

2014 年 3 月期 第 2 四半期決算説明会 要旨

開催概要

- 【日 時】2013 年 11 月 14 日(木)13:30～14:20
【場 所】株式会社ゼンリン 東京本社（ワテラストワー12 階）
【出席者】代表取締役社長 高山善司
代表取締役副社長 網田純也
執行役員コーポレート本部長 松尾正実

説明概要

1. 2014 年 3 月期 第 2 四半期決算概要
 2. 2014 年 3 月期 業績予想
 3. 利益配分
 4. 『ZGP2015』進捗状況
- ※()内のページ番号は、決算説明会資料のページ番号です。

1. 2014 年 3 月期 第 2 四半期決算概要(P1-12)

(1)決算概要(P4)

2014 年 3 月期の業績は、昨年のドコモ地図ナビの会員数増加による増収効果から一転し、カーナビ関連の市場環境の変化が想定以上に進んだことで ITS 事業、グローバル事業が減収となり、10 月 22 日に第 2 四半期業績予想の修正開示を行いました。

前年同期比では、エコカー補助金終了に伴う反動減による影響も加わり、売上高は 18 億 39 百万円減少の 240 億 10 百万円となりました。

利益面でも、減収に加えて地図データベース整備や新商品開発などの先行費用により、営業費用が 6 億 86 百万円増加したため、

営業利益は、 25 億 26 百万円減少の、 39 百万円 、
経常利益は、 25 億 10 百万円減少の、 2 億 25 百万円 、
四半期純利益は、14 億 12 百万円悪化し、 2 億 50 百万円の損失
となりました。

(2) 売上高・利益の推移 (P5)

売上高、営業利益・経常利益ともに 2 期ぶりの減少となりました。当社グループの売上高は下期のウェイトが大きい一方で、地図データベース整備をはじめとする営業費用は年間を通して固定的に発生するため、利益も下期偏重の傾向がありますが、第 2 四半期での純損失は、2004 年 9 月期以来、9 期ぶりとなりました。

(3) -1 営業利益増減要因(前年同期比) (P6)

2012 年 9 月期の営業利益 25 億円から、売上高が 18 億円減収、営業費用が 6 億円増加した結果、25 億円の減益となりました。

売上高を事業別に見ると、住宅地図データの用途開発として、不動産業に特化したパッケージ商品やスマートフォンでの利用を可能とした新商品のリリースなどにより、GIS 事業は堅調に推移しました。しかしながら、国内カーナビゲーション用データを提供する ITS 事業が、エコカー補助金の反動減とカーナビ市場の構成変化などで 9 億円減少しました。また、グローバル事業も北米での搭載モデルの切り替え時期などにより販売数量が減少し、6 億円減少しました。

営業費用は、時空間データベース(以下、DB)や Viewmap DB など地図データベースの先行整備や新商品の開発費用などで 6 億円増加しました。

(3) -2 営業利益増減要因(業績予想比) (P7)

当第 2 四半期はエコカー補助金終了による反動減などを考慮し、売上高が減少することに加え、新規地図データベースの整備などコストが先行することから、当初の予想から営業利益 8 億円と前年同期比で減益の予想としていました。しかし実績は、新車販売における軽自動車へのシフトが加速していること、カーナビ本体も低価格モデルへ販売構成が変化するなど、数量・価格ともに減少したこと、ITS 事業の売上が業績予想比でも減少しました。グローバル事業は、一部開発案件が下期へ繰り延べとなった影響などで減少しました。

一方、営業費用は既存の地図データベース整備コストを見直したことや開発費の繰り延べなどで、4 億円減少しました。

(4) -1 セグメント情報 (P8)

セグメント別情報については、従来通りの「地図データベース関連事業」、「一般印刷関連事業」、「その他」の 3 区分です。

(4) -2 地図データベース関連事業 (P9)

住宅地図データベースの新規契約や新商品提供などにより GIS 事業は堅調に推移しましたが、ITS 事業及びグローバル事業の減少などにより、売上高が 17 億円減少したことに加え、地図データベースの先行整備や、スマートフォン向けサービスの開発などで営業費用が増加した結果、営業利益は 25 億円悪化しました。

(4) -3 一般印刷関連事業・その他 (P10)

