



INFORICH INC.

2022年12月期通期決算説明資料

01 事業内容

02 FY2022 通期業績ハイライト

03 FY2022 事業の振り返り

04 FY2023 通期業績予想

05 中長期的な成長戦略

06 Appendix

INFORICH INC.

— 01 事業内容

INFORICH INC.

会社名： 株式会社INFORICH

設立： 2015年9月

本社住所： 東京都渋谷区神宮前6-31-15 A-6A

従業員数： 単体109人、連結207人
(臨時雇用者含む、2022年12月時点)

事業内容： ChargeSPOT モバイルバッテリーシェアリングサービス/デジタルサイネージ/広告/ハードウェア・ソフトウェア開発

関係会社： INFORICH ASIA HOLDINGS LIMITED(100%)、INFORICH ASIA HONG KONG LIMITED(100%)、殷富利(广州) 科技有限公司(100%)、(株) CHARGESPOT MARKETING(65%)、その他

拠点数： 国内6拠点、海外2拠点



代表取締役社長
最高経営責任者
(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
岩瀬 大輔

ライフネット生命保険創業者。代表取締役社長、取締役会長を経て退任。2018年、アジア最大の生命保険である AIA Group の本社経営会議メンバー兼 Group CDO として招聘される。退任後、香港を拠点にフィンテック・ヘルステック企業の成長支援を行うアドバイザーファーム Tiger Gate Capital を設立、Managing Partner に就任。過去にはベネッセホールディングス、YCP Holdings 社外取締役等も務めた。東京大学法学部卒、ハーバード経営大学院卒。

常勤社外監査役 小倉 和宣



取締役
副社長
児玉 知浩

新日本製鐵株式会社でエレクトロニクス・情報通信事業本部配属。インターネット・通信・マルチメディア関連事業企画担当マネージャーを経て、2001年退社。デジット株式会社で取締役副社長COO就任。2004年金沢工大虎ノ門大学院設立に参画、2017年までアントレプレナーシップ特論担当客員教授。様々なベンチャー企業、社外取締役や大手企業の新規事業担当顧問。



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。

社外監査役 阿南 剛



取締役
最高財務責任者
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」にて入社。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
富本 耕一
(角田 耕一)

UC Berkeley 卒業後、外資系投資銀行にて M&A のエグゼクティブに従事。株式会社 マナボにて CFO として主に財務、資金調達、法務等のコーポレート関連業務を担当。2017年より株式会社 ヤプリーにて CFO に就任、2018年より同社取締役。

社外監査役 波多野 佐知子

INFORMATION × RICH = INFORICH^{INC.}

MISSION

次の人、次の世代を想い、行動する社会の循環を創る

VISION

多様な可能性を見いだし、ボーダレスな価値を育み世界をつなぐ

私たちは、各ローカルのヒト、モノ、コトにユニークな可能性を見出し、カルチャーやビジネスの垣根を越えて展開できるような存在に進化させることで、世界をブリッジしていきます。

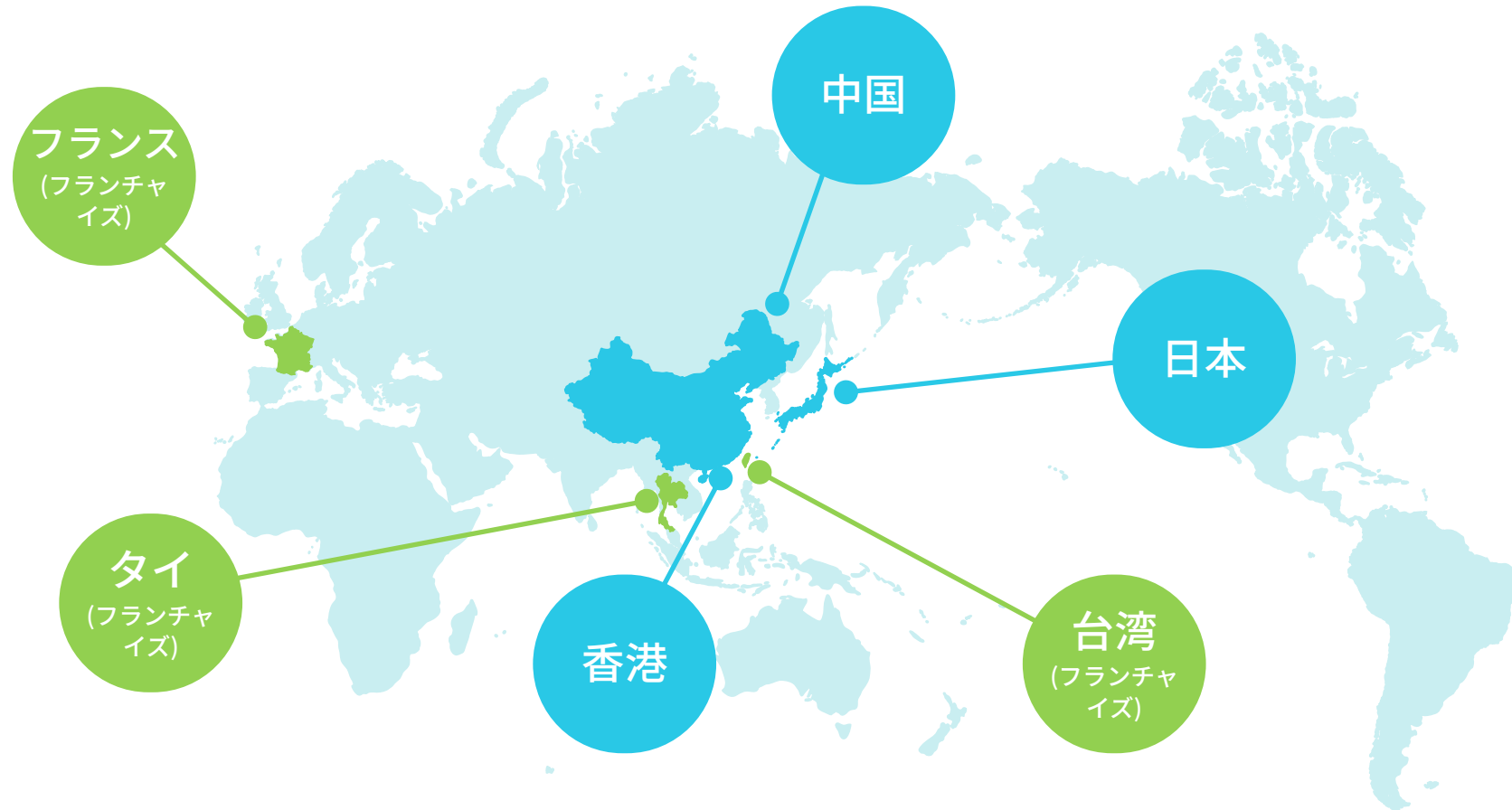


日本初のデジタルサイネージ搭載 モバイルバッテリーシェアリング 「ChargeSPOT」をロケーション サービス全体の入り口に

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、フランス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。

日本以外にも子会社を通じて中国・香港でサービス展開をしています。
さらに台湾・タイなどフランチャイズ展開をしており、合計6地域で展開中です。



※2022年12月時点

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38,000台**

コンビニ	セブン-イレブン、ファミリーマート、ローソン
鉄道	東京メトロ、大阪メトロ、都営地下鉄、JR東海、東急電鉄、京王電鉄、京成電鉄、京浜急行電鉄、東武鉄道
空港	羽田空港、関西国際空港、中部国際空港
カラオケ	カラオケ館、カラオケの鉄人、JOYSOUND、ビッグエコー、歌広場
キャリアショップ	docomo、Softbank、au、楽天モバイル
カフェ	タリーズコーヒー、ドトール、カフェ・ド・クリエ、上島珈琲、WIRED CAFE、ヴィ・ド・フランス
ドラッグストア	スギ薬局、ウエルシア、コクミンドラッグ、クリエイトSD、ツルハドラッグ
家電量販店	ヤマダ電機、ヨドバシカメラ、ビックカメラ、エディオン
商業施設	三越伊勢丹、DAIMARU、高島屋、ルミネ、アトレ、イオン、三井アウトレットパーク、六本木ヒルズ、マルイ
テーマパーク	ユニバーサル・スタジオ・ジャパン、レゴランド、富士急ハイランド、ハウステンボス、サンリオピューロランド
自治体管理施設	渋谷区、福岡市、神戸市、山梨県、熱海市
その他	TSUTAYA、郵便局、アパホテル、東京国立博物館、ラウンドワン、明治神宮球場、モスバーガー、ガスト

※一部抜粋、順不同

— 02 FY2022 通期業績ハイライト

INFORICH INC.

