

(2012年3月期)

2011年度 決算説明会

(2010～2013年度)

中期計画、今後の展開について



2012年5月8日

アズビル株式会社

目次

1	2011年度(2012年3月期)決算説明	
	1-1. 2011年度(2012年3月期) 決算報告	P. 3
	1-2. 2012年度(2013年3月期) 業績計画	P.17
	1-3. 株主への利益還元	P.21
	(2010~2013年度)	
2	中期計画、今後の展開について	P.25

本資料に記載されている当社の現在の計画、目標等過去の事実でないものは将来の業績に関する見通しであり、これらは現在入手可能な情報を基とする合理的な判断に基づくもので、将来の業績を保証するものではありません。
実際の業績は、さまざまな要因により、これら見通しとは大きく異なる結果になることがあります。

*数値は表示単位未満四捨五入しております。

1 2011年度(2012年3月期)決算説明

1-1. 2011年度(2012年3月期) 決算報告



2011年度決算 経営成績



《対前年度・計画》

受注

大型のサービス契約※を主要因としてBA事業が大きく伸長。AA事業も伸長し、対前年度+7.6% (+165億円)の2,339億円を計上。

※ 契約期間が複数年となる大型のサービス案件を複数受注し、その複数年分の契約額を一括計上しております。特に今期受注した「市場化テスト」に関しては、期間が3年から5年に亘りそれぞれの契約額も非常に大きいため、当期におけるBA事業の受注増額の多くを占めております。

売上

BA、AA両事業が伸長し、対前年度+2.0%(+43億円)の2,235億円を計上。

利益

営業利益は、価格圧力や社会保険料等の増加から対前年度▲5億円となったものの、増収及び震災・原発事故影響軽減策が奏功し、対修正計画(2011年10月28日)+2.5%の143億円を計上。 単位：億円

	2010年度 (2011年3月期)	2011年度 (2012年3月期)								
	通期実績	通期実績	対前年度		期初計画 (2011.5.10)	対期初計画		修正計画 (2011.10.28)	対修正計画	
			増減	%		増減	%		増減	%
受注高	2,174	2,339	165	7.6%						
売上高	2,192	2,235	43	2.0%	2,200	35	1.6%	2,220	15	0.7%
売上総利益	797	808	11	1.4%						
売上総利益率	36.4%	36.2%	△0.2							
営業利益	149	143	△5	△3.7%	130	13	10.4%	140	3	2.5%
営業利益率	6.8%	6.4%	△0.4		5.9%	0.5		6.3%	0.1	
経常利益	149	146	△3	△2.0%	130	16	12.3%	138	8	5.8%
当期純利益	79	85	6	7.5%	73	12	16.7%	78	7	9.2%

《対前年度》

- 営業外収支は、配当金減少等により営業外収益が▲2億円となったが、為替差損の減少を主因に営業外費用が▲4億円となったため、対前年度+3億円となる。
- 特別利益は、事業売却、受取補償金等により対前年度+5億円となる。特別損失は、前年度に会計基準の変更による一過性の要因*があったため対前年度▲9億円。結果、特別損益は対前年度+14億円となる。

※ 2010年度の特別損失には、会計基準の変更による資産除去債務や環境対策費(計8億円)を計上。

単位：億円

	2010年度	2011年度		
	(2011年3月期)	(2012年3月期)		
	通期実績	通期実績	対前年度	
			増減	%
営業利益	149	143	△ 5	△3.7%
営業外収益	10	8	△ 2	△18.8%
営業外費用	10	6	△ 4	△44.1%
経常利益	149	146	△ 3	△2.0%
特別利益	2	8	5	210.4%
特別損失	14	6	△ 9	△60.4%
税金等調整前当期純利益	137	148	11	7.9%
法人税等	55	60	5	8.4%
少数株主損益	3	3	0	8.6%
当期純利益	79	85	6	7.5%

2011年度決算

セグメント別受注・売上／セグメント利益(営業利益)



《対前年度・計画》

BA

大型のサービス契約獲得を主因として受注は、対前年度+16.6%の1,134億円、売上高はサービス及び海外売上の伸長により対前年度+1.7%の1,039億円を計上。セグメント利益は価格圧力や社会保険料等の増加が影響し、対前年度▲12.1%の103億円を計上。

AA

装置メーカー向け各種制御機器が減少したものの、現場型計器、システム製品がエネルギーや高機能素材等の市場で伸長。受注は対前年度+3.3%の857億円、売上高は対前年度+3.9%の841億円を計上。増収を主因としてセグメント利益は対前年度+23.9%の40億円を計上。

LA

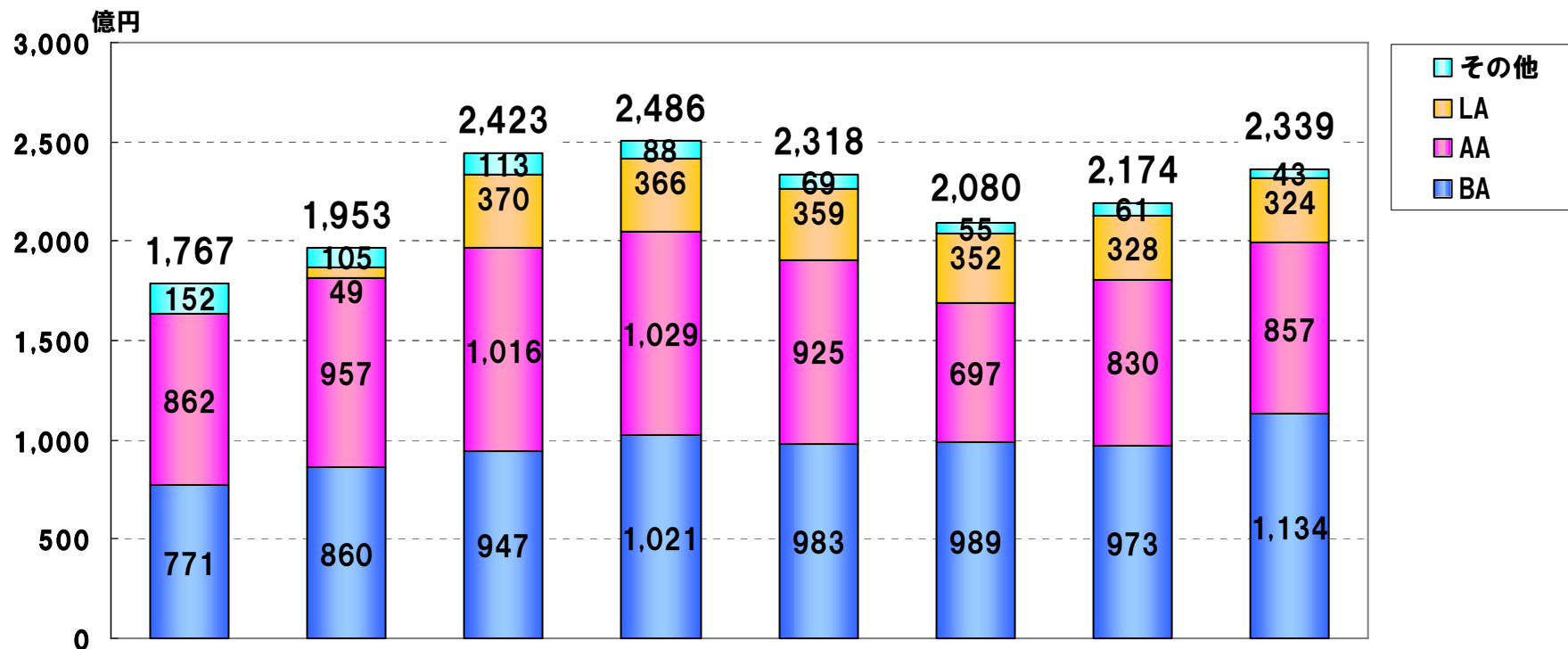
震災・原発事故による工場の一時的操業停止やLPガスメータの需要減退の影響があったものの売上高は対前年度▲0.2%の325億円を計上。セグメント損失は早期生産復旧策の成果や水道メータの売価改善等によって期初計画から大きく改善し、ほぼ前年並みの▲1億円を計上。

単位：億円

	2010年度 (2011年3月期)		2011年度 (2012年3月期)							
	通期実績	通期実績	対前年度		期初計画 (2011.5.10)	対期初計画		修正計画 (2011.10.28)	対修正計画	
			増減	%		増減	%		増減	%
B A 受注	973	1,134	161	16.6%						
売上高	1,021	1,039	18	1.7%	1,040	△ 1	△ 0.1%	1,040	△ 1	△ 0.1%
セグメント利益	117	103	△ 14	△ 12.1%	106	△ 3	△ 2.6%	106	△ 3	△ 2.6%
%	11.5%	9.9%	△ 1.6		10.2%	△ 0.3		10.2%	△ 0.3	
A A 受注	830	857	27	3.3%						
売上高	810	841	32	3.9%	830	11	1.4%	830	11	1.4%
セグメント利益	32	40	8	23.9%	34	6	17.8%	36	4	11.3%
%	4.0%	4.8%	0.8		4.1%	0.7		4.3%	0.4	
L A 受注	328	324	△ 4	△ 1.1%						
売上高	326	325	△ 1	△ 0.2%	310	15	5.0%	325	0	0.1%
セグメント利益	△ 2	△ 1	1	-	△ 9	8	-	△ 3	2	-
%	△ 0.7%	△ 0.4%	0.3		△ 2.9%	2.5		△ 0.9%	0.5	
その他 受注	61	43	△ 18	△ 29.7%						
売上高	51	49	△ 2	△ 4.2%	40	9	22.7%	45	4	9.1%
セグメント利益	1	1	△ 0	△ 1.4%	△ 1	2	-	1	0	42.9%
%	2.8%	2.9%	0.1		△ 2.5%	5.4		2.2%	0.7	
連結 受注	2,174	2,339	165	7.6%						
売上高	2,192	2,235	43	2.0%	2,200	35	1.6%	2,220	15	0.7%
営業利益	149	143	△ 5	△ 3.7%	130	13	10.4%	140	3	2.5%
営業利益率	6.8%	6.4%	△ 0.4		5.9%	0.5		6.3%	0.1	

