



あくなき創造で持続可能な社会を

2018年 11月 5日（月）

# サトーホールディングス株式会社

2019年3月期 上期決算説明資料

証券コード：6287

※ 本資料の説明要旨では、2017年度（FY2017）を「前期」、2018年度（FY2018）を「当期」、2019年度（FY2019）を「次期」と表記します

## 上期決算ハイライト

### 連結で前年同期比増収・大幅増益

#### 自動認識ソリューション事業 ▶ 好調に推移

海外：海外は全般に実態として回復基調を維持

日本：良好な外部環境と継続的な内部施策が奏功

#### IDP事業 ▶ 研究開発がほぼ計画通りに進捗

- 連結では前年同期比で増収・大幅増益で終わることができた
- 事業セグメント別では、自動認識ソリューション事業が好調に推移した
- 海外事業は全体として回復基調を維持し、日本事業は外部環境の後押しと内部施策の効果で収益性が大幅に高まる結果となった
- IDP事業は期初の計画通りに研究開発が進捗した

## 事業セグメント別売上高及び営業利益（上期）

（単位：百万円）

|               |      | FY2018 | FY2017 | 前年比    | 除く為替   |
|---------------|------|--------|--------|--------|--------|
| 自動認識ソリューション事業 | 売上高  | 56,259 | 54,663 | 102.9% | 104.3% |
|               | 営業利益 | 4,051  | 3,307  | 122.5% | 125.9% |
| 海外            | 売上高  | 21,597 | 20,604 | 104.8% | 108.6% |
|               | 営業利益 | 1,220  | 1,099  | 111.0% | 112.9% |
| 日本            | 売上高  | 34,661 | 34,058 | 101.8% | 101.8% |
|               | 営業利益 | 2,831  | 2,208  | 128.2% | 132.4% |
| IDP事業         | 売上高  | 230    | 160    | 143.8% | 141.0% |
|               | 営業利益 | ▲676   | ▲745   | --     | --     |
| 連結（消去後）       | 売上高  | 56,489 | 54,823 | 103.0% | 104.4% |
|               | 営業利益 | 3,343  | 2,556  | 130.8% | 135.8% |

2

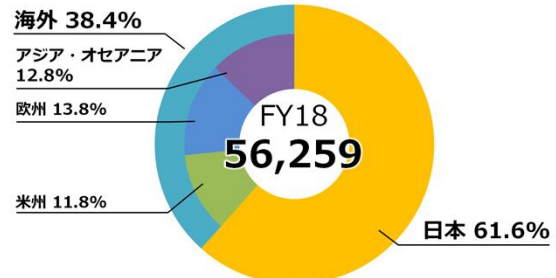
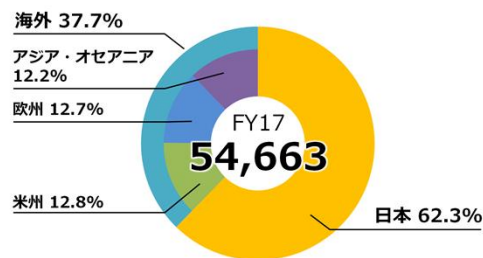
SATO

- 連結の売上高は前年同期比で約17億円、3%の増収、営業利益は約8億円、30.8%の増益となった
- 自動認識ソリューション事業では、海外は為替の影響を受けながらも事業を伸長させて増収・増益で終わることができた。しかし、残念ながら計画には未達の結果となった
- 一方、国内は増収・増益となり、また計画も達成することができた
- IDP事業は、既存のビジネスが伸長して増収となり、また研究開発活動内容を精査することでコストを削減できたことから、営業赤字が縮小した

## 自動認識ソリューション事業 地域別売上高及び営業利益構成比（上期）

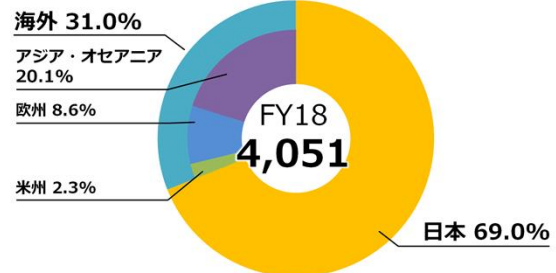
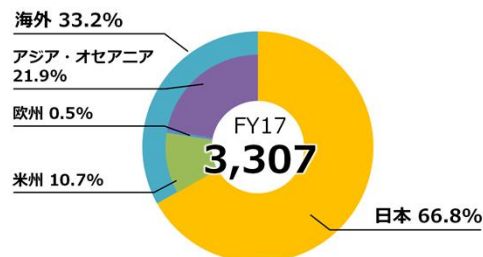
（単位：百万円）

### 売上高



### 営業利益

\*割合は消去を除く



3 営業利益率：日本：6.5%、海外：5.3%

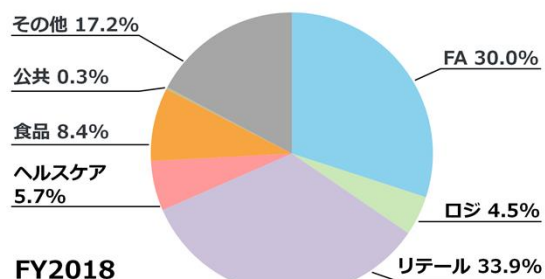
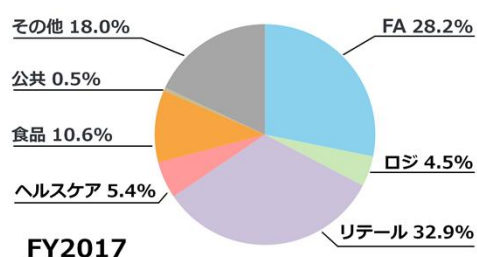
営業利益率：日本：8.2%、海外：5.7% SATO

- 売上構成比のポイントは、アジア・オセアニアと欧州の増収幅が大きかったことから、海外の構成比率を前年同期比で高めることができた
- また、欧州販社とロシアのプライマリー専業Okil社の増収分が合わせて約8億円と大きかったことから、欧州の構成比が大きく上昇した
- 一方米州においては、主に前年同期の大口案件約4億円が剥落した影響で構成比を下げる結果となった
- 営業利益構成比のポイントは、増収した欧州が営業利益も約3億円増やして構成比を大きく高めた
- 米州については前述の大口案件が剥落したことや研究開発費の増加などにより、構成比を大きく落とした
- 全体としては海外・日本ともに好調に推移したが、特に国内において営業利益率を大きく改善することができ、その結果日本の営業利益の構成比が高まった

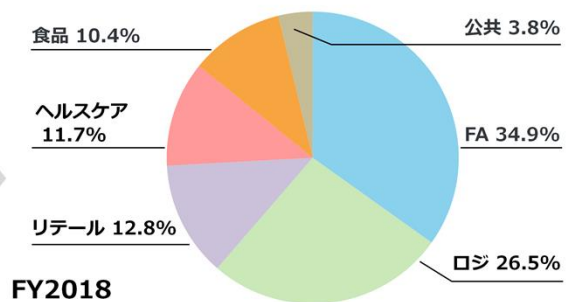
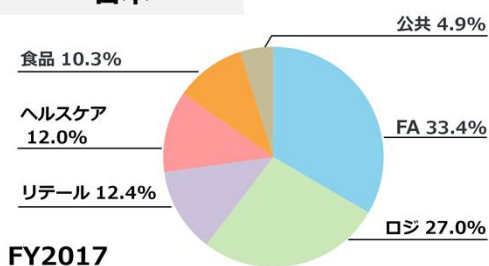
## 自動認識ソリューション事業 市場別売上高構成（上期）

### 海外

\*主な販社。工場・プライマリー専業会社は除く



### 日本



- 海外においては食品の売上高構成比が減少しているが、これは前述の米州の大口案件（ファストフード業界）剥落が影響している
- 日本はロジ（ロジスティクス）が0.5ポイント減少しているが、これは今年9月の地震や台風などの影響でサプライ商品の売上高が前年同月を大きく下回ったことが響いている

