



2023年8月22日

各 位

会 社 名 株式会社 I N F O R I C H  
代 表 者 名 代表取締役社長 秋 山 広 宣  
兼執行役員CEO

(コード番号：9338 東証グロース)

問い合わせ先 取締役 橋 本 祐 樹  
兼執行役員CFO

TEL. 03-4500-9221

### 中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は、2023年8月22日開催の取締役会において、中期経営計画を策定いたしましたので、その内容について、下記の通りお知らせいたします。

当社グループは、これまで、ChargeSPOT 事業の拡大に取り組むべく、積極的な投資を進めるとともに、パートナー企業との連携を強化してまいりました。また、バッテリースタンドの設置台数は、2023年6月末時点で当社グループ全体では約48,900台、国内では約40,900台になるなど「どこでも借りられて、どこでも返せる」の実現に向け着実に増加させており、同サービスは国内設置台数シェア No. 1 を達成しております。2022年12月には東京証券取引所グロース市場への上場を果たし、2023年8月現在、国内7拠点に加え、香港、中国本土、タイ、台湾、に事業を拡大し、今後はシンガポールやフランスにも展開予定です。今後、改めて国内外のチームが一丸となって成長を加速させるために、この度当社の存在意義と目指す世界を再定義し「Bridging Beyond Borders」という Mission Statement を掲げることいたしました。

そのような当社の成長の中、当社グループは、投資家との対話において中期的に目標とする経営指標の公表を望む声をいただいたことも踏まえ、日本を代表するクロスボーダー企業となるべく、また、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を目指す中期経営計画として、Vision2030を策定いたしました。

本 Vision2030 における当社グループが目標とする経営指標は、2026年12月期において売上高190億円、EBITDA60億円、2030年12月期においてEBITDA150億円として計画しております。

新たな中期経営計画の内容につきましては、添付資料をご参照ください。

以 上

# INFORICH

## 中期経営計画

-事業計画及び成長可能性に関する事項-

## 目次

### 1. 中期経営計画

-事業計画及び成長可能性に関する事項-

### 2. Appendix

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

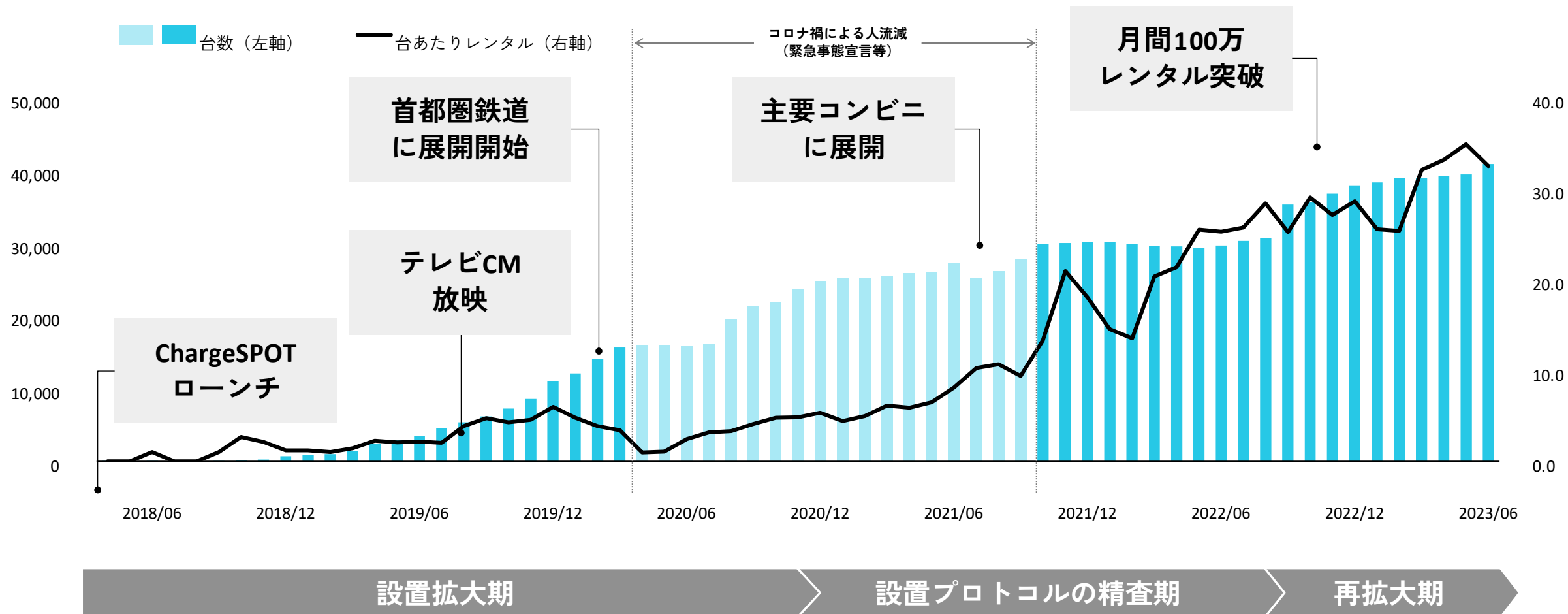
2018年4月のサービス開始以降、既に日本全国47都道府県にて提供実績。海外においても中国本土、香港、台湾、タイ、シンガポール、フランスと続々とエリアを拡大中。使い方はアプリでデジタルサイネージを搭載したバッテリースタンドのQRをスキャンするだけ。従来のコンセントやBOX型充電器とは異なり、ユーザーは借りたモバイルバッテリーの持ち運び可能。ケーブル端子が3種類付いているので、ほとんどのモバイル機器に対応可能。





# 中期経営計画：国内サービスの成長

2018年4月のサービスリリース以来、コロナ禍の最中もサービスは成長  
FY2023 2Qに営業黒字化を達成



# 中期経営計画：国内設置実績 1/2



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**40,900**台

コンビニ	セブン-イレブン、ファミリーマート、ローソン
鉄道駅構内	JR東海、Osaka Metro、京王電鉄、京成電鉄、京浜急行電鉄、西日本鉄道、西武鉄道、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、名古屋鉄道
空港	札幌丘珠空港、仙台空港、山形空港、庄内空港、羽田空港、八丈島空港、中部国際空港、松本空港、富士山静岡空港、関西国際空港、広島空港、岡山桃太郎空港、岩国錦帯橋空港、阿蘇熊本空港、北九州空港、長崎空港
娯楽施設	RED°TOKYO、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、ナガシマリゾート、ハウステンボス、ラウンドワン、ラグーナテンボス、レゴランド、東京国立博物館、富士急ハイランド
球場	エスコンフィールドHOKKAIDO、楽天モバイルパーク宮城、ベルーナドーム、ZOZOマリンスタジアム、明治神宮球場、バンテリンドーム ナゴヤ、福岡PayPayドーム
商業施設、オフィスビル	DAIMARU、PARCO、SHIBUYA109、アトレ、イオンモール、マルイ、ラフォーレ原宿、ルミネ、丸の内ビルディング、高島屋、三井アウトレットパーク、三越伊勢丹、新丸の内ビルディング、新宿アルタ、表参道ヒルズ、福岡タワー、六本木ヒルズ
カラオケ	JOYSOUND、カラオケコロッケ倶楽部、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
金融機関	みずほ銀行、りそな銀行、三井住友銀行、郵便局

※台数は2023年6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

## 中期経営計画：国内設置実績 2/2



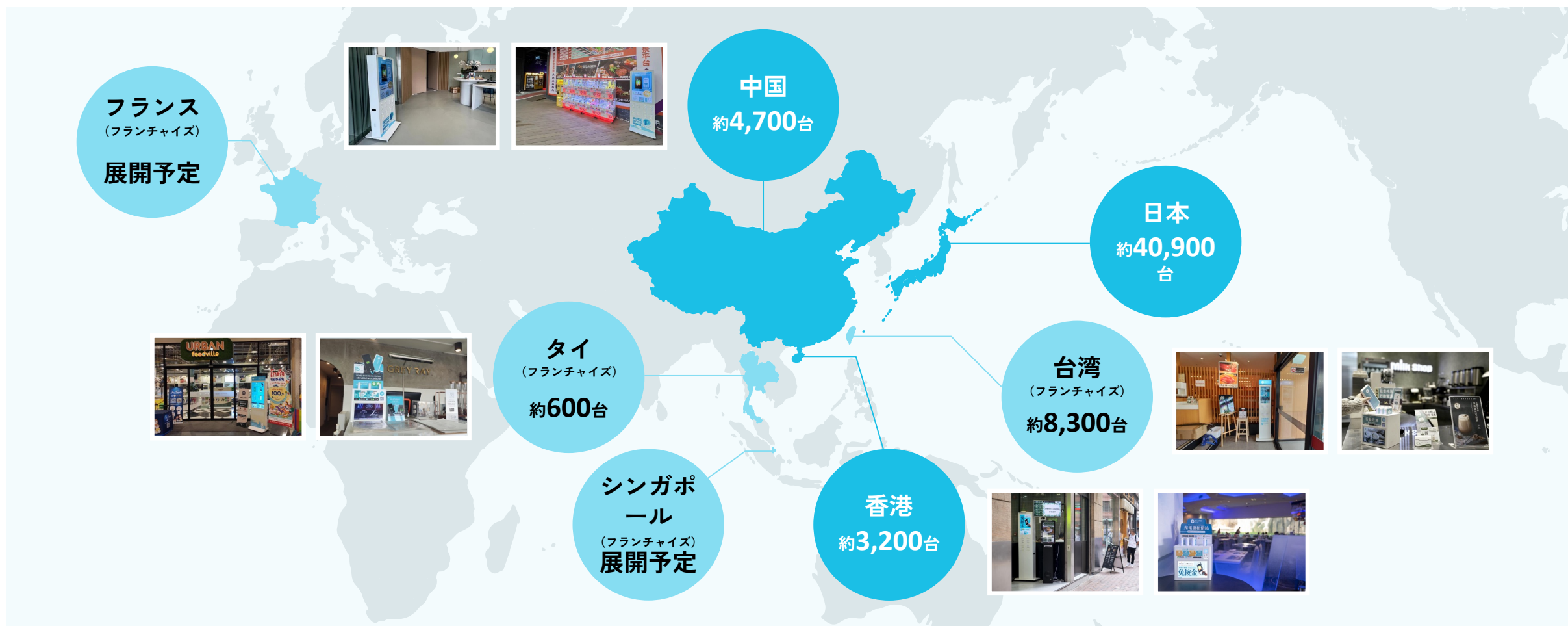
小売流通、交通機関、キャリア、自治体等、生活に欠かせない場所で国内**40,900**台

