

2022年 11月 9日 (水)

サトーホールディングス株式会社

2023年3月期 上期決算説明資料

証券コード : 6287

**FY22上期実績、
通期見通し**

**FY22下期の
取り組み**



**FY22上期実績、
通期見通し**

**FY22下期の
取り組み**

決算ハイライト（前年同期比）

【連結】

上期・Q2（7月～9月）ともに増収・増益。対Q1比で状況良化

【自動認識ソリューション事業 海外】

上期・Q2（7月～9月）ともに増収・増益

- ベース事業：営業および製造・物流活動の改善で旺盛な需要を捉えて、増収・増益
- プライマリー専業：主要市場の生活インフラ業界が堅調。価格改定も進展し、増収・増益

【自動認識ソリューション事業 日本】

上期・Q2（7月～9月）ともに増収・増益

- 好調なサプライが、メカトロ販売の停滞をカバーして増収。増収効果や海外での好調なプリンタ販売を背景とする輸出粗利の増加、販管費のコントロールによって増益

- こちらは、決算ハイライトです
- 連結は、前年比で上期・Q2ともに、増収・増益となりました。対Q1比でも状況は良化しています
- 海外事業は、上期・Q2ともに増収・増益となりました
- 営業および製造・物流活動の改善で、旺盛な需要を捉えて、価格改定活動の進展、プリンタの受注残の解消などで増収・増益となりました
- プリンタ受注残の解消は一時的なものですが、それを除いても前年同期比で好調を維持しています
- 日本事業も、上期・Q2ともに、増収・増益でした
- 売上は、良好な需要環境に価格改定活動が相まって、サプライが好調に推移しました。サプライが、大口案件の反動などで低調なメカトロをカバーして、増収となりました
- 増収効果に加えて、海外販社向けプリンタ販売が伸長して、輸出粗利が増加、また販管費の適切なコントロールで、増益となりました
- 対Q1比で、サプライのみならずメカトロも拡販が進むなど、状況は好転しています

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

※表内下段の（）内数値：ロシア事業を除外		FY2022	FY2021	前年比		
		上期	上期		除く為替	
自動認識 ソリューション事業	売上高	70,463 (61,820)	60,261 (55,693)	+16.9% (+11.0%)	+6.9% (+5.1%)	
	営業利益	3,962 (2,809)	2,762 (2,365)	+43.4% (+18.8%)	+26.9% (+15.0%)	
	海外	売上高	34,878 (26,234)	25,284 (20,715)	+37.9% (+26.6%)	+14.0% (+10.7%)
		営業利益	3,029 (1,875)	1,873 (1,476)	+61.7% (+27.0%)	+32.4% (+14.8%)
	日本	売上高	35,585	34,977	+1.7%	+1.7%
		営業利益	933	888	+5.0%	+15.3%
連結（消去後）	売上高	70,463 (61,820)	60,261 (55,693)	+16.9% (+11.0%)	+6.9% (+5.1%)	
	営業利益	3,776 (2,622)	2,779 (2,382)	+35.8% (+10.1%)	+19.4% (+6.3%)	



- 前スライド「決算ハイライト」の上期に関わる主な実績数字は、表の通りです
- 表の下段の（）内は、ロシア事業を除外した数値を表しています。これ以降のスライドも同様に表記しています

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

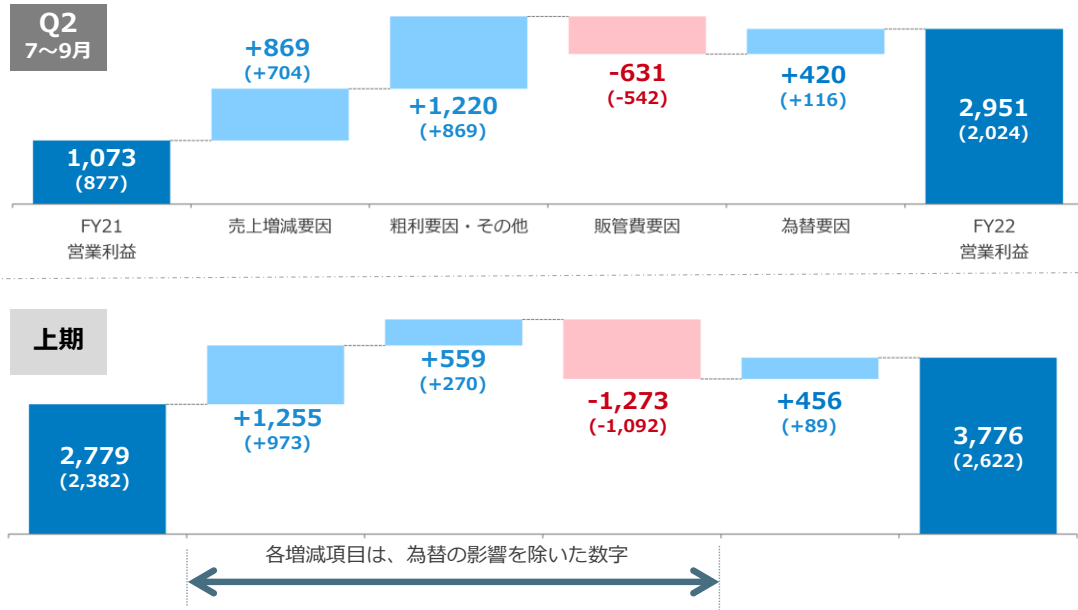
※表内下段の（）内数値：ロシア事業を除外		FY2022	FY2021	前年比		
		Q2	Q2		除く為替	
自動認識 ソリューション事業	売上高	36,777 (32,001)	30,084 (27,772)	+22.2% (+15.2%)	+10.3% (+8.3%)	
	営業利益	3,051 (2,124)	1,001 (805)	3.0倍 (2.6倍)	2.6倍 (2.5倍)	
	海外	売上高	18,483 (13,707)	12,354 (10,043)	+49.6% (+36.5%)	+20.5% (+17.4%)
		営業利益	2,109 (1,182)	698 (502)	3.0倍 (2.4倍)	2.4倍 (2.1倍)
	日本	売上高	18,294	17,729	+3.2%	+3.2%
		営業利益	941	303	3.1倍	3.2倍
連結（消去後）	売上高	36,777 (32,001)	30,084 (27,772)	+22.2% (+15.2%)	+10.3% (+8.3%)	
	営業利益	2,951 (2,024)	1,073 (877)	2.7倍 (2.3倍)	2.4倍 (2.2倍)	



- 「決算ハイライト」のQ2単独に関わる主な実績数字は、表の通りです

営業利益 前年との比較

P.19記載の「計上区分の変更」は考慮せず
(単位：百万円)

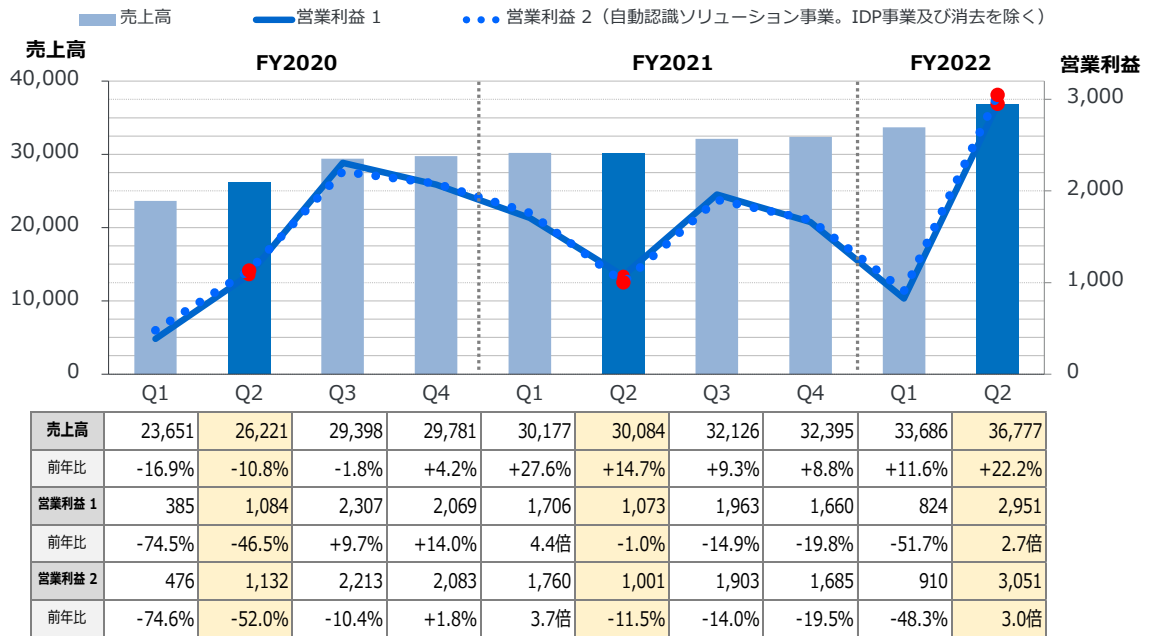


※グラフの () 内数値：ロシア事業を除外

- こちらは、連結の営業利益の前年との比較です
- Q2では、海外、日本ともに、売上増加と粗利改善が、販管費の増加を吸収して、ロシア事業を除いた実績で前年の約2倍、含むと約3倍となりました
- 詳細は、海外と日本の各スライドでご説明します

売上高・営業利益 推移

(単位：百万円)



- こちらは、連結の売上高と営業利益の四半期推移です
- Q2は、売上高・営業利益ともに過去最高となりました

業績

(単位：百万円)

	FY2022 上期	FY2021 上期	増減	前年比
売上高	70,463 (61,820)	60,261 (55,693)	+10,201 (+6,126)	+16.9% (+11.0%)
営業利益	3,776 (2,622)	2,779 (2,382)	+996 (+239)	+35.8% (+10.1%)
営業利益率	5.4% (4.2%)	4.6% (4.3%)	+0.7pt (-0.0pt)	- -
経常利益	4,968 (2,775)	2,695 (2,216)	+2,272 (+559)	+84.3% (+25.2%)
親会社株主に帰属する 四半期純利益	3,229 (1,981)	1,848 (1,537)	+1,380 (+443)	+74.7% (+28.9%)
実効税率	25.0%	25.7%	-0.7pt	-
EBITDA※	6,392 (4,859)	4,974 (4,355)	+1,417 (+503)	+28.5% (+11.6%)

FY22 上期 為替レート（期中平均）：134.03円/USD, 138.76円/EUR （FY21 上期 同為替レート：109.81円/USD, 130.88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+461百万円、営業利益+9百万円（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 上期： 2,459百万円（2,079百万円）
 ・のれん償却 FY22 上期： 156百万円（156百万円）

FY21 上期： 2,076百万円（1,854百万円）
 FY21 上期： 117百万円（117百万円）

SATO

※表内下段の（）内数値：ロシア事業を除外

●こちらは、上期の連結業績です

業績

(単位：百万円)

	FY2022 Q2	FY2021 Q2	増減	前年比
売上高	36,777 (32,001)	30,084 (27,772)	+6,693 (+4,228)	+22.2% (+15.2%)
営業利益	2,951 (2,024)	1,073 (877)	+1,877 (+1,146)	2.7倍 (2.3倍)
営業利益率	8.0% (6.3%)	3.6% (3.2%)	+4.5pt (+3.2pt)	- -
経常利益	2,918 (2,023)	1,051 (834)	+1,867 (+1,189)	2.8倍 (2.4倍)
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2,033 (1,528)	762 (621)	+1,270 (+907)	2.7倍 (2.5倍)
実効税率	24.7%	21.3%	+3.4pt	-
EBITDA※	4,266 (3,151)	2,176 (1,867)	+2,089 (+1,284)	+96.0% (+68.8%)

FY22 上期 為替レート（期中平均）：134.03円/USD, 138.76円/EUR （FY21 上期 同為替レート：109.81円/USD, 130.88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+461百万円、営業利益+9百万円（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 Q2：1,234百万円（1,047百万円） FY21 Q2：1,043百万円（929百万円）
 ・のれん償却 FY22 Q2：80百万円（80百万円） FY21 Q2：59百万円（59百万円）

