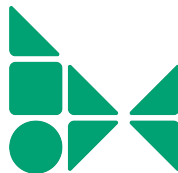


2026年9月期第1四半期

# 決算説明資料

株式会社スペースマーケット  
(東証グロース: 4487)



● 業績 (2026年1月～3月)

トップラインが  
順調に拡大

売上高  
**718**百万円  
YonY **+34.4%**

通期業績予想 (2026年1月～9月) に対し

売上高: 通期業績予想22億円に対して  
当期利益: 通期業績予想1.1億円に対して

進捗率 **32%**      進捗率 **51%**

● KPI

需要拡大と共に  
グループによる成長拡大

取扱高  
**19.6**億円  
YonY **+22.9%**

利用スペース数前年同期比

**+13.6%**

● トピックス | 定番体験をぞくぞくと

- ・インドア花見
- ・SpemaBOX
- ・複合スペースを展開

01 | **会社概要**

02 | **決算の報告**

03 | **トピックス**

04 | **財務の詳細**

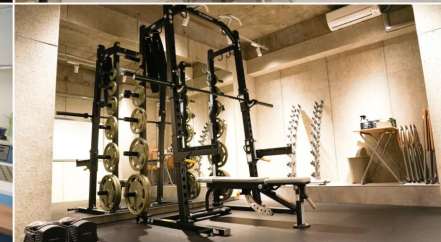
05 | **成長戦略**

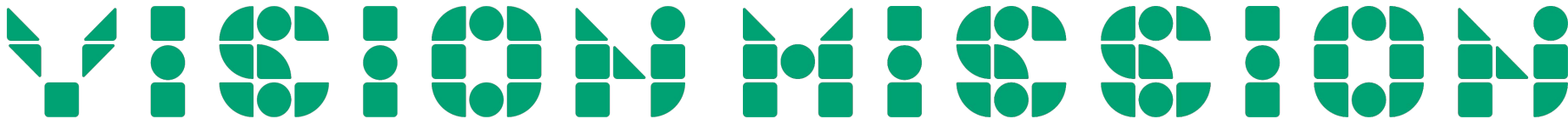
06 | **Appendix**

01

# 会社概要

会社名 株式会社スペースマーケット  
所在地 東京都渋谷区神宮前六丁目25番14号  
設立年月日 2014年1月8日  
証券コード 4487（東京証券取引所 グロース）  
決算期 9月30日  
事業内容 「SPACEMARKET」の運営  
施設予約管理システム「Spacepad」の運営  
関連団体 スペースシェア総研  
グループ会社 株式会社スペースモール  
株式会社クルトン  
株式会社エミーナ  
株式会社システリア






## VISION

チャレンジを生み出し、  
世の中を面白くする。

## MISSION

スペースシェアをあたりまえに

「何かをやりたい」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



新しい定番体験を、  
ぞくぞくと。

 **SPACEMARKET**

ブランドリニューアルを起点に場所から体験へ事業定義を進化

3つのサービスを中心に事業を運営しております。



スペースの時間貸し  
マーケットプレイスの運営

スペースシェアをあたりまえの選択肢にするために



施設予約管理  
サービス

施設管理を丸ごとDX

子会社



レンタルスペーストータルプロデュース  
企画開発・運営代行

選ばれるスペースを運営するために

2026年度より決算期を12月決算から9月決算に変更しております。今期は9か月の変則決算となります。

会社概要



### 業績予想への影響

詳細は2026年2月26日開示の「決算期(事業年度の末日)の変更に伴う通期業績予想の修正に関するお知らせ」をご覧ください。

	全社総取扱高	売上高	営業利益	当期利益
2026年12月期予想 <sup>※1</sup> (2026年1月～12月)	9,032	3,244	290	234
2026年9月期予想 <sup>※2</sup> (2026年1月～9月)	6,245	2,221	134	113

(百万円)

(※1)2026年12月期の業績予想数値は2026年2月13日開示「2025年12月期決算説明資料」P.23にて記載しております。

(※2)変則決算期間(2026年1月～2026年9月)においては、当社の繁忙期である10月～12月を含まない9か月となっておりますので2026年12月期予想との比較にはご注意ください。

