2022年 5月 10日（火）

サトーホールディングス株式会社

2022年3月期 決算説明資料

証券コード：6287

FY21実績

中期
経営計画
FY21-23

FY21実績

中期
経営計画
FY21-23

決算ハイライト

【連結】

通期（4～3月）は前年比で増収・増益。**売上は計画を上回って過去最高で着地。営業利益もコスト増を吸収して計画を達成。**
Q4（1～3月）は前年同期比で同増収・減益

【自動認識ソリューション事業　海外】

通期・Q4ともに増収・増益。通期は売上・営業利益とも、計画を上回って過去最高で着地。

【自動認識ソリューション事業　日本】

通期は、主にマニュファクチャリングがけん引して増収、計画を上回って着地。一過性のコスト増や成長投資で減益、計画未達。
Q4は、売上は微増。コスト増等で減益

事業セグメント別売上高及び営業利益

（単位：百万円）

□ は過去最高

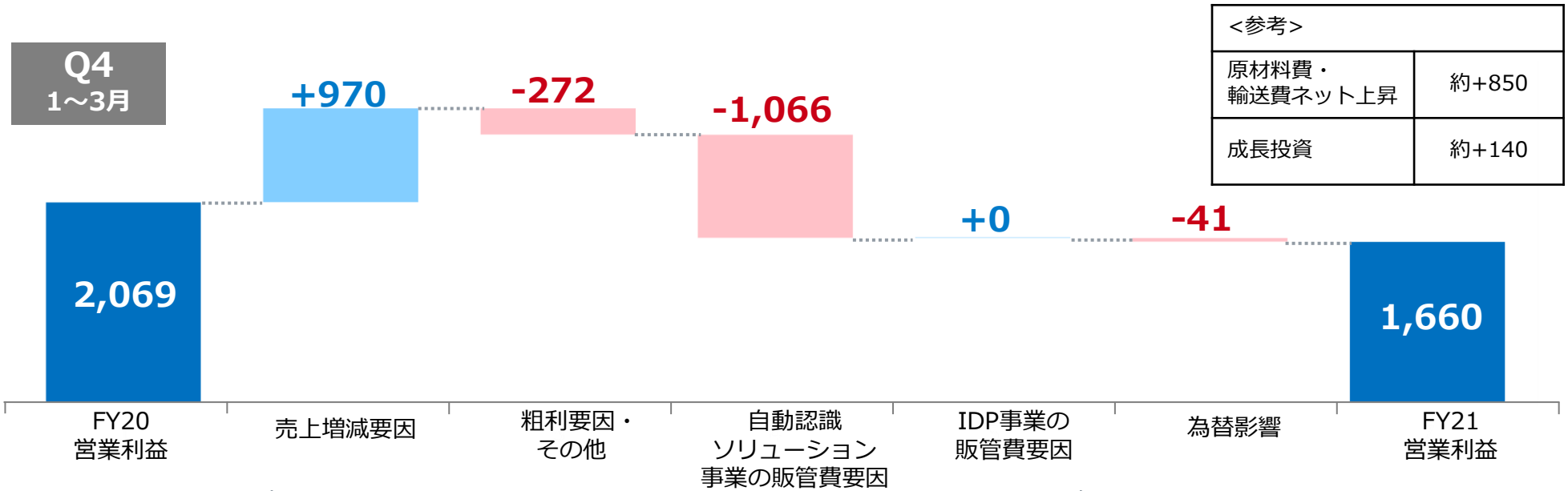
		FY2021※2	FY2020	前年比	除く為替
自動認識ソリューション事業	売上高	124,783	108,916	+14.6%	+12.1%
	営業利益	6,350	5,906	+7.5%	+6.5%
海外	売上高	52,496 (50,000)	40,349	+30.1%	+23.4%
	営業利益	3,978 (3,400)	2,684	+48.2%	+42.8%
日本	売上高	72,287 (72,000)	68,566	+5.4%	+5.4%
	営業利益	2,372 (2,900)	3,221	-26.4%	-23.7%
IDP事業※1	売上高	0	136	-	-
	営業利益	0	-148	-	-
連結（消去後）	売上高	124,783 (122,000)	109,052	+14.4%	+11.9%
	営業利益	6,404 (6,400)	5,847	+9.5%	+8.5%

※1　IDP事業：2020年9月、全株式をDataLase Holdings Ltd.へ譲渡
※2（）内は2021年11月10日時点計画

営業利益前年との比較

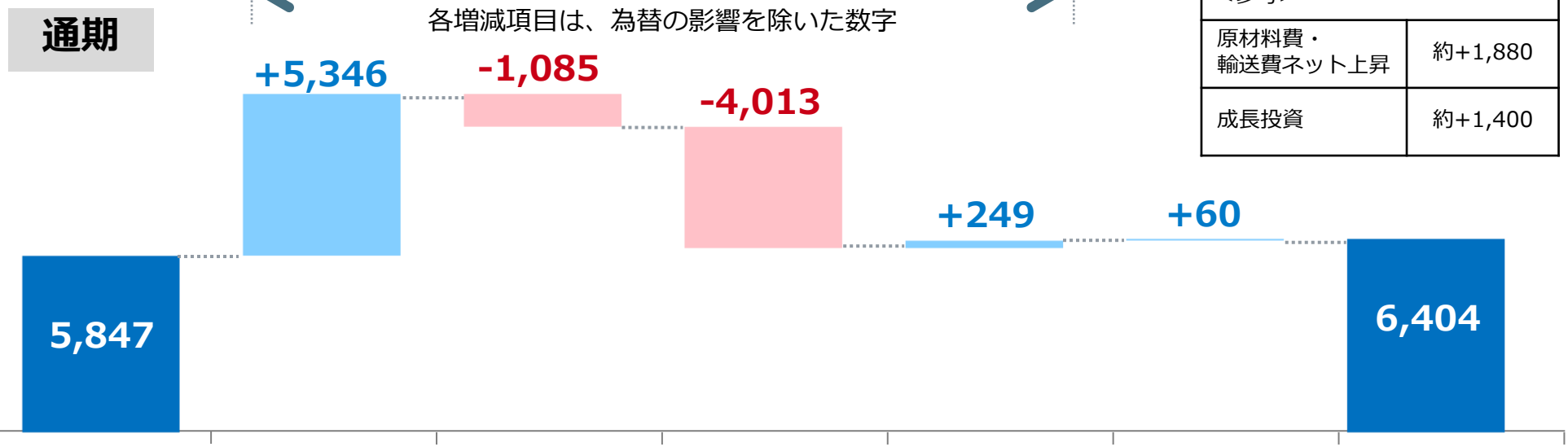
※p.13記載の「計上区分の変更」は考慮せず

（単位：百万円）



<参考>	
原材料費・ 輸送費ネット上昇	約+850
成長投資	約+140

各増減項目は、為替の影響を除いた数字



<参考>	
原材料費・ 輸送費ネット上昇	約+1,880
成長投資	約+1,400

業績

（単位：百万円）

	FY2021	FY2020	増減	前年比
売 上 高	124,783	109,052	+15,731	+14.4%
営業利益	6,404	5,847	+556	+9.5%
営業利益率	5.1%	5.4%	-0.2pt	-
経常利益	6,057	5,521	+535	+9.7%
親会社株主に帰属する四半期純利益 ※1	3,794	12,959	-9,165	-70.7%
実効税率 ※2	33.6%	9.6%	+24.0pt	-
EBITDA ※3	10,861	10,163	+697	+6.9%

FY21 通期 為替レート（期中平均）：112.39円/USD, 130.54円/EUR （FY20 通期 同為替レート：106.10円/USD, 123.75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+459百万円、営業利益+17百万円（FY21通期ベース）

※1 FY20 Q3に旧本社売却にともなう固定資産売却益を計上
※2 親会社株主に属する四半期純利益、実効税率
FY2020は、IDP事業譲渡に伴い、前期末に親会社で計上したDataLase社株式の減損損失に係る法人税等調整額の計上あり
※3 EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋のれん償却費
・減価償却 FY21： 4,220百万円 FY20： 4,092百万円
・のれん償却 FY21： 236百万円 FY20： 223百万円

総括

Q4
1～3月

旺盛な需要をコト売りやプリンタ供給体制強化で確実に捉え、全地域で増収。
増収効果がコスト増を吸収し、価格転嫁も寄与して増益

（単位：百万円）

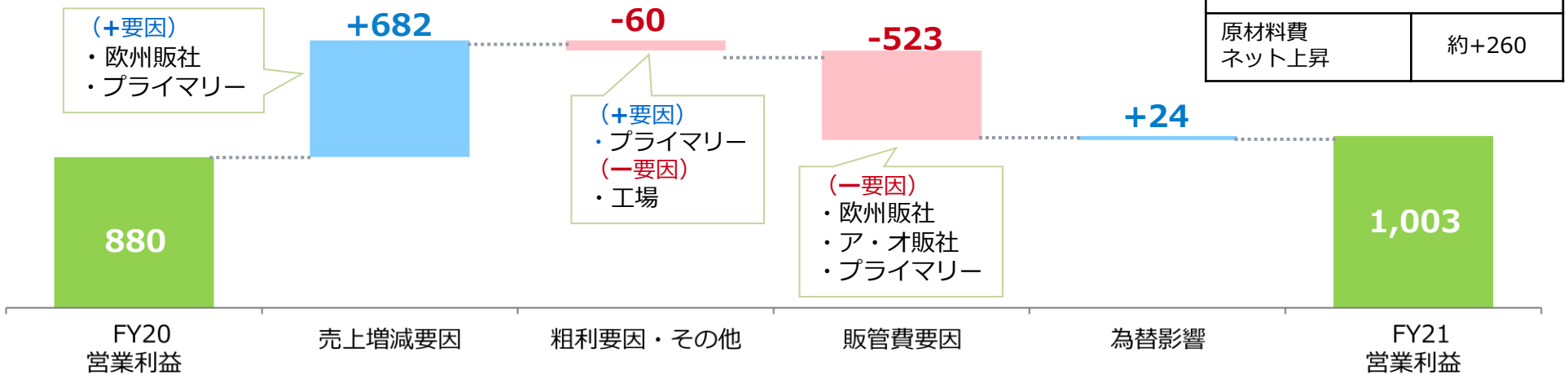
	FY2021 Q4	FY2020 Q4	増減	%	除く為替
売上高	**13,423**	**11,290**	**+2,133**	**+18.9%**	**+14.0%**
粗利額	4,851	4,018	+832	+20.7%	-
粗利率（外売）	36.1%	35.6%	+0.5pt	-	-
営業利益	**1,003**	**880**	**+123**	**+14.0%**	**+11.2%**
営業利益率	7.5%	7.8%	-0.3pt	-	-

	FY2021	FY2020	増減	%	除く為替
売上高	**52,496**	**40,349**	**+12,146**	**+30.1%**	**+23.4%**
粗利額	18,140	14,435	+3,704	+25.7%	-
粗利率（外売）	34.6%	35.8%	-1.2pt	-	-
営業利益	**3,978**	**2,684**	**+1,293**	**+48.2%**	**+42.8%**
営業利益率	7.6%	6.7%	+0.9pt	-	-

営業利益前年との比較

（単位：百万円）

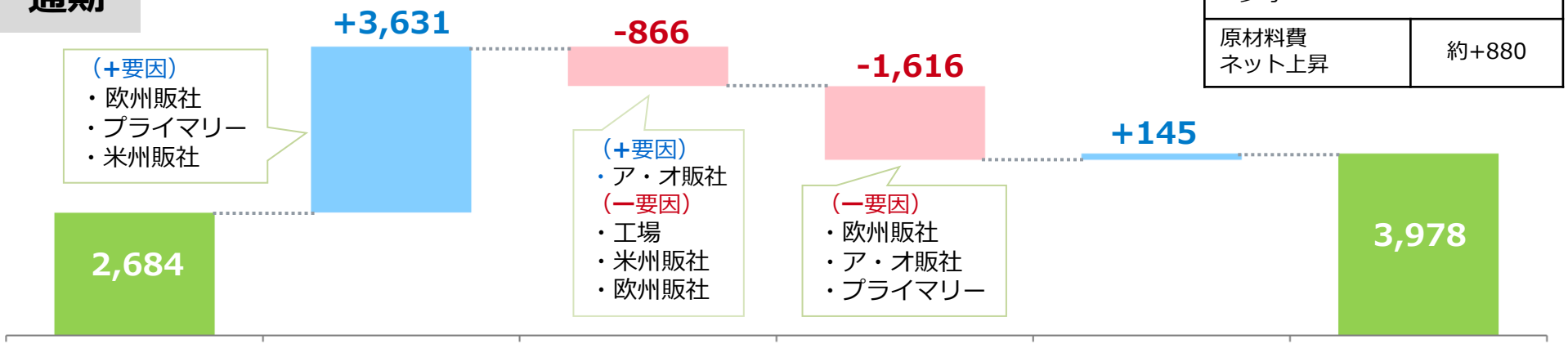
Q4 1～3月



<参考>	
原材料費 ネット上昇	約+260

各増減項目は、為替の影響を除いた数字

通期



<参考>	
原材料費 ネット上昇	約+880

自動認識ソリューション事業（海外）地域別内訳

米州

Q4
1～3月

ベース事業：活況な米国のリテール市場におけるプリンタ販売がけん引して増収。
増収効果がコスト増を吸収して増益
プライマリー専業：生活インフラ業界向けが堅調で増収・増益

（単位：百万円）

		FY2021 Q4	FY2020 Q4	増減	%	除く為替
ベース事業	売上高	3,456	3,140	+316	+10.1%	+0.7%
	営業利益	176	156	+20	+13.1%	+4.1%
プライマリー専業 ・Achernar社 ・Prakolar社	売上高	717	576	+141	+24.6%	+19.6%
	営業利益	102	93	+8	+9.2%	+13.8%
合計	売上高	4,174	3,716	+458	+12.3%	+3.6%
	営業利益	279	250	+29	+11.6%	+7.8%

		FY2021	FY2020	増減	%	除く為替
ベース事業	売上高	13,440	10,376	+3,063	+29.5%	+22.8%
	営業利益	655	514	+141	+27.5%	+21.9%
プライマリー専業 ・Achernar社 ・Prakolar社	売上高	2,586	2,024	+561	+27.7%	+31.8%
	営業利益	369	259	+110	+42.7%	+61.3%
合計	売上高	16,026	12,401	+3,625	+29.2%	+24.3%
	営業利益	1,025	773	+251	+32.6%	+35.1%

自動認識ソリューション事業（海外）地域別内訳

欧州

Q4
1～3月

ベース事業：食品スーパーや外食など好調業界に引き続き注力し、増収。
増収効果がコスト増を吸収して増益
プライマリー専業：ロシアのOkil社における食品・飲料など既存ビジネスの深耕により増収。
売上伸長効果などにより増益

（単位：百万円）

		FY2021 Q4	FY2020 Q4	増減		
					%	除く為替
ベース事業	売上高	2,749	1,996	+752	+37.7%	+33.6%
	営業利益	117	20	+96	5.7倍	5.6倍
プライマリー専業 ・Okil社 ・X-Pack社	売上高	2,499	1,737	+762	+43.8%	+50.6%
	営業利益	441	45	+396	9.7倍	9.7倍
合計	売上高	5,249	3,734	+1,514	+40.6%	+41.5%
	営業利益	559	66	+493	8.5倍	8.4倍

		FY2021	FY2020	増減		
					%	除く為替
ベース事業	売上高	10,674	7,588	+3,085	+40.7%	+32.1%
	営業利益	451	84	+367	5.3倍	5.1倍
プライマリー専業 ・Okil社 ・X-Pack社	売上高	9,701	7,314	+2,387	+32.6%	+29.0%
	営業利益	848	497	+351	+70.7%	+66.0%
合計	売上高	20,375	14,902	+5,472	+36.7%	+30.6%
	営業利益	1,300	581	+718	2.2倍	2.2倍

アジア・オセアニア

Q4
1～3月

ベース事業：一部販社が感染症再拡大による活動制限の影響を受けながらも、増収。
主にプリンタ部材の一時的なコスト増で工場利益が減少し、減益

（単位：百万円）

		FY2021 Q4	FY2020 Q4	増減	%	除く為替
ベース事業	売上高	4,000	3,839	+161	+4.2%	-2.7%
	営業利益	208	556	-348	-62.6%	-64.7%