- こちらは、Q2単独の連結業績です
- Q1は増収・営業減益でしたが、各種取り組みによって、Q2は増収・増益となりました

総括

Q2
7~9月

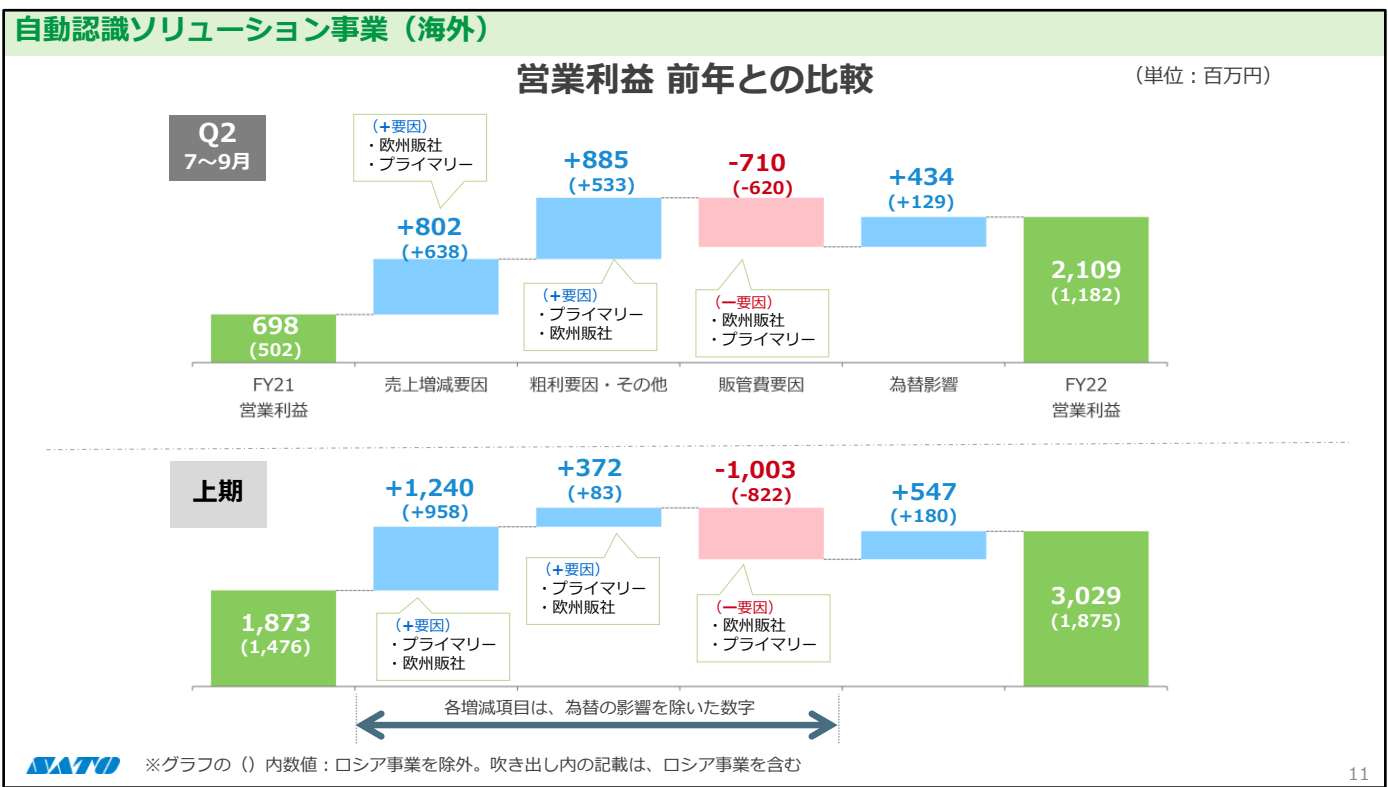
コト売りの浸透や、製造・物流の改善で旺盛な需要を確実に捉えたこと、また価格改定活動が進展したことにより、全地域で増収・増益

(単位：百万円)

	FY2022 Q2	FY2021 Q2	増減	前年比	除く為替
売上高	18,483 (13,707)	12,354 (10,043)	+6,128 (+3,663)	+49.6% (+36.5%)	+20.5% (+17.4%)
粗利額	6,875 (5,342)	3,992 (3,495)	+2,882 (+1,847)	+72.2% (+52.8%)	-
粗利率（外売）	37.2% (39.0%)	32.3% (34.8%)	+4.9pt (+4.2pt)	-	-
営業利益	2,109 (1,182)	698 (502)	+1,411 (+680)	3.0倍 (2.4倍)	2.4倍 (2.1倍)
営業利益率	11.4% (8.6%)	5.7% (5.0%)	+5.8pt (+3.6pt)	-	-

	FY2022 上期	FY2021 上期	増減	前年比	除く為替
売上高	34,878 (26,234)	25,284 (20,715)	+9,593 (+5,518)	+37.9% (+26.6%)	+14.0% (+10.7%)
粗利額	12,150 (9,876)	8,686 (7,705)	+3,464 (+2,170)	+39.9% (+28.2%)	-
粗利率（外売）	34.8% (37.6%)	34.4% (37.2%)	+0.5pt (+0.4pt)	-	-
営業利益	3,029 (1,875)	1,873 (1,476)	+1,155 (+399)	+61.7% (+27.0%)	+32.4% (+14.8%)
営業利益率	8.7% (7.1%)	7.4% (7.1%)	+1.3pt (+0.0pt)	-	-

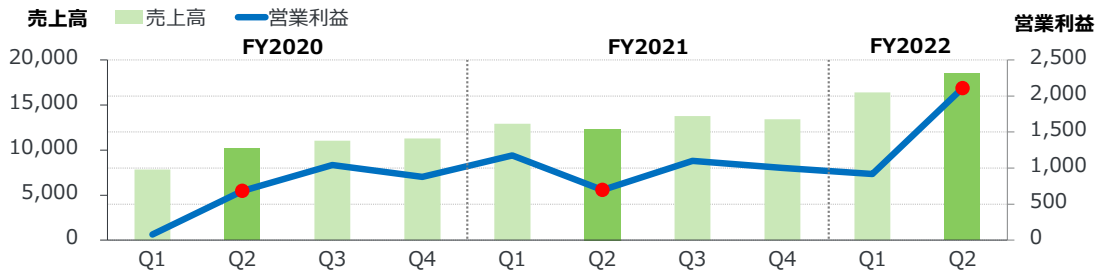
- ここからは、海外事業のQ2単独の状況をご説明します
- 海外は全地域で増収・増益となりました
- 需要は引き続き良好です
- 社内のプリンタ工場の生産性向上や物流作業の改善などの供給面の工夫で、受注残の解消が進んだこと、また、コト売りの展開やビジネスパートナーと提携の強化が進んだことでうまく需要を捉えることができ、価格改定も全地域で進展しました



- こちらは、営業利益の前年との比較です
- 吹き出し内の要因は、ロシア事業を含んだもので記載しています
- 前年のQ2は、プリンタの供給制約や、原材料価格の上昇に対してタイムリーに価格改定が進んでいませんでした
- 今期は、前スライドでご説明した通り、状況が改善し、全地域における増収効果や粗利の改善に加え、為替が販管費増を吸収して、増益となりました

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	18,483
前年比	-27.8%	-5.3%	-0.7%	+13.8%	+64.8%	+21.5%	+24.8%	+18.9%	+26.8%	+49.6%
営業利益	77	683	1,043	880	1,175	698	1,101	1,003	919	2,109
前年比	-86.1%	+14.8%	+35.1%	2.5倍	15.1倍	+2.2%	+5.6%	+14.0%	-21.8%	3.0倍



- こちらは、海外の四半期推移です
- 売上、営業利益ともに四半期で過去最高となりました
- 一過性の要素も含まれるものの、全地域で施策効果が結果につながり、売上・利益の水準が一段と高まっています

自動認識ソリューション事業（海外）地域別内訳

米州

Q2
7～9月

ベース事業：米国リテール市場などでの旺盛な需要の捕捉や価格改定効果、プリンタの受注残解消の進展などで増収・増益

プライマリー専業：生活インフラ業界向けが堅調。価格改定活動も進展して増収・増益

(単位：百万円)

		FY2022 Q2	FY2021 Q2	増減	%	除く為替
ベース事業	売上高	4,694	2,970	+1,724	+58.1%	+27.1%
	営業利益	328	3	+324	87.3倍	72.0倍
プライマリー専業 ・ Achernar社 ・ Prakolar社	売上高	806	643	+162	+25.3%	+14.1%
	営業利益	114	76	+38	+50.2%	+53.3%
合計	売上高	5,501	3,614	+1,887	+52.2%	+24.8%
	営業利益	442	79	+362	5.5倍	4.9倍

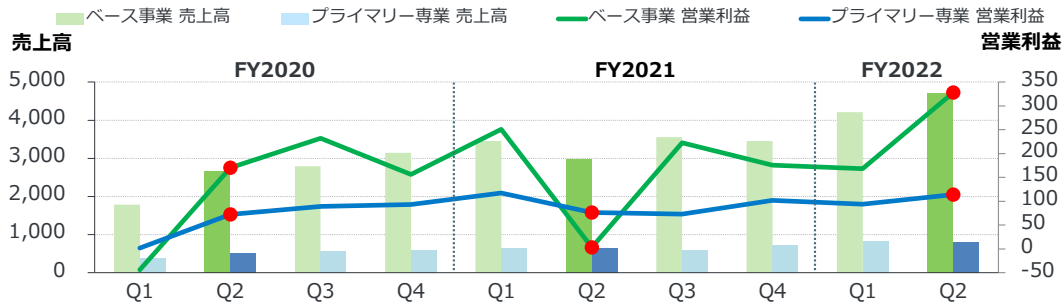
		FY2022 上期	FY2021 上期	増減	%	除く為替
ベース事業	売上高	8,909	6,429	+2,480	+38.6%	+14.3%
	営業利益	497	255	+241	+94.8%	+62.4%
プライマリー専業 ・ Achernar社 ・ Prakolar社	売上高	1,627	1,292	+334	+25.9%	+12.7%
	営業利益	209	193	+15	+8.2%	+9.8%
合計	売上高	10,536	7,721	+2,814	+36.5%	+14.0%
	営業利益	706	448	+257	+57.5%	+39.7%

13

- ここからは、海外の地域別のご説明です
- Q2の米州は、増収・増益でした
- ベース事業は、メインのリテール市場で、旺盛な需要を捉えたことや、価格改定の進展、プリンタ受注残の解消によって増収・増益となりました
- プライマリー専業は、売上の堅調さが継続しています。インフレが続く中でも価格改定を順調に進捗させて、増収・増益となりました

米州 売上高・営業利益 推移

(単位：百万円)



		FY2020				FY2021				FY2022	
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
ベース	売上高	1,781	2,660	2,794	3,140	3,458	2,970	3,554	3,456	4,214	4,694
	前年比	-36.3%	-2.0%	-0.6%	+17.8%	+94.2%	+11.6%	+27.2%	+10.1%	+21.8%	+58.1%
	営業利益	-44	170	232	156	251	3	223	176	168	328
	前年比	-	+45.6%	+54.8%	3.6倍	-	-97.8%	-3.6%	+13.1%	-32.9%	87.3倍
プライマリー	売上高	378	498	571	576	648	643	576	717	821	806
	前年比	-34.5%	-15.0%	+14.9%	+7.3%	+71.4%	+29.2%	+0.8%	+24.6%	+26.6%	+25.3%
	営業利益	2	72	89	93	117	76	73	102	94	114
	前年比	-85.4%	+19.8%	2.3倍	3.4倍	45.9倍	+4.7%	-18.0%	+9.2%	-19.0%	+50.2%



- こちらは、米州の四半期ごとの推移です
- ベース事業は、売上・営業利益ともに四半期で過去最高となりました
- プライマリー事業は、売上・営業利益ともに過去2番目の水準となりました

欧州

Q2
7～9月

ベース事業： 外食やリテールなど好調業界への注力や価格改定の進展、 プリンタの受注残解消などにより、増収・増益
プライマリー専業： ロシアOkil社での食品・飲料など既存ビジネスの深耕や価格改定活動により、増収・増益

(単位：百万円)

