

平成 24 年 5 月 8 日

各 位

会 社 名 株式会社ゼンリン

代表者名 代表取締役社長 高山 善司

(コード番号：9474 東証第1部、福証)

問合せ先 執行役員経営管理本部長 松尾 正実

(TEL：093-592-9050)

新中期経営計画策定のお知らせ

株式会社ゼンリン（本社：福岡県北九州市、社長：高山善司、以下「ゼンリン」）は、このたび、2012 年度から 2015 年度までの 4 ヶ年の新しい中期経営計画「ZENRIN GROWTH PLAN 2015（以下、ZGP2015）」を策定しましたので、お知らせいたします。

1. 「ZGP2015」の位置付け

ゼンリンは 2009 年に長期経営構想「ZENRIN GROWTH PLAN 2013」を策定し、ゼンリングループの強みを最大化するための事業構造変革を実行するべく、2009 年度から 2011 年度の 3 ヶ年を中期経営計画と位置づけて、「既存事業の構造改革」「新規事業の基盤確立」「グローバル事業の再検証」に取り組んでまいりました。

しかしながら、その期間におけるスマートフォンや SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）に代表される地図を利用した商品やサービスの拡大や、無料・低価格地図サービスの普及など、ゼンリングループを取り巻く事業環境が大きく変化しており、今後の事業環境の変化に対応し、企業価値の持続的な向上を目指すべく、今後 4 年間の戦略を再構築し、アクションプランを強力に実行するために、新たな中期経営計画を策定いたしました。

ZGP2015 の概要は以下の通りです。詳細は添付資料をご参照ください。

2. 「ZGP2015」の概要

現在、地図情報を含めた様々な情報が、いつでも無料で取得できる環境が整う一方で、膨大な情報の中から、消費者が自分にとって価値のある情報を手にいれることは非常に難しくなっております。そこで、ゼンリングループが地図情報を新しく編集しなおすことで、「より適した価値」を実現するキュレーター（※1）となるために、ZGP2015 では次の 3 つを基本構成として、各種施策を実施し、収益を維持しながら持続的成長に向けて取り組んでまいります。

I. 既存・新規地図データベース（以下、DB）の用途開発による収益拡大

II. 「知のサイクル」適正化のための時空間 DB の構築

III. 固定費率低減のための生産性改善と構造改革

（※1）キュレーター：一般的には博物館・美術館等の展覧会の企画を担う学芸員をさす。現在ではインターネットの世界を中心に「情報を司る存在」として、必要な情報のみを選別するフィルタリングを行い、有益な状態にして配信することをさす。

I. 既存・新規地図DBの用途開発による収益拡大

ゼンリングroupは地図情報を含む様々な情報の利活用における用途開発を推進します。既存の住宅地図DBとナビ地図DB分野に加えて、双方の地図DBのノウハウを踏襲した新規地図DBをもとに、新たな価値ある商品・サービスを積極的に提供することで収益拡大を目指してまいります。

II. 「知のサイクル」適正化のための時空間DBの構築

ゼンリングroupは長年培ってきたノウハウである企画・収集・管理・編集・提供の「知のサイクル」によって、様々な商品・サービスを提供しています。今後はさらに、実世界に存在する全ての情報を時空間DBとして構築し、「キュレーション思考」によって「知のサイクル」を適正化することで、より強固な事業基盤を確立してまいります。

III. 固定費率低減のための生産性改善と構造改革

ゼンリングroupの事業構造は、事業基盤である地図DBの開発・維持管理のため、每期一定のコストが発生する固定費率の高い構造であります。新規商品・サービスの開発に必要な投資は実行してまいります。生産性改善と構造改革によって固定費率の低減を実現してまいります。

3. 2015年度（2016年3月期）目標数値

	2015年度目標	(参考) 2011年度実績
連結売上高	650億円	523億円
連結営業利益率	12.0%	8.4%
(参考) 営業利益	(80億円レベル)	(44億円)

4. 株主還元方針

ゼンリンは、株主の皆様に対する利益還元を最重要課題と位置付け、持続的な企業価値の向上に取り組むとともに、連結ベースでの中期経営計画における利益成長に基づいた、安定的かつ継続的な配当の実施を基本方針としております。