※ 各セグメントには、セグメント間の内部取引が含まれています。

【参考】2004年度～2011年度 セグメント別受注高 推移

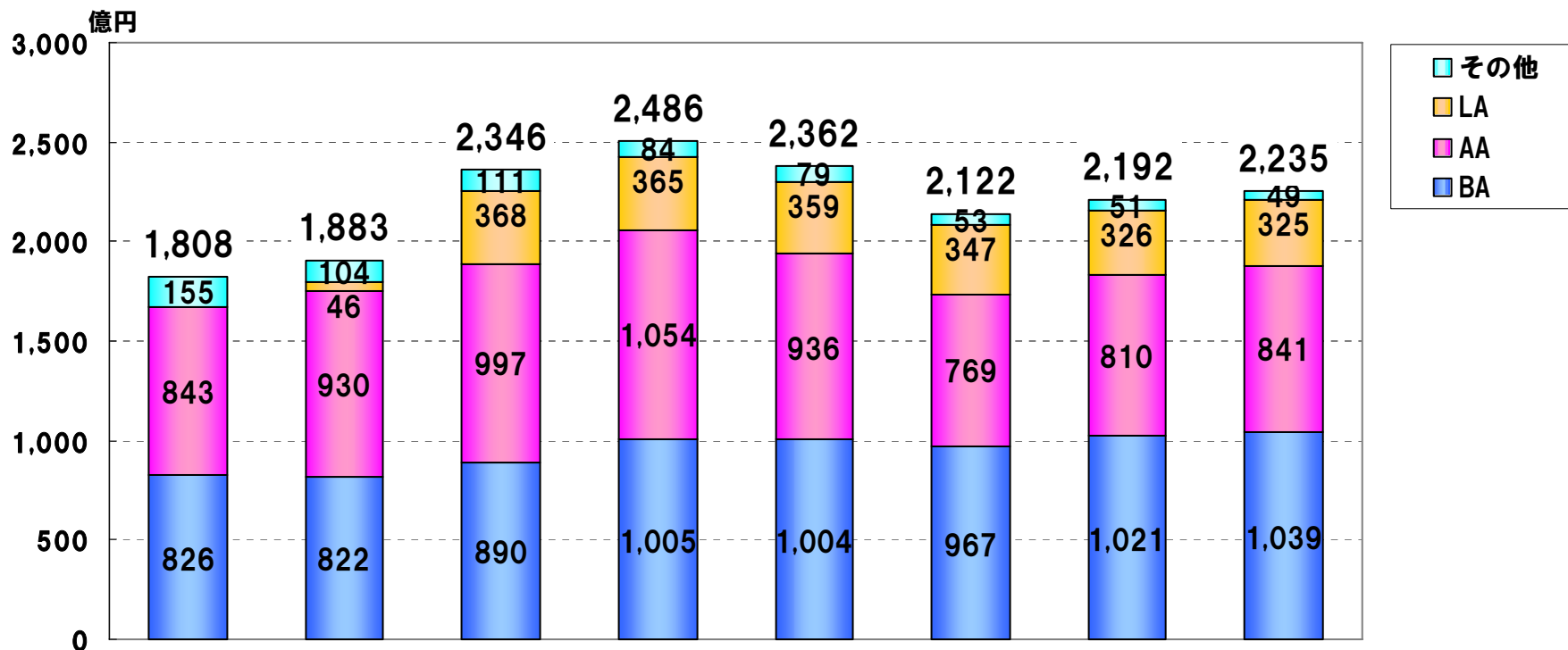


	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
BA	771	860	947	1,021	983	989	973	1,134
AA	862	957	1,016	1,029	925	697	830	857
LA	0	49	370	366	359	352	328	324
その他	152	105	113	88	69	55	61	43
連結	1,767	1,953	2,423	2,486	2,318	2,080	2,174	2,339

▲
金門製作所を連結

※ 各セグメントには、セグメント間の内部取引が含まれています。

【参考】2004年度～2011年度 セグメント別売上高 推移

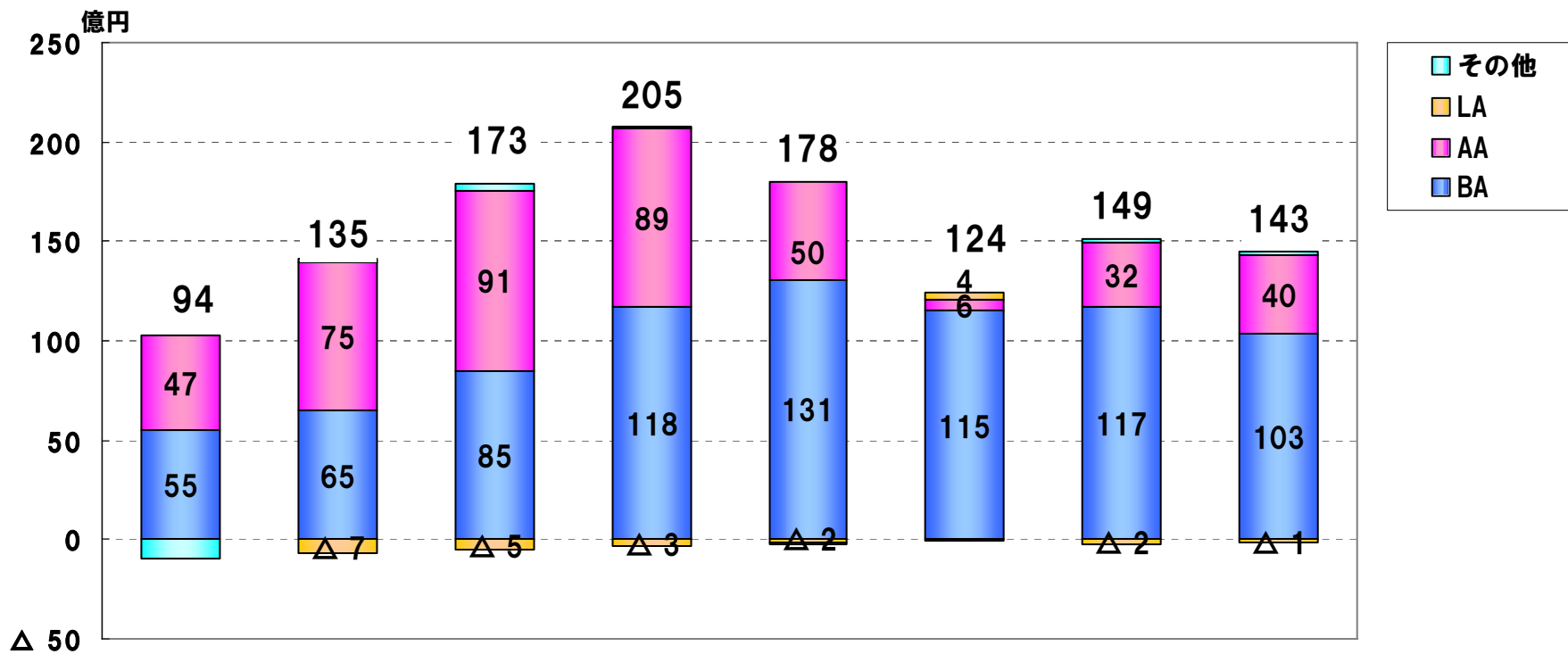


	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
BA	826	822	890	1,005	1,004	967	1,021	1,039
AA	843	930	997	1,054	936	769	810	841
LA	0	46	368	365	359	347	326	325
その他	155	104	111	84	79	53	51	49
連結	1,808	1,883	2,346	2,486	2,362	2,122	2,192	2,235

▲
金門製作所を連結

※ 各セグメントには、セグメント間の内部取引が含まれています。

【参考】2004年度～2011年度 セグメント利益(営業利益)推移



▲
金門製作所を連結

※ 各セグメントには、セグメント間の内部取引が含まれています。

2011年度決算 海外売上高



《対前年度》

- 中国における経済成長の鈍化や為替影響※を受けながらも、アジア地域で伸長し、対前年度+9.7%の198億円を計上。

※ 参考:円/USドル 期間平均レート 2010年度:87.79 ⇒ 2011年度 79.79

- 2011年度海外売上高比率:8.9% (2010年度:8.2%)