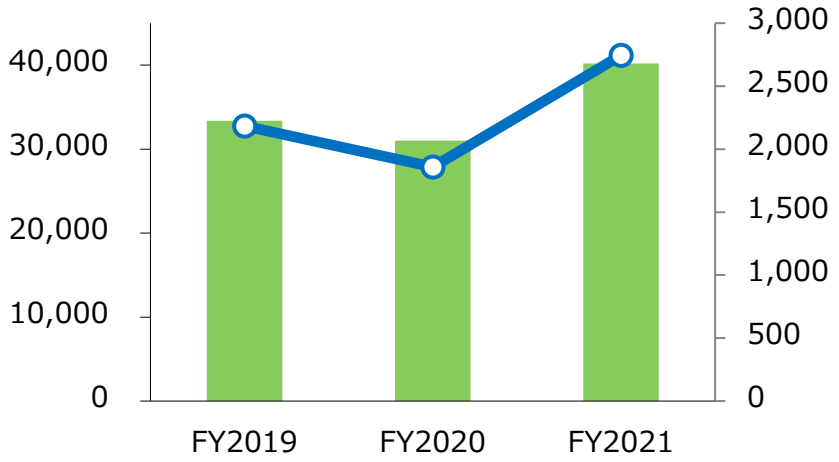
		FY2021	FY2020	増減	%	除く為替
ベース事業	売上高	16,094	13,045	+3,048	+23.4%	+14.3%
	営業利益	1,637	1,258	+379	+30.1%	+20.5%

事業別及び地域別売上高及び営業利益推移

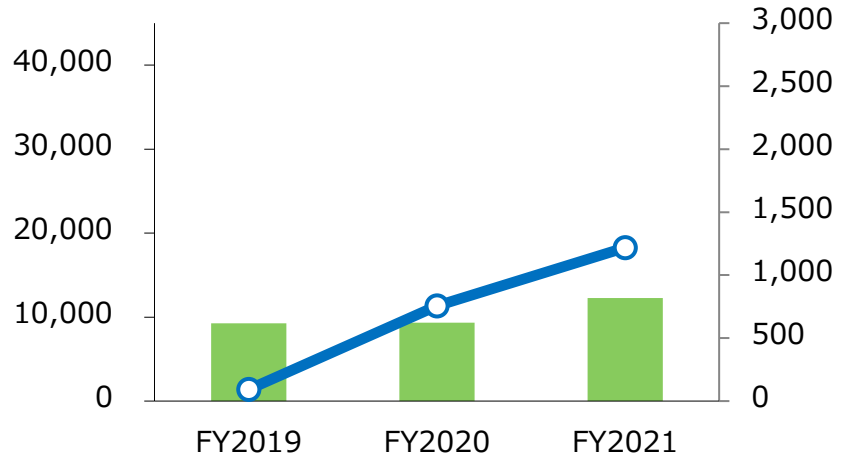
事業別

売上高　営業利益　（単位：百万円、左軸：売上高、右軸：営業利益）

ベース事業

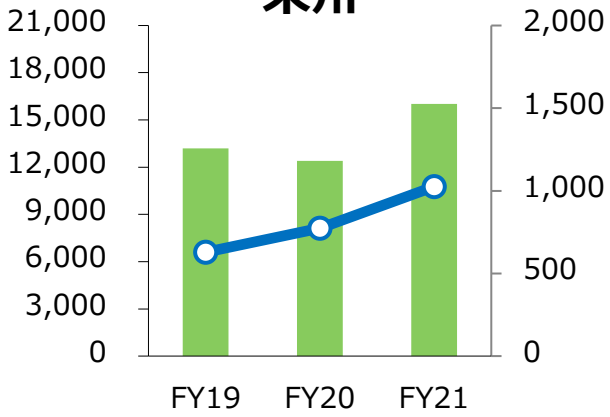


プライマリー専業

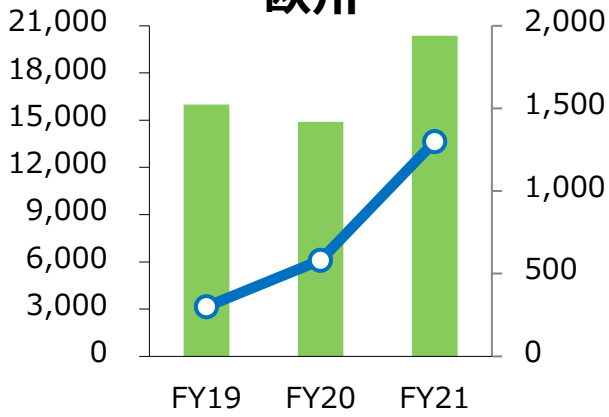


地域別

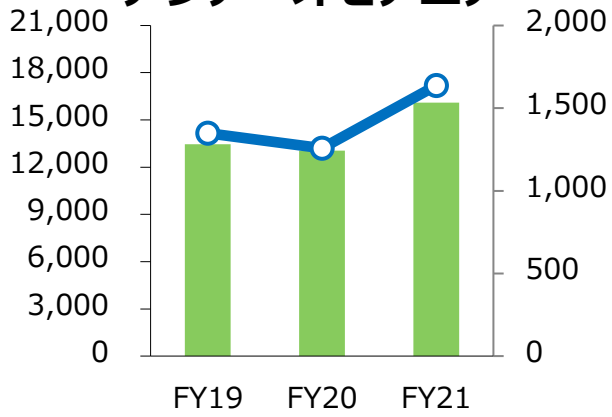
米州



欧州



アジア・オセアニア



総括

Q4
1～3月

売上は微増。リテール等での前年同期の大口剥落を、マニュの回復やヘルスケアの大口案件でカバー。部材などの原価上昇、成長投資や輸送コスト上昇などで減益

（単位：百万円）

	FY2021 Q4	FY2020 Q4	増減	前年比
メカトロ売上高	8,567	8,443	+123	+1.5%
サプライ売上高	10,404	10,047	+356	+3.6%
外部売上高 計	**18,971**	**18,490**	**+480**	**+2.6%**
粗利額	8,712	9,019	-306	-3.4%
粗利率（外売）	45.9%	48.8%	-2.9pt	-
営業利益	**682**	**1,203**	**-521**	**-43.3%**
営業利益率	3.6%	6.5%	-2.9pt	-

	FY2021	FY2020	増減	前年比
メカトロ売上高	29,560	27,968	+1,592	+5.7%
サプライ売上高	42,726	40,598	+2,128	+5.2%
外部売上高 計	**72,287**	**68,566**	**+3,720**	**+5.4%**
粗利額	33,616	32,635	+980	+3.0%
粗利率（外売）	46.5%	47.6%	-1.1pt	-
営業利益	**2,372**	**3,221**	**-848**	**-26.4%**
営業利益率	3.3%	4.7%	-1.4pt	-

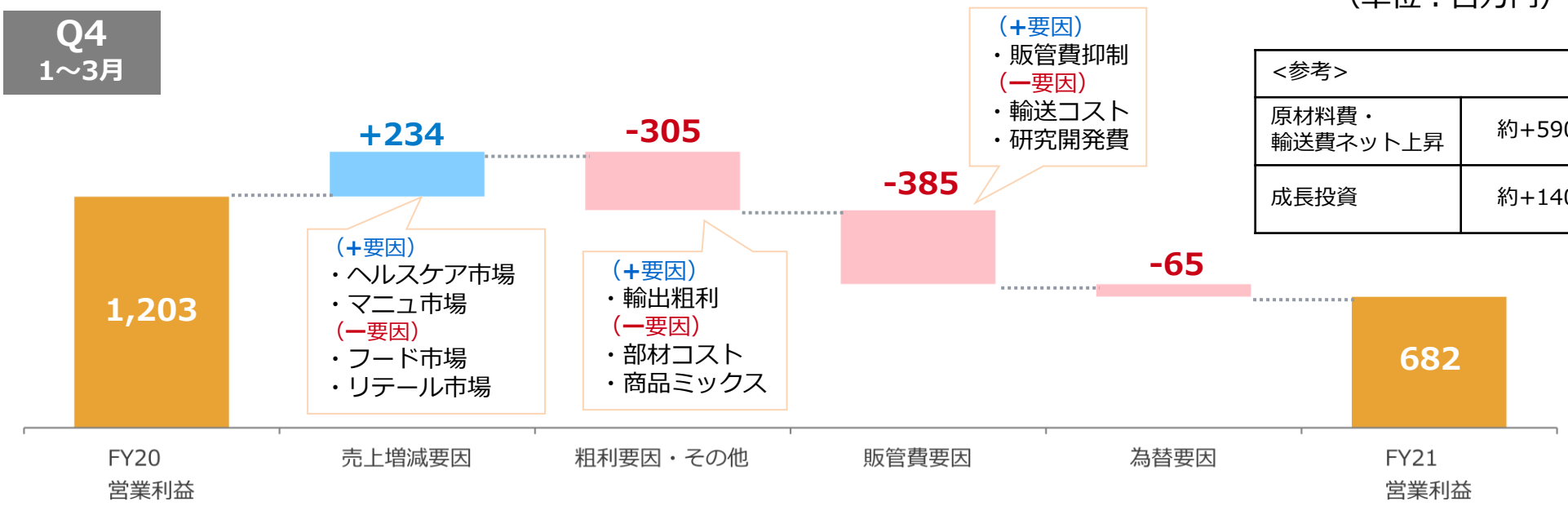
メカトロ：プリンタやラベル自動貼付機器、スキャナ、ハンドラベラーなどのハードウェア、ソフトウェア、保守サポートなど
サプライ：消耗品。可変情報ラベル、RFIDタグ、プライマリーラベル（商品シール）、リボンなど
※ 粗利率低下の主因は、保守に関わる費用の販管費から原価への計上区分変更

営業利益前年との比較

※p.13記載の「計上区分の変更」は考慮せず

（単位：百万円）

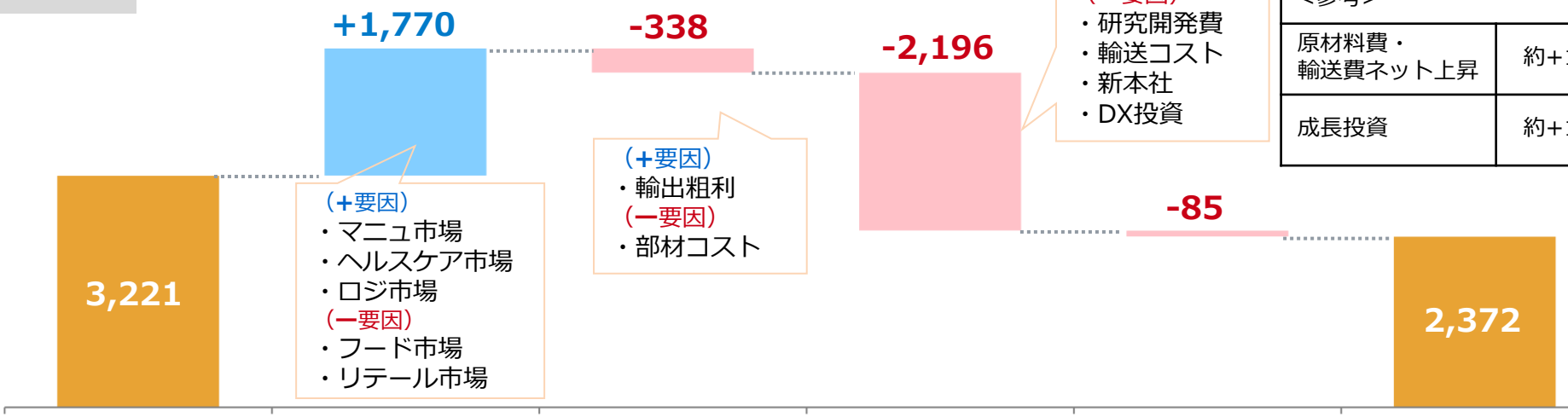
Q4 1～3月



<参考>	
原材料費・輸送費ネット上昇	約+590
成長投資	約+140

各増減項目は、為替の影響を除いた数字

通期



<参考>	
原材料費・輸送費ネット上昇	約+1,000
成長投資	約+1,400

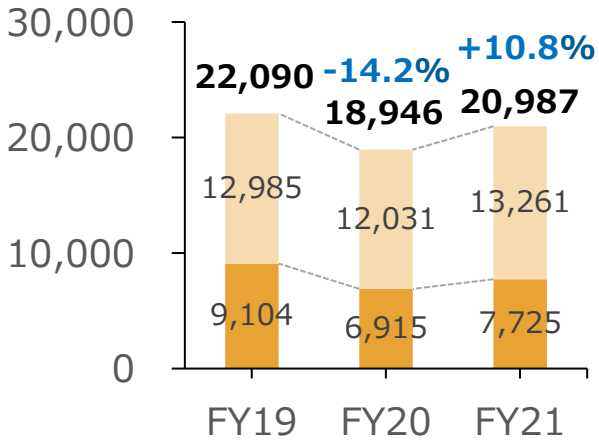
市場別売上高推移

注：2021年度より市場区分を改定
2019年度及び2020年度数値は遡及修正後

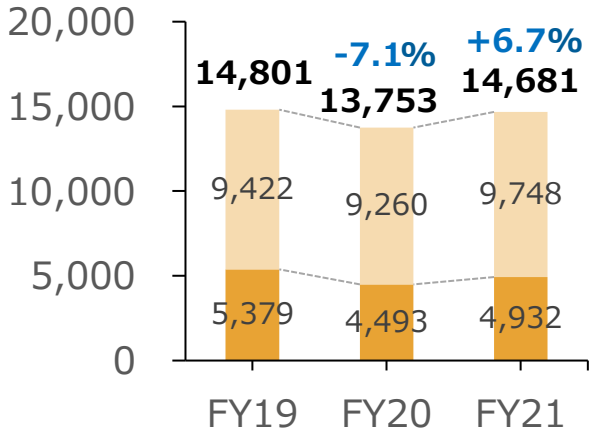
■：メカトロ　■：サプライ　※%は前年比

（単位：百万円）

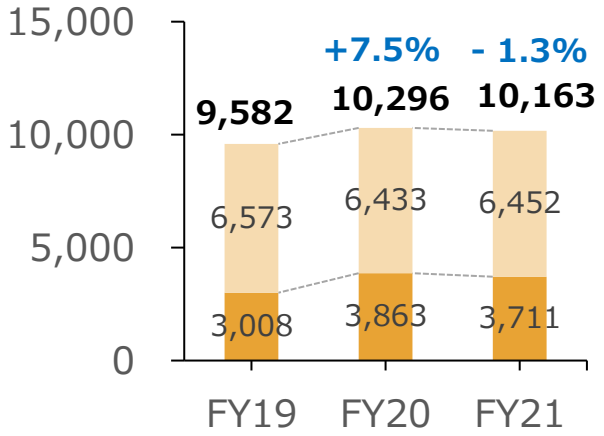
マニュファクチャリング



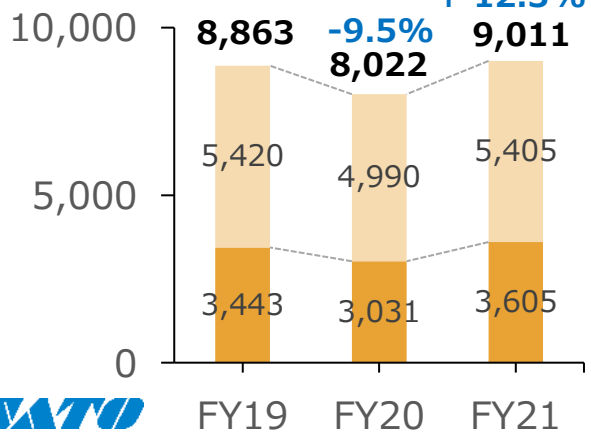
ロジスティクス



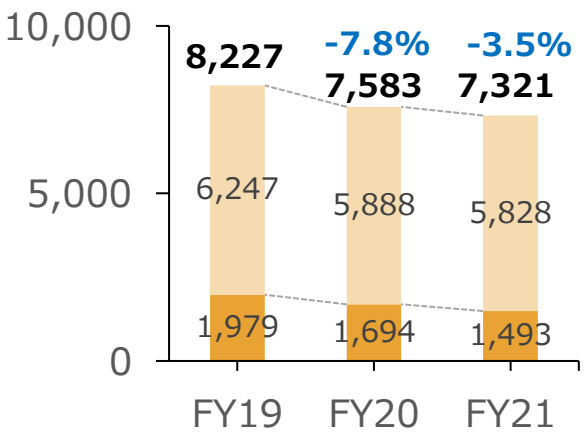
リテール



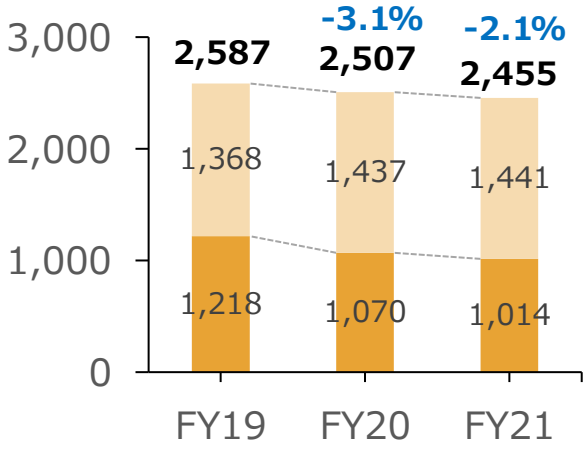
ヘルスケア



フード



公共

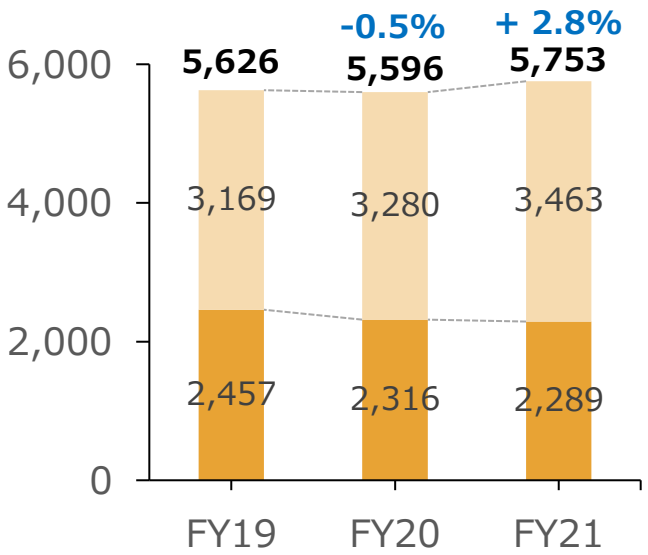


市場別売上高推移　(1/2)

