

二〇一三年度年次報告書

# アミタの 価値の つくりかた



# 目次

- 01 本書のコンセプト
- 02 トップメッセージ
- 04 アミタグループのミッション
- 05 未来デザインビジョン
- 06 経営方針・理念
- 08 価値を創出するための組織体制
- 10 価値を創出するための人財育成方針
- 12 3つの事業領域
  - 14 地上資源事業
  - 28 情報資源事業
  - 42 地域資源事業
- 50 財務報告
- 52 ステークホルダーへのアンケート結果
- 54 Fact Data
- 57 関連書籍のご案内(定期情報発信)



これは、社会のニーズをカタチにするアマタグループが  
ミッションや目標に対しての成果を振り返る、

## 事業報告書 & 未来設計書。

この年次報告書「アマタの価値のつくりかた」は、  
「持続可能社会の実現」をミッションに  
掲げた日本の公開企業であるアマタグループが、

- ・どのような価値を求めて
- ・どのような想いを胸に
- ・中長期的なビジョン目標を掲げ、
- ・それに対し当該年度どこまで実践できたのか？
- ・その成果は、社会的にどのような影響を与え、
- ・自然資本と人間関係資本をどれだけ増加できたのか？
- ・財務面からみた成果は、どうか？

などを、できる限り客観的にお伝えしようとするものです。  
成果の表現に使用する指標は、  
一般的なものだけでなく、私たち独自のものもあります。  
「価値とは何か？」を自らに、  
そして社会に問い続ける社会課題解決企業として、  
毎年改善を重ねてまいりたいと思います。

この報告書を手にとってくださった皆様の、  
率直なご意見、ご感想をお待ちしております。

アマタグループ 一同



アマタホールディングス株式会社  
代表取締役会長兼社長

熊野 英介

## 会社を「共感資本」という原資で運用し、

私たちアマタグループは創業以来、社会的課題を解決する事業に取り組んでいます。「この世に無駄なものなどない」をモットーに、価値がないとされている未利用資源に価値を与えて利活用する『循環システム』を構築し、持続可能社会の実現を目指しています。

私が社会事業に取り組む原点となった、1枚の写真があります。ユージン・スミス(1918年～1978年)が撮影した、水俣病の娘を抱く母の姿。当時私は15歳でしたが、本屋の棚の前で、一歩も動けなくなってしまった。日々、他人と自分を比較しながら被害者意識を抱え、無為に過ごしているだけの己に対し、写真に写る彼女たちは懸命に命とつながっていた。暗いモノトーンの写真から、そのほとぼしりが見えたとき、自分が命に対する当事者意識を失った傍観者になっていたことを知りました。そして、それまで公害や戦争は、経済や政治の問題だと思っていたのが、実は人間問題なのだと気が付きました。真の加害者は、企業か、国か、社会か、個人か?私は、自分と同じ年の病の少女を見つめながら、自分自身を含めたすべての人間の行動動機に、社会課題の本質があると確信したのです。時代とは、人間の行動動機が作り出す社会現象であり、行動動機が変われば時代が変わるのだと実感しました。それ以来、どうすれば人間の行動動機を変えること

ができるのかを考え続け、行動し続け、気が付けば40年以上が経ちました。

現在日本は景気回復の兆しに沸いていますが、この国が量的拡大を前提とする経済モデルを続ける限り、今後10～20年の間に、国内では消費者の消費意欲の減退と人口減少によって市場が収縮し、企業や政治の関心は、急速な市場拡大が進む海外、特に新興国市場に向かうでしょう。TPPをはじめとする国際交渉が活発化する一方で、取り残された地域は税金にすぎるしかない、内憂外患のきわめて不安定な状態になるのではないかと危惧しています。

また新興国においては、急激な経済発展により、大気や水質、土壌汚染といった公害問題、住民の健康被害対策から法体系の整備、国際的な環境指針の対応まで、環境課題がいきなり噴出しています。これらの課題をどう解決するかによって、世界全体の経済と環境は重大な影響を受けることになります。

当たり前のことですが、空も海も人の心も、国境を越えて繋がっています。私たちは急がなければなりません。今こそ、物質的な裕福さに代わる価値観を持ち、自然と人間の関係性が織り成す豊かなコミュニティの総和が、裕福な国家を超える



# 社会課題を解決する企業を目指す

ことを証明しなければ、私たちは子供たちに残すべき大切なものを永遠に失ってしまうでしょう。

私は、企業の存在意義は、社会に新たな価値を提供することだと考えています。事業家として時代を変え、未来の子供たちの尊厳を守ることができるような価値を創造し続けられるか？これは、私の人生を懸けた挑戦です。幸いなことに、わずか10坪の事務所で3人の社員から始まったこの途方もない挑戦を、37年もの間、多くの顧客の方々と仲間が支え、道を共にしてくれました。その行動動機は、ただ、少しでも社会をよくしたいという社会的動機、すなわち利他の想いだったと思います。創業から30年存続する会社が5千社に1社と言われる中で、私たちが今ここにある。それ自体が、人々の行動動機が状況を作り、歴史を作るのだという仮説の証明と、私は考えます。

アマタホールディングスは、2006年に株式市場に上場しました（現ジャスダック市場）。それは、投資行動によって社会的事業が拡大し、その結果、投資者が暮らす社会が豊かになる、という、経済的報酬と社会的報酬のサイクルを示したかったからです。私は1985年の円高ショック以降、企業の社会離れが変わらず進み続けていると感じています。企業が、社会的課題を解決する社会的ニーズではなく、量的拡大を是とする市場ニーズを満たすことだけを追求した結果、社会課題の

解決は国や非営利団体が担うもので、企業は本業とは別に余力があれば社会貢献する、という風潮が生まれました。企業が短期的収益を追求し、人が将来の安心を金銭にゆだねるこの社会構造では、経済的リターン以外の要素は投資条件になりにくいでしょう。

私は、金銭的配当だけでなく、夢や希望、困難を乗り越える達成感、仲間を得る喜びといった、事業を通じて得られる社会的報酬も、株主の方や従業員と共有したいと願っています。顧客やパートナー企業各社の方々と同様です。共感こそが、最大の資本です。会社を共感資本という原資で運用し、社会課題を解決していくことが、私の目指す企業のあり方です。

アマタグループが対象とする「未利用資源」とは、廃棄物であり、荒れた森林であり、放置された土地であり、時には文化、伝統、風景、さらにはシニア世代や障害のある方といった、社会的に活かされていない人的資源も含まれます。本報告書を手に取り、私たちのエキサイティングな事業を、面白いと感じていただける方がいらっしゃれば、ぜひ、ご連絡をいただきたいと思っています。共に価値を生み出す仲間（カンパニー）が増えていくこと。事業家として、これほど嬉しいことはありません。

2014年3月



東日本大震災の被災現場にて  
災害廃棄物の再資源化を検討

環境専門のコンタクトセンターによる  
顧客の課題ヒアリング

地域におけるエネルギーの  
自給自足を目指し、  
林地残材の活用を図る

# アマタグループのミッション

AMITA's Mission

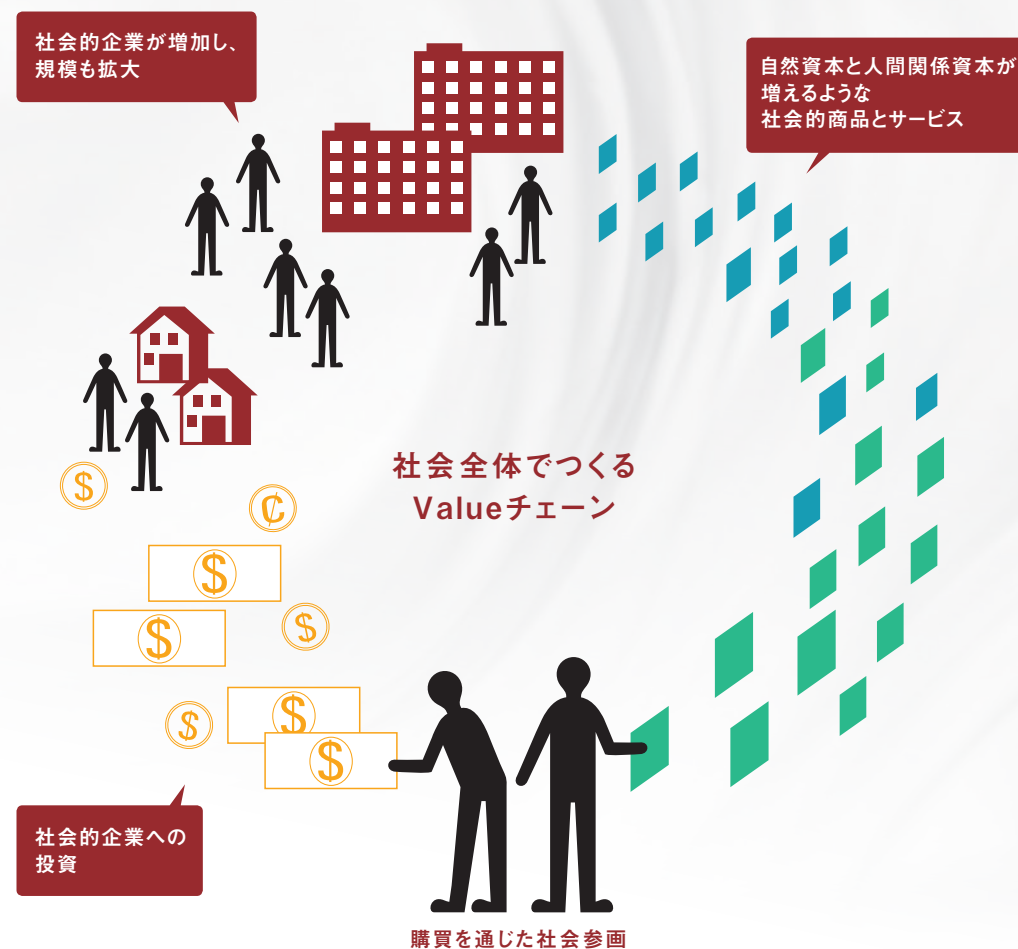
発展すればするほど、自然資本と人間関係資本が増加する。  
そんな持続可能な社会づくりに、本気で挑む。

アマタグループは、持続可能社会の実現をミッションに、社会的課題を「解決し続ける」ことを事業にしています。そのために、「社会ニーズ」（環境保全、健康、人との繋がり、他者への貢献など）と「市場ニーズ」（安価、高効率、高品質など）を同時に満たす商品やサービスを開発、提供しています。どちらか一方だけを追求する事業は、一時的には良くとも、決して持続しないからです。

私たちのサービスが人々に必要とされ、事業が拡大すればするほど、自然が豊かになり、地域が元気になり、人と人とのつながりが生まれていく。

そして、社会的事業を行う企業のパイオニアとして、私たちがサービス提供する企業や自治体にもその仕組みとノウハウを共有し、いつの日か、日本中の産業と地域を持続可能なものにする…。

アマタグループは、そんな「未来デザイン企業」を目指しています。





# 未来デザインビジョン

Designing The Future

企業・自治体・地域における  
「人と自然が豊かになる価値創出の仕組みづくり」を  
アマタグループは支援します。



未利用資源の  
利活用

手法

未来  
デザイン

技術

不確実を統合し、  
確実を創り出す

私たちは、企業や自治体に対し、環境コスト・環境リスク・環境負荷を同時に低減する「守り」の対策と、商品やサービスに環境付加価値を与える「攻め」の提案を行っています。これにより、産業発展に伴い社会的価値も増大する「価値創出の仕組み」の構築を目指します。

現在は、主に廃棄物の再資源化・環境業務のコンプライアンス・業務効率化・マーケティング支援等のサービスを提供しています。また、国際認証制度の審査事業や、生物多様性保全といった攻めの環境・CSR活動支援等も展開しています。今後は、さらに幅広い業務分野で環境価値を増大させるサービスを開発し、企業と産業の社会化・環境化を推進していきます。

自  
営  
力  
の  
あ  
る  
地  
域  
づ  
く  
り  
経  
済  
活  
動  
の  
社  
会  
化  
・  
環  
境  
化

アマタグループは、地域内の未利用資源を活用した、自営力のある地域づくりを目指しています。地域によって、地形、気候、文化、生態系等の条件は異なります。私たちは、対象地域の未利用資源を洗い出して最大限に活用・循環させる仕組みをつくることで、資源や経済、人口流出の課題を解決しようとしています。

地域の人々自身が自然と人の良関係を生む商品やサービスを開発・提供・利用することで、地産地消型の経済循環を生み出すのです。例えば、自立型のインフラ整備。間伐材を燃料利用したり、食品系廃棄物を原料としたバイオマス発電など、地域で運営できる生活インフラの構築事業等を展開していきます。

# 経営方針・理念

Management Policy

経営判断のよりどころは、「事業と社会の持続的成長」。

会社には、顧客・従業員・株主など、多くのステークホルダー（利害関係者）が存在します。私たちは、様々なステークホルダーが共通して求める価値を経営判断のよりどころにすべきと考えています。

ステークホルダーに共通する価値は、一般的に「利益」と思われがちです。しかし、利益を最大目的に掲げて事業を行えば、たとえそれを達成しても、顧客は価格の割引を、従業員は給料増加を、株主は高配当を求め、利益分配を廻る対立構造が生じ、価値は劣化してしまいます。利益はもちろん必要ですが、ステークホルダーに共通する最も重要な価値は、「事業の持続的成長」であるはずで、事業が持続し、成長を続けなければ、誰の利益も確保されないからです。これは当たり前のことのように、経済状況の悪化等により、長期的な持続性や成長性よりも、短期的な収益確保に重心を置く企業が存在することも事実です。

この共通の価値である「持続的成長性」に重きを置けば、企業は限りある資源を大切に使い、人を大事にし、株主の声を取り入れ、顧客目線のサービス開発を行うことになるでしょう。例えば、私たちは、再資源化事業を行うにあたり、100%完全再資源化を大原則としています。使えるものだけ抽出して、残りを廃棄するのは持続的ではないと考えるからです。また、私たちは、従業員に対し、時間あたりの効率性よりも、価値創出に対する姿勢や取り組みを重視した評価を行っています。このような人材を評価することが、長期的な企業の成長につながると考えるからです。



ステークホルダーが共通で求めるのは  
「事業と社会の持続的成長」





## 経営は意志。意志に基づいた「収益拡大」と「未来投資」のベストバランスを。

アマタグループは、「無駄を無駄のままにしない」という強い意志のもと、経営されています。この経営の意志は、すべての社員の行動・判断の原点として共有されています。

経営の基盤は、産業の無駄、すなわち産業廃棄物を再資源化して価値に変える地上資源事業にあります。地上資源事業では、再資源化サービスや環境リスクコンサルティングを中心に、アマタグループ収益の約9割を占めています。さらに、私たちは、自然の未利用資源である、荒れた森林や耕作放棄地の利活用や、社会の未利用資源である高齢者や障がい者の雇用などにも取り組みを進めています。そして、これらの事業に必要な情報の収集・蓄積・分析・活用を行う情報資源事業も計画的に実施しています。私たちは、廃棄物の再資源化ビジネスで収益を上げながら、それを原資に、次なる大きな市場、すなわち森・里・海・街の未利用資源をトータルで利活用する、新たな循環の仕組みを構築し、事業化することが自社の使命と考えています。

企業にとって、短期の収益拡大と、将来を担う新規事業開発に向けた投資のバランスは、最も大切な経営判断の一つです。私たちは、社会動向、社会ニーズ、自社リソース、外部との協働など、様々な条件を総合的に判断し、人・もの・資金・ネットワークといった経営資源投下の優先順位とタイミングを決定しています。

アマタグループは、基幹事業による確実な収益確保とともに、開発事業の集中と選択を行い、これからの時代に求められる新たな収益事業の早期確立を目指しています。

### ミッションに基づいた意思決定をしています。

収益が上がるかどうかだけを、事業実行のよりどころとするのなら、ある意味、経営判断は容易です。私たちアマタグループの経営陣と社員が取り組んでいきたいのは、単に「儲かる」事業ではありません。社会が求める商品やサービスを提供する事業で利益を出し続け、この事業に関わる私たち自身やお取引先や株主などのステークホルダーの方々が、「自分たちは社会に貢献できているんだ」「望む未来を自分の手で創っているんだ」と実感できる事業がしたいのです。—自分たちがしていることは、そのミッションに忠実か？—それが、私たちアマタグループの判断基準です。経営陣は、その問いを互いにぶつけ合いながら、「役員全員の意見一致」を前提として、最終的な意思決定をしています。

常務取締役  
藤原 仁志

# 価値を創出するための組織体制

AMITA's Organization

アマタグループは、豊かな仲間の総和が裕福な企業を超えることを証明します。

## Policy

「カンパニー」という言葉には、企業という意味と、仲間という意味があります。近代社会では、裕福な企業に人が集まりました。しかし、その人のつながりは、業績や時代変化で簡単に壊れる脆いものでした。企業が持続的に発展するために最も大切なものは、資本力でも技術力でもなく、仲間力です。逆境にも、この仲間となら乗り越えられる。共に大きな夢を描き、実現したい。その気持ちが企業発展の最大の原動力です。同じビジョンに向かい、信頼と信用で結びついた仲間が集えば、壮大かつエキサイティングな社会的事業が可能となります。

アマタグループは、価値創出企業として豊かな関係性を育む組織作りを実践し、豊かな仲間の総和が裕福な企業を超えることを証明します。そのため、ステークホルダーとの対話や意見募集を積極的に実施すると共に、その意見を柔軟に経営に取り入れています。

## アマタグループ

アマタグループは、親会社であるアマタホールディングスと4つの子会社で構成されます。連結従業員数は約160名であり、グループの重要事項は各社の役員会のもとより、ホールディングスの経営会議で審議されます。

### アマタホールディングス株式会社 (2013年度時点)

- **アマタ(株)** — 『地上資源事業』、『情報資源事業』  
廃棄物の再資源化、環境リスクコンサルティング等
- **(株)アマタ持続可能経済研究所** — 『地域資源事業』  
自立分散型社会モデル開発等
- **(株)アマタ環境認証研究所** — 『情報資源事業』  
環境認証の審査等
- **アマタプロパティーズ(株)** — アマタグループの資産管理  
(アマタプロパティーズ(株)は2014年1月1日にアマタ(株)に吸収合併)

## アマタホールディングスの経営陣

社内役員:5名 社外役員:1名 監査役:3名

ここでは、6名の取締役を紹介します。(年齢、担当業務は2013年度時点)

※監査役の紹介、経歴は公式Webサイト(<http://www.amita-hd.co.jp/>)をご覧ください。

### 代表取締役会長兼社長 熊野英介



1956年生まれ、57歳。  
23歳で入社、1993年に社長就任。「凡人集めて非凡を成す」をモットーに豊かな関係性を新たな価値とする社会づくりに人生を懸ける。アマタ(株)、(株)アマタ持続可能経済研究所の社長を兼任。

### 常務取締役 杉本憲一



1960年生まれ、53歳。  
1983年に合流し、地上資源事業の主に有価物取引を担当。2013年度は地上資源事業全般および人事・総務・労務関係を担当。座右の銘は「仰いで天に愧じず」。

### 常務取締役 藤原仁志



1964年生まれ、49歳。  
大手都市銀行、教育出版事業会社を経て2002年に合流。グループのコミュニケーション全般と事業開発を担当。モットーは「自分の存在の証になる仕事をする」。

### 取締役 清水太朗



1967年生まれ、46歳。  
大手小売メーカー等の財務経理を経験後、2003年に合流。グループ全体の財務経理を担当。柔軟かつ効率的な経理と積極的な財務体質を信条とする。座右の銘は「無知の知」。

### 取締役 長谷川孝文



1962年生まれ、51歳。  
1990年に合流後、地上資源事業の製造管理やユーザー開拓を担当。2013年の役員就任後は、震災復興事業、新規市場開拓等を担当。座右の銘は「七転八起」。

