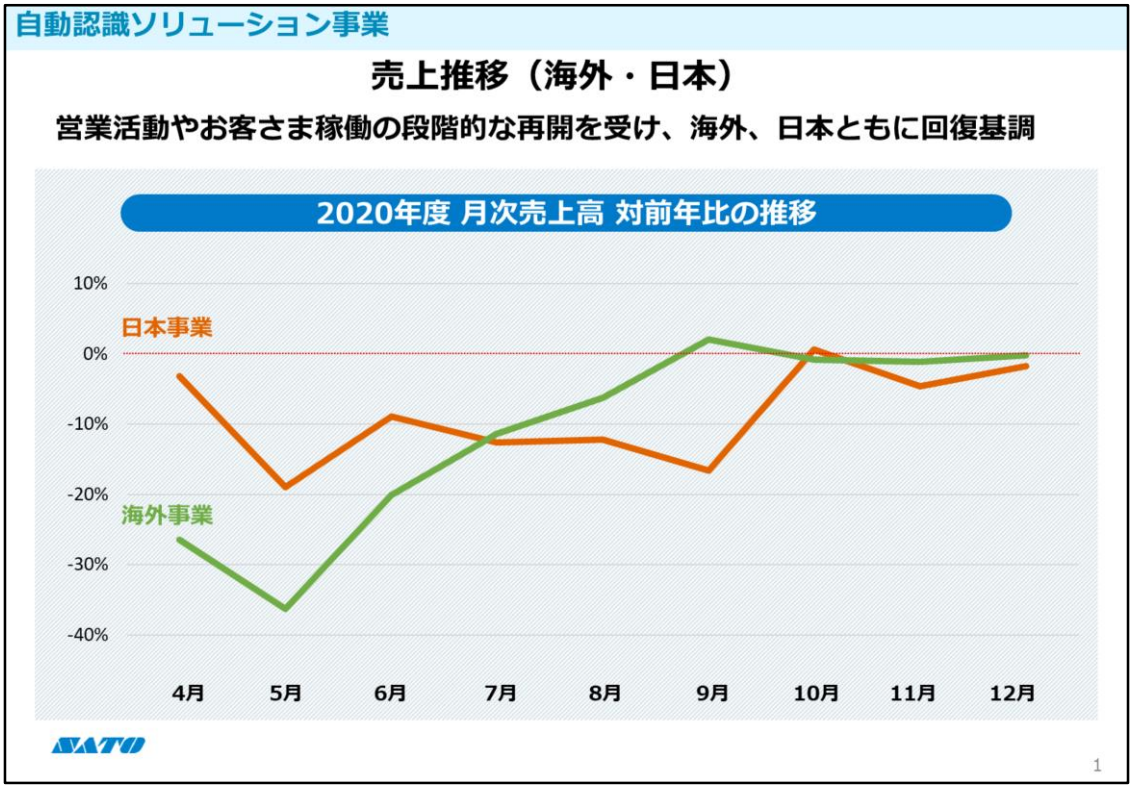
2021年 2月 9日（火）

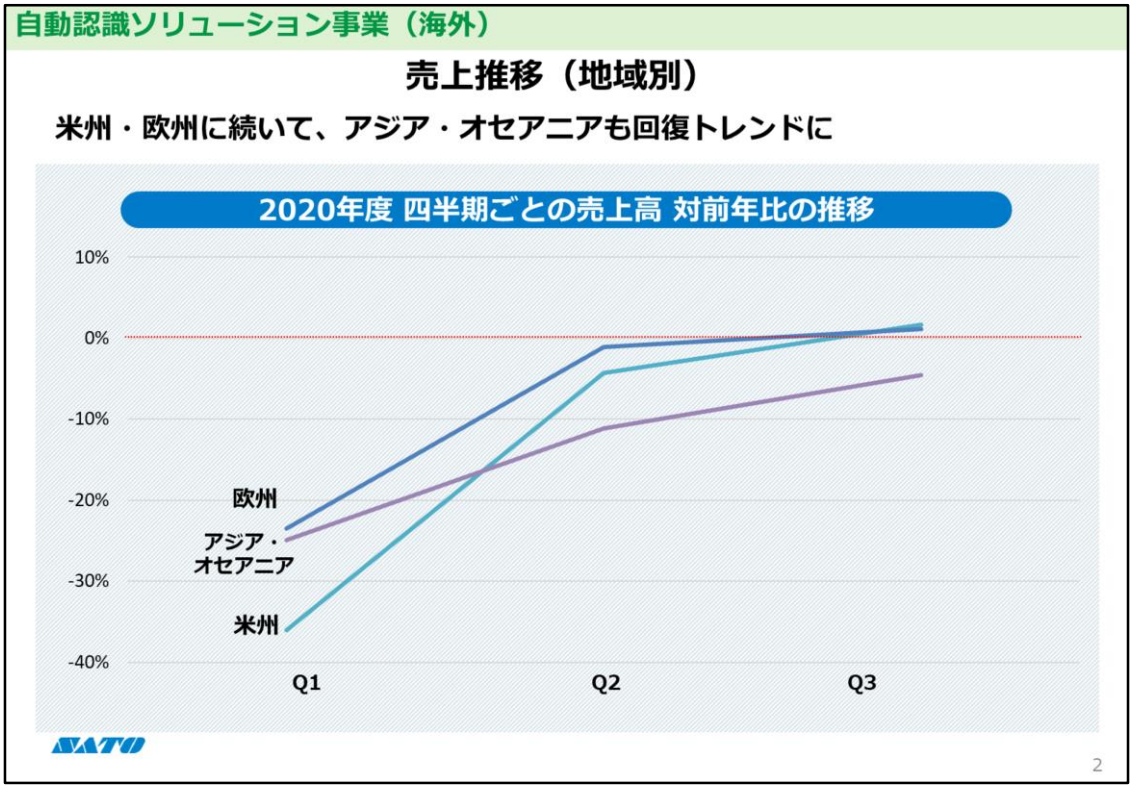
サトーホールディングス株式会社

2021年3月期 第3四半期 決算説明資料

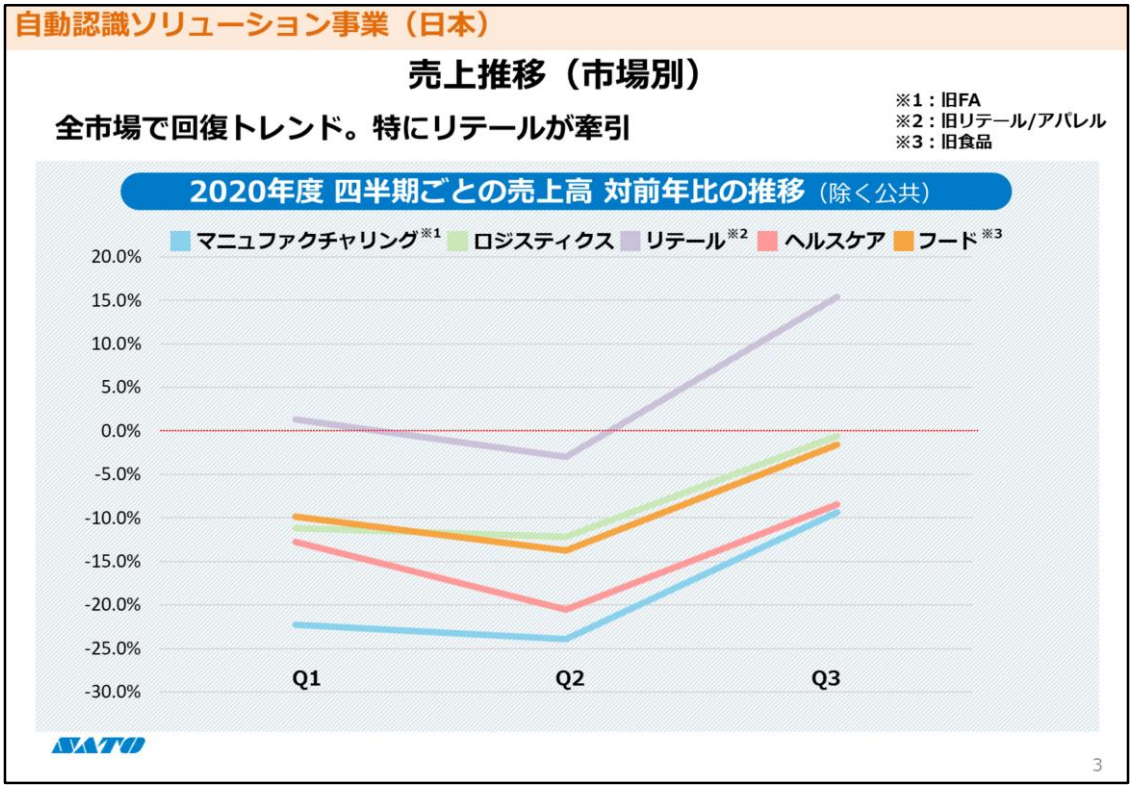
証券コード：6287



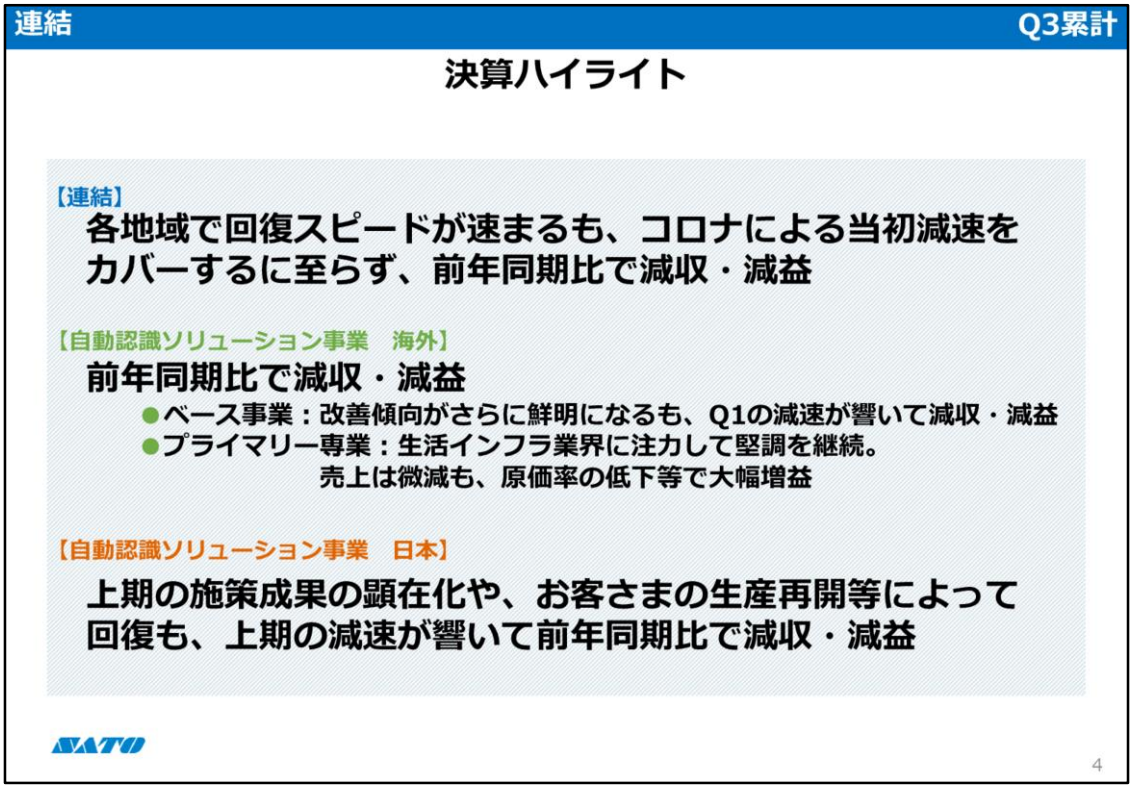
●今年度4月から12月の、海外および日本の対前年比の月次売上の推移について説明する
●これまでの営業活動の成果の顕在化や、お客さまの稼働の再開などを受け、海外、日本ともに回復基調だった
●海外事業はQ2からの回復基調を維持した
●日本事業はQ3に入って回復が鮮明である