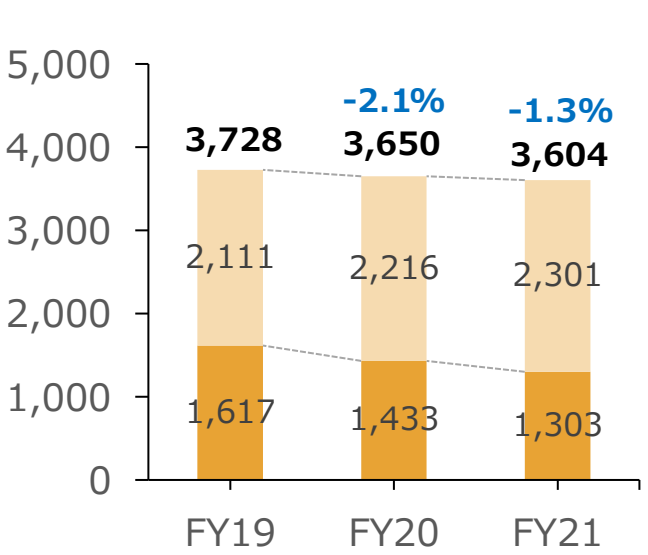
■：メカトロ　■：サプライ　※%は前年同期比

（単位：百万円）

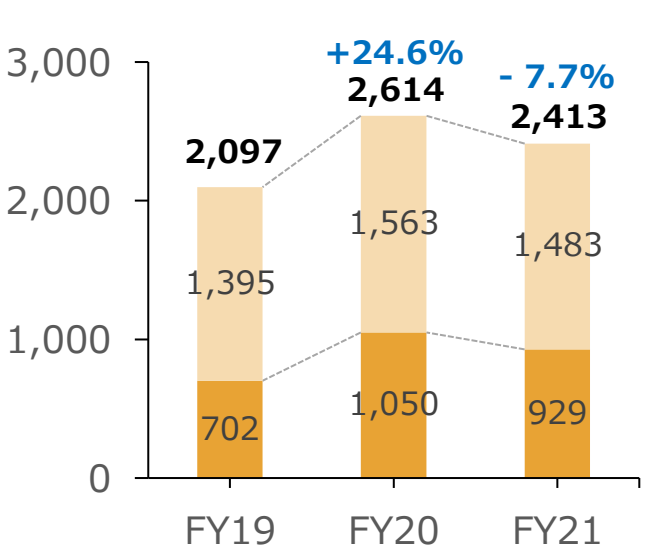
マニュファクチャリング



ロジスティクス



リテール



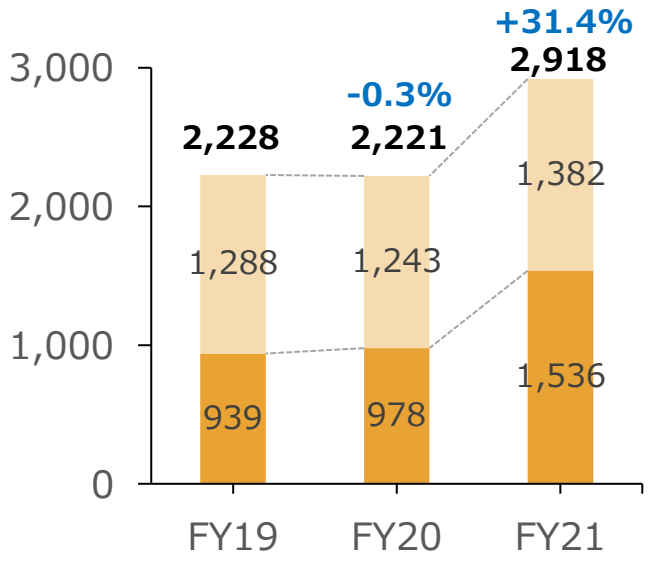
	マニュファクチャリング	ロジスティクス	リテール
事業環境	半導体の需要増から、関連する化学業界や電子部品は好調。一方、自動車や鉄鋼業界は生産活動が停滞	ECの拡大や巣ごもり需要の継続に各業界が対応。自動化やDX化などへのニーズが引き続き増大	食品スーパーの需要拡大は一服も、DX化や効率化、EC化など必要な投資は継続。EC業界は引き続き活況
当社状況	サプライは好調業界がけん引して伸長。メカトロは、人手不足やDX化への対応ニーズでRFIDなどが好調も、販売の後ずれなどで微減	サプライは物量増がけん引して伸長。メカトロは入出荷管理などの用途で自動化やRFIDへの需要が好調も、卸業の回復が鈍く減少	サプライは、食品スーパーの巣ごもり需要の一服感などから減少。メカトロは人手不足対応などニーズは継続も、前年同期の大口案件の剥落により減少

市場別売上高推移　(2/2)

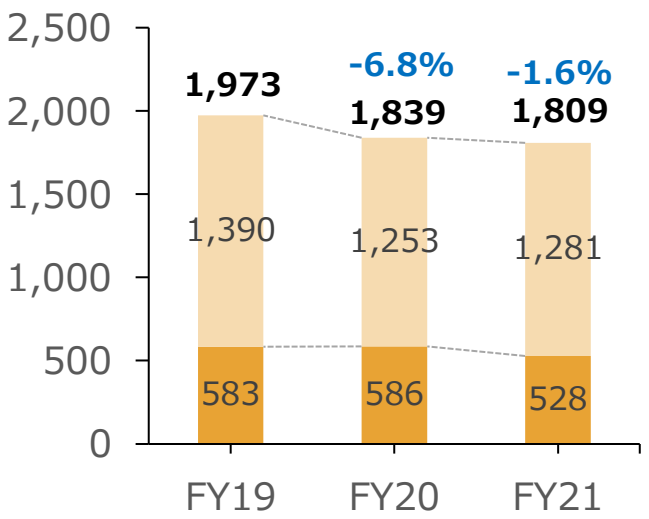
■：メカトロ　■：サプライ　※%は前年同期比

（単位：百万円）

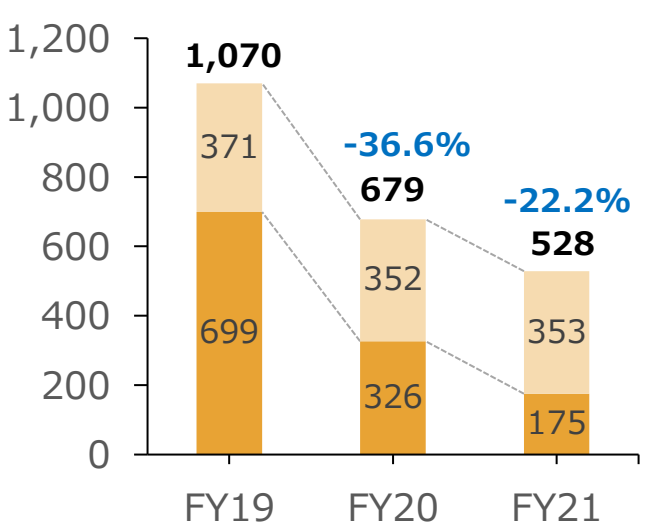
ヘルスケア



フード



公共



	ヘルスケア	フード	公共
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。自動化などへの投資意欲が回復傾向	法令対応や品質管理意識向上、人手不足を背景に、トレーサビリティや業務効率化、自動化などの需要が継続	全般に外部環境は安定
当社状況	サプライ、メカトロともに、病院からの需要回復に加え、医療機器の大口案件によって大幅に伸長	サプライは主に食品製造の表示ラベルの需要継続などから微増。メカトロは外食が回復傾向にあるも、前年同期にあった製造業の大口案件の剥落により減少	サプライは堅調に推移して横ばい。メカトロは前年同期の大口案件の剥落により減少

営業利益インパクト <総括>

期初想定外の諸コストが発生も、対応策を進めてインパクトを抑制

ネガティブインパクト	約3,000百万円
ポジティブインパクト	約1,970百万円
合計	約1,030百万円

価格転嫁の進捗状況

	海外	日本
プリンタ	新規案件について、価格転嫁を順次開始。効果発現まで遅行性あり。	海外と同様
ラベル	早期に実施開始。一部、価格転嫁の効果発現あり	Q4より順次実施。FY22期初からの平均10%の値上げ実施を発表

営業利益インパクト <内訳>

・粗利：各コストがQ3想定時より増加も、価格転嫁が一定程度進捗
・販管費：輸送コストが増加も効率執行を進め、ほぼ想定通りに着地

ネガティブ　ポジティブ（対応策）

		FY21 Q4累計	対Q3時想定
粗利	プリンタ 製造コストの上昇	約1,000百万円	想定より増
	ラベル 原材料価格の上昇	約1,200百万円	想定より増
	プリンタ 価格転嫁、コストダウン	約20百万円	想定より減
	ラベル 価格転嫁、コストダウン	約1,000百万円	想定より増
	・高付加価値ソリューション提供加速 ・プリンタ拡販	約350百万円	想定より増
販管費	プリンタ 輸送コストの上昇	約650百万円	想定より増
	戦略投資のスコープ拡大※	約150百万円	想定より減
	販管費の効率執行	約600百万円	想定より増

※ Q4より、算出前提を見直し

2022年度　業績計画

（単位：百万円）

	FY2022 (計画)	FY2021 (実績)	増減	%
売 上 高	119,000	124,783	-5,783	-4.6%
営業利益	8,000	6,404	+1,595	+24.9%
営業利益率	6.7%	5.1%	+1.6pt	-
経常利益	7,800	6,057	+1,742	+28.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,400	3,794	-394	-10.4%
EBITDA※	12,500	10,861	+1,638	+15.1%

※ EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋のれん償却費

FY22 想定レート　　：　120円/USD,　135円/EUR
FY21 通期為替レート (期中平均)：112.39円/USD,　130.54円/EUR

FY21実績

中期
経営計画
FY21-23

【コンテンツ】

- コミットメント
- 長期視点における中計FY21-23の位置づけ
- 成長戦略3本柱（取り組みの進捗・計画）
- 体制、資金配分、ROICツリー

中期経営計画FY21-23におけるコミットメント

戦略成果の実現と長期成長への投資

【戦略成果の実現】

- **コト売りの浸透で、現業DCS & Labeling*の成長を実現**

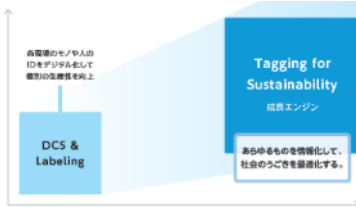
【長期成長への投資】

- **DCS & Labelingおよび Tagging for Sustainabilityへの投資**
- **経営基盤の強化への投資（DX投資 等）**



*DCS&L: Data Collection Systems & Labeling

長期視点における中計FY21-23の位置づけ



Tagging for Sustainability

コト売り浸透と withコロナの変化

【中計FY21-23】 戦略成果の実現と長期成長への投資

投資効果の発現

FY20-25 売上高CAGR*1 **約+6.0%**

営業利益率目標*1 **10%超**

売上高（百万円）

営業利益（百万円）

売上高

営業利益

最高益

	FY19	FY20	FY21	FY22	FY23	FY25	FY30
営業利益	7,461 (7,231)	5,847 (5,089)	6,404 (5,331)	8,000	11,200		
売上高	116,372 (109,160)	109,052 (101,631)	124,783 (115,012)	119,000	126,000		

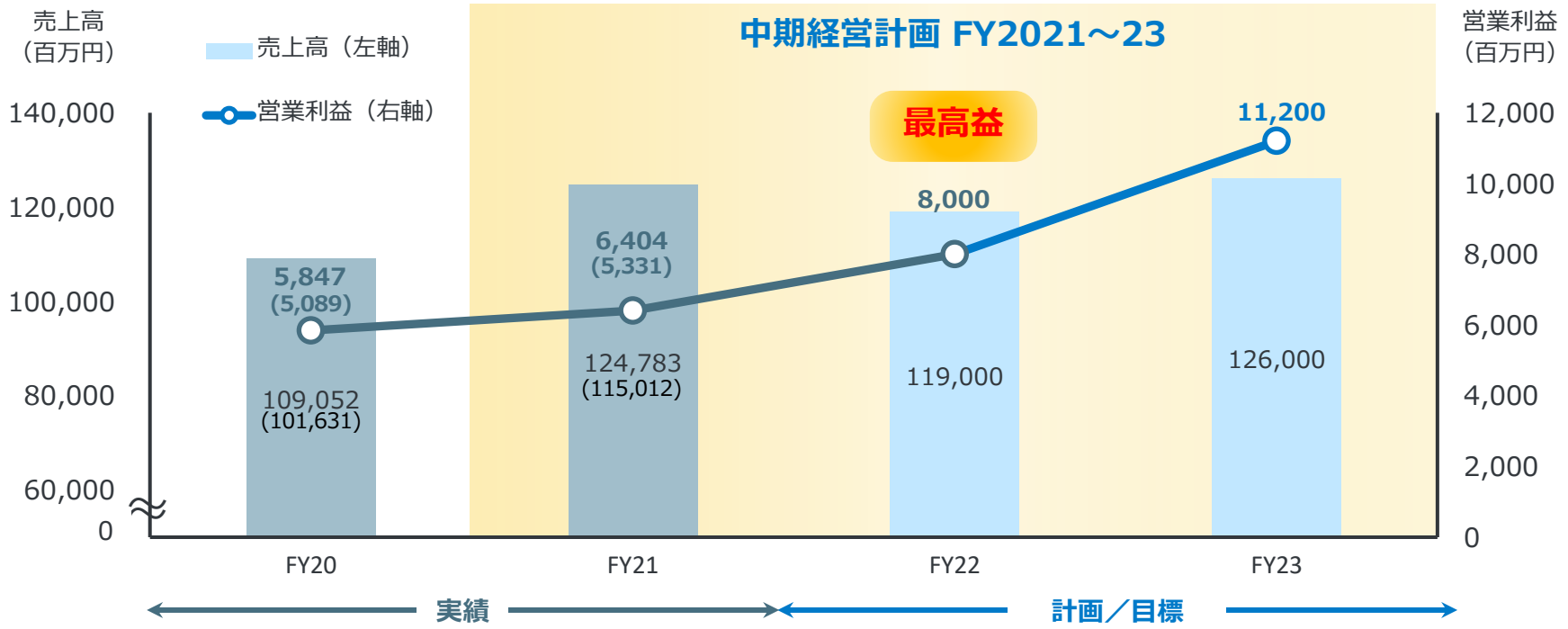
実績 ⟷ 計画／目標

※グラフ内の数値：FY21以前のカッコ内数値はロシア事業を除いたもの（のれん償却前）。FY22以降は同事業を除外
*1 対象期（間）のロシア事業の数値を除外

中計FY21-23 経営目標（連結）



	2020年度 実績		2023年度	
売上高	109,052 百万円	売上高	126,000 百万円	+7.4%（CAGR*1）
営業利益	5,847 百万円	営業利益	11,200 百万円	+30.1%（CAGR*1）
営業利率	5.4 %	営業利率	8.9 %	+3.5pt
ROIC	5.8 %	ROIC	9.4 %	+3.6pt



