

INFORICH

東証グロース市場：9338
2025年12月期 第2四半期決算説明資料
2025年8月13日

INFORMATION X RICH =
INFORICH

Mission Statement

Bridging Beyond Borders

垣根を越えて、世界をつなぐ。

超越界限，连接全球。

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。

INFORICHは、 ロケーション x テクノロジーのパイオニアです。

私たちは、モバイルバッテリーのシェアリングサービス「ChargeSPOT」の展開を通じて、日本全国、そして世界のリアルな接点（ロケーション）をつなぎ、街に溶け込む次世代インフラを築いてきました。

その裏側には、広大なIoTネットワークの構築、遠隔管理システム、アプリ連携、クロスボーダーのオペレーション設計など、INFORICH独自の技術とデータの蓄積があります。

こうしたインフラ上に開拓してきたプラットフォームは今、シェアリングにとどまらず、広告、エンターテインメント、行政や企業との連携など、多様に機能を拡張しながら、人々の生活を豊かにする新たなモデルを生み出しています。

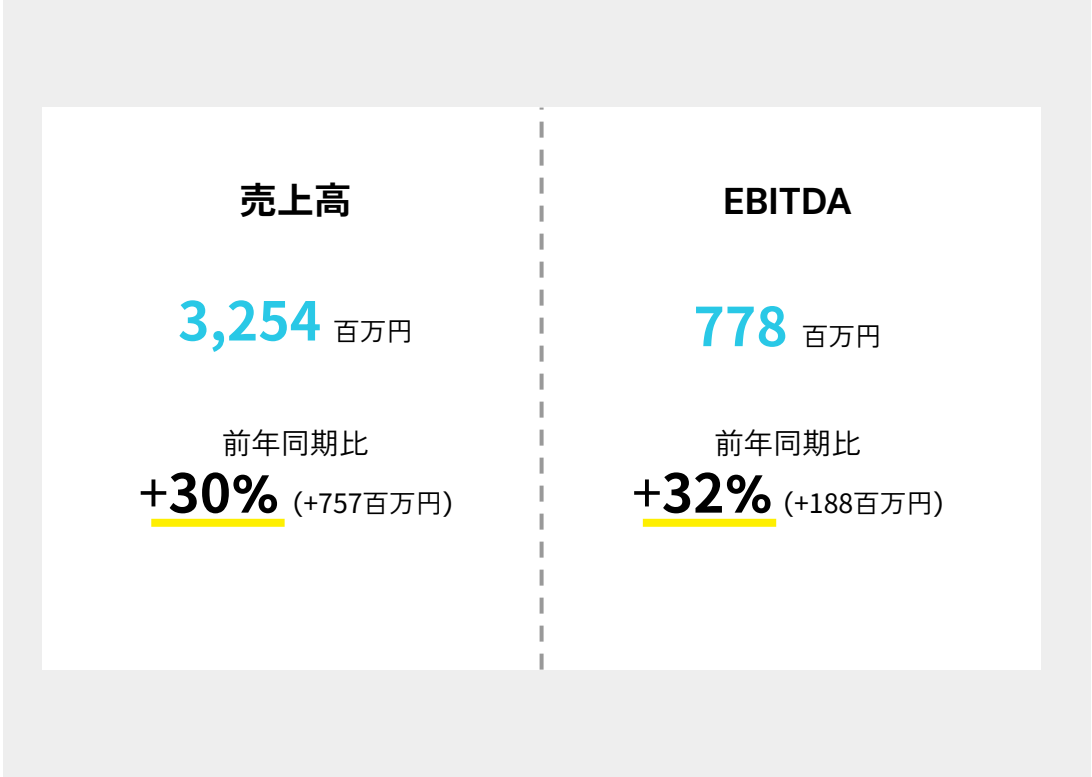
INFORICHはこれからも、「ロケーション x テクノロジー」の掛け算で、世界中の日常に「新たな価値へのゲートウェイ」を創出する、パイオニアであり続けます。

FY2025 第2四半期決算説明会 目次

1. 決算説明資料 サマリー
2. FY2025 2Q 業績ハイライト
3. FY2025 2Q 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、EBITDAともに前年同期比+30%を超える順調な成長。
国内事業に加え、海外「ChargeSPOT」が大きく貢献。

FY2025 2Q実績



EBITDAは前年同期比+32%

取り組みハイライト

国内ChargeSPOT

- 自動販売機モデルの設置パートナーが増加、設置加速
- 「SPOTJOBS」をローンチ、偏在解消作業の内製化を開始

海外ChargeSPOT

- シンガポールの設置台数が1千台を突破
- 日本を含むグローバルでの設置台数が約8万台に到達
- イタリアは3Qからのサービス開始に向けて準備中

プラットフォーム

- 「CheerSPOT」の展開加速
 - 参加アーティストの拡大とともに、キャンペーンを組み合わせ、ファンの熱量を作り上げることに成功
- 「ChargeSPOT」設置先への「mamaro」の設置が拡大

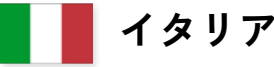
プラットフォームを2本目の柱に

グローバルでの展開数が約8万台に到達。
イタリアでの設置契約も締結が進み、3Qのサービス開始に向けて準備中。

グローバルで79,988台



展開準備状況の進捗



イタリア

3Qからのサービス開始に向けて準備中。
設置先との契約は順次締結中。

● 日本 54,847台

● 香港 5,121台



● 中国 4,293台
(うち、直営808台)



● オーストラリア 2,030台
(FY2024 2Qから連結)

● 台湾 10,765台
(FY2024 4Qから連結)



● タイ 1,705台



● シンガポール 1,006台

● マカオ 221台

上期は料金改定や天候影響、一時費用の計上がありつつ、EBITDAは計画比約1億円のマイナスに留まる。
最低料金の再改定やユーザー目線での施策などの仕込みを終えて、通期の業績達成を目指す。

上期について

売上減少要因



国内ChargeSPOT

2024年7月の料金改定によって最低料金が330円になったことで、ユーザー離れが発生。



国内ChargeSPOT

3月、4月、5月と悪天候が続き、外出頻度が減少。
レンタル需要が低下した。

コスト増加要因



全社

5月に本社オフィス移転を実施。
引越しや備品購入などにより一時費用が発生。



プラットフォーム

採用のための一時費用が発生。
- 海外ChargeSPOT事業の拡大のため経営体制を強化
- プラットフォーム事業の拡大のための営業人員を増強

下期について



国内ChargeSPOT

徹底したユーザー目線での事業運営によって再成長。
- 5月に再改定した最低料金165円の周知
- ユーザー属性に合わせた各種キャンペーンの展開



国内ChargeSPOT

電車内広告、駅構内の広告など、OOHへの出稿を実施。
あわせて、広告内容の刷新などマーケティングを強化。
設置スタンド以外の新規ユーザーとの接点を増やす。



プラットフォーム

企業向け広告枠販売の営業を強化。
「CheerSPOT」も成功事例を横展開していく。

FY2025 第2四半期決算説明会 目次

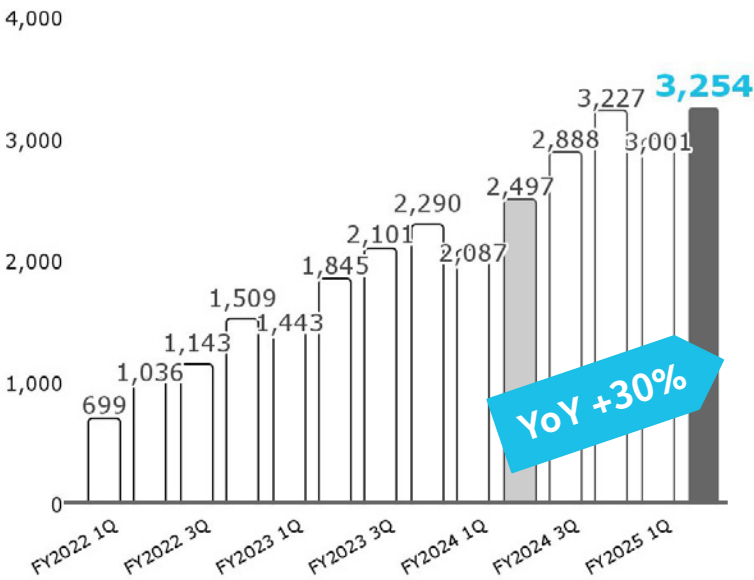
1. 決算説明資料 サマリー
2. **FY2025 2Q 業績ハイライト**
3. FY2025 2Q Topics
4. Appendix
 - 会社概要
 - ChargeSPOTについて
 - 業績ハイライト追加資料
 - サステナビリティ向上のための取り組み

INFORICH

国内ChargeSPOT事業が4,5月は悪天候の影響を受けた上に、一時費用が約70百万円発生。
海外ChargeSPOT事業とプラットフォーム事業への投資拡大で利益率が低下。
限界利益率の高い国内ChargeSPOT事業の回復によって利益率向上を見込む。

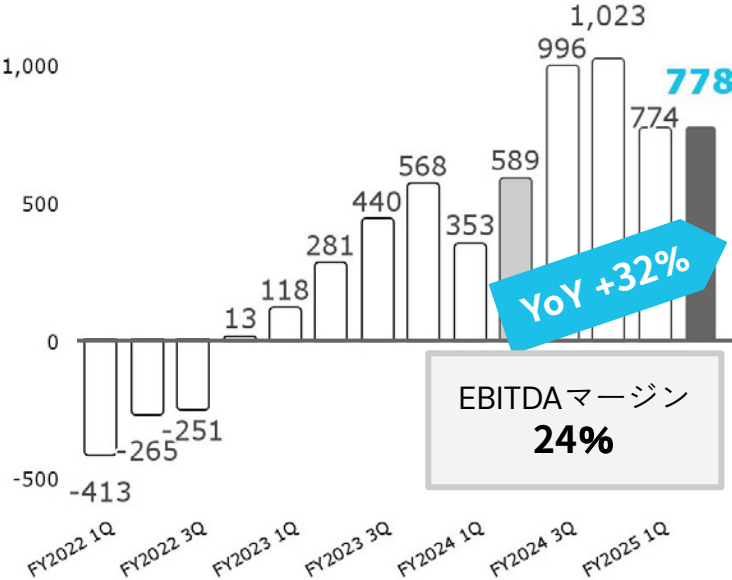
売上高

単位：百万円



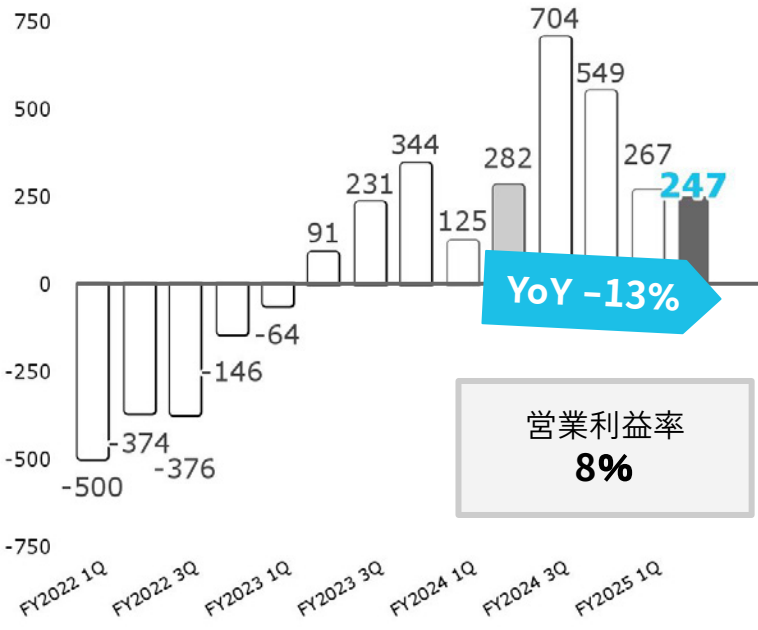
EBITDA

単位：百万円



営業利益

単位：百万円



業績予想は下期偏重。
国内の改定後最低料金の浸透・天候回復・各種キャンペーン実施によって売上が回復する予定。
海外ChargeSPOT事業は香港および台湾の料金改定が寄与予定。

単位：百万円

	四半期				
	FY2024 2Q	FY2025 1Q	FY2025 2Q	YoY 増減率	予算との差分 (2Q累計)
売上高	2,497	3,001	3,254	+30 %	-699
EBITDA	589	774	778	+32 %	-108
営業利益	282	267	247	-13 %	-114
経常利益	364	167	199	-45 %	-201
親会社株主に帰属する当期純利益	321	114	132	-59 %	-206

国内ChargeSPOTの売上高はYoY+22%で、堅調に成長。
海外ChargeSPOTはQoQでは季節や天候の影響を受けたが、台湾の連結によりYoYで成長し、EBITDAも黒字化。
プラットフォーム事業ではTrimの連結が67百万円売上貢献。

単位：百万円

		FY2024 2Q	FY2025 1Q	FY2025 2Q	YoY 増減率	増減理由
国内ChargeSPOT - 国内レンタル事業 - ChargeSPOT Passと 違約金を含む	売上高	1,989	2,113	2,434	+ 22 %	- レンタル数の増加 - 設置台数の増加にともなう、新規ユーザーの流入 - 昨年7月に実施した料金改定により単価が増加
	EBITDA	635	682	766	+21 %	
海外ChargeSPOT - 海外直営レンタル事業 - フランチャイズ（FC）向け スタンド/バッテリー販売 - FCからのロイヤリティ収入	売上高	493	754	724	+47 %	- 香港：ユーザー数増加（昨年は大雨の影響を受ける / 2Qは雨季の影響で例年QoQ減少） - 台湾：子会社化によってFCから直営エリアに - 中国：設置の最適化により直営・FCともに設置数・売上が減少 - オーストラリア：冬に入り、季節性▲によりQoQ減少 - FC向け：タイへのスタンド・バッテリー販売 / シンガポールへのバッテリー売上などが発生
	EBITDA	-15	103	59	-	
プラットフォーム - 企業向け広告枠販売 - 「CheerSPOT」 - Trim社のベビーケアルーム 「mamaro」	売上高	13	133	95	+606 %	- 国内：キャリアとのメディア連携による売上が増加 チーム強化による人件費増加 / CheerSPOTの広告宣伝強化 - 香港：2024年4月から香港での広告枠販売をXGD社へ包括委託 - 台湾：子会社化による広告売上 - Trim社：連結によるmamaro関連売上/コスト計上
	EBITDA	13	34	-17	-	
合計	売上高	2,497	3,001	3,254	+30 %	
	EBITDA	589	774	778	+32 %	

