

INFORICH

東証グロース市場：9338
2024年12月期 第3四半期 決算説明資料
2024年11月13日

FY2024 第3四半期 決算説明資料 目次

1. 決算説明資料 サマリー

2. FY2024 3Q 業績ハイライト

3. FY2024 3Q Topics

4. 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

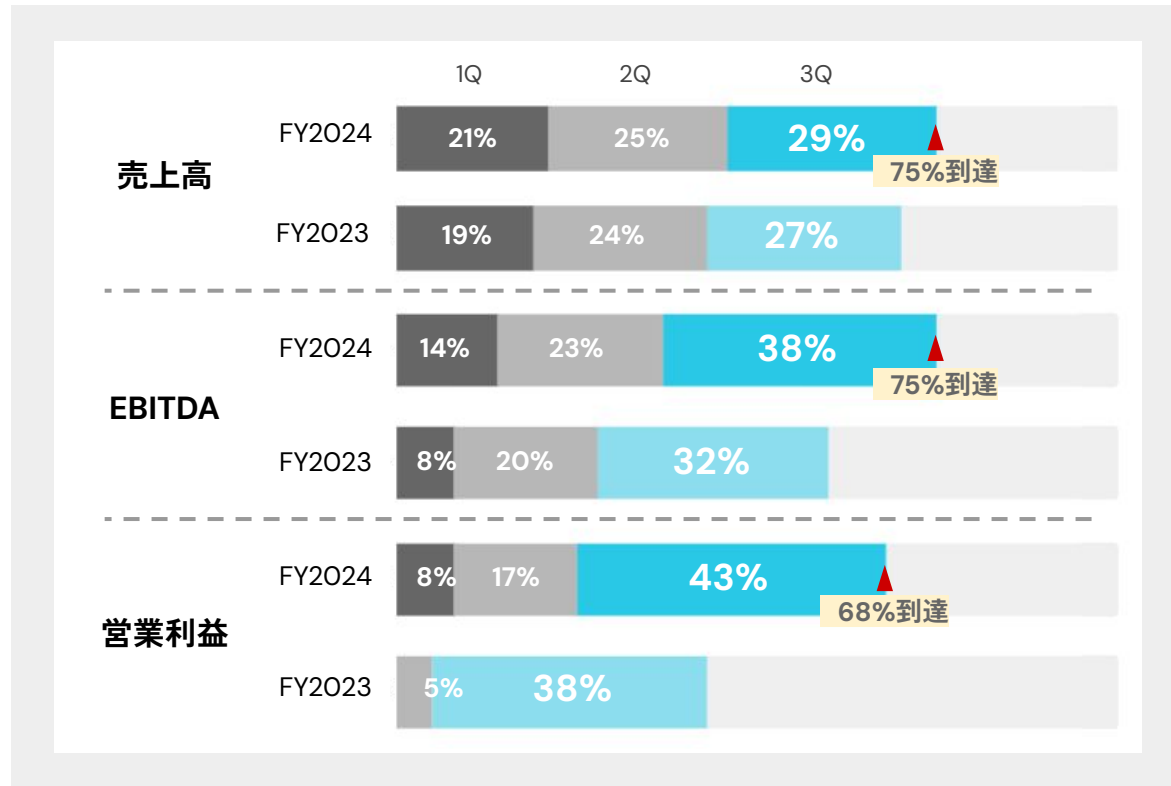
売上高は前年同期比+37%と順調に成長。営業利益も+204%と増加。
業績予想に対しての進捗率も前年比を上回り、順調に進捗。

FY2024 3Q実績

	実績	前年同期比
売上高	3Q 2,888 百万円	+37% (+787百万円)
	累計 7,473 百万円	+39% (+2,082百万円)
EBITDA	3Q 996 百万円	+126% (+556百万円)
	累計 1,939 百万円	+131% (+1,099百万円)
営業利益	3Q 704 百万円	+204% (+473百万円)
	累計 1,112 百万円	+330% (+853百万円)

営業利益は前年同期比+204%

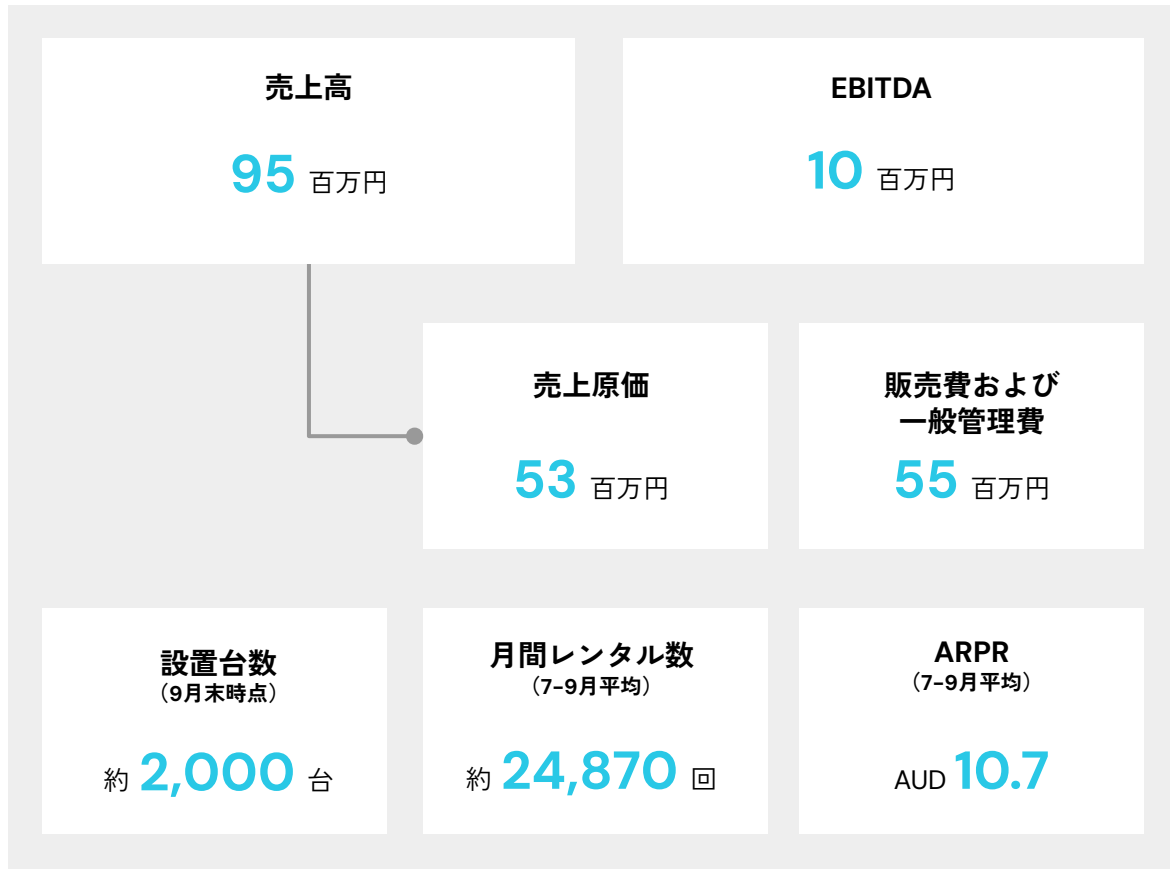
年度業績予想進捗率 / 前年実績進捗率



EBITDA・営業利益の進捗率好調

Ezycharge社※は冬にもかかわらずレンタルは好調。ロッカー型スタンドの販売が減少したことで売上高は微減。
9月30日には台湾FC(ChargeSpot Digital社)の株式を取得。今四半期からBSのみ連結を実施。

オーストラリア：FY2024 3Q実績



台湾：主要KPI



2023年8月に発表した中期経営計画（VISION2030）の達成に向け、各セグメント順調に進捗。
特に海外展開は、直接投資・FC展開が順調に進展。

目標値と進捗状況

ChargeSPOT国内

FY2026

売上 **143**億 / EBITDA **52**億

FY2030

EBITDA **100**億

順調に進捗

- 3Q累計で売上高YoY約40%と順調に推移
- 設置数が45,000台を突破
- 他社サービス撤退後に運営を引き継ぎ、ChargeSPOTにリプレイス **New**

ChargeSPOT海外

(既存エリア+新規)

売上 **39**億 / EBITDA **4**億

EBITDA **30**億

順調に進捗

- オーストラリアEzychargeを連結
- マカオFCがサービス開始
- 台湾FCを株式取得し子会社化 **New**
- イギリスに子会社を設立 **New**
- タイ/シンガポールのセブンイレブンに設置開始 **New**

プラットフォーム※1

売上 **8**億 / EBITDA **4**億

EBITDA **20**億

順調に進捗

- ChargeSPOTアプリにShareSPOT機能を搭載済み
- SSPの開発を完了 **New**
- 「mamaro」を運営するTrim社を子会社化 **New**
- 「CheerSPOT」をローンチ **New**

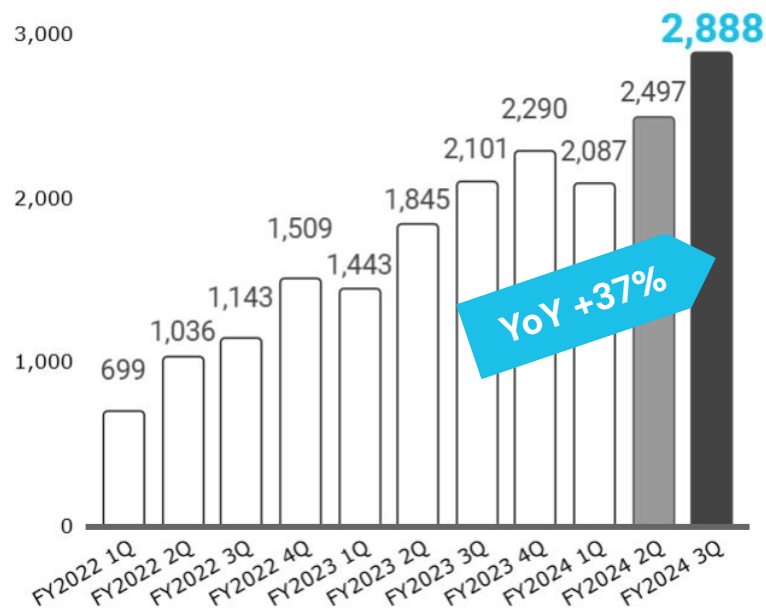
FY2024 第3四半期 決算説明資料 目次

1. 決算説明資料 サマリー
2. **FY2024 3Q 業績ハイライト**
3. FY2024 3Q Topics
4. 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

Ezycharge社の連結や国内の料金改定によって売上高が伸長し過去最高に。
EBITDA、営業利益も過去最高の実績を達成。

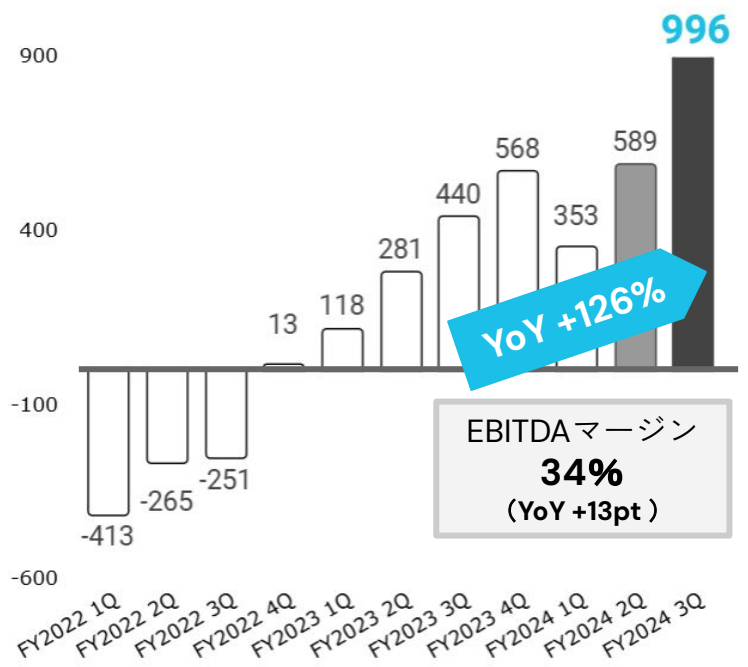
売上高

単位：百万円



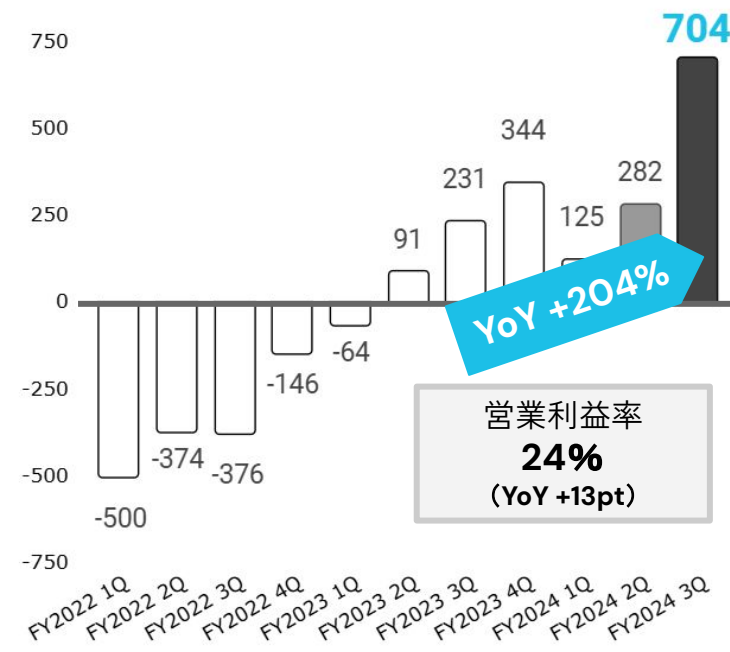
EBITDA

単位：百万円



営業利益

単位：百万円



売上高は過去最高の28億円を達成。営業利益率も昨年同期と比べて13pt改善し、過去最高の24%に。
のれんの無形固定資産への配分確定により2Q数値の一部に変更あり。

連結損益計算書

単位：百万円

	四半期（3Q）					業績予想（昨年度実績）進捗率			
	FY2023 3Q	FY2024 2Q	FY2024 3Q	YoY 増減率	QoQ 増減率	通期 業績予想	FY2024 3Q累計	業績予想 進捗率	昨年度 3Q進捗率
売上高	2,101	2,497	2,888	+37 %	+16 %	10,011	7,473	75 %	70 %
EBITDA	440	589	996	+126 %	+69 %	2,576	1,939	75 %	60 %
営業利益	231	282	704	+204 %	+149 %	1,635	1,112	68 %	43 %
営業利益率	11%	11 %	24 %	+13 pt	+13 pt	-	-	-	-
経常利益	267	364	498	+86 %	+37 %	1,515	1,057	70 %	59 %
親会社株主に帰属する 当期純利益	210	318	475	+125 %	+49 %	1,514	893	59 %	44 %

