

INFORICH

東証グロース市場：9338
2024年12月期 通期決算説明資料
2025年2月13日

FY2024 通期決算説明資料 目次

1. 決算説明資料 サマリー
2. FY2024 4Q / 通期 業績ハイライト
3. FY2025 通期業績予想
4. FY2024 4Q Topics
5. Appendix
 - 会社概要
 - ChargeSPOTについて
 - 業績ハイライト追加資料
 - サステナビリティ向上のための取り組み

4Qの売上高は前年同期比+41%と順調に成長。EBITDAも+80%と増加。
通期では売上高が100億円を超え、EBITDAは29億円に。

FY2024 4Q実績

	実績		前年同期比
売上高	4Q	3,227 百万円	+41% (+936百万円)
EBITDA	4Q	1,023 百万円	+80% (+454百万円)
営業利益	4Q	549 百万円	+59% (+204百万円)

4QのEBITDAは前年同期比+80%

FY2024 通期実績

	実績		前年同期比	業績予想達成率
売上高	通期	10,701 百万円	+39% (+3,019百万円)	107%
EBITDA	通期	2,963 百万円	+110% (+1,554百万円)	115%
営業利益	通期	1,662 百万円	+175% (+1,058百万円)	102%

通期のEBITDAは前年比+110%

国内事業の堅調な成長に加え、M&Aの実施によって海外展開が進んだ。
新サービスの開始・新型スタンドの展開など、中計達成に向けて加速。

FY2024の取り組みハイライト

● **海外展開の加速**

- オーストラリアのEzychargeの株式を取得し、子会社化。オーストラリアでのシェア90%超。
- マカオでのFC展開を開始。
- FC展開エリアでの大規模設置が増加。

● **M&Aの実施**

- オーストラリアのEzychargeの株式を51%取得
- 台湾でFCを展開していたDigital社の株式を100%取得
- ベビーケアルーム「mamaro」を運営するTrim社の株式を75%取得

● **新サービス・新型スタンドの展開を開始**

- 個人がアーティストへの応援を発信できるプラットフォーム「CheerSPOT」を開始
- 屋外に対応した「ChargeSPOT」のバッテリースタンドの設置を開始

FY2023-FY2024の国内主要KPI数値の変化

月間
レンタル数
(12月実績) 159 万回 → 195 万回
+23%

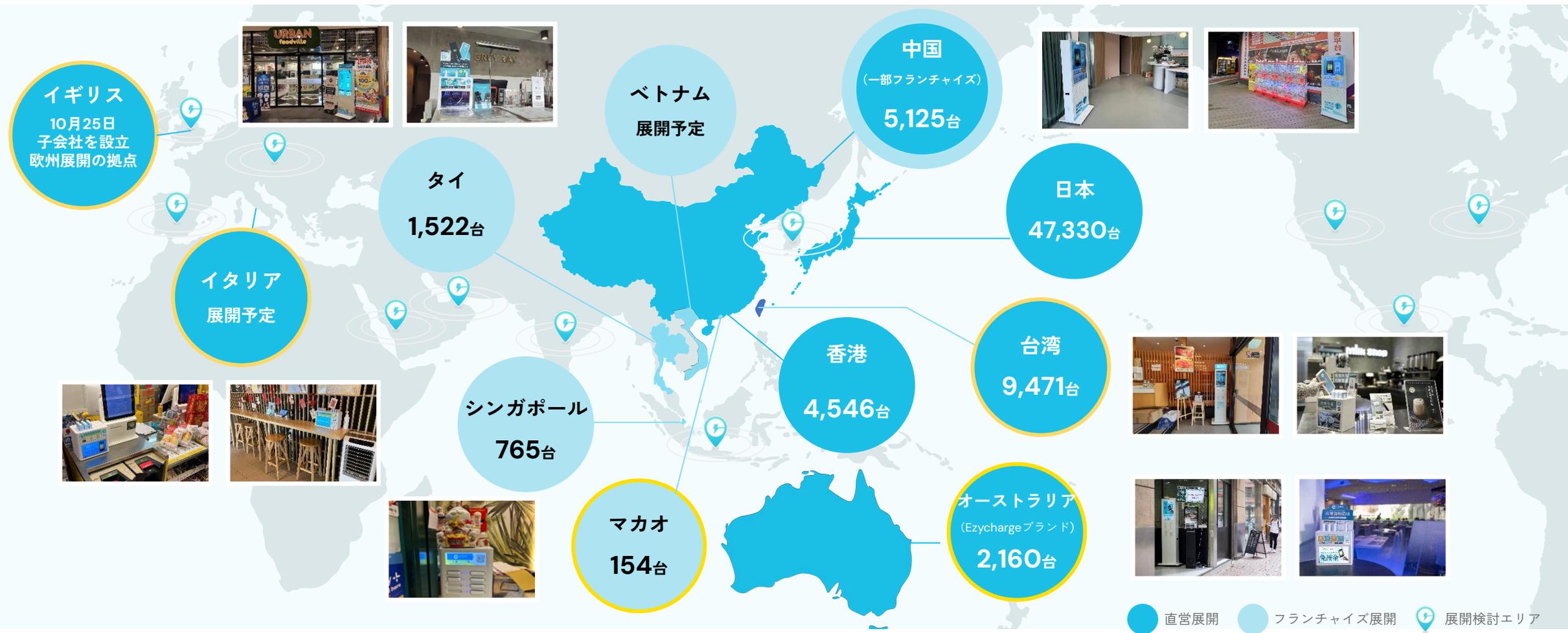
年間
レンタル数 1,624 万回 → 2,080 万回
+28%

月間
アクティブ
ユーザー数
(12月実績) 84 万人 → 104 万人
+24%

累計
ダウンロード数 844 万回 → 1,243 万回
+47%

設置台数 4.2 万台 → 4.7 万台
+5,000台

オーストラリアのEzychargeと台湾FCのグループイン、イギリス子会社設立、マカオFC展開の開始など、4エリアで状況が進展。設置台数はFC込みで約1.7万台増加し、約7.1万台に。



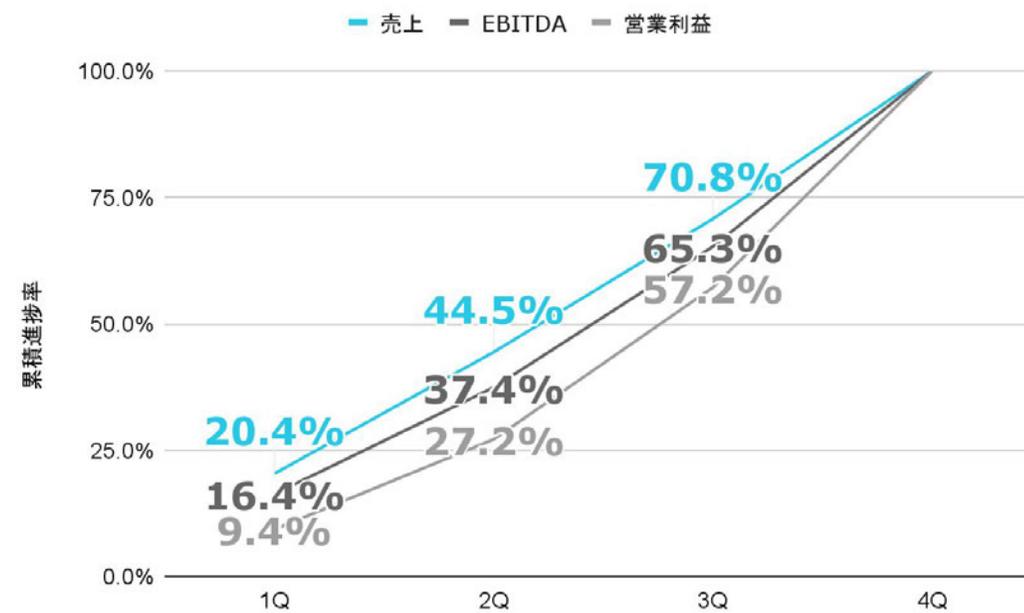
国内ChargeSPOT事業の継続的な成長と連結子会社の増加により、
大幅な売上とEBITDA拡大を見込む。

連結業績予想（1-12月）

単位：百万円

	FY2024 実績	FY2025 業績予想	YoY 増減額	YoY 増減率
売上高	10,701	15,647	+4,946	+46 %
EBITDA	2,963	4,436	+1,472	+50 %
EBITDAマージン	28 %	28 %	-	+0 pt
営業利益	1,662	2,314	+652	+39 %
経常利益	1,751	2,190	+438	+25 %
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,061	2,358	+297	+14 %

四半期ごとの累積進捗率（予想）



FY2024 通期決算説明資料 目次

1. 決算説明資料 サマリー
2. **FY2024 4Q / 通期 業績ハイライト**
3. FY2025 通期業績予想
4. FY2024 4Q Topics
5. Appendix
 - 会社概要
 - ChargeSPOTについて
 - 業績ハイライト追加資料
 - サステナビリティ向上のための取り組み

FY2024 4Q 業績ハイライト：【連結】売上高・EBITDA・営業利益の推移（四半期）

台湾FCの子会社化や国内事業の堅調な成長によって売上高が増加。
M&Aの実施やカンファレンスなどで一時費用が増加したものの、EBITDAは成長。

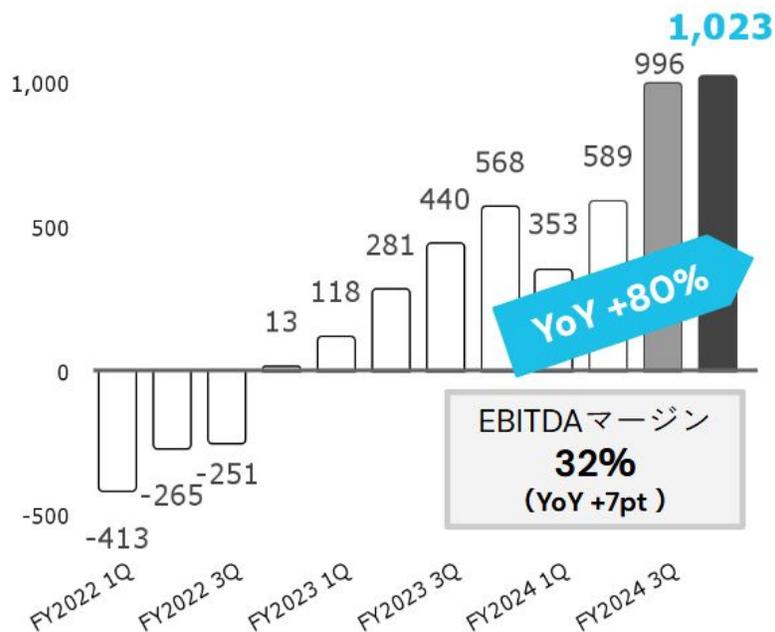
売上高

単位：百万円



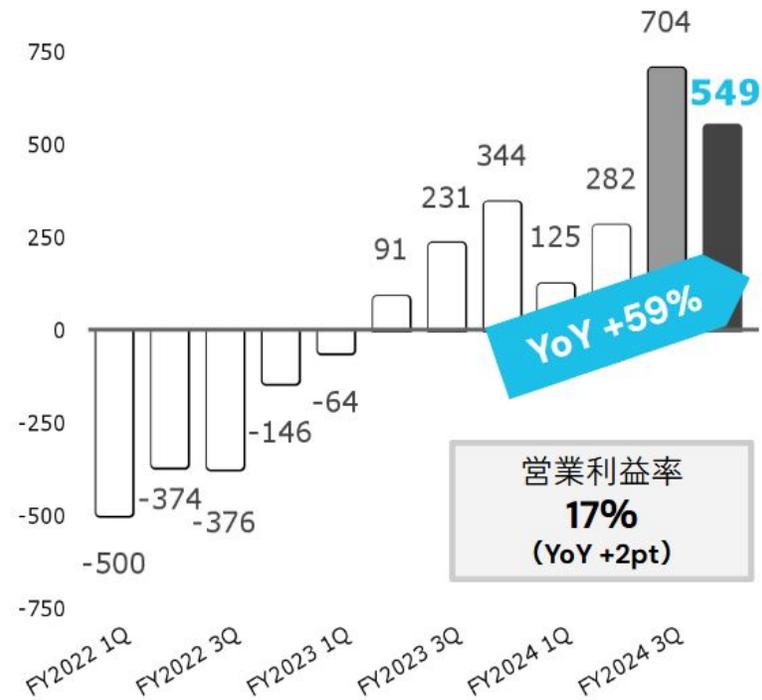
EBITDA

単位：百万円



営業利益

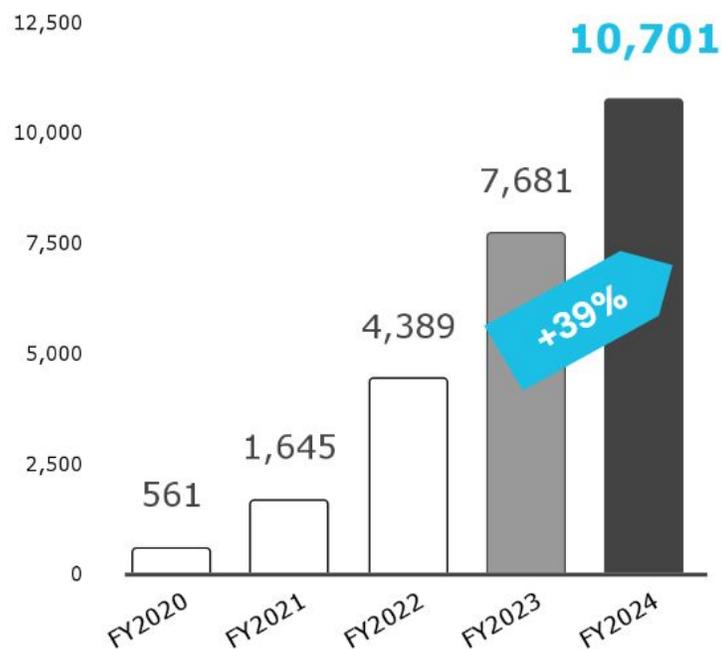
単位：百万円



グループ会社の増加や国内ChargeSPOT事業の継続的な成長によって通期の売上高が100億円を超えた。
それにともない通期のEBITDAは29億円まで増加。

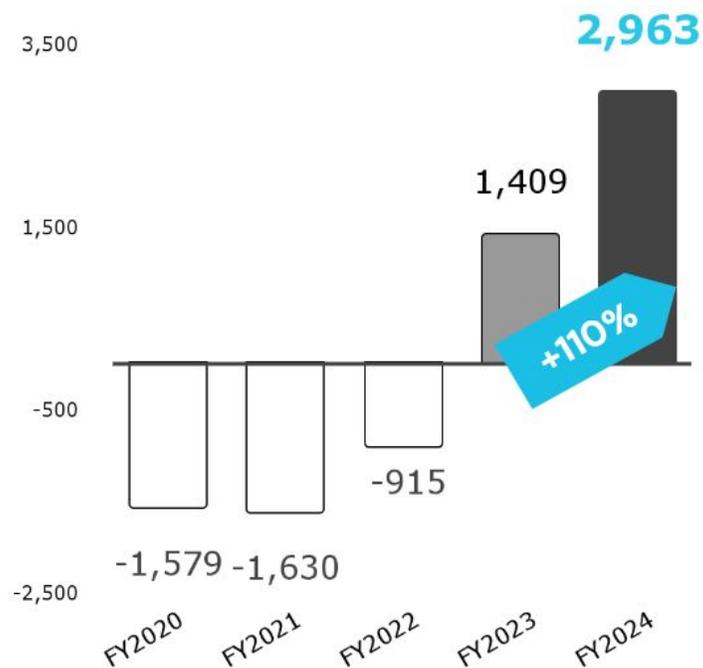
売上高

単位：百万円



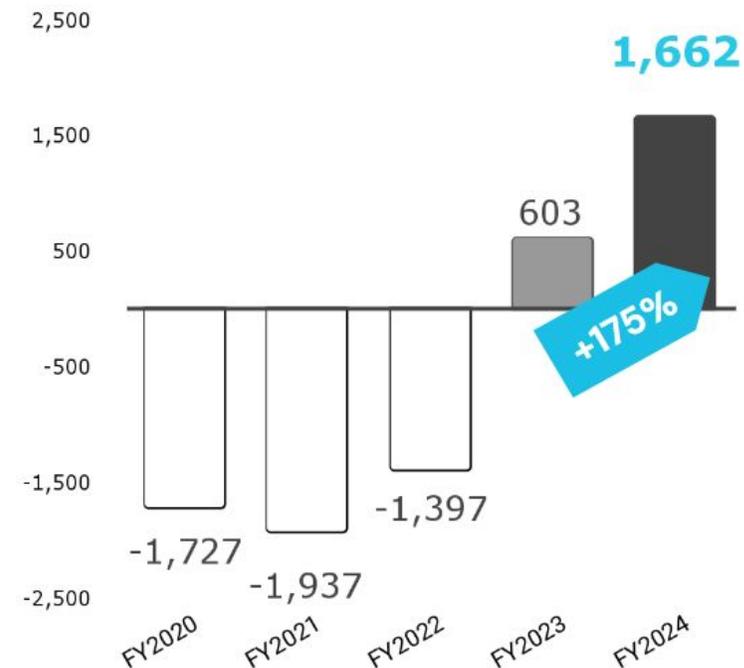
EBITDA

単位：百万円

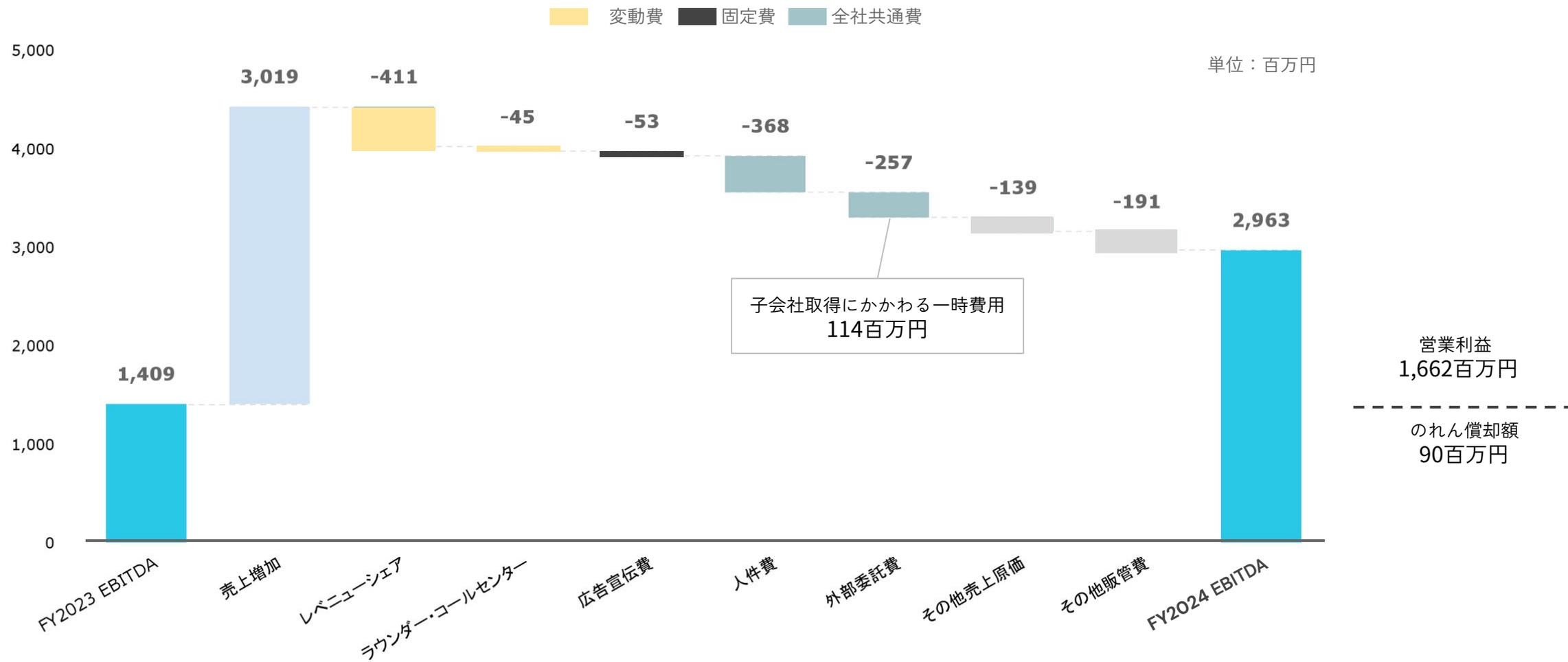


営業利益

単位：百万円



年間で子会社取得にかかわる一時費用が1.1億円発生したにもかかわらず、
売上の増加によってEBITDAは順調に成長。



成長に向けた一時費用も吸収し、年初に発表した業績予想は全項目で超過。

単位：百万円

	四半期（4Q）				通期				
	FY2023 4Q	FY2024 3Q	FY2024 4Q	YoY 増減率	FY2023 1-4Q	FY2024 1-4Q	YoY 増減率	業績予想	業績予想 達成率
売上高	2,290	2,888	3,227	+41 %	7,681	10,701	39 %	10,011	107 %
EBITDA	568	996	1,023	+80 %	1,409	2,963	110 %	2,576	115 %
営業利益	344	704	549	+59 %	603	1,662	175 %	1,635	102 %
経常利益	257	498	694	+170 %	633	1,751	176 %	1,515	116 %
親会社株主に帰属する 当期純利益	320	475	1,167	+264 %	571	2,061	260 %	1,514	136 %

FY2024 4Q 業績ハイライト：【連結】売上内訳（四半期）

国内のレンタルはYoY+35%と引き続き好調。
台湾FCの子会社化によって海外のレンタル売上が増加し、FC向け販売・ロイヤリティ収入は減少。

単位：百万円

		FY2022 1Q	FY2022 2Q	FY2022 3Q	FY2022 4Q	FY2023 1Q	FY2023 2Q	FY2023 3Q	FY2023 4Q	FY2024 1Q	FY2024 2Q	FY2024 3Q	FY2024 4Q	YoY 増減率	増減理由
国内 売上	レンタル <small>(違約金・サブスクを含む)</small>	545	811	878	1,093	1,142	1,456	1,654	1,753	1,651	1,970	2,285	2,366	+35 %	- 7月からの料金改定による単価の上昇/継続的なユーザー数の増加
	広告	8	7	7	24	7	7	8	30	8	6	20	17	-42 %	- 引き続き効率化のためのシステム運用開始準備に注力
	その他	1	1	5	7	12	8	12	14	20	18	15	13	-6 %	- クーポン売上が期によって変動
海外 売上	レンタル	90	145	214	237	245	267	314	339	323	376	402	741	+118 %	- 台湾FCの子会社化により増加。
	広告	3	4	3	5	9	9	11	5	5	6	6	17	+209 %	- 台湾での広告収入が寄与 - 香港での広告売上も微増
	FC向け販売・※1 ロイヤリティ収入	48	65	34	139	27	95	100	144	77	72	142	49	-66 %	- タイ/シンガポール向けは増加 - 台湾FCを子会社化したことにより、台湾向け販売とロイヤリティが減少
	その他	1	0	0	0	-	-	0	2	0	43	15	21	+625 %	- Ezycharge社のイベント売上やロッカー型充電器などが組み入れ
合計		699	1,036	1,143	1,509	1,443	1,845	2,101	2,290	2,087	2,497	2,888	3,227	+41 %	

※1 タイ、シンガポール、マカオ、中国本土のフランチャイジー向けを指す
※ FY2022 2Q以前の数値は監査およびレビュー未実施

オーストラリア、台湾共にレンタル数・ユーザー数も好調。
今期から台湾のPLも連結が開始し、海外レンタル売上に寄与。

オーストラリア
Ezycharge Australasia Pty Ltd.

