



2022年2月25日

各位

会社名 ENECHANGE 株式会社
代表者名 代表取締役 CEO 城口 洋平
代表取締役 COO 有田 一平
(コード番号：4169 東証マザーズ)
問合せ先 執行役員 CFO 杉本 拓也
(TEL 03-6774-6709)

よくある質問と回答 (2022年2月)

日頃より、当社へのご関心をいただきありがとうございます。今月投資家様より頂戴した主なご質問とその回答について、下記の通り開示致します。

なお、本開示は投資家様への情報発信の強化とフェアディスクロージャーを目的に、毎月月末を目途に開示するものです。回答内容については、時点のずれによって多少の齟齬が生じる可能性があります。直近の回答内容を最新の当社方針として回答を記載しております。

Q1. 検討していたテレビCMの実施を中止したとのことだが、エネチェンジEV充電サービスへの投資は予定通り実行するのか。どのような環境の変化があったのか

テレビCMの中止については、昨年度末までのタイミングでは、新電力利用者が増加し世の中に電気の切替が浸透しており、当社サービスが受け入れやす土壌が整ってきたこと、また、当社は自社チャネル強化のためのマーケティング費用よりをあまりかけていない状況であったことから、ユーザー集客の強化のための広告宣伝施策として実施を検討しておりました。

しかしながら、2022年1月以降、資源価格やJEPX価格の高騰により、新電力各社の電源確保コストが上昇する見込みが強まってまいりました。当社プラットフォーム事業の売上は新電力各社からの継続報酬と一時報酬から成り立っており、一時報酬は新電力各社のユーザー獲得意欲に応じて増減します。上記のコスト高懸念を受けた新電力各社の今後の動きとして、ユーザー獲得意欲が減退することが想定され、その結果として当社の一時報酬に悪影響を及ぼす懸念が急速に高まってまいりました。足元の金利高や株式市場下落の影響も考慮し、2021年12月に公募増資により調達させていただいた資金を有効に活用する観点からも、より慎重に費用対効果が高い施策から優先的に施策を実行すべき環境に変化したと認識しております。

その観点から、調達資金の使途としていたエネルギープラットフォーム事業におけるプロモーション等に係る資金12億円の枠内において、テレビCMの実施についてはその効果を再検討し見送りとし、より効果の見えやすいデジタルマーケティングやパートナー施策の強化へ優先的に投下する方針といたしました。なお、テレビCM制作等のコストが発生する前に中止を判断したため、特段の費用は発生しておりません。

一方、もう一つの主要な資金使途であるEV充電サービス向けの投資については、国内の新車販売におけるEV及びPHVの比率が上昇傾向であるなど、EVの普及拡大の流れに変化はないと認識して

おり、同事業への投資は、早ければ早いほど事業の優位性構築につながると考えております。そのため、積極的な投資を実行し早期の事業立ち上げに取り組む方針に変更はありません。

Q2. エネチェンジ EV 充電サービスについて、キャンペーンを実施しているようだが設置の進捗状況は。今後、設置実績については定期的に開示してほしい

EV 充電サービスのキャンペーン価格の実施は、早期目標である 3,000 件の到達に向けて事業を促進するため、一時的に実施しているものです。現在の状況としては受注件数も積みあがってきており、既に設置工事を開始しております。

現段階では設置件数の開示等は潜在的な競合企業への情報開示を控える観点から行っておりませんが、ある程度実績が積みあがった段階で定期的に投資家様にお知らせしていくことを想定しています。また、実績数値以外でも、開示可能な情報については随時情報発信をしております。

Q3. エネチェンジ EV 充電サービスの目標値について、当初は 5,000 台だったはずだが、3,000 台になったのはなぜか

以前に目標台数として 5,000 台とお伝えしましたが、2021 年度決算資料内で掲げた「早期目標 3,000 台」の記載については、目標台数を引き下げた意図ではなく、海外の先行事例と同等の評価をされようとした場合、まず最低でも 3,000 台の設置が必要という意味で早期目標を明示しております。中長期目標としては 30,000 台を掲げており、引き続き事業の拡大に向けて取り組んでまいります。

