

本業とサステナビリティ

Tagging for Sustainability

持続可能な社会の実現に、タギングで貢献します。



基本的な考え方

企業理念において、「より豊かで持続可能な世界社会の発展に貢献すること」を使命としてきたサトーグループにとって、持続可能な社会の実現への貢献は本業と不可分のものです。SDGs (持続可能な開発目標) など世界的な課題解決への関心が高まる中、2018年のサステナビリティへの取り組みの基本方針策定に続き、2019年にはその取り組みを具体化すべく、ステークホルダーとサトーグループにとってのマテリアリティ(重要課題)を特定しました。同年に、社長を委員長とするサステナビリティ推進委員会を設置し、方針や活動計画を策定するとともに、事業戦略観点で取り組みを俯瞰しています。また、2020年にはサステナビリティ推進室を新設し、マテリアリティを軸とした具体的な活動を推進しています。今後も、本業を通じて持続可能な社会の実現に貢献するために、サステナビリティ経営を推進していきます。

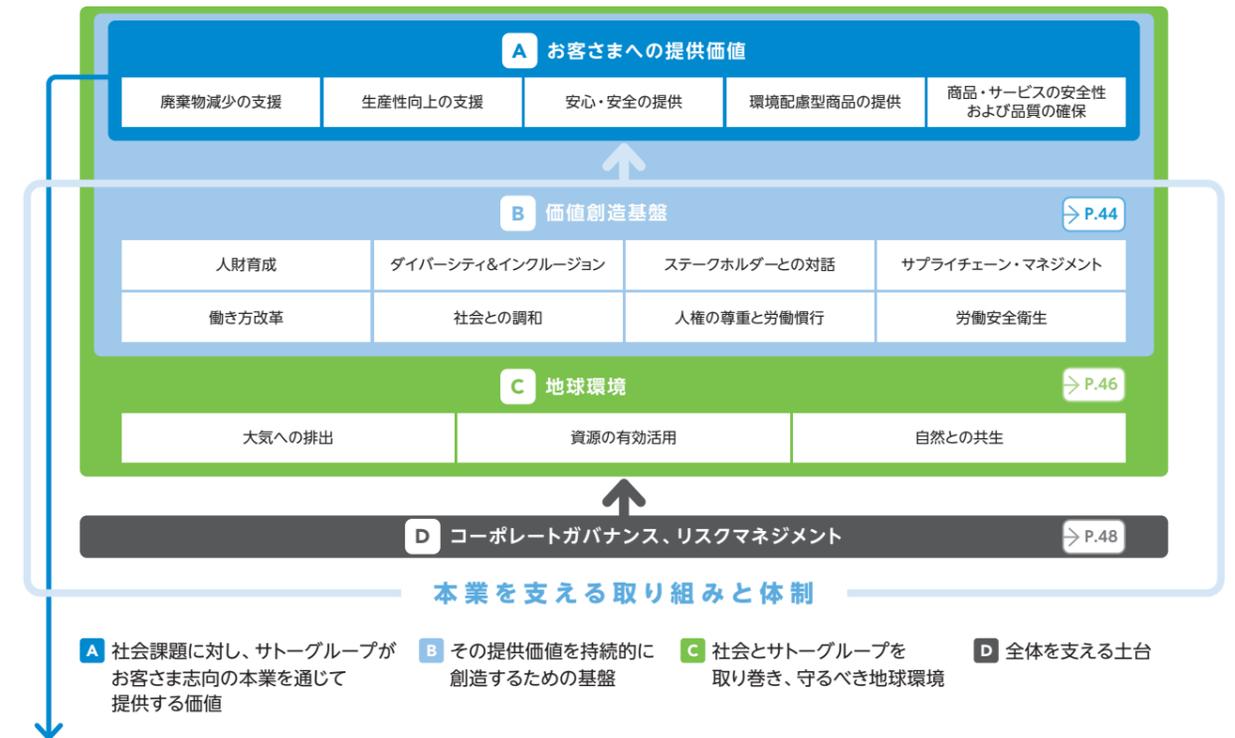
サステナビリティへの取り組みの基本方針

1 価値の創造	サステナビリティをお客さま価値の創造および企業価値の向上と不可分のものと捉え、それらを経営の根幹に据えて取り組みます。
2 本業の帰結	本業を通じてサステナビリティへの取り組みを推進します。
3 再現性の重視	継続的にあるいはグループ横断的に展開できるサステナビリティへの取り組みをめざします。
4 現場とのひも付け	現場の実態をサステナビリティの理念につなげていきます。
5 開示の充実	サステナビリティへの取り組みを積極的に開示し、ステークホルダーへの説明責任を果たします。

