

*Growing Together with
Our Customers*



統合報告書
2022



まだないモノを アマダとつくる。

社会の想いをかなえ、新しい未来をともに創る。

アマダは創業以来、モノづくり企業として「創造」と「挑戦」を繰り返し、
金属加工にかかわるお客さまとともに発展してまいりました。

その歴史は、培ってきた大切な財産であり、私たちそのものでもあります。
これからもアマダは、お客さまの加工と社会の課題に目を向け、ともに解決し、
豊かな環境と幸せづくりに貢献してまいります。
社会の想いをかなえ、新しい未来をともに創る——。
それが私たちアマダの使命です。

***** 経営理念 *****

お客さまとともに発展する。

私たちは、この理念を創業時から現在にいたるまで、すべての事業活動の原点として共有しています。
お客さま視点に基づいた新たな価値の創造とその提供が、
お客さま・アマダグループ相互の信頼関係をより強固にし、双方発展の源泉になると考えます。

事業を通じた国際社会への貢献。

世界のお客さまの『モノづくり』に貢献することは、地域社会さらには国際社会の発展にもつながるものと認識し、
グループの経営資源を最適配置し世界の各市場で最高のソリューションを提供すべく事業活動を展開します。

創造と挑戦を実践する人づくり。

私たちは、常に現状をベストとせずさらに良い方法がないかを考え行動し、事業活動の改善・向上を図ります。
これは、アマダグループの人材育成の基本理念であり、その実践の積み上げがアマダ独自の企業風土を醸成していくものと考えます。

高い倫理観と公正性に基づいた健全な企業活動を行う。

アマダグループの経営および業務全般にわたって、透明性の確保と法令遵守の徹底を図り、
健全な企業活動の上で、より一層の企業価値向上を目指します。

人と地球環境を大切にする。

アマダグループにかかわるすべての人（株主、顧客、取引先、従業員、地域住民など）、
および地球環境を大切にし、人と地球にとって良い企業であり続けます。

CONTENTS

イントロダクション

- 01 アマダグループの経営理念
- 02 At a Glance
- 04 経営トップメッセージ

価値創造ストーリー

- 10 価値創造プロセス
- 12 お客さまの「変革」のための「挑戦」の歴史
- 14 アマダグループのビジネスの流れ
- 16 注力する事業領域
- 18 アマダグループの強み
- 20 お客さまとともにつくる社会的価値
- 22 財務・非財務ハイライト

事業戦略

- 24 長期ビジョン2030
- アマダグループのビジネス
- 28 板金事業
- 30 切削事業・研削盤事業
- 32 微細溶接事業
- 34 プレス自動化ソリューション事業

価値創造の基盤

- 36 サステナビリティに関する取り組み
- 環境
- 38 アマダグループの環境への取り組み
- 40 TCFD提言に基づく気候変動関連の情報開示
- 社会
- 44 人材の能力開発と育成
- 46 ダイバーシティの推進・働きがいのある職場づくり
- 48 ステークホルダーエンゲージメント
- 50 コーポレート・ガバナンス
- 58 役員紹介

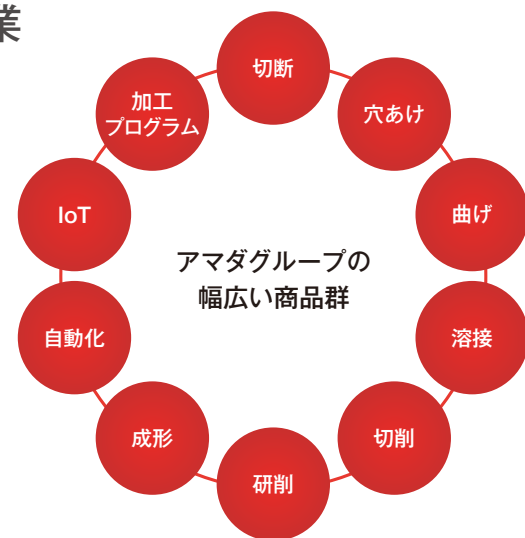
データ

- 60 財務レビュー／連結財務諸表
- 69 会社概要／株主・株式情報

世界中のモノづくりを支える 金属加工機械のグローバルメーカー

アマダグループは「金属の板」や「金属の塊」を加工して、身の回りにある金属製品をつくるマシンの開発、製造、販売、サービスを行う総合メーカーです。

「金属の板」を切る・あける・曲げる・付ける・成形する加工。「金属の塊」をあける・切る・削る加工。これらの加工を可能にするマシンを通して、日常の暮らしを支えています。



板金事業

「切断・穴あけ・曲げ・溶接」という板金加工の全工程を担っています。板金加工は、多品種少量生産のモノづくりであり、お客さまの業種も多岐にわたります。当社では多様なお客さまのニーズに応えるべく豊富なマシンのラインナップのみならず、ソフトウェア・IoTサービスなど、お客さまの工場全体の稼働を支える最適なソリューションを提供しています。

切 る
あ け る
曲 げ る
付 け る



切削事業・研削盤事業

医療機器などの精密で極小なものから、高層ビルや橋などの構造物に使われる巨大な部品まで、鋼材や鉄骨の切断加工と金属精密研磨加工で様々な産業を支えています。従来の切削マシン、鉄骨加工マシンに加えて、新たにアマダグループの得意とするファイバーレーザーマシンでさらなる展開を図ります。

切 る
あ け る
研削する



微細溶接事業

自動車の電装品や二次電池、デジタル家電製品、医療機器など最先端ハイテク機器に携わる精密部品製造を支えています。金属や樹脂の溶接、表面改質、微細切断、剥離、印字などを行うレーザー機器と金属を精密溶接する抵抗溶接機器、これらを用いたFAシステムを取り揃えており、設計から製造、サービスまでの一貫体制を世界中で展開しています。

付 け る
描 く



プレス自動化ソリューション事業

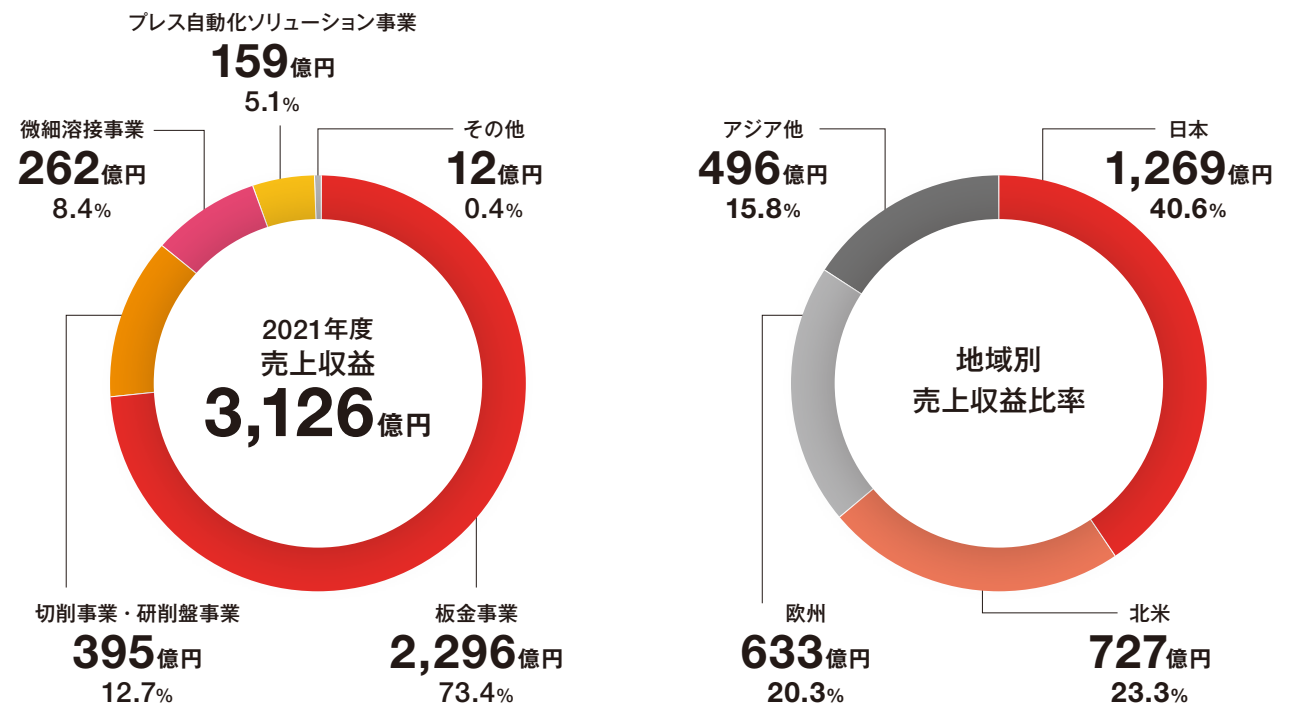
プレスマシンとその周辺装置による自動化システムの一括提案と、業界随一の技術を誇るばね成形機を強みとしています。自動車、住宅設備、文具、家電、電装部品、半導体、精密機器、医療機器・器具など、私たちの生活に欠かせない製品の金属部品をつくるマシンや装置の開発、製造、販売、サービスを担っています。

成形する



※2022年3月末現在

事業・地域別情報



グローバル展開

100カ国以上

従業員数（連結）

8,774名

国内外開発・製造拠点数

36拠点

国内板金加工機械販売シェア

No.1（約70%）

国内外グループマシン稼働台数

約40万台

アマダのIoT「V-factory」接続数

国内外社数：約1,500社
国内外台数：約4,200台

最先端のレーザー技術

近年需要が高まるレーザーにおいて、高い成長性を維持しています。自社開発のレーザー発振器を搭載した「ファイバーレーザーマシン」は、高速かつ高品質・高精度で複雑な加工と省エネを両立。航空宇宙分野や医療分野など幅広い市場で注目を集めています。

お客さまの稼働を止めないIoTシステム

独自のIoTシステム「V-factory」で、お客さまの稼働や生産、保守や活用状況を見える化します。さらに、お客さまのマシンとアマダをつなぐことで、予防保全提案や早期復旧支援、運用改善提案などマシンの稼働をアシストします。

アマダグループは時代の変化を先取りした 先鋭的な経営戦略を推進し 金属加工のイノベーションで、 持続可能な産業社会の構築に貢献してまいります。

代表取締役社長
磯部 任

統合報告書の発刊にあたって

お客さまをはじめ株主および取引先の皆さまには、日頃よりアマダグループに対してご支援を賜り厚く御礼申し上げます。

アマダグループはこれまで活動の実績や商品戦略、各ポートフォリオの構成、財務体質をステークホルダーの皆さまにご理解いただくためのアニュアルレポートを発行してまいりました。これからはお客さまや関係協力会社、そして社会の皆さまにより深くアマダグループの今後の活動を知っていただきたいと考え、2022年度より統合報告書を発行することにいたしました。本報告書が皆さまと私たちとの対話や連携を深め、社会と未来をともに築く情報ツールとなることを期待しています。

昨今の不透明な世界経済情勢や地政学的なリスク、気候変動などを鑑みた環境問題に対して、企業として必ず果たさなければならない社会責任が今後の経営には重要であると考えています。例えば、2020年からの新型コロナウイルスに端を発した、人やモノの流れの遮断、その対抗策としてのデジタル技術の急速な活用によるDXへの対応といった潮流があります。金属加工に従事するアマダグループとしては新しいテクノロジーとソリューションをもって、お客さまに最高の効率を提供し、社会と環境の改善にも貢献したいと考えています。私たちのお

客さまである製造現場でも、資材やエネルギー価格の高騰、加工技術の伝承、さらに高まる精度の要求や短納期への対応など、昨今の様々な課題が山積しています。これらの課題をAIや自動化を軸に、効率的で環境に配慮したモノづくりでお客さまに貢献するという企業理念を継続してまいります。そのためにアマダグループは今後も先端の技術を全工程で提案し、グループの総合力をもってお客さまの課題に正面から向き合い、1つひとつの課題をともに解決する活動を続けていきます。さらに、デジタル技術による見える化で分析をすることは、ESG活動の重要な要素の1つと位置づけています。私たちは商品やソフト、サービスに加工技術のノウハウと加工の最適化を組み込むことで、お客さまと社会とともに持続する関係、そしてサステナブルな社会の実現を追求してまいります。

皆さまには、本報告書を通じてアマダグループの将来ビジョンと価値創造プロセスをご理解いただき、今後とも関係を深め未来に向かい活動を継続していきたいと考えています。



2021年度の振り返りー成果と課題ー

2021年度（2022年3月期）の経営環境は、明暗が交錯する先行き不透明な状況で推移しました。新型コロナワクチンの普及や政府による民間事業者への財政支援が功を奏して先進国を中心に設備投資需要が回復傾向を示す一方、サプライチェーンの混乱による部品供給の逼迫や原材料価格の高騰が業績の押し下げ要因として顕在化しました。

アマダグループの主力である金属加工機械の受注・売上状況を地域別に概観すると、日本においては、製造業の業況が回復基調をたどる中、機械受注は新型コロナウイルス感染拡大前の水準を回復しました。半導体製造装置や産業機械、5G対応の通信機器、医療機器など、様々な分野で受注が拡大しています。米国市場でも、政府による財政政策や金融緩和により、経済水準は新型コロナウイルス感染拡大前の水準に回帰しています。鉱工業生産指数や製造業新規受注指数が高レベルを維持するなど、設備投資需要もおおむね堅調に推移しました。イギリス、フランス、イタリア、ドイツなど、欧州の主要市場では、水素エネルギー関連やEV充電ステーション、半導体製造装置などの受注が好調を維持しています。アジアその他の地域については、最大市場である中国で経済の回復傾向が見られたほか、インドでもEVなどの輸送機器関連や一般機械関連が好調に推移しました。ASEANではマレーシア政府が主導する外資製造業の積極誘致により、電子部品や半導体製造装置関連の販売が大きく拡大しました。

この結果、金属工作機械を含めたアマダグループ全体の受注高は、過去最高となる3,750億円を達成しました。売上収益3,126億円、営業利益385億円、親会社の所有者に帰属する当期利益277億円は、いずれも前年度より大幅増の着地となっています。なお、北米は過去最高の売上収益を更新しています。

非常に不透明な状況ですが、製造業のお客さまは環

境対応や技術革新に対応すべく積極的な投資を行っています。この市場のニーズにお応えできたことが、前年度比で大幅な増収増益という良好な結果を生み出すことになりました。しかし、今後の持続的成長に向けて対処すべき課題も一段と鮮明化しています。

第1の課題は、環境への対応です。まずは環境対応商品のさらなる拡充を図ります。世界中で環境に対する意識は当然と受け止められていますが、お客さまを対象に実施したアンケート調査でも、環境負荷を考慮して設備投資を行っていると回答した企業が全体の17%、設備の更新を計画または検討している企業が58%と数値に表れています。すでに、アマダグループでは自社の生産活動における環境対応とお客さまの環境負荷低減に寄与するECOマシン、そして効率を最大限に引き出すソフトウェアやサービスの提供に注力してきました。その取り組みは今後ますます加速させる必要があると考えています。IoTの活用はもとよりAIを取り込んだ環境マシンシステムと、その稼働保障体制をさらに高度化し、お客さまにより良い商品とサービスをご提供することにより、持続的な社会の成長に貢献していきます。

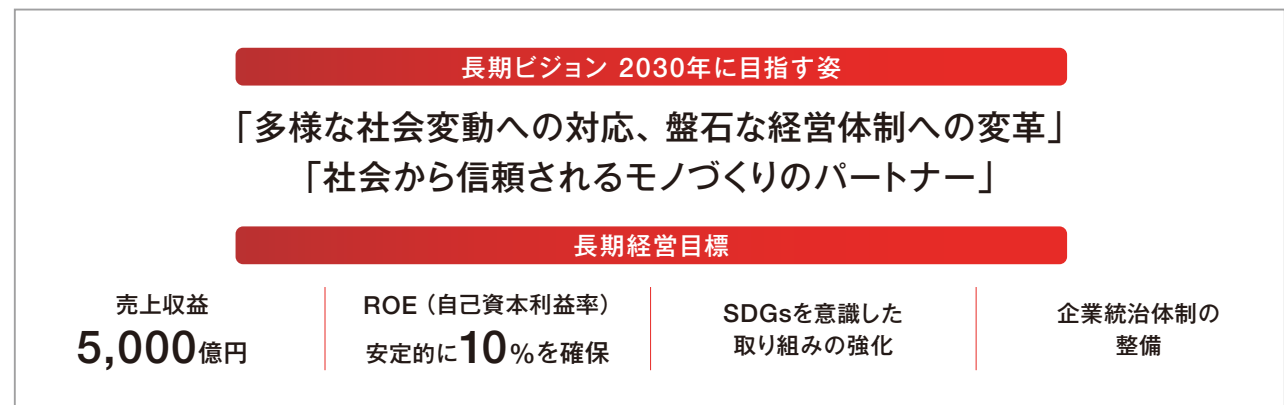
第2の課題は、長期軸の視点に立った経営戦略の遂行です。私たちは今、Volatility（変動性）、Uncertainty（不確実性）、Complexity（複雑性）、Ambiguity（曖昧性）の4つの特性に表象されるVUCA時代（見通しが立ちにくい時代）を迎えています。短期的な市場変動に左右されることなく、将来の目指す姿の具現化に向けて、長期的な視点から経営戦略を策定・実行していくことが求められています。

「長期ビジョン2030」と3つの成長戦略

2021年度は前述した不透明な環境を踏まえながら、2022年以降も確実に成長する準備期間と位置づけています。

アマダグループは、環境、DX、グローバルを中心に3つの成長戦略を置き2022年5月、未来の企業像と長期の経営目標を定めた「長期ビジョン2030」を発表しまし

た。このビジョンで、景気変動の影響を最小限に抑制しながら、グローバルで持続可能な成長を実現する経営基盤を確立すること、そして地球環境の保全と多様化する加工ニーズへの対応を両立する先進的なソリューションを創造していくことを長期的な経営テーマとして明文化しました。



また、アマダグループは「長期ビジョン2030」の策定に合わせ、ビジョンの実現に向けた3つの成長戦略を打ち出しました。成長戦略の基軸となる注力分野は「環境対応ビジネス」「DX&サービス」「グローバル拡大」としています。

環境対応ビジネスでは、カーボンニュートラルをはじめとする社会課題の解決に貢献し、お客さまの環境対応をサポートするサステナブルなECOマシンを積極展開するとともに、ファイバーレーザマシンの推進による省エネルギー対応など、産業社会の構造変化に即応した次代のビジネスモデルを確立していきます。DX&サービスについては、DXを駆使してアマダ自身の事業の効率化とコスト構造改革を推進する一方、アマダのIoT「V-factory」を基盤にお客さまの生産現場における見える化や稼働保全、自動化・省力化の取り組みを支援していきます。また、DXによる加工改革を中心としたイノベーション提案を積極的に推進していく方針です。グ

ローバル拡大に関しては、日・米・欧における開発と生産の自主独立体制を構築するとともに、各国の地域ニーズに即した機動的な商品展開を進めていきます。

「長期ビジョン2030」の具現化を追求していくためには、事業基盤の一層の強化に向けた戦略的な投資が欠かせません。アマダグループはカーボンニュートラルに向けた省エネ・創エネといった環境投資に約300億円、新商品や要素・先端技術に約600億円を投入するほか、当社成長の原動力となる人材の育成に約100億円を振り向ける予定です。従来の生産能力の拡充を中心としたハード投資から、DX、技術開発、環境、人材などのソフト投資に転換することにより、サステナビリティをキーワードとする新たな時代に適合した事業運営体制を形成していく考えです。また、R&Dに関しては、自社単独の開発に拘泥することなく、外部のパートナー企業や研究機関との共創を通じて、産業社会の発展を牽引する革新的な商品を創出していきます。

サステナビリティへの取り組み

いまや持続可能な社会を目指すことは、個人・企業を問わず必然なことであり、各企業がそれぞれの課題に対して真摯に取り組み、さらに事業活動に取り込みながらの貢献が企業存続の前提条件となりつつあります。アマダグループは1946年の創業以来、お客さまや従業員とともに成長し、国際社会に貢献していくこと、そして地球環境を大切にしながら健全な事業活動を推進していくことを変わらぬ理念として継承してきました。この点で、

私たちが目指す先とSDGsの諸目標は同一であると考えています。

アマダグループは持続可能な社会の構築に積極的な役割を果たすため、SDGsで設定された17項目のうち「産業と技術革新の基盤をつくろう」などの8目標をマテリアリティとして特定、そのうえでアマダグループが取り組むべき課題を「脱炭素社会の実現」「働きがいのある職場づくり」「ダイバーシティの推進」「人材の能力開発と育成」「経営基盤の強化」「法令遵守」「事業継続」の7テーマに集約しました。中でも脱炭素社会の実現に向けた取り組みとしては、中長期的な環境目標の設定や戦略立案を担う「グループ環境プロジェクト」を2021年10月に立ち上げました。本プロジェクトを中核組織として、2030年度までに全商品、全事業所のCO₂排出量を2013年度比で50%削減すること为目标に、カーボンニュートラルの達成に向けた取り組みを加速しています。また、お客さまとの連携のもとで材料やエネルギーをムダにしないモノづくりを推進していくことこそ、環境に配慮したサステナブルな金属加工であるとの信念に基づき、各種商品の進化と最先端技術を活用したお客さまの生産効率化に注力していきます。

アマダグループは今後も、社会に対して果たすべき責務と方向性を定めた「サステナビリティ基本方針」のもと、事業を通じた環境問題への対応と、事業継続の基盤となる強靱な経営体制の構築に取り組み、経済社会、そして自らの持続可能性を追求してまいります。

コーポレート・ガバナンスの強化

企業がステークホルダーからの信頼を維持していくためには、コーポレート・ガバナンスの高度化に対する不断の取り組みが欠かせません。アマダグループは、高い倫理観に基づいた健全な経営が企業存続の必須条件と考え、意思決定プロセスにおける透明性の確保と取締役会の実効性向上に努めてきました。

今年は新たに女性社外取締役を迎え、さらなるガバ

ナンス強化とダイバーシティの推進を図ってまいります。また、2021年12月に取締役及び監査役のスキルマトリックスを公表し、経営の透明性と取締役会の実効性向上に努めています。アマダグループはこれからも、組織体制の強靱化や意思決定過程の可視化に注力し、コーポレート・ガバナンスの一層の強化を図っていく方針です。

創業80周年に向けてー2023年からの変革と挑戦ー

アマダグループは2026年度に創業80周年の節目を迎えます。創業以来アマダは、従来の加工の常識から1つでも新しい技術でモノづくりの改革をするために、変革と挑戦を続けてまいりました。4年後の80周年を中間目標として、さらに2030年度への長期ビジョンを持った商品と活動の改革を続けていく決意です。2022年度からの未来への挑戦は、新技術を取り込んだ環境への新商品やDXを活用した新たな活動を軸として、伊勢原本社にAGIC（アマダ グローバル イノベーション センター）を開設いたします。

アマダグループは、1970年代後半からアマダ・マシン ツールプラザと呼ばれる自社展示会場を設け、実機でお客さまの加工を実証し効果を提案する活動を続けてまいりました。今回のAGICは、こうしたアマダグループの直販・直サービスによる展示会商法に、お客さまとともにモノづくりの加工改革を培っていくイノベーションラボの機能を入れ、未来に向けた加工技術とノウハウを開拓します。

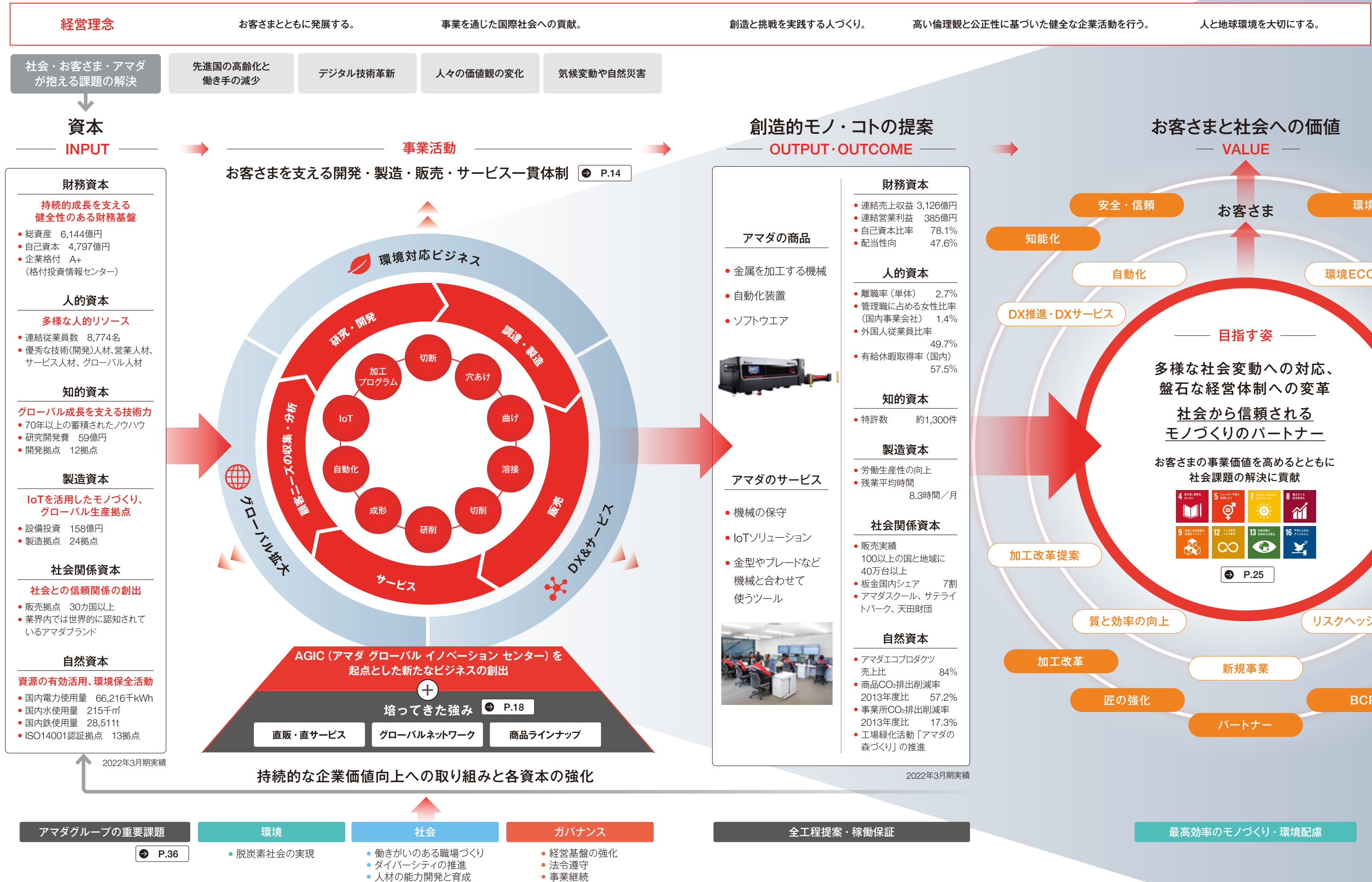
加工技術は新たな技術の進展とともに日々変わってまいります。厳しい環境の中、お客さまが最高の効率で、

