



あくなき創造で持続可能な社会を

2019年 11月 5日 (火)

サトーホールディングス株式会社

2020年3月期 上期決算説明資料

証券コード : 6287

決算ハイライト

- **連結で業績予想に対して売上未達、営業利益は達成。前年同期比増収・増益**
 - 海外事業は業績予想比売上・利益とも未達。前年比売上横ばい・減益。現地通貨ベースでは同増収・増益
 - 日本事業は売上・利益とも業績予想達成。前年比増収・増益
- **中期経営計画に沿った戦略を展開中の海外事業において、業績インパクトは未発現**
- **海外固定資産売却により特別利益を計上**

2019年度上期 業績予想に対する実績

(単位：百万円)

	実績	業績予想	業績予想比
売上高	57,875	58,700	98.6%
営業利益	3,542	3,500	101.2%
経常利益	3,237	3,400	95.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,880	2,000	144.0%

事業セグメント別売上高及び営業利益

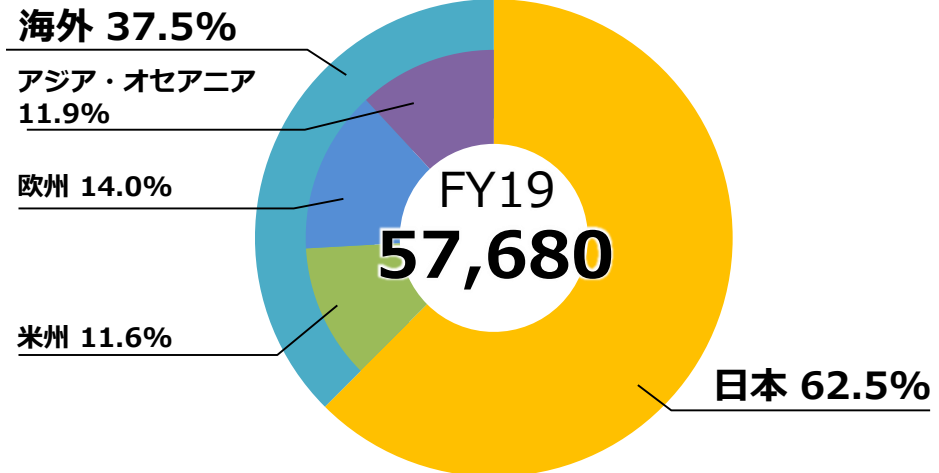
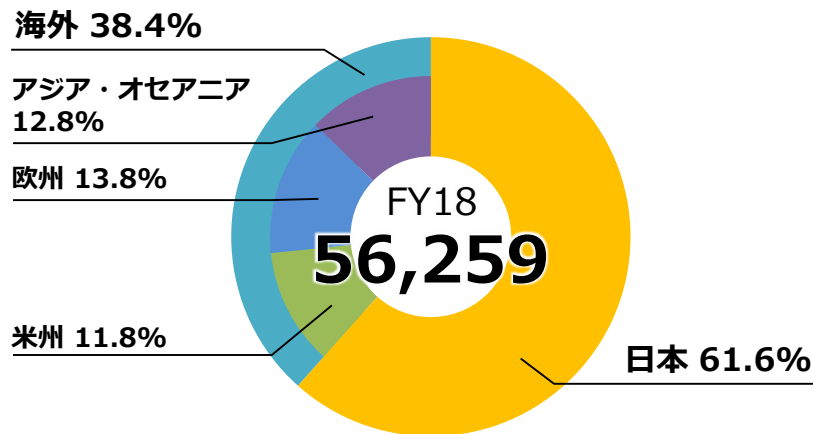
(単位：百万円)

		FY2019	FY2018	前年比	除く為替
自動認識 ソリューション事業	売上高	57,680	56,259	102.5%	104.6%
	営業利益	4,239	4,051	104.6%	106.4%
海外	売上高	21,607	21,597	100.0%	105.5%
	営業利益	1,155	1,220	94.7%	103.3%
日本	売上高	36,073	34,661	104.1%	104.1%
	営業利益	3,083	2,831	108.9%	107.7%
IDP事業	売上高	194	230	84.5%	90.3%
	営業利益	-737	-676	-	-
連結（消去後）	売上高	57,875	56,489	102.5%	104.6%
	営業利益	3,542	3,343	105.9%	106.5%

地域別売上高及び営業利益構成比

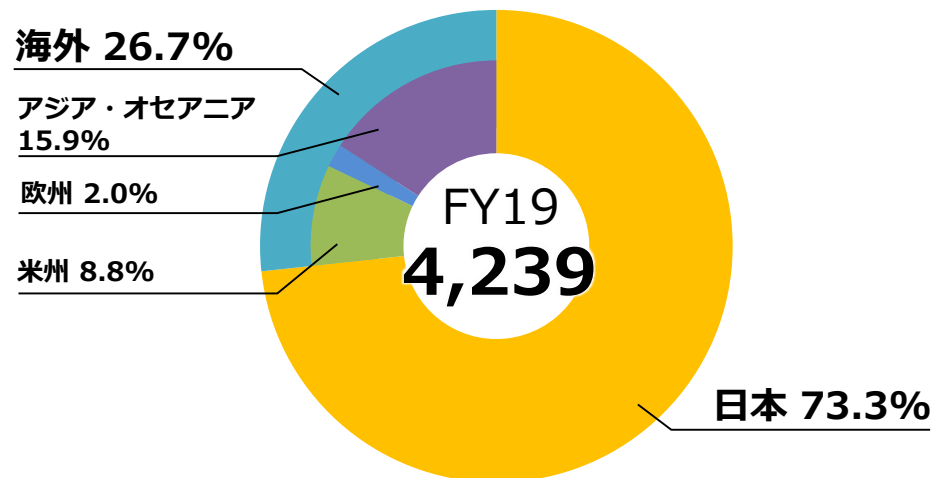
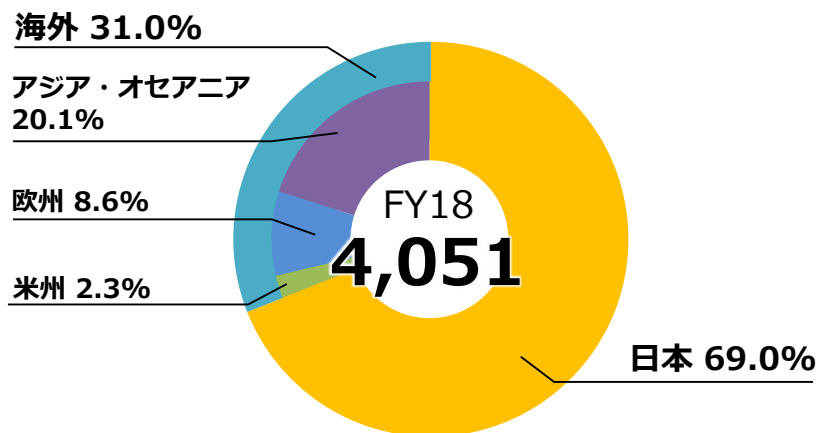
(単位：百万円)

売上高



営業利益

*割合は消去を除く



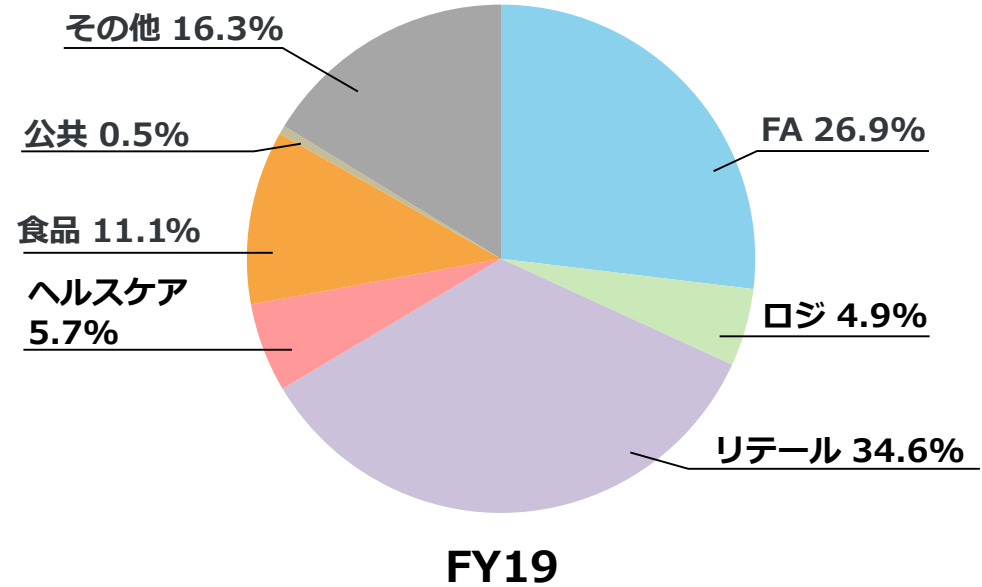
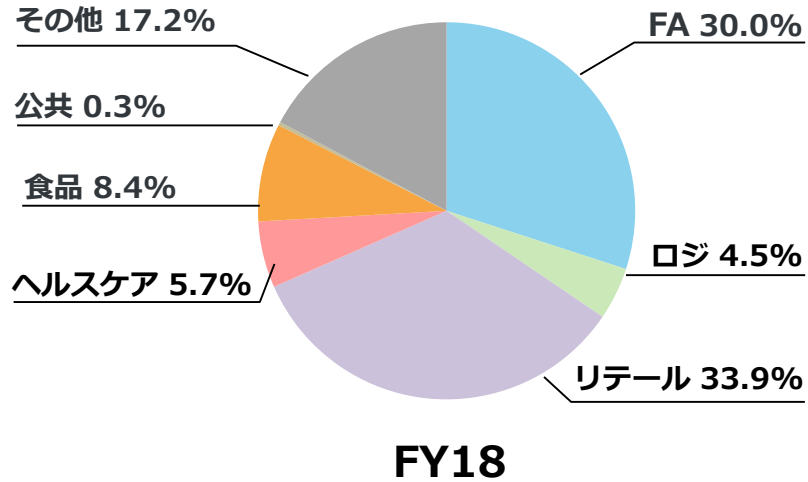
4 営業利益率：日本：8.2%、海外：5.7%

営業利益率：日本：8.5%、海外：5.3%

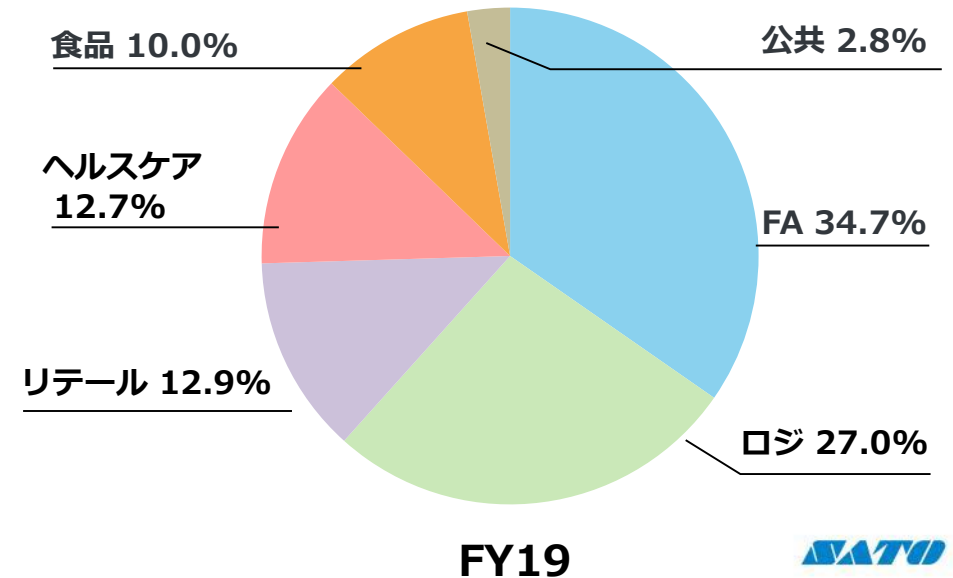
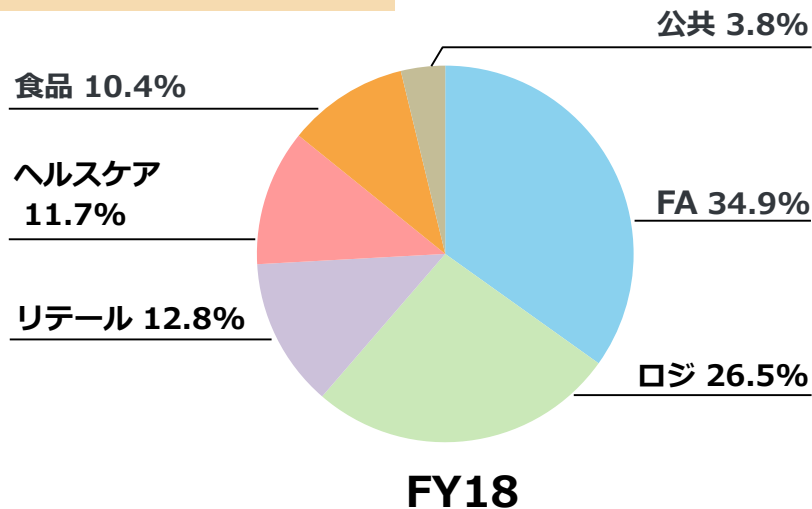
市場別売上高構成