この方針に沿って、配当は連結株主資本配当率（DOE）（※2）3%以上を維持することといたします。

また、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等も引き続き検討し、適正な内部留保を考慮しつつ連結ベースの利益水準に応じた利益還元を行ってまいります。

内部留保につきましては、市場の急速な動きに対応するために、今後の事業展開に不可欠な設備投資や研究開発投資等に充当してまいります。

（※2）株主資本は資本金、資本剰余金、利益剰余金の合計から自己株式の額を控除したものであります。

ゼンリンググループは、「知・時空間情報の創造により人びとの生活に貢献します」を企業理念として掲げ、「Maps to the Future」のスローガンのもと、地図情報で未来を創造していくことを使命として企業運営を行っております。そして、情報化社会の発展により地図情報に求められる価値やニーズが大きく変化を続ける今、私たちは「より適した価値」を実現することで、「情報を地図化する世界の企業」となることを目指してまいります。

以 上

本資料中の 2012 年度以降の目標数値は業績予想ではありません。また、本資料中の将来に係わる一切の記述内容は、現時点で入手可能な情報に基づく当社の判断によるものですが、現状または将来のリスクや不確実な要素が含まれております。さまざまな要因変化により、実際の結果は、これら記述内容と大きく異なる可能性がございます。

その原因となる潜在的リスクや不確実な要因には、経済情勢の変化、法的規制の変化、新商品開発の遅延、自然災害等がございますが、これらに限定されるものではありません。



2012-2015年度 中期経営計画 ZENRIN GROWTH PLAN 2015

—キュレーション思考でより適した価値を実現する—

2012年5月8日

株式会社 ゼンリン

ZENRIN

1. ZGP2013中期経営計画の振り返り
2. ZGP2015の基本戦略
3. 目標数値

本資料中の将来に係わる一切の記述内容は、現時点で入手可能な情報に基づく当社の判断によるものですが、現状または将来のリスクや不確実な要素が含まれております。さまざまな要因変化により、実際の結果は、これら記述内容と大きく異なる可能性がございます。その原因となる潜在的リスクや不確実な要因には、経済情勢の変化、法的規制の変化、新商品開発の遅延、自然災害等がございますが、これらに限定されるものではありません。