## 連結業績（上期）

（単位：百万円）

|                         | FY2018 | FY2017 | 増減     | %      |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|
| 売上高                     | 56,489 | 54,823 | +1,665 | 103.0% |
| 営業利益                    | 3,343  | 2,556  | +787   | 130.8% |
| 営業利益率                   | 5.9%   | 4.7%   | +1.3Pt | --     |
| 経常利益                    | 3,190  | 2,369  | +821   | 134.7% |
| 親会社株主に帰属する<br>四半期純利益 ※1 | 1,919  | 2,413  | ▲493   | 79.6%  |
| 実効税率 ※2                 | 39.3%  | 43.4%  | ▲4.1pt |        |
| EBITDA ※3               | 6,096  | 5,318  | +778   | 114.6% |

FY18 上期 為替レート（期中平均）：110.26円/USD, 129.78円/EUR （FY17 上期 同為替レート：111.04円/USD, 126.31円/EUR）  
為替感応度：すべての通貨が1円/USDの円安に連動した場合、売上高+435百万円、営業利益▲11百万円（FY18通期ベース）

※1 親会社株主に帰属する四半期純利益：FY17 上期は、固定資産売却による特別利益の計上あり

※2 実効税率：FY17 上期は、Argox社のれん追加減損などの影響あり

※3 EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋のれん償却費

・減価償却 FY18 上期：2,186百万円

・のれん償却 FY18 上期：566百万円（DataLase社：312百万円他）

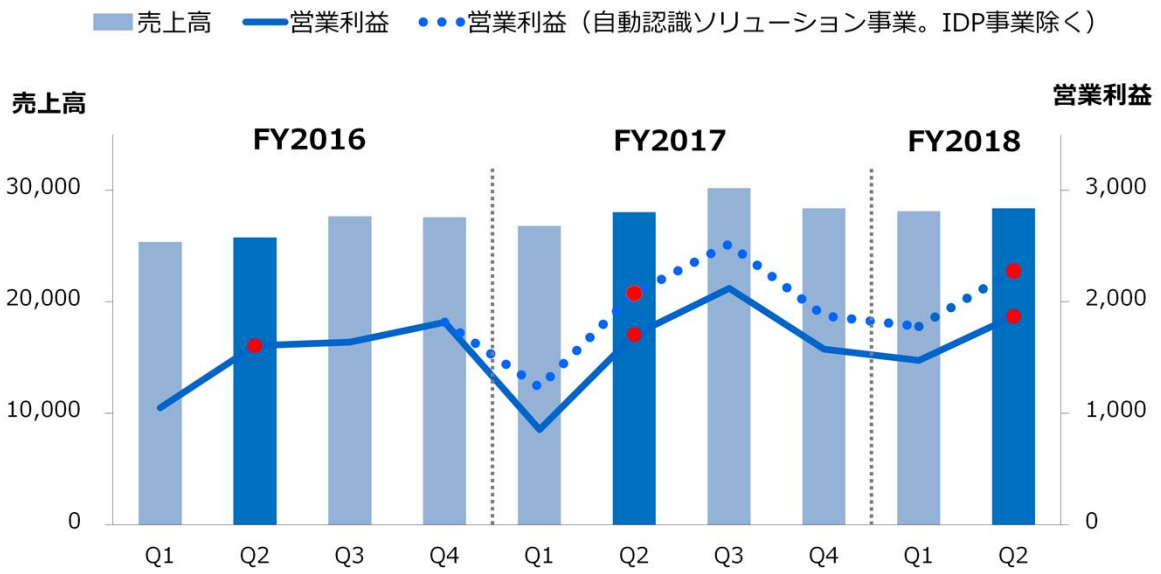
FY17 上期：2,097百万円

FY17 上期：664百万円（DataLase社：305百万円他）

- 連結売上高は前年同期比で約17億円増加した
- 粗利は約12億円増加し、その内訳は海外約3億円、日本約8億円、IDP約1億円の増加となった
- その結果、営業利益と経常利益の額・率ともに伸張させることができた
- 当期純利益は約5億円の減少だが、これは前年同期に計上した特別利益が影響している

## 四半期別 連結業績推移

(単位：百万円)



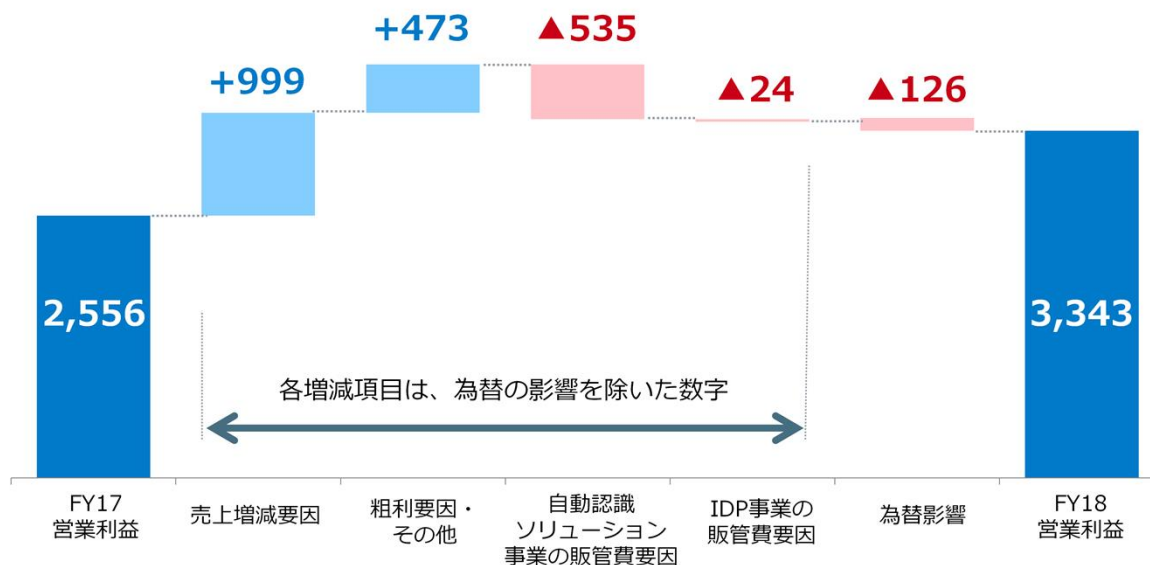
6

SATO

- 自動認識ソリューション事業（IDP事業を除くベース）は、Q1・Q2とも売上高・営業利益が前年同期比で伸長している

## 連結 営業利益前年との比較（上期）

（単位：百万円）



7

SATO

- 営業利益の前年との比較における売上増減要因のうち、海外は欧州とアジア・オセアニアの増収効果などにより約5億円のプラス寄与、日本も約5億円のプラス寄与となった
- 粗利要因・その他は、日本の粗利率が1.5ポイント改善した効果が大きく寄与した
- 自動認識ソリューション事業の販管費が増加した要因は、日本は主に人件費の増加、海外は主に売上に連動するコスト増である

## 自動認識ソリューション事業（海外）（上期）

海外は全般に実態として回復基調を維持

（単位：百万円）

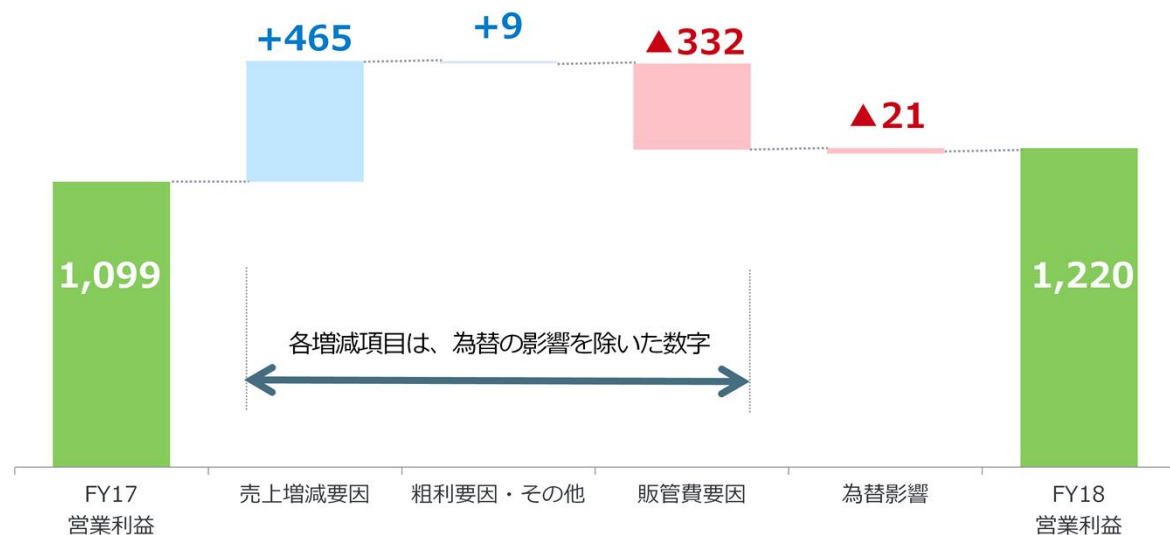
|         | FY2018 | FY2017 | 増減     | 増減     |        |
|---------|--------|--------|--------|--------|--------|
|         |        |        |        | %      | 除く為替   |
| 売上高     | 21,597 | 20,604 | +992   | 104.8% | 108.6% |
| 粗利額     | 8,057  | 7,797  | +260   | 103.3% | --     |
| 粗利率（外売） | 37.3%  | 37.8%  | ▲0.5pt | --     | --     |
| 営業利益    | 1,220  | 1,099  | +120   | 111.0% | 112.9% |
| 営業利益率   | 5.7%   | 5.3%   | +0.3pt | --     | --     |