		FY2022 Q2	FY2021 Q2	増減	%	除く為替
ベース事業	売上高	3,268	2,391	+876	+36.6%	+27.5%
	営業利益	204	20	+184	10.0倍	9.5倍
プライマリー専業 (ロシア事業) ・ Okil社 ・ X-Pack社	売上高	4,775 (0)	2,311 (0)	+2,464 (0)	2.1倍	+33.9%
	営業利益	851 (-75)	144 (-51)	+707 (-24)	5.9倍	4.0倍
合計	売上高	8,043 (3,268)	4,703 (2,391)	+3,340 (+876)	+71.0% (+36.6%)	+30.6% (+27.5%)
	営業利益	1,056 (128)	164 (-31)	+891 (+159)	6.4倍	4.7倍

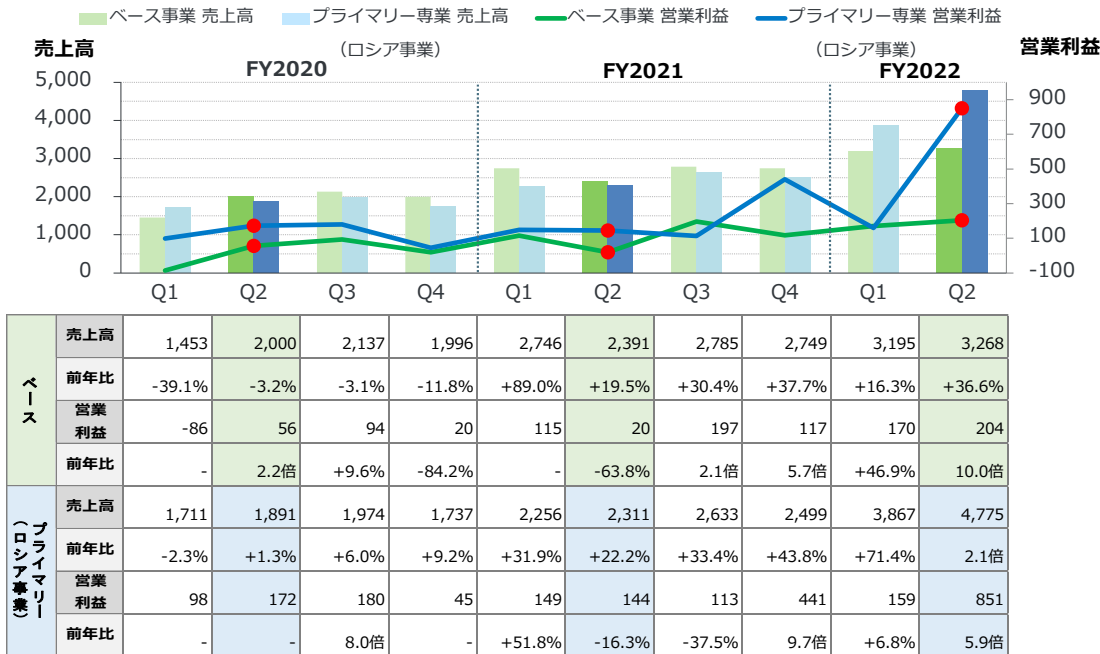
		FY2022 上期	FY2021 上期	増減	%	除く為替
ベース事業	売上高	6,463	5,138	+1,324	+25.8%	+18.6%
	営業利益	374	136	+238	2.8倍	2.6倍
プライマリー専業 (ロシア事業) ・ Okil社 ・ X-Pack社	売上高	8,643 (0)	4,568 (0)	+4,075 (0)	+89.2%	+29.0%
	営業利益	1,010 (-142)	293 (-103)	+717 (-38)	3.4倍	2.4倍
合計	売上高	15,106 (6,463)	9,707 (5,138)	+5,399 (+1,324)	+55.6% (+25.8%)	+23.5% (+18.6%)
	営業利益	1,385 (232)	429 (32)	+956 (+199)	3.2倍 (7.1倍)	2.4倍 (8.0倍)

※表内下段の () 内数値：ロシア事業を除外

- Q2の欧州も、増収・増益となりました
- ベース事業は、特に外食向け市場が好調さを継続しました。また、米州同様に価格改定の進展やプリンタの受注残解消も寄与して、増収・増益となりました
- プライマリー専業は、Okil社が、食品・飲料の既存ビジネスを広げたこと、また価格改定活動が進展したことで、増収・増益となりました

欧州 売上高・営業利益 推移

(単位：百万円)



- こちらは、欧州の四半期ごとの推移です
- ベース事業・プライマリー専業ともに、売上・営業利益が過去最高となりました

アジア・オセアニア

Q2
7~9月

ベース事業：全般に好調な東南アジアや台湾のArgoxがけん引して増収。
増収効果や、プリンタ出荷の増加を背景とした工場収益の改善で増益

(単位：百万円)

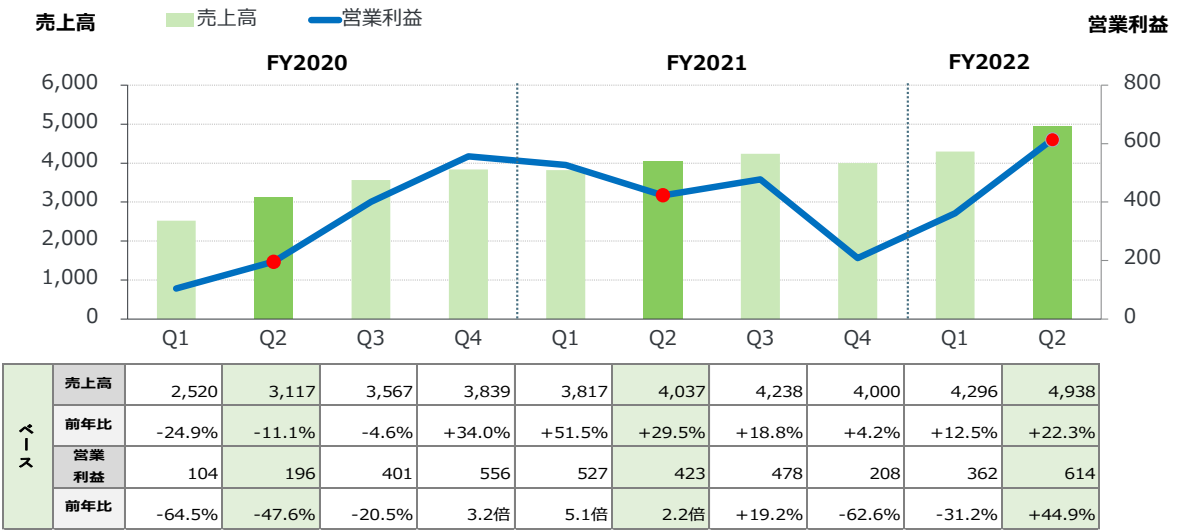
		FY2022 Q2	FY2021 Q2	増減	前年比	除く為替
ベース事業	売上高	4,938	4,037	+900	+22.3%	+4.9%
	営業利益	614	423	+190	+44.9%	+23.4%

		FY2022 上期	FY2021 上期	増減	前年比	除く為替
ベース事業	売上高	9,234	7,855	+1,379	+17.6%	+2.4%
	営業利益	976	950	+26	+2.7%	-11.0%

- Q2のアジア・オセアニアも増収・増益でした
- 中国のロックダウンにより、中国の販社はいまだ影響を受けていますが、ベトナムやタイなど東南アジアでのコト売り進展が全体をけん引しました。そのほか、プリンタ供給が改善した台湾のArgoxも寄与して、増収となりました
- この販社の増収効果や、プリンタ出荷の増加を背景としたプリンタ工場の収益改善も寄与して、増益となりました

アジア・オセアニア 売上高・営業利益 推移

(単位：百万円)



- こちらは、アジア・オセアニアの四半期ごとの推移です
- 売上、営業利益ともに四半期で過去最高となりました

総括

Q2 7～9月 好調なサプライや価格改定活動の効果が、メカトロ販売の停滞をカバーして、増収。
増収効果や海外販社向けプリンタ販売の伸長による輸出粗利の増加、販管費のコントロールで増益

(単位：百万円)

	FY2022 Q2	FY2021 Q2	増減	前年比
メカトロ売上高	7,168	7,331	-163	-2.2%
サプライ売上高	11,126	10,397	+728	+7.0%
外部売上高 計	18,294	17,729	+565	+3.2%
粗利額	8,620	8,203	+416	+5.1%
粗利率（外売）	47.1%	46.3%	+0.8pt	-
営業利益	941	303	+638	3.1倍
営業利益率	5.1%	1.7%	+3.4pt	-

	FY2022 上期	FY2021 上期	増減	前年比
メカトロ売上高	13,669	14,064	-394	-2.8%
サプライ売上高	21,916	20,913	+1,002	+4.8%
外部売上高 計	35,585	34,977	+608	+1.7%
粗利額	16,534	16,450	+84	+0.5%
粗利率（外売）	46.5%	47.0%	-0.6pt	-
営業利益	933	888	+44	+5.0%
営業利益率	2.6%	2.5%	+0.1pt	-

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

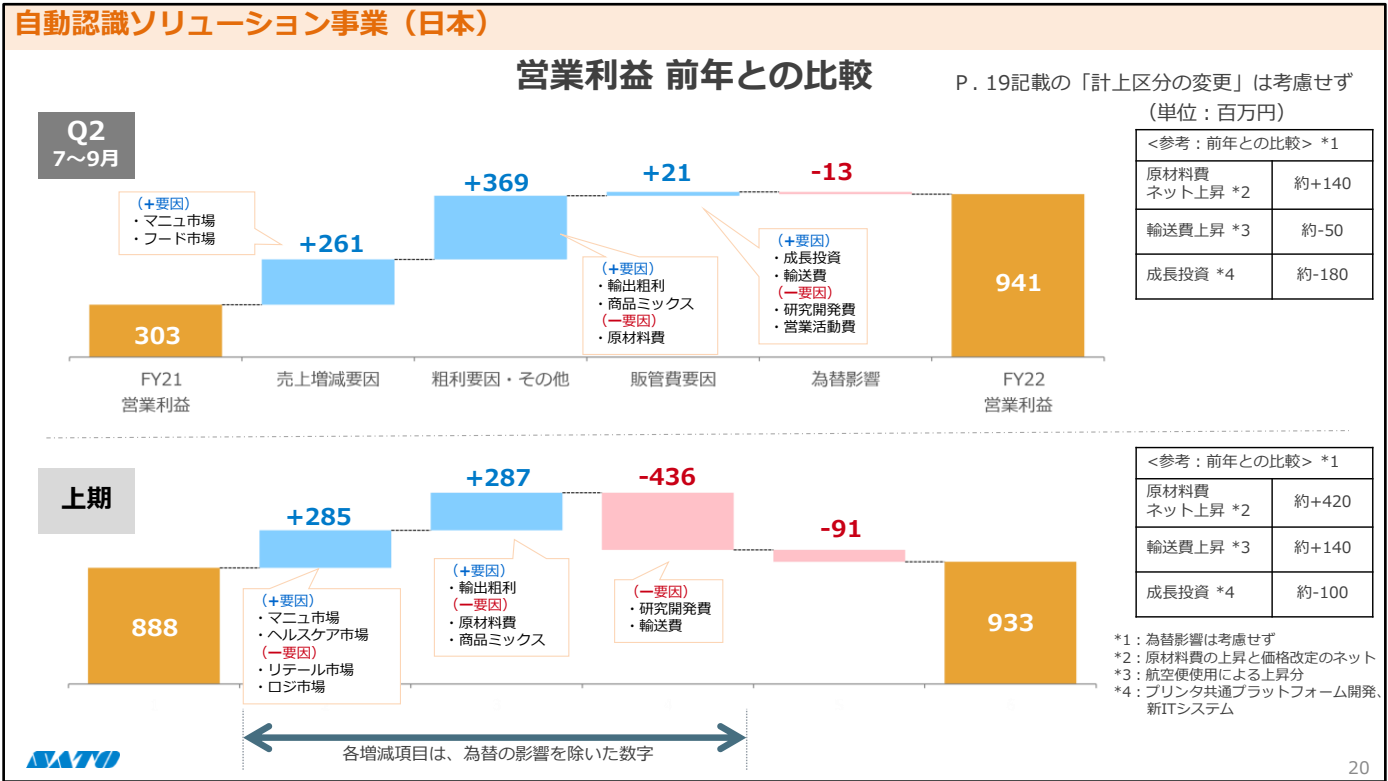
サプライ：消耗品。可変情報ラベル、RFIDタグ、プライマリーラベル（商品シール）、リボンなど

