

**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おきください。

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

# 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

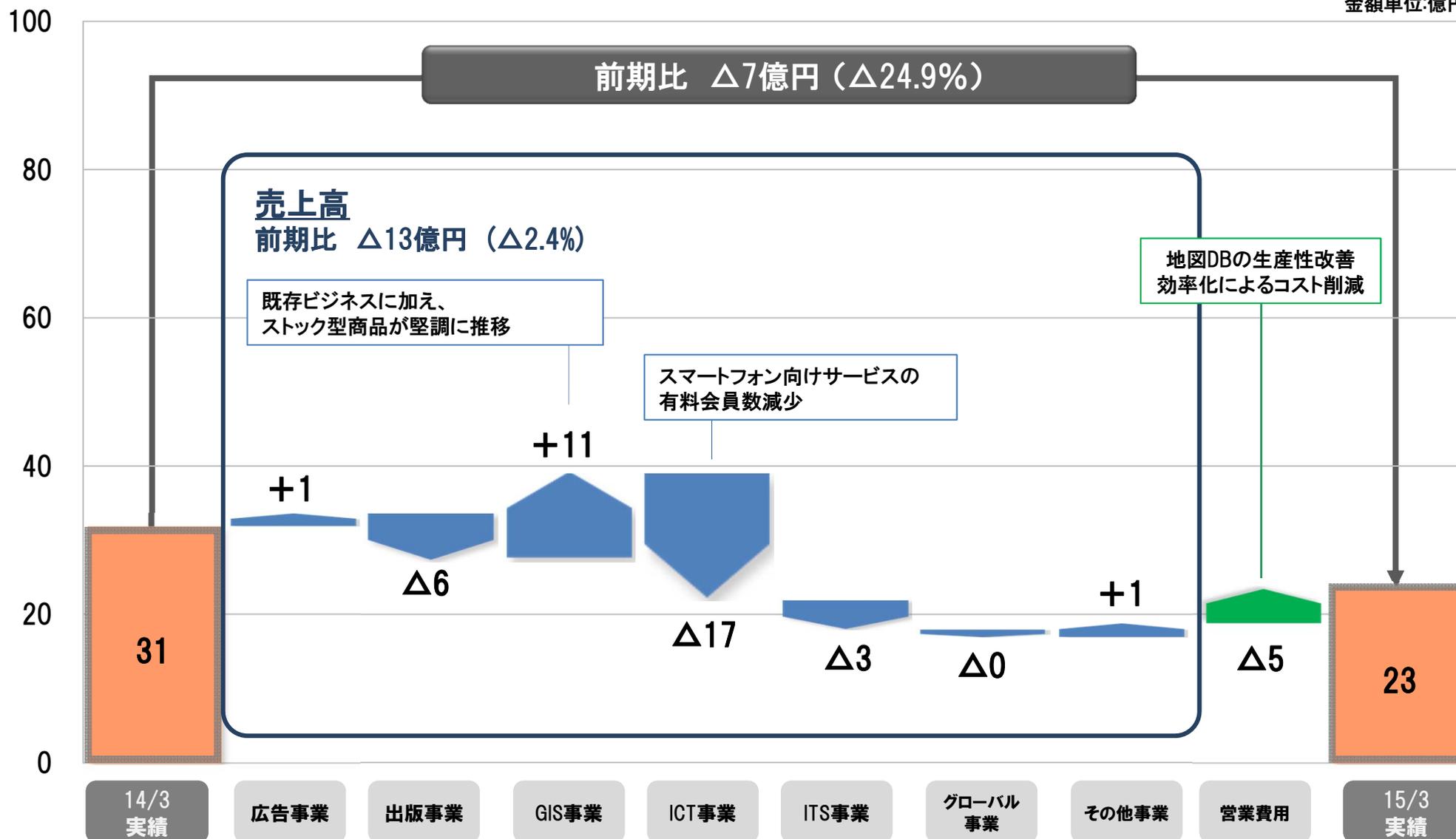
### 業績予想比<減収減益>

- 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<br>実績 | 2015年3月期<br>業績予想<br>(2014/5/8) | 2015年3月期<br>修正発表<br>(2015/4/22) | 2015年3月期<br>実績 | 前期比    | 増減率<br>(%) | 業績予想比<br>(2014/5/8) | 増減率<br>(%) | 修正発表比<br>(2015/4/22) | 増減率<br>(%) |
|-------|----------------|--------------------------------|---------------------------------|----------------|--------|------------|---------------------|------------|----------------------|------------|
| 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        |

# 1-2) 営業利益増減要因



# 1-3) セグメント情報

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



## 2. 一般印刷関連事業

主要品目等：商業印刷



## 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

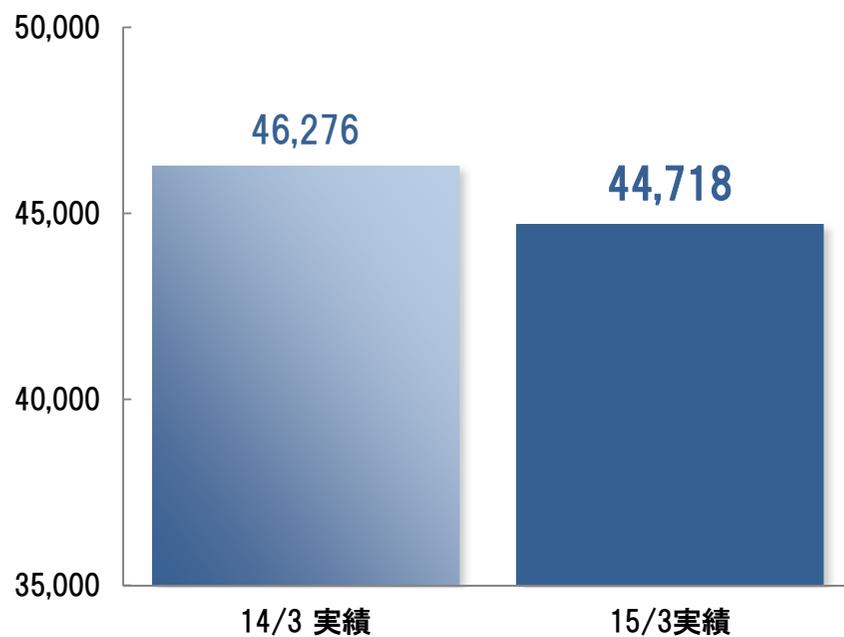


# 1-3) 地図データベース関連事業

## 売上高

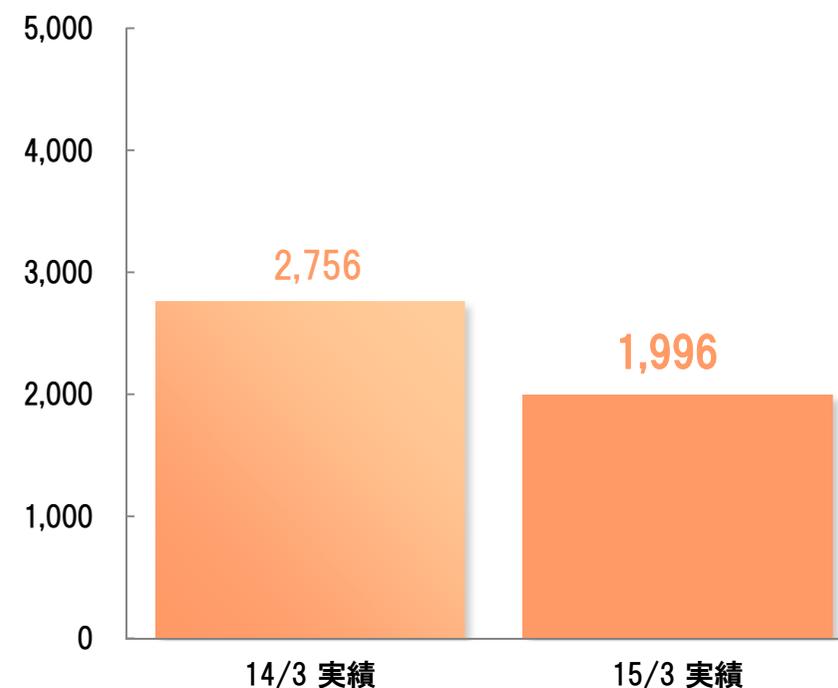
前期比

1,557減少 (△3.4%)



## 営業利益

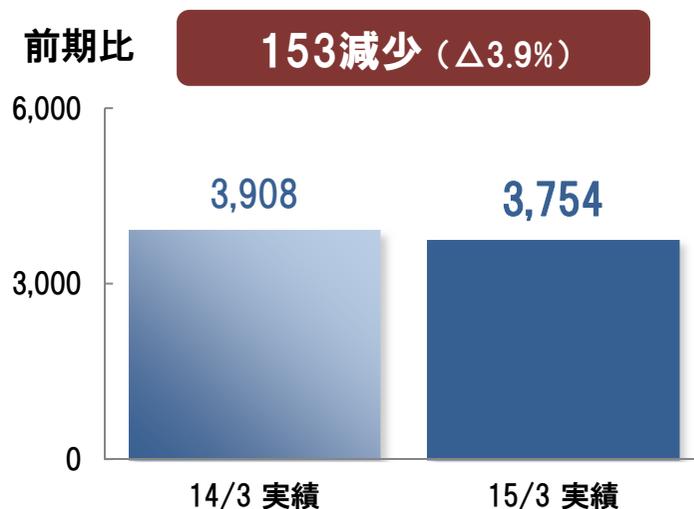
759減少 (△27.6%)



