

ZENRIN
証券コード：9474

2015年3月期 決算説明会

2015年5月14日

株式会社ゼンリン

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

Maps to the Future

2015年3月期 決算説明会

2015年3月期 決算説明会

- 2015年3月期 決算概要
- 中長期経営計画(2015-19年度)
「ZENRIN GROWTH PLAN 2020」(ZGP2020)
～日本の地図をすべてゼンリン基盤へ～

Appendix

注)本資料には、本資料作成日時時点で入手可能な将来に関する前提・見通し・計画に基づく予測が含まれております。世界経済の動向・市場需要・競合状況・為替の変動等にかかわる様々なリスクや不確定要因により、実際の業績が記載の予想数値と大幅に異なる可能性がありますことをご承知ください。
尚、本資料掲載情報は、表示単位未満の端数切捨て、増減率の小数点以下第2位四捨五入し小数点第1位まで記載しております。
また、増減率が1000%を超える場合、及び一方若しくは両方がマイナスとなる場合は「－」表記しております。

2015年3月期 決算概要

- 1) 決算概要
- 2) 営業利益増減要因
- 3) セグメント情報
- 4) 中期経営計画（ZGP2015）で区分した事業別売上高
- 5) キャッシュ・フロー推移
- 6) 配当金

2015年3月期 決算概要 目次

1-1) 決算概要

2015年3月期 決算のポイント

前期比<減収減益(当期純利益は増益)>

- 売上高は、住宅地図データベース(以下、DB)を活用したGIS関連の売上は堅調に推移したものの、スマートフォン向けサービスの有料会員数が引き続き減少し、国内外のカーナビゲーション用データの販売も減少
- 減収に伴い営業利益、経常利益は減益となったが、事業再編に伴う子会社の繰越欠損金の影響などにより法人税等が減少したことなどから当期純利益は前期比で増加

業績予想比<減収減益>

- 売上高は、GIS関連が堅調に推移し、第3四半期より連結に含めた子会社の影響もありほぼ予想通り
- 売上構成の変化(地図データベース関連事業の減収、その他の増加)により各利益において減益

金額単位:百万円

	2014年3月期 実績	2015年3月期 業績予想 (2014/5/8)	2015年3月期 修正発表 (2015/4/22)	2015年3月期 実績	前期比	増減率 (%)	業績予想比 (2014/5/8)	増減率 (%)	修正発表比 (2015/4/22)	増減率 (%)
売上高	53,589	52,300	52,280	52,286	△1,303	△2.4	△13	△0.0	6	0.0
営業費用	50,409	49,500	49,900	49,897	△511	△1.0	397	0.8	△2	△0.0
営業利益	3,180	2,800	2,380	2,389	△791	△24.9	△410	△14.7	9	0.4
営業利益率	5.9%	5.4%	4.6%	4.6%	△1.3pt		△0.8pt		0.0pt	
経常利益	3,663	3,100	2,750	2,751	△912	△24.9	△348	△11.2	1	0.0
経常利益率	6.8%	5.9%	5.3%	5.3%	△1.5pt		△0.6pt		0.0pt	
当期純利益	1,272	2,100	1,460	1,464	192	15.1	△635	△30.3	4	0.3

売上高は、
スマートフォン向けサービスの売上が減少したことなどにより
13億3百万円減少の522億86百万円となりました。

営業利益は、
コストの抑制に努めたものの、減収の影響を補えず
7億91百万円減少の23億89百万円、

経常利益は、
9億12百万円減少の27億51百万円となりました。

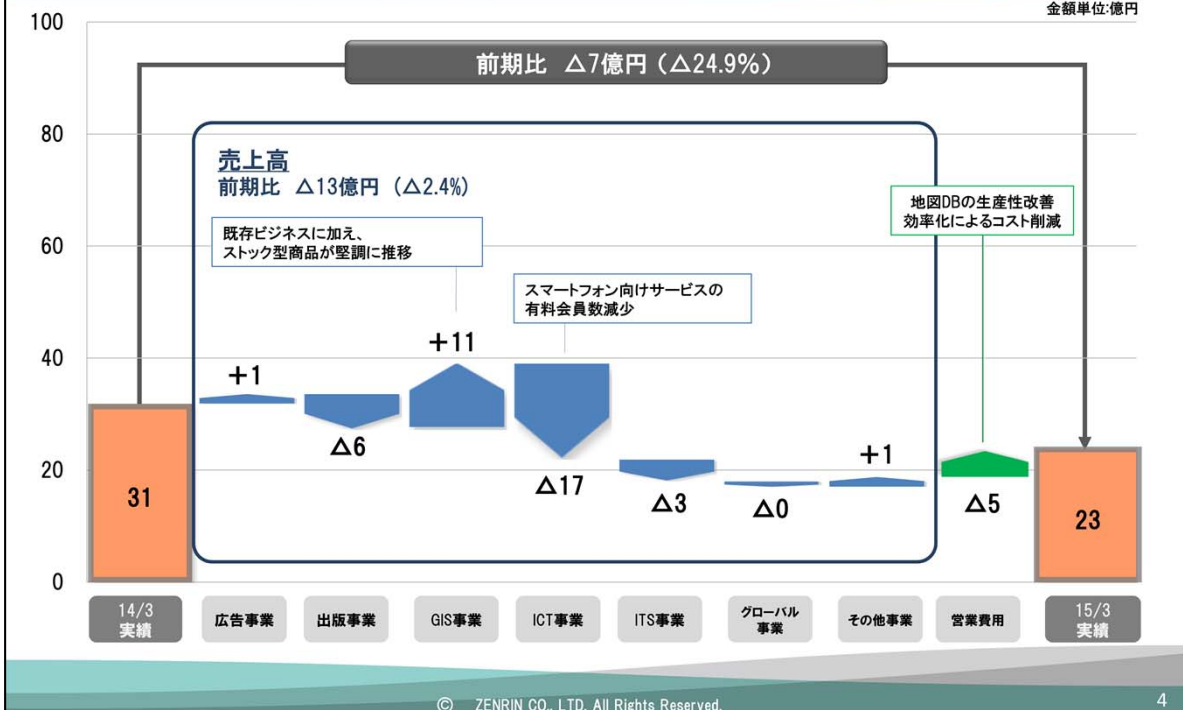
当期純利益につきましては、
事業再編に伴う子会社の繰越欠損金の影響などにより
法人税等が減少したことから
前期比で1億92百万円増加の14億64百万円となりました。

1-2) 営業利益増減要因

ZENRIN
Maps to the Future

2015年3月期 決算説明会

金額単位: 億円



売上高が13億円減収となりましたが、
最優先事業として位置付けている住宅地図データベースを活用した
GIS事業は、既存ビジネスと、新たなストック型のパッケージ商品が
堅調に推移し、11億円の増収となりました。

