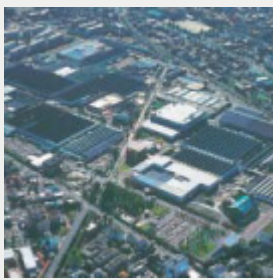
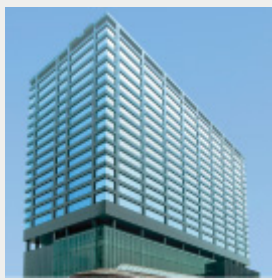


公司概要

公司名	株式会社不二越
商标	NACHI
创立	1928年12月21日
决算期	11月30日
社长	本间博夫
总公司 富山事业所	〒930-8511 富山市不二越本町1丁目1番1号 (TEL)+81-76-423-5111
东京总公司	〒105-0021 东京都港区东新桥1丁目9番2号 汐留住友大楼17层 (TEL)+81-3-5568-5111
资本金	160亿日元
合并销售额	1,722亿日元 (其中 海外销售额 619亿日元)
集团公司 52家分公司	日本: 24家分公司 (其中 3家工程业务分公司、7家销售业务分公司、11家生产业务分公司、3家通事业务分公司) 海外: 28家分公司 (其中 10家销售业务分公司, 18家生产业务分公司)
集团总人数	53家分公司 5,850人(其中 不二越日本 2,700人)
主要的事业	机械加工领域 切削刀具、可塑成型工具、切割刀具、 精密模具、超精密加工机、机械加工系统 工业机器人领域 机器人系统、电子设备 功能零部件领域 各种轴承、液压件、汽车零部件、减震系统、冷却液净化系统 材料领域 特殊钢、涂层、工业炉