●こちらは、前のスライドと同期間の、海外地域別、対前年比の四半期ごと売上高推移
●Q3は、中国の製造業（電気・電子部品）などが牽引して、先行した欧米に続いてアジアも回復トレンドにあった



●こちらは、同期間の日本事業の市場別の対前年比の四半期ごと売上高推移
●Q3は、どの市場も回復トレンドで、特にリテールが力強く推移した



●ハイライトは記載の通り

連結　Q3累計

事業セグメント別売上高及び営業利益

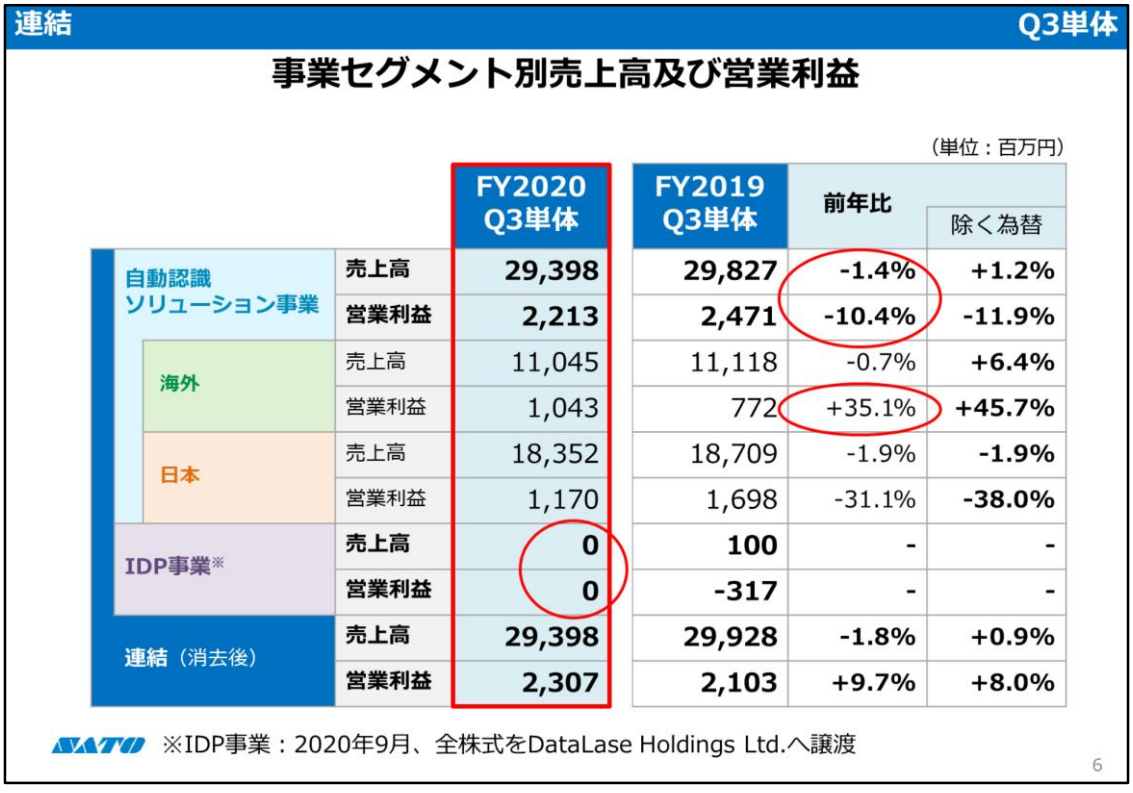
（単位：百万円）

		FY2020 Q3累計	FY2019 Q3累計	前年比	除く為替
自動認識ソリューション事業	売上高	79,135	87,508	-9.6%	-7.3%
	営業利益	3,822	6,710	-43.0%	-43.3%
海外	売上高	29,059	32,725	-11.2%	-5.0%
	営業利益	1,804	1,928	-6.4%	+2.5%
日本	売上高	50,075	54,782	-8.6%	-8.6%
	営業利益	2,018	4,782	-57.8%	-61.8%
IDP事業※	売上高	136	294	-53.8%	-53.4%
	営業利益	-148	-1,055	-	-
連結（消去後）	売上高	79,271	87,803	-9.7%	-7.4%
	営業利益	3,777	5,645	-33.1%	-33.5%

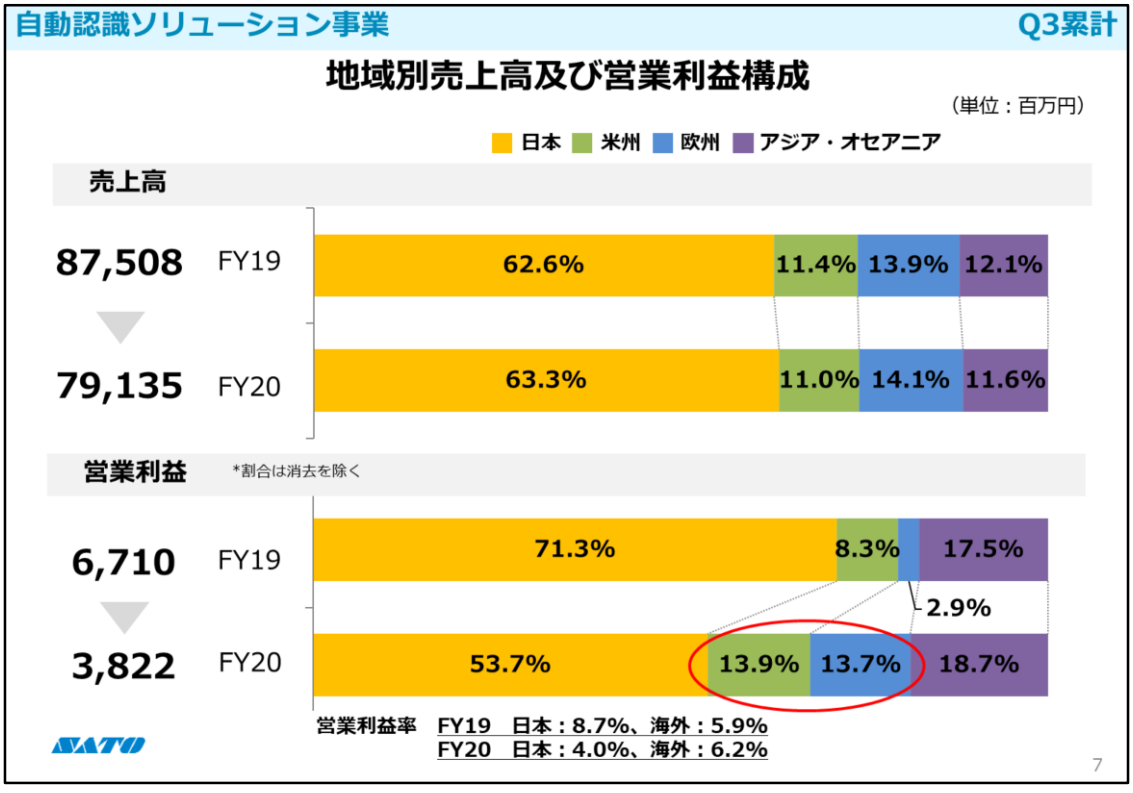
※IDP事業：2020年9月、全株式をDataLase Holdings Ltd.へ譲渡

5

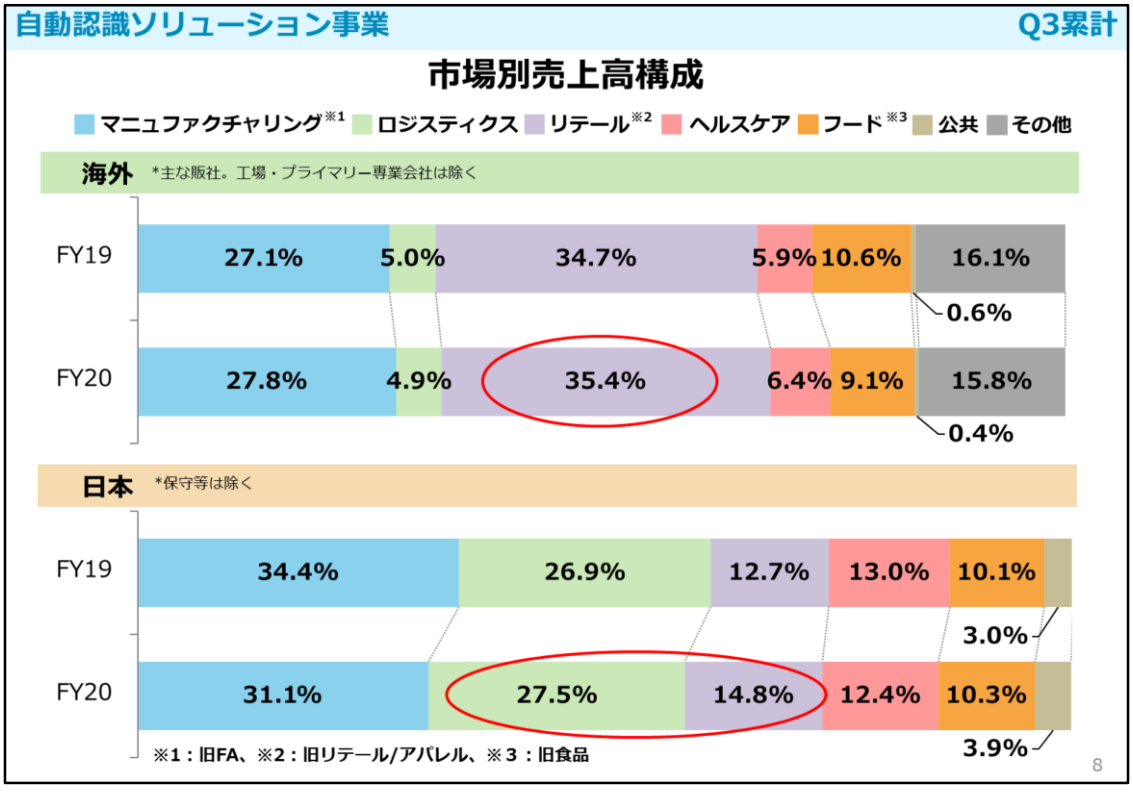
●前スライドのハイライトの主な数字は、この通り
●自動認識ソリューション事業において、Q3は回復傾向が加速し、売上高の前年比減少率が、上期の-13.8%から-9.6%、営業利益が-62.0%から-43.0%へ縮小した