海外

*主な販社。工場・プライマリー専業会社は除く



日本



業績

(単位：百万円)

	FY2019	FY2018	増減	%
売上高	57,875	56,489	+1,385	102.5%
営業利益	3,542	3,343	+198	105.9%
営業利益率	6.1%	5.9%	+0.2pt	-
経常利益	3,237	3,190	+46	101.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益 ※1	2,880	1,919	+960	150.0%
実効税率 ※2	26.7%	39.3%	-12.7pt	
EBITDA ※3	6,488	6,096	+391	106.4%

FY19 上期 為替レート (期中平均) : 108.60円/USD, 121.40円/EUR (FY18 上期 同為替レート : 110.26円/USD, 129.78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+423百万円、営業利益+5百万円 (FY19通期ベース)

※1 親会社株主に帰属する四半期純利益 : FY19上期は海外の固定資産売却による特別利益の計上あり

※2 実効税率 : FY18 上期は、(株)サトーの組織再編に伴う調整などの影響あり

※3 EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

・減価償却 FY19 上期 : 2,509百万円

・のれん償却 FY19 上期 : 436百万円 (DataLase社 290百万円 他)

FY18 上期 : 2,186百万円

FY18 上期 : 566百万円 (DataLase社 312百万円 他)

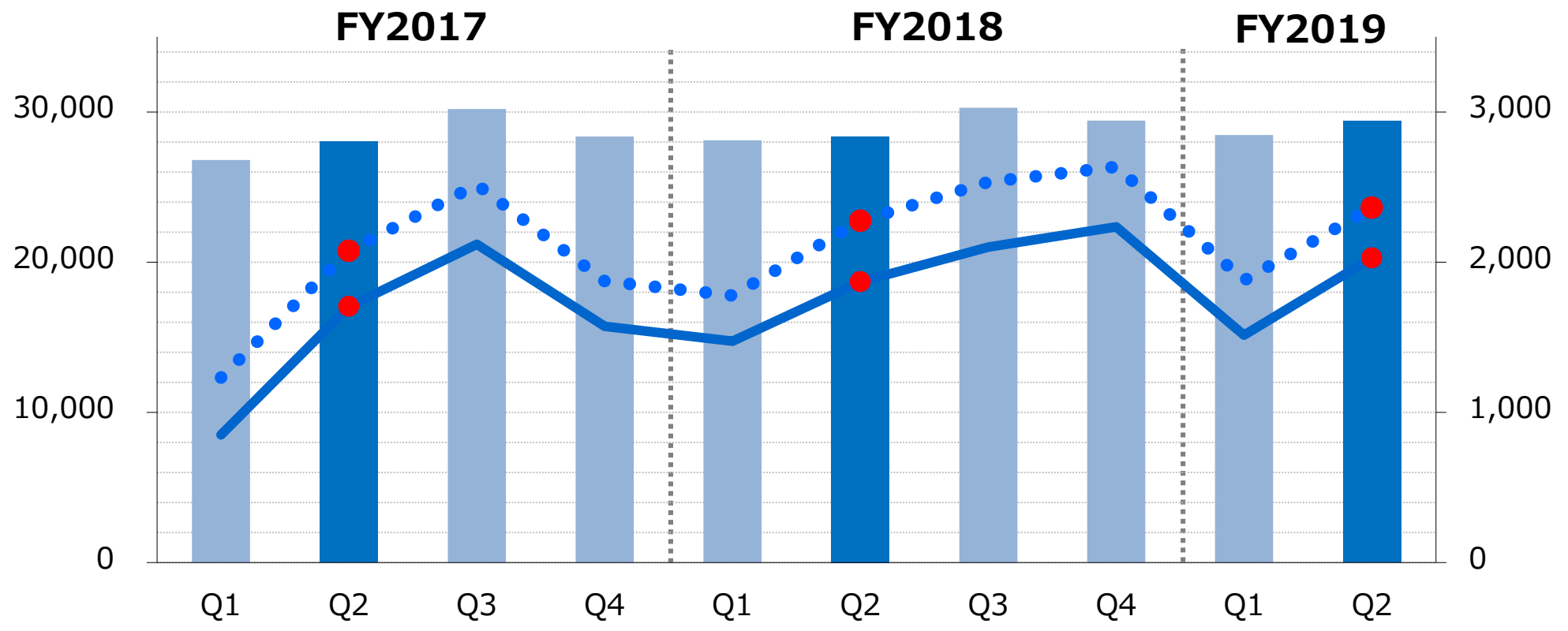
四半期別 業績推移

(単位：百万円)

■ 売上高 — 営業利益 ●●● 営業利益（自動認識ソリューション事業。IDP事業除く）

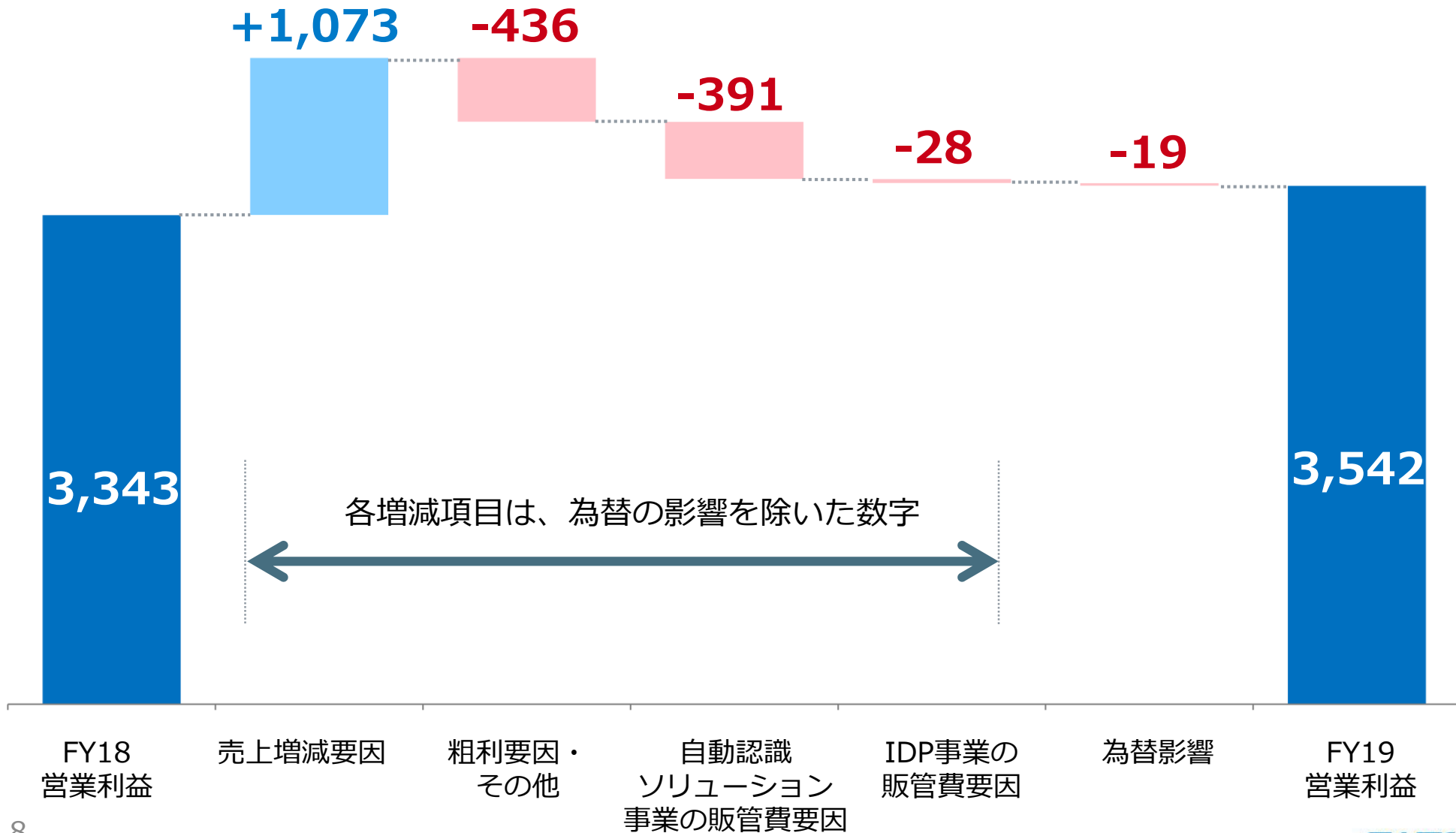
売上高

営業利益



営業利益前年との比較

(単位：百万円)

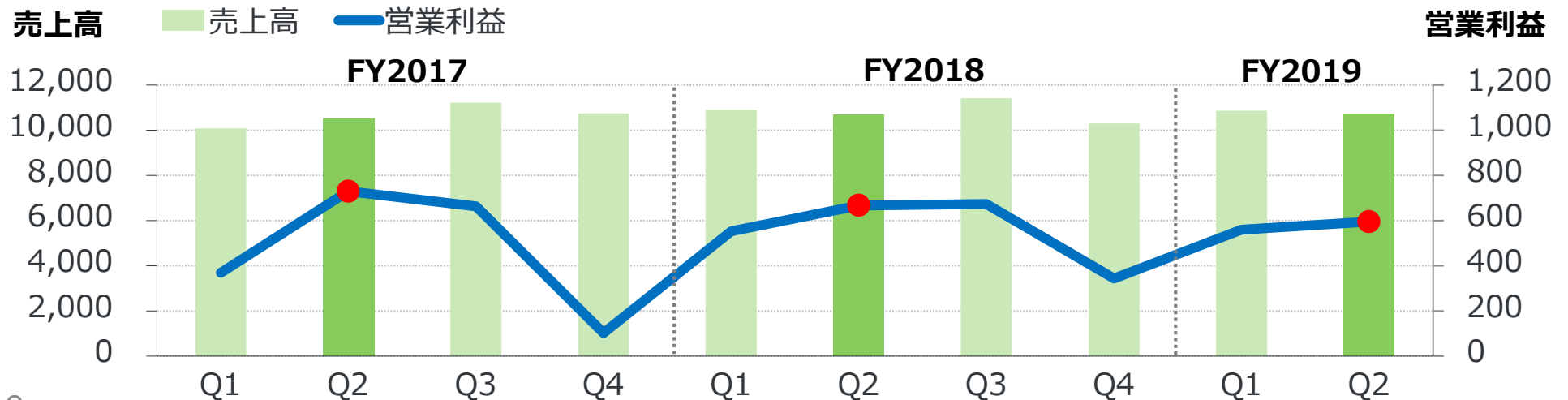


総括

売上横ばい、営業減益も、現地通貨ベースでは増収・増益

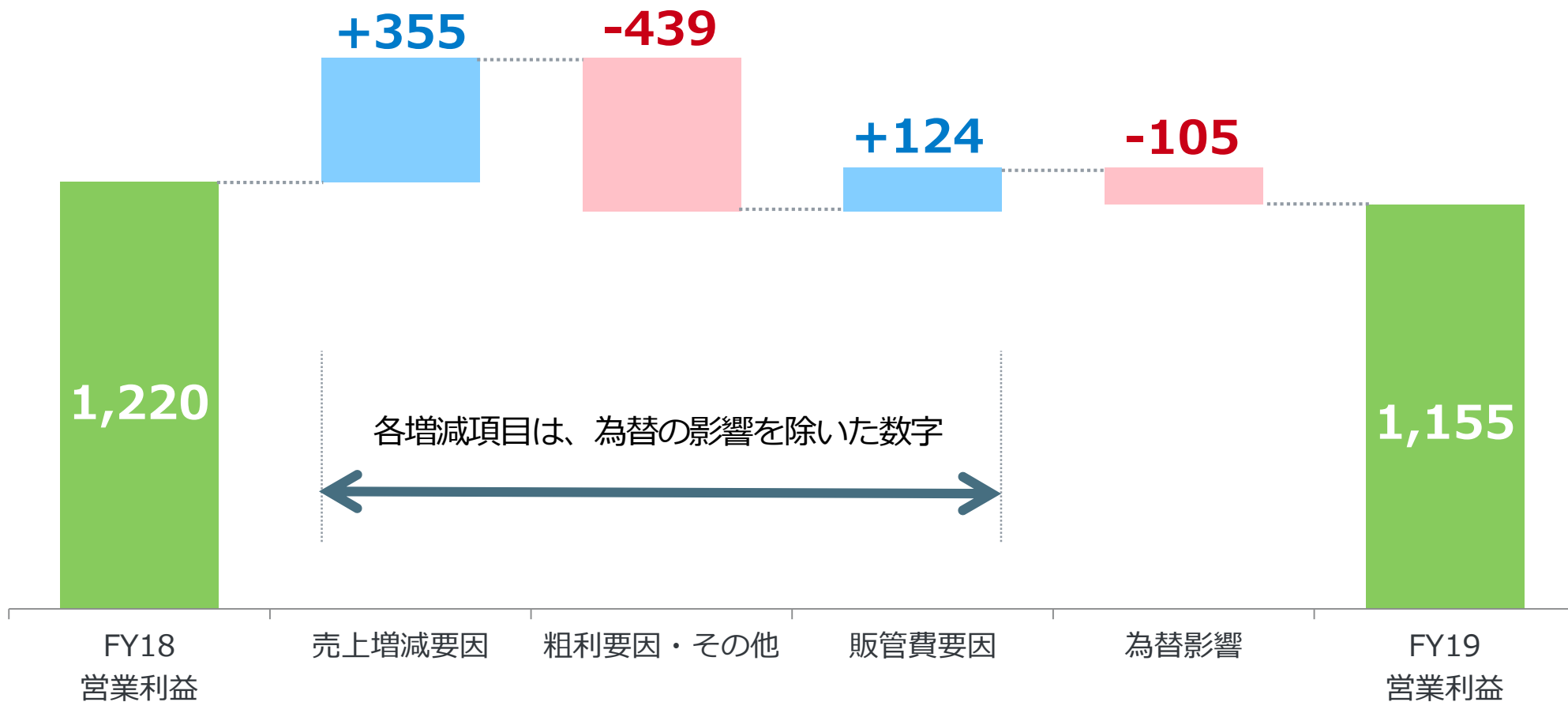
(単位：百万円)