単位:億円

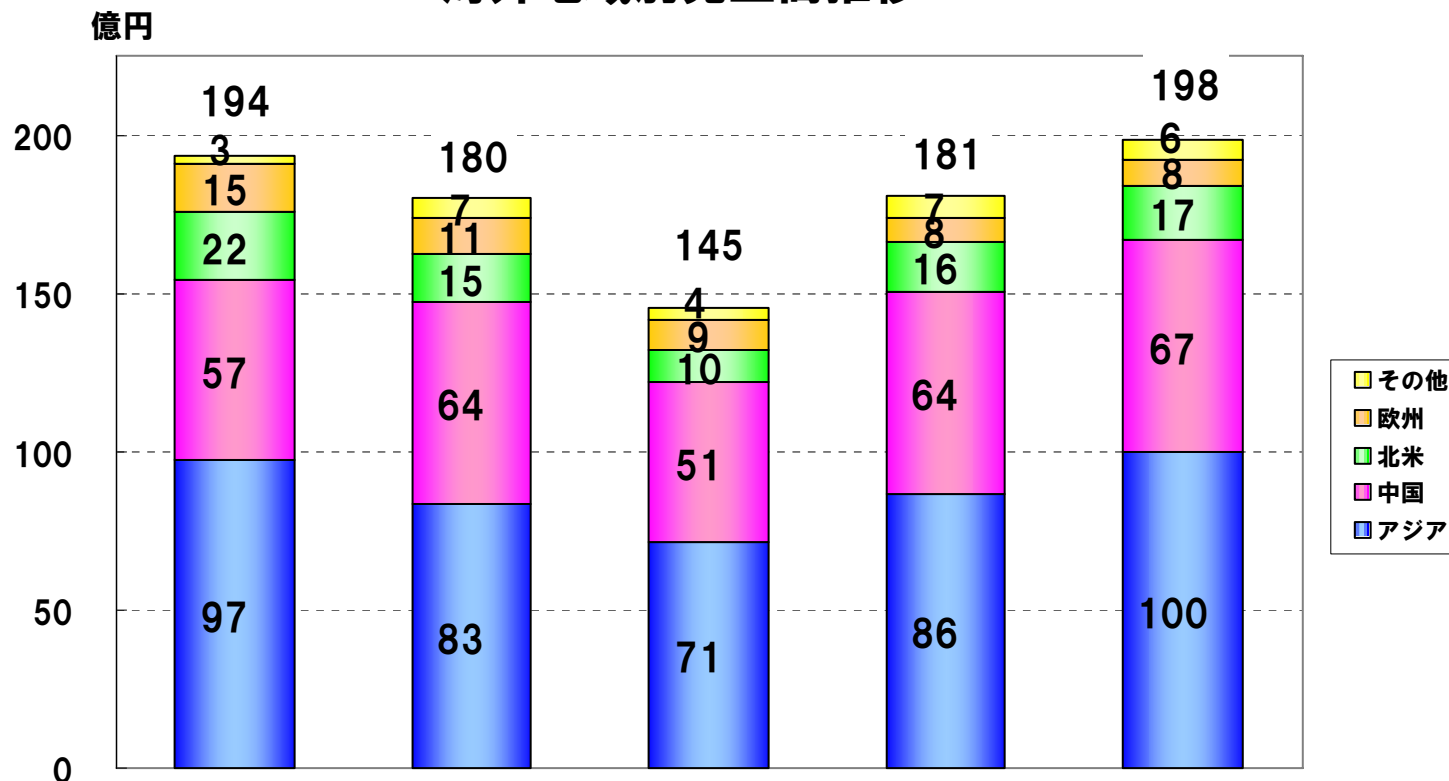
	2010年度 (2011年3月期)	2011年度 (2012年3月期)		
	通期実績	通期実績	対前年度	
			増減	%
アジア	86	100	13	15.5%
中国	64	67	3	4.9%
北米	16	17	1	7.3%
欧州	8	8	0	5.2%
その他	7	6	△0	△7.3%
計	181	198	18	9.7%

※ 海外売上高は、現地法人と直接輸出の売上のみを集計しており、間接輸出は含んでおりません。
なお、現地法人の事業年度につきましては、12月31日を期末日とする年度を採用しております。

【参考】2007年度～2011年度 海外売上高



海外地域別売上高推移

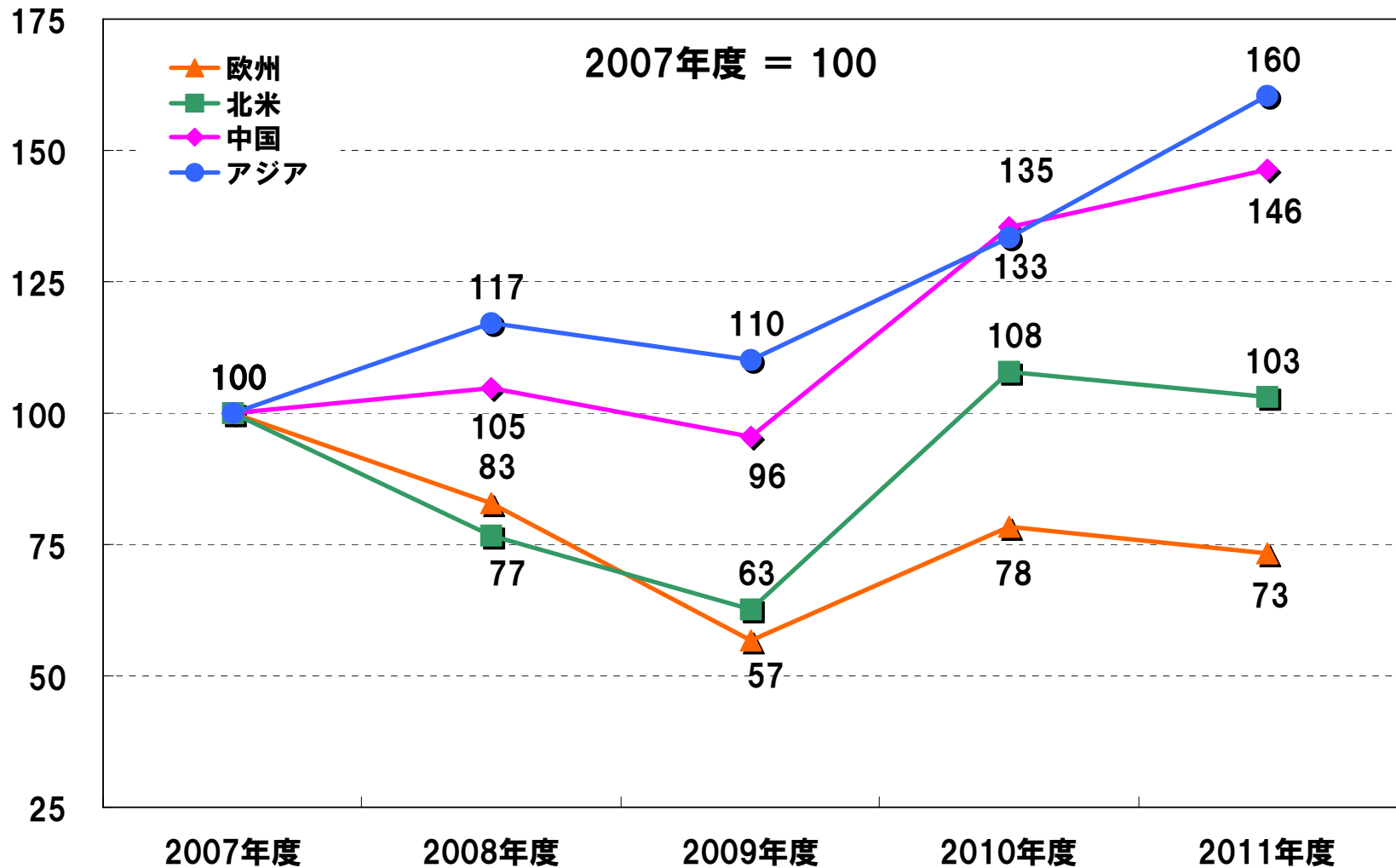


参考：期間平均レート

	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
円/USD	117.86	103.49	93.65	87.79	79.79
円/ユーロ	161.31	152.65	130.36	116.28	111.11

※ 海外売上高は、現地法人と直接輸出の売上のみを集計しており、間接輸出は含んでおりません。
 なお、現地法人の事業年度につきましては、12月31日を期末日とする年度を採用しております。

【参考】2007年度～2011年度 現地法人売上高 推移（現地通貨ベース）



※ 2007年度を基準に各国現地通貨での売上高増減を比率で示しています。ただし、アジア地域につきましては、複数通貨が存在するため為替の影響を排除するにあたって、便宜上各年度の現地通貨金額に2007年度期間平均レートに乗じた金額を使用し、比率を求めています。

