

ZENRIN
証券コード：9474

2022年3月期 決算説明資料

2022年5月18日

株式会社 ゼンリン
Maps to the Future

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

1. 2022年3月期 決算概要
2. 中長期経営計画「ZENRIN GROWTH PLAN 2025」
ローリングプラン
3. Appendix

注)本資料には、本資料作成日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ください。
尚、本資料掲載情報は、表示単位未満の端数切捨て、増減率の小数点以下第2位四捨五入し小数点第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. 2022年3月期 決算概要

- 1) 決算概要
- 2) 売上高・利益の推移
- 3) 営業利益増減要因（前期比）
- 4) 事業別売上高
- 5) キャッシュ・フロー推移
- 6) 株主還元（配当金・自己株式取得）

1-1) 決算概要

2022年3月期 決算のポイント

前期比【増収増益】

- 売上高は、収益認識に関する会計基準の適用により一部減少したものの、当社のカーナビゲーション用データを搭載した車種の販売が堅調でオートモーティブ関連が増加、企業向けの住宅地図データを活用した受託案件や、ストック型サービスのGISパッケージが堅調に推移、加えて、広告需要が回復傾向にあることなどを背景に、マーケティングソリューション関連も増加
- 損益面では、人件費等の増加はあるものの、増収により営業利益が増加。また関連会社株式の一部売却に伴い投資有価証券売却益等を特別利益に計上したことにより、親会社株主に帰属する当期純利益が増加

(金額単位:百万円)

	'20年3月期	'21年3月期	'22年3月期	'22年3月期	'22年3月期	'20年3月期		'21年3月期		修正(12/17)予想比	
	実績	実績	4/28予想	12/17修正		実績	増減率(%)	増減率(%)	増減率(%)	増減率(%)	増減率(%)
売上高	59,771	57,225	58,200	58,200	59,053	△717	△1.2	1,827	3.2	853	1.5
営業費用	56,470	55,789	56,500	55,900	56,382	△87	△0.2	593	1.1	482	0.9
営業利益	3,300	1,436	1,700	2,300	2,670	△630	△19.1	1,233	85.9	370	16.1
営業利益率	5.5%	2.5%	2.9%	4.0%	4.5%	△1.0pt		2.0pt		0.5pt	
経常利益	3,709	1,683	1,900	2,500	3,044	△664	△17.9	1,360	80.8	544	21.8
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,633	1,248	1,300	3,400	3,658	1,025	38.9	2,409	192.9	258	7.6

※ 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」)等を適用している為、これまでの計上方法と比較し、当連結会計年度の売上高は1,041百万円、売上原価は1,036百万円、それぞれ減少しております。営業利益、経常利益及び税金等調整前当期純利益に与える影響は軽微です。

※ 前期(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適及適用していない為、増減額及び率は参考値です。(次ページ以降同様)

**2022年3月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しており
正確な比較ができないことから
決算短信では、前期との比較を記載しておりませんが、
当資料では参考として、増減額等を含め説明いたします。**

2022年3月期は、前期比で増収増益となりました。

売上高は、18億円増加の、590億円

営業利益は、12億円増加の26億円

経常利益は、13億円増加の30億円

親会社株主に帰属する当期純利益は、

投資有価証券の売却益を計上したことなどにより

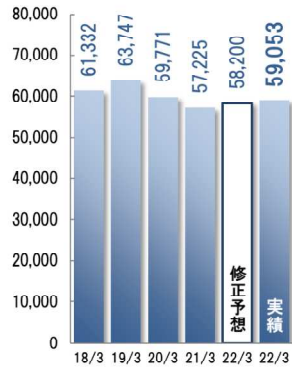
24億円増加の、36億円となりました。

また、12月に公表した修正予想に対しましても

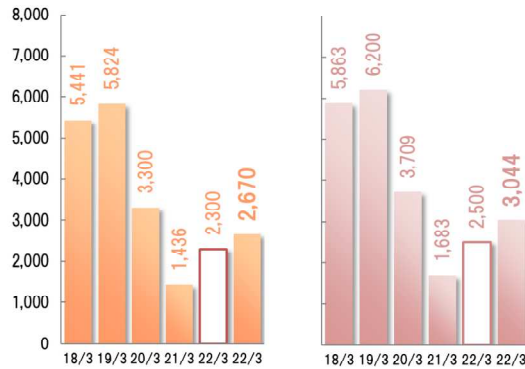
8億円の増収となり、各利益とも予想を上回る結果となりました。

1-2) 売上高・利益の推移

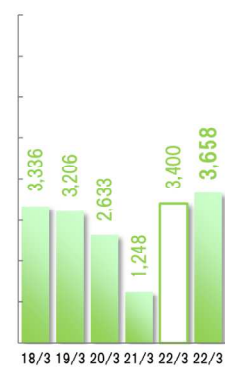
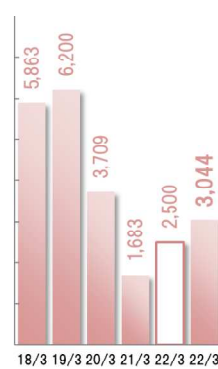
	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する 当期純利益
前期比	1,827増加 (+3.2%)	1,233増加 (+85.9%)	1,360増加 (+80.8%)	2,409増加 (+192.9%)
12/17 予想比	853増加 (+1.5%)	370増加 (+16.1%)	544増加 (+21.8%)	258増加 (+7.6%)



3期ぶり増収



3期ぶり増益



4期ぶり増益

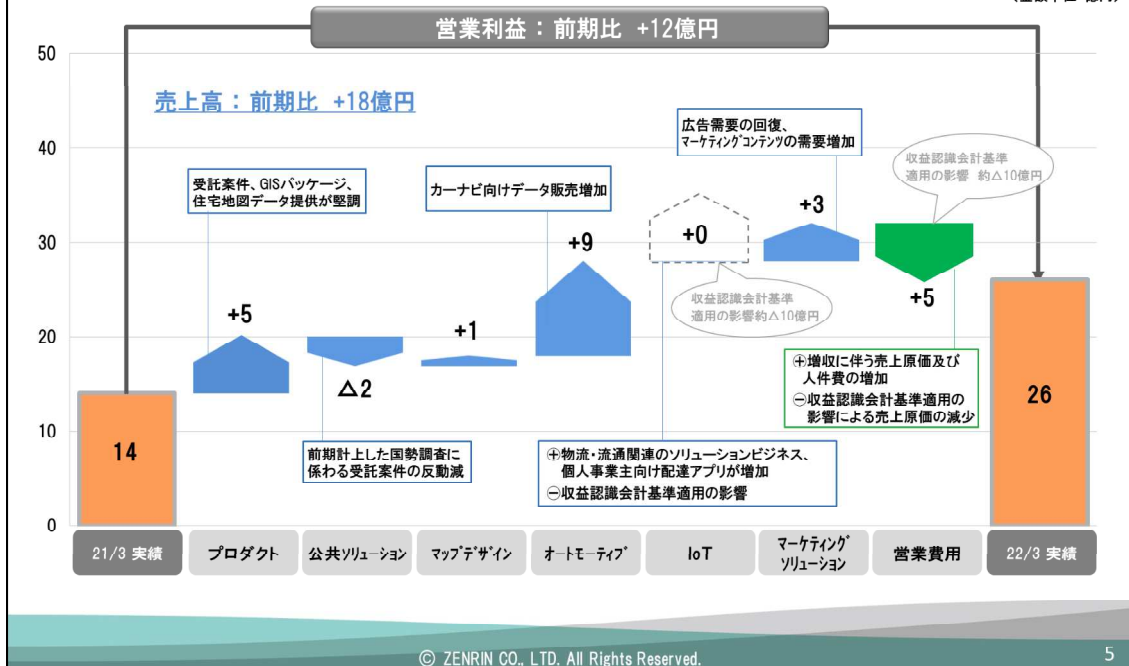
(売上高・利益の過年度推移)

