



まだないモノを、アマダとつくる。

Growing Together with Our Customers



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。

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 経営理念／代表者ごあいさつ
- 02 アマダグループが提供する環境価値
- 04 アマダグループが提供する顧客価値
- 06 アマダグループが提供する社会価値
- 08 At a Glance
- 10 経営トップメッセージ
- 16 お客さまの「変革」のための「挑戦」の歴史

価値創造ストーリー

- 18 アマダグループの目指す姿
- 20 価値創造プロセス
- 22 アマダグループのビジネスモデル
- 24 アマダグループのビジネスモデルと強み
- 32 財務・非財務ハイライト



お客さまとともに未来に向けたモノづくりに挑戦し、 新たな価値を創造していきます。

私たちアマダグループは、1946年の創業以来、金属加工機械メーカーとして絶えず「創造」と「挑戦」を重ね、世界のモノづくりを支えてきました。「お客さまとともに発展する」を経営理念の冒頭に掲げ、お客さまへの商品の販売からメンテナンスなどのサービスまで自ら手掛ける「直販・直サービス体制」を敷いてきました。それによってお客さまが抱える課題を迅速に解決できるだけでなく、そこで得たご要望を新たな商品・サービスの開発に生かし、次のソリューションにつなげていく——。こうした積み重ねこそがアマダグループの力の源泉となっています。

気候変動をはじめとする環境問題の深刻化や、少子高齢化を背景とする労働人口の減少など、世界は様々な社会課題にあふれています。アマダグループは、こうした社会課題を、お客さまのモノづくりを進化させることを通じて解決していくために「長期ビジョン2030」を策定しています。具体的には、DX・AI技術の活用や自動化の推進、環境負荷低減に寄与する商品開発、EV・半導体・医療と

いった次世代技術への加工対応など、あらゆる側面からお客さまのモノづくりを支援していきます。

また、お客さまとともに未来の加工技術を共創する場「アマダ・グローバルイノベーションセンター（AGIC）」や、新たに開設した人材開発拠点「アマダ・テクニカルエデュケーションセンター（ATEC）」を通じて、技術力やエンジニアリング力のさらなる向上を図っています。さらに、コア技術の一つであるレーザ技術の強みを最大化するためにグループを再編するなど、さらなる飛躍に向けた基盤整備も進めています。

アマダグループはこれからも、お客さまとともに未来に向けたモノづくりに挑戦し、世界にまだない新たな価値を創造していきます。

代表取締役会長 磯部 任

代表取締役社長執行役員 山梨 貴昭

事業戦略

- 34 長期ビジョン2030
- 35 中期経営計画
- 36 グローバル戦略

事業別概況

- 38 板金事業
- 40 微細溶接事業
- 42 切削・研削盤事業
- 44 プレス自動化ソリューション事業

価値創造の基盤

- 46 アマダグループのサステナビリティ
- 環境
- 50 エコでつながるモノづくり
- 52 TCFD提言に基づく気候変動関連の情報開示

社会

- 56 アマダグループの人的資本戦略
- 60 ステークホルダーエンゲージメント

ガバナンス

- 62 コーポレート・ガバナンス
- 70 内部統制システム
- 72 役員一覧

- 74 財務レビュー
- 75 会社概要／株主・株式情報

アマダグループが提供する 環境価値

世界的な環境意識の高まりを受け、カーボンニュートラルの実現は企業が克服すべき課題です。アマダグループは「人と地球環境を大切にする」という経営理念のもと、モノづくりを通じた環境価値の創出に取り組んでいます。

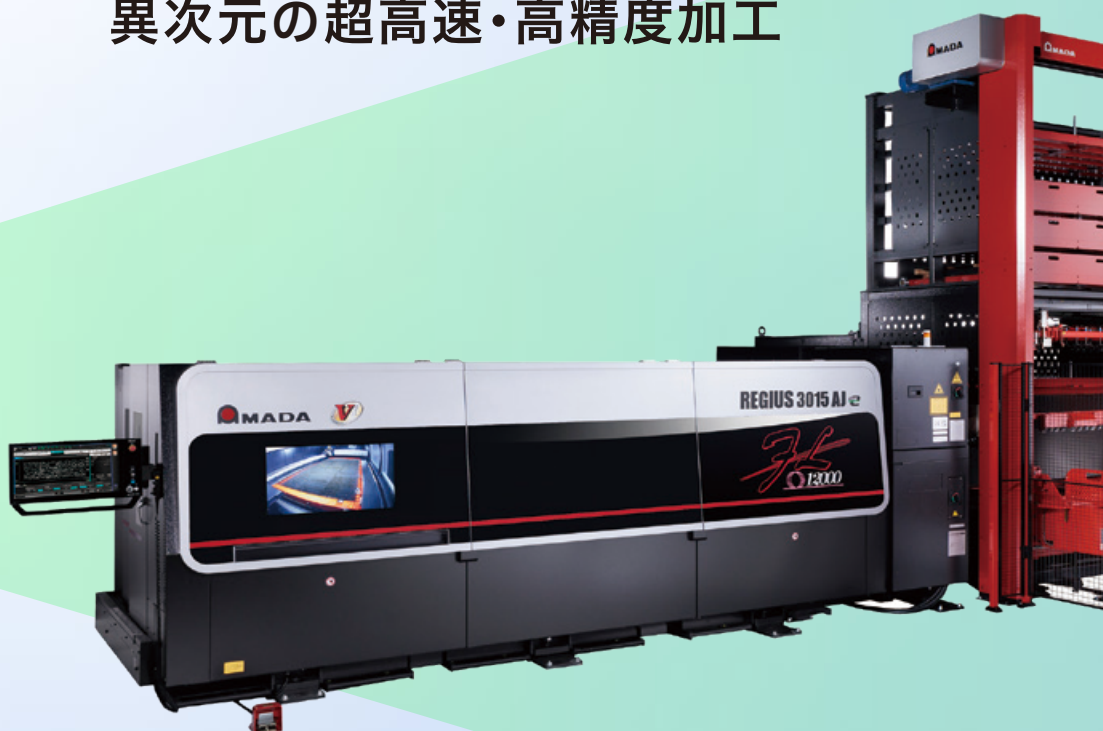
PICK UP

ファイバーレーザーマシン

異次元の超高速・高精度加工

環境における
重要課題

CO₂
排出量削減
販売する商品



電力消費量 (CO₂レーザー発振器比較)

約 **1/3**

電力消費量比



ファイバーレーザー発振器は、エネルギー効率がCO₂レーザー発振器の約3倍と非常に省エネ性能が高く、消費電力の大幅削減が可能です。

Environment

アマダの主力板金事業を代表するファイバーレーザーマシン。金属板を高速・高精度で切断するマシンです。

目指す
Outcome

商品のCO₂排出量

50% 削減
(2013年度比)

CO₂排出量レポート機能



部品単位でCO₂排出量を計測し、レポートの作成・ファイル出力が可能です。

自動化ソリューション



部品のバラシ・仕分け作業までを自動化し、高効率な長時間連続運転が可能です。

ent Value

アマダグループが提供する 顧客価値

少子高齢化による人手不足に加え、熟練技能の継承も大きな課題となっています。

アマダは独自の「直販・直サービス」モデルを展開し、各時代の社会課題に向き合いお客さまとともに発展してきました。

お客さまの声を直接聞き、「高い生産性」や「スキルレス」といったソリューションを提供し、顧客価値の向上に貢献します。

顧客が
抱える課題

先進国の高齢化と
働き手の減少

デジタル
技術革新

PICK UP

ファイバーレーザー溶接システム

熟練技能のデジタル化

溶接は通常、熟練した技術が求められる難しい作業です。しかし、ファイバーレーザーとロボットを組み合わせたシステムにより、高精度で高品質な加工を実現します。また、ロボットによる自動化とAI によるプログラム自動補正で、誰でもより簡単に安定した加工が可能となります。



↑ 労働生産性

約

3～6倍

誰でもより簡単に効率よく



マシンを制御する装置「AMNC 4ie」

顔認証



言語、画面表示など、作業者に合わせたNCの設定に切り替えが可能。

始業点検ガイダンス



始業点検が誰でも手順どおりにできるナビ映像。点検履歴の管理・共有。

Customer



目指す Outcome

4つの“E”によって
世界の製造現場を支える

Easy

(誰でもより簡単に)

Efficiency

(どこでも効率良く)

Environment

(環境にやさしい)

Evolution

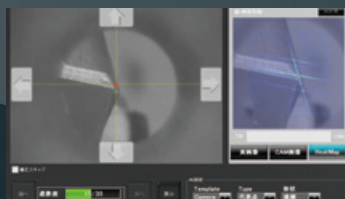
(お客さまとともに発展)

段取りナビ



誰でも同じ段取りでセッティングが可能となり、確実迅速なモノづくりに貢献します。

AIによるプログラム補正



AIでの自動補正作業中、ほかの業務を行えるため、作業効率が向上します。

Value

アマダグループが提供する 社会価値

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至るまで、すべての事業活動の原点としています。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、お客さまを通じて社会課題の解決につながり、それによって豊かな環境と幸せづくりに貢献していきます。



Social Value



ともに提供する価値

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

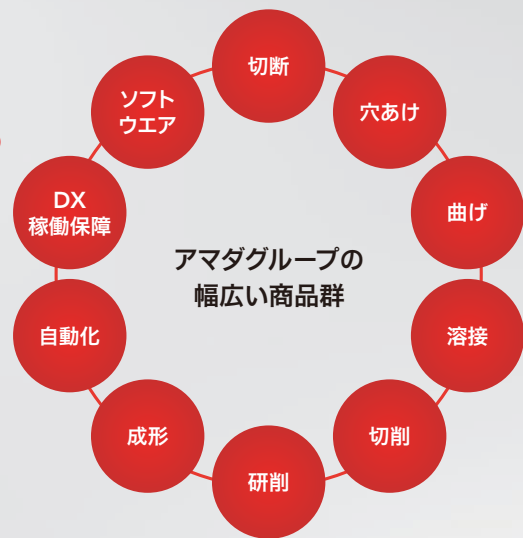
日常のあらゆる製品・構造物の品質向上に貢献

イントロダクション At a Glance

自動化やDXで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。「金属の塊」を切る・あける・削る。これらの加工を可能にするマシンを通して、人々の暮らしを支えています。



ファイバーレーザー加工機

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



レーザー溶接システム

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、これらを用いた自動化システムを取りそろえており、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



デジタルプロファイル
研削盤

パルスカッティング
バンドソー

切削事業・研削盤事業

高層ビルや橋などの構造物に使われる巨大な鋼材・鉄骨を切断加工する切削事業から、医療機器などの精密で極小な金属部品を研削加工する研削盤事業まで、幅広い加工で様々な産業を支えています。グローバルでの生産・供給体制と、開発からアフターサービスまで包括するトータルソリューションをご提供しています。

切 る

あ け る

研 削 する



順送プレス加工自動化システム

プレス自動化ソリューション事業

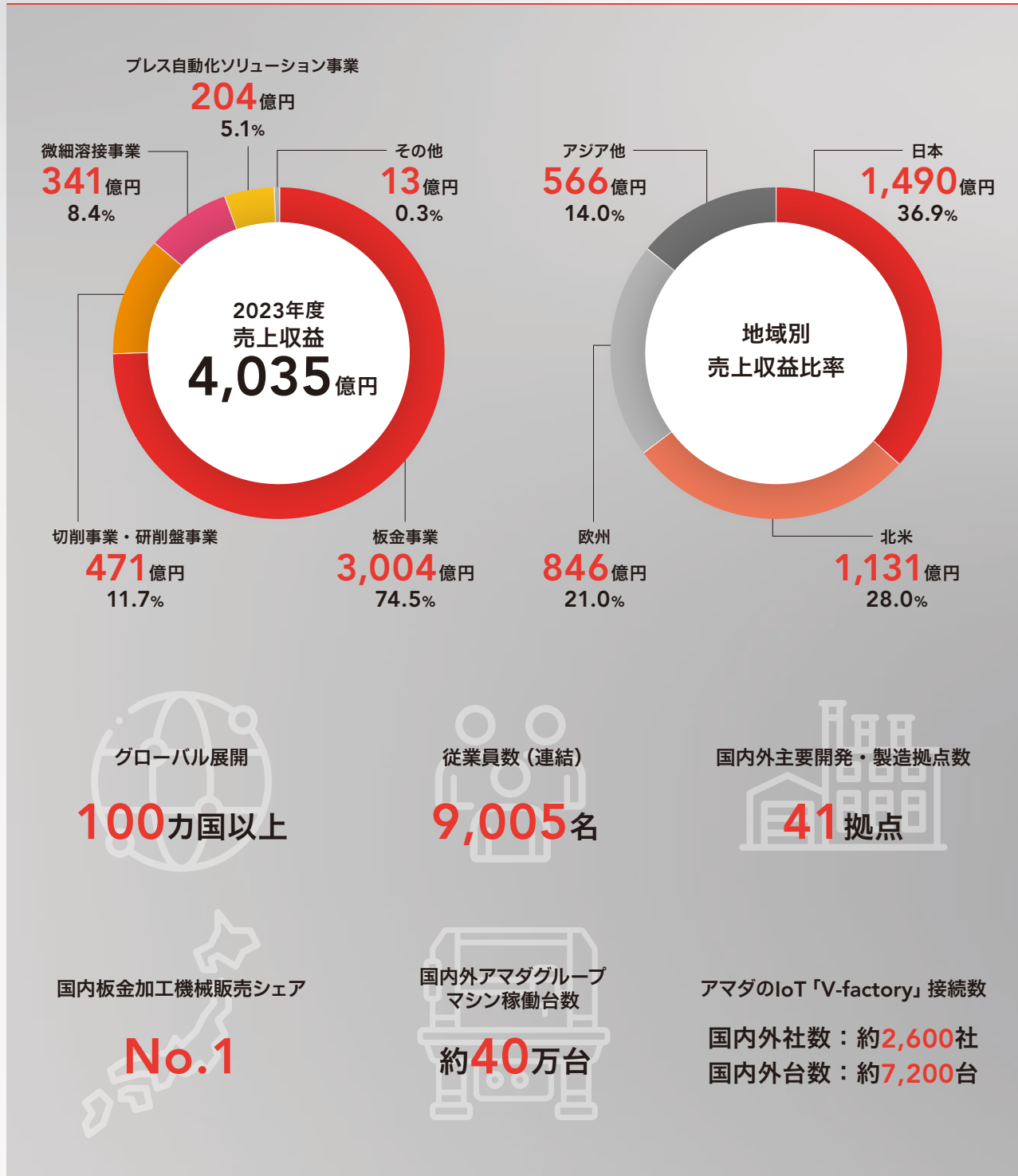
プレスマシンとその周辺装置による自動化システムの一括提案と、業界随一の技術を誇るばね成形機を強みとしています。自動車、住宅設備、文具、家電、電装部品、半導体、精密機器、医療機器・器具など、私たちの生活に欠かせない製品の金属部品をつくるマシンや装置の開発、製造、販売、サービスを行っています。

成 形 する



事業・地域別情報

※2024年3月末現在



最先端のレーザ技術

近年需要が高まるレーザ技術において、高い成長性を維持しています。自社開発のレーザ発振器を搭載した「ファイバーレーザマシン」をはじめ、幅広いレーザ波長・出力をラインナップ。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。

お客さま工場の稼働を止めないIoTシステム

独自のIoTシステム「V-factory」は、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。

世界のモノづくりを支える唯一無二の 「金属加工機械のグローバルメーカー」に向け 着実に歩みを進めています

代表取締役社長執行役員

山梨 貴昭

お客さまをはじめ、株主および取引先を含むステークホルダーの皆さまには、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。2023年度は「中期経営計画2025」の初年度として、唯一無二の「金属加工機械のグローバルメーカー」に向かって、着実に前進しました。

2023年2月、中期経営計画2025のスローガンである「まだないモノを、アマダとつくる。」を推進する重要施設、「アマダ・グローバルイノベーションセンター（AGIC）」がオープンしました。AGICには、2つの役割があります。一つは、アマダが提供する新技術について、実機や模型を使って内部の構造まで説明して、「何ができる」から「なぜできる」というところまでを見ていただき、お客さまにアマダの商品への理解を深めていただくソリューションセンターとしての役割です。そして、もう一つは、お客さまのニーズや直面している課題に対し、アマダグループが提供するシーズを掛け合わせ、お客さまとともに新たな加工技術を生み出す共創の場としての役割です。この「AGIC」のオープンによって、経営理念の筆頭にある「お客さまとともに発展する。」を体現し、アマダグループの加工技術提案を進化させる体制がスタートしました。

さらに、唯一無二の「金属加工機械のグローバルメーカー」に向けた2つのアクションを実行しました。

一つは、お客さまのニーズに対応した機能向上と生産

性向上に加え、操作性の改善を4つの“E”というコンセプト「Easy: 簡単操作」「Efficiency: 効率化」「Environment: 環境」「Evolution: 発展」に掲げたNC装置「AMNC 4ie」を搭載した多くの新商品のリリースです。これらの新商品は、お客さまのサステナビリティ活動にも寄与できる金属加工機械と自負しており、アマダならではの長がある商品です。

もう一つは、2022年5月に発表した長期ビジョン2030の成長戦略の一つであるレーザ・溶接事業の取り組みとして、2024年4月、連結子会社の株式会社アマダウエルドテックを吸収合併したことです。アマダウエルドテックは、世界に先駆けてレーザ溶接機の開発・販売を行うなど、長年にわたり微細溶接技術やアプリケーションのノウハウを培ってきました。そこにアマダの光操作技術や、自動化、NC制御技術などを掛け合わせて、新たな付加価値を創造するとともに、需要が高まる医療やe-Mobility、半導体といった分野にもレーザ・溶接技術で売上拡大を図る体制が整備できました。

アマダグループでは、長期ビジョン2030の中で、2030年度売上高5,000億円、ROE10%を確保することを掲げています。その達成に向けた活動を行う中期経営計画2025の初年度として、唯一無二の「金属加工機械のグローバルメーカー」実現への第一歩を踏み出すことができたと考えています。



2023年度の振り返りと2024年度の見通し (成果と課題)

2023年度の経営環境は、世界的なインフレ進行と欧米での急速な利上げ、ロシアによるウクライナへの軍事侵攻の長期化や中東情勢の緊迫といった地政学リスクなど、依然として先行き不透明な状況が続きました。そのような中、地政学リスクなどを起点とするサプライチェーンの再構築により、製造業の設備投資が積極化。さらに、人手不足やエネルギー価格の高騰、環境配慮への対応措置として、省電力化・自動化・高生産性商品など需要が底堅く推移し、アマダグループへの受注も増加しました。2022年度の課題であった資材調達および生産活動が正常化し、受注残の消化も進んだことで、売上収益・営業利益・当期利益において2期連続で過去最高を達成し、為替の後押しもあったことで、中期経営計画2025の売上目標4,000億円を達成しました。

地域別では、中国の景気後退が回復の兆しを見せない中で、中国への依存度が高いASEANを中心に苦しい局面が続いていますが、国内を含めた他の地域では、製造業全般における省エネルギーや省力化対策への設備投資が

継続しており、順調に売上収益が拡大しました。一方で、課題もありました。それは、既存商品の受注残の消化に注力したことによって、新商品への切り替えのタイミングがずれたことです。多くの受注をいただき、売上をさらに伸ばせるポテンシャルを持っていながら、新商品への切り替えに向けて既存商品を売り切ることに力を注いだことで、新商品の販売が予測を下回り、利益率の面ではやや低調に終始する結果となりました。

2024年度も、2023年度と同様に、高い水準にある受注残高や新商品による需要の取り込みに加え、製造業全般において省エネルギー・省力化への設備投資の継続が見込めることから、3期連続で過去最高益を更新する見通しです。さらに下半期には、2023年度の課題であった新商品への切り替えも完了し、販売価格の改善やコストダウン効果を十分に発揮し、中期経営計画2025で掲げたROE8%に向けた利益率の改善も進むとみています。

第1四半期では、国内およびアジア市場において、2023年度第4四半期の好調な業績の反動から減収減益となりました。国内市場では、需要の下支えとなっていた政府からの補助金が第2四半期から本格的に再開し、受注も順調に拡大。アジア市場では、中国が2023年度に比較すると回復基調にあるものの、ASEAN地域が復活できるかどうか懸念材料です。しかし、北米市場がメキシコやカナダも含めて非常に活況であることから、グループ全体では十分に業績予想を達成できると考えています。

「長期ビジョン2030」および 「中期経営計画2025」の進捗

アマダグループは、2022年5月に長期ビジョン2030を発表、2023年5月には中期経営計画2025を策定し、長期ビジョン2030に向けた経営目標として、2025年度に売上高4,000億円、ROE8%以上を掲げました。初年度となる



2023年度は、売上収益4,035億円、営業利益565億円、ROE7.9%となりました。中期経営計画にて設定した為替レート1米ドル125円で換算すると、売上収益は約3,800億円となり、利益面で課題はあるものの、ほぼ順調なスタートを切れたと言えます。

中期経営計画2025では、短期で目標数字の達成を目指しながら、中長期の成長戦略を担う事業を育成していきます。短期では、「AGICにおける技術の共創」「新商品によるシェア拡大」「アフターサービスの強化」に取り組んでいます。

「AGICにおける技術の共創」では、以前のアマダ・ソリューションセンターと比べ、営業活動の効率化が進みました。コロナ禍前の業績がピークであった2018年度と2023年度を比較すると、成約率は31%から47%まで向上し、契約総額は315億円から426億円に増加しました。契約単価も1件当たり3,700万円から5,100万円と向上しました。また、お客さまのモノづくりをアマダとともに検証し、未来の加工技術に挑戦する共創の場「Innovation LABO」や、新技術への理解を深め、使ってみたいと思っていただけるような情報発信の場「Innovation SITE」も順調に稼働しており、新たな加工技術が創出されました。

「Innovation LABO」では、お客さまが生産性の向上や抜本的なモノづくりの変革を検討される中で抱える、どうしたらもっと軽量化できるのか、どうしたら精度を高められるのかといった願望や課題を、実機を使いながら一緒に検証し、データ分析を行うことで、「モノづくりが変わる道筋」をお客さまに実感していただきました。工程別では、溶接案件が7割を占め、加工検証内容は工法改革をはじめとするモノづくり改善が約8割となりました。具体例を挙げると、板金工程では金属の板を折り紙のように切って、曲げて接合しますが、この接合するという工程がなかなか自動化できず、いまだ手作業で行われている実態があり、自動化ロボットによる自動溶接技術に対する要望が多くありました。こうしたお客さまの課題をAGICを通じて肌

で感じる機会が増えたことで、シーズとして何が提案できるか、お客さまとともに何を共創していくかといった、新たなビジネスの可能性を広げられた一年だったと実感しています。

「新商品によるシェア拡大」では、AGICのオープンとともに、冒頭でご説明した新操作体系のNC装置「AMNC 4ie」を全機種に搭載した新商品を多数発表しました。従来機に対して、生産性の大幅アップや少子高齢化に伴う自動化、スキルレス化、さらに環境性能などを追求し、お客さまの利益増加を目指したマシンソリューションを体現する新商品の発表を順次行っています。

「アフターサービスの強化」では、売上収益の3割を占める基幹ビジネスとして景気変動に左右されにくい、安定的な収益を確保できるビジネスモデルに改善していきます。アマダグループは、グローバルに展開する直販・直サービスで、お客さまの生産をサポートする「カスタマーサポート体制」「生産技術支援ビジネス」「レトロフィットビジネス」「ファクトリーオートメーション」「クラウドビジネス」を展開し持続的な収益力向上を追求していきます。

- カスタマーサポート体制：直サービス体制を再構築し、DXによる遠隔地や海外でのサービスの効率化と様々な情報の提供を強化。
- 生産技術支援ビジネス：新たな加工技術や新機能などを届ける、ソリューションビジネスを拡大。
- レトロフィットビジネス：DXを活用し、既納入品に対しての提案、ソフトインフラの整備の提案などを推進。
- ファクトリーオートメーション：お客さま工場の製造面でのDX化を生産の見える化や工程間搬送ロボットなどで推進。
- クラウドビジネス：工場内の様々なマシン、金型、ソフトウェアをIoTサポートセンターとつなげ、稼働分析・解析と見守りを行う「V-factory」の推進と、バーチャル工場で、稼働の最適化提案を提供するデジタルツインサービスの構築に取り組む。

「長期ビジョン2030」の達成に向けて

「中期経営計画2025」において、中長期では、「長期ビジョン2030」の達成に向けた長期成長戦略として「レーザ技術による新領域の拡大」「新規ビジネスの創造」「グローバル戦略」について取り組んでいます。

「レーザ技術による新領域の拡大」では、2024年4月に連結子会社であるアマダウエルドテックを吸収合併しました。この合併によって、ブルーレーザ、グリーンレーザ、ダイレクトダイオードレーザ、そしてファイバーレーザまで取りそろえ、幅広いレーザ波長・出力のラインナップで、微細から大型に至る様々なサイズ・形状・材質の部材・商品のモノづくりに、各種加工溶接技術を提案できるようになりました。このレーザ技術で進出を模索しているのは、高い成長率が見込める新分野「e-Mobility」「半導体」「医療」です。

「新規ビジネスの創造」は、中期経営計画2025スタートとともに取り組んできた業務改革です。アマダグループは、板金、切削、研削、そしてプレスやばねなど、様々なソリューションを持つ金属加工機メーカーですが、これまでグループ各社がそれぞれ個別に対応してきました。2023年度は国内63,000社に及ぶお客さまに対して、グループ間でのシームレスな提案活動を開始し、様々な成功事例が出てきており、2024年度以降は本取り組みを促進するとともにグローバルに拡大していきます。

「グローバル戦略」では、コロナ禍にリードタイムを延期した反省を機に、新たな生産システムの導入を進めてきました。新システムのコンセプトは、お客さまニーズの高度化に伴って商品仕様の多様化が進展したことで増大した間接コストの削減です。そこで、DXを活用することで大幅な効率化を目指す新たな生産管理システム「APEX(AMADA Production Environment Transformation)」を構築しました。

「APEX」では、設計情報の「E-BOM」、製造情報の「M-BOM」、サービスパーツ情報の「S-BOM」を連携させた「統合BOM」を新たに構築し、技術情報の一元管理と情報共有の見える化を行いました。これにより、設計情報に基づいた迅速な製造手配が可能になり、アフターサービス事業で活用できる、保守用の3Dパーツリストも自動生成できるようになりました。さらに、「アマダサプライヤーポータルサイト」を立ち上げ、生産計画や進捗状況をサプライヤーと共有できるようにしたほか、現場作業者向けには、マシンのシリアル番号ごとに販売情報、製造情報、品質情報を集約した「シリアルポータル」を新たに構築し、タブレットPCからリアルタイムに各種情報を確認できるようにしました。