※ 対象は現地法人のみで、直接輸出、間接輸出は含んでおりません。

2011年度決算 連結財政状況



- 総資産は、受注・売上高の伸張を主因に対前年度+2.7%の2,235億円となる。

単位：億円

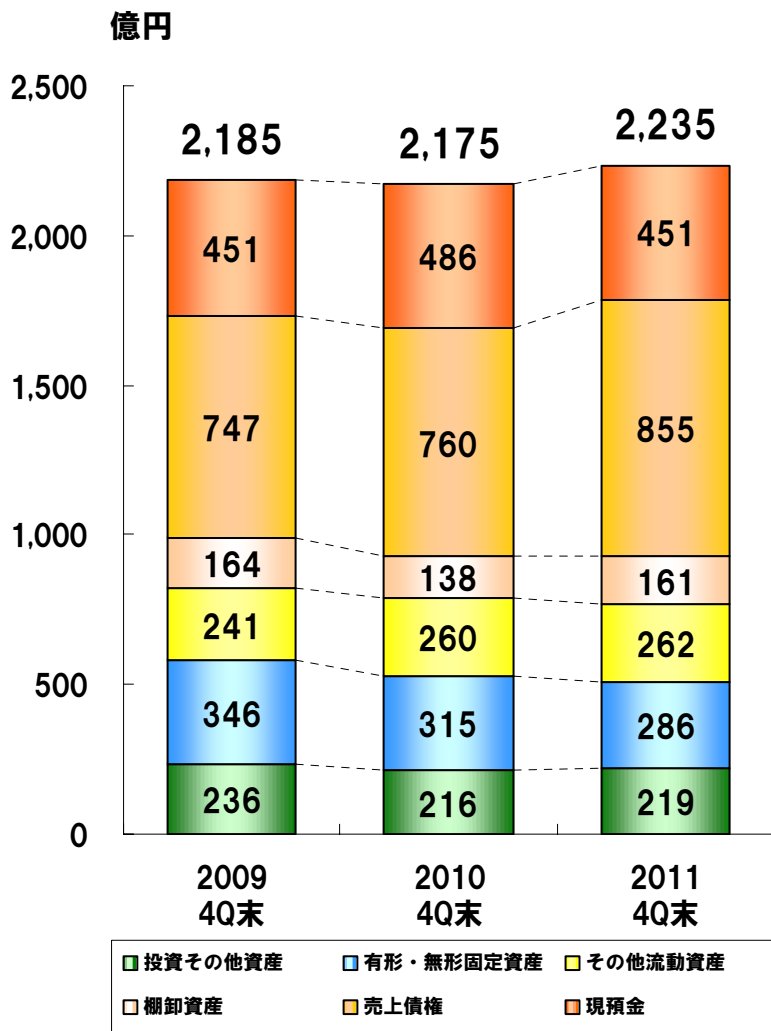
単位：億円

	2009年度	2010年度	2011年度	増減 (B) - (A)		2009年度	2010年度	2011年度	増減 (B) - (A)
	4Q末	4Q末 (A)	4Q末 (B)			4Q末	4Q末 (A)	4Q末 (B)	
流動資産	1,602	1,644	1,730	86	負債	892	861	884	23
現金及び預金	451	486	451	△ 35	流動負債	740	655	693	38
受取手形及び売掛金	747	760	855	95	仕入債務	350	339	372	32
棚卸資産	164	138	161	23	短期借入金／社債	144	57	55	△ 1
その他	241	260	262	3	その他	245	259	266	7
固定資産	582	531	505	△ 26	固定負債	152	206	191	△ 15
有形固定資産	274	257	241	△ 16	長期借入金／社債	7	62	47	△ 15
無形固定資産	71	58	44	△ 14	その他	145	145	144	△ 1
投資その他の資産	236	216	219	3	純資産	1,293	1,314	1,351	37
					株主資本	1,254	1,288	1,326	39
					資本金	105	105	105	-
					資本剰余金	172	172	172	△ 0
					利益剰余金	1,004	1,037	1,075	39
					自己株式	△ 26	△ 26	△ 26	0
					その他の包括利益累計額	22	8	9	1
					新株予約権・少数株主持分	16	18	15	△ 2
資産合計	2,185	2,175	2,235	60	負債純資産合計	2,185	2,175	2,235	60

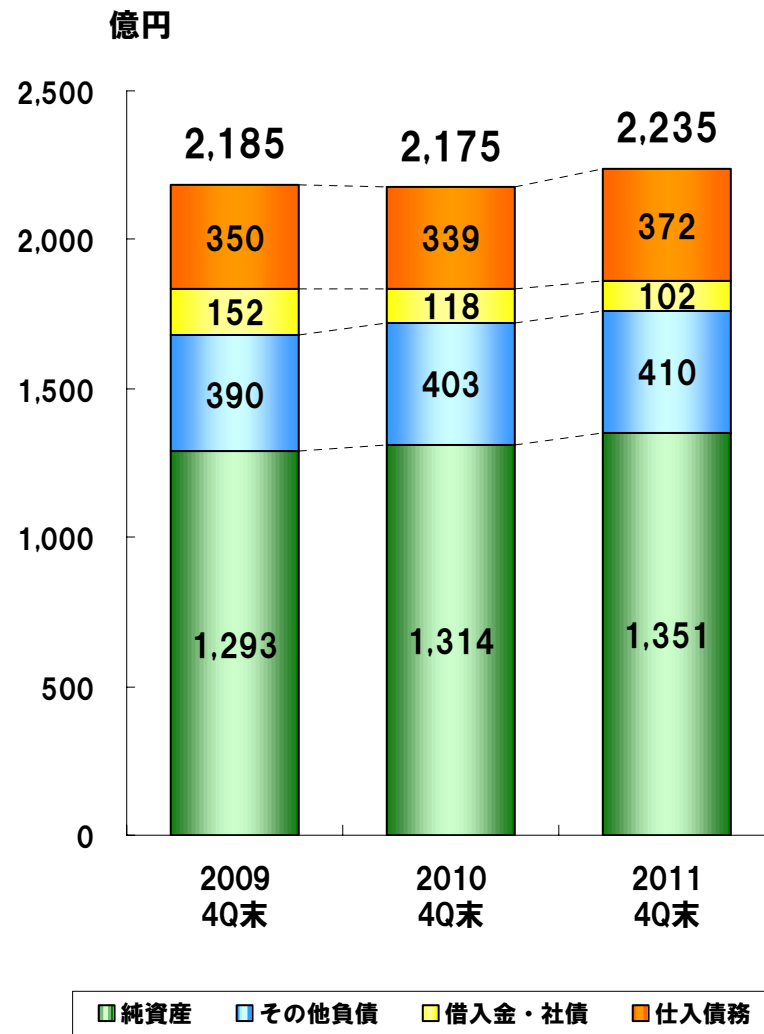
【参考】2009年度～2011年度 連結財政状況の推移



資産



負債・純資産

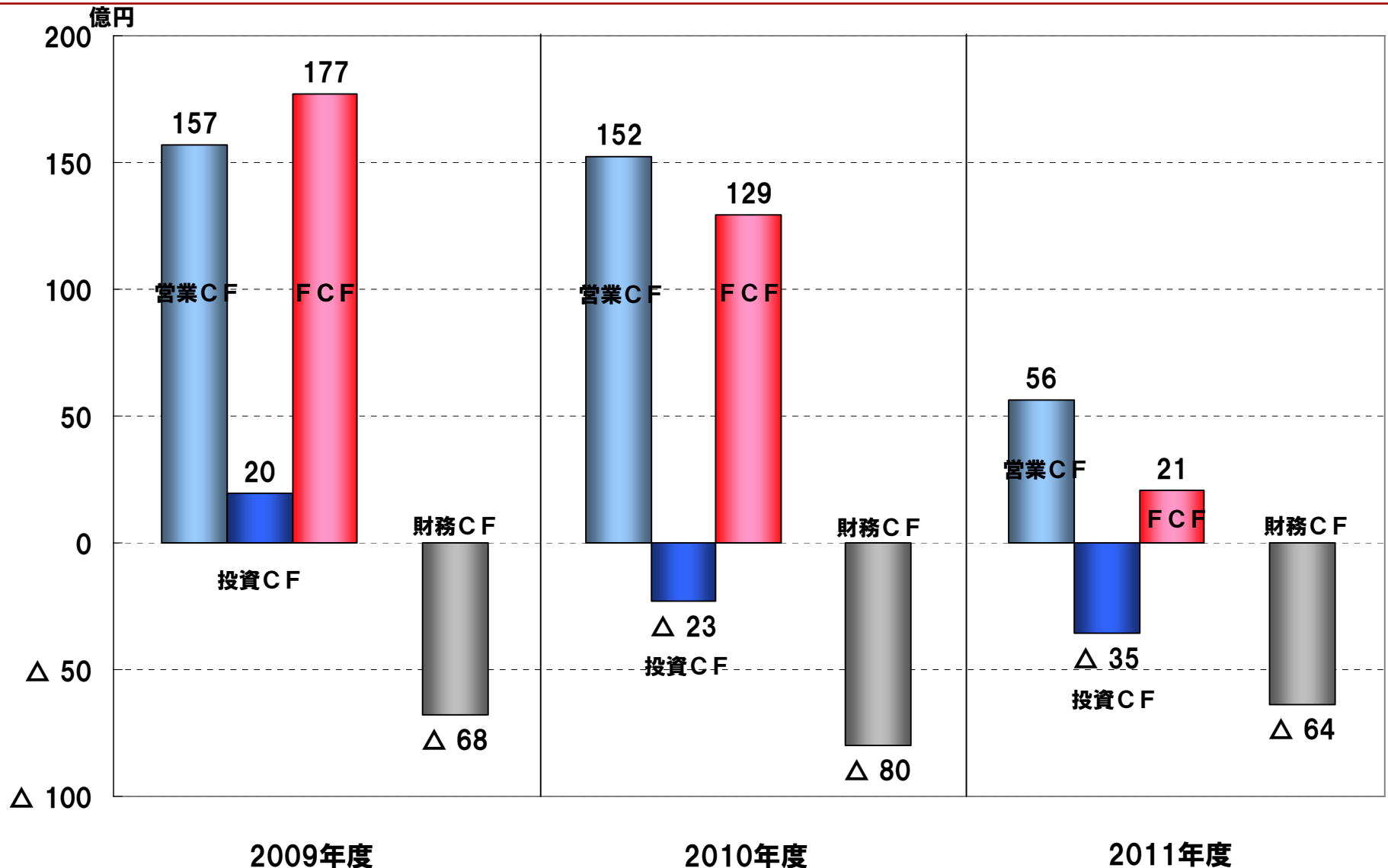


- 営業活動による資金は増加となったものの、売上の増加及び期末日休日の影響等で売上債権が増加し、加えて法人税等の支払が増加したことにより対前年度▲96億円の56億円となる。
- 投資活動に使用された資金は35億円、投資有価証券の売却による収入が減少したことにより対前年度+13億円の支出となる。
- 財務活動により使用された資金は64億円、主に借入金返済による支出が減少したことにより対前年度▲16億円の支出となる。