一方、ICT事業はスマートフォン向けサービスの有料会員数の
減少が続き、17億円の減収となり、
出版事業も、住宅地図帳の販売が減少し、6億円の減収となりました。

営業費用は、
地図データベース整備の生産性改善などに取り組んだことで、
5億円の削減が図れたことで、
営業利益は、7億円の減益に留まりました。

1-3) セグメント情報

ZENRIN
Maps to the Future

2015年3月期 決算説明会

売上構成
比率

85.5%

1. 地図データベース関連事業

主要品目等：住宅地図帳、住宅地図データベース
国内外カーナビ用地図データ
スマートフォン向けサービス
各種メディア・デバイスへの地図情報提供等



7.2%

2. 一般印刷関連事業

主要品目等：商業印刷



7.3%

3. その他

主要品目等：仕入商品、デジタルサイネージ
ダイレクトメール発送代行、インシップ広告



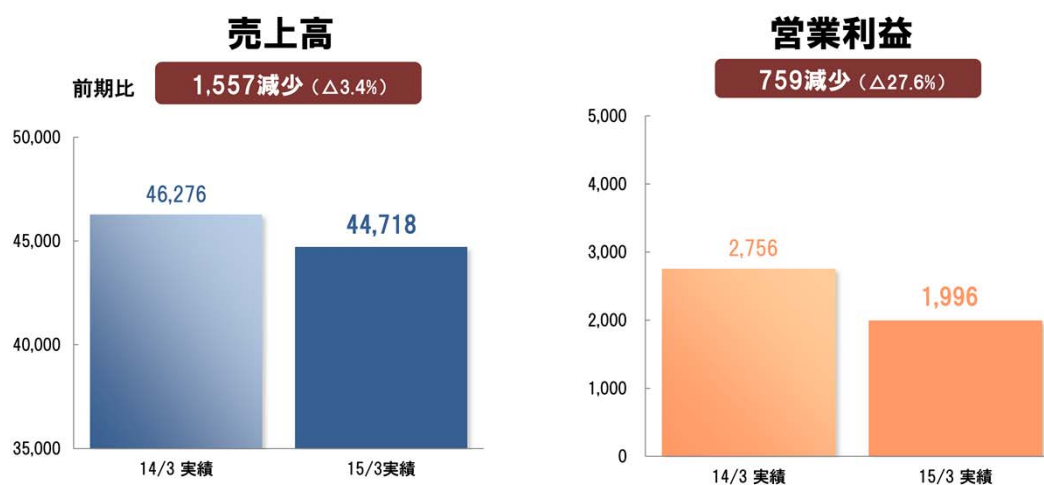
セグメント別情報につきまして、
「地図データベース関連事業」
「一般印刷関連事業」
「その他」の
3 区分にてご説明いたします。

1-3) 地図データベース関連事業

ZENRIN
Maps to the Future

2015年3月期 決算説明会

金額単位:百万円



「地図データベース関連事業」の売上高は、
前期比15億57百万円減少の447億18百万円、
営業利益は、7億59百万円減少し、19億96百万円となりました。

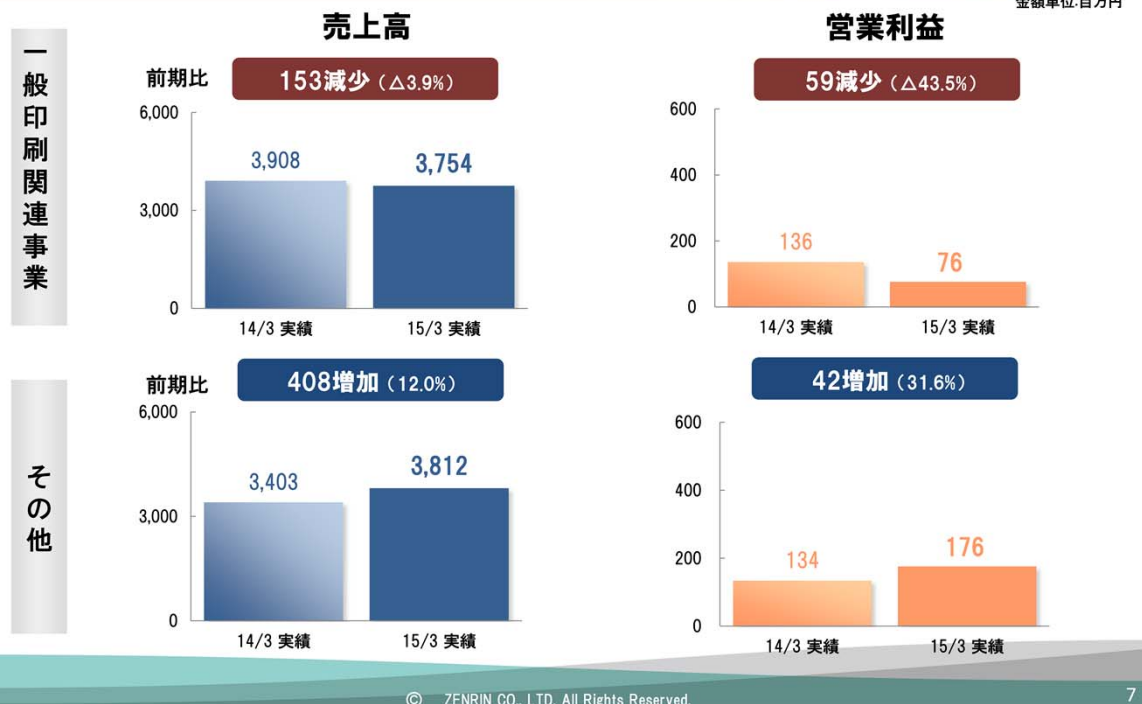
1-3) 一般印刷関連事業・その他

ZENRIN

2015年3月期 決算説明会

Maps to the Future

金額単位:百万円



© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.