携帯電話ショップ	docomo、Softbank、au、UQモバイル、Ymobile、楽天モバイル
家電量販店	エディオン、コジマ、ビックカメラ、ヤマダデンキ、ヨドバシカメラ
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	TSUTAYA、ROPE' PICNIC、サンキューマート、丸善ジュンク堂書店
レストラン、ファストフード店	ガスト、ポポラマーマ、焼肉坂井ホールディングス、ウェンディーズ・ファーストキッチン、モスバーガー
カフェ	ヴィ・ド・フランス、カフェ・ド・クリエ、コメダ珈琲店、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、春水堂、上島珈琲店
ホテル	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、ドリーミーイン、ホテルニューオータニ、ホテルリブマックス、東横イン、東急ステイ
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2023年6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

# 中期経営計画：グローバル展開実績

日本以外にも、子会社を通じて中国本土・香港でサービスを展開済み  
さらに台湾・タイ・フランス・シンガポールでフランチャイズ展開



※台数は2023年6月時点

INFORMATION X RICH =

**INFORICH**

**Mission Statement**

## **Bridging Beyond Borders**

**垣根を越えて、世界をつなぐ。**

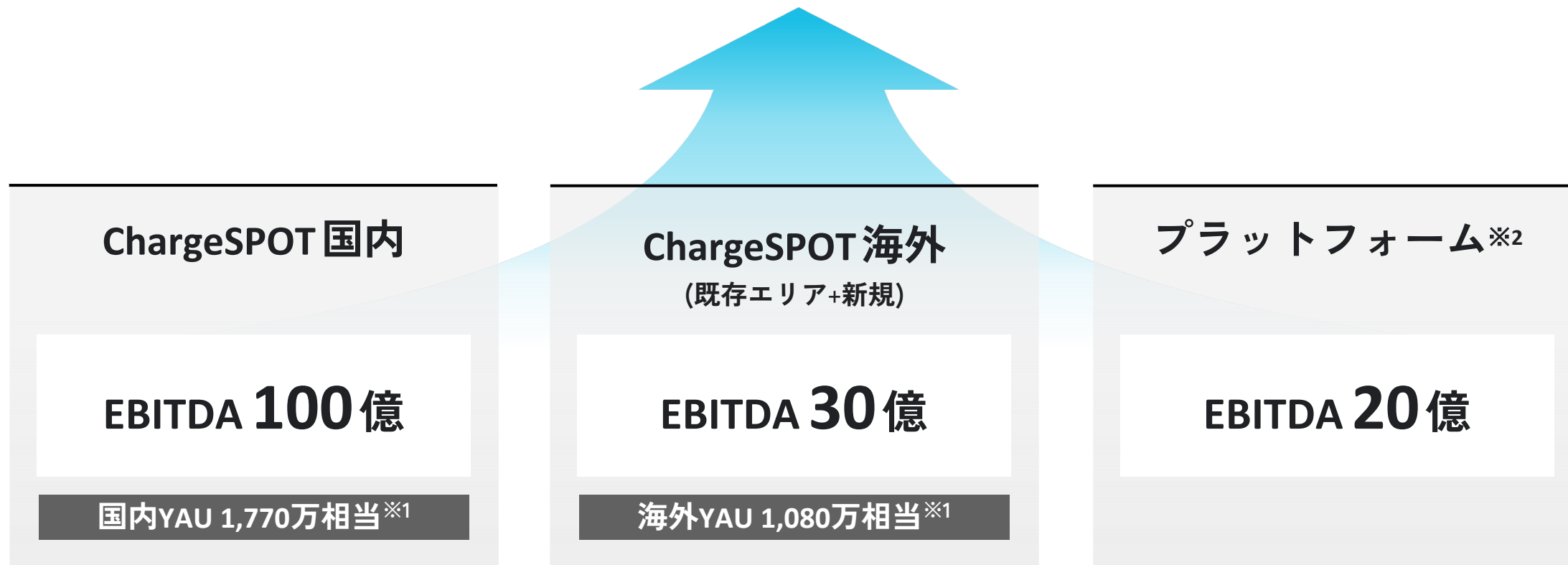
私たちは、多様な人、モノ、コトに可能性を見出し、  
さまざまな垣根を越える価値に進化させることで、  
世界と世代をブリッジしていきます。

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。

## 中期経営計画：VISION 2030

日本を代表するクロスボーダー企業として  
EBITDA150億円をFY2030までのターゲットとして設定

# 連結EBITDA 150億



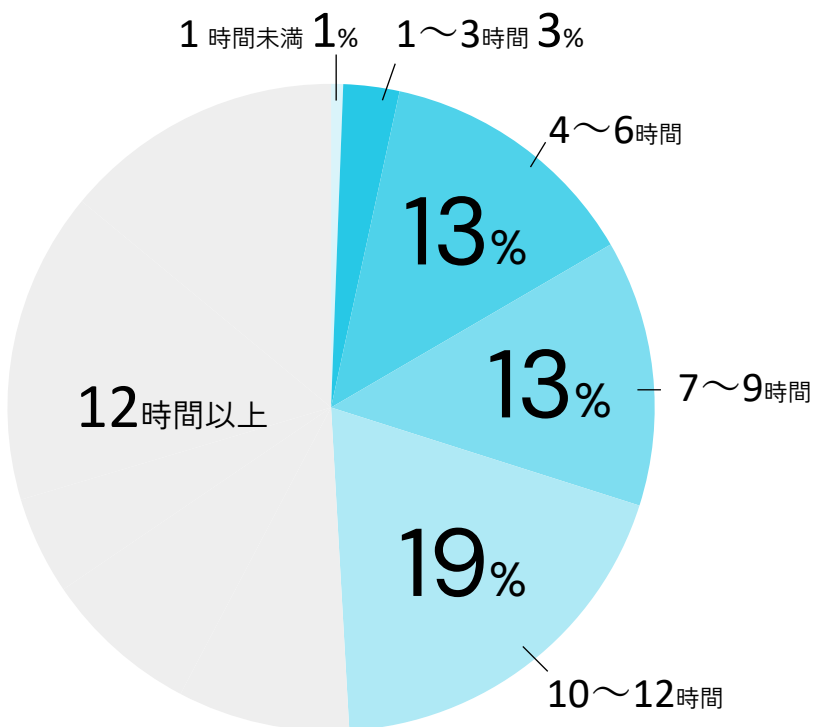
※1 YAU：Yearly Active User（年間に1回以上使うユーザー）一人あたり利用回数および単価は現状と同様を想定

※2 ChargeSPOTの設置場所（パートナー）とユーザー層に対して異なるサービスの展開（広告含む）

# 中期経営計画：外出中のスマホ充電回数

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

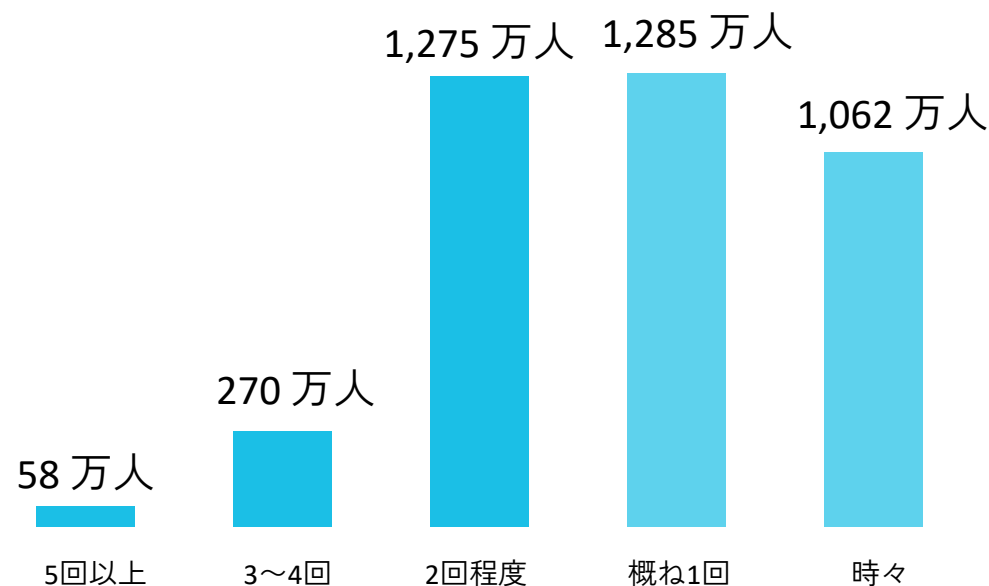
あなたのスマホは1回の充電でどのくらい持ちますか？



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

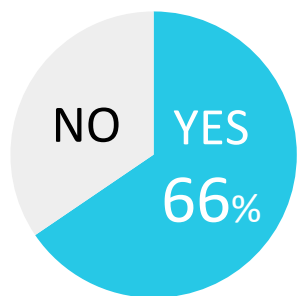
出所：「モバイルバッテリーに関する調査」（2023年4月実施調査-日本）・NHK国民生活時間調査報告書「家にいる時間」「外出時間」調査を基に作成

