2024年 5月 15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CEO　秋山 広宣
（コード番号：9338　東証グロース市場）

問合せ先　取締役兼執行役員CFO　橋本 祐樹
（メール：ir@inforichjapan.com）

株式会社INFORICH 2024年12月期 第1四半期決算説明会 質疑応答一覧

この質疑応答一覧は、2024年12月期 第1四半期決算説明会（2024年5月14日 18:00～19:00 開催）で、アナリスト・機関投資家の方々からいただいたご質問をまとめたものです。

ご理解いただきやすいよう、一部表現の変更や加筆・修正を行っております。

なお、本決算説明会の動画は以下URLでご確認いただけます。
（https://youtu.be/-Pz7WzTqExw）

1Qの実績/業績予想について

会社計画対比での1Qの上振れ幅をご教示ください。

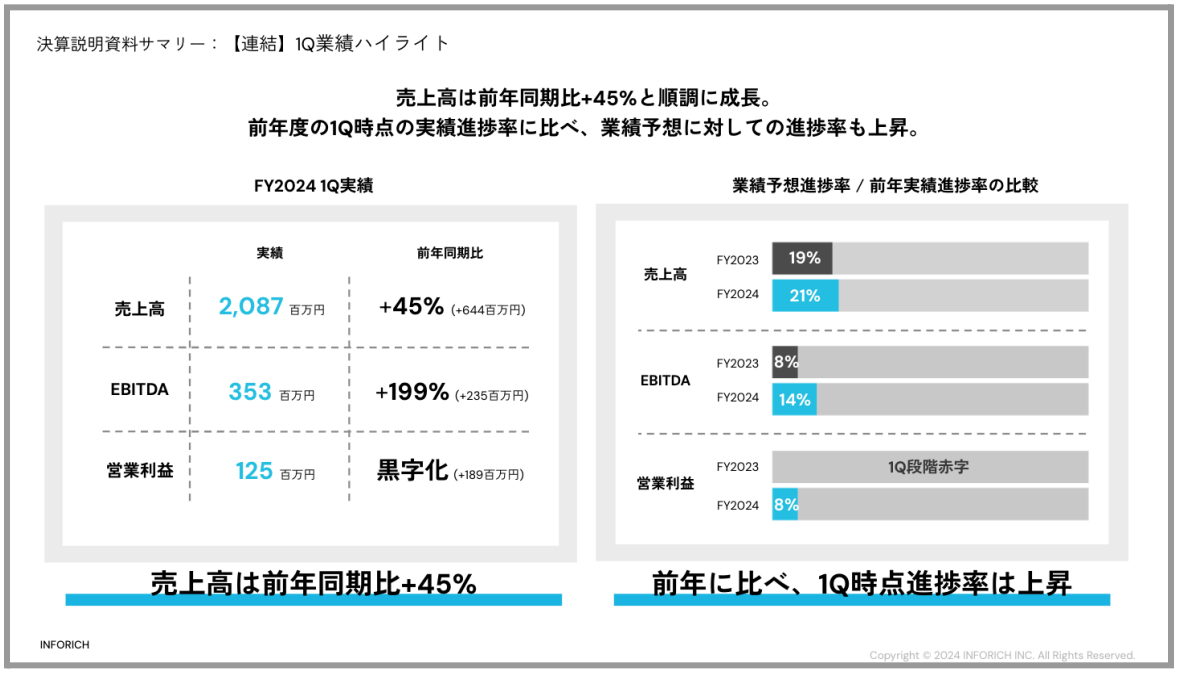
売上に対してはほぼ100%、ほぼ差異なしの着地です。利益については、営業利益は元々は1億弱の営業利益予想だったものが1.2億になりましたので、50%以上の上振れ着地になりました。

業績予想は達成できるのでしょうか？

進捗率の観点で見ても昨年の19%よりしっかり進んできております。このことからも問題なく達成できるものと考えております。

1Qの季節性の影響と、昨年の四半期推移を見ていただいてもお分かりいただけるとおり、時間が経てば経つほどユーザーが増えていきますので、進捗率についてもクォーターが進むごとにどんどんどんどん加速度的に伸びていく傾向がございます。

