



# FUN FOR THE FUTURE!

バンダイナムコグループのCSR活動報告2012



# FUN FOR THE FUTURE!

## 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、おおぜい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。



# ト ヲ プ メ ッ セ ー ジ

## 「夢・遊び・感動」をお届けする企業としての責任と誇りを持って。

バンダイナムコグループは、世界中の人々に「夢・遊び・感動」をお届けすることを使命としている企業グループです。私たちが掲げている「Fun for the future! 楽しみながら、楽しい未来へ。」というCSR活動のコンセプトには、楽しい未来をつくるために、私たち自身も楽しみながら、より多くの笑顔や楽しさを世の中に提供し、社会に貢献していきたいという想いを込めています。

今回のCSR活動報告は、私たちの商品やサービスを提供するまでの過程を通し、バンダイナムコグループの様々な取り組みの一部をご紹介します。私たちにとって、安全・安心な商品・サービスをお届けすることは、何よりも基本であり、重要なポイントです。その上でお客様に楽しんでいただき、心に残る思い出づくりに貢献すること、社会に「夢・遊び・感動」を提供していくことが、私たちができるCSR活動だと考えています。今後もエンターテインメント企業としての責任と誇りを持って、事業活動に取り組んでまいります。

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  
石川 祝男



# 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、「Fun for the future! 楽しみながら、楽しい未来へ。」をコンセプトにCSR活動を行っています。また、特に重点的に取り組む必要があるテーマを「バンダイナムコグループのCSR重要項目」とし、さらにSBU(戦略ビジネスユニット)の活動レベルに落とし込んだ「CSR重点取り組みテーマ」を策定して、各事業特性を活かした活動を行っています。(CSR重要項目の詳細は17ページをご覧ください。)

## バンダイナムコグループのCSR方針

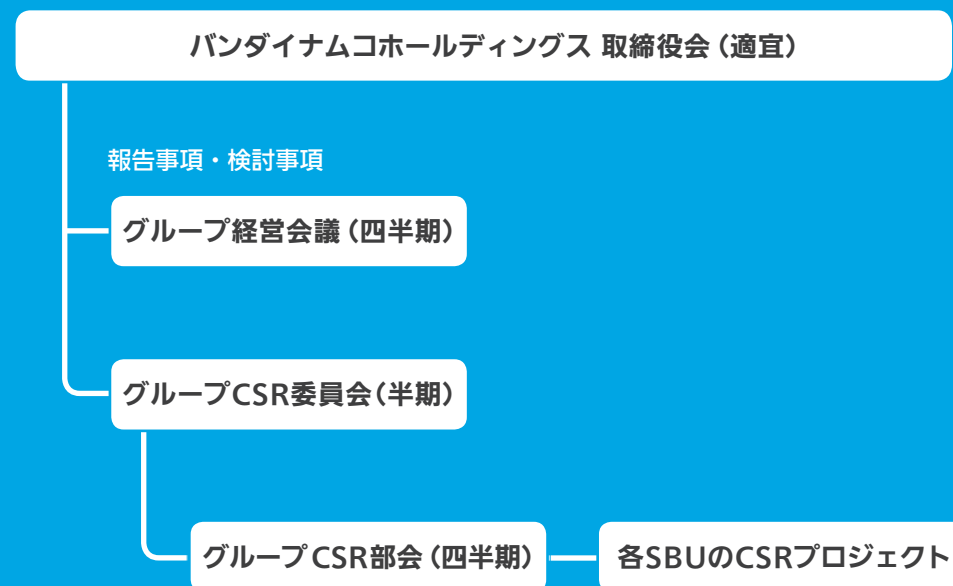


各SBU・関連事業会社で、重点取り組みテーマを掲げ、事業を通してグループCSR重要項目の深掘を行う。

## バンダイナムコグループのCSR推進体制

2010年度から、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年度には、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SBUのCSRプロジェクトにて、事業特性を活かし、より具体的な取り組みを推進しています。

決議事項・報告事項



# グループ組織体制

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

## 戦略ビジネスユニット (SBU)

トイホビー

### TOYS AND HOBBY

玩具、カード、模型、玩具菓子、自動販売機用商品、アパレル、生活用品などの製造・販売  
主幹会社：バンダイ

コンテンツ

### CONTENT

ゲーム機、ゲームソフト、ネットワークコンテンツ、アミューズメント機器向け景品などの企画・製造・販売  
映像・音楽作品の制作、映像パッケージソフト・音楽ソフトなどの製作販売、オンデマンド映像配信、ライブエンターテインメント事業  
主幹会社：バンダイナムコゲームス

アミューズメント施設

### AMUSEMENT FACILITY

アミューズメント施設などの企画・運営  
主幹会社：ナムコ

関連事業会社

### AFFILIATED BUSINESS COMPANIES

流通・物流、管理業務など各SBUをサポートする事業



バンダイナムコホールディングス

## Contents

	<b>おもちゃ</b> ..... 5
	ができるまでの取り組み
	<b>ゲーム機</b> ..... 9
	ができるまでの取り組み
	<b>お店</b> ..... 13
	ができるまでの取り組み

バンダイナムコグループのCSR重要項目	17
「バンダイナムコの森」活動報告	21
FACTS & FIGURES	22
各SBUの重点取り組みテーマ 2011年度進捗報告	23
人事関連情報	25
環境関連情報	26
コーポレート・ガバナンスとコンプライアンス	27
リスクマネジメントと情報開示	28
財務・業績ハイライト	29
会社情報・お知らせ	30

#### 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2012」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関わりやすく報告することを目指して発行しています。2011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。本レポートでは、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

2011年度(2011年4月1日~2012年3月31日)  
※一部、2012年度に開始した活動も含んでいます。

#### 対象範囲

グループ会社における持分法適用会社を除く  
連結対象会社



# おもちゃ

## ができるまでの取り組み

バンダイの玩具は、乳幼児を含む幅広い層のお客様が使用するため、特に安全・品質は重要です。そこで、企画段階からお店に並ぶまでの間、様々な取り組みを行っています。

今回は、その中から、玩具のユニバーサルデザイン、生産管理、物流における取り組みについてご紹介します。



### おもちゃができるまでのプロセス



# ユニバーサルデザインへの挑戦

## 企画

バンダイでは、一人でも多くの方にとって使いやすいものであるよう、玩具づくりにおいて、ユニバーサルデザインの視点を取り入れています。導入当初からの担当者に話を聞きました。

## 多くの人が「もっと使いやすく」なるために

バンダイでユニバーサルデザイン(UD)に本格的に取り組み始めたのは2004年頃からです。UDは「障がいの有無にかかわらず、できるだけ多くの人が利用できるようにする」こと、つまり「もっとわかりやすく!」という考え方です。私たちが基本方針にしたのは、この大原則でした。

玩具はそれぞれ特徴があり、扱い方も十人十色なので、ルールをつくり標準化するのが難しくもあります。そこで、カラーユニバーサルデザインなどから取り組んでいます。

私たちは、皆が同じ色を見ていると考えがちですが、見え方は一人ひとり違います。例えば、「赤と緑」や「赤と黒」の配色が見えづらい方もいます。そこで、商品パッケージや取り扱い説明書に赤で印刷していた、大切なお知らせやお客様相談センターのご案内をオレンジにしました。

このほか、小さなお子様や手の力が弱い方も、商品が安全・簡単に取り出せるように、パッケージの開けやすさを工夫したり、部品を組み立てやすくした商品本体への工夫があります。例えば、プラモデルでは、ランナーごと重ねて部品を組み立てることができたり、間違えても簡単に取り外せるものがあります。プラモデル本来の「組み立てる醍醐味」を残し、操作性の向上に努めることは、「できるだけ多くの人」の使いやすさにつながります。

「もっと使いやすく!」がユニバーサルデザインの精神です。

## 社内の“気づき”を促進する

私たちはUDを推進するにあたって、内発的な意識改革を重視しています。その柱となるのは、各事業部の選抜メンバーによる特命チームです。チームでは、社内のUD推進や、車椅子体験会、公益財団法人日本盲導犬協会との交流など、メンバーの「気づき」を促す活動をしています。最近では、社内はもとより取引先の方々も、こういった問題意識を共有してくださっています。

