

株式会社バンダイナムコ エンターテインメント
企業情報



ごあいさつ



世界中のお客様に「アソビきれない毎日。」



当初はゲーム事業会社としてスタートした「バンダイナムコゲームス」は、ゲーム事業にとどまらず、エンターテインメントという幅広い事業領域のステージに上るために2015年に社名を「バンダイナムコエンターテインメント」と変更するなど、常に世の中の変化のスピードに対応しながら日々進化を続けています。今期はライブ・イベントの企画やグッズ販売を行うライブエンターテインメント事業を本格的に立ち上げ、IPの世界観を拡大するリアルなエンターテインメントを展開していきます。

私たちは、驚くようなアイデアで、どこよりも新しい技術で、今までにない新しい「アソビ」をカタチにする。そして何気ない日常を今よりずっと楽しく、世界中のお客様が笑顔でいられるようなものに変えていく、そういう存在であり続けたいと考えています。

「アソビきれない毎日。」世界中のお客様にお届けできる企業であり続けるために、私たちバンダイナムコエンターテインメントは、次のステージに向かって、スピーディな挑戦を続けていきます。

株式会社バンダイナムコエンターテインメント

代表取締役社長

大下 聡

企業理念

バンダイナムコエンターテインメント企業理念

アソビきれない毎日を。

私たちは、「毎日を楽しみたい・満足したい・笑顔になりたい…」
そう思っている世界中のすべての人に
喜びと笑顔にあふれた毎日を過ごし続けてほしいと願っています。
何気ない日常が、今よりずっと楽しいものになり、
ふと気がつくと、だれもが自然と遊んでしまう。そんな場面をもっと増やすために、
私たち自身もワクワクドキドキしながらいつも本気で楽しく取り組み、
これまでにない新しい「アソビ」を世界中に仕掛けていきたいと考えています。

バンダイナムコグループの理念

バンダイナムコグループ企業理念

ミッション

Mission

夢・遊び・感動

Dreams, Fun and Inspiration

「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

ビジョン

Vision

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

The leading innovator in global entertainment

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

会社概要



社名	株式会社バンダイナムコエンターテインメント
創業	1955年6月1日*
資本金	100億円
従業員数	900名
本店所在地	〒108-0014 東京都港区芝5-37-8 バンダイナムコ未来研究所

*株式会社バンダイナムコエンターテインメントの前身である旧株式会社ナムコの創業年月日です。

(2017年4月1日現在)

役員・監査役の紹介

代表取締役社長	大下 聡
常務取締役	清嶋 一哉 浅沼 誠
取締役	冷泉 弘隆 宇田川 南欧 伍賀 一統 辻 雅明 (非常勤) 竹中 一博 (非常勤)
監査役	東 純 米 正剛 (非常勤・社外) 濱田 桂 (非常勤・社外)

(2017年4月1日現在)