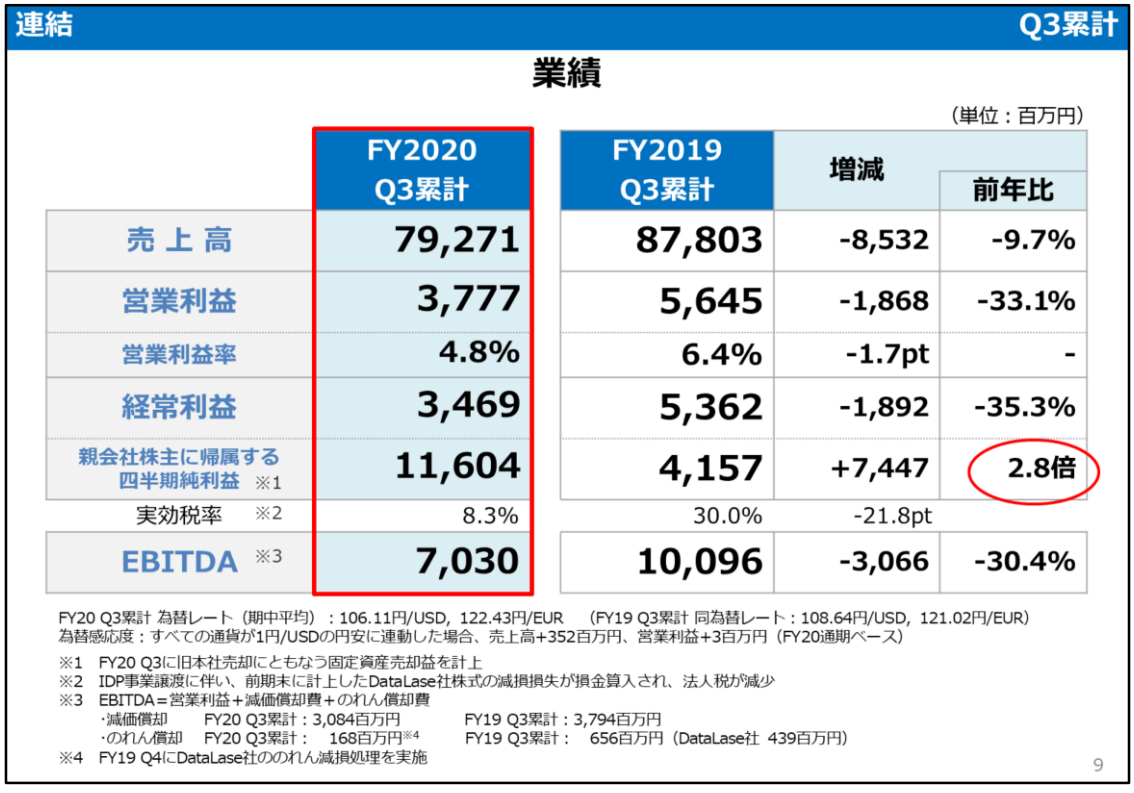
●これはQ3単体の売上高と営業利益
●自動認識ソリューション事業は、前年同期比で売上は、Q2の-10.8%からほぼ横ばい（-1.4%）まで回復した
●海外事業が大きく貢献し、営業利益も前年同期比-52.0%から-10.4%へ回復した
●IDP事業は、2020年9月に全株式をDataLase Holdings Ltd.へ譲渡したため、Q3以降の売上・営業利益は発生しない



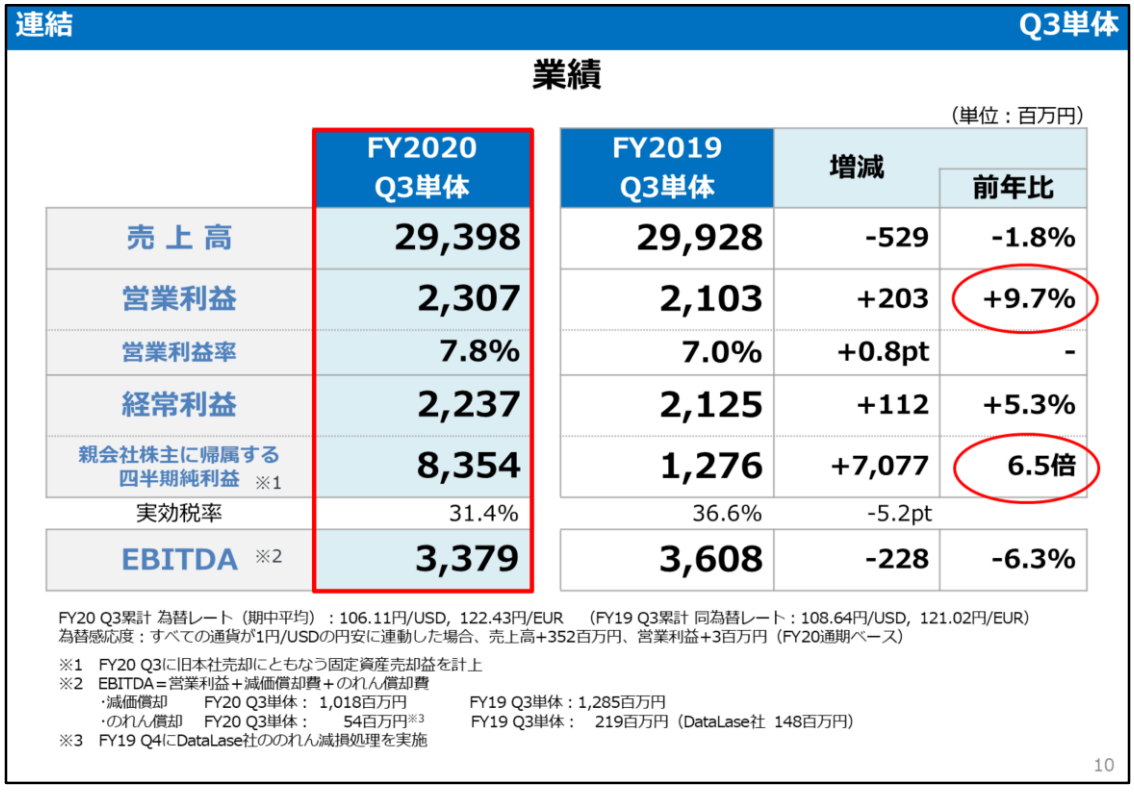
●こちらは、Q3累計の地域別売上高及び営業利益の構成
●売上高の比率に大きな変化はない
●営業利益は、先述の通り海外事業の貢献が大きいが、なかでも米州・欧州のプライマリー専業の寄与度が高く、これにより米州・欧州の構成比が高くなった
●一方で、日本の比率が低下した。コト売りを支えるための固定費が多い事業構造であり、売上の減少が営業利益の減少に直結した。日本事業の収益力強化に向けて、上期決算説明会でご説明した取り組みを進めている



●こちらは、Q3累計の市場別売上高構成
●海外は、好調なリテール市場に注力した結果、構成比が大きくなった
●日本は、リテールとロジが伸長した
●QoQでは、日本はリテールとロジに加えて、マニュファクチャリングの構成比が伸びた
●マニュファクチャリングは売上の規模が大きく、粗利率も高い市場であり、本市場の回復スピードが上がると、日本事業全体の回復にも弾みがつく



●こちらはQ3累計の連結業績である
●純利益が約3倍と大きく増加した
●20年12月の旧本社ビルの固定資産譲渡に伴い、特別利益を計上したことが背景である
●また、20年9月にDataLase社の全株式を譲渡し、それを受けて昨年度の同社減損損失に係る法人税等調整額を計上したことも増加に寄与した

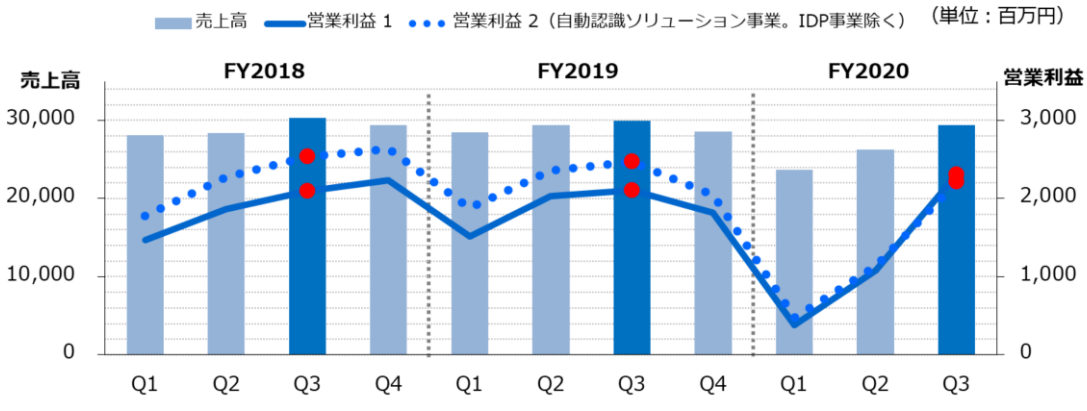


●こちらはQ3単体の連結業績

●前スライドの要因に営業利益の改善も加わり、純利益は前年比6.5倍となった

連結

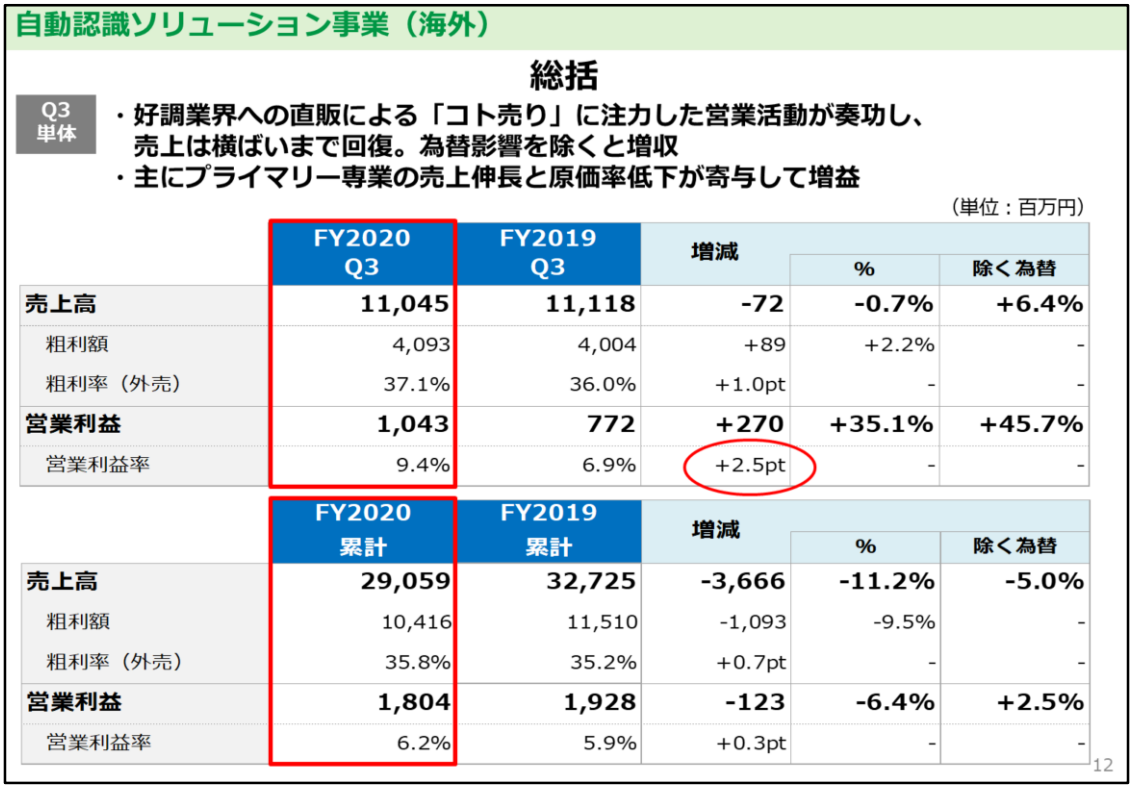
売上高・営業利益 推移



売上高	28,118	28,371	30,272	29,417	28,463	29,411	29,928	28,569	23,651	26,221	29,398
前年比	+4.9%	+1.2%	+0.3%	+3.7%	+1.2%	+3.7%	-1.1%	-2.9%	-16.9%	-10.8%	-1.8%
営業利益 1	1,473	1,869	2,100	2,235	1,514	2,028	2,103	1,815	385	1,084	2,307
前年比	+73.1%	+9.7%	-0.9%	+42.0%	+2.7%	+8.5%	+0.1%	-18.8%	-74.5%	-46.5%	+9.7%
営業利益 2	1,777	2,274	2,534	2,635	1,878	2,360	2,471	2,047	476	1,132	2,213
前年比	+44.3%	+9.6%	+0.8%	+40.6%	+5.7%	+3.8%	-2.5%	-22.3%	-74.6%	-52.0%	-10.4%

