

## Company Profile



イントロダクション

# Visual Communication Expertsとして

洗練されたビジュアルは、人々の感性を刺激し、コミュニケーションを表現豊かなものにします。

アマナグループの経営理念は、“人が中心”と考え、日々、表現への“こだわり”を切磋琢磨し、そこから生み出された“役に立つ創造力”で社会のビジュアルコミュニケーション活動に貢献すること。この理念のもと、社員一人ひとりの表現力を結集し、Visual Communication Expertsとしての競争力につなげています。

時代とともに進化するビジュアルコミュニケーションに、アマナグループは挑戦し続けます。





CEOメッセージ

## ビジュアルで 心を動かす

### “伝える”から“伝わる”へ

アマナグループは、1979年に広告写真制作会社としてスタートしました。以来、“伝える”から“伝わる”コミュニケーションを実現するためビジネスを拡大し、ビジュアルコミュニケーションのエキスパート集団としての礎を築いています。

広告を中心としたビジュアルの制作、コミュニケーション・コンテンツの企画制作、クリエイティブ素材の販売など、幅広いマーケットに対応するビジネスモデルを展開。写真をはじめとするビジュアルが持つ力を最大限に引き出しコンテンツ化することで、“伝える”のではなく、“伝わる”コミュニケーションを提供します。このビジュアルコミュニケーションこそが、アマナグループが担うビジネスです。

### ビジュアルコンテンツで人々を感動させる

デジタルメディアやインターネットが普及し、人々のコミュニケーション手法は多様化しました。そして新たなデバイスが続々と登場することで、広告も変化してきました。このような「多様性(=ダイバーシティ)」に対応するために、アマナグループでは時代の要請に先駆けたビジネスモデルやクリエイティブサービスを次々と生み出しています。

現在は、広告・出版業界に加え、新たな業界、より幅広い産業へとマーケットを拡大。また、国内にとどまらず、アジアにも進出しビジネスを展開中です。

さらに多様化する社会で、私たちは時代の半歩先を読み取り、より多くの人々の五感を刺激するビジュアルコミュニケーションを追求し、創造してまいります。

株式会社アマナ  
代表取締役社長 兼 グループCEO

進藤博信





ビジュアルコミュニケーション事業

## 伝えたい「想い」を ビジュアル化

アマナグループの豊富なクリエイティブ資源を活用した、ビジュアルによるコミュニケーションプランを企画からプロデュース、実制作までワンストップで提供します。

広告を中心としたグラフィック、テレビCMやウェブサイトなど、あらゆるビジュアル制作を手がけるプロデューサー陣がお客さまに最適なビジュアルコミュニケーションプランをご提案します。そしてトップクラスの表現力と技術力を兼ね備えたプロのフォトグラファーやCGクリエイター、業界最大規模のアーカイブ数を誇るクリエイティブ素材によって、お客さまの“想い”をビジュアル化し“伝わる”コミュニケーションを実現します。さらにアマナのこだわりを凝縮した自社メディアを活用するなど、新たな表現メソッドの開発にも注力しています。





## ビジュアルコミュニケーション事業

### 年間2万件の制作実績

私たちはビジュアルで人の心を動かすプロフェッショナルです。総勢約400名の営業スタッフが、広告代理店のアートディレクターやデザイナー、企業の広報・宣伝・販売促進など、さまざまなコミュニケーション業務を担うお客様のインターフェイ

スとしてあらゆるビジュアルニーズに対応します。そして40名のフォトグラファーと190名のCGクリエイターが、21面の撮影スタジオをはじめアマナグループ専用の制作環境を最大限に活用し、お客様の伝えたい想いをビジュアルに具現化します。



### CGI、動画の表現力、技術力強化

商品写真を中心としたビジュアル制作は、CGI(Computer Generated Imagery)を活用することで、コストダウンのみならず表現の自由度を高め、ビジュアルの多角的活用やシミュレーションなどが可能になります。また、昨今需要が高まる動画においては、テレビCMに加え、ウェブサイト

やスマートデバイス向けの動画制作が求められており、低コストでハイクオリティなビジュアルを制作しなければいけません。こうしたニーズにお応えするため、最先端の技術を導入し表現力を高めるとともに、日々新たなシステムの研究・開発を行っています。