事業内容



ネットワークコンテンツ

強力なIPを活かした数々のコンテンツをモバイル、PCなどに向けて展開

家庭用ゲームソフト

様々なプラットフォームの特性に合わせて、バラエティに富んだソフトを展開

コンテンツをお客様に
求められる様々な形で
提供する

IP軸戦略

業務用ゲーム機

コアユーザーからファミリーで
ライトに遊べるゲームまで、ビデオ
ゲーム、メダルゲーム、プライズ
などオールジャンルで展開

ライブイベント、グッズ

IPの世界観を拡大するライブや
イベント、グッズ販売などリアル
なエンターテインメントを展開

パチンコパチスロ

ゲーム開発技術を活かした基盤や、
IP活用のノウハウを活かした
コンテンツを開発

IP軸戦略

私たちバンダイナムコエンターテインメントは主に以下2つのビジネスモデルにて事業を展開し、多様なニーズに合わせた商品提供をおこなっています。

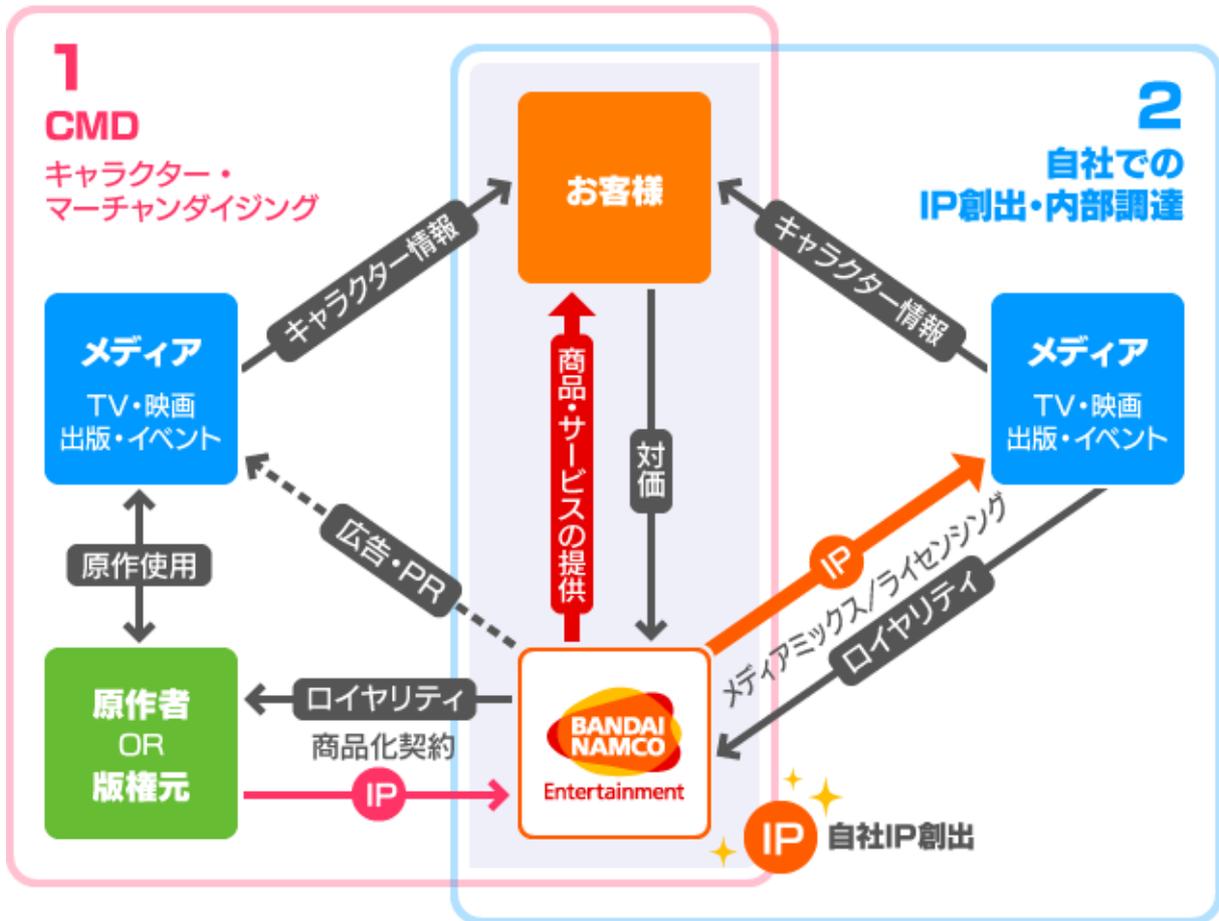
1. CMD（キャラクター・マーチャндаイジング）

著作権元よりお借りしたキャラクター（IP）の個性に合わせたネットワークコンテンツ・ゲーム等の企画、著作権元やメディアとの協力によるタイムリーな商品投入

2. 自社でのIP創出

ネットワークコンテンツ・ゲーム制作等による自社発のIPの創出。

また、バンダイナムコエンターテインメントが起点となるメディアミックス展開



様々な事業への取り組み

株式会社バンダイナムコエンターテインメントは、ネットワークコンテンツ、家庭用ゲームソフト、業務用ゲーム機、パチンコパチスロなどの事業の他にも、下記のような様々な事業に取り組んでいます。

