



# 事業計画および 成長可能性に関する事項

株式会社スペースマーケット  
(東証グロース：4487)

2023年3月28日

## | 会社概要

ビジネスモデル

市場環境

スペースマーケットの強み

経営指標とその進捗

成長戦略

リスク情報

会社名 株式会社スペースマーケット 設立年月日 2014年1月 グループ会社 株式会社スペースモール  
 所在地 東京都渋谷区 従業員数 72名 ※2022年12月31日現在、連結



**重松 大輔** 代表取締役社長

早稲田大学法学部卒。2000年NTT東日本に入社。主に法人営業企画、プロモーション等を担当。2006年フォトクリエイイトに入社。一貫して新規事業、広報、採用に従事。国内外企業とのアライアンス実績多数。2014年1月にスペースマーケットを創業。2016年1月に一般社団法人シェアリングエコノミー協会を設立、代表理事に就任。2022年より理事。



**徳光 悠太** 取締役執行役員

立命館大学卒。公認会計士・税理士・USCPA合格者。EY新日本有限責任監査法人にて監査業務に従事後、東南アジアのコンサルティングファームに入社。2014年よりディー・エヌ・エーにおいて経営企画、M&A後のPMI業務等に従事。2016年に独立開業。同年スペースマーケットに参画、社外監査役を経て2021年3月より取締役に就任。



**須田 将啓** 社外取締役

慶應義塾大学大学院修了。2004年エニグモを創業。2005年にソーシャル・ショッピング・サイトBUYMAを開始。2012年に東証マザーズ上場。その後英語版BUYMAを開始、グローバル事業展開を行い、2018年に旅行事業に参入。2019年に東証一部上場。



**寺田 修輔** 社外取締役

東京大学経済学部卒。CFA協会認定証券アナリスト。2009年シティグループ証券に入社。不動産業界の株式調査業務、財務アドバイザー業務等に従事。2016年じげんに入社、取締役執行役員CFOとして投資戦略、財務戦略、経営企画の統括や東証一部への市場変更等を牽引。2020年よりミダスキャピタルに取締役パートナーとして参画。



**石原 遥平** 取締役（監査等委員長）

慶應義塾大学大学院法務研究科修了。弁護士法人淀屋橋・山上合同にて幅広く法務に従事。2016年から2020年までスペースマーケットに出向、法務に限らずビジネススキームの策定、資金調達、内部監査、上場業務等を担当。同社General Counselを経て2021年3月より取締役（監査等委員）就任。



**田中 優子** 社外取締役（監査等委員）

東京大学法学部卒。トヨタ自動車にてマーケティング、ジュピターショップチャンネルで経営企画、事業開発などを担当。A.T.カーニーの消費財・サービスプラクティスマネージャーとして、大企業向けコンサルティングに従事。2014年、クラウドワークスに参画。執行役員として東証マザーズ上場を経験。2019年から2022年、同社取締役。



**松本 一範** 社外取締役（監査等委員）

東京大学大学院法学政治学研究科修士課程修了。NEC、外資系半導体メーカーにて企業再建等に従事。2011年よりディー・エヌ・エーにてM&A、ガバナンス強化等に従事。2018年より横浜DeNAベイスターズに出向、2021年4月より同社常務取締役コーポレート本部長に就任。横浜スタジアム専務取締役総務部長を兼任。



**ビジョン**      チャレンジを生み出し、世の中を面白くする

**ミッション**    スペースシェアをあたりまえに

「何かやりたい」と踏み出すその一歩は、どんなに小さなことでもチャレンジです。  
私たちは、スペースシェアをあたりまえの選択肢にすることで人々の発想を広げ、  
多様なチャレンジを生み出し、世の中を面白くしたいと考えています。

会社概要

**| ビジネスモデル**

市場環境

スペースマーケットの強み

経営指標とその進捗

成長戦略

リスク情報

## スペースマーケット事業



スペースシェアをあたりまえの選択肢にするために

### シェアリングエコノミープラットフォームの運営



あらゆるスペースを15分単位で貸し借り



選ばれるスペースを増やすために

### シェアスペース運営サポート

#### 企画開発

内装や備品の選定  
発注・設置から  
サイトへの掲載まで実施

#### 運営代行

売上を最大化する  
オペレーションで  
物件オーナーに代わり  
スペースを運営

※過去ご提供していた、法人向けソリューションサービスについては、これまでの事業実績および事業構造を勘案し、経営資源配分の見直し観点から2022年度上期をもって終了しております。

