

任天堂CSRレポート2017

任天堂は、CSR活動を「任天堂に関わるすべての人を笑顔にする」活動と定義しています。
このレポートはCSR活動の要点を簡潔にまとめたダイジェスト版です。
CSR活動の詳細は任天堂ホームページをご覧ください。
『CSRレポート2017』へのご意見・ご感想はホームページからお寄せください。



報告対象組織

任天堂グループ(任天堂(株)および主要な子会社)を対象範囲としています。対象範囲が異なる場合は、個別に対象範囲を記載しています。なお、任天堂グループを示す場合は「任天堂」、任天堂株式会社を示す場合は「任天堂(株)」と表記しています。

報告対象期間

2016年度(2016年4月～2017年3月)を中心に掲載しています。一部、直近または2016年度以前の活動も含まれます。

報告書発行時期

2017年6月(次回発行予定:2018年6月)

会社概要

社 名
任天堂株式会社(英語名 Nintendo Co., Ltd.)

所 在 地
京都市南区上鳥羽鉾立町11番地1

創 業
1889(明治22)年9月

設 立
1947(昭和22)年11月

資 本 金
10,065百万円

連結売上高
489,095百万円(2017年3月期)

連結社員数
5,166人(2017年3月末時点)

事 業 内 容
家庭用レジャー機器の製造・販売



「任天堂に関わるすべての人を笑顔にする」ため 任天堂は変化を恐れず挑戦し続けます

大切にすべきものは守り、変えるべきものは伝統にとらわれずに変えていく――
任天堂は、「任天堂に関わるすべての人を笑顔にする」というCSR方針のもと、
常に新たな驚きを生み出すための挑戦を続けます。



任天堂株式会社 代表取締役社長

君島 達己

さらなる「驚き」と「笑顔」を届けるため、 ゲームの新たな可能性を追求していきます

任天堂はこれまで、「任天堂に関わるすべての人を笑顔にする」ために新鮮で楽しい「驚き」をお届けしてきました。今後もこの方針が変わりはなく、誰も経験したことのない新しい娯楽体験を世の中に提案していきたいと考えています。

2017年3月には、家庭用据置型ゲーム機でありながら持ち出して遊ぶことのできる「Nintendo Switch」を発売しました。任天堂のゲームを楽しんでいただいている皆様にこれまでになかったプレイスタイルとゲームコンテンツを提供しながら、ビデオゲームに触れたことのない方でもすぐに楽しめるアイデアを盛り込みました。たとえば、ゲーム機本体と同時発売の「1-2-Switch」というNintendo Switch専用ソフトでは、2人のプレイヤーがゲーム画面ではなくお互いの目と目を見つめ合って遊ぶことができます。相手が何を考えているのか表情や仕草から読み取り、そこから新たなコミュニケーションが生まれるという点は、もともと任天堂がつくってきた花札やトランプに通じるところがあり、今までとはまったく違うゲームでありながら、これまでと変わらない任天堂の強みを活かすことができたと考えています。

新たな驚きを生み出す努力はNintendo Switchだけではなく、ニンテンドー3DS向けソフトやスマートデバイス向けアプリに対しても継続的に行っています。また、任天堂の基本戦略である「任天堂IP(知的財産)に触れる人口を拡大する」施策の一環として、ゲーム開発以外の分野でも他社様とさまざまなコラボレーションを行うことにより、笑顔の輪を広げていきます。

関わる人と一緒に考え、 推進していくCSR

任天堂は「任天堂に関わるすべての人を笑顔にする」ため、あらゆるステークホルダーへの配慮に、おもてなしの精神をもって取り組んでいます。

たとえばお子さまのゲームプレイ状況を、Nintendo Switchと連動してスマートデバイスから簡単にみまもることができる無料アプリ「Nintendo みまもり Switch」を開発しました。お子さまの年齢に応じてソフトの機能やSNSへの投稿などを簡単に制限できるだけでなく、お子さまと約束した時間がくればアラームでお知らせする機能や、お子さまがどんなゲームをプレイしたかが一目でわかるレポート機能など、保護者の方とお子さまと一緒に考えてゲームをお楽しみいただくためのアプリとなっています。

また、Nintendo Switchでは低消費電力を実現しながらもパフォーマンスを高くする「ハイパフォーマンス・ローパワー」にもこだわり、性能を技術的に向上させる一方で、地球環境にできるだけ負荷をかけないようにしました。環境配慮という意味では、商品の梱包方法の見直しや取り扱い方法をオンラインユーザーサポートサイトで説明するなどの改善を重ねることにより、資源の節約にも努めています。