	FY2019	FY2018	増減	増減	
				%	除く為替
売上高	21,607	21,597	+9	100.0%	105.5%
粗利額	7,506	8,057	-551	93.2%	-
粗利率（外売）	34.7%	37.3%	-2.6pt	-	-
営業利益	1,155	1,220	-65	94.7%	103.3%
営業利益率	5.3%	5.7%	-0.3pt	-	-



営業利益 前年との比較

(単位：百万円)



事業別内訳

ベース事業：中国関連事業への貿易摩擦の影響により減収。

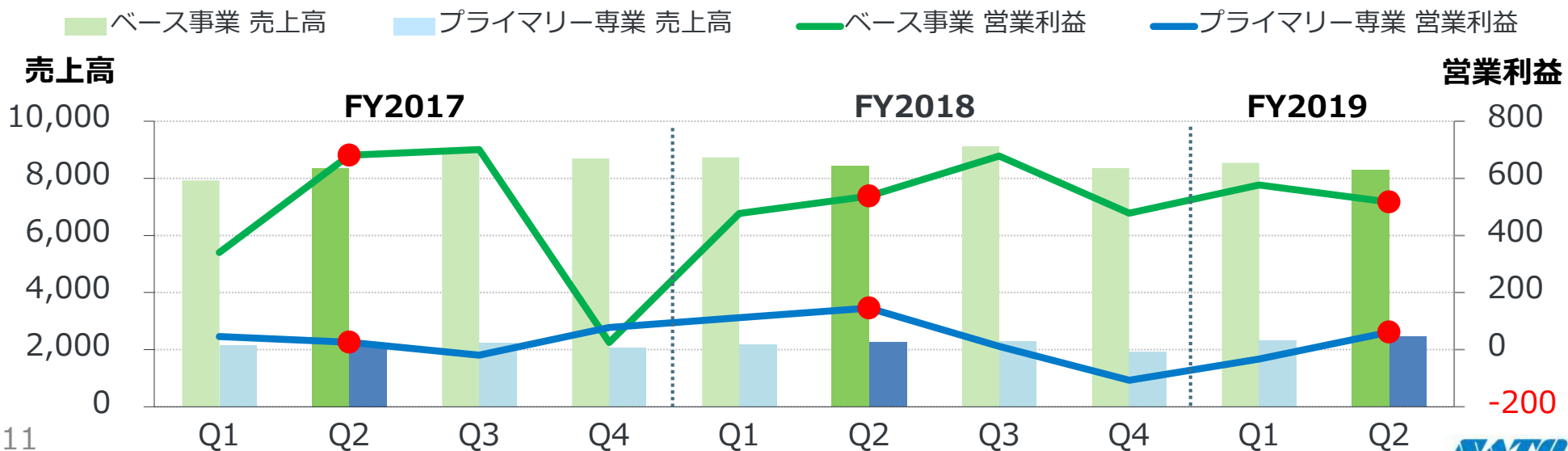
赤字が続いた米国ソフトウェア開発子会社の清算及び英国版社の黒字化により増益

プライマリー專業：ロシアOkil社の寄与により増収。同社における原価高及び為替の影響などにより減益。

第2四半期は黒字化

(単位：百万円)

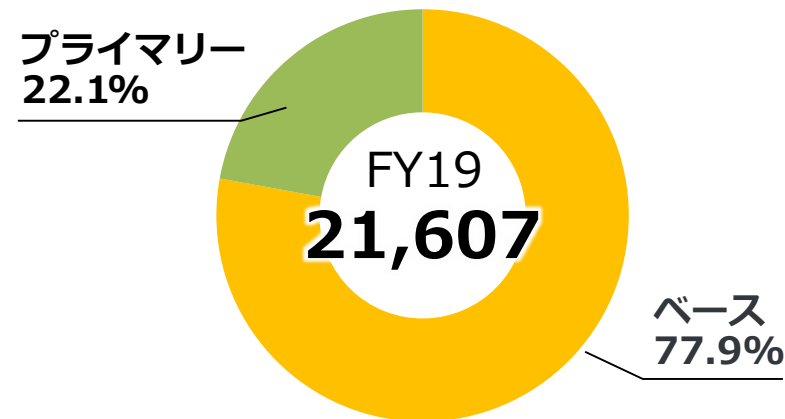
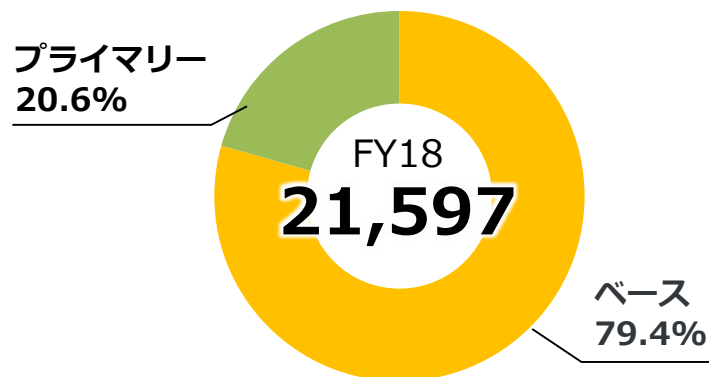
		FY2019	FY2018	増減	%	
					%	除く為替
ベース事業	売上高	16,825	17,152	-327	98.1%	102.6%
	営業利益	1,095	1,015	+79	107.9%	112.2%
プライマリー專業	売上高	4,782	4,444	+337	107.6%	116.8%
	営業利益	27	259	-231	10.5%	34.2%
消去	営業利益	32	-54	+86	-	-



事業別売上高及び営業利益構成比

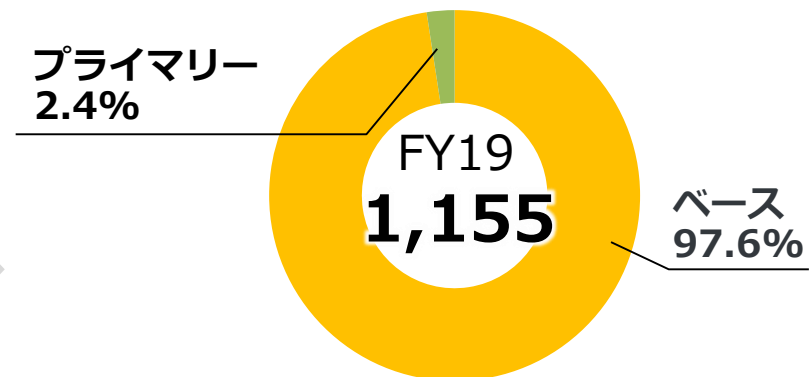
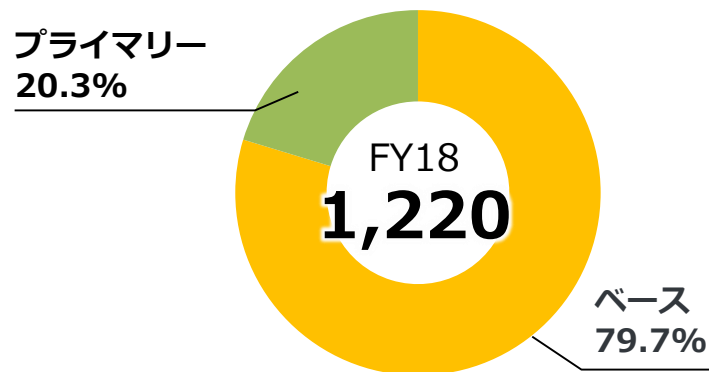
（単位：百万円）

売上高



営業利益

*割合は消去を除く



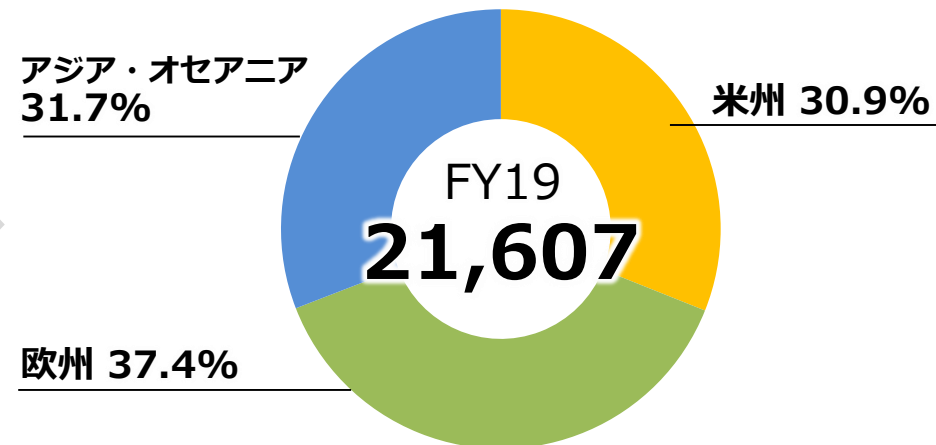
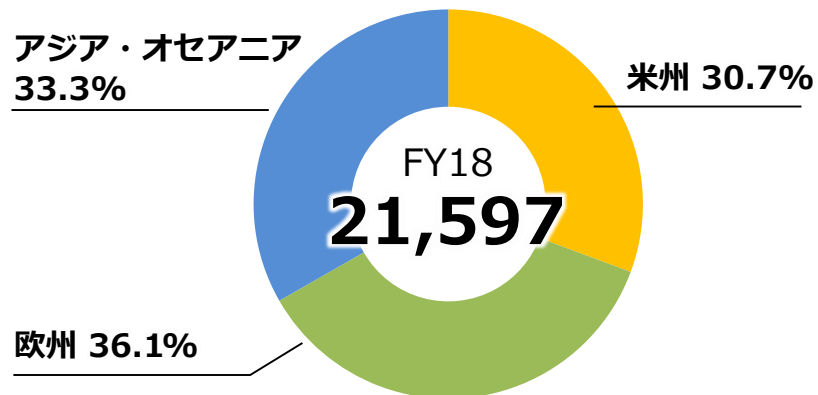
営業利益率：ベース：5.9%、プライマリー：5.8%

営業利益率：ベース：6.5%、プライマリー：0.6%

地域別売上高及び営業利益構成比

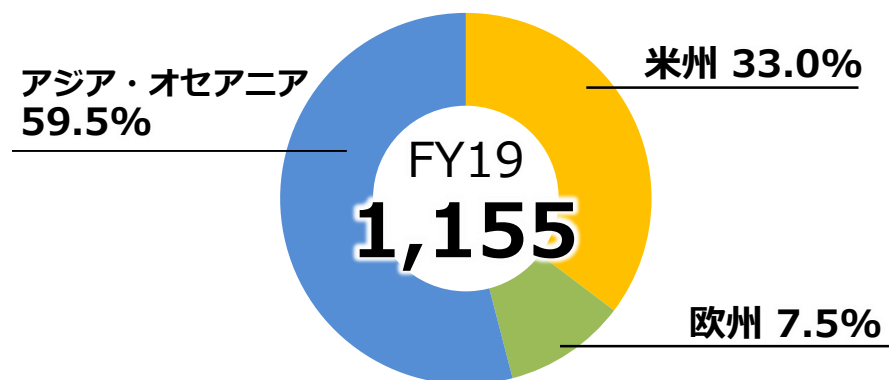
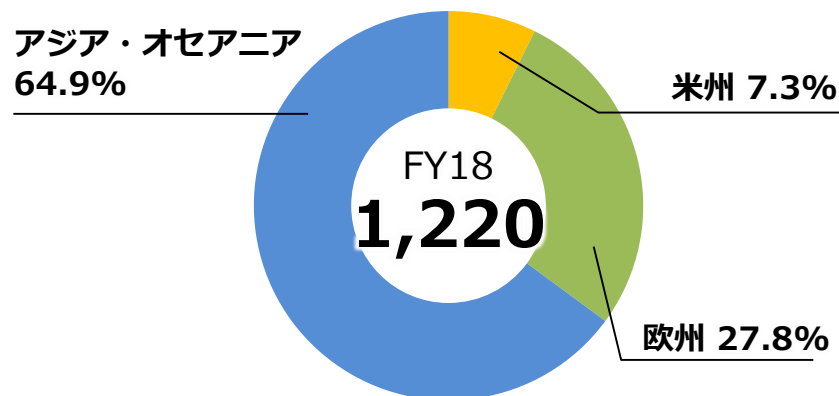
(単位：百万円)