※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

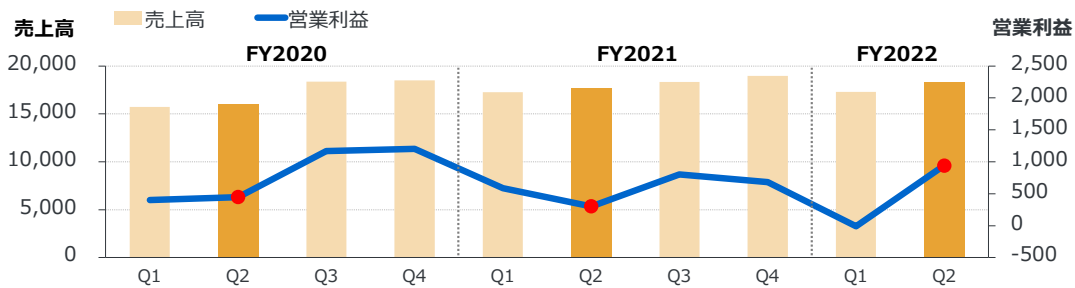


- ここからは、日本事業のQ2単独についてご説明します
- 売上は、良好な需要環境に価格改定活動が相まって、サプライが好調に推移しました。特に、マニファクチャリング、ロジスティクス、公共が伸長しました
- メカトロは、前年にあった大口案件の反動などがあって、対前年では減収となりましたが、対Q1では良化しており、改善しています
- 以上により、日本事業全体では増収となりました
- この増収効果と、海外販社向けプリンタ販売が伸長して輸出粗利が増加したこと、また販管費のコントロールによって、増益となりました



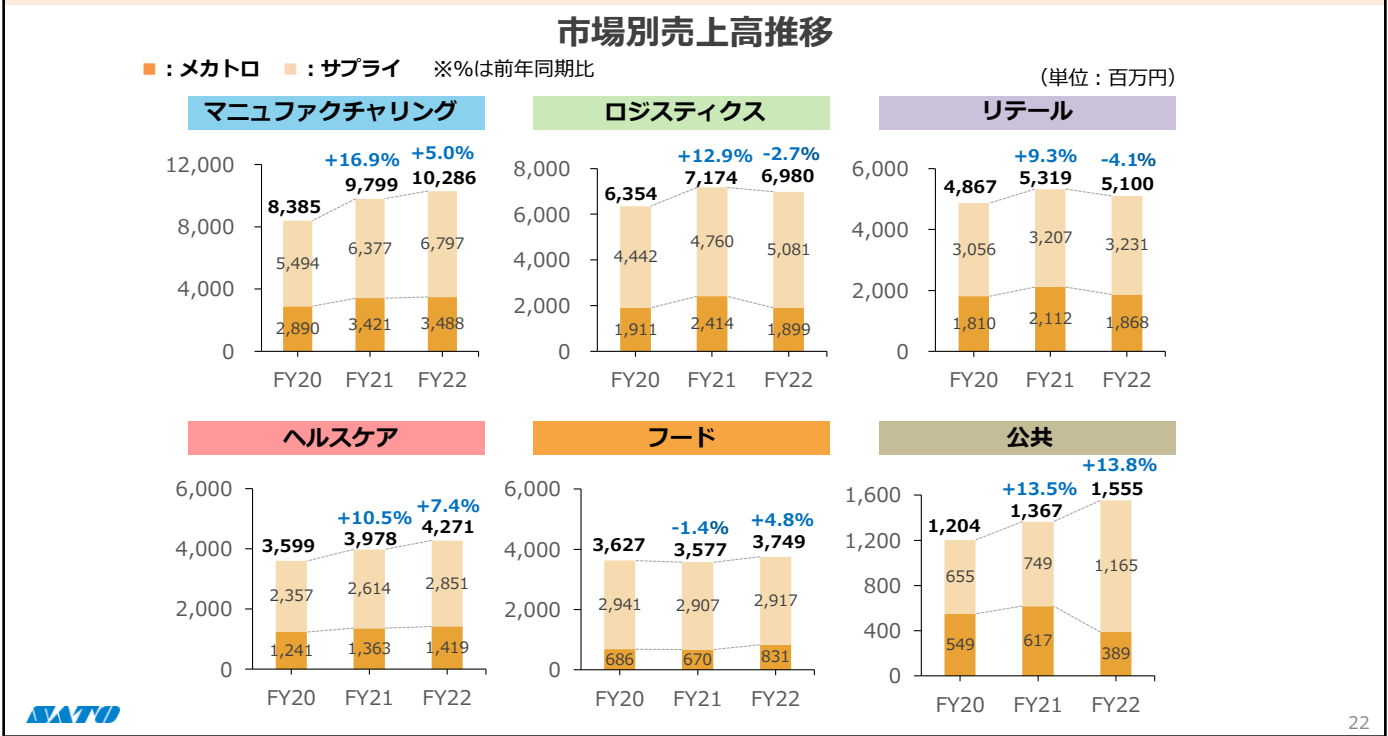
売上高・営業利益 推移

(単位：百万円)



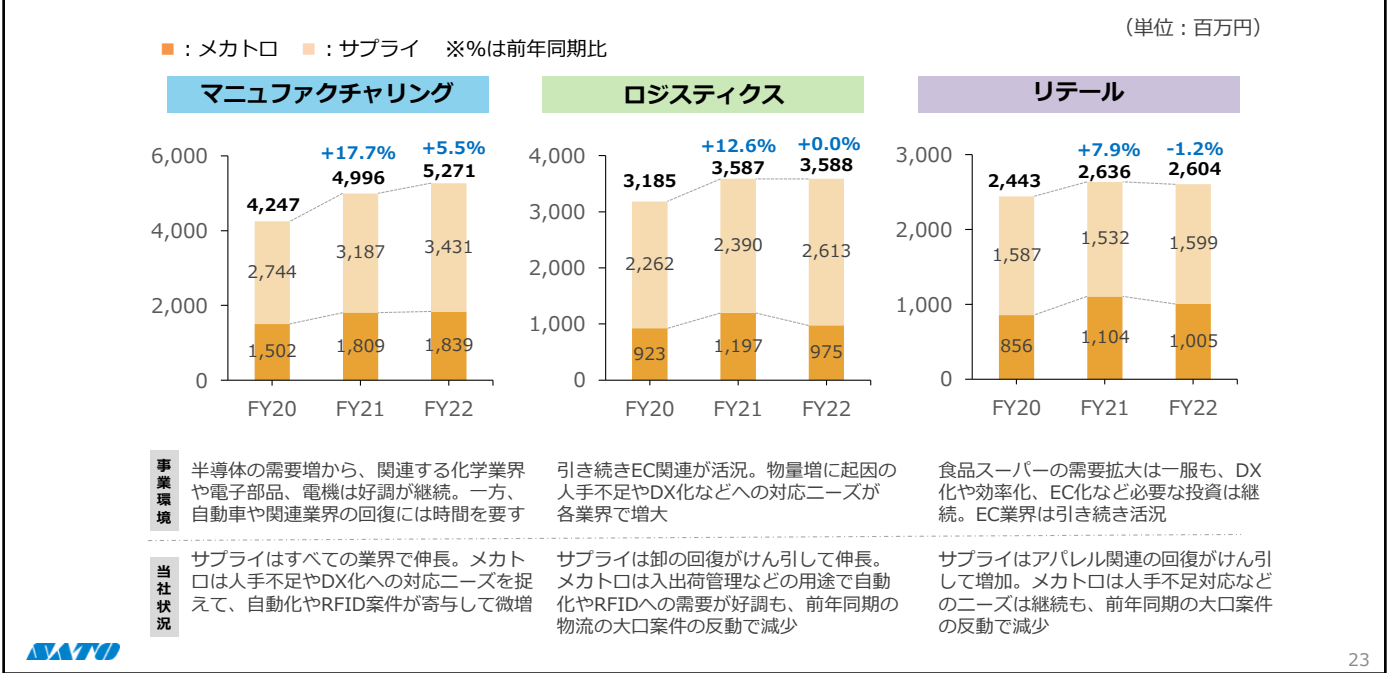
売上高	15,730	15,991	18,352	18,490	17,248	17,729	18,337	18,971	17,291	18,294
前年比	-10.1%	-13.9%	-1.9%	-0.5%	+9.6%	+10.9%	-0.1%	+2.6%	+0.2%	+3.2%
営業利益	399	448	1,170	1,203	585	303	801	682	-8	941
前年比	-69.7%	-74.6%	-31.1%	-29.1%	+46.7%	-32.4%	-31.5%	-43.3%	-	3.1倍

●こちらは、日本の四半期ごとの推移です。ここでも回復していることが見て取れます



- こちらは、上期累計の市場ごとの売上高推移です
- 国内市場別状況のポイントは、次からのQ2単独スライドでご説明します

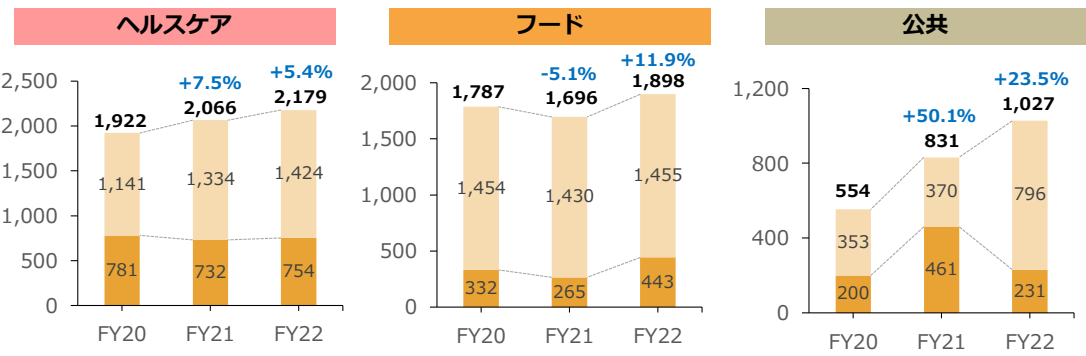
市場別売上高推移（1/2）



- こちらは、日本の市場別のQ2売上高推移です
- マニファクチャリング：サプライは、電子部品や機械・電機などの好調業界を中心に全ての業界で伸長し、コロナ前の水準を超えました。メカトロも、自動化やRFIDの活用による業務の効率化やトレーサビリティ向上などのニーズを捉えて伸長しました
- ロジスティクス：EC業界の活況や、コンビニ業界の回復による卸業の好調で、サプライがコロナ前の水準を超えて伸長しました。メカトロは、自動化やRFID関連への需要が旺盛も、前年同期の大口案件が響き、減少しましたが、今期は下期に大口案件を多く見込んでいます
- リテール：サプライは、アパレル関連の回復がけん引して増加しました。メカトロは、食品スーパーの需要拡大の一服感や、前年同期にあった大口案件の反動などにより、減少しました

市場別売上高推移（2/2）

■：メカトロ
■：サプライ
※%は前年同期比
（単位：百万円）



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	原材料高騰に起因のコスト上昇や人手不足への対応ニーズを背景に、自動化やトレーサビリティなどの需要が継続	全般に外部環境は安定
当社状況	サプライは病院からの需要回復や、RFID活用による管理ニーズへの対応などにより伸長。メカトロは医療機器、医薬品製造業の自動化ニーズなどを捉えて増加	サプライは食品製造がけん引して微増。メカトロは食品製造や飲料業界での自動化商談がけん引して大幅増加	サプライは大口顧客からの受注により大幅に伸長。メカトロは前年同期の大口案件の反動により減少

- ヘルスケア：病院の需要回復と、高まる管理ニーズの対応などにより、RFIDを含むサプライが、コロナ前の水準を超えて伸長しました。メカトロも、人手不足の対応など、底堅いニーズを捉えて医療機器や医薬品メーカーで伸長しました
- フード：昨今の原材料高騰への対応や、従前からの人手不足への対応として、自動化やトレーサビリティへの需要が高まっています。これを受けて、メカトロは食品や飲料メーカーで自動化商談が活発でした
- 公共：大口案件に左右される傾向にあります。サプライは大口のお客さまからの受注により大幅に伸長しました。メカトロは前年同期の大口案件の反動により減少となりました

2022年度 業績計画

<ロシア事業を含む>

(単位：百万円)