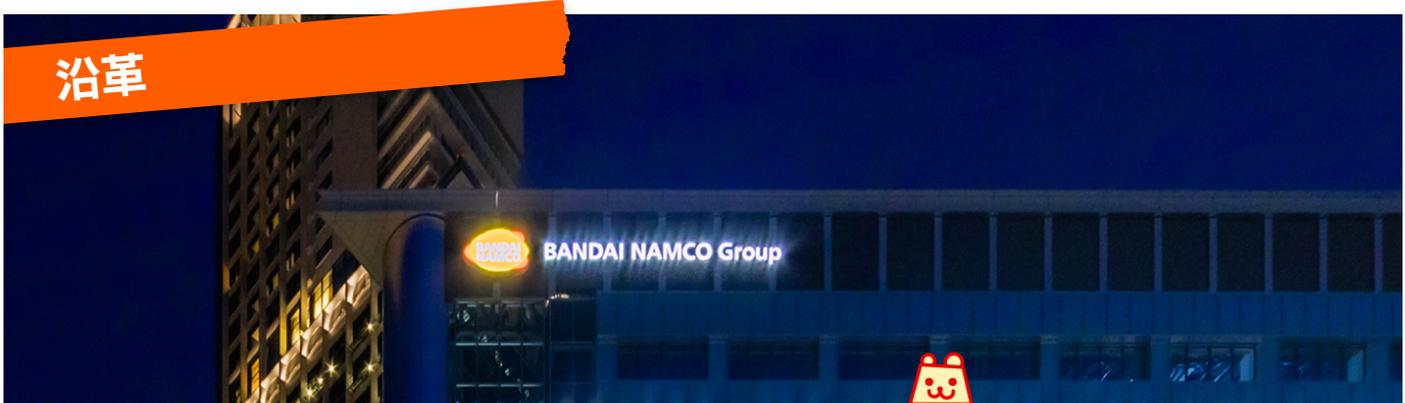
ゲームメソッドコンサルティング事業

「ゲームメソッド」とは、ゲーム開発などで培った技術やノウハウをゲーム以外の分野の商品やサービスに応用する考え方です。ゲーム制作の豊富な経験から、多くのゲームソフトは取扱説明書を読まなくても操作の仕方や進め方が直感的にわかるように作られています。このような、物事を「使いやすく」「わかりやすく」「楽しくする」特殊なノウハウをより使いやすい電化製品やインターフェイスの設計、より使い続けたいサービスの開発などに活用し、人々の生活に密着した商品やサービスに活かすお手伝いをしています。



Special Flagについて

バンダイナムコエンターテインメントのゲーム内で、ある特定の条件を満たすと画面上に出現し、「ボーナスアイテムの獲得」や「1UP」の特典が付与されるアイコン。ゲームに付加価値を与えたクリエイターの“遊び心”を大切にすべく、本プロジェクトのチーム名にも起用しました。



バンダイナムコエンターテインメント沿革

2006年

3月 3月31日、バンダイナムコグループのゲーム部門を統合した「株式会社バンダイナムコゲームス」を設立。

5月 パチンコ『CR子連れ狼』（発売元：株式会社高尾）の映像ソフトを開発・販売。

6月 業務用ガンシューティングゲーム『タイムクライシス4』を発売。

8月 業務用子供向け写真シール機『パシャパシャシール たまごっちとたまツーしょっと!』を発売。

9月 東京ゲームショウ2006。統合後初のショウに、次世代機向けソフト含め40タイトル以上を出展。

10月 業務用ゲーム機『機動戦士ガンダム 戦場の絆』の稼働を開始（発売元バンプレスト・販売元バンダイナムコゲームス）。

品川区東品川に社屋拠点を統合することを発表。2007年春以降、順次入居予定。

「第2回digital TIFF シンポジウム」にてプレイステーション3用『リッジレーサー7』のデモンストレーションを実施。

11月 NTTドコモのiモード対応携帯電話向けコンテンツ「ナムコ・ゲームス」に、FOMA903iシリーズ向け『鉄拳2』の配信を開始。

プレイステーション3用『リッジレーサー7』と『機動戦士ガンダム Target in Sight』をハードと同時発売。

全国の小学校を対象に、ゲーム開発ノウハウを産官学連携で活用する「遠山式3D立体画像プロジェクト」が始動。

12月 Wii用『縁日の達人』『たまごっちのピカピカだいとりょー!』『SDガンダム スカッドハンマーズ』をハードと同時発売。



機動戦士ガンダム
戦場の絆
© 創通・サンライズ



リッジレーサー7



機動戦士ガンダム
Target in Sight
© 創通・サンライズ



縁日の達人

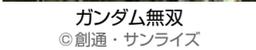


たまごっちの
ピカピカだいとりょー!
©BANDAI・WIZ 2004
©BANDAI NAMCO
Entertainment Inc.



SDガンダム
スカッドハンマーズ
© 創通・サンライズ

2007年

- 3月  株式会社コーエー開発協力のもと、プレイステーション3用ソフト『ガンダム無双』を発売。
-  株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメントと、合併会社「株式会社セリウス」を設立。
- 5月  品川区東品川に社屋拠点を統合。『未来研究所』と命名。
- 6月 『未来研究所』に本社を移転。
- 8月 データカードダス『百獣大戦 アニマルカイザー』を全国で展開。



百獣大戦
アニマルカイザー

2008年

- 1月 Wii用『ファミリースキー』を発売。
- 4月 (株)バンプレストの家庭用ゲームソフト及び業務用ゲーム機の企画販売を行うゲーム事業部門を統合。
- 8月 『ソウルキャリバー IV』の全世界での販売本数が発売1週間で200万本を突破。
- 11月 品川区東品川にパークタワー開所。モバイルコンテンツ企画開発販売の拠点が横浜から移転。