总社・富山事业所

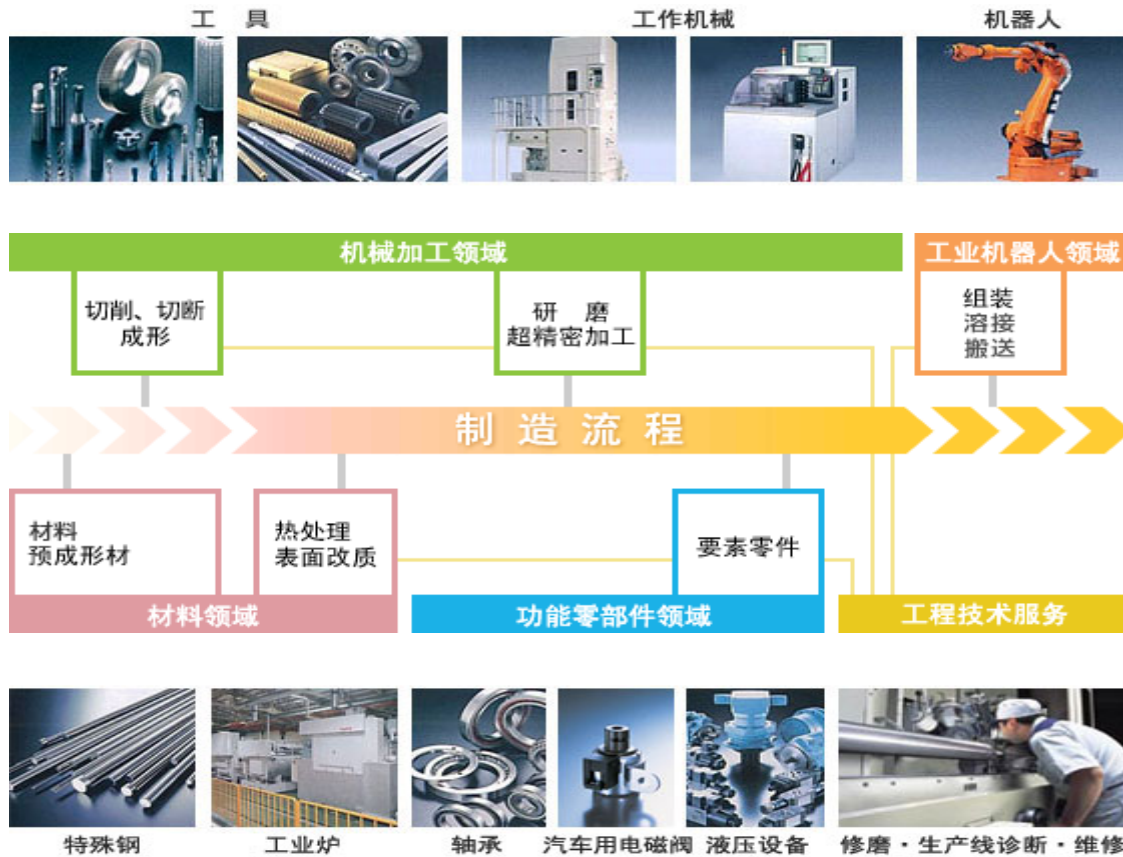


东京总社

事业介绍

为制造业领域的发展作出了贡献

不二越以在切削刀具、工作机械领域的机械加工、无人自动化机器人、轴承与液压件以及其它功能性物件、以及原材料、热处理与涂层等材料之四大事业方面积累的各种技术为基础，充分发挥其综合优势，为制造业领域的发展作出了自己的贡献。通过不断丰富精度高、功能强、可靠性优异的产品系列，提供“技术工程”服务，努力打造全世界所寻求喜爱的NACHI品牌。



机械加工领域

提供具有高精度、高率、环保低耗等特性、可适应广泛需求的刀具、加工系统。在齿轮和驱动系统组件加工中不可或缺的精密刀具领域，不二越一直发挥着包括汽车工业在内的众多机械产业的基石性作用，获得全世界市场的极大信赖。超精密加工机，利用精细加工技术可进行纳米级加工。

工业机器人领域

以世界上屈指可数的点焊机器人实际业绩为基础，在搬运领域，包括重型搬运机器人、大型液晶玻璃基板搬运洁净室机器人等在内的各种应用方面，为自动无人化作出了贡献。

功能性物件领域

轴承和液压件是十分重要的功能零件。

广泛应用于汽车、铁路车辆、建筑工程机械、工作机械、成型机、电机等各种机械。在产品开发当中追求高性能、小型化，轻量化、耐久性、并保证系统的安全可靠性和舒适性。

材料领域

以高速钢、工具钢领域为基础，以高速、高效率、高寿命为终极目标，充分发挥控温技术(热处理)、表面改质(涂层)领域积累的技术及自身的综合优势，一直引领着刀具开发领域中材料变革的潮流。

同时向汽车、电子、IT领域提供预成形材、预硬线材等功能材料，并着力开展特殊再熔炼的材料应用市场的开发业务。

公司名“不二越”的由来



不二越是1928年（昭和3年），为实现当时几乎全部依赖进口的机械工具的国产化而在富山市创立的。创始人井村荒喜先生认为，“只有机械工具领域的自立才是发展我国产业的基础所在”，在这种强烈的使命感驱使下，他将自己的抱负体现为“不二越”的创业精神。所谓不二，正如佛经上所说的“善恶不二、邪正一如”或“迷悟不二”，现象不同的事物，看来截然相反的事物、如果站在更高立场上深层地深究其本质、就会发现他们本是同一事物。

