2024/4/19
サトーホールディング株式会社(6287) IR 部

2024 年 3 月期 第 3 四半期決算・中計発表後に多く受けたご質問と回答

Q&A 内容

Q3 実績の計画差異
計画
海外事業（ロシア除く）
海外事業（ロシア）
日本事業
中計
その他

Q3 実績の計画差異

1. 計画と実績の差異の要因は
   - 売上：連結で計画並み。海外、日本の地域別でも計画並み
   - 営業利益：連結で計画を大幅超過。地域別では、日本はコスト上昇に対する価格改定が遅延するも、海外子会社向けプリンタ輸出増、販管費の抑制で計画超過。海外も主に米州の販管費計画比抑制や高インフレ下での価格改定進展で計画超過

計画

2. 今期の通期営業利益計画を上方修正した背景と、修正後 Q4 計画の前回計画に対する変化は？
   - 通期：Q3 実績の計画に対する上振れ分を通期計画にも反映した
   - Q4：連結で前回計画に対して減額。地域別にも日本、海外ともに減額。最低限のターゲットとして着実な達成をめざす

海外事業（ロシア除く）

3. 米州の Q3 実績と計画の差異、今後の見込みは
   - ベース事業では、売上高は現地通貨建てで計画未達も為替影響によりほぼ計画並み。プライマリー専業は需要堅調・価格改定効果により計画超過。米州全体としては計画並み
   - 営業利益は、ベースで保守的に織り込んでいた費用が発生しなかったことから大幅計画超過。プライマリーも高インフレ下での価格改定が奏功し大幅計画超過
   - Q4 計画では、代理店在庫調整により弱い状況が継続する見通し。在庫水準は FY24 での正常化を見込む

4. 欧州（ロシア除く）の Q3 実績と計画の差異、今後の見込みは
   - 売上高は、景気後退影響によりプリンタ販売が想定よりも低調に推移して計画未達
   - 利益は、商品ミックス改善により計画超過
   - Q4 計画は、在庫調整が完了し代理店向けの販売が回復傾向のため、前年同期比、前四半期比で増収を見込む

5. アジア・オセアニアの Q3 実績と計画の差異、今後の見込みは
   - 売上高は、東南アジア販社での販売減により全体としても現地通貨建てでは未達も為替影響によりほぼ計画並み
   - 利益は、商品ミックス改善により計画超過
   - Q4 計画は、季節性要因により前四半期比で減収を見込む

海外事業（ロシア）

6. ロシアの Q3 実績と計画の差異、今後の見込みは
   - 好調な販売により売上・利益ともに計画超過
   - Q4 計画は、同業他社の供給網回復により競争環境が正常化することで、前回計画に対して売上・利益ともに下方修正をおこなった

7. ロシア子会社は今後も事業を継続するのか
   - 一般消費者を対象に食品や日用品を提供するお客さま向けに事業を行っており、当面は継続を前提としている
   - 現状は収益に貢献している。株主価値を毀損しないことを目的にロシア子会社の手元資金内で設備投資を実行して競争力を維持している。同時に、借入金の返済などを通じてリスクをコントロールしている
   - ロシアを取り巻く国際情勢の変化を注視している。ロシアでの事業継続が他地域のビジネスにネガティブな影響を与える場合などにおいては、あらゆる選択肢を排除せず事業継続の是非を検討する

日本事業

8. 日本の Q3 実績と計画の差異、今後の見込みは
   - 売上高は計画線
   - 利益は、価格改定の計画比遅れがあったが、海外子会社へのプリンタ輸出に係る利益（輸出粗利）、販管費の計画比抑制などで全体として計画を上回った
   - Q4 の利益計画は価格改定の計画比遅延見込みにより前回計画比で引き下げた。部材コスト増の抑制などでカバーする意向

9. なぜ日本は利益率がさがっているのか
   - 粗利率が高いプリンタ販売が計画を下回っていることに加えて、プリンタやサプライの原材料コスト上昇分を販売価格に反映しきれていないため

