

2025年3月期 決算説明資料

2025年5月27日

Maps to the Future

株式会社 **ゼンリン**

機関投資家向け決算説明会 説明要旨

- 日時：2025年5月27日（火） 15：00～16：00
- 場所：東京本社 および Zoom
- 登壇者：株式会社ゼンリン 代表取締役社長 竹川 道郎

1. 2025年3月期 決算概要

2. 中長期経営計画 (ZENRIN GROWTH PLAN 2030)

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さください。
尚、本資料掲載情報は、表示単位未満の端数は切捨て、増減率は小数点以下第2位を四捨五入し小数第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. 2025年3月期 決算概要

- 1) 決算概要
- 2) 売上高・利益の推移
- 3) 事業別売上高の増減
- 4) 営業利益の増減【売上高・費用内訳】
- 5) 価格改定による増収効果
- 6) キャッシュ・フロー
- 7) 配当金

2025年3月期の決算概要について、説明いたします。

2025年3月期 決算のポイント
【売上高は2期連続増収となり過去最高・営業利益も2期連続の増益】

- オートモーティブ関連でカーナビ用データが増収(一部、一過性要因での計上を含む)
- IoT関連でAPIサービス及びソリューションサービスが堅調に推移
- ベースアップの影響などにより人件費は増加するも、売上構成変化に加えて価格改定効果もあり増益

(金額単位:百万円)	① 前期実績 (2024年3月期)	当期(2025年3月期)					
		② 業績予想	③ 当期実績	前期比(③-①)		業績予想比(③-②)	
				増減率		増減率	
売上高	61,335	64,300	64,363	+3,028	+4.9%	+63	+0.1%
営業費用	59,353	60,700	60,440	+1,086	+1.8%	△259	△0.4%
営業利益 (営業利益率)	1,981 3.2%	3,600 5.6%	3,923 6.1%	+1,941 +2.9pt	+98.0% -	+323 +0.5pt	+9.0% -
経常利益	2,060	3,700	3,936	+1,875	+91.0%	+236	+6.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,078	2,500	2,606	+528	+25.4%	+106	+4.3%
ROE (自己資本当期純利益率)	4.4%	5.0%	5.3%	+0.9pt	-	+0.3pt	-

© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.
3

2 5 年 3 月 期 の 連 結 売 上 高 は
前 期 比 で 3 0 億 円 増 加 の 6 4 3 億 円 と な り ま し た 。

オートモーティブ、IoTの両事業が堅調であったことに加えて、
前 期 か ら の 価 格 改 定 の 影 響 も あ り 、
2 期 連 続 で 増 収 、 過 去 最 高 の 売 上 高 と な り ま し た 。

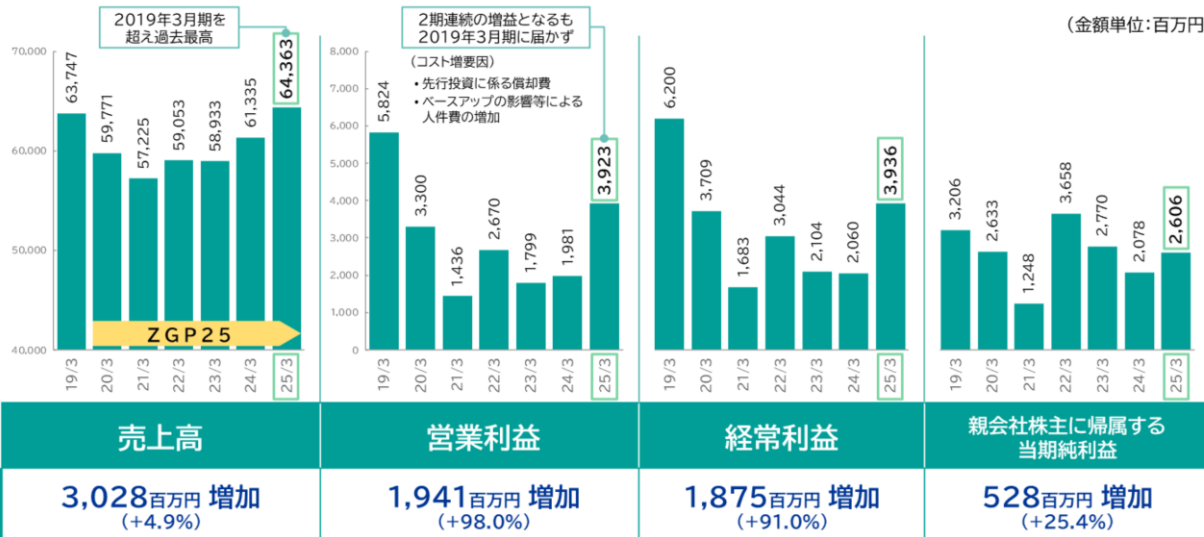
損益面では、
ベースアップなどにより人件費は増加いたしましたが、
ス ト ッ ク サ ー ビ ス や デ ー タ 提 供 ビ ジ ネ ス の 増 収 に よ り
売 上 構 成 が 変 化 し た こ と で 限 界 利 益 率 が 改 善 し 、

営 業 利 益 は 、 前 期 比 で 1 9 億 円 増 加 の 3 9 億 円 、
経 常 利 益 は 、 1 8 億 円 増 加 の 3 9 億 円 、

親会社株主に帰属する当期純利益は、
前 期 に 投 資 有 価 証 券 売 却 益 を 計 上 し た 反 動 に よ り
5 億 円 増 加 の 2 6 億 円 と な り ま し た 。

2) 売上高・利益の推移

(金額単位: 百万円)



2期連続 増収

2期連続 増益

3期ぶり 増益

※ 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」)等を適用しておりますが、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遡及適用しておりません。(次ページ以降同様)

© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.

4

前中長期経営計画 Z G P 2 5 期間を含む
1 9 年 3 月期からの業績推移を表示しております。

Z G P 2 5 の初年度である 2 0 年 3 月期から
コロナの影響などにより売上が減少したことに加え、
データベースの高精度化やサービス提供基盤の開発など
先行投資を続けたことで、業績は低調に推移しておりました。

しかしながら、ストックサービスへの転換が順調に進んだことや
自動車生産の回復などにより
2 5 年 3 月期の売上高は 1 9 年 3 月期を超え、過去最高となりました。

営業利益は、
先行投資やベースアップなどの人的資本投資など、
コスト増の要因もあり、1 9 年 3 月期の水準には届かないものの、
直近では 2 期連続の増益となりました。

2025年3月期
決算説明資料

ZENRIN
Maps to the Future

3) 事業別売上高の増減

(金額単位:億円)

613

161

81

67

140

161

2024年3月期

643

165

80

66

154

177

2025年3月期

	前期比 (増減率)	2025年3月期の事業概況
売上計	+30億円 (+4.9%)	—
プロダクト	+3億円 (+2.1%)	- GISパッケージなどストック型サービスが堅調に推移、住宅地図データの販売も堅調 - フロー商材の減少、ZENRIN Maps API採用拡大によりIoT事業への移管影響あり
公共ソリューション	△0億円 (△0.7%)	地図データの提供や受託案件は増加したものの前期の大型受託案件の反動減により微減
マーケティング ソリューション	△1億円 (△2.4%)	販促支援サービス「らくらく販促マップ セレクションサービス」は堅調に推移したものの一般商業印刷やDM発送受託等の減少により微減
IoT	+13億円 (+9.9%)	- ZENRIN Maps APIは、プロダクト事業からの移管による増加に加え、新規獲得も増加 - 大手企業向けソリューションサービスは堅調 - 子会社連結除外による減収影響あり（株Will Smart影響＝約△10億円）
オートモーティブ	+15億円 (+9.5%)	- 国内自動車販売台数は前期比微増も、一部取引先でのシェア・単価アップにより増収 1Qに過年度の数量報告過少分の売上を計上（一過性要因）

(参考) 国内自動車販売台数

	前期	当期	増減率
Q4累計（ 4月～ 3月）	452万台	457万台	+1.0%
Q4期間（ 1月～ 3月）	113万台	128万台	+13.6%

(出典元: 社日本自動車販売協会連合会・全国軽自動車協会連合会の公表値を当社で合算)

© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.

