

2020年 8月 7日 (金)

サトーホールディングス株式会社

2021年3月期 第1四半期決算説明資料

証券コード : 6287

決算ハイライト

- **新型コロナウイルスの感染拡大による世界的な経済活動の停滞により、連結は前年同期比で減収・減益**
- **海外事業は、減収・減益。**
ベース事業は営業活動の大幅な制限を受け、減収・減益。
プライマリー専業は生活インフラを支える業界との取引が下支えするも、その他の低迷を補いきれず減収。主に原価率の低下により増益
- **日本事業は、全般的な経済活動のスローダウンにより、減収・減益**
- **IDPは事業化の見極めを継続中**

事業セグメント別売上高及び営業利益

(単位：百万円)

| | | FY2020 | FY2019 | 前年比 | 除く為替 |
|-------------------|------|--------|--------|--------|--------|
| 自動認識 ソリューション事業 | 売上高 | 23,575 | 28,363 | -16.9% | -14.5% |
| | 営業利益 | 476 | 1,878 | -74.6% | -75.5% |
| 海外 | 売上高 | 7,844 | 10,867 | -27.8% | -21.6% |
| | 営業利益 | 77 | 560 | -86.1% | -83.1% |
| 日本 | 売上高 | 15,730 | 17,495 | -10.1% | -10.1% |
| | 営業利益 | 399 | 1,318 | -69.7% | -72.3% |
| IDP事業 | 売上高 | 75 | 100 | -24.6% | -20.4% |
| | 営業利益 | -70 | -394 | - | - |
| 連結 (消去後) | 売上高 | 23,651 | 28,463 | -16.9% | -14.5% |
| | 営業利益 | 385 | 1,514 | -74.5% | -75.8% |

業績

(単位：百万円)

| | FY2020 | FY2019 | 増減 | 前年比 |
|----------------------|--------|--------|---------|--------|
| 売上高 | 23,651 | 28,463 | -4,812 | -16.9% |
| 営業利益 | 385 | 1,514 | -1,128 | -74.5% |
| 営業利益率 | 1.6% | 5.3% | -3.7pt | - |
| 経常利益 | 618 | 1,338 | -720 | -53.8% |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | 213 | 842 | -629 | -74.7% |
| 実効税率 | 53.0% | 31.8% | +21.3pt | |
| EBITDA ※1 | 1,507 | 2,978 | -1,471 | -49.4% |

FY20 Q1 為替レート（期中平均）：107.63円/USD, 118.59円/EUR （FY19 Q1 同為替レート：109.90円/USD, 123.49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+400百万円、営業利益+3百万円（FY19通期実績ベース）

※1 EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

・減価償却 FY20 Q1：1,064百万円

FY19 Q1：1,240百万円

・のれん償却 FY20 Q1：57百万円※2

FY19 Q1：224百万円（DataLase社 150百万円 他）

※2 FY19 Q4にDataLase社ののれん減損処理を行った

総括

- ・ 営業活動が大幅に制限されたことや為替影響により減収
- ・ ベース事業での減収を主因に、全体では減益

(単位：百万円)

| | FY2020 | FY2019 | 増減 | | |
|---------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | | | 前年比 | 除く為替 |
| 売上高 | 7,844 | 10,867 | -3,023 | -27.8% | -21.6% |
| 粗利額 | 2,751 | 3,784 | -1,033 | -27.3% | |
| 粗利率（外売） | 35.1% | 34.8% | +0.2pt | | |
| 営業利益 | 77 | 560 | -482 | -86.1% | -83.1% |
| 営業利益率 | 1.0% | 5.2% | -4.2pt | | |

事業別内訳

ベース事業：主に売上構成比の高い市場・業界での営業活動が大幅に制限されたことから、
減収・減益

プライマリー專業：食品や製薬等の生活インフラを支える業界のお客さまとの取引が収益を
下支えし、現地通貨ベースで増収・増益

(単位：百万円)

| | | FY2020 | FY2019 | 増減 | 前年比 | 除く為替 |
|----------|------|--------|--------|--------|--------|--------|
| ベース事業 | 売上高 | 5,755 | 8,539 | -2,784 | -32.6% | -29.5% |
| | 営業利益 | -26 | 577 | -604 | - | - |
| プライマリー專業 | 売上高 | 2,089 | 2,328 | -238 | -10.3% | +7.6% |
| | 営業利益 | 100 | -33 | +134 | - | - |
| 消去 | 営業利益 | 3 | 16 | -12 | -75.8% | - |
| 合計 | 売上高 | 7,844 | 10,867 | -3,023 | -27.8% | -21.6% |
| | 営業利益 | 77 | 560 | -482 | -86.1% | -83.1% |

米州

ベース事業：主に米国販社で、売上構成比の高いリテール業界の店舗閉鎖が影響して減収・減益

プライマリー専業：アルゼンチンのAchernar社は、主に食品や飲料業界のお客さまからの需要に支えられ、現地通貨ベースで増収・増益。ブラジルのPrakolar社は、化粧品等の低迷分野を堅調な製薬で補いきれず、現地通貨ベースで減収・減益

(単位：百万円)

| | | FY2020 | FY2019 | 増減 | | |
|--|------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | | | 前年比 | 除く為替 | |
| ベース事業 | 売上高 | 1,781 | 2,797 | -1,016 | -36.3% | -33.6% |
| | 営業利益 | -44 | 174 | -219 | - | - |
| プライマリー専業 ・ Achernar社 ・ Prakolar社 | 売上高 | 378 | 577 | -198 | -34.5% | -4.3% |
| | 営業利益 | 2 | 17 | -14 | -85.4% | -59.8% |
| 合計 | 売上高 | 2,159 | 3,374 | -1,214 | -36.0% | -28.6% |
| | 営業利益 | -42 | 192 | -234 | - | - |

欧州

ベース事業：売上構成比の高いリテール業界の店舗閉鎖が影響し、減収・減益

プライマリー專業：食品やアルコール飲料など売上構成比の高いお客さまからのニーズ拡大を受けて現地通貨ベースでは増収。売上伸長と原価率の低下により増益

(単位：百万円)

| | | FY2020 | FY2019 | 増減 | 増減 | |
|----------------------------------|------|--------|--------|------|--------|--------|
| | | | | | 前年比 | 除く為替 |
| ベース事業 | 売上高 | 1,453 | 2,386 | -933 | -39.1% | -36.3% |
| | 営業利益 | -86 | 109 | -195 | - | - |
| プライマリー專業 ・ Okil社 ・ X-Pack社 | 売上高 | 1,711 | 1,751 | -40 | -2.3% | +11.5% |
| | 営業利益 | 98 | -51 | +149 | - | - |
| 合計 | 売上高 | 3,164 | 4,137 | -973 | -23.5% | -16.1% |
| | 営業利益 | 11 | 57 | -46 | -79.8% | -60.5% |

アジア・オセアニア

ベース事業：主に製造業の活動が停滞したことにより、減収・減益。
 早期に経済活動が再開した中国では、売上が前年比でほぼ横ばい

(単位：百万円)

| | | FY2020 | FY2019 | 増減 | 増減 | |
|-------|------|--------|--------|------|--------|--------|
| | | | | | 前年比 | 除く為替 |
| ベース事業 | 売上高 | 2,520 | 3,355 | -834 | -24.9% | -21.2% |
| | 営業利益 | 104 | 294 | -189 | -64.5% | -63.8% |

総括

全般的な経済活動のスローダウンおよび営業活動への制約に起因する商談の遅延により、減収。

減収および売上構成悪化に伴う粗利率低下により減益。ただし、販管費の抑制により営業減益幅を圧縮

(単位：百万円)

| | FY2020 | FY2019 | 増減 | |
|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | | | | 前年比 |
| メカトロ売上高 | 6,176 | 6,954 | -777 | -11.2% |
| サプライ売上高 | 9,554 | 10,540 | -986 | -9.4% |
| 外部売上高 計 | 15,730 | 17,495 | -1,764 | -10.1% |
| 粗利額 | 7,339 | 8,740 | -1,400 | -16.0% |
| 粗利率（外売） | 46.7% | 50.0% | -3.3pt | - |
| 営業利益 | 399 | 1,318 | -919 | -69.7% |
| 営業利益率 | 2.5% | 7.5% | -5.0pt | - |

市場別売上高推移（1-2）

（単位：百万円）

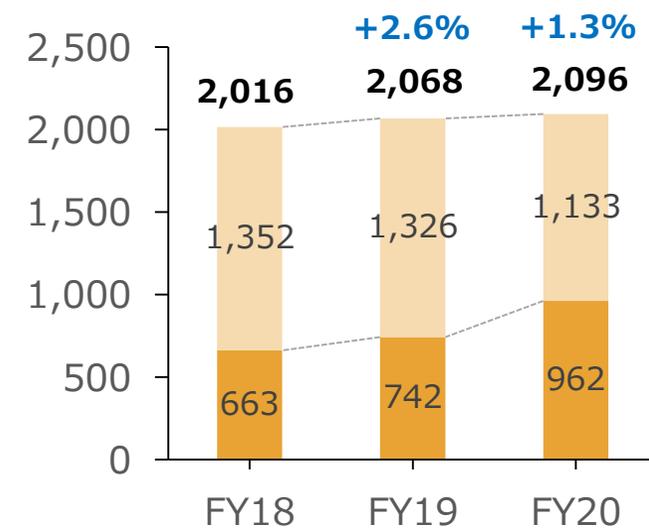
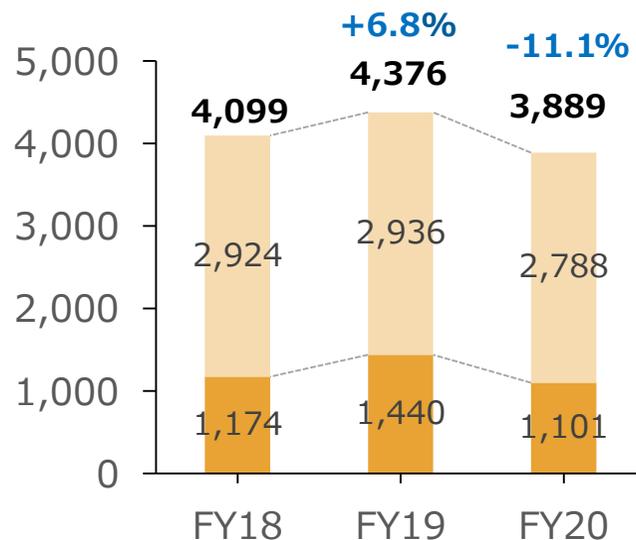
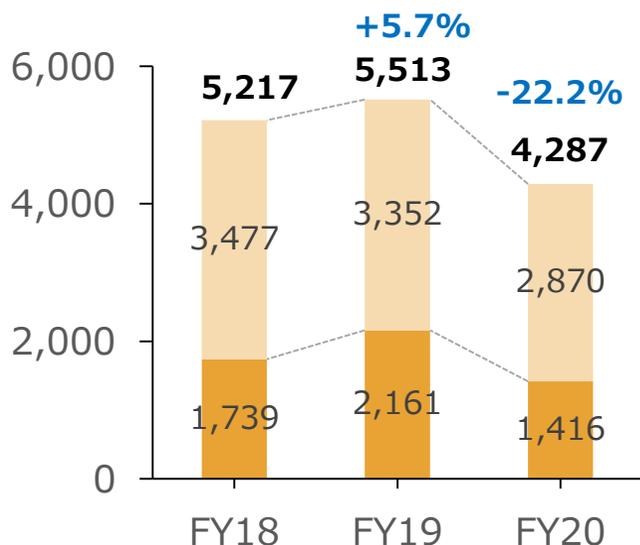
※1：旧FA
※2：旧リテール