### 社外取締役 竹林征雄



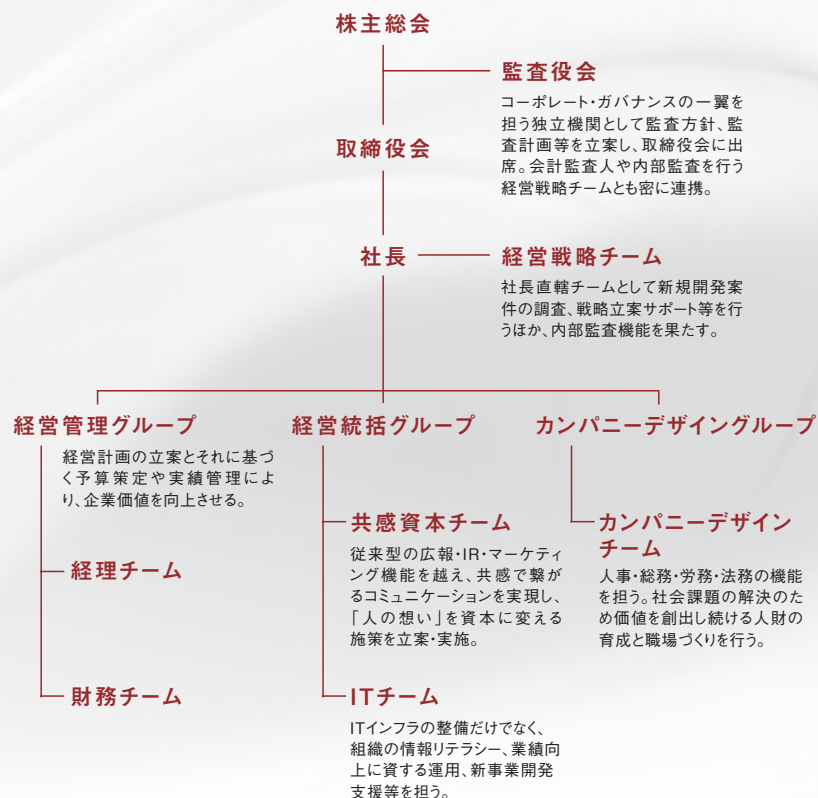
1941年生まれ、72歳。  
大手産業機械メーカー、東京大学特任講師等を経て、2010年に取締役就任。自然と社会的公共資本形成に長年関わってきた経験を活かし、「私たちが望む未来」創りに邁進する。  
(2014年3月25日退任)



# 信頼と信用で結びついた、関係性の豊かな組織を目指して。

## 価値創出を推進する組織体制 (2013年度時点)

アマタホールディングスは、グループ全体の人事、総務、広報、経理財務などのマネジメント業務を行っており、「価値創出」と「関係性構築」を最大限促進する組織体制を敷いています。



## ステークホルダーと共に未来を創る (数値は2013年度実績)

アマタグループは、ミッションに共感する従業員、顧客、株主といったステークホルダーを、共に未来を創る仲間(カンパニー)と考えます。多くの仲間と対話し、その夢や希望、智恵、ノウハウ、時間、投資等を企業経営の資本とするための仕組みを構築しています。

### 従業員は、会社そのもの。 社内コミュニケーションの主な取り組み

- カンパニーミーティング→社員代表と経営層による意見交換会。(1回)
- 社内SNS→事業アイデアや組織改善策を直接提案。
- 顧客管理システム→顧客コンタクト履歴をすべて登録。現場の声を経営へ。
- 役員対話会→全拠点で役員が巡回し従業員との対話を実施。(24回)

### 顧客や株主の生の声を直接お聞きする 対話の取り組み

- 決算説明会・ステークホルダー対話会→意見交換の場。(各2回)
- 未来デザイン通信→株主・登録個人宛に郵送。(四半期毎、約1,400通配信)
- 顧客・株主アンケート→サービス満足度・ご意見等のアンケートを実施。(各1回。結果はP52、53へ)
- 顧客勉強会→地域ごとに5〜10社顧客を招いて実施。(8回)

### その他ステークホルダーとの コラボレーション

- 業界団体、メディアとのコラボレーションによる社会提言  
セメント新聞社と共同企画し、セメント協会、自治体、排出事業者と対談実施。  
セメントリサイクルの未来と法律の改善について各媒体で提言。
- 運送会社勉強会  
運送会社向けに安全講習や現場見学会を実施。(1回)
- 地域コミュニケーション  
大学・高校での環境教育授業の実施、学生インターンの受け入れなど。
- 自治体との連携  
自治体の国際交流事業に関連した製造所視察、研修等の受け入れ。  
中国・韓国・マレーシア等の東南アジア諸国を中心に12回141名の受け入れを実施。



◀役員対話会では毎回様々なテーマで議論が白熱



◀アマタグループの今と未来を伝える「未来デザイン通信」



◀地域貢献の「環」として高校で環境教育授業を実施

# 価値を創出するための人財育成方針

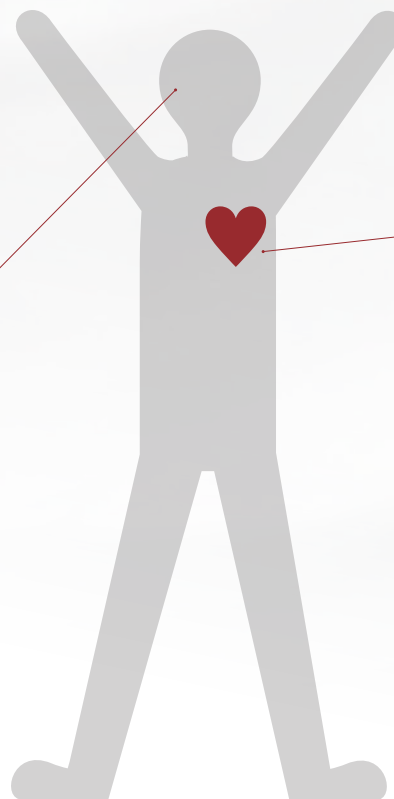
Human Development Policy

「本当の価値とは何か？」を問い続ける人間力と、利他の精神を養う。

## 人はコストではなく、資本

企業を形づくるのは人ですが、企業会計上、人は人件費、つまりコストとして扱われます。

アマタグループにとって、人は一番の資本です。人は工夫し、成長し、無限の価値を生み出すことができます。私たちは、従業員に対し、時間内にどれだけ作業できたか、という効率よりも、どれだけ価値を生み出せたか、積極的に他者に貢献できたか、という価値創出と価値提供の姿勢を求め、評価します。



## 血縁、地縁に続く「職縁」を形成

アマタグループは従業員に、職場を通じて生活の糧（給料）だけでなく、更なる価値を得てもらいたいと考えています。その一つが、血縁、地縁に並ぶ「職縁」です。

志を共にするかけがえのない仲間や、ミッションに共感してくださる顧客・パートナー企業・株主等と繋がるコミュニティを形成することで、従業員の人生を豊かにし、一人では成し得ないことを実現する達成感と社会に貢献する誇りを実感できる職場づくりを目指します。

## 【チーム評価と人間力評価の組み合わせで価値を生む】

### 個人評価からチーム評価へ

- ◆ 2012年度より、チームの評価（目標達成度）が所属するメンバーの評価となるチーム評価制度を採用しています。この評価は賞与額の根拠となります。
- チームの判断や成績に全員が責任を持つことで当事者意識と一体感を生む。
- 得意分野を活かし他者の不得手をカバーする支え合いの社風を推進。

### 人間力は個別に評価

- ◆ 昇降格の判断は、個人の人間力の評価に基づきます。「助力」「実験力」「影響力」「課題解決力」などの発揮度が評価指標となります。
- 人間的成長が企業価値を向上させるという方針のもと、利他の精神と挑戦し続ける前向きな姿勢を育てる。

## 【長く安心して働ける職場環境を、自らの手で創る】

### 定年制の廃止

- ◆ 2014年度から定年制を廃止する予定です。
- 60歳以降も経験と人間性を活かして働き続ける仕組みを構築することで、意識は代謝し、智恵・ノウハウ・ネットワークはストックされる組織を目指す。
- 希望者は、アマタグループでの仕事を生涯を通じて打ち込める「生きる意味」にでき、退職後の生活不安も軽減できる。

### 職住近接への移行

- ◆ 職場と自宅を近づける「職住近接」を目指した体制づくりを推進中。
- 通勤時間を短くすることで子育てや介護との両立を支援し、さらに有事の際に家族の安否を早く確認できるなど、人生のステップに合わせた働き方と安心を提供できる職場づくりを目指す。





## 【人財育成活動事例】

### 【人間力を養う研修・専門性を身につける勉強会】

#### 役員対話会、指導者研鑽会

年2回ペースで役員が全拠点を回り、従業員と対話。経営理念や方針を全社に浸透させると共に、現場状況を直接確認。また、月1回、リーダーを対象に開催する研鑽会では、アマタの存在価値から仕事に取り組むスタンス、チーム間連携のあり方など、幅広いテーマでディスカッションを実施。

#### 勉強会

再資源化技術や環境法令、マーケティングノウハウ、簿記、ITリテラシーなど、業務上必要となる知識、技術の勉強会を随時実施。社員が企画・実施する自発的開催も多い。

### 【内部コミュニケーションのための場づくり】

#### シンキングデイ

毎週水曜日をシンキングデイとし、社員が自主的に集まって「企業の存在価値とは?」「空気を读むって何?」「一番大事なものは?」等のテーマについて対話。

#### 社内SNS

アルバイトも参加できる社内SNSを導入。事業アイデア、日々の気付き、顧客の声、お薦め書籍など、多岐にわたる情報共有とコミュニケーションを実施。

周囲に価値を提供できる  
人財を育てる。

『即対応』・『良関係』・『皆師匠』・『顧客創出』・『浪費追放』・『仲間創造』・『三行(怠惰、卑怯、偽善)排除』。これは、全従業員が心に刻み、常に立ち返るアマタ人としての行動規範です。金銭だけでない価値を、日々の行いの中でいかに周囲に提供できるか?それを問い続け、実践し続ける人財を私たちは育てています。

アマタグループでは、従業員が挑戦した結果の失敗には、再挑戦のチャンスを提供します。しかし、失敗しないが挑戦もせずに停滞することや、挑戦した仲間の失敗を非難し傍観者になることは許しません。価値を生み出し未来を創る企業として、変化を恐れず失敗を恐れず、仲間を信じて自ら行動を起こせる「開拓者」「変革者」の精神を養いたいと考えています。

常務取締役  
杉本 憲一



人財育成  
活動事例  
(2013年度実績)

### 【従業員の自主的な企画・活動の支援】

#### 週末農業&復興支援マルシェ

社員有志により、社内外の参加者を募った有機農業を月1~2回実施。5年間で延べ800名が参加。週1回、東日本大震災の復興支援に被災地の特産品を社内販売する活動も実施。

#### ソーシャルスタディ休暇

ソーシャルスタディ休暇を設け、ボランティアやNPO活動支援など、社会的活動や人間力向上に繋がる経験を支援。2004年に制定。

### 【従業員アンケートの実施と経営への反映】

#### 従業員アンケートの実施

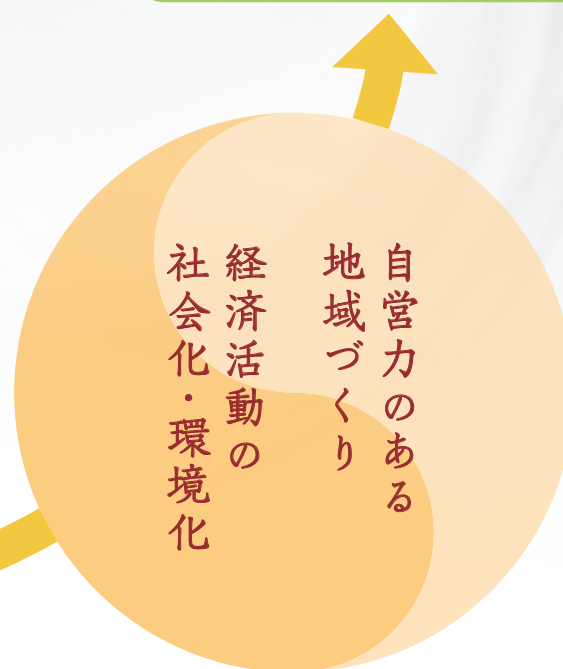
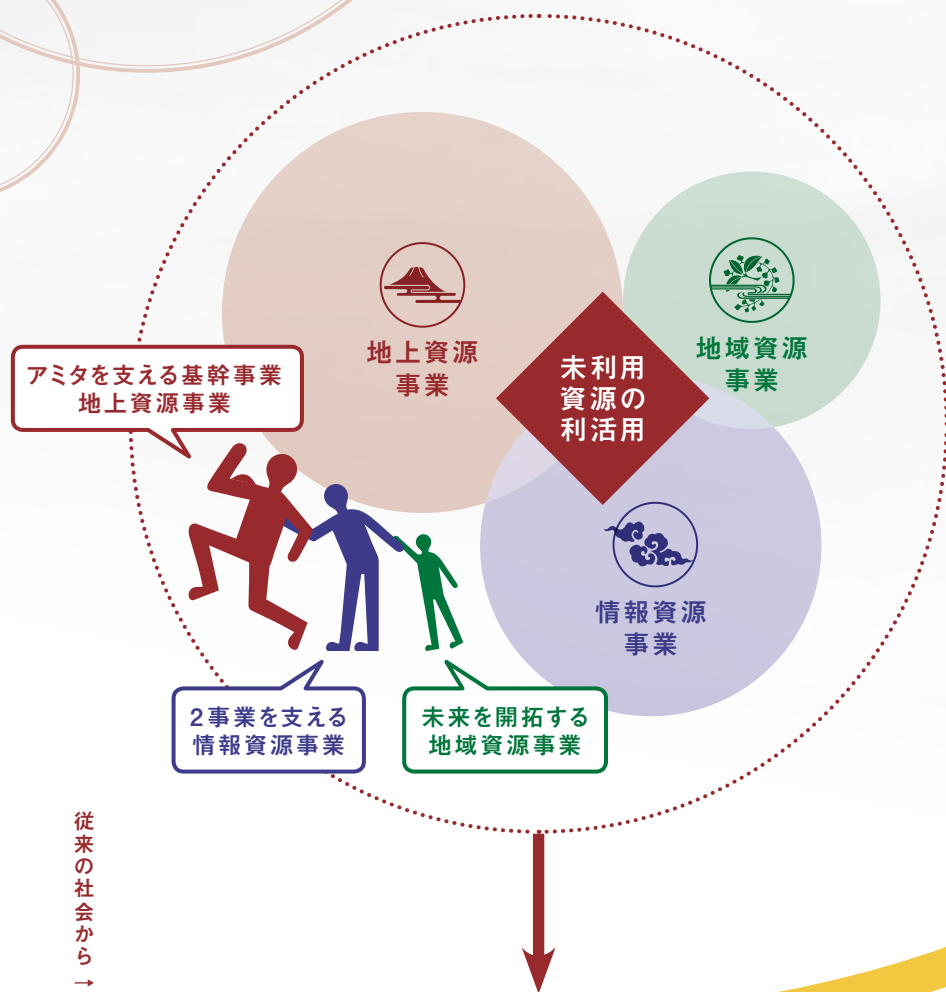
従業員を対象に、「人は資本であるというポリシーは実践されているか」「アマタでの仕事は人生を懸けるに足る仕事になっているか」「目指す社風は何か」「経営と自己の間にスタンスの違いを感じるか」等のアンケートを実施。回答率54%。集計結果および役員からのフィードバックメッセージを全従業員に開示すると共に、経営会議、役員会等で議題とし、経営取り組みに積極的に反映。

→アンケート結果(抜粋)はP52へ

# 3つの事業領域

3 Business Domains

3つの事業を通じて、持続可能社会の実現を目指します。





1977



## 地上資源事業



1977年の創業以来、廃棄物を100%再資源化する事業を行っています。また、複雑な廃棄物管理業務の法と実務を全面的にご支援するコンサルティングサービスを実施しています。企業における環境課題を解決し、新たな環境価値を共に生み出し、社会への貢献を果たします。

1992



## 情報資源事業



「情報」をキーワードに環境認証、業務効率化支援、環境・CSRマーケティング等のサービスを提供しています。情報を読み替え、他の情報と組み合わせる「情報の再編集」技術を駆使することで、環境価値を創出し、企業支援や地域づくりをより高次元のものへと発展させていきます。

2002



## 地域資源事業



産業が発展するほど自然が回復し、人と人とのつながりが深まる社会モデルの構築を目指しています。地域の個性を活かしてその価値を高める地域プロデュースや、都市と地域の人材マッチングサービスなどを通じて、自営力ある地域づくりを推進していきます。

時代により変化する社会課題の解決を、事業にし続ける。

第2次世界大戦終結からの約70年間に、日本は驚異的な経済発展を遂げ、物質的に非常に裕福になりました。しかしその一方で廃棄物は増加し続け、公害が発生し、自然破壊・地域の過疎化・一次産業の衰退が進行…。今の日本は課題先進国でもあるのです。アミタグループは今年、38期目を迎えます。資源リサイクルという言葉がまだ知られていなかったころから廃棄物の100%再資源化事業を立ち上げ、その後は環境情報提供サービス、環境リスク低減、生物多様性保全、地域活性化支援等、時代によって変化する社会課題を解決するため、事業領域を拡大してまいりました。2011年の東日本大震災以降は、東北に2つの拠点を開設し、災害廃棄物の処理事業や、災害にも強い自立した地域モデル作りに取り組んでいます。私たちは、本当に豊かな社会を目指し、これからも挑戦し続けます。

取締役  
長谷川 孝文



*Terrestrial Resource Business*

# 地上資源事業

廃棄物という、不確実な未利用資源を  
一〇〇%利活用し、安定した資源を創出する  
『創資源プラットフォーム』を構築する。





# Social Problems

## 資源循環システム構築における社会的課題と企業の課題

私たちは、社会的課題を解決し続けることこそが企業の使命だと考えています。  
地上資源事業は、以下のような社会的課題と、それに伴う企業の課題解決に取り組んでいきます。

### 社会的課題

#### 天然資源の枯渇

2050年には、鉄(Fe)は現在の埋蔵量を使い切り、ニッケル(Ni)は埋蔵量の2倍以上が必要になるとされており、限られた資源の有効活用が求められています。

#### 低炭素社会への移行

国際的に、大量生産・大量消費をベースとした社会から、環境への負荷が小さい低炭素社会への移行が強く求められています。

#### 国際的な資源循環の仕組みづくり

再資源化に関わる国際的な法整備・仕組みづくりや、再資源化率の向上が求められています。

#### 不法投棄・不適正処理

日本国内で年間約6万tの廃棄物が不法投棄されています。25年前の不法投棄事件ですら未だに現状復帰が進まず、環境への悪影響が懸念されます。

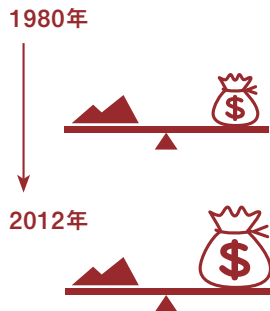
#### 法律の整備

日本の廃棄物処理法は1970年の制定以来、頻繁に改正を繰り返しており、非常に難解で複雑なものとなっています。

### 企業の課題

#### 資材調達コストの高騰

資源需要の高まりの中、鉄鉱石や銅等の価格が長期的に上昇し、資材調達におけるコストが年々増加し、企業の収益バランスを圧迫しています。



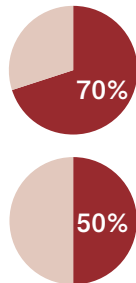
#### 低炭素社会実現の取り組み

自然エネルギーの利活用や、CO<sub>2</sub>排出量削減など、企業活動において環境への配慮が強く求められています。



#### 国際的なマネジメント体制の構築

日本企業の製造拠点の海外進出に伴って、各国独自の環境法への対応や、3Rの推進等、国をまたいだ管理体制の構築が求められています。



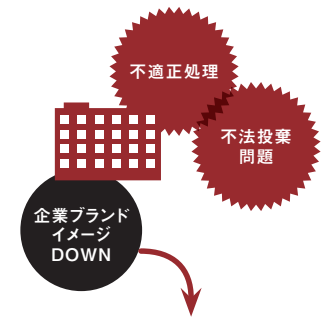
事業サプライチェーンの対策に課題を感じる企業

海外の自社拠点への課題を感じる企業

(日経エコロジー 2012年9月号)

#### ブランドリスク

不法投棄や不適正処理に巻き込まれることで、これまで築き上げてきた企業ブランドが失墜するリスクがあります。全容が見えない不法投棄問題への対策が迫られています。



#### コンプライアンス強化対策

コンプライアンス強化が求められる中、難解な法律の解釈や運用、度重なる法改正への対応等により管理コスト、教育コストが増大し、大きな負担となっています。



## アマタが目指す、地上資源事業に関する社会ビジョン

資源・エネルギー循環を促進する仕組みを構築し、  
持続可能な社会づくりと企業活動の持続性を支援する。

現在の日本において、商品やサービスの企画・製造・販売・消費等に関するサプライチェーンの仕組みは確立しており、さらにIT化や技術発展によって年々巨大化しています。このサプライチェーンを一本のパイプに例えると、とても太く頑丈で、日々順調にものが流れているように見えます。

