

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社長兼 CEO

海外事業の収益力改善により、過去最高の業績を達成

◆2014 年 3 月期第 3 四半期業績

第 3 四半期累計の連結業績は、売上高 707 億 2 百万円(前年同期比 108.8%)、営業利益 48 億 3 百万円(同 126.9%)、経常利益 51 億 73 百万円(同 145.9%)、当期純利益 32 億 86 百万円(同 205.7%)となり、売上高・営業利益・経常利益・純利益において過去最高を更新した。特に純利益については、第 3 四半期累計の時点で 32 億円となり、通期の過去最高 30 億円を既に上回ることができた。

上期の国内事業は、売上高が前年比で横ばい、営業利益は微減であったが、11 月からの回復基調が 12 月には顕著になり、第 3 四半期では増収増益に転じた。海外事業については、計画どおり順調に進捗した。

また、海外事業の収益力改善や工場の生産性向上などにより、営業利益率が昨年度の 5.8%から 6.8%へ改善した。1%改善の内訳は、粗利率の改善(前年比 0.7 ポイント増)と販管費率の低減(前年比 0.3 ポイント減)であり、財務基盤が整ってきたと認識している。

◆国内・海外の状況

国内については、上期までの減益基調が当第 3 四半期には増益に転じた。当社国内事業の主要分野である FA、リテール、ロジスティクスが 11 月以降順調に回復し、上期は前年割れとなったメディカルも、下期は商談を積み上げ、堅調に推移している。

当第 3 四半期においては、消費税関連商談の売上が、リテールを中心に 2 億円程度入っている。下期で約 10 億円の特需を見込んでおり、現在も商談の積み上げが順調に進んでいる。

海外については、営業利益が大きく改善し、前年同期の 4 億 75 百万円から 15 億 42 百万円と 3 倍以上になった。為替を除く売上の伸びは約 5.6%であり、来期に向けて 2 桁の伸張を達成すべく、新製品の開発、新事業への取り組みを強化していく。

米国については、北米・南米ともに安定的に推移した。北米は、レーザープリンタの引き合いが増加し、今後も好調に推移するとみている。南米は、アルゼンチン・ブラジル等の景気や通貨問題が懸念されたが、当社の事業にはほとんど影響が見られず、計画どおりに推移した。Achernar 社についても、営業利益率 20%以上を維持しており、のれん償却後も引き続き利益を計上している。

欧州は、前年同期で 1 億 55 百万円の営業損失を計上したが、今期は 1 億 54 百万円と黒字化し、9 カ月連続で増収増益を達成することができた。イギリスでは大手百貨店向けモバイル商談により売上が増加した。ドイツでは大手アパレル向けの RFID 商談により売上増となり、収益体質が確立できた。スペインも当第 3 四半期より黒字化を達成した。海外事業においては構造改革による欧州の黒字化を経営の主眼に置いてきたが、今後は顧客価値を向上させる付加価値提案をすることでトップラインを伸ばす形にシフトしていきたい。

アジア・オセアニアにおいては、日本向けモバイルプリンタの増産や VA/VE 活動によるコスト低減効果により、工場の収益が大幅に改善した。

中国は尖閣問題の影響で前年割れの状態が続いていたが、第2四半期より回復傾向が見られ、当第3四半期は売上が前年同期を大幅に上回った。特にネット通販市場の拡大に伴い、運輸向け3層ラベルの売上が増加し、12月はサプライ売上が過去最高となった。

タイは景気減速の影響で微増にとどまった。下期については、政情不安の影響は限定的であるとみているが、販路拡大やリスク分散も図っていく。

インドネシア、ベトナム、インドなどの新市場については、売上規模はまだ小さいものの順調に伸びており、ベトナムは単月ベースで黒字化した。インドネシアはラベル製造を開始し、新たなラベル印刷機を導入した。生産効率を上げることで原価を下げ、収益力を強化していく。

ARGOXは中国での売上が前年比127.3%と回復したが、ブラジルが前年比71%と低迷している。現在日本と合同でプリンタの新製品を開発しており、来期には発売できる見込みである。

◆2013年度連結業績見込み

2013年度の連結業績見込みは、売上高960億円(前期比110.0%)は変えていないが、収益力改善と第3四半期までの実績を踏まえ、営業利益は65億円から66億円(同121.0%)、経常利益は65億円から69億円(同127.1%)、当期純利益は37億円から41億円(同150.4%)へ上方修正した。想定している為替レートは、1USドル=100円、1ユーロ=134円である。

◆来期に向けた取り組み

2014年度は中期経営計画の最終年度に当たる。目標値は、連結売上高1,000億円、営業利益80億円である。

中期経営計画達成に向けて、「顧客価値の最大化」と「グローバル化」をテーマとして掲げている。顧客のバリューチェーンに沿った価値提案をすることで顧客価値を最大化し、それをグローバルに展開していく。

これらの取り組みを実践するために、2014年4月に機構改革を行い、GKA(グローバルキーアカウント)・事業部・エリアセールスをビジネスユニットとする。GKAでは、10社程度を対象に専属チームを置き、単なる営業サポートではなく、製造、開発、ソリューションなどの包括的なサービスをグローバルに展開していく。事業部においては、例えば運輸、eコマースなど具体的な市場別にノウハウを確立させる。エリアセールスでは、国別・地方別の拠点を充実させ、地場に密着した形での営業活動、ソリューションの展開を図っていく。

従来は、営業を(株)サトー、保守サービスをサトーシステムサポート(株)が専門性に特化した形で請け負っていたが、10月から営業とサービスを一体化させ、顧客価値の向上を目指す。

顧客価値の最大化とグローバル化を追求することで、当社が顧客により必要とされる会社に進化できると考えており、それに合わせた組織体制に見直していく。

今後の成長分野としては、ヘルスケア市場が挙げられる。昨年12月にSATO VICINITY PTY LTDをオーストラリアのシドニーに設立したが、母体であるMAGELLAN TECHNOLOGY社は非常に独自性の高いRFIDの技術(PJM技術)を持っている。例えば高価な医療用インプラントは、日本ではバーコードで管理しているが、オーストラリアではインプラントの世界大手8社のうち7社がMAGELLAN社のPJMタグを使用している。読み取り時にキットが重なっていても、一括読み取りが可能であり、電波の干渉を克服した世界で唯一のRFID技術である。このMAGELLAN社の技術とサトーのグローバルな営業力によりヘルスケア市場への提案力を強化していく。また、本年4月には(株)サトーからサトーヘルスケア(株)を分社化して設立し、専任営業による提案力を向上させることで変化のスピードが速い市場に対応していく。国内外のヘルスケア事業を統括し、成長分野に対してグローバルに取り組んでいきたい。

(平成26年2月7日・東京)