これらの製造DXやIoTを活用した生産方式をグローバルに水平展開することで、従前から進めてきた地産地消によるサプライチェーンマネジメント戦略の強化と、社内工数の削減、納入リードタイムの短縮、コスト競争力の強化、受注残の削減による適正在庫化を進め、グループ全体での利益率の向上を推進していきます。

サステナビリティへの取り組み

「中期経営計画2025」において、サステナビリティへの取り組みとして、CO₂排出量削減に向けた環境分野に100億円、人材の教育分野に同じく100億円の投資予算を計上しました。さらに、2024年4月にサステナビリティ推進室を設置し、グループのサステナビリティに関する取り組みを加速させていく体制も整えました。

環境分野では、「SBT」の認証取得や「RE100」への加盟のほか、今後は、2023年1月に発効されたCSRD(Corporate Sustainability Reporting Directive : EU企業サステナビリティ報告指令)に対して、欧州の現地法人から順次対応し、将来的にはグループ全体での対

応を目指すプロジェクトとして取り組んでいきます。

人材の教育分野では、2024年9月に「アマダ・テクニカルエデュケーションセンター（ATEC）」を竣工。アマダの社員にふさわしい商品の基礎的な技術・知識の習得に取り組み、全社員のエンジニアリング化を目指していきます。さらに、エンジニアリングセールス力の向上とエンジニア教育も推進していきます。特に、エンジニア教育については、新商品はもちろん、既納入商品も数多く、お客さまにご愛用いただいているアマダの商品に使われている伝統的な技術に関して深く理解できるように整備しました。エンジニアリング力を高めることで、お客さまが納得感・信頼感を持って、安心してアマダの商品を導入し活用していただけるよう、引き続き努めていきます。

コーポレート・ガバナンスの強化

アマダグループでは、コーポレート・ガバナンスの強化にも積極的に取り組んでいます。取締役会では、社内外の取締役が忌憚ない意見や指摘・提案も含め、活発な議論を交わしています。私たち執行側も、その審議内容を真摯に受け止め、事業運営に反映させていく、PDCAサイクルを積極的に回してきました。また、役員報酬制度についても、役位や業績目標の達成度などに応じて当社株式の交付を行う業績連動型株式報酬制度を導入するなど、報酬委員会の議論も踏まえた改革を行いました。

アマダグループはこれからも、執行と監督の分離に注力するとともに、グループ体制の強靱化や意思決定過程の可視化、サイバーセキュリティへの対応など、コーポレート・ガバナンスとリスク管理体制の一層の強化を図っていきます。



唯一無二の 「金属加工機械のグローバルメーカー」へ

私は、モノづくりの発展なくして産業の発展はないと考えています。アマダグループは、すべてのセクターの現場と工場のモノづくりを支える商品を提供する、唯一無二の「金属加工機械のグローバルメーカー」を目指していきます。

株主還元については、連結配当性向50%を目安に、DOE（株主資本配当率）3～4%程度の範囲内で年間の配当額を決定する方針に変わりはありません。また、自己株式取得を3年間で400億円から600億円と増やしていくとともに、在庫効率を高め、受注残の削減と在庫の適正化を進め、生み出されたキャッシュを将来の成長に向けた投資に振り向ける好循環を追求していきます。

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。

イントロダクション

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。とくに、私たちが大切にしている経営理念の一つ「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一人ひとりに刻み込まれた想いです。そして、変わらないもう一つは「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。

売上収益

1946 1950

1960

1970

1980

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人と増えてきた頃、天田夫人の弟である江守龍治（後のアマダ会長）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



我が国初のコンターマシン「O-16」

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。

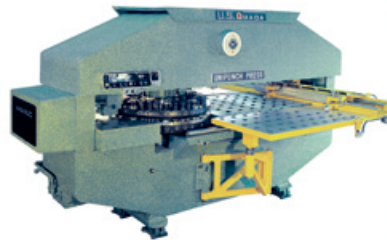
1960 デモ・カーによる直接販売開始

1971 米国シアトル市に現地法人U.S
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



NCT1号機「LYLA-555」

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」を開発。板金加工機械として商品化し、1971年のNCTに並ぶ技術革新を果たしました。

今日のレーザ技術の礎を築くとともに、高速、高品質、省エネに挑戦し続けるアマダのレーザ開発技術の歴史の幕開けとなりました。

1980 単体機初のレーザマシン
「LASMAC-644」を発表

1996 板金業界の他社に先駆けてプログラム
装置のネットワークシステム
「AP-60」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」

アマダの 開発技術の歴史

1971 「D500型」機械工業デザイン賞
日本電機工業会賞

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

※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我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年に創設した制度



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。

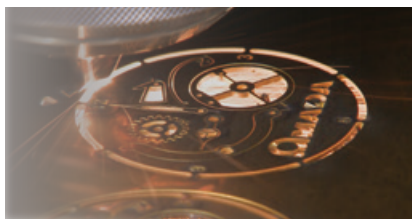
日本国内の企業は、発振器の多くを世界シェアの過半を占める米国メーカーからの調達に頼っていました。アマダは自社製発振器を持つことで、コスト、納期、アフターサービスなどすべて自社で対応することが可能となりました。

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

2024～

80周年、100年企業に向けた
「変革」と「挑戦」

共創から未来へー

2023年2月、神奈川県伊勢原市の本社内に「アマダ・グローバルイノベーションセンター(AGIC)」をオープン。

「お客さまとともに金属加工の『未来』を共創する空間」をコンセプトにお客さまのモノづくり現場の課題を解決します。

「まだないモノを、アマダとつくる。」のブランドメッセージを実現するため「変革」と「挑戦」を続けていきます。

2022 「長期ビジョン2030」を策定

2023 アマダ・グローバルイノベーションセンター(AGIC) 開設

2023 「中期経営計画2025」を策定

2024 株式会社アマダウエルドテックを吸収合併

2024 アマダ・テクニカルエデュケーションセンター(ATEC) 開設



AGIC (外観)

中期経営計画

売上高 **4,000**億円

営業利益率 **16%**

ROE **8%**

グループシナジー

新領域拡大

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
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

2023 鉄骨・銅材向けファイバーレーザマシン
「LC-VALSTER-6225AJ+AS6225」
機械工業デザイン賞 日本力賞

2024 サーボベンディングマシン「EGB-eシリーズ」
十大新製品賞 本賞
サーボベンディングマシン
「EGB-1303ATCe」
機械工業デザイン賞 経済産業大臣賞



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

2012 「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

アマダグループの目指す姿

「お客さまとともに発展する」を経営理念の冒頭に掲げ、創業以来、お客さまに寄り添って世界のモノづくりを支えてきました。現在、気候変動をはじめとする環境問題や労働人口の減少などお客さまの現場では様々な社会課題に直面しています。それらの課題に対して、絶えず「創造」と「挑戦」を重ね、グローバルのモノづくりを支えていくことが私たちの使命です。

アマダグループを取り巻く外部環境の変化や時代背景

高まる不確実性への対応と事業活動を通じた社会課題解決の必要性

- ① 技術・コスト・スピードでのグローバル競争環境の激化
- ② 成長分野への先見性を持った投資判断の重要性
- ③ 社会責任としての ESG 経営の必要性の高まり
- ④ 100 年企業としての持続と拡大、ステークホルダーへの還元

前中期経営計画
「TASK3・2・1」

現中期経営計画2025 (2023～2025)

経営基盤の徹底強化と
新商品・活動で収益を確保

次期中期経営計画
(2026～)

4つの基本戦略方針

1 売上高4,000億円必達と収益性改善

①新商品シェア拡大・利益率向上
生産性向上商品・環境商品・AI制御

②アフタサービス強化
V-factory・ファクトリーオートメーション

③AGICの活用
現在の課題解決と未来の創造
新価値の創造・新産業拡大・活動効率改善

2 長期成長戦略への活動開始

①レーザ技術による新領域拡大
レーザ応用技術の研究開発(M&Aを含む)

②グローバル市場拡大戦略
新規市場拡大・供給戦略・グループシナジー

3 資本政策(戦略投資・株主還元)

①キャッシュアロケーション
生産能力拡充中心の投資からDX・研究開発・環境・人材などの
ソフトを含めたバランス投資ヘシフトし、未来投資を高める

②株主還元方針
持続的な総還元性向の維持・検討

4 ESG経営・体制強化

①Environment
CO₂排出量削減
• 販売する商品 • 自社事業所と工場

②Social
• 人材能力開発 • ダイバーシティ推進
• 働きがいのある職場づくり

③Governance
• 取締役会の多様性 • 取締役会の機能強化
• 役員報酬制度の改定 • コンプライアンスの徹底
• リスクマネジメント強化

長期ビジョン2030

「共創」から未来へ —

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

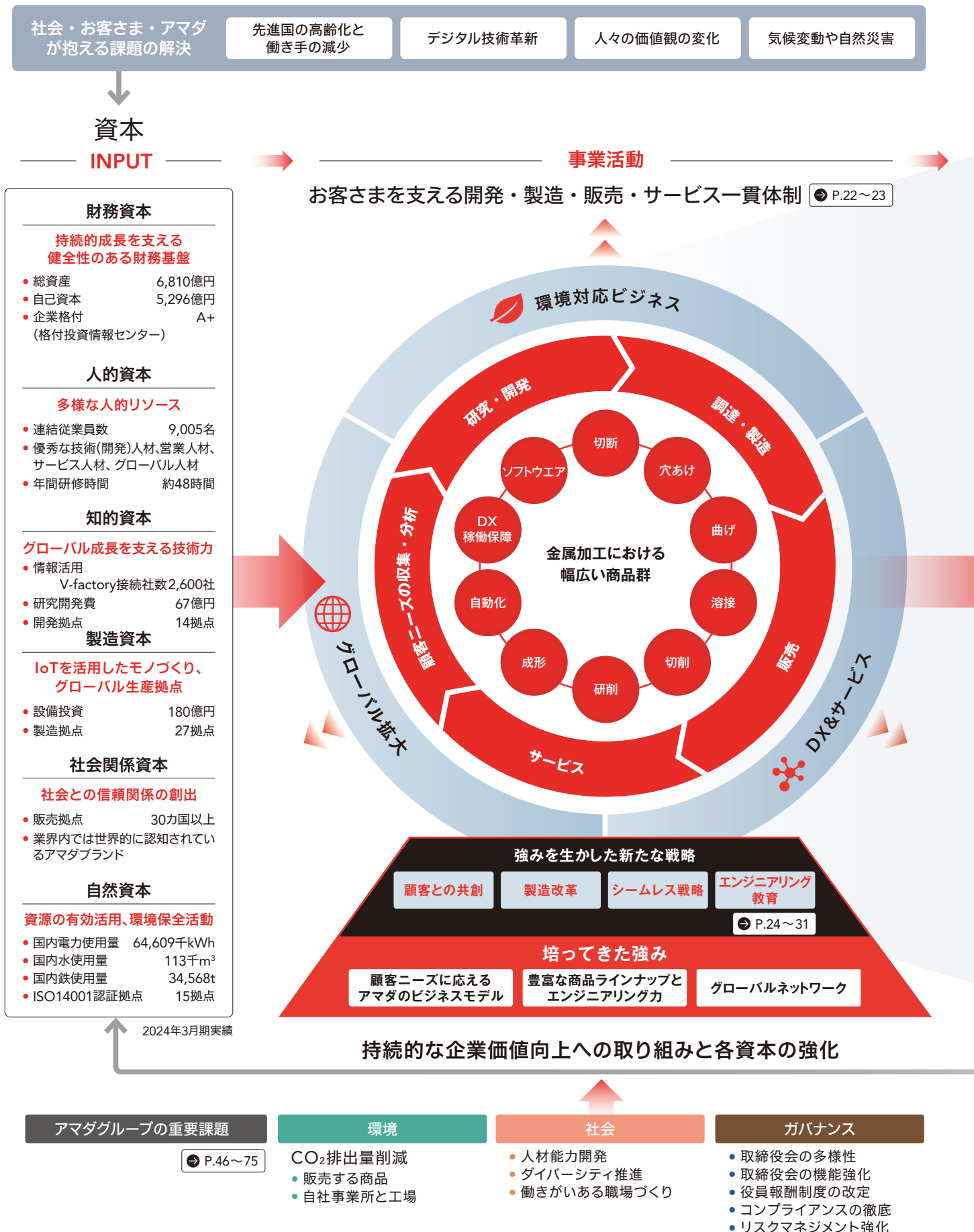
長期経営目標

- ・売上高 **5,000億円** (2030年度目標)
- ・ROE 安定的に**10%**を確保 (2030年度目標)
- ・SDGsを意識した取り組みの強化、企業統治体制の整備



価値創造ストーリー

価値創造プロセス



創造的モノ・コトの提案

OUTPUT・OUTCOME

アマダグループの 商品

- 工程統合マシン
- 自動化システム
- AR / AI搭載新操作
体系NC装置
- エコプロダクツ
- 製造DXソリューション



アマダグループの サービス

- DX稼働保障
- IoTサポート
- 製造DXソリューション
- 加工技術提案



財務資本

- 連結売上収益 4,035億円
- 連結営業利益 565億円
- 自己資本比率 77.8%
- 配当性向 50.4%

人的資本

- 離職率(単体) 2.6%
- 新卒採用女性比率 32.6%
- 有給休暇取得率(国内) 74.3%

知的資本

- 特許保有数 約1,300件
- 新規特許出願数 年間約100件

製造資本

- 労働生産性の向上
- 残業平均時間 13時間/月

社会関係資本

- 販売実績 100以上の国と地域に
40万台以上
- 板金国内シェア 70%
- 技能講習(アマダスクール)
修了生 約100,000人
- 天田財団
累計助成金 約40億円

自然資本

- アマダエコプロダクツ
売上比率 87%
- 商品CO₂排出削減率
2013年度比 58.4%
- 事業所CO₂排出削減率
2013年度比 73.4%
- 工場緑化活動「アマダの
森づくり」の推進

2024年3月期実績

お客さまと社会への価値

VALUE

社会への影響

アマダの提供価値

目指す姿

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

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



➡ P.34

安定供給

人材開発

DX推進・
サービス

見える化

ダイバーシティ

グローバル
製造体制

先端技術
開発

加工改革

環境エコ商品

高精度化・
自動化

スキルレス

カーボン
ニュートラル

アマダグループのビジネスモデル

アマダグループは様々な金属加工の領域において、加工機本体のみならず、それらを制御するソフトウェアや周辺装置、金型などもトータルに提供する、世界でも数少ないメーカーの一つです。また、創業時よりお客さまに直接商品を販売し、メンテナンスなどのサービスを行う、「直販・直サービス」体制を敷いています。

バリューチェーン

強み	顧客ニーズに応えるアマダのビジネスモデル	
DNA	お客さまとともに発展する	

お客さまを取り巻く課題



先進国の高齢化と
働き手の減少



デジタル技術革新



人々の価値観の変化



気候変動や
自然災害



研究・開発

直販・直サービスで汲み取ったニーズを生かした、最新技術の研究・開発

お客さまの多様化するニーズと課題を顕在化。協力会社と連携しながら、より高品質でニーズにマッチした技術の開発を行います。また、差別化した加工技術をお客さまに提供するために、現在では国内外の14の開発拠点を起点に、地域の特性やお客さまの生産活動に根差した商品開発を行っています。さらに、商品の企画・開発・調達段階では、その環境性能についても明確な目標を設定し、開発の各ステップで評価を実施して、業界トップクラスの環境性能を有する商品のリリースを推進しています。



共創

共創で新たなモノづくりを創造し、社会に新たな価値を生み出す

最新設備を導入した「Innovation LABO」にて、お客さまが抱える様々な課題を、お客さま自らが当社技術スタッフとともに加工検証します。研究・開発の現場ともダイレクトに連携することで、新たな加工技術を創出するとともに、ノウハウやナレッジを生かした新たな製品開発へと好循環のサイクルを生み出します。



顧客との共創 ➡ P.24~25

アマダ独自のビジネスモデルと
強みを生かした新たな戦略

一貫体制ならではのスピーディーな対応・供給により、お客さまの生産体制の効率化を実現。また、お客さまとの直接対話を通じて真のニーズや課題の特定、業界ニーズの多様化をダイレクトに研究開発に生かしていくことで、よりきめ細かなソリューション提供を実現しています。

ンを支える基盤

豊富な商品ラインナップとエンジニアリング力

グローバルネットワーク

モノづくり企業



製造

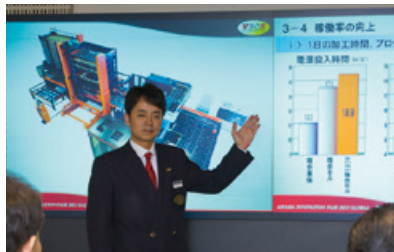


お客さま工場への迅速な納入と安定稼働を支える製造体制

お客さま工場で安定してマシンを稼働させるために、品質を何よりも厳格に管理しています。作業員一人ひとりが高いレベルで製造できるよう規定の整備や「品質道場」での教育を行っています。日本や欧州、アジア、北米に生産拠点を分散化し、フレキシブルな生産体制を構築。地政学リスクによるサプライチェーンの混乱や、為替によるリスクなどへの対応も可能になります。さらに、自社の製造においてもIoTを活用し、効率的かつ「ヒトにやさしいモノづくり」を行えるよう、工場全体と作業員一人ひとりをデジタル技術でサポートしています。



販売



お客さまと直接対話し、ソリューションとともに模索する営業活動

業界に先駆けて直販・直サービスを行ってきたことでお客さまの真のニーズや課題を特定し、豊富な加工ノウハウを生かし差別化した技術力、実証加工による検証など、最適なご提案を行います。また、デジタル技術により提案の質を高めることで、早期課題解決を実現していきます。豊富な顧客接点と業界内でのブランド力を武器に、グローバルに30カ国以上で展開する販売網を通じて、お客さまにソリューションをご提供します。



サービス



グローバル規模のサポート体制で、お客さまの事業を“止めない”サービスの徹底

金属加工機械は「納品して終わり」ではなく、メンテナンスや消耗品の供給、金型やソフトウェアの提供など、継続的なサポートが不可欠です。アマダグループは国内での24時間受付のパーツセンターや、全世界に広がるサービス網、IoTでの遠隔サポートなど、お客さまのモノづくりを止めないためのエンジニアリングサービス体制を整備し、高い評価をいただいています。そうした信頼性の高さが、売上収益に対するアフタービジネスの比率が30%超という、業界でも非常に高い水準につながっています。

シームレス戦略

➡ P.28～29

製造改革

➡ P.26～27

エンジニアリング教育

➡ P.30～31

アマダグループのビジネスモデルと強み



研究・開発



共創

お客様のニーズとアマダの技術によって、 新たな加工技術を創出

お客様が直面しているモノづくりの課題に対して、アマダグループはお客様とともにその解決に取り組んでいます。2023年にはお客様とともに金属加工の「未来」を共創する空間として、アマダ・グローバルイノベーションセンター（AGIC）を開設しました。アマダグループのマシンや技術を通じて「何ができる」ではなく、「なぜできる」かに主眼を置いているのがAGICの特長です。

施設内にあるInnovation LABOを通じてお客様のモノ

づくりを検証し、お客様とともに「未来」の加工技術に挑戦しています。お客様が抱えるダイレクトなニーズとアマダの最新技術を掛け合わせることで、これまでにない新たな加工技術を創出するとともに、開発・製造の現場にもダイレクトにフィードバックできる仕組みを構築することで、ノウハウやナレッジを生かした新たな製品開発へと好循環のサイクルが実現できます。このお客様課題解決の好循環ビジネスモデルにより、さらなる事業成長を実現しています。

お客様のニーズ

- ・加工を効率化したい
- ・人手不足を解消したい
- ・品質や精度を上げたい
- ・新素材に関する加工法を知りたい など

アマダの最新技術

- ・レーザ技術（光を創る、光を操作する）
- ・塑性加工技術（金型技術、材料特性）
- ・センシング技術（マシン、加工ワークの状態）
- ・制御技術（操作体系（HMI）、自動化 など）

現状課題の共有

お客様の抱える課題に対し、過去の事例や最新加工技術によるアプローチの検討やプログラミングを含めた加工検証の進め方について協議を行います。

加工検証

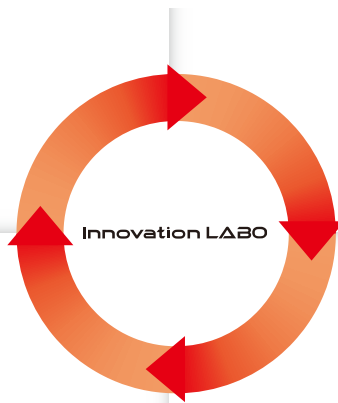
最新ソリューションによるプログラム作成から加工検証などをアマダの技術スタッフとともにを行います。

新加工技術の創出

お客様の課題を解決するレベルの達成に向け、数値化されたデータの比較による検証を繰り返し行います。

測定

加工した製品をその場で測定し、数値データによる裏づけをもとに、加工検証結果の判断を行います。



共創サイクルを実現する研究・開発

アマダがこれまで積み上げてきた幅広い加工技術をもとに、お客様と課題を共有し、技術者同士が徹底的に議論を重ね、加工検証と裏付けデータの積み上げを行います。その検証結果やデータから新たに解決すべき課題が明確になり、それらに一つずつ対応していくサイクルを繰り返すことでお客様課題の解決につなげていきます。



特許保有数
約1,300件

研究開発費
67億円

新規特許出願数
年間100件以上

message

お客さまとともに挑む、革新的なモノづくりの未来— 技術力と共創で課題解決を推進

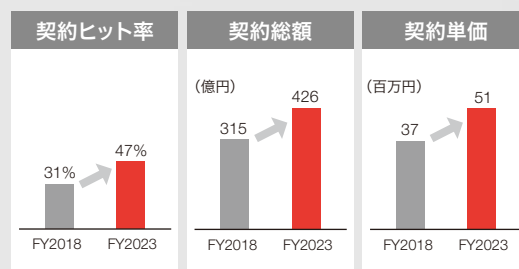
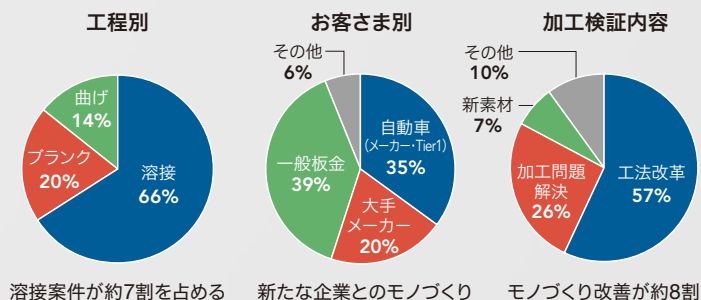
アマダグループは、創業から「直販・直サービス」という特長的なビジネスモデルを確立し、アマダの加工技術を通じて、お客さまの課題解決をサポートし、社会課題解決に貢献してきました。AGICは、この「直販・直サービス」をさらに磨き上げ、お客さまとの「共創」によって新たなモノづくりに挑戦していくステージの第一歩として極めて重要な施設です。お客さまとの課題を共有し、議論やデータ検証を重ねることで、お客さまが抱く、より本質的な課題解決にダイレクトに応えていくことができます。

イノベーションセンター長
岸本 和太



具体的には、お客さまの製造現場では前工程の影響を受ける溶接工程において課題が多く存在します。そのため、これまでに多くの課題解決のご要望をいただいています。溶接工程の課題解決や自動化は力を入れて取り組むべき項目の一つです。

また、これまで接点の少なかった自動車関連メーカーや大手メーカーからの依頼や新素材に関する相談を多くいただくようになりました。新たなモノづくりの確立、日本の製造業の競争力強化に向けてお客さまとの共創を加速させていきます。



AMADA GLOBAL INNOVATION CENTER

総合提案 機能施設

- LABO:** お客さまのモノづくりを検証し、「未来」の加工技術に挑戦
- SITE:** お客さまが期待する価値を、「現在」の最新技術で体感
- ECO:** 究極の省エネを体感し、お客さまの工場改善を提案

アマダ・グローバルイノベーションセンター (AGIC) は、「金属加工の未来を共創する空間」をコンセプトとして、2023年にアマダ本社内に「Innovation」を起こす空間として新たに開設されました。「アマダとの共創で新たなモノづくりを創造し、社会に価値を生み出すこと。」この思想を具現化したものが「AGIC」です。

なかでもInnovation LABOは、お客さまとともに「未来」の加工技術に挑戦するエリアとなっており、お客さまが抱える様々な課題を、お客さま自らが当社技術スタッフとともに加工検証できる設備です。全10室にマシンと最新の検査装置を設置し、徹底したモノづくりの加工検証や課題解決が行えます。



最新マシンを設置

各LABOにはブランク・ベンディング・溶接など最新マシンを各種取りそろえています。



万全のセキュリティ

各LABOは仕切られており、ドアにはIDシステムを設置。安心して加工検証が行えます。



各種検査機器を完備

最新の三次元測定機や非破壊試験機など、用途に応じた様々な検査機器を常備。その場で要求品質の精緻な検証が可能です。



製造

人と環境にやさしい 次世代のモノづくりを目指す製造体制

DXを活用した製造改革により、生産能力を増強

アマダグループは、お客さまのニーズを素早く吸い上げ、管理、開発、製造の一体化によって商品開発の早期リリースを実現します。お客さまの工場で安定してマシンを稼働させるために、品質を何よりも厳格に管理しています。

なかでも、静岡県にある富士宮事業所はアマダグループの開発・製造のマザー拠点として人と環境にやさしい最先端のモノづくりを目指しています。グローバル生産の取り組みとして、品質の要となるレーザー発振器や基幹モジュールは日本の中核工場からの供給を行うことで世界均一の品質を保持しています。一方で、各生産拠点では地産地消に取り組み、周辺装置、制御装置などは地域ごとのニーズや調達環境に合わせたローカライズ設計を実施しています。また競争力のある製造コストを達成するため、積極的なグローバル調達にも取り組んでいます。

近年、製造業では少子高齢化に伴う労働人口の減少による人手不足が深刻化しています。また、地政学的なリスクの

拡大による一部の部材供給の不足感、短納期化に伴う生産効率への要求はますます高まっています。

そのような社会課題に対応するため、情報を一元管理し、新たな生産体制の構築をまずは日本の富士宮事業所で行い、それをグローバルに展開することで、各製造拠点の生産性向上、資材のグローバル調達を実現していきます。