売上高



営業利益

*割合は消去を除く



営業利益率：米州：1.4%、欧州：4.6%、
アジア・オセアニア：11.5%

営業利益率：米州：5.5%、欧州：1.0%、
アジア・オセアニア：9.7%

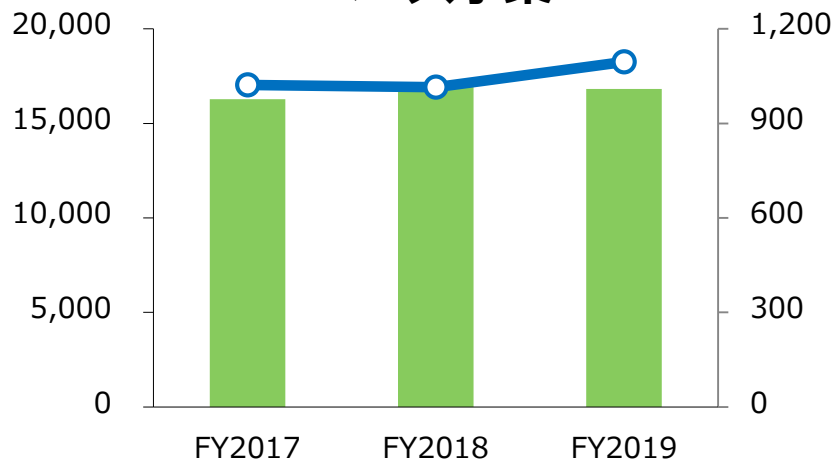
事業別及び地域別売上高及び営業利益推移

事業別

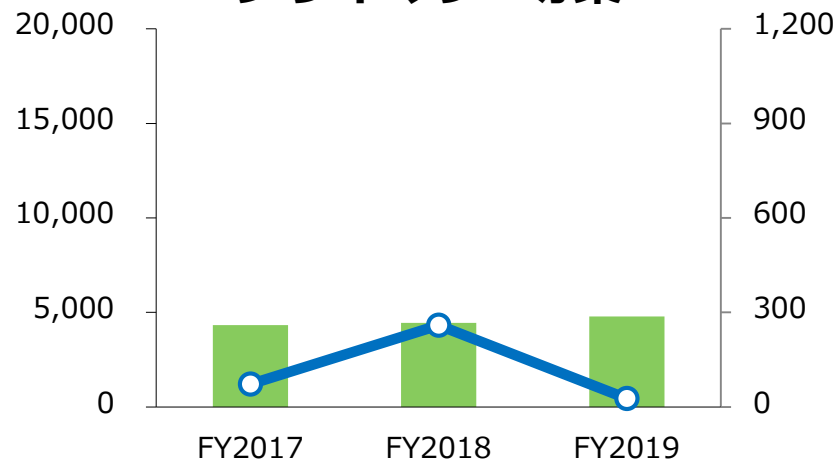
■ 売上高 ●— 営業利益

（単位：百万円、左軸：売上高、右軸：営業利益）

ベース事業

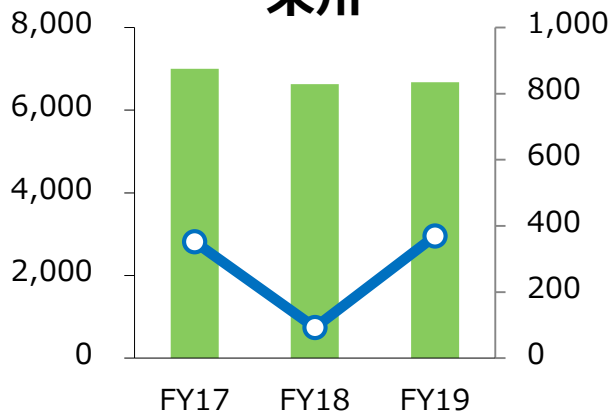


プライマリー専業

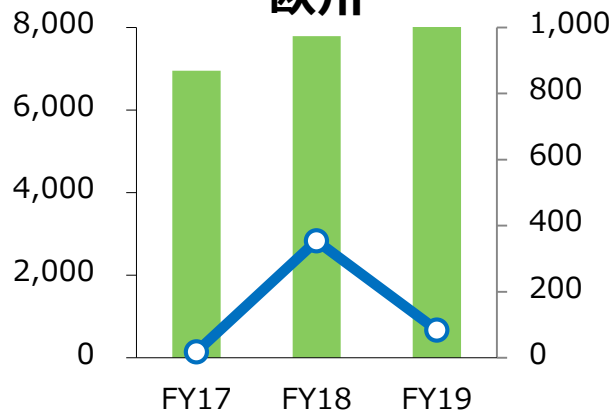


地域別

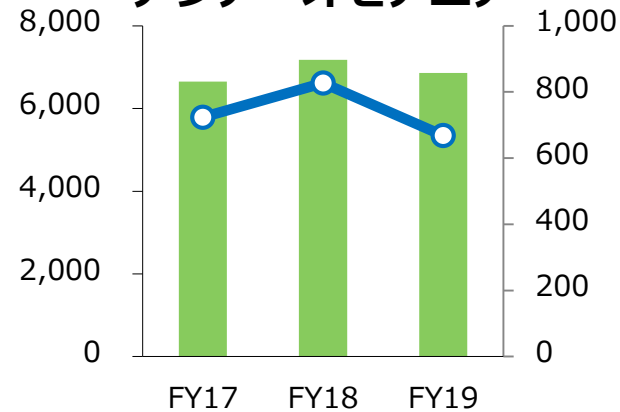
米州



欧州



アジア・オセアニア



地域別内訳 米州

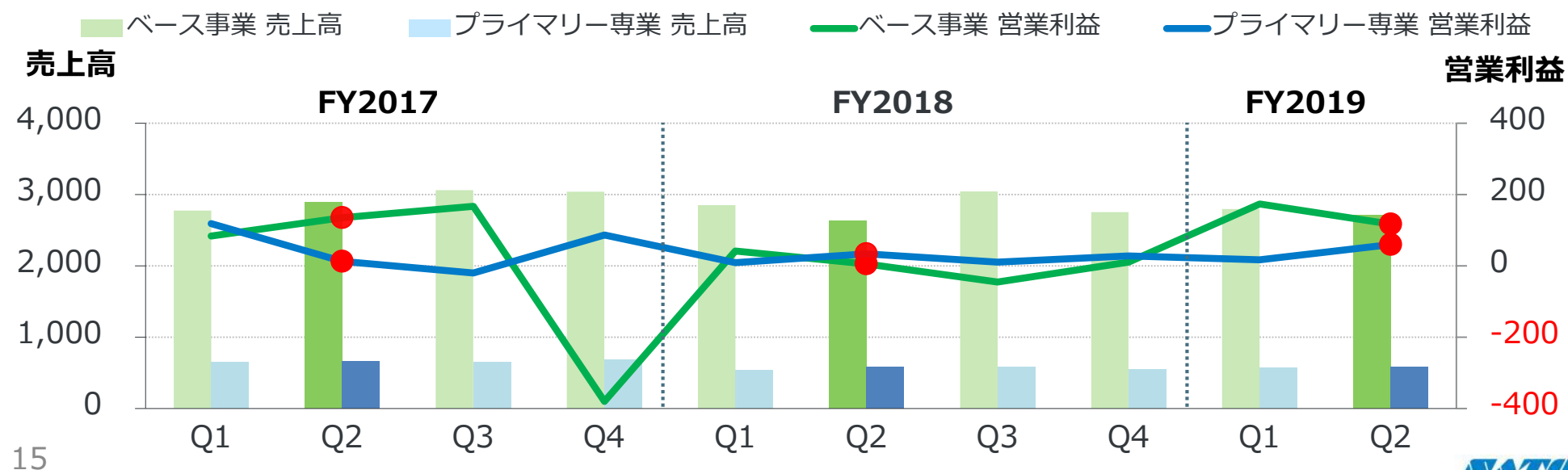
ベース事業：主に米国本社で直販ビジネスが伸長するも、為替のマイナス影響などにより売上は横ばい。

清算を決めた米国ソフトウェア開発子会社の研究開発費負担の解消により大幅増益

プライマリー専業：増収・大幅増益。特に価格転嫁を推し進めたアルゼンチンのAchernar社が増益に貢献

（単位：百万円）

		FY2019	FY2018	増減	増減	
					%	除く為替
ベース事業	売上高	5,512	5,495	+16	100.3%	103.7%
	営業利益	291	49	+242	591.4%	619.2%
プライマリー専業 ・ Achernar社 ・ Prakolar社	売上高	1,163	1,130	+33	102.9%	129.7%
	営業利益	78	43	+34	178.8%	322.9%



地域別内訳 欧州

ベース事業：主に為替のマイナス影響により売上は横ばい、営業利益は微減。

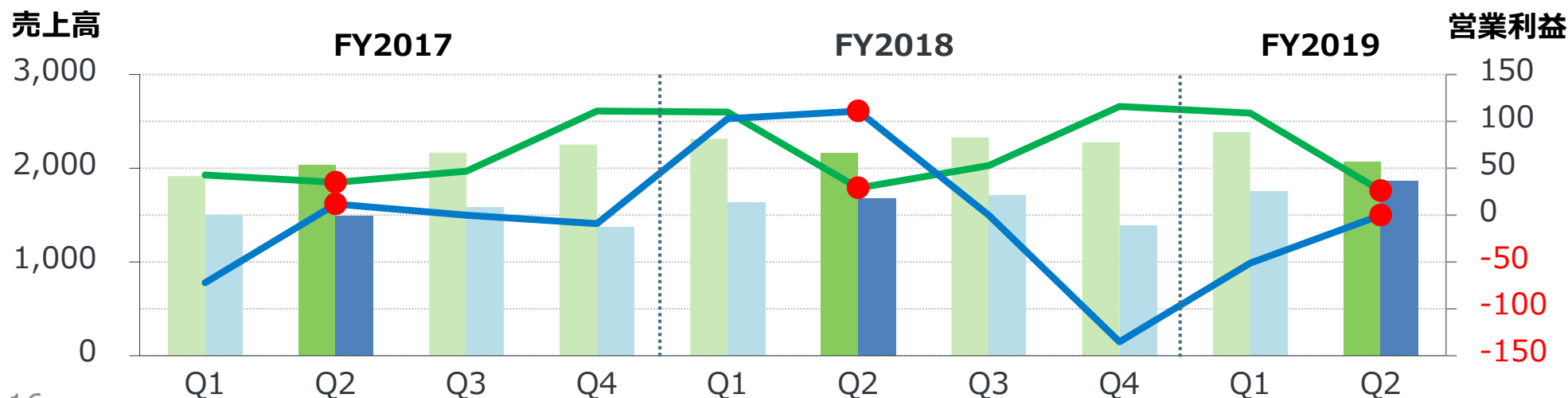
食の安心・安全への対応ニーズを捉えて大口取引を獲得し、英国販社が増収・黒字化

プライマリー専業：ロシアのOkil社における新規ビジネス開拓により増収。一方、原価高や為替の影響により減益

(単位：百万円)

		FY2019	FY2018	増減	増減	
					%	除く為替
ベース事業	売上高	4,453	4,475	-22	99.5%	106.5%
	営業利益	135	139	-4	97.1%	106.3%
プライマリー専業 ・ Okil社 ・ X-Pack社	売上高	3,618	3,314	+303	109.2%	112.4%
	営業利益	-51	215	-266	-	-

■ ベース事業 売上高 ■ プライマリー専業 売上高 ■ ベース事業 営業利益 ■ プライマリー専業 営業利益

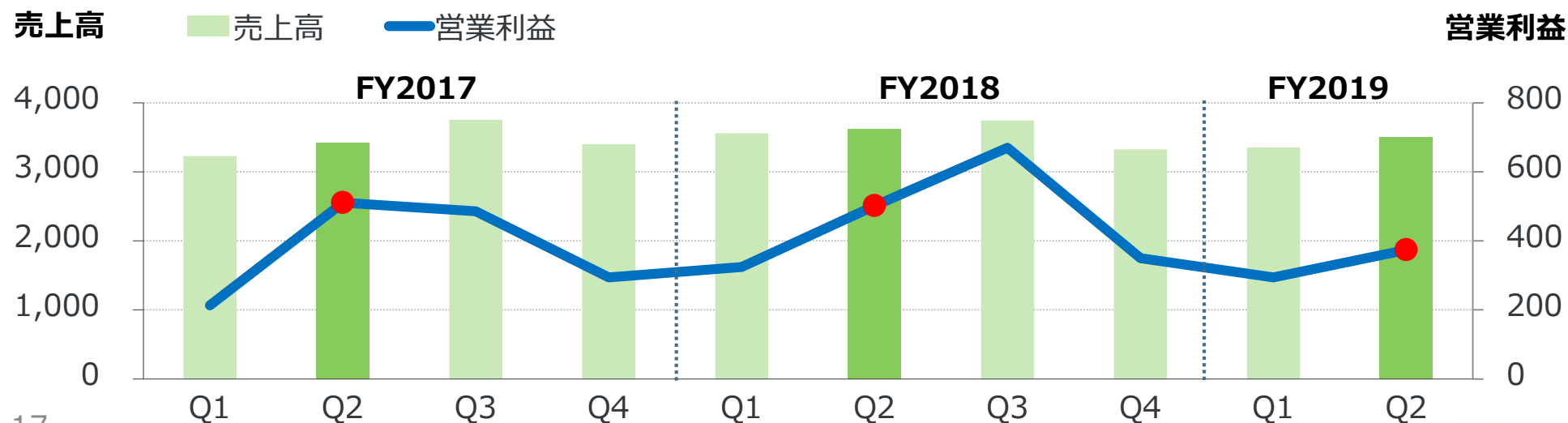


地域別内訳 アジア・オセアニア

ベース事業：中国版社および中国を主要市場とする台湾プリンタ子会社の貿易摩擦要因の減速により、減収・減益。
 厳しい外部環境にもかかわらず、第2四半期はQoQ増益

(単位：百万円)

