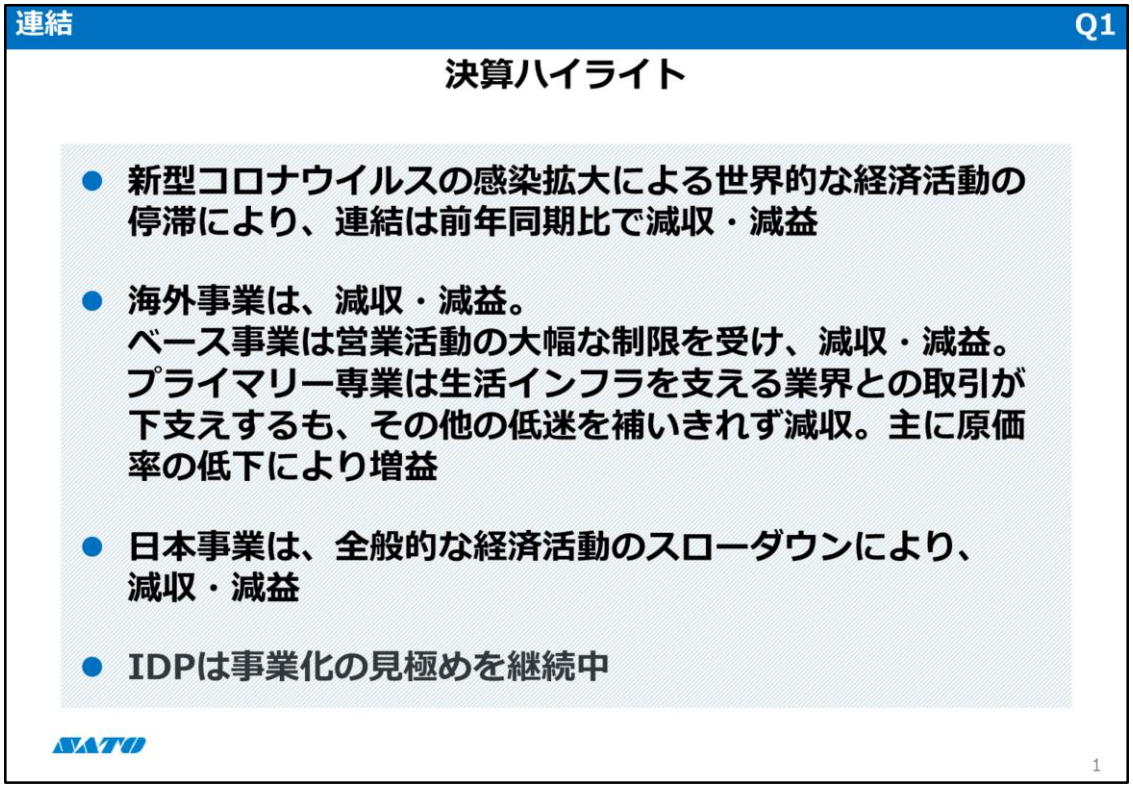
2020年 8月 7日（金）

サトーホールディングス株式会社

2021年3月期 第1四半期決算説明資料

証券コード：6287



●決算ハイライトは記載の通り

連結 Q1

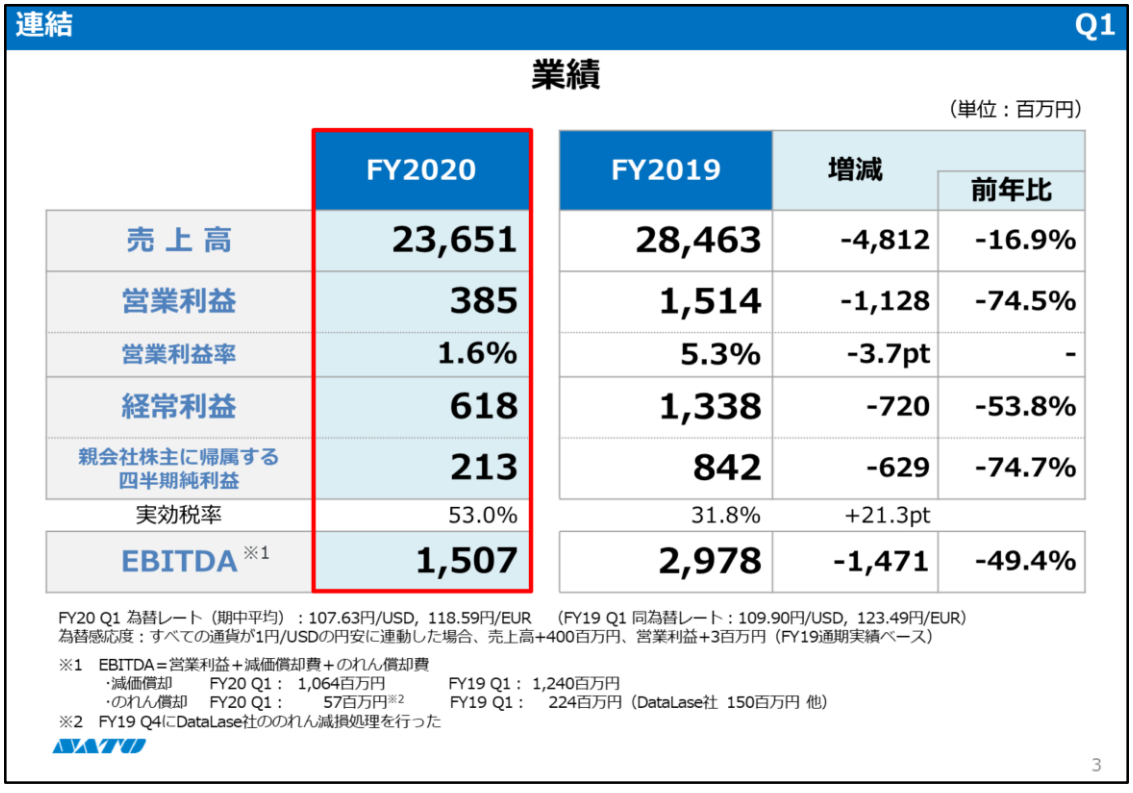
事業セグメント別売上高及び営業利益

（単位：百万円）

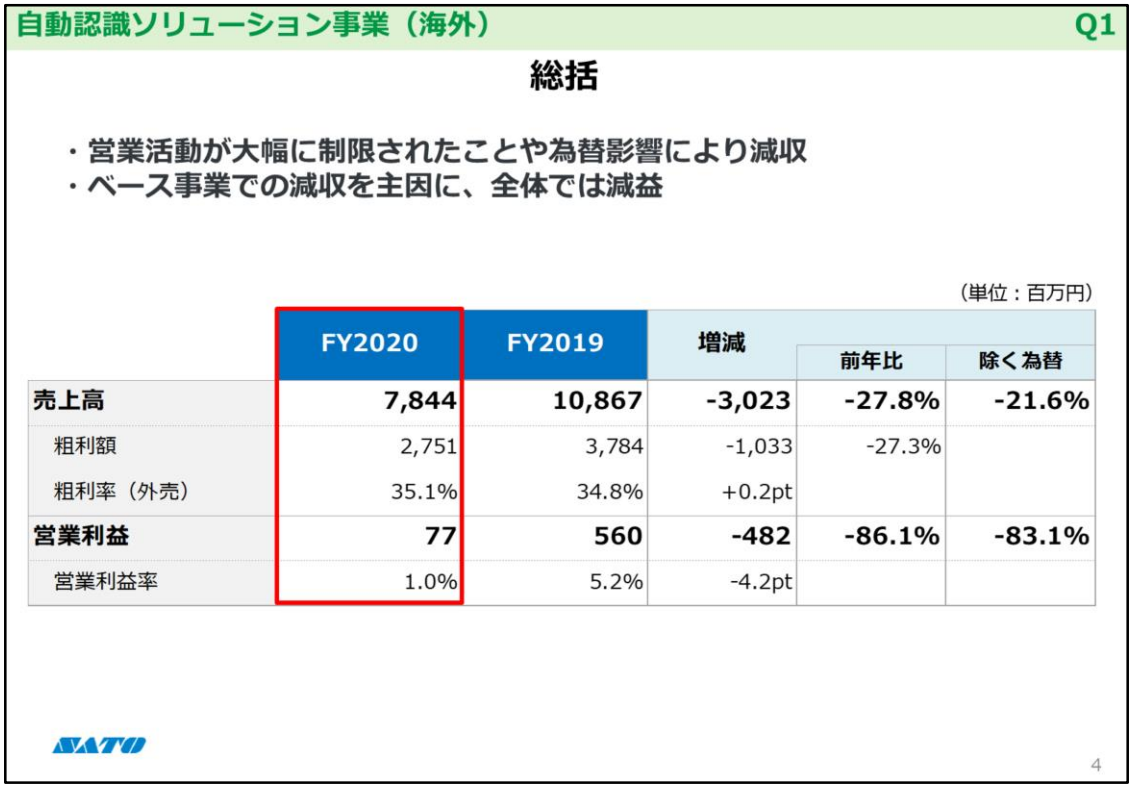
		FY2020	FY2019	前年比	除く為替
自動認識ソリューション事業	売上高	23,575	28,363	-16.9%	-14.5%
	営業利益	476	1,878	-74.6%	-75.5%
海外	売上高	7,844	10,867	-27.8%	-21.6%
	営業利益	77	560	-86.1%	-83.1%
日本	売上高	15,730	17,495	-10.1%	-10.1%
	営業利益	399	1,318	-69.7%	-72.3%
IDP事業	売上高	75	100	-24.6%	-20.4%
	営業利益	-70	-394	-	-
連結（消去後）	売上高	23,651	28,463	-16.9%	-14.5%
	営業利益	385	1,514	-74.5%	-75.8%

