

ZENRIN

証券コード：9474

2022年3月期 第2四半期決算説明資料

2021年11月15日

株式会社 ゼンリン
Maps to the Future

1. 2022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

1-1) 決算概要

2022年3月期 第2四半期決算のポイント

前年同期比<増収増益>

- オートモーティブ事業でカーナビゲーション用データ販売や受託開発が前年同期を上回って推移
広告需要の回復を背景にマーケティングソリューション事業の売上が増加
加えて、プロダクト事業の受託案件やストック型サービス「GISパッケージ」が堅調に推移し、3期ぶり増収
- 損益面では、広告宣伝費などの増加があるも、増収により黒字転換したことで業績連動賞与を計上した
結果、営業損失に。但し、各利益は3期ぶりに改善

(金額単位: 百万円)

	'20年3月期 2Q実績	'21年3月期 2Q実績	'22年3月期 4/28業績予想	'22年3月期 2Q実績	'20年3月期 同期比 増減率(%)	'21年3月期 同期比 増減率(%)	4/28業績予想比 乖離率(%)
売上高	26,803	24,209	24,800	25,880	△923 △3.4	1,670 6.9	1,080 4.4
営業費用	27,137	25,670	26,000	26,336	△801 △3.0	665 2.6	336 1.3
営業利益	△334	△1,460	△1,200	△456	△121 △0.6pt	1,004 4.2pt	743 3.0pt
営業利益率	△1.2%	△6.0%	△4.8%	△1.8%			
経常利益	△65	△1,240	△1,000	△322	△256 —	917 —	677 —
親会社株主に帰属 する四半期純利益	△224	△723	△700	△80	144 —	642 —	619 —

※ 2022年3月期第1四半期より、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日。以下「収益認識会計基準」)等を適用している為、これまでの計上方法と比較し、当第2四半期の売上高は418百万円、売上原価は385百万円減少しております。
営業利益、経常利益及び税金等調整前四半期純利益に与える影響は軽微です。

※ 前期(2021年3月期)以前の数値については、収益認識会計基準等を適及適用していない為、増減率は参考値です。(次ページ以降同様)