11

●こちらは連結の売上高と営業利益の四半期推移
●今年度のQ3の営業利益は、プライマリー専業の好調やコロナ禍での効果的な営業施策などにより、QoQで伸長した



自動認識ソリューション事業（海外）

総括

Q3 単体

・好調業界への直販による「コト売り」に注力した営業活動が奏功し、売上は横ばいまで回復。為替影響を除くと増収
・主にプライマリー専業の売上伸長と原価率低下が寄与して増益

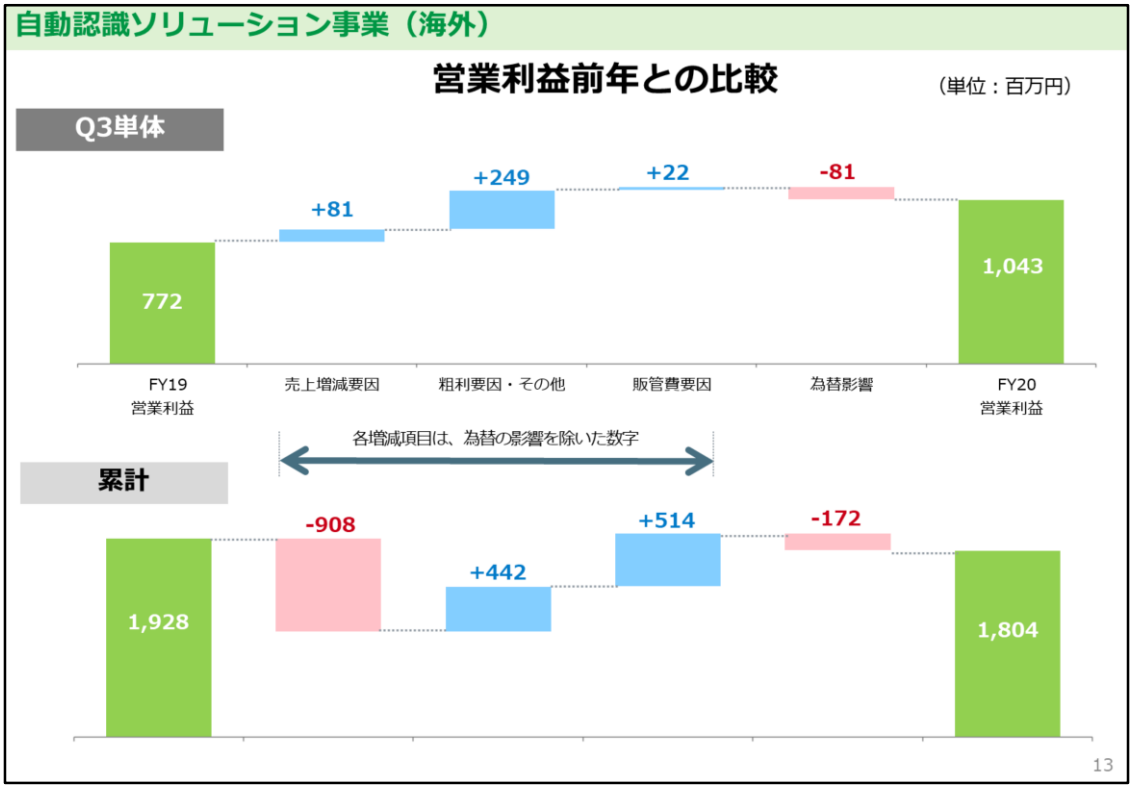
（単位：百万円）

	FY2020 Q3	FY2019 Q3	増減	%	除く為替
売上高	**11,045**	**11,118**	**-72**	**-0.7%**	**+6.4%**
粗利額	4,093	4,004	+89	+2.2%	-
粗利率（外売）	37.1%	36.0%	+1.0pt	-	-
営業利益	**1,043**	**772**	**+270**	**+35.1%**	**+45.7%**
営業利益率	9.4%	6.9%	+2.5pt	-	-

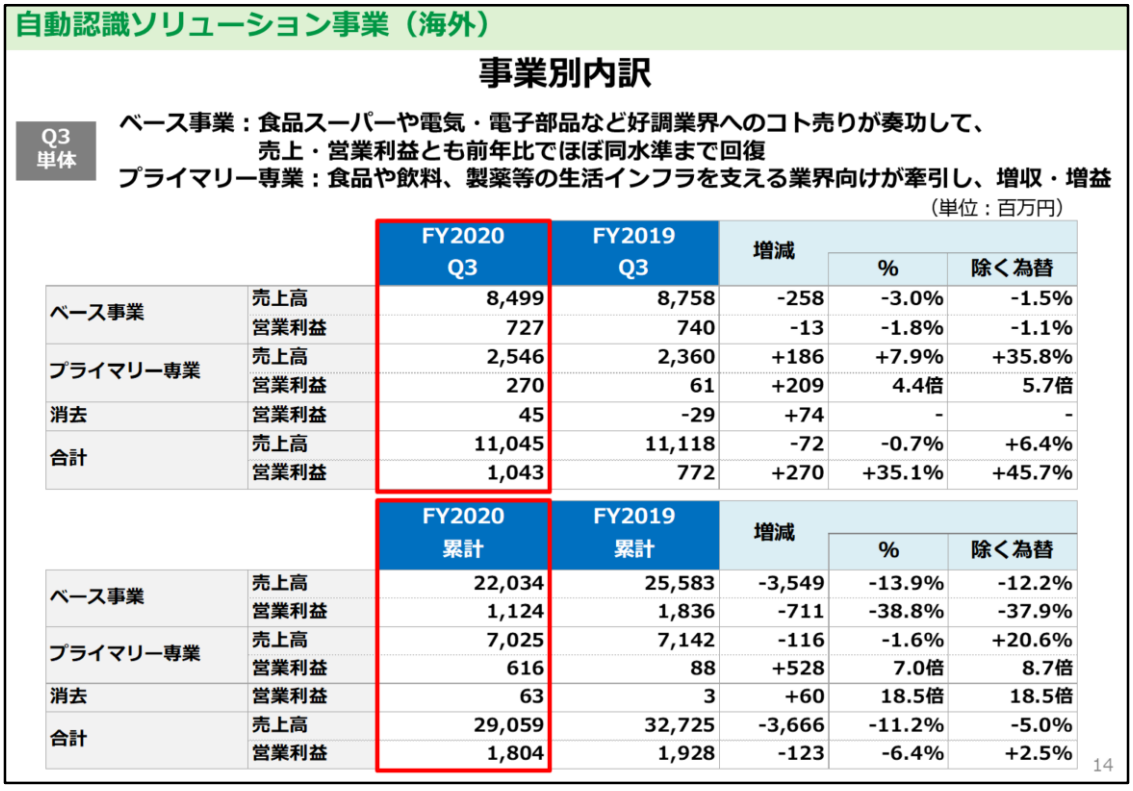
	FY2020 累計	FY2019 累計	増減	%	除く為替
売上高	**29,059**	**32,725**	**-3,666**	**-11.2%**	**-5.0%**
粗利額	10,416	11,510	-1,093	-9.5%	-
粗利率（外売）	35.8%	35.2%	+0.7pt	-	-
営業利益	**1,804**	**1,928**	**-123**	**-6.4%**	**+2.5%**
営業利益率	6.2%	5.9%	+0.3pt	-	-

12

●ここからはQ3単体の各状況を説明する
●海外事業の状況は、国や市場によりまちまちだが、全体として回復基調である
●好調業界へ照準を絞った「コト売り」の取り組みが奏功した。本社の市場軸と機能軸の戦略チームが各国と連携して、具体的に商談を進めることができた
●この取り組みがフルに業績に表れるまでには、もう少し時間を要するが、コロナ禍でも前進している手ごたえがある
●加えて、本社マーケティングチームが主導して、オンラインツールの開発と現地化を加速していることも寄与している
●営業利益は、主にプライマリー専業が寄与して、2.5ポイント改善した



●こちらは営業利益の前年との比較
●上段のQ3単体について説明する。売上は為替影響を除いたベースでは、プラスで着地し、売上増減要因はプラスに転じた
●粗利要因・その他のプラス249百万円は、前のページで説明したプライマリー専業の影響が主なものである



自動認識ソリューション事業（海外）

事業別内訳

Q3 単体

ベース事業：食品スーパーや電気・電子部品など好調業界へのコト売りが奏功して、
売上・営業利益とも前年比でほぼ同水準まで回復
プライマリー専業：食品や飲料、製薬等の生活インフラを支える業界向けが牽引し、増収・増益

（単位：百万円）

		FY2020 Q3	FY2019 Q3	増減	増減 %	増減 除く為替
ベース事業	売上高	8,499	8,758	-258	-3.0%	-1.5%
	営業利益	727	740	-13	-1.8%	-1.1%
プライマリー専業	売上高	2,546	2,360	+186	+7.9%	+35.8%
	営業利益	270	61	+209	4.4倍	5.7倍
消去	営業利益	45	-29	+74	-	-
合計	売上高	11,045	11,118	-72	-0.7%	+6.4%
	営業利益	1,043	772	+270	+35.1%	+45.7%

		FY2020 累計	FY2019 累計	増減	増減 %	増減 除く為替
ベース事業	売上高	22,034	25,583	-3,549	-13.9%	-12.2%
	営業利益	1,124	1,836	-711	-38.8%	-37.9%
プライマリー専業	売上高	7,025	7,142	-116	-1.6%	+20.6%
	営業利益	616	88	+528	7.0倍	8.7倍
消去	営業利益	63	3	+60	18.5倍	18.5倍
合計	売上高	29,059	32,725	-3,666	-11.2%	-5.0%
	営業利益	1,804	1,928	-123	-6.4%	+2.5%

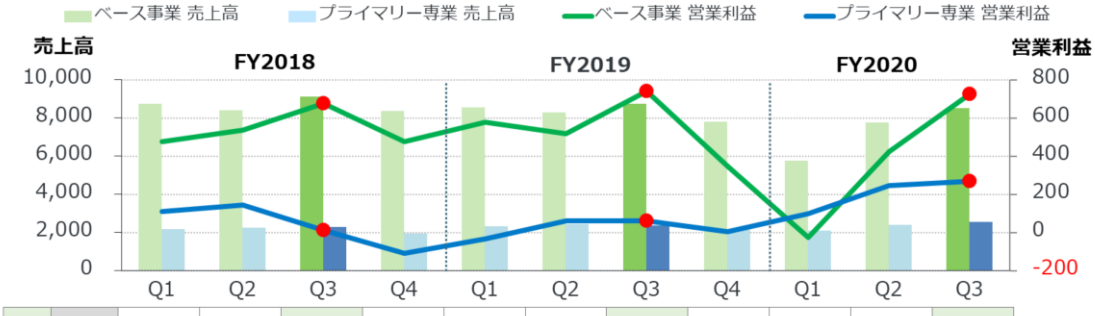
14

●こちらは、海外のベース事業とプライマリー専業の動向
●Q3単体のベース事業は、売上・営業利益ともにQoQで大幅に回復した結果、前年比でほぼ同水準まで回復した
●コロナ禍からいち早い回復を遂げた中国の売上が前年比で20%以上伸長し、全体の売上を牽引した
●営業利益は、直接販売でソリューション提案する「コト売り」でメカトロの比率を伸ばしたアメリカで、約50%伸びたことが寄与した
●プライマリー専業は、エッセンシャル業界の強いニーズを刈り取り、増収・大幅増益となった