売上高

4,389百万円

前期比（増減）

+167% (+2,743百万円)

業績予想からの増減

+59百万円

EBITDA

-915百万円

前期比（赤字改善）

-44% (+715百万円)

業績予想からの増減

-

営業利益

-1,397百万円

前期比（赤字改善）

-28% (+540百万円)

業績予想からの増減

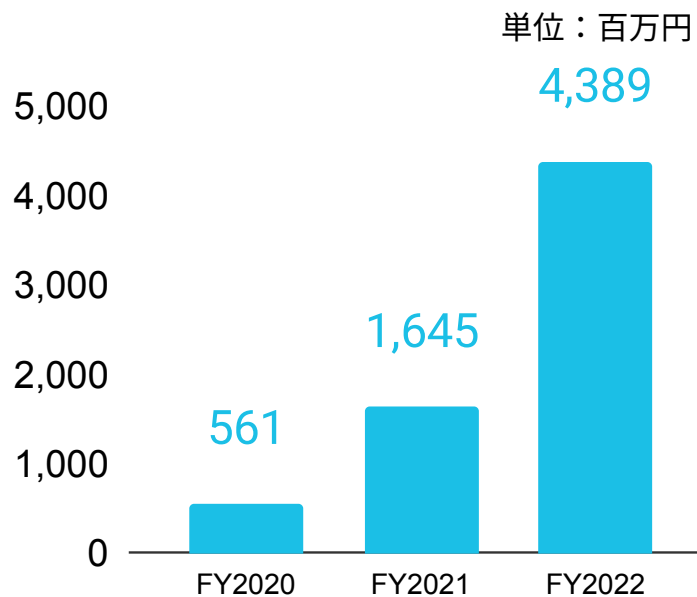
+151百万円

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 として集計

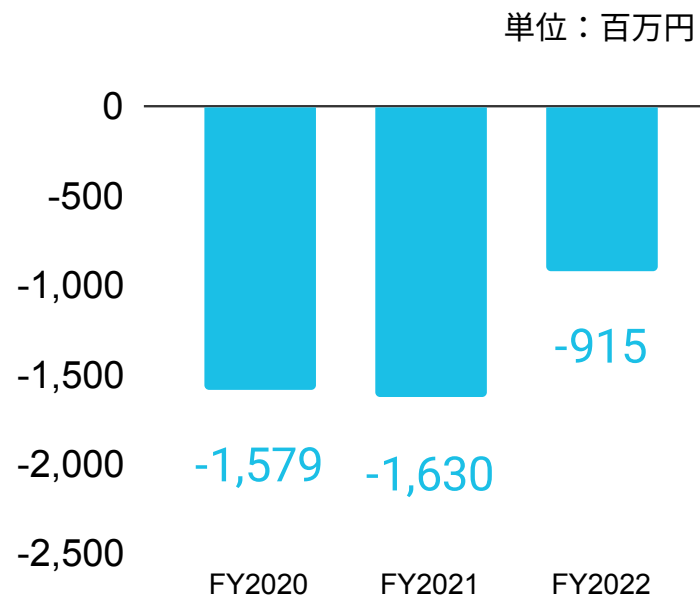
FY2022 通期業績ハイライト：売上高と営業利益の推移（通期）

売上高は、引き続き拡大傾向を維持し、43億円を達成しました。
EBITDAは-9億円、営業利益は-13億円と赤字縮小を実現しました。

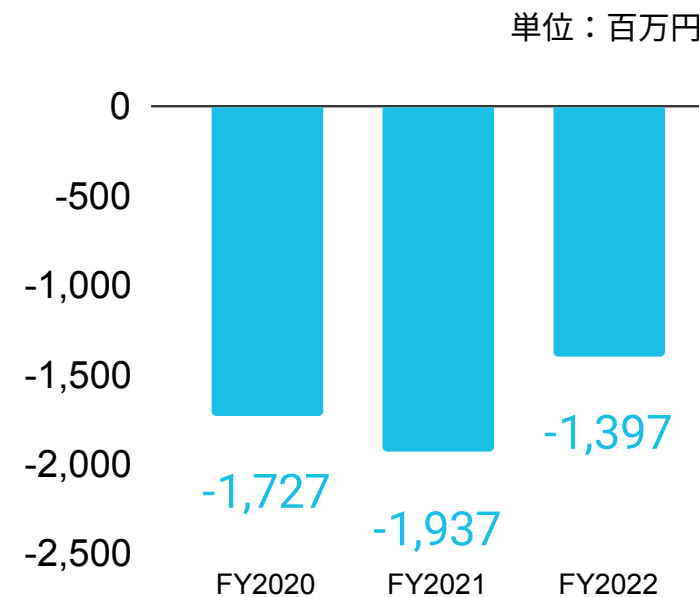
売上高



EBITDA



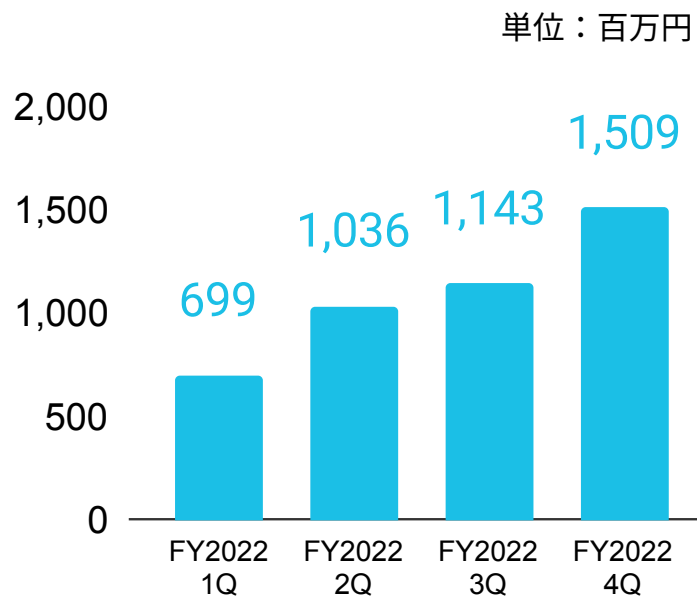
営業利益



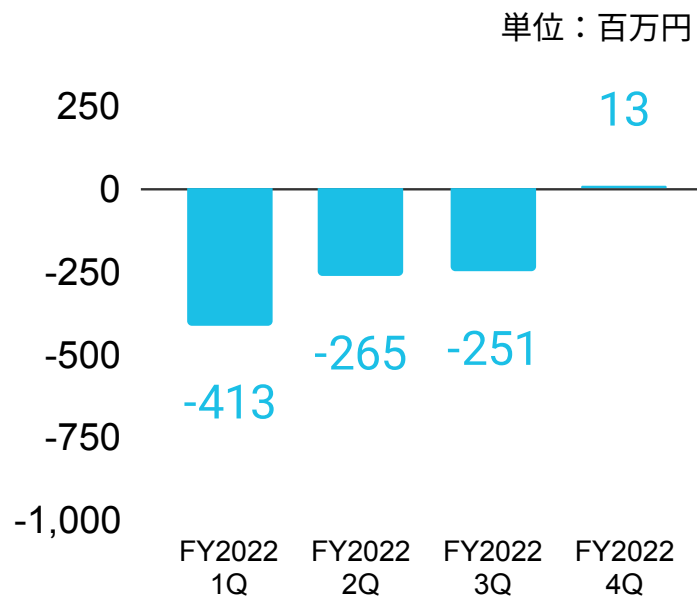
※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費として集計

売上高は月間アクティブユーザー数ならびにレンタル数の増加により堅調に推移しました。
 営業利益は第4四半期には1億円に近い水準にまで赤字額が縮小、EBITDAは黒字化しました。

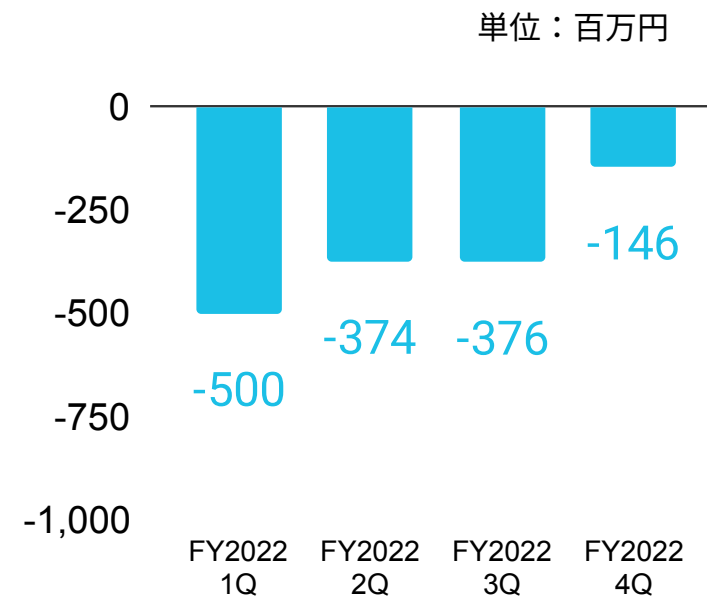
売上高



EBITDA



営業利益



※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費として集計

レンタル数の着実な成長により売上高は昨年度より大幅に増加（+167%）しました。
 予算対比でも販管費抑制の影響等により特に営業利益が計画値を1.5億円上回りました。

連結損益計算書（1-12月）

単位：百万円

	FY2021 1-4Q	FY2022 1-4Q	YoY 増減率	通期業績予想	通期業績予想 からの増減
売上高	1,645	4,389	167%	4,329	+59
営業利益	-1,937	-1,397	-28%	-1,548	+151
営業利益率	-118%	-32%	+86pt	-36%	+4pt
EBITDA	-1,630	-915	-44%	-	-
経常利益	-1,946	-1,177	-40%	-1,199	+21
親会社株主に帰属する 当期純利益	-2,209	-1,241	-44%	-1,163	-78

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 として集計

売上高は毎四半期堅調に推移し第4四半期には15億を達成しました。
 営業利益は第4四半期には1億円に近い水準にまで赤字額が縮小、EBITDAは黒字化しました。

連結損益計算書（1-12月）

単位：百万円
 (QoQ増減率)

	FY2022 1Q	FY2022 2Q	FY2022 3Q	FY2022 4Q
売上高	699	1,036 (+48%)	1,143 (+10%)	1,509 (+32%)
営業利益	-500	-374 (-25%)	-376 (1%)	-146 (-61%)
営業利益率	-72%	-36% (+36pt)	-33% (+3pt)	-10% (+23pt)
EBITDA	-413	-265 (-36%)	-251 (-5%)	13 (-105%)
経常利益	-397	-202 (-49%)	-272 (+35%)	-304 (+12%)
親会社株主に帰属する当期 純利益	-398	-217 (-45%)	-275 (+27%)	-350 (+27%)