第2四半期の業績は、

売上高は、

前期比 1 6 億円増加の、2 5 8 億円、

営業損失は、1 0 億円改善の 4 億円、

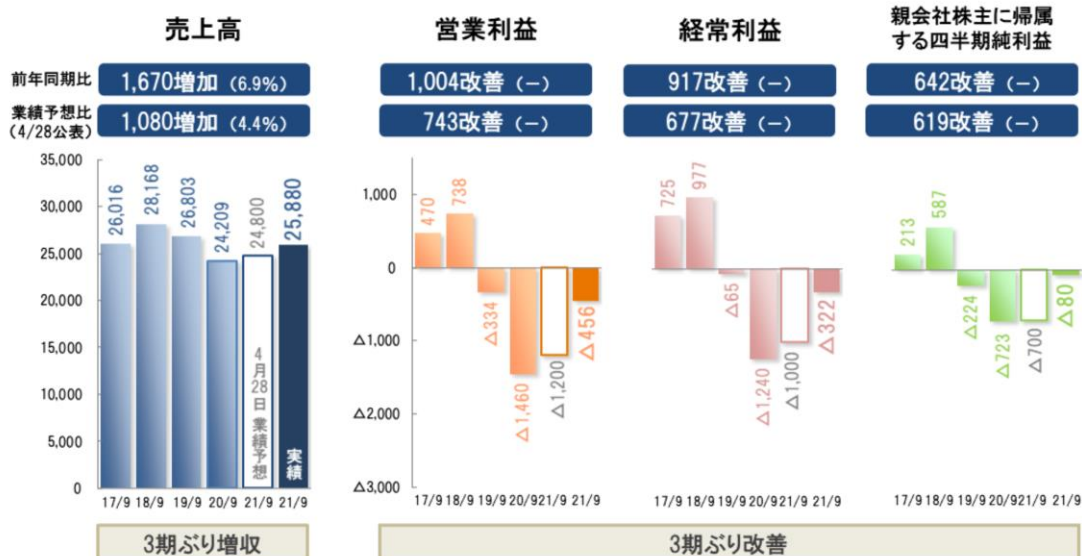
経常損失は、 9 億円改善の 3 億円、

四半期純損失は、6 億円改善の 8 千万円となりました。

4月に公表した業績予想に対しても、

10億円増収により、各利益ともに改善しております。

1-2) 売上高・利益の推移



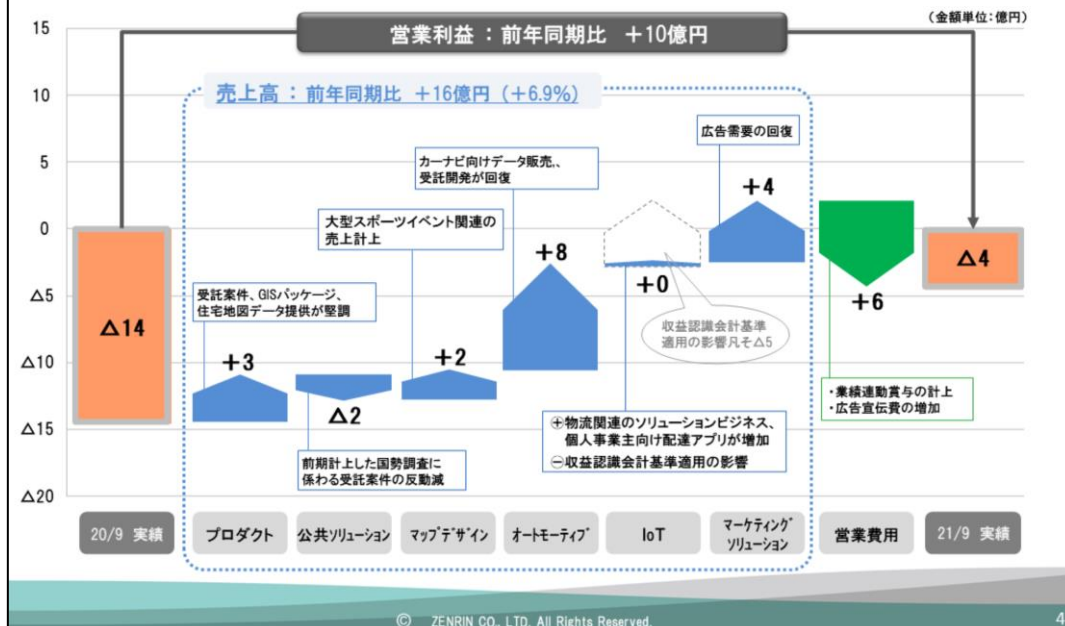
当社グループの売上高は下期偏重であり、
収益構造上、従前より上期は、
データベース整備費用等の固定費を吸収できず、
利益額が小さい傾向にあります。