02

---

# 決算の報告

トップラインは引き続き高成長を継続しております。利用スペース数も増加しており需要も堅調に拡大しております。また、M&A及び新規投資における償却費が前年対比で増加しております。

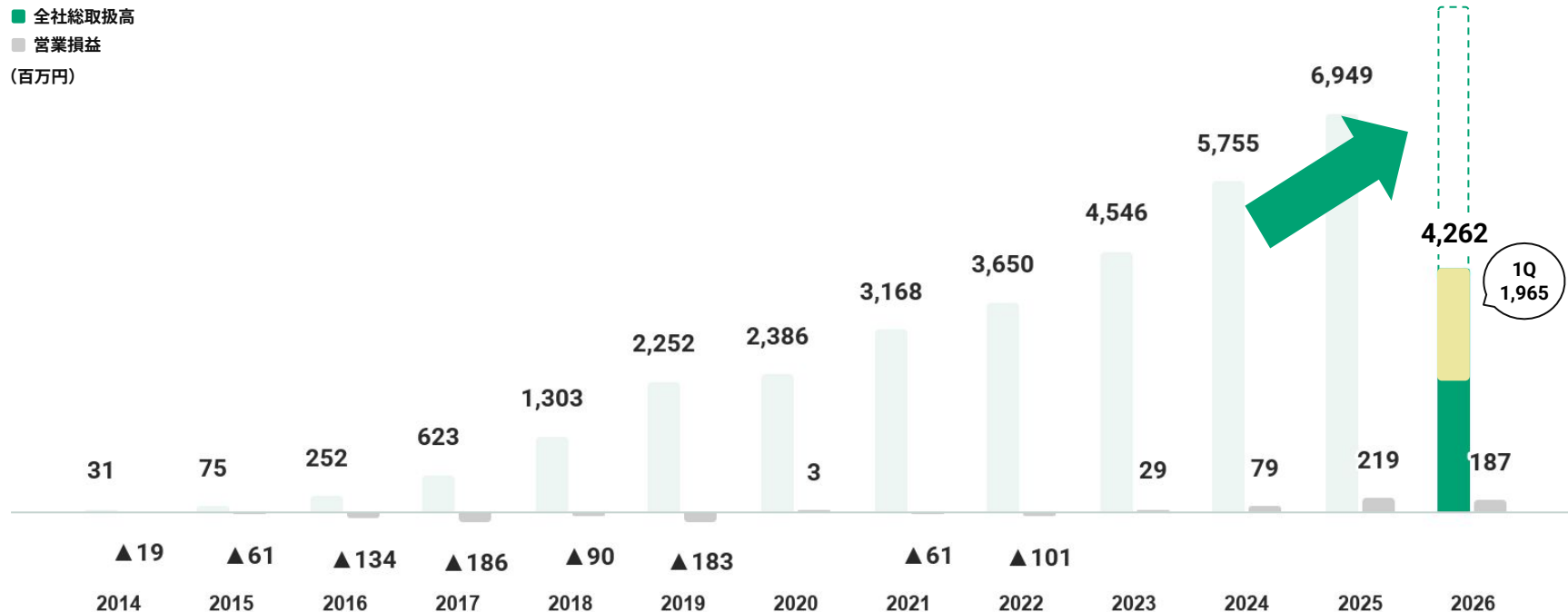
## 2026.1-3 会計期間

売上高 <small>重要指標</small>	<b>718</b> 百万円	YonY <b>+34.4%</b>	マーケットプレイス 利用スペース数	<b>34</b> 千SP	YonY <b>+13.6%</b>
営業利益	<b>62</b> 百万円	YonY <b>▲22.4%</b>	GP運営スペース数 <small>※2</small>	<b>1,348</b> 件	前年 <b>334</b> 件
EBITDA <small>※1</small>	<b>95</b> 百万円	YonY <b>▲11.4%</b>	従業員数	<b>67</b> 名	前年 <b>65</b> 名
全社総取扱高	<b>1,965</b> 百万円	YonY <b>+22.9%</b>	1人当たり取扱高	<b>28</b> 百万円	YonY <b>+13.2%</b>
マーケットプレイス GMV	<b>1,629</b> 百万円	YonY <b>+9.7%</b>			