- 海外事業では、前年同期比で売上高は約10億円、約5%増収、営業利益は約1億円、11%増益となった
- 粗利額については約3億円増加したものの粗利率が0.5ポイント低下した一方、営業利益率は0.3ポイントの改善となった

## 自動認識ソリューション事業（海外） 営業利益 前年との比較（上期）

（単位：百万円）



9

SATO

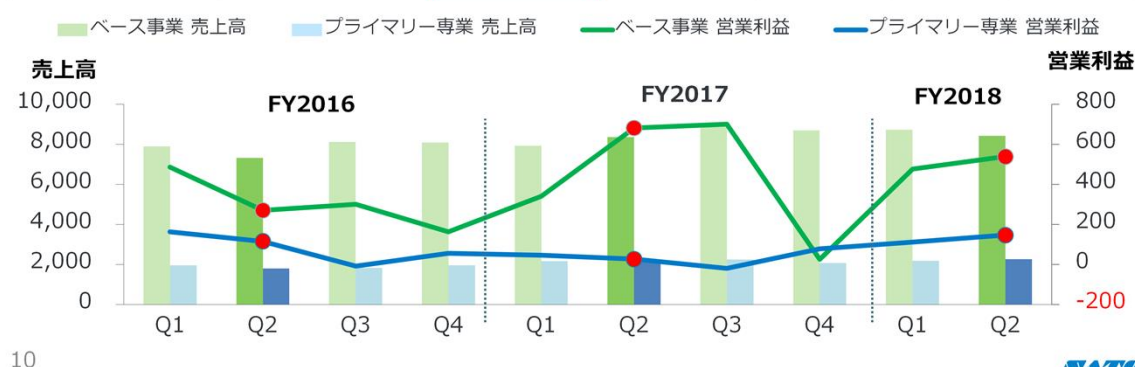
- 営業利益の前年との比較における売上増減要因では、主に欧州のドイツ販社、アジア・オセアニアの主な販社が伸長。その他、プライマリー専業のOkil社も貢献した
- 粗利要因・その他については業績の好不調のバラツキをならずと、微増の9百万円で着地した
- 販管費要因は、売上に連動するコスト増や前年同期の特殊要因であるSGS社（北米）の開発費用の付替えの影響がある

## 自動認識ソリューション事業（海外－事業別内訳）（上期）

ベース事業：欧州、アジア・オセアニアは増収・増益。米州は減収・減益ながら、SGS社の前年同期の特殊要因を除く実態は増益  
プライマリー専業：主にOkil社の為替要因により増収・増益

（単位：百万円）

|          |      | FY2018 | FY2017 | 増減   | %      | 除く為替   |
|----------|------|--------|--------|------|--------|--------|
|          |      |        |        |      |        |        |
| ベース事業    | 売上高  | 17,152 | 16,281 | +871 | 105.4% | 105.9% |
|          | 営業利益 | 1,015  | 1,022  | ▲7   | 99.3%  | 98.3%  |
| プライマリー専業 | 売上高  | 4,444  | 4,323  | +121 | 102.8% | 118.9% |
|          | 営業利益 | 259    | 72     | +186 | 355.5% | 398.5% |
| 海外消去     | 営業利益 | ▲54    | 4      | ▲58  | --     | --     |

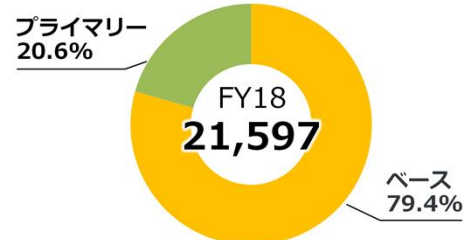
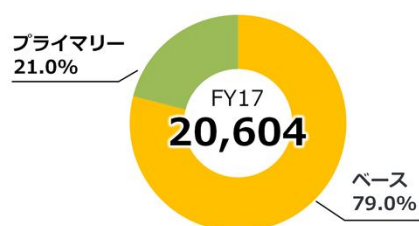


- ベース事業では、欧州およびアジア・オセアニアが増収・増益となった
- 一方、米州は減収・減益だが、前述のSGS社の特殊要因を除くと増益となった
- ベース事業の営業利益は▲7百万円だが、このSGS社の特殊要因を除くと約2億円の増益となった
- プライマリー専業では、アルゼンチンのAchernar社とブラジルのPrakolar社がマクロや為替要因で減収・減益となった一方、ロシアのOkil社の増収・増益により、全体では増収・増益となった
- 消去の54百万円は主に在庫の未実現利益によるものである

## 自動認識ソリューション事業 (海外－事業別売上高及び営業利益構成比)(上期)

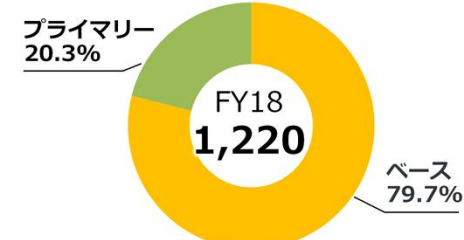
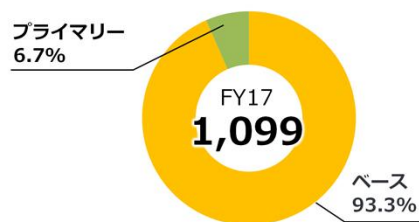
(単位：百万円)

### 売上高



### 営業利益

\*割合は消去を除く



営業利益率：ベース：6.3%、プライマリー：1.7%

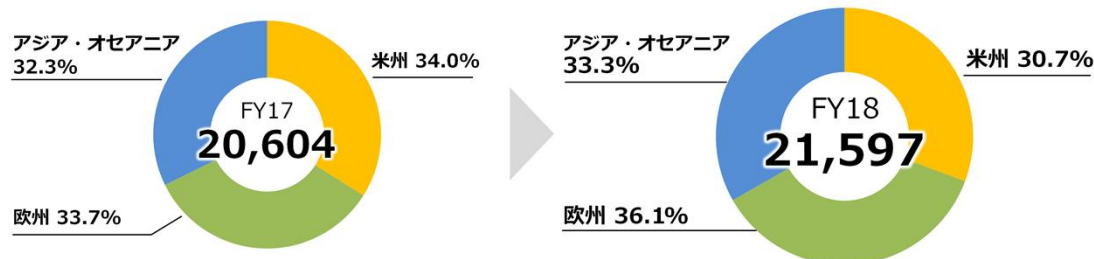
営業利益率：ベース：5.9%、プライマリー：5.8%

- 自動認識ソリューション海外の事業別構成比において、売上高はベース事業の伸びがプライマリー専業の伸びを上回り、ベース事業の構成比が高まった
- 営業利益は、ベース事業が減益、プライマリー専業が増益となったことから、構成比が大きく変わった