当第2四半期は、各事業での増収により、
黒字転換に伴う業績連動賞与を計上した結果、
各利益ともに損失となりましたが、
3期ぶりに改善いたしました。

1-3) 営業利益増減要因（前年同期比）

2022年3月期 第2四半期決算説明資料

ZENRIN
Maps to the Future



事業別売上高と営業費用についてご説明いたします。

- ・企業向けに、住宅地図データを活用した商品やサービスを提供する「プロダクト事業」は、受託案件やストック型サービスのGISパッケージなどが堅調に推移し、3億円の増収となりました。
- ・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、前期に計上しました国勢調査に係わる受託案件の反動減があり、2億円の減収。
- ・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」は大型スポーツイベント関連の売上計上などにより、2億円の増収。
- ・自動車関連ビジネスを行う「オートモティブ事業」は、カーナビ向けデータ販売や受託開発が回復してきたことで、8億円の増収となりました。
- ・位置情報を活用したソリューションサービスなどを提供する「IoT事業」は収益認識会計基準適用の影響により、前期比で横ばいに見えますが、実質的には、物流会社向けソリューションビジネスや、個人事業主向け配達アプリの利用者増加などにより、増収傾向にあります。
- ・販促支援サービスなどを提供する「マーケティングソリューション事業」は、広告需要の回復傾向を背景に、4億円の増収となりました。
- ・以上の結果、業績連動賞与や広告宣伝費の計上などにより、営業費用が6億円増加したことで損失となりましたが、各事業の増収により、利益額は10億円改善いたしました。

2. 2022年3月期 通期業績予想

- 1) 通期業績予想（10月28日修正）
- 2) 通期業績予想 事業別売上高
- 3) 活用事例（データマネジメントサービス）

2-1) 通期業績予想

2022年3月期 通期業績予想について

【前期比 増収増益】(2021年10月28日修正)

- 当第2四半期連結累計期間においては、売上高が当初予想より好調に推移したものの、世界的な半導体不足によるカーメーカーの生産調整等の影響など、先行きが不透明であることから、売上高は前回発表予想値を据え置く
- 損益面では、営業活動の効率化や生産性向上等の取り組みによる費用低減効果により、営業利益及び経常利益は前回発表予想値を上回る見込み。また、親会社株主に帰属する当期純利益は、上記の増益要因に加え、持分法非適用関連会社の異動(株式の一部売却)に伴う特別利益等を織り込み、前回発表予想値を上回る見込み
- 2022年3月期期首より「収益認識に関する会計基準」等を適用している為、通期連結業績予想における売上高は、前期までの計上方法と比較して10億円程度減少する見込み(損益への影響は軽微となる見込み)

(金額単位:百万円)

	'20年3月期 実績	'21年3月期 実績	4/28業績予想	'22年3月期 業績予想	'20年3月期比 増減率(%)		'21年3月期比 増減率(%)		4/28業績予想比 増減率(%)	
売上高	59,771	57,225	58,200	58,200	△1,571	△2.6	974	1.7	—	—
営業費用	56,470	55,789	56,500	55,900	△570	△1.0	110	0.2	△600	△1.1
営業利益	3,300	1,436	1,700	2,300	△1,000	△30.3	863	60.1	600	35.3
営業利益率	5.5%	2.5%	2.9%	4.0%	△1.5pt	—	1.5pt	—	1.1pt	—
経常利益	3,709	1,683	1,900	2,500	△1,209	△32.6	816	48.5	600	31.6
親会社株主に帰属 する当期純利益	2,633	1,248	1,300	2,100	△533	△20.3	851	68.1	800	61.5

上期の業績を受け、通期予想の見直しをいたしました。

当第2四半期は、売上高が当初予想より好調に推移したものの、世界的な半導体不足によるカーメーカーの生産調整等の影響など先行きが不透明であることから、売上高は前回発表予想値を据え置くことといたします。

営業利益及び経常利益は、引き続き営業活動の効率化や生産性向上等の取り組みによる費用低減効果により、前回予想値を上方修正いたしました。

また、親会社株主に帰属する当期純利益は、10月28日に開示のとおり、持分法非適用関連会社の株式の一部売却に伴う特別利益等を反映しております。

※2021年12月17日付で、上記の2021年10月28日に公表した通期連結業績予想数値を修正いたしました。特別利益の発生により、親会社株主に帰属する当期純利益は34億円になる見通しです。詳細は、以下適時開示資料をご参照ください。