# 中期経営計画：マイバッテリー所有層の利用意向

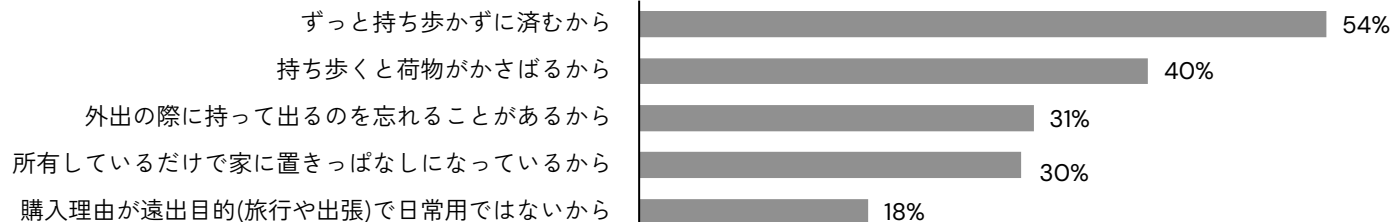
現在マイバッテリーを所有している人達も将来の有望なChargeSPOTユーザー

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？

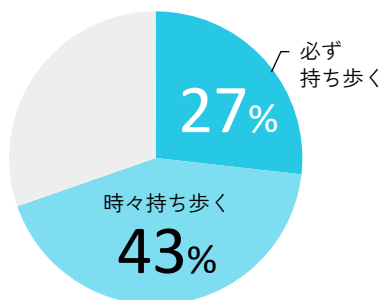


Q2 マイバッテリーを所有していながらChargeSPOTを利用したいと考える理由はなんですか？



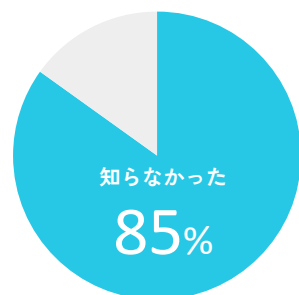
Q3 マイバッテリーを持ち歩きますか？

必ず持ち歩いている割合は全体の1/4



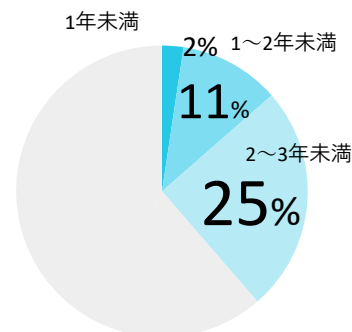
Q4 マイバッテリーを購入した際にChargeSPOTをご存知でしたか？

買った時にChargeSPOTを知らなかった人がほとんど



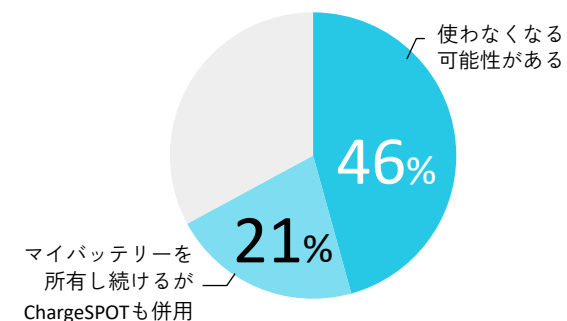
Q5 マイバッテリーを何年おきに買い替えていますか？

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



dentsu 出所：「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」（2023年4月実施調査-日本）



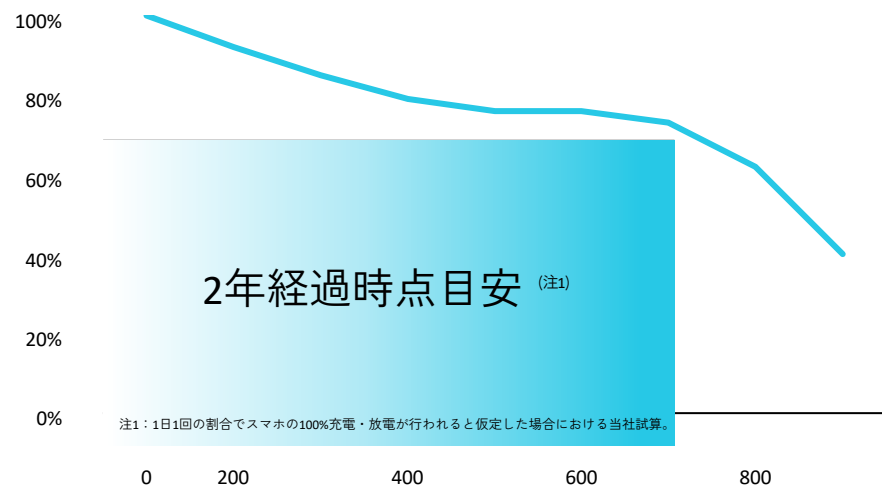
# 中期経営計画：スマホ買い替え周期の長期化

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：%)



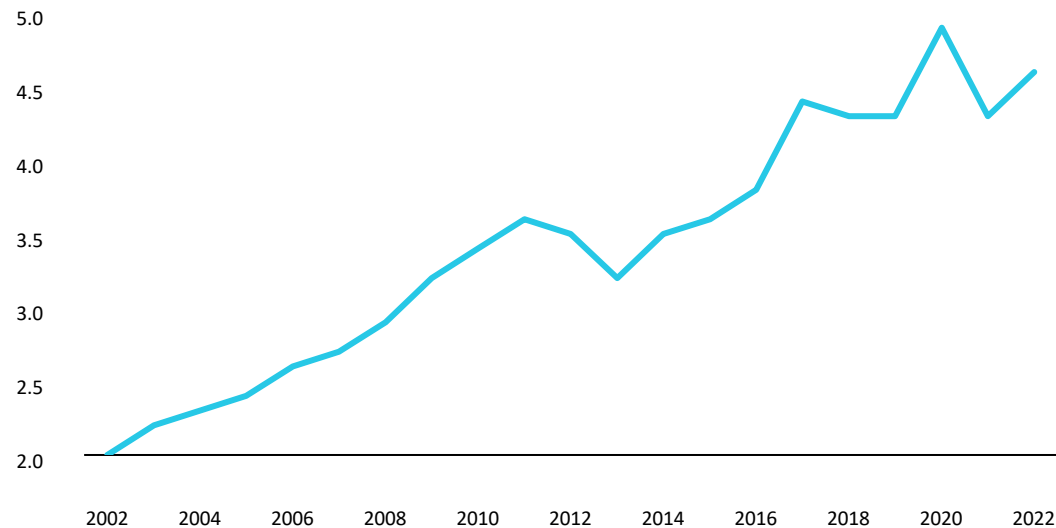
2年経過時点目安 (注1)

注1：1日1回の割合でスマホの100%充電・放電が行われると仮定した場合における当社試算。

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)



出所：内閣府「2022年度版・消費動向調査」

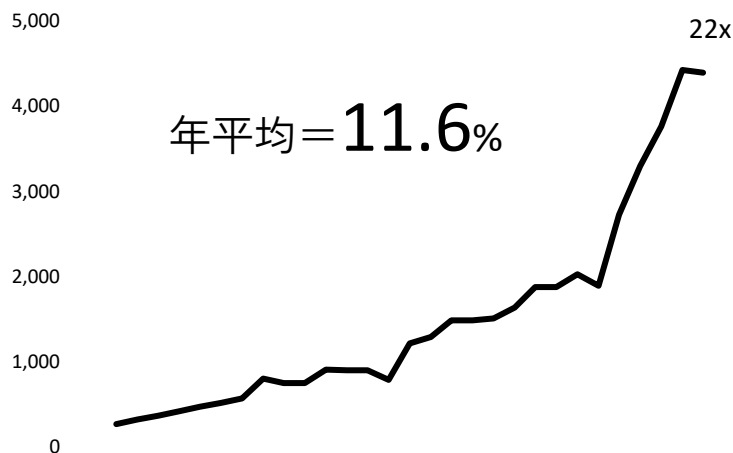
# 中期経営計画：スマホ消費電力量の増加

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

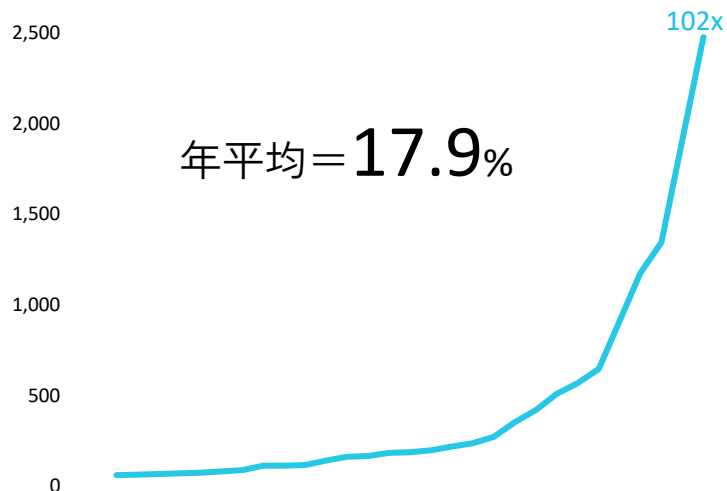
(各年の最新モデル)



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

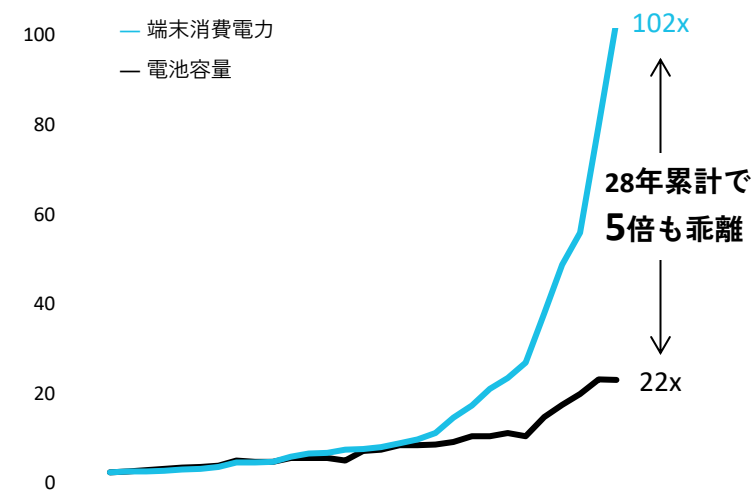
(1日/1台当たり平均)



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)



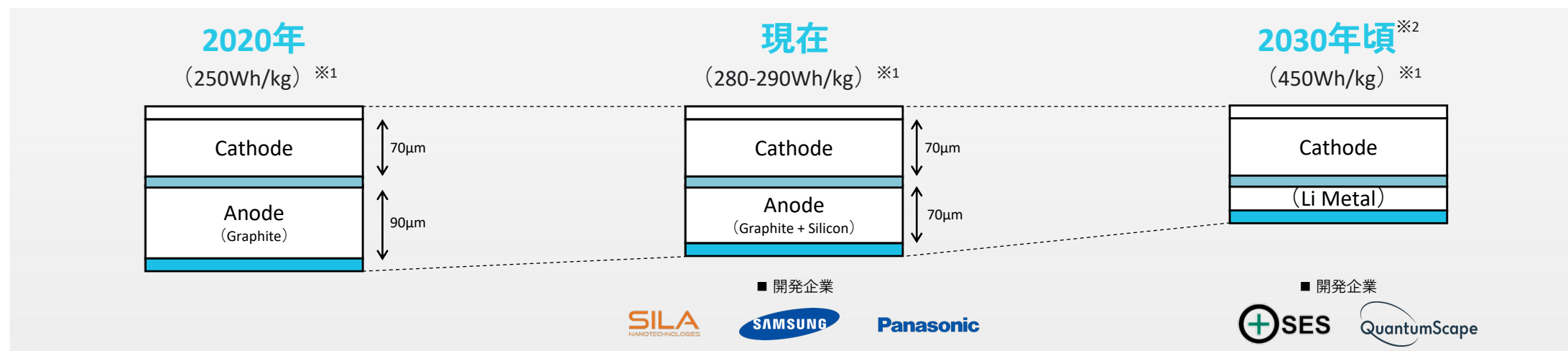
備考：計測期間は1994年～2022年  
出所：松下通信工業、Apple、Nielsen Mobile NetView、  
Marketing Research Camp、(株)ピアズ社データより作成