私は生まれつきハンデキャップがあり、少年時代に玩具遊びを楽しんだ記憶があまりありません。玩具は、子どもたちにとって大切な存在です。その玩具で悲しいことがあったとしたら嫌だな、というのが私のUDに対する想いの出発点です。これからもこだわりを持って、UDの考え方である「もっと使いやすく!」を広げられたらよいと思います。



MASAHIRO SANBONMATSU

三本松 真広  
株式会社バンダイ  
プロダクト保証部  
環境推進チーム



取り出しやすさに配慮したパッケージの例



©2012テレビ朝日・東映AG・東映



遊ぶとき注意して欲しいことなど、確実に伝えたい情報は、多くの人にとって見やすく読みやすい色の組み合わせで、印刷・表示するようにしています。



## 安全で品質の高い商品をお届けするために

### 生産

アジア地域に生産委託拠点を持つバンダイでは、お客様に安全で品質の高い商品をお届けするために、生産を支える人々の労働環境の整備が重要であるとの考えのもと、1998年に労働環境の維持管理の確認と向上を目指し、

「バンダイC.O.C.宣言」を策定しました。また、生産委託工場でのC.O.C.(Code of Conduct:行動規範)監査を実施し、現在では海外の生産委託工場のすべてについて毎年監査を実施しています。



### C.O.C.監査

監査項目は、「防火と緊急対応」「健康と安全」「組合参加の自由」「賃金」など10カテゴリーについて約80項目あります。これらを、作業現場の直接監査、タイムカードや給与明細などの書類監査、そして作業員へのインタビュー監査という3種類の手法を組み合わせ実施しています。

監査後は、協力メーカーを通じて監査結果を各工場にフィードバックした上で、改善状況をまとめた「不適合事項是正対策書」の提出を依頼し、重要な課題について再監査し、是正状況の確認を行っています。

### C.O.C.監査の2011年度結果報告

地域名	監査実施数
日本	50
中国	148
タイ	6
韓国	3
インドネシア	2
台湾	1
合計	210

## サプライヤーカンファレンス

バンダイでは2008年度から、直接の取引がある協力メーカーに向けて監査結果を報告する「サプライヤーカンファレンス」を開催しています。2009年度からは上海・シンセンにおいて、現地生産委託工場のスタッフも参加し開催しています。こうしたコミュニケーションを通じて、サプライヤーの皆様にもさらに意識を高めてもらうことができると考えています。



シンセンでのサプライヤーカンファレンスの様子

### サプライヤーカンファレンスの2011年度実績

#### ■ 内容

- ・2010年度C.O.C.監査の実績報告と2011年度監査方針
- ・品質検査時に確認された問題点とその対策
- ・バンダイ商標ライセンス契約について
- ・外部講師による講演

#### ■ 参加者数

2011年6月10日	東京	105社	161名
2011年6月23日	シンセン(中国)	82社	148名
2011年7月28日	上海(中国)	33社	51名
	合計	220社	360名



## ドライバーコンテスト

バンダイロジパルでは安全運転の促進を目的としたドライバーコンテストを定期的に行っています。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」の選定基準を満たしたプロドライバーを選抜し、学科、整備点検、実技、マナーの4項目について、自動車教習所の指導員を審査員として、客観的に採点を行っています。

また、公益財団法人交通エコロジー・モビリティ財団主催のエコドライブコンクールへも積極的に参加し、入賞を果たしています。



# 人と地球にやさしい物流を目指して

## 物流

完成したおもちゃをお客様へお届けする役目を担っているのが、バンダイナムコグループの物流会社であるバンダイロジパルとロジパルエクスプレスです。この2社では、人と地球にやさしい物流を目指し、様々な取り組みを行っています。

## 安全への取り組み

バンダイロジパルとロジパルエクスプレスでは、貨物自動車運送事業者として、運輸安全マネジメントに2011年度も計画的に取り組みました。全車両のセーフティレコーダーを録画機能付きに変更し、安全運転の指導に活用しています。

自社主催のドライバーコンテストとは別に、ドライバーを安全運転研修にも参加させており、全社一丸となって「安全な運転」と「質の向上」を実現します。

また、永年の交通安全に対する活動が認められ、春の交通安全運動時には警視総監賞を受賞し、「第52回交通安全国民運動中央大会」では「交通安全優良事業所」として表彰されました。



セーフティレコーダー

## エコドライブ活動

2003年度から継続しているエコドライブ活動は、完全に定着しており、全社の平均燃費は活動開始時と比べても14.0%向上しています。

また、車両の代替時には、各拠点での運行状況や車両を動かすためのインフラを考慮し、各種低公害車に切り替えています。

首都圏近郊の配送をしている3t車2両は廃食油100%のバイオディーゼル燃料を継続使用し、2011年度は19.0tのCO<sub>2</sub>排出を削減しました。

## 低公害車の導入実績

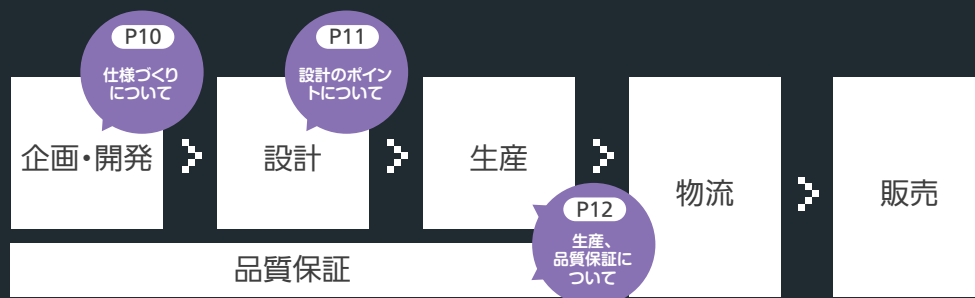
	台数	全車両に占める比率
CNG車	16	13.0%
ハイブリッド車	1	0.8%
新長期規制適合車	36	29.3%
ポスト新長期規制適合車	7	5.7%
合計	60	48.8%

参考：全車両台数123台

バンダイナムコゲームスでは、ゲームの「楽しさ」を追求すると同時に、「モノづくり」における「安全・安心」「環境配慮」についても積極的に取り組んでいます。今回は、アミューズメント施設で人気の景品ゲーム機「クレナ2 クイーン」の企画、設計、生産時における取り組みについてご紹介します。

# ゲーム機 ができるまでの取り組み

## ゲーム機ができるまでのプロセス



## クレナ2 クイーン

アミューズメント施設の店頭で、幅広い層に親しまれている景品ゲーム機。いまや販売シェア No.1として景品ゲーム機の新スタンダードとなっているのが、バンダイナムコゲームスの「クレナフレックス」です。2011年にはその後継機である「クレナ2 クイーン」が誕生し、操作性や省電力性を大幅に向上させ、大変人気となっています。



# 企画/開発

より多くのお客様に楽しんでいただくために、バンダイナムコゲームスでは、お客様の声をゲーム機の企画・開発に活かしています。こちらでは、2011年度に発売した景品ゲーム機「クレナ2 クイーン」の担当者に、開発に至るまでの話を聞きました。

## お客様の声を形に

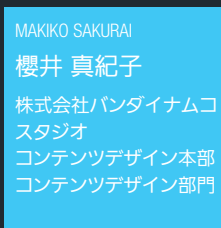
プレイして下さるお客様に喜びや驚きを提供したい、というのが私たちの出発点です。「ひとを楽しませたい」という想いをこれからも大切に、感性を磨き続けていきます。