任天堂では、高品質で安全な製品を世の中に送り出すため、生産パートナーと密に連携しながら、CSR調達をCSRにおける重点項目のひとつと位置づけ、2007年度から取り組みを継続しています。現地に赴き、状況や課題を見極めつつ、生産パートナーと相談しながらお互いの強みを向上させるために何が必要かを一緒に考えることが、今回の製品づくりにも良い結果をもたらしていると信じています。

そして、新しい発想、イノベーションを生み出すためには、多様性のある職場において一緒に考えることが非常に重要な要素だと考えています。もちろん、多様性といっても国や地域によって状況や課題となっていることが異なりますので、任天堂では、それぞれの地域の責任者が正しく課題を理解し、主体的に取り組むことを基本的な方針としており、常に最適な解決策を見つけて出せるよう努力しています。

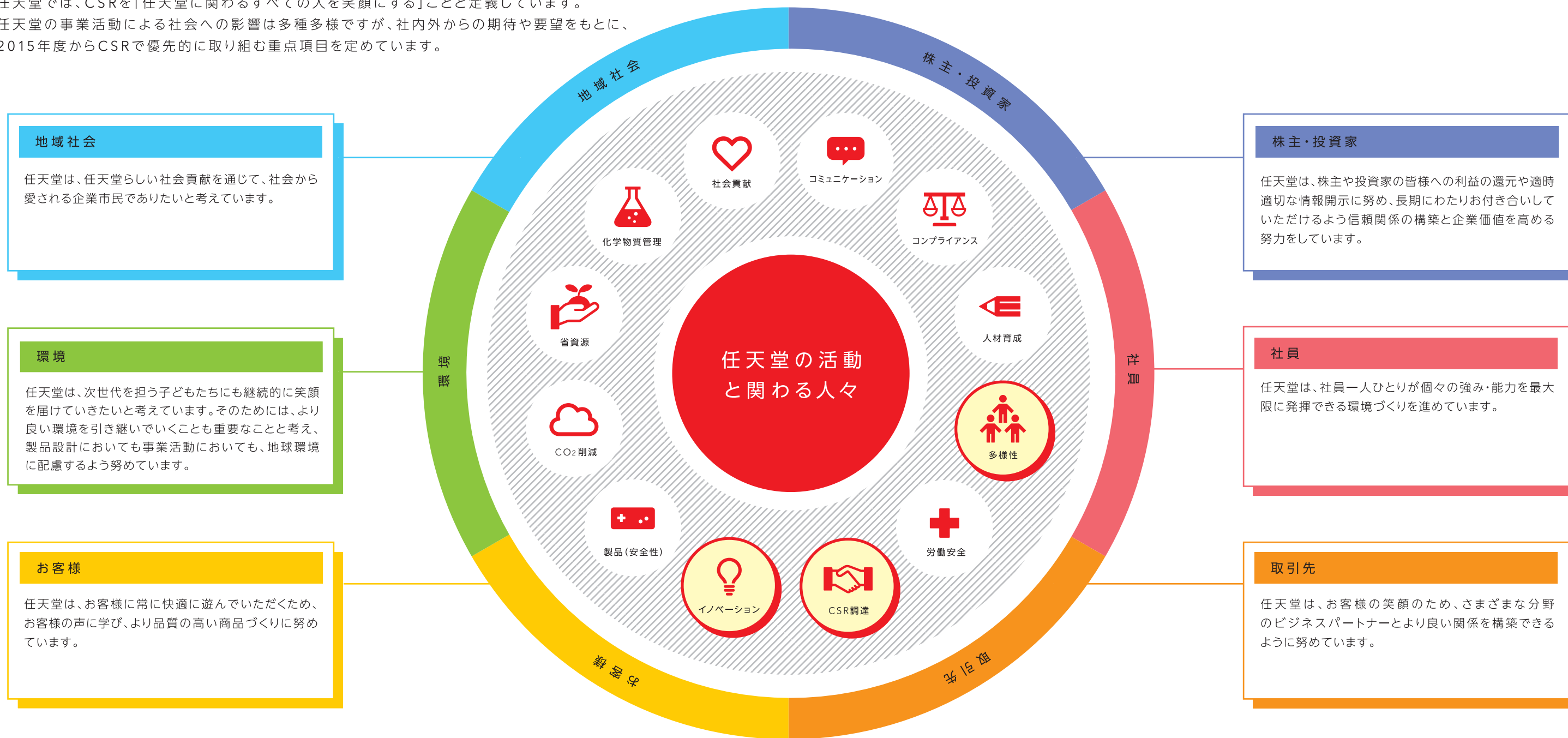
価値創造の源泉は、 社員一人ひとりに宿る「任天堂DNA」

競争や変化が激しいゲーム業界において、任天堂の価値創造の源泉は社員一人ひとりが培ってきた「独創性」「柔軟性」「誠実さ」という3つの「任天堂DNA」です。任天堂がこれまでにない娯楽を提案し続けるには、「任天堂DNA」に基づく強みを活かしていくことが不可欠だと考えています。そのためには、失敗を恐れずにチャレンジする人を応援し、自主性を持って業務を遂行してもらうなどの攻めの体制も必要です。Nintendo Switchについても、これまでソフトの開発を担当していた社員をハード開発責任者に抜擢するなど、過去の新ハード開発時とは異なる社内体制をとりました。新しいものを生み出すためにそうすることが必要だと判断したときには、前例にこだわらない社内施策を実行することも大切だと考えています。

「任天堂DNA」を宿した社員が挑戦し続けられる体制の構築を常に意識しながら、これからも新たな娯楽の可能性を追求していきます。

任天堂に関わるすべての人を笑顔にする

任天堂では、CSRを「任天堂に関わるすべての人を笑顔にする」と定義しています。
 任天堂の事業活動による社会への影響は多種多様ですが、社内外からの期待や要望をもとに、
 2015年度からCSRで優先的に取り組む重点項目を定めています。



地域社会

任天堂は、任天堂らしい社会貢献を通じて、社会から愛される企業市民でありたいと考えています。

株主・投資家

任天堂は、株主や投資家の皆様への利益の還元や適時適切な情報開示に努め、長期にわたりお付き合いしていただけるよう信頼関係の構築と企業価値を高める努力をしています。

環境

任天堂は、次世代を担う子どもたちにも継続的に笑顔を届けていきたいと考えています。そのためには、より良い環境を引き継いでいくことも重要なことと考え、製品設計においても事業活動においても、地球環境に配慮するよう努めています。