単位：億円

	2010年度	2011年度		
	(2011年3月期)	(2012年3月期)		
	実績 (A)	実績 (B)	対前年度	
			(B) - (A)	%
営業活動によるキャッシュ・フロー	152	56	△ 96	△63.0%
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 23	△ 35	△ 13	—
フリー・キャッシュ・フロー	129	21	△ 109	△83.9%
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 80	△ 64	16	—
現金及び現金同等物に係る換算差額	△ 5	△ 2	3	—
現金及び現金同等物の増減額	45	△ 45	△ 90	—
現金及び現金同等物の期末残高	598	554	△ 45	△7.5%

【参考】2009年度～2011年度 連結キャッシュ・フローの推移



1 2011年度(2012年3月期)決算説明

1-2. 2012年度(2013年3月期)業績計画

2012年度業績計画は次の条件のもと作成しています。

※セグメントの変更

従来「その他」の区分に属していました事業の一部を、AA事業へ変更しています。

なお、本資料の2004年度～2011年度実績はセグメント集計方法変更前の数値です。

※新規に子会社3社を連結

- ・北京銀泰永輝智能科技有限公司
- ・アズビルインド株式会社
- ・アズビル金門台湾株式会社



2012年度 連結業績計画



- 前年度からの厳しい事業環境の継続が予想され、上期業績は対前年度減益を見込むものの、収益確保に向けた施策を展開し下期は改善を見込む。
- エネルギーや高機能素材、省エネ・節電など、投資が見込める分野へのソリューション提供を拡大し、海外においても、新たな資本参加企業との連携等により機器販売に加えてソリューション型の事業展開を強化、拡大を図る。
- 中長期的に、事業環境が変化しても収益を確保できるよう、コスト削減とともに人材の最適配置を含めた企業体質強化策を引続き推進する。

単位：億円

	2011年度 (2012年3月期)	2012年度 (2013年3月期)				
	通期実績	上期	下期	通期計画	対前年度	
					増減	%
売上高	2,235	1,060	1,240	2,300	65	2.9%
営業利益	143	35	115	150	7	4.5%
営業利益率	6.4%	3.3%	9.3%	6.5%	0.1	
経常利益	146	33	115	148	2	1.4%
当期純利益	85	16	74	90	5	5.6%

※ 2012年度の円/USDレートは75円を想定しております。

2012年度 セグメント別業績計画



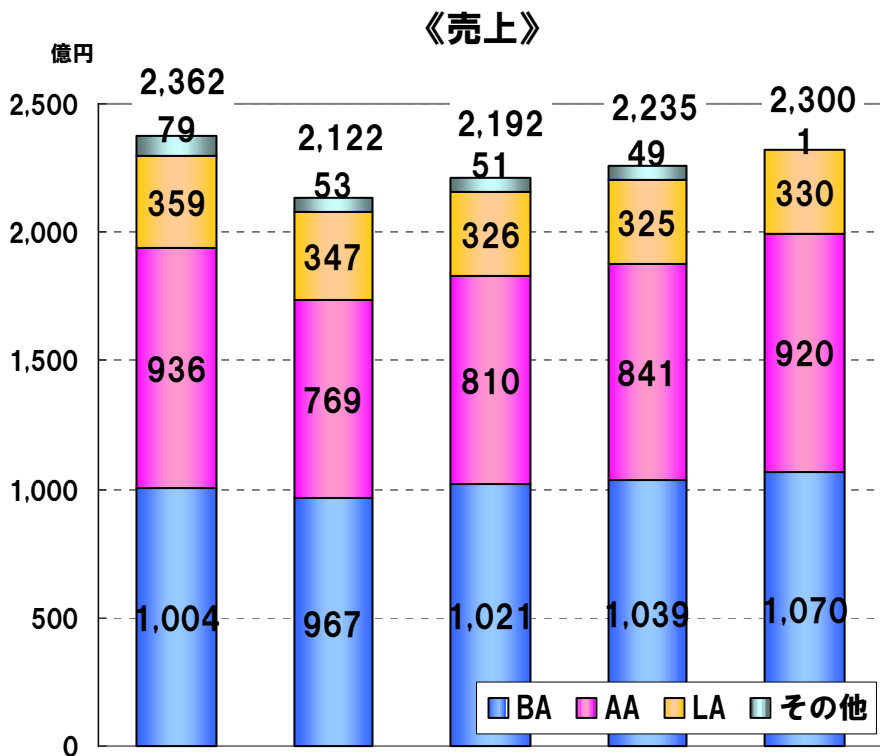
- BA事業は、既設ローカル市場開拓を目的とする中国子会社の新規連結等により対前年度+3.0%増収の1,070億円を計画。セグメント利益は、上期においては新規建物市場における価格低下の影響が強いものの、コスト削減に加えて選別受注やその他体質強化策の効果により下期は改善を見込み、通期ではほぼ横這いの105億円を計画する。
- AA事業は、国内外における需要の回復を背景に増収を計画。セグメント集計方法変更の影響もあり、売上高は対前年度+9.4%の増加の920億円を計画。セグメント利益は増収に伴い対前年度+24.8%の50億円を見込む。
- LA事業は、アズビル金門を含む全構成事業で増収を計画するが、市場深耕・シェア拡大を進める住宅用全館空調システムの販売で先行的に費用が増加するため減益を見込む。

単位：億円

	2011年度 (2012年3月期)	2012年度 (2013年3月期)				
	通期実績	上期	下期	通期計画	対前年度	
					増減	%
BA 売上高	1,039	460	610	1,070	31	3.0%
セグメント利益	103	15	90	105	2	1.7%
%	9.9%	3.3%	14.8%	9.8%	Δ 0.1	
AA 売上高	841	440	480	920	79	9.4%
セグメント利益	40	22	28	50	10	24.8%
%	4.8%	5.0%	5.8%	5.4%	0.7	
LA 売上高	325	170	160	330	5	1.4%
セグメント利益	Δ 1	Δ 2	Δ 3	Δ 5	Δ 4	-
%	Δ 0.4%	Δ 1.2%	Δ 1.9%	Δ 1.5%	Δ 1.1	
その他 売上高	49	1	0	1	Δ 48	Δ 98.0%
セグメント利益	1	0	0	0	Δ 1	Δ 100.0%
%	2.9%	0.0%	0.0%	0.0%	Δ 2.9	
連結 売上高	2,235	1,060	1,240	2,300	65	2.9%
営業利益	143	35	115	150	7	4.5%
営業利益率	6.4%	3.3%	9.3%	6.5%	0.1	

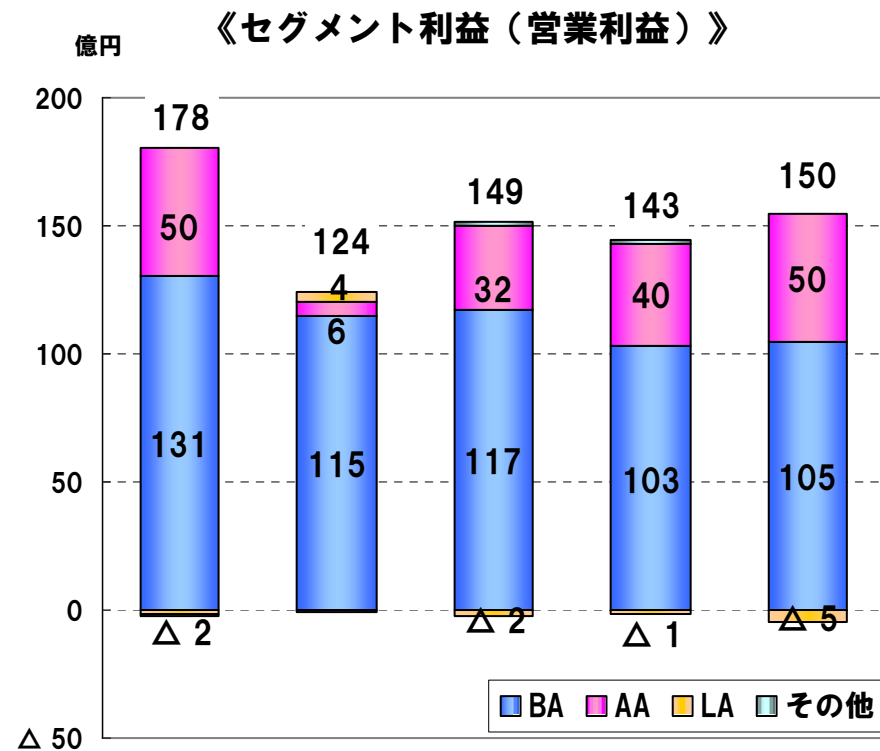
※ 各セグメントには、セグメント間の内部取引が含まれています。

【参考】2008年度～2012年度 セグメント別業績推移と2012年度計画



単位: 億円

	2008年度 実績	2009年度 実績	2010年度 実績	2011年度 実績	2012年度 計画
BA	1,004	967	1,021	1,039	1,070
AA	936	769	810	841	920
LA	359	347	326	325	330
その他	79	53	51	49	1
連結	2,362	2,122	2,192	2,235	2,300



単位: 億円

	2008年度 実績	2009年度 実績	2010年度 実績	2011年度 実績	2012年度 計画
BA	131	115	117	103	105
AA	50	6	32	40	50
LA	△ 2	4	△ 2	△ 1	△ 5
その他	△ 1	△ 0	1	1	0
連結	178	124	149	143	150