### デジタルからリアルまで幅広いコンテンツの提供

インターネット環境やスマートデバイスの普及によって、企業が自らメディアを持ち情報発信する時代となりました。まさにビジュアルが大量消費される時代です。私たちは、最先端のテクノロジーを取り入れたVRコンテンツの開発や、オウンドメディアへの記事配信サービスなど、新商材開発

に注力しています。体験型イベントやセミナーの企画運営など、リアルイベントへのニーズにも対応し、高品質かつ表現豊かなビジュアルコミュニケーションを実現します。







アマナクリエイティブサービス

# ストックコンテンツ 販売サイト amanaimages.com

広告や出版物、テレビ番組、ウェブサイトなど様々なメディアで利用できるクリエイティブ素材を販売しています。契約フォトグラファーや提携企業から預託した人物、風景、ニュース、セレブリティのポートレートなど、オリジナリティあふれるストックフォトコレクションを保有。その他に、CG・映像制作現場において圧倒的なコストパフォーマンスと作業効率をUPする動画素材やフォントなど、各種素材を取り揃えています。さらに最先端の検索機能など、快適にビジュアルコンテンツをご利用いただける環境を整備し、より使いやすい便利なオンラインサービスを目指します。

## 著作権のプロが安心・安全を提供

ユーザーの方々に安心してサイトをご利用いただくため、肖像権や著作権など、知的財産権に関するあらゆる課題・要望に対応します。例えば、ビジュアルコンテンツの適切な使用許諾・同意を得るために、3つのライセンスサービスがあります。写真被写体の権利関係の調査や使用申請代行を行う『ライ

ツクリアランス』。amanaimages.comの掲載作品以外の画像リサーチを行う『アートリサーチ』。ストックフォト作品参照の許諾を代行する『アートリファレンス』。“コンテンツ著作権のプロ”として、利用される方々の安全なクリエイティブワークを実現します。





アマナクリエイティブサービス

## アートフォト 関連ビジネス

優れたビジュアルで人々に感動を与えることをミッションとしているアマナグループでは、アート写真需要の世界的な高まりを受け、日本におけるアート写真市場をクリエイトするため、2つのブランドをベースにしたアート写真の企画・制作・販売を展開しています。アート写真に関する雑誌・書籍やギャラリー、イベントなど、複合的なメディアを通してアート写真の魅力を発信し、すそ野拡大に大きな役割を果たしているのが「IMA」です。一方、「アマナサルト」では、アート写真のハイエンドユーザーに向け、世界最高峰のプラチナプリント技術を駆使した、プレミアムな出版事業を展開しています。そのほか、日本の若手写真家の作品を収集した「アマナフォトコレクション」もスタートし、世界有数のコレクションを築くべく活動しています。

### IMA

「LIVING WITH PHOTOGRAPHY」をテーマにした写真雑誌『IMA(イマ)』を年4回発行する他、写真集などの写真情報を発信する「IMA ONLINE」を運営しています。また、ギャラリースペースも展開。天王洲にオープンした『IMA gallery』では、写真作品の販売や写真家によるイベントなど、アート写真ファンの楽しみを発信。

一方、横浜には「写真を愉しむ家」をコンセプトに、『&ima(アンドイマ)』をオープン。これまでにない体験型店舗で、3Dフィギュア、撮影サービス、写真をさまざまなアイテムに印刷するプリントサービスなどを提供し、さらなる写真ファンのすそ野を広げる活動をしています。



### アマナサルト

アマナサルトでは、最高峰の写真プリント技法「プラチナプリント」による企画・出版や、プリント作品の企画・制作・販売を行っています。この技法は豊かな階調表現、漆黒の奥深さ、高精細を誇りますが、デジタル技術を応用することで、さらにハイエンドなモノクローム表現を可能としました。

「プラチナプリント」は、耐久性に優れ、適正に保存すれば500年は色褪せないといわれています。こうした特性を生かし、杉本博司、荒木経惟、安藤忠雄ほか国内外の多くの著名作家・写真家の写真表現に携わり、さらなるステージへと進化させています。





amana creative platform(acp)