Ezycharge Australasia Pty Ltd. (Ezycharge社) は2019年からオーストラリアの都市部を中心にモバイルバッテリーのシェアリングサービス「Ezycharge」を展開。オーストラリアでの市場シェア90%を獲得し、2023年に黒字化。2024年4月に51%の株式を取得し、第2四半期からBS・PLの連結を開始。

売上高
(FY2024 4Q)
141 百万円
(連結前含む通期)
450 百万円

EBITDA
(FY2024 4Q)
35 百万円
(連結前含む通期)
76 百万円

設置台数
(12月末時点)
2,160 台
(3Q比 +192台)

月間レンタル数
(10-12月平均)
約 **3.3** 万回
(3Q比 +約1.1万回)

ARPR
(10-12月平均)
1,049 円

台湾
ChargeSpot Digital Service Co. Ltd

ChargeSpot Digital Service Co. Ltd. (Digital社) は2019年から台湾で「ChargeSPOT」のフランチャイズ展開を行ってきた。2023年に黒字化し、現在も安定してユーザー数が増加している。2024年9月に完全子会社化。第4四半期からPLを連結 (BSは第3四半期から)。

売上高
(FY2024 4Q)
272 百万円
(連結前含む通期)
985 百万円

EBITDA
(FY2024 4Q)
166 百万円
(連結前含む通期)
471 百万円

設置台数
(12月末時点)
9,471 台
(3Q比 +401台)

月間レンタル数
(10-12月平均)
約 **44** 万回
(3Q比 +約3万回)

月間ユーザー数
(10-12月平均)
約 **23** 万人
(3Q比 +約1.3万回)

ARPR
(10-12月平均)
216 円

FY2024 4Q 業績ハイライト：【連結】費用内訳

台湾FCの子会社化によって、当期商品仕入が減少し、減価償却費が増加。
11月に実施したカンファレンスの影響等で広告宣伝費が増加。

単位：百万円

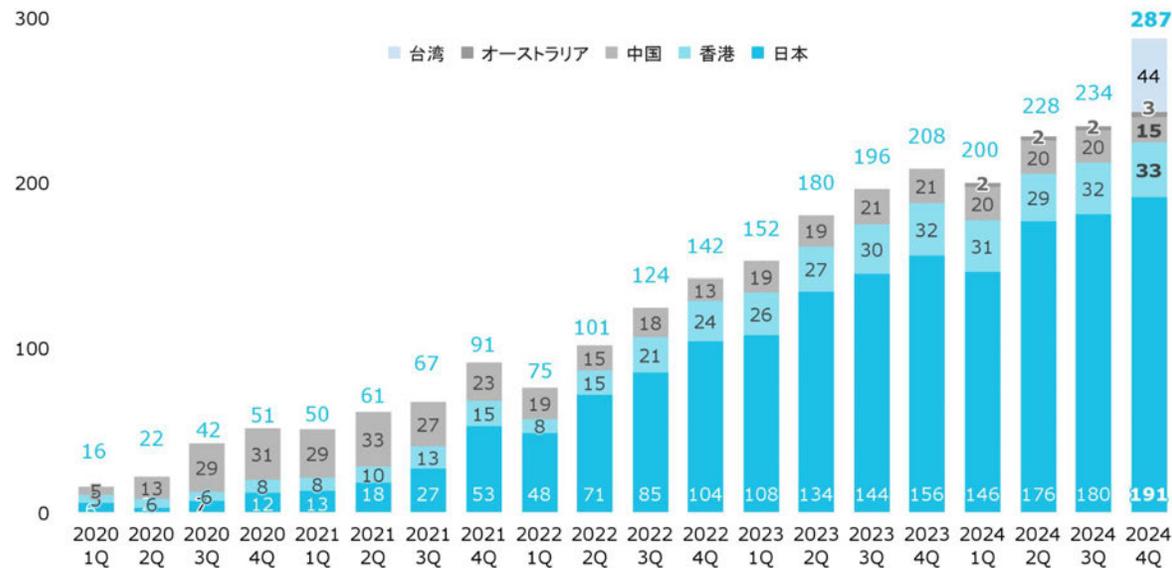
	FY2022 1Q	FY2022 2Q	FY2022 3Q	FY2022 4Q	FY2023 1Q	FY2023 2Q	FY2023 3Q	FY2023 4Q	FY2024 1Q	FY2024 2Q	FY2024 3Q	FY2024 4Q	YoY 増減率
売上高	699	1,036	1,143	1,509	1,443	1,845	2,101	2,290	2,087	2,497	2,888	3,227	+41 %
売上原価	253	297	371	461	389	475	522	545	491	584	626	669	+23 %
当期商品仕入※1	82	76	124	127	66	123	136	138	89	114	152	121	-12 %
支払手数料（原価）	41	67	78	98	94	115	128	129	110	125	140	139	+8 %
減価償却費（原価）※2	86	105	115	162	178	185	204	219	221	274	259	331	+51 %
その他売上原価	43	47	53	71	50	50	52	58	69	69	72	76	+30 %
販管費および一般管理費	946	1,113	1,148	1,194	1,118	1,278	1,347	1,400	1,470	1,629	1,558	2,008	+43 %
人件費	225	287	280	321	305	349	366	384	401	457	443	472	+23 %
外部委託費	111	141	87	127	69	98	94	128	172	131	121	221	+72 %
設置料	225	239	253	234	283	281	284	292	294	268	294	276	-5 %
レベニューシェア	63	92	101	119	149	170	199	214	210	288	301	392	+83 %
ラウンダー費用・ コールセンター費用	82	102	96	120	106	127	117	121	111	135	137	135	+11 %
広告宣伝費	54	87	132	102	24	60	67	50	49	57	41	107	+114 %
のれん償却費	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7	7	75	-
その他販管費	183	163	196	169	178	190	217	209	230	284	209	327	+56 %
営業利益	-500	-374	-376	-146	-64	91	231	344	125	282	704	549	+59 %

※1 当期商品仕入＝海外直営エリア向けのバッテリーとFC向けのバッテリー及びスタンドの費用 ※2 減価償却費＝国内向けのバッテリー及びスタンド、海外直営エリア向けのスタンドの費用
※ FY2024 2Q以降の設置料とレベニューシェアで勘定科目間の入り繰りが発生したため修正 ※ FY2022 2Q以前の数値は監査およびレビュー未実施

台湾の連結によって、月間レンタル数・アクティブユーザー共に増加。
中国除く各エリアでアクティブユーザーの増加により、月間レンタル数も増加。

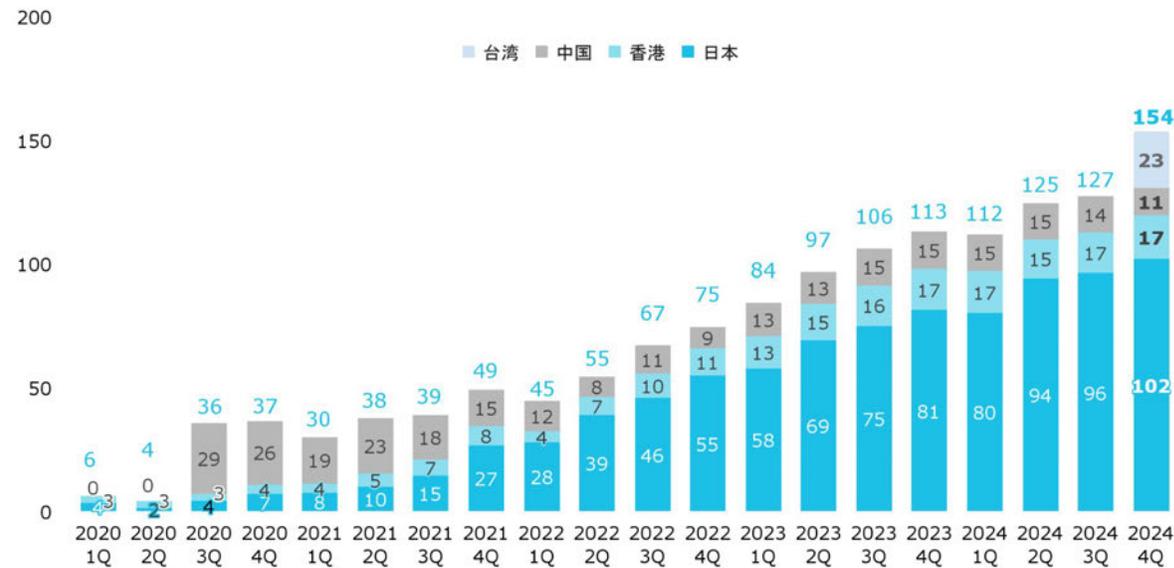
月間レンタル数 (各四半期平均・直営エリア)

単位：万（回）、四捨五入



月間アクティブユーザー (各四半期平均・オーストラリア除く直営エリア)

単位：万（人）、四捨五入



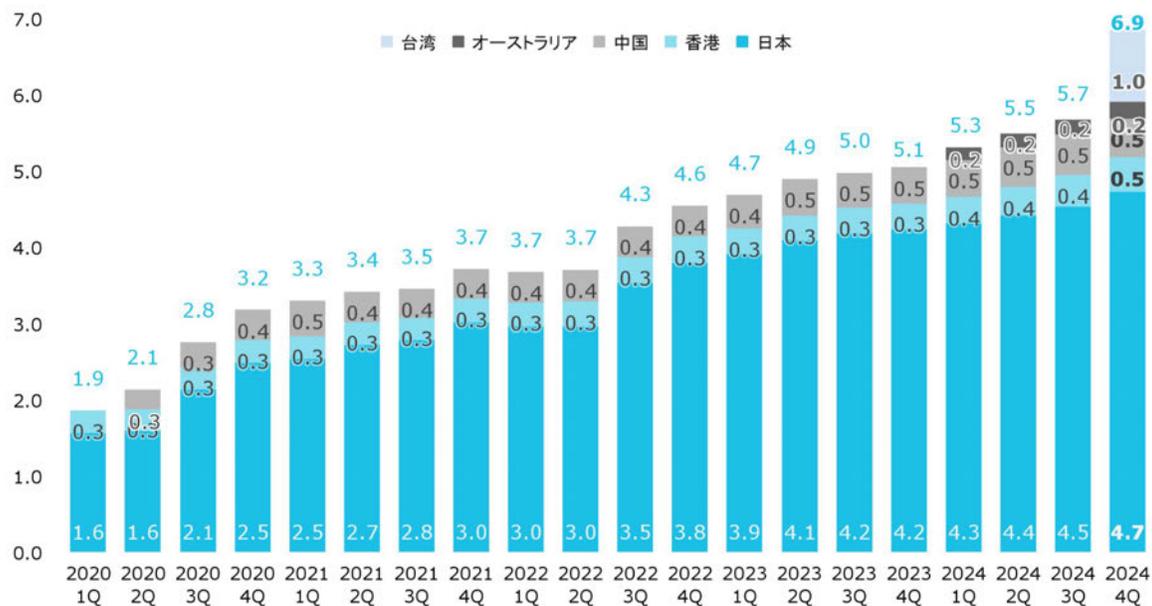
※ 月間アクティブユーザー：1ヶ月に1回以上利用のあるユーザー（FY2020 1Q,2Qは中国分のデータを含まない）

※ 月間アクティブユーザー・ダウンロード数には別ブランドのオーストラリア「Ezycharge」は含まない

台湾の連結によって、直営エリアの台数が6万台を突破。国内は4.7万台に。
ネイティブアプリの累計ダウンロード数も増加し続けている。

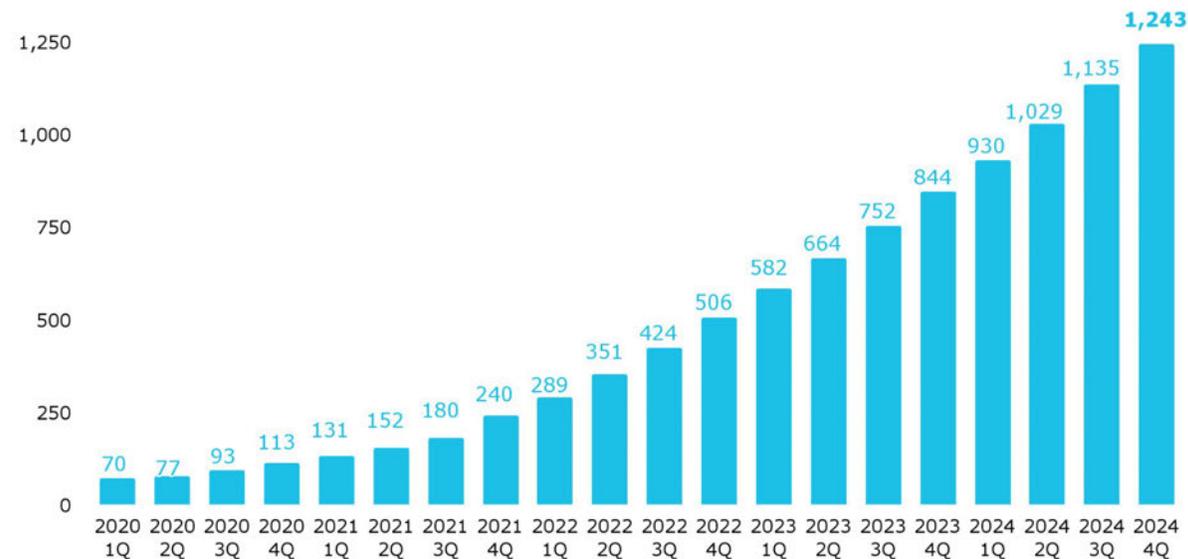
累計設置台数 (各四半期末・直営エリア)

単位：万（台）、四捨五入



累計ダウンロード数 (「ChargeSPOT」ネイティブアプリ)

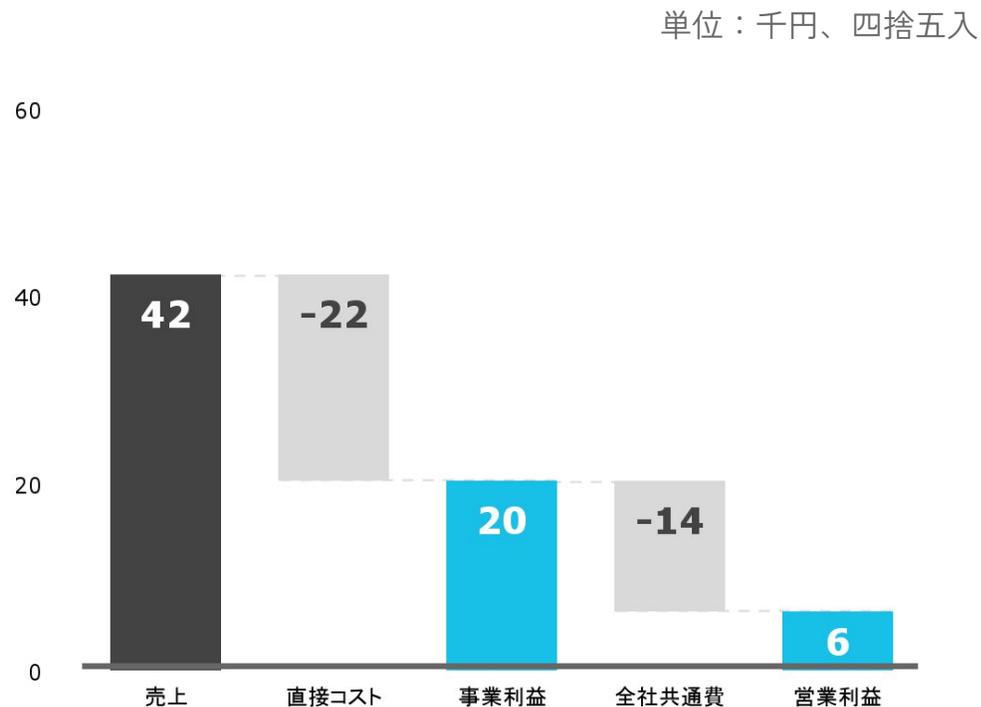
単位：万（回）、四捨五入



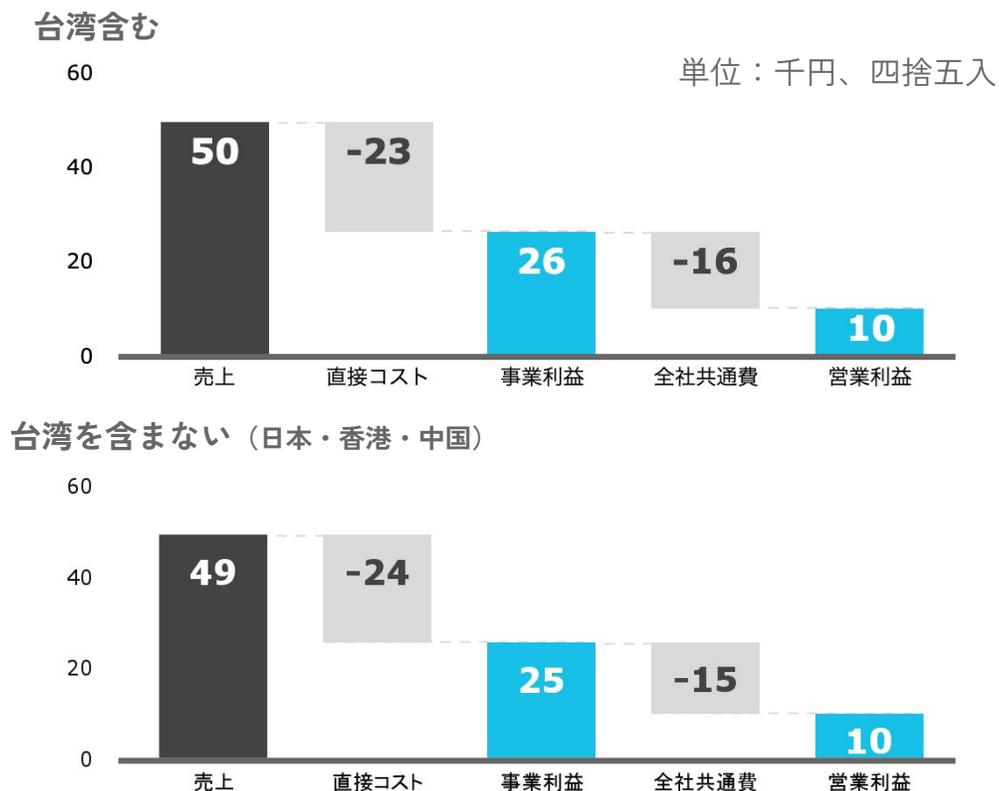
4Qから台湾を加えて算出。

売上の増加に比べて直接コスト・全社共通費の増加は抑制傾向。台あたりの営業利益は前年比+57%に。

FY2023 4Q 台あたりエコノミクス



FY2024 4Q 台あたりエコノミクス



FY2024 4Q 業績ハイライト：【連結】台あたりエコノミクスの内訳推移（日本・香港・中国・台湾 ※オーストラリアを除く）

**4Qから台湾を加えて算出。レンタル売上が好調。
支払手数料・コールセンターなど変動費部分もコスト削減が進む。**

単位：千円、切り捨て

		FY2022 1Q	FY2022 2Q	FY2022 3Q	FY2022 4Q	FY2023 1Q	FY2023 2Q	FY2023 3Q	FY2023 4Q	FY2024 1Q	FY2024 2Q	FY2024 3Q	FY2024 4Q	YoY 増減率	増減理由(YoY)	
売上	レンタル売上	17.2	25.9	27.4	30.1	30.0	35.9	39.8	41.6	38.6	41.9	48.3	49.2	+18%	- 国内：サブスクを含むレンタル数の増加 - 海外：台湾の連結が開始	
	広告売上	0.3	0.3	0.2	0.6	0.3	0.3	0.4	0.7	0.2	0.2	0.5	0.5	-19%	- システム構築に注力 / 年末需要の変動	
直接 コスト	変動費	支払手数料（原価）	1.1	1.8	1.9	2.2	2.0	2.4	2.6	2.5	2.1	2.3	2.5	2.2	-13%	- 決済業者との交渉によって手数料を削減
		その他変動費	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	+45%	- システム使用料（サーバー運用費用）が増加
		レベニューシェア	1.7	2.5	2.5	2.7	3.2	3.5	4.0	4.2	4.1	4.7	5.0	6.2	+28%	- レンタル売上に比例して増加、設置料からの切り替え
		ラウンダー	1.3	1.5	1.5	1.9	1.7	2.1	1.8	1.9	1.7	2.1	2.0	1.8	-8%	- 個人のワーカーが対応するエリアの増加によって減少
		コールセンター	0.9	1.2	0.8	0.7	0.6	0.5	0.5	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	-8%	- FAQの拡充・UIの変更などにより、レンタルに対する問い合わせ割合が減少
		変動費合計	5.2	7.2	7.0	7.9	7.7	8.7	9.1	9.4	8.6	10.4	10.6	10.2	+8%	
	固定費	減価償却費（原価）	2.3	2.8	2.8	3.6	3.8	3.8	4.1	4.3	4.3	4.9	4.4	5.0	+16%	- バッテリースタンドの設置数が増加
		SIMカードコスト	0.7	0.7	0.6	0.5	0.5	0.6	0.5	0.5	0.6	0.6	0.4	0.5	-3%	- SIMカードの期間限定料金が期中に終了
		その他固定費	0.2	0.3	0.5	0.8	0.3	0.3	0.3	0.4	0.6	0.4	0.3	0.2	-55%	- スタンドの修繕にかかる費用が期ごとに増減
		設置料	6.1	6.5	6.3	5.3	6.1	5.8	5.7	5.8	5.7	5.7	5.7	4.5	-8%	- 設置料支払いの対象になる設置は横ばい
広告宣伝費		1.4	2.3	3.3	2.3	0.5	1.2	1.3	1.0	0.9	1.0	0.7	1.7	+75%	- カンファレンスの実施	
販売手数料		0.6	0.0	0.4	0.2	0.2	0.4	0.4	0.4	0.3	0.2	0.2	0.3	-26%	- インセンティブ支払い対象になる設置数が期によって変動	
	固定費合計	11.6	12.6	14.2	12.9	11.6	12.3	12.6	12.5	12.6	12.3	11.7	13.2	+5%		
全社共通費		13.4	16.2	13.6	13.7	11.7	12.8	13.2	13.9	14.6	14.9	13.0	16.3	+17%	- 台湾のれん償却がQoQで増加	
営業利益		-12.8	-9.9	-7.3	-3.7	-0.8	2.3	5.1	6.4	3.0	4.4	13.4	10.0	+57%		

※ レンタル売上=サブスクによるレンタルも含めて算出 / ※ グレー塗りの部分は売上原価。その他は販管費 / ※FY2022 2Q以前の数値は監査およびレビュー未実施
※ FY2024 1Q以降のレベニューシェア/設置料/全社共通費/営業利益を修正

4Qから台湾を加えて算出。レンタル売上が好調。
支払手数料・コールセンターなど変動費部分もコスト削減が進む。

単位：千円、切り捨て

		FY2022 1Q	FY2022 2Q	FY2022 3Q	FY2022 4Q	FY2023 1Q	FY2023 2Q	FY2023 3Q	FY2023 4Q	FY2024 1Q	FY2024 2Q	FY2024 3Q	FY2024 4Q	YoY 増減率	内容説明
売上	レンタル売上	17.2	25.9	27.4	30.1	30.0	35.9	39.8	41.6	38.6	41.9	48.3	49.2	+18%	- 違約金、国内のサブスク利用料金を含むレンタル売上
	広告売上	0.3	0.3	0.2	0.6	0.3	0.3	0.4	0.7	0.2	0.2	0.5	0.5	-19%	- サイネージやアプリ上のバナーを利用した広告収入
変動費	支払手数料（原価）	1.1	1.8	1.9	2.2	2.0	2.4	2.6	2.5	2.1	2.3	2.5	2.2	-13%	- ペイメントサービスに支払っているもの - 基本的には売上に比例する
	その他変動費	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	+45%	- 主にサーバーなどのシステム利用料
	レベニューシェア	1.7	2.5	2.5	2.7	3.2	3.5	4.0	4.2	4.1	4.7	5.0	6.2	+28%	- 一部代理店/設置先にお支払いしているレベニューシェア - 主にレンタル売上に比例する
	ラウンダー	1.3	1.5	1.5	1.9	1.7	2.1	1.8	1.9	1.7	2.1	2.0	1.8	-8%	- バッテリーの偏在を解消するための人員の料金 - 設置数や稼働状況に応じて変動
	コールセンター	0.9	1.2	0.8	0.7	0.6	0.5	0.5	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	-8%	- カスタマーサポートのための費用
	変動費合計	5.2	7.2	7.0	7.9	7.7	8.7	9.1	9.4	8.6	10.4	10.6	10.2	+8%	
	固定費	減価償却費（原価）	2.3	2.8	2.8	3.6	3.8	3.8	4.1	4.3	4.3	4.9	4.4	5.0	+16%
	SIMカードコスト	0.7	0.7	0.6	0.5	0.5	0.6	0.5	0.5	0.6	0.6	0.4	0.5	-3%	- バッテリースタンドに使用するSIMカード - 設置に伴って発生
	その他固定費	0.2	0.3	0.5	0.8	0.3	0.3	0.3	0.4	0.6	0.4	0.3	0.2	-55%	- スタンド・バッテリーの配送費用 - SMSの送信費用
	設置料	6.1	6.5	6.3	5.3	6.1	5.8	5.7	5.8	5.7	5.7	5.7	4.5	-8%	- レンタル数に関わらず月額定額で設置先にお支払しているもの（主にコンビニ・鉄道駅）
	広告宣伝費	1.4	2.3	3.3	2.3	0.5	1.2	1.3	1.0	0.9	1.0	0.7	1.7	+75%	- ChargeSPOTのユーザー数/レンタル数拡大のためのキャンペーン費用や広告費
	販売手数料	0.6	0.0	0.4	0.2	0.2	0.4	0.4	0.4	0.3	0.2	0.2	0.3	-26%	- インセンティブが発生する設置の数によって変動 - 代理店/設置先へのインセンティブ- インセンティブが発生する設置の数によって変動
	固定費合計	11.6	12.6	14.2	12.9	11.6	12.3	12.6	12.5	12.6	12.3	11.7	13.2	+5%	
全社共通費		13.4	16.2	13.6	13.7	11.7	12.8	13.2	13.9	14.6	14.9	13.0	16.3	+17%	人件費・のれん償却など直接コスト以外の費用
営業利益		-12.8	-9.9	-7.3	-3.7	-0.8	2.3	5.1	6.4	3.0	4.4	13.4	10.0	+57%	