従来の取り組みに加えて、DXを活用した製造改革により、さらなる生産性の向上、工場全体の効率化、サプライヤーとの連携強化が可能となりました。



地政学リスクの拡大

1

情報の一元管理

- 直販・直サービスならではの販売・製造・開発・サービスまでの情報連携

お客さまニーズの多様化

2

変動に強い生産体制

- サプライヤーとの連携強化
生産情報・在庫情報・コスト情報をリアルタイムで共有

原材料・エネルギー価格上昇

3

グローバルネットワーク

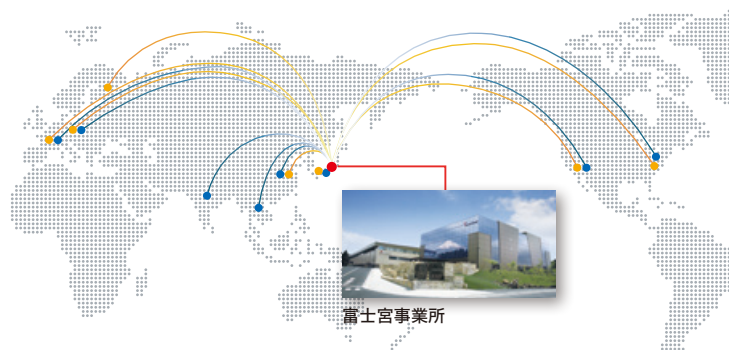
- DXを活用し必要な生産情報を適時共有
為替・地政学リスクに対応した体制を構築

環境・社会における持続可能性

富士宮事業所がコントロールの起点となり、
情報を発信・収集・共有
フレキシブルなグローバル生産体制を実現



お客さまとともに持続可能な成長に向けて
人と環境にやさしい
次世代のモノづくりを目指す

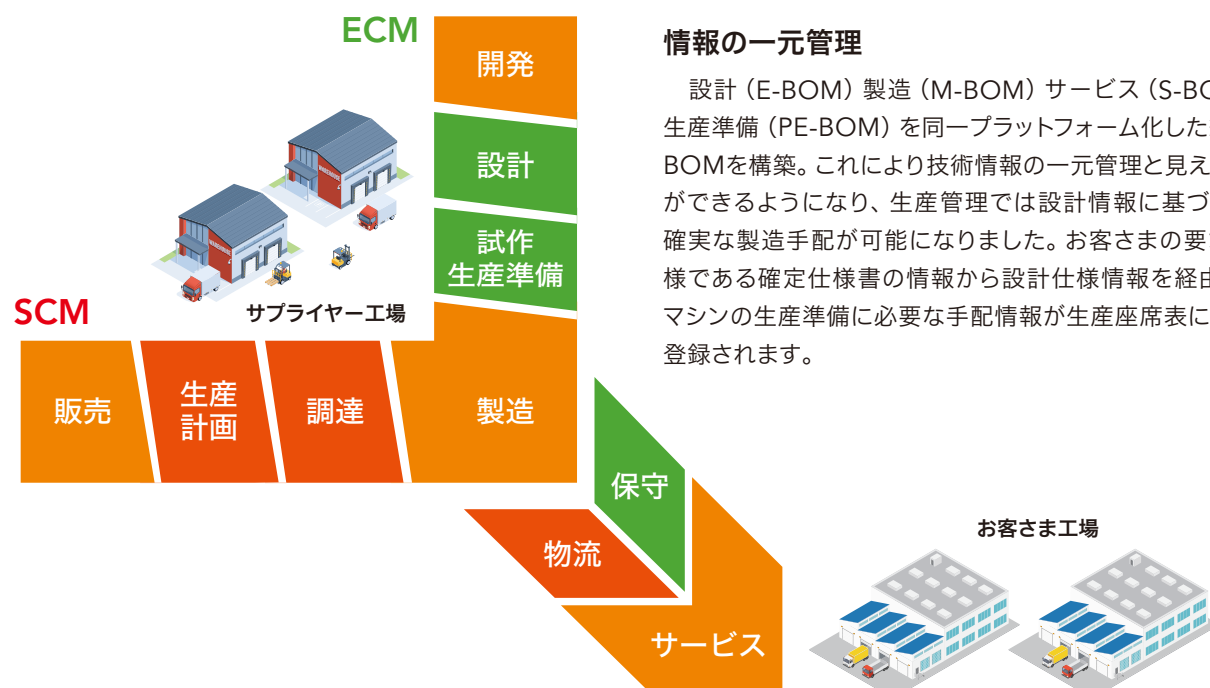


DXを活用した新たな生産方式・システム

APEX

富士宮事業所にて、販売から生産計画、調達、製造につながるSCM（サプライチェーンマネジメント）と生産情報連携、開発から製造、サービスにつながるECM（エンジニアリングチェーンマネジメント）と技術情報連携の両軸から、DXを活用した改革を開始しました。

新たな生産管理システム「APEX（AMADA Production Environment Transformation）」により、高い生産負荷や多様化する仕様による間接業務の増大に対し、大幅な効率化を実現します。



情報の一元管理

設計（E-BOM）製造（M-BOM）サービス（S-BOM）生産準備（PE-BOM）を同一プラットフォーム化した統合BOMを構築。これにより技術情報の一元管理と見える化ができるようになり、生産管理では設計情報に基づいた確実な製造手配が可能になりました。お客さまの要求仕様である確定仕様書の情報から設計仕様情報を経由し、マシンの生産準備に必要な手配情報が生産座席表に自動登録されます。

変動に強い生産体制

アマダの生産方式は、ブース内で組み立てを行う「屋台ブース生産方式」を基本としています。集中配管が施され、治工具が配置された屋台ブースはその一つひとつがミニファクトリーになっており、組み立てに必要な部品類はキットの形でJIT供給されブース内に配膳されます。

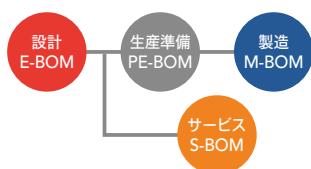
今回新たに、組立工程を平準化することで工程を1日単位に細分化し、各工程を専門の作業者に任せる「ブースライン方式」を主力ファイバーレーザーマシンの生産に採用。標

準化された作業工程を繰り返すことで作業習熟度が向上しやすいため、リードタイムが約20%短縮されました。

また、サプライヤーとの連携を強化するため、「サプライヤーポータルサイト」を新たに構築しました。アマダの生産管理システムから生産計画や発注情報、在庫情報などを、リアルタイムでサプライヤーに共有することができ、さらなるSCMの連携強化を実現しました。

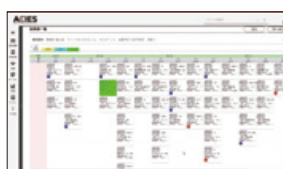
統合BOM

同一プラットフォームによる技術情報の一元管理と見える化



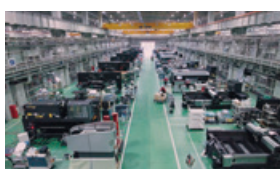
新座席システム

情報連携による確実な製造手配と日程立案



新生産方式

ブースライン方式の併用による屋台生産方式のさらなる進化



サプライヤーポータルサイト

アマダの生産システムからリアルタイムに情報を共有



アマダグループのビジネスモデルと強み



販売

お客様のニーズに応える 豊富な商品ラインナップ

アマダグループは、金属加工に必要な幅広いマシンのラインナップを取りそろえています。それらのマシンによってこれまでお客様の多彩かつ高度な要望に応えてきました。そこで培ってきた高いエンジニアリング力が、成長戦略の核であるビジネスの推進を支えています。加工機だけでなく自

動化システムのほか、生産管理やプログラム作成などのソフトウェアまで対応しているため、お客様それぞれに最適なソリューションを提供することができます。さらに、DXを活用した稼働保障や加工技術の提案といった充実したアフターサービスにより、お客様の生産をサポートします。

message

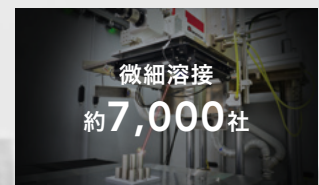
新たな成長市場に向けた シームレスなソリューションビジネスを展開

アマダグループは、板金、微細溶接、切削、研削盤、プレス、ばね成形といった金属加工に必要な幅広い加工機のラインナップを取りそろえ、組織的な活動を通じて新たな成長市場に向けたソリューションビジネスを展開しています。アマダグループの既存のお客様にも興味のあるソリューションを早期に提案するため、販売・サービスのDXの柱となる新支援機能「ADMS(AMADA DX Management Solutions)」を構築しました。「ADMS」により、お客様ごとのデータに基づいた最適な提案やリアルタイムでの情報取得が可能となり、マーケティング

執行役員 新規事業推進部門長 兼
営業改革PJ統括リーダー
梅田 吉朗



データの分析を通じて新たなビジネス機会を創出します。また、国内約80,000社の金属加工製造業に対しても、MA（マーケティングオートメーション）により分析できる仕組みを構築し、新規市場を含めたニーズを吸い上げます。約63,000社の「アマダを知っている」お客様に対して、これまでの直販・直サービスの積み上げを生かし、それぞれの事業会社のコンタクトラインをシームレスにつなぎます。これにより、お客様への提案の幅を広げ、課題解決や新事業展開のご支援をすることで、アマダとの絆を強固にし、成長につなげていきます。



アマダグループ既納入
国内約**63,000**社

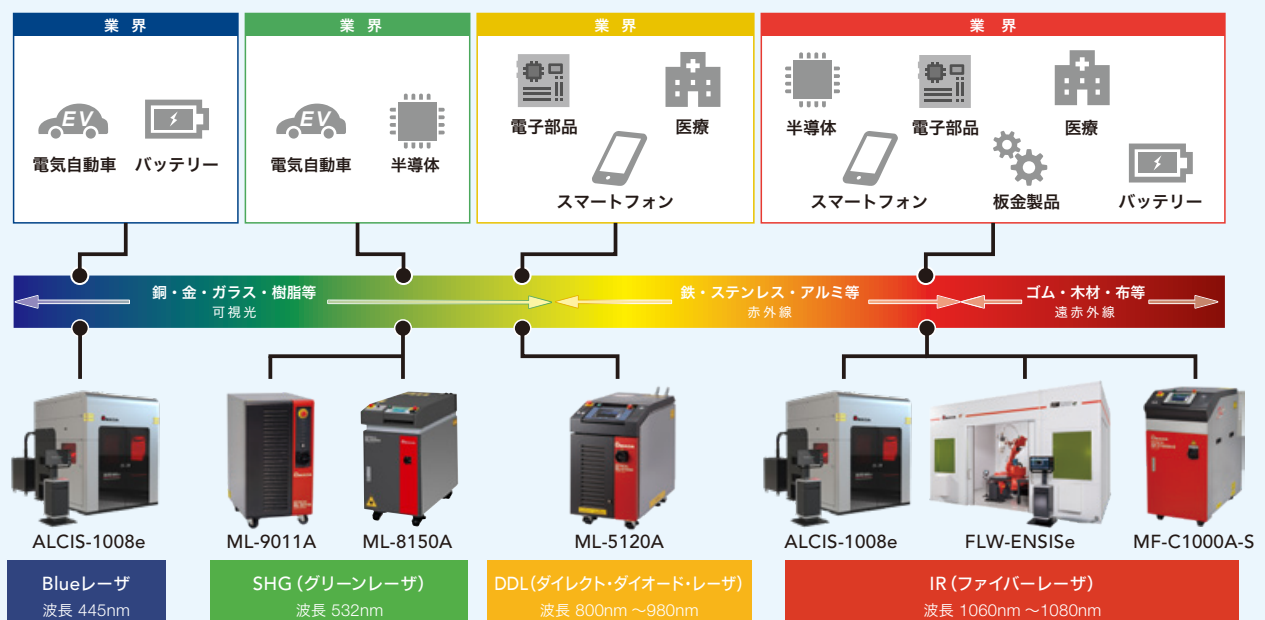


さらなる変革と挑戦に向け、グループ統合によるシナジーを活用

アマダは2024年4月にレーザ・溶接事業強化のため、微細溶接事業の株式会社アマダウエルドテックを合併しました。アマダウエルドテックは世界に先駆けてレーザ溶接機の開発・販売を行うなど、長年にわたり微細溶接技術やアプリケーションのノウハウを培ってきました。そこにアマダの光操作技術、自動化やNC制御技術などを掛け合わせて、新たな付加価値を創造するとともに需要が高まる医療や

e-Mobility、半導体といった分野にもレーザ・溶接技術での拡大を図ります。統合により「ブルーレーザ」「グリーンレーザ」「ダイレクトダイオードレーザ」、そして「ファイバーレーザ」まで取りそろえた幅広いレーザ波長・出力のラインナップで、微細から大物まで様々なサイズ・形状・材質の部材・製品のモノづくりに、各種加工や溶接技術を提案することが可能になります。

“光を操る” 溶接技術のアマダ



Pick UP

アマダグループではこれまで、グループ各社ごとに保有する商品に合わせた注力分野への販売戦略を行ってきましたが、お客さまのニーズや課題に合わせて、各事業の枠を超えた金属加工の提案戦略を強化しています。

例えばe-Mobility市場は、EVバッテリーをはじめとした電装加工品は複合的な加工が求められるとともに、大きな伸びしろが見込める成長領域です。ここに向けては順送プレス加工自動化システムや多機能フォーミングマシンによる、加工の垣根を越えたグループ体型の提案を実現。EVモーターコア用部品の加工など、従来工法の置換などによって新領域への拡大を進めています。

グループ体での提案





サービス

お客さまに価値ある 提案ができる現場力

未来（あす）のお客さまを支え続けるエンジニア教育

message

次世代エンジニア育成と 働き方改革の新たな取り組み

上席執行役員
エンジニアリングサービス本部長
福田 政樹



優秀なエンジニア人材の獲得競争が激化する中、アマダは早期からIT化やDXに取り組み、働き方改革やノウハウ蓄積を進めてきました。今年、「全員がエンジニア」をコンセプトに「アマダ・テクニカルエデュケーションセンター（ATEC）」を開設し、次世代型エンジニアの育成を始めました。この教育プログラムは、最先端の自動化やロボット技術や基礎教育に加え、課題解決力の養成に重点を置いています。アマダの強みである直販・直サービスのエンジニアには技術だけでなく、コミュニケーションスキルも求められます。市場には新旧200機種が存在し、アマダの強みを継続、強化するには若手エンジニアへの「教育」と「サポート」が必須です。ATECの「教育」では個々のエンジニアのスキ

ルに対して育成し、「サポート」では、お客さまとつながる「V-factory」をベースとしたIoTサポートで現場支援を行います。アマダの次世代型エンジニアが、世界中のお客さまに寄り添い、マシンの稼働、加工、改善活動を支援し「お客さまとともに発展」し続けます。36カ国、1,700人の全世界のサービスエンジニアに向けた教育とスキルチェックを行い、どの国でも高品質なサービスが提供できるカリキュラムで教育を行います。ATECでは、改善プロセスを「現場課題の見つけ方」から教え、お客さまの課題を解決するため、ソリューション金型、最新ソフトウェア、マシンのチューニング、お客さまがマシンを活用できるための運用トレーニングを総合的に教育します。

専門知識の 向上

製品が高度化・複雑化する中で、エンジニアに必要な専門知識の習得が難しくなっている。継続的な教育や最新の技術情報の提供が必要。

顧客対応 スキルの向上

技術的な知識だけでなく、顧客対応スキルやコミュニケーション能力も重要。特にカスタマーサポートにおいては、問題解決力やクレーム対応のスキルが求められる。

人材の多様性 対応

グローバル市場の拡大や多文化環境での業務を考慮すると、多様な背景を持つ人材に対応した教育プログラムが必要。

デジタル化への 対応

デジタルツールやオンラインプラットフォームを活用した研修の導入が進む中で、適切なデジタルリテラシーを持った人材の育成が重要。また、リモート研修の効果的な実施方法も求められる。

ATEC

- ・新旧45台のマシンで自動化、ロボットの実機教育と5つのシミュレータールームでの基礎学習で専門技術を習得
- ・実習場をお客さま仮想工場に見立て、課題解決、生産技術のノウハウを習得し、改善提案ができる人材育成を実施
- ・どの国でも高品質なサービスが提供できる教育のグローバル統一化に向けたカリキュラムを実践
- ・新人からベテランまで学習できるように、800種類の多岐にわたる分野のオンラインコースを準備し、いつでも、どこでも学習できる環境を提供。また、IoTやDX、AI人材の社内育成で強化し、企業の競争力と成長力を向上させる

アフターサービス強化のためのATEC活用事例

カスタマー サポート体制

DXによる直サービス体制の再構築

データ活用から現場状況を適切に把握し、海外や遠隔地までも含め、サービス効率と提案力を高める

生産技術 支援ビジネス

生産性をアップさせる生産技術支援

加工技術提案をもって新商品やモノづくりのソリューションビジネスを拡大

レトロフィット ビジネス

既納入マシンにメカトロ・安全性能を加え国内外の新市場を開拓

ファクトリー オートメーション

自動化装置とソフトウェアで生産能力をアップ

製造DXソリューション (LIVLOTS) で生産状況を見える化し全工程システムへの提案

クラウド ビジネス

クラウドを活用してお客さまの活動を支援

「デジタルツインサービス」によるバーチャル工場の実現 (工場稼働の最適化提案)

ATECで教える改善プロセス

現場の課題



デジタル分析



ソリューション提案



デジタル検証



ATECでは、改善プロセスを「現場課題の見つけ方」から教え、工場をデジタル化します。お客さまの課題を解決するため、ソリューション金型、最新ソフトウェア、マシン

調整サービス、運用トレーニングを組み合わせたエンジニアリングソリューションを提供します。

Pick UP

技能道場



工具や治具の正しい取り扱い方法の教育や危険体験コーナーを設置し、安全に対する知識を学ぶ。

基礎学習室

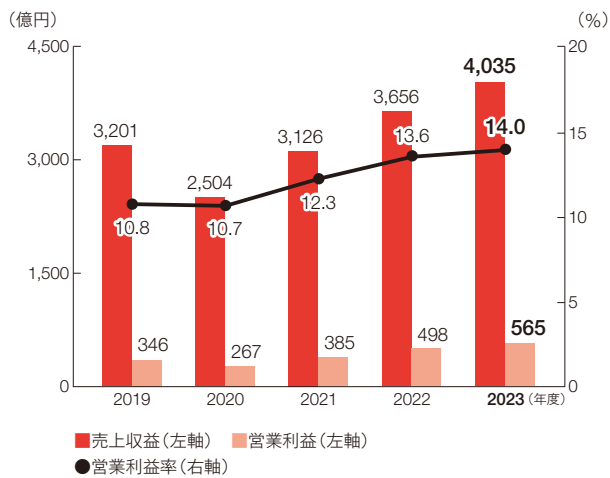


空圧、油圧、電気の基礎、回路図をシミュレータと機器のカットモデルを用いて、動作原理から学ぶ。

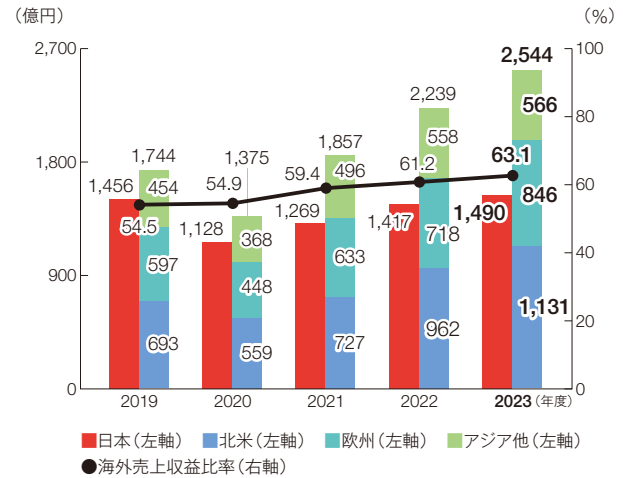
価値創造ストーリー

財務・非財務ハイライト

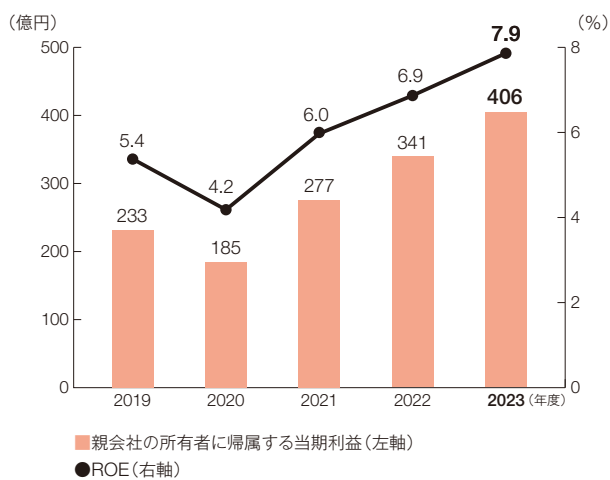
売上収益／営業利益／営業利益率



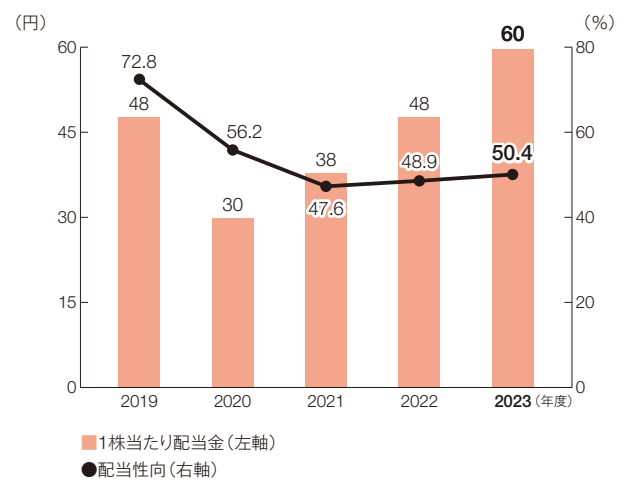
仕向地域別売上収益／海外売上収益比率



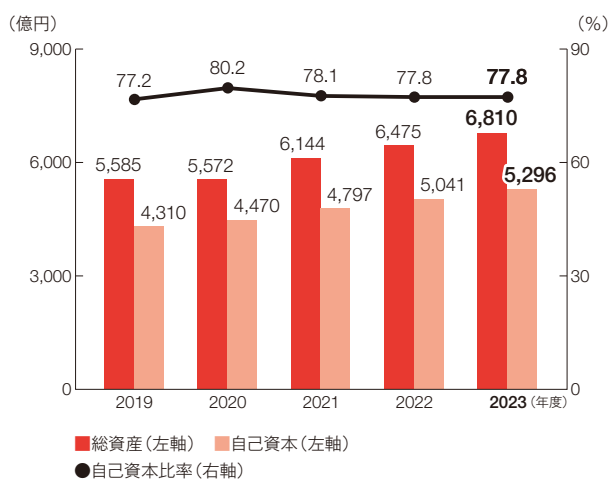
親会社の所有者に帰属する当期利益／ROE



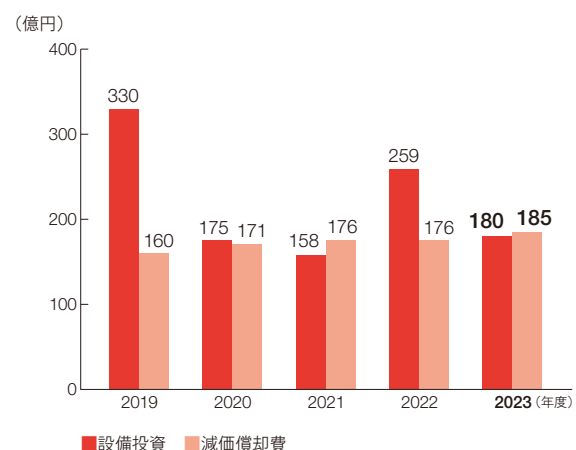
1株当たり配当金／配当性向



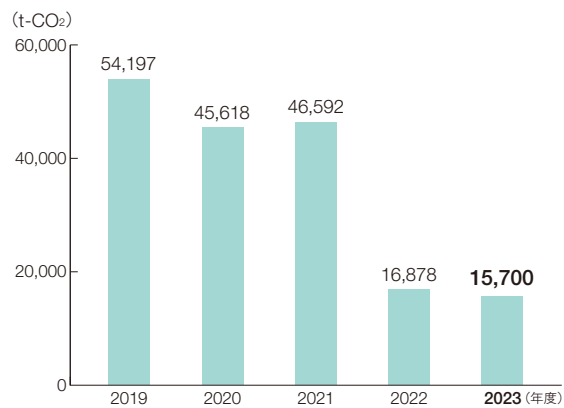
総資産／自己資本／自己資本比率



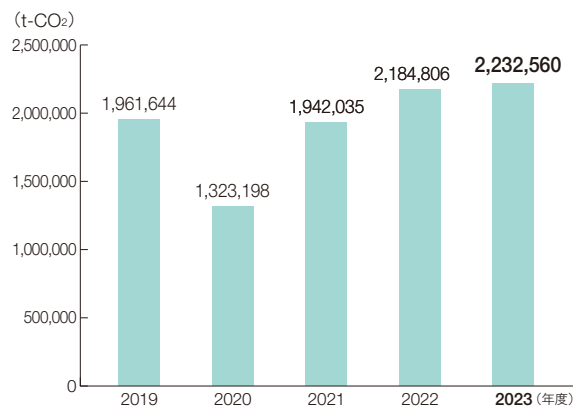
設備投資／減価償却費



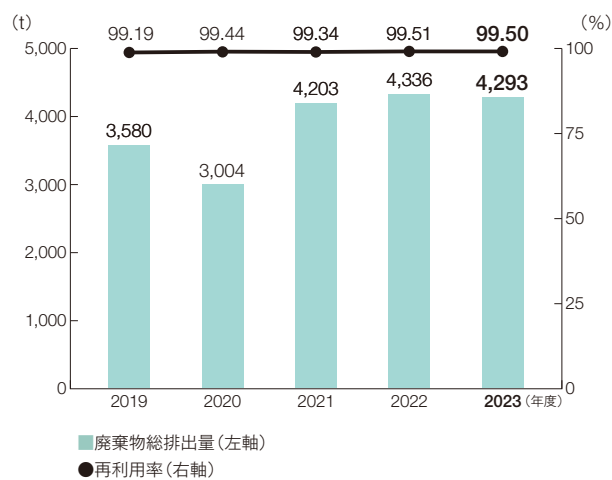
CO₂排出量 (Scope1・2)