国内ChargeSPOTの売上高はYoY+23%で、堅調に成長※1。

海外ChargeSPOTはQoQでは季節や天候の影響を受けたが、台湾の連結によりYoYで成長し、EBITDAも黒字化。

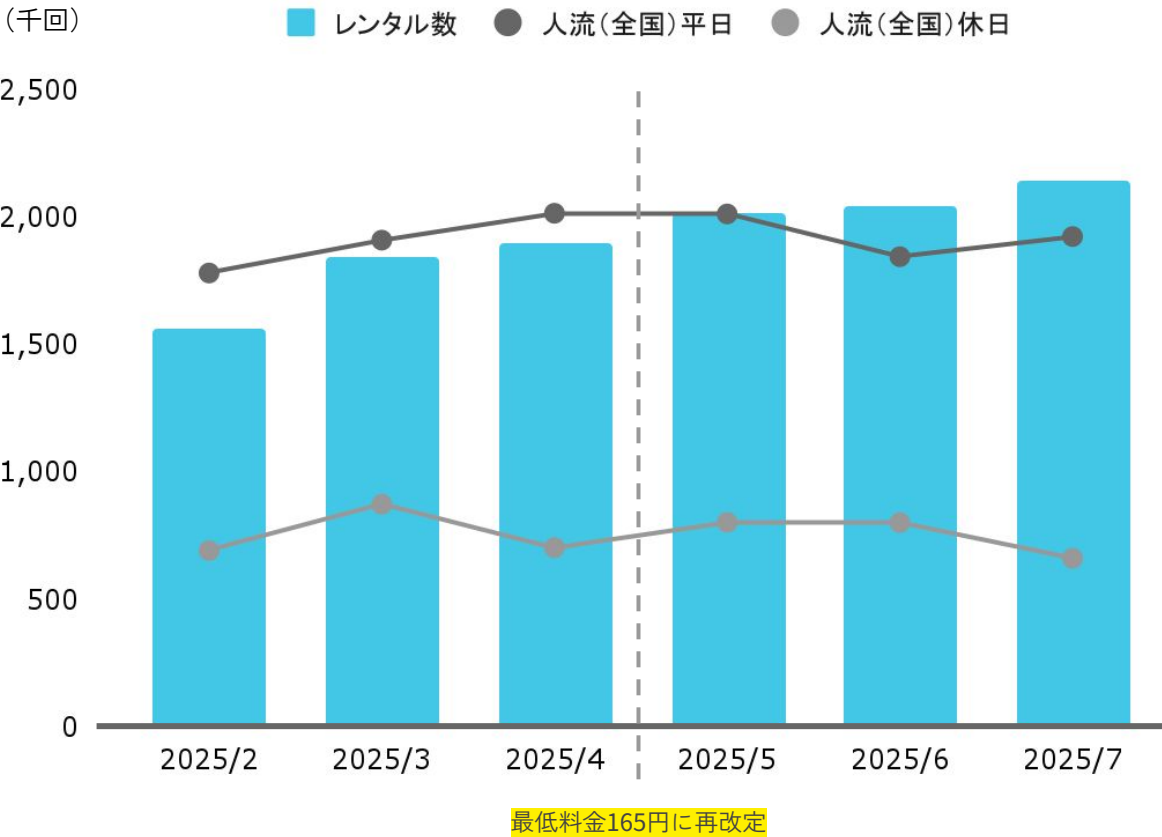
プラットフォーム事業ではTrimの連結が67百万円売上貢献。

単位：百万円

		FY2023 1Q	FY2023 2Q	FY2023 3Q	FY2023 4Q	FY2024 1Q	FY2024 2Q	FY2024 3Q	FY2024 4Q	FY2025 1Q	FY2025 2Q	YoY 増減率	増減理由（YoY）
国内 売上	レンタル （違約金・サブスクを含む）	1,142	1,456	1,654	1,753	1,651	1,970	2,285	2,366	2,100	2,420	+23 %	- レンタル数の増加 - 設置台数の増加による、新規ユーザーの流入 - 昨年7月に実施した料金改定により単価が増加
	広告	7	7	8	30	8	6	20	17	21	18	+186 %	- 企業向け広告枠販売の増加 - キャリアとのメディア連携による売上
	その他	12	8	12	14	20	18	15	13	115	81	+332 %	- Trim社の連結による効果（67百万円）
海外 売上	レンタル	245	267	314	339	323	376	402	741	702	683	+81 %	- 香港：ユーザー数増加（昨年は大雨の影響を受ける / 2Qは雨季の影響で例年QoQ減少） - 台湾：子会社化によって直営エリアに - 中国：設置の最適化により直営・FCで設置数・売上減 - オーストラリア：冬に入り、季節性▲
	広告	9	9	11	5	5	6	6	17	9	8	+28 %	- 台湾の子会社化による増加
	FC向け販売・ ロイヤリティ収入 ※2	27	95	100	144	77	72	142	49	30	21	-71 %	- 2024年9月の台湾の子会社化によってFC数が減少 - タイへのスタンド・バッテリー販売 / シンガポールへの バッテリー販売などが発生
	その他	-	-	0	2	0	43	15	21	21	20	-54 %	- 2024年4月に子会社化したオーストラリアでの ロッカー型充電器の販売を縮小しレンタルモデルに変更
合計		1,443	1,845	2,101	2,290	2,087	2,497	2,888	3,227	3,001	3,254	+30 %	

人流の変動を上回る需要拡大により、レンタル数は増加傾向。
7月は新最低料金の浸透で一段の伸びを示し、過去最高レンタルを達成。

人流とレンタル数の関係



今後のレンタル数増加のための取組み

新規ユーザー獲得の強化

- 8月8日から9月30日まで、全国で新規ユーザーが期間中何度でも30分無料になるキャンペーンを実施
 - 人気アイドルを起用した販促物を展開
- 電車内広告などのOOHへの出稿や、デジタル広告の出稿を強化

若年ユーザーの獲得と利用促進

- 8月10日から10月31日（登録期間）に、U22割キャンペーンを実施
 - 登録期間中に22歳以下であることを認証したユーザーは、認証から3ヶ月間、165円で3時間まで使用することができる

4月・5月は通常平日比で3割増になる週末に雨が続いたことと、ゴールデンウィークの連休が少なかったことが影響。
天候不順による売上減少は約1億円。6月からは週末天気が良く、レンタルも増加した。

2024年4月 土日祝日降水量：6.5mm						
月	火	水	木	金	土	日
1	2	3	4	5		1.5
8	9	10	11	12		
15	16	17	18	19		5.0
22	23	24	25	26		
	30					

2024年5月 土日祝日降水量：0.0mm						
月	火	水	木	金	土	日
		1	2			
	7	8	9	10		
13	14	15	16	17		
20	21	22	23	24		
27	28	29	30	31		

2024年6月 土日祝日降水量：83.0mm						
月	火	水	木	金	土	日
						45.5
3	4	5	6	7		0.5
10	11	12	13	14	0.5	5.5
17	18	19	20	21		29.5
24	25	26	27	28		1.5

2025年4月 土日祝日降水量：18.0mm						
月	火	水	木	金	土	日
	1	2	3	4		
7	8	9	10	11		12.0
14	15	16	17	18		
21	22	23	24	25	4.5	
28	1.5	30				

2025年5月 土日祝日降水量：109.5mm						
月	火	水	木	金	土	日
			1	2		
	24.5	7	8	9	14.0	1.0
12	13	14	15	16	28.0	
19	20	21	22	23	6.5	22.0
26	27	28	29	30	13.5	

2025年6月 土日祝日降水量：16.5mm						
月	火	水	木	金	土	日
						0.5
2	3	4	5	6		
9	10	11	12	13	9.0	7.0
16	17	18	19	20		
23	24	25	26	27		

2.7倍

100倍

5分の1

※ 天気：tenki.jpの東京都心の過去の天気より / 土日祝降水量：気象庁の東京都の過去の気象データより算出

※土日祝日の天気が雨の場合、レンタル数は晴天日に比べ20～30%減少する事が多い

Copyright © 2025 INFORICH INC. All Rights Reserved.

オーストラリアでは継続してスタンドの入れ替えを実施。台湾は6月中旬に料金改定を実施し、ARPRが上昇。
「mamaro」の設置数も増加しており、「ChargeSPOT」とのクロスセル事例も実現。

オーストラリア
Ezycharge Australasia Pty Ltd.

- オーストラリアの同業企業。2024年4月に51%取得
- 前年第2四半期からBS・PLの連結を開始
- 市場シェア90%
- Ezycharge独自のスタンド・バッテリーを使用していたが、2025年3月からChargeSPOTへの入れ替えを開始し、655台が入れ替え済み
- 今年中の入れ替え完了を目指す

売上高 (FY2025 2Q) 120 百万円	EBITDA (FY2025 2Q) 16 百万円	EBITDAマージン (FY2025 2Q) 14 %
設置台数 (6月末時点) 2,030 台	月間レンタル数 (4-6月平均) 約 3.1 万回	ARPR (4-6月平均) 1,052 円

台湾
ChargeSpot Digital Service Co. Ltd

- 2019年から台湾でChargeSPOTをフランチャイズ運営をしていた企業。2024年9月に完全子会社化
- 前年第3四半期からBS、第4四半期からPLを連結
- 市場シェア約60%
- 6月中旬に料金改定を実施
- グループで最もEBITDAマージンが高い

売上高 (FY2025 2Q) 287 百万円	EBITDA (FY2025 2Q) 140 百万円	EBITDAマージン (FY2025 2Q) 49 %
設置台数 (6月末時点) 10,765 台	月間レンタル数 (4-6月平均) 約 46 万回	ARPR (4-6月平均) 200 円
月間ユーザー数 (4-6月平均) 約 24 万人		

国内
Trim株式会社

- ベビーケアルーム「mamaro」を運営する企業
- 2024年11月に子会社化し、株式の80%を取得済み
- 第1四半期からPLの連結を開始
- ベビーケアルームの国内設置シェア1位
- 累計設置台数は約820台に
- ChargeSPOTをきっかけに設置が進んだ事例も創出

売上高 (FY2025 2Q) 67 百万円	EBITDA (FY2025 2Q) 12 百万円	EBITDAマージン (FY2025 2Q) 19 %
累計設置台数 (6月末時点) 約 820 台	累計利用回数 (6月末時点) 約 141 万回	



外部委託費やその他販管費（本社移転のための一時費用 / 採用費用）など一時費用が約70百万円発生。
国内設置の強化と台湾の連結を行ったことで減価償却費や設置料がYoY増加。

単位：百万円

	FY2023 1Q	FY2023 2Q	FY2023 3Q	FY2023 4Q	FY2024 1Q	FY2024 2Q	FY2024 3Q	FY2024 4Q	FY2025 1Q	FY2025 2Q	YoY 増減率	増減理由（YoY）
売上高	1,443	1,845	2,101	2,290	2,087	2,497	2,888	3,227	3,001	3,254	+30 %	
売上原価	389	475	522	545	491	584	626	669	688	715	+22 %	
当期商品仕入※1	66	123	136	138	89	116	152	121	129	116	+0 %	24年9月の台湾子会社化により当期商品仕入の対象が減少 タイ/シンガポール向けのスタンド・バッテリー販売が発生
支払手数料（原価）	94	115	128	129	110	125	140	139	125	134	+7 %	決済代行会社との契約変更や手数料の少ない決済手段に誘 導するUIへの変更などにより、増加率を抑制
減価償却費（原価）※2	178	185	204	219	221	274	259	331	339	366	+33 %	設置台数およびバッテリー数の増加
その他売上原価	50	50	52	58	69	69	72	76	93	98	+44 %	運送量の増加 / スタンド増によるSIM費用増加
販管費および一般管理費	1,118	1,278	1,347	1,400	1,470	1,629	1,558	2,008	2,045	2,291	+41 %	
人件費	305	349	366	384	401	457	443	472	544	563	+23 %	2024年に3件のM&Aを実施し、連結従業員数が増加 国内従業員がYoYで20人増加
外部委託費	69	98	94	128	172	131	121	221	167	218	+66 %	グローバル体制構築のための人員強化 / ガバナンス強化の ための海外往査実施 / オフィス移転関連
設置料	283	281	284	292	294	268	294	324	358	378	+41 %	国内外のコンビニエンスストア、鉄道駅への設置数の増加
レベニューシェア	149	170	199	214	210	288	301	344	310	356	+24 %	売上高の増加と連動
ラウンダー費用・ コールセンター費用	106	127	117	121	111	135	137	135	141	153	+14 %	利用数の増加に作業量が比例 / FAQの充実やAIチャットの 導入によって、コールセンター費用の増加率が抑えられえ ている
広告宣伝費	24	60	67	50	49	57	41	107	50	83	+45 %	ユーザー獲得のためのマーケティングを強化
のれん償却費および 無形資産償却費	-	-	-	-	-	20	19	118	145	146	+623%	2024年に3件のM&Aを実施し、新たにのれん償却および無 形資産償却費が発生
その他販管費	178	190	217	209	230	271	198	283	327	391	+44 %	本社移転のための一時費用が発生 / 採用費用の増加
営業利益	-64	91	231	344	125	282	704	549	267	247	-13 %	

台あたりMAUは前四半期から増加基調。
上期で主要設置が完了し、下期は既存台の稼働最大化による収益力の一段の向上を視野に入れる。

レンタル売上

=

設置台数

×

(月間アクティブユーザー)

MAU

設置台数

×

レンタル数

MAU

×

レンタル売上

レンタル数

=

① 設置台数

×

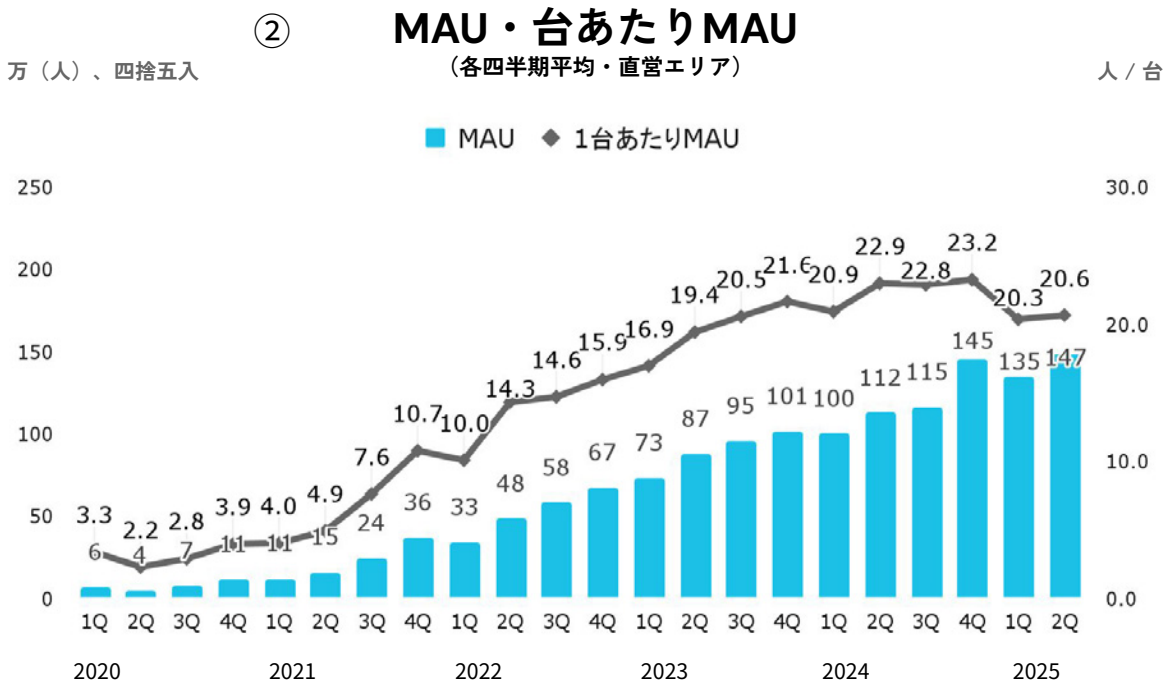
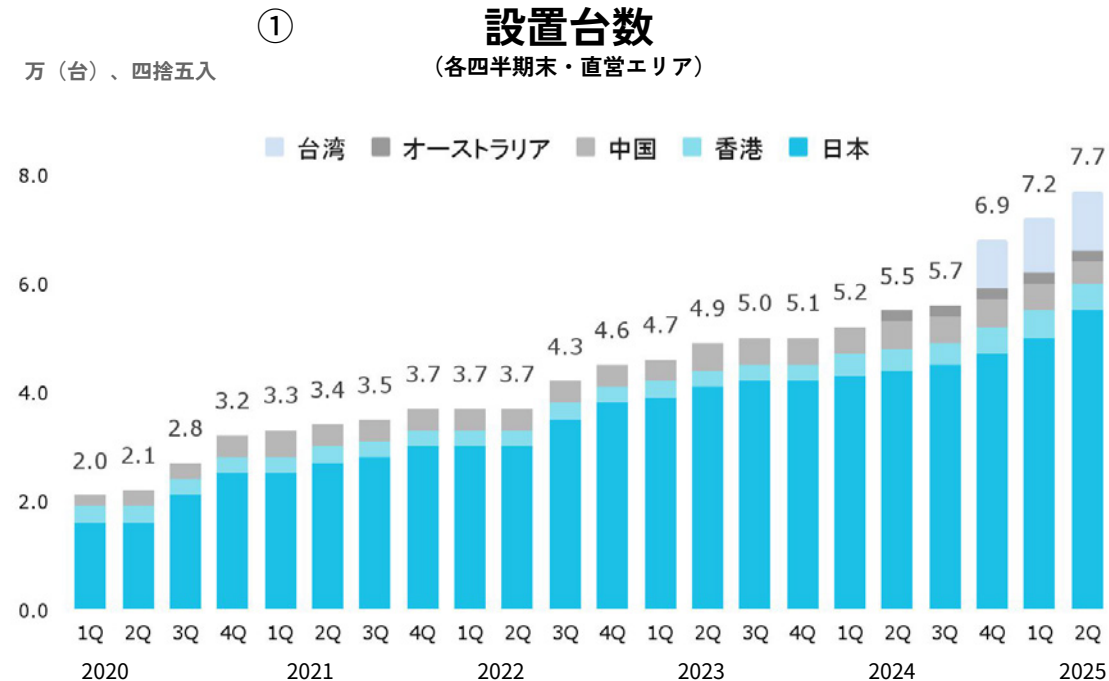
② 台あたりMAU

×

③ ユーザーあたり
平均月間レンタル数

×

④ 平均レンタル料金
(ARPR)



月間レンタル数・レンタル売上はいずれも増加し、季節要因で好調だった前年4Q水準に迫る回復を実現。
ユーザーの平均月間レンタル数も堅調に推移し、レンタル需要は継続している。

レンタル売上

=

設置台数

×

(月間アクティブユーザー)