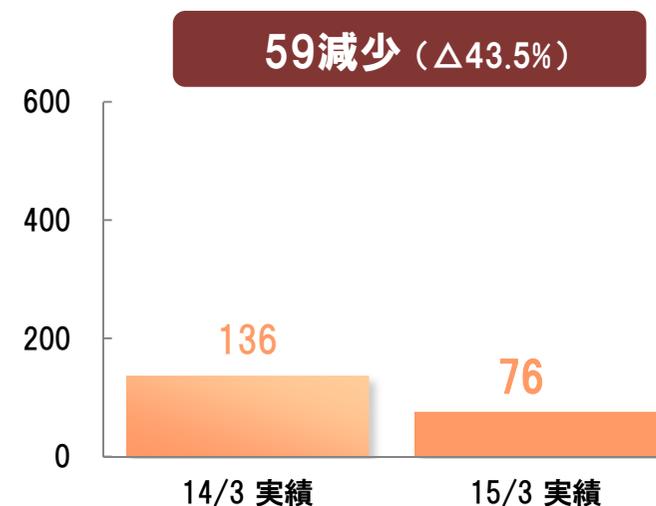
# 1-3) 一般印刷関連事業・その他

一般印刷関連事業

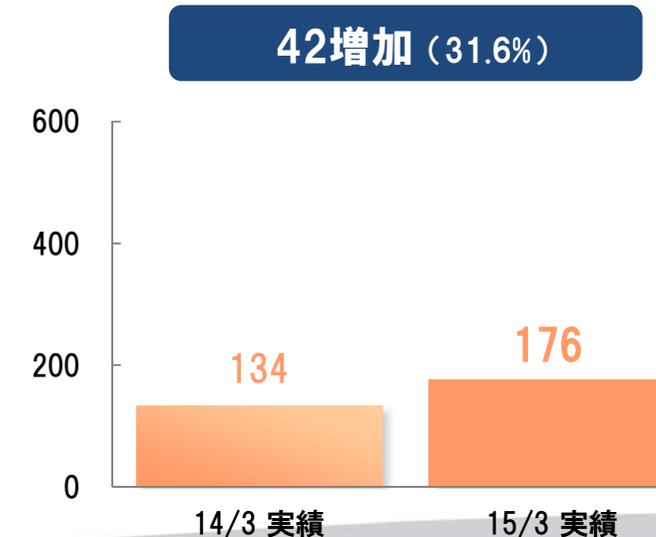
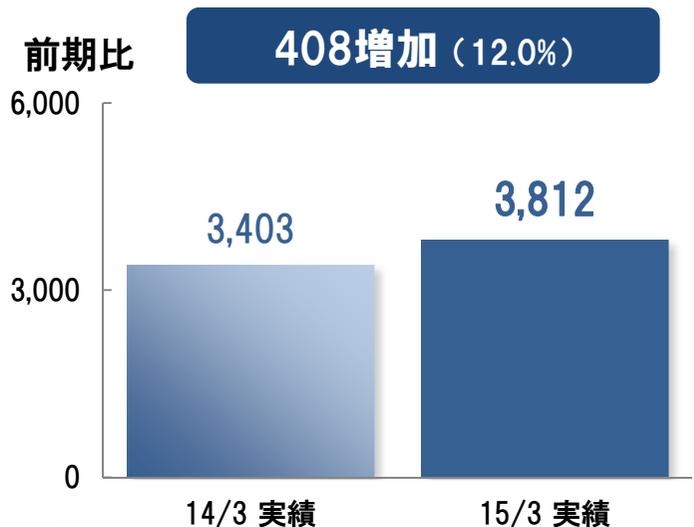
## 売上高



