特の形になっているほか、自動ドアや無人搬送機、制服に至るまであらゆるところにこだわり抜きました。バンダイ唯一の国内工場である「バンダイホビーセンター」は、訪れる方々に楽しんでいただくだけでなく、私たち自身も楽しみながら働くことで、世界中の人々に楽しんでいただける「ガンプラ®」をはじめとしたプラモデルを作り続けています。



株式会社バンダイ
ホビーセンター長 佐々木 克彦

ホビーセンター長の夢

私は、2006年にホビーセンター長に就任しました。建設の企画から完成まで、すべてのプロセスに関わっており、「バンダイホビーセンター」への想い入れは、人一倍あります。ここには、人を楽しめたいという気持ちと、こだわり抜いたモノづくりのノウハウが詰まっています。共に働くスタッフには、さらなる進化・発展に向け、次世代のホビーセンター長を目指して欲しいと願っています。

また、グループにおける“モノづくりスクール”としての役割を担いたい、という夢もあり、それがかなったとき、これまで以上にグループ全体、さらには社会全体に対して貢献できていると思っています。



1F ロビーの様子



3F 自動ドア



品質チェックの様子



無人搬送機

INTERVIEW

株式会社バンダイ
ホビー事業部 管理チーム 小澤 康成



スペースコロニー型工場の実現を目指して

「バンダイホビーセンター」は、設計段階から地球や地域、社会との共存を意識した設備が盛り込まれた最先端工場です。具体的には次のような取り組みを行っています。

■省エネルギーとCO₂排出量削減への取り組み

工場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、工場内の約5%にあたる電力を賄っています。また、雨水・地下水を浄化するシステムで年間2,000トンの水を再利用しています。工場内のトイレはすべて再処理した水を使用し、資源の節約につながっています。さらに、屋上を緑化することで、断熱・省エネルギー効果を発揮するほか、商品の出荷にハイブリッドトラックを活用し、CO₂削減に努めるなど、さまざまな取り組みを行っています。

■騒音・振動・臭気への取り組み

「バンダイホビーセンター」は住宅街にあるため、騒音・振動・臭気を出さない工場を目指しました。工場内の成形機が稼働する時に騒音・振動・臭気を発生する可能性があることから、機械の設置場所を工場の中心部にすることで、外部への影響を低減する工夫が施されています。実際に2006年の工場操業から現在に至るまで、騒音・振動・臭気に関する苦情などを頂いたことは一度もありません。

■ゼロエミッションへの取り組み

廃棄物・廃熱をゼロにする「ゼロエミッション」もこの工場のテーマの一つです。現在推進中の廃材リサイクルは年間115トンにも及びます。また、工場内ではリサイクルができない廃プラスチックも、回収業者を通じてサーマルリサイクルを行うなど、可能な限り再利用をしています。

今後は「バンダイホビーセンター」が工場として持っているリソースを有効活用し、運営面でも一段の向上を図ろうと考えています。特に省エネについては社員一人ひとりが節電や省資源への意識を高めることが重要です。そうしたことも含めて、地球・社会と共存していくことで、スペースコロニー型工場へと近づくことができると思っています。



色ごとに分別された廃プラスチック



屋上緑化



壁面に設置したソーラーパネル

INTERVIEW



組み立てたエコプラ

©創通・サンライズ



エコプラの原料となる細かく砕いた樹脂（ペレット）



パッケージも1色刷りで省資源に



株式会社バンダイ
ホビー事業部 企画開発第二チーム 内田 巧

株式会社バンダイ
ホビー事業部 生産チーム 近藤 春久

エコなプラモデル 「エコプラ」はリサイクルの象徴

■困難を乗り越えて誕生した「エコプラ」

「エコプラ」とは、黒く転色したリサイクル材でつくるエコなプラモデルです。この「エコプラ」誕生までには、さまざまな難関がありました。

「バンダイホビーセンター」は業界で唯一、4色のパーツを同時に作ることができる機械を使用しており、色まで含めた廃材の分別とリサイクルは困難なものでした。これを何とかしようと考えたのが、最も強い（濃い）色である黒に染め直して再利用することでした。また、「バンダイホビーセンター」の主力商品である「ガンブラ®」を「エコプラ」として作りたいという想いもありました。ただ真っ黒なキャラクターがそもそも存在しない中で商品化には、さまざまな議論がありました。しかし、「ガンブラ®」の聖地である「バンダイホビーセンター」として、またユーザーに楽しんでいただながらバンダイナムコのCSR活動を伝えたいという想いを訴え続けた結果、最終的には関係者の理解を得ることができました。そして、2008年5月のホビーショー開催に合わせて誕生したのが真っ黒な「ガンブラ®」です。

■進化し続ける「エコプラ」

「エコプラ」は当初、4種類で商品化しましたが、現在では10種類とそのラインナップを拡大しています。しかしながら、ラインナップを増やすことが目的ではなく、より多くのユーザーにこの商品を通じて「バンダイホビーセンター」のエコ活動を知っていただくことが重要だと思っています。また、年々、廃材を分別する精度が上がってきています。徐々にではありますが、色別や素材別での仕分けも可能になってきており、プラスチック原料の購入量削減にも結び付いています。「エコプラ」は現状のものが完成形ではなく、これからもまだまだ進化させていかなくてはならないと考えています。

“MADE IN JAPAN” が誇る高品質な生産技術

「バンダイホビーセンター」では、“MADE IN JAPAN”の誇りを持ち、最新鋭の技術で「ガンブラ®」を中心にバンダイが国内で発売するすべてのプラモデルを生産しています。開発・設計・金型製作・生産とすべてのプロセスをセンター内で行い、自動搬送機などによるファクトリーオートメーション化と光造形やレーザー加工技術といった最先端技術の導入により、高品質とともに生産の効率化を追求しています。

01

設計&CAMルーム

3D CADシステムを使用したプラモデルの設計現場です。



03

光造形室

設計された3Dデータをもとに光造形機「EDEN（エデン）」で試作品を作成。設計データそのままに、すぐに立体物を確認でき、より精度の高い試作検討をスピーディに行えます。



02

レーザー加工

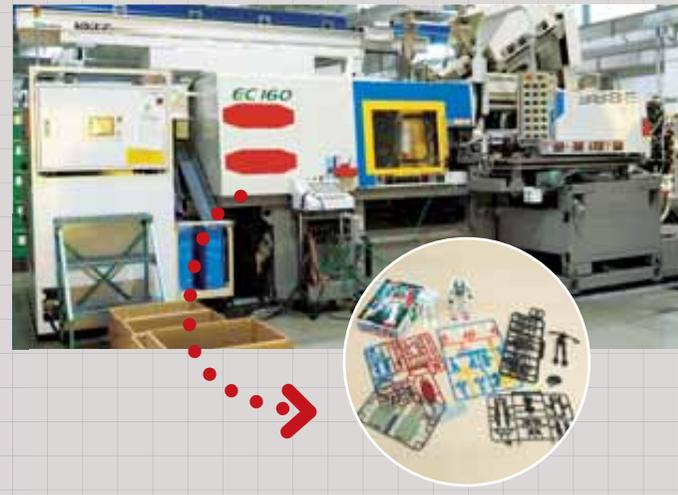
最新鋭のレーザー加工機による金型の造形加工で、最小40ミクロンまでの再現が可能です。



04

多色成形

製作した金型にプラスチック原料を流し込んで成形します。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技術です。



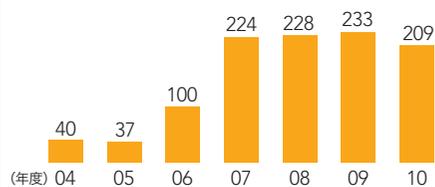
TOPICS!