5

事業別売上高の前期比でございます。

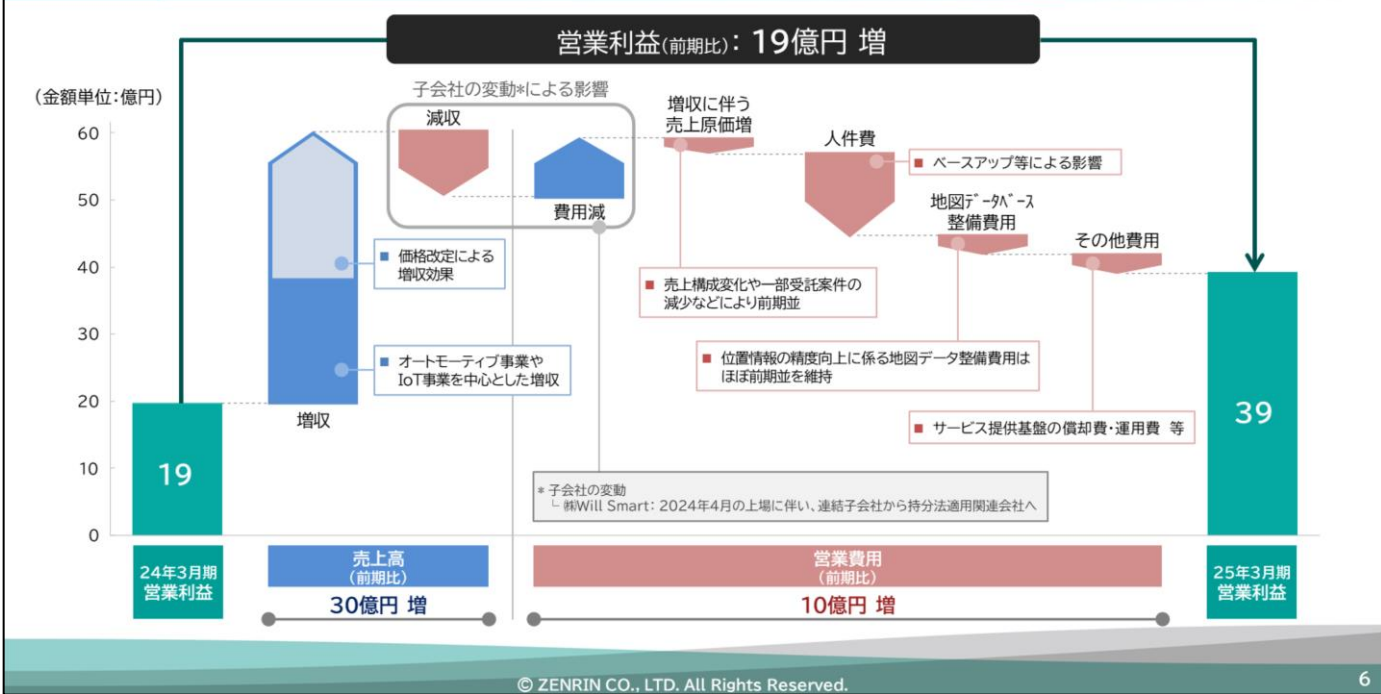
プロダクト事業は、フロー型商材の減少や、API採用拡大によるIoT事業へのシフトによる影響がありましたが、GISパッケージなどが堅調に推移し、3億円の増収となりました。

公共ソリューション事業、マーケティングソリューション事業は、前年と同規模、

IoT事業は、子会社の上場に伴う連結除外により、約10億円の減収影響がございましたが、ZENRIN Maps APIやソリューションサービスが順調に推移し、13億円の増収となりました。

オートモーティブ事業は、採用ナビモデルの拡大によるシェアアップや、アプリケーション一体型モデルの提供による単価アップに加えて、第1四半期に一過性要因の売上を計上したことなどにより、15億円の増収となりました。

4) 営業利益の増減【売上高・費用内訳】



続きまして、営業利益の増減について、
売上高と費用の観点から説明いたします。

売上高は、
各事業の増収と価格改定の影響に分けて示しています。

営業費用は、
売上構成変化により売上原価は微増にとどまる一方、
ベースアップ等により人件費が増加いたしました。

また、地図データベース整備費用や、
サービス提供基盤の運用費などにより
費用全体では 前期比で 10 億円の増加となりました。

なお、子会社の連結除外による影響は、
売上高・費用の両面ございますが、
営業利益への影響は軽微となっております。

価格改定による増収効果：約20億円（2025年3月期）

- 2023年4月以降の増収効果は、前期とあわせ約30億円（2024年3月期：約10億円、2025年3月期：約20億円）
- 価格改定による増収効果は、2025年3月期で概ね一巡

＜価格改定による増収効果のイメージ＞

※図の高さ（増収金額）はイメージ

約10億

約30億

23/4 24/4 25/3

⑤ カーナビ向け地図データ
→ 次期モデル向け交渉継続中
発現時期、影響規模は未定

④ 各事業の受託案件
③ 住宅地図データ提供

② GISパッケージなど
配信サービス

① 住宅地図帳

＜商品・サービス毎の価格改定実施状況＞

	製品・サービス	事業	ビジネス	価格改定の適用・取組状況
①	住宅地図帳	プロダクト 公共ソリューション	フロー	・ 適用済（23年4月以降の発刊分に適用）
②	GISパッケージなど 配信サービス	プロダクト 公共ソリューション	ストック	・ 適用済（23年8月以降の契約更新分に適用、一巡済） ・ 価格改定理由での解約はほぼ無し
③	住宅地図データ提供	プロダクト 公共ソリューション	フロー	・ 価格改定の取組みは順調に推移（一部は前期中に合意して適用済）
④	受託案件	各事業	フロー	
⑤	カーナビ向け 地図データライセンス	オートモーティブ	フロー	・ 次期モデル向けに交渉継続中 ・ 発現時期や影響規模は未定（今期は影響なし）

価格改定による影響について、説明いたします。

23年4月から段階的に価格改定を実施し、
25年3月期は、約20億円の増収影響となりました。

商品・サービス別では、
住宅地図帳とGISパッケージは新価格の適用が完了し、
住宅地図データ提供や受託案件での新価格反映も概ね予定通りに
進んでおります。

カーナビ関連でも、取引先メーカーと交渉していますが、
2～3年後に発売予定の次期モデルを対象としているため、
価格改定の時期や規模は、現時点では未定としております。

7) 配当金

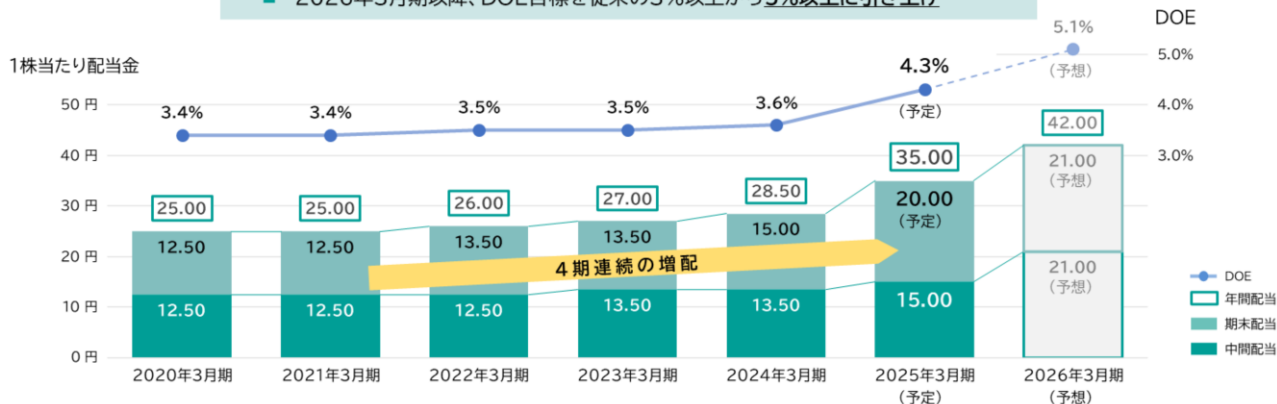
利益還元の
基本方針

中長期経営計画における利益成長に基づき
安定的・継続的な配当の実施に加え、機動的な自己株式の取得を実施

配 当

<2025年3月期（予定）> 年間配当金 35円（前期比+6.5円） / DOE 4.3%（前期比+0.7pt）

- 1994年9月の福証上場以来、普通配当の減配なし
- 2026年3月期以降、DOE目標を従来の3%以上から5%以上に引き上げ



© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.