一般印刷関連事業は、売上高が微増となったことに加え、原材料の仕入価格が減少したことなどにより、利益を確保しました。その他は、子会社での CAD 入力受託業務を縮小し、9 月末をもって終了したことにより、一時的な費用発生もあったことから、減収減益となりました。

(4)-4 中期経営計画(ZGP2015)で区分した事業別売上高(P11)

ZGP2015の最優先事業として位置づけている、住宅地図データベースを活用するGIS事業は堅調に売上を伸ばしていますが、売上高の維持を目標としていましたITS事業は事業環境の変化が想定よりも早く進行し、大幅に減少しました。また、昨年はICT事業がスマートフォン向けサービスの有料会員数の増加により大きく売上を伸ばしていましたが、当第2四半期においては会員数が減少したこともあり、売上高は横ばいとなりました。

(5) キャッシュ・フロー推移(P12)

営業活動によるキャッシュ・フローは、3億32百万円の収入となり、減収により前年同期比で34億39百万円収入が減少しました。

投資活動によるキャッシュ・フローは、40億28百万円の支出となりました。地図データベース作成システムの開発投資に加え、自社ビルの老朽化に伴う増改築などにより、有形及び無形固定資産の取得などで、前年同期比で19億81百万円支出が増加しました。

財務活動によるキャッシュ・フローは、配当金の支払やリース債務の返済などがありましたが、短期借入の実施による収入などで、4億62百万円の支出となりました。

2. 2014年3月期 業績予想(P13-14)

(1) 業績予想の概要(通期)(P14)

通期の業績予想については、第3四半期以降もITS市場は厳しい状況が続くと見ていますが、消費税増税に伴う駆け込み需要など、経済対策による影響から当社グループを取り巻く経済環境が不透明であるため、現時点においては、5月8日に公表した業績予想を据え置くこととしました。引き続き、新車販売動向など、カーメーカー様・ナビメーカー様の生産計画を捉え売上高の見通しを考慮するとともに、一層の生産性改善に取り組み、引き続きコストの見直しを行なっていきます。

しかし、地図情報の市場環境は大きく変化しており、引き続き当社グループが高いシェアを維持し続けるためには新たな地図データベースの構築は不可欠と考えていますので、将来の成長に向けた先行投資は継続していく所存です。

3. 利益配分(P15-17)

(1) 配当金(P16)

当社は中期経営計画に基づいた、安定的かつ継続的な配当の実施を基本方針として、連結株主資本配当率(DOE)3%以上を維持することを目標としています。この方針に基づき、中間配当金は、当初予定通り1株当たり15円としました。また、期末配当金も1株当たり15円を予定しており、年間配当金は前期と同額の1株当たり30円となる予定です。

(2) 自己株式の取得(P17)

当社グループを取り巻く経営環境の変化に対応した、機動的な資本政策や株主還元策の実施を可能とするために、今期末までの期間で 100 万株の自己株式の取得枠を設定しました。11 月 1 日より市場買付にて取得を実行していることを、併せてご報告します。自己株式については、事業成長のための M&A での活用などを継続して検討していきます。

4. 『ZGP2015』進捗状況(P18-24)

(1) ZGP2015 の前提と現状(P19)

ZGP2015 では、既存事業の GIS・ITS・出版の 3 事業で収益を確保し、ICT 事業や広告事業、グローバル事業には積極的に投資を行うことで事業成長を実現する計画としています。

2 年目の現状は、既存事業の分野においては、GIS 事業は住宅地図データベースの販売を、売り切りからストック型へと移行するための新商品開発と販売強化を推進しています。ITS 事業は、国内カーナビ市場の成熟に伴い、売上を維持する計画としていましたが、スマートフォン連携ナビの普及や、次世代運転支援が実用化される前に既存市場の変化が進んできました。出版事業については、住宅地図データベースの利活用と GIS 事業及び広告事業のターゲットでもある自治体との連携強化を目的とした、災害支援に関する提携を推進しています。

新規事業分野では、スマートフォン向け有料会員数の増加により ICT 事業は 2015 年度の目標に届く規模へと成長しましたが、足元の有料会員数は減少傾向にあり、ICT 関連での新規サービスへの採用拡大が課題であると捉えています。広告事業は従来の当社独自展開による広告媒体から、自治体との連携を強化したビジネスモデルへと変更し、情報誌の発行を進めています。グローバル事業は、今年の 4 月にインド支店を設置し、現地において日系企業への提案やインドで動態管理システムを提供している企業への出資などを進めています。