しかし、製品の製造工程から発生する廃棄物や、消費期限切れ等で廃棄される商品、また消費者により排出される廃棄物等の最適な再資源化システムは未だ確立されていません。廃棄物の再利用に関するパイプは非常に細く、原料として利活用される「再資源化物」はまだまだ少ないのが実状です。

その原因は一つでなく、再資源化技術・法律・コスト・情報化・物流・廃棄物の発生工程など、様々な要素における課題に起因します。

私たちは、企業が持続的発展を続け、社会全体が持続可能であるためには、これらの課題を解決し、資源やエネルギーが循環する仕組みを構築することが必須と考えています。

この仕組みには、廃棄物を排出する企業やリサイクル事業者、再資源化原料のユーザー企業といった直接の関係者をはじめ、これに関わる自治体や流通業界、大学機関等、多くのステークホルダーが参画し、「資源循環による持続可能社会の実現」という共通のミッションを共有する必要があります。

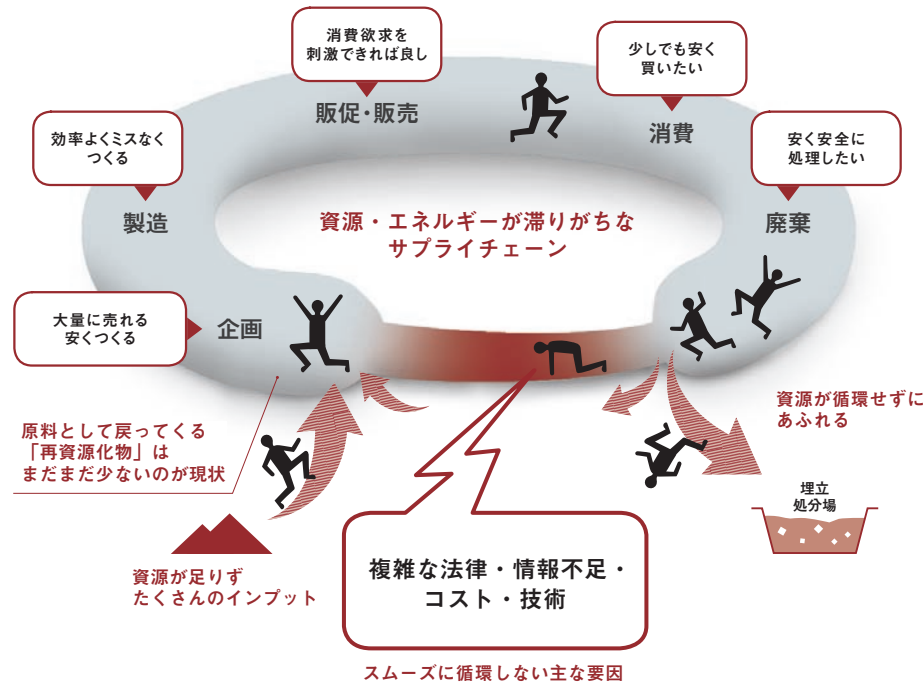
アマタの地上資源事業は、この循環の仕組みづくりをミッションとし、社会の環境リスク、環境コスト、環境負荷の同時低減を実現する環境ソリューションを企業・自治体等に提案すると共に、行政や大学、各種研究機関等と連携し、未来に向けた新技術開発、市場開拓等を行います。



# 商品・サービスの サプライチェーンを1本のパイプに例えると…

## 【 現在の社会 】

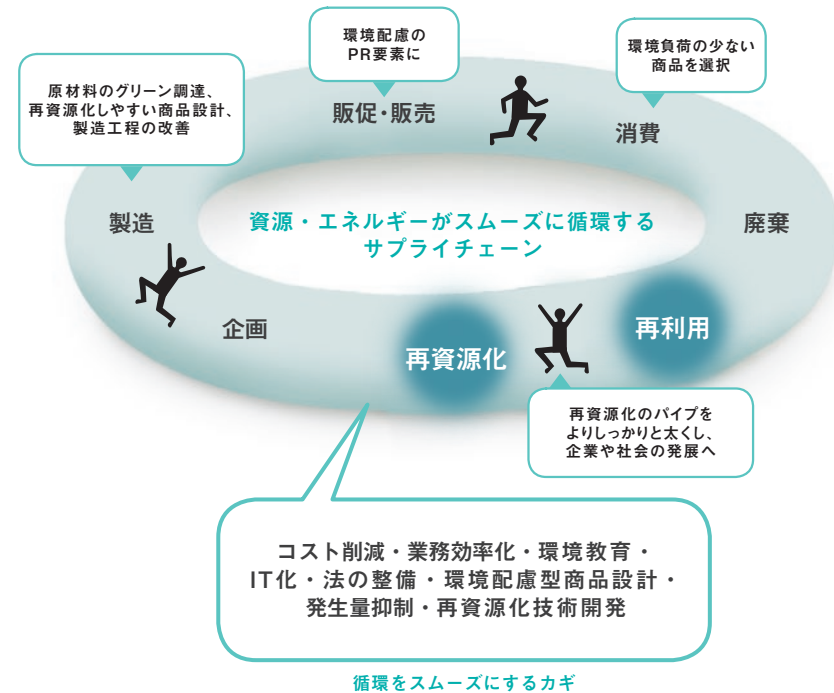
異なる価値観の下、  
それぞれが個別最適を追求する社会構造



現在、製造から消費までのサプライチェーンは仕組みが確立しているが、  
廃棄物の資源化に関する仕組みは未整備な部分が多く、  
資源・エネルギーの最適な循環システムは確立していない。

## 【 アミタが目指す社会 】

業種・業界・立場を超え、持続可能社会の実現という  
ミッション、価値観を共有する全体最適の社会

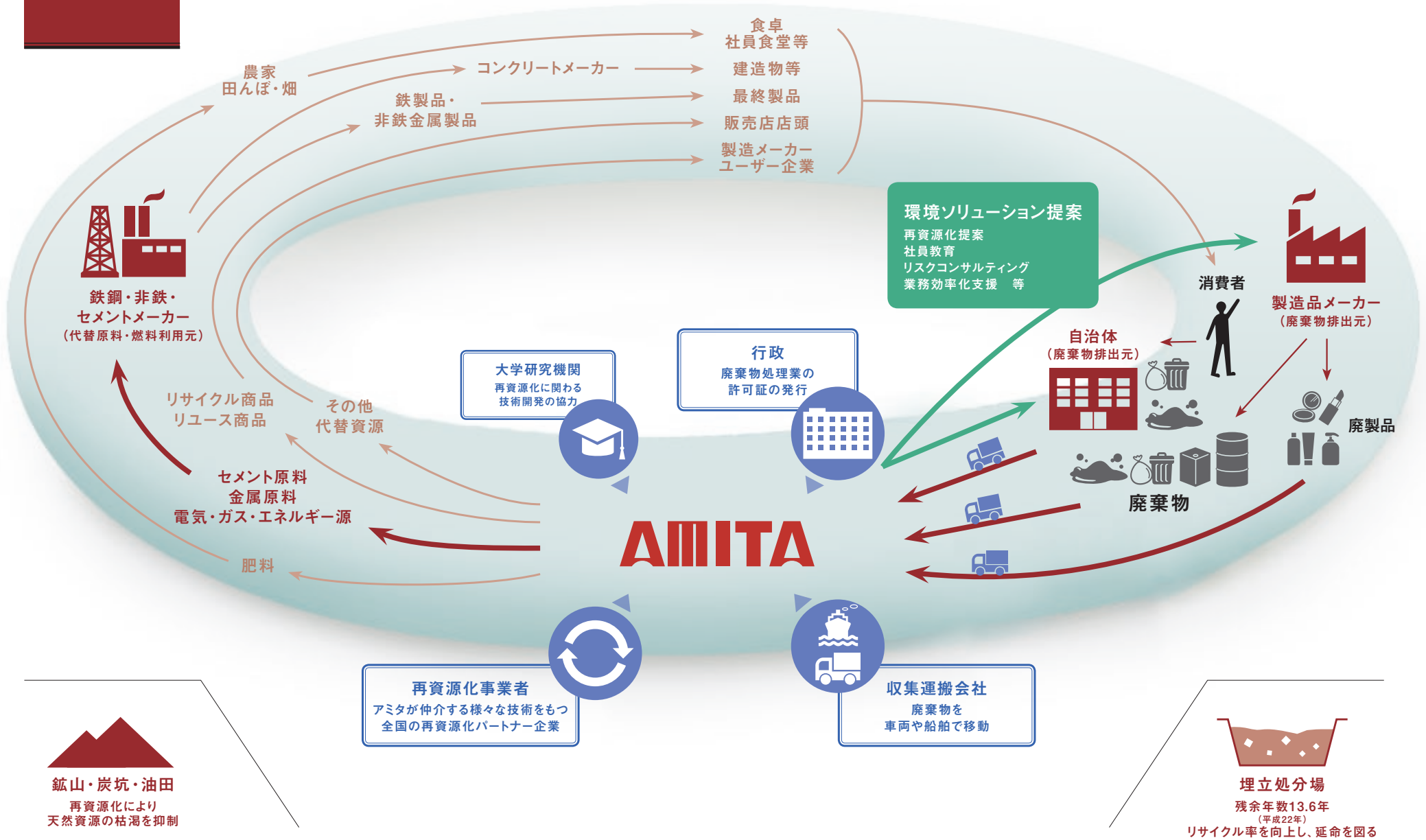


資源循環に関するパイプを太くするためには、  
技術開発や物流の効率化、IT化の推進、法整備等のほか、  
廃棄物が再資源化しやすいような製造工程への見直しや商品設計、  
流通商品の回収方法など、製造～消費部分の抜本的な見直しが重要となる。

# Supply Chain

## 地上資源事業のサプライチェーン

地上資源事業では、企業の製造工程や消費者を経由して排出される廃棄物から、資源を創りだし、循環利用を促進しています。



鉱山・炭坑・油田  
再資源化により  
天然資源の枯渇を抑制

埋立処分場  
残余年数13.6年  
(平成22年)  
リサイクル率を向上し、延命を図る





確実・安定の価値とは？

何かを製品製造の原材料や燃料として利用する際には、品質の確保と安定供給が必須条件です。不安定な廃棄物を利活用するには、この条件をクリアしなくてはならないのです。

Values

アマタが提供する価値

技

廃棄物という未利用資源を、「不確実なものを実確にするベストミックス」で100%利活用。

廃棄物はバージン原料に比べ、発生量・性状・品質・発生頻度等が不安定です。アマタの循環資源製造所には、こういった不安定な廃棄物が、日々何種類も搬入されます。アマタは、これら多くの廃棄物を100%すべて材料として用い、品質、量ともに安定的な再資源化原料を生み出し、地下資源に代わる地上の資源として、ユーザー企業に提供しています。

発生量・性状・発生頻度等、不確実で不安定な様々な廃棄物



火も、水も、化学薬品も使わずにこれらを100%完全再資源化



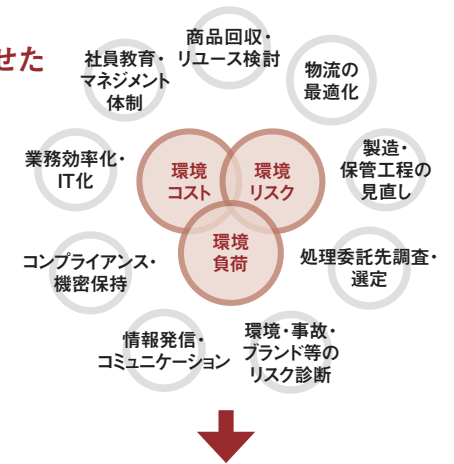
**安定した品質の各種製品を安定的に製造、納品**

金属原料・スラミックス®・セメント燃料系・セメント原料系・液体肥料・特殊鋼原料・電力

知

アマタは環境分野における知見と経験を駆使し、顧客ニーズに合わせたベストソリューションを提案。

廃棄物の再資源化をはじめとする環境対策には、唯一絶対の答えは存在しません。目に見える課題は同じでも、顧客企業の規模、考え方、予算等によって最適解は異なるため、右に示すような様々な具体的要素を検討し、総合的に最良な解決策を選択する必要があります。アマタは環境業務の幅広い専門性と長年の経験を活かし、多角的な視点から、リスク・コスト・環境負荷の同時低減を実現するベストソリューションを提案します。



多角的視点からの総合判断による最適な環境ソリューション提案

アマタは、独自の「技(わざ)」と「知」を融合し、お客様と社会に総合的な環境ソリューションを提供します。その提供価値を最大化するため、次ページに示す6つの取り組みを事業戦略の柱とします。

# 地上資源事業 戦略の6つの柱

## 関係構築力

- ◆顧客との関係構築
  - 人的アプローチと非人的アプローチの組み合わせによる顧客ニーズの把握
  - 問い合わせ、見積り、各種依頼への即対応
  - 全スタッフによる目配り、気配り、心配りで取引継続率を向上
- ◆パートナー企業との関係構築
  - 運送会社向けの安全講習等、パートナーのサービス向上支援

## ソリューション力

- ◆課題認識・分析力
  - 顧客ヒアリング情報の共有・蓄積・分析ツールの導入と活用
- ◆専門知識・業界情報の収集・活用
  - 環境関連法・条例・事故事例等
- ◆顧客ニーズに合わせた最適提案
  - リスク・コスト・負荷の同時低減
- ◆環境ビジネス市場の活性化
  - マーケティング・市場調査・商品開発等
- ◆国・行政への意見提言、施策提案

## ハード&テクノロジー

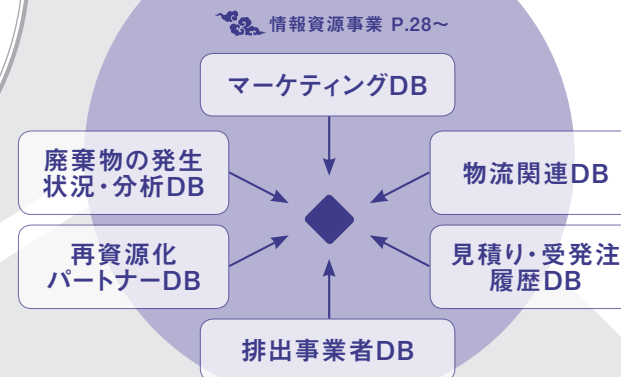
- ◆再資源化技術の開発・レベルアップ
  - 外部パートナーとの連携
  - 再資源化可能な廃棄物の種類拡大
- ◆再資源化設備の導入
  - 汎用性のある設備の活用
  - 稼働率向上による短期投資回収
- ◆再生可能エネルギーの生産・活用
  - 再生可能エネルギー生産技術の開発および利用先開拓

総合環境  
ソリューション  
の提供

## 国際市場開拓

- ◆海外拠点の拡大
  - 韓国・台湾・中国・ロシア・マレーシア・タイ等
- ◆市場調査のスピード向上
  - 官民共同調査への参画等
- ◆国際資源循環ネットワークの構築
  - 現地日本法人や政府・自治体との連携
- ◆提供サービスの拡大

## 環境情報プラットフォーム



## 拠点&物流戦略

- ◆流通拠点の拡大
  - 低コスト・高効率の集荷と運搬
- ◆モーダルシフトの実践
  - 海上輸送の戦略的活用
- ◆パートナー企業の拡充
  - 全国的流通網の整備
- ◆再資源化製品のユーザー開拓
  - 代替原燃料の提供先拡大

## 顧客の複合的な課題を解決する、最適なソリューション事例

CASE.  
01

グループ全体で40数社を抱える企業の  
廃棄物管理体制強化の支援を通じて、  
コンプライアンスレベルの底上げを推進。

### 顧客課題

福岡県、熊本県、長崎県を中心に都市ガスの製造、供給、販売を行っている西部ガス(株)では、これまで各事業所、部門ごとに廃棄物の適正管理を推進してきました。しかし、増大する廃棄物リスクに対処し、公共性の高いガス事業を安定して操業していくために、廃棄物管理体制のより一層の強化が望まれていました。このため、グループ会社も含めた廃棄物管理ルール の 制定、情報の一元管理体制の構築、さらには継続的にPDCAを実行していく必要がありました。

### アマタが提案、実施したソリューション

そこで、アマタでは、現状把握、人財育成、仕組みづくりの3つを柱にすえた、社内の廃棄物管理体制強化に関する3ヶ年の支援計画を実施しました。

1年目はリスク診断サービスを実施し、アマタグループの専門家が事業所へ訪問してコンプライアンス上の問題点の洗い出しを行うとともに、人財育成として研修での担当者への基礎情報の提供を行いました。2年目は、西部ガスの状況を踏まえた独自の廃棄物管理マニュアルを作成し、管理手法の統一をはかると同時に、業務フローの改善を実施しました。3年目は、西部ガス内部でPDCAを回すことができるように自己診断ツールの作成と課題改善のための研修を実施しました。

リスクの洗い出しから、マニュアル策定・業務フロー改善の仕組みづくり、研修を通じた担当者の実務レベルのアップなど、アマタがもつサービスを複合的に提供することで、西部ガスの廃棄物管理体制強化の支援をはかりました。

### 『廃棄物管理体制強化に向けた支援計画』

- 1年目 専門家によるリスク診断で現状の問題点を洗い出し、研修を実施
- 2年目 業務フローの確立をはかり、専用の管理マニュアルを策定
- 3年目 業務改善のための自社内のPDCAサイクルの確立

CASE.  
02

焼却するほかなかった廃ウェットスーツと  
廃サーフボードの100%再資源化を実現し、  
5Rの推進に貢献。さらに全国のショップに取り組みを展開。

### 顧客課題

『最高の製品を作り、環境に与える不必要な悪影響を最小限に抑える。そして、ビジネスを手段として環境危機に警鐘を鳴らし、解決に向けて実行する。』これは、大手アウトドアウェアメーカーであるパタゴニアのミッション・ステートメントです。パタゴニアは、自然界に返せる分だけを使うという考えのもと、5R(リデュース、リペア、リユース、リサイクル、リマジン(再考))を推進しています。しかし、修理しても使えなくなった廃ウェットスーツと廃サーフボードは、複数の素材が組み合わせられた製品であることから効果的なリサイクル方法が確立できていませんでした。

### アマタが提案、実施したソリューション

アマタでは、これらの製品の素材であるウレタン、ガラス繊維、金属、木等に着目し、破碎して金属を除去し、その他の素材をアマタ独自の「調合技術」ですべてセメントの原燃料にリサイクルすることを提案しました。金属は金属原料として資源化が可能です。また、破碎することで、ブランド名の入った廃製品の横流れや不法投棄リスクを低減する「機能破壊」効果が得られます。

2011年6月に、パタゴニア千葉サーフ店から開始したこの再資源化の取り組みは、全国に5ヶ所あるアマタの循環資源製造所と物流のネットワークを活かし、現在(2013年)では、サーフ東京、福岡、大阪、神戸、京都と、全国のパタゴニアショップに展開されています。全国展開するお客様に、各地で同質の再資源化をご提供できることは、アマタの大きな強みの一つです。



パタゴニアショップにおけるリサイクル取り組み紹介展示



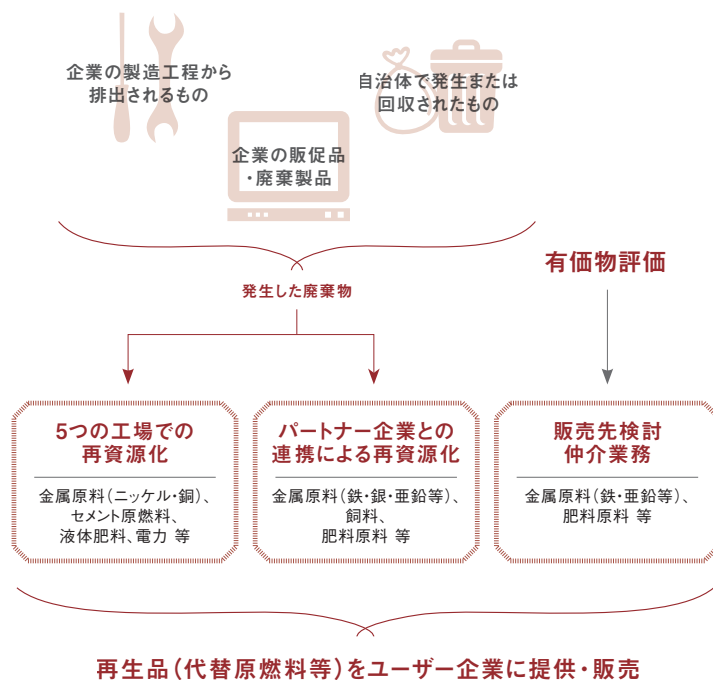
## 地上資源事業のビジネス領域と主要サービス

### 「発生品」という考え方

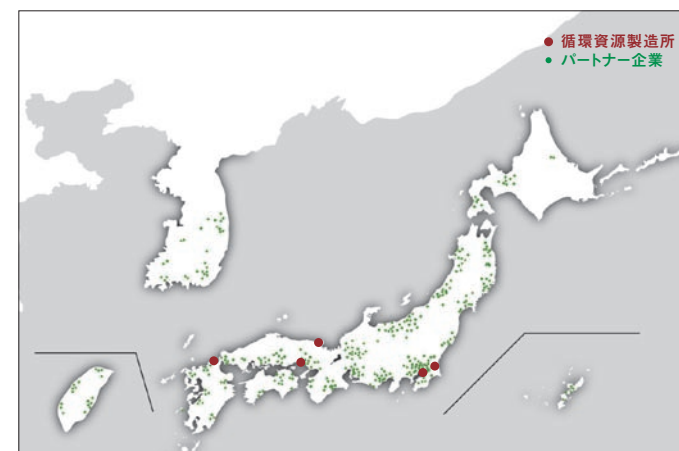
アマタでは、廃棄物を地上の資源と捉え、「発生品」と呼んでいます。本報告書では読者の内容理解のため「廃棄物」と表記しています。