9

配当金について説明いたします。

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、DOEを採用しております。

この方針に則り、25年3月期の期末配当金は
前期から5円増配し、1株当たり20円、
年間配当金は35円で4期連続の増配、
また、DOEは4.3%となります。

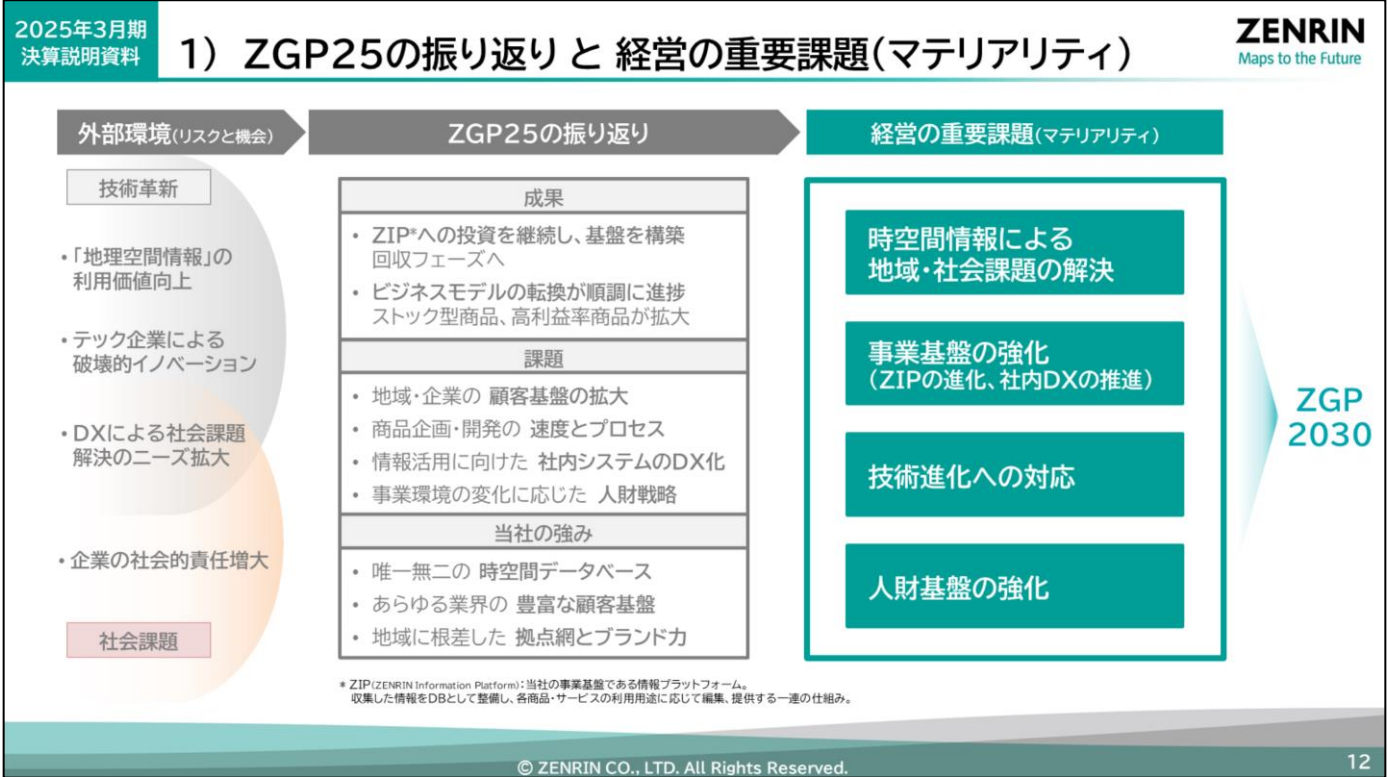
2. 中長期経営計画 (ZENRIN GROWTH PLAN 2030)

- 1) ZGP25の振り返り
- 2) 基本方針
- 3) 定量目標
- 4) 事業方針
- 5) 技術方針
- 6) 組織方針

つづいて、4月末に発表しました中長期経営計画
ZENRIN GROWTH PLAN 2030 について、
説明いたします。

1) ZGP25の振り返り

前中計であるZ G P 2 5の振り返りです。



また、従来からの当社の強みである、
「唯一無二の 時空間データベース」
「あらゆる業界の 豊富な顧客基盤」
「地域に根差した 拠点網とブランド力」
がより強化されて参りました。

これら状況から、経営の重要課題としましては、
「時空間情報による地域・社会課題の解決」「事業基盤の強化」
「技術進化への対応」「人財基盤の強化」を定義しています。

この重要課題の解決と、ゼンリンを更なる成長フェーズとするために
ZGP2030を策定しております。

2) 基本方針

ZGP2030の基本方針です。

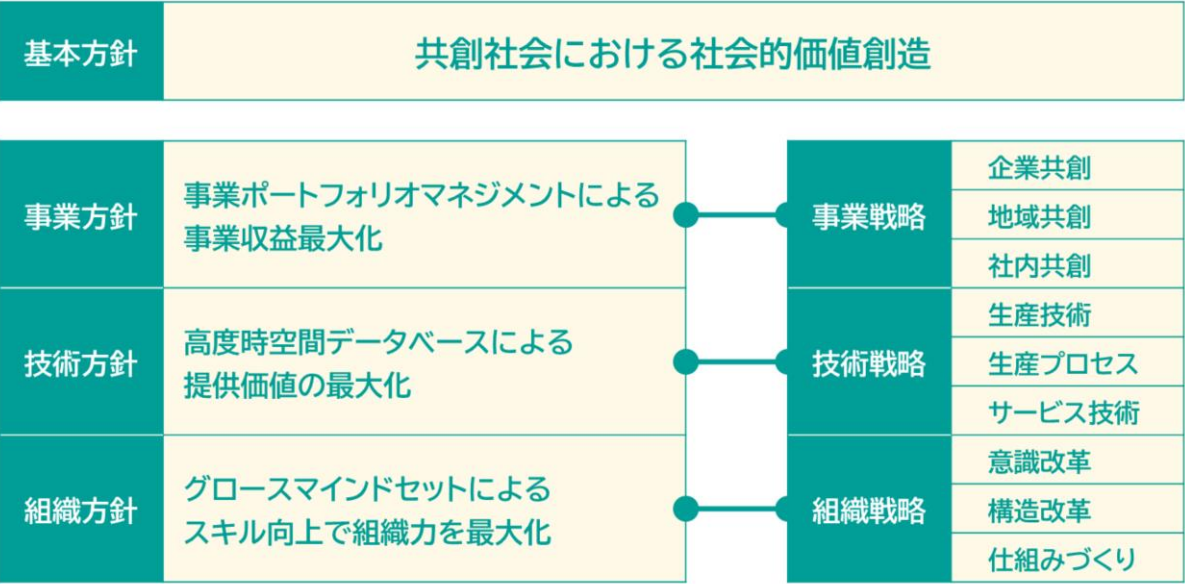
2) 基本方針

中長期経営計画	ZENRIN GROWTH PLAN 2030 (ZGP2030)
期 間	2026年3月期 ～ 2030年3月期 (5ヶ年)
	1st Stage 2026年3月期～2027年3月期 2nd Stage 2028年3月期～2030年3月期
基本方針	共創社会における社会的価値創造

名称を 中長期経営計画 ZENRIN GROWTH PLAN 2030
略称を ZGP2030 としております。

期間は 2026年3月期 から 2030年3月期 の 5ヶ年、
1st Stage を 2026年3月期 から 2027年3月期 の 2ヶ年、
2nd Stage を 2028年3月期 から 2030年3月期 の 3ヶ年としております。

基本方針は
「共創社会における社会的価値創造」です。



事業方針を「事業ポートフォリオマネジメントによる 事業収益最大化」とし、事業戦略を「企業共創」「地域共創」「社内共創」としております。

技術方針を「高度時空間データベースによる 提供価値の最大化」とし、技術戦略を「生産技術」「生産プロセス」「サービス技術」としております。

組織方針は「グロースマインドセットによる スキル向上で組織力を最大化」、組織戦略として「意識改革」「構造改革」「仕組みづくり」としております。

3) 定量目標

ZGP2030の定量目標を説明いたします。

ROE	収益性	資産効率	財務健全性
2027年3月期 目標 8% 2030年3月期 指標 10%以上	【EBITDA (EBITDA マージン)】 2027年3月期 目標 115億円 (16.9%) 2030年3月期 指標 150億円 (19.2%) 企業共創・地域共創活動による増収や ストック・ソリューションサービスへの シフトによりEBITDAを拡大	【総資産回転率】 2030年3月期 指標 1.0レベル 投資に見合う収益拡大で 2025年3月期(0.86)から さらに効率化	【財務レバレッジ】 2030年3月期 指標 1.5倍 (自己資本比率) 65% 財務健全性を維持しつつ 総還元性向100%を 目指した株主還元の実施

ZGP2030では、
ZGP25期間における投資回収を最優先課題と位置づけ
収益の向上に取り組んでまいります。

2027年3月期には、ROE 8%、
最終年度の2030年3月期では 10%以上 を目指します。

またROEを構成する要素として、
収益性、資産効率、財務の健全性を重視しておりますが、

収益性の指標としては、
実質的な稼ぐ力を表すEBITDAを採用し、
2027年3月期に 115億円、マージンは 16.9%
2030年3月期には 150億円、マージンは 19.2% を
目指します。