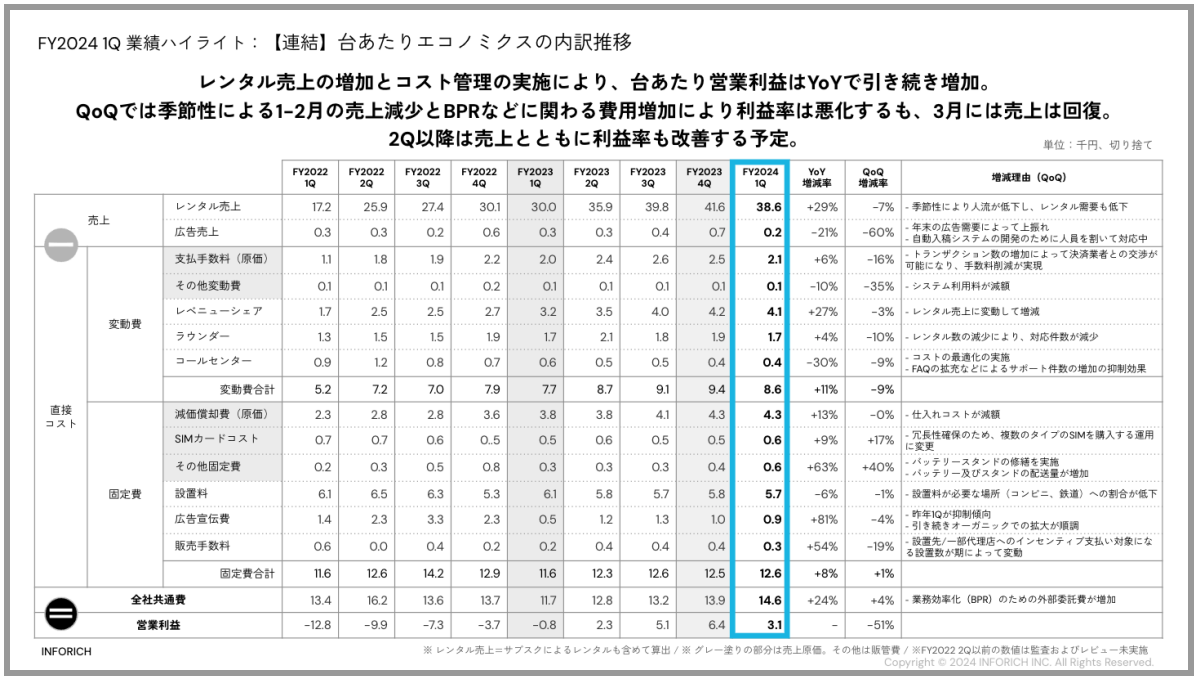
2Qはゴールデンウィーク、3Qは夏休み、4Qはハロウィンやクリスマス、忘年会など、1Qと比較しても外出時間が超過するということは過去の傾向からも分かっておりますので、業績予想は達成できると考えております。



<u>台あたりエコノミクスについて、 全社共通費の上昇が顕著に見えるのですが、この上昇傾向は2Q以降も継続するのでしょうか？</u>

QoQで見ると顕著とまでは捉えておりませんが、YoYでは増加しております。特に伸びが大きいのが外部委託費ですが、昨年下期から開始したBPRのための費用が含まれております。来期も同じように費用をかける想定ではありません。

昨年の1Qは人件費が少し他のクオーターに比べると増加幅が少なかったことも関係しています。今後も人員は増えていきますので（YoYでは国内で12名、海外で16名を採用済）人件費も一定程度増加しますが、売上高を超えるような増加にはならないようにコントロールしていきます。



FY2024 1Q 業績ハイライト：【連結】台あたりエコノミクスの内訳推移

レンタル売上の増加とコスト管理の実施により、台あたり営業利益はYoYで引き続き増加。
QoQでは季節性による1-2月の売上減少とBPRなどに関わる費用増加により利益率は悪化するも、3月には売上は回復。
2Q以降は売上とともに利益率も改善する予定。