2

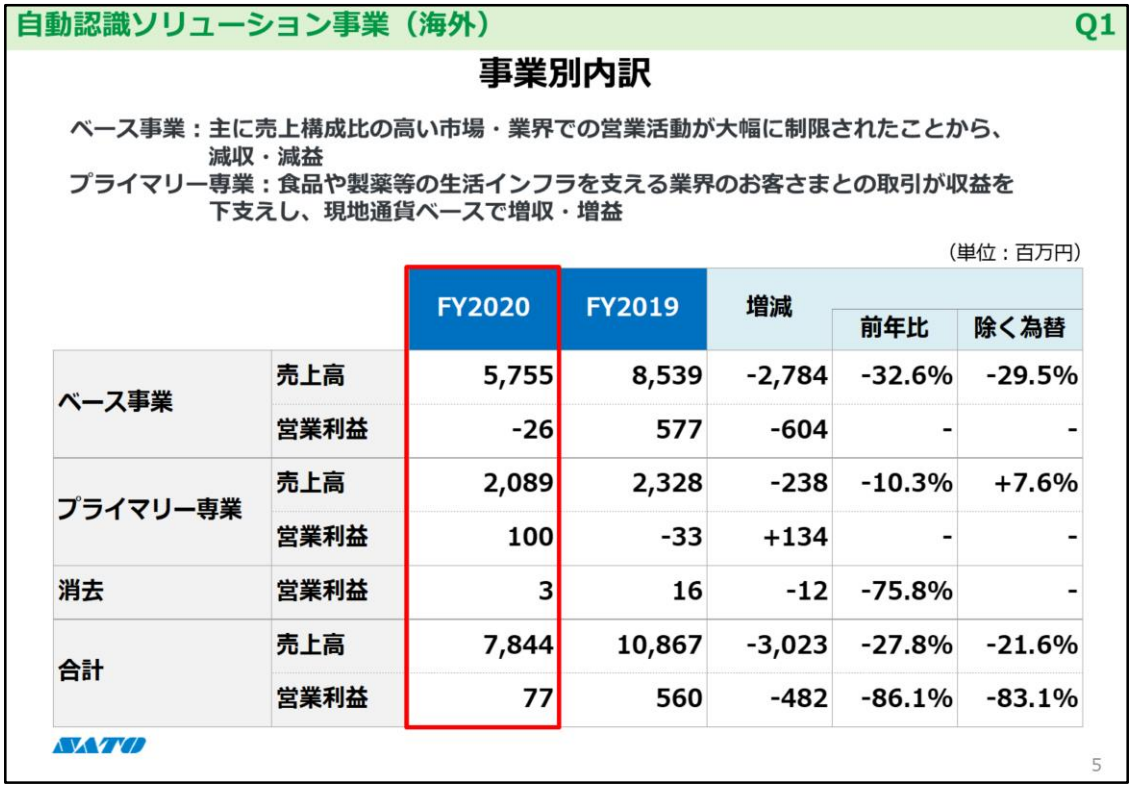
●売上は前年比4,800百万円の減収、営業利益は同1,100百万円の減益となった
●総じて円高となったことから、為替影響が売上でマイナス約700百万円、営業利益でプラス約19百万円あった



●営業外損益は、プラス230百万円であった
●特別利益と損失はなく、四半期純利益は213百万円で前年比630百万円の減益となった



●海外事業は、営業活動が大幅に制限されたことや、お客さまの店舗閉鎖などの要因により、3,000百万円の減収となった
●ベース事業での減収を主因に、前年比で480百万円の減益となった



●ベース事業は、各国でのロックダウンなどの影響を大きく受け、減収・減益となった
●プライマリー専業は、生活インフラを支える業界のお客さまとの取引が収益を下支えした結果、現地通貨ベースで増収・増益となった

自動認識ソリューション事業（海外）地域別内訳 Q1

米州

ベース事業：主に米国販社で、売上構成比の高いリテール業界の店舗閉鎖が影響して減収・減益
プライマリー専業：アルゼンチンのAchernar社は、主に食品や飲料業界のお客さまからの需要に支えられ、現地通貨ベースで増収・増益。ブラジルのPrakolar社は、化粧品等の低迷分野を堅調な製薬で補いきれず、現地通貨ベースで減収・減益

（単位：百万円）

		FY2020	FY2019	増減	前年比	除く為替
ベース事業	売上高	1,781	2,797	-1,016	-36.3%	-33.6%
	営業利益	-44	174	-219	-	-
プライマリー専業 ・Achernar社 ・Prakolar社	売上高	378	577	-198	-34.5%	-4.3%
	営業利益	2	17	-14	-85.4%	-59.8%
合計	売上高	2,159	3,374	-1,214	-36.0%	-28.6%
	営業利益	-42	192	-234	-	-

6

●米州のベース事業は、主にリテール業界の店舗閉鎖によりサプライの注文が大幅に減少したことで減収・減益となった
●プライマリー専業は、アルゼンチンのAchernar社が主に食品や飲料業界のお客さまからの需要に支えられ、現地通貨ベースで増収・増益だった。一方、ブラジルのPrakolar社は、化粧品等の低迷分野を堅調な製薬等で補いきれず、現地通貨ベースで減収・減益となった

自動認識ソリューション事業（海外）地域別内訳 Q1

欧州

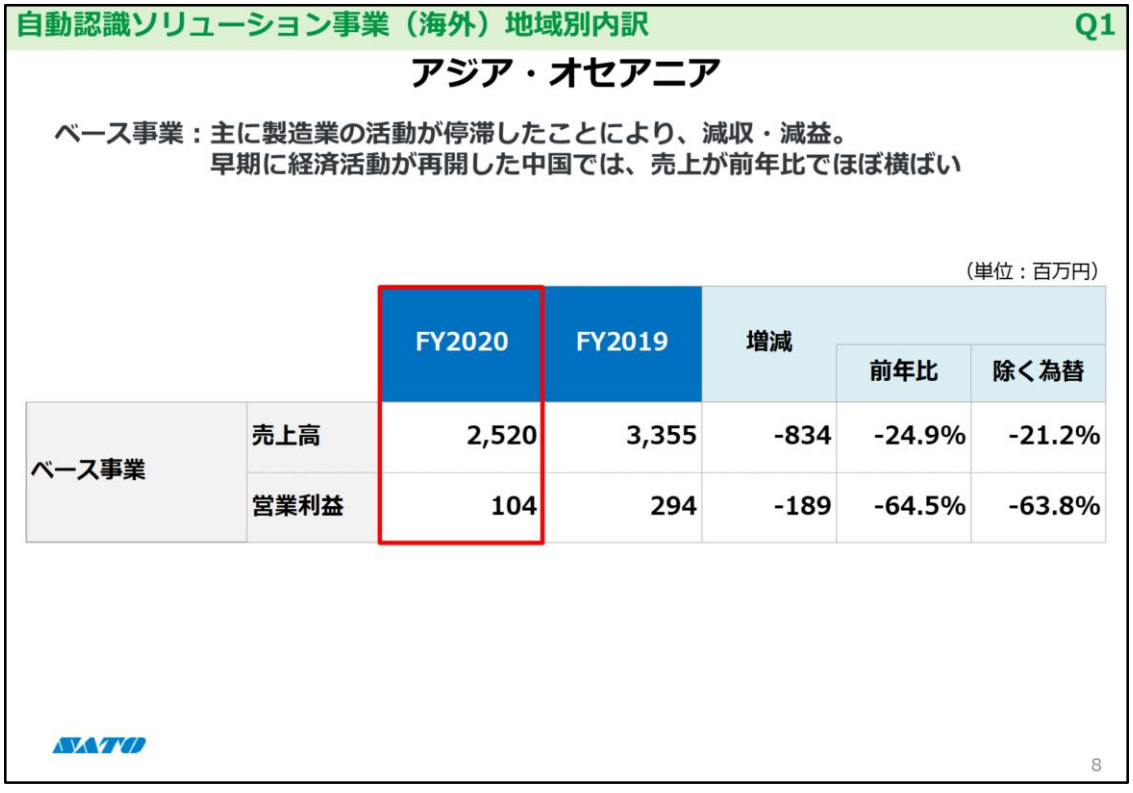
ベース事業：売上構成比の高いリテール業界の店舗閉鎖が影響し、減収・減益
プライマリー専業：食品やアルコール飲料など売上構成比の高いお客さまからのニーズ拡大を受けて現地通貨ベースでは増収。売上伸長と原価率の低下により増益

（単位：百万円）

		FY2020	FY2019	増減	前年比	除く為替
ベース事業	売上高	1,453	2,386	-933	-39.1%	-36.3%
	営業利益	-86	109	-195	-	-
プライマリー専業 ・Okil社 ・X-Pack社	売上高	1,711	1,751	-40	-2.3%	+11.5%
	営業利益	98	-51	+149	-	-
合計	売上高	3,164	4,137	-973	-23.5%	-16.1%
	営業利益	11	57	-46	-79.8%	-60.5%

7

●欧州のベース事業は米州と同様の状況で、売上構成比の高いリテール業界の店舗閉鎖が影響し、減収・減益となった
●プライマリー専業は、ロシアのOkil社が食品やアルコール飲料など売上構成比の高いお客さまからのニーズが巣ごもりによって拡大し、現地通貨ベースでは増収。売上伸長と原価率の低下により増益となった



●アジア・オセアニアでは、製造業のお客さまが多いことから、生産活動停滞の影響を大きく受け、減収・減益となった
●早期に経済活動が再開した中国では、売上が前年比でほぼ横ばいだった

