

ZENRIN

証券コード：9474

2021年3月期
第2四半期決算説明資料

2020年11月20日

株式会社 ゼンリン
Maps to the Future

1. 2021年3月期 第2四半期決算概要
2. 2021年3月期 通期業績予想
3. 事業概況
4. Appendix

注)本資料には、本資料作成日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。

1. 2021年3月期 第2四半期決算概要

- 1) 決算概要
- 2) 売上高・利益の推移
- 3) 営業利益増減要因
- 4) 中長期経営計画(ZGP25)で区分した事業別売上高
- 5) キャッシュ・フロー推移

1-1) 決算概要

2021年3月期 第2四半期決算のポイント

前年同期比<減収減益>

- ストック型サービスのGISパッケージや自治体向けの受託案件は堅調に推移したものの、オートモーティブ事業のカーナビゲーション用データ販売の減少、マーケティングソリューション事業の取引先の販促活動縮小などによる減収により、売上高は2期連続減少
- 損益面では、上期業績に連動した人件費の減少や、コロナ禍における営業活動の制約により営業費用は減少したが、減収の影響が大きく、2期連続損失

(金額単位:百万円)

	2020年3月期 Q2実績	2021年3月期 Q2業績予想 (7/29)	2021年3月期 Q2修正予想 (10/21)	2021年3月期 Q2実績	前年同期比	増減率 (%)	業績予想比 (7/29)	乖離率 (%)	修正予想比 (10/21)	乖離率 (%)
売上高	26,803	24,500	24,200	24,209	△2,593	△9.7	△290	△1.2	9	0.0
営業費用	27,137	26,500	25,660	25,670	△1,467	△5.4	△829	△3.1	10	0.0
営業利益	△334	△2,000	△1,460	△1,460	△1,126	—	539	—	△0	—
営業利益率	△1.2%	△8.2%	△6.0%	△6.0%	△4.8pt	—	2.2pt	—	△0.0pt	—
経常利益	△65	△1,900	△1,240	△1,240	△1,174	—	659	—	△0	—
親会社株主に帰属 する四半期純利益	△224	△1,500	△720	△723	△498	—	776	—	△3	—