かつ最高の精度のモノづくりを実現し、新たな技術となるDXや自動化、環境対応や加工改革などあらゆる側面から課題を解決します。

さらに、世界経済や社会の構造変化は今後も加速し、先の読みづらい中でも経営者として未来の金属加工および製造分野の中で新たな時代を切り拓いてまいります。80周年、そしてその先の10年後を見据え、中長期の経営戦略を着実に遂行しお客さまの価値を最大化してまいります。

今後ともステークホルダーの皆さまには、より一層のご支援を賜りますよう心よりお願い申し上げます。

価値創造ストーリー 価値創造プロセス



お客さまの「変革」のための「挑戦」の歴史

アマダグループは「金属加工機械のグローバルメーカー」として、常にお客さまと社会のモノづくりを支えてきました。特に、私たちが大切にしている経営理念の1つ「お客さまとともに発展する」は、創業の時から変わらない社員1人ひとりに刻み込まれた思いです。そして、変わらないもう1つは「モノづくり企業」であること。モノづくりを通じて、これまで以上にお客さまと社会に貢献すべく「変革」と「挑戦」を繰り返し、さらなる成長を続けていきます。

1946～

始まりは
1台の旋盤から

創業者の天田勇は、終戦後の軍需工場に焼け残った旋盤を用いて、個人経営の小さな機械修理工場を開設し、天田製作所（現 アマダ）を立ち上げました。

天田勇がたった1人で機械修理業を始めてから社員が3人、4人と増えてきたころ、天田夫人の弟である江守龍治（後にアマダ会長）が事業に加わることで、経営と技術の両面が強化されました。

- 1946 創業（東京都豊島区高田南町）
- 1955 縦型帯鋸盤（コンターマシン）第1号機開発
- 1956 展示会初出展



焼け旋盤1台からの創業



わが国初の
コンターマシン
「O-16」

アマダの 開発技術の歴史

売上収益

（単位：億円）

1960～

直接販売で事業拡大
顧客ニーズからの市場創出
海外進出とM&A

1960年には業界に先駆け、トラックにマシンを積んでお客さまのところに掛けるデモ・カー戦術を採用しお客さまから大好評を得ました。

1971年には米国シアトル市に共同開発会社を設立し、NCタレットパンチプレス（NCT）を開発。「タレパン」という俗称が一般名称化するほどの革命を起こし、新たな市場を創り出しました。

- 1960 デモ・カーによる直接販売開始
- 1971 米国シアトル市に現地法人ユーエスアマダを設立
- 1971 NCT1号機「LYLA-555」を開発



デモ・カーでお客さまのもとへ



U.S.Iとの技術提携調印式に臨む天田勇社長

- 1971 「D500型」機械工業デザイン賞 日本電機工業会賞

1980～

レーザ加工機を実用化し
今日のレーザ技術の礎を築く

日本で初めてレーザマシン単体機「LASMAC-644」を板金加工機械として商品化。1971年のNCTに並ぶ技術革新を果たしました。

アマダと米国現地法人のアマダエンジニアリング&サービス（AESI）が共同開発し、炭酸ガス（CO₂）レーザから、より加工速度が速く、かつエネルギー消費の少ないファイバーレーザへ変革する礎を築きました。

- 1980 単体機初のレーザマシン「LASMAC-644」を発表
- 1996 板金業界に先駆けてプログラム装置のネットワークシステム「AP60」を発表
- 1998 伊勢原事業所がISO14001認証を取得



U.S.アマダ10周年プライベートショー



国内初レーザマシン単体機
「LASMAC-644」

- 1983 「LC-667」機械工業デザイン賞 奨励賞
- 1992 「APELIO II-357V」機械工業デザイン賞 通商産業大臣賞

2000～

機械メーカーとして初めて
ファイバーレーザマシンを発売

2007年、現在の富士宮事業所内にレーザ専用工場を完成させました。2010年には、機械メーカーとして初めてファイバーレーザ発振器を開発し、同発振器を搭載した加工機「FOL-3015AJ」を発表。

発振器の多くは世界シェアの過半を占める米国メーカーからの調達に頼っていましたが、自社製発振器を持つことで、コスト、納期、アフターサービスなどすべて自社で対応することが可能となりました。

- 2004 VPSS（バーチャル試作システム）を発表
- 2007 富士宮事業所に開発センターとレーザ専用工場を竣工
- 2010 ファイバーレーザ発振器を開発、搭載した「FOL-3015AJ」を発売
- アマダグループ環境宣言を発表
- 2015 アマダのIoT「V-factory」の構想を発表



ファイバーレーザマシンによる
銅（高反射材）の加工

- 2005 「EMZ-3510NT」機械工業デザイン賞 経済産業大臣賞
- 2009 「LC-C1NTシリーズ」機械工業デザイン賞 経済産業大臣賞
- 2011 「FOL-3015AJ」十大新製品賞 増田賞
- 2013 「EG-6013AR」機械工業デザイン賞 経済産業大臣賞
- 「FOL-3015AJ」と「ACIESシリーズ」平成25年度 地球温暖化防止活動環境大臣表彰
- 2014 「ENSIS-3015AJ」EuroBLECH 2014 MM賞
- 2018 「VENTIS-3015AJ」EuroBLECH 2018 MM賞
- 2019 「EML-AJシリーズ」機械工業デザイン賞 経済産業大臣賞
- 「ENSIS-AJシリーズ」平成30年度かながわ地球環境賞
- 2021 「REGIUS-3015AJ」機械工業デザイン賞 経済産業大臣賞

※ MM賞：ドイツで最も権威のある製造業界誌「MM MaschinenMarkt」が、金属加工業界における先進的、革新的な出展製品に対して表彰する賞

2022～

80周年、100年企業に向けた
「変革」と「挑戦」

2021年には創業から75周年を迎えました。変化の激しい市場において、営業やサービス・開発や生産体制の改革、人事改革を行うなど、お客さまをはじめ社会の多様なニーズに対応。

2030年に向けたビジョン、成長戦略を策定し、次の80周年、100周年に向けて「変革」と「挑戦」を続けています。

- 2022 「長期ビジョン2030」を策定
- 2023 AGIC（アマダ グローバル イノベーション センター）開設



AGIC（外観）

- 2022 デジタルプロファイル研削盤「DPG-150」機械工業デザイン賞 経済産業大臣賞



- 2022 新制御NC装置搭載 ファイバーレーザマシン「REGIUS-3015AJe」EuroBLECH 2022 MM賞



※ 機械工業デザイン賞：株式会社日刊工業新聞社が、日本の工業製品のデザインの振興・発展を目的に1970年に創設
※ 十大新製品賞：株式会社日刊工業新聞社が、優秀新製品の開発奨励とわが国産業界の技術水準の向上に資することを目的として、1958年（昭和33年）に創設した制度

アマダグループのビジネスの流れ

アマダグループは様々な金属加工の領域において、マシン・金型・ソフトウェア・自動化システム等をトータルで開発・製造・販売しています。また、IoTを含めたサービス体制を整え、世界中のお客さまのモノづくりをサポートしています。



取り組み内容

今後の方針・重点課題

バリューチェーンを支える基盤

強み	直販・直サービス	グローバルネットワーク	商品ラインナップ
DNA	お客さまとともに発展する	モノづくり企業	

価値創造ストーリー 注力する事業領域

経済社会の構造変化が連続する不確実な2020年代――。アマダグループは、直販・直サービスの強みを生かし、環境対応ビジネス、DX&サービス、グローバル拡大の3領域で、さらなる事業成長を追求していきます。



研究・開発



製造

アマダグループの開発製造における優位性は、プログラミングから切断、曲げ、溶接、自動化まで一貫したソリューション提案を可能としている点です。お客さまの課題やニーズを商品開発にダイレクトに生かすことができるのも、長年にわたり直販直サービスを継続してきたからこそです。これらの差別化した加工技術をお客さまに提供するために、現在ではグローバルで12の開発拠点と24の製造拠点を擁しています。今後も、高い省エネ性能を持つ新商品など、お客さまの生産工程を革新する商品・サービスの創出を通じて一層の事業拡大を目指していきます。

イントロダクション

価値創造ストーリー

事業戦略

価値創造の基盤

データ



販売



サービス

アマダグループの販売・サービス活動における最大の強みは、直販・直サービスのダイレクトマーケティングを反映した商品開発と、安定的かつ迅速な商品供給を実現する販売ネットワークです。お客さまの声に応じて開発されたマシンは、世界各地域に展開する地域密着型の販売網を通じて直接、お客さまに届けられています。また、IoTを活用した機器の遠隔サポートや商品導入決定後のファイナンス提案など、様々な取り組みを通じてお客さま満足の実最大化に努めています。



環境対応
ビジネス

生産活動と商品の両面でサステナブルな社会の実現に貢献

2015年の国連サミットで持続可能な開発目標（SDGs）が採択されて以降、地球環境への対応が、あらゆる企業で取り組むべき重要課題として認識されています。アマダグループでは、自社の開発製造活動における環境負荷の低減と、商品を通じたCO₂の削減を通じて持続可能な社会の構築に貢献しています。事業所や工場の環境負荷低減については、省エネ設備への更新や再生可能エネルギーの積極活用、モノづくりの見直しによる消費電力の抑制など多様な施策を実

行し、効率的な生産と環境への寄与を両立しています。商品によるCO₂の削減に関しては、卓越した省エネ性能を持つ環境にやさしいマシンの開発に注力し、お客さまの生産現場における環境負荷の低減とサステナビリティへの貢献を支援しています。今後も地球環境の保全に向けた取り組みを加速するとともに、2023年2月に開設予定のAGIC（アマダ グローバル イノベーション センター）を活用して、アマダグループが提供する社会的価値を幅広く訴求していく計画です。



環境対応
ビジネス

環境負荷の低減は「チーム地球」構成員の共通テーマ

事業活動に伴う環境負荷の低減は、すべての企業が「チーム地球」の一員として達成しなければならない社会的責務です。アマダグループはこれまで、お客さまの環境貢献を支援するため、高い省エネ性能を持った商品の提供に積極的に取り組んできました。中でも、エネルギー消費を従来品の1/3に抑制できるファイバーレーザマシンは、エコプロダクツを象徴する商品として多くのお客さまに愛用されています。生産の省力化、効率化は、エネル

ギー消費量とCO₂排出量の低減だけでなく、昨今の我が国の社会課題である人手不足の解消や働き方改革の推進に寄与する社会的意義の高い取り組みです。アマダグループはレーザマシン領域において100%ファイバーレーザ化を推進すると同時に、化石燃料に依存する油圧モーターマシンからサーボモーターを使用する電動化マシンへの転換をさらに加速し、カーボンニュートラルの実現に貢献していきます。



DX
&
サービス

資材調達から販売までを一気通貫でつなぐエンジニアリングチェーンを構築

働き方改革の進展や労働力不足の常態化、ウクライナ危機に伴うサプライチェーンの混乱など、日本の製造業は現在、様々な課題に直面しています。お客さまにおいても、効率的な最適生産体制の確立が重要な経営テーマとなってきました。こうしたニーズに応えるため、DXを駆使してヒト・モノ・情報がつながるスマートファクトリーの実現に取り組んでいます。最新のデジタル技術を活用して、部品・

資材の調達から販売・サービスまでを一気通貫でつなぐ革新的なエンジニアリングチェーンを構築し、お客さまの開発・生産活動におけるリードタイムの短縮と省力化を支えています。また、設備の保守管理や部品交換をデジタルで一元管理することにより、お客さまの生産活動の遅滞を防止し、生産性の向上とコスト削減をサポートしていきます。



DX
&
サービス

サービスマンの技量とAIやIoTの最新テクノロジーを融合

アマダグループの使命は、お客さまの真のニーズに対応し、お客さまが直面している諸課題に最善のソリューションを提案していくことです。この理念を具現化するためには、商品の機能と性能を100%発揮させる仕組みが不可欠であり、その根幹となるのがDX&サービスの取り組みに他なりません。営業領域では、各種デジタルツールを積極活用することにより、提案品質の向上と提案件数の引き上げに注力します。また、お客さまとの接点となるウェブサイ

トの充実にも留意していきます。サービス領域では、DXによる遠隔診断とサービスマンの連携を基軸に、機器故障時の早期復旧を可能とし、生産活動の遅滞を最小限に抑止していきます。お客さまに対するサービスは、これまでサービスマン個人の人知見と技量に依存してきました。こうした知見・技量とAIやIoTの最新テクノロジーを融合することで、サービス品質のさらなる向上を達成し、お客さまの生産体制の最適化をサポートしていく考えです。



グローバル
拡大

日本初の技術を世界各国・地域の特性に応じてローカライズ

アマダグループはこれまで世界各地に開発、生産、販売の拠点を多数開設し、グローバル企業としての地歩を固めてきました。特に開発・生産においては、日・米・欧を中心に現地完結型の体制を構築し、各国・各地域のニーズに適合した商品の創出に取り組んでいます。グローバル開発の基本方針は、日本で生まれた基幹技術を地域の特性に合わせて的確にローカライズしていくことです。例えば、日本の製造現場では各種の装置とその周辺機器を縦に積み上げてスペースの効率化を図るのが一般的ですが、工場

の敷地面積が広い欧米では、操作性の観点からも平置きを採用するほうが理にかなっています。お客さまの生産活動における課題やニーズを正確に把握し、商品として具現化することがグローバル拡大の最大のポイントと言えるでしょう。アマダグループでは、海外生産・開発拠点のヒト・モノ・情報をDXにより連結し、工程を見える化することにより、不足している部品や資材の相互調達を円滑化するなど、新たな取り組みにも力を注いでいく方針です。



グローバル
拡大

先進国を中心とした成熟市場と成長著しい新興市場の双方を見据えて

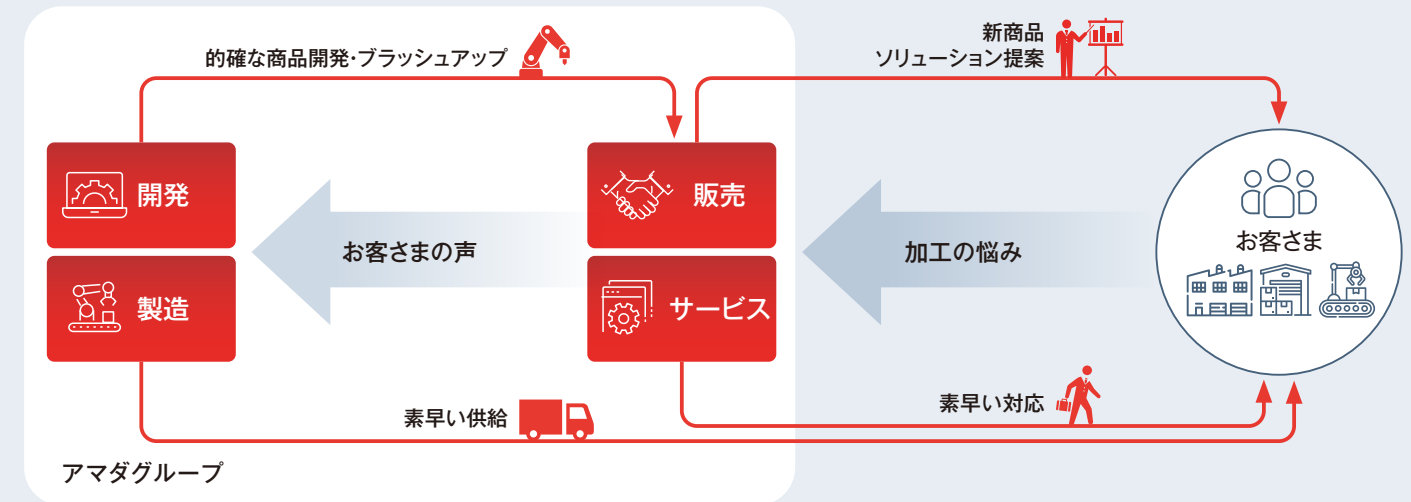
アマダグループがこの先も成長を継続していくためには、欧米の先進国を中心とした成熟市場と、産業と消費に成長力のある新興市場の双方で事業基盤の拡充に取り組んでいくことが欠かせません。グローバルに展開する現地拠点を活用したダイレクトマーケティングを通じて各市場のニーズを正確につかみ、集積したデータを新たな商品の開発に結実させていきます。先進国から始まった自動化の波はここ数年、アジアを中心とする新興市場にも波及して

きました。生産効率を高め、環境負荷の低減に寄与する自動化商品はいまや商品ラインナップの中核商材となりつつあります。アマダグループは新興市場で自動化商品の提案と拡販を活発化し、グローバル市場での存在感をさらに高めています。レーザ商品については新興国メーカーの台頭を背景に世界市場でコモディティ化のリスクが顕在化してきました。アマダグループは独自の稼働保障と充実したバックアップ体制で他社との差別化を図っていきます。

価値創造ストーリー

アマダグループの強み

アマダグループは、高い技術力と課題解決力によって世界のモノづくりを志すお客さまをサポートしています。そのために、開発・製造・販売・サービス体制まで、ワンストップでご提供できる仕組みを構築し、世界のお客さまのモノづくりと、そのモノづくりが実現する人々の豊かな暮らしを支えています。



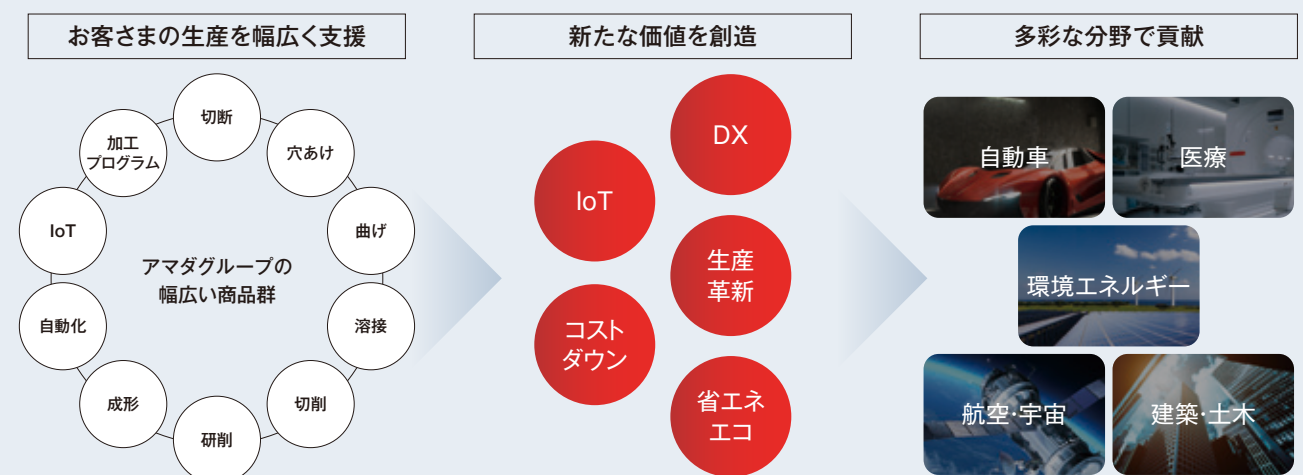
グローバルネットワーク

世界中のお客さまのモノづくりに貢献できるよう、アマダグループは早くからグローバルな体制づくりを進めており、現在は100以上の国と地域で40万台のマシンが稼働しています。連結売上収益の約40%が日本で、残りを北米・欧州・アジアとほぼ等しく分け合っており、バランスのとれた構成となっています。また、主要な地域として日本・北米・欧州・アジアなど、世界各国に製造と販売の拠点を有しています。基本的に現地生産体制を敷き、より迅速かつリスクの少ない商品供給を行っています。さらに、販売体制も現地で構築することで、その地域のニーズや特性に合わせた営業活動を行っています。今後は現地開発により、各地のニーズに合った商品を生み出せる体制を整えていきます。



金属加工の全工程をカバーした豊富な商品ラインナップ

アマダグループは、金属加工に必要なマシンをほぼ取りそろえています。金属の板を切断するマシンから板を曲げるマシン、溶接するマシン、成形するマシンと金属の塊を切断するマシン、削るマシンなど金属加工の工程に必要なマシンをラインナップしています。さらに、各工程間で加工物を運ぶマシン、工場全体の生産管理や図面を描いたり、マシンを動かすソフトウェアを開発・販売しています。金属加工の工程全体をカバーして商品をそろえている企業は世界でも数少ないですが、それによりお客さまに対して、単一の工程にとどまらず工場全体を俯瞰して、各社に最適なソリューションを提供することができます。また、それらソリューション提案は、アマダのIoTサポートによってさらに深みを増します。アマダのIoTサポートはお客さまの稼働の状況をモニタリングし、予防保全を行うことはもちろん、モニタリング結果から、お客さまの加工に合った運用を自動で提案します。

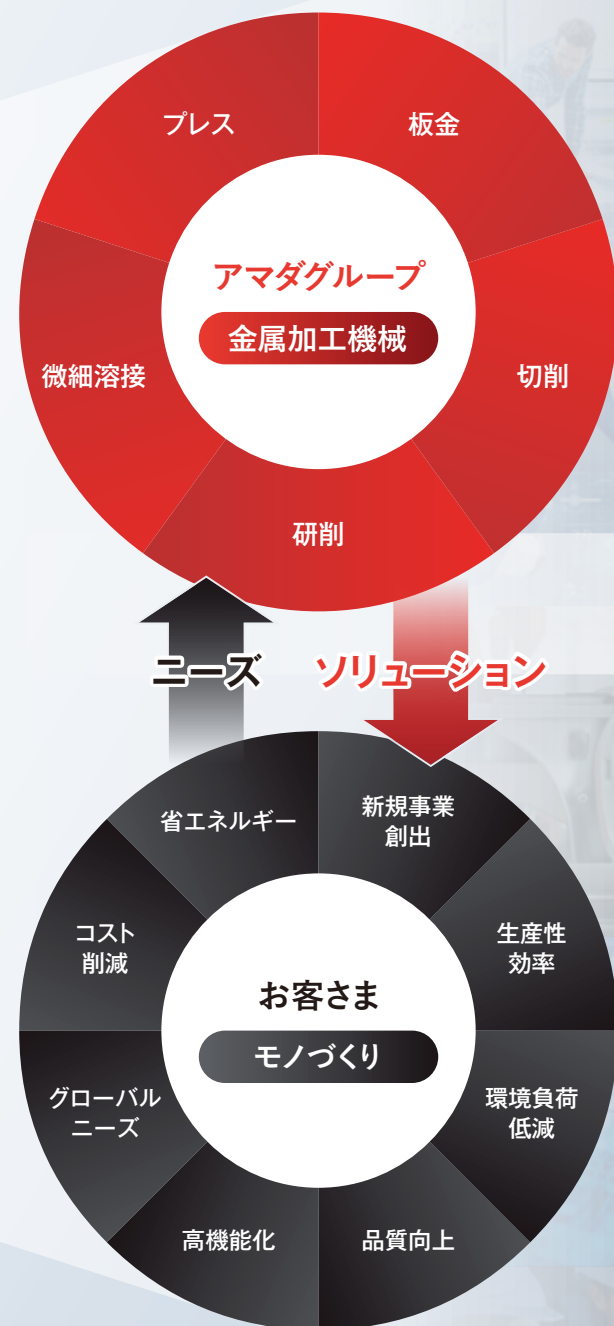


価値創造ストーリー

お客さまとともにつくる社会的価値

私たちは、経営理念の「お客さまとともに発展する」を創業時から現在にいたるまで、すべての事業活動の原点として共有しています。

お客さま視点に基づいた新たな価値の創造とその提供が、お客さま・アマダグループ相互の信頼関係をより強固にし、双方発展の源泉になると考えます。



ELEVATOR

MOTOR VEHICLE

ATM

SATELLITE

SMARTPHONE

SIGNBOARD

お客さまの事業価値を高めるとともに
社会課題の解決に貢献

日常のあらゆる製品・構造物の品質に貢献

CT SCANNER

TICKET GATE

SHOWCASE

SKYSCRAPER

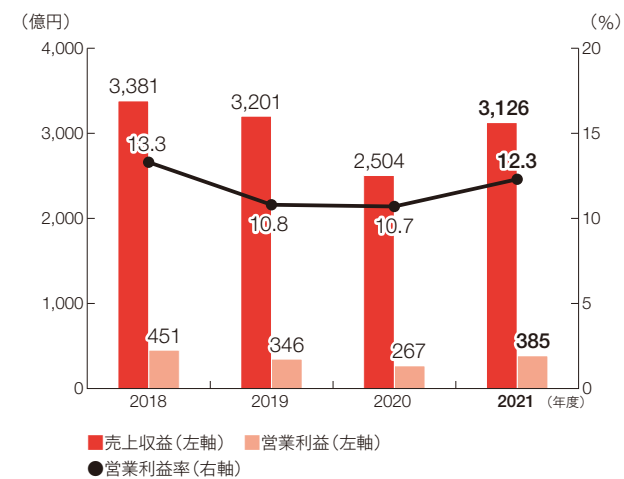
STEEL FRAME
HEAVY STRUCTURES

TRAFFIC LIGHT

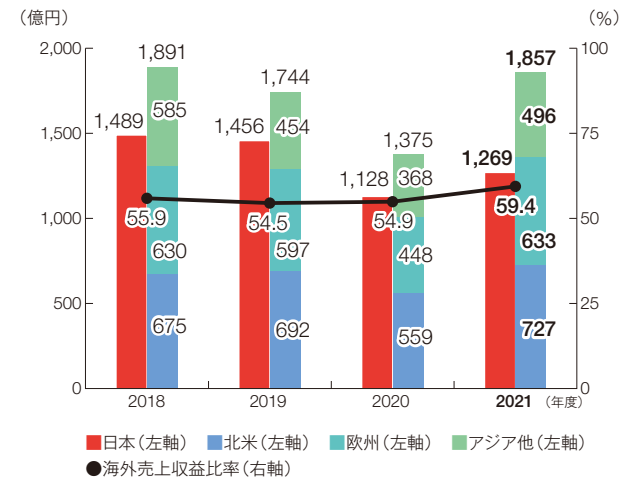
価値創造ストーリー

財務・非財務ハイライト

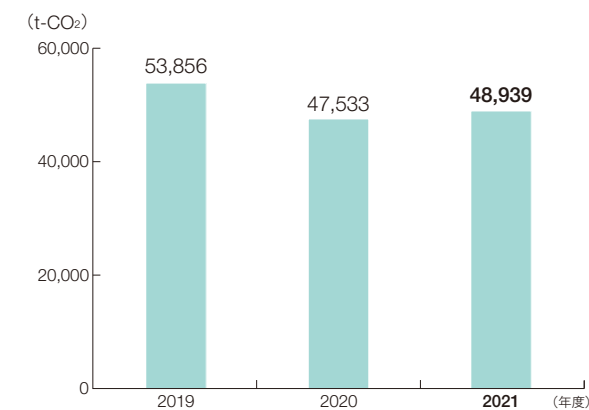
売上収益／営業利益／営業利益率



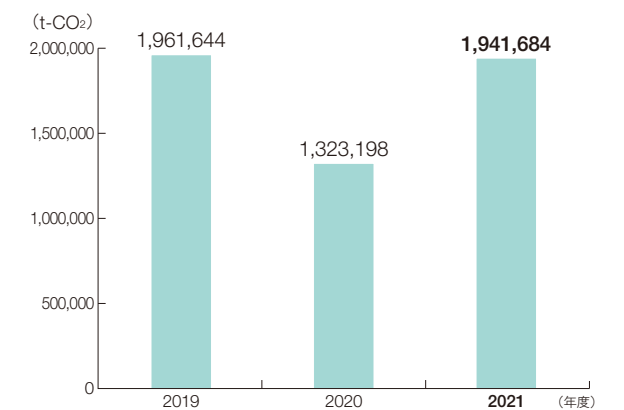
仕向地域別売上収益／海外売上収益比率



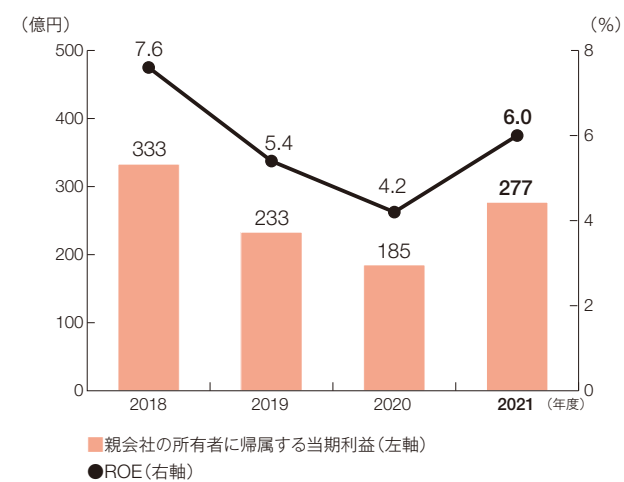
CO₂排出量 (Scope1・2)