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	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**	+29%	−7%	- 季節性により人流が低下し、レンタル需要も低下
		広告売上	0.3	0.3	0.2	0.6	0.3	0.3	0.4	0.7	**0.2**	−21%	−60%	- 年末の広告需要によって上振れ - 自動入稿システムの開発のために人員を割いて対応中
−	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**	+6%	−16%	- トランザクション数の増加によって決済業者との交渉が可能になり、手数料削減が実現
		変動費 その他変動費	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	**0.1**	−10%	−35%	- システム利用料が減額
		変動費 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**	+27%	−3%	- レンタル売上に変動して増減
		変動費 ラウンダー	1.3	1.5	1.5	1.9	1.7	2.1	1.8	1.9	**1.7**	+4%	−10%	- レンタル数の減少により、対応件数が減少
		変動費 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**	−30%	−9%	- コストの最適化の実施 - FAQの拡充などによるサポート件数の増加の抑制効果
		変動費合計	5.2	7.2	7.0	7.9	7.7	8.7	9.1	9.4	**8.6**	+11%	−9%	
		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**	+13%	−0%	- 仕入れコストが減額
		固定費 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**	+9%	+17%	- 冗長性確保のため、複数のタイプのSIMを購入する運用に変更
		固定費 その他固定費	0.2	0.3	0.5	0.8	0.3	0.3	0.3	0.4	**0.6**	+63%	+40%	- バッテリースタンドの修繕を実施 - バッテリー及びスタンドの配送量が増加
		固定費 設置料	6.1	6.5	6.3	5.3	6.1	5.8	5.7	5.8	**5.7**	−6%	−1%	- 設置料が必要な場所（コンビニ、鉄道）への割合が低下
		固定費 広告宣伝費	1.4	2.3	3.3	2.3	0.5	1.2	1.3	1.0	**0.9**	+81%	−4%	- 昨年1Qが抑制傾向 - 引き続きオーガニックでの拡大が順調
		固定費 販売手数料	0.6	0.0	0.4	0.2	0.2	0.4	0.4	0.4	**0.3**	+54%	−19%	- 設置先/一部代理店への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**	+8%	+1%	
=	全社共通費		13.4	16.2	13.6	13.7	11.7	12.8	13.2	13.9	**14.6**	+24%	+4%	- 業務効率化（BPR）のための外部委託費が増加
	営業利益		−12.8	−9.9	−7.3	−3.7	−0.8	2.3	5.1	6.4	**3.1**	−	−51%	

INFORICH

※ 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 / ※FY2022 2Q以前の数値は監査およびレビュー未実施

Copyright © 2024 INFORICH INC. All Rights Reserved.

今年は採用を強化すると言っていましたが、進捗はどうでしょうか？

採用については順調に採用できております。その結果がエコノミクスにおける人件費の増加につながっている状況です。

4月以降の人流とレンタル回数はどのような推移になっていますでしょうか。

4月以降のレンタル回数については2Q関連の数字になりますので、詳細はお答えを差し控えさせていただければと思いますが、夕方・夜間の外出を含めて人流は増えているというデータが取れております。

ローソンさまでの設置拡大/設置について

ローソンでのチャージスポット設置拡大に関するリリースについて、どのような背景があったのか教えてください。 他の大手コンビニとの設置拡大の状況と今後についても教えてください。

これまでもコンビニエンスストアさまからは、店舗数の増加に関するご要望をいただいておりました。しかし、当社としては、設置基準を鑑み、利用が見込まれる場所には積極的に設置を行いたい一方で、利用が少ないと予想される場所には設置を控える方針を取っておりました。ハードウェアのコスト

や経済的な条件もあり、経済性が合わないと判断される場所については、設置の拡大を保留していた状況です。

今回、私たちとパートナー企業との間で設置拡大に向けた条件についても合意に至り、その結果を公表させていただきました。本日の取締役会で決議されたため、適時開示を行った次第です。

また、他の大手コンビニエンスストアとの設置拡大に関しても、ローソンさまと同様に、以前から協議を進めております。意思決定が行われた場合には、適切なタイミングでその情報を公表する予定です。

