楽しみながら、楽しい未来へ。
The BANDAI NAMCO Lifestyle Project

株式会社バンダイナムコホールディングス

株式会社バンダイ　株式会社ナムコ　株式会社バンダイナムコゲームス

代 表 者：代表取締役社長　石川 祝男
所 在 地：東京都品川区東品川４−５−15
設　　立：平成 17 年９月 29 日
従業員数：258 人（平成 24 年４月現在）
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
U R L：http://www.bandainamco.co.jp/

実施目的　一人ひとりの社員が仕事だけでなく、自身のプライベートを充実させることにより、企業・社員双方の成長を促し、ひいては世界中の人々に夢と感動を与えることのできるグループを目指す。

２年間の取組　実施期間：平成 23 年４月１日〜平成 25 年３月 31 日

	23 年度	24 年度
業務の見直し	社員満足度調査	
	会議の効率化（ファシリテーション研修実施、備品・ルール整備）	議事録作成システム導入
	ネットワークの活用による業務効率化（IT ツール導入）	IT と融合した新電話システム導入
労働時間縮減	管理職の意識改革（生産性アップ研修実施）	
	社員一人ひとりの働き方を改善（タイムマネジメント研修）	
	労働時間の短縮化（メルマガ等による効率的な働き方の事例紹介）	
多様な働き方実現	関連制度見直し及び導入事業	
	女性社員の意識調査及び働き方の実態調査	
子育て等両立支援	関連制度見直し及び導入事業	
	キッズルーム開設（冬休み）	キッズルーム開設（春・夏・冬休み）
社会貢献	大学での授業実施	
その他	カルチャースクール開設準備	カルチャースクール開設
プロジェクト推進	プロジェクト推進にかかる管理運営（「WLB 推進デー」制定等）	
	社内制度および活動告知事業	WLB セミナー開催

目標
① 所定外労働時間の縮減（平成 24 年度までに平成 21 年度対比で５%の縮減）
② 男性社員育児休業取得人数の増加（平成 24 年度までの２年間で５人以上取得）
③ 女性社員の育児休業取得後の復帰率向上（平成 24 年度までに90%以上復帰）

主な効果

▶**独自システム「ダンドリさん」などによる会議の効率化**
1「ダンドリさん」（運用３か月で半数の部門が使用）
2 ファシリテーション研修
3 ポスターによる会議ルールの周知　を実施。
これらの取組により、参加者数の適正化等を促進。「会議が時間通りに終わるようになった」との反響があり、時間管理の意識が高まった。

▶**両立支援策のキッズルーム：「また利用したい」90%**
社員の子ども（小学生）を社内の専用ルームで一時預かりする。
アンケート「利用しやすかった」100%、「また利用したい」90%

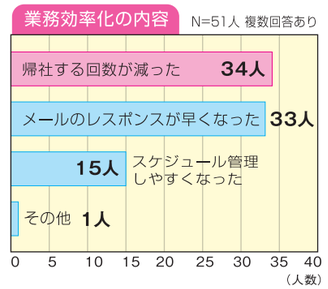
▶**ネットワークの活用で業務効率化**
携帯電話やスマートフォンでメール・スケジュールを管理するシステムを導入。運用３か月で 50%が利用し、自席以外で仕事をする割合が多い社員ほど利用率が高く、帰社回数が減った等「業務が効率化した」と67%が回答。
（H24 年実施・バンダイでの利用者アンケートより）

▶**社内制度の利用促進とワークライフバランス（WLB）に関する意識の向上**
セミナーの開催やメルマガ、ポータルサイトによる情報発信でＷＬＢに関する意識が向上。社内制度の認知度が上がり利用が促進された。
男性社員育児休業取得者…H23 年（２人）➡H24 年上半期（６人）