また、資産効率を改善させ、財務健全性を維持しつつ、
総還元性向 100%を目指した株主還元を実施いたします。

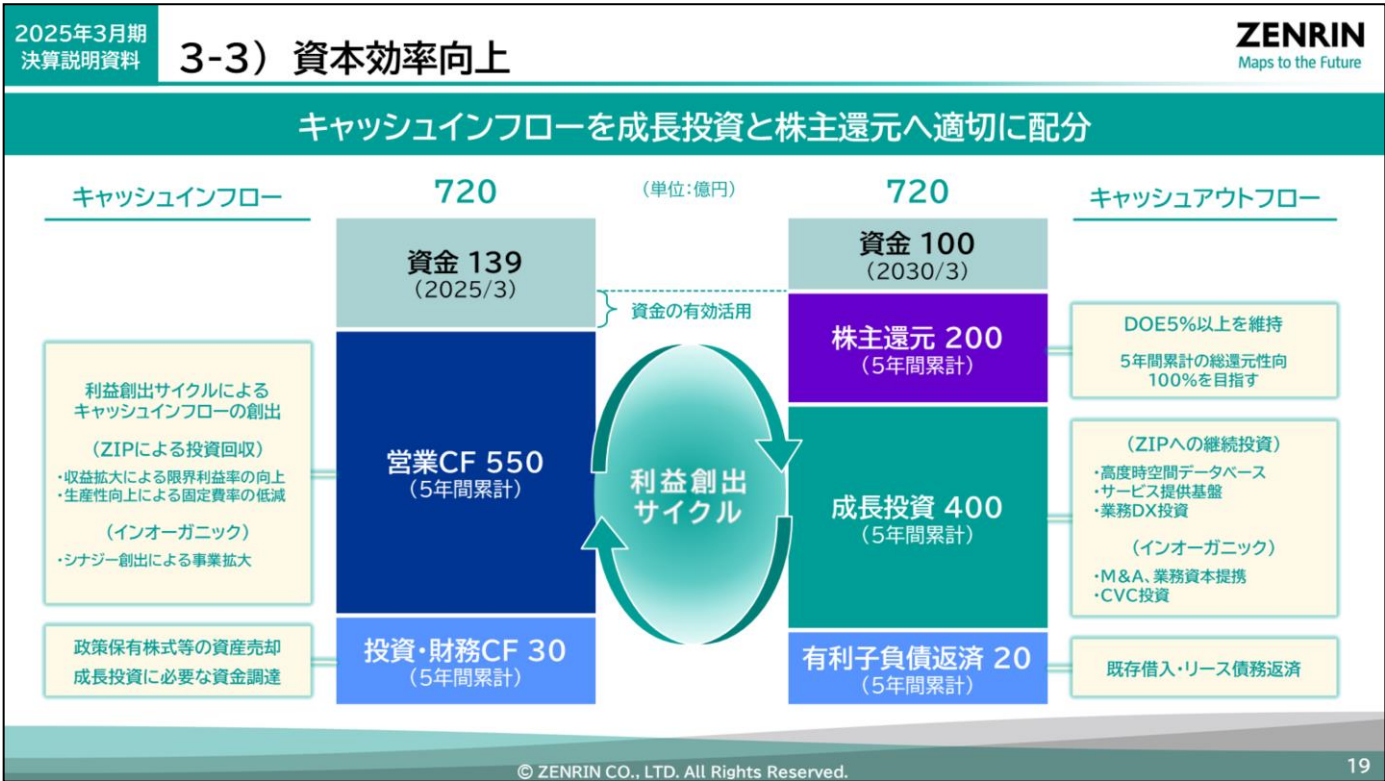
	ZGP25 最終年度	ZGP2030		
		1st Stage		2nd Stage
	2025年3月期 実績	2026年3月期 予想	2027年3月期 目標	2030年3月期 指標
売上高	643億円	655億円	680億円	780億円
EBITDA (EBITDAマージン)	95億円 (14.9%)	100億円 (15.3%)	115億円 (16.9%)	150億円 (19.2%)
(参考) 営業利益 (営業利益率)	39億円 (6.1%)	43億円 (6.6%)	55億円 (8.1%)	80億円 (10.3%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	26億円	30億円	40億円	60億円
ROE (自己資本当期純利益率)	5.3%	6.0%	8.0%	10%以上

続いて、業績面です。

5年後の最終年度までには環境変化も予想されますが、
1st Stageの2年間の目標値を設定しています。

1st Stage 最終年度の2027年3月期は、ROEを8%とし、
売上高は680億円、
EBITDAは115億円、
営業利益は55億円、
当期純利益は40億円を目標とします。

そしてZGP2030最終年度の2030年3月期の指標は、
ROEを10%以上とすべく、
売上高は780億円、
EBITDAは150億円、
営業利益は80億円、
当期純利益は60億円としております。



3-4) 株主還元

中長期経営計画における利益成長に基づき
安定的・継続的な配当の実施に加え、機動的な自己株式の取得を実施

DOE

5%以上を維持

総還元性向

5年間累計で100%を目指す

株主還元の内容となります。

株主還元の目標値は、
先のスライドで説明のとおり、

DOEは 5 %以上を維持し、
総還元性向は 5 年間累計で 1 0 0 %を目指してまいります。

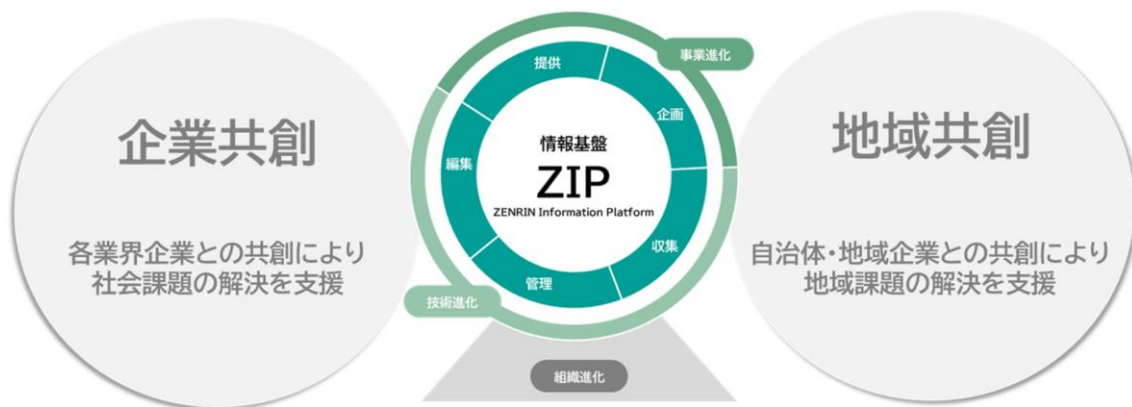
4) 事業方針

事業の方針について、ご説明いたします。

4) 事業方針

事業方針 事業ポートフォリオマネジメントによる事業収益最大化 事業戦略 企業共創 地域共創 社内共創

共創活動による課題解決・利用価値の創出を通じて、社会的価値を創造する



© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.

22

事業では、事業方針と事業戦略に基づき、
共創活動による課題解決と利用価値の創出を通じ、社会的価値の創造を行います。

企業共創活動により、特定企業とのパートナーシップを強固にし、
産業における業界課題解決を支援し、業界単位で顧客基盤を拡大してまいります。

また地域共創活動により、自治体・地域企業と地域課題解決に取り組んでいくことで、
新たな顧客リレーションを構築し、地域の顧客基盤を拡大してまいります。

これら共創活動は、ZGP2030の中核となる戦略です。
各領域でプロジェクト体制を組織し、全社組織横断型でプロセス設計から拠点変革、
実行管理までを行い、強力に取り組みを進めております。

4) 事業方針（事業区分）

事業区分	事業概要
プロダクトソリューション 〈PR〉	企業向けに住宅地図データをはじめとする汎用性の高いサービス・商品の提供
マーケティングソリューション 〈MS〉	調査・分析・企画・制作・販促展開・効果検証など 一連のマーケティング施策を標準化したトータルサービスの提供
公共ソリューション 〈PU〉	省庁や自治体の業務基盤のデジタル化や、市民サービスの質向上を支援する サービス・商品の提供
インフラソリューション 〈IF〉	業界別バリューチェーンに最適化した位置情報トータルソリューションの提供
モビリティソリューション 〈MB〉	移動に関わる空間情報・サービスを自動車関連企業に提供

© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.