当第2四半期業績は、
売上高が、前年同期比25億円減少の、242億円となり
2期連続の減収となりました。

利益面でも、
営業損失 14億円、
経常損失 12億円、
親会社株主に帰属する四半期純損失 7億円となり
2期連続の減益となりました。

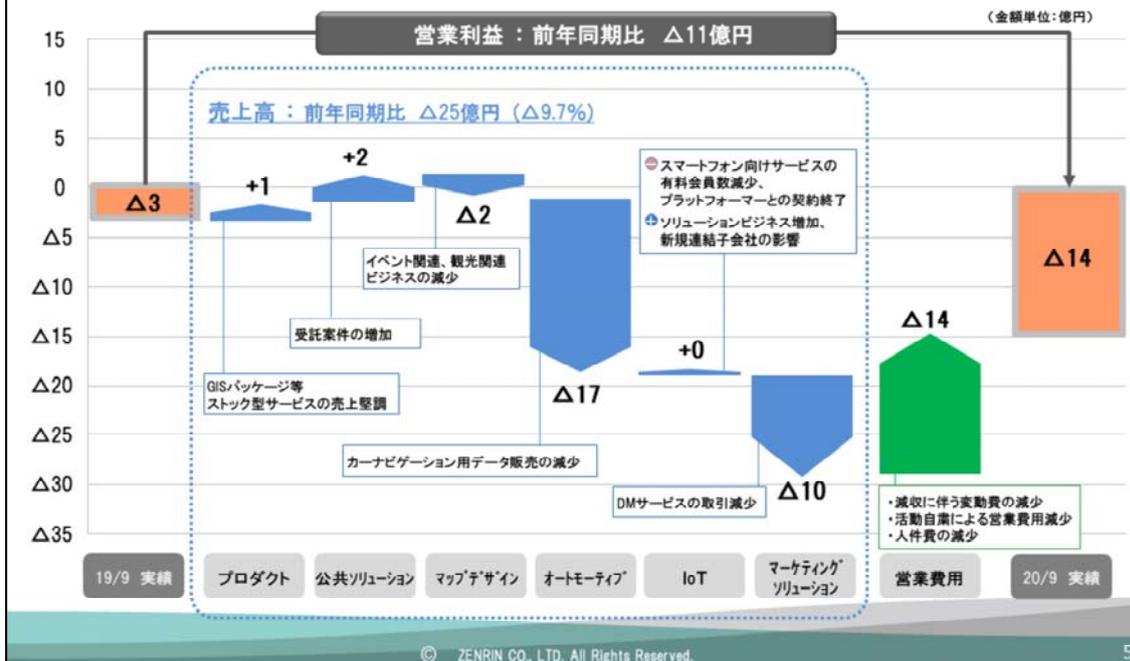
1-2) 売上高・利益の推移



当社グループは、売上高が下期偏重であり、
収益構造上、上期は固定費用を吸収できず、
利益額が小さい傾向にあります。
今期は減収額が25億円と大きく、2期連続の損失となりました。

7月に公表した業績予想に対しましては、
戦略的に実行予定だった、プロモーション及び投資費用の一部を
下期に繰り延べたこと、
コロナ禍での営業活動費の減少等により、各利益は改善しました。