		FY2019	FY2018	増減	増減	
					%	除く為替
ベース事業	売上高	6,860	7,181	-321	95.5%	99.3%
	営業利益	668	827	-158	80.8%	82.9%

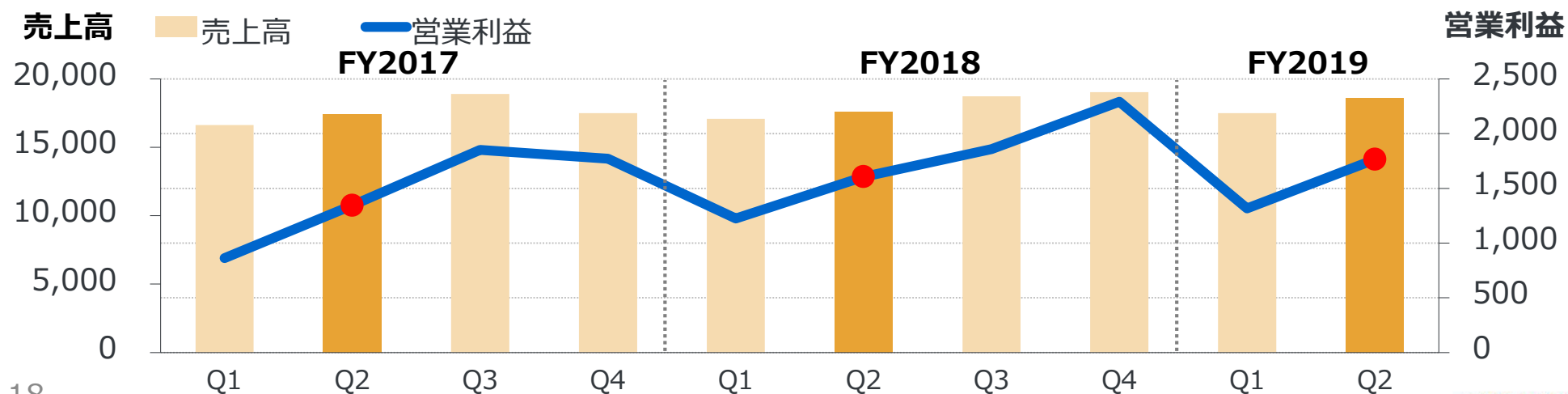


総括

主にメカトロの伸長により、増収・増益。ミックス要因により、利益率改善が継続

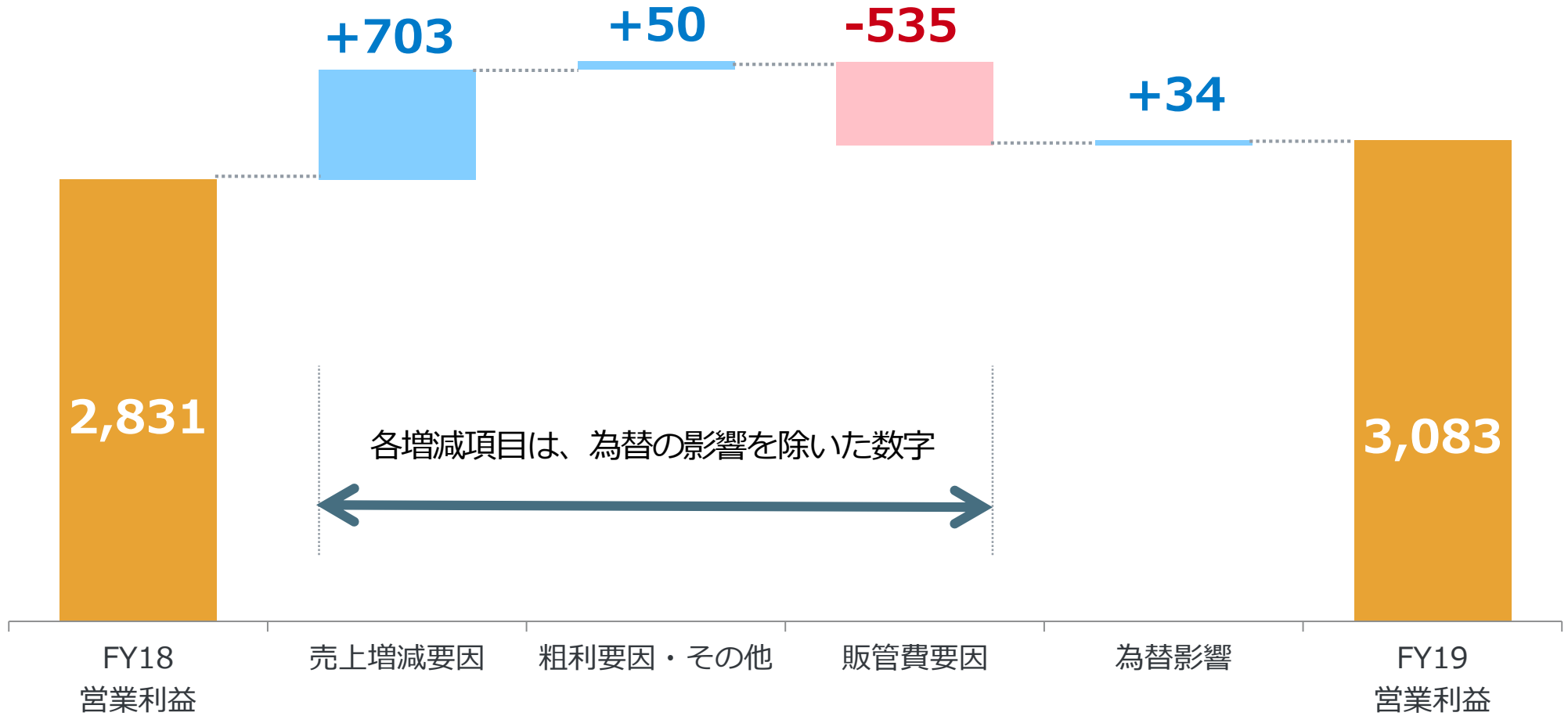
(単位：百万円)

	FY2019	FY2018	増減	%
メカトロ売上高	14,630	13,217	+1,412	110.7%
サプライ売上高	21,443	21,443	+0	100.0%
外部売上高計	36,073	34,661	+1,411	104.1%
粗利額	18,058	17,269	+788	104.6%
粗利率（外売）	50.1%	49.8%	+0.2pt	-
営業利益	3,083	2,831	+252	108.9%
営業利益率	8.5%	8.2%	+0.4pt	-



営業利益前年との比較

（単位：百万円）

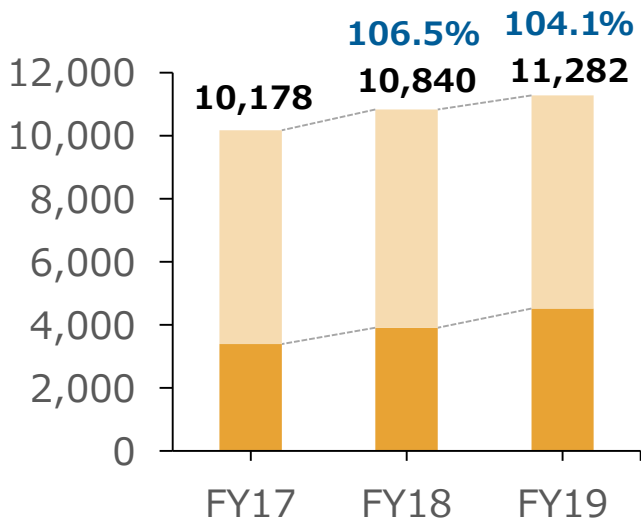


市場別売上高推移（1）

（単位：百万円）

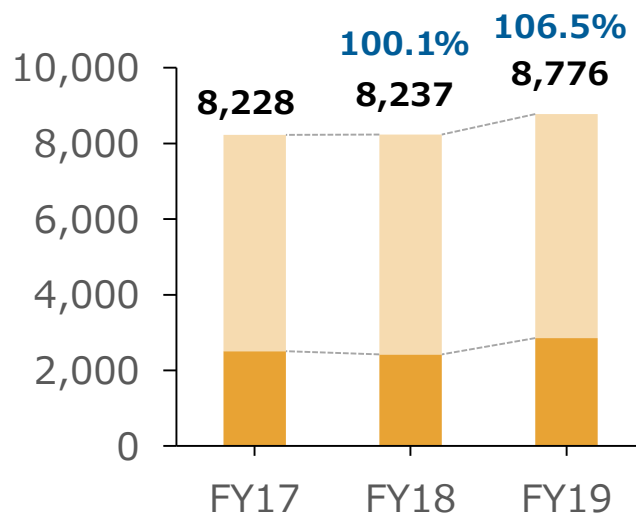
■：メカトロ ■：サプライ ※数字は売上計、%は前年比

FA



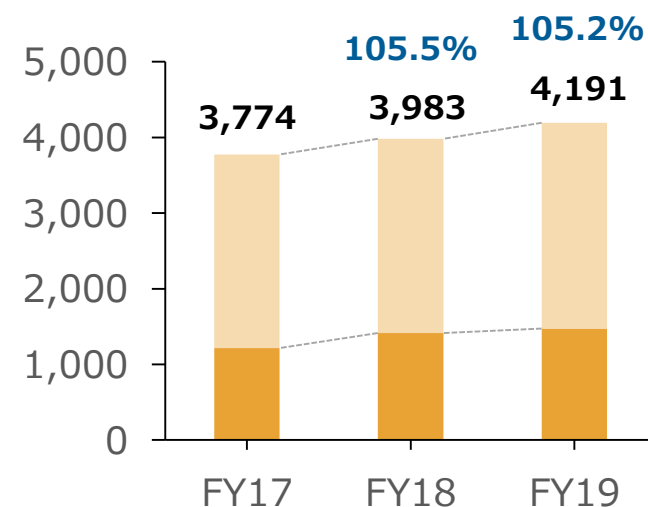
- 電子部品が低調も、化学や鉄鋼の高機能素材分野が好調。全体では生産性向上への投資意欲継続
- プリンタリプレイス案件に加えてRFIDや位置測位など、多様なソリューション提供が奏功

ロジスティクス



- EC市場等の活況に伴う物流量増加と、人手不足や法令対応を主な背景に、需要は堅調
- 送り状貼付に製封函の自動化ニーズも加わり、ソリューション提供が拡大してメカトロ好調

リテール



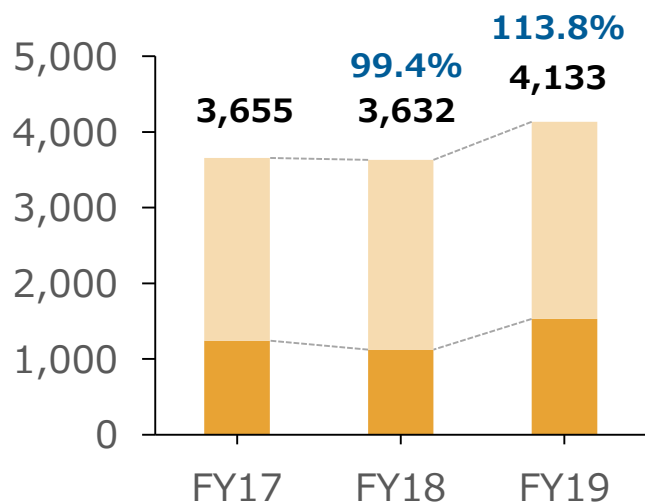
- 小売業者自身がEC市場への参入を強化するなどして物量が増加。法令対応需要が引き続き堅調
- 物量増加がサプライ伸長を後押し。HACCP対応等のソリューション提供が順調に進捗してメカトロ伸長

