

地域別・市場別成長戦略

中期経営計画2021～2023年度は、「コト売りの浸透」など、これまでの取り組みの成果実現と

「Tagging for Sustainability」を進めるための成長投資の期間と位置付けています。

この具現化に向け、本中計では、国・市場・業界それぞれのサプライチェーンにおいて、ビジネスを拡大していくための

「**①地域別・市場別成長戦略**」、タギング技術を高度化して**②**を後押しする「**③技術イノベーション**」、

そしてそれらを支える「**④ESG経営の強化**」の3つを柱に掲げています。

ここでは、「**①地域別・市場別成長戦略**」について深掘りします。

市場別戦略の歴史と現在の取り組み

サトーグループでは、日本事業において2004年に①リテール・ロジスティクス市場、②マニファクチャリング・ヘルスケア・公共市場、③食品市場およびプライマリーラベル営業と、3つの区分で市場ごとの営業組織の礎を築きました。そして2010年、市場別・業界別・用途別のお客さまの課題解決の知見の専門性に磨きをかけることを目的に、「リテール事業部」「FA事業部」「食品事業部」「ロジスティクス事業部」「メディカル事業部」の市場別専門営業部隊を組織化しました。海外事業では、2018年より国ごとにターゲットとする市場・業界を決め、リソースを集中してコト売りを進めています。例えば、アメリカは、リテール、ヘルスケア、外食の3つを注力市場・業界に定めています。

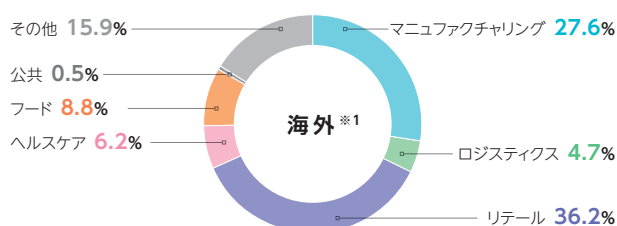
こうしたタギングを軸に自動認識ソリューションでお客さまの課題を解決するコト売りの市場別スペシャリストを育む歴史を経て、2020年4月、国内外で市場別にコト売りを戦略的に磨き、さらにお客さまに新しい価値を提供し続けることを目的に、上述の2010年の再編を受け継ぐ形で5つの「市場戦略部」に生まれ変わりました。

各市場戦略部ではそれぞれの市場のスペシャリストが、グローバルに現場の営業担当者の商談支援や、市場・業界ごとの新たなソリューションの開発などに取り組んでいます。また、情報共有のハブにもなっており、マーケティング部門と連携し

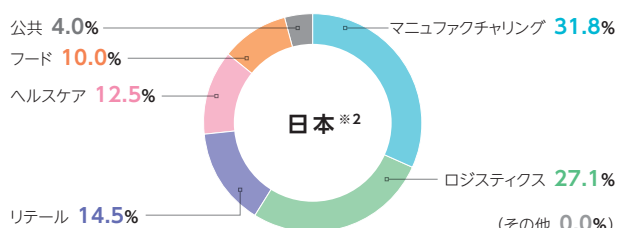
て各国・地域で発生する商談を取りまとめ、事例の発信などにも積極的に取り組んでいます。こうしたグローバルに発生するさまざまな商談や取り組みの進捗はCRM※システムで可視化されており、各市場戦略部では本システムを活用して、効果的に現場の営業担当者をサポートしています。

※ CRM (Customer Relationship Management)：顧客関係管理

自動認識ソリューション事業 市場別売上高構成比 (2020年度)



※ 1 主な販売会社。工場・プライマリー専業会社は除く。



※ 2 保守等は除く。

地域別・市場別にお客さまにアプローチする背景

サトーグループの事業ドメインは「タギング」です。私たちのタギングは、現場のモノや人に正確な情報を効率的にひも付け、その情報をリアルタイムで上位システムに受け渡してIoTなどを機能させ、情報の分析を通してオペレーションの効率化や経営課題の発見および解決に役立てています。単にバーコードを印字するプリンタやラベルを提供するのではなく、それらを他の商品や技術と組み合わせ、お客さまの課題解決に資するベストなソリューション(最適解)を提供しているのです。

最適解の提供には、社会の変化からひも解いた課題の特定、課題解決のための現場情報、その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ラベルやタグなどの付け方、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、情報の分析や可視化ツール、予算規模など、さまざまな要素を検討する必要があります。そして、これらを一つ一つ確認しながら、タギングソリューションを組み上げていきます。例えば、同じマニファクチャリング市場で

も、自動車業界と化学業界では、課題も異なれば現場の運用フローや被着体、サプライチェーンも異なるため、最適解が異なってきます。よって、細かいメッシュでお客さまのニーズを捉える必要があるのです。

同様に、国や地域によって、主に社会的な背景が異なることにより、たとえ同じ業界であっても求められる最適解の水準が異なるため、地域や国ごとのアプローチも重要です。現在、海外事業では、プリンタ、サプライ、保守サポートを中心にしたソ

リューションビジネスを推進する「コト売りの深化」を中心に進めています。一方、日本事業では「コト売りの進化」をめざして、プリンタやサプライ、保守サポートを中心としたソリューション提案に加え、サブスクリプションなどリカーリングビジネスへとその内容の進化に努めています。「Tagging for Sustainability」の推進を目的に、高度なタギングでデータの価値を最大化するデータ・マネジメント・ビジネスの準備も進めています。

地域別・市場別成長戦略の強化 ～市場別コンセプト～

社会の変化が予測しにくく、またそのスピードも速まっており、お客さまが対応すべき課題も高度化・複雑化しています。これまで私たちは、どちらかといえば顕在化した課題への取り組みが中心でしたが、社会やお客さまの変化を踏まえ、中長期視点で市場・業界の環境変化を先取りし、タギングによる新たなソリューションビジネスの創出と拡大を目的に「市場別コンセプト」を策定しました。

これは、現在・中期・長期に市場ごとにめざす姿と、それを具現化する提供ソリューションを明示したものです。現在は、主

に「中期」を見据えて、ソリューションや、マネタイズモデルの創出に取り組んでおり、各市場のコンセプトワードも、それにひも付いています(下図参照)。市場ごとにめざす姿を明確にしたことで、従業員のコト売り推進の原動力になったり、商品やソリューションの開発の方向性が定まったりといった効果がすでに表れています。また、めざす姿を社外に示すことで、それに共感いただいたお客さまやパートナー企業とのソリューション共創の後押しになることも期待しています。