FY2024 3Q 業績ハイライト：【連結】売上内訳（四半期）

国内・海外のレンタル売上双方で過去最高の実績。
Ezycharge社の連結が海外レンタルと海外その他に寄与。

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	YoY 増減率	QoQ 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	+38 %	+16 %	- 猛暑と台風の影響でレンタル数は微増にとどまる - 7月から料金改定を実施したことで単価が上昇
	広告	8	7	7	24	7	7	8	30	8	6	20	+139 %	+206 %	- 若者向けコンテンツとの相性を評価いただき、大型の放映案件を受注 - 広告配信の効率化も継続して実施
	その他	1	1	5	7	12	8	12	14	20	18	15	+32 %	-15 %	- 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	+28 %	+7 %	- Ezycharge社の連結によりYoY増加。
	広告	3	4	3	5	9	9	11	5	5	6	6	-43 %	-4 %	- YoY：XGD社の買い切り契約に移行 - QoQ：買い切り移行により、2Qから月次補償額を安定計上
	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	+42 %	+96 %	- FCの営業・受注タイミングによって変動。タイ/シンガポールでのコンビニ設置により受注増加。
	その他	1	0	0	0	-	-	0	2	0	43	15	-	-65 %	- Ezycharge社のイベント売上などが組み入れ - オーストラリアでのロッカー型スタンドの減少によりQoQはマイナス
合計		699	1,036	1,143	1,509	1,443	1,845	2,101	2,290	2,087	2,497	2,888	+37 %	+16 %	

※1 台湾、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

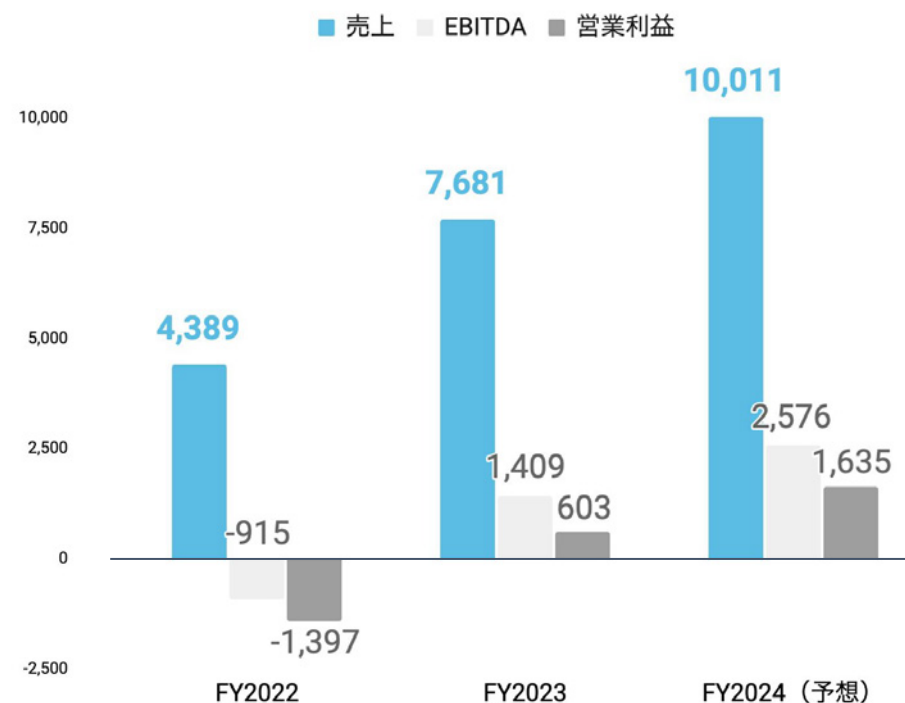
アクティブユーザーおよびレンタル数の増加により、
FY2024売上高は100.1億円（YoY+30%）、営業利益は16.3億円（YoY+171%）と予想。

連結業績予想（1-12月）

単位：百万円

	FY2023 実績	FY2024 業績予想	YoY 増減額	YoY 増減率
売上高	7,681	10,011	+2,330	+ 30 %
EBITDA	1,409	2,576	+1,167	+ 83 %
営業利益	603	1,635	+1,031	+ 171 %
経常利益	633	1,515	+881	+ 139 %
親会社株主に帰属する 当期純利益	571	1,514	+942	+ 165 %

単位：百万円



売上高	国内売上（レンタル・広告・その他）および 海外売上（レンタル・広告・FC向け販売およびロイヤリティ収入・その他）から構成	
国内	レンタル 売上	- 台数の増加ペースは前年度と同様の見込み（通常モデル以外の自動販売機モデルなどを含む） - レンタル回数：FY2024 12月 209万回 （前年12月 159万回）、アクティブユーザー：FY2024 12月 108万人 （前年12月 84万）を見込む - 1Qは季節性（人流低下）で前年4Q対比約5%レンタル回数および売上が下がる見込み
	広告売上	- 入稿システムの開発と、新システムを介した広告配信について設置先からの規約改定の許諾取得に時間を要しているため、 YoY-15百万円 の減少を見込む
	レンタル 売上	- レンタル回数：FY2024 12月 69万回 （前年12月 54万回）、アクティブユーザー：FY2024 12月 42万人 （前年12月 32万）を見込む
	広告売上	- 昨年同様の販売を見込む
	FC向け 販売	- YoY+136百万円 の増加を見込む - FC側の営業状況によるため、四半期によって変動する見込み
売上原価	- 支払手数料はレンタル売上、減価償却費は設置台数および流通バッテリー数、SIMカードコストは設置台数に比例	
販売費及び一般管理費	- レベニューシェア・ラウンダー・コールセンターはレンタル売上、設置料は累計設置台数に比例 - 広告宣伝費は海外PRやSNS発信強化などを実施するため、 YoY+70百万円 の増加を見込む - 人件費は、既存アカウント対応やグローバル強化のための人員を強化するため、 YoY+336百万円 の増加を見込む	
営業外損益	- 金融機関等に対する支払利息を見込む（前年と比べて為替差益は減少を見込む）	

※想定為替レート：香港ドル = 18.0円 / 中国元 = 19.8円

香港でシェア確保のために設置を積極化、レベニューシェアはYoY +44%（国内はYoY +36%）に増加。
のれんの無形固定資産への配分確定により2Q数値の一部に変更あり。

単位：百万円

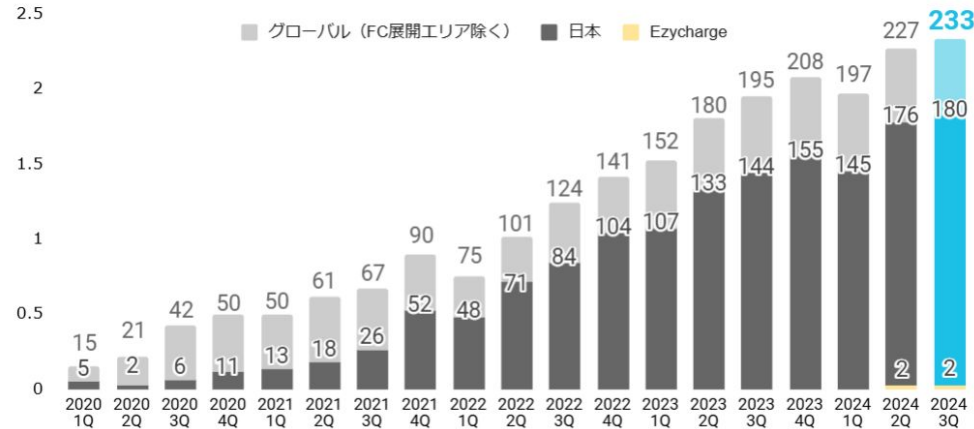
	FY2022 1Q	FY2022 2Q	FY2022 3Q	FY2022 4Q	FY2023 1Q	FY2023 2Q	FY2023 3Q	FY2023 4Q	FY2024 1Q	FY2024 2Q	FY2024 3Q	YoY 増減率	QoQ 増減率
売上高	699	1,036	1,143	1,509	1,443	1,845	2,101	2,290	2,087	2,497	2,888	+37 %	+16 %
売上原価	253	297	371	461	389	475	522	545	491	584	626	+20 %	+7 %
当期商品仕入	82	76	124	127	66	123	136	138	89	114	152	+12 %	+33 %
支払手数料（原価）	41	67	78	98	94	115	128	129	110	125	140	+9 %	+12 %
減価償却費（原価）	86	105	115	162	178	185	204	219	221	274	259	+27 %	-5 %
その他売上原価	43	47	53	71	50	50	52	58	69	69	72	+40 %	+4 %
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	+16 %	-4 %
人件費	225	287	280	321	305	349	366	384	401	457	443	+21 %	-3 %
外部委託費	111	141	87	127	69	98	94	128	172	131	121	+21 %	-3 %
設置料	225	239	253	234	283	281	284	292	294	300	310	+9 %	+3 %
レベニューシェア	63	92	101	119	149	170	199	214	210	255	286	+44 %	+12 %
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	+16 %	+1 %
広告宣伝費	54	87	132	102	24	60	67	50	49	57	41	-38 %	-27 %
のれん償却費	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7	7	-	-2 %
その他販管費	183	163	196	169	178	190	217	209	230	284	209	-3 %	-26 %
営業利益	-500	-374	-376	-146	-64	91	231	344	125	282	704	+204 %	+149 %
営業利益率	-72 %	-36 %	-33 %	-10 %	-4 %	5 %	11 %	15 %	6 %	11 %	24 %	+13 pt	+13 pt

FY2024 3Q 業績ハイライト：【連結】各KPIの推移

月間レンタル数

(各四半期平均)

単位：万（回）、切り捨て

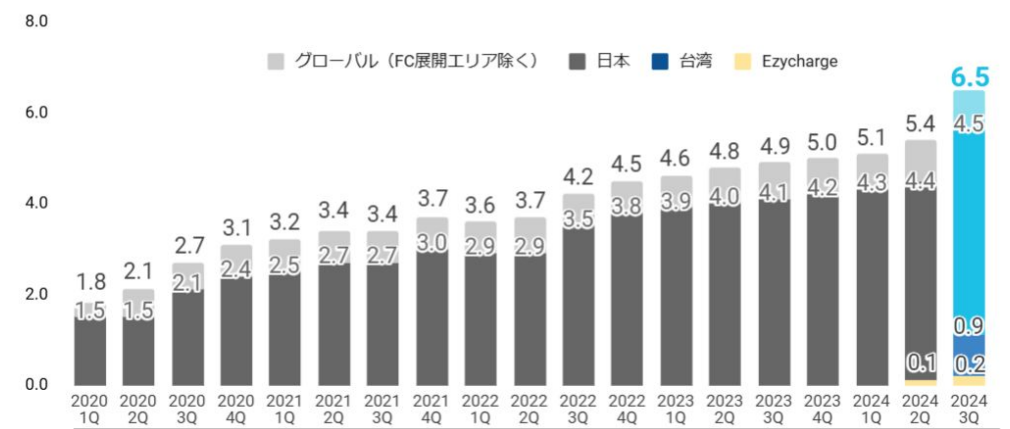


猛暑や雨、地震の影響で国内は微増にとどまる。海外も台風などの影響を受ける

累計設置台数

(各四半期末)

単位：万（台）、切り捨て

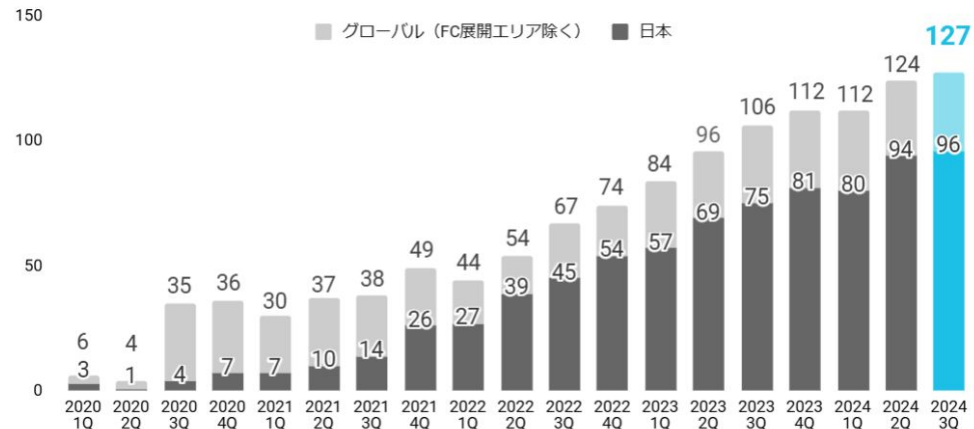


グローバルを含めた設置が6万5千台に

月間アクティブユーザー

(各四半期平均)

単位：万（人）、切り捨て

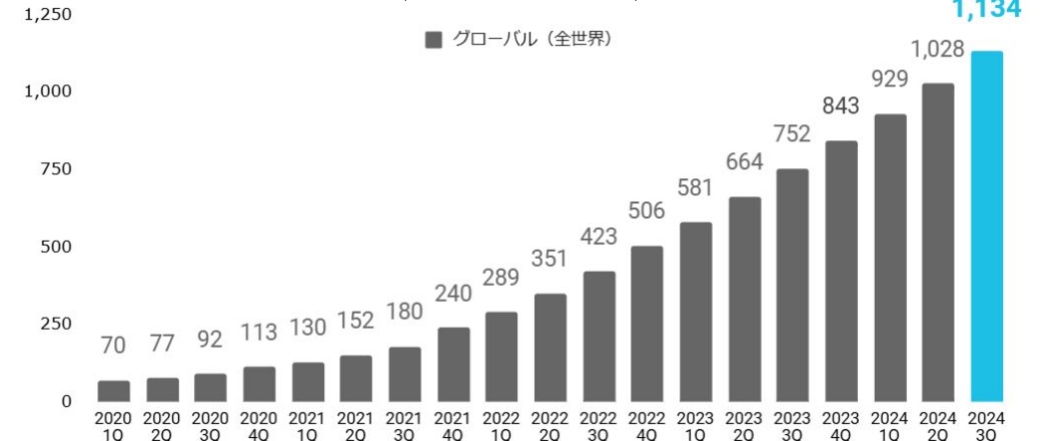


天候影響は受けたものの、国内外のユーザー数も増加

累計ダウンロード数

(ネイティブアプリ)