市場別売上高推移（2）

（単位：百万円）

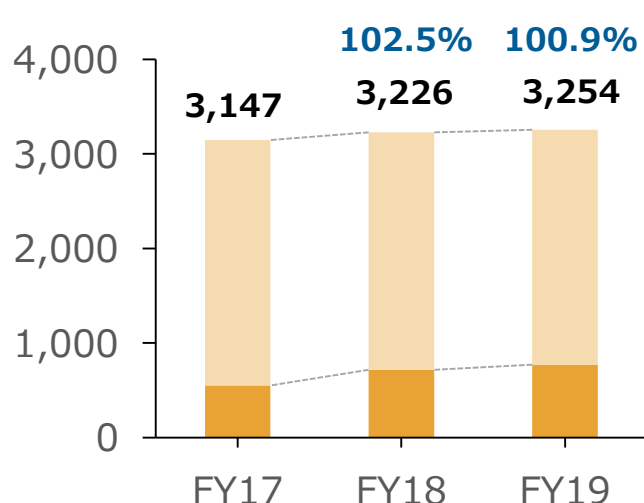
■：メカトロ ■：サプライ ※数字は売上計、%は前年比

ヘルスケア



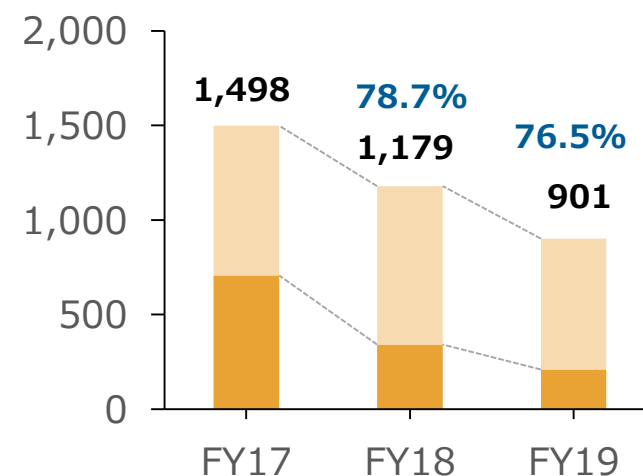
- 薬剤や医療用機器のバーコード管理に対する強い需要や人手不足対応等、外部環境は良好
- バーコードに加えて、RFIDや位置測位技術を活用したソリューションが好調

食品



- 法改正対応や製造工程管理高度化へのニーズ等、外部環境は良好
- プリンタリプレイス案件や法改正対応等によりメカトロ伸長。サプライ減も施策効果等で収益性改善

公共



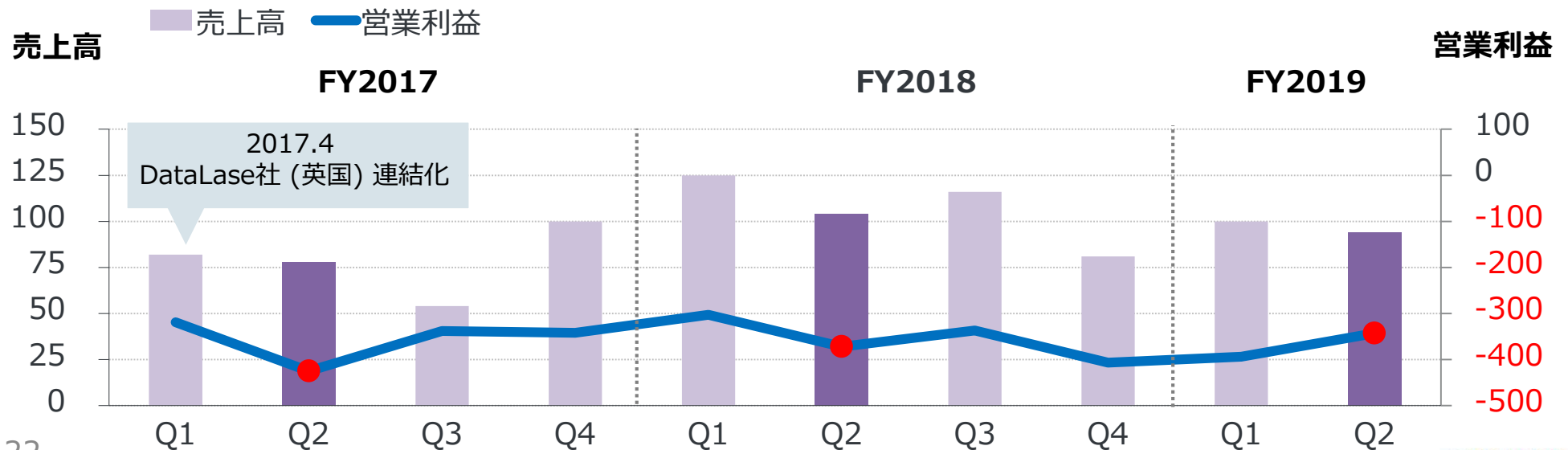
- 全般に外部環境は安定
- 新たな業界へのアプローチを始めるも、大口顧客におけるサプライ品の在庫調整などにより、全体では前年同期比で減収

総括

研究開発がほぼ計画通りに進捗し、評価フェーズに移行

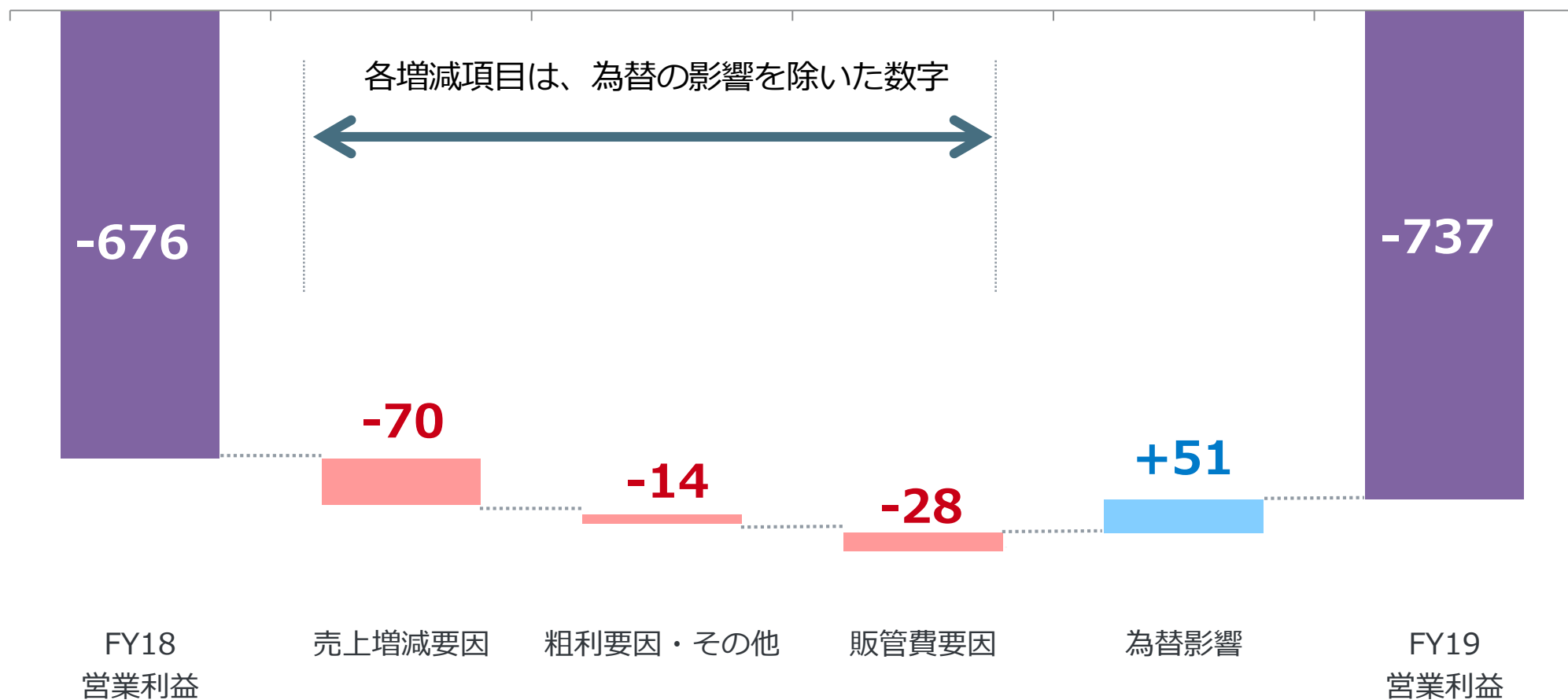
(単位：百万円)

	FY2019	FY2018	増減	%	
				%	除く為替
売上高	194	230	-35	84.5%	90.3%
粗利額	137	231	-93	59.6%	-
粗利率 (外売)	70.9%	100.4%	-29.6pt	-	-
営業利益	-737	-676	-61	-	-
営業利益率	-	-	-	-	-



営業利益前年との比較

(単位：百万円)



IDP事業 研究開発の進捗

開発技術の評価段階へ。2019年度中に商業化判断の予定

飲料ボトル

- お客さまからの要求スペックの変更により、レーザー開発が約3か月後ずれ
- 19年9月に評価機完成。お客さまの工場に設置
- 現在、商業化を見据えて評価中



紙カップ

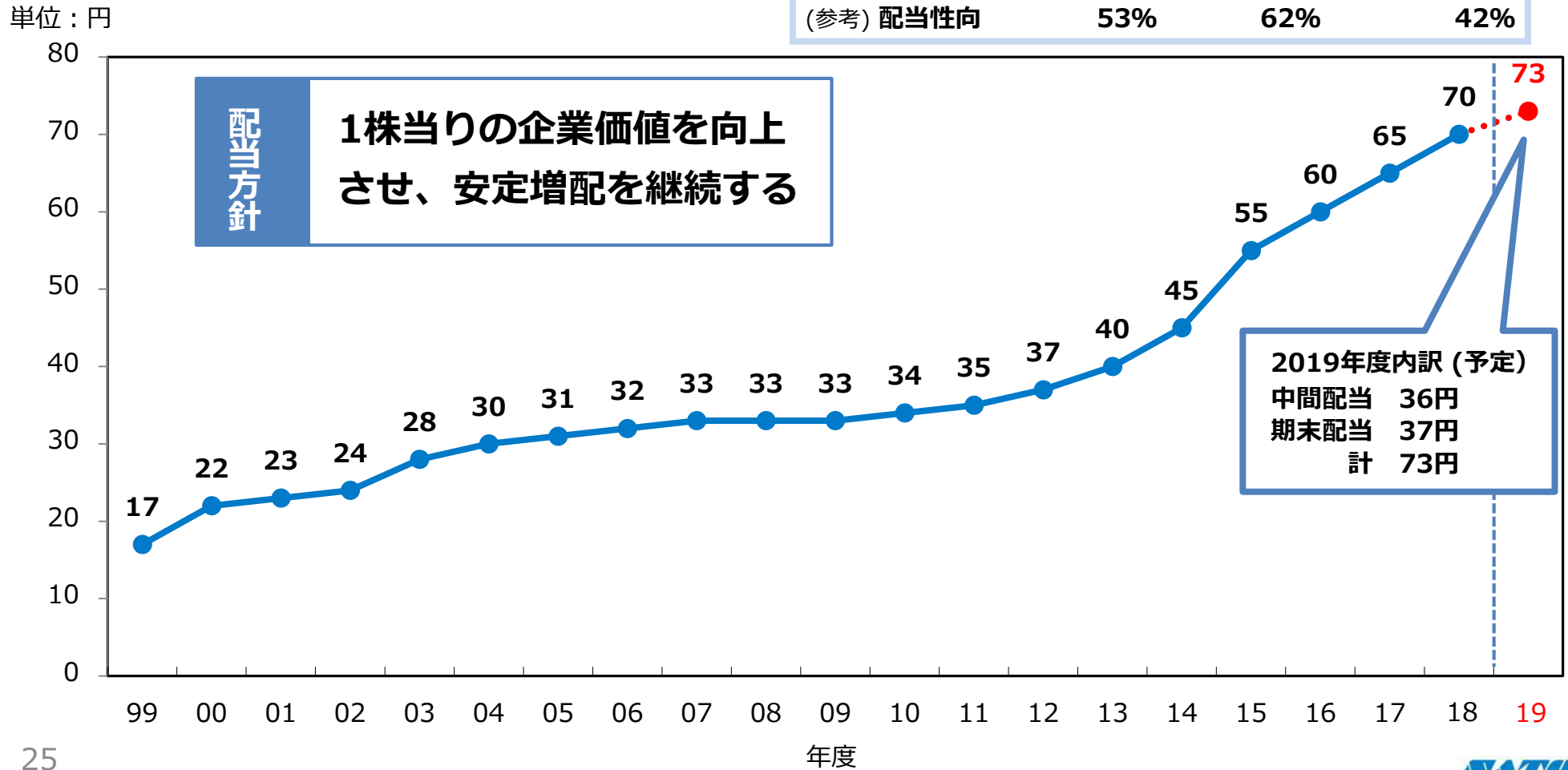
- 19年6月より海外の実店舗で小規模の実証実験を実施
- 現在、中規模店舗網を持つお客さまとの実証実験を検討中



配当

中間配当金は計画通り36円とする

	17年度	18年度	19年度(計画)
EPS	121.5円	112.5円	175.80円
ROE	7.6%	6.9%	10.5%
(参考) 配当性向	53%	62%	42%



2019年度 業績計画

(単位：百万円)

	上期		下期		通期	
	実績	前年比	計画	前年比	計画 ()内は期初計画	前年比
売上高	57,875	102.5%	62,124	104.1%	120,000 (120,000)	103.3%
営業利益	3,542	105.9%	4,957	114.3%	8,500 (8,500)	110.7%
経常利益	3,237	101.4%	4,862	109.8%	8,100 (8,300)	106.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,880	150.0%	3,019	162.9%	5,900 (5,000)	156.3%

<参考>

EBITDA ※	13,250	←2018年度通期	14,100 (14,100)	106.4%
-----------------	--------	-----------	--------------------	--------