C.O.C. 監査

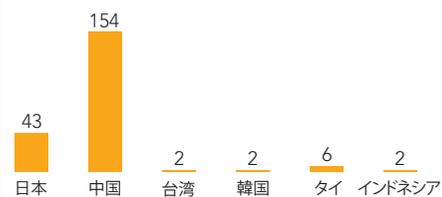
【株式会社バンダイ】

バンダイでは、労働環境の維持、管理の向上を目指し、1998年に「バンダイC.O.C.宣言」を策定しました。2004年に海外生産委託工場40社のC.O.C.監査を行い、2007年度からは海外全生産委託工場でも年1回の監査を実施しています。国内生産委託工場についても2008年度より順次開始しています。また、各生産委託工場のレベル底上げのため、2008年度より各監査項目に配点を行い、点数に応じた適合度評価を開始しています。2010年度は、適合度95%以上の工場が、全体の65.3%（前年度：53.9%）となりました。今後は是正した内容が維持・管理されるようにさまざまな施策を講じていきます。

C.O.C. 監査件数 (社)



2010年度の監査工場内訳 (社)



エコプロダクツの取り組み

【株式会社バンダイナムコゲームス】

2005年、バンダイナムコゲームスでは、アミューズメント業界で初めて、人体や環境への悪影響が懸念される化学物質の管理に取り組み始めました（現在は47の化学物質群を管理）。化学物質管理には国内外すべての取引先の協力が不可欠であり、信頼できるサプライチェーンの構築を目的として、説明会の開催や、効率的な情報伝達・共有を目的に取引先毎にMYページを設けた専用WEBサイトの開設、生産工場他における

化学物質管理システムの審査の実施等を行っています。

また、商品の省電力化も進めています。業務用ゲーム機「クレナ2クイーン」ではLED照明などを採用、適切な配光設計を行うことで、従来に比べ約47%の消費電力を削減しました。

今後も環境に配慮した「モノづくり＝エコプロダクツ」に積極的に取り組みます。

クレナ2クイーンの消費電力の削減効果

	従来機 (クレナフレックス)		クレナ2クイーン	
	消費電力	消費電力	消費電力	消費電力
天井・カンバン部	40W 蛍光灯1灯 24W スリム蛍光灯10灯	40W 240W	32W 高出力蛍光灯4灯	128W
フロア部	24W スリム蛍光灯2灯	48W	7.63W LEDバー 2灯	15W
スポット部	40W ハロゲン灯2灯	80W		
その他の電力		142W		147W
合計		550W		290W

約47%の削減



クレナ2クイーン
©NBGI

地域と共存する

【株式会社花やしき】

1853年に開園され、2004年に事業承継した老舗遊園地「浅草花やしき」（東京都台東区）では、年間を通じ、浅草のさまざまな行事と連動し、地域と共存共栄をしながら運営を続けています。浅草三社祭では、園内を近隣町会の休憩場所として開放するほか、町会の神輿にも積極的に参加し、来園されたお子様に神輿担ぎが体験できるイベントも行っています。



三社祭「花やしき子どもみこし」

夏休みには浅草警察署主催の、地元のお子様1,800名を集めた安全啓蒙活動のイベントに開催場所を提供しました。このほかにも、近隣地区の交流イベントとしてステージやアトラクションの開放など、地域との連携を図っています。



わいわい交流入谷っ子

人と地球にやさしい物流

【株式会社ロジバルエクスプレス】

ロジバルエクスプレスでは、人と地球にやさしい物流を目指し、ドライバーコンテストを実施しています。コンテストでは、全国の営業所から①安全運転、②信頼、③エコドライブの3つの選定基準を満たしたプロドライバーを選抜し、自動車教習所の教官を審査員として、客観的に採点を行っています。また、独立行政法人環境再生保全機構主催のエコドライブコンテストへも積極的に参加、入賞を果たしており、その実績から兵庫県・静岡県と同機構主催のセミナーで事例紹介の講演を行いました。



ドライバーコンテスト

FOCUS 2

お客様の幸せのために



「遊びを通じて、お客様を幸せにします」 という使命のもとに

NAMCOLAND イオンモール KYOTO店 (京都府京都市)

3世代で楽しむアミューズメント施設

バンダイナムコグループは、さまざまなアミューズメント施設を日本全国に展開しています。アミューズメントとキャラクターが融合した大型施設やキャラクターの世界観が体感できる施設など、バンダイナムコならではのノウハウを活かした差異化された施設を提供しています。ここでは、「3世代同居型アミューズメント」をテーマに、各世代のお客様にお楽しみいただける遊び場づくりを目指す「NAMCOLAND イオンモール KYOTO店」をご紹介します。



お客様の“笑顔”と“ありがとう”が大きな喜びです。

株式会社ナムコ NAMCOLAND イオンモール KYOTO店
ストアマネージャー

鈴木 由孝

安心して楽しんでいただくために、何よりも「安全」な空間づくり

2010年6月にオープンした「NAMCOLAND イオンモール KYOTO店」は、約1,372㎡(約415坪)の面積に約200台の機器を設置した大型アミューズメント施設です。テーマは、“3世代同居型アミューズメント”。お子様からそのご両親、ご高齢者の方までが楽しめる施設を目指しています。

3世代に安心して楽しんでいただくために、最も基本となることは「安全」です。安全性に十分な配慮をすることで、笑顔あふれる遊び場として、お客様をおもてなしできていると思っています。そのために施設内は、バリアフリー化を進め、お子様やご高齢者も歩きやすいように段差をなくす配慮やベビーカーが通りやすいように通路幅を広くとるなど、さまざまな工夫を凝らしています。

また、快適に過ごしていただくための工夫として、家族同士が会話をしやすくするためにお客様が遊んでいない機器の音を消える設定にすることで、施設全体の音量低減を図っています。ほかにも、文字を読みやすくするために施設内のポスターや注意表示などの文字を拡大したり、疲れた時に座っていただくための椅子をさまざまな場所に配置するといった工夫もしています。

接客面では、お客様の声に耳を傾けることが最も大事だと思っています。積極的に声を掛けてお話を伺い、要望を常に把握することで、お客様の立場に立った施設の改善に努めています。こうした日々の声をもとに実施した改善に対して、お客様から“笑顔”と“ありがとう”という言葉を頂いた時に、何よりも大きな喜びを感じます。今後も「遊びを通じて、お客様を幸せにします」を使命に、お客様が安心して楽しめる“遊び場”を提供していきたいと思っています。



“もっと安心”をカタチに

「NAMCOLAND イオンモール KYOTO店」では、お客様に安心して遊んでいただけるように、さまざまな工夫を凝らしています。日々、お客様に積極的にお声掛けし、お話を耳を傾けることで、お客様の立場に立った改善に努めています。

- 1 乗り物を中心としたキッズコーナーでは、ベビーカーでの移動がしやすいように、広い空間設計が施され、いつでも座れるように椅子が配置されています。
- 2 幅広い通路は、ベビーカーも楽々通れます。さらにお子様が迷子になっても、探しやすいように先まで見通せるような通路もあります。
- 3 お子様やご高齢者がつまずかないように、椅子の脚が目立つ工夫をしています。
- 4 ナムコでは地域社会とのより良好なつながりと関係機関との円滑な共生を図り、地域の健全な青少年育成活動を進めるために、「AOU 青少年アドバイザー」資格の取得を推進しています。



小さい子どもでも楽しめるゲーム機がたくさんあっていいですね。



甥は乗物が大好きなのでよく利用しています。通路が広くベビーカーでどこでも通れるので助かっています。



たくさん機械（シールプリント機）があるし、明るくてキレイなので、よく遊びに来ています。

みんなが楽しめる遊び場づくり



クレーンコーナー担当スタッフ

小田崎 瑠衣

ご高齢のお客様には、よりわかりやすい接客を心がけています。クレーンゲーム機では、実際にプレイしながら操作方法をご説明したり、プレイ方法のアドバイスなどをしています。



メダルコーナー担当スタッフ

山口 仁美

メダルコーナーには常連のご高齢のお客様も多くいらっしゃいます。メダル機の種類が多いことも当店の人気となっています。ご質問に対しては、はっきりと的確にお話することを心がけています。



TOPICS!