※ 各セグメントには、セグメント間の内部取引が含まれています。

1 2011年度(2012年3月期)決算説明

1-3. 株主への利益還元

2011年度(2012年3月期)	配当計画
2012年度(2013年3月期)	配当予想



- 株主への利益還元重視の方針から、
期初(2011年5月)の公表通り、
2011年度1株当たり年間配当額63円を実施する。

2011年度

(中間)

2011年12月
支払済

31.5円

(期末)

2012年6月
予定

31.5円

+

=

(年間)

63円

- 事業環境は引続き厳しく、景気先行きに警戒感があるものの、安定的な株主への利益還元を継続し、2012年度は1株当たり年間配当額を据置きの63円とする。

2012年度

(中間)

2012年12月
予定

31.5円

(期末)

2013年6月
予定

31.5円

(年間)

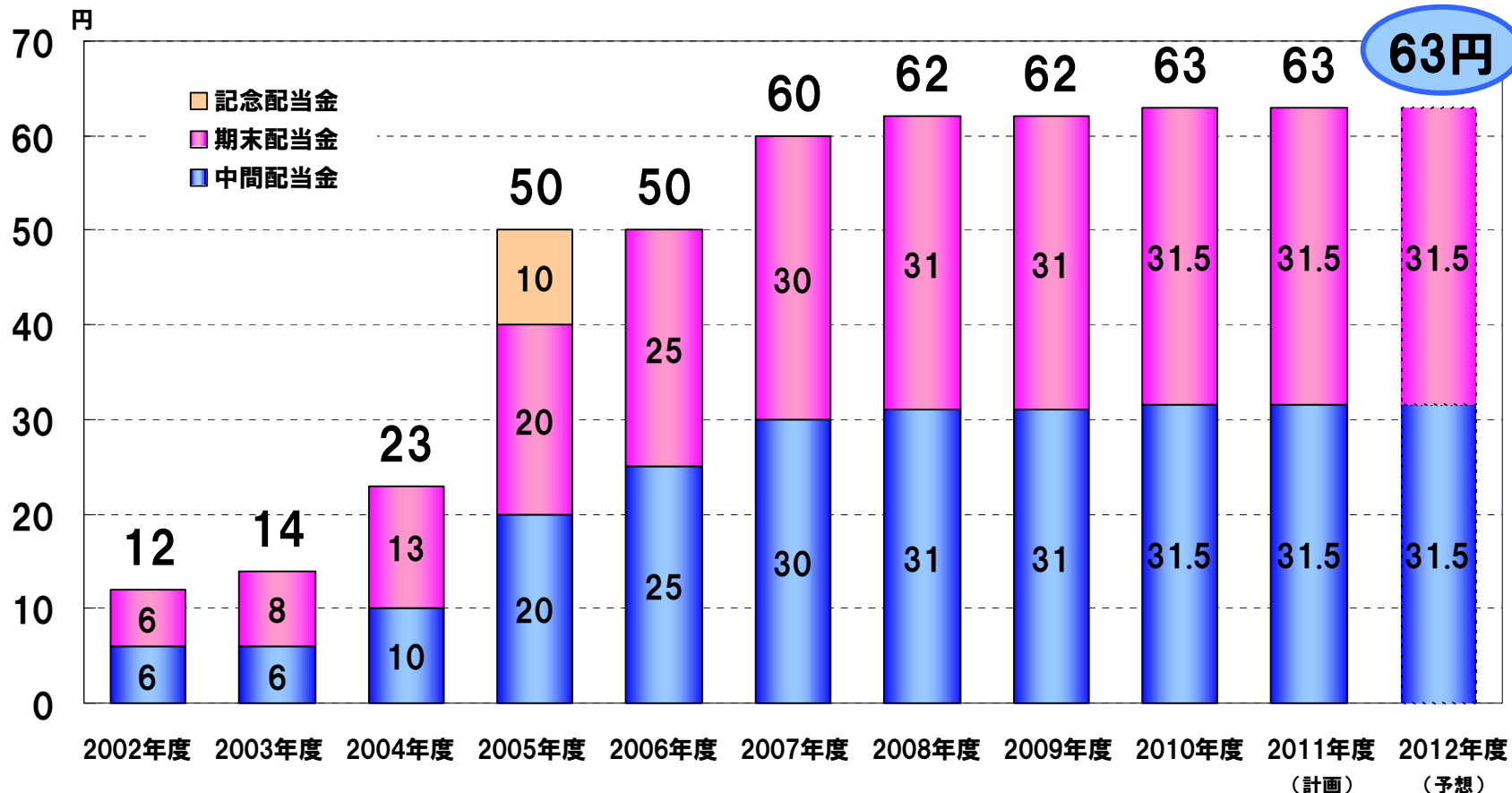
= 63円

- 2012年度のDOE※は3.4%、配当性向は51.7%となる見込み。

※ DOE:純資産配当率

1株当たり配当額の推移

■ 2003年度より配当水準の向上に継続して取組み、積極的な株主への利益還元を実践。



	円	12	14	23	50	50	60	62	62	63	63	63
年間配当金	円	12	14	23	50	50	60	62	62	63	63	63
純資産配当率	%	0.9	1.1	1.7	3.5	3.2	3.7	3.7	3.6	3.6	3.5	※ 3.4
配当性向	%	16.6	31.8	45.6	37.6	34.6	41.2	48.5	73.4	58.7	54.6	※ 51.7

※ 参考値

2

(2010～2013年度)

中期計画、今後の展開について



azbil (アズビル:Automation・Zone・Builder)

グループ理念 「人を中心としたオートメーション」の象徴。

私たちは、「人を中心としたオートメーション」で、
人々の「安心、快適、達成感」を実現するとともに、
地球環境に貢献します。

そのために、

- 私たちは、お客さまとともに、現場で価値を創ります。
- 私たちは、「人を中心とした」の発想で、私たちらしさを追求します。
- 私たちは、未来を考え、革新的に行動します。

- ◇ グループ理念「人を中心としたオートメーション」は
大きく将来を見据えた考え方
- ◇ 新生azbilグループの進むべき道しるべとして掲げ、
事業構造改革と企業価値向上を一層推進

「人を中心としたオートメーション」の理念に基づき、 事業ならびに業務構造の改革を推進



● 目標達成に向け、2004年からの10年を三つの段階に分け活動を実施

2004～2006年度
(気持ち創り期)

2007～2009年度
(基盤を確たるものにする期)

2010～2013年度
(発展期)

事業環境変化の要因

成熟化市場における
景気変動

市場の構造的変化

環境問題、少子高齢化、新興国台頭
安全・安心・品質向上、新技術・高付加価値化

変革活動

オートメーションに選択集中しつつ、異なる市場構造を持つ
BA、AA、LA事業の3本柱化を推進

単なる「制御」から事業のあり様を
「人を中心としたオートメーション」へ変革

- azbilグループならではの「人を中心としたオートメーション」の展開に一定の成果
- 企業環境を考えると事業面や体質面で強化すべき課題も多い

今後の展開の重点ポイント

企業をとりまく事業環境

非常に厳しい事業環境であり、かつ先が読みにくい状況(不透明な先行き)

- **国内事業環境の変化**
 - 雇用や消費の成熟化
 - 超高齢化社会
 - 国際競争力(技術開発や為替)
- **海外事業環境の変化**
 - 中国・アジアの成長
 - BRICsおよび新興諸国の急進
- 「景気循環」から「経済構造の変化」へ

