



2024年 11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3四半期決算説明会 質疑応答一覧

この質疑応答一覧は、2024年12月期 第3四半期決算説明会（2024年11月13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://www.youtube.com/watch?v=eoZzZUk54gc>)

今後の事業展開について

事業展開の加速に伴う管理面の強化にはどう取り組んでいらっしゃいますか。

特にグローバルに拡大が進んでいるため、いわゆるコーポレート側、管理部門側の強化については、重点事項として取り組んでいます。内部人材の成長だけでなく、専門性の高い外部人材を、日本国内だけでなくほかのアジアの国からの採用も含めて探していければと思っております。

また、海外の企業をM&Aをすることで、各国で経験を持っているチームを得て強化できるとも考えています。

米国への展開についてはどのように考えていますか。展開する場合、その際に想定される競合があれば教えてください。

もちろん考えております。

展開するとしたら、東海岸からスタートしていくのではと想定をしております。

人流があり、鉄道での移動が主流など、日本と似たような状況にある都市、たとえばニューヨーク、ラスベガス、マイアミのようなところでは。

アメリカに展開するとなった場合には、ChargeSPOTだけではなくShareSPOT（シェアリングサービスのプラットフォームサービス）もあわせて、経済圏を拡大していくことを目指すことになると思います。バッテリーのレンタルだけではなく、ShareSPOTやCheerSPOTを組み合わせることで、面白い取り組みができると思います。

来期についての考え方についてお聞かせください。

日本のChargeSPOTのビジネスは来季も順調に拡大し、利益成長を牽引していくように感じます。

一方、日本の新規事業や海外は投資フェーズにあるように感じるので、利益を押し下げる要因になるのか、それとも押し下げる要因にならない程度の投資になるのかなどのイメージを教えてください。

現在、多くの既存事業が黒字かつ伸びている状態です。オーストラリアと台湾も非常にポテンシャルのあるところだと思っています。そのため、来期もしっかり増収増益をお出しできる可能性は高いと考えています。

つまり、「全体としての利益を押し下げる要因にはならない程度の投資」に該当するイメージです。

なお、期末ないし来期にはセグメント別に開示し、よりわかりやすくご説明できればと考えております。

Trim社について

Trim社の経営については、今後、どなたが行っていくのでしょうか？また、どのような方針で行っていく予定でしょうか。

代表は元々利用者の代表である長谷川さんという方が引き続き残っていただく予定で、弊社から2名取締役を派遣して、事業拡大に取り組んでいこうと思っています。

1名は私、橋本が入る予定となっております、もう1名を営業、設置営業に特化したものを入れるか、また別の文脈のものを入れるかというのを今検討しているところでございます。

mamaroについては、ルームの利用者ではない人が管理のためなどに立ち寄ることによるリスクからくる風評被害などがあり得ると考えております。センシティブな場所だと思いますが、何かしらの対応は必要なのではないでしょうか。

これは、mamaroの運営会社であるTrim社側でも非常にセンシティブに考えております。基本的に今までそういった事例はありませんが、アプリを通じてロック機能を開発するなど、いろいろなプロダクト側の開発も検討しているところでございます。

CheerSPOTについて

斬新なアイデアだと思いますが、世界的にはどこかで成功事例はありますか。

このようなサービスは、我々だけではなく、グローバルに見ると各国で展開されています。日本国内においても、サイネージを一個人に販売している事例は増えてきています。

当社の「CheerSPOT」の他サービスとの大きな違いは、日本国内4万5000台、そして海外において6万5000台、既に面があるということです。国内と同時に海外も含めて多くの面で展開できるという点がポイントになると考えています。

もう一つは、料金設定です。通常の広告出稿の場合、どんなに安くても大体4-5万円からのスタートになります。その場合、特に若い年齢層には利用がしにくくなります。当社が想定している年齢層は10代前半後半から40代までですので、400円程度からという料金設定にすることで、なかなかライブに行けない地方の方や若い方でも応援できるようになります。

「CheerSPOT」のようなコンセプトは世の中にすでに存在していますが、より使いやすいように・大衆に届けやすいように値段設定し、海外にも一気に展開することで競争力を高めていきます。

CheerSPOTが成長するための課題やハードルはどんなことがありますか。

成長していくためには、IPコンテンツが欠かせないと考えています。有名なIPコンテンツと連携することは、一気にスケールするきっかけになります。逆に、コンテンツが弱いとなかなかスケールしないという可能性も残っておりますので、このパートナーシップを急いでいきます。

その際は、日本国内だけでなく、台湾やシンガポールなど、各地での連携を目指していきます。また、国内でも特定地域で有名なIP（たとえばゆるキャラなど）もあります。こういったところを含めて連携を目指してまいります。

CheerSPOTを展開していくことで、サイネージ1台から生じる売上高利益はどのように変化していくと考えておけばよいのか定量的にご説明ください。

サイネージ関連の売上は元々は2026年に8億円と申し上げてきましたが、このCheerSPOTの開始によって2桁億円というニュアンスに変えました。

1台当たりの売上高で見ますと、想定している2桁億円から割り返すと、バッテリーの売上の1割強ぐらいを目指していく数値かなと思っています。

現時点では「個人がアーティストなどを応援するために出す広告」の市場というのが300億円ぐらいと試算されておりますが、まだまだ市場自体が育っていないと考えています。当社が市場を牽引していくように、このバッテリーレンタルと同じように市場を作っていく意気込みで、この市場と事業をどちらも伸ばしていきたいと考えています。

CheerSPOTはユーザーサイドでしっかりとしたモラルを持って利用してもらわなければならないかと思いますが、モラルを逸脱した利用が起きる際のINFORICH側の対応はどのような想定をしていますか。

そういったリスクについても検討した上で、今回の発表をいたしました。

入稿の際には、なんでも自分の好きなものを出せるわけではありません。むしろ従来の個人出稿の広告は非公認なものになっていました。CheerSPOTは全てオフィシャルですので、事務所や音楽会社から公認の素材をいただきます。

ペンネームなどにもKYCのチェックが入ります。しっかりルールを作った状態でまずは展開を開始し、徐々に皆さんが使い慣れてきたら機能を増やしていく予定です。