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）



		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
ベース	売上高	8,730	8,421	9,118	8,359	8,539	8,286	8,758	7,794	5,755	7,779	8,499
	前年比	+10.2%	+0.8%	+1.5%	-3.9%	-2.2%	-1.6%	-3.9%	-6.8%	-32.6%	-6.1%	-3.0%
	営業利益	477	538	678	478	577	517	740	348	-26	423	727
	前年比	+39.9%	-21.0%	-3.3%	18.7倍	+21.1%	-3.9%	+9.2%	-27.1%	-	-18.2%	-1.8%
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	2,389	2,546
	前年比	+0.8%	+4.8%	+2.9%	-5.9%	+6.8%	+8.3%	+2.5%	+9.7%	-10.3%	-2.6%	+7.9%
	営業利益	112	146	12	-107	-33	61	61	6	100	245	270
	前年比	2.4倍	5.6倍	-	-	-	-58.3%	4.9倍	-	-	4.0倍	4.4倍

15

●こちらは四半期ごとの推移
●20年度は、ベース事業・プライマリー専業とも、売上・営業利益が四半期ごとに増加した
●Q3の営業利益は、ベース事業が前年同期と同水準の727百万円、プライマリー専業は4.4倍の270百万円となった

自動認識ソリューション事業（海外）地域別内訳

米州

Q3 単体

ベース事業：好調な米国大手小売り向けに注力し、売上は前年比でほぼ横ばい。
メカトロが伸長して増益
プライマリー専業：アルゼンチンのAchernar社は飲料や化粧品業界向け、ブラジルのPrakolar社は製薬や飲料、化粧品業界向けが堅調に推移し、増収・増益

（単位：百万円）

		FY2020 Q3	FY2019 Q3	増減	%	除く為替
ベース事業	売上高	2,794	2,811	-17	-0.6%	+4.8%
	営業利益	232	149	+82	+54.8%	+62.0%
プライマリー専業 ・Achernar社 ・Prakolar社	売上高	571	497	+74	+14.9%	+60.5%
	営業利益	89	38	+51	2.3倍	3.3倍
合計	売上高	3,366	3,309	+57	+1.7%	+13.1%
	営業利益	322	188	+133	+70.7%	+96.9%

		FY2020 累計	FY2019 累計	増減	%	除く為替
ベース事業	売上高	7,236	8,323	-1,087	-13.1%	-9.2%
	営業利益	358	441	-83	-18.9%	-15.2%
プライマリー専業 ・Achernar社 ・Prakolar社	売上高	1,448	1,661	-212	-12.8%	+24.0%
	営業利益	165	116	+48	+41.3%	2.0倍
合計	売上高	8,685	9,985	-1,300	-13.0%	-3.7%
	営業利益	523	558	-35	-6.3%	+10.4%

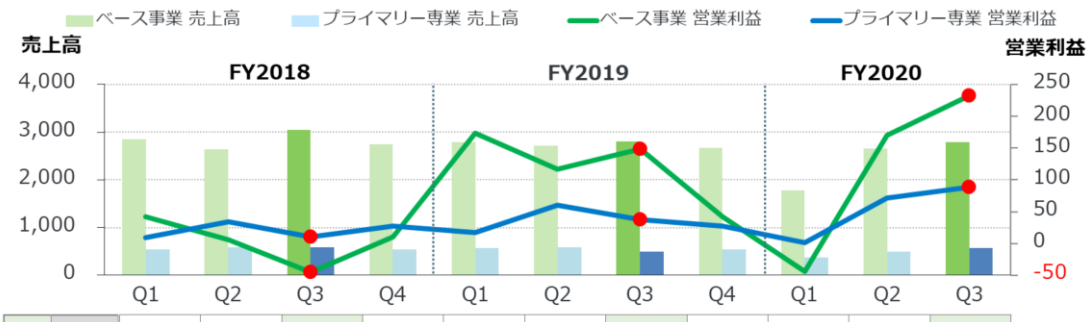
16

●米州のベース事業は、好調な米国大手小売り向けに「コト売り」を展開し、新規・既存顧客の商談を成約に結び付けたことなどが牽引した
●これらにより、売上は前年比でほぼ横ばい。為替影響を除くと、増収となった
●メカトロの伸長によるミックスの改善が大幅増益につながった
●プライマリー専業は、アルゼンチン、ブラジルともに、エッセンシャル業界の需要を獲得し、増収・増益となった
●売上増加に加えて、原材料の適切なタイミングでの確保など、利益面での取り組みも奏功した

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	Q2	Q3
ベース	売上高	2,854	2,640	3,043	2,753	2,797	2,714	2,811	2,664	1,781	2,660	2,794
	前年比	+2.7%	-9.0%	-0.6%	-9.4%	-2.0%	+2.8%	-7.6%	-3.2%	-36.3%	-2.0%	-0.6%
	営業利益	42	6	-45	11	174	117	149	42	-44	170	232
	前年比	-49.7%	-94.9%	-	-	4.1倍	17.0倍	-	3.8倍	-	+45.6%	+54.8%
プライマリー	売上高	546	584	587	550	577	586	497	536	378	498	571
	前年比	-16.9%	-12.4%	-9.9%	-19.6%	+5.6%	+0.4%	-15.2%	-2.5%	-34.5%	-15.0%	+14.9%
	営業利益	9	34	11	28	17	60	38	27	2	72	89
	前年比	-92.1%	2.5倍	-	-68.0%	+86.3%	+76.8%	3.2倍	-1.1%	-85.4%	+19.8%	2.3倍

17

●こちらは四半期ごとの推移
●ベース事業において、18年度はSGS社の開発費負担で営業利益が低位にあった
●今年度はQ1を底に急速な回復路線をたどり、Q3の営業利益232百万円は、四半期ベースで過去最高となった
●プライマリー専業は、今年度のQ3の営業利益は高い水準となった

自動認識ソリューション事業（海外）地域別内訳

欧州

Q3 単体

ベース事業：食品スーパーなどリテール市場に注力し、売上は微減で健闘。コロナ禍にあわせた営業スタイルへの移行などにより、コストが削減されて増益
プライマリー専業：ロシア2社にて食品やアルコール飲料などの需要を獲得して増収・増益

（単位：百万円）

		FY2020 Q3	FY2019 Q3	増減	増減 %	増減 除く為替
ベース事業	売上高	2,137	2,205	-68	-3.1%	-5.2%
	営業利益	94	85	+8	+9.6%	+10.0%
プライマリー専業 ・Okil社 ・X-Pack社	売上高	1,974	1,862	+112	+6.0%	+29.2%
	営業利益	180	22	+158	8.0倍	9.7倍
合計	売上高	4,111	4,067	+43	+1.1%	+10.6%
	営業利益	274	108	+166	2.5倍	2.9倍

		FY2020 累計	FY2019 累計	増減	増減 %	増減 除く為替
ベース事業	売上高	5,591	6,658	-1,067	-16.0%	-16.5%
	営業利益	64	221	-157	-71.0%	-70.2%
プライマリー専業 ・Okil社 ・X-Pack社	売上高	5,576	5,480	+96	+1.8%	+19.5%
	営業利益	451	-28	+479	-	-
合計	売上高	11,167	12,139	-971	-8.0%	-0.3%
	営業利益	515	192	+322	2.7倍	3.1倍

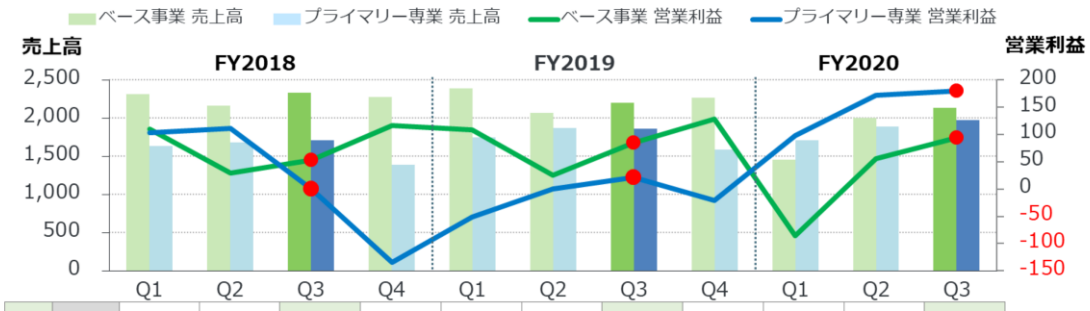
18

●欧州のベース事業は、食品スーパーなどリテール市場を中心にQ2からの回復が続いた。売上は微減と健闘した
●一方利益面では、主にデジタル・マーケティング・ツールなどの活用により、コストを削減して増益を確保した
●プライマリー専業は、巣ごもり需要拡大に加え、主要顧客からの受注が堅調で増収。原価率低減などにより増益となった

自動認識ソリューション事業（海外）地域別内訳

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	Q2	Q3
ベース	売上高	2,315	2,160	2,330	2,279	2,386	2,066	2,205	2,264	1,453	2,000	2,137
	前年比	+20.8%	+6.3%	+7.6%	+1.2%	+3.1%	-4.4%	-5.4%	-0.7%	-39.1%	-3.2%	-3.1%
	営業利益	110	29	53	116	109	26	85	129	-86	56	94
	前年比	2.5倍	-17.2%	+10.6%	+4.5%	-0.8%	-10.7%	+61.7%	+11.1%	-	2.2倍	+9.6%
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	1,891	1,974
	前年比	+8.6%	+12.5%	+8.1%	+1.0%	+7.2%	+11.1%	+8.6%	+14.6%	-2.3%	+1.3%	+6.0%
	営業利益	103	111	0	-135	-51	0	22	-21	98	172	180
	前年比	-	9.1倍	3.8倍	-	-	-99.7%	36.2倍	-	-	503.7倍	8.0倍

19

●こちらは四半期ごとの推移
●欧州は、18年度からベース事業、プライマリー専業のどちらも、売上・利益の両面でボラティリティがやや高い傾向にある
●しかし今年度はコロナの影響を受けながらも、ベース事業では「コト売り」の浸透が進み、安定的な回復を遂げた
●プライマリー専業は、数年前より取り組んでいる商品ラインナップの拡充が奏功し、売上及び利益が順調に増加した

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

Q3 単体

ベース事業：売上構成比の高い製造業が回復に時間を要して減収・減益。ただし、回復が先行した中国は増収・増益

（単位：百万円）

		FY2020 Q3	FY2019 Q3	増減	増減 %	増減 除く為替
ベース事業	売上高	3,567	3,740	-173	-4.6%	-4.1%
	営業利益	401	504	-103	-20.5%	-21.7%

		FY2020 累計	FY2019 累計	増減	増減 %	増減 除く為替
ベース事業	売上高	9,206	10,601	-1,395	-13.2%	-11.7%
	営業利益	701	1,173	-471	-40.2%	-40.4%