### 廃棄物再資源化サービス

1977年の創業以来、主力事業として、廃棄物(発生品)の100%再資源化を行っています。自社工場での再資源化、パートナー企業の協力を得た再資源化等を通じて、天然の地下資源ではない、地上の資源を創出しつづけています。研究開発・技術開発を通じて、焼却埋立しかないと思っていた廃棄物の再資源化をすすめ、利活用できるよう推進しています。



### アマタグループの再資源化ネットワーク



※パートナー企業のマッピングの数と位置はイメージです。

#### < 5つの自社循環資源製造所 >

茨城、川崎、姫路、北九州の太平洋ベルトライン上の自社製造拠点にくわえ、有機系の廃棄物を取り扱う京丹後のバイオガス発電施設の5つの拠点をベースに、お客様の再資源化ニーズにえています。

#### < 循環資源創造センター、地上資源共創ネットワーク >

アマタグループの製造技術ノウハウを採用した再資源化協力工場をはじめ、全国に連なる300ヶ所以上のパートナー企業とのネットワークを通じて、あらゆる種類の廃棄物の再資源化を進めています。



環境コスト・リスク・負荷を同時に下げるベストな提案



### 環境業務支援サービス

企業・自治体が抱える環境課題の最適な解決方法は予算、規模、人員、組織体制等によって異なります。35年以上、環境課題の解決に挑戦してきたアミタは、お客様の状況にあわせた解決方法をあらゆる角度から提案する総合環境サービスを提供しています。

#### 環境リスクマネジメント/コンサルティング



専門家がお客様の現場でリスク要因の洗い出しと改善提案を行う「リスク診断」や、業務フローの効率化を支援する「廃棄物管理体制構築支援」等、今ある業務を、より高いレベルのものにステップアップする支援を行っています。

#### 廃棄物管理アウトソーシング



社員の教育コスト削減や、人員不足解消、抜本的なコスト改革を図りたいお客様には、管理事務代行や契約先調査代行等の専門性の高い環境業務を委託するアウトソーシングサービスを提供しています。

#### 教育支援(セミナー、教育支援、研修)



環境業務の機能強化を図りたいお客様には、規模やレベルにあわせて、経験豊富な講師による高品質のセミナーとオンデマンド研修、e-ラーニング、社内教育コンテンツの提供等のサービスを提供しています。

### 海外事業

1980年代から海外に進出し、東アジア市場を中心として、再資源化に取り組んでいます。これまで、台湾/韓国/中国/ロシア等をメインに、国を越えた資源有効活用の道を切り開いています。



(取引先実績国)

#### 国際的な資源循環利用のルート構築

製造工程からでる廃棄物を、有効活用できる利用先まで、各国の産業特性を考慮してマッチング。国ごとの資源の不均衡を是正し、再資源化を推進しています。

#### 資源の国際循環を促進するための調査・事務代行

自国内では再資源化することが難しい廃棄物について、有効活用できる国の探索や再資源化手法を検討する調査業務を行っています。また、国際間での輸出入にかかわる複雑な申請事務代行など、再資源化の可能性を探り、道筋をみつけるサービスを提供しています。

### 環境・CSRマーケティング支援サービス

環境ビジネスへの新規参入や環境サービスの新開発の際に発生する、環境市場におけるニーズ調査や販売促進活動、自社の環境・CSR活動の社内浸透など環境価値作りの支援を行います。

#### 教育研修・セミナー

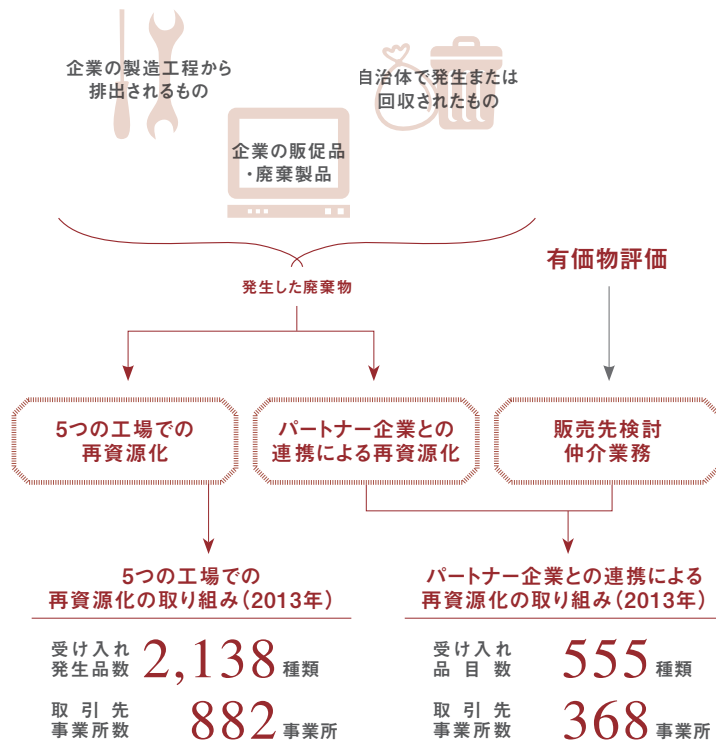
#### コミュニケーション・マーケティング支援

情報資源事業 P.34~

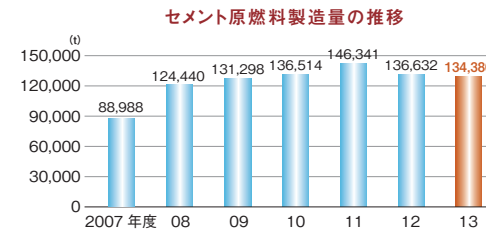
## 地上資源事業の2013年度実績

### 廃棄物再資源化サービス

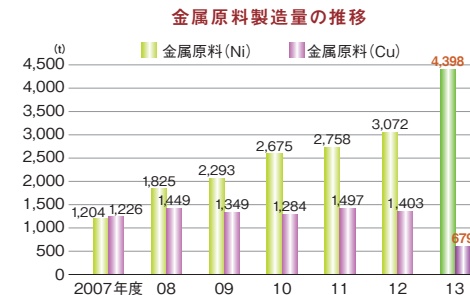
5つの自社工場とパートナー企業との連携により、年間2,600種類以上の廃棄物（発生品）を、セメント原燃料や、金属原料、液体肥料、電力等へと再資源化し、資源・エネルギーの循環利用を促進しています。



### 自社工場再資源化実績



セメント原燃料  
**134,380 t**



金属原料 (Ni)  
**4,398 t**  
金属原料 (Cu)  
**679 t**

自社工場、パートナー企業との連携により年間60万t以上の廃棄物を再資源化しています。

★再資源化による天然資源の削減効果はどれくらいになるのでしょうか？ 気になる方は、P55をご覧ください。

液体肥料  
**3,883 t**

総発電量  
**426,382 kWh**





## 環境業務支援サービス

### 環境リスクマネジメント/コンサルティング

コンサルティング実績 **36**社



#### 提供サービス

- ・廃棄物管理ガイドライン及び手順書作成
- ・リスク診断
- ・廃棄物処理法アドバイス業務 等

### 廃棄物管理アウトソーシング

アウトソーシング実績 **5**社



#### 提供サービス

- ・廃棄物関連情報の集計
- ・報告書作成
- ・文書管理
- ・許可証取り寄せ業務 等

### 教育支援(セミナー、教育支援、研修)

セミナー実施数 **60**回

セミナー受講者数 **1,541**名



#### セミナー例

- ・廃棄物管理の法と実務セミナー
- ・生物多様性セミナー
- ・環境関連法セミナー 等

## 海外事業



◀中国烟台市でアマタの取り組みを紹介

取引実績 **108,500**t

#### 取引先国

台湾、ロシア、韓国 他

#### 取り扱い品目

セメント原料、亜鉛原料 等

## 総合環境ソリューションサービスの提供

企業が抱える環境課題が複雑化・多様化する中、アマタグループでは課題に応じた総合的な環境ソリューションサービスを提供しています。

再資源化サービス、環境リスクマネジメント、廃棄物管理システム、環境認証事業等、サービスを複数提供することで顧客の課題解決にあたっている対象事業社数は以下の通りです。

複合サービス利用社数 **66**社

※数値は全て2013年度実績。

※環境・CSRマーケティング支援サービスのポテンシャルと提供事例については 情報資源事業 P.35

## 事業ハイライト

### Highlights 01

#### インドネシアでのセメントリサイクルによる温室効果ガス削減効果の調査を実施

インドネシアのスラバヤ市での低炭素都市計画策定に向けた技術協力の一環として、温室効果ガス排出削減を進めるための



フィージビリティ調査事業を(財)地球環境戦略研究機関と共同で実施しました。

特に、廃棄物分野で、日本の再資源化技術を活用できるかを検証するとともに、セメントメーカーの廃棄物受け入れや、廃棄物の市場性、中間処理工場建設に関わる調査を実施しました。また、廃棄物の再資源化を進めることで、どの程度のエネルギー消費量、エネルギー原単位、CO<sub>2</sub>排出量の削減を実現できるかを算定し、環境影響の評価を進めました。

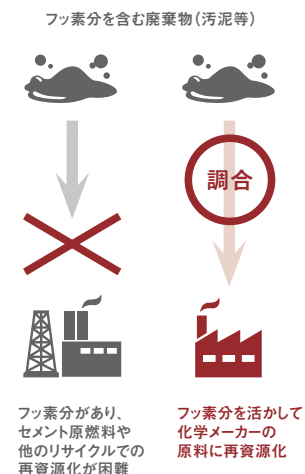
これまで培ってきた日本の技術を、経済成長著しいアジア大洋州で活用し、低炭素社会実現の道を広げていく活動を今後も継続的に行っていきます。

### Highlights 02

#### 処理困難なフッ素分を含む廃棄物の再資源化を実現

テフロンなどの樹脂や、歯磨き粉に含まれる”フッ素”を含む廃棄物はセメント工場の設備を傷める可能性が高いことから、これまで、セメント原燃料として再資源化することが難しいものとされてきました。また、他のリサイクル方法でも処理が困難なことから、再資源化が難しい廃棄物の代表格とされていました。

アマタでは、これまで避けられてきたフッ素を含む廃棄物について、フッ素分を除去して処分するのではなく、調合して、化学メーカーの原材料として活用する再資源化ルートを作りあげることに成功しました。今後も、継続的に処理困難なものを再資源化する研究・開発の取り組みを進めていきます。



### Highlights 03

#### アマタのノウハウを活用した愛知海運(株)の再資源化工場が稼働。中部地区での再資源化を促進

アマタグループの再資源化技術とノウハウを活用した、愛知海運(株)の再資源化工場が2013年4月より稼働を始めました。少量多品種、容器に入った廃棄物、塩素分の高い廃棄物などを独自技術を活用して再資源化を実現することができるようになりました。日本の製造業の中心地域である中部地区における再資源化の促進をはかる体制を構築することができました。



# 2014年度は、 営業力強化と 商品開発の推進を

## 関係構築力

- ◆ 非対面営業の強化
  - コンタクトセンター機能の増強、Web販売力の強化等
  - 非対面の顧客サポート体制の充実による顧客満足度の向上
  - 営業所統合による効率化
- ◆ 協働先との連携強化
  - パートナー企業と共同の人材育成、商品開発等

## ソリューション力

- ◆ 顧客課題の認識・分析力の商品化
  - 顧客業務の見える化サービスを開始
  - 廃棄物管理業務のアウトソーシングサービス開始
  - CSR関連サービスの開発
- ◆ 専門人材の育成
  - 営業担当の社会課題関連知識の向上、企業・自治体向けのサステナブルコーディネーターの育成、コンタクトセンターのオペレーター教育等

## ハード&テクノロジー

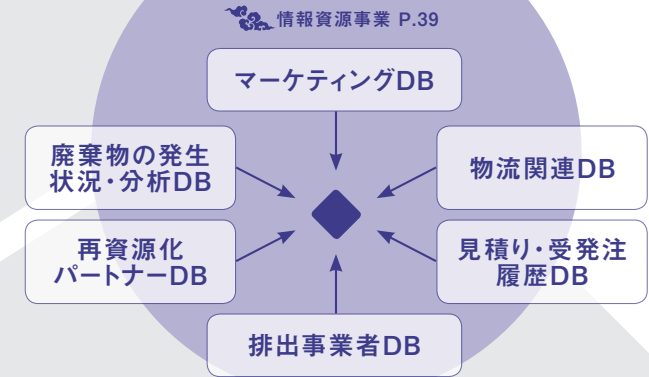
- ◆ 商品品質・安全性・効率性の向上
  - 製造所のオートメーション化(非接触型の製造システム)
  - 品質管理方法の改善
- ◆ 新代替原燃料開発
  - 新たな有価商品の開発・製造・販売
- ◆ 再生可能エネルギーの生産・活用
  - 自然エネルギー電力の販売・買取代行

### 総合環境 ソリューション の提供

## 国際市場開拓

- ◆ 海外拠点の拡大
  - 台湾の再資源化プラントの設置稼働準備
  - マレーシアにおける再資源化事業の進出検討
- ◆ 国際的な資源循環の推進
  - 官民共同の各種調査事業への積極関与によるネットワーク強化と情報収集

## 環境情報プラットフォーム



## 拠点&物流戦略

- ◆ 拠点の拡充
  - 上越、東北地域での拠点設置準備および市場開拓に向けた調査等
- ◆ 開発予定商品のユーザー開拓
- ◆ 物流業務の効率化・コスト削減
  - 物流関連業務の外部委託検討等





*Information Resource Business*

# 情報資源事業

人の価値観・視点が変われば、  
解決する課題が多く出てくる。

既存事業を再編集して価値を見出し、  
資源の利活用を推進する。

## 「情報」から価値を生み出す「情報資源事業」

「無駄なモノ」という認識自体を、疑ってみる。  
情報を組み替え、新たな視点から価値を見出す。  
さらに情報を集積し、共有することで、新たな価値を創り出す。

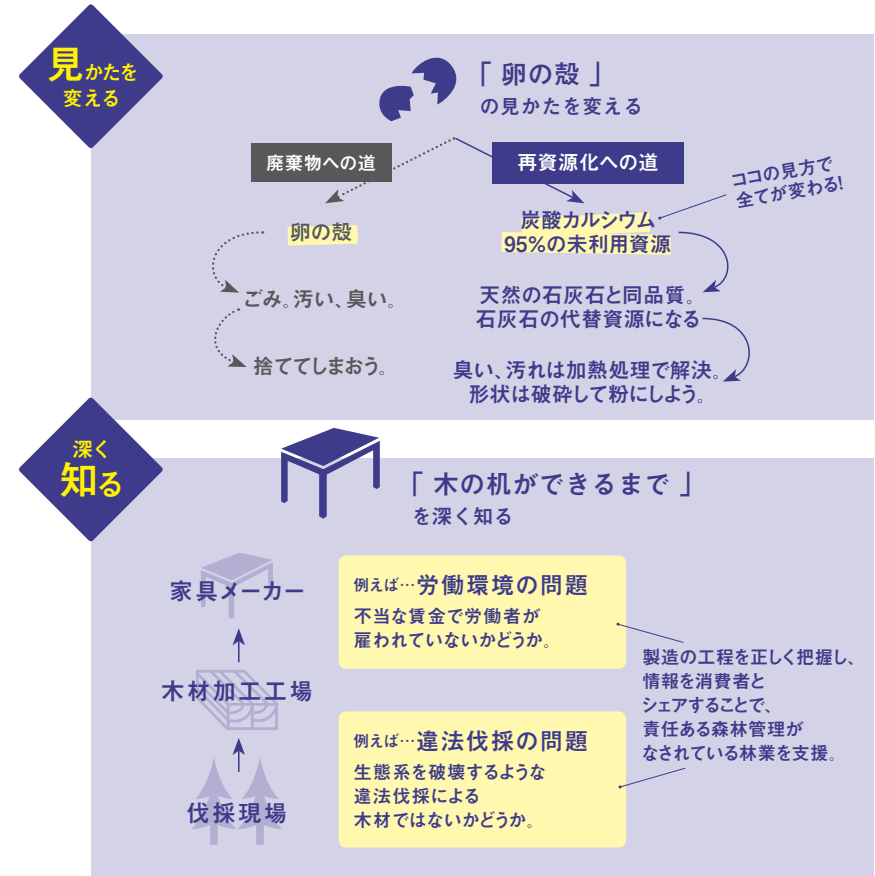
アマタグループは、『情報』を集め編集することで、多くの価値を生み出しています。

そもそも「情報」とは、「人から人へ、媒体を通じて伝達される意味を持つ内容」を意味し、発信者や受信者という、それを扱う人の認識によって変化していきます。例えば、ここに大量の卵の殻があるとします。これをゴミだと思って捨てている人がいます。「大量のゴミがあるんだ。卵の殻なんだ」。しかし、この情報を受信した人達の一人が、「卵の殻を分析したら、95%が炭酸カルシウムだった。これはゴミじゃない。高品質の工業原料になるぞ」と言い出した。この時点で、卵の殻=ゴミという情報が、卵の殻=資源という情報に変わります。

無駄と思う認識が無駄を生み出し、価値と思う認識が価値を生みます。情報は多様な知識やノウハウを持つ多くの人・企業に共有、認

識され、編集、加工、判断されることで、新たな価値を生み出すのです。

アマタグループは、1980年代から、情報が持つ「価値」に着目し、先の卵の例を筆頭に、廃棄物の再資源化事業（現在の地上資源事業）を行ってきました。この経験を活かし、1990年代には、各企業で発生する廃棄物の情報と、資源を求めるユーザー企業の情報を公開してマッチングする環境専門情報誌を刊行。さらに、トレーサビリティ情報を明らかにすることで、消費者に環境という視点から新たな選択肢を提供する、環境認証の審査事業を開始しました。そして2000年以降は、環境関連情報の更なる活用を目指し、環境マーケティング専門部署の立ち上げやクラウドを活用した環境業務支援システムの開発提供を行っています。ここからは、これら情報資源事業についてご説明します。