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費として集計

事業用設備への先行投資の継続およびそのための資金調達を実施しました。

連結貸借対照表

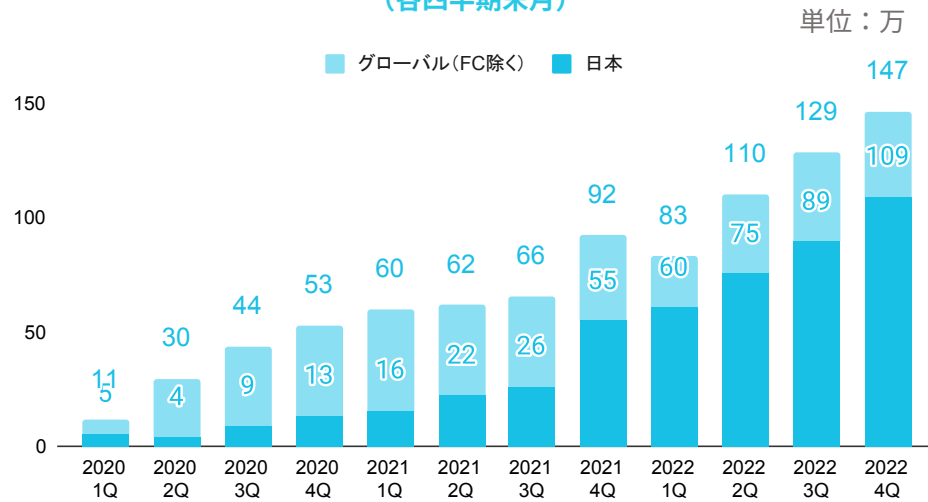
単位：百万円

	FY2021 4Q末	FY2022 4Q末	増減	主な理由
流動資産	4,035	3,665	-370	
現金及び預金	3,293	2,614	-679	先行的な事業投資の継続による影響
固定資産	1,658	2,327	+668	事業用資産の増設による影響
総資産	5,693	5,992	+298	
流動負債	1,436	2,751	+1,315	事業用資産の調達に係る借入資金の増加による影響
固定負債	581	803	+221	
純資産	3,675	2,437	-1,237	当期純損益による影響

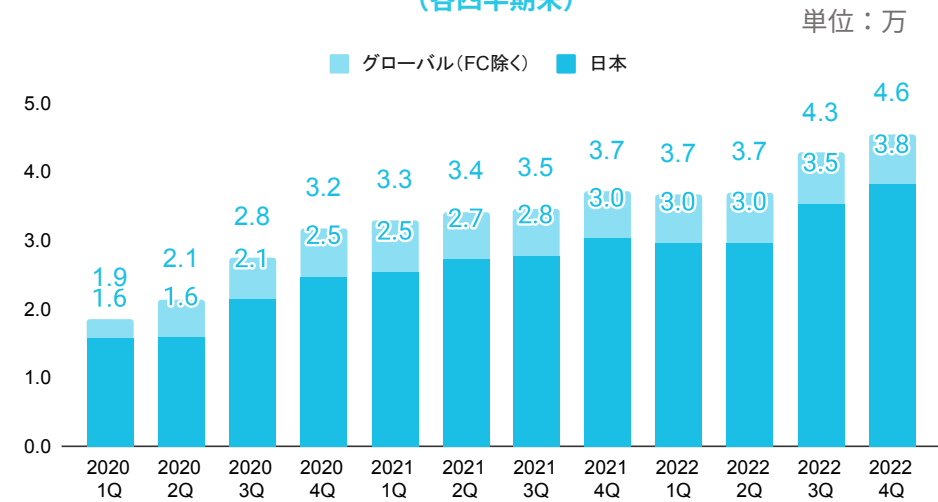
— 03 FY2022 事業の振り返り

INFORICH INC.

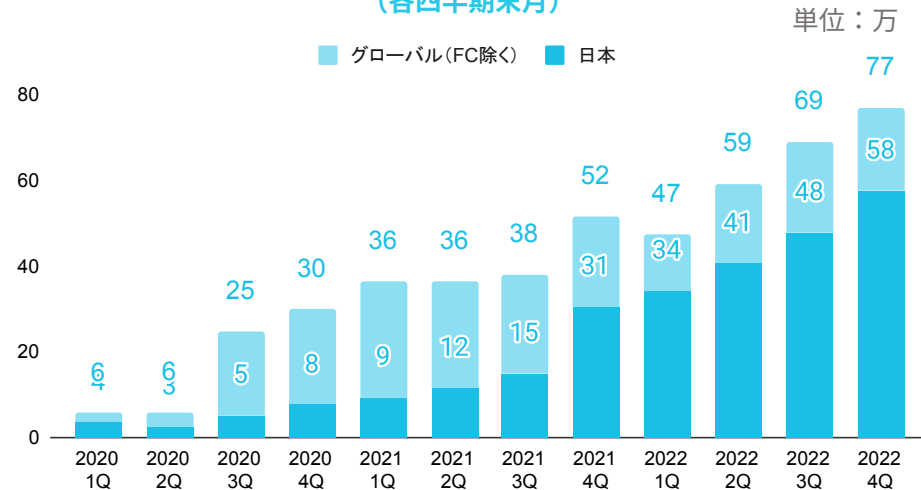
レンタル数 (各四半期末月)



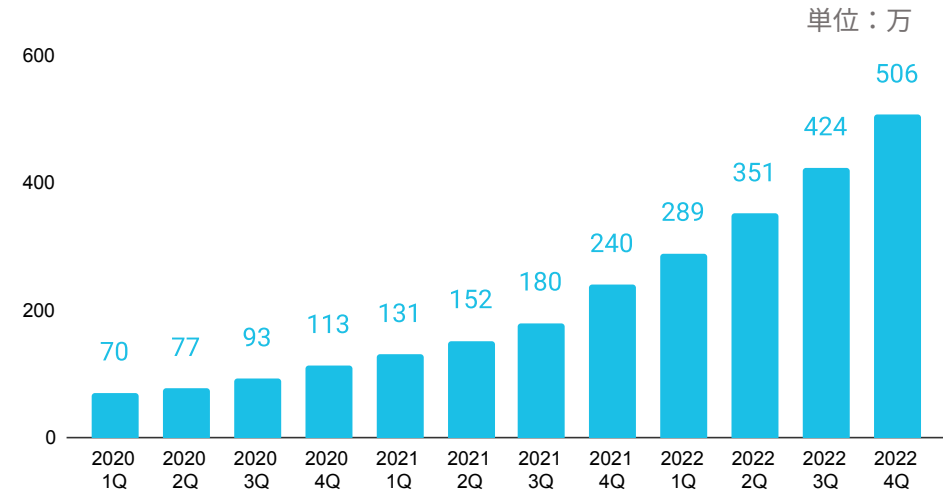
設置台数 (各四半期末月)



アクティブユーザー (各四半期末月)



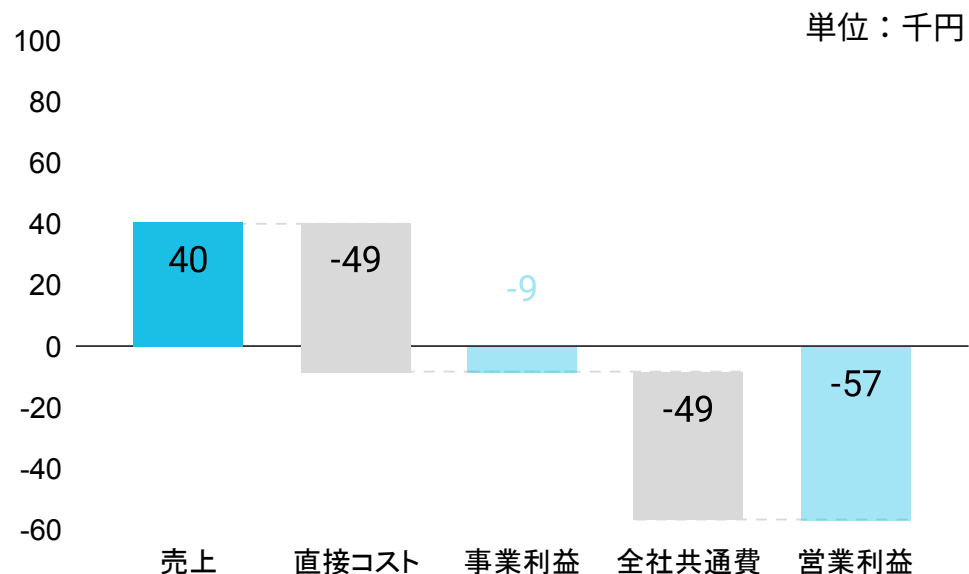
累計ダウンロード数



※FC展開エリアを含む全世界ダウンロード数

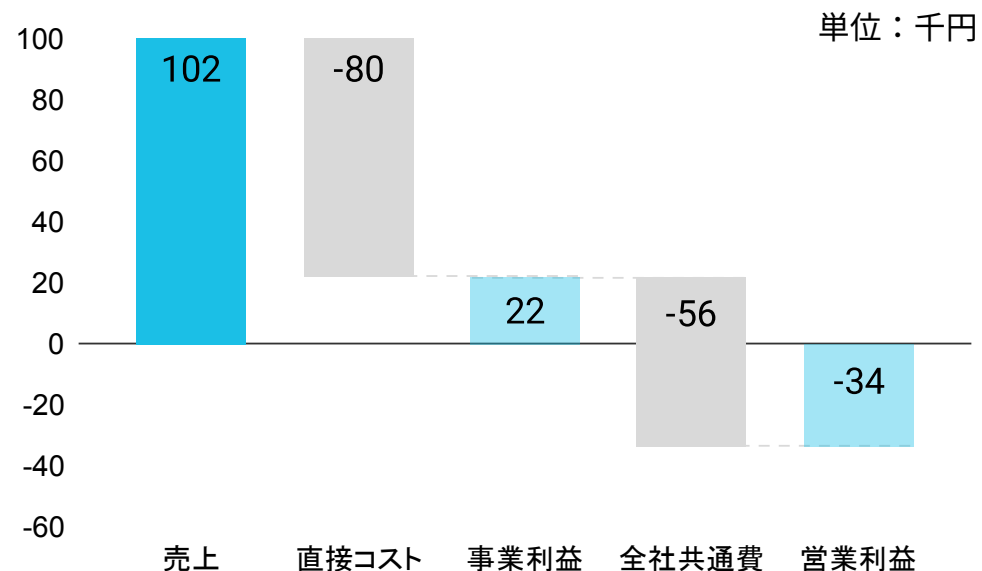
台あたり売上の成長にともない事業利益は黒字に転換、営業利益の赤字は縮小しました。

