

## 6287 サトーホールディングス

松山 一雄 (マツヤマ カズオ)

サトーホールディングス株式会社代表取締役執行役員社長兼 CEO

### 上期業績は計画通りに推移、増収増益を達成

#### ◆平成 25 年 3 月期第 2 四半期決算概要

当社グループは、今年度を起点とする新たな中期経営計画を策定し、グローバル化と顧客価値の最大化を追求することを基本戦略に諸施策を実行してきた。その活動の結果、当第 2 四半期累計の連結業績は売上高 426 億 66 百万円(前年同期比 8.6%増)、営業利益 23 億 91 百万円(同 28.3%増)、経常利益 18 億 19 百万円(同 41.0%増)、純利益 7 億 29 百万円(同 4.6%増)となった。売上高と営業利益はほぼ期初計画通りに進捗し、また第 2 四半期の業績は第 1 四半期に比べて改善の傾向が見られた。一方、経常利益、純利益の段階では、為替影響に加え、買収に伴い計上したのれん代、欧州の一部の子会社の赤字、法人税等調整額を計上したことなど、一時的な特殊要因による影響が見られた。

#### ◆地域別の状況

日本国内では、各事業部で顧客深耕が進み、電子プリンタを中心とするメカトロ製品売上が好調を持続したほか、付随するサプライ製品売上も上期として過去最高を記録するなど、着実に売上を伸ばした。この結果国内の売上高は 319 億 81 百万円(前年同期比 6.7%増)、営業利益は 20 億 68 百万円(同 21.8%増)となった。事業部別に見ると、リテール、FA、メディカルの主要な 3 事業部が着実に売上を伸ばした。日本の製造業の空洞化が懸念される中、FA 事業の業績を不安視する声も聞かれたが、今回売上高の伸び率が最も高かったのは FA 事業部である。上期の大口商談の一つの例に米のトレサビリティがある。福島県が行っている米の全数全袋検査に使用するラベルと自動貼付機器に当社の製品が使われており、生産段階から流通段階、小売段階に至るすべての段階で放射能の検査結果が追跡できる。このラベルには生産者の「なりすまし」や「偽造・改ざん」を防止するセキュリティ対策が施されており、当社が得意とする安心を提供する食品トレース事業に新たな用途が生まれた顕著な例である。今後は米だけではなく他の農産物に対しても、また福島県以外の地域においても同様の需要が期待できる。

米州では、北米において一部の OEM 商談が下期にずれ込んだが、大手運送業向けやメディカル市場向けにプリンタ需要があったほか、アパレル向けのラベル・タグの印字受託事業が活発化し、売上は前年同期並みを確保し利益も改善した。また南米では、本年 3 月に買収したシール・ラベル製品の製造販売を行うアルゼンチンの ACHERNAR 社の売上が計画通りに推移し、利益面でも貢献した。以上の結果、米州の売上高は 34 億 61 百万円(前年同期比 15.4%増)、営業利益は 1 億 41 百万円(同 113.8%増)と大きく伸長した。

欧州はユーロ安と既存顧客のビジネス低迷を主因として、売上高は 25 億 26 百万円(前年同期比 17.0%減、為替影響を除き 8.2%減)、営業損失 1 億 14 百万円を計上した。国別に見ると、ポーランドとオランダでは現地通貨ベースで増収となったものの、他の国では減収を余儀なくされている。一方、構造改革が終了したドイツでは、固定費の削減やポーランドのラベル工場の安定供給による粗利改善が実現したことで採算性は大幅に改善している。その効果は前年上期との比較で約 1 億 50 百万円と分析しており、下期には黒字化の見通しである。販路開拓の成果として、ドイツでは大手百貨店向けに値下げ管理システムの商談が成立したほか、英国では大手運輸、百貨

店向けにラベル商談が成約している。一方、赤字の続くスペインでは、第3四半期以降は、スーパー向けラベル年間契約の成約などを見込んでおり、ベースビジネスの拡大を目指す。

アジア各国では製造業、流通業、公共プロジェクトへの需要開拓の取り組みを行うとともに、日本からの支援を一層強化するなど、積極的な営業活動を展開している。1月に買収した台湾のARGOX社の業績は売上高13億32百万円、営業利益3億50百万円と順調に推移し、のれん償却2億91百万円を差し引いても着実に利益を確保している。今後同社との連携を通じて相互の販売チャネルを活用した製品供給を開始する。懸念された中国の領土問題の影響は、一部の政府系商談がキャンセルになったものの、現時点では限定的なものに留まっている。

