

2018年3月期 決算説明会における質疑応答

開催概要

- 【日 時】2018年5月18日（金）13：30～14：40
【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 戸島 由美子

質疑応答概要

以下は、質疑応答の概要をまとめたものです。

- Q1： マーケティングソリューション事業について。ゼンリンは地図においては圧倒的な優位性があるが、広告に関しては、参入を狙っている他の広告関連の企業も多いと思われる。そのような中で、今後、既存のグループ会社の活用を中心に事業を展開していくのか、それとも他の企業とアライアンスを組むのが得策と考えているのか、当事業の考え方を教えてほしい。
- A1： 大企業とアライアンスを組み、当社の保有する地図 DB コンテンツをライセンスするビジネスも当然視野には入れている。ただ、当事業の構造化、商品の体系化を現在検討している段階であり、その中でターゲットも決定していくが、当社にとって一番大きな可能性がある市場は、主に個人事業主だと考えている。既に、個人事業主に対する広告ビジネスとして、DM や狭域での商圏分析等、それぞれに特化したサービスを提供するグループ会社が3つあり、これらの会社が提供するバリューチェーンの1つ1つを統合してトータルソリューションを立ち上げたい。そして将来的には、個人事業主の方が、月額利用料で継続的に利用できるようなストックビジネスの環境を作っていきたいと考えている。
- Q2： 新中期経営計画はいつ頃発表するのか。
- A2： 現在の中計（5ヵ年）は今期で4年目なので、当然見直しをしなければならない時期にきている。本日発表した新セグメントでの中計を現在策定中であり、発表時期は未確定であるが、早ければ来期と考えている。
- Q3： オートモーティブ事業について。従来のITS事業の部分が主力になると思うが、今年度以降の成長の考え方、例えば今期もカーナビのシェアアップが継続しそうか、ADAS については来年度以降まとまった収益がでるのか等、業績の方向感について教えてほしい。
- A3： カーナビについては、既に高いシェアを持っているので、シェアに関してはそれほど大きく成長することは期待していないが、運転支援に関するもの等、付加価値コンテンツの提供による単価アップで、当事業における若干の伸びは見込む。今後の既存カーナビの位置づけが、自動運転とのインターフェースとなれば、その部分での成長はあると考える。ただ、自動運転機能を搭載した自動車の普及には5～10年くらいのスパンがあるとみており、当社のビジネスも徐々に進捗していくと考えている。

- Q4 : 今年から、海外では「e コール」でコネクテッドが始まってきており、国内でもこの5年以内にコネクテッドは本格的に進むと思われる。そうなった場合、現在のオートモーティブ事業は売り切り型が主体だと思うが、これがストック型に変わっていく等、ここ数年でみえてくるものがあるか。
- A4 : そのような環境変化を踏まえた上で、新たなプラットフォームの構築を進めている。クラウド、IoT 社会において、今後コネクテッドは重要になってくることは間違いなく、プローブ情報など、コネクテッドが進めば情報収集も可能になってくる。そこから異なる事業・サービスにも展開できると思っている。事業領域としてはオートモーティブなのか、IoT なのか、境界は難しくなるが、この領域自体は成長すると考えている。
- Q5 : 17年度の連結増収は、ITS がその大きな要因を占めており、カーナビのシェアが上昇しているという説明があったが、シェアの上昇は、顧客要因か、それともカーナビの多くのモデルにゼンリンの地図が採用されていることによるものなのか？ 単価の上昇など、シェア以外にも増収要因があれば教えてほしい。
- A5 : 既存カーナビ事業の増収には複合的な要因があるが、主には、供給しているメーカーのディーラーオプションの伸びが大きかったことと、単価に関しては、先ほどお話した運転支援に関するコンテンツの先行提供が貢献し、売上が想定以上に増加した。
- Q6 : 高精度地図の需要が立ち上がってきているという説明があったが、その点とカーナビの成長を考慮すると、19年3月期のオートモーティブの売上の伸びは小さく見えるが、何故か？
- A6 : 19年3月時点では、まだ高精度地図が搭載される自動車のモデルは多くはないので、それほど大きな売上は見込んでいない。ただ、高速道路以外の道路など、今後も試作データの需要は安定してあると見込んでいるので、その売上は織り込んでいる。
- Q7 : 試作データは、19～20年度において、横ばいとみておけばよいのか、それともそれなりに成長に寄与していくものなのか？
- A7 : 19～20年度においては横ばいとみている。20年以降には商品化が始まり、試作データは商品化をする前段階において必要なものであるので需要は出てくると思う。しかし立ち上げ当初は、自動運転の普及度合いによるので、それほど大きくは伸びないとみている。
- Q8 : 自動運転用地図のスケジュール感を、高速道路用と一般道路用それぞれについて教えてほしい。
- A8 : SIP（「戦略的イノベーション創造プログラム」。内閣府主導の国家プロジェクト）では、高速道路に関しては2020年をターゲットに進めていくとしているので、当社もそれに合わせて取り組んでいる。一般道路に関しては、そのような目標はないので、各メーカーの開発状況等による。
- Q9 : カーメーカーのスケジュールはゼンリンからは公表できないと思うが、ゼンリン内部でのスケジュール感は？
- A9 : 当社では、仕様が決めれば、後は量産化に着手するだけであるが、DMPにも参画しているため、そのスキームの中でこれからのスケジュールを検討していく。

Q10： 自動運転用地図はゼンリンにとってどんな意味・重みをもってくるのか、未来のイメージを教えてください。

A10： 自動運転が普及すれば、そこに必要とされる自動運転用地図は安定した収入源になると考えているので、必要な事業だと考えている。また、地図自体の精度をあげることによって、他の事業の発展も考えているので、単に自動運転だけでなく、新たな事業への立ち上げに繋がるという点で非常に期待している。

Q11： 高速道路の自動運転用地図は 2020 年がターゲットということだったが、今年度末までには、日産、Mobileye との取り組みが商品化されるのでは？ そこではどのようなデータを使用するのか？

A11： 当社も関わってはいるが、商品化の時期、内容等に関しては、メーカーとの守秘義務があるため、当社からはお答えできない。

以上