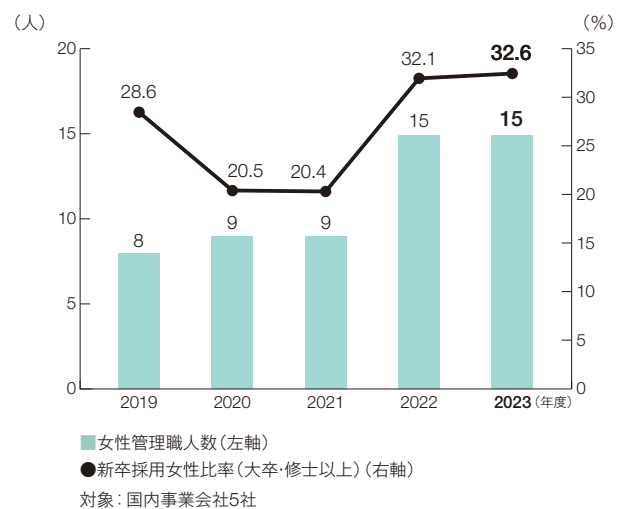
CO₂排出量 (Scope3)



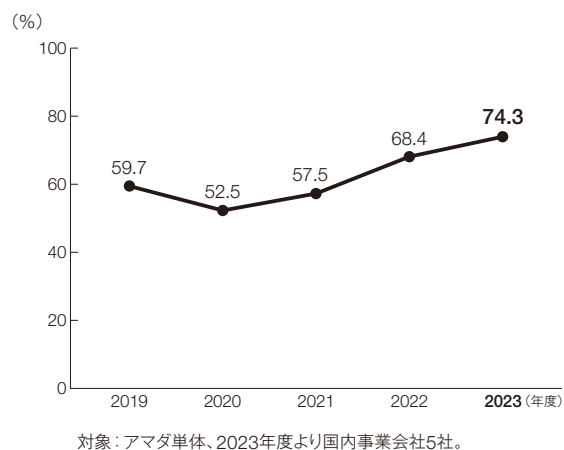
国内拠点における廃棄物総排出量と再利用率



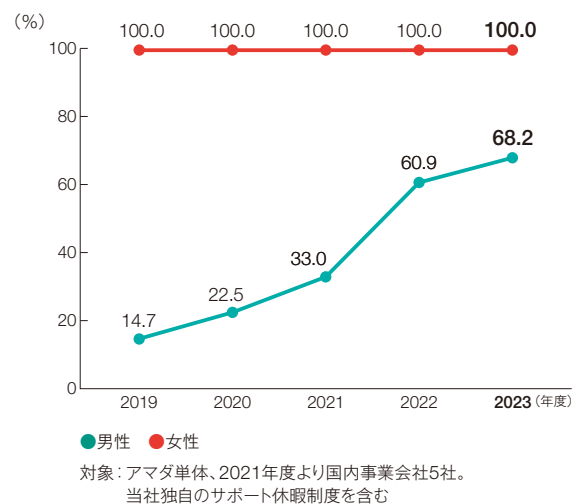
女性管理職人数・新卒採用女性比率



有給休暇取得率



育児休業取得率



長期ビジョン2030

アマダグループでは、2030年に目指す姿として「長期ビジョン2030」を策定しました。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。3つの成長戦略である環境、DX、グローバルを中心に、景気変動に耐えうる体質の強化やお客さまのニーズに基づく価値提供を通じて、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ます。

長期ビジョン2030実現に向けた方針

2030年に向けた長期戦略では、売上収益5,000億円、ROE10%以上の達成を目指します。新たな市場と産業を新たな技術開発で取り込むことを長期変革への重点テーマとしたうえで、現在の3年間は、次なる成長の準備期間と位置づけ、経営基盤の徹底強化と新商品・新規活動で収益の確保に取り組みます。

アマダは企業としてグローバル競争の激化、成長分野への投資、ESG経営への社会的責任、事業拡大と株主還元など、様々な要因に対応する必要があります。これらを中期経営計画2025の重要テーマとしてまとめ、今後の成長戦略につなげていく考えです。

長期に向けた戦略と変革重点テーマ

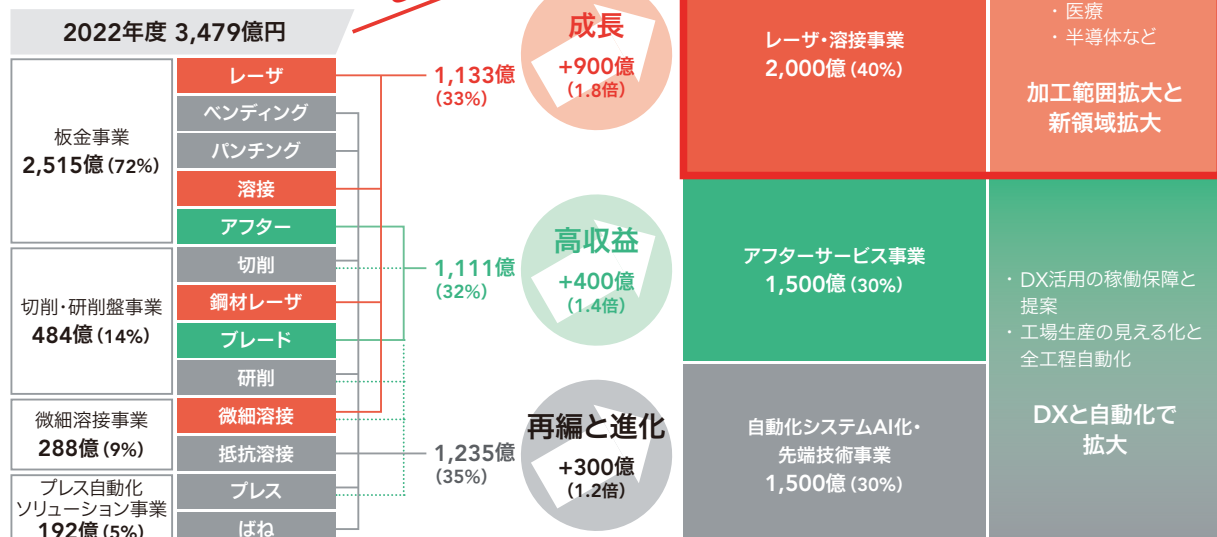
“強み”の強化と“新領域”拡大のハイブリッド戦略

- ① 経営基盤強化への構造とポートフォリオ改革
- ② 次世代を見据えた成長投資（環境・DX・グローバル）
- ③ 成長を支える人材づくり・社会貢献・ガバナンス・環境の強化
- ④ プライム企業としての経営力、稼ぐ力改革や資本政策



事業ポートフォリオイメージ

(中期経営計画為替レート：US \$125、
EUR130にて換算)



中期経営計画

アマダグループでは、2023年2月にオープンした「アマダ・グローバルイノベーションセンター」を変革の起点とし、「まだないモノを、アマダとつくる。」というスローガンのもと、中期経営計画2025を設定しました。お客さまとの「共創」による、加工技術提案を進化させるサイクル体制を事業戦略の基盤としたうえで、4つの基本戦略方針に取り組み、連結売上高4,000億円・営業利益640億円（利益率16%）・ROE8%以上の経営目標の達成を目指します。

中期経営計画 4つの基本戦略方針の進捗

1 売上高4,000億円必達と収益性改善

2023年度の売上高は、過去最高の4,035億円で目標を超える実績となりました。一方、収益性の指標として掲げている営業利益率は13.3%となり、目標としていた水準よりも下振れて着地しました。要因としてはお客さまの課題解決に向けて投入した、より付加価値の高い新商品と従来商品の切り替えに遅れが生じ、収益性の改善が遅行したことにあります。2024年度からは新商品への切り替えが進むことに加え、マシン稼働の見える化を支援する「V-factory」や有償メンテナンスサービスのIoTサポートの導入社数がアフターサービスの強化によって順調に伸びていることから、収益性の高いアフターサービス事業の拡大による増益効果が見込まれます。また、コスト削減を目的としたグローバル調達としてコストメリットのあるインドからの原材料調達に着手し、さらなる収益性の改善に向けた施策を推進していきます。

2 長期成長戦略への活動開始

アマダグループのレーザ技術を結集し、長期ビジョン2030を見据えた成長戦略として「レーザ・溶接事業」を軸とした新領域への展開を確実なものとするために、2024年4月に主に微細溶接を扱う株式会社アマダウエルドテックを吸収合併しました。両社の持つ技術を融合し、スピード感を持った開発力の強化とともに、既存事業の拡大と新分野のレーザ加工に挑戦していきます。また、グローバル市場拡大に向け、市場特性に応じたグローバル戦略機の投入や現地生産の拡大を進めていきます。

3 資本政策（戦略投資・株主還元）

株主還元方針に基づき、2023年度の年間配当は1株につき60円（配当性向50.4%・前年度比12円増配）として実施しました。加えて、総額200億円の自己株式取得を実施し、2024年度においても新たに総額200億円の自己株式取得を発表しました。引き続き、新領域拡大に向けた経営基盤の強化や供給体制の拡充、成長へ向けた戦略投資を行うとともに、今後も安定した配当の継続とROEの向上を念頭においた株主還元を展開していきます。

4 ESG経営・体制強化

環境面では商品の省エネルギー化推進や事業所のLED化、太陽光発電設備の設置等からCO₂削減に取り組んでいます。2023年度の実績としては、商品CO₂排出量は58.4%（2013年度比）削減、事業所・工場CO₂排出量は73.4%（2013年度比）削減となり、2022年度実績よりも削減率が上がり、中期経営計画の目標を超える水準となりました。社会面では特に女性管理職の登用が課題であり、キャリア採用を含めた女性採用の強化や女性リーダー候補者への教育環境の整備を進めていきます。ガバナンス面では社外を除く取締役を対象とした中期経営計画の目標に連動した株式報酬制度を導入しました。

グローバル戦略

海外事業拡大を中期経営計画の重要テーマと捉え、各事業で創り上げてきた市場とお客さまへの活動を、グループの体制や技術を融合し、さらなる成長と新領域拡大へ挑戦していきます。

取締役専務執行役員
山本 浩司



グローバル市場でのアマダグループ全体戦略はシェア拡大を図るために、グループ全体でのシナジー効果を最大限に活用していきます。

主力の板金事業では、特定の分野において競合他社との競争が激化していますが、アマダグループはモノづくりの全工程における効率や加工技術を含む総合的な提案力で差別化を図っています。具体的には、レーザやベンディング、溶接といった各技術分野において最終製品に対し加工プログラムから自動化、金型や素材の条件など総合的な技術要素から、最適なソリューションを提供できる点が強みです。また、量産に対応したシステム化だけではなく、フレキシブルな加工にも自動化を提案していきます。特に板金事業では、小ロット生産や新規試作品に対し、過去の類似データを活用し、より早く、より正確に製品をつくることで、お客さまの価値を生み出すご支援をしています。加工のパートナーとして「お客さまとともに発展する。」そして「まだないモノを形にする」という創造の精神は、アマダの設立当時からのフィロソフィーです。現中期経営計画の具体的なアクションとしては、変化の激しい今、新たな製品や新素材へ対応する加工方法の確立への挑戦や、環境に配慮した高効率なモノづくりに寄与する新技術を追求しています。デジタルによって生産や経営に見える化する新商品もグローバルでご提案しています。さらに、グループ全体の経験や技術を結集し、新領域への拡大も計画していきます。

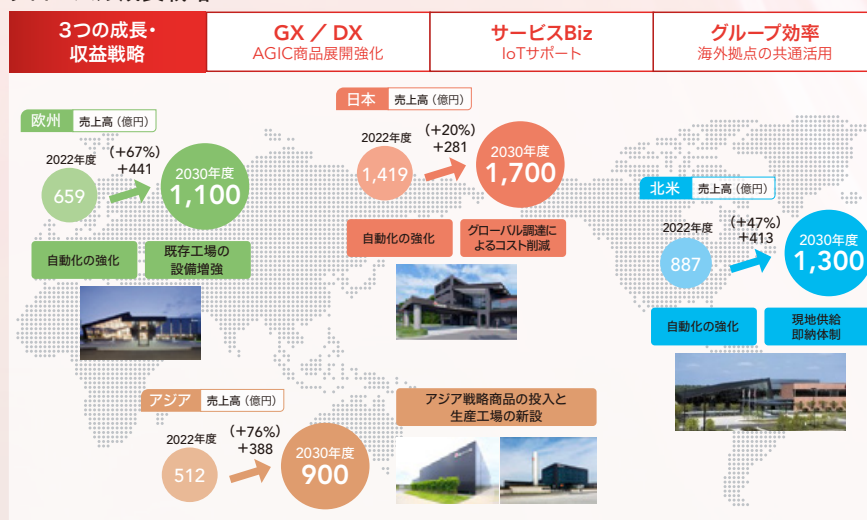
地域別の活動は、北米市場は安定した成長を続けており、エネルギー関連やデータ機器なども含め、アメリカ、カナダ、メキシコで売上は順調に伸びています。一方、欧州市場では、国ごとに異なる文化や競合の状況など難しい市場ではありますが、各国現地法人とヨーロッパ本部が連携し、地域や産業に沿った市場戦略で拡大に努めています。一例として、北欧、イベリア半島、東欧などへの市場拡大が進行中です。グループでは東欧での展開や溶接工程までを含めた全工程の提案など、事業を横断した新体制や戦略をもって推進しています。アジア市場では、中国における競合メーカーの参入が課題ではあるもの

の、新商品やIoTを活用したサービス戦略なども含め、全工程の提案からデジタル稼働支援まで、総合的な活動で差別化しています。日本市場でのシェアに対し、海外各地でのグループ商品はまだ拡大の余地があります。現在海外の売上貢献率は連結の63%に達していますが、今後さらに海外市場での成長と新市場の開拓が重要な活動となっていきます。

海外の事業別業績は、板金事業が3年連続で2桁成長を続けており、微細溶接事業との統合によってさらなる成長が見込まれています。プレス自動化ソリューション事業も好調で、特にサーボプレスを活用した今までにない加工技術が高く評価されています。切削事業や研削盤事業も海外市場での成長が期待されており、特に精密研削盤事業では、超精密高精度の安定加工へデジタル化と自動化も進み、海外市場でのさらなる拡大に取り組んでいます。

アマダグループ各事業のシナジーとは、134,000社以上に及ぶお客さまと市場に金属加工の全工程で最適なソリューションをご提案することです。一方、社内において、グループ事業がそれぞれ築いてきた各地域での市場や体制を一体化することで、効率の改善、テクニカルセンターを活用したソリューション総合提案、新領域の拡大を図り、市場拡大と収益確保を目指していきます。すでに欧州では、イタリアにおける新たなウエルディングテクニカルセンター（WTC）の設立や、東欧市場へのグループ拡大戦略も進んでいます。これらの取り組みを各地で進めており、グローバルな成長を目指していきます。

グローバル成長戦略



北米



AMADA North America, Inc.
CEO
Mike Guerin

2024年4月、アマダアメリカは現状の課題解決と将来に備えるために、新しいERM（統合リスク管理）、ERP（企業資源計画）、CRM（顧客関係管理）および販売／サービス管理システムを総合的なクラウドソリューションシステムに移行しました。業務全体の効率化と統合を加速させ、主要取引先との戦略的提携、シームレスに活動する「AMADA ONE」の推進に注力し、マーケットシェアの拡大とブランドイメージの強化を図っていきます。

2024年は米国大統領選挙の年であり、地政学リスクの高まりとともに経済的な不安定さが生じやすい局面です。金融市場は引き続き不安定な動きを見せているものの、インフレの緩和が始まり、金利の低下が見込まれています。予期せぬ地政学リスクが顕在化しなければ、金融市場も安定へと向かい、2025年は堅調な年となる見込みです。アマダアメリカは、環境に配慮した新たなベンディングマシン「EGB-e」シリーズなどのソリューションを推進します。また、高出力ファイバーレーザを搭載した安価な他国のマシンなどに対しても、アマダ独自の直販・直サービスに加え、革新的な技術力で市場における優位性をさらに強化していきます。

欧州



European Headquarters CEO
Alan Parrott

欧州市場特有のニーズに対応するため、日本発の新世代コア技術への移行と、現地での周辺装置による自動化・ロボット化を進めています。特に溶接ロボットシステムとベンディングマシンの急速な成長に注力しています。また、新たなサービス会社「アマダサービスヨーロッパ」を設立し、地域を問わず、欧州のすべてのお客さまにハイレベルなサービスを提供しています。

さらに、アマダグループの製造拠点で初めてカーボンニュートラルを達成する見込みの「アマダオートメーションヨーロッパ」に続き、デンマークとスウェーデンにカーボンニュートラルのテクニカルセンターを開設するなど、環境分野への取り組みを進めました。今後は、労働力の高齢化や次世代労働者のスキル不足といった社会課題に対応するため、お客さまにワンストップソリューションを提供できる、強力なパートナーであるべきだと考えています。そのために、欧州の24社間でシナジー効果を追求し、連携を強化します。特に、e-Mobilityなど新市場のお客さまに対して、グループの可能性を最大限に活用してシームレスな製品・サービスを提供していきます。

アジア



執行役員 グローバル推進部門長
横山 匡

アマダグループで定めるアジア地域は、中国、ASEAN、オセアニア、インド、中東など、主力の板金事業だけでも12現地法人が点在しています。このような環境で、各現地法人の事業活動の成功事例を共有し、事業計画の達成に向けて営業活動、エンジニアリング活動の効率化と質の向上に対する努力を重ねています。また、グループ全体の商品販売を増加するために、自社テクニカルセンターを活用した商品の連携、共同販売イベントの実施、公共展への共同出展などコラボレーションの機会を拡大しています。

アマダグループはアジア地域でさらに業績を拡大できる余地がありますが、そのためには地域全体を俯瞰して地域ごとに適した営業、エンジニアリング戦略を策定し展開することが必要です。これまで各現地法人ごとに行っていた戦略策定を刷新し、本社が責任を担う体制としました。アジア全域を4つのブロックに分け、ブロック責任者を本社の役職者が担う統括体制です。各ブロック責任者は現地法人と日々コミュニケーションをとり、迅速なサポートを行っています。本体制での活動を積み重ね、中長期での成長を見据えています。

事業別概況

板金事業

株式会社アマダ
取締役専務執行役員
田所 雅彦



事業概況

板金事業は連結売上高の約7割を占める基幹事業で、グローバル市場でトップクラスのシェアを保持しています。アマダはこれまで、直販・直サービスの一貫体制を強みに、様々な産業分野にワンストップのソリューションを提供し、お客さまの生産性向上と生産工程における環境負荷の低減に貢献してきました。中でも、卓越したレーザー制御技術から生まれたファイバーレーザーマシンは、従来のCO₂レーザーと比較してランニングコストが安く、高速加工・高生産性を実現するなど多くのメリットを有し、ラインナップの中核を担う商品として存在感を発揮しています。また、アマダはDXの取り組みにも注力しており、アマダIoTサポートセンターを中核とする「V-factory」は、国内外2,600社、7,200台のマシンと接続、お客さまの稼働を止めない「DX稼働保障」を提供しています。

昨年度の振り返り・実績に対する成果と課題

2023年度は、新中期経営計画の初年度であり、新たな提案施設であるAGICの初年度でもありました。AGICは、国内外から1万人のお客さまにご来場いただき、「金属加工の明日を共創する空間」として順調に稼働しました。特に、新たな試みであるInnovation LABOでは、幅広いお客さま課題に対応した工法改革や加工課題解決に取り組んできました。

事業環境としては物価の高止まりと調達コストの増加、地政学リスクの顕在化などもあり景気は減速傾向で推移し

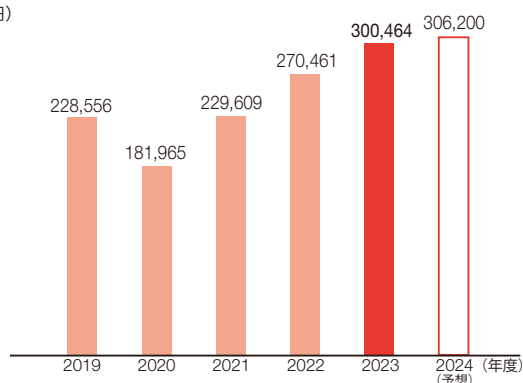
ました。このような環境下ではあるものの、地域別に見ると国内では物流倉庫などの建築需要の高まりから建設設備関連への投資が好調に推移しました。また、政府からの補助金も下支えとなり売上収益は105,393百万円となりました。北米や欧州では、人手不足を背景とした自動化商品への需要が続いており、いずれも前年度比で大幅な増収となりました。アジアについては、国・地域によって違いはあるものの、全体として堅調に推移しました。2023年度の板金事業の売上高は、前年度比11.1%増の300,464百万円となりました。

次年度の具体的な戦略

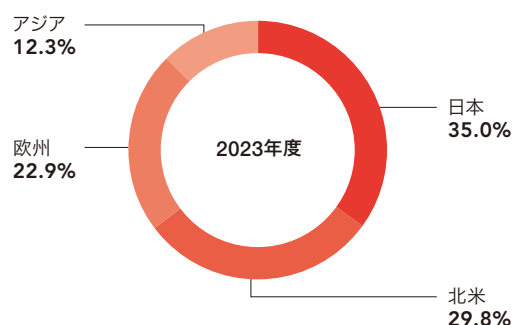
アマダ独自のビジネスモデルである直販・直サービスを、データに基づくデジタル営業・サービスへとさらに進化させた「ADMS(AMADA DX Management Solutions)」を構築しました。社内外のDXを加速させ、マーケティングデータの分析を通じた新たなビジネス機会の創出により、モノづくり産業が抱える社会課題解決を目指すとともに、より優れた商品・サービスを提供します。さらに、グループ一体型でのシームレス戦略による新分野・新市場への挑戦や、製造業の脱炭素社会に対応した環境商品群の拡充を順次行っていきます。また、これまで以上にお客さまの課題解決のスピードを加速させるため、エンジニアリング力の強化を図る新たな社員教育施設「アマダ・テクニカルエデュケーションセンター」を開設しました。レーザー・溶接ビジネスでは、株式会社アマダウエルドテックを吸収合併し、開発・製造・販売・サービスのシナジーによる事業拡大も図っていきます。

売上収益の推移

(百万円)



地域別売上収益比率



Products



VENTIS-3015AJe



ALCIS-1008e



EGB-1303ARse



アマダグループの環境商品推進

事業SWOT分析

機会

- ・人手不足と人件費高騰による製造現場をデジタルで管理するニーズの高まり
- ・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省エネルギー、高生産性商品ニーズへのシフト

強み

- ・国内トップシェア、海外シェアトップレベル
- ・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、お客さまの脱炭素経営に貢献
- ・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
- ・グローバルインフレの拡大による世界経済減速
- ・地政学リスクの高まりやブロック経済化

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

2024年度の基本方針と具体策

（基本方針）

- ・新商品販売の拡大
- ・新規市場開拓と拡販
- ・環境ビジネスの推進
- ・新たなマーケティング・ソリューションズ「ADMS」の活用

（定量・定性目標）

- ・従来商品の切り替えによる新商品の売上構成比を拡大
- ・グループシームレス戦略のグローバル展開
- ・溶接事業を強化することで、e-Mobility・医療・半導体といった新領域への事業拡大
- ・お客さま脱炭素経営支援として、脱炭素・脱有機溶剤・脱粉塵といった環境カテゴリーの商品化

機会と課題を考慮した 中期経営計画2025年の取り組み

（足元の取り組み）

- ・グループシームレス戦略の積極展開
- ・AGIC最大活用とLABO成功事例の拡大
- ・「ADMS」による直販・直サービスの進化

（中長期の取り組み）

- ・新規顧客の獲得と市場創造展開
- ・既納入に依存しないアフター販売戦略
- ・お客さまの脱炭素工場化を支援することにより環境経営を後押し
- ・「ADMS」をグループ各社へ展開

事業別概況

微細溶接 事業

株式会社アマダ
執行役員 微細溶接営業本部長
辻岡 寿康



事業概況

2024年4月に、株式会社アマダウエルドテックはアマダと統合し、微細溶接事業として新たなスタートを切りました。従来の事業内容を継承し、レーザーで金属や樹脂の溶接、表面改質、微細切断、剥離、印字する各種装置、ならびに電気抵抗を用いて金属を精密溶接する装置、およびそれらの装置を自動化したシステムを製造・販売していきます。これまで培ってきた技術や知見を結集したこれらの装置は、携帯電話からスマートフォンへの移行や次世代高速通信の普及、自動車産業における自動化・電動化の進展を支え、産業と社会の進化に寄与してきました。私たちの強みは、溶接の新たな可能性を拓く、高度な技術開発力と他社の追随を許さない独自の溶接ノウハウです。お客さまの生産活動における諸課題に最適なソリューションを提供する当社の取り組みは、業界の内外から高く評価され、微細溶接・加工市場での高いシェアとして結実しています。

昨年度の振り返り・実績に対する成果と課題

2023年度は、自動車産業向けの車載電池やEV部品、家庭・産業向けの蓄電池、工具用リチウムイオン電池などの需要が拡大したことにより、日本、北米、欧州で増収となりました。特に北米では、車載電池関連の需要を取り込み売上高は前年度比で45.3%増と大幅に伸長しました。

一方でアジア他地域では、インドで電動二輪向け電池の需要を取り込みましたが、中国での景気低迷と前年度までの自動車関連過剰投資の影響を受け、アジア他地域の売上

高は前年度比で10.7%減となりました。

微細溶接事業全体の売上高は、前年度比で10.5%増加し、34,152百万円となりました。

次年度の具体的な戦略

2023年度の市場動向と今年度の事業計画について

2024年度の事業計画においては、前年度比9.7%増の売上37,400百万円を目標としました。昨年度の大型設備投資の反動が見受けられるものの、AIデバイスやディスプレイ関連で新たな投資が見込まれているほか、e-Mobilityや脱炭素関連の設備投資が依然堅調です。また、今やあらゆる製品で使用される半導体についても今後の設備投資が見込まれます。それらの需要を確実に取り込むことで、2024年度の通期目標を達成します。