社員

任天堂は、社員一人ひとりが個々の強み・能力を最大限に発揮できる環境づくりを進めています。

お客様

任天堂は、お客様に常に快適に遊んでいただくため、お客様の声に学び、より品質の高い商品づくりに努めています。

取引先

任天堂は、お客様の笑顔のため、さまざまな分野のビジネスパートナーとより良い関係を構築できるように努めています。

CSR 重点項目

CSRマネジメント

PDCAサイクルに基づいて自分たちの取り組みを定期的に見直し、将来起こりうる課題に早くから気づき、対応できる組織を目指します。同時に、関わるすべての人に任天堂の想いを理解していただけるよう努めます。また、社会が任天堂に期待することをしっかりと受け止めます。

イノベーション **ゲームの新たな可能性の追求**

ゲームを通じて新しいコミュニケーションが生まれるといった、ゲームが社会に対して与えられる良い影響を、商品を通じて感じていただきたいと考えています。任天堂の商品と接することで笑顔が増えた、生活が充実したというお客様を一人でも増やしたいと思っています。

CSR調達 **生産パートナーとともに進めるCSR調達**

サプライチェーン全体でCSR活動を進めていくことは、生産現場で働く人の労働環境が向上するだけでなく、高品質な製品の生産につながり、最終的にお客様の笑顔につながっていきます。相互理解とコミュニケーションを重視し、生産パートナーと協働していきます。

多様性 **多様性のある職場の実現**

任天堂には、さまざまな個性を持つ社員が集い、関わる人を笑顔にするために働いています。任天堂の競争力の源泉である社員が働きやすい環境を整えていくとともに、グローバル企業として適切な人権意識を確立していくことが大切だと考えています。



Nintendo Switchが提案する新しい娯楽体験

任天堂はテレビゲームのプレイスタイルを多様化させる新型ゲーム機「Nintendo Switch™」を開発しました。気の向くまま、テレビモニターの前を離れてどこにでも本体を持ち出して遊ぶことができ、一人でも大勢でも誰とでもお楽しみいただける、かつてない娯楽体験を世界中の皆様にご提供することで、これまであまりゲームに触れてこなかった方でも一緒に笑顔になれる、そんな光景が数多く見られるよう願っています。



3つのプレイモードを持つハード

Nintendo Switchでは、TVモード、テーブルモード、携帯モードの3つのプレイモードをシーンに合わせて選択することができ、カタチを変えていつでも、どこでも、誰とでも、楽しむことができます。TVモードで大画面テレビにつないでお子さまから大人までみんなで一緒に盛り上がり、テーブルモードでテレビのない場所でも画面をシェアして遊んだり、携帯モードで手ごたえのあるゲームをいつでもどこでも楽しめるようになりました。

