2022年 8月 5日（金）

サトーホールディングス株式会社

2023年3月期 第1四半期 決算説明資料

証券コード：6287

FY22-Q1実績

FY22の
見通し・取り組み

FY22-Q1実績

FY22の
見通し・取り組み

決算ハイライト（前年同期比）

【連結】

増収・減益

【自動認識ソリューション事業　海外】

増収・減益

●ベース事業：旺盛な需要の継続や価格改定効果で、売上は堅調に推移して増収。
主にプリンタの製造コストやラベルの原材料価格の上昇で減益

●プライマリー専業：生活インフラ業界向けが堅調なことや、価格改定の進展で増収。
ラベルの原材料価格の上昇などにより減益

【自動認識ソリューション事業　日本】

売上は横ばい、減益

売上は価格改定効果も相まってサプライが好調も、メカトロが低調に推移して横ばい。
海外事業と同様のコスト増や商品ミックス悪化、研究開発費の増加により減益

事業セグメント別売上高及び営業利益

（単位：百万円）

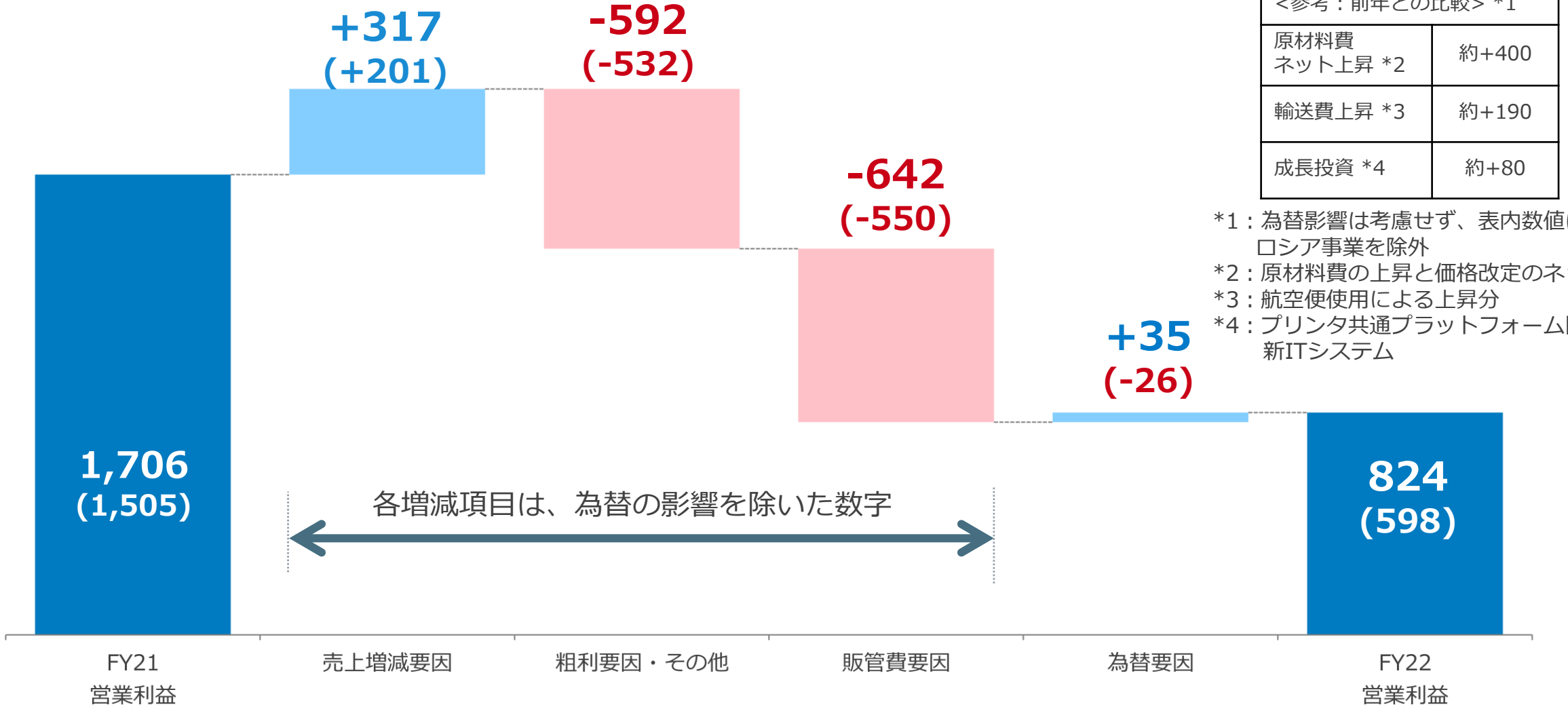
※表内下段の（）内数値：ロシア事業を除外

		FY2022	FY2021	前年比	除く為替
自動認識ソリューション事業	売上高	33,686 (29,818)	30,177 (27,920)	+11.6% (+6.8%)	+3.5% (+1.8%)
	営業利益	910 (684)	1,760 (1,559)	-48.3% (-56.1%)	-50.3% (-54.4%)
海外	売上高	16,394 (12,527)	12,929 (10,672)	+26.8% (+17.4%)	+7.9% (+4.4%)
	営業利益	919 (693)	1,175 (974)	-21.8% (-28.8%)	-31.4% (-34.1%)
日本	売上高	17,291	17,248	+0.2%	+0.2%
	営業利益	-8	585	-	-88.2%
連結（消去後）	売上高	33,686 (29,818)	30,177 (27,920)	+11.6% (+6.8%)	+3.5% (+1.8%)
	営業利益	824 (598)	1,706 (1,505)	-51.7% (-60.2%)	-53.7% (-58.4%)

営業利益 前年との比較

P.17記載の「計上区分の変更」は考慮せず

（単位：百万円）



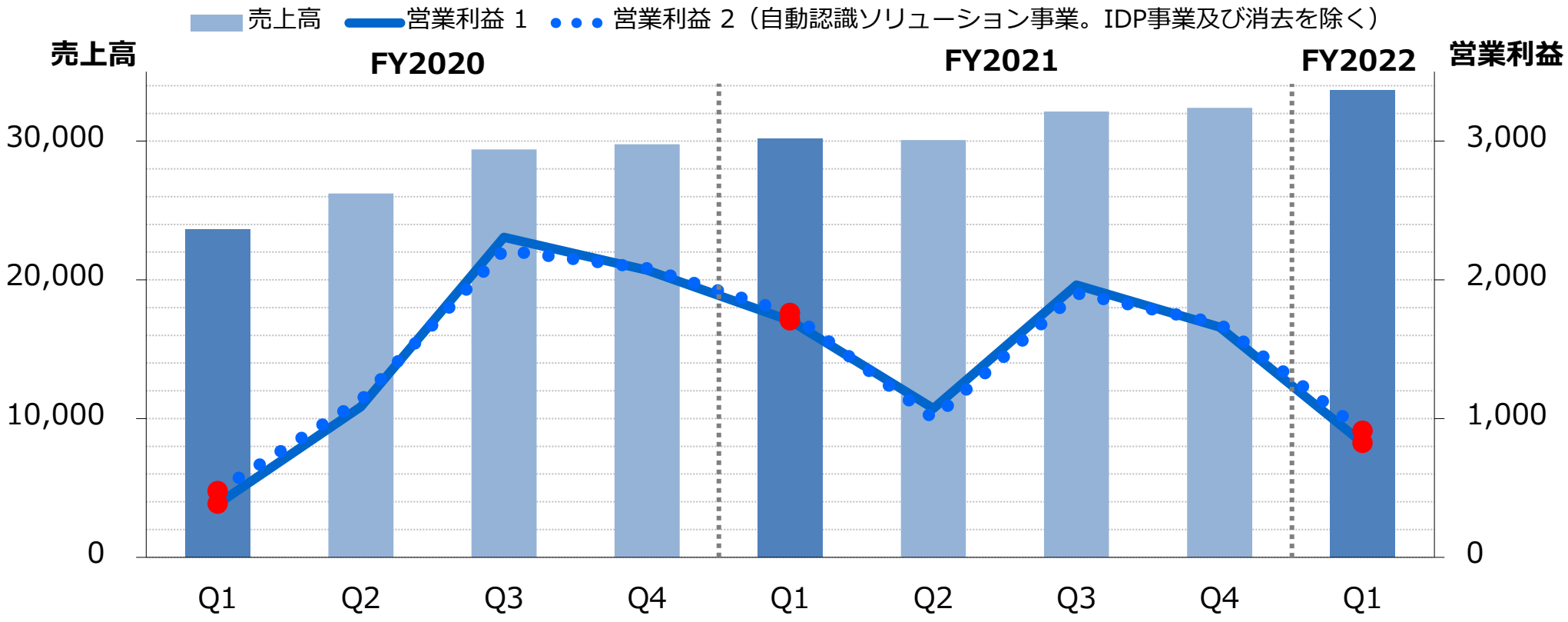
<参考：前年との比較> *1	
原材料費 ネット上昇 *2	約+400
輸送費上昇 *3	約+190
成長投資 *4	約+80

*1：為替影響は考慮せず、表内数値はロシア事業を除外
*2：原材料費の上昇と価格改定のネット
*3：航空便使用による上昇分
*4：プリンタ共通プラットフォーム開発、新ITシステム

※グラフの（）内数値：ロシア事業を除外

売上高・営業利益 推移

（単位：百万円）



売上高	23,651	26,221	29,398	29,781	30,177	30,084	32,126	32,395	33,686
前年比	-16.9%	-10.8%	-1.8%	+4.2%	+27.6%	+14.7%	+9.3%	+8.8%	+11.6%
営業利益 1	385	1,084	2,307	2,069	1,706	1,073	1,963	1,660	824
前年比	-74.5%	-46.5%	+9.7%	+14.0%	4.4倍	-1.0%	-14.9%	-19.8%	-51.7%
営業利益 2	476	1,132	2,213	2,083	1,760	1,001	1,903	1,685	910
前年比	-74.6%	-52.0%	-10.4%	+1.8%	3.7倍	-11.5%	-14.0%	-19.5%	-48.3%

業績

（単位：百万円）

	FY2022	FY2021	増減	前年比
売 上 高	33,686 (29,818)	30,177 (27,920)	+3,508 (+1,897)	+11.6% (+6.8%)
営業利益	824 (598)	1,706 (1,505)	-881 (-906)	-51.7% (-60.2%)
営業利益率	2.4% (2.0%)	5.7% (5.4%)	-3.2pt (-3.4pt)	- -
経常利益	2,049 (752)	1,644 (1,382)	+405 (-630)	+24.6% (-45.6%)
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,195 (452)	1,085 (916)	+109 (-463)	+10.1% (-50.6%)
実効税率	25.4%	28.6%	-3.1pt	-
EBITDA※	2,125 (1,707)	2,798 (2,488)	-672 (-780)	-24.0% (-31.4%)

FY22 Q1 為替レート（期中平均）：129.72円/USD, 138.25円/EUR　（FY21 1Q 同為替レート：109.51円/USD, 131.93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+383百万円、営業利益+3百万円（FY22通期ベース）

※　EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋のれん償却費
　　・減価償却　　FY22 Q1：　1,224百万円　(1,032百万円)　　FY21 Q1：　1,033百万円　(924百万円)
　　・のれん償却　FY22 Q1：　　76百万円　　(76百万円)　　FY21 Q1：　　58百万円　(58百万円)

※表内下段の（）内数値：ロシア事業を除外

総括

旺盛な需要を確実に捉えたことや価格改定活動が進捗し、全地域で増収。
プリンタの製造コストやラベルの原材料価格の上昇、人件費の増加などにより減益

（単位：百万円）

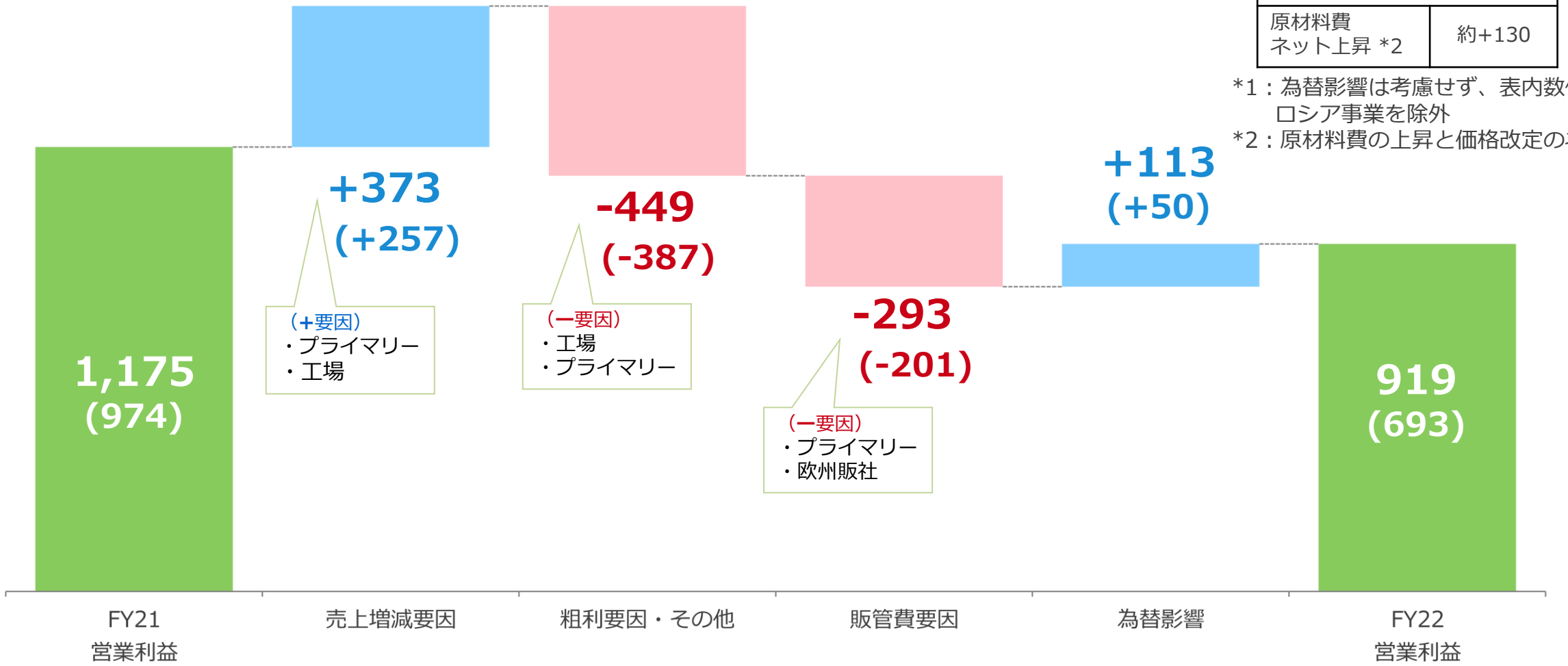
	FY2022	FY2021	増減		
				前年比	除く為替
売上高	**16,394** **(12,527)**	**12,929** **(10,672)**	**+3,465** **(+1,854)**	**+26.8%** **(+17.4%)**	**+7.9%** **(+4.4%)**
粗利額	5,275 (4,533)	4,693 (4,210)	+581 (+322)	+12.4% **(+7.7%)**	- -
粗利率（外売）	32.2% (36.2%)	36.3% (39.5%)	-4.1pt (-3.3pt)	- -	- -
営業利益	**919** **(693)**	**1,175** **(974)**	**-256** **(-281)**	**-21.8%** **(-28.8%)**	**-31.4%** **(-34.1%)**
営業利益率	5.6% (5.5%)	9.1% (9.1%)	-3.5pt (-3.6pt)	- -	- -