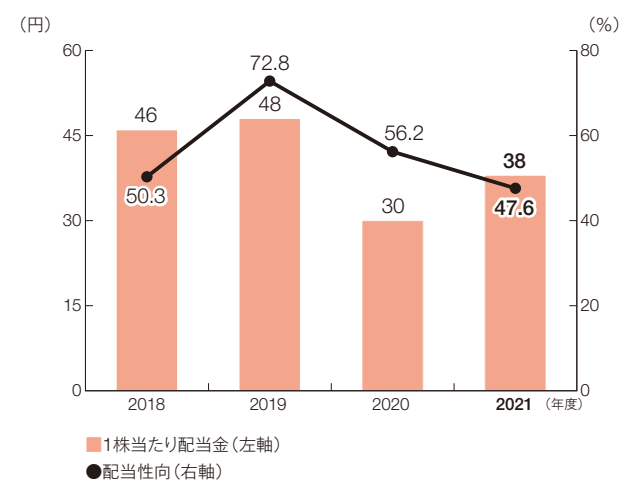
CO₂排出量 (Scope3)



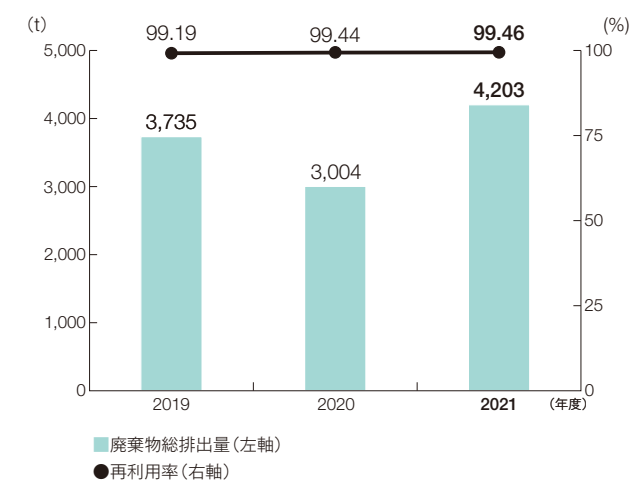
親会社の所有者に帰属する当期利益／ROE



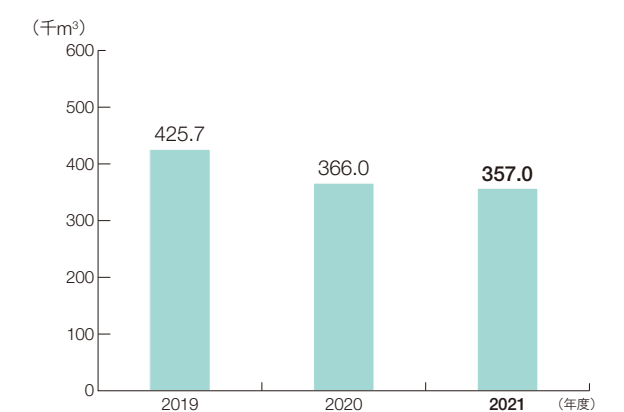
1株当たり配当金／配当性向



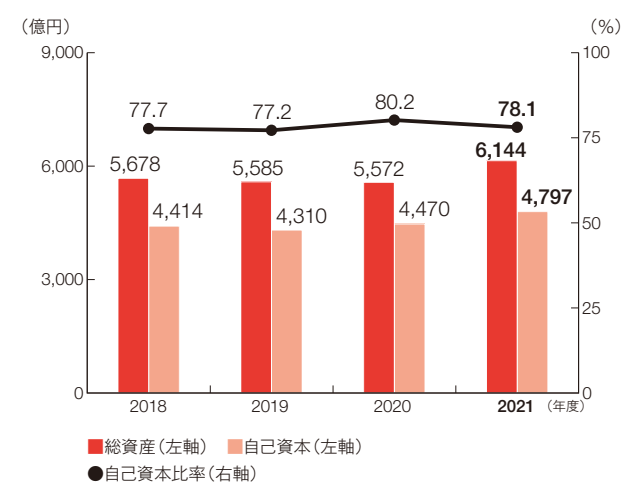
国内拠点における廃棄物総排出量と再利用率



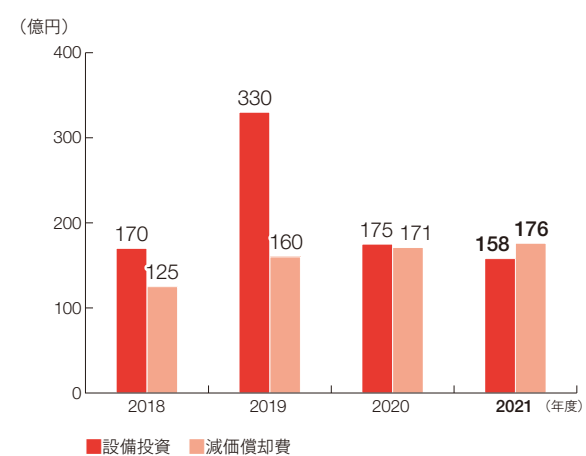
水使用量



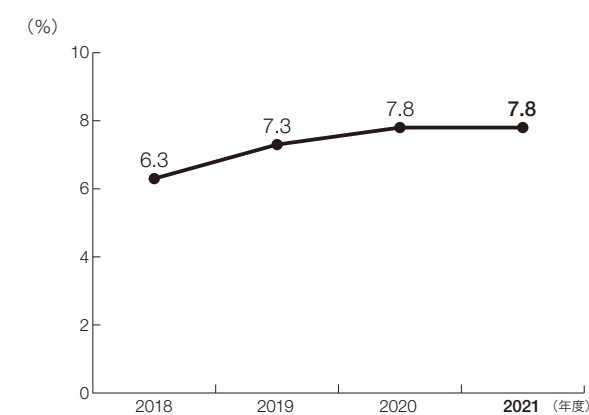
総資産／自己資本／自己資本比率



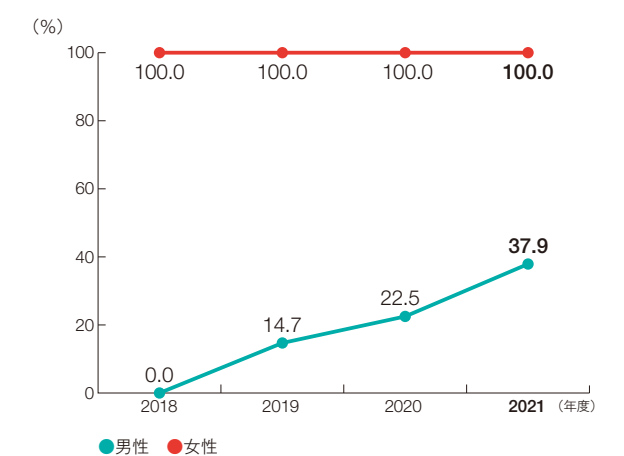
設備投資／減価償却費



女性従業員比率



育児休業取得率



長期ビジョン
2030

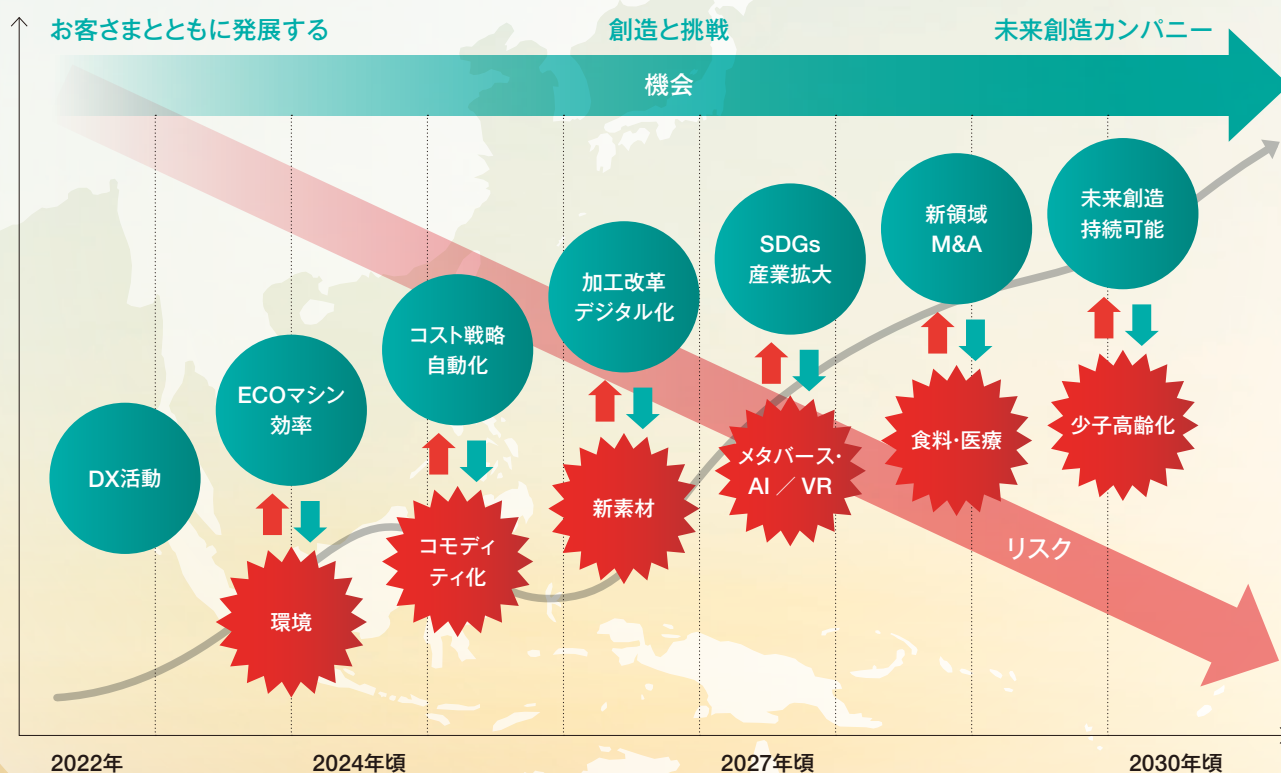
モノづくりのベストパートナーであり続けるために

長期ビジョン策定に至った背景

アマダグループは、2030年に目指す姿として「長期ビジョン2030」を策定しました。足元のアマダグループを取り巻く事業環境は、脱炭素社会への移行、地政学リスクの顕在化、継続的なサプライチェーンの混乱、これらを背景とした製造現場の価値観・ニーズの多様化など大きな変化が生じています。

1990年以降、バブルの崩壊やリーマンショックなどおおむね10年に1度は予想できない景気後退の難局に直面してきました。そして今回は、新型コロナウイルスの感染拡大という100年に1度の危機に陥り、ヒトやモノの移動制限による経済活動の抑制を余儀なくされました。このように様々な景気変動の影響を受ける市場に身を置く企業として、アマダグループは

2030年に向けて、業界のメガトレンドや想定されるリスクと機会を踏まえて、グローバルで持続可能な成長を実現する経営基盤への抜本的な変革を進めていきます。循環する景気変動に耐えうる体質の強化、また、その成長が同時に人と地球にやさしい（社会課題を軽減する）環境を創出するとともに、「お客さまとともに発展する」という経営理念に則り、お客さま起点のニーズに基づく価値（製品やサービスを通じたソリューション）を創出・提供していくことで、社会から信頼されるモノづくりのパートナーとなることを目指していきます。



長期ビジョン2030の概要

アマダグループの
経営理念

1. お客さまとともに発展する。
2. 事業を通じた国際社会への貢献。
3. 創造と挑戦を実践する人づくり。
4. 高い倫理観と公正性に基づいた健全な企業活動を行う。
5. 人と地球環境を大切にする。

モノづくりを通じた社会貢献と
モノづくりのベストパートナー長期ビジョン
2030年に
目指す姿

「多様な社会変動への対応、盤石な経営体制への変革」

景気変動の影響を抑制するとともに、グローバルで持続可能な成長を実現する経営基盤への変革

「社会から信頼されるモノづくりのパートナー」

社会課題を軽減する環境の創出とお客さま視点のニーズに基づくソリューションの提供

長期経営目標

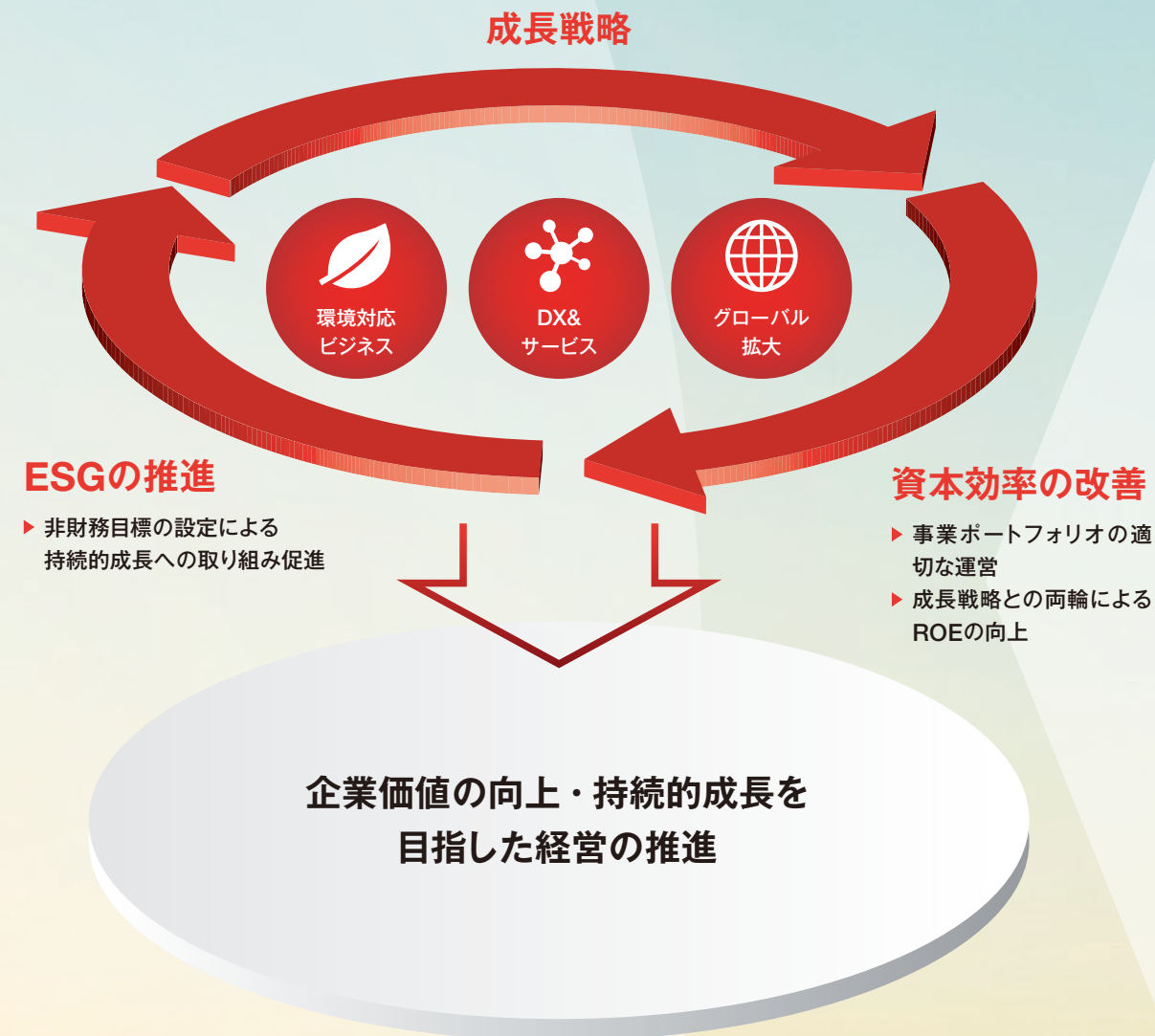
- ・売上収益 **5,000億円** (FY2030目標)
- ・ROE **安定的に10%を確保** (FY2030目標)
- ・SDGsを意識した取り組みの強化、企業統治体制の整備

長期ビジョン2030に向けて「成長戦略」「資本効率の改善」「ESGの推進」を3つの重点項目として掲げました。様々なリスクの顕在化やパンデミックの影響により変容した生産方法、環境への意識の高まりに適合した商品・サービスを展開する成長戦略を推進するとともに、2020年度から取り組んでいる構造改革をさらに前進させた財務体質の強化および規律ある資本政策の実践により、「成長戦略」と「資本効率の改善」の両翼による経営基盤の変革を推進していきます。また、2030年度に向けた持続的成長への基盤を構築するうえで、不可欠と考えられる新たなビジネスの種まきや事業ポートフォリオの見直しも進めていきます。

また、これまでの中期経営計画は計数目標に重点を置いて

いました。しかし、今回のパンデミックにより環境や生態系への意識が一層高まるなど社会に変化が生じています。さらには、2015年に国連サミットでSDGsが採択され、2030年までに達成する目標として掲げられ、日本政府は2050年カーボンニュートラルと脱炭素社会の実現を前提に、2030年までの二酸化炭素排出量削減目標を2013年度比46%減とする目標を公表しています。社会面では、人材を「資本」として捉え、その価値を最大限に引き出すための人的資本経営へのシフトの必要性が高まっています。アマダグループは、これらの課題を着実に実行するためのガバナンス体制の強化と合わせて、「ESGの推進」を重点項目として掲げ、さらなる企業価値の向上を図っていきます。

長期ビジョン2030に向けた3つの重点項目と3つの成長戦略



高効率化、環境対応を目的とした商品・サービスを展開し、さらなる市場拡大に向けた成長戦略の推進を確実なものとするため、「環境対応ビジネス」「DX&サービス」「グローバル拡大」の3つの成長戦略の柱を設定しました。急速に進展する脱炭素社会やデジタル化、継続的なエネルギー価格の高騰など

を背景としたお客さまの課題を解決するためのソリューションを開発し、提供してまいります。また、販売プロセスのDX化により収益性を改善させ、さらには、海外市場の拡大を見据えた3極（日米欧）における自主独立体制の構築および地域ニーズに即した商品展開を推進していきます。

さらなる拡大に向けた成長戦略

成長戦略

アクション

環境対応
ビジネス**新商品戦略：社会・お客さまに価値を生み出す商品の展開**

- ・カーボンニュートラルに向けた商品全面刷新
- ・産業構造の変化によるビジネスチャンスの拡大・環境対応型ビジネスへの変化
- ・働き方改革、労働環境への対応（自動化・スキルレスソリューションの展開）

DX&
サービス**DXとサービスビジネス拡大による収益改善**

- ・新展示場の全面刷新による提案システム改革
- ・新稼働保障体制構築によるサービス拡大
- ・DXによる効率化、コスト構造改革による利益改善

グローバル
拡大**海外市場の取り込みによる持続可能な成長の実現**

- ・日本・米国・欧州での自主独立体制構築（開発・生産）
- ・欧米先進国市場における地域ニーズに即した商品展開
- ・新興国市場での現地仕様の商品展開と新たなビジネスモデルの構築

経営基盤のさらなる強化に向けた戦略投資

事業戦略と経営基盤を支える投資計画（ハードからソフトへ）

工場増設ならびに供給体制増強を目的としたハード面の設備投資が一巡したことから、技術開発、サービスビジネスの強化、DX戦略、環境対策、人的資本の強化・人材多様化と育成

といったソフト面の分野への投資に軸足を移すとともに、新市場への参入を視野に入れたM&AやCVCにも資金を投じていきます。

板金事業

- 切断・穴あけ加工を行う「プランキングマシン」
- 曲げ加工を行う「ベンディングマシン」
- 溶接加工を行う「溶接マシン」
- 機械の稼働を管理・サポートするソフトウェア
- 機械の生産効率を高める自動化装置
- お客様の生産現場をサポートする「アフターサービスビジネス」



事業概要

板金事業は、連結全体の売上の約7割を占める主要事業であり、日本の板金市場を築き上げると同時に、比較的早い段階からグローバル展開を進め、現在ではグローバルでトップシェアを誇る事業です。事業立ち上げ当時から、直販・直サービスにより、お客さまから直接いただいた声を商品開発に生かすことで、社会のニーズに即した商品展開を行ってきました。特に、板金加工は多品種少量生産のモノづくりに使われることから、お客さまの工場現場において加工に関する課題が多く、近年では、少子高齢化や熟練技能者の引退による人手不足、それに伴う労働者の多様化といった板金市場の課題に対する解決策として、自動化製品の拡充や、だれでも簡単に扱えるマシン、ソフトウェアの開発を進めています。

主力商品は、ファイバーレーザマシンというレーザ光により鉄などの加工素材を切断する加工機です。ファイバーレーザは従来のCO₂レーザと比較し、電気代などのランニングコストが安く、さらに加工速度が速いといったメリットがあります。また、レーザ技術の進化により、最近ではビルの鉄材といった分厚い素材などにも加工の幅を広げています。マシン以外では、既納入マシンのメンテナンスや、機械の稼働や加工をサポートするソフトウェア、金型などの消耗品の交換・補充などのアフターサービスビジネスがあり、売上の3

割ほどを占めています。一般的な機械メーカーと比べ、サービス比率が高いのは、直販・直サービスを行っているからこそその強みであり、収益性の観点からも、今後も注力していく分野の1つです。板金業界のリーディングカンパニーとして培ってきたノウハウを生かし、マシン（ハード）とアフターサービスビジネス（ソフト）の両面から、お客さま工場の稼働を支え、モノづくりを通じて社会に貢献していきます。

今も世の中の環境が大きく変わり、板金加工領域やお客さまの求める声も変化する中で、モノづくりを通じて、お客さまの課題を解決するだけでなく、その先にある社会課題を低減し、人にも地球にもやさしい社会の創出に貢献します。創業以来大切にしている「お客さまとともに発展する」という経営理念に基づき、より市場ニーズに即した商品を提供することで、社会から信頼されるモノづくりのパートナーを目指します。

実績

2021年度は、供給制約の影響を受けつつもコロナ禍からの需要の回復や、人手不足を背景とした自動化ニーズおよび省エネ性に優れた環境対応商品へのニーズを受けて過去最高の受注高を更新し、売上収益も前年度を上回る着地となりました。

機会

- 製造現場の自動化製品需要の増加
- ウイズ・アフターコロナにおけるDX・工場全体管理意識の高まり
- 脱炭素社会への移行から省エネルギー商品（主にファイバーレーザ）需要の増加
- エネルギー価格高騰に伴う高生産性商品ニーズへのシフト

強み

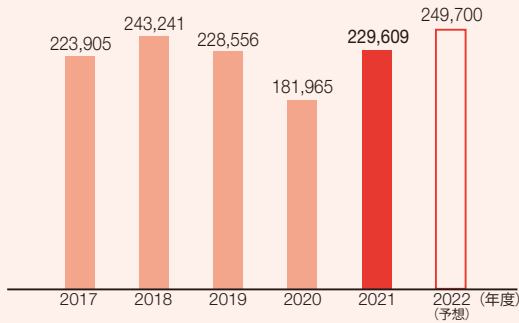
- 国内トップシェア、海外トップシェアレベル
- 板金加工の全工程をカバーする商品ラインナップ
- 板金業界のリーディングカンパニーとしての豊富な加工ノウハウを生かしたソリューション提案
- 従来商品よりCO₂排出量が少ないエコプロダクツの拡販で、脱炭素社会実現に貢献
- お客さまとの強固な信頼関係と、生の声を生かした商品開発
- 特定業種に依存しない顧客構成

脅威（リスク）

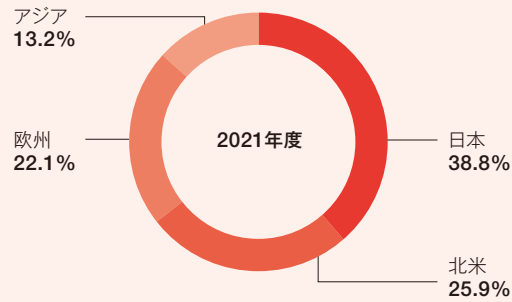
- 脱炭素社会移行に伴う鉄鋼生産量の抑制への対応
- 製品材料の鉄から多様な素材への対応
- 工法変革（3Dプリンターなどによる加工への代替など）
- ローコストメーカーの技術力向上とハイエンド市場への進出による競争への対応