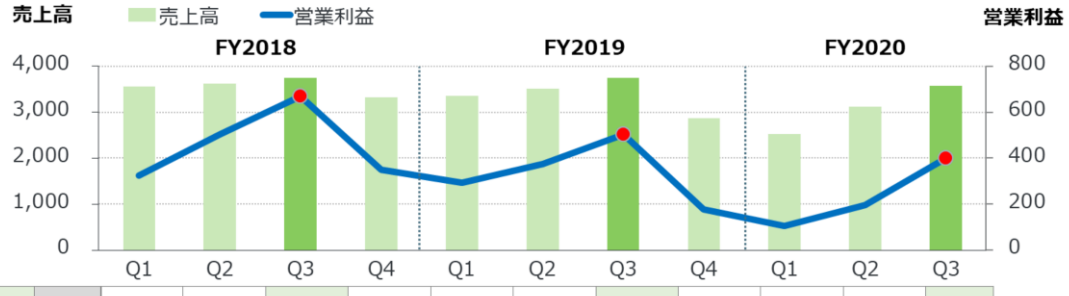
20

●アジア・オセアニアでは、お客さまの約4割が製造業であり、生産活動が未だフルに再開していないお客さまもいらっしゃる
●このため前年比では減収・減益となったが、QoQでは売上・営業利益ともに回復スピードが増した
●売上構成比の高い中国が、電気・電子部品など好調業界へ注力したことや、お客さまのいち早い稼働再開等を背景に、売上高は前年比＋20%強へ伸長し、営業利益はほぼ横ばいまで回復した。QoQでも売上＋30%、営業利益＋85%と高い伸び率となった
●一方、同じく規模の大きいタイでは、前年比ベースでの完全回復には至りらず、QoQでの回復が、売上＋20%弱、営業利益＋50%となった

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

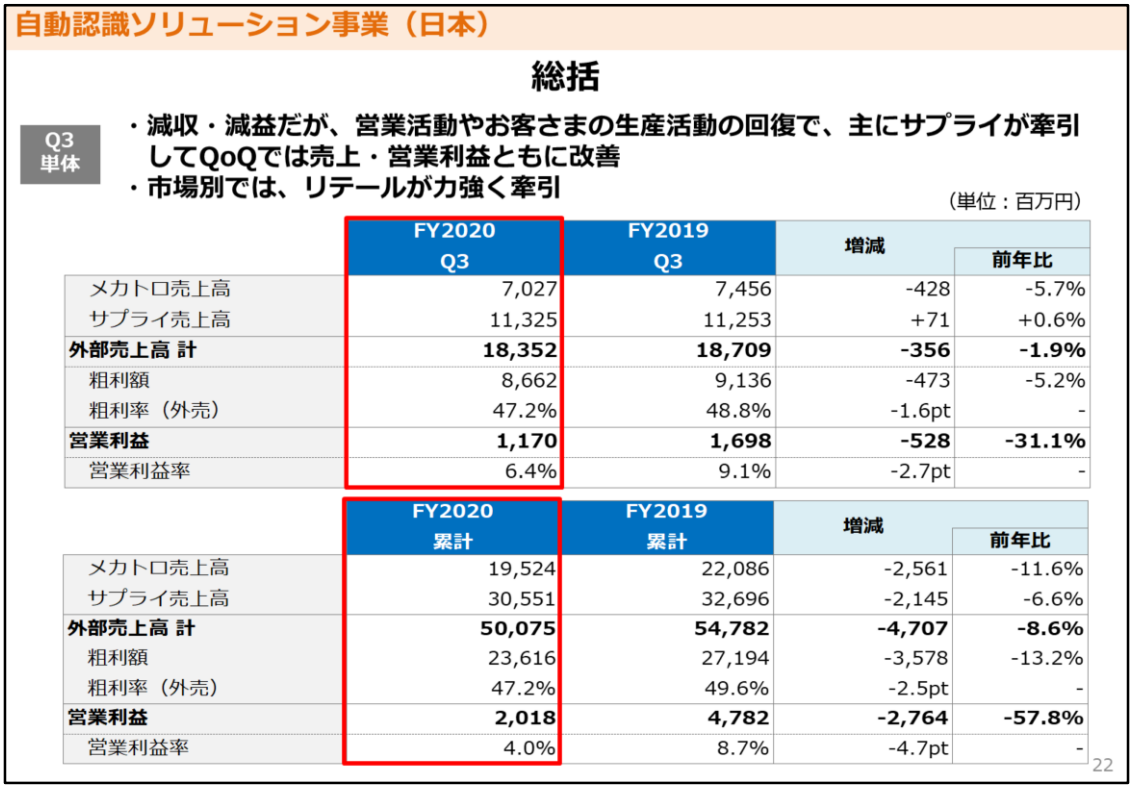
（単位：百万円）



		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
ベース	売上高	3,560	3,620	3,743	3,326	3,355	3,504	3,740	2,865	2,520	3,117	3,567
	前年比	+10.3%	+5.8%	-0.4%	-2.3%	-5.8%	-3.2%	-0.1%	-13.9%	-24.9%	-11.1%	-4.6%
	営業利益	324	502	670	350	294	374	504	176	104	196	401
	前年比	+52.3%	-1.8%	+37.9%	+18.8%	-9.4%	-25.5%	-24.7%	-49.7%	-64.5%	-47.6%	-20.5%

21

●こちらは四半期ごとの推移
●製造業のお客さまが多いこと、コト売りの浸透が他の地域よりも進んでいること、そしてプリンタ工場があることから、収益性が相対的に高い
●今年度の売上・営業利益は、製造業が中心であることから、Q1からの回復スピードは、リテール市場が主要なターゲットである米州・欧州ほど速く推移しなかった
●しかしQ3に入って製造業の回復が進み、アジア地域のQoQの増加率は、他の地域を越えた

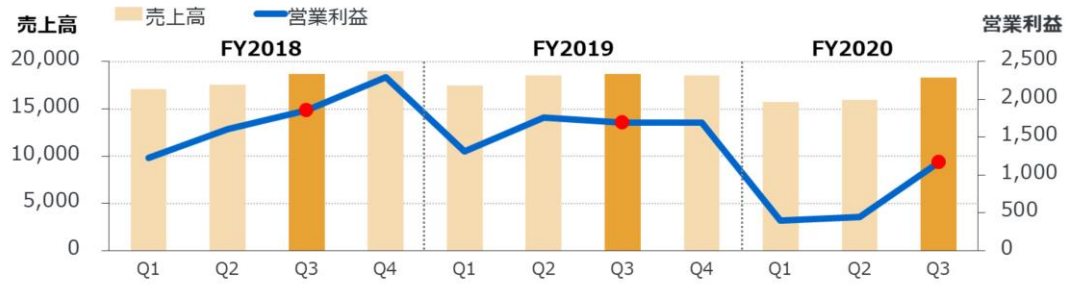


●日本事業は、減収・減益となった
●QoQでは、営業活動やお客さまの生産活動の回復で、主にサプライが牽引して売上・営業利益ともに改善した
●市場別では、食品スーパーなど好調業界に注力した結果、リテールが全体を力強く牽引した
●コロナ禍での営業活動の制限への対応として、デジタル・マーケティング・ツールの拡充や、打ち合わせをスムーズに進めるためのソリューション紹介動画などの増強を進めた
●これらは、高度化・複雑化するソリューション商談を効率的にまとめるなど、クロージングのスピードアップへの取り組みの一環でもある
●こういった上期からの取り組みの効果が徐々に顕在化しつつあり、製造業のお客さまの投資意欲が限定的な中でも、メカトロの売上も回復の兆しが見えてきた