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

FY19 想定レート : 108円/USD, 120円/EUR

FY19 上期為替レート (期中平均) : 108.60円/USD, 121.40円/EUR

FY18 通期為替レート (期中平均) : 110.92円/USD, 128.44円/EUR

中期経営計画における 海外事業の進捗

ポテンシャルの高い国・エリア・業界をしぼり、
戦略・戦術・投資を具体的にスピードを上げて実行

- ① 注力エリアと業界におけるリソースの最適化
- ② 業界別の商品・サービス・ソリューションの創出強化
- ③ 「コト売り」を支えるツールやインフラの強化
- ④ グローバルアライアンスの強化
- ⑤ CRM（顧客情報管理）システムなどインフラの整備

①注力エリアと業界におけるリソースの最適化

最重点国と注力国を決定

最重点国

インド



ベトナム



米国



注力国

タイ

中国

インドネシア

フィリピン

ロシア

①注カエリアと業界におけるリソースの最適化

強みである最適解のソリューションを提供するためには、
業界ごとのアプローチが必要

市場	FA	ロジ	リテール	ヘルスケア	食品
業界	自動車	運輸業	スーパー	病院	ファストフード
	電機/機械	B2B物流	専門店	医薬品	レストラン
	電子部品	B2C物流	ドラッグストア	医療機器	食品製造
	鉄鋼	メーカー物流	コンビニ	医療材料	食品加工
	化学	3PL	量販店	血液検査	飲料

①注カエリアと業界におけるリソースの最適化

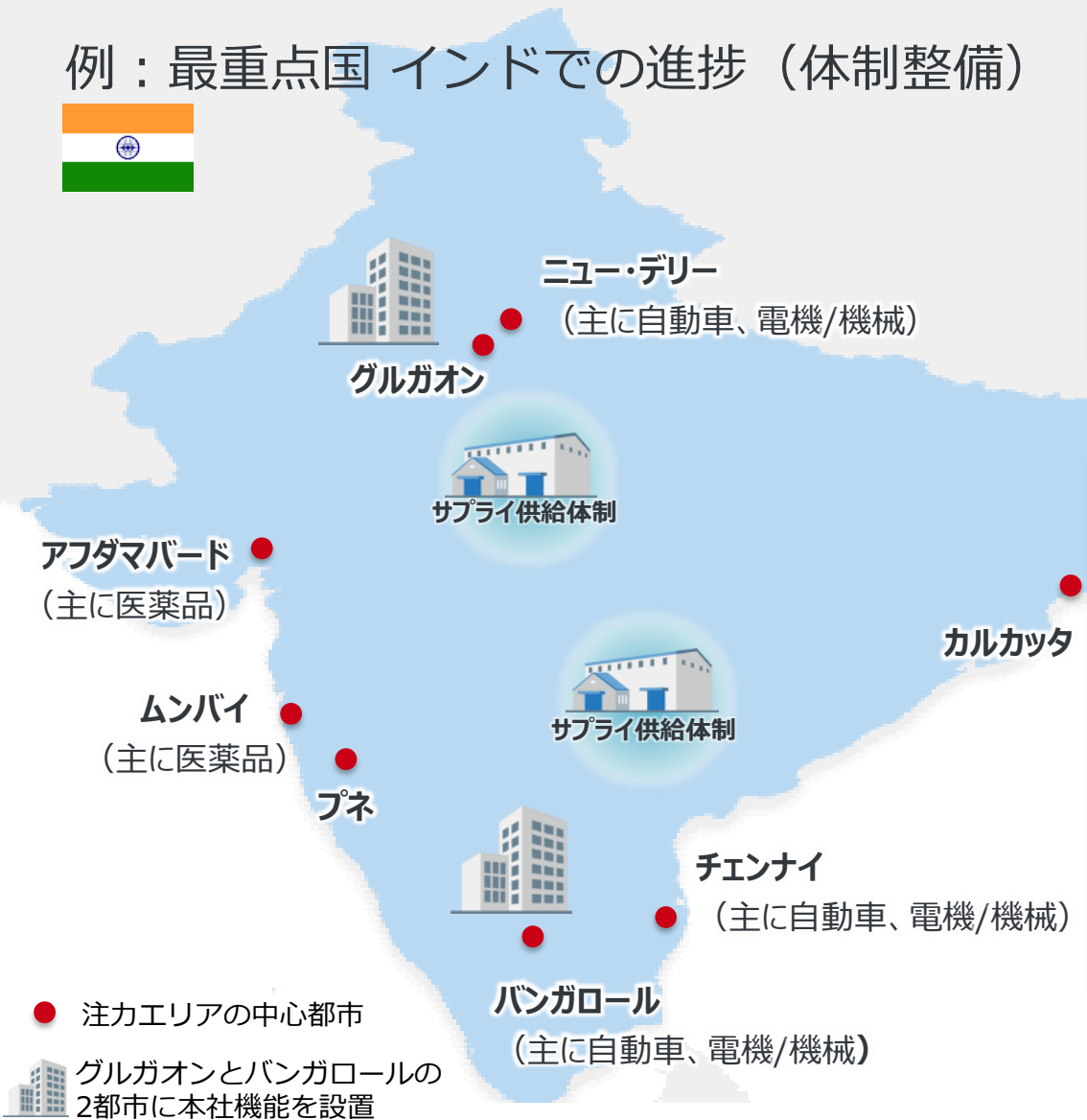
例：最重点国 インドでの進捗（ターゲット業界の選定）



市場	FA	ロジ	リテール	ヘルスケア	食品
業界	自動車	運輸業	スーパー	病院	ファストフード
	電機/機械	B2B物流	専門店	医薬品	レストラン
	電子部品	B2C物流	ドラッグストア	医療機器	食品製造
	鉄鋼	メーカー物流	コンビニ	医療材料	食品加工
	化学	3PL	量販店	血液検査	飲料

①注カエリアと業界におけるリソースの最適化

例：最重点国 インドでの進捗（体制整備）



- ターゲット業界（国内概数）
 - 自動車 : 1,400社
 - 電機/機械 : 1,800社
 - 医薬品 : 1,700社

- 人員増強
 - FY17期末 FY19上期末
 - 38 → 66名**
 - ソリューションエンジニアや保守担当、サプライ推進担当など機能担当の増強
 - 営業担当の増強
- 業界特化のビジネスパートナー開拓及びサプライ供給網検討の開始

②業界別の商品・サービス・ソリューションの創出強化

グローバル戦略機のラインナップ拡充が進み、対応可能な市場/業界が拡大。
 コト売りの基盤が整う

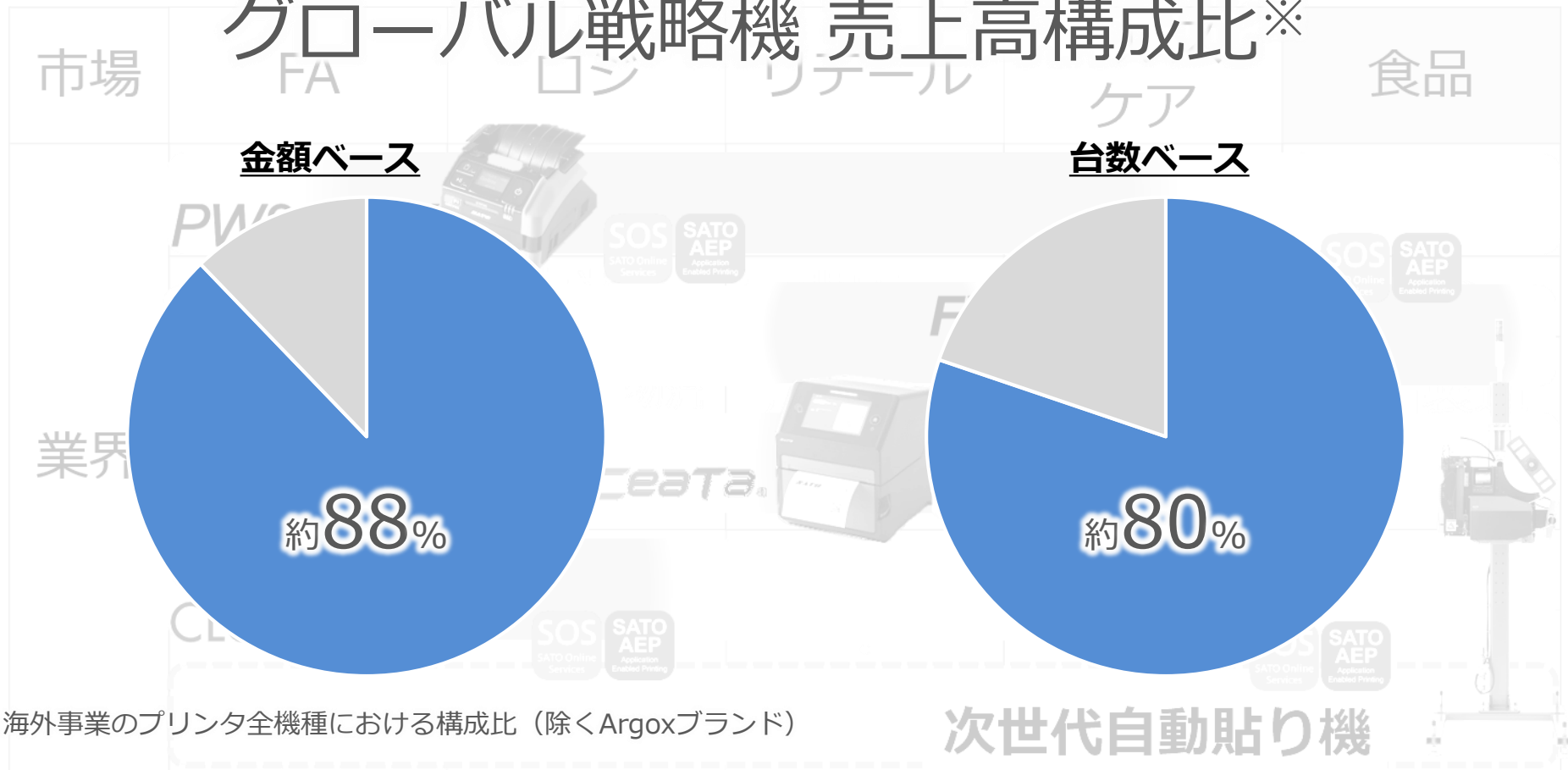
■ 主な向け先市場

市場	FA	ロジ	リテール	ヘルスケア	食品
業界	PW208NX 		FX3-LX 		
	CL4NX 		Sceata 		次世代自動貼り機 
	CL6NX 		Sceata 		
	CL4NX CL6NX		Sceata		次世代自動貼り機

②業界別の商品・サービス・ソリューションの創出強化

グローバル戦略機のラインナップ拡充が進み、対応可能な市場/業界が拡大。
 コト売りの基盤が整う **FY18 海外事業**

グローバル戦略機 売上高構成比※



※海外事業のプリンタ全機種における構成比（除くArgoxブランド）

次世代自動貼り機



②業界別の商品・サービス・ソリューションの創出強化

独自の機能を搭載し、他社にない価値を提供。拡販を後押し



プリンタをインターネットに接続して遠隔モニタリングを実現



プリンタに内蔵された知能がラベル発行作業を最適化

【お客さまへの提供価値】

- 現場を止めない（安定稼働）
- 資産管理の効率化



【お客さまへの提供価値】

- 生産性向上
- 省スペース、コスト削減



②業界別の商品・サービス・ソリューションの創出強化

最重点国 米国での進捗 

グローバル企業など大手企業に対し、
コト売りによる直接アプローチが奏功して商談創出が進む

大手スーパーとの商談事例



【お客さまの課題】

- 倉庫でプリンタが故障すると、復旧するまでラインが止まる。クリスマスシーズンなど繁忙期には、作業遅延がコストに直結するので何とかしたい

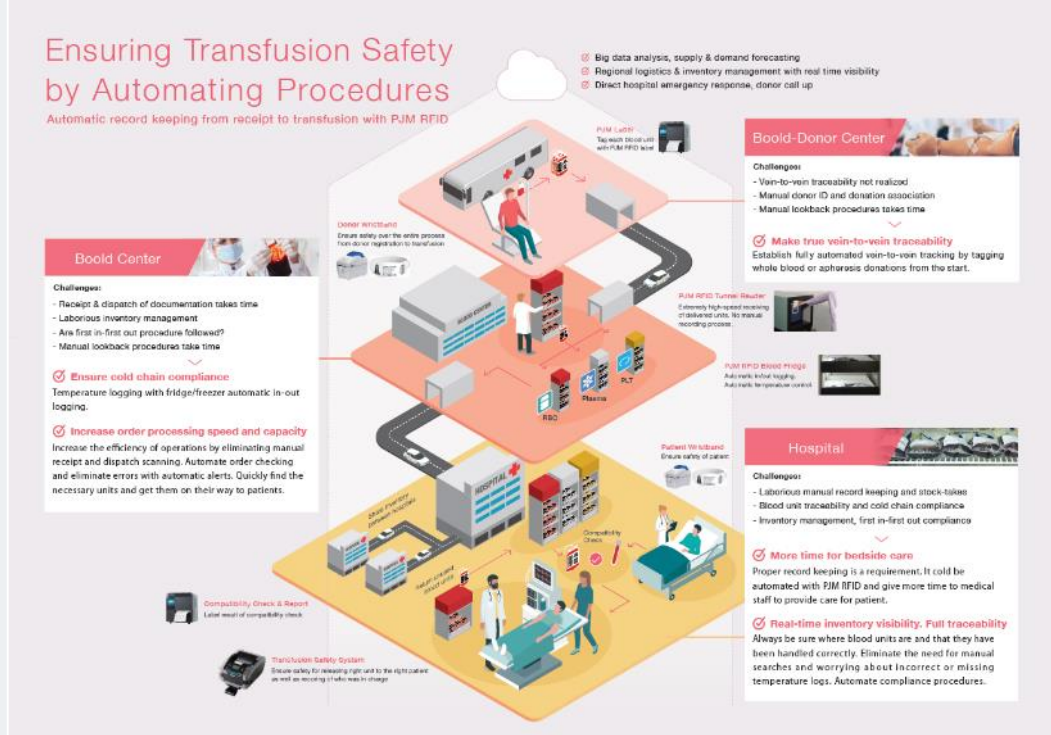


数千台規模のプリンタ商談が進捗中

③ 「コト売り」を支えるツールやインフラの強化

マーケティングツールの整備と
共有のプラットフォーム構築が進む

業界マップ



ツール共有場所
Global Sales Portal

リーフレット

SATO Solve problems related to display of assorted products

Proposal of assorted food label issuing system

A cloud service to manage all your label printer data

1. Unity master management
Before: Managing dual master of single and assortment items. Time consuming and error-prone.
After: Make master data single master entry.
✔ Reflect in real time to the master of assortment products.
✔ Reduce time and error for double management.
✔ Prevent mistakes on the site with authority setting.