## ビジュアル制作の 未来を開く新構想 acp

アマナグループの制作プロセス合理化を目的としたクラウド型システムの新構想が、『amana creative platform(acp)』です。

グループを横断して、ベースとなるプラットフォームを構築。同一プラットフォーム上でグループ内のクリエイター・プロデューサーが業務を行い、グループ全体のナレッジ(知識・ノウハウ)のデータベース化や制作プロセスの合理化、情報の安全性の確保を図ります。これによって、多様なクライアント、マーケット、メディア、表現方法への臨機応変な対応が可能になります。クリエイティブ・プラットフォームは、お客さまにもサービスとしてご提供します。

### 1,000人の知恵をポケットに「akb」

企業内のヒト・モノ・コトを見える化し、社員を繋ぎ、個人の力と会社の力を向上させる重要なインナーコミュニケーションシステム『amana knowledge board(アマナナレッジボード)』。案件で得たナレッジを専属の編集部が記事化し、ウェブを通して社員に毎日共有しています。

タイムリーなナレッジの共有により日々社員の競争力を強化するだけでなく、垣根を越え社員同士のコミュニケーションを活性化させ、グループ内のシナジーを高めています。



### ビジュアル資産の管理・運用システム「shelf」

企業が保有する様々なビジュアル資産は、適切な管理・運用を行うことによりワークフローの合理化にもつながります。そこで、ロゴや商品写真をはじめ、様々なビジュアル資産の管理・運用をサポートするデータベース『shelf(シェルフ)』を開発。クラウド管理で離れた拠点との情報

共有やデータの受け渡しがスムーズで、かつ細かなユーザー権限設定ができるのでセキュリティ面も万全です。企業のビジュアルソリューションパートナーとして、効率的なシステムの開発に注力しています。



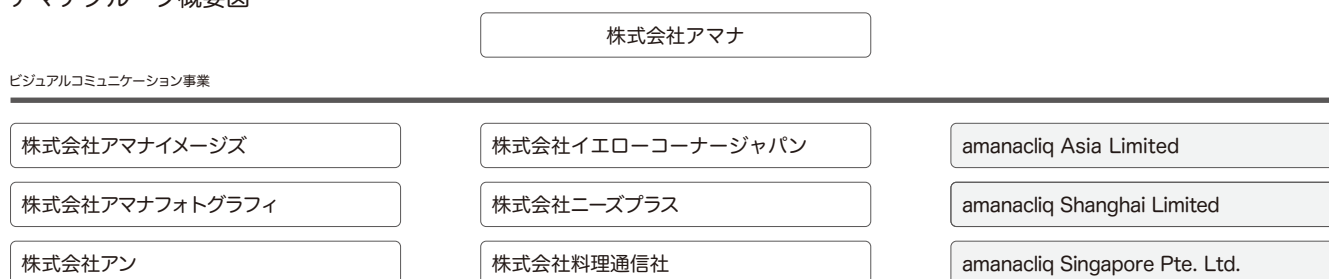


社名:	株式会社アマナ				
役員:	代表取締役社長	進藤 博信			
	取締役	石亀 幸大	深作 一夫	澤 幸宏	堀越 欣也
		深尾 義和	松原 智樹	安川 武	築山 充
	監査役	遠藤 恵子			
	社外監査役	飛松 純一	西井 友佳子		
	執行役員	藍原 秀文	油谷 信亮	新居 祐介	市村 純
		大久保 歩	大手 仁志	岡本 崇志	蒲生 弘政
		佐藤 昭	佐藤 公之	佐藤 勇太	佐伯 泰寛
		杉原 圭吾	田北 裕一	谷合 孝志	仲田 渉
		堀 学	皆川 哲哉	宮原 康弘	八島 智史
					山口 俊光