スペースシェアをあたりまえの選択肢にするために、シェアリングエコノミープラットフォームの運営を行っています。

あらゆるスペースを15分単位で貸し借りできる



掲載  
 スペース数  
**23,250件**※

(※) 2023年3月現在

スペースを借りたい「ゲスト」と、スペースを貸したい「ホスト」をマッチング。双方から手数料をいただきます。





スペースマーケットに掲載されているスペースは全国47都道府県にわたり、住宅や会議室からユニークなスペースまで種類も豊富です。



住宅



飲食店



スポーツ施設



映画館



会議室



スタジオ



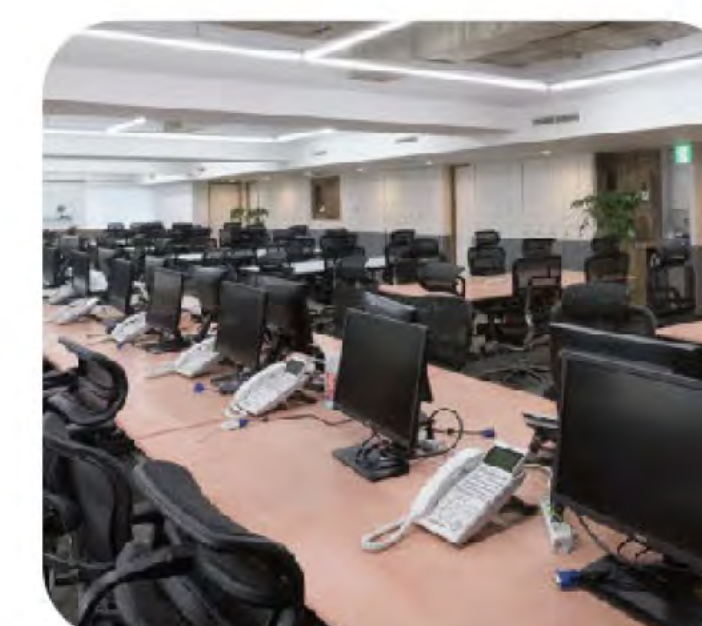
結婚式場



ユニークなスペース



ワークボックス



オフィス

業界有数の種類と掲載数でゲストのさまざまな用途に対応。スペースマーケットを利用した新しい「場所での体験」が生まれています。



## パーティー 飲み会

女子会・ママ会  
 誕生日会  
 料理  
 バーベキュー



## 撮影・収録

写真撮影  
 動画撮影  
 テレビ収録  
 YouTube収録



## 趣味・遊び

ボードゲーム  
 スポーツ観戦  
 オフ会・交流会  
 映画鑑賞



## スポーツ フィットネス

トレーニング  
 ピラティス  
 ヨガ、ダンス  
 個別レッスン



## 仕事

会議  
 オフサイトミーティング  
 テレワーク  
 サテライトオフィス

自分の持つ不動産の収益化を行いたい物件オーナーに向けて、シェアスペースの運営サポートを行っています。

シェアスペースの運営サポート



選ばれるスペースづくりをご提案

## スペース企画開発

物件をシェアスペースとして貸し出せる状態に

### 内装の整備

シェアスペースに適した  
家具や備品の選定・発注・設置 など



### プラットフォームへの掲載

宣材写真の撮影、掲載文作成、  
価格設定、利用時のルール作成 など



オペレーションで売上を最大化

## スペース運営代行

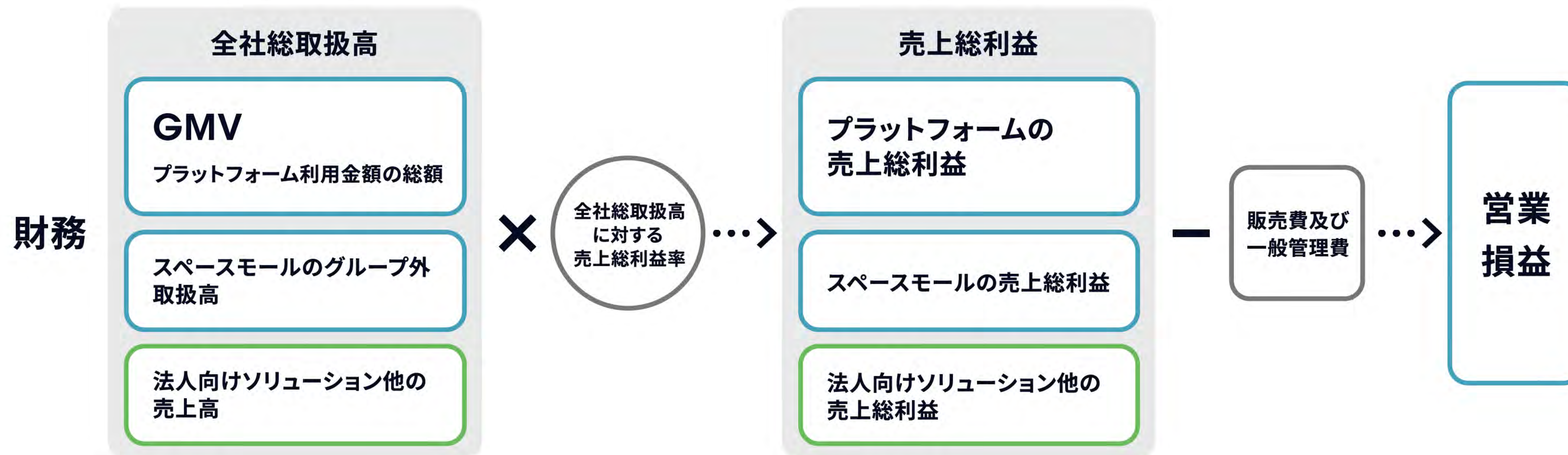
物件オーナーに代わってスペースを運営

予約時・貸出時の対応、清掃、  
備品補充、お問い合わせ対応、  
掲載内容のブラッシュアップ など

運営代行  
スペース数  
**185件**※



(※) 2022年5月現在



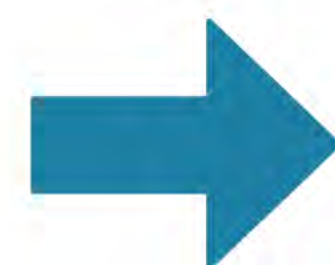
※法人向けソリューションサービスについては、2022年度上期をもってご提供を終了しているため、今後は徐々に発生金額が少なくなっていく見込みです。

当社のPLは、費目の性質に基づき固変分解すると以下のような構造にあります。

通期連結実績	2022 実績
全社総取扱高	3,780
内GMV	3,486
売上高	1,232
内PF純額	968
※内 会計処理変更の影響額	▲91
売上原価	325
人件費	163
法人向けソリューション原価	74
その他の売上原価	135
他勘定振替高	▲48
売上総利益	907
販管費	1,021
人件費	142
広告・販促費	183
支払手数料	313
のれん償却額	21
その他販管費	305
研究開発費	56
営業損益	▲114

(百万円)

コストを取扱高との連動性を元に組み替え



固変分解PL	2022 実績
全社総取扱高	3,780
内GMV	3,486
売上高 ※ポイント・クーポン控除前	1,324
内PF純売上高 ※ポイント・クーポン控除前	1,060
変動費	452
法人向けソリューション原価	
広告宣伝費 ※CMなどの一過性の大型投資を除く	
ポイント・クーポンなどにかかるコスト	
Mole社のスペース運営原価	
決済代行手数料	
サーバーコスト	
損害保険料など	
限界利益	781
固定費	895
人件費	476
外注費・消耗品費・家賃などのコスト	352
償却費・株式報酬費用などの非資金項目	66
営業利益	▲114

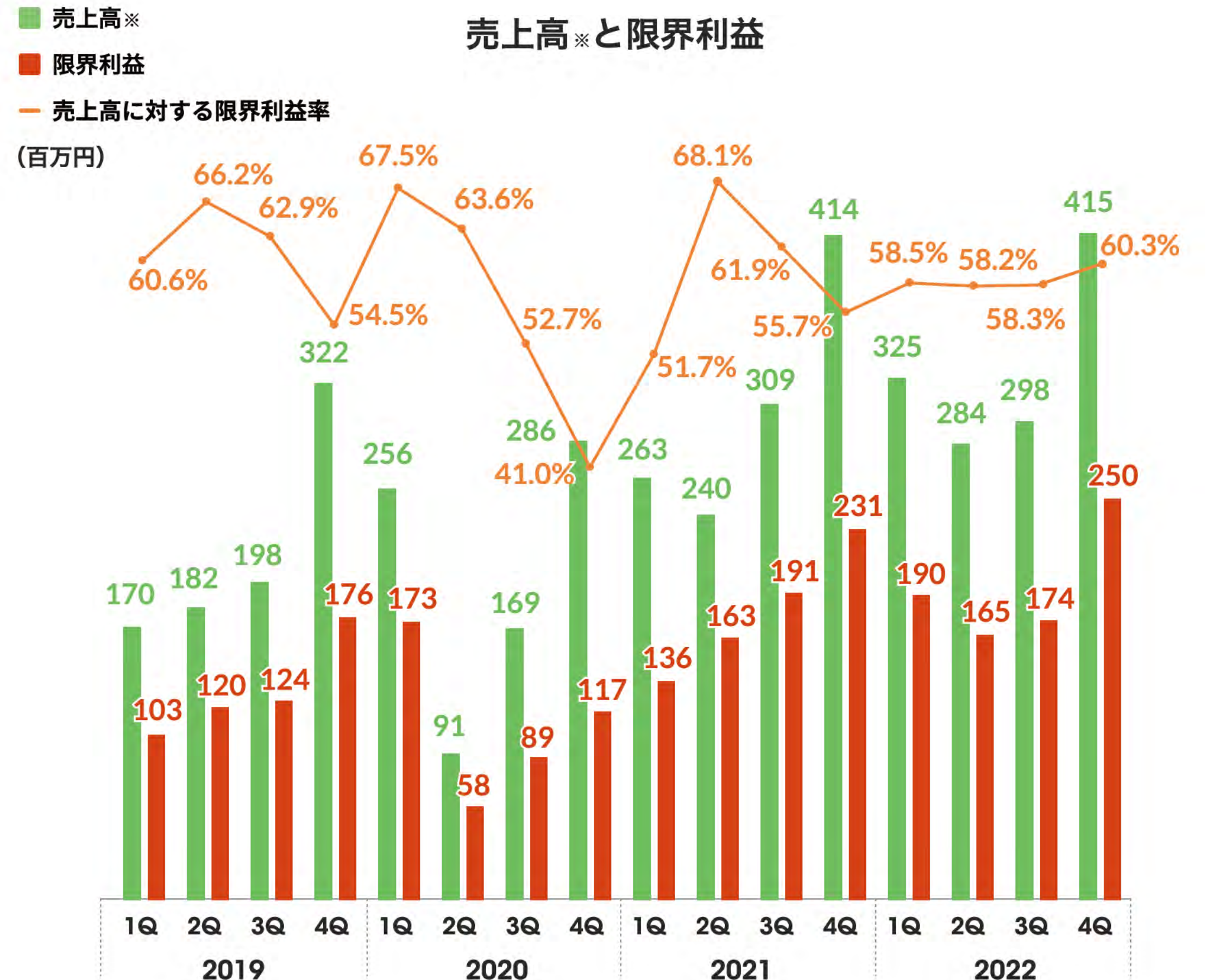
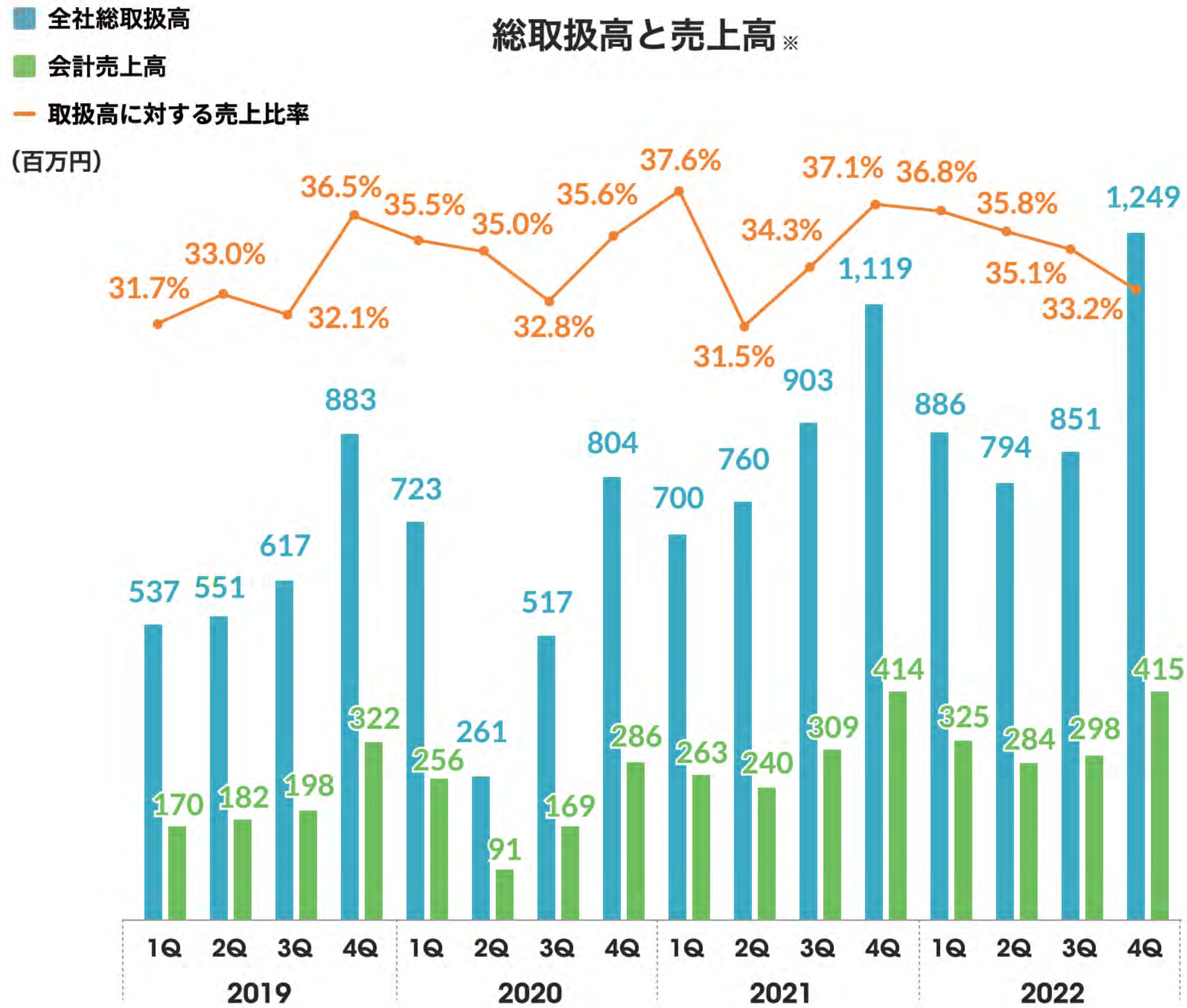
取扱高に対する売上高は全社で30%台前半

