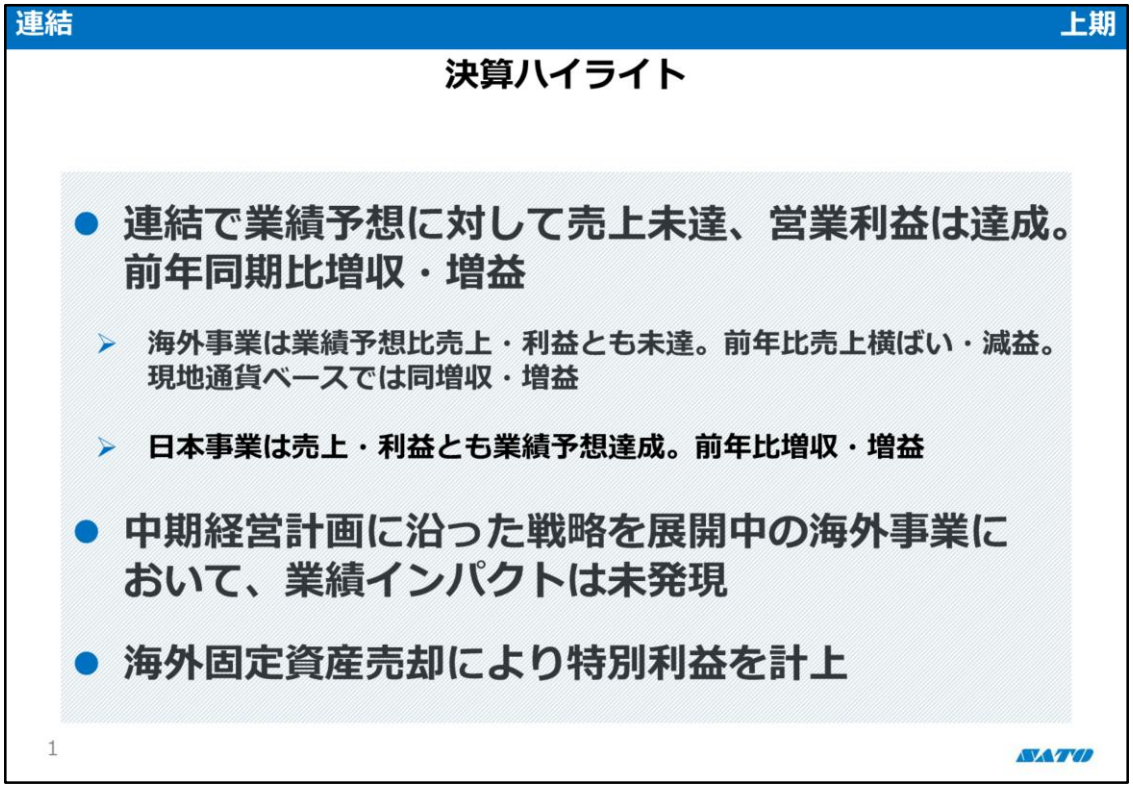
あくなき創造で持続可能な社会を

2019年 11月 5日（火）

サトーホールディングス株式会社

2020年3月期　上期決算説明資料

証券コード：6287



●業績を踏まえて次ページの表にてご説明する

連結　　上期

2019年度上期　業績予想に対する実績

（単位：百万円）

	実績	業績予想	業績予想比
売上高	57,875	58,700	98.6%
営業利益	3,542	3,500	101.2%
経常利益	3,237	3,400	95.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,880	2,000	144.0%

2

●売上高および営業利益は過去最高を記録した。ただし、業績予想に対しては売上高は未達、利益は達成、前年比では増益増収となった
●経常利益では為替差損やクレーム損などの営業外費用が膨らみ、業績予想に対してマイナス160百万円となった
●当期純利益には、マレーシアの固定資産売却による特別利益800万円が含まれている

連結　上期

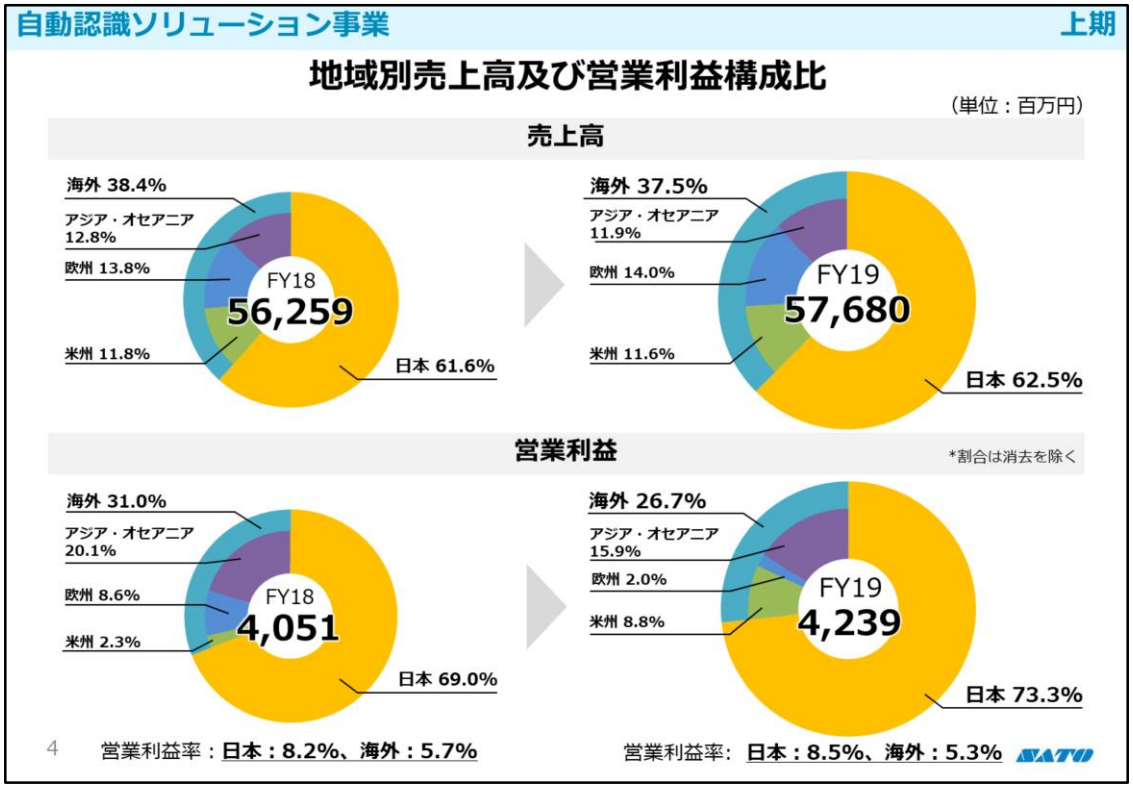
事業セグメント別売上高及び営業利益

（単位：百万円）

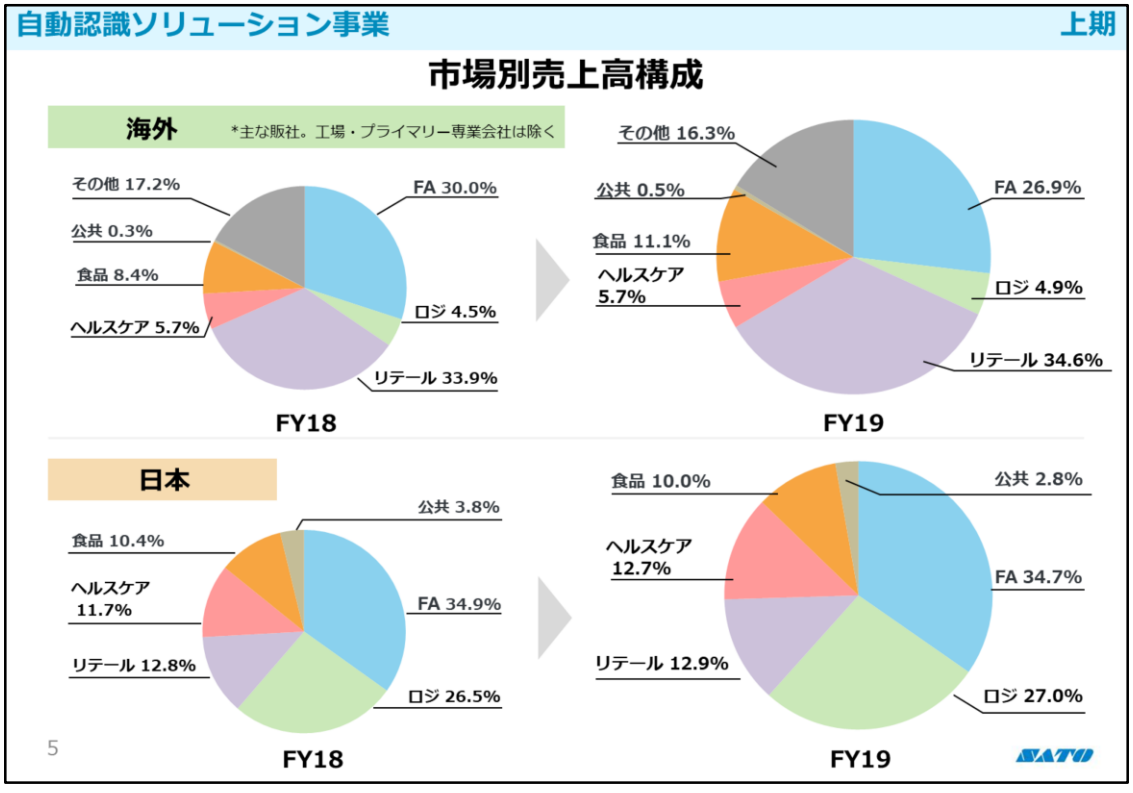
		FY2019	FY2018	前年比	除く為替
自動認識ソリューション事業	売上高	57,680	56,259	102.5%	104.6%
	営業利益	4,239	4,051	104.6%	106.4%
海外	売上高	21,607	21,597	100.0%	105.5%
	営業利益	1,155	1,220	94.7%	103.3%
日本	売上高	36,073	34,661	104.1%	104.1%
	営業利益	3,083	2,831	108.9%	107.7%
IDP事業	売上高	194	230	84.5%	90.3%
	営業利益	-737	-676	-	-
連結（消去後）	売上高	57,875	56,489	102.5%	104.6%
	営業利益	3,542	3,343	105.9%	106.5%

3

●海外事業は、売上高は横ばい、減益となった
●為替は対米ドルで約3.0%、対ユーロで約6.0%の円高となった影響があり、売上高は前年比で約1,200百万円のマイナスインパクトがあった
●為替影響を除けば増収増益である
●日本事業は売上高・営業利益とも業績予想を上回り、前年比でも増収増益となった



●ここでは営業利益の構成比についてご説明する
●アジア・オセアニアでは18年度の20.1%から19年度の15.9%に下落した。これは米中貿易摩擦による中国販社の大幅な減益に起因する
●欧州は、ロシアのOkil社が特に原価高の影響を受けて減益となった
●米州ではソフトウェア開発子会社SGS（サトー・グローバル・ソリューション）社の清算により、大幅に収益が改善した



●海外では欧州を中心に食品市場において大口案件を受注したことで、構成比が増加した
●海外のFAの構成比が下がった理由は、米中摩擦による減収である
●日本事業では総じて追い風が吹いており、商談、受注ともに増加して全般的に好調である

連結　　上期

業績

（単位：百万円）

	FY2019	FY2018	増減	%
売上高	57,875	56,489	+1,385	102.5%
営業利益	3,542	3,343	+198	105.9%
営業利益率	6.1%	5.9%	+0.2pt	-
経常利益	3,237	3,190	+46	101.4%
親会社株主に帰属する四半期純利益 ※1	2,880	1,919	+960	150.0%
実効税率 ※2	26.7%	39.3%	-12.7pt	
EBITDA ※3	6,488	6,096	+391	106.4%