■：メカトロ ■：サプライ ※%は前年比

マニュファクチャリング ※1

ロジスティクス

リテール/アパレル ※2



事業環境

自動車関連をはじめ多くの業種で生産活動が停滞

巣ごもり消費等に伴うEC市場の活況により物量増加。人手不足がさらに顕著に

主に食品スーパーやドラッグストアが活況。不要不急消費やインバウンド需要の減退等により専門店が低調

当社状況

販売の後ずれなどでメカトロが減速。自動貼りやRFIDに対するニーズは堅調。生産活動の停滞を受けてサプライ減少

3PLで人手不足契機の自動化ニーズ拡大も、外食やアパレル向け卸の不調でメカトロ減少。EC好調による物量増加も、卸の不調でサプライ減少

大口案件や、HACCPソリューション、自動貼りのニーズを背景にメカトロ伸長。専門店で使用されるラベル等の需要が減退してサプライ減少

市場別売上高推移（2-2）

（単位：百万円）

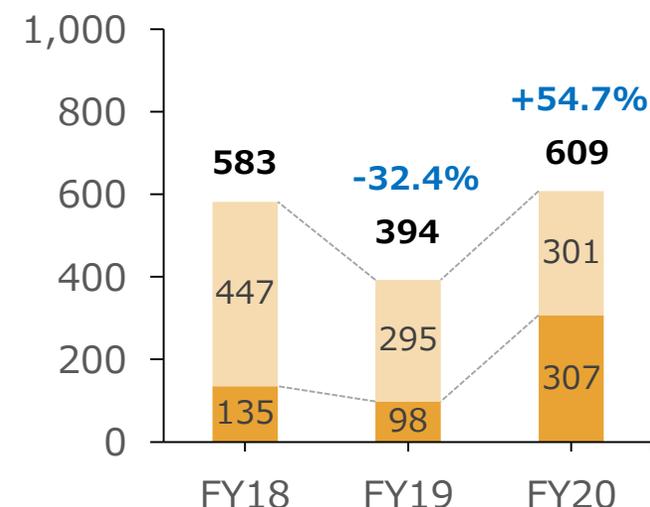
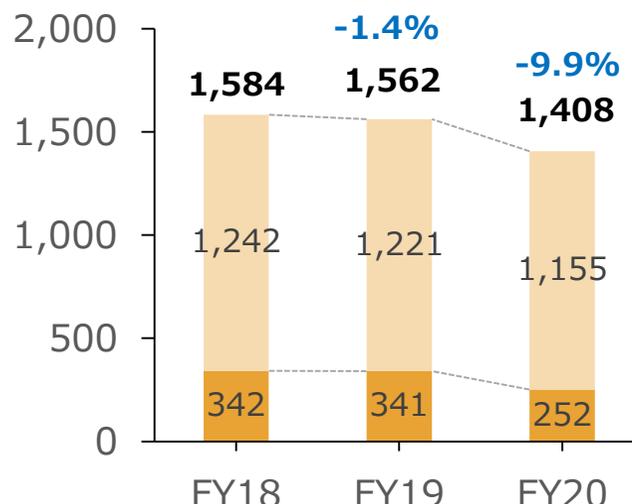
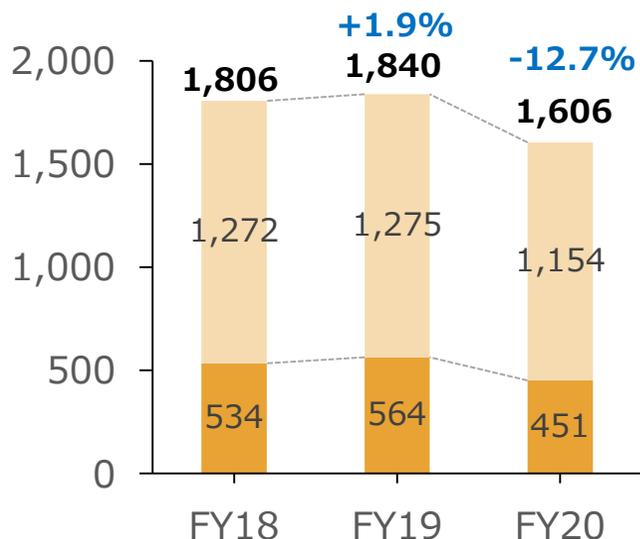
■：メカトロ ■：サプライ ※%は前年比

※3：旧食品

ヘルスケア

フード ※3

公共



事業環境

コロナ感染リスクを危惧して医療機関への外来者数が減少し、市場全体で物量減少

法改正対応ニーズを受け、小売り向け食品製造業が堅調。一方で外食向けは低迷

全般に外部環境は安定。業務効率化や資産管理などの商談が増加

当社状況

上記の影響を受けて、メカトロ・サプライともに減速

外食向け食品製造及び外食の低迷を受け、メカトロ・サプライとも減少

大口案件によりメカトロ伸長。サプライは横ばい

総括

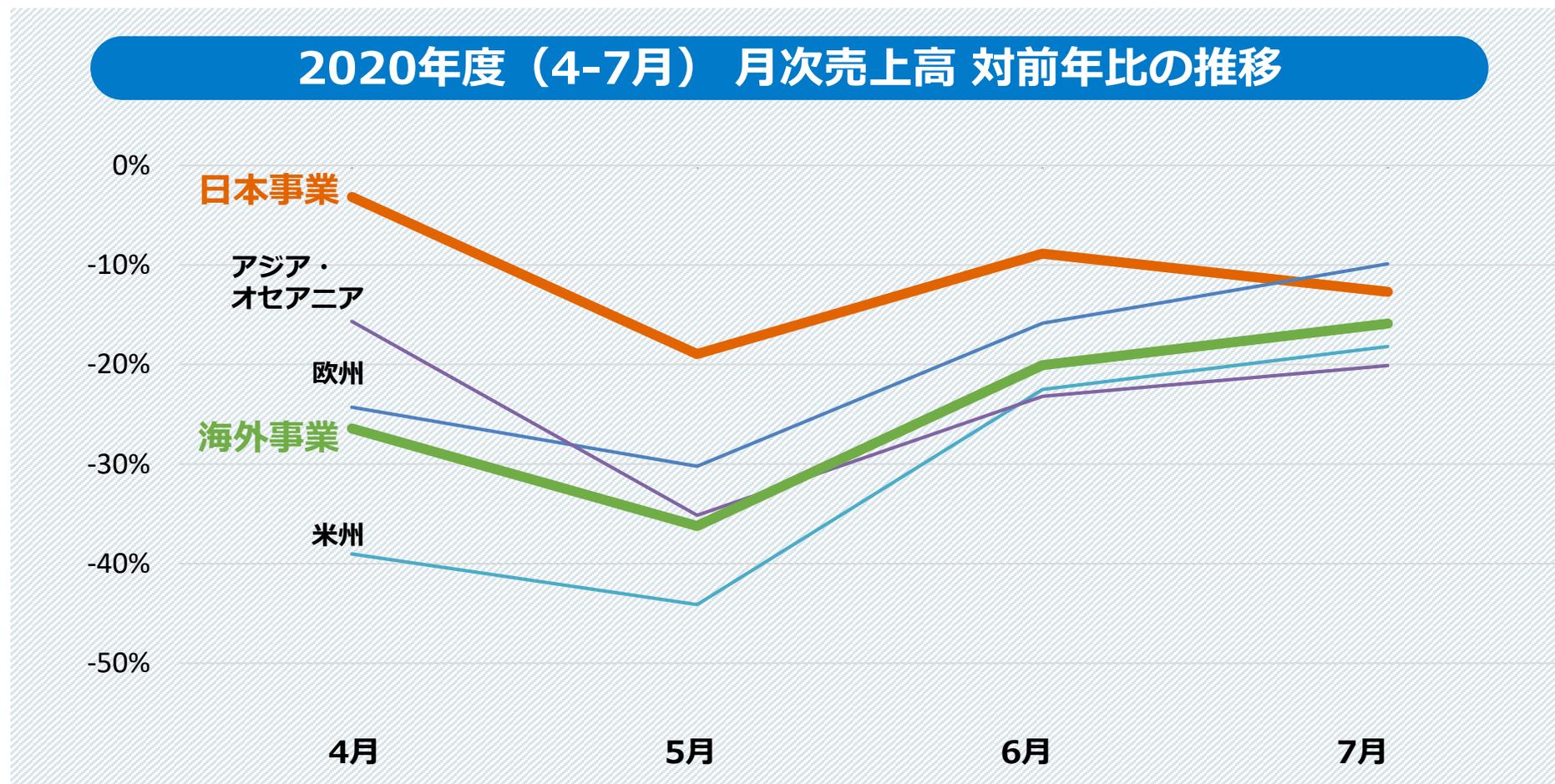
IDPは事業化の見極めを継続中

(単位：百万円)

| | FY2020 | FY2019 | 増減 | 増減 | |
|----------|--------|--------|---------|--------|--------|
| | | | | 前年比 | 除く為替 |
| 売上高 | 75 | 100 | -24 | -24.6% | -20.4% |
| 粗利額 | 58 | 67 | -9 | -13.4% | - |
| 粗利率 (外売) | 77.5% | 67.5% | +10.0pt | - | - |
| 営業利益 | -70 | -394 | +323 | - | - |
| 営業利益率 | - | - | - | - | - |

