

2023年8月8日（火）

サトーホールディングス株式会社

2024年3月期 第1四半期 決算説明資料

証券コード：6287

今回の決算のポイント

■ Q1実績（前年同期比）

- 連結で増収・増益。売上・営業利益ともに第1四半期で過去最高
- 海外事業（除くロシア）と、ロシア子会社がけん引
- 日本事業は増収・減益。減益はプリンタ輸出の減少とサプライ商品のコスト上昇に起因
- 計画比の売上高・営業利益は、連結、海外事業（除くロシア）、ロシア子会社上振れ、日本事業下振れ

■ Q2以降の事業環境認識と運営方針

- 海外事業（除くロシア）は不透明感が増すも、年度末に向かって回復を見込む。ソフトウェア開発体制強化などの施策の効果表出を狙う
- ロシア子会社は期初想定比で好環境持続。適切なリスク・コントロールを基本に、ロシア子会社の手元資金で投資を実行
- 日本事業は、需要環境は底堅い。収益立て直しの施策をスピードアップ

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：ロシア子会社を除外

		FY2023	FY2022	前年比	除く為替	
※表内下段の（）内数値：ロシア子会社を除外						
自動認識 ソリューション事業	売上高	33,989 (30,301)	33,686 (29,818)	+0.9% (+1.6%)	+2.6% (+1.1%)	
	営業利益	1,959 (1,021)	910 (684)	2.2倍 (+49.1%)	2.5倍 (+65.7%)	
	海外	売上高	16,452 (12,765)	16,394 (12,527)	+0.4% (+1.9%)	+3.9% (+0.6%)
		営業利益	2,169 (1,231)	919 (693)	2.4倍 (+77.6%)	2.7倍 (+92.2%)
	日本	売上高	17,536	17,291	+1.4%	+1.4%
		営業利益	-210	-8	-	-
連結（消去後）	売上高	33,989 (30,301)	33,686 (29,818)	+0.9% (+1.6%)	+2.6% (+1.1%)	
	営業利益	2,160 (1,222)	824 (598)	2.6倍 2.0倍	3.0倍 2.2倍	

業績

(単位：百万円)

※表内下段の（）内数値：ロシア子会社を除外

	FY2023
売上高	33,989 (30,301)
営業利益	2,160 (1,222)
営業利益率	6.4% (4.0%)
経常利益	2,071 (1,224)
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,304 (777)
実効税率	29.4%
EBITDA※	3,389 (2,318)

FY2022	増減	前年比
33,686 (29,818)	+302 (+483)	+0.9% (+1.6%)
824 (598)	+1,335 (+623)	2.6倍 (2.0倍)
2.4% (2.0%)	+3.9pt (+2.0pt)	- -
2,049 (752)	+22 (+472)	+1.1% (+62.7%)
1,195 (452)	+108 (+325)	+9.1% (+72.0%)
25.4%	+4.0pt	-
2,125 (1,707)	+1,263 (+610)	+59.4% (+35.7%)

FY23 Q1 為替レート（期中平均）：137.49円/USD, 149.58円/EUR（FY22 Q1 同為替レート：129.72円/USD, 138.25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+504百万円、営業利益+30百万円（FY23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 FY23 Q1：1,191百万円（1,058百万円）
・のれん償却 FY23 Q1：37百万円（37百万円）

FY22 Q1：1,224百万円（1,032百万円）
FY22 Q1：76百万円（76百万円）

総括

ベース事業において欧米を中心に景気後退の影響が継続するも、アジア・オセアニアとプライマリー專業が堅調に推移して増収。増収効果やロシア子会社での粗利率改善、欧州販社の販管費減少などで増益

(単位：百万円)

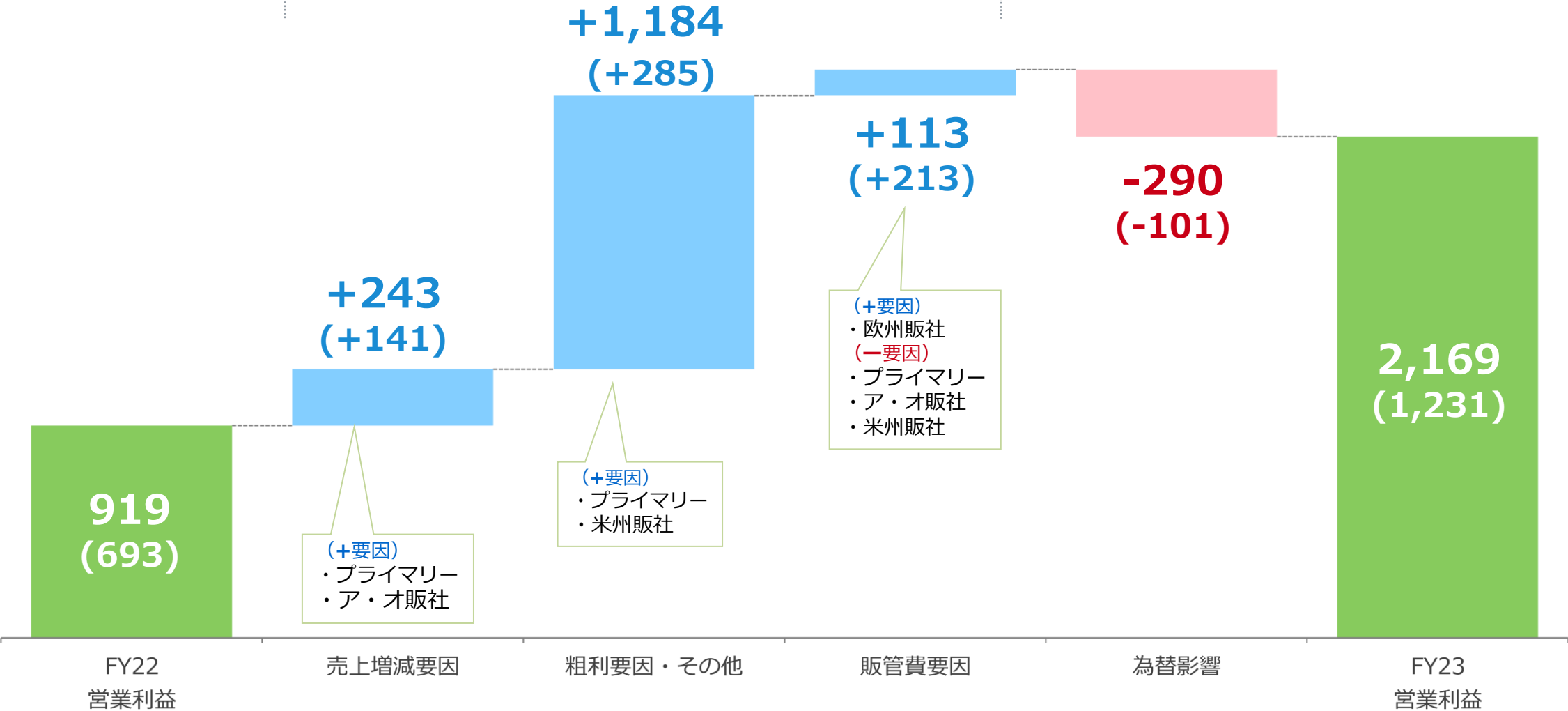
	FY2023	FY2022	増減	前年比	除く為替
売上高	16,452 (12,765)	16,394 (12,527)	+58 (+238)	+0.4% (+1.9%)	+3.9% (+0.6%)
粗利額	6,385 (4,934)	5,275 (4,533)	+1,110 (+401)	+21.0% (+8.8%)	- -
粗利率（外売）	38.8% (38.7%)	32.2% (36.2%)	+6.6pt (+2.5pt)	- -	- -
営業利益	2,169 (1,231)	919 (693)	+1,250 (+537)	2.4倍 (+77.6%)	2.7倍 (+92.2%)
営業利益率	13.2% (9.6%)	5.6% (5.5%)	7.6pt 4.1pt	- -	- -

※表内下段の（）内数値：ロシア子会社を除外

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



※グラフの () 内数値：ロシア子会社を除外。吹き出し内の記載は、ロシア子会社を含む

米州

ベース事業：米国販社で、大手リテール顧客の投資の慎重姿勢や、代理店のプリンタ在庫調整の影響を受けて売上は横ばい。粗利率の改善や販管費のコントロールにより増益
プライマリー専業：生活インフラ業界向けの需要が引き続き堅調。加えて価格改定継続により増収・増益

(単位：百万円)

		FY2023	FY2022	増減	%	除く為替
ベース事業	売上高	4,353	4,214	+139	+3.3%	-0.3%
	営業利益	197	168	+28	+17.0%	+28.2%
プライマリー専業 ・ Achernar社 ・ Prakolar社	売上高	924	821	+103	+12.6%	+49.3%
	営業利益	228	94	+133	2.4倍	3.9倍
合計	売上高	5,278	5,035	+243	+4.8%	+7.8%
	営業利益	425	263	+162	+61.5%	2.2倍

欧州

ベース事業：景気後退の影響を受けてプリンタ販売が低調に推移して減収。
年金バイアウト調整などにより販管費が減少して増益
プライマリー専業：ロシアOkil社は現地通貨ベースで増収・増益

(単位：百万円)

		FY2023	FY2022	増減	%	除く為替
ベース事業	売上高	2,991	3,195	-204	-6.4%	-13.1%
	営業利益	487	170	+316	2.9倍	2.7倍
プライマリー専業 (ロシア子会社) ・ Okil社 ・ X-Pack社	売上高	3,687 (0)	3,867 (0)	-180 (0)	-4.7% -	+14.5% -
	営業利益	884 (-53)	159 (-66)	+725 (+13)	5.6倍 -	6.7倍 -
合計	売上高	6,678 (2,991)	7,063 (3,195)	-384 (-204)	-5.4% (-6.4%)	+2.0% (-13.1%)
	営業利益	1,371 (433)	329 (103)	+1,042 (+330)	4.2倍 (4.2倍)	4.6倍 (3.8倍)

※表内下段の（）内数値：ロシア子会社を除外

アジア・オセアニア

ベース事業：インドネシアとインドの販社が好調に推移したこと、前年同期にロックダウン影響を受けた中国販社が寄与して増収。主にArgoxで代理店の在庫調整による販売減が影響して減益

(単位：百万円)

		FY2023	FY2022	増減	前年比	除く為替
ベース事業	売上高	4,495	4,296	+199	+4.6%	+2.3%
	営業利益	324	362	-38	-10.7%	-15.1%

総括

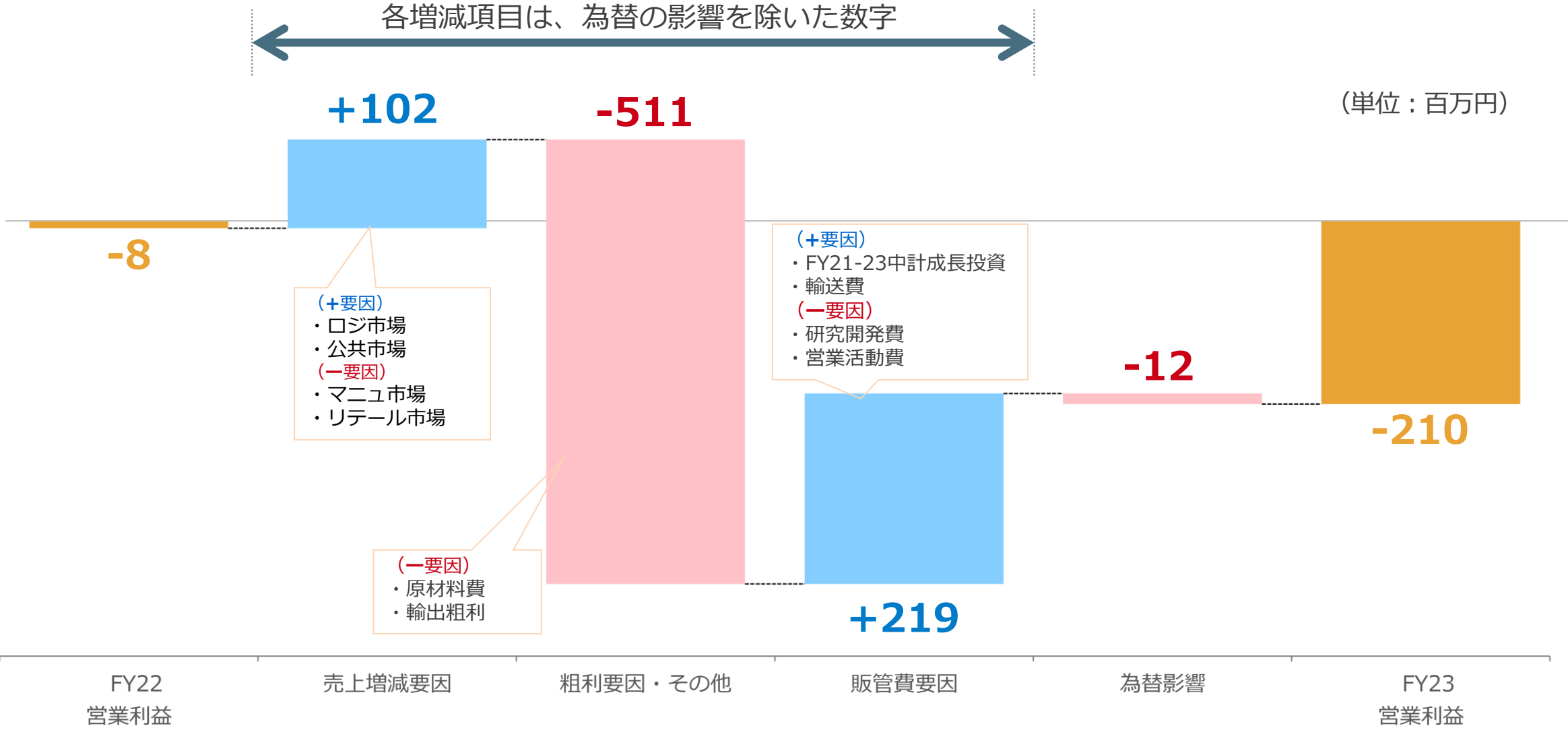
売上はRFIDソリューションやサプライ商品の価格改定効果で微増。販管費を適切にコントロールするも、プリンタ輸出の減少とサプライ商品の原材料費上昇をカバーしきれず減益