7

一般印刷関連事業につきましては、
わずかながら減収減益となりました。

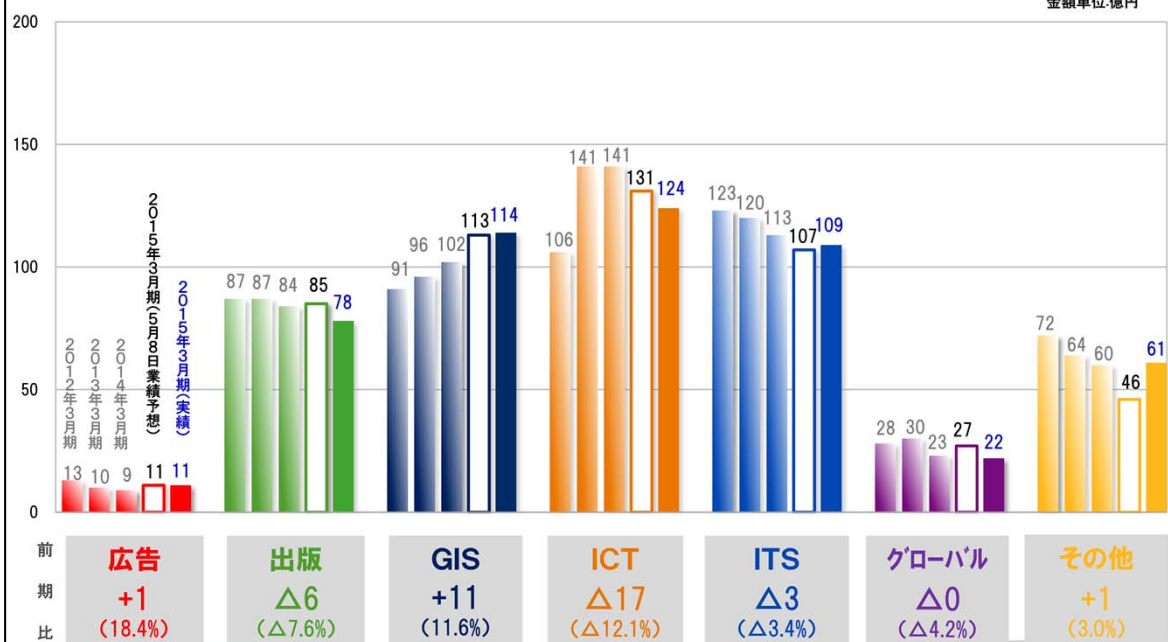
その他につきましては、事業再編を進めており、
セールスプロモーション商品の販売や
CAD受託処理業務から撤退する一方で、
第3四半期より新たに連結の範囲に含めた
企業のチラシなどの同封や同梱によるインシッポ®広告などを
展開する子会社の影響などにより、
増収増益となりました。

1-4) 中期経営計画 (ZGP2015) で区分した事業別売上高

ZENRIN
Maps to the Future

2015年3月期 決算説明会

金額単位:億円



事業別売上高の過年度からの推移を表示しております。

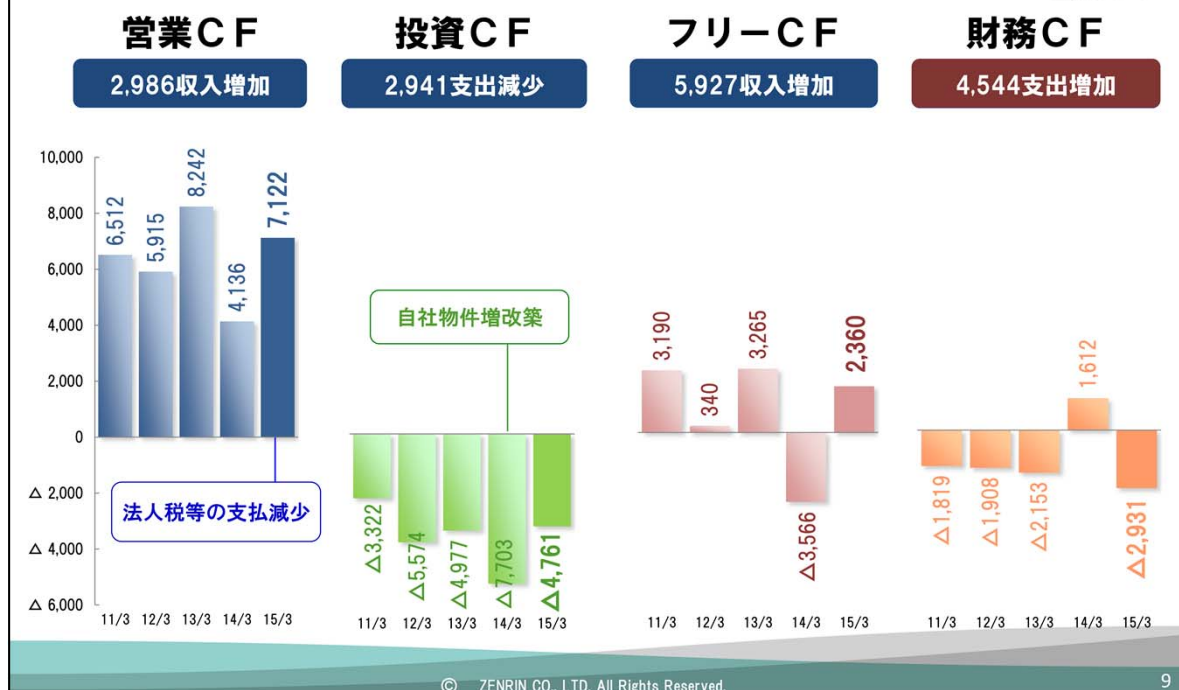
1-5) キャッシュ・フロー推移

ZENRIN

2015年3月期 決算説明会

Maps to the Future

金額単位:百万円



営業活動によるキャッシュフローは、法人税等の当期支払が減少したことなどにより前期比で29億86百万円増加の、71億22百万円となりました。

投資活動によるキャッシュフローでは、47億61百万円を支出いたしました。自社物件の増改築などがあった前期に比べ、支出が29億41百万円減少したことなどにより、フリーキャッシュフローが改善いたしました。

財務活動によるキャッシュ・フローは、短期借入金の返済や、配当金の支払、リース債務の返済などにより前期比で、45億44百万円支出が増加し、29億31百万円となりました。

1-6) 配当金

ZENRIN

2015年3月期 決算説明会

Maps to the Future

基本方針：適正な内部留保を考慮しつつ連結ベースの利益水準に応じた利益還元を実施

**期末配当金：16円（当初予想から1円増配）
年間配当金：31円**



© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.

10

当社は、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おります。

この方針に基づき、
2015年3月期の期末配当金は、
予想及び前期末に比べ、1円増配の16円として
6月18日開催予定の当社定時株主総会にてお諮りする予定です。
これにより、年間配当金は31円となる予定です。

また、2016年3月期の配当金につきましても、この基本方針に則り、
中間配当金15円50銭、期末配当金15円50銭の
年間31円を予定しております。

ZENRIN

中長期経営計画(2015-19年度)