FY19 上期 為替レート（期中平均）：108.60円/USD, 121.40円/EUR　（ FY18 上期 同為替レート： 110.26円/USD, 129.78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+423百万円、営業利益+5百万円（FY19通期ベース）

※1　親会社株主に帰属する四半期純利益：FY19上期は海外の固定資産売却による特別利益の計上あり
※2　実効税率：FY18 上期は、(株)サトーの組織再編に伴う調整などの影響あり
※3　EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋のれん償却費
　　・減価償却　　FY19 上期 ： 2,509百万円　　FY18 上期 ： 2,186百万円
　　・のれん償却　FY19 上期 ： 436百万円（DataLase社 290百万円 他）　FY18 上期 ： 566百万円（DataLase社 312百万円 他）

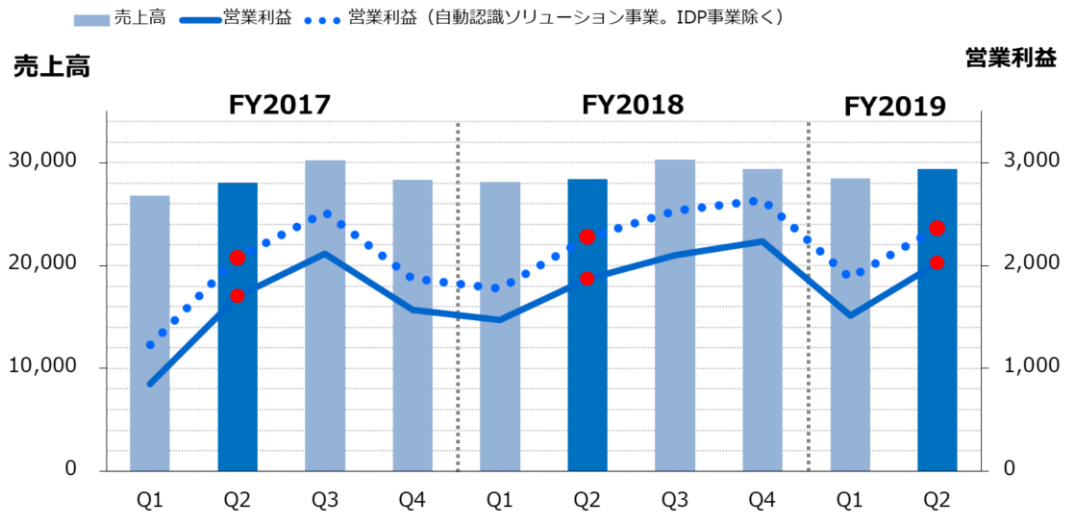
6

●営業利益率の0.2ポイント上昇分は、国内事業がけん引した
●当期純利益は、マレーシアにおける特別利益と、昨年比で税率が軽減されたことがプラスに寄与した

連結

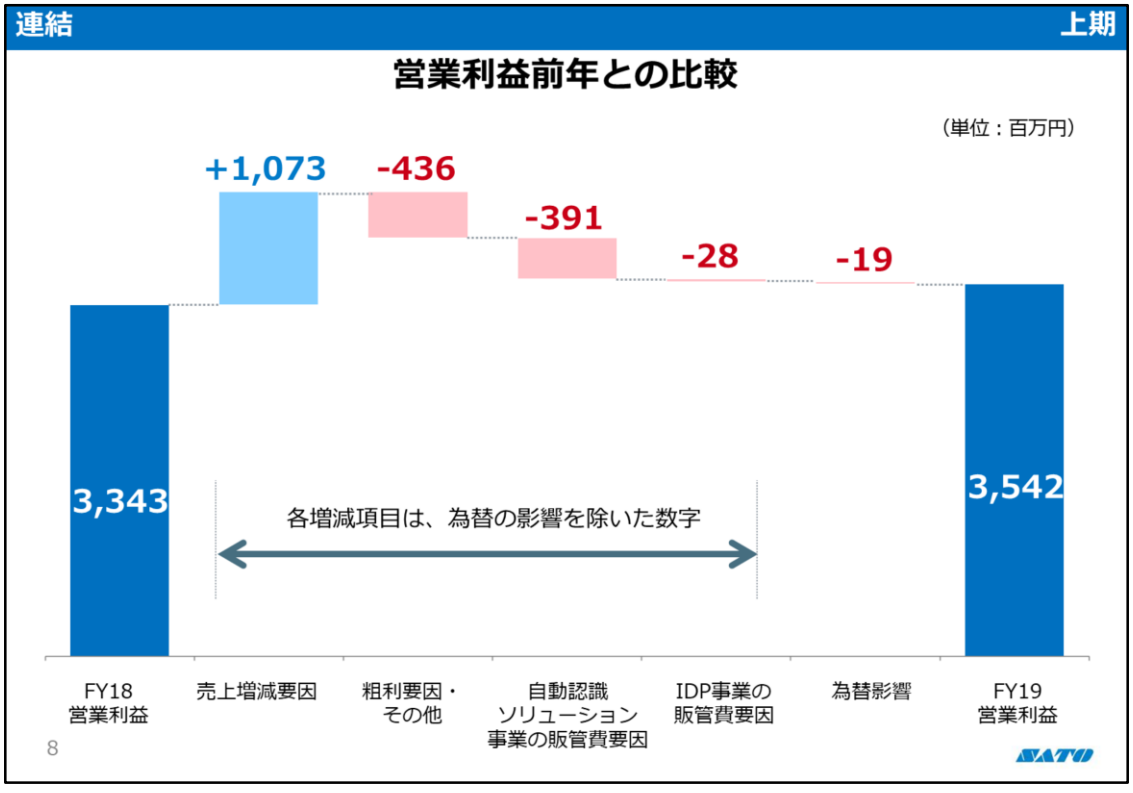
四半期別 業績推移

（単位：百万円）

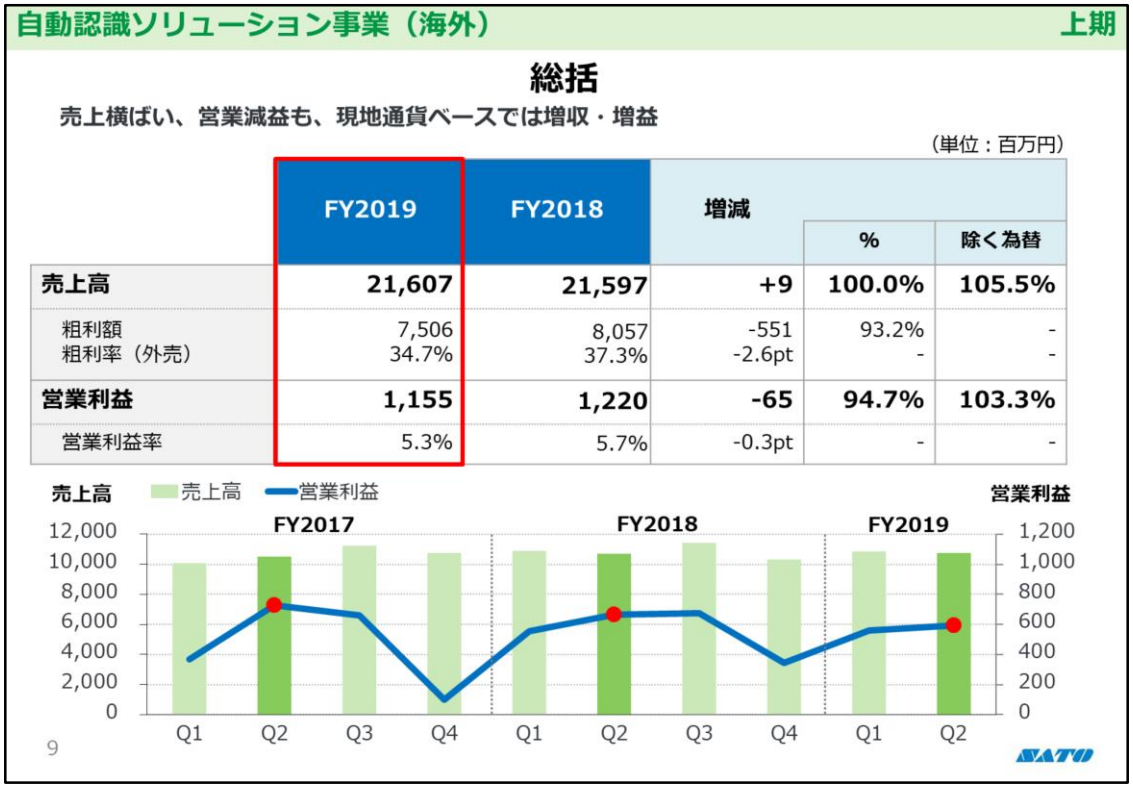


7

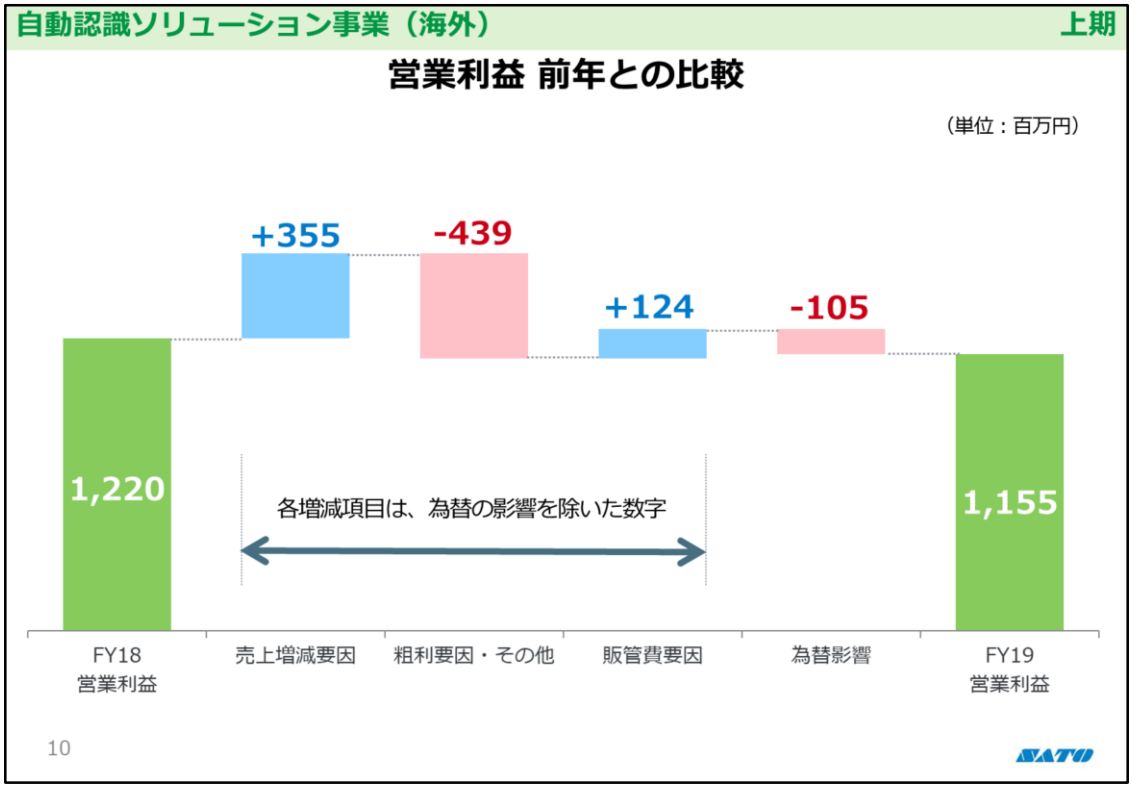
●四半期ベースでは、前年同期比売上高、営業利益ともに上昇した



●後ほど国内・海外事業ごとにご説明する



●粗利率の2.6ポイント低下は、欧米における原価高に起因している



●売上要因のプラスは、Okil社（約200百万円）と米国販社（約100百万円）が大きく貢献した
●粗利要因のマイナスは、Okil社と米国販社に大部分が起因し、原価高の影響を受けている
●販管費はSGS社の清算により、プラスに寄与した