Q4. エネチェンジ EV 充電サービスの営業体制や代理店販売はどのように考えているのか。2022 年度に投資する人員体制強化の中身は

2022 年における EV 充電サービスへの投資のうち、約 5 割を人員体制強化に活用する予定であり、多くは営業の増員を想定しており、日本全国での営業体制を整備しております。また、自社営業人員での営業のみでなく、施工業者やプラットフォーム事業におけるパートナー企業とも連携して営業活動を行っており、自社チャネル・パートナーチャネルともに積極的に取り組んでおります。

Q5. 目的地充電の分野では競合はいるのか

EV 充電インフラは大きく 3 種類に分けられ、①自宅で行う基礎充電、②高速道路のサービスエリアなどで行う経路充電、③移動先の施設で行う目的地充電があり、エネチェンジ EV 充電サービスは③目的地充電に注力したサービスです。

競合の観点では、E-mobility Power 社において目的地充電を展開しているものの、注力分野は経路充電であると認識しております。また、その他に目的地充電を展開するベンチャー企業がいくつか見られるものの、資本力のある、または現時点で優位性のあるプレーヤーは存在しておらず、当社サービスで普通充電のマーケットシェアを大きく獲得できる余地があると考えております。当社の強みである電力領域での営業力、ソフトウェア開発力、海外先行事例のノウハウを活かして、いち早く受注及び設置台数を積みあげることに注力しております。

Q6. 自宅で充電を行う基礎充電の分野には参入しないのか

マンション等の集合住宅向けには、特に賃貸マンションや、分譲マンションにおける立体駐車場など、個人の専有ではない駐車場に重点的に取組んでおります。これらの施設は海外事例においても複数の車両が充電器をシェアするのが一般的であり、当社の目的地充電で培ったソフトウェアやノウハウを活かせる領域であるため、マンション向けの料金プランを用意し、営業活動を進めております。

また、戸建住宅での充電に関しては、基本的に電力会社から電力供給メニューの一つとして提供されるものと考えております。そのため、自宅でのEV充電に対応する取り組みとして、「EMAP EV 充電」という電力会社向けのサービス開発に取り組んでおります。「EMAP」シリーズは現在当社が提供している電力会社向けサービスの主力商品ですが、自宅でのEV充電管理や見える化を実現するシステムをラインナップに加えることで、基礎充電の分野でも当社の技術を活かせると考えております。今後詳細をアナウンスできるようになった段階で投資家様にもご紹介させていただきます。

Q7. EV を利用した VPP（バーチャルパワープラント）に関する事業戦略はどのように考えているか

EV のVPPにおける活用可能性は認識しておりますが、それが事業として成り立つためには、制度面及び技術面での課題が多くあり、中長期的な将来の成長分野であると考えております。まずはEV充電サービスとして設置台数を積み上げることで、将来的にVPPに関する事業が成り立つ土壌になった際に、EV とつながるネットワークと技術力を持っている会社として優位性を持つため、現在はEV充電機器の設置台数を拡大することを優先しております。

Q8. 2021 年度においてプラットフォーム事業の提携会社数が増加している。電力会社にとって厳しい事業環境になっているが、電力会社の顧客獲得意欲に変化はないのか

プラットフォーム事業における電力会社の提携社数は2020年度の52社から2021年度は56社に増加しました。昨今の資源価格の高騰により、収益性の悪化が見込まれている電力会社からは広告費を減額する等の動きも出ている一方で、比較的資源価格の高騰の影響を免れている会社（例えばガス会社系列の新電力など）は、そういった状況をチャンスと捉え広告費を増やす会社もございま