1: ターゲット市場への訴求に注力

「省力化」や「高効率化」「溶接品質管理技術の確立」といったモノづくりの課題を解決できるシステム商品を中心に、ターゲット市場への訴求を強化します。

2: 将来に備えた商品、技術開発に注力

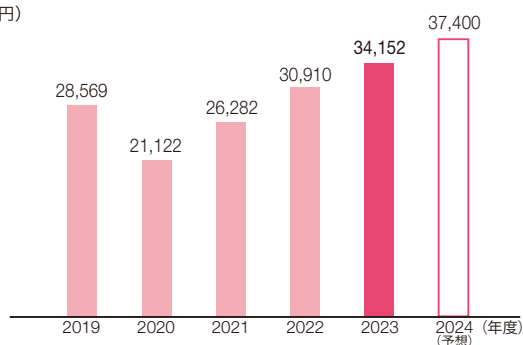
AI(人工知能)を融合させた溶接異常の検知・判定技術、および次世代型の抵抗溶接電源を中心とした新商品、新技術を確立していきます。

3: アマダのトータルソリューションを訴求し、新市場を開拓

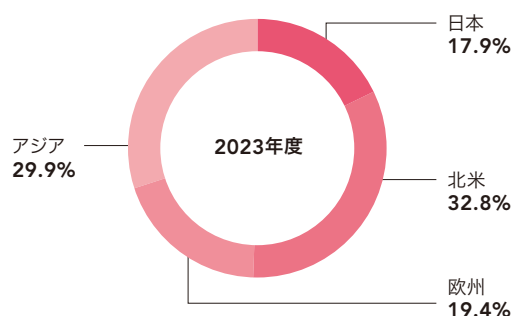
AGICを起点に、板金から微細溶接、切削、研削、プレスまでを網羅したシームレスなモノづくりを訴求し、新市場を開拓します。

売上収益の推移

(百万円)



地域別売上収益比率



Products



MS-LW1500



MM-L400A



MM-400B



MD-A10000A



コンパクトニングシステム

事業SWOT分析

機会

- 成長市場であるe-Mobilityへのシフト加速による二次電池、モーターなどの溶接・微細加工市場の拡大
- 次世代高速通信時代の到来によるネットワーク増強、部品の小型化、端末の高機能化による微細溶接、微細加工市場の拡大
- 脱炭素社会の進展による省エネルギー性能の高い商品への需要増。それに伴う微細溶接、加工市場の拡大
- AIデバイスの普及および半導体生産量の増加に伴う、微細溶接、加工技術のニーズ拡大
- 医療機器の開発における微細溶接、加工技術のニーズ拡大
- お客さまの自動化ニーズの高まりによる、商品単品ビジネスからFAシステムやソリューションビジネスへのシフト

強み

- 精密抵抗溶接市場で世界トップシェア
- グローバルの販売、アフターサービスのネットワーク
- お客さまのニーズに沿ったカスタマイズ仕様の商品開発
- 業界随一の溶接技術ノウハウと、設備の自動化や品質管理技術まで網羅したトータル提案力

脅威 (リスク)

- 工法の変革（溶接を要さないモノづくりなど）による既存微細溶接・微細加工市場の縮小への対応
- ローコストメーカーの技術力向上、ハイエンド市場への進出による競争の激化
- 地政学リスクによる原材料費の高騰

弱み (課題)

- 脱炭素社会に向けた、省エネルギー性能の高い商品開発のスピード
- 試作機から量産ラインへの展開不足

2024年度の基本方針と具体策

(基本方針)

- トータルソリューションの提案とターゲット市場への訴求

(定量・定性目標)

- 売上目標は、前年度比9.7%増の37,400百万円
- e-MobilityやAIデバイス、半導体に加え、脱炭素や医療といった市場に対してレーザ・溶接技術を訴求

機会と課題を考慮した 中期経営計画2025年の取り組み

(足元の取り組み)

- ターゲット市場への訴求に注力
- 将来に備えた商品、技術開発に注力
- アマダのトータルソリューションを訴求し、新市場を開拓
- 営業部門におけるDX推進と業務効率の改善

(中長期の取り組み)

- 次世代型抵抗溶接電源の市場投入などによるGXの推進
- 製造部門の合理化と利益改善
- グローバルでのソリューション提案とグループシナジーの創出に注力

事業別概況

切削・研削盤 事業

株式会社アマダマシナリー
代表取締役社長
川下 康宏



事業概況

切削事業はアマダグループの祖業であり、第二次世界大戦で焼け残った1台の旋盤からスタートしました。以来、80年近くにわたり、建設土木用や機械用の鋼材を切断・加工するマシンや、鋼材切断用のブレード（帯鋸刃）を主力商品に、着実な成長を続けてきました。マシンとブレードの両方を総合展開している企業は世界でも類がなく、グローバルな生産・供給体制と、開発からアフターサービスまでを包含するトータルソリューションがお客様から絶大な評価と信頼を獲得しています。

研削盤は、回転する砥石で金属やセラミックの素材を加工する工作機械です。様々な種類の研削盤が存在する中、アマダマシナリーはプロファイル研削盤（倣い研削盤）と平面研削盤を中心に事業を行っており、特にプロファイル研削盤では世界トップを争うリーディングカンパニーの地位を維持しています。

昨年度の振り返り・実績に対する成果と課題

2022年度のサプライチェーンの混乱に起因する供給制約が落ち着きを取り戻しながらも、いまだに製造には厳しい環境が続いています。これらに対し、より付加価値の高い商品を投入するなど、各事業とも売上では前年度比増を維持できましたが、収益面では厳しい状況で推移しています。

また、足元では自動車産業の停滞と半導体不況により2023年度の受注が減速しており、今後の動きを注視しています。

切削事業では受注残が積み上がっていたこともあり、売上は比較的順調に推移し40,176百万円と、前年度比9.1%増でした。国内は前年度比2桁の大幅な伸びになったものの、中国の建設不況とASEANの在庫調整の影響で低迷し、海外全体では6%増となりました。

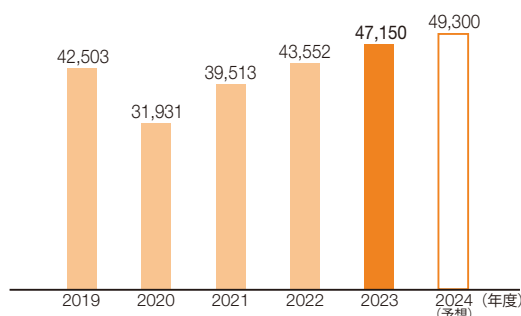
研削盤事業全体では6,974百万円で、切削事業と同様に国内は前年度比2桁の増加で推移していますが、海外では主要市場の欧州が低調に推移し、全体では前年度比3.8%増となりました。

次年度の具体的な戦略

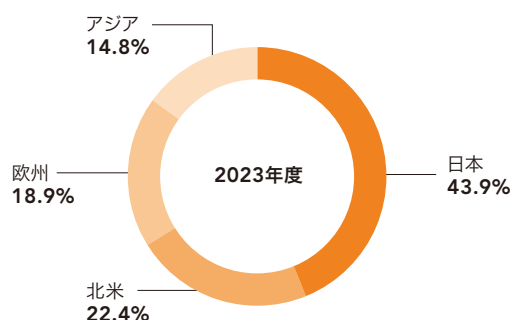
昨年度は、豊富な受注残を売上につなげることで好調に推移しました。一方、受注高は前年度のコロナ禍の解消に伴う急速な受注改善の反動で、前年度比20%を超えるマイナスでした。また、材料費の高騰や運送コストの上昇などの継続が見込まれるため、特に収益性はさらなる改善が必要と強く認識しています。

こうした環境下、「お客様とともに発展する」という原点に回帰し、AGICの有効活用やアマダグループのシームレスでの活動などを通して、お客様の多様なニーズに対応する商品・サービスを提供していきます。

売上収益の推移
(百万円)



地域別売上収益比率



Products



PCSAW-430AXII



HK-1000W



DPG-150



AXCELA P



事業SWOT分析

機会

切削事業：

- ・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
- ・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
- ・都市インフラの老朽化に伴う建て替え更新需要の増加

研削盤事業：

- ・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や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

強み

切削事業：

- ・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・サービスまで一貫して行っている世界唯一の企業
- ・お客さまニーズに合った商品開発・価値の共有

研削盤事業：

- ・プロファイル研削盤トップシェア
- ・お客さまニーズに合った商品開発・価値の共有

脅威（リスク）

切削事業：

- ・カーボンニュートラルを見据えた長期的な鉄鋼産業の変化
- ・地政学的な要因による経済または特定産業への悪影響
- ・円安、インフレの加速による景気後退、設備投資の抑制

研削盤事業：

- ・地政学的な要因による経済または特定産業への悪影響
- ・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）

切削事業：

- ・国内・海外の製造供給体制の強化
- ・次世代育成の強化

研削盤事業：

- ・国内・海外の製造供給体制の強化
- ・次世代育成の強化

2024年度の基本方針と具体策

切削事業：

（基本方針）

マシン・ブレード世界No.1の実現

（定量・定性目標）

- ・新商品市場投入によるシェア拡大
- ・効率営業体制の構築：直販・流通融合による営業・サービス活動の効率化
- ・海外ビジネス強化：商品別地域別戦略テーマのプランニングと実行

研削盤事業：

（基本方針）

デジタル研削盤の水平展開と自動化の推進による事業拡大

（定量・定性目標）

- ・デジタルプロファイル研削盤の販売強化
- ・デジタル研削盤の水平展開に向けた商品化活動強化
- ・自動化商品の拡販

機会と課題を考慮した 中期経営計画2025年の取り組み

切削事業：

（足元の取り組み）

- ・新商品投入による市場シェア拡大
- ・販売チャネルの効率化による収益性改善
- ・鉄骨ライン自動化連携システムによる工場のスマート化ソリューション
- ・地域別戦略テーマ実行による海外ビジネスの強化
- ・（中長期の取り組み）
- ・鉄骨市場向け商品の強化
- ・マシンの生産性向上（切断性能向上・自動化・省力化）、環境負荷軽減（省電力化）、IoT対応

研削盤事業：

（足元の取り組み）

- ・デジタルプロファイル研削盤による差別化
- ・デジタル研削盤水平展開の加速
- ・自動化・工程集約商品の拡販

（中長期の取り組み）

- ・海外戦略地域での収益改善と市場シェア拡大

事業別概況 プレス自動化 ソリューション 事業

株式会社アマダプレスシステム
代表取締役社長
堀江 喜美雄



事業概況

アマダプレスシステムは主力の中小型プレスマシンに加え、プレス周辺装置、ばね成形機などの高品質な商品を取り扱っており、自動車、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。

省エネルギーかつ工程集約や高付加価値生産を支援する主力のプレスマシンに加え、豊富なノウハウとラインナップで自動化を支える周辺装置までを一社で取り扱っています。このようなメーカーは珍しく、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。

またプレスシステム、ばね成形機ともに、EV向け部品加工のための新商品開発にも積極的に挑戦するなど、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。

昨年度の振り返り・実績に対する成果と課題

2023年度、アマダプレスシステムを中核とするプレス自動化ソリューション事業は、主要顧客である自動車関連業界での認証不正問題やEVシフトの鈍化により、設備投資の先送りがみられるなど、厳しい外部環境化での事業

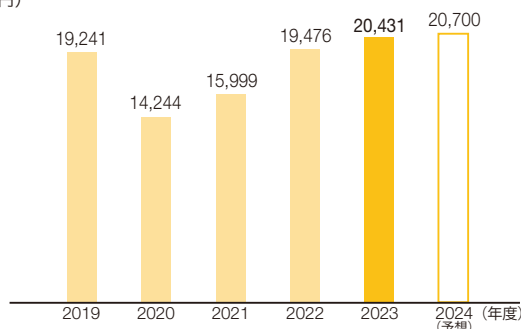
展開となりました。そのような中、組織のさらなる一体化や、プレス・周辺装置一体制御商品やプレス・多関節ロボットを組み合わせたラインシステム販売の推進などに取り組んできました。また、新たな市場開拓への挑戦とプレスマシン・プレス周辺装置のシナジー効果により、自動化と生産性向上に資する更新需要が堅調に推移したことが寄与し、プレス自動化ソリューション事業全体の売上収益は、前年度比4.9%増の20,431百万円となりました。

次年度の具体的な戦略

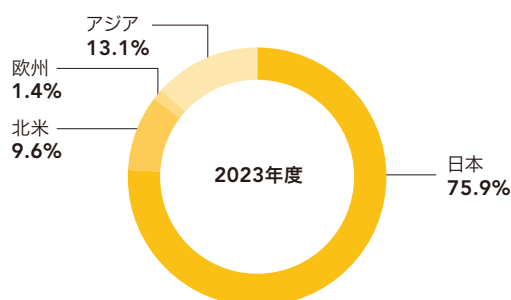
「グローバルに最適なプレスシステムを提供できる企業を目指す」という全社方針のもと、伊勢原鈴川事業所の増改築を行い、生産能力の増強を図っています。それに伴い、自動化商品の拡販やEV向け部品加工市場の開拓、グローバル市場でのプレゼンス拡大などの多彩な取り組みを行っていきます。特に海外事業に関しては、昨年に引き続き北米においてサービス網の一層の整備に努めるとともに、今後の成長が期待できる中国・ASEAN地域での事業基盤強化に取り組んでいく計画です。

中期経営計画2025の達成に向けては、今後も、お客さまの生産活動を変革する新たな技術・商品の開発に注力するとともに、商品開発からアフターサービスまで、あらゆるプロセスを包含するワンストップのソリューションを提案・提供するとともに、国内外での設備需要の掘り起こしや新規顧客の開拓を推進し、受注・売上の拡大に努めていきます。

売上収益の推移
(百万円)



地域別売上収益比率



Products



ES-1A



LM-16A



LCC-04HF5



SDEW-8010iIII GORIKI & LCC-03KR5

事業SWOT分析

機会

- 製造現場の安全化・自動化・省力化需要の増加
- 脱炭素化へのシフトによる新規需要の獲得と市場開拓、既存市場拡大の可能性
- 脱炭素化による省エネルギー性能の高いマシンへの需要の増加
- お客さまニーズや加工・素材の変化に対する最適加工ソリューション提案への期待

強み

- お客さまニーズに合った商品開発と高いサービス力による差別化
- 国内プレス周辺装置市場シェアトップ
- 業界随一の技術力を誇る精密ばね成形機の医療・半導体市場への進出
- プレスマシンと周辺装置の自動化システムの開発と一括提案
- フレキシビリティの高い自動化システムによる段取り短縮・省力化・生産性向上
- プレス加工自動化システムやばね成形機を用いた新工法の開発による加工領域の拡大

脅威 (リスク)

- 既存プレス加工製品の減少と工法の変化
- 自社マシン製造コスト上昇
- 多様化する製品素材への対応
- 既存市場のグローバル展開

弱み (課題)

- 自動車業界以外の産業へのプレス加工提案
- 海外ビジネスのさらなる推進

2024年度の基本方針と具体策

(基本方針)

- ・ アマダグループでの協業強化による拡販
- ・ AGICや展示会を活用した拡販
- ・ EV関連市場開拓と売上拡大
- ・ サービスビジネスの拡大
- ・ エコ・自動化・EV化に向けたマシン開発

(定量・定性目標)

- ・ 自動化・エコ提案によるシェア15%拡大
- ・ 海外販売比率25%
- ・ 伊勢原鈴川事業所の生産の合理化
(10~20%の組立時間短縮)

機会と課題を考慮した 中期経営計画2025年の取り組み

(足元の取り組み)

- ・ プレスマシンと周辺装置による自動化率の向上
- ・ 伊勢原鈴川事業所増改築実施による生産能力増強と生産の合理化
- ・ サービスビジネスの拡充

(中長期の取り組み)

- ・ 産業界の自動化ニーズに即応するシステムの拡販
- ・ アマダグループシームレスでの加工提案
- ・ アマダグループでの協業による海外展開の強化
- ・ EV市場への積極展開
- ・ DXによる生産効率・能力の向上

基本的な考え方

アマダグループ経営理念の「お客さまとともに発展する」「事業を通じた国際社会への貢献」「創造と挑戦を実践する人づくり」「高い倫理観と公正性に基づいた健全な企業活動を行う」「人と地球環境を大切にする」は、すべての企業活動の根幹をなすものであり、この考えを基に「サステナビリティ基本方針」を定めています。そして、この方針を実行するために環境、社会、ガバナンスの各分野で重要課題と目標を設定し取り組みを推進することで、持続可能な社会の構築と企業価値の向上との両立を図っていきます。

環境分野では、気候変動への対応は喫緊の課題と認識しており、製品のライフサイクル全体と自社事業所におけるCO₂排出量の削減目標を定め、環境負荷の低減に力を入れています。社会分野においては、すべてのステークホルダーの人権を尊重するとともに、成長戦略を推進するために多様な人材が能力を発揮できる環境整備や能力開発に取り組んでいます。ガバナンス分野においては、コンプライアンスの徹底やリスクマネジメントの強化など、透明性と公正性のある経営基盤の強化を図っています。

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、地域社会などすべ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。

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したい社会の実現に貢献します。

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すべてのステークホルダーの人権を尊重するとともに、多様な従業員が生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。

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。

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。

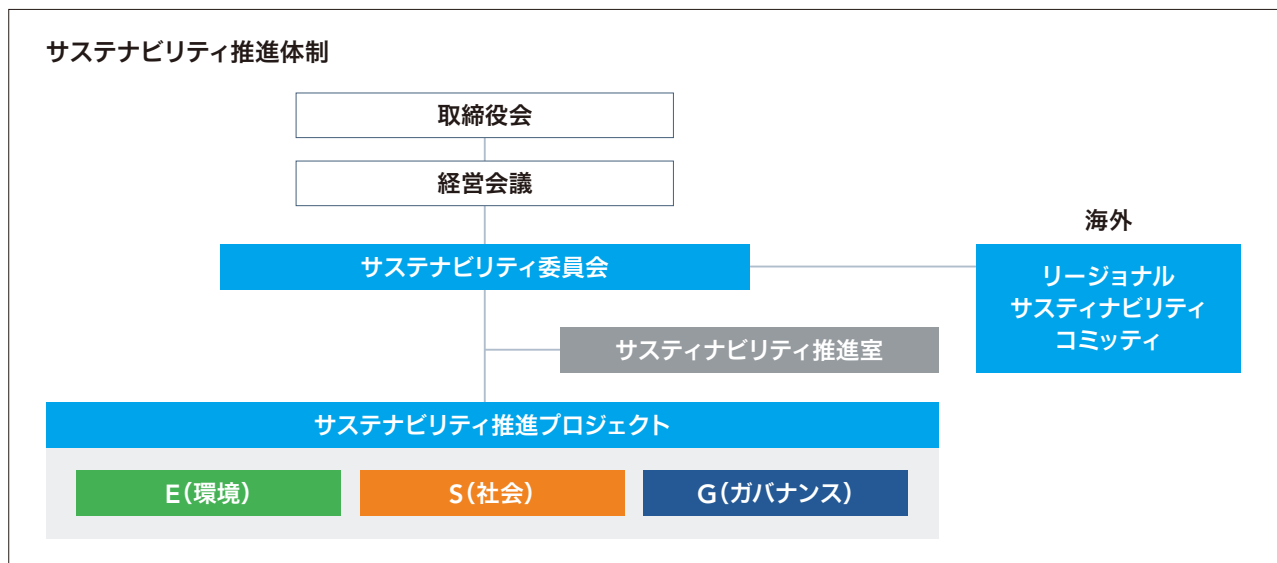
社会からの信頼の確立

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。

サステナビリティ推進体制

多岐にわたる環境・社会・ガバナンスの課題に対してグループ一体で取り組むための推進体制を整備しています。2024年4月にグループ横断で活動を企画、推進するためにサステナビリティ推進室を新設しました。また、サステナビリティに関する重要項目の意思決定や全社的な目標設定や進捗管理を行うために、社長を委員長としたサステナビリティ委員会を設置しました。委員会の下には、推進プロジェクトを設置し、

環境・社会・ガバナンスのテーマごとに担当部署が主体となり取り組みを実行しています。グループで一貫性のある活動を目指す一方で、各国の法規制や文化、特有の課題を的確に把握し柔軟かつ効果的に対応していくことも重要です。そこで、地域ごとにリージョナルサステナビリティコミッティを設置し、全社方針の周知や課題への対応を組織的に進めるとともに地域内の連携強化を図り特有の課題にも適切に対応しています。



グローバルでの取り組みを加速させるために、海外現地法人の代表が参加して行われるアマダグローバル会議において、ESG推進に関する分科会を開催しました。社長よりサステナビリティ経営の方向性や方針、体制に関するメッセージを伝えた後、環境・社会・ガバナンスの各分野の課題と取り組み状況や今後の目標と活動計画を共有しました。地域代表者からの現地状況の共有や活動に関する意見交換も行い、グローバルで認識の統一を図りました。



message

信頼され、選ばれる企業を目指して

アマダグループのステークホルダーは国内外に幅広く、その期待や要請はますます多様化しています。こうした変化に対応するためには、環境・社会・ガバナンスの課題に対して全社でベクトルを合わせて活動することが重要です。目標に向けて着実に取り組みを進めるとともに、アマダグループの社員一人ひとりがサステナビリティの重要性を理解し、意識して行動できるような活動にも力を注いでいきたいと考えています。そして、アマダならではの社会課題に対する解決策を追求し、ステークホルダーの皆さまから信頼され、選ばれる企業を目指していきます。



サステナビリティ推進室
室長
木水 恵

重要課題と取り組み

アマダグループは、2030年に目指す姿である「長期ビジョン2030」の実現に向けた重点項目の1つに「ESGの推進」を設定しています。その達成に向けて、サステナビリティ基本方針を基に優先して取り組むべき重要課題を環境・社会・ガバナンスの枠組みで特定しています。これらの重要課題は国連のSDGs（持続可能な開発目標）のゴールに対応しており、目標の達成はSDGsへの貢献にもつながると考えています。

課題の特定にあたり、当社の事業環境や各ステークホルダーにとって関連性の高い課題を抽出し、社内会議で事業への影響度とステークホルダーへの影響度の観点から議論を重ね、特に優先度の高い課題を明確にしました。

2025年度までの中期経営計画における基本戦略方針として「ESG経営・体制強化」を掲げました。そこで、サステナビリティに関する重要課題を解決するための定量・定性指標を定め、中期（2025年度）および長期（2030年度）で達成すべき目標を設定しました。その際、成長戦略の実現と持続可能な企業価値の向上を図るために、重要課題と取り組みについて見直しを行いました。

2023年度におけるサステナビリティ目標に対する進捗は、以下のとおりです。

環境面では、CO2排出量モニタリング機能を備えたNC装置を搭載した加工機の販売開始や、事業所におけるLED照明化や太陽光発電設備の設置を進めるなど、CO2排出量の削減を進めました。

社会面では、社員の子育てと仕事の両立を支援する環境を整備した結果、厚生労働省よりくるみん（子育てサポート企業）の認定を受けることができました。

教育・研修の強化、女性管理職の登用という課題については、グローバル人材育成のための海外研修制度や女性リーダー候補者に対する研修等の教育カリキュラムを継続的に実施することで着実に進展しています。

ガバナンス面では、社外を除く取締役を対象とした中期経営計画に連動した株式報酬制度の導入をはじめ、社外監査役に女性を選任することでコーポレートガバナンスの強化を図りました。また、セキュリティリスクに対する迅速かつ効果的な対策を行うためにサイバーセキュリティ委員会を立ち上げ、サイバーセキュリティへの高い意識と対応能力の向上を図っています。

今後も持続可能な成長を追求し、高品質な製品・サービスの提供を通じて、社会に貢献し続ける企業を目指します。

	重要課題	取り組み	貢献していくSDGsゴール	
E 環境 nvironment	- CO₂排出量削減 - 販売する商品 - 自社事業所と工場	- 太陽光発電の設置、事業所のLED照明への置換 2022年11月：SBT認証取得（Scope1～3） - ファイバーレーザの発振効率の向上 - AI搭載新NC装置による段取り削減・生産性向上	   	
S 社会 ocial	- 人材能力開発 - ダイバーシティ推進 - 働きがいある職場づくり	- 成長戦略に即した専門人材の教育強化（先端技術・DX・グローバルなど） - 女性の能力が発揮できる環境の創出とリーダーの育成強化 - 柔軟な勤務形態と適正な評価・給与制度	  	
G ガバナンス overnance	- 取締役会の多様性 - 取締役会の機能強化 - 役員報酬制度の改定 - コンプライアンスの徹底 - リスクマネジメント強化	- 多様な視点・価値観による持続的成長の確保 - 中長期的課題の議論とモニタリングによる実効性向上 - 中長期目標の達成・企業価値向上に資する報酬体系 - 行動規範の見直しと浸透によるコンプライアンス意識の醸成 - 成長戦略の進展に即した情報セキュリティリスク対策の強化など		

※表中の「グループ国内」は、(株)アマダ、(株)アマダマシナリー、(株)アマダウエルドテック（2024年4月1日付でアマダと合併）、(株)アマダプレスシステム、(株)アマダツールの5社を指します。

外部からの評価

「FTSE Blossom Japan Index」



FTSE Blossom Japan Index

"FTSE Russell confirms that AMADA CO., LTD has been independently assessed according to the index criteria, and has satisfied the requirements to become a constituent of the FTSE Blossom Japan Index. Created by the global index and data provider FTSE Russell, the FTSE Blossom Japan Index is designed to measure the performance of companies demonstrating strong Environmental, Social and Governance (ESG) practices. The FTSE Blossom Japan Index is used by a wide variety of market participants to create and assess responsible investment funds and other products."

「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」



FTSE Blossom Japan Sector Relative Index

"FTSE Russell confirms that AMADA CO., LTD has been independently assessed according to the index criteria, and has satisfied the requirements to become a constituent of the FTSE Blossom Japan Sector Relative Index. The FTSE Blossom Japan Sector Relative Index is used by a wide variety of market participants to create and assess responsible investment funds and other products."

「MSCIジャパンESGセレクト・リーダーズ指数」

2023 CONSTITUENT MSCIジャパン ESGセレクト・リーダーズ指数

THE INCLUSION OF AMADA CO., LTD. IN ANY MSCI INDEX, AND THE USE OF MSCI LOGOS, TRADEMARKS, SERVICE MARKS OR INDEX NAMES HEREIN, DO NOT CONSTITUTE A SPONSORSHIP, ENDORSEMENT OR PROMOTION OF AMADA CO., LTD. BY MSCI OR ANY OF ITS AFFILIATES. THE MSCI INDEXES ARE THE EXCLUSIVE PROPERTY OF MSCI. MSCI AND THE MSCI INDEX NAMES AND LOGOS ARE TRADEMARKS OR SERVICE MARKS OF MSCI OR ITS AFFILIATES.