10. なぜサプライの原材料コスト上昇の価格改定に時間がかかっているのか
    - お客さまとの信頼関係を勘案してサプライ価格改定の説明を丁寧に行ってきたため、価格改定に時間がかかっているお客さま数、商品数、競合数が多いことや、日本では初めての価格改定活動であることも理由。本部メンバーが営業担当者によるお客さまへの説明/交渉を支援し、活動をスピードアップしている

11. 今期に追加のコスト上昇はあるか
    - サプライの来期以降のコスト上昇の可能性があるが今期は見込んでいない。追加でコスト上昇しても価格改定を速やかに進めることにより、利益へのマイナス影響は少ないと見ている

中計

12. 今回の中計のポイントは
    - タギング技術の高度化＝ユニーク、全自動、サプライチェーン・カスタマージャーニー横断型のタギング＝Perfect and Unique Tagging でより複雑で広範囲なお客さま課題の解決に寄与すること
    - Perfect and Unique Tagging に向けた投資と、そのための稼ぐ力の回復
    - 日本の利益率を前半 2 年で集中的に回復させる。そのために、バリューチェーン改革、営業人員の高収益高成長分野へのシフト、営業担当者評価軸の売上重視から利益重視への変更、新型プリンタの上市を行う

13. 売上・利益計画の成長率が保守的ではないか
    - 海外事業は競争環境の正常化によりロシア子会社の売上・利益が落ちつくこと、日本事業は売上成長ではなく、利益成長を重視していることから、全体としては保守的と思われる方もいるだろう
    - 計画を着実に達成し、資本市場の信頼を獲得していく

その他

14. RFID の売上構成は。いつ本格的に立ち上がるのか。その時の利益率への影響は
    - グローバルでの FY22 通期の RFID 関連売上高は、連結に対して約 4%。FY23Q3 では約 5%
    - 日本ではアパレル業界を中心に本格導入が進んでいる。マニュファクチャリング市場・ヘルスケア市場でテスト導入が始まっており、順次本格導入に進んでいくものと期待している。それぞれの市場での本格導入時期については、一概には言えない
    - 海外は日本よりも導入スピードが早く、アパレル企業に加えて米系大手ロジスティクス、米系大手 PC メーカー、米系大手ヘルスケア企業、アジア系大手半導体メーカーなど多くの案件で本格導入されている。多くはグローバルでのRFID運用となるため、スケールも大きい傾向にある
    - 現在の RFID 関連ソリューションの粗利率は、連結の粗利率と同程度。日本は海外と比べると低い傾向にあるが、今後お客さまによる本格導入が進み、タグ生産数量増によるコスト減や、プリンタやソフトウェア、サービスの売上が増えると利益率は向上すると見ている

15. RFID におけるサトーの強みは

- 国や市場を問わないグローバル直販力を活かした提案をできるのがサトー強み。各お客さま・現場に最適なハードウェア、ソフトウェア、RFID サプライ、保守サポートなどを提供できる
- RFID は電波を通信に使うため、読み取り率を 100%にすることが難しい場合が多い。そのため、貼り付ける対象物に最適なタグの選定や貼り付ける角度、読み取り機の出力など、お客さまごとに現場でのチューニングが重要。当社の強み「現場力」の発揮でこれらをサポートしている。またタグやソフトウェアを内部で製造・開発しているため、お客さまのニーズを反映したタグ・ソフトウェアを迅速に提案できることも強み

16. 新型プリンタ販売時期は

- 2024 年度後半、業績への貢献は 2025 年度を予定

以上

お問い合わせ先：サトーホールディングス株式会社(6287) IR 部 grp-ir-information@sato-global.com

【業績予想の適切な利用に関する説明】

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく変動する可能性があります。業績予想の前提となる仮定等につきましては、決算短信等をご覧ください。