ZENRIN GROWTH PLAN 2020

～日本の地図をすべてゼンリン基盤へ～

Maps to the Future

**中長期経営計画（2015-19年度）
ZENRIN GROWTH PLAN 2020**

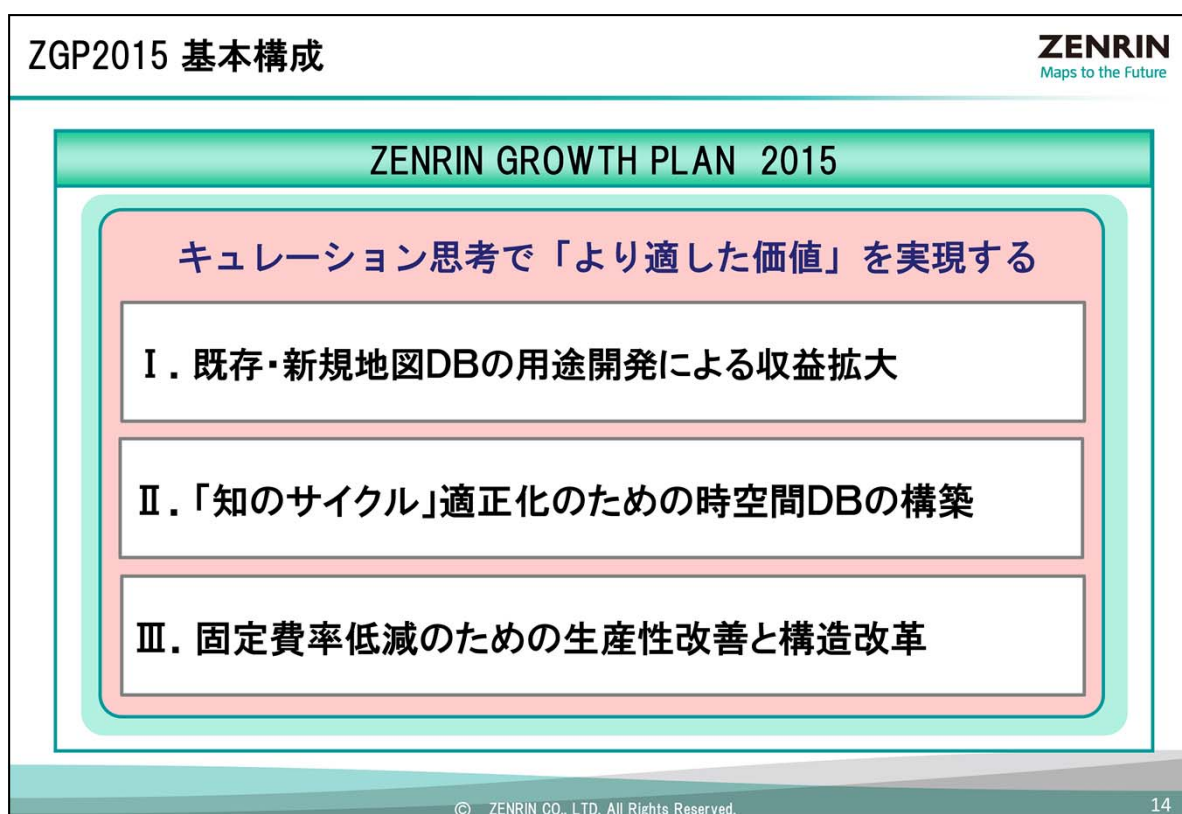
I. 「ZENRIN GROWTH PLAN 2015」(ZGP2015)の振り返り

II. 「ZENRIN GROWTH PLAN 2020」(ZGP2020)

III. 2016年3月期業績予想

I . ZGP2015の振り返り

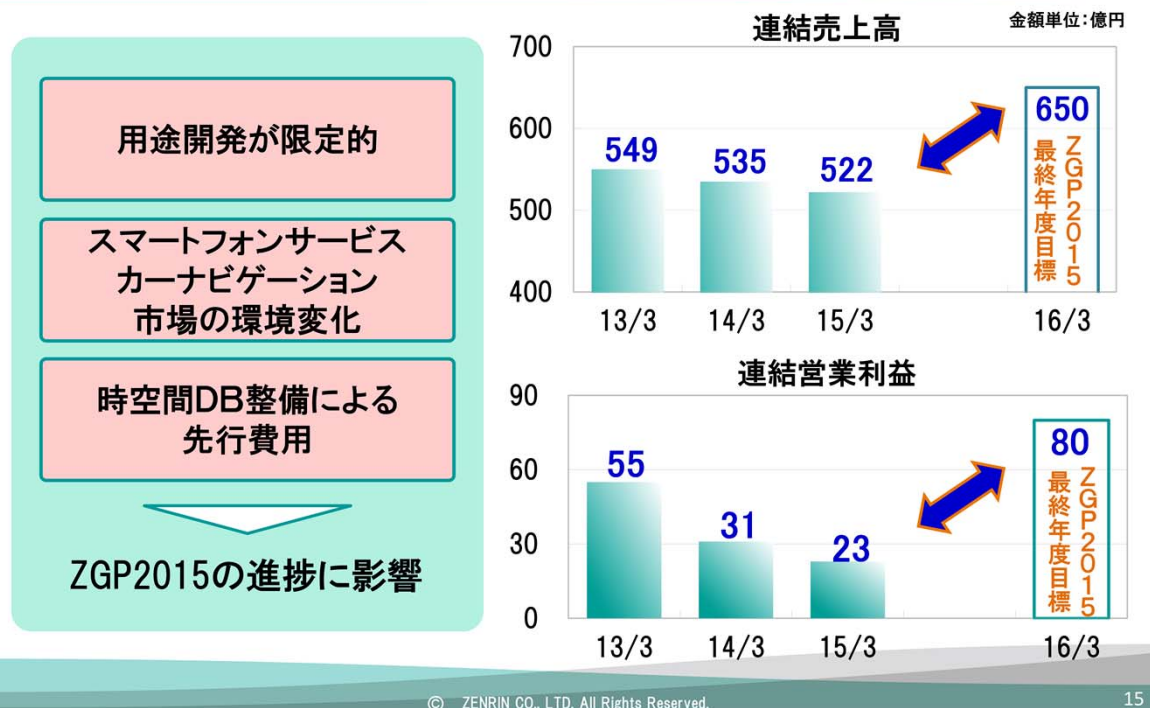
ZGP2015の振り返り



2012年5月に策定いたしました、
中期経営計画「ZENRIN GROWTH PLAN 2015」
（以下、ZGP2015）では、
キュレーション思考で「より適した価値」を実現するために
3つの基本構成を掲げ、
①「用途開発による収益拡大」
②「時空間データベースの構築」
③「生産性改善と構造改革」
に取り組んでまいりました。