※表内下段の（）内数値：ロシア事業を除外

営業利益 前年との比較

（単位：百万円）

各増減項目は、為替の影響を除いた数字



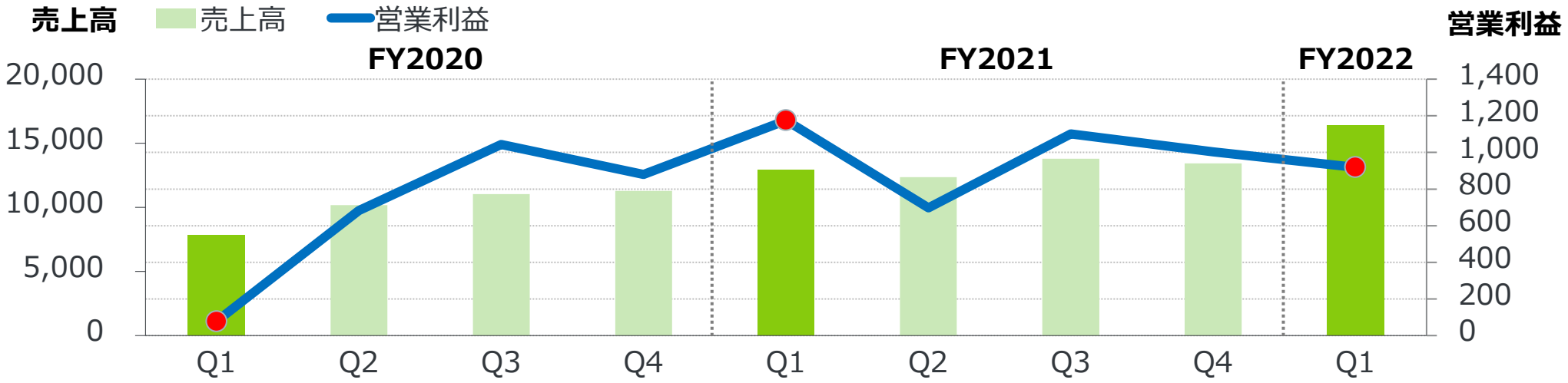
<参考：前年との比較> *1	
原材料費 ネット上昇 *2	約+130

*1：為替影響は考慮せず、表内数値は
ロシア事業を除外
*2：原材料費の上昇と価格改定のネット

※グラフの（）内数値：ロシア事業を除外。吹き出し内の記載は、ロシア事業を含む

売上高・営業利益 推移

（単位：百万円）



売上高	7,844	10,168	11,045	11,290	12,929	12,354	13,788	13,423	16,394
前年比	-27.8%	-5.3%	-0.7%	+13.8%	+64.8%	+21.5%	+24.8%	+18.9%	+26.8%
営業利益	77	683	1,043	880	1,175	698	1,101	1,003	919
前年比	-86.1%	+14.8%	+35.1%	2.5倍	15.1倍	+2.2%	+5.6%	+14.0%	-21.8%

米州

ベース事業：米国のリテール市場を中心とした旺盛な需要の捕捉や、価格改定効果などで増収。
ラベルの原材料価格の高騰や、人件費の上昇などにより減益
プライマリー専業：生活インフラ業界向けは堅調で増収も、原材料価格の上昇などにより減益

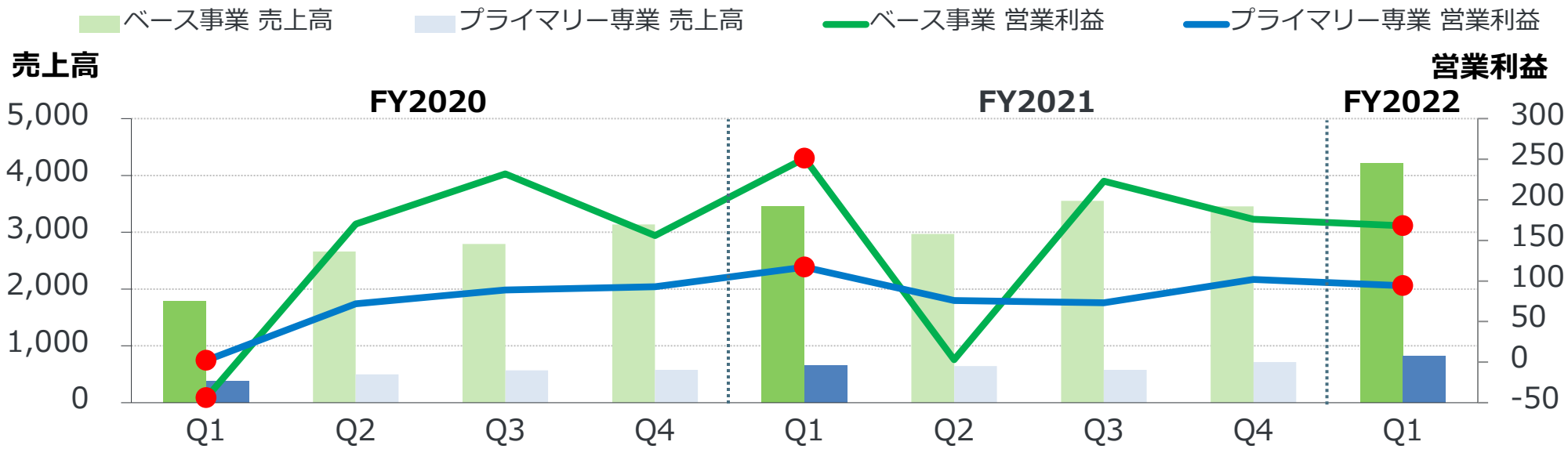
（単位：百万円）

		FY2022	FY2021	増減		
					%	除く為替
ベース事業	売上高	4,214	3,458	+755	+21.8%	+3.2%
	営業利益	168	251	-82	-32.9%	-42.8%
プライマリー専業 ・Achernar社 ・Prakolar社	売上高	821	648	+172	+26.6%	+11.3%
	営業利益	94	117	-22	-19.0%	-18.4%
合計	売上高	5,035	4,107	+927	+22.6%	+4.5%
	営業利益	263	368	-104	-28.5%	-35.1%

自動認識ソリューション事業（海外）地域別内訳

米州 売上高・営業利益 推移

（単位：百万円）



		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
ベース	売上高	1,781	2,660	2,794	3,140	3,458	2,970	3,554	3,456	4,214
	前年比	-36.3%	-2.0%	-0.6%	+17.8%	+94.2%	+11.6%	+27.2%	+10.1%	+21.8%
	営業利益	-44	170	232	156	251	3	223	176	168
	前年比	-	+45.6%	+54.8%	3.6倍	-	-97.8%	-3.6%	+13.1%	-32.9%
プライマリー	売上高	378	498	571	576	648	643	576	717	821
	前年比	-34.5%	-15.0%	+14.9%	+7.3%	+71.4%	+29.2%	+0.8%	+24.6%	+26.6%
	営業利益	2	72	89	93	117	76	73	102	94
	前年比	-85.4%	+19.8%	2.3倍	3.4倍	45.9倍	+4.7%	-18.0%	+9.2%	-19.0%

欧州

ベース事業：価格改定に加え、食品スーパーや外食など好調業界に引き続き注力し、増収。
ラベルの原材料価格上昇などがあるも、増収効果により増益
プライマリー専業：ロシアのOkil社における食品・飲料など既存ビジネスの深耕により増収。
原材料価格の上昇や為替影響などを主に売上伸長でカバーして増益

（単位：百万円）

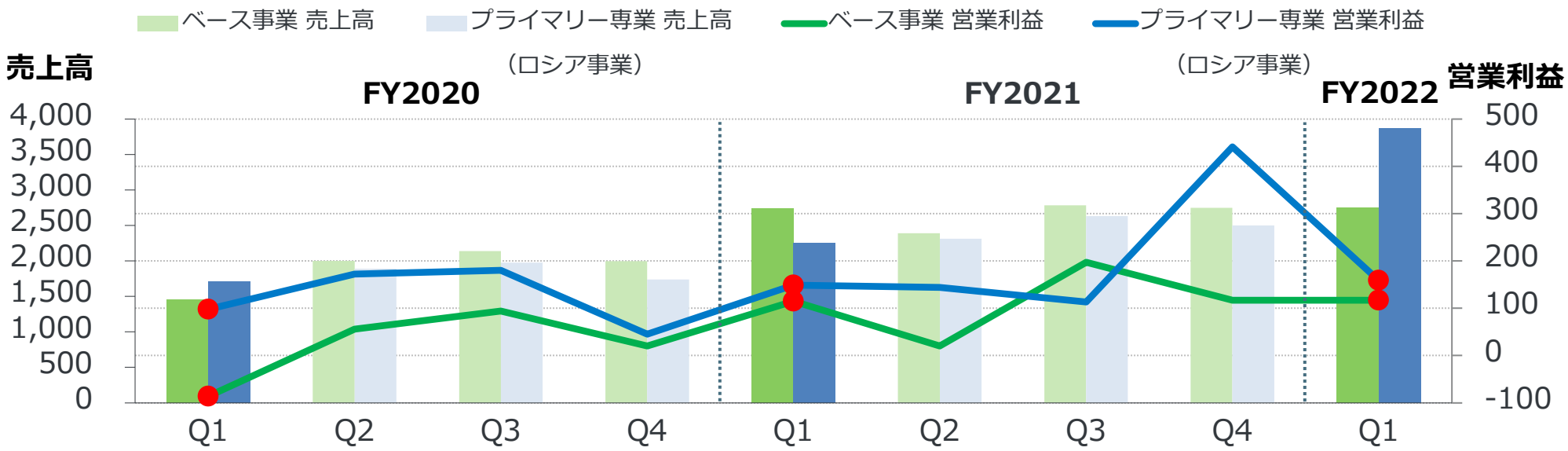
		FY2022	FY2021	増減	%	除く為替
ベース事業	売上高	3,195	2,746	+448	+16.3%	+10.8%
	営業利益	170	115	+54	+46.9%	+42.4%
プライマリー専業 （ロシア事業） ・Okil社 ・X-Pack社	売上高	3,867 (0)	2,256 (0)	+1,610 (0)	+71.4% -	+24.1% -
	営業利益	159 (-66)	149 (-52)	+10 (-14)	+6.8% -	-22.6% -
合計	売上高	7,063 (3,195)	5,003 (2,746)	+2,059 (+448)	+41.2% (+16.3%)	+16.8% (+10.8%)
	営業利益	329 (103)	264 (63)	+64 (+39)	+24.4% (+62.2%)	+5.8% (+82.9%)

※表内下段の（）内数値：ロシア事業を除外

自動認識ソリューション事業（海外）地域別内訳

欧州 売上高・営業利益 推移

（単位：百万円）



ベース	売上高	1,453	2,000	2,137	1,996	2,746	2,391	2,785	2,749	3,195
	前年比	-39.1%	-3.2%	-3.1%	-11.8%	+89.0%	+19.5%	+30.4%	+37.7%	+16.3%
	営業利益	-86	56	94	20	115	20	197	117	170
	前年比	-	2.2倍	+9.6%	-84.2%	-	-63.8%	2.1倍	5.7倍	+46.9%
プライマリー（ロシア事業）	売上高	1,711	1,891	1,974	1,737	2,256	2,311	2,633	2,499	3,867
	前年比	-2.3%	+1.3%	+6.0%	+9.2%	+31.9%	+22.2%	+33.4%	+43.8%	+71.4%
	営業利益	98	172	180	45	149	144	113	441	159
	前年比	-	-	8.0倍	-	+51.8%	-16.3%	-37.5%	9.7倍	+6.8%

アジア・オセアニア

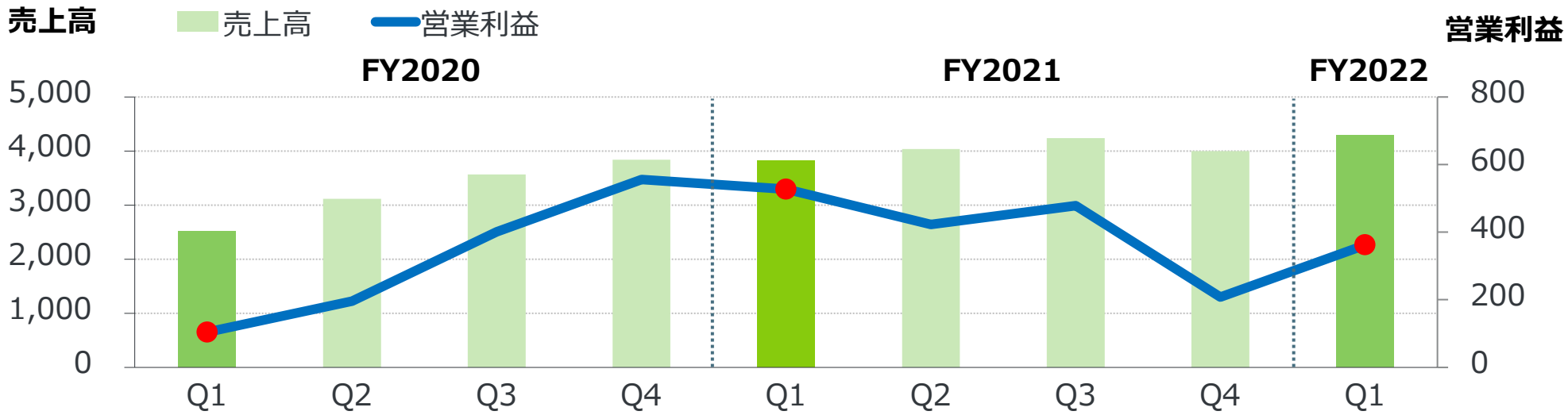
ベース事業：主に中国販社がロックダウンの影響を受けるも、タイやインドの販社や台湾のArgoxがカバーして増収。価格改定効果も寄与。
主にプリンタの製造コストの上昇で工場利益が減少し、減益

（単位：百万円）

		FY2022	FY2021	増減		
					前年比	除く為替
ベース事業	売上高	4,296	3,817	+478	+12.5%	-0.2%
	営業利益	362	527	-164	-31.2%	-38.7%

アジア・オセアニア 売上高・営業利益 推移

（単位：百万円）



ベース	売上高	2,520	3,117	3,567	3,839	3,817	4,037	4,238	4,000	4,296
	前年比	-24.9%	-11.1%	-4.6%	+34.0%	+51.5%	+29.5%	+18.8%	+4.2%	+12.5%
	営業利益	104	196	401	556	527	423	478	208	362
	前年比	-64.5%	-47.6%	-20.5%	3.2倍	5.1倍	2.2倍	+19.2%	-62.6%	-31.2%

総括

マニュファクチャリングやヘルスケアが主にサプライ伸長で好調。また市場横断で価格改定が進展も、ロジやリテールで前年同期のメカトロ大口案件の反動などがあり、売上高は横ばい。
原材料価格の上昇や商品ミックスの悪化、研究開発費や輸送費の増加などで減益