TVモード



テーブルモード



携帯モード



気軽に「おすそわけ」できる2つのコントローラー

Nintendo Switchには、左右一対のコントローラー「Joy-Con™ (ジョイコン)」が付いています。コントローラーを取り外せばそれぞれが独立したコントローラーになります。片方のJoy-Conを相手に手渡して「おすそわけ」することで、どこでも対戦や協力プレイを始めることができます。それにより、ゲームをプレイしてきた人はもちろん、これまでゲームをあまりプレイしたことがない人も誘いやすく、みんなでわいわい楽しんでいただけます。



見つめ合うことで楽しむ新しいコミュニケーション

Nintendo Switchには、これまで任天堂が調査・研究してきた新しい機能が活かされています。「HD振動*1」では、たとえばグラスに見立てたJoy-Conを動かすと、まるでグラスの中で氷がぶつかるようなリアルな「触感」が体験できるようになりました。「モーションIRカメラ*2」では、ものの形や動きを読み取ることができるようになりました。そういった機能を詰め込むことで、Joy-Conだけで表現できる幅が広がり、画面を見ずにゲームを遊ぶことが可能になったのです。その一例が、見つめ合って楽しむことができる新しいゲームソフト『1-2-Switch (ワン・ツー・スイッチ)』です。ソフトに入っている「カウントボール」や「金庫破り」は、「HD振動」の機能を使い、Joy-Conを通じて手に伝わる感覚だけを頼りにボールの数を数えたり、金庫のダイヤルに見立てたJoy-Conをゆっくりと回して引っかかるところを見つけたりして遊びます。また「モーションIRカメラ」は「大食いコンテスト」に使われており、口をパクパク動かしてどれだけ多くのサンドイッチを食べたかで勝敗が決まります。さまざまな研究を重ねてきた任天堂だからこそ、誰もが気軽に遊べて、それでいて新しい娯楽体験を生み出します。



*1 HD (高精細度) 振動とは、バリエーション豊かな振動表現を可能にする機能。

*2 モーションIR (赤外線) カメラとは、捉えた物の形や動き、距離の読み取りを可能にする機能。

任天堂株式会社 企画制作本部
Nintendo Switch 総合プロデューサー

小泉 歆晃

Yoshiaki Koizumi

任天堂株式会社 企画制作本部
Nintendo Switch 総合ディレクター

河本 浩一

Kouichi Kawamoto

「これまでにないもの」をつくることへの挑戦

任天堂はゲームの新たな可能性を追求するために、「過去からの取り組みと新しい技術を融合させたこれまでにないもの」をつくることに挑戦しています。Nintendo Switchの開発に関わった2人が、これまでになかったゲーム機の開発に込めた想いを語ります。

■Q1: 開発の経緯を教えてください。

小泉

あるとき、故・岩田前社長から、それまでソフトウェアを開発していた我々2人が呼ばれ、プラットフォーム立ち上げの責任者として「これまでにないものをつくってほしい」と言われたところから始まりました。そのときには、ただつくるだけでなく、プラットフォームの方向性や価値観、その開発体制、制作手法なども含めて、まずは自由にイメージしてほしいと言われました。

河本

その話を受けて、これまでのプラットフォームの良いところ、見直したほうが良いことは何かを深く議論しました。メンバーも部署を越えて若い人を集めました。また開発体制としても、とにかく実物を、なければ実物になるべく近いものを触って確かめるといった手法や、ごく少数でスピード感を持って判断する、という手法などを取り入れました。



■Q2: 大切にしたい想いは何ですか。

小泉

Nintendo Switchを開発するにあたって、「しっかりしたゲームが遊べる」「子どもに安心して渡せる」「みんなでわいわい遊べる」というコンセプトがありましたが、一番強い想いとして持っていたのは「みんなでわいわい遊べる」ということでした。

河本

最近、たとえばレストランなどで集まって座っていても、「みんな別々のことをしているなあ」「一緒に遊べば面白いのにもったいないなあ」と思い始めたことがきっかけです。任天堂は昔から、集まって一緒に楽しめるトランプなどの商品や遊びを提案してきましたので、今回のNintendo Switchでは、今までで一番、一緒に遊びやすいものを作りたいと思いました。



■Q3: ハードで実現した新たな機能は、どのようにして生み出されたのでしょうか。

河本

任天堂のハードウェア部門には、遊びかたの研究を行っているチームがあり、新しい遊びかたを考えてそれが実現できる技術を探したり、逆に技術から新しい遊びかたを考えたりしています。彼らが見つけた遊びかたや技術に触れ、驚きや面白さ、将来性があるか、コストは見合っているか、などを精査して、取捨選択をしました。