# 中期経営計画：スマホバッテリーのマクロトレンド

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イ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

2030年までのリチウムイオン電池性能向上見込

**6~7%** (年率平均)

<

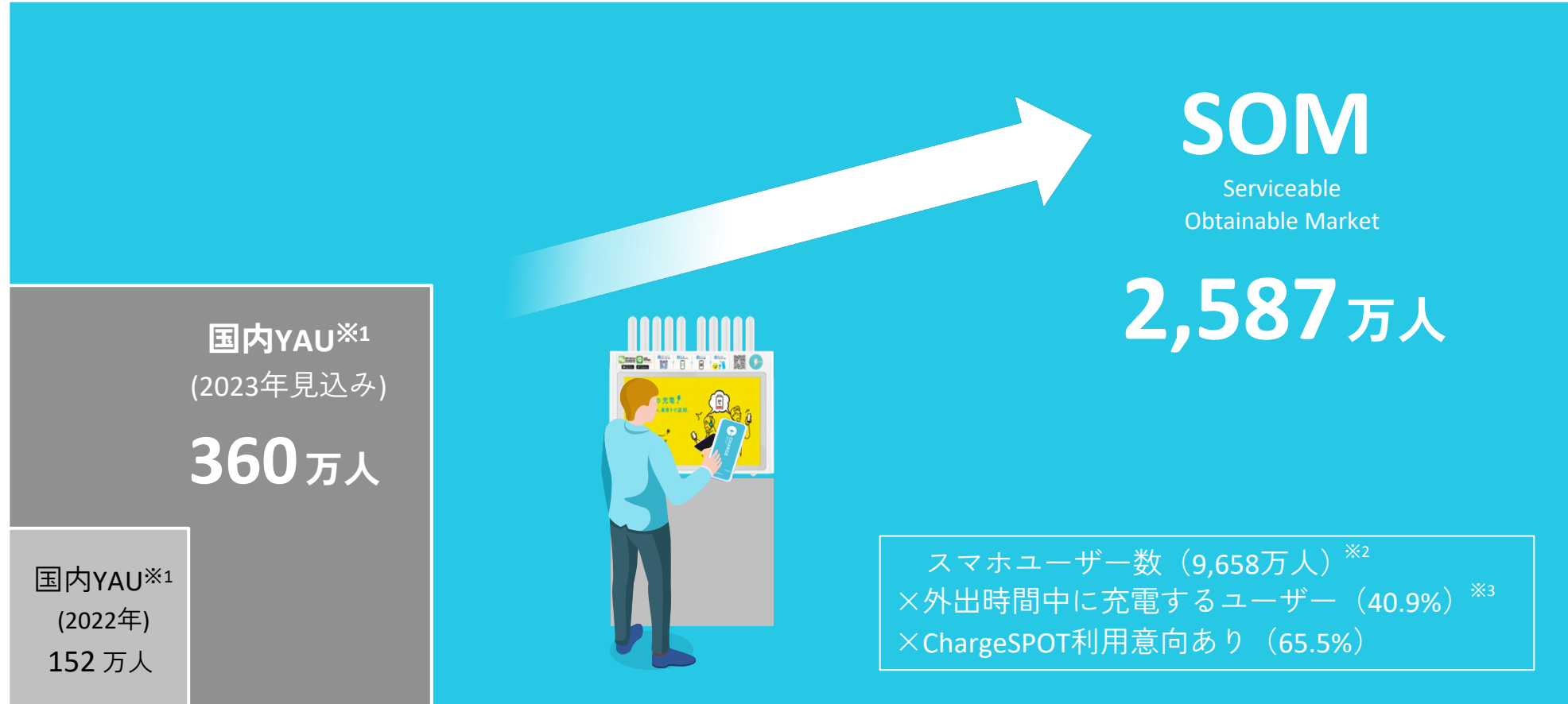
これまでのスマホの消費電力アップ

**17.9%** (年率平均)

※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

## 中期経営計画：ChargeSPOT国内ポテンシャル

充電ニーズを持ち、さらにChargeSPOTの利用意向があるユーザー=SOMは国内だけで2,587万人  
YAU※1は360万人（2023年見込み）のため、約7倍の成長ポテンシャルがある



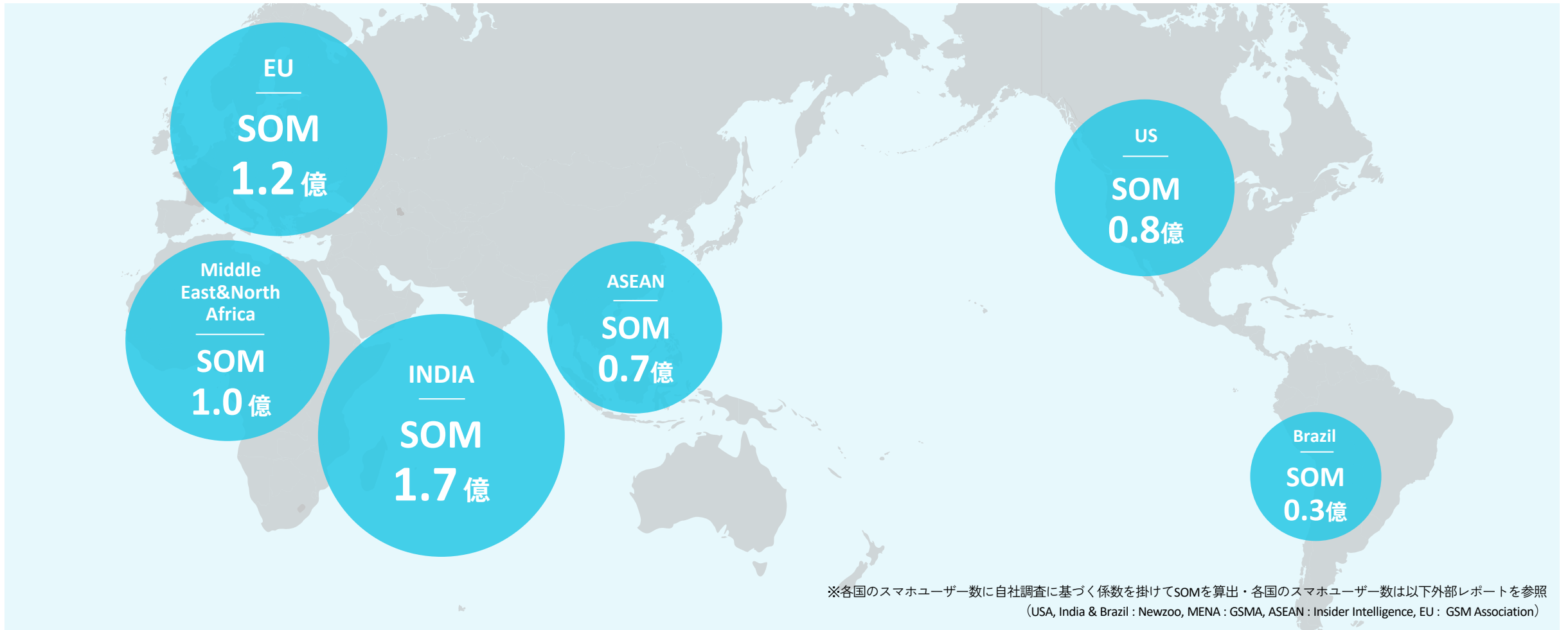
※1 YAU：Yearly Active User（年間に1回以上使うユーザー）