マテリアリティの構成・全体像(3つのカテゴリー)

マテリアリティは、サトーグループの本業であるタギングを軸とした自動認識ソリューション事業と密接に結びついた「お客さまへの提供価値」、人財育成やサプライチェーン・マネジメントといった社内外の取り組みを通じて継続的な価値創造を支える「価値創造基盤」、社会とサトーグループを取り巻く「地球環境」の3つのカテゴリーから構成されています。また、コーポレートガバナンスおよびリスクマネジメントがこれらのカテゴリーを支える土台となっています。

「お客さまへの提供価値」をマテリアリティの中心に据えて推進



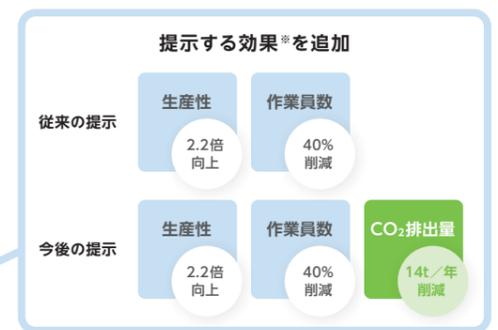
本業による「お客さまへの提供価値」の推進例

お客さまへの提供価値	サトーの本業	サステナビリティ推進
廃棄物減少の支援	<ul style="list-style-type: none"> サプライチェーンの可視化 売れ残りの回避 	<ul style="list-style-type: none"> 循環型経済
生産性向上の支援	<ul style="list-style-type: none"> オペレーションの最適化 手作業の自動化 	<ul style="list-style-type: none"> 効率的な働き方
安心・安全の提供	<ul style="list-style-type: none"> 3密の回避 	<ul style="list-style-type: none"> 労働安全衛生
環境配慮型商品の提供	<ul style="list-style-type: none"> CO₂排出量の削減 脱プラスチックの推進 	<ul style="list-style-type: none"> 気候変動の抑制

TOPIC ソリューション導入によるCO₂排出量削減効果の提示

サトーグループでは、自動化をはじめとしたさまざまなソリューションを提供し、お客さまの生産性向上という価値を提供してきました。この生産性向上に関わる総労働時間削減の情報を用い、CO₂排出削減貢献量*を推計して提示し、お客さまに新たな価値を提供する取り組みを進めています。

* CO₂排出削減貢献量は、総労働時間の削減と産業ごとの係数をもとに算出した推計値のため、実際のCO₂排出削減量を保証するものではありません。
 * CO₂排出量の算定方法に関しては、関係省庁の確認および専門家の監修を受けています。



* 封筒や送り状印字・貼付を、手作業から自動化した場合

価値創造の歴史

サトーグループは「あくなき創造」の社是の下、社会やお客さまのニーズの変化に応えるために、ビジネスモデルを変革しながら成長してまいりました。私たちは、タギングに強みを持つソリューションで「正確、省力、省資源、安心・安全、環境、感動」の価値創造に挑戦し、変わりゆく社会の要請や期待に応え続ける存在となることをめざします。

1940年代 創業

戦後復興期の日本で 省力化のためのモノづくり

この時代、大きな荷を送るには、主に木製の梱包資材を使用していました。戦争の影響で徐々に木材が不足。そこで、竹材を編んだ輸送用ケースを作り、さらにその竹製の箱を量産するために多くの竹加工機を発明しました。また当時、新聞を配送するための梱包は全て手作業で行われており、大変な重労働でした。この作業を省力化させることをきっかけに、結束機を開発します。この機械は日本の大手新聞各社や駅弁製造業、さらには国の主要機関にも導入されました。「お客さまの作業を楽にして差し上げたい」という思いが創業者の原動力でした。これは今もサトーグループのDNAとして継承されています。