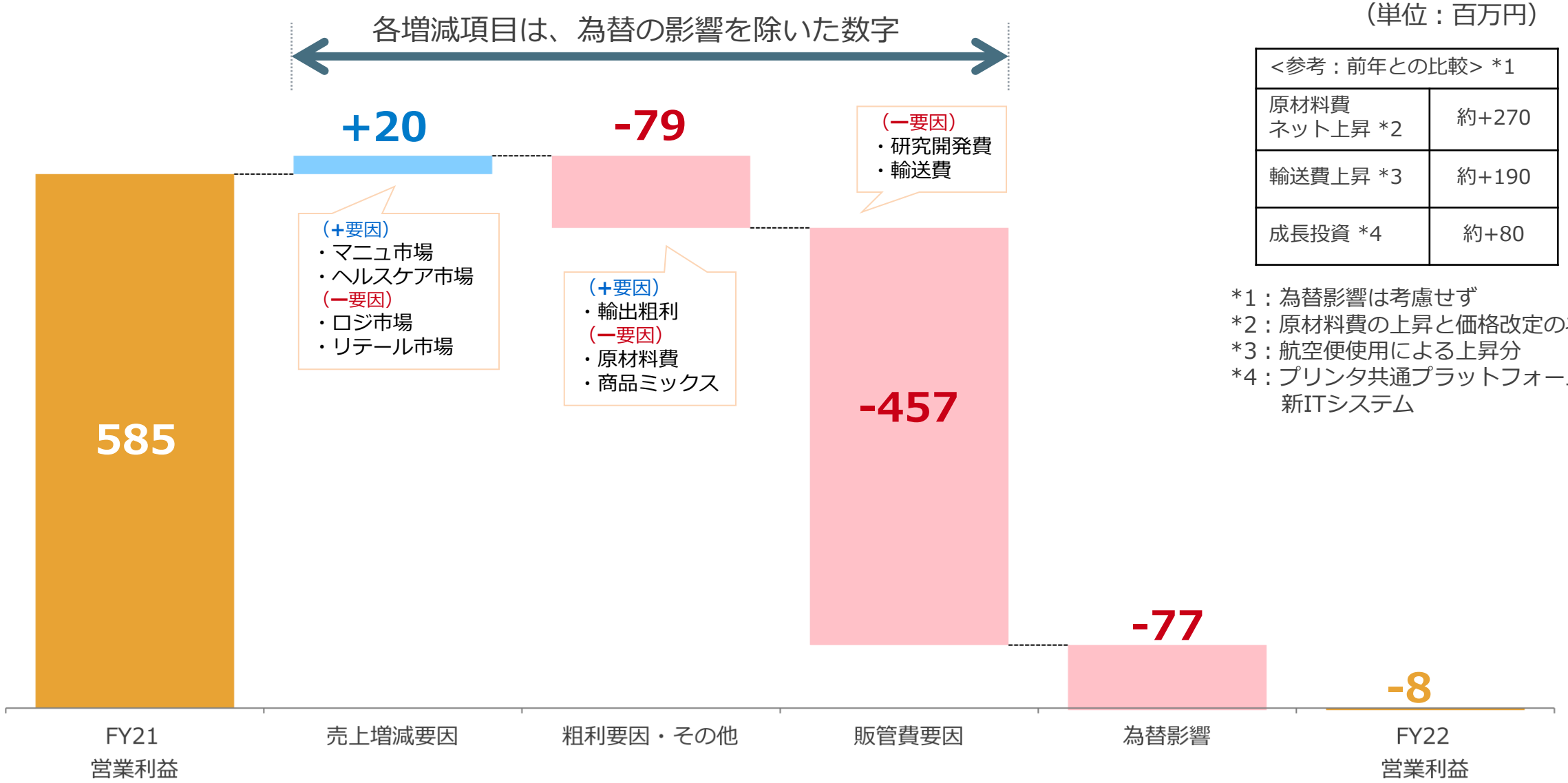
（単位：百万円）

	FY2022	FY2021	増減	前年比
メカトロ売上高	6,501	6,732	-231	-3.4%
サプライ売上高	10,790	10,515	+274	+2.6%
外部売上高 計	**17,291**	**17,248**	**+43**	**+0.2%**
粗利額	7,914	8,246	-331	-4.0%
粗利率（外売）	45.8%	47.8%	-2.0pt	-
営業利益	**-8**	**585**	**-594**	**-**
営業利益率	-	3.4%	-	-

メカトロ：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：消耗品。可変情報ラベル、RFIDタグ、プライマリーラベル（商品シール）、リボンなど
※1：外部売上計はメカトロ、サプライ、その他の合算。FY21-Q4より商品区分を一部見直し
※2：FY2022は、保守に関わる費用を販管費から原価へ計上区分を変更。これにより粗利率は約1.0pt低下

営業利益 前年との比較

P.17記載の「計上区分の変更」は考慮せず



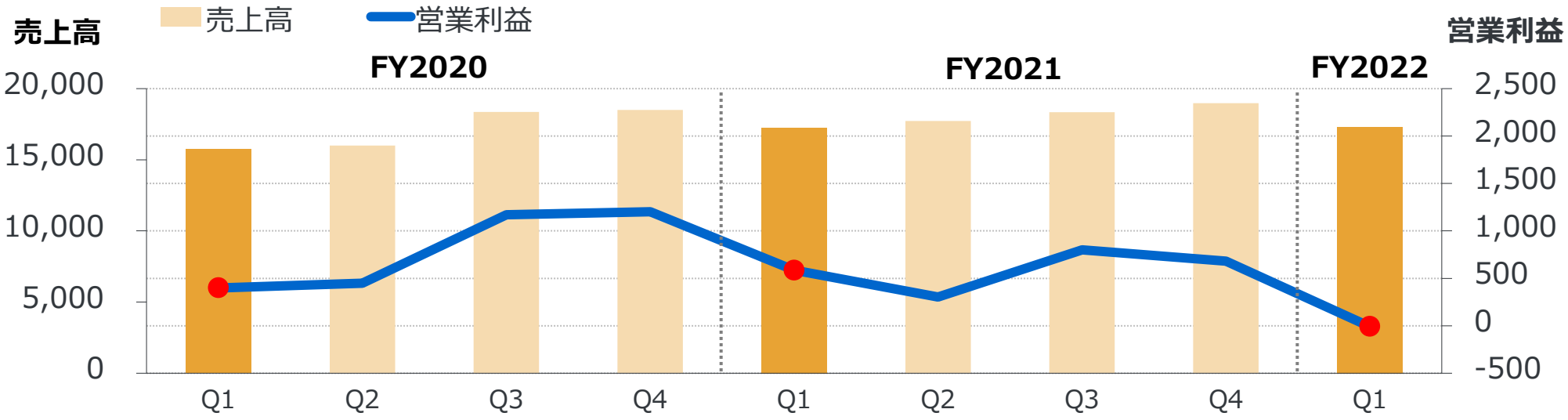
（単位：百万円）

<参考：前年との比較> *1	
原材料費 ネット上昇 *2	約+270
輸送費上昇 *3	約+190
成長投資 *4	約+80

*1：為替影響は考慮せず
*2：原材料費の上昇と価格改定のネット
*3：航空便使用による上昇分
*4：プリンタ共通プラットフォーム開発、新ITシステム

売上高・営業利益 推移

（単位：百万円）



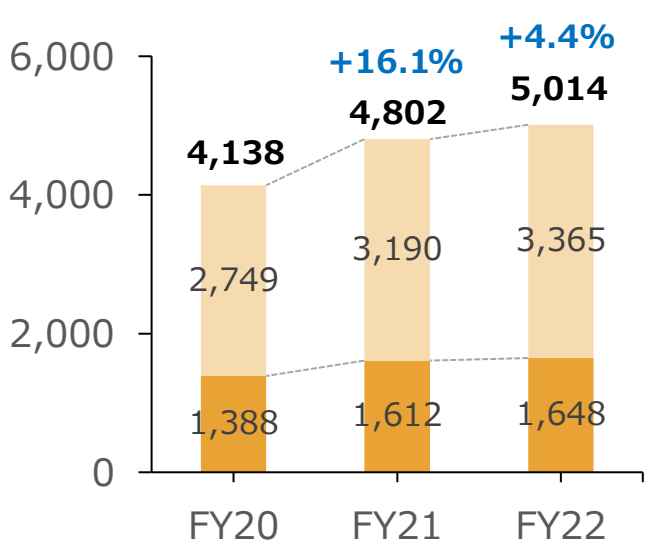
売上高	15,730	15,991	18,352	18,490	17,248	17,729	18,337	18,971	17,291
前年比	-10.1%	-13.9%	-1.9%	-0.5%	+9.6%	+10.9%	-0.1%	+2.6%	+0.2%
営業利益	399	448	1170	1203	585	303	801	682	-8
前年比	-69.7%	-74.6%	-31.1%	-29.1%	+46.7%	-32.4%	-31.5%	-43.3%	-

市場別売上高推移　(1/2)

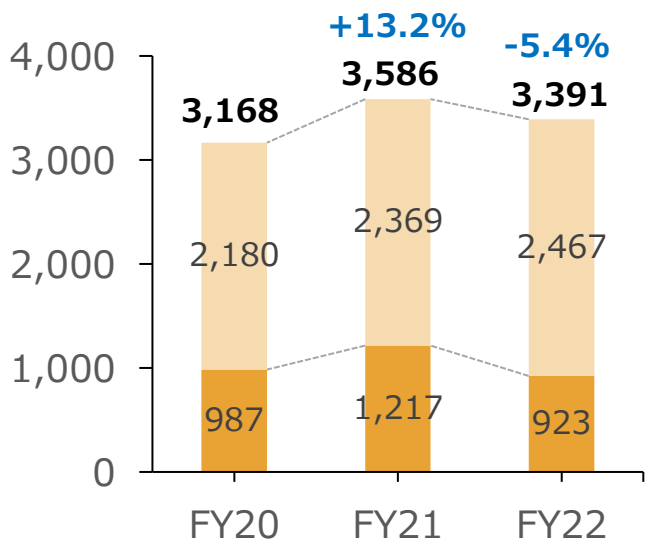
（単位：百万円）

■：メカトロ　■：サプライ　※%は前年同期比

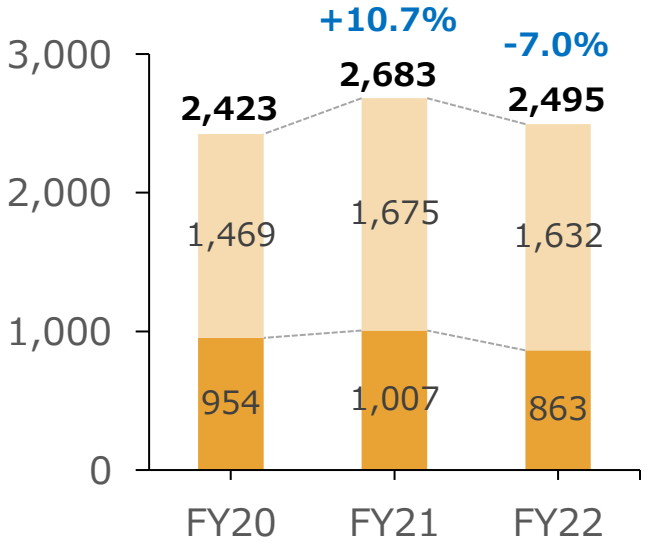
マニュファクチャリング



ロジスティクス



リテール



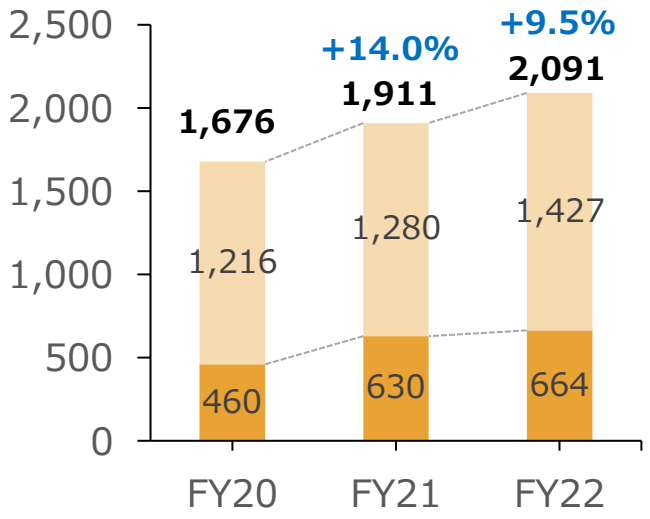
	マニュファクチャリング	ロジスティクス	リテール
事業環境	半導体の需要増から、電子部品や電機は好調が継続。一方、自動車や関連業界は生産活動が停滞	引き続きEC関連活況。人手不足やDX化などへの対応ニーズが各業界で増大	食品スーパーの需要拡大は一服も、DX化や効率化、EC化など必要な投資は継続。EC業界は引き続き活況
当社状況	サプライはほぼすべての業界で伸長。メカトロは人手不足やDX化への対応ニーズを捉えて、自動化やRFID案件が寄与して微増	サプライは卸の回復がけん引して伸長。メカトロは入出荷管理などの用途で自動化やRFIDへの需要が好調も、前年同期の物流と卸の大口案件の反動で減少	サプライはアパレル関連が増加も、食品スーパーの需要一服などで微減。メカトロは人手不足対応などニーズは継続も、前年同期の大口案件の反動で減少

市場別売上高推移　(2/2)