## 自動認識ソリューション事業 (海外－地域別売上高及び営業利益構成比)(上期)

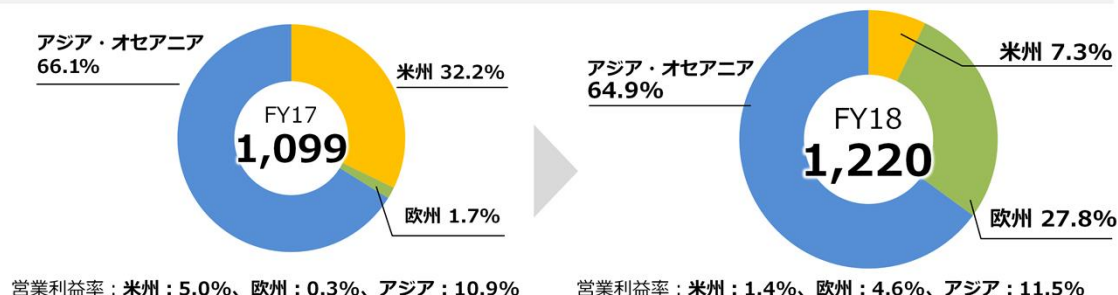
(単位：百万円)

### 売上高



### 営業利益

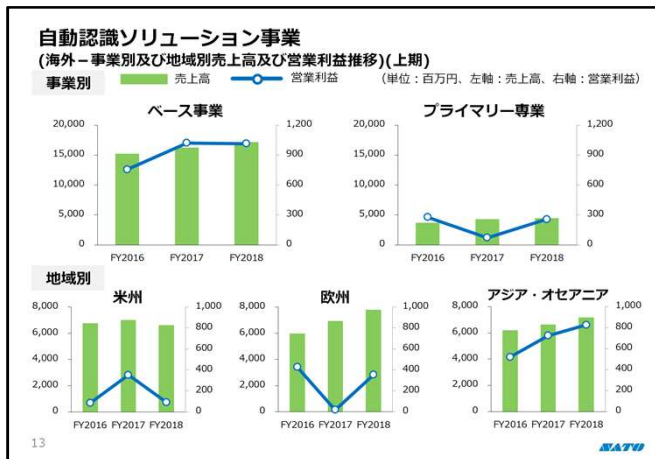
\*割合は消去を除く



12

SATO

- 自動認識ソリューション海外の地域別構成比において、売上高および営業利益とも米州の割合が大きく変化している
- 売上高については、主に北米の前年同期の大口案件が剥落したことや既存の大口顧客との取引が一時的に停滞したこと、さらには南米の為替やマクロ要因が影響した
- 営業利益は、前述のSGS社の特殊要因が影響して米州が構成比を大きく下げている



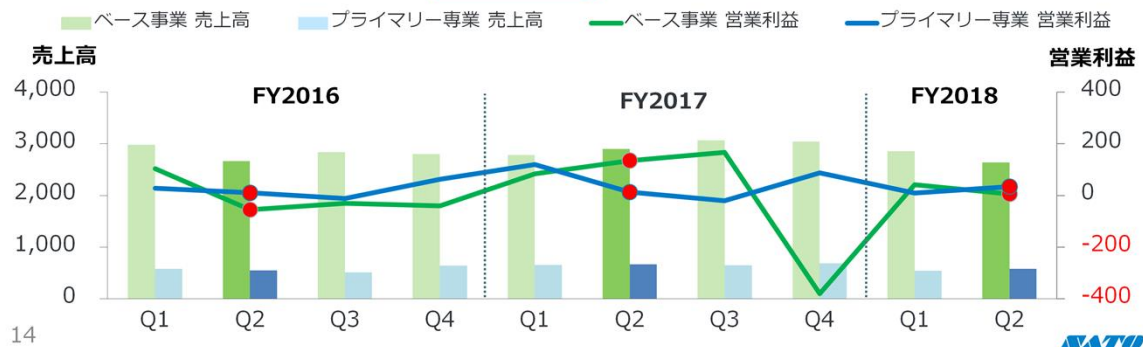
- 当上半期のベース事業の売上高と営業利益の停滞は、主に米州に起因する
- プライマリー專業の伸長は、欧州に属するOkil社の影響が大きい

## 自動認識ソリューション事業（海外－地域別内訳 米州）（上期）

ベース事業：主にSAL社において大口顧客との取引停滞により減収。前年同期はSGS社の研究開発費を日本に計上。同要因を加味すれば、実態としては減収・増益

プライマリー事業：主にマクロ要因や、Prakolar社での前年同期の一過性の高粗利案件の剥落により（単位：百万円）  
減収・減益

|                                        |      | FY2018 | FY2017 | 増減   | %     | 除く為替   |
|----------------------------------------|------|--------|--------|------|-------|--------|
|                                        |      |        |        |      |       |        |
| ベース事業                                  | 売上高  | 5,495  | 5,679  | ▲184 | 96.8% | 99.6%  |
|                                        | 営業利益 | 49     | 219    | ▲170 | 22.5% | 28.0%  |
| プライマリー事業<br>・ Achernar社<br>・ Prakolar社 | 売上高  | 1,130  | 1,324  | ▲193 | 85.4% | 111.8% |
|                                        | 営業利益 | 43     | 133    | ▲89  | 32.8% | 39.5%  |



- 米州は、ベース事業を構成する北米のSAL社、SGS社、南米販社、そしてプライマリー事業を構成するAchernar社およびPrakolar社から成る
- ベース事業は、SAL社において前年同期の大口案件剥落や大口顧客との一時的な取引停滞などで約5億円の減収となった。SGS社は前年同期において研究開発費を日本に計上するなどの特殊要因により減益となったものの、この特殊要因を除けば実質増益となる
- SAL社は大口案件剥落の影響を除けば増収・増益となる

## 自動認識ソリューション事業（海外－地域別内訳 欧州）（上期）

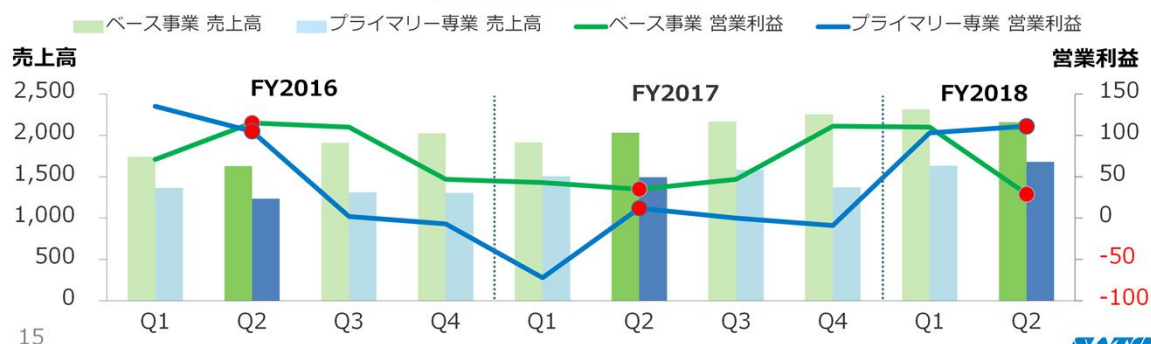
ベース事業：短期では強弱まちまちも、回復基調を維持

プライマリー専業：主に為替要因により、Okil社で増収・増益

（単位：百万円）

\*サトーホールディングスが60%の株式を保有する  
ロシアの子会社。シュリンクスリーブ、インモールド、  
軟包装の製造・販売を行う

|                                   |      | FY2018 | FY2017 | 増減   | %      | 除く為替   |
|-----------------------------------|------|--------|--------|------|--------|--------|
| ベース事業                             | 売上高  | 4,475  | 3,949  | +526 | 113.3% | 110.4% |
|                                   | 営業利益 | 139    | 78     | +60  | 177.3% | 173.4% |
| プライマリー専業<br>・ Okil社<br>・ X-Pack社* | 売上高  | 3,314  | 2,999  | +314 | 110.5% | 122.0% |
|                                   | 営業利益 | 215    | ▲60    | +275 | --     | --     |