※ レンタル売上=サブスクによるレンタルも含めて算出 / ※ グレー塗りの部分は売上原価。その他は販管費 / ※FY2022 2Q以前の数値は監査およびレビュー未実施
※ FY2024 1Q以降のレベニューシェア/設置料/全社共通費/営業利益を修正

事業用資産の増加と合わせて、Ezycharge社/ChargeSpot Digital社/Trim社買収に伴うのれんおよび無形資産の計上により、固定資産が増加。

単位：百万円

	FY2023 4Q末	FY2024 4Q末	増減	主な理由
流動資産	5,931	10,526	+4,595	- 営業活動によるキャッシュインを含むフリーキャッシュ・フロー増加の影響 - 事業用資産購入のための借入金の増加に伴う増加 - 新規子会社の追加に伴う当該子会社資産の連結影響
現金及び預金	4,831	9,165	+4,334	- 営業活動によるキャッシュインを含むフリーキャッシュ・フロー増加の影響および借入金の増加の影響
固定資産	2,822	8,382	+5,559	- 事業用資産の購入による増加 - Ezycharge社/ChargeSpot Digital社/Trim社の連結追加に伴う以下の影響 - 事業用資産の増加 - 買収に伴うのれんおよび無形資産（商標権、顧客関連資産）の追加計上
のれん	-	2,924	+2,924	- Ezycharge社/ChargeSpot Digital社/Trim社の買収に伴い発生
総資産	8,753	18,908	+10,154	
流動負債	4,898	10,663	+5,764	- 事業用資産購入のための借入金の増加 - Ezycharge社/ChargeSpot Digital社/Trim社の買収資金の借入による増加 - 海外における事業拡大に伴う契約負債（主に香港でのWeChatを通じた決済時に発生するデポジット）の増加
固定負債	773	2,854	+2,080	- 事業用資産購入のための借入金の増加 - Ezycharge社の買収資金の借入による増加
純資産	3,081	5,390	+2,309	- 当期純損益による影響
負債・純資産合計	8,753	18,908	+10,154	

事業成長の影響を受けて営業キャッシュ・フローは前年同期比で増加。
子会社取得による支出31.8億円で投資キャッシュ・フローはマイナス幅が拡大。

単位：百万円

	FY2022 4Q累計	FY2023 2Q累計	FY2023 4Q累計	FY2024 2Q累計	FY2024 4Q累計	増減額 (対前年同期)	増減率 (対前年同期)
営業活動によるCF	-830	821	2,430	1,404	3,938	+1,508	+62 %
税金等調整前純利益	-1,238	52	473	444	1,586	+1,110	+235 %
減価償却費	481	372	805	514	1,210	+408	+51 %
のれん償却額	-	-	-	14	90	+90	-
契約負債の増加	141	310	735	471	951	+216	+29 %
投資活動によるCF	-1,298	-636	-959	-896	-4,673^{※1}	-3,714	+387 %
有形固定資産の取得	-965	-563	-1,148	-628	-1,634	-486	+42 %
財務活動によるCF	1,081	119	885	1,110	5,135	+4,253	+480 %
借入金の純増減	483	-8	964	962	4,829	+3,864	+401 %
セールアンドリースバック収入	1,150	608	1,140	678	1,500	+360	+32 %
リース債務の返済	-801	-533	-1,359	-644	-1,321	+37	-3 %
現金及び現金同等物の増減	-990	388	2,412	1,872	4,634	+2,221	+92 %
調整後フリーキャッシュフロー^{※2}	-2,129	184	1,470	917	2,452	+981	+67 %

※1 うち、連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出：3,186百万円

※2 調整後フリーキャッシュフロー＝フリーキャッシュフローから連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出を控除

FY2024 通期決算説明資料 目次

1. 決算説明資料 サマリー
2. FY2024 4Q / 通期 業績ハイライト
- 3. FY2025 通期業績予想**
4. FY2024 4Q Topics
5. Appendix
 - 会社概要
 - ChargeSPOTについて
 - 業績ハイライト追加資料
 - サステナビリティ向上のための取り組み

国内ChargeSPOT事業の黒字拡大により、この事業のもつ本質的な稼ぐ力を証明。
高い売上高成長率を維持しつつ、長期的なフリーキャッシュフローの最大化を優先する方針。

長期経営指針

長期的なフリーキャッシュフロー(EBITDA)の最大化



中期方針

高い売上高成長率の維持

FY2025事業方針

ChargeSPOT国内

FY2024実績以上の設置による更なる面の拡大と高い収益性の両立を目指す

- 関西エリアをはじめ、首都圏以外の都市圏への設置を加速
- 自動販売機モデルの設置の加速
- ChargeSPOT Pass（サブスクリプション）の契約者数増加

ChargeSPOT海外

将来のフリーキャッシュフローの源泉として先行投資を加速させる

- 有望海外市場におけるパートナー選定を進め、それぞれ最適な参入方式を模索（FC or M&A or 直営）
- 事業運営とガバナンスのグローバル体制を構築

プラットフォーム

提供サービスの多角化と専属チーム立ち上げによる売上拡大を図る

- 外部DSPとの接続により法人向け広告枠販売を強化
- 「CheerSPOT」アーティストとの連携によるユーザー層の拡大
- 「mamaro」事業の成長

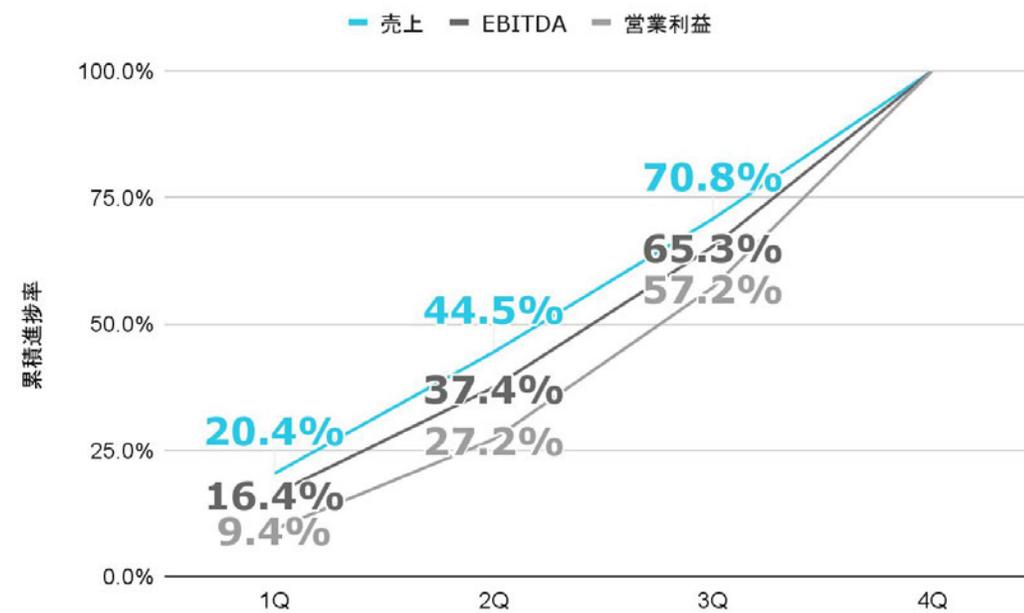
国内ChargeSPOT事業の継続的な成長と連結子会社の増加により、
大幅な売上とEBITDA拡大を見込む。

連結業績予想（1-12月）

単位：百万円

	FY2024 実績	FY2025 業績予想	YoY 増減額	YoY 増減率
売上高	10,701	15,647	+4,946	+46 %
EBITDA	2,963	4,436	+1,472	+50 %
EBITDAマージン	28 %	28 %	-	+0 pt
営業利益	1,662	2,314	+652	+39 %
経常利益	1,751	2,190	+438	+25 %
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,061	2,358	+297	+14 %

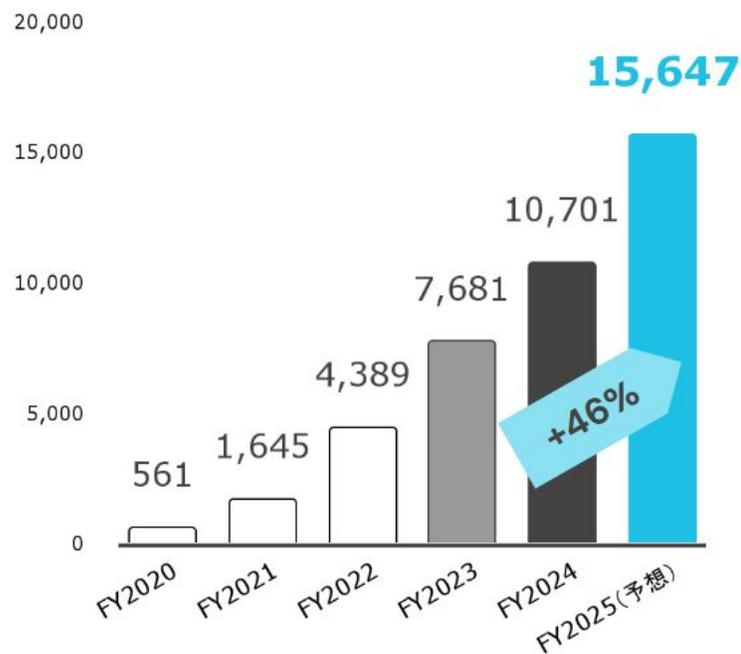
四半期ごとの累積進捗率（予想）



売上はYoY46%成長して156億円となる見込み。
またそれにともないEBITDAはYoY50%成長して44億円となる見込み。

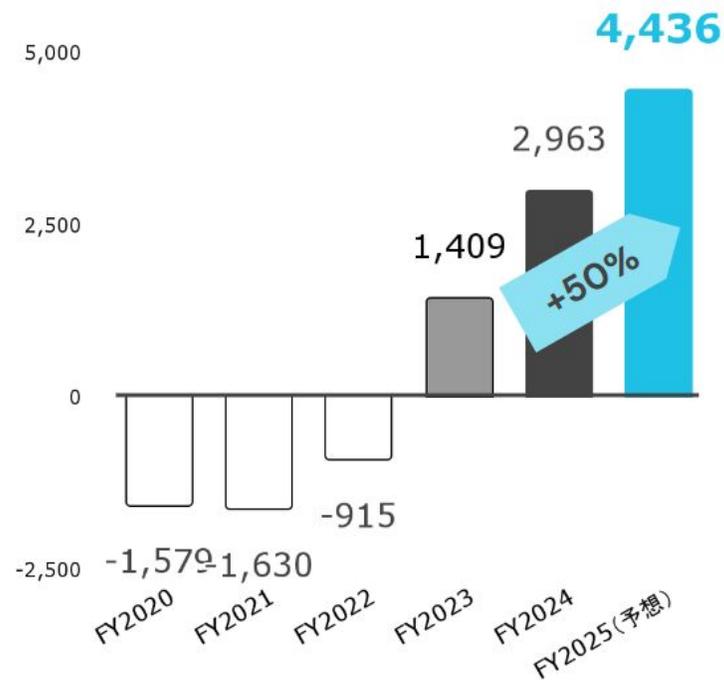
売上高

単位：百万円



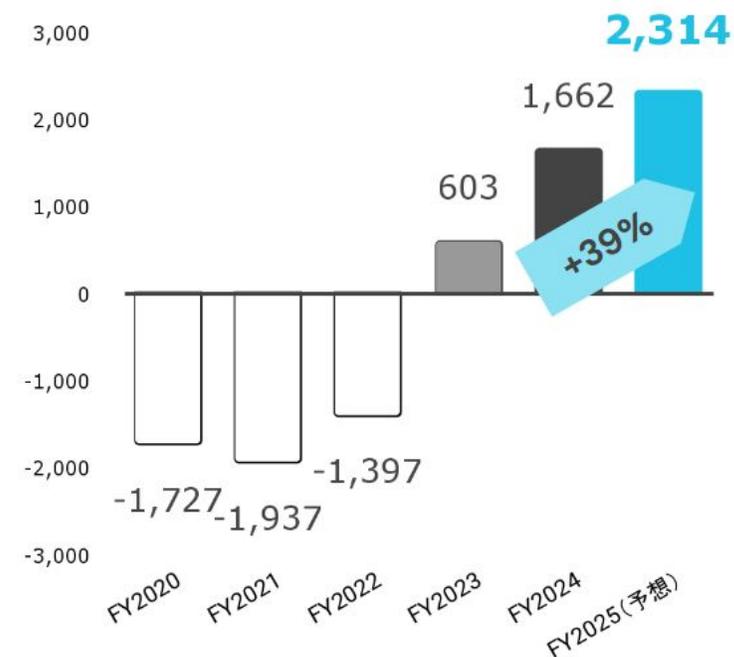
EBITDA

単位：百万円



営業利益

単位：百万円



中期経営計画に合わせて3つの事業（ChargeSPOT国内/ChargeSPOT海外/プラットフォーム）および共通費用にそれぞれ分けて、売上とEBITDAを今回から示す。

ChargeSPOT国内

- INFORICH（単体）から海外FC事業や広告事業を除いた部分。
- M&A償却費用は紐づく各事業に配賦。
- 役員報酬やバックオフィスの人件費の一部は配賦。

ChargeSPOT海外

- 海外子会社から広告事業を除いた部分および海外FC事業。
- R&D拠点である中国子会社のコストは出荷台数に応じて各事業に配賦。

プラットフォーム

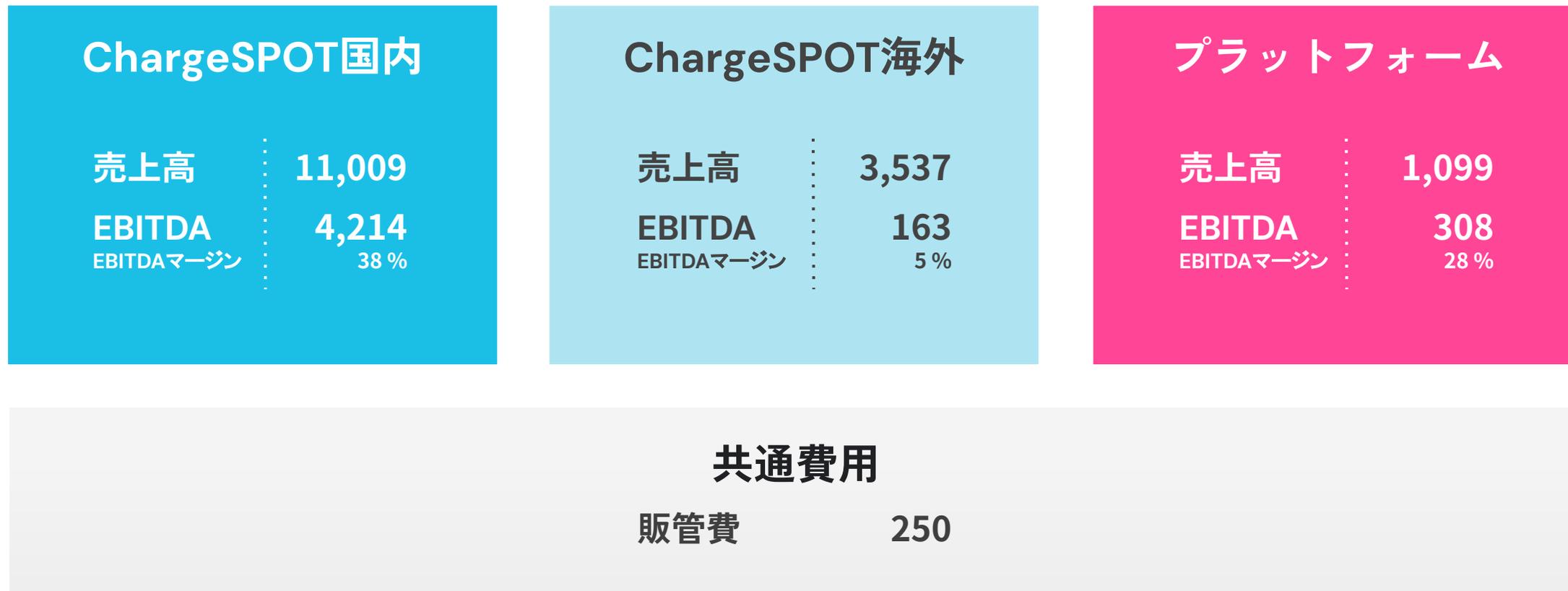
- INFORICH（単体）および海外子会社の広告事業。
- Trimの「mamaro」事業。

共通費用

INFORICH（単体）の役員報酬やバックオフィスの人件費の一部、グローバル組織を支えるための費用。

ChargeSPOT国内が連結売上の約7割を占めていて、EBITDAマージンも高い状況。
ChargeSPOT海外およびプラットフォームは先行投資による売上拡大を目指すフェーズ。

単位：百万円



FY2024実績以上の設置による更なる面の拡大と高い収益性の両立を目指す。
FY2025売上高は110億円（YoY+32%）、EBITDAは42億円（YoY+46%）を目指す。



	FY2024 実績	FY2025 業績予想	YoY 増減額	YoY 増減率
売上高	8,343	11,009	+2,666	+32 %
EBITDA	2,892	4,214	+1,322	+46 %
EBITDAマージン	35 %	38 %	-	+3 pt

単位：百万円

FY2025方針

- FY2024実績以上の設置による更なる面の拡大と高い収益性の両立を目指す
 - 関西エリアをはじめ、首都圏以外の都市圏への設置を加速
 - 自動販売機モデルの設置の加速
 - ChargeSPOT Pass（サブスクリプション）の契約者数増加

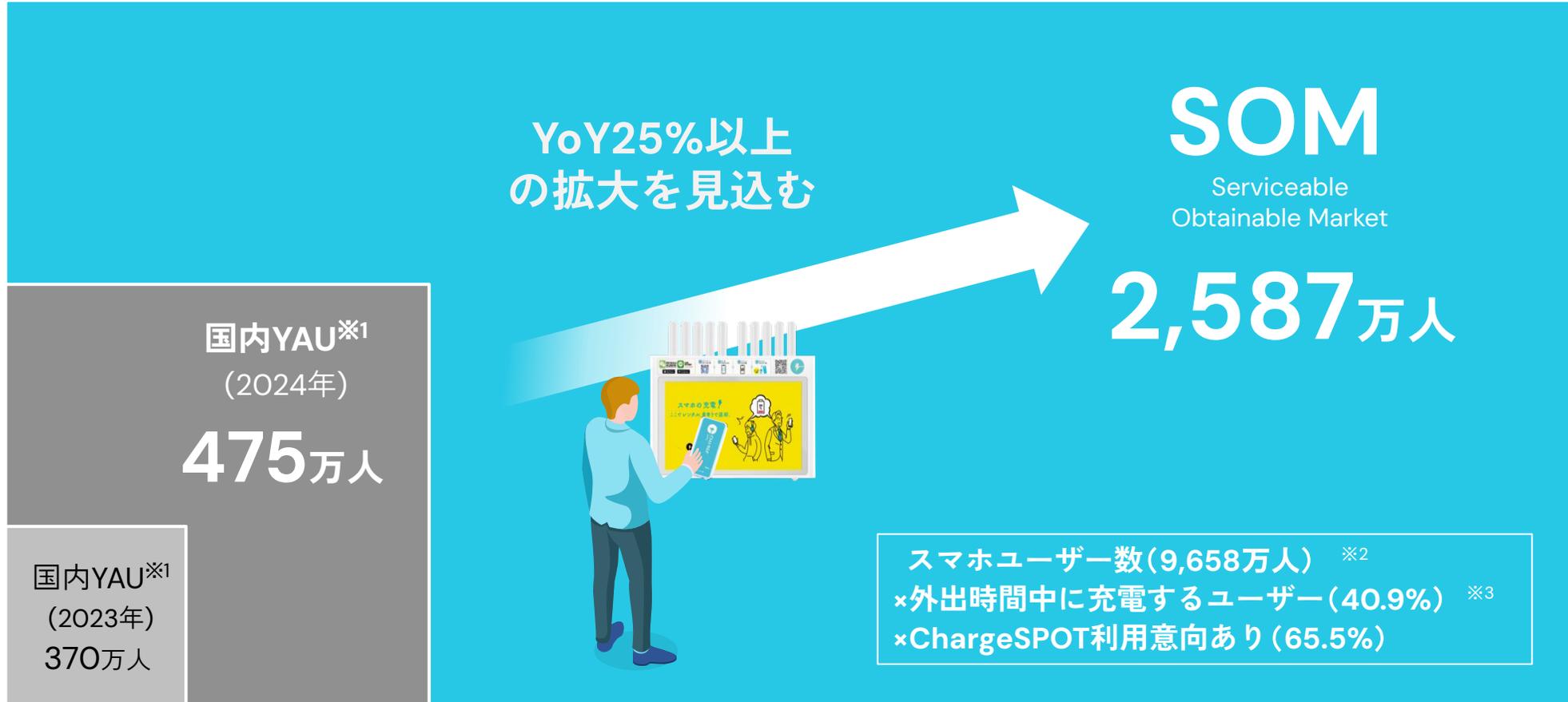
売上高の前提

- 設置台数は増加してFY2025末に累計**5.6万台**を見込む
- 月間レンタル数はシーズンリティで減少する1Qを除き毎Q増加を見込む（**1Q 180万回⇒2Q 225万回⇒3Q 240万回⇒4Q 265万回**）
- 新規獲得のためのキャンペーンや料金改定の影響を受けて単価は実績の-3%ほどで推移する見込み

コスト（EBITDA）の前提

- 減価償却費（原価）は設置台数やバッテリーの増加によりYoY21%増加
- 契約変更や売上増加によりレベニューシェアはYoY52%増加/設置料はYoY4%増加（合わせてYoY25%増加）
- 人件費は営業体制強化によりYoY9%増加

充電ニーズを持っていて「ChargeSPOT」の利用意向もあるユーザー（≒SOM）は国内だけで2,587万人。
YAU※1は475万人（2024年実績）、FY2025は引き続きYoY25%以上の拡大を見込む。