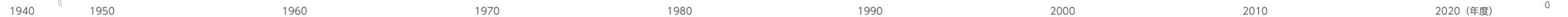


1943年 竹材加工機



1958年 製作した自動結束機

売上高推移 ■ 国内 ■ 海外



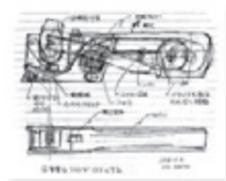
1960年代 高度経済成長期を迎え 小売業が発展

値札貼り付け機「ハンドラベラー」が タギングビジネスの始まりに

日本では1960年代のスーパーマーケットの台頭により、消費財の流通量が爆発的に増加しました。サトーの値札貼り付け機「ハンドラベラー」は、個々の商品への値付け作業を効率化し、小売業界の省力化に大きく寄与しました。同時に、値札や賞味期限などの可変情報を貼り付けるハンドラベラーは、あらゆるモノにIDなどの情報をひも付けるタギングの出発点でもありました。



1962年 ハンドラベラー発明



ハンドラベラーを開発した創業・佐藤隆本人による手描きのデッサン

1980年代 POSシステムの登場で バーコードが普及

世界初となるバーコードプリンタ開発で モノの流通のインフラを支える存在に

POSシステムが普及した1980年代には、世界初の熱転写方式バーコードプリンタを開発。耐久性のある高品質なラベルで、製造・卸・小売業界の需要に応えました。革新的なバーコードプリンタは、省力化やオペレーションの正確性の向上に貢献するとともに、商品流通の基盤を支えました。

世界初



1981年 熱転写方式バーコードプリンタ [M-2311]を開発



バーコードプリンタ用の サプライも製造

1990年代 情報化社会の進展

タギングで現場のデータを集めて活用する ソリューションビジネスへの転換

1990年代から2000年代初頭にかけてのIT革命により、データやシステムの接続性・統合性が求められるようになりました。そこで私たちは、バーコードラベルを媒体にモノや人の動きをデータ化し、スキャナで取り込んでシステムで活用できるようにしたり、現場作業の正確性・効率性を高めるソフトウェアや保守サポートまでを提供するソリューション主体のビジネス(=DCS* & Labeling)を始めました。



※ Data Collection Systems

2010年代 IoT時代の到来

パートナー企業とともに 技術・サービスを融合させ より包括的なソリューションの提供へ

産業技術が飛躍的に進化し、サプライチェーンの複雑化・グローバル化が進んだこの時代、私たちは常にお客さまの旬のニーズに柔軟に対応してきました。サトーの役割は、もはやラベルやスキャナで情報を収集してITシステムに統合するだけではこと足りなくなりました。IoTの普及に伴いタギングの手法が増えたことで、これまで取得できなかったようなデータが取れるようになり、また音声認識や位置測位などパートナー企業の技術を自社商品と組み合わせることで、RFIDやセンサーなどを活かした動的データ(状態)もソリューションの構成要素として拡大。個々の現場やサプライチェーン上のモノや人の動きを見る化し、生産性向上や安心・安全の担保に寄与しました。

2020年代 持続可能な社会に向けて

新たな価値を ステークホルダーと共創

2020年代、私たちは新たなビジネスモデル「Tagging for Sustainability」の下、さらにビジネスを進化させていきます。モノや人のデータをデジタル化して収集・統合・分析し、商品寿命の全過程において多岐にわたるインサイトを得られるソリューションを提供します。このビジネスモデルで、これからの循環型経済において消費者が求める、より高度な価値の創造をめざします。タギングを中心とした自動認識ソリューションで、サトーグループはこれからも変化し続ける世界の要請に応えていきます。

(億円)

1,200

1,000

800

600

400

200

0

財務・非財務ハイライト

直近5年間の主な財務・非財務情報の推移を解説とともに掲載しています。

財務ハイライト

売上高／営業利益



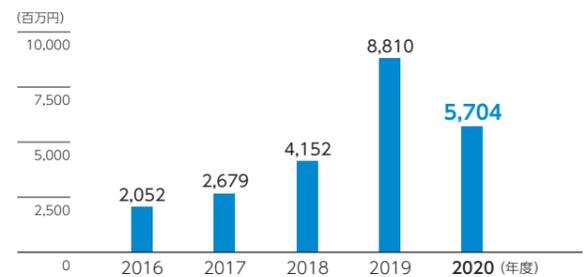
2020年度は新型コロナウイルス感染拡大による世界的な経済活動停滞の影響を受け、連結で減収減益となりました。

投下資本利益率 (ROIC)