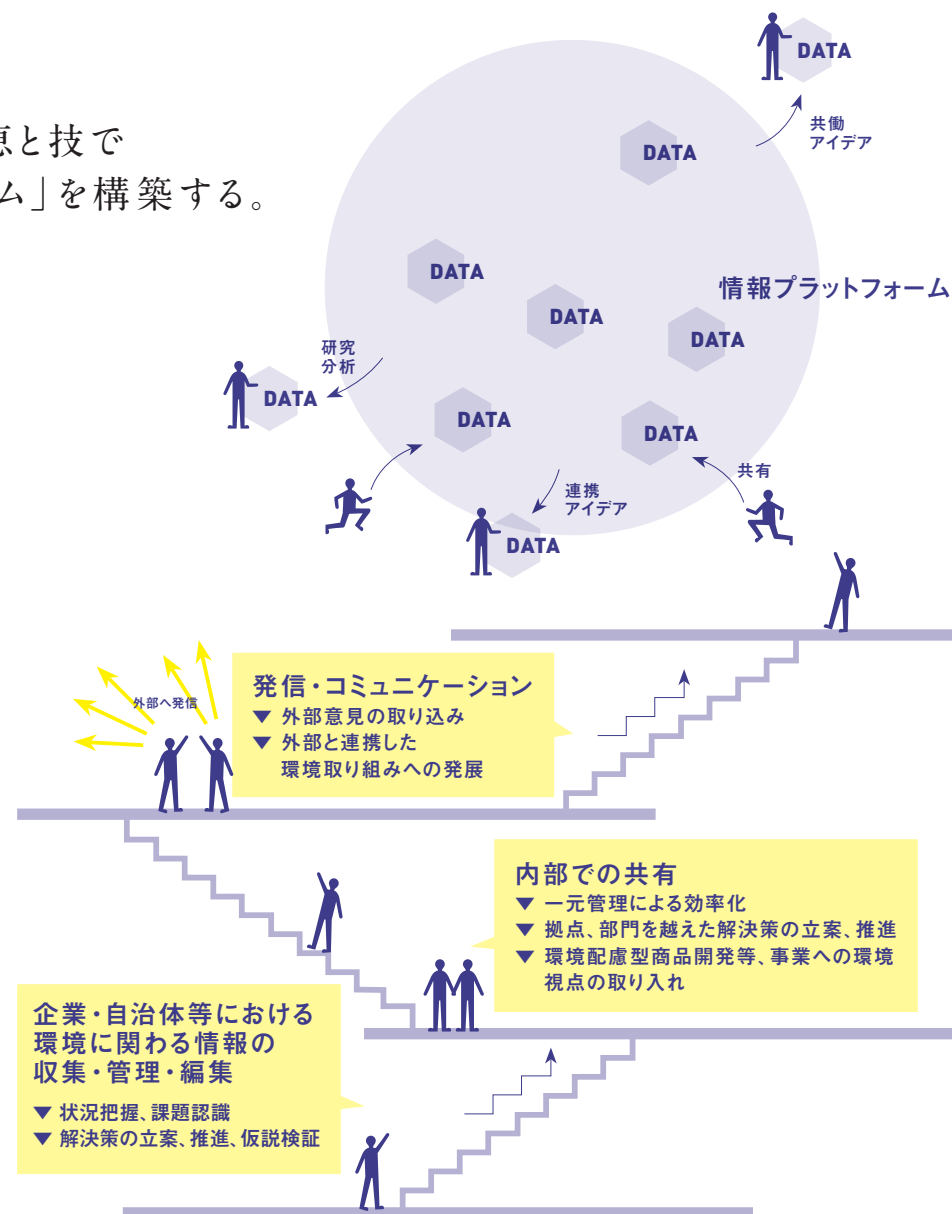
## アマタが目指す、情報資源事業に関する社会ビジョン

環境情報を適切に管理・共有し、多くの智慧と技で新たな価値を生み出す「情報プラットフォーム」を構築する。

今日、日本では1,000社以上の企業がCSR報告書を発行し、排出ガス・廃棄物・水・化学物質といった環境情報を報告しており、国や自治体も多くの統計データを公表しています。しかし、これらの膨大な環境情報は本当に有効に活用されているのでしょうか？

例えばIT化が遅れている廃棄物管理分野では、大手企業でも、工場ごとに情報管理されており本社が一元管理できていないために、無駄や不適正処理が見過ごされている例が多くあります。まして、そうした情報を外部公表して他社や専門家と共有し、課題解決を図る例はほとんどありません。また、CSR報告書を発行する企業の多くが、「発行しても読まれない」と悩んでいます。

情報を有効に活用するには、データが高い精度で収集・集積され、必要な人や組織に適切に共有され、価値を生むための実際の行動に昇華されていく必要があります。アマタグループは、廃棄物に限らず、環境情報を適切に管理・共有し、多くの関係者が智慧と技を持ち寄って共に持続可能社会実現に向けた課題解決策を図れるような、環境分野の情報プラットフォームの構築を目指しています。





# 情報資源事業の4つの柱

情報を活用する事業で最も重要なのは、情報の信頼性、新しさといった品質です。私たちは、公的機関や外部専門家等と協力し、提供サービスに求められる専門性とコミュニケーション能力を備えた人材を育成しています。さらにグループ内では、担当部署はもとより、法務、広報、マーケティングといった部門が専門性を活かして環境関連情報を収集・共有しています。(P34・35:環境・CSRマーケティング支援サービス、P36・37:環境認証事業参照)

## 情報コミュニケーションチャンネルの構築

- ◆ 情報発信・収集  
コミュニケーションチャンネルのラインナップ強化



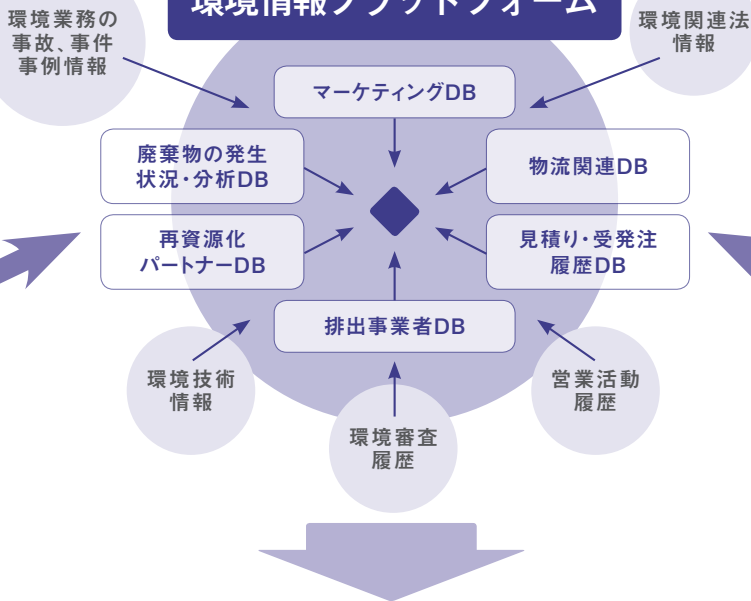
- ◆ チャンネルの発信力・反応率の向上

- 掲載コンテンツの品質向上、外部パートナーの活用
- 媒体別の反応率向上施策の企画実施

アマタグループは、1990年代から様々な環境情報発信チャンネルを開発してきました。現在は、自社の発信だけでなく、環境への取り組みを発信したい企業や環境ビジネス市場に参入する企業に対し、これらのチャンネルを組み合わせた市場調査やプロモーション支援等を行っています。(P34・35:環境・CSRマーケティング支援サービス参照)

環境部門はIT化が遅れている分野の一つです。私たちは、適切な情報管理と関係者間でのリアルタイムな共有を可能にするため、環境管理業務に特化したクラウドサービスの開発、提供を行っています。ITと専門人材による人的サービスの組み合わせで、顧客のコストとリスクを同時低減しています。(P32・33:廃棄物管理システム参照)

## 環境情報プラットフォーム



## 環境プロフェSSIONAL 人材の育成

- ◆ 専門知識、ノウハウの習得
  - エコラベルの審査員育成
  - 環境関連法の専門家育成
  - 環境分野におけるマーケットの育成
- ◆ ナレッジのストック
  - 環境技術情報の収集、分析、蓄積
  - 法改正情報の収集、蓄積

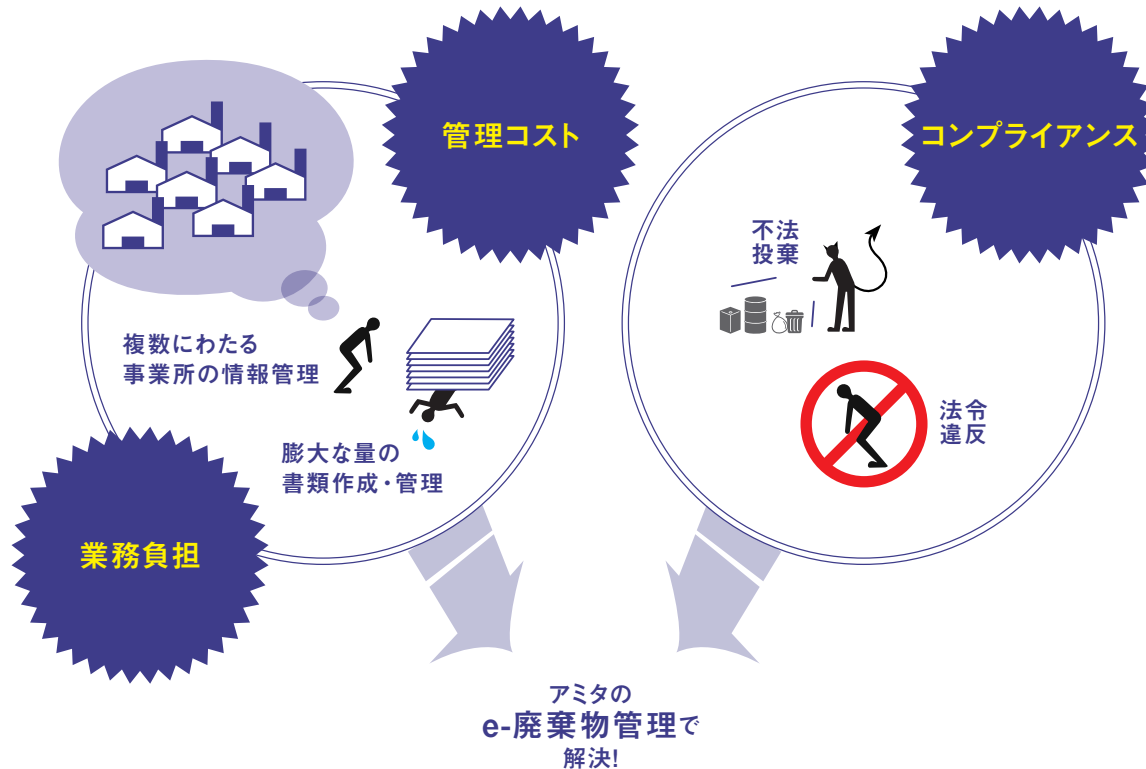
## 情報システム化の推進

- ◆ ITシステム開発の推進
  - 環境業務支援システムの開発
  - 上記システムの効果的バージョンアップ・パートナー企業との連携
  - システム利用者との双方向コミュニケーションの推進
- ◆ IT化による営業力強化
  - スマートデバイスを用いた営業活動
  - 顧客管理システム、社内SNSの有効活用による営業情報の共有、活用

チャンネル、ナレッジ、システムおよび、これらを通じて得た環境情報のデータベースを活かし、環境管理システムの提供、環境コミュニケーション支援、環境認証事業等を行います。さらに、これらは地上資源事業にも積極活用されており、そのサービス品質を支えています。

## 〈事業領域・サービス事例〉 廃棄物管理システム「e-廃棄物管理」

廃棄物管理における一連の管理業務をインターネット上で効率的に行い、管理コストの低減と、コンプライアンスレベルの向上を同時に実現するサービス。



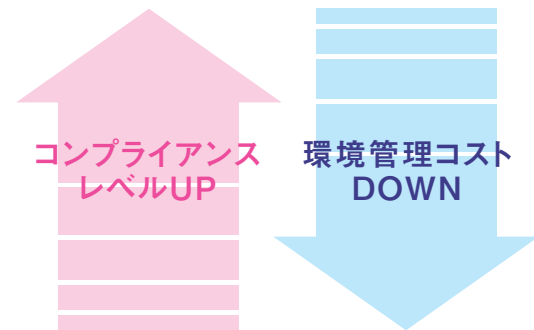
アマタの  
e-廃棄物管理で  
解決!



ネットワーク上で必要な情報を  
すべて収集・管理できるクラウドサービス。

廃棄物の管理において、膨大な書類作成等の管理コストに関わる課題と、不法投棄や書類の記載ミス・もれによる法令違反等のコンプライアンス上の課題を同時に解決する仕組みとして、ネットワーク上で一元的に情報を管理できるクラウドサービスを提供しています。

管理コストの削減と、コンプライアンスの徹底とレベルアップという相反する要望を、同時にかなえるサービスの提供を通じて、企業の環境価値向上の取り組みを支援しています。

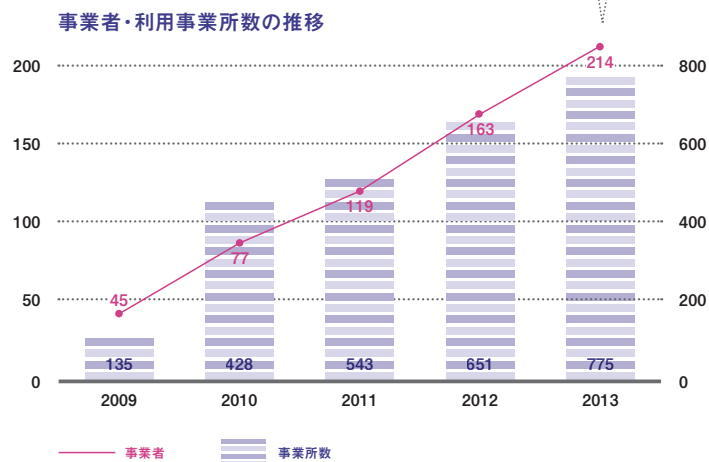


e-廃棄物管理なら  
2つの要望を  
同時に実現します!

## 「e-廃棄物管理」の導入実績と提供事例

### サービスの普及

サービス開始から4年連続アップ!



導入事業者、事業所数ともにサービス開始から4年連続増加しています。コンプライアンス体制の強化をはかりたい顧客や、管理伝票の電子化をすすめるようとしている顧客から高く評価されています。特に、国内に複数の事業所を抱える飲料品業界や製薬業界では、環境リスク低減をサポートするツールとして好評いただいています。

### サービス提供事例

e-廃棄物管理システム導入を通じた  
コンプライアンスレベルの向上 (株式会社IHI)

#### 顧客課題

知識・ノウハウをもった社員の異動や退職等で、廃棄物管理に関する実務レベルが以前にくらべて低下。一部の拠点では、契約書の管理に不備がみられる等環境リスクが増大していた。

#### アマタグループの提供サービス

各拠点のコンプライアンスレベル向上と、本社での管理業務の省力化を同時に実現するサービスとしてe-廃棄物管理システムを提供しています。契約書や伝票管理等の煩雑な業務をシステムを介して実行することで、コンプライアンスレベルを全拠点通じて高めることに成功してきました。

また、廃棄物の処理を委託している企業のリスク評価情報を通じて、不法投棄事例に巻き込まれるリスクを回避する等、アマタが保有する情報提供を通じて、これまで以上の管理体制を構築することに成功しました。

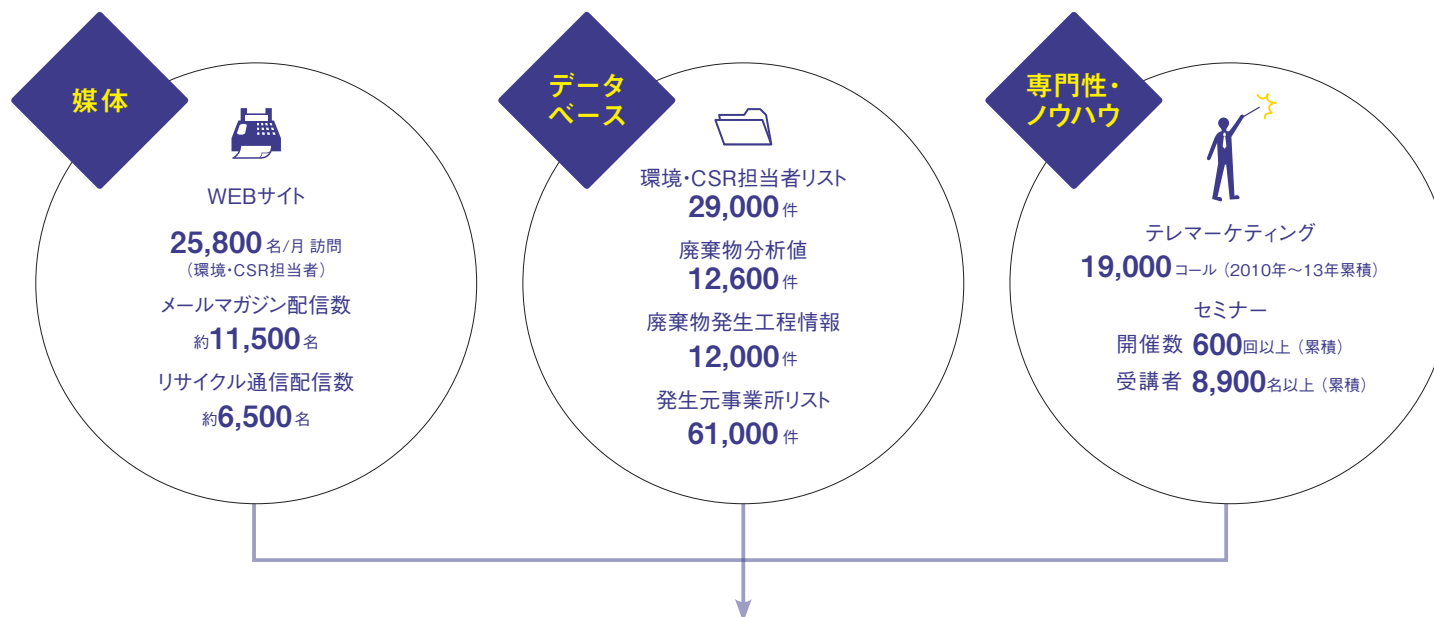
システム提供だけでなく、リスク診断サービス等、地上資源事業のコンサルティングサービスをあわせて提供することで、提供サービスの相乗効果をはかり、業界トップクラスの管理体制構築のサポートをしています。



## 〈 事業領域・サービス事例 〉 環境・CSR マーケティング支援サービス

企業の環境ビジネス、環境サービスの発展をバックアップし、環境配慮型社会の実現を推進する。

環境ビジネスへの参入や、環境サービスの開発を進めようとする場合、環境・CSR分野のリストやメディア、アプローチ方法が必要となるケースが数多くあります。アマタグループでは、創業以来培ってきた環境・CSR分野での膨大な独自データベースと、影響力を持つメディア、市場調査やテレマーケティングのノウハウなど、これまでの経験と実績を活かした各企業向けのオーダーメイドサービスを提供しています。企業の環境・CSR活動を推進することで、社会全体の環境価値の増加を進めています。



マーケティングのチャネル・ノウハウを利用して、企業の環境課題解決をご支援

市場調査開拓

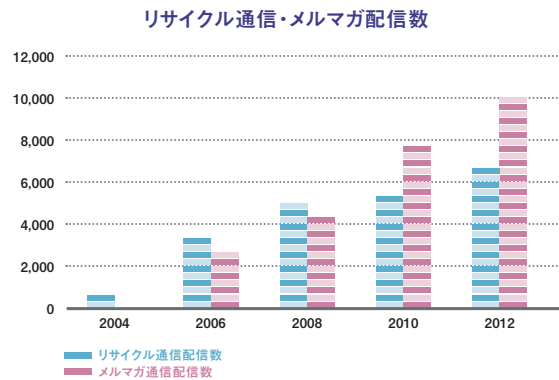
プロモーション支援

営業代行

環境・CSR教育

## ポテンシャルと提供事例

### 情報発信・メディア力



企業の環境・CSR担当者とダイレクトに繋がるメールマガジンやリサイクル通信の配信数は年々増加しており、日本の環境・CSR分野における有数のメディアに成長しています。それに伴い、土壌汚染対策の普及啓発支援、検定試験のプロモーション支援等の支援実績を積み上げてきています。

### サービス提供事例

環境マーケティング支援サービスを利用して  
販売チャネルの拡大を実現(君津システム株式会社)

#### 顧客課題

他社と差別化できる技術力はあるが、営業活動をするマンパワーが足りない。また、今までは問い合わせのあった企業からの受注が中心で、リーチできる企業が限られていた。

#### アマタグループの提供サービス

君津システム(株)は、地質汚染の調査および浄化を専門とする企業です。これまでアプローチできていなかった潜在顧客への積極的な営業展開を実現するため、アマタグループの環境マーケティング支援サービスをご利用いただいています。

企業の環境担当者を中心に、約1万名に上る読者数を持つメールマガジンと、月間12万PVの「おしえてアマタさん」サイトを通じて、君津システム様の独自コラムを配信。また、君津システムの社長を講師とした無料セミナーを開催し、60社を超える大手企業への対面での事業説明を行いました。その内、数社からは具体的な相談があり、環境部門担当者との新たな接点を開拓することに成功。人的リソースが限られる中でも、効率よく自社認知度の向上と営業力強化をはかることにつながりました。

## 〈 事業領域・サービス事例 〉 環境認証事業

トレーサビリティ情報を可視化し、消費者に伝え、新たな選択肢・価値観を社会に提供する。  
違法伐採・乱獲をさけ、持続可能な形で生産・加工された商品を認証する国際エコラベル(環境認証)の審査事業です。



### 森林認証事業 FSC認証

FSC®認証は環境的・社会的・経済的に責任ある管理がなされている森林を認証する「FSC FM認証」、認証された森林から生産された木材製品、紙製品の適切な加工流通過程を認証する「FSC COC認証」からなる森林認証制度です。(株)アミタ環境認証研究所では、FM認証、COC認証の審査を行っています。