TAKASHI SHIINO

椎野 隆司

株式会社バンダイナムコ  
スタジオ  
コンテンツデザイン本部  
コンテンツデザイン部門



MAKIKO SAKURAI

櫻井 真紀子

株式会社バンダイナムコ  
スタジオ  
コンテンツデザイン本部  
コンテンツデザイン部門



SHIGEHARU GOTO

後藤 重治

株式会社バンダイナムコ  
スタジオ  
コンテンツデザイン本部  
メカトロ開発部



KENICHI HIRANO

平野 健一

株式会社バンダイナムコ  
スタジオ  
第1開発本部  
P&S部門



MASATAKA ISHII

石井 雅尊

株式会社バンダイナムコ  
スタジオ  
コンテンツデザイン本部  
メカトロ開発部



## “フリーホール”で景品ゲーム機の新概念を一新

2004年に発売された「クレナフレックス」は、わずか2年で販売シェアトップになりました。躍進の原動力は、お客様の声に絶えず耳を傾ける徹底的なマーケット志向です。アミューズメント施設に足しげく通い、調査を重ねて現場の声を集めました。その声を形にした一つの特徴的な例として、景品の落とし穴（ホール）の工夫があります。それまでの機種は、ホールがゲーム機内部のフロアの片隅に固定されており、遊びの幅や使用できる景品が限られていました。そこで、ホールの“小さな穴”という概念を無くし、フロア全域を景品落とし口にした“フリーホール”にすることで、多彩な遊び方ができるようにしました。

一方、店舗の方々からは機能が多彩なだけに、「どう使ったらいいかわからない」という声もいただきました。そこで、私たちからゲーム機の運営方法を提案する、という試みを行いました。成功店舗の事例などの情報をマニュアルやメールマガジンで配信し、よりお客様に喜んでいただける運営を、店舗の方々も簡単に、楽しく行える工夫をしました。

## さらに進化した「クレナ2 クイーン」

「クレナ2 クイーン」は、すでに人気だった「クレナフレックス」の後継機ということもあり、さらにお客様に楽しんでいただくため、仕様をめぐって様々な試行錯誤を繰り返しました。

開発の全工程を通じて重視したのが“現場”からのフィードバックです。「景品を見やすくディスプレイしたい」「使用電力をもっと削減したい」など、ヒアリングを通してお客様と常に接している店舗の方々からの具体的なご要望をいただきました。また、チームのメンバーで手分けして、全国数百の店舗に伺い、店頭の様子を見て回ったりもしました。

こうして誕生した「クレナ2 クイーン」は、「かんたん便利」と「節電設計」とともに強化した、従来にないゲーム機となりました。

※バンダイナムコスタジオはバンダイナムコゲームスの商品・サービスの開発を担うグループ会社です。

# 設計

人気機種だけに、その省エネ性能は、経済性と環境対策の両面で大きく貢献しています。一方で、それによりユーザーの楽しみが減ってしまうのでは意味がありません。ボリューム感のあるディスプレイを確保し、内部を見やすくしたほか、省電力としながらも、明るさ自体は「クレナフレックス」と同等にするなど、様々な工夫を施しています。

## かんたん便利をさらに追求し、省エネも実現

### 消費電力

550W→290W

24W蛍光灯10灯、40Wハロゲンランプ2灯の従来機と同等の照明効果を保ちつつ、高出力蛍光灯やLED照明を積極採用。消費電力を約47%削減しました。

「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	
天井・カンバン部	40W 蛍光灯1灯	40W	32W 高出力蛍光灯4灯	128W
	24W スリム蛍光灯10灯	240W		
フロア部	24W スリム蛍光灯2灯	48W	7.63W LEDパー 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

### アーム/フロントガラス

中の景品が見やすい設計

景品をつかむアームをさらに上部に付けたり、柱をスリムにしてフロントガラスを広くすることで、中の景品が見やすくなりました。

### フリーシェルフ

様々な形の景品も  
ディスプレイ可能に

機体の中にあるフリーシェルフは、景品を「のせる」「はさむ」「ぶらさげる」ことができ、サイズや形状に合わせて、お客様に見やすく景品を陳列できます。



### 立体フリーホール

さらに多彩な楽しみ方を演出

従来のフリーホール仕様を立体展開できるようにしました。景品を乗せる台に傾斜を付けたり、様々な楽しみ方を演出できます。



# 生産/ 品質保証

## 当たり前の安全・安心を守るため

どんなに面白くて楽しいゲームであっても、安全、そして安心して遊べるのが大切です。

バンダイナムコゲームスでは商品の不具合、怪我などのリスクを防止し、また環境負荷を低減するために、様々な基準に基づいて、モノづくりに取り組んでいます。

HIROAKI OOSAKI

大崎 博昭

株式会社バンダイナムコ  
ゲームス  
AM事業統括本部  
AMディビジョン生産部



HIDEYUKI TAIRA

平 秀之

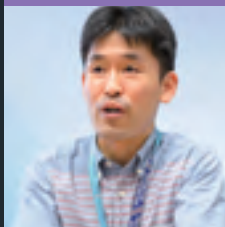
株式会社バンダイナムコ  
ゲームス  
事業推進本部  
品質保証部 品質保証課



TAKAHIRO TERANISHI

寺西 孝浩

株式会社バンダイナムコ  
ゲームス  
AM事業統括本部  
AMディビジョン生産部



「クレナ2 クイーン」をはじめ、アミューズメント機器は何千という部品を使用しています。そのすべてにおいて、様々な法規制へ対応しなければなりません。今後もサプライヤーの皆様とともに、安全なモノづくりに取り組んでいきます。



### 生産

質と量を  
高い水準で両立

「クレナ2 クイーン」は、従来機に多くの新機能を付加し、その構造もはるかに複雑になっています。また、海外工場に生産拠点を集約し、量産体制をとっているため、現地に当社スタッフが数ヶ月にわたって常駐し、材料の調達、組み立てまで、製造の全工程で品質基準が守られるよう、「製造品質規格」や「生産指導書」などに基づいて万全の指導監督を行っています。

### 安全

リスクの徹底排除に  
向けて

お子様が安心して遊べるようにマシンの形状にも配慮しています。例えば、コインの投入口がとがっていると、手を引っかけて怪我をする可能性があります。あるいは、景品の取出口に無理に腕を入れ、抜けなくなることも考えられます。そこで、設計・試作の段階で「外から人(特にお子様)が触れる部分に危険がないこと」を確認するとともに、チェックリストを用意して、事故防止の徹底を図っています。

### 環境

グリーン調達基準から  
環境配慮設計ガイドラインへ

世界各国で化学物質に関する法規制が強化されているなか、バンダイナムコゲームスでは2005年、アミューズメント業界初の「グリーン調達基準」の発行以来、電気・電子商品の含有化学物質の管理に継続的に取り組んでいます。2012年1月には、さらに包括的な「環境配慮設計ガイドライン」を制定。「化学物質管理」「省エネルギー」「省資源」「再生利用しやすい設計」の4項目において定められた基準について総合評価し、一定基準をクリアしたものを「エコアミューズメント製品」として認定します。バンダイナムコゲームスはこれからも、安全・品質・環境に配慮したモノづくりに取り組んでいきます。



Amusement  
Facility  
Making  
Process

# お店

## ができるまでの取り組み

ナムコでは、様々なアミューズメント施設を全国で展開しています。「遊びを通じて、お客様を幸せにします」という企業理念を掲げ、お客様に楽しい、また来たいと思っていただけるような店舗づくりを行っています。

今回は、店舗の企画からサービスをお届けするまでの様々な取り組みをご紹介します。

### お店ができるまでのプロセス





KAZUMASA YOSHIDA  
吉田 和誠  
株式会社ナムコ  
マーケティング部  
キャラクターMDチーム

「日常の思い出  
づくり」を  
演出します。

## 身近な思い出づくりの場所

私たちが施設を企画する際に、大切にしているコンセプトは「日常の中で気軽に立ち寄れる、身近な思い出づくりの場所」です。この「プリキュアなりきりスタジオ」は、期間限定で場所を移動しますが、場所を移しても再来店いただくことができます。日常の遊び場としてご利用いただけることは、非常に嬉しいです。

