

2023年3月期決算説明会における質疑応答

開催概要

- 【日 時】 2023年5月16日(火) 13:30~14:30
【場 所】 株式会社ゼンリン 東京本社およびオンライン (Zoom ウェビナー)
【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 戸島 由美子

質疑応答概要

- Q1:** 仕入や人件費などのコスト増加の影響と、値上げによる増収効果について教えてください。
- A1:** 営業費用全体では23億円の増加、そのうち外部環境要因による売上原価（変動費のみ）の増加は10%程度と見込んでいる。20%の価格改定は、定価がある商品・サービスだけではなく、受託案件の見積などにおいても、売上原価とベースアップによる人件費の上昇等を吸収できる価格で交渉していく。全案件で一律20%アップは難しいと思うが、それを考慮しても、コスト増加分を吸収できる増収規模になると見込んでいる。
- Q2:** 2024年3月期は、オートモーティブ事業で13%増収の予想だが、その内訳を教えてください。
- A2:** オートモーティブ事業の売上構成は、各メーカーのモデル別生産計画、新モデル採用によるシェア、アプリケーションを含めたデータ提供による単価増、EV・ADASコンテンツの追加による単価増など、複合的な要素に基づいて、全体で13%の増収を見込んでいる。自動車の生産はコロナ禍前の水準に回復する前提で計画を立てている。
- Q3:** 値上げについて、今期（2024年3月期）は、まだ費用先行だと思うが、来期の利益に対する影響の見通しを教えてください。
- A3:** 値上げは、各商品・サービス毎に順次実施していく予定で、契約更新時より適用する場合もあるため、今期の業績に対する影響は限定的と見込んでいる。値上げによる買い控えや離反も想定すると、効果の予測は難しい部分もあるが、来期は今期よりも増収による利益インパクトは大きくなると見込んでおり、ZGP25 2nd Stageで掲げた最終年度の目標（売上高630億円/営業利益58億円）も現時点では据え置いている。
- Q4:** フローからストックへ収益モデルが変わってきていると実感しているが、オートモーティブ事業の業績は、現在でも大半が自動車販売台数に連動した収益モデルなのか？ コロナ禍を通じて外部環境の影響が大きかったという印象だが、ビジネスモデルの転換の進捗状況、及び今後の取り組みについて教えてください。
- A4:** 現状は、自動車販売市場に連動するフロー型のロイヤリティビジネスが多くを占めている。メーカーの生産・販売・流通プラットフォーム上でビジネスを行っているため、当社主導でビジネスモデルを大きく変えていくことは難しい。しかしながら、コロナ禍で外部環境の影響を大きく受けたことを踏まえ、安定収益基盤となるストックビジネスを企画開発することが重要課題だと改めて考えている。従来のナビロイヤリティビジネスではなく、当社子会社のAbalta Technologies社が提供するWebLink[®]のように、カーナビの領域を超える商材が広がる可能性もある。

Q5 : 今期（2024年3月期）5%のベースアップを実施したが、今後もインフレが継続するのであれば、賃上げも引き続き実施していくのか？現在の従業員数と採用方針、離職率などの雇用状況についても併せて教えてほしい。

A5 : 来期以降の賃上げについては現時点では未定。業績や外部環境の状況に応じて検討していく。
従業員数は、当社単体で約2,400名、新卒は每期50名程度、期中採用も同規模採用しており、全体で100名程度を採用している。離職率は全体で4-5%程度であり、一般平均より低い方だと認識している。定年退職を含めた退職者の補充と技術開発やサービス企画を強化するための採用を行っている。

Q6 : 増収に対する増益の割合が低いと感じる。利益率改善に向けた今後の取り組み、時期について教えてほしい。

A6 : これまでは普遍的なニーズに対して、標準化された商品・サービスを提供することで利益を確保できていたが、市場のニーズは多様化し、パーソナライズしたものを低コストで開発・提供しなければならない状況に変わってきている。この変化に対応すべく当社は「時空間データベース」の開発により、さまざまなニーズに対応しつつ、継続的に利益を創出する仕組みの構築に取り組んでいる。今後はさらなる用途開発により、利益率の高い商品・サービスを提供し、安定的な収益基盤を確保することを命題にしている。ZGP25の最終年度となる来期までにはその仕組みを確立し、新たな中計で実績を出していきたい。

Q7 : 中計の目標を達成するためには、値上げの確実な実行が必須の要素だと思われる。ゼンリンは事業別に多様な顧客と取引しており、値上げ交渉の状況も様々だと思うが、値上げを実施できる確度について教えてほしい。

A7 : 大手メーカーを始めとして、外部環境は値上げ交渉が許容される状況に変わってきていると認識している。大手取引先とは様々な契約形態があり、一律の値上げではなく個別案件ごとの交渉により改定を実施する。また、パッケージサービスは商品力もあると捉えており、価格相当であるのご理解いただけるものと考えている。

Q8 : Abalta Technologies社のWebLink[®]について、そのポテンシャル、収益モデル等について教えてほしい。

A8 : WebLink[®]は、ヘッドユニットに対して様々なスマホアプリを連携させて利用することができるサービス。収益モデルとしては、イニシャル費用に加え、継続的なロイヤリティが発生するストックビジネスにもなる。カーナビの領域を超える商品であり、新たな用途やサービスをメーカーへ提案したいと思っている。

以上