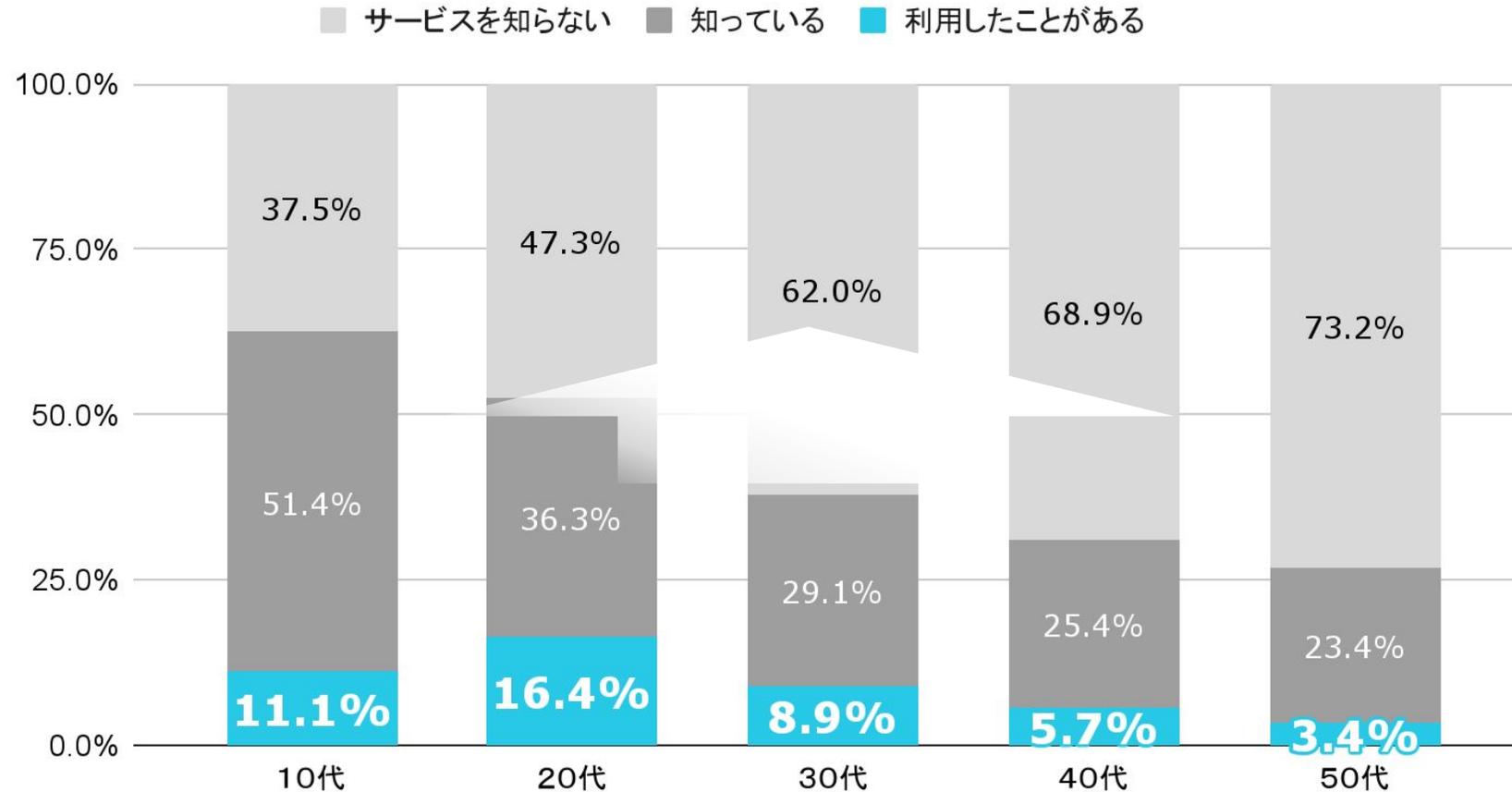


※1 YAU：Yearly Active User(年間に1回以上使うユーザー)

※2 総務省の人口推計（2022年10月1日基準）及び令和4年通信利用動向調査に基づきスマホユーザー数を推定

※3 外出時間中に充電するユーザーおよびChargeSPOT利用意向は電通「モバイルバッテリーに関する調査・マイバッテリー所有者編」参照

10代と20代を中心にサービス利用が一定進んでいるが、
利用経験のないスマホユーザーがまだ多い中で成長余地（未獲得SOM）は大きい。



将来のフリーキャッシュフローの源泉として先行投資を加速させる。
 FY2025売上高は35億円（YoY+56%）、EBITDAは1.6億円（YoY-3%）を目指す。



	FY2024 実績	FY2025 業績予想	YoY 増減額	YoY 増減率
売上高	2,267	3,537	+1,270	+56 %
EBITDA	167	163	-4	-3 %
EBITDAマージン	7 %	5 %	-	-2 pt

単位：百万円

FY2025方針

- 将来のフリーキャッシュフローの源泉として先行投資を加速させる
 - 有望海外市場におけるパートナー選定を進め、それぞれ最適な参入方式を模索（FCorM&Aor直営）
 - 事業運営とガバナンスのグローバル体制を構築

売上高の前提

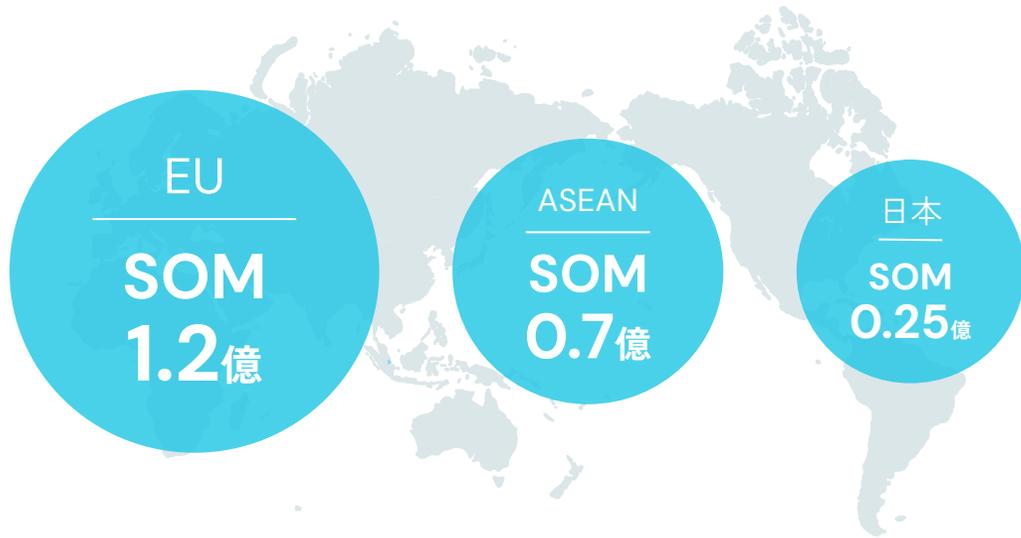
- 香港は売上高**13.7億円**を見込む
- 台湾は売上高**12.3億円**を見込む（FY2024 4Qから連結）
- その他直営エリアは中国・オーストラリア（FY2024 2Qから連結）
 - ・ 欧州（FY2025から事業開始）
- FC向け販売・ロイヤリティ収入は売上高**1.5億円**を見込む

コスト（EBITDA）の前提

- 香港や台湾は**15%以上**のEBITDAマージンを見込む
- 中国は競争激化のため**EBITDA赤字**を見込む
- 欧州は立ち上げ期のため**EBITDA赤字**を見込む、FY2027以降にEBITDA貢献を見込む

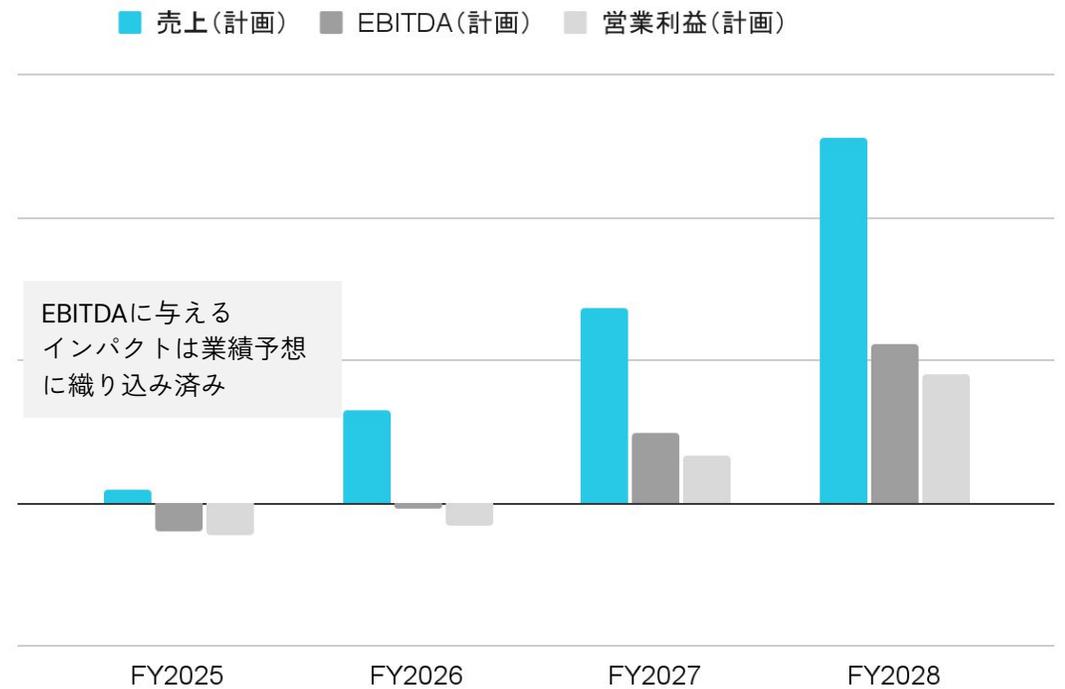
子会社INFORICH EUROPE LTDを通じて、イタリアで「ChargeSPOT」を展開する予定。
最初の2年間（FY2025-2026）は投資期間と位置づけ、利益への貢献はFY2027以降を見込む。

ヨーロッパの市場規模※



欧州のSOMは1.2億人と想定され、日本のSOMの5倍以上。
すでに展開を始めているASEANよりも想定SOMは大きい。
環境意識の高さから自転車を中心としたシェアリングサービスも浸透していることから、ChargeSPOTとの相性も良いと想定される。
競合企業の設置台数はまだ少なく、マーケットシェアの確保も可能。

1エリア直営で進出した場合の影響



※各国のスマホユーザー数に自社調査に基づく係数を掛けてSOMを算出・各国のスマホユーザー数は以下外部レポートを参照 (USA, Mexico, India & Brazil : Newzoo, GCC Arab : GSMA, ASEAN : Insider Intelligence, EU : GSM Association, South Korea : Statista)

**イタリアは人口密度も高く、観光地でもあることから充電需要が旺盛。
EU現地で陶磁器およびギフト製品を展開するTHUN S.p.A., Benefit Corporationと業務提携予定。**

イタリアのポテンシャル

Italy
SOM
1,200万



イタリアは、欧州内でドイツ、フランス、イギリスに続く第4位の人口を有し、欧州の中で最も人口密度が高い国のひとつ。
国連世界観光機関の2023年の国際観光客到着数ランキングでは第4位で、2024年は1億3,400万人が訪問。特にローマやミラノの観光客数が多く、充電需要も旺盛であると想定される。
現在モバイルバッテリーのシェアリングサービスを運営する事業者はほぼなく、高いマーケットシェアを狙える状況。

THUN S.p.A., Benefit Corporation (THUN社) との業務提携



現地で陶磁器およびギフト製品を展開する創立70年のTHUN S.p.A., Benefit Corporation (THUN社) と業務提携予定。
設置先の開拓やバッテリースタンドの管理を委託することで、初年度から約2,000台の設置を目指す。
小売店舗や公共交通機関を中心に設置予定。

提供サービスの多角化と専属チーム立ち上げによる売上拡大を図る。
 FY2025売上高は10億円（YoY+1,120%）、EBITDAは3億円（YoY+287%）を目指す。



	FY2024 実績	FY2025 業績予想	YoY 増減額	YoY 増減率
売上高	90	1,099	+1,009	+1,120 %
EBITDA	79	308	+228	+287 %
EBITDAマージン	89 %	28 %	-	-61 pt

単位：百万円

FY2025方針

- 提供サービスの多角化と専属チーム立ち上げによる売上拡大を図る
 - 外部DSPとの接続により法人向け広告枠販売を強化
 - 「CheerSPOT」アーティストとの連携によるユーザーの拡大
 - 「mamaro」事業の成長

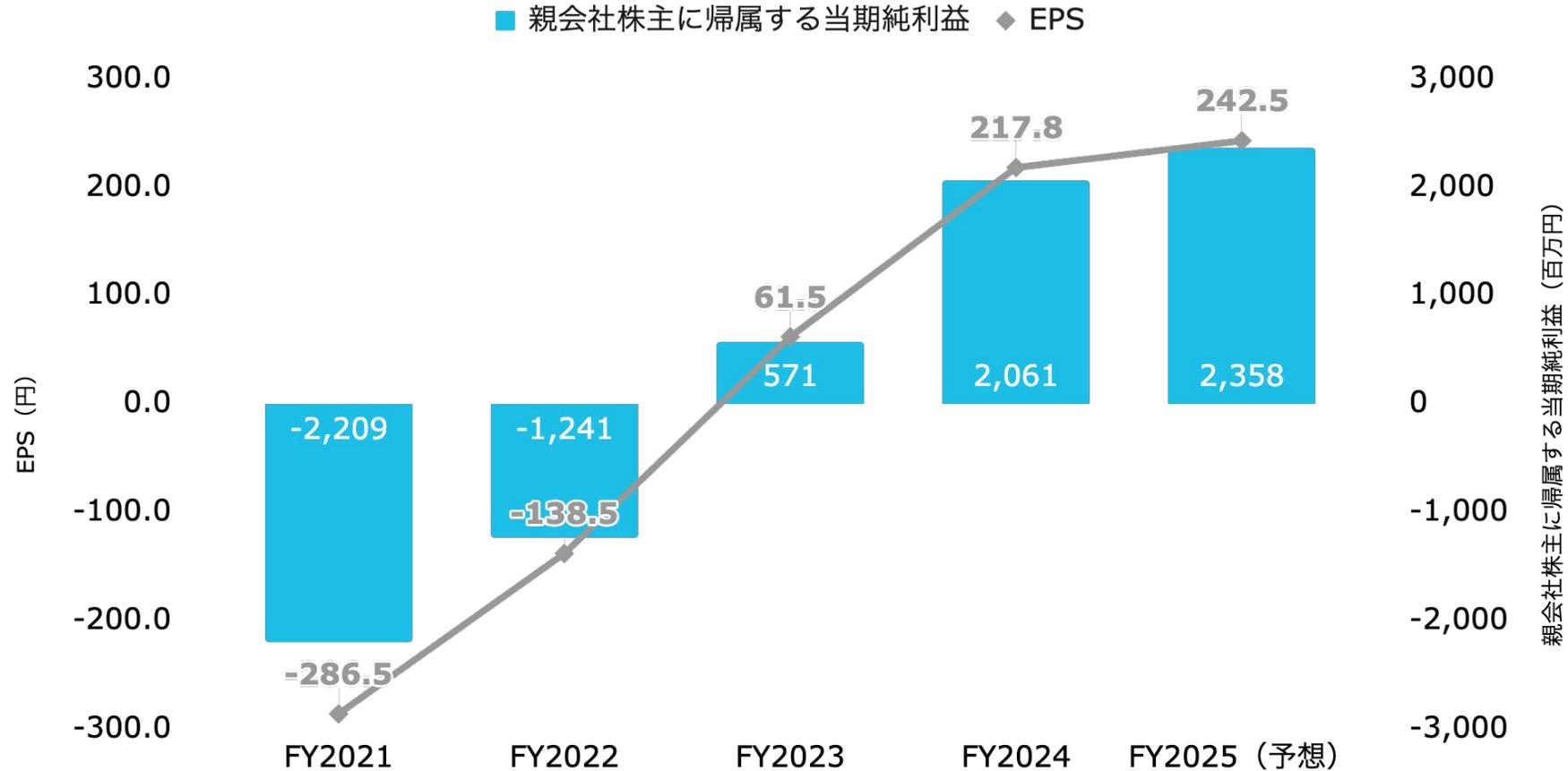
売上高の前提

- 「mamaro」事業は売上高**6.8億円**を見込む（FY2025 1Qから連結予定）
- 法人向け広告枠販売と年初に販売開始した「CheerSPOT」合わせて売上高**4.0億円**を見込む

コスト（EBITDA）の前提

- 「mamaro」事業は売上拡大による**EBITDA貢献**を見込む
- 法人向け広告枠販売と年初に販売開始した「CheerSPOT」は専属チームの人件費・プロモーション費用など発生するが、**EBITDA黒字**の見込み

上場来EPSは利益成長とともに一貫して伸びており、
FY2025も利益成長とともにさらなる拡大を見込む。



※ 2022年9月30日付および2023年4月1日付で普通株式1株につき5株の割合で株式分割を実施。
上記グラフは影響を排除するために、分割後の株数に換算して計算している。

今期もEBITDA成長によって営業CFは拡大を見込む。
 当面は株主還元より、継続的な成長投資及び自己資本比率の回復を優先する方針。

【連結】貸借対照表（FY2024 4Q末）

単位：百万円

現預金 9,165	有利子負債 9,007
その他資産 9,742	その他負債 4,510
	純資産 5,390

- FY2024の営業CFは3,938百万、今期もEBITDA成長にともない営業CFは拡大を見込む
- FY2024のCapExは1,634百万円、M&Aにともなう投資を除くと23億円のFCFを創出している

- M&Aにともない有利子負債が一時的に増加
- 今後も成長投資については（資本コストを意識して）株式調達よりも有利子負債での調達を優先

- 自己資本比率は28%、D/Eレシオは1.69x
- 当面は株主還元より、継続的な成長投資及び自己資本比率の回復を優先する方針

FY2024 通期決算説明資料 目次

1. 決算説明資料 サマリー
2. FY2024 4Q / 通期 業績ハイライト
3. FY2025 通期業績予想
- 4. FY2024 4Q Topics**
5. Appendix
 - 会社概要
 - ChargeSPOTについて
 - 業績ハイライト追加資料
 - サステナビリティ向上のための取り組み



新規設置/設置拡大



CheerSPOTの開始



屋外型自動販売機モデル



バッテリー品質向上への取り組み



カスタマーサポートの改善
(AIチャットの導入)



ラウンダー対象エリアの拡大

飲食チェーンやコンビニエンスストアでの設置拡大が進み、4Q中に新規・設置拡大で合計2,037台を設置。
年間では4,891台を設置し、国内の台数は47,330台になった。

新規設置/設置拡大実績（抜粋）



ゆいレール



那覇空港



クイーンズスクエア横浜



新横浜ラーメン博物館



サンマルクカフェ



スシロー

※ 会社名および施設名・ロゴマークは各社の商号、商標または登録商標

12月23日からCheerSPOTのサービス提供を開始し、今までに3社の6アーティストが参加。
人気番組とのコラボレーションも開始し、インフルエンサーへの応援も可能になった。

LDH



THE RAMPAGE



FANTASTICS

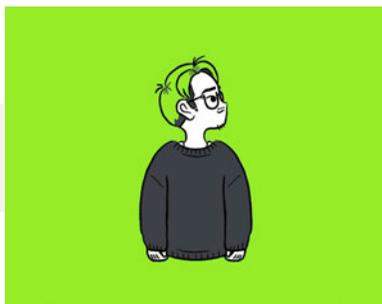


BALLISTIK BOYZ



PSYCHIC FEVER

blowout



こっちのけんと

アソビシステム

1/20～登場



FRUITS ZIPPER

ABEMA

2/3～登場



HASHTAG HOUSE

©AbemaTV,Inc.

2023年から展開していた自動販売機モデルに加え、新たに屋外に対応した横付き型の自動販売機モデルの展開を開始。2024年末時点で4台設置。今まで設置できなかったところへの設置が可能になった。今後も拡大を目指していく。

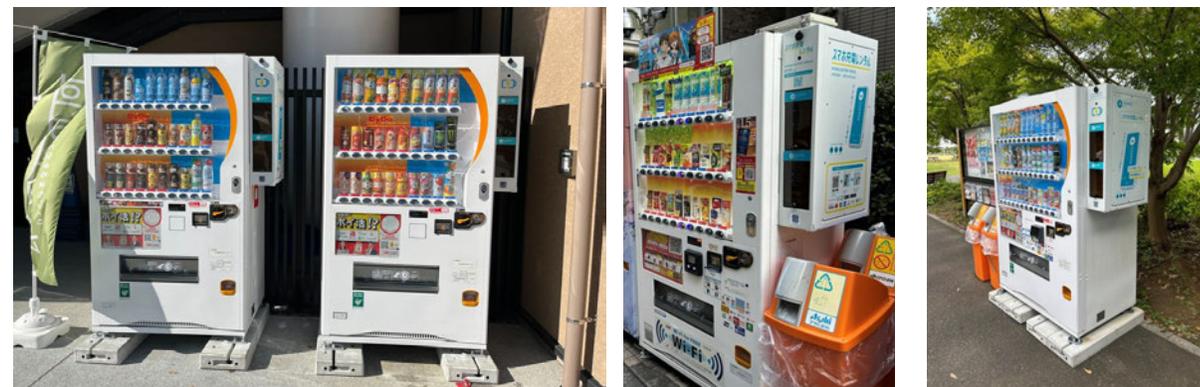
屋外型自動販売機モデルの仕様



設置パートナー (一部)

Asahi

設置実績



都立明治公園

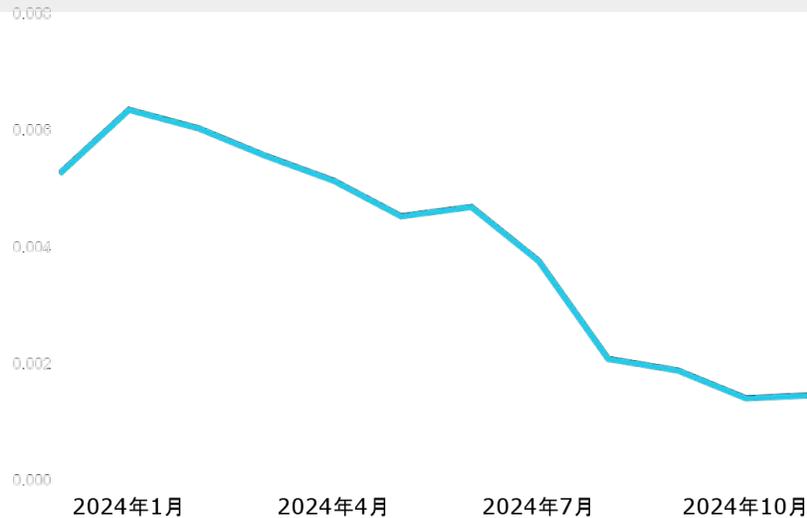
スカイエビスビル

東京臨海広域防災公園

- 自動販売機の横に取り付ける形の10スロットモデル
- スロットにはカバーが付いているため、雨天でも利用が可能

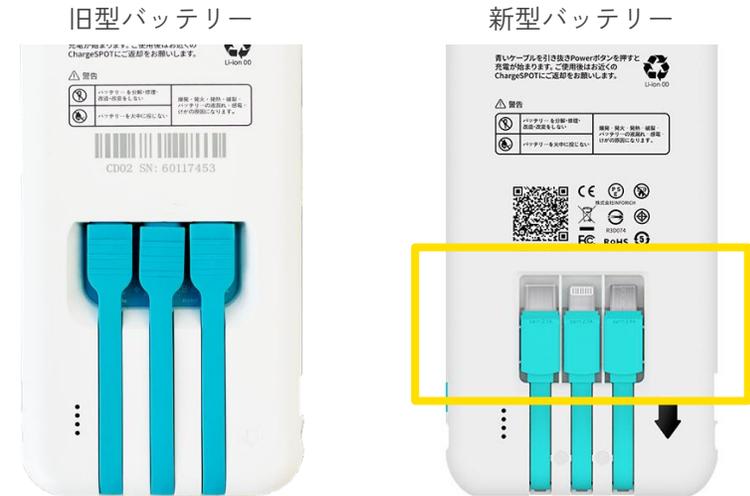
**バッテリーの故障の主な原因だったケーブルの損傷を防ぐための構造の見直しを継続して実施。
会計上の減損損失も減少し、長期的なCAPEX抑制にも寄与する見込み。**

バッテリーの充電ケーブル部分の故障率の推移



バッテリーの故障の主な原因はケーブル部分の損傷で、特に、利用者数が多いLightningケーブル部分が回収の理由になっていた。Lightningケーブル内部の構造を改善することで故障発生率を80%削減。減損損失も2024年1Q時点から80%減少した。

新型バッテリーの展開開始



旧型バッテリーでは、ケーブルを収納する際に捻れたり、取り出す際に引っ張ることで損傷することが多かった。構造を改良した新型バッテリーを順次市場投下しており、今後のバッテリー故障率の低下が期待できる。今後の減損損失については新型バッテリーの状況も見ながら監視を継続。

12月2日から、問い合わせ窓口でのAIチャットボットの活用を開始。
よくあるご質問にはオペレーターを介さずに対応できるようになり、コスト削減につながった。

AIチャットボットの画面イメージ

成果



AIチャットボットで解決した割合
(12月最終週実績)

53%

コスト削減率
(台あたり・3Q比)

-10%

チャット対応の満足度
(12月実績)