売上月次推移 地域別

5月を底に、営業活動やお客さまの稼働の段階的な再開を受け、今期以降の見込み商談が増加傾向



コロナ禍において注力している取り組み

| | | | | |
|-------------|-----------|-----------|--------|------|
| マニュファクチャリング | ロジスティクス | リテール/アパレル | ヘルスケア | フード |
| 注力業界 | | | | |
| 電機・電子等 | EC、3PL、宅配 | スーパー | 病院、医薬品 | 食品製造 |
| 各市場の課題テーマ | | | | |
| 安全・衛生管理 | | | | |
| 非接触運用 | 自動化の推進 | デジタル化 | 自動化の推進 | |

位置測位 + 体調管理

鉄鋼 機械

搬送自動化 + 最短経路案内

3PL

HACCPソリューション

スーパー

位置測位 + 手指衛生

病院

HACCPソリューション

食品製造

RFID

電機・電子 自動車

自動封函 + 自動ラベラー

EC 宅配

店内業務の改善

スーパー

自動ラベラー

医薬品

ランダム自動ラベラー

食品製造

お客さまの現場オペレーションの中でも、コロナ禍で大きな課題となっている業務に対し、的確にソリューションを提案

例) ロジスティクス市場 EC物流業界 自動化の推進

現場作業の自動化で
効率化と正確性を向上

ラベル発行

① ラベル発行の際、目視のチェックや手書き作業に時間がかかる

☑ 音声や文字認識で自動入力
音声入力やスキャナで文字を読み取ることで、誰でも効率的にラベル発行が行えます。

SCeeTo FLEGV PW20eNX
音声入力
OCR入力 (画像認識技術)

ピッキング/格納・返品

① 作業者の熟練度によって作業スピードが異なる
- 入荷した商品を格納するのに時間がかかる

☑ Visual Warehouse
様々なピッキングに対応したナビゲーションシステム
・オーダーピッキング ・マルチオーダーピッキング
・トータルピッキング

☑ トータルピッキングと連動可能なアソートシステム
商品のラベルをスキャンするだけで、仕分け場所そのものを知らず作業者のミスを防ぎ、効率化します。

ストックアソートシステム ゲートアソートシステム

☑ 返品検戻しや格納作業をパッケージシステムで可視化
Visual Warehouse ではパーツなどの小口入荷商品の格納に、着盤の目ナビ技術で最短移動経路と格納順序を作業者に指示します。分かりやすい画面や音声ナビゲーションを使い、教育レスで作業の平準化を実現します。



自動化

☑ 封函・探寸・送り状貼付けを高速・正確化
異なるサイズの箱が同じマイン上で封函され、そのまま三辺計測を行うことができます。荷物計測データオーダー情報と結び、上位システムに自動で返送することが可能です。

三層ラベル対応

搬送

☑ 自動搬送ロボットで移動の負担を軽減・効率化
追従型と自律走行型の自動搬送ロボットで、効率的に物の移動を行い人手不足を補います。重量物にも対応しているため、属人化も防げます。

CarriRo CarriRo AD+ (自律走行型)

管理

① 保守パーツやカゴ車の把握ができない

☑ 人による確認作業を自動化し、効率性・正確性を向上
保守パーツや配送用のカゴ車など管理の必要なものが増え、従来の方法では把握が難しくなっています。RFIDを用いた管理では、保守パーツの在庫や検印作業、またカゴ車の行先別の管理や滞留場所の特定も可能です。

保守パーツ カゴ車



コロナ禍において注力している取り組み



非接触

店舗業務の効率化

個包装の成分表示ラベル

ランダム自動ラベラー

HACCPソリューション

開封防止シール、表示ラベル

自動ラベラー

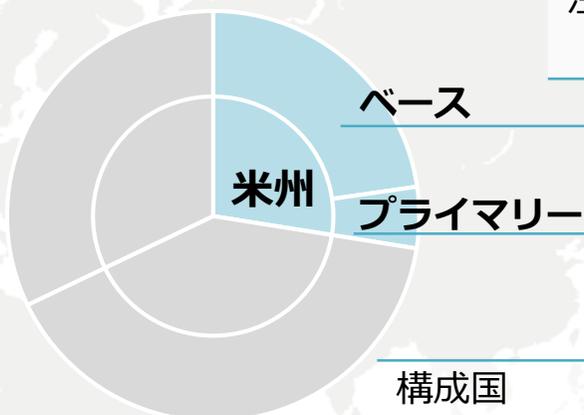
RFID

自動ラベラー

※型落ちしたブランド商品や季節外れものを安く販売する店舗

コロナ禍において注力している取り組み（米州）

FY20 Q1
海外売上構成比



| | |
|---------|---|
| 主な構成国 | ✓ 米国  |
| 活動状況 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 5月より小売り店やレストラン等が一旦再稼働 ✓ 顧客要請に応じて訪問商談 |
| 注力業界・用途 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ スーパー（非接触、表示ラベル） ✓ オフプライス・リテラー（自動化） |

| | |
|------|---|
| 構成国 | ✓ アルゼンチン  ブラジル  |
| 活動状況 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ アルゼンチンはロックダウン中。Achernar社は生産許可を得て食品、日用品向けラベルの生産・販売を継続 ✓ ブラジルのPrakolar社も6月初めまでのロックダウン中も稼働。製薬向け堅調 |
| 注力業界 | ✓ エッセンシャル業界 |



コロナ禍において注力している取り組み（欧州）

FY20 Q1
海外売上構成比



| | |
|---------|---|
| 主な構成国 | ✓ ドイツ  イギリス  フランス  |
| 活動状況 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 6月より小売り店やレストラン等が一旦再稼働 ✓ 訪問商談は基本的に不可 |
| 注力業界・用途 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ スーパー、コンビニ（非接触、表示ラベル、効率化） ✓ 食品製造（HACCP、自動化、トレーサビリティ、フードロス） ✓ ファストフード（開封防止シール、表示ラベル） |

| | |
|------|--|
| 構成国 | ✓ ロシア  |
| 活動状況 | ✓ 6月初めまでのロックダウン中も稼働。食品や日用品向けラベルを生産・販売 |
| 注力業界 | ✓ エssenシャル業界 |

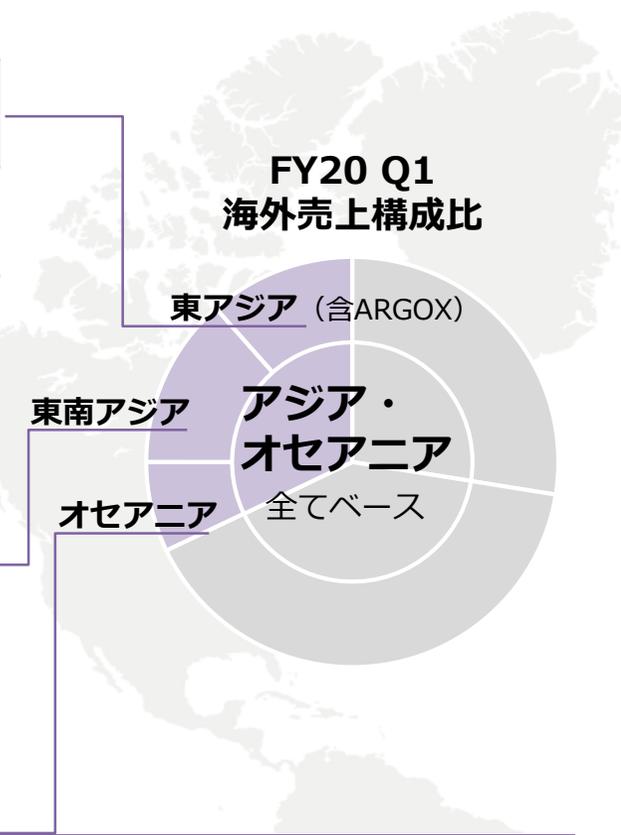


コロナ禍において注力している取り組み（アジア・オセアニア）

| | |
|---------|--|
| 主な構成国 | ✓ 中国  |
| 活動状況 | ✓ 通常稼働だが、製造業（特に自動車）は輸出減で生産活動が低調 |
| 注力業界・用途 | ✓ 自動車、電機・電子（RFID、自動化、トレーサビリティ） ✓ 食品製造（HACCP、自動化、トレーサビリティ、フードロス） |

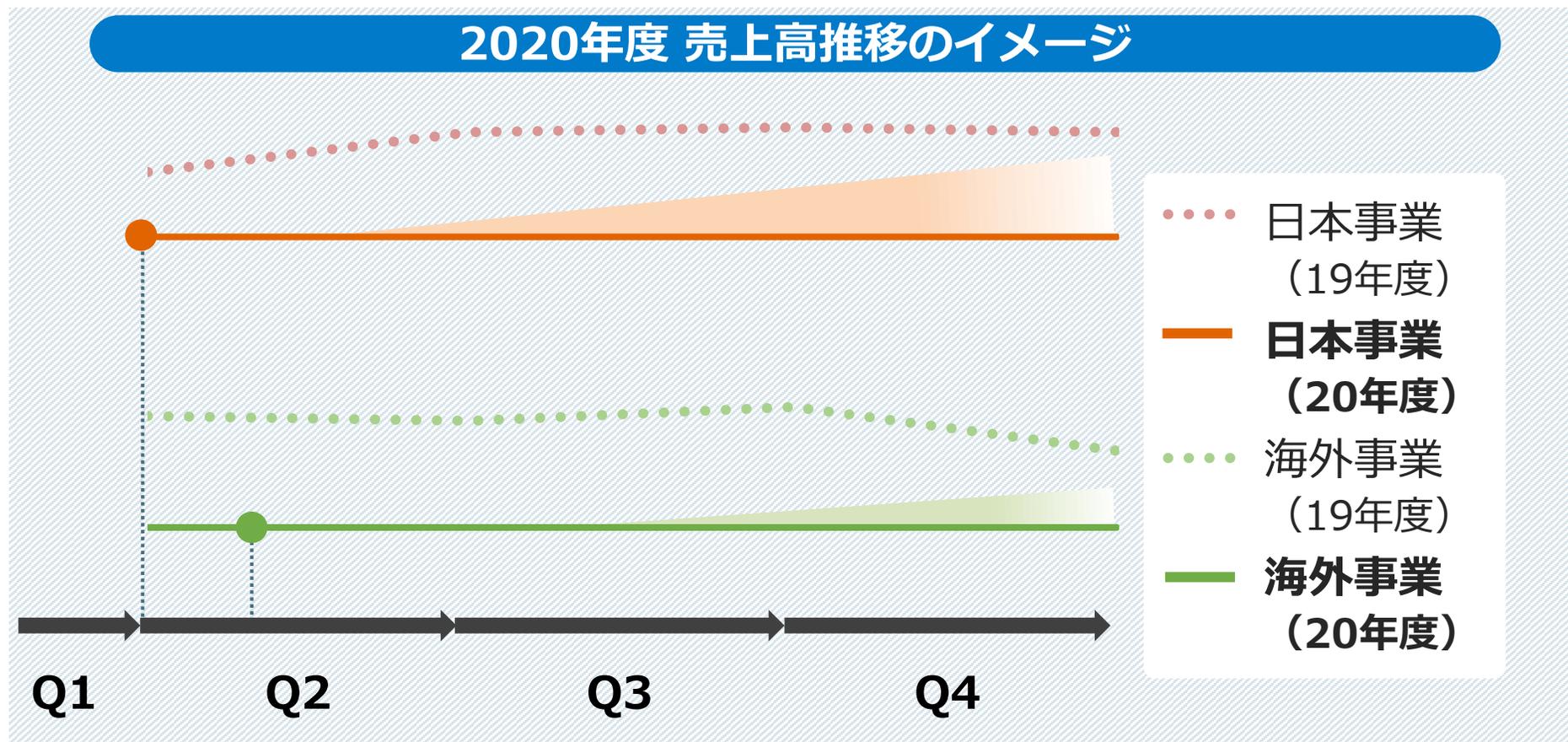
| | |
|---------|---|
| 主な構成国 | ✓ タイ  シンガポール  ✓ インド  ベトナム  |
| 活動状況 | ✓ シンガポール及びインドは訪問商談不可 ✓ タイとベトナムは通常勤務も、輸出入減で生産活動が低調 |
| 注力業界・用途 | ✓ 自動車、電気・電子（RFID、自動化、トレーサビリティ） ✓ 医薬品、医療機器（自動化、トレーサビリティ） ✓ 食品製造（HACCP、自動化、トレーサビリティ、フードロス） |