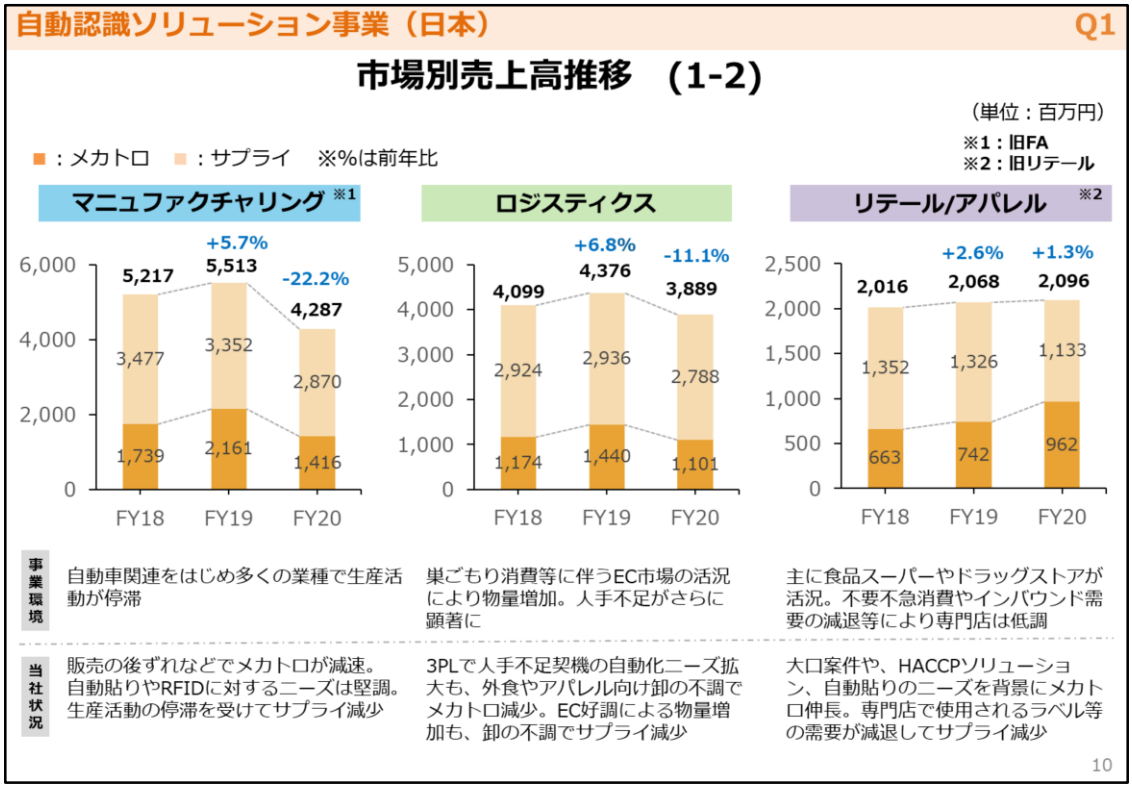
総括

全般的な経済活動のスローダウンおよび営業活動への制約に起因する商談の遅延により、減収。
減収および売上構成悪化に伴う粗利率低下により減益。ただし、販管費の抑制により営業減益幅を圧縮

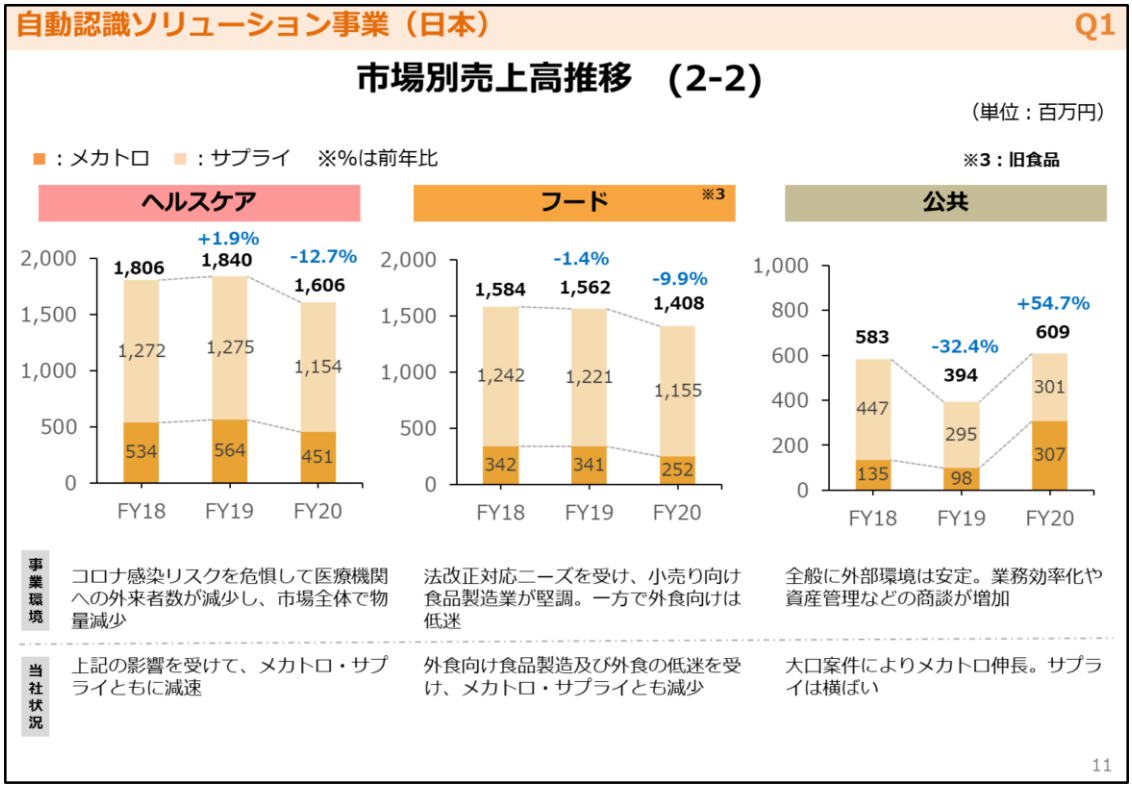
（単位：百万円）

	FY2020	FY2019	増減	前年比
メカトロ売上高	6,176	6,954	-777	-11.2%
サプライ売上高	9,554	10,540	-986	-9.4%
外部売上高 計	**15,730**	**17,495**	**-1,764**	**-10.1%**
粗利額	7,339	8,740	-1,400	-16.0%
粗利率（外売）	46.7%	50.0%	-3.3pt	-
営業利益	**399**	**1,318**	**-919**	**-69.7%**
営業利益率	2.5%	7.5%	-5.0pt	-

●日本事業は、全般的な経済活動のスローダウンおよび営業活動への制約に起因する商談の遅延により、減収となった
●米中摩擦の波及による製造業の活動停滞から、高い構成比を占めるサプライの売上鈍化が大きく影響している
●減収に加え、売上構成悪化に伴う粗利率低下により減益となった。ただし、販管費の抑制により営業減益幅を圧縮した



●国内市場別の状況は以下の通り
●マニュファクチャリング：お客さまの生産活動が停滞した。特にメカトロの売上が減速したことが大きく影響して減収となった
●ロジスティクス：ECなどの物流量は増大しているが、メカトロ商談の後ろ倒しが影響し、減収となった
●リテール/アパレル：専門店のお客さまの店舗閉鎖影響が大きかったが、メカトロの大口案件や、食品スーパーやドラッグストアが好調であったことから増収となった



●ヘルスケア：主に医薬品業界を対象に新規商談は進んでいるが、外来者の減少等で減収となった
●フード：外食向けの食品製造業や外食の低迷が大きく影響して減収となった
●公共：メカトロの大口商談受注があり、増収となった

IDP事業 Q1

総括

IDPは事業化の見極めを継続中

（単位：百万円）

	FY2020	FY2019	増減		
				前年比	除く為替
売上高	**75**	**100**	**-24**	**-24.6%**	**-20.4%**
粗利額	58	67	-9	-13.4%	-
粗利率（外売）	77.5%	67.5%	+10.0pt	-	-
営業利益	**-70**	**-394**	**+323**	-	-
営業利益率	-	-	-	-	-