(単位：百万円)

	FY2023	FY2022	増減	前年比
メカトロ売上高	6,393	6,501	-107	-1.7%
サプライ売上高	11,142	10,790	+352	+3.3%
外部売上高 計	17,536	17,291	+244	+1.4%
粗利額	7,493	7,914	-421	-5.3%
粗利率（外売）	42.7%	45.8%	-3.0pt	-
営業利益	-210	-8	-201	-
営業利益率	-	-	-	-

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

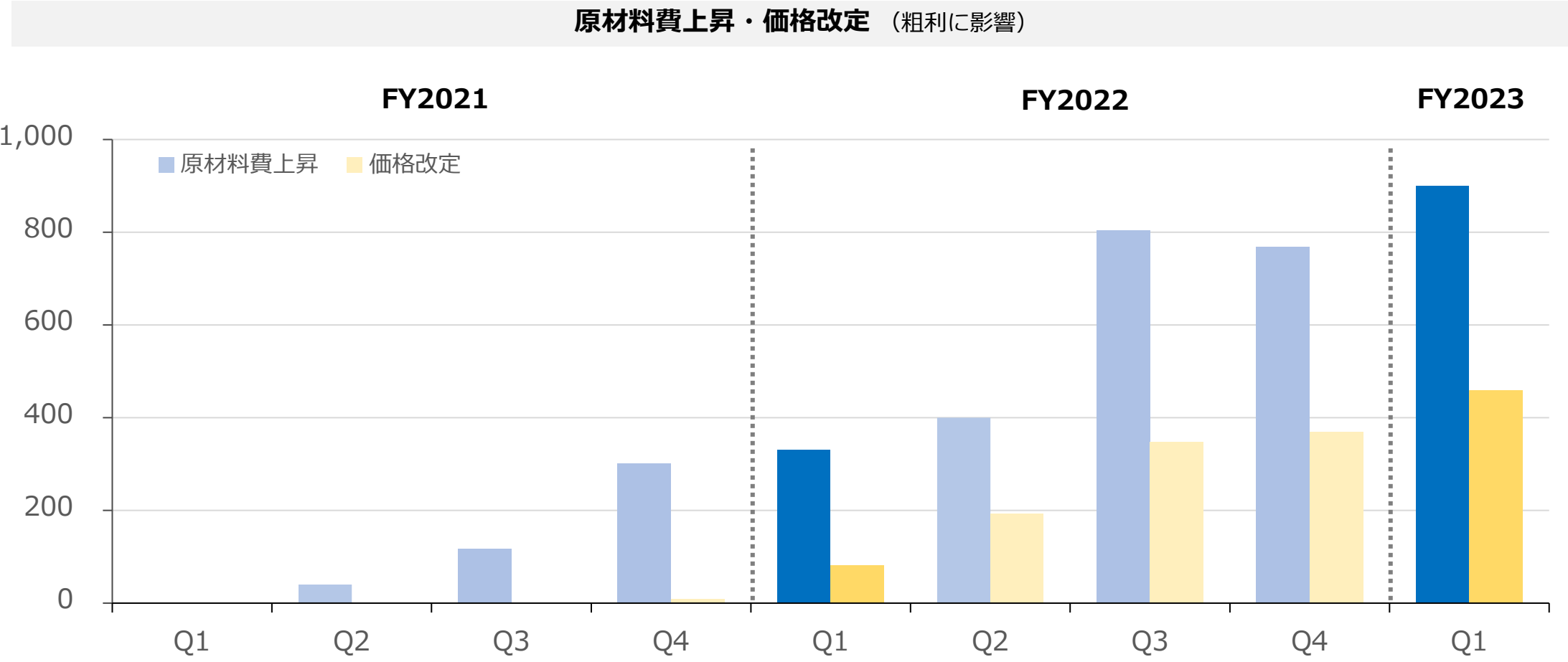
営業利益 前年との比較



原材料費上昇・価格改定 推移

価格改定活動は、概ね期初計画*線で進捗

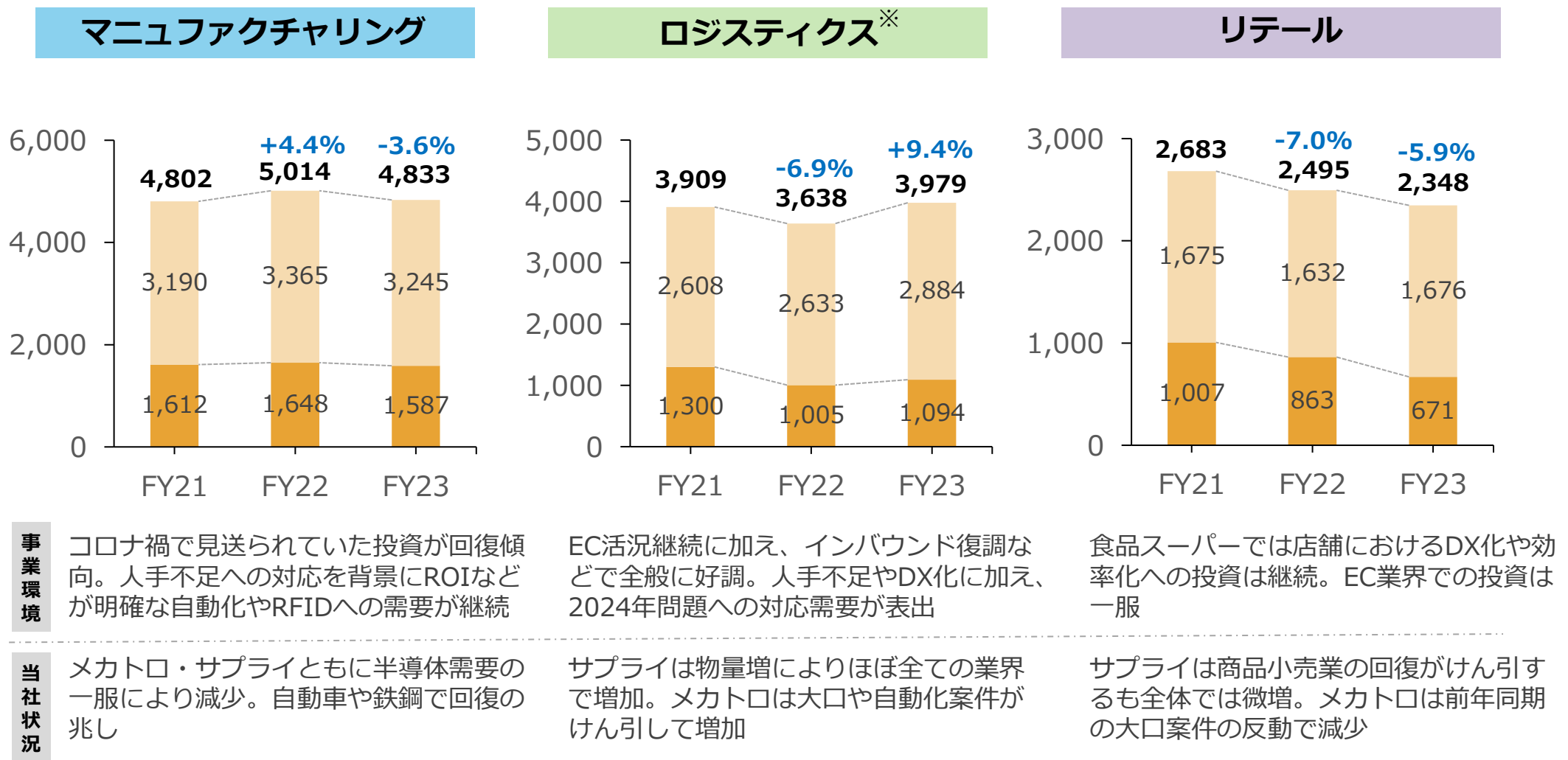
(単位：百万円)