ファミリースキー



ソウルキャリバーIV

2009年

- 3月 テクニカルセンターが横浜市港北区から品川区勝島に移転。主な事業拠点が品川区内に集結。
- 4月 バンダイネットワークス(株)を統合。ネットワーク事業の総合力強化と新たなコンテンツや事業の創出を図る。
- 6月 株式会社カプコンとアミューズメント用ゲーム機で協業を開始。
- 7月 シールプリント機『Jewella Eye Lash』を発売。
- 10月 家庭用ゲーム『鉄拳6』プレイステーション3とXbox 360の2機種向けに発売、10月30日に全世界での出荷本数が250万本を突破。
- 12月  iPhone/iPod Touch用コンテンツ『ACE COMBAT Xi Skies of IncurSION』の配信を開始。



Jewella Eye Lash



鉄拳6



ACE COMBAT Xi
Skies of IncurSION

ACE COMBAT TM Xi Skies of IncurSION ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc. ©GeoEye ©JAPAN SPACE IMAGING CORPORATION.

All trademarks and copyrights associated with the manufacturers, aircraft, models, trade names, brands and visual images depicted in this game are the property of their respective owners, and used with such permissions.

Powered by "CRIWARE mobile". CRIWARE is a trademark of CRI Middleware Co., Ltd.

2010年

- 2月 プレイステーション・ポータブル用『ゴッドイーター』を発売。3週間で出荷本数が50万本を突破。
- 4月 バンダイナムコグループの再編で、ゲームコンテンツSBUと映像音楽コンテンツSBUが統合。コンテンツSBUとなり、バンダイナムコゲームスが主幹として、コンテンツの創出から販売までを担う。
学校図書株式会社と共同で平成23年度小学校向け教科書28冊を製作。
- 5月 アーケード用ゲーム機として誕生したキャラクター「パックマン」が誕生30周年。
- 8月 ソーシャルネットワークサービス「facebook」向けに本格サービスを開始。
- 9月 iPhone/iPod touch、iPad用コンテンツ「太鼓の達人」シリーズ、国内累計ダウンロード数が100万件を突破。
- 10月 総務省採択「ネットワーク統合制御システム標準化推進事業」に幹事企業として参加。「EVサポートネットワーク」グループで、主にカーシェアリングを想定した実証実験を開始。
アーケード用ゲーム機「機動戦士ガンダム エクストリームバーサス」発売。
- 11月 プレイステーション3とXbox 360で発売した「NARUTO-ナルト- 疾風伝 ナルティメットストーム2」の出荷本数が全世界で100万本を突破。
- 12月 「モバゲー」に「ガンダムロワイヤル」を配信。登録者数が配信から6日で100万人を突破。
プレイステーション・ポータブル用「AKB1/48 アイドルと恋したら…」発売。



ゴッドイーター



パックマン30周年記念ロゴ



ガンダムロワイヤル
©創通・サンライズ



AKB1/48 アイドルと恋したら…
©AKS 2010 ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

2011年

- 2月 ニンテンドー 3DS用「リッジレーサー 3D」をハードと同時発売。
アーケード用ゲーム機として生まれた和太鼓リズムゲーム『太鼓の達人』が誕生から10周年。
- 6月 ニンテンドー DS用『Solatorobo ソラトロボ それからcodaへ』の「8時間で100通りのCM放送手法」がギネス世界記録に認定。
- 9月 『鉄拳』シリーズ初のフルCG長編アニメーション『鉄拳BLOOD VENGEANCE』を劇場公開。
アーケード用3D対戦格闘ゲーム『鉄拳 タッグトーナメント2』の稼働を開始。
『テイルズオブ』シリーズ15周年記念タイトルとしてプレイステーション3用『テイルズ オブ エクシリア』を発売。初日に出荷本数が50万本を突破。
- 10月 株式会社ディー・エヌ・エーとの共同出資による合併会社、株式会社BDNAを設立。
※2012年3月「株式会社BNDeNA」に社名変更（2014年3月に解散）
ゲームクリエイターによるコンサルタントサービス「ゲームメソッドコンサルティング」を開始。
- 12月 PlayStation Vita用『リッジレーサー』『塊魂 ノ・ビータ』をハードと同時発売。