Tagging for Sustainabilityを具現化するシナリオ

タギングによるビジネスの拡大を各市場で展開				
	現在	中期	長期	Tagging for Sustainability あらゆるものを 情報化して、 社会のうごきを 最適化する。
リテール市場 Smart&Living with SATO Solutions	販売業務の生産性向上 コスト削減	消費者の店舗体験と 店舗の収益向上	高価値情報の提供を通じ サステナブル社会に貢献	
マニファクチャリング市場 Connected&Flexible with SATO Solutions	製造現場の 業務を改善	あらゆる現場データの 収集と意図ある可視化の 実現	メーカーと消費者が つながる環境の実現	
フード市場 Right Food, Right Way with SATO Solutions	法令遵守を支援し、 食の安心・安全を実現	食のサプライチェーンの 最適化に貢献	人々の健康で高品質な 食文化の実現	
ロジスティクス市場 Agile&Logistics with SATO Solutions	物流現場の各工程の 生産性を追求し、庫内全体の QCDD [※] 向上に貢献	物流起点で サプライチェーン上の ムリ・ムダを解消	ライフラインとしての 物流業界に貢献	
ヘルスケア市場 Patient&Safety with SATO Solutions	患者さんの 安心・安全を実現	病院内の働き方改善に 貢献し、患者さんの 満足度向上を実現	人生100年時代を 豊かに生きるための 環境を提供	

※ Quality (品質)、Cost (コスト)、Delivery (納期)

市場別コンセプトの展開 ～ヘルスケアの例～

ヘルスケア市場では、その事業コンセプトを「現在：患者さんの安心・安全を実現」「中期：病院内の働き方改善に貢献し、患者さんの満足度向上を実現」「長期：人生100年時代を豊かに生きるための環境を提供」とそれぞれを定めています。

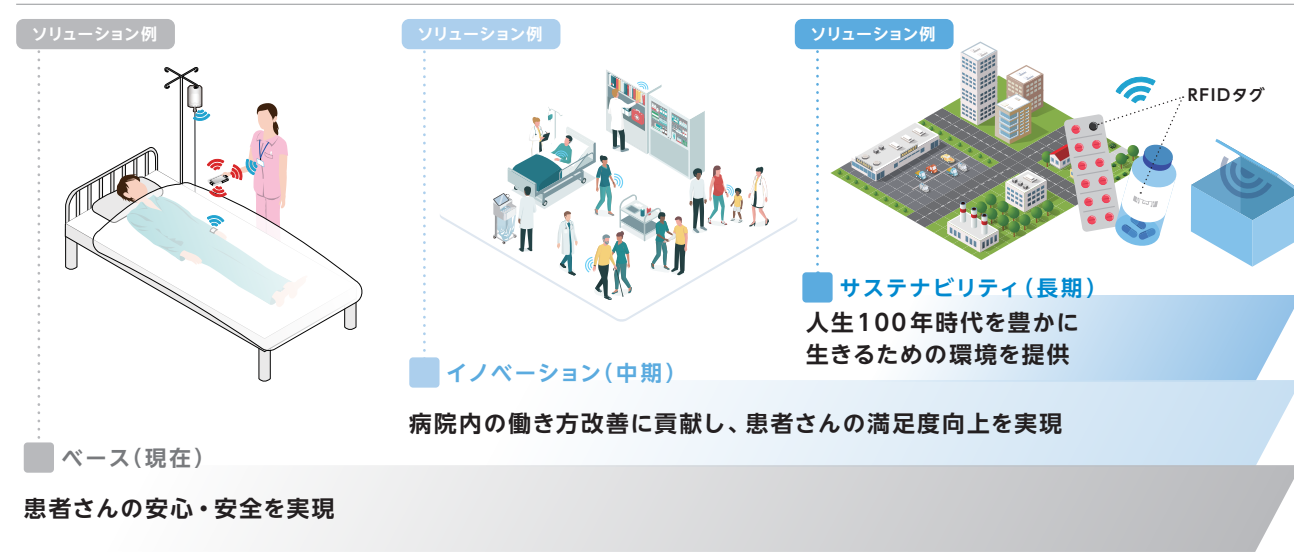
現在は、医療機関、医薬品および医療機器メーカー・卸、臨床検査センターなど市場セグメントごとに最適なソリューションを提供することで、正確性や省力、安心・安全といった価値を提供しています。例えば病院では、プリンタ、リストバンド、スキャナ、ソフトウェアなどを組み合わせて、誰が、いつ、どの患者さんに、どの注射を投与したのかを正確に確認する「三点照合」のソリューションで、患者さんの安心・安全を支援しています（下図「ベース（現在）」参照）。

中期においては、患者さんにリアルタイムの位置情報や、脈拍や急な動きといった状態の情報をひも付けることで、患者さ

んの徘徊や転倒の検知などにつなげます。また、看護師にも同様の情報をひも付けることで、働き方を見える化し、最適な人員の配置による看護の質の向上といった価値提供をめざしています（下図「イノベーション（中期）」参照）。

長期においては、病気を予防する環境づくりや、病気になった際に最適な治療を受けることができる環境づくりに資するソリューションを提供していきたいと考えています。一例として、サプリメントや医薬品のボトルといった副資材にRFIDタグを埋め込み、消費者・患者さんの服用状況までを可視化。メーカーの研究開発や、医師・薬剤師による服用指導にその情報を役立て、人々のWell-being*を促進する仕組み構築の一翼を担いたいと考えています。すでに、RFIDを使って医薬品ボトルや薬液バッグ、医薬品カプセルにタギングするソリューションの研究開発をパートナー企業とともに進めています（下図「サステナビリティ（長期）」参照）。

※ 健康で幸福な生活



TOPIC 新本社における市場別ショールーム「S-cube」の活用

2020年11月、グローバルにお客さまやパートナー企業との関係を強化することを目的に市場別ショールーム「S-cube」を新本社にオープンしました。フィジカルとデジタルの両輪で、サトーグループが提供するソリューションの価値を体験していただき、商談の活性化につなげています。