『人を中心としたオートメーション』の探求:
顧客関係、価値(範囲・質)向上

**展開
1**

技術・製品を基盤に、
ソリューション展開で、
「顧客・社会の長期パートナー」へ

**展開
2**

海外事業を次のステップへ。
地域の拡大と質的な転換で
「グローバル展開」

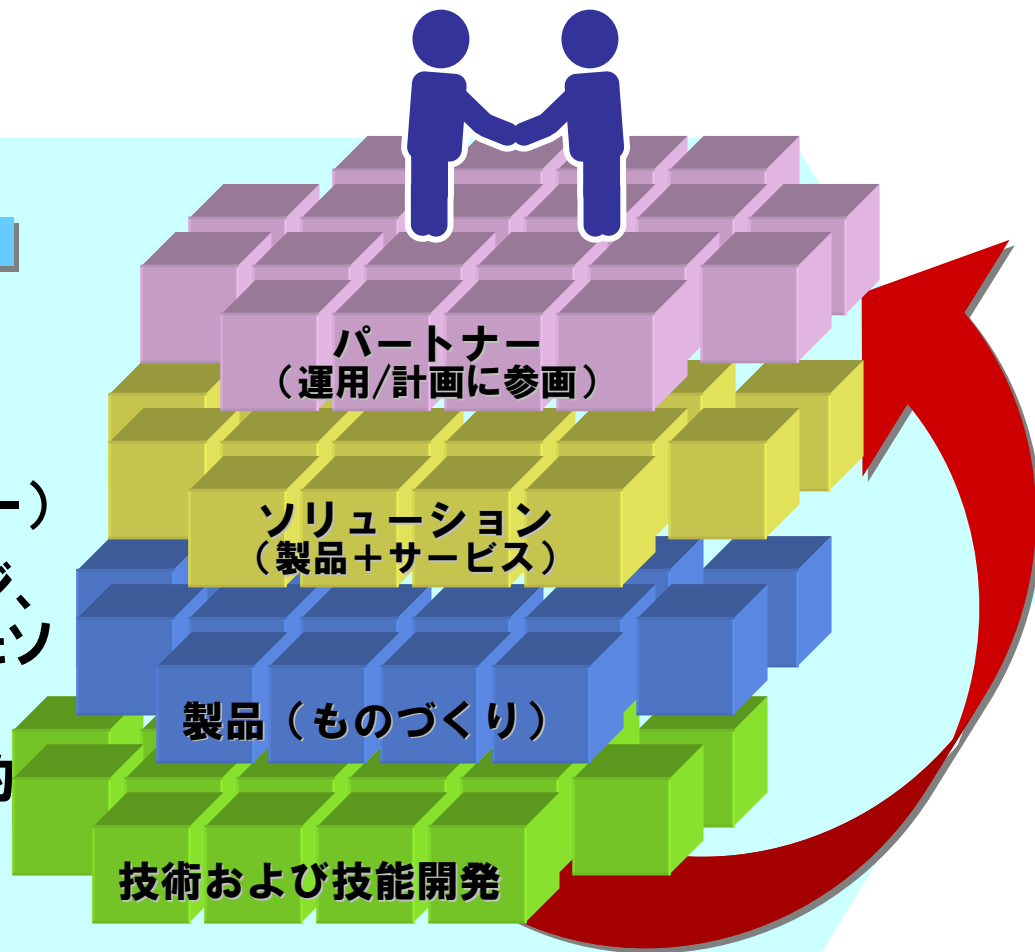
**展開
3**

環境変化に「柔軟且つ継続的に
対応することのできる企業体」へ
組織的な変革

高い技術・技能をベースにより広い範囲により高い価値を現場で提供する

azbilグループの特徴・強み

- 高い技術・技能・製品基盤
- 顧客現場(アプリ)の深い理解
- azbilグループの総合力(シナジー)
- 製品とサービス(コンサル、エンジ、施工調整・保守など)を組合せたソリューション力
- 工場や施設(群)、地域の総合的な企画・運用支援能力



BA 事業

高付加価値ライフサイクルソリューションへ(azbilシナジーの発揮)
(環境・次世代空調、スマートシティ、産業分野、国内から海外へ領域拡大)



- 電力抑制・料金値上げに対応する省エネ事業展開 等
～ BEMS導入補助金施行に合わせ、アグリゲータとして、azbilグループ保有のノウハウ、データ蓄積、現場の実行体制を活かした省エネ提案
- 製薬ライン向けソリューション
～ 製品からMES(Manufacturing Execution System、製造実行システム)、PQ(Performance Qualification、稼動時適格性確認)まで

AA 事業

グローバルな環境で、プラントおよび装置メーカーに対し他社にないソリューションの提供 (調節弁グローバル展開、顧客向け・装置メーカー向けソリューション)



- アジアから中東にかけてのサプライチェーンを含めたバルブ事業の強化
～ 各エリアバルブメンテナンス設備・機能強化、サウジアラビアでのバルブ生産・販売合併会社設立(予定)等
- 欧米での顧客カスタマイズ機能強化
～ アズビルノースアメリカ開発機能強化、アズビルヨーロッパドイツ支店開設

LA 事業

地域・個人へ展開、点から面への展開
(介護・生活支援事業基盤整備、住宅用全館空調システム販売力強化、LAの領域拡大)



- 住宅用全館空調システム「きくばり」販売力強化
～ 販売・技術部門への人員シフトによる体制強化、ショールーム開設
- 安全センター、山武ケアネット統合による事業強化
～ 高齢者向け住宅、ナイトケアビジネス

展開 海外事業を次のステップへ

2 地域の拡大と質的な転換で「グローバル展開」

「グローバル」に考える。海外展開はもちろん、国内顧客への提供価値も増加する認識で、施策を揃えていく。

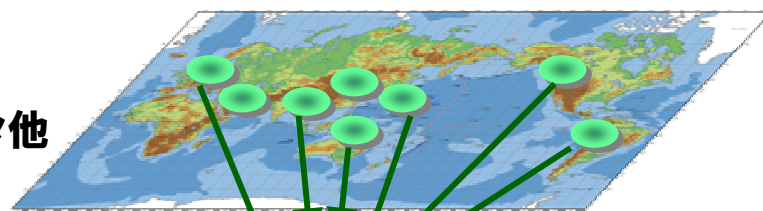
● 地域の拡大

➤ 海外事業の地域と領域の拡大

～ インド・中東・ブラジル他

～ 中国:現地資本の建物市場、台湾:ガスメータ他

- 顧客事業基盤のグローバル化
- エリア毎に発生する様々な課題



● 質的な転換

➤ 製品→商品(製品+サービス)

➤ 顧客接点での価値の拡大

(ソリューション)

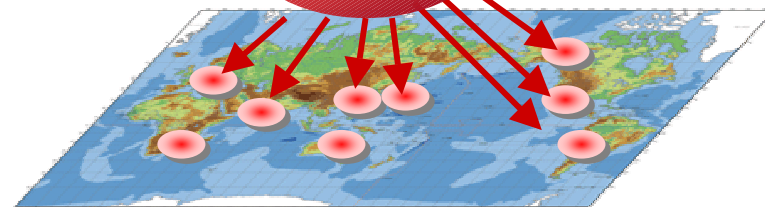
～ 組織再編:生産、開発(地域向け)、
エンジニアサービス

➤ コンサルティング/アプリケーションへ

～ BA:エネルギー管理や施設運営管理 等

～ AA:プラント資産保守管理、省エネ高度制御 等

現場を通して課題を集約、
新たなソリューション(提供価値)
へと進化させる。



- azbilの製品・サービス網を活用し、日本を含めてその現場に最適なソリューションを提供する。

azbilグループのグローバル展開



● サウジアラビア タラワット社と
ハルブ事業合併会社(設立予定)

● 中節能実業発展有限公司とビルディング
オートメーションシステム販売の合併会社設立

● 北京銀泰永輝智能科技有限公司(建物市場
の施工・エンジニアリング会社)への資本参加



● アズビルヨーロッパ
ドイツ支店開設



グローバル商品の
カスタマイズ機能

グローバル商品の
カスタマイズ機能

山武環境制御技術(北京)有限公司

アズビル貿易(大連)有限公司
アズビル情報技術センター(大連)有限公司
アズビル機器(大連)有限公司

アズビルノースアメリカ株式会社

上海原精工機械有限公司
上海原立自動化専用機械有限公司

アズビル中国株式会社

アズビルバイオプラント株式会社

アズビルヨーロッパ株式会社

アズビル(株)アブダビ支店
アズビルインド株式会社

★ アズビル株式会社

アズビルコントロールソリューション(上海)有限公司
上海アズビル制御機器有限公司
上海山武自動機器有限公司

領域の拡大

アズビル(株)中東支店

アズビルベトナム有限会社

アズビル台湾株式会社
アズビル金門台湾株式会社

アズビルタイランド株式会社

エンジニアリング、
メンテナンス体制の強化



アズビル金門台湾株式会社

アズビルマレーシア株式会社

山武エンジニアリング
マレーシア株式会社

アズビルフィリピン株式会社

アズビルブラジル有限会社



アズビルシンガポール株式会社

▲ アズビルシンガポール
テクニカルサービスセンター

アズビル・ベルカ・インドネシア株式会社

働きの
創造

企業体質強化への取組み

集中と分散による効率改善

グループ人材の活用と最適配置

- サービス体制強化
 - 「サービス本部」の設立：BA、AA全社サービス体制の統合、人員強化（市場化テスト、浄水場等社会インフラ管理事業）
- 商品開発力強化
 - 「技術開発本部」の設立：基幹技術開発、商品開発、工程開発機能の統合による商品開発一貫体制構築
 - 地域分散・連携によるグローバル開発体制構築
- 生産体制最適化
 - 「プロダクションマネジメント本部」設立：国内外生産体制の再編、生産体制のグローバル化