太鼓の達人



鉄拳 タッグトーナメント2

2012年

- 3月 プレイステーション3用『ワンピース 海賊無双』を発売。初日で出荷本数が65万本を突破。
- 4月 株式会社バンダイナムコスタジオを設立。開発部門を分社化。
- 6月 業界初となる基本料金無料のプレイステーション3用オンライン専用ゲーム『機動戦士ガンダム バトルオペレーション』を配信開始。
- 8月 アーケード用新感覚エアホッケーゲーム『ビッグバンスマッシュ』を稼働開始。
- 11月 サオ型コントローラーで魚を釣る新感覚の体感型メダルゲーム「釣りスピリッツ」を稼働開始。
- 一定の自主基準をクリアした業務用ゲーム機に「エコラベル(環境ラベル)」を表示する取り組み「エコアミューズメント」をスタート。業界初の取り組みで、環境に配慮した製品であることを訴求。
- MoMA (ニューヨーク近代美術館) が『パックマン』と『塊魂』をパーマネントコレクション (永年収蔵) することを決定。ビデオゲーム分野では初の認定。
- 12月 『テイルズ オブ』シリーズの累計出荷本数が1500万本を突破。
- バンダイナムコゲームスが配信するソーシャルゲームの累計登録者数が3,000万人を突破。
- 『アイドルマスター』の音楽CD (販売元: 日本コロムビア) が第54回日本レコード大賞 企画賞を受賞。
- プレイステーション・ポータブル用ソフト『AKB1/149 恋愛総選挙』が「Most pop singers featured in a video game (最も多くのポップシンガーがフィーチャーされたビデオゲーム)」としてギネス世界記録を樹立。



ワンピース 海賊無双
©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.



BANDAI NAMCO Studios



機動戦士ガンダム
バトルオペレーション
©創通・サンライズ



エコラベル(環境ラベル)

2013年

- 2月 『NARUTO-ナルト- ナルティメット』シリーズの全世界累計出荷数が1000万本を突破。
- 3月 ニンテンドー 3DS用ソフト『逃走中 史上最強のハンターたちからにげきれ!』の累計出荷本数が50万本を突破。
- 4月 バンダイナムコスタジオ、シンガポール、カナダ・バンクーバーの2拠点に海外子会社を設立。
『NARUTO-ナルト-疾風伝 ナルティメットストーム3』が全世界で累計出荷数120万本を突破。
- 6月 パックマン新作アニメ『PAC-MAN and the Ghostly Adventures』が北米を皮切りに放送開始。キャラクター商品をワールドワイドで展開。
- 8月 プレイステーション3用ソフト「ジョジョの奇妙な冒険 オールスターバトル」が発売を前に受注本数50万本突破。



逃走中 史上最強のハンターたちからにげきれ!
©FUJI TELEVISION
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.



PAC-MAN and the Ghostly Adventures

2014年

- 1月 第86回米国アカデミー賞 短編アニメーション部門 オムニバス映画『SHORT PEACE(ショート・ピース)』より森田修平監督作品『九十九(つくも)』がノミネート。
- 4月 企業ブランドの向上を目的にレーベルを「バンダイナムコゲームス」に統一。また、海外における「バンダイナムコ」ブランドの訴求と価値向上を目的に、社名に含まれる「NAMCO BANDAI」の表記を「BANDAI NAMCO」へ表記変更することに伴って、英文表記の社名を「BANDAI NAMCO Games Inc.」に変更。
- 8月 『NARUTO-ナルト- 疾風伝 ナルティメットストーム3』全世界で累計出荷数200万本を突破!
- 12月 スマートフォン向けゲームアプリケーション「ONE PIECEトレジャークルーズ」1,000万ダウンロード突破。



NARUTO-ナルト- 疾風伝 ナルティメットストーム3
©岸本斉史 スコット/集英社・テレビ東京・びえろ
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.



ONE PIECEトレジャークルーズ
©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

2015年

1月 中国における事業の拡大と強化を目的に、バンダイナムコ上海を設立。



4月 事業領域の拡大を目的に、社名を「株式会社バンダイナムコエンターテインメント」に変更
企業理念「アソビきれない毎日を。」策定。

アソビきれない毎日を。

バンダイ・ナムコ統合10周年を記念し、日本国内のクリエイターへ「パックマン」「ギャラクシアン」など17タイトルを開放する「カタログIPオープン化プロジェクト」を期間限定で開始。



パックマン30周年記念ロゴ

5月 5月22日 パックマン生誕35周年。映画「PIXELS」への登場のほか、シカゴに複合エンターテインメント施設「LEVEL257」をオープン、記念商品を発売するなど幅広く展開。

アーケード用ゲーム「スター・ウォーズ：バトルポッド」日本・欧米などで個人向け販売開始。豪華仕様1,200万円の「プレミアム・エディション」も発売。

9月 スマートフォン向けゲームアプリ「アイドルマスター シンデレラガールズ スターライトステージ」当社最速の配信開始1週間で400万ダウンロードを突破。



アイドルマスター シンデレラガールズ スターライトステージ

11月 スマートフォン向けゲームアプリ「ドラゴンボールZ ドッカンバトル」全世界で3,000万ダウンロードを突破。



ドラゴンボールZ ドッカンバトル
©バードスタジオ/集英社・フジテレビ・東映アニメーション
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