ChargeSPOTがローソンへの来店の動機向上になるとしたら、他の大手コンビニも負けないようにChargeSPOTの設置拡大に動きませんか？

各コンビニチェーン様との提携を継続し、培った信頼をベースに今後も展開をしていきたいなというふうに考えております。

コンビニでChargeSPOTを借りる際、30%近いお客様がついでにお買い物をしているということがわかっています。そこを見込んでいただいて、またご期待いただいておりますので、今後もしっかり取り組んでまいりたいと思います。

自動販売機の設置を期待していますが、現在はどのような進捗でしょうか？



京急電鉄、西武鉄道の駅に設置してから半年ほど経ちますが、非常に高稼働がという結果が出ております。自動販売機は全国に200万台以上あります。その中からChargeSPOTにとっても良いロケーションに展開できるようご相談させていただいています。今後設置を進めていければと思っております。

業績連動型賞与/業績連動型株式報酬について

取締役への業績連動報酬についてお伺いいたします。各種KPIや業績数値ではなく、時価総額を基準にされたのはどのような理由でしょうか。



FY2024 1Q Topics：ガバナンス強化の取り組み（業績連動型株式報酬制度の導入/新社外取締役 選任）

2024年3月28日に株主総会を実施し、全議案が可決。
取締役に対する業績連動型株式報酬制度を導入することを決定。
社外取締役として、新たに星健一 氏が就任。

取締役に対する業績連動型株式報酬制度の導入

評価指標 具体的な目標金額	時価総額 1,000億円
基準株式数 （ユニット数）	基準株式数 ＝対象取締役の役位別報酬基準額 ／ 基準株価
基準株価 算定方法	目標時価総額 / 2023年12月末日現在の発行済株式の総数 ＝ 1,000億円 / 9,379,775株 ≒ 10,661円
目標達成度の判定	時価総額 ＝判定月における当社株式の時価 × 2024年12月末日現在の発行済株式の総数
判定月	2025年2月 （2024事業年度の決算が確定する予定の月）
当社株式の時価の 評価方法	判定月の最終5営業日における 東京証券取引所の当社普通株式の終値の平均株価

中長期的な企業価値向上に向けた取組みをより強化し、
株主の皆様との一層の価値共有を進めることを目的として制度を導入。

新社外取締役 星健一氏 就任

-経歴-
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年にオイシックス・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、静岡県アドバイザリーボードを務める。2024年3月当社社外取締役就任。

-代表取締役社長（CEO） 秋山のコメント-
アマゾンジャパンを始めとするグローバルな経営、およびオペレーションの豊富なご経験と知見が、弊社の今後の拡大に大きく影響を与えることを非常に楽しみにしております。
星さんと共に、INFORICHが描く中期的な経営計画をしっかりと実現し、その先の未来を築いてまいります。

INFORICH

Copyright © 2024 INFORICH INC. All Rights Reserved.

2月に提出した有価証券報告書にも記載されていますが、利益に関連する基準は業績連動型賞与としております。今回、中長期の目標を時価総額に設定した理由は、1,000億円という時価総額が私たちにとっての当面の目標であり、社外取締役を含む取締役会全体が企業価値の向上を目指すという共通の決意を表しています。

1,000億円という数字は、私たちにとってのスタート地点であるという意識を持っています。まずはこの目標を達成することが、私たちの強い意志の表れであるとご理解いただければ幸いです。

業績連動型株式報酬制度の条件である時価総額1000億円は現在の3倍弱の水準になりますが、業績はもちろんのこと、どのような点に注目しておけば良いでしょうか。将来の成長に対して自信を持っていることだと思いますので、その自信の背景について教えてください。

まず弊社が最優先で達成すべきは、昨年発表した中期経営計画です。この計画は今年の3月にもアップデートを行っていますが、その達成に向けてしっかりと取り組んでいく必要があります。中期経営計画の進捗状況にご注目いただければと思います。

将来の成長についての背景ですが、日本市場はまだまだ成長の余地があり、利用者数の増加が見込まれます。また、国内の設置台数がさらに増加することも期待しています。海外市場に目を向けると、既存のエリアも成長しており、新規エリアについてもフランチャイズやM&Aを通じて積極的に拡大していく予定です。日本と海外の両方で成長の可能性があると考えています。

