

【別紙1】原則 3-1-(i) 及び補充原則 3-1-3: 経営理念や経営計画・経営戦略

ゼンリンググループの目指すサステナビリティ経営について

◆サステナビリティ経営の基本方針

当社グループは、「知・時空間情報の創造により人びとの生活に貢献します」を企業理念としています。当社グループの事業はその性質上、社会と密接なつながりを持ち、高い公共性を有していることから、位置情報の活用により社会課題の解決や安全・安心な社会の実現に貢献することが、私たちの社会的責任・公共的使命であると考えています。

この企業理念に則り、創業以来、地図業界のリーディングカンパニーとして、情報の提供を通じて社会に新しい価値を提供するとともに、地域社会の発展に寄与し、環境保全活動にも積極的に取り組むなど、その社会的責任を果たすべく努めてまいりました。

今後も、当社グループの経営理念体系、企業行動憲章として定めたこれら活動方針は変わることなく、サステナビリティ課題への取り組みと経営の統合をより一層推進することにより、事業活動を通じてサステナブルな社会の実現に貢献するとともに、経営・事業におけるサステナビリティを強化し、持続的な成長と中長期的な企業価値向上を目指します。



+

ゼンリンググループ企業行動憲章

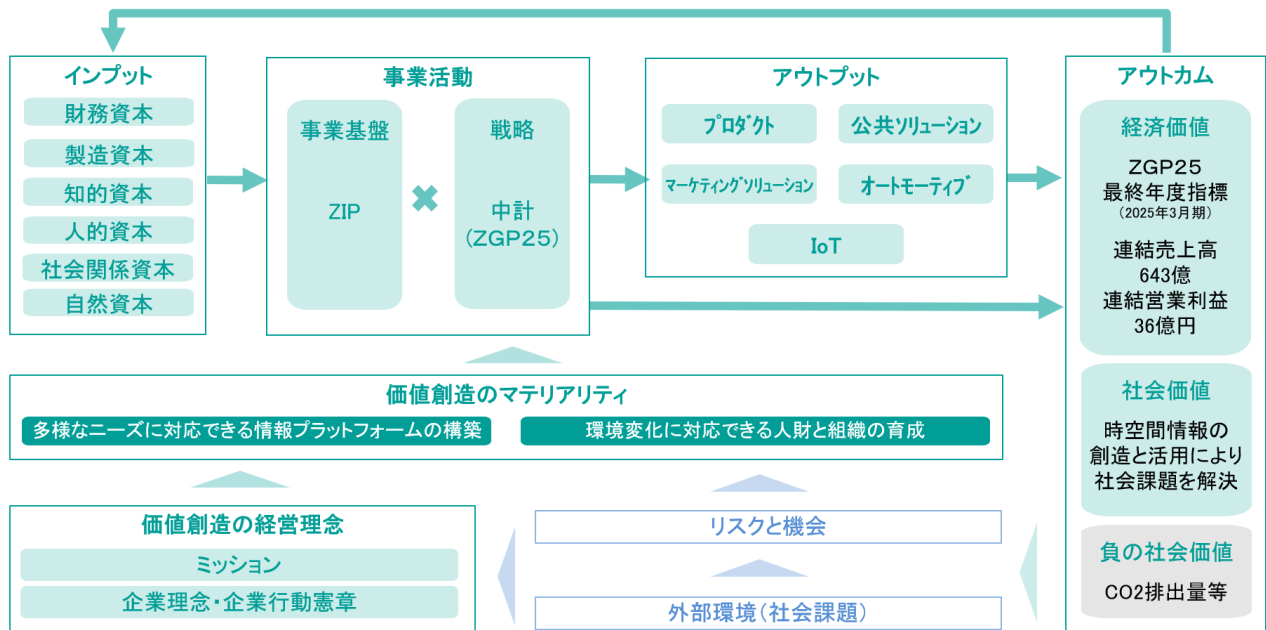
「ゼンリンググループ企業行動憲章」は全 13 条からなり、「事業活動」「従業員との関係」「社会との関係」に関して、コンプライアンス、環境への配慮など、当社が遵守・実践すべき項目を規定しています。また行動憲章を具体化し、社会的責任を果たすための行動基準として、73 項目からなる「ゼンリンググループ行動基準」を定めています。

◆サステナビリティ経営の推進体制

当社経営戦略の推進、監督の体制は、コーポレート・ガバナンスに関する報告書Ⅱの2.「業務執行、監査・監督、指名、報酬決定等の機能に係る事項（現状のコーポレート・ガバナンス体制の概要）」に記載のとおりです。サステナビリティ課題への取り組みも、経営計画の中で目標・指標を設定し、当体制によりPDCAを実践していきます。

◆サステナビリティ経営を実現する価値創造プロセス

当社グループは、保有する財務・非財務の資本を有機的に活用し、中長期経営計画で重要課題を実践することにより、持続的な成長と新たな価値創造及び社会課題の解決への貢献に取り組んでいます。以下、価値創造の各プロセスについて説明します。



※ ZIP:ZENRIN Information Platform。情報の収集から整備、提供までを一貫して行う独自の情報プラットフォーム

※ ZGP25:中長期経営計画 ZENRIN GROWTH PLAN 2025

◆サステナビリティ経営の背景（価値創造プロセスに影響及ぼすリスクと機会）

当社グループは、取り巻く外部環境の正確な把握に努めるとともに、そこから生まれるリスクや機会を分析し、当社グループが社会とともに継続的に成長していくために優先的に取り組むべき重要課題を特定しています。