23

事業ポートフォリオです。

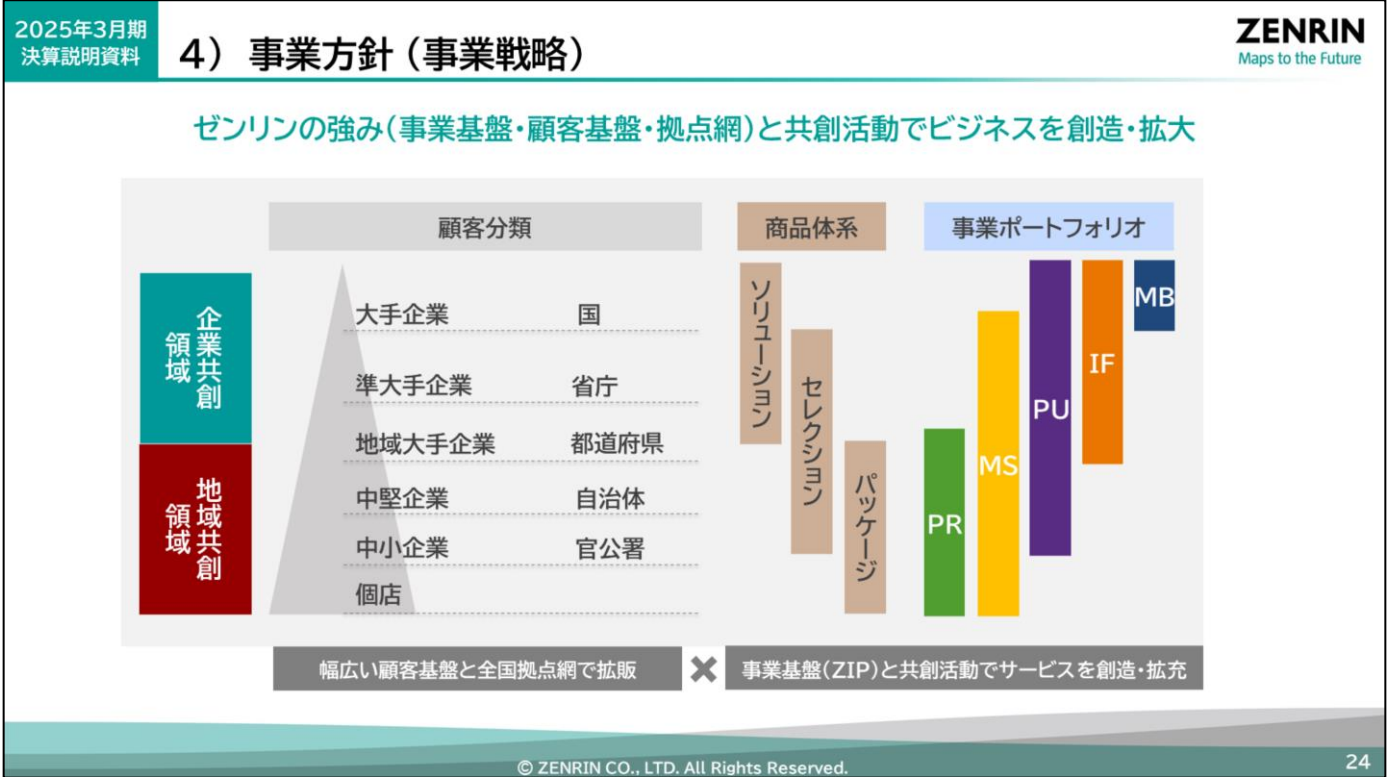
ZGP2030の事業区分は、内外環境の変化により、
顧客軸・商品軸の両面から再定義し、最適化を行いました。

プロダクトソリューション事業、	略称はPR
マーケティングソリューション事業、	略称はMS
公共ソリューション事業、	略称はPU
インフラソリューション事業、	略称はIF
モビリティソリューション事業、	略称はMB

の5つを事業区分とし、各事業本部で事業戦略を策定します。

事業戦略の実行は、各事業本部と、
地域の事業活動を担うエリアソリューション本部が連携して、
効率的に顧客へアプローチできるよう事業を推進します。

事業の概要は後ほど説明しますが、
全ての事業において、事業基盤であるZIPを活用し、
顧客のDXを支援し、ビジネスや社会課題の解決に貢献して参ります。



事業戦略の概要です。

ゼンリンの強みである事業基盤・顧客基盤・拠点網を活用し、ZIPを活用した商品群と 共創活動により、ビジネスを創造し、収益を拡大していきます。

まず、企業共創、地域共創の顧客領域で、ゼンリンの豊富な顧客基盤を再分類します。既存顧客とのビジネス機会を深掘りするとともに、新規顧客とのビジネスの可能性を洗い出します。

そして各事業戦略に基づき、ZIPを活用した「ソリューション」「セクション」「パッケージ」を企画開発します。これら商品群を、業界企業の線と、地域における面で、網羅的に共創活動を推進することで、企業と地域の顧客基盤を拡大します。

4) 事業方針（商品体系）

ソリューション

個々の顧客向けに
カスタマイズしたサービスの提供

- 顧客の課題を解決する業務アプリケーションの開発受託、業務受託
- 時空間データベースから常に最新のデータとデータ活用機能をAPIで提供



パッケージ

位置情報コンテンツと汎用的な業務機能を
パッケージにして提供

- 商品例:「ZENRIN GIS パッケージ」シリーズ
- 業種・業務毎に必要な地図情報や便利な機能をパッケージにしたクラウド型の地図サービス



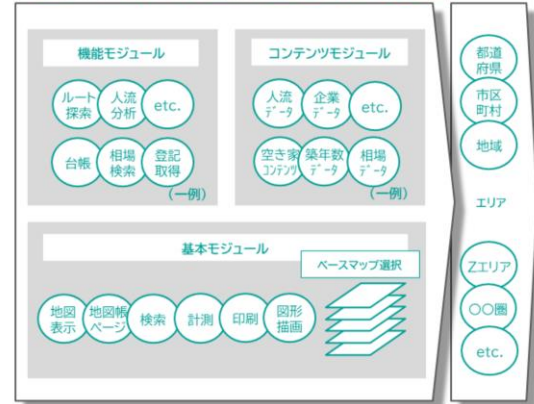
セレクション

顧客課題に合わせて、部品化された汎用機能とコンテンツを
セレクトし、組み合わせて提供

- 顧客の要求に迅速・柔軟に対応できるセレクト型サービス

(サービスイメージ)

個々の顧客の課題に合わせ
地図(ベースマップ・エリア選択等)・機能・コンテンツをセレクト



ここで共創活動で重要となる、商品体系の考え方を説明します。

ソリューションは、個々の顧客要件にカスタマイズしたサービスを提供します。

時空間データベースから常に最新のデータと、データ活用機能をAPIで提供し、顧客の課題を解決する業務アプリケーション開発・運用から、作業の受託まで、様々な商材を組合せてサービスを構築します。

開発規模が大きく、様々な事情により独自の要件が多い大手企業向けのビジネスが中心となります。

これらソリューションが標準化され、業界・業務の要件が明確になり、ある程度の市場が見込めれば、パッケージ商品が開発できます。

パッケージは、位置情報コンテンツと汎用的な業務機能を標準的なサービスとして提供します。

客単価は大きくはありませんが、
カスタマイズリソースが不要なため、
ヒット商品となれば収益の源泉となります。

主に地域の中小企業、個店向けのビジネスが中心となります。

このソリューション、パッケージ商品は
ZGP25でも取り組んでいましたが、
ZGP2030では、
新しいセクション領域の商品開発に注力します。

セクションは、顧客課題に合わせて、
部品化された汎用機能とコンテンツをセレクトし、
組み合わせて提供する仕組みです。

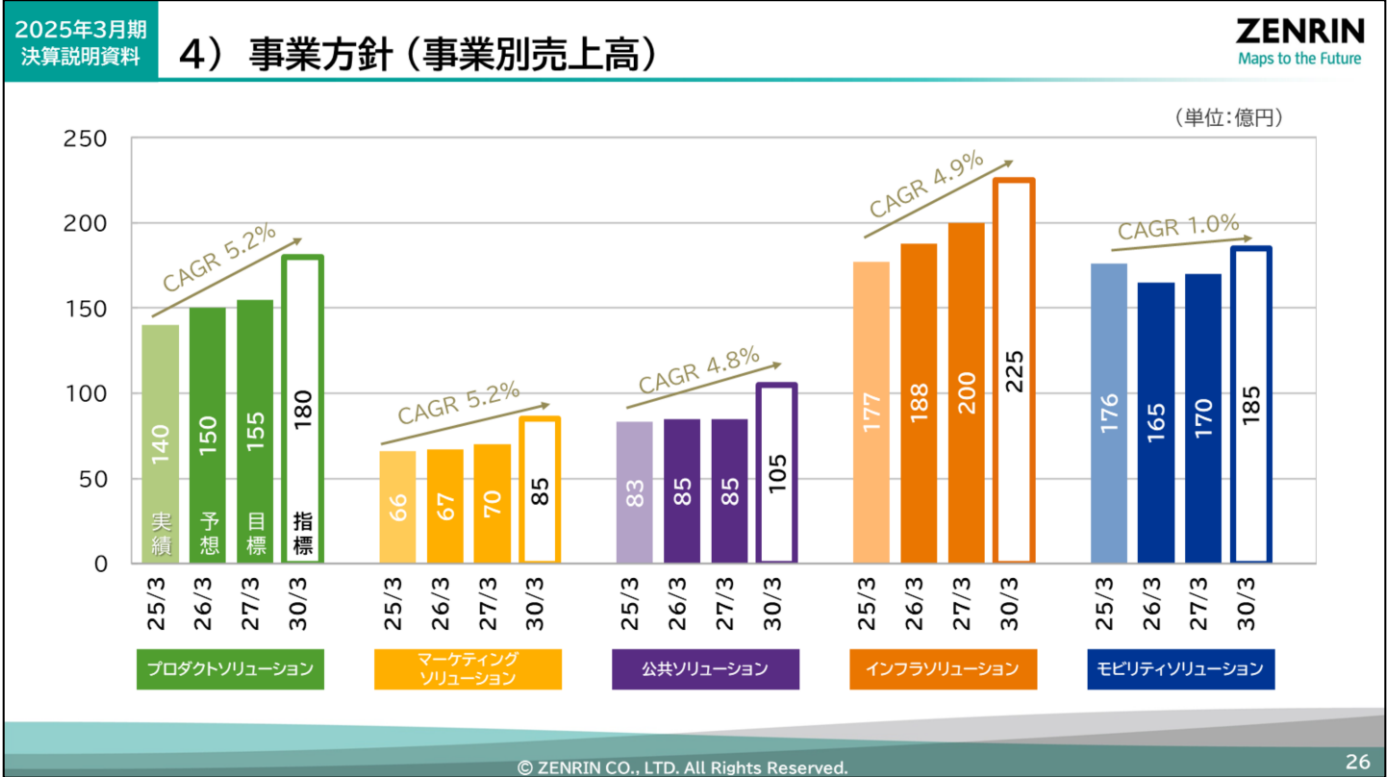
例として、基本モジュールには基本機能があり、
顧客の用途や必要な情報に応じたベースマップの種別が
選択可能です。