私も幼い頃、デパートの屋上で乗り物に乗って遊んだ楽しい記憶があります。かつてはナムコもデパートの屋上のお店が発点でした。現在は、大きな商業施設に場所を変えて施設づくりをしており、いまやそれが私の仕事になりました。お客様が将来、家族と過ごした楽しい思い出として振り返ってもらえるような場所を、これからもつくっていきたいと思っています。

お気に入りのキャラクターになりきって、  
写真撮影をすることができます。

## 企画

ナムコでは、キャラクターの世界観を再現し、期間限定で各地を移動するキャラクターパッケージ型遊戯施設を展開しています。今回は、お店づくりへの想いについて「プリキュアなりきりスタジオ」の企画担当者に聞きました。

## アニメの主人公に“なりきる”工夫

キャラクターパッケージ型遊戯施設の企画では、まずお客様のニーズを知るために、様々な調査を行います。そして、調査結果をもとに、キャラクターの魅力を最大限活かしながら、お子様に喜んでいただける遊びの機能設定をします。「プリキュアなりきりスタジオ」では、番組のストーリーを再現し、アニメの主人公に“なりきれる”工夫をしています。

まず入口ではテーマ音楽が流れ、気分が次第に高揚していくのを感じながら中に入ると、女の子の憧れの「お城」が現れ、そこで着替えを行います。変身したあとは、様々な遊具で遊んだり、アニメと同じダンスを映像とともに踊ったりします。入場からお帰りまで、アニメのストーリー展開を簡易的にでも再現し、“なりきる”を表現することで、身近に非日常の体験をすることができます。

ずらりと並ぶキャラクターの衣装。  
お姫さま気分で衣装選びを楽しめます。





# 点検

企画した店舗を実際に形にする際、いろいろなお客様がお越しになることを想定して、様々なチェックを行います。ここでは、店舗ができるまでの品質保証における取り組みについてご紹介します。

## 安全・安心への取り組み

カスタマーサポートチームでは、ナムコの全店舗を対象に品質保証活動を行っています。誰もが楽しめる「遊び場」であるために基本となるのは「安全」です。つまり、お客様が店舗で遊ぶ際の危険性を、できるだけ取り除くことが仕事です。

キャラクターパッケージ型遊戯施設では、毎回様々な形の遊具が設置され、安全性を確認する項目も増加しました。こうした状況から、社内検査に加え、外部機関による安全点検も実施し、二重のチェックを行っています。ただし、何よりも大切なのは、担当者自ら現場に行き、お客様の目線でチェックすることです。「プリキュアなりきりスタジオ」でも、対象年齢のお客様の身長を考慮した目線で検査を行いました。

### お店ができる前

企画書や図面を確認し  
安全性を検証

企画時点に予測できる範囲で、安全性に対する注意喚起を企画部署へ行います。

### お店をつくるとき

遊具や施設内の安全性  
を現地検査

施設の動線上に危険物がないかなど、現地で様々な視点から指摘を行います。

### お店ができてから

施設完成後のチェック  
とサポート

指摘したポイントが改善されているか、新たに問題が発生していないかを確認します。

体を動かして遊ぶスペースは、床を含めて柔らかな素材で保護されています。



動線を考慮し、広めに通路が確保されています。

## 安心して思いっきり 楽しんでもらいたい

私は、施設運営の裏方として、お客様の笑顔を見ることに大きな喜びを感じます。アミューズメント施設に来る経験は、お子様にとって一大イベントです。だからこそ、思い出に残るように、お店では思いっきり遊んでいって欲しいと思います。そのためにも、安心して楽しめる安全な施設づくりに、これからも全力で取り組んでいきたいと思っています。

「お子様に安心して  
楽しんでもらうこと」  
が品質保証の  
仕事です。

KATSUYA YAMAWAKI

山脇 且也

株式会社ナムコ  
カスタマーサービス部  
カスタマーサポートチーム





## 運営

アミューズメント施設が完成した後、お客様に楽しんでいただくために重要な要素となるのがスタッフです。このスタッフを育てる役割を担っている教育チームの取り組みをご紹介します。

### 「笑顔・挨拶・アイコンタクト」の徹底

ご来店いただいたお客様に、私たちが最初に行うことは、笑顔で歓迎のメッセージを伝えることです。おもてなしの気持ちを表し、常に話しやすい雰囲気をつくるのがナムコの接客における基本です。そのため基本項目として定めているのが、「笑顔・挨拶・アイコンタクト」の3つで、これを全員がいつでも100%できることを目指しています。

新しい店舗ができた時には、オープン前に現地で研修を実施します。おもてなしの基本は、新しいコンセプトの施設でも変わりません。「遊びを通じて、お客様を幸せにします」というナムコの企業理念を基に、おもてなしの考え方を浸透させるためには、基礎ができてることが大前提です。このため、研修では企業理念を理解してもらうことから始め、「笑顔・挨拶・アイコンタクト」が自然にできるように、声の出し方や挨拶の角度などといったスキルを指導していきます。

### 「顧客満足度300%への挑戦」に向けて

ナムコでは、中期計画で「顧客満足度300%への挑戦」を掲げ、すべてのお客様から100%以上のご満足をいただけることを目指しています。このためには、「笑顔・挨拶・アイコンタクト」を基本に、お客様が「満足」以上の「感動」をしていただけるサービスが必要です。そして、私たちが考える感動とは、ちょっとした気遣いができるプラスアルファのおもてなしです。何度も来たいと思っていただける場所づくり、その機会・環境をつくり上げられるのは、スタッフ自身です。そのスタッフを育てる私たちの役割は、とても重要なのだと認識し、これからも取り組んでいきたいと思えます。

すべてのお客様から  
100%以上のご満足  
をいただくことを  
目指しています。



#### 現場の声

SUGURU UEDA  
上田 卓  
株式会社ナムコ  
NAMCOLAND KID'S  
ららぽーと横浜店ストアリーダー

### 日々のコミュニケーションを大切に

当店では、乗り物で遊ぶお子様に手を振るなど、お客様とのちょっとしたコミュニケーションを大切にしています。プリキュアの施設でも、ご家族で笑顔になっていただける工夫をしています。私たち自身も仕事を楽しみながら、「ありがとう」「また来るね」の一言をいただくために、楽しい時間のアシストができるようなおもてなしをしていきます。

KUNIYUKI KAWAKAMI  
川上 邦之  
株式会社ナムコ  
カスタマーサービス部  
教育チーム

### 「笑顔の達人100」

ナムコでは、お客様の投票によって接客の良いスタッフを選出する「笑顔の達人100」を開催しています。こうした表彰イベントにより、優れた接客力を持つスタッフが手本となり、周囲に良い影響を与えています。



# バンダイナムコグループのCSR重要項目

## CSR重要項目の抽出

4つのCSR重要項目は、有識者へのヒアリングや、各種外部調査レポートを基にリストアップした、求められるCSR活動の68項目の中から、GRIガイドラインなどの各種規格、当社グループの中期計画などの観点を踏まえ、抽出しています。

### 商品・サービスの安全と衛生

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

▶ 参照ページ: P6、8、12、15、16、18

### 環境配慮

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

▶ 参照ページ: P8、11、19、21

### コンテンツや商品の表現における社会への影響とポリシー

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

▶ 参照ページ: P20

### サプライチェーン管理

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

▶ 参照ページ: P7、12、20

## 各SBU・関連事業会社の重点取り組みテーマ

※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」を、より具体的な活動にするために、各SBU・関連事業会社で「重点取り組みテーマ」を策定しています。2011年度は以下のテーマを掲げ活動しました。

▶ 具体的な結果報告については、23～24ページをご覧ください。

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	【BLP・LPX】 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
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	【BLP・LPX】 エコドライブ 【アートプレスト】 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	—	【BLP・LPX】 グループ全体最適の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)

\* BLP:(株)バンダイロジパル・LPX:(株)ロジパルエクスプレス

## CSR重要項目：商品・サービスの安全と衛生

### 1 プロダクトセーフティ フォーラム



バンダイでは、安全で安心できる商品をお客様にお届けするために、トイホビーSBUの社員を対象に「プロダクトセーフティフォーラム」を年に1回開催しています。フォーラムでは、より安全なモノづくりを行えるよう、過去の事故事例やお客様の声など、様々な情報を提供・共有しています。