「S&P/JPXカーボン・エフィシエント指数」



「Morningstar日本株式ジェンダー・ダイバーシティ・ティルト指数(除くREIT)」

Morningstar社が開発したジェンダー・ダイバーシティに関する取り組みが優れた企業を評価するインデックスに、2023年4月より組み入れられています。

「iSTOXX MUTB Japanプラチナキャリア150インデックス」

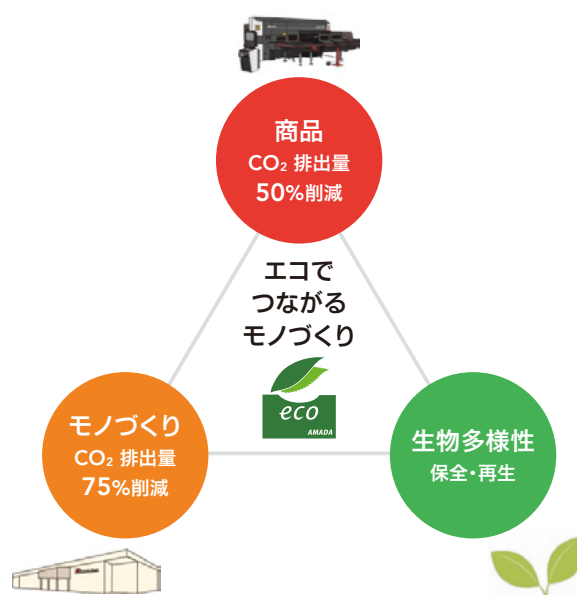


指標	2023年度実績	2025年度目標	2030年度目標
商品CO ₂ 排出量	58.4%減 (2013年度比)	50%減 (2013年度比)	50%減 (2013年度比)
事業所CO ₂ 排出量	73.4%減 (2013年度比)	70%減 (2013年度比)	75%減 (2013年度比)
1人あたり教育研修時間	47.7時間 (グループ国内)	40時間 (グループ国内)	45時間 (グループ国内)
女性管理職数	15人 (グループ国内)	24人 (グループ国内)	40人 (グループ国内)
新卒採用女性比率	32.6% (グループ国内)	25% (グループ国内)	25% (グループ国内)
有給休暇取得率	74.3% (グループ国内)	80% (グループ国内)	100% (グループ国内)
育休取得率 男性/女性	68.2% / 100% (グループ国内)	70% / 100% (グループ国内)	100% / 100% (グループ国内)
取締役会の多様性確保	独立社外取締役4/9 女性取締役1名 女性監査役1名	多様性の向上	維持・向上
役員報酬・制度の見直し	中長期目標と連動した 株式報酬制度の導入	中長期インセンティブ プランの導入	責任者体制強化

エコでつながるモノづくり

取り組みへの姿勢

アマダグループは環境の取り組みとして、「エコでつながるモノづくり」をテーマにお客さまと社会、そして世界とつながる企業を目指しています。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「AMADA GREEN ACTION PLAN 2030」を設定。「脱炭素社会の実現」「循環型社会の実現」「生物多様性の保全・再生」の3つの重点課題についてコミットメントしています。



1. 商品(お客さま工場で)のCO₂排出量削減: 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)が全体の9割以上を占めており、アマダではその中でも販売した製品がお客さま使用時に発生するCO₂排出量削減が重要と考えています。そこで、従来のCO₂レーザーマシンと比較して、エネルギー消費を約3分の1に低減するファイバーレーザーマシンへの入れ替えを推進。そして、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アマダエコプロダクツを多数創出し、脱炭素に向けた商品全面刷新を行うことで、商品(お客さま工場で)のCO₂排出量の2030年度50%削減(2013年度比)達成を目指します。

また、2023年2月に全面刷新した新展示場「アマダ・グローバルイノベーションセンター(AGIC)」では、お客さまの課題や社会の課題に対応し、先端技術を用いた環境負荷の少ない製品をラインナップしています。CO₂排出量表示を含む新NC

装置「AMNC 4ie」搭載マシンや、CO₂排出量を65%削減した新ファイバーレーザーマシン(2013年代表商品比較)、駆動軸のオイルフリーを実現した電動サーボベンディングマシン、スキルレスや自動化に対応した商品を展開しています。これらの取り組みにより、環境理念である「エコでつながるモノづくり」(1.エコな事業所でエコなマシンをつくる、2.アマダグループのエコプロダクツがお客さまのエコ製品をつくる、3.お客さまの工場のエコ環境をつくる)を実践し、脱炭素社会を実現していきます。現在アマダエコプロダクツとして認定されている商品は、売上比率で87%、台数比率で63%と、年々構成比率は向上しています(いずれも2023年度実績)。



電動サーボベンディングマシン
「EGB-e」シリーズ

2. 事業所・工場のCO₂排出量削減: 2030年度75%削減(2013年度比) Scope1+2

パリ協定のもとで、世界は産業革命以前と比べて気温上昇を1.5℃までに抑えるという長期目標を目指し、2050年までの脱炭素化の動きを加速させています。アマダグループでは、2030年度までの新しい中期環境目標において、「脱炭素社会の実現(CO₂排出量の削減)」「循環型社会の実現(埋立廃棄物・水使用量の削減など)」「化学物質管理」「生物多様性の保全・再生」など、環境保護について目標を設定しました。2022年度には「環境エコ委員会」を発足し、総額100億円の環境投資(2025年度まで)を計画し、目標達成に向けて強力に推進しています。

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、各工程の生産効率改善、

省エネ対策などによりエネルギー消費量を削減しています。再生可能エネルギーについては、国内・海外の一部のみでの導入から、対象を広げて計画的に導入の取り組みを進めています。



アマダオートメーションヨーロッパ 新塗装ラインにバイオガス導入

自然エネルギーの活用推進

アマダグループは、早くから自然エネルギーの活用を推進してきました。ドイツ・ハーンにあるソリューションセンターでは、2009年から地中熱を利用したヒートポンプを使用して、地下130mに設置した52カ所の地中熱交換機により空調に必要なエネルギーの80%（年間）をまかない、CO₂排出量を40%削減しています。また、フィンランドにある自動化装置の製造拠点のアマダオートメーションヨーロッパでは、同じく2009年から暖房にバイオマスを使用しています。加えて2023年度には、電力を100%再生可能エネルギー由来へと切り替え、同時に新塗装ラインの乾燥炉の熱源にバイオガスを導入しました。これらの取り組み等により、アマダグループの製造拠点で初めてカーボンニュートラルを達成する見込みです。2023年度時点で海外全体の再生可能エネルギー電力導入率は14%（約5,700MWh）に増加となります。

国内の主要事業所・工場には、段階的に太陽光パネルを設置し、再生可能エネルギーの導入を進めてきました。2023年度には新たにアマダプレスシステムの伊勢原鈴川事業所およびオリイ精機の鳥取工場の2拠点に太陽光パネルが設置さ

れ、計7拠点となりました。さらに、2022年度から国内で使用する拠点の全電力を、自然由来の再生可能エネルギーとなる非化石証書を調達し、実質再生可能エネルギー100%としています。

その結果、グループ全体では67%（約71,000MWh）の再生可能エネルギー電力導入率となりました。今後もアマダグループはたゆまぬ省エネ実現に加えて、より質の高い再生可能エネルギー施策を進めていきます。

気候変動に関するIPCCの第6次評価報告書によると、世界の平均気温はすでに1.1℃上昇しています。1.5℃目標と整合した具体的な行動を迅速に行い、脱炭素社会を実現させるために、アマダグループでは2022年度に2030年度CO₂排出量削減目標を50%（2013年度比）から75%に引き上げました。また、2023年度には全拠点の事業活動で使用する電力を2040年度までに100%再生可能エネルギーにすることを目指す、国際的な環境イニシアティブであるRE100に加盟しました。今後はRE100を通じ、再生可能エネルギーの普及促進を実現するための様々な政策提言についても行っていきます。

3. 生物多様性の保全・再生

アマダグループは、2010年から環境方針に「生物多様性の保全・再生への取り組み」を取り入れ、各拠点に合わせた取り組みを実施してきました。

本社の伊勢原事業所では、都市の中で取り組む生物多様性として、近郊の丹沢山系の自然環境と共生することを目指しています。構内の野鳥は現在9目21科32種が確認されています。また、これらの取り組みが評価され、緑化優良工場等表彰（日本緑化センター主催）より「日本緑化センター会長賞（2016年度）」、「関東経済産業局長（2019年度）」を受賞しています。

主力生産拠点である富士宮事業所では、敷地内の60%を占める「アマダの森」の計画的整備により、動植物1,000種以上の生息を確認しており、植物を中心に希少種の保護に努めています。緑化優良工場等表彰での「関東経済産業局長（2021年度）」に加え、2022年度には第3回グリーンインフラ大賞（国土交通省の表彰制度）で「防災・減災部門」における優秀賞を受賞しました。

また、野田事業所では2015年から利根運河周辺の水辺環境の保全・再生を行う協議会に毎年社員が参加し、特定外来植物に指定されているアレチウリを除去する長年の活動が生態系保全の貢献に功績があったとして、国土交通省が運営する利根運河協議会から2024年3月に感謝状をいただきました。

2023年にTNFD（自然関連財務情報開示タスクフォース）最終提言とその評価ツールのLEAPアプローチが公表されました。アマダグループでは事業活動によって生物多様性に影響を与える可能性について、生物多様性評価ツールであるIBAT^{※1}

を用いて評価を行い、主要な自社生産拠点（世界17拠点）について半径50km圏内を調査し、国際自然保護連合IUCN^{※2}レッドリストの絶滅危惧種が



富士宮事業所「アマダの森」

生息するエリアとの近接状況を整理しました。また、世界保護地域データベースWDPA^{※3}による海域および陸域の保護区および生物多様性の保全上重要な地域KBA^{※4}についても評価しました。今後優先拠点を定め取り組んでいきます。

また、富士宮事業所においては、自治体、行政との協力の下で地域の自然共生地域とする森林経営計画に取り組み、SGEC森林認証取得や国際OECM（30by30）登録を目指しています。その他の各事業所・工場においても自然本来の機能を果たすグリーンインフラの実装を進めて、生物多様性の保全・再生に努めていきます。

※1 IBAT: Integrated Biodiversity Assessment Tool（生物多様性評価ツール）の略

※2 IUCN: International Union for Conservation of Nature and Natural Resources（国際自然保護連合）の略

※3 WDPA: The World Database on Protected Areas（世界保護地域データベース）の略

※4 KBA: Key Biodiversity Area（生物多様性重要地域）の略

絶滅危惧種（地域別集計）	日本	アメリカ	欧州	中国	計
CR: 深刻な危機 (Critically Endangered)	38	30	28	37	133
EN: 危機 (Endangered)	197	80	56	84	417
VU: 危急 (Vulnerable)	368	135	175	133	811
計	603	245	259	254	1,361

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一つであると認識し、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TCFDのフレームワークに基づき、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、情報開示を実施しています。

ガバナンス

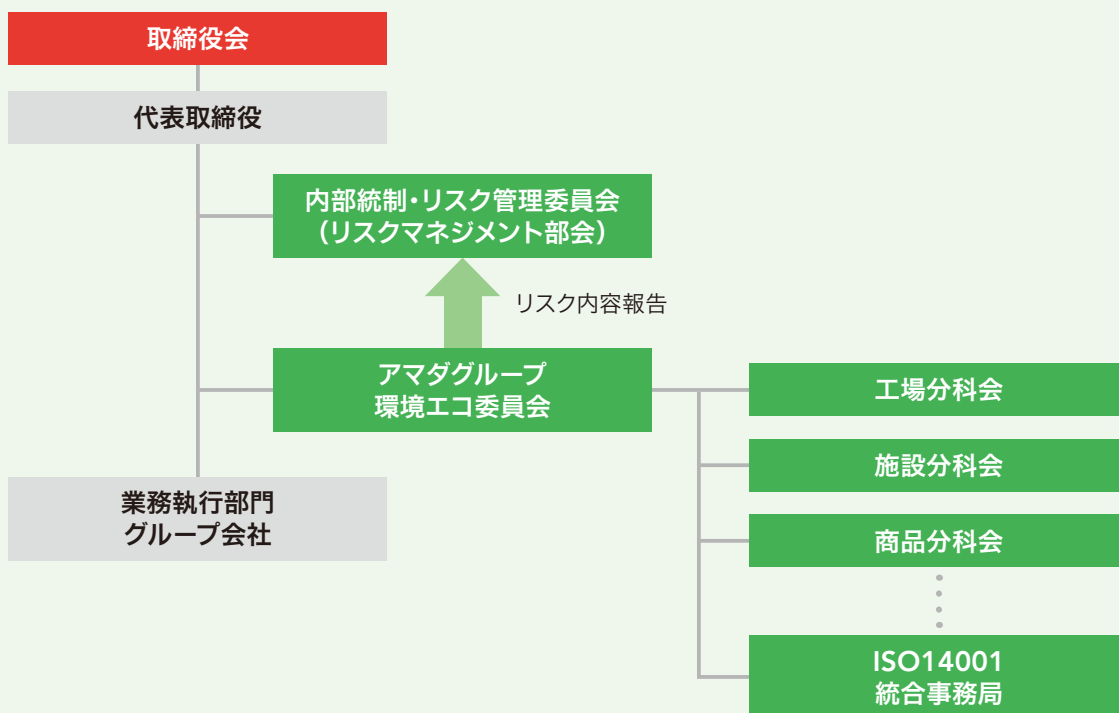
アマダグループでは、気候変動を含む環境問題への対応を代表取締役社長を委員長としたアマダグループ環境エコ委員会において実施しています。

アマダグループ環境エコ委員会では、事業所における環境施策を立案する「工場分科会」「施設分科会」および商品における環境施策を立案する「商品分科会」などの組織を持ち、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・機会およ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、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。

◆ 気候変動リスク管理体制図



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みに応じて、その内容およ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・機会への対応およ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将来的な実現性の観点から2°Cシナリオをメインシナリオであると捉えています。下記リスク・機会のうち、機会として捉えているアマダエコプロダクツの高效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、売上増加の機会になるという点で最も事業インパクトに与える影響が大きいと考えています。

◆ 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°Cシナリオ	4°C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る粗鋼価格の上昇 ■ 再生可能エネルギー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および再生可能エネルギーの利用拡大
	評判	投資家など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の増加	🔴👈	👉	SBT認証取得など国際イニシアチブへの対応およびHPなど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(高效率省エネ製品)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が増加	🔴👈	👉	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の増加、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	■ 台風など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などが発生 ■ 洪水などの発生によりサプライチェーンの寸断が発生し、生産が停止・減少	👉	🔴👈	自家発電装置、蓄電池の設置などBCP対策

※1 リスクおよび機会の評価を2°Cシナリオと4°Cシナリオの2種類のシナリオで評価しています。2°C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°C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。

また、リスクの大きさについては損失／増加規模が10億円以上を🔴、1億円から10億円未満を👉、1億円未満を👈としています。

※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°C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°C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	14,796t-CO ₂	148(百万円)

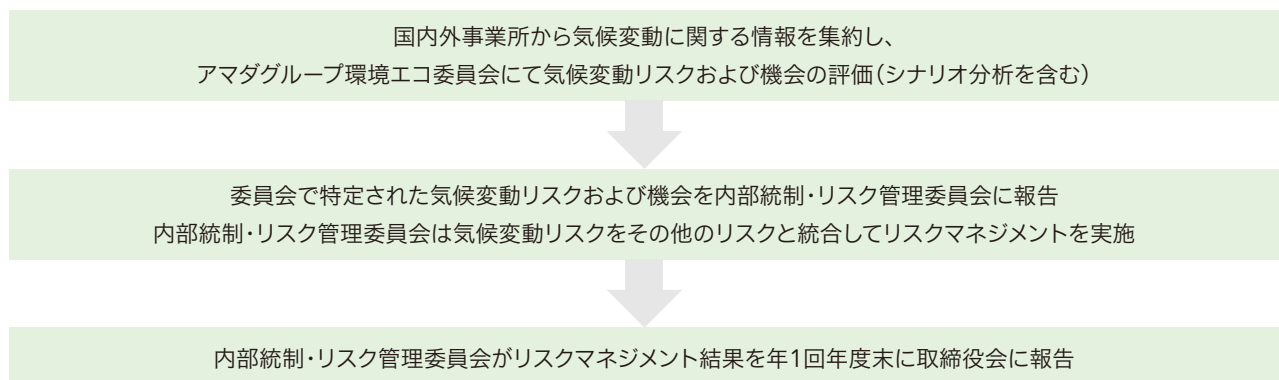
※想定CO₂排出量は、グループ目標に基づき2013年度全事業所・工場のScope1+2排出量の△75%としています。

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・情報などにかかわ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。

◆ 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年度時点で2013年度比Scope1+2 CO₂排出量75%削減」および「2030年度時点で2013年度比Scope3カテゴリ11（商品使用时）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。その他環境に関する取り組み計画の詳細

は次ページの「アマダグループ2030中期環境計画（AMADA GREEN ACTION PLAN 2030）」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、アマダコーポレートサイトの「ESGデータ」ページをご参照ください。

◆ アマダグループ2030中期環境計画 (AMADA GREEN ACTION PLAN 2030)

重点課題	2030年度目標	2023年度目標	2023年度実績
①脱炭素社会の実現	■ 全商品 CO ₂ 排出量△50% (※ Scope3-C11に該当) ※2013年度基準値: 811,635t-CO ₂ (国内: 336,011t-CO ₂ 、海外475,624t-CO ₂)	■ 全商品 CO ₂ 排出量 △41.7% (2013年度比)	■ 全商品 CO ₂ 排出量△58.4% (337,570t-CO ₂) [達成] 【国内】△52.6% (159,108t-CO ₂) 【海外】△62.5% (178,462t-CO ₂)
	■ 全事業所・工場 CO ₂ 排出量△75% (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) Scope1+2 エネルギー原単位 29.6t-CO ₂ /売上十億円	■ 全事業所・工場 CO ₂ 排出量 △58.3% (2013年度比) 【Scope1+2】	■ 全事業所・工場 CO ₂ 排出量△73.4% (15,770t-CO ₂) [達成] 【国内】△90.3% (3,620t-CO ₂) 【海外】△44.8% (12,150t-CO ₂) Scope1+2 エネルギー原単位 39.1t-CO ₂ /売上十億円
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) ■ 全廃棄物埋立量△10% (2019年度比) ※2019年度基準値: 30.2t(国内) ■ ゼロエミッション率※2 0.73%以下(国内) ※2019年度基準値: 0.81% ■ 全水使用量△10% (2019年度比) ※2019年度基準値: 427.5千 m ³ (国内: 265.3千 m ³ 、海外162.2千 m ³)	■ 全廃棄物総量 △3.6% (2019年度比) ■ 全廃棄物埋立量 △3.6% (2019年度比) ■ ゼロエミッション率 0.781%以下(国内) ■ 全水使用量 △3.6% (2019年度比)	■ 全廃棄物総量12.7%増(7,047t)【未達】 【国内】14.9%増(4,293t) 【海外】9.4%増(2,754t) ■ 全廃棄物埋立量 【国内】△28.5% (21.6t)【達成】 ■ ゼロエミッション率(2019年度比) 0.50% (国内)【達成】 ■ 全水使用量(2019年度比) △42.0% (247.9千 m ³)【達成】 【国内】△57.5% (112.8千 m ³) 【海外】△16.7% (135.1千 m ³)
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年度比) ※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 △3.6% (2019年度比)	■ 有害化学物質(2019年度比) △13.4% (4,890kg)【達成】
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: 森林経営計画(富士宮)およびグリーンインフラ導入(各事業所・工場)	■ 森林経営計画の取り組み (富士宮事業所)	■ 森林経営計画の取り組みを継続中(富士宮事業所)

※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)

※3 グリーンインフラ=社会資本整備や土地利用などのハード・ソフト両面において、自然環境が有する多様な機能を活用し、持続可能で魅力ある国土づくりや地域づくりを進める取り組み

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11月認証取得)

アマダグループは地球温暖化対策の国際的な枠組み「パリ協定」に基づく削減目標「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による目標(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54,197t-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1,843,569t-CO₂)。

2023年度の実績はScope1+2が2019年度比△70.9%(15,770 t-CO₂)、Scope3
(カテゴリー1およびカテゴリー11)は2019年度比14.3%増(2,108,491t-CO₂)となっ
ています。



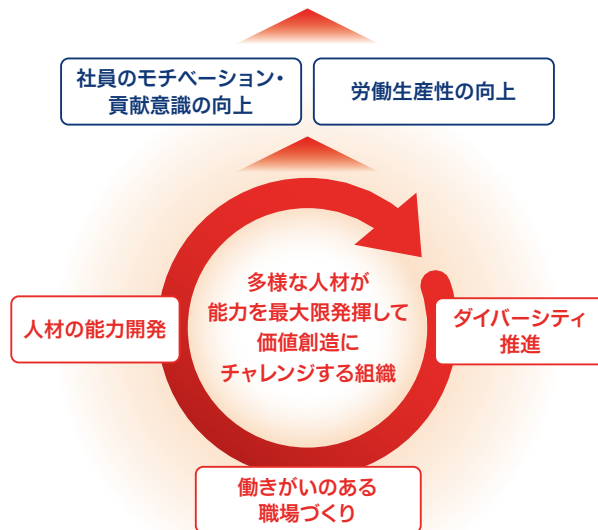
アマダグループの人的資本戦略

アマダグループ経営理念の一つである「お客さまとともに発展する」は、創業時から現在に至るまで事業活動の原点として共有されています。金属加工機械のグローバルメーカーとして世界のモノづくり企業のお客さまを支え、貢献することこそが、社会の発展につながるの思いを礎に、成長してきました。

中期経営計画においては、「まだないモノを、アマダとつくる。」をスローガンに、お客さまとともに新たな価値創造に挑戦することで、さらなる成長を目指しています。その原動力は人材にほかなりません。

多様な人材が能力を発揮し、価値創造にチャレンジし続けられる環境を築くべく、特に「人材の能力開発」「ダイバーシティ推進」「働きがいのある職場づくり」を重要項目と定め、戦略的に人的資本投資を行っています。

「まだないモノを、アマダとつくる。」の実現



message

アマダは「直販・直サービス」によってお客さまと対話し、そこから吸い上げたニーズやシーズから新たな技術、新たなモノづくりを創出してきました。今後も、自ら外部環境の変化に柔軟に対応して価値創造にチャレンジする姿勢や、課題解決に向けて考え行動する力の育成が重要であると考えます。

これをアマダでは「創造と挑戦を実践する人づくり」と定義し、長年の人材育成の柱としてきました。

そして、近年の急激な社会変化に対応していくためには、多様な価値観、背景、環境にある人材が自ら成長し、活躍できる環境づくりが重要であると考えています。

中期経営計画においては、レーザをはじめとする技術開発、DX推進、グローバルビジネス強化を成長戦略として掲げています。これを実現するために、特にグローバル人材および若手から中堅層社員の育成に注力しています。

これに加え、「人材の能力開発」「ダイバーシティ推進」「働

きがいのある職場づくり」を重要項目としており、それぞれ具体的な目標を立てて推し進めています。

「人材の能力開発」では多様な人材の能力開発と自律的なキャリア形成支援、「ダイバーシティ推進」では社員一人ひとりが働きやすさと仕事のやりがいを実感できる活力ある職場づくり、「働きがいのある職場づくり」では社員が心身ともに安全・健康に働ける環境づくりを進め、長期にわたり安心して働ける強化基盤を社内環境整備方針としています。

執行役員
人事部門長
高野 真一



人権の尊重

アマダグループに従事するすべての役員および従業員が人権を尊重する責任を示した「人権方針」を策定し、2024年2月に公表しました。人権に関する国際規範を理解したうえで、経営理念にある「お客さまとともに発展する」および「人と地球環境を大切にする」や、サステナビリティ基本方針の「人権の尊重」ならびに社内環境整備方針を踏まえ、あらゆる企業活動において人権侵害などを防止、軽減、救済することを宣言しています。



人権方針に関して詳しくは ↓

https://www.amada.co.jp/ja/sustainability/social/human_rights/

重要課題

人材の能力開発と育成



基本的な考え方

「創造と挑戦を実践する人づくり」は、アマダグループの人材開発の基本理念です。

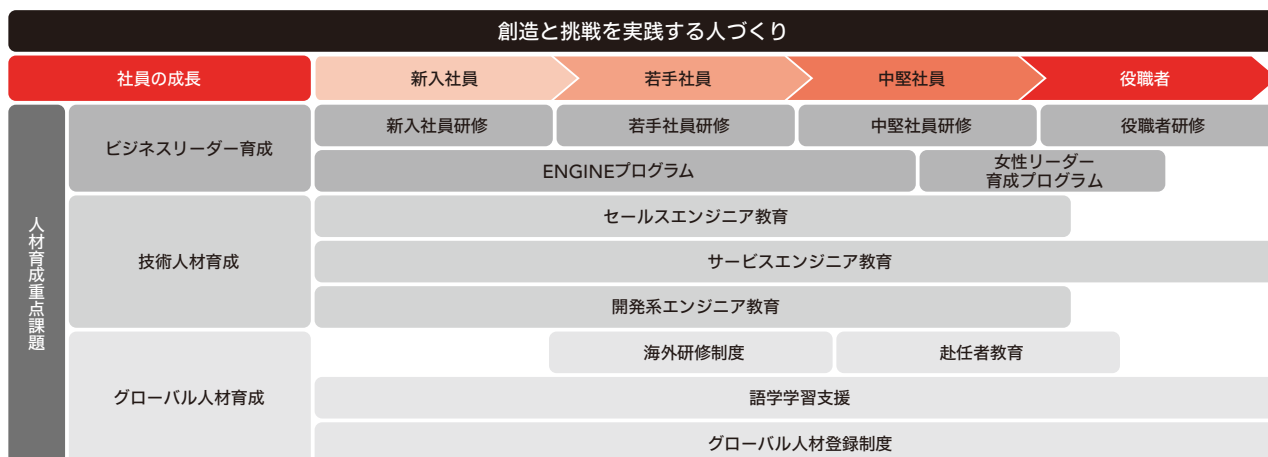
人材育成方針を「多様な人材の能力開発と自律的なキャリア形成支援」として、社員のキャリア意向を踏まえたジョブローテーション、キャリアステージに応じた教育研修の機会を提供し、能力開発や成長のスピードアップを図ります。加えてビジネスリーダー（経営幹部）、グローバル人材、女性リーダー、先端・専門分野における技術人材の育成強化に取り組んでいます。