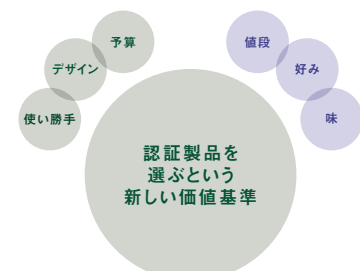


#### FSC FM認証

対象者：森林の所有者・管理者  
FSC10の原則に基づき、環境的、社会的、経済的に責任ある森林管理がなされていることを認証する制度。

#### FSC COC認証

対象者：木材や木材由来製品の加工を行う製造業者・製品を取り扱う商社  
FSC認証材、管理木材※、リサイクル材などの適切な原材料を使用し、木材、紙製品の確実な識別管理を行っていることを認証する制度。  
※「違法伐採されていない」「保護価値の高い森林が伐採されていない」など、5項目の条件をクリアした森林から伐採された木材



消費者

認証製品を選ぶこと  
||  
環境や生物多様性、  
地域社会・経済を守ること



### 漁業認証事業 MSC認証

MSC認証は、資源、環境、社会の側面を包括的に評価し「持続可能な漁業のための原則と基準」に適合する漁業を認証する「MSC 漁業認証」、及びその水産物の適切な加工流通過程を認証する「MSC COC認証」からなる認証制度です。(株)アミタ環境認証研究所では、「MSC COC認証」の審査を行っています。



#### MSC COC認証

- 対象者：
1. 水産物流通過程に携わる流通事業者
  2. 水産加工製品の製造を行う加工事業者
  3. 水産物流通過程で加工(開梱・再包装)を行う量販店
  4. 水産物のメニューを提供するレストラン

### 養殖版 漁業認証事業 ASC認証

ASC認証は、MSC認証の養殖版とも言える制度で、環境・社会的な面で持続可能な管理がなされている養殖場を認証する「ASC養殖場認証」、及びその養殖水産物の適切な加工流通過程を認証する「ASC COC認証」からなる認証制度です。(株)アミタ環境認証研究所では、「ASC COC認証」の審査を行っています。



#### ASC COC認証

- 対象者：
1. 水産養殖物流通過程に携わる流通事業者
  2. 水産養殖加工製品の製造を行う加工事業者
  3. 水産養殖物流通過程で加工(開梱・再包装)を行う量販店
  4. 水産養殖物のメニューを提供するレストラン





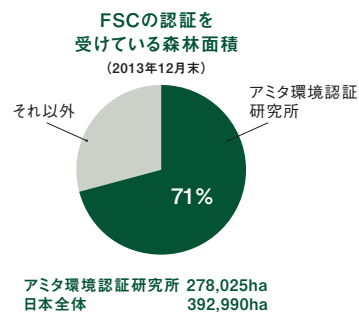
## 環境認証の審査実績



### 森林認証事業

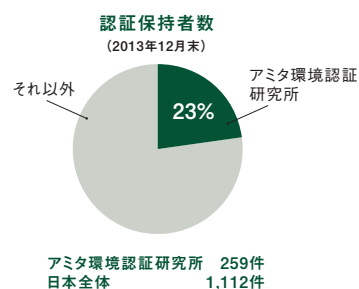
#### FSC FM森林認証面積

1999年に日本で初めてFSC FM森林認証の認証機関として審査を行ってから、現在までに24件の認証取得に関わってきました。認証面積の合計は、約28万haに及び、日本全体のFSC認証林の71%を占めています。引き続き、継続可能な森林管理の動きを促していきます。



#### FSC COC認証取得件数

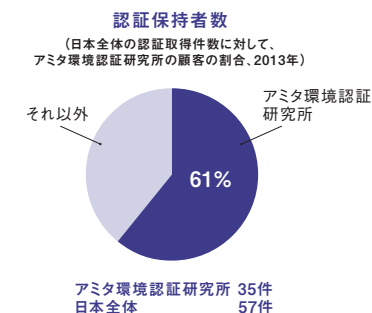
COC認証保持者数は259件と、日本全体の保持者数の23%を占めています。紙、印刷、木材分野の事業者を中心に、審査対応を進めています。今後は、経済発展著しい東南アジア地域でのサービス展開を、地上資源事業のサービスと連携しながら進めていく予定をしており、日本国外での継続可能な森林利用に向けた取り組みを行っていきます。



### 漁業認証事業

#### MSC COC認証取得件数

日本の審査機関として初めてMSC認証サービスを開始してから、現在35件の認証取得に関わってきました。これは、日本全体の61%を占めています。2013年に北海道漁業協同組合連合会によるホタテガイ漁業が、「MSC認証」を取得しました。国内生産量の約90%に相当するホタテガイ漁業が取得することで、加工流通事業者での認証取得も増加すると見込まれています。今後、認証審査を通じて、持続可能な漁業の実現を後押ししていきます。



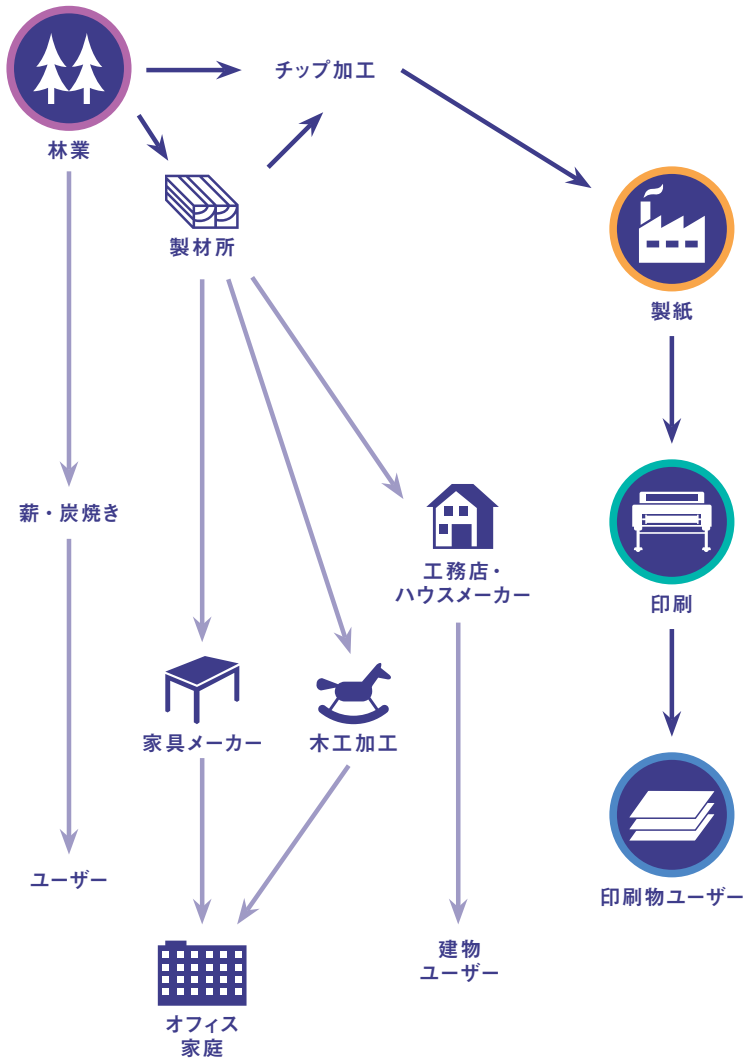
#### ASC COC認証取得件数

2012年9月にアジアで初めて、ASC COCの認証機関と認定されました。養殖産業は成長著しく、2020年までには、世界の水産物の40%以上が養殖によって生産されると予想されており、現在、水産養殖物は87%がアジアで生産されています。養殖場を作るための沿岸の自然破壊、養殖場からの排水や廃棄物による環境汚染、養殖のために持ち込まれた魚等が持ち込む病原菌や生物多様性の破壊といった環境負荷の低減に貢献するべく、サービス展開を進めていきます。

## Values

# 森林認証がもたらす価値

下の図は、森林認証の主要なサプライチェーンです。森林認証がそれぞれの行程でどのような価値を生んでいるのか？ 4名のステークホルダーの方にお伺いしました。



遠水林業  
代表  
遠水 亨氏

今後は木材を選択するデザイナーに対して認証材を選択するメリット、価値をより強く訴えていきたい

1990年代後半、林業の世界的潮流として、森林認証制度が重視されはじめていて、日本ではWWF JAPANがサプライチェーンの川下から認証普及に取り組んでいました。しかし、取得者はなかなかでなかった。このままでは日本の林業は世界から取り残されるという思いもあり2000年に国内初となるFSC®FM認証を取得しました。取得後、主要メディアが取り上げたおかげもあり、今まで関わりが薄かった他業界からも当社に問い合わせがきました。森林認証は環境という分野で林業が目されるきっかけを作ったといっても過言ではないでしょう。今後は、より一層FSCの認知度をあげる必要がありますね。設計家等、木材を選択するデザイナーに対して認証材を選択するメリット、価値をより強く訴えていきたいと思っています。



三菱製紙(株)  
社長室 CSRアドバイザー  
桂 徹氏

FSC製品の普及開発にとどまらず、今後はFSCの考え方を事業に組み入れたい

1998年頃から環境に配慮された木材パルプはないかと探してFSC COC認証にたどり着きました。審査は、担当者の方の知識が最も信頼できたアマタ(現AIEC)にお願いし、国内製紙メーカー初の取得となりました。2008年に他の認証基準を受けた認証紙に問題が生じ、各社が認証紙の生産を中止する中、当社だけが継続的に認証紙を生産できたのも、AIECときちんと審査を実施していたことや、その後調達に関してAIECが丁寧にフォローしてくれたおかげだと思っています。今後は、FSC製品といった「もの」だけでなく、FSCが持つ理念等々を事業に組み入れて「こと」としての価値を生み出していきたいと思っています。



日経印刷(株) 管理本部  
総務部 業務改善支援課  
宮地 将之氏

企業の信頼が重要視される中、FSC認証は重要なツールの1つです

営業部門から取得依頼を受けて2007年にFSC COC認証を取得しました。以前別の認証取得をした際に苦労した経験があって、しっかりと対応してくれるパートナーを探していました。AIECは担当者の方の説明も丁寧でわかりやすく、私の質問にも納得するまで対応してくれました。セミナーを受けるためにAIEC東京本社にうかがった際も、グループ社員全体がまじめで志があると感じ、経営理念が行き届いている会社だと思いました。FSC認証製品の受注は年々増えていて、今後の伸びと確かな社会ニーズを感じています。今後は環境に限らず、会社や製品への信頼が重要。それには日々の改善と信頼を積み上げていくことが大事で、FSCはその1つの重要なツールです。



ザ・ボディショップ  
マーケティング本部  
コミュニケーション部 部長  
成瀬 祐子氏

ブランドの理念を貫くにはFSC認証がベストと考えました

当社はTHE BODY SHOPの日本販売を担っており、ブランドの理念でもある環境に責任を持つという趣旨に合うと考えたので、2000年から包装紙等にFSC認証紙を利用しています。再生紙の制作やその際の漂白剤の利用等の事実を知って、生産から廃棄まで含めた循環を考えた時に、FSC森林認証がより環境負荷も少なく持続的な仕組みと考えました。FSC認証の木材を利用した製品も取り扱っています。環境意識の高いお客様からは、THE BODY SHOPならFSC認証紙というのは当然ですねというご意見をいただいています。今後もブランドコンセプトに沿って、必要なものを必要なだけ作り消費し、環境にできるだけ負荷をかけないように努めていきたいと考えます。

# 2014年度、IT活用でアミタが変わる

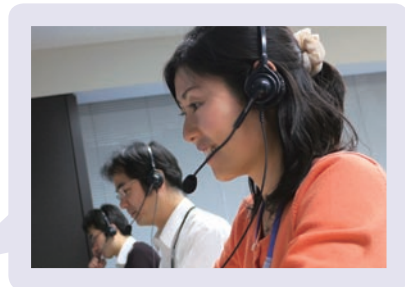


## 情報コミュニケーションチャネルの構築

- ◆ **コンタクトセンターの増強**
  - 新規営業をメインとするコンタクトセンター機能を強化
  - コール、メール、インターネット等による既存顧客サポート体制の強化



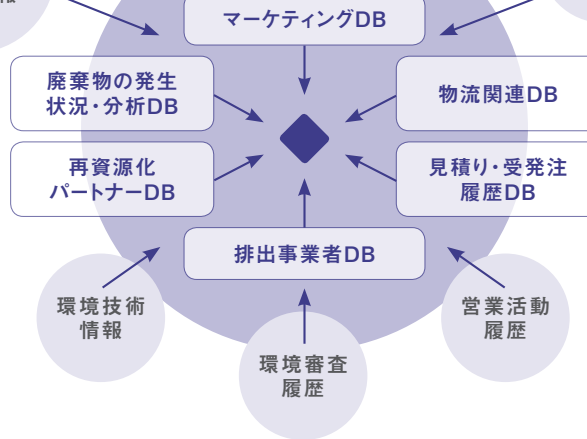
- ◆ **Webマーケティング機能の強化**
  - 問い合わせにつながるWebコンテンツの増強



## 環境情報プラットフォーム

環境業務の事故、事件事例情報

環境関連法情報

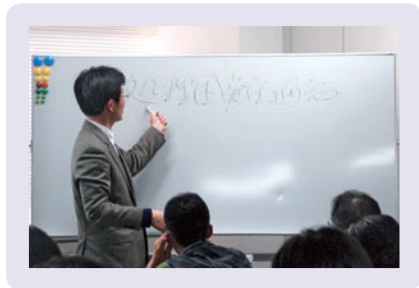


## 環境プロフェッショナル人財の育成

- ◆ **外部連携の強化**
  - 環境エコラベルの外部審査員育成
  - 有識者による社員教育機会の設定
- ◆ **ナレッジのストック**
  - 営業履歴、顧客情報の蓄積による環境市場動向の分析
  - 法改正情報等の商品サービスへの迅速な反映

## 情報システム化の推進

- ◆ **提供サービスのIT化による効率性と品質向上**
  - ITシステムを取り入れた商品設計、開発、提供
- ◆ **IT導入による営業力向上**
  - 営業時のITデバイス活用
  - 蓄積データの分析結果活用による営業戦略の改善



# New Business

環境の世紀にアマタが目指す新しい事業

## 環境ビジネスプロセスアウトソーシング【BPO】

地上資源事業と情報資源事業の経験とノウハウを組み合わせた企業の環境対策支援サービスを、2014年度から本格的に開始します。

### 社会からの要請

#### CSR圧力

社会的責任としての環境対応に関する説明責任

#### 業績向上要求

株価上昇や、配当への期待など業績向上要求

### 企業に求められる対応

#### 環境対策強化

- ・環境部門の増強
- ・環境技術力強化
- ・専門性向上
- ・環境ビジネスへの取り組み

#### 本業強化

- ・コア業務への集中
- ・ノンコア業務の効率化、外注活用
- ・リスクは最小限に

法規制の増加・強化



業務遂行におけるコストダウン要請

企業の環境・CSR側面に対する関心の増加

### 【BPO】 ビー-ピー-オー ビジネス・プロセス・アウトソーシング

BPOとは、企業活動において、あるまとまった業務工程を一括して専門の業者に委託することをいいます。業務代行やコンサルティングと違って、業務分析やプランニング、実施から改善までを外部に委託するため、アウトソーシングの中でも、委託された業者の自由度が高いことが特徴といわれています。環境業務のように、多くの企業にとって、大切だが本業ではない、いわゆるノンコア業務に関する専門性をもつ企業にBPOすることで、企業は経営資源を本業（コア）業務に集中することができ、本業の競争力を獲得することができます。

#### 日本のBPO市場予測

2016年 **6,937億円**

(年間平均成長率:4.2% IDC調べ)

環境業務のBPOも大企業を中心に利用拡大が期待される分野と考えています。



アマタがノンコア業務を一手に引き受けることで、コア業務に集中!

アマタが提供する価値

これからは、自社の得意領域のコア業務に経営リソースを集中しながらも、環境対策はもれなく実施する。そんな事業スタイルが、アマタグループが提案する環境BPOの導入により実現します。





## 環境部門のノンコア業務を、 環境を本業とするアマタグループが、丸ごと引き受けます。

業歴35年以上におよぶ環境分野での経験に基づいたリスク低減ノウハウと現場業務のソリューション実績をもとに、グローバルに展開する企業の主要な環境戦略の実践から見直しまでを引き受けます。



アマタがノンコア業務を  
一手に引き受けることで、  
コア業務に集中!

ここから  
始めます!

2014年春  
開始

etc.....



### 地上資源事業ノウハウ

- ・年間60万トンを超える再資源化支援実績
- ・日本国内に5ヶ所の製造所と1ヶ所の提携先製造拠点
- ・全国に300ヶ所以上ある再資源化協力先のネットワーク
- ・これまでに4,000種類以上の廃棄物を再資源化
- ・年間約2,000件の再資源化相談件数
- ・これまでに160社以上の環境リスク診断、コンサルティング実績



### 情報資源事業ノウハウ

- ・環境業務のIT化による業務の効率化とレベルアップ支援実績
- ・環境ビジネス参入におけるコンサルティング実績
- ・環境ビジネスモデル開発
- ・環境新規市場開拓におけるマーケティング支援
- ・環境CSR活動におけるコミュニケーションプランの策定と実行支援
- ・国際エコラベル、認証取得の支援

### 環境業務バックオフィス

- ・29,000件の環境担当者データベース
- ・2010～13年の累積で19,000回を超える架電実績をもつコンタクトセンター
- ・環境管理実務を熟知したスタッフ
- ・環境法令に詳しい専門スタッフ



*Regional Resource Business*

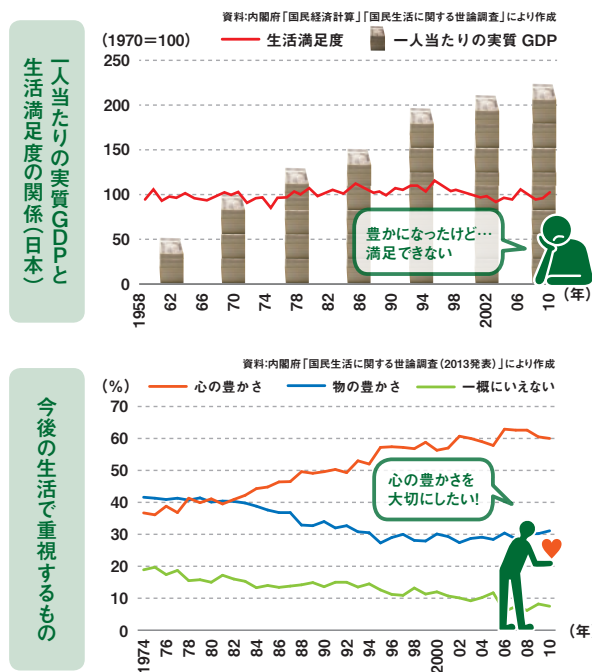
# 地域資源事業

「豊かな時間」を価値にする、  
新たな社会システムの構築を通して、  
持続可能社会の実現を目指す。

# 生活圏における社会的課題

今後、日本国内では人口減少のおおりを受けて市場が収縮すると考えています。世界が大きく変動する中、何を価値としてとらえ、大切にしていけるべきでしょうか。アマタグループは、豊かな社会のあり方を、具体的な事業活動を通じて追求していきます。

## 幸福のパラドクス ～豊かな社会のあり方～



今、日本では一人当たりの実質GDPが増加しているにもかかわらず生活満足度があがらない状況が続いており、今なおその隔たりが拡大し続けています。少しずつ、物の豊かさよりも心の豊かさを求める動きが高まってきています。大量生産・大量消費という物質的豊かさから、質的な豊かさをベースとする新たな社会発展モデルへの転換こそが、今の社会に必要なだと私たちは考えています。

備考) 心の豊かさ=「物質的にある程度豊かになったので、これからは心の豊かさやゆとりのある生活をすることに重きをおきたい」

物の豊かさ=「まだまだ物質的な面で生活を豊かにすることに重きをおきたい」

## 地域の未活用資源

### 海外に依存する資源

エネルギー自給率 4%<sup>※1</sup>  
 化石燃料輸入額 20兆円/年<sup>※1</sup>  
 食糧輸入量 5,800万t/年<sup>※2</sup>

### 国内の未活用資源

耕作放棄地面積 39.6万ha<sup>※2</sup>  
 食品廃棄量 2,086万t/年<sup>※2</sup>  
 残飯総額 11兆円/年<sup>※2</sup>  
 木材利用可能な人工林 3年後に688万ha<sup>※3</sup>