社員を対象に、安全なモノづくりに  
関する情報を提供

### 2 グリーン調達の講演を 実施



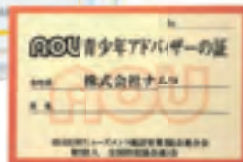
バンダイナムコゲームスでは安全・安心なモノづくりのため、商品含有化学物質管理に関する様々な取り組みを行っています。アミューズメント業界で初めてグリーン調達を行った企業ということもあり、大学などで講演も行っています。

大学でグリーン調達に関する講演を  
行う当社グループ社員

### 3 AOU青少年アドバイ ザー資格の取得



AOU:一般社団法人全日本アミューズメント施設営業者協会連合会



ナムコでは青少年の健全な育成を目的として、「AOU青少年アドバイザー」資格の取得を奨励しています。2011年度には60名が資格を取得し、現在346名の「AOU青少年アドバイザー」が、各地域の学校関係者やPTAとともに活動しています。

「AOU青少年アドバイザー」資格の認定証

### 4 警視総監賞を受賞



ロジパルエクスプレスでは、日頃の交通安全に対する取り組みが認められ、2011年度春の交通安全運動時に警視総監賞を受賞しました。今後も安全対策に取り組んでまいります。

ロジパルエクスプレスに授与された感謝状



## CSR重要項目：環境配慮

### 1 環境活動事例集を発行

バンダイでは2008年度から自社のエコ活動がテーマの冊子「笑顔のためにできること」を発行し、社員に配布しています。社内での様々な環境への取り組みを紹介し、社員一人ひとりの「気づき」を芽生えさせ、行動につなげるツールとなることを目指しています。



こちらからご覧いただけます  
<http://www.bandai.co.jp/corporate/environment.html>

### 2 トイレの個室で環境情報

バンダイナムコゲームス、バンプレストでは、トイレの個室に、環境などに関するCSR情報を掲載したニュースを掲示し、啓蒙活動に努めています。自社の活動情報以外にも、各SBUや社外の活動事例、イベント情報などを掲載しています。



トイレの個室に掲載された環境関連ニュース

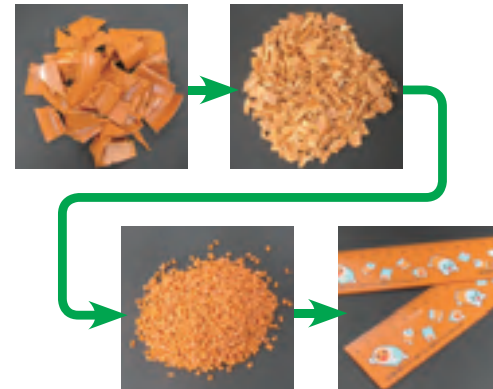
### 3 施設運営上の地球温暖化防止(CO<sub>2</sub>削減)



ハロゲン球(上側)40~57Wを、LEDランプ(下側)4.5~5Wに取り替えて、消費電力削減

アミューズメント施設では、クレールゲーム機(4,484台)に使用している照明をLEDランプに変換し、約1,343t-CO<sub>2</sub>を削減し、2012年には全国184店舗の大型メダルゲーム機(1,593台)のハロゲンランプ6,787灯を変換し475t-CO<sub>2</sub>を削減しました。今後も事業と直結した環境保全対策を行います。

### 4 商品のリサイクル



バンダイナムコゲームスでは、廃棄されていたプラスチック部分を、回収、分別して再生樹脂(ペレット)へ再加工する取り組みを始めました(2011年度回収量:1,125kg)。再生樹脂は新たな「モノ」として生まれ変わるようになります。限りある資源をこれからも大切にしていきたいです。

廃棄されたプラスチックからつくられた正規



## CSR重要項目：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

### 1 倫理研修



バンダイでは商品における倫理表現のチェックを徹底していますが、商品開発に関わる社員の意識醸成のために、国内や海外のグループ会社を対象に倫理研修を行っています。今後も、各規制や市場の情勢など、情報収集をしながら、お客様に安心して遊んでいただける商品づくりを行ってまいります。

国内・海外のグループ会社で研修を実施

### 2 ゲームソフトの表現内容の安全・安心

バンダイナムコゲームスでは、世界各地で商品を販売しているため、各国の倫理審査機関に加盟し、審査を受けた上で商品を販売しています。また、規制の中でも面白さを失わない商品づくりについて、各プロジェクトで常に考え、誰もが安心して楽しめる商品の提供を目指しています。

#### 各国のレーティング団体

日本  
CERO (Computer Entertainment Rating Organization)

米国  
ESRB (Entertainment Software Rating Board)

欧州諸国  
PEGI (Pan European Game Information)

ドイツ  
USK (Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle)

韓国  
GRB (Game Rating Board)

オーストラリア  
ACB (Australian Classification Board)

## CSR重要項目：サプライチェーン管理

### 1 新規工場監査・継続取引監査

バンダイでは生産委託先の工場登録制度を設けています。

新規登録の際には、書類確認とともに、BANDAI (SHENZHEN) CO.,LTD.等の監査員による「新規工場監査」を2008年4月より義務付けています。

全19項目から構成し、「不適合」と判定された項目についてはすべて是正対策が完了・確認されるまで工場登録を行わない仕組みです。2011年度は、国内外117社に実施しました。また、継続取引の工場も品質維持を目的に新規工場監査と同様の「継続取引監査」を実施しており、2011年度は65社を対象に実施しました。

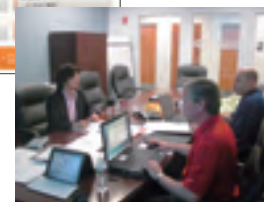
#### 新規工場監査リストの項目 (一部抜粋)

- ・組み立て、商品梱包ライン作業者は指示書どおり正しく帽子を着用しているか。
- ・重金属等化学的安全性の証明がある塗料を使用しているか。
- ・外部委託部品、購入部品は受入検査が行われ、問題がないことを確認しているか。

### 2 サプライヤー審査と効果的な情報共有



取引先との専用サイトを開設



バンダイナムコゲームスでは、化学物質情報の管理や、各種ガイドラインの公開など、取引先との情報共有を専用サイトを介して行っています。また国内外のサプライヤーの審査(グリーン審査)も行っています。今後も法令改正などの市場動向をウォッチしながら、海外サプライヤーへの対応を含め、化学物質管理システムの強化・拡大をしていく予定です。

グリーン審査の様子

# 「バンダイナムコの森」活動報告



長野県志賀高原の旭山一帯が「バンダイナムコの森」です。

## 「バンダイナムコの森」とは

バンダイナムコグループは、長野県の「森林(もり)の里親事業」で、財団法人下高井郡山ノ内町和合会と里親契約を結んでいます。ここでは、森林整備作業費用の一部負担に加え、社員のCSR意識の向上につなげる場としています。



長野市側から志賀高原を目指して国道292号線を走っていると、左手に「バンダイナムコの森」が見えてきます。ここが旭山の登山道入口です。

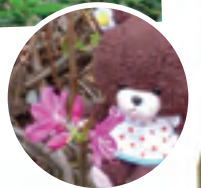


登山道では、自然やバンダイナムコグループに関するクイズを楽しみながら、トレッキングすることができます。

旭山トレッキングコース  
全長2km・所要時間約1時間10分・標高差140m



「バンダイナムコの森」周辺に住む子どもたちと「くまのがっこう」の主人公ジャッキーと一緒に、ダンスを踊ったり、ジャッキーの折り紙を使って、オリジナルの絵本をつくりました。