## 営業利益

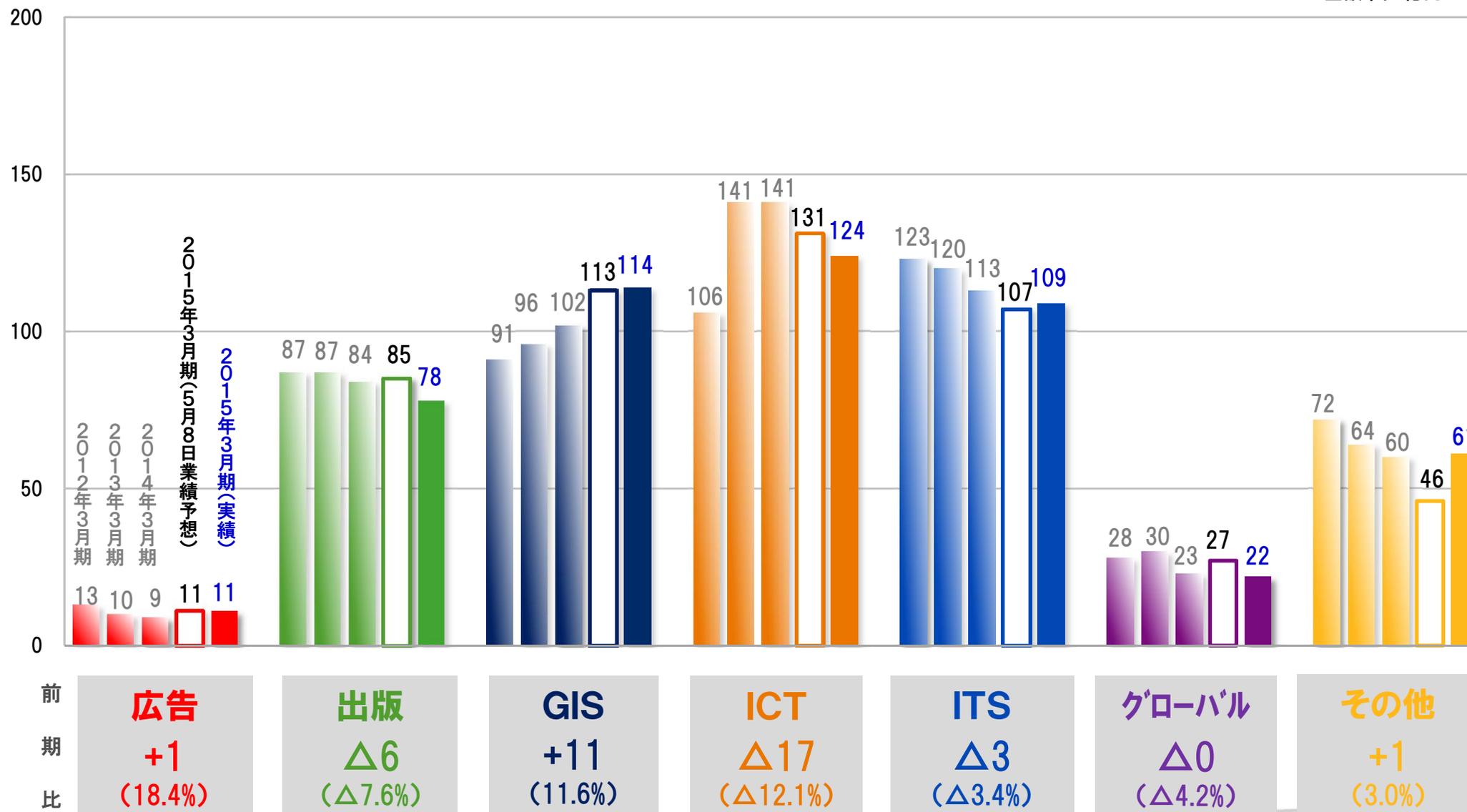


その他



# 1-4) 中期経営計画 (ZGP2015) で区分した事業別売上高

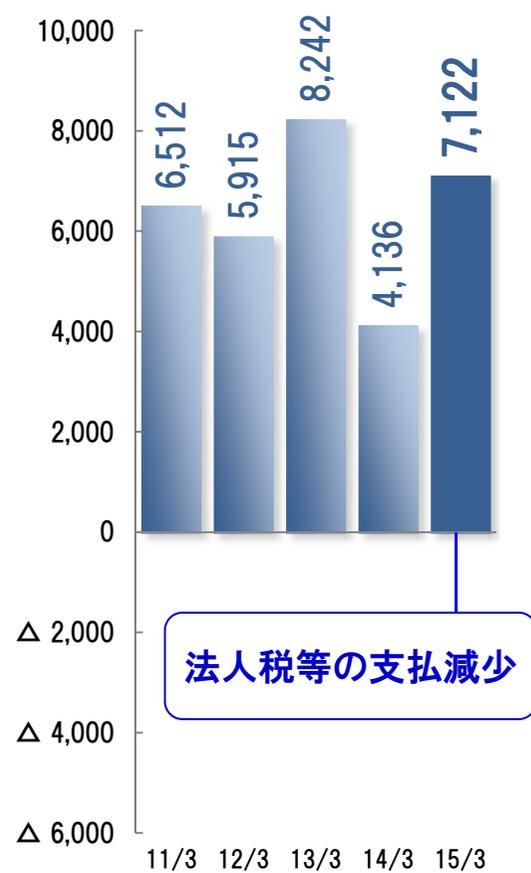
金額単位:億円



# 1-5) キャッシュ・フロー推移

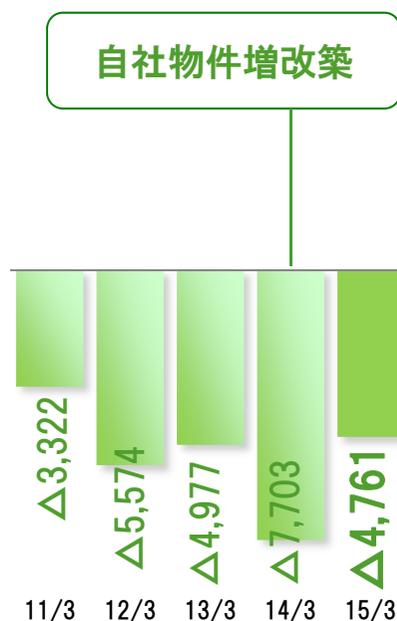
## 営業CF

2,986収入増加



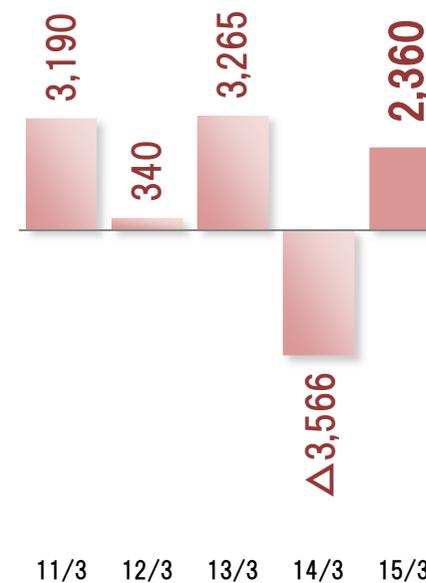
## 投資CF

2,941支出減少



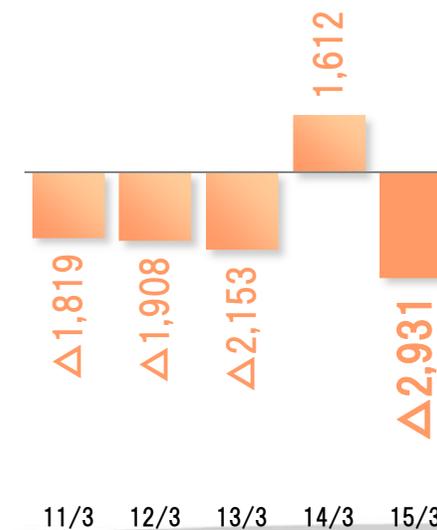
## フリーCF

5,927収入増加



## 財務CF

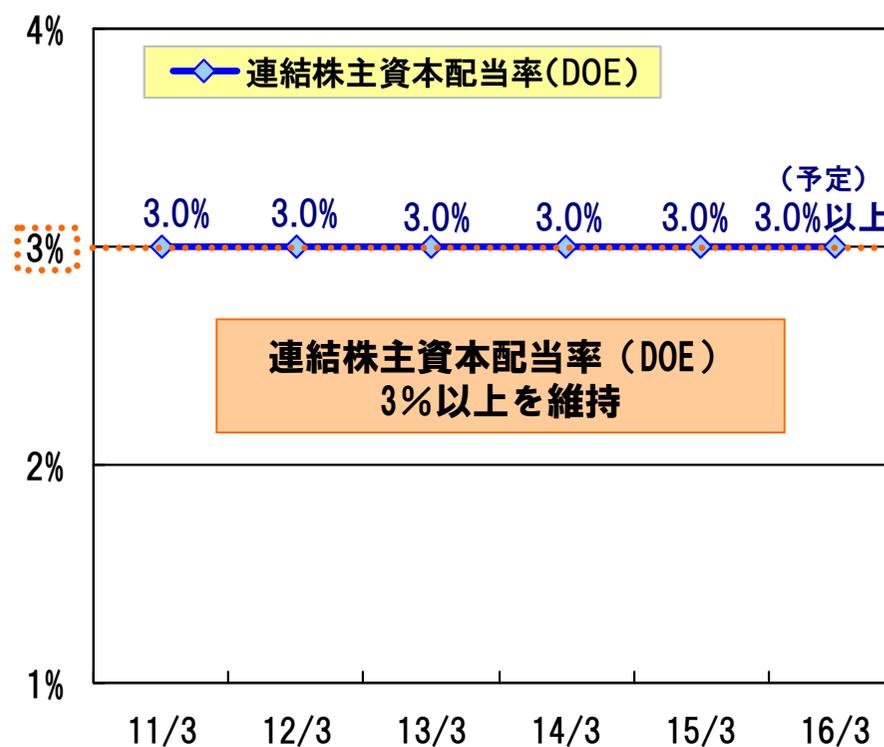
4,544支出増加



# 1-6) 配当金

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



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～

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

## ZENRIN GROWTH PLAN 2015

キュレーション思考で「より適した価値」を実現する

**I. 既存・新規地図DBの用途開発による収益拡大**

**II. 「知のサイクル」適正化のための時空間DBの構築**

**III. 固定費率低減のための生産性改善と構造改革**

用途開発が限定的

スマートフォンサービス  
カーナビゲーション  
市場の環境変化

時空間DB整備による  
先行費用

ZGP2015の進捗に影響

## 連結売上高

金額単位：億円

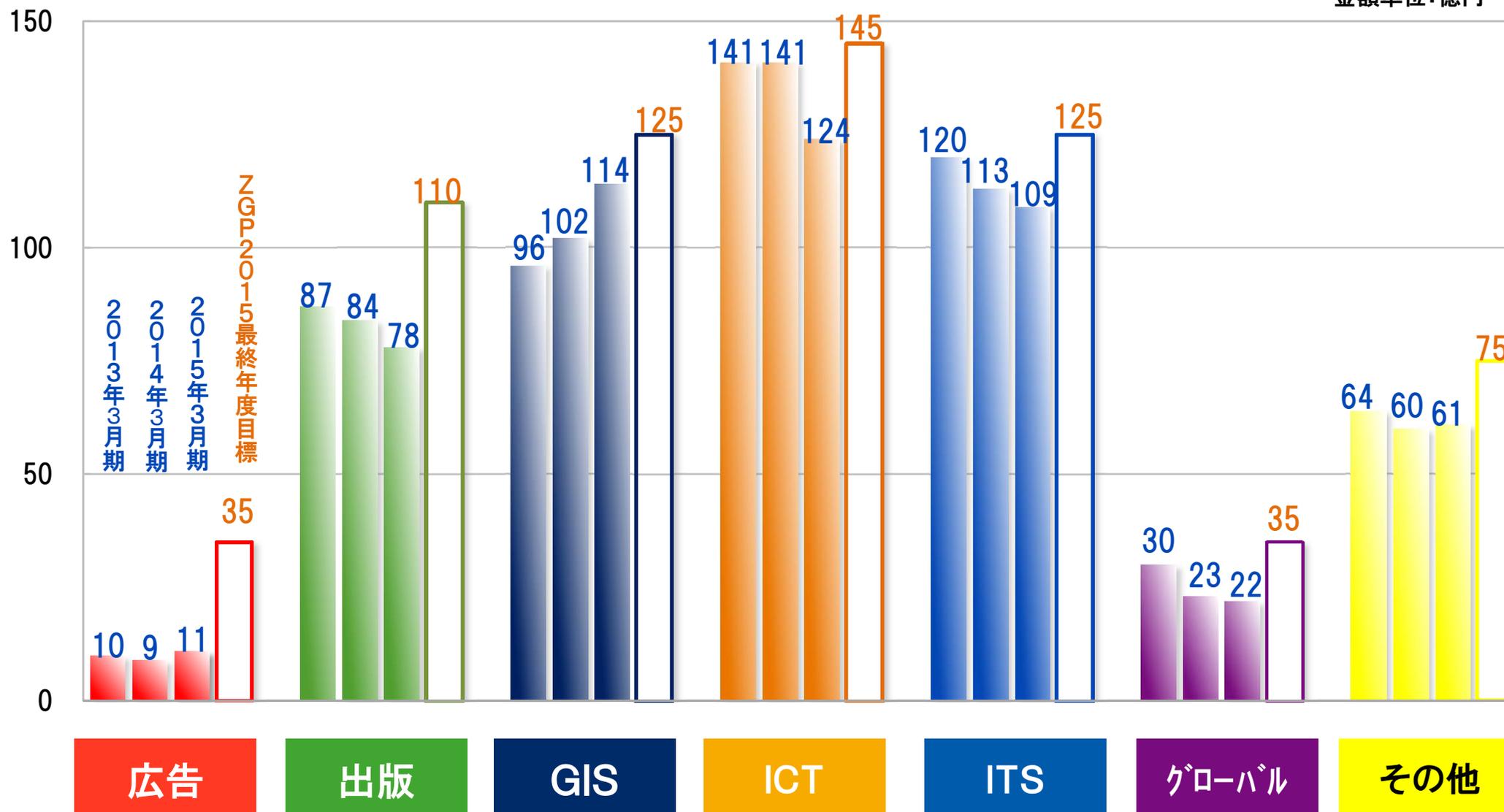


## 連結営業利益



# ZGP2015で区分した事業別売上高推移

金額単位：億円



## II. ZGP2020

経営ビジョン

情報を地図化する世界一の企業

2020年

「現場を生かす経営」  
～日本の地図をすべてゼンリン基盤へ～

©ZENRIN