目標と実績

多様な人材の能力開発の一環として、グローバル人材および若手から中堅社員の育成に注力しています。グローバル人材に関する教育研修プログラムの拡充およびビジネスリーダーに必要な知識やスキルの向上を図る教育機会の増加により、1人当たりの教育研修時間は47.7時間（2024年3月期実績）となりました。今後も能力開発の体系化を行い社員の着実な成長を促し、その人材が長期にわたり活躍ができる企業となることを目指します。

指標	FY2023実績	FY2025目標
1人当たり 教育研修時間	47.7時間 (グループ国内)	40時間 (グループ国内)

教育研修体系



ビジネスリーダー育成

新入社員から若手・中堅層など、次世代人材へ段階的・継続的に教育を行うほか、選抜型のリーダー育成プログラムや早期マネジメント経験の提供によって、多角的にリーダーシップを発揮できるようにしています。

入社後は半年間をかけた商品知識やビジネススキルなどの研修ののち、体系的な育成施策「ENGINEプログラム」により次世代人材を育成しています。ブラザーシスター制度、キャリア面談、階層別・職種別のOFF-JTなどを通じ、若手・中堅層に至るまでの成長段階に応じた研修などを通じ、スキルの習得とともにキャリア形成を促します。

技術人材育成

アマダの「直販・直サービス体制」を支える技術人材の育成に注力しており、2024年には「全員がエンジニア」をコンセプトに「アマダ・テク

ニカルエデュケーションセンター（ATEC）」を開設しました。自動化、ロボット技術や基礎教育に加え、課題解決力の養成に重点を置き、技術のみならずコミュニケーションスキルも養成し、エンジニアリング力の底上げを図っていきます。

グローバル人材育成

世界で活躍する人材の育成、配置が重要課題となっており、海外赴任・海外関連業務を希望する社員に様々な教育や研修機会を提供しています。海外現地法人で事業活動や市場動向を学ぶ「海外研修制度」は若手社員が早期にグローバルビジネスに触れる機会として毎年実施しています。その他、「語学学習支援制度」など、海外業務に必要なスキルを習得するための制度を設け、アマダグループのグローバル成長を支える人材を継続的に育成しています。



海外研修生インタビュー（アマダ 海外経営管理部 女性社員 アマダアメリカに派遣）

アメリカでは利益計画の策定から進捗管理と課題の対応まで、一年間の経営サイクルを学んでいます。

現地法人で直接ヒト、モノ、カネの流れとその管理体制を学ぶことで、現地法人の実情と本社との立場の違いを理解し、ゆくゆくは多角的な視点から課題解決策の提案や戦略の立案ができる人材になることを目標に、日々の研修に取り組んでいます。

重要課題

ダイバーシティ推進



基本的な考え方

経営理念の一つである「人と地球環境を大切にする」には、性別や年齢、国籍や人種、宗教、性的指向、障がいの有無などにかかわらず、すべてのステークホルダーの対等・平等、人権を尊重し、多様な価値観を受け入れる風土や環境づくりに役員・社員全員で取り組むという考えが含まれています。

具体的には、女性や障がい者などの活躍支援、および性的少数者への取り組みに注力しています。

ダイバーシティ

ダイバーシティ推進のためには、多様な人材が活躍できる仕組みづくりを行うと同時に、社員一人ひとりが「価値観の多様性」について理解、実感することが重要であるとの考えのもと、教育や情報発信を行っています。特に多様な価値観を持

つ社員をマネジメントする役職者には、重点的に「アンコンシャスバイアス」を題材としたケーススタディを通して、意識や行動を学び、実践するよう働きかけています。

女性活躍推進

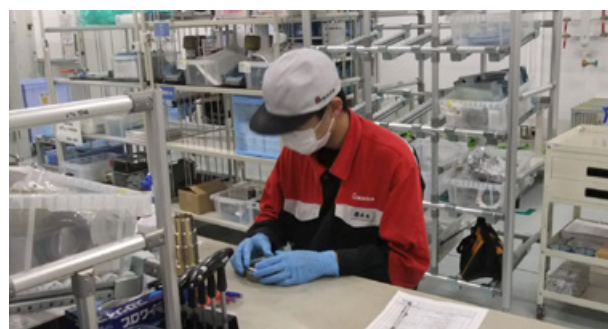
女性管理職の登用が課題と認識しており、女性のリーダー育成と母集団形成に注力しています。女性リーダー育成のために、管理職候補に対してリーダーとしての意識やスキルアップを図る研修を行うとともに、その上司にも育成支援研修を継続的に実施しています。今後も女性リーダー候補者に対する研修等の教育カリキュラムを継続的に実施するとともに、キャリア採用を含めた女性採用を強化することで、早期の育成と登用を図っていきます。



女性リーダー研修

障がい者雇用

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」を設置し、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。精神障がい者の積極的雇用、職場実習および見学の受け入れ、入社後の定期的なケアを行い、雇用の拡充につなげました。また、特別支援学校において学校運営協議会委員や進路支援研修の講師を務め、地域の障がい者支援に積極的に参加しています。



富士宮事業所における障がい者雇用

高齢社員に関する取り組み

アマダグループは、意欲のある社員が定年後も活躍できるよう、一人ひとりの生活事情や価値観など、キャリアプランやライフスタイルに合わせて働き方を選択できる環境を用意しています。

短日数・短時間勤務や副業を可能とするなど、多様で柔軟な働き方を整備していることに加え、これまで培ってきた技術・技能を生かした企画提案制度により、定年後も働く意欲の向上を図っています。

重要課題

働きがいのある職場づくり



基本的な考え方

サステナビリティ基本方針では「多様な従業員が生き生きと仕事に取り組める働きがいのある職場づくり」を掲げています。この方針の下、社内環境整備方針である「アマダグループで働く社員一人ひとりが働きやすさと仕事のやりがいを実感できる活力ある職場づくり」を軸に、長期にわたり安心して働ける基盤づくりを強化していきます。具体的には、有給休暇取得促進、仕事と子育ての両立支援、そして働き方の整備と業務の適正な評価・処遇を行います。

有給休暇取得に関する取り組み

2023年には新たに時間単位有休制度を導入し、柔軟に働ける環境の整備を進めました。また、有給休暇の一部を「個人計画有休」として半期ごとに事前申請する、部署単位で「有休

取得強化月間」を設定するなど、計画的な取得を促した結果、有給休暇取得率は2024年3月期の目標70.0%に対し74.3%（国内グループ5社）となりました。

仕事と子育ての両立支援に関する取り組み

男女ともに仕事と育児の両立を図るため、中でも男性の育児休業取得を推進しています。2023年は子が生まれた男性社員に対して、上長から育休取得推奨の声かけを必須化しました。また、男性の育休取得体験談を社内報で紹介するなど、受け入れやすい風土の醸成を図りました。その結果、2024年3月期の取得率（国内グループ5社）は68.2%となりました。

社内ポータルサイトでの情報発信

社内ポータルサイトを活用して、有給休暇や男性育児休業の取得を促進するための特設サイトを開設しました。これにより、社員は制度の詳細や取得事例などの情報に簡単にアクセスできるようになっています。



働きがいのある職場に向けて（キャリア調査）

社員が自身のキャリア形成について考える機会とするとともに、人材の育成と働きがいのある職場づくりに関する取り組みを振り返り、従業員エンゲージメントを把握・向上させる目的でキャリア調査を実施しています。

2023年度調査の結果、特に若手社員においてマネジメント

業務を担当することに対する不安が大きいことが浮き彫りになりました。それを踏まえ、次世代リーダー候補が早期に組織マネジメントを経験できる「課長代理」職の導入、ステップアップを実感できる「キャリアステージに応じた呼称」の導入を行いました。

健康経営

アマダグループでは従業員が心身ともに健康で働きやすい環境を整備するために様々な施策を経営課題と位置づけて取り組みを推進しています。

2023年6月に「健康経営宣言」を行い、健康経営推進体制を整備し、アマダ健康保険組合とコラボヘルスに取り組んでいます。

健康経営優良法人認定

アマダは健康経営優良法人認定制度における「健康経営優良法人2024（大規模法人部門）」に認定されました。健康経営優良法人認定制度は、特に優良な健康経営を実践している大企業や中小企業などの法人を「見える化」し、検証することを目的として経済産業省が創設した制度です。今後も、健康経営を通じて、すべての従業員が心身ともに健康で安心して働ける環境の整備を進めていきます。



コラボヘルスで実施した主な取り組み

がん検診	法令の定期健康診断の機会などを用いて、健康保険組合からのサポートのもと、従業員を対象にがん検診を実施。
保健指導	定期健康診断の結果に基づく保健指導と、特定健康診査の結果に基づく特定保健指導を実施。 禁煙外来（世界禁煙デーイベント） 社内診療所において禁煙外来を実施。禁煙を希望する従業員に対して禁煙補助剤の処方などを行った。
口腔セミナー （全国労働衛生週間イベント）	伊勢原事業所において、安全衛生委員会と健康保険組合の共催で、全国労働衛生週間イベントとして「口腔セミナー」を開催。外部講師を招いて歯科口腔をテーマにした講演を行い、正しい口腔セルフケアの方法や歯科定期受診の必要性などを学んだ。
インフルエンザワクチン接種	伊勢原事業所などの事業所において、インフルエンザワクチン接種を実施。接種費用の一部は健康保険組合が補助を行った。

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。

業界支援

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は、少子高齢化や熟練作業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。こうした課題を解決し、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（人材育成・訓練・匠の技術）

1978年に、労働省より民間初の「職業訓練校」の認定を受け「職業訓練法人アマダスクール」を創立。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）を行っています。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（業界発展・人材育成）

全国の板金（シートメタル）加工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じ、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。



公益財団法人天田財団（学術振興と科学技術の創出・産業と経済の発展）

「公益財団法人天田財団」は、アマダグループの創業者 天田勇によって1987年に設立された公益財団です。塑性加工およびレーザープロセッシングを利用した加工に関する研究開発や国際交流への助成と、その研究成果の普及啓発活動、ならびに技能者育成を目的とした技能検定受検手数料への助成を通じて、学術の振興と新しい科学技術の創出、我が国の産業および経済の健全な発展に寄与しています。



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。

学術、教育への支援として会社見学の受け入れ、出張講義などを通じて、次世代を担う人材の育成を支援しています。例えば、静岡県富士宮事業所では、近隣中学校におけるキャリア教育の一環として、「企業人との座談会」に講師を派遣しています。

アマダアメリカでは、カリフォルニア州の職業訓練プログラムに協力し、インターンシップ生の受け入れを実施。アマダインディアではインド工科大学マドラス校で板金講座を開催し、企業の技術者や経営者、学生に講義やマシン操作体験を実施しています。

地域交流イベント・社会貢献活動として、小野工場では「花観け〜しょん」（兵庫県小野市）を開催し、近隣住民との交流を深めています。また、「伊勢原観光道灌まつり」（神奈川県伊勢原市）や「二本松の菊人形」（福島県二本松市）など地域のお祭りに協賛しています。

さらに、各地域団体と協力した清掃活動や、各事業所・工場にて献血活動を毎年行っており、年間300人以上の従業員が協力しています。

スポーツ活動への協賛として、プロサッカーチーム「湘南ベルマーレ」のオフィシャルトップパートナーとして協賛。アマダアメリカがNTT・インディカー・シリーズに参戦している米国のチーム「レイホール・レターマン・ラニガン・レーシング（RLL）」とパートナーシップを構築し、プライマリースポンサーに就任しました。



アメリカでのマシン見学



カリフォルニア州職業訓練



伊勢原観光道灌まつり



小野工場での花観け〜しょん



湘南ベルマーレ



インディ500レーシングカー

慈善活動・寄付

アマダグループの各社で慈善活動・寄付を実施しています。

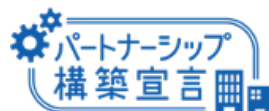
AMADA TOOL AMERICA	経済的に恵まれない子どもたちにクリスマスプレゼントとしておもちゃを寄付。福祉団体によって貧困地域の家族へ配られました
AMADA UNITED KINGDOM	従業員の有志により、がん治療支援団体へ年間で1,250ユーロを寄付
AMADA INDIA	インド情報技術大学ジャバルプル校へマシンやソフトウェアを寄贈

取引先とのコミュニケーション

当社では、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。

パートナーシップ構築宣言

当社では、サプライチェーンの取引先の皆さまや価値創造を図る事業者の皆さまとの連携・共存共栄を進めることで、新たなパートナーシップを構築するため、以下の項目に重点的に取り組むことを宣言します。



サプライチェーン全体の共存共栄と規模・系列などを超えた新たな連携

直接の取引先を通じてその先の取引先に働きかける（「Tier N」から「Tier N+1」へ）ことにより、サプライチェーン全体での付加価値向上に取り組むとともに、既存の取引関係や企業規模などを超えた連携により、取引先との共存共栄の構築を目指します。その際、災害時等の事業継続や働き方改革の観点から、取引先のテレワーク導入やBCP（事業継続計画）策定の助言などの支援も進めます。

（個別項目）

サプライチェーンとの情報連携速度の向上および可視化による業務効率を推進します（アマダサプライヤーポータル）。

「振興基準」の遵守

1. 価格決定方法
2. 型管理などのコスト負担
3. 手形などの支払い条件
4. 知的財産・ノウハウ
5. 働き方改革などに伴うしわ寄せ

※下請け対象のサプライヤー様に対し、手形、でんさいのサイト払いをすべて振込に変更しました。

パートナーシップ構築宣言に関して詳しくは ↓

<https://www.amada.co.jp/ja/sustainability/social/partnership/>

サステナブル調達ガイド

アマダグループは、環境にやさしいモノづくりを推進するために「グリーン調達ガイドライン」を制定し、環境負荷の少ない資材の調達を進めてきました。今後は、労働・安全衛生・倫理などの人権尊重や地域社会への貢献を含めた「サステナブル調達ガイドライン」を制定し、持続可能な調達活動を推進します。サプライヤーの皆さまとともに、持続可能な社会の構築に取り組んでいきます。



アマダサプライヤーポータルサイト

アマダグループでは、サプライヤーとの連携を強化するため、「アマダサプライヤーポータルサイト」を構築しました。これにより、生産管理システムからサプライヤーへ生産計画や発注、在庫情報をリアルタイムで共有でき、技術・品質・価格情報もセキュアな環境でのやりとりが可能となります。また、サプライヤーの生産管理ソフトや製造DXソリューションとの連携を予定し、双方向で生産進捗を共有することで間接業務の効率化が図れます。



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。

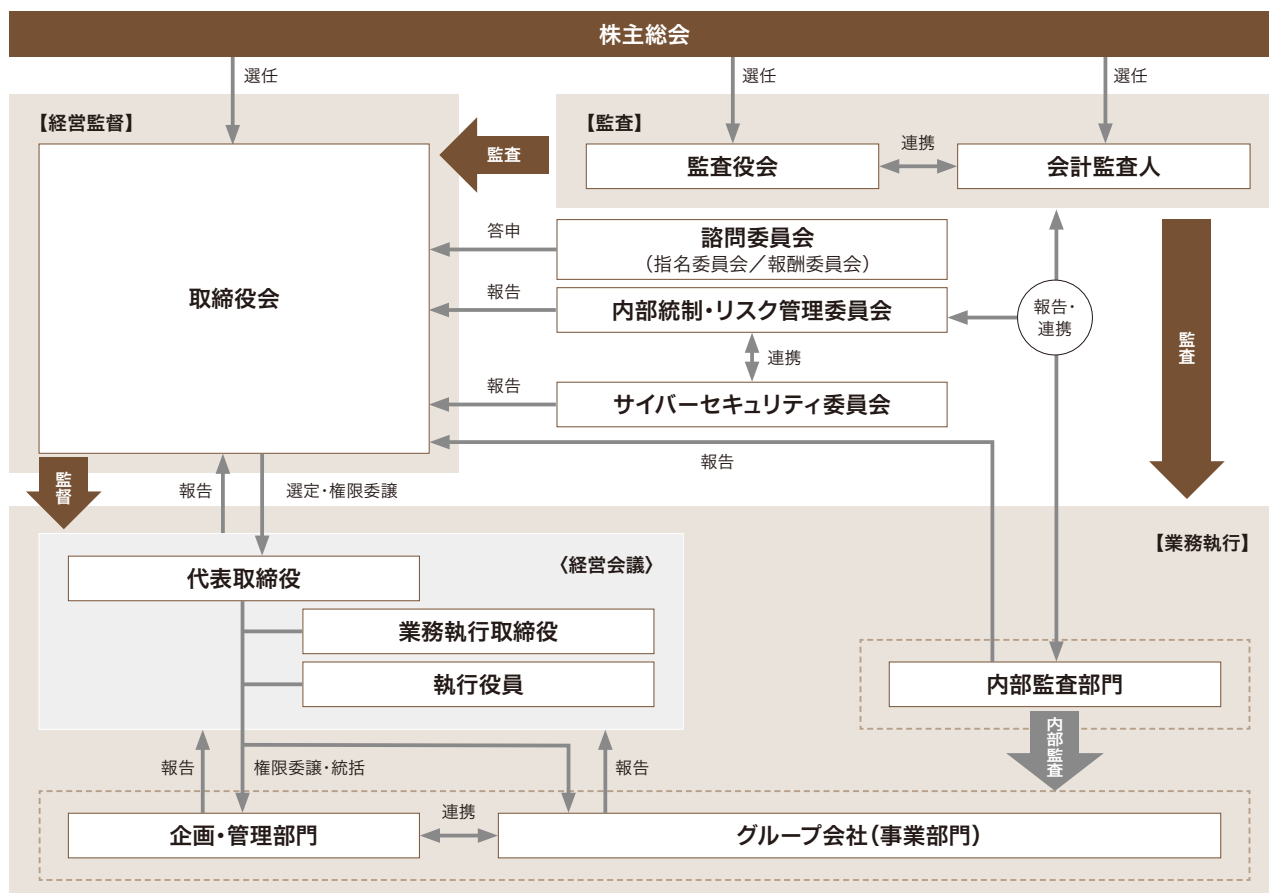
- 1 株主の権利・平等性を確保するよう努めます。
- 2 株主以外のステークホルダーとの適切な協働に努めます。
- 3 適切な情報開示と透明性の確保に努めます。
- 4 株主に対する受託者責任・説明責任を踏まえ、取締役会の役割・責務を適切に果たすよう努めます。
- 5 株主との建設的な対話に努めます。

◆ コーポレート・ガバナンス体制の変遷

当社は、コーポレート・ガバナンスを重要な経営課題の一つと位置づけ、ガバナンス体制を段階的に整備してきました。今後も、最良のコーポレート・ガバナンスの実現を目指し、ガバナンス体制の強化に継続して取り組んでいきます。

事業年度	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024～
社外役員の独立性基準	未制定		制定（2015.12）									
CGガイドライン	未制定			制定（2016.6）								
取締役会実効性評価	未実施				実施（2016年度の評価から）							
指名委員会 報酬委員会	未設置							設置（2020.4）				
スキルマトリックス	未公表								公表（2021.12）			
取締役の総数	7	6	8	7	8					9（2022.6）		
うち独立社外取締役人数	0	1	2	3					4（2022.6）			
社外取締役比率	—	17%	25%	43%	38%					44%		
うち女性取締役人数	0								1（2022.6）			
業績連動型株式報酬	未導入										導入 （2024年度分の報酬から）	
監査役の総数	4											
うち独立社外監査役人数	2											
社外監査役比率	50%											
うち女性監査役人数	0										1（2024.6）	

◆ 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。

役員の選任理由

1. 取締役

磯部 任	磯部任氏は、当社の代表取締役会長として経営全般に関する意思決定および業務執行の監督を適切に行っています。また、同氏は長年にわたり管理部門に携わるなど、企業経営に関する高い知見を有しています。以上の点を踏まえ、当社の持続的な企業価値向上に貢献できる適切な人材と判断し、取締役としました。
山梨 貴昭	山梨貴昭氏は、当社の代表取締役社長として経営全般に関する意思決定および業務執行の監督を適切に行っています。また、同氏は長年にわたりレーザ技術を中心とした板金加工技術の開発と商品開発に携わるほか、海外の技術開発現地法人の責任者を経験するなど、板金加工技術に関する豊富な経験と知見を有しています。以上の点を踏まえ、当社の持続的な企業価値向上に貢献できる適切な人材と判断し、取締役としました。
田所 雅彦	田所雅彦氏は、当社の主力事業である板金事業の営業およびサービスを統括する本部長として職務を適切に行っています。また、同氏はこれまで切削・研削盤事業を展開する子会社の社長として経営全般に関する意思決定および業務遂行の監督を適切に行ってきたほか、海外現地法人の代表を歴任するなど、グローバルな企業経営に関する高い知見を有しています。以上の点を踏まえ、当社の持続的な企業価値向上に貢献できる適切な人材と判断し、取締役としました。
山本 浩司	山本浩司氏は、当社の海外事業を統括する本部長として職務を適切に行っています。また、同氏は長年にわたり当社グループの海外事業の推進に携わり、海外現地法人の代表を歴任するなど、グローバルな企業経営に関する豊富な経験と高い知見を有しています。以上の点を踏まえ、当社の持続的な企業価値向上に貢献できる適切な人材と判断し、取締役としました。
三輪 和彦	三輪和彦氏は、当社の財務部門および法務を統括する部門長として職務を適切に行っています。また、同氏は管理部門の責任者を経験しているほか、前職において国際金融に関する業務に携わるなど、グローバルな企業経営、財務・会計に関する豊富な経験と知見を有しています。以上の点を踏まえ、当社の持続的な企業価値向上に貢献できる適切な人材と判断し、取締役としました。
笹 宏行	笹宏行氏は、オリンパス株式会社において代表取締役社長を務められた経験から、グローバル企業の経営者としての見識と、製造業における技術・開発に関する豊富な知見を有しています。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及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。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。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。

2. 監査役

柴田 耕太郎	柴田耕太郎氏は、長年にわたり営業部門を統率してきたことに加え、中国やASEANなどの海外事業の展開を担当した経験を持つなど、グローバル経営に関する豊富な知識と経験を有しています。以上の点を踏まえ、客観的かつ適正な監査を行うことができる人材と判断し、監査役としました。
藤本 隆	藤本隆氏は、微細溶接事業を展開する子会社において管理部門の責任者を歴任してきたほか、前職において、国際金融に関する業務に携わるなど、財務・会計に関する豊富な経験と知見を有しています。以上の点を踏まえ、客観的かつ適正な監査を行うことができる人材と判断し、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、同氏は直接会社の経営に関与したことはありませんが、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。
望月 晶子	望月晶子氏は、弁護士として豊富な経験と専門知識を有するほか、公益活動に注力するなど、人権保護の観点でも高い見識を有しています。以上の点を踏まえ、同氏は直接会社の経営に関与したことはありませんが、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。

取締役およ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	男性	○	○	○	○		
	山梨 貴昭	男性	○			○		○
	田所 雅彦	男性	○			○	○	
	山本 浩司	男性	○			○	○	
	三輪 和彦	男性	○	○	○			
	笹 宏行	社外 独立 男性	○		○	○	○	○
	千野 俊猛	社外 独立 男性	○		○			
	三好 秀和	社外 独立 男性	○		○			○
	小部 春美	社外 独立 女性			○	○		
監査役	柴田 耕太郎	男性	○			○	○	
	藤本 隆	男性		○		○		
	西浦 清二	社外 独立 男性		○				
	望月 晶子	社外 独立 女性			○			

取締役会および諮問委員会の出席状況

氏名	役職	属性	2023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	代表取締役会長	取締役会議長・指名委員会委員・報酬委員会委員	9/10回	—	4/4回	3/4回
山梨 貴昭	代表取締役社長執行役員		10/10回	—	—	—
田所 雅彦	取締役専務執行役員		10/10回	—	—	—
山本 浩司	取締役専務執行役員		10/10回	—	—	—
三輪 和彦	取締役常務執行役員		10/10回	—	—	—
笹 宏行	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	3/3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	10/10回	—	4/4回	4/4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	10/10回	—	4/4回	4/4回
小部 春美	社外取締役	独立社外取締役	10/10回	—	—	—
柴田 耕太郎	常勤監査役		10/10回	11/11回	—	—
藤本 隆	常勤監査役		8/8回	8/8回	—	—
西浦 清二	社外監査役	独立社外監査役	10/10回	11/11回	—	—
望月 晶子	社外監査役	独立社外監査役	—	—	—	—

※笹宏行、藤本隆の両氏の出席状況は、2023年6月28日開催の第85期定時株主総会で選任され就任していますので、就任後の出席状況を記載しています。

役員報酬制度

1. 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	非金銭報酬等	
取締役(うち社外)	439(37)	219(37)	220(—)	—	10(5)
監査役(うち社外)	41(13)	41(13)	—	—	4(2)
合計	480	260	220	—	14(7)

※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。
※改定前の取締役の個人別の報酬等の内容に係る決定方針に基づいて算定しています。

2. 役員の報酬等の決定方針

役員の報酬等の額またはその算定方法の決定に関する方針
に係る事項

当社は、2024年5月14日開催の取締役会において、取締役の個人別の報酬等の内容に係る決定方針の改定を決議しており、2024年6月27日開催の第86期定時株主総会において決議された業績連動型株式報酬制度の導入に伴い、同日付で次の通り改定しています。なお、当社は、取締役会の諮問機関として、独立社外取締役を委員長とする任意の報酬委員会を設置しており、当該決定方針の改定に際しては、人事部門が作成した決定方針の原案について報酬委員会に諮問し、その答申内容を尊重して取締役会において決議しています。

基本方針

当社の取締役の報酬は、①長期ビジョンの実現に向けて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ものであること、②株主をはじめとするステークホルダーに対し説明責任を果たせるよう、透明性・公正性を備えた報酬体系、決定プロセスとすることを基本方針とします。

報酬水準

取締役の報酬水準については、職位・職責を踏まえた適正な水準とすることとし、経営環境の変化や外部調査データ等を踏まえて、適宜・適切に見直すものとします。

報酬構成

取締役の報酬構成については、長期ビジョンや中期経営計画の実現に向けて企業価値の持続的な向上を図るためのインセンティブとして十分に機能する構成とします。具体的には、取締役(社外取締役を除く。)の報酬は、①固定報酬としての

基本報酬、②業績連動報酬としての賞与、および③業績連動報酬としての株式報酬により構成します。なお、業績連動報酬(賞与)については、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報酬(賞与)の割合が高くなる設計としています。業績連動報酬(株式報酬)については、役位に応じて取締役の総報酬に占める株式報酬の割合が高くなるよう設計しています。

また、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、基本報酬のみにより構成します。

i) 基本報酬

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基に個人別の支給額を決定するものとします。

ii) 業績連動報酬(賞与)