MAU

設置台数

×

レンタル数

MAU

×

レンタル売上

レンタル数

=

① 設置台数

×

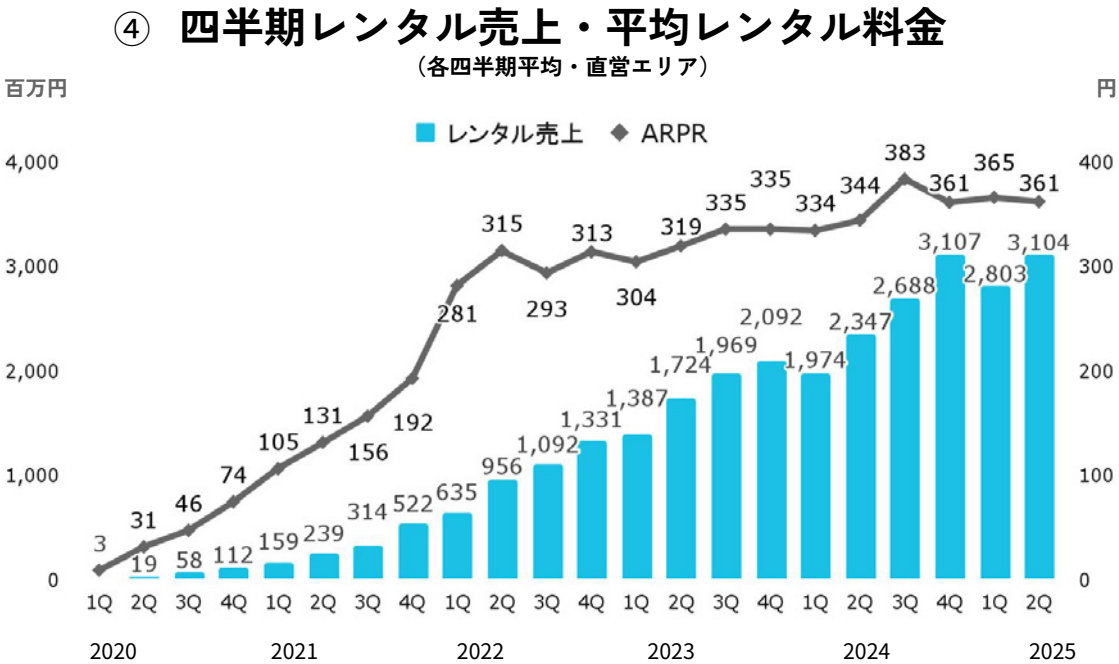
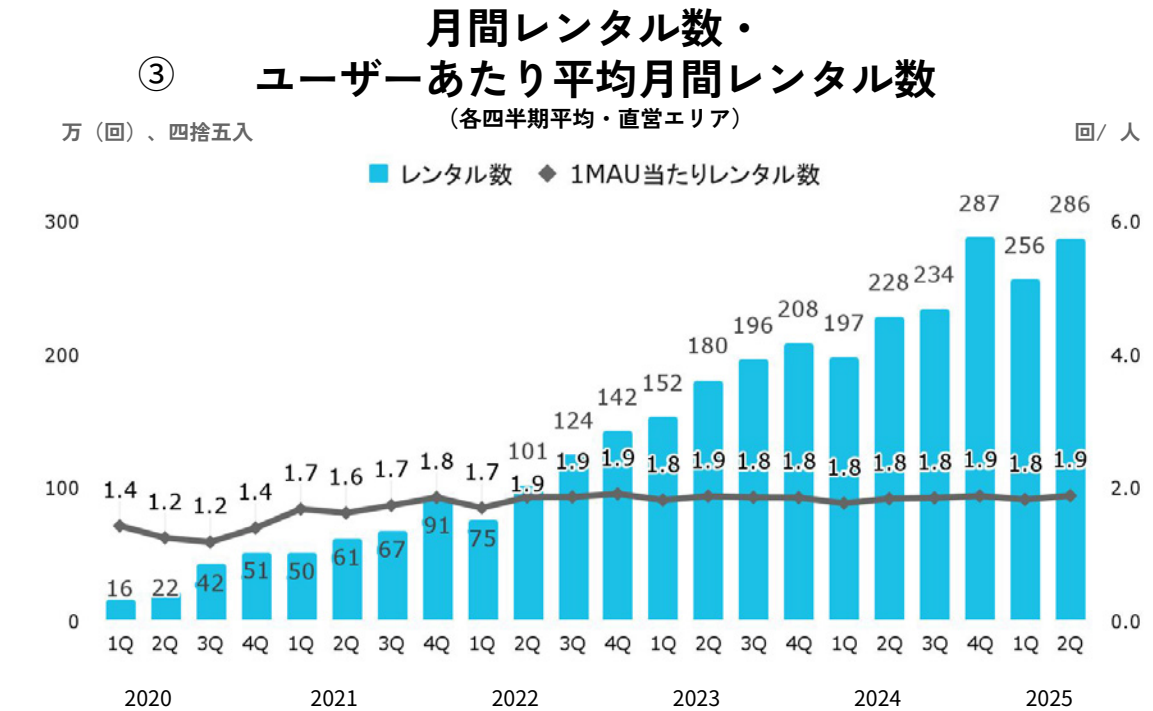
② 台あたりMAU

×

③ ユーザーあたり
平均月間レンタル数

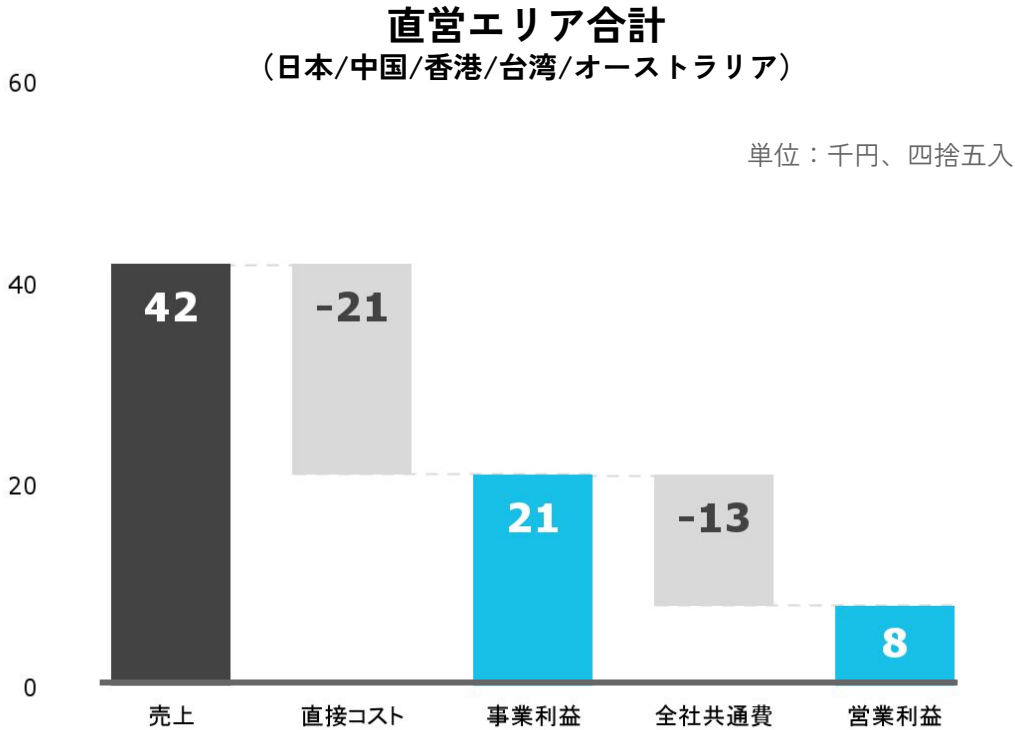
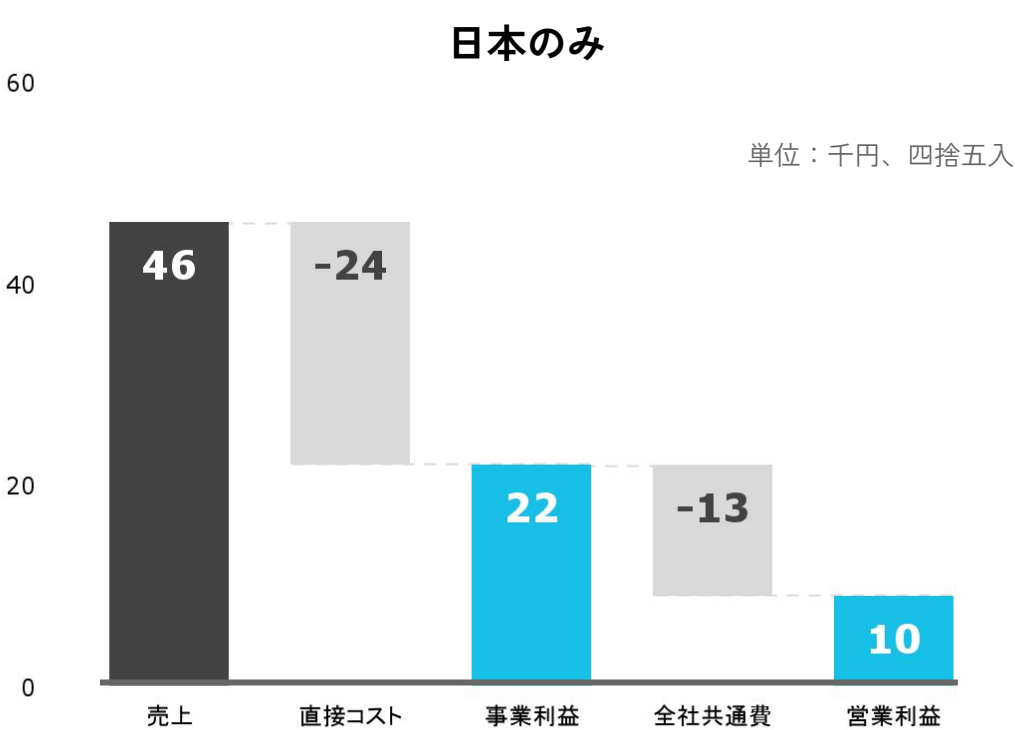
×

④ 平均レンタル料金
(ARPR)



日本の台あたり売上は46千円（YoY +1千円/QoQ +3千円）。
直営エリア合計でも同様の台あたり売上水準を実現している。

FY2025 2Q 台あたりエコノミクス



変動費についても削減を継続的に実施。広告宣伝は強化し、ユーザーの獲得および認知の向上に注力。
今回からのれん償却費および無形資産償却費を除く数値に変更。

単位：千円、四捨五入

		FY2023 1Q	FY2023 2Q	FY2023 3Q	FY2023 4Q	FY2024 1Q	FY2024 2Q	FY2024 3Q	FY2024 4Q	FY2025 1Q	FY2025 2Q	YoY 増減率	増減理由 (YoY)	
売上	レンタル売上	29.2	36.4	39.9	41.5	38.6	45.2	51.1	51.2	43.1	46.1	+2%	レンタル単価の上昇	
	広告売上	0.2	0.2	0.2	0.7	0.2	0.2	0.4	0.4	0.4	0.4	+138%	キャリア会社との取り組みが貢献	
直接 コスト	変動費	支払手数料（原価）	1.9	2.4	2.5	2.5	2.1	2.4	2.6	2.3	2.0	2.0	-15%	決済代行会社との契約変更や手数料の少ない決済手段に誘導するUIへの変更などにより減少
		その他変動費	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	-16%	サーバー使用料が微減
		レベニューシェア	3.6	3.9	4.1	4.5	4.2	4.9	5.3	5.8	4.6	5.3	+8%	一部設置先で、設置料をレベニューシェアに変更
		ラウンダー	2.0	2.5	2.2	2.3	2.1	2.6	2.5	2.4	2.0	2.2	-15%	ラウンダー対象エリアが増加し、偏在解消のレンタルあたり単価が減少
		コールセンター	0.7	0.7	0.6	0.6	0.5	0.5	0.6	0.6	0.6	0.5	-7%	ユーザー数増加により問い合わせ数は増加する 問い合わせ率は一定で推移しており、台あたりでは減少
		変動費合計	8.4	9.6	9.7	10.1	9.1	10.6	11.2	11.3	9.4	10.1	-4%	
	固定費	減価償却費（原価）	4.3	4.3	4.7	4.5	4.7	5.3	4.7	5.6	5.2	5.1	-4%	1台あたりのバッテリーの装填数が減少
		SIMカードコスト	0.7	0.7	0.7	0.6	0.7	0.7	0.6	0.6	0.7	0.7	-2%	不要なSIMカードを解約
		その他固定費	0.4	0.4	0.4	0.4	0.6	0.5	0.5	0.3	0.5	0.6	+21%	運送料増加 / SMS送信数は減少
		設置料	6.4	6.4	6.3	6.3	6.3	6.4	6.5	6.4	6.7	6.3	-2%	一部設置先で、設置料をレベニューシェアに変更
		広告宣伝費	0.5	0.4	0.4	0.5	0.5	0.4	0.4	1.2	0.6	0.9	+122%	ユーザー獲得のための広告宣伝を強化
		販売手数料	0.1	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	0.2	+128%	インセンティブ対象となる設置が増加
		固定費合計	12.4	12.3	12.7	12.5	13.0	13.4	12.7	14.1	13.8	13.7	+3%	
全社共通費		8.9	9.4	9.9	9.8	12.3	11.8	10.2	12.3	11.4	12.6	+7%	本社の人件費や外部委託費が増加	
営業利益		-0.3	5.2	7.8	9.9	4.5	9.6	17.5	13.9	8.9	10.1	+5%		

変動費についても削減を継続的に実施。広告宣伝は強化し、ユーザーの獲得および認知の向上に注力。
今回からのれん償却費および無形資産償却費を除く数値に変更。

単位：千円、四捨五入

		FY2023 1Q	FY2023 2Q	FY2023 3Q	FY2023 4Q	FY2024 1Q	FY2024 2Q	FY2024 3Q	FY2024 4Q	FY2025 1Q	FY2025 2Q	YoY 増減率	内容説明	
売上	レンタル売上	29.2	36.4	39.9	41.5	38.6	45.2	51.1	51.2	43.1	46.1	+2%	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	0.2	0.2	0.2	0.7	0.2	0.2	0.4	0.4	0.4	0.4	+138%	サイネージやアプリ上のバナーを利用した広告収入	
直接 コスト	変動費	支払手数料（原価）	1.9	2.4	2.5	2.1	2.4	2.6	2.3	2.0	2.0	-15%	- 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	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	-16%	主にサーバーなどのシステム利用料
		レベニューシェア	3.6	3.9	4.1	4.5	4.2	4.9	5.3	5.8	4.6	5.3	+8%	- 一部代理店/設置先にお支払いしているレベニューシェア - 主にレンタル売上に比例する
		ラウンダー	2.0	2.5	2.2	2.3	2.1	2.6	2.5	2.4	2.0	2.2	-15%	- 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	0.7	0.7	0.6	0.6	0.5	0.5	0.6	0.6	0.6	0.5	-7%	カスタマーサポートのための費用
		変動費合計	8.4	9.6	9.7	10.1	9.1	10.6	11.2	11.3	9.4	10.1	-4%	
		固定費	減価償却費（原価）	4.3	4.3	4.7	4.5	4.7	5.3	4.7	5.6	5.2	5.1	-4%
	SIMカードコスト		0.7	0.7	0.7	0.6	0.7	0.7	0.6	0.6	0.7	0.7	-2%	- 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		0.4	0.4	0.4	0.4	0.6	0.5	0.5	0.3	0.5	0.6	+21%	- スタンド・バッテリーの配送費用 - SMSの送信費用
	設置料		6.4	6.4	6.3	6.3	6.3	6.4	6.5	6.4	6.7	6.3	-2%	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		0.5	0.4	0.4	0.5	0.5	0.4	0.4	1.2	0.6	0.9	+122%	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		0.1	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	0.2	+128%	- 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		12.4	12.3	12.7	12.5	13.0	13.4	12.7	14.1	13.8	13.7	+3%	
	全社共通費		8.9	9.4	9.9	9.8	12.3	11.8	10.2	12.3	11.4	12.6	+7%	人件費など直接コスト以外の費用
営業利益		-0.3	5.2	7.8	9.9	4.5	9.6	17.5	13.9	8.9	10.1	+5%		

※ レンタル売上＝サブスクによるレンタルも含めて算出 / ※ グレー塗りの部分は売上原価。その他は販管費 / ※ 今回からのれん償却費および無形資産償却費を除く

台湾子会社買収に伴い長期借入を実施したほか、買収対価支払いにより未払金が減少。
フリーキャッシュフロー増加および借入金の増加により現預金が増加。

単位：百万円

	FY2024 4Q末	FY2025 2Q末	増減	主な理由
流動資産	10,526	11,779	+1,253	
現金及び預金	9,165	10,452	+1,286	- 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
固定資産	8,425	9,019	+594	- 事業用資産の増加（主に日本国内）による影響
のれん	2,839	2,680	-159	- Ezycharge社（オーストラリア）/ChargeSpot Digital社（台湾）/Trim社の買収に伴って発生したのれんにかかる以下の影響 - のれんの償却による減少 - 海外子会社の取得にかかるのれんの為替換算による影響
総資産	18,951	20,799	+1,848	
流動負債	10,663	9,186	-1,476	- ChargeSpot Digital社の取得価額の確定に伴う、買収用借入資金の長期借入への借換による影響 - ChargeSpot Digital社の取得資金代金の未払残額の支払いにかかる未払金の減少
固定負債	2,897	5,565	+2,667	- ChargeSpot Digital社の取得価額の確定に伴う、買収用借入資金の長期借入への借換による影響
純資産	5,390	6,047	+656	- 当期純損益による影響
負債・純資産合計	18,951	20,799	+1,848	