単位：万（回）、切り捨て



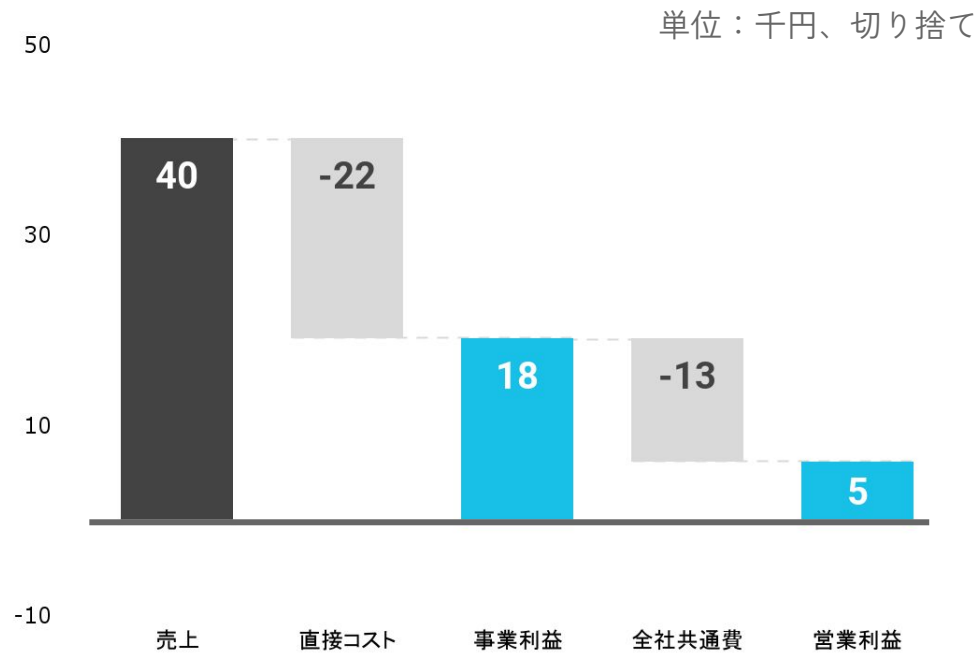
グローバルでのダウンロード数が1,100万を突破

※ 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）

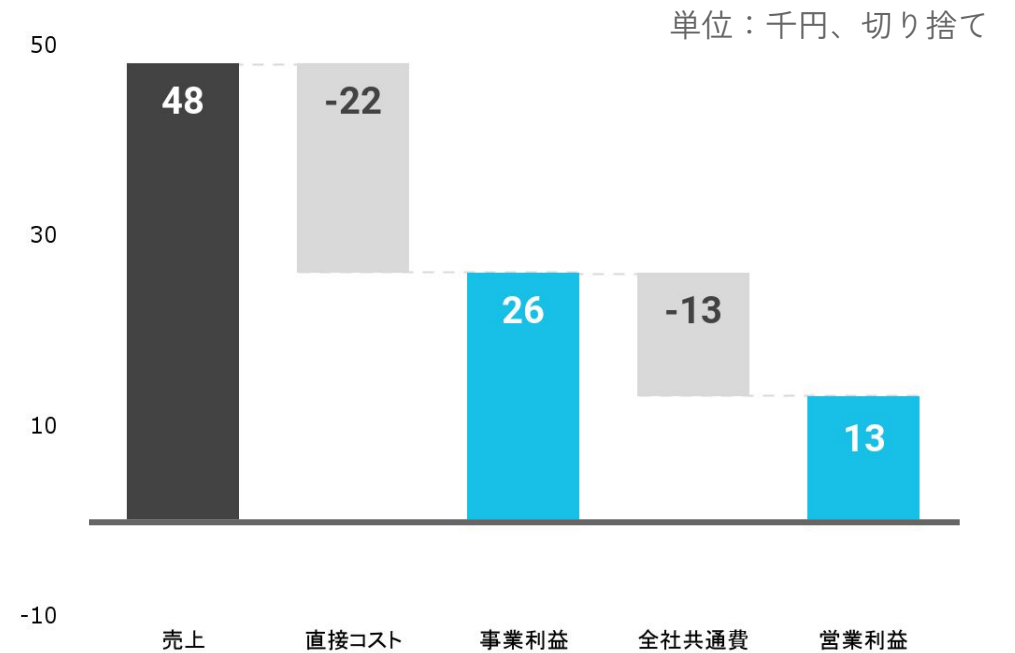
※ 月間アクティブユーザー・ダウンロード数にはオーストラリアで展開する「Ezycharge」のデータは含まない

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過去最高に。

FY2023 3Q 台あたりエコノミクス



FY2024 3Q 台あたりエコノミクス



FY2024 3Q 業績ハイライト：【連結】台あたりエコノミクスの内訳推移（オーストラリア・台湾除く）

レンタル売上・広告売上ともに好調。
 変動費部分も見直しを行うことで、コストの伸びは抑制できている。

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	YoY 増減率	QoQ 増減率	増減理由(QoQ)	
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	+21%	+15%	- 国内：料金改定による単価の上昇・レンタル数増加 - 海外：中国・香港でのレンタルは横ばい	
	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	+22%	+92%	- 大規模案件の受注があったため	
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%	+7%	- 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	+5%	+6%	- 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	+25%	+7%	- 主に国内のレンタル売上に比例して増加
		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	+9%	-3%	- 一部エリアで委託先を見直したことにより単価減少
		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	-4%	+7%	- 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	9.8	10.3	+12%	+5%	
	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	+6%	-11%	- 2Qは一時的な要因により増加
		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	-12%	-18%	- SIMカードの期間限定の割引適用
		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	+11%	-11%	- 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	+0%	+0%	- 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	-47%	-31%	- 引き続きペイドメディア出稿は削減
		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	-44%	+11%	- 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	13.0	12.0	-5%	-8%		
全社共通費		13.4	16.2	13.6	13.7	11.7	12.8	13.2	13.9	13.8	13.2	13.4	+1%	+1%	- 人件費QoQ増加/外部委託費・のれん償却費QoQ減少	
営業利益		-12.8	-9.9	-7.3	-3.7	-0.8	2.3	5.1	6.4	3.8	6.0	13.0	+152%	+115%		

レンタル売上・広告売上ともに好調。
 変動費部分も見直しを行うことで、コストの伸びは抑制できている。

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	YoY 増減率	QoQ 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	+21%	+15%	- 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	+22%	+92%	- サイネージやアプリ上のパ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%	+7%	- 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	+5%	+6%	- 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	+25%	+7%	- 一部代理店/設置先にお支払しているレベニューシェア - 主に国内の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	+9%	-3%	- 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	-4%	+7%	- 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	9.8	10.3	+12%	+5%	
直接コスト	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	+6%	-11%	- バッテリー3年、スタンド5年で計上しているもの - 減価償却時期にかかわらず必要な場合はメンテナンス/交換を実施しており、3/5年後の一斉入替は想定しない
	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	-12%	-18%	- 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	+11%	-11%	- 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	+0%	+0%	- 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	-47%	-31%	- 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	-44%	+11%	- 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	13.0	12.0	-5%	-8%	
≡ 全社共通費	13.4	16.2	13.6	13.7	11.7	12.8	13.2	13.9	13.8	13.2	13.4	+1%	+1%	人件費など、ChargeSPOT事業の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	3.8	6.0	13.0	+152%	+115%		

営業活動によるキャッシュインや事業用資産の増加と合わせて、ChargeSpot Digital社およびEzycharge社の連結に伴うのれんおよび関連する無形固定資産の計上により固定資産が増加。

連結貸借対照表

単位：百万円

	FY2023 4Q末	FY2024 3Q末	増減	主な理由
流動資産	5,931	9,054	+3,123	- 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、事業用資産購入のための借入金の増加に伴って現金預金が増加
現金及び預金	4,831	7,949	+3,118	- 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	6,465	+3,643	- 事業用資産の購入による増加 - ChargeSpot Digital社（元台湾FC）の買収に伴うのれんの計上 - Ezycharge社の連結追加に伴う以下の影響 - 事業用資産の増加 / のれんの計上 - 買収に伴う無形資産の追加計上（商標権、顧客関連資産）
のれん	-	2,604	+2,604	- ChargeSpot Digital社の買収に伴い発生 - Ezycharge社の買収に伴い発生
総資産	8,753	15,519	+6,766	
流動負債	4,898	9,697	+4,799	- 事業用資産購入のための借入金の増加 - ChargeSpot Digital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	1,738	+964	- 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	4,084	+1,002	- 当期純損益による影響
負債・純資産合計	8,753	15,519	+6,766	

FY2024 第3四半期 決算説明資料 目次

1. 決算説明資料 サマリー
2. FY2024 3Q 業績ハイライト
- 3. FY2024 3Q Topics**
4. 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



料金改定実施



広告販売拡充のための取り組み



台湾フランチャイズの子会社化



フランチャイズ展開エリアでの設置拡大



バッテリースタンドの開発

飲食などのチェーン店に加え、鉄道や大型施設での設置が進む。
 既存設置アカウントへの設置拡大も実施し、3Q中に新規・設置拡大で合計2,225台を設置。
 「充電GO!」の事業撤退に伴い、一部設置先の引き継ぎも実施。

新規設置/設置拡大実績（抜粋）



成田国際空港



横浜市交通局



千葉都市モノレール



大阪モノレール



東急電鉄



MIYASHITA PARK



SHIBUYA SKY



グラングリーン大阪



デニーズ



「充電GO!」一部設置先

※ 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

レンタル数増加によるバッテリー不足に対応するため、7月1日から料金改定を実施予定。
30分以上1時間未満でご返却いただく場合の料金が360円から330円に。

2024年7月1日 9:00からの料金体系

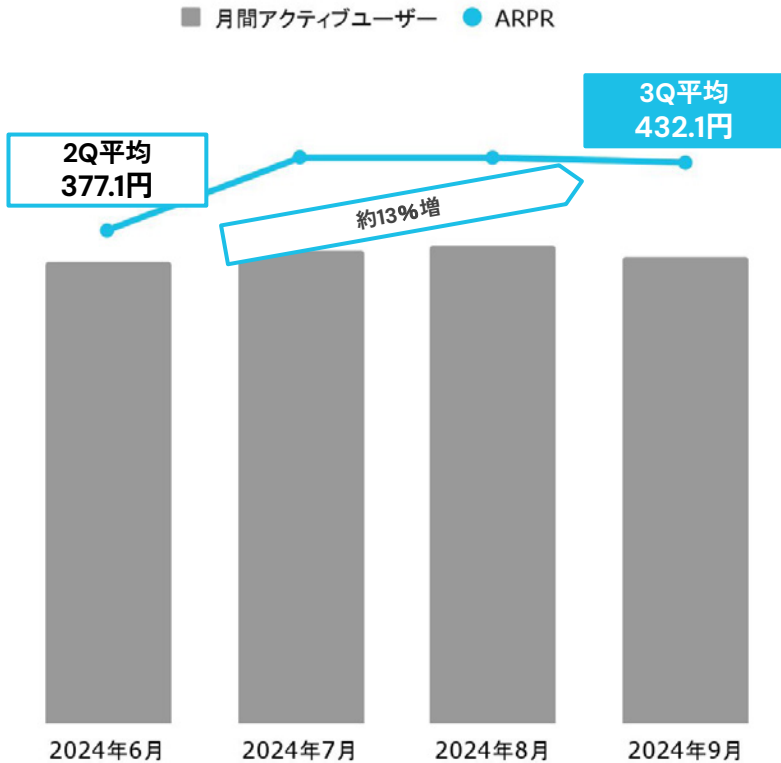


利用ユーザーが少なかった30分未満の料金を廃止。
1時間未満の短期返却の場合、今までより料金は安くなる。
短時間返却にご協力いただくことで、バッテリーの回転数向上を目指す。

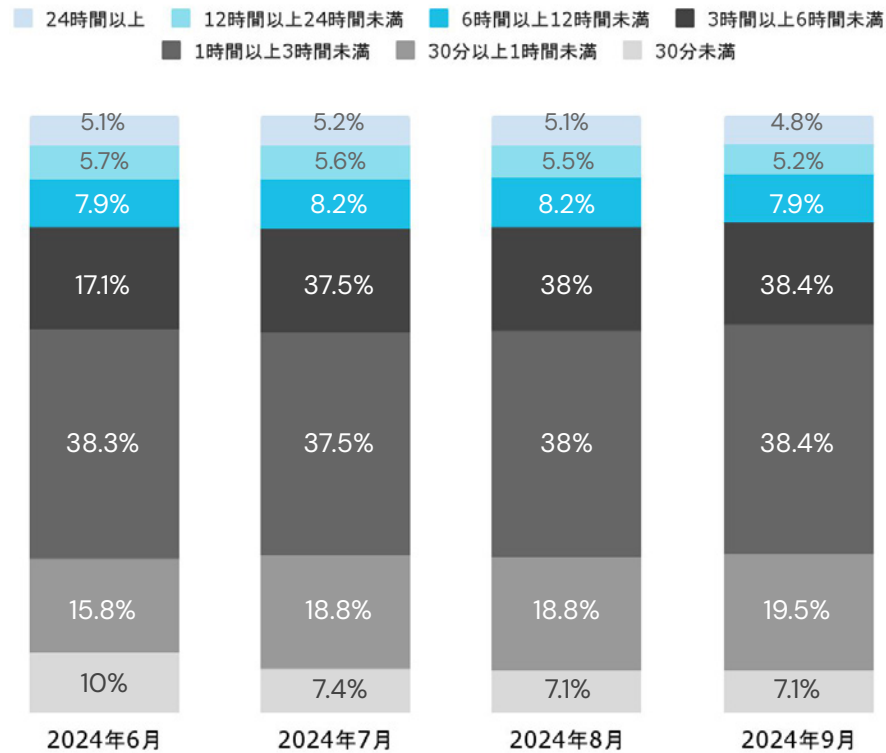
ChargeSPOT Passの料金は変更せず、
日常的な利用がしやすい状態を目指す。
ご加入により、1時間以上120時間まで390円で利用可能。

7月1日の料金改定後、ARPRは432円に高まった一方で、ユーザー数にはほぼ影響がなかった。
 利用時間はわずかに短縮化され、月額のChargeSPOT Passへの加入数は増加。