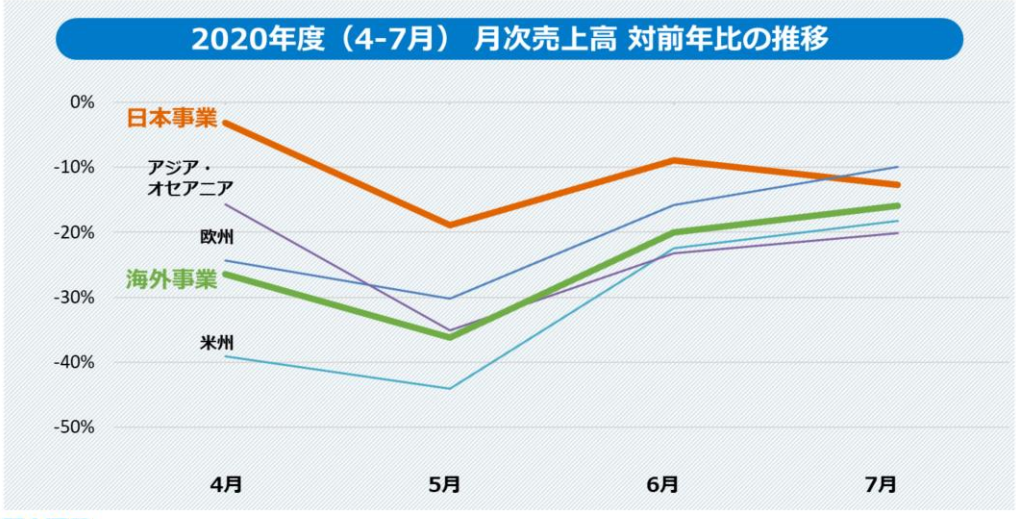
12

●IDP事業は、のれんの減損処理による償却費の負担減や販管費の抑制により、営業損失を前年比320百万円圧縮した

連結

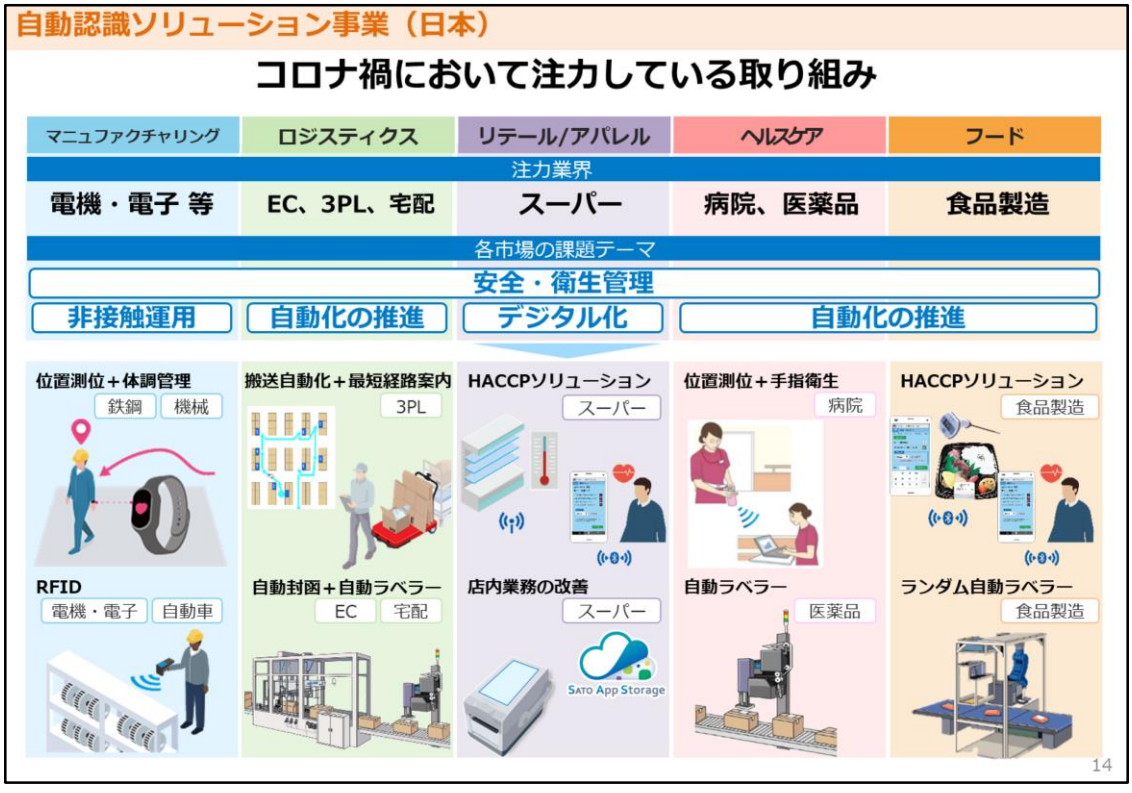
売上月次推移 地域別

5月を底に、営業活動やお客さまの稼働の段階的な再開を受け、今期以降の見込み商談が増加傾向



13

●このスライドは、地域別で4月～7月売上の前年比推移を示している
●日本は緊急事態宣言、海外は各国でのロックダウン等の影響によって最も落ち込んだ5月が底だと考えている
●日本の6月の大幅な回復は、昨年から確定していた大口案件の計上によるもので、それを除くと緩やかな回復基調と言える
●米州・欧州では、売上高構成比が大きいリテール市場のお客さまからのサプライ注文が、6月以降に回復している
●アジアにおいては製造業のお客さまが多いことから、欧米に比較して回復には時間がかかると見ている
●諸々のツールを活用して営業活動のオンライン化を進め、6月以降は商談数を増やしている。成約・導入に至るまで時間を要するものが多く、売上計上は翌四半期以降となるだろう



●お客さまへのヒアリングなどを経て、コロナ禍で優先度を上げて対応すべきことを、市場・業界別に絞り込んで「各市場の課題テーマ」欄に示している
●以下、日本国内の市場ごとに高まるニーズとそれに対応するソリューションを紹介する
●マニュファクチャリング：以前から存在する人手不足問題に加えて、従業員の安全・健康を守る必要性が増してきた。熱中症や感染から従業員を守るために、位置測位技術やRFIDの活用による業務効率化・生産性向上と、非接触での業務遂行に貢献するソリューション商談が増加している
●ロジスティクス：製造業と同様に、人手不足問題への対応に加えて、従業員同士の距離を保つニーズが生まれてきた。自動化をキーとして、台車型ロボットを活用して作業人数を調整したり、自動ラベラーなどの機器を導入したりすることで、生産性を高めつつ従業員の安全も確保するニーズが増大している
●リテール、フード：従来のHACCPソリューションに従業員の体調管理を追加したソリューションの商談が活発である
●ヘルスケア：病院はコロナ禍で現在商談を進めにくいことから、医薬品業界などで自動貼りニーズに積極的に対応している

自動認識ソリューション事業（日本）

お客さまの現場オペレーションの中でも、コロナ禍で大きな課題となっている業務に対し、的確にソリューションを提案

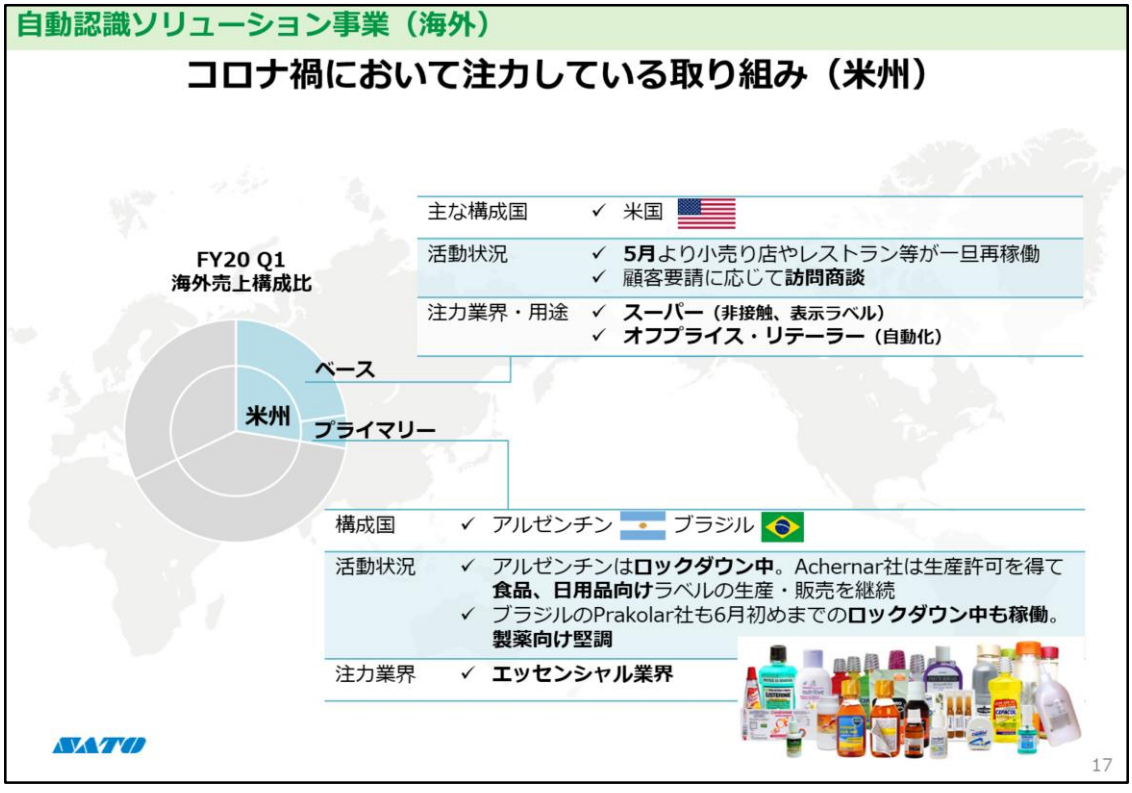


15

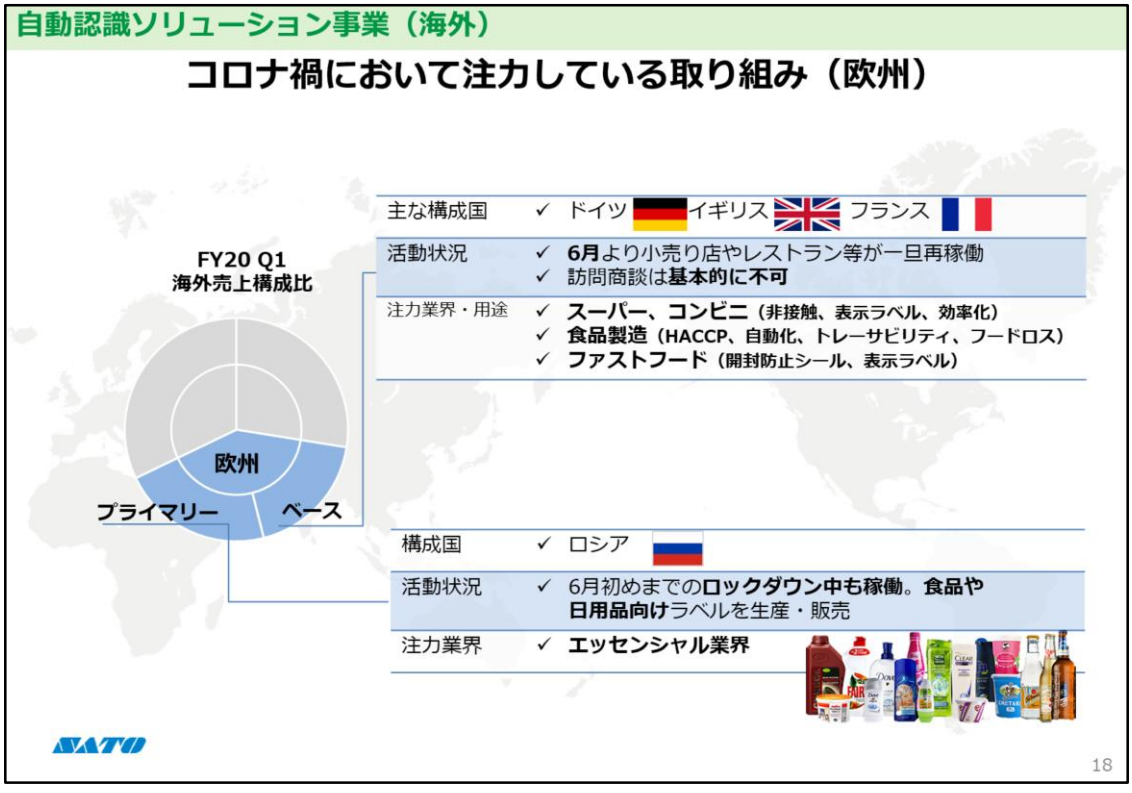
●数ある現場オペレーションの中でも、特にコロナ禍で課題への対応が早急に必要な業務を見極めて、商談を進めている
●赤点線で囲んだ部分は、ECの物流センターにおいてサトーが提供しているソリューションの例を示している
●商品箱詰めの前後工程で自動化できる範囲が広がり、作業の高速化・正確化を実現できる。また搬送の自動化方法が増えていることから、それらを活用して作業者の負担軽減・業務効率化にも貢献している
●いずれも作業人員の調整ができることから、コロナ禍における非接触のニーズに応えている