	上期		下期		通期	
	実績	前年比	計画	前年比	計画	前年比
売上高	70,463	+16.9%	71,536	+10.9%	142,000	+13.8%
営業利益	3,776	+35.8%	4,723	+30.3%	8,500	+32.7%
経常利益	4,968	+84.3%	4,731	+40.7%	9,700	+60.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,229	+74.7%	1,170	-39.8%	4,400	+16.0%
<参考>						
EBITDA [※]	10,861	←2021年度通期			13,600	+25.2%

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

FY22 想定レート : 134円/USD, 138円/EUR
FY22 上期為替レート(期中平均) : 134.03円/USD, 138.76円/EUR
FY21 通期為替レート(期中平均) : 112.39円/USD, 130.54円/EUR



●こちらは、2022年度通期の業績計画です

●主に上期の進捗状況と、ロシア事業を計画に含んだことを受けて、通期計画を修正しました

●ロシア事業は期初時点では先行きの不透明感が強い状態にあり、同事業を連結業績から除外す可能性が高かったため、計画から除外しました。しかし、上期を終えた時点で、同事業を今期の連結業績から除外する可能性が低下しましたことから、通期計画に含んでいます

●下期の当期純利益が前年比で約－40%となる背景は、イギリス子会社における年金制度のバイアウトの実行に伴う特別損失の計上を見込んでいるためです。

こちらは2020年11月10日にリリースした通りとなっています

●また、為替が想定よりも円安で推移しているため、業績予想の前提となる為替レートの見直しを行いました。1USDは前回の120円から134円へ、1EURは135円から138円に変更しています

(リリース) https://www.sato.co.jp/news/20201110_01.pdf

2022年度 業績計画 <内訳>

(単位：百万円)

		上期			下期			通期		
		期初計画	実績	増減	期初計画	修正後計画	増減	期初計画	修正後計画	増減
海外 ロシア事業を除く	売上高	21,600	26,234	+4,634	22,400	25,765	+3,365	44,000	52,000	+8,000
	営業利益	1,300	1,875	+575	1,900	1,624	-275	3,200	3,500	+300
日本	売上高	36,200	35,585	-614	38,800	39,414	+614	75,000	75,000	+0
	営業利益	1,700	933	-766	3,100	2,666	-433	4,800	3,600	-1,200
連結	売上高	57,800	61,820	+4,020	61,200	65,179	+3,979	119,000	127,000	+8,000
	営業利益	3,000	2,622	-377	5,000	4,377	-622	8,000	7,000	-1,000
	(利益消去)	0	-186	-186	0	86	+86	0	-100	-100
<参考> ロシア事業	売上高	0	8,643	+8,643	0	6,356	+6,356	0	15,000	+15,000
	営業利益	0	1,153	+1,153	0	346	+346	0	1,500	+1,500

<下期修正の背景>

海外 売上高：コト売り浸透や円安影響などを見込み、増額
 営業利益：プリンタ受注残の解消やインフレ懸念などコスト増のリスクなどで減額

日本 売上高：サプライの好調さを反映して増額
 営業利益：販管費の抑制を進めるも、サプライの原材料費の上昇や高粗利プリンタ拡販の遅延、円安影響などから減額

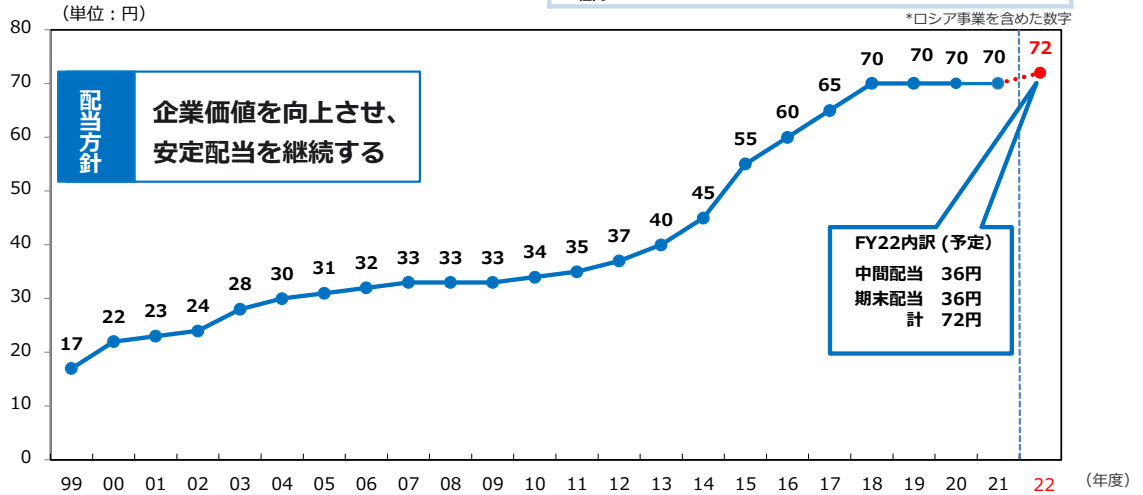


- こちらで、海外と日本の内訳についてご説明します
- 上段の表は、ロシアを除いたベースで、期初に発表した数値と比較しています。下段に、参考としてロシア事業の数値を記載しています
- 期初計画に対する、下期業績の修正の背景をご説明します
- 海外は、コト売りの浸透などで、事業は好調を維持することや円安影響を見込んで、売上高は増額しています
- 一方で営業利益は、上期にある程度プリンタの受注残が解消したこと、インフレの加速や突発的な原材料不足によるコスト増といった各種リスクを折り込んで、減額しました
- 日本は、サプライの好調さを反映して、売上高は増額しました。営業利益は、販管費の抑制を進めるも、期初の想定よりもサプライの原材料費の上昇が見込まれることや、高粗利プリンタの拡販の遅延、円安の影響から減額の見通しです
- これにより、日本事業は営業利益の通期計画を4,800百万円から3,600百万円に減額しました
- このあとのスライドで、日本事業下期の主な取り組みについてご説明します

配当

2022年度中間配当は36円とする

	FY18	FY19	FY20	FY21	FY22* (計画)
EPS	112.5円	-56.1円	385.9円	112.7円	131.8円
ROE	6.9%	-3.6%	24.4%	6.3%	6.7%
(参考) 配当 性向	62%	-	18%	62%	55%



●こちらは配当です。期初発表の通り、中間36円、期末36円の合計72円を予定しています



FY22上期実績、
通期見通し

FY22下期の
取り組み

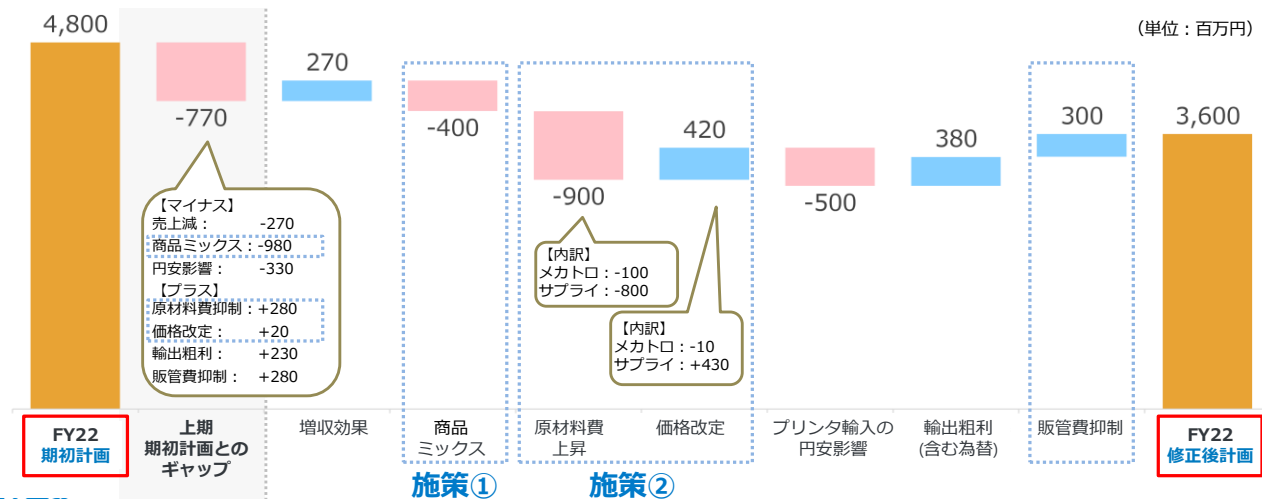
- ここからは、期初の計画値をベースに下期の取り組みについてご説明します

日本事業：営業利益（期初計画比）

商品ミックス：上期はメカトロ販売の停滞で期初計画未達も、下期は改善を見込む

原材料費上昇/価格改定：上期は計画比でポジティブに推移。下期は主にサプライの原材料費上昇を見込む。
同価格改定活動を進め、収益効果をあげる

販管費：上期と同様に、下期も抑制を進める

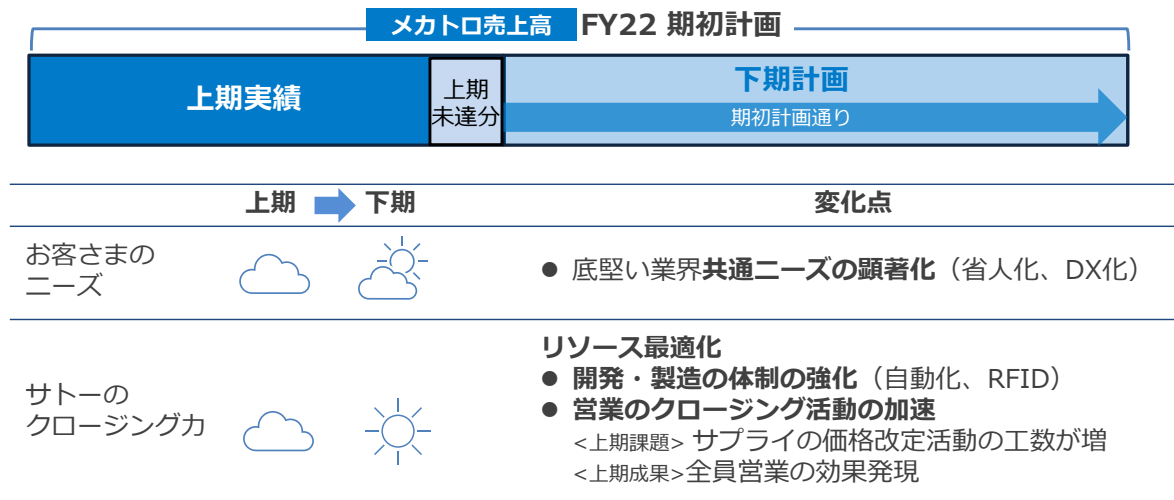


- こちらは、日本事業の営業利益の、期初計画と修正計画のギャップを示しています
- 期初は4,800百万円を計画していました。左から2番目のバーは、期初計画と上期実績とのギャップです
- マイナス要因は、メカトロ販売が計画比でスローであったことから、売上と商品ミックスが未達となりました。また、国内販売用のプリンタについては、円安の影響を受けました
- プラス要因は、計画比で原材料費上昇を抑制しながら、価格改定を進めることができました。輸出粗利の増加や販管費抑制が計画を上回りました
- 左から3番目以降のバーは、下期の期初計画と修正計画とのギャップとなります
- 商品ミックスでは、上期と比較すると改善するも、期初計画に対しては未達を見込んでいます。これは高粗利プリンタの拡販・リプレースの停滞を、自動化やRFIDなど、好調な商材で稼ぐ粗利でカバーしきれないためです
- 原材料費は、特にサプライでの追加上昇を見込みますが、その対応として価格改定活動を加速します
- そして、当然販管費を確実にコントロールして、修正後の計画3,600百万円を達成させます
- 次のスライドから、特に注力すべき、商品ミックス改善に対する施策と、価格改定に対する施策についてご説明します