※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

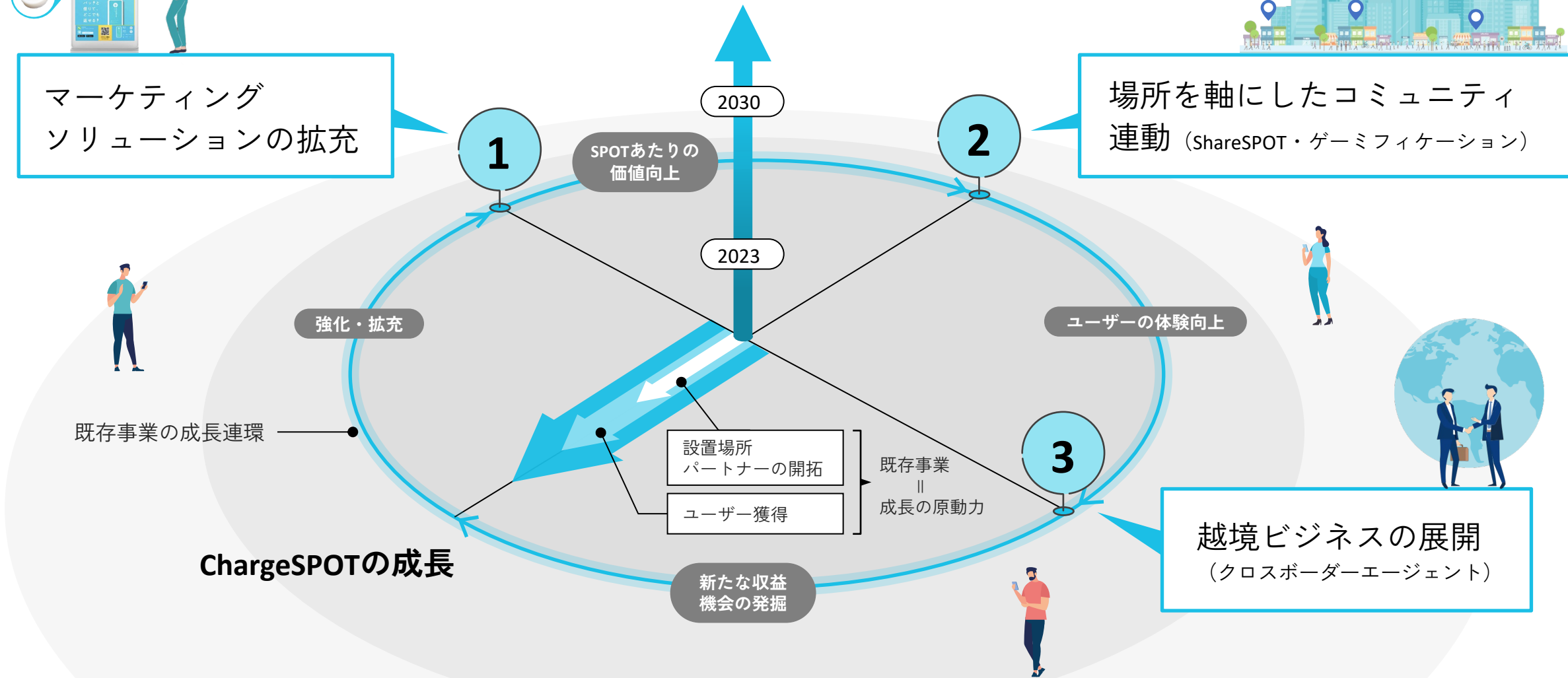
## 中期経営計画：ChargeSPOT海外ポテンシャル

海外でも人口が密集したスマホ充電ニーズが高いエリアをターゲットに展開予定  
既存設置エリア（日本・中国本土・香港・台湾・タイ）を除くターゲットのSOM※は合計5.7億人



# 中期経営計画：プラットフォームサービスへの進化

ChargeSPOTで培われた設置場所（パートナー）とユーザー層に対して異なるサービスを展開するプラットフォーム事業を順次実施



# 中期経営計画：プラットフォーム事業

## ① マーケティングソリューション

- 株式会社unerryと連携し、ChargeSPOTにビーコンを搭載する実証実験を実施中
- 既存のサイネージ広告と合わせて、訪問者へのプッシュ広告送信や効果測定の機能をパッケージ化



アプリバナー



デジタル広告

## 今そこにいる人へ 今役立つ情報を配信



# 中期経営計画：プラットフォーム事業

## ① マーケティングソリューション

- 金融・メディア・消費財など幅広い商材の広告  
出稿実績あり
- エリアや設置業種を自由に組み合わせて  
放映できることが強み

### エリア×設置業種での放映例

繁華街エリア	×	コンビニ
東京都内	×	家電チェーン
香港	×	商業施設

## ChargeSPOTはグローバル4.8万台

商材やプロモーションに合わせて  
広告配信可能



※台数は2023年6月時点



# 中期経営計画：プラットフォーム事業

## ② ShareSPOT

- シェアリングエコノミープラットフォームアプリ「ShareSPOT」を2022年11月にリリース
- シェアリングサービスが一つのアプリで探せる・利用できる日本初※1のプラットフォームアプリ

### 参画パートナー※2



### 連携パートナー



### 参画予定：EV充電※予定



※1 自社調べ  
※2 シェアリングエコノミー協会プレスリリースより抜粋

## 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



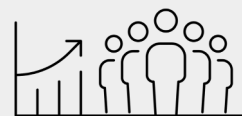
# 中期経営計画：プラットフォーム事業

## ② ゲーミフィケーション

- AR・スマホゲームとの連携といった新たな体験を加えることで、ChargeSPOTのユーザー数の増加を目指す
- ゲーム等を目的とした来店を促すことで、設置先にとってのChargeSPOTの価値向上にもつながる
- ChargeSPOTという「場所」をより有効に活用し、新たな消費体験を提供していく

様々なコンテンツの  
コラボレーションで  
ファン層を増やす

= ユーザーの増加



設置先での人流の創出  
設置先にとっての  
ChargeSPOTの価値の増加

= 台数の向上



×

||

設置場所や  
モバイルバッテリーの  
有効活用につながる

= ChargeSPOTの  
魅力の向上

= 利用率の向上



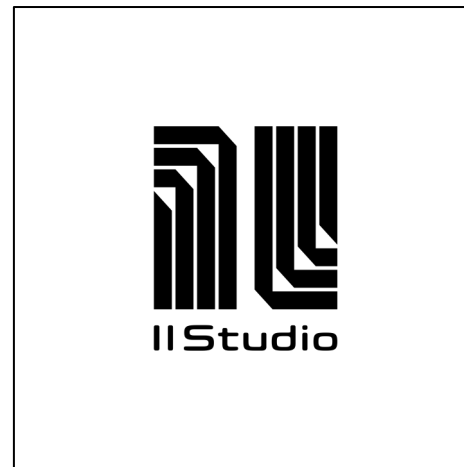
## 中期経営計画：プラットフォーム事業

### ③ クロスボーダーエージェント

- ChargeSPOT発祥の地である香港など、アジアの先進的なサービスや異業種を既存設置先・ユーザーに紹介するクロスボーダーエージェント機能の実現



音楽ストリーミング※予定  
(II Studio)



リテイルメディア※予定  
(Smart Retail)



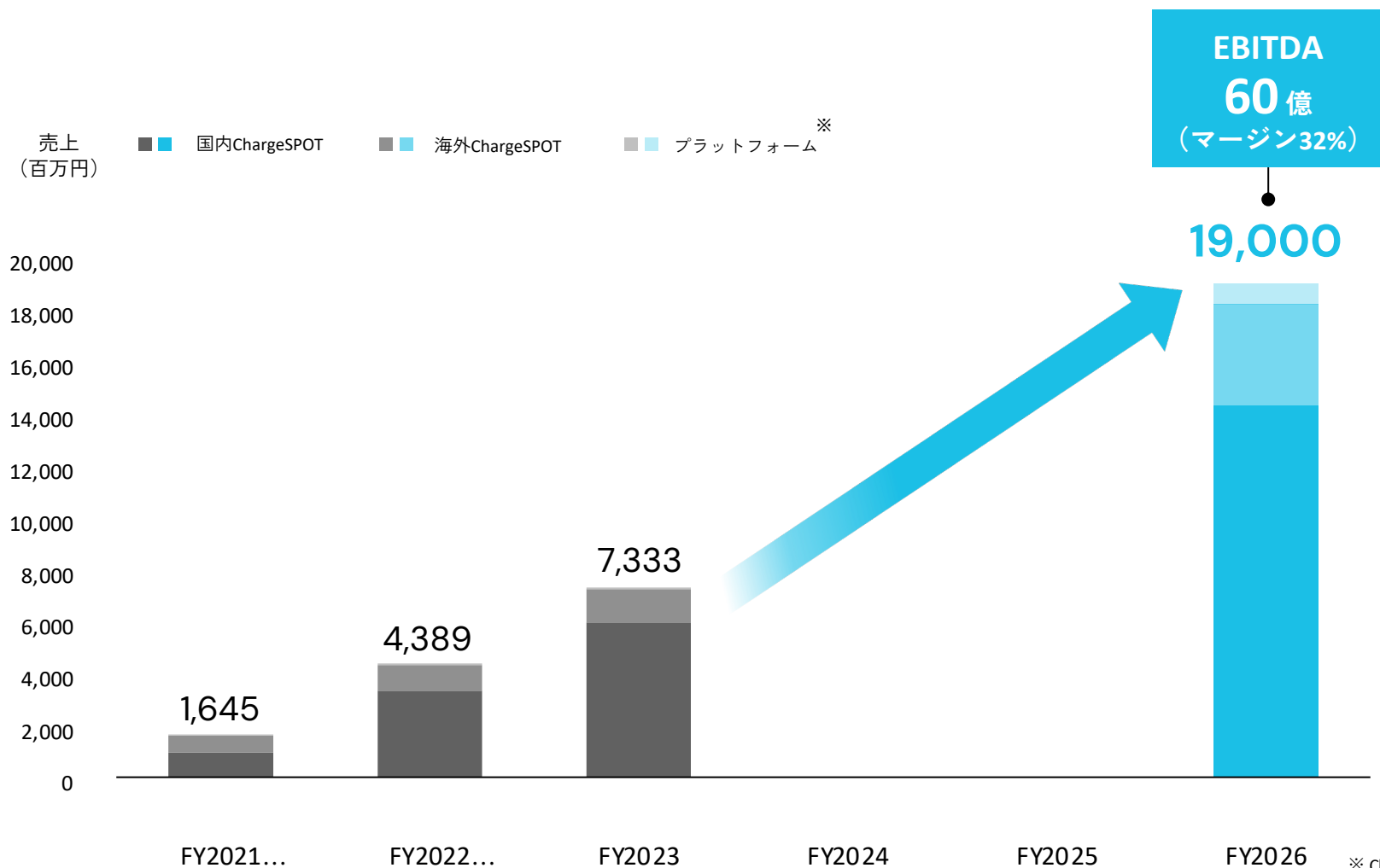
SNS※予定  
(Jagat)



屋内ナビ※予定  
(Mapxus)

# 中期経営計画：売上/EBITDA計画

VISION2030（EBITDA 150億）の達成に向けた折返し地点のFY2026は  
連結売上190億/EBITDA 60億（想定マージン32%）を目標として設定



