http://www.sato.co.jp/

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

3Q 累計は増収増益を維持、企業体質の強化と新事業領域の創出により、利益向上を目指す

◆2013 年 3 月期第 3 四半期業績

第 3 四半期累計では増収増益を確保することができた。しかし、第 3 四半期のみに限れば、海外は増収増益基調を維持したが、国内の増収減益が響き、連結ベースでも増収減益という結果となった。

第 3 四半期累計の内訳においては、国内は、売上高が前年同期比 105.2%、営業利益が同 103.0%と、利益増加に若干の鈍化が見られる。これは第 3 四半期の営業利益の落ち込みの影響によるものである。

米国、欧州、オセアニアなどについては、上期の状況と基本的には変わっていない。

第 3 四半期に限定すると、国内は、売上高が 102.5%に対して、営業利益 81.4%と落ち込んでいる。第 3 四半期は一番の需要期であり、そこで売上を伸ばすことは基本であるが、営業利益が前年同期比 2 億 74 百万円(81.4%)の減益となったことが、連結業績の足を引っ張った。その理由は、粗利益の減少である。粗利減少の要因は第 1 に、製品ミックスによるものである。当社は、メカトロ製品(ハード)事業とサプライ製品事業のうち、メカトロ事業の比重が大きいほど、全体の利益が上がる構造となっている。第 1、第 2 四半期は、メカトロ事業の前年同期比がほぼ 2 桁の伸びを示していたのに対し、第 3 四半期は同 99.5%と前年割れしたことが影響している。また、サプライ製品は過去最高売上を達成したが、メカトロの落ち込みをサプライでカバーするためにプッシュをかけ大口を取るという戦略の中で、粗利率が前年同期比 1.6 ポイント下がった。市場別(マーケット)の売上で見ると、マーケットとして大きい 2 セグメント、製造業(FA)とリテールにおいてメカトロ製品の売上がそれぞれ前年同期比 92.8%、84.3%と大きく数字を落とした。特に、FA は国内ビジネスの 3 割を占めている。FA は他セグメントに比べてハードもサプライも、利益の大きいセグメントである。従って、ここの落ち込みにより全体の粗利が落ちたとみている。

直近 1 月の FA のメカトロ製品売上については、小口・中口の受注を着実に積み重ね、回復傾向にある。電子・電機業界向けは全般に厳しさがあるものの、自動車、化学分野で伸ばしている。リテールについても、回復基調にあり、第 3 四半期で不調であったこの 2 マーケットは回復を見込んでいる。

◆海外の状況

米州については、北米・南米ともに増収増益を維持、安定したビジネスを続けている。また北米では、第 1・第 2 四半期に止まっていた食材管理の OEM 商談が、運用条件の厳しいアメリカのニーズに応えて防水・防滴などの改善を行った結果、第 3 四半期から復活した。中南米全体の新興国での成長性がマクロ的には鈍化しているという見方もあるが、当社ビジネスはその影響を受けずに堅調に推移したため、南米の売上は、前年同期比 5 倍となっている。中でも前年 3 月に買収した Achernar 社(アルゼンチン)の売上貢献が大きく、のれん償却後でも利益が計上できる状況となった。

欧州については、営業利益が、第 3 四半期でマイナス 41 百万円、累計でマイナス 1 億 55 百万円の営業赤字となった。国別では、英国、ドイツ、スペインが赤字を出している。ただし、英国の赤字は、年金の費用負担増分に相当するもので、英国の売上は、現地通貨ベースで徐々にトップラインは改善、増収効果がようやく出てきている。一

本著作物の著作権は、公益社団法人 日本証券アナリスト協会®に属します。

方、これまで欧州の収益を支えてきたポーランドのトップラインが経済環境の厳しさから前年同期比 20%以上落ち込み、黒字は維持したものの、営業利益の落ち込みも、欧州の収益改善にマイナス影響を与えた。スペインは、売上減に加えて赤字も拡大となったが、これは手薄であったマドリードの営業員を増員したことがまだ増収効果に至らず、コストアップの影響が拡大したためである。

アジア・オセアニアについては、内容は国により大きく差が出ている。中国は、経済の停滞・領土問題などの影響を受け、サトーブランドだけでなく、アルゴックスも 11 月・12 月に大きなプロジェクトがストップするなど、売上が低迷した。タイは引き続き好調で、第 3 四半期は前年同期比 1.5 倍の売上を計上した。オセアニアも売上が前年同期比 2 桁増、営業利益も伸ばした。

