

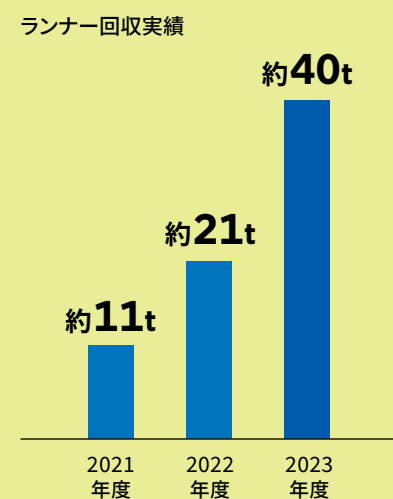
GUNDAM

ガンダムシリーズでは、ファンや外部パートナーと手を組み、未来の子どものための様々なアクションを行っていきます。

ガンプラリサイクルプロジェクト

2021年4月よりスタートした「ガンプラリサイクルプロジェクト」では、ガンダムシリーズのプラモデル「ガンプラ」のランナー（プラモデルの枠の部分）を回収し、最先端技術である「ケミカルリサイクル」によって新たなプラモデル製品へと生まれ変わらせることで、ファンの皆様とともに循環型社会の形成に貢献していくことを目指しています。集まったランナーは、(株)BANDAI SPIRITSのプラモデル生産工場であるバンダイホビーセンター

に輸送し、同工場の製造工程で排出されるプラスチックと合わせて、一部をケミカルリサイクルの実現に向けた実証実験用の材料とし、残りをマテリアルリサイクルとサーマルリサイクルにより再活用します。2023年度における回収実績は約40トンとなりました。



「ガンダムR作戦」

2023年度は全国47都道府県で「ガンダムR(リサイクル)作戦」を開催しました。全国各地のショッピングセンターや音楽フェス会場などで、回収したランナーをリサイクルして生産した「エコプラ」の体験キットと特別冊子、限定ステッカーを配布。その場でエコプラを組み立てていただき、回収ボックスでランナーを回収することで、プラスチックの循環を身近なものとして体験してもらう取り組みを行いました。



ガンダムエデュケーショナルプログラム

“ガンプラ”やGUNDAM FACTORY YOKOHAMAの“動くガンダム”を題材に、モノづくりの楽しさや地球環境などについて考えるきっかけを与える教育プログラム「ガンダムエデュケーショナルプログラム」を2021年度よりスタートしました。

「エデュケーショナルサポート」

GUNDAM FACTORY YOKOHAMAでは、2021年11月から、モノづくりへの興味喚起を目的に、小中学生を対象とする“エデュケーショナルサポート”として、実物大“動くガンダム”の動く仕組みを知り、体感するプログラムを実施。公開最終日の2024年3月末までに合計102校、7,554名の子どもたちに参加いただきました。

「ガンプラアカデミア」

全国の小学校で展開しているプラモデル授業「ガンプラアカデミア」は、2021年10月より開始し、2024年7月までに累計で小学校8,000校以上、参加児童数60万人以上が参加されました。映像とプラモデルの組み立て体験によって、モノづくりの楽しさや、生産の仕事、「ガンプラリサイクルプロジェクト」などの地球環境に配慮した取り組みを伝えています。



ガンダムマンホールプロジェクト

全国の自治体と協力する「ガンダムマンホールプロジェクト」は2021年8月からスタートしました。本取り組みは、『機動戦士ガンダム』に登場するキャラクターやモビルスーツなどがデザインされたマンホール蓋「ガンダムマンホール」を全国の様々な場所に設置するものです。地方自治体と協力し、国内の活性化をはかるとともに、世代を超えたガンダムファンの皆様とガンダムとの絆の証にしていきたいと考えています。



THE IDOLM@STER

～ファンとつながる、
ともに創るサステナブル活動～

『アイドルマスター』シリーズでは、バンダイナムコグループが掲げるマテリアリティ「地球環境との共生」「知的財産の適切な活用と保護」「コミュニティとの共生」の3つを軸に、IPを活かしたファンが気軽に参加できる、ファンと「つながる」「ともに創る」サステナブル活動に取り組んでいます。