市場ごとのソリューションを各cube（立方体）で展開



他拠点とオンラインデモも可能

責任者からのメッセージ



株式会社サトー
グローバル営業本部
市場戦略統括
金山 裕輝

サトーグループは、世界中のお客さまのパートナーであることをお約束します。

近年、市場別のスペシャリストは、お客さまからますます必要とされていると感じています。ネット社会、IoT時代、コロナ禍において、お客さま（とりわけBtoBを営むお客さま）は、バーコードのプリンタなどの自動認識技術や自動認識商品のスペック情報は知り得ても、自らの経営課題解決にそれらをどう役立てるのかについては、広く深い知見を持ち合わせていることが多くないからです。技術、商品、コスト、品質、タギングの手法などの知見を複雑に組み合わせて最適解を導くという作業は、お客さまの業務の範疇を超えることもしばしばです。サトーは5市場*における高い専門性のコト売りにより、例えば「生産性向上」や「環境保全」といった価値を創出し、経営課題の解決策を導き出しています。この基盤として、市場戦略部は大きな役割を果たしています。

10年を超える「市場別スペシャリスト」育成の歴史、お客さまに長く寄り添い続けるサトーの「現場力」に裏打ちされたビジネスモデル、市場別に研磨され続けているコト売りがサトーの強みです。これらの強みに「技術」「製品・機能」「エリア」を掛け合わせることで、先行き不透明な時代においてもお客さまに求められるサトーでありたいと考えています。

私たち国内・海外市場戦略部は「Tagging for Sustainability」、ブランドステートメント「あらゆるものを情報化して、社会のうごきを最適化する。」ビジネスを担う中核部門として、市場別スペシャリストおよびコト売りの展開をグローバルで強化しています。さらに、ビジネス面ではコロナ禍により際立った「正確、省力、省資源、安心・安全」への提供価値に加えて、お客さまの期待が高いDX、CX、SDGsにひも付く「環境、感動」の提供価値をコト売りでお届けすべく、位置測位技術や新デバイスを活用して市場別コンセプトのビジネス創出に動き出しています。

これからもサトーグループは、世界中のお客さまのパートナーであることをお約束します。

※ リテール市場、マニュファクチャリング市場、フード市場、ロジスティクス市場、ヘルスケア市場

「あくなき創造」の精神で
タギング技術を追求め続けます。

サトーホールディングス株式会社
イノベーションラボ
所長
品田 英俊



サトーグループは、その長い歴史の中で、ハンドラベラーや熱転写方式バーコードプリンタに代表される商品でテクノロジーイノベーションを世に送り出してきました。また、そのDNAを大切に引き継ぎ、常にお客さまと共に現場の課題解決に取り組み、さまざまなフィールドで独創的なイノベーションを提供し続けています。

ここで、もう一度、社は「あくなき創造」の精神に立ち返り、現場を知り尽くしているサトーだからこそ可能なタギング技術を追求め、技術革新のシーズを創造することを目的として、短期的な成果のみならず中長期的な研究開発も視野に入れて、「イノベーションラボ」が設立されました。

モノや人を情報化するタギング技術は、近年推進されるIoTやSociety 5.0の実現において不可欠ですが、同時に、持続可能な社会の実現に貢献するソリューションに資するものでなくてはなりません。私たちは、今まで培ってきた国別・市場別・業界別・用途別の課題解決アプローチから導かれる「自動認識ソリューション」の将来像と、「あらゆるモノにタギングするにはどうあるべきか」を新しい着想で創造し、お客さまとともに「Tagging for Sustainability」に根差した独創的技術の実現に挑戦します。

この実現のためには、国内外を問わず、産学官との積極的な連携や協業が欠かせません。同じ目標を共有するパートナーとともに、タギングの技術革新をめざしていきます。

私自身は、38年間、国内外で要素研究から商品開発まで、広範囲にわたる研究開発に従事してきました。私のほか、経験豊富な研究員と共に、あふれ出るアイデアを具現化すべく、サトーグループの歴史に新たなページを刻んでいきたいと思っています。

リテール市場

Tagging for Sustainabilityを
実現するためのシナリオ

現在
販売業務の生産性向上
コスト削減

中期
消費者の店舗体験と
店舗の収益向上

長期
高価値情報の提供を通じ
サステナブル社会に貢献

日本

強みと特長

- お客さまの現場オペレーションを情報化する知見・ノウハウ
- 日本全国をカバーする安定的な供給力

市場環境と戦略

サトーグループはハンドラベラーがメイン商品の時代より、リテール市場のお客さまの現場でのタギングを支援しています。近年では、食品スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストア、量販店、専門店、そしてEコマースと、幅広い業界をカバーしています。それぞれの業界で扱っているモノや現場の運用などは異なりますが、業界としてはサプライチェーンの標準化を進めて効率向上をめざす傾向にあり、比較的共通解となるソリューションを創出しやすい市場と言えます。

コロナ禍を受け、主に食品スーパーでは実店舗における人手不足が加速しています。背景には、主に来店客・従業員の感染予防に関する対策業務が増加していることがあります。これに対応して、自動化や非接触など、エッセンシャル企業の業務負担軽減を目的とした店舗業務効率化ソリューションの提案・提供を進めています。

また、コロナ禍による巣ごもり需要も加わって大きく伸長するEコマースにおいては、オムニチャネル化への投資意欲が旺盛です。物流現場においては店舗配送と宅配と異なる特性の出荷業務が混在しており、その対応が求められます。また、「食のECシフト」に対しては、店舗での商品のピッキング業務の効率

化、店舗受取や配送専門業者への引き渡しを正確に実施するための新たなソリューションを企画し、取り組んでいます。

2020年度の主な取り組みと成果

巣ごもり需要の増大により、食品スーパーで生産性向上への投資が進み、スタンドアローン型プリンタ「FLEQV®（フレキューブ）FX3-LX」（以下、FLEQV）の売上が大きく伸びました。「FLEQV」は単体の運用にとどまらず、お客さまの既存システム（＝データ）と連携することで、店舗での個別入力を減らして省力化や誤表記防止などを実現しています。

Eコマース業界においても、取扱量の増加を背景とした生産性向上のための投資が進み、例えば、入荷の工程において庫内管理用のラベルを貼り付ける機械（自動貼り機）などの販売が好調に推移しました。