ZGP2015 目標の進捗状況

ZENRIN
Maps to the Future

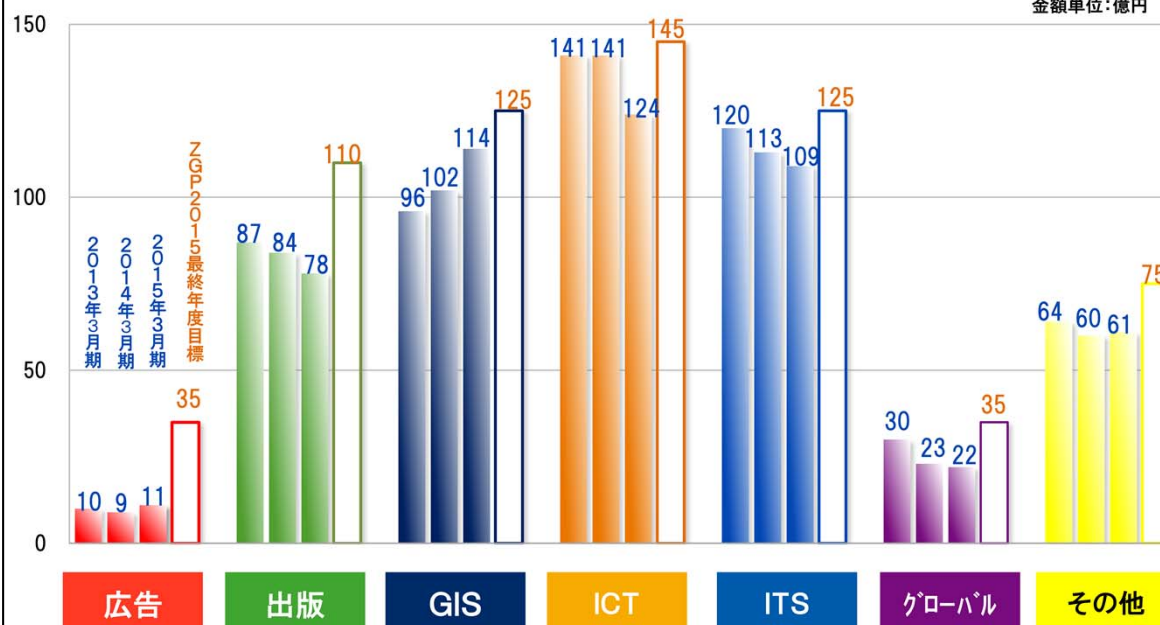


2014年度までに時空間データベースの先行投資を
実施してまいりましたが、
用途開発による新商品のリリースが限定的となったこと、
スマートフォンサービスやカーナビゲーション市場の環境変化などにより
進捗に遅れが生じました。

ZGP2015で区分した事業別売上高推移

ZENRIN
Maps to the Future

金額単位：億円



© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.

16

事業別売上高の過年度からの推移、
並びにZGP2015における最終年度目標を表示しております。

Ⅱ. ZGP2020

**2015年度からスタートする、
2016年3月期から2020年3月期までの新たな中長期経営計画
「ZENRIN GROWTH PLAN 2020」（以下、ZGP2020）
を策定いたしました。**



当社グループの経営ビジョンである、
「情報を地図化する世界一の企業」の実現に向け、
ZGP2020では
「日本の地図をすべてゼンリン基盤へ」
をテーマとして取り組んでまいります。

- ・ IT技術の進化による社会構造の変化
- ・ 高まる防災意識と災害対策
- ・ 2020年東京五輪の開催決定

- ・ 安全・安心・快適な車社会
- ・ 増加する訪日外国人旅行者

地図情報の利用機会が拡大

- ・ 中小企業のGISシステム利用環境の向上
- ・ 安全運転支援などITSの高度化
- ・ 国・自治体の防災、減災に対する地図ニーズの高まり
- ・ 訪日外国人による位置情報サービスの利用ニーズ拡大
- ・ 地方創生、地域振興における地域情報ニーズの高まり

差別化

コストリーダーシップ

©ZENRIN

© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.

19

IT技術の進化や防災・減災に対する意識の高まり、
2020年東京五輪の開催、安全運転支援、
訪日外国人の増加などの外部環境の変化によって
地図情報の利用機会が拡大すると考えております。

現在構築を進めている時空間データベースにより、
多様化する地図情報の用途に対し、
情報の差別化とコストリーダーシップを実現してまいります。

ZENRIN GROWTH PLAN 2020

「モノ」から「コト」への転換

I. 「利用シーン」を創造した用途開発による収益拡大

II. 「QCDDS」を追求した時空間情報システムの安定運用

III. 「生産性改革」の実現による固定費率の低減

ZGP2020ではニーズに対応したサービスの提供にとどまらず、
地図情報の新たな利用価値創造を目指し、
「モノ」から「コト」への転換を軸として、
3つの基本構成を掲げて取り組んでまいります。

I. 「利用シーン」を創造した用途開発による収益拡大

II. 「QCDDS」(※)を追求した時空間情報システムの安定運用

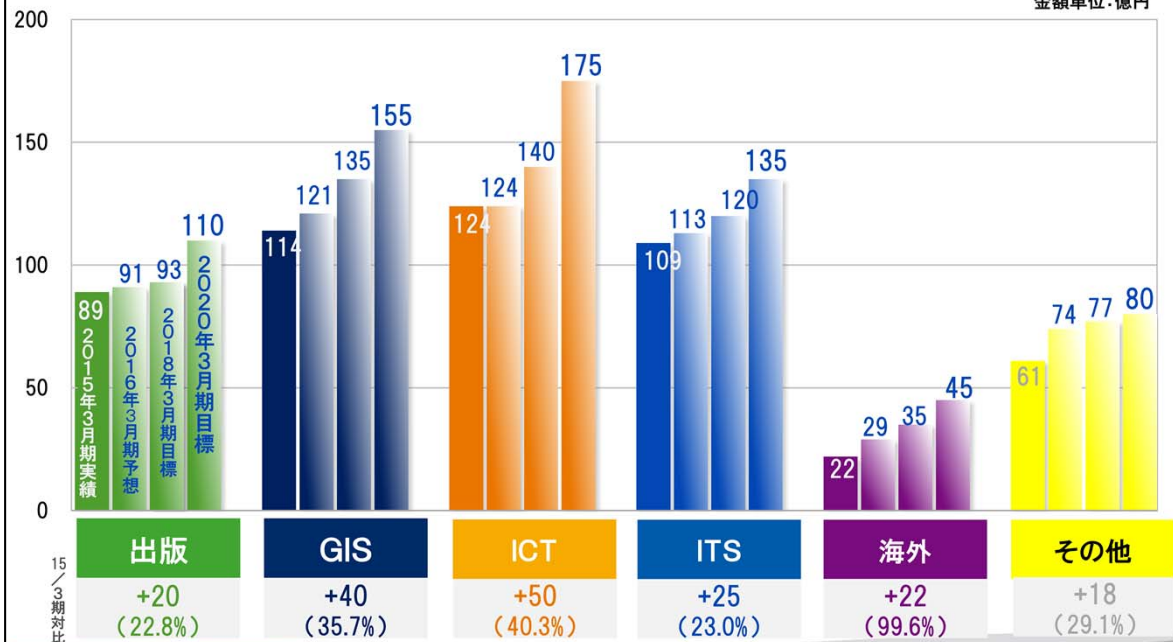
III. 「生産性改革」の実現による固定費率の低減

(※) QCDDS : Quality	(品質)
Cost	(価格)
Delivery	(納期)
Diversity	(多様性)
Scalability	(拡張性)

ZGP2020で区分した事業別売上高目標（2015年3月期対比）

ZENRIN
Maps to the Future

金額単位：億円



© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.