市場別売上高推移（1/2）

（単位：百万円）

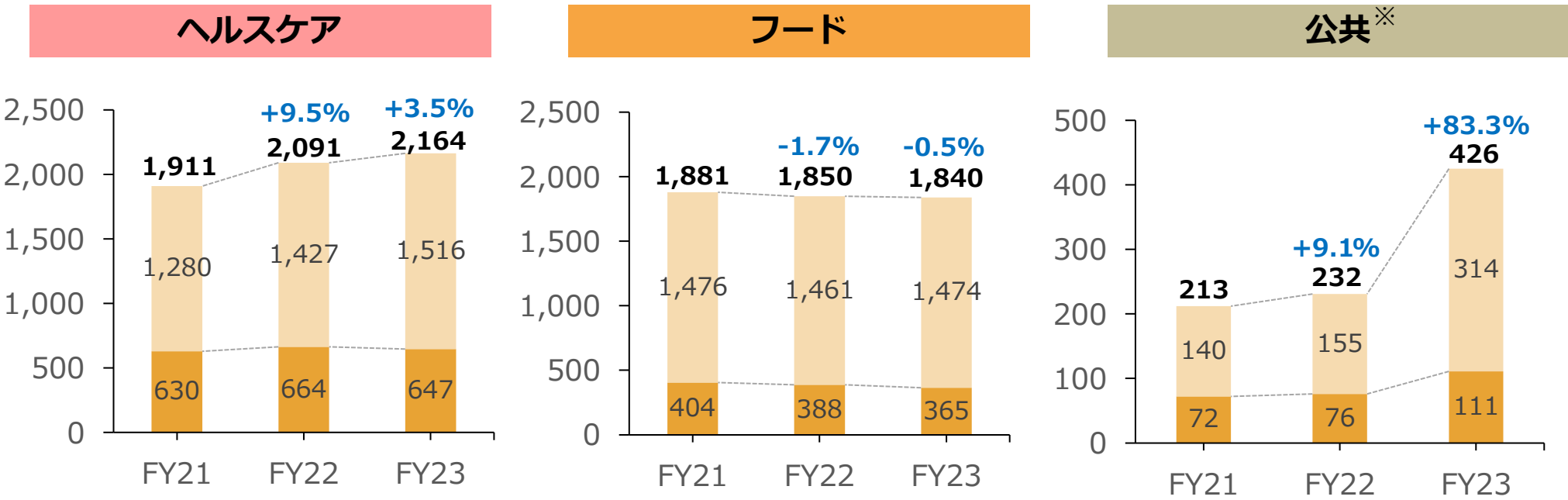
■：メカトロ ■：サプライ ※%は前年同期比



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



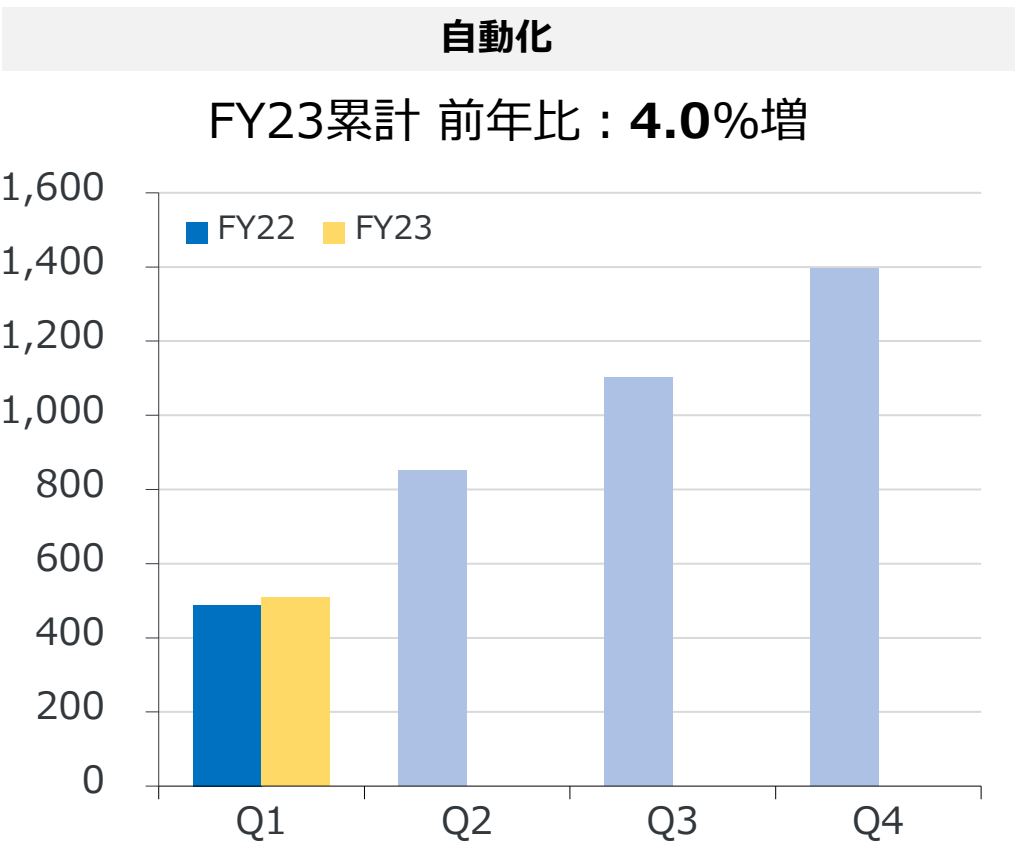
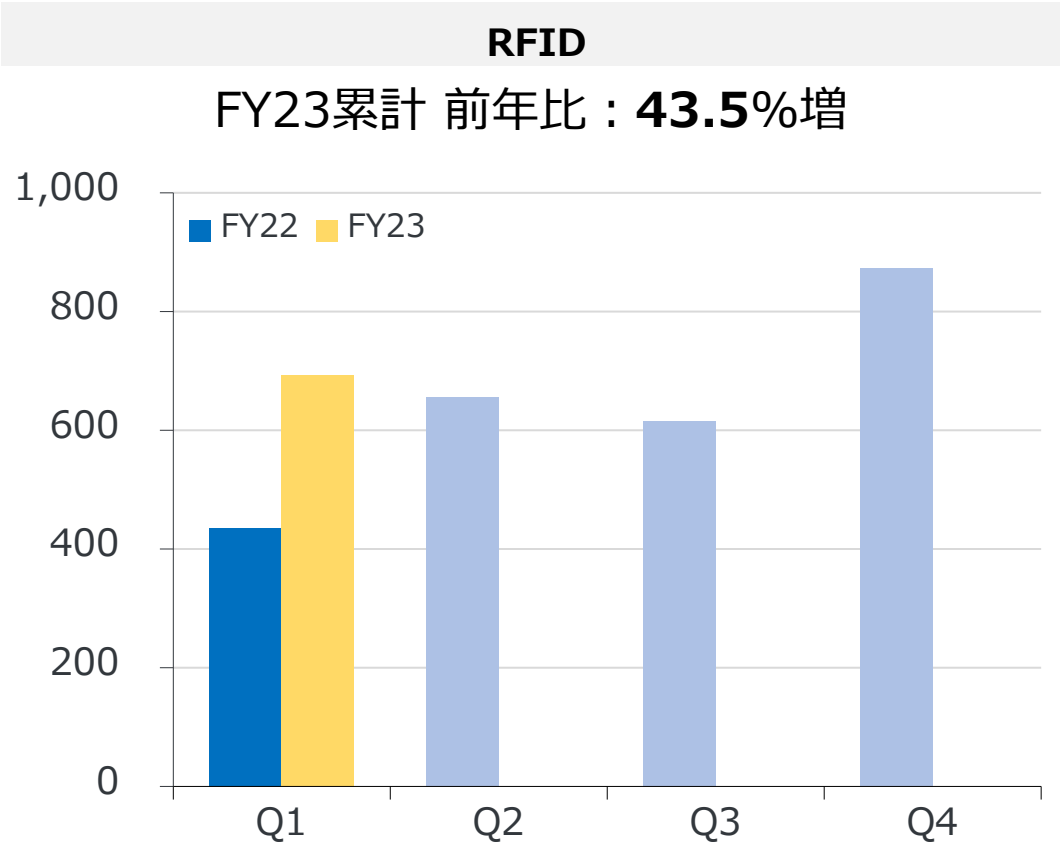
事業環境	管理業務効率化や人手不足への対応を背景にRFIDなどへの投資が継続。全般に需要は堅調	原材料高騰に起因のコスト増加や人手不足への対応ニーズを背景に、自動化やトレーサビリティなどの需要が継続	全般に外部環境は安定
当社状況	サプライは医療機器などでのRFID案件により増加。メカトロはプリンタ大口案件がけん引するも、前年同期にあった自動化大口案件の反動により微減	サプライは食品製造業や外食がけん引して微増。メカトロは食品製造業で前年同期にあった自動化大口案件の反動で減少	サプライ・メカトロともに大口顧客からの受注により大幅に伸長



RFID/自動化ソリューション売上高 推移

人手不足やDX化への対応などを背景に需要が堅調。
RFIDはマニュや公共市場、自動化はマニュやロジ市場で伸長

(単位：百万円)



※自動化は、ハードウェア、ソフトウェアの数字（サプライ、保守は除く）

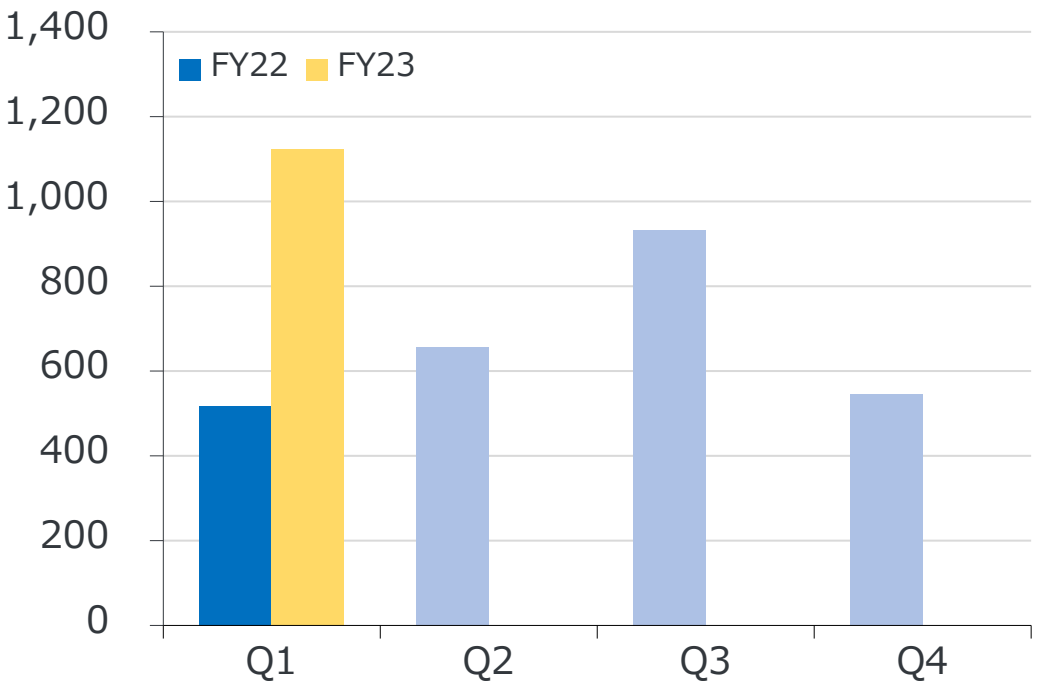
RFID/自動化ソリューション売上高 推移

人手不足やDX化への対応などを背景に需要は旺盛。
RFIDは、主に既存グローバル顧客への深耕が寄与して伸長。
自動化は、前年同期にあった大口受注の反動で減少

(単位：百万円)

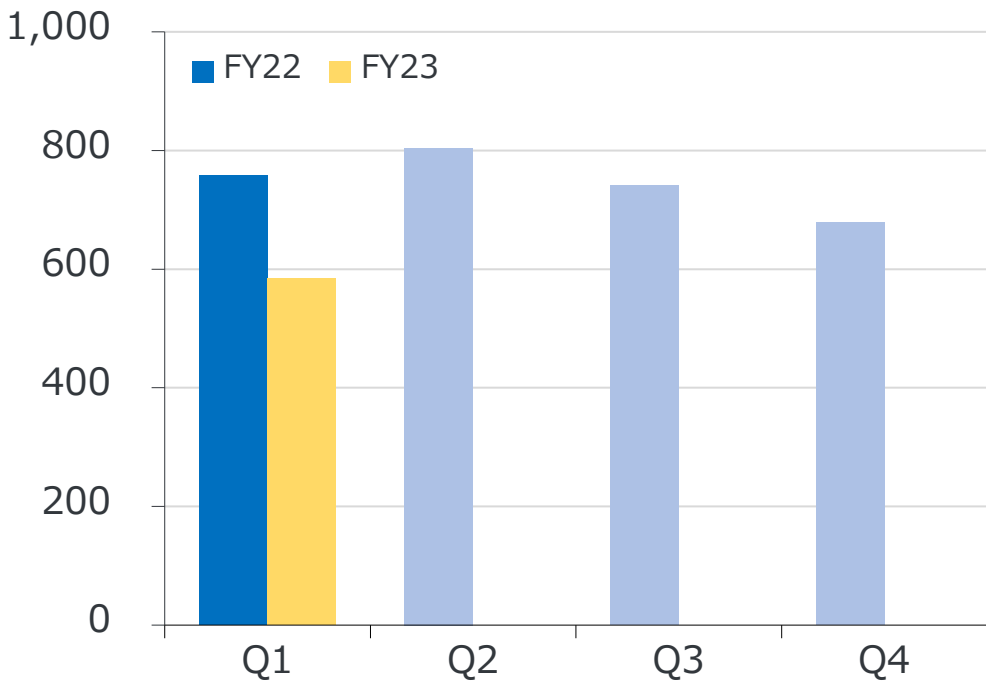
RFID

FY23累計 前年比：2.2倍



自動化

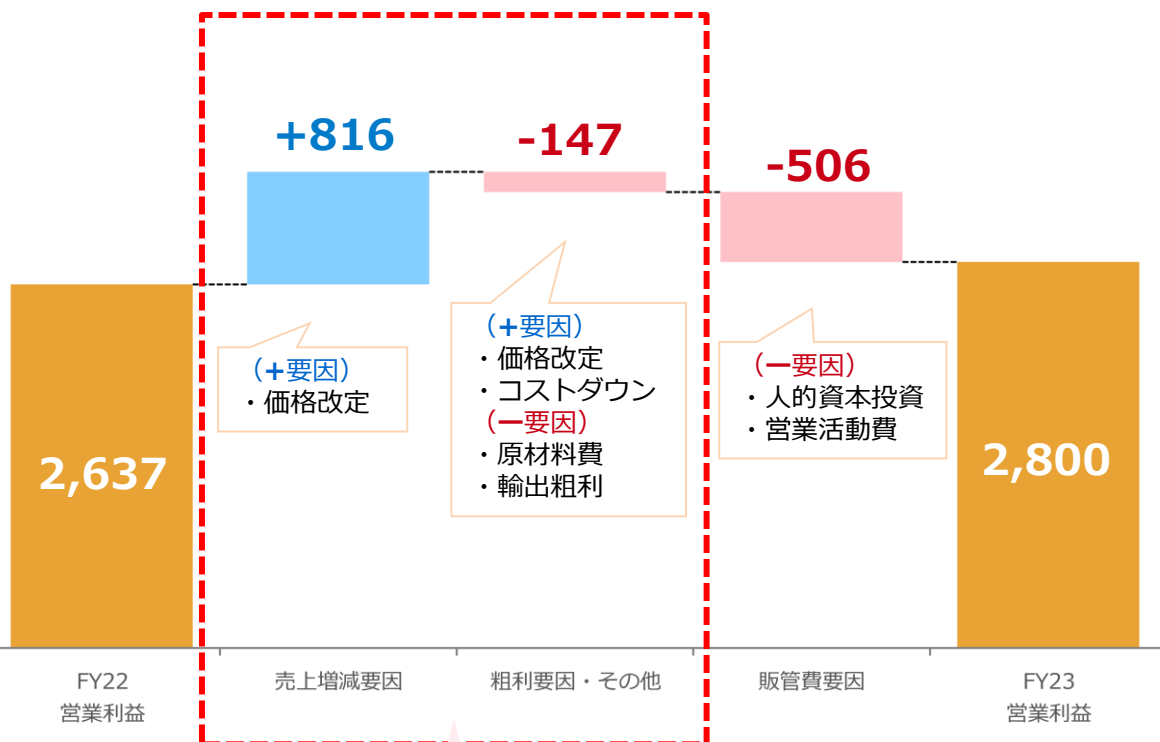
FY23累計 前年比：22.9%減



※自動化はハードウェアのみ

日本事業の収益立て直しについて

期初計画*



Q1実績（計画比）
国内プリンタ販売 ↓
プリンタ輸出粗利 ↓

Q2以降の運営方針

- 価格改定活動の組織的対応
- 販管費抑制の継続
- 高収益・高成長分野への注力
- 社内VC^{*}改革の加速

* 2023年5月15日発表の期初計画
から価格改定影響を見直し

* VC：バリューチェーン

海外事業の成長加速について

大手グローバル企業でRFID運用が拡大。
本社と海外子会社の連携で、効率的に機会を捕捉



大手グローバル企業 例

製造業、ヘルスケア、
運輸、アパレル 等

デジタル
サプライ
チェーン化

生産性
向上

ESG
対応



- 本社機能の拡充
グローバル人財の採用（中国、タイ）
- 海外子会社の営業担当者への教育
eラーニング、本社集合教育 など
- 海外主要子会社のソフトウェア開発
体制強化
米国など各地域の主要子会社に
開発部隊を設置