料金改定前後のMAUとARPR*



利用時間ごとの利用者割合



ChargeSPOT Pass 加入者数の変化

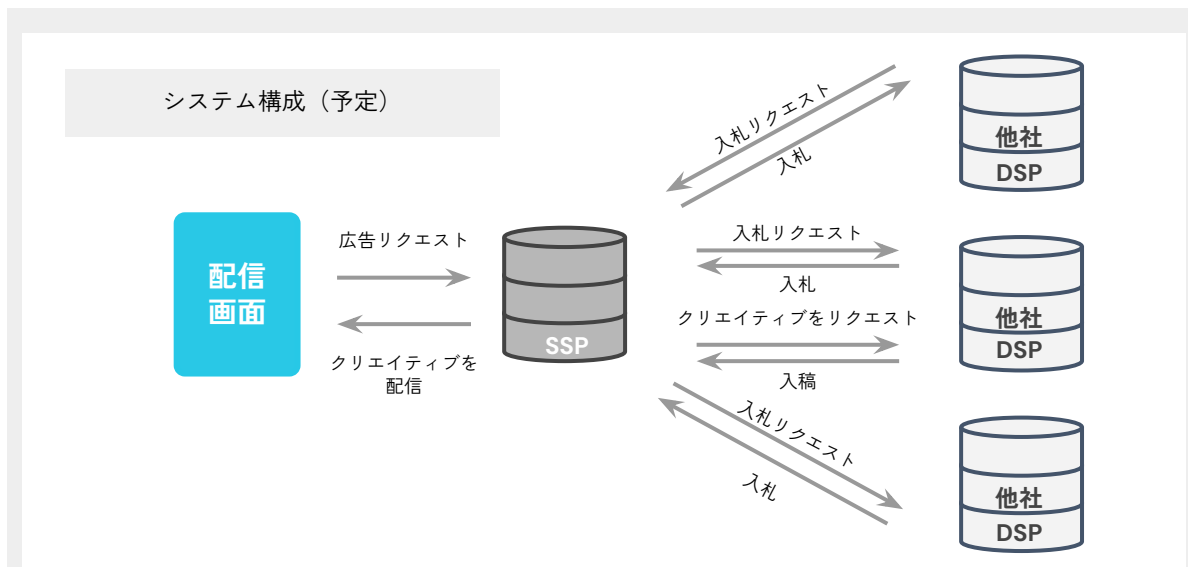
料金改定前：
 (3月～6月の平均加入者数)
 約**38,000**人

15%増加

料金改定後：
 (7月～9月の平均加入者数)
 約**44,000**人

ChargeSPOTのサイネージの広告枠の効率的な販売・運用と、 バッテリーの表面を活用した新しい広告の提供に向けた準備を実施。

SSPの開発完了



2024年8月に、SSPの開発が完了。
DSPの接続システムも完成し、年内に他社のDSPとの接続および
接続後のテスト作業などを実施する予定。
来年以降、広告配信の効率化と広告枠の有効活用を目指す。
日本のみならず台湾や香港の企業のものとの接続・連携を検討。

※ オークション形式での入札は今後実装予定

バッテリー表面のコラボレーション・デザイン

DOTOWNとのコラボレーション

THE HOPEでの会場限定デザイン

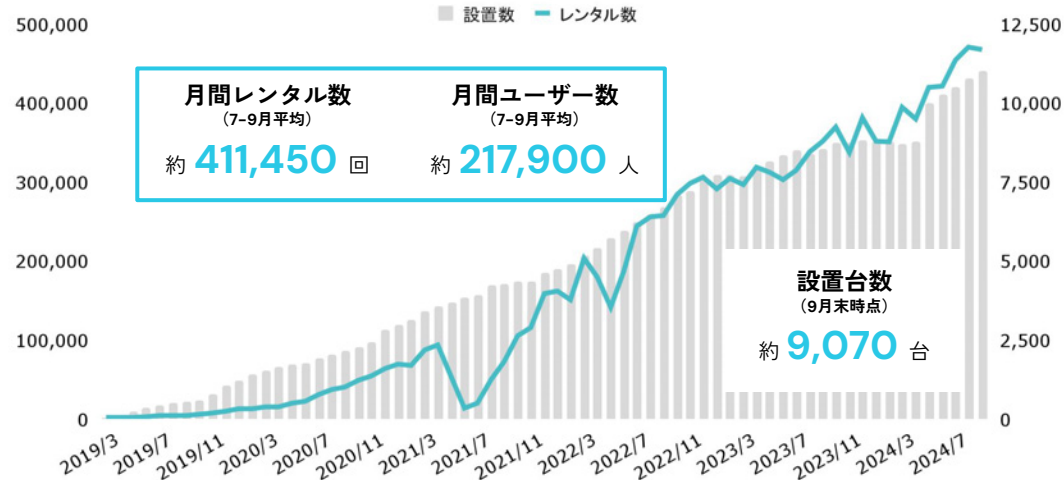
MMPB & Associatesとのコラボレーション

バッテリーの表面を活用したコラボレーションや、
イベント限定デザインのご提供の機会も増加。
今後はバッテリーの表面を広告として販売することも検討し、
ユーザーにとってはより楽しく、広告主にとっては今までにない
新しい広告媒体としてご利用いただけるサービスを目指していく。

台湾でChargeSPOTをフランチャイズ運営していたChargeSpot Digital社の株式を取得し子会社化。
2024年に売上222百万台湾ドル（約10億円）、2026年に売上352百万台湾ドル（約16億円）がターゲット。

台湾「ChargeSPOT」の現状

業績/想定売上



台湾での展開が始まった2019年3月以来、台数・レンタル数共に新型コロナウイルス感染症のまん延防止のためのロックダウン期間（2021年5月～9月/2022年6月）を除き順調に成長。

(単位：百万台湾ドル)

	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期	2024年 売上予想
売上高	28	90	137	222 百万台湾ドル (約10億円)
営業利益	△28	△7	14	352 百万台湾ドル (約16億円)

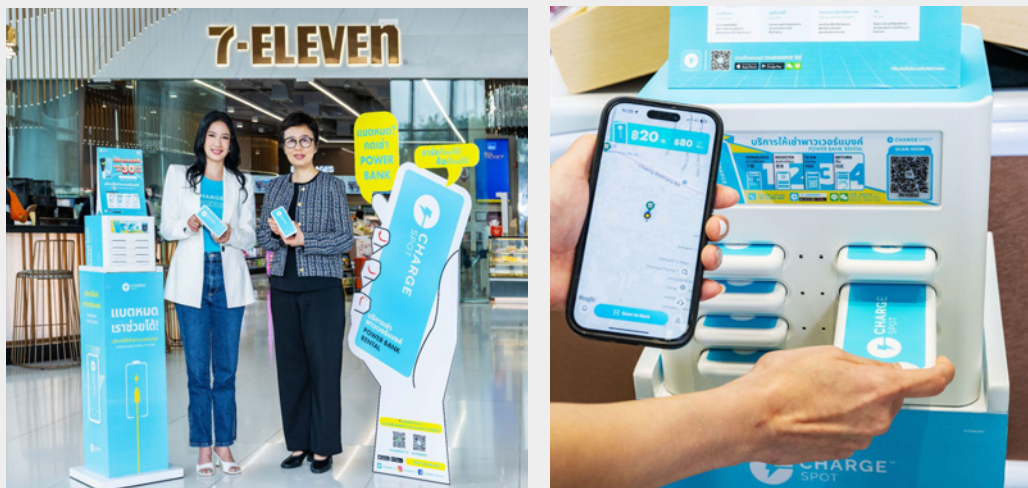
台湾での設置台数は9千台を超え、市場シェアも6割以上。
2023年度からは営業利益も黒字化。

今年度の売上予想は222百万台湾ドルで、2026年には352百万台湾ドルがターゲットに。長期的には700百万台湾ドルまでの売上拡大を目指していく。

フランチャイズで「ChargeSPOT」を展開しているタイとシンガポールで、7-Elevenへの設置が開始された。
今回の設置によって、シンガポールの市場シェアもトップに。タイでも引き続きトップシェアを維持。

タイ : 7-Elevenへの設置拡大に向けたパートナーシップ契約を締結

シンガポール : 7-Elevenへの設置を開始



写真左 : Ms.Rosupa Hongladarom, CEO, CHARGESPOT(Thailand) Co.,Ltd. (左) と Ms.Pennoi Ubonwattana, VP Merchandising, CP All Public Company Limited (右)

タイで「ChargeSPOT」をフランチャイズ展開するCHARGESPOT Thailandが、タイの7-Elevenへの設置の加速に向けたパートナーシップ契約を締結。

今回の契約によって2024年末までに1,800ヶ所への設置を実施し、2025年までに2,500ヶ所に設置することを目指す。

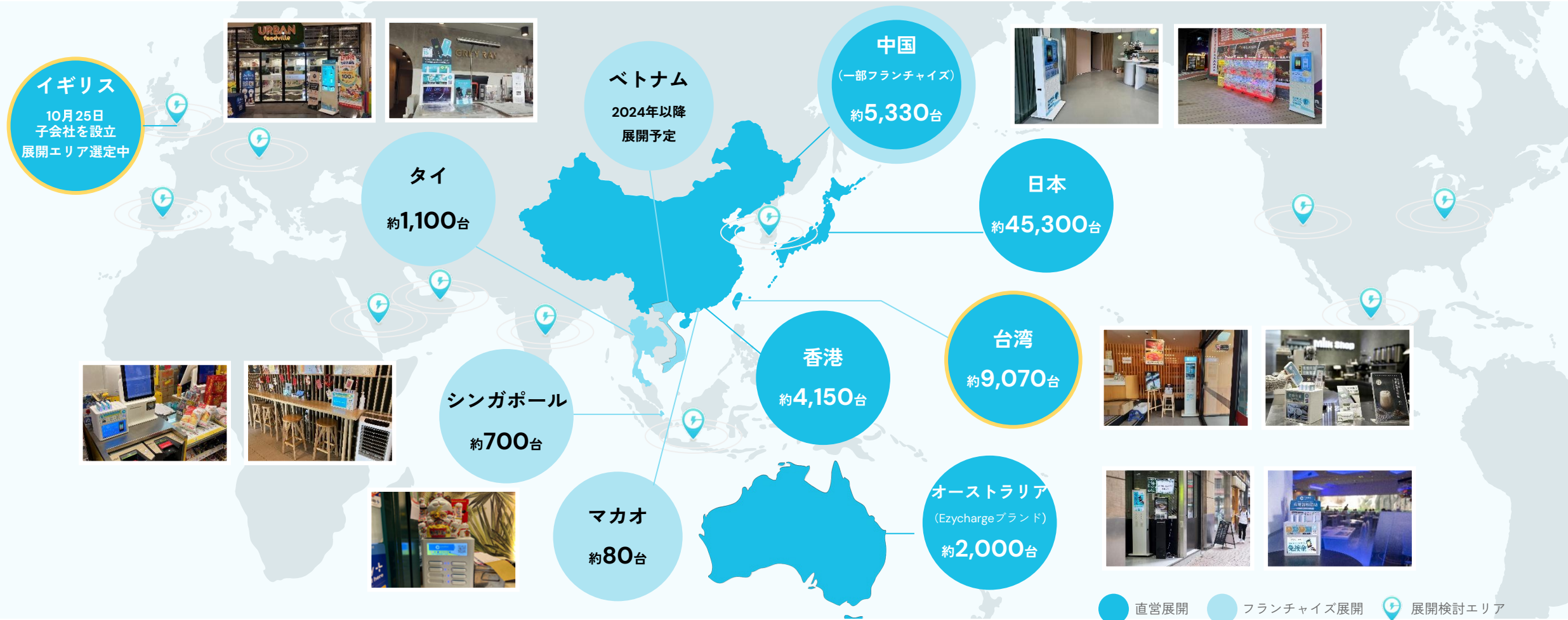


シンガポールで「ChargeSPOT」をフランチャイズ展開するTGAP※は、Cold Storage Singapore (1983) Pte. Ltd.が運営するシンガポール国内の7-Elevenへの設置を2024年9月から開始。

約450店舗への設置が完了したことで、シンガポール国内での設置台数が700台に増加。シンガポールでの市場シェアがトップになった。

※ T-GAIA Asia Pacific Pte. Ltd.

中国本土・香港、前四半期連結のオーストラリアに加え、今四半期末から台湾フランチャイズをグループ化。
10月25日にはイギリス子会社も設立し、ヨーロッパでの展開エリアを選定中。



今まで設置できなかったところにも置けるスタンドや新しい機能を付与したスタンドの開発を実施し、設置先に訴求。
ユーザーにとっての利便性向上のための新機能の搭載や、多様な決済に対応した新モデル開発も実施中。

国内での取り組み



返却ミスを防止するため、返却エラーになった際にはエラー音が、返却できた際には「ChargeSPOT」の音声が出るように仕様を変更。

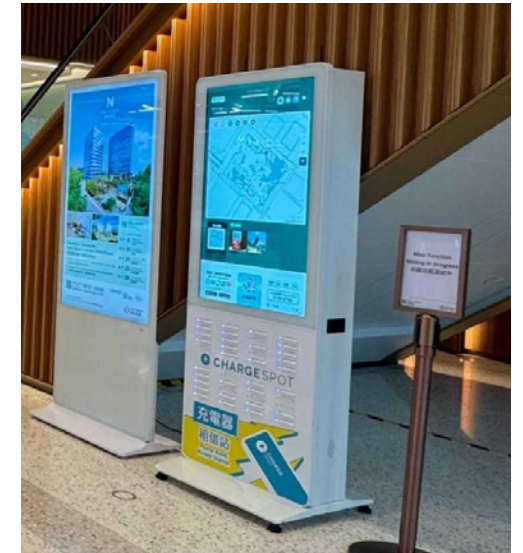


クレジットカードカードのタッチ決済に対応したバッテリースタンドを開発中。来年度以降に海外で展開予定。

海外での取り組み



省スペースで設置できる8スロットモデルを海外で展開。狭小店が多くカウンター内などサイン需要が無い場所がある、台湾やタイを中心に設置。



Mapxusと連携したスタンド。サイン画面がタッチパネルになっており館内地図を操作できる。香港で1台展開。

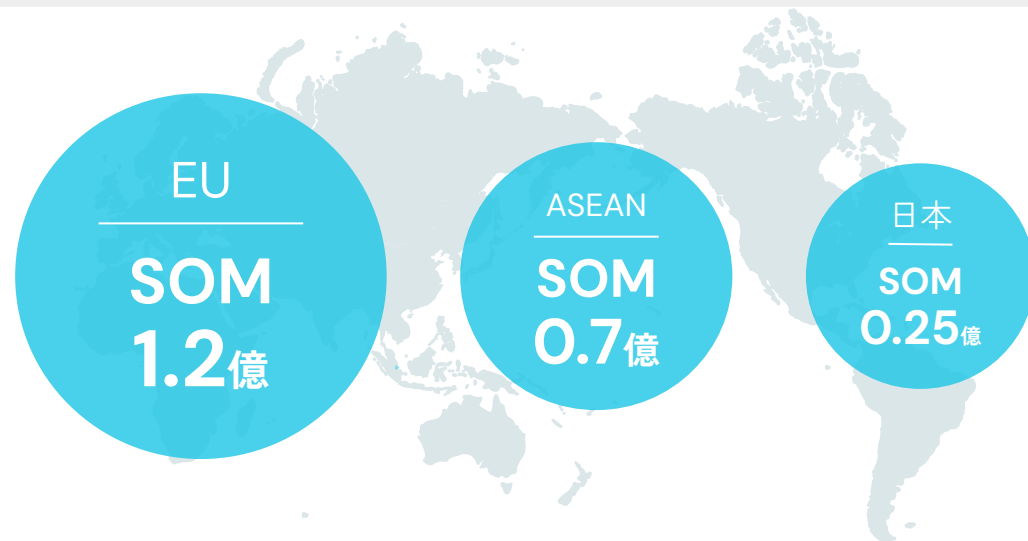
**10月25日（イギリス時間）にイギリス子会社INFORICH EUROPE LTDを設立。
イギリスやフランスをはじめ、ヨーロッパでのChargeSPOT展開の開始を目指す。**

子会社の詳細

名称	INFORICH EUROPE LTD
所在地	イギリス ロンドン
事業内容	欧州におけるChargeSPOT事業の展開
資本金	100£
設立年月日	2024年10月25日（イギリス時間）
事業開始日	2025年上期（予定）