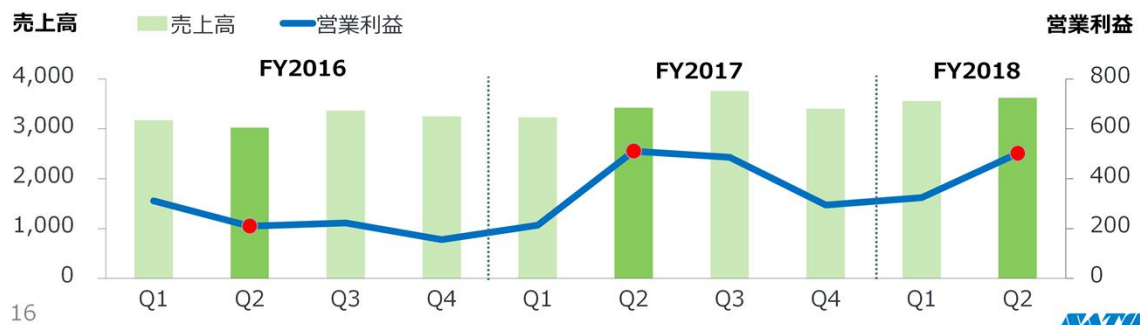
- 欧州のベース事業では、Q1は全販社で増収、フランス販社以外で増益だったが、Q2ではイギリス販社以外は増収、全販社で減益と四半期ではまちまちな結果だったが、半期では増収・増益を維持した
- プライマリー専業ではOkil社が増収・増益となった。増収分約3億円のうちおよそ7割が為替の好影響による

## 自動認識ソリューション事業（海外－地域別内訳 アジア・オセアニア）（上期）

ベース事業：中国・インド好調。インドは営業黒字化を果たす  
全般にソリューション提案が浸透し、商品単体販売からの多様化が進む

（単位：百万円）

|       |      | FY2018 | FY2017 | 増減   | %      | 除く為替   |
|-------|------|--------|--------|------|--------|--------|
| ベース事業 | 売上高  | 7,181  | 6,652  | +529 | 108.0% | 108.5% |
|       | 営業利益 | 827    | 724    | +102 | 114.1% | 111.5% |



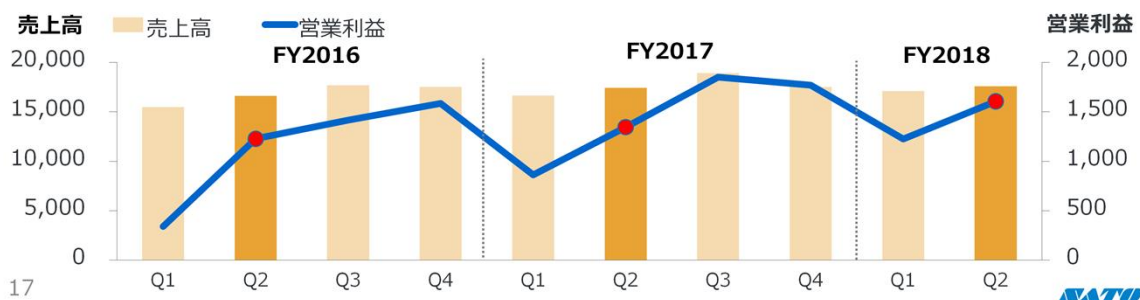
- アジアにおいては、中国とインドが好調に推移した。インドについては黒字化を達成した
- アジアでは全般的に商品単体の販売からソリューション販売へのシフトが進んでいる

## 自動認識ソリューション事業（日本）（上期）

良好な外部環境と継続的な内部施策が奏功

（単位：百万円）

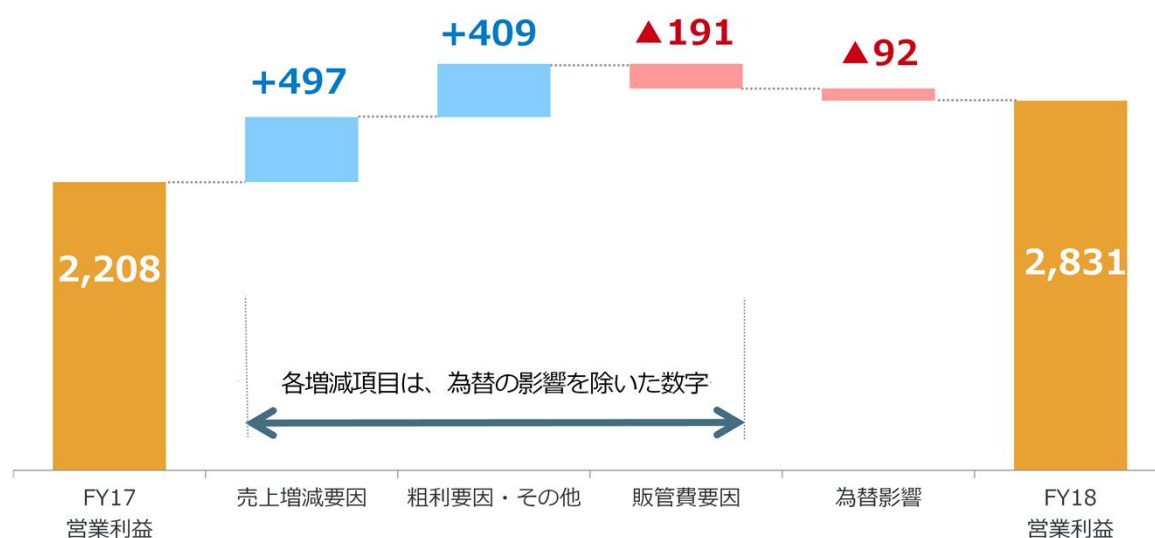
|                | FY2018        | FY2017        | 増減          | %             |
|----------------|---------------|---------------|-------------|---------------|
| メカトロ売上高        | 13,217        | 12,920        | +297        | 102.3%        |
| サプライ売上高        | 21,443        | 21,138        | +305        | 101.4%        |
| <b>外部売上高 計</b> | <b>34,661</b> | <b>34,058</b> | <b>+602</b> | <b>101.8%</b> |
| 粗利額            | 17,269        | 16,455        | +814        | 105.0%        |
| 粗利率（外売）        | 49.8%         | 48.3%         | +1.5pt      | --            |
| <b>営業利益</b>    | <b>2,831</b>  | <b>2,208</b>  | <b>+623</b> | <b>128.2%</b> |
| 営業利益率          | 8.2%          | 6.5%          | +1.7pt      | --            |



- 日本事業における売上高は、メカトロ・サプライともに順調に推移した
- 粗利率についても、メカトロ・サプライともに向上し、全体では1.5ポイント改善して約8億円の粗利額増加となった
- その結果、営業利益率が1.7ポイント改善して8.2%まで向上させることができた

## 自動認識ソリューション事業（日本） 営業利益前年との比較（上期）

（単位：百万円）



18

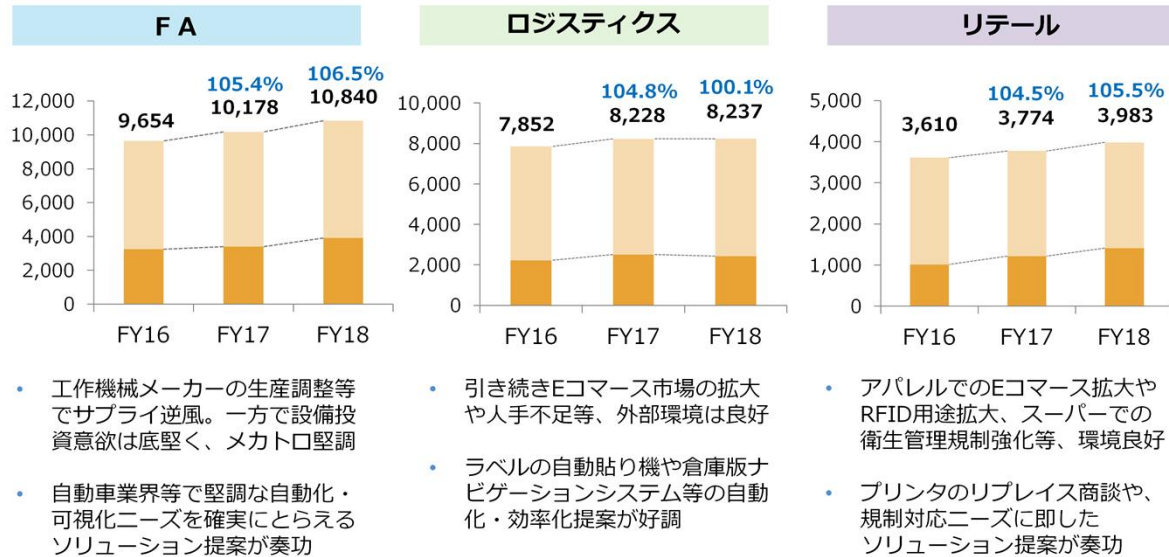
SATO

- 営業利益の前年との比較における売上増減要因のうち、約7割が国内事業の取り組みによるもので、残りが海外販社への輸出による
- 粗利率・その他については、粗利率1.5ポイント改善が寄与した
- 販管費要因は主に人件費の増加による
- 為替影響については、メカトロ商品を海外工場から輸入して海外販社へ輸出しており、それをネットした結果92百万円のマイナスとなった