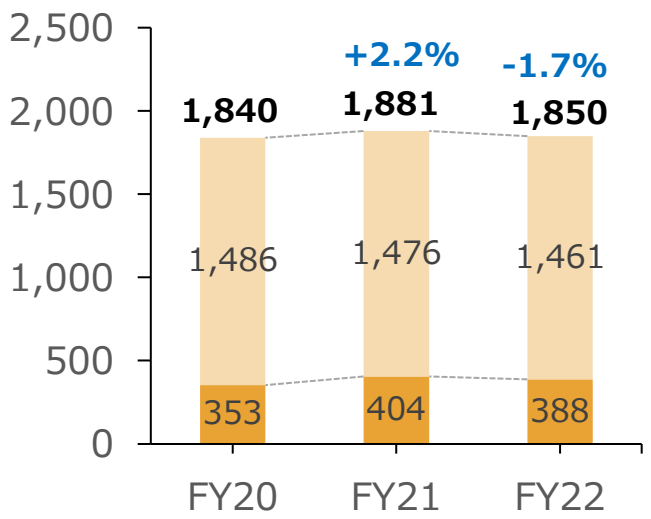
（単位：百万円）

■：メカトロ　■：サプライ　※%は前年同期比

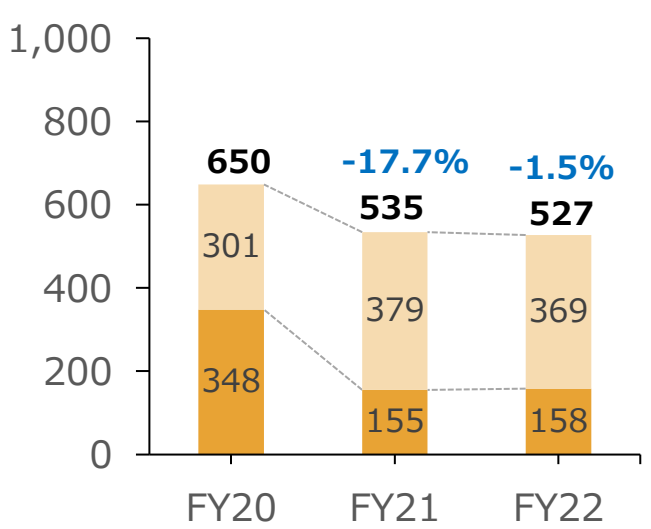
ヘルスケア



フード



公共



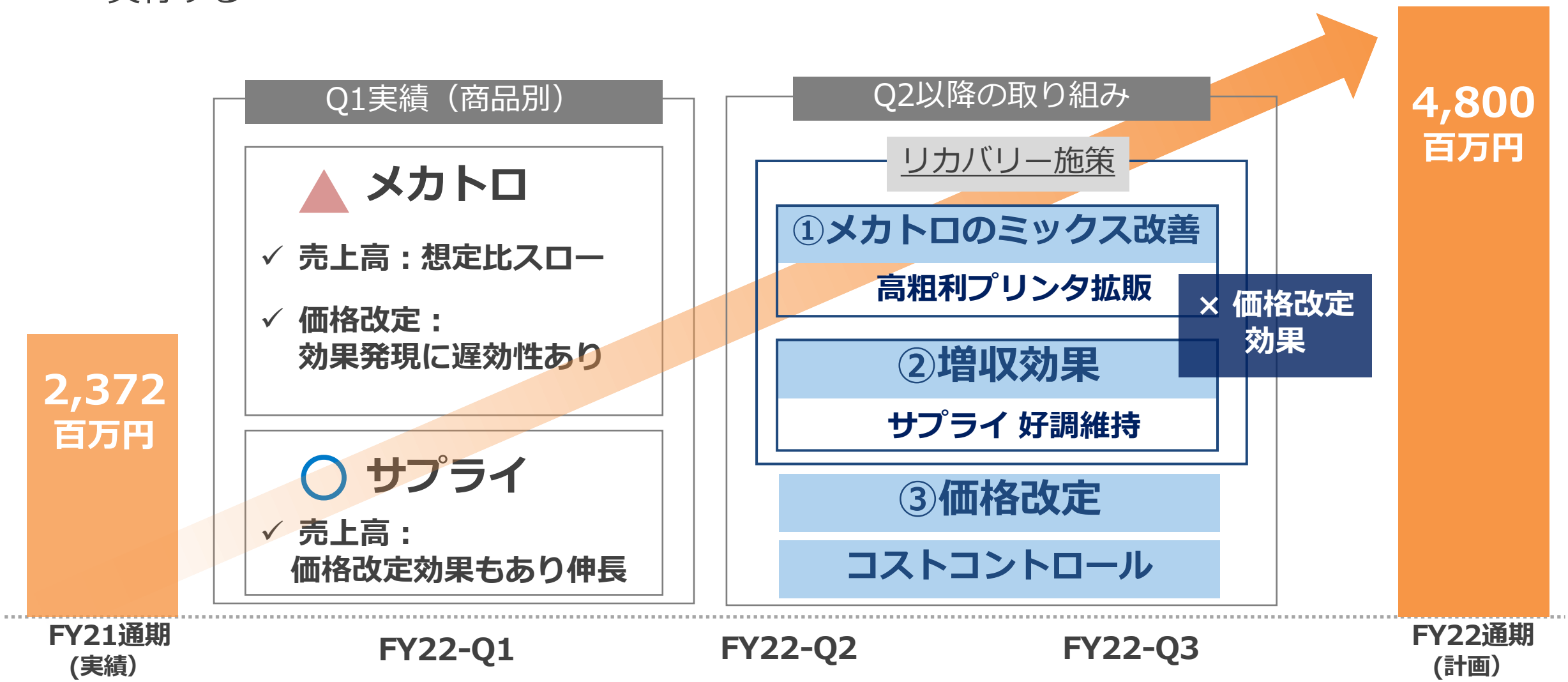
	ヘルスケア	フード	公共
事業環境	管理業務効率化や人手不足への対応など、全般に需要は底堅い。RFIDや自動化などへの投資意欲が回復傾向	法令対応や品質管理意識向上、人手不足を背景に、トレーサビリティや業務効率化、自動化などの需要が継続	全般に外部環境は安定
当社状況	サプライはRFID活用による管理ニーズへの対応や病院からの需要回復により伸長。メカトロは医薬品製造業の自動化ニーズなどを捉えて伸長	サプライは外食が大幅に回復も、飲料の減などから横ばい。メカトロは自動化ニーズを捉えて食品製造が伸長も、前年同期の外食の大口案件の反動により減少	サプライは大口顧客への納期のずれにより微減。メカトロは堅調に推移して微増

FY22-Q1実績

FY22の
見通し・取り組み

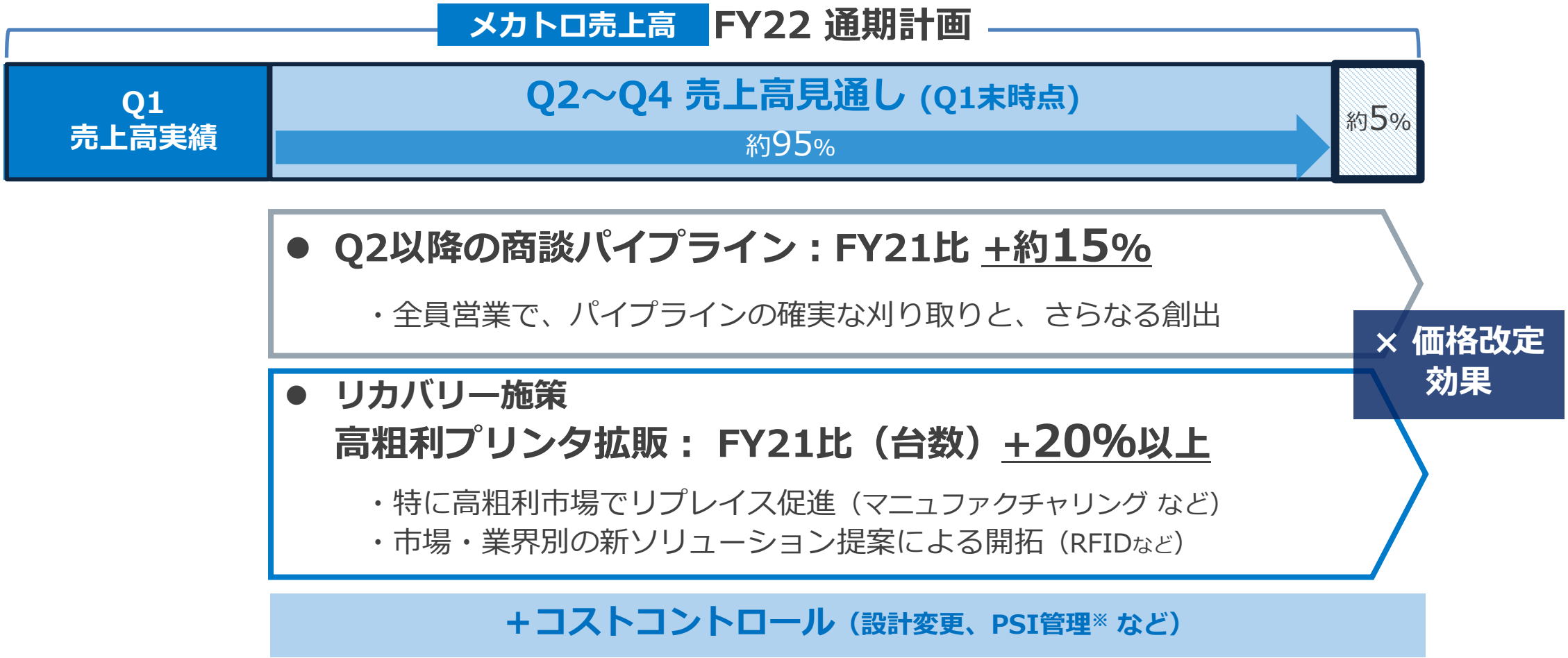
日本事業：Q1実績と今後の取り組み

Q1はメカトロの売上高が期初想定比でスロー。ミックス改善を中心にリカバリー施策を実行する



日本事業・施策①：メカトロのミックス改善

メカトロ売上高は、通期計画の約95%まで見通しが立っている。
本パイプラインをベースに、「高粗利プリンタ拡販」に注力してミックスを改善（効果は主に下期に発現）



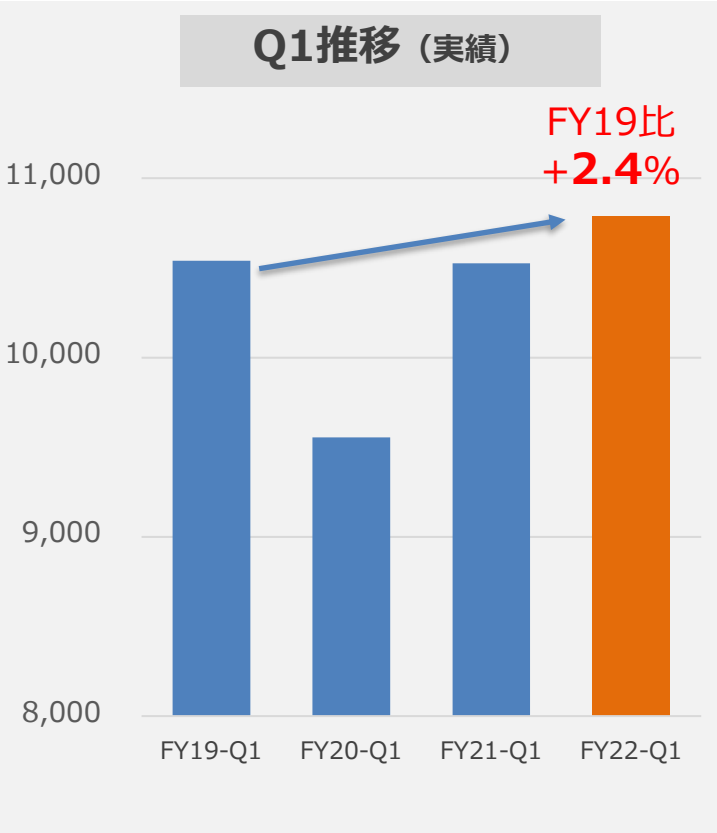
※ PSI管理：生産(Production)、販売計画(Sales)、在庫管理(Inventory)

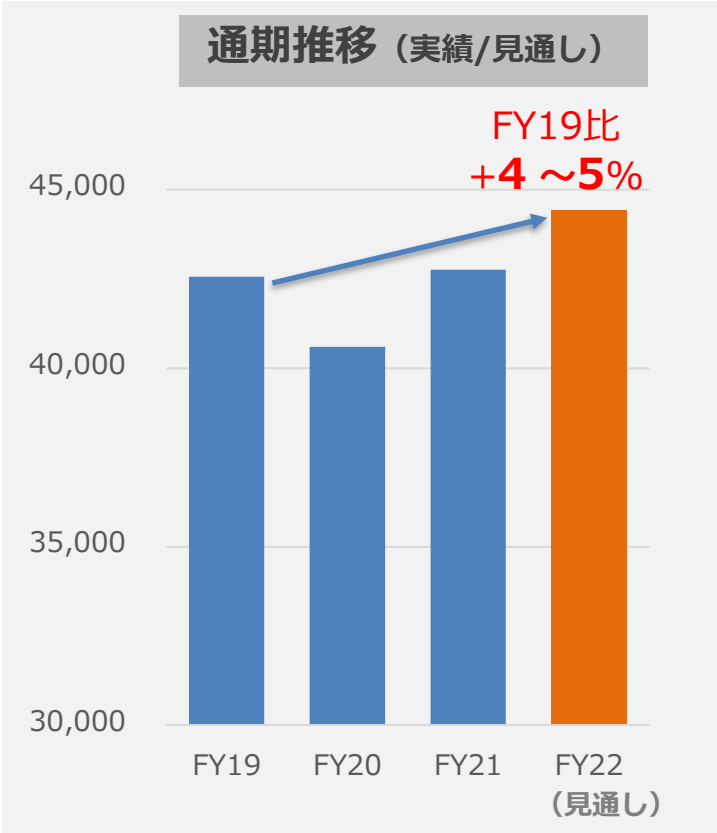
日本事業・施策②：増収効果

サプライの売上高は、FY22-Q1でコロナ前のFY19-Q1を上回る進捗。この好調を維持する。
価格改定活動との相乗効果で、FY22通期でFY19比＋4～5%をめざす

サプライ売上高推移（FY19～FY22）

（単位：百万円）





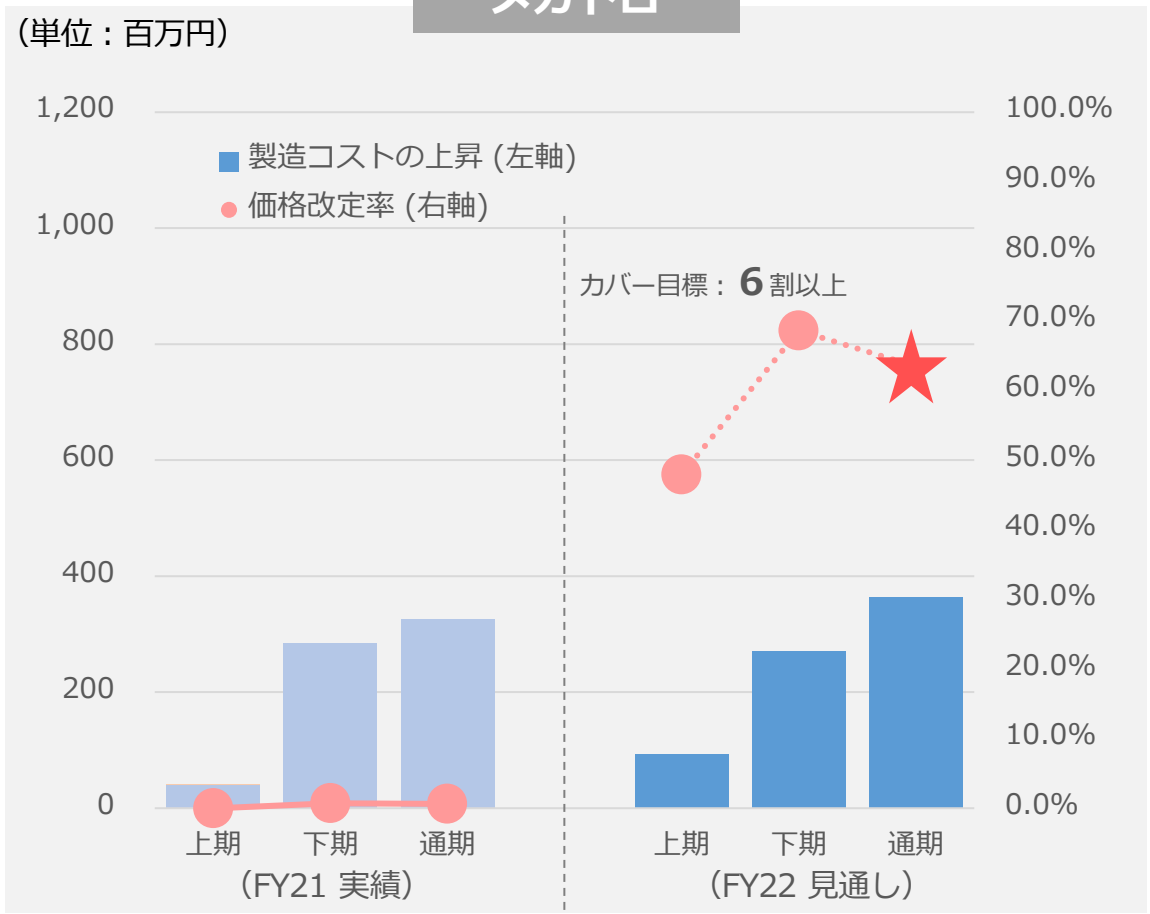
- **好調業界のニーズを捕捉**
  マニュ市場の電機、電子部品や、ロジ市場のEC関連、ヘルスケア市場の医療機器メーカーなど
- **効果が顕在化している価格改定活動のさらなる推進**
- **コストコントロール**
  標準化、基材の見直し、PSI管理など
- **今後のコスト上昇へは機動的に対応**