10月25日に設立。
ChargeSPOTの展開エリアや展開時期・設置台数については、
公表可能になり次第、随時発表予定。

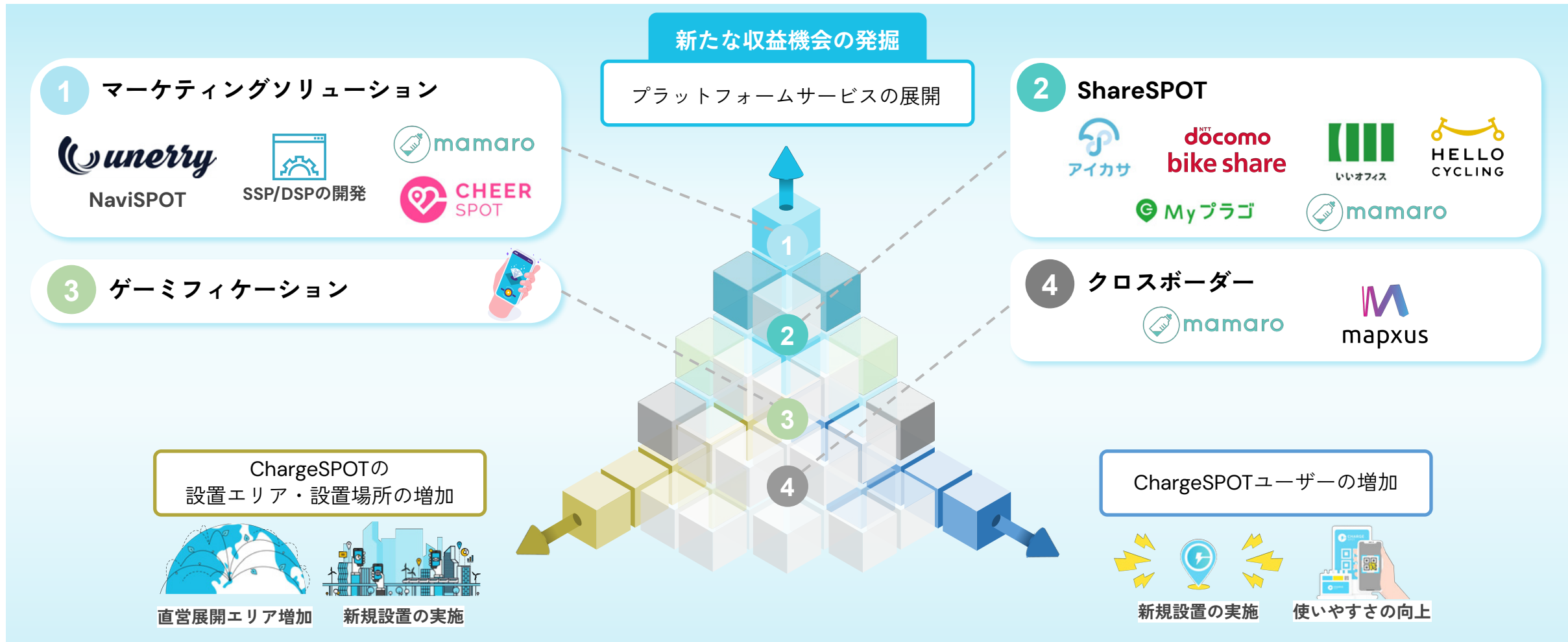
ヨーロッパの市場規模※



ヨーロッパの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。

※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)

中期経営計画の達成に向け、ChargeSPOTの設置場所・ユーザーの増加のための施策に加えて、プラットフォームサービスの展開を加速。



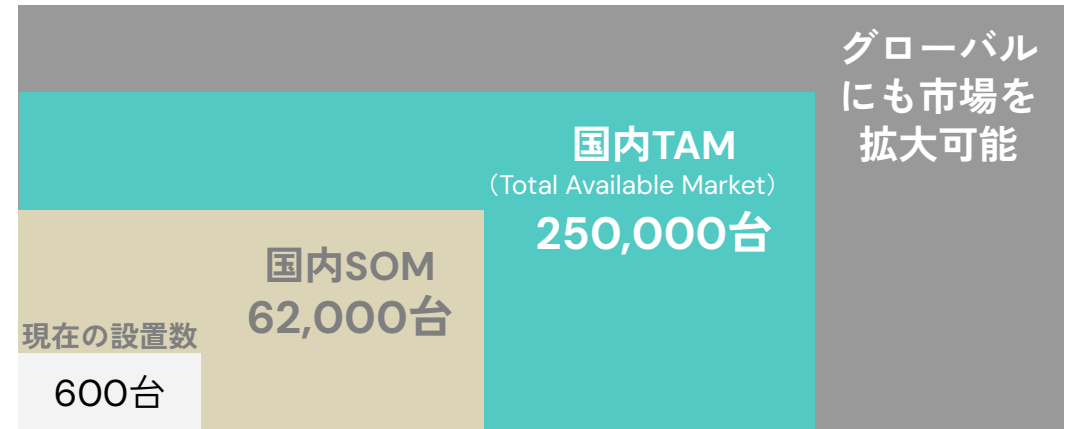
10月31日に、ベビーケアルーム「mamaro」を製造・販売しているTrim株式会社の株式取得を決議。
国内外での設置を拡大し、子育てに関する様々な垣根（障壁）の解消に取り組んでいく。

「mamaro」の詳細



1畳程度のコンパクトなサイズで、内側から施錠ができる個室型。
性別問わず、子どもの授乳・おむつ替え・離乳食の際などに使用できる。
室内にはモニターがあり、利用者に向けたマーケティングも可能。

想定される国内の市場規模



こども関連ビジネスの市場規模は2023年度から2024年度にかけて
2.2%増と、少子化の進行の影響を受けながらも成長傾向。
子どもとの外出機会の増加や男性の育児参加の増加により、
外出中に性別問わず使用できるベビーケア用個室のニーズは高まっており、
市場ポテンシャルは大きいと推定される。

「ChargeSPOT」と「mamaro」には類似点が多く、
当社が持つ設置先・ユーザーの顧客基盤や技術を横展開することでシナジーの創出が可能。

「mamaro」と「ChargeSPOT」の類似点

想定されるシナジー

	<u>mamaro</u>	<u>ChargeSPOT</u>
機能	-個室型ベビーケアルーム -個室サイネージ	-モバイルバッテリーのレンタル -サイネージ
主な設置場所	人流の多い施設内	人流の多い立地にある店舗・施設
主な利用者	子育て中の人	10代~40代
利用シーン	子どもと外出している人	外出時



設置先の増加

- ChargeSPOT設置先への展開
- 国外展開エリアへの進出



認知度向上



製造コスト削減

⇒ 「mamaro」の売上・利益の最大化をはかる

「mamaro」と「ChargeSPOT」には類似点が多い。
特に設置場所は、人流が多く、長時間滞在する場所が
双方に適しており、親和性が高い。
ユーザーの年齢層も近いことが想定される。

設置先とのリレーションをもとに、「mamaro」の設置数増加をはかる。
また、バッテリースタンドの製造の過程で得たノウハウによって
製造費用の低減を行うことで利益を最大化する。
相互のユーザー層への認知の向上も目指していく。
※PLへの連結は2025年度からを想定。

11月7日に設置パートナーやメディア関係者、フランチャイジーなどが集まるカンファレンスを実施。
「NaviSPOT」や「CheerSPOT」などの新サービスや、新しいタイプのバッテリースタンドを発表。

INFORICH CONFERENCE ExSPOT 2024の開催



報道関係者・パートナーを招待したカンファレンスを実施し、450人が来場。

「VISION 2030」の達成に向けた具体的な事業戦略と今後のビジョンを発表した。

NaviSPOTの発表



バッテリースタンドにタッチパネルとAIを搭載し、多言語での乗換案内やバーチャル接客に対応。
インバウンド対応の際の言語の壁を解消し、サービス業が抱える人手不足などの課題も解決する。

ソーラーパネル搭載型モデルを開発



コンセントの無い屋外でも設置が可能な、ソーラーパネルによる蓄電を行うモデル。
災害時のインフラとしても活用できる。
2025年からの設置を予定。

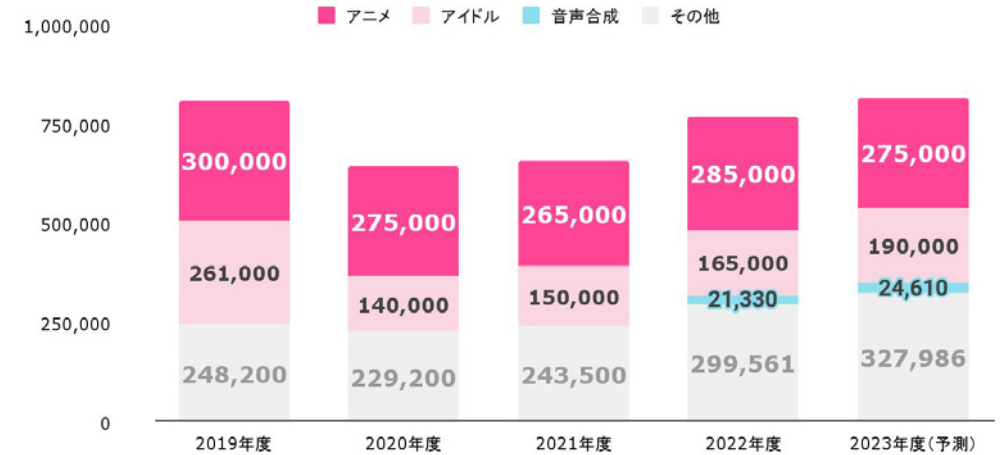
ファンとアーティストをつなぐ循環型プラットフォーム「CheerSPOT」をリリース。
 新サービスとして、個人がアーティストなどへの応援を目的にした広告を出稿できるサービスを開始。

「CheerSPOT」について



「CheerSPOT」は、ファンとアーティストをつなぐ循環型プラットフォームで、様々な「応援（Cheer）」に関連するサービスを展開していく。
 既存の「MusicCharge」などのコンテンツに加え、ファンがアーティストなどを応援するメッセージを出稿できる、個人発信の広告のサービスを新たに展開する。

「オタク」市場の市場規模

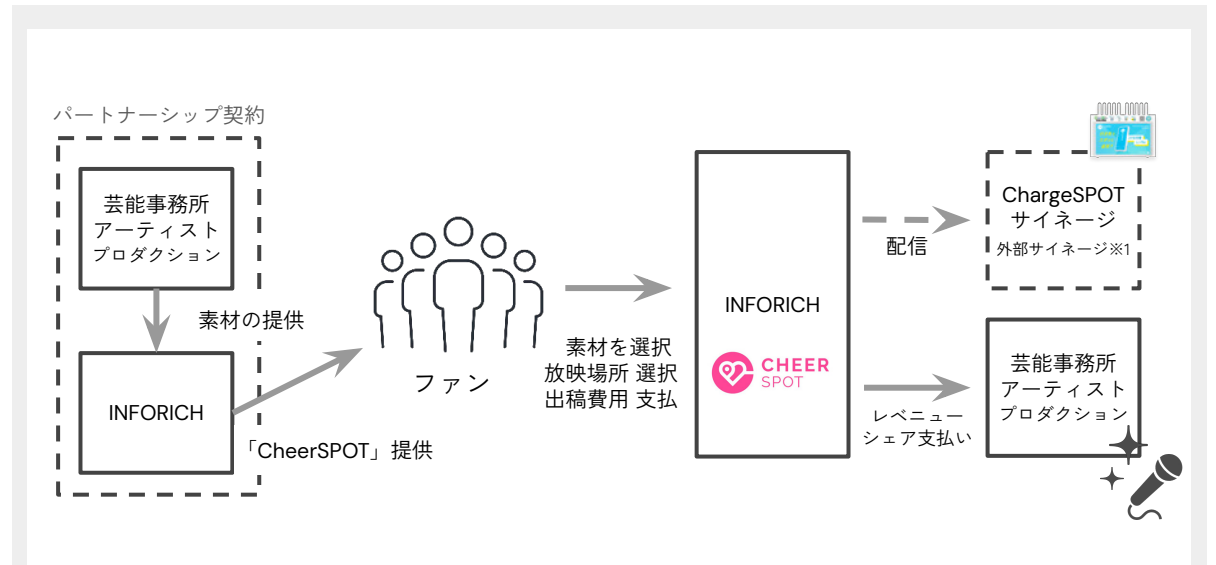
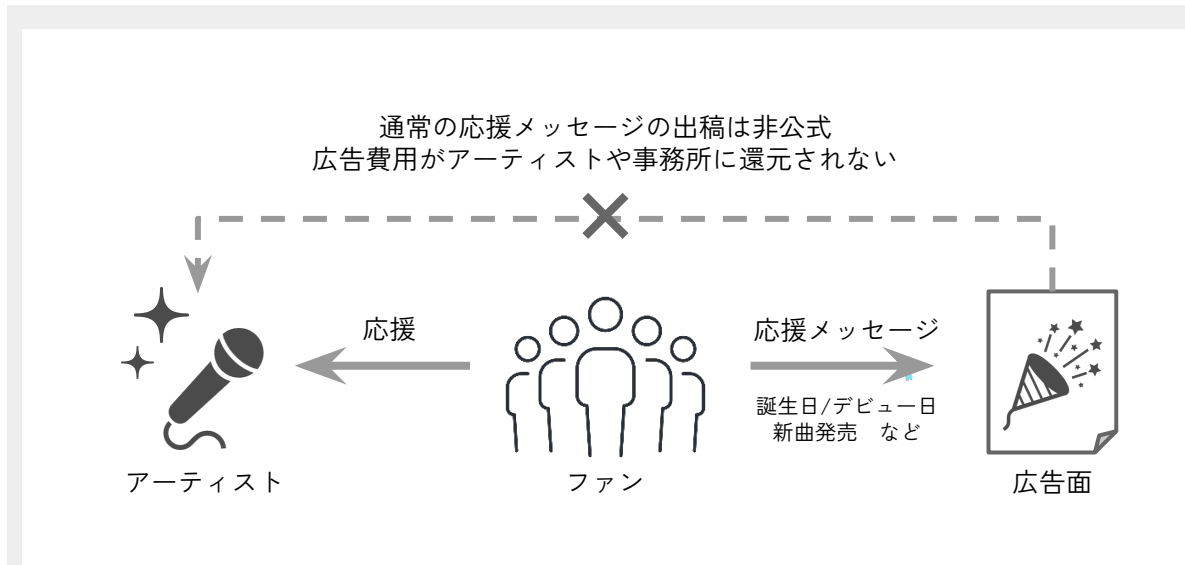


日本の「オタク」市場は主要14カテゴリで8,999億円と推定されている*。
 アニメ、アイドルなどが主流で、音声合成関連も近年では人気。
 今後の継続的な成長が期待されている。
 自分でコンテンツやグッズを楽しむだけでなく、他の人にすすめることもファンにとっては活動の一つになっている。
 （音声合成=ボーカロイドソフトウェアやそのキャラクターに関連するグッズなど）