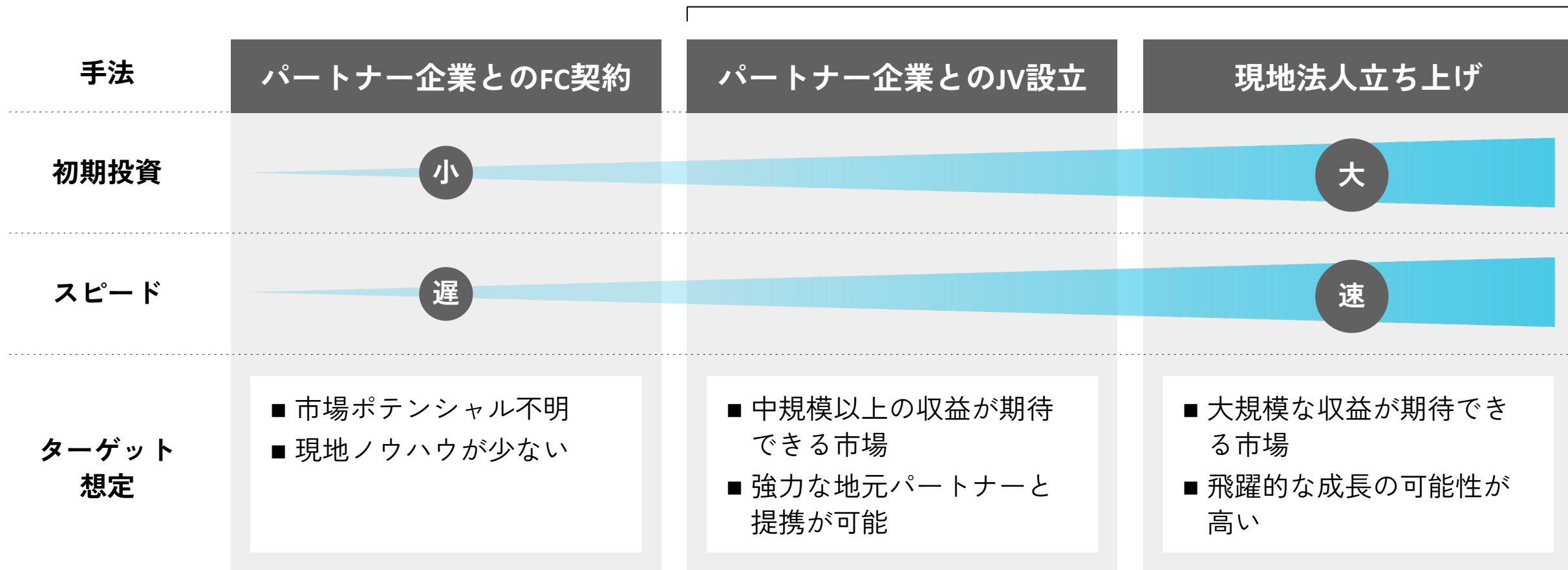
- 国内ChargeSPOTは継続的なMAU拡大によりFY2026売上は143億（EBITDA 52億）
- 海外ChargeSPOTは継続的なMAU拡大及び新規エリアへの展開によりFY2026売上39億（EBITDA 4億）
- プラットフォーム※は既に進行しているマーケティングソリューションの拡大を中心にFY2026売上8億（EBITDA 4億）

※ ChargeSPOTの設置場所（パートナー）とユーザー層に対して異なるサービスの展開（広告含む）

# 中期経営計画：グローバル投資方針

従来は手元資金の確保を優先して、フランチャイズ展開が主軸であったが、  
直接投資も含めたグローバル展開加速のためのオプションを検討

## 直接投資も検討



# 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、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。

本資料に記載されている会社名および製品名・ロゴマークは各社の商号、商標または登録商標です。

事業計画及び成長可能性に関する事項は、次回は2024年3月を目処として開示を行う予定です。

## 目次

### 1. 中期経営計画

-事業計画及び成長可能性に関する事項-

### 2. Appendix

## 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 6,279,164,519円（資本準備金含む、2023年6月末時点）
従業員数	単体：112人 / 連結：220人（臨時雇用者含む、2023年6月末時点）
営業拠点	営業拠点：国内7拠点、海外2社（広州、香港）
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 共享出行（澳門）一人有限公司 株式会社CHARGESPOT MARKETING





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。



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ーに入社。その後、INFORICHを共同設立、現在に至る。



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  
**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。



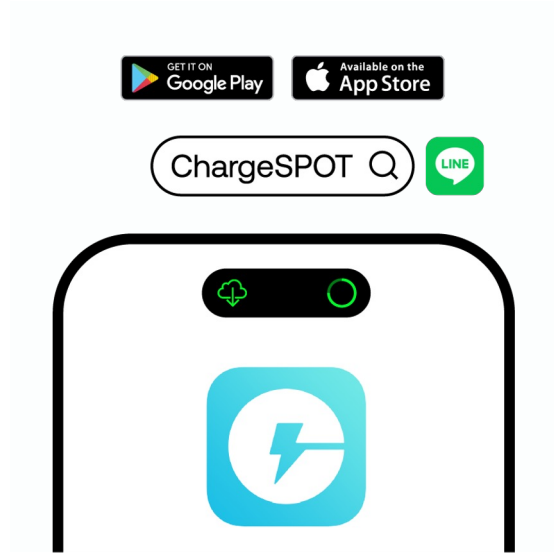
社外取締役  
**鈴木 絵里子**

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。



社外取締役  
**角田 耕一**

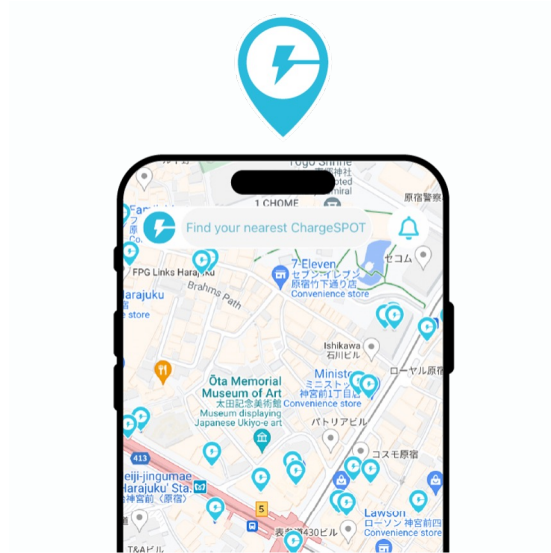
UC Berkeley卒業後、外資系投資銀行にてM&Aのエグゼキューションに従事。株式会社マナポにてCFOとして主に財務、資金調達、法務等のコーポレート関連業務を担当。2017年より株式会社ヤブリにてCFOに就任、2018年より同社取締役。



## 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、「ChargeSPOT」LINE公式アカウントと友達になると、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)
- LINE Pay
- PayPay
- d払い
- Paidy
- Wechat Pay
- Tポイント