日本事業・施策③：価格改定（FY22 見通しは期初計画）

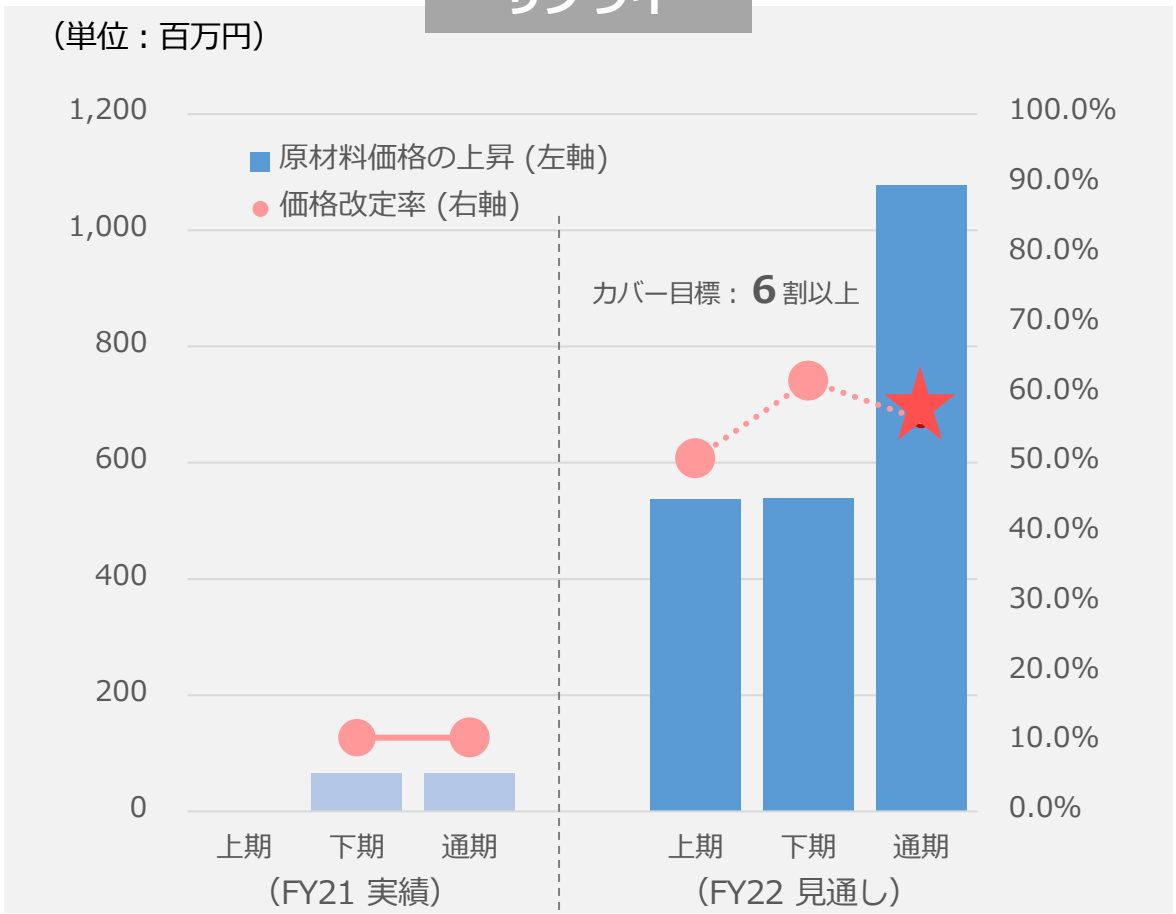
通期で、全体の6割以上をカバーする活動を推進中

コスト上昇と価格改定

メカトロ



サプライ



(FY21上期は、コスト上昇なし)

まとめ

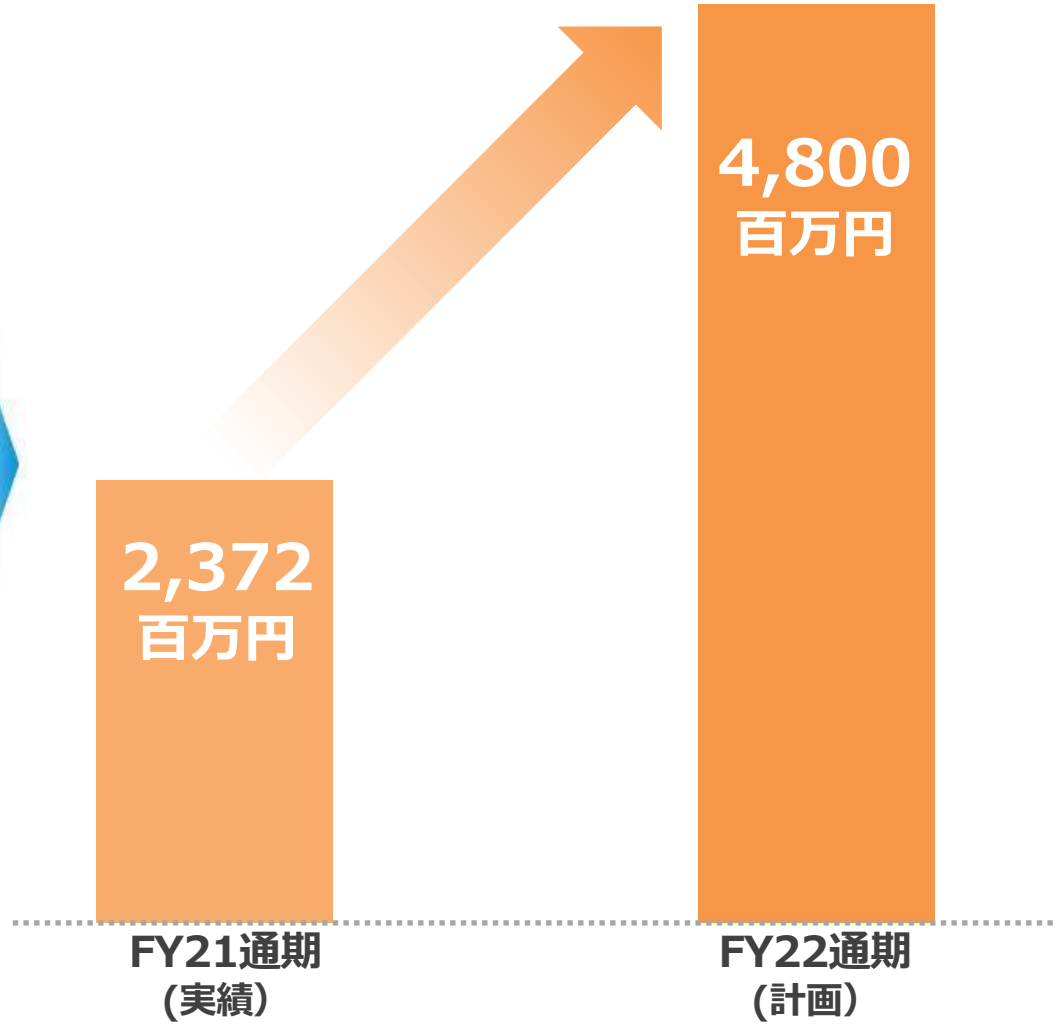
3つの取り組みとコストコントロールを加速し、通期の営業利益計画の達成をめざす

①メカトロのミックス改善
高粗利プリンタ拡販

②増収効果
サプライ 好調維持

③価格改定

コストコントロール



2022年度　業績計画

<計画値はロシア事業を除外>

（単位：百万円）

	上期		下期		通期	
	計画	前年比	計画	前年比	計画	前年比
売 上 高	57,800	-4.1%	61,200	-5.1%	119,000	-4.6%
営業利益	3,000	+7.9%	5,000	+38.0%	8,000	+24.9%
経常利益	2,900	+7.6%	4,900	+45.7%	7,800	+28.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,900	+2.8%	1,500	-22.9%	3,400	-10.4%
<参考>						
EBITDA※	10,861	←2021年度通期			12,500	+15.1%

※ EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋のれん償却費

FY22 想定レート　：　120円/USD,　135円/EUR
FY22 Q1為替レート(期中平均)　：　129.72円/USD,　138.25円/EUR
FY21 通期為替レート (期中平均)：　112.39円/USD,　130.54円/EUR

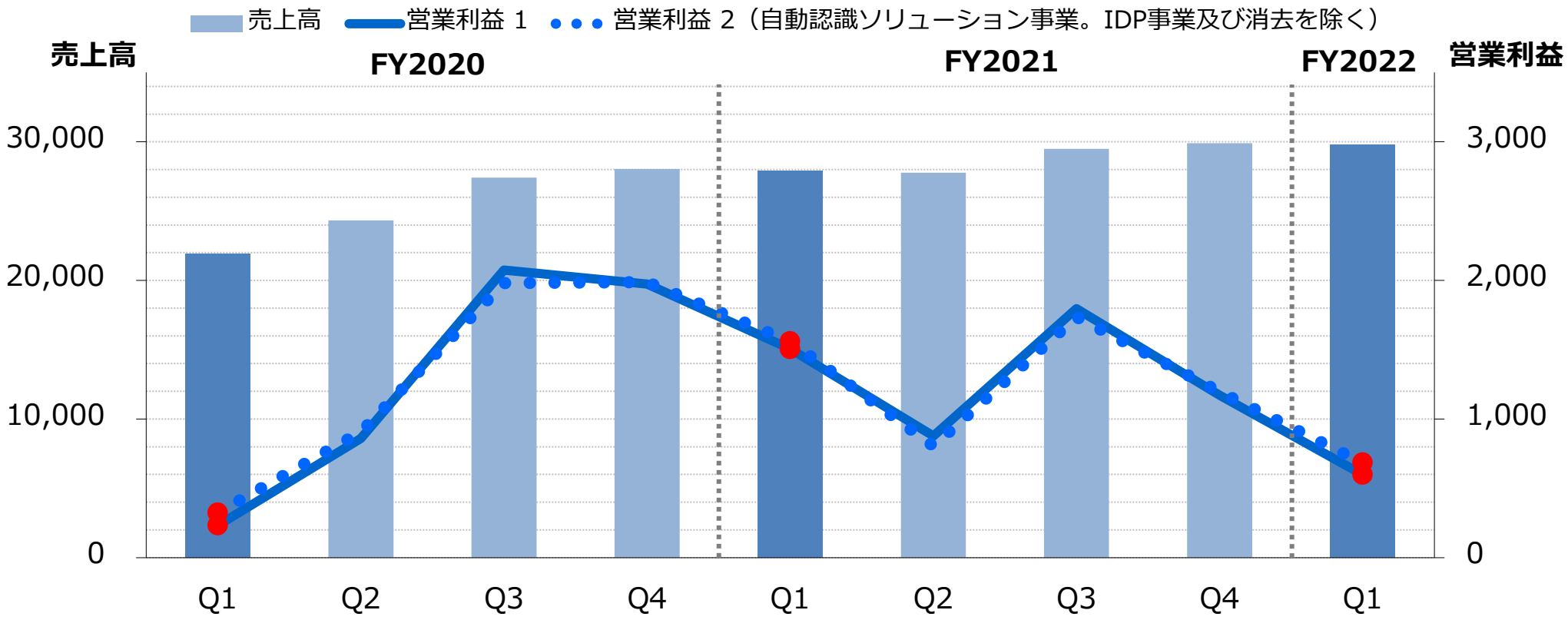
Appendix

補足資料　　P.30～P.43

用語集　　P.44～P.47

売上高・営業利益 推移（ロシア事業を除外）

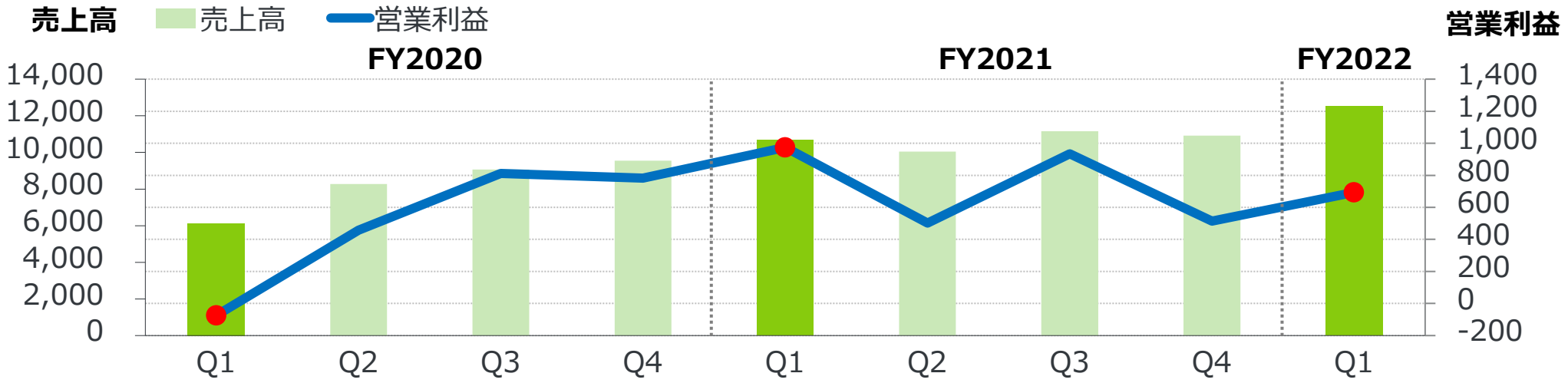
（単位：百万円）



売上高	21,940	24,329	27,424	28,043	27,920	27,772	29,493	29,895	29,818
前年比	-17.9%	-11.7%	-2.3%	+3.9%	+27.3%	+14.2%	+7.5%	+6.6%	+6.8%
営業利益 1	232	859	2,075	1,973	1,505	877	1,797	1,172	598
前年比	-84.5%	-56.3%	+2.8%	+11.1%	6.5倍	+2.2%	-13.4%	-40.6%	-60.2%
営業利益 2	323	906	1,981	1,987	1,559	805	1,736	1,196	684
前年比	-82.7%	-60.6%	-16.9%	-1.0%	4.8倍	-11.2%	-12.4%	-39.8%	-56.1%

売上高・営業利益 推移（ロシア事業を除外）

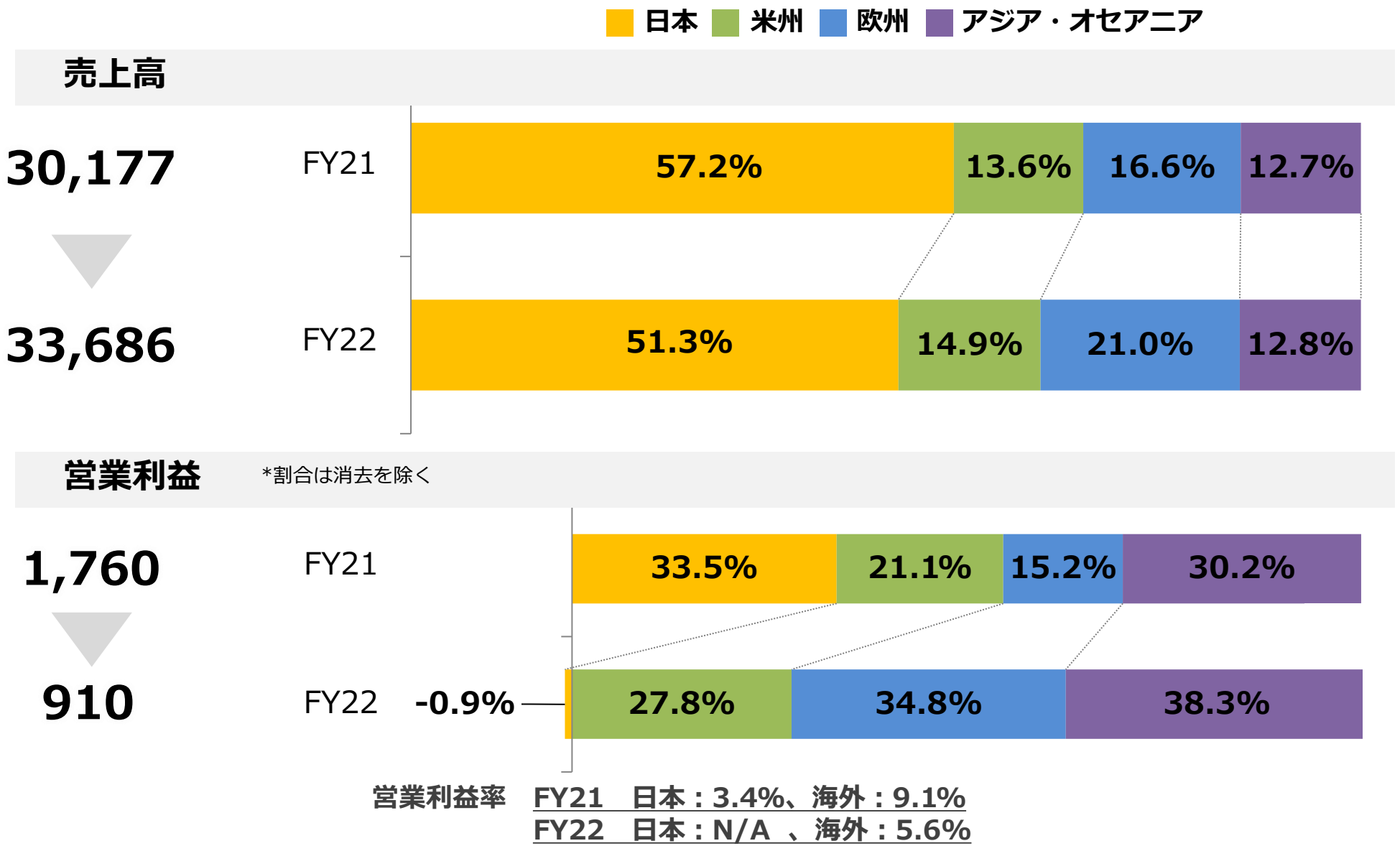
（単位：百万円）



売上高	6,133	8,277	9,071	9,552	10,672	10,043	11,155	10,924	12,527
前年比	-32.7%	-6.7%	-2.0%	+14.7%	+74.0%	+21.3%	+23.0%	+14.4%	+17.4%
営業利益	-75	457	811	783	974	502	935	514	693
前年比	-	-14.2%	+18.0%	2.5倍	-	+9.7%	+15.2%	-34.3%	-28.8%