最も重要なのは、ChargeSPOTで培ったユーザーと設置先との関係を基盤として、様々なクロスセルやアップセルが可能な事業をプラットフォーム上で展開していくことです。2030年に向けて、これらの事業が花開くように努力していきます。したがって、中期経営計画の達成度合いと現在の事業の成長性に注目していただき、その観点から私たちの取り組みを評価していただければ幸いです。



（「VISION2030」より）

料金改定について

料金改定は売上と利益率にどのような影響を与えると想定していますか。 ご説明ではプラスに働くとの印象でしたが、もう少し詳しく教えてください。

昨年の6月にも料金改定を実施しており、今回で5回目の料金改定になります。

昨年行った料金改定では、1回当たりの平均利用料金（ARPR）が、上昇しました。一方で、ユーザーの離反やユーザー数の減少はほとんどありませんでした。結果としては単価が増加し、売上が増加しました。 売上が増えれば利益率が上がるエコノミクスですので、売上・利益にそれぞれプラスに働く想定をしています。今回も同様の効果を期待しています。

今回発表された値上げに関して、ユニットエコノミクスへのインパクトをどう考えているでしょうか？具体的な資産ベースで教えていただけないでしょうか。

具体的な単価の増加やMAUへの影響についてはまだお答えできる段階にはございませんが、基本的には前回の料金変更と同規模の動きを期待しております。改定の開始は7月なので、3Q以降に実績として見えてくるものです。

海外展開について

海外展開の進捗に対する評価をお知らせください。

海外展開については今まで通り、FC（フランチャイズ）での展開とM&AやJVの設立などの直接投資を並行して検討してまいります。具体的には、海外に優良な設置先を抑えた競合がいる場合に、M&Aを検討いたします。

欧米圏においてはQRコード決済が主流なアジアと異なり、カードタップが主流です。Ezychargeのバッテリースタンドはタップ決済が可能です。今後欧米圏に入っていくにあたっては、このスタンドは非常に面白い知見の獲得になったと思っております。

その土地の風土や習慣にあった知見を増やしながら、M&AやJVの設立、場合によっては直営展開を考えてまいります。



<u>Ezychargeは2Qから連結とのことですが、現在の通期業績予想に盛り込まれていますか？業績への貢献をどのように考えたらいいでしょうか？</u>

業績予想を出した時にまだM&Aのことを意思決定しておりませんでしたので、通期業績予想には入っておりません。

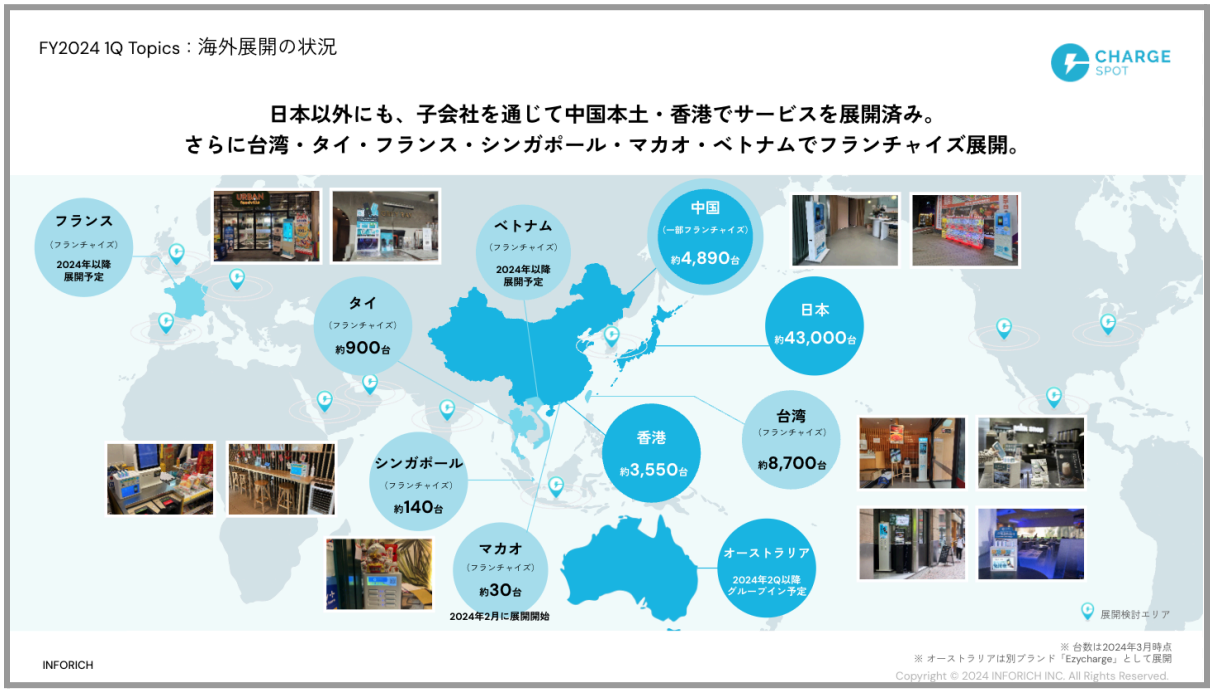
業績への貢献については、まずは2Qからの連結組み入れを目指して準備を行っているところです。どんなに遅くても今年度中には開始する予定でございます。今のところ、（適時開示基準でいうところの）業績に与える影響は軽微であると適時開示に記載させていただいているところです。
https://ssl4.eir-parts.net/doc/9338/tdnet/2412001/00.pdf