93%

半数近くがオペレーターを介さずに
解決できたことによって、
コストの削減につながった。
満足度はAIチャットボットの導入以前と
同程度に推移しており、高評価を維持。

チャットボットで解決しなかった場合などは、必要に応じてオペレーターにつなぐことができる。

**バッテリーの偏在を解消するラウンダー業務を「ワーカー」に依頼可能なエリアが拡大。
現在は全国393市区町村で対応、今後も順次エリアを拡大する予定。**

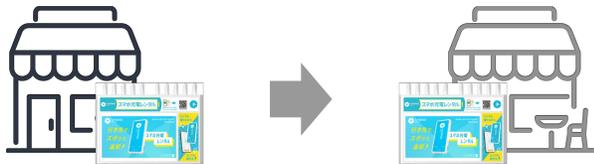
ラウンダー業務の概要

概要

- 隙間時間にできる仕事と、仕事を求める人をマッチングするプラットフォームを運営している企業と契約。
- 対応エリアにおいては、先方企業が業務委託している「ワーカー」に、システム上で作業を依頼。
- 対象外のエリアでは、主に店舗からの補充・排出協力やエリア特化の配送業者などで偏在を解消。
- ラウンダー対応エリアの拡大によってコストの削減や機会損失の低減をはかることができる。

依頼内容

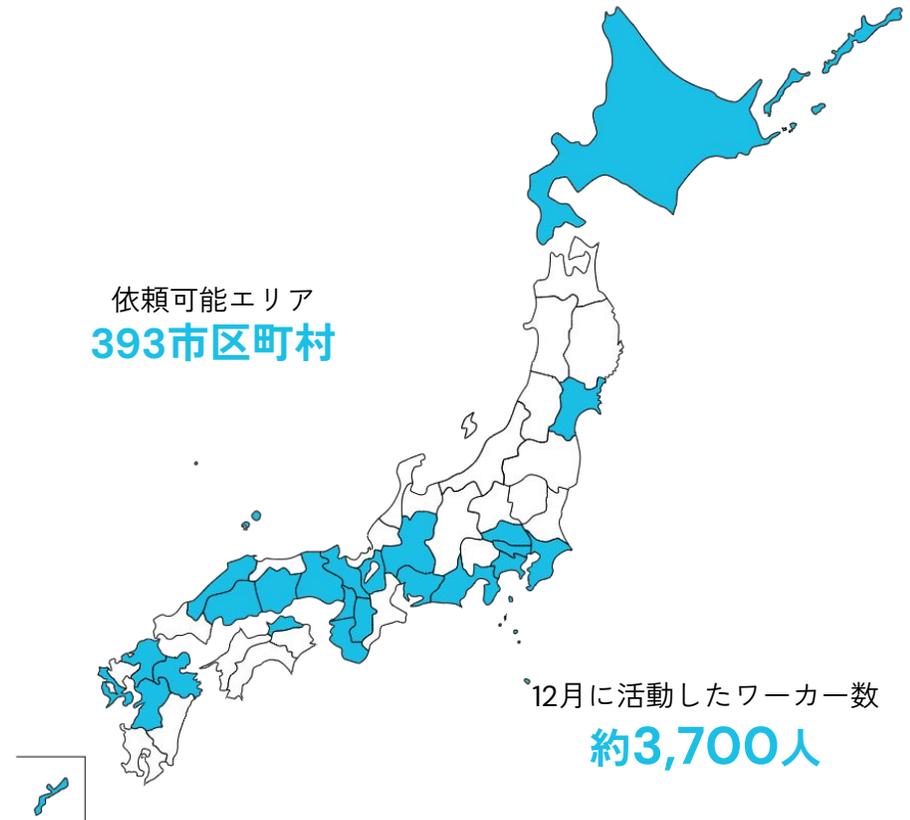
- バッテリーが余っているスタンドから取り出し、足りていないスタンドに補充する



- 故障したバッテリーの回収

対応エリア

依頼可能エリア
393市区町村



12月に活動したワーカー数
約3,700人

従業員数の増加に対応するため、4月21日から新オフィスに移転予定。

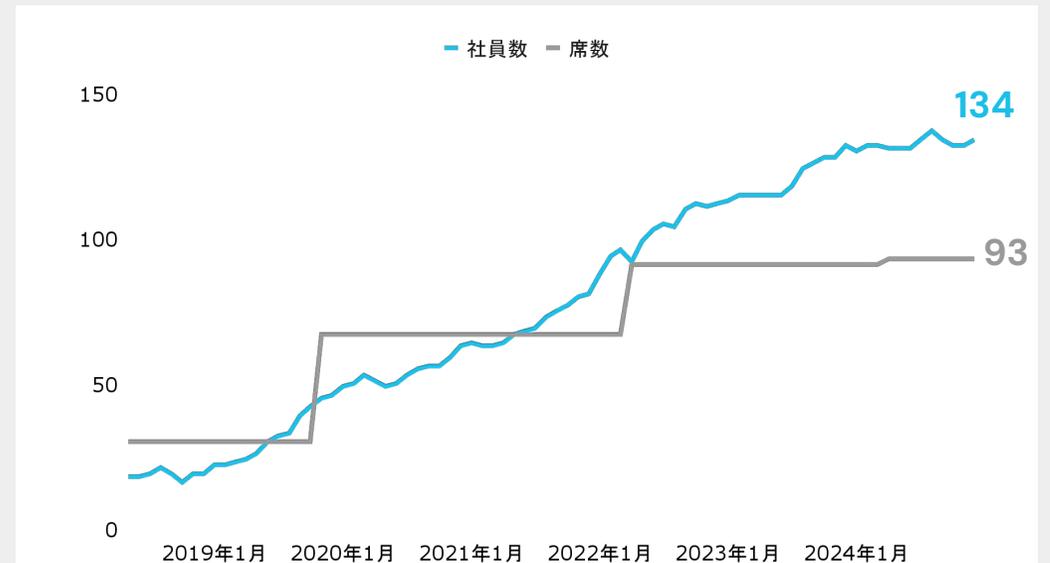
新オフィスの詳細



東京都渋谷区神宮前五丁目52番2号 青山オーバルビル10階

- 座席数を93席から197席にし、全社会議もできるオフィスに
- 会議室は4部屋から8部屋に倍増
- フルフレックス制度は継続しながらも、オフィスへの出社を推奨することでコミュニケーションを活性化させていく。

社員数[※]とオフィスの座席数の推移



2018年に現在のオフィスに入居した後、レイアウトの変更や同オフィス内で増床することで席数を確保。コロナ禍以降はリモートワークも併用することで対応してきたが、2年半以上座席数が不足していた。

5月1日から、国内の30分未満165円の価格帯を再設定する。

昨今の物価上昇によって若年層の消費意欲が低減していると考えられることから、より使いやすい料金を用意。
最低料金の変更は業績予想に織り込み済み。

改定の詳細

- 価格改定実施日
2025年5月1日（木）9:00以降に開始されるレンタルから変更（国内のみ）
- 今後の見通し
 - 最低料金の改定によりレンタル単価が改定前-3%となる想定
 - 新規の増加によるレンタル数増加で売上影響は相殺される見込み
 - 若年層の利用を促進するため、3-4月は新生活にあわせたキャンペーンを実施予定
(上記影響に関しては業績予想には織り込み済み)

新旧料金表

利用時間	旧料金	新料金
30分未満	330円	165円
30分以上1時間未満	330円	同左
1時間以上3時間未満	430円	同左
3時間以上6時間未満	500円	同左
6時間以上12時間未満	570円	同左
12時間以上24時間未満	640円	同左
24時間以上	以降24時間につき+360円	同左

本資料の取り扱いについて

本資料は、株式会社INFORICH（以下「当社」といいます。）の企業情報等のご案内のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の投資勧誘等を目的としたものではありません。

本資料に記載されている情報は、現時点の経済、規制、市場等の状況を前提としています。

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これら将来の見通しに関する記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予測に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

本資料に記載されている当社以外の企業等に関する情報および第三者の作成に係る情報は、公開情報等から引用したものであり、そのデータ・指標等の正確性・適切性等について、当社は独自の検証は行っておらず、何らその責任を負うことはできません。

FY2024 通期決算説明資料 目次

1. 決算説明資料 サマリー
2. FY2024 4Q / 通期 業績ハイライト
3. FY2025 通期業績予想
4. FY2024 4Q Topics
- 5. Appendix**
 - 会社概要
 - ChargeSPOTについて
 - 業績ハイライト追加資料
 - サステナビリティ向上のための取り組み

Appendix : 会社概要

会社名	株式会社INFORICH
住所	東京都渋谷区神宮前6-31-15 A-6A
代表者名	秋山 広宣
設立日	2015年9月2日
上場市場	東京証券取引所 グロース市場（証券コード 9338）
資本金	資本金 2,798,495,481 円（資本準備金含む、2024年9月末時点）
従業員数	単体:130人 / 連結：328人（臨時雇用者39名を含む、2024年12月末時点）
営業拠点	営業拠点：国内7拠点、海外5社（広州、香港、オーストラリア、台湾、イギリス）
グループ会社	INFORICH ASIA HOLDINGS LIMITED / INFORICH ASIA HONG KONG LIMITED 殷富利（广州）科技有限公司 / 株式会社CHARGESPOT MARKETING Ezycharge Australasia Pty Ltd / Ezycharge Australia Pty Ltd ChargeSpot Digital Service Co. Ltd. / INFORICH EUROPE LTD Trim株式会社



代表取締役社長
兼執行役員CEO
(Founder)
秋山 広宣

香港生まれ日本育ち。2007年にユニバーサルミュージックで3ヶ国語を駆使したアーティストとして活躍。2012年に香港に移り住み、福岡県香港駐在事務所顧問、2014年にマザーズ上場をした株式会社IGNIS設立時の海外事業室長など、日本企業の香港誘致、M&Aなどのクロスボーダービジネスのコンサルティング業を担う。2015年に株式会社INFORICHを創業。現在ChargeSPOTをグローバルにサービス展開。



社外取締役
鈴木 絵里子

Kind Capital CEO。テック及びソーシャルインパクト分野を活躍領域とする投資家。Mistletoe、Fresco Capitalを経て、ESGを投資テーマに掲げるVC MPower Partnersの共同創業者兼マネージングディレクター。投資家に転じる前においては、モルガン・スタンレー証券・UBS証券で投資銀行業務に携わる。著作に「これからは、生き方が働き方になっていく」(大和書房)のほか、「Mission Economy: A moonshot guide to changing capitalism」の翻訳も手掛ける。



取締役
兼執行役員COO
高橋 朋伯

株式会社ラグザイアでのシステムエンジニア及びプロジェクトマネージャーとして、従業員のワークフローシステムを構築。2012年には、スマートフォンのアクセサリを扱うECプラットフォームである株式会社ベロシティに入社。その後、INFORICHを共同設立、現在に至る。



社外取締役
角田 耕一

UC Berkeley卒業後、外資系投資銀行にてM&Aや資金調達のアドバイザー業務に従事。その後、教育系のスタートアップにCFOとして参画。2017年より株式会社ヤプリのCFOに就任、2018年より同社取締役を経て、2023年末まで同社専門役員。2022年よりC Channel株式会社および株式会社INFORICHで社外取締役。



取締役
兼執行役員CFO
橋本 祐樹

公認会計士。有限責任監査法人トーマツにて小売・外食、広告、ITベンチャーなど多業種の法定監査、J-Sox対応、IPO準備支援に従事。上場企業にて決算/適時開示、子会社管理や投資先管理の責任者を経て、株式会社メルカリのキャッシュレスFinTech子会社「メルペイ」に入社。経営企画担当として、主に予算管理、管理会計構築の立ち上げに携わる。2019年12月に入社し、国内コーポレート部門を統括。



社外取締役
星 健一

1989年 JUKI株式会社に入社。2005年から株式会社ミスミのタイ法人の社長を経て、2008年にアマゾンジャパン合同会社へ入社し、経営メンバーとして小売り、マーケットプレイス、B2B部門の統括事業本部長を歴任。2020年にオイシックス・ラ・大地株式会社COO 執行役員、株式会社Popsicle社外取締役、2021年に株式会社メドレー 社外取締役、2023年に東海大学非常勤講師に就任。現在はAI inside株式会社、Social Good株式会社及び GROOVE株式会社の社外取締役、kenhoshi&Company 代表、静岡県アドバイザーボードを務める。2024年3月当社社外取締役就任。

Mission Statement

Bridging Beyond Borders

垣根を越えて、世界をつなぐ。

超越界限，连接全求。

私たちは、多様な人、モノ、コトに可能性を見出し、
さまざまな垣根を越える価値に進化させることで、
世界と世代をブリッジしていきます。

橋を架けた先に、
より便利で豊かな社会を創ることを目指して。

INFORMATION X RICH =

INFORICH

FY2024 通期決算説明資料 目次

1. 決算説明資料 サマリー
2. FY2024 4Q / 通期 業績ハイライト
3. FY2025 通期業績予想
4. FY2024 4Q Topics
5. **Appendix**
 - 会社概要
 - ChargeSPOTについて
 - 業績ハイライト追加資料
 - サステナビリティ向上のための取り組み



CHARGE SPOT



Appendix：事業概要

日本初のデジタルサイネージ搭載モバイルバッテリーシェアリングサービス
「ChargeSPOT」をロケーションサービス全体の入り口に

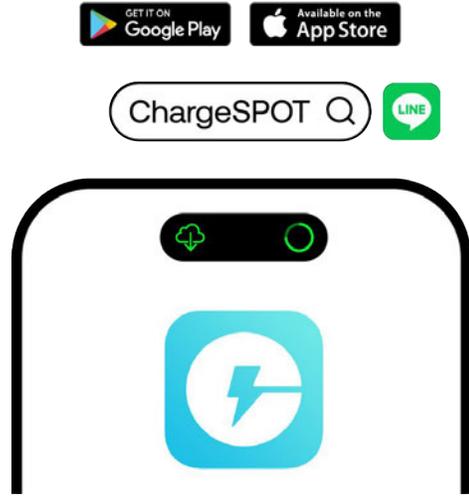
どこでも借りられて、



どこでも返せる

2018年4月のサービス開始以降、既に日本全国47都道府県にて提供実績。
海外においても香港、タイ、台湾、シンガポール、マカオと続々とエリアを拡大中。
使い方はアプリでデジタルサイネージを搭載したバッテリースタンドのQRをスキャンするだけ。
従来のコンセントやBOX型充電器とは異なり、ユーザーは借りたモバイルバッテリーの持ち運び可能。
ケーブル端子が3種類付いているので、大体のモバイル機器に対応可能。





Step 1
まずはアプリをダウンロード

「ChargeSPOT」又は「チャージスポット」でアプリを検索。
または、LINEやPayPayなどの各種対応アプリ内の機能を通じて、チャージスポットのアプリをダウンロードせずに、サービスを利用できます。



Step 2
バッテリースタンドを探す

アプリ内の地図でお近くのバッテリースタンドを探せます。現在利用可能なバッテリースタンドは水色で表示されます。貸出可能なバッテリー数、空き返却スロット数もアプリで確認できます。



Step 3
アプリでQRスキャン

アプリでバッテリースタンドに表示されているQRコードをスキャンします。



Step 4
バッテリーを取り出す

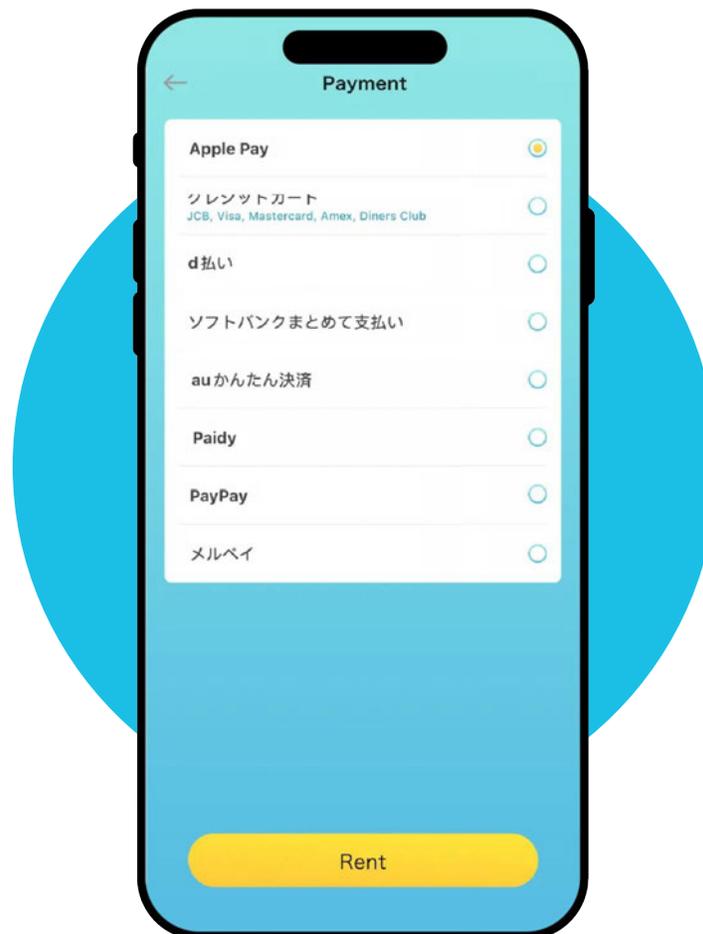
バッテリースタンドのスロットから出てくるモバイルバッテリーを取り出します。内蔵された3種類のケーブルから必要なものを選んでお持ちのデバイスに充電してください。

日本で使用できる決済方法

- 各種キャリア決済（docomo,Softbank,au）
- 各種クレジットカード
(VISA,JCB,MasterCard,American Express)
- Apple Pay
- WeChat Pay
- PayPay
- Alipay
- AEON Pay
- Tポイント
- 楽天ペイ
- d払い
- メルペイ
- Paidy

海外で使用できる決済方法

- Apple Pay
- WeChat Pay
- Alipay
- LINE Pay
- Google Pay
- 銀聯



その他対応アプリ



PayPayアプリ、d払いアプリなど普段使っているアプリからモバイルバッテリーをレンタル可能。
面倒な手続きは一切なし。すぐにレンタルできます。

小売流通、交通機関、キャリア、自治体等、生活に欠かせない場所で国内**47,330**台

コンビニ	セイコーマート、セブン-イレブン、デイリーヤマザキ、ファミリーマート、ポプラ、ミニストップ、ローソン、生活彩家
鉄道駅・交通機関構内	JR東海、Osaka Metro、toks、つくばエクスプレス、バスタ新宿、みなとみらい線、ゆいレール、横浜市交通局、京王電鉄、京成電鉄、京浜急行電鉄、近畿日本鉄道、近鉄リテーリング、埼玉高速鉄道、西日本鉄道、山陽電車、西武鉄道、千葉都市モノレール、大阪モノレール、都営地下鉄、東急電鉄、東京メトロ、東武鉄道、南海電鉄、福岡市地下鉄、北総鉄道、名古屋市交通局、名古屋鉄道
空港	札幌丘珠空港、仙台空港、山形空港、庄内空港、成田国際空港、東京国際空港（羽田空港）、八丈島空港、松本空港、富士山静岡空港、中部国際空港、関西国際空港、岡山桃太郎空港、広島空港、岩国錦帯橋空港、阿蘇熊本空港、北九州空港、長崎空港
球場	エスコンフィールドHOKKAIDO、楽天モバイルパーク宮城、東京ドーム、明治神宮球場、横浜スタジアム、ZOZOマリンスタジアム、ベルーナドーム、バンテリンドーム ナゴヤ、みずほPayPayドーム福岡
テーマパーク、文化/学習施設	アンパンマンこどもミュージアム、キッザニア、サンリオピューロランド、スモールワールド、ナガシマリゾート、ハウステンボス、よみうりランド、ラグーナテンボス、レゴランド、旭山動物園、新横浜ラーメン博物館、川崎競馬場、相模湖プレジャーフォレスト、東京サマーランド、東京国立博物館、富士急ハイランド
エンターテインメント、パフォーマンス施設	109シネマズ、CLUBチッタ、kino Cinema、RED°TOKYO、Zepp、アプレシオ、イマーシブフォート、ラウンドワン、横浜アリーナ、星野リゾート ネコマ マウンテン
商業施設、オフィスビル、コンベンション施設	A-FACTORY、DAIMARU、LA CITTADELLA、MIYASHITA PARK、PARCO、SHIBUYA 109、tekuteせんだい、あおもり旬味館、アトレ、イオンモール、エスパル仙台、クイーンズスクエア横浜、グラングリーン大阪、グランフロント大阪、マルイ、ラビナ、ラフォーレ原宿、ルミネ、横浜赤レンガ倉庫、丸の内ビルディング、弘前駅ビル、アプリーズ、高島屋、阪急阪神百貨店、阪急阪神不動産、三井アウトレットパーク、三越伊勢丹、渋谷スクランブルスクエア、新丸の内ビルディング、新宿アルタ、新静岡セノバ、青森駅ビル、静岡駅ビルパルシェ、泉パークタウン タピオ、藤崎、表参道ヒルズ、福岡タワー、福岡大名ガーデンシティ、幕張メッセ、六本木ヒルズ

※ 台数は2024年12月時点 一部抜粋、略称、順不同
 ※ 一部の設置先の情報であり、全設置先ではありません

小売流通、交通機関、キャリア、自治体等、生活に欠かせない場所で国内**47,330**台

カラオケ	JOYSOUND、カラオケBanBan、カラオケコロケ倶楽部、カラオケの鉄人、カラオケレインボー、カラオケ歌屋、カラオケ館、コートダジュール、ビッグエコー、歌広場
家電量販店	エディオン、コジマ、ビックカメラ、ベスト電器、ヤマダデンキ、ヨドバシカメラ
携帯電話ショップ	au、docomo、Softbank、UQモバイル、Ymobile、楽天モバイル
薬局	アマノドラッグ、ウエルシア薬局、クリエイトエス・ディー、コクミンドラッグ、スギ薬局、ツルハドラッグ、ドラッグイレブン、ドラッグセイムス
小売	ROPE' PICNIC、TSUTAYA、WEGO、サンキューマート、ライトオン、丸善ジュンク堂書店、阪急スタイルレーベルズ、寺子屋、不二家、文教堂
レストラン、ファストフード店	ウェンディーズ・ファーストキッチン、ガスト、スシロー、デニース、ジョナサン、バーミヤン、フレッシュネスバーガー、ポポラマーマ、モスバーガー、牛カツ京都勝牛、焼肉坂井ホールディングス、銚子丸
カフェ	ヴィ・ド・フランス、エプロント、カフェ・ド・クリエ、コメダ珈琲、サンマルクカフェ、タリーズコーヒー、ドトールコーヒーショップ、モリバコーヒー、春水堂、上島珈琲
ホテル	JR東日本ホテルメッツ、アパホテル、シェラトングランデ東京ベイ、スーパーホテル、ドーミーイン、ホテルニューオータニ、ホテルメトロポリタン、ホテルリブマックス、星野リゾート1955 東京ベイ、東横イン、東急ステイ
金融機関	みずほ銀行、りそな銀行、三井住友銀行、郵便局
自治体管理施設	山梨県、渋谷区、豊島区、熱海市、神戸市、福岡市

※ 台数は2024年12月時点 一部抜粋、略称、順不同

※ 一部の設置先の情報であり、全設置先ではありません

Appendix : レンタルできるバッテリーについて



バッテリーの容量	5000 mAh
バッテリーの出力	DC5V/2A
重量	163 g
ケーブル	USB Type-C Lightning マイクロUSB
安全性	PSE適合 CQC16001139923
環境基準	GB31241 GB/T 35590-2017
iPhone iPad iPod	MFI認定済み
加工	抗ウイルス・抗菌加工 SIAA適合



USB ※1
Type-C



Lightning ※2



マイクロ USB

3タイプのケーブルを内蔵、様々な使いみち

USB Type-C・Lightning・マイクロUSBの3タイプのケーブルを内蔵。ほぼ全てのスマートフォンに対応。



ワイヤレスイヤフォン



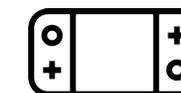
電子タバコ



ポータブルファン



ポケットWiFi



ポータブルゲーム機

※1 USB Type-CはUSB Implementers Forumの登録商標

※2 LightningはApple Inc.の商標

※ その他会社名、製品名は、一般に各社の商標または登録商標

卓上型



“S5” モデル



“S10” モデル



“S10-A” モデル



“M10” モデル

自立型



“LL20-J” モデル



“LL40” モデル

バッテリースロット数	5個	10個	10個	10個	20個	40個
サイズ(高×幅×厚)mm	180 x 195 x 145	246 x 350 x 149	226 x 350 x 149	631 x 346 x 300	1490 x 633 x 500	1956 x 660 x 610
重量	約2.7kg	約5.4kg	約5.3kg	約20kg	約60kg	約100kg
消費電力	2～60w	10～96w	9～96w	25～150w	60～320w	60～622w
電気料金の目安/月	136円/月	334円/月	316円/月	689円/月	1588円/月	2077円/月
電源コードの長さ	3m	3m	3m	3m	3m	3m