変動費は取扱高に対して、10%台前半の水準  
**変動費の構成要素**  
a.収益獲得のために支出するコスト  
→広告宣伝費、ポイント・クーポン、Mole社のスペース運営コストなど  
b.収益獲得の過程・結果を通じて連動して発生するコスト  
→決済代行手数料・サーバーコストなど

**限界利益率**  
取扱高に対して、20%前後  
売上高に対して、60%前後

取扱高との連動性が低いコスト

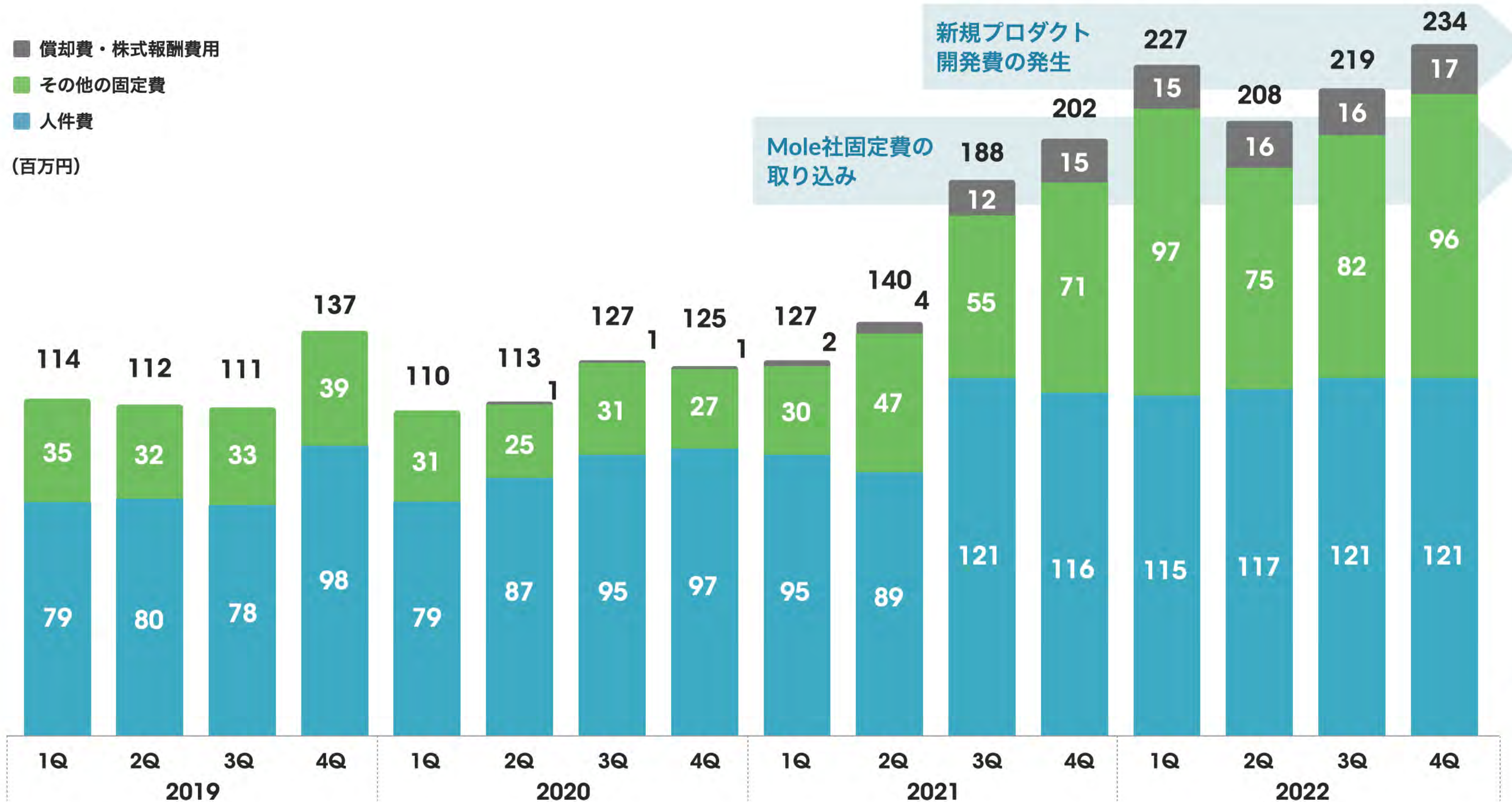
全社取扱高が増加することで、売上高が増加し、限界利益が増加する構造にあります。



※ポイント・クーポン控除前 ※売上高（ポイント・クーポン控除前）及び限界利益は当社の管理会計数値

# PL構造のご説明（固定費の四半期推移）

固定費は主に人件費によって構成されています。2021年3QからはMole社の固定費の取り込み、2022年1Qからは新規プロダクトの開発費等の発生や外注費・ツールコストの追加により一段階切り上がっていますが、中長期的には取扱高の成長に対して比率が小さくなる構造にあります。