地域別売上高及び営業利益構成

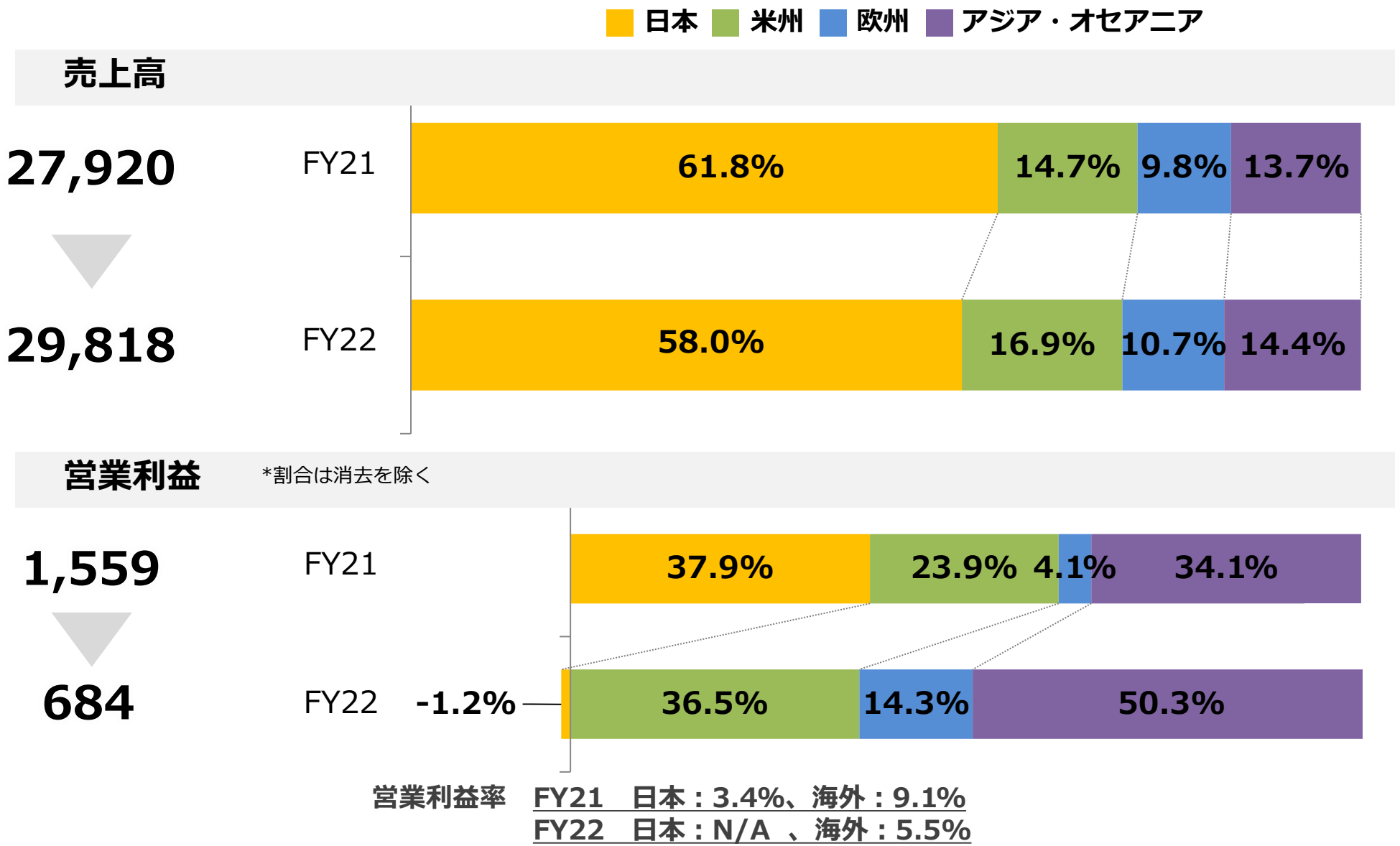
（単位：百万円）



営業利益率　FY21　日本：3.4%、海外：9.1%
FY22　日本：N/A 、海外：5.6%

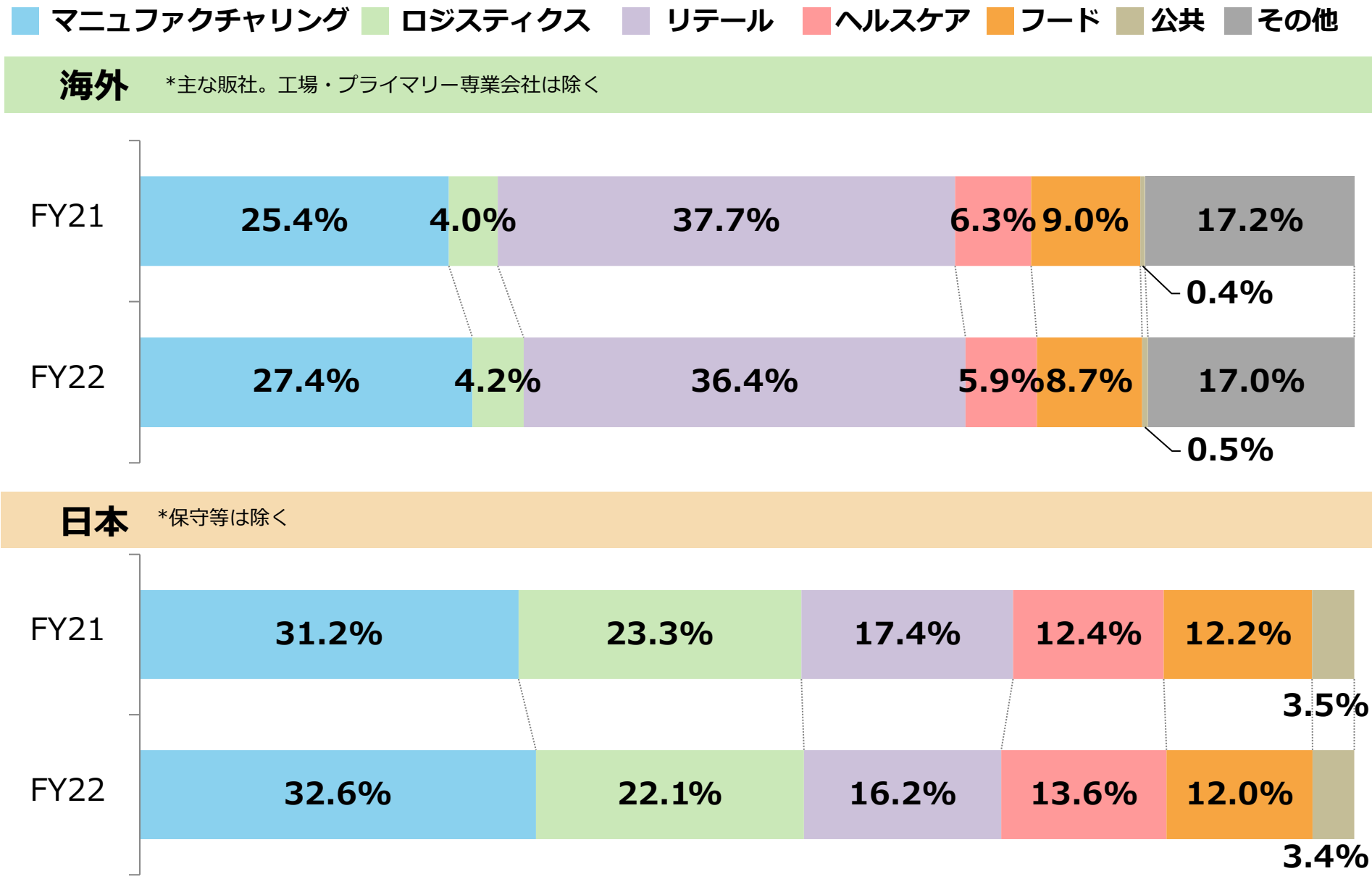
地域別売上高及び営業利益構成（ロシア事業を除外）

（単位：百万円）



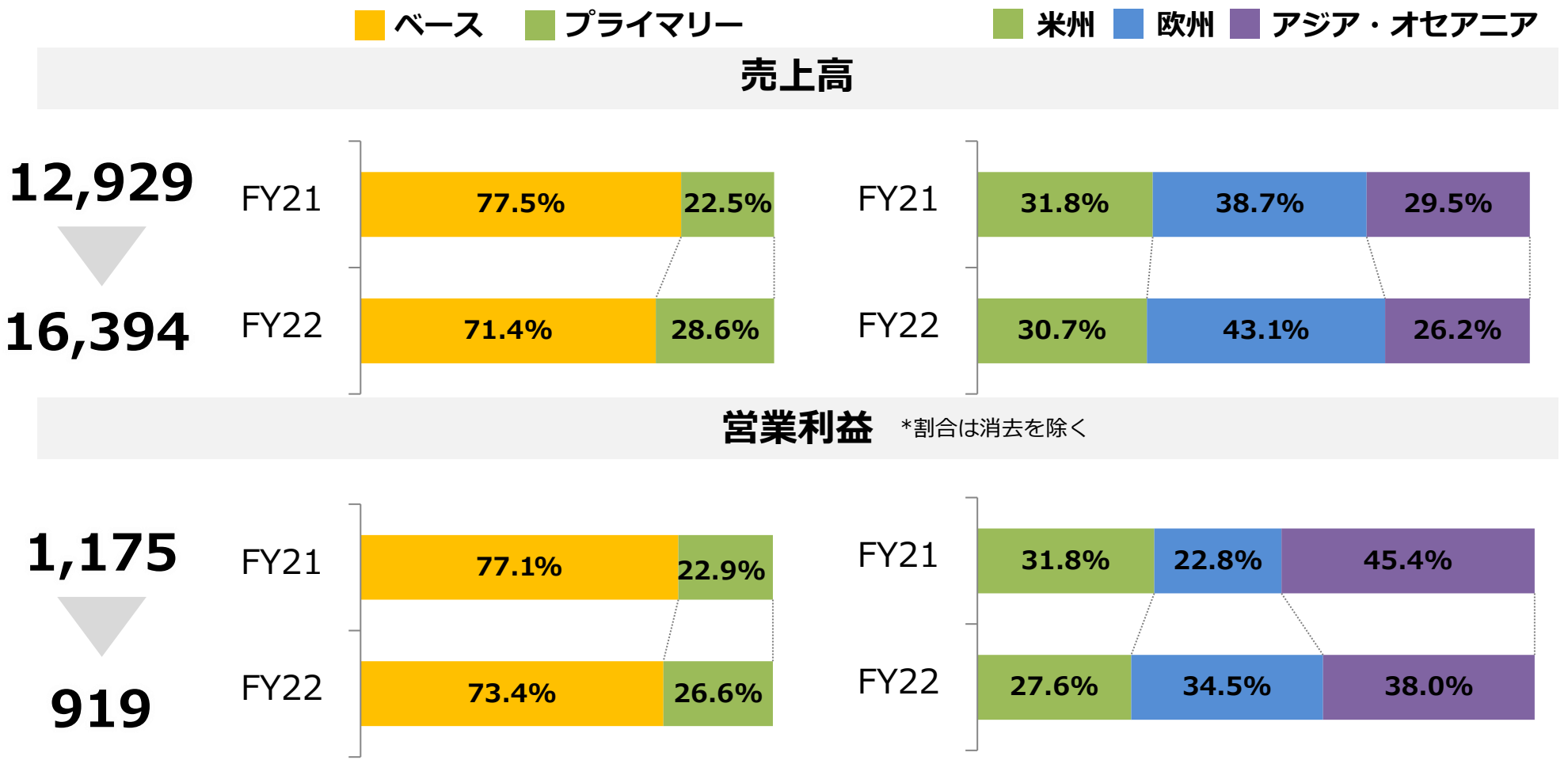
営業利益率　FY21　日本：3.4%、海外：9.1%
FY22　日本：N/A 、海外：5.5%

市場別売上高構成


マニュファクチャリング
ロジスティクス
リテール
ヘルスケア
フード
公共
その他
海外
*主な販社。工場・プライマリー専業会社は除く
FY21
25.4%
4.0%
37.7%
6.3%
9.0%
0.4%
17.2%
FY22
27.4%
4.2%
36.4%
5.9%
8.7%
0.5%
17.0%
日本
*保守等は除く
FY21
31.2%
23.3%
17.4%
12.4%
12.2%
3.5%
FY22
32.6%
22.1%
16.2%
13.6%
12.0%
3.4%

売上高及び営業利益構成 (事業別・地域別)