ユニバーサルデザインの取り組み

【株式会社バンダイ】

バンダイでは、より多くのお客様に楽しんでいただける玩具を目指して、ユニバーサルデザインの考え方を導入しています。2010年度は、多様な色覚を持つさまざまな人に配慮して、なるべく多くの人に情報が正確に伝わるように作られたデザインである、「カラーユニバーサルデザイン」の活動も本格化させました。専用の眼鏡を使用するなどのチェックを独自に行い、パッケージや取扱説明書への配慮を進めています。なお、この活動として、共遊玩具*にも取り組んでおり、2010年度は39点が共遊玩具として新たに登録され、玩具業界の中で「圧倒的No.1」の成果をおさめました。

共遊ポイント

- 声や動きでコミュニケーションを楽しめる玩具
- 感触や形が楽しめる玩具
- アニメや絵本の世界が立体になった玩具



*「共遊玩具」とは、目や耳の不自由な子どもたちも楽しく遊ぶことができ、保護者の方にも扱いやすいと(社)日本玩具協会から認められた玩具。



DXオーズドライバー (共遊玩具)



変身ブローチ キュアモジュール (共遊玩具)

©2010 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映
©ABC・東映アニメーション

キャラクターの世界観を守るために

【株式会社バンダイ】

バンダイでは、キャラクターが持つ世界観を守り、お客様に安心・安全な商品をお届けするため、関係会社と緊密に連携し模倣品対策を日本および海外で進めています。日本では、インターネット販売を含む国内市場の常時監視や、税関への輸出入差止申立を適宜行うことで、模倣品の早期発見、流入防止ならびに排除を行っています。海外においては、各国市場での模倣品監視・対策を独自に進めているほか、国際知的財産保護フォーラム (IIPPF) のメンバーとして各国の行政機関・関連団体と連携し、実効ある対策に努めています。

小学校向け教科書を制作

【株式会社バンダイナムコゲームス】

バンダイナムコゲームスは学校図書株式会社と共同で、小学校向け教科書28冊(国語、算数、理科)を制作しました。“授業時間外でも開きたくなるような教科書を作りたい”というバンダイナムコの想いと、“従来の教科書の殻を破った、子どもたちに新鮮味を与える新たな教科書を作りたい”という学校図書の想いが融合して実現したもので、エンターテインメント企業が教科書制作に携わるのは初めての試みです。学習をクリアしていくゲーム的要素や、エンターテインメント色豊かなイラストでわかりやすく紹介するなど、長年のゲーム制作・コンテンツ制作の中で培ってきたさまざまなノウハウを投入しました。



安全・安心のための情報共有

【株式会社バンプレスト】

バンプレストでは、お客様相談センター・販売先・店舗における商品の交換対応が発生した場合の状況を、社内イントラネットにおいて、項目別に集約し、商品ごとに確認できるようにデータベース化しています。これにより、社員は自分が担当した商品の設計・生産時の品質の状況から発売後に発生した不具合の状況までを把握し、メーカーや工場との情報共有を図ることで、問題の確認・解決や目標設定に利用しています。

問題事例が発生した場合は、原因究明と再発防止策を策定し、履歴を残して定期的に社内でも共有しています。また、安全性に関する社内基準の遵守のみではなく、他社商品の事故事例の把握に努めるとともに、商品の誤使用の場合も含めて設計を審査し、必要に応じて独自に注意表記等も設定することで事故の未然防止に努めています。



石川社長に聞く

面白さで勝つ

人材経営の企業グループを目指して

「面白さで勝つ人材経営の企業グループ」とは？

2009年4月、私はバンダイナムコホールディングスの社長に就任しました。その時に掲げた経営の基本方針の一つが「面白さで勝つ人材経営の企業グループ」を作るというものでした。人々を楽しませたいという、私たちの根底にある情熱こそが、エンターテインメント企業としての成長の原動力となります。「面白さで勝つ」とは、自らが仕事を楽しみながら面白いことを発想し、挑戦し、世の中の人にそれをお届けする、この一連の流れを循環させるという考え方なのです。人を楽しませたいという社員の想いと、エンターテインメント企業として持っている私たちの特質を合わせて考えた時に、「面白さ」が前面に出なければ、厳しい競争を勝ち抜くことはできないと思っています。

また、「Fun for the future! 楽しみながら、楽しい未来へ。」というグループCSR活動のキーワードも、私たち自身も楽しんでいなければ

人を楽しませることはできない、という考えが基にあります。エンターテインメント企業は、人々が笑顔でいる場面をもっと増やすための商品・サービスを提供することが使命です。楽しい未来を作るために、より多くの感動や楽しさを世の中に提供し、社会に貢献していきたいと思っています。もちろん私も社長という役割を心から楽しんでいます。

多くの人を動かし、束ねた経験が大きな自信に

私がナムコに入社したのは、1978年のことです。入社して最初の2年間は業務用ゲーム機のセールスをしました。この営業時代に、ナムコの商品をお客様に買っていただき、使用していただき、対価を支払っていただくという、ビジネスの基本を身をもって経験したことが、私のキャリアのベースとなりました。

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
石川 祝男



若かりし頃の石川社長

石川祝男
ヒストリー

ナムコ入社

ナムコに入社したのは、1978年のことです。入社のきっかけは、子どもの頃に行った遊園地で夢中になったゲーム機の楽しいイメージと、「遊びをクリエイイトするナムコ」へのイメージが一致し、事業内容に興味を持ったからです。



©NBGI

石川祝男
ヒストリー

ワニワニパニックの開発

ワニが自分の方に向かってきたら怖いだろうと考え、開発しました。一度は上司に企画を落とされたものの、スリッパと段ボールで手製の試作品を作ってプレゼンしたところ商品化が実現し、ロングセラー商品となりました。

その後、20代後半に新規事業の部署へと移りました。そこでは、自分を大きく成長させた印象深い仕事を体験しました。当時、私は企業の販売促進用の商品企画をしていましたが、ある大手食品メーカーさんから、主力商品用に販売促進の景品を提案して欲しいとの要望がありました。勝手の違う商品ではありませんでしたが、運良く私の企画が採用されました。この受注は納品個数も万単位となるビッグプロジェクトとなりましたが、こうした景品の制作は会社としても初めてのことで、ノウハウもなく、企画から生産、お客様への納品までひとりで進めなければならず、必死で取り組みました。そして、この経験が今でも生きていて実感しています。一つのモノづくりを成功させるために、多くの人を動かし、束ねるといふ苦労をしたことは、その後の大きな自信にもつながりました。

🐞「ワニワニパニック」を通じてマネジメントの思考を学ぶ

1986年、ナムコ入社から9年目に、念願の業務用ゲーム機の開発部門に異動しました。そして、3年後には管理職の地位に就きました。しかし、当時はアミューズメント施設の人気が下がり、業務用ゲーム機の需要が減少していました。その影響で、開発部の仕事が減り、部内のモチベーションも非常に低下した状態にありました。この状況に大変な危機感を持った私は、なんとかその現状を打開しなければならぬと強く思いました。一番の打開策はヒットゲーム機の開発により、実

績を上げることです。そうした想いの中で開発したのが「ワニワニパニック」でした。「ワニワニパニック」はロング・ヒットを記録し、部内のモチベーションも一気に盛り上がりました。この一つのヒット作が部内を活性化させ、次なるヒットを生み出し、人材も集まってくるようになりました。こうした管理職として部署を引っ張っていくという経験が、マネジメントとしての能力を高めてくれたと思います。

🐞 熱い想いを伝えれば、周りが動く

このように、私たちのようなエンターテインメント企業にとって、一人ひとりの熱い想いはとても重要です。そういった想いが具体的な商品・サービスとなって、お客様へと届いています。だからこそ人に焦点を当てた人材経営が大切なのです。