(2)-1 (ICT 事業)いつも NAVI 有料会員数イメージ(P20)

有料会員サービス「いつもNAVI」の会員の 9 割以上はNTTドコモ様のユーザーであり、NTTドコモ様のサービス「ドコモ地図ナビ」として提供しています。NTTドコモ様をはじめ各キャリア様の販売戦略に影響を受けるため、直近では契約数の増減や iPhone 発売などにより会員数の減少が続いています。

当初より、変化のスピードが早い事業分野において、無料サービスの影響や代替品などの台頭はリスクとして読んでいましたが、今後は当社独自のサービスとしてインバウンドなどの観光に特化した新サービスの提供や、個人の方からの課金サービスに留まらず、B to C をターゲットとしたサービスの開発などを進めていきます。

(2)-2 (出版事業)自治体との連携(P21)

各自治体では、東日本大震災以降、防災・減災に対する取り組みを行っていますが、今まで以上に地図を活用し防災・減災に役立つ情報を提供するために、防災に関する協力関係を構築するための連携協定を締結しました。9 月 4 日には横浜市と提携を結び、記者会見も行いました。住宅地図帳や、住宅地図ネット配信サービスの ID を貸与し、自治体の活動に必要な情報や、地図に対するニーズや要望などの情報交換を行なっています。これらの情報やご意見などを元に、当社の地図プラットフォームで防災・減災に役立つ商品へ反映することで、全国の自治体へ提案して行きたいと考えています。

(2)-3 (ITS 事業)市場構成変化への対応(P22)

昨今は安心・安全に重きをおいた運転支援や自動運転への感度が高まり、次世代 ITS の実現へ向けてカーメーカー様・ナビメーカー様・電機メーカー様各社が技術開発を進めています。すでにセンサーやレーダーを利用したシステムは実用化されていますが、地図情報に収録されるルート上の道路形状や道路標識を車載機が読み取り、減速支援や注意喚起を行うことで、より効率的で精度の高い自動運転をサポートするため、当社は先行開発を進めているカーメーカー様・ナビメーカー様と協力しながら当社独自のコンテンツの開発に取り組んでいます。

(3)時空間 DB 構築(P23)

自動運転などを支援する高精度地図情報から防災・減災に役立つ情報、行動を喚起する情報など、膨大な情報を整理して管理するためには、これまでの地図に留まらず、新たな情報管理が必要となります。そこで、当社は前期から、世の中にある地物や営業時間・イベント情報などの事象系情報を当社独自のシステムによって整理し、情報として管理する時空間 DB の構築に着手しています。

現在は住宅地図用の住宅地図 DB、ナビゲーション向けのナビ地図 DB と商品ごとにデータベースを整備していますが、あらゆる情報を時空間 DB として管理・構築し、その情報を自動で地図に変換する仕組みを開発しています。時空間 DB の構築によりスピーディーでコストメリットの高い商品提供が実現できます。成長に向けて必要な先行投資部分であることをご理解いただきたいと思います。

(4)Viewmap DB 整備(P24)

時空間 DB の構築と同時に新たな地図の整備を進めています。時空間 DB に蓄積された膨大な情報を、その利用シーンに合わせて最適化された地図表現を実現します。Viewmap DB には地物情報だけでなく、地物に紐づく属性情報やイベント情報などの事象系の情報も組み合わせることで表示することが可能となります。また、利用者の様々な要望に対してひとつひとつ編集するのではなく、構築された時空間DBから自動生成することも可能となりますので、利用シーンやデバイスを問わない最適なカタチでスピーディーに地図を提供することが可能となります。

今期の業績は、主力事業である ITS 事業や ICT 事業の市場環境の変化など、厳しい状況が続くものと見込まれますが、今後、ますます多様化するニーズにスピード感と経済性をもって対応するためには、これまでの地図を超えた地図が必要不可欠です。それを実現できるのは当社グループだけだという自負もあります。

生産性改革と既存整備の合理化も推進していきますが、先行整備への取り組みについてもご理解いただき、引き続きご支援賜りますようお願いいたします。

以上