1-3) 営業利益増減要因

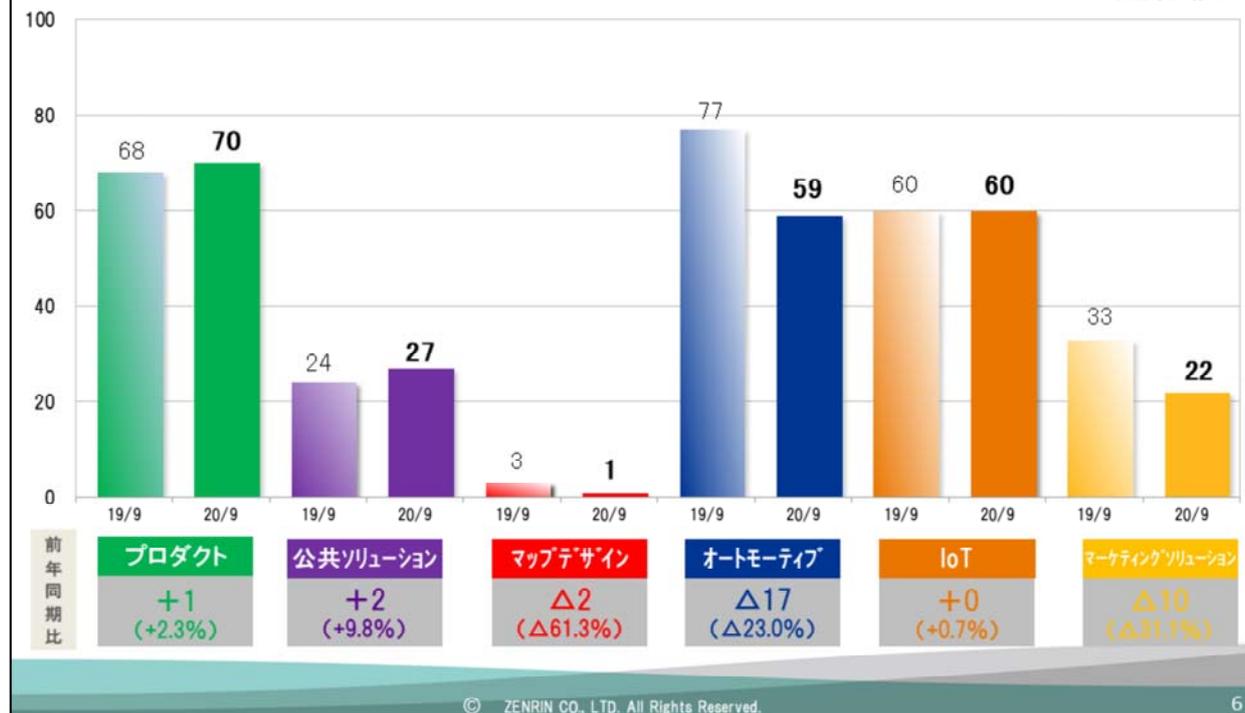


このスライドは、事業別売上高と営業費用の前年同期比較を示しています。

- ・企業向けに住宅地図帳やパッケージ商品を提供する「プロダクト事業」、中央省庁や自治体向けにビジネスを展開する「公共ソリューション事業」は、コロナ禍で営業活動の制約はあったものの影響は限定的で、ストック型ビジネスが堅調に推移し、受託関連ビジネスも増加したことで、ともに前年同期比増収となりました。
- ・企画地図やオリジナルの地図柄商品等を提供する「マップデザイン事業」は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、イベント関連が延期・中止、観光地図関連ビジネスが減少し、前年同期比では2億円の減収となりました。
- ・「オートモーティブ事業」は、新車販売台数の減少を背景に、カーナビゲーション用データ販売が減少しました。足元は回復基調にあるものの、第1四半期からの減収の影響が大きく、前年同期比では17億円の減収となりました。
- ・「IoT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や、プラットフォームとの契約終了といった減収要因もありましたが、ソリューションビジネスが堅調に推移し、事業全体では増収となりました。
- ・中小企業、個人事業主を主な対象とする「マーケティングソリューション事業」は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、取引先のイベントや販促活動の中止・縮小等により、前年同期比では10億円の減収となりました。

以上の結果、減収に伴う変動費の減少や、営業活動の制約により、営業費用も減少しましたが、減収の影響が大きく、営業損失が拡大しました。

1-4) 中長期経営計画(ZGP25)で区分した事業別売上高



ZGP25で区分した事業別売上高を前年同期と比較したグラフ

1-5) キャッシュ・フロー推移

ZENRIN

Maps to the Future

2021年3月期 第2四半期決算説明会

(金額単位:百万円)



© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.

7

キャッシュ・フローの状況については、

- ・営業活動では、
前年同期比で7億円減少し、30億円の収入となりました。
- ・投資活動では、
ソフトウェアの開発投資は、例年同水準で継続実施しており、
有形固定資産の取得などと合わせて24億円の支出となりました。
その結果、フリーキャッシュフローは、5億円の収入となりました。
- ・財務活動では、
今年4月に、NTTへ第三者割当による自己株式の売却を
実施したことなどにより、24億円の収入となりました。

2. 2021年3月期 通期業績予想

- 1) 通期業績予想
(7月29日公表値から変更なし)

- 2) 配当金

2-1) 通期業績予想

2021年3月期 通期業績予想について

2021年3月期の通期連結業績予想については、新型コロナウイルス感染症の再拡大、又は、収束時期や経済活動の回復見通しが不透明であることから、2020年7月29日に公表した通期業績予想を据え置く

【前期比 減収減益】(2020年7月29日公表)

■売上高は、上期の自動車販売台数減少に伴うカーナビゲーション用データ販売の減少などの影響が大きく、減収

■損益面では、減収に加え、流通基盤開発や新規ビジネスに係わる先行費用の計上により減益

(金額単位:百万円)

	2020年3月期 実績	2021年3月期 予想	前期比	増減率(%)
売上高	59,771	58,500	△1,271	△2.1
営業費用	56,470	57,000	529	0.9
営業利益	3,300	1,500	△1,800	△54.6
営業利益率	5.5%	2.6%	△2.9pt	
経常利益	3,709	1,700	△2,009	△54.2
親会社株主に帰属 する当期純利益	2,633	900	△1,733	△65.8