外部環境認識	リスク	機会
気候変動	・対応遅れによる企業価値毀損、事業継続危機	・適切な対応により企業価値/信頼性/事業継続性向上 ・新サービス(付加価値)の創出
技術革新	・対応の遅れによる競争力低下 ・参入障壁の低下による競争激化	・IoTの発展による位置情報ニーズの高まり ・新たな技術(外部連携含む)による事業プロセス効率化、新サービスの創出
経済/政策の変動	・パンデミックによる景気後退 ・働き方改革、金融・税制改革、個人情報保護法等の影響	・ニューノーマルにおける新サービスの創出 ・規制緩和、法整備等による新事業推進(ドローン、自動運転等)
人口動態 (地域格差/少子高齢化)	・地方の衰退 ・市場縮小 ・人材確保の競争激化、スキルミスマッチ	・位置情報を活用した地域活性化支援サービスの創出 ・人材/組織改革による生産性向上と企業活性化
当社グループのコアコンピタンス		当社グループの課題
・情報収集力、データベース整備技術によって培った、豊富な位置情報データベース (高品質な商品・サービスによる位置情報関連ビジネスでの競争優位性。住宅地図、カーナビデータはシェアトップ) ・幅広い顧客基盤 (官公庁自治体から民間のあらゆる業界全般)		・多様なニーズに対応可能な位置情報の進化(深化)とサービス提供の仕組み ・固定費率低減の一環としてのデータベース整備の効率化 ・ニーズの多様化に対応する体制構築 (技術/人材の獲得、組織生産性の向上)

リスク低減と機会創出の取り組み	
事業基盤強化	・外部環境の変化、多様なニーズに対応できるデータベース基盤と提供基盤の構築 ・積極的な外部連携による技術力の強化 ・最新技術の導入によるデータベース整備の効率化
経営基盤強化	・変化に対応できる人材の育成(人材開発体制の強化) ・多彩な人材がイキイキと活躍できる職場環境づくり (中途採用含むダイバーシティの推進、働き方改革、従業員福祉の拡充) ・最適な経営管理プロセスの運用

価値創造のマテリアリティ

◆価値創造のマテリアリティ（価値創造プロセスにおける重要課題）

当社グループが社会とともに持続的に成長し、中長期的な企業価値向上の実現に向けてビジネスモデルを持続・発展させる為に、優先的に取り組むべき重要課題を「価値創造のマテリアリティ」と位置付けています。

マテリアリティは、経営理念体系、コアコンピタンス、当社グループを取り巻く事業環境やサステナビリティ等の社会課題、そこから導かれるリスクと機会、そして投資家との対話を踏まえ、当社グループの中長期にわたる価値創造に影響を及ぼす課題を特定し、中長期経営計画（ZENRIN GROWTH PLAN）の基本方針として取り込み、実践しています。

価値創造のマテリアリティ	
● 社会の多様なニーズに対応できる情報プラットフォームの構築	（事業基盤の強化）
● 環境変化に対応できる人財の育成と組織の構築	（経営基盤の強化）

当社グループは、社会インフラとしての時空間情報の創造と活用により社会に貢献し続けていくことが、経営理念体系「ZENRIN WAY」で示す当社グループの存在意義であると考えています。

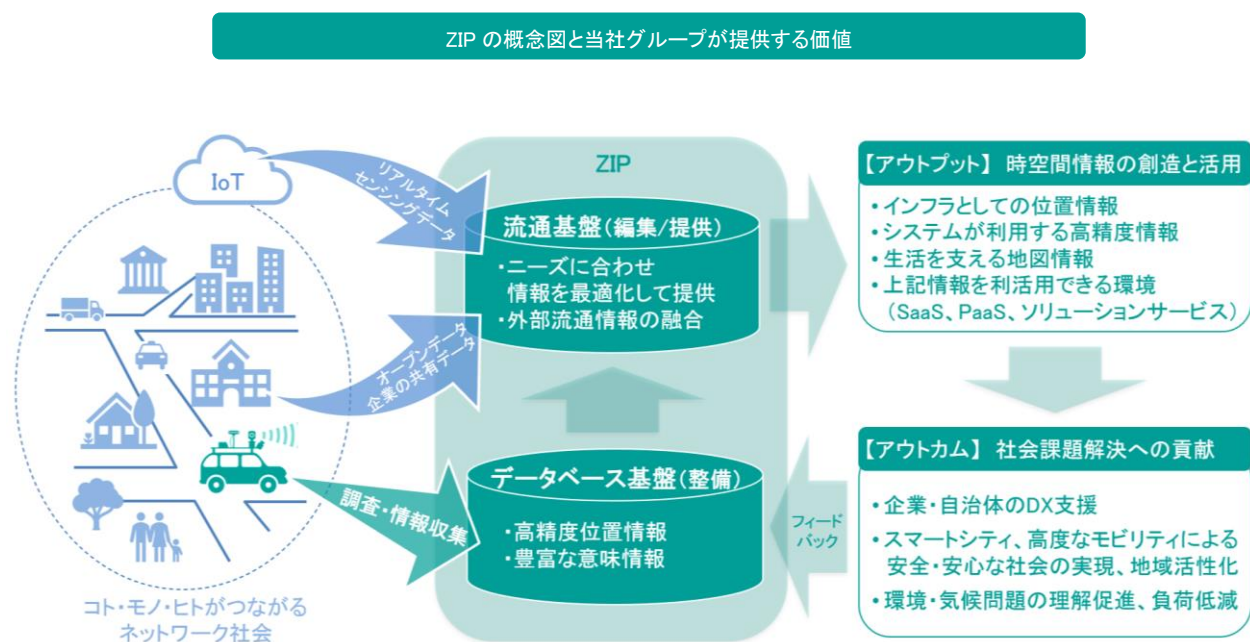
近年、位置情報関連サービスのニーズは、高度化・多様化しながら拡大し続けており、社会課題の解決においてもその重要性が増えています。一方で、ヒト・モノ・コトが複雑に繋がるネットワーク社会の発展に伴い、世の中には数多くの情報が流通し、必要な情報を正しく素早く手に入れることがますます難しくなっています。