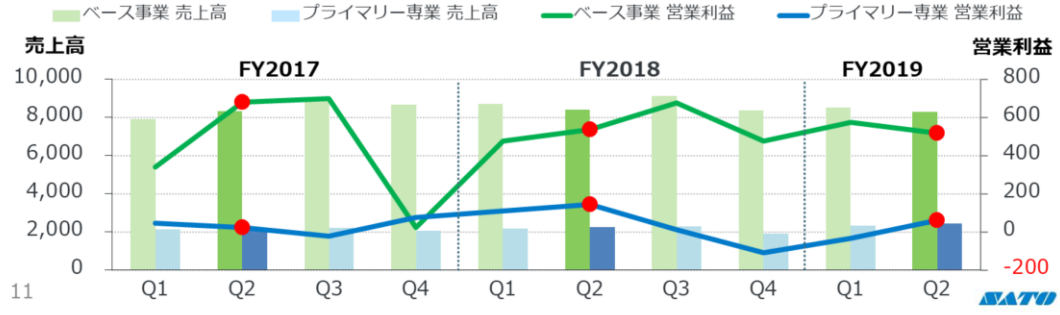
自動認識ソリューション事業（海外）　上期

事業別内訳

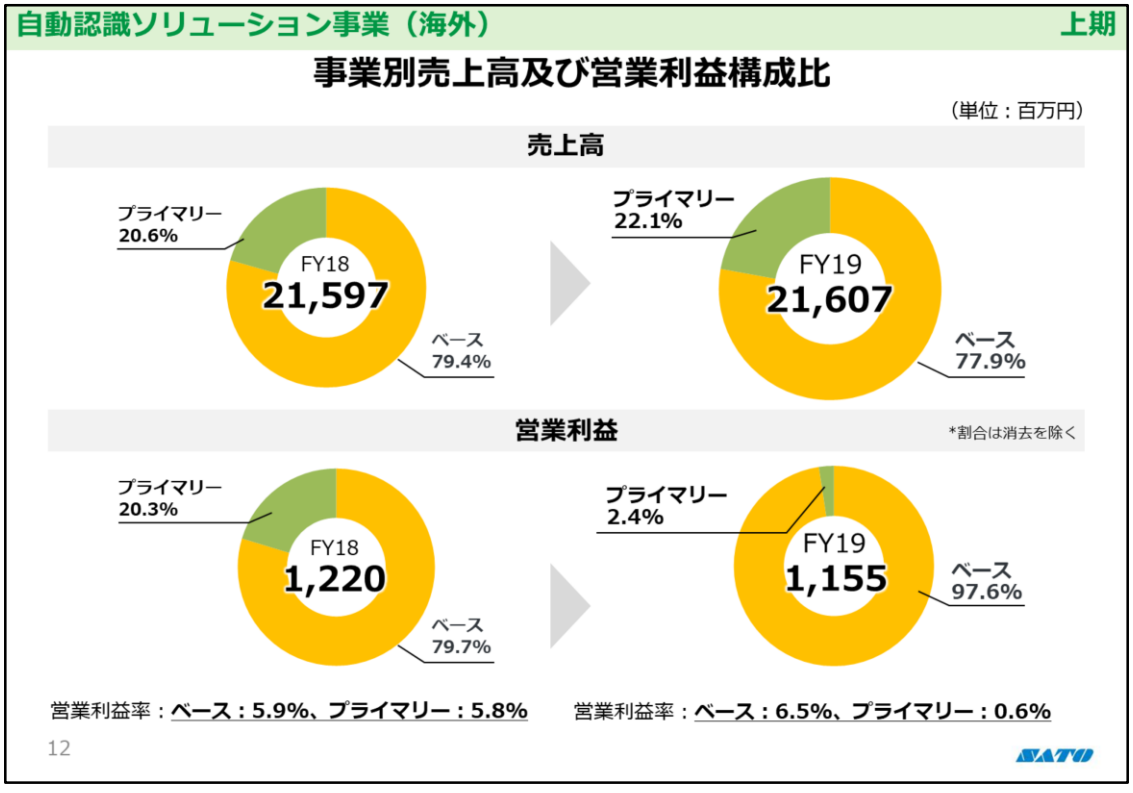
ベース事業：中国関連事業への貿易摩擦の影響により減収。
赤字が続いた米国ソフトウェア開発子会社の清算及び英国販社の黒字化により増益
プライマリー専業：ロシアOkil社の寄与により増収。同社における原価高及び為替の影響などにより減益。
第2四半期は黒字化

（単位：百万円）

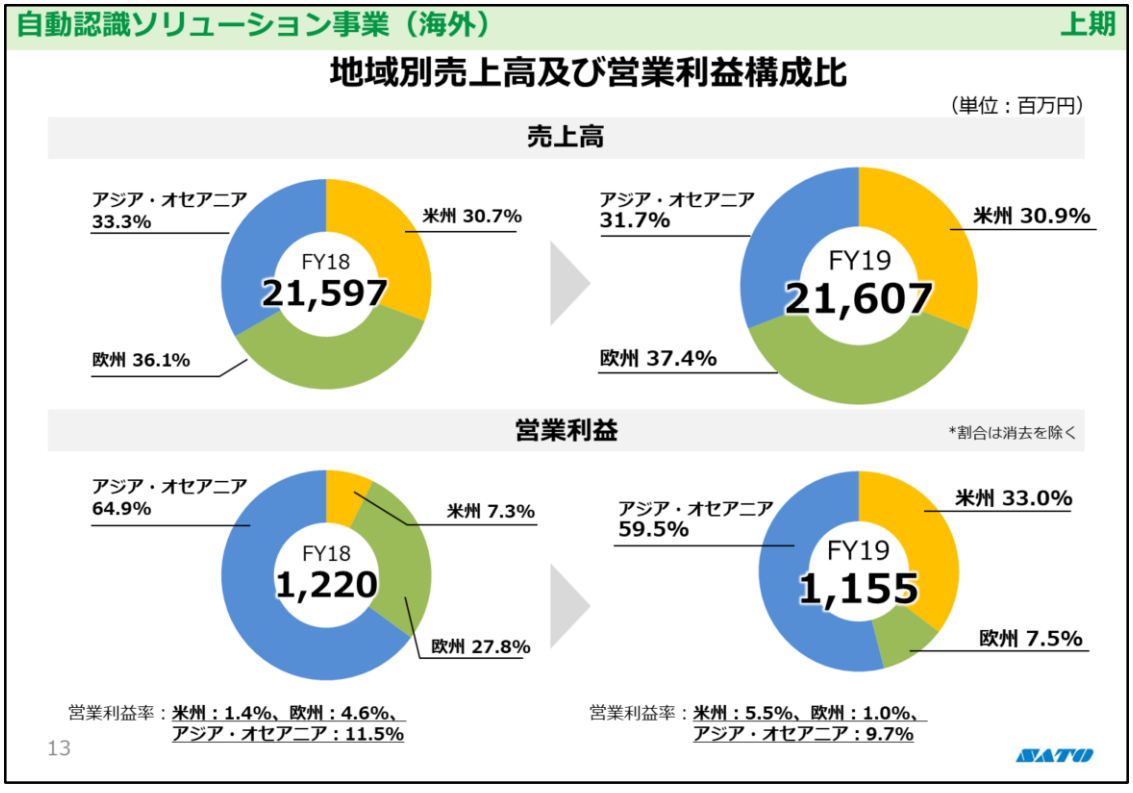
		FY2019	FY2018	増減	%	除く為替
ベース事業	売上高	16,825	17,152	-327	98.1%	102.6%
	営業利益	1,095	1,015	+79	107.9%	112.2%
プライマリー専業	売上高	4,782	4,444	+337	107.6%	116.8%
	営業利益	27	259	-231	10.5%	34.2%
消去	営業利益	32	-54	+86	-	-



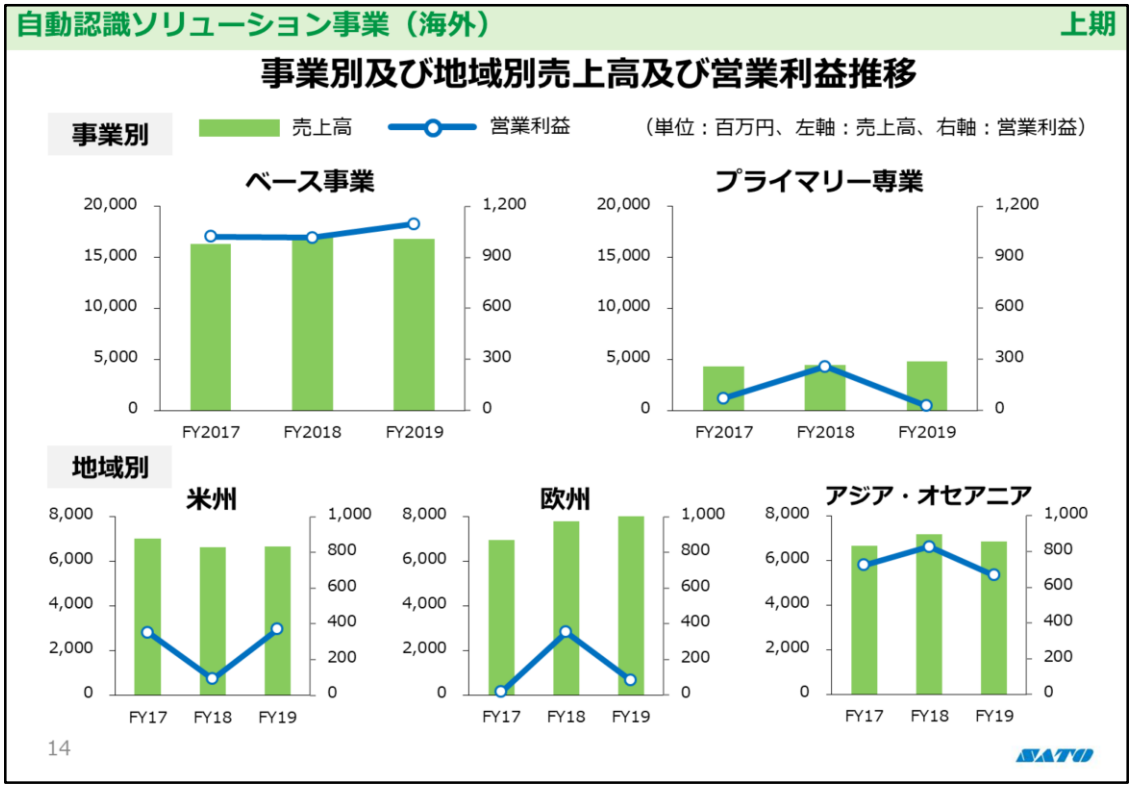
●Okil社は過去最高の売上となったが、原価高の影響で減益となった



●プライマリーの部分は、Okil社の増収減益が明確に反映されている



●19年度の営業利益については、米州はSGS社の清算、欧州はOkil社の減益、アジア・オセアニアは米中摩擦による中国販社の減益が大きく影響している



●今までのスライドでご説明した数値を各事業・地域ごとに同尺で表示しているので、各々の規模感の比較としてご参照されたい

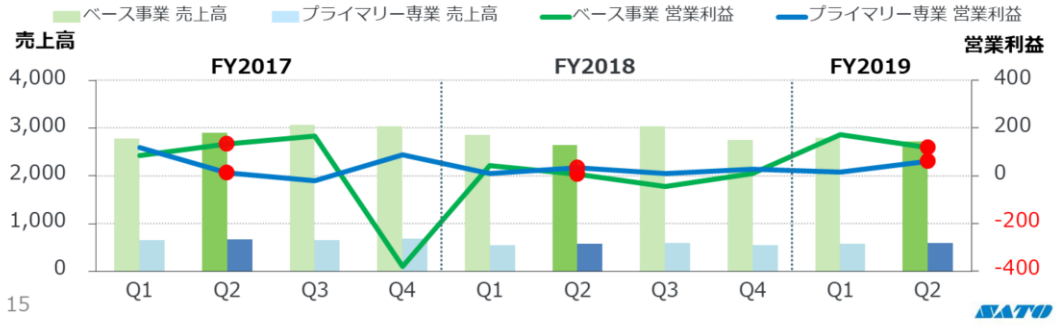
自動認識ソリューション事業（海外）　上期

地域別内訳 米州

ベース事業：主に米国販社で直販ビジネスが伸長するも、為替のマイナス影響などにより売上は横ばい。
清算を決めた米国ソフトウェア開発子会社の研究開発費負担の解消により大幅増益
プライマリー専業：増収・大幅増益。特に価格転嫁を推し進めたアルゼンチンのAchernar社が増益に貢献