(※1) EBITDA=営業利益+固定資産償却費+株式報酬費用

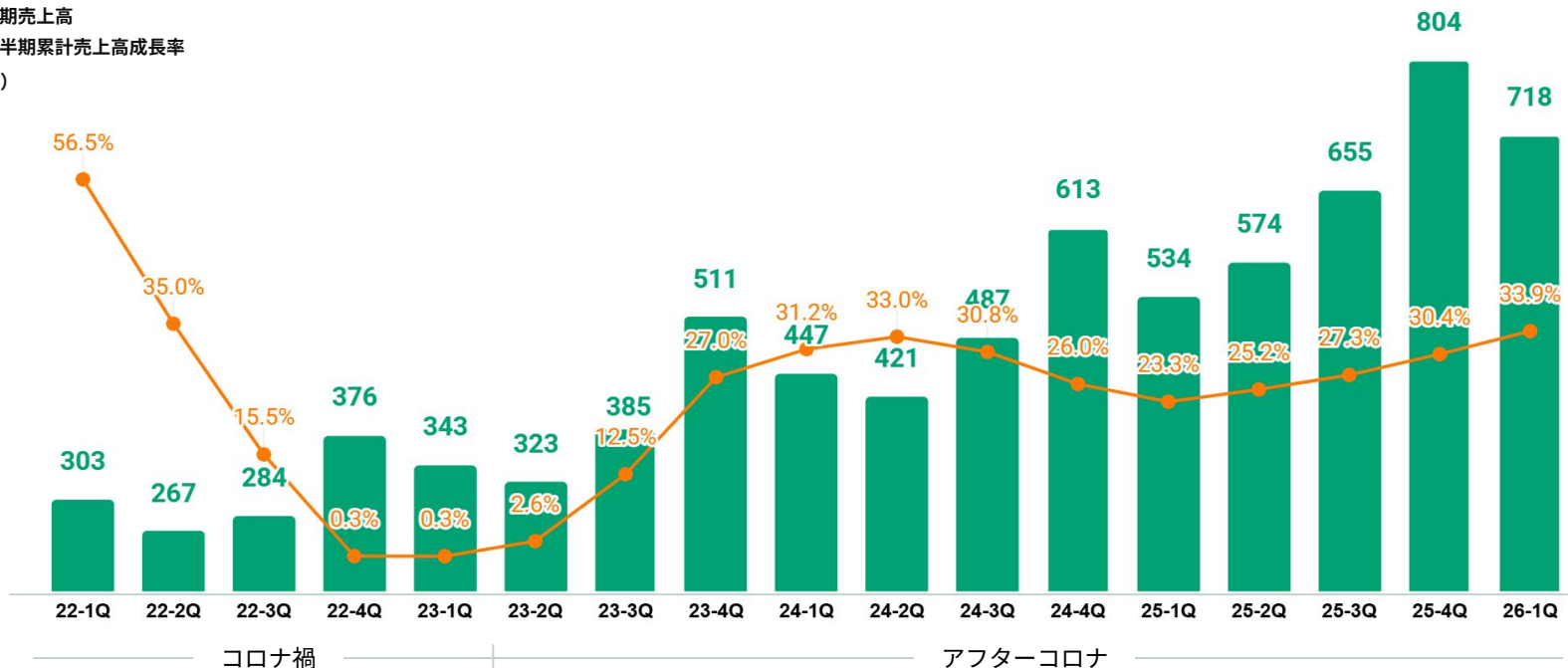
(※2) 2025年4月1日より株式会社クルトン、株式会社エミーナ、株式会社システリアの3社がグループ会社になった事で前年(2025年3月末時点)に比べて大幅に増加しております。