## 海外で使用できる決済方法

- Apple Pay
- Alipay
- Google Pay
- Wechat Pay
- LINE Pay
- 銀聯



## スマホ決済アプリ



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。

# Appendix : ChargeSPOT バッテリースタンドラインナップ



## 卓上型



“S5” モデル



“S10” モデル



“S10-A” モデル



“M10” モデル

## 自立型



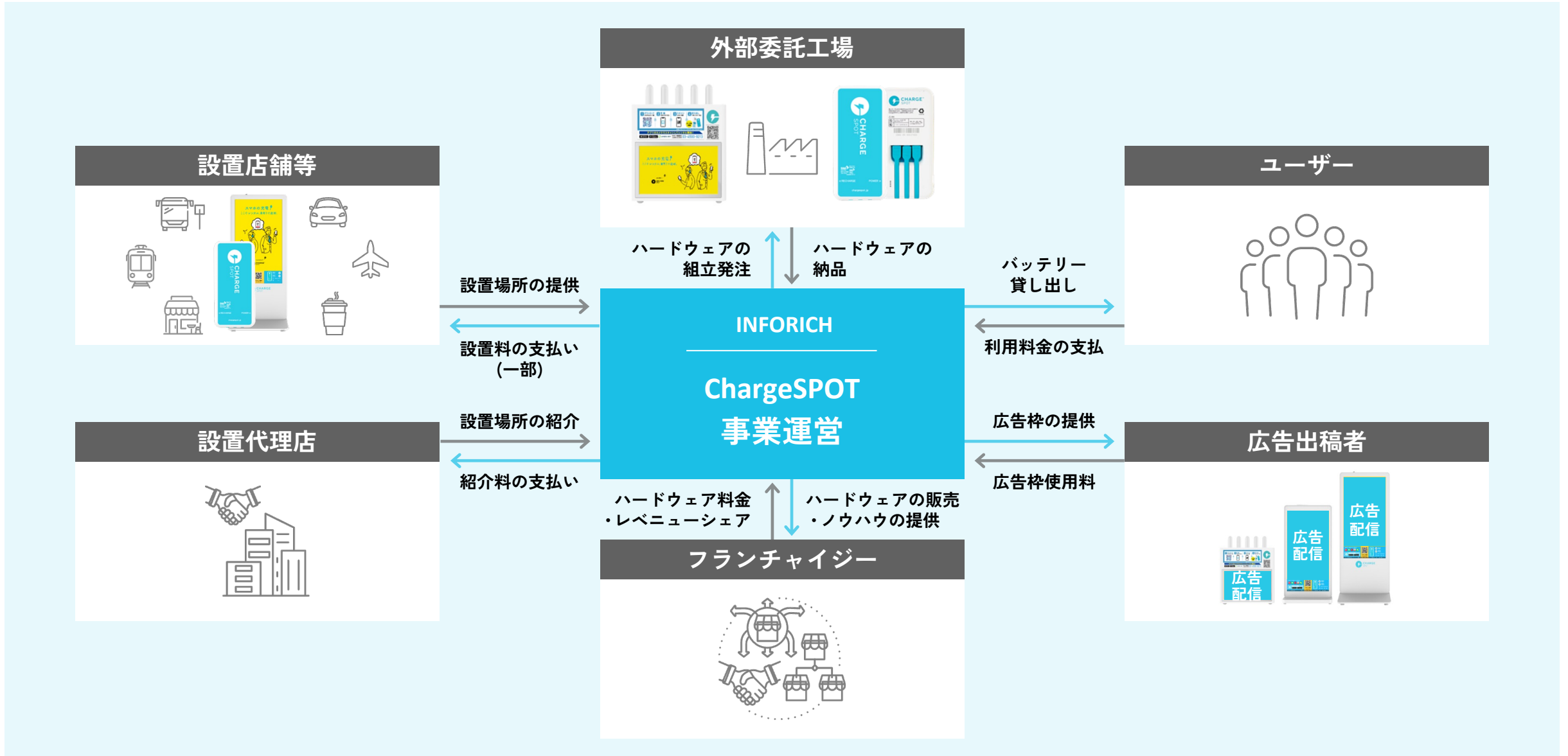
“LL20-J” モデル



“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

# Appendix : 既存事業の収益構造



## Appendix : 当社の強みと参入障壁

ロケーションベースのリアルなタッチポイントを押さえ、展開していくことが、ユーザーにとっての利便性に繋がり、当事業の高い参入障壁の源泉にもなっている

### 素早くかつ確実な展開を可能としている要素

#### 原則無償設置

稼働が見込める店舗に対しては、無償でスタンドを貸与する座組のため、導入ハードルが低い

#### 短い投資回収期間

バッテリーとバッテリースタンドは高頻度の繰り返し利用により、短期間での投資金額の回収が実現（Appendix「ハードウェア投資回収期間」参照）

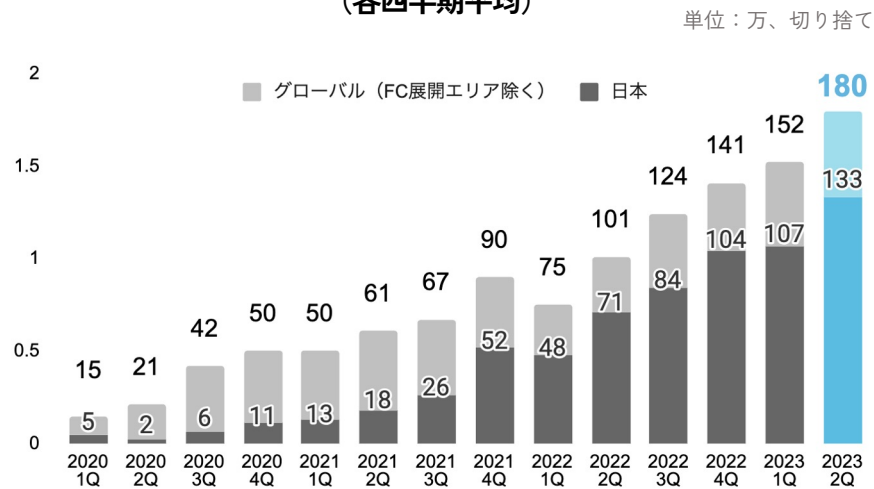
#### 設置代理店制度

直営での営業部隊の他、全国にネットワークを持つ代理店と連携することで素早い展開が可能

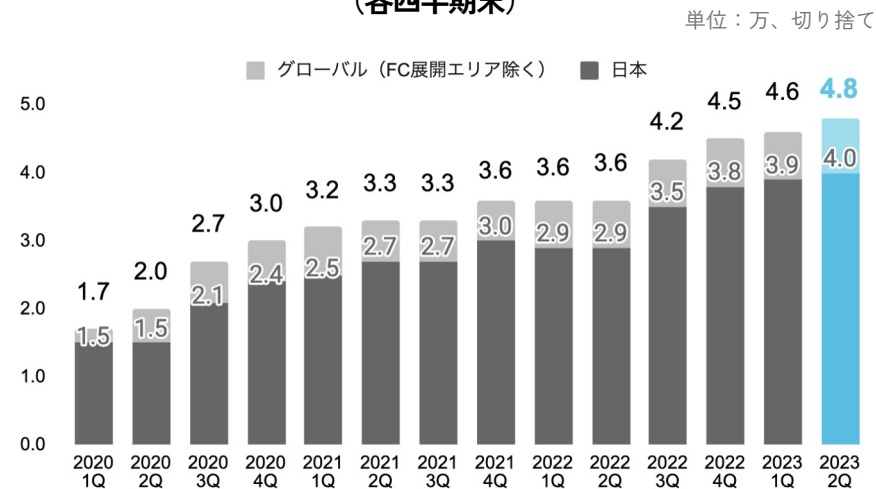


# Appendix : 各KPIの推移

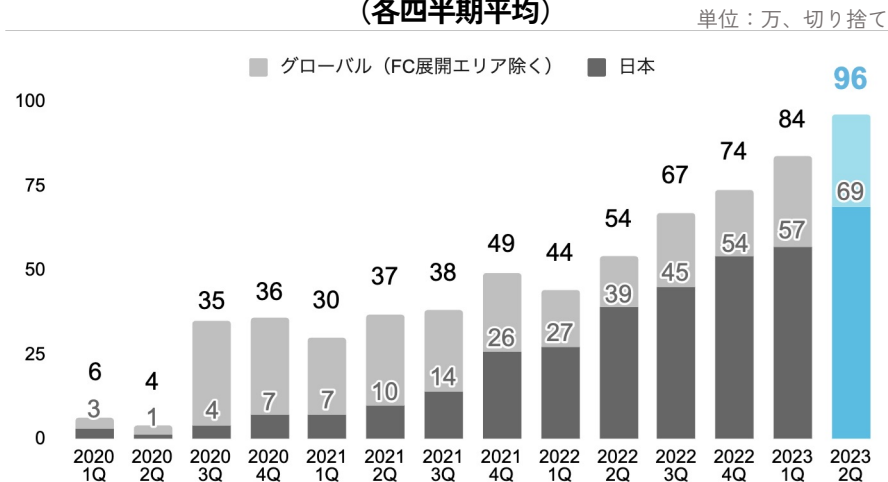
## 月間レンタル数 (各四半期平均)



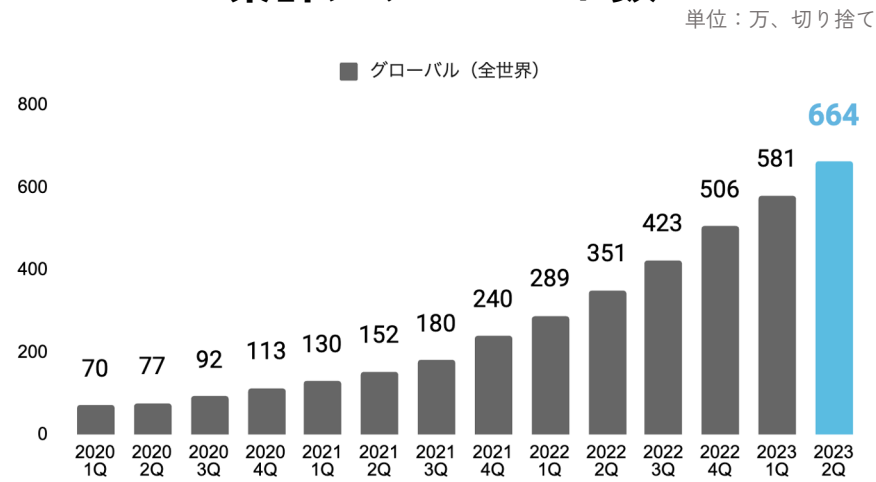
## 累計設置台数 (各四半期末)



## 月間アクティブユーザー (各四半期平均)



## 累計ダウンロード数



# Appendix : 設置プロトコル

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



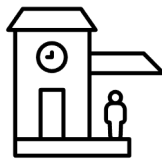
## 具体的な審査基準



レピュテーション  
リスクがない



重点エリア



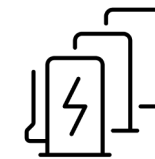
人流の多い  
駅周辺



アクセスしやすい



土日祝日に営業








既存台の稼働



## Appendix：ハードウェア投資回収期間

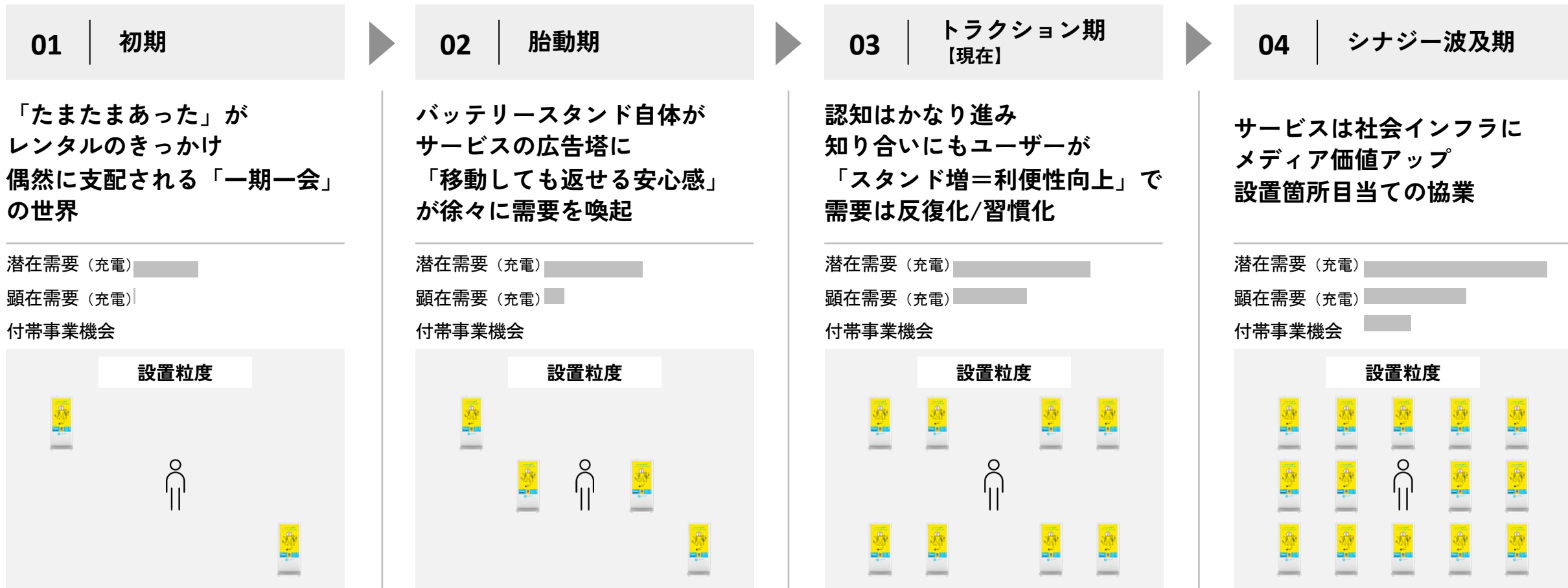
バッテリーの投資回収期間は約1ヶ月、バッテリースタンドは約1ヶ月から1年の実績

種別	スロット数	減価償却期間	投資回収期間	
バッテリー 	-	3年	25日	
バッテリー スタンド	 LL40	40個	41日	
	 LL20-J	20個	239日	
	 M10	10個	5年	397日
	 S10-A	10個	102日	
	 S5	5個	106日	