当社グループの売上高及び利益の大半は、第4四半期に集中しています。

上半期は、業績予想に対して費用繰り延べにより、損失額に改善が見られたものの、現時点において、下半期の新型コロナウイルス感染症の再拡大、又は、収束時期や経済活動の回復見通しが不透明であることから、7月29日に公表した通期業績予想の前提を変更せず、売上高585億円、営業利益15億円のまま、据え置くものとします。

2-2) 配当金

配当

適正な内部留保を考慮しつつ、中長期経営計画における利益成長に基づいた利益還元を実施
→ 連結株主資本配当率(DOE) 3% 以上を目標

2021年3月期配当金	
中間	12円50銭
期末	12円50銭 (予想)
年間	25円00銭 (予想)



配当金について

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おり、
目標とする指標も配当性向ではなく、DOEを採用しています。

今期業績は厳しい状況ではありますが、方針に則り、
中間配当は当初予想どおり、1株当たり12円50銭としました。
期末配当も同じく12円50銭を見込んでおり、
2021年3月期の年間配当金は、1株当たり25円を予定しています。

※2018年4月1日付で株式分割（1:1.5）を実施

3. 事業概況

- 1) プロダクト事業
- 2) 公共ソリューション事業
- 3) マップデザイン事業
- 4) オートモーティブ事業
- 5) IoT事業
- 6) マーケティングソリューション事業

事業別の進捗、取り組みについて

ZGP25 1stステージ目標

ライセンスビジネスの伸張によりストック型売上比率を50%に拡大

■取り組み

ストック型の商品・サービスを拡充し、
ビジネスモデルの転換を推進

■今期2Qまでの進捗

GISパッケージシリーズを拡張
お客様のニーズに対応し、更なる売上拡大を目指す

➢ 機能追加(アップセル)

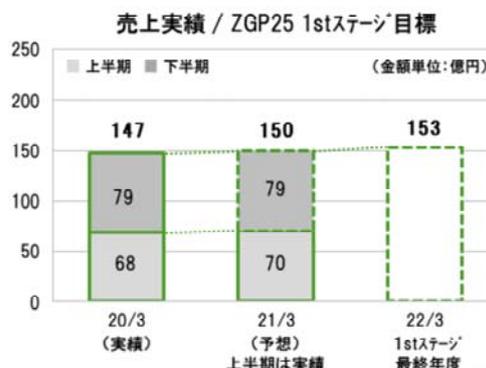
「GISパッケージ不動産」で新しいエリア価格プランを開始
既存の1都道府県・月額1万円のベーシックプランに、
3市区町村プラン(8千円/月)、1市区町村プラン(5千円/
月)を加え、お客様の利用エリアに応じた柔軟なサービス
を提供

➢ サービス追加(対象拡大)

「GISパッケージ建設for設計」の提供開始。
主に施工業者向けだった「GISパッケージ建設」に加え、
住宅地図データのCADへの取り込みや接道状況確認機
能等、建築設計事務所のニーズを取り入れた商品
市区町村・月単位契約のオプションもあり、スポット業務
にも対応

■2Q実績: 70億円(前年同期比+1億円)