芸能事務所などとのパートナーシップによって、今までにない応援体験を創出する。
世界約6万台のバッテリースタンドのサイネージを活用することで、大規模に展開が可能。

応援メッセージ出稿について

ビジネスモデル



ファンがアイドルなどへの「応援」のメッセージを広告面などに掲載する
応援方法に関する市場も国内約300億円規模だと推定されている。

ファンによる応援メッセージは非公認なことが多く、
アーティストや事務所への金銭的な還元が無いことが課題。

芸能事務所などとパートナーシップを締結し、来年度から本格展開。
公式に提供された素材で応援メッセージを発信することができ、
出稿費用の一部はレベニューシェアとしてアーティストなどに還元。

応援メッセージを配信できる面としては最大規模※2のものに。

※1 外部DSPとの接続によって、2025年春頃から街角テレビジョンやエレベーターサイネージなどへの配信が可能になる予定。
※2 自社調べ

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 第3四半期 決算説明資料 目次

1. 決算説明資料 サマリー
2. FY2024 3Q 業績ハイライト
3. FY2024 3Q Topics
- 4. 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 2,793,423,045 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：283人（臨時雇用者44名を含む、2024年9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（10月25日設立）



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、スマートフォンアクセサリーを扱う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年にオアシックス・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 第3四半期 決算説明資料 目次

1. 決算説明資料 サマリー
2. FY2024 3Q 業績ハイライト
3. FY2024 3Q Topics
- 4. 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

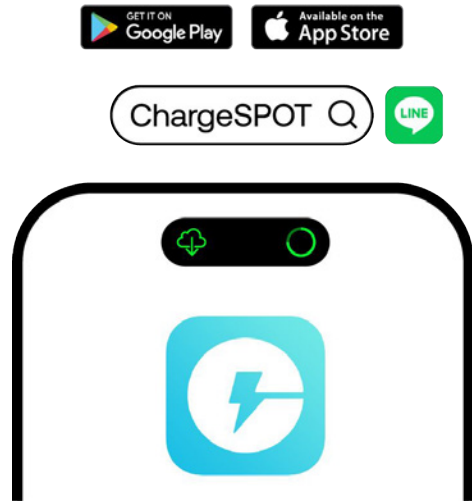
どこでも借りられて、



どこでも返せる

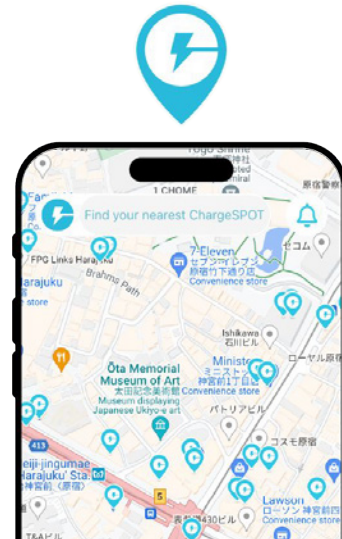
2018年4月のサービス開始以降、既に日本全国47都道府県にて提供実績。
海外においても香港、タイ、台湾、シンガポール、マカオと続々とエリアを拡大中。
使い方はアプリでデジタルサイネージを搭載したバッテリースタンドのQRをスキャンするだけ。
従来のコンセントやBOX型充電器とは異なり、ユーザーは借りたモバイルバッテリーの持ち運び可能。
ケーブル端子が3種類付いているので、大体のモバイル機器に対応可能。





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45,200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、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、キッズニア、サンリオピューロランド、スモールワールドズ、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、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、フジテレビ、ラウンドワン、横浜アリーナ
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、グラングリーン大阪、グランフロント大阪、マルイ、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、青森駅ビル、ラビナ、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9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45,200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、デニーズ、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、上島珈琲
ホテル	JR東日本ホテルメッツ、アパホテル、シェラトングランド東京ベイ、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9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



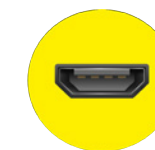
バッテリーの容量	5000 mAh
バッテリーの出力	DC5V/2A
重量	163 g
ケーブル	USB Type-C Lightning マイクロUSB
安全性	PSE適合 CQC16001139923
環境基準	GB31241 GB/T 35590-2017
iPhone iPad iPod	MFI認定済み
加工	抗ウイルス・抗菌加工 SIAA適合



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



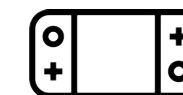
電子タバコ



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



“LL20-J” モデル



“LL40” モデル

自立型

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。

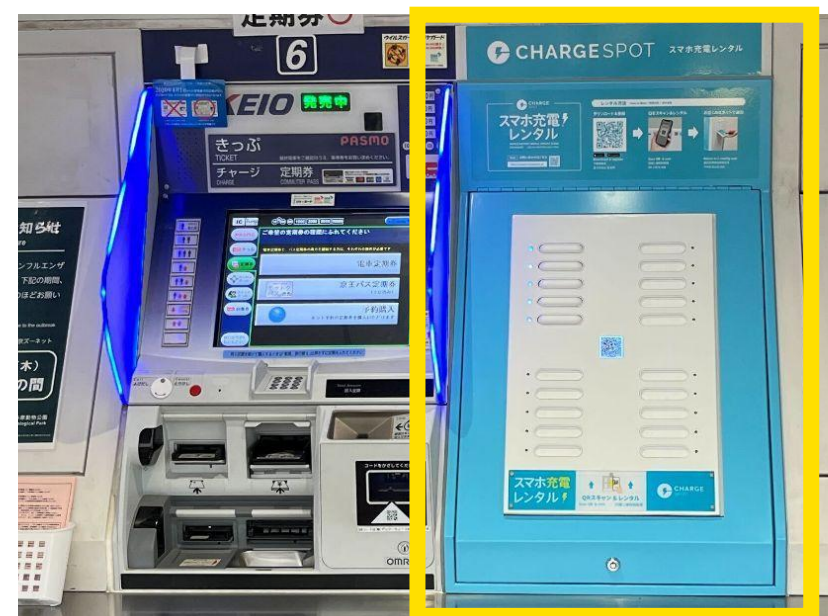
自動販売機モデル



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

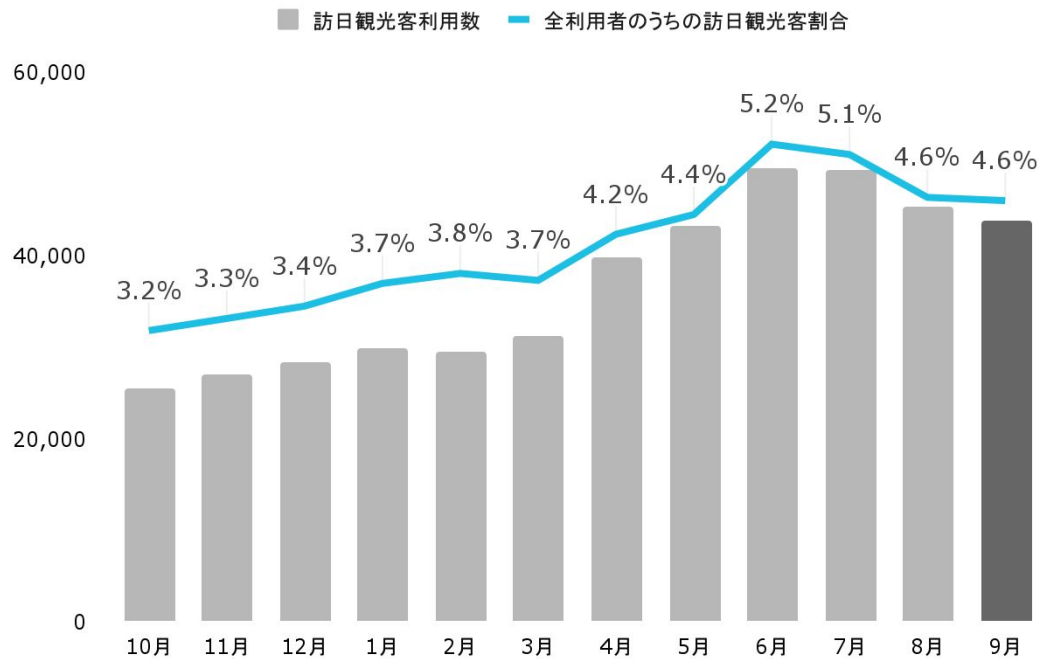
地震

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9月段階では、月間利用者数※の4.5%程度が訪日観光客だと想定され、今後も増加を見込んでいる。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

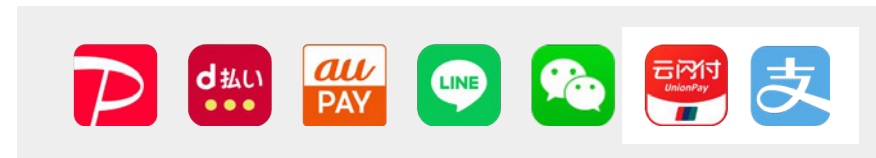


訪日観光客の増減に応じて利用者数も変動。利用者のうちの訪日観光客割合は直近で4.5%程度で推移。

訪日観光客の利用促進のための施策

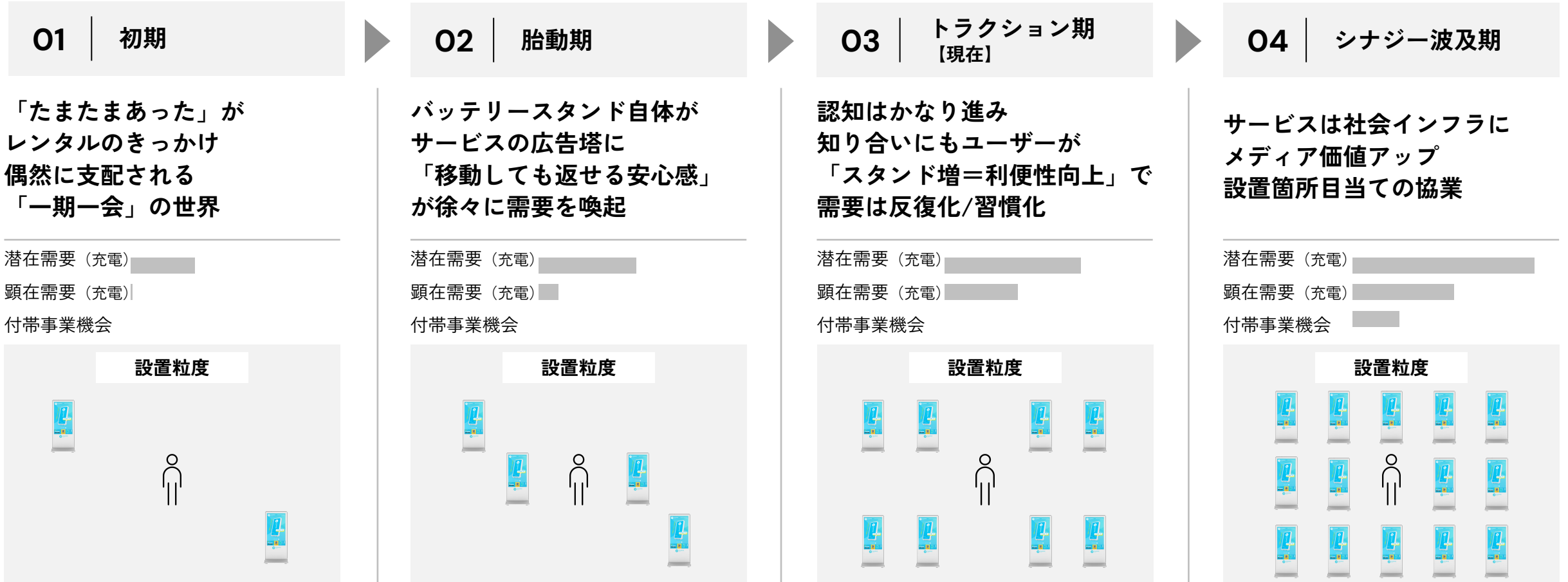


サイネージ画面に、英語、中国語、韓国語での案内を表示。空港など、訪日観光客が多く立ち寄りところには多言語でのPOPを掲示。



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。

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



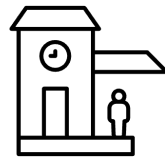
具体的な審査基準



レピュテーション
リスクがない



重点エリア



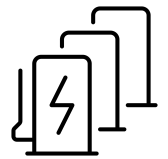
人流の多い
駅周辺



アクセスしやすい









土日祝日に営業



既存台の稼働

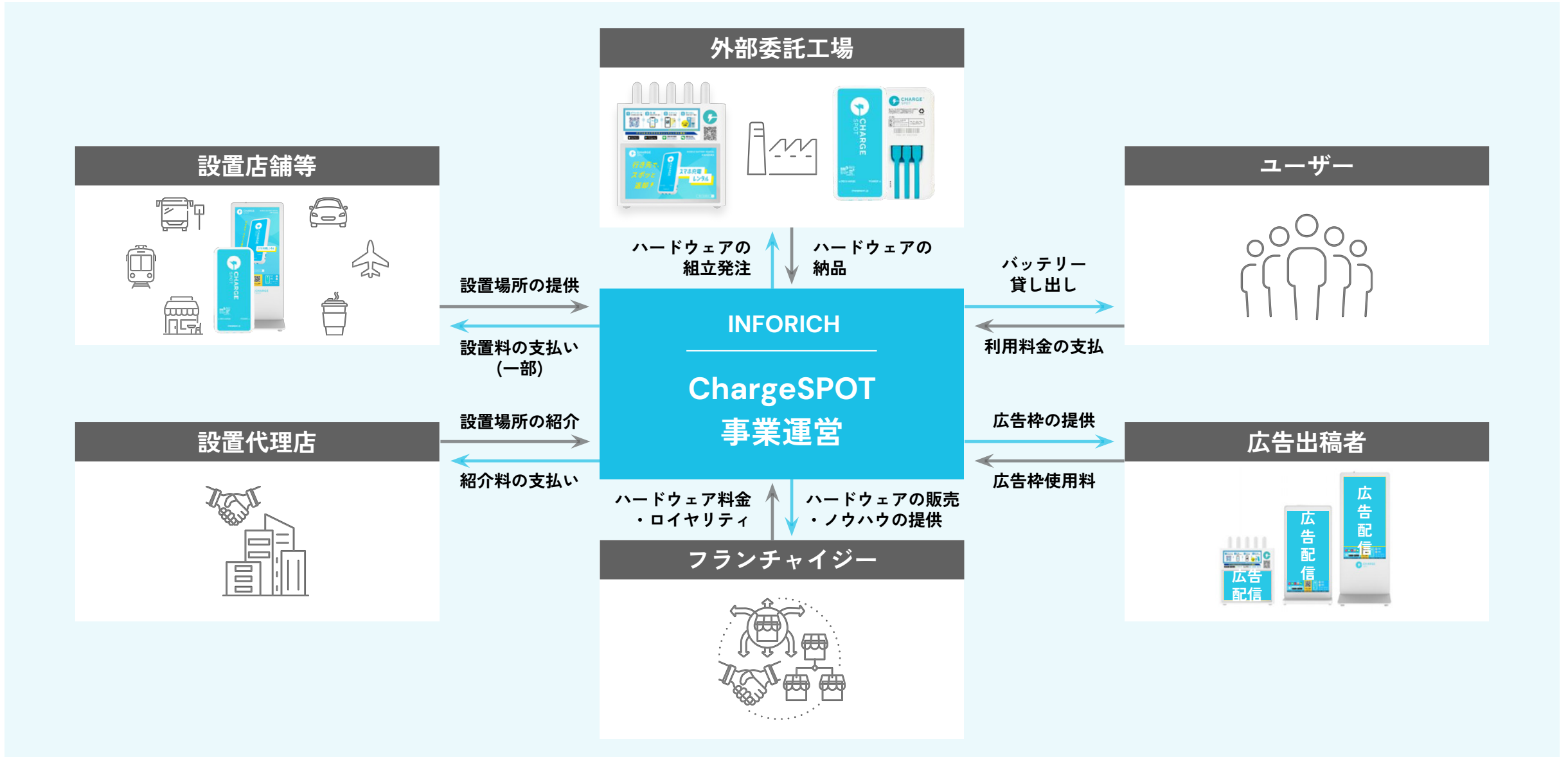
バッテリー/バッテリースタンド共に投資回収期間は短縮傾向。
 設置基準に沿った展開を行うことで、設置数が増加している中でも早期の投資回収を実現している。