＜特別利益(投資有価証券売却益)の計上及び業績予想の修正に関するお知らせ＞

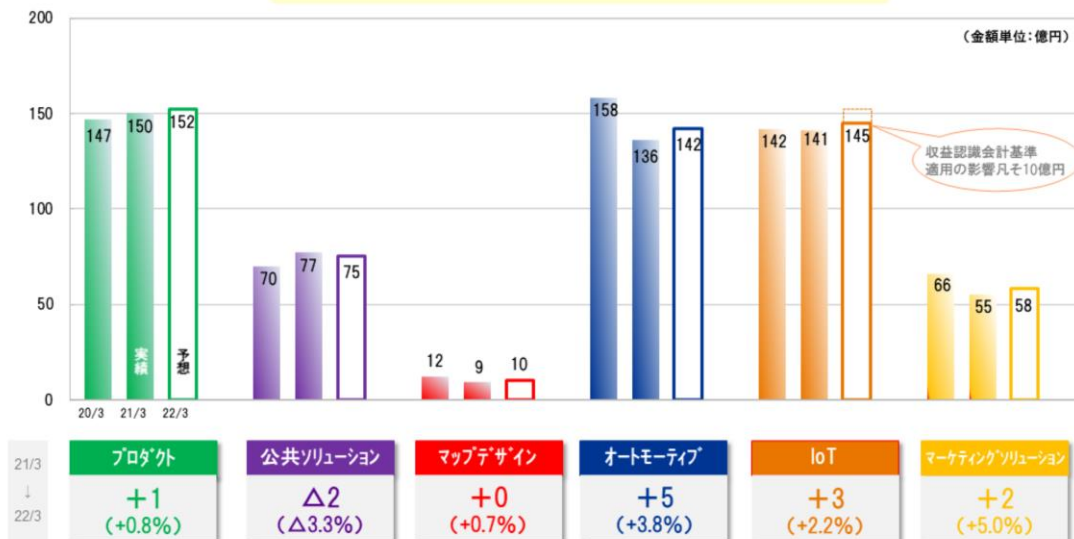
<https://www.zenrin.co.jp/company/ir/library/pdf/securities/211217-baikyaku-gyosekiyosou.pdf>

2-2) 通期業績予想（事業別売上高）

2022年3月期 第2四半期決算説明資料

ZENRIN
Maps to the Future

事業別売上高は、前回発表予想値を据え置く



© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.

7

事業別売上高も、前回予想値を据え置いております。

中長期経営計画ZGP25のファーストステージ最終年度である今期も不透明な事業環境が続いておりますが、ファーストステージの方針として掲げた

- ・ストック型サービスへのビジネスモデルの転換
- ・ソリューションビジネスの拡大

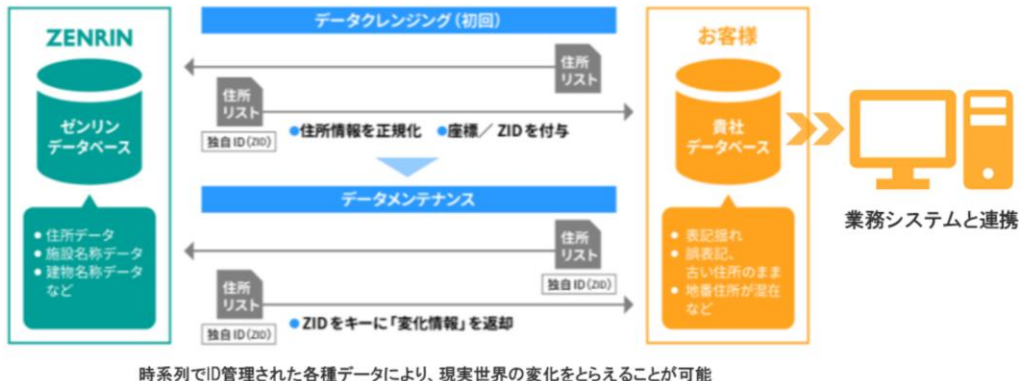
を推進してきました結果、

コロナ前と比較しても、プロダクト事業、IoT事業は、順調に進捗しております。

2-3) 活用事例（データマネジメントサービスの需要増加）

位置情報正規化により、企業が保有する様々なデータの可視化や、分析に“使える”データへの進化をサポート

例えば、営業活動等の効率化やマーケティングにおいて、顧客マスターデータのメンテナンスは、常に企業の重要課題です。顧客の住所情報に、当社グループが保有する最新・正確・網羅性を持った住所データと座標を付与し、各業務での「使える化」、地図データによる「見える化」を図ることで、企業の適切な顧客管理と業務効率化をサポートします。