- ・ 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 GROWTH PLAN 2020

# 「モノ」から「コト」への転換

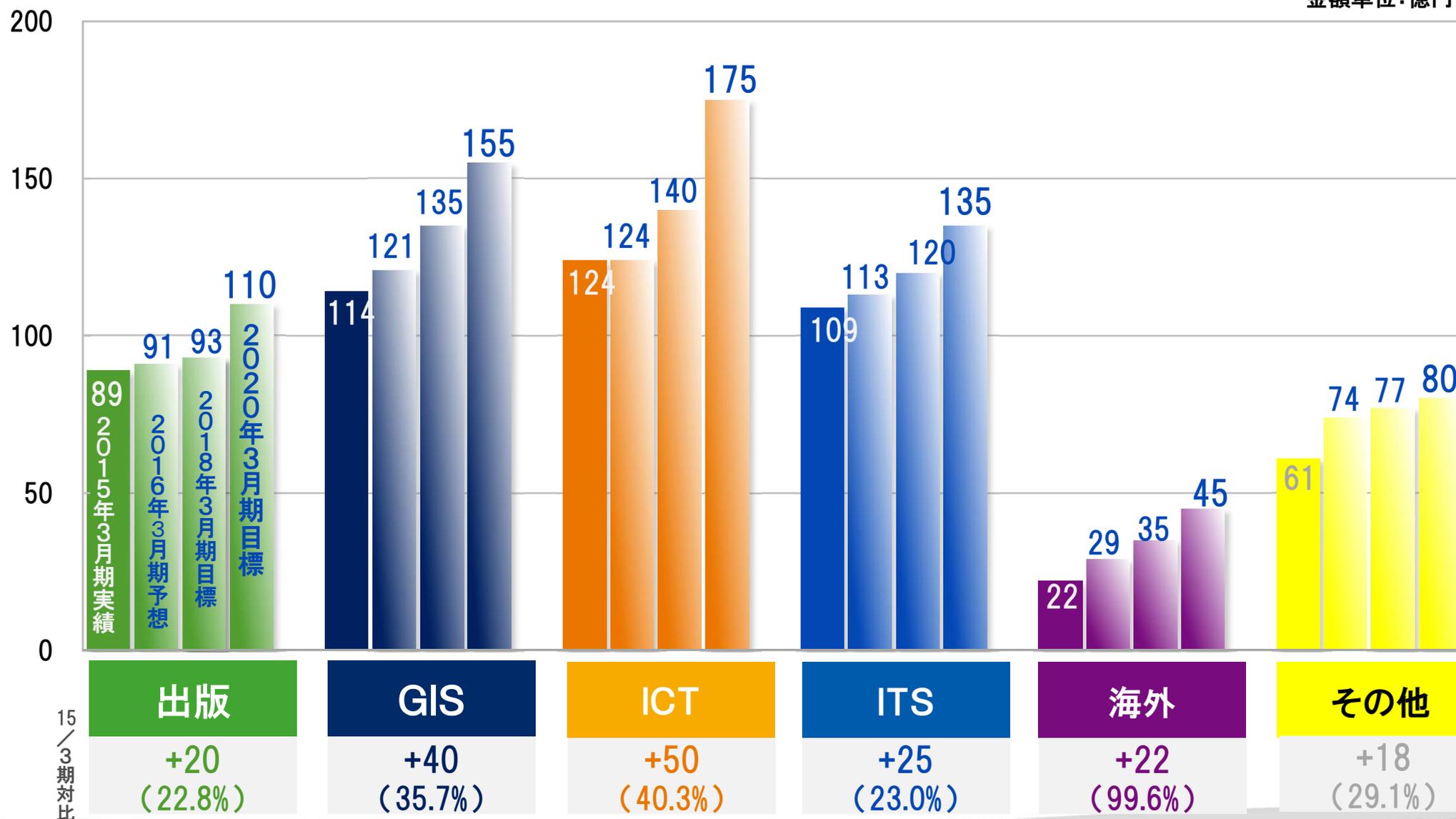
I. 「利用シーン」を創造した用途開発による収益拡大

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で区分した事業別売上高目標 (2015年3月期対比)

金額単位：億円



15  
/3  
期  
対  
比

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QCDDDSの実現

## 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

## ◆ 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”

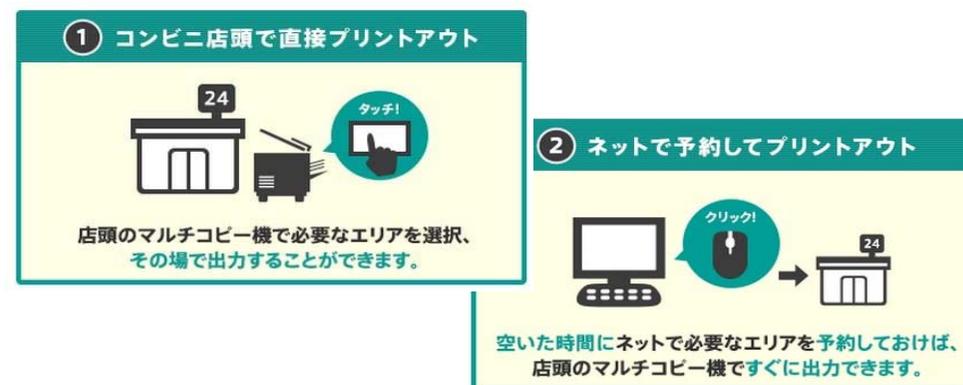
現在、全国のコンビニ約90%で利用可能

【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



- ◆ 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

## 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

◆ 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、セレクション、パッケージ)を構築

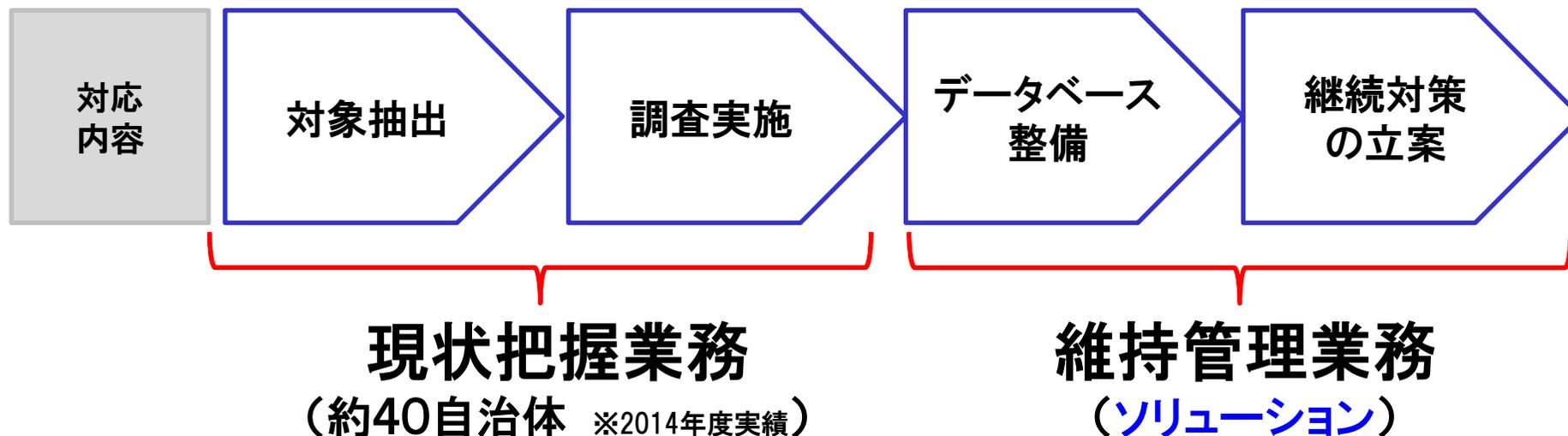
◆ 社会問題

「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



## ◆ 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

## ◆ 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)

横浜市との調印式の様子  
(2013年9月4日)