自動販売機や券売機と一体化したモデルの開発・設置を実施。
生活導線上のあらゆるサービスと一緒に利用できる社会インフラの一部としての展開を進める。

自動販売機モデル



鉄道駅構内を中心に設置

【京急電鉄】雑色駅、八丁畷駅、神武寺駅、羽田空港第3ターミナル駅

【西武鉄道】東長崎駅、江古田駅、富士見台駅、高田馬場駅

【東急電鉄】都立大学駅、日吉駅、新横浜駅

券売機モデル



京王電鉄で32駅（34台）、京急電鉄で14駅（15台）設置

ChargeSPOTのバッテリースタンドにはサイネージがついており、サイネージ上でChargeSPOTの使い方を放映。初めての方にもご利用いただけるようにするとともに、サービスの広告塔としての機能も果たしている。また、サイネージは設置先は無償でご利用いただくことができるほか、広告媒体としての販売も行う。





災害時に発生するバッテリー問題を支える、 INFORICHのインフラ支援企業としての取り組み

災害の多い国だからこそ防災への備えが必須。
ChargeSPOTは災害発生時には無償でバッテリーを提供。

災害時バッテリー無料貸出

台風

大規模停電

地震

防災協定提携先

自治体

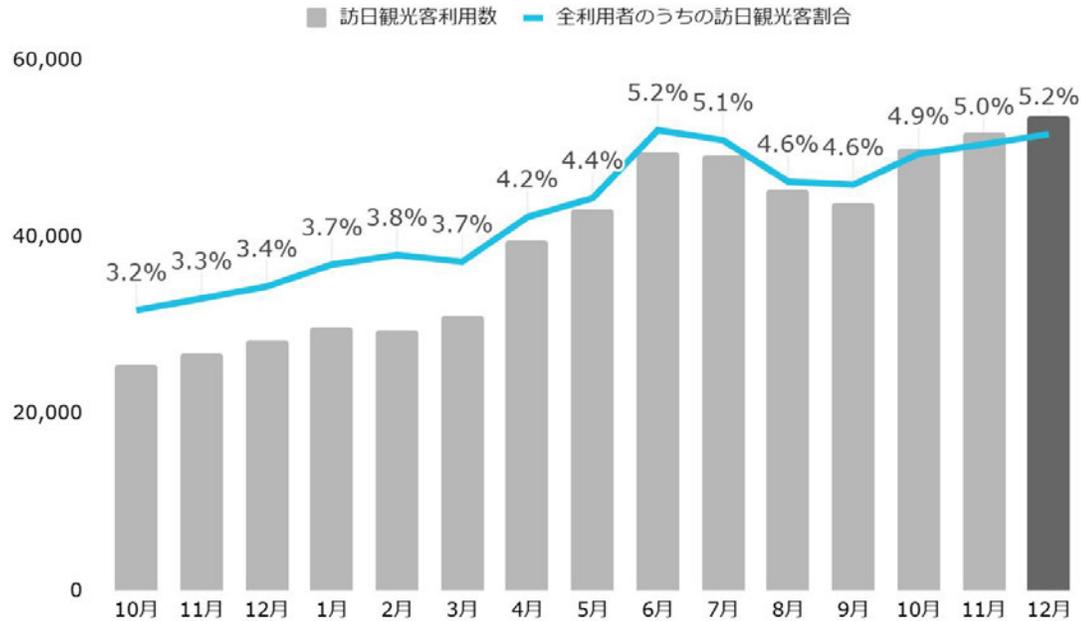
渋谷区、福岡市、神戸市、熱海市、山梨県、南あわじ市、
青梅市、豊島区

企業

日本空港ビルディング、メトロコマース、セキチュー、
クオール、コクミン、クリエイトSD等

2024年12月段階では、月間利用者数※の5%程度が訪日観光客だと想定される。
 サイネージで多言語のご案内を表示するとともに、一部のスタンドにPOPを追加で掲示し利用を促している。

月間訪日観光客利用者数/月間利用者数のうちの訪日観光客割合

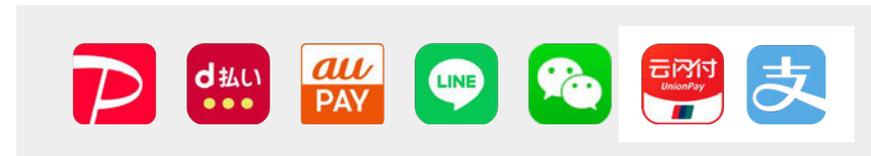


訪日観光客の増減に応じて利用者数も変動。
 利用者のうちの訪日観光客割合は直近で5%程度で推移。

訪日観光客の利用促進のための施策



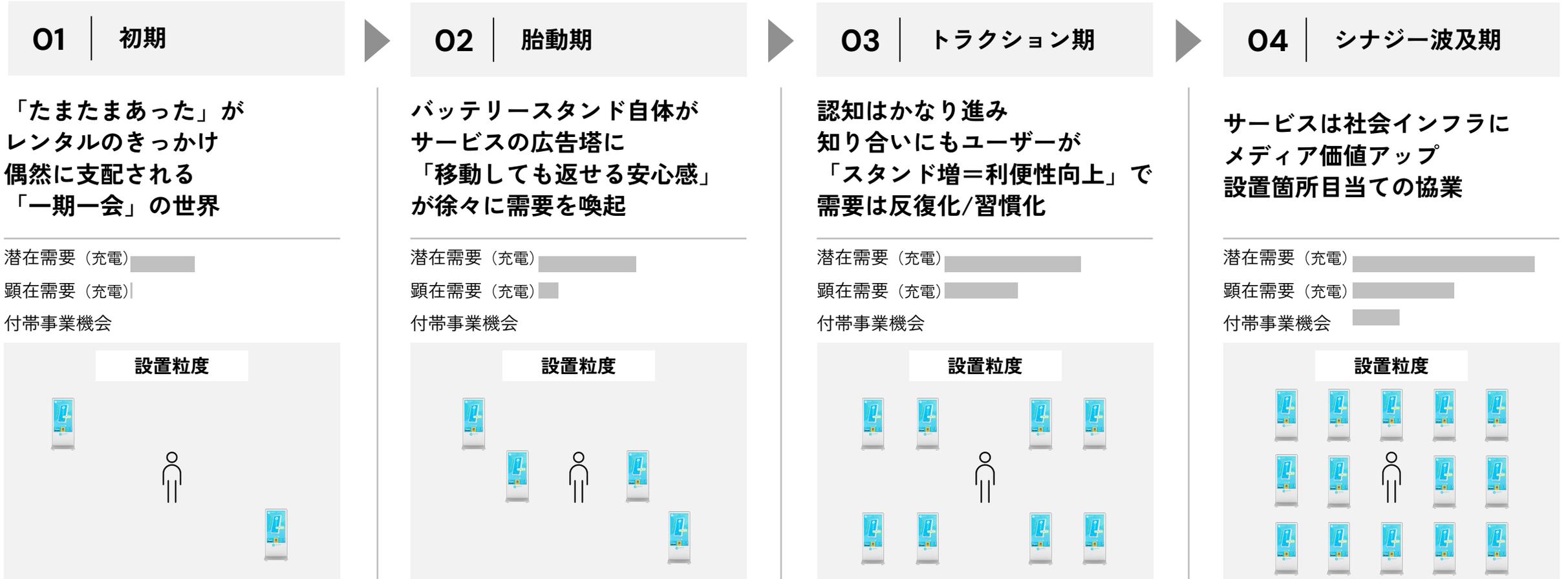
サイネージ画面に、英語、中国語、韓国語での案内を表示。
 空港など、訪日観光客が多く立ち寄りところには多言語でのPOPを掲示。



WeChatPay、Alipayにミニアプリとして組み込まれているため、
 日常的に使用しているペイメントでお使いいただける。

※ アプリ登録時に国籍などの個人情報を取得していないため、使用するペイメント、登録電話番号、アプリの言語設定などから推定

バッテリーシェアリングビジネス固有の「認知→利用→習慣化」のプロセスは、持続的なビジネス成長を実現するフライホイール効果が期待できる。



※ 潜在需要・顕在需要・付帯事業機会及び設置粒度の絵柄は、いずれも増減感覚を視覚的に表現したイメージ

採算性及び認知向上、コストダウンの観点から、
設置前に審査を行った上でバッテリースタンドを展開。

設置プロトコルを設ける目的

採算性

よく借りられる場所に設置することで、採算性を高める

認知向上

設置エリアを集中させることで、ユーザーの認知を向上させる

コストダウン

設置エリアを集中させることで、メンテナンスコストを削減する



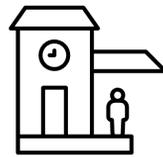
具体的な審査基準



レピュテーション
リスクがない



重点エリア



人流の多い
駅周辺



アクセスしやすい



土日祝日に営業



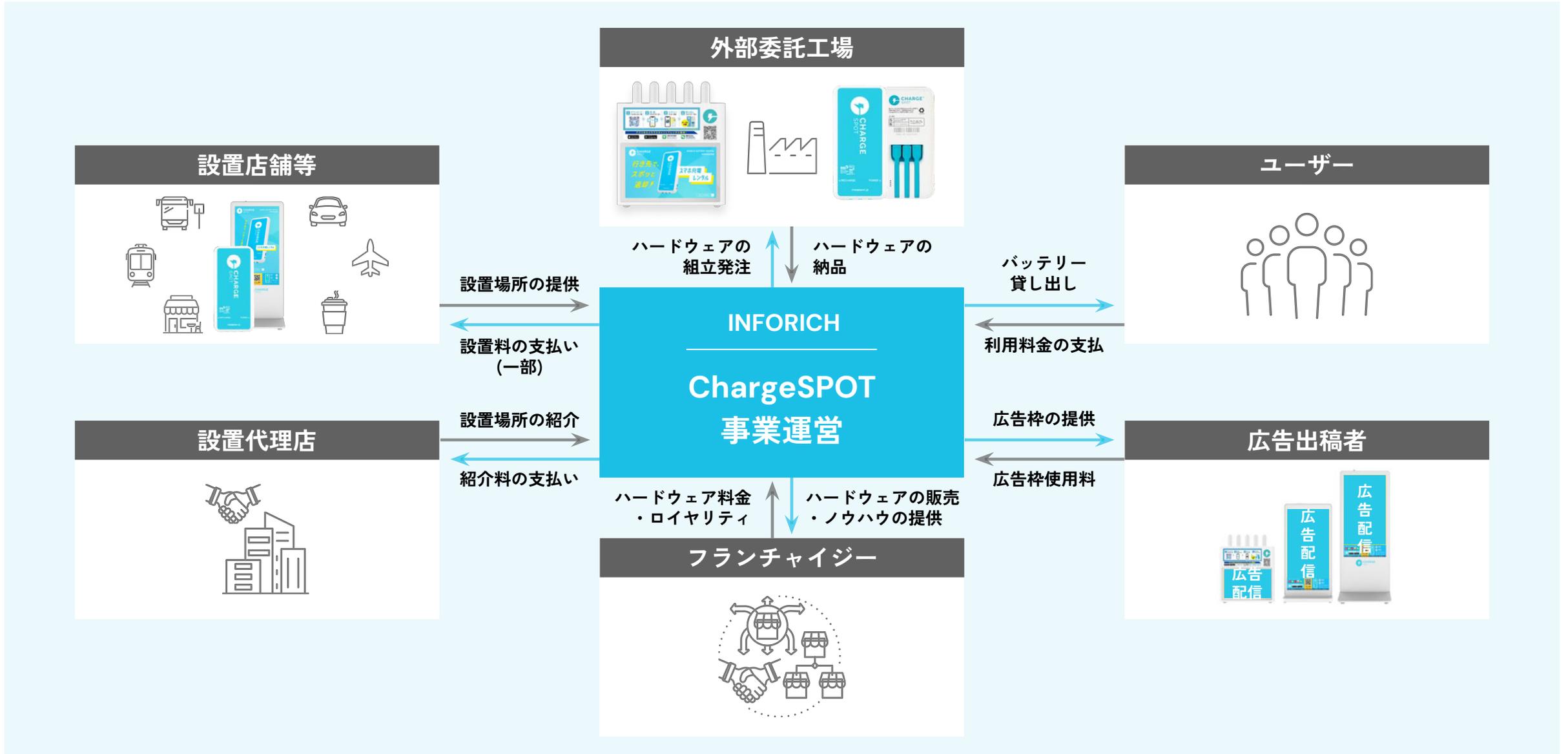
既存台の稼働

バッテリー/バッテリースタンド共に健全な回収状況を継続。
設置基準に沿った展開を行うことで、設置数が増加している中でも早期に投資回収できている。

種別	スロット数	減価償却期間	構成割合		投資回収期間		
			2024/9	2024/12	2024/9	2024/12	
バッテリー		-	3年	-	-	18日	19日
LL40		40個		0.4%	0.4%	29日	23日
LL20-J		20個		9%	8%	168日	166日
バッテリー スタンド		10個	5年	3%	3%	310日	316日
S10 S10-A		10個		20% 26%	18% 30%	90日 68日	89日 73日
S5		5個		39%	37%	90日	97日

※ 投資回収期間：2024年9月および12月時点の日本でのバッテリー稼働率もしくはスタンドごとの平均1日売上を基とした
※ 各ハードウェアコスト(原価にキitting・配送・設置の諸費用)のリクープにかかる期間。為替は2024年9月および12月時点のもので換算

Appendix : ChargeSPOTの収益構造



モバイルバッテリーのシェアリングサービスに対するニーズを高める外部環境が、サービスの普及に繋がっている。

社会



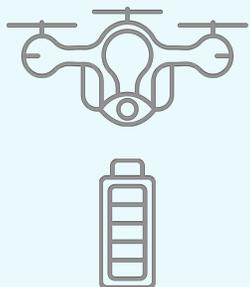
- 環境意識の高まり（大量消費・大量廃棄への忌避感）
- モノを持たない生活への関心の高まり
- 持ち歩く荷物の軽量・小型化
- モバイルバッテリーの取り扱いへの関心の高まり（一般ごみへの廃棄による収集車の火災などの頻発）

経済



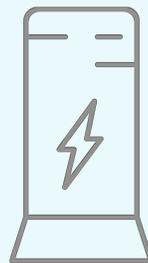
- スマートフォンの価格上昇
- 特に若年層の実質賃金の低下
- 携帯販売時の奨励金の停止
⇒スマートフォンの買い替え頻度の低下
- モバイルバッテリーの価格上昇

テクノロジー



- スマートフォンのバッテリー性能は向上傾向
- リチウムイオン電池以上の性能のバッテリーはドローン・EVカー向けに開発が進む
- アプリケーションなどの高機能化により、スマートフォンのバッテリー性能の向上を超えて使用電力量が上昇
- 5Gによる消費電力の増加

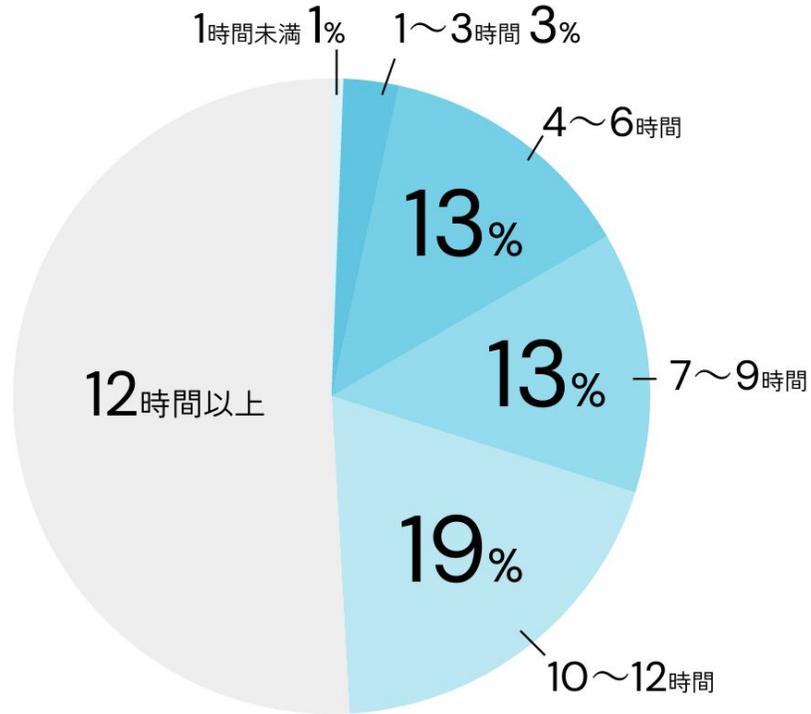
設置先ニーズ



- 店・施設のキャッシュレス/テーマパークのチケットなどのペーパーレスによるスマートフォンの必須化
- 来店者・利用者からの充電ニーズの高まり
- デジタルサイネージの設置ニーズの高まり
- 災害対策としてのニーズの高まり

帰宅前にスマホの充電が切れる人が約3,950万人
うち1,600万人は外出時間中に最低2回／日以上以上の充電を必要としている。

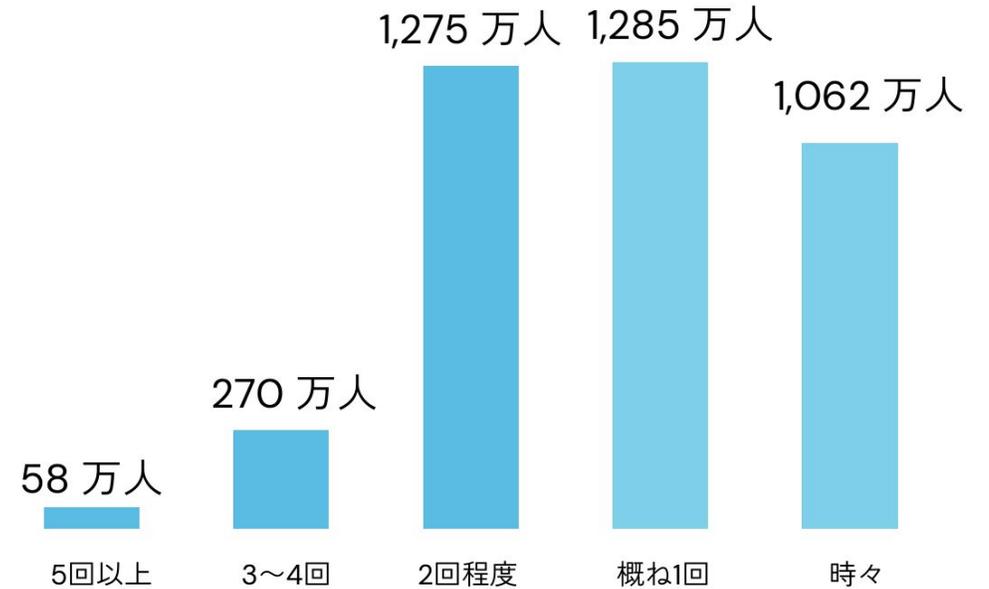
あなたのスマホは1回の充電でどのくらい持ちますか？



dentsu

出所：「モバイルバッテリーに関する調査」（2023年4月実施調査-日本）

家を出てから帰宅するまでの（1日の外出時における）
スマホ充電回数（平日・週末含めた1日平均）



備考：日本のスマホユーザー数を9,658万人と推計。出典は、総務省の人口推計（2022年10月1日現在）・「令和4年通信利用動向調査-スマートフォン保有者割合（個人）」

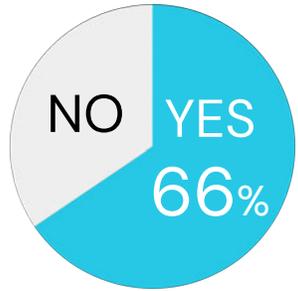
dentsu

出所：「モバイルバッテリーに関する調査」（2023年4月実施調査-日本）・NHK国民生活時間調査報告書「家にいる時間」「外出時間」調査を基に作成

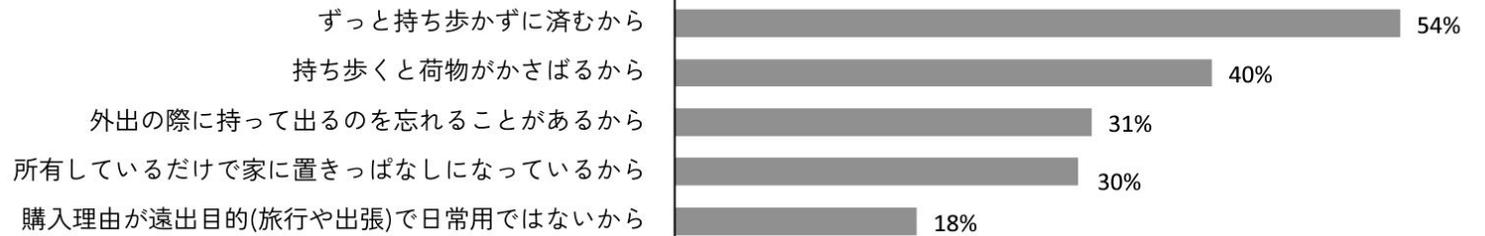
現在マイバッテリーを所有している人達も将来の有望なChargeSPOTユーザー

マイバッテリー所有層へのアンケート： ChargeSPOTを利用してみたいですか？（YES=66%）

Q1 ChargeSPOTを利用したいですか？

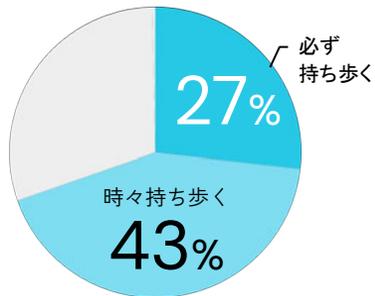


Q2 マイバッテリーを所有しているながらChargeSPOTを利用したいと考える理由はなんですか？



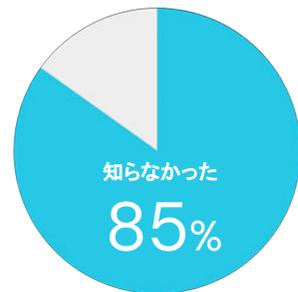
Q3 マイバッテリーを持ち歩きますか？

必ず持ち歩いている割合は全体の1/4



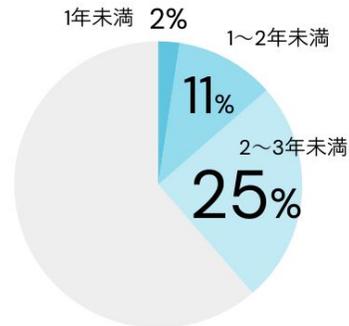
Q4 マイバッテリーを購入した際にChargeSPOTをご存知でしたか？

買った時にChargeSPOTを知らなかった人がほとんど



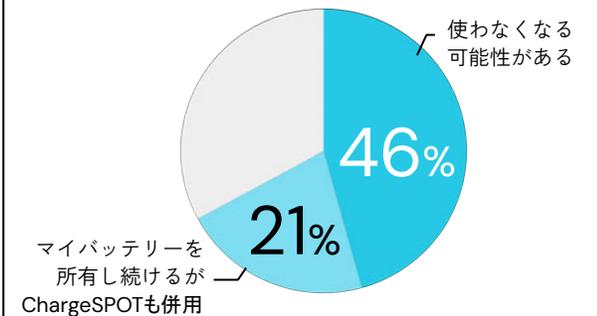
Q5 マイバッテリーを何年おきに買い替えていますか？

1/3以上が3年以内に買い替える



Q6 ChargeSPOTを知ってマイバッテリーを将来どうされると思いますか？

半数がChargeSPOT利用に切り替える可能性を認識

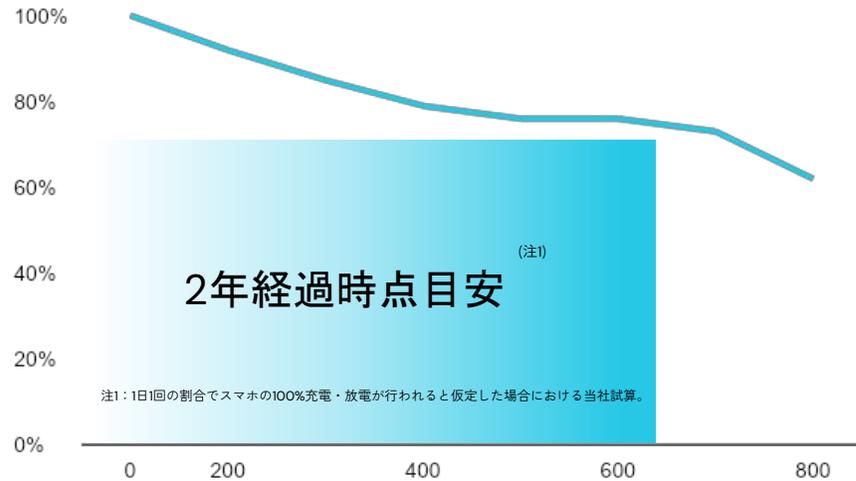


リチウムイオン電池の経年劣化特性・それに拍車をかける構造的なスマホ買い替えサイクルの長期化傾向

- リチウムイオン電池は、約600回の充電回数(充放電サイクル)で充電容量が80%に低下し、それを境に急激に充電効率が減少する
- 通常のスマホ使用を考えた場合、5年経過時点の充電容量目安は約30%ほど(=新品時に比べて)
- 一方、スマホの買い替えサイクルは新モデル価格の高額化と通信キャリアによる販売奨励金自粛等から長期化傾向をたどっており、2022年時点でおよそ4年7ヶ月に