オセアニアは、百貨店向け値下げ管理商談、大手乳製品メーカーとの包括サービス契約も寄与し順調に売上を伸ばした。特にこの包括契約では、プリンタ、サプライ製品、バーコードリーダー等を納めるニュージーランド最大の乳製品製造企業をすべてオンラインでつなぎ、クイックレスポンスが可能な体制を構築したことにより約2億円の売上が見込まれる。同社はオセアニア以外にアジア、欧州でもビジネス展開しており、これら地域における商談も進行中である。

### ◆中期経営計画への取り組み

2014年度に向けた新中期経営計画では6項目の戦略を掲げている。戦略1～3は海外戦略、戦略4～6はグループ経営の効率性向上のための戦略である。

戦略1は日本の事業部制の成功を国別に移植する取り組みである。現在北米では、直接競合のないユニークな新プリンタ3機種を用途別に市場へ投入する準備を進めている。一つ目は、その場でデータを入力し必要な数だけラベルが発行できるスタンドアロン型プリンタであり、外食産業の食材管理や小売店の値下げ管理などの利用を想定している。二つ目は、印字ヘッドが二つある、台紙不要の両面印字プリンタである。両面発行により効率の良い印字が可能であり、主な用途は通販、Eコマース、宅配などの伝票印字である。以上2機種のタイプのプリンタは現在米国で流通していないが、そのニーズは確実にあると捉えている。ボリューム勝負で販売する大手同業他社に対し、当社はこれら2機種にサプライ提案を加えながら、競合のない空白地帯に投入する戦略をとる。もう一つの投入機種はARGOX社の産業向けプリンタである。米国大手メーカーのプリンタと比べても安価なタイプであり、これまで新興国中心でビジネスを行ってきたARGOX社にとって初めての本格的な販路開拓となる。当社のチャネルを利用して流通させるため、販売するプリンタには「a SATO company」のロゴをつける。このブランド戦略により、プリンタの流通に伴いサトーブランドの認知度も高まることが期待される。

戦略2は新興国成長市場の開拓である。欧米の景気が低迷する中、新興国市場でどれだけ伸ばすのかが勝負と考える。その一環として、これまで駐在員事務所を置いていたインドネシアに、長年にわたる当社代理店との合弁会社PT.SATO NAGATOMIを事業譲受という形で設立した。これにより国内2カ所のラベル工場と5カ所の営業拠点をベースにインドネシア市場での展開を一気に加速化させる。また、新たに自動車プロジェクトを発足させ、日本の自動車業界でのノウハウを海外に展開していく。中国とブラジルではARGOX社製プリンタの当社ブランドでの販売や、ARGOX代理店へのサトー製品の拡販によるシナジー効果を出していく。また、これまで直轄としていた中国以外にタイ、ベトナム、インドネシアも日本直轄とし、各事業部との情報交換や連携を強化していく。

最後の戦略6は環境ビジネスの本業化である。現時点で環境ビジネスの売上高はまだ少ない。しかし特許を有する世界初の燃焼時CO<sub>2</sub>を20%吸収するラベル「エコナノ」はさまざまな営業活動を展開した結果、大手家電量販店、大手スーパー、米放射能トレースなどで採用されるに至った。その結果、4～6月は月次売上高が約10百万円だったのに対し、7月以降急激に増加して9月は46百万円に達した。これにより上期で当期の売上目標を達成し、現在は量産体制の整備に迫られている。すでに増産のための新工場建設に着手し、1月から量産体制が整う予定である。下期以降は付加価値の高いサプライ製品「エコナノ」へのシフトが期待される。

## ◆通期業績見通しについて

今後の業績は、日本の市場別各事業部による大手顧客深耕や用途開拓に伴う商談が増加しており、一段の売上増が見込まれる。またアジア・オセアニア地域における引き合いも活発化するものと思われる。一方で、第 2 四半期累計期間で発生した為替差損および法人税等調整額を計上したことに伴い、経常利益、純利益は下方修正を行った。この状況を踏まえ、通期連結業績は、売上高 880 億円(前期比 9.3%増)、営業利益 58 億円(同 24.7%増)、経常利益 52 億円(同 24.7%増)、当期純利益 26 億円(同 33.1%増)を計画している。

配当金は中間配当 17 円に対し、期末配当 19 円を予定しており、通期 36 円の計画である。今回の中間配当を最後に株主優待制度を廃止することに伴い、期末配当を 1 円増配した。下期以降もしっかりとした業績を残すことにより、基本方針である長期的、安定的な増配を行っていきたい。これまで当社は減収減益の業績となった期においても一度も減配したことはない。今後もこの方針の下で 1 円でも 2 円でも増配できるよう、本業を強化していく。

(平成 24 年 10 月 30 日・東京)