## 【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

## 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

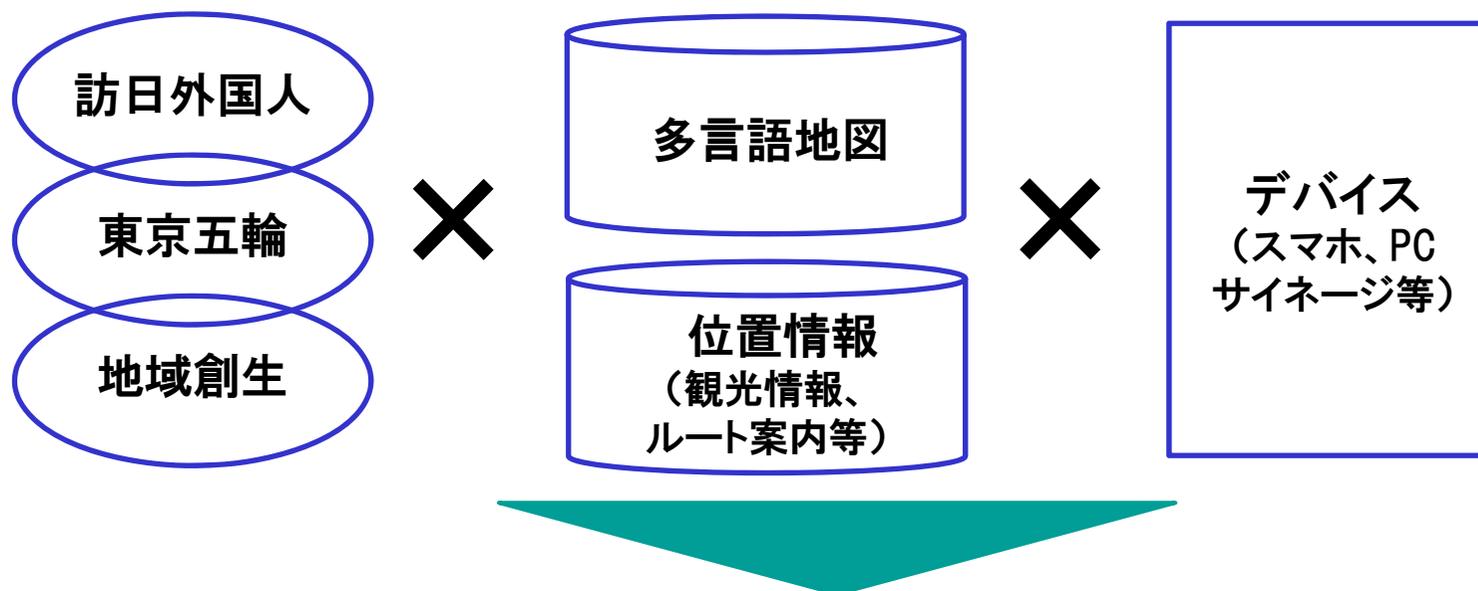
◆ 時空間地図DBの提供によるデジタルサイネージ市場の獲得

◆ 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

◆ 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！



【サイネージの導入事例】

- 東京国際空港
- 関西空港駅
- 道の駅



「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

## 「つながるナビ」と「高精度地図」

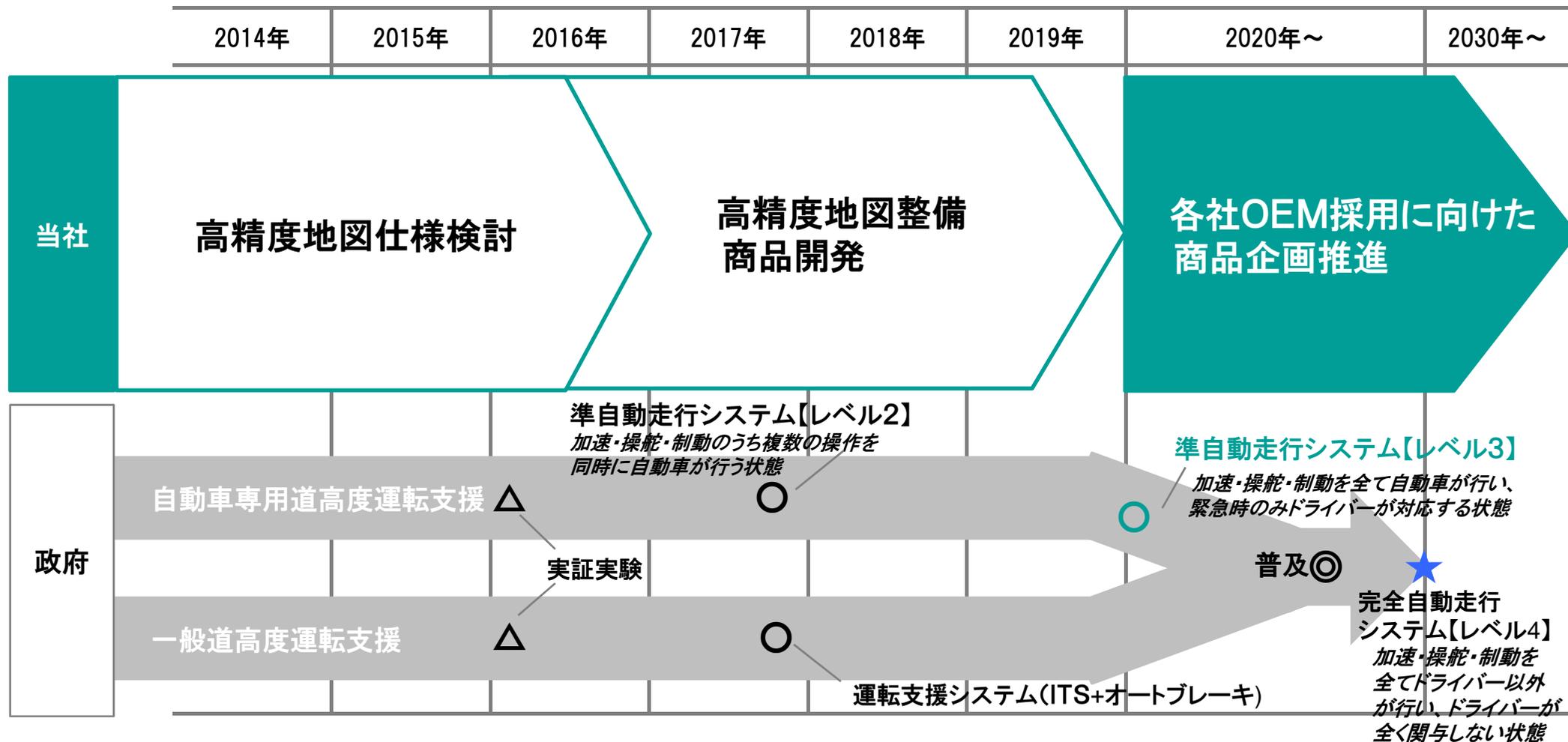
時空間コンテンツ提供による地図DB利用価値の向上

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

◆ 高精度地図の技術確立と商品企画推進



※内閣府 SIP(戦略的イノベーション創造プログラム)「自動走行システム ロードマップ」より抜粋

## 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

- ◆ **インドビジネスの拡大**  
提携企業C.E. Info Systems  
との連携強化による拡販

インド

ASEAN

- ◆ **ASEANビジネスの立ち上げ**  
現地パートナー企業(GlobeTech)  
との連携強化

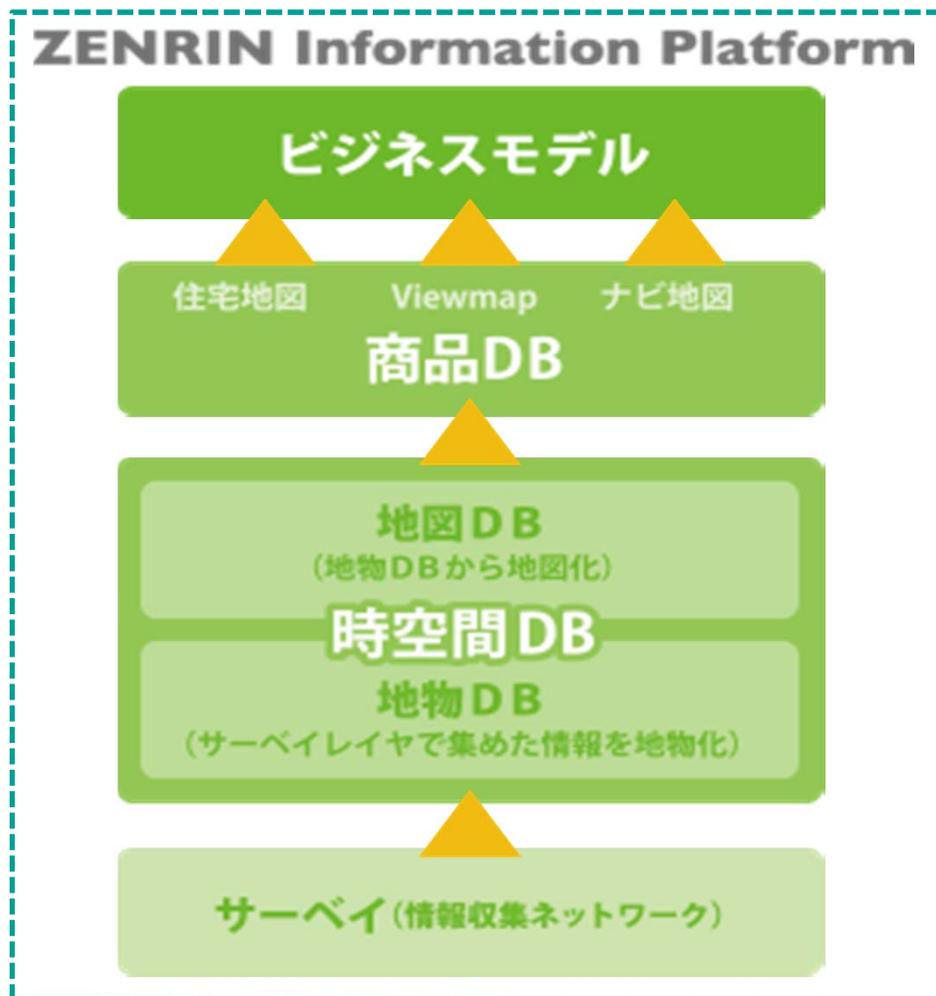
## 地図データベース事業とのシナジーを追求

一般印刷ビジネスの安定

インシッパ広告ビジネスの拡大

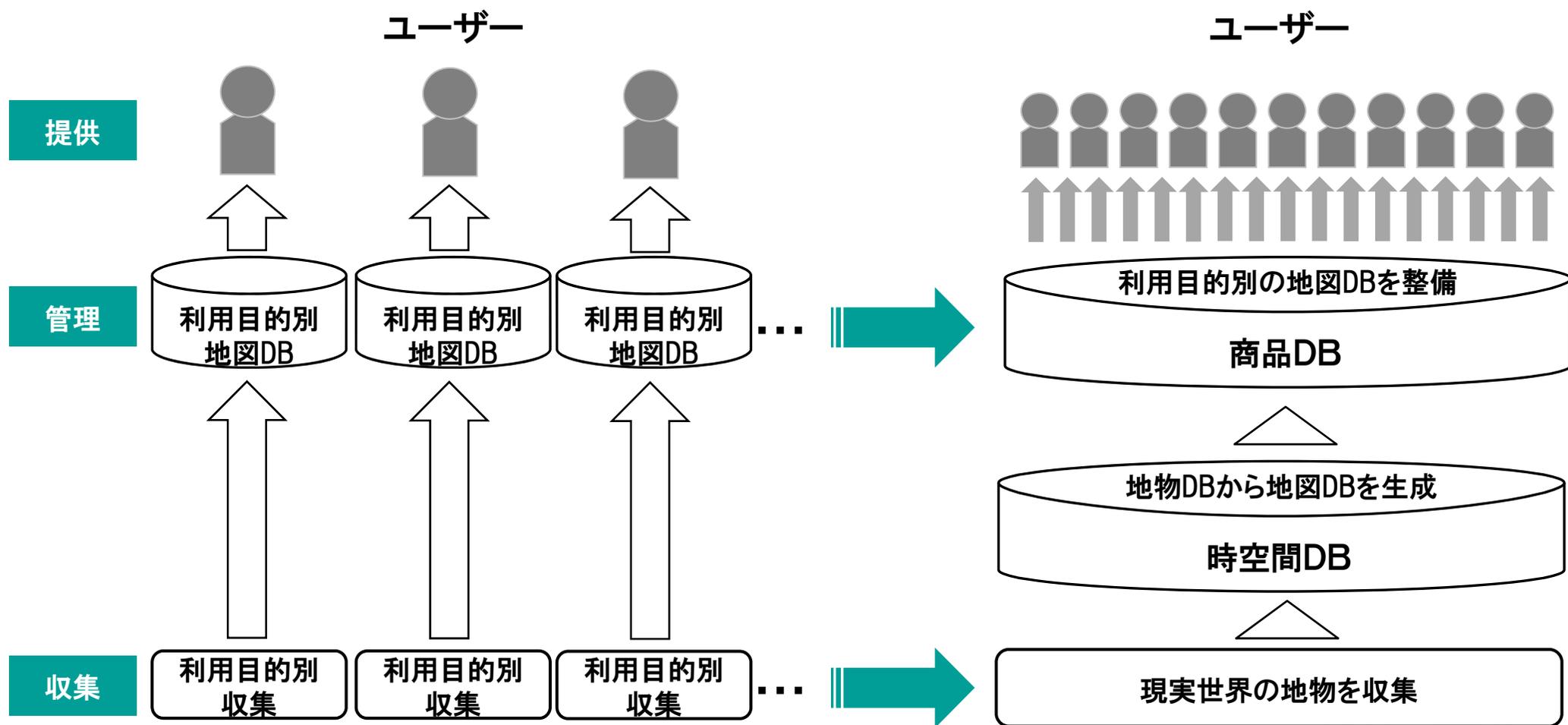
位置情報ビジネスとのシナジーによる売上拡大

## 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



# ZGP2020 目標数値

|                     | 2015年3月期<br>実績 | 2016年3月期<br>予想 | 2018年3月期<br>目標 | 2020年3月期<br>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<br>(利益率)     | 23億円<br>(4.6%) | 25億円<br>(4.5%) | 50億円<br>(8.3%) | 100億円<br>(14.2%) |
| ROE<br>(自己資本当期純利益率) | 3.9%           | 4%             | 8%             | 12%以上            |
| DOE<br>(連結株主資本配当率)  | 3.0%           | 3%以上           | 3%以上           | 3%以上             |