日本事業・施策①：商品ミックス～メカトロの販売強化～

下期は期初計画通りの売上高を見込む。

顕著化する業界共通ニーズに対し、リソース最適化で商談のクロージングを加速

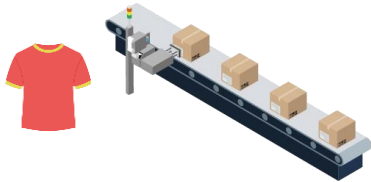


- まず、「商品ミックス改善のためのメカトロ販売の強化」についてです
- メカトロの上期売上は、期初計画に対して未達となりました。一方で、下期は期初計画通りを見込んでいます
- この背景を、“お客さまのニーズ”と“サトーのクロージング力”とで分けてご説明します
- 市場・業界ごとのお客さまを取り巻く事業環境から、取り組むべき課題は数多く、幅広く提案する当社の商談パイプラインは増加したものの、お客さまの課題解決の優先度から、クロージングの後ろ倒しが発生していました。しかし時間を追うごとに、優先される業界共通ニーズが顕著化して、省人化、DX化に伴う、自動化やRFIDなどのソリューションへの投資が「待ったなし」の状況となっています
- これを受けて、私たちはリソースの最適化で、クロージング力を向上させています。具体的には、自動化やRFID製品の開発や、その関連するソリューション開発の強化に加え、製造にもリソースを投下して供給力の向上を図っています
- また従前より進めている、売る力を強化する取り組みである「全員営業」の効果発現で、クロージング活動を加速させています
- 上期は、サプライの価格改定活動に多くの工数が取られていたことで、営業活動に影響が出ていました。しかし、上期中に価格改定活動の仕組み・推進体制の最適化ができたので、下期よりその成果をしっかりと発揮していきます

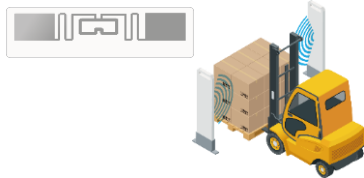
日本事業・施策①：メカトロの販売強化（具体例）

● 共通ニーズの顕著化 （省人化、DX化）

● アパレルEC×SCM※



● 製造業×入在庫やSCM



SATO ※SCM：サプライチェーン・マネジメント

● 開発・製造の体制の強化

● 自動化

- 専任チームの強化
- 開発・生産体制の拡充（パートナーとの連携強化）



● RFID

- 生産体制の拡充
- 次世代商品・サービスの拡販（温度ロガータグなど）



● 営業のクロージング活動の加速

● 全員営業の効果発現

- ターゲット用途・ソリューションへのコト売り強化（営業と市場戦略部）
- 商談の受注確度の向上（マーケティング部）
- プリンタのリプレイス活動の精緻化（営業と保守）
- サプライ価格改定活動の仕組み化（カテゴリー別にアプローチ）
大中口：営業、インサイドセールス、保守
小口：コンタクトセンター



● こちらは施策の具体例です

●まず、共通ニーズについてです。ここではアパレルECと製造業を例にしていますが、これ以外にもさまざまな業界・用途で、省人化、DX化ニーズが顕著化しており、自動化やRFIDに関する商談が増加しています

●そのため、自動化においては、今期から人員採用を含めた専任チームの強化や、パートナー企業と連携した生産能力の増強を進めています

●RFIDにおいても、昨年度に本部を立ち上げて事業を加速させています。今期は生産能力の増強や、商品力の強化に注力しています。次世代商品として開発した温度ロガータグは、多くの引き合いにつながっています

●営業のクロージング活動の加速については、全員営業の効果発現により商談を確実に受注につなげています

●営業担当者と、業界知見の豊富な市場戦略部の担当者との連携をさらに強化して、自動化、RFIDなどの高度な商談のさらなる獲得や商談スピードアップを図っています

●マーケティング部門では、効率的に見込み顧客を商談化させる取り組みで、パイプライン増加に貢献しています

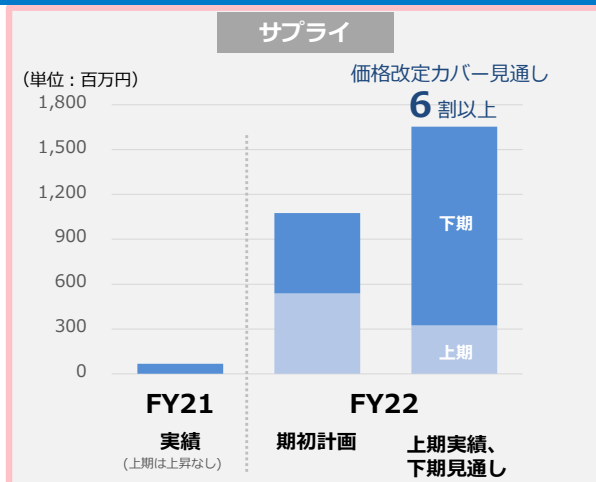
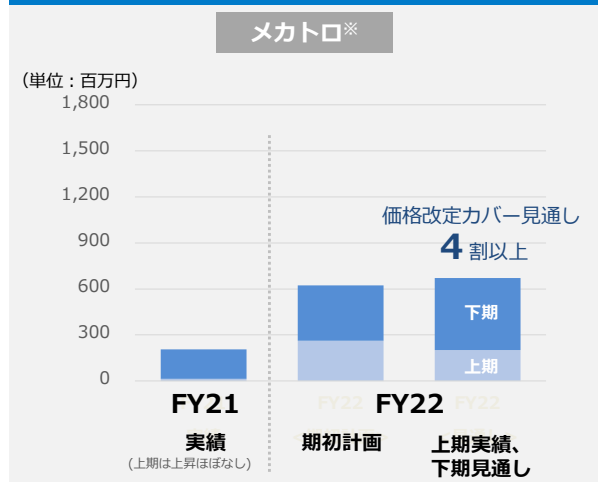
●プリンタのリプレイスについては、営業やサービスの担当者を含む、最適な推進体制で進めています

●サプライの価格改定活動は、上期までに行った仕組み化・最適化を下期の活動に最大限にいかして、業績インパクトを最大化させていきます

日本事業・施策②：価格改定～活動を着実に進展～

期初計画およびメカトロとの比較で、サプライの原材料費が大きく上昇。中長期に価格改定の累積効果も大きいことからサプライを中心に改定活動を展開。今期は、まず6割までカバーを見通す

原材料費上昇（実績と見通し）



※算出条件を見直し。
FY22-Q1時：輸出影響を含む ➡ 今回：輸出影響を含まない



- 次に「価格改定」についてです
- グラフを使って商品別に状況をご説明します。左がメカトロ、右がサプライです
- メカトロの通期の見通しは、期初計画から大きな変化はありません。今期は約4割以上をカバーできるように価格改定活動を進めます
- 一方でサプライは、原材料費が下期にもう一段階上昇する見通しです
- サプライはリピートビジネスであり、中長期に価格改定の累積効果も大きいことから、サプライを中心に改定活動を着実に進めます
- 今期は6割までカバーする見通しです。ただし、これで十分とは考えておらず、全員営業の効果発揮で、残りの4割に対しても、下期に引き続き価格改定交渉の活動を進めます

日本事業・まとめ：FY22下期～の活動・効果

リソース最適化を進め、回復トレンドを軌道に乗せる

FY22上期比の効果

FY22下期 FY23～

1	メカトロの販売強化	↗	↗
2	価格改定の進展と累積効果の発現	↗	↑
3	販管費のコントロール※ ※除く成長投資	↗	↗
4	自動化、RFIDへの注力	↗	↑
5	リピートビジネス（サプライ、保守）の成長維持	↗	↗



33

- こちらは、これまでの説明のまとめです。日本事業の下期以降の主要な活動と、スライド右側に、上期比の各効果を矢印で示しています
- 全般に、上期比で下期以降は効果改善を見込んでいます。来期以降は特に、②の価格改定と④の自動化、RFIDへの注力で業績インパクトの最大化をさせます
- これらの活動を続けることで、収益性を高め、回復軌道に乗せます

2022年度 業績計画 <内訳> 再掲

(単位：百万円)

		上期			下期			通期		
		期初計画	実績	増減	期初計画	修正後計画	増減	期初計画	修正後計画	増減
海外 ロシア事業を除く	売上高	21,600	26,234	+4,634	22,400	25,765	+3,365	44,000	52,000	+8,000
	営業利益	1,300	1,875	+575	1,900	1,624	-275	3,200	3,500	+300
日本	売上高	36,200	35,585	-614	38,800	39,414	+614	75,000	75,000	+0
	営業利益	1,700	933	-766	3,100	2,666	-433	4,800	3,600	-1,200
連結	売上高	57,800	61,820	+4,020	61,200	65,179	+3,979	119,000	127,000	+8,000
	営業利益	3,000	2,622	-377	5,000	4,377	-622	8,000	7,000	-1,000
	(利益消去)	0	-186	-186	0	86	+86	0	-100	-100
<参考> ロシア事業	売上高	0	8,643	+8,643	0	6,356	+6,356	0	15,000	+15,000
	営業利益	0	1,153	+1,153	0	346	+346	0	1,500	+1,500

<下期修正の背景>

海外 売上高 : コト売り浸透や円安影響などを見込み、増額

営業利益 : プリンタ受注残の解消やインフレ懸念などコスト増のリスクなどで減額

日本 売上高 : サプライの好調さを反映して増額

営業利益 : 販管費の抑制を進めるも、サプライの原材料費の上昇や高粗利プリンタ拡販の遅延、円安影響などから減額

- 先に表示した業績計画の再掲です
- 下期も予断を許さない状況が続きますが、海外事業と日本事業、それぞれが取り組むべき活動をしっかり実行して、今回発表した業績計画を達成させます

Appendix

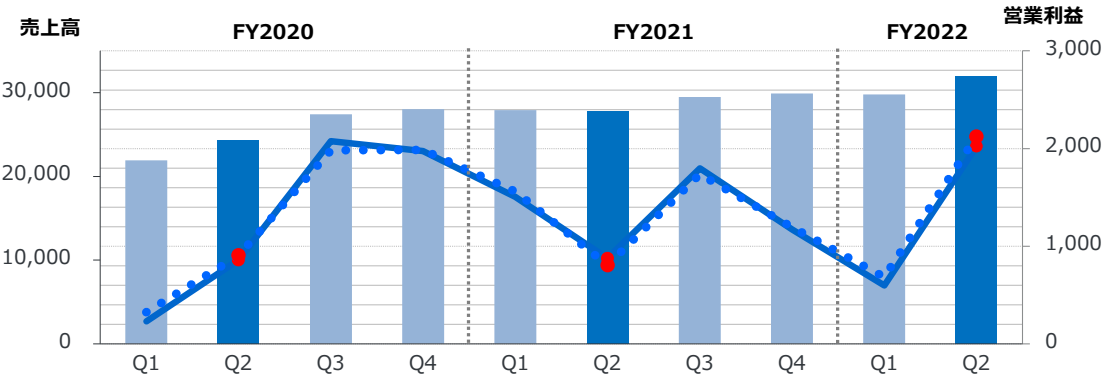
補足資料 P.36~P.48

用語集 P.49~P.52

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 ■ 営業利益 1 ●●● 営業利益 2（自動認識ソリューション事業。IDP事業及び消去を除く）

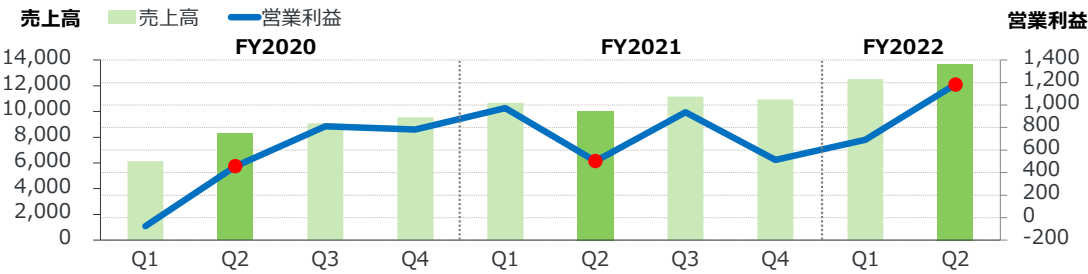


	FY2020				FY2021				FY2022		営業利益
売上高	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	
売上高	21,940	24,329	27,424	28,043	27,920	27,772	29,493	29,895	29,818	32,001	
前年比	-17.9%	-11.7%	-2.3%	+3.9%	+27.3%	+14.2%	+7.5%	+6.6%	+6.8%	+15.2%	
営業利益 1	232	859	2,075	1,973	1,505	877	1,797	1,172	598	2,024	
前年比	-84.5%	-56.3%	+2.8%	+11.1%	6.5倍	+2.2%	-13.4%	-40.6%	-60.2%	2.3倍	
営業利益 2	323	906	1,981	1,987	1,559	805	1,736	1,196	684	2,124	
前年比	-82.7%	-60.6%	-16.9%	-1.0%	4.8倍	-11.2%	-12.4%	-39.8%	-56.1%	2.6倍	