弱み（課題）

- グローバルの地域別ニーズに、より深く根差した商品開発（アジア・ヨーロッパ）の積極的推進
- 新たな技術を取り込んだ次期主力商品の起案
- マクロ的な景気変動に左右されない企業への変革

売上収益の推移
(百万円)

地域別売上収益比率



他地域に比べ景気回復が遅れていた日本では、補助金などの効果が後押し、年度末にかけ勢いが戻り、半導体製造装置などの一般機械や、5Gの展開を背景としたOA・コンピュータ機器や通信機器、その他医療機器など様々な業種で受注が拡大しました。年間を通じて増収を牽引した海外では、北米は人手不足や人件費高騰を背景に自動化商品の需要が高く、欧州では水素エネルギー関連やEVの充電ステーションなど、環境対応向けの需要が増加したほか、半導体、医療機器、農機などにも増加が見られ、主要国は大幅増収となりました。アジアほかでは、中国はロックダウンの影響で売上は小幅増にとどまりましたが、インドでEVなどの輸送機器関連機械カバーなどの一般機械関連、韓国では半導体製造装置や電子機器向けの販売が好調に推移しました。ASEANにおいても、マレーシアなどで政府主導の電気電子産業などの外資製造業誘致が奏功し、電子機器や半導体製造装置向けの販売が伸びました。利益面については、資材費高騰の影響はあったものの、生産活動の増加に伴う操業度効果や販売価格の改善に加え、為替が円安に推移したことなどが寄与し増益となりました。

2022年度は、継続的な資材の調達遅延と価格高騰、ロシアによるウクライナ侵攻、中国によるゼロコロナ政策などの影響がありますが、過去最高の受注高と足元の堅調な受注動向を踏まえ、売上収益と営業利益については過去最高額を目指します。潜在的な需

要だけでなく、脱炭素社会移行の過程で生まれる新たな需要なども着実に取り込んでいきます。

戦略

次の10年を見据えた経営基盤の強化・多様な社会変動への対応、盤石な経営体制への変革を目指し、「長期ビジョン2030」にて掲げた成長戦略と歩調を合わせ、脱炭素社会の実現・お客さま工場の課題解決を目的に、レーザビジネス、自動化ビジネスおよびアフターサービスビジネスの促進により、省エネ・省力化、高効率化に対する需要を取り込み、さらなる事業の拡大を目指します。

海外売上への拡大においては、現地開発・現地生産を進め、地域ニーズに根差した商品展開に取り組んでいきます。また、脱炭素社会への移行に伴い、エコプロダクツの開発にもさらに注力していきます。販売においては、営業手法のDX化を進めると同時に、展示場の活用方法も見直します。これまでに培った加工ノウハウを生かし、快適な加工方法の提案だけでなく、マシンを取り巻く工場環境における最適なソリューション提案も行っています。さらに、収益性の一層の改善を目指し、「V-factory」を活用したサービスのDX化によるサービスコストの低減と製造IoTによる生産効率の向上に注力していきます。

TOPICS

超高速3軸リニアドライブ・ファイバーレーザマシン「REGIUS-3015AJe」が【MM賞】を受賞

「REGIUS-3015AJe」は、ドイツハノーバーで開催された世界最大級の板金加工業界の見本市「EuroBLECH 2022」において、MM 賞を受賞しました。現在、板金加工の製造現場では、さらに高まる精度の要求や短納期への対応、加工技術の伝承などを背景に生産性の向上や段取り・操作の簡易化に対するニーズが高まっています。これまでの「REGIUS-AJシリーズ」の機能を引き継ぎながら、新開発のビームコントロール技術で画期的な滑らかな切断面を実現し、高速と高品質を両立しました。加えて新開発のNC装置「AMNC 4ie(アムエヌシー フォー アイ イー)」を搭載。オペレーターを顔認証して作業者に合わせた操作画面の起動、言語表示、権限の切り替えなどを自動で行うことで、熟練度を問わないマシンへと進化しました。さらに、モバイル端末によるリモート操作を採用し、マシンから離れた場所でも状態を監視できるほか、材料の管理やスケジュール作成、加工をリモートスタートさせるといった一元管理ができ、一人で複数台のマシン操作が可能になりました。今後も、差別化した加工技術でお客さまの課題とニーズを解決し、モノづくりに貢献します。

※MM 賞は、ドイツで最も権威のある製造業界誌「MM MaschinenMarkt」が、金属加工業界における先進的、革新的な出展製品に対して表彰する賞



切削事業・研削盤事業

- 鋼材・鉄骨切断・穴あけ加工を行う「バンドソーマシン」と「鉄骨・鋼材加工マシン」
- 中厚板切断・穴あけ加工を行う「レーザマシン」
- 研削加工を行う「研削盤」
- 薄板二次加工を行う「ジェネファブマシン」
- バンドソーマシン消耗品「ブレードビジネス」
- お客様の生産現場をサポートする「アフターサービスビジネス」

化はもちろんのこと、これまでの切削バンドソー技術にとらわれず、板金事業のファイバーレーザ技術と自動化技術を鋼材加工分野にも応用し、お客さまニーズへの貢献を図っています。

【研削盤事業】研削盤は高速で回転する砥石で、金属やセラミックなどの素材の表面や内部を削り取っていく工作機械で、金型や機械の精密部品、精密工具などの製作時の表面仕上げに使用されます。研削盤の市場は、大型から小型まで、また研削加工の対象や加工形状によって、プロファイル研削盤（倣い研削盤）、平面研削盤、円筒研削盤、内面研削盤、工具研削盤など様々な種類があり、しかもその機械の種類ごとにリーディング企業が異なるという、まさに群雄割拠の市場でもあります。その中で研削盤事業は、プロファイル研削盤と平面研削盤を中心に事業を展開しており、特にプロファイル研削盤は世界でトップを争うリーディングカンパニーです。研削盤は高精度が求められることはもとより、近年では、自動化や操作性向上、そして、さらなる生産性向上が求められるようになってきました。それらの市場の要求に的確に対応できる商品の開発と提案営業で自動化、高生産性、環境負荷低減、労働環境改善など、お客さまのニーズに寄り添った解決策を提示し、モノづくりに貢献していきます。

事業概要

【切削事業】切削事業は、戦後の1台の焼け旋盤からスタートしたアマダグループの祖業であり、日本の高度成長とともに金属切断の分野に深く浸透し、鋼材切断マシンとしては国内シェアトップをゆるぎないものとしてきました。角鋼や丸棒鋼、形鋼や鋼管、鉄骨といった建設用の柱や梁、建築土木用の基礎材、機械の構造材などに使用される鋼材を切断・加工するマシンと、これらの鋼材を切断するために使用されるブレード（帯鋸刃）が事業の主力商品です。このマシンとブレードのそれぞれの性能を最大限に引き出すために、両者を一体で開発・製造・販売・サービスを行っているのは世界を見渡しても唯一の企業です。世界各地に拠点を設けてグローバルに販売・サービス活動を展開するほか、ブレードについては日本を含め世界に3つの製造拠点を有し、お客さまの生産活動を強固に支える供給体制を構築しています。

国内においては直販・直サービス体制を維持しつつ、一方で流通商社の活用も積極的に行っており、国内・海外というグローバルな視点のほか、直販・流通といった多方面からの視点を商品開発や営業活動に組み込むことで、お客さまのニーズに即した使いやすい商品の展開に生かしています。近年では、環境への対応と自動化への対応が強く求められるようになってきました。切削マシンの自動

機会

- 製造業の環境変化による自動化ニーズと作業改善ニーズの増加
- e-mobility・5Gへのシフトの進展による金型および工具研削用マシンの需要拡大
- 企業のSDGs意識の高まりによる高環境性・高生産性・省人化・自動化商品への需要拡大
- 法改正・法規制強化による自社マシンの加工適用範囲の拡大
- 都市インフラの老朽化に伴う建て替え更新需要の増加

強み

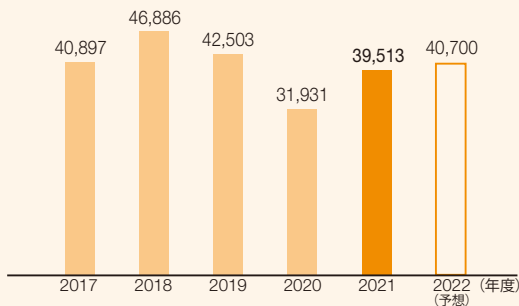
- 切削バンドソーマシン世界トップシェア
- 切削バンドソーマシンとブレード（帯鋸刃）の開発・製造・販売・サービスまでとに行っている世界唯一の企業
- お客様ニーズに合った商品開発・価値の共有
- 鉄骨・鋼材市場に向けてファイバーレーザ技術を組み合わせた商品投入による新たな裾野開拓

脅威（リスク）

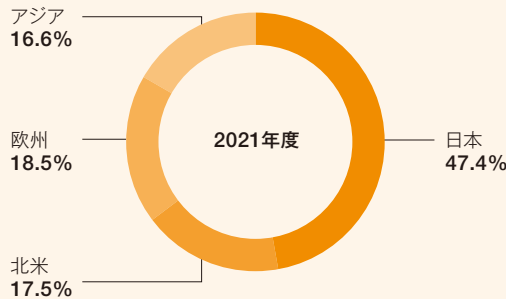
- カーボンニュートラルを見据えた長期的な鉄鋼生産量の抑制と鋼材価格上昇による、既存の鋼材切削市場・切削加工機市場の縮小への対応
- 新型コロナウイルス感染拡大による人とサプライチェーンや物流の混乱への対応
- 世界経済の混乱によるインフラ需要の停滞への対応
- 円安、インフレの加速による景気後退、設備投資の抑制

弱み（課題）

- 海外ビジネス展開を加速
- 販売チャネルの融合・再構築による国内営業の強化
- 商品リニューアルと競合対策機の市場投入
- 収益性の改善
- 国内・海外の製造供給体制の再構築
- 原材料価格・物流価格の上昇への対応
- 商品デジタル化対応を強化
- 次世代育成を強化

売上収益の推移
(百万円)

地域別売上収益比率



実績

2021年度の実績は、供給制約の影響も小さく、切削・研削盤両事業とも前年度比20%を超える高い伸びとなりました（切削事業：前年度比24.4%増、研削盤事業：前年度比20.0%増）。地域別に見ますと、切削事業は総じて各地域とも高い伸びで、中国を除く海外はいずれの地域も前年度比30%を超える高い伸びを示しています。研削盤事業は、自動車産業の減産・生産調整の影響を受けて国内の伸びが前年度比2.6%増にとどまったものの、主要市場である欧州が大幅に増加しました（前年度比28.4%増）。損益面については、売上が比較的好調に推移したこと、原材料価格・製品原価の影響がこの時点では軽微であったこと、為替が円安で推移したことなどが寄与し、大幅増益となりました。

戦略

資材調達コストの増大、カーボンニュートラルへの対応、半導体をはじめとする部品調達の遅れによる生産遅延の発生、急激な為替変動リスクの増大、新型コロナウイルス感染症の収束が見通せないことなど、アマダグループのみならず、お客さまを含む製造業を取り巻く環境はますます厳しくなっています。これらのリスクを機会と捉え、自動化、省エネルギー、高生産性、労働環境改善をキーワードに、グループ間シナジーを生かしながら、新たなニーズに応えてい

きます。

切削事業では、特に建築業界において、物流倉庫をはじめ大型建築物の増加や建築に使われる部材の大型化の潮流があり、アマダグループのマシンを使用する鋼材加工・販売メーカー様はより大きな部材を切断できるマシンへの更新ニーズを抱えているほか、大手の鉄骨ファブリケーター様の中には、短納期化に対応するため高速加工が可能なマシンの新規導入を検討するお客さまも増加しています。製造業全体の課題や、大型鋼材加工ニーズの増加を捉えた新商品の開発に注力することで既存市場の拡大を目指します。また、昨今の法規制の改定により、鋼材の切断にレーザ加工の利用が可能になりました。板金事業で培ったファイバーレーザの技術を生かし、鋼材加工向けのレーザマシンを発売するなど、グループ間シナジーの創出にも取り組んでいます。レーザ切断への切り替えにより、従来のプラズマ加工やガス溶断に比べ、粉じんの飛散が少なく、作業者の労働環境が大幅に改善されるだけでなく、省エネルギー効果なども評価されており、作業者の働き方改善に貢献しています。

研削盤事業においても、人手不足や熟練技能者の引退に伴い、経験の浅い作業者の増加が課題となっています。プロファイル研削盤は、研削加工の中でも特に高い精度を要求される際に用いられるマシンで、精度計測や補正加工をすべて作業者の目による判断で行っていましたが、作業者の経験に依存している作業を独自の撮像技術を活用し、自動化させることで、誰でも使いやすい商品の開発に取り組んでいます。

TOPICS

高精度な自動計測・補正加工が可能なデジタルプロファイル研削盤「DPG-150」

「DPG-150」は、独自の撮像技術を活用したデジタルプロジェクターを搭載し、汎用デジタル計測機能や自動計測・補正加工が可能になりました。また、自動工具交換・被加工物交換ロボットを装着することで、生産性が大幅に向上します。これらの機能性が評価され、「第52回 機械工業デザイン賞 IDEA*」（2022年度）の最優秀賞である「経済産業大臣賞」に輝きました。

本マシンは、少子高齢化と製造業従事者の減少が加速する日本・欧州・北米に対しては自動化仕様を、技術者育成に力を注ぐ中国・ASEANには誰でも簡単に操作できるデジタル加工支援機能をアピールすることで、新たな市場を開拓します。

*株式会社日刊工業新聞社が日本の工業製品デザインの振興・発展を目的に1970年に創設。



微細溶接事業

- 金属や樹脂を溶接、表面改質、微細切断、剥離、印字する「レーザ溶接・加工マシン」
- 電気抵抗を用いて金属を精密溶接する「抵抗溶接マシン」
- 生産効率を高める「FAシステム」
- 品質管理や生産効率向上をサポートする「計測器、モニタリング機器」
- お客さまの生産現場をサポートする「アフターサービスビジネス」



事業概要

微細溶接事業では、レーザで金属や樹脂を溶接、表面改質、微細切断、剥離、印字する装置をはじめ、電気抵抗を用いて金属を精密溶接する装置を製造・販売しており、これら商品はe-mobility、スマートフォン、半導体や医療機器などの最先端ハイテク機器の内部にある精密部品の製造に広く使用されています。世界的に見ても、独自の溶接ノウハウと技術を持ち、微細溶接・加工の市場において高いシェアを誇っています。

これまででは、携帯電話からスマートフォンへの変遷、次世代高速通信の普及、自動車業界におけるCASE*の進展といった、その時代の最先端の部品を製造するお客さまに対し、培ってきた溶接ノウハウと技術で最適なソリューションを提供してきました。現在、自動車業界は100年に1度の大変革時代にあり、世界中の企業が新技術の研究開発に取り組んでいます。特に、電動化に不可欠な二次電池、駆動モーター、半導体といったe-mobility市場に参入する企業が急増しており、これらの部品の生産工程で溶接技術の高度化と品質管理、AIを駆使したシミュレーションが課題となっています。当社は、これら最先端技術に挑戦するお客さまの課題に対し、最適なソリューションを提供していきます。

実績

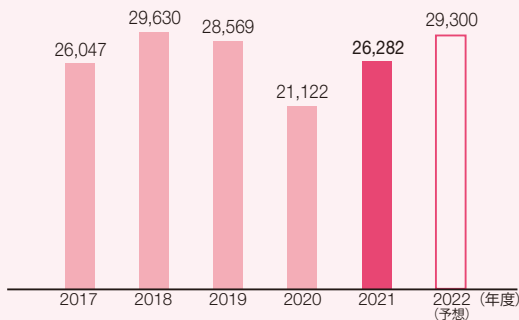
2021年度の微細溶接事業の売上収益は262億円、前年度比で24.4%増収となりました。世界的な部品不足により計画どおり生産を進めることが困難な状況が続いていますが、グループ全体でグローバルに連携し部品調達の影響を最小限にとどめることができました。

一方、コロナ禍からの経済正常化に伴う設備投資需要の回復により、日本、韓国、中国、インド、欧州でe-mobility、米国と欧州で医療機器といった成長市場の需要を取り込むことができ、日本（前年度比11.7%増）、北米（同24.1%増）、欧州（同17.5%増）、アジアほか（同35.8%増）とすべての地域において増収となりました。

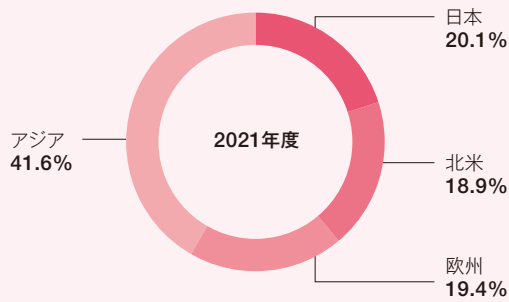
戦略

微細溶接事業の現中期経営計画では、①e-mobility（e-Axle）市場への本格参入、②AIモニタリング商品の開発、③FAシステムビジネス強化、の3項目の実現に向けて取り組んでいます。

①e-mobility市場への本格参入では、2021年12月に名古屋に

売上収益の推移
(百万円)

地域別売上収益比率



ある中部営業所を移転し拡張しました。アプリケーション・ラボに最新鋭の実験設備を導入し、e-mobility市場のお客さまに新しい溶接工法を提案できる体制を整えました。2022年度は、米国の東海岸地域にアプリケーション・ラボを新設し、米国東部に集中するe-mobility市場のお客さまに、より迅速な提案とサポートができる体制を整えます。また、2021年度より、DXも積極的に取り入れ、オンラインでのセミナーや個別相談会を実施しています。特に、オンライン個別相談会は、最新の溶接ノウハウを持つ技術者が同席しマンツーマンで対応するので、踏み込んだご相談が可能です。コロナ禍に対応したお客さまへのサービスとして始めたものですが、お客さまがお気軽に悩みを相談できる場として好評をいただいていますので、2022年度以降も継続していきます。

②AIモニタリング商品の開発では、AIで溶接強度を推測するシステム「WELDXAI（ウエルデックスアイ）」の開発を進め商品化していきます。AIを用いることで、従来のセンシング技術によるモニタリングではできないデータの統計解析が自動化され、微少な異常を検知できるので、品質管理のさらなるサポートが可能となります。お客さまのニーズが「モノからコト提供」に変化していることを踏まえ、溶接装置のモノ売りから、溶接シミュレーションや品質管理のコト売りに進化します。

③FAシステムビジネス強化では、レーザ機器や抵抗溶接機器に溶接部の自動位置決めステージ、材料の搬送機を搭載したFAシステムの提案を強化します。電池やモーターの溶接といったお客さまの用途に特化したFAシステムのラインナップを揃え、生産性向上、属人化の解消、作業者の安全対策など、様々な課題解決策を網羅したシステムを提案していきます。国内だけでなく、自動車の二次電池製造が最も進んでいる韓国、医療機器では欧米に多くの納入実績があり、インドではFAシステム生産増強のため、2022年2月に事務所を移転拡張しました。今後も、さらにグローバルにFAシステムビジネスを強化していきます。

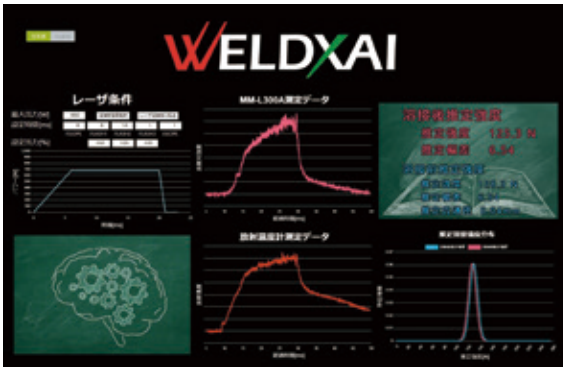
*Connected（コネクティッド）、Autonomous/Automated（自動化）、Shared（シェアリング）、Electric（電動化）の頭文字をとった造語

TOPICS

品質管理をAIでサポートする、レーザ溶接AIシステム「WELDXAI」

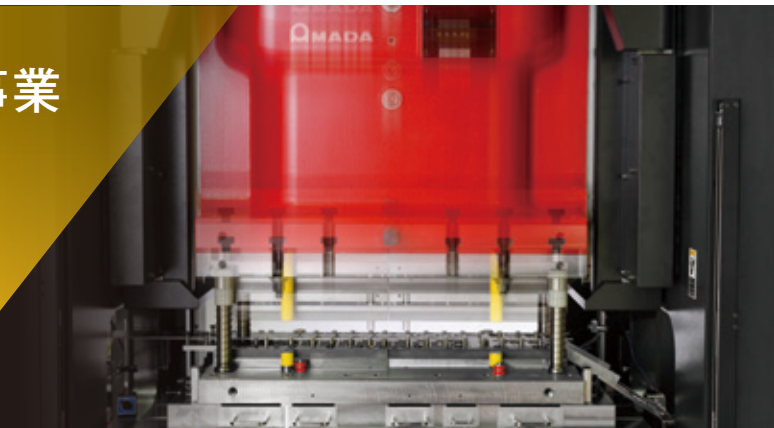


測定器などのハードウェアだけでは対応しきれない「予防保全」という品質管理を実現するため、AIを活用したモニタリングシステムの開発に注力しています。すでにお客さまに披露できる段階にあり、レーザウエルドモニターと組み合わせて溶接強度を事前に推定する「WELDXAI（ウエルデックスアイ）」を各展示会に参考出品し、多くの問い合わせをいただいています。この「WELDXAI」をさらに発展させ、「不良品の発生をAIで予防」する新しい品質管理を実現していきます。また、EVシフトの動きに対してはファイバーレーザ溶接機とFA技術をご提案し、銅やアルミ系材料の高品質な溶接、生産性向上、そして省エネルギーによるSDGs達成への貢献といったより高い付加価値を提供していきます。



プレス自動化ソリューション事業

- 金属の板などの材料を加圧して金型の形状に成形する「プレスマシン」と「プレス加工自動化システム」
- プレスマシンへの材料の供給やプレスマシン間の被加工材（ワーク）を搬送する「自動化周辺装置」
- 線材から多彩なばねやフォーミング加工が可能な「ばね成形機」



事業概要

プレス自動化ソリューション事業は、塑性加工分野であるプレスシステム事業、ばね成形機事業から成り、自動車、住宅設備、家電、電装部品、半導体、精密機器、医療機器・器具など、私たちの生活に欠かせない製品の金属部品をつくるマシンや装置の開発、製造、販売、サービスを担っています。

主力のプレスマシンは、金型を用いて金属の板や塊などの材料を加圧して製品形状に成形する機械です。省エネルギーで低騒音である最新のサーボプレスは、加工用途に合わせた多彩な独自のモーションパターンを駆使し、加工が難しかった高張力鋼板（ハイテン材）や複雑な形状の加工が可能となり、工程集約や高付加価値生産を支援します。複雑な形状の自動車部品や端子などの電子部品の加工に使用されています。

プレス加工用の材料を供給・搬送する自動化周辺装置は、精密部品から自動車の骨格部品などの大型部品の加工に用いられ、業界屈指のブランドとして豊富なノウハウとラインナップで自動化を支えています。コイル材を平坦にして定寸送りするコイル加工ラインや、プレスマシン間のワーク搬送ロボットラインに定評があります。

さらに、これらのプレスマシンと周辺装置を一社で取り扱うメー

カーは珍しく、商品開発、製造、販売、サービスにおいても優位性を発揮しています。この強みを生かした一括提案の取り組みとして、プレスマシンと周辺装置を融合し、システム化した新商品を展開しています。

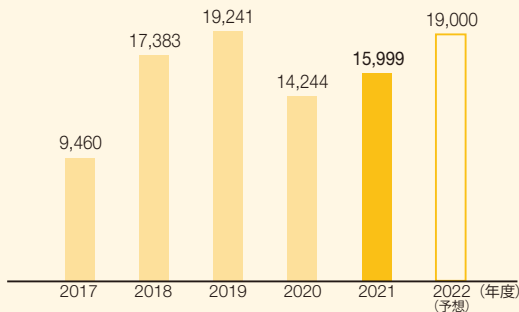
ばね成形機は、特に精密ばねや引きばねの成形機分野で、業界随一の技術を誇るトップブランドとして世界中で愛用されています。これらの成形機からできたばねは、極細ボールペンのボールを支える特殊ばねから、半導体の製造工程に欠かせない精密部品、医療用カテーテルのガイドワイヤなど、幅広く使用されています。

商品力と事業間の協業によるサービス体制の強化により、多様化するお客さまのニーズに対応し、グローバルで最適なトータルソリューションを提案しています。単なる設備メーカーではなく、経営視点においてもなくてはならない存在を目指し、社会に貢献していきます。

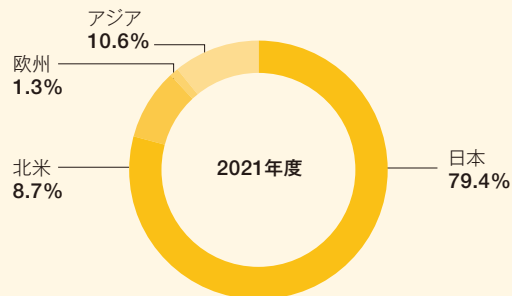
実績

主力の自動車関連業界において、半導体などの供給制約を起因とする自動車の減産・生産調整によって、お客さまの設備投資意欲にも停滞感が見られました。しかし、家電、建築、医療関連向けの

売上収益の推移
(百万円)



地域別売上収益比率



販売が好調に推移したことや国内外の展示会への出展効果などもあり、2021年度は増収（前年度比12.3%増）となりました。

戦略

脱炭素社会への移行に伴い、プレス加工が多く使用される自動車業界においても電動化へのシフトが進み、モノづくりに変化がみられます。この大転換期を機会と捉え、EV化に伴う電装部品や加工素材などの変化を意識した新商品や新工法の開発を強化し、プレスシステム・ばね成形機による国内外での新市場参入を目指します。

加工現場では少子高齢化に加え熟練技能者の引退などによる人手不足を背景に、働き手が多様化していることから、段取り・操作の簡易化や省力化に貢献する自動化へのニーズが高まっています。こうしたニーズを捉え、プレスマシンと自動化周辺装置の一括提案を強みとして、以下のプレス加工自動化システムの拡販を推進していきます。