21

ZGP2020で区分した事業別の売上高目標です。

**ZGP2015で区分していた広告事業につきましては、
プリントメディアが主体であることから
出版事業に含めることといたしました。**

事業	出版	プリントメディアの「コト」を追求
	GIS	コンセプト商品の拡充
	ICT	ITメディアの「コト」を追求
	ITS	「つながるナビ」と「高精度地図」
	海外	新興国エリアのビジネス基盤構築
	その他	地図データベース事業とのシナジーを追求
生産		新たな基盤データベースの構築によるQCDDSの実現

[事業戦略]

・出版事業

単なる商品の提供だけでなく、プリントメディアがどのような目的で、どのように使われているかなどの「コト」を追求してまいります。

・GIS事業

最優先事業と位置付け、ユーザーのニーズに的確に対応できるコンセプト商品の拡充に取り組んでまいります。

・ICT事業

ITメディアの拡大が進む中で、各ITメディアに対するサービスを「コト」の観点から追及してまいります。

・ITS事業

従来のナビゲーションを超えたサービスの創造と、カーメーカーやナビメーカーなどからの要望に対応できる高精度な地図データベースの構築を進めてまいります。

・海外事業

北米・欧州に加え、インドやASEANなど新興国エリアのビジネス基盤を構築してまいります。

・その他事業

一般印刷ビジネスとインシッピング広告ビジネスを中心に、地図データベース事業とのシナジーを追及してまいります。

[生産戦略]

時空間データベースなどの新たな基盤データベースを構築し、QCDDSを実現してまいります。

プリントメディアの「コト」を追求

単発的購入モデルから継続的利用モデルへ変革

◆ 手軽に利用できるオンデマンドサービスの拡充

受託型商品から進化した企画型商品の拡充

地図を新たなコンセプトで捉えて市場創造

各事業において複数掲げているプランのうち
いくつかピックアップして説明いたします。

まずは出版事業のうち
「オンデマンドサービスの拡充」について説明いたします。

◆ 手軽に利用できるオンデマンドサービスの拡充

“必要な時に必要なエリアだけ手頃な価格で手軽にプリントアウト”

現在、全国のコンビニ約90%で利用可能

【ゼンリン住宅地図プリントサービス実施コンビニ店舗数】

コンビニチェーン	サービス開始	店舗数
セブン-イレブン	2005年 9月	17,569
ローソン	2014年 4月	11,606
ファミリーマート	2014年 5月	11,532
サークルKサンクス	2014年10月	6,326
合計		47,033

(2015年3月現在 自社調べ)

サービスイメージ

① コンビニ店舗で直接プリントアウト



② ネットで予約してプリントアウト



- ◆ コンテンツ並びに利用環境の拡充による利便性の向上
- ◆ プロモーション活動の強化による利用促進

全国のコンビニエンスストアでの
住宅地図プリントサービスの仕組みをプラットフォームとして、
コンテンツや利用環境の拡充による利便性の向上と
プロモーション活動の強化による利用促進を目指します。

コンセプト商品の拡充

- ◆ 用途開発された商品と新価格の投入でゼンリンGISブランドを構築
- ◆ 地図に主題を付与したコンセプトが明確なパッケージ商品の投入
- GIS利用の裾野拡大に向けたエントリーモデルの投入
- ◆ 自治体プラットフォームの確立
- 情報還流型ビジネスモデルの確立

GIS事業では

- ・GISブランドの一例
- ・パッケージ商品
- ・自治体への取り組みについて説明いたします。

◆ 用途開発された商品と新価格の投入でゼンリンGISブランドを構築

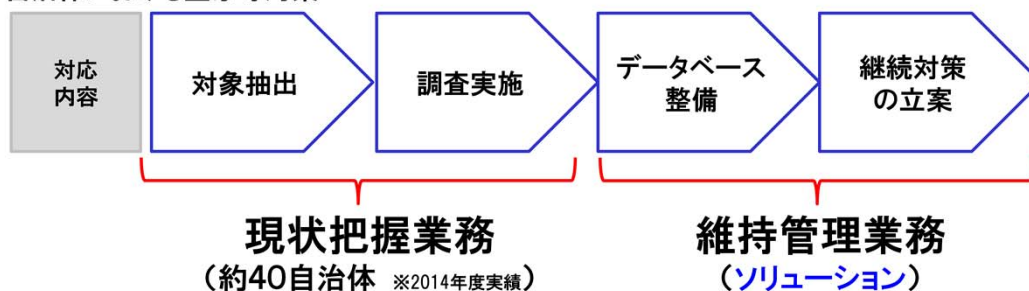
「利用シーン」を創造した商品群を市場投入し、選びやすい・使いやすいGISブランド(ソリューション、セクション、パッケージ)を構築

◆ 社会問題

「空家数の増加(全国約820万戸)」
(2013年10月現在)

「空家等対策の推進に関する特別措置法」
(2015年2月施行)

◆ 自治体における空家等対策



現在社会問題の1つとなっている空家の情報を例に挙げてみますが、
これまでは現状を把握するための
地図データの提供を行ってきましたが、
今後はそのデータベースを整備し、
空家をどのように活用できるかのソリューション分野に踏み込むことで
ゼンリンGISブランドを確立してまいります。

◆ 地図に主題を付与したコンセプトが明確なパッケージ商品の投入

業種・業務に特化したGISパッケージ商品の用途開発を加速

- ◆「業種シリーズ」第一弾
商品名 : ZENRIN GISパッケージ不動産
リリース日: 2013年4月
- ◆「業種シリーズ」第二弾
商品名 : ZENRIN GISパッケージ建設
リリース日: 2014年4月



2020年までに商品ラインナップを
2⇒10タイトルへ拡充予定

業種・業務に特化したGISパッケージ商品の用途開発を加速させ、
2020年には10タイトルへの拡充を目指します。

◆ 自治体プラットフォームの確立

災害時支援協定の推進
防災・減災に対する地図情報の利活用を提案

◆ 「災害時支援協定」締結実績

130自治体 / 1,718
(2015年3月末時点)