1. ZGP2013中期経営計画の振り返り

ZENRIN GROWTH PLAN 2013

中期経営計画

3ヵ年計画を実現するため、具体的な施策を実施する

既存事業の 構造改革

労働集約型販売から脱却により新規ビジネスへ人員シフト

既存コンテンツ収集の効率化によりコスト削減

新規事業の 基盤確立

ビジネスモデルの確立と営業体制強化

知・時・空間コンテンツ収集のために新規投資

グローバル事業の 再検証

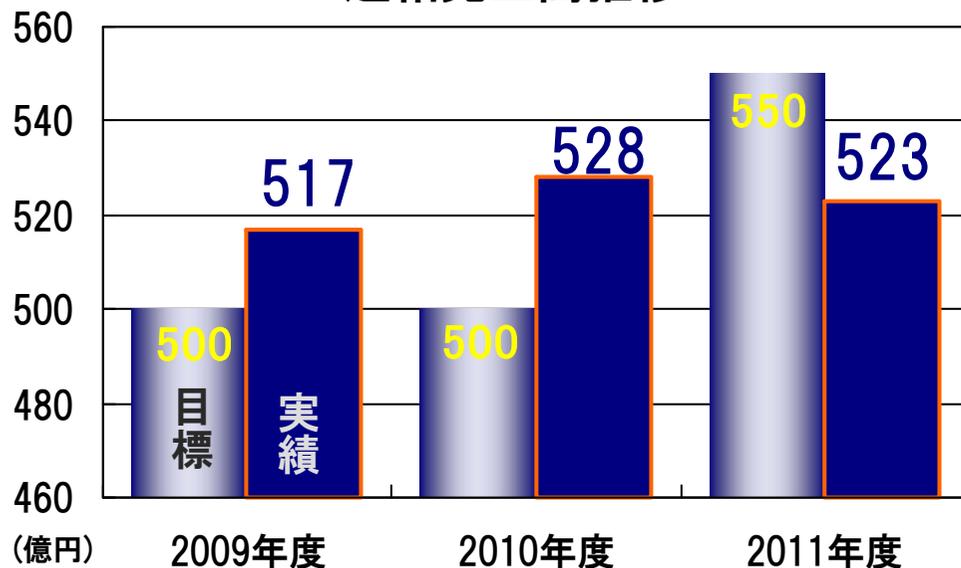
既に保有している海外コンテンツ（GCM等）の拡販を継続

ビジネス領域を再検討するため進行中の投資を一時凍結

1.-(2)ZGP2013の3年間の業績推移