2021年に販売を開始した順送プレス加工自動化システム「ALFAS」は、EV用電装部品の加工需要に対応する商品として開発されました。サーボプレスと材料のコイル材を送る装置を融

合し制御を一体化することにより、マシンだけでなくコイル材の送り設定・段取り・運転をまとめて行えるようになりました。オペレーターの段取りが簡易化され作業負担の削減につながり、生産性向上と高精度加工を実現します。

また、2022年販売開始した多関節ロボット・プレス高速ラインシステム「ARPAS」は、ワークを搬送する6軸多関節ロボット、自由自在の加工モーションを搭載したサーボプレスを最大8セットまで任意で組み合わせることが可能なプレス加工タンデムラインです。プレスマシンと搬送ロボットの動作をオーバーラップさせながらワーク搬送を行う、独自のWAVE協調制御運転技術により、搬送時間を最短化し生産タクトが向上します。一般的に大規模な設備投資が必要な超大型の順送トランスファプレスが主流でしたが、「ARPAS」は、各工程で最適なプレスマシンとそのモーションを選択・組み合わせることで、複雑な形状への成形や高張力鋼板などの難加工材にも対応可能です。さらに、メンテナンス性に優れ、フレキシブルで汎用性が高く、時代のニーズに合った転用が可能となり、高付加価値成形を実現します。

海外においては、グループネットワークを最大限に活用し、現地法人との協力体制の構築と販売・サービス体制を強化し、現地市場の開拓と拡販を進め、海外でのシェア向上を目指します。

TOPICS

脱炭素社会への移行に伴う新たな需要の開拓

脱炭素社会に向けた取り組みとして、環境に配慮した新商品（エコプロダクツ）や工程集約を実現する新工法の開発を積極的に行っています。省エネルギー・性能が高く、高付加価値成形が可能なサーボプレスや消費電力を大幅に削減するエコリリス付き周辺装置、そしてそれらを融合したプレス加工自動化システムの販売を推進しています。加えて、EV化へのシフトが加速する自動車業界の市場開拓に向け、プレスシステムによる銅バスバーなどの電装部品加工や、ばね成形機によるモーターコア用のセグメントコンダクタコイル（ヘアピン）加工などの開発に一丸となっており取り組んでいます。



サステナビリティ基本方針

私たちアマダグループは、経営理念、環境理念・方針、行動規範に基づき、
お客さま、取引先、株主・投資家、従業員、地域社会など
全てのステークホルダーとの対話を尊重し、
持続可能な社会の構築に積極的に役割を果たすとともに、企業価値の向上に努めます。

1

事業を通じた環境問題への取り組み

事業活動の全過程において、CO₂の排出量削減、廃棄物の削減と再利用の推進、生物多様性を含めた地球環境の保護に取り組むとともに、事業活動を通じて環境に配慮した製品・サービスを提供することで、人と地球環境を大切にす社会の実現に貢献します。

2

人権の尊重

性別や国籍など個人の属性に関係なく、社会的に弱い立場にある人を含む全てのステークホルダーの人権を尊重するとともに、多様な従業員が活き活きと仕事に取り組める働きがいのある職場づくりと心身ともに安全・健康に働ける環境整備を推進します。

3

人材育成

イノベーションの源泉として重要な経営資源である従業員が、能力を最大限発揮できるための人事制度や教育研修体系を整備することで、創造と挑戦を実践する人づくりに取り組みます。

4

地域社会への参画と貢献

企業活動を行う地域において、事業活動や文化事業などの社会貢献活動を通じて、地域社会の活性化や豊かな生活環境づくりに積極的な役割を果たします。

5

社会からの信頼の確立

あらゆる法令や規則を厳格に遵守し、公正な競争、高品質な製品の供給、製品や企業情報の適切な開示など誠実かつ公正な企業活動を遂行するとともに、経営基盤の強化を図ることで、社会から高い信頼を得る経営を実現します。

アマダグループとSDGs



国連サミットで合意された「持続可能な開発目標（SDGs）」には、2030年に向けて世界をより良く変えるための17のゴールが掲げられています。

アマダグループは、私たちにしかかわるすべての人と地球環境を大切にしながら健全な企業活動を行うことで、お客さまや従業員とともに発展し国際社会に貢献していくことを経営理念としており、私たちが目指す先は、SDGsが掲げる目標と同じであると考えています。

アマダグループは「サステナビリティ基本方針」をもとにアマダグループが取り組むべき重要な課題とそれらを解決するための取り組みを明確にしました。そして、それらの活動を通じて特に力を注いで貢献していく8つのSDGsゴールを決定しました。

アマダグループは、これらの活動を通じて、持続可能な社会の構築に積極的な役割を果たし、SDGsの達成を目指すとともに企業価値の向上に努めます。

アマダグループの重要課題	貢献していくSDGsゴール	アマダグループの取り組み
環境 脱炭素社会の実現	   	商品（お客さま工場で）のCO₂排出量削減 - CO₂排出量の削減が期待できる省エネマシンの開発 - 省エネ技術の開発 - アマダエコプロダクツの商品比率拡大・販売割合向上 事業所・工場のCO₂排出量削減 - 省エネ設備導入と自然エネルギー活用（LED照明／太陽光発電設備など）の推進 - 工程数削減と設備運用改善による消費量抑制（素材／工法／工順見直し、待機電力削減など） - 森林保全を通じたCO₂ニュートラルへの貢献 - 環境保全状態の吸収量収支モニタリング
社会 - 働きがいのある職場づくり - ダイバーシティの推進 - 人材の能力開発と育成	  	- 働きがいを実感できる人事制度・施策の推進 - 女性活躍推進 - 次世代を担う人材の育成
ガバナンス - 経営基盤の強化 - 法令遵守 - 事業継続		- 社会から信頼されるコーポレート・ガバナンス体制の強化 - 法令遵守が確実に行われる体制や仕組みの整備 - 想定されるリスクの発生に対して事業の継続を可能とする体制の強化

アマダグループの環境への取り組み

取り組みへの姿勢

アマダグループの環境への取り組みは、「エコでつながるモノづくり」でお客さまと社会、そして世界とつながる企業を目指すことです。2010年度に設定した2020年度までの中期目標である環境宣言に続き、現在では2030年度までの中期目標「2030 AMADA GREEN ACTION」を設定し、「脱炭素社会」および「循環型社会の実現」「生物多様性の保全と再生」を進める3つの重要課題についてコミットメントしています。



1. 商品におけるCO₂削減：2030年度 商品50%削減（2013年度比）Scope3-C11

アマダグループの事業活動全体のCO₂排出量のうち、Scope3（サプライチェーン上の活動に伴う間接的な温室効果ガス排出量）が大半を占めており、その中でもお客さま使用時のCO₂排出量削減が重要と考えています。したがって、従来の炭酸ガスレーザマシンと比較してエネルギー消費を約1/3に低減するファイバーレーザマシンへの入れ替えをレーザ戦略として一層推進し、消費電力の削減と製造工程を統合することで生産性を高めた複合マシンなどの多くのアマダエコプロダクツを創出し、脱炭素に向けた商品全面刷新を行い、商品におけるCO₂排出量を2030年度50%削減する活動を進めていきます。昨今、世界では気候変動をはじめとする環境課題が深刻化

しています。日本国内でも異常気象による大規模な自然災害が多発するなど大きな影響をもたらし、いまや気候変動は企業にとって看過できない状況となっています。このような中、様々な環境課題の中でも、特に気候変動への対応を最重要の課題とし、2050年のカーボンニュートラル達成を目指した商品戦略・ビジネスモデルの変革を進めていきます。それにあたり、アマダグループは、TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）提言への賛同を2022年4月に表明しました。さらに提言に基づき、気候変動に関するリスクと機会が当社の経営に及ぼす影響の評価（シナリオ分析）などについて、TCFDのフレームワークに基づく情報開示を実施しています。

2. 事業活動におけるCO₂削減：2030年度事業所・工場50%削減（2013年度比）Scope1+2

2021年4月に日本政府は2050年までのカーボンニュートラル実現に加えて、2030年度目標を従来の26%から46%（2013年度比）に引き上げを表明しました。気候変動対策やSDGsが世界的潮流となる中、アマダグループでは、グループ全体での脱炭素化目標の設定や戦略立案などを担う新組織「グループ環境プロジェクト」を2021年10月に立ち上げました。事業所・工場のCO₂排出量（Scope1+2）では照明などの省電力化、高効率な空調設備への更新、アマダオリジナルな生産効率改善の省エネ対策でエネルギー消費量を削減し、再生可能エネルギーについては、海外の一部導入の現状から計画的に再生可能エネルギー・グリーン電力購入などの取り組

みを進めて、2030年度までにCO₂排出量の50%削減を果たし2050年のカーボンニュートラルを目指します。2022年5月には、パリ協定の企業版目標設定である科学と整合する温暖化ガス削減目標SBT（Science-Based Targets）認証取得の宣言を表明しました。また、気候変動への対応のほか、アマダグループにおいて特に対応が必要と考えている環境に関する重点項目として、資源循環型社会の実現に向けた工場ゼロエミッションの継続に加えて廃棄物総量の削減、水資源、プラ問題、化学物質管理についても目標を設定し、取り組みを進めています。

3. 生物多様性の保全・再生

アマダグループは、国内では本社のある伊勢原事業所において、働く人とみどりの共生を目指した「森の中の事務所」への挑戦を始め、主力生産拠点である富士宮事業所で展開する「アマダの森」での豊かな森の育み、土岐事業所では、「野鳥、昆虫を呼ぶ環境づくり」として、毎年様々な植物を植え、様々な生態系保全活動を行っています。2030年度に向けて、自然関連リスクと機会を捉えて、森林計画とグリーンインフラを進めて、今後も希少種の保護に特に注力して、グローバルに生物多様性の保全・再生に努めていきます。長期的な視点で「エコでつながるモノづくり」を進め、脱炭素の移行戦略による環境関連投資と2050年のカーボンニュートラルをはじめとする環境施策・社会貢献を通じて、100年企業へ向けて成長を図っていきます。金属加工機械の総合メーカーとして、激変するグローバル

市場に対応する改革を間断なく進め、モノづくりを通じて世界の人々の豊かな未来に貢献していきます。

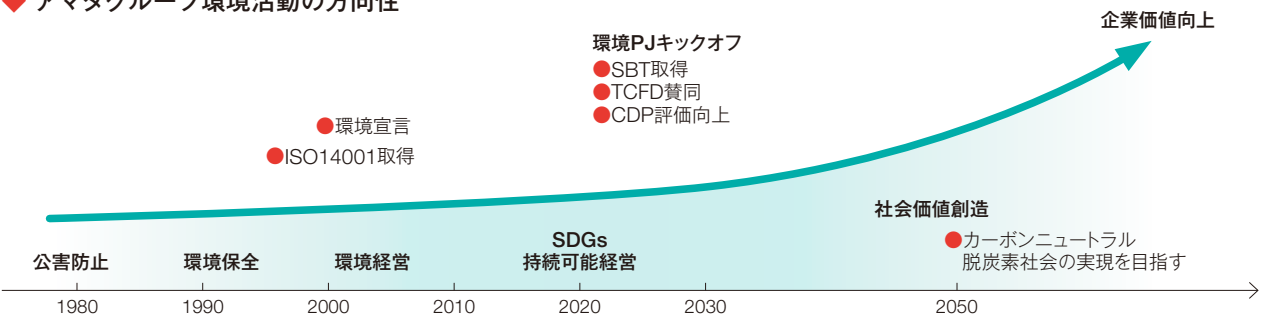
アマダグループと環境活動

アマダグループは機械業界の中では早くから環境関連の活動に取り組んでおり、本社のある伊勢原事業所ではISO14001の認証を取得してから24年になります。ここでは、創業からの経緯と18年間の主な環境活動の足跡をご紹介します。

環境活動のあゆみ

アマダグループは金属加工機械のリーディングカンパニーとして、下記のとおり、常に先進的な環境活動を展開してきました。

◆ アマダグループ環境活動の方向性



◆ アマダグループの環境活動のあゆみ

1991	グリーンキャンペーン活動スタート
1994	アマダの環境活動のシンボル「AMADA SFERA」設置
1996	ISO14001認証制度開始
1998	製品アセスメント実施要領制定（商品の環境への影響評価） 伊勢原事業所 ISO14001認証取得
2000	AMADA AUSTRIA GmbH ISO14001認証取得
2001	アマダエコプロダクツ認定制度開始
2002	富士宮事業所 ISO14001認証取得
2003	指定回収部品制度（規制化学物質を含んだ使用済み部品の引き取り）新聞発表 CO ₂ 10年で1万吨削減（事業所および自社商品におけるCO ₂ 削減）新聞発表
2006	RoHS指令対応（EUの有害化学物質規制への対応）新聞発表
2007	アマダ・エコ・インフォメーション・マーク制定（ステークホルダーへの商品環境情報の提供）
2008	小野工場 ISO14001認証取得 天田（連運港）机床工具有限公司 ISO14001認証取得

2009	環境報告書「Forest-In Office」初版ウェブ発行
2010	アマダグループ環境宣言 伊勢原事業所、富士宮事業所、小野工場でISO14001統合認証取得
2011	岐阜県土岐市に土岐事業所を開設 テクニカルセンターをゼロ・カーボン施設化
2012	関西テクニカルセンター ISO14001統合認証取得
2013	ニコテック三木工場 ISO14001統合認証取得
2014	アマダミヤチ野田事業所 ISO14001統合認証取得 アマダヨーロッパS.A. ISO14001認証取得
2015	天田（上海）机床有限公司 ISO14001認証取得 アマダオートメーションシステムズ福島工場 ISO14001統合認証取得
2016	天田（中国）有限公司 ISO14001認証取得
2020	伊勢原鈴川事業所・川口事業所 ISO14001統合認証取得
2021	2030環境目標策定
2022	気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）提言への賛同表明 SBT イニシアティブへコミットメント表明

TCFD提言に基づく気候変動関連の情報開示

アマダグループでは、気候変動への対応が当社の経営に対する重要な経営課題の1つであると認識しています。それについて、TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）の提言への賛同を2022年4月に表明しました。また、提言に基づき、気候変動に関するリスクと機会が当社の経営に及ぼす影響の評価（シナリオ分析）等について、TCFDのフレームワークに基づく情報開示を実施しています。

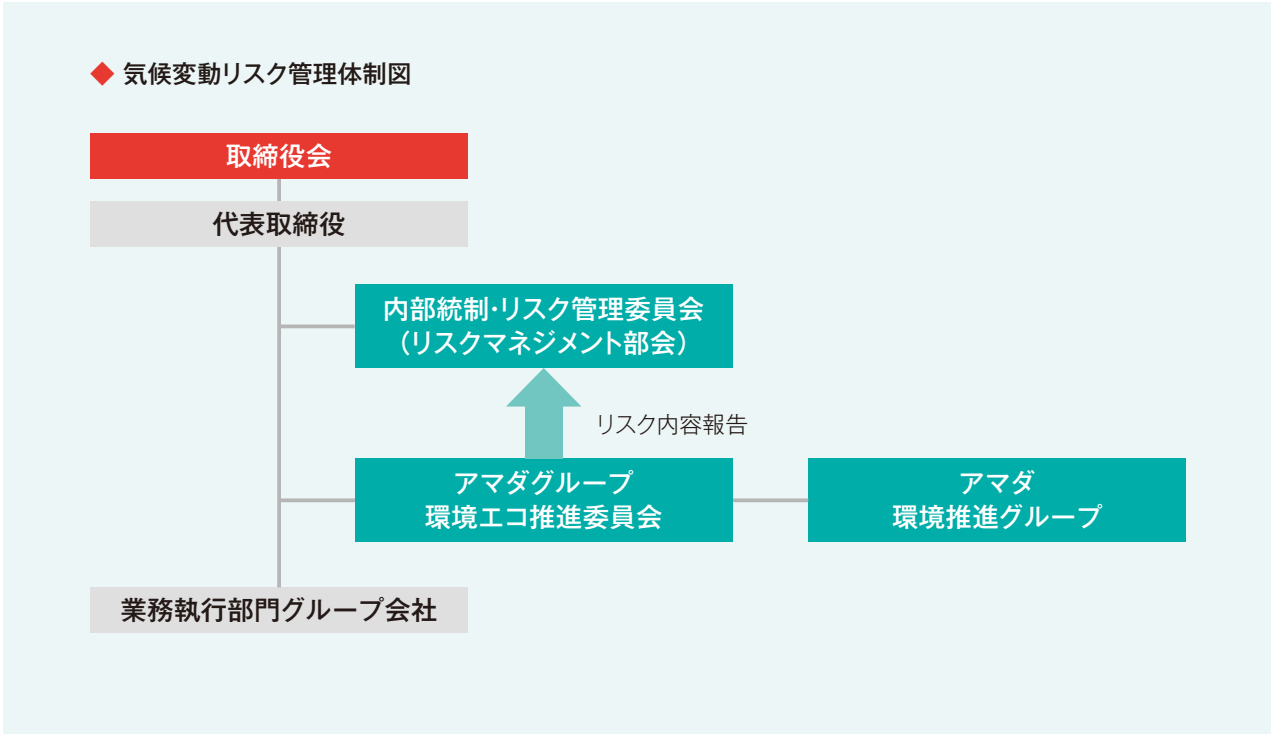
ガバナンス

アマダグループでは、気候変動を含む環境問題への対応をアマダグループ環境エコ推進委員会において実施しています。

アマダグループ環境エコ推進委員会では、事業所における環境施策を立案する「工場・施設分科会」及び商品における環境施策を立案する「商品分科会」を持ち、国内外の各事業所より環境に関する情報を集約し、それぞれの領域における環

境施策を立案し、進捗管理を行っています。

アマダグループ環境エコ推進委員会において決定した気候変動を含む環境のリスク・機会及びそれらに対応するための目標・計画、また計画に対する進捗状況などについては、代表取締役を通じて取締役会に定期的に報告され、経営の意思決定に活用されます。



戦略

気候変動に関するリスクと機会には、大きく分けてカーボンニュートラルを社会が目指すにあたって生じる法規制や技術の変化、市場の製品選好の変化などの「移行」によるものと、平均気温の上昇そのものやそれに伴って起こる異常気象や慢性的な気象の変化による「物理的」なものの2種類があります。アマダグループでは、この2種類のリスクと機会の枠組に応じて、その内容及び事業活動へのインパクト、影響を受ける期間などについて評価し、以下の一覧の通り特定してい

ます。また、これらリスク・機会への対応及び財務的影響についても示しています。リスクと機会を特定するにあたり、複数のシナリオを用いてシナリオ分析を行い、その結果を反映させています。

アマダグループではアマダエコプロダクツの高効率省エネ製品の創出、レーザビジネスでのファイバー光制御技術や自動化などのモノづくりの改革を進める商品戦略が重要と捉えています。

◆ 主な気候変動関連リスク・機会

リスク・機会項目			事業インパクト		将来的なリスクの大きさ※1		リスク・機会への対応
大分類	中分類	小分類	期間※2	考察	2℃シナリオ	4℃シナリオ	
移行リスク	政策／規制	炭素価格／排出権取引	長期	■ 炭素価格や排出権取引が導入されることにより、生産コストが増加	⬆	➡	中期環境計画に基づくCO ₂ 排出量削減により、生産に占める炭素価格コストの低減を図る
	市場	エネルギー・原材料コストの高騰	中／長期	■ 脱炭素技術への対応により粗鋼価格の上昇 ■ 再エネ賦課金の価格上昇による電力価格の上昇	⬆	➡	省資源で生産可能な製品の作成及び再生可能エネルギーの利用拡大
	評判	投資家等ステークホルダーの評判変化	短／中期	■ 気候変動への対策が不十分な場合、投資家の評判悪化、一部の国への開示報告義務への対応コスト、資金調達、リクルートへの影響 ■ ESG情報開示基準の厳格化による対応コスト増加	⬆	➡	SBT認証取得等国際イニシアチブへの対応及びHP等を用いた気候変動対応に関する十分な情報公開の実施
機会	製品とサービス	低炭素製品の普及	中／長期	■ アマダエコプロダクツ（高効率省エネ製品）の創出。レーザビジネスでのファイバー光制御技術や自動化、IoTによる省力化、安定稼働によりモノづくり課題を解決し収益増加	⬆	➡	中期環境計画に基づくさらなるアマダエコプロダクツの創出
物理的リスク	慢性	水ストレスによる生産性の低下	長期	■ 干ばつが発生し、水制限による製造コスト増加、システム整備を行うための追加投資などが発生	⬆	⬆	生産における水使用量の削減を推進
	急性	異常気象の激甚化	長期	■ 台風等による自社工場被害から、操業停止・生産減少・設備復旧への追加投資等が発生 ■ 洪水等の発生によりサプライチェーンの寸断が発生し、生産の停止・減少	⬆	⬆	自家発電装置、蓄電池の設置などBCP対策

※1 リスク及び機会の評価を2℃シナリオと4℃シナリオの2種類のシナリオで評価しています。2℃シナリオでは外部シナリオとしてIEA（国際エネルギー機関）のSDS（持続可能な開発シナリオ）とIPCC（気候変動に関する政府間パネル）のRCP2.6シナリオを参考にしています。

一方4℃シナリオでは外部シナリオとしてIEAのCPS（現行政策シナリオ）とIPCCのRCP8.5シナリオを参考にしています。

※2 期間についてはそれぞれ 短期:1年 中期:1年～3年 長期:3年～ を表しています。

◆ 気候変動関連リスクによる財務的影響（2℃シナリオ）

アマダグループに対する影響がより大きくなると想定される2℃シナリオにおいて、気候変動関連リスクがもたらす財務的影響を下記の通り推定しています。

将来的な炭素価格の上昇が費用の増加をもたらすリスクについて、IEAのSDSシナリオにおける先進国の価格想定をもとに想定される2030年の炭素価格が10,000円/t-CO₂となった場合に、支払いが求められる費用を推定しています。

指標	想定年	想定単価	想定CO ₂ 排出量*	費用
炭素価格	2030年	10,000円/t-CO ₂	29,593t-CO ₂	296(百万円)

※想定CO₂排出量は、グループ目標に基づき2013年度全事業所・工場のScope1+2排出量の△50%としています。

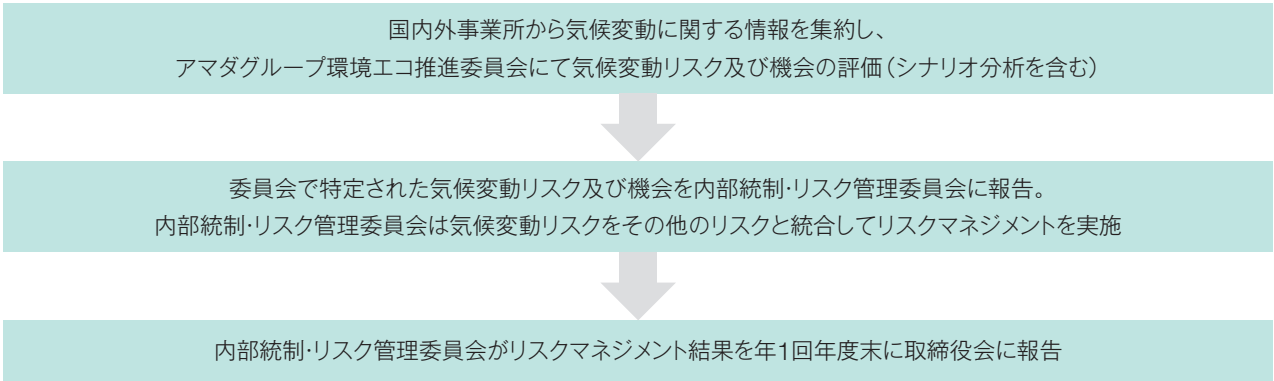
リスク管理

気候変動のリスク管理はアマダグループ環境エコ推進委員会において管理・対応を図っています。特定されたリスク・機会は内部統制・リスク管理委員会の中のリスクマネジメント部会に報告されます。内部統制・リスク管理委員会は、ヒト・モノ・カネ・情報などに係るグループレベルでの重要リスクについての

方針を定め、その他のリスクと統合して管理を行っています。リスクマネジメントの結果は年度末に取締役会に報告され、経営の意思決定に活用されます。

※当社のリスク管理体制については、P57「リスクマネジメント」を合わせてご参照ください。

◆ 気候変動リスク管理フロー



◆ 指標と目標

アマダグループでは、気候変動に関するリスクと機会をマネジメントするための目標として「2030年度に2013年度比Scope1+2CO₂排出量50%削減」および「2030年度に2013年度比Scope3C11（商品使用時）CO₂排出量50%削減」というグループ目標を設定し、達成に向けて取り組みを進めています。当社グループのCO₂排出量削減目標は「SBT（科学と整合する温暖化ガス削減目標）」水準に準拠しており、2022

年度中に認証取得の予定です。その他環境に関する取り組み計画の詳細はP.43「アマダグループ2030中期環境計画（アマダグリーンアクション）」をご参照ください。
また、Scope1～3のCO₂排出量の実績値については、ウェブサイトにあるアマダグループ環境・社会報告書（データ編）をご参照ください。