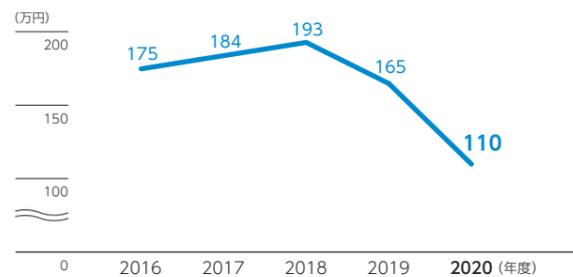
2020年度は連結で減収減益となり、投下資本回転率および税引後営業利益率が低下し、投下資本利益率 (ROIC) が下がりました。

フリー・キャッシュ・フロー



2020年度は日本不動産売却に伴う収入がありましたが、営業キャッシュ・フローの減少および定期預金の預入による支出により、フリー・キャッシュ・フローは前年度に対して減少しました。

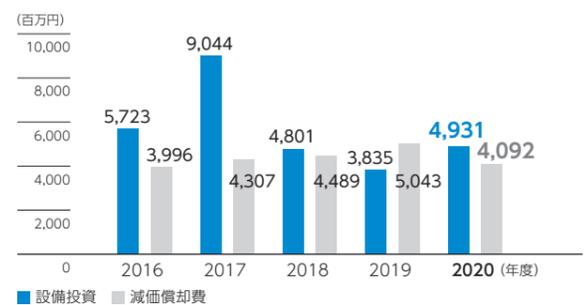
1人当たり生産性*1



新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、営業利益は減益。主に日本の減収影響を原価低減や経費抑制で吸収しきれず、生産性が低下しました。一方で、海外ではプライマリー専業が堅調に推移し、生産性が改善しています。

*1 1人当たり生産性=営業利益(のれん償却費・基幹システム減価償却費を除く)÷実働人員数

設備投資／減価償却費



2020年度は生産設備増強投資に加え、新本社移転に関する設備投資を実施しました。減価償却費は基幹システムの償却が終了したことにより減少しました。

1株当たり配当金／株主総利回り

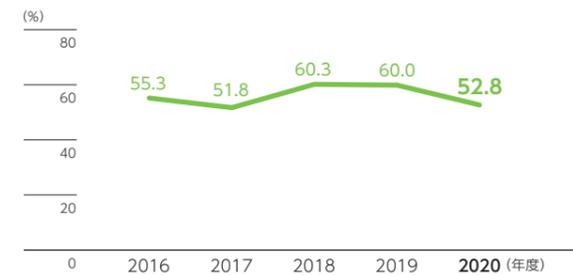


「企業価値を向上させ、安定配当を継続する」方針のもと、2020年度は年間配当を前年度と同額としました。資本コストを上回るリターンが期待できる成長投資へもバランスよく資金を配分し、株主総利回りの最大化を図っています。

非財務ハイライト

* 日本のみ

有給休暇取得率*



2020年度は在宅勤務の比重増加などニューノーマルへの対応で有給休暇取得率は低下しましたが、経営陣による取得の推奨を継続してきた結果、総じて上昇傾向にあります。

投資家との対話



社長直轄の専任部署にて、コロナ禍でもIR活動を拡充しています。ESGの視点も積極的に取り入れ、投資家をはじめとする資本市場の皆さまとの建設的対話を増強しています。
※ 一般社団法人日本IR協議会「IR優良企業賞」における当社の順位を掲載しています。

新卒3年後離職率／平均勤続年数*



〇JTリーダーによる指導や3年次のキャリア研修など、人材育成プログラムを推進し、新卒3年後の離職率は2018年度以降改善傾向にあります。また、従業員の柔軟な働き方を進めたことなどを背景に、平均勤続年数も着実に伸びています。

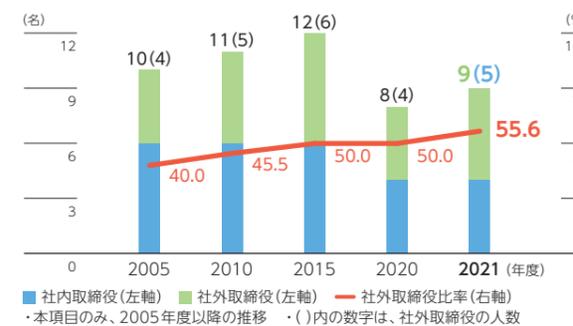
健康経営**1



2015年度から最高健康経営責任者 (CWO) を置き、推進担当者を中心に現場主導の健康づくり体制を構築。経済産業省による「健康経営優良法人」に2017年から5年連続で認定されています。

