

## 2015年3月期 第2四半期決算説明会 要旨

### 開催概要

- 【日 時】2014年11月13日(木) 13:30~14:30  
【場 所】株式会社ゼンリン 東京本社 (ワテラストワー12階)  
【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 松尾正実

### 説明概要

1. 2015年3月期 第2四半期決算概要
  2. 2015年3月期 通期業績予想
  3. 利益配分
  4. 事業概況
- ※ ( ) 内のページ番号は、決算説明会資料のページ番号です。

## 1. 2015年3月期 第2四半期決算概要 (P2-11)

### (1) 決算概要 (P4)

売上高は、スマートフォン向けサービスの有料会員数が減少していることに加え、子会社の事業再編などにより、前年同期比で、14億53百万円減収の225億56百万円となりました。

収益面では、地図データ整備などのコスト低減や、子会社で行っておりましたセールスプロモーション事業の撤退などにより、営業費用は減少いたしました。売上の減少をおぎなえず、営業損失は、3億48百万円悪化の、3億8百万円、経常損失は、2億44百万円悪化の、18百万円となりました。

一方、四半期純利益は、事業再編に伴う子会社の繰越欠損金に係る繰延税金資産の影響などで、法人税等調整額を計上したことなどから、4億45百万円改善し、1億94百万円となりました。

なお、5月8日に公表しました第2四半期の業績予想に対しましては、既存の住宅地図データや、ナビ地図データの売上比率が高まったことや営業費用の一部が下期発生となったことなどにより、売上高、各利益ともに増加したため、10月24日に上方修正をいたしました。

### (2) 売上高・利益の推移 (P5)

売上高は2期連続の減収、営業利益及び経常利益は、第2四半期において損失となりました。

### (3) 営業利益増減要因(前期比) (P6)

住宅地図データを活用したGIS事業は、不動産業及び建設業向けのGISパッケージ商品の新規リリース効果等により、ストック型ビジネスが堅調に推移したことなどから、3億円の増収となりました。

一方、ICT 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により、8 億円の減収、その他事業は、セールスポモーション事業の撤退などから 7 億円の減収となり、売上高は前年同期比で、1 4 億円の減収となりました。

営業費用は、セールスポモーション事業の撤退に伴う商品仕入の減少や地図データベース整備の効率化などにより、1 1 億円減少いたしました。

以上の結果、営業利益は前年同期比で、3 億円の減益となりました。

(4) -1 セグメント情報 (P7)

セグメント情報については、「地図データベース関連事業」、「一般印刷関連事業」、「その他」の 3 区分です。

(4) -2 地図データベース関連事業 (P8)

地図データベース関連事業は I C T 事業の減収などにより、売上高が 7 億 5 3 百万円減少したことで、生産性改善によるコスト低減効果はあるものの、営業損失は 3 億 5 1 百万円悪化いたしました。

(4) -3 一般印刷関連事業・その他 (P9)

「一般印刷関連事業」は、売上高、営業利益ともわずかながら減少いたしました。前年同期の水準で推移いたしました。

「その他」は、事業再編により、6 億 1 7 百万円の減収となりましたが、事業撤退によりコストも減少したことなどから、営業利益は確保しております。

(4) -4 中期経営計画 (ZGP2015) で区分した事業別売上高 (P10)

中期経営計画 (ZGP2015) で区分した事業別売上高の推移を示しております。

(5) キャッシュ・フロー推移 (P11)

営業活動によるキャッシュ・フローは、2 4 億 9 2 百万円の収入となりました。前期末の未払法人税の減少に伴い、法人税等の当期支払が減少したことに加え、売掛債権の減少などにより、前年同期比で 2 1 億 5 9 百万円収入が増加いたしました。

投資活動によるキャッシュ・フローは、2 0 億 4 7 百万円の支出となりました。前第 2 四半期には、自社物件の増改築などによる支出があり、前年同期比では 1 9 億 8 1 百万円支出が減少いたしました。

財務活動によるキャッシュ・フローは、短期借入金の純減による支出や配当金の支払い、リース債務の返済などにより 2 4 億 5 9 百万円の支出となりました。

## 2. 2015年3月期 通期業績予想 (P12-13)

### (1) 通期業績予想の概要 (P13)

通期の業績予想につきましては、第3四半期以降も引き続きスマートフォン向けサービスの有料会員の減少が見込まれることや、国内新車販売も減少傾向が続く見通しであることなど、当社グループを取り巻く経済環境が不透明であるため、現時点におきましては、5月8日に公表いたしました業績予想を据え置くことといたしました。

また、10月1日に連結子会社とした(株)ゼンリンビズネクサスの連結業績への影響はあるものの、地図データベース事業の売上高の見通しを考慮し、より一層の生産性改善に取り組んでまいります。

