

## タギング技術説明会 質疑応答の主な内容（2023年1月11日開催）

### 1. 自動化ビジネスの粗利はどの程度か。現状から改善する方策は

- 自動化で取り扱っている商品は、主にラベリングマシンなどのハードウェア、ラベルなどのサプライ、制御のためのソフトウェア、そしてハードウェア商品やソフトウェアの保守で構成されている。この中で事業として数字をとらえているのはハードウェアとソフトウェア
- 日本事業における自動化ビジネスの粗利率は、日本事業全体の粗利率（FY21：46.5%）よりも低い。これはラベルプリンタと比較して構成パーツが多岐にわたることや、生産数量が限定的、パートナーからの仕入れ品も多いといった背景がある
- 強い需要を背景とした販売数量の増加や、共通解ソリューションの横展開を実施し、利益の改善を見込む

### 2. グローバルに RFID 市場の拡大が見込まれる中、サトーはシェアを獲得できるのか。競合に対しての優位性は

- RFID の市場には、読み取り装置メーカー、プリンタメーカー、サプライメーカーが事業を展開している。現在の市場規模は約 6,000 億円といわれ、今後、半導体の供給量などに左右されるが、年間 10%以上の市場成長を見込む。現在の市場規模のうち、90%以上はリテール市場向けだが、今後はマニュファクチャリング、ヘルスケア、フードといった、サトーが得意とする市場が成長してくると見ている
- 競合との優位性は 3 点ある。これらを活かして、今後成長が期待できるマニュファクチャリング市場などで、シェア獲得を進める
- 1 つ目は、サトーの 26 カ国にまたがるグローバル直販体制だ。グローバルに事業を展開するお客さまは、複数の国や地域において同水準の RFID の仕組み・技術を導入されたいと考えている。その中で、当社のグローバルな体制を活かし、各国の現場で、高品質な RFID ソリューションの提供を実現できている
- 2 つ目は、タグとプリンタを自社設計・生産している点だ。RFID はその性質上、読み取りが安定しないことが多い。このような課題を抱えるお客さまに、被着体や現場環境に即したタグの設計改良を実施して、読み取り率向上を支援している
- 3 つ目は、現場知見だ。前述の通り、RFID は読み取り率が安定しないため、導入する際の現場でのチューニングが重要だ。例えば、最適な読み取り機の選定や読み取り方法のアドバイス、被着体へのタグの貼り方など、知見を活かしたコンサルティング力を発揮している

### 3. 日本の今後の RFID に対する考え方はどうか

- RFID が海外で生まれた技術で、海外のほうが市場の成熟度、導入フェーズ、普及は日本よりも早いと捉えている。バーコードも含めた自動認識という視点で、日本はマニュファクチャリング市場が、リテール市場よりも市場規模が大きいが、現段階では RFID はトライアルや PoC が主なフェーズだ
- グローバル展開している日系企業でも導入を検討するなど、足元で需要は確実に広がっている。サトーはも

ともとマニファクチャリング市場でのプレゼンスが高い為、良いポジションにいると言える

4. 現在 RFID のラベル生産は日本のみだが、海外案件が増加した場合、グローバルの生産体制の考えかたは

- RFID のラベルは、需要のある場所で生産・納品することが、デジタルサプライチェーンを実現したいと考えるお客さまには、重要と捉えている。今後、どの国・地域で、どのように生産するかを、FY23 以降の事業戦略の中で、グローバルな目線で慎重に検討を進める

5. 自動化の市場成長性は。同業他社が強い市場は

- ラベルを手貼りしているお客さまも多数あり、市場の成長余地は大きいと考えている
- こういったお客さまは、サトーの既存のお客さまであることも多く、販売機会は豊富にある
- 同業他社が強い市場・用途の事例を挙げる。フード市場の計量用途と連動でラベル貼り付けをする工程は、同業他社が古くから事業を展開しており、参入障壁が高い。こういった市場・用途へは、無理に参入するのではなく、トレーサビリティのソリューション提供など、別の視点で販売機会を捕捉する考え

6. グローバル企業にサトーの RFID が評価されているポイントは

- コト売り\*による現場課題解決の提案がある。お客さまの現場課題をヒアリングし、前述のような RFID の導入のコンサルティングまで支援できることが評価されている
- この情報を CRM システムの活用で共有し、各国の営業担当者を、海外市場戦略部や RFID 事業推進部がサポートする体制を構築している。前述の通り、特にグローバルに事業を展開するお客さまは、RFID 運用の標準化を期待されているため、こういったサポート体制は重要だ

\* コト売り：商品の単品売りではなくハードウェアやサプライ、保守サービス、ソフトウェア等を組み合わせたソリューションを、費用対効果の提示を含めて提案する販売手法

7. 日本で自動化の共通解が売上高に占める割合はどの程度か。今後どの程度まで伸長するのか

- 共通解の売上比率は、約 3 割と捉えている。特に EC 化を背景に、送り状ラベラーが伸長している。今後は、共通解の比率を 5 割以上とすることをめざし、利益率の改善も図る考え

(以上)