参照元:※1 財務省貿易統計  
 ※2 農林水産省発表資料  
 ※3 森林林業白書

日本のエネルギー自給率は4%、化石燃料輸入額は20兆円に上り、毎年5,800万tもの食糧を海外から輸入しています。一方で、日本の耕作放棄地は30年前の約3倍の39.6万ha、木材利用可能な人工林面積は3年後に九州と四国を足した面積より大きい688万haになります。国際的な資源枯渇、食糧不足が深刻化する中で、地域の未活用資源の利活用が重要となります。

## アマタが目指す、地域資源事業に関する社会ビジョン

生活が地域に経済を生み、人々の交流が新たな産業・商品を創出する。  
私たちは、地域の未利用資源の利活用をはかり、量的規模拡大ではなく、  
質的規模拡大を求める新たな社会システムの構築を目指します。

効率化を追い求める社会の流れの中で、森林資源は石油資源にかわり、農業は農産物、林業は林産物と、地域の生業となる産業はそれぞれで専門化し“合理化”されました。しかし、地域外のより合理化された商品・サービスが入ってくることで、地域産業は衰退し、疲弊してきました。

そのため私たちは、人と人、人と自然の良関係から生まれる豊かな時間を基盤に据えた、新社会システムの構築に取り組みます。山しごとが畑しごと、畑しごとが浜しごとにと、それぞれがつながり、人やものが無駄なく活用される地域本来の強さを発揮した社会の実現を目指します。

新社会システムの構築にあたって、私たちは「コミュニティの

産業化」を1つのキーワードにしています。コミュニティ内の自然や人々の関係性・情報交換から新たな商品・サービスを生み、人々の生活そのものが経済・市場を創出して産業化できることを示していきます。間伐材をペレット化し街の燃料として利活用をはかり、街から出る食品系廃棄物を原料としてバイオマス発電を行うなど、地域での自立型のインフラ整備をすすめていきます。

量から質への転換をはかり、持続可能な社会のあり方を具体的な地域から構想し、実証を重ね、生活として築き上げていきます。この事業モデルが豊かな地域を育み、豊かな社会の基盤になっていくと考えています。





# New System

## 新社会システムの構築

地域によって、地形、気候、文化、生態系等の条件は異なります。私たちは、対象地域の未利用資源を洗い出し、これらを最大限に活用することで、ヒト・モノ・カネが地域内で循環する自立型の地域循環モデルの構築を目指します。地域の衰退へと傾く従来の社会システムの負の連鎖を断ち切り、未利用資源の利活用から始まる正の連鎖を生み出していきます。

【 負のスパイラルを生む従来システム 】

生活基盤の荒廃・産業衰退  
雇用減少・人口減少



【 正のスパイラルを生む新社会システム 】

雇用創出・人口流入  
安心・安全な生活基盤・産業創出



# 地域資源事業の 新社会システム構築に 向けた2つの柱

それぞれの地域に特有の未利用資源を活用した  
新社会システム構築を実現するため、  
2つの戦略を通して、実証段階の技術から事業段階へステップアップさせていきます。

## 新社会システムの構築

### 【環境共生型農法の開発】

環境共生型農法は、化学肥料・農薬の使用を控え、田んぼに暮らす様々な生きものたちの暮らしや環境に配慮しながら、お米づくり等を進める農法です。自然に生息する生きものを邪魔なもの、不要なものとして排除するのではなく、田んぼの水量管理や苗の育て方の工夫をすることで、生き物の生息場を提供し、より安心で安全で、おいしいお米づくりを実現する農法の開発を進めています。



### 森・里・海の未利用資源の 利活用

- ◆ 技術・ノウハウ開発
  - 木質バイオマス利活用技術の開発  
(木質ペレット製造技術の開発、  
林地残材搬出方法の構築)
  - 環境共生型農法の開発
  - 薬草栽培技術の開発
- ◆ システム・仕組みづくり
  - 農作物の販路開拓、  
パートナー企業との連携
  - 木質ペレットの販路開拓

### 街の未利用資源の 利活用

- ◆ 技術・ノウハウ開発
  - 生活系廃棄物の再資源化技術の  
開発(バイオガス製造・利活用技術開発)
- ◆ システム・仕組みづくり
  - もったいないステーションの構築  
(マーケットベース情報の集積・分析、  
商品化ノウハウの確立)
  - 生活系廃棄物(生ゴミ等)の  
回収システムづくり

### 【バイオガス・液体肥料の利活用】

家庭から出る生ゴミ等を回収し、メタン発酵させてバイオガスを抽出し、電気や熱といったエネルギーに変換して活用を進めています。また、メタン発酵後の残渣は液体肥料として農業に活用する等、廃棄物を資源として余さず有効活用する仕組みづくりを行います。大型施設を導入するのではなく地域の実情にあった規模の設備を導入し、持続可能な資源循環利用をはかります。



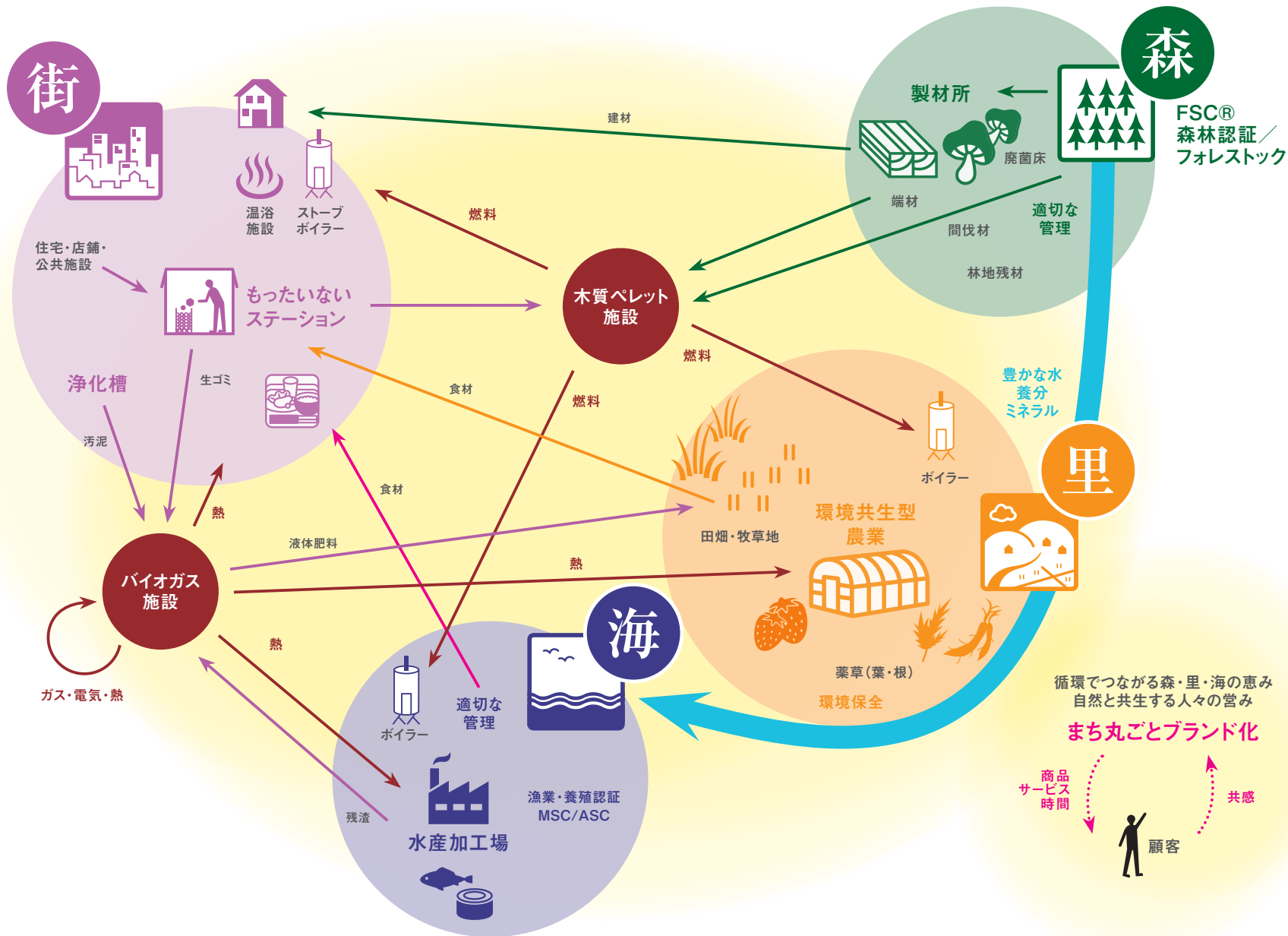
### 【木質ペレット利活用の仕組みづくり】

木質ペレットとは、林地残材などを圧縮成型した小粒の固形燃料です。化石燃料等の地域外の有限な資源を使うのではなく、地域にある森林等の再生可能な未活用資源を燃料源として加工し、家庭や事業所、ハウス栽培の暖房用の燃料として活用するための仕組みづくりを進めます。森の資源を里や街の資源として活用をはかります。



# 地域循環モデルプラン

東日本大震災により生活基盤が失われた宮城県南三陸町にて、2012年より新社会システムのプロトタイプ作りを進めています。森・里・海・街の「もったいない」を相互に関連付け、生活の基盤となるようなインフラ整備や、人と人との関係性を可視化した商品作り等、具体的な事業の確立にむけた実証・検証を行っています。

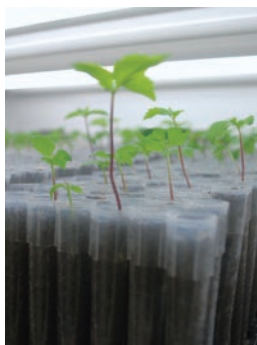


## 地域資源事業の実績とハイライト (宮城県南三陸町での事業開発実績)



### 薬用植物の栽培・研究開発

2009年4月にアマタグループの寄付により、千葉大学環境健康フィールド科学センター内に機能性植物生産学寄附研究部門が設置され、2012年度から共同研究へ移行しました。世界的な需要増大によって枯渇が懸念されるトウキ(当帰)、オタネニンジン等の薬用植物について、研究によりあきらかとなった知見をもとに、園芸学的手法を組み合わせた効率的な栽培方法の検証を南三陸町で進めています。



### バイオガス利活用技術の開発

環境省の事業をもとに、南三陸町内から排出される廃棄物を資源化するための実証試験を行いました。家庭や事業所から出るゴミの分別回収方法の検証をはじめ、バイオガスデモプラントの稼働試験、町の一般ゴミ処理計画の立案等、事業化に向けた検討を進めています。

〈 主な実施結果 〉

#### ◆ゴミの分別回収方法の検証

南三陸町のモデル地区内の一般家庭86世帯、13のモデル事業者の協力をえて、ゴミの分別試験を実施し、分別回収方法の検証を進めるとともに、分別ゴミの内容物の分析からバイオマス量の把握を行いました。

#### ◆バイオガスデモプラントの稼働試験

バイオガスデモプラントを稼働させ、回収したゴミからバイオガスを発生させ、ガスの最適な利活用方法(熱利用、電力利用等)を検証するとともに、副産物である液体肥料の利活用方法の検証もあわせて行いました。

実証結果をもとに、具体的な事業化に向けたプランニングを進めています。



### 共感型商品の製造・販売

宮城県南三陸町の農家、被災して仕事を失った女性、福祉作業所の方々とともに、環境共生型農業での米(ササニシキ)の栽培、トウキ(当帰)の試験栽培を昨年度に引き続き実施しています。米は、「南三陸 森里海のササニシキ」のブランド名で仙台市内の米穀店で販売する等、商品開発・販路開拓を進めています。







Business Plan 2014

# 2014年度、新たな地域像の可視化に向けて

## 新社会システムの構築

### 森・里・海の未利用資源の利活用

- ◆ 地域のポテンシャル調査
  - 京都府京北地域における地域ポテンシャルの調査等
- ◆ 薬草栽培技術の開発と栽培地の拡大
  - 複数地域での薬草栽培、環境共生型農法の指導等
- ◆ 商品化および流通の仕組みづくり
  - 地域住民による農作物の販売・流通支援等

### 街の未利用資源の利活用

- ◆ 地域における人間関係資本の増加
  - 雇用創出、地域住民とIターン者の連携施策等
- ◆ 生活系廃棄物の再資源化インフラの開発
  - バイオガス製造設備の導入検討等
- ◆ 資源の回収システムの構築
  - 生活系廃棄物の回収システム等



### 木質ペレットの利活用

地産地消のエネルギー循環システムの構築を目的に、未利用間伐材等の木質資源をペレットに加工し町内の熱源として活用する、実証実験を実施。事業化に向けた検証を進めています。

〈 主な実施結果 〉

南三陸町内の林地残材を搬出する独自の方法を検討するとともに、デモプラントをもとに木質ペレットの製造実験を実施。約40ヶ所の一般家庭、事業所の方の協力のもとペレットストーブのモニタリングを進め、製造、販売、利用の流れを検証し、事業化の情報の集約を行いました。



# 財務報告

アマタグループの2013年度(2013年1月1日～2013年12月31日)における、財務状況のご報告をいたします。

## 2013年度決算

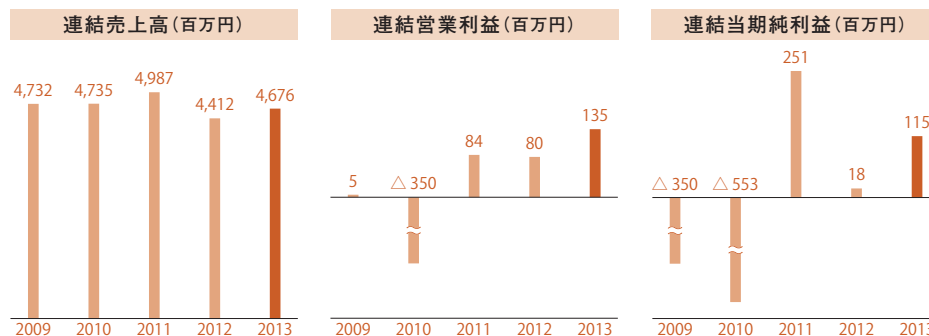
(グループ連結、単位:百万円)

	前期実績	当初予想	実績	対予想増減率	注釈
売上高	4,412	4,653	4,676	0.5%	有価物販売の増加、災害廃棄物処理業務の実施
売上総利益	1,484	-	1,502	-	
販売費及び一般管理費	1,403	-	1,367	-	人員減による販売管理費の削減
営業利益	80	150	135	△9.9%	
経常利益	75	146	106	△27.0%	
当期純利益	18	113	115	2.3%	東京電力の福島原発事故に伴う損害賠償金の受入

2013年は、売上高については、地上資源事業において有価物販売の増加や災害廃棄物処理業務が寄与したこと、また当期純利益については東京電力の福島原発事故に伴う損害賠償金の受入などで、ともに昨年度より増加しました。中でも、アマタ(株)では、1月に再資源化事業の新たな営業拠点として浜松営業所(静岡県浜松市)を開設し、4月にはアマタ(株)の再資源化技術を採用した愛知海運株式会社の蒲郡リサイクルS.C.が稼働するなど、東海地区における市場開拓強化を進めています。また海外では、5月には

マレーシアでの産業廃棄物のセメント原料化の調査等を公益財団法人地球環境戦略研究機関(IGES)と共同で開始するなど、将来を見据えた市場調査を進めています。さらに、アマタグループの強みを活かした『廃棄物管理ベストウェイ』という環境に関するBPO(Business Process Outsourcing)商品の開発を進め、顧客企業に求められている高い専門性と多くの時間を要する廃棄物管理業務を、アマタ(株)に一括アウトソースできるサービス提供体制の構築を推進しました。

### 【業績推移】



## セグメント別の振り返り

セグメント別の概況については以下の通りとなります。  
(参照:本レポート内記載の事業名と財務報告上のセグメントの関係表)

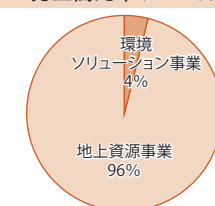
### 1) 地上資源事業

地上資源の製造や再資源化支援などを行うこのセグメントでは、有価物販売の増加や災害廃棄物処理業務の本格稼働により売上高は4,496,806千円(前期比8.3%増、前期差+343,022千円)となりました。営業利益は製造原価や販売管理費が増加しましたが、売上総利益の増加により185,103千円(前期比31.8%増、前期差+44,607千円)となりました。

### 2) 環境ソリューション事業

環境コンサルティングや調査・研究、FSCやMSCなどの認証関連サービスの提供を行うこのセグメントでは、コンサルティング業務の受注減により売上高は182,096千円(前期比32.3%減、前期差△86,710千円)、営業損失は販売管理費の削減効果により49,336千円(前期比-、前期差+10,873千円)となりました。

売上高比率(2013年)



※調整額を除く各セグメントの売上高比率を示しています。

### 【参照:事業内容とセグメント、各サービスの関連表】

事業領域	サービス名	実施会社	財務報告上のセグメント
地上資源	地上資源製造	アマタ	地上資源
	リサイクルオペレーション		
	資源販売		
	環境コンサルティング	持続研	環境ソリューション
情報資源	環境部門支援情報管理	アマタ	地上資源
	情報システム機能提供		
地域資源	環境認証	AIEC	環境ソリューション
	調査研究	持続研	

## 財務諸表

## ●連結貸借対照表 (単位:千円)

科目	当期 2013年12月31日 現在	前期 2012年12月31日 現在
<b>(資産の部)</b>		
流動資産	2,102,839	1,789,375
固定資産	2,142,791	2,099,186
有形固定資産	1,935,269	1,912,192
無形固定資産	33,251	41,140
投資その他の資産	174,270	145,853
資産合計	4,245,630	3,888,561
<b>(負債の部)</b>		
流動負債	1,913,638	1,603,494
固定負債	1,619,438	1,688,378
負債合計	3,533,076	3,291,873
<b>(純資産の部)</b>		
株主資本	712,553	596,688
資本金	474,920	474,920
資本剰余金	408,499	408,499
利益剰余金	△170,731	△286,664
自己株式	△134	△66
純資産合計	712,553	596,688
負債純資産合計	4,245,630	3,888,561

## ●連結損益計算書 (単位:千円)

科目	当期 2013年1月1日～ 2013年12月31日	前期 2012年1月1日～ 2012年12月31日
売上高	4,676,087	4,412,779
売上原価	3,173,127	2,928,604
売上総利益	1,502,960	1,484,175
販売費及び一般管理費	1,367,823	1,403,889
営業利益	135,137	80,285
営業外収益	45,563	35,666
営業外費用	73,925	40,252
経常利益	106,775	75,700
特別利益	117,963	48,460
特別損失	3,038	-
税金等調整前当期 純利益	221,700	124,161
法人税、住民税及び 事業税	43,692	10,844
法人税等調整額	62,075	94,712
少数株主損益調整前 当期純利益	115,932	18,605
当期純利益	115,932	18,605

## ●連結キャッシュ・フロー計算書 (単位:千円)

科目	当期 2013年1月1日～ 2013年12月31日	前期 2012年1月1日～ 2012年12月31日
営業活動による キャッシュ・フロー	440,085	181,275
投資活動による キャッシュ・フロー	△64,670	△87,951
財務活動による キャッシュ・フロー	△202,963	△99,311
現金及び現金同等物に 係る換算差額	13,889	11,713
現金及び現金同等物の 増減額	186,341	5,727
現金及び現金同等物の 期首残高	866,610	860,883
現金及び現金同等物の 期末残高	1,052,952	866,610

## 中期3ヶ年計画

(単位:百万円)

	14年12月期 計画	15年12月期 計画	16年12月期 計画
売上高	4,379	5,082	5,436
営業利益	▲76	110	350
経常利益	▲69	80	320
当期純利益	▲84	69	409

2014年度は、新たなる中期計画達成のための開発強化の年次と位置づけ、商品開発、大型の設備投資を含めた事業展開を進め、2015年度は海外拠点開設による増収増益を計画し、2016年度には2015年度開設拠点の製造量増加とBPO事業の伸長に伴う増収効果による利益の高い伸びを計画しております。特に今年度は、これまで積み上げてきたアマタグループの環境分野での事業シーズを、開発商品として事業的成果に結びつけるための大きな節目の年と考えております。そのために、グループ全体をあげて開発強化に向けた総合環境ソリューションサービスを展開することにより、民間企業及び行政機構の環境対策に必要な不可欠なプラットフォーム企業集団になることを目指していきます。

アマタグループでは、成長性・収益性については売上高、営業利益、営業利益率を経営における重点指標とし、資本効率についてはROE(株主資本利益率)を重点指標としています。2013年度の売上高は災害廃棄物処理業務や有価物販売の増加などにより増加し、営業利益についても増加となりました。さらに、大きな設備投資を要しない「蒲郡リサイクルS.C.」のような新業態を稼働させることで、投資対効果の向上にも取り組んでいます。