本社所在地:	東京都品川区東品川2-2-43 03-3740-4011 (代表)
事業内容:	ビジュアルコミュニケーション事業
資本金:	1,097百万円
創立:	1979年4月28日
発行済株式数:	5,408,000株
上場証券取引所:	東証マザーズ (証券コード:2402)
決算期:	12月31日
売上高:	(連結)23,031百万円 ※2019年度12月期実績
グループ会社:	株式会社アマナイメージズ 株式会社アマナフォトグラフィ 株式会社アン 株式会社イエローコーナージャパン 株式会社ニーズプラス 株式会社料理通信社 amanacliq Asia Limited amanacliq Shanghai Limited amanacliq Singapore Pte. Ltd.
持分法対象関連会社:	株式会社アマナエーエヌジー 株式会社アマナティーアイジー 株式会社アートルイエゾン 株式会社Ca Design 株式会社XICO 株式会社プレミアムジャパン 株式会社ミサイル・カンパニー AMANA JKG
関連団体:	一般社団法人商用写真検定協会
従業員数:	(連結)1,107名 ※2020年1月1日現在
主要取引銀行:	りそな銀行、日本政策投資銀行、商工組合中央金庫、三井住友銀行、三菱UFJ銀行、 みずほ銀行、横浜銀行、千葉銀行 ※2020年1月1日現在
ホームページ:	<a href="https://amana.jp/">https://amana.jp/</a>