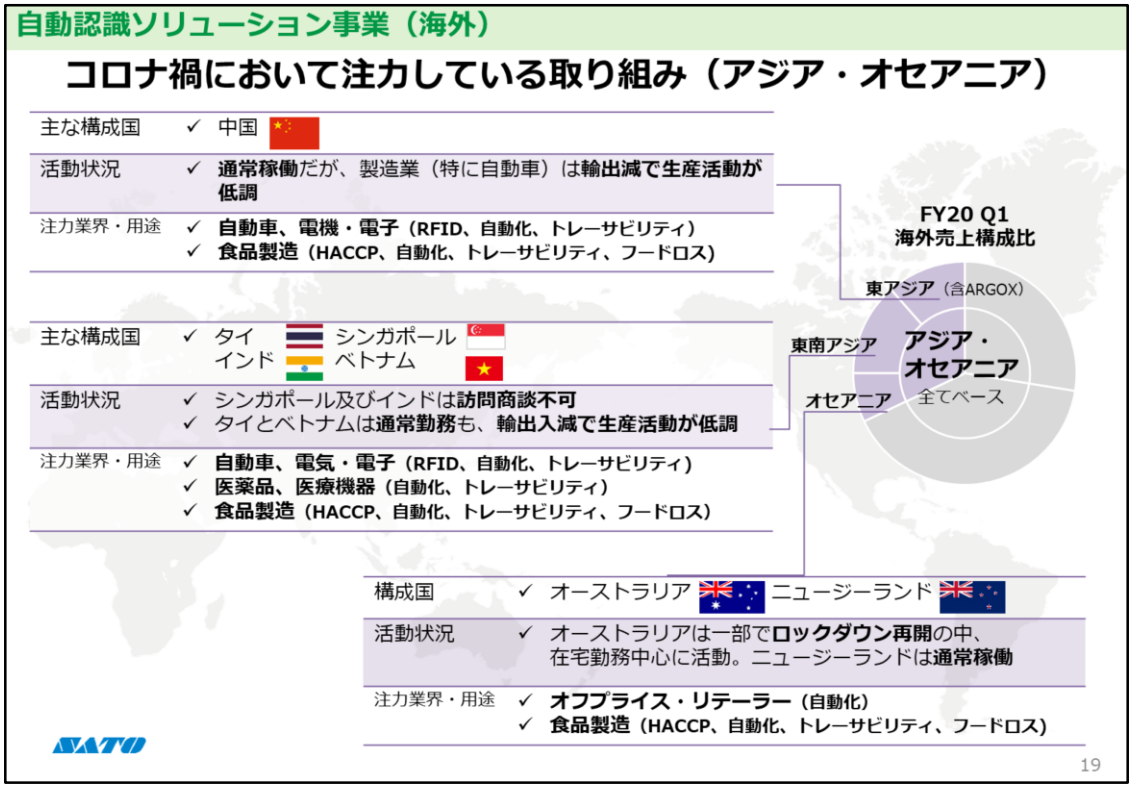
●海外でも日本と同様の取り組みを進めている
●お客さまからのヒアリングをもとに、コロナにより新たに加わったキーワードの課題に対応して、地域ごとの商習慣に適したソリューションを構築している
●スピード感を持って商談を進められるよう、業界別のソリューションをグローバルで共有するなど、日本本社からのサポートを強化している



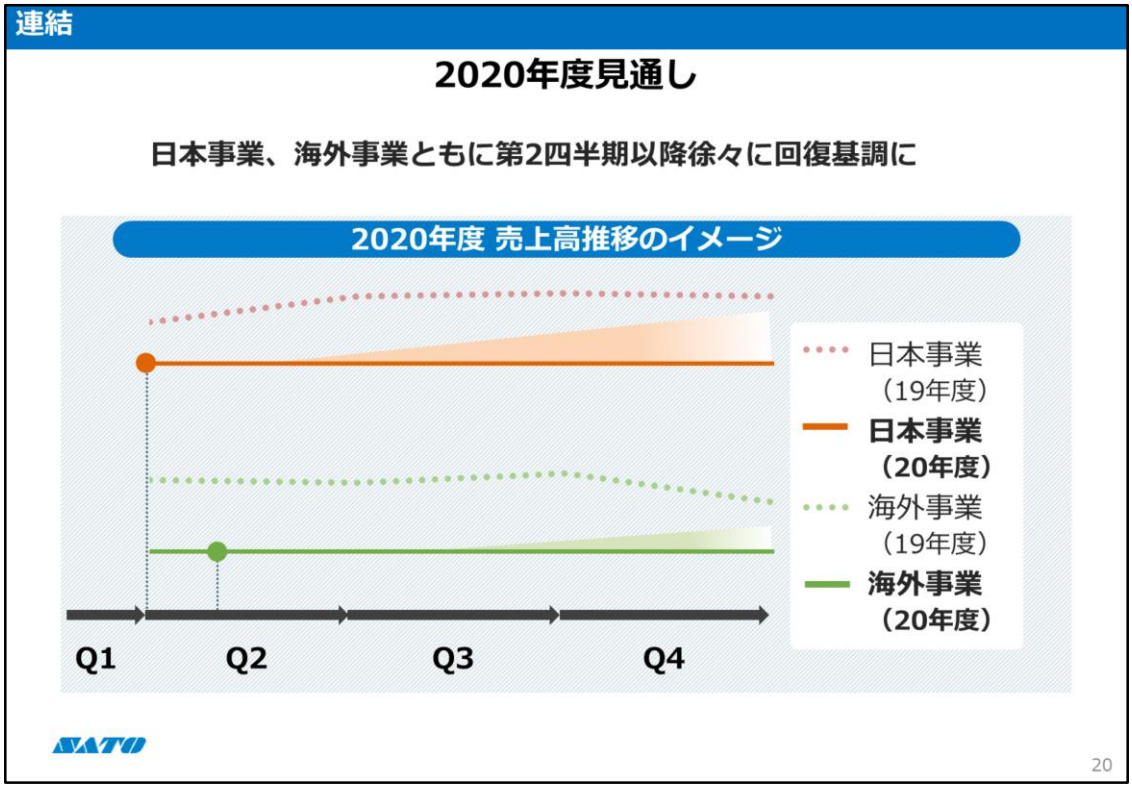
●米国の活動状況は、オンラインによる営業活動が中心だが、お客さまの要請に応じて訪問している
●既存顧客の大手小売業からのサプライ注文が、前年比で7～8割程度まで回復してきた
●アルゼンチンはロックダウン中であっても、エッセンシャル業界を中心に新規案件も含め営業活動を継続している



●欧州のベース事業は、HACCPソリューションを応用し、非接触をキーとしたソリューション提供の準備を進めている
●従来からの食品表示規制への対応に加え、コロナ禍でデリバリーやテイクアウトが増加したことにより、関連するプリンタやサプライの商談が増加している
●プライマリー専業のOkil社は、高価格帯商品のお客さまが多い。アルコール飲料、食品、日用品向けのラベル販売が好調で、新規顧客へも継続的にアプローチもしている



●東・東南アジアでは、従来のメイン市場である製造業での売上は低迷したが、コロナ禍で食品や巣ごもり需要による消費財業界向けの売上が増加した
●食品表示や賞味期限管理などのソリューションへのニーズが、今後より増大することを見据えて、食品製造業をターゲットに活動を進めている



●現時点の通期見通しは、日本・海外事業ともに、第2四半期以降徐々に回復基調に向かうと見ているが、前年実績と同レベルへ回復することは厳しいだろう
●一方で、情報を可視化していくというニーズは確実に増える。またどの市場・業界の現場でもオペレーションの自動化が必ず進む
●当社が提供しているソリューションから蓄積してきた可視化・自動化に関する経験・知見は、コロナによる社会変化にマッチしている
●昨今の社会変化にお客さまが対応するためのソリューションを迅速に提案することが、当社の業績回復につながると考えている
●引き続き世界経済の見通しが不透明で合理的な業績予想数値の算出が困難なため、今回は発表を見合わせて頂くこととした。上期決算での発表を予定している