◆ アマダグループ2030中期環境計画（アマダグリーンアクション）

重点課題	2030年度目標	2021年度目標	2021年度実績
①脱炭素社会の実現	■ 全商品 CO ₂ 排出量△50%（2013年度比）*Scope3-C11 ※2013年度基準値：811,635t-CO ₂ （国内：336,011t-CO ₂ 、海外475,624t-CO ₂ ）	■ 脱炭素に貢献するアマダエコプロ商品の提供により△27.0%（2013年度比）	■ △57.3%（346,291t-CO ₂ ）【達成】 【国内】△54.5%（153,042t-CO ₂ ）【達成】 【海外】△59.4%（193,249t-CO ₂ ）【達成】
	■ 全事業所・工場 CO ₂ 排出量△50%（2013年度比）*Scope1+2 ※2013年度基準値：59,185t-CO ₂ （国内：37,163t-CO ₂ 、海外22,022t-CO ₂ ）	■ 省エネ対策（照明／空調更新、生産効率改善）により△12.9%（2013年度比）	■ △17.3%（48,938t-CO ₂ ）【達成】 【国内】△14.8%（31,675t-CO ₂ ）【達成】 【海外】△21.6%（17,263t-CO ₂ ）【達成】
②循環型社会の実現	資源の有効活用 ■ 全廃棄物総量*1△10%（2019年度比） ※2019年度基準値：6,251t （国内：3,735t、海外2,516t） ■ 全廃棄埋立量△10%（2019年度比） ※2019年度基準値：30.2t（国内） ■ ゼロエミッション率*20.73%以下（国内） ※2019年度基準値：0.81%*1 ■ 全水使用量△10%（2019年度比） ※2019年度基準値：425.7千㎡ （国内：265.3千㎡、海外162.2千㎡）	■ 全廃棄物総量△1.8%（2019年度比） ■ 全廃棄埋立量△1.8%（2019年度比） ■ ゼロエミッション率0.795%以下（国内） ■ 全水使用量△1.8%（2019年度比）	■ 廃棄物総量7.5%増（6,720t-CO ₂ ）【未達】 【国内】12.5%増（4,203t） 【海外】+0.04%（2,517t-CO ₂ ）【未達】 ■ 廃棄埋立量【国内】△7.6%（27.9t）【達成】 ■ ゼロエミッション率：0.54%（国内）【達成】 ■ グループ水使用量△16.5%（357.0千㎡）【達成】 【国内】△18.8%（215.3千㎡）【達成】 【海外】△12.6%（141.7千㎡）【達成】
③化学物質管理	規制化学物質の適正管理と削減（国内） ■ 有害化学物質△10%（富士宮） ※2019年度基準値：36,395kg ■ 水銀使用機器（蛍光灯）全廃	■ 有害化学物質△1%（364kg）（富士宮）	■ 有害化学物質△1.5%（562kg）【達成】（富士宮）
④生物多様性	自然関連リスクと機会を捉えて生物多様性の保全、再生を行う（国内） ■ 2030年度：森林計画（富士宮）およびグリーンインフラ（各事業所・工場）	■ グリーンインフラ導入（伊勢原）	■ AMADA FORUM（伊勢原事業所）にグリーンインフラ導入（雨水を貯める機能を持つ「レインガーデン」を設置）

※1 廃棄物の2019年基準値の一部関連会社データに2020年度データを使用（該当年データがないため）

※2 ゼロエミッション率＝（埋立廃棄物重量／全排出物重量）

アマダグループはSBT（science-based targets）による目標設定を行っています（2022年5月コミットメント宣言）。

アマダグループは温暖化対策の国際的な枠組み「パリ協定」に基づく企業の削減目標「SBT（科学と整合する温暖化ガス削減目標）」を設定しました。企業は個別に設定した温暖化ガスの削減目標が、「世界の気温上昇を産業革命前より2℃を十分に下回る水準（Well Below 2℃）に抑え、また1.5℃に抑えることを目指す」という国際的な目標に貢献するとみなされます。アマダグループのSBT目標（Scope1+2）は、1.5℃以下に抑えるシナリオの要求を満たしています。

◆ Scope1+2は2030年度△46.2%（2019年度基準値53,856t-CO₂）、Scope3（カテゴリー1およびカテゴリー11）は2030年度△27.5%（2019年度基準値1,842,786t-CO₂）。

重要課題 人材の能力開発と育成



基本的な考え方

アマダグループは、経営理念の1つである「創造と挑戦を
実践する人づくり」を人材開発の基本理念としています。その
実現に向けた人材育成の方針を、サステナビリティ基本方針
において「イノベーションの源泉として重要な経営資源である

従業員が、能力を最大限発揮できるための人事制度や教育研
修体系を整備し、創造と挑戦を実践する人づくりに組みま
す。」と定め、重点課題に応じた取り組みを推進しています。

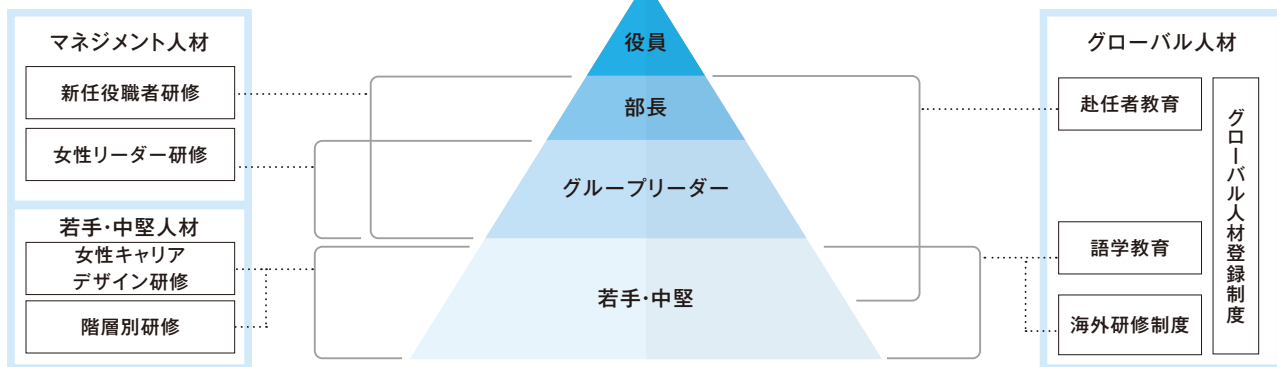
「変革」と「挑戦」を実践し、グローバルな成長を目指す

アマダグループは創業以来、75年以上にわたり「変革」と
「挑戦」を継続することによって、お客さまとともに成長して
きました。その原動力は、外部環境の変化に柔軟に対応して
常に新しいことにチャレンジする姿勢、あるいは課題の解決に
向けて考え行動する力であると言えます。これらは事業の発
展を支える強みであると同時に、アマダグループの価値を形
成する源泉でもあり、すべての役員・社員が大切にしているも

のです。

アマダグループは、成長戦略の1つにグローバルビジネスの
拡大を掲げており、その成長を支える次世代人材の育成は重
要課題の1つです。中でも、①グローバル人材、②女性リー
ダー、③若手から中堅層の次世代人材を重点分野と定め、採
用から教育、配置、登用に至るまで一貫性のある人材開発を進
めています。

人材開発の重点課題と教育体系



グローバル人材の育成

アマダグループは売上収益の海外比率が約60%を占めてお
り、また「長期ビジョン2030」に向けた3つの成長戦略の1つに
「グローバル拡大」を挙げています。そのため、今後、グロー
バルビジネスを支える人材を継続的に育成し、配置することが
重要となります。そこで、海外赴任・海外関連業務にチャレンジ
したい社員を登録する「グローバル人材登録制度」を基盤に、
若手社員に教育や研修機会を提供し、社員の自主性や挑戦意
欲を尊重した育成を行っています。

海外研修制度

海外現地法人の事業活動や市場動向、顧客対応を学ぶ
1年間の短期実務研修を行っ
ています。開発、営業、サー
ビス、管理など職種ごとに、
グローバルビジネスの成長
に必要な能力や視野を養う
ことを狙いとしています。



米国法人でお客さまに加工技術
を説明する研修生

海外研修生インタビュー

アマダ 加工技術エンジニア 男性社員 (30代)
アマダアメリカに派遣

現地とお客さまの声を直に聞くことと、広い視野を持ちなが
ら現地環境下でもコミュニケーションを取れるようなスキル
を身につけたいとの思いから海外研修に挑戦しました。今
後の目標としては、本社の中では感じる事ができなかった

海外現地法人の声や現地のお客さまの課題をしっかりと聞き、
お客さまに近い立場で、マシンの開発またはお客さまのサ
ポートに携わっていきたいと思います。また、研修生ならで
はの立場や視点で、現地法人の理解、組織の想いを捉え、
日本との懸け橋となりながら、さらに若い世代が活躍できる
基盤づくりにも貢献していきたいです。

女性リーダーの育成

グローバル市場において成長するために人材の多様化は欠
かすことができません。アマダグループでは、女性社員がライ
フイベントなどで男性社員と比較して成長の機会を受けにくい、あ
るいは男性社員の割合が大きいために、女性リーダーが育ちに
くい環境があることを課題とし、改善に取り組んでいます。

そこで、ライフイベントを控える若手から中堅層に対し「女
性キャリアデザイン研修」を実施し、将来のキャリアアップに対
する意識醸成や不安解消につながるサポートを行っています。
また、将来のリーダーを育成するために、管理職候補者に対し
「女性リーダー研修」を行うとともに、女性社員を部下に持つ
管理職にも「育成支援研修」を実施することで、女性の活躍を
後押しする風土の醸成を図っています。

このように、年齢や経験に応じた継続的な働きかけを行うこ
とにより、すべての女性社員がその個性と能力を発揮し活躍で
きる職場を目指しています。

女性リーダーの活躍支援研修

女性リーダーの育成を目的
にグループ各社の女性管理
職候補者とその上長を対象
にした研修を実施しました。
研修では、マネジメントスキ
ルやコミュニケーションスキ
ルを磨くほか、研修後にアク
シオンプランを立て、上長と確認しながら実践すること
で、リーダーとしての意識や行動の定着を図っています。



グループの垣根を越えて女性
リーダーの活躍を支援する研修

若手・中堅層の次世代人材の育成

若手から中堅層の計画的なキャリア形成を行うための教育・
研修に力を入れています。

新入社員研修は、半年間かけてビジネス基礎、板金加工や
プレス加工の金属加工基礎を学びます。自社施設、マシン、ソ
フトウェアを駆使した実践教育が充実しており、中途採用者に
対する教育研修も同水準で行われています。こうしたことが、
高品質の商品・サービスの提供につながり、アマダグループが
お客さまから信頼を得る礎となっています。

また、新入社員研修後に各部へ配属されてからも、OJT、
OFF-JTに限らず専門的な知識やスキルの習得に多くの時間を割
いています。各種技能検定や技術資格の取得を支援することで、
その成果を測り、さらなるスキルアップへの向上心を培います。

若手技術者の製造実習

アマダグループのお客さまであり製造パートナーでもあ
る株式会社関東精工様の工場で、若手技術者が製品の
加工や組み立てを行う製造実習を実施しました。アマダ
グループのマシンをお客さ
まの現場で使用し、マシン
の機能や作業性を“肌で感
じ、生の声を聞く”ことによ
って、今後の技術開発や展示
場でのお客さま対応に生か
していきます。



関東精工様の工場で社員ととも
に製品加工を行う若手技術者

重要課題 ダイバーシティの推進・働きがいのある職場づくり



基本的な考え方

経営理念の1つである「人と地球環境を大切にする」をもとに、性別や国籍など個人の属性に関係なく、社会的に弱い立場にある人を含む全てのステークホルダーの人権を尊重することを基

本理念としています。その中で、社員に対しては、多様な従業員が活き活きと仕事に取り組める働きがいのある職場づくり、および心身ともに安全・健康に働ける環境整備を推進しています。

すべての社員が、働きがいを感じるために

アマダグループは成長戦略の中で、経営基盤のさらなる強化に向けた戦略投資を掲げており、その1つに「人材」があります。人材の多様化が進む中、社員1人ひとりが個性と能力を最大限に発揮し、仕事を通じて自己実現および成長ができる職場を目指しています。

また、ダイバーシティの推進など、今後の労働人口の減少を視野に入れた様々な施策も展開しています。

重点課題には、①障がい者雇用、②女性活躍推進、③働きがいのある職場づくりを掲げ、風土の醸成、人事制度の拡充、人材育成体系の整備に取り組んでいます。

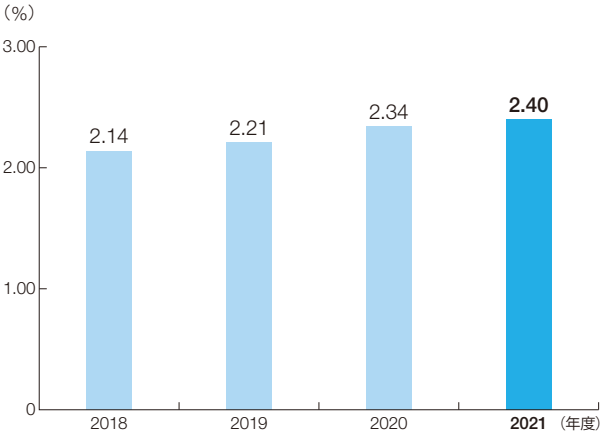
障がい者雇用

アマダグループでは、特例子会社の株式会社アマダプランテックと協業して「アマダグループ障がい者雇用運営委員会」を立ち上げ、障がいのある社員の職域拡大を目指した活動を行っています。2021年度は、精神障がい者の積極的雇用、職場実習および見学を受け入れ、雇用の拡充につなげました。さらに、作業時の機能性を重視したユニフォームを導入し、社内での活躍が目に見えるようにしました。

特例子会社の適用範囲の拡大にも取り組み、グループ会社3社（株式会社アマダオートメーションシステムズ、株式会社アマダウエルドテック、株式会社アマダサンコウ）をグループ適用の範囲に追加しました。

今後も障がいのある社員が活躍できる場を拡大し、1人でも多くの人の自立の手助けとなるよう一丸となって進めていきます。

障がい者雇用率



女性活躍推進

アマダグループでは、ダイバーシティの推進の中でも女性活躍推進を重点課題として捉え、女性活躍推進チームを発足し積極的に取り組んでいます。

女性管理職候補者とその上長を対象とした女性リーダーの活躍支援研修や、女性社外取締役の登用、女性技術者の育成、採用強化などの活動を行っています。

また、2021年度より、女性活躍の現状と課題を把握するために、女性活躍に関する意識調査を実施しています。調査の結果は社内報で公開するとともに、社員1人ひとりが活き活きと仕事に取り組める職場づくりにつながる施策の策定に活用しています。

今後も、女性のキャリア形成や職場環境の整備などにより、女性活躍推進に取り組んでいきます。

ダイバーシティ研修の実施

新入社員研修では、新たにダイバーシティ研修を実施し、ダイバーシティの概要やアマダグループでの取り組みについて理解を深めました。

グループワークでは、多様な価値観を持った人と働くうえで無意識な思い込み（アンコンシャス・バイアス）をしていないか、ゲーム形式で学び、自分の行動を見つめ直す機会としました。今後もダイバーシティの理解を促進させ、組織全体の意識改革を進めていきます。



働きがいのある職場づくり

アマダグループは、社員の多様な価値観やライフステージに応じた職場環境を整えていくことが働きがいにつながると考えています。

ワークライフバランスを図るため、有給休暇取得率向上を目指し、上長に個別に取得促進を働きかけるなどの各種施策を実践しています。

両立支援としては、通常の年次有給休暇とは別に、子どもが中学校卒業まで取得することができる、年2日間の参観休暇制度や、小学校卒業まで利用できる勤務時間短縮の制度（法定は3歳まで）など、社員のライフスタイルを尊重した法定以上の制度を導入しています。また、男性の育児休業の取得促進として、育児休業に関する制度や男性取得者の体験談などを掲載したしおりを作成しました。このように働きがいを実感できる人事制度の運用と施策の推進により、働き方改革を実行しています。

社内報での情報発信

社内報『パートナーシップ』では、女性活躍に関する意識調査の結果のレポートや、アマダグループで活躍する女性社員のインタビュー記事等を継続的に掲載しています。



社内報『パートナーシップ』

		2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
有給休暇取得率		50.2%	59.7%	52.5%	57.5%
育児休業取得率	男性	0.0%	14.7%	22.5%	37.9%
	女性	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

男性の育児休業取得者インタビュー

アマダ 営業 男性社員（30代）

妻の第2子の出産時期に合わせて2カ月ほど取得しました。育児経験はありましたが、2児の面倒を同時にみなければならなかったため、体感的に大変さは倍以上でした。それでも一番大変な時期に、妻を支えられたことが何よりうれしいです。

ステークホルダーエンゲージメント

アマダグループでは、経営理念や行動規範に基づき、ステークホルダーとの対話を大切にしています。対話を通じて、本業を通じた貢献だけでなく、企業市民として何ができるかを常に考え、ステークホルダーの皆さまとの関係構築に努めています。

板金業界支援

アマダグループは、創業当時から、直販・直サービスを通じてお客さまとの対話を大切にしています（対話から得たお客さまの声は商品開発に生かし、ニーズに即した商品提供を行うことで、お客さまとともに成長できるビジネスモデルを構築してきました）。アマダグループがリーディングカンパニーとして

築いてきた板金業界も、少子高齢化やベテラン技術者の引退などの影響により、後継者不足や働き手不足が大きな課題となっています。こうした課題に対し、板金業界の活性化と板金に携わる人々（お客さま）との関係構築のため、様々な取り組みを行っています。

アマダスクール

1978年より、お客さまの工場で働く従業員を対象に、技能教育（モノづくり）と助成教育（人づくり）を行うアマダスクールを発足しています。板金の基礎知識や機械の操作教育に加え、人材育成支援を目的に、新入社員、管理職、監督職を対象とする講座や、経営後継者を対象とする講座を提供しています。また、1989年から板金加工技術、技能の向上を図るため、「優秀板金製品技能フェア」を開催しています。



シートメタル工業会

全国の板金（シートメタル）加工業に携わる企業が地域ごとに結集した「シートメタル工業会」の活動を、様々な形で支援しています。「会員企業の繁栄と業界の発展のため、諸活動を企画・立案・実行し研鑽を図る」ことを目的に、現在までに26の工業会が日本国内に設立されています。当社では、工業会の事務局や研修会の講師派遣などを通し、会員企業の皆さまのスキルアップ、人材育成と業界発展のお手伝いをしています。



地域社会への貢献

各事業所ごとに地域社会との共生を目指し、企業市民として様々な活動を行っています。

例えば、地域団体と協力した清掃活動への参加や、地域のイベントへの協賛・開催、スポーツイベントへの協賛、工場見学の開催や、学生向けのセミナーの開催などがあります。

当社は、なかなか一般の方の目につかない商品をつくっているBtoB企業のため、当社の事業概要が分からない地域住民の方も多くいます。そういった企業イメージを払拭する意味合いも込めて、小野工場（兵庫県小野市）では、毎年4月に事業

所を開放し、「花観け～しょん」と題した地域交流会を開催しています。事業所内のお花見スポットにて、地域住民や社員家族との交流を行っています。また、地域の学生に向けた工場見学会の実施やインターンの受け入れ、セミナーの開催などを行い、事業紹介やキャリア支援を兼ねた学生との交流も行っています。こうした交流は、当社の認知度が改善されるだけでなく、地域住民の方からのご意見をいただいたり、当社が支援できそうな新たな地域課題の発見につながったりなど、重要な対話の場となっています。

取引先とのコミュニケーション

アマダグループでは、経営理念や行動規範に基づき、法令遵守をはじめ、製品のさらなる品質向上や環境配慮に資する調達の実施に向けて、サプライヤーと協業のもと、日々取り組みを進めています。

品質診断の実施

サプライヤーの皆さまに対して、年に1度当社の調達部門が取引先の工場を訪問し、購買先評価表と品質診断チェックシートを用いて、生産能力・法令遵守・品質・環境配慮の観点などから、適切な取引先であるかの評価を行います。ガバナンスの観点から、評価は複数人で行われています。この品質診断において評価が下がったサプライヤーについては、是正対策の提出をお願いし、対策実施後に再評価を行うことで、品質維持・向上に努めています。

サプライヤーとともにやっている取り組み

ゼロエミッション・運送効率向上

サプライヤーの皆さまとは単なる取引先ではなく、お互いに成長できる関係構築に努めています。

例えば、環境配慮、運送効率アップなどの観点から、部材配送に使用する梱包材をリサイクル可能な通い箱方式にしたほか、形状の複雑なものなどは、少ない回数で効率的に運搬できるよう運搬治具の活用をしています。機械の設計段階から、効率的な運搬方法についてサプライヤーの皆さまと相談を重ね、制作なども協業しながら行っています。

情報セキュリティ支援

昨今、他企業において、サプライヤー工場での情報セキュリティ上の問題が多発していることを踏まえ、当社でも双方のリスクを考え、当社のICT部門が取引先に対してセキュリティ対策の案内（指導）および技術サポートを行っています（今回初めてサプライヤーに情報セキュリティ調査を実施したところ、ウイルスソフトの運用が不十分、重要情報へのアクセス制御が不適切、また従業員指導ができていない、セキュリティ事故発生時の対処フローが未確立などといった、情報セキュリティ上の課題を抱えるサプライヤーがいることが分かりました）。安全・安心の調達取引を継続するため、取引先企業と協力して、セキュリティ強化に努めていきます。

人権保護に関する取り組み

鉱物の調達過程において、紛争や犯罪関与、人権侵害のない原材料の調達に努めています。こうした取り組みについて、お客さまを含むステークホルダーに対し、適切な情報開示ができるよう進めていきます。

サプライヤーとの関係構築のための取り組み

適宜取引先企業の代表者の皆さまに向けて、経営方針などを説明する説明会を開催しています。取引先との意見交換を行う重要な対話の機会となっています。重要共通意識の醸成を図るため、賀詞交歓会や説明会の開催や取引先訪問など、日頃からの良好な関係構築に努めています。

グリーン調達

品質チェックシートにおける環境配慮の確認以外に、環境負荷の少ない資材を調達する「グリーン調達」を、環境保全活動の重要な取り組みとして位置づけています。アマダの商品は2006年7月から施行されたRoHS指令の適用対象外ですが、アマダマシンで製造したお客さまの製品に、規制化学物質が付着しないように、RoHS指令対象物質の不使用を推進しています。

グリーン調達への取り組み

アマダグループはグリーン調達を推進するため、以下の取り組みを実施します。

- （1）環境保全活動に積極的なお取引先との優先取引
 - ①お取引先さまの環境保全活動調査、およびその評価
 - ②評価結果に基づくお取引先さまへの協力依頼、および優先お取引先さまとのお取引
- （2）環境負荷の少ない資材の調達（規制化学物質不用品の調達）
 - ①調達資材の環境負荷調査、およびその評価
 - ②評価結果に基づく資材の選定・優先調達
- （3）環境法令遵守

コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

当社は、高い倫理観と公正性に基づいた健全な企業活動が極めて重要であると考えており、経営および業務の全般にわたり、透明性の確保と法令遵守の徹底を基本とし、次の考

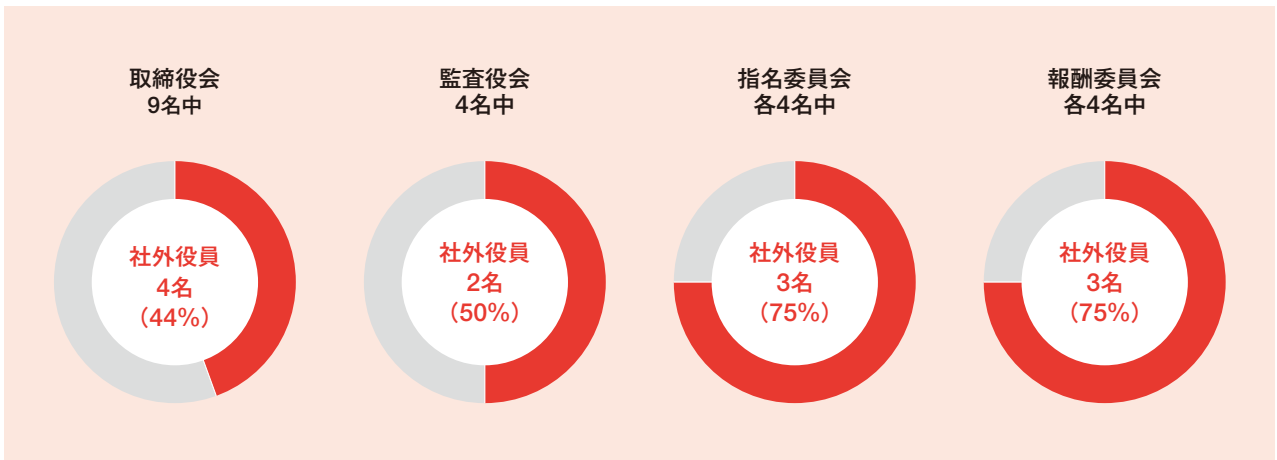
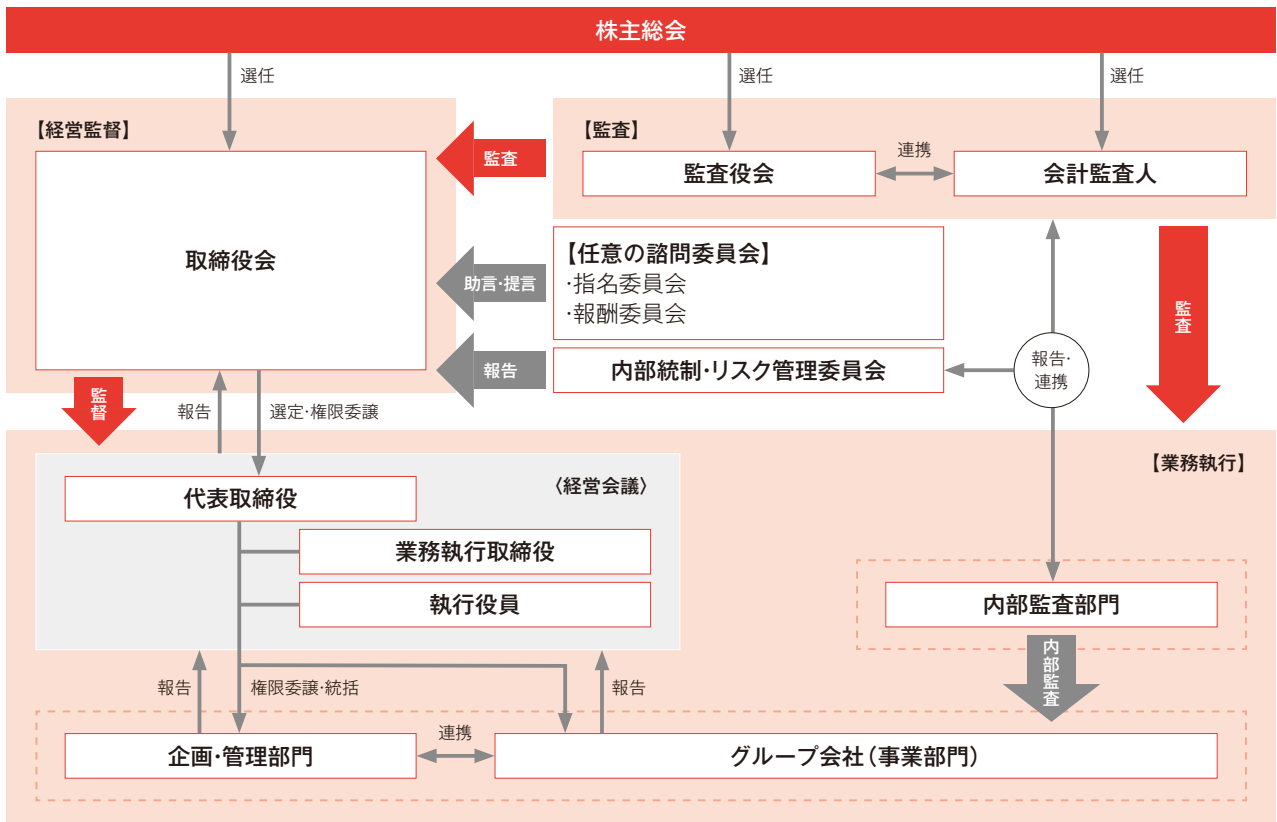
え方に沿ってコーポレート・ガバナンスの充実に取り組んでいます。