小泉

新しく取り入れた「HD振動」と「モーションIRカメラ」は、Nintendo Switchよりも前から研究していたものでした。発売時のソフトはもとより、これからのソフトでも開発者たちがいろんな使いかたを考え出してくれるはずで。今後、これらの技術がどのように活かされていくのか、とても楽しみです。

■Q4: 想いを実現するための秘策のようなものはあったのでしょうか。

小泉

いろんなアイデアを出している中で、2つのコントローラーを付けたり外したりする案が出たときに、「こうすれば、しっかりしたゲームが遊べるのはもちろんだけど、買ってきたままのセットで2人で遊べるようになるし、それを簡単に持ち運べるのでは?」とピンときたんです。

河本

最初から「おすそわけ」という言葉を使って、かなり強い想いで言っていましたよね。ただ、今までにないコントローラーなので、操作感や耐久性、コストなどで大きな不安がありましたし、持ちかたによって遊びかたが変わるといっても大事にしたかったので、ハードウェア部門のスタッフに相当難解なパズルをお願いしました。スタッフは非常に粘り強く工夫を重ね、ときには私たちと一緒に考えて、すべてを満たす形にしていってました。

小泉

この小さくて薄いコントローラーに、「おすそわけ」を含めて、すべての要素がよく入ったなと思います。粘り強さが秘策なのかもしれません。





■Q5:ハードウェア部門とソフトウェア部門はどのように想いを共有していったのでしょうか。

小泉

ハードウェア部門とソフトウェア部門は大半が同じ社屋で仕事をしています。なので、とにかくすぐに会って話ができ、すぐに触って確かめて意見を伝え合い、改善点を考えることができます。そういった意味でいうと、想いをひとつにしやすかったのではないのでしょうか。

河本

たとえば、ハードウェア部門が設計したコントローラーを3Dプリンターなどで作り、ゲームをつくるために常にコントローラーを触っているソフトウェア部門のスタッフが何度も確認して意見を言い、調整を重ねました。システムについても同様です。Nintendo Switchのすべてが密にやりとりできたから実現したと思っています。

■Q6:「みんなでわいわい遊べる」というコンセプトを実現できたソフトウェアはありますか。

小泉

そうですね。たとえば、『1-2-Switch』というソフトがあげられますね。このソフトは、まったくゲームを遊んだことのない人も周りで見て一瞬でルールがわかって、しかも見ているだけでも楽しくて、笑えます。「ガンマン」などは説明がなくても、西部劇を見たことがある人が多いので、一度その場面を見たら早撃ちだとわかってもらえます。「真剣白刃取り」というゲームがありますが、海外では「サムライレーニング」といった名前になっているんですけども、直感的に面白いと思ってもらえるのではないのでしょうか。

河本

開発中には、あの人があんなに動いているのは初めて見たとか、こんなにダンスできるんだとか、久しぶりに相手の目をじっくり見たとか、これまでのゲームでは聞かれないような感想が出ました。お客様のもとでも、たとえばお盆やお正月に帰省したときに、家族や親せき同士で遊んでもらって、同じように感じてもらえると思います。

■Q7:使いかたやシーンなどで配慮されたことは何ですか。

河本

Nintendo Switchは、お客様が安心してどこでもしっかりと遊べるゲーム機を目指しました。お客様に低温やけどなどをさせないために、ソフトウェアチームとハードウェアチームと一緒に、性能を考慮しながら排熱のための工夫を凝らしました。

小泉

また、コントローラーを挿す箇所のレールを金属にして、抜き差ししても劣化しづらいようにしました。劣化して、携帯モードで遊んでいるときにコントローラーが外れてしまったりは困りますよね。ただし、単に頑丈にすれば良いというわけではなく、「おすそわけ」して一緒に楽しく遊べる操作感でなければならないですし、持ち運びしやすい大きさやデザインにする必要もあります。コントローラーだけでなくさまざまな部分に配慮するため、試行錯誤を重ねました。



『1-2-Switch』とは

2017年3月3日に発売された、Nintendo Switch専用のソフトです。目と目を合わせて楽しめるバラエティー豊かなゲームが28種類収録されています。プレイしている人はもちろん、その様子を見ている周りの人も巻き込んで、誰もが一緒に楽しめるまったく新しいコンセプトのソフトです。



「ガンマン」



「真剣白刃取り」

大切にしたのは 「みんなでわいわい遊べる」という 強い想い



河本

環境に対しても、欧州のエコデザイン指令^{*}や各国の法律規制に準拠して設計すること、これまでどおり使用禁止物質は使わないこと、さらに紙の取扱説明書を商品に同梱しないことや、箱の中の紙の削減や小型化などで配慮しました。