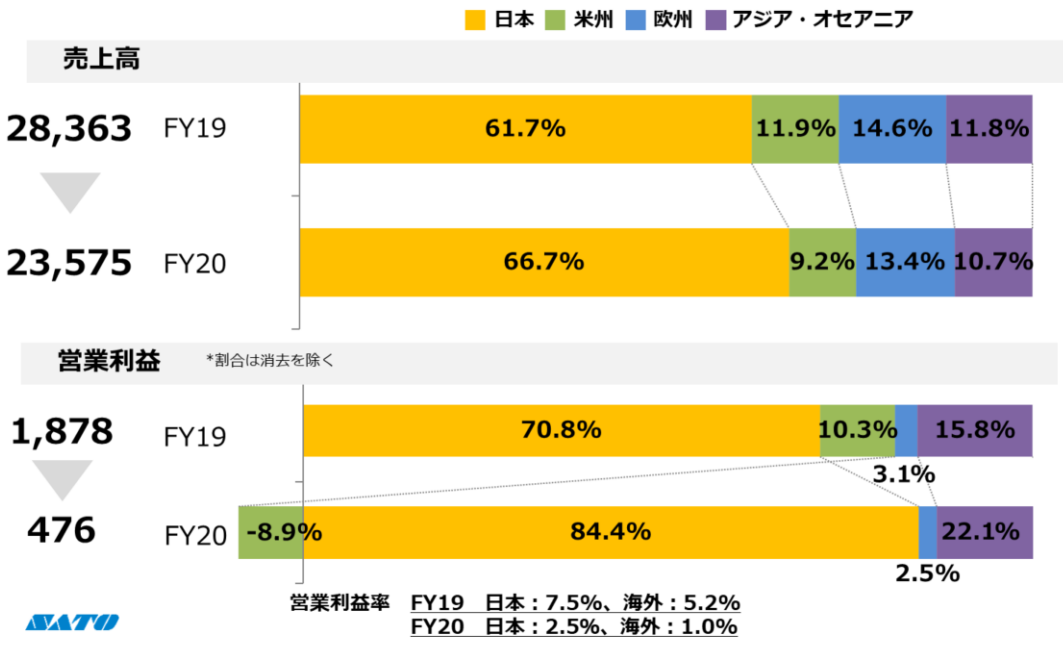
Appendix

補足資料　P.22～P.37

用語集　P.38～P.41

地域別売上高及び営業利益構成

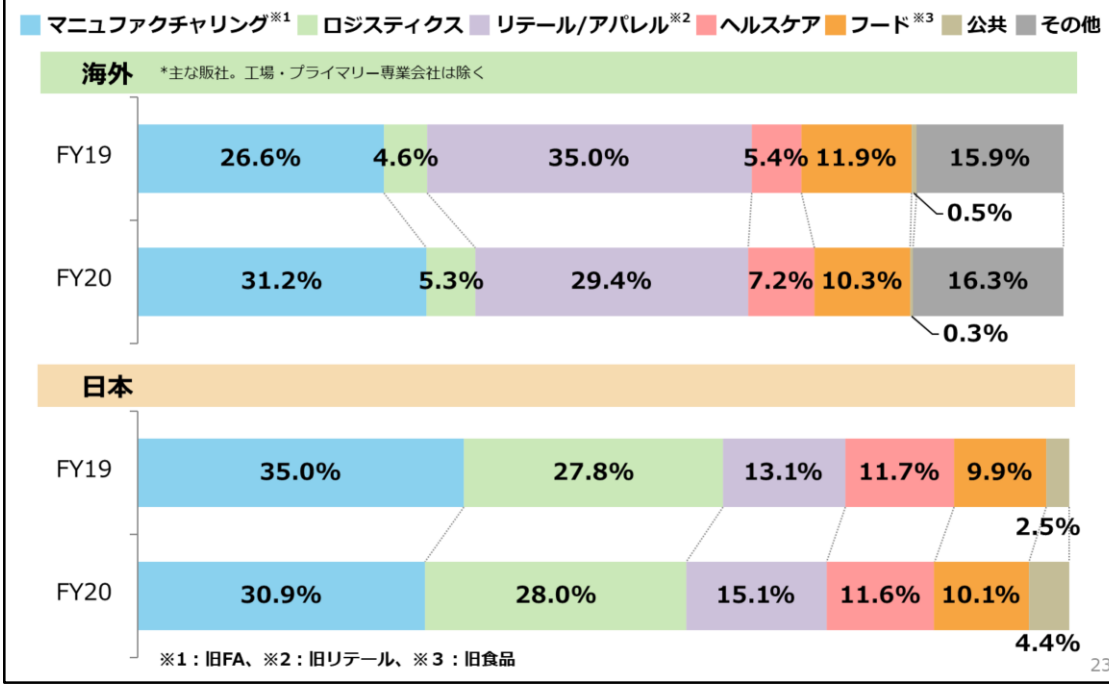
（単位：百万円）



営業利益率　FY19　日本：7.5%、海外：5.2%
FY20　日本：2.5%、海外：1.0%

自動認識ソリューション事業 Q1

市場別売上高構成

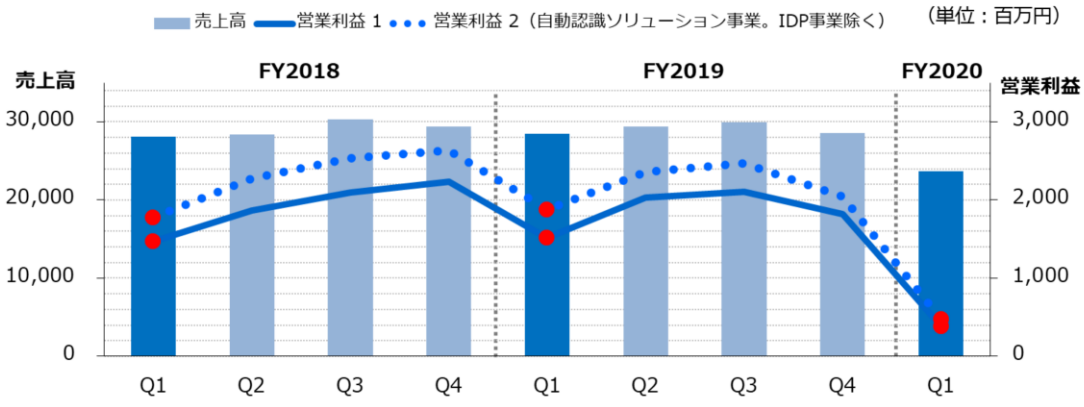


※1：旧FA、※2：旧リテール、※3：旧食品

23

連結

売上高・営業利益 推移



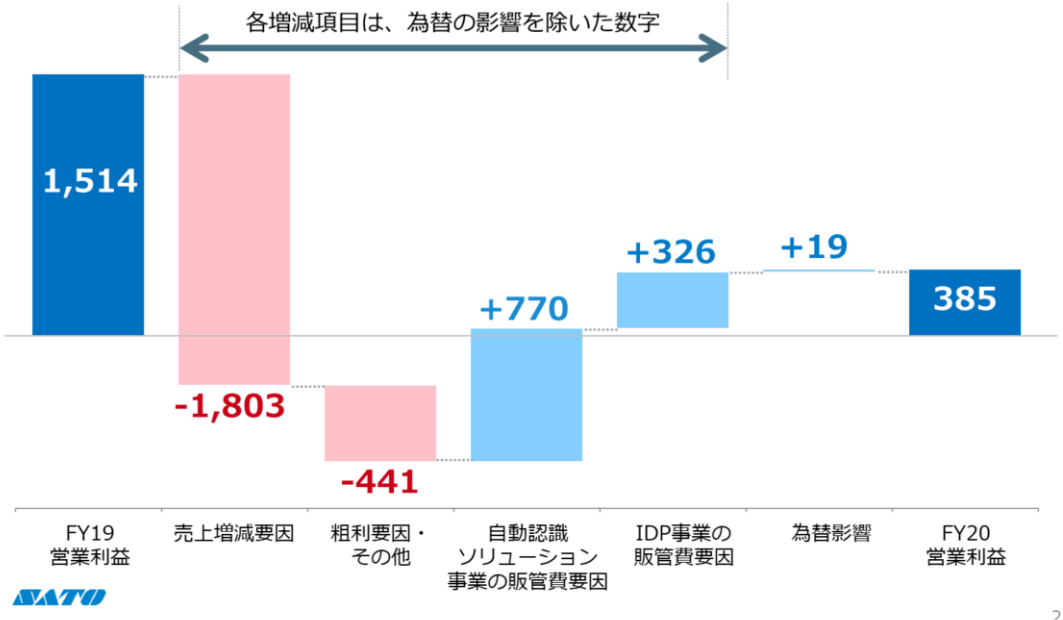
売上高	28,118	28,371	30,272	29,417	28,463	29,411	29,928	28,569	23,651
前年比	+4.9%	+1.2%	+0.3%	+3.7%	+1.2%	+3.7%	-1.1%	-2.9%	-16.9%
営業利益 1	1,473	1,869	2,100	2,235	1,514	2,028	2,103	1,815	385
前年比	+73.1%	+9.7%	-0.9%	+42.0%	+2.7%	+8.5%	+0.1%	-18.8%	-74.5%
営業利益 2	1,777	2,274	2,534	2,635	1,878	2,360	2,471	2,047	476
前年比	+44.3%	+9.6%	+0.8%	+40.6%	+5.7%	+3.8%	-2.5%	-22.3%	-74.6%

24

連結 Q1

営業利益 前年との比較

（単位：百万円）

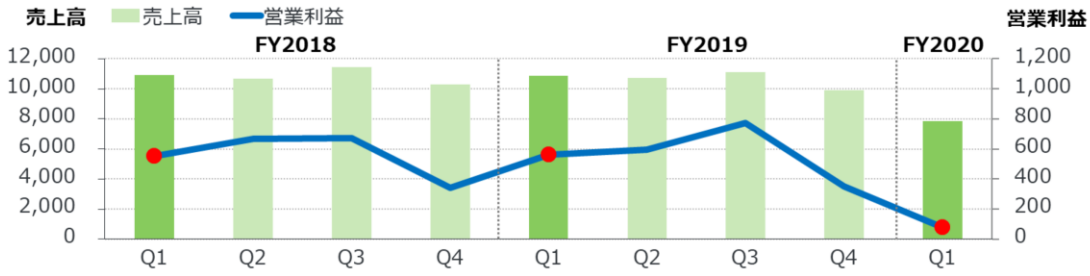


25

自動認識ソリューション事業（海外）

売上高・営業利益 推移

（単位：百万円）



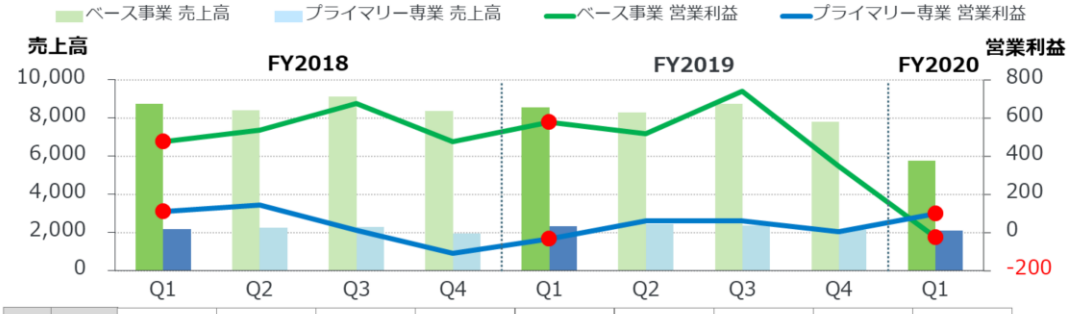
売上高	10,910	10,686	11,419	10,298	10,867	10,739	11,118	9,922	7,844
前年比	+8.2%	+1.6%	+1.7%	-4.2%	-0.4%	+0.5%	-2.6%	-3.7%	-27.8%
営業利益	553	667	674	344	560	595	772	349	77
前年比	+49.8%	-8.6%	+1.6%	+236.8%	+1.2%	-10.7%	+14.6%	+1.4%	-86.1%