リチウムイオン電池の充放電サイクル特性

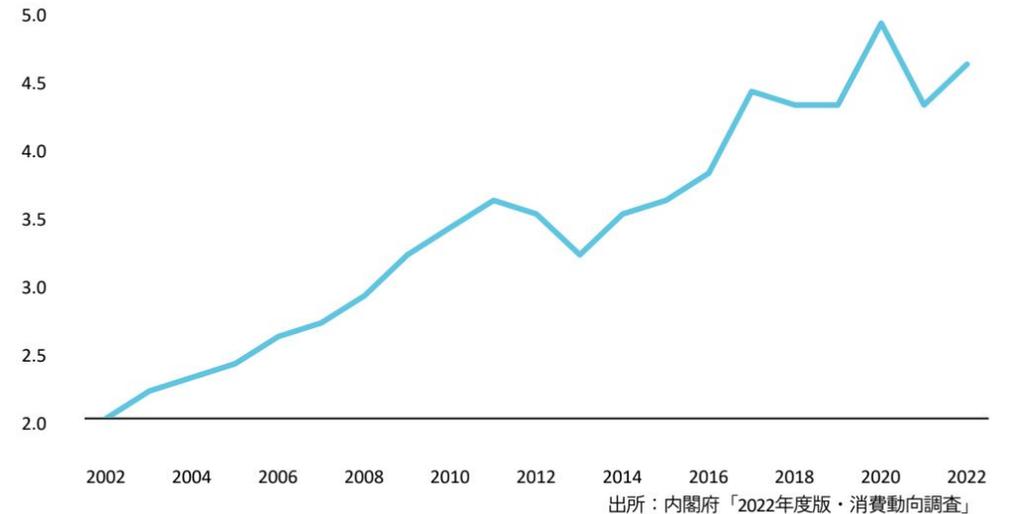
(充電回数：回 ・ 電池充電容量：%)



出所：「移動端末用リチウムイオン電池の容量劣化特性」(NTT DoCoMo テクニカル・ジャーナル) をもとに当社が作成したイメージ図

携帯電話・スマホ買い替え周期

(年・平均買い替えサイクル)

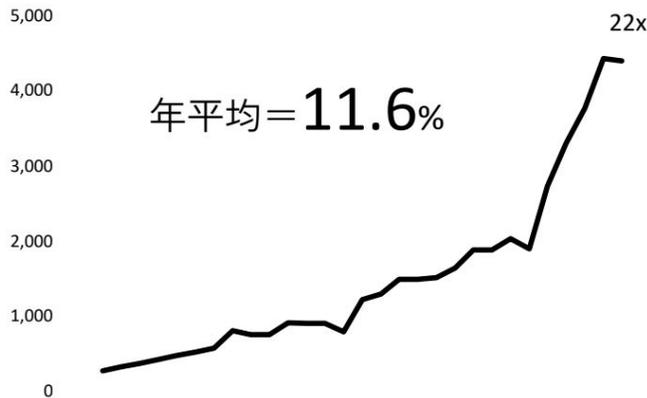


バッテリー技術がスマホの進化に全く追いついていない深刻な現状： 技術進歩にかかわらずスマホの電池持ちは悪くなる一方

- 1994年以来、スマホの電池容量は22倍に
- しかし、スマホの1日当たり平均消費電力量は102倍に：**ディスプレイ高精細化、アプリ高容量化、3G→4G→5Gに伴う高周波数化**
- 28年間に亘る成長率の「差(11.6% vs. 17.9%)」の結果、内蔵電池容量と消費電力(=1日のスマホ利用に必要な電力)の間には5倍もの格差が

スマホ内蔵電池の容量

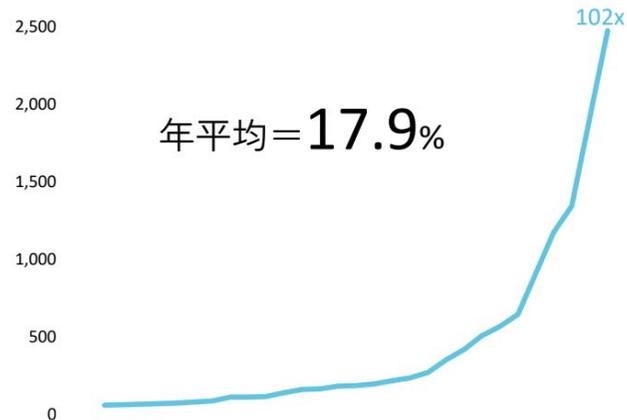
(各年の最新モデル)



備考：計測期間は1994年～2022年
出所：松下通信工業、Appleデータより作成

スマホ消費電力量

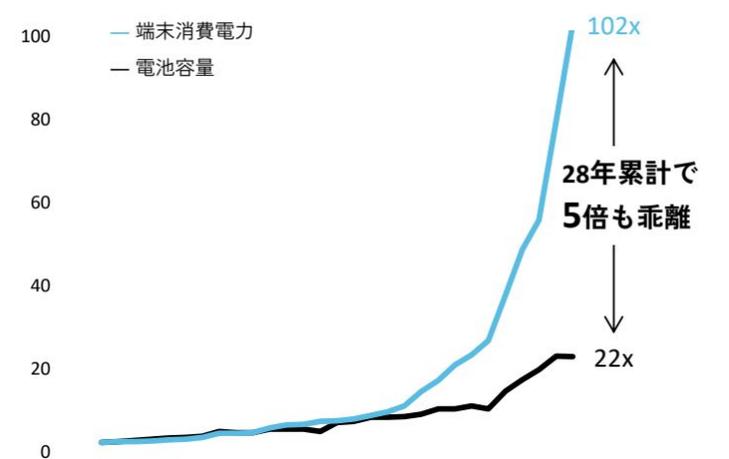
(1日/1台当たり平均)



備考：計測期間は1994年～2022年
出所：Nielsen Mobile NetView、Marketing Research Camp、
(株)ピアズ社データより作成

電池容量 vs. 消費電力

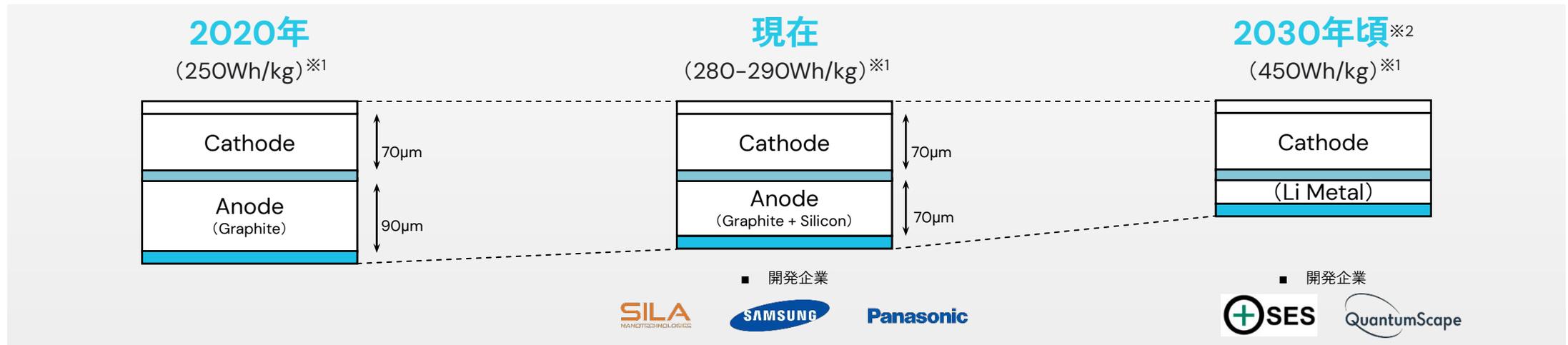
(1日/1台当たり平均)



備考：計測期間は1994年～2022年
出所：松下通信工業、Apple、Nielsen Mobile NetView、
Marketing Research Camp、(株)ピアズ社データより作成

リチウムイオン電池の最先端技術動向： 2030年までの性能向上は年平均6-7%程度とスマホ消費電力の年率平均成長に遠く及ばず

- 現在進んでいるのが、グラファイトベースの負極にシリコン(Si)を一部混入することによる新素材の開発で米国SILA等多数社が開発を推進。性能向上は約15%ほど
- 期待される次のブレークスルーは負極材料をリチウム金属に変更する取り組みで、米国Solid Energy社などが先端企業。実用サイクル数や安全性を考えた場合の現実的なスマホバッテリーへの転用は2030年頃になる公算



= Cathode Current Collector / 正極集電体
 = Separator / セパレーター
 = Anode Current Collector / 負極集電体



<



※1 単位重量あたりの電池容量を示すコンパクトさの指標

※2 スマホバッテリーへの実用化時期の目安

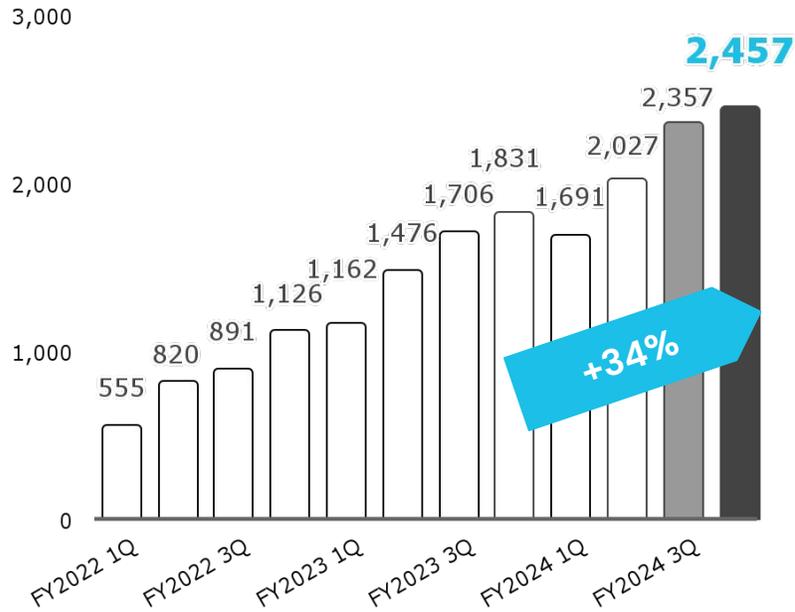
FY2024 通期決算説明資料 目次

1. 決算説明資料 サマリー
2. FY2024 4Q / 通期 業績ハイライト
3. FY2025 通期業績予想
4. FY2024 4Q Topics
- 5. Appendix**
 - 会社概要
 - ChargeSPOTについて
 - **業績ハイライト追加資料**
 - サステナビリティ向上のための取り組み

4Q中にM&Aやカンファレンスの実施、引越しに向けた対応などがあったが、
YoYでは全項目で堅調な成長が続く。

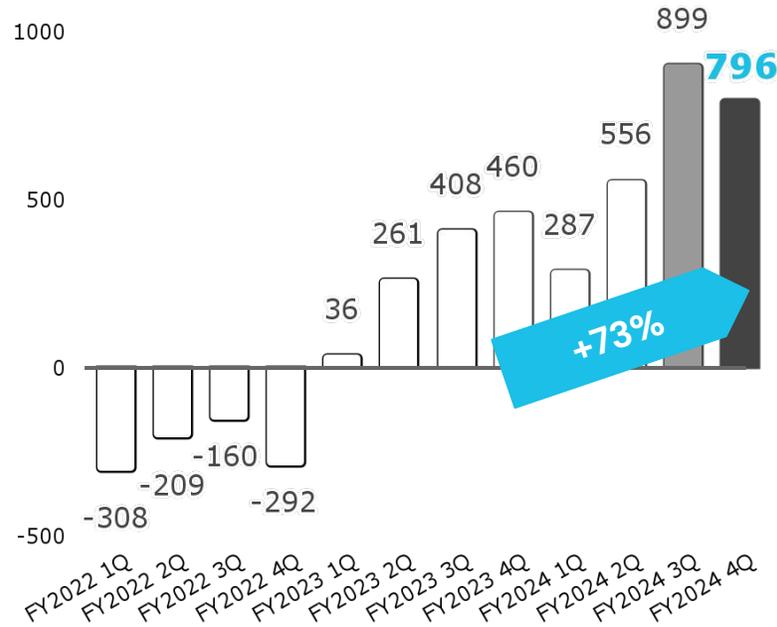
売上高

単位：百万円



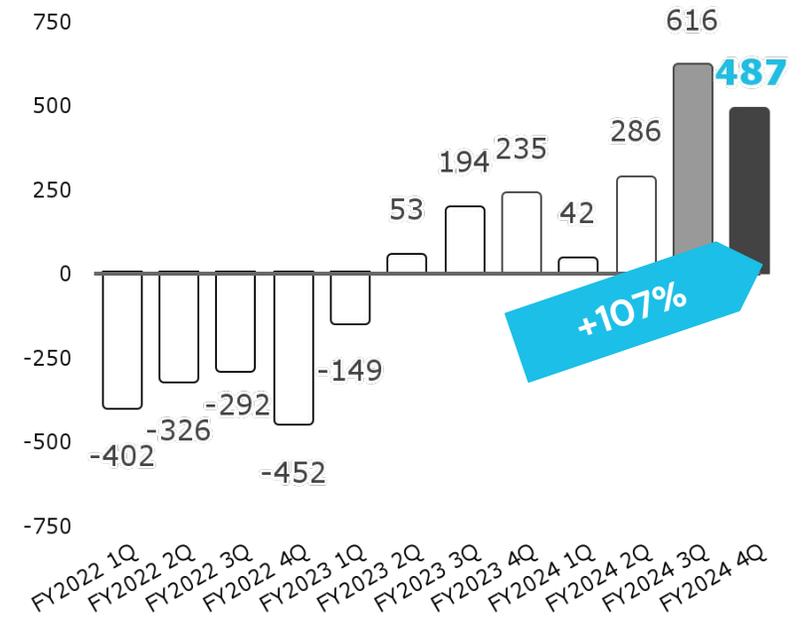
EBITDA

単位：百万円



営業利益

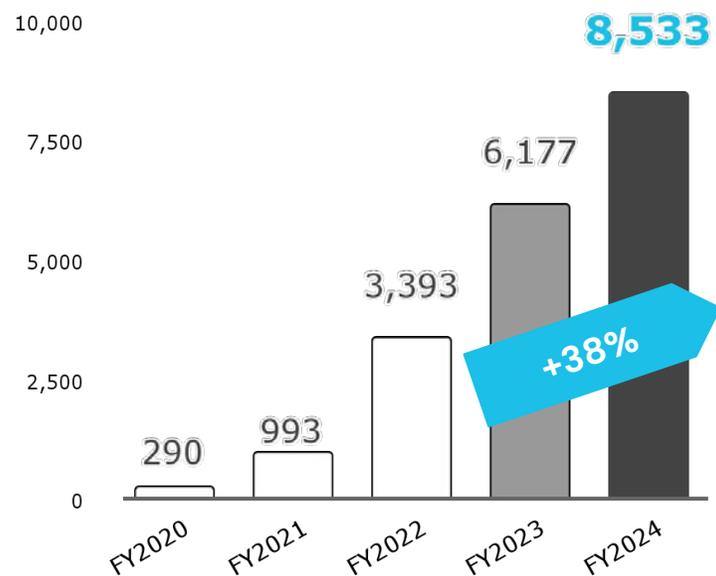
単位：百万円



売上高・EBITDA・営業利益ともに過去最高の業績。
営業利益はYoY+329%と大幅に増益。

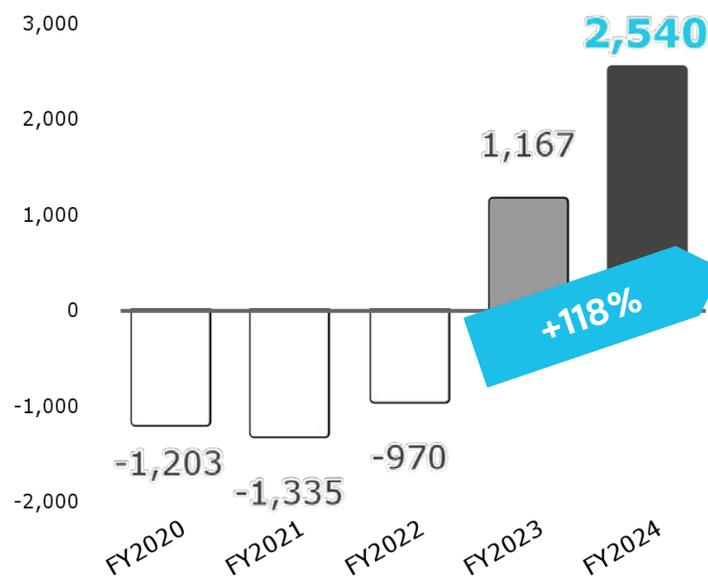
売上高

単位：百万円



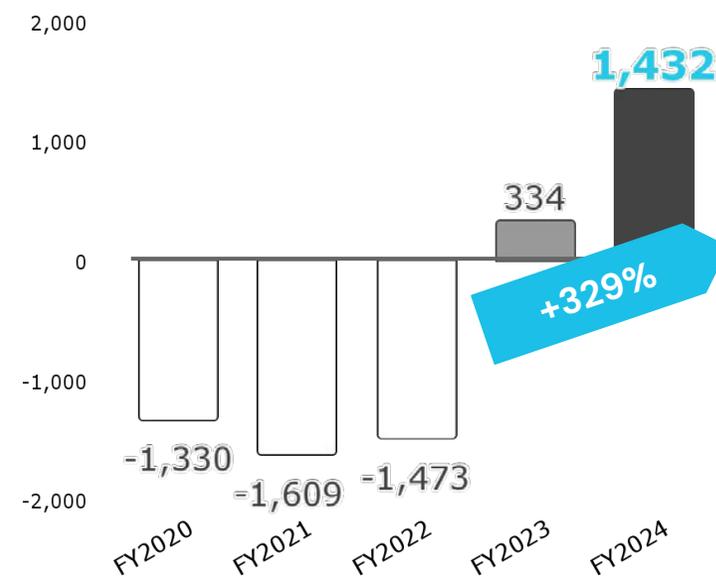
EBITDA

単位：百万円



営業利益

単位：百万円



レンタル数の増加と単価の上昇により、売上高が引き続き成長。
営業利益率は前年同期比+7ptになり、3Qに続いて20%を超えた。

単体損益計算書

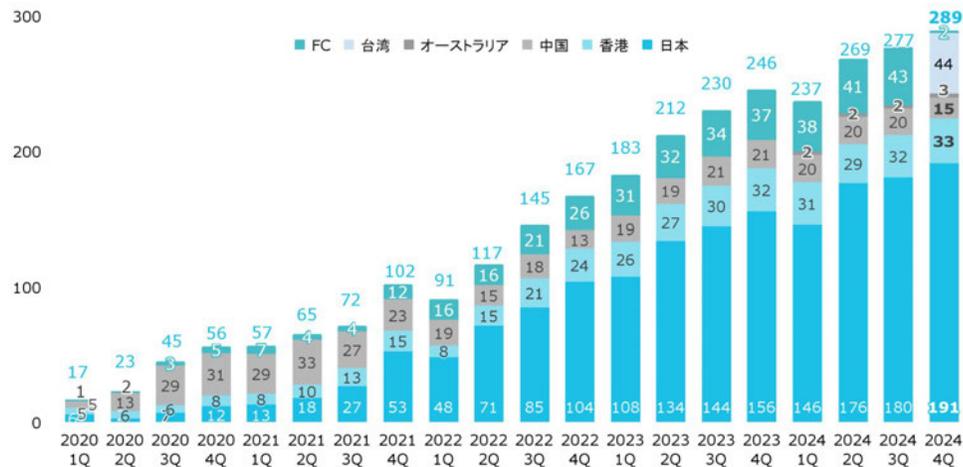
単位：百万円

	四半期				通期		
	FY2023 4Q	FY2024 3Q	FY2024 4Q	YoY 増減率	FY2023 1-4Q	FY2024 1-4Q	YoY 増減率
売上高	1,831	2,357	2,457	+34 %	6,177	8,533	+38 %
EBITDA	460	899	796	+73 %	1,167	2,540	+118 %
営業利益	235	616	487	+107 %	334	1,432	+329 %
営業利益率	13 %	26 %	20 %	+7 pt	5 %	17 %	+12 pt

Appendix : 【FC展開エリア含む】各KPIの推移

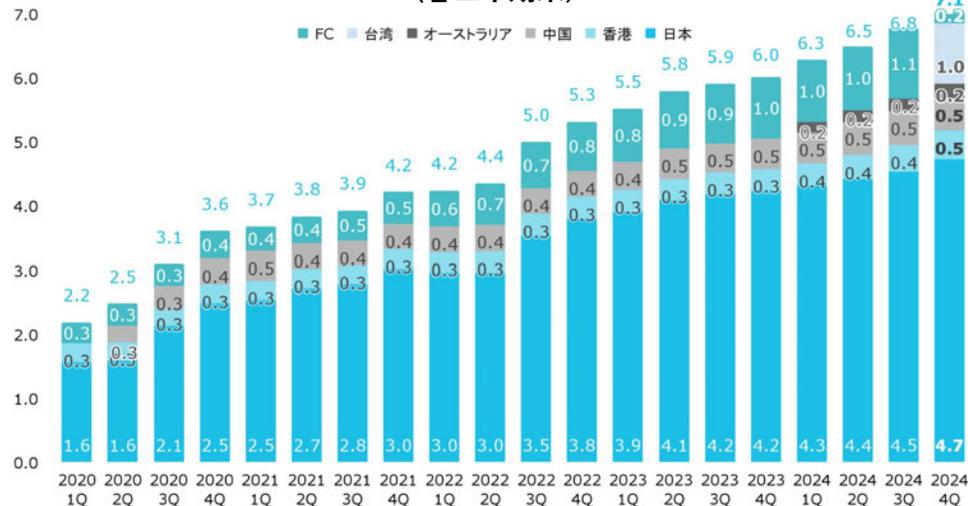
月間レンタル数 (各四半期平均)

単位：万、四捨五入



累計設置台数 (各四半期末)

単位：万、四捨五入



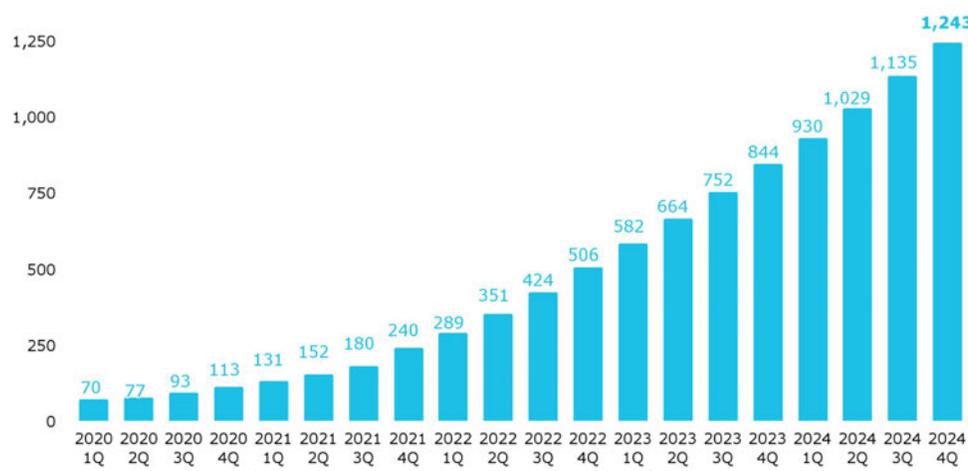
月間アクティブユーザー (各四半期平均)