私の座右の銘は、「以心伝心」です。これまでのさまざまな経験を通して、仕事を成し遂げるには多くの人を動かす必要があります。そして人を動かすには熱意や想いを伝えることが最も重要だと感じました。想いを人に伝え続け、考えに同調してくれる人を増やしていくことが私たちの仕事の第一歩です。モノをクリエイトするには、一人ひとりが独自のアイデアを練り、熱意を持って取り組まなければ何も起きません。その想いに賛同する人が集まってくれば、段々と輪が広がります。そのためにも、確実に想いを伝え、決して一度で諦めず、場所を変え、時間を変え、やり方を変えて何度も伝えていく、それを社員には実行して欲しいと思っています。

🐞 人を最大限活かす環境づくりに取り組んでいく

バンダイナムコグループの社員は、人を楽しませたいという情熱を持っています。社長である私の役割は、そういった情熱をどのように活かしていくか、という点にあると考えています。例えば、「自主独立」というキーワードでさらなる権限の委譲と責任の明確化を図っています。小さい集団が権限と責任を持ち、既存の枠から飛び出る自由な発想で仕事をしてもらいたいと思っています。集団とはいえ、個の力にこだわり、個性の集合体として、それぞれの個性から出たアイデアをチームワークで事業として展開するという図式です。このように私は、社員がもっとチャレンジできる環境づくり、何度でも再びチャレンジできる雰囲気づくりに努めていきたいと考えています。

バンダイナムコグループの存在価値は、世界中の人々に「夢・遊び・感動」を提供し続けることです。世界の人々を笑顔にするための商品・サービスの提供に向け、バンダイナムコグループのユニークでオンリーワンの人材を最大限活かすことが私に課せられた使命と認識し、「面白さで勝つ人材経営の企業グループ」を作りあげていきます。



統合5周年に入社5年目の若手と料理をしながら語り合う



バンダイとナムコの経営統合

経営統合当初は組織や仕事のやり方をすべて1つにすることで「バンダイナムコグループ」になろうとしていました。しかし自主独立、小さい個性の集団、異なるパーツの集合体こそが「バンダイナムコグループ」で良いのだと思います。悩み抜いたこの期間があるからこそ、お互いが自然と補完し合う関係を構築できるようになり、今では新しいものを生み出すことのできる、個性の集団へと変貌を遂げてきていると感じています。



バンダイナムコホールディングスの社長に就任

現場を回って、多くの社員と話をすることを心がけています。社員は、社長と話したこと自体が印象深いらしく、細かいことを良く覚えてくれています。そして、これがモチベーションを高める動機付けになるのだと気づきました。また、社長というポジションを活用し、部署を越えた横断的な人の組み合わせを考え、その結果新たな商品やサービスにつなげていくこともできます。



FOCUS 3 面白さで勝つ人材経営



“世界中の子どもたちに
安くて感動するものを
届けたい”

【株式会社バンダイ】
(ボーイズトイ事業部 戦隊チーム)

村山 隆運

私はブラジルで生まれ育ちました。子どもの頃に、日本の安価なフィギュアをブラジルに持って帰り、友人たちにとっても感動された時の思い出から、“世界中の子どもたちに安くて感動するものを届けたい”という想いでバンダイに入社しました。

入社後、小学生向けキャラクター玩具のマーケティングや開発を担当しました。しかし、自分の思い描いた“安くて感動するもの”を作るためには、生産の知識が必要と感じ、中国の生産拠点に異動して、3年間協力工場との調整役を担当しました。さらに香港で日本、アメリカ、欧州など世界中に向けた商品のコスト管理なども担当しました。その後、異動したアメリカでは、香港の商品管理の

経験を活かして、主に日本発キャラクターの「POWER RANGERS」シリーズ（日本のスーパー戦隊シリーズ）のローカライズ企画開発を2年間担当しました。

こうした商品のローカライズを通じて、キャラクターマーチャンダイジングの源流をより一層理解する必要性を痛感し、日本に戻ることを希望しました。日本では、「海賊戦隊ゴーカイジャー」（2011年2月よりテレビ放映開始）で、立ち上げから企画開発のメイン担当となりました。海賊戦隊ゴーカイジャーは、「スーパー戦隊」シリーズの35作目という記念作品で、日本でなかなか経験できないアメリカでのグローバルな経験がとて役に立っています。もともと“世界中の子どもたちに安くて感動するものを届けたい”という気持ちからスタートしていますので、今後はもう一度世界を相手に、自分が学んだことを活かしていきたいと思っています。



アメリカでPOWER RANGERSシリーズを担当していた頃

キャリアチェンジで生まれる新たな発想

バンダイナムコグループでは、人材交流や異動などのキャリアチェンジが活発に行われています。社内・グループ内他社、国内・海外など、活躍のステージはさまざまとあります。

【株式会社バンダイナムコゲームス】
(第1事業本部 プロダクトマネジメント部)

富澤 祐介

2002年にバンダイに入社し、カプセルトイの企画・開発を担当していました。そこではお客様の心を掴むにはどうしたらよいかを、日々考えていました。印象に残っている仕事は、「涼宮ハルヒの憂鬱」というアニメの商品化が成功し、深夜アニメ発の成功例を作れたことです。

その後、グループ内のバンダイナムコゲームスへ異動しました。もともと映像に興味があり、将来的にコンテンツを扱う部署への異動を希望していましたが、突然決まったので驚きました。異動して最初の仕事は、先ほどの「涼宮ハルヒの憂鬱」のゲーム化で、ゲーム開発について学ぶことができました。また、そのゲームには限定フィギュアや

グッズで付加価値を持たせており、カプセルトイ開発で得た“ニーズを素早くキャッチして商品化につなげる”スピード感とモノづくりのノウハウがフル活用できました。

現在は、「GOD EATER」シリーズを担当していますが、ディレクターはじめ、開発メンバーもお客様の嗜好を必死に理解しようとしていて、良いチームに出会えたと思っています。お客様からも、発売前の体験版ダウンロードで多くの声をいただき、次々と改善しながら作品を作っています。これからも、活躍のステージはどこであっても、さまざまな経験で得た自分の強みを発揮しながら、お客様に喜んでいただけるものを作っていきます。

新作ソフトながら、2010年2月発売の「GOD EATER」、同年10月発売の「GOD EATER BURST」が立て続けにスマッシュヒット。合計110万本を出荷。

©NBGI



“ある日突然訪れた
チャンスを活かす”



引き継がれる 開発魂

「週刊ヤングマガジン」(講談社)に連載中の大人気コミック「湾岸ミッドナイト」をゲーム化した、対戦バトルレースゲーム「湾岸ミッドナイト」シリーズ。この人気シリーズ継続のために、開発担当者を引き継がれていくものは何か、シリーズの立ち上げ時と、現在の担当者の2人に話を聞きました。



“大切にしている
根幹の部分を
しっかり引き継いで
くれています”



“プロジェクトの
スタート当初からの
良さをこれからも
引き継いでいきます”

【株式会社バンダイナムコゲームス】
(開発スタジオ コンテンツデザインディビジョン)

小林 景

“湾岸ミッドナイト”シリーズのスタート当初は、どちらかというとコアファン向けのレースゲームでした。しかし競合他社のゲームに売上で差をつけられていたため、途中のシリーズからリニューアルを行い、誰でも簡単に遊べるレースゲームを目指しました。そのリニューアル時の開発プロジェクトに入ってきたのが前田さんです。その後しばらくは私自身でプロデューサーとディレクターの役割を兼任していましたが、前田さんが加入して3作目からは前田さんにチーフディレクターを任せ、自分はプロデュースに専念しました。

前田さんはお客様のニーズを正しく見据えた上で、アイデアを次々と出せるところが強みで、プロジェクトを良い方向に引っ張っていける人材だと考えていました。実際に私がプロジェクトから離れた後も、良い意味でそれぞれのやり方は違っていますが、お客様のニーズをしっかりと捉えること、メンバー全体で話し合いながら一つのモノを作り出していくことなど、大切にしている根幹をしっかり引き継いでくれていると思います。