FY2021 台あたりエコノミクス（年間）



売上：レンタル売上39.2、広告売上1.3から構成
 直接コスト：減価償却8.8、SIMカード3.4、設置料15.8、ロイヤリティ3.3、支払手数料2.8、広告宣伝費6.5、コールセンター2.5、ラウンダー2.3等から構成
 全社共通費：人件費など上記ChargeSPOT事業の直接コスト以外の費用
 台数：34,067（期中平均、FC除くグローバル）

FY2022 台あたりエコノミクス（年間）



売上：レンタル売上100.6、広告売上1.6から構成
 直接コスト：減価償却11.9、SIMカード2.7、設置料24.8、ロイヤリティ9.0、支払手数料7.3、広告宣伝費9.6、コールセンター3.7、ラウンダー6.5等から構成
 全社共通費：人件費など上記ChargeSPOT事業の直接コスト以外の費用
 台数：39,459（期中平均、FC除くグローバル）

1 業界において圧倒的地位の確立



- コンビニ/鉄道/テーマパークなどのプライムロケーションに設置が順調に進み、マーケットシェア^{*1}が84%に至った
- パートナーである各ペイメントやコンビニと共同プロモーションを多数行い、アライアンスの強化を実現

2 さらに事業拡大のための施策強化



- 名古屋/仙台/札幌エリアを強化エリアとし、各エリアに人員を配置し、エリア活性化を実現
- 券売機モデルや自動販売機モデルなど、新たな設置場所の開拓につながるプロダクトの提供開始
- 多様なニーズに対応するためにサブスクリプションモデルの提供開始とオフィス内利用を想定した法人モデルの拡大

3 グローバルビジネスの成長



- 香港はコロナ渦においても累計設置台数10%増加^{*2}、レンタル数50%増加^{*2}
- フランチャイズ（台湾及びタイ）はレンタル数90%増加^{*2}

^{*1}バッテリースタンドの設置シェア率（INFORICH調べ）

^{*2}FY2022末月実績のYoY

新橋駅構内に自動販売機モデルのChargeSPOTを設置開始



駅構内に初めて自動販売機モデルを設置いたしました。これにより、通勤や通学、乗り換えのタイミングなどに、スムーズにChargeSPOTをレンタルしていただくことができます。今後自動販売機モデルは全国で展開していく予定です。

「ChargeSPOT」のビーコン化を起点とした共同事業推進



unerryが提供するビーコンアプリをChargeSPOTがインストールすることで、「ChargeSPOT」来訪者の検知・行動特性の解析を可能とし、ターゲットマーケティング等の共同事業を実現します。

京王線に券売機モデルのChargeSPOTを設置開始



京王電鉄とINFORICHは、空きスペースを有効活用し、より駅の利便性向上を狙うために、券売機モデルを京王電鉄沿線の32駅で設置開始しました。券売機の一部を他社サービスに貸し出すのは国内初の取り組みです。

— 04 FY2023 通期業績予想

INFORICH INC.

月間アクティブユーザー数ならびにレンタル数の増加により、売上は前年比54%増加を予想しています。
 営業損失は前年比31%縮小することを予想しています。

売上高

6,776百万円

前期比（増減）
+54%

営業利益

-959百万円

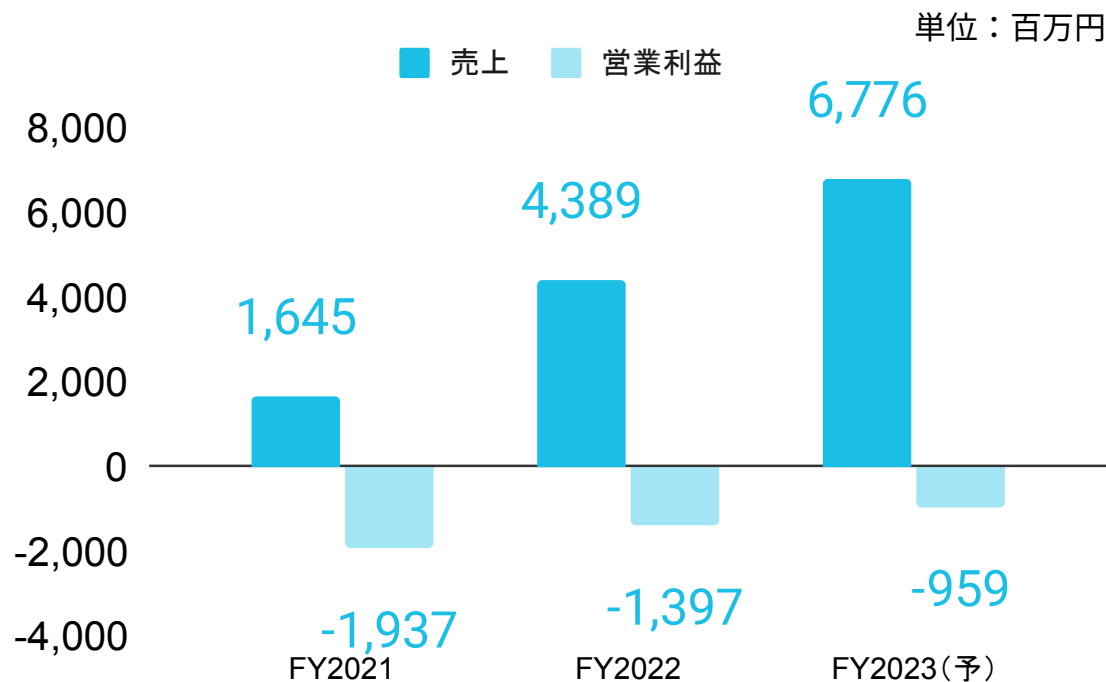
前期比（赤字改善）
-31%

親会社株主に帰属する当期純利益

-1,073百万円

前期比（赤字改善）
-14%

FY2023連結業績予想



- 売上高は、モバイルバッテリーシェアリングサービスからの売上、サイネージサービスからの売上、及び法人向けのレンタルサービスやフライチャイズ向けのバッテリースタンドおよびバッテリーの販売による売上等を含むその他売上により構成されております。連結売上の75%（FY2022実績）を占める国内のモバイルバッテリーシェアリングサービスにおいては、レンタル回数がFY2022の末月109万回（同アクティブユーザーは末月58万）からFY2023は末月160万回（同アクティブユーザーは80万）と堅調な増加を見込んでおります。高稼働が見込めるスポットへのバッテリースタンドの増加、及びアクティブユーザーが新規ユーザーの流入によって前年度から増加することを鑑みて算定しております。海外のモバイルバッテリーシェアリングサービスにおいても同様に伸びを見込んでいます。サイネージサービスからの売上は保守的に前年度とほぼ横ばいの水準で、その他売上はフランチャイジーが作成した拡大計画をもとに、当社が販売計画を作成し算出しております。
- 売上原価は、主に設置バッテリースタンド及びモバイルバッテリーに係る減価償却費、決済代行会社に対する決済手数料により構成されております。
- 販売費及び一般管理費は、主にバッテリースタンド設置料、人件費、業務委託費、レベニューシェア、広告宣伝費により構成されております。業務委託費は、各種問い合わせ対応を行うコールセンター、バッテリーの偏在解消のための再配置を行うラウンダー、その他外注業者への外注費から構成されます。
- 営業外損益は、主に金融機関等に対する支払利息となります。

— 05 中長期的な成長戦略

INFORICH INC.