*1 健康経営は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です。
*2 メタボリックシンドローム基準対象者: 40歳以上対象の特定健診データより
*3 運動習慣者定義: 1回30分以上の運動を週2回以上実施し、1年以上持続している、もしくは1日の生活歩数が年間平均8,000歩以上

取締役人数／社外取締役比率



1999年度に社外取締役を置き、2004年度には女性の社外取締役を選任しました。また、2015年度からは取締役会の半数以上、2021年度は過半数を社外取締役に構成しています。

特許登録の利用率*



「お客さま価値につながる特許取得」を念頭に権利化業務を進めた結果、特許登録の利用率が2016年度の40%台半ばから約70%に上昇し、2017年度以降は電気機械製造業の平均利用率を上回る水準を維持しています。
*1 特許登録は登録日基準です。 *2 当社調べ *3 特許権 (所有) の利用率
*4 出典: 特許行政年次報告書2016~2021年版 (経済産業省 特許庁)

ビジネスフィールド

さまざまな市場・業界の用途に応じて商品やサービスを組み合わせ提供

サトーグループは、卓越したタギング力で、さまざまな現場で動くモノに情報をひも付けることで、その動きを捉えます。下記にご紹介する商品・サービスを核に、新たなテクノロジーや、パートナー企業の商品・サービスも活用しながら、お客さまの現場に即した最適なソリューションを提供します。

サトーグループは現在、主に6つの市場で事業を展開しており、それぞれの市場の中には複数の業界が存在します。例えば、リテール市場であれば、通信販売、スーパーマーケット、ドラッグストア、ホームセンターなどがあります。全ての市場にまたがるロジスティクス市場においては、サードパーティ・ロジスティクス(3PL)や宅配事業者など幅広い業界で事業活動を行っています。

プリンタ

40年にわたり蓄積してきた商品設計技術をもとに、「Simple & Solid」なプリンタの開発に取り組んでいます。直感的な操作性、優れた接続性を備え、多言語に対応。ラベル発行の形態もクラウドサービスを経由するやり方からスタンドアローン方式まで柔軟に対応しています。



サプライ

タギングする対象物、目的、現場環境に応じ、仕様(材質・糊・加工等)から運用効率を高める使い方(最適な認識技術の選定・印字内容など)まで提案。また、RFIDタグなど、よりお客さま価値が高く、サトーの現場知見を活かせるサプライの提供も進めています。これら自社生産の純正サプライ※は、市場・業界ごとのニーズを捕捉する重要な役割を担っています。

※ 純正サプライはサトーの商標登録です。



保守サポート

グローバルな保守体制により、機器トラブルへの迅速な対処を通して、現場の安定稼働を支えています。プリンタの稼働状況をクラウド経由で24時間365日見守り、予防保守を可能にする「SOS (SATO Online Services)」にご登録のお客さまには、前もって消耗部品の交換時期をご案内するなど、ダウンタイム削減に貢献しています。



ソフトウェア

ラベルレイアウトの作成とデータ管理に加え、資産管理、食品トレーサビリティ、倉庫業務用アプリケーション、食品衛生管理など、さまざまなニーズに対応するソフトウェアを開発しています。また、ユーザーがパソコンがなくても簡単にラベルが発行できるよう、プリンタに内蔵するインテリジェント機能も開発しています。



シール(プライマリーラベル)

豊富な知識と経験を持つ専任営業担当者がデザインや仕様、貼り付け方法などを熟慮して提案しています。企画から生産、アフターサービスまで一貫体制で、お客さまのニーズに合わせた最適なシールを提供しています。



パッケージのコンサルティング(デザインプロモーション)

マーケティング調査や分析を基に、商品の魅力を消費者により良く伝える「売れる」商品パッケージのデザインを手がけています。調査・分析、企画、戦略立案、デザイン、印刷、販売促進までの一連をお手伝いしています。