種別	スロット数	構成割合	減価償却期間	投資回収期間	
				2024/6	2024/9
バッテリー 	-	-	3年	20日	18日
バッテリー スタンド 	LL40	40個	0.4%	30日	29日
	LL20-J 	20個	9.0%	216日	168日
	M10 	10個	3.9%	355日	310日
	S10 S10-A 	10個	20.2% 26.5%	98日 80日	90日 68日
	S5 	5個	39.8%	108日	90日

※ 投資回収期間：2024年6月および9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

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



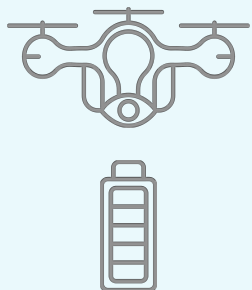
- 環境意識の高まり（大量消費・大量廃棄への忌避感）
- モノを持たない生活への関心の高まり
- 持ち歩く荷物の軽量・小型化
- モバイルバッテリーの取り扱いへの関心の高まり（一般ごみへの廃棄による収集車の火災などの頻発）

経済



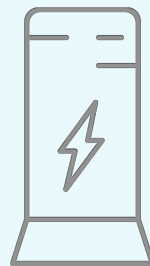
- スマートフォンの価格上昇
- 特に若年層の実質賃金の低下
- 携帯販売時の奨励金の停止
⇒スマートフォンの買い替え頻度の低下
- モバイルバッテリーの価格上昇

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

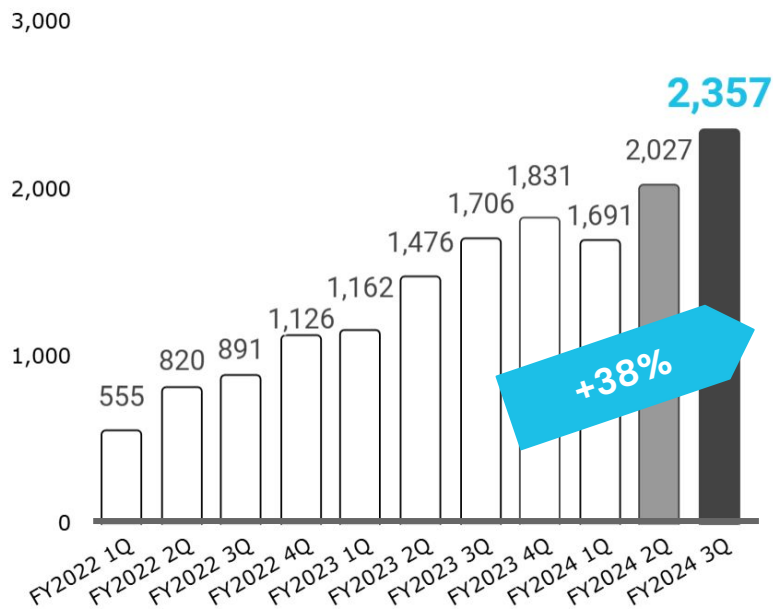
FY2024 第3四半期 決算説明資料 目次

1. 決算説明資料 サマリー
2. FY2024 3Q 業績ハイライト
3. FY2024 3Q Topics
- 4. 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

レンタル売上が好調のため、売上高・EBITDA・営業利益ともに過去最高の業績。
 営業利益はYoYで+217%と大幅に増益。

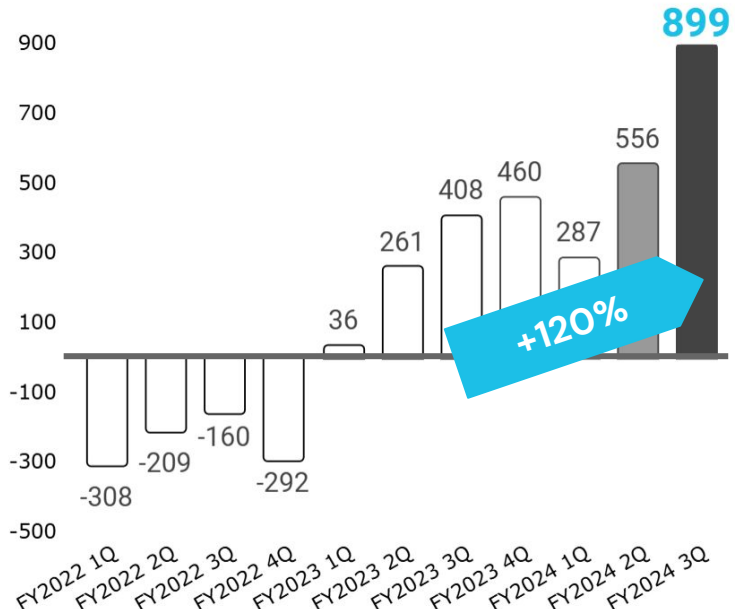
売上高

単位：百万円



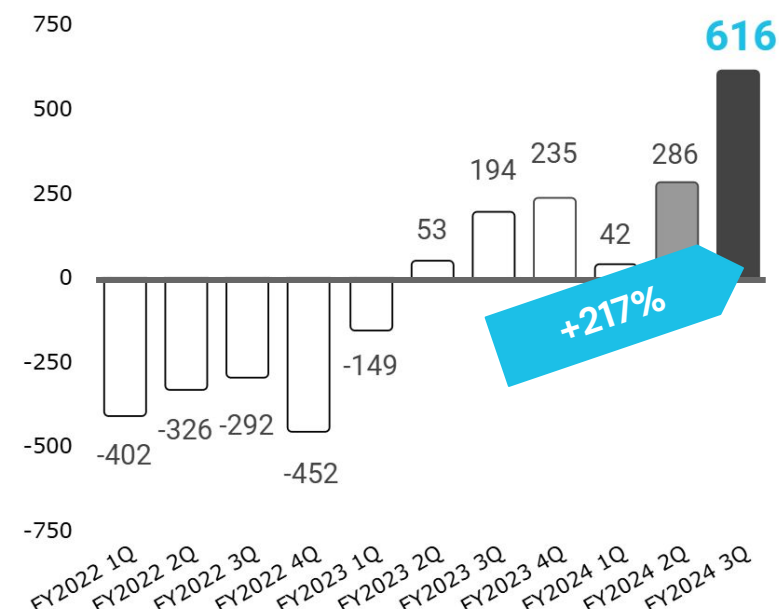
EBITDA

単位：百万円



営業利益

単位：百万円



料金改定による国内のレンタル単価の上昇により、売上高はQoQで+16%
営業利益率も過去最高。

単体損益計算書

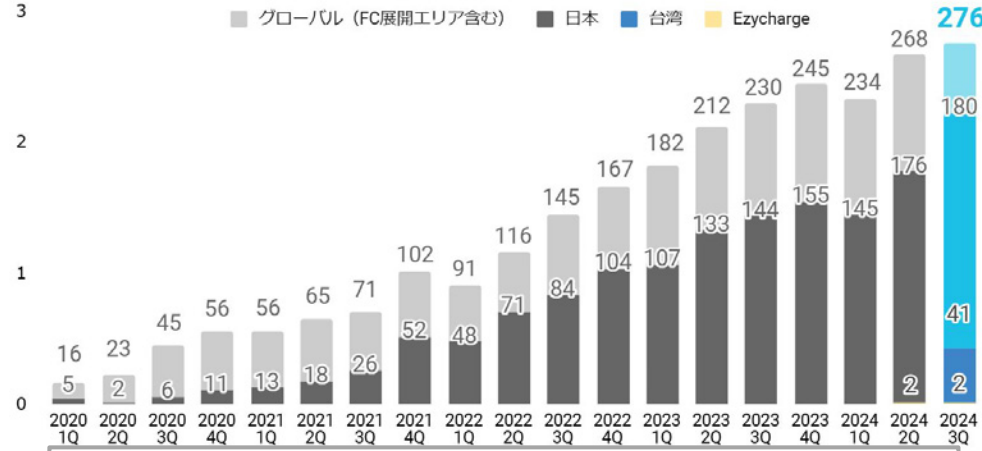
単位：百万円

	四半期会計期間				
	FY2023 3Q	FY2024 2Q	FY2024 3Q	YoY 増減率	QoQ 増減率
売上高	1,706	2,027	2,357	+38 %	+16 %
EBITDA	408	556	899	+120 %	+62 %
営業利益	194	286	616	+217 %	+115 %
営業利益率	11 %	14 %	26 %	+15 pt	+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)

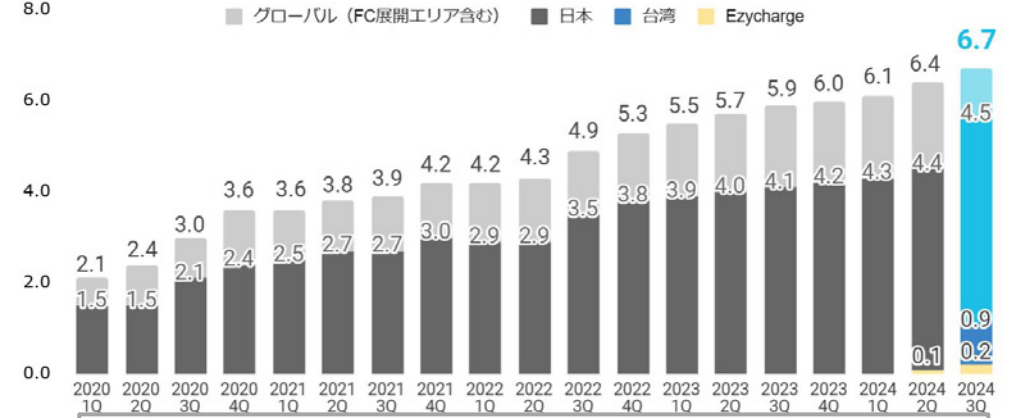
単位：万、切り捨て



展開エリアが増加し、グローバルエリアでのレンタル数も90万回に

累計設置台数 (各四半期末)

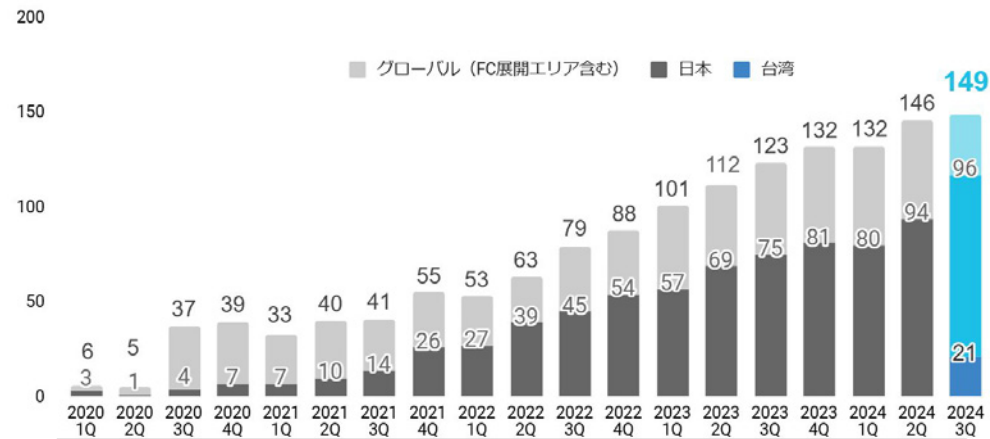
単位：万、切り捨て



FC展開エリアでの設置も順調に増加

月間アクティブユーザー (各四半期平均)

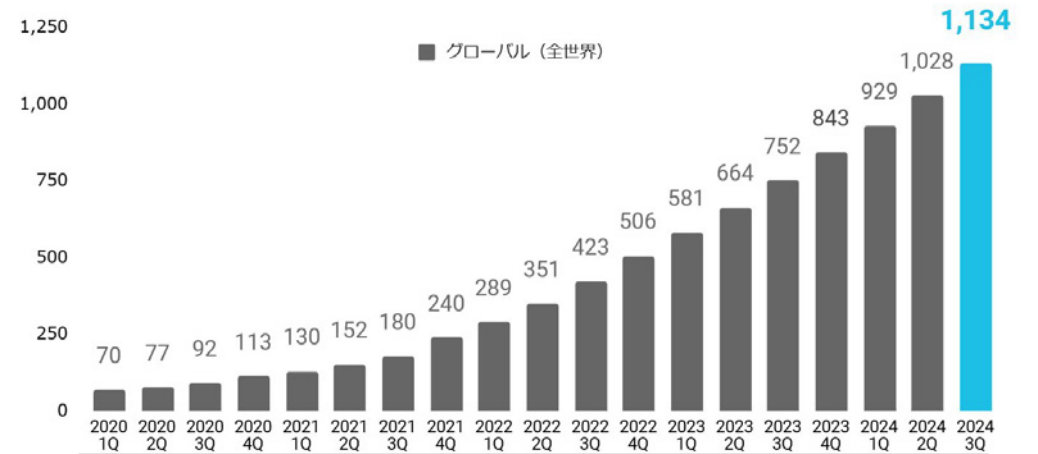
単位：万、切り捨て



FC展開エリアでも20万人以上のアクティブユーザーを獲得

累計ダウンロード数 (ネイティブアプリ)