連結売上高推移



売上高

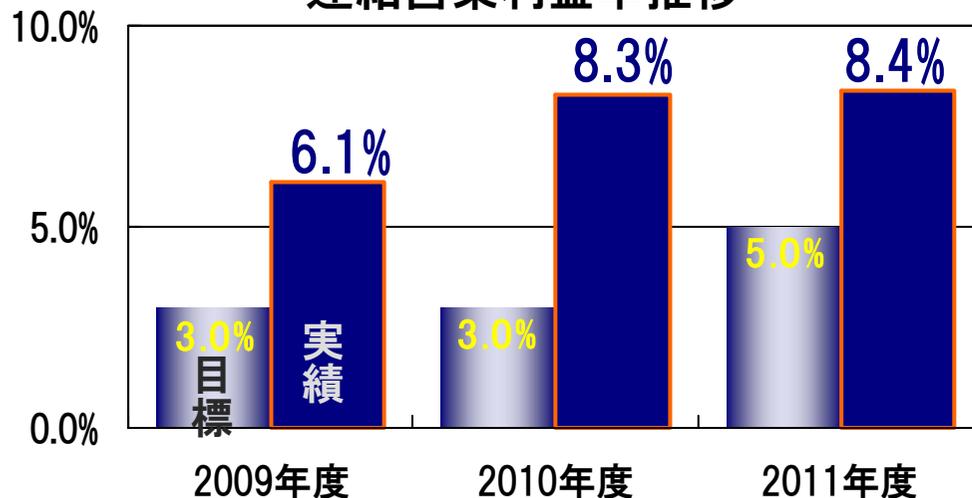
2009～2010年度 **目標比増**

エコカー減税等の景気対策の影響大

2011年度 **目標比▲26億円**

新規事業の立ち上げ遅延

連結営業利益率推移



営業利益

毎期、数値目標より増加

成長投資に遅れ

1.-(3)事業環境

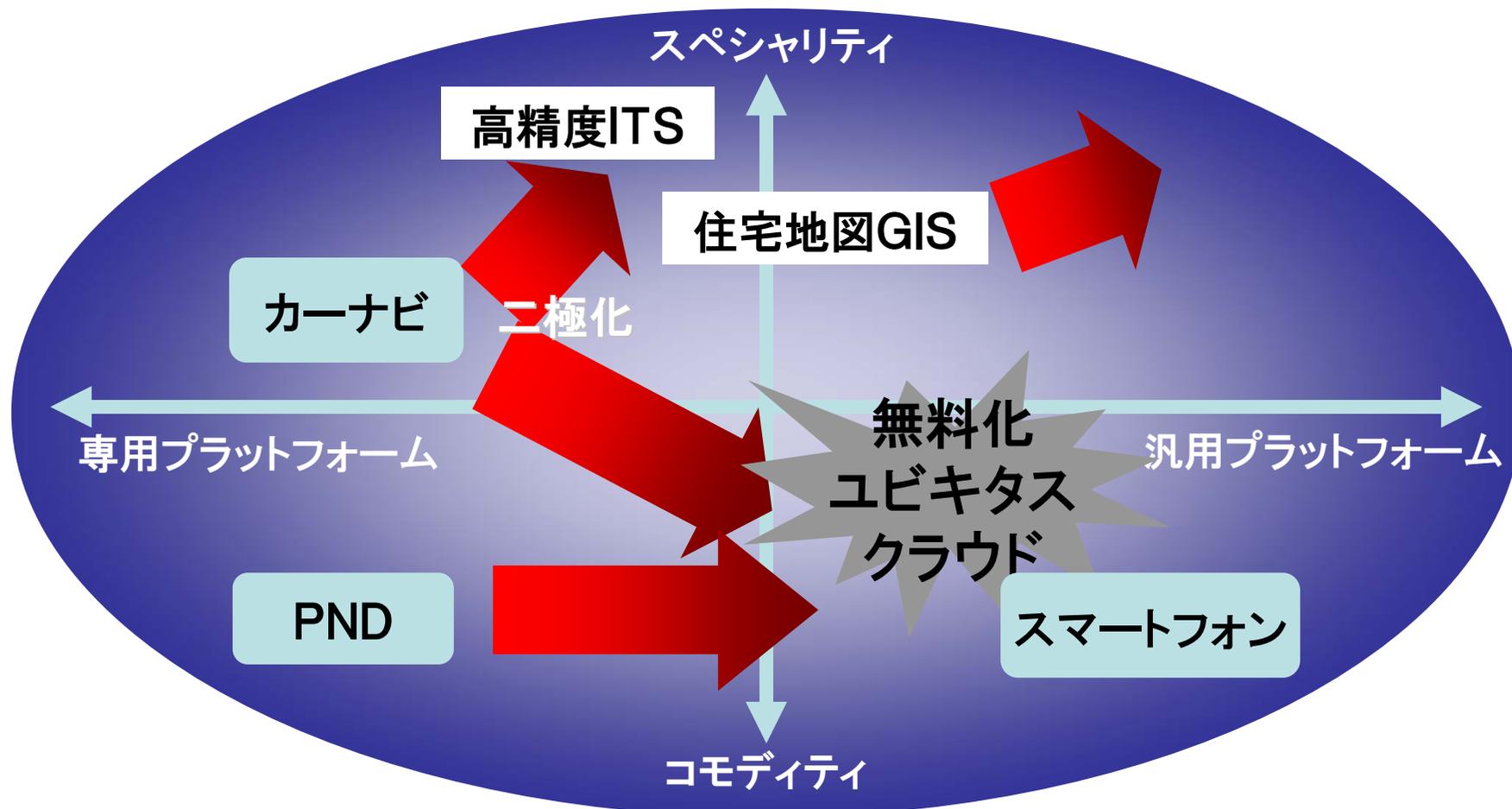


事業機会の拡大

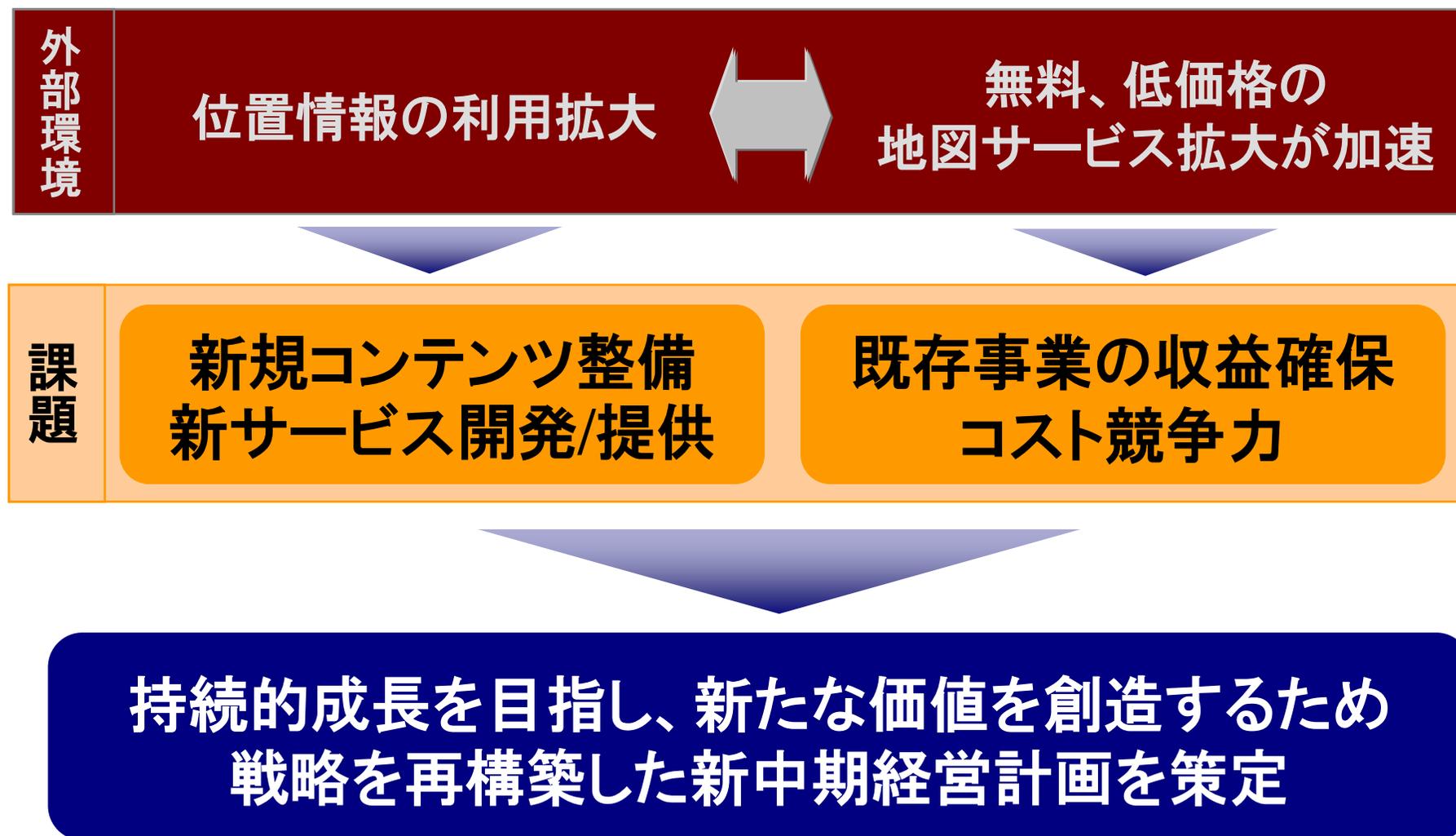
クラウド、スマホ、SNSに代表されるように、
地図を利用した商品やサービスは益々拡大