【株式会社バンダイナムコゲームス】
(開発スタジオ コンテンツデザインディビジョン)

前田 和宏

現在、“湾岸ミッドナイト”シリーズは、スタート当初と比較すると、約5倍のスタッフ数で構成されるプロジェクトになっています。人数は増えましたが、お互い良いモノを作るために上司・部下の垣根を越えて、最後の最後まで意見を出し合うようにしています。これは小林さんがプロデュースしている頃から根付いている文化です。また、そのためには、スタッフのさまざまな意見を束ねるリーダーの役割が非常に重要であることも、小林さんを見ていて実感していました。シリーズの人气が高まるにつれて組織は大きくなりましたが、この文化は継承していきたいと考えています。

また、“湾岸ミッドナイト”は国内外の多くのお客様から待ち望んでいた商品です。その期待に応えるべく、私たちは実際に店舗へと足を運び、プレイされているお客様をとことん観察し、何が求められているかを妥協せず追求しています。こうした作品を作り上げていくプロセスへの姿勢など、プロジェクトのスタート当初からの良さをこれからも引き継いでいきたいと思っています。



©Michiharu Kusunoki/Kodansha Ltd. All rights reserved.
©2011 NAMCO BANDAI Games Inc.
All trademarks and copyrights associated with the manufacturers, cars, models, trade names, brands and visual images depicted in this game are the property of their respective owners. All rights reserved.

“大好きな仕事だからこそ、基本中の基本をしっかりと守ることを心がけています。”



【株式会社ロジパルエクスプレス（茨木営業所運輸課）】

菅谷 幸美

コース配送を担当しており、貨物の集荷・配送、業務用ゲーム機器の設置などを行っています。もともと親の影響もあり、車の運転が大好きでこの仕事に就きました。大好きな仕事だからこそ、基本中の基本をしっかりと守ることを心がけています。また、業務用ゲーム機器の配送などはこの会社に入って初めて経験する仕事で、そうした新しいノウハウを覚えていくのも、やりがいがあります。

これからの夢であるドライバーを束ねるリーダーを目指してがんばります！

上司のコメント

【茨木営業所所長：曾根 真吾（写真左）】

茨木営業所運輸課マネージャー：石山 正明（写真右）】

菅谷さんは、技術、マナーなどすべての点において高く評価され、全国のなかから選ばれて社員登用されました。慣れてくるとおそろかにしがちなことも、良く確認しながら仕事をしており、とても信頼のおけるドライバーです。いつ何時も、メモを片手に分からないことをチェックするなど、見習うところが沢山あります。また、男性には負けない！というパワーが、営業所のメンバーのやる気を触発してくれています。



【株式会社ナムコ（NAMCOLAND 光の森店）】

松本 政治

学生時代から接客に興味があり、実演販売のアルバイトなどをやっていました。お客様の反応を直に感じ、自分も毎日楽しかったことを覚えています。その後、ナムコに入社してからも、そのアルバイトのノウハウが活かされています。元気に声をはって、お客様にわかりやすく商品の良さをアピールする、接客はそういった基本的なことがとても大切だと考えています。N-1グランプリで優勝できたのも、決勝戦のステージで自分が働く店舗と同じように、歩いているお客様も引き込まれる、いつもの接客が自然にできたところが評価していただけたのではないかと思います。しかし、優勝したからといって、自分の接客が完成されたとは全く思いません。時代とともにお客様は変化していきますし、私たちが常に進化しなければなりません。まさに、接客はゴールのない永遠のテーマです。これからも日々研究に励み、遊びに来ていただいたお客様に楽しんでいただくと同時に、私自身も仕事を楽しくしていきたいと思っています。

“お客様に楽しんでいただくと同時に、私自身も仕事を楽しくしていきたいと思っています。”



N-1グランプリ

ナムコでは、接客技術向上や顧客満足度アップを目的に、社内接客コンテスト「N-1グランプリ」を開催しています。コンテストでは、全国各地の約4,000名のスタッフのなかから優勝者が選ばれます。



強みをとことん活かす

お客様に楽しんでいただく、ご満足いただくために、私たち自身が楽しみながら働いています。仕事に自信を持ち、楽しい未来へ向けて、私たちの強みをとことん活かしていきます。

同魂 異才集団!

バンダイナムコグループには、さまざまな社員がさまざまなステージで活躍しています。今後も個性あふれる社員を応援するバンダイナムコ流ダイバーシティを推進していきます。



“世界中の子どもたちに遊んでもらいたい”

【株式会社バンダイ】
(プレイトイ事業部：バラエティ商品の企画・開発を担当)
Hannah Lemmer (ハナ・レマー)

日本に留学している時、東京都の潮風公園に設置されたガンダムの実物大立像を見に行きました。会場には世界各国からお客様が来場しており、バンダイナムコグループのキャラクターが文化を越えていることに感動しました。その後、バンダイのインターンシップに参加し、さまざまな人々と出会い、一緒に仕事をしたい!と強く思ったことが入社のもちきりとなりました。

バンダイには、可能性や機会が非常に多くあります。私も自ら機会を作って成長していきたいと思っています。そして、“株式会社 BANDAI WORLD”を設立し、世界中の子どもたちに自分が担当した商品で遊んでもらうことが私の夢です。日本に住み、日本の会社で働いていると知らないことも多く、たまに困難もありますが、smileだけは忘れずに頑張ります!

【株式会社バンダイナムコゲームス】
(開発スタジオ ビジュアルアートディビジョン：モバイルゲームのデザインを担当)
Mr. ドットマン (小野 浩)

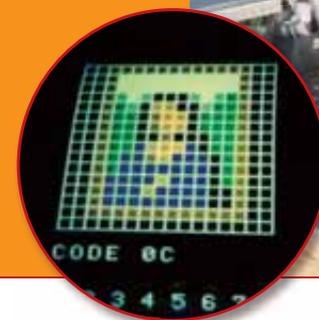
現在、携帯電話やスマートフォンなど、モバイル系のグラフィックを作る仕事をしています。最近流行しているモバイル分野ですが、シンプルなゲームも非常に人気があり、私の得意分野である、昔ながらのゲームを作る技術が最大限活かせる仕事です。

私の入社は1979年。当時のゲームは“ドット絵”と呼ばれる、方眼紙に点を打って描くような技術を使っていました。その頃は開発のための資料やマニュアルなど存在していないので、すべて自

分の想像力で一から作り上げていくしかありません。大変ではありますが、非常に工夫のしがいがある仕事でした。

現在は開発技術も非常に進化し、ゲームもかなりリアルな映像になりました。しかし、ゲーム本来の面白さを表現する力、すでにある技術をどうひねるかを考える力、マニュアルや資料にないものを作り出す力を次世代の人たちにも伝承していきたいと思っています。

“次世代の人たちにも伝承していきたい”



【株式会社バンダイナムコホールディングス】
(人事部：入社から退職、育児、評価等人事管理業務全般を担当)

安藤 美由紀

私は仕事と育児を両立しながら働いています。自分の意思だけでは決して実現できないことなので、理解・協力してくれる同僚や上司、家族（もちろん子どもにも）には日々感謝しています。また、会社のバックアップとして「育児フレックス」や「育児時短」など、働く母親のための制度が整っているので、大変助かります。制度が年々進化しているように感じますが、それに甘えるだけでなく、仕事でしっかりパフォーマンスを発揮できるよう、努力しています。「会社で仕事ができる時間は限られている」ため、私が心がけている4か条は・・・

1. 無駄を省き
2. 長期的かつ若干ゆりのあるスケジュールを組み
3. 先手先手で仕事を進める
4. そして! 急な休みでも仕事が進まないよう誰かが対応できるしくみを作る。

「夢・遊び・感動」というミッションをもつグループの一員として、日々の仕事でもそれを意識し、少しでもその一端を担うような働きをしたいと思っています。子どもたちが希望を持てるような未来にする! というのが私の夢です。



“子どもたちが希望を持てるような未来にする!”