リテール市場

業界
一般小売、
スーパーマーケット、
コンビニエンスストア、
アパレル、通信販売など



マニュファクチャリング市場

業界
自動車、化学、
鉄鋼、機械、電機、
電子部品など



フード市場

業界
食品・飲料製造、
外食(レストラン、
ファストフード、ホテル)、
農業・畜産・漁業など



ロジスティクス市場

業界
倉庫、運輸、
卸(食品卸等)など



ヘルスケア市場

業界
病院・クリニック、医薬品、
医療機器・医療材料、
臨床検査センター、
調剤薬局、血液センター
など



公共市場

業界
郵便、省庁・自治体、
電気・ガス・水道、
文教、旅客業など



→ 各市場戦略についての詳細はP.28~43をご覧ください。

価値創造プロセス

サトーグループは、あらゆる情報を「タギング」で「与える」「つなぐ」「活かす」自動認識ソリューションにより、社会のうごきを最適化。循環型経済の構築を支援することで、持続可能な社会の実現に貢献します。



価値創造プロセスを支える強み

「タギング」はドメインであり、強みでもある

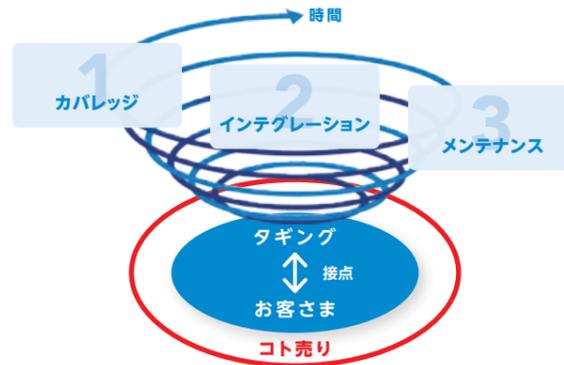
「自動認識ソリューション」の原点であるモノや人に情報をひも付ける「タギング」は、お客さまが必要とする情報を適切に取得できる自動認識技術、被着体の材質や形状に合った付け方（ラベルやタグなど）、運用に合わせた読み取り方法、集めた情報を上位システムにつなげるタイミングなどを考慮する必要があります。それゆえに、一朝一夕にできるものではありません。「タギング」は、サトーグループが創業以来、試行錯誤を繰り返しながら積み重ねてきた経験と実績から成り立っており、他社が真似できない、あるいはしたくないとも言えるサトーならではの強みです。



タギングによるお客さま接点の維持が「現場力」を磨き続け、好循環を創出する

「タギング」を行うには、お客さまの現場の状況や、オペレーションを広く深く知ることが求められ、それゆえお客さまとの接点を生み出します。

この接点が、課題解決アプローチである「コト売り」によって強化されてお客さまとの信頼が深まり、パートナーとして課題の解決を支援し続けるという好循環を創出しています。この循環を通して、サトーグループの「現場力」①カバレッジ、②インテグレーション、③メンテナンスが磨かれます（P.27参照）。

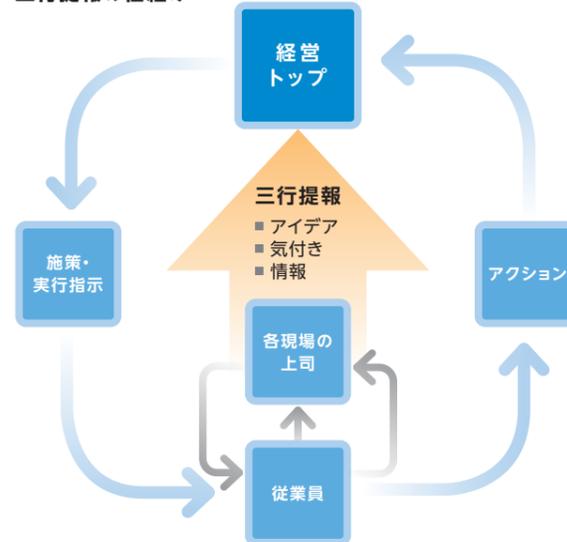


イノベーションを生み出す土壌「三行提報」



「三行提報（さんぎょうていほう）」は、従業員が毎日欠かさずに、経営トップに宛てて「会社を良くする、創意・くふう・気付いたことの提案や考えと、その対策の報告」を3行（100～150文字）にまとめて提出する制度です。40年以上続くこの制度は、現在は海外のグループ拠点にも導入しており、一人一人の従業員の問題意識を高めて創造性を引き出すとともに、企業として外部環境に適応して大小の変化を起こし、持続的に成長するための基盤となっています。2021年度には、この仕組みを進化させて現場主導の改善活動を日常化する「上司宛て提報」をスタート。部署や拠点内で、従業員間の連携を促して小さな変化を多発的・連続的・自発的に生み出す環境づくりを進めます。このような取り組みを推進し、イノベーションを生み出す土壌づくりを進めていきます。

