DIALOGUE

サステナビリティへの取り組み

価値創造プロセスと一体化した取り組みを通じ、グループ内外にサステナビリティの「輪」を広げていきます

バンダイナムコの持続的な価値創造の実現には、事業活動とサステナビリティ活動を両輪として推進していくことが不可欠です。グループ全体のサステナブル活動を統括する藤田CSO（チーフサステナビリティオフィサー）とトイホビー事業の松橋ゼネラルマネージャー、そしてグループのサステナビリティ推進担当の松本マネージャーの計3名が、取り組みの現状や今後の課題について語り合いました。

価値創造プロセスの両輪として

藤田　従業員教育や啓発イベント、グループ内表彰制度に加え、持株会社（当社）役員報酬へのサステナビリティ視点の反映など、様々な施策により、グループ内のサステナビリティ意識は、着実に向上してきました。特に事業の強みや特性を活かした取り組みが増えています。サステナブル活動は、グループ全体の価値創造プロセスに含まれるものであり、成長し続ける事業と共存することで、その活動自体も持続可能なものとなります。サステナビリティ戦略の策定や実績値の開示にとどまらず、価値向上につながる私たちらしいサステナブル活動を増やし、広げていけるよう、事業経験を活かし、CSOとして取り組んでいきたいと考えています。

松橋　私は（株）BANDAI SPIRITSで、ガンプラを主体としたプラモデル事業の運営に当たっています。2021年にスタートした「ガンプラリサイクルプロジェクト」は、先駆的な試みとして社会的に注目され、ガンプラのブランド価値向上にも貢献しました。今後、さらなる差別化が課題となる中、「SGSグリーンマーク認証」の取得などを契機に、プロジェクトをより深化、ビジネスと融合させて次なるステップを目指していきたいと考えています。

松本　私は2026年春、事業会社からサステナビリティ推進部へ異動し、法令・規制対応や情報開示、グループ各社へのサポートを担当しています。新たな知識と格闘する毎日ですが、できるだけ多くの人々と対話し、現場の情報や意見を吸い上げていきたいと思います。個人的な印象としては、グループ全体に意識の向上が見られる半面、自分事化という点で、事業領域によって、まだ温度差があるようにも感じます。

藤田　確かに、事業特性次第で向き合う社会課題も異なり、自分事化が難しい領域もあります。サステナビリティが「当然の取り組み課題」として認識されるようになってきた中、事業価値・企業価値との関連付けを深め、活動の輪を広げていけるよう、事業ユニットを超えた事例の共有や課題理解への後押しなど、事業経験を活かし推進していきます。そうした中、新たなチャレンジを続けている松橋さんはじめホビー事業の皆さんの取り組みには、私自身、非常に注目しています。

コスト削減から付加価値向上へ

松橋　私たちは次のステージとして、サステナビリティをコストではなく、事業価値や付加価値を生み出すものへ進化させていく必要があると捉えています。生産現場では、最初から「樹脂の分別」「再ペレット化」という工程を省いたマテリアルリサイクルの内製化に取り組んでおり、安定した良品化が課題でした。しかし試行錯誤の末、ガンプラで培ってきた技術革新と、現場メンバーの粘り強い調整によって実用化までこぎ着けることができました。さらに、内製化によって実現したマテリアルリサイクル原料は最も低コストな原料となり、製造コストの削減にもつながっています。こうした挑戦は、現場の技術力を高めると同時に、サステナビリティをモノづくりの進化につなげる取り組みでもあります。

藤田　静岡のバンダイホビーセンターに足を運ぶと、現場の従業員の皆さんが、本当に前向きで、楽しみながらチャレンジしている様子が伝わってきます。こうしたチャレンジのおかげで他の事業領域にも展開できそうな知見やアイデアを、いくつもいただいています。

松橋　将来的には、コスト削減にとどまらず、例えば使用済みプラスチックのヴィンテージ化など、付加価値向上に向けた可能性も模索していきたいと考えています。単なる樹脂ではなく、背景や物語を持った素材として商品に活かすことができれば、これまでにないビジネスが生まれる可能性があります。サステナビリティは、我慢や負担ではなく、ファンに新しい楽しさを届けるための発想にもなり得るはずです。

松本　サステナビリティを「義務」としてではなく、事業の強みと結びつけながら、新しい価値をつくろうとしていることが、バンダイナムコらしいと感じます。

Fansと連携したサステナブル活動を

藤田　私たちグループが展開する多彩なIPやエンターテインメントは、ファンの皆様の意識や行動変容を促す大きな後押しになり得ます。「気づいたら参加していた」「やってみたら楽しかった」と感じていただける仕掛けづくりは、バンダイナムコだからこそできることです。今後は国内だけでなく海外も含め、皆様の笑顔につながる私たちらしいサステナビリティの活動を広げていきます。

松橋　確かに、世の中にメッセージを発信するうえで、IPは非常に大きな力を持っています。加えて、私たちには「何でもできるモノづくり」の技術があります。この2つを武器に、グループ内外を巻き込みながら、サステナビリティの問題意識をユニークな商品づくりに昇華させていきます。また、従来の常識にとらわれない形で、モノづくり現場とファンのつながりを拡大し、活動の輪を広げていきたいと思います。

松本　私自身は、グループ従業員と丁寧な対話を重ね、個々の施策の背景にある理念・価値観の共有に努めます。理念への共感、自分事化が新たな波動を生み、ファンの皆様にも伝わっていくようなコミュニケーションの輪を広げ、バンダイナムコならではの価値創造に貢献していきます。

藤田 訓子｜Noriko Fujita

株式会社バンダイナムコホールディングス
取締役
チーフインフォメーションオフィサー（CIO）
チーフインフォメーションセキュリティ
オフィサー（CISO）
チーフサステナビリティオフィサー（CSO）
グループ管理本部長
株式会社バンダイナムコビジネスアーク
代表取締役社長

松橋 幸男｜Yukio Matsuhashi

株式会社BANDAI SPIRITS
ホビーディビジョン
ホビークリエイション部
ゼネラルマネージャー

松本 佳子｜Yoshiko Matsumoto

株式会社バンダイナムコホールディングス
グループ管理本部　サステナビリティ推進部
サステナビリティ推進チーム
マネージャー