単位：万、四捨五入



累計ダウンロード数 (ネイティブアプリ)

単位：万、四捨五入

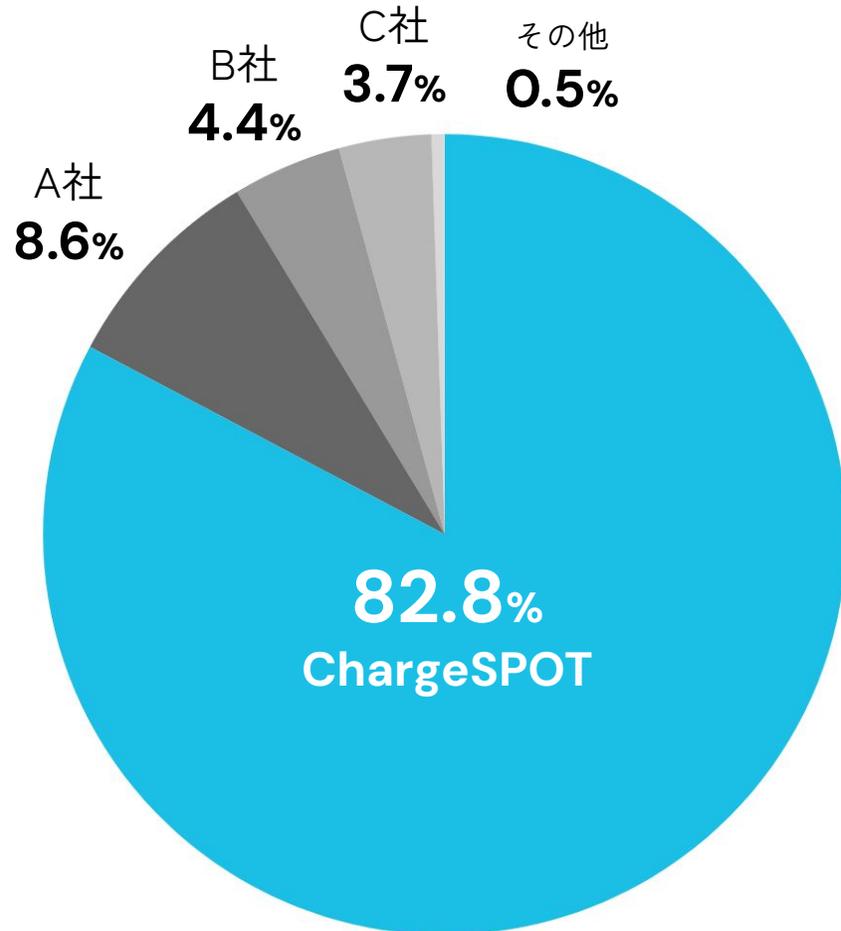


※ 月間アクティブユーザー：1ヶ月に1回以上利用のあるユーザー (FY2020 1Q,2Qは中国分のデータを含まない)

※ 月間アクティブユーザー、ダウンロード数にはオーストラリアで展開する「Ezycharge」のデータは含まない

現状8割以上の設置シェア率を1社で獲得しているため、非常に高い参入障壁になっている。

バッテリースタンド設置シェア率



バッテリースタンド設置数

(単位:台)

	12月末時点台数
ChargeSPOT	47,330
A社	4,909
B社	2,521
C社	2,127
その他	304

参入障壁についての当社の見解

- ChargeSPOTは日本で初めて導入されたモバイルバッテリーシェアリングサービスであり、先行してマーケットを0から開拓した経緯がある。
- サービスの性質上、設置数が多いほどユーザーの利便性が高いため、導入先も他社サービスと比較した上でChargeSPOTを採択していただくことが多い。
 - 先行優位性が高いビジネスモデルと言え、結果としてバッテリースタンドの設置台数は8割以上のシェアとなっている。
 - 設置数が多いとユーザーの利便性につながり、ユーザーの増加に繋がる。
 - その結果、市場が活性化して設置の必要性が増し、設置台数が増加する。
- 新規で参入しレンタル利用を高めていくためには多くのシェア率を獲得する必要があるが、現状8割以上のシェアを1社で獲得しているため、新たに市場のシェアを取るとは難しい。
- ラウンダーシステムやアプリなども自社で開発しノウハウの蓄積を行なっている点も当社の強みであり、競合企業にとっての障壁となる。

機関投資家/個人投資家とのコミュニケーションの充実を図ると共に、
 自社情報の提供を強化することで理解の促進を目指す。

4Q活動内容	回数	対応者	備考
アナリスト・機関投資家向け決算説明会	1回	CEO CFO	3Q決算説明会をオンライン形式で実施。あわせて約60名が参加。当日中にアーカイブ動画を公開し、現在までに約1,500回再生された。
アナリスト・機関投資家向けスモールMTG	1回	CEO CFO	証券会社主催のセミナー、スモールMTGに参加し、約10社が参加
アナリスト・機関投資家個別面談 (対面・オンライン)	約50回	CEO CFO IR担当者	国内外問わず実施。新規投資家及びIPOロードショー以来の取材も増加。
個人投資家向け決算説明会 (対面・オンライン)	3回	CEO CFO	決算後のオンラインでの個人投資家向け説明会を今期も実施。岡三証券、神戸投資勉強会主催の説明会には対面で参加。
毎月末の質問開示の継続実施	-	IR担当者	毎月末、直近で多かったご質問と当社の見解をまとめ、任意開示として公表。
FAQページの拡充	-	IR担当者	毎月末の開示内容や決算説明会での質疑応答内容を、IR HPのFAQページに追加。英語版のFAQページを拡充。

株主・投資家の主な関心事項
<ul style="list-style-type: none"> ✓ ビジネスモデルの特色 ✓ 今後の「ChargeSPOT」の設置拡大余地 ✓ イギリス子会社の設立理由 ✓ to B 向け広告販売の今後の見通し ✓ 「CheerSPOT」のビジネスモデルと市場状況

今後の方針
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 機関投資家向け説明会は決算発表と同日実施を継続 ✓ 説明会の動画や書き起こし・質疑応答の迅速な提供 ✓ 個人投資家向け説明会への参加 ✓ 月末の質問開示の継続・FAQの英語版の作成 ✓ 重要な適時開示の英文同時開示の実施 ✓ セグメント情報やサステナビリティ情報の充実

主要なリスク

スマホ内蔵バッテリーの技術革新に関わる事項

リスクターム：中長期
顕在化可能性：低

バッテリーの進化による持ち時間長期間化

ChargeSPOTビジネスを牽引するニーズがスマホの電池消耗にある以上、将来発売されるスマホの内蔵バッテリーの「持ち時間」は当社の事業に少なくない影響を与える。

二次電池の急速な技術革新により、数日間にわたって旺盛・頻繁にスマホを利用しても一切の追加充電を必要としないバッテリーを内蔵したスマホが発売され・広く普及する事態となった場合には、当然のことながら当社のシェアバッテリー事業に悪影響が及ぶことが考えられる。

対応策

バッテリーの進化は端末の進化とともに変化し、また性能拡充には時間を要する

リチウムイオン電池の技術革新はまだ完全に出尽くした状態とは言えないものの、負極材料の改良に改善余地を残す程度で、これまでとは桁違いなイノベーション局面を迎えると考えられる専門家はあまり居ない。

一方、リチウムイオン分野以外の電池技術には、起電力（陽極・負極間の電位差）、サイクル特性（耐久性）、エネルギー密度（省スペース性）、大気中での物質安定性（安全性）、量産性（価格）等の関係で、ドローンやEVといった産業分野には有望でも、スマホ向けには利用がほぼ不可能。可能性があっても本格採用までに多くのハードルを残しているものが多い。少なくとも2030年までにスマホ内蔵バッテリーとしてリチウムイオン系以外の電池技術が採用されると考える専門家は非常に少数である。

スマホそのものは4Gから5Gへの世代シフト（大容量伝送や使用周波数帯の高バンド化）や半導体・ディスプレイの高度化によるアプリ機能の追加がおき、駆動に必要な消費電力はますます増加すると予想されている。今後予想される程度のバッテリー技術の革新では、その必要電力の増加分すら賄えないのではないかと懸念も出ている。

以上のことより、スマホ内蔵バッテリー技術が当社事業において持つ一般的なリスクは十分認識しつつも、充電頻度を含めた我々のスマホ生活が、どちらかという当社のレゾナントルを引き上げる方向に進む可能性もあると分析している。

競争環境に関わる事項

リスクターム：中長期
顕在化可能性：低

競合の成長による競争の激化

当社グループの展開するモバイルバッテリーシェアリングサービスは規制業種ではない。また、モバイルバッテリーやバッテリースタンドの製造はOEMが可能である。そのため、参画企業の増加による競合激化リスクが存在する。当社のモバイルバッテリーシェアリングサービスは国内におけるバッテリースタンド設置台数の約8割を占めており、収益基盤は安定していると考えられる。

今後もバッテリースタンド数及びユーザー数拡大に向けて種々の施策を講じていく計画だが、競合環境の激化によりこれらの計画が想定どおり進行しない場合、当社グループの財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性がある。

※2023年9月末時点の当社グループの設置台数と競合他社が公表している台数を基に当社で算出

設置面数の拡充と担保

当社グループの展開するモバイルバッテリーシェアリングサービスにおいて最も重要なことは、設置先の確保だと認識している。そのため、当社はこれまでも積極的に人流が集中する全国ナショナルブランドの商業施設や鉄道主要駅等にバッテリースタンド設置を進め、先行設置の優位の担保に努めてきた。

もとより、シェアリング事業に顕著な「規模の経済」の結果として、日を追って、マーケットリーダーの好循環、低シェア事業者の悪循環が進む傾向が強く、サービスが一定以上の認知度に達してからは新規参入によるシェア奪還の難易度は加速度的に増す。当社としては、慢心することなく、引き続き同業他社の動静に十分留意しつつ、自社サービスの向上に粛々と取り組んでいく。

設置先に関わる事項

リスクターム：中長期
顕在化可能性：低

大規模な設置を行っているアカウントでの設置停止

当社グループでは、ユーザーにとって利便性が高いという理由から、コンビニエンスストアへの設置が相対的に多くなっている。

複数のコンビニエンスストアチェーンへの設置を実施しているほか、コンビニエンスストア以外の鉄道駅、携帯電話ショップ、飲食店、小売店などの幅広い業種への設置を行っているが、何らかの理由で大手コンビニエンスストアへの設置契約が継続的に行われない場合、当社グループの財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性がある。

多様な設置場所の確保と、設置先との連携の強化を実施

当該事業リスクは、当社の一存や企業努力で対応し得る性質のものではないため、明確な対応策といえるものが例示しづらい。当社では設置数が多い業種に対しては社内担当部署を設け、設置先の担当者との連携を密に行っている。日々のレンタル数の推移などからバッテリースタンドの不具合を早く検知しているほか、設置場所の改善や販促物設置の提案を行うなど、設置後のフォローにも取り組んでいる。

今後も幅広い業種の様々な場所に設置を行うことで、リスクの低減を行うとともに、より使いやすいサービスにすることを目指していく。

※ 成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があることと認識する主要なリスクを記載
その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載

FY2024 通期決算説明資料 目次

1. 決算説明資料 サマリー
2. FY2024 4Q / 通期 業績ハイライト
3. FY2025 通期業績予想
4. FY2024 4Q Topics
- 5. Appendix**
 - 会社概要
 - ChargeSPOTについて
 - 業績ハイライト追加資料
 - サステナビリティ向上のための取り組み

社員、設置先企業、株主などのステークホルダーの皆様のご意見を伺った上で、ESGに関わるガイドラインなどを参考にしながら重要事項（マテリアリティ：本業を通じて解決すべき最も重要な課題）を特定した。

01 | シェアリング文化の普及

Plan（取り組み方針）

ChargeSPOTとShareSPOTを通じて、「便利さ」と「サステナブル」が両立し得ることを広め、サステナブルな行動に対して人々が感じるハードルを取り除いていく。シェアリング文化を普及させることで、過生産から脱却したサステナブルな社会を実現する。

Strategies（戦略）

- ChargeSPOTをより使いやすく・インクルーシブなサービスにしていく
- ShareSPOTで利用できるサービスを増やし、シェアリングエコノミーを身近なものにする
- ChargeSPOTのサイネージを通じて、サステナビリティに関する情報を発信する

02 | 社内のダイバーシティ&インクルージョンの推進

Plan（取り組み方針）

多様性の中に価値があるという信念のもと、グローバルに展開する企業に相応しいDiversity&Inclusionを実現する。

Strategies（戦略）

- 多様なバックグラウンドの社員を受け入れ、それぞれの強みを活かせる環境を整える
- 互いに異なる文化、価値観、専門性といった垣根を超えて、協働・共創できる組織を作る
- 性別を問わず活躍し、重要な意思決定に関わることができる環境を整える

03 | 災害時の電源確保への協力

Plan（取り組み方針）

自治体や企業と協力して、地震や台風などの自然災害発生時においてもスマホ充電が可能な環境を整え、人々が連絡手段を失うことを回避する。

Strategies（戦略）

- 被災エリアを対象に無料でバッテリーを解放する
- 災害時の避難場所及び避難所での充電インフラを提供する
- 停電時でも利用できるスタンドの研究開発を行う

社員、設置先企業、株主などのステークホルダーの皆様のご意見を伺った上で、ESGに関わるガイドラインなどを参考にしながら重要事項（マテリアリティ：本業を通じて解決すべき最も重要な課題）を特定した。

04 | レジリエントな サプライチェーンの実現

Plan（取り組み方針）

環境と人権に配慮するとともに、国際情勢の変化に対応できるレジリエントなサプライチェーンの実現を目指す。

Strategies（戦略）

- サプライチェーン全体で人権侵害を把握し改善する
- 児童労働やあらゆる形での強制労働に反対し、防止する
- サプライチェーンの事業継続計画（BCP）を策定する
- 廃棄物の適切な処理とリサイクルを実施する

05 | CO2排出量の削減

Plan（取り組み方針）

ChargeSPOTを含む自社のCO2排出量を把握して、削減に取り組む。またユーザーや設置店舗のCO2排出量削減に協力する。

Strategies（戦略）

- 自社のCO2排出量（Scope1~3）を算出し、削減に向けて取り組む
- シェアリング普及によるCO2削減効果を可視化する
- バッテリースタンドの使用電力のオフセットを実施する
- グリーン電力やカーボン・オフセットの普及に協力する

06 | リスク管理と経営基盤の強化

Plan（取り組み方針）

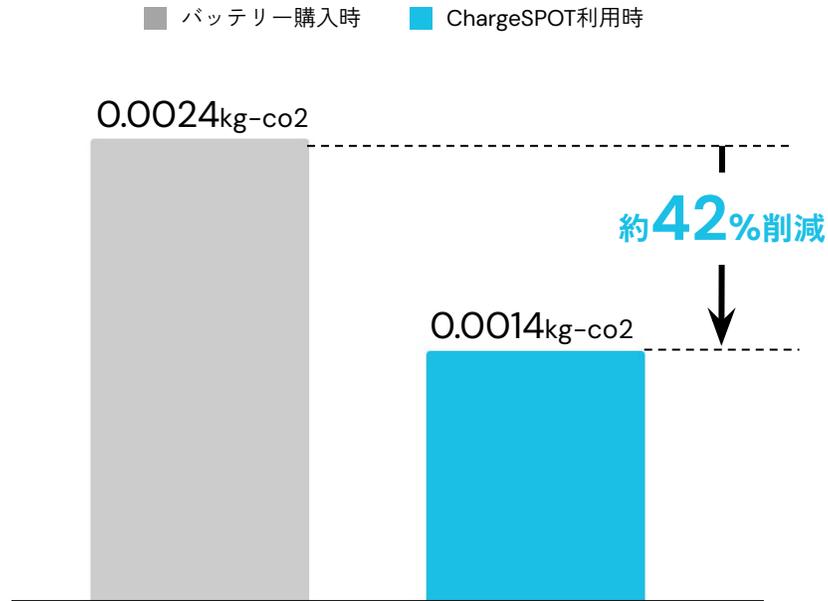
上場会社にふさわしいリスク管理を実施するとともに、経営基盤を強化して、中長期的に企業価値を向上させる。

Strategies（戦略）

- 顧客・取引先情報の管理を徹底する
- 従業員のコンプライアンス意識向上のために教育を行う
- コンプライアンス・リスク管理委員会を設置し、健全な企業風土を醸成する活動の推進をする
- 社外取締役を含む取締役会で経営の基本方針などの重要事項の決定を行う

ChargeSPOTでバッテリーをシェアすることで、購入する場合と比べて約42%のCO₂排出量の削減が可能。
今後も、より環境にやさしいサービスを目指して改善を行っていく。

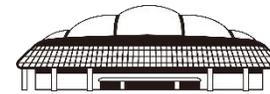
バッテリーを購入して1年間使用した場合と
ChargeSPOTを利用した場合のCO₂排出量比較



ChargeSPOTユーザー全体でのCO₂削減量
(国内・海外の直営エリア全体)

298,708kg-co₂e

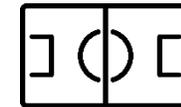
森林のCO₂吸収量に変換すると...



東京ドーム



7 個分の



サッカーコート



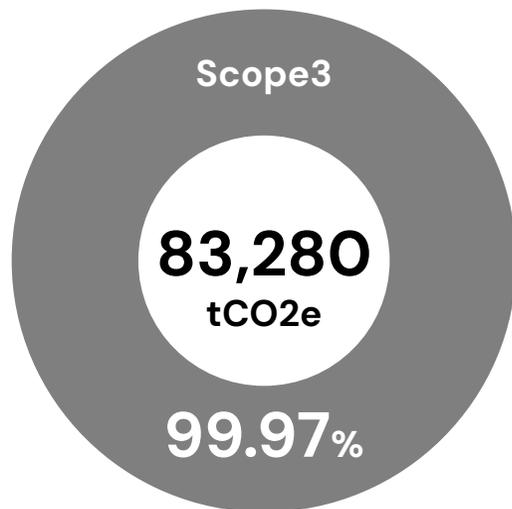
48 面分の



※ 森林1haの年間吸収量を8,800 kg-CO₂と想定して算出 (出典: 林野庁)
※ アスエネ株式会社による算定

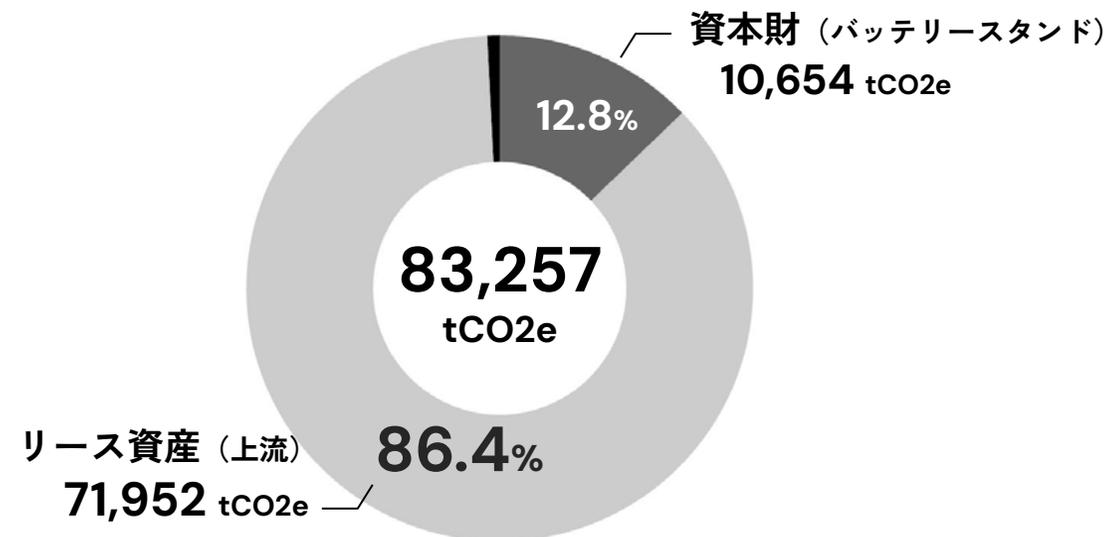
2023年度のCO₂排出量の算定を日本・香港子会社・中国子会社を対象に実施。
子会社数値の組入と共に、算定した数字の精緻化も行なった。

総排出量 (連結)



オフィスでは基本的に再生可能エネルギーを利用した電力を利用しており、
Scope2の排出量は0.03%にとどまる

Scope3排出量 (連結)



Scope3の中では、設置先でのバッテリースタンドの電力使用にあたる
「リース資産 (上流)」が多くを占めている

※ 上記の排出量は、日本法人、中国、香港のグループ会社の排出量を含む。
※ 環境省、経産省「サプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出量の算定に関するガイドライン」に基づき算出。上記に記載のないカテゴリーは、排出源が存在しない、もしくはScope1、2に含めて算定を実施。
※ Scope2排出量に関しては、マーケット基準にて算定。
※ Scope3排出量に関しては、サプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出等の算定のための排出原単位データベースVer.3.2を用いて算定。
※ Scope3の排出量は、グリーン電力証書によるオフセット後の数値。

Appendix : CO₂排出量の算定 (詳細・FY2023実績)

スコープ	カテゴリー	CO ₂ e排出量 (tCO ₂ e)	割合
スコープ1	直接排出	0	0%
スコープ2	間接排出	22.6	0.03%
スコープ3		83,257	99.7%
	1 購入 ※バッテリーの購入によるもの	308	0.37%
	2 資本財 ※バッテリースタンドの購入によるもの	10,654	12.8%
	3 その他燃料	-	-
	4 輸送 (上流)	192	0.04%
	5 事業廃棄物	32.4	0.04%
	6 従業員の出張	14.8	0.02%
	7 従業員の通勤	104	0.13%
	8 リース資産 (上流) ※バッテリースタンドの使用電力によるもの	71,952	86.4%
	9 輸送 (下流)	-	-
	10 商品の加工	-	-
	11 商品の使用	-	-
	12 商品の廃棄	-	-
	13 リース資産 (下流)	-	-
	14 フランチャイズ	-	-
	15 投資	-	-
	16 その他	-	-
合計		83,280	-

※ 上記の排出量は、日本法人、中国、香港のグループ会社の排出量を含む。

※ 環境省、経産省「サプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出量の算定に関するガイドライン」に基づき算出。上記に記載のないカテゴリーは、排出源が存在しない、もしくはScope1、2に含めて算定を実施。

※ Scope2排出量に関しては、マーケット基準にて算定。

※ Scope3排出量に関しては、サプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出等の算定のための排出原単位データベースVer.3.2を用いて算定。

※ Scope3の排出量は、グリーン電力証書によるオフセット後の数値。

電子ゴミを出さないための適切な再資源化も実施するなど、環境に良いビジネス運営を目指している。排出したCO2のオフセットの実施や、アスエネ株式会社と連携した環境情報に対する啓蒙活動も実施。



有価買取→再資源化
当社が費用を負担→再資源化

バッテリースタンドは、大型機についてはリサイクル業者による有価買取で再資源化を実施。小型のものも当社が費用を負担することで、100%の再資源化を実現。電子ゴミを出さないための対応を継続していく。



資源有効利用促進法にもとづき、自治体により産業廃棄物処分業および特別管理産業廃棄物処分業の許可を受けた企業にリチウムイオン電池（モバイルバッテリー）の再資源化を依頼。安全かつ適切な再資源化を実施している。



年始時点で設置しているバッテリースタンドが使用する電力によって発生するCO2の、年間排出量の10%分に相当する量のグリーン電力証書（日本自然エネルギー株式会社発行）でオフセット。一部のサイネージ画面にグリーンパワーマークを表示することで、グリーン電力の認知向上にも協力。



環境情報を基礎から解説するメディア「アスエネメディア」の情報をサイネージで放映。気候変動や脱炭素の情報を多くの方に知っていただき、環境にやさしい行動をする機会ときっかけを提供することを目指し、これからも両社で連携していく。

Thank you for your interest.

INFORICH