（単位：百万円）

		FY2019	FY2018	増減	%	除く為替
ベース事業	売上高	5,512	5,495	+16	100.3%	103.7%
	営業利益	291	49	+242	591.4%	619.2%
プライマリー専業 ・ Achernar社 ・ Prakolar社	売上高	1,163	1,130	+33	102.9%	129.7%
	営業利益	78	43	+34	178.8%	322.9%



15

●ベース事業は米国での事業見直し（SGS清算）により、利益が改善した
●プライマリー専業は、Achernar社がインフレと原価高の状況下でも、お客さまへの適正な価格転嫁を実施することで増益に貢献した

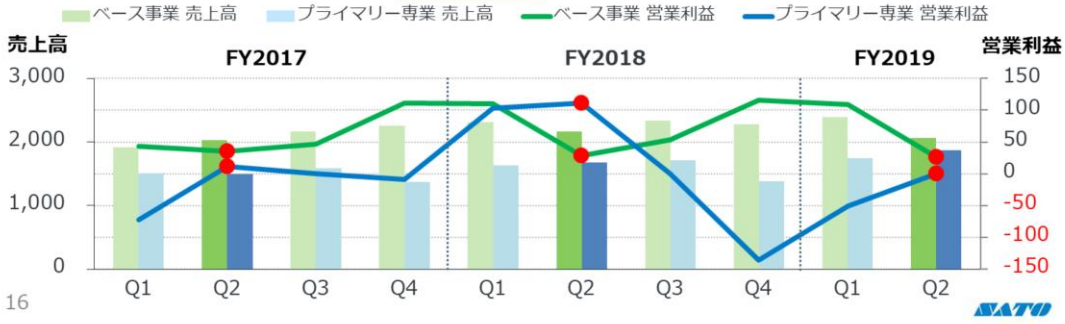
自動認識ソリューション事業（海外）　上期

地域別内訳 欧州

ベース事業：主に為替のマイナス影響により売上は横ばい、営業利益は微減。
食の安心・安全への対応ニーズを捉えて大口取引を獲得し、英国販社が増収・黒字化
プライマリー専業：ロシアのOkil社における新規ビジネス開拓により増収。一方、原価高や為替の影響により減益

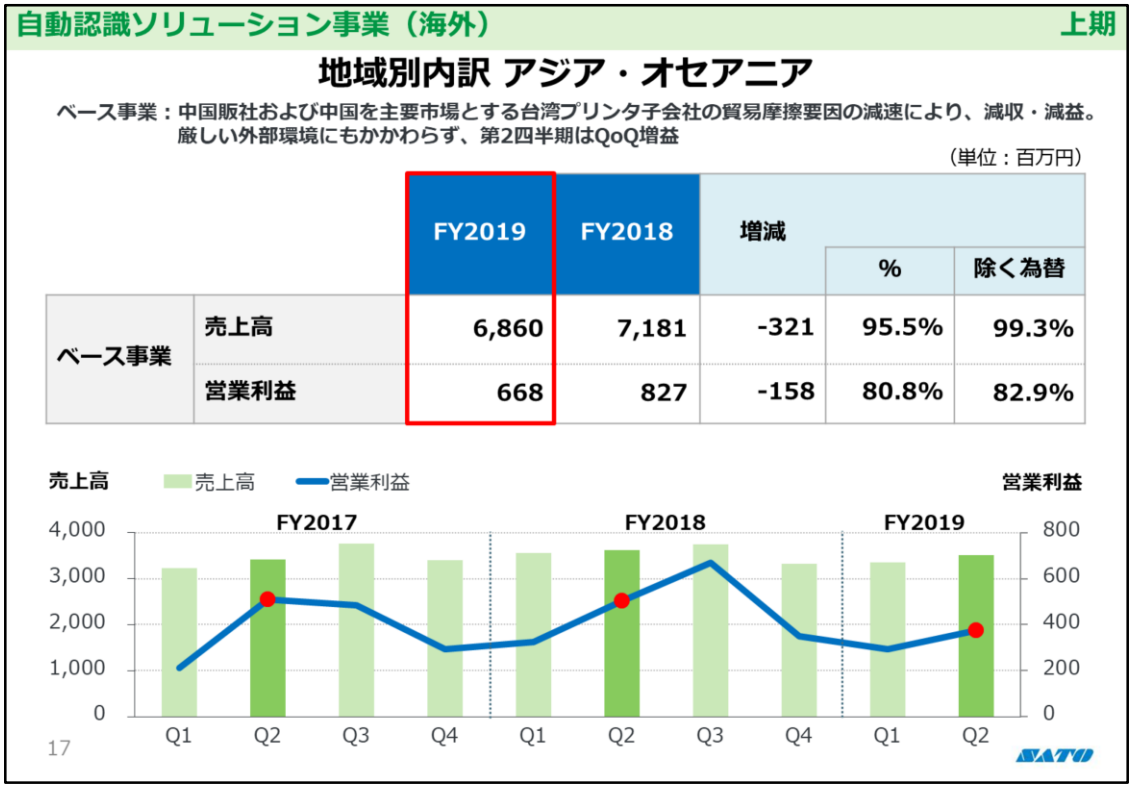
（単位：百万円）

		FY2019	FY2018	増減	%	除く為替
ベース事業	売上高	4,453	4,475	-22	99.5%	106.5%
	営業利益	135	139	-4	97.1%	106.3%
プライマリー専業 ・ Okil社 ・ X-Pack社	売上高	3,618	3,314	+303	109.2%	112.4%
	営業利益	-51	215	-266	-	-

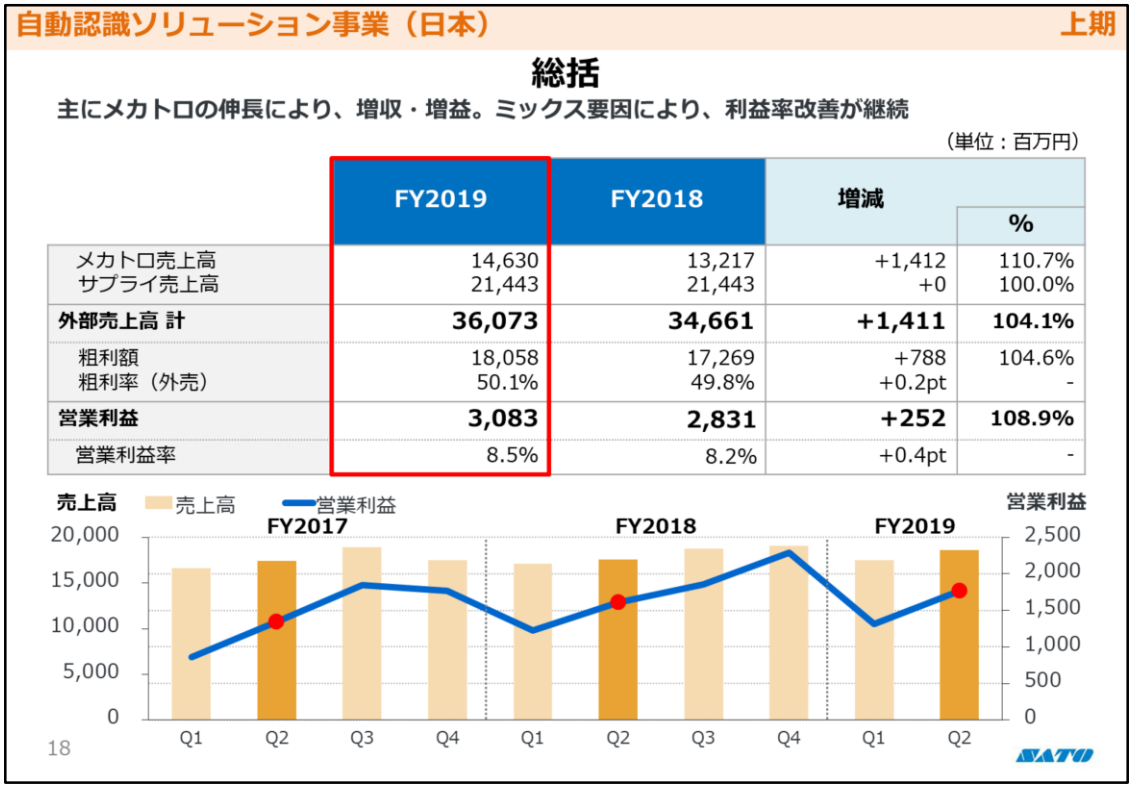


16

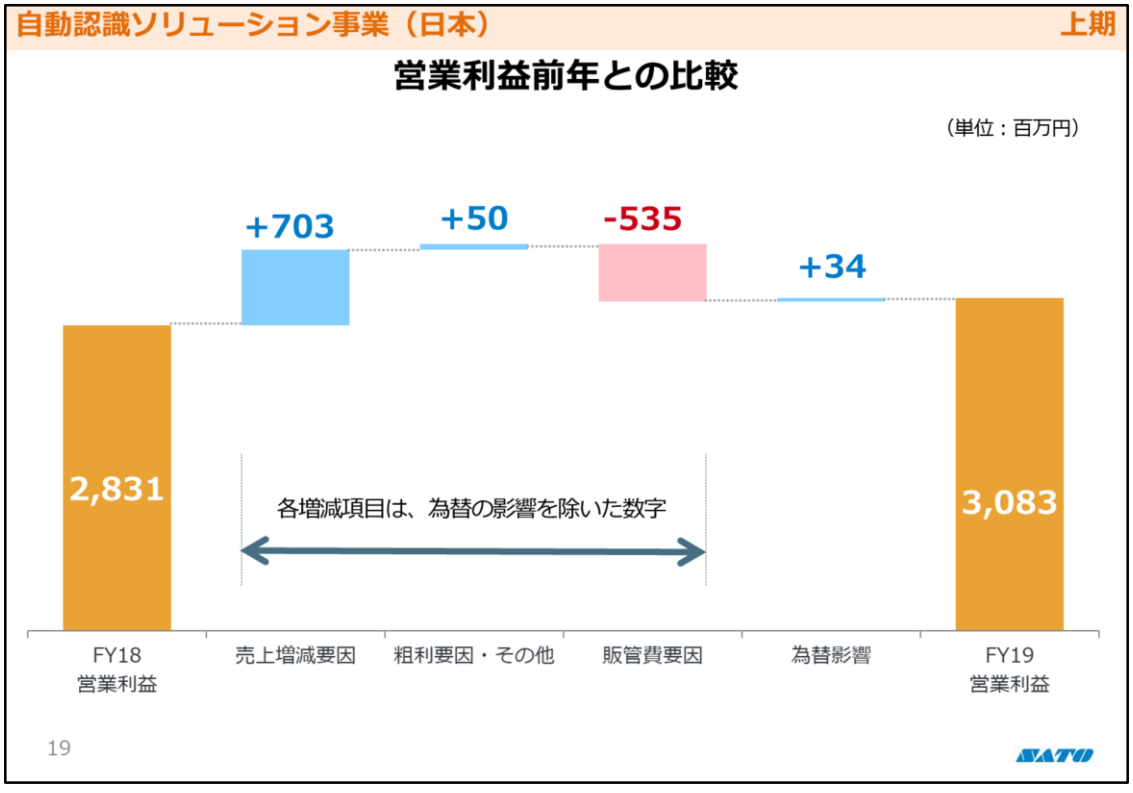
●欧州では現在、食品市場へ集中的にセールス活動を実施しており、商談が増加傾向にある