引き続き外部環境は堅調に推移する中、全社総取扱高は順調に拡大しており、固定費の適切なコントロールにより営業利益は継続的に増加しております。

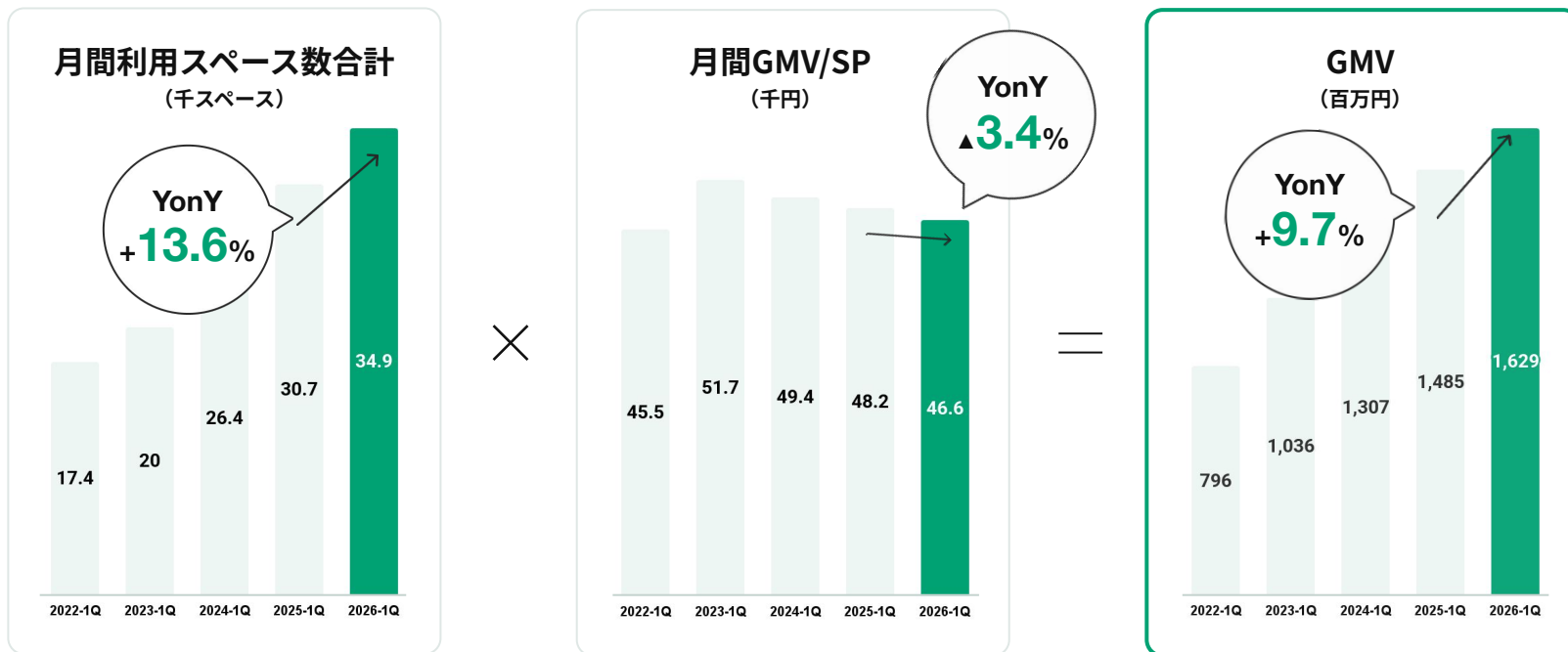


売上高はコロナ禍以降の継続成長に加えて、直近では成長率が再加速しております。  
M&A及びマーケットプレイス外の事業による成長が加速しております。

■ 四半期売上高  
— 前四半期累計売上高成長率  
(百万円)



利用スペース数は利用用途の広がりを背景に引き続き拡大しました。その中でも特にビジネス利用・スポーツ利用等のカテゴリが堅調に増加しました。



03

トピックス

外部環境

## モノ消費

商品・所有に価値



## コト消費

体験・サービスへ



## 体験消費 (目的特化)

「何をするか」で場所を選ぶ

スペースマーケットは場所を体験の舞台に変えることで、この波を捉える

### インドア花見について

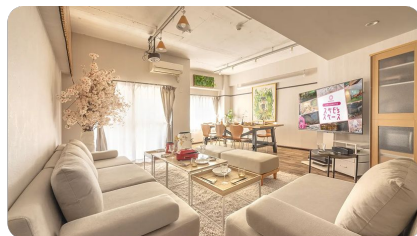
実施頻度：2018年から毎年春に**9年連続**特集展開

利用目的：**雨回避**が45%

利用者層：**20代~30代** (タイパ思考の若者)