加速する事業環境の変化

無料、低価格の地図サービスも拡大し、
地図コンテンツの金額ベースの市場規模
は停滞または減少と予想



1.-(4)現状の課題



2. ZGP2015の基本戦略

「より多くの価値」

インターネットにおける位置情報サービスの普及
企業による地図サービスの提供など

「サービスの多様化」

既存の地図領域を超えた新たな地図利用の領域が拡大

「より適した価値」

「何をどう編集するか？」という
-キュレーション思考でより適した価値を実現する-

ZENRIN GROWTH PLAN 2015

キュレーション思考で「より適した価値」を実現する

I. 既存・新規地図DBの用途開発による収益拡大

II. 「知のサイクル」適正化のための時空間DBの構築

III. 固定費率低減のための生産性改善と構造改革

Ⅲ. 固定費率低減のための
生産性改善と構造改革

Ⅰ. 既存・新規地図DBの用途開発による収益拡大

「より適した価値」の実現

用途開発

住宅地図
DB

新規地図
DB

ナビ地図
DB

時空間DB

Ⅱ. 「知のサイクル」適正化のための時空間DBの構築

2.-(4)既存・新規地図DBの用途開発



住宅地図DB



プリントメディアと
ITメディア双方の商品開発

ナビ地図DB



ユーザー目線で新たな
ITS系時空間コンテンツの開発

地図の用途拡大を強力に推進

住宅地図DB

ナビ地図DB

ノウハウ

中縮尺の新たな地図DB

VIEW Map DB

Visual Information Enhanced With Map

キュレーションされた地図で新たな用途開発を実現

Visual Information Enhanced With Map 地図化することによって より判りやすく可視化された情報

現状

膨大な情報の中から「価値ある情報」の取得が困難

課題

- ①多様な利用シーンに対応できる地図表現力
- ②スピードとコストに対応できる整備の仕組み

コンセプト

- ①最適な表現で地図を提供する**表現力**
- ②最適な価格、スピードで提供する**コスト競争力**

ZGP2015の事業戦略の骨子

GIS事業	用途開発された新商品の市場投入による収益拡大
ITS事業	新たなITS系時空間コンテンツの開発による収益安定
出版事業	住宅地図帳顧客に対するCRM確立による収益安定
ICT事業	自社・他社プラットフォームの共存戦略による収益拡大
広告事業	コア事業として収益拡大に貢献する戦略の再構築
グローバル事業	インドビジネスの具体的戦略実行による収益基盤確立