コロナウイルス感染拡大による影響は限定的
GISパッケージ等のストック型商品の売上が
堅調に推移し、前年同期比増収



プロダクト事業は、
フロー型ビジネスから、GISパッケージなどのストック型ビジネスへの
移行が順調に進捗し、前年同期比増収となりました。

GISパッケージシリーズは、新しいエリア価格プランの導入、
対象業務の拡大などを行い、さらなる拡販に取り組んでいます。

引き続き商品開発等を強化することにより、
ZGP25 1stステージ (2022年3月期まで) で、
ストック型ビジネスの売上比率50%達成を目指します。

3-2) 公共ソリューション事業

ZGP25 1stステージ目標

自治体の地図プラットフォームとして住宅地図利用が1,000自治体に拡大

■取り組み

自治体向けのクラウド型GISサービス「ゼンリン住宅地図 LGWAN」の機能を拡充し、自治体の利用拡大を推進（住宅地図データ利用は、約900自治体に拡大）

■今期2Qまでの進捗

防災関連サービスを強化

➢ 「ゼンリン住宅地図LGWAN 防災パック」の拡充

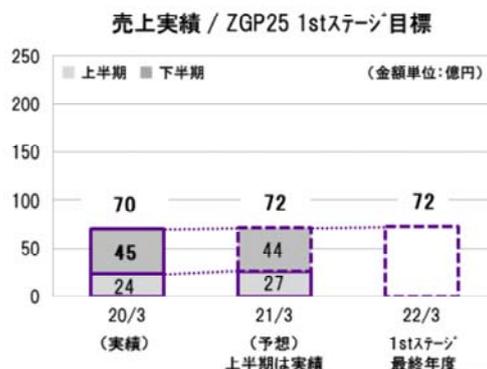
新たなコンテンツとして「河川情報」を追加
災害情報をよりワンストップに提供可能に（7月）

➢ 国内初の「衛星防災情報サービス」で、スカパーJSAT(株)、日本工営(株)と業務提携

衛星事業、建設コンサルタント、地図情報の国内最大手である3社が、平時におけるリスク管理から災害時の情報把握までを精密に行える衛星防災情報プラットフォームの構築で業務提携
自治体や民間企業のBCPIに役立つサービスとして2021年の提供開始を目指す（10月）

■2Q実績：27億円（前年同期比+2億円）

国勢調査実施に関わる受託案件や、地図データ販売が増加し、前年同期比増収



公共ソリューション事業は、
受託案件や地図データ販売が好調で、前年同期比増収となりました。

自治体向けのストック型サービスである
「ゼンリン住宅地図LGWAN」の導入も順調に進捗しています。
今期は、需要の高まる防災関連の機能を強化し、
自治体のご担当者にも高評価をいただいています。

現在、住宅地図データを利用する自治体は約900自治体となり、
ZGP 1stステージの目標である1,000自治体への拡大に向けて、
引き続き、「ゼンリン住宅地図LGWAN」の導入を推進していきます。

ZGP25 1stステージ目標

具体的ターゲットと地図デザイン商品でコンシューマー市場の立ち上げ

■取り組み

商品開発・チャネル開発により市場拡大を推進

■今期2Qまでの進捗

- マップデザインブランドの商品ラインナップを追加
今後は、「mati mati」、「和まっぶ」、「古ちず」の3ブランドを軸に商品展開



- コロナウイルス感染症拡大の影響により、今期イベント向けビジネスは計画を見直し

■2Q実績: 1億円(前年同期比▲2億円)

コロナウイルス感染症拡大の影響により、イベント関連中止、観光関連ビジネスが減少し、前年同期比減収



マップデザイン事業は、
新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、イベント関連、
観光関連ビジネスが減少し、前年同期比減収となりました。

当事業は立ち上げの途上であり、
新商品の開発・投入や直販店の開設により、
一般コンシューマーにも少しずつ認知を広げています。
今後も商品開発・チャネル開発に注力し、事業の拡大を目指します。

ZGP25 1stステージ目標

当社サービスモデルの採用による新たな安定収益基盤を創造

■取り組み

カーナビゲーション市場におけるシェア維持とサービスモデルの変革、ADAS/自動運転関連の取り組み(一般道高精度地図データの先行開発等)を継続

■今期2Qまでの進捗

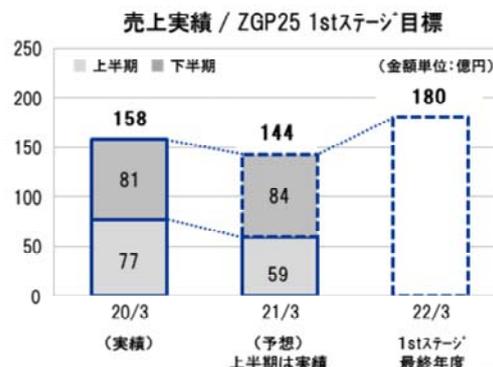
上期は、新車販売台数が大幅減少、受託案件も規模縮小
6月以降自動車市場は回復基調にあり、下期はカーナビビジネスの改善を見込むも、受託案件は厳しい状況が続く可能性