「AND PLANTS」コラボスペース



### 需要増加の証拠

- **春の予約が毎年増加 (需要の定着)**  
花見シーズンのレンタルスペース予約数が年を追うごとに拡大し、リピーター増加。
- **メディアからの取材が急増 (認知の拡大)**  
春になると報道・情報番組から取材依頼が集中し、露出は受動的に増え続ける。2026年はキー局・NHK含む6局が特集。
- **ブランド・企業からの協業オファー増 (市場の承認)**  
飲料・イベント会社等が「インドア花見」に紐づけて連携を求めるケースが増加。
- **20代~30代のタイパ需要が拡大 (新規層の獲得)**  
屋外花見より快適・効率的という若年層のインサイトが需要を底上げ。

## ビジネス需要を取り込む目的

### ビジネスパーソンへの認知獲得

移動中・外出先での利用を通じて、ビジネス層へのブランド認知を獲得

### 上位カテゴリへのアップセル

移動ワークボックス利用から会議室・イベントスペース等の高単価利用へ誘導

### 法人需要の入口作り

個人としての体験がきっかけで法人契約・Spacepad導入へ繋がる導線

## ワークボックス市場について

ニーズ：ワークボックス需要が**5年で48倍**

課題：品質・立地のばらつきで定着しない



## SpemaBOXでビジネス利用を定着化

独自の3基準で、安心して使えるビジネス利用環境を整備

### Web会議品質Wi-Fi（実測30Mbps以上）

法人リピート率向上の最重要因子

### 駅近立地（平均徒歩2.5分）

移動導線上で予約頻度を最大化

### スマホ即時予約（24時間当日予約対応）

ビジネスのスポット利用を確実に捕捉



# 複合スペースの展開と新しい定番体験の拡大

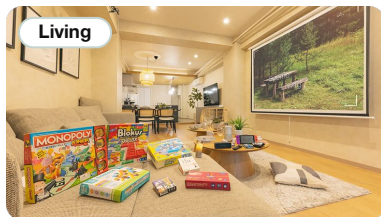
Spacemarket group

ト  
ピ  
ッ  
ク  
ス

## 2023

- ・計2スペース
- ・リビング・キャンプスペースで「集まる定番」を創出

### 新宿



## 2024

- ・計6スペース
- ・ラウンジ・ワーク・シネマスペースが追加
- ・ビジネス需要も定番化

### 池袋



他のスペース：Work ×2

### 福岡天神



他のスペース：Living

## 2025

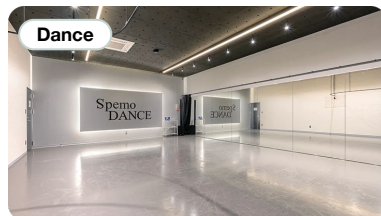
- ・計7スペース
- ・ゲーム・ダンススペースが追加
- ・体験の幅が一気に拡大

### 京都五条



他のスペース：Living / Cinema

### 東新宿



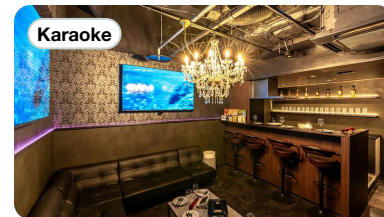
他のスペース：Living / Game / Cinema

## 2026

合計22スペース (2023年から11倍)

- ・計7スペース
- ・カラオケ・キッチンスペースが追加
- ・1棟7種の定番が揃い複合体験が拡張へ

### 札幌



他のスペース：Living / Cinema ×2  
Game / Lounge

04

---

# 財務の詳細

売上高、営業利益ともに進捗率はいずれも前年同期比を大きく上回っている状況となり、通期の業績予想の達成に向けて順調に推移しております。

財務の詳細

	2026年度 通期業績予想 ※1月～9月	2026年1Q実績	2026年度 通期業績予想に 対する進捗率	YoY
売上高	2,221	718	32.3%	+34.4%
営業利益	134	62	46.2%	-22.4%
純利益	113	58	51.6%	-27.4%
(参考値)				
EBITDA	249	95	38.5%	-11.4%
全社総取扱高	6,245	1,965	31.5%	+22.9%
内、GMV	5,281	1,629	30.8%	+9.7%

(百万円)