## 自動認識ソリューション事業（日本） 市場別売上高推移（上期）（1）

（単位：百万円）

■：メカトロ ■：サプライ ※数字は売上高計、％は前年比



19

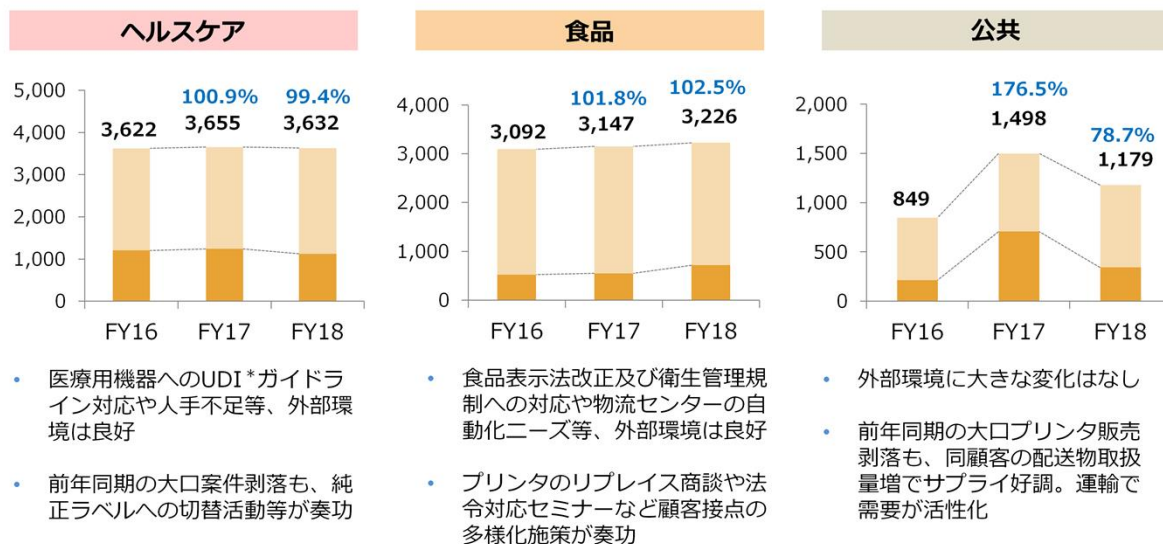
SATO

- FAはメカトロ・サプライともに順調に伸長し、特に自動車業界が好調に推移した。同業界では電装化が進み、ロット単位のトレース管理から単品管理へと移行している。これにより製造工程におけるソリューション商談が増加した
- ロジスティクスでは、メカトロは前年同期に特需があったことより減収となった。Eコマースの拡大や人手不足を受けてソリューション商談が増加し、その結果1件当たりの商談規模が大型化している
- ロジスティクスのサプライについては、天災の影響で9月は前年と比較すると約96%の着地だった
- リテールにおいては、メカトロが約16%伸長した。これはコンビニエンスストア業界で受注が増えたことや、主にアパレルのお客さまにおいてEコマースの増大を背景とした物流センターの拡充が影響した。リテールにおいてもソリューション商談が増加している

## 自動認識ソリューション事業（日本） 市場別売上高推移（上期）（2）

（単位：百万円）

■：メカトロ ■：サプライ ※数字は売上高計、%は前年比



\*Unique Device Identification：主にバーコードで医療機器などを固有に識別・管理すること

20

SATO

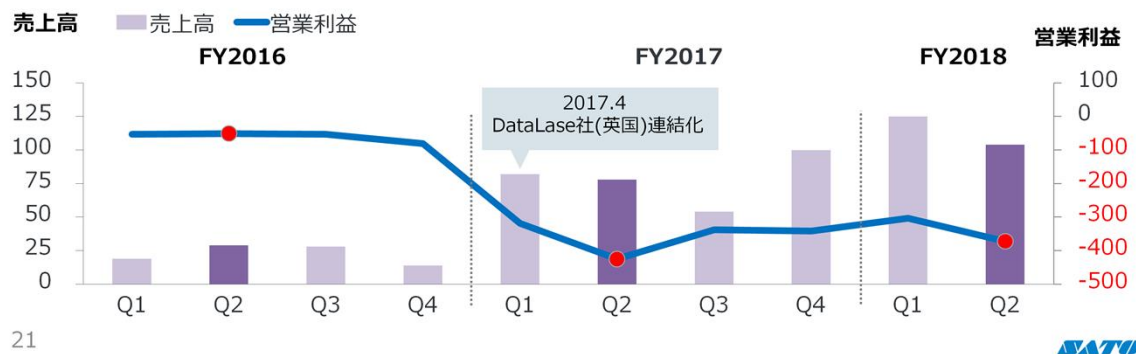
- ヘルスケアにおいてはサプライは堅調だったものの、メカトロは下期偏重の季節性が一層顕著となり、減収となった。下期に期待したい
- ヘルスケアは人手不足や医療の安心・安全への要請の高まりから、さまざまな変化が起きている。医薬品、医療用機器、検体など多様な分野において、1年、2年先の大型案件が進捗している
- 食品については、当期・次期においてプリンタのリプレイス需要を見込んでいる。また市場全体ではHACCPや食品表示法の改正など規制の動向により、食品製造会社や卸、スーパーなどの小売りにおいて対策へのニーズが顕在化している
- その他、従来からのトレーサビリティニーズや主に飲料業界における物流センターの効率化などの案件が業績を後押ししている
- 公共では、前年の特需を除けば増収・増益となる。本業界は小さな案件の積み上げというよりは、2年、3年先の大型案件を着実に収益に結び付けることが重要だ。大型案件のフォローにより力を注いでいる
- 市場横断で言えることは商談のソリューション化が進み、大型化・長期化している。この大型化・長期化が懸念材料だ。案件の中身を見ると当期というよりは次期以降の案件が増えている

## IDP事業（上期）

研究開発がほぼ計画通りに進捗

（単位：百万円）

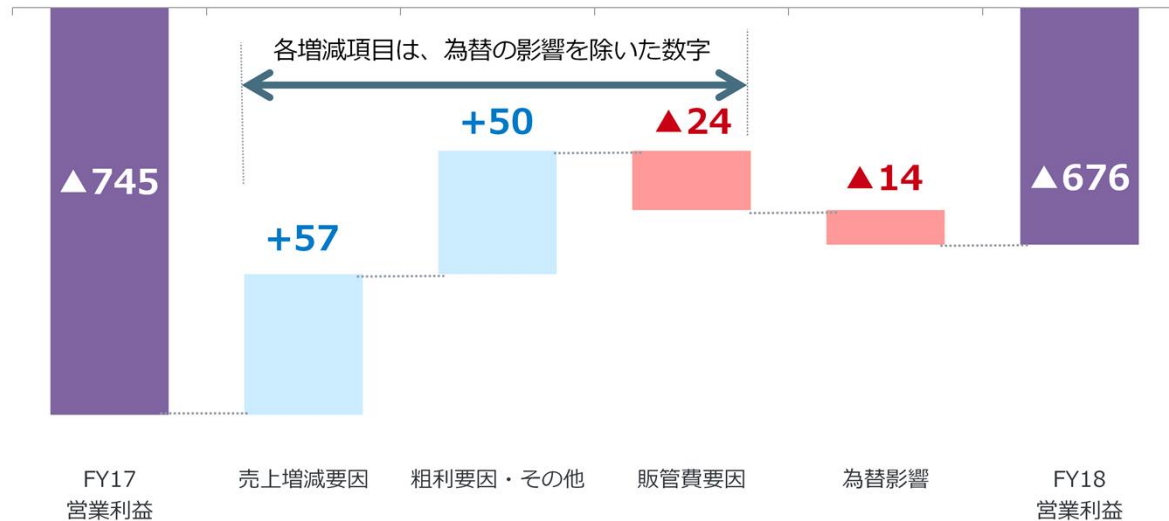
|         | FY2018 | FY2017 | 増減      | %      | 除く為替   |
|---------|--------|--------|---------|--------|--------|
| 売上高     | 230    | 160    | +70     | 143.8% | 141.0% |
| 粗利額     | 231    | 120    | +110    | 191.3% | --     |
| 粗利率（外売） | 100.4% | 75.5%  | +24.9pt | --     | --     |
| 営業利益    | ▲676   | ▲745   | +68     | --     | --     |
| 営業利益率   | --     | --     | --      | --     | --     |