基本モジュールに機能モジュールとコンテンツモジュール、
必要なエリア要件を組合せ、顧客ニーズに最適化した
サービスパターンを生成し、提供します。

メリットは、導入コストとリードタイムです。

業界や業務に合わせ、
用途に対する組合せパターンを増やすことで、
売りやすい・買いやすいを実現し、地域や企業の市場で
対応できていなかったニーズをキャッチアップします。

まずは中堅企業や自治体向けのビジネスが中心になると
考えています。

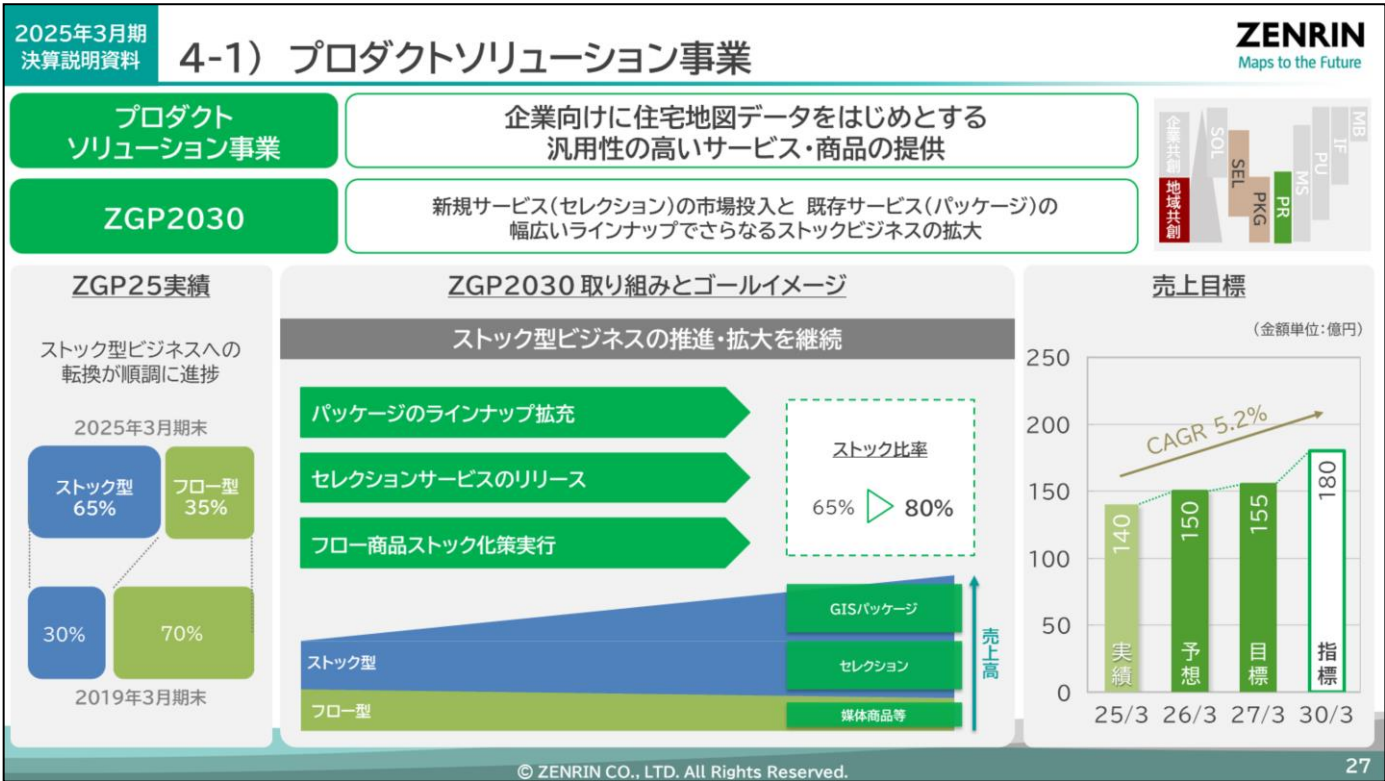


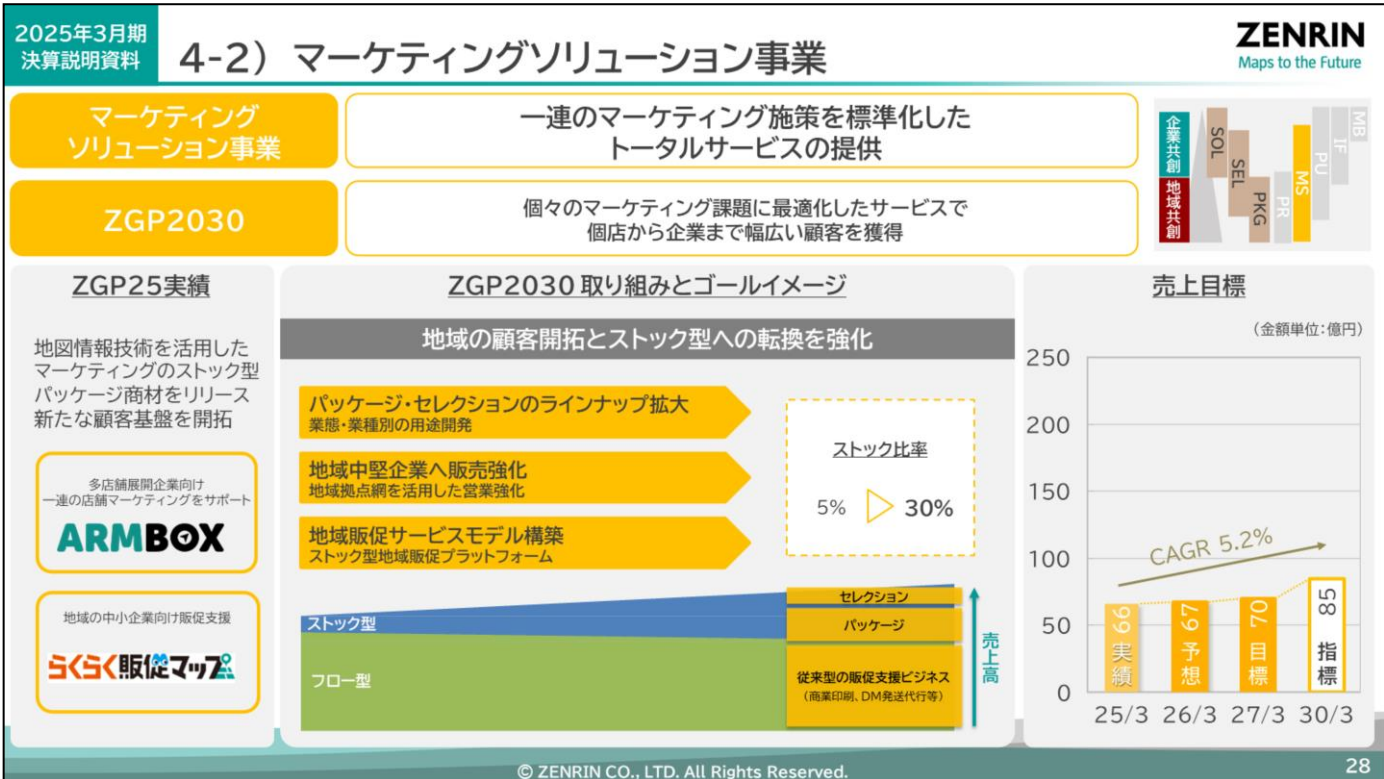
事業別の売上高の計画です。

地域共創活動を中心としたプロダクトソリューション、
マーケティングソリューション、
公共ソリューション、

そして企業共創活動そのものであるインフラソリューションは、
年平均で約 5 %前後の成長を計画しています。

モビリティソリューションは、
100年に一度の変革期を迎えている自動車産業の中、
次世代モビリティサービスの市場形成に向けた
意志ある踊り場になるとみて、
年平均 1 %程度の成長としています。