営業キャッシュフローは引き続き堅調に推移。

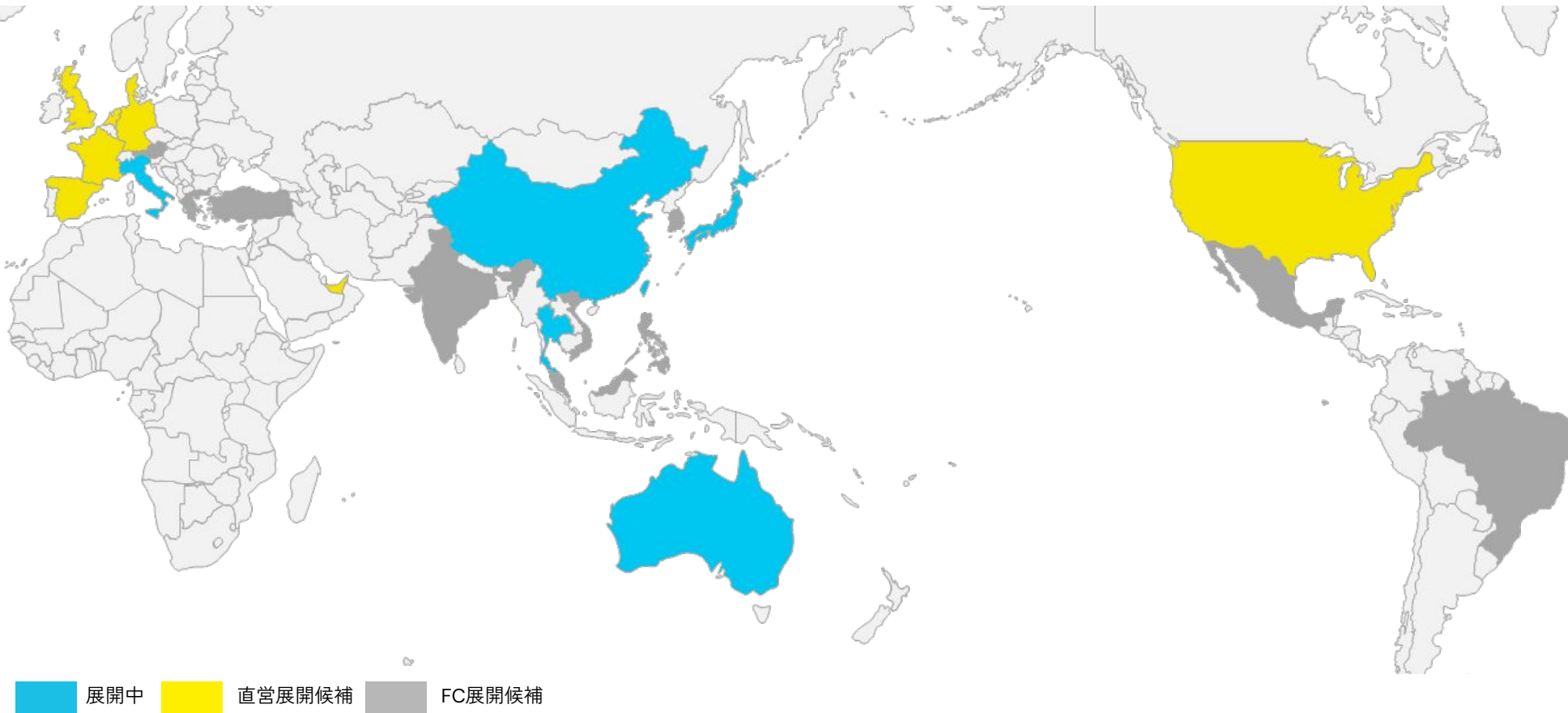
投資キャッシュフローは設置拡大によりYoY増加したものの調整後フリーキャッシュフローは黒字を維持。

単位：百万円

	FY2024 1Q	FY2024 2Q	FY2024 3Q	FY2024 4Q	FY2025 1Q	FY2025 2Q	増減額 (対前年同期)	増減率 (対前年同期)
営業活動によるCF	518	885	1,106	1,427	1,099	866	-19	-2 %
税金等調整前純利益	108	335	457	684	157	156	-178	-53 %
減価償却費	228	286	296	399	408	431	+144	+51 %
のれん償却額	0	14	1	75	98	99	+84	+592 %
契約負債の増加	196	274	223	256	283	211	-62	-23 %
投資活動によるCF	-297	-598	-2,505	-1,271	-977	-709	-110	+18 %
有形固定資産の取得	-269	-359	-468	-537	-337	-723	-363	+101 %
財務活動によるCF	639	471	3,155	868	1,165	77	-393	-84 %
借入金の純増減	463	498	3,122	744	1,091	-19	-518	-
セールアンドリースバック収入	358	320	364	457	362	193	-126	-40 %
リース債務の返済	-288	-356	-341	-335	-361	-330	+25	-7 %
現金及び現金同等物の増減	970	902	1,492	1,269	1,117	167	-734	-81 %
調整後フリーキャッシュフロー※	220	696	581	952	757	157	-539	-77 %

海外市場には、当社の収益拡大に資する十分な成長ポテンシャルが存在すると認識しております。
そのため、これらの収益機会を確実に捉えるべく、海外展開をさらに加速してまいります。
2030年の展開完了を目処に、2028年頃までは毎年2～3都市での新規展開を行う予定。

2030年時点の展開想定地図



展開検討指標・展開方針

SOM × **市場参入
難易度**

ヨーロッパ、アジア、北米などを
中心に直営展開を加速

展開スピード・想定費用

2030年までに
6～9都市での展開完了を目指す
2028年頃までは
毎年2～3都市で新規展開

7億円/2年 × **直営展開
都市数**

約40～60億円を投資

FY2025 第2四半期決算説明会 目次

1. 決算説明資料 サマリー
2. FY2025 2Q 業績ハイライト
- 3. FY2025 2Q 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

INFORICH



新規設置/設置拡大



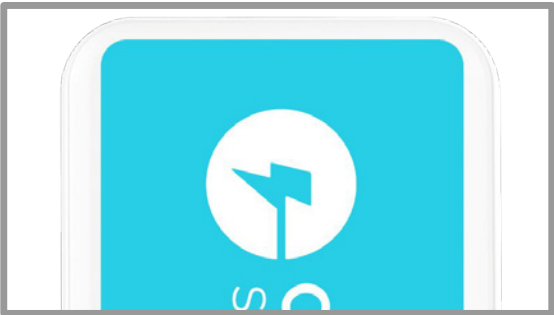
自動販売機モデルの設置拡大



設置戦略の精緻化



偏在解消作業の強化



モバイルバッテリーの安全性について



CheerSPOT新規参加アーティスト
/成功事例



10周年記念キャンペーンの実施

ディスカунストアや鉄道、観光施設などへの設置が進み、2Q中に新規・設置拡大で合計4,735台を設置。
下期では上期に設置したスタンドの稼働向上に向け、設置改善や偏在解消の強化に取り組む予定。

新規設置/設置拡大実績（抜粋）



ドン・キホーテ



首里城



アドベンチャーワールド



GiGO



京都市交通局



北大阪急行



阪急電鉄

6月末時点での自動販売機モデルの設置台数は、屋内型・屋外対応型をあわせて161台に。
連携企業も増加しており、今後の設置のさらなる加速を見込む。

自動販売機モデルの活用による設置拡大

省スペースと防水機能によって、今まで置けなかった場所にも設置できた。



+

今後は、今まで設置ができていなかった新たなアカウントの開拓にも
自動販売機モデルを積極的に活用。

プラチナロケーションの増加を目指す

ダイドードリンコとの連携開始



こころとからだに、
おいしいものを。

屋内型モデル・屋外対応型モデル双方を展開。
鉄道駅を中心に人流の多い施設や大学等で設置を拡大している。

設置事例



上野駅 公園口前
(屋外型モデル)

屋外のため既存モデルでは設置できなかった。
観光客も多く、充電ニーズが高い立地への設置が実現した。

自動販売機設置数国内第一位のコカ・コーラ ボトラーズジャパンとの連携を開始し、5月から設置を開始。
今後も屋内を中心に設置予定。

コカ・コーラ ボトラーズジャパンとの連携開始



1都2府35県に約65万台の自動販売機を設置している、コカ・コーラ ボトラーズジャパンとの連携を開始。
駅やアミューズメント施設、大学などの屋内を中心に、設置を加速させていく。
好立地への設置によりレンタル数増加が見込まれる。

自動販売機にChargeSPOTが付属することで機能が增加し自動販売機自体の価値も向上するほか、
設置場所にとっても来訪者が増えることが期待できる。

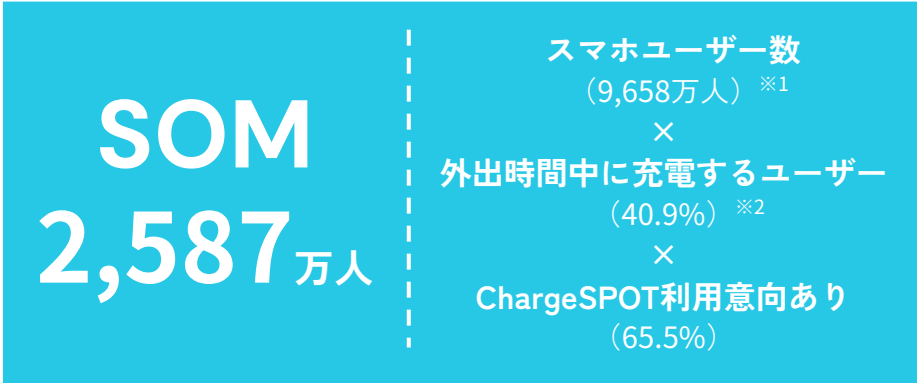
設置事例



ラウンドワン

既存モデルは設置済み。
スペースの関係で増設ができていなかった店舗への追加設置に寄与。

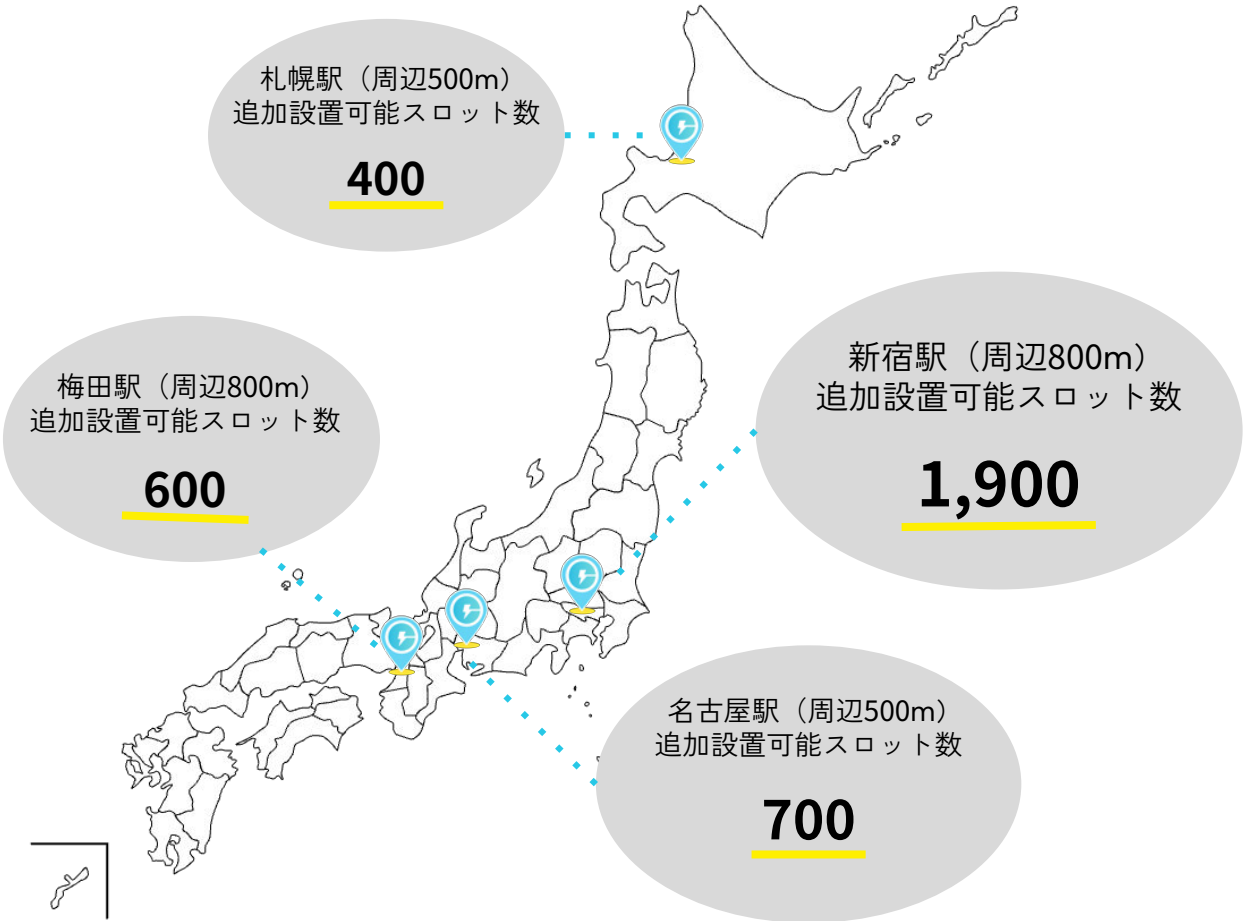
充電ニーズや利用意向に関するアンケートを実施して、SOM2,587万人を駅ごとにブレイクダウン。
今後は、将来の想定需要に対してスタンドの供給が足りない駅を中心に設置を推進予定。



改めて全国のサービス未利用者も含むサンプルに対してアンケートを実施

- 平日と土日に外出するエリア
- 外出中の充電ニーズ（頻度）
- ChargeSPOTの利用意向

▶ 駅ごとに充電需要を改めて計算



サービスの特徴として、レンタルした場所と異なる場所に返却できるため、バッテリーが偏在する。
バッテリーの偏在解消は機会損失をなくすために不可欠な業務であるため、内製化も開始。

SPOTJOBS 運営開始

イベント時の偏在解消強化

7月1日から、ギグワーカープラットフォーム「SPOTJOBS」の運営を開始。

イベントにあわせた積極的な偏在解消を名古屋で先行して開始。
週次のイベントなどの小規模なものを含めて対応できるよう、
スポットの偏在解消強化設定を自動化し、今まで以上の対応を実施。



目的

よりきめ細やかな
偏在解消

内製化による
レジリエンス向上

イベント有無による作業数・レンタル数の変化

		偏在強化なし	偏在強化あり
 球場周辺	偏在解消 作業回数	約 1.8 倍	約 2～7 倍
	レンタル回数	変化なし ～ 1.6 倍	約 2 倍
 イベント会場周辺	偏在解消 作業回数	約 0.8 倍	約 2～2.5 倍
	レンタル回数	約 1.8 倍	約 2 倍

「ChargeSPOT」のモバイルバッテリーには、電気用品安全法の基準を満たしているものを使用している。
直近の社会課題を踏まえ、ユーザーへの他社製を含めたモバイルバッテリー使用時・廃棄時の啓発活動も強化。

バッテリーの安全基準



「ChargeSPOT」のモバイルバッテリーは、日本をはじめとした各国の安全基準に適合している。

また、バッテリースタンドに刺さっている状態の場合、温度を常時モニタリング。異常を検知した場合即座に給電が停止されるようになっている。

	名称	意味・規格内容
	CEマーク	EU諸国での販売に必要な「安全・健康・環境」適合性表示。
	TISI任意認証マーク	タイ工業標準研究院の基準に適合。
	FCC	米国連邦通信委員会の技術基準に適合（電磁波・無線の規制）。
	PSE	日本の電気用品安全法による適合性（安全基準クリア済み）。
	CB認証	IEC規格に基づく国際的な電気製品安全相互認証。
	RoHS指令	EUの「有害物質使用制限指令」。鉛や水銀など6（+4）種の有害物質の使用制限。

INFORICH

ユーザーへの啓蒙

昨今のモバイルバッテリーを起因とした火災の多発を機に、発信を強化。

ご注意ください

モバイルバッテリーを安全に使用するために



加熱はNG



熱や湿気はNG



衝撃を与えない



水で濡らさない



モバイルバッテリーはリサイクルに



異常があったら使用を中止

アプリやSNSを通じて、モバイルバッテリーの安全な利用や廃棄方法を啓蒙

+

「ChargeSPOT」の安全性を開示

▼

「安全性のためにも、自己所有ではなくシェアリングにしよう」というSNSでの声も



「CheerSPOT」への参加アーティストは順調に拡大。
ファンの間での熱狂を作り出すための企画やキャンペーンの展開によって認知度も向上している。

インフルエンサー かとゆり様



声優ユニット i☆RIS様



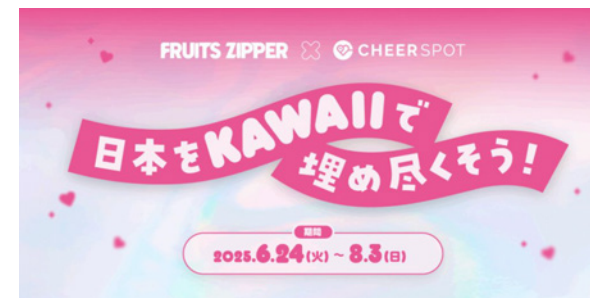
FRUITS ZIPPER様



以前から「ChargeSPOT」の公式アンバサダーとして使用方法説明動画にご登場いただいていた。
「Cheerspot」の使用法説明動画の方法も開始。



ツアー応援企画を実施。
会場に合わせた特別なデザインを提供。



「Cheer」の数によってファンと「FRUITS ZIPPER」が喜ぶ特典を順次展開するキャンペーンを実施。

参加アーティストを増やすだけではなく、それぞれの取り組みの中での仕組みづくりを実施。
グローバル展開も進めることで、「ChargeSPOT」と同じく、国境の垣根を超えたサービスへと進化。