※出典: 財団法人自動車販売協会連合会「新車・年別販売台数(登録車) 車種別販売台数」

■2Q実績: 59億円(前年同期比▲17億円)

新車販売台数の減少(前期消費税増税及び
コロナウイルス感染拡大)により、カーナビ向け
データ販売が減少し、前年同期比大幅減収



オートモーティブ事業は、
新型コロナウイルス感染症拡大の影響等による
新車販売台数の減少により、
カーナビゲーション用データ販売が減少し、
前年同期比大幅減収となりました。

自動車市場は回復基調であり、下期のカーナビゲーションビジネスは
改善を見込んでいますが、自動運転関連等の受託案件獲得は、
厳しい状況が続くと捉えています。

自動車業界は今、CASEに象徴される大変革期を迎えています。
今期は厳しい状況ではありますが、
当社も、カーナビゲーションビジネスにおけるサービスモデルの転換など、
中長期的な自動車市場を見据えた取り組みを
引き続き推進していきます。

ZGP25 1stステージ目標

位置情報が利用される新規プラットフォームでのシェア拡大

■取り組み

他社とのアライアンスによる事業基盤の強化、
新たなサービスの共創、ビジネスモデルの変革推進

■今期2Qまでの進捗

ソリューションビジネスの拡大・新規案件獲得に加え、
他社とのアライアンスによる事業基盤の強化、
ドローンやMaaS等、新たなサービス創造への取り組みも継続

➢ ソリューションビジネスの拡大

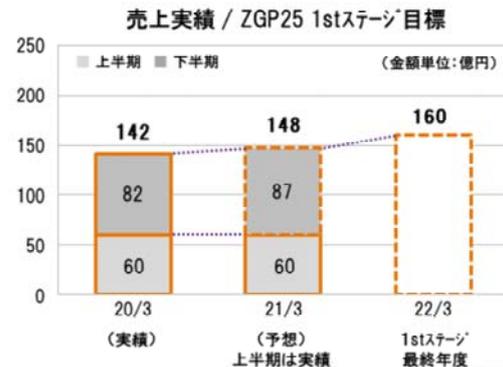
モビリティサービス、物流・配送、金融等の分野で、
既存ビジネスの拡大、新規案件の獲得

➢ アライアンスによる事業基盤の強化、サービスの共創

- ・日本電信電話株と業務資本提携を行い、「高度地理空間情報データベース」の共同構築を開始
- ・ドローン、MaaS分野において、数々の官民共同の実証事業に参画。多様なアライアンスを通し、技術検証、新たなサービスの共創を推進

■2Q実績：60億円(前年同期比+0.4億円)

スマホ向けサービスの会員数減少やプラット
フォーマーとの契約終了等により減収したものの
ソリューションビジネスが堅調に推移し、
前年同期比増収



IoT事業は、

スマホ有料会員数の減少、プラットフォーマーとの契約終了がありましたでしたが
モビリティサービスや物流、金融等の分野でソリューションビジネスが
堅調に推移し、事業全体では前年同期比増収となりました。

(ソリューションビジネスの取り組みについては次ページ参照)

今後のIoT社会を見据え、

アライアンスによる事業基盤の強化や、

ドローン、MaaSといった先進的な取り組みも継続していきます。

様々な調査により収集した情報をデータとして整備し、時空間データベースとして一元管理
この豊富な情報を利活用する機能を備えた「ZENRIN Maps API」で、
お客様のニーズや課題解決に適した業務ソリューションを提供します。



IoT事業は、大手企業向けのソリューションビジネスにより事業拡大を目指しています。

これまでは、各社に合わせた機能開発を行っていましたが、
ノウハウが蓄積できたことから、
提供スピードとお客様の利便性を向上するための
流通基盤の開発に、昨年より着手しました。