売上高・営業利益 推移（ロシア事業を除外）

（単位：百万円）

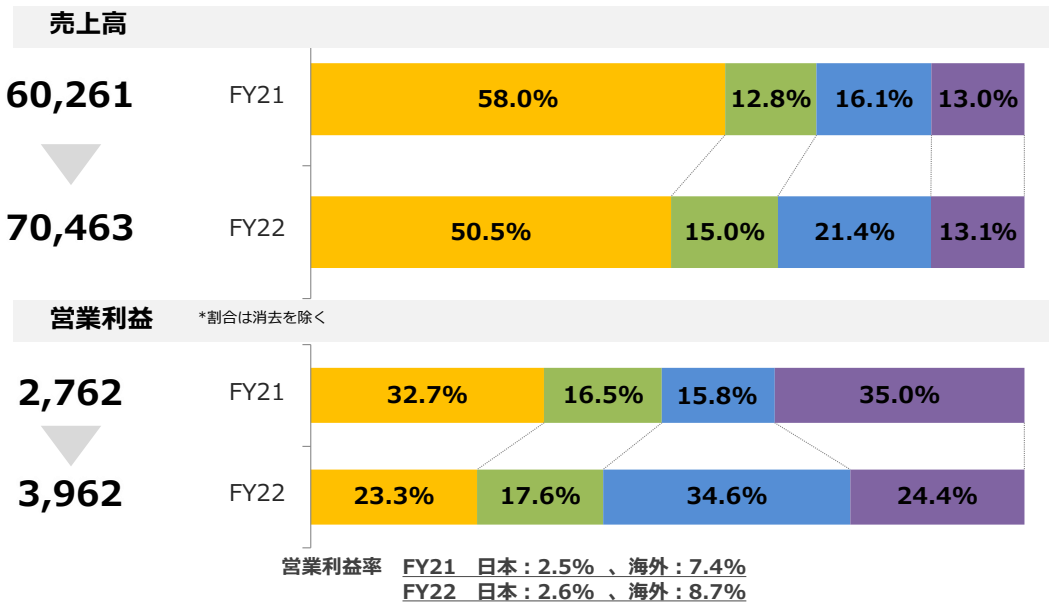


売上高	6,133	8,277	9,071	9,552	10,672	10,043	11,155	10,924	12,527	13,707
前年比	-32.7%	-6.7%	-2.0%	+14.7%	+74.0%	+21.3%	+23.0%	+14.4%	+17.4%	+36.5%
営業利益	-75	457	811	783	974	502	935	514	693	1,182
前年比	-	-14.2%	+18.0%	2.5倍	-	+9.7%	+15.2%	-34.3%	-28.8%	2.4倍

地域別売上高及び営業利益構成

(単位：百万円)

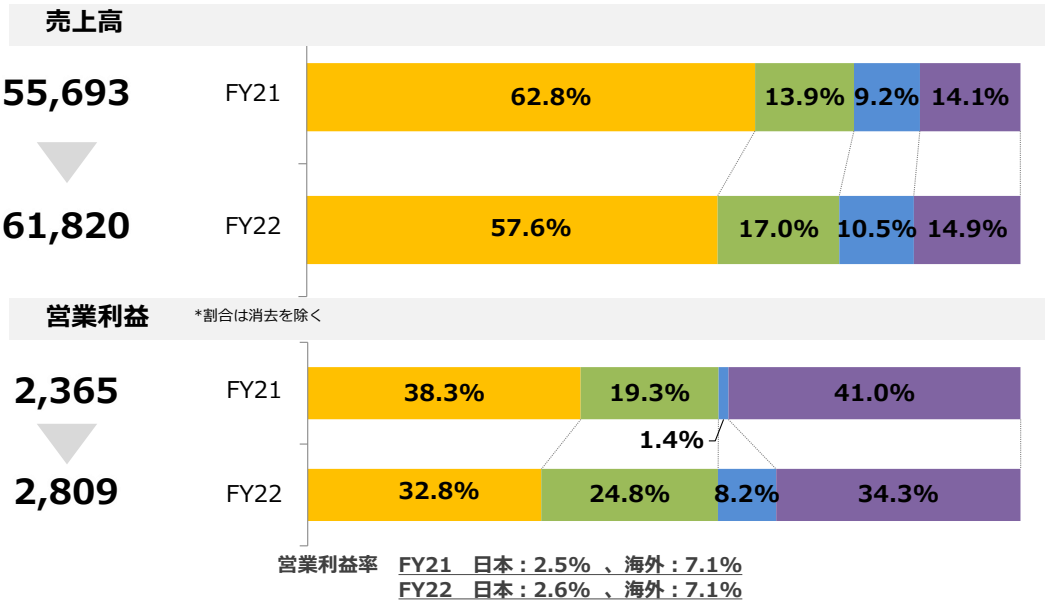
日本 米州 欧州 アジア・オセアニア



地域別売上高及び営業利益構成（ロシア事業を除外）

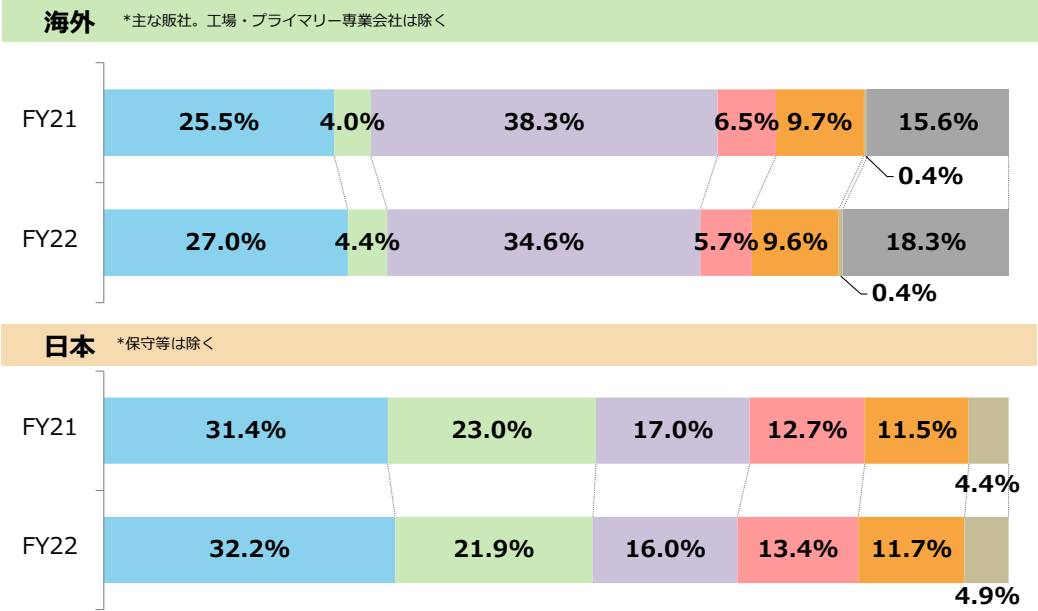
(単位：百万円)

日本 米州 欧州 アジア・オセアニア



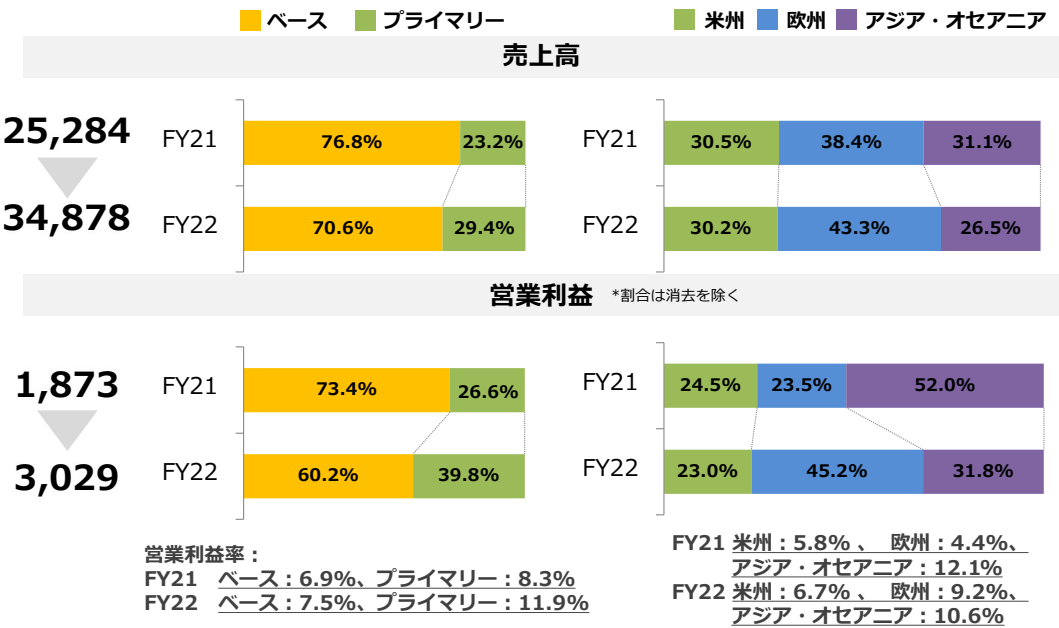
市場別売上高構成

■ マニファクチャリング ■ ロジスティクス ■ リテール ■ ヘルスケア ■ フード ■ 公共 ■ その他



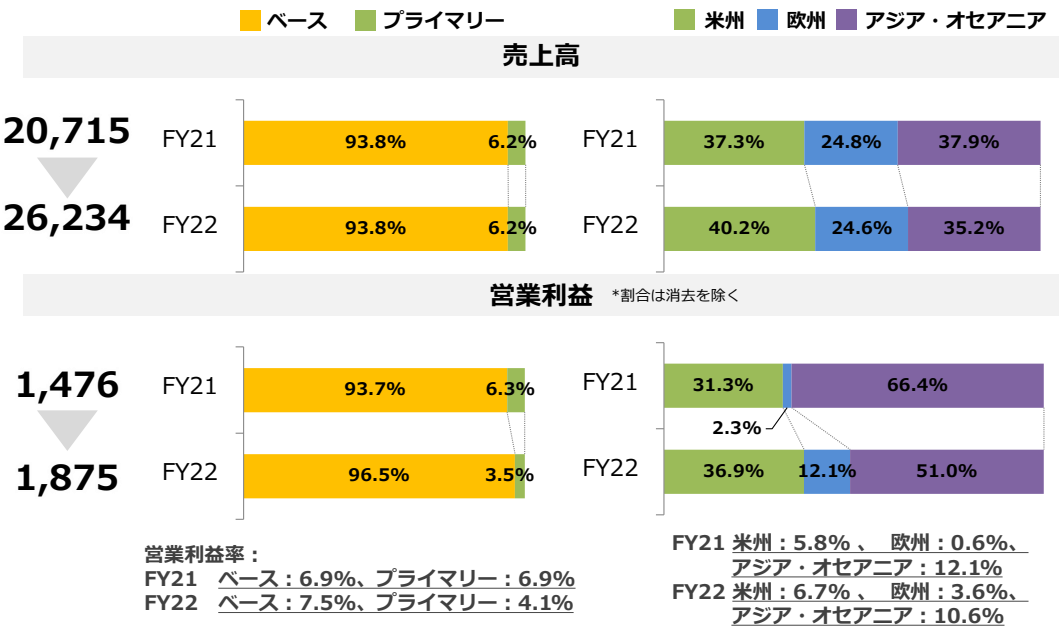
売上高及び営業利益構成（事業別・地域別）

（単位：百万円）



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）



事業別内訳

(単位：百万円)

		FY2022 Q2	FY2021 Q2	増減	前年比	除く為替
ベース事業	売上高	12,901	9,399	+3,501	+37.2%	+17.7%
	営業利益	1,147	447	+699	2.6倍	2.2倍
プライマリー事業	売上高	5,582 (806)	2,955 (643)	+2,626 (+162)	+88.9% (+25.3%)	+29.6% (+15.3%)
	営業利益	966 (38)	220 (24)	+745 (+13)	4.4倍 (+56.7%)	3.1倍 (2.9倍)
消去	営業利益	-3 (-3)	29 (29)	-32 (-32)	-	-
合計	売上高	18,483 (13,707)	12,354 (10,043)	+6,128 (+3,663)	+49.6% (+36.5%)	+20.5% (+17.4%)
	営業利益	2,109 (1,182)	698 (502)	+1,411 (+680)	3.0倍 (2.4倍)	2.4倍 (2.1倍)