単位：万、切り捨て



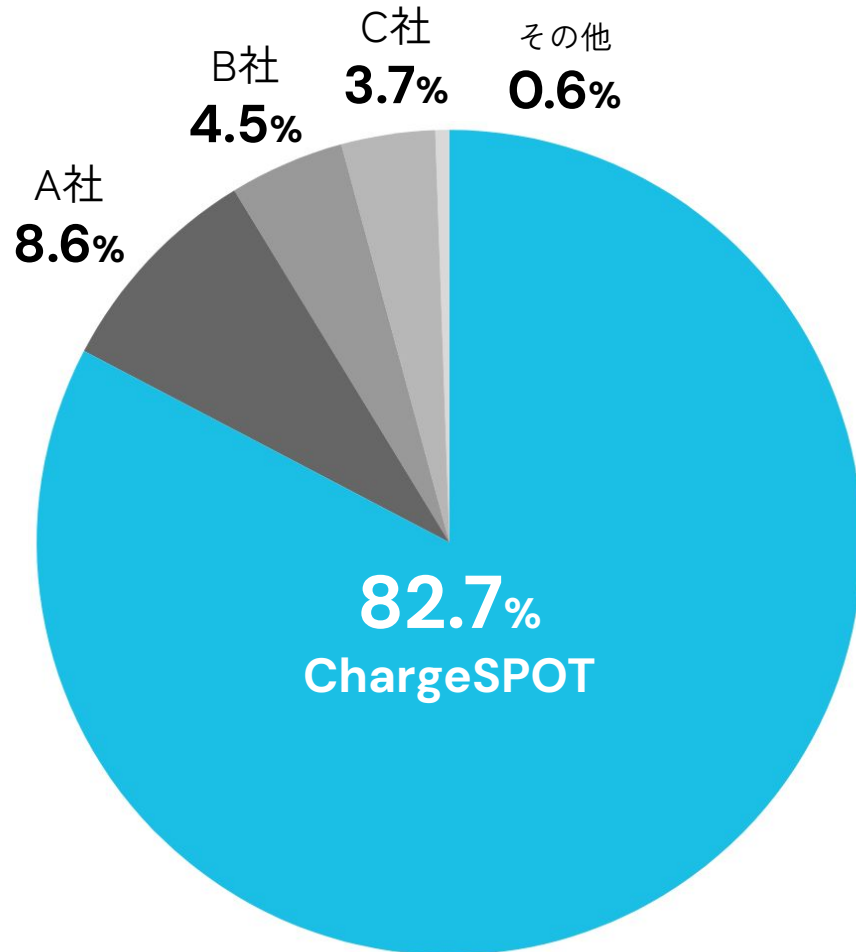
グローバルでのダウンロード数が1,100万回を突破

※ 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)

ChargeSPOT	45,293
A社	4,703
B社	2,468
C社	2,012
その他	302

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ことは難しい。
- 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。

3Q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	通期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980回以上再生された。
アナリスト・機関投資家向けスモールMTG	2回	CEO CFO	証券会社主催のセミナー、スモールMTGに参加し、約20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40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 (オンライン)	1回	CEO CFO	KabuBerry主催で、オンライン開催。
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。

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 ✓ 中長期的な成長戦略 ✓ 台湾FCの子会社化について（市場の現状、将来性） ✓ イギリス子会社の設立理由 ✓ 広告販売の今後の見通し

今後の方針
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 機関投資家向けの説明会を決算発表と同日に実施 ✓ 説明会の動画や書き起こし・質疑応答の迅速な提供 ✓ 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 第3四半期 決算説明資料 目次

1. 決算説明資料 サマリー
2. FY2024 3Q 業績ハイライト
3. FY2024 3Q Topics
- 4. 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）

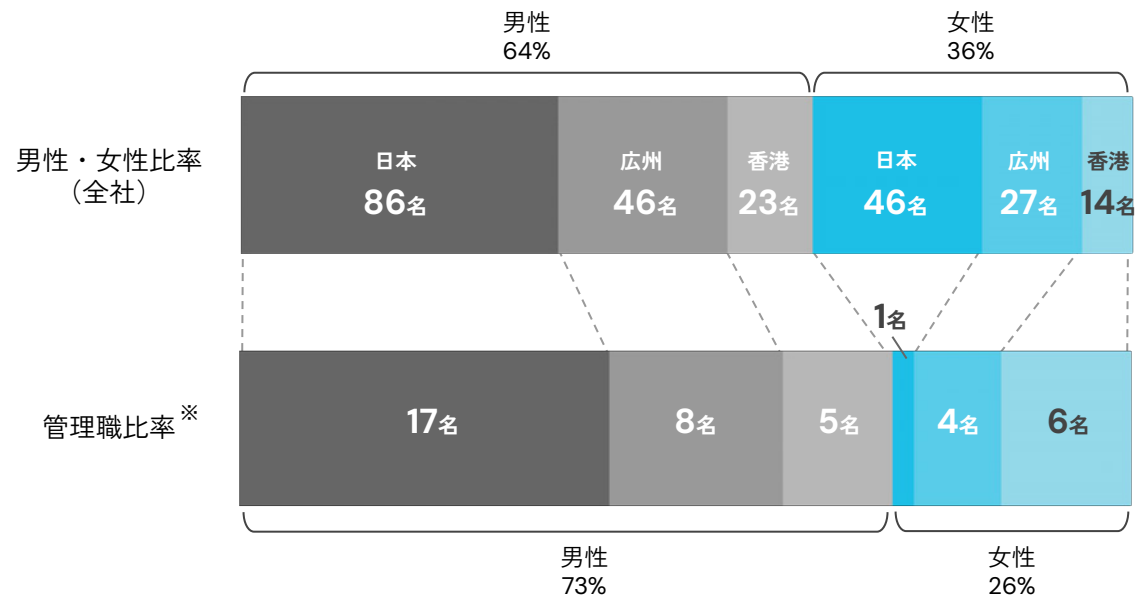
上場会社にふさわしいリスク管理を実施するとともに、経営基盤を強化して、中長期的に企業価値を向上させる。

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

今後も「ChargeSPOT」の展開を国内外で加速させると共に、新たなビジネスを見つけ・展開していくためには多様な人材による視点と多彩な能力が必要であると認識し、採用と働く環境づくりを行ってきた。

【連結】従業員および管理職における男女比率



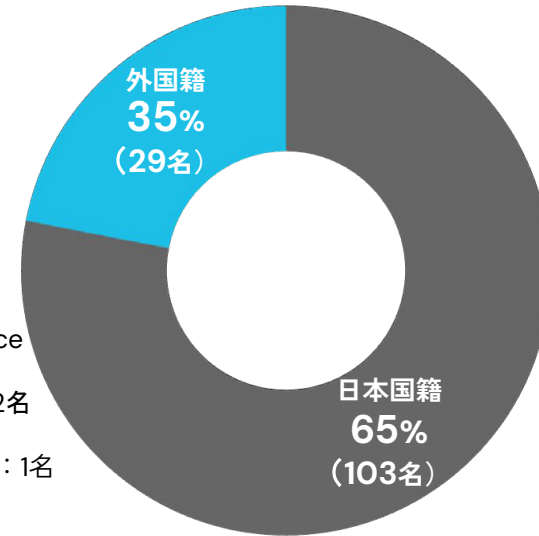
【女性管理職比率】日本：5.6% / 広州：33.3% / 香港：54.5%

全社的には単体、連結ともに女性比率は低いとは言えないが、日本における女性管理職比率が5.6%と低い点が課題。

【単体】外国籍社員比率

外国籍社員 所属部署

- Internal Audit:1名
- Business Intelligence (データ分析):1名
- Overseas:2名
- Product:9名
- Engineering:9名
- Operational Excellence (知財):1名
- Corporate Planning:2名
- HR&GA:2名
- Finance&Accounting:1名



社内で対応可能な言語

- 日本語
- 中国語
- 北京語
- 広東語
- 台湾語
- 長沙語
- 合肥語
- 韓国語
- インドネシア語
- 英語
- フランス語
- イタリア語
- スペイン語
- ポルトガル語

日本法人内の外国籍比率は35%で、様々な部署で外国籍社員が活躍。日本国籍者にも多言語が話せる人が多く、社内で対応できる言語は8以上。

INFORICHの経営の中核には「多様なものが混在する中にこそ、多くの可能性がある」という信念がある。
 多様な人材が活躍できる組織にするため、カルチャーサーベイの中に重点領域を設定し、向上を目指す。
 日本法人の女性管理職比率の向上にも重点的に取り組んでいく。

【単体】カルチャーサーベイの結果

	全体	男性	女性	2024年11月目標 (全体)	他社平均 (全体)
多様性の尊重と理解	4.0/5.0	4.0/5.0	4.0/5.0	4.2/5.0	3.8/5.0
心理的安全性の担保	3.6/5.0	3.5/5.0	3.7/5.0	3.8/5.0	3.7/5.0
個別環境の理解と尊重	3.9/5.0	3.9/5.0	4.0/5.0	4.1/5.0	4.2/5.0

「多様性尊重と理解」については、現状でも他社より高いスコアを記録。
 「心理的安全性の担保」「個別環境の理解と尊重」も全体として高いが、
 他社と比べると改善の余地がある。

多様性を活かすための施策

働きやすい環境を整えるとともに、社員同士のコミュニケーションの活性化を促す施策を実施。
 今後もさらなる拡充を行い、より良い環境づくりに取り組む。

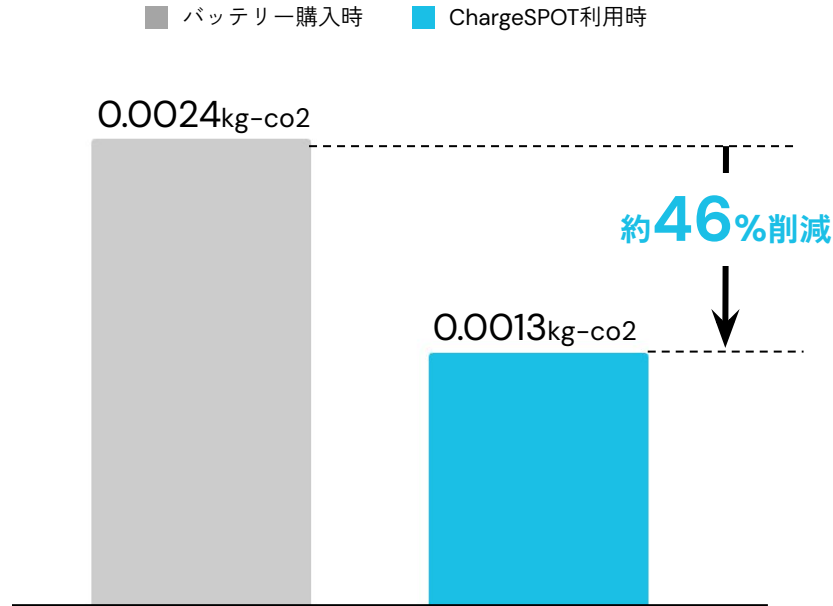
- コアタイムなしのスーパーフレックスタイム
- 定期的な、全社での対面会議「CONNECT」の実施（香港・広州からはオンラインで参加）
- 他部署の人を含む3人以上でランチに行く場合はランチ代に補助を出す「コミュニケーションランチ制度」
- 外国籍社員への日本語講座の提供
- 社内コミュニケーションツールのプロフィールへの、資格・趣味の記載を推奨

FY2024の目標

- カルチャーサーベイ：重点領域3つについて、それぞれ0.2%の向上を目指す。
- 女性管理職比率：日本法人において、現在5.6%→2024年中に10%に上げるため、採用と育成に取り組む。

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46%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。

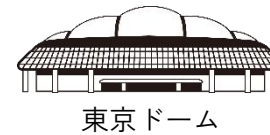
バッテリーを購入して1年間使用した場合と
ChargeSPOTを利用した場合のCO₂排出量比較



ChargeSPOTユーザー全体でのCO₂削減量(国内)

160,651kg-co₂e

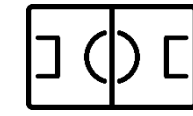
↓ 森林のCO₂吸収量に変換すると...



東京ドーム



4 個分の



サッカーコート



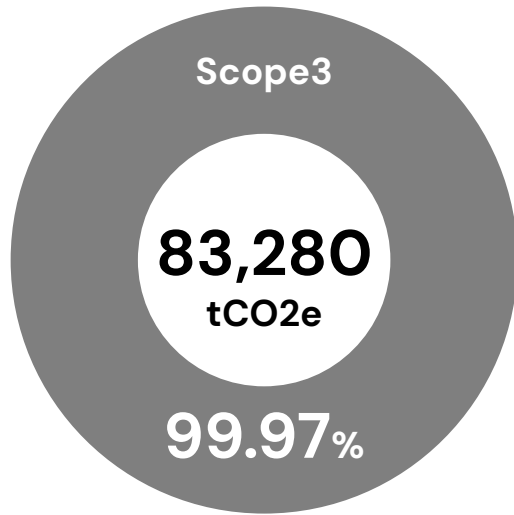
26 面分の



※ 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

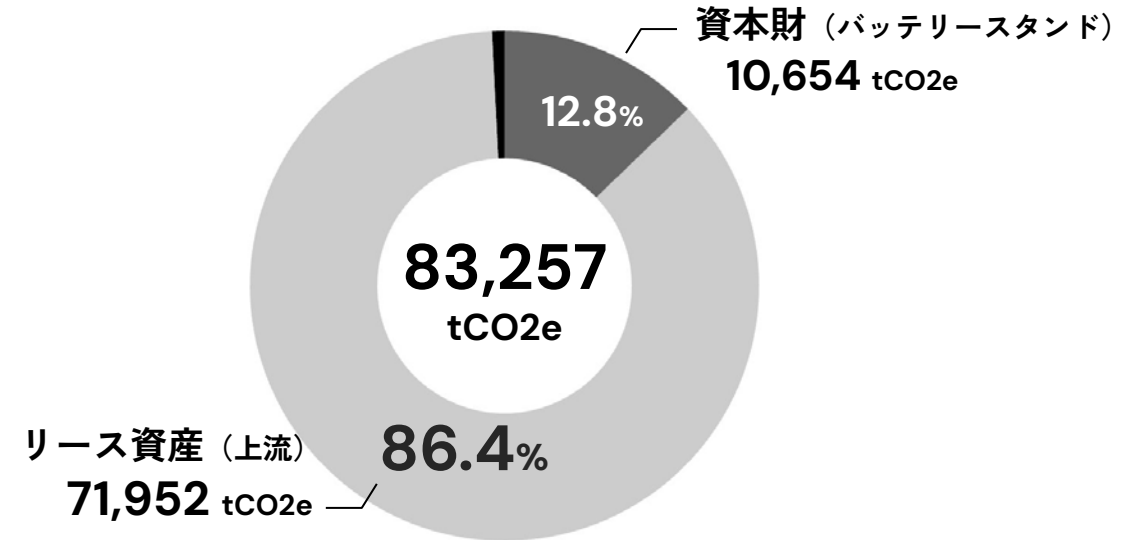
2023年度のCO₂排出量の算定を日本・香港子会社・中国子会社を対象に実施。
子会社数値の組入と共に、算定した数字の精緻化も行なった。

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