1-3) 営業利益増減要因(前期比)

2022年3月期 決算説明資料

ZENRIN
Maps to the Future

(金額単位: 億円)



このスライドは、事業別売上高と営業費用の前期比較を示しています。

「プロダクト事業」は、受託案件やストック型サービスのGISパッケージなどが堅調に推移し、5億円の増収となりました。

「公共ソリューション事業」は、前期受託した国勢調査関連の反動減などから、2億円の減収となりました。

「マップデザイン事業」は、企画地図の販売増加や、大型スポーツイベント関連の売上計上などにより、1億円の増収となりました。

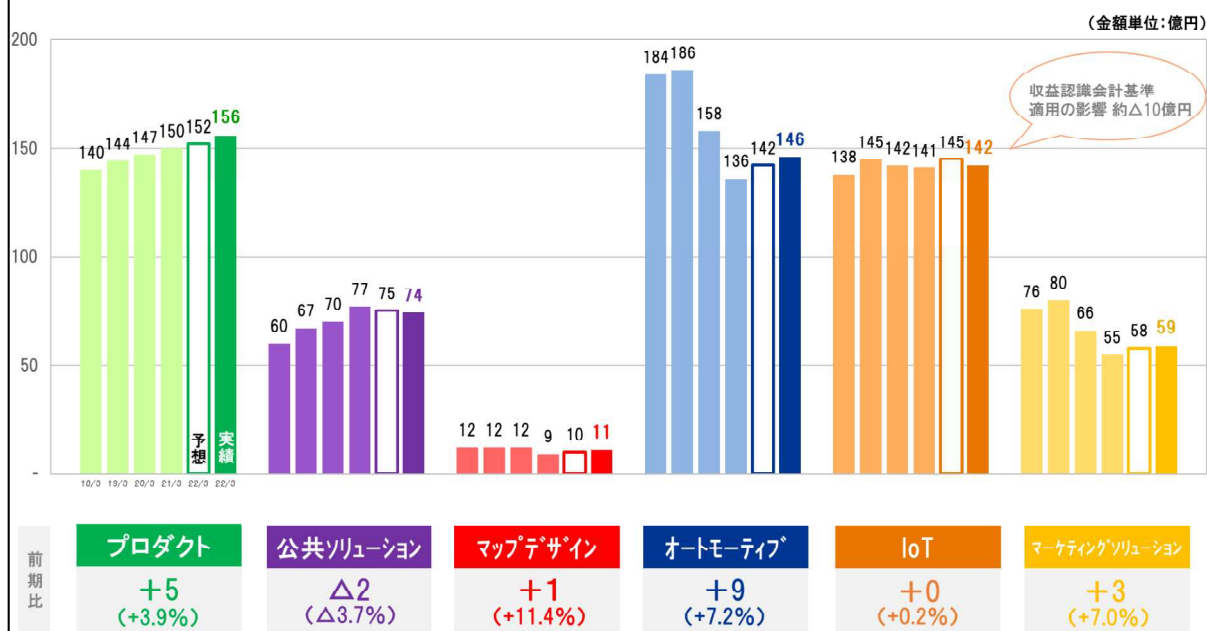
「オートモティブ事業」は、コロナ禍により自動車の生産及び販売台数は減少傾向が続いておりますが、当社のカーナビゲーション用データを搭載した車種の販売が堅調であったことなどにより、9億円の増収となりました。

「IoT事業」は、収益認識会計基準適用の影響により、前期と同水準となっておりますがソリューションビジネスなどが堅調に推移しており従来と同様の計上方法であれば、前期比約10億円の増収となります。

「マーケティングソリューション事業」は、広告需要が回復傾向にあり、3億円の増収となりました。

以上の結果、人件費等の増加により、営業費用は5億円増加しましたが増収により、営業利益は12億円の増益となりました。

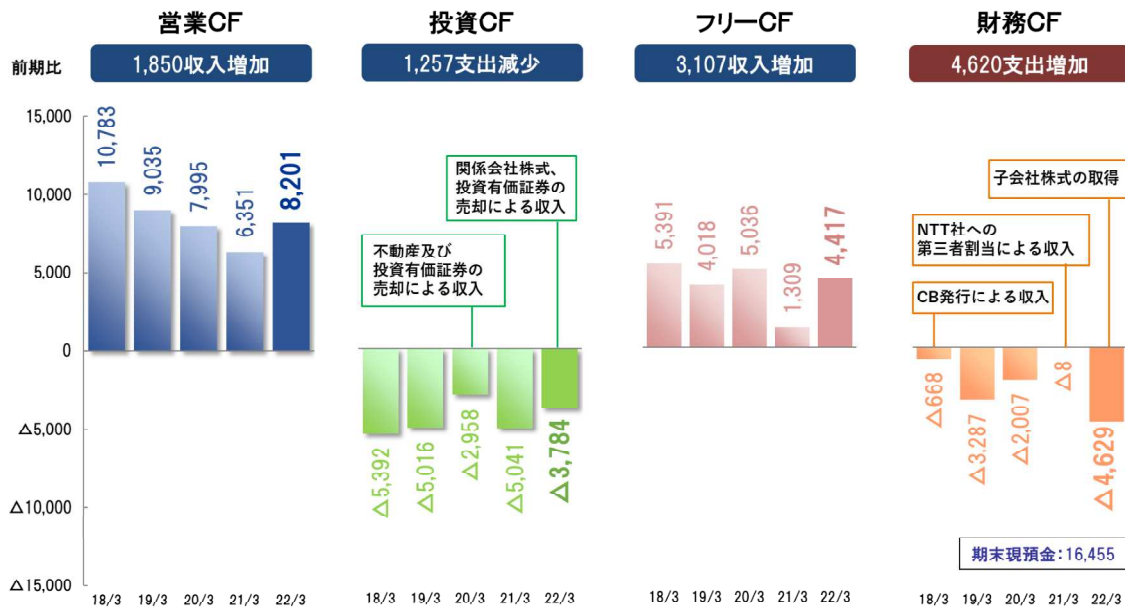
1-4) 事業別売上高



(事業別売上高の過年度推移)

1-5) キャッシュ・フロー推移

(金額単位:百万円)



キャッシュ・フローの状況についてご説明します。

営業活動では、

増収により18億円増加の、82億円の収入となりました。

投資活動では、

C.E.INFO SYSTEMS株式の一部売却による収入はありましたが、有形・無形固定資産の取得などに伴い、37億円を支出し、フリーキャッシュ・フローは44億円となりました。