今後のめざす姿

リテールの現場は、扱うモノやサプライヤーさま、現場のスタッフも多様な上に、Eコマースなどチャネルの増加も加わって管理業務は煩雑を極めています。管理のためのデータも、内部でのデータ連携が整いできていないお客さまも多く、リアルタイムでの在庫の把握などを困難にしています。これにより、販売機会のロスや重複発注などが発生しています。

以上のようなお客さまの管理業務の負担をタギングソリューションによって軽減させるとともに、現場においてわかりやすい、使いやすい仕組みの提供を追求していきます。

パンデミックの影響を受けて、消費者の行動など社会の変化はスピード感を増していくものとみています。この変化に伴うお客さまのビジネスの在り方や企業体質の変革につながる仕組みを提供していきます。そのために必要なソリューションをサトー単体で成し得ない場合は、柔軟にビジネスパートナーと連携し、お客さまに価値あるソリューションを提案していきます。

海外

強みと特長

- 欧米の大手小売業のお客さまとの長年の取引実績・信頼関係
- グローバルに広がる営業・サービス体制に国内外の知見を掛け合わせる体制

市場環境と戦略

サトーグループの海外リテール事業は、2006年の米国Checkpoint Systems社のバーコード事業部門の譲受をきっかけに大きく成長しました。近年では欧米の販売子社が中心となり、食品スーパー、オフプライスリテラー、そしてドラッグストアなどの業界にターゲットを絞って、コト売りを推進しています。これらのお客さまの多くがグローバル展開しており、サトーグループのグローバルな営業やサービス体制が優位性として活かされています。

市場環境としては、日本と同様に、ここ数年増加傾向にあったEコマースが成長スピードを増しています。お客さまは、デジタルとリアルを融合させた効率的かつ安心・安全なオペレーションの実現という、新たな課題への対応を迫られており、私たちのコト売り、ソリューションへの期待が高まっています。

これを受け、お客さまの「真のお困りごと」を把握するため、営業担当者が現場での情報収集に一層注力するとともに、上位システムとの連携が重要となることからシステムエンジニア部門の強化を進め、マーケティング部門と連携して有望なソリューションの横展開を加速させています。市場戦略部はこれらの取り組みを有機的につなげ、お客さまのビジネスの変革につながるソリューションの提供に、一丸で取り組んでいます。

2020年度の主な取り組みと成果

2020年度は、営業担当者が徹底してお客さまの「お困りごと」を把握する、そして、そのお困りごとを解決するソリューションを、サトーグループのグローバルでの知見・経験を結集して全員でつくり上げていくというコト売りへの意識が部門、チーム、メンバーに浸透しました。コト売りによって、グローバル展開する大手小売企業や、米国内でチェーン展開するコンビニエンスストアなど新規のお客さまの開拓が進んでいます。



今後のめざす姿

サトーグループのリテール向けビジネスは、現場で必要とされる業務効率化のみならず、消費者の快適な暮らしまでをタギング技術・自動認識ソリューションで支援し、新たな顧客価値の向上をめざしています。今後も、デジタルとリアルの融合などにより、お客さまのビジネスは絶えず変化し、課題も変化し続けていきます。お客さまのビジネスが変化する時はサトーのビジネスが進化する時と捉え、私たちもさらに先に進んでお客さまの課題解決を支援し、消費者のSmart Livingの具現化をめざしていきます。



マニファクチャリング市場

Tagging for Sustainabilityを
実現するためのシナリオ

現在
製造現場の業務を
改善

中期
あらゆる現場データの
収集と意図ある可視化の
実現

長期
メーカーと消費者が
つながる環境の実現

日本

強みと特長

- 幅広い業界（自動車、化学、鉄鋼、電機、電子、住設など）のカバレッジ力と業種を超える連携力
- お客さまのさまざまな現場課題に対応するインテグレーション力

市場環境と戦略

サトーグループにおける日本マニファクチャリング市場では、幅広い業界をカバーしており、お客さまの現場に関する知見やソリューション提供の実績・ノウハウも豊富です。日本事業の売上高や粗利益に占める構成比もそれぞれ30%以上と高く、その動向が日本事業全体の業績にも影響します。

消費者の嗜好の多様化により、モノづくりにおけるさらなる柔軟性・品質・コスト・納期順守が強く求められており、効率化、合理化、品質の強化を実現するためのソリューションの登場が多く、モノづくりの現場で切望されています。

私たちは、これらのお客さまの現場課題に対して、RFIDや自動化といったソリューションを用いた出入庫作業の効率化やトレーサビリティの強化、位置測位技術を駆使してモノや人の動きをリアルタイムで可視化することによる現場課題の洗い出し・改善活動などの支援を行っています。



2020年度の主な取り組みと成果

新型コロナウイルス感染症のパンデミックの影響を受け、多くのお客さまにおいて生産活動が停止したり、投資意欲が大幅に減退したりしました。これにより、特に上期はプリンタ、サプライともに需要が落ち込みました。

一方で、パンデミックの影響によって、サプライチェーンの可視化ニーズや生産性向上に対する需要が加速したことを受け、RFIDや自動化に関する提案に注力しました。例えば、自動車業界では、ユニット部品のトレース品質向上の用途や、リターンブル輸送資材の管理用途でのRFID提案を商談化することができました。また、化学業界においては、半導体材料など好調なファインケミカル分野への自動化やRFIDによる工程改善などの提案を進めました。

今後のめざす姿

パンデミックの影響を受けて、短期的には業界によって回復の速度にばらつきがあり、全体的な成長には少し時間を要するとみています。モノづくりにおいては、消費者の嗜好の多様化やEコマース活用の拡大によって、多品種・小ロット生産へのシフトが今後さらに加速すると予想しています。加えて、脱炭素やサーキュラーエコノミーなど社会からの要請もますます重要度や緊急度が高まっています。その変化に対応できる柔軟性や課題解決力が企業価値に直結すると考えています。サトーは、お客さまの現場におけるアナログデータをデジタル化し（与え）、集積し（つなぐ）、可視化（活かす）することで、個々の現場やサプライチェーン上の生産性向上、環境保全といったさまざまな課題の解決に貢献していきます。

海外

強みと特長

- 長年にわたり築き上げたグローバルカバレッジ（26の海外販売子会社、90カ国以上をカバー）
- 各現場でのタギングによるサプライチェーン上でのトレーサビリティの実現