※グラフ内の数値：FY21以前のカッコ内数値はロシア事業を除いたもの（のれん償却前）。FY22以降は同事業を除外
*1 対象期間のロシア事業の数値を除外

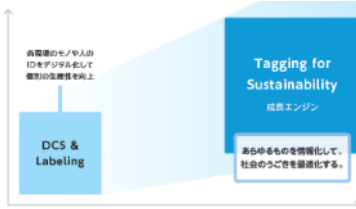
<ご参考> 連結・事業セグメント別売上高及び営業利益 実績・計画/目標

（単位：百万円）

	FY19	FY20	FY21	FY22	FY23	FY20-23 CAGR*1
	(実績)			(計画/目標)		
自動認識ソリューション事業（海外）						
売上高	42,648 (35,436)	40,349 (32,929)	52,496 (42,725)	44,000	47,000	+12.6%
営業利益	2,277 (2,047)	2,684 (1,926)	3,978 (2,906)	3,200	3,900	+26.5%
営業利益率	5.3% (5.8%)	6.7% (5.8%)	7.6% (6.8%)	7.3%	8.3%	
自動認識ソリューション事業（日本）						
売上高	73,360	68,566	72,287	75,000	79,000	+4.8%
営業利益	6,479	3,221	2,372	4,800	7,300	+31.3%
営業利益率	8.8%	4.7%	3.3%	6.4%	9.2%	
連結						
売上高	116,372 (109,160)	109,052 (101,631)	124,783 (115,012)	119,000	126,000	+7.4%
営業利益	7,461 (7,231)	5,847 (5,089)	6,404 (5,331)	8,000	11,200	+30.1%
営業利益率	6.4% (6.6%)	5.4% (5.0%)	5.1% (4.6%)	6.7%	8.9%	

※表内の数値： FY21以前のカッコ内数値はロシア事業を除いたもの（のれん償却前）。FY22以降は同事業を除外
*1 対象期間のロシア事業の数値を除外

成長戦略3本柱



1. 地域別・市場別成長戦略

➤**海外事業**
持続的な収益成長に向けた経営基盤の確立

➤**日本事業**
コト売りの進化と収益力の強化
全員営業シフトで
トップライン伸長・粗利改善

2. 技術イノベーション

➤**新たなタギング要素技術の開発**

➤**革新的な商品・サービスの開発**

➤**ソリューション開発**

3. ESG経営の強化

➤**環境負荷低減への貢献**

➤**企業文化浸透による人的資産の強化**

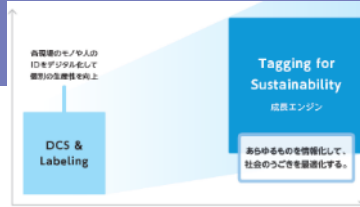
➤**コーポレートガバナンスの強化**

➤**地政学リスク・BCP対応**

成長戦略3本柱



1. 地域別・市場別成長戦略
2. 技術イノベーション
3. ESG経営の強化



事業環境の変化と現状の認識

環境変化に伴って現業DCS & Labelingへの需要が増加。モノからコトへと価値シフトが加速

➡ 旺盛な需要と成長痛

事業環境の変化

- コロナを契機とした社会・産業構造の変化（サプライチェーンの混乱）
- サステナビリティ課題の重要性増
- デジタルシフト、技術革新
- 少子高齢化、多様性等、働き手・働き方の変化
- 地政学リスク、ハイパーインフレ

サトーの現状認識

成果　課題

DCS & Labelingへの旺盛な需要

- コト売りの浸透
- コスト上昇への対応

【海外】

- 顧客開拓・深耕
- BP*ビジネスの強化（販路・商流の強化）
- 持続的な収益成長を支える経営基盤の確立

【日本】

- 新技術を活用したソリューション創出
- 商談の高度化・長期化

* Business Partner。ビジネスパートナー。SIerや代理店など



成長のロードマップ

FY24以降を見据え、FY23までにDCS＆Labelingの成長痛解消。T4S *1に向けた基盤構築開始

海外事業

持続的な収益成長に向けた経営基盤の確立
営業戦略とポートフォリオ経営

FY23（FY20-23）
売上CAGR *2：12.6%,
OI率*2：8.3%

日本事業

T4S

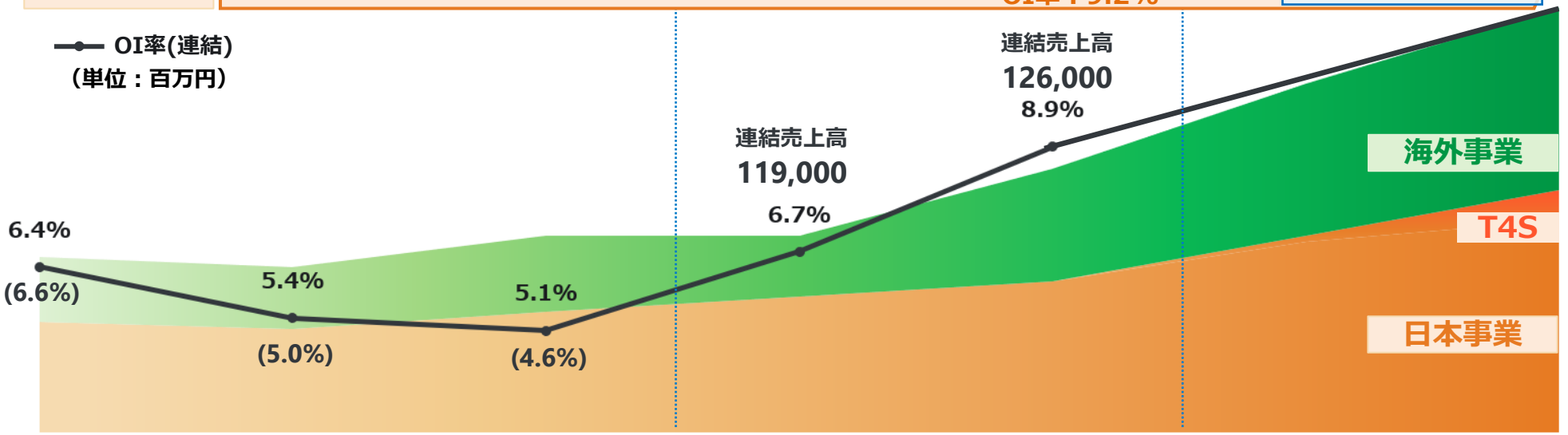
データエコシステム参画型SaaSビジネスへ始動
体制整備、投資、技術開発の実践

全員営業シフトでトップライン伸長・粗利改善
売り方改革、キラーコンテンツ創出、VC*3最適化、コスト低減

FY23（FY20-23）
売上CAGR：4.8%,
OI率：9.2%

FY20-25
連結売上CAGR*2
約+6.0%

FY25
連結OI率*2
10%超



コト売りの浸透 → 戦略成果の実現と長期成長への投資 → 投資効果の発現

withコロナの変化 → ビジネス変革フェーズ

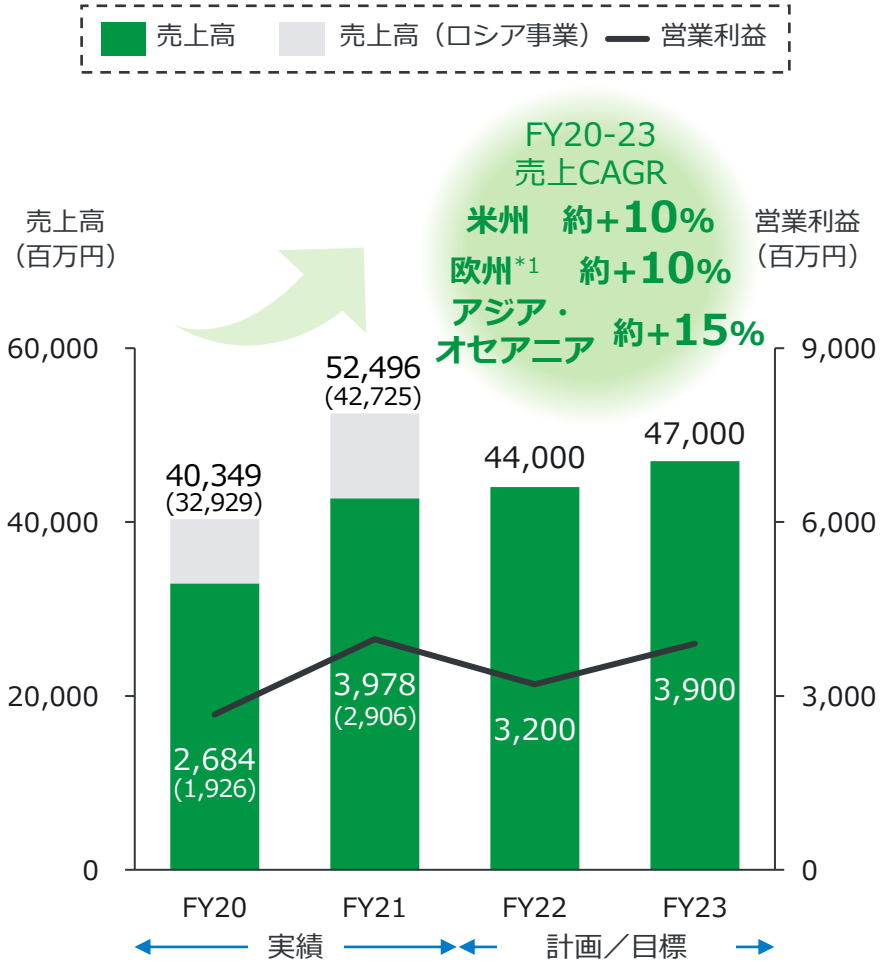
※グラフ内の数値： FY21以前のカッコ内数値はロシア事業を除いたもの（のれん償却前）。FY22以降は同事業を除外

*1 Tagging for Sustainability　*2 対象期（間）のロシア事業の数値を除外　*3 Value Chain。バリューチェーン

海外事業 目標と戦略方針

持続的な収益成長に向けた経営基盤の確立

営業戦略とポートフォリオ経営



戦略方針

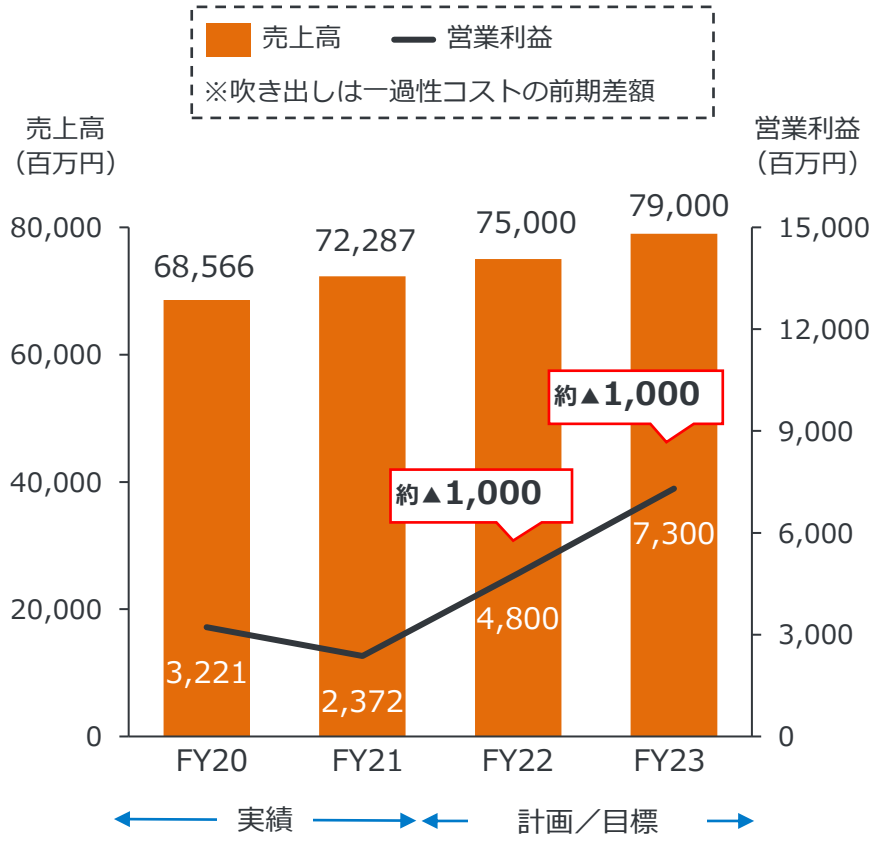
従来	営業拡大施策を通じた営業戦略で、 各海外子会社が自走できる体制を構築
今後	各海外子会社の各国、サトーにおけるありたい姿や存在価値を追求。 ポートフォリオの観点で各子会社の経営実態とめざすべき事業形態とのギャップを検証し、持続可能な収益成長に資する経営基盤の確立に向けて経営資源を配分。

※グラフ内の数値： FY21以前のカッコ内数値はロシア事業を除いたもの（のれん償却前）。FY22以降は同事業を除外
*1 対象期間のロシア事業の数値を除外

日本事業 目標とテーマ、アクション

全員営業シフトでトップライン伸長・粗利改善。戦略DX投資による加速

売り方改革、キラーコンテンツ創出、VC最適化、コスト低減



	貢献テーマ	アクション
売上	・売り方改革 ・キラーコンテンツ創出	・顧客ターゲティング強化（選択と集中） ・市場別ソリューション、ソリューションPKG*1化（共通解化） ・プリンタの共通PF*2化 ・ブランディング/マーケティング強化
営業利益	・VC最適化	・リソースシフト（全員営業） ・VC上のプロセスや仕組み最適化
粗利	・コスト低減	・モノづくり技術強化 ・調達力強化 ・適正価格での販売（価格転嫁） ・保守契約などの受注率向上

ITインフラ強化

働き方改革

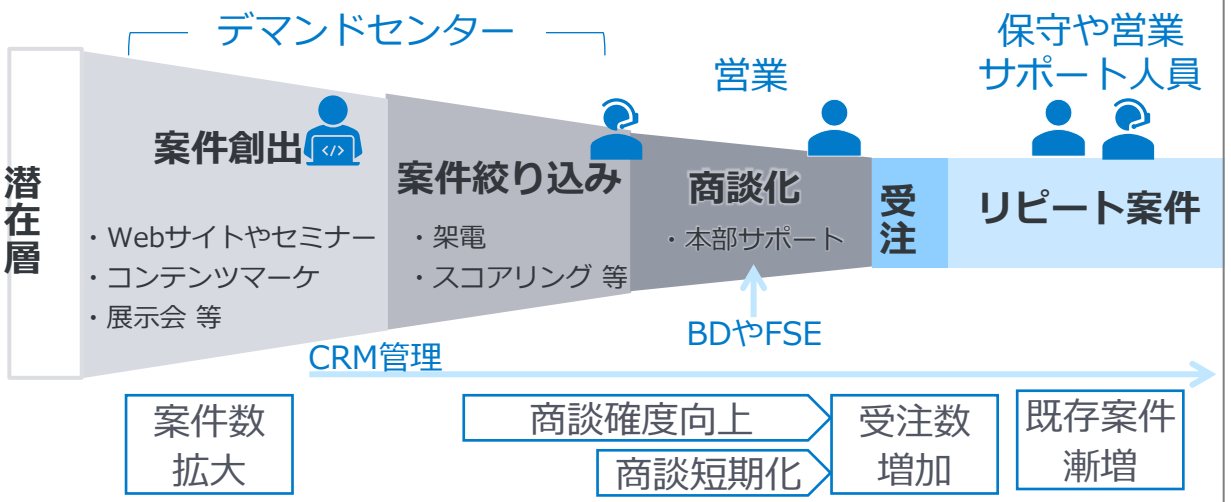
*1 Package。パッケージ　*2 Platform。プラットフォーム

日本事業 FY21進捗とFY22に向けて

売り方改革　VC最適化

- マーケ由来の案件創出
- CRM活用で商談管理の高度化
- 営業人員以外の販売活動推進

FY22
- **デマンドセンター強化**
- **BD*1強化、FSE *2の最適化**



コスト低減
（粗利向上）

- 部品変更に起因する設計変更など対応時間の大幅削減
- 製造での生産性大幅向上

FY22
- **スマート工場化**
- **価格転嫁の加速**



調達
・QCDの徹底

製造
・生産ライン最適化

物流・販売
・物流・拠点在庫の可視化促進

開発　・アジャイル設計

*1 Business Development。主要市場のエキスパートを地域に配置。商談フォローや教育を担う
*2 Field System Engineer。お客さまの現場課題の解決を担うシステムエンジニア

成長戦略3本柱



1. 地域別・市場別成長戦略
2. 技術イノベーション
3. ESG経営の強化

全体像



DCS & Labelingとともに、新たな取り組みも進めていく

サトーの強み・適社性の磨き上げ

タギングの高度化とデータPF *1整備

ラベル自動貼り付け機器やSOS*2、SAS*3
などの独自データPFの強化

データエコシステム参画型SaaSビジネス
（SATO Software as a Service）

お客さま・PFer*1・SIer向け
実行型SaaSプロバイダーへ

DCS & Labelingの底上げ

キラーコンテンツ創出、売り方改革、
VC最適化、コスト低減

媒体強化
（タギング・ロギング・センシング）

独自媒体の開発

サトーの挑戦（SaaS型）

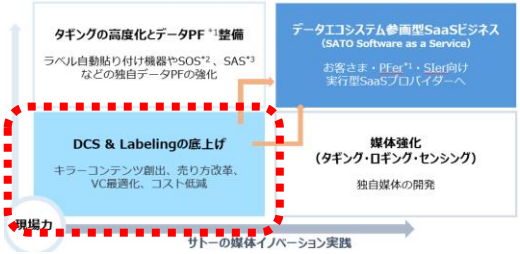
現場力

サトーの媒体イノベーション実践

お客さま・社会

*1 Platform。ビジネスで他社も利用可能な基本的な仕組みや基盤。PFer (Platformer) はその提供企業
*2 SATO Online Services。オンライン保守サービス　*3 SATO App Storage。クラウドベースのデーター元管理サービス

