



2025年12月1日

各 位

会 社 名 株式会社INFORICH

代表者名 代表取締役社長兼執行役員Group CEO 秋山 広宣

(東証グロース市場、コード：9338)

問合せ先 執行役員Group Corporate Planning&IR担当 青木 拓也

メール：ir@inforichjapan.com

投資家の皆さまからのご質問と当社見解（2025年11月）

日頃より当社へのご関心をいただきありがとうございます。

本開示は、投資家様への情報発信の強化とフェアディスクロージャーを目的に、投資家様から頂戴した主なご質問とその回答について、毎月月末を目途に行っているものです。

今月のご質問の一部は、決算説明会でいただいたものと重複しています。決算説明会の動画はYouTubeから（https://www.youtube.com/watch?v=_VH8gHhvteE&t=3s）、決算説明会の書き起こしはログミーFinanceから（<https://finance.logmi.jp/articles/382954>）ご確認ください。

なお、回答内容については、時期のずれによって齟齬が生じる可能性があります。

Q.1 業績予想の達成に向けて、どのように取り組んでいくのか。

第3四半期では、主力セグメントである国内CHARGESPOTのレンタルは回復しており、キャッチアップが進んでいます。海外CHARGESPOTも当初の想定以上に成長しています。

業績予想の達成に向けては、第3四半期までの乖離分を取り戻すことが重要であると認識しています。そのうえでは、プラットフォームセグメント内のMEDIA事業の、特に企業向け広告枠販売（純広告）が重要になると考え、営業活動を継続しています。すでに約2.7億円の受注が積み上がっています。

Q.2 「CHARGESPOT」のメディアとしての強みは何か。

まず、国内47都道府県に約5万7千のサイネージ画面を有していることが強みと言えます。

「CHARGESPOT」は様々な業種の店舗や施設といった、多くのプラチナロケーションをおさえています。サービスの特徴として、レンタルする際と返却する際に2回のタッチポイントがあること、またその際には必ずその場においてサイネージ画面の前に立っていることも訴求ポイントです。

サイネージ画面は遠隔で制御しているため、短いリードタイムで広告の出稿が可能です。また、広告出稿時には、特定のエリア×業種での幅広い出稿、全国の特定チェーンのみの出稿、数カ所限定の出稿など、様々なニーズにお応えすることができます。サイネージだけではなく、「CHARGESPOT」のアプリ内のバナーやモバイルバッテリーの表面広告などを組み合わせて、様々な形で訴求を行うことも可能です。

Q.3 11月5日に発表している、NTTドコモの「スゴ得コンテンツ」との提携について、どのような効果を見込んでいるのか。既存ユーザーからの売上を毀損することはないのか。

当社がNTTドコモ様に「CHARGESPOT」をご利用いただけるクーポンをコンテンツとして提供し、その対価として一定の金額を受領する契約となっています。（契約の詳細については非開示としています。）

昨年11月から「スゴ得コンテンツ」との連携は行っており、第3四半期までは500円分のクーポンを毎月2枚進呈する特典を提供していました。過去の分については既に売上に貢献しています。今回リリースした内容は第4四半期の実績として計上される予定です。

今までの取り組みの中でも、「スゴ得コンテンツ」を通じてドコモユーザーの方に「CHARGESPOT」の存在を認知していただき、使っていただくことができています。

インフラとして定着しているスマートフォンを提供するキャリア事業者と当社が、「どのようにビジネス上で連携できるのか？」を模索していくことは、当社の長期的且つ大きなテーマの1つだと考えています。

利用料金等を考慮すると、「安すぎるのでは？」といった意見も一定数いただいています。ご提供するクーポンの内容は、当社の売上を毀損しないよう、利用状況などに応じて今後の契約内容の見直しに向けた協議を進めていく予定です。

Q.4 国内では3Qまでに年間の設置目標数を達成しているが、今後も台数は増加させていくのか。

第4四半期も引き続き好立地を中心に設置を進めていきます。すでに「マツモトキヨシ」や「NewDays」へのトライアル設置を開始・発表しています。

来年度以降も、駅周辺や観光地など好立地を中心に、ユーザーの利便性の向上につながるような設置を継続していく予定です。

Q.5 イタリアでの運営開始について、進捗が遅れているのはなぜか。現在目標に掲げている台数の達成も難しいのではないか。

現地の規制への対応に時間を要したことで展開の開始時期が遅れました。開始時期の遅れにともない、設置も4Qに後ろ倒しになっていますが、設置営業に関して想定外の障壁が発現したわけではありません。先行して設置営業・契約の締結は行っており、順調に進んでいます。

個人店舗のみならずチェーン店への導入も並行して行うことで、今後の台数は増加すると計画しています。