自動認識ソリューション事業（日本）

売上高・営業利益 推移

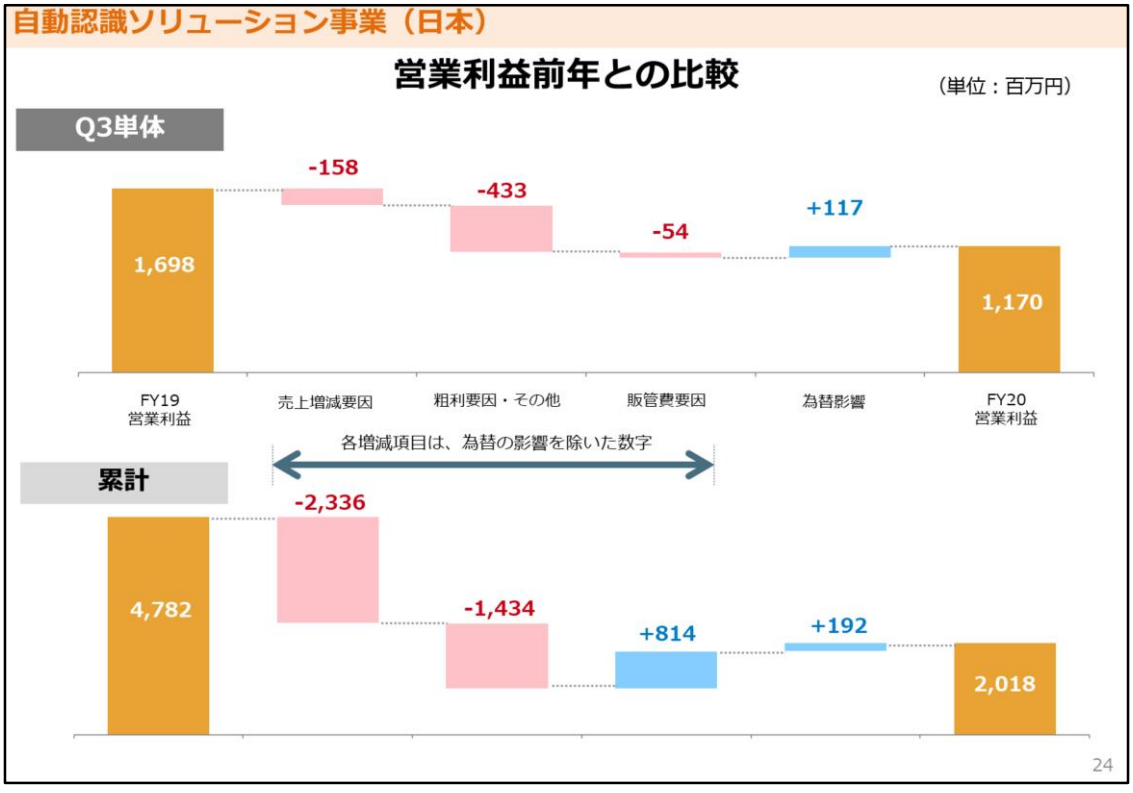
（単位：百万円）



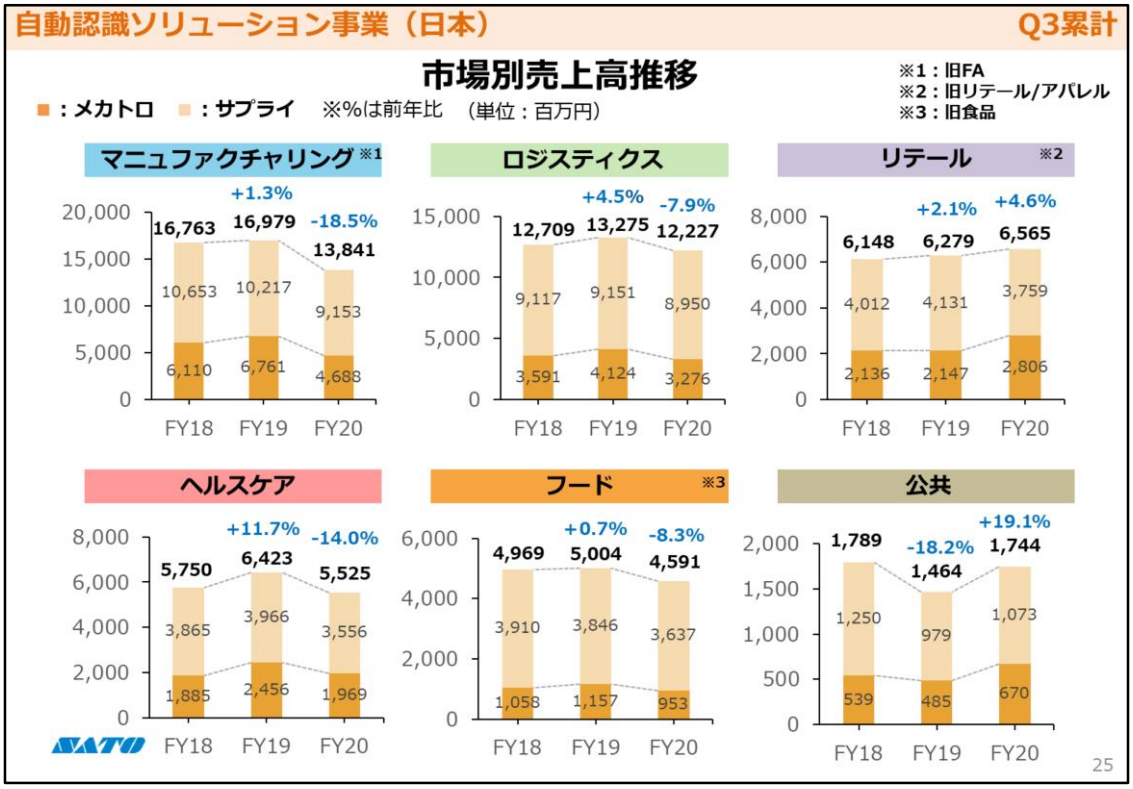
売上高	17,081	17,579	18,736	19,037	17,495	18,578	18,709	18,578	15,730	15,991	18,352
前年比	+2.7%	+0.9%	-0.9%	+8.7%	+2.4%	+5.7%	-0.1%	-2.4%	-10.1%	-13.9%	-1.9%
営業利益	1,224	1,606	1,860	2,291	1,318	1,765	1,698	1,697	399	448	1,170
前年比	+41.9%	+19.4%	+0.5%	+29.3%	+7.7%	+9.8%	-8.7%	-25.9%	-69.7%	-74.6%	-31.1%

23

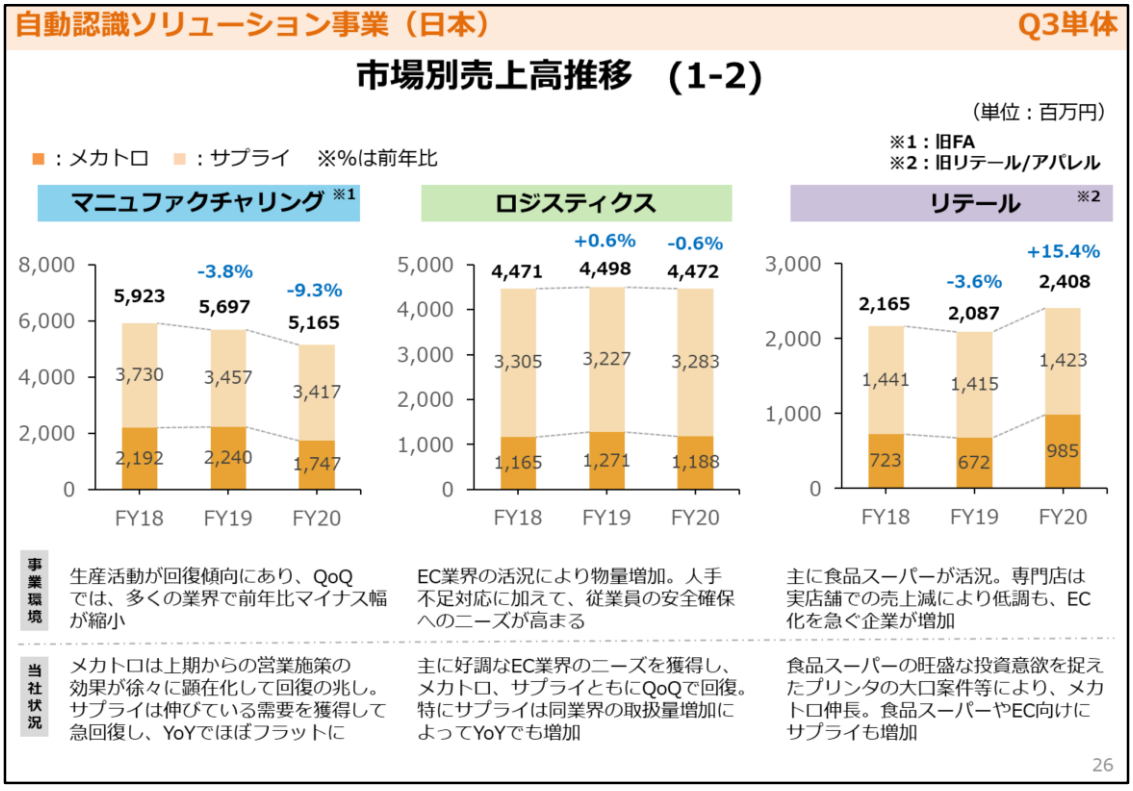
●こちらは四半期ごとの推移
●コト売りによるキラーコンテンツ、特に粗利率の高いプリンタを中心に拡販を進め、高い収益性を保持した
●今年度は、上期に、売上と利益が大きく減少した
●このような中でも、商談の種まきは怠らず現場主義の活動を継続したことが、部分的にQ3で売上・利益として顕在化した



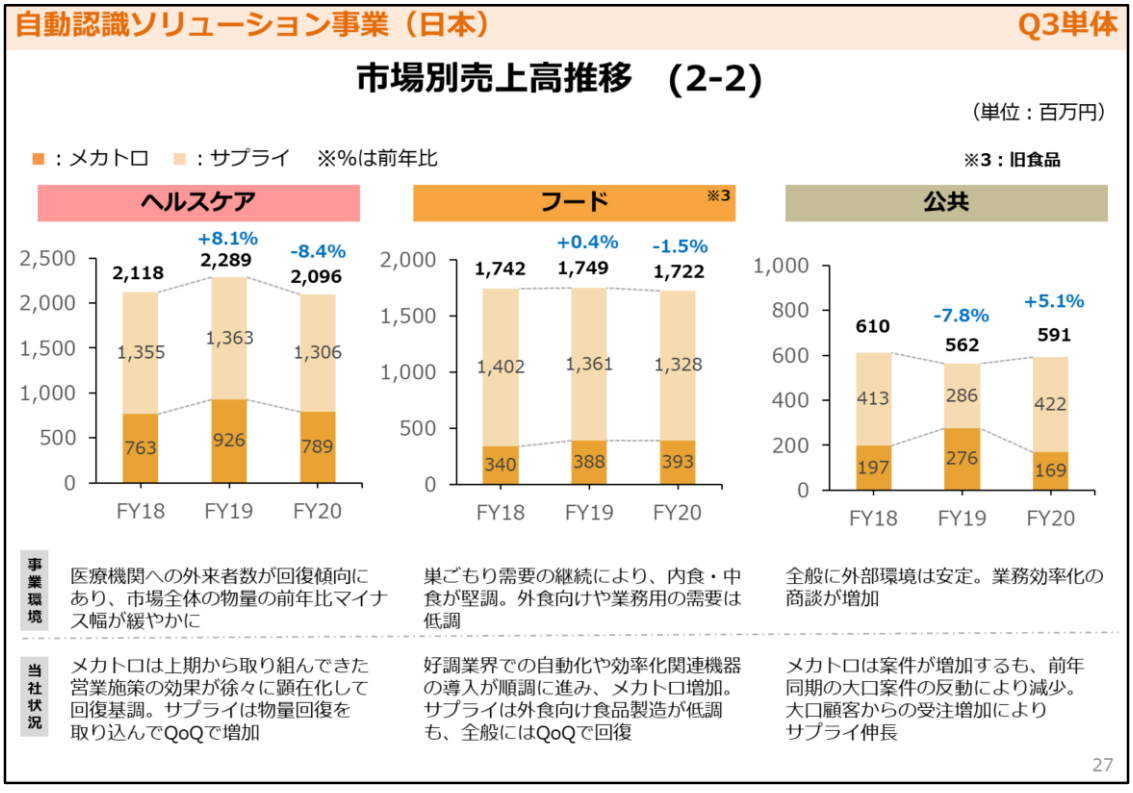
●Q3単体について説明する
●粗利要因・その他が-433百万円となった背景は、サプライの粗利率の減少、メカトロ比率の減少、輸出の減少である
●販管費要因は、旅費などの活動費の効率化を進めた一方で、生産性向上を狙った新本社の家賃計上や新ITシステムの構築に関わる費用が増え、ネットで-54百万円となった
●円高によるプリンタ輸入コストの減少により、為替影響はプラスとなった



●国内市場別状況は、このスライドではなく、次のQ3スライドで説明する



●国内市場別の売上状況は以下の通り
●マニュファクチャリング：生産活動が回復傾向にあり、業界により差異があるが、特に自動車、化学、機械でQoQの増加幅は大きくなった
●ロジスティクス：巣ごもり需要で好調な宅配などのEC業界向けを中心に営業活動を進め、微減に留まった
●リテール：最も好調な市場であり、活況な食品スーパーと小売り関連ECへの営業活動に注力した結果、メカトロ・サプライともに大きく伸長した



●ヘルスケア：メカトロは医療機器メーカー向けの自動化提案など、上期から取り組んできた営業施策の効果が顕在化して回復基調となった。サプライも病院向けなどで回復した
●フード：消費者向け食品製造など好調業界で、自動化や効率化関連機器の導入がコロナ禍でも遅延することなく順調に進み、メカトロが微増となった
●公共：大口顧客からの受注増加によりサプライが伸長した

連結

2020年度　業績計画

（単位：百万円）

	Q3累計		Q4		通期	
	実績	前年比	計画	前年比	計画 ( )内は11月10日時点	前年比
売上高	79,271	-9.7%	26,728	-6.4%	106,000 (102,500)	-8.9%
営業利益	3,777	-33.1%	1,322	-27.1%	5,100 (3,600)	-31.6%
経常利益	3,469	-35.3%	1,230	+1.7%	4,700 (3,300)	-28.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	11,604	2.8倍	-1,204	-	10,400 (9,400)	-
	<参考>					
EBITDA※	13,376	←2019年度通期			9,800 (8,300)	-26.7%

※ EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋のれん償却費

FY20 想定レート　：106円/USD, 123円/EUR
FY20 Q3累計為替レート (期中平均)：106.11円/USD, 122.43円/EUR
FY19 通期為替レート (期中平均)：108.69円/USD, 120.79円/EUR

28

●従来の通期業績見込みを上方修正する
●背景は、一部の地域や市場において、想定よりも早いペースで回復が見られ、当面その継続や広がりが見込まれるためである
●具体的には、海外では米国のリテール市場（オフプライス・リテーラー）や中国の製造業（電機・電子部品）・リテール（アパレル）、日本ではリテール（食品スーパー）が該当する
●Q4単体では、親会社株主に帰属する当期純損失となる予定である。昨年11月に開示した英国子会社の年金バイアウトが、今年1月に実行され、それに伴い、特別損失約1,600百万円の計上を見込むためである