時系列でID管理された各種データにより、現実世界の変化をとらえることが可能

プロダクト事業やIoT事業では、不動産や物流分野での利活用に加え、DXの進展等による、データマネジメントに係るニーズが高まっております。

具体的には、お客様が保有する顧客情報などの各種データに、当社グループの最新で正確、かつ網羅性を持った住所データや座標を付与し、データの可視化や、分析可能なデータへと進化させることで、企業の適切な顧客管理と業務効率化をサポートしております。

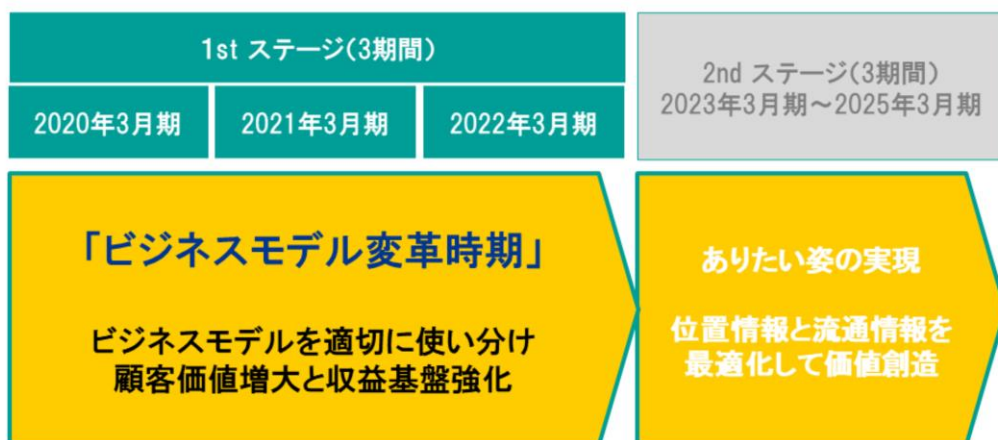
地図情報でデジタル変革を支援する「ZENRIN SMART SOLUTIONS」

デジタル化の進展を背景として、社会や企業の課題解決に、地図情報を活用したビッグデータの可視化や正規化、移動や配送ルートの最適化などの期待が高まっています。私たちはビジネスを通じて培った知見と地図情報を活用し、これらの活動を支援する「ZENRIN SMART SOLUTIONS」を提供します。



ZGP25のファーストステージでは、
中小企業向けのパッケージサービスや、
大手企業向けのソリューションビジネスをはじめ、
各業種や業務、顧客の様々な用途に幅広く対応できる
サービス基盤の開発に投資を行ってまいりました。

サービス基盤の開発により、
様々な調査手法で収集した情報を、
時空間データベースとして一元管理し、
これら位置情報を効率的に活用できる環境が整ってきたため、
今後は、物流・不動産・マーケティング・観光分野にとどまらず、
様々なソリューションサービスを展開してまいります。



(ZENRIN GROWTH PLAN 2025 の各ステージ)



**新型コロナウイルス感染症拡大による経済への影響は、
一部回復の傾向もみられますが、
予断を許さない状況が当面続くものと考えております。**

**当社グループは、このような状況下においても、
安定した収益基盤を確保すべく、ビジネスモデルの転換と、
多様なサービスに対応できる事業基盤の強化を重点課題として、
引き続き中長期経営計画ZGP25に取り組んでまいります。
ファーストステージの最終年度である今期末までの成果と課題を踏まえて、
セカンドステージを策定し、改めて公表させていただく予定です。**