短期インセンティブとして位置づける業績連動型賞与は、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します。業績指標は、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。)を指標とします。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します。

iii) 業績連動報酬 (株式報酬)

中長期インセンティブとして位置づける業績連動型株式報酬 (役員報酬BIP信託制度※) は、当社の中長期的な企業価値の向上に対する取締役の貢献意欲を高めるとともに、自社株式の保有を促進することで株主との利害共有意識を一層高めることを目的としています。当社の中期経営計画の対象となる事業年度を対象 (以下、対象期間という。) に、当該対象期間中の各事業年度における業績指標の目標達成度等により評価したうえで、対象期間終了後に取締役に株式の交付を行う制度です。

具体的には、取締役 (社外取締役を除く。) に対して、毎事業年度、株式交付を受ける権利として役位に応じたポイントが付与され、業績指標の目標達成状況に応じて0~200%の範囲でそのポイント数を変動させたうえで、1ポイントにつき当社株式1株として取締役に株式が交付されます。なお、業績指標は当社の中期経営計画に掲げる経営指標等に基づき設定するものとし、当初の対象期間においては、重要経営指標である①売上収益、②営業利益、③ROEを用いるものとします。

また、取締役による重大な不正・非違行為等が判明した場合には、当該取締役に對して、付与済みのポイントの没収 (マールス)、あるいは、当該取締役に對して交付した当社株式等相当額の金銭の返還請求 (クローバック) ができるものとします。

※ BIP (Board Incentive Plan) 信託とは、米国の業績連動型株式報酬 (Performance Share) 制度および譲渡制限付株式報酬 (Restricted Stock) 制度を参考にした役員に対するインセンティブプランです。

報酬決定プロセス

当社の取締役の個人別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、社外取締役を委員長とする任意の報酬委員会に諮問し、その答申内容を尊重したうえで、株主総会で決議された報酬総額の範囲内で決定することとします。

なお、当社取締役の金銭報酬の額は、2019年6月26日開催の第81期定時株主総会において年額468百万円以内 (うち社外取締役は年額50百万円以内) と決議 (当該定時株主総会終結時点の取締役の員数は8名 (うち、社外取締役は3名)) しています。また、当社取締役の株式報酬の額は、2024年6月27日開催の第86期定時株主総会において、①1事業年度当たり150百万円に対象期間の年数を乗じた金額 (当社が抛出する金銭の上限額)、②1事業年度当たり20万ポイント (当社が1事業年度に付与するポイント数 (当社株式数) の上限数) としています。

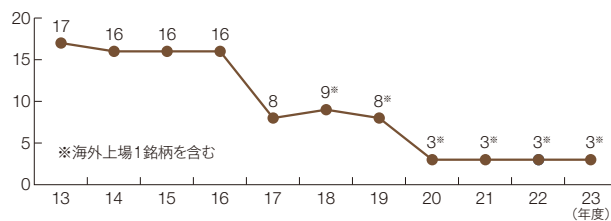
政策保有株式

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。

保有銘柄数の推移 (上場株式)

(単位: 銘柄)



	2022年度 (2023年3月末)	2023年度 (2024年3月末)
保有銘柄数	7銘柄 (上場3 / 非上場4)	8銘柄 (上場3 / 非上場5)
貸借対照表計上額	10,812百万円	10,835百万円
総資産に占める比率	1.67%	1.59%

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、2023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

社外を含む現任の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、2024年8月8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。

質問票の主な質問項目

- (1) 取締役会の構成
- (2) 取締役会の役割・責務
- (3) 取締役会の運営
- (4) 取締役会の実効性

株主・投資家との対話

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ています。

1. 主な対応者

会長、社長、財務担当取締役、財務担当部長、IR担当課長および課員、社外取締役等が対応しています。

2. 対話を行った株主・投資家の概要

2023年度は、国内外機関投資家・アナリスト等と決算説明会や個別面談等のIRミーティングを延べ373社と実施し、ESG全般にわたる意見交換を延べ10社と行いました。また、個人投資家向けの会社説明会を実施しました。

3. 対話の主なテーマ

中期経営計画の進捗状況として、商品戦略および地域戦略、収益性向上、戦略投資、バランスシート効率化、株主還元、ESGをはじめとするサステナビリティ活動 等

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および多様性の確保を意識して構成されており、経営上重要な意思決定および業務執行の監督を行いうる体制が整備されている。
- (2) 取締役会においては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助言が得られている。
- (3) 前年度の実効性評価では、非財務情報を含む中期経営計画の継続的な達成状況のモニタリングが課題として共有され、情報提供や議論の機会を設けるなど、一定の進展がみられた。

また、取締役会機能を有効に発揮していくため、取締役会に対する情報提供の充実と適切なフォローアップが課題として挙げられました。

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、取締役会の有効な機能発揮のため、情報提供の充実を図り、議論された事項に関連した適切なフォローアップ報告を確実に行うなど、さらなる改善を図っていきます。

4. 対話で得られた情報の経営陣や取締役会へのフィードバック状況

決算説明会や個別面談等での対話の都度、対話の内容および株主・投資家等の意見をまとめたレポートを作成し、役員等に共有しています。また、年次でIR活動を総括して取締役会に報告しています。

5. 対話やその後のフィードバックを踏まえて取り入れた事項等

中期経営計画の進捗状況等の情報開示に際し、国内外の機関投資家やアナリスト等の意見を取り入れています。また、施設見学等の要望に対し、基幹工場の見学会を開催するなど、当社の取り組みへの理解を深めていただける施策を実施しました。

2023年度の 主な活動	● 定時株主総会 1回	● 環境レポート発行 1回
	● 決算説明会 4回	● ESGデータ集更新 1回
	● 「株主・投資家の皆さまへ」発行 2回	● IRサイト更新 随時
	● 統合報告書発行 1回	● 個人投資家からの問い合わせ対応 随時
	● 機関投資家向け施設見学会 1回	● 個人投資家向け会社説明会 1回

株主還元

株主還元方針

- ① 連結配当性向50%を目安に、株主資本配当率（DOE）3～4%程度の範囲内で年間の配当額を決定
- ② 自己株式取得枠として3年間で400～600億円を想定するとともに、キャッシュ・フローの状況などを考慮したうえで、継続的かつ段階的に自己株式の取得を実施

2023年度実績

年間60円の配当を実施（上期25円、下期35円） ※前年度比12円増配

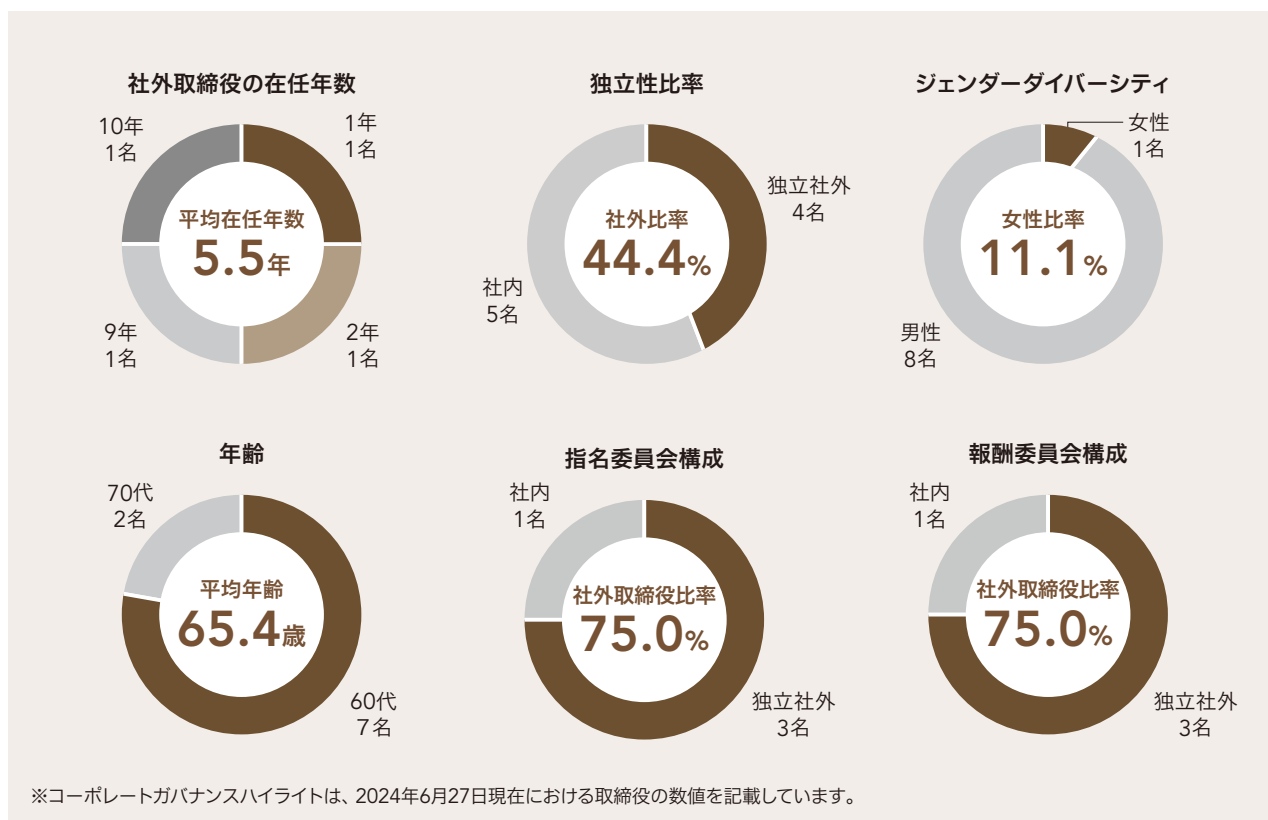
2024年度予想

年間**62円**の配当および**200億円**の自己株式の取得実施を予定 ※前年度比2円増配

	2022年度 実績	2023年度 実績	2024年度 予定
年間配当金 (配当性向)	48円 (48.9%)	60円 (50.4%)	62円 (50.6%)
株主資本配当率	3.3%	3.8%	3.9%
自己株式取得	—	200億円	200億円
総還元性向	48.9%	99.7%	99.3%

※2024年度の予定は、2024年5月14日に公表したものです。

(参考) コーポレート・ガバナンスハイライト



内部統制システム

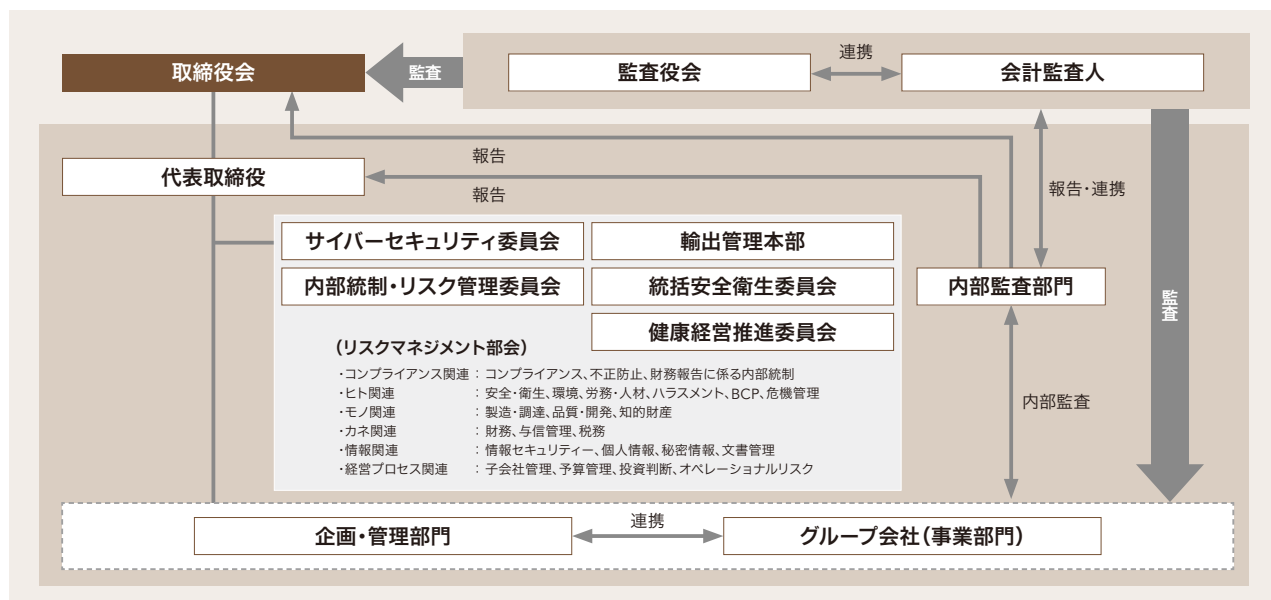
基本的な考え方

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. お客様の信頼の獲得
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

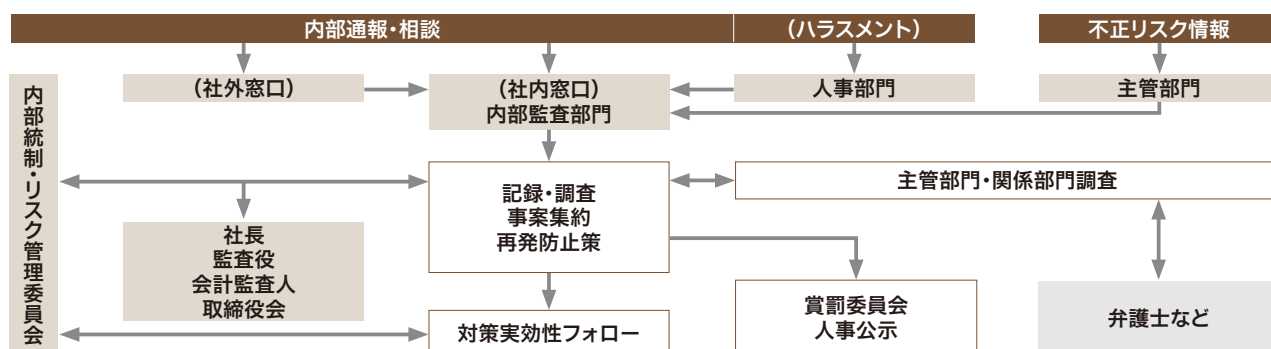


コンプライアンス

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会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。なお改正公益通報者保護法への対応のため「内部通報処理規程」を改訂し、内部通報者および調査協力者に関する守

「不正行為およびリスク情報」に関する調査・説明・伝達ルート

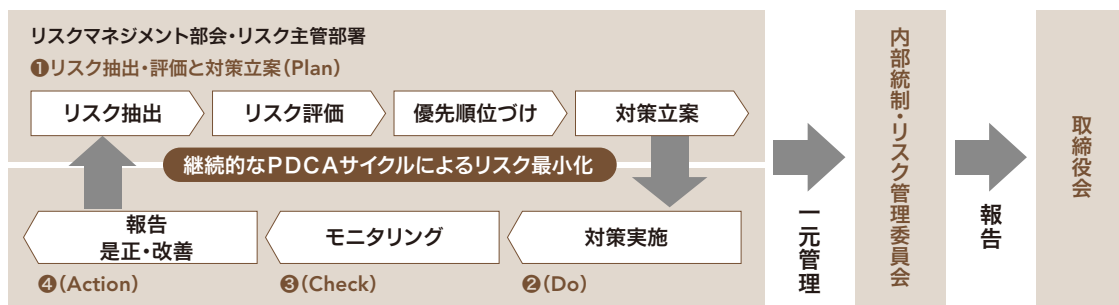


秘義務を徹底するとともに不利な取り扱いを受けない旨を定めています。コンプライアンス教育および啓発活動の推進については、集合教育および随時受講可能なオンライン教育を継続的に実施しています。

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的推進を図り、個々のリスク管理は内部統制・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管理シートに基づいたリスク対策の進捗状況を承認しています。これに加え、「サイバーセキュリティ委員会」「輸出管理本部」「統括安全衛生委員会」「健康経営推進委員会」などの各専門委員会においてリスク管理を図っています。

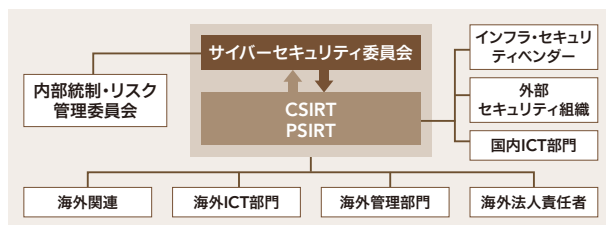
リスク管理活動の概要図



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、事業活動に必要な機密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ィルスにより、不正アクセスが発生した場合は、当社グループの業務システムの停止や機密情報・個人情報の外部流出、信頼性の低下により、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「サイバーセキュリティ委員会」を設立し、セキュリティリスクに備えるため、リスクアセスメント・対策計画作成・実行・



内部通報・相談実績（連結ベース件数）

2024年3月期	37
2023年3月期	26
2022年3月期	27
2021年3月期	26

また、緊急事態の発生時においては緊急対策本部など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、每期リスクの見直しを行い、「損失規模」と「発生頻度」の観点から重要度を再評価し、主要リスクのリスクマップを作成しています。主要リスクの対応範囲や目標、期限等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。

報告を循環プロセスとして継続的に行い、グループ・グローバルのITガバナンスの強化をするとともに従業員のセキュリティレベルに合わせた教育や訓練を行い、セキュリティリテラシーの向上を行っています。併せて、セキュリティインシデント発生時も含めた対応組織として当社のネットワーク商品に関する対策を講じるPSIRT、社内システムの対策を講じるCSIRTを立ち上げ、平時から備えています。

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、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

価値創造の基盤 ガバナンス

役員一覧 (2024年6月27日現在)

取締役



代表取締役会長
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ロックス
(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
2023年 4月 当社代表取締役会長 (現任)



代表取締役社長執行役員
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
プランニング第二開発部長
2016年 1月 アマダ・アドバンスト・テクノロジー社 (ドイツ) 社長
2018年 4月 当社上席執行役員プランク開発本部長
2020年 4月 当社常務執行役員プランク開発部門長
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 生産本部長
2022年 4月 当社取締役専務執行役員板金開発・生産本部長
2023年 4月 当社代表取締役社長執行役員 (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ロックス
(合併により現当社) 入社
2003年 4月 アマダカuttingテクノロジーズ
(現 アマダ・マシナリー・アメリカ) 社長
2006年 6月 株式会社アマダカutting
(現 株式会社アマダマシナリー) 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ナール
(現 株式会社アマダマシナリー) 執行役員 兼
アマダ・マシナール・ヨーロッパ
(現 アマダ・マシナリー・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ナリー代表取締役社長
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
兼 株式会社アマダマシナリー取締役
2023年 4月 当社取締役専務執行役員エンジニアリング営業
サービス統括本部長 (現任)



取締役専務執行役員
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ナール (現 株式会社アマダ
マシナリー) 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 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
2023年 4月 当社取締役専務執行役員
経営財務管理本部長
2024年 4月 当社取締役専務執行役員グローバル戦略推進
本部長 (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、法務担当
(現任)

社外取締役



社外取締役
笹 宏行
1955年9月14日生

略歴
1982年 4月 オリンパス光学工業株式会社
(現 オリンパス株式会社) 入社
2001年 4月 同社内視鏡事業企画部長
2005年 4月 オリンパスメディカルシステムズ株式会社
第1開発本部長
2007年 4月 同社マーケティング本部長
2007年 6月 オリンパス株式会社執行役員
2007年 6月 オリンパスメディカルシステムズ株式会社取締役
2012年 4月 オリンパス株式会社代表取締役社長執行役員
2019年 4月 同社取締役
2020年 6月 株式会社京三製作所社外取締役 (現任)
2020年 7月 オリンパス株式会社取締役退任
2022年 6月 兼松株式会社社外取締役 (現任)
2023年 6月 当社社外取締役 (現任)



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
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)
2023年 4月 国立大学法人電気通信大学客員教授 (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 5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 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）
2023年 6月 株式会社レーサム社外取締役（監査等委員）（現任）

監査役

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 当社バンテング事業部長
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
2015年 4月 株式会社アマダ（合併により現当社）
取締役副本部長
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・總經理
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）



常勤監査役
藤本 隆
1956年12月2日生

略歴

1980年 4月 株式会社東京銀行
（現 株式会社三菱UFJ銀行）入行
2001年10月 同行新橋支社法人第二部長
2004年 7月 同行尼崎支社長
2007年12月 同行イスタンブール駐在員事務所所長
2010年 3月 ミヤテクス株式会社
（現 株式会社アマダワールドテック）入社
2010年 7月 同社経営企画本部海外統括室長
2011年 7月 同社経営企画管理本部経営企画部長
2012年 7月 同社執行役員経営企画管理本部部長
2014年 4月 同社取締役執行役員経営企画管理本部部長
2019年 5月 当社取締役執行役員
兼 アマダワールドテック韓国代表理事
2023年 6月 当社常勤監査役（現任）

社外監査役

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）



社外監査役
望月 晶子
1966年11月3日生

略歴

1990年 4月 三菱商事株式会社入社
2000年 4月 弁護士登録（現在に至る）
宮川法律事務所入所
2011年12月 望月法律事務所設立
2012年 4月 東京家庭裁判所調停委員（現任）
2022年 3月 アテナ法律事務所所弁弁護士（現任）
2023年 6月 株式会社イーグランド社外取締役（監査等委員）
（現任）
2024年 6月 当社社外監査役（現任）

価値創造の基盤

財務レビュー

経営成績

当連結会計年度における当社グループを取り巻く環境は、世界的なインフレ進行と欧米での急速な利上げ、ロシアによるウクライナへの軍事侵攻の長期化や中東情勢の緊迫といった地政学リスクと相まって、先行き不透明な状況にありました。一方、地政学・地経学リスク等を起点とするサプライチェーンの再構築により設備投資需要が喚起され、人手不足やエネルギー価格の高騰、環境配慮への対応措置として当社グループの省電力化・自動化・高生産性商品への設備投資需要が底堅く推移しました。さらに、資材調達の正常化に伴う受注残の着実な消化や、商品販売価格の改善などを行った結果、為替の影響も加わり、売上収益・営業利益・親会社の所有者に帰属す

る当期利益は、いずれも2期連続で過去最高を更新しました。

当連結会計年度の売上収益は403,500百万円（前年度比10.3%増）となりました。売上収益の内訳は、国内149,024百万円（前年度比5.1%増）、海外254,476百万円（前年度比13.6%増）となりました。

営業利益は、資材費の継続的な上昇と賃上げによる人件費増加の影響を受けましたが、製造原価の低減や販売価格の改善に加え、為替が円安に推移したこともあり、56,507百万円（前年度比13.3%増）となり、親会社の所有者に帰属する当期利益については、40,638百万円（前年度比19.0%増）となりました。

財政状態

当連結会計年度末の総資産は、為替変動の影響を受け、前連結会計年度末と比べ33,490百万円増加し、681,053百万円となりました。流動資産は、主に部材調達の正常化に伴い、期央から生産調整を進めたものの、棚卸資産が増加したことや、第4四半期として過去最高の売上収益を得たことから期末営業債権が増加し、30,593百万円増加の429,309百万円となり、非流動資産は主に設備投資による有形固定資産の増加等により2,897百万円増加の251,743百万円となりました。

負債も為替変動の影響を受けました。主に借入金の増加により、前連結会計年度末と比べ7,615百万円増加の146,656百万円となりました。また資本については、利益剰余金の増加や円安による在外営業活動体の換算差額の増加により25,875百万円増加の534,396百万円となり、これらの結果、親会社所有者帰属持分比率は前連結会計年度末と同じ77.8%にとどまりました。

キャッシュ・フローの状況

当連結会計年度の現金及び現金同等物の当連結会計年度末残高は、前連結会計年度末に比べ5,135百万円減の93,420百万円となりました。

（営業活動によるキャッシュ・フロー）

当連結会計年度における営業活動によるキャッシュ・フローの主な増加要因は、税引前利益58,066百万円、減価償却費及び償却費18,450百万円、主な減少要因は営業債権及びその他の債権の増加4,063百万円、営業債務及びその他の債務の減少2,961百万円、法人所得税の支払額21,845百万円でした。その結果、47,595百万円の収入（前連結会計年度比22,645百万円の収入増）となりました。

（投資活動によるキャッシュ・フロー）

当連結会計年度における投資活動によるキャッシュ・フローの主な減少要因は、有形固定資産・無形資産の取得による支出16,046百万円でした。その結果、15,188百万円の支出（前連結会計年度比1,865百万円の支出増）となりました。

（財務活動によるキャッシュ・フロー）

当連結会計年度における財務活動によるキャッシュ・フローの主な減少要因は、配当金の支払額17,570百万円、自己株式の取得による支出20,004百万円でした。その結果、38,145百万円の支出（前連結会計年度比17,753百万円の支出増）となりました。

会社情報 (2024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/	連結従業員数	9,005名
創業	1946年9月10日		

株主・株式情報

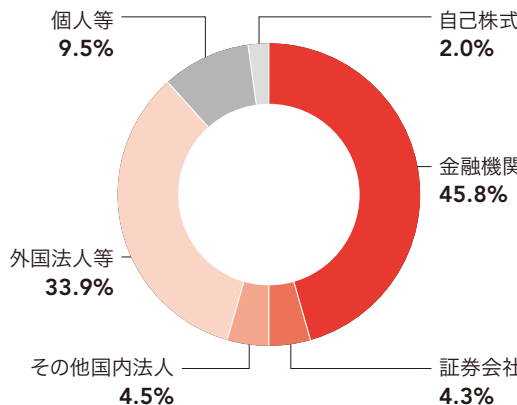
証券コード	6113	基準日	中間配当：9月30日 期末配当：3月31日
決算日	3月31日		
定時株主総会	毎年6月	発行可能株式総数	550,000,000株
上場市場	東京証券取引所 プライム市場	発行済株式の総数	341,115,217株 (自己株式6,754,816株を含む)
会計監査人	有限責任監査法人トーマツ	株主数	48,568名
株主名簿管理人	みずほ信託銀行株式会社 〒100-8241 東京都千代田区丸の内1-3-3		

大株主

株主名	持株数 (千株)	持株比率* (%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	69,289	20.72
株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	47,471	14.20
MSIP CLIENT SECURITIES	11,571	3.46
公益財団法人天田財団	9,936	2.97
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	6,138	1.84
株式会社かんぽ生命保険	6,077	1.82
日本生命保険相互会社	5,894	1.76
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001	5,787	1.73
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140044	5,208	1.56
JP MORGAN CHASE BANK 385781	4,604	1.38

*持株比率は、自己株式数(6,754,816株)を控除して計算しています。

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



PRINTED IN JAPAN

241108