26

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）

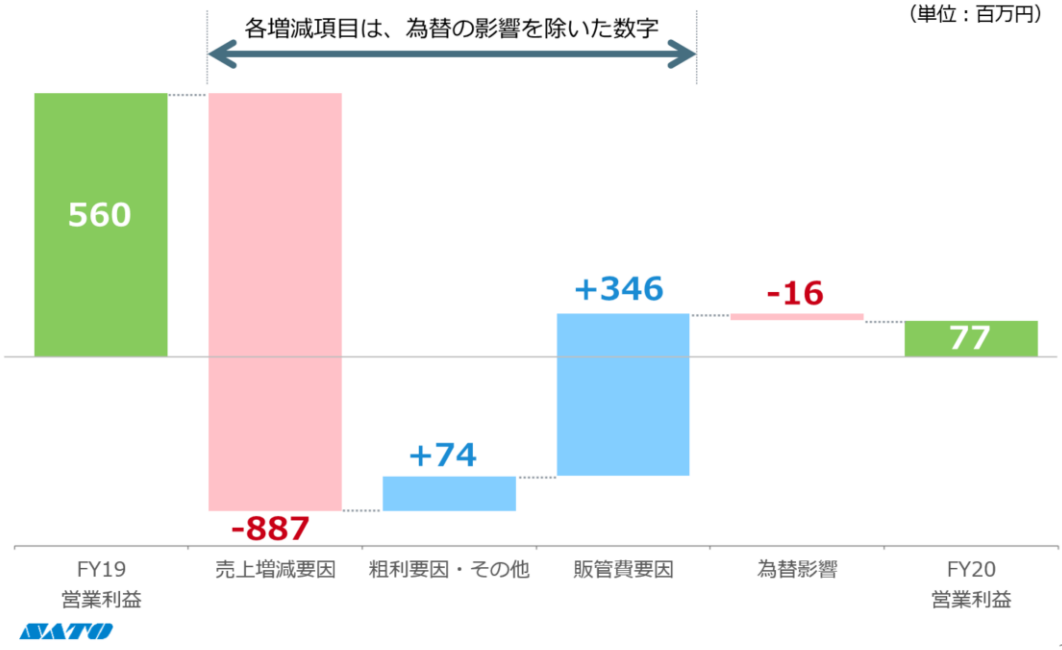


ベース	売上高	8,730	8,421	9,118	8,359	8,539	8,286	8,758	7,794	5,755
	前年比	+10.2%	+0.8%	+1.5%	-3.9%	-2.2%	-1.6%	-3.9%	-6.8%	-32.6%
	営業利益	477	538	678	478	577	517	740	348	-26
	前年比	+39.9%	-21.0%	-3.3%	+1768.8%	+21.1%	-3.9%	+9.2%	-27.1%	-
プライマリー	売上高	2,180	2,264	2,301	1,939	2,328	2,453	2,360	2,128	2,089
	前年比	+0.8%	+4.8%	+2.9%	-5.9%	+6.8%	+8.3%	+2.5%	+9.7%	-10.3%
	営業利益	112	146	12	-107	-33	61	61	6	100
	前年比	+141.7%	+457.4%	-	-	-	-58.3%	+388.8%	-	-

27

営業利益 前年との比較

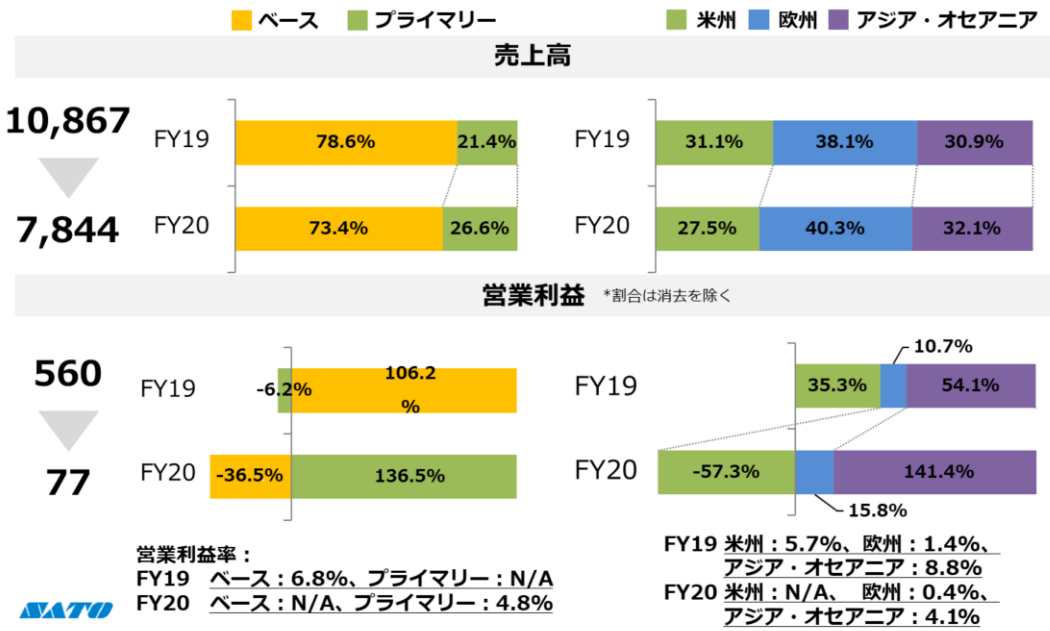
（単位：百万円）



自動認識ソリューション事業（海外） Q1

売上高及び営業利益構成 (事業別・地域別)

（単位：百万円）

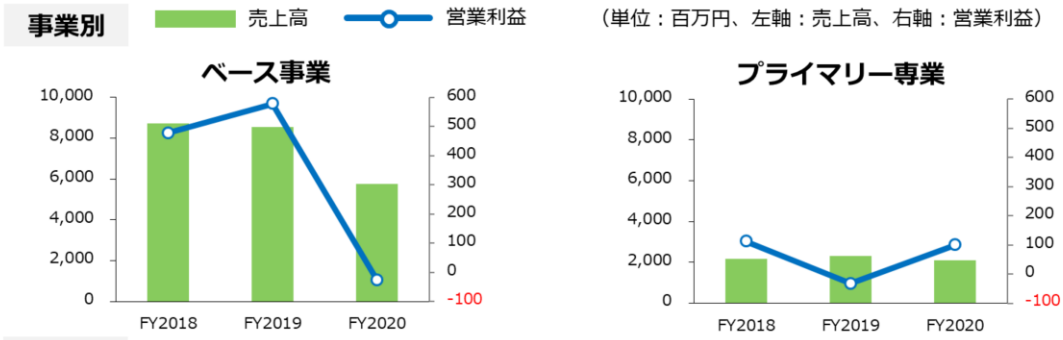


営業利益率：
FY19 ベース：6.8%、プライマリー：N/A
FY20 ベース：N/A、プライマリー：4.8%

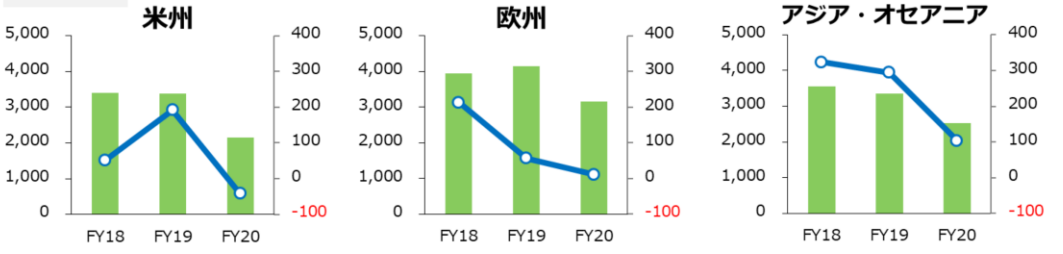
FY19 米州：5.7%、欧州：1.4%、アジア・オセアニア：8.8%
FY20 米州：N/A、 欧州：0.4%、アジア・オセアニア：4.1%

事業別及び地域別売上高及び営業利益推移

事業別



地域別

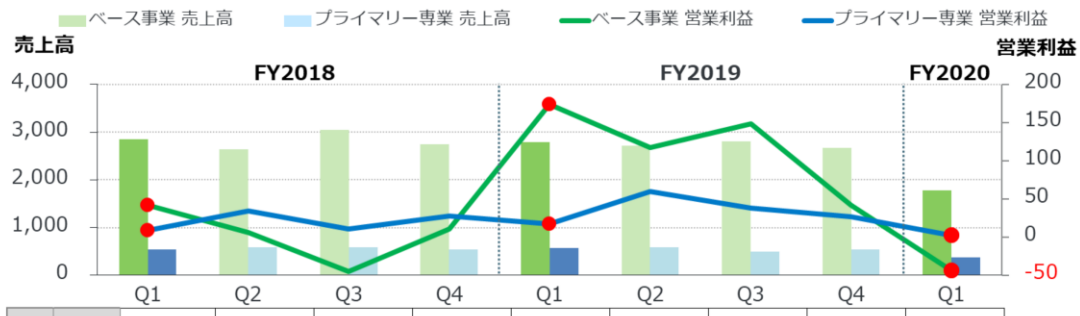


30

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）



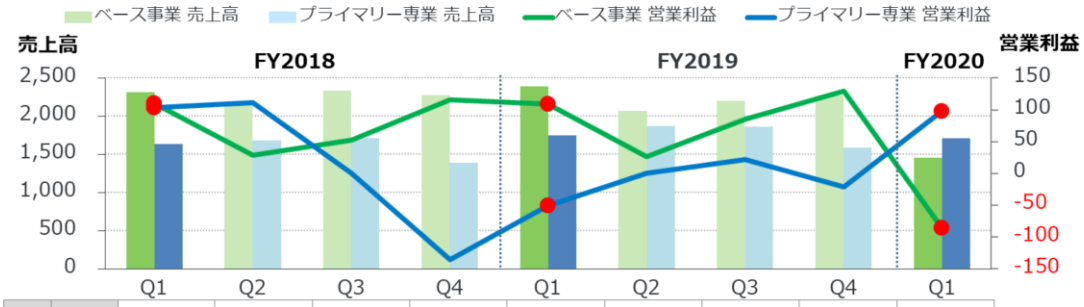
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
ベース	売上高	2,854	2,640	3,043	2,753	2,797	2,714	2,811	2,664	1,781
	前年比	+2.7%	-9.0%	-0.6%	-9.4%	-2.0%	+2.8%	-7.6%	-3.2%	-36.3%
	営業利益	42	6	-45	11	174	117	149	42	-44
	前年比	-49.7%	-94.9%	-	-	+311.1%	+1599.3%	-	+276.4%	-
プライマリー	売上高	546	584	587	550	577	586	497	536	378
	前年比	-16.9%	-12.4%	-9.9%	-19.6%	+5.6%	+0.4%	-15.2%	-2.5%	-34.5%
	営業利益	9	34	11	28	17	60	38	27	2
	前年比	-92.1%	+145.4%	-	-68.0%	+86.3%	+76.8%	+224.6%	-1.1%	-85.4%