ロケーションベースのリアルなタッチポイントを素早く、かつ確実に押さえ、展開していくことにこそ事業の本質があります。

① サービスの進化

② ソフトウェアの進化

③ ハードウェアの進化

これまで

- 設置数の増加
- サブスクサービス

- ChargeSPOTアプリの開発

- ChargeSPOT機器の開発

これから

- 設置数のさらなる増加
- 広告プラットフォームの確立
- 法人向けサービス

- シェアリングのプラットフォーム化
- アプリの機能拡充
- ゲーミフィケーション

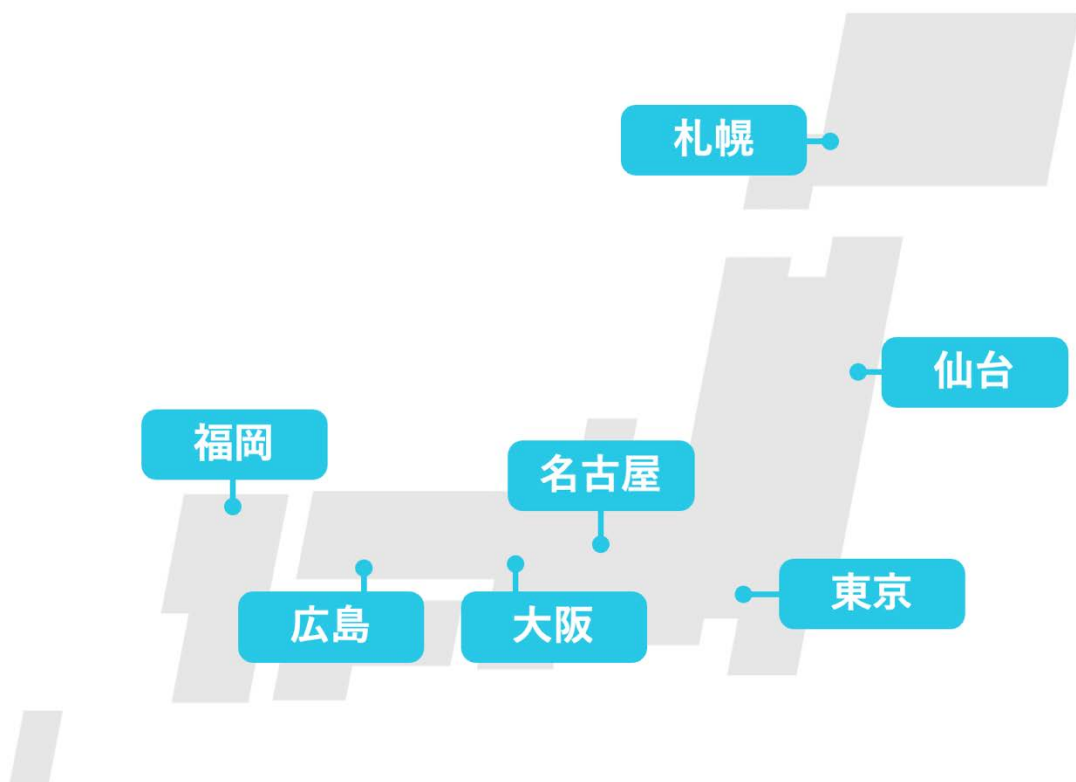
- ビーコン連携
- 自販機併設モデルの拡充
- 屋外機の開発



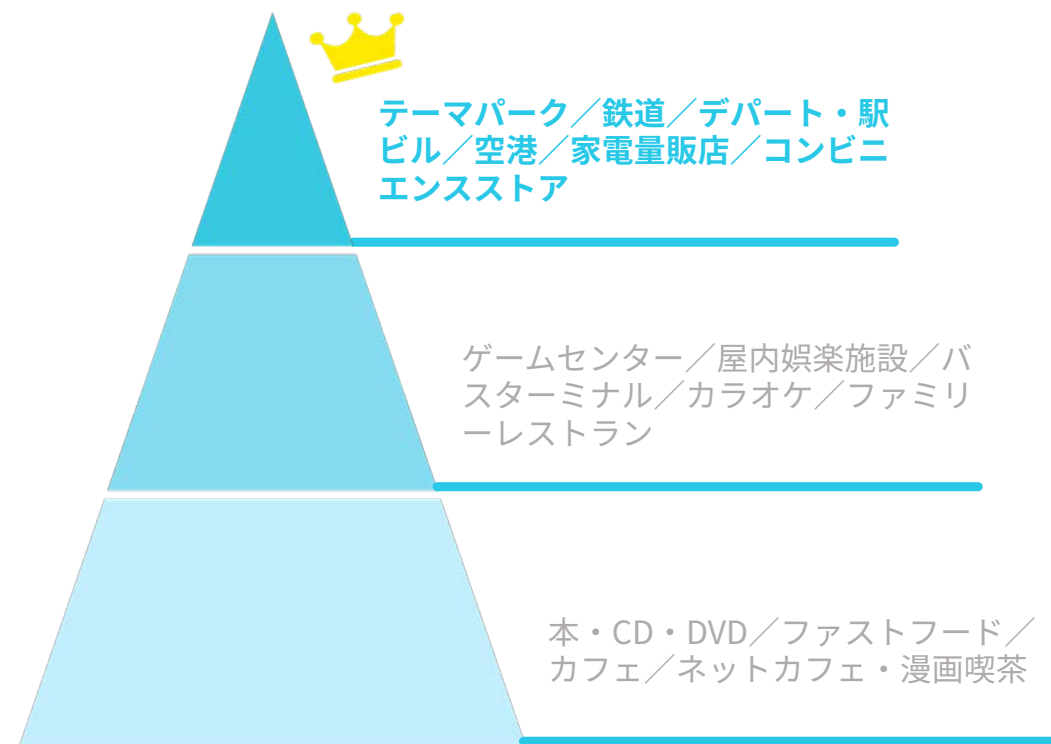
④ グローバル展開

これまで展開した国内38,000台の稼働実績データを活用して、よりユーザーの利便性につながる立地を中心に設置を進めていきます。

重点エリア



高稼働業種



株式会社トリドリとの業務提携を通じて、広告の募集や供給システムの開発及び運用を実施予定です。
ChargeSPOTのサイネージ面を活かした新しい広告プラットフォームを確立します。



株式会社INFORICHと、PR実績30万件のインフルエンサーマーケティングプラットフォーム『toridori marketing』など各種インフルエンサー・プラットフォーム事業を展開する株式会社トリドリは、サイネージサービス事業に関する業務提携を行うことを2023年2月14日付で決議しました。

中長期的な成長戦略：2. ソフトウェアの進化：シェアリングのプラットフォーム化

ChargeSPOTだけではなく、多様なシェアリングサービスが利用できるプラットフォームをリリース。
プラットフォームで利用可能なサービスは順次拡大予定です。



プラットフォーム化でできること

- 1 様々なサービスをワンアプリでシームレスな体験を提供
- 2 ユーザーの近くにあるシェアリングサービスをおすすめ
- 3 ユーザー利用履歴や傾向を分析し、サービスをレコメンド

バッテリースタンドにビーコンを搭載することにより、近くを通る人の来訪を検知し、広告主が求めるターゲットに合わせた広告配信や、匿名化されたデータによる設置場所での来店計測を可能にします。

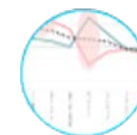
広告

来店計測データを基にした広告設計

分析・可視化

来店計測が可能

■ SNS広告 ■ 来店時プッシュ通知 ■ サイネージ広告



どんな人が

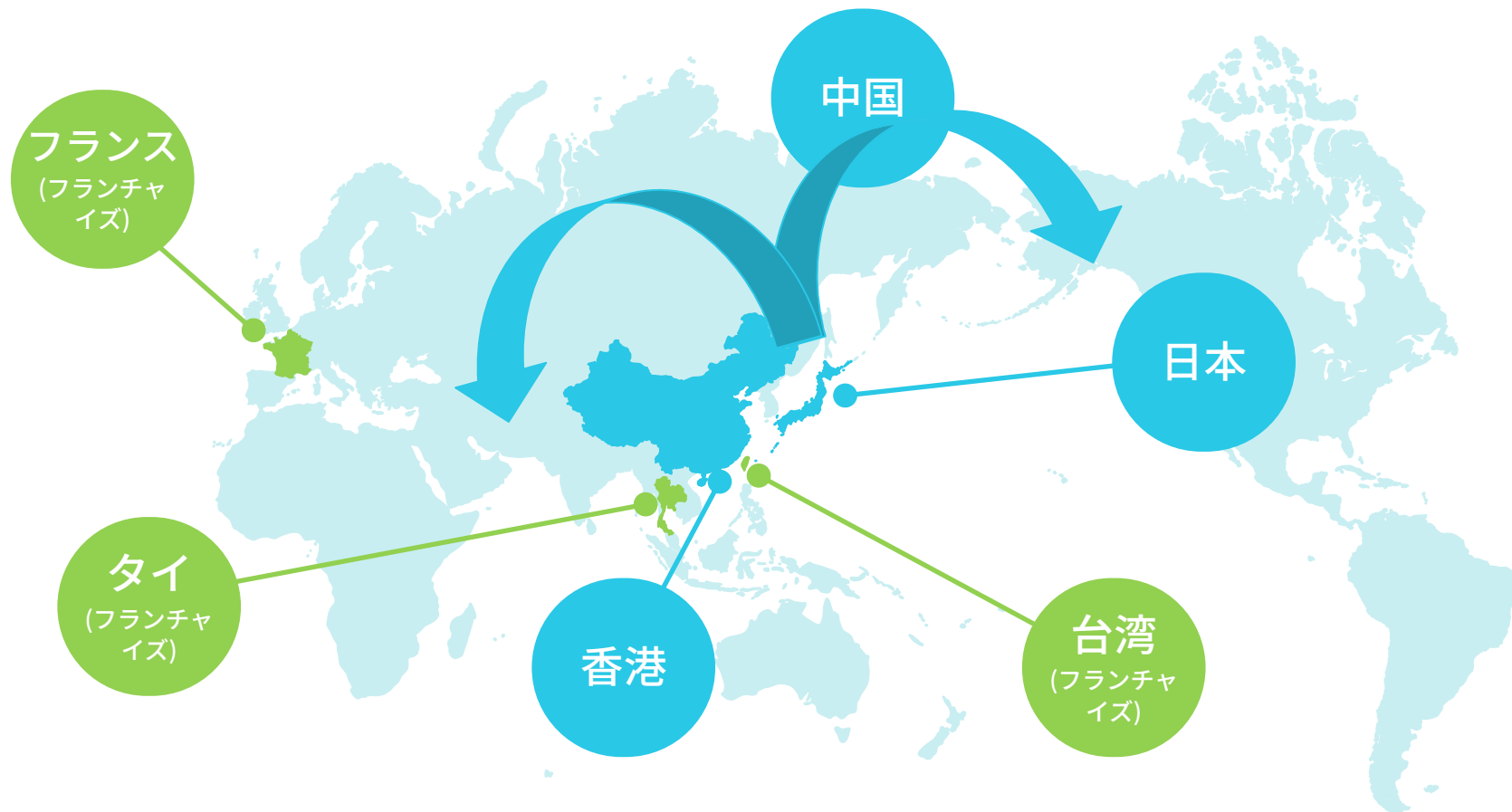


どこから



どのルートで

アジアを中心に、ChargeSPOTを展開中。今後、東南アジア、欧米圏および中東に関しては成功事例の横転が可能なフランチャイズモデルを軸に中長期的に展開を検討しています。



※2022年12月時点

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。

— 06 Appendix

INFORICH INC.