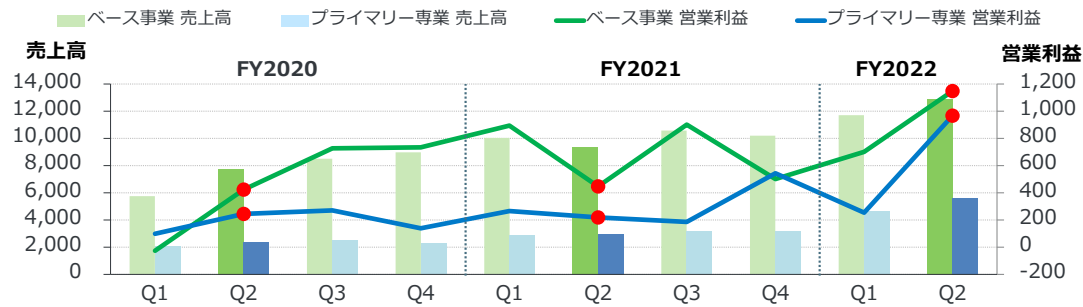
		FY2022 上期	FY2021 上期	増減	前年比	除く為替
ベース事業	売上高	24,607	19,423	+5,183	+26.7%	+10.6%
	営業利益	1,849	1,342	+506	+37.7%	+20.7%
プライマリー事業	売上高	10,270 (1,627)	5,860 (1,292)	+4,410 (+334)	+75.2% (+25.9%)	+25.4% (+13.9%)
	営業利益	1,220 (66)	486 (89)	+733 (-23)	2.5倍 (-25.7%)	+85.3% (+38.2%)
消去	営業利益	-40 (-40)	44 (44)	-84 (-84)	-	-
合計	売上高	34,878 (26,234)	25,284 (20,715)	+9,593 (+5,518)	+37.9% (+26.6%)	+14.0% (+10.7%)
	営業利益	3,029 (1,875)	1,873 (1,476)	+1,155 (+399)	+61.7% (+27.0%)	+32.4% (+14.8%)



※表内下段の（）内数値：ロシア事業を除外

事業別 売上高・営業利益 推移

(単位：百万円)

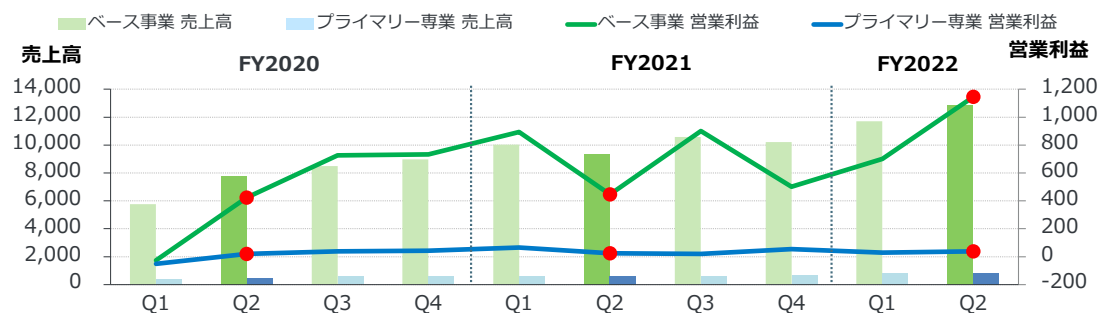


ベース	売上高	5,755	7,779	8,499	8,976	10,023	9,399	10,578	10,206	11,706	12,901
	前年比	-32.6%	-6.1%	-3.0%	+15.2%	+74.2%	+20.8%	+24.5%	+13.7%	+16.8%	+37.2%
	営業利益	-26	423	727	733	894	447	900	502	701	1,147
	前年比	-	-18.2%	-1.8%	2.1倍	-	+5.8%	+23.7%	-31.5%	-21.5%	2.6倍
プライマリー	売上高	2,089	2,389	2,546	2,313	2,905	2,955	3,209	3,217	4,688	5,582
	前年比	-10.3%	-2.6%	+7.9%	+8.7%	+39.1%	+23.7%	+26.1%	+39.0%	+61.4%	+88.9%
	営業利益	100	245	270	139	266	220	186	544	254	966
	前年比	-	4.0倍	4.4倍	22.0倍	2.6倍	-10.1%	-31.0%	3.9倍	-4.6%	4.4倍

自動認識ソリューション事業（海外）

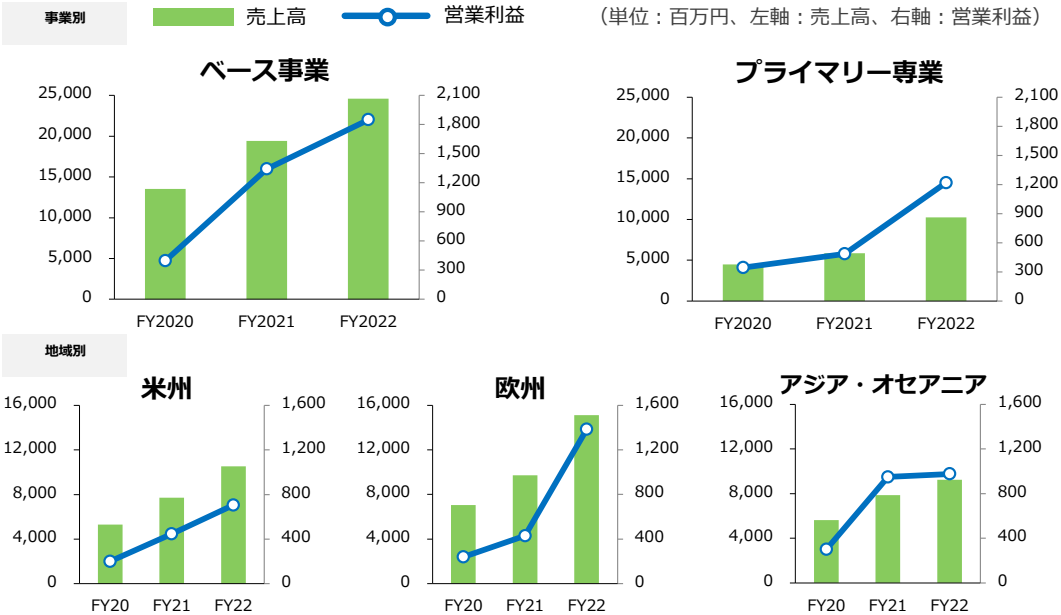
事業別 売上高・営業利益 推移（ロシア事業を除外）（単位：百万円）

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）

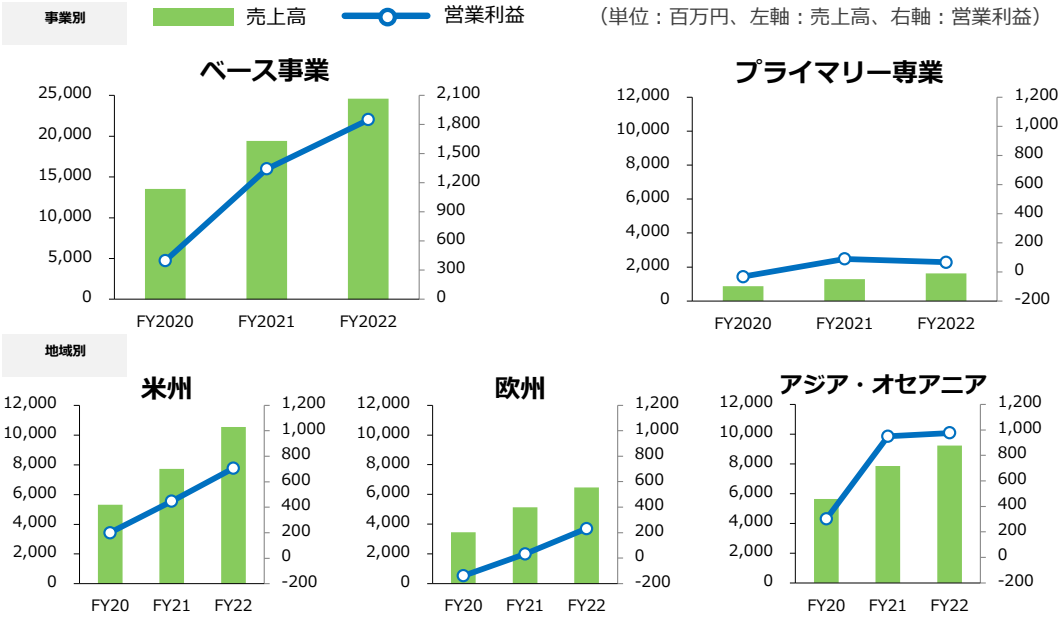


ベース	売上高	5,755	7,779	8,499	8,976	10,023	9,399	10,578	10,206	11,706	12,901
	前年比	-32.6%	-6.1%	-3.0%	+15.2%	+74.2%	+20.8%	+24.5%	+13.7%	+16.8%	+37.2%
	営業利益	-26	423	727	733	894	447	900	502	701	1,147
	前年比	-	-18.2%	-1.8%	2.1倍	-	+5.8%	+23.7%	-31.5%	-21.5%	2.6倍
プライマリー	売上高	378	498	571	576	648	643	576	717	821	806
	前年比	-34.5%	-15.0%	+14.9%	+7.3%	+71.4%	+29.2%	+0.8%	+24.6%	+26.6%	+25.3%
	営業利益	-52	19	39	43	65	24	20	55	28	38
	前年比	-	-	-	-	-	+25.0%	-48.2%	+29.2%	-56.7%	+56.7%

事業別及び地域別売上高及び営業利益推移

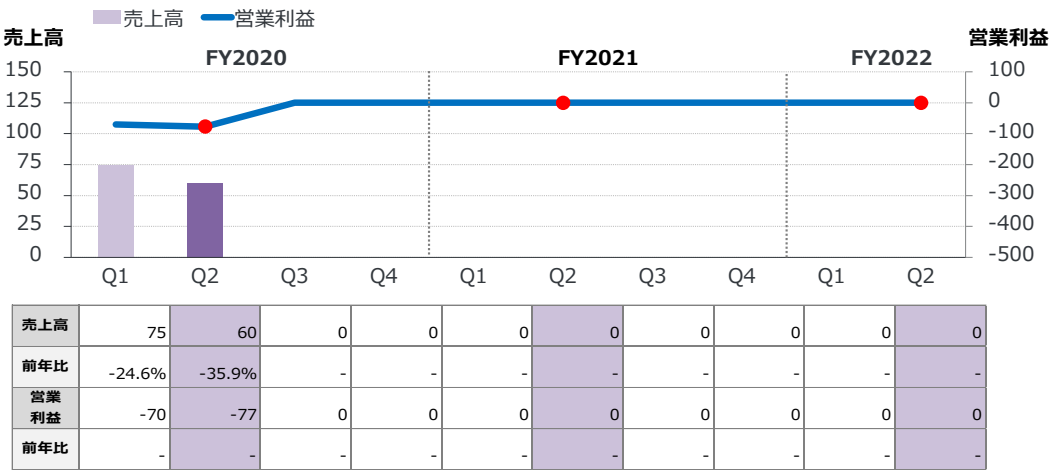


事業別及び地域別売上高及び営業利益推移（ロシア事業を除外）



売上高・営業利益 推移

(単位：百万円)



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

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事業から構成される。
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	プライマリー事業	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様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・業界のお客様の現場と向き合い、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(現場を知ることによって蓄積された幅広い「市場×業界×用途」の課題へ対応する力)、インデグレーション(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様の信頼を醸成し、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	全員営業	インサイドセールスやマーケティングなど営業以外の部門で商談創出を行い、営業はより高度なソリューション提案に専念することで営業活動の効率と質を高めること。加えて、バリューチェーンの全ての部門がお客様志向を追求すること。
11	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、 <u>サプライ商品</u> 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門子会社。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門子会社。
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門子会社。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注意事項】
- ・ 本資料に記載の内容は全て2022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。