▶**女性の育児休業後の復帰率が向上**　育児休業後 90%以上が復帰

ITツール「Exlook」の効果

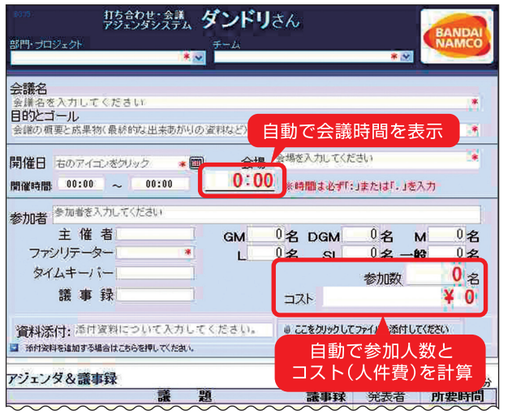
自席以外での仕事が多い社員のうち 59%が利用
▼
業務が効率化した 67%



（H24 年実施・バンダイでの利用者アンケートより）

代表的な取組①

この会議はいくら？「ダンドリさん」で効率化



アジェンダシステム「ダンドリさん」

子どもを持つファミリー層が主なターゲットであるエンターテインメント企業として、バンダイナムコホールディングスは、東京モデル事業の「少子化打破」という目的に共感した。業界として今後の生き残りをかけた重要なテーマでもある。東京モデル事業を担当する人事部の林徳文ゼネラルマネージャー（GM）は「これまでも子育てしやすい環境づくり等ワークライフバランス（WLB）に関する制度は整えてきましたが、東京モデル事業はさらにWLBを加速度的に推進させるチャンスだと捉え、当社が先頭に立って取り組むべきだと考えました」と語る。

2年にわたって取り組んだテーマの1つが「会議の効率化」だ。以前から会議について「時間が長い」「結論がなかなか出ない」「参加者が多い」など改善を求める声は多かった。無駄な会議が増えれば、当然長時間労働の要因になる。

ユニークな施策のひとつにアジェンダシステム「ダンドリさん」がある。同グループが独自に企画し社員がプログラムを組んだ。日本有数の人気ゲーム会社を擁する同グループらしい取組だ。システムには会議のアジェンダ（議題）・参加者・時間等の入力項目があるが、特徴的なのは「その会議がいくらかかっているか」を試算できることだ。参加者を入力すると、各職の時給に基づき全参加者の人件費が算出される。「この会議は1時間で○○万円かかっている」という明示はインパクトが強く、意識付けには最適だ。「ひと言も発言せず、座っているだけの〝一応出席者〟を減らすのに効果的だと考えました」と林GMは言う。

「ダンドリさん」は今年4月から運用を開始。現在半数ほどの部門で使用され、会議の効率化につながっているという。一方で「以前から使用している会議シートが使い慣れているから」などの理由でまだ使っていない部署もある。人事部東京モデル事業推進担当の平田順子氏は「今後も繰り返し、使い方やメリットを告知する等して普及させていきたい」と積極的だ。

林 徳文 ゼネラルマネージャー（人事部）　平田 順子 氏　小関 尚紀 リーダー（人事部 東京モデル事業推進担当）

さらに、会議の進行をスムーズにするためのファシリテーション研修も実施した。外部講師を招き、午前に講義3時間・午後に演習3時間とみっちり行われた。参加者からは「体系的に学ぶ機会がなく経験に頼ってやってきたが、研修をとおして具体的な会議の進め方が分かった」「実践で活かしたい」など好評で、実際の会議においても「事前に各発表者の時間配分表を作成し参加者全員と共有したことで、会議が時間通りに終わるようになった」（受講者アンケートより）といった効果が見られた。

こうした効果の背景には、会議ルールの周知徹底を図る取組もあった。「打ち合わせの鍵」と名付けたポスターを各会議室に掲示し「目的は1つに絞る。ゴールは何ですか？タイムキーパーは誰？」などと呼び掛けている。「取引先の中には自社の参考にしたいと写真を撮っていかれるケースもあります」と林GM。会議の効率化はどの企業でも共通課題のようだ。

「打ち合わせの鍵」ポスター

ファシリテーション研修（24 年 10 月）

代表的な取組②

キッズルーム「また利用したい」90%

キッズルームは子育て等両立支援策の一環として試行的に、社員の小学生の子どもを対象に冬・春休み期間に各5日間、夏休みには10日間実施した。社内に専用ルームを設け8時半から18時半まで2人のベビーシッターが運営をサポートし、学習や英会話、公園遊び等を行う。定員は1日最大8名までとした。