“越”是日本北陆地区的古称，代表“高志”的意思。

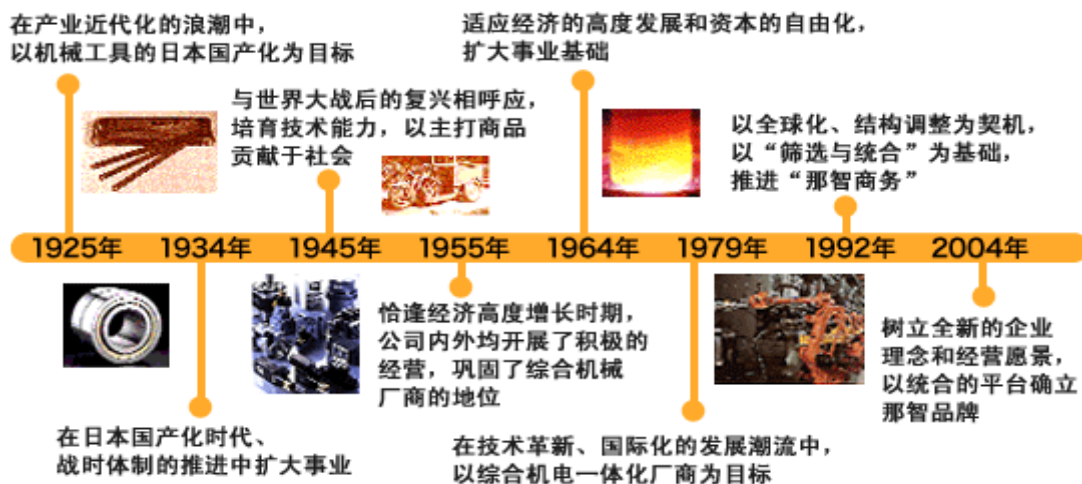
商标“NACHI”的由来

NACHI品牌源于日本/大和的始祖--熊野的那智大社，体现了高昂的事业热情。

1929年（昭和4年），昭和天皇为视察国产奖励产业而巡幸关西，在大阪市政厅察看了作为优秀国产品的不二越锯条（金属切割锯刀）。

首任社长井村荒喜先生衷心感激这一无上荣誉，设计了NACHI标记，并以此作为商标。

历史沿革



1925年~

在工业现代化的浪潮中，以机械工具的国产化为目标

1934年~

国产化时代，随着战时体制的推进业务不断扩大

1945年~

为应对世界大战后的复兴培养技术力量，用主力产品为复兴做贡献

1955年~

以高度的经济成长为契机 在国内外积极开展经营，巩固综合机械厂商的地位

1964年~

应对经济的高度化和资本的自由化 扩大事业基础

1979年~

随着技术革新和国际化进展的潮流力争成为综合机械厂商

1992年~

以全球化、结构调整为契机，在“筛选与整合”的基础上，推进“NACHI经营”

2004年~

建立新的企业理念和经营愿景，通过统合的舞台力争确立NACHI品牌

社长致辞

打造可实现梦想的制造型企业

那智不二越集团充分运用了集聚各项事业和技术的综合机械厂家的特长，向汽车、产业机械、能源和基础设施领域等的顾客提供丰富多彩的提案，为制造业世界的发展做贡献。

近日，我们打出“向增长型企业挑战，打造可以实现梦想的制造型企业”的标语，制定了“长期经营构想 2020”和“中期经营计划 2013”，并以如下 3 个经营方针为支柱，致力于各方面的经营改革，以实现不受景气的潮流影响的高增长型企业，和实现以顾客为首的客户、职员等所有利益相关者的梦想。

扩大新兴国家的市场

我们将中长期经济预期增长的新兴国家市场定位为拉动企业成长的引擎，以中国、印度、东南亚国家联盟、中南美，中东欧等为中心，扩充销售、服务、生产体制，并以日本和欧美作为新的畅销价格区推进市场开拓。

创造新商品、新事业

除了改进现有商品和扩大产品阵容外，还致力于创造应用诸多先进技术的新商品、新事业，扩大商业机会，并且在各个制造工序中，不断满足客户的多元化的需求。

人才教育与加强人才开发

企业是人组成的，支撑着制造的也是人，所以我们以日本为主，在世界各地培养人才，加强人力资源开发。特别是，在新兴国家培养关注开展事业的全球化人才、并且培养拥有作为企业一员的自觉和挑战、达成目标的热情高的人才。

董事长兼总经理

市间博夫