財務キャッシュ・フローは、

配当金の支払い、自己株式の取得などにより46億円を支出した結果、現預金残高は前期末比で若干減少し、164億円となりました。

1-6) 株主還元:配当金

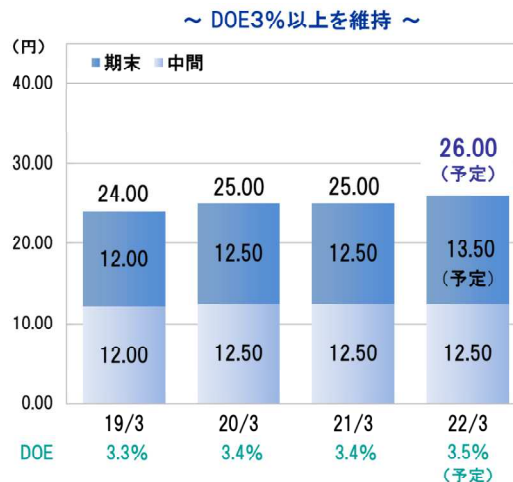
2022年3月期 決算説明資料

ZENRIN
Maps to the Future

基本方針

適正な内部留保を考慮しつつ、中長期経営計画における利益成長に基づいた利益還元を実施
連結株主資本配当率(DOE)3%以上を目標

2022年3月期配当金	
中間	12円50銭
期末	13円50銭 (予定)
年間	26円00銭 (予定)



© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.

8

株主還元についてご説明します。

**配当金につきましては、
期末配当を当初予想から1円増配し、
1株当たり13円50銭を予定しております。**

**その結果、2022年3月期の1株当たりの年間配当金は、
前期から1円増配の26円、DOEは3.5%となる予定です。**

なお、本件は、定時株主総会での決議を経て決定する予定です。

1-6) 株主還元: 自己株式取得

目的

経営環境の変化に対応した機動的な資本政策の遂行と、資本効率の向上及び株主還元の強化

2021年4月28日 取締役会決議内容		実績
取得期間	2021年5月6日～2022年3月31日	2021年5月6日～2022年3月31日
取得株数	1,000,000株 (上限)	703,000株 (70.30%)
取得金額	1,500,000,000円 (上限)	767,853,400円 (51.19%)

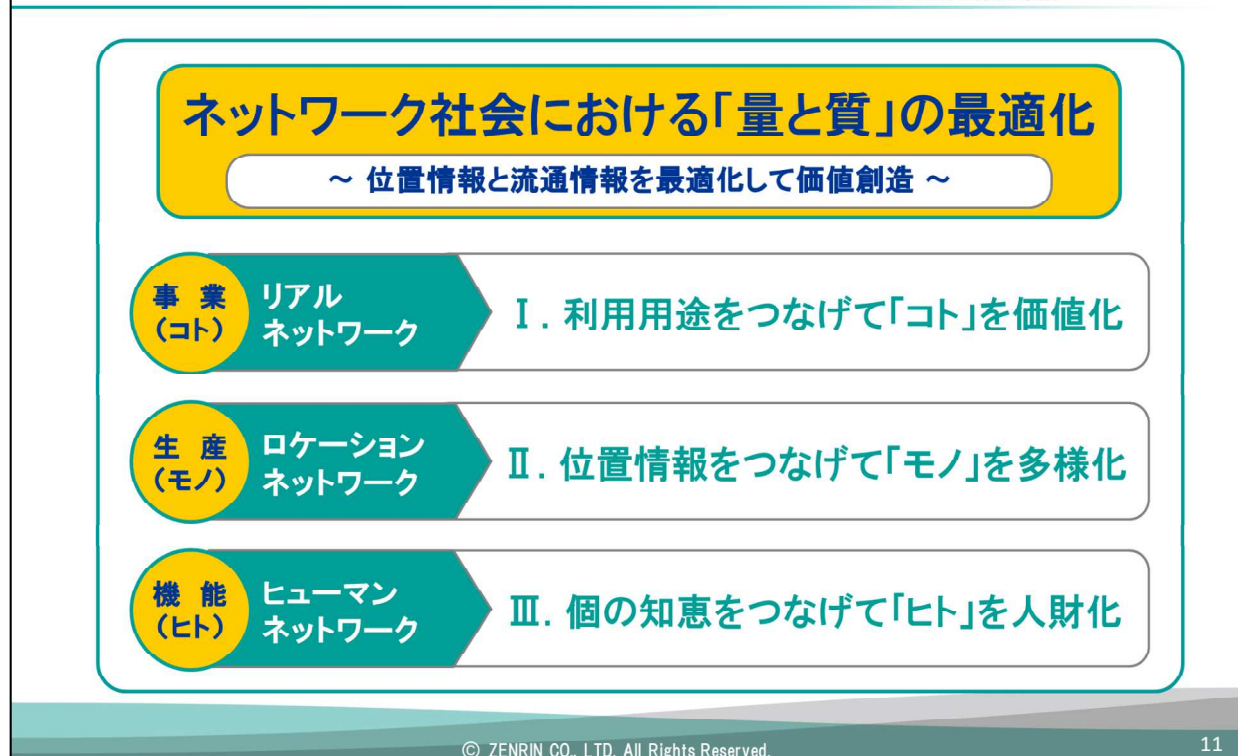
自己株式の取得につきましては、
2021年4月の取締役会決議に基づき、
約70万株を取得いたしました。

今後も、機動的な資本政策や資本効率の向上を目的とした
自己株式の取得を検討してまいります。

2. 中長期経営計画「ZENRIN GROWTH PLAN 2025」 ローリングプラン（2022年4月28日公表）

- 1) ZGP25 基本方針
- 2) ZGP25 2nd Stage
- 3) 数値目標
- 4) 事業方針
- 5) 事業別売上高
- 6) 事業別取り組み
- 7) トピックス

**4月28日発表の
中長期経営計画「ZENRIN GROWTH PLAN 2025」
（以下、「ZGP25」）のローリングプランについてご説明します。**



ZGP25の基本方針は、
【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～】です。

全てがネットワークでつながる社会において、
位置情報も「量と質」の最適化が必要であると認識しています。

オーバースペックにならず、適切なコストで、
情報の鮮度精度に対するお客様の要求に応えられるよう取り組むことを
「最適化」と表現しています。

ローリングプランにおいても、ZGP25の基本方針は変更せず
当初の方針を踏襲しています。



1st Stageの3年間は、「ビジネスモデル変革時期」として位置付け、
ビジネスモデルを適切に使い分けることで
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。

継続的に収益を生み出す事業構造を構築するため、
フロー型ビジネスからストック型ビジネスへのシフトを推進し
現在、事業によって多少の差はあるものの
ストック型ビジネスが順調に拡大しています。