夏休みの運営を担当した人事部の吉田りえ氏は「私にも3歳の男児がいます。安心・安全な環境のもと子どもを預けたいのは誰もが同じ」と言い、冬・春休みの利用経験者からヒアリングを行って日程やプログラム、課題への対策を検討し、説明会を実施した。

最も大切なことは健康管理で、事前に問診票を提出してもらった。「特に持病やアレルギー等の確認は重要です。自分が持参したお菓子を他の子どもに分けたりすることもあるので注意を払いました」（吉田氏）。夏は熱中症対策や帽子の常備等気を配った。吉田氏は保育園の連絡体制を参考に、利用者（社員）と現場、総務部等関係者との連携を強化、

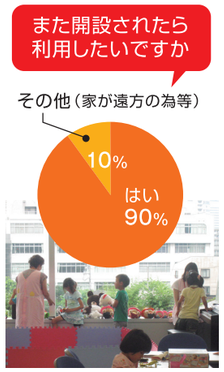
夏休み期間：2012/7/23～27、8/20～24（全10日間）

吉田 りえ 氏（人事部）

緊急時の対応を万全に整えるとともに、日常の状況把握のためベビーシッターと利用者の間に連絡帳も作成した。

利用者アンケートでは全員が「利用しやすかった」と答え、「また利用したい」という回答は90%にのぼった。「震災以降は子どもと離れた場所にいるのが不安だったが、キッズルームに預けている間はそばにいる安心感があった」など喜びの声が届いた。吉田氏は「利用者からのありがとうの言葉や笑顔は嬉しかったし、やりがいがあった。今後も続けていければと思う」と語る。

また、未婚の社員から「自分もいずれ利用したい」という声があるといい、同社における子育て等両立支援の象徴ともなっているようだ。



キッズルームでの英語学習

社員のひと言

キッズルームに2回参加

（株）バンダイナムコゲームス　事業支援部
大馬 貴子 氏（長男9歳）

キッズルームの開設を初めて聞いたとき「こんなことができるんだ」とビックリしました。息子に聞くと行きたいと言うので申し込みました。初めて利用したときは、女の子が多く年齢もバラバラだったので、馴染めるかが心配だったのですが、ボール遊び等、体を動かしたい男の子にも満足できるプログラムで、本人はとても喜んでいました。以来、2回連続で利用しており、次回も参加したいと言っています。私は子供がすぐ近くにいて、緊急時にも駆け付けられるという安心感がとても大きかったです。また子供と通勤や昼食ができ、一緒にいる時間がいつもより確保できたので嬉しかったです。

代表的な取組③

楽しみながらWLBセミナー

今年9月のWLB推進セミナーは、同グループとしては初の試みで、講演会と料理教室の2部構成で行った。講師は会社成長の立役者として注目を浴び、「ウーマンオブザイヤー2010（主催：日経BP社）」を受賞した元クックパッド（株）執行役の小竹貴子氏。「人気サイトに育てる秘訣」や「育児と仕事を両立する工夫」をテーマに行われ、約80名が参加した。

企画にあたって、担当した人事部の村松通子氏は「楽しみながらWLBを考える場にしたいと思ったので、テーマは、多くの社員の関心が高い〝ヒットの秘密〟に関する話を入り口とし、講師は、効率化や時短につながる商品やサービスのヒットを生んだ方にお願いしました。仕事と私生活のバランスの取り方について講演いただき、参加した社員にも大変好評でした」と言う。

料理教室に参加した社員 12 名（24 年 10 月）

セミナー参加者は6～7割が女性で、ある女性社員はアンケートで次のように綴った。

> 昨年結婚し、年明けに子どもが生まれます。仕事とプライベートを両立できるか悩んでいましたが、講演会で「WLBは長いスパンで考える」という話を聴き、とても勇気が持てました。仕事に対する情熱はやはり捨てきれません。また一生懸命働ける時期がきたら仕事を頑張りたいと思います。