※ 投資回収期間：2023年6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)のリクープにかかる期間

# Appendix : シェアリングビジネスのフライホイール効果

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

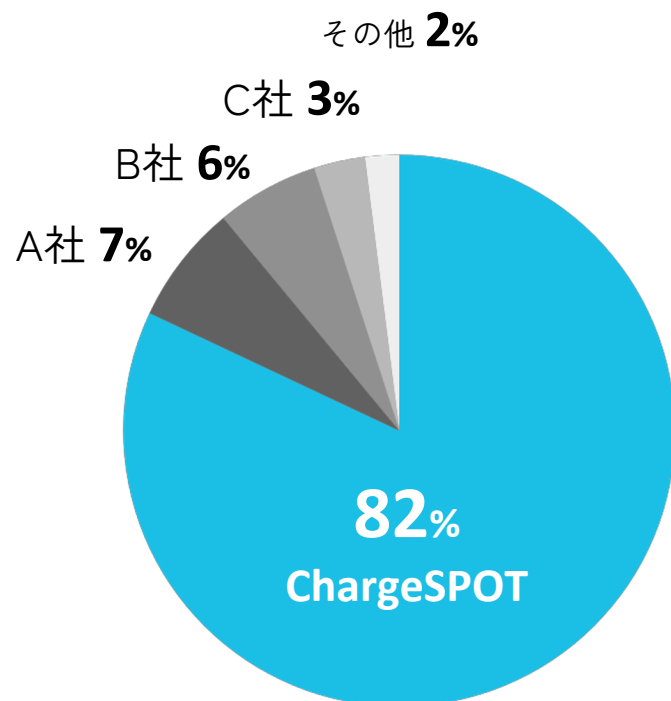


※ 潜在需要・顕在需要・付帯事業機会及び設置粒度の絵柄は、いずれも増減感覚を視覚的に表現したイメージ

## Appendix：マーケットシェア

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)

ChargeSPOT	40,935
A社	3,673
B社	3,134
C社	1,549
その他	826

### 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結果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ことは難しい

※ 2023年6月時点の設置台数 自社調べ

# Appendix：事業リスク

## 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。

### 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争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、競争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6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爾々と取り組んでいく。

### 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、人流に影響を受ける。

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が発生することで人流が抑制され、当社グループの事業に影響を及ぼす可能性がある。

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いるが、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る。

### 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。

ただ、これまでのコロナ禍対策の一貫として、当社のバッテリーを全て「抗菌」及び「抗ウイルス」仕様とするなど、感染症下においても外出が不可欠である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て頂けるように、またレンタル事業の受ける影響を少しでも減らせよう努めてきた。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、有価証券届出書の「事業等のリスク」に記載

## Appendix : 重要事項（マテリアリティ）の策定 1/2

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

### 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

## Appendix : 重要事項（マテリアリティ）の策定 2/2

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

### 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 | CO<sub>2</sub>排出量の削減

#### Plan（取り組み方針）

ChargeSPOTを含む自社のCO<sub>2</sub>排出量を把握して、削減に取り組みます。またユーザーや設置店舗のCO<sub>2</sub>排出量削減に協力する。

#### Strategies（戦略）

- 自社のCO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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。

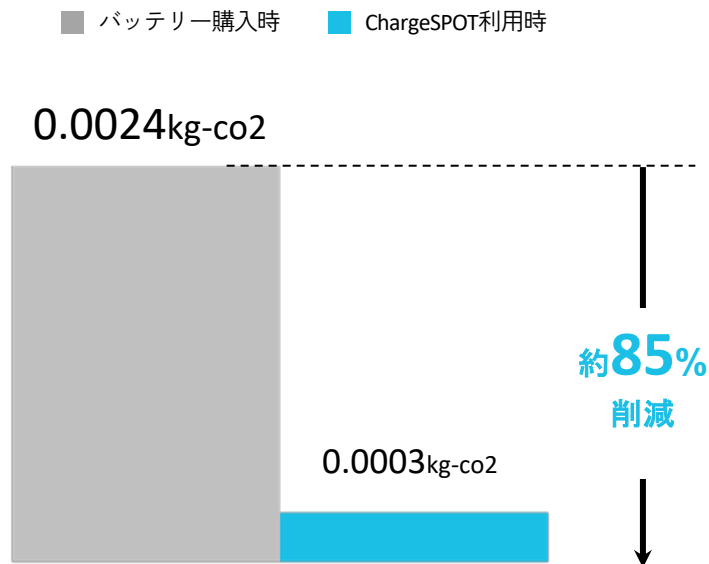
#### Strategies（戦略）

- 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

# Appendix : ChargeSPOTの利用によるCO<sub>2</sub>排出量の削減効果の算定

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85%のCO<sub>2</sub>排出量を削減可能  
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う

## 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CO<sub>2</sub>排出量比較



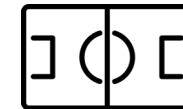
## ChargeSPOTユーザー全体でのCO<sub>2</sub>削減量

93,076kg-co<sub>2</sub>e

森林のCO<sub>2</sub>吸収量に変換すると...



2.3個分の



14.8面分の



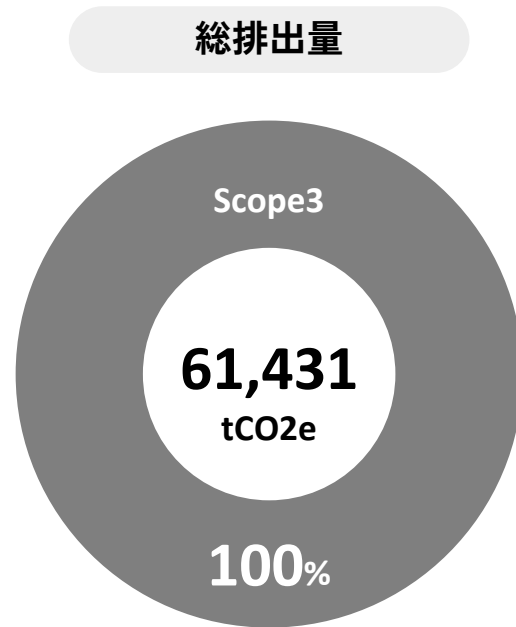
※ 毎月50万人が利用した場合の試算であり、2023年時点ではより大きな削減効果があると想定される

※ 森林1haの年間吸収量を8,800 kg-CO<sub>2</sub>と想定して算出 (出典: 林野庁)

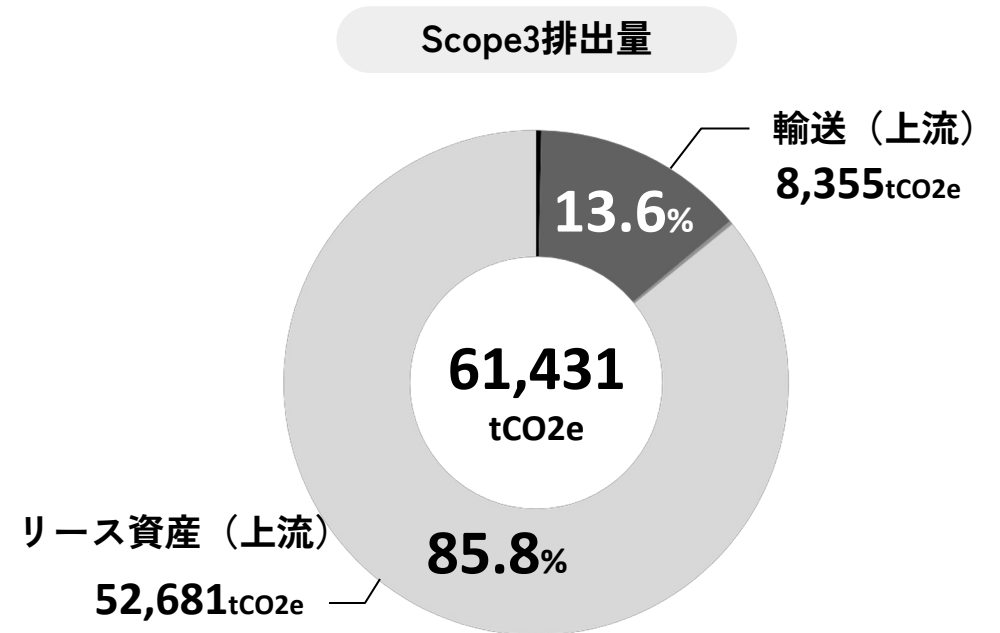
※ アスエネ株式会社による算定

# Appendix : CO<sub>2</sub>排出量の算定

2022年度のCO<sub>2</sub>排出量の算定を日本法人を対象に実施  
今後は算定対象を海外子会社に広げると共に、算定の精緻化と排出量の削減に取り組む



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になっている



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、日本法人のみを対象としたものであり、23年度以降は連結対象の海外子会社も含んだ結果を公表する予定。
- ※ 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。当社オフィスでは再生可能エネルギーを利用した電力を利用しているため、該当する排出量は0。
- ※ 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 : CO<sub>2</sub>排出量の算定（詳細）

スコープ	カテゴリー	CO <sub>2</sub> e排出量 (tCO <sub>2</sub> e)	割合
スコープ1 直接排出		0	0 %
スコープ2 間接排出		0	0 %
スコープ3		<b>61,431</b>	<b>100 %</b>
	1 購入	202	0.33 %
	2 資本財	8,355	13.6 %
	3 その他燃料	-	-
	4 輸送（上流）	129	0.21 %
	5 事業廃棄物	3.84	0.01 %
	6 従業員の出張	25.7	0.04 %
	7 従業員の通勤	35	0.06 %
	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	52,685	85.8 %
	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	-	-
<b>合計</b>		<b>61,431</b>	<b>-</b>

※ 上記の排出量は、日本法人のみを対象としたものであり、23年度以降は連結対象の海外子会社も含んだ結果を公表する予定。

※ 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。当社オフィスでは再生可能エネルギーを利用した電力を利用しているため、該当する排出量は0。

※ 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 : 適切なリサイクルと廃棄の実施

INFORICHでは、電子ゴミを生み出さないための適切なリサイクルを実施  
使用できなくなったバッテリースタンドは100%リサイクルを行い、  
バッテリーについても一般社団法人JBRCに加盟し、再資源化に取り組んでいる

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リサイクルを実施。小型のものも当社がリサイクル費用を負担することで、100%のリサイクルを実現。



有価買取⇒再資源化



リサイクル費用を負担⇒再資源化

リチウムイオンバッテリーに使用されているリチウム、コバルト、ニッケル、グラファイトなどの希少金属（レアメタル）を無駄にしないため、一般社団法人JBRCに排出協力事業者として登録し、再資源化に協力。



<https://www.jbrc.com/>

## Appendix : アスエネ株式会社と連携した環境情報の発信

環境情報を基礎から解説するサステナビリティメディア「アスエネ」の情報を約23,000台のサイネージで放映  
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**