※ 固定費およびその内訳は当社の管理会計数値  
 ※ 本グラフにおける費用の他、2020年4QにはCM投資にかかるコスト約84百万円が発生している

会社概要

ビジネスモデル

**| 市場環境**

スペースマーケットの強み

経営指標とその進捗

成長戦略

リスク情報



下記の世の中の流れにより、スペースシェアの市場環境は追い風にあると考えています。

サステナビリティの  
考えが世の中に浸透

## 1 遊休スペースの活用が 求められる社会に

サステナビリティの考えが世の中に浸透。空き家・空きビルなどの遊休スペースを活用し、持続可能な社会を実現することが求められるようになりました。

年単位から  
月・週・時間単位へ

## 2 短期間の所有・利用が 求められる時代に

多様性が認められる社会への変化により、場所の所有・利用シーンも多様化。今までより短い期間での場所の所有・利用が求められる時代になりました。

リアルな場所の  
重要性を改めて認識

## 3 どんな時代においても 「場所」の必要性は不変

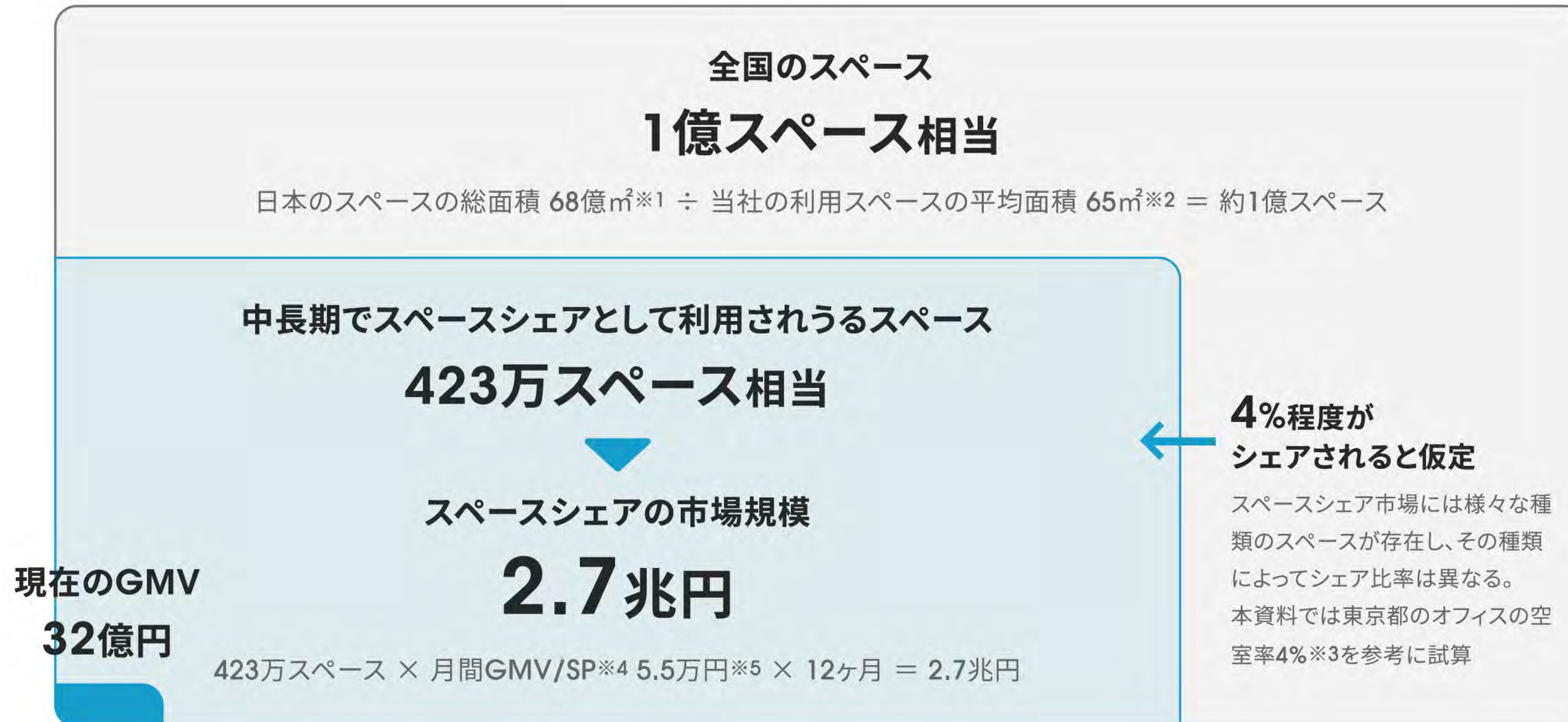
時代がどのように変化しても、「はたらく」「あそぶ」「くらす」のあらゆるシーンにおいて場所の必要性は不変であり、重要であることが改めて認識されました。

# スペースシェアの市場環境は追い風

## スペースシェアの市場規模

スペースシェアの市場は、中長期で約2.7兆円規模と試算しています。

当社は、スペースシェアのリーディングカンパニーとして、この市場でトップシェアを獲得していきたいと考えています。



(※1) 出所:国土交通省建築物ストック統計より当社試算 (68億㎡=住宅総面積 57億㎡+工場・倉庫除く非住宅総面積 11億㎡) (※2) 2020年第4四半期の当社の利用スペースより試算

(※3) 出所:MIKI OFFICE REPORT TOKYO 2021 (※4) 1スペースあたりの平均月間利用金額 (※5) 2020年度の当社の月間GMV/SP

## よく利用されるスペースの高再現性

よく利用されているスペースになりうる物件は世の中に非常に多く存在します。

よく利用されるための創作工夫も再現性が高いため、全国に多く展開することが可能と見込んでいます。

よく利用される  
スペースに  
なりうる物件



タイプ マンション、雑居ビル  
築年数 築40年 **築古**  
広さ 30㎡~50㎡  
地域 東京23区およびその周辺  
家賃 10万円~20万円/月

世の中に  
非常に多く  
存在

+

よく利用されるための  
創意工夫

大きな予算や  
工数がかからず  
再現性が  
高い

内装

写真映えや  
非日常を味わえる  
インテリアの工夫

調理  
器具

手作り料理パーティーに  
対応できる器具の用意

会議  
設備

Wi-Fi、ホワイトボード、  
プロジェクターなど  
の設置

=

よく利用される  
スペースに

会社概要

ビジネスモデル

市場環境

| **スペースマーケットの強み**

経営指標とその進捗

成長戦略

リスク情報

スペースマーケットの強み

## 業界トップのスペースシェアノウハウ

スペースマーケットは日本国内のスペースシェアのリーディングカンパニーとして、スペースシェアという新しい文化を一から創造してきました。そのため、創業来蓄積してきたスペースシェア事業に関するノウハウの量は業界トップです。

スペースシェアの  
リーディングカンパニーだからこそ

## スペースシェアノウハウの蓄積が業界トップ

プロダクトだけでなく「場所」に関するノウハウが非常に重要だが  
新しい消費活動のため **ノウハウ所有者がいない**



プロダクトに  
対するノウハウ



スペースでの体験に  
対するノウハウ



スペースの立ち上げ・  
運営に対するノウハウ

## 同じ課題を持つ仲間との連携・共創

スペースシェアの文化を広げるため、創業時からホスト・ゲスト・自治体・大手企業等とともに、同じ課題を持つ仲間として連携・共創を行ってきました。当社の力だけでなく、仲間たちを起点とした価値創出によっても成長が期待できます。

ホスト・ゲスト  
自治体・企業など

## 同じ課題を持つ仲間との連携・共創が可能



スペースマーケットの強み

# 幅広い角度からの成長可能性

「業界有数の掲載数」×「多様な利用用途」により生まれる新しい体験やニーズは無限大で、ジャンルを問いません。  
 その体験やニーズの中から成長可能性のある分野を見つけることで、幅広い角度から成長を加速させることができます。