小泉

コンセプトのひとつに「子どもに安心して渡せる」というものがあります。Nintendo Switchでもこれまで同様、「保護者による使用制限機能」を使い、ゲーム機側でゲームプレイや年齢に応じた機能制限の設定ができますが、遊んでいるゲーム機を取り上げて設定するのはお子さんにとっても親御さんにとってもお互いの負担になるだろうと考えていました。それだったら、親御さんが使い慣れているスマートデバイスから遠隔で設定できたほうが良いのではと考え、『Nintendo みまもり Switch™』をつくったんです。親御さんが一方的にお子さんのゲームプレイ時間を制限するのではなく、親子で話し合って決めてほしいという想いもありました。なので、基本的には「時間になりました」とお知らせが来るだけになっています。親御さんとお子さんと一緒にどう遊ぶかを考えてもらって、コミュニケーションをしてもらうことを想像し、「みまもり」という名前をつけました。

※エコデザイン指令(ErP指令)とは、省エネを促進するために環境に配慮した設計(エコデザイン)を行うことを義務づけたEUの規制。

■Q8:パートナーとのやりとりで工夫されたことはありますか。

小泉

社内外との情報共有をこれまでになく実施しました。メンバーに現地に飛んでもらって本体機器のプレゼンテーションをしてもらい、一緒に驚いてもらって。早い段階で、さまざまな意見や声を聞くことができました。そういった場で想いを共有し、仲間を積極的に増やすことにより、プロジェクトチームで一体感を持って進められました。

河本

小泉さんがソフトウェアのプロジェクトでやっていた手法なんですけど、関係者用のホームページをつくって写真つきで議論の内容や決まった理由を伝えました。写真や議論の内容などを掲載することで自分の仕事はどういったことにつながっているんだろうとか、なぜこの仕事が必要なのか、何が優先なのかを理解・納得しやすくなったと思います。



人と人をつなぐための 道具にしてほしい

■Q9:Nintendo Switchからどんな未来が生まれてほしいですか。

河本

コンセプトどおり、しっかりしたゲームが遊べるようにしましたので、これまでゲームを遊んでくださった人にまずはどっぷりと楽しんでほしいです。さらに、みんなでわいわい遊べるようにもしましたので、誘い誘われて新しいお客様にも届いて、多くの人に面白がってほしいですね。

小泉

誰でも知っているキーワードや経験を盛り込み、言葉で説明しなくてもわかる遊びを大切にしていこう姿勢は変えませんが、変わらないと思います。そのうえで、人との温度を感じながら、新しいつながりをつくって遊んでほしい。このNintendo Switchは世界一、人を誘いやすいゲームだと思っています。人と人をつなぐための道具にしてほしいですね。



対話と協働を重ね、お客様の笑顔につなげる



自社で工場を持たない「ファブレス型」の生産体制をとる任天堂にとって、国内外の生産パートナーの協力は不可欠です。生産パートナーと一緒にCSR調達に取り組むことは、高品質で安全な製品を生み出すことにつながり、お客様の笑顔にもつながっていくと考えます。

任天堂株式会社 購買管理部 部長

矢野 義雄

安定した品質の ものづくりをするために

任天堂では、生産パートナーとの相互理解の深化と信頼関係構築に主眼を置いた調達活動を進めています。その中でも特に労働環境、人権、危機管理に配慮することは、結果的に製品・部品の品質改善、リスクの低減、お互いの企業価値の向上や競争力の強化につながると考えています。

したがって、CSR調達においても直接的なコミュニケーションを重視し、実際に生産パートナーを訪問する実地調査を継続的に行っています。実地調査では、なぜ改善が必要なのかという背景や、任天堂のCSRに対する考えを直接伝えることでお互いの目指すべき方向性を共有し、それぞれの強みを活かしていくことを大切にしています。

CSR調達の着実な推進

2007年度から開始したCSR調達も今年度で10年を迎えました。この間、「任天堂CSR調達ガイドライン」の見直しや紛争鉱物^{*}に関する調査、第三者によるモニタリングなど、一歩ずつではありますが取り組みを進めてきました。2016年度は新製品をつくるにあたって新しい生産パートナーが増えました。新規生産パートナーに対しては、取引を開始するにあたって、現地へ赴き工場の様子を確認しています。また、その結果に応じてさらに踏み込んだ実地調査も行っています。

^{*} 紛争鉱物とは、コンゴ民主共和国および周辺諸国で採掘され、かつ人権侵害や環境破壊、非人道的な武力行為に関わる組織の資金源となっているスズ・タンタル・タングステン・金の4種の鉱物。