| | |
|---------|--|
| 構成国 | ✓ オーストラリア  ニュージーランド  |
| 活動状況 | ✓ オーストラリアは一部でロックダウン再開の中、在宅勤務中心に活動。ニュージーランドは通常稼働 |
| 注力業界・用途 | ✓ オフプライス・リテラー（自動化） ✓ 食品製造（HACCP、自動化、トレーサビリティ、フードロス） |



2020年度見通し

日本事業、海外事業ともに第2四半期以降徐々に回復基調に



Appendix

補足資料 P.22～P.37

用語集 P.38～P.41

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

28,363

FY19

61.7%

11.9%

14.6%

11.8%

23,575

FY20

66.7%

9.2%

13.4%

10.7%

営業利益

*割合は消去を除く

1,878

FY19

70.8%

10.3%

15.8%

476

FY20

-8.9%

84.4%

3.1%

2.5%

営業利益率

FY19 日本：7.5%、海外：5.2%

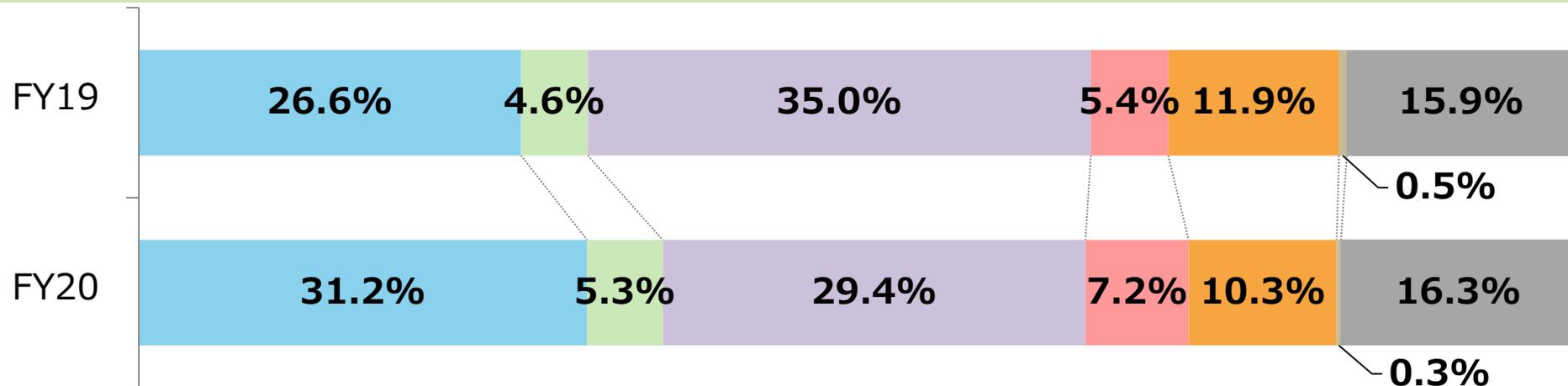
FY20 日本：2.5%、海外：1.0%

市場別売上高構成

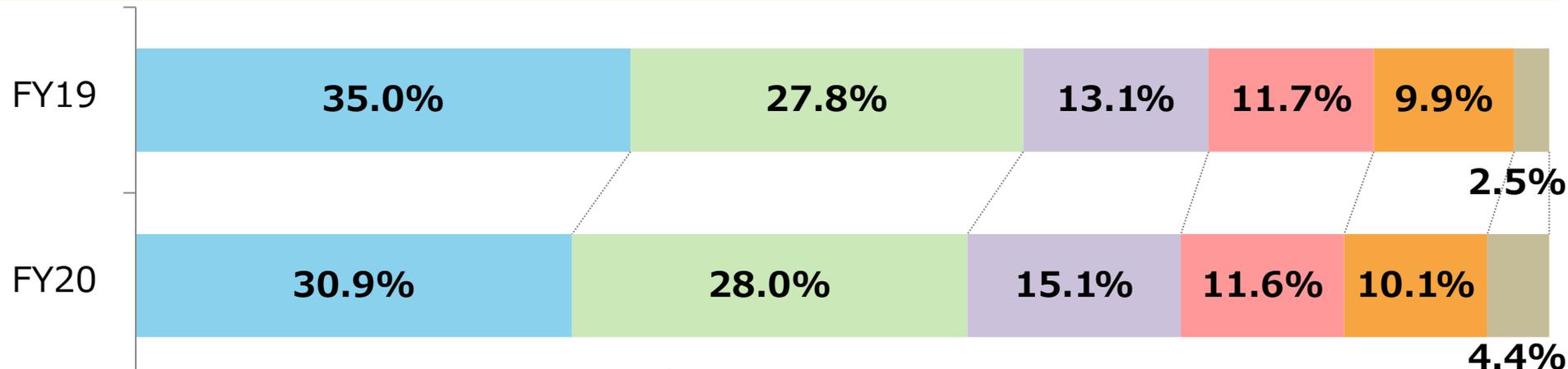
■ マニュファクチャリング※¹
■ ロジスティクス
 ■ リテール/アパレル※²
■ ヘルスケア
 ■ フード※³
■ 公共
 ■ その他