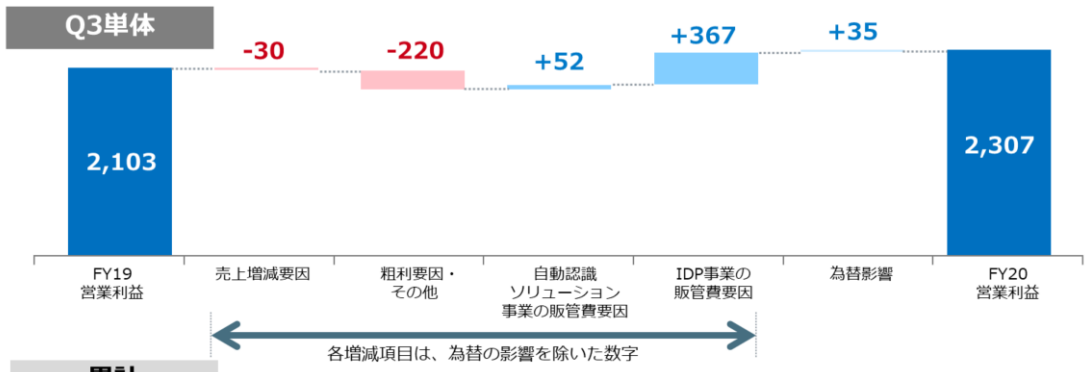
Appendix

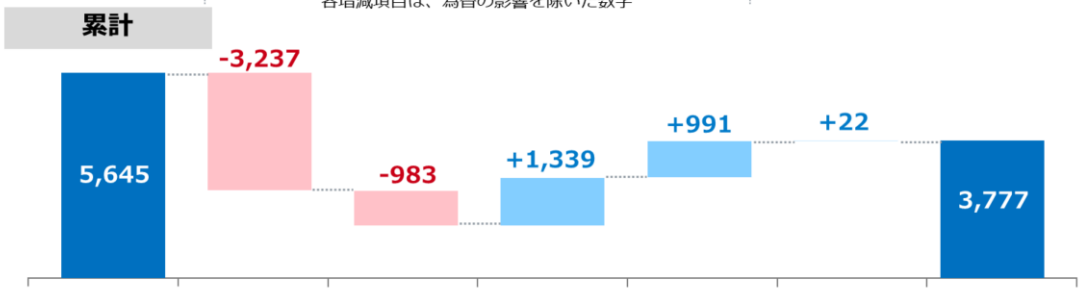
補足資料　P.30～P.35
用語集　P.36～P.39

連結

営業利益前年との比較

（単位：百万円）



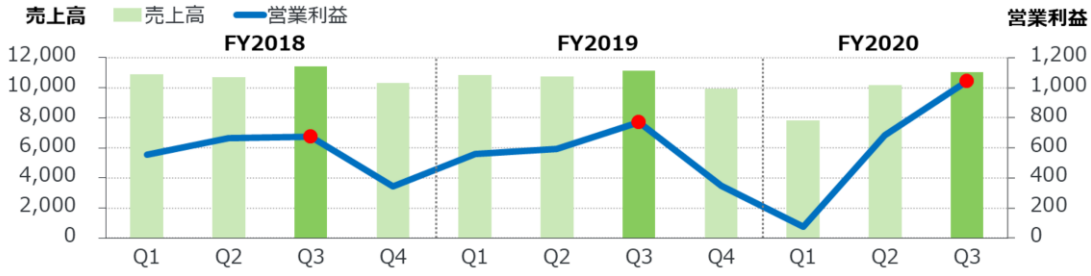


30

自動認識ソリューション事業（海外）

売上高・営業利益 推移

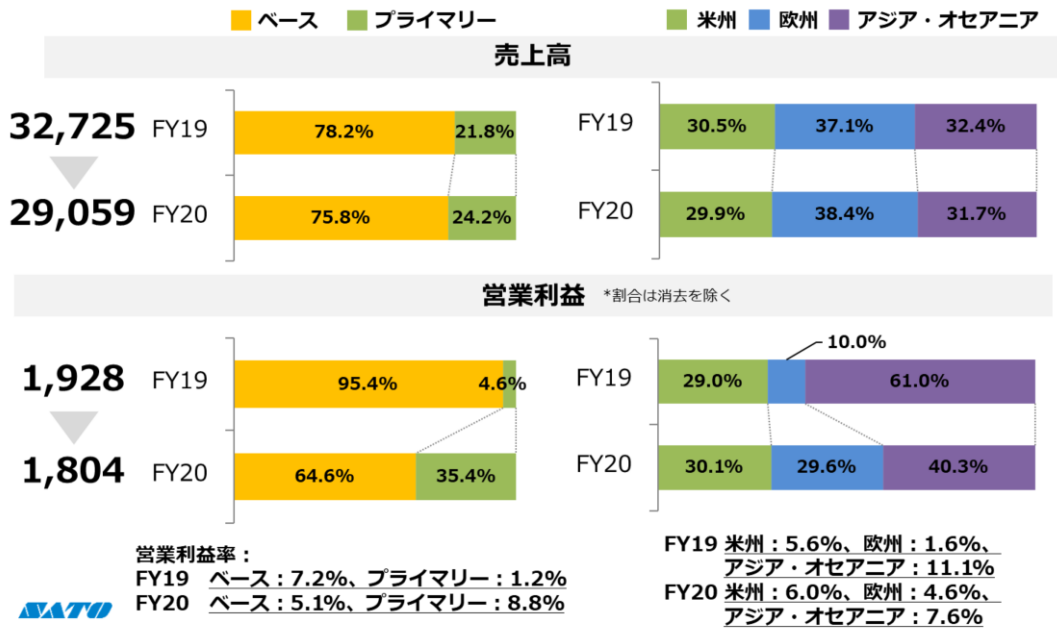
（単位：百万円）



売上高	10,910	10,686	11,419	10,298	10,867	10,739	11,118	9,922	7,844	10,168	11,045
前年比	+8.2%	+1.6%	+1.7%	-4.2%	-0.4%	+0.5%	-2.6%	-3.7%	-27.8%	-5.3%	-0.7%
営業利益	553	667	674	344	560	595	772	349	77	683	1,043
前年比	+49.8%	-8.6%	+1.6%	3.4倍	+1.2%	-10.7%	+14.6%	+1.4%	-86.1%	+14.8%	+35.1%

売上高及び営業利益構成 (事業別・地域別)

（単位：百万円）

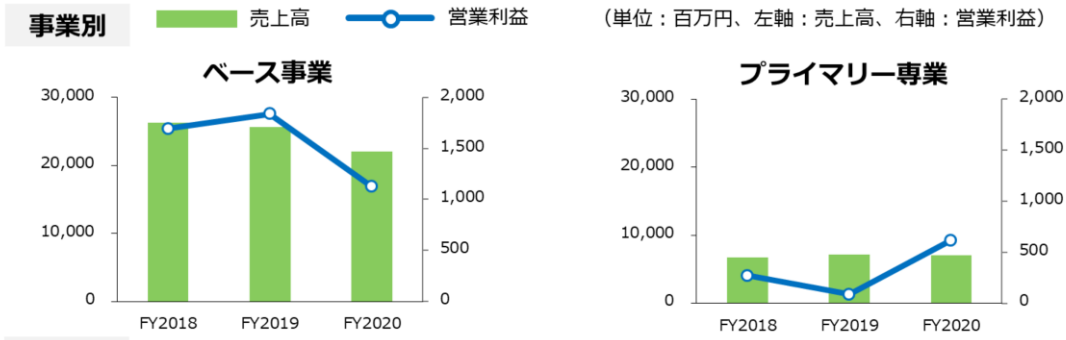


営業利益率：
FY19 ベース：7.2%、プライマリー：1.2%
FY20 ベース：5.1%、プライマリー：8.8%

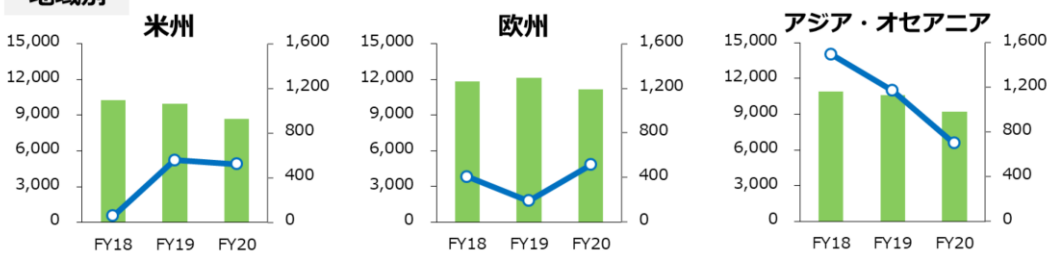
FY19 米州：5.6%、欧州：1.6%、アジア・オセアニア：11.1%
FY20 米州：6.0%、欧州：4.6%、アジア・オセアニア：7.6%

事業別及び地域別売上高及び営業利益推移

事業別



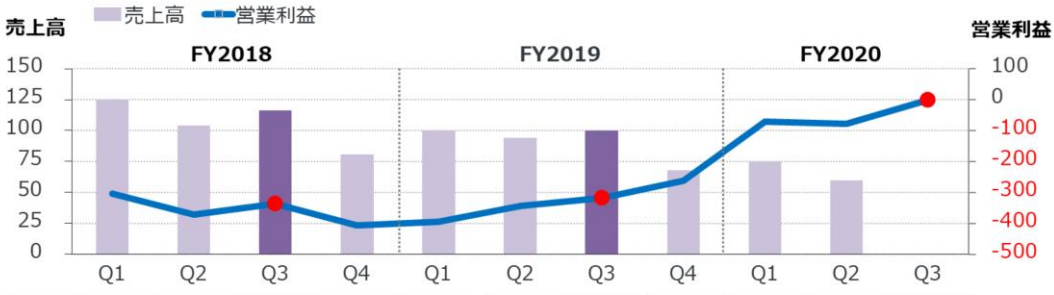
地域別



IDP事業

売上高・営業利益 推移

（単位：百万円）

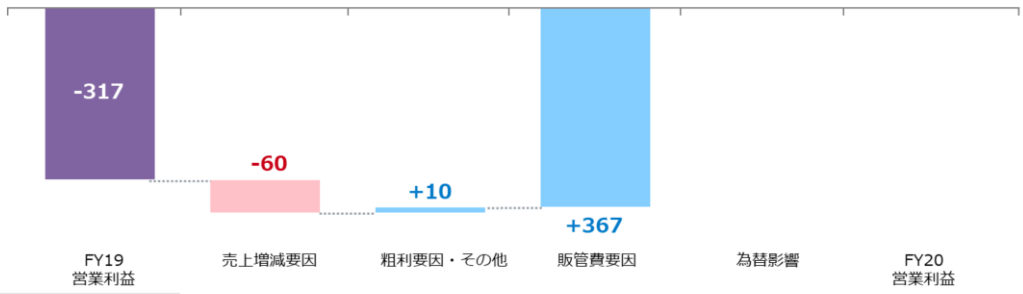


売上高	125	104	116	81	100	94	100	68	75	60	0
前年比	+53.2%	+34.0%	2.1倍	-18.9%	-20.0%	-10.0%	-13.8%	-15.5%	-24.6%	-35.9%	-
営業利益	-303	-372	-337	-407	-394	-343	-317	-261	-70	-77	0
前年比	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

営業利益前年との比較

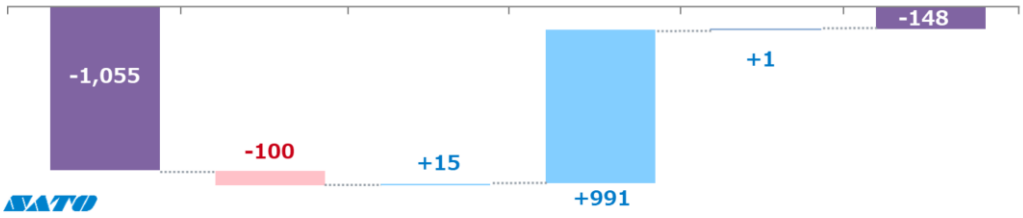
（単位：百万円）

Q3単体



累計

各増減項目は、為替の影響を除いた数字



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」。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.へ譲渡。
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（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。

※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	さまざまな市場・業界のお客さまの現場と向き合い、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)、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）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印刷技術。

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。2020年9月、同社の全株式をDataLase Holdings Ltd.へ譲渡。
	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2021年2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