▶15分でつくろう！アボカド・サーモンを使ったちらしずし

村松 通子 氏
（人事部）

また、料理教室は都内のキッチンスタジオを借りて開催され、15分で手早く作れるちらしずし等時短料理が紹介された。男性社員や普段あまり料理をする機会がない社員も参加し、和気あいあいとした2時間を過ごした。効率のよい時間の使い方や健康管理について考えるきっかけになったようだ。

代表的な取組④

ネットワークの活用で業務効率化

業務の効率化を図るため同グループがIT化を進める要因は主に2つある。1つは、社員が自席以外で仕事をする時間が長くなったことだ。都内各所にある拠点を移動しながら進める業務が増え、社員の離席時間が長くなった。離席中は電話の取り次ぎやスケジュール調整等が煩雑になる。少しの手間だが重なると多大な時間と労力のロスだ。

2つ目は「とりあえず帰社」による時間外労働が多かったことである。外出先から自宅に直帰できない理由の多くは、メール処理や承認・決裁等会社でのパソコン作業があるためだ。

これらの問題解決にむけ、同グループでは主に3つの取組を進めている。

(1) EXIOOK…携帯電話やスマートフォンでメールやスケジュールを管理するシステム。私物でも使用可能。スケジュールは社員相互に確認でき、外出中も打ち合わせ等の予定が調整可能。
(2) 仮想デスクトップ…iPadを利用し、管理職の承認・決裁作業が可能。
(3) ITと融合した電話システム…現在各社が別々の電話システムを使用し、内線がバラバラで非効率なため、まずグループ内で内線網を統一。さらに各社員の在席状況をWEB上で確認できるシステムを計画（通話中・離席中等を表示）。東京モデル事業終了後も継続して取り組む。

情報システム部の暉（とる）由紀デピュティゼネラルマネージャー（DGM）は「ずっとやりたくて温めてきた企画。在宅勤務の拡大等10年後の働き方を予測しながら取り組みたい」と語る。これまで出来なかった理由のひとつは、グループ各社の投資時期のズレがあって足並みが揃わなかったことだ。しかし統合から約7年が経過し、さらに東京モデル事業に選定されたことが後押しとなって実現できる運びとなった。

暉 由紀 DGM
（情報システム部）

暉DGMは自身にも近年働き方の意識に変化があったそうだ。「以前は夜の打ち合わせも頻繁でしたが、出産を契機に必然的に働き方を見直しました。子育てをすると夫が早く帰宅してくれることの重要さを実感し、自然と男性社員も早く帰宅させてあげたいと思うようになりました」と語る。

EXIOOKの利用状況は、実施から3か月で50%、予想より早いペースで普及しているという。自席以外で仕事をする割合が多い社員ほど利用率が高く、67%が「業務が効率化した」と答えた。その内容は「帰社回数が減った」「メールの返信が早くなった」など（平成24年実施・バンダイでの利用者アンケートより）。今後の普及について、暉DGMは「鍵はチームリーダーへの浸透。EXIOOKは会議のスケジューリング等に便利ですが、全員が使わないと効果が薄い。リーダーが便利さを実感すればチームに広がり、ひいてはグループ全体に普及できる。より良い使い方の提案や利用メリットを数値化する等、理解の促進を今後も図っていきたい」と言う。

社員のひと言

Exlookを利用しています

（株）バンダイ キャンディ事業部
柳生 昇利 マネージャー

私のチームは菓子の企画開発をしていますが、製造工場が北関東や関西等、遠方にあるので Exlook は非常に助かっています。工場への長い移動や、試作品の作り直しで待つ時間等、隙間時間が発生します。以前はそうした隙間時間がロスになっていました。今はExlookで隙間時間にメール返信や、パッケージデザインの修正指示等もでき、効率が格段に良くなっています。またスタッフ全員のスケジュールも調整でき、チーム作業がスピードアップ。残務処理のためだけに帰社せずに済むため自宅への直帰も可能に。市場調査やアイデアを考えるための時間ができ、心にゆとりもできました。