## Ⅲ. 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>

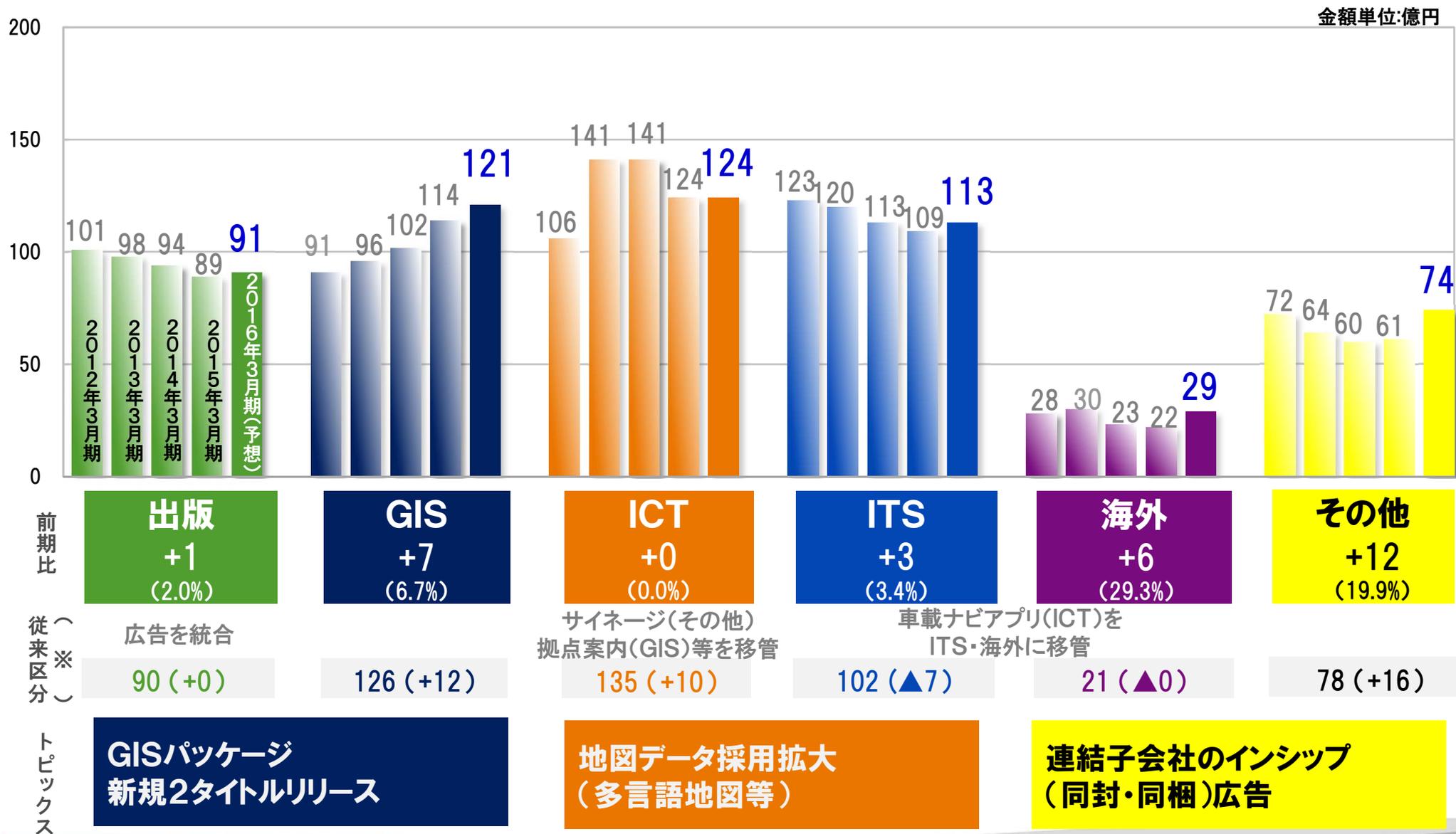
既存事業による収益確保と時空間DB整備推進

「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<br>実績 | 2016年3月期<br>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<br>当期純利益 | 1,464          | 1,500            | 35     | 2.4    |

# ZGP2020で区分した事業別売上高



(※)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)