<u>海外拠点に関して、数年後の設置台数のイメージを教えてください。</u>

現在、日本の人口に対する設置台数は、およそ1500人に1台の割合を目指しています。この数字を基にすると、日本では約8万台から10万台の設置ができると考えています。日本においても引き続き事業拡大を進めていく予定です。

同様に、台湾やタイでも人口に対する設置台数を考慮しており、特にタイではまだ900台程度の設置であるため、拡大の余地が大いにあると思います。

他にも、インドネシア、マレーシア、韓国などのアジア諸国やヨーロッパの市場も視野に入れています。当面は日本を中心に事業を展開していく予定ですが、2030年に向けて、人口が多く稼働率の高い地域を中心に展開を進めていきたいと考えています。



サイネージ/広告売上について

unerryとの取り組みは将来業績にどのような影響を与えるのでしょうか？

これまでもunerry様とはビーコンの実証実験を進めており、新しい広告の形をともに模索しているところです。ユーザーの携帯にもプッシュ通知を打てるようにはなっているので、一緒に取り組みを進めてまいります。

トリドリ様ともサイネージへの配信で連携しておりますので、ここにunerry様を通じたデータの獲得を加えることで、さらにサイネージの価値を高めていきたいと考えております。

来年以降の売上に貢献できるよう、現在取り組んでおります。



（「VISION2030」より）

<u>サイネージを活用した広告売上の将来性について教えてください。</u>

バッテリースタンドの設置が増えていきますと、サイネージの価値も上がっていくと考えております。設置拡大が決まったローソン様においても、設置台数が1万台まで展開した暁には、サイネージを活用した取り組みの仕方も変わってくると考えております。

インバウンドに関連した活用も増えてきています。例えば、旅前からの取り組みをトリップドットコムさまと実施しています。ChargeSPOTは香港や台湾などにも展開をしています。フランチャイズエリアのサイネージも活用できますので、インバウンド関連とは非常に相性が良いと考えております。

日本国内においても様々なプロジェクトを走らせています。これからサイネージでの広告売上についてもしっかり利益を出していきますので、ご期待いただけたらと思います。

中期経営計画：プラットフォームサービスへの進化　① マーケティングソリューション

国内40,000面以上・グローバル50,000面以上のリーチ力と
ChargeSPOTのアプリ・クーポンを組みわせた広告メディアを展開。

国内40,000面以上・
グローバル50,000面以上のリーチ力



ChargeSPOTのアプリ・クーポンを
組みわせた活用



© 2024 Trip.com Travel Singapore Pte. Ltd.

INFORICH

Copyright © 2024 INFORICH INC. All Rights Reserved.

（「VISION2030」より）