“S5” モデル

7” デジタルサイネージ



バッテリースロット数
5 個

“S10-A” モデル

10.1” デジタルサイネージ



バッテリースロット数
10 個

“S10” モデル

14.1” デジタルサイネージ



バッテリースロット数
10 個

“M10” モデル

24” デジタルサイネージ



バッテリースロット数
10 個

“LL20-J” モデル

42” デジタルサイネージ



バッテリースロット数
20 個

“LL40” モデル

42” デジタルサイネージ



バッテリースロット数
40 個



USB-C



Lightning

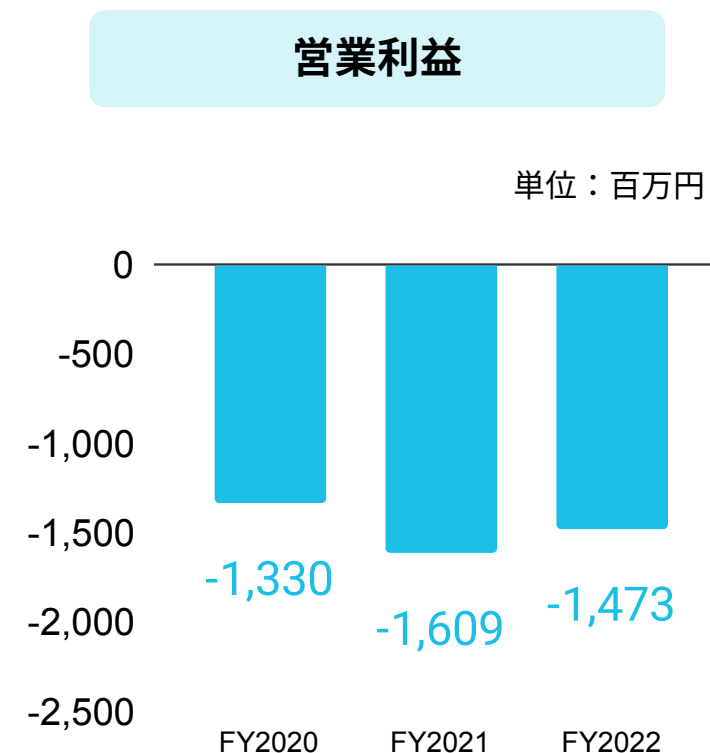
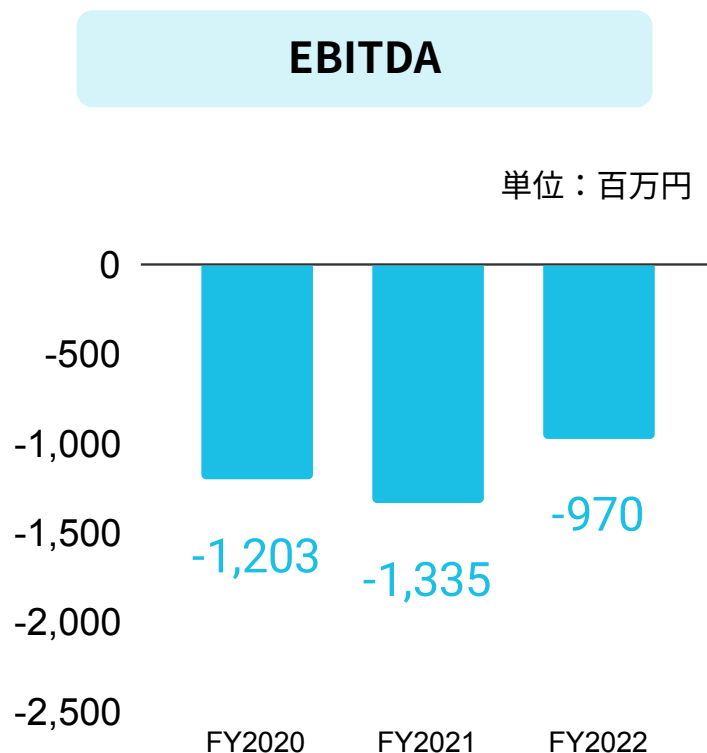
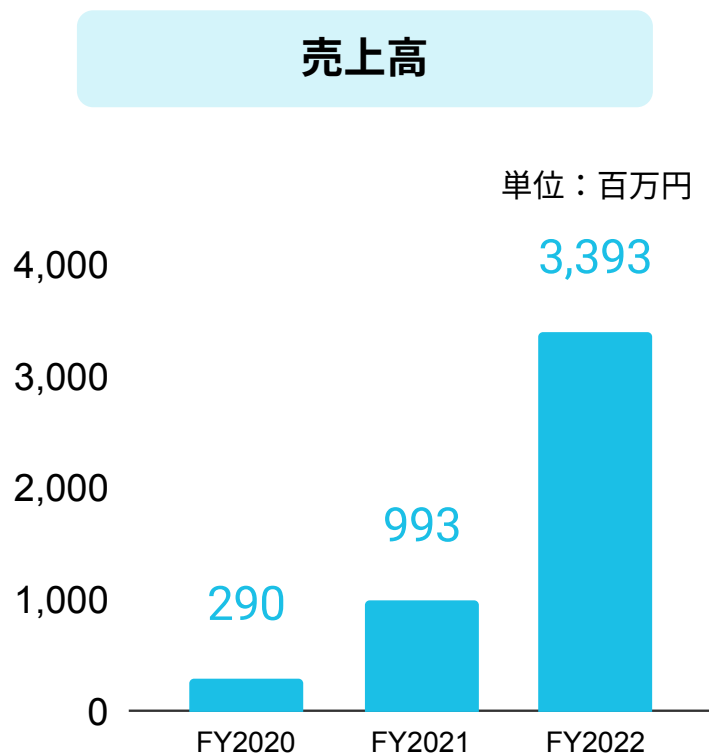


Micro USB

3タイプのケーブルが内蔵

USB-C・Lightning・Micro 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しています。

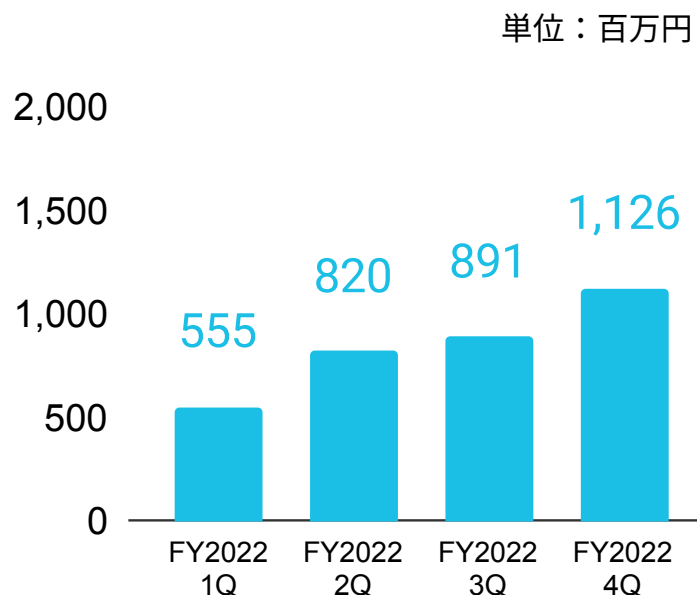
売上高は、引き続き拡大傾向を維持し、33億円を達成しました。
EBITDAは-9億円、営業利益は-14億円と赤字縮小を実現しました。



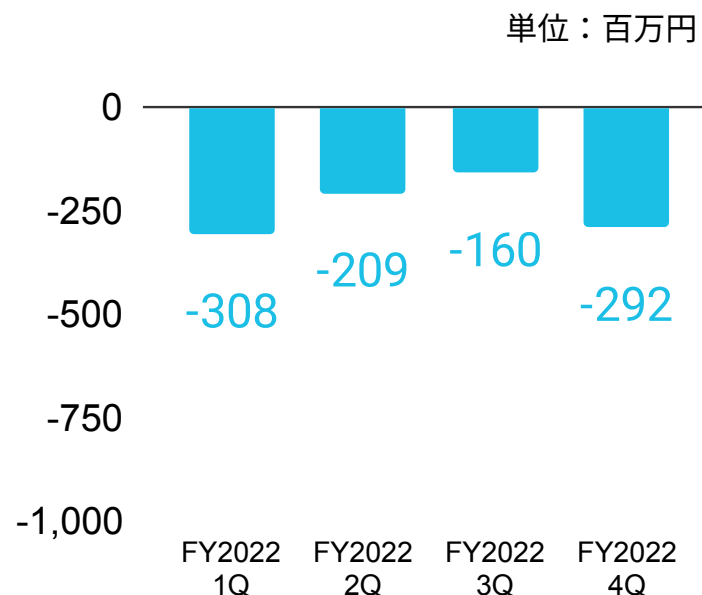
※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費として集計

売上高は月間アクティブユーザー数ならびにレンタル数の増加により堅調に推移しました。
4Qの営業利益及びEBITDAは貸倒繰入額の影響で悪化しました。

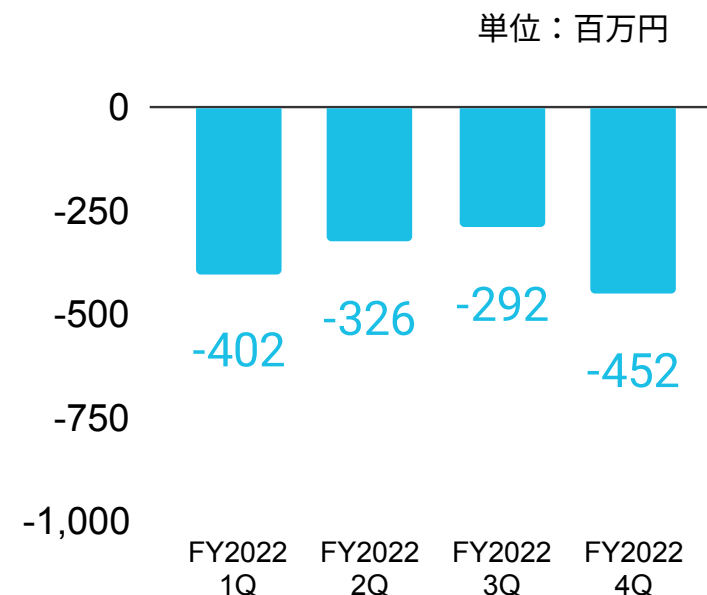
売上高



EBITDA



営業利益



※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費として集計

レンタル数の着実な成長により売上高は昨年度より大幅に増加（+242%）しました。
営業利益およびEBITDAは赤字額が縮小しました。

損益計算書（1-12月）

単位：百万円

	FY2021 1-4Q	FY2022 1-4Q	YoY 増減率
売上高	993	3,393	242%
営業利益	-1,609	-1,473	-8%
営業利益率	-162%	-43%	+119pt
EBITDA	-1,335	-970	-27%
経常利益	-2,183	-1,738	-20%
当期純利益	-2,445	-1,706	-30%

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 として集計

ロケーションベースのリアルなタッチポイントをいかに素早く、かつ確実に押さえ、展開していくことにこそ事業の本質があり、当事業の高い参入障壁の源泉にもなっていると考えております。