森ではグループ社員により間伐作業などの森林保全活動を行うとともに、自然の豊かさを体験し、環境保全に関する理解を深める活動を行っています。



バンダイナムコグループのCSR活動報告2012

# FACTS & FIGURES



# 各SBUの重点取り組みテーマ 2011年度進捗報告

## トイホビー SBU

CSR重要項目	トイホビー	2011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"> <li>ISO10002自主適合宣言の実施</li> <li>バンダイ品質基準の適時見直しを実施するため毎月基準審議会を実施</li> <li>バイセル商品の品質基準へ着手</li> <li>協力メーカーと勉強会を毎月開催</li> <li>危機管理対応訓練の研修実施およびリアルタイム訓練の実施</li> <li>トイホビーSBU横断のグループ情報交換会を毎月実施、情報共有によりSBU全体の取り組み向上を図る</li> </ul>
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"> <li>パッケージの空間率を削減 商品のパッケージ空間率の継続的な削減</li> <li>CO<sub>2</sub>削減活動 管理標準の策定とチューンアップによる設備運用改善 デマンド監視装置の導入による電気使用量管理</li> <li>カプセルリサイクル収集： 約4.8t (昨年対比100%)</li> <li>玩具菓子の返却商材のリサイクル</li> </ul>
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"> <li>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</li> <li>商品のデザインレビューを行い、倫理表現を監視・注意喚起を行う</li> </ul>
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"> <li>海外すべての最終梱包工場での労働規範監査を実施</li> <li>バンダイナムコグループの主要生産工場の労働規範監査の業務代行を受託</li> </ul>

## コンテンツ SBU

CSR重要項目	コンテンツ	2011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"> <li>バンダイナムコゲームス商品のグリーン調達推進拡大</li> <li>グリーン調達基準の改訂</li> <li>サプライヤー向けWEBサイトリニューアル・説明会の実施</li> <li>モノづくり基準の深化と拡張およびSBUへの波及継続</li> </ul>
環境配慮	環境配慮と省エネ	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境基準、安全基準、品質基準の策定・運用 サプライヤーへの説明会と社内セミナーの実施</li> <li>CO<sub>2</sub>削減活動に向けたPDCAの推進 SBU内各社で数値を把握できる仕組みづくり</li> <li>楽しみながら取り組める「エコ・コミュニケーション」の企画・実行</li> </ul>
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"> <li>バンダイナムコゲームス各事業における「言語表現チェック方法」の実態把握</li> <li>上記事業のローカライズ時の「言語表現チェック方法」の実態把握</li> <li>新入社員を対象とした倫理研修の継続と、クリエイターを対象とした同研修の実施</li> </ul>
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"> <li>国内グリーン審査実施企業率向上(50%超)</li> <li>中国生産工場のグリーン審査実施</li> <li>審査業務アウトソーシングの検討およびトライアル実施</li> <li>C.O.C.監査について情報収集</li> </ul>

## 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	2011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"> <li>2011年度AOU青少年アドバイザー資格取得の推進 資格取得者：60名 累計資格取得者計：346名 在籍店舗数：179店舗（在籍店舗率87.3%）</li> <li>お客様が選ぶ接客コンテスト「笑顔の達人100」を実施 多くのお客様を笑顔にしているスタッフ上位100名をお客様の投票で選出</li> <li>企業訪問、職場体験の学習プログラム作成・改訂 修学旅行中学生・地元中学生の企業訪問の受入 ・ナムコ本社：7校（31名） ・花やしき：21校（118名）</li> </ul>
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"> <li>SBU内の環境負荷データの正確な収集 取引先への折衝により実数値把握率の向上 →90%以上達成</li> <li>夏期の節電に伴い、東京電力・東北電力管轄を中心に大幅削減施策を実施</li> <li>エコ検定（環境社会検定試験）受験・取得の推進 12名合格、累計資格取得者202名</li> <li>省エネ法・環境条例等対策計画対応・実施 ・経済産業省「省エネ法」 ・地方自治体 地球温暖化対策条例</li> </ul>

## 関連事業会社

CSR重要項目	関連事業	2011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"> <li>ドライバー研修の実施</li> <li>点呼時の安全指導</li> <li>車両事故件数：6件</li> </ul> 【アートプレスト】 <ul style="list-style-type: none"> <li>社内入退出管理体制の強化</li> <li>ノートパソコンへのワイヤーロック設置</li> <li>Pマーク更新手続き</li> </ul>
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 【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"> <li>エコドライブコンクールへの参加</li> <li>環境委員会活動による電気使用量の削減</li> </ul> 【アートプレスト】 <ul style="list-style-type: none"> <li>節電タイプの事務機器へ変更</li> <li>クールビズ・ウォームビズの奨励</li> </ul>
サプライチェーン管理	【バンダイロジパル・ロジパルエクスプレス】 グループ全体最適の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）	【バンダイロジパル・ロジパルエクスプレス】 <ul style="list-style-type: none"> <li>国際一貫物流の推進</li> <li>分港の推進</li> <li>中国（現地）倉庫の活用</li> </ul> 【アートプレスト】 <ul style="list-style-type: none"> <li>C.O.C. 監査概要説明の実施</li> <li>サプライヤーに対するC.O.C. 監査の周知・徹底</li> </ul>

# 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	2011年度
正社員	男性	2,761	2,829	2,999	2,892	2,866
	女性	663	695	761	741	751
準社員	男性	1,516	1,364	1,331	1,208	1,156
	女性	1,097	986	857	770	754
契約社員	男性	232	168	137	40	50
	女性	59	53	52	39	46
臨時雇用者	男性	1,061	837	663	569	544
	女性	1,005	798	664	619	703
合計	男性	5,570	5,198	5,130	4,709	4,616
	女性	2,824	2,532	2,334	2,169	2,254
	合計	8,394	7,730	7,464	6,878	6,870

## 女性管理職数

	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
女性管理職数(名)	55	50	71	74	88
全社員に占める割合	0.7%	0.6%	1.0%	1.1%	1.3%

## 新卒採用数

	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
新卒採用数(名)	90	105	105	88	72
うち女性採用数(名)	33	38	38	30	30
女性比率	36.7%	36.2%	36.2%	34.1%	41.7%

## 障がい者雇用率(グループ全体)

	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
障がい者雇用率	1.82%	1.74%	1.79%	1.88%	1.81%

## 平均データ

	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
平均勤続年数(年)	7.1	7.5	8.3	8.2	8.9
平均年齢(歳)	36.8	37.2	38.0	38.0	38.6

## 育児・介護休業取得者数

(名)

	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
育児休業取得者数	62	81	105	94	101
うち男性	1	5	1	4	2
介護休業取得者数	4	3	2	1	0
うち男性	1	1	0	0	0

## 年次有給休暇取得率

	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
年次有給休暇取得率	43.0%	63.7%	59.5%	60.4%	60.5%

## 労災件数

	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
労災件数(件)	84	94	64	63	46

## 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ヵ月に達する年の3月31日まで、または満2歳に達する日まで取得可能
育児援助措置	小学校3年生終了まで、時短勤務に加えて時間外労働・深夜労働の免除
グループ出産祝金(2011年10月~グループ出産・子育て支援金)	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る
育児フレックスタイム制度	中学校就学開始期に達するまでの子を養育する社員は、所定労働時間を1日ではなく月で定める
ファミリーサポート休暇	1年に最大2日間まで利用可能な休暇(子の入学式、卒園式、一親等・配偶者の誕生日、本人結婚記念日等)

※導入度合いはグループ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-CO<sub>2</sub>)

	排出量				削減率	
	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2010年度比	2008年度比
トイホビー SBU	10,723	10,449	10,156	9,212	▲9%	▲14%
コンテンツSBU	9,420	8,457	7,911	7,098	▲10%	▲25%
アミューズメント施設SBU	88,947	80,137	68,944	62,893	▲9%	▲29%
関連事業会社	1,778	1,694	1,560	1,403	▲10%	▲21%
バンダイナムコホールディングス	165	248	227	193	▲15%	17%
合計	111,033	100,985	88,798	80,799	▲9%	▲27%