31

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）



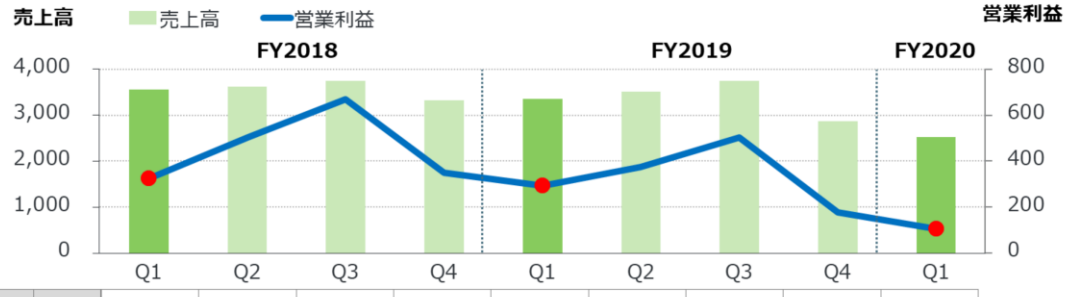
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
ベース	売上高	2,315	2,160	2,330	2,279	2,386	2,066	2,205	2,264	1,453
	前年比	+20.8%	+6.3%	+7.6%	+1.2%	+3.1%	-4.4%	-5.4%	-0.7%	-39.1%
	営業利益	110	29	53	116	109	26	85	129	-86
	前年比	+153.7%	-17.2%	+10.6%	+4.5%	-0.8%	-10.7%	+61.7%	+11.1%	-
プライマリー	売上高	1,633	1,680	1,714	1,388	1,751	1,867	1,862	1,591	1,711
	前年比	+8.6%	+12.5%	+8.1%	+1.0%	+7.2%	+11.1%	+8.6%	+14.6%	-2.3%
	営業利益	103	111	0	-135	-51	0	22	-21	98
	前年比	-	+813.3%	+282.6%	-	-	-99.7%	+3518.6%	-	-

32

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 売上高・営業利益 推移

（単位：百万円）

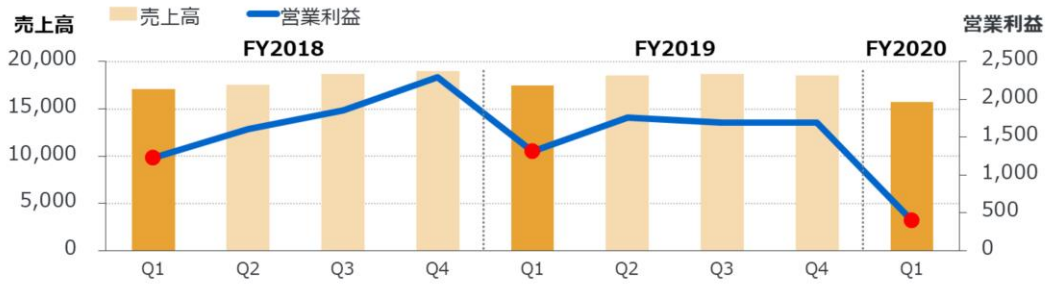


		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
ベース	売上高	3,560	3,620	3,743	3,326	3,355	3,504	3,740	2,865	2,520
	前年比	+10.3%	+5.8%	-0.4%	-2.3%	-5.8%	-3.2%	-0.1%	-13.9%	-24.9%
	営業利益	324	502	670	350	294	374	504	176	104
	前年比	+52.3%	-1.8%	+37.9%	+18.8%	-9.4%	-25.5%	-24.7%	-49.7%	-64.5%

自動認識ソリューション事業（日本）

売上高・営業利益 推移

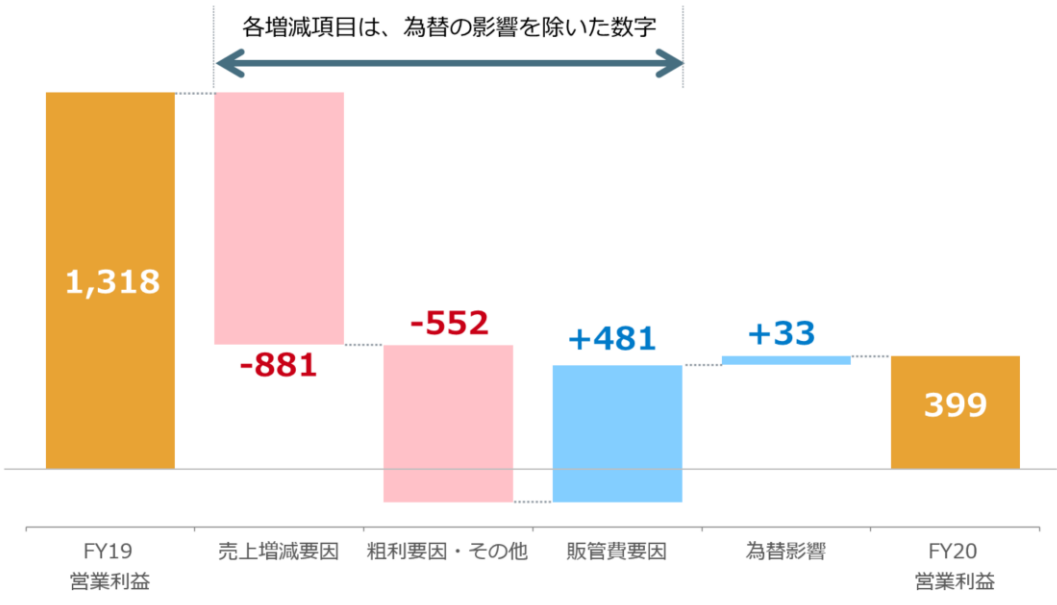
（単位：百万円）



売上高	17,081	17,579	18,736	19,037	17,495	18,578	18,709	18,578	15,730
前年比	+2.7%	+0.9%	-0.9%	+8.7%	+2.4%	+5.7%	-0.1%	-2.4%	-10.1%
営業利益	1,224	1,606	1,860	2,291	1,318	1,765	1,698	1,697	399
前年比	+41.9%	+19.4%	+0.5%	+29.3%	+7.7%	+9.8%	-8.7%	-25.9%	-69.7%

営業利益 前年との比較

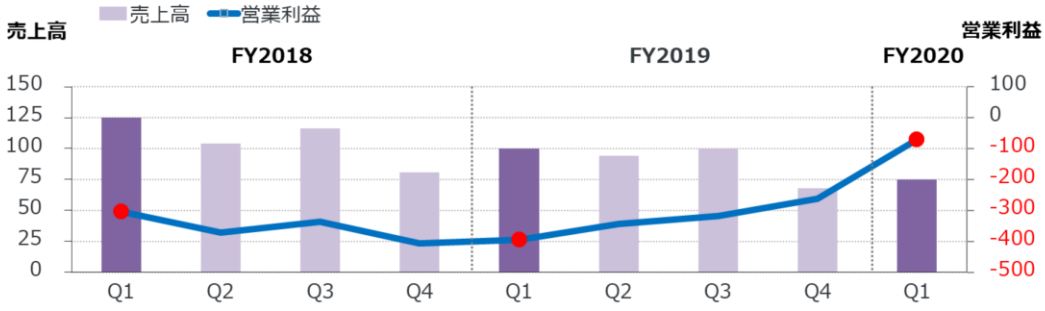
（単位：百万円）



IDP事業

売上高・営業利益 推移

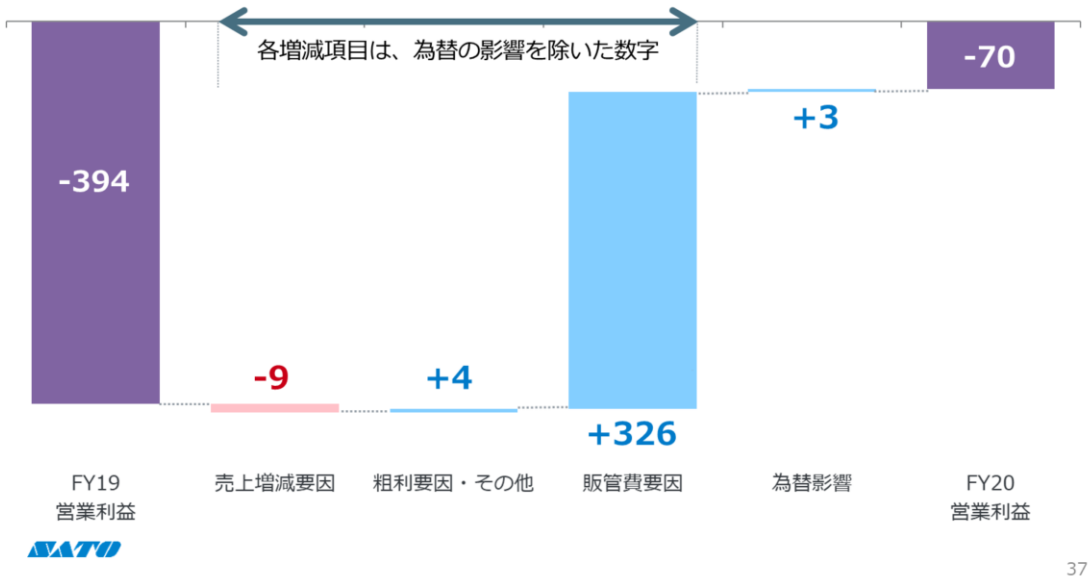
（単位：百万円）



売上高	125	104	116	81	100	94	100	68	75
前年比	+53.2%	+34.0%	+111.3%	-18.9%	-20.0%	-10.0%	-13.8%	-15.5%	-24.6%
営業利益	-303	-372	-337	-407	-394	-343	-317	-261	-70
前年比	-	-	-	-	-	-	-	-	-

営業利益 前年との比較

（単位：百万円）



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	現場でバーコードなどの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	商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。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紐づけし、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、情報を最適な形で紐づけするタギング（含むLabeling）を提供するサトーグループのビジネスモデル。 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。
8	情物一致	現物と情報が一致すること。商品に価格等の情報を紐づ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。

※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」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。
11	AAP（Area Alliance Partner）施策	各県を細分化し、サトーがカバーし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率は小さい。
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推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。

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可能。
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。

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。
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）	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 Healthcare Switzerland AG (スイス)	ヘルスケア事業を担い、サトーホールディングスが100%の株式を保有する子会社。2018年設立。
3	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。

SATO
Powered On Site

【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2020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。

www.sato.co.jp