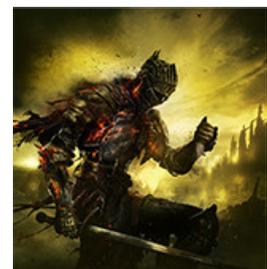
12月 アーケード用3D対戦格闘ゲーム「鉄拳7」で当社初の賞金制公式大会を実施。

2016年

- 2月 港区芝に本社を移転。
2015年2月発売の「ドラゴンボール ゼノバース」が全世界で300万本を突破。
- 4月 VRエンターテインメント研究施設「VR ZONE Project i Can」がダイバーシティ東京に10月10日までの期間限定でオープン。



- 5月 「ダークソウルⅢ」が、シリーズ最速でワールドワイド累計出荷本数300万本を突破。



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
©2011-2016 FromSoftware, Inc.

- 10月 PlayStation VR専用タイトル「サマーレッスン：宮本ひかりセブンデイズルーム」「アイドルマスター シンデレラガールズ ビューイングレボリューション」の2タイトルをローンチ発売。



協力：舞浜アンフィシアター

- 11月 「ドラゴンボールZ ドッカンバトル」全世界で1億ダウンロードを突破。
新たなターゲット層へ向けたパックマンの新ブランド「PAC-STORE(パックスストア)」ワールドワイド展開を発表。



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
collaborated with
ASOBISYSTEM, TWIN PLANET

2017年

- 1月 株式会社ナムコの創業者であり、当社の名誉相談役（株式会社バンダイナムコホールディングス最高顧問）の中村雅哉が1月22日(日)逝去（享年91歳）。
- 4月 アミューズメント機器のアフターサービス機能を分社し、バンダイナムコテクニカを設立。



BANDAI NAMCO Technica

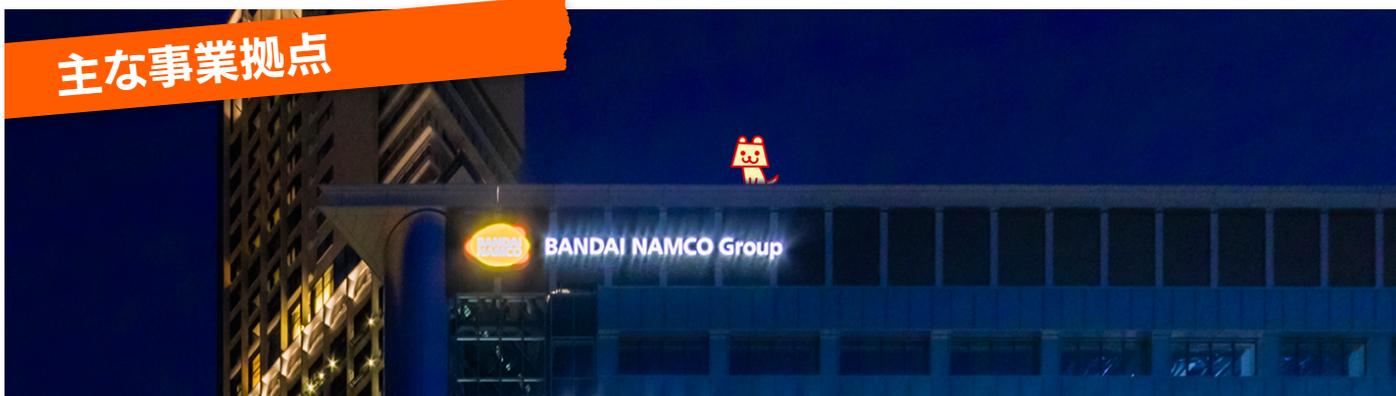
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.



2017年4月1日現在



主な事業拠点



本社

東京都港区芝5-37-8
バンダイナムコ未来研究所 〒108-0014

【アクセス】 ※所要時間は目安です。

鉄道

都営浅草線・三田線「三田」駅 A1出口より徒歩2分
JR山手線・京浜東北線「田町」駅 西口より徒歩5分



商品センター

神奈川県川崎市川崎区東扇島26-5 〒210-0869

CSRへの取り組み



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。特に「商品サービスの安全と衛生」「環境配慮」「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」「サプライチェーン管理」の4つを「CSR重点項目」と定め、グループ各社にて取り組んでいます。