業界有数の掲載数×多様な利用用途

## 幅広い角度からの成長が可能

### 業界有数の掲載数

ゲストの獲得 / 再利用の促進 / 新しい体験の創出



住宅



飲食店



スポーツ施設



映画館



会議室



新ジャンルのスペース



### 多様な利用用途

稼働率向上 / リスク分散 / 新しい成長可能性分野の創出



パーティー・飲み会



撮影・収録



趣味・遊び



スポーツ・フィットネス



仕事



新しい用途

会社概要

ビジネスモデル

市場環境

スペースマーケットの強み

**| 経営指標とその進捗**

成長戦略

リスク情報

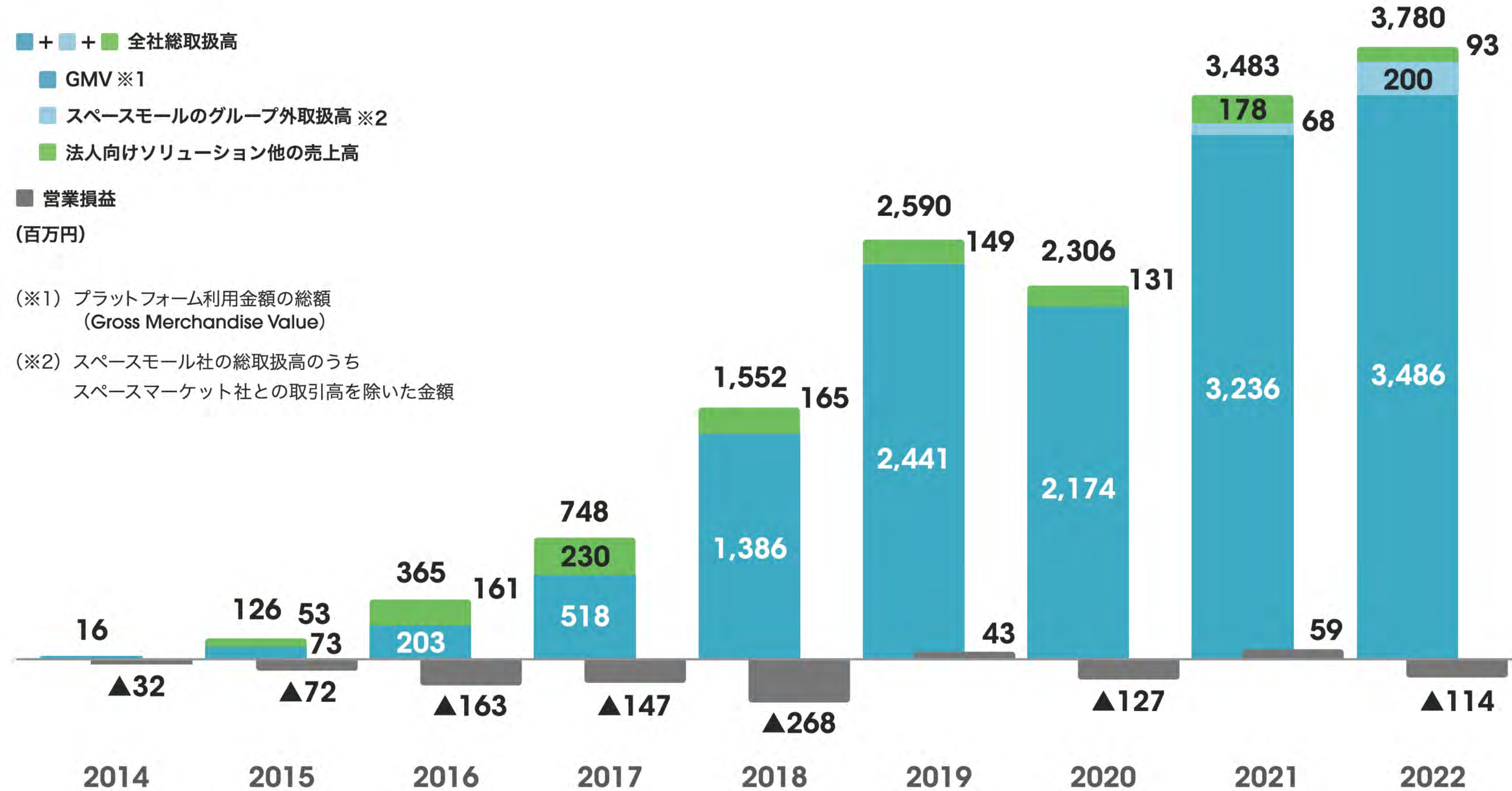


成長戦略の進捗を示す重要な経営指標として、GMVおよび全社総取扱高を重要視しています。



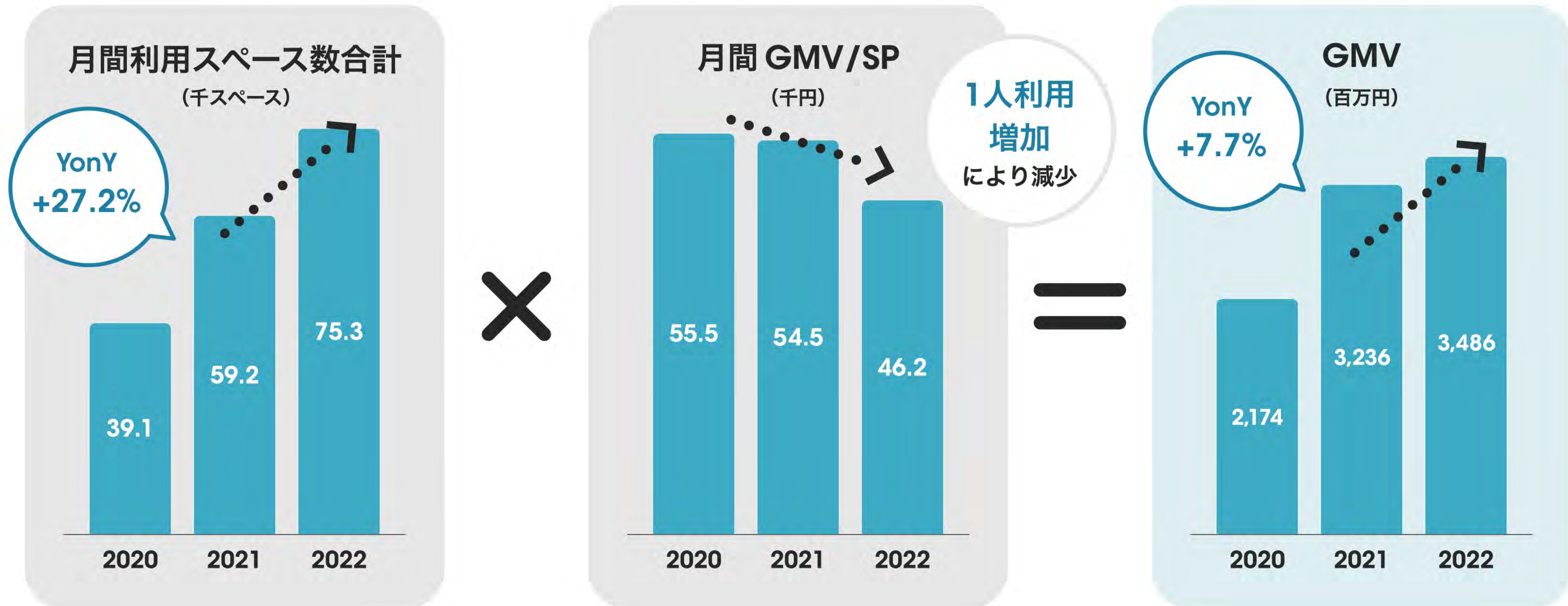
# 全社総取扱高と営業損益の推移（通期）

全社総取扱高は、コロナ禍で一時減少しましたが、全体としてYonYプラス推移で進捗しています。  
全社の体制拡充・新規プロダクト開発向け投資の結果、営業損益は▲114百万円で着地しました。



## 主要KPIの推移 (通期)

年間を通じて利用スペース数が増加した結果、GMVはYonYで増加しています。  
GMV/SPは1名でのスペース利用の割合の増加を背景に、YonYで減少しました。

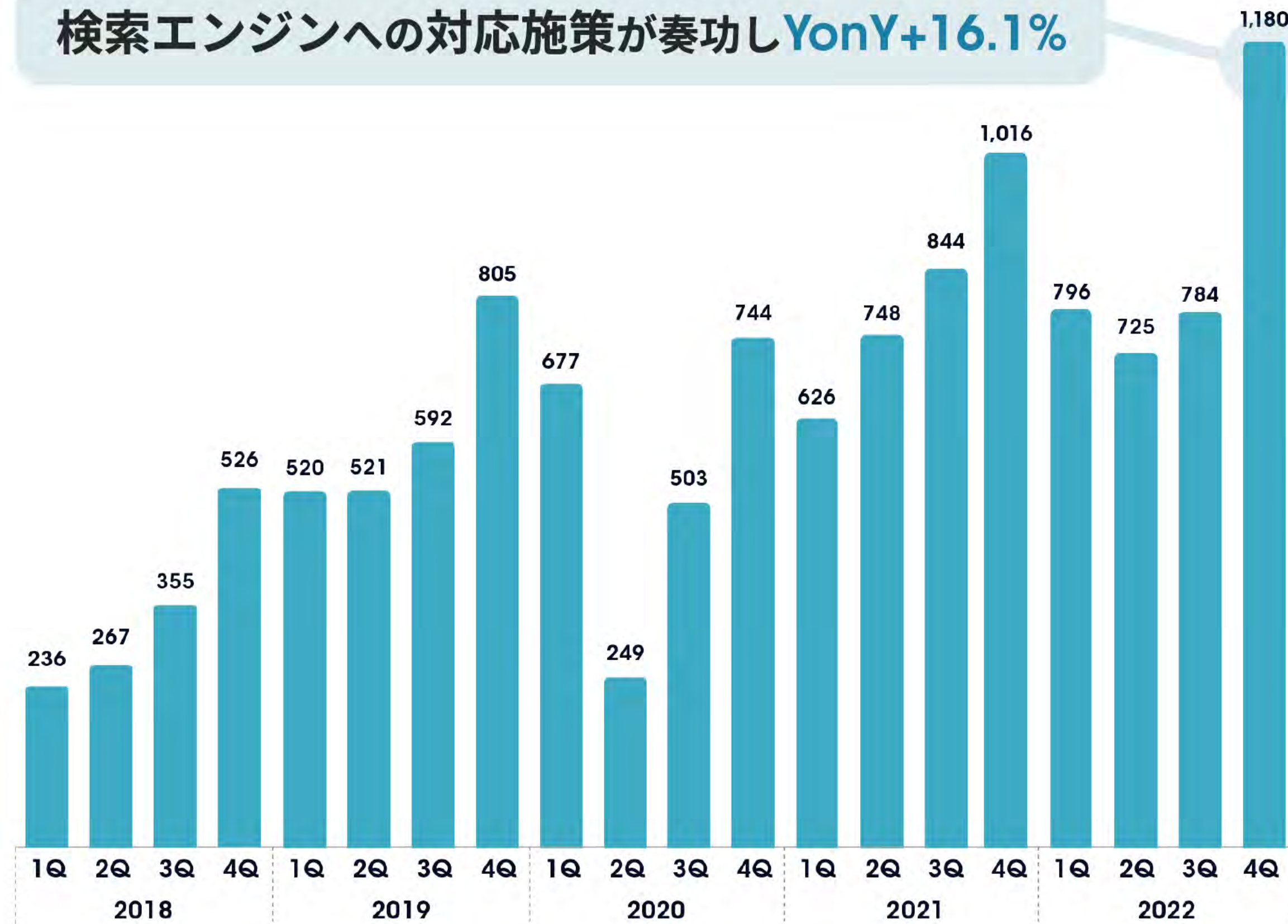


# 主要KPIの推移 (四半期)

4Qは利用スペース数が継続して増加 (YonY+15.9%) しながら、利用者側の獲得施策の効果が出たことからGVM/SPが上昇 (YonY +0.1%、QonQ +39.6%) 。結果としてGMVはYonY +16.1%の着地となりました。