CheerSPOT成功のためのポイント

CheerSPOTとの相性は **ファンの多さ < ファンの熱量**

リワードの導入や「Cheer」に対するアーティストからのアクションなど、ファンの熱量を継続的にあげる仕組みづくりが重要。



「FRUITS ZIPPER」様とは、「Cheer」数に応じてファンとメンバーの皆様が喜ぶ企画が実施されるキャンペーンを展開。ファンにとっての「Cheer」の価値を高めたことで、多くのファンがSNSに投稿。

スピード感を持ったグローバル展開

グローバルの複数のエリアにすでにChargeSPOTの設置があることから、放映面はすでに確保している状況からスタートが可能。
現地のアーティストの参画はもちろん、日本のアーティストをタイや台湾で「Cheer」することも可能。アーティストの海外展開も応援することができる。



設立10周年を記念して「INFORICH 10周年記念 10大キャンペーン」を実施。
新規ユーザーからヘビーユーザーまで幅広く還元を実施し、ロイヤリティの向上を目指す。

発表済みキャンペーン

開始済み	あんしん充電はじめようキャンペーン	開始済み	U22割
	エリア：全国 対象：新規ユーザー 期間中30分までのご利用が 何度でも無料 モバイルバッテリー起因の 火災が多発する中、 ChargeSPOTの安全性を訴求		エリア：全国 対象：22歳以下のユーザー 登録期間中に マイナンバーカードで年齢認証 をしたユーザーは、 3ヶ月間何度でも 3時間までの利用が165円
ChargeSPOTチケット発売（予定）		ChargeSPOT Pass1ヶ月無料 1万名様プレゼント（予定）	
	お得なチケットを5,000セット 限定でEC上で販売予定 660円分のチケットの購入で、 330円のチケットをプレゼント		ChargeSPOTを長期的に ご利用いただいている方を 優先に、ChargeSPOT Passの 1ヶ月無料コードをプレゼント

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。

本資料内に記載されている「ChargeSPOT」「CheerSPOT」「Ezycharge」「SPOTJOBS」「mamaro」及びこれらに関連するサービス名、製品名等は弊社及び弊社グループ会社の商標または登録商標です。また、記載されている会社名、製品名およびサービス名は、各社の商標または登録商標です。

FY2025 第2四半期決算説明会 目次

1. 決算説明資料 サマリー
2. FY2025 2Q 業績ハイライト
3. FY2025 2Q 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5-52-2 青山オーバルビル10階
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 219,990,016 円（2025年6月末時点）
従業員数	単体:147人 / 連結：348人（臨時雇用者40名を含む、2025年6月末時点）
営業拠点	営業拠点：国内7拠点、海外5社（広州、香港、オーストラリア、台湾、イギリス）
グループ会社	INFORICH ASIA HOLDINGS LIMITED / INFORICH ASIA HONG KONG LIMITED 殷富利（广州）科技有限公司 / 株式会社CHARGESPOT MARKETING Ezycharge Australasia Pty Ltd / Ezycharge Australia Pty Ltd ChargeSpot Digital Service Co. Ltd. / INFORICH EUROPE LTD Trim株式会社

Appendix：取締役紹介



代表取締役
兼執行役員
Group 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
Japan 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。



取締役
兼執行役員
Japan CEO
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
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。



社外取締役
星 健一

1989年JUKI（株）に入社。旧ソ連、インド、シンガポールでの駐在勤務後、フランス、ルーマニアでは現地法人の社長を務めた。2005年から（株）ミスマ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に入社し、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年以降、オイシックス・ラ・大地（株）COO 執行役員、（株）Popsicle、（株）メドレー、AI inside（株）、（株）GROOVEの社外取締役、静岡県アドバイザーボード、東海大学非常勤講師に就任。現在はSocial Good（株）社外取締役、kenhoshi&Company代表を務める。著書にamazonの絶対思考(2019年)、amazonが成長し続けるための「破壊的思考」(2022年)。2024年3月当社社外取締役就任。



社外取締役
天野 友道

ハーバード大学卒業後、スタンフォード大学にて経済学修士・経営学博士（PhD）取得。コロンビア・ビジネス・スクール助教授を経て、2019年よりハーバード・ビジネス・スクール助教授。同大ウェザーヘッド国際問題研究所日米関係プログラムファカルティアソシエイト。イノベーションが普及し消費者に受容される仕組みの実証研究とその応用に従事している。

FY2025 第2四半期決算説明会 目次

1. 決算説明資料 サマリー
2. FY2025 2Q 業績ハイライト
3. FY2025 2Q 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

INFORICH



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

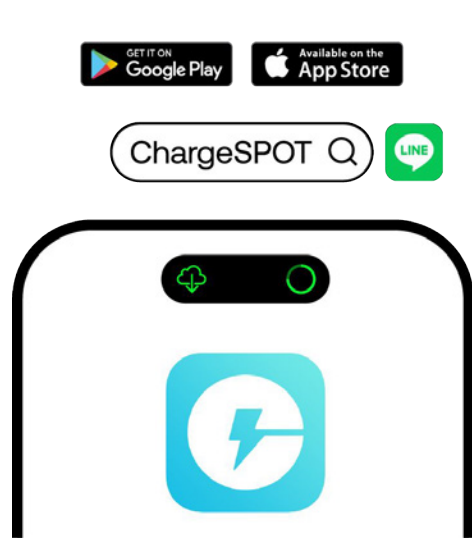
どこでも借りられて、



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。

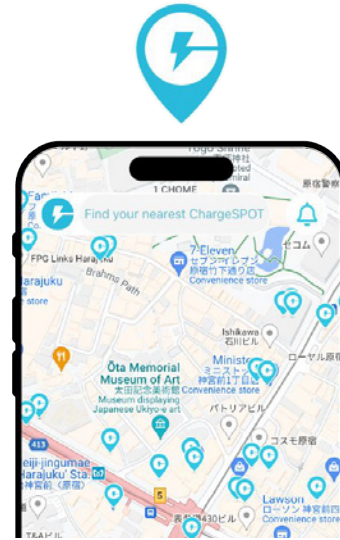




Step 1

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

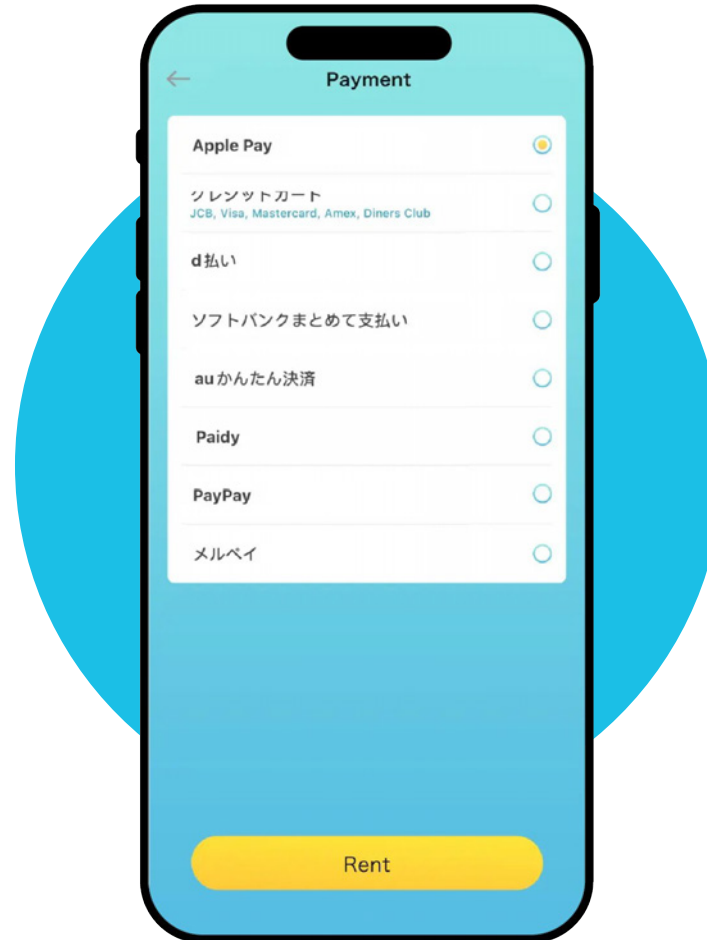
バッテリースタンドのスロットから出てくるモバイルバッテリーを取り出します。内蔵された3種類のケーブルから必要なものを選んでお持ちのデバイスに充電してください。

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
- PayPay
- AEON Pay
- 楽天ペイ
- メルペイ
- WeChat Pay
- Alipay
- Tポイント
- d払い
- Paidy

海外で使用できる決済方法

- Apple Pay
- Alipay
- Google Pay
- WeChat Pay
- LINE 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**54,847**台

コンビニ	セイコーマート、セブン-イレブン、デイリーヤマザキ、ファミリーマート、ポプラ、ミニストップ、ローソン、生活彩家
鉄道駅・交通機関構内	JR東海、Osaka Metro、toks、つくばエクスプレス、バスタ新宿、みなとみらい線、ゆいレール、横浜市交通局、京王電鉄、京成電鉄、京都市交通局、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、阪急電鉄、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、北大阪急行、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、久米島空港、石垣空港
球場、アリーナ	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、明治神宮球場、東京ドーム、横浜スタジアム、ZOZOマリンスタジアム、バンテリンドーム ナゴヤ、IGアリーナ、神戸アリーナ、みずほPayPayドーム福岡
テーマパーク、文化/学習施設	MOA美術館、アドベンチャーワールド、アンパンマンこどもミュージアム、キッザニア、サンリオピューロランド、スモールワールド、ナガシマリゾート、ハウステンボス、はままつフラワーパーク、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、首里城新横浜ラーメン博物館、川崎競馬場、相模湖プレジャーフォレスト、東京サマーランド、東京国立博物館、富士急ハイランド
エンターテインメント、パフォーマンス施設	109シネマズ、CLUBチッタ、GiGO、kino Cinema、RED°TOKYO、Zepp、アプレシオ、イマーシブフォート、スノーパーク イエティ、ネスタリゾート神戸、ラウンドワン、横浜アリーナ、星野リゾート ネコマウンテン
商業施設、オフィスビル、コンベンション施設	&LOVINA、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、クイーンズスクエア横浜、グランキューブ大阪、グラングリーン大阪、グランフロント大阪、ジェイアール名古屋タカシマヤ、プラザ神戸、プレミアム・アウトレット、ポートメッセ名古屋、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、新静岡セノバ、盛岡駅ビル フェザン、青森駅ビル ラビナ、静岡駅ビル パルシェ、泉パークタウン タピオ、藤崎、表参道ヒルズ、福岡タワー、福岡大名ガーデンシティ、幕張メッセ、六本木ヒルズ

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**54,847**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、Galaxy shop、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	JTB、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、ドン・キホーテ、阪急スタイルレーベルズ、寺子屋、不二家、文教堂
レストラン、ファストフード店	ウェンディーズ・ファーストキッチン、ガスト、スシロー、デニーズ、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、天神屋
カフェ	ヴィ・ド・フランス、エプロント、カフェ・ド・クリエ、コメダ珈琲、サンマルクカフェ、タリーズコーヒー、ドトールコーヒーショップ、モリバコーヒー、春水堂、上島珈琲
ホテル	JR東日本ホテルメッツ、アパホテル、シェラトングランデ東京ベイ、スーパーホテル、ドーミーイン、ホテルニューオータニ、ホテルメトロポリタン、ホテルリブマックス、星野リゾート 1955 東京ベイ、東横イン、東急ステイ
金融機関	みずほ銀行、りそな銀行、三井住友銀行、郵便局
大学、教育施設	北星学園大学、北海道文教大学、北海道武蔵女子大学、北海道医療大学、姫路獨協大学、日本体育大学、奈良県立医科大学、東北福祉大学、中部大学、仙台大学、神奈川大学、阪南大学、学校法人片柳学園、学校法人沖縄キリスト教学院、沖縄国際大学
自治体、自治体管理施設	Gメッセ群馬（群馬コンベンションセンター）、群馬県庁、山梨県、渋谷区、豊島区、熱海市、神戸市、福岡市

	卓上型				自立型	
						
	“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
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	1,588円/月	2,077円/月
電源コードの長さ	3m	3m	3m	3m	3m	3m



券売機型



自動販売機型（正面）



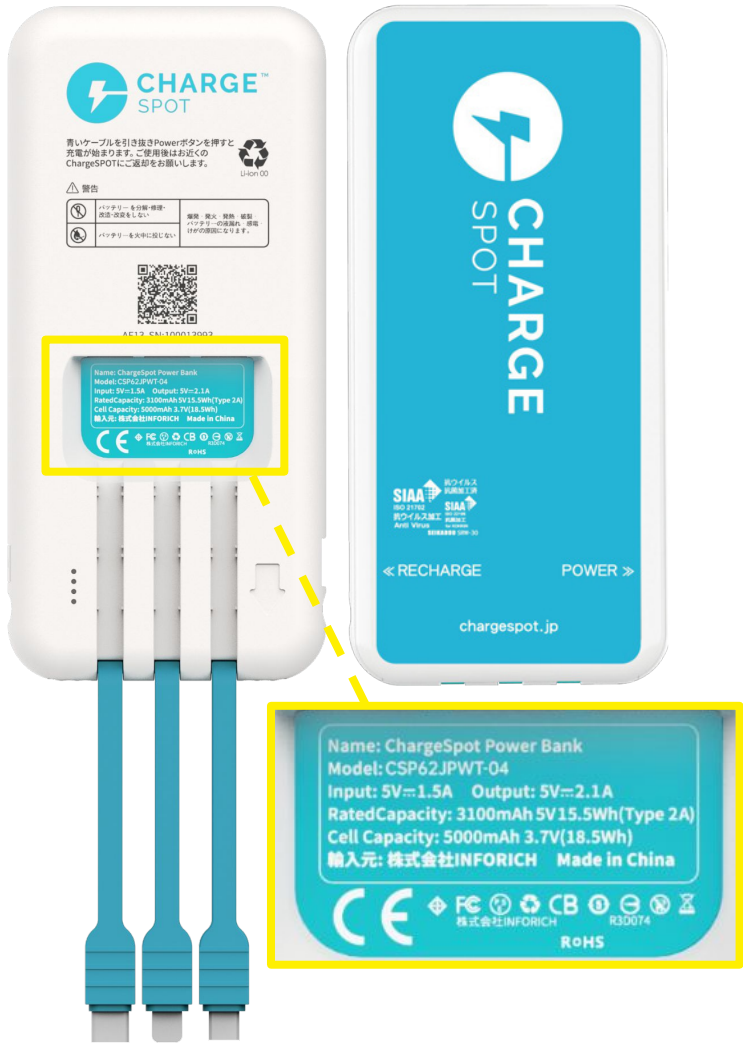
自動販売機型（側面）



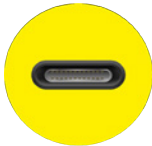
屋外型

				
	券売機型	自動販売機型（正面）	自動販売機型（側面）	屋外型
バッテリースロット数	20個	10個	10個	40個
サイズ(高×幅×厚)mm	410 x 440 x 590	226 x 350 x 149	848 x 164 x 510	2270 x 660 x 1070
重量	約20kg	約5.3kg	約23kg	約280kg
消費電力	58～320w	9～23w	10～100w	58～820w
サイネージ画面	なし	あり	なし	あり
特徴	駅の券売機の撤去後スペースを活用	自動販売機の正面に付帯	自動販売機の横に付帯 屋外設置可能 防水設計/排水機構/防風設計/ 温度調整機能	屋外型 防水設計/排水機構/防風設計/ 温度調整機能

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	5,000 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