商品・サービスの安全と衛生

バンダイナムコエンターテインメントは、実際にプレイされるお客様はもちろんのこと、「製造」から「廃棄」まで全ての製品サイクルにおいて、製品に関わる全ての人々の安全が確保されることが重要であると考え、開発・生産・販売・アフターサービス・環境対応等の包括的な安全基準を策定し、安全に配慮した製品開発を進めています。またVR（Virtual Reality）の技術を利用した製品も増えていることから、2016年にはVRに関する社内ガイドラインを定め、お客様が安全に楽しんで遊んでいただけるよう取り組んでいます。

経済産業省主催、2014年度『第8回製品安全対策優良企業表彰』では、「社内基準に準じた製品づくりと安全検証」、「サプライチェーン、そして顧客間での情報共有、情報提供の仕組み」、「社内向け展示会の開催等、関係者に対する啓発活動」といった点が評価され、「大企業製造事業者・輸入事業者部門」の『優良賞』をアミューズメント業界から初めて受賞いたしました。受賞に恥じめ様、これからもお客様に安全で安心して楽しんでいただける商品・サービスの提供に取り組んでいきます。



太鼓の達人 キミドリVer.
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.



バンダイナムコエンターテインメント が考える「製品安全」



製造から廃棄まで全てのサイクルにおいて、製品に関わる全ての人の安全が確保されていること



安全性検証 (Safety Review)



デバック作業 (表現上のチェック)



テスト設置 (実地検証)



アフターサービス



2014
製品安全対策優良企業



授賞式の様子



社内展示会
「製品安全と品質向上を考える展示会」

また製品安全活動の一環として小学生を対象とした製品安全出前授業も行っています。「何故製品には取扱説明書がついているのか?」「取扱説明書に従わないとどんな危険があるのか?」といったことをクイズ形式で楽しく学んだり、ボタン電池の誤飲を疑似的に再現、その危険性を理解する、といった実験等。

安全で安心なモノづくりはもちろんのこと、このような安全に関する啓発活動にも取り組んでいます。



製品安全出前授業の様子

環境配慮

バンダイナムコエンターテインメントでは、2005年に業界初となる「グリーン調達基準」を発行。以来、環境に配慮した製品づくりに取り組み続け、2012年1月には「環境配慮設計ガイドライン」を策定しました。このガイドラインは国内で販売する製品が対象となり、「化学物質管理」「省エネ」「省資源」「リサイクルし易さ」の4つの項目において一定基準を満たした製品は「エコアミューズメント」と認定され、製品にエコラベル※が貼付（2015年3月まで23機種が認定）。この取り組みは、従来当社が行ってきた環境配慮設計を、より一層推進していくものです。

〈エコアミューズメント認定製品〉



※バンダイナムコエンターテインメントのエコラベルは2014年環境省の環境ラベル等データベースに登録されました。

また環境活動の一環として「クールビズ」「ウォームビズ」を取り入れるとともに、日本最大級の環境展示会「エコプロダクツ2015」や、地域イベント「しながわECOフェスティバル2015」等の各種イベントに参加。これからもバンダイナムコエンターテインメントは安全性を徹底的に追及するとともに、環境負荷の小さい製品づくりに取り組んでいきます。



エコプロ2016

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

バンダイナムコエンターテインメントでは、ゲーム内における宗教や政治に関わる表現、過度の暴力や性的表現はもちろんのこと、社会的な大きな事故や事件があった際にも、お客様に悪影響や不快感を与えることのないよう、コンテンツの適切な表現管理に取り組んでいます。

展開している事業が幅広く、家庭用ゲームソフト、アミューズメントマシン、モバイルPCコンテンツ等、各事業固有の「基準」があるため、それぞれの基準と時勢を反映しながらチェック、運用を行っています。例えば、家庭用ゲームソフトでは、ゲームソフトの内容により対象年齢等を表示するコンピュータエンターテインメントレーティング機構（CERO）の「年齢別レーティング制度」に従い、審査により付与された年齢区分マークをパッケージに表示しています。このように適切な表現でお客様にお楽しみいただける商品開発を行っています。



年齢区分マークをパッケージに表示

またバンダイナムコエンターテインメントは、1996年にACCS※に入会し、2013年から日本全国各地で行われている著作権普及啓発イベントや犯罪キャンペーンに「どんちゃん」と一緒に参加しています。2016年の「青森ねぶた祭」では、著作権普及啓発キャンペーン活動の一環として、『太鼓の達人』どんちゃんが本格ねぶたで登場しました。

※ACCS：一般社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会



エンターテインメント体験を通じた社会貢献

アソビモット project

“世の中にアソビをもっと広げていきたい”という思いのもと、2016年にアソビモット projectを実施。様々なエリアでエンターテインメントを皆さんに体験いただきました。2016年7月には、近隣の港区の慶応仲通り商店街の飲食店と連携し、太鼓の達人のどんちゃんのなぞなぞ企画“芝三田なぞなぞ”を展開。

