

2019年3月期決算説明会 質疑応答の主な内容

1. ソリューションプロバイダーとしての戦略的なパートナーシップから何らかの具体的な成果が出ているのか
 - サトーが自社の製品を売り込み、購入してもらう関係から、サトーの製品・ソリューションの価値を認めてもらい、パートナーシップを結ぶアプローチをサトーがされるようになったことが以前との大きな違いであり、成果である。海外では提携事例があり、国内でもパートナーとソリューションを組み合わせる取組みが進んでいる
 - 家具メーカーのRFID導入事例でお客さまから評価されたポイントは、真の現場のニーズを理解して提案できたこと。タギングのビジネスモデルは付加価値が高い。既存のソリューションパッケージを画一的に提案する競合との差別化は、サトーが現場起点の改善ソリューション提供できることにある

2. ソリューションに傾注すると利益確保が難しくなると以前説明があったが、今はどう考えているか
 - 各パートナーがサトーのソリューションやキラーコンテンツを組み合わせることで、販売数量の規模や選択肢は掛け算式に増やせる
 - 課金サービスへ舵をきると、確かに売上高の伸長スピード鈍くなる
 - しかしパートナー経由で販売量を増やせるので、粗利率の低下は危惧していない
 - ソリューションビジネスの売上は、中計期間中に20億円から50億円規模への伸長を目指す

3. 19年度もOkil社の売上高は伸長するのか
 - Okil社はプライマリーラベルに加えて、食品・消費財向けの軟包装分野へ投資し、伸長させている。為替影響などの不確定要素はあるが、事業としては確実に成長していく見込みである

4. 南米情勢のリスクをどのように考えるか
 - 大きな成長は期待できないが、内需のビジネスはまだ取扱いが小さいので伸長すると考えている

5. 米中関係悪化の影響は
 - 国内の電子部品業界向けのサプライは影響が出始めている。しかし他の製造業向けのビジネスが伸長しているため、スピードを遅延させるまでの影響は出ていない

- 海外については、中国の販社や中国を主戦場に行っている Argox は多少の影響を受けており、状況を見ながら打ち手を変える

6. アメリカのグループ会社はなぜ清算したのか

- アパレルに特化したソリューションサービスを開発する会社だったが、キラーコンテンツが不足していた。上位の SIer が開発するソリューションとの差別化が図れず、事業継続を断念した

(以上)