市場環境認識と戦略

サトーグループにおける海外マニファクチャリング市場では、グローバルで製造業のお客さまのオペレーションを支援しています。日系製造業がお客さま基盤の多くを占める国もあれば、外資系やローカルの製造業のお客さまが多い国もあります。海外事業に占める売上の構成比は28%と、リテール市場に次いで大きな市場です。

ここ数年の世界的なDX推進に新型コロナウイルス感染症のパンデミックの影響も加わり、デジタル化が急速に進展しています。お客さまの製造現場では、スマートファクトリーの構築を目的に自動化などの施策が進んでいます。しかしながら、パンデミックの影響による急激な巣ごもり需要増や、種々の問題発生による生産停止など、これまでに経験したことのない需給の変動を目の当たりにしています。サトーグループは、このような課題の解決に向けて、自社生産RFIDやAEP*搭載のインテリジェントプリンタなどを用いたタギングソリューションをお客さまに提案し、お客さまのグローバル・サプライチェーンの構築をサポートしています。

※ AEP（Application Enabled Printing）：
プリンタに内蔵された知能がラベル発行作業を最適化。PCを介さずにプリンタ単体で他のシステムとの連携も可能。

2020年度の主な取り組みと成果

2020年度は、自動車業界がパンデミックによる操業停止の影響により、サプライ需要や設備投資が減少傾向になることが予測されたため、巣ごもり需要やテレワーク、そして、5G関連などの需要増が見込まれた電機・電子業界へ積極的にソリューションを投入しました。市場戦略部および各国の業界担当者の知見を活かし、潜在的な課題を発掘する手法やソリューション提案の進め方、成功事例の横展開などに取り組みしました。その結果、ベトナム、マレーシア、インド、中国などを中心に、電機・



電子業界との取引を伸長させることに成功し、新規顧客やソリューション提案の実績を積み上げることができました。

今後のめざす姿

さまざまな製造業の現場におけるタギングの広く深い知見や導入の経験、そしてグローバルな販売・保守体制といった優位性を持つサトーグループへの期待は高まっています。今後より一層、これら優位性を活かし、世界中のお客さまの現場とサプライチェーンにおいて私たちのタギングソリューションをご活用いただき、課題の解決をサポートしていきます。

サトーグループにおける海外マニファクチャリング市場では、「Connected & Flexible」をコンセプトに、ITやプラットフォーム、生産設備や検査機器などとの協働性を向上させ、デジタル化の加速や、環境との共生を志向するお客さまにとって必要不可欠な存在となることをめざします。

フード市場

Tagging for Sustainabilityを
実現するためのシナリオ

現在
法令遵守を支援し、
食の安心・安全を実現

中期
食のサプライチェーンの
最適化に貢献

長期
人々の健康で高品質な
食文化の実現

日本

強みと特長

- 幅広い商材（ハードウェア・サプライ・シール・保守）を活かしたトータル提案とお客さま接点の多さ
- お客さまの現場課題に合わせたフレキシブルな対応とタギング技術を組み合わせたソリューション提案

市場環境と戦略

サトーグループにおける日本フード市場は7割以上を食品製造業が占めており、残りが外食や一次産業となっています。本市場においても、人手不足や新型コロナウイルス感染症のパンデミックの影響を受け、生産性向上へのニーズが高まっています。そのほか、食の安心・安全に資するトレーサビリティ強化や、2021年6月に完全施行された食品衛生法への対応など、法令順守のために増大する管理業務の効率化がお客さまの課題となっています。加えて、食品ロスの削減も取り組むべき課題の一つとなっています。

サトーグループはこれらの課題に対して、工程の自動化や、法令順守への対応ソリューション、そして食品トレーサビリティを支援するソリューションの提供に注力しています。



2020年度の主な取り組みと成果

パンデミックの影響による巣ごもり需要増大に伴い業容を拡大させているリテール向けの食品製造業などのお客さまに対し、サトーが得意とする出荷工程の自動貼り機の導入や、「Trace eye® FOOD-Pro」などトレーサビリティに関するソリューションを積極的に提案して商談数が増加し、実績を積み上げることができました。また、RFIDを使用した農林水産省や経済産業省の実証実験に参画し、サプライチェーンをまたぐモノのID管理や温度などの状態管理など、新たなビジネスの基盤づくりにも取り組みました。

今後のめざす姿

今後は、安心・安全に加えて、消費者ニーズの多様化やフードロスの削減など、ますますサプライチェーン上での食品の管理やその最適化対応が重要になります。私たちの役割も大きくなっていくと考え、これまで以上に積極的に取り組んでいきます。

具体的には、食品サプライチェーンの上流において原材料にタギングし、調達から生産、そして消費または廃棄まで追跡可能な状態にするトレーサビリティの実現です。その実現に向け、中期的には農業や畜産・水産業など一次産業から小売・外食までを、そして長期的にはその先の消費者や廃棄までの食品サプライチェーンをタギングによってデータでつないでいくことを構想しています。

海外

強みと特長

- 農業や畜産・水産業など一次産業産品へのソリューション提案の実績とタギング技術
- ベンダーマーキング（店舗出荷前の値札取り付けなどの作業）におけるグローバルな知見・ノウハウ

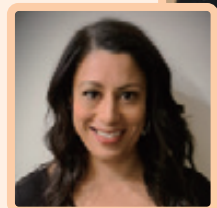
市場環境と戦略

サトーグループにおける海外フード市場は、欧州での取り組みの歴史が長く、特にファストフードやコーヒーチェーンなど外食業界での存在感を高めてきました。新型コロナウイルス感染症のパンデミックの影響によって短期的には厳しい環境にあるものの、中長期で捉えると、食の安心・安全への意識がグローバルに高まって管理業務を厳格化するお客さまが増えており、機会は豊富にあります。食を扱う企業は、法規制の順守や安全対策を行うだけでなく、それらの取り組みを消費者に伝えて信頼を獲得していくことが不可欠な時代になっています。つまり、サプライチェーンでの情報管理とその提供がフード業界の課題となっているのです。それらの課題解決に向け、サトーは対象商品に最適なタギングを行って産地国と消費国をつなぐことで、必要な情報をお客さま、そして消費者にお届けしていくソリューション提案に努めています。