園芸用タグ米国シェアNo.1のStafford社を買収*。
リテール市場でのシェア拡大や、タグ・ラベルの生産
拠点を拡充

* 2023年4月

M & A



【M&A方針】

- タグ・ラベルの生産拠点、ソフトウェア、特定の
市場/業界に特化した企業などが対象
- 投資対効果の見込める機会があれば機動的に実施

2023年度 業績計画

(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	68,000	-3.5%	72,000	-0.5%	140,000	-2.0%
営業利益	3,300	-12.6%	4,700	-7.2%	8,000	-9.5%
経常利益	3,200	-35.6%	4,600	+12.2%	7,800	-14.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,000	-38.1%	3,000	3.1倍	5,000	+19.5%
EBITDA ※	13,961				13,313	-4.6%

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

FY23 想定レート : 130円/USD, 140円/EUR
FY23 Q1為替レート (期中平均) : 137.49円/USD, 149.58円/EUR
FY22 通期為替レート (期中平均) : 135.49円/USD, 140.98円/EUR

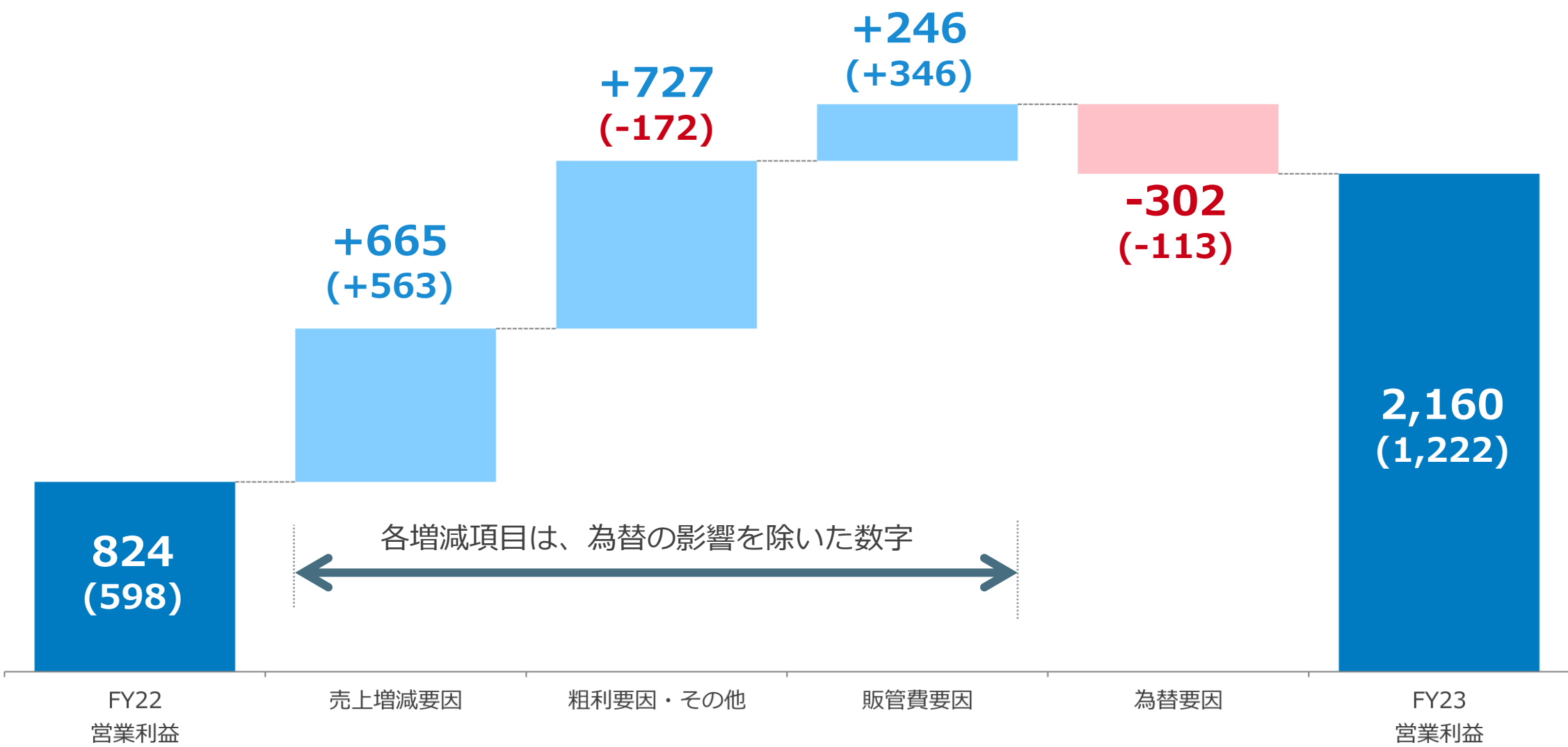
Appendix

補足資料 P.20~P.38

用語集 P.39~P.42

営業利益 前年との比較

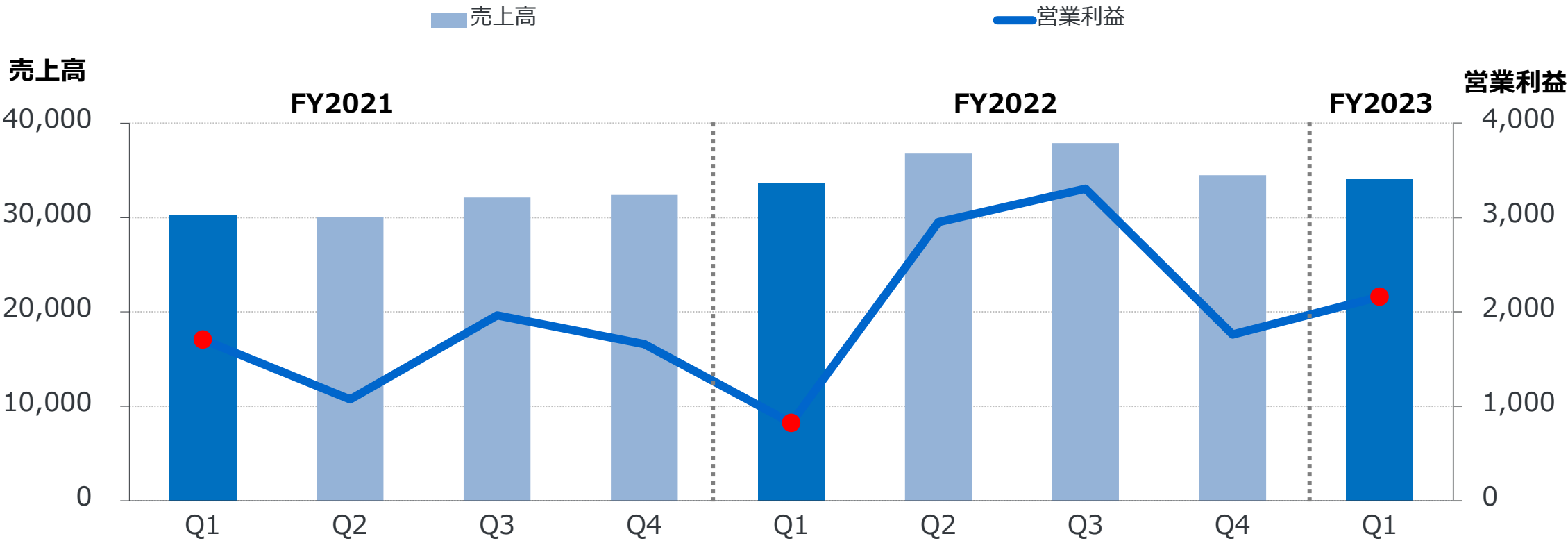
(単位：百万円)



※グラフの () 内数値：ロシア子会社を除外

売上高・営業利益 推移

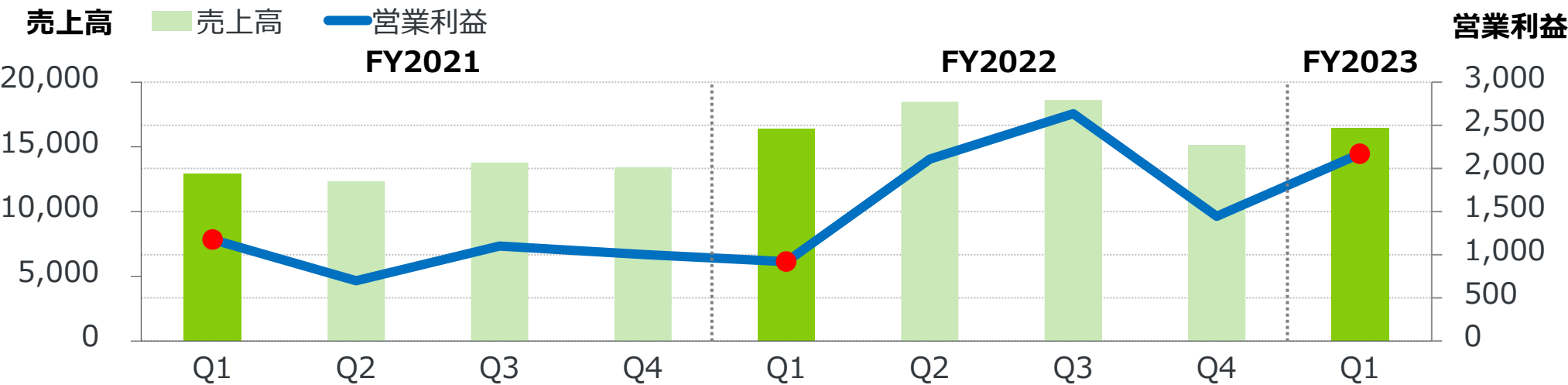
(単位：百万円)



売上高	30,177	30,084	32,126	32,395	33,686	36,777	37,871	34,489	33,989
前年比	+27.6%	+14.7%	+9.3%	+8.8%	+11.6%	+22.2%	+17.9%	+6.5%	+0.9%
営業利益	1,706	1,073	1,963	1,660	824	2,951	3,304	1,760	2,160
前年比	4.4倍	-1.0%	-14.9%	-19.8%	-51.7%	2.7倍	+68.3%	+6.0%	2.6倍