(※1)EBITDA=営業利益+固定資産償却費+株式報酬費用

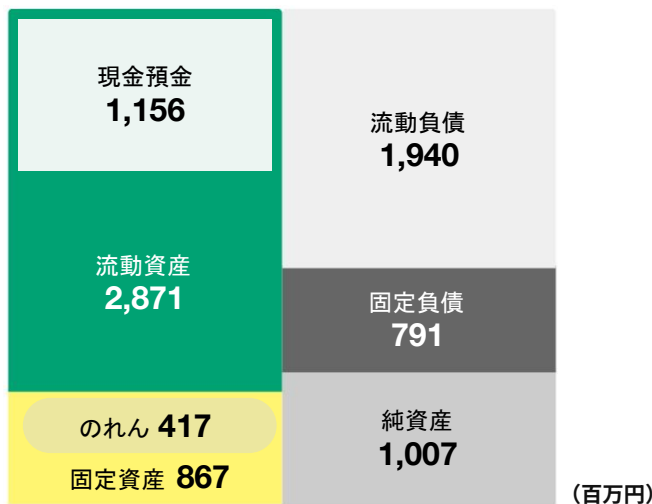
繁忙期である12月の債権債務が決済された事により総資産は減少し現預金が増加しております。また、財務基盤は強化されており自己資本比率も増加しております。

財務  
の  
詳細

### 2025年 期末 連結

自己資本比率 **24.6%**

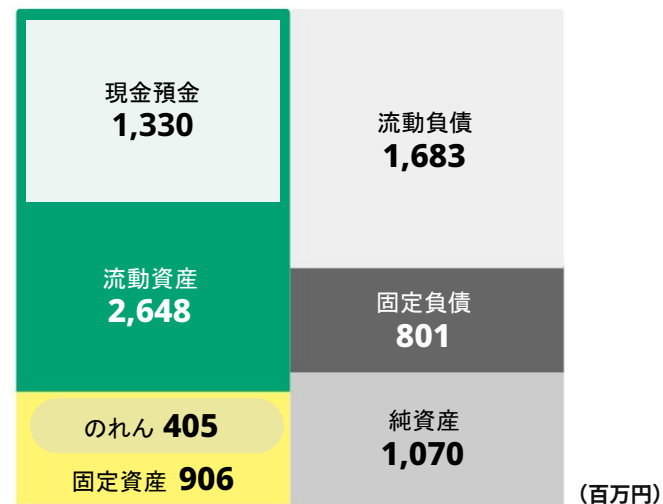
総資産 **3,739**百万円



### 2026年 3月末 連結

自己資本比率 **27.5%**

総資産 **3,555**百万円



05

---

# 成長戦略

長期的な企業価値向上に向けて、マーケットプレイス「SPACEMARKET」の継続的な成長を維持させながら、既存事業及び周辺領域の事業展開へ向けて成長投資を実施してまいります。

### 企業価値の積み上げイメージ



## 需要の多様化

場所貸し  
(会議・宴会)



体験消費  
(目的特化)

### 体験カテゴリ

撮影・配信

推し活

フィットネス

ポップアップ

ビジネス

パーティー

ボードゲーム

インバウンド

利用シーンが多様化・細分化し、  
「目的に特化した体験空間」へのニーズが急拡大

## インフラの進化

テクノロジーによる  
「無人運営」と「信頼担保」の確立

### 主要テクノロジー

スマートロック

遠隔解錠・無人入退室管理

本人確認 (eKYC)