当社は、様々な調査手法で収集した情報を、データとして整備し、
時空間データベースで一元管理しています。

この豊富な情報を利活用する機能を備えた流通基盤として
「ZENRIN Maps API」を開発しました。

これら多様なAPIを活用し、
お客様のニーズや課題解決に適したソリューションを
効率的に提供できる環境が整いましたので、
今後、ソリューションビジネスの提供を加速していきます。

ZGP25 1stステージ目標

マーケティング支援市場に新サービス投入

■取り組み

地図データとマーケティングコンテンツを活用した
販促パッケージサービスを提供

■今期2Qまでの進捗

2020年4月1日付で当社グループ4社が合併、㈱ゼンリン
マーケティングソリューションズに商号変更。
商圏分析から、企画、媒体の制作・展開までの一連の
マーケティング活動を提供できる体制を構築。
同社のマーケティングノウハウと、ゼンリンの全国顧客
基盤によってグループシナジーを発揮し、主に中小個店の
販促活動を支援するサービスの開発・提供に取り組む

▶2020年9月「らくらく販促マップ」提供開始を発表

チラシ作成から配布まで、お客様自身で簡単にできる
クラウド型のパッケージサービス

2021年1月リリース予定

(リリースに先立ち、2020年10月～12月まで無料試用期間)

■2Q実績: 22億円(前年同期比▲10億円)

コロナウイルス感染症拡大の影響により、各種
イベント中止を受け、DMやチラシ等の紙媒体
印刷及び広告取引が減少し、前年同期比減収



マーケティングソリューション事業は、
新型コロナウイルス感染症拡大の影響による各種イベント中止や
取引先の販促活動の縮小を受け、
ダイレクトメール（DM）、チラシ等の印刷や広告取引が減少し、
前年同期比減収となりました。

当社は、今年4月にグループ会社の再編を行い、
一連のマーケティング活動をワンストップで提供できる新体制を
確立しました。

DM・印刷等の既存事業は厳しい環境が続きますが、
この新体制でグループシナジーを発揮し、
マーケティング支援市場における新たなサービスの商品・開発に
取り組んでいきます。

「らくらく販促マップ」は、エリア選定から、チラシ作成、配布までの販促活動を支援するクラウド型パッケージサービス

“販促に費用と時間をかけられない”、“チラシ作成のスキルがない”など、販促活動に課題を持つ中小企業、個人事業主が、簡単な操作で、お手頃な価格で、自分でできる販促活動を支援

■価格は、1ID あたり月額 1,000 円

(税別。住宅地図は1市区町村、市街地図は全国利用可能)

■2021年1月リリース予定 (2020年12月末までは無料で使用可能)



チラシ作成から配布まで自分でらくらくできちゃう!



地域のお客様にお手軽かつ低コストでメッセージを伝えるなら、チラシ配布がおすすめ。地図上に、世帯数や、自分で取り込んだお客様情報を表示可能。ターゲットエリアが一目で分かる!