実態をよりの確に 把握するための改善

任天堂では、生産パートナーのCSRの取り組み状況をよりの確に把握するため、2016年度に大きく2つの点について改善を図りました。

ひとつは、これまで継続的にお取引のある会社に対して「取引先実態調査表」をお送りし、取り組み状況などを把握してきました。しかし、これまでの設問ではリスク評価を行うには十分とは言えなかったため、設問をより具体的に、項目を細分化しました。

もうひとつは、任天堂(株)の実地調査担当者の能力を高めることに注力しました。生産パートナーの現場やそこで働く人のことを知り、対話能力を高めることが実務担当者の能力と実地調査の質の向上につながると考えています。任天堂(株)では、実地調査担当者の認定制度を整備し、トレーニングを行うことで能力の向上を図っています。

主なトレーニング

- ・「任天堂CSR調達ガイドライン」をベースとした教育
- ・OJTでの実地調査経験
- ・第三者によるモニタリングを通しての学び など

CSR調達の流れ



生産パートナーへの 理解促進と協働

生産パートナーがその地域の慣習や法令に基づいた工場運営を行っている場合でも、それが国際的な観点で見たときには、必ずしも十分とはいえません。世界各国のさまざまな要求を意識したCSRの取り組みを行っていただくため、「任天堂CSR調達ガイドライン」をベースに対話を繰り返し、意識改善を図っています。

また、世間ではどういった問題が起きているのか、どのようなことが求められているのかを理解していただくため、参考情報として問題事例を生産パートナーと共有しています。

紛争鉱物への対応

紛争鉱物への対応は、OECD紛争鉱物デュー・ディリジェンス・ガイダンス^{*}を参考に、責任権限や調査手順を定めた「紛争鉱物調査ガイドライン」にもとづき調査を実施するとともに、調査体制の強化や調査方法の改善に取り組んでいます。その一環として、生産パートナーを訪問し、調査方法や課題についてヒアリングを実施しています。

^{*} OECD(経済協力開発機構)による、紛争地域および高リスク地域で採掘された鉱物のサプライチェーン・マネジメントに関する枠組みを提示するガイダンス。

事例紹介

実地調査を受けて

2016年秋、アンテナ製品を製造している当社の中国内生産委託先において、任天堂様に実地調査を行っていただきました。同生産委託先は設立10年と若い会社ながら、独自のCSR管理システムを構築し、その運用においても実績を積み重ねてまいりました。

今回、任天堂様による実地調査を受けるにあたり、当社の購買チームと現地の環境・CSR担当者も任天堂様と一緒に現場を巡回し、工員との対話を通じて、安全衛生・労務管理面で新たな気づきを得ることができました。特に任天堂様によるご指摘の対象範囲は作業場内だけでなくとどまらず、建物周辺の危険物の撤去や社員宿舎内の電気設備の配置にもおよびました。これらのご指摘により、一層の改善や対策を実施することができました。

任天堂様の掲げる「任天堂に関わるすべての人を笑顔にする」活動の意義を今回の実地調査を通じ、生産委託先の幹部と共有できたのは特に有意義なことでした。

すべての社員にとって安全で働きやすい職場環境をつくることで、社員の定着率が向上し、習熟度のさらなる向上が期待できます。今後も高品質な生産活動を実現するため、CSR活動を進めていきたいと考えています。

タイコ エレクトロニクス ジャパン合同会社
Data and Devices Japan Sales
Mobile & CE Sales Group
統括部長 (Senior Manager) 恵木 正明 様





多様性を認めはぐくみ、競争力の源泉とする

「任天堂に関わるすべての人を笑顔にする」ためのチャレンジには、多種多様な人材の力が欠かせません。多様な視点や考えを活かし、任天堂の競争力を高めることができるよう、取り組みを進めています。

女性活躍の推進に関する取り組み

任天堂(株)では、女性の活躍推進が会社の競争力を高めるひとつの重要な施策であると考えています。特に女性が少ないといわれるソフトウェア業界に属する特性を踏まえ、以前から注力してきた育児に関する制度を利用しやすくすることや復職支援などの取り組みの強化を行っています。たとえば、育児・介護休業法および男女雇用機会均等法が改正・施行されたことに伴い、子どもの看護のための休暇を半日単位で取得できるようにすることや、妊娠・出産、育児、介護に関するハラスメント行為を禁止するよう社内の規程を改訂しました。

また、昨年施行された「女性活躍推進法」に基づき、採用および契約社員からの正社員登用に占める女性割合を過去の5年間累計(約20%)に対し、2017年度からの5年間累計で5ポイントアップの25%にすることを決定し、目標達成に向けた取り組みを始めています。