利益配分に関しては、2013年度は期末配当を実施しました。資本準備金の取り崩しを伴うものですが、配当原資と今後の資本政策上の柔軟性と機動性を確保し新しいスタートをきるという思いで実施をしています。2014年以降を新たな中期計画達成のための開発強化の年次と位置づけ、一層の競争力の強化をはかりたいと考えています。

取締役  
清水 太郎

# ステークホルダーへのアンケート結果

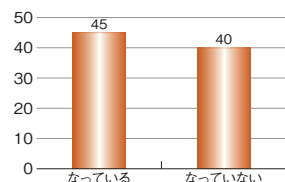
アマタグループでは、各ステークホルダーへのアンケートを実施し、現状の把握と課題点の整理、改善活動のPDCAサイクルを回し、よりよい事業活動の遂行・実現を図っています。

## 従業員アンケート ※以下、代表的な結果を抜粋してご紹介します。

【調査概要】 対象者:正社員、契約社員 ※役員、派遣社員、アルバイト、パートは除く  
回答者数:85名(158名に発信)  
調査期間:2013/5/9~5/23  
調査手法:メールで案内を行い、入力フォームに記入

### 1) 従業員の就業観・職業観

Q.今のアマタグループの仕事は今のあなたにとって、「自分の人生を懸けるに足る仕事」となっていますか?回答段階の気持ちを教えてください。(回答者=85)



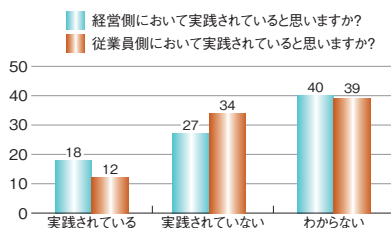
アマタグループは、従業員にとって職場・仕事が所得を得る手段となるだけでなく、社会貢献を実現する場所として機能するべきだと考えています。今の仕事が、「自分の人生を懸けるに足る仕事」になっているかどうかという質問に対して「なっている」と回答した従業員は45名(53%)でした。今後、人生を共にする職場として、従業員にとってより充実感が得られるような職場環境の整備・社風の醸成を図ってまいります。

#### 【具体的意見】(人生を懸けるに足る仕事に関する意見)

- ・生きている間になしたいこと、見てみたいことと、一致した仕事。
- ・子供に自慢できる仕事。
- ・年を重ねてもチャレンジ精神を失わず、積極的に動いていきたいと思わせる仕事。やりがいを感じ、且つ、飽きない仕事。

### 2) 人材育成指針「人はコストではなく資本である」の実践度合い

Q.「人はコストではなく資本である」という考え方について



アマタグループは、「人はコストではなく資本である」という考え方を2012年より人材育成方針にあげています。今回のアンケートでは、考え方が実践されているかどうかについて、「わからない」との回答が最も多い結果となりましたが、今後、具体的な施策をもとに実践度合いを高めてまいります。

#### 【アンケート結果を受けて経営より】

経営の意図を可視化する機会や施策、工夫が不十分と考えています。社員一人ひとりのやる気や能力を引き出す具体的制度・仕組みを構築し、また、経営の意図が理解できるよう経営と従業員間の対話機会を増やすことで、資本である社員としての実感が得られるよう努力します。

## 株主アンケート ※アマタグループの情報提供を希望する株主以外の投資家を含みます。 ※以下、代表的な結果を抜粋してご紹介します。

【調査概要】 対象者:株主、個人投資家  
回答者数:32名(約1,200名に発信)  
調査期間:2013/7/1から2週間  
調査手法:株主・投資家向け四半期通信「未来デザイン通信」にアンケート用紙を同封

### 1) IR通信等の情報発信を受けてのご感想

アマタグループでは、決算説明会や株主・投資家向け通信といったIR関連の情報発信について、毎回株主様はじめ投資家の方々から100点満点での絶対評価をいただいております。今回のアンケートに同封した未来デザイン通信に対するアンケートでの評価の平均点は78点でした。今後も、ご指摘やご提案をいただいた事項について都度精査し、より最適な情報発信に向けた取り組みを推進してまいります。

#### 【具体的ご意見】(未来デザイン通信に関するご意見)

- ・人事という極めて内部的な側面について詳しく解説いただき、御社の人づくりについて共感できた。
- ・社会に貢献していく会社だとよくわかる。
- ・リスク対応施策の説明があれば更に良い。

### 2) 今後アマタグループに期待すること等についてのご意見

アマタグループに期待する代表的なご意見として以下のようなコメントをいただいています。株価上昇や、配当へのご要望のほか、取り組む事業の内容やサービス開発等に関するご意見も多くいただきました。高いご期待に応えられるように、今後も事業活動を推進してまいります。

#### 【具体的ご意見】

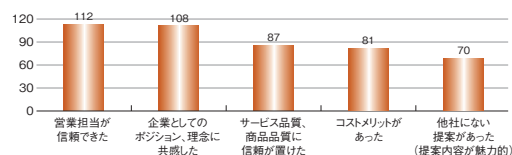
- ・社長様の志が適った暁には日本中ではもとより世界中の経済が発展し、明るい社会が生まれることでしょう。
- ・今後とも東北の復興に継続的に関わってほしい。
- ・持続可能社会の実現に向けてどんどん環境配慮型の商品・サービスを開発していただきたい。
- ・自然、社会、企業、人間一体となって喜びを感じ、支え合う未来資本主義の実現をしてもらいたい。
- ・急速な経済発展を遂げているアジア各国には、今後膨大な環境ニーズが見込まれ期待している。



## 取引先アンケート〈地上資源事業〉 ※以下、代表的な結果を抜粋してご紹介します。

【調査概要】 対象者:取引先(廃棄物排出元、鉄鋼・非鉄・セメントメーカー、収集運搬会社)  
 回答者数:247社(811社に発信)  
 調査期間:2013/7/8~7/26  
 調査手法:メール、郵便で送付

## 1) アミタを発注先として選んだ理由 ※複数回答/回答結果上位5項目を抜粋

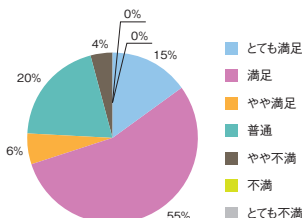


アミタをパートナーとして選ぶ理由として、日々の細かい営業活動やセミナー等の取り組みを通じた「信頼」との声が多くありました。また、提供する商品・サービスの品質についても、高い評価をいただいています。

## 2) アミタのサービスを利用したご感想

※複数回答/回答結果上位5項目を抜粋

「とても満足」「満足」「やや満足」と回答した顧客はあわせて76%でした。廃棄物処理に関する専門的な知識や、臨機応変できめ細かい対応が大きく評価されており、前項「アミタを発注先として選んだ理由」を裏付ける結果となっています。



## 【具体的ご意見】

- ・営業マンがとても業務内容や法規を理解しており、信頼が得られる。(電気機械器具製造業)
- ・講習会が活発に実施されており情報源において有効。(化学工業)
- ・他で受けて貰えなかった物を、親身になって苦労をいとわず手配から処分先まで折衝、契約まで行っていただいた。(化学工業)

## 3) アミタへのご意見・ご要望

サービスをご利用いただいている取引先からのご要望、ご意見の主要なものを以下に挙げます。対応をすすめ、さらなるサービス品質の向上に取り組んでまいります。

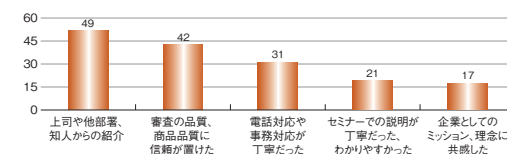
## 【具体的ご意見】

- ・マテリアルリサイクルやその関連の新しい取り組みなどの提案をしてもらいたい。
- ・また、コスト削減などについての提案もあれば紹介してもらいたい。(電気機械器具製造業)
- ・法規制への問い合わせを充実させてほしい。(電気機械器具製造業)
- ・リサイクル不能(高塩濃度)物等の処分先を検討願いたい。(化学工業)
- ・契約、収集運搬、処理、データ管理まで含めたトータルシステムの構築をしてもらいたい。(石油製品製造業)

## 取引先アンケート〈環境認証事業〉 ※以下、代表的な結果を抜粋してご紹介します。

【調査概要】 対象者:認証取得事業者  
 回答者数:110社(309社に発信)  
 調査期間:2013/7/8~7/26  
 調査手法:メール、郵便で送付

## 1) AIEC(アミタ環境認証研究所)を認証先として選んだ理由 ※複数回答/回答結果上位5項目を抜粋

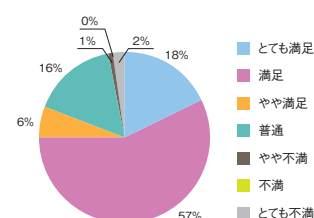


AIEC(アミタ環境認証研究所)をパートナーとして選ぶ理由として、「紹介」や「品質」など「信頼」に起因する回答が多くみられました。今後も「審査」を行う第3社機関として、普段の業務におけるきめ細かい対応や、セミナー等での丁寧な情報発信を通じてAIECの品質をご理解いただけるよう、取り組んでまいります。

## 2) AIECを利用したご感想

※複数回答/回答結果上位5項目を抜粋

「とても満足」「満足」「やや満足」をと回答した顧客は81%でした。また、「とても不満」「不満」「やや不満」と回答された方はあわせて約3%でした。認証に関するクオリティはもちろんですが、個々の案件に関する対応のスピーディーさや回答の適切さ等の「対応力」が特に評価されています。



## 【具体的ご意見】

- ・対応が早く、審査員の説明もわかりやすい。(水産業)
- ・実務担当者と同じ目線で対応や指導をしてもらえる。(家具製造業)
- ・社員一人一人が高い知見を持っていて、仕事を通して、接する時に色々なことを教えてもらったり、刺激やヒントをもらうことができること。わからないことを質問した時に親切に対応してくれること。(林業)

## 3) AIECへのご意見・ご要望

ご意見・ご要望として、FSC、MSCそのものの普及啓発が進まないこと等も含めて、情報発信面での追加での希望等をいただいています。有用なサービスだと感じていただけるよう、さらなる品質の向上に努めてまいります。

## 【具体的ご意見】

- ・各森林認証の規格改定などの情報について、セミナー形式での解説などをしていただくと助かります。(印刷業)
- ・当社もFSCの認知度アップに苦慮していますが、貴社におかれても更なるFSCの認知度の向上に努めて欲しい。(製紙業)
- ・認証のレベルを一般の方が見てわかるように評価していただきたい。(地方公共団体)

# Fact Data

アマタグループの2013年度(2013年1月1日～2013年12月31日)における事業実績以外のデータをまとめてご報告いたします。

## 安心して長く働ける会社づくり

分類項目	取り組み内容/実績	
能力開発・教育	研鑽会	チームを牽引する社員のリーダーシップの力を養成するため、月に1回研修を実施しています。
	教育・訓練	各製造所において業務遂行能力の向上や、職場環境の向上を図るための勉強会を定期的に行っています。2013年度は、計54回開催し、のべ373名が参加しました。
就業制度・評価制度	評価制度	従業員の評価をチーム単位で行っています。個人の能力や資格もチーム内の業務で発揮されて初めて評価対象となる設定としており、チームへの貢献を評価指標としています。
	休暇制度	リフレッシュ休暇、ソーシャルスタディ休暇、アニバーサリー休暇等各種休暇を用意。有給休暇と併せた取得数は、11.3日。(2013年度実績)
	AMITIME(アミタイム)制度	未消化の年次有給休暇をグループで貯蓄し、対象者がその貯蓄分を利用して休業するアマタグループ独自の制度で、2013年度までの取得者実績は累積で3名。
安全に関する取り組み	安全指標の管理	*度数率:9.12(一般・産業廃棄物処理業 9.38<平成24年労働災害動向調査>) 強度率:0.02(一般・産業廃棄物処理業 0.16<平成24年労働災害動向調査>)
	安全性の向上(リスクアセスメントの実施)	事故、ヒヤリハット、苦情・クレーム等の発生件数を減少させるために、年度初めに各業務のリスク評価を行い、リスクが高い事項に対して重点的にリスク低減の取り組みを推進しています。
	放射線の測定	入荷する際に全ての積荷に対して、放射線測定器を使って線量の測定を実施しています。
内部コミュニケーション	従業員間のコミュニケーション	「価値創り」の重要な基盤を養成するため、毎週水曜日各拠点において従業員間で「思考する時間」(シンキングデイ)を実施しています。人生とは?幸せとは?家族とは?地域とは?等の社会課題のあり方について意見交換を行っています。
	経営層と従業員のコミュニケーション	ミッションの実現をはかるため、経営層と従業員との間での対話会を全国の拠点で開催しています。
	内部情報資源の利活用	グループウェアを活用した内部コミュニケーションシステム「AMIHO」を導入し、設置から9ヶ月で、1,900件以上の投稿、2,600件以上のコメント、6,500件以上の「いいね!」が押されており、拠点間でのコミュニケーションの促進を図っています。

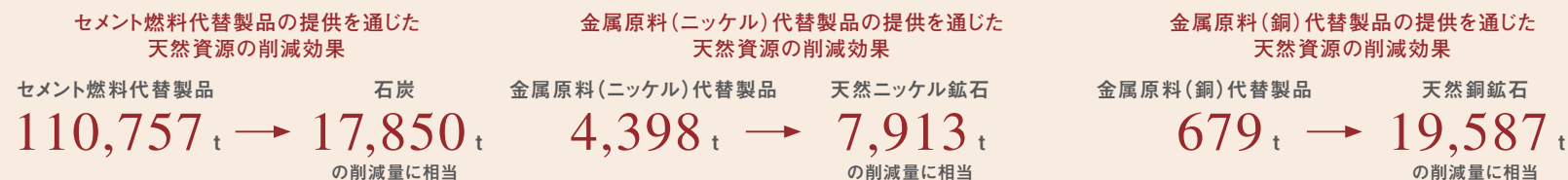
※度数率:100万延べ実労働時間当たりの労働災害による死傷者数(災害発生頻度)  
強度率:1,000延べ実労働時間当たりの労働損失日数(災害の重さの程度)

## 環境

分類項目	取り組み内容/実績	
提言・啓蒙活動	環境業務にかかわる自主的調査	アマタグループでは、官公庁が実施する調査ではカバーされない、環境業務に関わる自主的な調査を実施しています。2013年度は、セメントリサイクルの現状に関するアンケート調査を実施し、現状における課題点の整理をはかるとともに、セメント新聞社と共同で行政関係者、企業担当者を交えた討論会を実施し、より高次の環境業務のあり方を検証しています。
	講演活動の実施	リサイクルに関わる講演、FSCやMSC等の環境認証に関わる講演活動のほか、社会的課題を解決する企業として、イベントやセミナーでの講演を実施しています。講演実施回数:39回
	外部への情報発信	日経エコロジーや各種雑誌、書籍、新聞にて、社会への啓発活動、企業の環境担当者の実務レベル向上をはかる情報発信を行っています。
	工場見学者の受け入れ	全国5つの製造所で工場見学を実施しており、一般・企業参加者含めて年間約400回、1,100名の方に訪問いただいています。また、中国、韓国、東南アジア諸国からの視察の受け入れを行っています。
事業を通じた環境貢献	アマタグループでは、本業全てが環境価値に通じる業務をおこなっています。事業を通じた、環境への貢献については各事業ページの実績部分を参照ください。	

注目!!


**再資源化を通じた天然資源の削減量 (2013年度)** アマタグループでは、廃棄物から再資源化を進めることで、以下のような天然資源の削減を実現しています。



※上記天然資源の削減効果は、石炭の標準発熱量29Mj/l、天然ニッケル鉱石品位2.49%、天然銅鉱石品位0.52%とした場合の理論値として算出しています。

# Fact Data

## コミュニティ・地域参加

分類項目	取り組み内容/実績	
地域貢献活動	環境教育の実践	東京大学、慶應義塾大学、同志社大学等12の各種教育機関に対し、環境・CSRに関する講演を提供。また、京都本社では学生インターンシップの受け入れも行っています。
	地域清掃活動	地域貢献活動の一環として、定期的に各製造所付近の清掃作業を行っています。また、製造所周辺の合同清掃活動にも参加しています。
	あみたんぼマルシェ (被災地支援活動)	東日本大震災の後、被災地支援の一環として、週1回東京本店にて社内マルシェ(あみたんぼマルシェ)を実施。被災地の野菜や特産品等を社内向けに仕入れ価格で販売。2013年は45回実施し、総売上478,090円。
社会貢献活動	寄付・助成活動 (『ありがとう本』の取り組み)	無駄をなくす取り組みの一環として、読み終わった本を売却し、得た資金をNPO等に寄付する『ありがとう本』への協力を2012年2月より実施。2013年度はアマタグループの全国15拠点にて836冊の本を回収し寄付を行いました。
	貧困削減活動への協賛 (STAND UP TAKE ACTION キャンペーン)	<p>貧困削減に向けて国連が掲げたミレニアム開発目標(MDGs)の達成を訴えるためのキャンペーンに協賛。2013年の日本国内での実施件数は1,023件、参加人数32,600名に上る中、アマタからも全国16拠点から136名が参加しました。アマタグループは2008年から参加しており、2013年で6回目の参加となります。2012年はアマタグループの写真がユニーク賞を受賞しています。</p> 

## 公正な事業慣行

分類項目	取り組み内容/実績	
公正な事業慣行	反社会的勢力への対応	アマタグループでは、反社会的勢力追放に向けた動きとして、新規取引を開始する前にスクリーニングをかけて見直しをはかっています。
	コンプライアンス力の向上	グループ全社員に対して、下請法等についてのコンプライアンステストを1年に1回実施し、知識の定着をはかるとともに、コンプライアンス力の強化をはかっています。

※アマタグループでは、国連が中心となって進めている環境・CSRに関わるイニシアチブ(グローバル・コンパクト(以下GC))に、日本国内で4番目の企業として、2002年より加盟しています。GC原則の積極的な経営への反映と発信、GC原則の実行状況をステークホルダーに毎年発表する報告書の提出を行っています。



## 関連情報のご案内（定期情報発信）

アマタグループの活動について、事業内容・その時々状況判断、トピックス等を定期的にご確認したい方は以下をご参照ください。

（以下コンテンツは、<http://www.amita-hd.co.jp/>より閲覧することが可能です。）

### 未来デザイン通信

四半期に1回、アマタグループの事業についてタイムリーな情報をお届けする通信です。経営理念に関わる話から、具体的な事業担当者の声、人材育成方針などテーマは多岐にわたります。なぜこの事業を実施しているのか？なぜこのような活動を選択するのか？背後にある戦略や思いを知る手がかりとして、ステークホルダーの方々必読のコンテンツです。



### AMITA Books

アマタグループでは複数の書籍・電子書籍を発刊・編修しています。アマタホールディングスの代表取締役会長兼社長である熊野英介が記した書籍「思考するカンパニー」や、東日本大震災の被害にあった宮城県南三陸町の復興への取り組みや人々の思いを記したルポルタージュなどを掲載しています。



### 啐啄同時



アマタホールディングスの代表取締役会長兼社長である熊野英介のメッセージを、2ヶ月に1回、動画やテキストで掲載しています。持続可能な社会の実現をはかる活動の中での思いや考えをお伝えしています。

Some rights reserved by Kabacchi

### 活動履歴



アマタグループの取り組みを、言葉だけでなくより具体的なイメージでお伝えすることを目的に、2ヶ月に1度活動写真集を掲載しています。従業員の働く姿や、事業進捗状況の写真を2分で振り返るスライドショーです。

### アマタグループ運営関連サイト



アマタグループでは、環境・CSR関連のサイトを運営しています。リサイクル・生物多様性等をはじめ環境業務に関わる情報提供サイト「日刊 おしえて！アマタさん」や、各社のCSR報告書を読み比べることができるポータルサイトを運営しています。

人と自然をコストにしない。それがアマタの作法です。

## **AMITA** アミタホールディングス株式会社

アマタホールディングス株式会社

〒604-0847 京都府京都市中京区烏丸通押小路上ル秋野々町535番地

TEL : 075-277-0378(代表) FAX : 075-255-4527

e-mail : [press@amita-net.co.jp](mailto:press@amita-net.co.jp)

ジャスダック(証券コード:2195)

<http://www.amita-hd.co.jp/>

発行元/アマタホールディングス株式会社

発行人/熊野英介

編集責任者/藤原仁志

取材・編集/藤本阿可理 吉田隼平 蝦名裕一郎 前田基樹

デザイン・印刷・製本/株式会社大伸社

Copyright © 2014 AMITA HOLDINGS CO.,LTD. <無断転載禁止>