そして、ここらからの3カ年となる2nd Stageでは
「ビジネスモデルの具現化」に取り組めます。

2-3) 数値目標

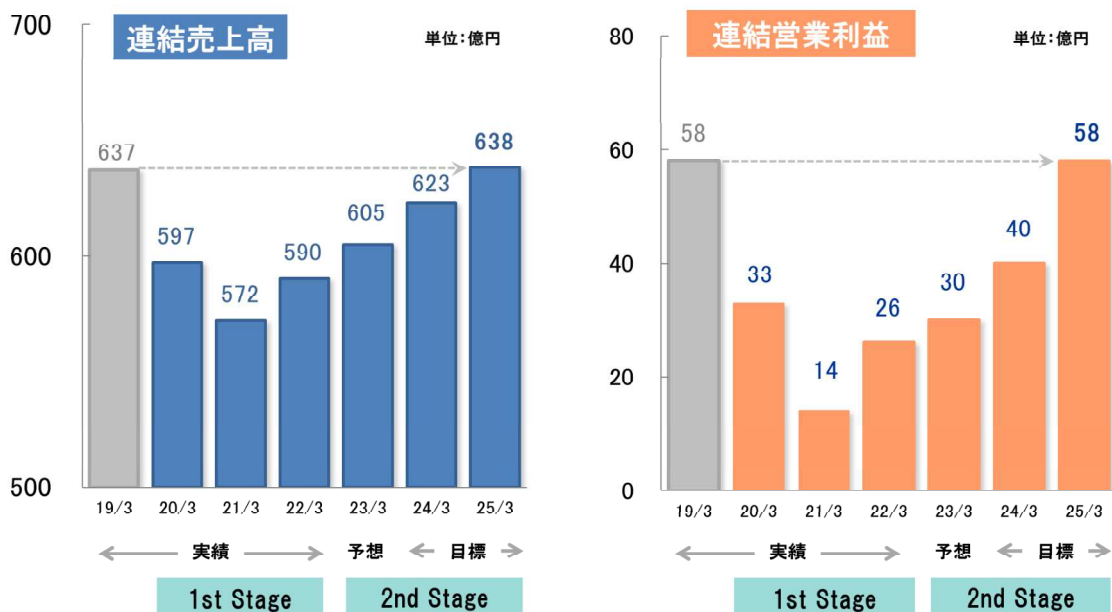
	2nd Stage		
	1年目	2年目	3年目
	2023年3月期 予想	2024年3月期 目標	2025年3月期 目標
連結売上高	605億円	623億円	638億円
連結営業利益 (連結営業利益率)	30億円 (5.0%)	40億円 (6.4%)	58億円 (9.1%)
ROE (自己資本当期純利益率)	5.3%	5.1%	7.3%
DOE (株主資本配当率)	3%以上	3%以上	3%以上

数値目標としては、2nd Stage の3年間で
連結売上高638億円、連結営業利益58億円 を目指します。

当初のZGP25では、
売上高800億円、営業利益10%を超える計画でした。
しかしながら、コロナ禍による影響もあり、
1st Stageは計画を大幅に下回る結果となったことを受け、
2nd Stageの計画を見直しました。

2nd Stageは、
ZGP25以前の過去最高水準（2019年3月期）の
業績回復を目指し、基盤を固める期間にしたいと考えています。
依然、コロナ禍の状況など、外部環境の先行きは不透明ですが、
この3年間で地力をつけ、次ステージへのジャンプアップにつなげます。

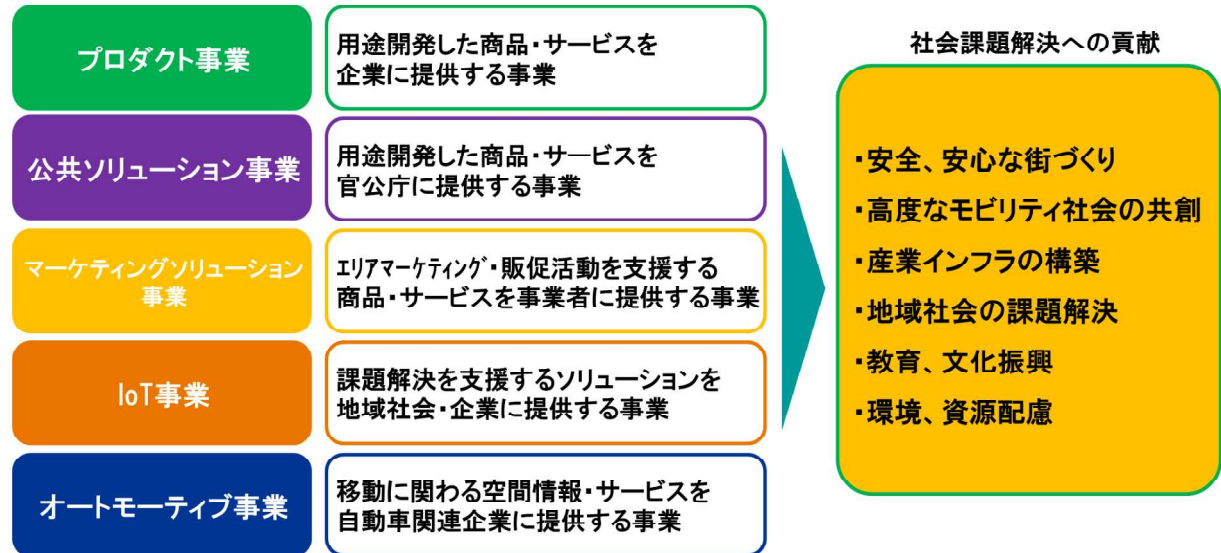
2-3) 数値目標



**1st Stage最終年度となる2022年3月期の業績は、
若干の回復をしたものの、利益の回復はまだ十分ではありません。
事業セグメントごとに戦略を検討し、実践します。**

～事業ポートフォリオを5事業に区分～

定義



事業ポートフォリオとして、5事業に区分しています。

(「マップデザイン事業」は、今期より「プロダクト事業」に統合しています。)