- IDPは既存事業の伸長により増収となった
- 開発案件を精査することで、費用を効率的に執行できた。研究開発自体は計画通りに進んでいることをあらためて申し上げたい
- 粗利率が100.4%となっているが、これは前期に在庫として計上すべきものを売上原価として計上し、当期Q1にその分の売上高を原価ゼロで計上したことによるもの。Q2より正常化している

## IDP事業 営業利益前年との比較（上期）

（単位：百万円）



22

**SATO**

- 営業利益の前年との比較内容は、資料の通り
- IDP事業では、本事業の中核を担うDataLase社に11月中旬よりレーザーと素材（化学）について深い知見を有する日本人を会長職として配置した。これにより経営や開発進捗の管理、本社との関係性を一層強化する

## 2018年度連結業績計画

(単位：百万円)

|                     | 上期     |           | 下期     |        | 通期                   |        |
|---------------------|--------|-----------|--------|--------|----------------------|--------|
|                     | 実績     | 前年比       | 計画     | 前年比    | 計画<br>( )内は期初計画      | 前年比    |
| <b>売上高</b>          | 56,489 | 103.0%    | 60,510 | 103.3% | 117,000<br>(120,000) | 103.2% |
| <b>営業利益</b>         | 3,343  | 130.8%    | 4,256  | 115.2% | 7,600<br>(7,300)     | 121.6% |
| <b>経常利益</b>         | 3,190  | 134.7%    | 4,209  | 119.6% | 7,400<br>(7,100)     | 125.7% |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 1,919  | 79.6%     | 2,380  | 143.2% | 4,300<br>(4,100)     | 105.5% |
| <参考>                |        |           |        |        |                      |        |
| <b>EBITDA</b> ※     | 11,814 | ←2017年度通期 |        |        | 13,300<br>(13,000)   | 112.6% |

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

FY18 想定レート

: 110円/USD, 130円/EUR

FY18 上期為替レート (期中平均) : 110.26円/USD, 129.78円/EUR

FY17 通期為替レート (期中平均) : 110.85円/USD, 129.65円/EUR

23

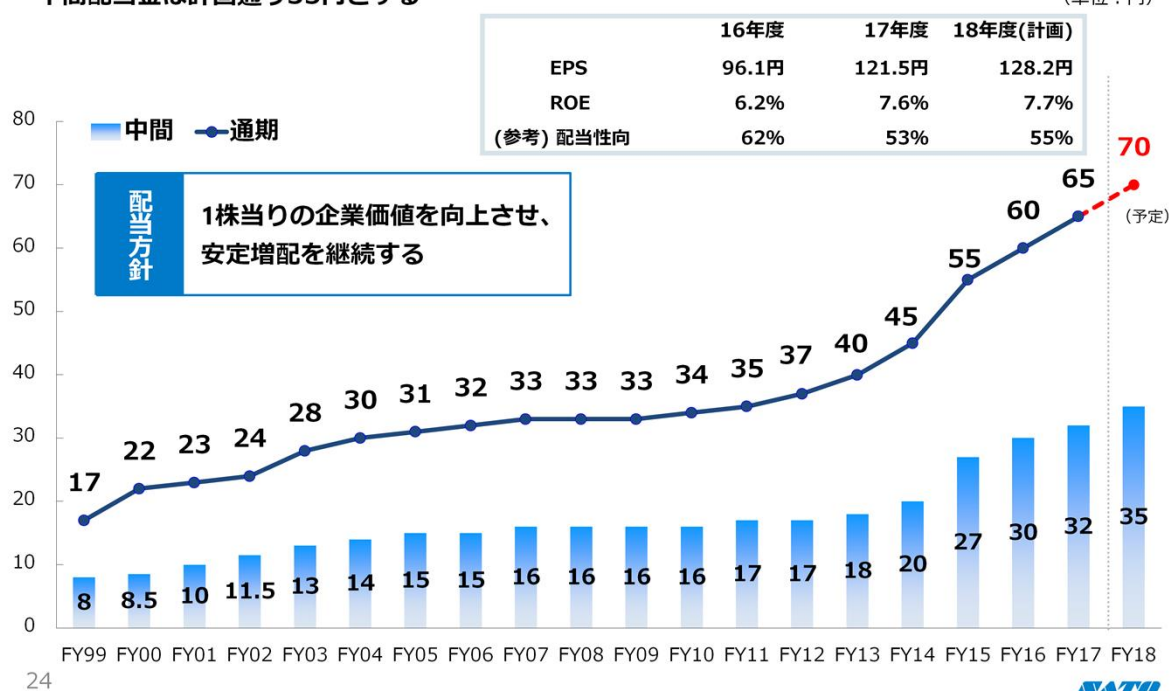
**SATO**

- 当上期の進捗を受けて、通期連結計画を修正した
- 売上高は1,200億円から1,170億円へと30億円下方修正した。営業利益は73億円から76億円へと3億円上方修正した。経常利益・当期純利益については資料の通り
- 売上高については国内は据え置き。海外は主に為替影響として約16億円を見込み、その他ベース事業における案件精査を行った結果、米州を中心に見直しを行った
- 営業利益は、国内では当期よりグループ会社の統合など体制を新たにし、研究開発についてもこれまで以上に戦略的に進めることとしたため、下期にその費用を積み増した
- 売上高はもちろんのこと、営業利益においても当期に76億円を達成できれば2014年度に計上した約74億円を上回って過去最高を更新することとなる

## 配当について

中間配当金は計画通り35円とする

(単位：円)



- 配当に関しては、計画通り中間配当を一株当たり35円とし、年間では70円を予定している
- 当期は新たな体制となり、新しい経営方針や中期経営計画の浸透、いわゆる「ベクトルを合わせる活動」に注力してきた。私自ら、海外の全販社を回っている。これには、(1)社員の一体感を醸成して連携させ、戦力を最大化して成果につなげること、(2)販社ごとの成長戦略・施策に対して、課題認識をしっかりとらせてスピード感ある打ち手を実行させること、という2つの目的がある
- 今まで以上にしっかりとした成長の基盤固めを通して、社員のマインドセットが着実に変化しつつあることを実感している