このような環境の中、当社グループのコアコンピタンスである情報収集力とデータ整備技術により、位置情報を価値ある社会インフラとして整備し、容易に利活用できる環境を提供することで、ビジネスの支援、社会課題の解決に貢献していくことが、当社グループのミッションであり、社会からも期待されている役割だと認識しています。

このミッションを価値創造のプロセスの中で継続的に実行していくためには、情報の収集から整備、提供までを一貫して行う独自の情報プラットフォーム「ZENRIN Information Platform（以下、ZIP）」の不断の進化と、それをスピードをもって実現するための経営基盤である人財の育成・組織の構築が、必須の要素であると考えています。

《進化する ZIP で社会とともに成長する企業を目指す》

ZIP は、当社グループの事業基盤である情報プラットフォームです。あらゆる手段で収集した情報をデータベースとして整備し、各商品・サービスの利用用途に応じて編集、提供する一連の仕組みです。この ZIP により、生産性向上とコスト削減を図りつつ、お客様の多様なニーズに対応しています。現在、AI 等を活用したデータベース整備の効率化や情報を最適化する編集機能の向上など、ZIP の進化による事業基盤のさらなる強化に取り組んでいます。将来的には現実世界のあらゆる情報をリアルタイムで収集し、現実世界を仮想空間に再現する「デジタルツイン」の実現など、変化する社会の要求に迅速に対応し、企業価値向上とサステナブルな社会の実現に貢献する事業基盤及び市場環境の変化に対応した新たなビジネスモデルの構築を目指しています。



◆中長期経営計画 ZENRIN GROWTH PLAN 2025

目指す姿の実現へ向けて、当社グループでは、6 年の中長期経営計画「ZENRIN GROWTH PLAN 2025(以下、ZGP25)」(2020 年3月期～2025 年3月期)を 2019 年4月よりスタートしています。価値創造のマテリアリティをZGP25の基本方針に取り込み、具体的実践に繋げています。

《ZGP25 具体的取り組み》

マテリアリティ	ZGP25基本方針		具体的取り組み	社会課題解決への貢献
社会の多様なニーズに対応できる 情報プラットフォームの構築	ネットワーク社会における「量と質」の最適化 (位置情報と流通情報を最適化して価値創造)	(事業方針) ZIP の流通基盤で 利用最適化	・業務/業種など利用目的に適した情報の提供 ・流通基盤を活用した新たなサービスの創出 (クラウド型、API、外部流通データ連携等) ・ビジネスモデルの変革による収益基盤の強化 (フローからストック型ビジネスへ) ⇒ 各事業の取り組み(次頁)	・安全・安心な街づくり ・高度なモビリティ社会の共創 ・産業インフラの構築 ・地域社会の課題解決 ・教育/文化振興 ・環境/資源配慮 
		(生産方針) ZIP データベース基盤の 管理最適化	・高度地理空間情報 DB の構築 ・モビリティベースドネットワークの構築 ・QCDDS(Quality: 品質、Cost: 費用、Delivery: 納期、Diversity: 多様性、Scalability: 拡張性)の強化 ・環境に配慮した生産プロセス	・産業と技術革新の基盤づくり ・社会インフラとしての情報整備 ・環境/資源配慮 
環境変化に対応できる 人材と組織の育成		(機能方針) 多様な人材が イキイキと活躍できる 組織づくり	・人材開発の体系化 ・安心して働ける職場環境の創出 ・経営管理プロセスの徹底による効率的組織運営	・ダイバーシティの推進 ・ワークライフバランスの取組み ・成長支援 (研修、自己啓発支援等) ・その他従業員福祉の向上 

《ZGP25 実績と目標》

ZGP25では、2020 年3月期から 2022 年3月期までを1st Stage「ビジネスモデル変革時期」と位置づけ、ビジネスモデルの適切な使い分けによって顧客価値の増大と収益基盤の強化に取り組んでまいりました。後半の 2023 年3月期から 2025 年3月期の2nd Stage では、「ビジネスモデル具現化」の為、位置情報と流通情報を最適化し、新たな価値を創造するための位置情報イノベーションに取り組んでおります。また、資本効率及び財務健全性のバランスを考慮しつつ、位置情報ビジネス分野への積極的な開発投資または効果的な M&A 等により、新規売上の創造や生産性改革を実現し、営業利益率を高めることを優先課題として、自己資本当期純利益率(ROE)の向上に取り組めます。