す。そうした背景から、プラットフォーム事業の提携社数も増加しており、常にどこか積極的な電力会社と連携することで、電気の切り替えを推進できるというのがプラットフォーム事業の強さでもあります。

Q9. 新電力におけるエネチェンジの法人向けのシェアが停滞しているように見えるがその要因は

当社の法人向けシェア自体は横ばいであるものの、法人向けの電力切替マーケット全体が停滞している状況だと認識しております。法人のユーザー様としては電気料金の高騰から引き続き切替ニーズはあるものの、上述のとおり、資源価格の高騰により電力会社の収益性悪化が見込まれており、一般的に電力会社にとって法人顧客は利幅が比較的薄いため、新規顧客獲得意欲の減退が見られている状況だとみております。

当社としては、提携電力会社を数多くそろえるとともに、グリーンな電力を求めるユーザー様には当社のサービスとして「トラッキング付FIT非化石証書」を付加するなど、法人ユーザー様のニーズに応える電力切替メニューの提供を行うことで、ユーザー獲得を推進してまいります。

Q10. 日経新聞から、2022年4月に電気事業法が改正され、個人の同意が得られた一部の電力データを第三者に提供できるようになるにあたり、ENECHANGEを含む電力関連約10社が電力データを管理する団体を共同で立ち上げ、外販に乗り出すとの記事があった。この団体の中での役割と収益の見込みを教えてください。また、個人情報の取り扱いのリスクに対してどう対応するのか

記事の内容は概ね事実と認識しております。

2022年春に予定されている電力データの自由化の取り組みが進んでおり、当社はスマートメーターの利活用を検討する団体に参加しております。この制度改革は、当社のデータ事業におけるサービス（EMAP、SMAP、KIWI）に直接的に影響するもので、事業環境が整備されることで事業の拡大を見込んでいます。しかしながら、この制度改革は当初の予定からは遅れているのが実態であり、2022年4月の「電力データ自由化」の開始の段階では、一部の取り組みにとどまることが見込まれており、当社の関連事業が本格的に展開できるのは2023年以降になるのではないかとみております。そのため、2022年度の業績予想にはこの制度改革によるポジティブな影響はほぼ織り込んでおりません。

また、個人情報の取り扱いについては、記事内にある管理団体を通して具体的なルール作りが進められる予定です。

Q11. 2022 年度業績予想について、成長投資のために営業損失 15 億円とするのであれば、売上高成長 33% 予想は低いのではないかと

当社は 2020 年 12 月の上場時から、2027 年度売上高 100 億円を目標として掲げており、これは売上高成長 30% 以上を継続することで達成可能となります。期初時点においては、当初の方針のとおり、30% の成長率を目安として予想値を設定させていただき、一方で期中において期初予想を上方修正できるよう、取り組みを進めたいと考えています。

営業損失 15 億円予想については、プラットフォーム事業での成長投資約 12 億円（主に広告宣伝費）、データ事業での成長投資約 9 億円（主に EV 充電サービスでの費用増加）の影響を織り込んだものです。プラットフォーム事業での投資は、効果的な広告宣伝を中心に費用投下を行う予定であり、費用投下に応じた売上増加も見込まれます。一方で、データ事業の投資については、主に EV 充電サービスの営業体制や運営体制を整えるための費用であり、一方で EV 充電サービスの売上高は業績予想の数値においては保守的な想定にしております。従って、営業赤字の発生見込みはデータ事業が主因となります。

なお、2021 年度は売上高成長 76% 増を実現しております。これは特にプラットフォーム事業の売上高増加の影響が大きく、ユーザー数の増加以上に、ARPU の上昇が寄与しております。ARPU の上昇は、電力会社のニーズに応える形でシステム改修を行った結果、フロー型収益である一時報酬単価が大きく上昇したことが要因です。