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

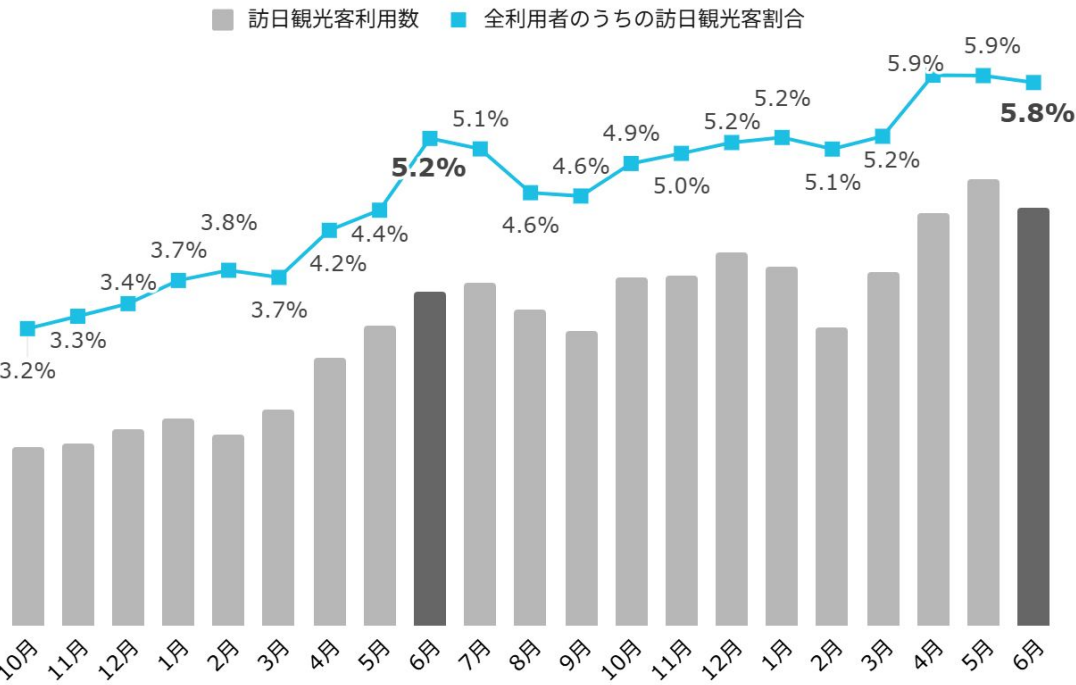


防災協定提携先

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

2025年6月段階では、月間利用者数※の6%近くが訪日観光客だと想定され、昨年比で拡大。
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

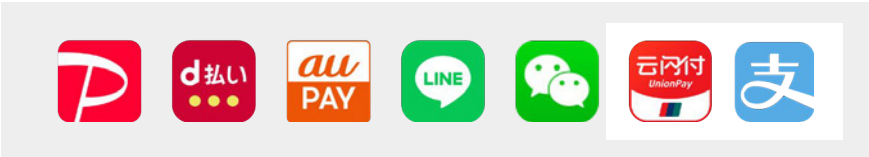


訪日観光客の増減に応じて利用者数も変動。
利用者のうちの訪日観光客割合は昨年比で上昇し、6%に近づく。

訪日観光客の利用促進のための施策

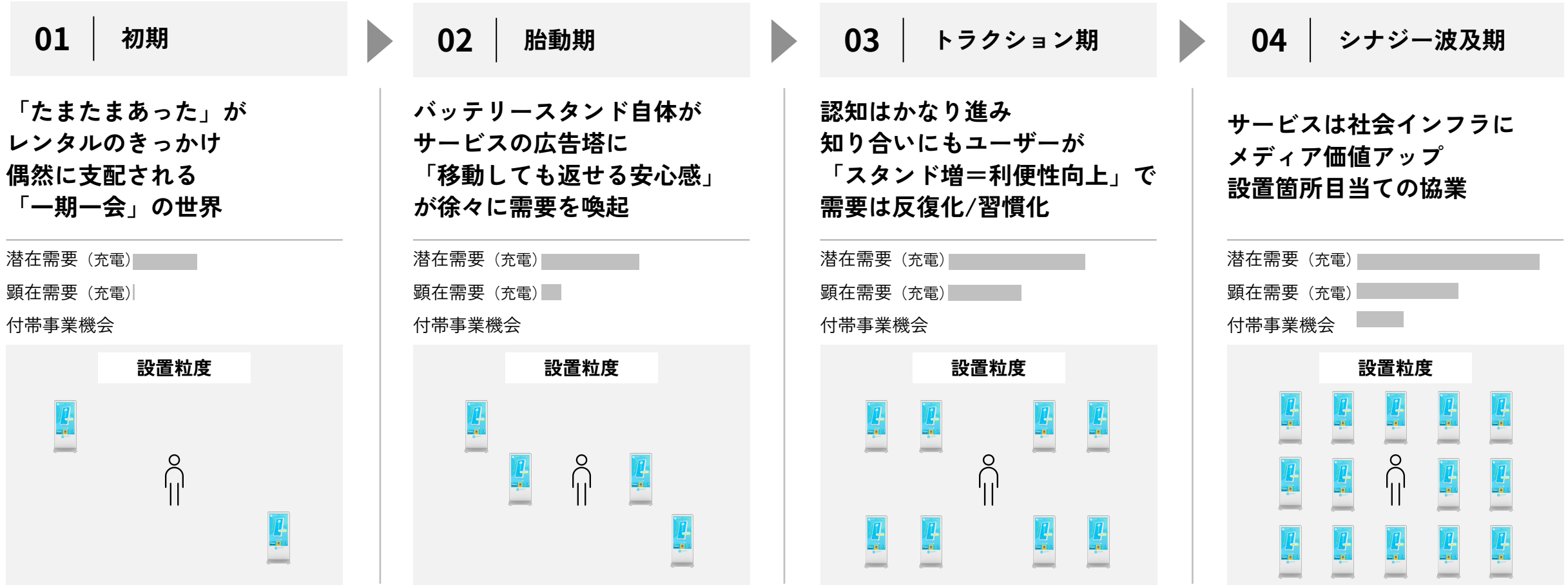


サイネージ画面に、英語、中国語、韓国語での案内を表示。
空港など、訪日観光客が多く立ち寄るところには多言語でのPOPを掲示。



WeChat、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利用可能。

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。



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

設置プロトコルを設ける目的

採算性

よく借りられる場所に設置することで、採算性を高める

認知向上

設置エリアを集中させることで、
ユーザーの認知を向上させる

コストダウン

設置エリアを集中させることで、
メンテナンスコストを削減する



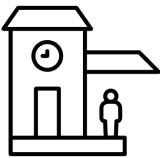
具体的な審査基準



レピュテーション
リスクがない



重点エリア



人流の多い
駅周辺



アクセスしやすい



土日祝日に営業



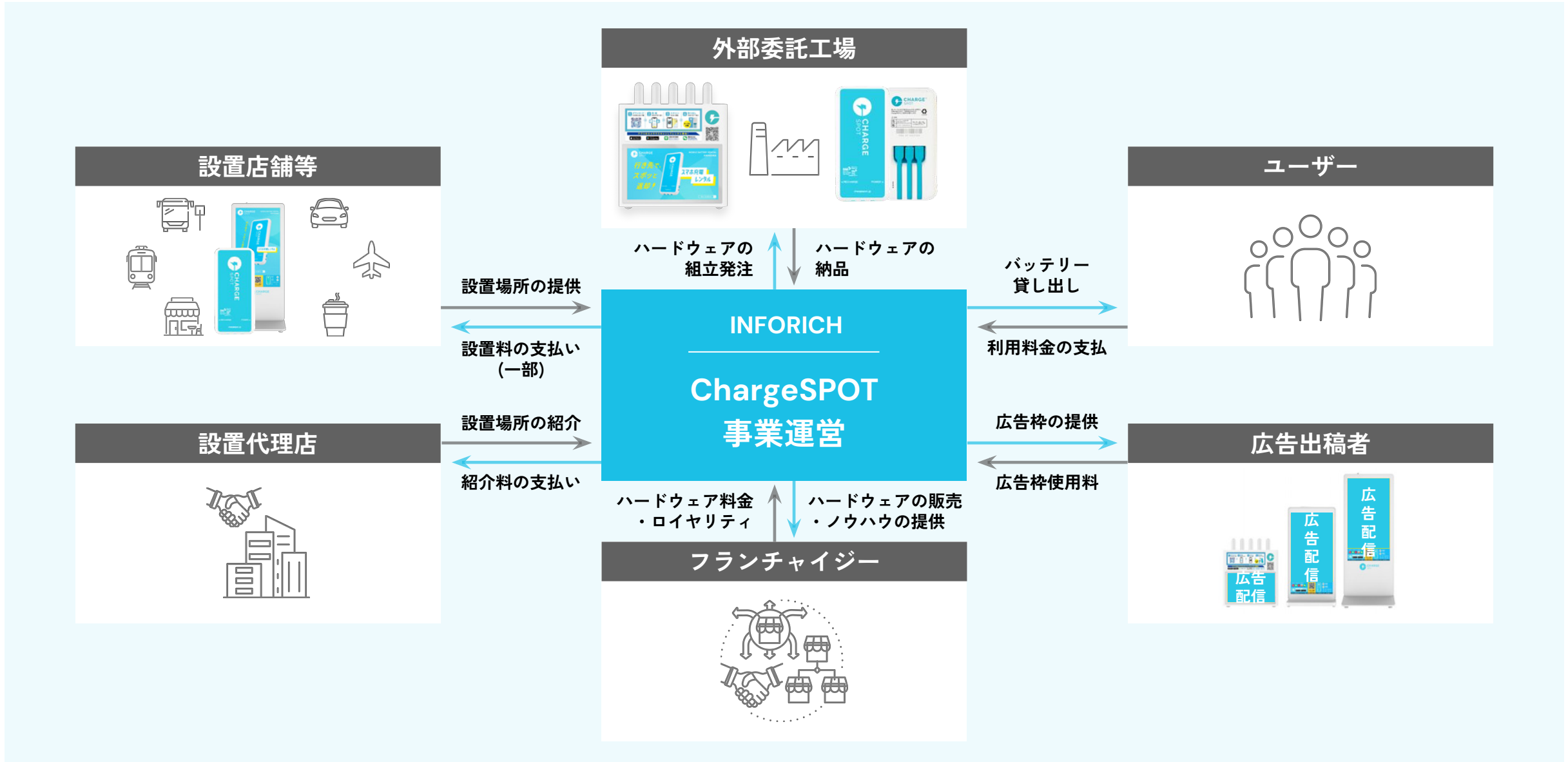
既存台の稼働

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

種別			スロット数	減価償却期間	構成割合 2025/6	投資回収期間 2025/6
バッテリー			-	3年	-	18日
バッテリー スタンド	LL40		40個	5年	0.3 %	37日
	LL20-J		20個		8 %	215日
	M10		10個		4 %	431日
	S10 S10-A		10個		16 % 39 %	121日 147日
	S5		5個		33 %	126日

※ 投資回収期間：2025年6月時点の日本でのバッテリー稼働率もしくはスタンドごとの平均1日売上を基とした
※ 各ハードウェアコスト(原価にキitting・配送・設置の諸費用)のリクープにかかる期間。為替は2025年6月時点のもので換算

Appendix： ChargeSPOTの収益構造



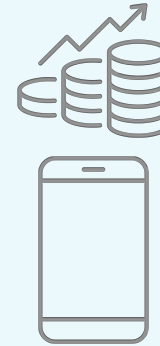
モバイルバッテリーのシェアリングサービスに対するニーズを高める外部環境が、サービスの普及に繋がっている。

社会



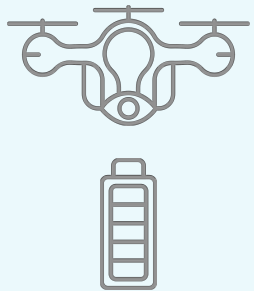
- 環境意識の高まり（大量消費・大量廃棄への忌避感）
- モノを持たない生活への関心の高まり
- 持ち歩く荷物の軽量・小型化
- モバイルバッテリーの取り扱いへの関心の高まり（一般ごみへの廃棄による収集車の火災などの頻発）

経済



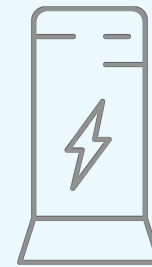
- スマートフォンの価格上昇
- 特に若年層の実質賃金の低下
- 携帯販売時の奨励金の停止
⇒スマートフォンの買い替え頻度の低下
- モバイルバッテリーの価格上昇