- 1 株主の権利・平等性を確保するよう努めます。
- 2 株主以外のステークホルダーとの適切な協働に努めます。
- 3 適切な情報開示と透明性の確保に努めます。
- 4 株主に対する受託者責任・説明責任を踏まえ、取締役会の役割・責務を適切に果たすよう努めます。
- 5 株主との建設的な対話に努めます。

当社は、当社グループが持続的に成長し、当社の長期的な企業価値を向上させ、もって株主の皆さまに当社の株式を長期的に保有していただくことを可能とするため、最良のコーポレート・ガバナンスを実現することを目的として、取締役会

決議に基づき、「コーポレートガバナンス・ガイドライン」を制定しています。コーポレートガバナンス・ガイドラインは、当社ウェブサイトに掲載しています。

◆ コーポレート・ガバナンス体制図



体制の説明・機関設計について

1. 取締役会について

取締役会は、定款にて取締役の員数を10名までと定め、現在は独立役員である社外取締役4名を含む取締役9名で構成されています。取締役会は、法令で定められた事項やその他経営全般に関する重要事項を決定するとともに、業務の執行を監督する機関として位置づけられており、必要に応じて取締役会を開催し、迅速かつ柔軟に経営判断できる体制となっています。

また、取締役会の機能をより強化し、経営効率を向上させるため、経営会議を適時に開催しています。当該会議においては、業務執行に関する重要事項の審議を行うとともに、絞り込んだテーマについて時間をかけて議論を行うこととしています。

2. 監査役会について

当社は、監査役会設置会社であり、監査役の員数は、定款において4名までと定めています。監査役会には、独立性・中立性のある独立社外監査役を半数以上置くこととし、現在、独立社外監査役2名を含む4名で構成されています。

監査役会は、経営陣から独立した組織として、取締役および執行役員等の使用人の業務執行、内部統制システム、会計等の監査を行っています。また、会計監査人の独立性および監査の品質を確保するため、現任の会計監査人を適切に評価するための基準を策定し、定期的にその基準を満たしているか否かの確認を行っています。

3. 任意の委員会について

当社は、社外取締役の知見および助言を生かすとともに、取締役会の独立性・客観性と説明責任のさらなる強化を目的に、2020年4月より取締役会の任意の諮問機関として、独立社外取締役を委員長とする「指名委員会」および「報酬委員会」を設置しています。各委員会は4名の委員で構成され、その過半数となる3名を独立社外取締役が占めています。

指名委員会は取締役の選任および解任等について、報酬委員会は取締役および重要な使用人が受ける報酬等の方針や内容等についてそれぞれ審議し、取締役会に対して助言・提言を行っています。

社外役員の選任理由

1.取締役

間塚 道義	間塚道義氏は、グローバル企業の経営者を歴任し、各種諮問委員会の委員も務められた経験から、企業経営者としての専門知識だけでなくコーポレート・ガバナンスに対する深い見識を有しています。当該観点から取締役会において積極的に発言いただくなど、当社の社外取締役として業務執行の監督を適切に行っています。また、指名委員会の委員長および報酬委員会の委員としてこれらの委員会に出席し、適時適切な意見を述べています。以上の点を踏まえ、同氏の経験と知見に基づき、当社の社外取締役として職務を適切に行っていただくことが期待されるため、社外取締役としました。
千野 俊猛	千野俊猛氏は、株式会社日刊工業新聞社において編集者を経て社長を務められた経験から、企業経営者としての専門知識および産業界に関する見識を有しています。当該観点から取締役会において積極的に発言いただくなど、当社の社外取締役として業務執行の監督を適切に行っています。また、報酬委員会の委員長および指名委員会の委員としてこれらの委員会に出席し、適時適切な意見を述べています。以上の点を踏まえ、同氏の経験と知見に基づき、当社の社外取締役として職務を適切に行っていただくことが期待されるため、社外取締役としました。
三好 秀和	三好秀和氏は、長年の弁理士としての知的財産権に関する専門知識および弁理士事務所の経営者としての経験を有しています。当該観点から取締役会において積極的に発言いただくなど、当社の社外取締役として業務執行の監督を適切に行っています。また、指名委員会および報酬委員会の委員としてこれらの委員会に出席し、適時適切な意見を述べています。以上の点を踏まえ、同氏の経験と知見に基づき、当社の社外取締役として職務を適切に行っていただくことが期待されるため、社外取締役としました。
小部 春美	小部春美氏は、女性初の国税局長として広島国税局長を務められるなど、長年にわたり財務省において要職を歴任し、国内外における豊富な経験と高度な専門知識を有しています。以上の点を踏まえ、同氏の経験と知見に基づき、新しい観点から有益な意見や提言をいただくなど、当社の社外取締役として職務を適切に行っていただくことが期待されるため、社外取締役としました。

2.監査役

竹之内 明	竹之内明氏は、弁護士として法律実務に精通しており、東京弁護士会の会長を歴任するなど、法曹界において豊富な経験と実績を有しています。以上の点を踏まえ、同氏の経験と知見に基づき、当社の監査体制に対して有益な助言をいただくことができる適切な人材と判断し、社外監査役としました。
西浦 清二	西浦清二氏は、税務署長などを歴任した経験を持ち、税理士として企業税務に精通していることに加え、財務および会計に関する高度な専門的知見を有しています。以上の点を踏まえ、同氏の経験と知見に基づき、当社の監査体制に対して有益な助言をいただくことができる適切な人材と判断し、社外監査役としました。

取締役及び監査役のスキルマトリックス

事業活動について適切かつ機動的な意思決定と執行の監督を行うことができるよう、性別や国籍にかかわらず、取締役会全体として経営管理、研究・開発、生産、販売・サービスなどについてグローバルな視点で専門能力・知見を有する社内出

身の取締役と、独立した立場に基づき専門的見地から意見を述べ問題提起を行うことができる複数の社外取締役により取締役会を構成することを基本方針としています。

氏名		専門性、経験					
		企業経営	財務・会計	法務・リスクマネジメント・コンプライアンス	グローバル	営業・マーケティング	研究開発・製造
取締役	磯部 任	○	○	○	○		
	山梨 貴昭	○			○		○
	田所 雅彦	○			○	○	
	山本 浩司	○			○	○	
	三輪 和彦	○	○	○			
	間塚 道義	社外	独立	○	○	○	○
	千野 俊猛	社外	独立	○			
	三好 秀和	社外	独立	○			○
	小部 春美	社外	独立	○	○		
監査役	重田 孝哉	○	○				
	柴田 耕太郎	○			○	○	
	竹之内 明	社外	独立	○			
	西浦 清二	社外	独立				

取締役会および諮問委員の出席状況

氏名	役職	属性	2021年度の出席状況			
			取締役会	監査役会	任意の諮問委員会	
					指名	報酬
磯部 任	代表取締役社長	取締役会議長・指名委員会委員・報酬委員会委員	8／8回	—	3／3回	1／1回
山梨 貴昭	取締役専務執行役員		7／7回	—	—	—
田所 雅彦	取締役専務執行役員		新任	—	—	—
山本 浩司	取締役常務執行役員		新任	—	—	—
三輪 和彦	取締役常務執行役員		8／8回	—	—	—
間塚 道義	社外取締役	独立社外取締役・指名委員会委員長・報酬委員会委員	8／8回	—	3／3回	1／1回
千野 俊猛	社外取締役	独立社外取締役・報酬委員会委員長・指名委員会委員	8／8回	—	3／3回	1／1回
三好 秀和	社外取締役	独立社外取締役・指名委員会委員・報酬委員会委員	8／8回	—	3／3回	1／1回
小部 春美	社外取締役	独立社外取締役	新任	—	—	—
重田 孝哉	常勤監査役		8／8回	9／9回	—	—
柴田 耕太郎	常勤監査役		8／8回	9／9回	—	—
竹之内 明	社外監査役	独立社外監査役	8／8回	9／9回	—	—
西浦 清二	社外監査役	独立社外監査役	8／8回	9／9回	—	—

※山梨貴昭氏の取締役会出席状況は、2021年6月25日の就任後に開催された取締役会のみを対象としています。

役員報酬制度

1.役員の報酬等の決定方針

当社は、取締役の個人別の報酬等の内容に係る決定方針を以下の通り定めています。

ア. 基本方針

当社の取締役の報酬は、企業価値の持続的な向上を図るインセンティブとして十分に機能するよう株主目線を意識した報酬体系とし、個々の取締役の報酬の決定に際しては職位・職責を踏まえた適正な水準とすることを基本方針とする。具体的には、取締役の報酬は、固定報酬としての基本報酬、業績連動報酬等により構成し、監督機能を担う社外取締役については、執行から独立した立場にあることに鑑み、基本報酬のみを支払うこととする。

イ. 基本報酬の個人別の報酬等の額の決定に関する方針（報酬等を与える時期または条件の決定に関する方針を含む）

当社の取締役の基本報酬は、現金による月例の固定報酬とし、職位・職責に応じてあらかじめ定められた報酬基準額をもとに個人別の支給額を決定するものとする。

ウ. 業績連動報酬等の内容および額または数の算定方法の決定に関する方針（報酬等を与える時期または条件の決定に関する方針を含む）

業績連動報酬等は、賞与を短期インセンティブと位置づけ、業績指標を反映した現金報酬とし、毎年、一定の時期に支給する。経営指標として重要であることに加え、配当原資でもあることから株主目線の経営を意識するという理由で、単年度の

価値創造の基盤

親会社の所有者に帰属する当期利益（以下、当期利益という）を指標とする。具体的には、各事業年度の当期利益に配当性向（％）の1/50の率を乗じて算出する金額を上限に、支給対象となる員数と配当金の成長率を加味して支給総額を決定し、個別の配分は職位や職責に応じて決定したうえで、一定割合を成果に応じて増減させる方法で金額を算定するものとする。

Ⅱ. 基本報酬の額、業績連動報酬等の額の取締役の個人別の報酬等の額に対する割合の決定に関する方針
現行の取締役報酬制度においては、業績連動型賞与の割合を一定の水準には固定せず、当社の業績拡大に応じて取締

役の総報酬に占める業績連動型賞与の割合が高くなる設計としている。そのため、取締役の報酬総額に占める業績連動報酬の割合の決定に関する方針は定めないこととする。

オ. 取締役の個人別の報酬等の内容についての決定に関する事項
当社の取締役の報酬等の額またはその算定方法の決定権限については、取締役会が有しており、株主総会で決議された報酬総額の範囲内で、社外取締役を委員長とする任意の報酬委員会における審議を経て決定することとする。

2. 役員の報酬等の総額

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額(百万円)		対象となる役員の員数 (人)
		基本報酬	業績連動報酬	
取締役(うち社外)	387(24)	187(24)	200(―)	9(3)
監査役(うち社外)	41(12)	41(12)	―	4(2)
合計	428	228	200	13(5)

※業績連動報酬として取締役(社外を除く)に対して賞与を支給しています。

取締役会実効性評価

当社は、「コーポレートガバナンス・ガイドライン」に基づき、2021年度における取締役会全体の実効性に関する評価を実施しました。その結果の概要は以下の通りです。

1. 評価の方法

社外を含む取締役および監査役を対象に取締役会の実効性に関する質問票を配布し、全員から回答を得ました。回答結果は取締役会事務局が集計し、その内容について分析を行いました。その後、分析結果をもとにした社外取締役および社外監査役による外部意見を踏まえ、2022年8月5日開催の取締役会において取締役会全体の実効性について分析・評価を実施し、併せて現状の課題と今後の取り組み方針について議論を行いました。

質問票の項目

- 取締役会の構成
- 取締役会の役割・責務
- 取締役会の運営
- 取締役会の実効性

2. 評価結果の概要

上記による評価の結果、当社の取締役会はおおむね適切に機能していることを確認しました。その概要は以下の通りです。
(1) 当社の取締役会は、規模や独立社外取締役の独立性の観点から適切に構成されており、経営上重要な意思決定および業務執行の監督を適正に行える体制が整備されている。
(2) 取締役会においてメンバーが自由闊達に意見を述べる環境が確保されており、社外取締役から忌憚のない意見や

有益な助言が得られていることから、取締役会全体の監督機能が適切に保たれている。
(3) サステナビリティをめぐる諸課題に対する基本方針を開示したことに加え、リスクマネジメントに関する議論が活性化したことなど、前年度に抽出された課題に対して一定の進展が見られた。
また、女性社外取締役の招聘が実現したことにより、取締役会における多面的な意見聴取に期待を寄せる意見がある一方、長期ビジョンの実現に向けた具体的な成長戦略の立案と迅速な実行が課題として挙げられました。

政策保有株式

政策保有株式は必要最小限の範囲とし、個別銘柄ごとに保有に伴う便益やリスクが当社の資本コストに見合っているかなどを精査し、保有の適否を毎年取締役会において検証することとしています。検証の結果、保有意義が十分に認められない株式は売却を進める方針としています。
また、政策保有株主から、当社株式の売却の意向が示された場合、その売却を妨げないこととしています。

	2020年度(2021年3月末)	2021年度(2022年3月末)
保有銘柄数	7銘柄(上場3／非上場4)	7銘柄(上場3／非上場4)
貸借対照表計上額	15,090百万円	17,732百万円
総資産に占める比率	2.71%	2.89%

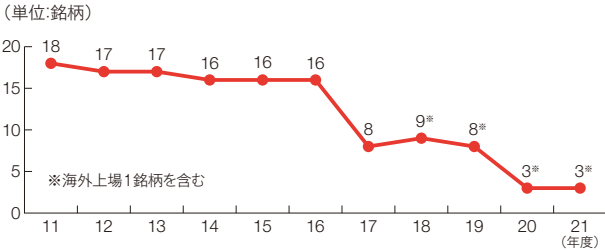
株主との対話

当社は持続的な成長と中長期的な企業価値向上を図るべく、株主・投資家との建設的な対話を積極的に実施し、そこの意見、課題などを経営執行や事業改善に反映することで、さらなる価値創造に努めていきます。また、当社の経営状況や事業内容、戦略の理解を深めていただくために、四半期ごとの決算説明会の実施や機関投資家との個別面談、個人投資家からの問い合わせなどにも随時応じています。

3. 実効性向上に向けた今後の取り組み方針

当社の取締役会は、今回の評価結果を踏まえ、成長戦略の立案に向けた議論を深めていくとともに、事業の進捗状況の監督に努めていきます。

保有銘柄数の推移(上場株式)



2021年度の活動

- 定時株主総会 1回
- 機関投資家・アナリスト向け決算説明会 4回(オンライン形式)
- 個人投資家説明会 2回(オンライン形式)
- 「株主・投資家の皆さまへ」発行 2回
- アニュアル・レポート発行 1回
- 環境・社会報告書発行 1回
- ESGデータ集更新 1回
- IRサイト更新 随時
- 機関投資家個別面談 随時
- 個人投資家からの問い合わせ対応 随時

内部統制システム

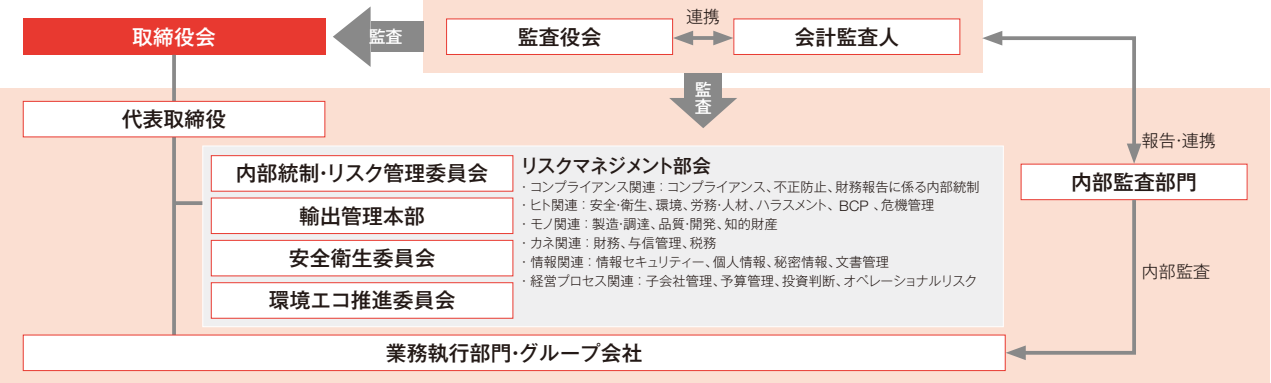
基本的な考え方

当社グループの共通規範として「アマダグループ経営理念」および「アマダグループ行動規範」などを定め、内部統制システムの基本方針を周知徹底するとともに、内部統制システムの維持、向上およびコンプライアンス体制、リスクマネジメント体制の整備を目的として内部統制・リスク管理委員会を設置しています。また、財務報告の信頼性を確保するための内部統制の報告体制を整備し、その有効かつ効率的な運用および評価を行っています。これらのコンプライアンス体制ならびに財務報告に係る内部統制の整備および運用状況については、内部監査部門が当社グループの内部監査を実施しています。

「アマダグループ行動規範」

- 1. お客さまの信頼の獲得
- 2. 地域との共存
- 3. 国際社会への貢献
- 4. 法令の遵守
- 5. 取引先との信頼関係の確立
- 6. 政治・行政との健全な関係
- 7. 反社会的勢力への対処
- 8. 社会とのコミュニケーションの促進
- 9. 従業員の自己実現への環境づくり
- 10. 環境保全への寄与

◆ 内部統制・リスクマネジメント体制図

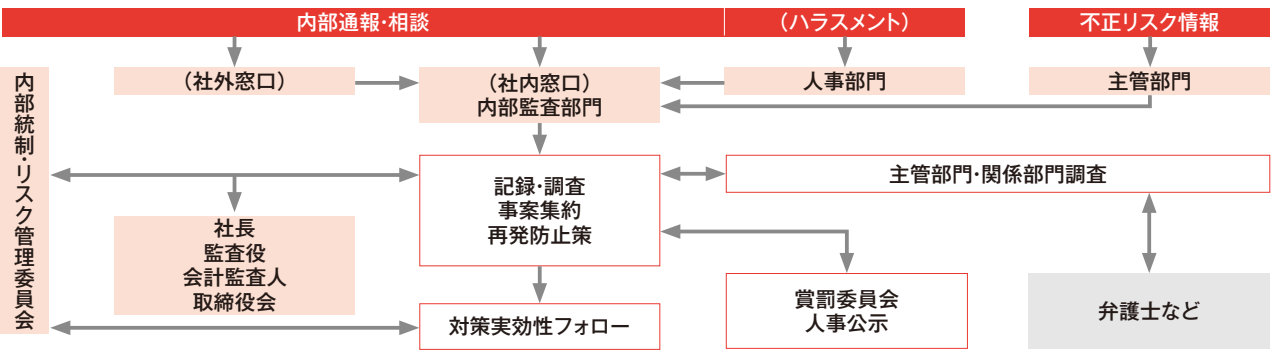


コンプライアンス

当社グループでは、コンプライアンスの徹底を目的とした教育を実施するとともに、コンプライアンス違反発生時の対応に関する手順を明確化し、これを当社グループの各社に周

知しています。また、法令違反・不正行為の早期発見と是正を目的として、内部監査部門および社外委託社を窓口として匿名通報が可能な内部通報制度を運用しています。なお、「内

◆ 「不正行為およびリスク情報」に関する調査・解明・伝達ルート



部通報処理規程」において、内部通報者および調査協力者に関する守秘義務を徹底するとともに不利な取り扱いを受けない旨を定めています。コンプライアンス教育および啓発活動の推進については、集合教育および随時受講可能なオンライン教育を継続的に実施しています。

リスクマネジメント

当社グループの損失発生防止および損失の最小化を図ることを目的として「リスク管理基本規程」においてリスク管理に関する基本的な事項を定め、平常時から対応策を検討するなどのリスク管理に努めています。内部統制・リスク管理委員会が当社グループのリスクを一元管理し全社の推進を図り、個々のリスク管理は「輸出管理本部」などの各専門委員会において管理・対応を図っています。これに加え、内部統制・リスク管理委員会の下部組織であるリスクマネジメント部会が、ヒト・モノ・カネ情報などに係るグループレベルでの重要リスクについての方針を定め対応を図っています。また、重大な事件・事故および自然災害等の緊急事態が発生し全社的な対応が必要と判断された場合は、緊急対策本部等を設置して迅速に危機管理を行っています。

リスク管理活動の概要

リスクマネジメント部会またはリスク主管部署は、リスクの洗い出しと評価を行い、対応策や対応範囲、目標、期限などを明確にしたうえで各リスク対策を実施し、実施状況と効果などをモニタリングし必要な是正・改善を行います。識別されたリスク項目とその対策状況は内部統制・リスク管理委員会が全社的なリスク管理活動として一元管理し、主要リスク項目については取締役会へ報告されます。

内部通報・相談実績（連結ベース件数）

2022年3月期	27
2021年3月期	26
2020年3月期	43
2019年3月期	29

主なリスクとリスクへの対応

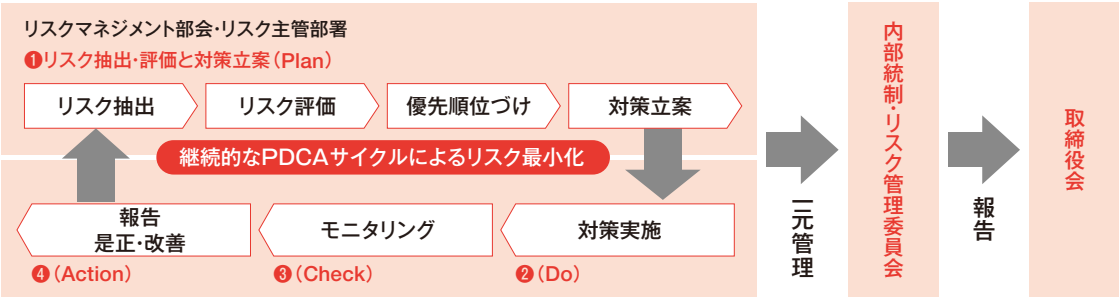
情報セキュリティ

当社グループでは、事業活動に必要な顧客情報や個人情報などを保有しており、これら情報の機密保持については厳格な管理体制を構築しています。しかしながら、サイバー攻撃やコンピュータウイルスにより不正アクセスや情報漏えいが発生した場合は、当社グループの信頼の低下や損害賠償請求など、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。なお、当社グループはサイバー攻撃に対応すべく強固なシステムの導入や、万一コンピュータウイルスに感染した場合においても被害を最小限にとどめるなど情報セキュリティ対策を強化しています。また、社員教育により情報セキュリティ意識の向上に努めています。

資材調達

当社グループは、部品や資材を複数の取引先から調達しています。これらは原材料価格や原油などのエネルギー価格の変動により、調達価格が大幅に変動する可能性があります。また、業界の需給状況や調達先の事情、自然災害によって安定的な供給が困難になり、生産効率が低下することも想定されます。なお、新型コロナウイルス感染症の感染拡大などの影響により、半導体をはじめとする各種制御部品などの調達が困難となっており、先行手配や代替品および設計変更での対応などによって生産への影響を最小化しています。

◆ リスク管理活動概要図



役員一覧

取締役



代表取締役社長
磯部 任
1961年5月19日生

略歴

1985年12月 株式会社アマダメトレックス（合併により現当社）入社
2000年 4月 合併により当社入社
2003年 4月 当社秘書室長
2007年 6月 当社取締役経営企画部門統括部長
2009年 6月 当社取締役執行役員経営企画本部長
2010年 6月 当社取締役常務執行役員経営管理本部長
2013年 4月 当社取締役専務執行役員
経営管理本部長兼財務本部長
2015年 4月 当社代表取締役社長兼株式会社アマダ（合併により現当社）代表取締役社長
2015年10月 当社代表取締役社長兼経営管理本部長
2018年 4月 当社代表取締役社長兼株式会社アマダ（合併により現当社）代表取締役社長
2020年 4月 当社代表取締役社長執行役員
2022年 4月 当社代表取締役社長（現任）



取締役専務執行役員
山梨 貴昭
1963年12月9日生

略歴

1987年 4月 当社入社
2009年 4月 当社板金ソリューション開発製造本部ソリューション開発技術部門ブランキング第二開発部長
2016年 1月 アマダ・アドバンス・テクノロジー社（ドイツ）社長
2018年 4月 当社上席執行役員ブランク開発本部長
2020年 4月 当社常務執行役員ブランク開発部門長
兼レーザ技術開発部門長
2021年 6月 当社取締役常務執行役員板金技術開発本部担当兼生産本部管掌
2022年 4月 当社取締役専務執行役員板金開発・生産本部長（現任）



取締役専務執行役員
田所 雅彦
1962年2月26日生

略歴

1982年 4月 株式会社アマダメトレックス（合併により現当社）入社
2003年 4月 アマダカッティングテクノロジーズ（現 アマダ・マシンナリー・アメリカ）社長
2006年 6月 株式会社アマダカッティング（現 株式会社アマダマシンナリー）取締役副社長
2007年 4月 同社代表取締役社長
2014年 4月 株式会社アマダマシンツール（現 株式会社アマダマシンナリー）執行役員兼アマダ・マシンツール・ヨーロッパ（現 アマダ・マシンナリー・ヨーロッパ）社長
2015年10月 同社取締役副社長
2016年 4月 同社代表取締役社長
2021年 4月 当社常務執行役員兼株式会社アマダマシンナリー代表取締役社長
2022年 4月 当社専務執行役員板金営業・サービス本部長
2022年 6月 当社取締役専務執行役員板金営業・サービス本部長（現任）



取締役常務執行役員
山本 浩司
1961年1月29日生

略歴

1984年 4月 当社入社
2006年 4月 当社海外事業部門長
2009年 4月 当社執行役員販売企画部門長兼アジア・中国部門長
2010年 4月 株式会社アマダマシンツール（現 株式会社アマダマシンナリー）執行役員経営管理部門長
2011年 4月 同社取締役経営管理本部長
2013年 4月 当社執行役員経営管理部門長
2015年 6月 当社取締役経営管理部門長
2016年10月 当社執行役員兼アマダ・アジア・パシフィック社長兼アマダ（タイランド）社長
2019年 4月 当社執行役員兼天田（中国）有限公司 董事長・総経理
2022年 4月 当社常務執行役員経営管理部門長兼中国・ASEAN管掌
2022年 6月 当社取締役常務執行役員経営管理部門長兼中国・ASEAN管掌（現任）