2022 年度予想においては、積極的なユーザー獲得施策を展開するためユーザー数の増加は 35% 以上で見込む一方で、電力会社の経営環境の悪化を考慮し、一時報酬単価の低下を織り込み ARPU を 5% 程度下落と見込んでいるため、プラットフォーム事業としては 30% 程度の売上高成長と見込んでおります。

Q12. なぜ赤字を出してまで先行投資をする必要があるのか

Q11 の回答のとおり、営業赤字の発生見込みはデータ事業が主因となります。

プラットフォーム事業においては、新電力のシェアが法人向け 30% 超、家庭向け 20% 超にまでシェアが高まっている状況にあり、電力切替は今後本格的な普及に向かうと見込まれます。足元、電気料金の高まりにより電気代を比較して安く抑えたいニーズが高まっており、広告宣伝に注力することでユーザー数を高めやすい環境でもあります。この普及期において、オンライン広告を中心とした効率的でコストコントロールがしやすい施策を中心に展開し、赤字幅は限定した水準で規律を保ちながら、効果的に販売促進を行ってまいります。

EV 充電サービスにおいては、日本においても EV・PHV の販売比率が高まりつつある中、2022 年は自動車メーカーの新型 EV の発表や、海外、異業種からの日本市場参入が相次いでおり、足元で急速に成長する分野であると認識しております。今から積極的に事業展開することで、EV 充電インフラ分野で大きなシェアを獲得することが可能となる一方、この分野への投資が遅くなるほど先行者利得を活かせず不利になるとの判断から、先行投資を積極化すべきと判断しております。

Q13. 公募増資で獲得した資金の内、2022年で利用しない分は2023年に使い切る予定なのか

当該ファイナンスの資金使途については、発表資料の通り、オーベラス・ジャパン社の株式取得に係る借入金返済資金（2025年まで）、「脱炭素テックファンド」への出資・運営資金（2024年まで）、プラットフォーム事業の自社サービスの強化資金（2023年まで）など、項目に応じた期間を設けて充当する予定です。

Q14. 大量保有報告書が2月上旬に2件提出されているが、会社としてどのように考えているか

2月4日に提出されたUBS銀行様の大量保有報告書（保有株式数1,568,700株、当社発行済株式総数に占める保有割合5.32%）においては、UBS様をはじめとする証券会社等金融機関の保有については、議決権の保有に関心のない機関投資家（ヘッジファンドや一部のロング投資家など）が、当該証券会社等の名義のまま株式を保有することが一般的にあり、おそらく1月中下旬にUBS様を通じて取得された分が反映されているものと理解しております。純投資ではなくディーリング目的となっておりますが、実際の投資家様の意図までは把握が出来ないものの、ロンドン支店での取引とこのことですので、欧州投資家による保有であると推察しております。

2月7日に提出された欧州投資家ベイリーギフォード様の大量保有報告書（保有株式数1,724,500株、当社発行済株式総数に占める保有割合5.85%）については、いわゆるロングオンリーの投資家様であり、中長期保有目的での株式保有と認識しております。

当社としては、欧州の機関投資家様は脱炭素に向けた取り組みに積極的であり、また特に英国はエネルギー分野での規制緩和の状況が日本と類似し、電気の切替も浸透していることから、他社事例を踏まえて当社の事業内容に評価をいただきやすい状況と捉えております。上記のいずれも、日本株式市場全体で海外投資家の売却が進む中、買い増しの判断をいただいております。昨年の資金調達の一つの目的である、海外機関投資家比率の向上が順調に進んでいるものと捉えております。

Q15. 公募増資を行って以降IRの開示の頻度が減ったように思うが何か理由があるのか

資金調達以降の12月から1月にかけては、開示の対象となるような企業様とのお取組みが年末年始の影響でやや進捗が停滞していた影響がございます。情報開示については、適時開示及びプレスリリースにて、引き続き事業の進捗に応じて積極的に開示する方針です。2022年1月より開始している本Q A開示も含めて、今後も投資家様との接点を作り、情報発信に努めてまいります。

以上