## About amanagroup

### アマナグループ概要図



50音順表記

1979	4月	実質上の存続会社アーバンパブリシティ㈱を設立し、ビジュアルコンテンツの企画制作事業を開始
1987	1月	ストックフォトの企画販売事業を開始
1990	6月	ストックフォトの企画販売事業強化のため、米国ニューヨークにUrbane USA inc.を設立
1991	4月	商号をアーバンパブリシティ㈱から㈱イマに変更
1996	11月	ストックフォトの企画販売事業強化のため、英国ロンドンにPhotonica Europe Ltd.を設立
1997	11月	㈱カメラ東京サービス(形式上の存続会社)と合併、同時に商号を㈱アマナに変更
1998	2月	ストックフォトの企画販売事業強化のため、amana europe Ltd.(旧Photonica Europe Ltd.)の子会社として amana italy S.r.l.(Milan/2月)、amana france S.A.S.(Paris/3月)、amana germany G.m.b.H.(Hamburg/9月)を設立
	12月	ビジュアルコンテンツの企画制作事業強化のため、㈱スタジオカンノに出資・子会社化、同社の商号を㈱シリオンに変更
1999	7月	ビジュアルコンテンツの企画制作事業デジタルイメージング部門強化のため、㈱ヴァンセットを合併
	9月	ストックフォトの企画販売事業強化のため、大阪営業所を㈱アイウェストとして子会社化
2000	8月	ビジュアルコンテンツの企画制作事業撮影部門強化のため、㈱アウラを設立
	9月	ビジュアルコンテンツの企画制作事業コーディネーション部門強化のため、㈱アトリエゾンを設立
2001	4月	ビジュアルコンテンツの企画制作事業撮影部門強化のため、㈱アンを設立
	8月	ストックフォトの企画販売事業強化のため、米国コービス社との合併事業会社、㈱コービスジャパンを設立
	10月	ビジュアルコンテンツの企画制作事業のマーケット拡大のため、ビズコンサルティング㈱を設立
	12月	ストックフォトの企画販売事業強化のため、ロンドンにamanaimages international Ltd.を設立
2002	1月	㈱シリオンの業務目的をストックフォトの企画販売事業に切り替え、商号を㈱アマナオンラインに変更 経営の効率化のため㈱アトリエゾンを(持分法適用関連会社/9月)、ビズコンサルティング㈱(9月)、㈱アイウェスト(12月)の株式を譲渡
2003	3月	amanaimages international Ltd.の商号をiconica Ltd.に変更
2004	7月	㈱東京証券取引所マザーズ市場に株式を上場(7月1日付) シニアマーケット進出のため、共同出資により㈱マチュア(関連会社)を設立
	10月	ビジュアルコンテンツの企画制作事業強化のため、共同出資により㈱ニーズプラスを設立
2005	1月	ビジュアルコンテンツの企画制作事業強化のため、㈱カブラギスタジオを設立
	3月	特色あるクリエイター集団の育成のため、撮影部門を独立させ㈱アキューブ、㈱スプーン、㈱ディップ、㈱ヒュー、㈱ボオフルを設立 ストックフォトの企画販売事業の再編により、㈱アマナオンラインを解散
	6月	海外事業の再構築を狙いとして、海外子会社を米国グッティイメージズ社に売却
	7月	エンタテインメント業界への事業拡大のため、㈱エンタアークスを設立
	10月	ストックフォトコンテンツの拡充のため、㈱ネオビジョンを買収、子会社化
	11月	企業のブランド戦略等への事業拡大のため、bin㈱の株式を取得、子会社化 中国市場でのデジタル画像制作事業拡大のため、北京アマナ有限公司を設立