総括と展望

流行イベントも情報発信 働き方改革の意識が向上

新しい発想や取組を柔軟に受け入れる土壌がある同グループでは、働き方改革に関する事業が比較的順調に進んだという。

労働時間縮減にむけては既に3年前から画期的な評価制度を導入していた。「少ない残業で結果を出す社員は評価すべき」（林GM）。バンダイでは各自が年間目標を申告し、達成状況に応じて評価を行っている。これらの施策で、月平均の残業時間が10%以上縮減できたという。一方で林GMは、本来働き方に関する意識改革こそ重要だと常に考えていた。

啓発活動を担当する平田氏は、東京モデル事業の推進にあたって、新しい切り口や若い世代にもピンとくる言葉で伝えるよう心掛けている。例えばノー残業デーに発信する社内メルマガでは業務後や週末に楽しめるイベント情報等を紹介している。「メルマガでは『早く帰ろう』といったお仕着せではなく、『早く帰ることでプライベートを楽しむ時間が増えた』と実感してもらえるような情報提供やメッセージを込めています。時には平日夜の『街コン』*情報も紹介します」（平田氏）。

まさに〝楽しみながらWLB〟である。情報を発信していくうちに、逆に社員からも「こんな楽しいイベントがありますよ」といった情報が提供されるようになった。

*街コン：街ぐるみで行われる大型のお見合いイベント

カルチャースクール：デッサン教室

林GMは当初を振り返り「グループ各社のカルチャーが違うし、WLB策を同じように進めるのはなかなか難しい。グループ全体で共有できる『少子化打破』という目的を掲げる東京モデルは魅力的だった」と語る。

キッズルームもその中で実現した取組のひとつ。「短期間の開設でも、年間を通じて専用ルームの確保が必要だが、福利厚生という観点で捉えると業務スペースを優先しがち。しかし働き方改革として取り組んだところ、利用した社員以外からも『このような取組は好感が持てる。ランチタイム時、社員食堂に子どもの姿があって和んだ』などの声もあがり好評だった。ぜひ今後も続けたい」（林GM）。

人事部が有志や従業員団体と連携したケースもある。例えばカルチャースクールだ。英会話やデッサン等、趣味や特技をもった社員が講師となり、他の社員にレクチャーするものだ。

WLB推進のコツについて「トップを巻き込む。しかしトップの威光は借りないこと」と林GMは言う。社員自らが働き方を考え実践することが重要だからだ。今後様々な取組についてヒアリング調査や残業時間との相関関係等を分析しながら、継続的に推進していきたいとしている。

人事部を中心とした東京モデル事業推進チーム

企業の代表より

（株）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 氏

バンダイナムコグループは、商品・サービスを通じ「夢・遊び・感動」を世界中の人々に提供することをミッションとし、社員がいきいきと働く「面白さで勝つ人材経営の企業グループ」を目指しています。エンターテインメント企業として、社員一人ひとりが豊かな個性や発想、感性を持ち続けることが大切であり、仕事だけでなくプライベートにおいても様々な人と触れあい、幅広い視野を持ち、充実した生活を送ることが不可欠であると考えます。

この度の「東京モデル」事業の選定をきっかけに、従来の制度や仕組みの整備、そして社員の働き方の改革について、加速度的に推進することができました。特に、「業務の見直し」、「仕事と育児等の両立」、「プライベートの充実」の三点について重点的に取組を進めています。業務の見直しでは、会議効率化を図るための研修や施策等を行ったことにより、従来に比べ効率的な会議運営の意識が高まる等の効果を挙げています。ITツールの効果的な活用、ITと融合した電話システムの導入等により、今後大幅な業務効率化を見込んでおります。仕事と育児等の両立においては、キッズルームの開設や、社員のプライベートの充実を目的としたグループ共通のノー残業デー制定やカルチャースクール開設等の施策を行い、ワークライフバランスに対する社員の意識も向上しています。

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、「Fun for the future！楽しみながら未来へ」を合言葉に、今後もエンターテインメントを通じ楽しい未来を創造するための取組を推進してまいります。