【マーケティングソリューション事業】

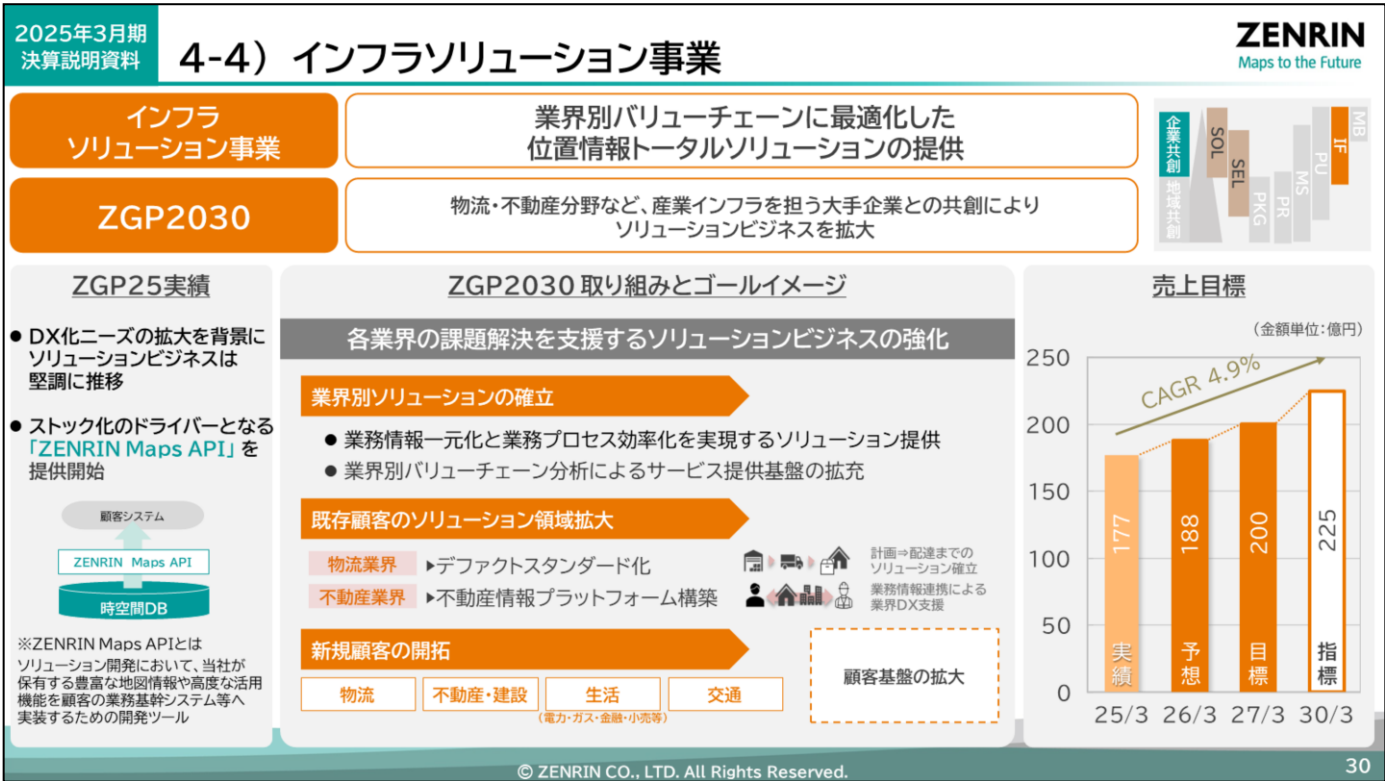
一連のマーケティング施策を標準化したトータルサービスを提供していきます。
パッケージ、セレクト、ソリューションを隈なく網羅し、
地域共創領域、企業共創領域で活動いたします。

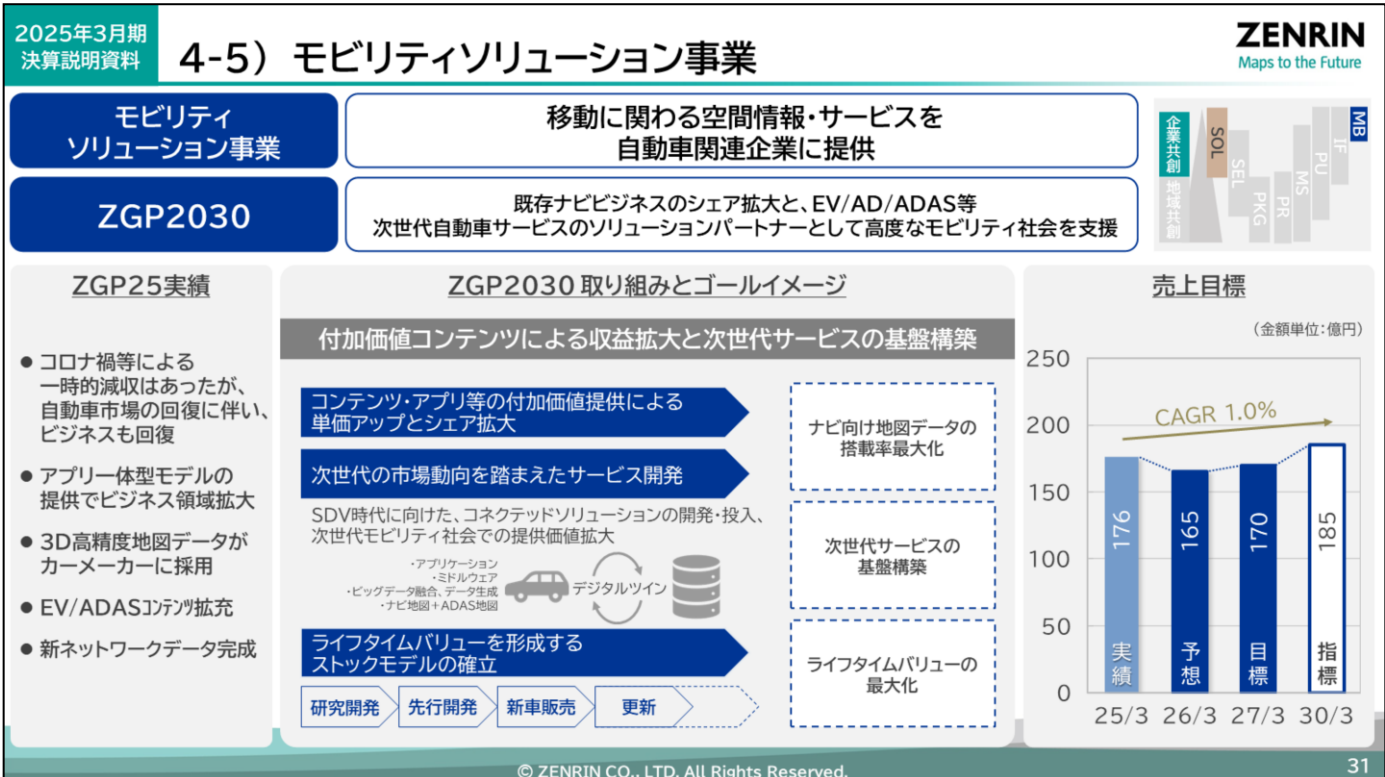
ZGP2030では、個々のマーケティング課題に最適化したサービスで
個展から企業まで幅広い顧客を獲得してまいります。

ZGP25では、ARMBOX、らくらく販促マップという商品を
リリースし、展開してまいりました。

ZGP2030では、地域の顧客開拓とストック型への転換を強化し、
パッケージ・セレクトのラインナップの拡大、地域中堅企業への販売強化、
地域販促サービスモデルの構築を行うことで、
業態・業種別の用途開発、地域拠点網を活用した営業の強化、
ストック型地域販促プラットフォームを目指していきます。