バンダイナムコの森 活動報告

バンダイナムコグループは、「夢・遊び・感動」が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んでいます。

バンダイナムコの森とは？

長野県が橋渡しをする「森林（もり）の里親事業」における「森林（もり）の里親契約」を財団法人下高井郡山ノ内町和合会との間で契約しています。志賀高原の47ヘクタールの「バンダイナムコの森」で森林整備作業費用の一部負担に加え、森林保護の理解につながる場としています。

「バンダイナムコの森」に設置している巣箱11個・エコ標語プレート45個のメンテナンス作業を行いました。



グループ社員により間伐作業などの森林保全活動を行いました。参加した社員は、これらの活動を通し、自然の豊かさを体験するとともに、環境保全に関する理解を深めました。



「天装戦隊ゴセイジャー」のゴセイレッドと一緒に、楽しくエコについて学ぶエコクイズ大会や、「バンダイナムコの森」の木の実などを材料に活用したクリスマスリース作りなどを行い、地域の皆さんとの交流を図りました。

今後もバンダイナムコの森を活用した活動や、地域交流イベントをグループCSR活動として推進いたします。



イベントで撮影した記念写真はクリスマスカードにして皆さんにお届けしました。



後日、お礼のお手紙や、手作りのクリスマスカードをいただきました。



**FACTS &
FIGURES**

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のCSR方針

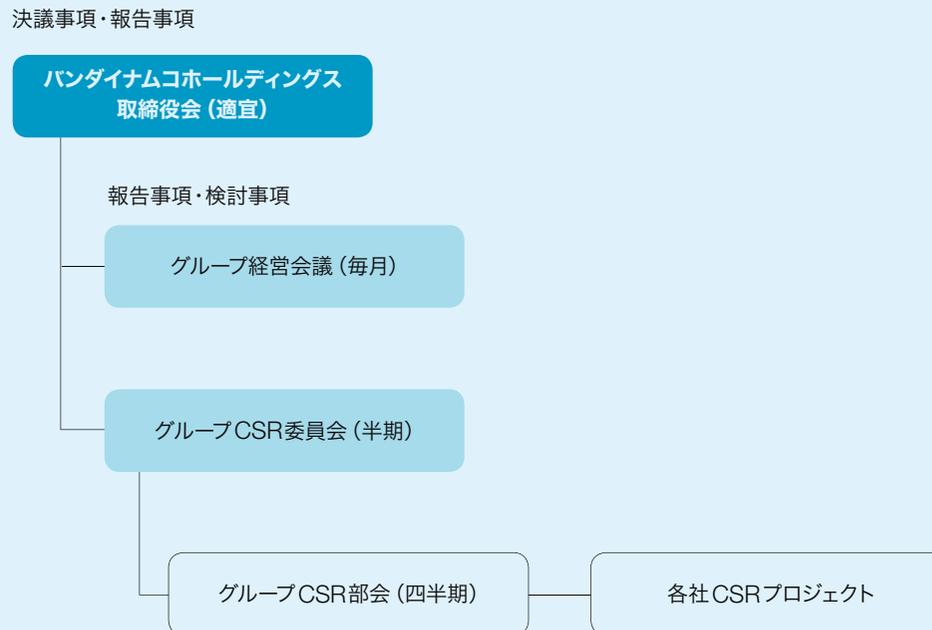


各SBU・関連事業会社で、重点取り組みテーマを掲げ、事業を通してグループCSR重要項目の深掘を行う。

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、「夢・遊び・感動」の提供を実現するため、グループを横断するCSRの取り組みとして、CSRコンセプト・3つの社会的責任を果たすことを盛り込んだ基本方針「CSRへの取り組み」を定め、CSRマネジメントを推進しています。また、2010年度からはCSR活動のさらなる実効性向上のため「バンダイナムコグループCSR重要項目」を策定し、より具体的に、特に重点的に取り組む必要があるCSRテーマについて、各SBUの特性を活かしながらの活動を開始しています。

バンダイナムコグループのCSR推進体制



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。また、2011年度からは、グループCSR委員会の下部組織であったグループ環境部会とグループ社会貢献部会を統合し、環境・社会貢献に限らず、CSR重要項目に沿った取り組みの進捗管理・情報共有を行うグループCSR部会を設置、さらに各社CSRプロジェクトにて、各社の特性を活かし、より具体的な各SBUの取り組みを推進しています。

バンダイナムコグループCSR重要項目の進捗

バンダイナムコグループCSR重要項目の推進プロセス



バンダイナムコグループCSR重要項目の推進について

「バンダイナムコグループCSR重要項目」は、ステークホルダーとバンダイナムコグループにとって「最も重要なCSR項目とは何か」についての、有識者へのヒアリングや外部調査レポートを基に策定しました。2010年度は、その重要項目に沿って各SBU・関連事業会社で重点的に取り組むテーマを掲げ、事業を通じた具体的な活動項目を決定、活動を行いました。

各SBU・関連事業会社の重点取り組みテーマ一覧

注：CSR重要項目に該当する事業領域がない場合は空欄となっています。

CSR重要項目	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*
商品・サービスの安全と衛生	安全・安心の追求	安全・安心の追求	健全な売り場の醸成・青少年の社会学習への取り組み	安全運転・個人情報取扱体制強化・化学物質管理
環境配慮	Act. Now for Future Smiles (笑顔のためにできること)	環境配慮と省エネ	環境負荷係数の徹底的な把握・具体的エネルギー削減方法の実施	エコドライブ・事業所の省エネ
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	コンテンツ・商品における倫理表現の統制	コンテンツの適切な言語表現の制定	—	—
サプライチェーン管理	バンダイにおける労働規範監査 (C.O.C. 監査)	サプライヤーとの連携	—	アートプレストにおける労働規範監査 (C.O.C. 監査)

* (株)バンダイロジバル・(株)ロジバルエクスプレス・(株)アートプレスト

各SBUの重点取り組みテーマ 2010年度進捗報告

トイホビー SBU

CSR重要項目	トイホビー	2010年度活動報告
商品・サービスの安全と衛生	安全・安心の追求	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ISO10002自主適合宣言の実施 ▶ “製品安全を考える展示会”の実施 ▶ 製品事故対応研修および訓練の実施 ▶ バイセル製品ガイドライン制定 ▶ SBU横断の情報交換会を毎月実施
環境配慮	Act. Now for Future Smiles (笑顔のためにできること)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Act. Now for Future Smiles (環境活動事例集) 発刊 ▶ 外部セミナーでバンダイの活動を講演 ▶ トイホビーSBU環境プロジェクトを偶数月開催 ▶ 改正省エネ法特定事業者の対応実施
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	コンテンツ・商品における倫理表現の統制	<ul style="list-style-type: none"> ▶ デザインレビューにて、倫理表現を監視 ▶ バンダイのキャラクターコンテンツ、商品における倫理表現の自主規制継続
サプライチェーン管理	バンダイにおける労働規範監査 (C.O.C. 監査)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ バンダイにて海外すべての最終梱包工場での労働規範監査を実施 ▶ 他企業のサプライヤーカンファレンスでバンダイC.O.C.について講演 ▶ 日本財団CANPANにてバンダイC.O.C.について講演