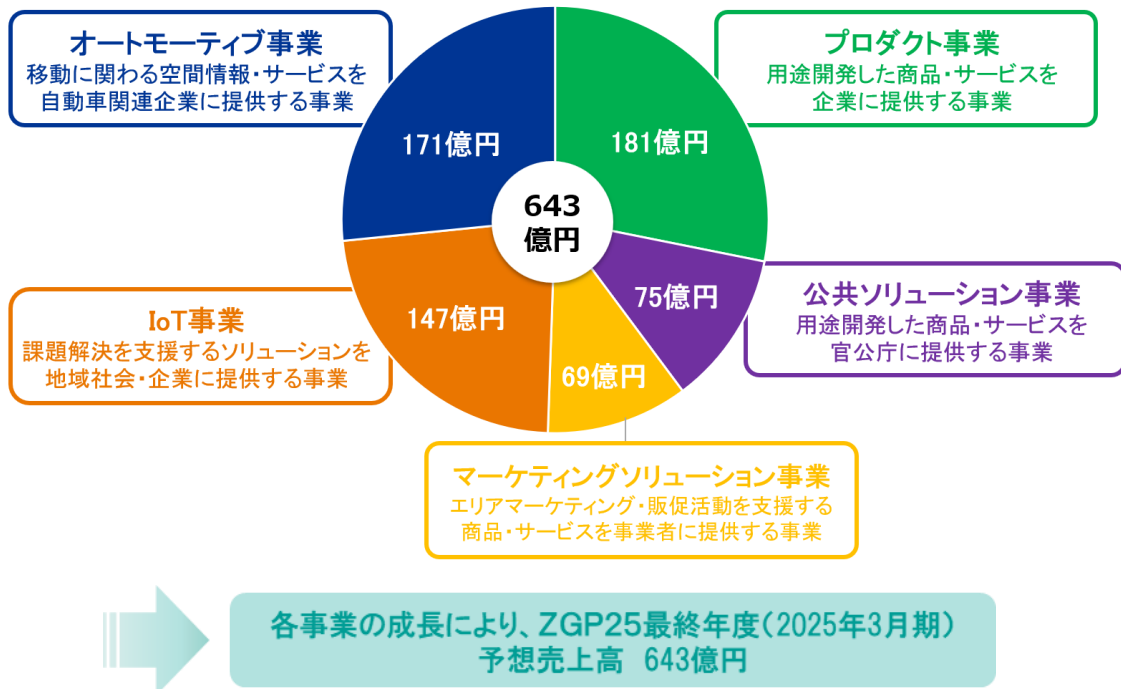
	ZGP25 1st Stage			ZGP25 2nd Stage		
	2020 年3月期 (実績)	2021 年3月期 (実績)	2022 年3月期 (実績)	2023 年3月期 (実績)	2024 年3月期 (実績)	2025 年3月期 (予想)
連結売上高	597 億円	572 億円	590 億円	589 億円	613 億円	643 億円
連結営業利益	33 億円	14 億円	26 億円	17 億円	19 億円	36 億円
連結営業利益率	5.5%	2.5%	4.5%	3.1%	3.2%	5.6%
ROE	6.6%	3.0%	8.1%	5.9%	4.4%	5.0%

(※各期実績については当社ウェブサイトに掲載しています。 <https://www.zenrin.co.jp/company/ir/>)

◆事業ポートフォリオ

ゼンリンググループが目指すのは、世の中のあらゆる地物を位置情報（データベース）として整備し、そのデータベースをユーザーにとって最適な形に加工編集して、提供するビジネスです。商品の形態や提供先によって、5つの事業に分かれていますが、上記の考え方は共通しています。中長期経営計画 ZGP25では、事業基盤となる ZIP の強化を図り、各事業において、新たなサービスの創出、強固な収益基盤を築くビジネスモデルの変革（フロー型からストック型ビジネスへ）を推進するとともに、サステナブルな社会の実現に向けて、社会課題の解決に取り組んでいます。

2025年3月期 事業別売上高予想



《ZGP25強化事業》

各事業を構成するビジネスのうち、下図の「新規ビジネス」「将来性」領域のビジネスが、収益基盤からのシフトも含めて、当社グループの今後の成長ドライバーになると考えています。ZGP25では、当領域のビジネスを推進するために必要な事業基盤の開発に重点的に投資を行います。（研究開発費：約 10 億円/年、設備投資費用（ソフトウェア開発）：約 40～50 億円/年）



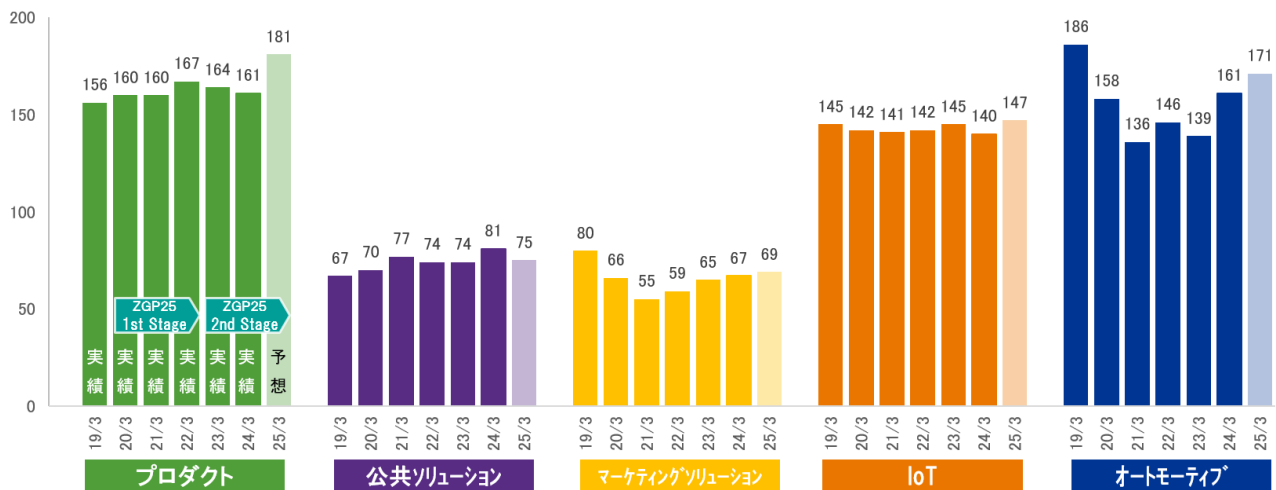
《ZGP25各事業の取り組み》

(※各事業詳細については、当社ウェブサイトで紹介しています。 <https://www.zenrin.co.jp/company/summary/business/>)