（単位：百万円）

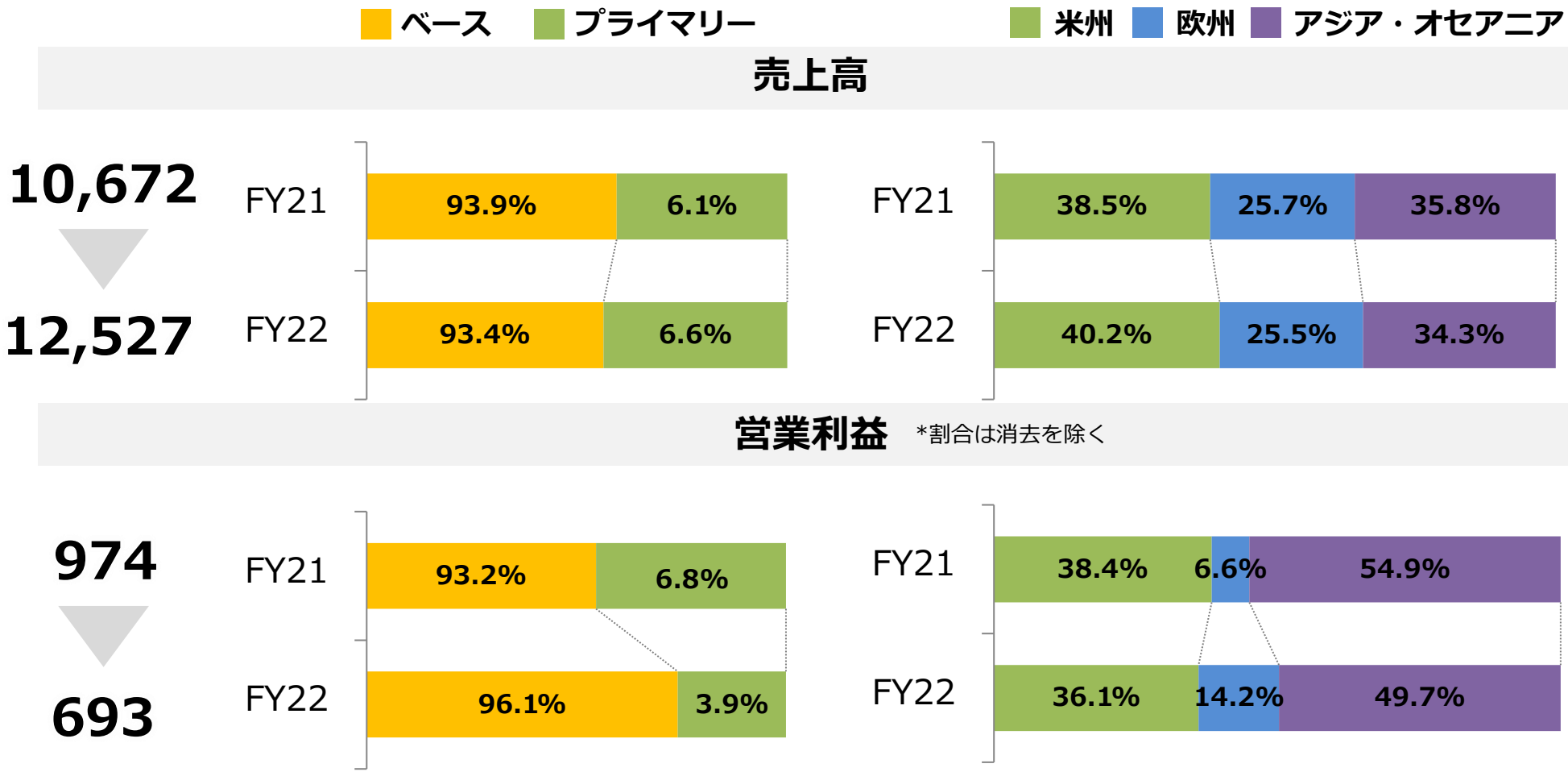


営業利益率：
FY21　ベース：8.9%、プライマリー：9.2%
FY22　ベース：6.0%、プライマリー：5.4%

FY21 米州：9.0% 、 欧州：5.3%、
アジア・オセアニア：13.8%
FY22 米州：5.2% 、 欧州：4.7%、
アジア・オセアニア：8.4%

売上高及び営業利益構成（事業別・地域別）（ロシア事業を除外）

（単位：百万円）



営業利益率：
FY21　ベース：8.9%、プライマリー：10.1%
FY22　ベース：6.0%、プライマリー：3.4%

FY21 米州：9.0% 、 欧州：2.3%、
アジア・オセアニア：13.8%
FY22 米州：5.2% 、 欧州：3.2%、
アジア・オセアニア：8.4%

事業別内訳

（単位：百万円）

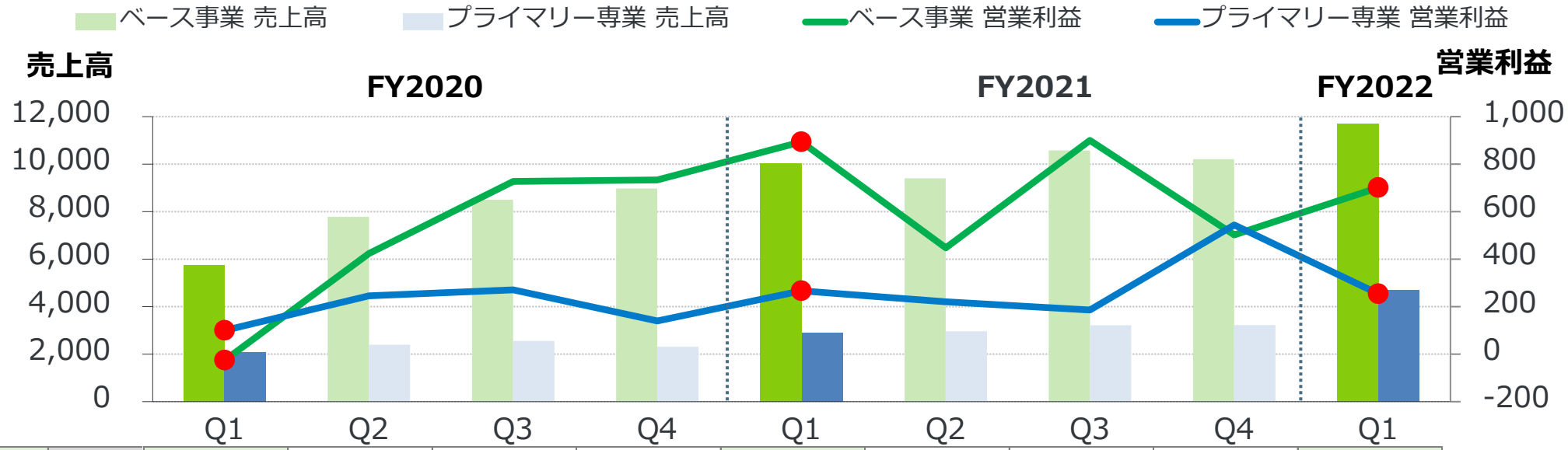
		FY2022	FY2021	増減		
					前年比	除く為替
ベース事業	売上高	11,706	10,023	+1,682	+16.8%	+4.0%
	営業利益	701	894	-192	-21.5%	-29.4%
プライマリー専業	売上高	4,688 (821)	2,905 (648)	+1,783 (+172)	+61.4% (+26.6%)	+21.2% (+12.5%)
	営業利益	254 (28)	266 (65)	-12 (-36)	-4.6% (-56.7%)	-20.8% (-18.3%)
消去	営業利益	-36 (-36)	14 (14)	-51 (-51)	- -	- -
合計	売上高	16,394 (12,527)	12,929 (10,672)	+3,465 (+1,854)	+26.8% (+17.4%)	+7.9% (+4.4%)
	営業利益	919 (693)	1,175 (974)	-256 (-281)	-21.8% (-28.8%)	-31.4% (-34.1%)

※表内下段の（）内数値：ロシア事業を除外

自動認識ソリューション事業（海外）

事業別 売上高・営業利益 推移

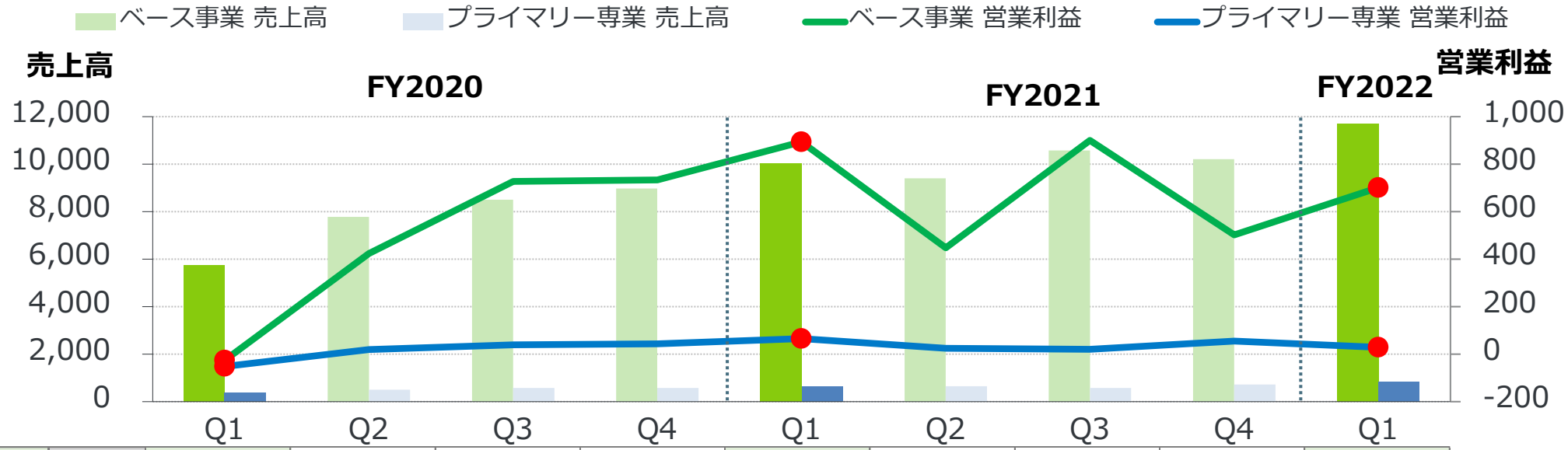
（単位：百万円）



		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
ベース	売上高	5,755	7,779	8,499	8,976	10,023	9,399	10,578	10,206	11,706
	前年比	-32.6%	-6.1%	-3.0%	+15.2%	+74.2%	+20.8%	+24.5%	+13.7%	+16.8%
	営業利益	-26	423	727	733	894	447	900	502	701
	前年比	-	-18.2%	-1.8%	2.1倍	-	+5.8%	+23.7%	-31.5%	-21.5%
プライマリー	売上高	2,089	2,389	2,546	2,313	2,905	2,955	3,209	3,217	4,688
	前年比	-10.3%	-2.6%	+7.9%	+8.7%	+39.1%	+23.7%	+26.1%	+39.0%	+61.4%
	営業利益	100	245	270	139	266	220	186	544	254
	前年比	-	4.0倍	4.4倍	22.0倍	2.6倍	-10.1%	-31.0%	3.9倍	-4.6%

自動認識ソリューション事業（海外）

事業別 売上高・営業利益 推移（ロシア事業を除外）（単位：百万円）



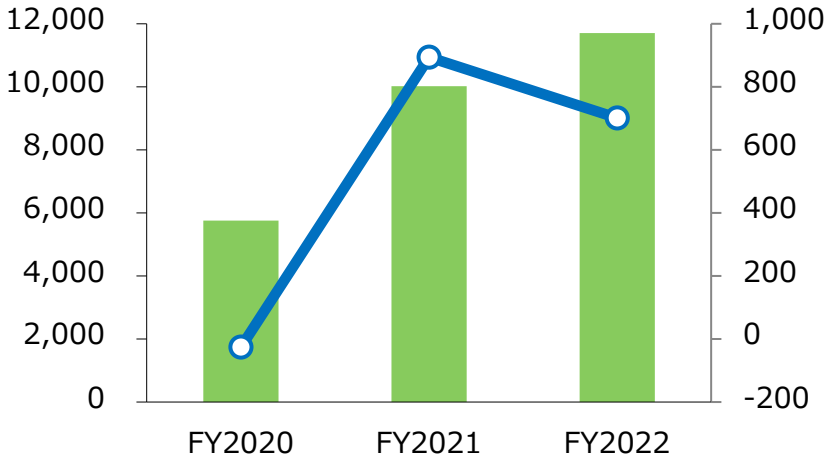
ベース	売上高	5,755	7,779	8,499	8,976	10,023	9,399	10,578	10,206	11,706
	前年比	-32.6%	-6.1%	-3.0%	+15.2%	+74.2%	+20.8%	+24.5%	+13.7%	+16.8%
	営業利益	-26	423	727	733	894	447	900	502	701
	前年比	-	-18.2%	-1.8%	+110.5%	-	+5.8%	+23.7%	-31.5%	-21.5%
プライマリー	売上高	378	498	571	576	648	643	576	717	821
	前年比	-34.5%	-15.0%	+14.9%	+7.3%	+71.4%	+29.2%	+0.8%	+24.6%	+26.6%
	営業利益	-52	19	39	43	65	24	20	55	28
	前年比	-	-	-	-	-	+25.0%	-48.2%	+29.2%	-56.7%