	12月	ストックフォトコンテンツの拡充のため、㈱オリオンを買収、子会社化 TV-CMやウェブにおけるCG制作等のソリューションアイテム拡充のため、㈱ナブラの株式を取得、子会社化 海外事業の再構築の一環として㈱コービスジャパンの㈱アマナ所有全株式を米国コービス社に譲渡
2006	1月	ビジュアルコンテンツの企画制作事業の企画・デザイン力強化のため、㈱エイ・アンド・エイを買収、子会社化 ストックフォトコンテンツの拡充のため、㈱セブンフォトを買収、子会社化
	2月	前連結会計年度まで持分法適用関連会社であった㈱マチュアの㈱アマナ所有全株式を、共同出資者㈱シニアコミュニケーションへ譲渡
	4月	ビジュアルコンテンツの企画制作事業のコーポレートマーケット拡大のため、企画・デザインの㈱アクシアを設立
	6月	ストックフォトの企画販売事業における関西マーケット拡大のため、㈱アイウェストの株式を追加取得、子会社化、これに伴い、 ㈱アイウェストの子会社、㈱アイリードを間接保有の子会社化 ストックフォトの企画制作事業において自社コンテンツの企画制作を行うamana productions inc.を設立
	8月	ビジュアルコンテンツの企画制作事業の企画・デザイン力強化のため、㈱ミサイル・カンパニーの株式を取得、子会社化
	12月	ストックフォトの企画販売事業のインターネット販売による市場拡大のため、デジタルアーカイブ・ジャパン㈱の株式を取得、子会社化
2007	1月	ストックフォトの企画販売事業の再編により、㈱セブンフォトを存続会社として㈱オリオンを吸収合併、㈱アマナのストックフォト事業部門を 吸収分割し、商号を㈱アマナイメージズへ変更 ㈱アマナイメージズが自社コンテンツの企画制作を行う㈱アノニマスを設立
		ビジュアルコンテンツの企画制作事業のTV-CM事業領域拡大のため、㈱ハイスchoolの株式を取得、子会社化
	12月	bin㈱の全株式および北京アマナ有限公司の出資持分を譲渡
2008	2月	ビジュアルコンテンツの企画制作事業の再編により、㈱アクシアを解散
	4月	ストックフォトの企画販売事業の再編により、㈱アマナイメージズを存続会社としてデジタルアーカイブ・ジャパン㈱を吸収合併 ビジュアルコンテンツの企画制作事業の再編により、㈱カブラギスタジオを㈱アズレイに商号変更、同社の営業本部を㈱アマナ営業本部に 統合し、販売促進用ビジュアルに特化した制作会社としてスタート
	7月	㈱アマナからビジュアルコンテンツの企画制作事業を担う㈱アマナを新設分割、持株会社制に移行、 商号を㈱アマナホールディングスに変更
	8月	ビジュアルコンテンツの企画制作事業の再編により、㈱アマナを存続会社として㈱エンタアークスを吸収合併
	10月	ストックフォトの企画販売事業の再編により、㈱アイウェストの株式を追加取得、完全子会社化、㈱アイリードの株式を譲渡 ストックフォトの企画販売事業の再編により、㈱アマナイメージズを存続会社として㈱ネオビジョンと㈱アノニマスを吸収合併
	11月	情報セキュリティマネジメントシステムの国際規格「ISO/IEC27001:2005」の認証取得(11月24日付)
	12月	ビジュアルコンテンツの企画制作事業の再編により、㈱ミサイル・カンパニーの株式を譲渡(持分法適用関連会社)
2009	1月	㈱アマナから、ビジュアルコンテンツの企画制作事業の一部を担う㈱アマナインタラクティブを新設分割
	10月	㈱アマナから、ビジュアルコンテンツの企画制作事業の一部を担う㈱アマナシージーアイを新設分割
	12月	ビジュアルコンテンツの企画制作事業の再編により、㈱アマナインタラクティブを存続会社として㈱ハイスchoolを吸収合併 グループ内体制が概ね整備されたことに伴い、「ビジュアルコンテンツの企画制作事業」は「広告ビジュアル制作事業」へ、「ストックフォトの 企画販売事業」は「ストックフォト販売事業」へ事業区分名称を変更