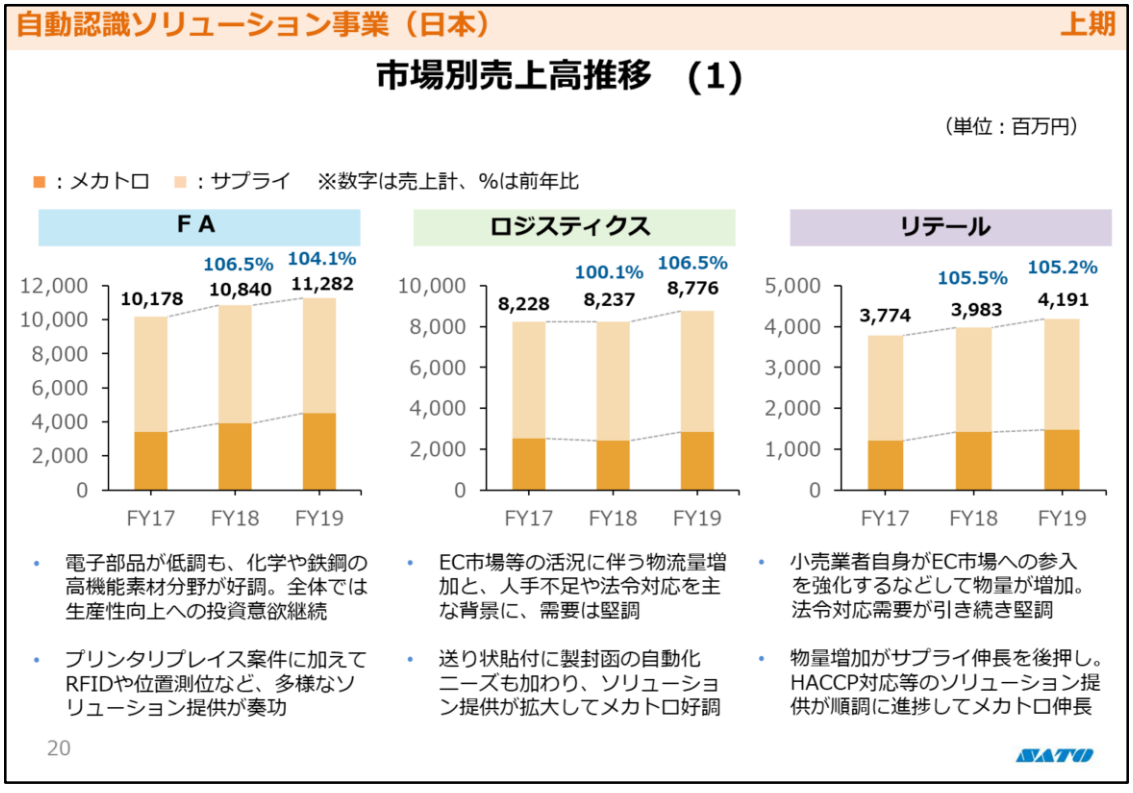
●米中摩擦の影響で減速しているものの、中国国内の製造業では効率化への取り組みが進んでいるため、新規案件が発生している



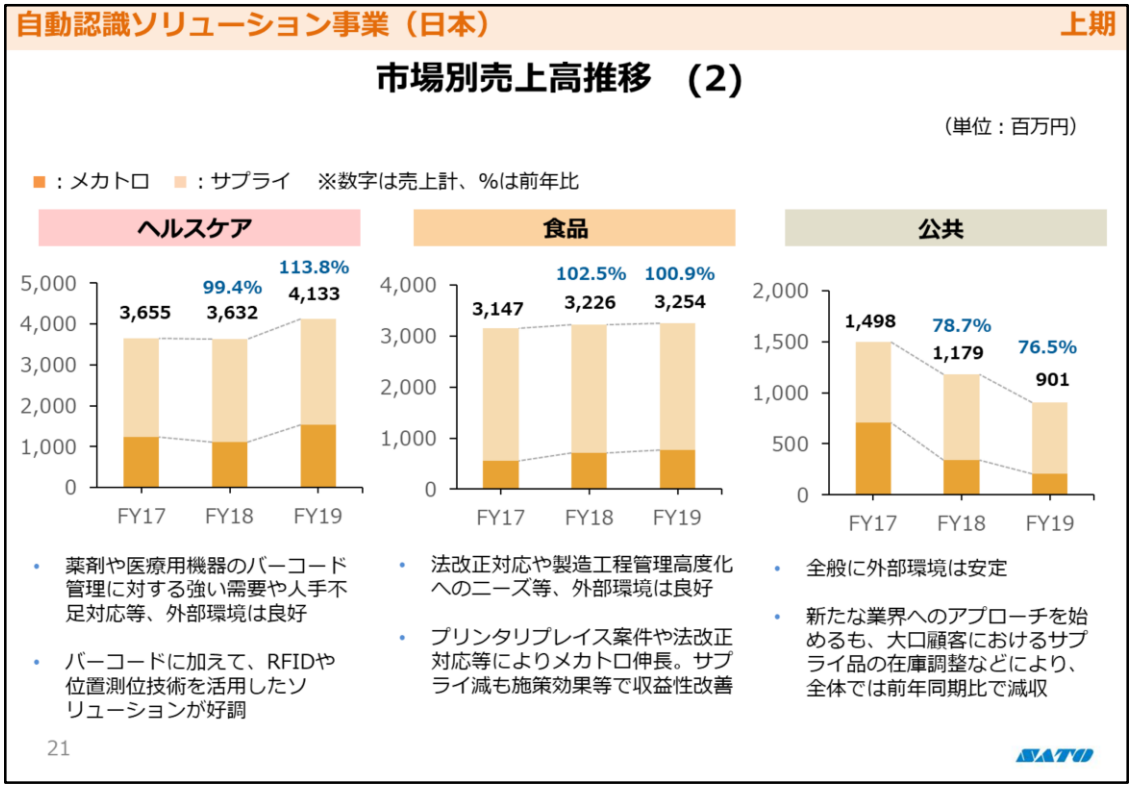
●サプライの売上高が横ばいとなった背景には、米中摩擦の影響による電子部品業界の成長鈍化がある
●他業界の案件を確実に獲得したため、全体の取引量が目減りしている中でもマイナス影響を吸収した



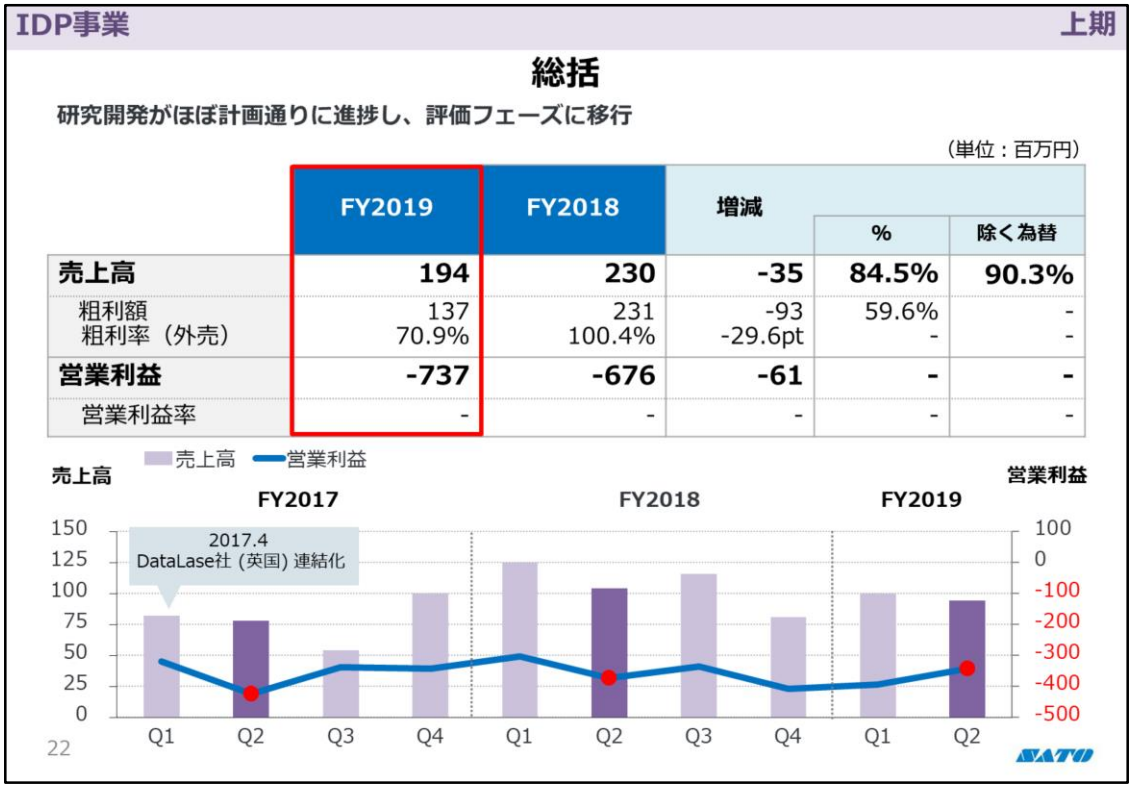
●販管費の要因には、人財強化のための費用増、売上高伸長による経費増、新製品・ソリューション開発の償却費などが含まれている



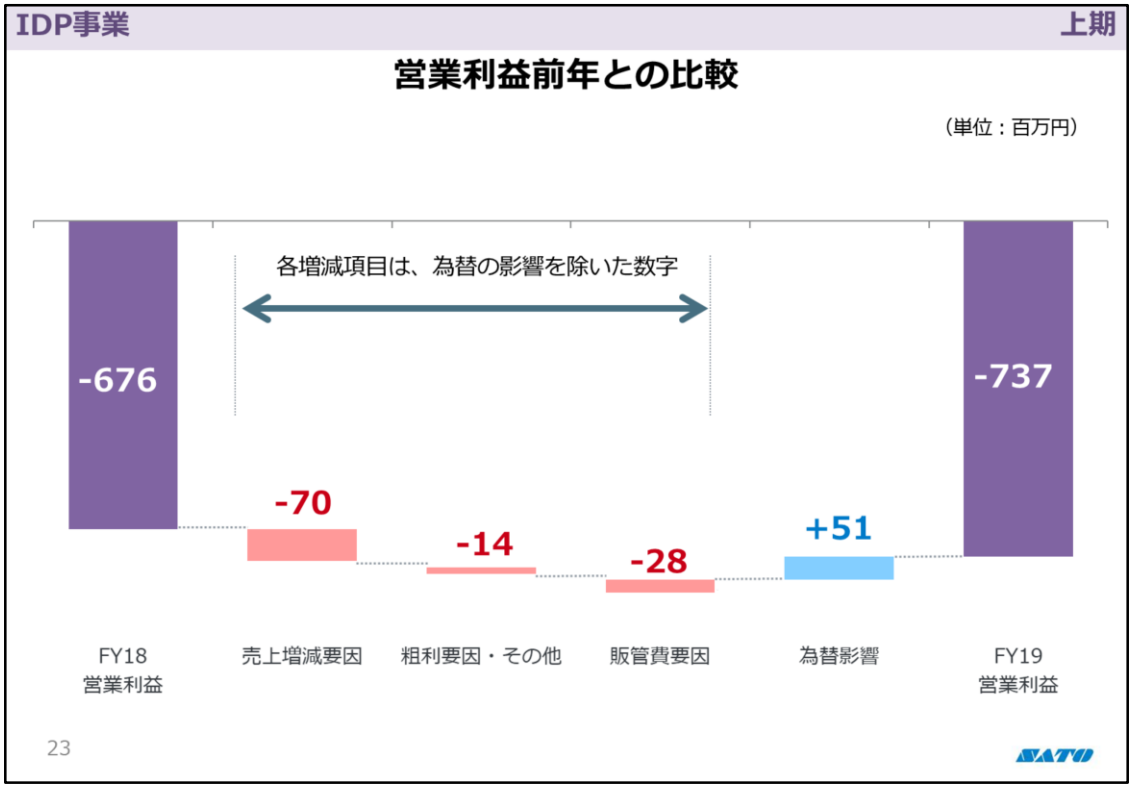
●FA：RFID活用が進んでいる。また製造現場の安全対策のためのソリューション提案が増加傾向にある。
今後もメカトロの伸長と、電子部品業界以外のサプライ供給増加が期待される
●ロジスティクス：EC市場が活況であり、物流センターの増強・整備が旺盛なため、今後も成長が期待される
●リテール：小売業のEC市場への投資が活発であり、引き続きの伸長が期待される