海外

*主な販社。工場・プライマリー専業会社は除く



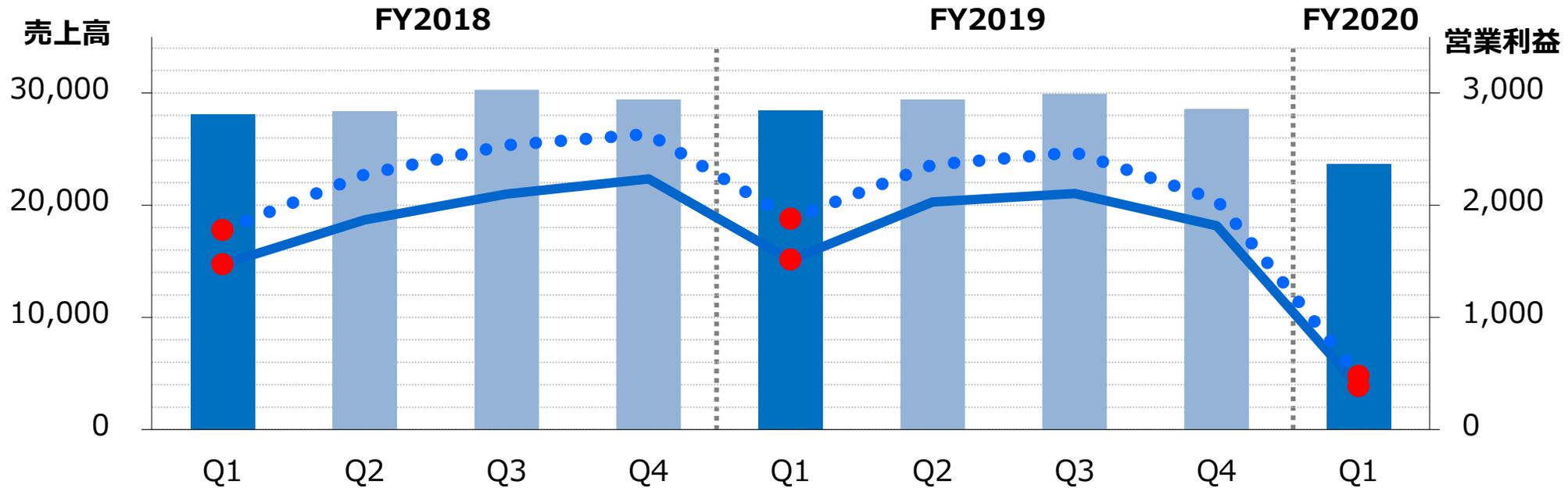
日本



※1: 旧FA、※2: 旧リテール、※3: 旧食品

売上高・営業利益 推移

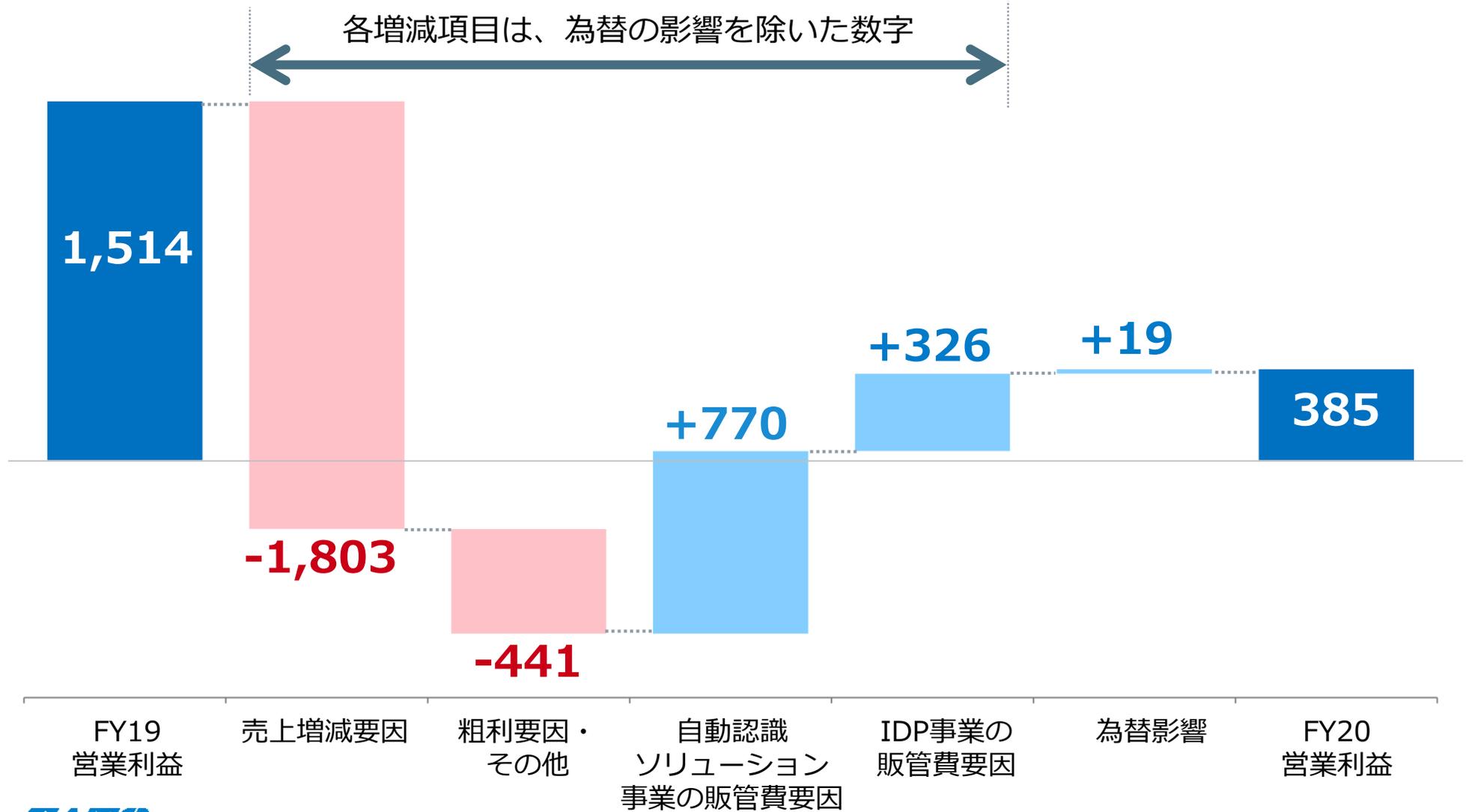
■ 売上高 ■ 営業利益 1 ●●● 営業利益 2 (自動認識ソリューション事業。IDP事業除く) (単位：百万円)



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

営業利益 前年との比較

(単位：百万円)



売上高・営業利益 推移

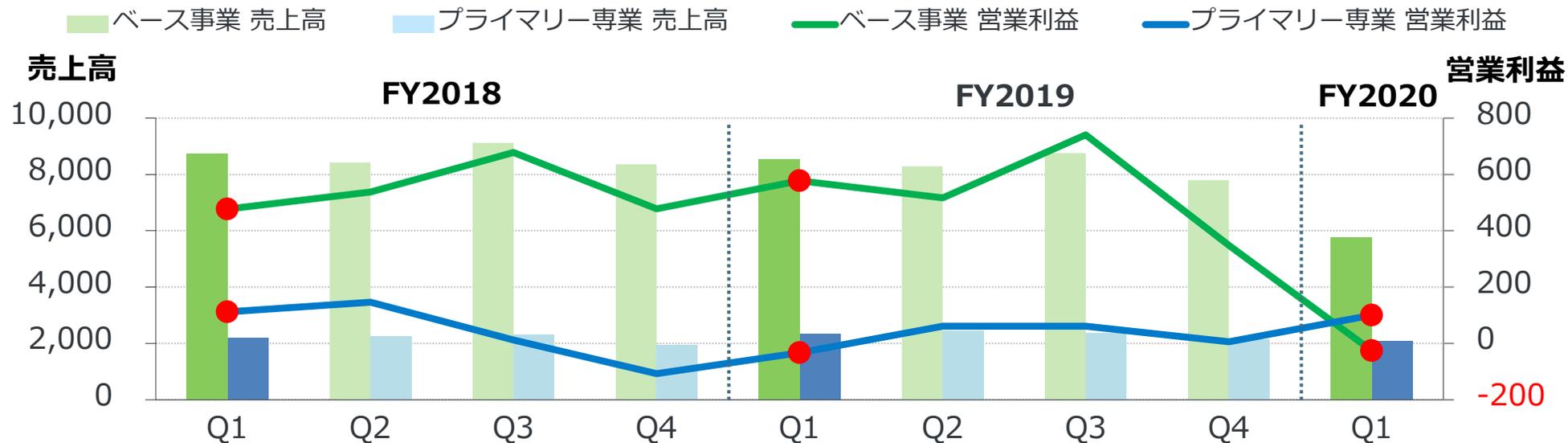
（単位：百万円）



| | | | | | | | | | |
|------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|-------|--------|
| 売上高 | 10,910 | 10,686 | 11,419 | 10,298 | 10,867 | 10,739 | 11,118 | 9,922 | 7,844 |
| 前年比 | +8.2% | +1.6% | +1.7% | -4.2% | -0.4% | +0.5% | -2.6% | -3.7% | -27.8% |
| 営業利益 | 553 | 667 | 674 | 344 | 560 | 595 | 772 | 349 | 77 |
| 前年比 | +49.8% | -8.6% | +1.6% | +236.8% | +1.2% | -10.7% | +14.6% | +1.4% | -86.1% |

事業別 売上高・営業利益 推移

（単位：百万円）

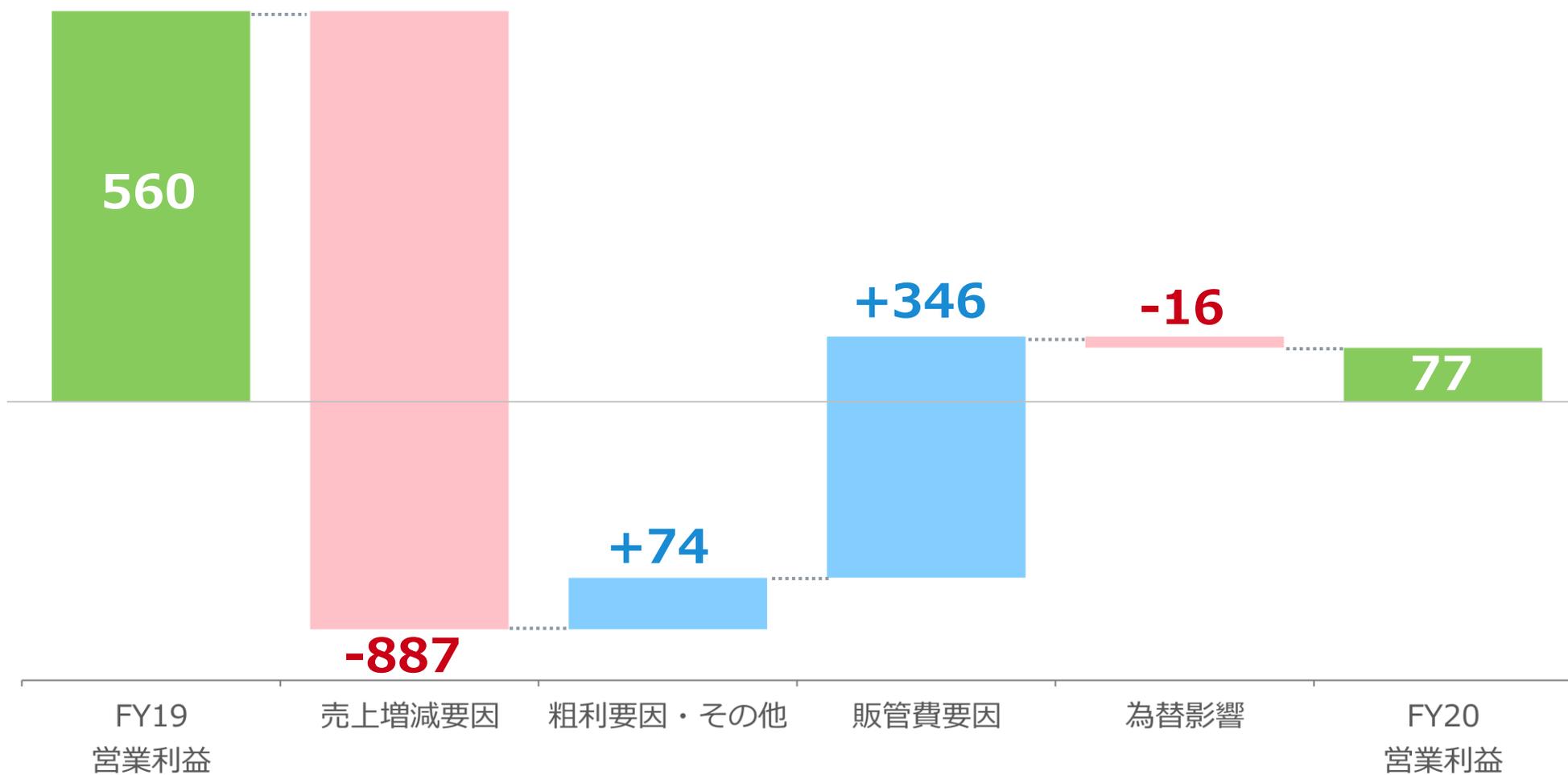


| | | | | | | | | | | |
|--------|------|---------|---------|-------|----------|--------|--------|---------|--------|--------|
| ベース | 売上高 | 8,730 | 8,421 | 9,118 | 8,359 | 8,539 | 8,286 | 8,758 | 7,794 | 5,755 |
| | 前年比 | +10.2% | +0.8% | +1.5% | -3.9% | -2.2% | -1.6% | -3.9% | -6.8% | -32.6% |
| | 営業利益 | 477 | 538 | 678 | 478 | 577 | 517 | 740 | 348 | -26 |
| | 前年比 | +39.9% | -21.0% | -3.3% | +1768.8% | +21.1% | -3.9% | +9.2% | -27.1% | - |
| 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 |
| | 前年比 | +0.8% | +4.8% | +2.9% | -5.9% | +6.8% | +8.3% | +2.5% | +9.7% | -10.3% |
| | 営業利益 | 112 | 146 | 12 | -107 | -33 | 61 | 61 | 6 | 100 |
| | 前年比 | +141.7% | +457.4% | - | - | - | -58.3% | +388.8% | - | - |