# Appendix

用語集

P.26～P.29

## 用語集 (1/4)

| サトー独自のコンセプト/取組 |                                                      | 説明※                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1              | 自動認識ソリューション事業                                        | DCS & Labeling+Oneを展開。具体的には、お客さまの現場課題に基づいて自社で開発・製造したバーコードプリンタやラベル、自社で設計したソフトウェアやサービス、外部パートナーからの仕入れ商品などを組み合わせて提供。現場で人やモノに情報をタギングして情物一致を実現。<br>本事業は海外と日本に区分され、海外はベース事業とプライマリー事業から構成される。                                                                                          |
| 2              | 自動認識ソリューション事業<br>海外：ベース事業<br>プライマリー事業                | 自動認識ソリューション事業の海外は、「ベース事業」（現場で可変情報をタギングするビジネス）と、「プライマリー事業」（商品ラベルなどの固定情報ラベルを扱うビジネス）から構成される。<br>プライマリー事業はAchernar（アルゼンチン）、Prakolar（ブラジル）、Okil（ロシア）、X-Pack（ロシア）の4社からなる。                                                                                                            |
| 3              | IDP事業                                                | IDPに関わる開発・製造・販売。2017年度に他事業を含めて「素材事業」として新設したが、2018年度からはIDPへの注力を明確化するため「IDP事業」と改称。                                                                                                                                                                                               |
| 4              | タギング                                                 | 人やモノにIDなどの情報をひも付ける物理的な作業。豊富な「現場力」に裏付けられた自動認識ソリューションの実践的ノウハウを活用し、個々に異なるお客さまの現場で、多様な人やモノに情報をひも付ける。                                                                                                                                                                               |
| 5              | DCS & Labeling+One<br>(DCS: Data Collection Systems) | バーコードやRFIDなどの自動認識技術とバーコードプリンタやラベルなどの商品・サービスを活用して、さまざまな現場にある人やモノの情報（＝Data）を正確かつ効率的に収集（＝Collection）する仕組み（＝Systems）と、情報を最適な形でひも付けるタギング（含むLabeling）を提供するサトーグループのビジネスモデル。<br>お客さまニーズの高度化を受けて、オープンなイノベーションやパートナーシップを活用し、本ビジネスモデルに音声認識や位置測位技術などの「+One」を組み合わせてお客さま価値をさらに向上させる取り組みを推進中。 |
| 6              | 情物一致                                                 | 現物と情報を一致させること。商品に価格という情報をタギングするハンドラベラーの時代から続くサトーグループの事業コンセプト。                                                                                                                                                                                                                  |
| 7              | 現場力                                                  | 自らお客さまの現場へ赴き、運用を理解し、課題の本質を捉えて最適な解決策を提供する力。                                                                                                                                                                                                                                     |

※下線付き用語は別途説明項目あり

## 用語集 (2/4)

| サトー独自のコンセプト/取組 (続き) |                               | 説明                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 8                   | 三行提報                          | 社員が現場でキャッチした、会社を良くするための情報やアイデアを三行（約127文字）にまとめて、毎日経営トップに直接提出するサトー独自の取組み。経営トップはいち早く社内外の環境変化を把握し、迅速な意思決定や必要な施策を講じることができることに加え、社員が経営者と同じ目線で物事を考える「全員参画の経営」を実現。また役職や勤続年数に関係なく全社員が提言できることから、不正や不適切な行為などを防ぐモニタリングとしての役割も担っており、コーポレートガバナンスの面においても効果を発揮。<br>1976年から始まり、近年は海外拠点の導入も増えている。 |
| 商品・サービス名・技術         |                               | 説明                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 1                   | メカトロ商品                        | バーコードプリンタやラベル自動貼付機器、スキャナ、ハンドラベラーなどのハードウェア、ソフトウェア、保守サポートなどサプライ商品以外のすべて。粗利率は <u>サプライ商品</u> よりも高い。プリンタの製造はマレーシア、ベトナムおよび台湾で行っている。                                                                                                                                                   |
| 2                   | サプライ商品                        | ラベル、タグ、プライマリーラベル（商品シール）、リボンなどの消耗品。粗利率は <u>メカトロ商品</u> よりも低いが、リピートビジネスのため販売管理費は小さい。進出国の多くに製造拠点がある。                                                                                                                                                                                |
| 3                   | 自動認識ソリューション                   | 自動認識技術を用いて情物一致を実現するための商品・サービスの提供。具体的にはバーコードプリンタ、ラベル、ソフトウェア、保守サポートなどの組み合わせ。加えて、近年は複雑化・多様化するお客さまニーズに応えるために自前主義にこだわらず、オープン・パートナーシップを促進することにより情物一致を実現する。例えば自動認識技術と位置測位技術を掛け合わせて人・モノの位置情報を取得し、作業者や在庫の動きをリアルタイム捕捉することで工数・作業時間の見える化や製造工程進捗管理を実現するなど。                                   |
| 4                   | CLNXシリーズ                      | 2014年（日本は2015年）発売のグローバルモデルプリンタ。「現場を止めない」をコンセプトに高い堅牢性、誰もが簡単に使える操作性、業界初のIoTを用いた保守サポート「 <u>SOS</u> （SATO Online Services）」を備える。                                                                                                                                                    |
| 5                   | SOS<br>(SATO Online Services) | お客さまのプリンタをクラウドに接続してモニタリングを行うサービス。これにより予防保守やエラー時の早期復旧が可能となる。またお客さまはプリンタの稼働・活用状況を一覧でき、資産管理が容易となる。<br>一方サトーにとっては、予防保守の実現による保守人員の労働生産性向上や、保守人員が少ない海外におけるサポート向上が期待できる。                                                                                                               |

## 用語集 (3/4)

| 商品・サービス名・技術 (続き) |                                         | 説明                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6                | AEP (Application Enabled Printing)      | プリンタにラベル発行プログラムをインストールすることにより、PCレスで発行を実現。プリンタ単体での上位システムとの連携が可能。                                                                                                                                                                                                                              |
| 7                | API (Application Programming Interface) | 異なるアプリケーションが相互に情報をやり取りして連携するための仕組み。APIを通じて他のアプリケーションと連携することで、色々な機能を簡単に作ることが可能となる。                                                                                                                                                                                                            |
| 8                | 可変情報ラベル                                 | バーコードや商品価格、製造年月日、消費期限など、お客さまの現場で必要に応じて変化させる情報を印字する用途のラベル。必要な時に必要な分だけ発行できる点が、固定情報を一度に大量印刷するプライマリーラベル（商品シールなど）との大きな相違点。                                                                                                                                                                        |
| 9                | RFID (Radio Frequency Identification)   | 自動認識技術の一つ。電波を利用してデータの読み書きを行い、①複数一括読み取り、②非接触での読み取り、③遮蔽物や汚損があっても可能なデータの読み取り、④情報の書き換え、といったバーコードには無い特性を持つ。これにより、業務効率の飛躍的な向上が実現できる。                                                                                                                                                               |
| 10               | IDP (Inline Digital Printing)           | 感熱顔料を含む塗料をさまざまな基材に塗布し、レーザー照射による発色でダイレクト印字ができる革新的印刷技術。印字に際してインキやラベルが不要なため、貼り付けや在庫管理業務、廃棄物を削減すると共に機器のメンテナンス作業負担を軽減。コストダウンと生産性向上、環境負荷低減を実現。また可変情報を製造工程の最終段階で印字できることから、パーソナライズされた情報を最短のリードタイムで商品やパッケージに反映して消費者に伝達できるため、マーケティング用途にも適用可能。マーケティング効果を一段と高めるマルチカラー技術は、2021年度の商業化を目指してXeroxグループなどと開発中。 |

## 用語集 (4/4)

| 2012年以降買収した主な会社 |                                            | 説明                                                                                                                                               |
|-----------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1               | Argox Information Co., Ltd. (台湾)           | 2012年に買収したエントリーモデルのプリンタの開発・製造・販売子会社。                                                                                                             |
| 2               | Achernar S.A. (アルゼンチン)                     | 2012年に買収したプライマリー専門子会社。                                                                                                                           |
| 3               | Magellan Technology Pty Ltd. (オーストラリア)     | 大量のRFIDタグを高速かつ正確に読み取ることができ、金属や液体の影響、および積層状態での重ね読みに強いなどの独自性の高いRFID技術「PJM(Phase Jitter Modulation)」を含む同社の事業の譲渡を2013年に受け、SATO Vicinity Pty Ltd.を設立。 |
| 4               | Okil-Holding, JSC (ロシア)                    | 2014年に買収したプライマリー専門子会社。取得株式75%。                                                                                                                   |
| 5               | Prakolar Rótulos Autoadesivos LTDA. (ブラジル) | 2015年に買収したプライマリー専門子会社。                                                                                                                           |
| 6               | DataLase Ltd. (英国)                         | 2017年に完全子会社化したインライン・デジタル・プリンティング事業を推進する開発・製造・販売子会社。                                                                                              |



【本資料ご利用にあたっての注意事項】

- ・本資料に記載の内容は全て2018年11月現在の情報をもとに作成したものです。
- ・本資料に記載の内容は予告なく変更することがあります。
- ・本資料で使用される商標、ロゴ、商号に関する権利は、当社またはそれぞれの権利の所有者に帰属します。
- ・本資料の内容に関する一切の権利につきましては当社に帰属し、本資料の全部または一部を当社の文書による事前の承諾なしに転載または複製することを固くお断り致します。