DCS & Labelingの底上げ ～プリンタの共通PF化～

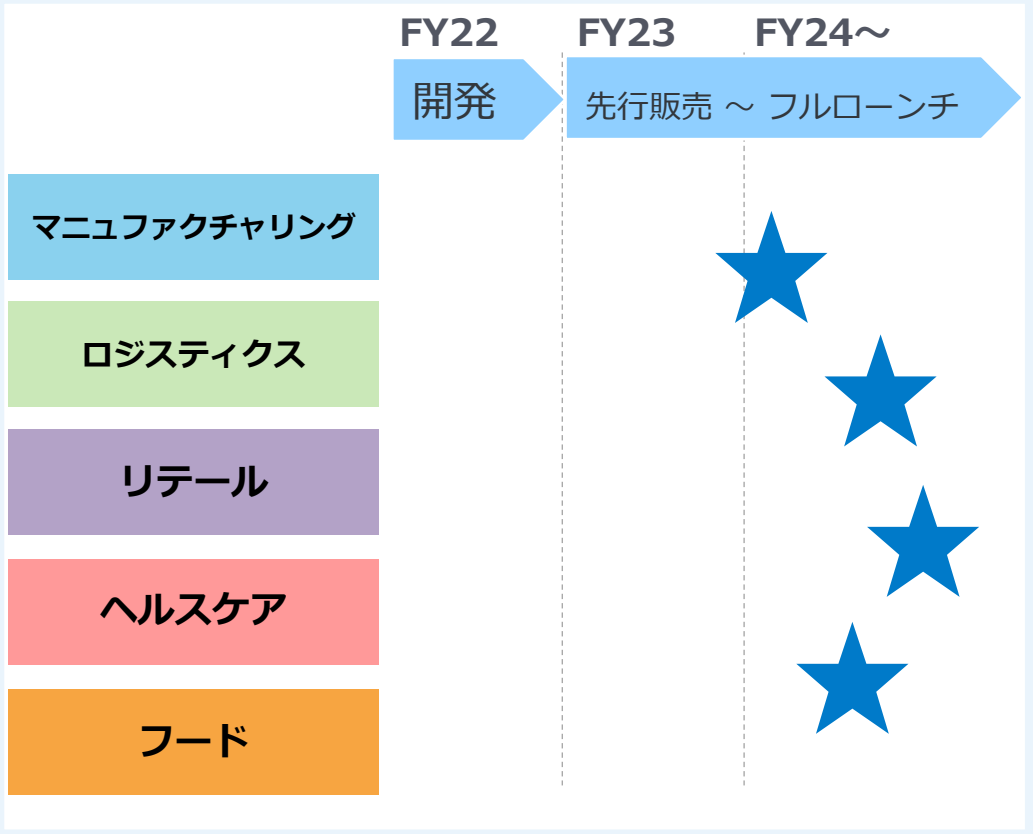


研究開発計画に沿って進捗
共通PFでIoT・DX型顧客価値の創出と開発効率化

【コンセプト】グローバル、タイムリー、サステナブル



【商業化 ロードマップ】



DCS & Labelingの底上げ ～RFIDソリューション～



RFID事業本部によるグローバルな事業拡大の加速

【RFID事業本部】

三位一体で、
高まる需要を確実に、スピーディーに捕捉

オリジナルラベル 企画開発	オリジナルラベル 製造	事業推進 (営業支援)
差異化ラベルの 企画・開発	設備投資による 生産規模拡大と 収益性向上	営業担当の教育や 商談サポート

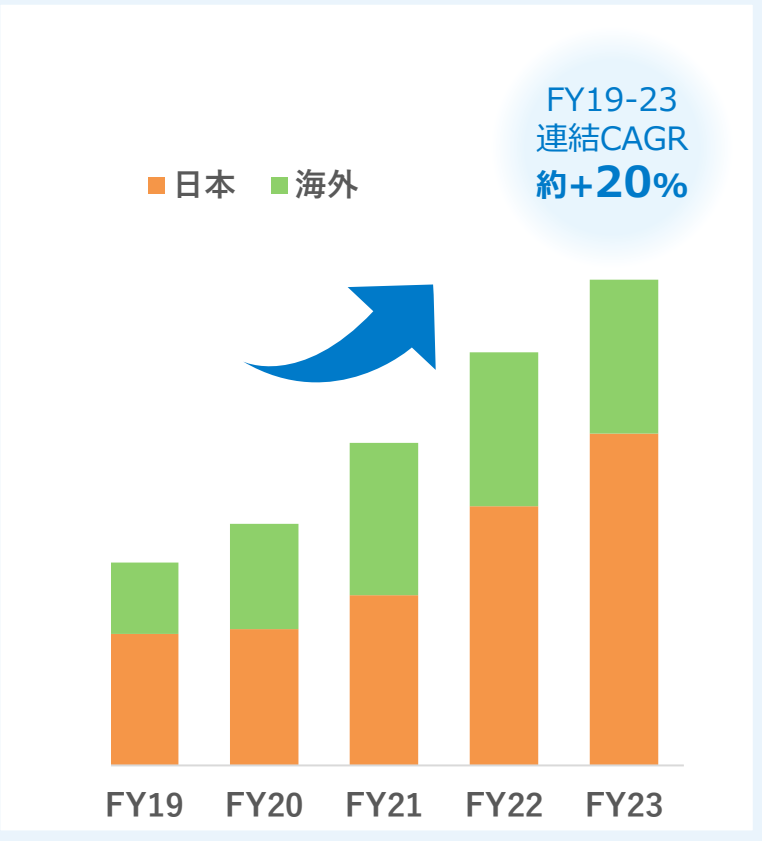
FY22～

海外 ➡ RFID商談に取り組む販社の拡大
⇒実績・ノウハウの蓄積ステージへ

日本 ➡ 実績・ノウハウの蓄積が着実に進展
⇒自走ステージへ

マニュファクチャリング
リテール
ヘルスケア

【RFID事業 売上高推移（イメージ）】



タギングの高度化とデータPF整備、媒体強化

市場横断ニーズを反映した新ソリューションを開発。共通解化を推進



【タギングの高度化】ラベル自動貼り付け機器

- 高度な画像認識技術を搭載。さまざまな商品に、高速かつ正確にラベルを貼り付け、省人化を実現

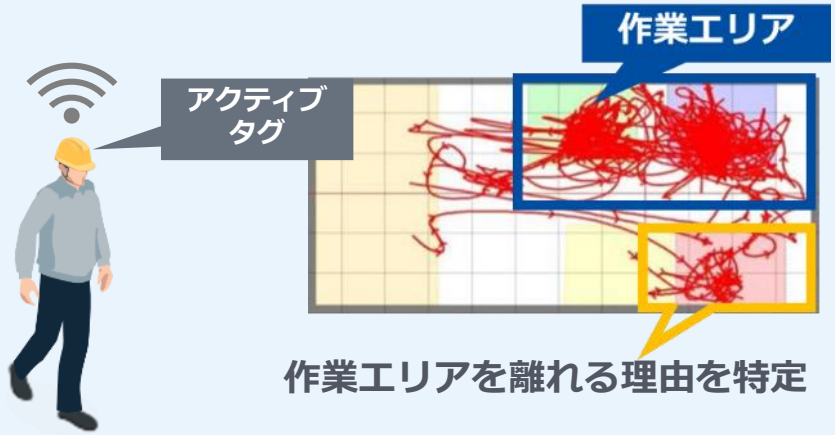


市場横断の人手不足や多品種少量への対応ニーズに合致

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

【媒体強化】位置測位技術

- アクティブタグから、作業状況を可視化
- レイアウト変更や動線の改善で、生産性向上を実現





「モノ探し時間」削減ニーズにも対応

マニュファクチャリング　ロジスティクス　ヘルスケア

成長戦略三本柱

1. 地域別・市場別成長戦略
2. 技術イノベーション
3. **ESG経営の強化**

長期成長の実現に向けたESGの取り組み



S 人的資産の強化

イノベーションを生み出す

社員

工夫し挑戦する

小さな変化を喜ぶ

文化

三行提報*

会社

- DX推進
- 持続的な能力開発の仕組み
- 奨励・褒賞の仕組み

E 環境負荷低減への貢献

自動認識Sol事業

循環型経済の実現に貢献
（事業でのESG実現）

資源の有効活用

- 廃棄物減少の支援
- リサイクルの促進 など

社会課題の解決

新たな価値提供

G コーポレートガバナンスの強化 ― 経営の健全性・透明性・効率性を確保

*社員が毎日、経営トップに宛てて「会社を良くする、創意・くふう・気付いたことの提案や考えと、その対策の報告」を**三行**（100-150文字）にまとめて提出

人的資産の強化

FY21は、Our 100th*1 活動始動。個別部門リードの取り組みが進捗

- 三行提報の進化：現場起点による変化への挑戦・貢献実感と
  コミュニケーション改善をめざし、
  「一石伝波(いっせきでんぱ)*2～現場改善へのあくなき挑戦～」
  のテスト運用
- 人財開発の強化：能力開発のPF「**SATO Campus**」立上げ
- D&I推進：社外取締役や社外有識者とのコラボレーション

Tagging for Sustainability

DCS & Labeling

100周年を見据えた取り組み "Our 100th" イノベーションを産み出す風土へ

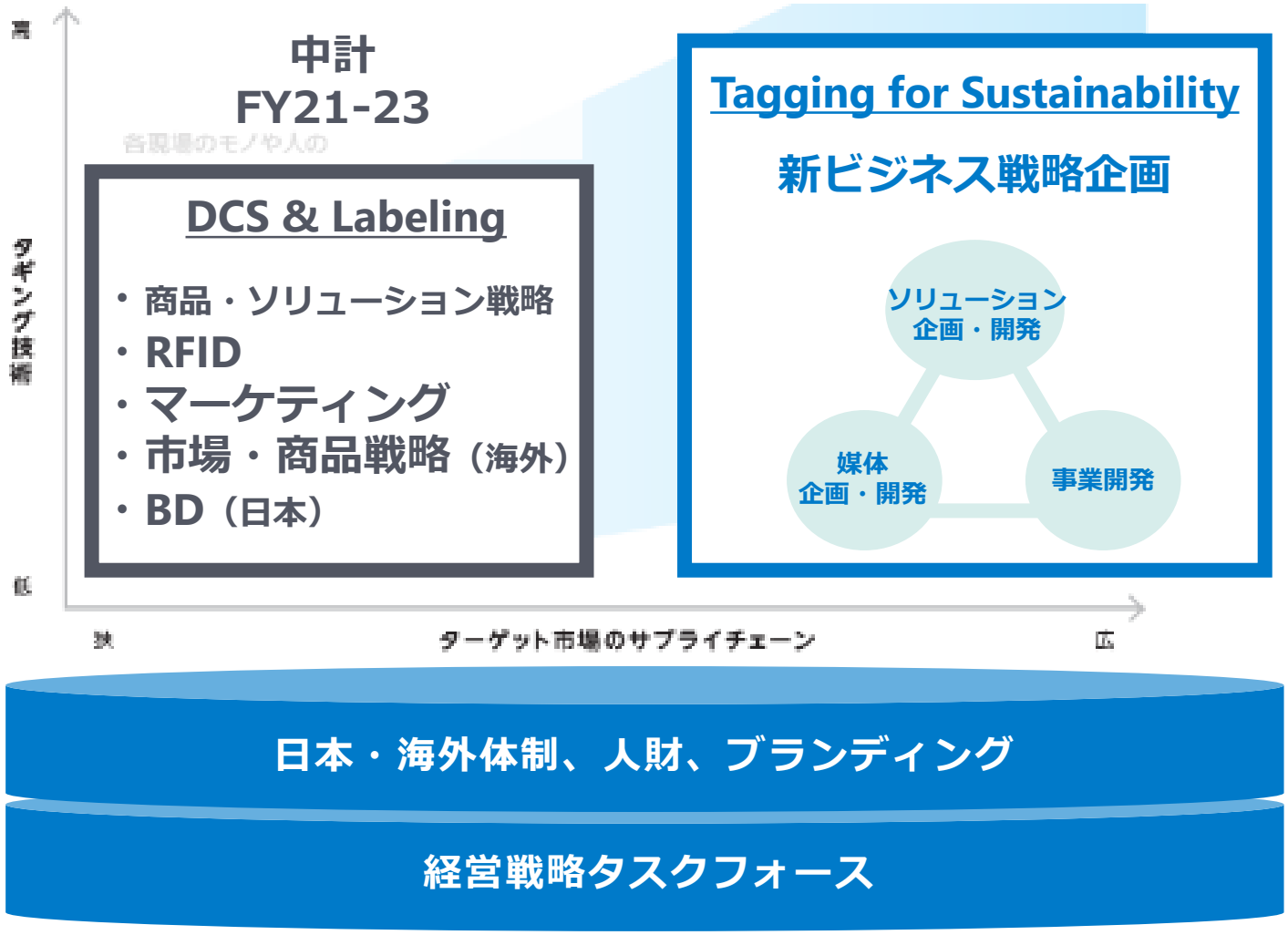
➡ FY22施策

- 体制整備：次代を担う社員による個別施策をリードする企画部門
  「Our 100th推進グループ」の立ち上げ

*1 2040年のサトー100周年に向けた風土改革のスローガン～Our Way to Our 100th～の略称
*2 従来からサトーにある"三行提報" に、個人の変化改善アイディアが各部門で高速かつ確実に検討・実行されることを支援する機能を追加したツールの名称

組織体制

実効性を高め、中計達成にコミット。長期ビジョンに向けた体制も整備



資金配分の考え方　手元資金及びFY21-23創出キャッシュの配分割合

約500億円

株主還元 ／ **成長のための戦略投資** ／ 内部留保

【戦略投資】**方針：①DCS & Labeling の強化を中心に資金を振り向ける（約６割）**
②Tagging for Sustainabilityに向けた長期成長の先行投資を実行する（約４割）

項目	キャッシュ配分	主要な施策	効果		
			売上貢献	生産性向上	原価低減
1. 地域別・市場別成長戦略	約20%	コアビジネスの市場別キラーコンテンツ開発	✓		
		ビジネスアライアンス（M&A、出資、JV等）	✓	✓	
2. 技術イノベーション	約60%	モノづくり力強化、設備更新（プリンタ、サプライ、RFID）	✓	✓	✓
		タギング技術・ソリューションなど先行技術開発	✓		
3. ESG経営の強化	約20%	人財能力開発の仕組みの構築	✓	✓	✓
		環境配慮型商品の開発	✓	✓	
		新ITインフラの構築	✓	✓	✓

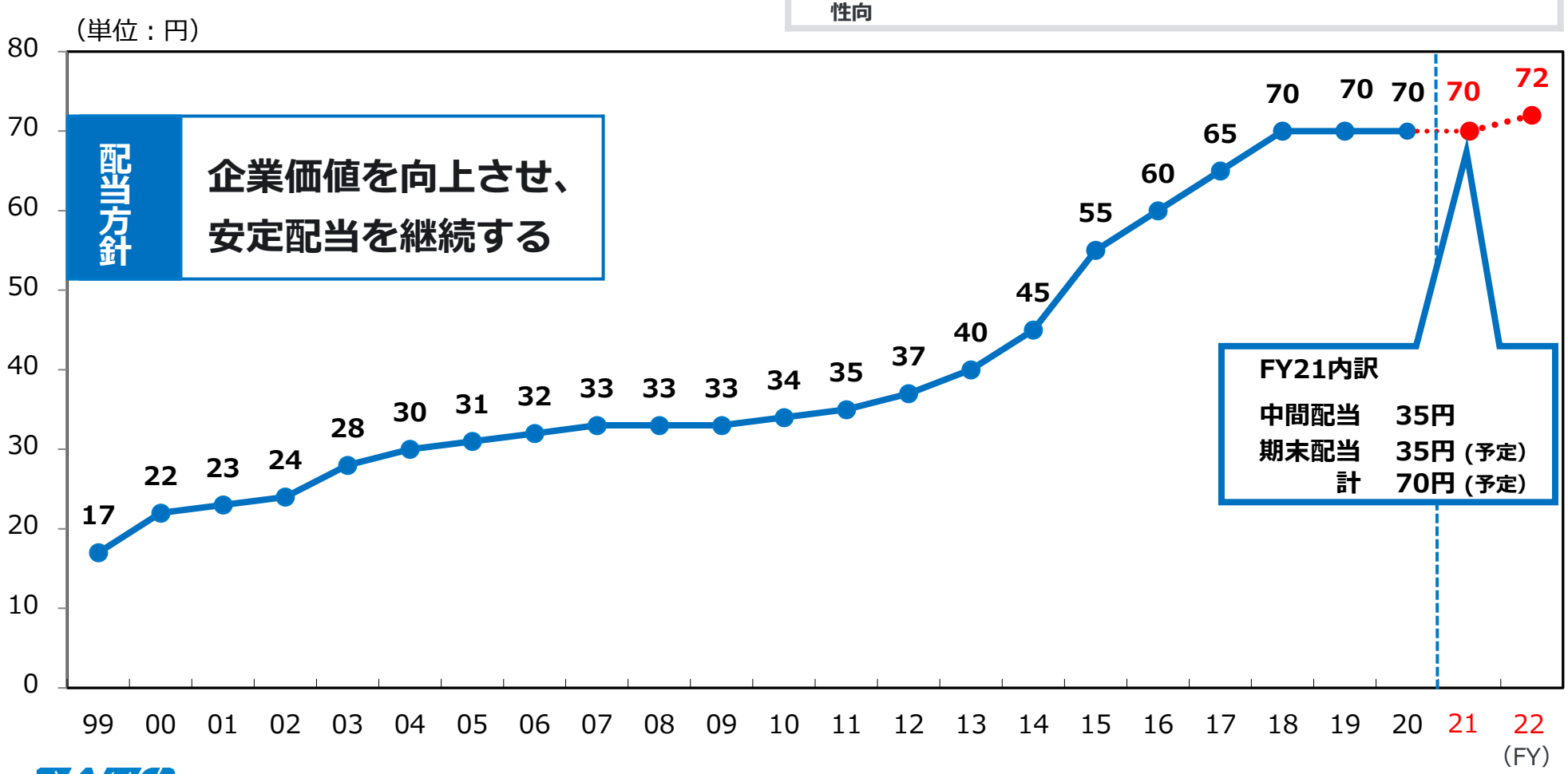
【株主還元】**方針：企業価値を向上させ、安定配当を継続する。状況に応じ、自己株式取得を機動的に実行する**