◆2012 年度連結業績見込み

第 3 四半期で落とした分を第 4 四半期だけで全てカバーすることは困難であると判断し、また第 4 四半期は当初目標通りに取り組むというスタンスで、計画を下方修正した。従って、通期の売上高は 870 億円(当初計画 880 億円)、営業利益 54 億円(同 58 億円)、経常利益 52 億円(同 52 億円)、当期純利益 25 億円(同 26 億円)という通期計画数値としている。経常利益については、為替の円安効果が出ているため、当初目標を維持している。

◆今後の取り組み

来年度以降の中期経営計画達成のために、取り組むべき事として、第 1 に、企業体質の強化により、売上以上に利益が伸びる体制を構築していく。コストダウンによる売上総利益の拡大と、業務プロセス改革や基幹システムの刷新によるビジネス全体のプロセスのリエンジニアリング(BPR)、また要員管理徹底による販管費効率化を図っていく。第 2 に、新しい事業領域の創出に来期以降更に注力していく。新成長市場への参入、独自の技術開発、新用途、ビジネスモデル開発という 3 点を実現する目的で、4 月 1 日付で事業会社 3 社を設立する。

第 1 の企業体質強化については、売上総利益拡大のために、ハード、サプライそれぞれ、現行機種に対する主要部品改良を行い、年平均 2 億円のコストダウンを目指す。売上ベースでハードよりも大きいサプライについては、印刷機の更新による生産性向上(約 1 億 50 百万円)、また海外原紙比率アップと基材変更によるコストダウン(同約 2 億円)で、年平均 3 億 50 百万円のコストダウンを図る。

これらの施策により、価格競争の激しい既存ビジネスにおける粗利改善を図り、2014 年度連結ベース粗利率 42.0%を維持するべく進めている。また、販管費効率化については、間接業務のスリム化徹底、基幹システムの入れ替えに合わせて国内人員 1,900 名体制を、M&A の可能性を除いて 2020 年まで維持するという社内的決定を下した。そのため自動化 IT インフラの導入を前に、業務プロセスの改革に着手している。これにより、連結販管費率を 36%から 2014 年度には 34%にする計画である。

第 2 の新しい事業領域の創出については、4 月 1 日付で設立する 3 社は以下の通りである。プライマリーラベル事業として、「サトープライマリーラベルインターナショナル(株)」を設立する。プライマリーラベル市場はグローバル規模で 5 兆～6 兆円規模である。国内市場規模 2,500 億～3,000 億円に対して、当社の現在の国内プライマリーラベル売上は年間 58 億円であるが、今後は海外の大規模市場を視野に入れていく。その参考となったのは昨年買収したアルゼンチンの Achernar 社である。10 億円規模の会社にもかかわらず、高い技術でグローバルに優良顧客を捕まえ、高い営業利益率(約 20%)を誇っている。新子会社社長には日本のシールラベル事業を牽引してきた当社副社長を任命し、海外に向けて事業展開していく計画である。2014 年度 100 億円、2020 年度 200 億円(国内 100 億円、海外 100 億円)の年間売上目標を掲げている。この数字には M&A も含まれている。第 2 の新事業会社として、「サトーRFID ソリューションズ(株)」を設立、現在の RFID のグローバル市場規模 3,000 億円が 2020 年には 8,000 億円になる見込みである。その中で、特にアパレル関連の値付け・在庫管理は約 100 億円規模から 700 億円規模になるとみている。同社は特にこのアパレル関連市場の RFID による単品管理から着手していく。年間売

本著作物の著作権は、公益社団法人 日本証券アナリスト協会®に属します。

上目標は 2014 年度 30 億円、2020 年度 150 億円である。第 3 の新子会社は、環境事業を担う「サトーグリーンエンジニアリング（株）」である。今年 2 月にエコナノ新工場が完成し、CO_2吸収剤製造のための設備を増設した。これにより早期に国内ラベル事業の大半をエコナノ化していきたい。同社はナノベシクルカプセル(NVC)技術のラベル以外への用途開拓を行っていく。年間売上目標は 2014 年度 30 億円、2020 年度 100 億円としている。

当社がどのような価値を社会にもたらしていくか。最も基本的な部分として「正確・省力・省資源」があり、そこに「安心・環境保全」を加えて、事業領域を拡大してきた。具体例としては、福島の米トレース、放射性線量の残量をチェックし、一品ごとに検査済みラベルを貼るなど、消費者に「安心」を届けるビジネスが挙げられる。このようなビジネスにより「持続可能社会」の実現に貢献していきたい。

中期経営計画の発表後 9 ヶ月が過ぎて、ようやく新しい事業領域の市場も見えてきた。新事業領域においては、当初より行ってきた自動認識のバーコード部分だけでなく、プライマリーラベルや環境、RIFD などに特化した子会社を作り、積極的にその分野に攻めていきたいと考えている。

（平成 25 年 2 月 7 日・東京）

本著作物の著作権は、公益社団法人 日本証券アナリスト協会®に属します。