# Appendix

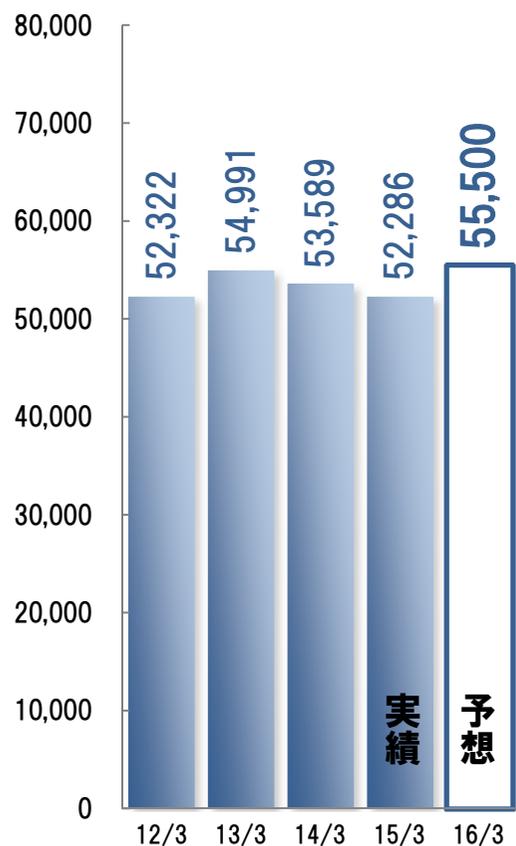
## 2016年3月期 業績予想

- 1) 売上高・利益の推移
- 2) セグメント情報
- 3) 設備投資額・減価償却費・研究開発費
- 4) 四半期売上高構成比 推移

# 1) 売上高・利益の推移

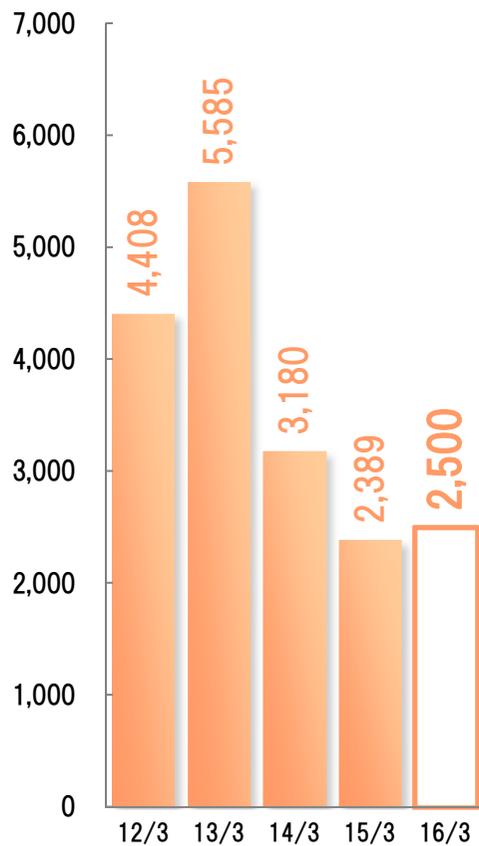
親会社株主に帰属する  
当期純利益

## 売上高



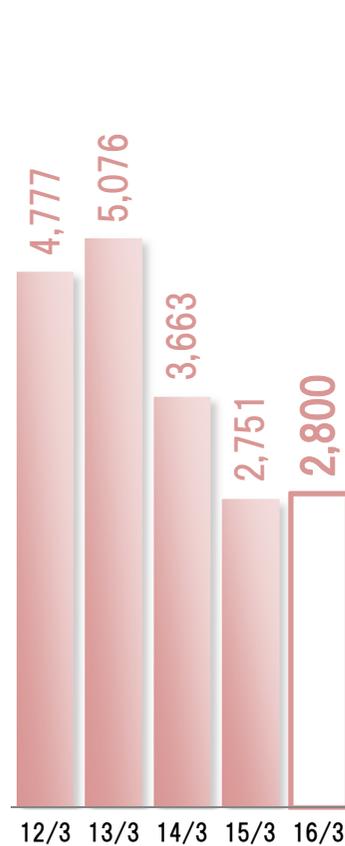
3期ぶり増収

## 営業利益



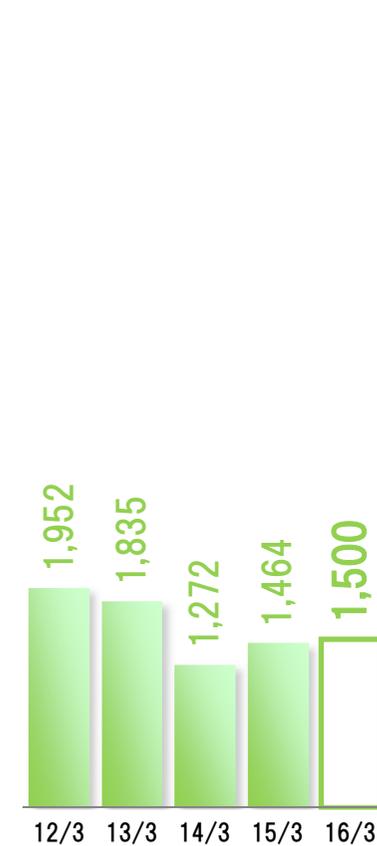
3期ぶり増益

## 経常利益



3期ぶり増益

## 当期純利益



2期連続増益

売上構成  
比率

83.8%

## 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



## 2. 一般印刷関連事業

主要品目等：商業印刷



## 3. その他

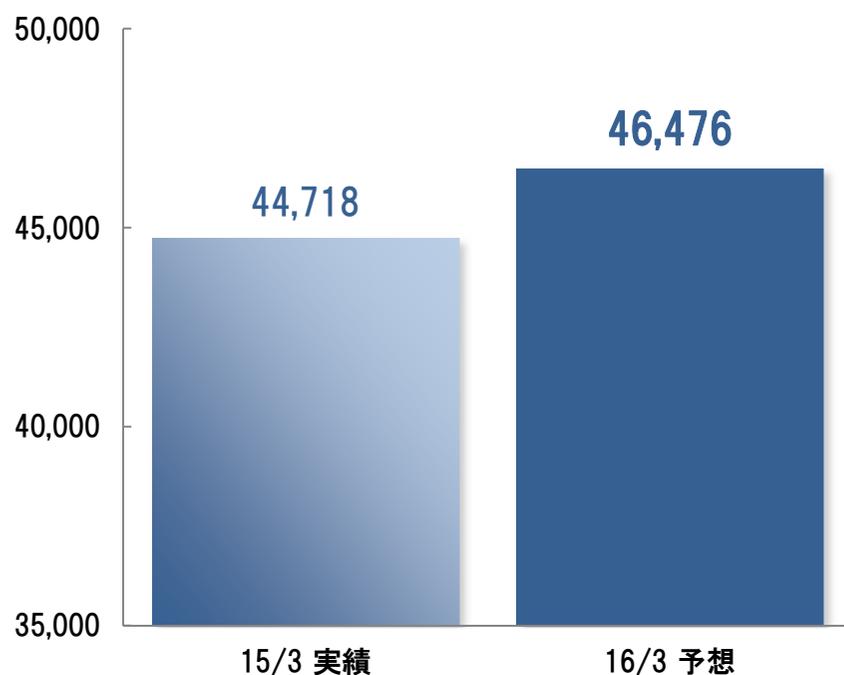
主要品目等：仕入商品、デジタルサイネージ  
ダイレクトメール発送代行、インシップ広告



## 売上高

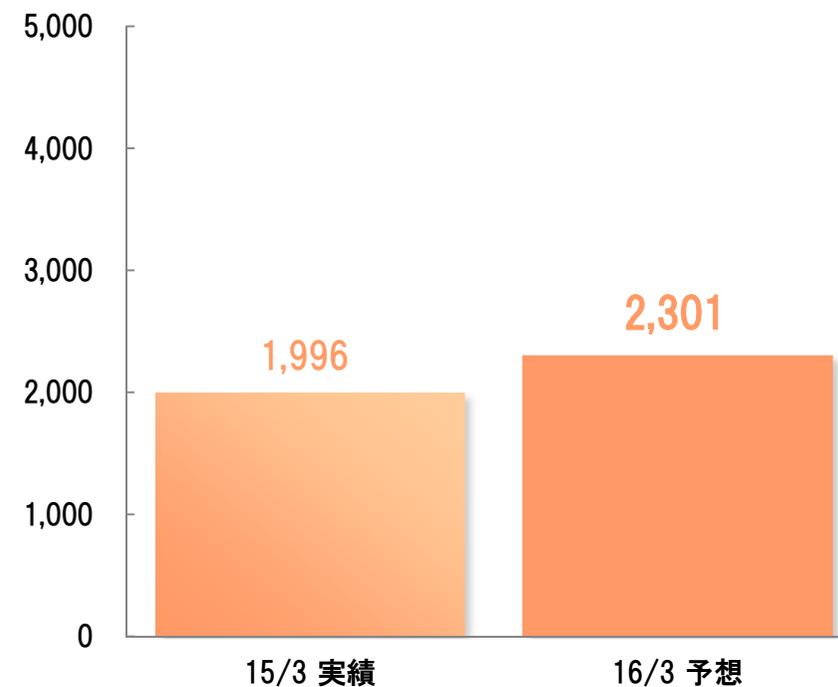
前期比

1,758増加 (3.9%)



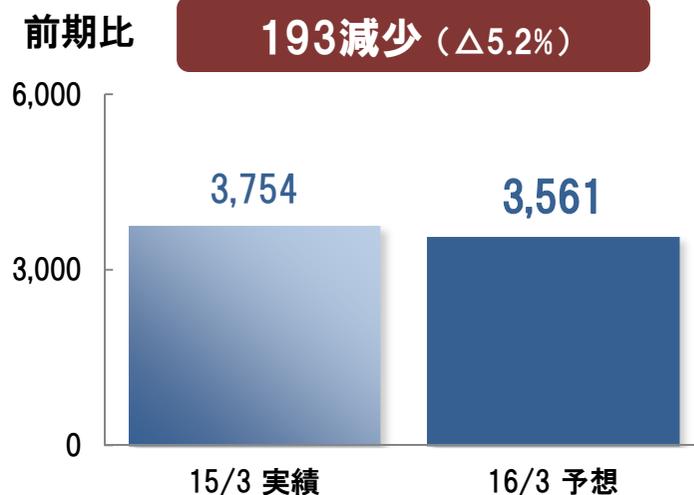
## 営業利益

304増加 (15.2%)

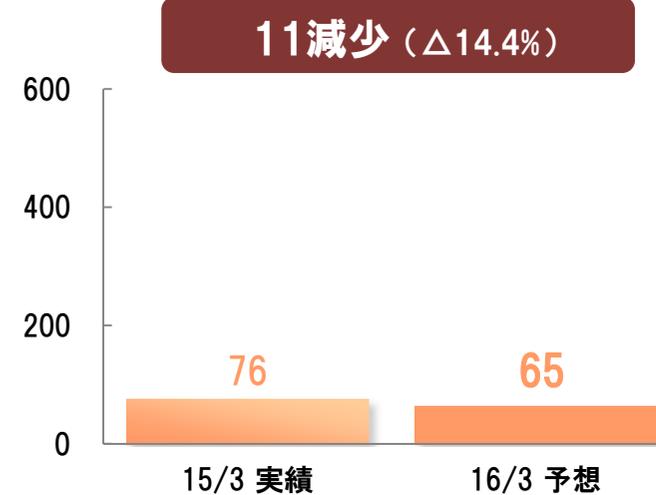


一般印刷関連事業

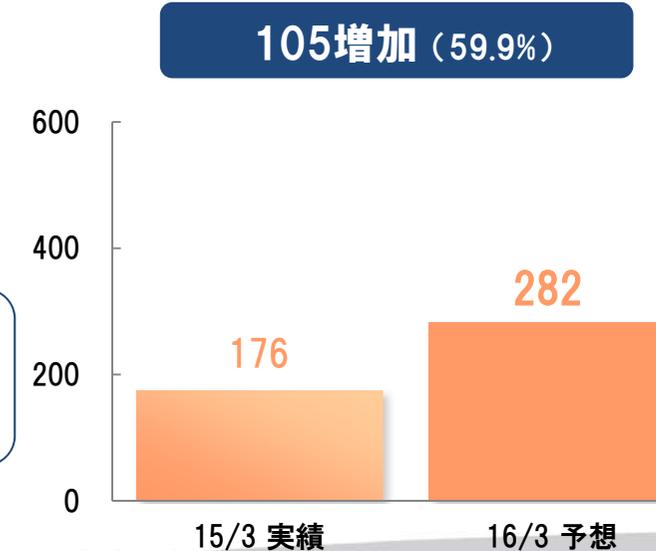
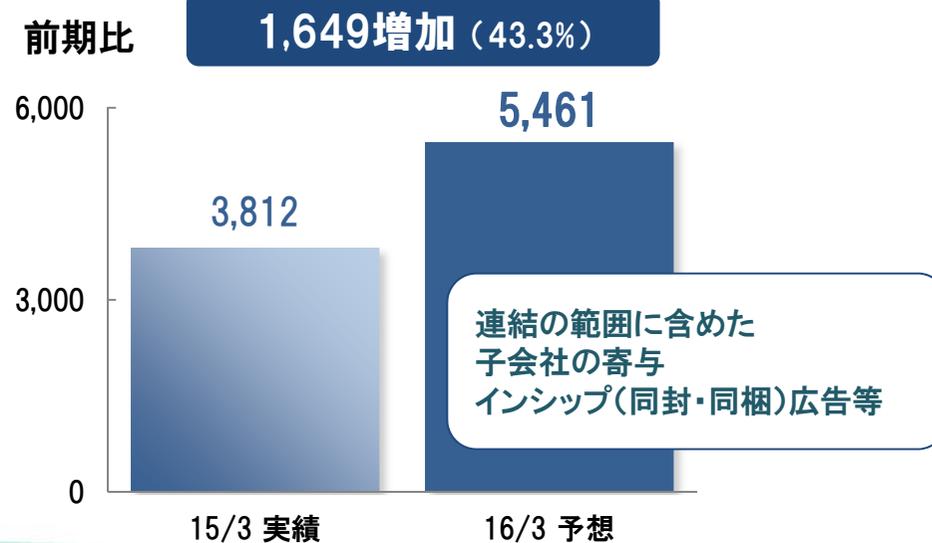
## 売上高