	FY2021	FY2022
配当	70円／株	72円／株

配当

FY21年間配当は70円（前年度と同額）
FY22年間配当は72円を計画（前年度比+2円）

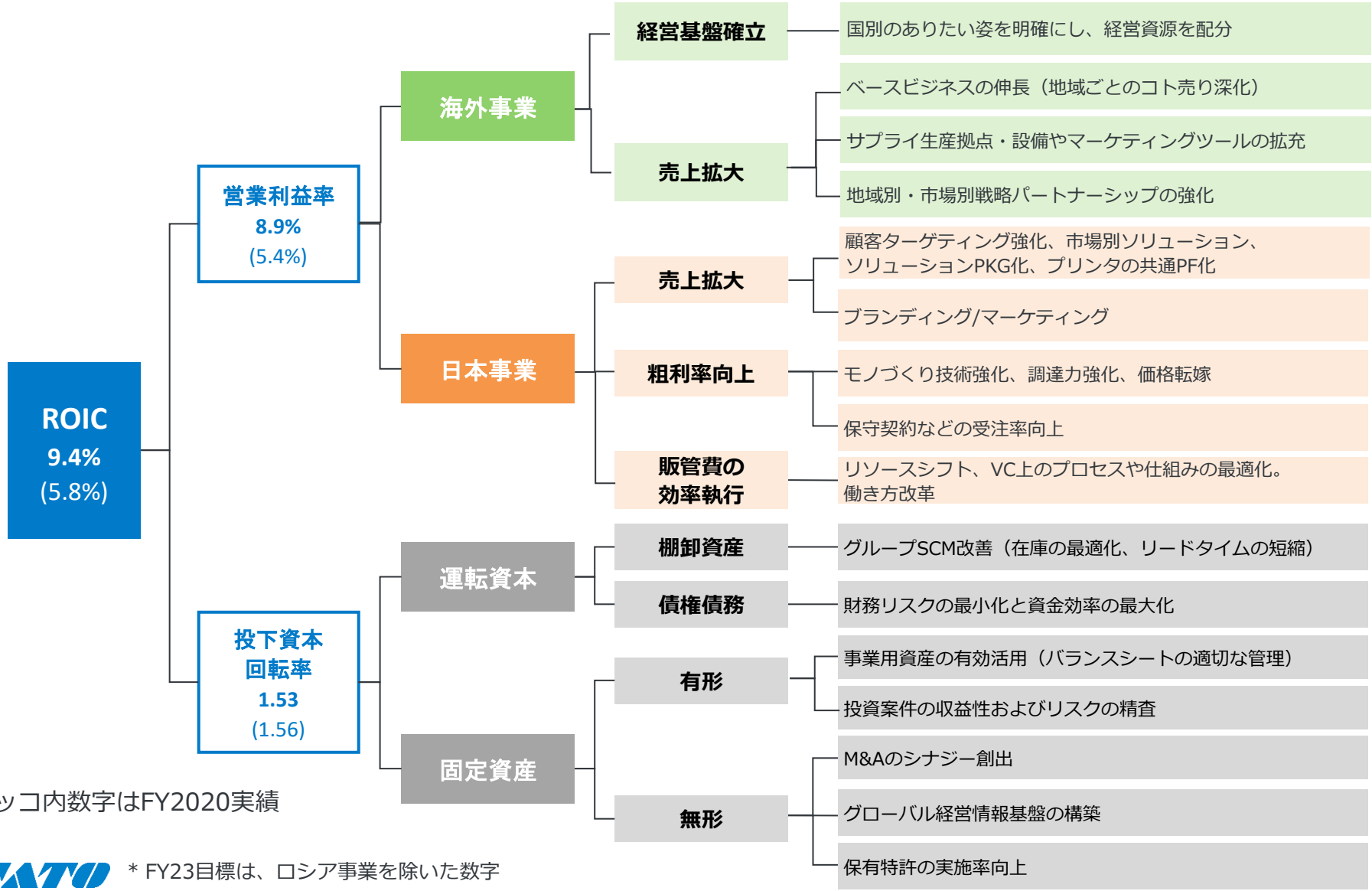
	FY18	FY19	FY20	FY21 (予定)	FY22* (計画)
EPS	112.5円	-56.1円	385.9円	112.7円	101.0円
ROE	6.9%	-3.6%	24.4%	6.3%	5.3%
(参考) 配当性向	62%	–	18%	62%	71%



*ロシア事業を除いた数字

中期経営目標（FY23*）　ROICツリー

ROICにより、国別の事業成長と投資の効率性を追求し、最適なポートフォリオの構築をめざす

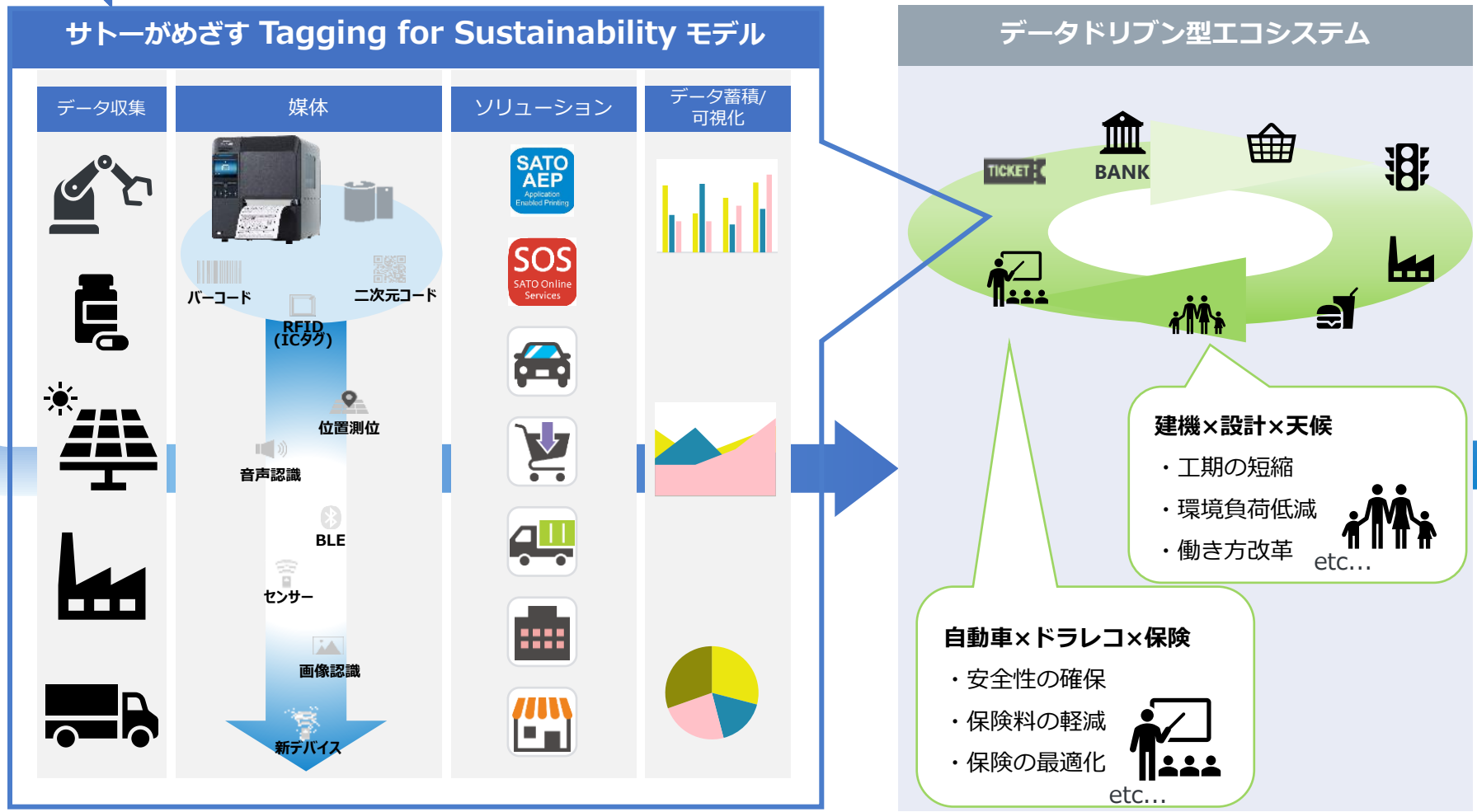


カッコ内数字はFY2020実績

* FY23目標は、ロシア事業を除いた数字

最後に…

あらゆる情報が見えたなら…⇒高度なリアルデータから社会に新しい価値を創出し、持続可能な社会に貢献する



Appendix

補足資料　　P.47～P.60

用語集　　P.61～P.64

事業セグメント別売上高及び営業利益

（単位：百万円）

は過去最高

		FY2021 Q4	FY2020 Q4	前年比	除く為替
自動認識ソリューション事業	売上高	32,395	29,781	+8.8%	+6.9%
	営業利益	1,685	2,083	-19.1%	-17.1%
海外	売上高	13,423	11,290	+18.9%	+14.0%
	営業利益	1,003	880	+14.0%	+11.2%
日本	売上高	18,971	18,490	+2.6%	+2.6%
	営業利益	682	1,203	-43.3%	-37.9%
IDP事業※	売上高	0	0	-	-
	営業利益	0	0	-	-
連結（消去後）	売上高	32,395	29,781	+8.8%	+6.9%
	営業利益	1,660	2,069	-19.8%	-17.8%

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

業績

(単位：百万円)

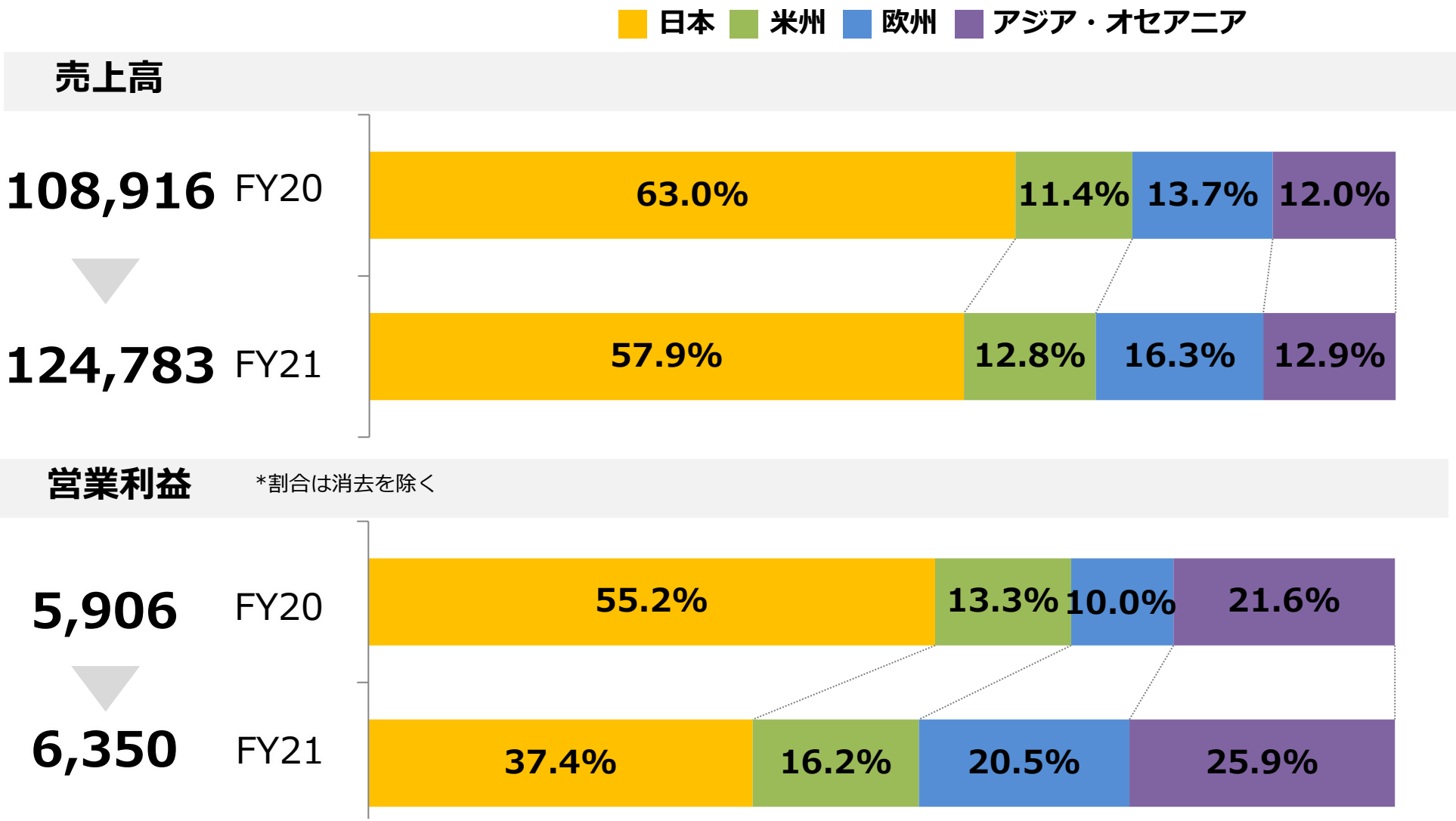
	FY2021 Q4	FY2020 Q4	増減	前年比
売 上 高	32,395	29,781	+2,614	+8.8%
営業利益	1,660	2,069	-409	-19.8%
営業利益率	5.1%	6.9%	-1.8pt	-
経常利益	1,447	2,051	-604	-29.5%
親会社株主に帰属する四半期純利益	841	1,355	-513	-37.9%
実効税率	39.1%	19.6%	+19.5pt	-
EBITDA※	2,773	3,133	-359	-11.5%

FY21 通期 為替レート（期中平均）：112.39円/USD, 130.54円/EUR （FY20 通期 同為替レート：106.10円/USD, 123.75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+459百万円、営業利益+17百万円（FY21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 FY21 Q4単体： 1,053百万円 FY20 Q4単体： 1,008百万円
・のれん償却 FY21 Q4単体： 59百万円 FY20 Q4単体： 55百万円