事業	ZGP25での主な取り組みと2nd Stage 目標	社会課題解決への貢献
プロダクト	・ストック型ビジネスの拡大とフロー型ビジネスの安定化で収益拡大 ⇒ストック型の売上比率:70%	・産業インフラ・システム整備(DX)に貢献する製品・サービスの提供 ・自然環境保護へ寄与する製品・サービスへのシフト
公共ソリューション	・フロー型ビジネスからストック型ビジネスへの転換と受託ソリューション構築による売上拡大 ⇒自治体のDX化を支援するソリューションビジネスの構築	・社会インフラ・システム整備(DX)に貢献する製品・サービスの提供 ・地域の防災減災への寄与
マーケティングソリューション	・地図情報技術の活用により新たなマーケティング市場を創造 ⇒地域の中小企業や個人事業主向け販促課題の解決により収益拡大	・中小個店事業におけるDX化支援 ・自然環境保護への寄与する製品、サービスの提供
IoT	・業界DXを支援する位置情報ソリューション企画とアライアンスビジネスの強化 ⇒「ZENRIN Maps API」を活用した業界別ソリューション強化による売上拡大	・産業インフラ・システム整備(DX)に貢献する製品・サービスの提供 ・高度なモビリティ社会実現への貢献
オートモーティブ	・ナビビジネスの安定とスマートモビリティビジネスの確立 ⇒ビジネス領域の拡大とADASコンテンツによる高付加価値化	-地域活性化、地域物流への貢献 -CO2 排出量削減に寄与する効率輸送 -自動運転/ADAS による交通事故防止、ドライバーの負荷軽減に寄与

《ZGP25事業別 実績と目標》

(金額単位:億円)

(※各期実績については当社ウェブサイトに掲載しています。 <https://www.zenrin.co.jp/company/ir/>)

◆価値創造の源泉となる経営資源

当社グループは、保有する財務・非財務の資本を有機的に活用することにより、新たな価値創造を図っています。

経営資源	方針・具体的取り組み・実績（数値は2024年3月期末時点・連結）			
財務資本 	利益成長及び資産効率向上による健全な財務基盤を維持し、中長期的な利益成長に基づいた株主還元（DOE：連結株主資本配当率3%以上）を行います。自己資本当期純利益率（ROE）を重要な経営指標のひとつと捉え、営業利益率の向上とともに資産の効率的活用を推進し、ROEの向上（10%以上）を目指します。また、フリー・キャッシュフローに留意した設備投資、成長分野への最適配分（M&A含む）を実施します。			
	純資産	493億円	総資産回転率	0.8回転
	総資産	754億円	財務レバレッジ	1.5倍
	自己資本	492億円	営業利益率	3.2%
	フリー・キャッシュフロー	21億円	ROE	4.4%
製造資本 	当社のコアコンピタンスである情報収集力・データ整備を支えるため、全国に情報収集の拠点をしています。生産（データベース整備・商品制作）については、グループ会社も含め、BCPも考慮した複数拠点体制を構築しています。			
	国内外拠点数（グループ会社含む）	97拠点	うち生産拠点数	16拠点
知的資本 	当社は、全国の住宅地図データを整備する唯一の企業であり、国内カーナビゲーション用データの提供でも市場シェアトップを維持しています。これら情報資産を整備、提供するための仕組みであるZIPの開発を中心に、年間50～60億円レベルの設備投資を継続しています。 また、位置情報イノベーションを加速させるため、他社との積極的連携や、最新の位置情報関連技術に関する研究開発にも取り組んでおり、2020年4月には、本社（北九州市）・東京本社及びグループ会社の研究開発拠点に加え、当社初となる産学官連携の研究・新規事業開発拠点「長崎 R&D ブランチ」を開設しました。 さらに、2021年1月に設立した当社初のコーポレートベンチャーキャピタル（CVC）1号ファンド、2023年4月に設立した2号ファンドやM&Aを活用してベンチャー企業の最先端技術や革新的なビジネスモデルとゼンリングループの経営資源の融合による新たな価値創造に一層取り組んでいます。 そして、当社グループの取り組みのなかで生まれた価値を知的財産権とするなど資産化・適正管理しながら、さらなる研究開発や他社との事業連携、地域・自治体共創など社会への還元をしていきます。			
	研究開発費	13億円	研究開発拠点（グループ会社含む）	5拠点
	設備投資額	50億円	CVCファンド総額（2024/4現在）	50億円
	うち無形固定資産投資額	45億円	特許権・実用新案権保有数	620件
	保有データ：全国市街地図データ、高精度地図データ、位置情報関連コンテンツ等			
	当社グループは、多様な人材が、活気溢れる組織でイキイキと活躍し、ステークホルダーに信頼される企業グループとなることを目指しています。人材の育成は価値創造のマテリアリティであり、適正な採用・育成・配置・評価制度の設計と安定運用、柔軟な働き方の浸透と快適な職場環境の維持、健康管理体制の構築等に取り組み、従業員のエンゲージメントレベル向上を目指します。 具体的な人材育成施策として、「一人ひとりが必要とする知識や能力に応じて自ら学び学ぶことができる環境を整え、自立して学び成長していく組織風土をつくる」事を目的とした教育・成長支援制度を導入しました（2019年4月～）。同制度は、「階層別研修（若手向け/マネジメント層向け）」、「選択型テーマ別研修（外部講座・通信教育等を自ら選択し受講）」、「選抜型研修（経営幹部候補育成プログラム）」の3本柱で構成されています。2021年4月には評価体系の見直しも行い、教育・成長支援制度と評価体系の連携を強化（個人や組織の成長に対する取り組みや成果を評価へ反映）しました。			
人的資本 	（※当項目の数値は当社単体）			
	従業員数	2,426名	新入社員採用数	39名
	期中採用者数	46名	障がい者雇用者数（雇用率）	51名（2.9%）
	日本国籍以外の従業員数	10名	女性管理職数（管理職に占める割合）	31名（8.5%）
	※多様性確保の取り組み（中核人材の多様性、人材育成方針、社内環境整備方針）については、コーポレート・ガバナンスに関する報告書Ⅰの1.「基本的な考え方」「補充原則2-4-1」に記載しています。			
社会関係資本 	当社の地図データは自治体・官公庁をはじめ、あらゆる業界のお客様にご利用いただいております。地図情報の更新や新たなサービスの提供を継続することにより、長期リレーションで強固な顧客基盤を築いています。また、全都道府県に拠点を設置し、事業活動を通じて、各自治体・地域事業者の皆様の地域活性化の取り組みや社会貢献活動を支援するなど、地域社会の一員として、地域社会との繋がりも大切にしています。			
	住宅地図データ利用自治体数	約1,000自治体	災害時支援協定締結自治体数	752自治体
自然資本 	当社は、事業活動における環境負荷軽減を目指し、エネルギー使用量・CO2排出量の削減、エコマーク取得、グリーン購入等、環境マネジメントに取り組んでいます。 2024年4月1日からは北九州市にある本社全館で使用する電力を、再生可能エネルギーへ切り替えました。これに伴い、2025年3月期の当社グループにおける温室効果ガス排出量を約15%削減できる見込みです。			
	温室効果ガス排出量（前期比）	6,659t-CO2（+378t-CO2）	住宅地図用 用紙購入量（前期比）	533t（▲31t）
	商品制作部門はISO14001:2004を2006年に取得			