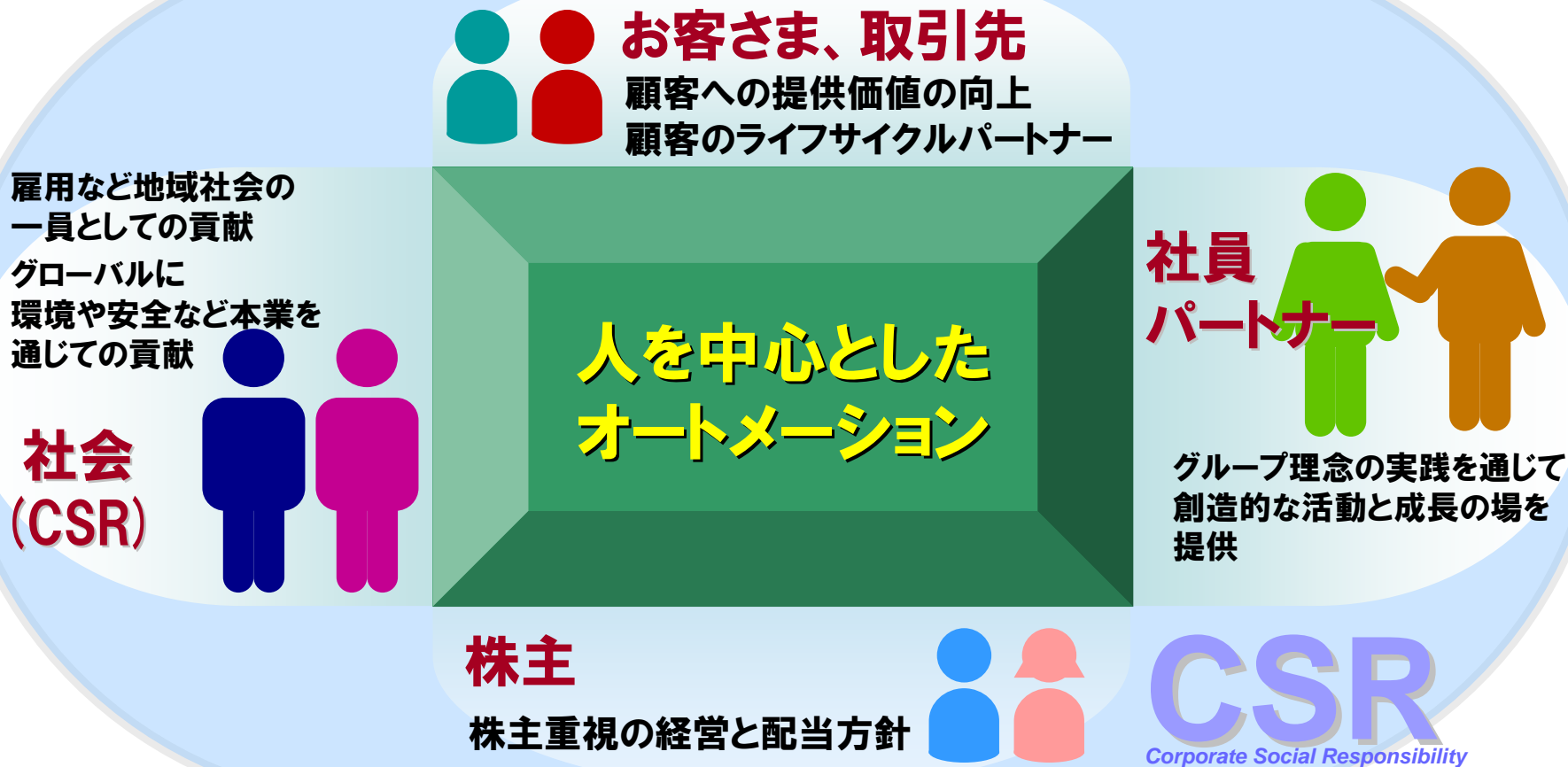
環境変化に対応し、環境・省エネ、安心・安全といったニーズに的確に対応するため、もう1段も2段も取組みを強化する。



体質強化を継続的に実施できる
「学習する企業体」を目指す

全てのステークホルダーに向けて 「人を中心」としたazbilグループの展開

azbil



- 基盤であるCSRを強化し、「人を中心」という視点になることで、お客様・取引先はもちろん、社員・パートナー、株主、そして地域・社会に対しても**矛盾のない展開を継続的に可能とする。**
- 全員で「人を中心としたオートメーション」を社内外で**実感できる形に育てる。**

アズビル株式会社、 新生azbilグループへ

azbil

2012年 4月1日

アズビル株式会社

(Azbil Corporation)

新生アズビル各社がスタート

意味

「人を中心としたオートメーション」によりお客様に提供できる付加価値を探求する。
このことを改めて社員全員で決意し約束する。

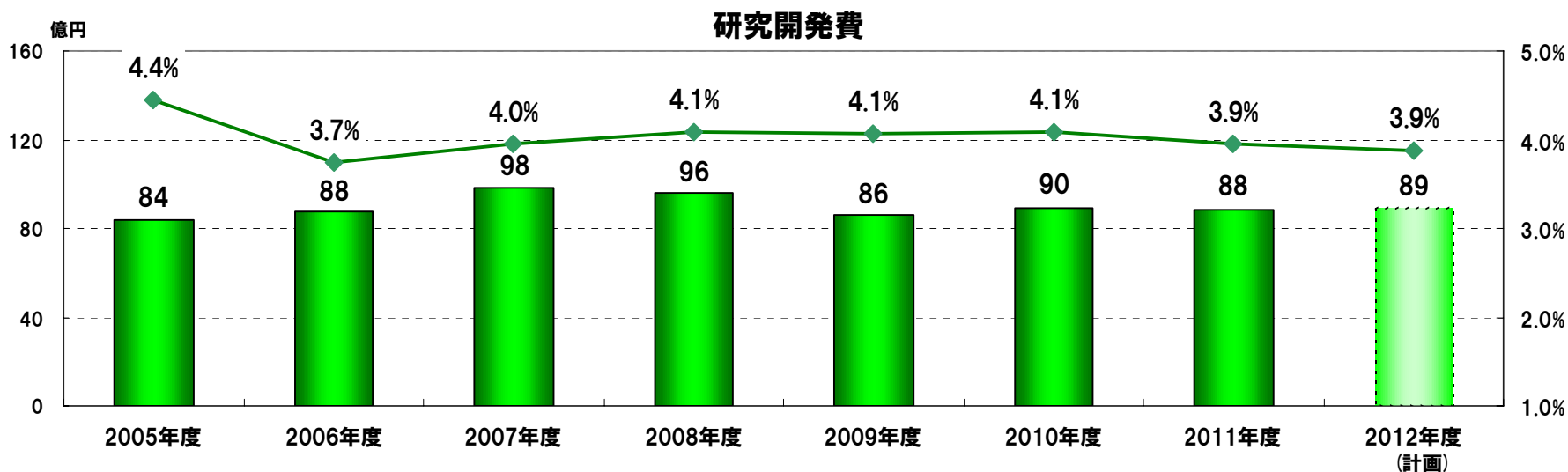
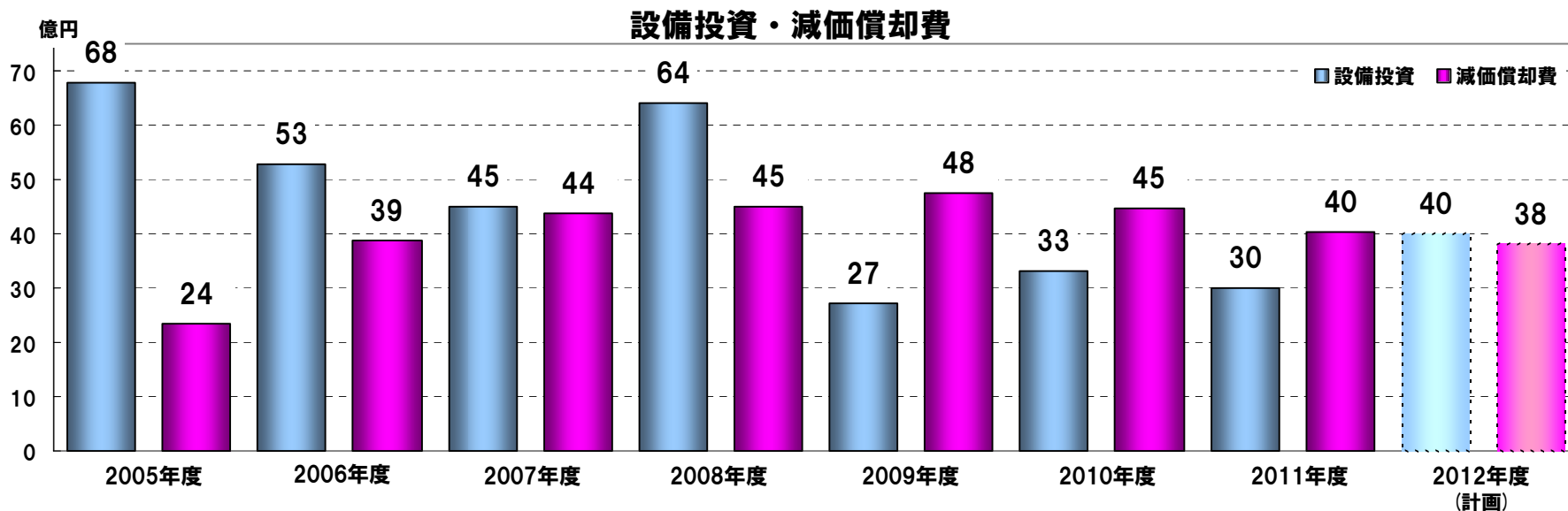
☆ お客様をはじめ国内外関係者に、azbil「人を中心としたオートメーション」を
よりご理解・ご支援いただき、共に成長する起点とする。

Appendix

- **設備投資・減価償却費・研究開発費**
(2011年度実績・2012年度計画)
- **azbilグループ国内各社の新社名**



設備投資・減価償却費・研究開発費



azbilグループ国内各社の新社名



現社名

株式会社 山武
山武コントロールプロダクト株式会社 }
株式会社 山武商会
山武フレンドリー株式会社
山武ケアネット株式会社 }
安全センター株式会社 }
セキュリティフライデー株式会社
株式会社 金門製作所
株式会社 青森製作所
和歌山精器株式会社
白河精機株式会社
株式会社 金門白沢
株式会社 金門会津
株式会社 金門原町
株式会社 金門唐津
金門環境設備株式会社 }
北海道金門工事株式会社 }
株式会社 東北金門工事 }
株式会社 山武瑞穂
ロイヤルコントロールズ株式会社
株式会社 太信



新社名

アズビル株式会社
アズビル商事株式会社
アズビル山武フレンドリー株式会社
アズビルあんしんケアサポート株式会社
アズビル セキュリティフライデー株式会社
アズビル金門株式会社
アズビル金門青森株式会社
アズビル金門和歌山株式会社
アズビル金門白河株式会社
アズビル金門白沢株式会社
アズビル金門会津株式会社
アズビル金門原町株式会社
アズビル金門唐津株式会社

アズビル金門エンジニアリング株式会社

アズビル京都株式会社
アズビル ロイヤルコントロールズ株式会社
アズビル太信株式会社

海外現地法人は、2008年度より順次社名をazbilを冠するものに変更

azbilグループは、
「人を中心としたオートメーション」で、
人々の「安心・快適・達成感」を実現する
とともに、地球環境に貢献します。