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



売上高及び営業利益構成（事業別・地域別）

（単位：百万円）

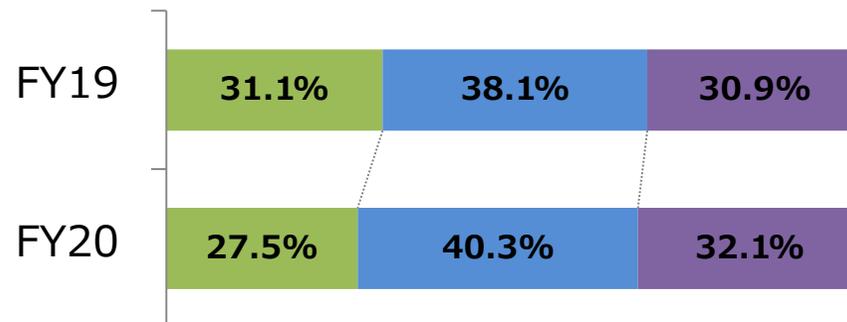
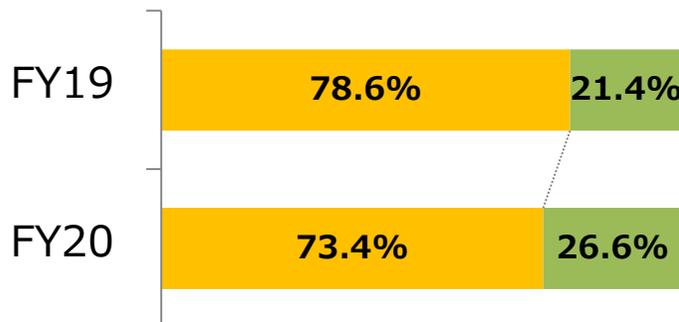
■ ベース ■ プライマリー ■ 米州 ■ 欧州 ■ アジア・オセアニア

売上高

10,867



7,844

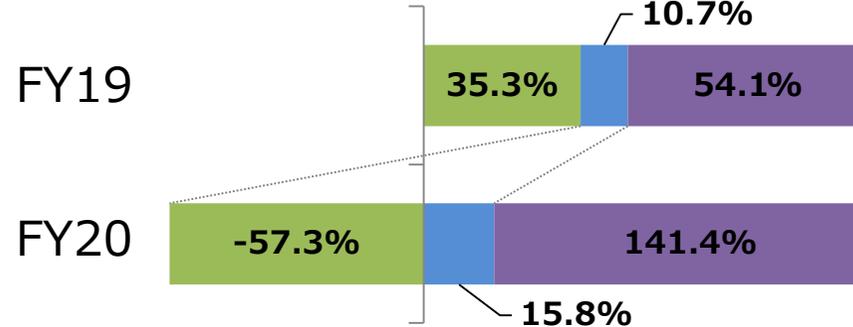


営業利益 *割合は消去を除く

560



77



営業利益率：

FY19 ベース：6.8%、プライマリー：N/A

FY20 ベース：N/A、プライマリー：4.8%

FY19 米州：5.7%、欧州：1.4%、
アジア・オセアニア：8.8%

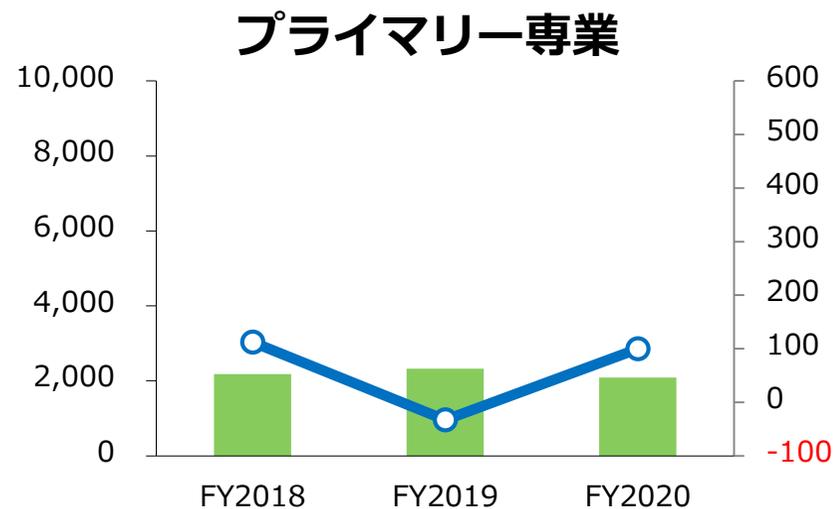
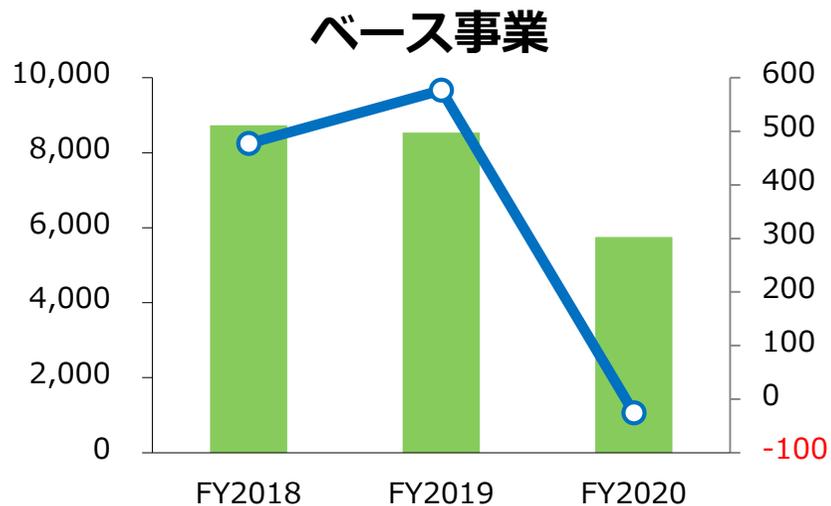
FY20 米州：N/A、欧州：0.4%、
アジア・オセアニア：4.1%

事業別及び地域別売上高及び営業利益推移

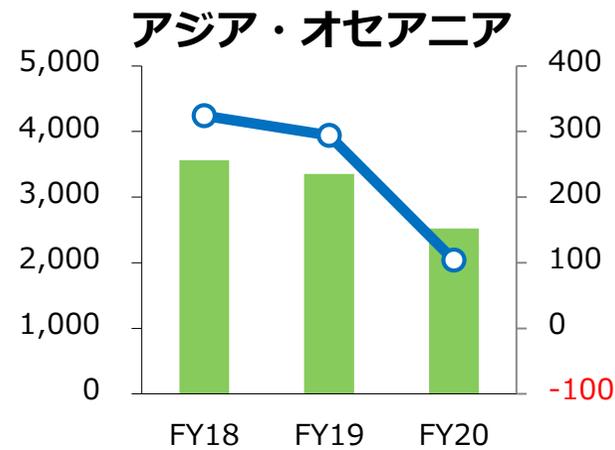
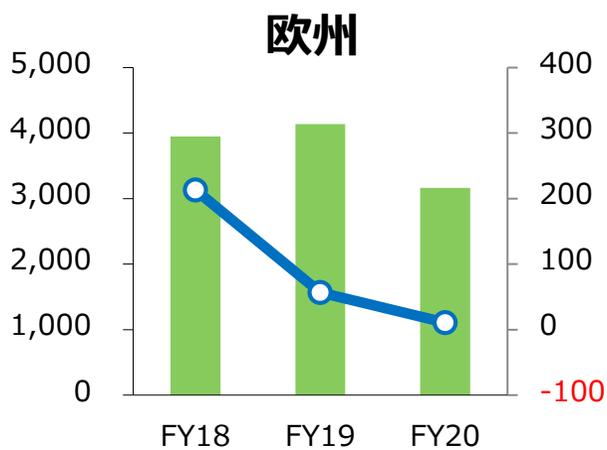
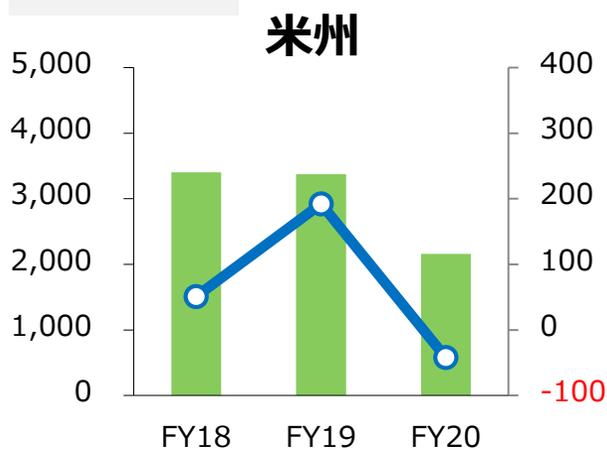
事業別

売上高 営業利益

(単位：百万円、左軸：売上高、右軸：営業利益)