◆価値創造プロセスにおける環境への配慮（負の社会価値への対応）～TCFD 提言にもとづく情報開示～

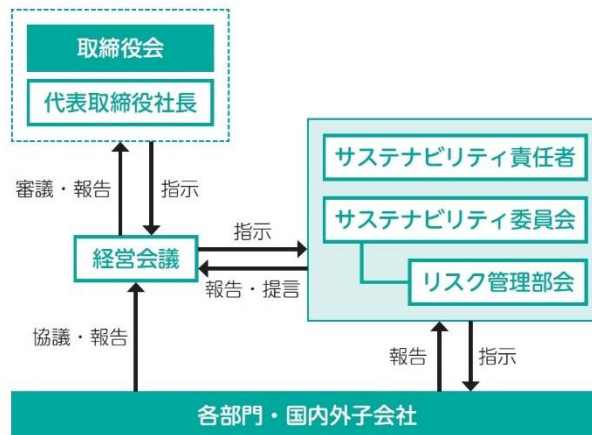
《環境理念》

当社グループは、「私達は、企業活動の全ての面で地球環境の保全に配慮して行動します」をスローガンに、企業活動と地球環境の調和をめざし、環境保全に積極的に関わり、良き企業市民としての社会的責務を果たしていきます。

《ガバナンス》

当社は、気候変動対応を重要な経営課題の一つとして考え、取締役会による監督の下、サステナビリティ委員会を中心とするガバナンス体制を構築しています。

サステナビリティ推進体制図



組織/担当		役割	活動頻度
組織	取締役会	・気候変動対応の最高監督機関 ・気候変動対応の基本方針・重要施策の決定、目標値の承認と進捗確認	定例開催 (月1回)
	経営会議	(構成メンバー: 業務執行取締役) ・気候変動対応に対する重要なテーマについての審議、取締役会への付議・報告	
	サステナビリティ委員会	(構成メンバー: 本部長・室長) ・気候変動対応を含むサステナビリティ活動の基本方針、行動憲章、行動基準の改訂案提案 ・各部門の気候変動対応に関する活動計画の集約、実施状況のモニタリング ・気候変動対応に関する重要なテーマについて審議 ・経営会議への審議案件上程、取締役会への報告	必要に応じて 適宜開催
	リスク管理部会	(構成メンバー: 各部門長) ・サステナビリティ委員会の下部組織。 定期レビューを含むグループ全体の統合的なリスク管理の推進	年2回 (臨時開催有り)
担当役員	代表取締役社長 竹川道郎	・取締役会及び経営会議議長 ・サステナビリティ推進体制の構築及び維持に関する最終責任者	-
	専務取締役 松尾正実	・サステナビリティ責任者及びサステナビリティ委員会委員長 ・代表取締役社長を補佐し、気候変動対応を含むサステナビリティ活動を統括 ・サステナビリティ委員会及びリスク管理部会相互の活動の調整及び統括 ・サステナビリティ委員会及びリスク管理部会の活動状況について、代表取締役社長に報告	-

《戦略》

気候変動は当社グループの事業にさまざまな影響を及ぼす可能性があります。適切な体制の整備と対応戦略の実践は、グループの競争力を高め、新たなビジネスの創造・拡大の機会にもつながると考えています。

気候変動がもたらす当社グループへの影響及びその対応戦略については、主に IPCC 報告書及び IEA のシナリオに基づき、最も影響が大きくなると考えられる「1.5℃または 2℃シナリオを達成するための移行プロセス」及び、「4℃シナリオに至った場合に発生する物理的変化」を中心に分析・検討を行いました。「1.5℃または 2℃シナリオ」の事業環境は、物理的変化は現在のレベルにとどまっていますが、抜本的な政策転換や技術革新による気候変動対策が強化されると仮定しています。「4℃シナリオ」では大きな政策転換が起こらず、結果として異常気象の激甚化等、人々や生態系に影響を与える物理的変化が発生している状況と仮定しています。）