不正利用防止・信頼担保

自治体DX

公共施設のDX化

テクノロジーが「信頼」を担保し、無人での安全な  
運営を実現。ホストの参入障壁を大幅に低下。

## 当社の方向性

OS型プラットフォーマーへ

多様化・複雑化するニーズ

職域・推し活・ビジネス・体験

OS型基盤

体験価値を横断管理

多様なアセット

空家・店舗施設・公共施設等

複雑な「体験」と「資産」を  
テクノロジーで統合管理する  
OS型プラットフォーマーへ

## ゲストのニーズが深化 「体験価値」重視へ拡大

### 「場所」から「体験」へ

利用者は空間だけではなく、その場で得られる体験価値を重視。

### ニーズの多様化・高度化

パーティー・撮影・ワーク・合宿など用途が多岐にわたり、単純なマッチング以上の期待感の高まり。

### 「予約」から「体験設計」へ

スペース選びの基準が、立地・価格から雰囲気・演出へとシフトし、体験の質が選択の決め手になるつつある。



## 「OS（基盤）」への進化 フィジカルなスペースシェア・インフラへ<sup>※1</sup>

### 垂直統合モデル

予約・集客だけでなく、運営・管理・IoTまでを一気通貫で提供し、他社が模倣できない深いロックインを形成。

### データによる参入障壁

リアルタイムの需給データと利用行動データを独占的に蓄積し、最適なスペース開発へ還元。

## 次のフェーズへの転換

(※1)フィジカルとは、「physical（フィジカル）」と「Digital（デジタル）」を掛け合わせた造語で、リアルとデジタルの融合を示す。

## OS確立×アプリケーション量産<sup>※1</sup>

テクノロジー基盤を活用し、多様な利用シーンに対応する「ブランドガイドライン」を垂直立ち上げ、需要予測に基づき、高収益が見込めるコンテンツを市場へ大量供給。

用途別ブランド確立

無人運営パッケージ化

高単価商材の開発

## バーティカル戦略

特定領域（バーティカル）のブランドの立ち上げ。「OS」への接続により、即座に収益性と稼働率を改善させるモデルを展開。

在庫・機能の獲得

PMIによる効率化

シェア拡大

## 統合マーケティング・PR<sup>※2</sup>

CXを起点とした統合的なデジタルマーケティング戦略によって、ブランドラインを中心に「新しい定番体験を、ぞくぞくと。」市場にデリバリー。

市場拡大

認知獲得

ブランド・エクイティ構築

(※1)OS確立×アプリケーションの全体像についてはAppendixをご覧ください。

(※2)デジタルとは、「physical（フィジカル）」と「Digital（デジタル）」を掛け合わせた造語で、リアルとデジタルの融合を示す。

## 財務目標



## 重点施策

- 🔍 検索品質改善・アプリUX強化
- 📣 トリプルメディア運用等による集客力向上
- ☆ CX徹底強化
- 💡 ブランド構築による認知拡大
- 👥 ホストとの共創としてのM&A
- 🔄 新たな周辺領域への拡大