売上高・営業利益 推移

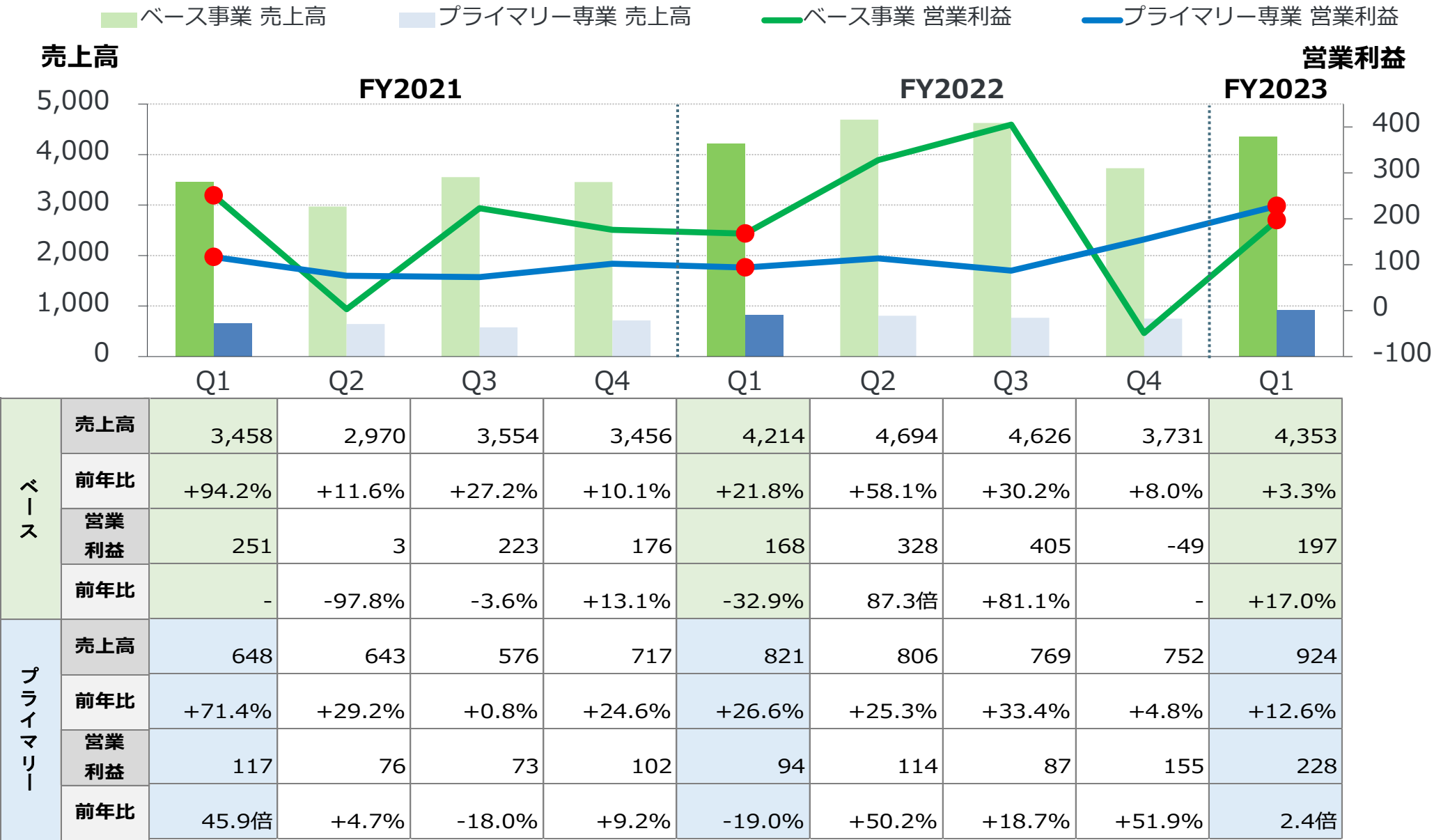
(単位：百万円)



売上高	12,929	12,354	13,788	13,423	16,394	18,483	18,626	15,153	16,452
前年比	+64.8%	+21.5%	+24.8%	+18.9%	+26.8%	+49.6%	+35.1%	+12.9%	+0.4%
営業利益	1,175	698	1,101	1,003	919	2,109	2,637	1,445	2,169
前年比	15.1倍	+2.2%	+5.6%	+14.0%	-21.8%	3.0倍	2.4倍	+44.0%	2.4倍

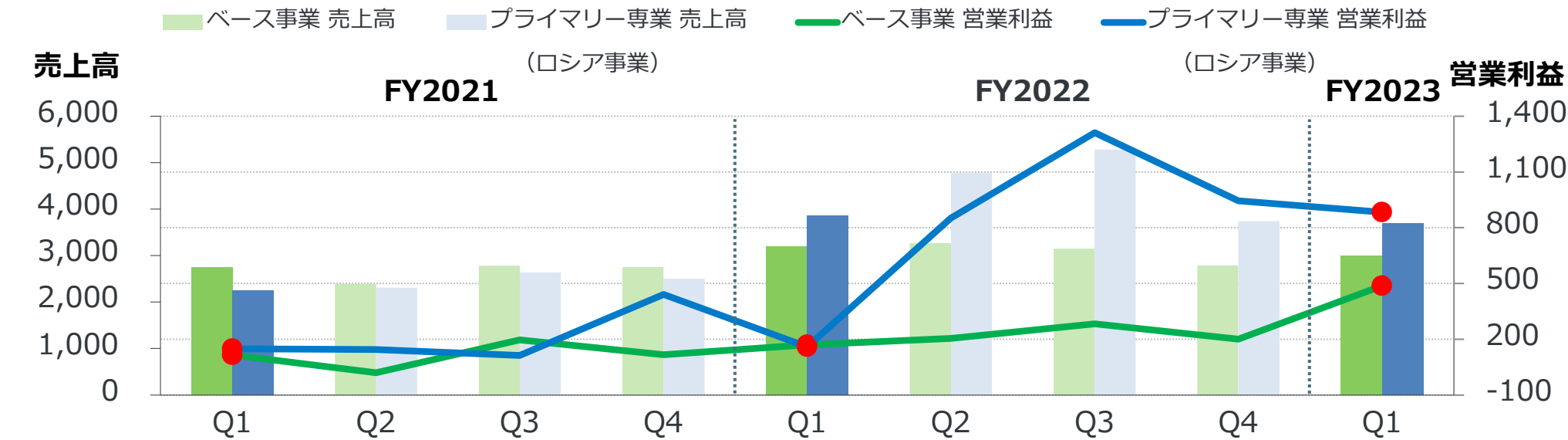
米州 売上高・営業利益 推移

(単位：百万円)



欧州 売上高・営業利益 推移

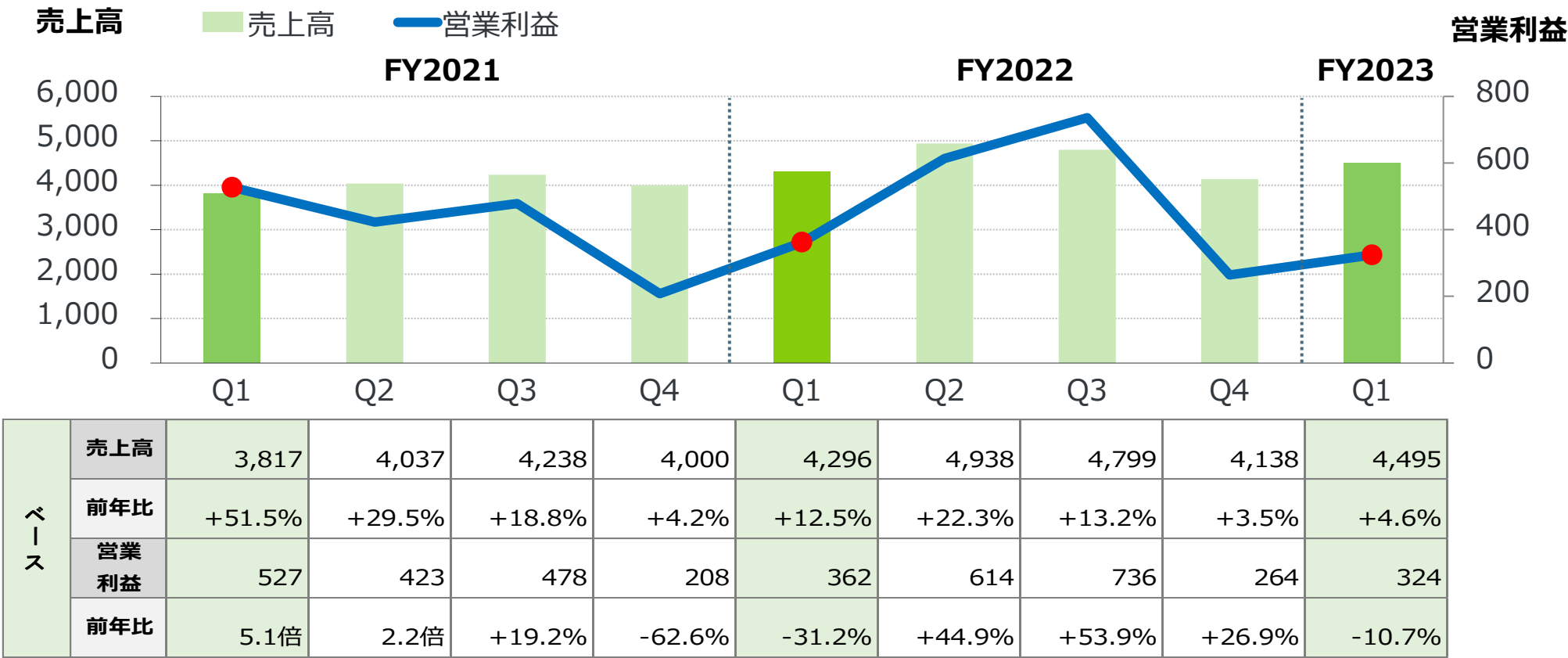
(単位：百万円)



ベース	売上高	2,746	2,391	2,785	2,749	3,195	3,268	3,149	2,789	2,991
	前年比	+89.0%	+19.5%	+30.4%	+37.7%	+16.3%	+36.6%	+13.0%	+1.5%	-6.4%
	営業利益	115	20	197	117	170	204	196	201	487
	前年比	-	-63.8%	2.1倍	5.7倍	+46.9%	10.0倍	-0.5%	+71.1%	2.9倍
(ロシア子会社)	売上高	2,256	2,311	2,633	2,499	3,867	4,775	5,282	3,741	3,687
	前年比	+31.9%	+22.2%	+33.4%	+43.8%	+71.4%	2.1倍	2.0倍	+49.6%	-4.7%
	営業利益	149	144	113	441	159	851	1,311	945	884
	前年比	+51.8%	-16.3%	-37.5%	9.7倍	+6.8%	5.9倍	11.6倍	2.1倍	5.6倍

アジア・オセアニア 売上高・営業利益 推移

(単位：百万円)