シナリオ分析から抽出された重要度の高いリスク(機会)項目については、事業のレジリエンスを確保する戦略を策定・推進しています(下表)。いずれのシナリオにおいても、レベルは異なるものの、カーボンプライシング・BCP 対策などによる操業コスト増加や市場構造の変化が予想されますが、気候変動対策に貢献する次世代技術の進展と普及へ積極的に対応することができれば、位置情報サービスへのニーズがさらに高まり、事業機会を拡大していくことができると考えています。これは当社グループが現在取り組んでいる SDGs 等社会課題に対する取り組み(5 頁)とも整合するものです。今後も、継続的に外部環境、市場動向を注視し、戦略の PDCA を繰り返し実践することにより、レジリエンスの強化を図っていきます。

分類	気候変動に対するリスク・機会/財務的影響/対応策
移行（主に 1.5℃ 及び 2℃ シナリオを想定）	リスク カーボンプライシングの導入【中期～長期】 炭素税等、排出規制対応に要するコストなど、操業コストが増加する。 【財務的影響】 炭素税: GHG 排出量(2024 年 3 月期: 6,659t) × 炭素価格(2030 年: 140USD 2050 年: 250USD) ※「IEA World Energy Outlook 2023」NZE シナリオ(先進国) 【対応策】 Scope1～3 における GHG 排出削減の取り組み(⇒次頁「目標・目標」参照)
	リスク 機会 次世代技術の進展と業界・市場構造の変化【中期～長期】 脱炭素社会への移行に伴い、環境負荷を軽減し、新たなサービスを創造するデジタル技術の革新が続く。電力・交通・家庭をつなぐスマートシティなど次世代インフラの構築や企業の DX 化において、AI・IoT を活用した効率的な情報システムやビッグデータ分析のニーズが増加する。EV 化をはじめとする自動車産業の CASE 対応など、当社グループの事業と関わりの深い業界・市場構造もドラステックに変化する可能性。このような事業環境の変化への対応が遅れると、既存サービスの価値は陳腐化し、ビジネス喪失やシェア縮小を招く。逆に、積極的に新たな技術・ニーズに対応することができれば、当社グループの競争力が高まり、位置情報サービスの需要が拡大する機会へと転換することができる。 【財務的影響】 主にオートモーティブ事業の売上高(2024 年 3 月期: 161 億円、カーナビ国内市場シェア: 約 7 割)、IoT 事業の売上高(2024 年 3 月期: 140 億円)に影響 【対応策】 ・次世代インフラの基盤となる高度地理空間データベースの構築 ・高度なモビリティ社会実現へ貢献する事業の創出 (CO2 削減に寄与する効率的輸送ルート、EV 向けコンテンツ、MaaS・ドローンなど新たな効率的交通・輸送システムへの取り組み) ・自動車産業の構造変化への対応 (ZIP による(高精度)地図データの競争優位性確保、CASE に対応したサービスの開発) ・業務効率化によるコスト削減を行うとともに、事業への投資は、研究開発費: 約 10 億円/年、設備投資費用(ソフトウェア開発): 約 40～50 億円/年レベルを継続
	リスク 機会 ステークホルダーによる企業評価基準の変化【中期～長期】 ステークホルダー(投資家、顧客、取引先、人材)の ESG 評価基準の厳格化、情報開示請求拡大(特に環境関連)により、企業の取り組み姿勢が、企業価値、資金調達コスト、ビジネスパートナーの選定(特に公共ソリューション事業、オートモーティブ事業に影響)、リクルート等に影響を与えることになる。 【財務的影響】 ・自治体・官公庁の調達条件(ESG 評価)が充足できない場合: 公共ソリューション事業の売上高(2024 年 3 月期: 81 億円)に影響 ・自動車関連企業の取引先選定基準(ESG 評価)が充足できない場合: オートモーティブ事業の売上高(2024 年 3 月期: 161 億円、カーナビ国内市場シェア: 約 7 割)に影響 ・株価が 1% 下落した時の時価総額への影響額: 約 4.9 億円(2024 年 3 月末の発行株式数、株価で算定) ・人材確保のためのコスト増加 【対応策】 ESG(サステナビリティ)の取り組み及び情報開示の強化 (サステナビリティ委員会の設立)
物理的変化（主に 4℃ シナリオを想定）	機会 防災・減災支援ビジネスの需要拡大【短期～長期】 防災意識の高まり、異常気象の激甚化により、当社グループの提供する防災・減災支援サービスのニーズが高まる。 【財務的影響】 ・主に、プロダクト事業の売上高(2024 年 3 月期: 161 億円)、公共ソリューション事業の売上高(2024 年 3 月期: 81 億円)に影響 【対応策】 ・防災/減災支援サービスの拡充 (LGWAN 防災バック、防災マップ等企画地図、テレワークに対応するクラウドサービスの拡大) ・自治体との災害時支援協定の拡大、ビジネスへの展開 (事業への投資額は上記「移行」の項目の記載内容参照)
	リスク 平均気温の上昇、異常気象の激甚化【中期～長期】 平均気温の上昇によるオフィスやデータセンターの空調コストの増加、営業・調査など屋外業務の困難化、従業員の生産性が低下する可能性。自然災害に対する BCP コスト/損害復旧コストも増加する。 【財務的影響】 ・事業所(国内 93 拠点、海外 4 拠点)に対する BCP コスト、災害復旧コスト ・調査遅延の影響(地図データ更新頻度の減少)、労働生産性の低下 【対応策】 継続的な BCP の整備、オフィス・施設の設備更改、勤務形態の柔軟化(テレワーク等の推進)