リサイクル推進に向けた取り組み

ライブ会場における古着回収とアップサイクル

2023年3月に開催した「THE IDOLM@STER SHINY COLORS 5thLIVE If I_wings.」の会場では、来場者から古着を回収する取り組みを実施。会場に来場するファンの皆様に呼びかけ、会場に設置されたボックスにて古着を回収しました。なお回収した古着は再利用可能な新素材へ再生され、「THE IDOLM@STER SHINY COLORS 5.5th Anniversary LIVE 星が見上げた空」でパネルとして再利用しました。



古着をアップサイクルして制作されたパネル



ライブ会場に設置された回収ボックス

環境省とのコラボ施策 プラスチック資源循環を推進

2023年4月から約1年間、「アイドルマスター シャイニーカラーズ」と環境省によるコラボ施策として283(ツバサ)プロダクション所属のユニット「放課後クライマックスガールズ」がプラスチック資源循環に関する広報PRを務めました。ゲーム内イベントシナリオ「アジェンダ283」では地域の清掃活動を通して、海洋プラスチックごみ問題について学習、話し合いながら、自然とプラスチック資源循環のための取り組みを実践しています。なお「放課後クライマックスガールズ」メンバーから選出されたアイドル・杜野凛世がナビゲートを務める「プラスチック削減・リサイクル促進」をPRする啓蒙動画も公開されています。



▶ 「プラスチック削減・リサイクル促進」PR



地域創生に向けた取り組み

「アイドルマスター SideM」が銚子を盛り上げる！

(株)バンダイナムコエンターテインメントが展開する「アイドルマスター SideM」に登場する315(サイコー)プロダクション所属のアイドルユニット『Jupiter』と銚子電鉄のコラボレーションは2021年10月よりスタートしました。2022年7月には銚子市とのコラボレーション「銚子PR大作戦」へと発展し、以降315プロダクションのアイドルたちが銚子市の各スポットをPRしてきました。銚子市の各所では、アイドルたちのポスターや等身大パネルの掲示、オリジナルグッズが販売されており、多くの皆様に足を運んでいただきました。



さらに2023年11月からユニット『DRAMATIC STARS』がJR東日本千葉支社のPRアイドルに起用され、銚子電鉄開業100周年記念& EeeE銚子サービス開始記念銚子観光誘致キャンペーン「315にイイ銚子!」が2023年12月より開催されました。

アイドルたちが街を盛り上げる! みなとみらい×THE IDOLM@STER MILLION LIVE!

(株)バンダイナムコエンターテインメントが展開する「アイドルマスター ミリオンライブ!」は横浜みなとみらいとのコラボ施策を実施しました。

みなとみらい21地区では、横浜を音楽の街としてブランディングするため、街のさらなる魅力向上や活性化を目指す『Music Port YOKOHAMA』の取り組みを推進しています。その一環として2024年2月にKアリーナ横浜で開催された「THE IDOLM@STER MILLION LIVE! 10thLIVE TOUR Act-4 MILLION THE@TER!!!!」の公演に合わせ、ソニー(株)のSound AR™ サービス Locatone™(ロケトーン)*を活用し、みなとみらいをまるでアイドルと一緒に巡っているような体験を楽しめる回遊型イベント「ミリオンおさんぽツアー in みなとみらい」が開催されました。

*「Sound AR」および「Locatone」はソニーグループ(株)またはその関連会社の商標です。



「アイドルマスター ミリオンライブ!」がコラボ! 自治体における地域防災力向上

(株)バンダイナムコエンターテインメントが展開する「アイドルマスター ミリオンライブ!」は、「(一社)江東区の地域防災力向上を目指す会」主催の「豊洲防災Fest@l 2024」とコラボレーションしました。

自治体における防災力向上を目的に、AED講習会やオリジナル防災グッズの販売など、IP

コラボならではの施策やステージ、「アイドルマスター ミリオンライブ!」の世界観を楽しめる会場づくりが、地域住民の方だけでなく「アイドルマスター ミリオンライブ!」の「プロデューサーさん(『アイドルマスター』シリーズにおけるファンの通称)」など防災に関わる機会が少ない若年層の方の参加につながり、期間中には約3.3万人に会場いただきました。