全ての事業において「地域共創」を掲げ、

国が提唱する地方創生を、自治体や他の民間企業と協力して取り組み、

各事業において、社会課題の解決支援を推進します。

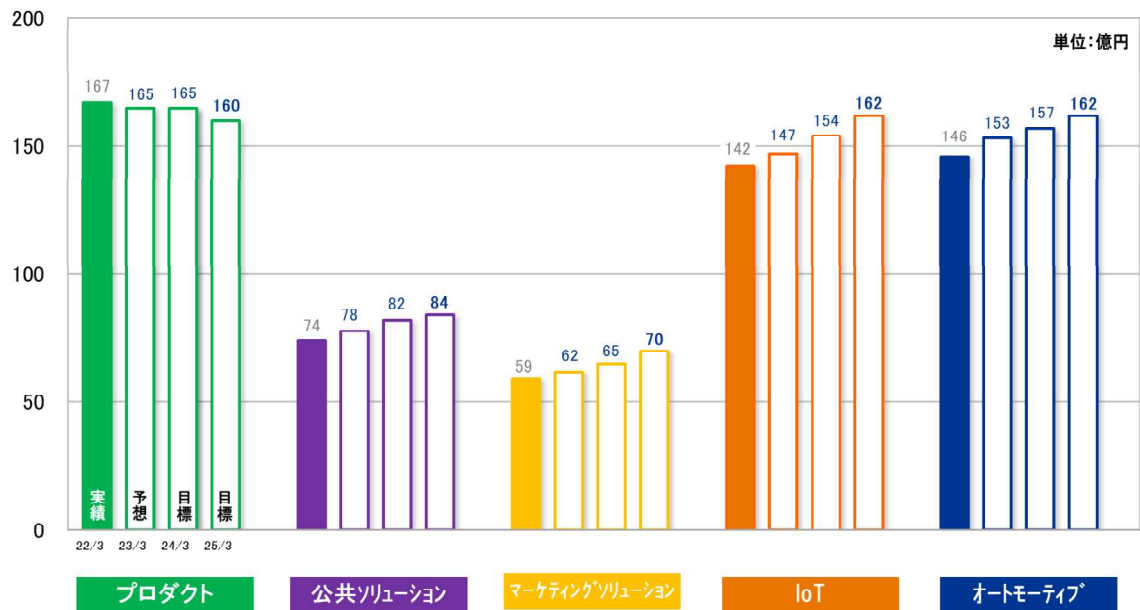
2-4) 事業方針

2nd Stage事業別方針

プロダクト事業	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
公共ソリューション事業	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
マーケティングソリューション事業	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
IoT事業	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
オートモーティブ事業	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

(各事業における2nd Stageの方針。詳細はp18～)

2-5) 事業別売上高



※ 2022年3月期のマップデザイン事業の売上は、プロダクト事業に含めております。

(2nd Stage 事業別売上高の予想及び目標)

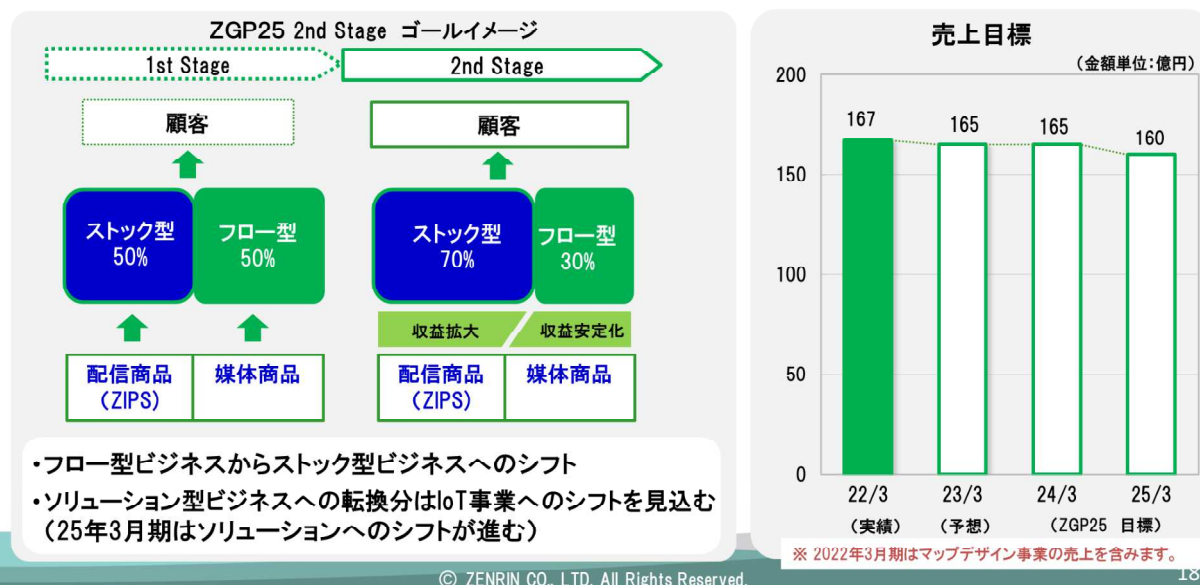
2-6) 事業別取り組み

プロダクト事業

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

ZGP25 2nd Stage

ストック型売上比率を70%に拡大



【プロダクト事業】

「ストック型ビジネスの拡大とフロー型ビジネスの安定」を方針に事業を推進し

1st Stage終了時点で、

ストック：フローの比率が、およそ「5：5」となりました。

引き続き、ストック型のパッケージ商品などを拡販し、

ストック：フロー＝「7：3」を目指します。

紙媒体の住宅地図帳も含めフロー型商品がなくなるわけではありませんが、

フロー型の地図データ販売ビジネスは、配信系のストック型、

さらにソリューション型ビジネスへと転換を図っています。

2nd Stage最終年度（2025年3月期）の売上目標を

2022年3月期と比較して7億円減少としています。

主な要因は、配信系地図データサービスからソリューションサービスへシフトする

ことで、IoT事業とすること、また、フロー型ビジネスからストック型ビジネスへの

転換による一時的な売上高の減少を想定しています。

2-6) 事業別取り組み

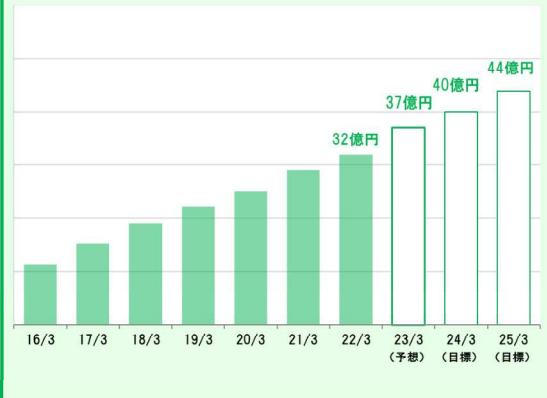
2022年3月期 決算説明資料

ZENRIN
Maps to the Future

ZENRIN
GISパッケージ

企業のDX化が加速し業務オペレーションを効率化するニーズに応じて、GISパッケージの業種・業務向け新規ラインナップを増やす

ZENRIN GISパッケージ 売上推移



© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.