# Company History

2010	1月	広告ビジュアル制作事業の再編により、㈱ディップを存続会社として㈱アウラ、㈱ボォワフルを吸収合併、商号を㈱ヴィーダに変更
	4月	㈱アマナから、広告ビジュアル制作事業の一部を担う㈱ハイドロイドを新設分割
	11月	ストックフォト販売事業の再編により、amana productions inc.を解散
2011	12月	広告ビジュアル制作事業において広告の企画制作を担う㈱ワンダラクティブを設立
	1月	広告ビジュアル制作事業におけるCG制作事業拡大のため、㈱ワークスゼブラの株式を取得、子会社化
	4月	これに伴い、㈱ワークスゼブラの子会社WORKS ZEBRA USA, INC.を間接保有の子会社化
	7月	CG制作事業拡大のため、㈱ポリゴン・ピクチュアズの株式取得(持分法適用関連会社)
2012	10月	広告の企画制作事業拡大のため、㈱料理通信社の株式を取得、子会社化
	1月	プラチナプリントを主とした事業拡大のため、Salt Ulbeek社との合併会社、㈱アマナサルトを設立
	7月	広告ビジュアル制作事業の再編により㈱ナブラの商号を㈱ライジンに変更
	9月	アジア市場における広告ビジュアル制作事業拡大のため、amanacliq Asia Limited設立
	10月	ストックフォト販売事業拡大のため、㈱アマナイメーجزが㈱ネイチャー・プロダクション、㈱ネイチャー・プロ編集室、 ㈱ネイチャー・ブックスの株式を取得
2013	10月	アジア市場における広告ビジュアル制作事業の営業拠点としてamanacliq Asia Limitedの子会社amanacliq Shanghai Limitedを設立
	12月	広告の企画制作事業拡大のため、㈱アマナが㈱ウエストビレッジ コミュニケーション・アーツの株式を取得
	1月	㈱アマナ及び㈱アマナインタラクティブの組織再編のため、アマナの制作関連事業をアマナインタラクティブへ吸収分割し、 アマナインタラクティブの営業関連事業をアマナへ吸収分割
	4月	㈱アマナインタラクティブを㈱アマナクリエイティブに商号変更
	4月	コンシューママーケットにおけるコンテンツ販売力の拡大と事業基盤構築を目指し、タカ・イシイギャラリーとの合併会社、 ㈱アマナティーアイジーを設立(持分法適用関連会社)
	6月	㈱ポリゴン・ピクチュアズが3DCG制作のソフトウェア開発を行う㈱ジェー・キューブを設立
	7月	アジア市場における広告ビジュアル制作事業の営業拠点としてamanacliq Asia Limitedの子会社amanacliq Singapore Pte. Ltd.設立
	8月	新商材開発の加速化のため、RayBreeze㈱の株式を取得、子会社化
2014	10月	ビジュアルコミュニケーション事業の再編により、WORKS ZEBRA USA, INC.を解散
	1月	ストックフォト事業の再編により、㈱アマナイメーجزを存続会社として㈱ネイチャー・ブックスを吸収合併
	1月	㈱アマナがビジュアルコミュニケーション事業において企画デザインを行う㈱アマナデザインを設立
	3月	㈱アマナクリエイティブを㈱スタジオアマナに商号変更
	3月	国内外のハイエンドコンシューママーケットに向けた事業基盤の確立とコンテンツ販売の基盤構築を目指し、㈱アマナエーエヌジーを 設立(持分法適用関連会社)
	4月	グループ内の営業体制の強化と、戦略的・機動的な経営資源の活用を目的として㈱アマナホールディングスを存続会社として ㈱アマナを吸収合併
	4月	㈱アマナホールディングスを㈱アマナに商号変更
	6月	㈱アマナを承継会社として㈱アマナイメーجزが保有するストックフォト事業の一部を吸収分割
	6月	ビジュアル制作体制の合理化を図るため㈱スプーンを存続会社として㈱ヴィーダを吸収合併し、商号を㈱パレードへ変更
	7月	ストックフォトビジネスにおける教育マーケット拡大のため㈱アマナイメーجزを存続会社として㈱ネイチャー・プロダクションを吸収合併
2015	7月	国内外のハイエンドコンシューママーケットに向けた事業基盤構築を目指し、ジャン・健太 ゴーチエ氏との共同出資により ㈱アマナジェイケージーを設立(持分法適用関連会社)
	8月	㈱ネイチャー・プロ編集室を㈱ネイチャー&サイエンスに商号変更
	12月	新たな営業・制作体制の構築と、グループ内の経営資源最適化のため、㈱ポリゴン・ピクチュアズの㈱アマナ所有株式の一部を キングレコード㈱及び㈱ポリゴン・ピクチュアズ・ホールディングスへ譲渡
	1月	デジタル商材開発の加速化のため、㈱アイデンティファイの株式を取得、子会社化
	4月	西日本地域の営業体制強化のため、㈱アイウェストを㈱アマナウエストに商号変更
	4月	㈱アマナがビジュアルコミュニケーションにおける人材育成、企業研修の企画・運営を手がける㈱アマナビを設立
	6月	「DAYS Book 365」の販売経路拡大に向け、㈱TSUTAYAとの共同出資により㈱DAYS Bookを設立
2016	7月	海外マーケットの拡大のため、オーストラリアに、Adam Lionel Read氏と合併会社amana Australia Pty Ltdを設立
	10月	国内外のコンシューママーケットに向けたアートフォト販売を目的として、YK Luxembourg S.a r.l.とカルチュア・コンビニエンス・クラブ㈱ との3社共同出資による合併会社、㈱イエローコーナー・ジャパンを設立(持分法適用関連会社)
	12月	グループ内のコンテンツ力強化のため、㈱アマナイメーجزを存続会社として㈱ネイチャー&サイエンスを吸収合併
	2017	1月
2018	1月	㈱アマナを存続会社として㈱アマナウエストを吸収合併
	1月	㈱スタジオアマナを存続会社として㈱パレードを吸収合併、並びに㈱アマナフォトグラフィへ商号変更
	7月	㈱ライジンを存続会社として㈱アマナシージーアイ、㈱ハイドロイドを吸収合併、並びに㈱アマナデジタルイメージングへ商号変更
2019	7月	㈱アマナデザインが高品質なクリエイティブ量産モデルの構築を目指し、㈱サイバーエージェントとの合併会社、 ㈱Ca Designを設立(持分法適用関連会社)
	1月	㈱エイ・アンド・エイを㈱アマナデザインスタジオに商号変更
	2月	マーケット拡大とコンテンツ制作力強化のため、㈱XICOの株式取得(持分法適用関連会社)
2020	12月	マーケット拡大のため、㈱プレミアムジャパンの株式取得(持分法適用関連会社)
	7月	㈱アマナデザインを存続会社として㈱アマナビ、㈱ウエストビレッジ コミュニケーション・アーツを吸収合併
	7月	㈱アマナを存続会社として㈱アマナデザインを吸収合併
	9月	経営の効率化のため、アマナドローンスクールを株式会社GEOソリューションズに事業譲渡
	10月	アートフォト販売拡大に向けての迅速な意思決定のため、CCCアートラボ㈱の株式を取得、㈱イエローコーナー・ジャパンを連結対象子会社化 (カルチュア・コンビニエンス・クラブ(株)の株式は、CCCアートラボ(株)へ移管)
11月	㈱アマナを存続会社として㈱アマナサルト、㈱アマナデザインスタジオ、㈱アマナデジタルイメージング、㈱ワンダラクティブを吸収合併 ㈱アマナフォトグラフィを存続会社として㈱アキューブ、㈱ヒューを吸収合併	