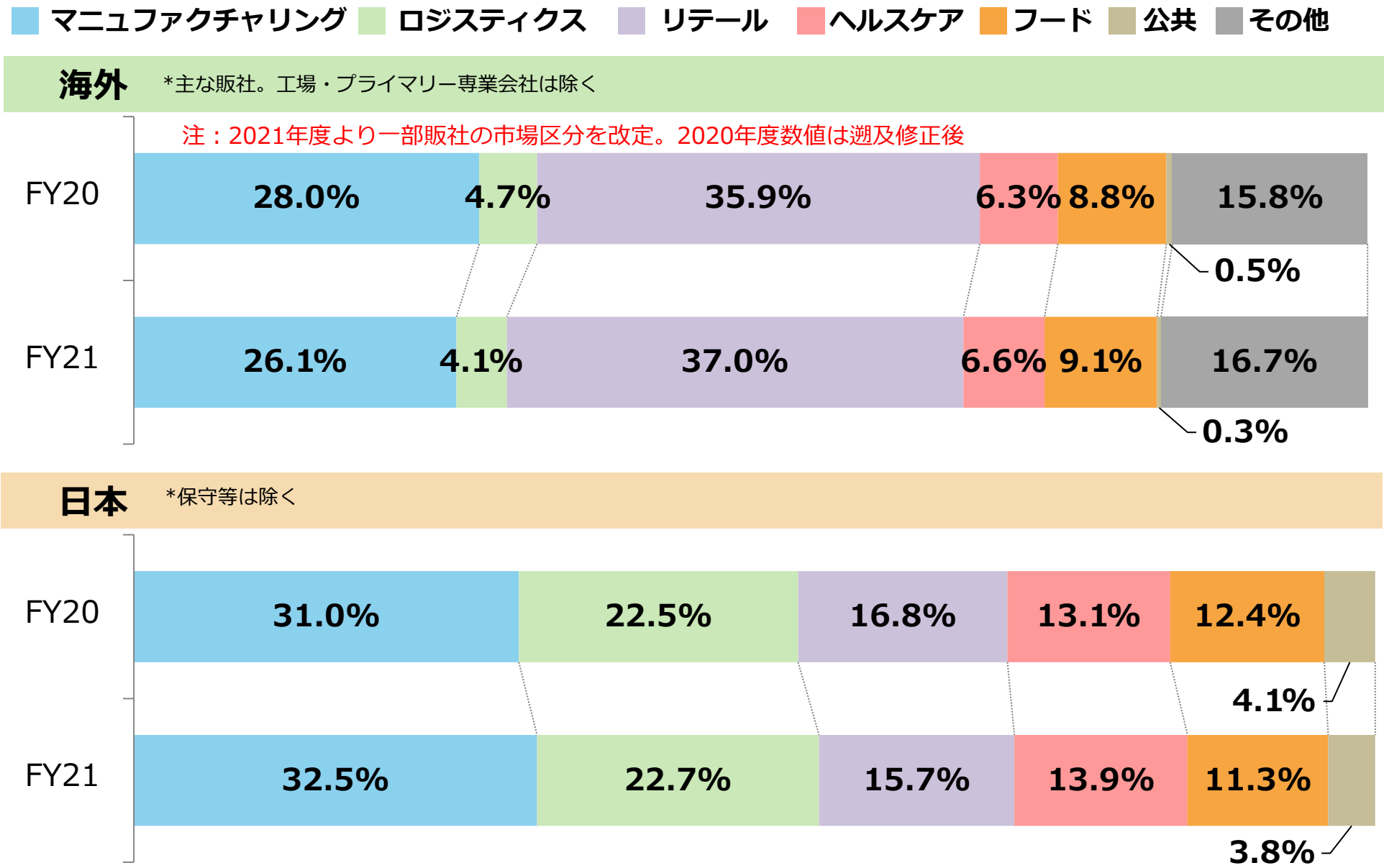
地域別売上高及び営業利益構成

（単位：百万円）



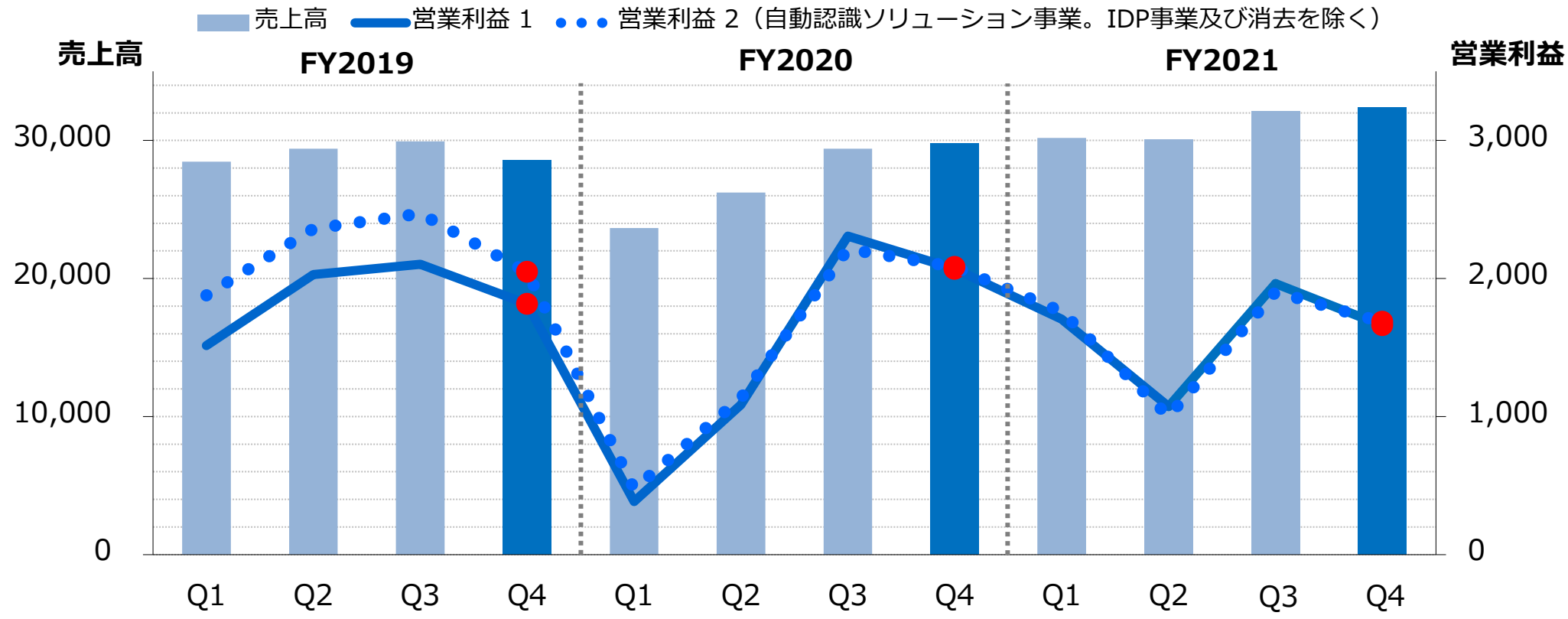
営業利益率　FY20　日本：4.7%、海外：6.7%
FY21　日本：3.3%、海外：7.6%

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
注：2021年度より一部販社の市場区分を改定。2020年度数値は遡及修正後
FY20
28.0%
4.7%
35.9%
6.3%
8.8%
15.8%
0.5%
FY21
26.1%
4.1%
37.0%
6.6%
9.1%
16.7%
0.3%
日本
*保守等は除く
FY20
31.0%
22.5%
16.8%
13.1%
12.4%
4.1%
FY21
32.5%
22.7%
15.7%
13.9%
11.3%
3.8%

売上高・営業利益 推移

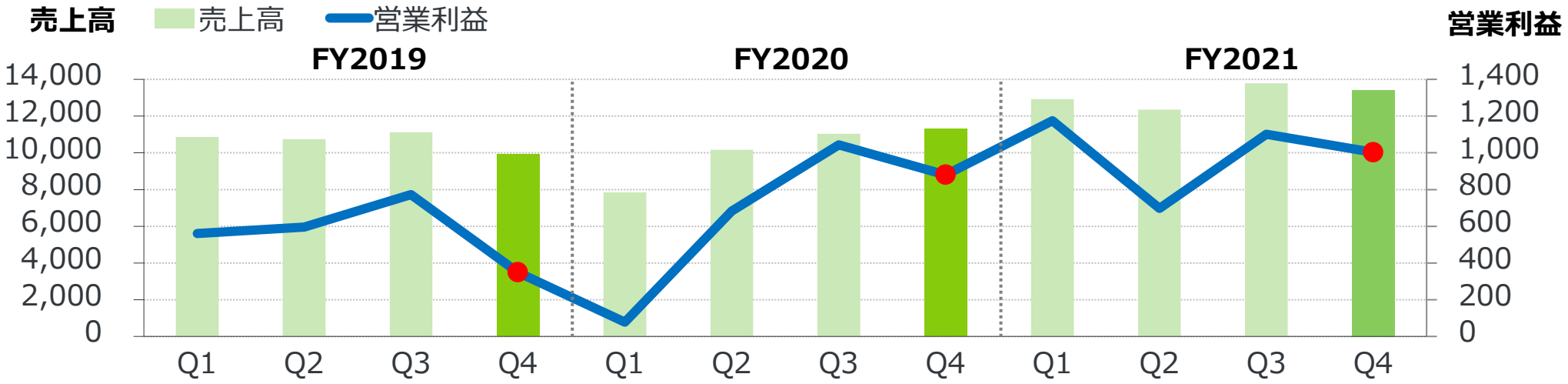
（単位：百万円）



売上高	28,463	29,411	29,928	28,569	23,651	26,221	29,398	29,781	30,177	30,084	32,126	32,395
前年比	+1.2%	+3.7%	-1.1%	-2.9%	-16.9%	-10.8%	-1.8%	+4.2%	+27.6%	+14.7%	+9.3%	+8.8%
営業利益 1	1,514	2,028	2,103	1,815	385	1,084	2,307	2,069	1,706	1,073	1,963	1,660
前年比	+2.7%	+8.5%	+0.1%	-18.8%	-74.5%	-46.5%	+9.7%	+14.0%	4.4倍	-1.0%	-14.9%	-19.8%
営業利益 2	1,878	2,360	2,471	2,047	476	1,132	2,213	2,083	1,760	1,001	1,903	1,685
前年比	+5.7%	+3.8%	-2.5%	-22.3%	-74.6%	-52.0%	-10.4%	+1.8%	3.7倍	-11.5%	-14.0%	-19.5%

売上高・営業利益 推移

（単位：百万円）



売上高	10,867	10,739	11,118	9,922	7,844	10,168	11,045	11,290	12,929	12,354	13,788	13,423
前年比	-0.4%	+0.5%	-2.6%	-3.7%	-27.8%	-5.3%	-0.7%	+13.8%	+64.8%	+21.5%	+24.8%	+18.9%
営業利益	560	595	772	349	77	683	1,043	880	1,175	698	1,101	1,003
前年比	+1.2%	-10.7%	+14.6%	+1.4%	-86.1%	+14.8%	+35.1%	2.5倍	15.1倍	+2.2%	+5.6%	+14.0%

事業別内訳

（単位：百万円）

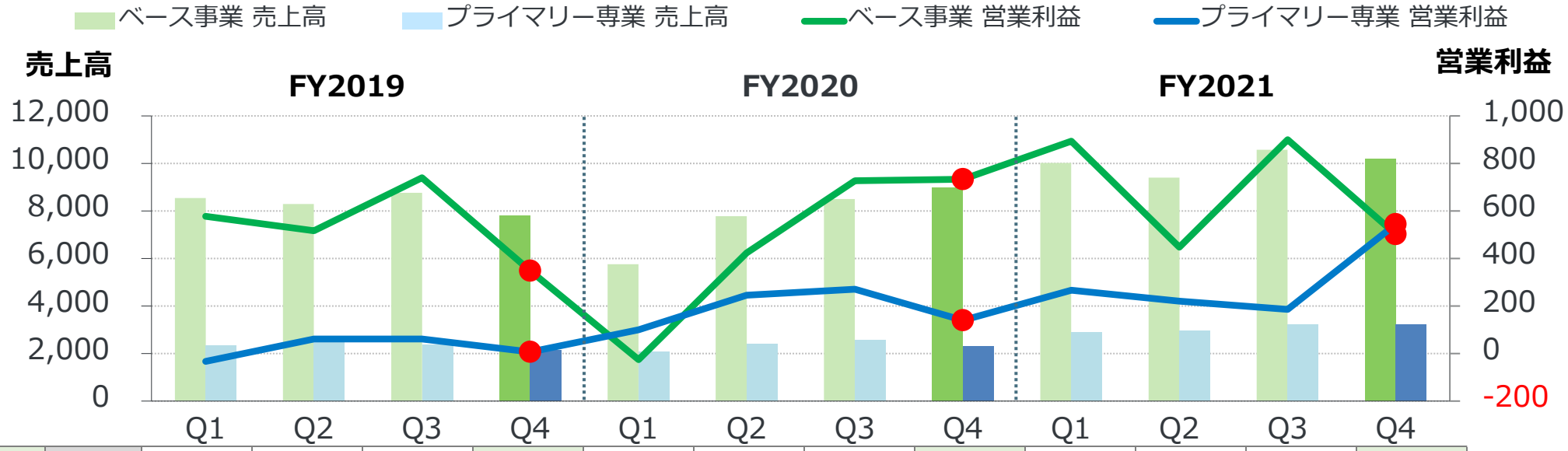
		FY2021 Q4	FY2020 Q4	増減		
					%	除く為替
ベース事業	売上高	10,206	8,976	+1,230	+13.7%	+6.6%
	営業利益	502	733	-231	-31.5%	-35.2%
プライマリー専業	売上高	3,217	2,313	+903	+39.0%	+42.9%
	営業利益	544	139	+404	3.9倍	3.9倍
消去	営業利益	-43	6	-50	-	-
合計	売上高	13,423	11,290	+2,133	+18.9%	+14.0%
	営業利益	1,003	880	+123	+14.0%	+11.2%

		FY2021	FY2020	増減		
					%	除く為替
ベース事業	売上高	40,208	31,010	+9,197	+29.7%	+21.5%
	営業利益	2,745	1,857	+887	+47.8%	+38.6%
プライマリー専業	売上高	12,287	9,339	+2,948	+31.6%	+29.6%
	営業利益	1,218	756	+461	+61.1%	+64.4%
消去	営業利益	14	70	-55	-78.9%	-78.9%
合計	売上高	52,496	40,349	+12,146	+30.1%	+23.4%
	営業利益	3,978	2,684	+1,293	+48.2%	+42.8%

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）

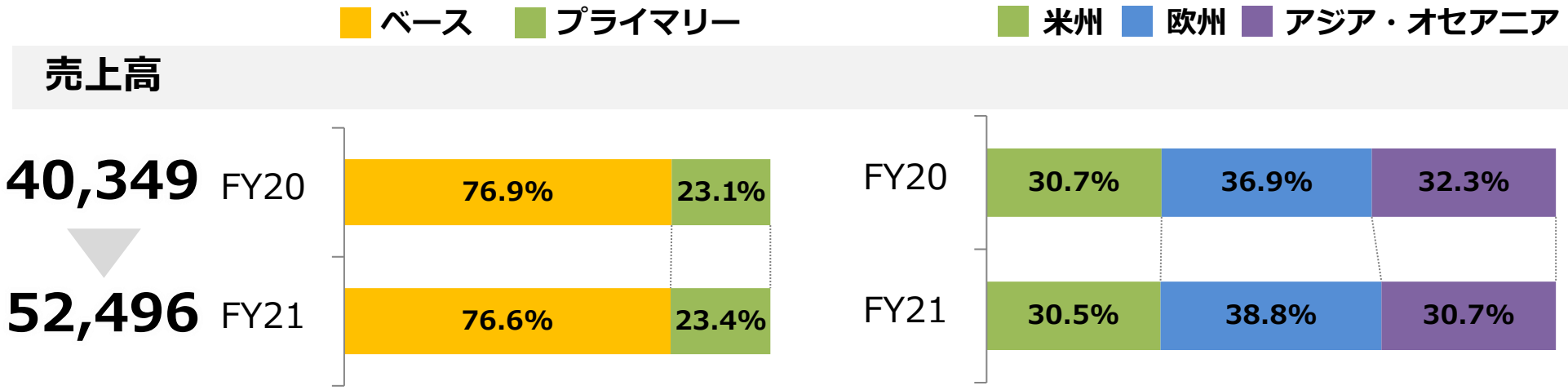


		FY2019 Q1	FY2019 Q2	FY2019 Q3	FY2019 Q4	FY2020 Q1	FY2020 Q2	FY2020 Q3	FY2020 Q4	FY2021 Q1	FY2021 Q2	FY2021 Q3	FY2021 Q4
ベース	売上高	8,539	8,286	8,758	7,794	5,755	7,779	8,499	8,976	10,023	9,399	10,578	10,206
	前年比	-2.2%	-1.6%	-3.9%	-6.8%	-32.6%	-6.1%	-3.0%	+15.2%	+74.2%	+20.8%	+24.5%	+13.7%
	営業利益	577	517	740	348	-26	423	727	733	894	447	900	502
	前年比	+21.1%	-3.9%	+9.2%	-27.1%	-	-18.2%	-1.8%	2.1倍	-	+5.8%	+23.7%	-31.5%
プライマリー	売上高	2,328	2,453	2,360	2,128	2,089	2,389	2,546	2,313	2,905	2,955	3,209	3,217
	前年比	+6.8%	+8.3%	+2.5%	+9.7%	-10.3%	-2.6%	+7.9%	+8.7%	+39.1%	+23.7%	+26.1%	+39.0%
	営業利益	-33	61	61	6	100	245	270	139	266	220	186	544
	前年比	-	-58.3%	4.9倍	-	-	4.0倍	4.4倍	22.0倍	2.6倍	-10.1%	-31.0%	3.9倍