取締役常務執行役員
三輪 和彦
1963年3月10日生

略歴

1986年 4月 株式会社第一勧業銀行（現 株式会社みずほ銀行）入行
2004年 2月 株式会社みずほフィナンシャルグループIR部参事役
2006年 1月 株式会社みずほコーポレート銀行（現 株式会社みずほ銀行）国際審査部参事役
2006年 3月 同行国際審査部シニアクレジットオフィサー
2011年11月 同行営業第十五部副部長
2016年 1月 当社入社
コーポレート企画部長
2016年 4月 当社社長室長
2018年 4月 当社執行役員経営管理部門長
2018年 6月 当社取締役経営管理部門長
2020年 4月 当社取締役常務執行役員経営管理本部長
2021年 4月 当社取締役常務執行役員財務部門長
2022年 4月 当社取締役常務執行役員財務部門長兼法務担当（現任）

社外取締役



社外取締役
間塚 道義
1943年10月17日生

略歴

1968年 4月 富士通ファコム株式会社入社
1971年 4月 富士通株式会社転社
2001年 6月 同社取締役
2008年 6月 同社代表取締役会長
2009年 9月 同社代表取締役会長兼社長
2009年10月 同社指名委員会委員、報酬委員会委員
2010年 4月 同社代表取締役会長
2012年 6月 同社取締役会長
2014年 6月 同社取締役相談役
2015年 6月 日本コンクリート工業株式会社社外取締役（現任）
2016年 6月 富士通株式会社相談役
当社社外取締役（現任）
2018年 4月 富士通株式会社シニアアドバイザー
2018年 6月 月島機械株式会社社外取締役（現任）
2019年 6月 富士通株式会社シニアアドバイザー退任



社外取締役
千野 俊猛
1946年10月17日生

略歴

1971年 4月 株式会社日刊工業新聞社入社
1995年 4月 同社編集局経済部長
2002年 6月 同社取締役
2003年 6月 同社代表取締役社長
2010年11月 同社相談役
2011年 3月 同社相談役退任
2011年 4月 国立大学法人電気通信大学特任教授（現任）
2014年 6月 当社社外取締役（現任）
2017年 4月 社会福祉法人恩賜財団済生会理事（現任）



社外取締役
三好 秀和
1950年7月17日生

略歴

1974年 4月 三好内外国特許事務所入所
1978年 4月 弁理士登録（現在に至る）
1989年 4月 三好内外国特許事務所所長
1999年 8月 株式会社三好工業所有権研究所代表取締役（現任）
2004年 4月 三好内外国特許事務所会長（現任）
2015年 4月 当社社外取締役（現任）



社外取締役
小部 春美
1962年4月6日生

略歴

1985年 4月 大蔵省（現 財務省）入省
1991年 7月 掛川税務署長
2000年 6月 欧州連合日本政府代表部一等書記官（2002年1月より参事官）兼在ベルギー・日本国大使館
2003年 7月 財務省大臣官房企画官（国際局国際機構課）
2005年 7月 東京国税局課税第一部長
2006年 7月 国税庁課税部酒税課長
2008年 7月 同庁調査査察部調査課長
2009年10月 財務省関税局業務課長
2010年 7月 国税庁長官官房企画課長
2011年 7月 同庁長官官房会計課長
2013年 6月 広島国税局長
2014年 7月 財務省大臣官房審議官（関税局担当）
2016年 6月 同省大臣官房サイバーセキュリティ・情報化審議官
2018年 7月 同省大臣官房審議官（大臣官房担当）兼財務総合政策研究所副所長
2019年 7月 国立大学法人政策研究大学院大学教授（政策研究科）
2021年 7月 財務省退職
2021年11月 あいおいニッセイ同和損害保険株式会社顧問（現任）
2022年 6月 当社社外取締役（現任）

監査役



常勤監査役
重田 孝哉
1951年9月26日生

略歴

1974年 3月 当社入社
2006年 4月 当社財務部長
2010年 6月 当社取締役執行役員財務部長
2013年 4月 当社取締役執行役員財務本部副本部長
2015年 4月 当社常勤監査役（現任）



常勤監査役
柴田 耕太郎
1953年1月7日生

略歴

1980年 1月 当社入社
2001年10月 当社バンデング事業部長
2009年 6月 当社執行役員販売統括部門長
2010年 6月 当社取締役執行役員販売統括本部副本部長
2012年 6月 当社取締役常務執行役員エンジニアリング事業本部副本部長
2013年 4月 当社取締役常務執行役員営業統括
株式会社アマダ（合併により現当社）
取締役副社長
2017年 4月 同社代表取締役社長
2017年 6月 当社専務取締役
2018年 4月 当社専務取締役上席執行役員社長補佐
兼天田（中国）有限公司董事長・総経理
2019年 4月 当社専務取締役社長補佐
2020年 4月 当社常勤監査役（現任）

社外監査役



社外監査役
竹之内 明
1947年5月26日生

略歴

1979年 4月 東京弁護士会弁護士登録（現在に至る）
辻誠法律事務所入所（現在に至る）
2002年 6月 アルプス電気株式会社社外監査役
2005年 6月 同社社外監査役退任
2011年 4月 東京弁護士会会長
日本弁護士連合会副会長
2013年 4月 最高裁判所「裁判員制度の運用等に関する有識者懇談会」委員
2014年 6月 当社社外監査役（現任）



社外監査役
西浦 清二
1952年10月7日生

略歴

1971年 4月 福岡国税局入局
2003年 7月 大阪国税局調査第一部特別国税調査官
2008年 7月 東京国税局調査第三部統括国税調査官
2012年 7月 鎌倉税務署長
2013年 7月 同署退官
2013年 8月 税理士登録（現在に至る）
西浦清二税理士事務所所長（現任）
2017年 6月 当社社外監査役（現任）

財務レビュー

経営成績

当年度における世界経済は、新型コロナワクチンの普及や政府の財政政策、各国の中央銀行による金融緩和などにより、先進国を中心に回復を示しています。また、同様に設備投資についても大きく改善しましたが、新型コロナウイルスの変異株の出現や部品・材料の供給制約の問題などの経済影響が顕在化する中、ロシアのウクライナ侵攻といった地政学的問題も生じるなど、年度末にかけて、経済成長に減速感が見られました。

当年度の当社グループの経営成績は、売上収益312,658

百万円（前年度比24.8%増）となり、内訳としましては、国内126,954百万円（前年度比12.5%増）、海外185,704百万円（前年度比35.0%増）となりました。

損益面につきましては、部品・材料価格高騰の影響は見られたものの増収および操業度向上、販売価格の改善に伴う売上利益増加に加え、為替の円安推移などにより、営業利益は38,538百万円（前年度比44.3%増）となり、親会社の所有者に帰属する当期利益につきましては、27,769百万円（前年度比49.6%増）となりました。

財政状態

売上水準の回復に伴い、現金及び現金同等物や営業債権、棚卸資産が増加したことで流動資産は57,122百万円増加の364,132百万円、非流動資産は18百万円増加の250,307百万円となりました。資産合計は57,141百万円増加し、614,439百万円となりました。

負債も同様に売上水準の回復に伴い、営業債務などの流動負債が増加したことで、前年度末比23,919百万円増の

130,405百万円となりました。また、資本については、利益剰余金の積み上がりや円安による為替換算調整勘定の増加などにより33,221百万円増加の484,034百万円となり、これらの結果、親会社所有者帰属持分比率は前年度末と比べ80.2%から78.1%と2.1pt減少しましたが、引き続き高水準を維持しています。

キャッシュ・フローの状況

連結キャッシュ・フローにつきましては、現金及び現金同等物の当年度末残高は、前年度末に比べ30,923百万円増の106,791百万円となりました。

営業活動によるキャッシュ・フロー

当年度における営業活動の結果、獲得した資金は56,865百万円であり、前年度と比較し714百万円減少しました。これは主に売上水準の回復に伴い、営業債権や棚卸資産が増加したことによるものです。

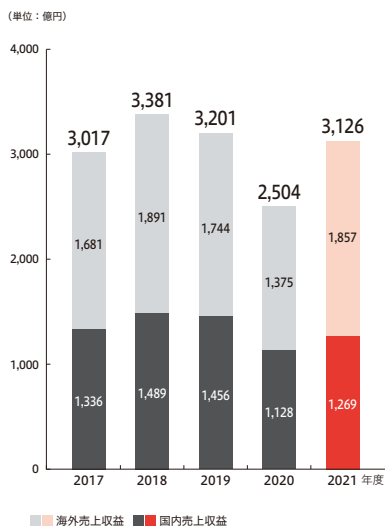
投資活動によるキャッシュ・フロー

当年度における投資活動の結果、支出した資金は7,921百万円であり、前年度と比較し805百万円支出額が減少しました。その主な要因は、設備投資額が減少したことと有形固定資産・無形資産の取得による支出が減少したことによるものです。

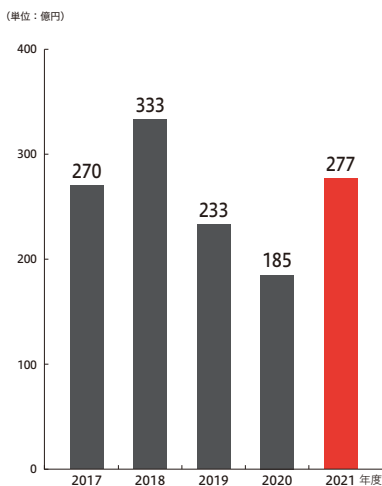
財務活動によるキャッシュ・フロー

当年度における財務活動の結果、支出した資金は22,308百万円であり、前年度と比較し588百万円支出額が減少しました。その主な要因は、配当金の支払額の減少によるものです。

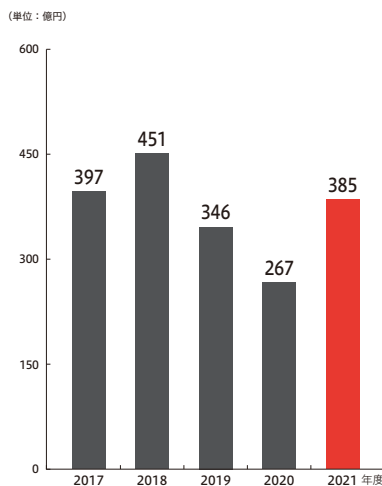
国内および海外売上収益



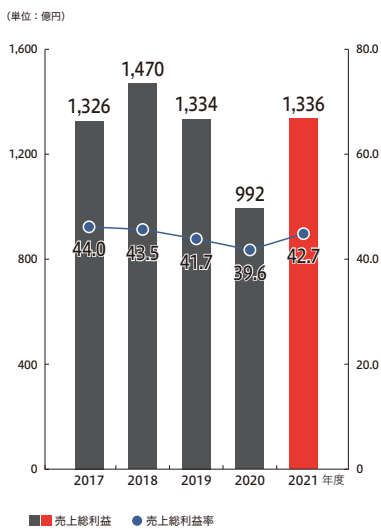
親会社の所有者に帰属する当期利益



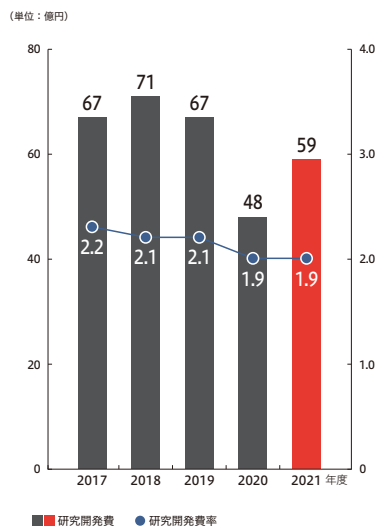
営業利益



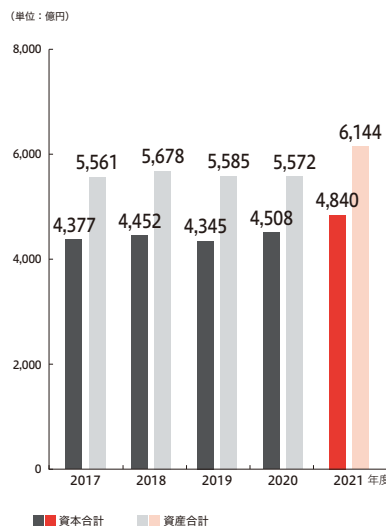
売上総利益および売上総利益率



研究開発費および研究開発費率



資本合計および資産合計



データ

連結財務諸表

連結財政状態計算書

株式会社アマダおよび連結子会社
2022年3月31日現在

資産	(単位:百万円)		(単位:千米ドル)
	2021	2022	2022
流動資産			
現金及び現金同等物	¥75,868	¥106,791	\$872,410
営業債権及びその他の債権	115,534	123,468	1,008,647
棚卸資産	81,765	101,885	832,332
その他の金融資産	25,679	23,388	191,062
その他の流動資産	8,161	8,598	70,240
流動資産合計	307,009	364,132	2,974,693
非流動資産			
有形固定資産	160,270	164,429	1,343,267
のれん	6,067	6,251	51,071
無形資産	13,532	11,900	97,221
持分法で会計処理されている投資	420	487	3,985
その他の金融資産	54,766	52,834	431,623
繰延税金資産	6,124	5,343	43,650
その他の非流動資産	9,106	9,059	74,009
非流動資産合計	250,288	250,307	2,044,829
資産合計	557,298	614,439	5,019,522

負債及び資本	(単位:百万円)		(単位:千米ドル)
	2021	2022	2022
負債			
流動負債			
営業債務及びその他の債務	¥42,009	¥58,828	\$480,582
借入金	11,220	4,822	39,398
未払法人所得税	2,034	9,120	74,508
その他の金融負債	3,014	4,172	34,082
引当金	1,755	2,076	16,962
その他の流動負債	25,085	32,635	266,609
流動負債合計	85,118	111,655	912,144
非流動負債			
借入金	3,690	2,244	18,336
その他の金融負債	10,127	9,712	79,344
退職給付に係る負債	3,072	3,025	24,718
引当金	6	7	62
繰延税金負債	1,116	503	4,111
その他の非流動負債	3,352	3,255	26,597
非流動負債合計	21,367	18,749	153,172
負債合計	106,485	130,405	1,065,316
資本			
資本金	54,768	54,768	447,416
資本剰余金	143,883	143,883	1,175,426
利益剰余金	252,315	269,067	2,198,081
自己株式	(12,092)	(12,095)	(98,812)
その他の資本の構成要素	8,202	24,164	197,404
親会社の所有者に帰属する持分合計	447,077	479,788	3,919,517
非支配持分	3,735	4,246	34,688
資本合計	450,813	484,034	3,954,206
負債及び資本合計	557,298	614,439	5,019,522

連結損益計算書

株式会社アマダおよび連結子会社
2022年3月31日に終了した会計年度

	(単位:百万円)		(単位:千米ドル)
	2021	2022	2022
売上収益	¥250,448	¥312,658	\$2,554,191
売上原価	(151,246)	(179,015)	(1,462,422)
売上総利益	99,201	133,643	1,091,768
販売費及び一般管理費	(81,547)	(94,432)	(771,447)
その他の収益	14,150	1,568	12,812
その他の費用	(5,098)	(2,240)	(18,304)
営業利益	26,705	38,538	314,829
金融収益	2,942	3,899	31,854
金融費用	(864)	(2,067)	(16,891)
持分法による投資利益	35	126	1,035
税引前利益	28,818	40,496	330,827
法人所得税費用	(10,081)	(12,497)	(102,092)
当期利益	18,737	27,999	228,735
当期利益の帰属			
親会社の所有者	18,564	27,769	226,857
非支配持分	173	229	1,877
当期利益	18,737	27,999	228,735

	(単位:円)		(単位:米ドル)
	2021	2022	2022
1株当たり当期利益			
基本的1株当たり当期利益	¥53.40	¥79.88	\$0.65
希薄化後1株当たり当期利益	—	—	—

連結包括利益計算書

株式会社アマダおよび連結子会社
2022年3月31日に終了した会計年度

	(単位:百万円)		(単位:千米ドル)
	2021	2022	2022
当期利益	¥18,737	¥27,999	\$228,735
その他の包括利益			
純損益に振り替えられることのない項目			
確定給付制度の再測定	(1,231)	121	993
その他の包括利益を通じて公正価値で測定する資本性金融資産	2,120	1,811	14,796
項目合計	889	1,932	15,790
純損益にその後に振り替えられる可能性のある項目			
在外営業活動体の換算差額	10,178	14,563	118,970
その他の包括利益を通じて公正価値で測定する負債性金融資産	193	(14)	(119)
持分法によるその他の包括利益	1	14	118
項目合計	10,373	14,563	118,969
その他の包括利益合計	11,262	16,495	134,759
当期包括利益	30,000	44,495	363,495
当期包括利益の帰属			
親会社の所有者	29,546	43,839	358,137
非支配持分	453	655	5,357
当期包括利益	30,000	44,495	363,495

データ

連結持分変動計算書

株式会社アマダおよび連結子会社
2022年3月31日に終了した会計年度

	(単位:百万円)											
	親会社の所有者に帰属する持分											
	その他の資本の構成要素											資本合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	確定給付制度の再測定	その他の包括利益を通じて公正価値で測定する金融資産	在外営業活動体の換算差額	持分法によるその他の包括利益	合計	合計	非支配持分	
2020年4月1日残高	¥54,768	¥143,884	¥248,515	¥(12,089)	¥ —	¥2,002	¥(5,982)	¥(5)	¥ (3,986)	¥431,091	¥3,457	¥434,549
当期利益	—	—	18,564	—	—	—	—	—	—	18,564	173	18,737
その他の包括利益	—	—	—	—	(1,231)	2,314	9,898	1	10,982	10,982	280	11,262
当期包括利益	—	—	18,564	—	(1,231)	2,314	9,898	1	10,982	29,546	453	30,000
配当金	—	—	(13,558)	—	—	—	—	—	—	(13,558)	(174)	(13,733)
自己株式の取得	—	—	—	(3)	—	—	—	—	—	(3)	—	(3)
自己株式の処分	—	(0)	—	0	—	—	—	—	—	0	—	0
その他の資本の構成要素から利益剰余金への振替	—	—	(1,205)	—	1,231	(25)	—	—	1,206	0	(0)	—
所有者との取引額等合計	—	(0)	(14,764)	(3)	1,231	(25)	—	—	1,206	(13,561)	(175)	(13,736)
2021年3月31日残高	¥54,768	¥143,883	¥252,315	¥(12,092)	¥ —	¥4,291	¥ 3,915	¥(4)	¥ 8,202	¥447,077	¥3,735	¥450,813

	(単位:百万円)											
	親会社の所有者に帰属する持分											
	その他の資本の構成要素											資本合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	確定給付制度の再測定	その他の包括利益を通じて公正価値で測定する金融資産	在外営業活動体の換算差額	持分法によるその他の包括利益	合計	合計	非支配持分	
2021年4月1日残高	¥54,768	¥143,883	¥252,315	¥(12,092)	¥ —	¥4,291	¥ 3,915	¥(4)	¥ 8,202	¥447,077	¥3,735	¥450,813
当期利益	—	—	27,769	—	—	—	—	—	—	27,769	229	27,999
その他の包括利益	—	—	—	—	121	1,796	14,137	14	16,069	16,069	426	16,495
当期包括利益	—	—	27,769	—	121	1,796	14,137	14	16,069	43,839	655	44,495
配当金	—	—	(11,125)	—	—	—	—	—	—	(11,125)	(145)	(11,270)
自己株式の取得	—	—	—	(3)	—	—	—	—	—	(3)	—	(3)
自己株式の処分	—	0	—	0	—	—	—	—	—	0	—	0
その他の資本の構成要素から利益剰余金への振替	—	—	107	—	(121)	13	—	—	(107)	—	—	—
所有者との取引額等合計	—	0	(11,017)	(3)	(121)	13	—	—	(107)	(11,128)	(145)	(11,274)
2022年3月31日残高	¥54,768	¥143,883	¥269,067	¥(12,095)	—	¥6,101	¥18,052	¥9	¥24,164	¥479,788	¥4,246	¥484,034

	(単位:千米ドル)											
	親会社の所有者に帰属する持分											
	その他の資本の構成要素											資本合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	確定給付制度の再測定	その他の包括利益を通じて公正価値で測定する金融資産	在外営業活動体の換算差額	持分法によるその他の包括利益	合計	合計	非支配持分	
2021年4月1日残高	\$447,416	\$1,175,426	\$2,061,229	\$(98,784)	\$ —	\$35,055	\$31,987	\$(37)	\$67,005	\$3,652,293	\$30,518	\$3,682,811
当期利益	—	—	226,857	—	—	—	—	—	—	226,857	1,877	228,735
その他の包括利益	—	—	—	—	993	14,677	115,490	118	131,279	131,279	3,480	134,759
当期包括利益	—	—	226,857	—	993	14,677	115,490	118	131,279	358,136	5,358	363,495
配当金	—	—	(90,884)	—	—	—	—	—	—	(90,884)	(1,188)	(92,072)
自己株式の取得	—	—	—	(28)	—	—	—	—	—	(28)	—	(28)
自己株式の処分	—	0	—	0	—	—	—	—	—	0	—	0
その他の資本の構成要素から利益剰余金への振替	—	—	879	—	(993)	113	—	—	(879)	—	—	—
所有者との取引額等合計	—	0	(90,004)	(27)	(993)	113	—	—	(879)	(90,912)	(1,188)	(92,100)
2022年3月31日残高	\$447,416	\$1,175,426	\$2,198,081	\$(98,812)	\$ —	\$49,846	\$147,477	\$ 80	\$197,404	\$3,919,517	\$34,688	\$3,954,206

連結キャッシュ・フロー計算書

株式会社アマダおよび連結子会社
2022年3月31日に終了した会計年度

	(単位:百万円)	(単位:千米ドル)	
	2021	2022	2022
営業活動によるキャッシュ・フロー			
税引前利益	¥28,818	¥40,496	\$330,827
減価償却費及び償却費	17,146	17,609	143,854
金融収益及び金融費用	(1,704)	559	4,570
持分法による投資利益	(35)	(126)	(1,035)
固定資産除売却損益	(9,892)	1,674	13,681
棚卸資産の増減	22,117	(15,294)	(124,947)
営業債権及びその他の債権の増減	14,309	(1,722)	(14,075)
営業債務及びその他の債務の増減	(9,115)	15,769	128,821
退職給付に係る負債の増減	(1,667)	(238)	(1,948)
引当金の増減	(40)	224	1,831
その他	2,499	2,120	17,323
小計	62,437	61,070	498,904
利息の受取額	692	729	5,956
配当金の受取額	180	160	1,312
利息の支払額	(198)	(145)	(1,186)
法人所得税の支払額	(5,530)	(4,949)	(40,436)
営業活動によるキャッシュ・フロー	57,579	56,865	464,549
投資活動によるキャッシュ・フロー			
定期預金の純増減額	59	1,838	15,017
有価証券の取得による支出	(14,000)	(23,000)	(187,893)
有価証券の売却及び償還による収入	6,967	24,600	200,963
投資有価証券の取得による支出	(144)	(0)	0
投資有価証券の売却及び償還による収入	7,369	4,547	37,151
有形固定資産の取得による支出	(16,195)	(12,154)	(99,294)
有形固定資産の売却による収入	11,080	587	4,798
無形資産の取得による支出	(3,509)	(3,117)	(25,463)
その他	(354)	(1,223)	(9,995)
投資活動によるキャッシュ・フロー	(8,727)	(7,921)	(64,716)
財務活動によるキャッシュ・フロー			
短期借入れによる収入	616	200	1,637
短期借入れの返済による支出	(611)	(221)	(1,807)
短期借入金の純増減額	(5,706)	(9,203)	(75,189)
長期借入れによる収入	4,242	2,247	18,361
長期借入れの返済による支出	(4,949)	(1,685)	(13,769)
リース負債の返済による支出	(2,745)	(2,360)	(19,282)
自己株式の取得による支出	(3)	(3)	(28)
配当金の支払額	(13,564)	(11,131)	(90,932)
非支配持分への配当金の支払額	(174)	(150)	(1,233)
その他	0	0	0
財務活動によるキャッシュ・フロー	(22,896)	(22,308)	(182,244)
現金及び現金同等物に係る換算差額	2,744	4,288	35,033
現金及び現金同等物の増減額	28,700	30,923	252,622
現金及び現金同等物の期首残高	47,167	75,868	619,787
現金及び現金同等物の期末残高	¥ 75,868	¥ 106,791	\$ 872,410

2022年3月31日現在

会社概要

商号	株式会社アマダ	資本金	54,768百万円
本社	〒259-1196 神奈川県伊勢原市石田200 TEL：0463-96-1111 URL：https://www.amada.co.jp/ja/	連結従業員数	8,774名
創業	1946年9月10日		
設立	1948年5月1日		

株主・株式情報

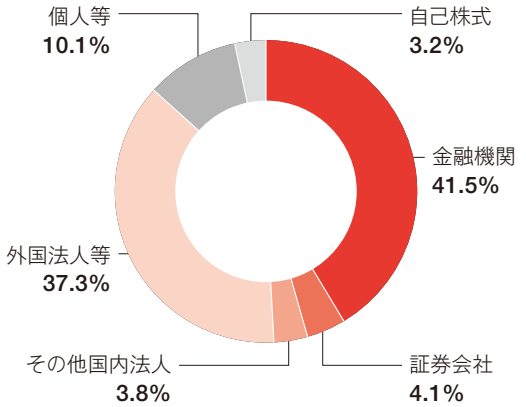
証券コード	6113	基準日	中間配当：9月30日 期末配当：3月31日
決算日	3月31日		
定時株主総会	毎年6月	発行可能株式総数	550,000,000株
上場市場	東京証券取引所 プライム市場	発行済株式の総数	359,115,217株 (自己株式11,455,307株を含む)
会計監査人	有限責任監査法人トーマツ	株主数	43,066名
株主名簿管理人	みずほ信託銀行株式会社 〒100-8241 東京都千代田区丸の内1-3-3		

大株主

株主名	持株数 (千株)	出資比率* (%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	69,813	20.08
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	32,965	9.48
公益財団法人天田財団	9,936	2.86
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140044	7,906	2.27
株式会社かんぽ生命保険	7,389	2.13
BNYM AS AGT / CLTS NON TREATY JASDEC	6,208	1.79
日本生命保険相互会社	5,894	1.70
SMBC日興証券株式会社	5,257	1.51
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001	5,157	1.48
株式会社日本カストディ銀行（証券投資信託口）	4,707	1.35

* 出資比率は自己株式を除いて計算しています。

所有者別株式分布状況





株式会社アマダ
〒259-1196
神奈川県伊勢原市石田200