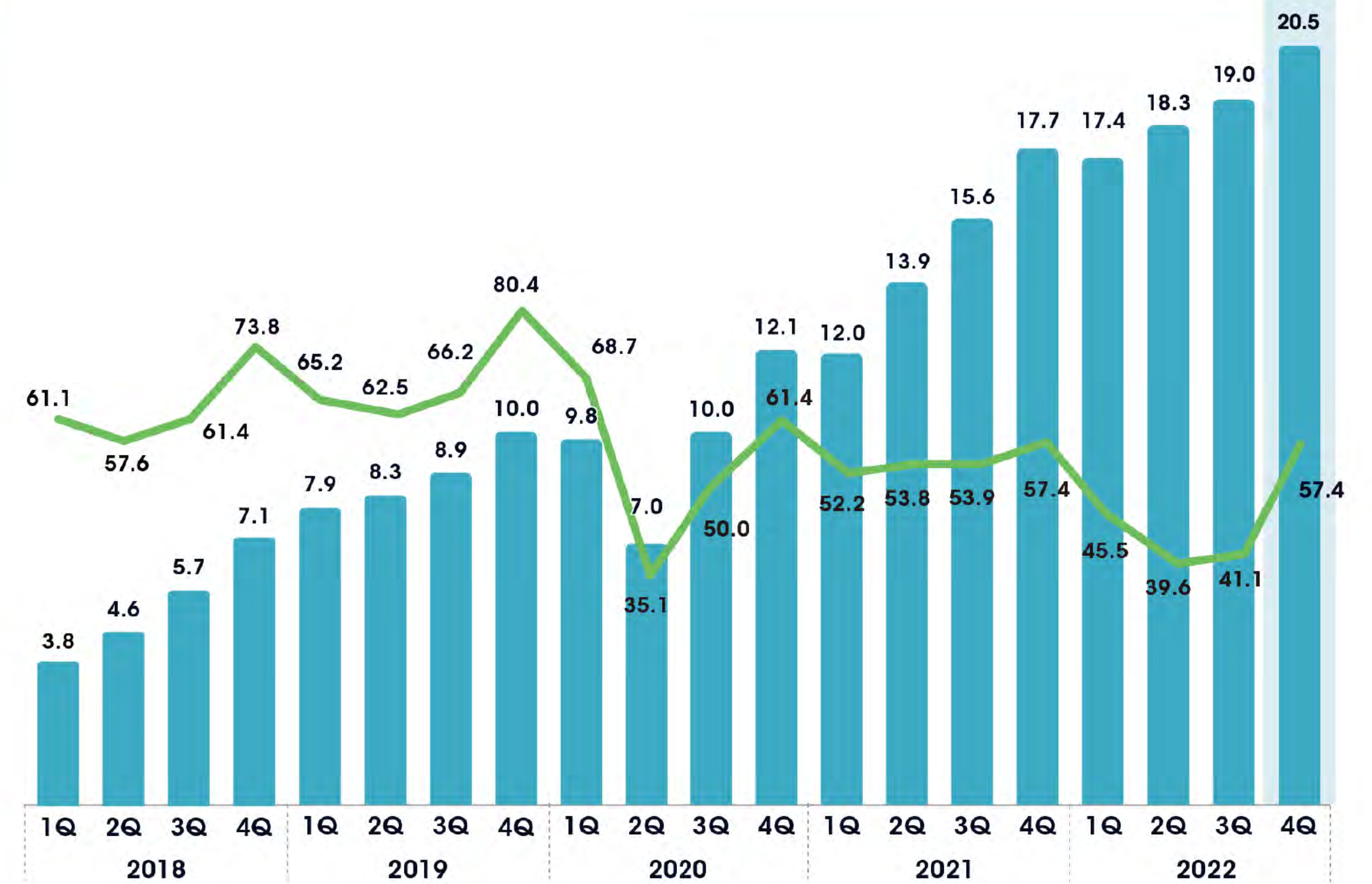
■ GMV (百万円)

検索エンジンへの対応施策が奏功しYonY+16.1%



■ 月間利用スペース数合計 (千スペース)  
 — 月間GMV/SP (千円)