※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。

バンダイナムコグループでは、2009年4月より3ヵ年の「中期グループ環境目標」を定めています。具体的には「エンターテインメント業界トップランナーとして、グループ各社の商品・サービスに環境配慮施策を講ずるとともに、グループの事業所から排出するCO<sub>2</sub>について、2011年度末までに2008年度比で5.4%を削減する」と目標を定めました。結果、目標に対し、大幅な削減が実現しています。

### 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

## 2011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	2010	0	56	64	103	36	259
		2011	0	64	69	179	39	351		
	上記以外*	kl	2010	0	49	11	0	3	63	
		2011	0	56	10	0	3	69		
	灯油*	kl	2010	0	0	1	5	12	18	
		2011	0	0	0	1	12	13		
	軽油	営業車使用分 (ディーゼル車)	kl	2010	0	61	0	0	919	980
		2011	0	52	0	0	928	980		
	上記以外*	kl	2010	0	43	0	0	2	45	
		2011	0	0	0	0	1	1		
	A重油*	kl	2010	0	4	0	0	0	4	
		2011	0	6	0	0	0	6		
石油ガス	液化石油ガス (LPG)	営業車使用分以外*	t	2010	0	5	0	12	0	17
		2011	0	4	0	11	7	22		
可燃性天然ガス	その他可燃性天然ガス	営業車使用分	m <sup>3</sup>	2010	0	0	0	0	69,179	69,179
		2011	0	0	0	0	70,266	70,266		
	上記以外*	m <sup>3</sup>	2010	0	0	15,924	0	0	15,924	
		2011	0	0	15,924	0	0	15,924		
水	用水使用量		m <sup>3</sup>	2010	1,053	56,596	49,096	171,512	7,784	286,041
	2011		990	55,533	47,451	142,309	6,884	253,167		
	温泉水汲み上げ量		m <sup>3</sup>	2010	0	604	0	80,467	0	81,071
	2011		0	560	0	39,030	0	39,590		
	排水量		m <sup>3</sup>	2010	743	57,623	36,092	252,050	7,784	354,292
	2011		745	56,347	37,286	181,330	6,884	282,592		
電気*			kWh	2010	467,031	20,776,157	15,073,603	150,677,515	3,955,120	190,949,426
2011			396,758	18,524,701	13,321,660	138,086,429	3,609,679	173,939,227		
その他の燃料	都市ガス*		m <sup>3</sup>	2010	10,615	48,801	447,070	1,567,805	193	2,074,484
	2011		11,778	46,659	484,402	1,342,622	100	1,885,561		
	蒸気 (産業用)*		MJ	2010	0	0	0	0	0	0
	2011		0	0	0	0	0	0		
	蒸気 (産業用除く)*		MJ	2010	0	0	0	1,909,561	0	1,909,561
	2011		0	0	0	1,685,850	0	1,685,850		
	温水*		MJ	2010	0	0	294,066	14	0	294,080
	2011		0	0	271,154	35	0	271,189		
冷水*		MJ	2010	220,409	0	2,349,959	8,288,683	0	10,859,051	
2011		199,629	0	1,897,968	6,453,382	0	8,550,979			
廃棄物	一般廃棄物		kg	2010	1,197	417,210	99,651	1,286,080	191,050	1,995,188
	2011		1,205	397,635	96,103	1,279,203	78,139	1,852,285		
	産業廃棄物		kg	2010	1,109	829,742	171,167	684,292	47,712	1,734,022
	2011		1,366	952,331	249,616	1,857,828	13,585	3,074,726		
	リサイクル量		kg	2010	1,936	714,484	99,685	74,817	4,198	895,120
	2011		2,115	412,267	113,510	91,265	22,282	641,439		
コピー用紙			kg	2010	8,668	71,260	48,130	22,992	19,957	171,007
2011			8,830	55,460	61,789	26,197	16,345	168,621		

※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CO<sub>2</sub>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

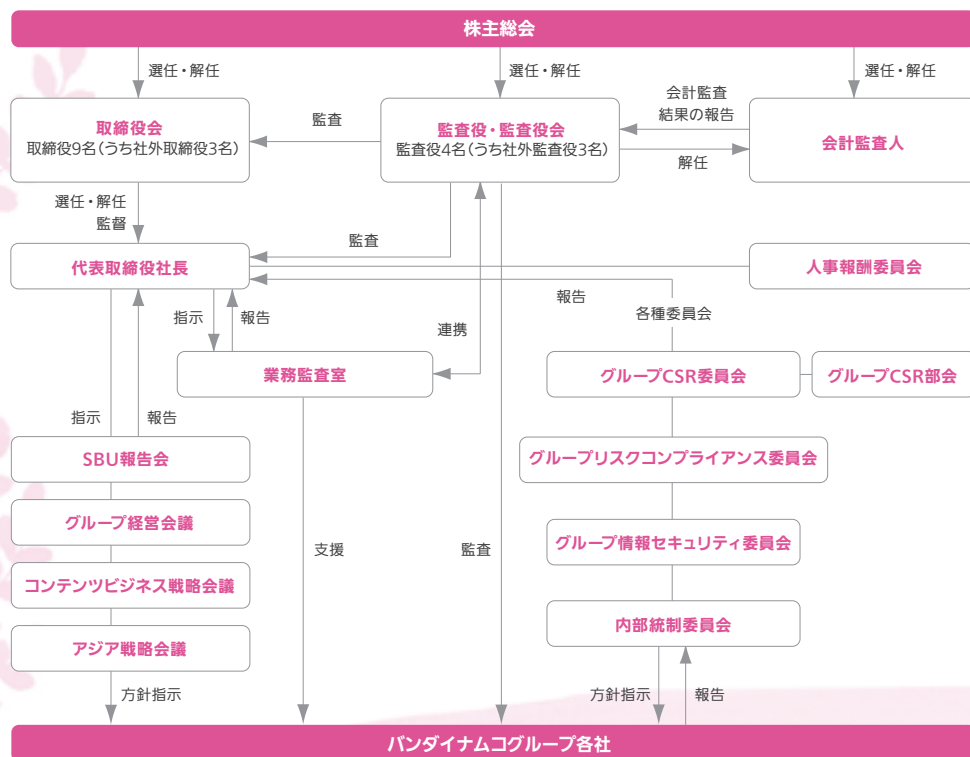
## コーポレート・ガバナンス

### 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、最適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

当社の取締役は9名で構成されており、うち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。



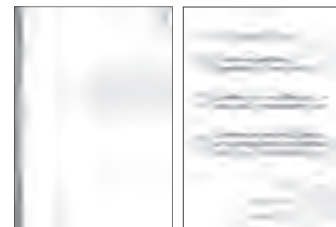
## コンプライアンス

### 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、バンダイナムグループでは2007年4月に「バンダイナムグループ 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。2011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15,000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、定期的にも実施していきます。



### リスクマネジメント

バンダイナムグループでは、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。

# リスクマネジメントと情報開示

## バンダイナムコグループのBCP（事業継続計画）

バンダイナムコグループでは、重大な災害や事故などの発生に備え、グループの基本方針を策定し、BCP（事業継続計画）の作成を行っています。また、eラーニングによる社員教育などにも着手し、お客様の安全確保や、より早い事業の再開ができるよう、対策を行っています。

### バンダイナムコグループBCP（事業継続計画）基本方針 ～「夢・遊び・感動」を提供しつづけるために～

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

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

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

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

## 情報開示

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

### 決算説明会の開催

決算発表後に、機関投資家や証券アナリストの皆様を対象に、決算説明会を開催しています。また、中期計画等についても、その機会にご説明をさせていただいています。また、バンダイナムコホールディングスのホームページにて、発表内容の動画配信や、当日の配布資料、質疑応答に関する書類がダウンロードできるようになっています。