素早く且つ確実な展開を可能としている要素

¥0

原則無償設置/
競合排除条件



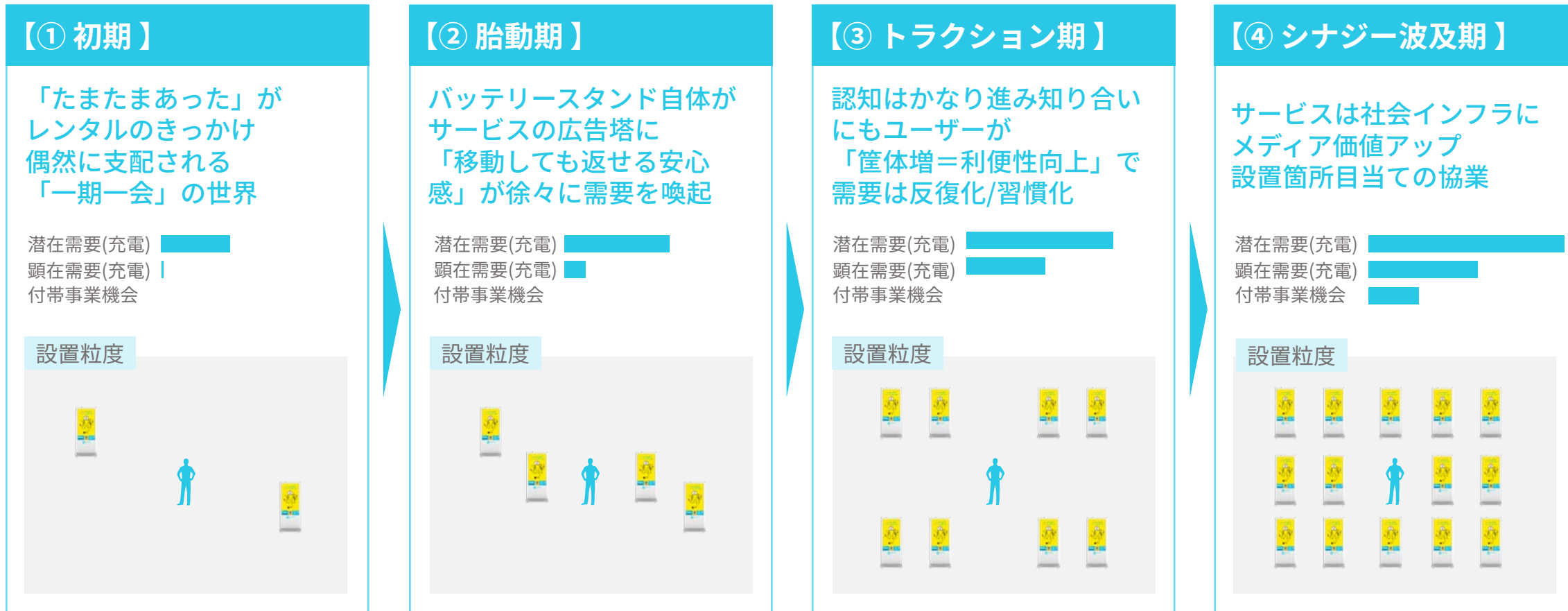
短い投資回収期間



設置代理店を通じた
設置

※設置条件や競合排除条件の有無は設置先ごとの契約によって異なります。

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ます。



※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です。

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しています。

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



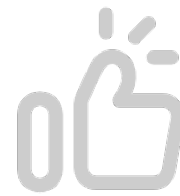
レピュテーション
リスクがない



重点
エリア



人流の多い
駅周辺



アクセス
しやすい

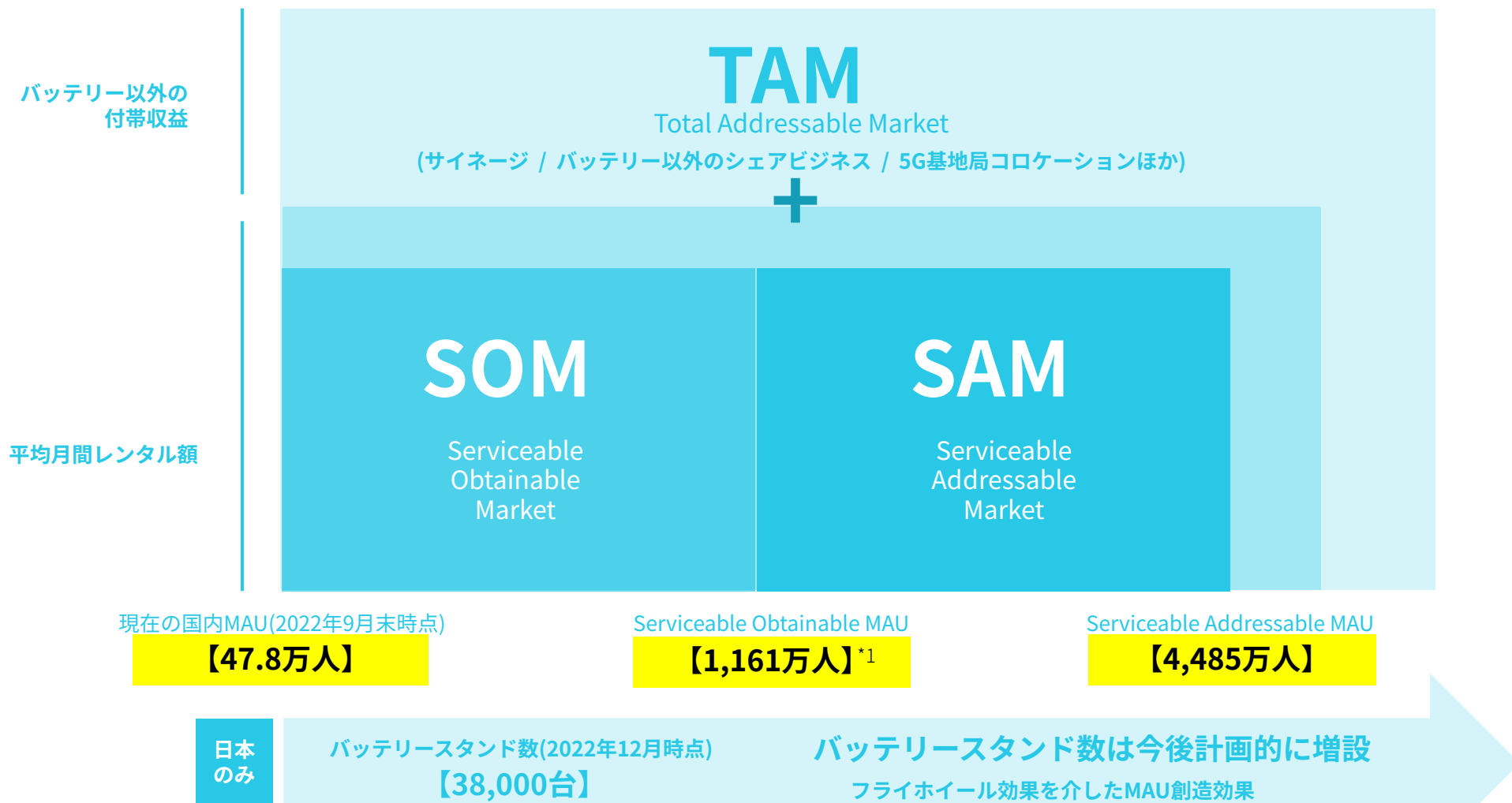


土日祝日
に営業



既存台の
稼働

「設置プロトコル」に基づいて設置が進められるバッテリースタンドの計画的なMAUの捕捉がSAM/SOMの刈り取りへ寄与します。



^{*1}当社が国内事業のターゲットとして設定するSAMは、スマートフォンのユーザー数（総務省の人口推計（2021年（令和3年）10月1日現在）及び令和3年通信利用動向調査に基づき9,324万人と推計しております（注））のうち、外出時間中に1回以上充電を行うであろうユーザーの割合（当社推計値）を乗じることで算出される規模に設定しております。なお、当該対象者の割合は今後5Gの普及によるバッテリー消費量の増加により拡大していくものと考えております。

SAM = スマホユーザー数（注） × 外出時間中に1回以上充電を行うであろうユーザーの割合（当社推計値）

次に販売ターゲットとなるSOMについては、SAMのうち、モバイルバッテリーシェアリングサービスの潜在的利用者（モバイルバッテリーシェアリングサービスの利用に関心があるユーザー）の割合（当社推計値）を乗じることで算出される規模に設定しております。

SOM = SAM × モバイルバッテリーシェアリングサービスの潜在的利用者（モバイルバッテリーシェアリングサービスの利用に関心があるユーザー）の割合（当社推計値）

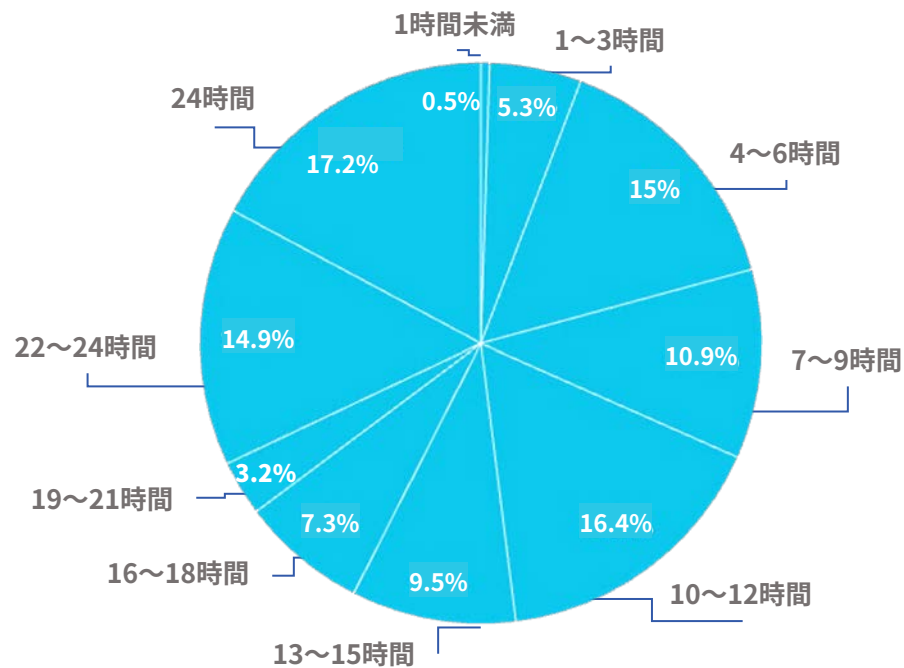
当社では、ChargeSPOTの設置台数の拡充によりSOMの拡大を図っております。