会場の様子



オリジナル防災グッズ 缶入りソフトパン

PAC-MAN

世界で最も知られたコンピューターゲームの1つであり、誕生から40年以上、世界中のファンに愛され続けるパックマン。バンダイナムコグループはそのIPの力を活かして、世界中で様々なサステナブル活動に取り組んでいます。



「Playing For The Planet Alliance」への参画

(株)バンダイナムコエンターテインメントは、国連の気候行動サミットで発足した「Playing For The Planet Alliance」のメンバーです。スマートフォン向けゲームアプリ「PAC-MAN」を通じて、国連環境計画 (UNEP) が主催している「Green Game Jam」に参加しています。2023年には、絶滅危惧種の保護の重要性を伝えることを目的としたゲーム内イベント「Play for the Himalayas」を実施しました。

なおBandai Namco Entertainment America Inc.は、3年連続で「Green Game Jam」に参加、貢献したことが評価され、2023年度の「Jam Spirit Award*」を受賞しています。

*「Green Game Jam」の参加企業の中でも、ゲームに森林再生への取り組みを一貫して盛り込み、そのレベル向上を怠らない企業に贈られる賞。



北米拠点における地元プロスポーツチームとスポンサーシップ契約を締結

北米地域では拠点所在地であるカリフォルニア州のプロスポーツチームとスポンサーシップ契約を締結、地域に根付いた企業としてファンとの交流を進めています。

地元サッカーチーム「ロサンゼルス・フットボール・クラブ」のホームタウンである「BMOスタジアム」内にアミューズメント空間「レベルアップ・バイ・バンダイナムコ」がオープン。家族連れや若者など幅広い年齢層の顧客が飲食をしながらゲームを楽しめる空間となっています。また地元球団「ロサンゼルス・エンゼルス」のホームタウンである「エンゼル・スタジアム・オブ・アナハイム」でも、イニング間でのパックマンレースの実施により、球場を盛り上げています。



家族連れでにぎわう「レベルアップ・バイ・バンダイナムコ」

中国における無形文化遺産の伝承を支援

Bandai Namco Holdings China Co., Ltd.では、未来を担う子どもたちに楽しみながら伝統技術を学んでいただくことを目的として、環境保護の要素やIP (パックマン) を用いたデザインを加えた「古籍修復」体験イベントを2018年より実施しており、中国の無形文化遺産である「古籍修復 (古書の修復)」の保護活動に取り組んでいます。

クレナシリーズ

2004年に稼働を開始し、クレーンゲーム機運営に革命を起こしたクレナシリーズ。以来、お客様の要望にお応えすべく、時代に合わせてリニューアルを繰り返してきました。2022年11月の発売以来累計7,000台を出荷している「CLENA3」は、初代「クレナフレックス」と比べて消費電力を半減、さらに最新作である「CLENA3 Jack」はさらなる省力化を進めるとともに、背の低い方やお子様でも楽しめるユニバーサルデザインとなっています。



ESG SECTION
サステナビリティ

「もっと明るく、もっと省電力」を実現

複数台設置されるクレーンゲーム機の省電力化は、アミューズメント店舗全体の消費電力の削減にもつながります。「CLENA3」においては待機中の電力を削減する「エコモード」を搭載。電気代を節約・環境配慮をしながらクレーンゲーム機に求められる明るさと華やかさを保つことを実現。さらに「CLENA3 Jack」は「CLENA3」では1段階だったエコモードを3段階まで設定可能とし、通常時 (エコモードOFF時) に対し、最大61%の消費電力の削減を実現しています。

なお旧シリーズから「CLENA3」への入れ替えを行うことにより、(株)バンダイナムコアミューズメントが展開するアミューズメント店舗においては年間の電気代コスト減とともに、年間約500tのCO₂削減を実現しています。



バンダイナムコアワード

バンダイナムコグループでは毎年、「バンダイナムコアワード」と題して、その年に最も輝いたチームを表彰しています。審査にあたっては、コンテンツなどのヒットの状況、クリエイティブ性、話題性、サステナビリティへの取り組みなどが重要なポイントとなっています。

「クレナシリーズ」はその取り組み内容から、バンダイナムコアワード2023にノミネート、ベストサステナビリティ賞グランプリを受賞しています。