19

ストック型のGISパッケージシリーズは、
お客様からも大変好評を頂いており、堅調に売上を伸ばしています。

現在のラインナップは5商品ですが、
2nd Stageでは、さらに新たなサービスを追加し、
収益の拡大を狙います。

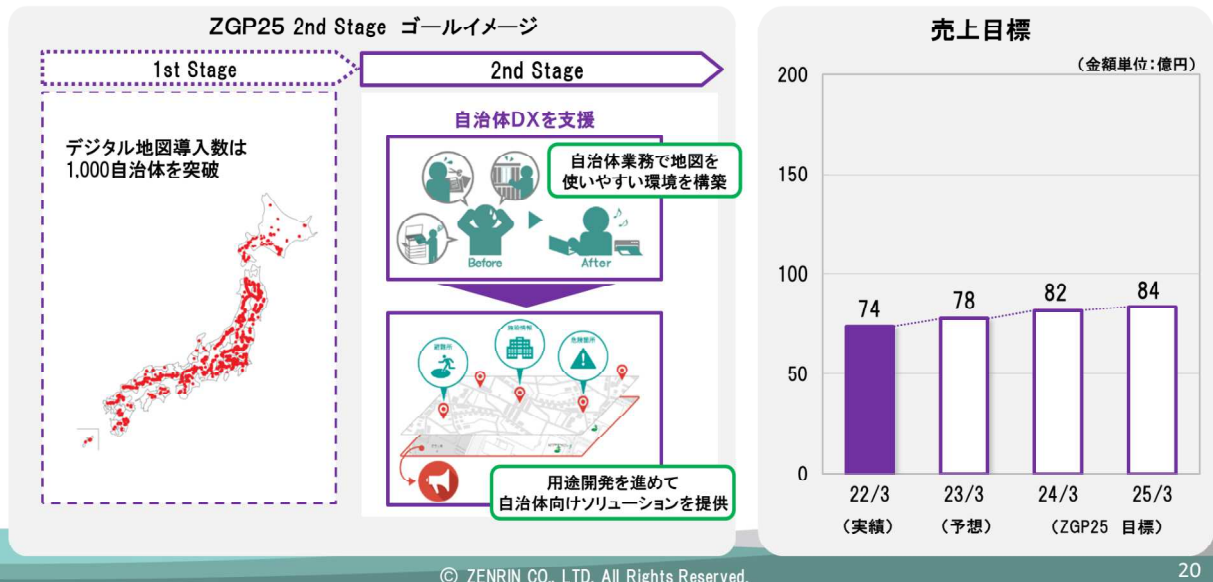
2-6) 事業別取り組み

公共ソリューション事業

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

ZGP25 2nd Stage

自治体のDX化を支援する用途開発ソリューションビジネスの構築



© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.

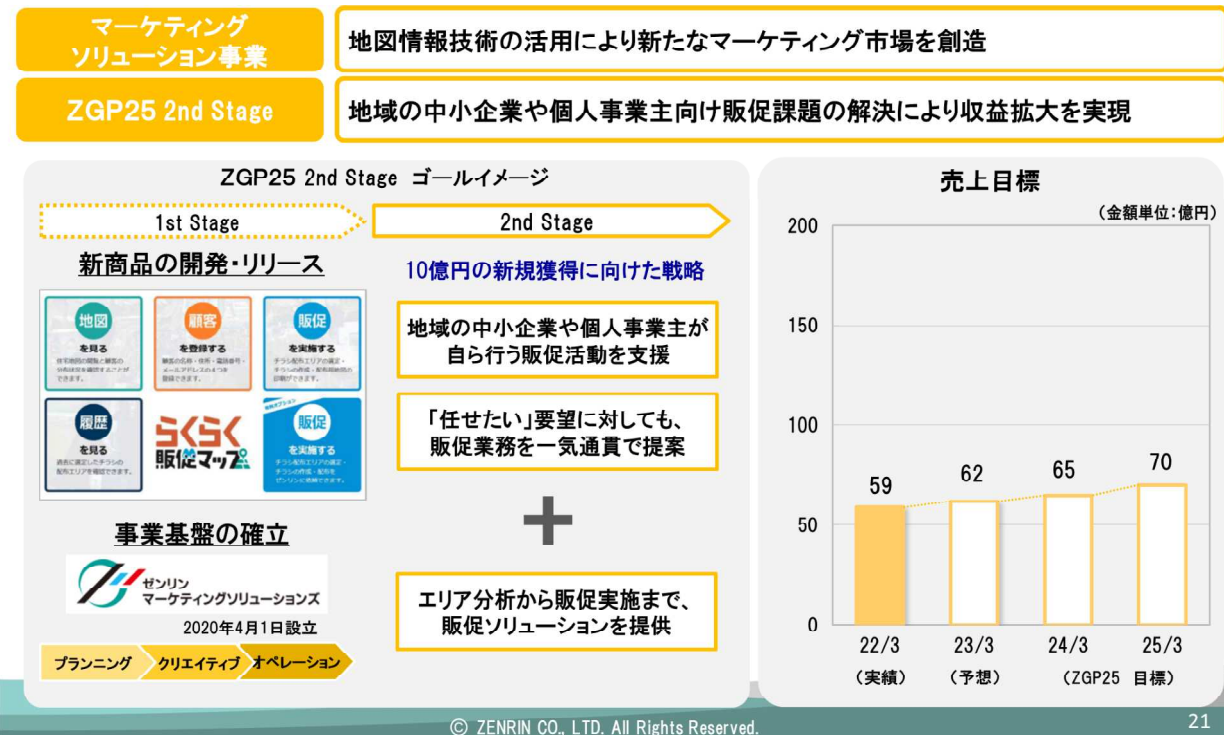
20

【公共ソリューション事業】

1st Stageでは、自治体の地図プラットフォームとなることを目指して住宅地図データの販売を推進し、目標としていた1,000自治体への導入を達成しました。しかしながら、都度入札する受託ビジネスも多く、継続的なストック型ビジネスへの転換が課題と認識しています。

2nd Stageでは、自治体のDX化を支援すべくストック型の「住宅地図 for WEB」を入り口としたプラットフォーム化の推進、「ゼンリン住宅地図 LGWAN」を活用した防災関連の取り組みなどに注力していきます。