利用スペース数はYonY+15.9%  
 GMV/SPもYonYで増加



会社概要

ビジネスモデル

市場環境

スペースマーケットの強み

経営指標とその進捗

**| 成長戦略**

リスク情報

成長戦略として、直近と中長期の大きく2つの時間軸に分けて方針を策定しています。

### 直近の戦略

スペースシェアの  
リーディングカンパニーとして

## プラットフォームの さらなる成長

プロダクトの改善と機能拡充、利用されるスペースの  
獲得と増加、新規ゲストの獲得とリピート利用の促進により  
プラットフォームのさらなる成長へ

### 中長期の戦略

利用用途に合わせた体験価値の向上にむけて

## 周辺サービスによる カテゴリエコシステム構築

周辺サービスを充実させ、利用用途ごとにカテゴリエコシステムを  
構築することで、スペースシェア全体の体験価値を向上

現在のプラットフォームの枠にとどまらない

## 「場所」に関わる事業の 高度なサービス化

現在のプラットフォームの枠にとどまらない形で「場所」に関わる事業の  
高度なサービス化を推進、すべての人にとってさらに大きく利便性を向上

直近の成長戦略である「プラットフォームのさらなる成長」を実現するための、主要KPIに対する具体的なアクションです。

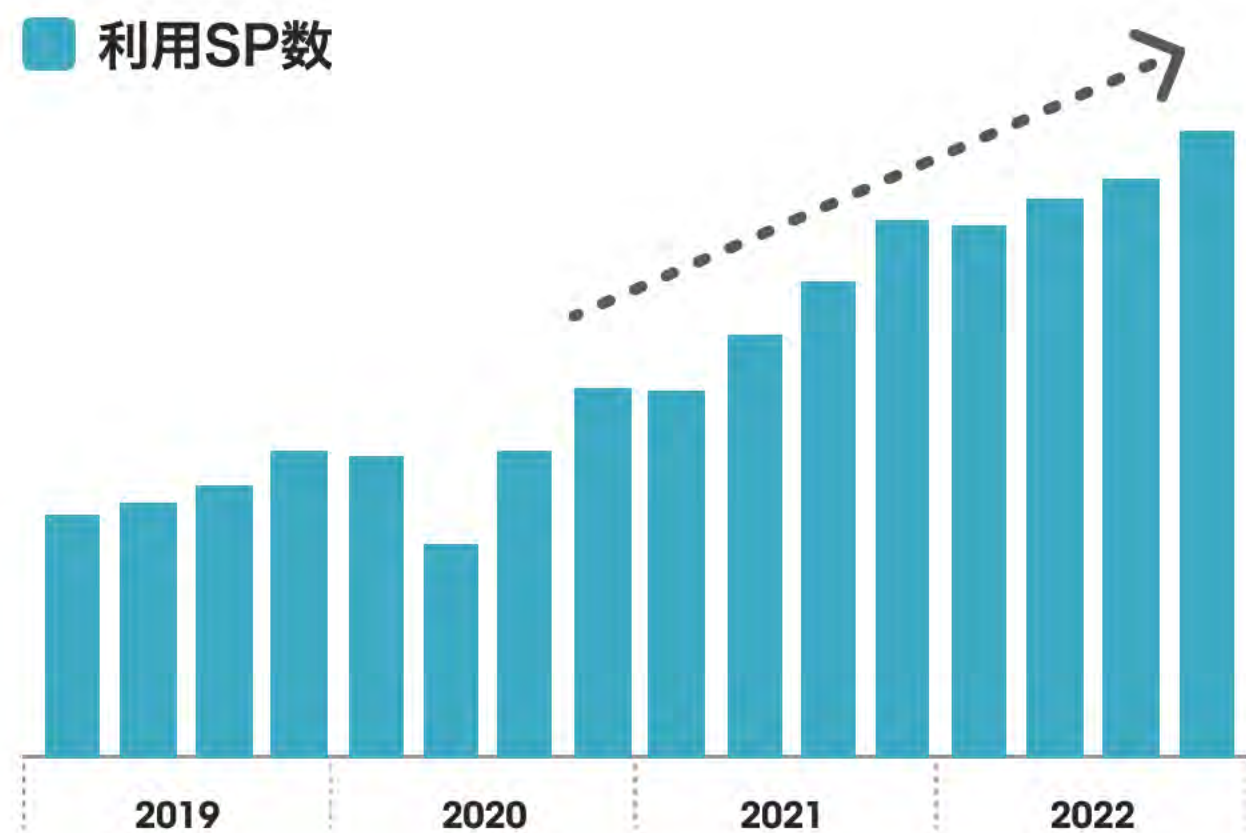


**施策1**

## 利用SP数、GMV/SPの 指標向上に貢献

- ・ 検索機能の強化等による利用者のコンバージョンレートの改善
- ・ 登記簿謄本の審査機能などによる新規掲載の促進

■ 利用SP数

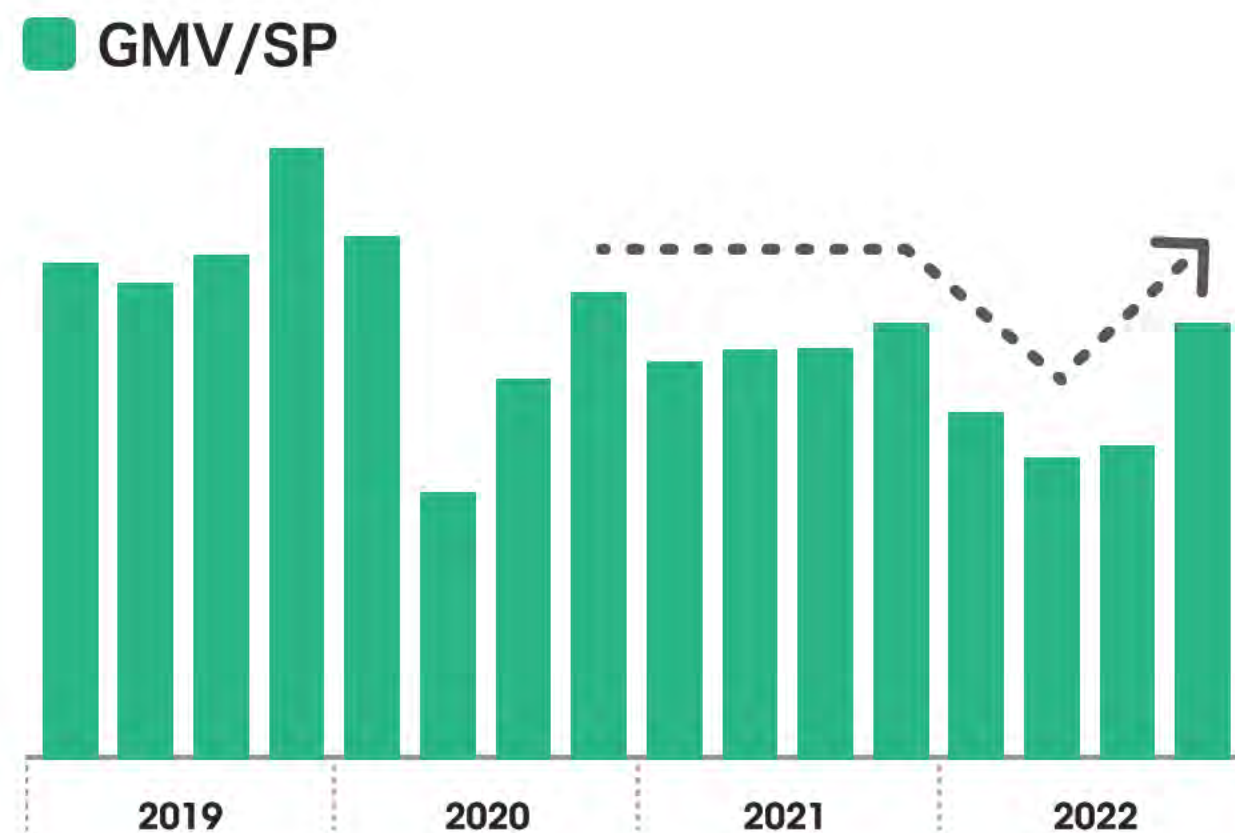


**施策2**

## 四半期ごとに継続して 利用SP数が増加

- ・ プロモーションリンク機能の提供等による幅広いスペース掲載の獲得
- ・ スペースモール社のシェアスペースの運営サポートサービスによる新規スペースの増加促進

■ GMV/SP

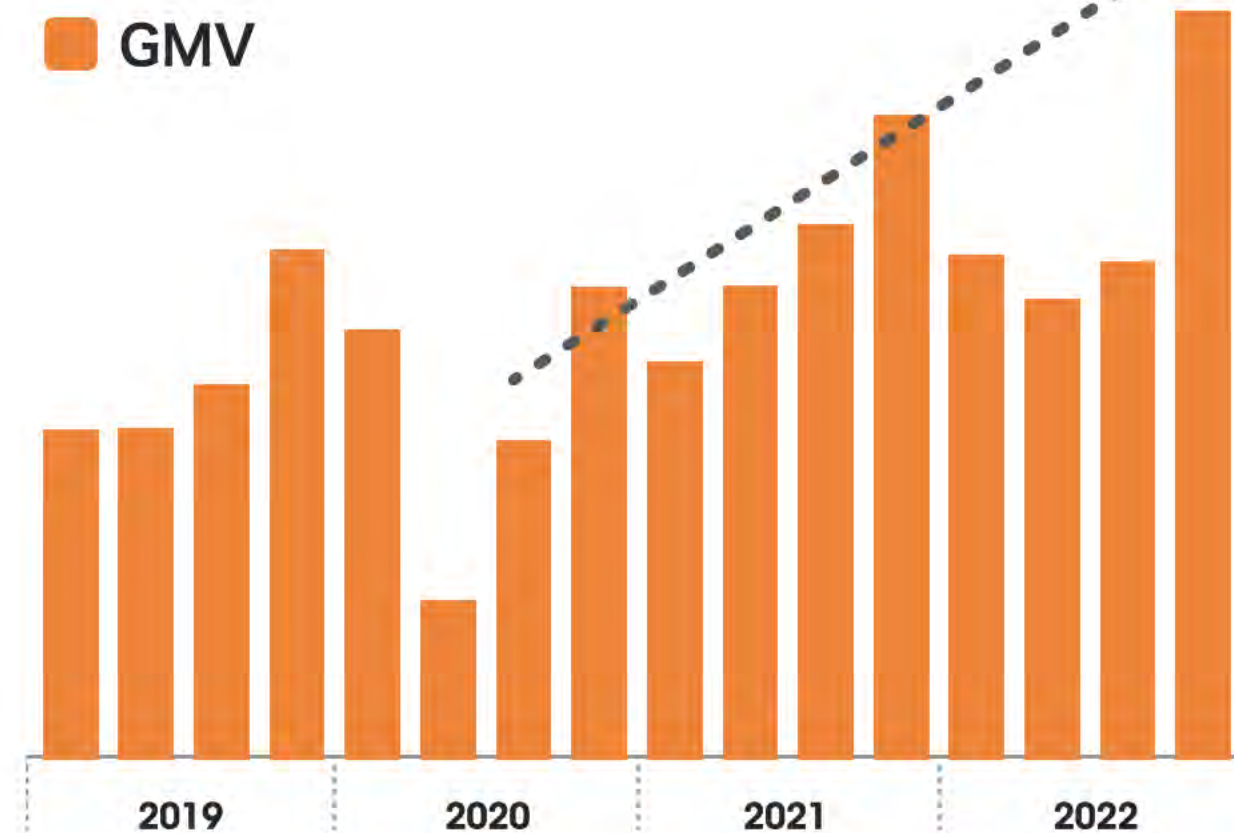


**施策3**

## 2022.4QはGMV/SPが YoYプラスへ転じる

- ・ 検索エンジンへの対応、広告運用の最適化による各スペースへの送客の強化
- ・ 顧客ごとに最適化されたコミュニケーションによるリピート利用の促進

■ GMV



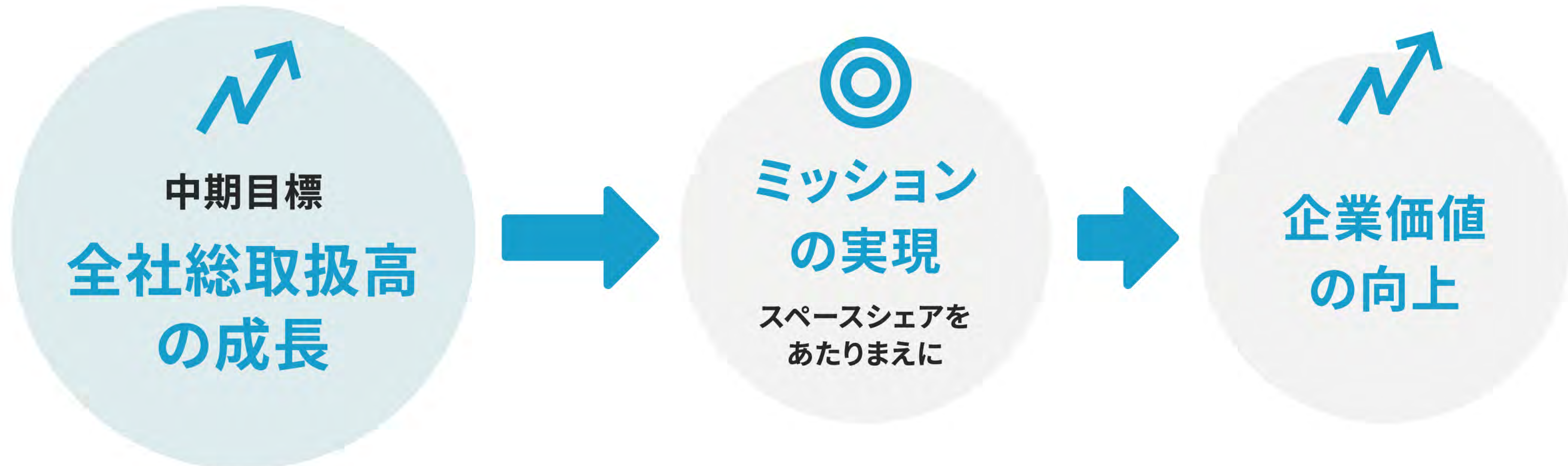


全社総取扱高の成長がミッションの実現につながり、ミッションの実現が企業価値の向上につながるため、全社総取扱高の成長を中期目標とします。

中期目標

## 全社総取扱高の成長

全社総取扱高の成長が企業価値の向上につながる



# PL構造を踏まえた今後の方針

PL構造を踏まえて、以下のような方針に基づき事業運営をおこなってまいります。

固変分解PL	2022 実績
全社総取扱高	3,780
内GMV	3,486
売上高 ※ポイント・クーポン控除前	1,324
内PF純売上高 ※ポイント・クーポン控除前	1,060
変動費	452
法人向けソリューション原価	
広告宣伝費 ※CMなどの一過性の大型投資を除く	
ポイント・クーポンなどにかかるコスト	
Mole社のスペース運営原価	
決済代行手数料	
サーバーコスト	
損害保険料など	
限界利益	781
固定費	895
人件費	476
外注費・消耗品費・家賃などのコスト	352
償却費・株式報酬費用などの非資金項目	66
営業利益	▲114