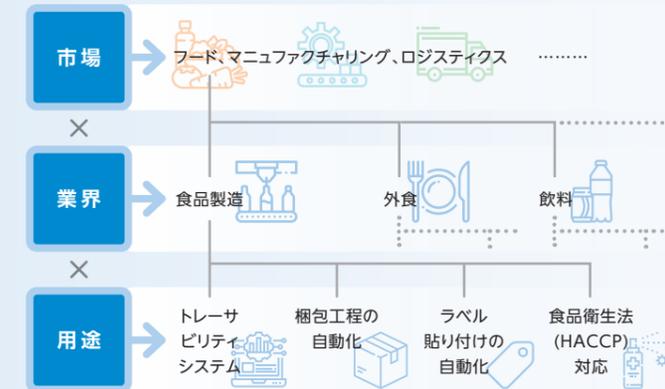
三行提報の仕組み



現場力の3要素

当社を選び続けていただくお客さまにサトーグループが恵まれるのは、私たちが現場力という強みをもとに最適解を提供できるからです。その現場力は、これまで、現場データを収集するビジネスモデルを通じ、長い時間をかけて培ってきました。私たちはこの現場力を3つの要素に分解して定義付けており、それらを日々磨いていくことで、「現場起点の自動認識ソリューション」をさらに進化させていきます。

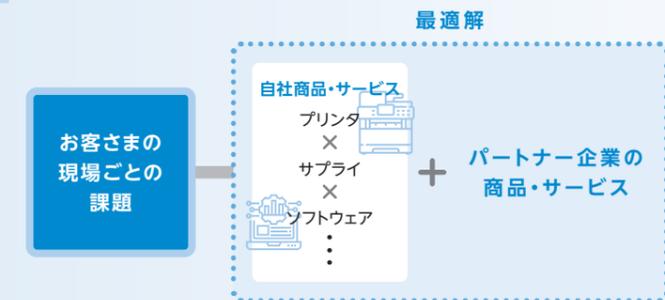
1 カバレッジ — あらゆる業界の現場知見



多岐にわたるお客さまの市場・業界・用途に関する知識の蓄積

お客さまの現場ごとに、オペレーションや情報をひも付けるべき対象は異なります。私たちは広範な市場・業界の多岐にわたる業務プロセスや課題を自らの目や耳で確かめ、理解することで、改善・改革の提案を行ってきました。それによって得た知見を活かして、現場ごとの用途に最適なタギングの解を提供しています。

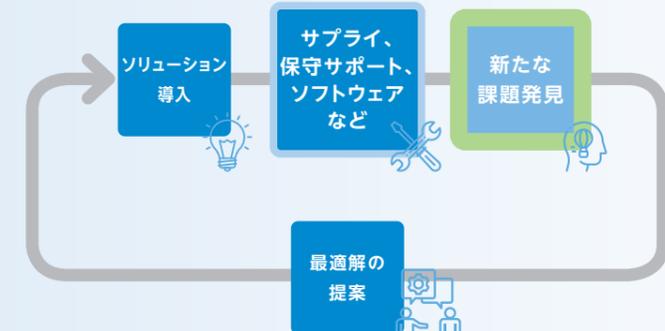
2 インテグレーション — 組み合わせによる最適解の創出力



組み合わせによる新たなソリューションの創出

課題解決のためには、自社の商品やサービスにこだわられません。お客さまの現場との接点を通して、お客さま志向のモノづくりを極めていくとともに、私たちが異なる強みを持つパートナー企業と協力し、各々の商品やサービス、技術を組み合わせることで新たなソリューションを創出しています。

3 メンテナンス — お客さまの現場の継続的な改善力



継続的な商品・サービスの提供によるお客さまとの長期的な信頼関係の構築

ソリューション導入後も、安定して稼働すること、そして運用のしやすさまでを考えて、商品やサービスを継続的に提供しています。このお客さまとの長期的な関係のもと、継続的に課題を発見し、お客さまの現場を改善しています。