## 営業利益



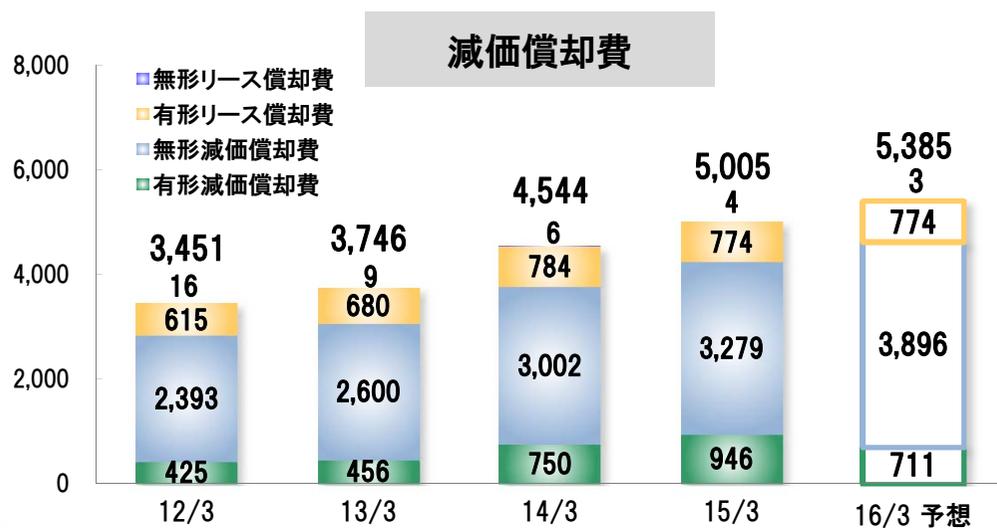
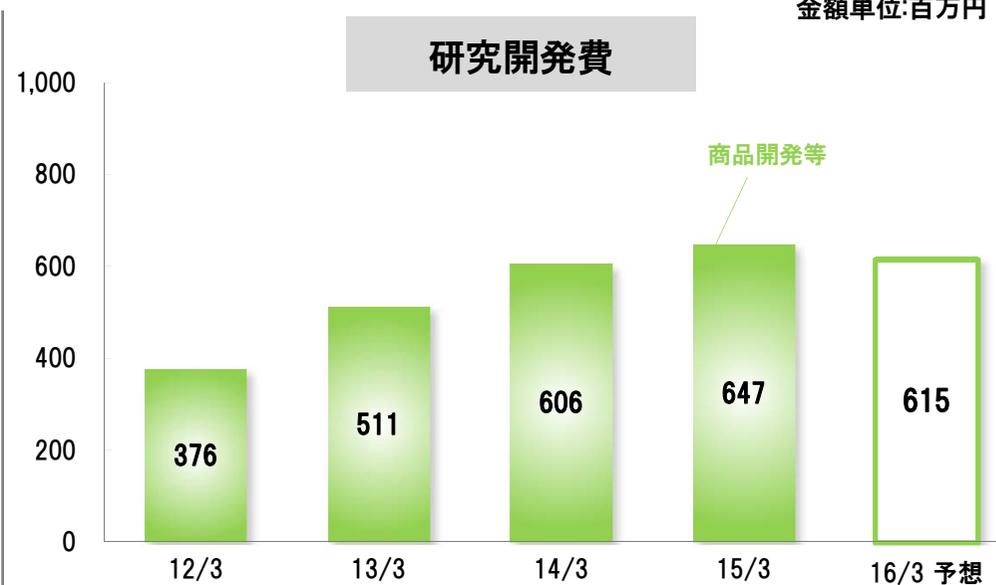
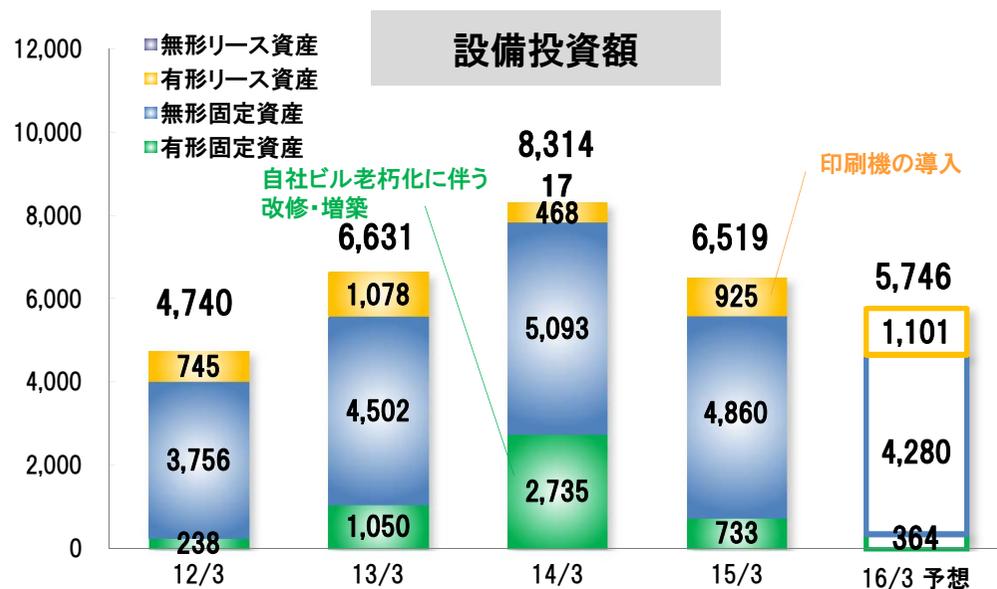
その他



# 3) 設備投資額・減価償却費・研究開発費

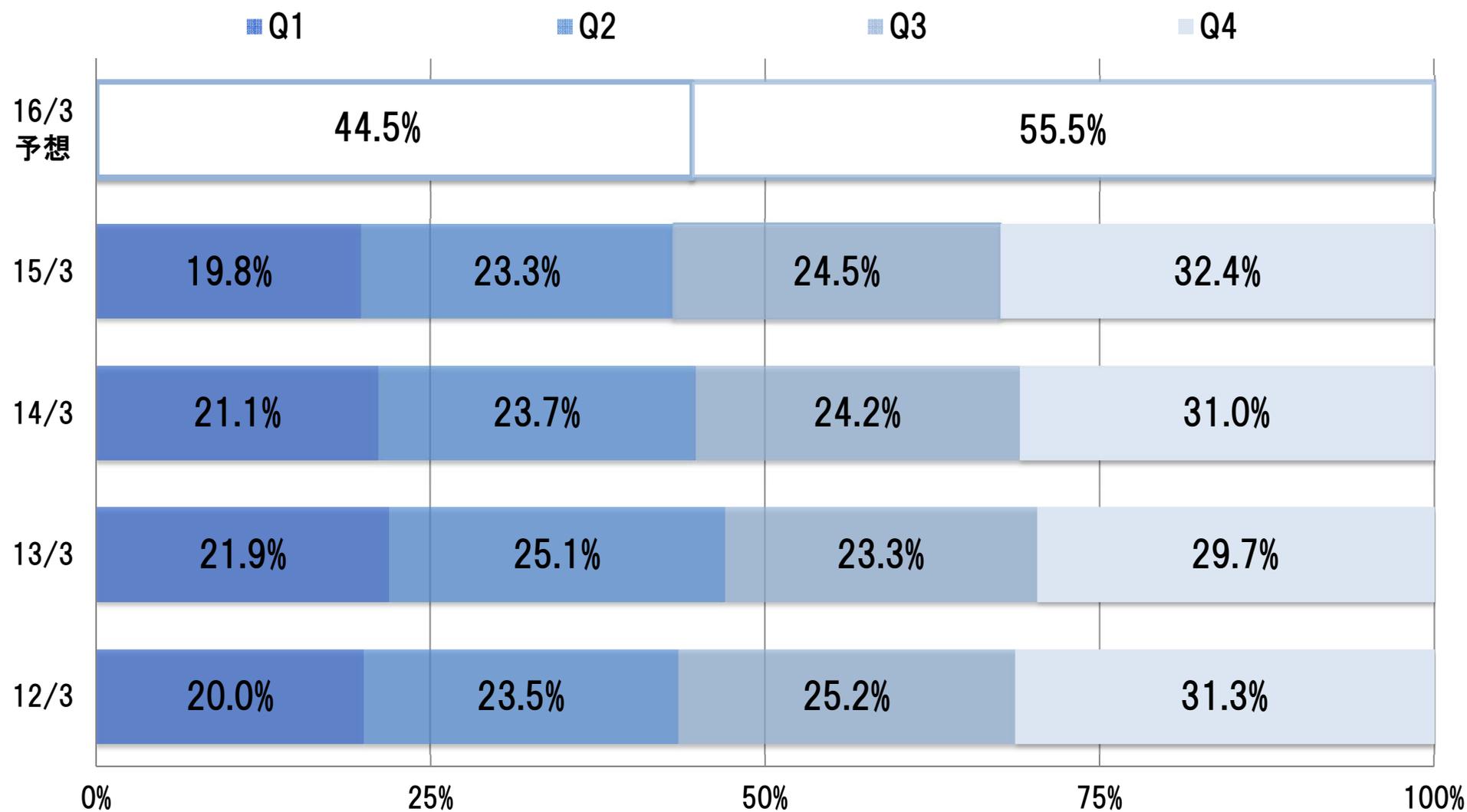
2015年3月期 決算説明会

金額単位:百万円



## 4) 四半期売上高構成比 推移

2015年3月期 決算説明会



# ZENRIN

Maps to the Future

株式会社ゼンリン <http://www.zenrin.co.jp>  
コーポレート本部 経営管理・IR部  
IR問い合わせMail : zenrin-ir@zenrin.co.jp