2020年度の主な取り組みと成果

2020年度は、パンデミックの影響を受けながらも比較的好調に推移したファストフード業界向けに、「FX3-LX」などプリンタの拡販に加えて、デリバリー業務増加を受けた封留めシールや従業員の体調管理などのニーズに即したソリューションの開発と、グローバルな拡販に注力しました。そのほか、RFIDを用いたワインの在庫管理ソリューションの開発・提供にも取り組みました。この「ワインボトルRFID」のアプリケーションは、より速く、かつ正確に、ワインの棚卸しができる省力化システムで、RFID導入後は読み取り時間の大幅な短縮とそれによる人員最適化を計画しています。

コロナ禍においても、状況の変化に迅速に対応して一定の成果を残すことができた背景には、2018年度より定期的に開催



しているフード市場に特化したグローバル情報共有会議があります。各国で発生した主な案件を素早く共有して個々の活動に活かすことが習慣化できていたことが、厳しい環境下での案件創出につながりました。

今後のめざす姿

サトーグループの海外フード市場は、食品製造業などエッセンシャル企業を多く含む市場であることから、新たにターゲット化して注力する販売子社が増えています。サトーのタギング技術やその活用ノウハウを各国のフード市場に展開していくことでサプライチェーンをデータでつなげ、フードロス削減をはじめとした食の最適化対応に貢献すべく、取り組みを進めています。

ロジスティクス市場

Tagging for Sustainabilityを
実現するためのシナリオ

現在
物流現場の各工程の
生産性を追求し、庫内全体の
QCD[※]向上に貢献

中期
物流起点で
サプライチェーン上の
ムリ・ムダを解消

長期
ライフラインとしての
物流業界に貢献

※ Quality (品質)、Cost (コスト)、Delivery (納期)

日本

強みと特長

- 物流現場の可視化・省人化のノウハウ・知見
- デジタル化提案による物流現場の機能・生産性向上

市場環境と戦略

サトーグループにおけるロジスティクス市場では、運輸、卸、倉庫、3PL[※]といった業界をカバーしています。ここ数年のロジスティクス市場は、これら業界におけるDXの進展やEコマースの拡大など、その成長や変化が加速しています。市場が成長する一方で、お客さまが抱える人手不足や従業員の高齢化、環境負荷の増大などは社会問題にもなっており、経営環境の厳しさが増えています。サトーグループのソリューションは、入荷・入庫・棚卸、流通加工、ピッキング・検品、梱包・出荷と、適用可能な工程は広範囲に及んでおり、各工程への「点」の提案から、「線・面」の提案へとつながられることが強みとなっています。この強みを活かした自動化・デジタル化ソリューションにより、お客さまの課題解決の支援を進めています。

※ 3PL (Third (3rd) Party Logistics)：第三者企業に物流関連業務を委託すること



2020年度の主な取り組みと成果

2020年度のロジスティクス市場では、Eコマース需要に、新型コロナウイルス感染症のパンデミックの影響による巣ごもり需要が加わり、市場全体の出荷量が増加した結果、ラベル自動貼付機「タフアーム[®]」などの人手不足解消やソーシャルディスタンスの確保につながる自動化案件が伸びました。「タフアーム」は単体での提案に加えて、製函や封函など、その前後の工程の自動化も含めてワンストップで提案する機会が増えました。そのほか、パンデミックの影響を受けてEコマース対応を始めるお客さまも現れ、現場オペレーションやシステムの見直しなどの需要も発生しました。また、フリマアプリによる個人間の売買が飛躍的に伸び、匿名配送対応の荷札印字用プリンタの需要が拡大しました。

今後のめざす姿

サトーグループは、個々のお客さまの現場の生産性向上に向けて、自動化などのソリューション提案を推進していくとともに、ロジスティクス業界全体のサプライチェーンを俯瞰し、ムリ・ムダをなくしたスマートでシームレスな物流の基盤づくりをめざしていきます。その実現に向けては、サトーの強みである「タギング」を進化させていくことが必要であり、今後は、音声や画像認識、位置測位などの技術を持ったパートナー企業とアライアンスを強化するなど、新しいソリューション開発に取り組んでいきます。

COLUMN

日野自動車株式会社様

自動車部品の入庫作業の
生産性が27%向上

トラック、バスに特化した自動車メーカーである日野自動車様。安全な自動車の運用には日頃のメンテナンスが欠かせません。メンテナンスには、数万点に上る部品が必要で、日野グローバルパーツセンターには、毎日のように大量の部品が入荷されます。これまでは、ベテランのカンとコツに頼った状態で入庫作業が行われ、新人が育ちにくく、作業習熟の改善が急務となっていました。

この改善に向けて、サトーは日野自動車様の現場や課題、めざす姿を理解し、最適なソリューションとして「Visual Warehouse[®]経路案内ソリューション」を提案。部品の入庫作業の生産性を27%向上させるとともに、誰もが容易に作業できる環境づくりをお手伝いしました。

現在、日野自動車様では、経営戦略「Challenge2025」に基づいて、SDGsを意識した「サステナブルなバリューチェーンの構築」という具体的なアクションを推進中です。日野グローバルパーツセンターは、「部品供給」というバリューチェーンの最前線において持続可能性を追求されており、サトーもタギング・ソリューションの提供を通じて、この実現をお手伝いしていきたいと考えています。

システムの専門家でない当社にとって、サトーのような存在は、欠かせないと言えるでしょう。今後も新たな提案が増えることを期待しています。

日野自動車株式会社
日野グローバルパーツセンター
グローバル物流部 部長
上野 享祐 様



BEFORE

- ベテランのカンとコツに頼っており、新人と作業効率に数倍の開きがある。
- 新人の教育に2週間以上もかかってしまう。
- レイアウト変更をすると覚え直しになるため、なかなか変更できない。

AFTER

- 新人でもベテランに近い**作業効率を実現**。ベテランの作業効率も向上。
- 教育に要する期間が**最短1日に短縮**。
- 覚え直しの必要がなくなり、レイアウト変更による**生産性向上も実現**。

EGグループ様

安心・安全のために、
ブランドで統一したラベリング表示

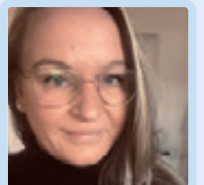
EGグループ様は、北米、欧州、オーストラリアの10カ国で6,000以上の店舗を展開する世界有数の独立系コンビニエンスストアです。