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

売上高

33,686

FY22



33,989

FY23

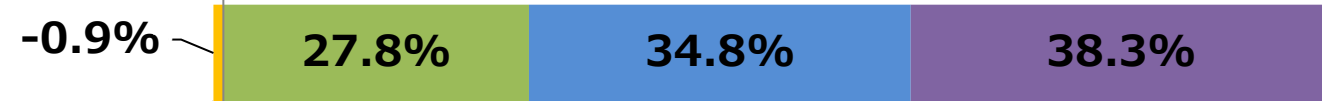


営業利益

*割合は消去を除く

910

FY22



1,959

FY23



営業利益率

FY22 日本：N/A、海外：5.6%

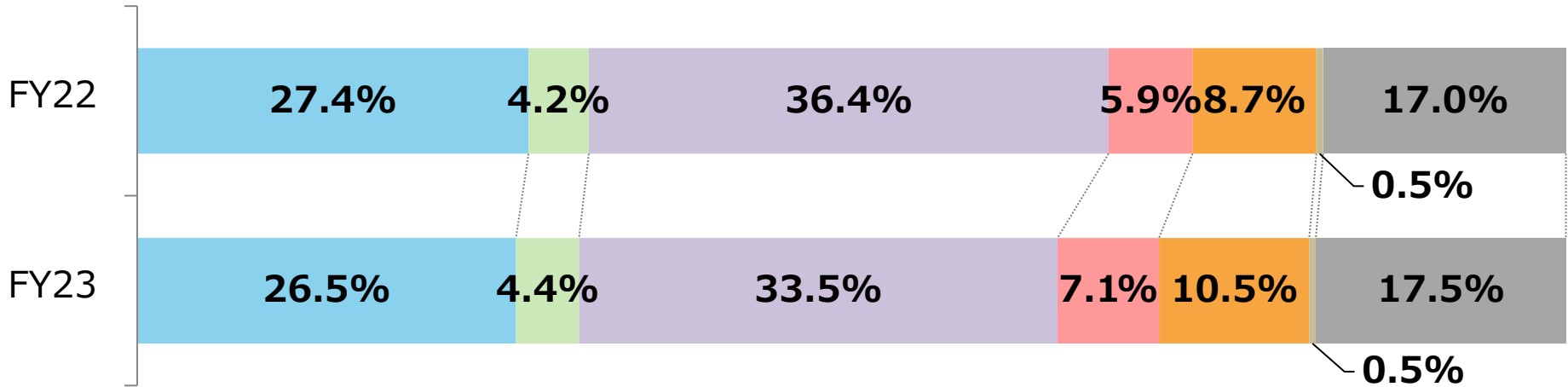
FY23 日本：N/A、海外：13.2%

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

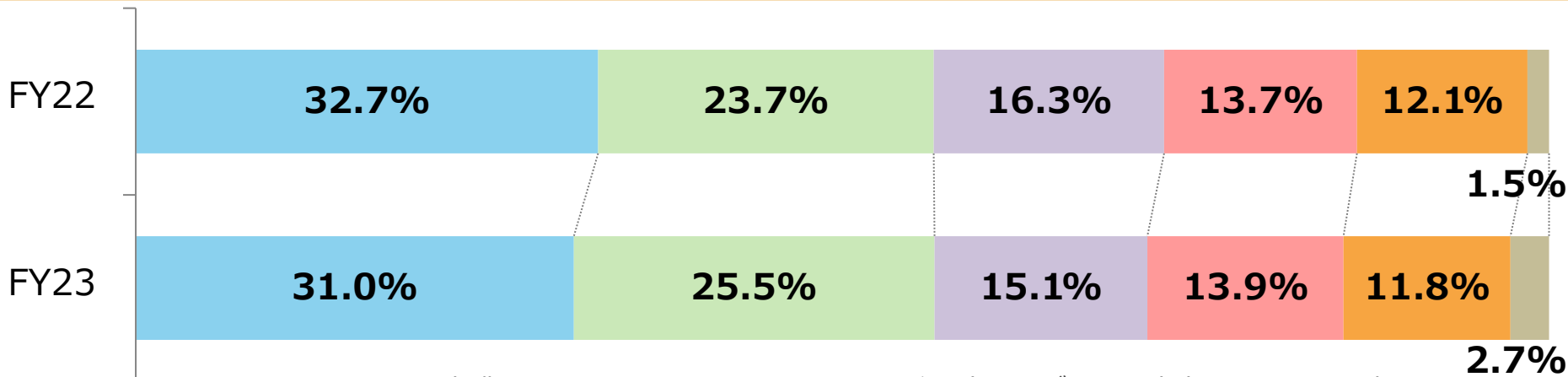
海外

*主な販社。工場・プライマリー専業会社は除く



日本

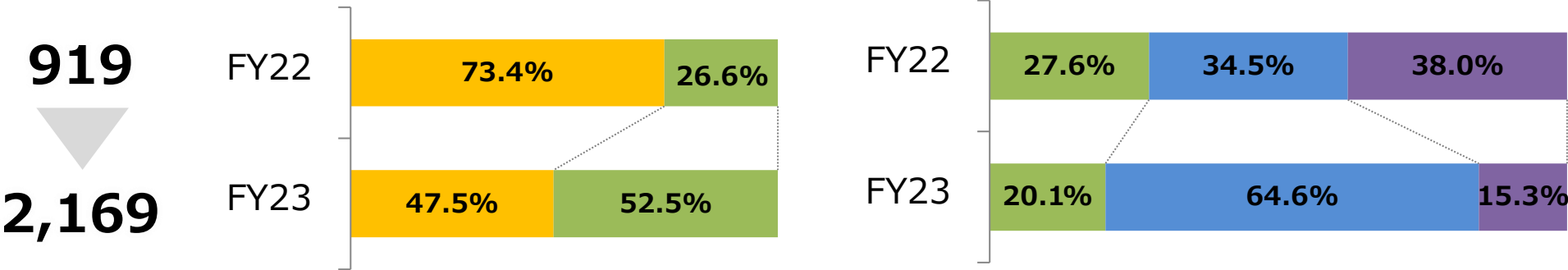
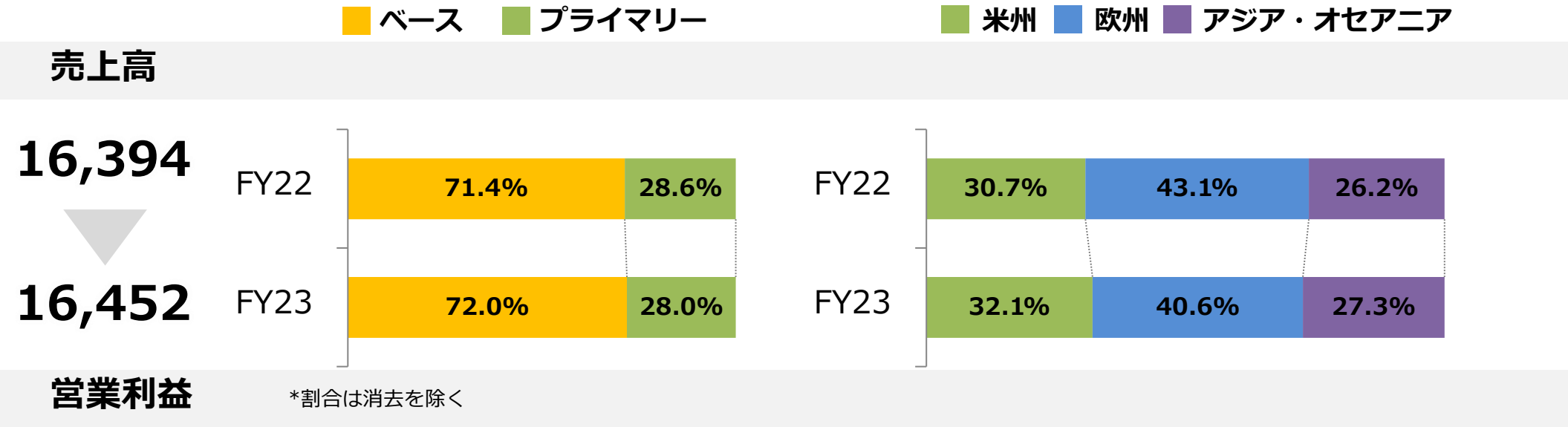
*保守等は除く



※ FY23-Q1より一部業界を公共からロジスティクスに区分を変更。グラフは本変更を遡及して表示

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：
FY22 ベース：6.0%、プライマリー：5.4%
FY23 ベース：8.5%、プライマリー：24.1%

FY22 米州：5.2%、欧州：4.7%、
アジア・オセアニア：8.4%
FY23 米州：8.1%、欧州：20.5%、
アジア・オセアニア：7.2%

事業別内訳

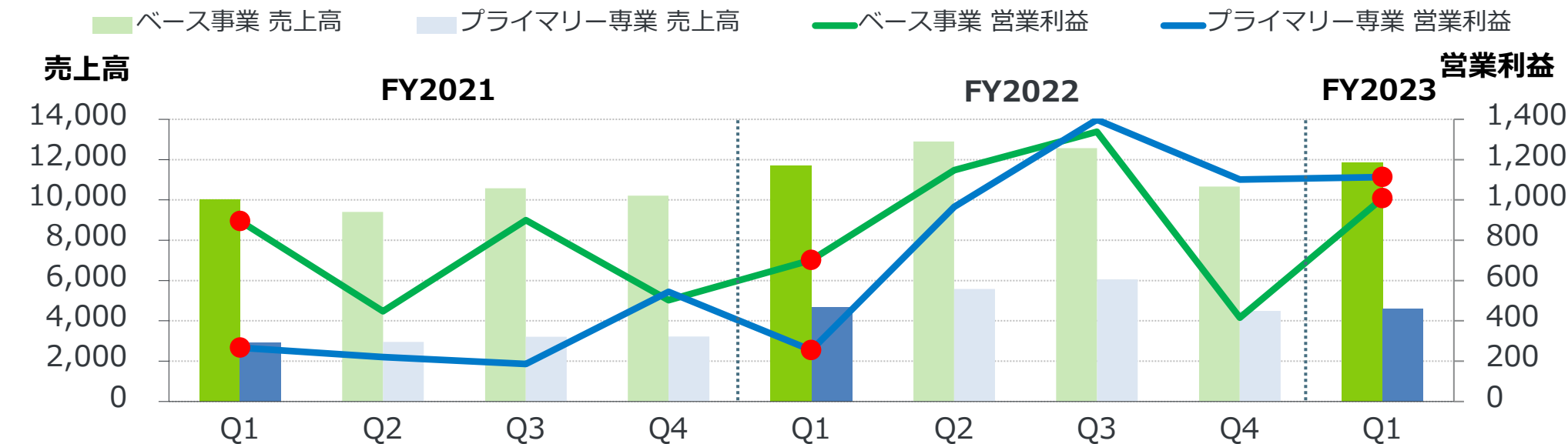
(単位：百万円)

		FY2023	FY2022	増減	前年比	除く為替
ベース事業	売上高	11,840	11,706	+134	+1.2%	-2.8%
	営業利益	1,008	701	+306	+43.7%	+40.0%
プライマリー専業	売上高	4,612 (924)	4,688 (821)	-76 (+103)	-1.6% (+12.6%)	+20.6% (+44.8%)
	営業利益	1,113 (174)	254 (28)	+859 (+146)	4.4倍 (6.2倍)	5.6倍 (8.4倍)
消去	営業利益	47 (47)	-36 (-36)	+84 (+84)	- -	- -
合計	売上高	16,452 (12,765)	16,394 (12,527)	+58 (+238)	+0.4% (+1.9%)	+3.9% (+0.6%)
	営業利益	2,169 (1,231)	919 (693)	+1,250 (+537)	2.4倍 (+77.6%)	2.7倍 (+92.2%)

※表内下段の（）内数値：ロシア子会社を除外

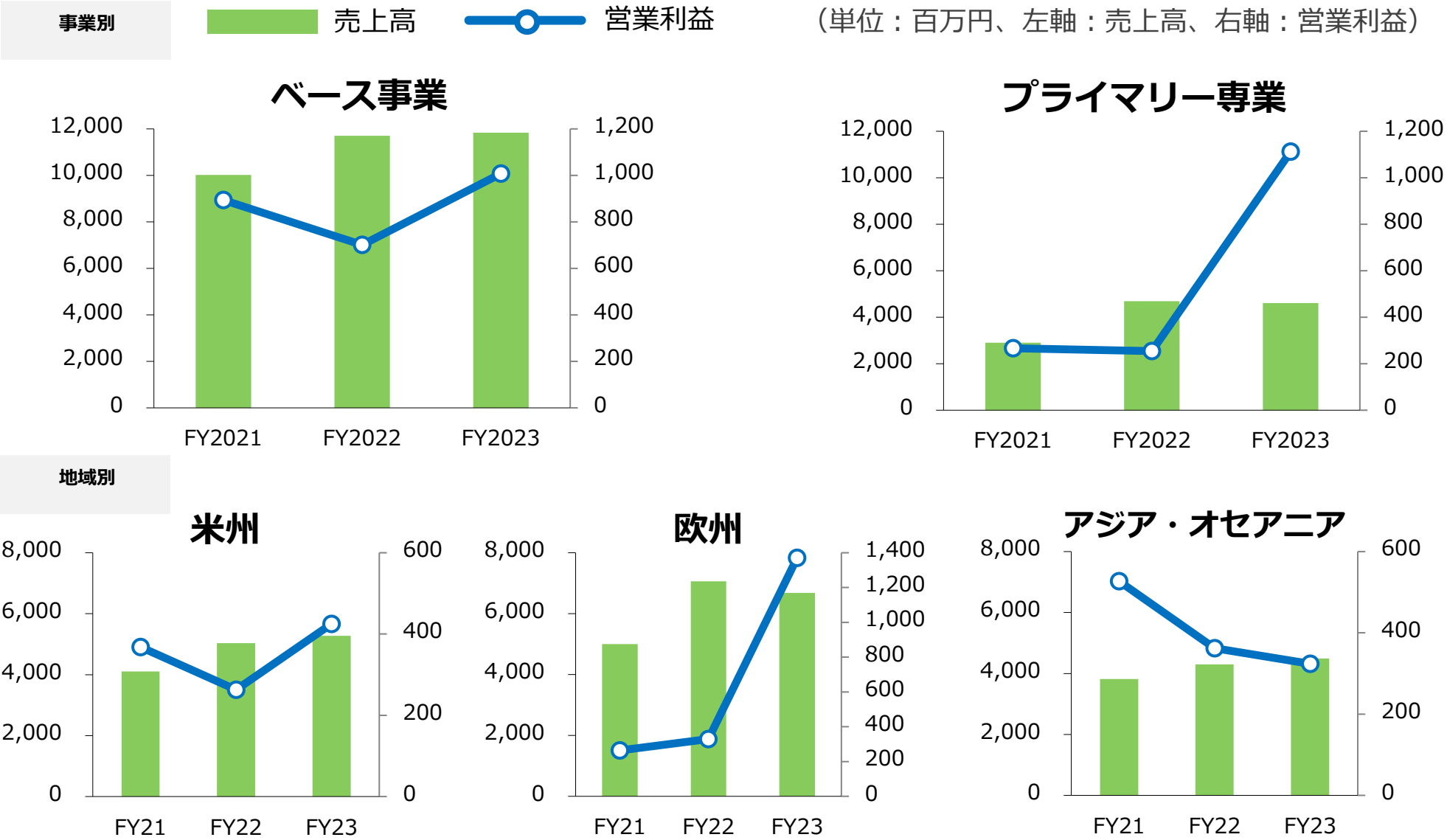
事業別 売上高・営業利益 推移

(単位：百万円)