【協定の概要】

- ・広域地図の提供
- ・住宅地図帳の提供
- ・住宅地図ネット配信サービス「ZNET TOWN」の提供
- ・地図複製許諾
- ・情報交換

2020年までに

1,000自治体を目指す

東日本震災をはじめ自然災害が発生した際には、
住宅地図を届け、現状把握などに利用いただいた経験から
全国の自治体と災害時支援協定を締結しています。

自治体と協議する中で、災害時に必要な情報などを共有し
防災・減災に対する地図情報の利活用を提案してまいります。

ITメディアの「コト」を追求

時空間コンテンツ提供による地図DB利用価値の向上

Webビジネスにおける広告シェアモデルの立ち上げ

◆ 時空間地図DBの提供によるデジタルサイネージ市場の獲得

◆ 成長が見込まれる「観光分野」における位置情報ビジネスの拡大

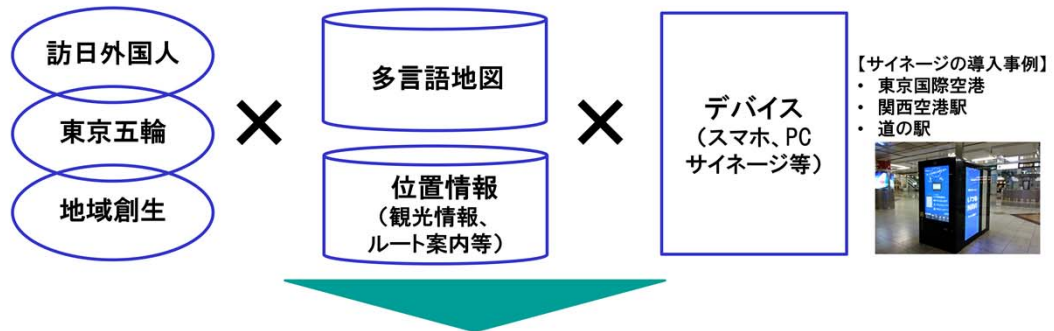
3Dデータの活用領域拡大による3Dソリューションの立ち上げ

ICT事業では

インバウンドなど観光分野に対する取り組みについて説明いたします。

◆ 時空間地図DBの提供によるデジタルサイネージ市場の獲得
成長が見込まれる「観光分野」における位置情報ビジネスの拡大

2014年における訪日外国人旅行者は1,300万人を突破！
2020年には2,000万人規模に！



「訪日外国人の増加」を見据えた
多言語に対応した位置情報ソリューションを提供

現在、駅・空港などにサイネージを設置し
実証実験を行っておりますが、
訪日外国人の増加を見据え、
多言語に対応した位置情報ソリューションを提供してまいります。

「つながるナビ」と「高精度地図」

時空間コンテンツ提供による地図DB利用価値の向上

地図DBとアプリケーションを組合わせたトータルサービスの提案

3D地図ライセンスとオーサリング案件で海外メーカー獲得

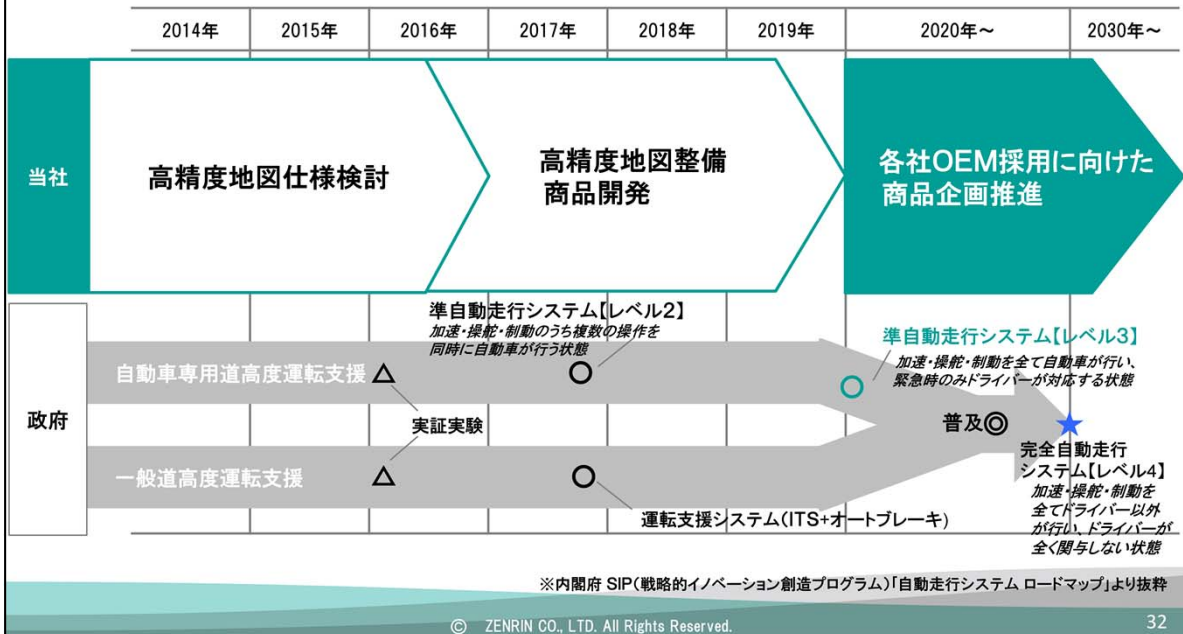
◆ 高精度地図の技術確立と商品企画推進

ITS事業では

昨今メディアでも取り上げられている、

自動運転のロードマップを元にした当社の取り組みを紹介いたします。

高精度地図の技術確立と商品企画推進



政府の掲げるロードマップでは、
2020年頃より一部高速道路などでの
自動運転がスタートすると言われていますが、
当社はカーメーカーやナビメーカーなどと協力しながら
高精度地図の技術確立と商品企画を推進してまいります。

新興国エリアのビジネス基盤構築

◆ インドビジネスの拡大

◆ ASEANビジネスの立ち上げ

ナビアプリのグローバル展開とオーサリング案件の確保

海外高精度ビジネスの立ち上げに向けた事業可能性の検証開始

海外GISの立ち上げ

海外事業では

インド・ASEAN地域の取り組みを説明いたします。



インドやASEANの提携企業及びパートナー企業との連携強化により、GISやマーケティングなど日系企業向けの商品・サービスをより拡充させ新興国エリアでのビジネス基盤を構築してまいります。

地図データベース事業とのシナジーを追求

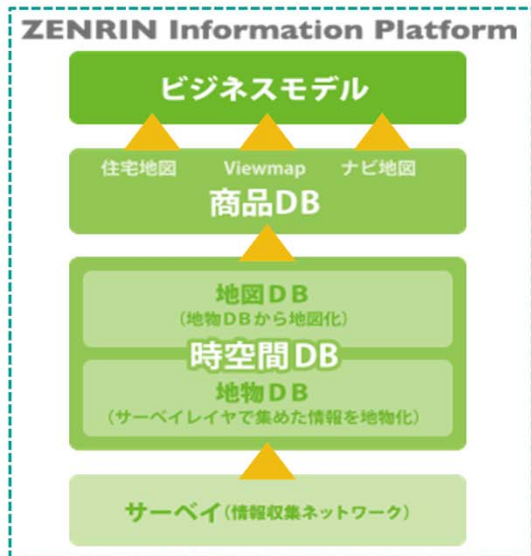
一般印刷ビジネスの安定

インシップ広告ビジネスの拡大

位置情報ビジネスとのシナジーによる売上拡大

その他事業では
地図データベース事業とのシナジーを追求してまいります。

新たな基盤データベースの構築によるQCDDSの実現



Q : Quality (品質)

C : Cost (価格)