店舗へ足を運んでくださるお客さまは、その利便性だけでなく、高品質で新鮮かつ健康的な食品の提供も期待しています。この期待に応えるとともに、食品の安全基準を順守していくために、EGグループ様では、原材料表示や期限表示のソリューションを検討。さらに、クラウドに接続されたデータベースを利用した食品の安全性や衛生面の管理や、お客さまが最高のサービスを受けられるようにする構想も進めていました。

これらの要件をかなえるソリューションとして、サトーのラベルプリンタ「FX3-LX」を採用いただきました。プリンタに搭載されたインテリジェント機能によって、従業員はローカルデータベースから食品表示に必要な情報の検索や定期的な更新が容易にできるようになります。生産性や安全性の向上に寄与する「FX3-LX」は、ヨーロッパの30以上のEGグループ様のベーカーリーに導入されています。

私たちの最大の課題は、ブランドの一貫性と食品の安全性を高度に両立させることでした。「FX3-LX」を導入したことで、私たちの店舗では、新鮮な食材を最高の品質でお客さまにお届けすることができるようになりました。大型液晶パネルの操作性も良く、従業員がスピーディに商品を探し出せるようになりました。

EGグループ
ブランドマネージャー
Inge Visser 様



ヘルスケア市場

Tagging for Sustainabilityを
実現するためのシナリオ

現在
患者さんの
安心・安全を実現

中期
病院内の働き方改善に
貢献し、患者さんの
満足度向上を実現

長期
人生100年時代を
豊かに生きるための
環境を提供

日本

強みと特長

- 医療機関（病院など）における高い市場シェアと豊富なお客さま接点
- 自動認識技術を軸に、新たなタギングソリューションを創出する独自の立ち位置

市場環境と戦略

医療機関向けプリンタやサプライの国内市場は、成熟化による競争圧力が高まる中、新型コロナウイルス感染症のパンデミックの影響による需要減少が加わり厳しい状況にあります。サトーグループは本市場において、医療機関、医薬品および医療機器メーカー・卸、臨床検査センター、クリニックなど、市場全体のサプライチェーンに関わる業界を広くカバーしています。

パンデミックの影響によって、安心・安全の担保や人手不足への対応など、お客さまの課題は深刻化しています。これを受け、サトーグループはプリンタなどの提供のみならず、位置測位技術やセンサー技術を掛け合わせて感染対策をサポートする「IoT手指衛生モニタリングシステム」などの新たなソリューショ

ンの医療機関向け展開を進めています。また、医薬品や医療機器メーカー・卸、臨床検査センターなどに向けては、産業用プリンタや自動化ソリューション、RFIDなど、底堅いニーズのある生産性向上に資するソリューションの提供に注力していくことで事業拡大を図っています。

2020年度の主な取り組みと成果

2020年度は医療機関を中心に訪問営業が難しい中、オンラインによるソリューションの説明会や個別面談など、デジタルツールを駆使した営業スタイルへと働き方のシフトを推し進めました。体調管理システム「@Form」や「検温シール」などのコロナ禍のお客さまの課題解決につながるソリューションの提供に注力したほか、コロナ禍でも比較的堅調な医薬品や医療機器メーカーに重点的に販売することで、前年度比で増益を果たすことができました。

今後のめざす姿

将来に目を向けた取り組みとして、RFIDを使用して医薬品の製造から消費までのサプライチェーン全体の流れを一括管理する革新的ソリューション「Tag4Link」構想をパートナー企業とともに進めています。「Tag4Link」は、医薬品ボトルや薬液パックといった副資材にRFIDタグを埋め込み、消費者である患者さんの服薬状況までの可視化をめざした取り組みで、サプライチェーンの最適化や、人生100年時代に向けた社会基盤の構築に貢献するものです。さらに「Tag4Link」構想を起点として、副資材のリサイクルやリユースなど、循環型経済に貢献していくことも視野に入れています。

海外

強みと特長

- 医薬品や医療機器業界のサプライチェーンでの豊富な実績と、そこから生み出される提案力
- 業界の新規格に適合するソリューション提供を可能にする幅広い商材と、それを実現する体制

市場環境と戦略

サトーグループにおける海外ヘルスケア市場は、主に欧州やアジア・オセアニア地域が中心となります。海外事業における売上高構成比は6%強と高くはありませんが、人手不足への対応や安心・安全の担保に資する効率化やモノと人の動きの可視化、サプライチェーン管理など私たちが解決をお手伝いできるお客さまの課題は多くあり、ポテンシャルが高い市場です。

海外ヘルスケア事業では、各国で業界ごとのポテンシャルや内部リソースを見極めて注力分野を選定しています。例えば、アジアの販売子会社では医療機関向けに患者さんに装着するための「RFIDリストバンド」などの非接触型のソリューションを、欧州やオセアニアでは医療機器や医薬品業界向けにPJM※RFIDを用いたサプライチェーンの改善提案などに注力しています。また、血液の分野においてもPJM RFIDを用いた管理ソリューションパッケージを強化し、ターゲット国の血液機関への販売強化に取り組んでいます。

※ PJM (Phase Jitter Modulation)：一般にRFIDの弱点とされる金属や液体の影響を受けにくく、また積層状態での読み取りに強いなどの優位性を持つRFID技術

2020年度の主な取り組みと成果

2020年度は、新型コロナウイルス感染症のパンデミックの影響を受け、主に医療機関においては厳しい状況が続きましたが、比較的堅調な医療機器や医薬品業界で、上述のPJM RFIDをてこに積極的な営業を展開しました。全体では、既存のお客さまに向けてコト売りを推進した結果、複数の課題を相談されるなど取引の深化・拡大が進むとともに、新規開拓にも注力し、数件の大型案件を受注することができました。以上により、売上は前年度を上回って着地させることができました。

今後のめざす姿

サトーにおける海外ヘルスケア市場は、ポテンシャルが高いものの、各国・地域で発展段階や競合状況などさまざまな違いがあり、日本のヘルスケア市場のように全ての業界をカバーすることは現実的ではありません。国ごとに強みを発揮できる業界・用途に絞ると同時に、グローバルで展開しているお客さまに対しては、各国で均一の商品や保守の供給を進めるなど、サトーならではの強みを活かして事業を拡大していきます。

サトーグループは、ニューノーマルの世界で患者さんが安心できる医療の実現に向けて、「Patient Safety」をコンセプトに掲げています。同時に、病院など医療機関や医療従事者を取り巻く環境を支え、患者さんの負担を軽減する新たなスマートソリューションの導入を加速させていくことで、「Patient Happiness」の実現もめざしていきます。