事業別及び地域別売上高及び営業利益推移

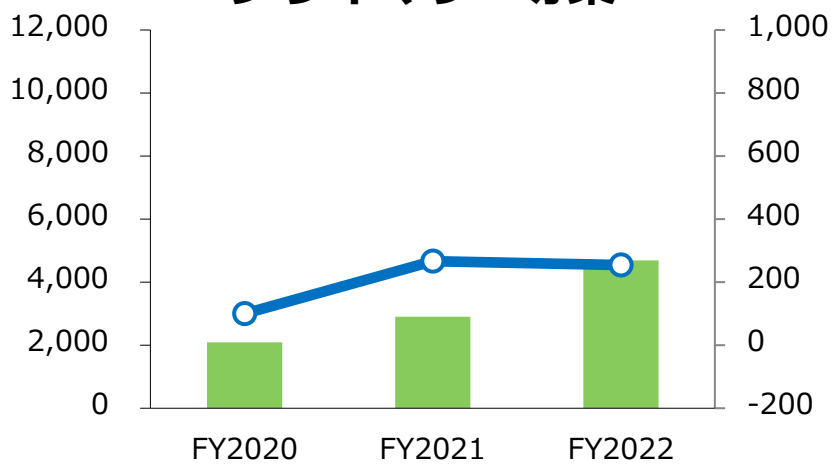
事業別

売上高　営業利益　（単位：百万円、左軸：売上高、右軸：営業利益）

ベース事業

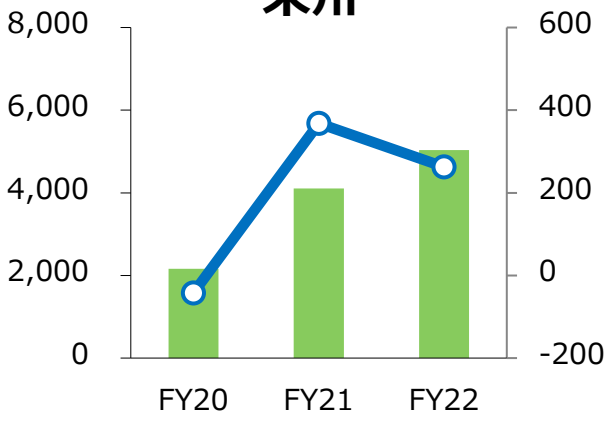


プライマリー専業

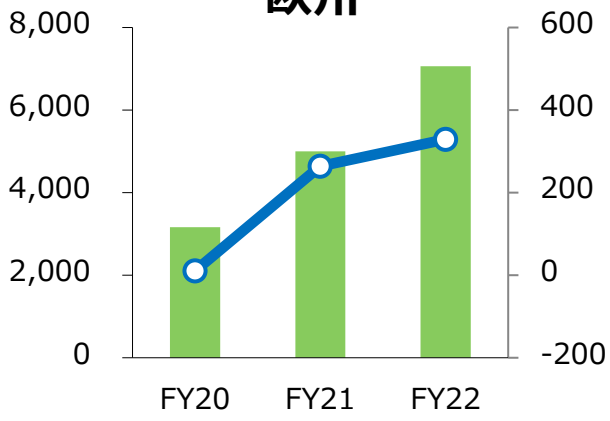


地域別

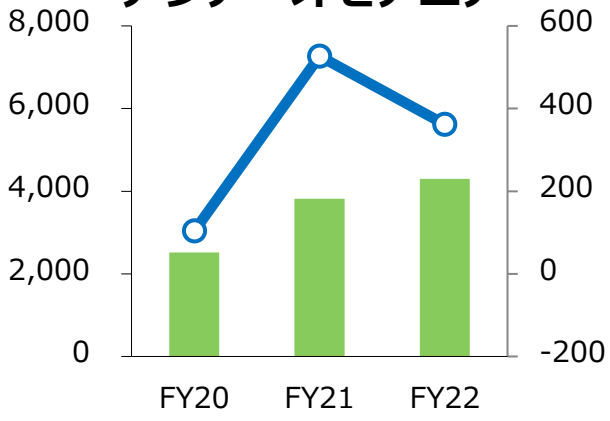
米州



欧州



アジア・オセアニア

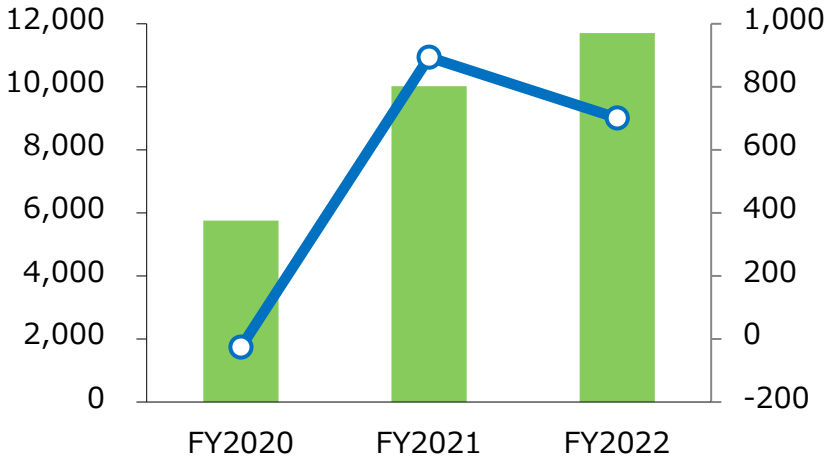


事業別及び地域別売上高及び営業利益推移（ロシア事業を除外）

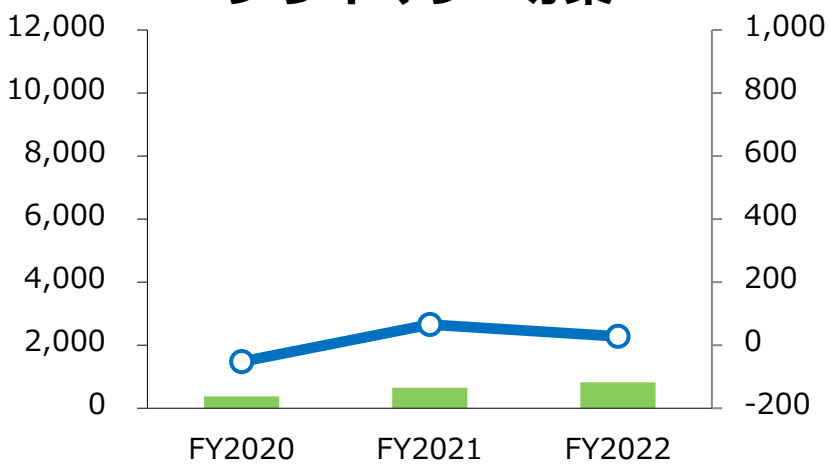
事業別

売上高　営業利益　（単位：百万円、左軸：売上高、右軸：営業利益）

ベース事業

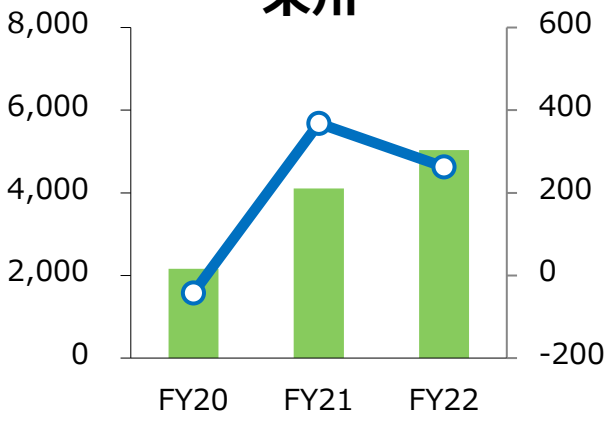


プライマリー専業

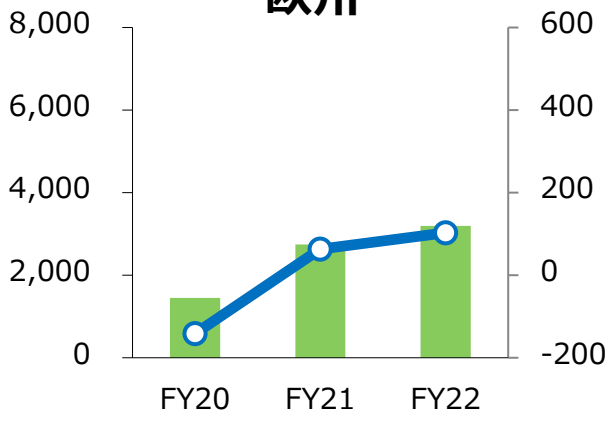


地域別

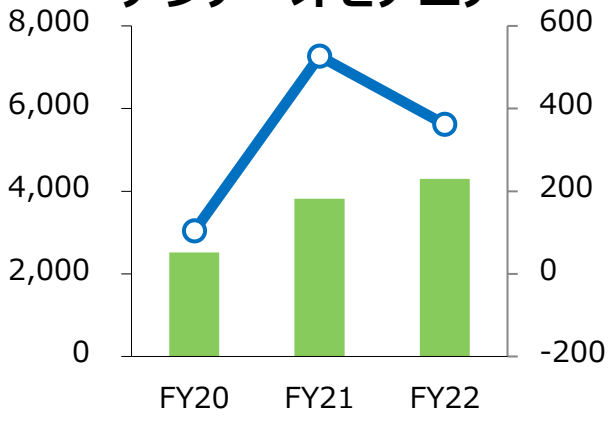
米州



欧州

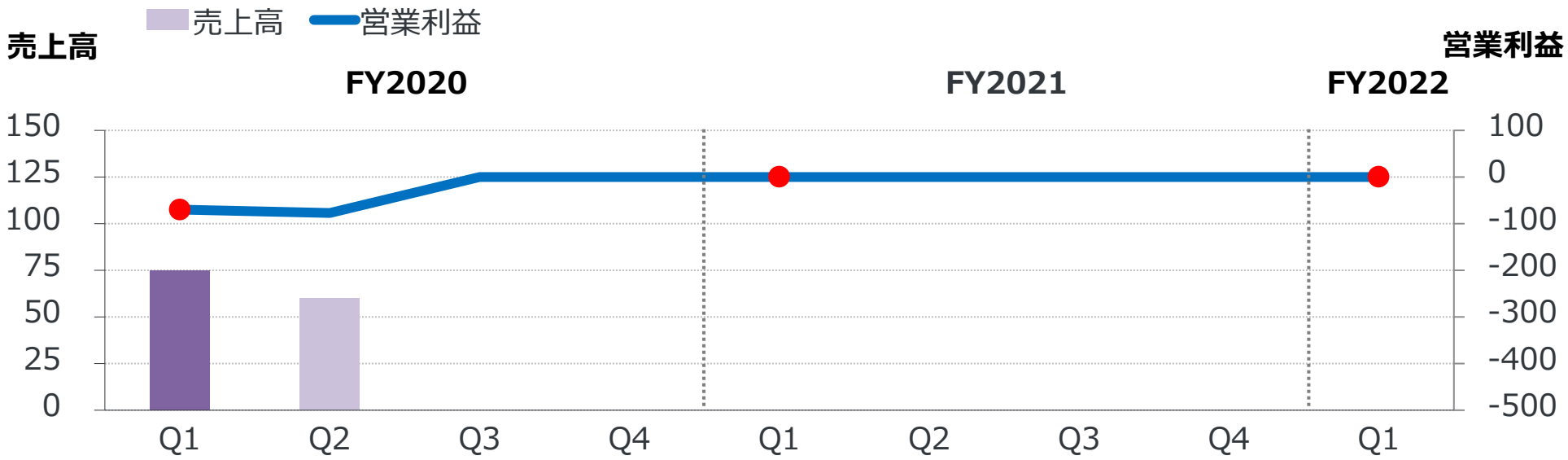


アジア・オセアニア



売上高・営業利益 推移

（単位：百万円）



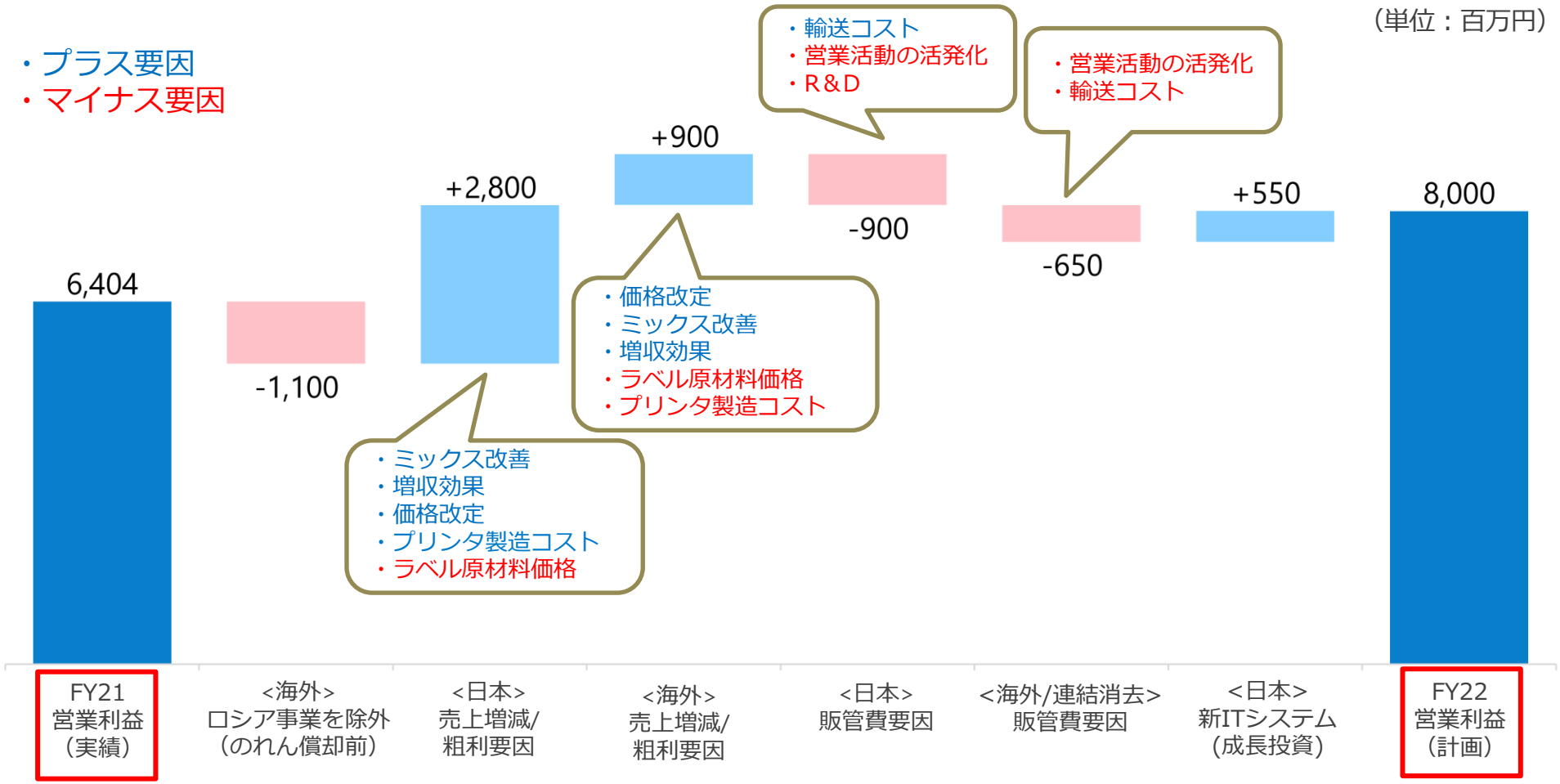
売上高	75	60	0	0	0	0	0	0	0
前年比	-24.6%	-35.9%	-	-	-	-	-	-	-
営業利益	-70	-77	0	0	0	0	0	0	0
前年比	-	-	-	-	-	-	-	-	-

※IDP事業：2020年9月、全株式をDataLase Holdings Ltd.に譲渡

営業利益 FY2022の計画（連結）

- 日本：旺盛な需要を捉え、トップライン伸長。ミックス改善、価格改定、一過性のコスト減により増益
- 海外：地域別・市場別施策の効果により、トップライン伸長。価格改定、ミックス改善で増益

（単位：百万円）



※　各計画値は概数

用語集（1/4）

サトー独自のコンセプト/取り組み		説明 ※
1	自動認識ソリューション事業	DCS & Labelingを展開。具体的には、お客さまの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、外部パートナーの技術や商品などを組み合わせて提供。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専業から構成される。
2	ベース事業	バーコードや商品価格、製造年月日、消費期限など可変情報をタギングするビジネス。
3	プライマリー専業	商品ラベルなどの固定情報ラベルをタギングするビジネス。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。 なお、ロシア事業は外部環境の不透明感などにより、計画/目標から除外。
4	IDP事業	IDP (Inline Digital Printing) に関わる開発・製造・販売。2020年9月、本事業を推進していた連結子会社DataLase Ltd.の全株式をDataLase Holdings Ltd.に譲渡。 IDPとは、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印刷技術。
5	コト売り	商品の単品売りではなくハードウェアやサプライ、保守サービス、ソフトウェア等を組み合わせたソリューションを、ROIの提示を含めて提案する売り方。単品売りの「モノ売り」に対する概念。
6	タギング	お客さまの現場で人やモノにIDや位置などの情報を物理的にひも付けし、それを上位システムに受け渡すこと。すなわち現物と情報を一致させ、デジタル化された情報を活用できるようにする作業。 この「現物と情報の一致」は、商品に価格等の情報をひも付けするハンドラベラーの時代から続くサトーの事業コンセプト。
7	DCS & Labeling （DCS: Data Collection Systems）	バーコードやRFIDなどの自動認識技術と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するタギング（含むLabeling）を提供するサトーグループのビジネスモデル。 また、お客さま課題の高度化を受けて、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画像認識・音声認識や位置測位技術、センサーなど、新たな技術を組み合わせることで、お客さま課題の解決手法をさらに向上させている。

※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/取り組み（続き）		説明
8	Tagging for Sustainability	DCS & Labelingと同様にタギングを核としながらも、ラベルにとどまらないさまざまな技術・手法を取り入れた、高度化したタギングでお客さまの経営課題や社会課題を解決し、持続可能な世界への貢献をめざすDCS & Labelingを進化させたビジネスモデル。
9	現場力	さまざまな市場・業界のお客さまの現場と向き合い、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。カバレッジ(現場を知ることで蓄積された幅広い「市場x業界x用途」の課題へ対応する力)、インテグレーション(戦略パートナーとの共創に基づき、商品・サービス・技術を統合して提供する力)、メンテナンス(継続的なソリューション提供でお客さまの信頼を醸成し、深く、長い関係を構築する力)の3つの要素で構成される。
10	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約三行（100~150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り組み。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、社員は経営者と同じ目線で物事を考える「全員参画の経営」に寄与。また経営トップに直接提出することから、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。 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・技術		**説明**
1	メカトロ商品	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。粗利率はサプライ商品よりも高い。プリンタはマレーシア、ベトナムおよび台湾にて製造。
2	サプライ商品	可変情報ラベル、RFID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。粗利率はメカトロ商品よりも低いが、リピートビジネスのため販売管理費率は小さい。

用語集（3/4）

	商品・サービス名・技術（続き）	説明
3	自動認識ソリューション	DCS & Labelingを実現するための商品・サービス。具体的にはプリンタ、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課題に応えるために自前主義に拘らず、パートナーシップを推進することにより実現をめざす。例えば位置測位技術を用いて人・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の進捗管理を実現。
4	SOS （SATO Online Services）	お客さまのプリンタをクラウドに接続して遠隔で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。 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に寄与。
5	AEP（Application Enabled Printing）	プリンタに内蔵された知能がラベル発行作業を最適化。PCを介さずにプリンタ単体で他のシステムとの連携も可能。
6	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）との大きな相違点。
7	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可能。

用語集（4/4）

2012年以降に買収した主な会社		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業子会社。
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読み取りに強いなどの優位性の高いRFID技術「PJM (Phase Jitter Modulation)」を含む同社の事業を2013年に譲り受け、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業子会社。サトーホールディングスが75%を保有。同国のX-Packは関連会社。
5	Prakolar Rótulos Autoadesivos LTDA.（ブラジル）	2015年に買収したプライマリー専業子会社。
2017年以降に設立した海外子会社		**説明**
1	X-Pack（ロシア）	シュリンクスリーブ、インモールド、軟包装の製造・販売を行い、サトーホールディングスが60%の株式を保有するプライマリー専業子会社。2017年設立。
2	SATO Productivity Solutions Mexico S.A. de C.V. (メキシコ)	自動車産業に焦点を当てて事業を展開し、サトーホールディングスがほぼ100%の株式を保有する販売子会社。2019年設立。

【本資料ご利用にあたってのご注意事項】

- 本資料に記載の内容は全て2022年8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。