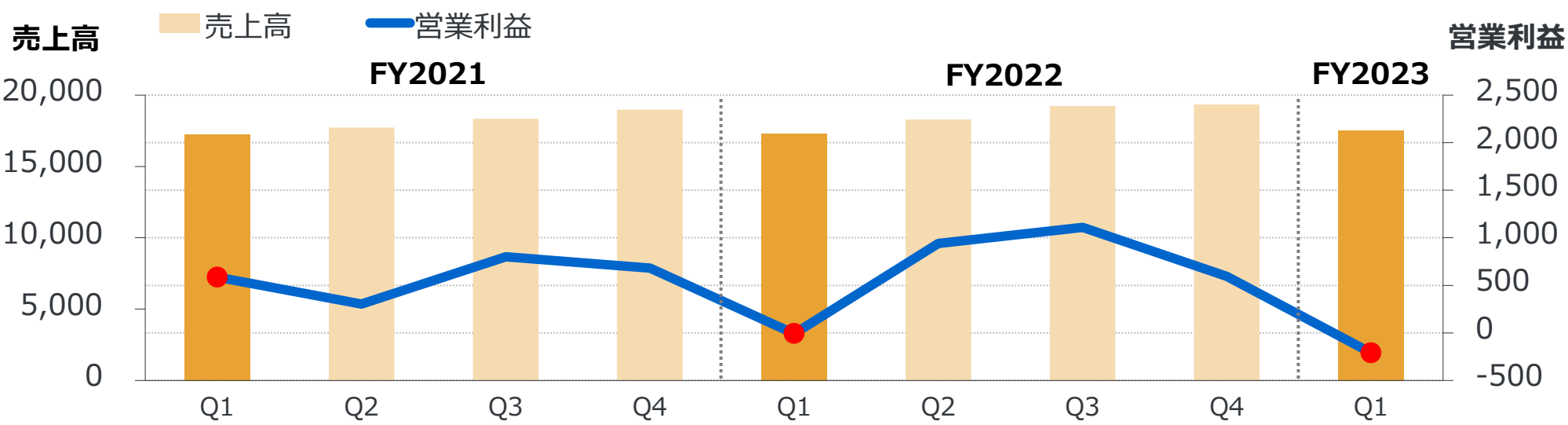
ベース	売上高	10,023	9,399	10,578	10,206	11,706	12,901	12,574	10,659	11,840
	前年比	+74.2%	+20.8%	+24.5%	+13.7%	+16.8%	+37.2%	+18.9%	+4.4%	+1.2%
	営業利益	894	447	900	502	701	1,147	1,338	416	1,008
	前年比	-	+5.8%	+23.7%	-31.5%	-21.5%	2.6倍	+48.7%	-17.2%	43.7%
プライマリー	売上高	2,905	2,955	3,209	3,217	4,688	5,582	6,051	4,493	4,612
	前年比	+39.1%	+23.7%	+26.1%	+39.0%	+61.4%	+88.9%	+88.6%	+39.7%	-1.6%
	営業利益	266	220	186	544	254	966	1,398	1,101	1,113
	前年比	2.6倍	-10.1%	-31.0%	3.9倍	-4.6%	4.4倍	7.5倍	2.0倍	4.4倍

事業別及び地域別売上高及び営業利益推移



売上高・営業利益 推移

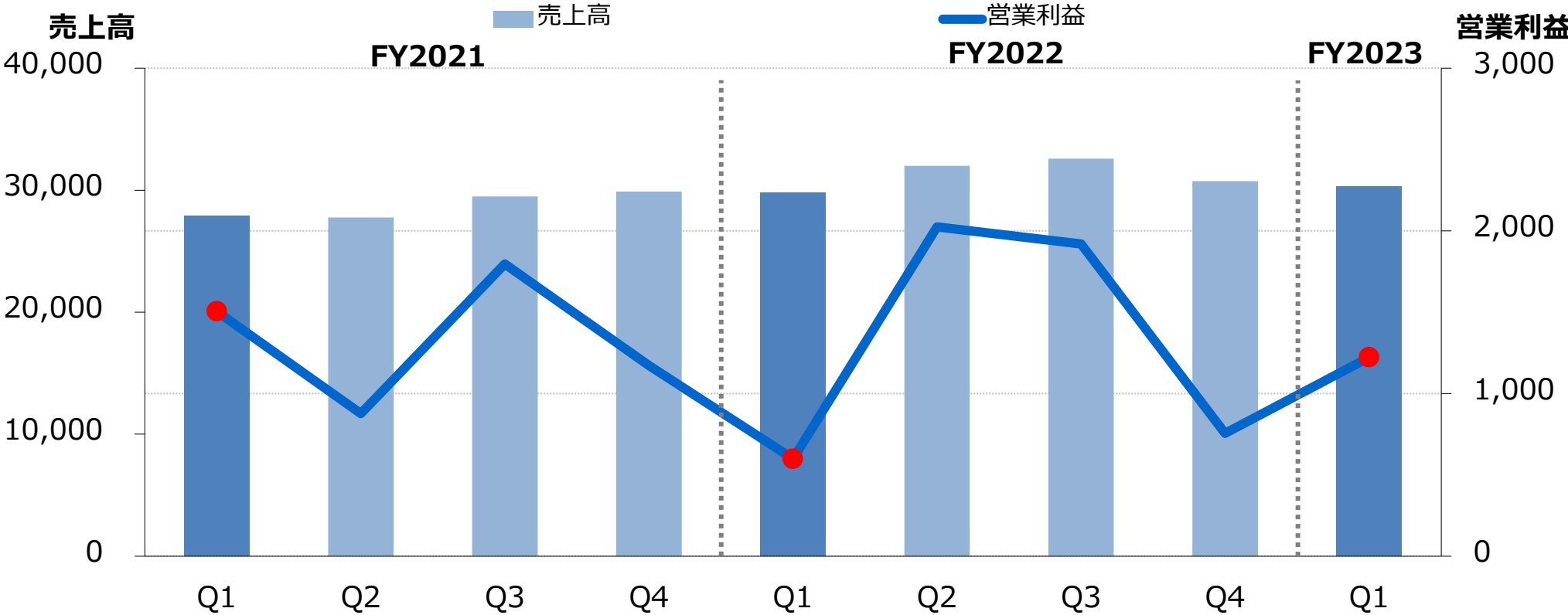
(単位：百万円)



売上高	17,248	17,729	18,337	18,971	17,291	18,294	19,244	19,336	17,536
前年比	+9.6%	+10.9%	-0.1%	+2.6%	+0.2%	+3.2%	+4.9%	+1.9%	+1.4%
営業利益	585	303	801	682	-8	941	1,108	594	-210
前年比	+46.7%	-32.4%	-31.5%	-43.3%	-	3.1倍	+38.3%	-12.8%	-

売上高・営業利益 推移（ロシア子会社を除外）

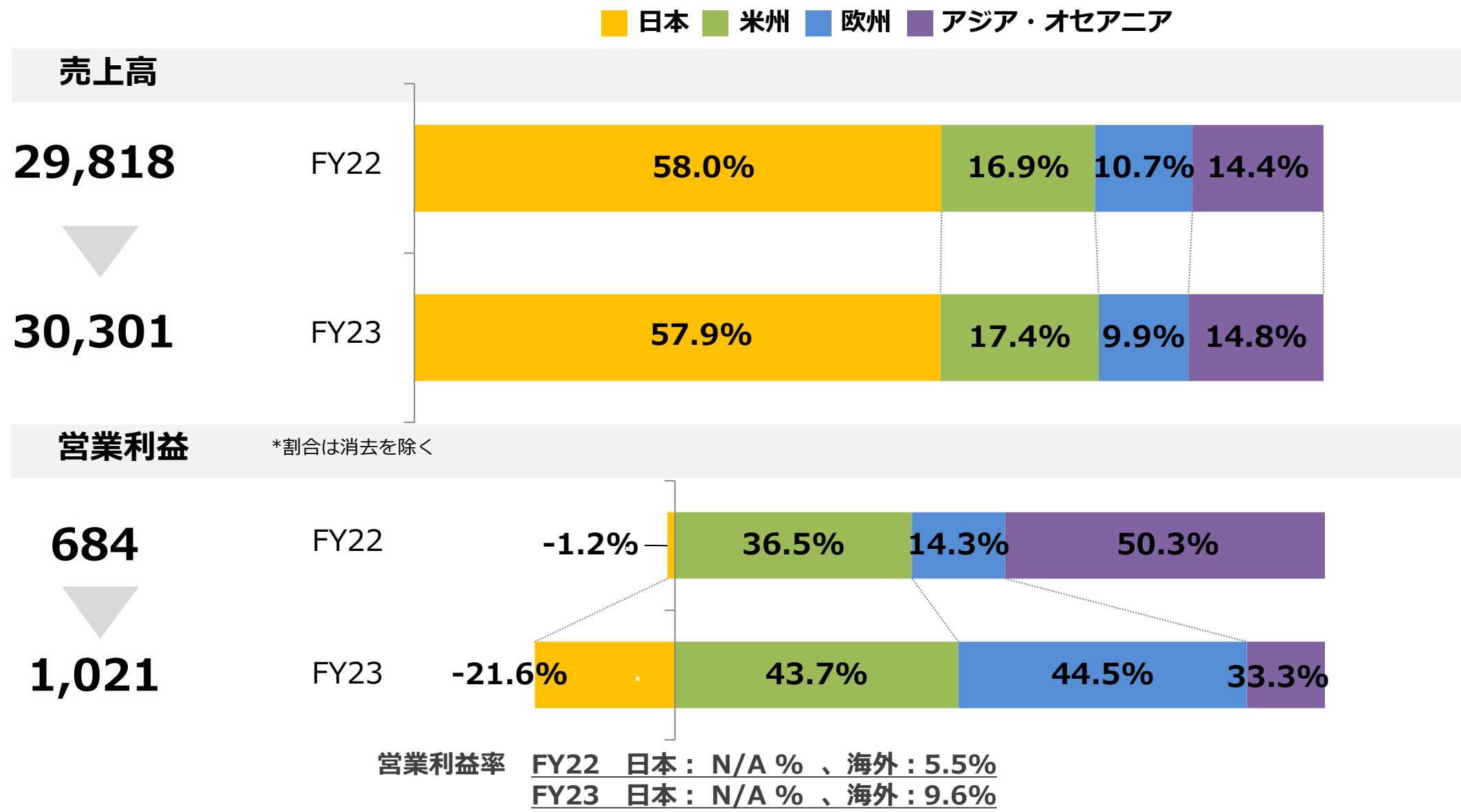
（単位：百万円）



売上高	27,920	27,772	29,493	29,895	29,818	32,001	32,588	30,748	30,301
前年比	+27.3%	+14.2%	+7.5%	+6.6%	+6.8%	+15.2%	+10.5%	+2.9%	+1.6%
営業利益	1,505	877	1,797	1,172	598	2,024	1,919	755	1,222
前年比	6.5倍	+2.2%	-13.4%	-40.6%	-60.2%	2.3倍	+6.8%	-35.6%	2.0倍

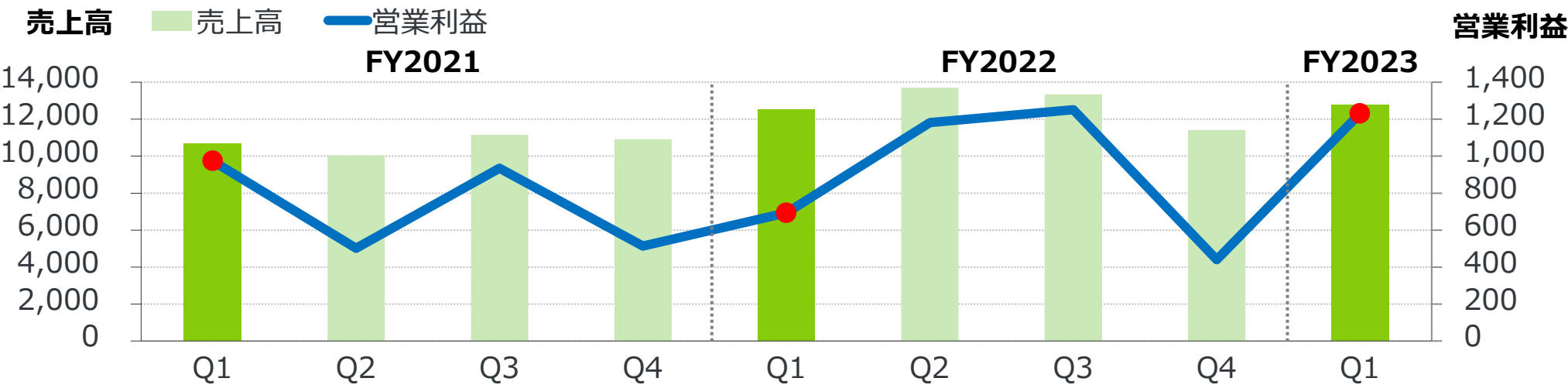
地域別売上高及び営業利益構成（ロシア子会社を除外）

(単位：百万円)