●ヘルスケア：従来からの営業活動が結実し、病院やインプラント向けのソリューションが好調である
●食品：食品表示法改正やHACCP認証などの外部環境を背景に、自動化や衛生管理向上へのニーズに対応するソリューション提供が増加し、上期は順調に推移した
●公共：特需による前年比増減が大きい市場であるが、長期にわたる受注を確実に獲得するよう営業活動を推進している



●コスト抑制をより強化したことで、営業損失を抑えた


IDP事業
上期
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
-676
-70
-14
-28
+51
-737
FY18
営業利益
売上増減要因
粗利要因・その他
販管費要因
為替影響
FY19
営業利益
23

●（割愛）

IDP事業 研究開発の進捗

開発技術の評価段階へ。2019年度中に商業化判断の予定

飲料ボトル

- お客さまからの要求スペックの変更により、レーザー開発が約3か月後ずれ
- 19年9月に評価機完成。お客さまの工場に設置
- 現在、商業化を見据えて評価中

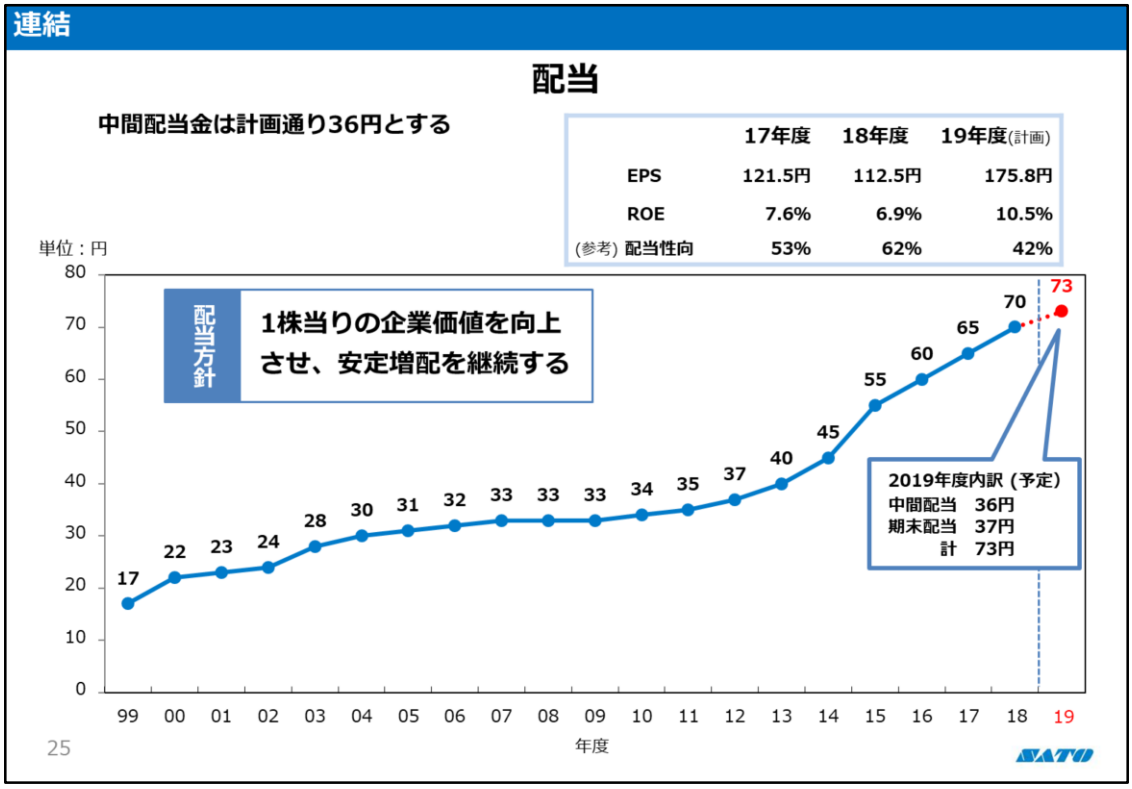


紙カップ

- 19年6月より海外の実店舗で小規模の実証実験を実施
- 現在、中規模店舗網を持つお客さまとの実証実験を検討中



●IDP事業の飲料ボトルおよび紙カップの2つの事業化の進捗状況・計画についてご説明する（記載の通り）



●年間配当は計画通り73円、中間配当は36円とする

連結

2019年度　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 ( )内は期初計画	前年比
売上高	57,875	102.5%	62,124	104.1%	120,000 (120,000)	103.3%
営業利益	3,542	105.9%	4,957	114.3%	8,500 (8,500)	110.7%
経常利益	3,237	101.4%	4,862	109.8%	8,100 (8,300)	106.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,880	150.0%	3,019	162.9%	5,900 (5,000)	156.3%
	<参考>					
EBITDA※	13,250	←2018年度通期			14,100 (14,100)	106.4%

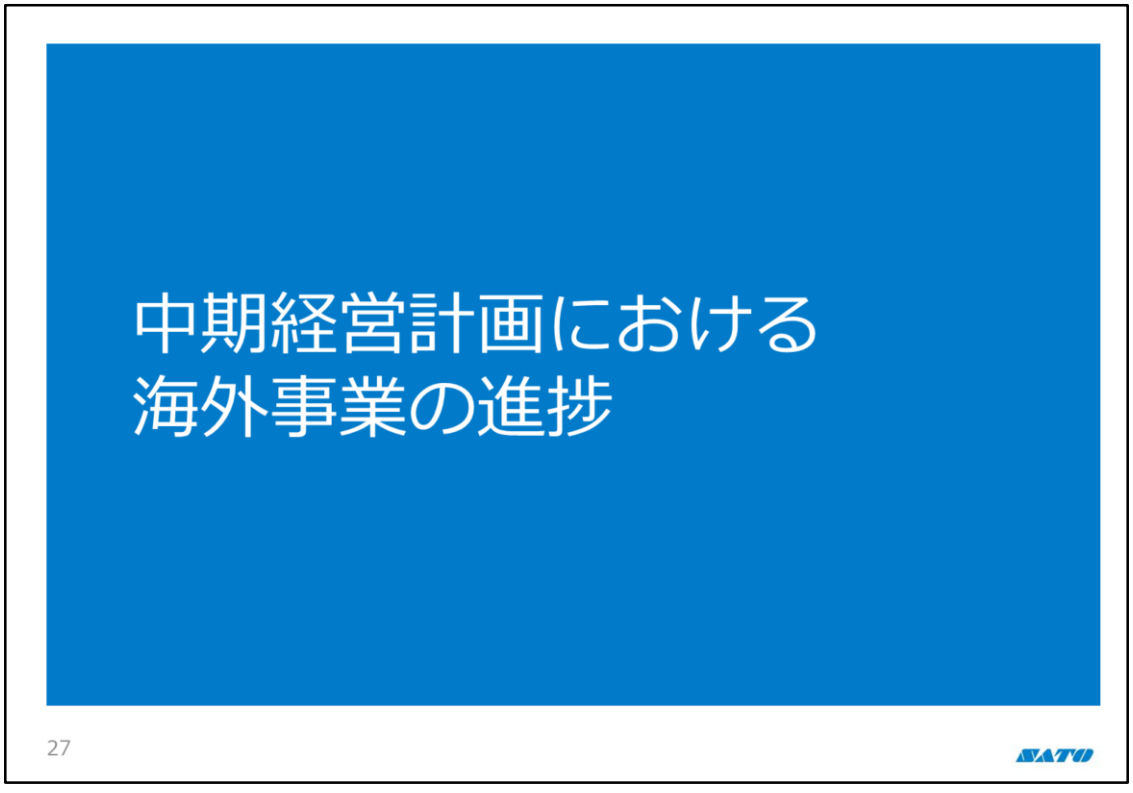
※ EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋のれん償却費

FY19 想定レート　：108円/USD, 120円/EUR
FY19 上期為替レート (期中平均)：108.60円/USD, 121.40円/EUR
FY18 通期為替レート (期中平均)：110.92円/USD, 128.44円/EUR

26

SATO

●19年度の業績計画では、経常利益は営業外費用の増加により、期初計画より200百万円下方修正した
●当期純利益は上期発生の特益を勘案して、900百万円の上方修正とした



●次に、中期経営計画における海外事業の進捗についてご説明する

戦略骨子

ポテンシャルの高い国・エリア・業界をしぼり、
戦略・戦術・投資を具体的にスピードを上げて実行

① 注力エリアと業界におけるリソースの最適化

② 業界別の商品・サービス・ソリューションの創出強化

③ 「コト売り」を支えるツールやインフラの強化

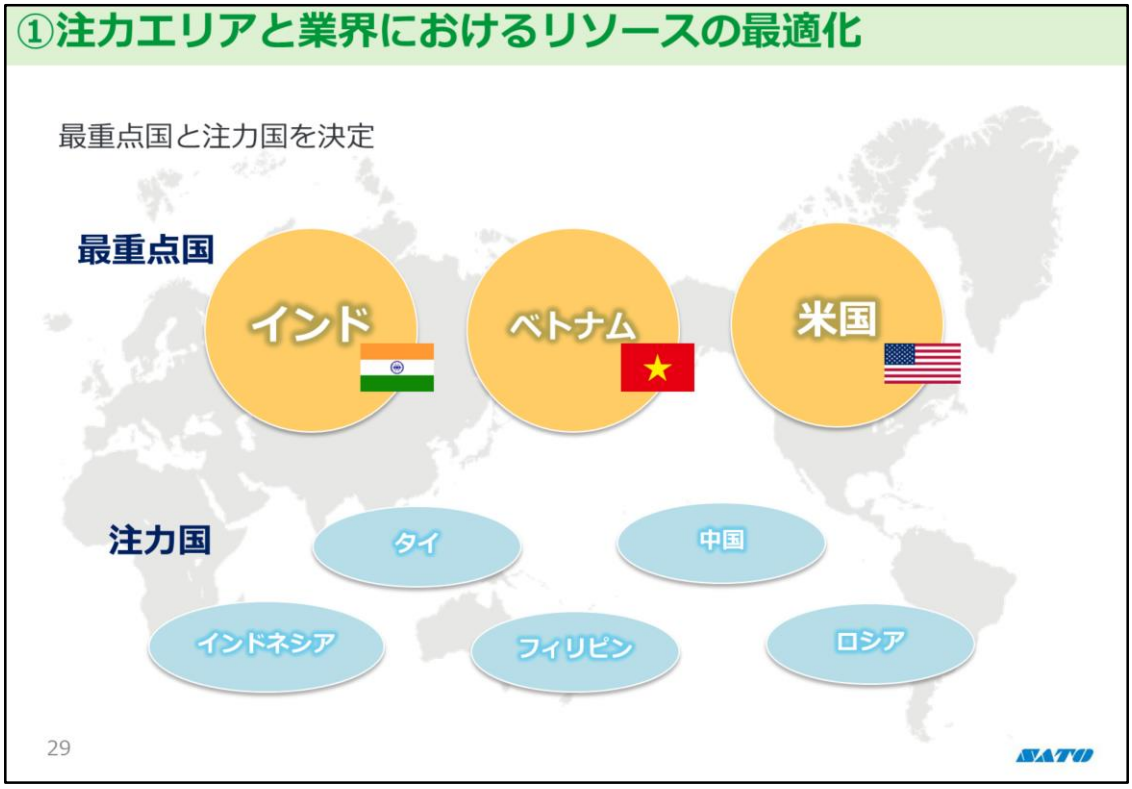
④ グローバルアライアンスの強化

⑤ CRM（顧客情報管理）システムなどインフラの整備

28

SATO

●戦略骨子はこれら5つである



●最重点国と注力国で合計8か国を注力エリアとしている

①注力エリアと業界におけるリソースの最適化

強みである最適解のソリューションを提供するためには、
業界ごとのアプローチが必要

市場	FA	ロジ	リテール	ヘルスケア	食品
業界	自動車	運輸業	スーパー	病院	ファストフード
	電機/機械	B2B物流	専門店	医薬品	レストラン
	電子部品	B2C物流	ドラッグストア	医療機器	食品製造
	鉄鋼	メーカー物流	コンビニ	医療材料	食品加工
	化学	3PL	量販店	血液検査	飲料