コンテンツSBU

CSR重要項目	コンテンツ	2010年度活動報告
商品・サービスの安全と衛生	安全・安心の追求	<ul style="list-style-type: none"> ▶ バンダイナムコゲームスのグリーン調達基準を充実 これに伴い社員向けセミナーを実施 ▶ モノづくり基準の深化と拡張とSBU波及、グリーン調達基準の変更と連動し改定
環境配慮	環境配慮と省エネ	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 環境配慮ガイドラインの設計及び環境ラベルの実施 ガイドラインの設計は進行中 ▶ 過剰包材削減等による原材料の省資源化 レンタル向けなどパッケージを使用しない商品には各社仕様の簡易パッケージで納品 ▶ CO₂削減の各種活動 各建物でウォームビズほか省エネ活動実施中
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	コンテンツの適切な言語表現の制定	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 各種コンテンツの適切な言語表現に関する統一基準の制定 バンダイナムコゲームスで1月にキックオフのための準備を開始
サプライチェーン管理	サプライヤーとの連携	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 信頼されるサプライチェーンの確立 (グリーン調達基準・C.O.C. 監査) サプライヤー向けグリーン調達セミナーと専用HPのリニューアル ▶ 映像業界独自のカーボンカルキュレーター創出とサプライヤー連携 業界スタンダードのカーボンカルキュレーター (製造過程のみ/運搬は含まない) が完成

アミューズメント施設SBU

CSR重要項目	アミューズメント施設	2010年度活動報告
商品・サービスの安全と衛生	健全な売り場の醸成・青少年の社会学習への取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ▶「AOU青少年アドバイザー」資格取得推進 資格取得者60名増 目標達成(合計306名) 在籍店舗171店舗(36店舗増) 資格者在籍店パネルの掲示 ▶企業訪問・職業体験学習の受入 小中高校生の受入実績数 <ul style="list-style-type: none"> ・ナムコ本社企業訪問： 9校57名 ・花やしき職場体験： 7校33名、&芸能活動 ・プレジャーキャスト職場体験： 1回、幼稚園訪問4園
環境配慮	環境負荷係数の徹底的な把握・具体的エネルギー削減方法の実施	<ul style="list-style-type: none"> ▶SBU内の環境負荷データの正確な収集 母体オーナーとの交渉により、実数値の提供を受け、実数把握率90%(ナムコ)目標達成 ▶エネルギー削減施策の実施 クレーンゲーム機のLED化と減灯実施 <ul style="list-style-type: none"> ・ナムコ、プレジャーキャスト合計： 4,484台 ・CO₂削減 ▲1,343t-CO₂、▲6,300万円/年 ▶省エネ法、地球温暖化対策条例対応実施 <ul style="list-style-type: none"> ・ナムコ、プレジャーキャスト、ナンジャタウン(都対応済)

関連事業会社

CSR重要項目	関連事業	2010年度活動報告
商品・サービスの安全と衛生	【バンダイロジパル・ロジパルエクスプレス】安全運転 【アートプレスト】個人情報取扱体制強化・化学物質管理	【バンダイロジパル・ロジパルエクスプレス】 <ul style="list-style-type: none"> ▶事業用車両自責事故数9件 ▶重大事故の発生は無し 【アートプレスト】 <ul style="list-style-type: none"> ▶Pマーク更新手続きを実施 ▶全社員に個人情報研修を実施 ▶商材の化学物質検査の徹底 ※重金属、着色、フタル、その他の検査対応 ▶グリーン調達検査及び指定業者の確立
環境配慮	【バンダイロジパル・ロジパルエクスプレス】エコドライブ 【バンダイロジパル・ロジパルエクスプレス】 【アートプレスト】事業所の省エネ	【バンダイロジパル・ロジパルエクスプレス】 <ul style="list-style-type: none"> ▶燃費はほぼ前年と同等 ▶エコドライブコンテスト参加 事業所はすべて受賞 ▶電気使用量前年比微増 【アートプレスト】 <ul style="list-style-type: none"> ▶駒形事務所にLED照明を設置 ▶駒形事務所にて、消費電力の少ない空調機へ交換
サプライチェーン管理	【アートプレスト】労働規範監査(C.O.C.監査)	【アートプレスト】 <ul style="list-style-type: none"> ▶C.O.C.監査 3社実施 ※現在は正対策案提出中 ▶監査に向けた事前講習の実施 ▶監査項目を立会いにて確認

人事関連情報

各SBU主幹会社計 (バンダイ・バンダイナムコゲームス・ナムコ)

雇用形態別従業員数

(名)

		2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
正社員	男性	2,761	2,829	2,999	2,450
	女性	663	695	761	1,183
準社員	男性	1,516	1,364	1,331	1,208
	女性	1,097	986	857	770
契約社員	男性	232	168	137	40
	女性	59	53	52	39
臨時雇用者	男性	1,061	837	663	569
	女性	1,005	798	664	619
合計	男性	5,570	5,198	5,130	4,267
	女性	2,824	2,532	2,334	2,611
	合計	8,394	7,730	7,464	6,878

女性管理職数

	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
女性管理職数(名)	55	50	71	74
全社員に占める割合	0.7%	0.6%	1.0%	1.1%

新卒採用数

	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
新卒採用数(名)	90	105	105	88
(うち女性採用数)(名)	33	38	38	30
うち女性比率	36.7%	36.2%	36.2%	34.1%

平均データ

	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
平均勤続年数(年)	7.1	7.5	8.3	8.2
平均年齢(歳)	36.8	37.2	38.0	38.0
平均年間給与(千円)	6,994	6,630	6,127	5,882

育児・介護休業取得者数

(名)

	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
育児休業取得者数	62	81	105	94
うち男性取得者数	1	5	1	4
介護休職取得者数	4	3	2	1
うち男性取得者数	1	1	0	0

年次有給休暇取得率

	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
年次有給休暇取得率	43.0%	63.7%	59.5%	60.4%

労災件数

	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
労災件数(件)	84	94	64	63

障がい者雇用率(グループ合計)

	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
障がい者雇用率	1.83%	1.74%	1.79%	1.88%

ワークライフバランス実現のための制度一覧(特に法定以上のもの)

名称	概要
育児休業	1歳6ヶ月に達する年の3月31日まで取得可能 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
“グループ出産祝金(2011年10月～グループ出産・子育て支援金)”	3人目以降に誕生した子1人につき100万円を支給 (育児休業休暇を1週間以上取得した場合、3人目以降に誕生した子1人につき200万円を支給)
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ます
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、一親等内誕生日、本人結婚記念日等)

※導入度合いは各社によって異なります。

環境関連情報

SBU別CO₂排出量と削減率

(t-CO₂)

	排出量			削減率	
	2008年度	2009年度	2010年度	2009年度比	2008年度比
トイホビー SBU	10,723	10,449	10,156	▲3%	▲5%
コンテンツSBU	9,420	8,457	7,911	▲6%	▲16%
アミューズメント施設 SBU	88,947	80,137	68,944	▲14%	▲22%
関連事業会社	1,778	1,694	1,560	▲8%	▲12%
バンダイナムコホールディングス	165	248	227	▲8%	+38%
合計	111,033	100,985	88,798	▲12%	▲20%

※バンダイナムコホールディングスは入居拠点を変更したため、実績に変化が生じています。

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(持分法適用会社は除く)