テクノロジー



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

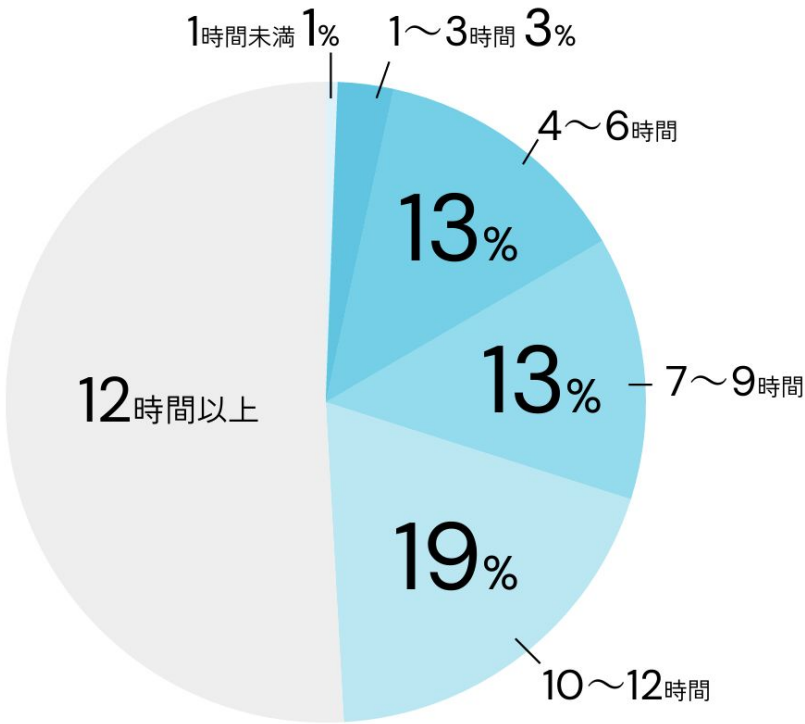
設置先ニーズ



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

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

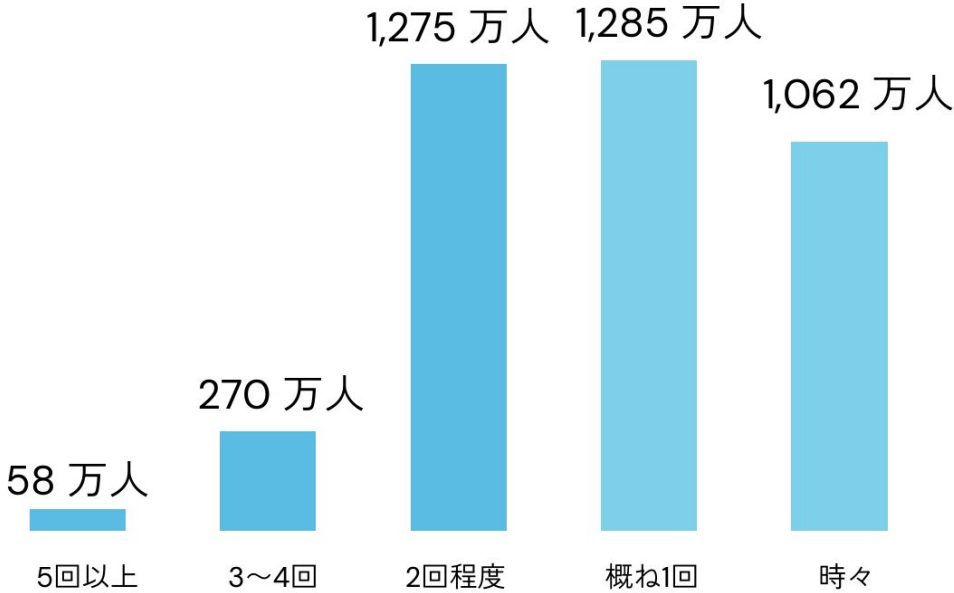
あなたのスマホは1回の充電でどのくらい
持ちますか？



dentsu

出所：「モバイルバッテリーに関する調査」（2023年4月実施調査-日本）

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



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

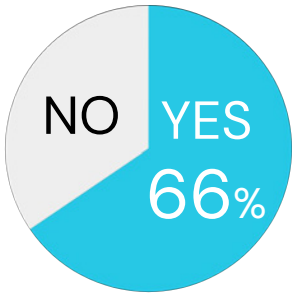
dentsu

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

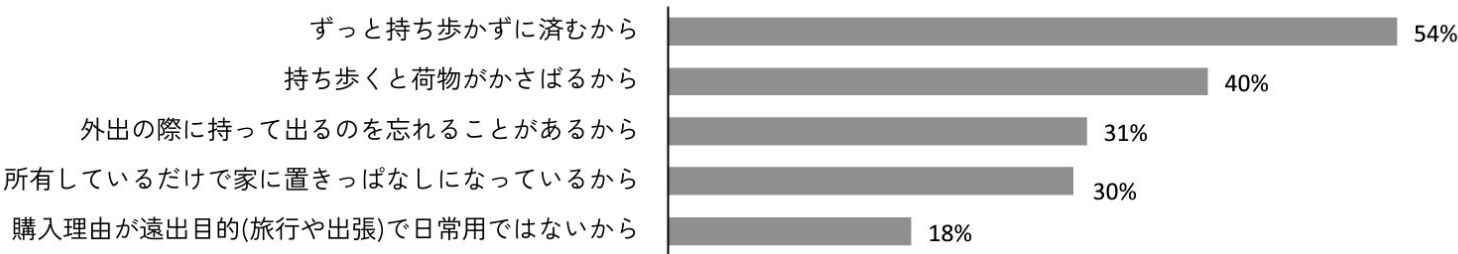
現在マイバッテリーを所有している人達も将来の有望なChargeSPOTユーザー

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

Q1 ChargeSPOTを利用したいですか？

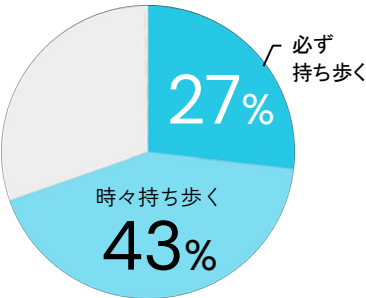


Q2 マイバッテリーを所有していながらChargeSPOTを利用したいと考える理由はなんですか？



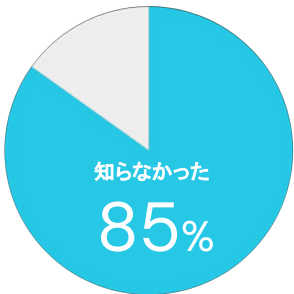
Q3 マイバッテリーを持ち歩きますか？

必ず持ち歩いている
割合は全体の1/4



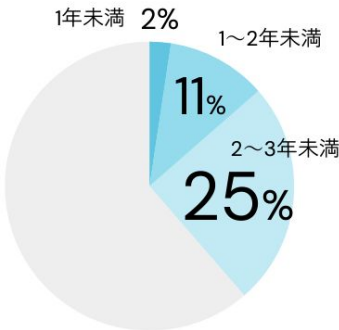
Q4 マイバッテリーを購入した際にChargeSPOTをご存知でしたか？

買った時にChargeSPOTを
知らなかった人がほとんど



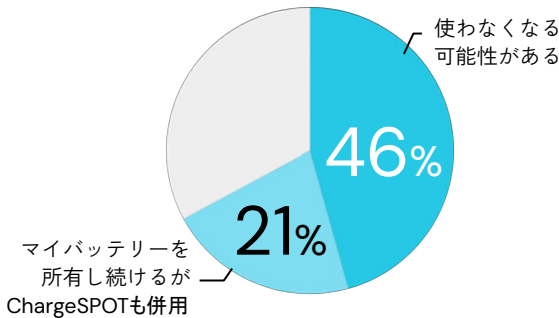
Q5 マイバッテリーを何年おきに買い替えていますか？

1/3以上が3年以内に買い替える



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

半数がChargeSPOT利用に
切り替える可能性を認識

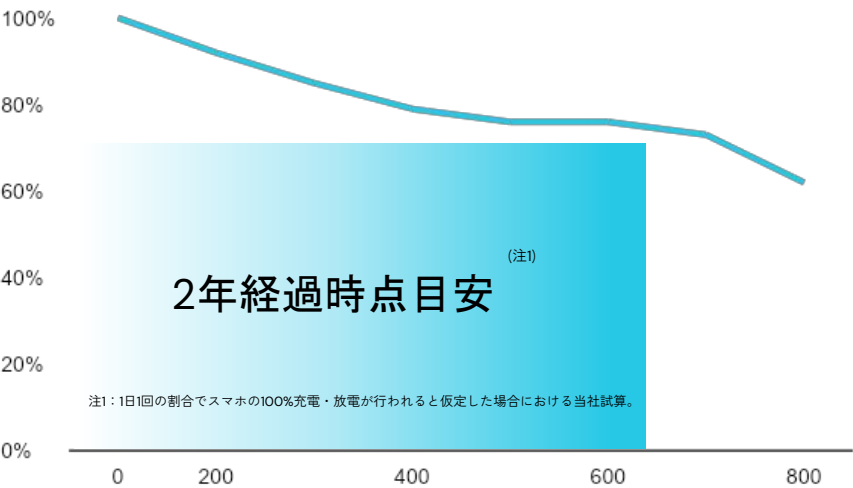


リチウムイオン電池の経年劣化特性・それに拍車をかける構造的なスマホ買い替えサイクルの長期化傾向

- リチウムイオン電池は、約600回の充電回数(充放電サイクル)で充電容量が80%に降下し、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

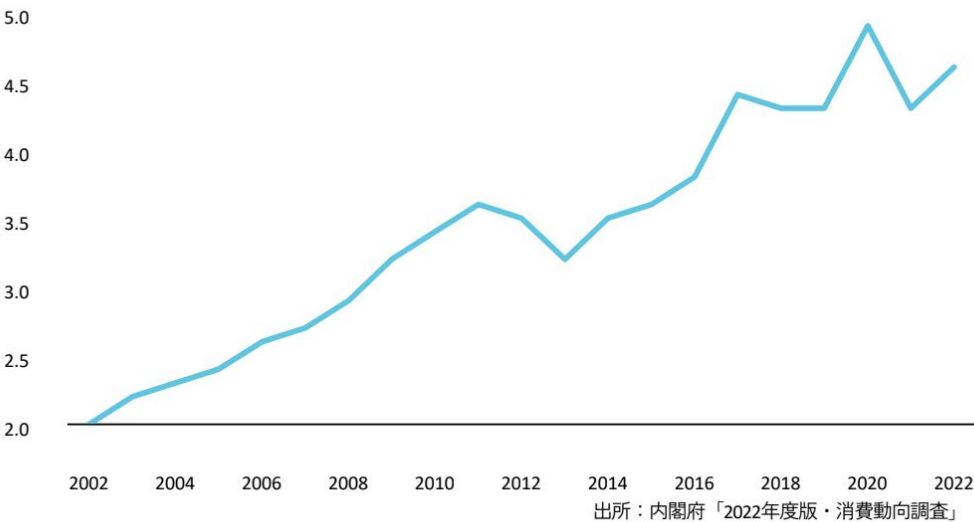
(充電回数：回 ・ 電池充電容量：%)



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

携帯電話・スマホ買い替え周期

(年・平均買い替えサイクル)

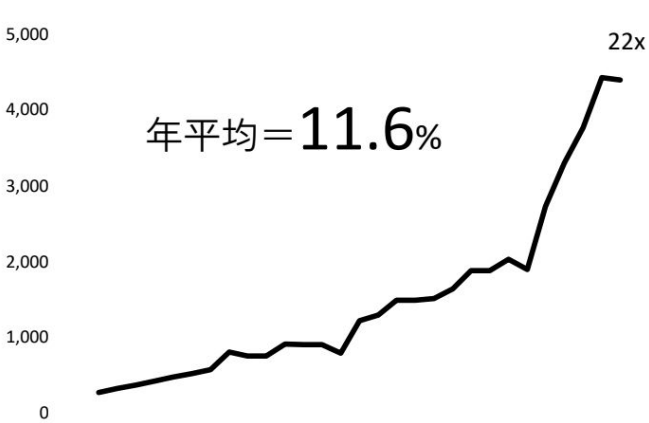


バッテリー技術がスマホの進化に全く追いついていない深刻な現状：
技術進歩にかかわらずスマホの電池持ちは悪くなる一方

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

スマホ内蔵電池の容量

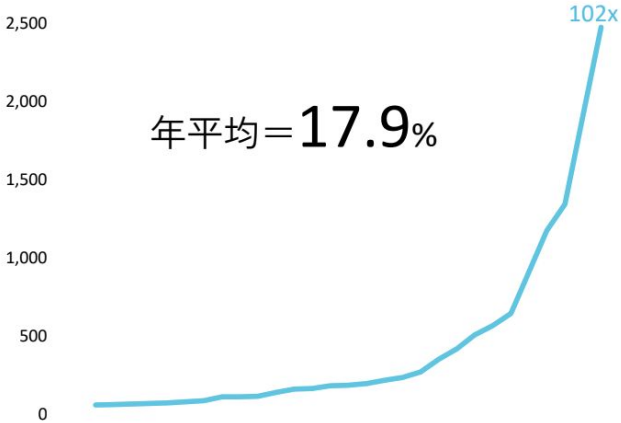
(各年の最新モデル)



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

スマホ消費電力量

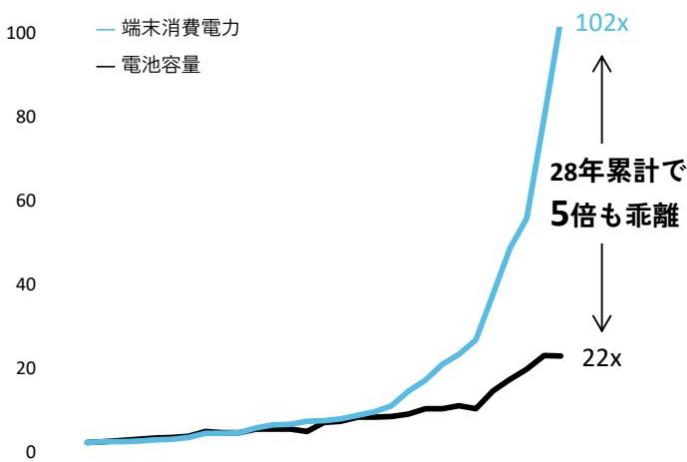
(1日/1台当たり平均)



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

電池容量 vs. 消費電力

(1日/1台当たり平均)

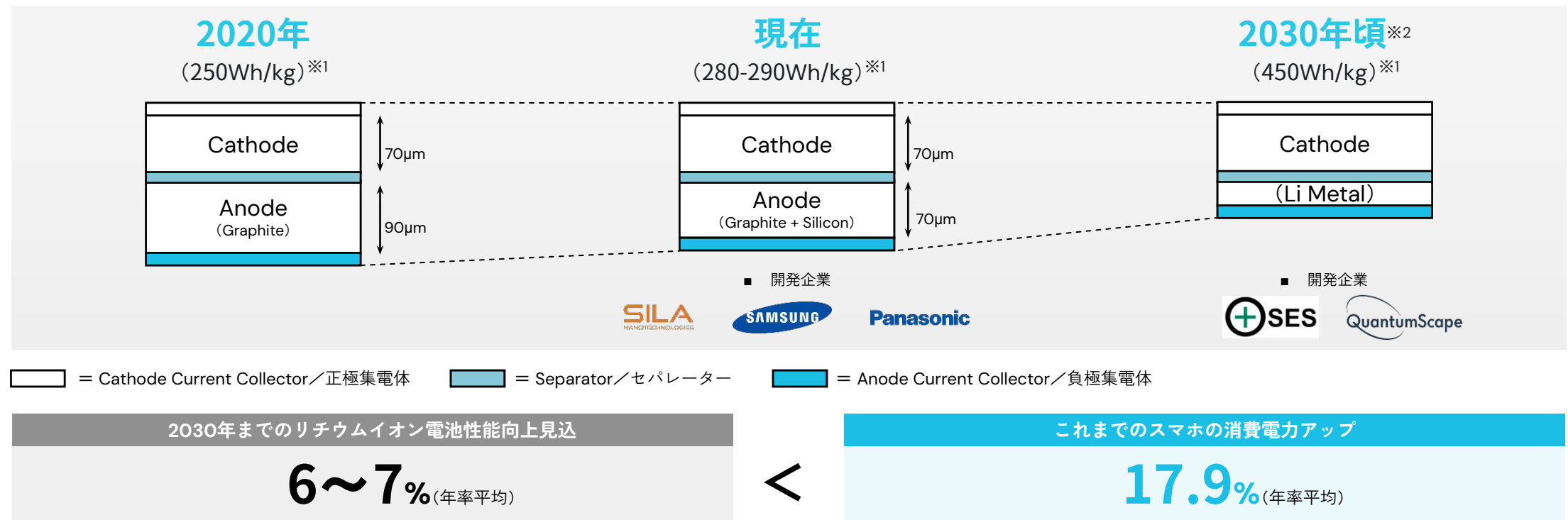


備考：計測期間は1994年～2022年
出所：松下通信工業、Apple、Nielsen Mobile NetView、
Marketing Research Camp、(株)ピアズ社データより作成

リチウムイオン電池の最先端技術動向：

2030年までの性能向上は年平均6-7%程度とスマホ消費電力の年率平均成長に遠く及ばず

- 現在進んでいるのが、グラファイトベースの負極にシリコン(Si)を一部混入することによる新素材の開発で米国SILA等多数社が開発を推進。性能向上は約15%ほど
- 期待される次のブレ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



※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

FY2025 第2四半期決算説明会 目次

1. 決算説明資料 サマリー
2. FY2025 2Q 業績ハイライト
3. FY2025 2Q 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

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

長期経営指針

長期的なフリーキャッシュフロー(EBITDA)の最大化



中期方針

高い売上高成長率の維持

FY2025事業方針

ChargeSPOT国内

FY2024実績以上の設置による更なる面の拡大と高い収益性の両立を目指す

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

ChargeSPOT海外

将来のフリーキャッシュフローの源泉として先行投資を加速させる

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

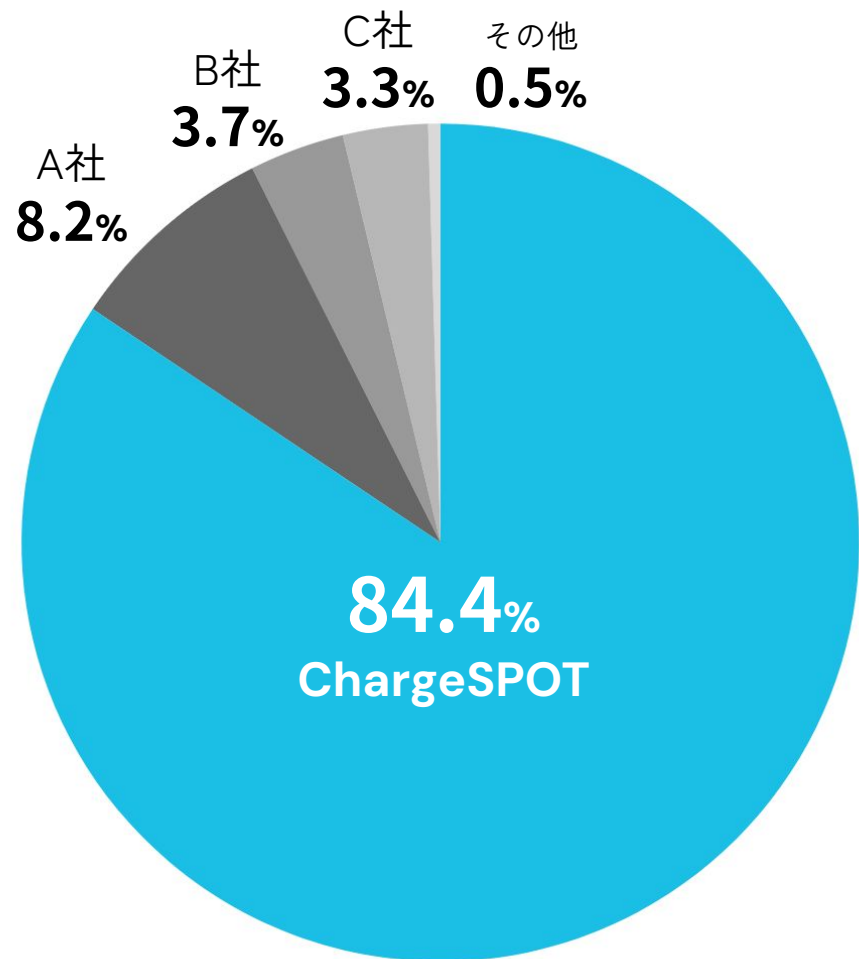
プラットフォーム

提供サービスの多角化と専属チーム立ち上げによる売上拡大を図る

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

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)

	6月末時点台数
ChargeSPOT	54,847
A社	5,312
B社	2,385
C社	2,127
その他	309

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

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

2Q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	2Q決算説明会をオンライン形式で実施。あわせて92名が参加。当日中にアーカイブ動画を公開し、現在までに約1,900回再生。
アナリスト・機関投資家個別面談 (対面・オンライン)	64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)	2回	CEO CFO	決算後のオンラインでの個人投資家向け説明会を今期も実施。
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。
IR ホームページの改善	-	IR担当者	IRのホームページのトップページをリニューアル。 既存部分でも、FAQに検索機能をつけるなど随時アップデートを実施している。

株主・投資家の主な関心事項
✓ 第1四半期の台あたりMAUの減少の理由・今後の改善予定 ✓ 来年以降の季節性の影響 ✓ 今後の設置戦略 ✓ メディア事業の進捗、「CheerSPOT」の拡大方針 ✓ 海外での競合環境について・今後の海外展開方針
今後の方針
✓ 機関投資家向け説明会は決算発表と同日実施を継続 ✓ 説明会の動画や書き起こし・質疑応答の迅速な提供 ✓ より見やすいIR HPへの改修を検討 ✓ 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	対応策
スマホ内蔵バッテリーの技術革新に関わる事項	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。	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	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粛々と取り組んでいく。
設置先に関わる事項	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に担当部署を設け、設置先の担当者と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。