第二現役世代の活躍の推進

任天堂(株)では、60歳以上を第二現役世代と考え、ライフスタイルに合わせて安心して働けるような人事制度を導入しました。具体的には介護や健康面の事情などに応じて時短勤務を選択できるようにしたり、介護休暇を最長10日間に延長、また任意の理由で取得可能な特別休暇を年間最大5日間まで取得できるようにしました。これからも任天堂(株)は、第二現役世代の長年培った経験と知識を活かすことができるよう、健康や家庭面などの事情に左右されず、働きかたのニーズや個々のスキル・能力に応じた活躍をサポートしていきます。

人権に対する意識の向上

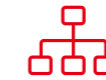
任天堂(株)では、人権に対する意識を向上するための取り組みとして、社員教育を重視しています。それぞれのテーマに合わせて、対象者、時期および方法を検討し、より効果的に理解を深めるよう施策を立てています。2016年4月からLGBT*に関する内容を含めた研修を新入社員向けに実施するなど、人権意識を高めるための取り組みを行っています。

また、欧州任天堂のあるドイツでは、人種、民族、性別、宗教、信念、障がい、年齢、性的指向を理由に差別を行わないことが現地の法律で定められています。そういった考えかたを徹底するための継続的な活動として、新規に入社する社員に向けて研修を行い、同じ職場で働く社員への理解を促しています。

これからも任天堂ではさまざまな個性を持った人材が能力を発揮できる職場を目指し、社員の人権意識の向上に取り組んでいきます。



* LGBTとは、女性同性愛者(Lesbian)、男性同性愛者(Gay)、両性愛者(Bisexual)、心と体の性の不一致(Transgender)の頭文字をとった総称。



目指す姿に向けて一歩ずつ歩みを進める

任天堂では、CSRを浸透させるために、グループ全体でCSR活動の推進を行っています。年度ごとに目標を設けPDCAサイクルを回すことにより、さらにレベルの高い活動の推進を図ります。

CSR推進中期計画に対する目標の策定

任天堂(株)では、2015年度に策定したCSR推進中期計画に基づき、「ゲームの新たな可能性の追求」「生産パートナーとともに進めるCSR調達」「多様性のある職場の実現」「CSRマネジメント」の4つの重点項目についての取り組むべき目標を3年ごとの3段階に分けて決めました。目標を達成するための具体的な取り組みは、年度ごとに目標を設け、PDCAサイクルを回して、より良い結果にするために改善をしていきます。2017年度はCSR推進中期計画のフェーズ1の最終年度として、これまでの実施状況や今後取り組むべき課題を整理し、次のフェーズを確実に実行していくことにつなげます。

海外の子会社とも半期に一度、重点項目に関するそれぞれの目標の進捗やお互いの取り組みの情報を共有しています。

CSR推進中期計画(年度)

PHASE 1 2015~2017

- ・CSRを社内に浸透させる
- ・重点項目を特定する
- ・特定した重点項目について、取り組みを決め実行する

PHASE 2 2018~2020

- ・重点項目の改善を継続する
- ・任天堂にとって強みのある分野で、取り組みレベルを向上させる

PHASE 3 2021~

- ・任天堂の強みを活かした取り組みで、社会からの期待に応え、笑顔を増やしていく

CSRの理解浸透活動

CSR活動を推進していくためには、何よりも実践者である社員一人ひとりがその重要性を理解する必要があります。任天堂(株)では、「知ってもらう」「理解を深めてもらう」「参加してもらう」を浸透活動の3本柱として、2016年度は主に社内広報誌を通じてCSRと任天堂の仕事のつながりを紹介するなど、CSRを「知ってもらう」ことに重点を置いた活動を進めました。今後は社内のセミナーなどでの「理解を深めてもらう」活動や、任天堂らしい社会貢献活動へ「参加してもらう」ことも徐々に増やしながら、社員のCSRに対する意識をさらに高めていきます。

任天堂オーストラリアでは、CSRの理解をより深めるために、CSR推進委員会が中心となりCSRのニュースレターを全社員向けに発行しています。ニュースレターは、2016年度には4回発行され、CSRの最新の取り組みを紹介しました。たとえば、任天堂オーストラリアの社員が自分の子どもを仕事場に呼び、それぞれの親がどのような仕事に携わっているのかを見てもらい、その様子をニュースレターで紹介しました。社員の子どもたちが訪問した際に描いた絵や写真を掲載することで、ニュースレターへの興味や関心を高め、より多くの社員に読んでもらうことでCSRのさらなる理解浸透へとつなげました。