### ▶ IR・投資家情報はこちら

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

### 株主総会の開催

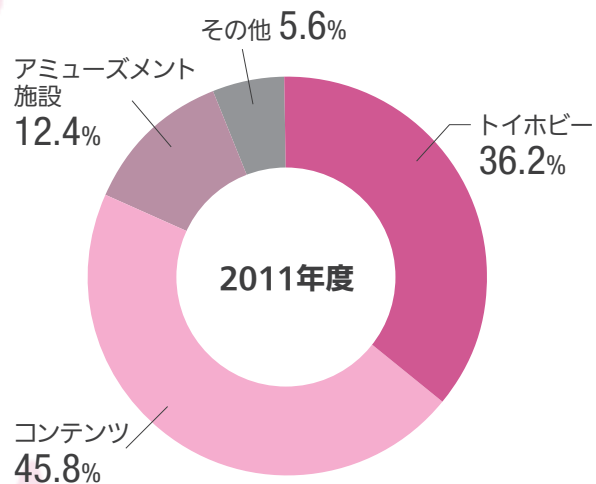
バンダイナムコホールディングスでは、株主総会を決議の場だけではなく、株主の皆様と対話できる場として、積極的なコミュニケーションを心がけています。株主総会終了後には役員と対話できる時間とともに、商品・サービスの展示等を行いました。





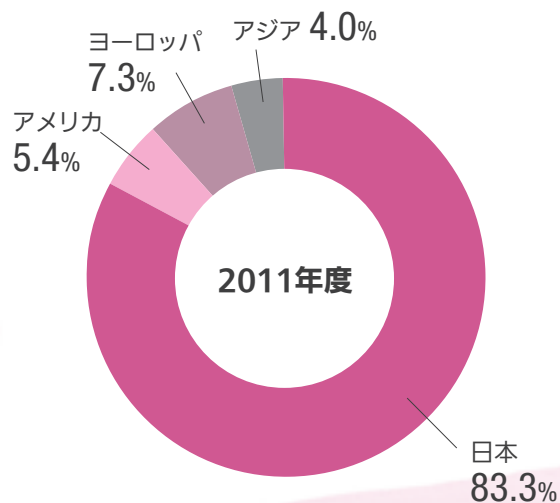
# 財務・業績ハイライト

## 事業の種類別売上高比率



※内部取引の消去前の売上高で計算しています。

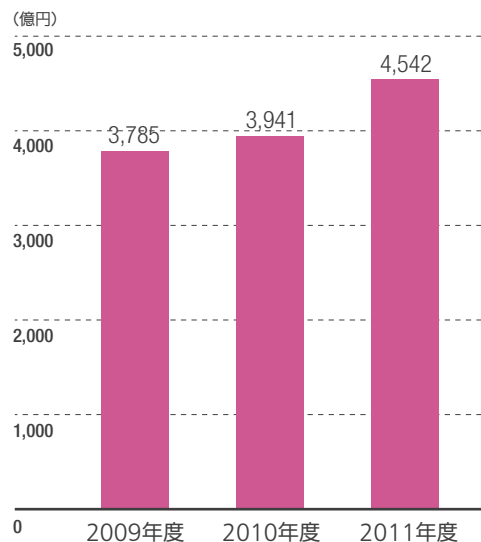
## ご参考：所在地別売上高比率



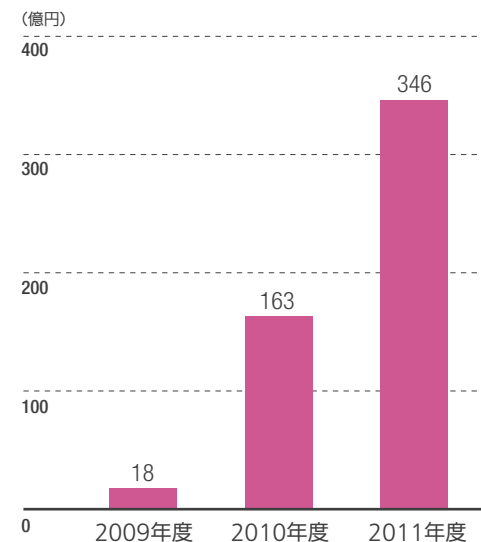
※1 管理数値をベースとした概算値です。

※2 外部顧客に対する売上高で計算しています。

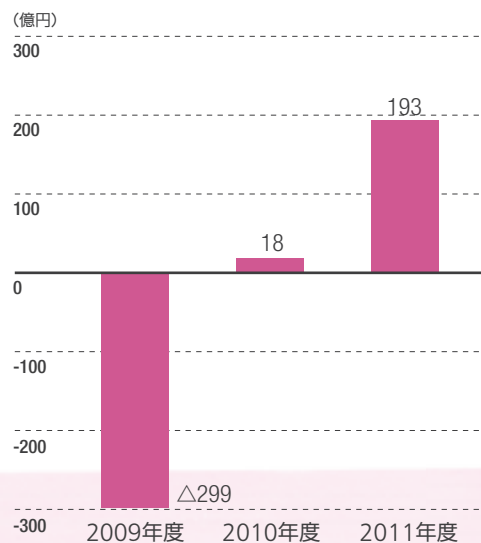
## 売上高



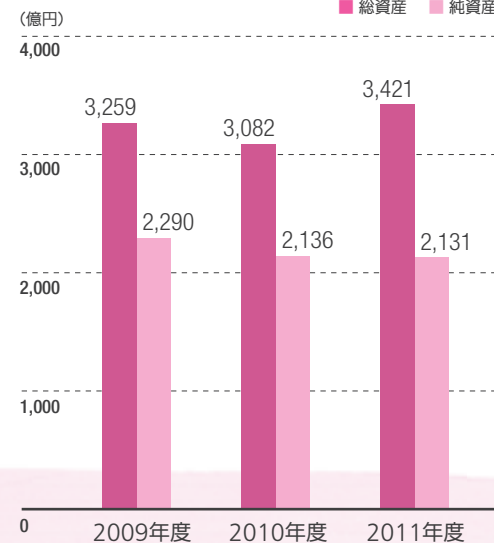
## 営業利益



## 当期純利益 (△：損失)



## 総資産・純資産



# 会社情報・お知らせ

## 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.
- **本店所在地**  
〒140-8590  
東京都品川区東品川4-5-15  
バンダイナムコ未来研究所
- **資本金**  
100億円
- **事業内容**  
バンダイナムコグループの  
中長期経営戦略の立案・遂行  
グループ会社の事業戦略実行支援・  
事業活動の管理
- **グループ社員数**  
7,013名
- **連結対象会社数**  
子会社72社  
持分法適用会社7社

## お知らせ

2011年3月の東日本大震災発生以降、バンダイナムコグループでは、様々な支援活動を実施してきました。その一部を下記の通りご報告します。

### 【2011年3月～2012年3月支援活動の実績(一部)】

- ・ 日本赤十字社への寄付(2011年3月～9月までの合計金額※ 146,008,638円)
- ・ 米国赤十字社への寄付(米国拠点からの寄付 134,400米ドル)
- ・ 被災地の子どもたちへの玩具・衣料の寄付
- ・ 静岡市に避難されている方々を静岡ホビーセンター(バンダイのプラモデル工場)へご招待
- ・ 「ナムキャラ応援団」(全国43都道府県オリジナルキャラクター)を復興支援イベントに派遣

※グループ会社社員の募金、ナムコのアミューズメント施設における「太鼓の達人」の売上および施設における募金活動、「浅草花やしき」入場料の一部、ランティスやバンダイナムコゲームスのイベントでの募金活動など。

このほか、株主優待に選択制度を導入し、選択肢の1つに「寄付」を設け、公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン(SCJ)を通じ、被災地の子どもたちへの支援活動に寄付します。なお、寄付に賛同いただいた金額と同額をバンダイナムコホールディングスも寄付いたします。

また、被災地で支援活動を行っているSCJをパートナーとして様々な活動を行っています。2011年度は、岩手県陸前高田市・宮城県名取市、2012年度には福島県会津若松市でクリスマスリースづくりや、プラモデル教室を開催しました。これからも、未来を担う子どもたちのために、復興に向けた支援活動を中長期的に継続展開してまいります。



## CSR活動報告2012 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”を大切にする想いが、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/](http://www.bandainamco.co.jp/)

発行日 2012年8月(前回2011年8月)