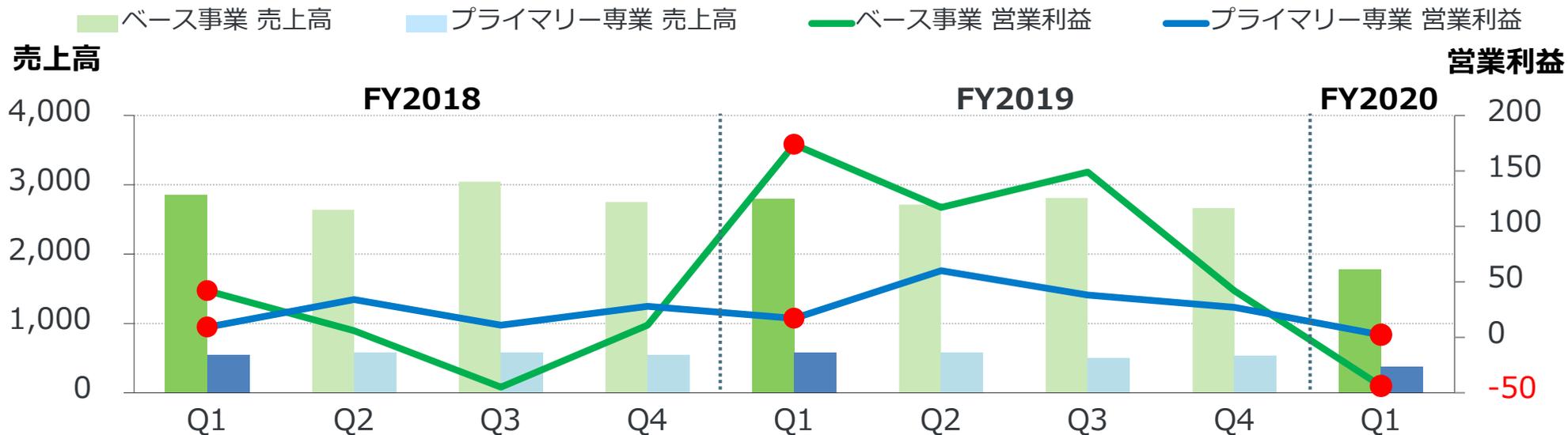


地域別



米州 売上高・営業利益 推移

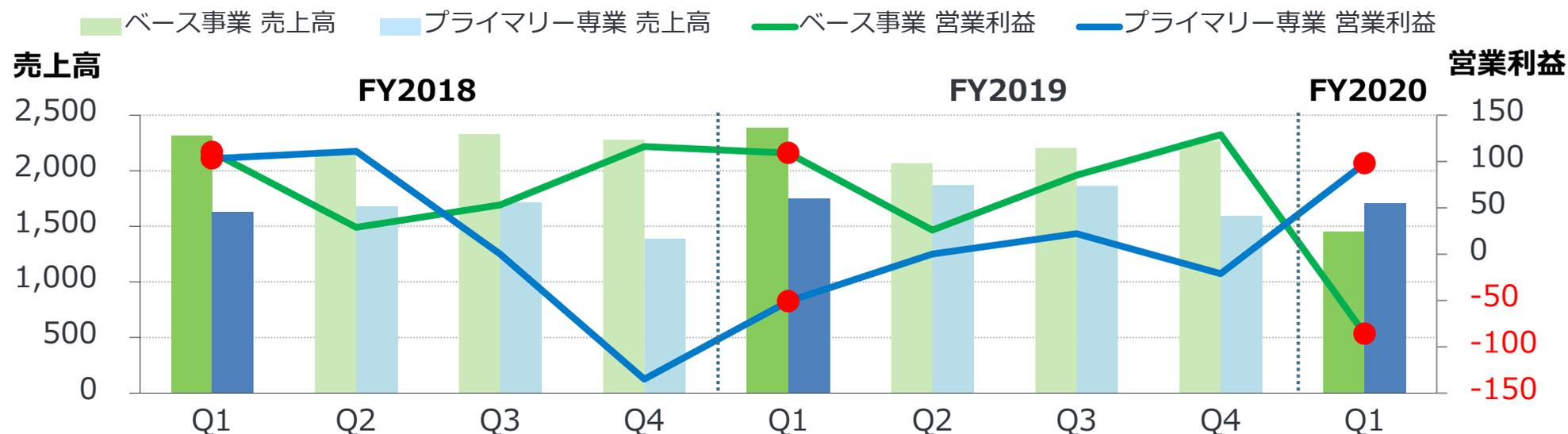
(単位：百万円)



| | | FY2018 | | | | FY2019 | | | | FY2020 |
|--------|------|--------|---------|-------|--------|---------|----------|---------|---------|--------|
| | | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q1 |
| ベース | 売上高 | 2,854 | 2,640 | 3,043 | 2,753 | 2,797 | 2,714 | 2,811 | 2,664 | 1,781 |
| | 前年比 | +2.7% | -9.0% | -0.6% | -9.4% | -2.0% | +2.8% | -7.6% | -3.2% | -36.3% |
| | 営業利益 | 42 | 6 | -45 | 11 | 174 | 117 | 149 | 42 | -44 |
| | 前年比 | -49.7% | -94.9% | - | - | +311.1% | +1599.3% | - | +276.4% | - |
| プライマリー | 売上高 | 546 | 584 | 587 | 550 | 577 | 586 | 497 | 536 | 378 |
| | 前年比 | -16.9% | -12.4% | -9.9% | -19.6% | +5.6% | +0.4% | -15.2% | -2.5% | -34.5% |
| | 営業利益 | 9 | 34 | 11 | 28 | 17 | 60 | 38 | 27 | 2 |
| | 前年比 | -92.1% | +145.4% | - | -68.0% | +86.3% | +76.8% | +224.6% | -1.1% | -85.4% |

欧州 売上高・営業利益 推移

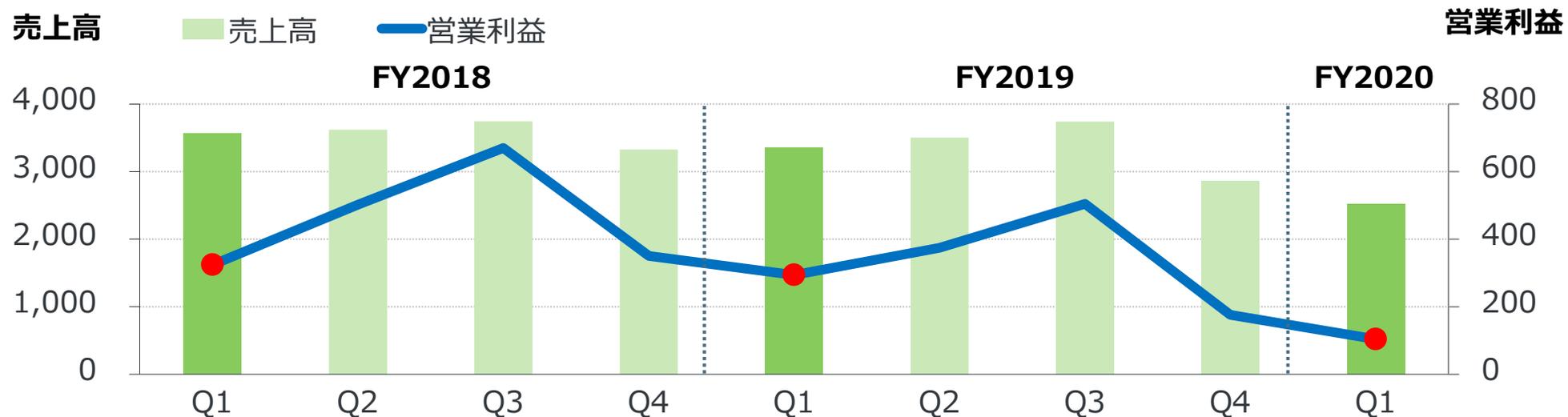
(単位：百万円)



| | | FY2018 | | | | FY2019 | | | | FY2020 |
|--------|------|---------|---------|---------|-------|--------|--------|----------|--------|--------|
| | | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q1 |
| ベース | 売上高 | 2,315 | 2,160 | 2,330 | 2,279 | 2,386 | 2,066 | 2,205 | 2,264 | 1,453 |
| | 前年比 | +20.8% | +6.3% | +7.6% | +1.2% | +3.1% | -4.4% | -5.4% | -0.7% | -39.1% |
| | 営業利益 | 110 | 29 | 53 | 116 | 109 | 26 | 85 | 129 | -86 |
| | 前年比 | +153.7% | -17.2% | +10.6% | +4.5% | -0.8% | -10.7% | +61.7% | +11.1% | - |
| 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 |
| | 前年比 | +8.6% | +12.5% | +8.1% | +1.0% | +7.2% | +11.1% | +8.6% | +14.6% | -2.3% |
| | 営業利益 | 103 | 111 | 0 | -135 | -51 | 0 | 22 | -21 | 98 |
| | 前年比 | - | +813.3% | +282.6% | - | - | -99.7% | +3518.6% | - | - |

アジア・オセアニア 売上高・営業利益 推移

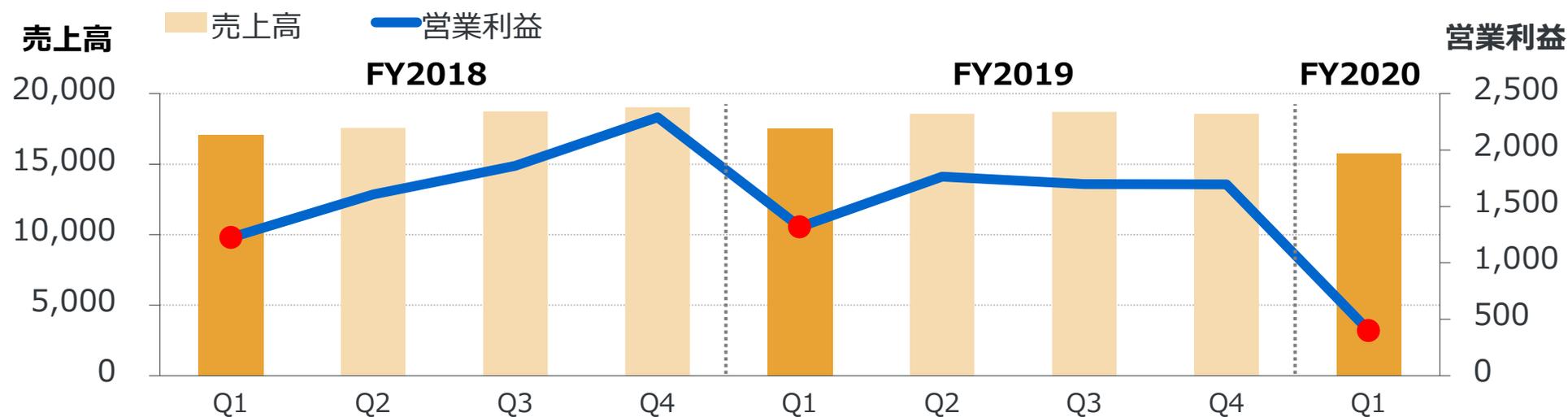
(単位：百万円)



| | | | | | | | | | | |
|-----|------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|
| ベース | 売上高 | 3,560 | 3,620 | 3,743 | 3,326 | 3,355 | 3,504 | 3,740 | 2,865 | 2,520 |
| | 前年比 | +10.3% | +5.8% | -0.4% | -2.3% | -5.8% | -3.2% | -0.1% | -13.9% | -24.9% |
| | 営業利益 | 324 | 502 | 670 | 350 | 294 | 374 | 504 | 176 | 104 |
| | 前年比 | +52.3% | -1.8% | +37.9% | +18.8% | -9.4% | -25.5% | -24.7% | -49.7% | -64.5% |

売上高・営業利益 推移

(単位：百万円)