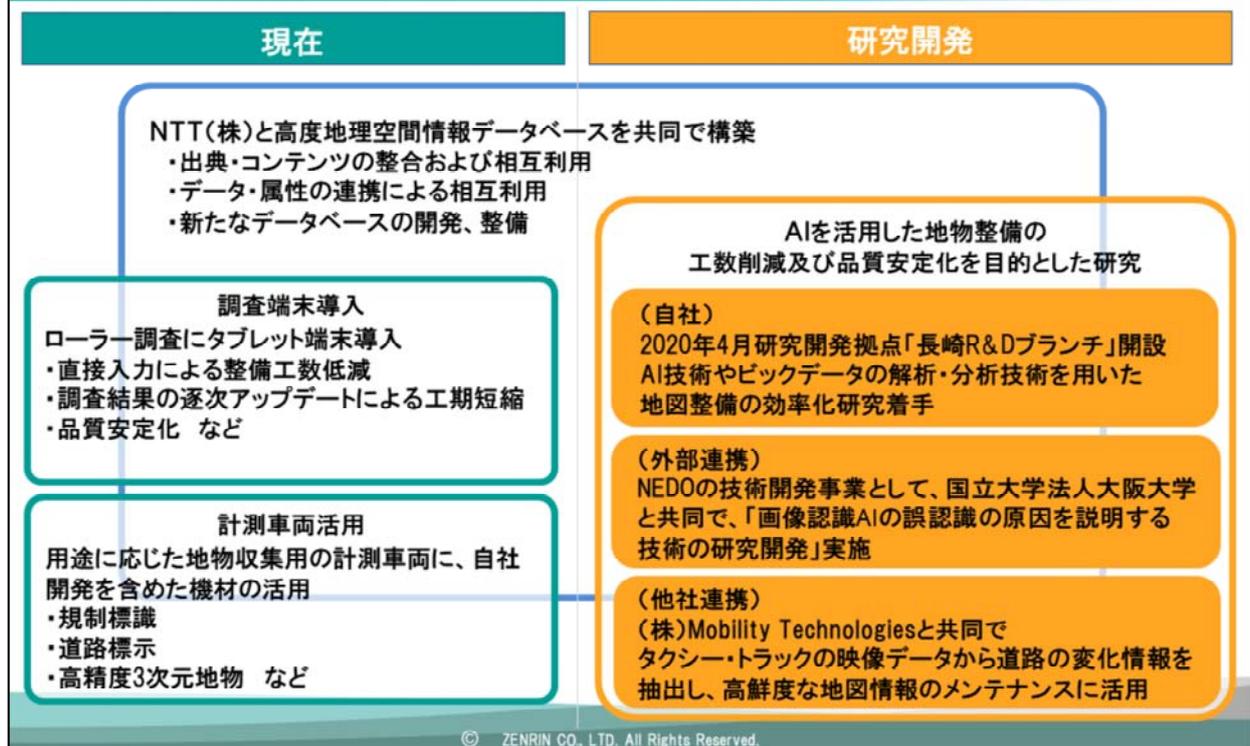


40種類のデザインから、自分の好きなデザインを選択。簡単に短時間でチラシを作成



地図上で配布エリアを選択して出力。配布用の地図も簡単に作れるので、ポスティングやお客様訪問に便利。配布完了実績は地図上に記録管理

「らくらく販促マップ」は、
中小企業・個人事業主の販促活動を支援するパッケージ商品です。
マーケティングソリューション事業における新たな顧客獲得を
目指します。



投資家の方より事前にいただいたご質問の中から、
「データベース整備の効率化」の取り組み状況を説明します。

当社は、「現実世界のライブラリー化」をミッションとし、
デジタルツイン（仮想空間で現実世界を再現する技術）の実現、
及びその活用を目指して、時空間情報の構築を行っています。

その為のデータベースの開発・整備は当社事業の根幹であり、
その維持管理コストの低減は、最重要課題として常に取り組んでいます。

具体的には、紙地図をベースに行っていた現地調査や整備工程において、
現地よりダイレクトにデータ入力ができる「調査端末」の順次導入開始や、
計測車両で収集した「位置データと画像情報」からの整備を可能にするなど、
新たな技術による業務効率化で、コスト低減を実現しています。
自動運転などに使用される高精度地図データにおいても、独自の研究開発による
専用の計測車両を使用し、情報収集・整備を行っています。

さらに今後は、多様なアプリケーションへの対応やデジタルツインの実現の為、
時空間情報には、今まで以上に、精度、対象物の種別、その機能・意味情報が
必要になると想定されます。

当社は、AIの利用や、他社との様々な共同研究・開発も進めており、
さらなる技術革新による工程の最適化を図ることで、
既存データの整備コスト低減と、新たなデータ整備の実現を目指します。

ZENRIN

Maps to the Future

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