FY2025 第2四半期決算説明会 目次

1. 決算説明資料 サマリー
2. FY2025 2Q 業績ハイライト
3. FY2025 2Q 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

INFORICH

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

01 | シェアリング文化の普及

Plan（取り組み方針）

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

Strategies（戦略）

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

02 | 社内のダイバーシティ & インクルージョンの推進

Plan（取り組み方針）

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

Strategies（戦略）

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

03 | 災害時の電源確保への協力

Plan（取り組み方針）

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

Strategies（戦略）

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

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

04 | レジリエントな
サプライチェーンの実現

Plan（取り組み方針）

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

Strategies（戦略）

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

05 | CO2排出量の削減

Plan（取り組み方針）

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

Strategies（戦略）

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

06 | リスク管理と経営基盤の強化

Plan（取り組み方針）

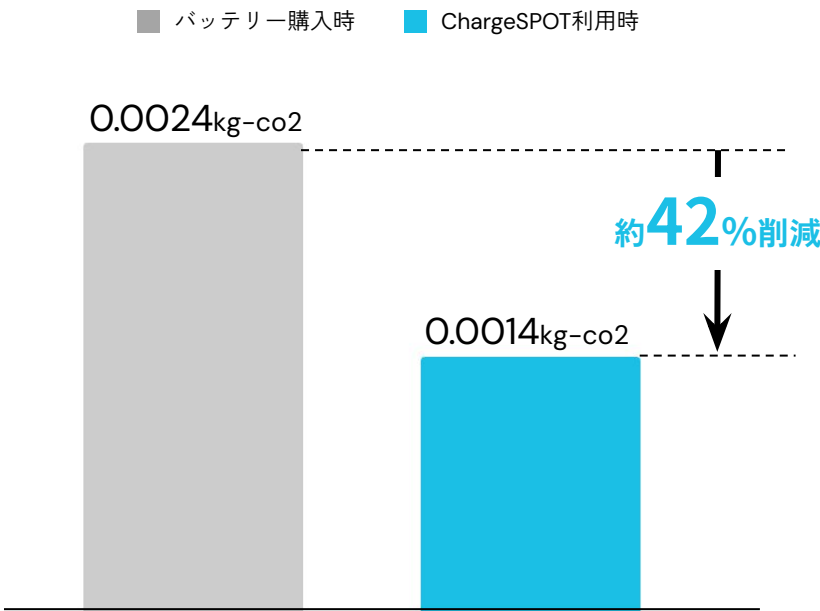
上場会社にふさわしいリスク管理を実施するとともに、経営基盤を強化して、中長期的に企業価値を向上させる。

Strategies（戦略）

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

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

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



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

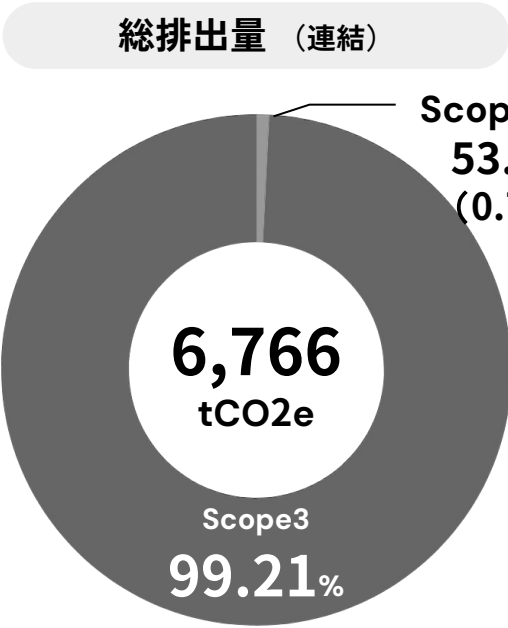
298,708kg-co2e

↓ 森林のCO2吸収量に変換すると...

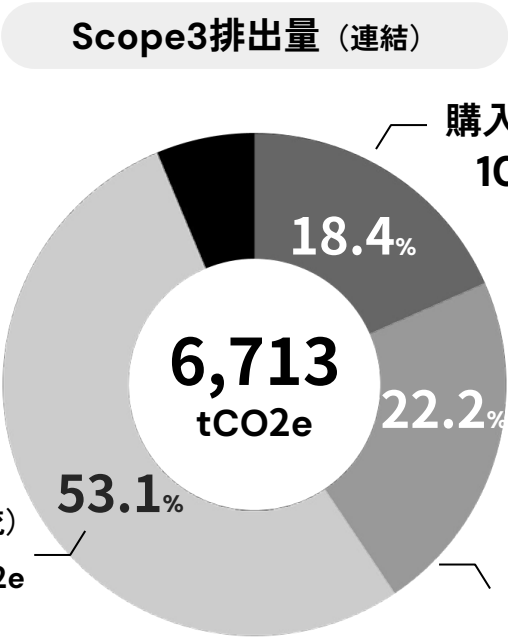


※ 森林1haの年間吸収量を8,800 kg-CO2と想定して算出（出典：林野庁）
※ アスエネ株式会社による算定

2024年度のCO2排出量の算定を日本と香港・中国・オーストラリア・台湾の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。



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0.79%にとどまる



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、中国、香港、オーストラリア、台湾のグループ会社の排出量を含む。オーストラリア・台湾については、連結前の数値を含む、年間数値を組み入れ。
※ 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・FY2024実績)

スコープ	カテゴリー	CO2e排出量 (tCO2e)	割合
スコープ1 直接排出		0	0 %
スコープ2 間接排出		53.2	0.79 %
スコープ3		6,713	99.2 %
	1 購入 ※バッテリーの購入によるもの	1,232	18.4 %
	2 資本財 ※バッテリースタンドの購入によるもの	1,490	22.2 %
	3 その他燃料	-	-
	4 輸送（上流）	151	2.26 %
	5 事業廃棄物	4.8	0.07 %
	6 従業員の出張	165	2.46 %
	7 従業員の通勤	103	1.53 %
	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	3,567	53.1 %
	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		6,713	-

※ 上記の排出量は、日本法人、中国、香港、オーストラリア、台湾のグループ会社の排出量を含む。オーストラリア・台湾については、連結前の数値を含む、年間数値を組み入れ。
※ 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のオフセットをグリーン電力の購買により行っており、グリーン電力の普及にも協力している。



有価買取→再資源化

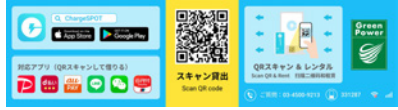
当社が費用を負担
→再資源化

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50%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。
大型スタンド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。



グリーン電力証書
The Certificate of Green Power

株式会社 INFORICH 殿

Green Power

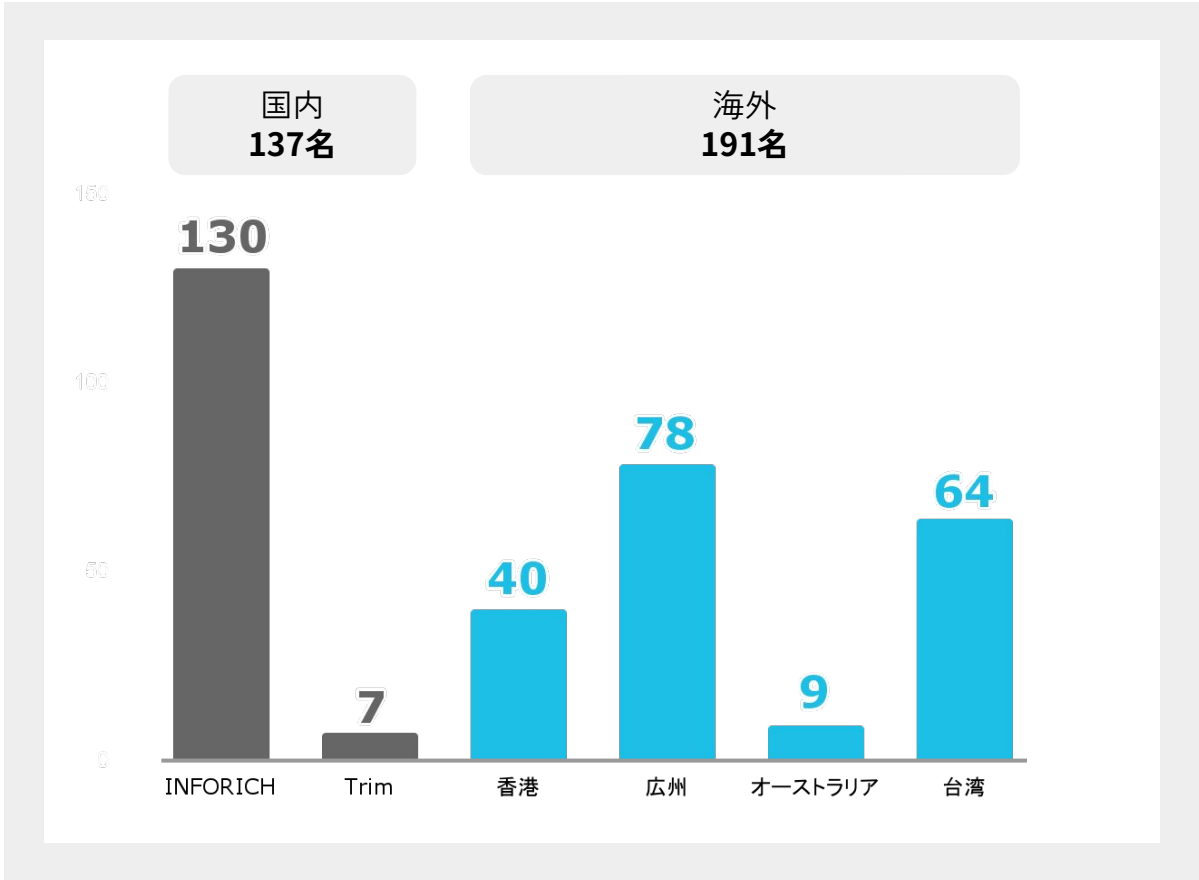
発電電力量: 2,913,390kWh
発電期間: 2016年10月から2022年4月まで
発電方法: 自然エネルギー発電（バイオマス発電）
発行日: 2023年3月6日
この証書は、日本国内において上記の通り自然エネルギーによる発電を行ったことを証する。
This is to certify that the above-mentioned quantity of power was generated using natural energy in Japan.

一般財団法人日本品質保証機構 認証済
Attested by JQA

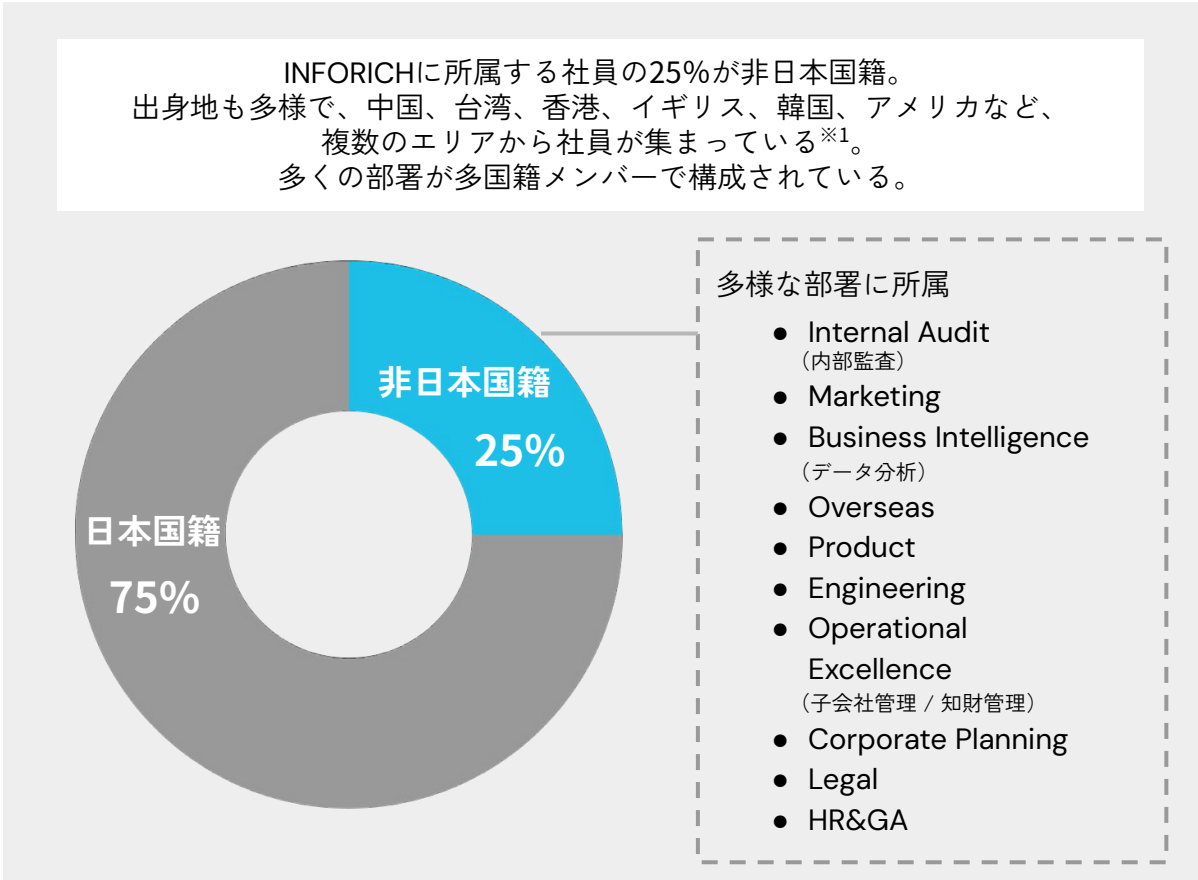
日本自然エネルギー株式会社
Japan Natural Energy Company Ltd.

グループでは半数以上が非日本国籍。
国内においても多様なエリアからメンバーが集まっており、出身地・言語的多様性が高い。

グループの国籍多様性



INFORICH内の国籍多様性



日本法人（株式会社INFORICH）の女性管理職比率は、2023年度の5%から、2024年度末時点で18.8%と改善。
日本政府目標の女性管理職30%は未達。男女の賃金格差に課題があり、改善が必要。

グループ内の各法人の女性管理職比率

日本	株式会社INFORICH	18.8%
	Trim株式会社	20.0%
広州	殷富利（广州）科技有限公司	35.0%
香港	INFORICH ASIA HONG KONG LIMITED	33.3%
オーストラリア	EZYCHARGE AUSTRALIA PTY LTD	12.5%
台湾	ChargeSpot Digital Service Co., Ltd.	36.3%
連結		29.0%

INFORICHのミッションランクごとの男女比率

	男性割合	女性割合
執行役員	85.7%	14.3%
統括部長	100.0%	0.0%
担当部長	68.4%	31.6%
Leader	80.6%	19.4%
Senior Associate	42.9%	57.1%
Associate	47.4%	52.6%
全体	64.0%	36.0%

INFORICHの課題・対応策

男女の賃金差異が全労働者で男性：女性が **100%：65.3%** と大きい

男女同一の賃金制度であるものの、
同一のミッションランク内でも男性＞女性の賃金になっている

中途採用社員が大半であるため、前職の給与を参考に給与設定

日本政府が目標とする女性管理職比率30%は国内法人は未達

引き続き男女共通の基準での人事評価・昇進を実施するとともに、
保有能力と発揮能力を加味した給与レンジ設定を行う制度に変更し、
前職給与の影響を縮小することを検討

社員がより活躍しやすい環境にするため、スキルの向上とコミュニケーション活性化の機会を提供。
フルフレックスタイム制の導入、病気休暇の付与などによって働きやすさの向上も図る。

スキル向上プログラム

コミュニケーションスキルトレーニング

日本法人 外国籍社員対象

日本法人に所属する外国籍社員に対する日本語トレーニング

コンプライアンストレーニング

日本法人 全社員対象

法令遵守/情報保護/ハラスメントについての研修を実施

海外子会社 全社員対象

法令遵守/情報保護についての研修を実施

Learning Circle

日本法人 全社員対象

担当部長以上のメンバーが集まり、マネジメントの経験とナレッジをシェア

コミュニケーション促進プログラム

CONNECT（全社ミーティング）

日本法人 全社員対象

毎月1回、オフラインミーティングで会社の現場やプランを共有

海外子会社 全社員対象

四半期に1回、海外子会社社員もオンラインで参加

チームビルディング

日本法人 全社員対象

四半期に1回、イベントなどを通じたチームビルディングを実施

コミュニケーションランチ/ディナー

日本法人 東京本社対象

社員同士のランチやディナーに一定額を補助。またオフィスでの弁当販売も開始。

ライフサポートプログラム

フルフレックスタイム制

日本法人 全社員対象

コアタイムのないフルフレックスタイム制を導入

Work with family

日本法人 正社員対象

年30日間、出身地・国でのリモートワークが可能

有給の病気休暇

日本法人 正社員対象

年次有給休暇とは別に有給の傷病休暇を設け、年次有給休暇をリフレッシュや疲労回復などの目的に利用できるようにしている。正社員自身と正社員の2親等以内の親族の病気・怪我に対して使用可能。

Thank you for your interest.

INFORICH