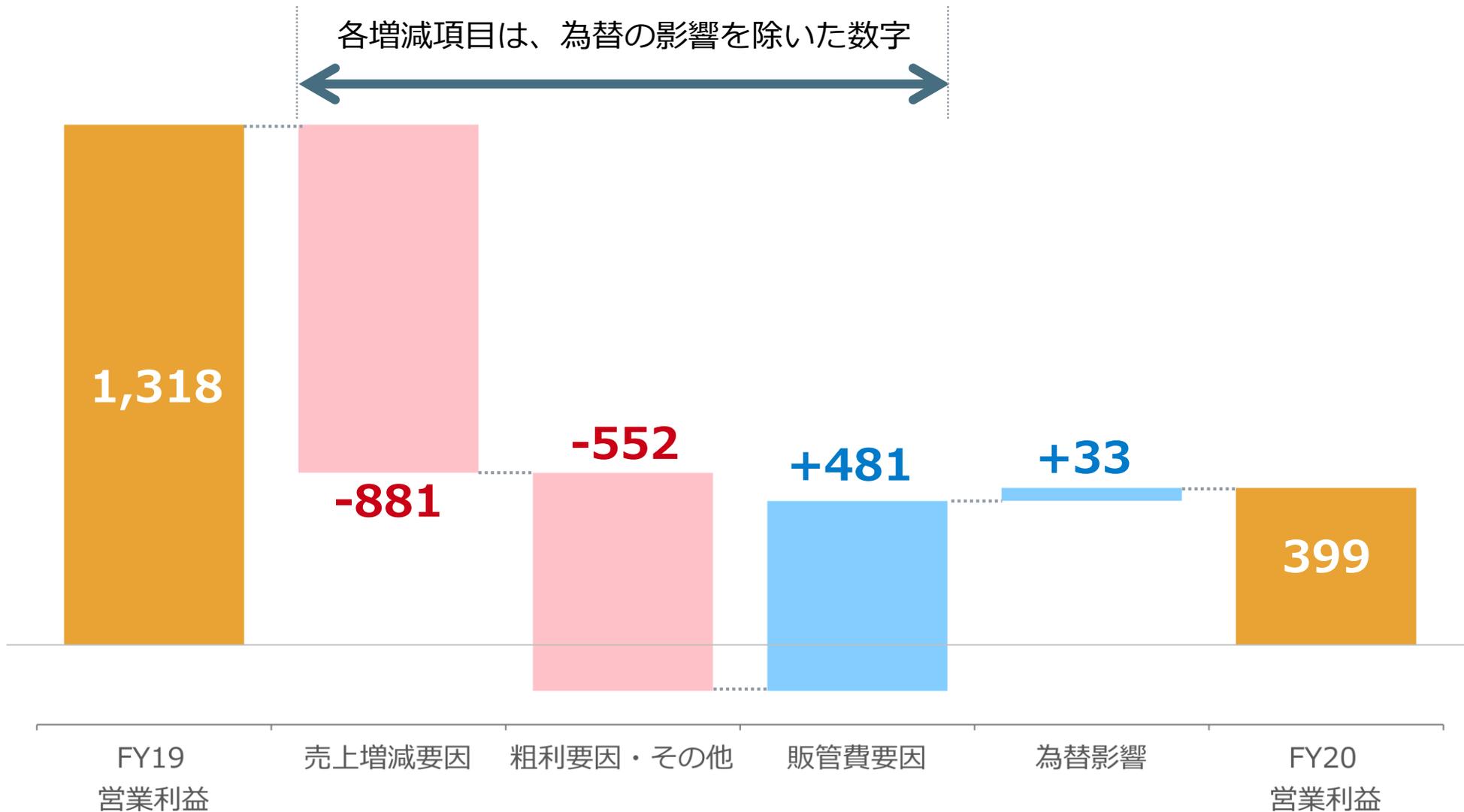


| | | | | | | | | | |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 売上高 | 17,081 | 17,579 | 18,736 | 19,037 | 17,495 | 18,578 | 18,709 | 18,578 | 15,730 |
| 前年比 | +2.7% | +0.9% | -0.9% | +8.7% | +2.4% | +5.7% | -0.1% | -2.4% | -10.1% |
| 営業利益 | 1,224 | 1,606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

営業利益 前年との比較

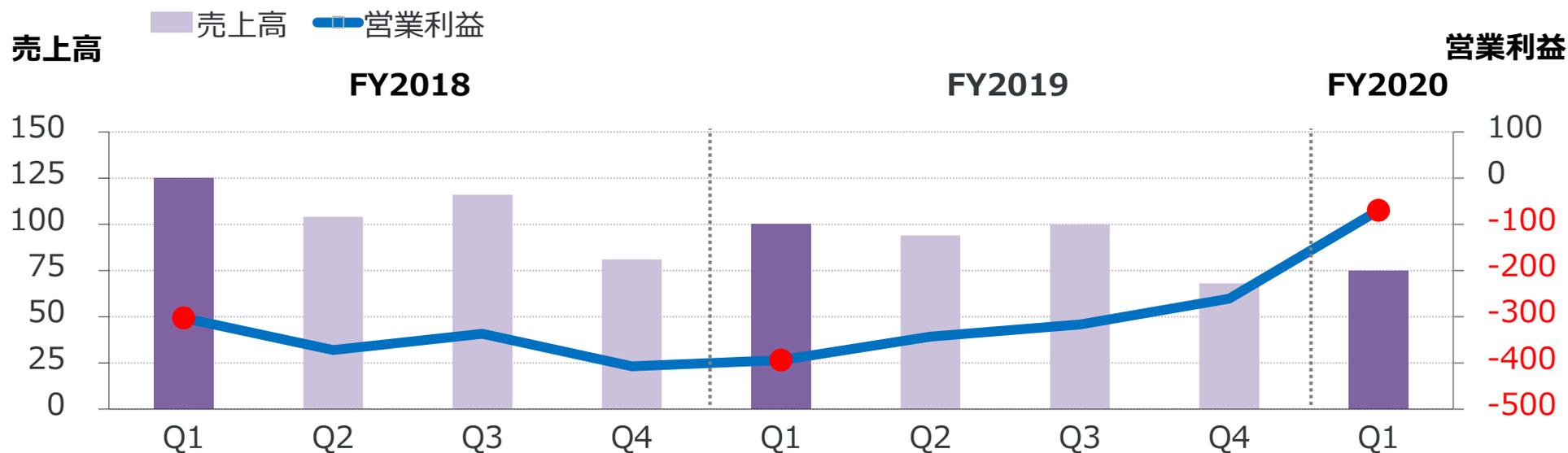
(単位：百万円)

各増減項目は、為替の影響を除いた数字



売上高・営業利益 推移

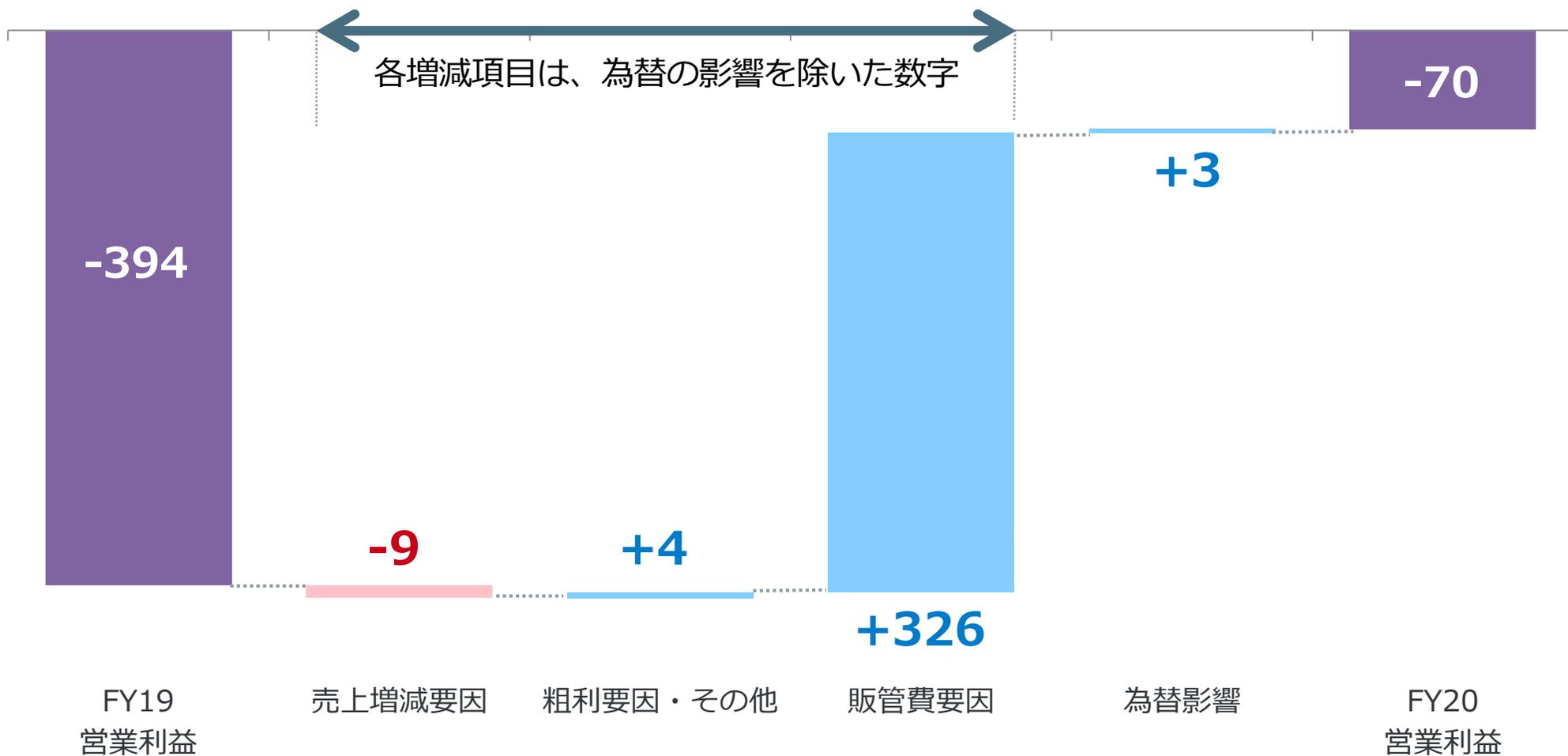
(単位：百万円)



| | | | | | | | | | |
|------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 売上高 | 125 | 104 | 116 | 81 | 100 | 94 | 100 | 68 | 75 |
| 前年比 | +53.2% | +34.0% | +111.3% | -18.9% | -20.0% | -10.0% | -13.8% | -15.5% | -24.6% |
| 営業利益 | -303 | -372 | -337 | -407 | -394 | -343 | -317 | -261 | -70 |
| 前年比 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

営業利益 前年との比較

(単位：百万円)



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 | 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紐づけし、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、情報を最適な形で紐づけるタギング（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。 |
| 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紐づけ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 | 自らお客様の現場へ赴き、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)、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 | 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、 <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 | <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・多様化するお客様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、作業員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。 |

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) | 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専門子会社。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。 |

【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2020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。