売上高・営業利益 推移（ロシア子会社を除外）

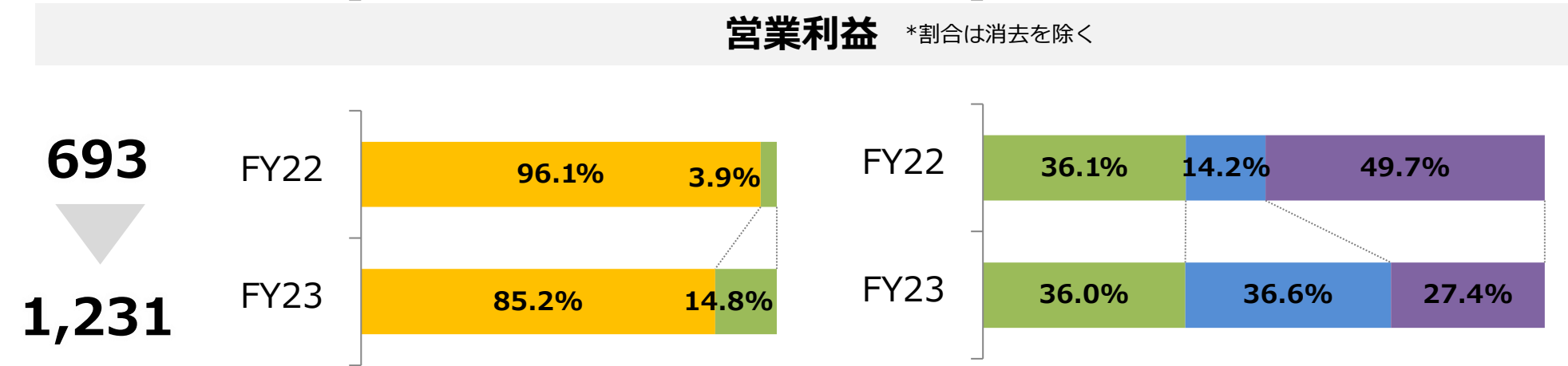
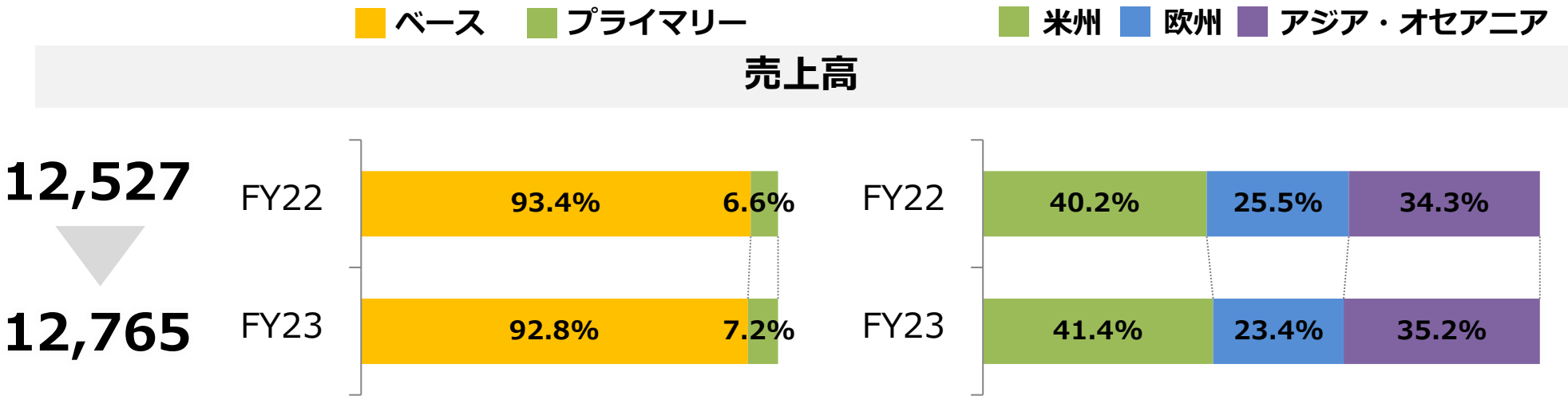
（単位：百万円）



売上高	10,672	10,043	11,155	10,924	12,527	13,707	13,343	11,411	12,765
前年比	+74.0%	+21.3%	+23.0%	+14.4%	+17.4%	+36.5%	+19.6%	+4.5%	+1.9%
営業利益	974	502	935	514	693	1,182	1,252	440	1,231
前年比	-	+9.7%	+15.2%	-34.3%	-28.8%	2.4倍	+33.9%	-14.5%	+77.6%

売上高及び営業利益構成（事業別・地域別）（ロシア子会社を除外）

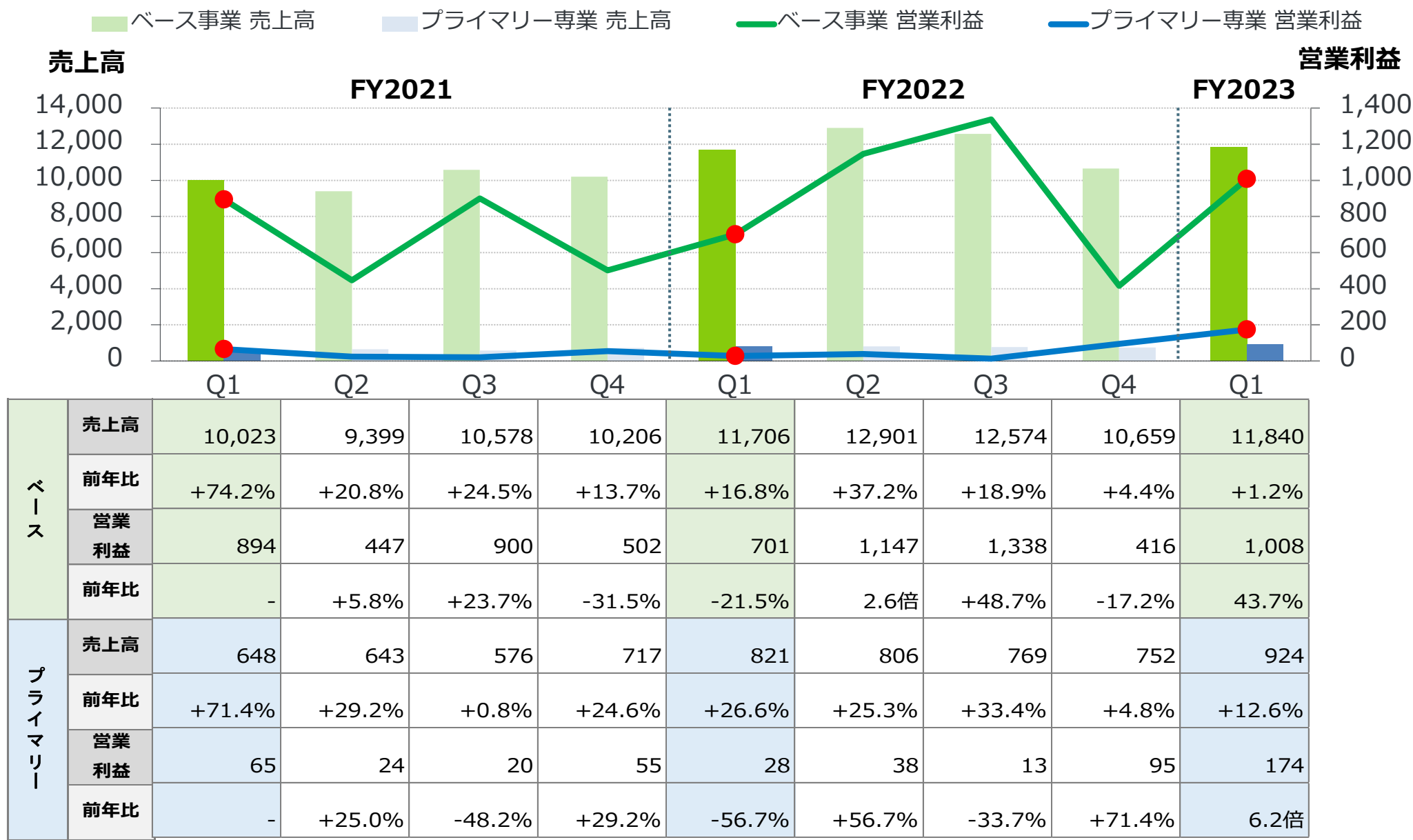
（単位：百万円）



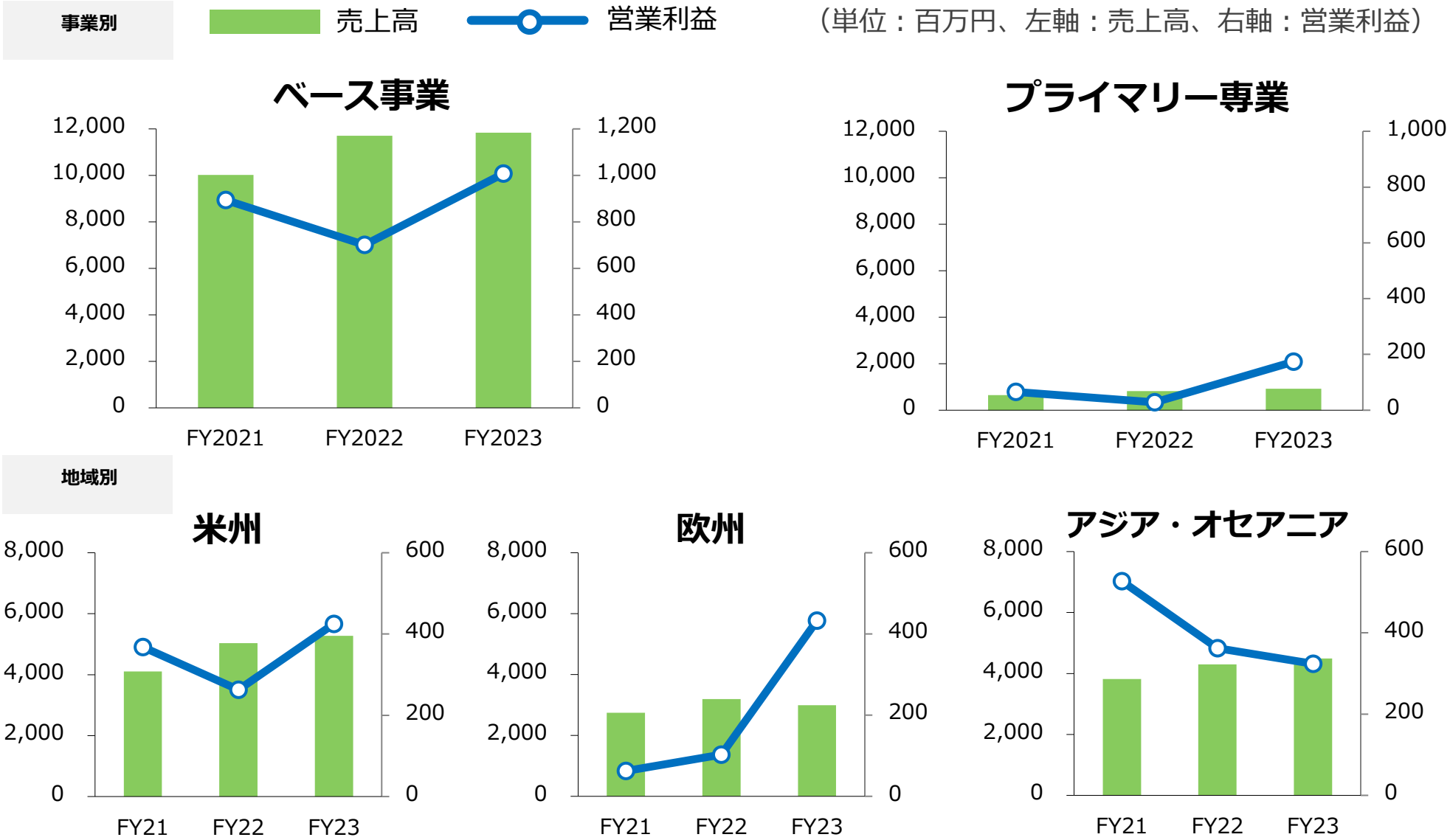
営業利益率：
FY22 ベース：6.0%、プライマリー：3.4%
FY23 ベース：8.5%、プライマリー：18.9%

FY22 米州：5.2%、欧州：3.2%、
アジア・オセアニア：8.4%
FY23 米州：8.1%、欧州：14.5%、
アジア・オセアニア：7.2%

事業別 売上高・営業利益 推移（ロシア子会社を除外）（単位：百万円）



事業別及び地域別売上高及び営業利益推移（ロシア子会社を除外）



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	<u>DCS & Labeling</u> 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 <u>ベース事業</u> と <u>プライマリー專業</u> 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 <u>タギング</u> するビジネス。
3	プライマリー專業	商品ラベルなどの固定情報ラベルを <u>タギング</u> するビジネス。 <u>Achernar</u> （アルゼンチン）、 <u>Prakolar</u> （ブラジル）、 <u>Okil</u> （ロシア）、 <u>X-Pack</u> （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。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 <u>タギング</u> （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、プライマリーラベル（商品シール）、リボンなどの消耗品。粗利率は <u>メカトロ商品</u> 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	<u>DCS & Labeling</u> 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、作業人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。
6	Stafford Press, Inc. (米国)	2023年に買収した花卉用タグ・ラベル（花や植物の品種名や写真が表示された鉢やプランターに付けるタグやラベル）と、それらをオンデマンドでカラー発行するインクジェットプリンタの製造・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2023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。