2. Reliable in any chance. Instantly search for the cause
Before: All master management is done in the office.
After: Instantly search for the cause.
✔ Search issuance history with data.
✔ To strengthen traceability.

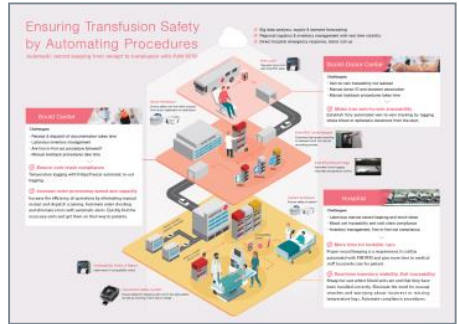
3. Automatically respond to food indications according to the latest laws and regulations
Before: Manually respond to latest laws and regulations.
After: Automatically respond to latest laws and regulations.
✔ Automatic generation of the document.
✔ Not depending on individual.

映像



③ 「コト売り」を支えるツールやインフラの強化

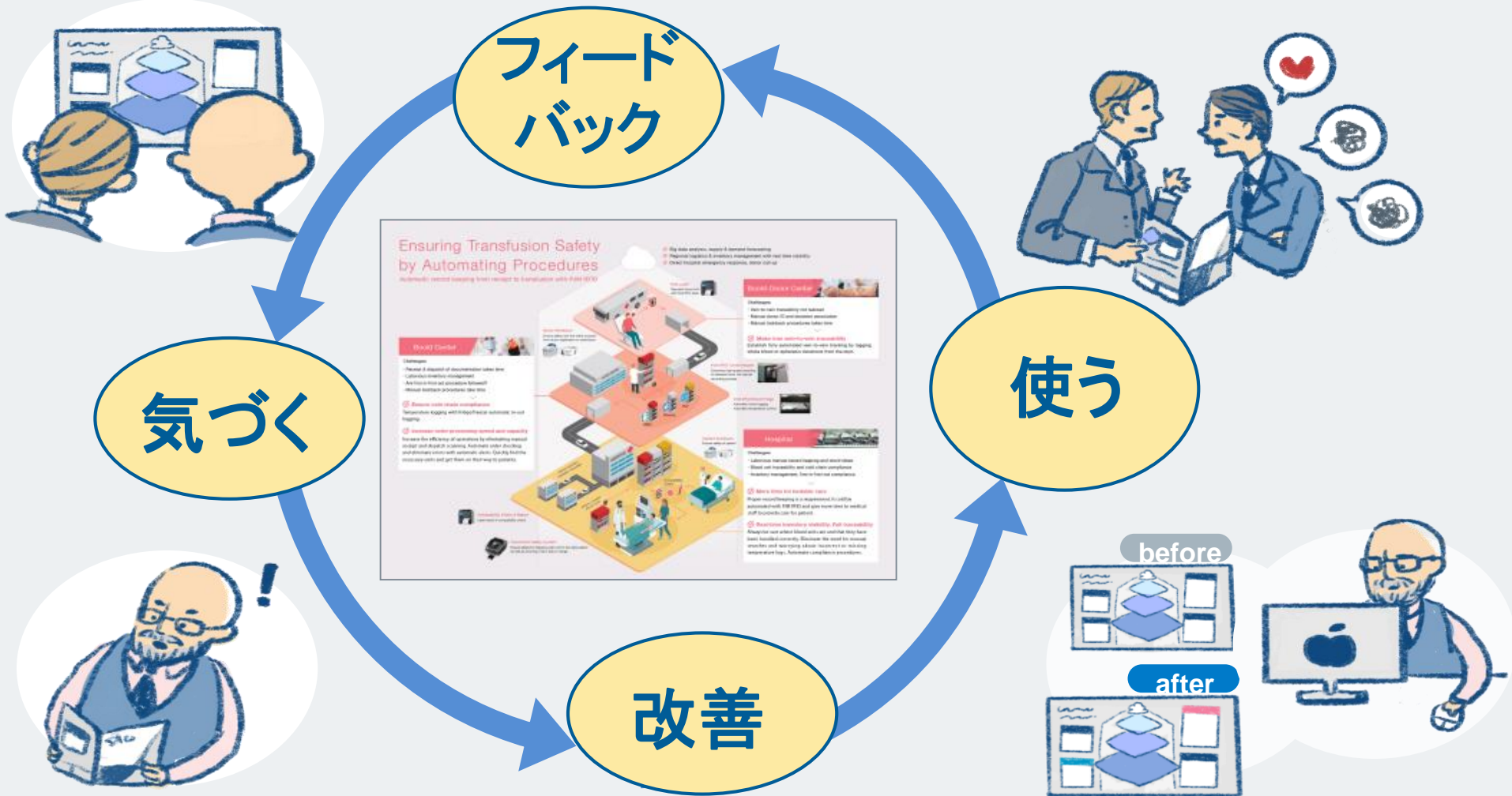
既に14業界のマップを作成



市場	FA	ロジ	リテール	ヘルスケア	食品
業界	自動車	運輸業	スーパー	病院	ファストフード
	電機/機械	B2B物流	専門店	医薬品	レストラン
	電子部品	B2C物流	ドラッグストア	医療機器	食品製造
	鉄鋼	メーカー物流	コンビニ	医療材料	食品加工
	化学	3PL	量販店	血液検査	飲料

③ 「コト売り」を支えるツールやインフラの強化

本社グローバルマーケティング本部と各国販社が密に連携して、活用浸透と改善サイクルの型づくりに着手







④ グローバルアライアンスの強化

グローバルに商談創出が進む



自動車メーカーA (グローバル) 	大手食品製造 (米国) 
大手スーパー (英国) 	大手衣料品 小売り (欧州) 

自動車メーカーB (グローバル) 	自動車メーカーC (グローバル) 
鉱業 (グローバル) 	家具小売り (グローバル) 

⑤ CRM（顧客情報管理）システムなどインフラの整備

効率的且つ継続的に成果を出すための仕組み：CRM
ほぼすべての国・地域に導入

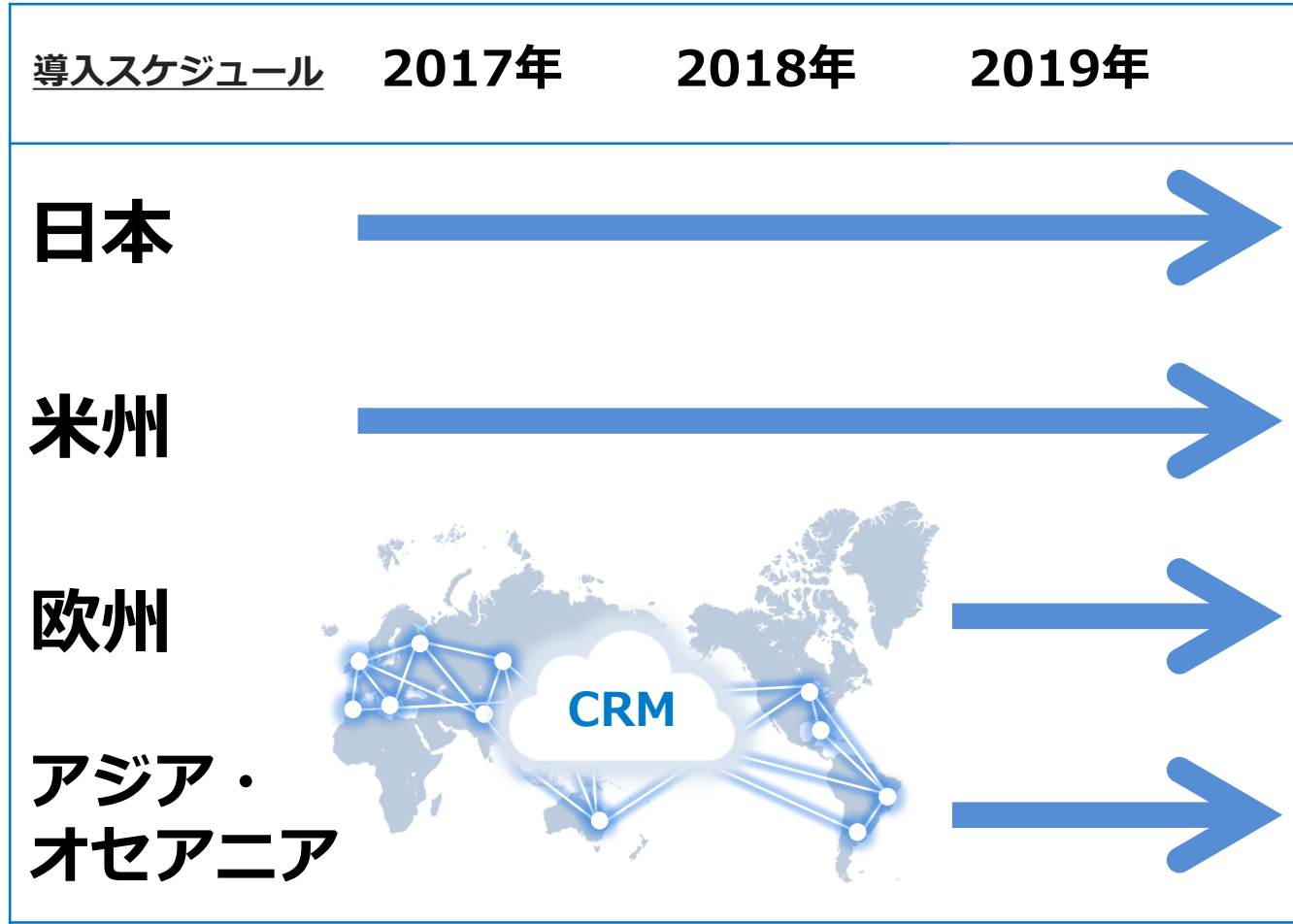
CRM導入の目的

可視化

- 現状を知る
- 戦略PDCAを回す
- パイプラインを増やす

情報共有

- お客さまの課題、用途
- 提案内容、アプローチ方法



Appendix

用語集

P.43～P.46

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專業から構成される。
2	ベース事業	現場で可変情報をタギングするビジネス。
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」。
5	コト売り	製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
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、それを上位システムに受け渡す作業。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へ発展。
8	情物一致	現物と情報を一致させること。商品に価格等の情報を付加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	自らお客さまの現場へ赴き、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。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)、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)、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」を実現。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	日本国内で県内の地域を細分化し、網羅でき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、 <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、リピートビジネスのため販売管理費は小さい。
3	自動認識ソリューション	<u>DCS & Labeling+One</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促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するなど。

用語集 (3/4)

商品・サービス名・技術 (続き)		説明
4	SOS (SATO Online Services)	お客様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。またお客様はプリンタの稼働・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、お客様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（商品シールなど）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できる。
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革新的印刷技術。印字に際してラベルやインキが不要なため、貼り付け業務や廃棄物を削減するとともに、機器のメンテナンス作業負荷を軽減。コストダウンと生産性向上、環境負荷低減を実現。また可変情報を製造工程の最終段階で印字できることから、在庫削減に加え、個別や最新の情報を短いリードタイムで段ボールやパッケージに反映して消費者に伝達できるため、マーケティング用途にも適用可能。マーケティング効果を一段と高めるマルチカラー技術は、2021年度の商業化を目指して開発中。

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)」を含む同社の事業の譲渡を2013年に受け、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専門子会社。サトーホールディングスの取得株式75%。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専門子会社。
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。
2017年以降に設立した 海外子会社		説明
1	X-Pack (ロシア)	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専門子会社。シュリンクスリーブ、インモールド、軟包装の製造・販売を行う。2017年設立。
2	SATO Healthcare Switzerland AG (スイス)	ヘルスケア事業を担う、サトーホールディングスの100%子会社、2018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2019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、弊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弊社に帰属し、本資料の全部または一部を弊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。