管理基準

▶総排出量

2010年度環境パフォーマンスデータ一覧

測定項目			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	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
燃料	揮発油(ガソリン)	営業車使用分	kl	2009	0	76	80	113	11	280
				2010	0	56	64	103	36	259
		上記以外*	kl	2009	0	10	12	37	0	59
				2010	0	49	11	0	3	63
		灯油*	kl	2009	0	0	1	16	10	27
				2010	0	0	1	5	12	18
	軽油	営業車使用分(ディーゼル車)	kl	2009	0	43	0	0	858	901
				2010	0	61	0	0	919	980
		上記以外*	kl	2009	0	40	0	0	0	40
				2010	0	43	0	0	2	45
		A重油*	kl	2009	0	32	0	0	0	32
				2010	0	4	0	0	0	4
	石油ガス	液化石油ガス(LPG)	営業車使用分以外*	t	2009	0	4	0	25	29
					2010	0	5	0	12	17
	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	2009	0	0	0	73,690	73,690
					2010	0	0	0	69,179	69,179
			上記以外*	m ³	2009	0	0	15,924	0	15,924
					2010	0	0	15,924	0	15,924
水	用水使用量		m ³	2009	924	69,798	46,826	260,805	8,062	386,415
				2010	1,053	56,596	49,096	171,512	7,784	286,041
	温泉水汲み上げ量		m ³	2009	0	266	0	257,911	0	258,177
				2010	0	604	0	80,467	0	81,071
	排水量		m ³	2009	693	70,348	37,518	516,209	8,062	632,830
				2010	743	57,623	36,092	252,050	7,784	354,292
電気*			kWh	2009	481,024	20,442,431	15,124,195	163,183,306	3,928,705	203,159,661
				2010	467,031	20,776,157	15,073,603	150,677,515	3,955,120	190,949,426
その他の燃料	都市ガス*		m ³	2009	13,141	53,294	536,260	2,080,616	202	2,683,513
				2010	10,615	48,801	447,070	1,567,805	193	2,074,481
	蒸気(産業用)*		MJ	2009	0	0	0	6,425,464	0	6,425,464
				2010	0	0	0	0	0	0
	蒸気(産業用除く)*		MJ	2009	0	0	0	1,909,561	0	1,909,561
				2010	0	0	0	1,909,561	0	1,909,561
	温水*		J	2009	0	0	323,603	4	0	323,607
				2010	0	0	294,066	14	0	294,080
	冷水*		MJ	2009	221,419	0	2,173,143	8,289,554	0	10,684,116
				2010	220,409	0	2,349,959	8,288,683	0	10,859,051
廃棄物	一般廃棄物		kg	2009	2,246	391,536	154,614	1,432,536	167,786	2,148,718
				2010	1,197	417,210	99,651	1,286,080	191,050	1,995,188
	産業廃棄物		kg	2009	861	585,646	185,708	675,836	33,034	1,481,085
				2010	1,109	829,742	171,167	684,292	47,712	1,734,022
	リサイクル量		kg	2009	971	190,788	87,683	49,440	6,374	335,256
				2010	1,936	714,484	99,685	74,817	4,198	895,120
コピー用紙			kg	2009	8,221	56,229	78,504	27,215	18,000	188,169
				2010	8,668	71,260	48,130	22,992	19,957	171,007

※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。

コーポレート・ガバナンスとコンプライアンス

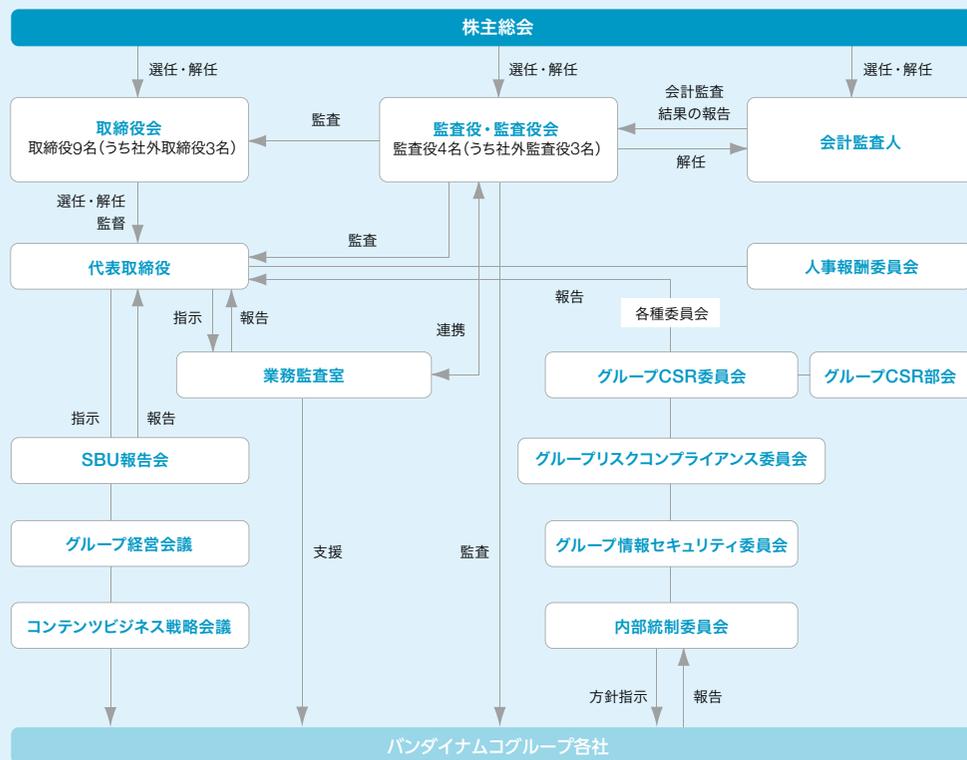
コーポレート・ガバナンス

方針・考え方

当社は、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、継続的な企業価値の最大化を実現するうえで、コーポレート・ガバナンスの強化を重要な経営課題であると認識しています。社会から信頼され、社会に貢献し続ける企業グループを目指し、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・ガバナンス体制を構築していきます。

コーポレート・ガバナンス体制

2011年6月20日現在、当社の取締役は9名で構成されており、内3名は社外取締役として、経営の監督機能の強化に努めております。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に、取締役の任期を1年内としています。



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。2010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2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12,000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。

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。

会社情報・お知らせ

会社概要 (2011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
NAMCO BANDAI Holdings Inc.

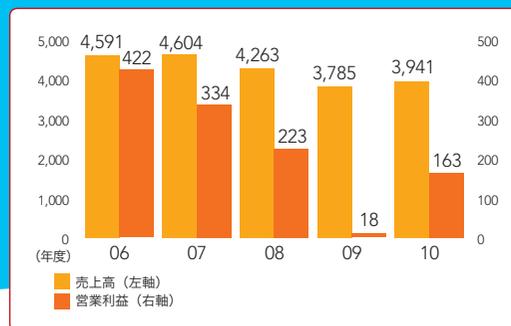
グループ社員数
7,075名

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

連結対象会社数
子会社77社
持分法適用会社7社

資本金
100億円

売上高／営業利益 (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

お知らせ

東日本大震災の被害にあわれた皆様にお見舞い申し上げますとともに、一刻も早い復興を心からお祈り申し上げます。

バンダイナムコグループでは、被災地に向けた義援金や物資の送付などさまざまな支援活動を実施しています。今後も復興に向け、私たちができることを全力で行ってまいります。

<主な支援活動(2011年7月末日時点)>

- ・日本赤十字社を通じ義援金1億円を送付
- ・日本玩具協会を通じ(株)バンダイの玩具・子ども衣料、約21,300点を送付
- ・BANDAI AMERICA INC. がBandai Foundationを通じ米国赤十字社に義援金134,400USドルを送付
- ・日本赤十字社を通じ以下の活動の合計45,378,042円を義援金として送付
(グループ会社役員・社員の募金／(株)ナムコのアミューズメント施設におけるゲーム機器「太鼓の達人」の売上および施設での募金活動／(株)花やしき運営の「浅草花やしき」入場料の一部／(株)ランティス主催の募金活動など)

このほかにも、グループ会社である(株)キャラ研による絵本「くまのがっこう」の読み聞かせ活動や、バンダイビジュアル(株)の映像ソフト寄贈など、さまざまな活動を行っています。

CSRレポート2011 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>

冊子版

主な取り組みテーマの特集



バンダイナムコグループの(株)キャラ研が手がける人気絵本シリーズ「くまのがっこう」は、女の子くまジャッキーと11匹のおにいちゃんくまが繰り広げる日常を描いた物語です。“何気ない一日の幸せ”を大切にしたいという想いが、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。



参考にしたガイドライン

GRI (Global Reporting Initiative)



株式会社バンダイナムコホールディングス

〒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

URL: www.bandainamco.co.jp/

発行日 2011年8月(前回2010年8月)