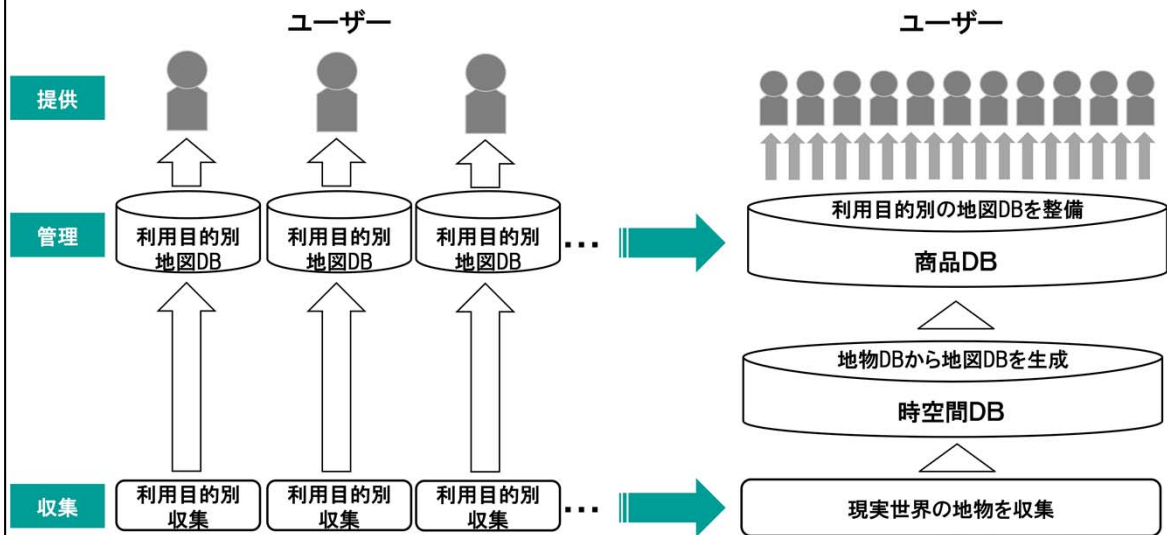
D : Delivery (納期)

D : Diversity (多様性)

S : Scalability (拡張性)

新たな基盤データベースの構築によるQCDDSの実現について説明いたします。

新たな基盤データベースの構築によるQCDDSの実現



今までは利用目的別の収集及びデータベースの整備を行い
ユーザーへ商品・サービスを提供しておりましたが、
新たな基盤データベースの構築により、
ユーザーの様々なニーズに的確に対応した商品・サービスの
提供が可能となります。

ZGP2020 目標数値

	2015年3月期 実績	2016年3月期 予想	2018年3月期 目標	2020年3月期 目標
連結売上高	522億円	555億円	600億円	700億円
連結営業利益 (利益率)	23億円 (4.6%)	25億円 (4.5%)	50億円 (8.3%)	100億円 (14.2%)
ROE (自己資本当期純利益率)	3.9%	4%	8%	12%以上
DOE (連結株主資本配当率)	3.0%	3%以上	3%以上	3%以上

2017年度（2018年3月期）までは地図データベースの先行整備や
ビジネス開発が続くことからROE 8%を目標とし、
2019年度（2020年3月期）においては
ROE12%以上を目指してまいります。

Ⅲ. 2016年3月期業績予想

2016年3月期業績予想

2016年3月期 通期業績予想について

ZGP2020初年度＜増収増益＞

既存事業による収益確保と時空間DB整備推進

「GIS事業」による収益確保、2015年3月期下半期より加わった連結子会社の「その他事業」により増収
生産性向上により既存地図DB整備コストを低減しつつ、時空間DB整備を推進

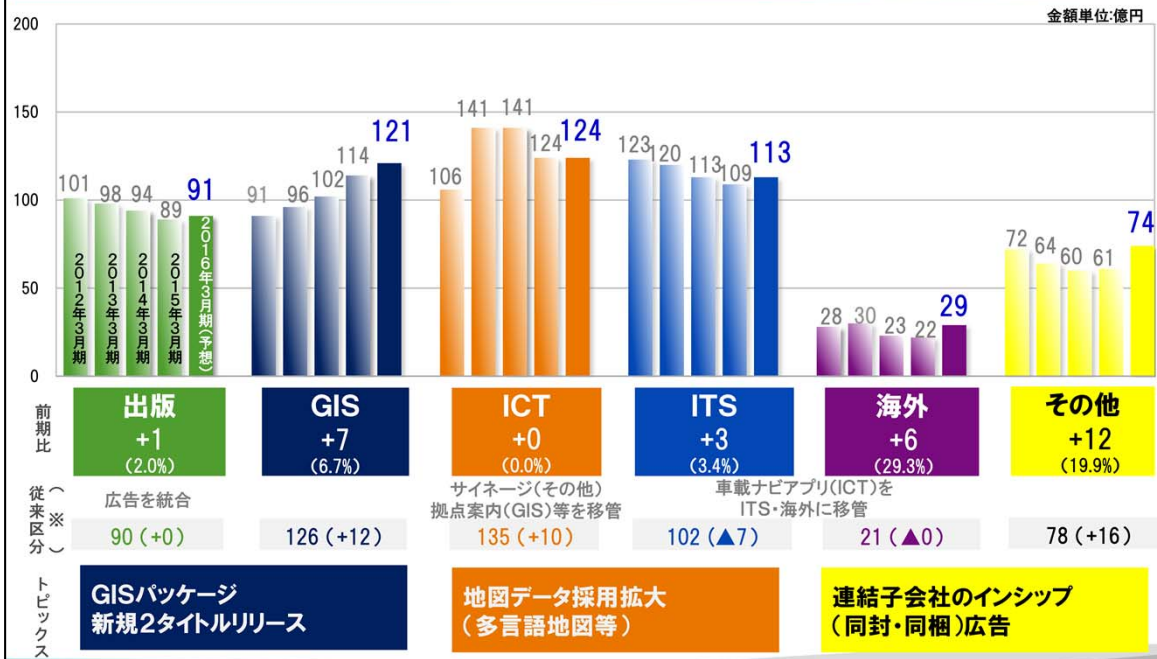
金額単位:百万円

	2015年3月期 実績	2016年3月期 業績予想	前期比	増減率(%)
売上高	52,286	55,500	3,213	6.1
営業費用	49,897	53,000	3,102	6.2
営業利益	2,389	2,500	110	4.6
営業利益率	4.6%	4.5%	△0.1pt	－
経常利益	2,751	2,800	48	1.8
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,464	1,500	35	2.4

事業別売上高では、
GIS事業を主とした既存事業による収益確保と、
生産性向上により既存地図データベース整備コストの低減を図りながら
時空間データベースの整備を推進してまいります。

ZGP2020で区分した事業別売上高

ZENRIN
Maps to the Future



(※) 従来区分: 2015年3月期までの事業区分で集計した売上高(前期比)

© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.

41

事業別売上高では、

GISパッケージの新規2タイトルリリース (GIS事業)、

当社地図データの採用拡大 (ICT事業)、

インシッポ広告 (その他事業) を軸に取り組んでまいります。