グローバルマーケティング

ミッション

サトーグループのグローバルマーケティング部門のミッションは「売れる仕組み」の構築です。お客さまを中心に据え、グローバルに関連部署と深く連携しながら現場力を発揮することで、お客さまの課題に寄り添ったコミュニケーションを推進しています。

お客さま購買行動の変化

新型コロナウイルス感染拡大に伴い、在宅勤務を余儀なくされてオンライン商談が増える中、お客さまの購買行動にも変化が見られます。お客さまは、従来、営業担当者の訪問を受けて商品・サービスに関する情報収集や候補の選定を行っていました。しかし現在では、ウェブサイトやウェブ広告、ウェブセミ

ナー、メールマガジンといったデジタルを活用した情報収集・候補選定へと変化しています。つまり、見込み顧客の獲得・育成や、商談化といったお客さまとの接点が、営業担当者による対面の活動から、デジタルマーケティングへと大きくシフトしてきているのです。

戦略と具体的な取り組み

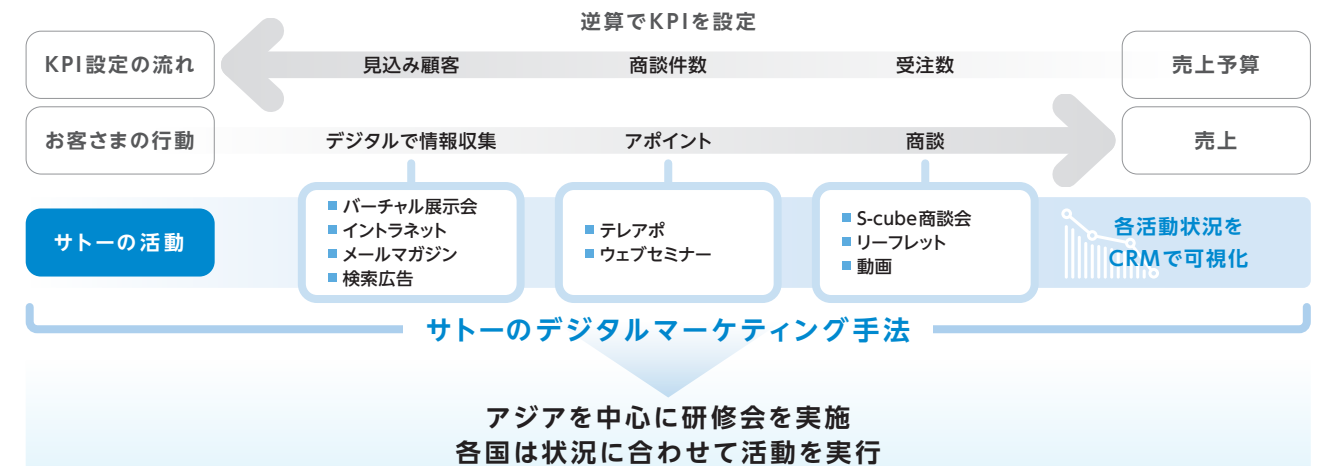
こうしたお客さまの購買行動の変化に伴い、マーケティング部門では、①グローバルで商談創出するためのマーケティングスキルの強化、②「コト売り深化」のためのコンテンツ強化・拡充、③お客さまから第一想起されるためのブランディング強化、そして④営業とマーケティングをつなげるインフラの確立、の4つを戦略に据え、グローバルに日々活動を進めています。

例えば、①グローバルで商談創出するためのマーケティングスキルの強化においては、海外販社に対してデジタルツールを活用したマーケティング手法の浸透に取り組んでいます。具体的には、売上目標から逆算した商談件数をKPIとし、「お客さまが購買時にどのように情報を集め、行動するか」をベースに、「どのタイミングで、どのような活動でアプローチするか」など、市場や業界・用途ごとに、主に日本で培ったデジタルマーケティングの知見を体系化。これをベースに、海外販社のトップや営業、マーケティング担当者と共に商談創出につながる、より戦略的かつ実践的な研修を国別に行い、それぞれが自国の状況に沿ってローカライズし実行しています。

②の「コト売り深化」のためのコンテンツ強化・拡充では、市場別戦略の実行スピードを、営業ツールにより後押しすることを目的に取り組んでいます。その一つとして、海外商談成功事例発表会「Stories of Success」があります。これは、海外販社で「コト売り」によって成功させた商談を営業担当者自らが、現場での課題、解決方法、商談の進め方や成功のポイントをオンラインでグローバル各拠点の営業担当者に向けて発表します。2020年度より、1～2カ月に1回のペースで開催しています。世界中から200人以上が集い、参加者は各市場・業界で発表者がどのように現場力を発揮しながらコト売りを進めたかを具体的に捉え、自らの営業活動に活かしています。

2021年度は、前年度に収集した参加者・発表者からのフィードバックを基に改善を図るとともに、紹介のあったソリューションを営業活動ですぐに実践できるよう、スピード感を持って営業ツールを作成して展開を図ります。

デジタルを活用したマーケティング手法



海外成功事例共有会「Stories of Success」

グローバルでの事例共有に
選定された営業が
オンラインで発表



今後の課題と取り組み

商談を創出し、売上の最大化を図るためには、営業とマーケティングの連携の重要性はこれまでにないほど高まっています。そこで営業戦略に基づいた、見込み顧客創出→育成→商談→受注までのKPIを設定し、マーケティング施策設計の土台とします。

また、各国マーケティング担当者がCRM※を活用し、KPIの進捗を管理することで効果を計り、マーケティング施策の検証・改善を行って業績への貢献度を明確にしていくことをめざします。

※ CRM (Customer Relationship Management) : 顧客関係管理

TOPIC Stories of Successが「Credo Awards World Cup 2021」Non-Sales部門のファイナリストに選出

サトーグループでは毎年、企業理念推進室が主体となって「Credo Awards World Cup」を開催しています。世界中の従業員が参加して「互いに連携して学び合い、クレドの体現による挑戦行動」を発掘し、称賛して共有することが本アワードの目的です。



「Credo Awards World Cup 2021」のNon-Sales部門のファイナリストに、「一つの成功を世界の成功へ！グローバル成功事例共有会 Stories of Successの開催」をテーマにしたマーケティング部門の担当者が選出されました。



選出された
マーケティング担当者