さらには、これらのモバイルバッテリーシェアリングに直結するマーケットに加えて、ChargeSPOTを活用したデジタルサイネージの活用機会の拡大やモバイルバッテリー以外のデバイスの充電利用等を進め収益機会拡大を図ることで、SAMを上回るTAMを拡大していくことを目指しております。

（注）2021年10月1日時点における日本の総人口（総務省統計局による人口推計）に2021年におけるスマートフォン保有者割合（個人）（総務省「令和3年通信利用動向調査」）を乗じて、当社にて算出した推計値

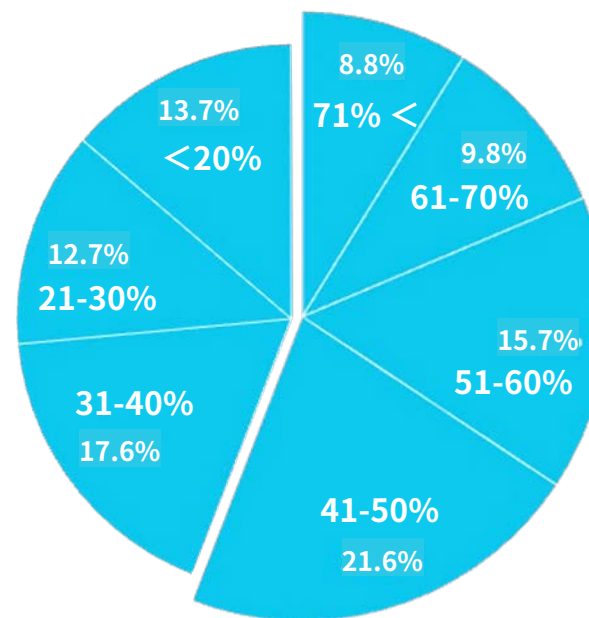
回答者のスマホの平均充電持ち時間は平均14時間で、
半数以上がバッテリー残量が40%を切る前に充電の必要性を認識しています。

Q：あなたのスマホは1回の充電でどのくらい持ちますか？



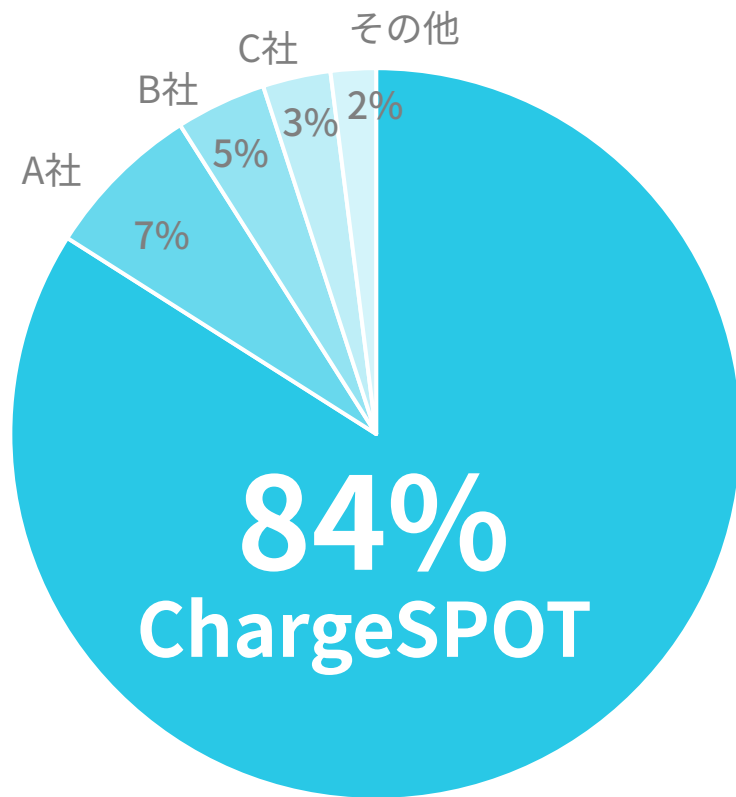
出所：dentsu 「モバイルバッテリーに関する調査」
(2019年12月実施調査 (日本)、調査対象者：スマートフォン所有者500人)

Q：バッテリー残量が何パーセントになったら充電の必要性を感じますか？



出所：SoftBank SELECTION 「スマートフォンユーザーの電池の持ち・充電に関する意識・実態調査」
(2013年8月調査、調査対象人数800人) における、「バッテリー残量について、
「不安を感じ始める」と思う残量」に係る調査結果

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となっております。



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

ChargeSPOT	38,032
A社	3,110
B社	2,522
C社	1,420
その他	826

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、先行して市場を0から開拓いたしました。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結果ChargeSPOTを採択いただく理由となっています。その意味では、先行優位性が高いビジネスモデルとなっており、結果としてバッテリースタンドの設置台数は8割を超える市場占有率となっております。

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ります。その結果、市場が活性化し設置の必要性が増し、設置台数が増加していきます。

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りますが、現状8割以上のシェアを1社で獲得しているため、今後市場のシェアを取ることは難しく、非常に高い参入障壁となっております。

※2022年12月時点の設置台数 INFORICH調べ

バッテリーの投資回収期間は約1ヶ月、スタンドは約1ヶ月から1年の実績です。

種別		スロット数	法定耐用年数	投資回収期間
バッテリー		-	3年	29日
バッテリー スタンド	 LL40	40個	5年	35日
	 LL20-J	20個		246日
	 M10	10個		366日
	 S10/S10-A	10個		116日/230日
	 S5	5個		106日

※投資回収期間：2022年12月時点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)のリクーブにかかる期間

主要なリスク

対応策

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費にある以上、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ます。仮に、二次電池における急速な技術革新により、いかなる旺盛・重度なスマホ利用にもかかわらず、数日間に亘って一切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ます。

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

実際問題として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、大宗において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ている専門家はあまり居ないのが実情です。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、もしくは可能性があっても本格採用までに幾多ものハードルを残しているものが多く、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ようと考えている専門家も非常に少ないのが現状です。片や、スマホそのものに目を転じますと、4Gから5Gへの世代シフト(高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これまでになかったアプリ機能等の追加で、移動機自体の駆動に必要とされる消費電力はますます増加することが予想されており、今後予定されてい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すら賄えないのではないかと懸念も出てきています。以上、総合して、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を十分認識しつつも、実際には、充電頻度を含めた我々のスマホ生活が、産業潮流としてはどちらかというと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ものと分析しております。

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く、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が可能のため、同サービスへの参画企業の増加による競合激化リスクが存在します。モバイルバッテリーシェアリングサービスのマーケットシェアは、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ております。当社グループは、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ですが、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ります。
*2022年12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、設置先の確保です。これを念頭に、当社はこれまで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筐体設置を進めるとともに、ほとんどの設置先と競合製品を置かないことについても合意することで先行設置の優位の担保にも努めて参りました。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では、新規参入によるシェア奪還の難易度は加速度的に増します。当社としては、慢心することなく、引き続き同業他社の動向に十分留意しつつ、自社サービスの向上に粛々と取り組んでいく所存です。

感染症に関わる事項

リスクターム：短/中/長期
顕在化可能性：中

人流制限等による外出抑制

当社グループが提供するサービスは、ヒトの移動に深く連動しており影響を受けやすい。感染症拡大に伴い政府による緊急事態宣言等が発令された場合、外出自粛や飲食店・サービス業の運営自粛により人流が抑制され、当社グループの事業に影響を及ぼす可能性があります。当社グループにおいては、コンビニエンスストア等の外出制限時にも往訪頻度が高い場所へバッテリースタンドの設置を進めることで当該リスクの低減を図っておりますが、当該リスクの発生によって、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ります。

抗菌、抗ウイルス等による可能な対応の継続実施

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ところです。ただ、これまでのコロナ禍対策の一貫としまして、当社のバッテリーを全て「抗菌」及び「抗ウイルス」仕様とすることで、感染症下においてもスマホ充電を必要とされますエッセンシャルワーカーなどが安心してサービスを利用し続けるよう努めるなど、レンタル事業の受ける影響を少しでも減らす対策を採ってきました。今後ともできる限りの対策を打っていき、感染症時における市場ニーズの的確な把握に努めて参ります。

※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を認識する主要なリスクを記載しております。その他のリスクについては、有価証券届出書の「事業等のリスク」に記載しております。

充電という重要な社会インフラを担っている自覚を持ち、様々なパートナーと連携しながら
 自社と社会全体のサステナビリティを向上するための活動を行っていきます。

現在の取り組み

今後の展開

	現在の取り組み	今後の展開	
環境	グリーン電力証書の 購入	2023年1月1日時点の設置筐体について、グリーン電力 証書を1年間の消費電力の10%分購入しています。	サインージへのグリーンパワーマークの表示など、 グリーン電力の普及促進にも取り組んでいきます。
	CO2排出量の 算定を実施	2022年度のCO2排出量をScope1からScope3まで算定 しており、今後開示する予定です。	事業を行う中で排出するCO2を削減するとともに、 有効なカーボンオフセットの実施も検討していきます。
	ChargeSPOTの CO2削減効果を算定	バッテリーを購入する場合と比較してChargeSPOTを 利用するとどのくらいCO2排出量を削減できるのか、 アスエネ株式会社の協力のもと算定を実施しました。 直近での公開を予定しています。	「環境に優しい選択としてのChargeSPOT」を訴求し、 設置先企業様や利用ユーザー様のサステナビリティへの関 心向上に貢献していきます。
防災	災害時のバッテリー 無料貸出や 防災協定の締結	地震や大規模停電の際は対象地域のバッテリーを無料 でレンタルできるようにしています。 自治体や企業と防災協定を締結し、災害被害軽減のため の取り組みを行なっています。	スマートフォンを災害時も安心して利用できる社会を目指し、 今後も自治体や企業との連携を強化するとともに、ユーザー の皆様の防災意識の向上に努めてまいります。



INFORICH INC.