30

SATO

●国・エリアごとの市場・業界でのポテンシャルと、当社が得意とする領域のマッチングを行い、ターゲット市場・業界を絞り込んだ

①注力エリアと業界におけるリソースの最適化

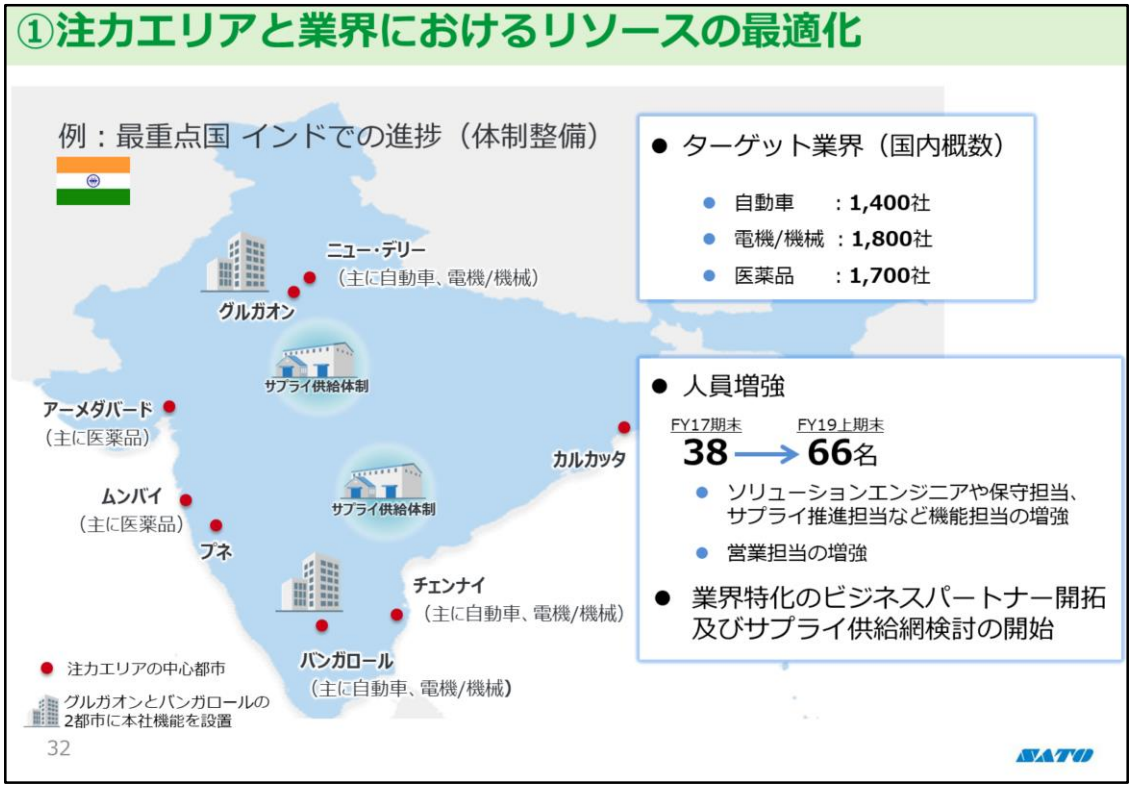
例：最重点国 インドでの進捗（ターゲット業界の選定）



市場	FA	ロジ	リテール	ヘルスケア	食品
業界	自動車	運輸業	スーパー	病院	ファストフード
	電機/機械	B2B物流	専門店	医薬品	レストラン
	電子部品	B2C物流	ドラッグストア	医療機器	食品製造
	鉄鋼	メーカー物流	コンビニ	医療材料	食品加工
	化学	3PL	量販店	血液検査	飲料

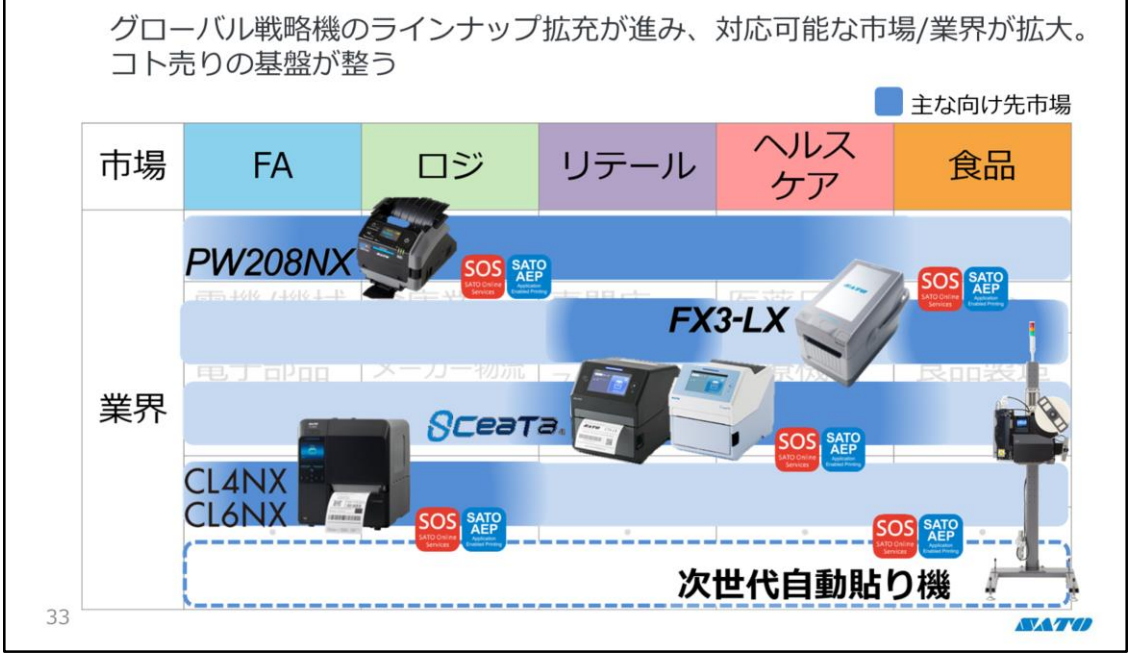
31

●インドを例にご説明する
●ターゲット業界は、製造業から自動車および電機/機械を、ヘルスケアの中から医薬品の3つに絞り込んだ



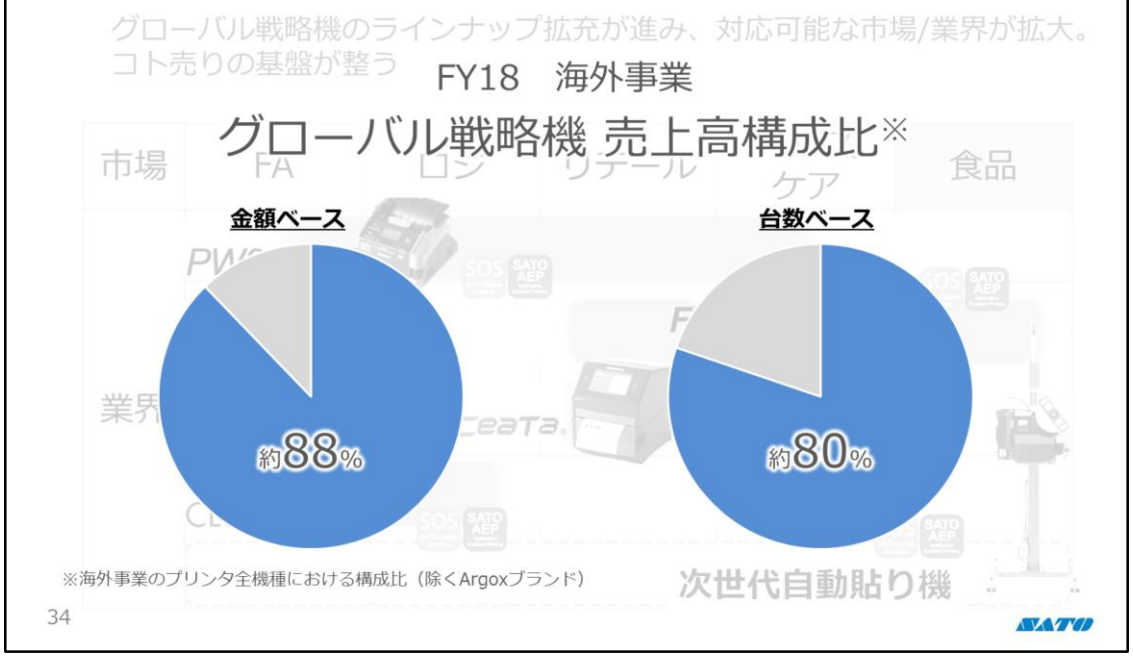
●ポイントは以下の4つである
①本社機能を既存のグルガオンに加え、バンガロールに設置したことで、南北に本社機能を持つことになった
②ターゲット業界・地域を網羅するよう、サプライ供給体制を南北にわたり整備する
③ターゲット業界に知見のある、またはコト売りのできる営業やエンジニアを採用し、人員増強を進めている
④ニューデリー、ムンバイ、バンガロール、チェンナイにある、ターゲット業界に強いパートナー開拓を進めている

②業界別の商品・サービス・ソリューションの創出強化



●各ラインナップにおける新型タイプは、写真の通りのモバイル（PW208NX）、産業用の中型モデル（CL4NX, CL6NX）、特に食品市場で広く活用されているアンドロイドを搭載した新たなコンセプトモデル（FX3-LX）および自動貼り機である
●海外において最も販売台数が多いモデルである、コンパクトモデル（SCeaTa）の新型プリンタが新たにラインナップに加わった（9月11日にニュースリリース、10月1日より販売）
●白いモデルはヘルスケア市場向け、黒いモデルはグローバル戦略機として市場に投入していく
●加えて、CL4NXおよびCL6NXからマイナーチェンジした次なるプリンタのリリースを計画している

②業界別の商品・サービス・ソリューションの創出強化



●グローバル戦略機の5シリーズでプリンタ売上金額の約9割を占める
●各モデルの新型プリンタ投入時に積極的に販売することにより、プリンタ売上におけるグローバル戦略機の割合を高める
●新型プリンタ発売へつなげるための研究開発投資を進めている