《リスク管理》

当社は、取締役の中からサステナビリティ責任者を選任し、その者を委員長とするサステナビリティ委員会を設置することで、当社の統合的なサステナビリティ活動を推進しています。リスク管理については、企業活動に関連する内外の様々なリスクを統合的かつ適切に管理するため、リスク管理の方針をリスク管理規程に定めるとともに、サステナビリティ委員会の下部組織としてリスク管理部会を設置し、全社的なリスクの評価、管理を行っています。(体制図については9頁参照)

各部門は、毎年1回、各々所管する業務に関連するリスクの抽出及び特定、優先度の設定、並びにその予防・軽減策及び活動計画をリスク管理部会に報告し、その承認を得て活動しています。

気候関連リスクに関しても、リスク管理部会において評価、管理を行っています。同部会において、各部門の気候関連リスクの集約及び分析を行うことで、当社全体の気候関連リスク状況を網羅的に把握し、対策立案とその実行を推進しています。

(当社グループのリスク・機会分析結果については、10頁参照)

リスク管理部会の内容は、サステナビリティ委員会においても情報共有され、同委員長のサステナビリティ責任者より、取締役会及び経営会議に報告がなされることで、全社的なリスク管理の強化を図っております。

《指標・目標》

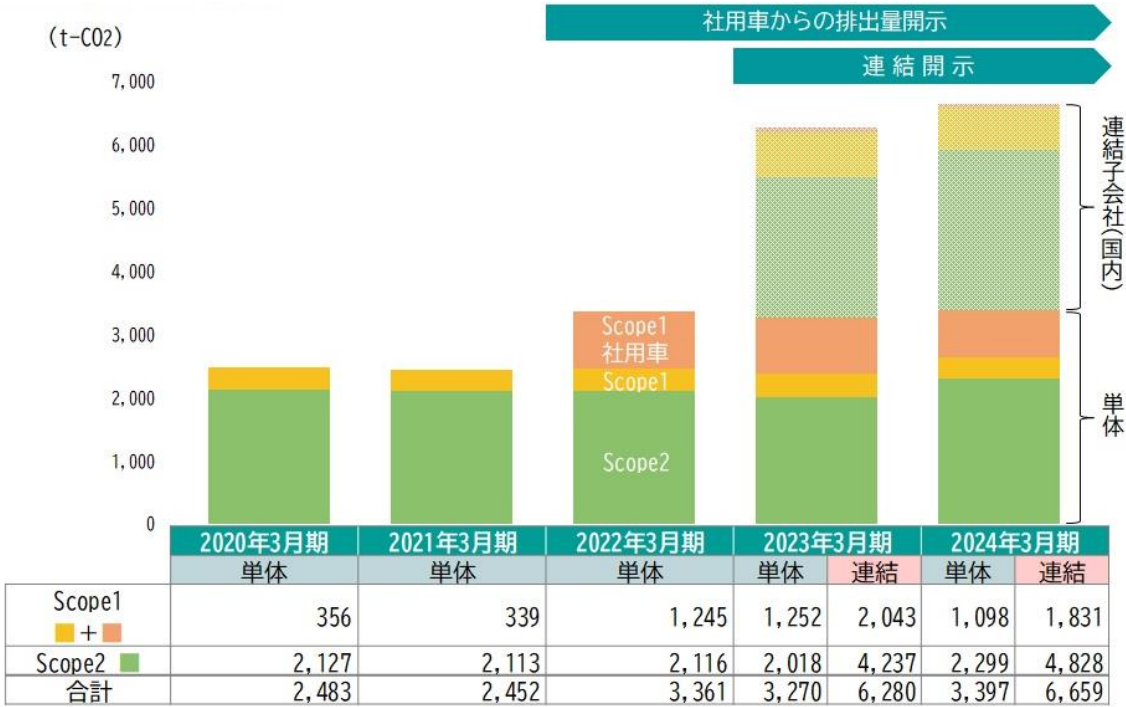
当社は、「温室効果ガス排出量」を主な指標とし、目標の設定、施策の策定・実行により、継続的な事業活動による企業価値向上と、サステナブルな社会の実現への貢献を目指します。

具体的には、社用車のハイブリッド車への切り替えや、事業所等への再生可能エネルギーの導入に取り組んでいきます。

また、2024年4月に「ゼンリングループ サステナビリティ調達ガイドライン」を制定いたしました。当社のお取引先の皆様にも当ガイドラインにご賛同いただき、遵守に努めていただくことで、サプライチェーン全体でも環境保全活動に取り組んでいきます。

- 指標:温室効果ガス排出量
- 目標:2050年 ネット・ゼロ

(温室効果ガス排出量推移)



- Scope1:事業者自らによる温室効果ガスの直接排出
2022年3月期より、社用車からの排出量を開示しております。
- Scope2:他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出
2024年3月期の温室効果ガス排出量は、単体・連結ともに増加しておりますが、これは当社グループの主たる拠点が九州電力管内にあり、九州電力の排出係数が前期に比べて増加した影響によるものです。
なお、当社グループ連結での電力使用量は前期に比べ減少しております。
- 2023年3月期からは、当社単体の数値に加え、国内の連結子会社を含む数値を開示しております。
- 排出量は小数点以下を四捨五入し、整数部分のみ表示しております。
- 情報開示の範囲(Scope、算定項目等)については、順次拡大していく予定です。

今後も、環境をはじめとしたサステナビリティ課題への取り組みについては、進捗を含め、より一層の情報開示の拡充をはかっていきます。
当社ウェブサイト:「ゼンリンのサステナビリティ経営」(<https://www.zenrin.co.jp/company/sustainable/>)