## 1. 取扱高・変動費

- ・ 広告宣伝費・ポイント・クーポンなどについて積極的に投資し、利用者獲得のためのマーケティング活動へ取り組み、成果として取扱高の成長を実現する

## 2. 限界利益および限界利益率

- ・ 限界利益率は投資の状況により現状から数%台前半の範囲で上下するが、施策投資を通じて限界利益の絶対額を増加させていく

## 3. 固定費

- ・ 2023年度は黒字化を目指し、現状から固定費構造の改善を図る
- ・ 2024年度以降は、**限界利益の増加率・増加分を踏まえて中期的に利益にレバレッジがかかる構造を意識して適切にコントロールしていく**
- ・ 特に、1人あたりの取扱高を継続的に向上させていく

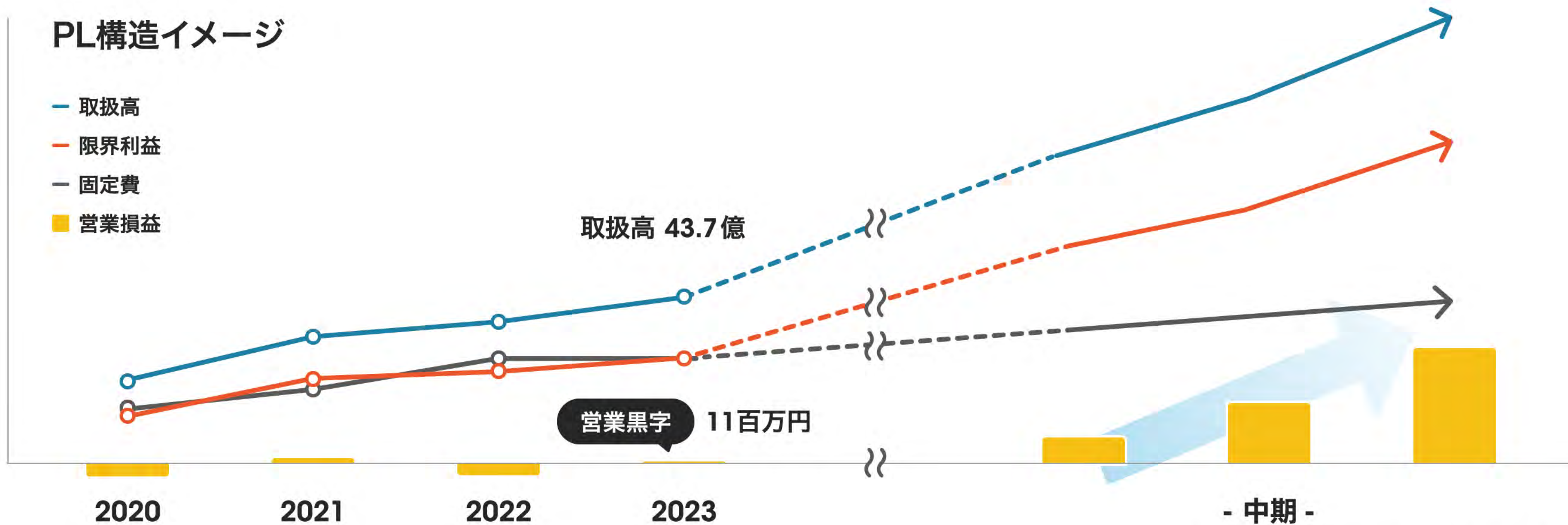
## 4. 営業損益

- ・ 上記方針の事業運営の結果として、取扱高の成長を通じて、利益が創出される構造を作る

※その他：既存事業でのCMなどの一過性の大型投資、新規事業でマーケを踏む場合については上記の外数で行う

2022年度を起点に**トップラインの成長に対して利益率が上昇していく構造**を目指してまいります。

～2022年度の状況	2023年度～の方針	中期的に目指す構造
<ul style="list-style-type: none"> <li>上場後の<b>体制拡充</b>の実施</li> <li><b>M&amp;A</b>などによる固定費切りあがり</li> <li>環境変化に対応した<b>リソース配分・施策の見直し</b>期間</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>積極的な投資で<b>限界利益の増加</b>を実現しつつ、<b>固定費の最適化</b>にも注力</li> <li><b>通期での黒字</b>を目指す</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>取扱高と限界利益の継続した成長</b>へ取り組む</li> <li>固定費は限界利益の増加分・増加率を踏まえてコントロール</li> <li>1人あたりの生産性を継続して改善</li> <li>結果として<b>取扱高の成長に対して営業利益が大きく増加する収益構造</b>を実現する</li> </ul>



※本グラフは構造を表すイメージ図で、実数を表すグラフではございません。

会社概要

ビジネスモデル

市場環境

スペースマーケットの強み

経営指標とその進捗

成長戦略

**| リスク情報**

当社事業に関するおもなリスクは下記の通りです。リスクに対しては、記載の通り対応いたします。

リスク	発生可能性	影響	リスク認識及び対応方針
市場に関するリスク	小	大	シェアリングエコノミーサービス市場におけるスペースシェア市場は今後も堅調な成長を見込んでおりますが、予測通りに市場が拡大しないリスクを認識しています。このリスクに対しては、シェアリングエコノミーサービス市場の動向を注視し、柔軟に対応できる体制構築に努めてまいります。
競合他社に関するリスク	中	中	現在、スペースシェアをターゲットとした類似のサービスを展開する企業が複数存在しており、また、今後の市場規模拡大に伴い新規参入もあり得ると考えております。そのため、既存事業者や新規参入事業者を含めた競争の激化により、当社グループの財政状態や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。
法的規制に関するリスク	中	中	当社グループは、各種法規制遵守のため、法規制の改正動向等を踏まえ、適切に対応しておりますが、かかる動向を全て事前に正確に予測することは不可能又は著しく困難な場合もあり、当社グループがこれに適時かつ適切に対応できない場合には、当社グループの事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。このリスクに対しては、法規制の改正を注視し、当該動向に柔軟に対応できる体制構築に努めてまいります。
技術革新への対応に関するリスク	中	大	先進の技術・ノウハウの獲得に困難が生じた場合、また技術革新に対する当社グループの対応が遅れた場合には、競争力が低下する可能性があります。このリスクに対しては、エンジニアの採用・育成や創造的な職場環境の整備、技術・知見・ノウハウの取得に注力するとともに、開発環境の整備等を進めております。
サービスの健全性に関するリスク	小	大	公序良俗に違反するようなサービスの利用がされた場合や、第三者の知的財産権を侵害する行為、詐欺等が行われた場合には、提供するサービスに対する信頼性が低下し、ユーザーの利用が減少する可能性があります。このリスクに対しては、健全性確保のため、サービス内における禁止事項を利用規約に明記し、法令や公序良俗に反する行為の排除に努めております。また、問題発見および対処の一層の迅速化を進めるため、担当部門の拡充やシステム開発を進めてまいります。

当社事業に関するおもなリスクは下記の通りです。リスクに対しては、記載の通り対応いたします。

リスク	発生可能性	影響	リスク認識及び対応方針
人材確保に関するリスク	小	大	当社グループの採用基準を満たす優秀な人材の確保や人材育成が計画通りに進まなかった場合には、当社グループの事業展開及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。このリスクに対しては、質の高いサービスの安定稼働や競争力の向上に当たっては、開発部門を中心に極めて高度な技術力・企画力を有する人材が要求されていることから、一定以上の水準を満たす優秀な人材を継続して採用できる施策を実施するとともに、既存の人材の更なる育成・維持に積極的に努めてまいります。
個人情報保護に関するリスク	小	大	個人情報外部に流出し、悪用されるといった事態が発生した場合には、財政状態及び経営成績並びに企業としての社会的信用に影響を及ぼす可能性があります。このリスクに対しては、「プライバシーポリシー」および「個人情報保護規程」を定めており、社内教育の徹底と管理体制の構築を行ってまいります。
システムトラブルに関するリスク	小	大	アクセスの急激な増加等による負荷の拡大、災害や事故等により大規模なシステム障害が起こった場合には、財政状態や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。このリスクに対しては、安定的なサービス運営を行うために、サーバー設備等の強化や社内体制の構築を行ってまいります。
外部検索エンジンへの依存に関するリスク	大	中	検索エンジンの運営者が検索結果を表示するロジックを変更するなどして、それまで有効であったSEO対策が機能しなくなった場合には、当社グループにおける集客力が低下し、当社グループの財政状態や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。このリスクに対しては、外部検索エンジンにおける検索結果及びユーザー流入数を継続的にモニタリングし、検索エンジンの表示方針の変更に適時に対応できるよう努めてまいります。

## 今後の開示予定について

本資料の進捗状況を含む最新の内容については、通期決算発表後の3月頃に開示することを予定しております。

また、経営指標の進捗状況については、四半期決算発表における説明資料にて開示することを予定しております。