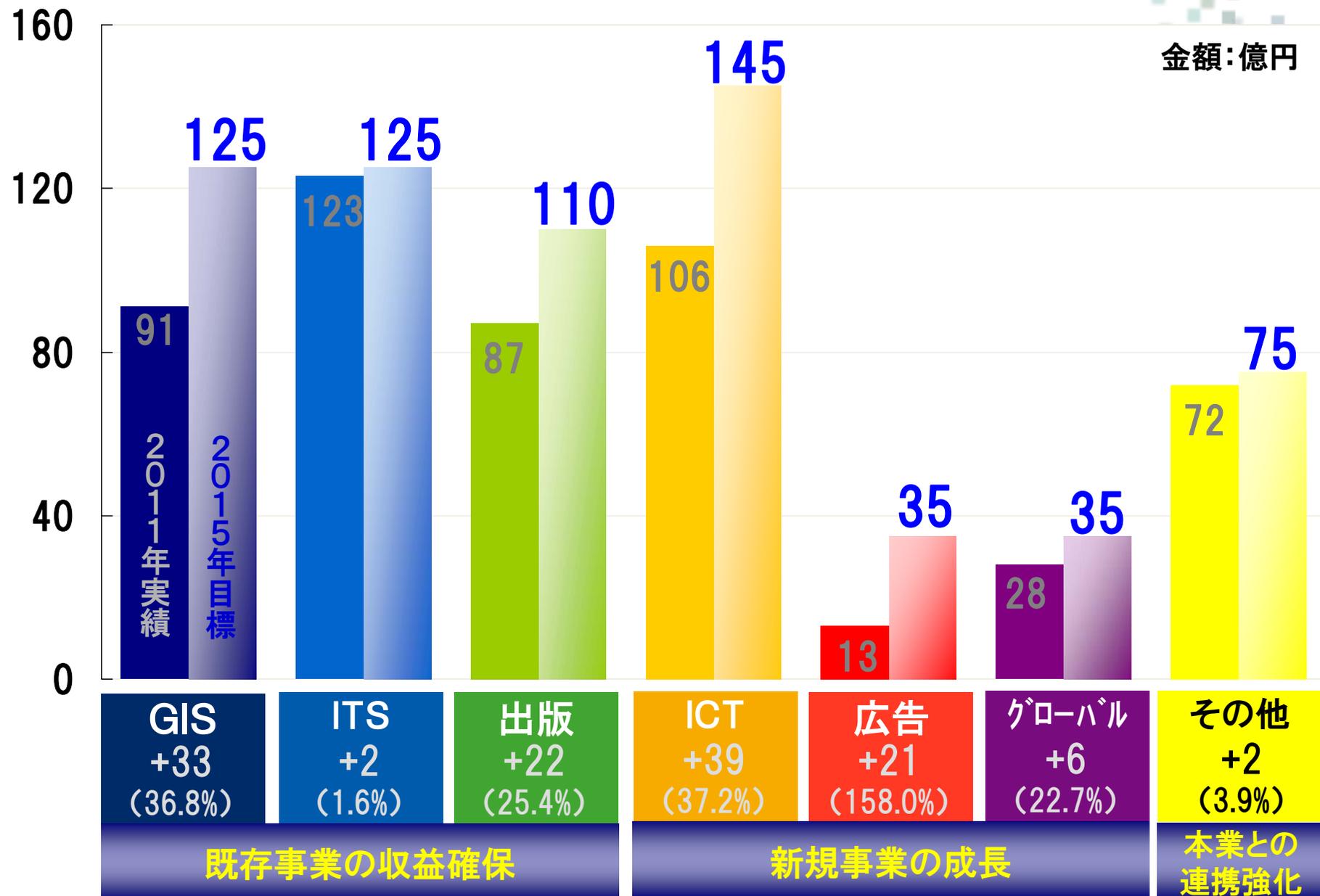
3. 目標数値

3.-(1)目標数値



	2011年度 (2012/3期)		2015年度 (2016/3期)
連結売上高	523億円	➔	650億円
連結営業利益率	8.4%	➔	12.0%
(参考) 連結営業利益	44億円		80億円レベル

3.-(2)事業別売上高(2015年度目標)



3.-(3)株主還元方針



基本方針

適正な内部留保を考慮しつつ連結ベースの利益水準に応じた利益還元を実施

- ・ 中長期的な利益成長に基づいた、安定的かつ継続的な配当を実施
連結株主資本配当率（DOE）3%以上を維持
- ・ 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等