ストック比率5%から30%を目標とし、
売上目標は2030年3月期 85億円を指標といたします。



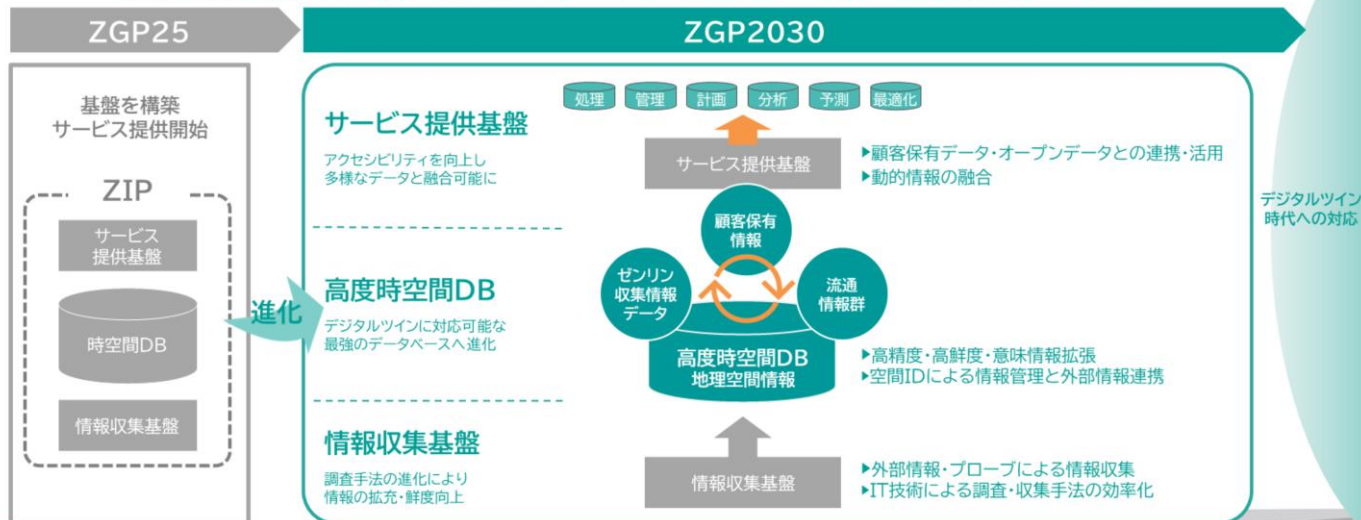


5) 技術方針

技術方針です。

技術方針 高度時空間データベースによる提供価値の最大化 技術戦略 生産技術 生産プロセス サービス技術

顧客の利用価値を創造する技術戦略 ～デジタルツインに資する技術基盤への進化～



© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.

33

技術は、技術方針と技術戦略に基づき、
顧客の利用価値を創造する技術戦略を実行します。
デジタルツインに資する技術基盤への進化を目指していきます。

ZGP25では、ZIPの各基盤を構築し、サービス提供を開始しました。

ZGP2030では、これら基盤をさらに進化させ、現実世界を再現する
デジタルツインの実現を目指し、更に高度化させていきます。

情報収集基盤は、収集ツールのIT化・自動化だけでなく、
外部情報やプローブ情報からの効率的な情報収集手法を確立していきます

時空間DBは、更なる精度・鮮度、意味情報の拡張を行い、
空間IDによる外部情報との連携により、
デジタルツインに資する高度時空間DBへ進化させます。

サービス基盤は、ユーザビリティを開発方針とし、顧客情報やオープンデータ、
動的情報と連携し、空間情報を利用価値に変えるサービス開発を行います。

新会社「GOドライブ株式会社」に参画

～ ビッグデータを活用した高度時空間データベースの更新効率化・鮮度向上、ビッグデータを活用したビジネス開発を推進 ～

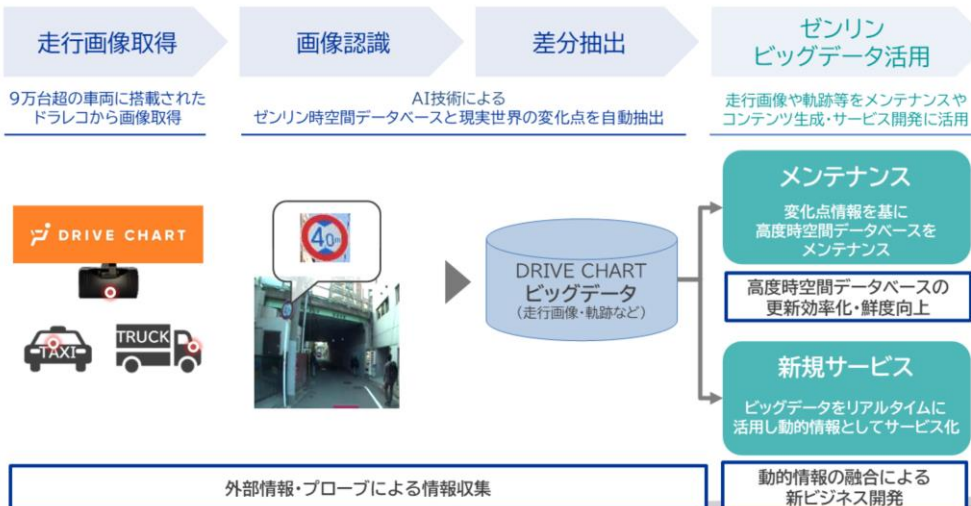
2025年5月26日リリース要旨

GOドライブ株式会社

2025年8月1日設立予定



- タクシー事業者等向け配車システム提供などモビリティ関連事業を行うGO株式会社が、会社分割により、新会社「GOドライブ株式会社」を設立、ゼンリン・東京センチュリーが資本参加予定。
- 事故削減支援を行う次世代AIドラレコサービス『DRIVE CHART』や、同サービスで収集したビッグデータを活用した道路情報の自動差分抽出プロジェクト等を新会社に承継。
- ゼンリンは、今回の出資・事業連携により、『DRIVE CHART』を活用した当社高度時空間データベースの更新効率や鮮度向上の取り組みを推進。
- また、『DRIVE CHART』より収集されたビッグデータの活用など、各社のアセットを活かした新たなビジネスを開発。



© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.

34

これらの技術の取組み、及び企業共創活動の一例として、
「GOドライブ」の設立がございます。

当社DBを活用頂いている、ドライブチャートという高性能なAIドラレコにより、
交通安全を支援し、社会課題を解決しながら、
9万台ものトラックやタクシーがセンサーとして常に街中を走り回ること、
リアルタイムな空間情報が収集されます。

物流や移動の安全性確保に向け、ドライブチャートの普及台数は、
更に増加すると考えています。

これらビックデータを、地図情報メンテナンスに活用するだけでなく、
様々な新規サービスやコンテンツ生成に活用ができると考えています。

まさにデジタルツインを実現する大きな一手と位置付けています。

GOさん、東京センチュリーさんと一緒に、
「GOドライブ」の取組みを加速してまいります。

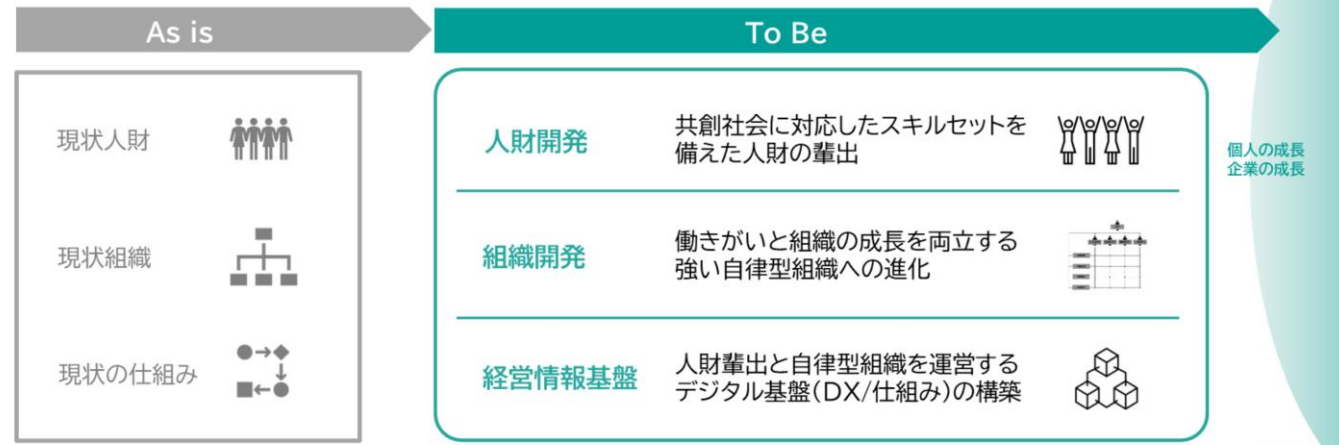
6) 組織方針

組織方針です。

6) 組織方針

組織方針 グロースマインドセットによるスキル向上で組織力を最大化 組織戦略 意識改革 構造改革 仕組みづくり

多様な人財が能力・資質・経験を組み合わせることで、
メンバー間の心理的エネルギーを高める組織へ



組織は、組織方針と組織戦略に基づき、
多様な人財が能力・資質・経験を組み合わせることで、
メンバー間の心理的エネルギーを高める組織構築を推進します。

地域共創、企業共創、サービス技術、ビックデータ活用など、
新たな取り組みを推進する為には、人財育成と自律的組織が必要です。

人財開発では、
共創社会に対応したスキルセットを備えた人財育成を行います。

組織開発では、
働きがいと組織の成長を両立する強い自律型組織を目指します。

経営情報基盤では、
人財輩出と自律型組織を効率的に運営するために、
デジタル基盤（DX/仕組み）を構築します。

個人の成長と、企業の成長が連動する、仕組み作りを行ってまいります。

ZENRIN

Maps to the Future

株式会社ゼンリン <https://www.zenrin.co.jp>

IRお問い合わせ先 zenrin-ir@zenrin.co.jp

会社説明資料 https://www.zenrin.co.jp/ir/pdf/corporate_profile.pdf