12月には東京、2017年3月には大阪でパックマン人力車企画を実施。乗っている人はもちろん、それは見た人も笑顔になるような体験をお届けすべく、東京の観光スポット浅草、大阪の観光スポット通天閣の2か所でパックマン人力車企画を行い、観光客の皆さんを中心にお楽しみいただきました。



» アソビモット projectの詳細はこちら：<http://asobi.bandainamcoent.co.jp>

子ども霞が関見学デー

霞が関の府庁省が連携して、子どもたちが広く社会を知り、府庁省の施策に対する理解を深めてもらうための子ども霞が関見学デー。バンダイナムコエンターテインメントは、「情報通信技術総合戦略室（IT室）」へブース出展し、「カタログIPオープン化プロジェクト」の一環としてリリースしている、パックマンに登場するゴーストを自分で作り実際に遊べる「ゴーストメーカー」を展開し、当社への接点を持っていただくとともに、ITやエレクトロニクスの可能性を感じていただくイベントとなりました。

サプライチェーン管理

製品品質の維持向上のためにはサプライチェーンの適切な管理が重要と考え、バンダイナムコエンターテインメントでは2007年から有害化学物質混入のリスクを排除することを目的に、国内外のお取引様における化学物質管理体制を確認する『グリーン審査』を実施。現在は化学物質管理だけでなく、品質の維持向上を目的とした品質管理体制の確認、海外生産工場における適正な労働環境の維持を目的とした労働環境の確認等、様々な視点からお取引先様の管理体制を確認する「BNEサプライヤ監査」を実施しています。



『グリーン審査』の様子



『COC監査』の様子

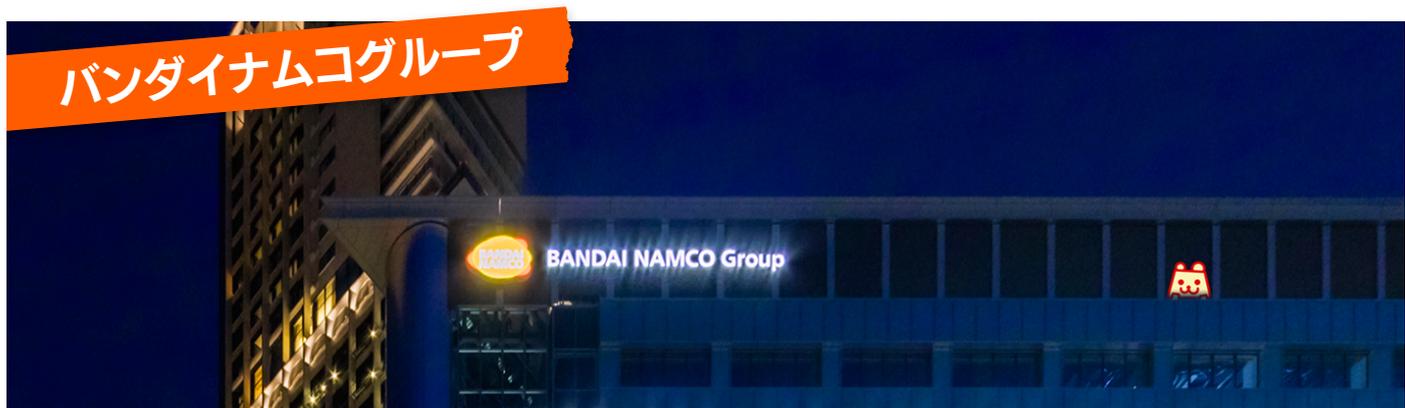
また、国内外のお取引先様との情報共有を目的に、グリーン調達に関するサプライヤ説明会を日本、中国で実施。その他2009年に開設されたお取引先様専用サイトでは自社基準や法規制等の最新情報等の効率的な情報を発信しています。これからもバンダイナムコエンターテインメントはお取引先様と一体になって品質向上に取り組んでいきます。



国内外(日本・中国)でのサプライヤ説明会



バンダイナムコエンターテインメント
品質保証部HP「お取引先様専用サイト」



バンダイナムコグループ

バンダイナムコグループの体制

バンダイナムコグループ組織体制

バンダイナムコグループは、事業ドメインごとに、3つの戦略ビジネスユニット（SBU）と、それらを主にサポートする役割をもつ関連事業会社で構成されています。

バンダイナムコエンターテインメントは、「ネットワークエンターテインメントSBU」の主幹会社として、全世界のネットワークコンテンツ、ゲーム、施設事業を主導するミッションを担い、事業戦略の立案、推進を行っています。