2-6) 事業別取り組み



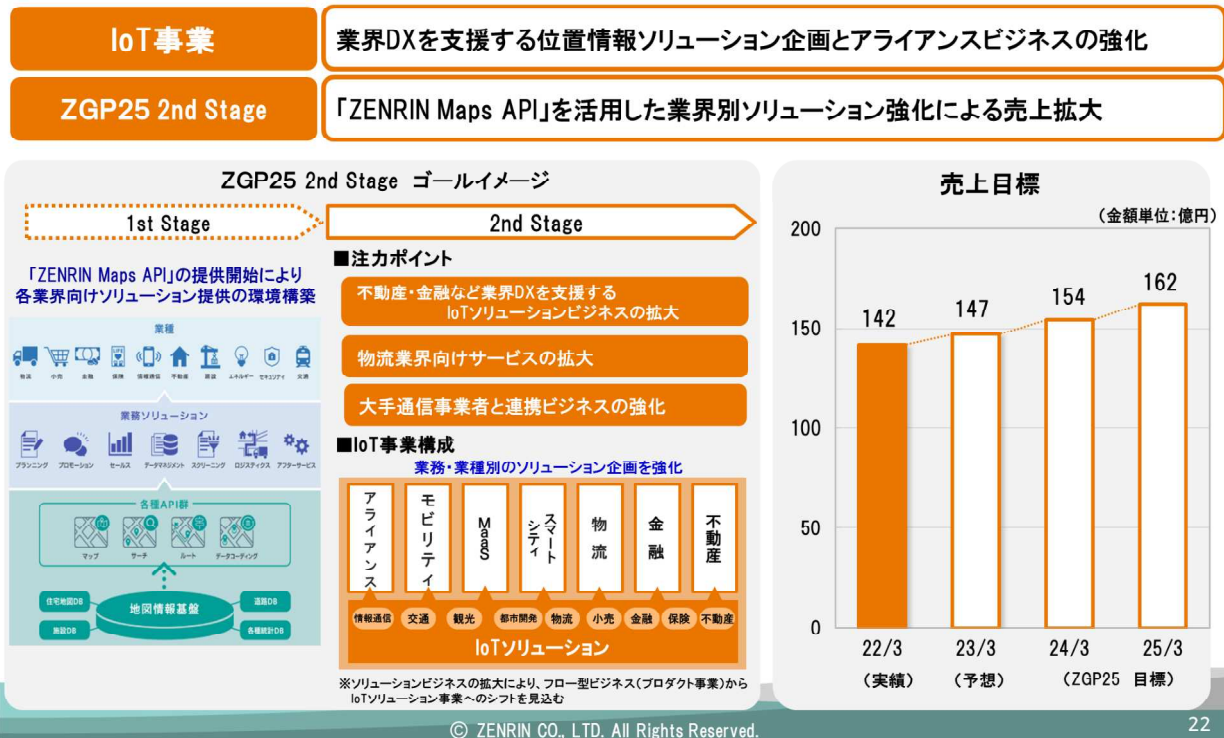
【マーケティングソリューション事業】

2020年より販売を開始した「らくらく販促マップ」は
ストック型のパッケージ商品です。

中小企業や個人事業主をメインターゲットとし、
順調にユーザー数を獲得しています。
今後もより強力に推進していきます。

また、大手事業者向けにはソリューションを提案してまいります。
地図データベースを活用した新たなマーケティング市場を
探っていきたくと考えています。

2-6) 事業別取り組み



【IoT事業】

IoT事業では、多様な業種のお客様にソリューション提案を行なっています。
将来的には、顧客の要件定義を標準化し、
業種別ソリューションサービスのパッケージ化に取り組みます。

また、1st Stageに、「ZENRIN Maps API」をリリースしました。
ソリューションサービスの提供において
当社のデータベースを、直接お客様が継続的に利用できる仕組みです。
今後はこのAPIの推進を強化していきます。

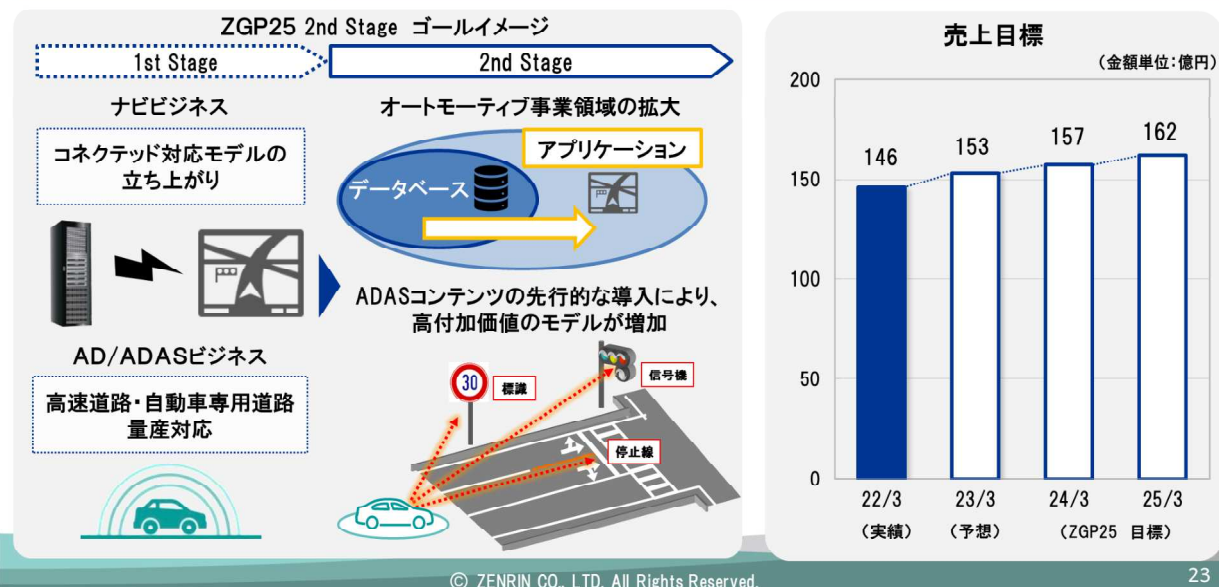
2-6) 事業別取り組み

オートモーティブ事業

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

ZGP25 2nd Stage

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



【オートモーティブ事業】

2022年3月期の売上高146億円から、
2nd Stage 最終年度は162億円と、16億円の増収計画です。
国内市場が今後大きく拡大することはないと捉えており、
160億円前後でナビビジネスを安定させたいと考えています。

近年は、自動運転（AD/ADAS）コンテンツが少しずつ採用されるようになってきました。ナビアプリも採用頂いており、単価アップにつながっています。今後は採用車種の増加と、安全運転を支援するコンテンツの提案が重要になると考えています。

しかしながら、自動運転ビジネスを取り巻く環境は、大きな進捗はなく時間を要すると捉えています。最近是一般道における自動運転の話題も出ていますが、当社は、高速道路コンテンツの提供を、まずは安定させたいと考えています。

スマートモビリティビジネスについては、都市部の移動に関する課題解決ビジネスと位置づけています。様々な業種が参入していますが、他社とのアライアンスも含め、ビジネスの確立を目指します。

2-7) トピックス

IoT事業

ZENRIN

2022年3月期 決算説明資料

Maps to the Future

■観光型MaaSアプリ「STLOCAL(スローカル)」の提供を長崎市で開始

<2022年3月16日>

「人の行動」を喚起し、長崎市の地域活性化と観光体験の価値向上に寄与することを目指します。

STLOCAL



ポータルサイトで「街歩き」を楽しむストーリー型観光コースの提供

スマホアプリで交通チケット・観光チケットの購入MaaS機能による移動のサポート

移動に応じたポイントをお土産に交換

▶長崎創生プロジェクト事業に「STLOCAL」が認定 <2022年3月23日>



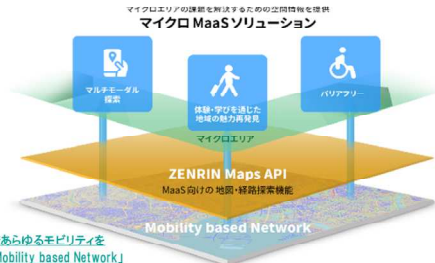
※長崎創生プロジェクト事業認定制度
長崎創生を産業界、教育機関、行政機関、メディア等が当事者意識を持って「まちづくりの様々な担い手」をオール長崎で進める取組みを認定する制度

WEB 「STLOCAL」公式サイト
<https://stlocal.net/app-stlocal/>

<右:長崎市 田上市長>

■「ゼンリンマイクロMaaSソリューション」の取り組み

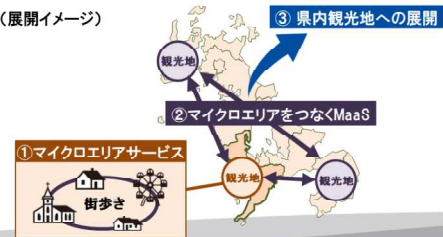
狭域な地域「マイクロエリア」が抱える様々な課題を「移動情報」と「地図情報」の活用により解決し、地域の活性化に貢献する「ゼンリンマイクロMaaSソリューション」の提供に向けて取り組んでいます。



1つの空間上であらゆるモビリティを可視化する「Mobility based Network」

自動車用ネットワーク、鉄道路線、駅構内通路、歩行者用ネットワークなど、移動に必要なあらゆるネットワークを組み込み、各ネットワークが交通結節点で接続することにより、MaaSに最適化された基盤データベースを提供

(展開イメージ)



WEB MaaS
<https://www.zenrin.co.jp/product/category/iot/maas/index.html>

© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.