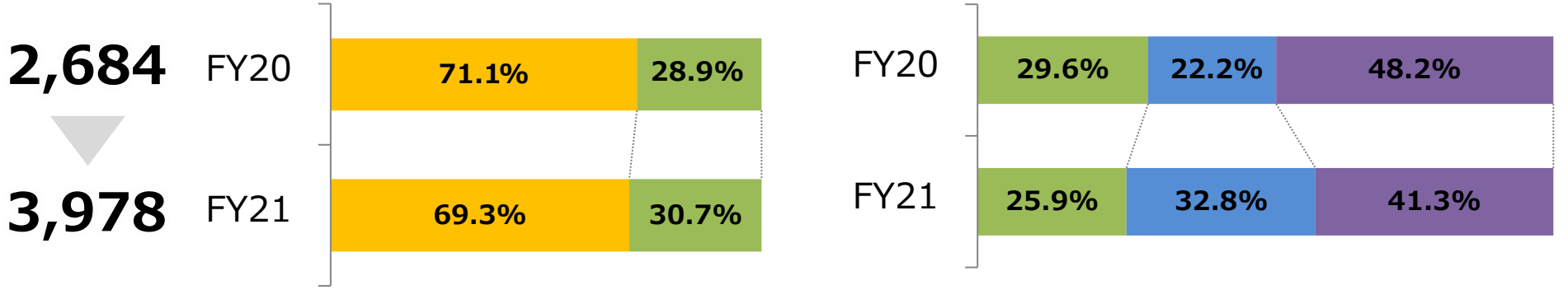
売上高及び営業利益構成（事業別・地域別）

（単位：百万円）

売上高



営業利益　*割合は消去を除く



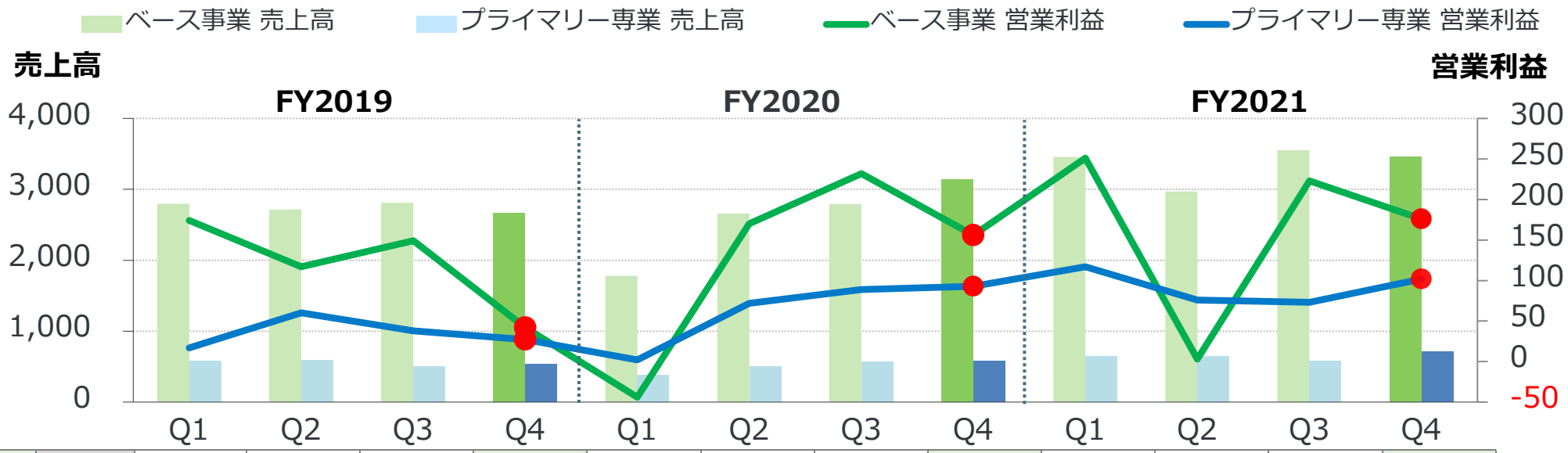
営業利益率：
FY20　ベース：6.0%、プライマリー：8.1%
FY21　ベース：6.8%、プライマリー：9.9%

FY20 米州：6.2%、欧州：3.9%、アジア・オセアニア：9.6%
FY21 米州：6.4%、欧州：6.4%、アジア・オセアニア：10.2%

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）

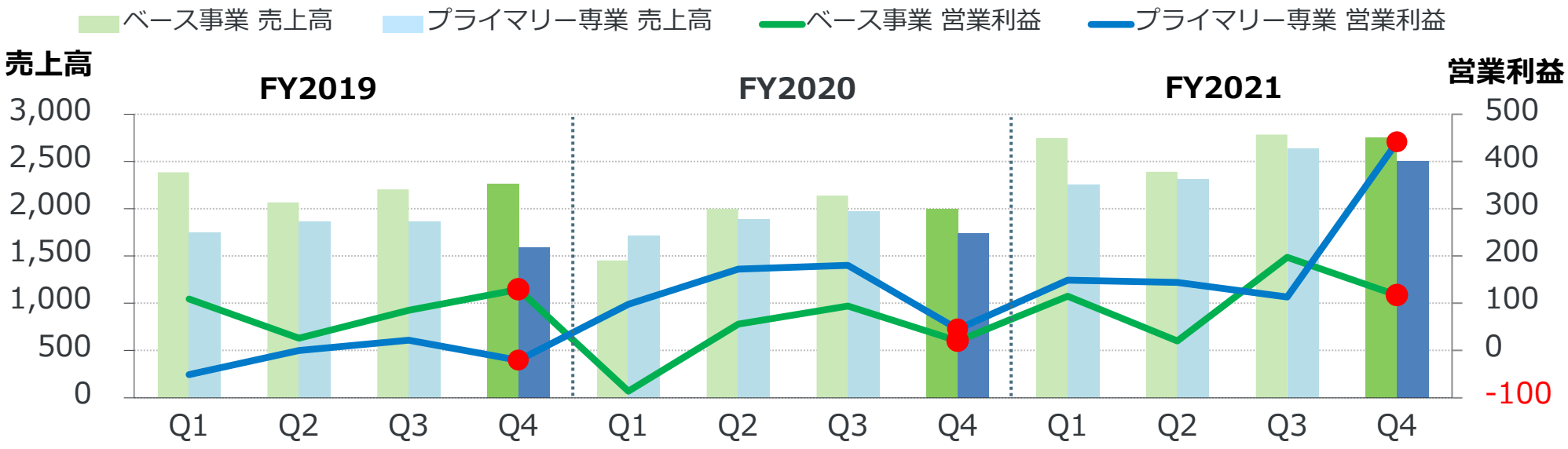


		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
ベース	売上高	2,797	2,714	2,811	2,664	1,781	2,660	2,794	3,140	3,458	2,970	3,554	3,456
	前年比	-2.0%	+2.8%	-7.6%	-3.2%	-36.3%	-2.0%	-0.6%	+17.8%	+94.2%	+11.6%	+27.2%	+10.1%
	営業利益	174	117	149	42	-44	170	232	156	251	3	223	176
	前年比	4.1倍	17.0倍	-	3.8倍	-	+45.6%	+54.8%	3.6倍	-	-97.8%	-3.6%	+13.1%
プライマリー	売上高	577	586	497	536	378	498	571	576	648	643	576	717
	前年比	+5.6%	+0.4%	-15.2%	-2.5%	-34.5%	-15.0%	+14.9%	+7.3%	+71.4%	+29.2%	+0.8%	+24.6%
	営業利益	17	60	38	27	2	72	89	93	117	76	73	102
	前年比	+86.3%	+76.8%	3.2倍	-1.1%	-85.4%	+19.8%	2.3倍	3.4倍	45.9倍	+4.7%	-18.0%	+9.2%

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

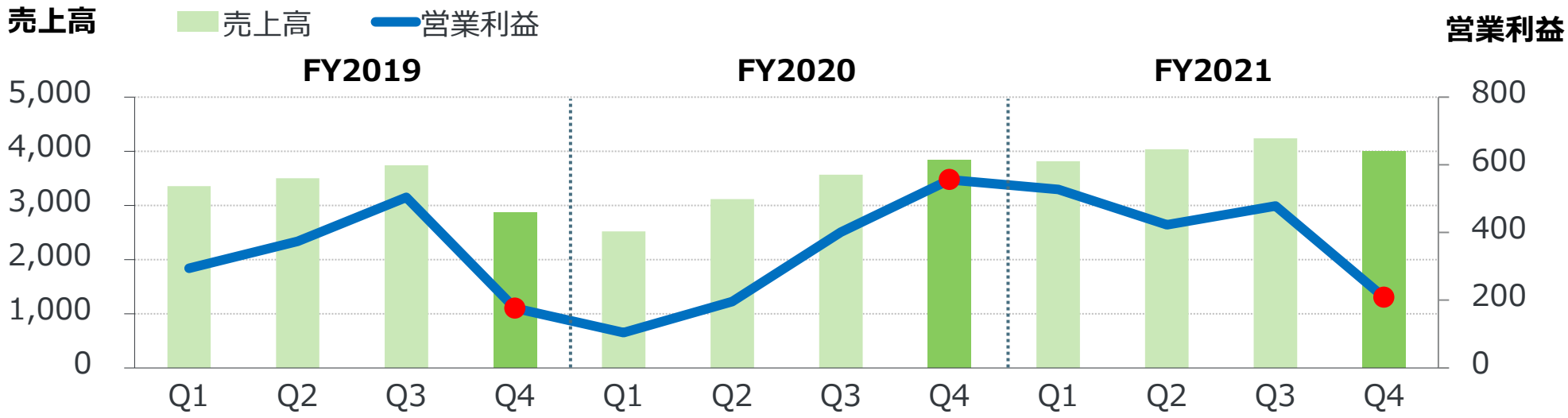
（単位：百万円）



ベース	売上高	2,386	2,066	2,205	2,264	1,453	2,000	2,137	1,996	2,746	2,391	2,785	2,749
	前年比	+3.1%	-4.4%	-5.4%	-0.7%	-39.1%	-3.2%	-3.1%	-11.8%	+89.0%	+19.5%	+30.4%	+37.7%
	営業利益	109	26	85	129	-86	56	94	20	115	20	197	117
	前年比	-0.8%	-10.7%	+61.7%	+11.1%	-	2.2倍	+9.6%	-84.2%	-	-63.8%	2.1倍	5.7倍
プライマリー	売上高	1,751	1,867	1,862	1,591	1,711	1,891	1,974	1,737	2,256	2,311	2,633	2,499
	前年比	+7.2%	+11.1%	+8.6%	+14.6%	-2.3%	+1.3%	+6.0%	+9.2%	+31.9%	+22.2%	+33.4%	+43.8%
	営業利益	-51	0	22	-21	98	172	180	45	149	144	113	441
	前年比	-	-	36.2倍	-	-	-	8.0倍	-	+51.8%	-16.3%	-37.5%	9.7倍

アジア・オセアニア 売上高・営業利益 推移

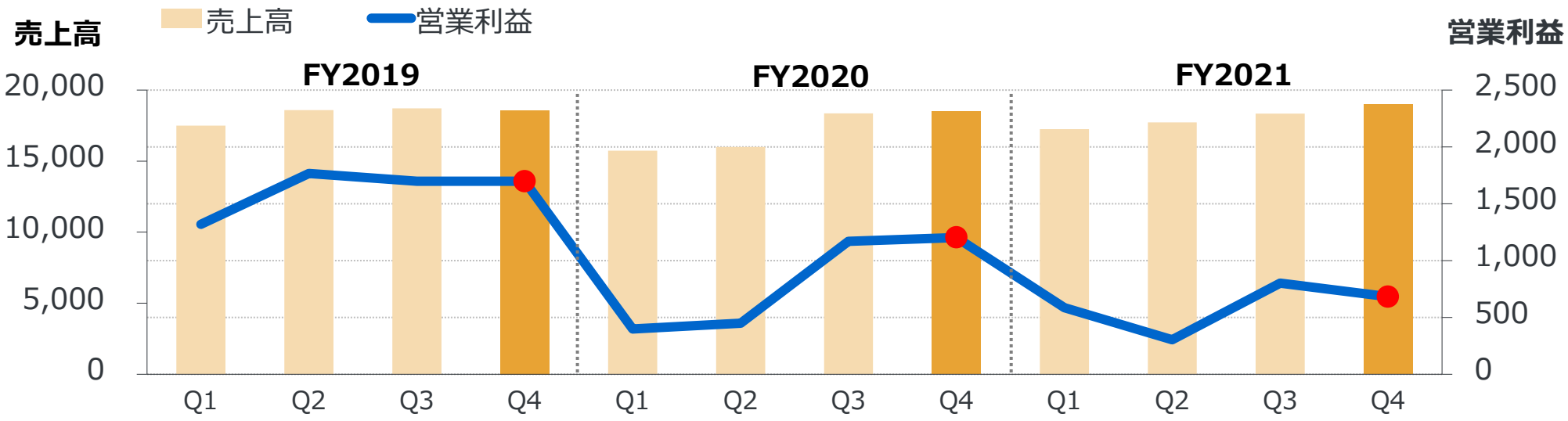
（単位：百万円）



ベース	売上高	3,355	3,504	3,740	2,865	2,520	3,117	3,567	3,839	3,817	4,037	4,238	4,000
	前年比	-5.8%	-3.2%	-0.1%	-13.9%	-24.9%	-11.1%	-4.6%	+34.0%	+51.5%	+29.5%	+18.8%	+4.2%
	営業利益	294	374	504	176	104	196	401	556	527	423	478	208
	前年比	-9.4%	-25.5%	-24.7%	-49.7%	-64.5%	-47.6%	-20.5%	3.2倍	5.1倍	2.2倍	+19.2%	-62.6%

売上高・営業利益 推移

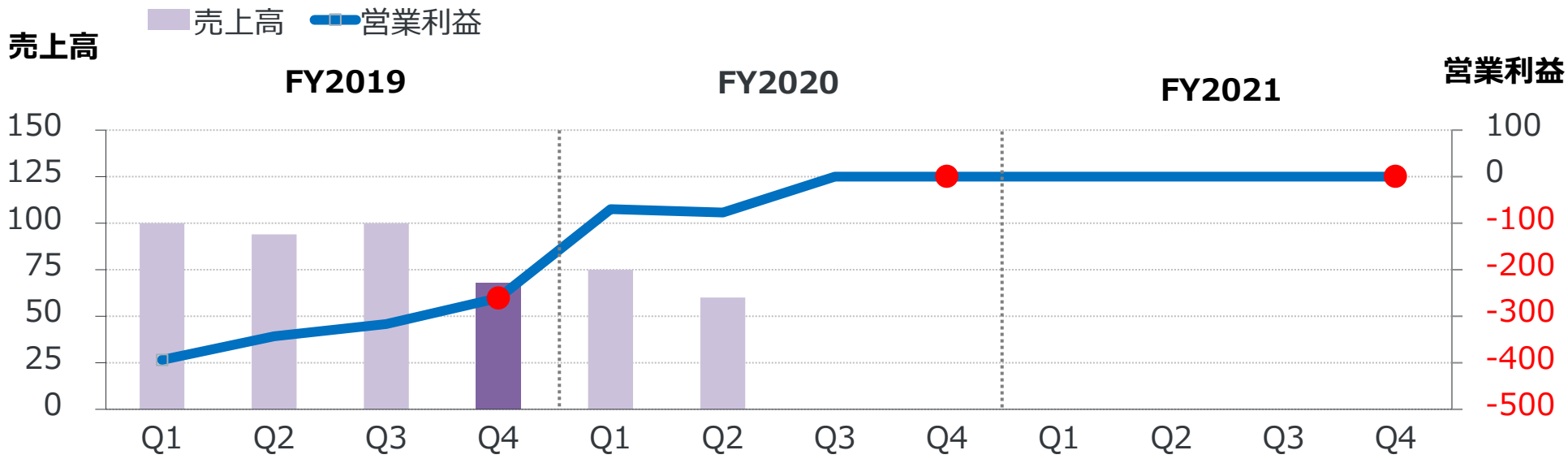
（単位：百万円）



売上高	17,495	18,578	18,709	18,578	15,730	15,991	18,352	18,490	17,248	17,729	18,337	18,971
前年比	+2.4%	+5.7%	-0.1%	-2.4%	-10.1%	-13.9%	-1.9%	-0.5%	+9.6%	+10.9%	-0.1%	+2.6%
営業利益	1,318	1,765	1,698	1,697	399	448	1,170	1,203	585	303	801	682
前年比	+7.7%	+9.8%	-8.7%	-25.9%	-69.7%	-74.6%	-31.1%	-29.1%	+46.7%	-32.4%	-31.5%	-43.3%

売上高・営業利益 推移

（単位：百万円）



売上高	100	94	100	68	75	60	0	0	0	0	0	0
前年比	-20.0%	-10.0%	-13.8%	-15.5%	-24.6%	-35.9%	-	-	-	-	-	-
営業利益	-394	-343	-317	-261	-70	-77	0	0	0	0	0	0
前年比	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

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専業から構成される。
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。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。 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さま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、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。

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。
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 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ご注意事項】

- 本資料に記載の内容は全て2022年5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