②業界別の商品・サービス・ソリューションの創出強化

独自の機能を搭載し、他社にない価値を提供。拡販を後押し

SOS SATO Online Services
プリンタをインターネットに接続して遠隔モニタリングを実現

【お客さまへの提供価値】
- 現場を止めない（安定稼働）
- 資産管理の効率化



SATO 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

【お客さまへの提供価値】
- 生産性向上
- 省スペース、コスト削減



35

SATO

●これらグローバル戦略機が収益性向上に貢献するのは、他社にない独自機能を搭載することで差別化を図っているためである
●一例としてSOSおよびAEPの機能を紹介する
●SOSは、プリンタの見守り機能である。稼働状況をインターネット経由で把握して消耗部品の予防交換を実施するため、現場を止めない。万が一の障害発生にもダウンタイムを極力短くすることができる
●ネット接続のメリットを生かし、世界中に点在するお客さまのプリンタの稼働状況が把握でき、資産管理ツールとしても活用が可能である
●AEPは、内蔵されたインテリジェンスにより、PCレスでラベル発行などの作業が完結する
●上位システムとのデータ交信、取り込んだデータの加工がプリンタ単体で可能であり、加えてPCレスのためOSのバージョンアップなどの煩わしさから解放される
●制御機器と接続することも可能である
●パソコンを使わない運用により、お客さまの現場の省スペース、PCレスによるコスト削減、生産性向上などに貢献する

②業界別の商品・サービス・ソリューションの創出強化

最重点国 米国での進捗

グローバル企業など大手企業に対し、
コト売りによる直接アプローチが奏功して商談創出が進む

大手スーパーとの商談事例

【お客さまの課題】

- 倉庫でプリンタが故障すると、復旧するまでラインが止まる。
  クリスマスシーズンなど繁忙期には、作業遅延がコストに直結するので何とかしたい



数千台規模のプリンタ商談が進捗中

36

●米国の大手スーパー向けのコト売り商談例をご説明する
●非常に多くの店舗数を抱えているため、物流センターにおける業務効率化が必須というお客さまのニーズと当社の商品特徴がマッチしている
●現在導入の他社プリンタは、経年使用で故障率が上がってきている
●当社のプリンタとSOS機能活用により、現在抱えている現場が止まるリスクを軽減でき、多数あるプリンタの資産管理も効率化が可能である
●少量のラベル発行にはコンパクトタイプ、大量発行には産業用タイプとラインナップが豊富であり、RFIDにも対応しているため、当社商品の導入を現在お客さまが検討している

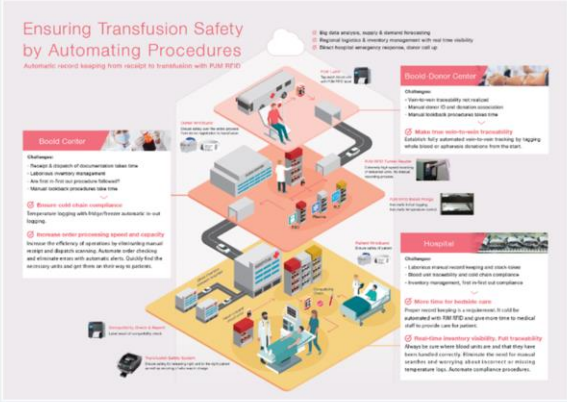
③「コト売り」を支えるツールやインフラの強化

マーケティングツールの整備と
共有のプラットフォーム構築が進む



ツール共有場所
Global Sales Portal

業界マップ



リーフレット



映像



37

●ソリューション提案やコト売り推進に不可欠なマーケティングツールである業界マップを作成・更新した
●さらに業界ごとに、具体的な導入効果やROIを説明する用途別のリーフレットを作成した
●実際のオペレーションを含む映像も作成している
●これらのツールを社内でグローバルに共有する環境を整備した

③「コト売り」を支えるツールやインフラの強化

既に14業界のマップを作成



市場	FA	ロジ	リテール	ヘルスケア	食品
業界	自動車	運輸業	スーパー	病院	ファストフード
	電機/機械	B2B物流	専門店	医薬品	レストラン
	電子部品	B2C物流	ドラッグストア	医療機器	食品製造
	鉄鋼	メーカー物流	コンビニ	医療材料	食品加工
	化学	3PL	量販店	血液検査	飲料

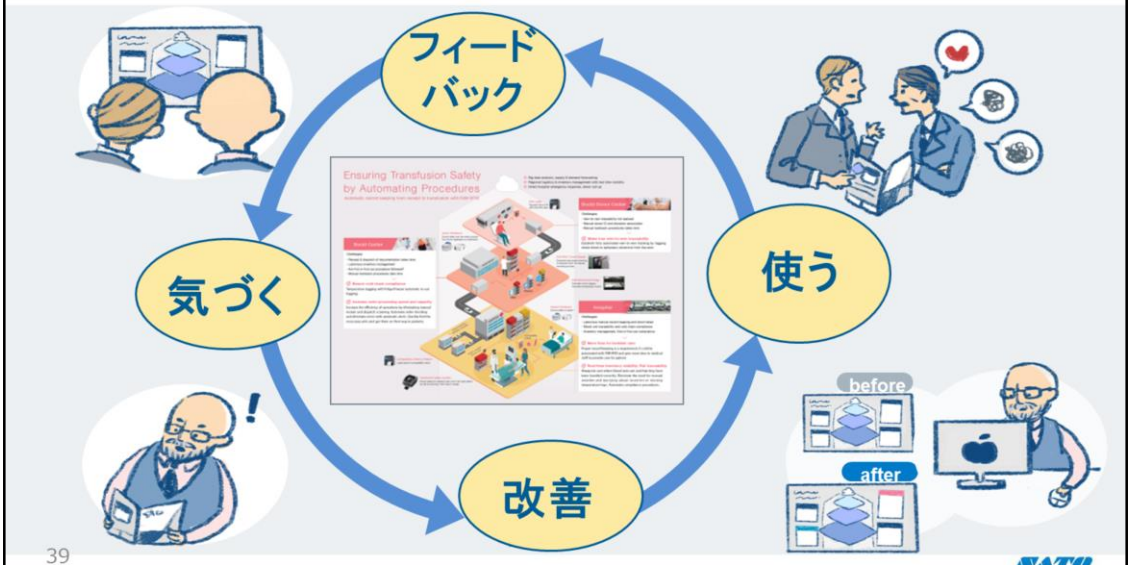
38

SATO

●前のページでご説明した業界・用途マップのリーフレットはすでに14業界分を作成し、社内で共有の上、商談に活用している

③「コト売り」を支えるツールやインフラの強化

本社グローバルマーケティング本部と各国販社が密に連携して、
活用浸透と改善サイクルの型づくりに着手



●整備したツールを有効活用するための好循環な仕組みづくりに着手している
●業界マップおよび用途マップに対してのお客さまの声、海外のマーケティングや営業担当からのフィードバックを収集し、改良に活用している
●これらを管理する組織を立ち上げ、一連の工程を繰り返すことで、改善サイクルを回している

④グローバルアライアンスの強化

グローバルに商談創出が進む

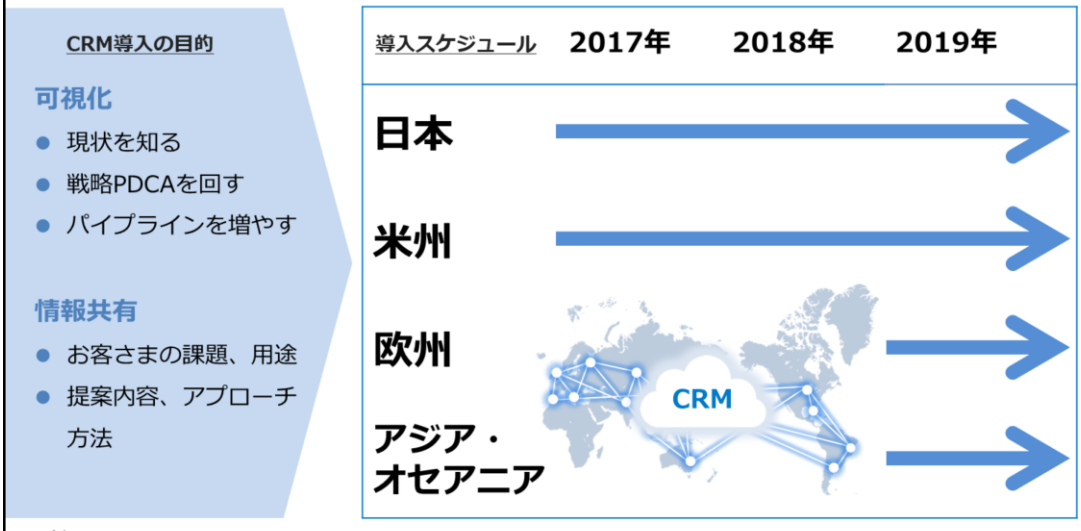


40

●Manhattan Associates社とJDA社はともにWMSの最大手企業である。JDA社はサプライチェーンの統合ソフトウェアの提供をメインビジネスとしている
●本社のある米国のみにとどまらず、グローバルに2社と当社との人間関係の構築を進めている
●両社と当社が地域別に有するソリューションを整理してマッチングした結果から、対象となるお客さまを選定し、商談を進めている

⑤ CRM（顧客情報管理）システムなどインフラの整備

効率的且つ継続的に成果を出すための仕組み：CRM
ほぼすべての国・地域に導入



41

●CRMを導入し、各地域が進めている商談の管理を可視化することでグローバル案件のあぶり出しや、案件の横展開に活用している
●CRMで営業活動や商談内容などの情報共有することは、類似ケースへ活用したり、新たな気づきを与えたりするなど、次なるアクションの創出が可能になる

●海外事業においては、以上ご紹介した戦略とそれに付随する体制、ツール、システムインフラの整備が完了し、実行フェーズの入り口に立った
●海外で実施中の戦略の効果は、これから創出されると考えている

Appendix

用語集　　P.43～P.46

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	現場で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。
4	IDP事業	IDP（Inline Digital Printing)に関わる開発・製造・販売。旧「素材事業」。
5	コト売り	製品の単品売りではなくハードウエアやサプライ、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
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、それを上位システムに受け渡す作業。すなわち現物と情報を一致（情物一致）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。
7	DCS & Labeling+One（DCS: Data Collection Systems）	DCS & Labelingは、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。 DCS & Labeling+Oneは、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「=+One」を組み合わせてお客さま課題の解決手法をさらに向上させる取り組みへ発展。
8	情物一致	現物と情報を一致させること。商品に価格等の情報を付加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。

※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
9	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。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)、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)、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、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」を実現。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。
11	AAP（Area Alliance Partner）施策	日本国内で県内の地域を細分化し、網羅できていない地域や業界で強いプレゼンスを持つ企業とパートナー契約を締結する活動
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は小さい。
3	自動認識ソリューション	DCS & Labeling+One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促進することにより実現を目指す。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進捗管理を実現するなど。

用語集（3/4）

	商品・サービス名・技術（続き）	説明
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（商品シールなど）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実現できる。
8	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。印字に際してラベルやインキが不要なため、貼り付け業務や廃棄物を削減するとともに、機器のメンテナンス作業負荷を軽減。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、在庫削減に加え、個別や最新の情報を短いリードタイムで段ボール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開発中。

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業子会社。サトーホールディングスの取得株式75%。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。
6	DataLase Ltd.（英国）	2017年に完全子会社化したIDP事業を推進する開発・製造・販売子会社。
	2017年以降に設立した海外子会社	**説明**
1	X-Pack（ロシア）	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。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。2017年設立。
2	SATO Healthcare Switzerland AG (スイス)	ヘルスケア事業を担う、サトーホールディングスの100%子会社、2018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2019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、弊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弊社に帰属し、本資料の全部または一部を弊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。

www.sato.co.jp