24

【ゼンリンマイクロMaaSソリューションの取り組み：STLOCAL】

「STLOCAL」は、スマートフォンひとつで旅の計画から公共交通・観光施設・体験アクティビティの電子チケットの購入までができる、観光客をターゲットにした「観光型MaaS」アプリです。

コンシューマー向けビジネスとして実証実験からスタートし、ビジネスモデルの確立を目指します。

スマートシティ、ドローン物流など、地域の課題解決を支援するビジネスモデルを確立し、収益化を目指す

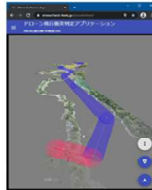
■長野県伊那市

河川上空を“空の道”とした10km以上のドローン配送サービスを実用化

- ・2021年秋、伊那市運営による本格サービスが開始
- ・高精度な地図データで長距離飛行を支援



5 利用者宅周辺の着陸地点に商品が到着。各地区のボランティアがドローンから商品を受け取り、お届け。



1 ケーブルTV、電話で自宅から注文。

“空の道”を使って商品を送達 (10km)

4 道の駅でドローンに商品を装入。

3 道の駅まで商品を配送。

2 スーパーで注文を確認し、商品をピッキング。

WEB スマートシティ・ドローン
<https://www.zenrin.co.jp/information/product/211110.html>

■埼玉県秩父市

地域全体の移動の最適化に関するスマートシティ5カ年実証(3年目)

都市全体のモビリティの位置情報を統合し・可視化



WEB スマートシティ・ドローン
<https://www.zenrin.co.jp/information/product/211120.html>

© ZENRIN CO., LTD. All Rights Reserved.

25

【スマートシティ、ドローンの取り組みについて】

ドローン関連では、現在多くの実証実験を行っています。

ドローンを活用したサービスの実現と、ビジネスモデルの確立を目指し、安全に飛行するために必要な「空の道（スカイネットワーク）」の整備や運行管理を行う「ゼンリンダッシュボードシステム」の提供などに取り組んでいます。

ゼンリンとMobility Technologies(MoT)は、3万台のドライブレコーダー映像を活用した 地図メンテナンスの試験運用を全国の高速道路にて開始

<2022年5月10日>

MoTドライブレコーダーのカメラ映像から、AI技術により地図との差分情報を自動抽出し、地図メンテナンスへ活用する取り組みにおいて、全国高速道路での試験運用を開始。本取り組みにより、現地変化箇所を早期に効率的に検出が可能となり、鮮度向上を実現します。

■ドライブレコーダー映像の活用

3万台以上の次世代ドライブレコーダー『DRIVE CHART』搭載車両が全国の高速道路の約9割を1ヶ月で走行



▲高速道路の規制標識を画像認識し、地図上該当箇所と比較し差分を検出

▲全国の高速道路の総距離約3万kmのうち約9割を1ヶ月で走行する網羅性を実現

■自動運転社会の情報基盤として貢献

今後は対象道路や地物の種類を増やし、高鮮度な空間情報提供を実現



走行領域・レーン

道路の幅



矢印ペイント

【Mobility Technologies社との共同開発について】

当社では、ナビデータのメンテナンスに関し、官公報など公開情報によるピンポイント調査でのデータ更新や、県・市町村などエリア単位や路線単位のメンテナンス計画をベースとした定期調査によるデータ更新を実施しています。

ここ数年は、ナビ用途だけでなく、一旦停止や制限速度などのAD/ADAS系コンテンツの利用用途が拡大しており、特に運転支援や運転評価など、利用者からのデータ鮮度に対する要求が高くなっています。

当社は2020年から鮮度課題に対する新たな取り組みとして、Mobility Technologies社とそのサービスである「DRIVE CHART」を利用したドライブレコーダーによる現地の画像データと当社地図データに収録されている標識コンテンツとの比較を行い、その差分である変化点を抽出するプロジェクトを進めています。

2020年に開始した当初は、画像認識率や、道路のカバー率も低く問題がありましたが、現在は、高速道路における取得画像の標識の認識率は、97%を超えています。また、Mobility Technologies社のシステムは、約3万台のタクシー、トラック、商用車両などに搭載されており、1カ月に全国の高速道路の約9割を走行し画像の収集が可能となっています。

環境は整いつつありますが、試験運用を進める事によって、運用方法の最適化や、画像の新たな利用の可能性も含め、鮮度向上を図ってまいります。



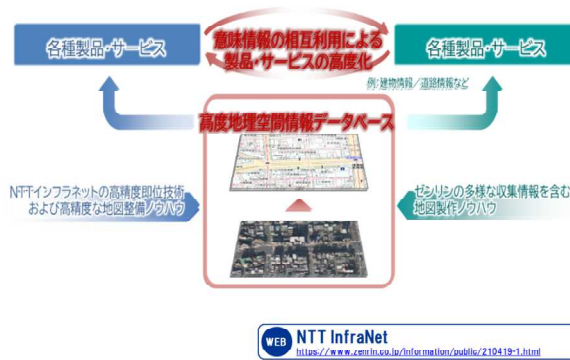
日本電信電話株式会社との資本業務提携契約を締結
IoT/AI時代に向けた「高度地理空間情報データベース」の構築に取り組む

<2020年3月26日>

<2021年4月19日>



両社が独自に整備・管理する意味情報の強化を図るとともに
相互利用と各種サービス・製品の高度化を目指す



WEB NTT InfraNet
<https://www.zenrin.co.jp/infonet/public/210419-1.html>

<2021年6月23日>



ゼンリンが保有する「時空間データベース」とNTTタウンページが保有する高鮮度な
「タウンページ情報」を融合し、新たなサービスが製品の創出と高度化を目指す

▶2021年11月17日 共同開発の第一弾をリリース

ゼンリンとNTTタウンページが共同開発したGISコンテンツの新商品
「企業サーチデータ」を販売開始

～地図情報と企業情報の組み合わせで、マーケティング業務等を支援～



WEB NTT タウンページ
<https://www.zenrin.co.jp/information/public/210623.html>

【NTT社との取り組みについて】

2020年3月のNTT社との業務資本提携から、昨年度は、
NTTインフラネット社、NTTタウンページ社との業務提携を発表しました。

NTTインフラネット社との業務提携は、両社の保有する様々なコンテンツと
意味情報を相互利用する為の環境を整える事を目的としています。

本件を実現する為の位置情報基準整備は、コロナ過の影響も多少ありましたが
予定通り進んでいます。また、高度地理空間情報を推進する為、
両社のデータを利用した試作開発等も進んでいます。

NTTタウンページ社との連携は、現在両社が保有しているデータを利用して
新たなサービスの構築を目的としています。

これまでナビの検索データとして使用していた実績もあり、
タウンページデータの業種分類や法人データと、当社位置情報・建物属性との
相性も良く、両者の組み合わせによる「企業サーチデータ」を開発し、
昨年11月より販売を開始しています。

今後は、さらに各種マーケティングデータや人流データなど他データとも
組み合わせる事で、その用途を拡げ、サービスの拡大を図ってまいります。

(以上)