## 3. 利益配分 (P14-15)

### (1) 配当金 (P15)

当社は中期経営計画に基づいた、安定的かつ継続的な配当の実施を基本方針として、連結株主資本配当率(DOE)3%以上を維持することを目標としております。

この方針に基づき、中間配当金は、当初予定通り1株当たり15円といたしました。

また、期末配当金も1株当たり15円を予定しており、年間配当金は前期と同額の1株当たり30円となる予定でございます。

## 4. 事業概況 (P16-23)

### (1) GIS事業 (P17)

当社は60年以上にわたり、一軒一軒歩いて調査を行いながら、プリントメディア(印刷物)である住宅地図帳のビジネスを展開してきました。

その住宅地図帳を作るもととなる「住宅地図データベース」は大きなデータ容量となりますが、最近では通信速度が速くなり、デバイスも進化したことで、利用しやすい環境が整ってきました。汎用的な商品のほか、業種や業務に特化したパッケージ商品が堅調であり、売切り型のビジネスモデルから、ストック型のビジネスへ転換を進めています。

また、全国5万店舗あるコンビニエンスストアの約9割にあたる4万5千店舗で、必要な時に、必要な範囲の住宅地図プリントサービスがオンデマンドで提供できるようになりました。(参考:1枚300円)

コンビニエンスストアでのサービス提供は販売プラットフォームとしても重要視しており、利用用途を調査・分析して、今後はプロモーションも検討していきます。

GIS事業は最優先事項として今後も用途開発を進めていきます。

### (2) 出版事業・広告事業 (P18)

出版事業は、様々な利用シーンを想定したプリントメディアとITメディアのハイブリット商品の開発を進めています。在庫リスクを持って定期的に出版していた商品も、情報の変化を随時データベースとして更新し、オンデマンドで提供するようにしていきたいと思っております。

広告事業は、地図情報を含め、掲載する情報や仕様を自治体と共同で編集する「シティマップ」を進めています。

(自治体が行政サービスの一環として情報誌として無料配布する形)

また、当社は社会貢献の一環として、大規模な地震・台風の災害対策本部へ無償で地図を提供してまいりました。これらの経験から、事前に地図を備蓄することなど災害時における地図の重要性を認識しており、自治体でも防災・減災の感度が高まっています。当社の地図を予め貸与し、避難訓練や有事の際に活用できるようにしつつ、自治体が必要な情報を共有する災害支援協定の締結を進めています。(10月末で76自治体と締結)今後も自治体との連携を強め、防災・減災に役立つ地図情報の用途開発を進め、当社地図を自治体のプラットフォームとして活用する基盤を構築していきます。

(3) ICT 事業 (P19)

2013年3月期に「いつもNAV I」の有料会員数の増加により大きく売上を伸ばしましたが、足元では会員数の減少が続いています。主題を決め、差別化された利用価値の高いサービスを提供し、地図サービスのシェア拡大に向けた営業強化を図ってまいります。そのためにも目に見えるものだけでなく、その属性である目に見えない情報も含めた時空間データベースの構築を進め、当社の優位性を示してまいります。

(4) ITS 事業 (P20)

カーナビはコモディティ化され、差別化された情報がより重要となってまいりました。

また、2020年を目処とした、将来の安心・安全な運転支援に向けた高精度地図データの引き合いも増加しております。

カーナビの利用に特化したデータや高精度地図データを時空間データベースからスピーディにお客様へ提供できる仕組みを整えてまいります。

(5) グローバル事業 (P21)

北米と欧州に現地法人を置いて対応しています。

インド支店を設置し、カーナビとGISに注力しており、まだ小規模ではありますが採用実績が出ております。

このような実績を積み上げて、信頼を築いていきたいと考えています。

また、ASEANにつきましても現地の地図会社との連携も含めて、事業展開を検討してまいります。

(6) その他事業 (P22)

地図データベース以外の事業を集約しています。

シナジーを検証し、セールスプロモーション事業とCAD受託処理業務から撤退しました。

2014年10月1日に(株)セプテーニ・ホールディングスの傘下であった(株)セプテーニ・ダイレクトマーケティングの株式100%を取得し、(株)ゼンリンビズネクサスとし、新たな地図情報の利活用とプロモーションを進めます。

(7) 現状と今後の取り組み (P23)

来年度は、中期経営計画ZENRIN GROWTH PLAN 2015の最終年度となりますが、事業環境の変化等もあり進捗が遅れている状況です。

2020年を見据えた新たな成長戦略を策定する時期にあると考えています。

当社は固定費率が高い事業構造となっていますので、新たな利用用途を拡大することは、利益に直結することとなります。時空間データベースを着実に構築し、用途開発を進め、事業機会の創出と収益基盤の強化に取り組んでまいります。

以上