05

---

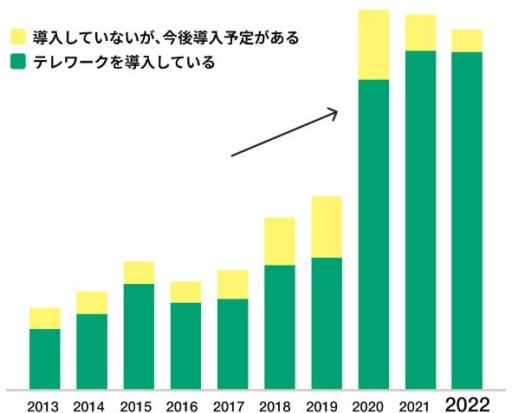
# Appendix

テレワークの普及など働き方・ライフスタイルの変化が進む一方、人口減少に伴う空き家の増加を背景に、場所の有効活用ニーズは一層高まっています。

### テレワークの導入率が5割を超える状況に

テレワーク導入率の推移

- 導入していないが、今後導入予定がある
- テレワークを導入している

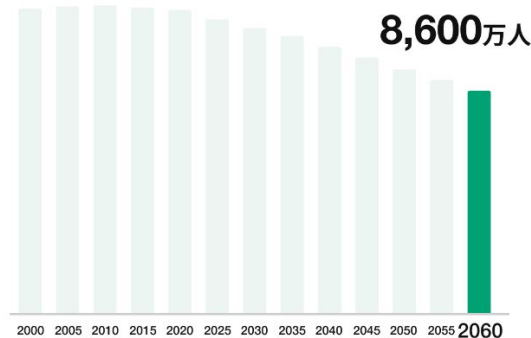


出典:総務省「情報通信白書令和5年版」

### 継続的な人口減少により2060年には国内人口は8,600万人に

我が国の人口推移

- 人口

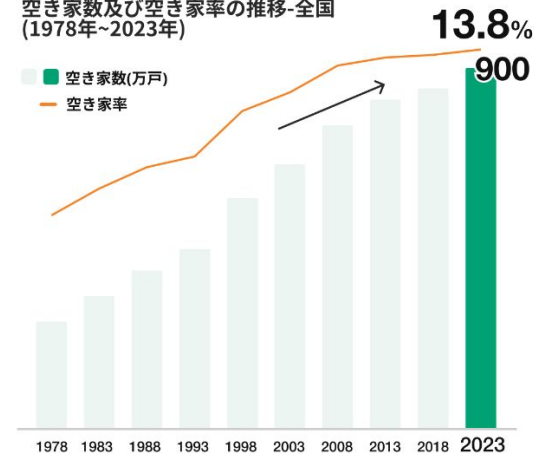


出典:総務省「情報通信白書」平成29年版

### 空き家数が増加し2023年には空き家率が13.8%に

空き家数及び空き家率の推移-全国 (1978年~2023年)

- 空き家数(万戸)
- 空き家率

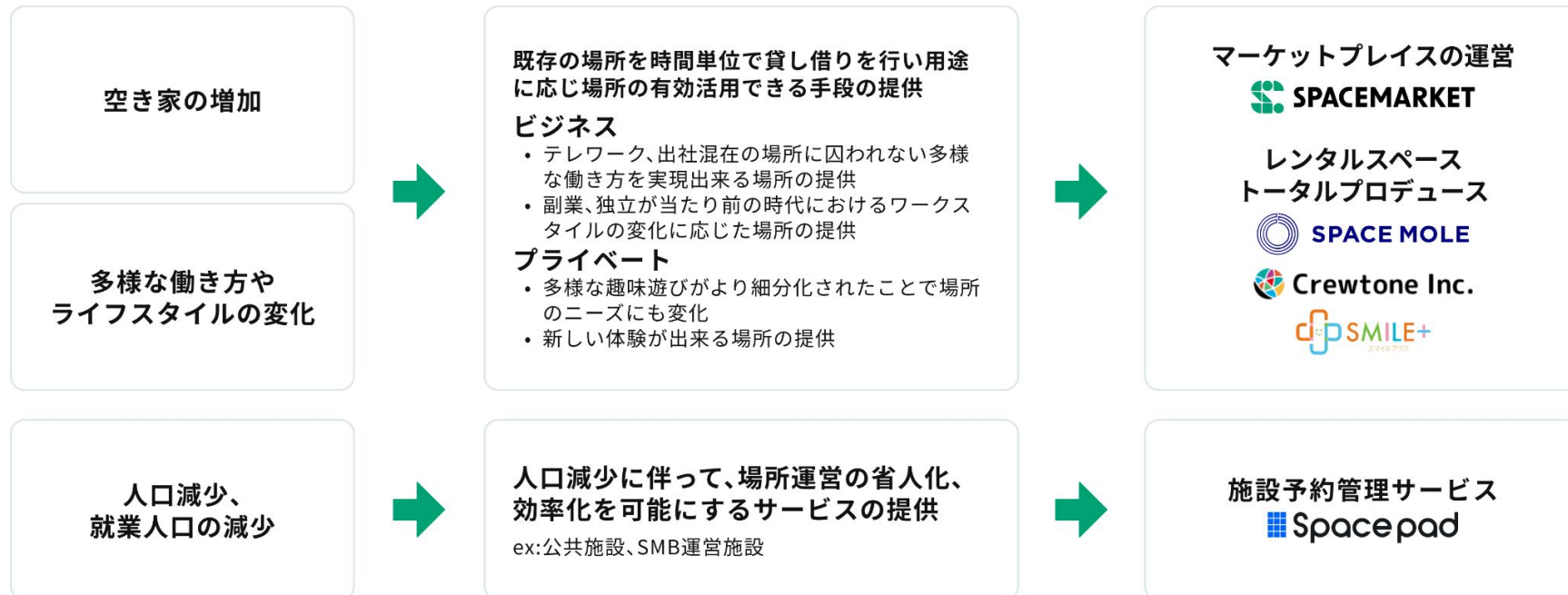


出典:総務省統計局「令和5年住宅・土地時計調査」

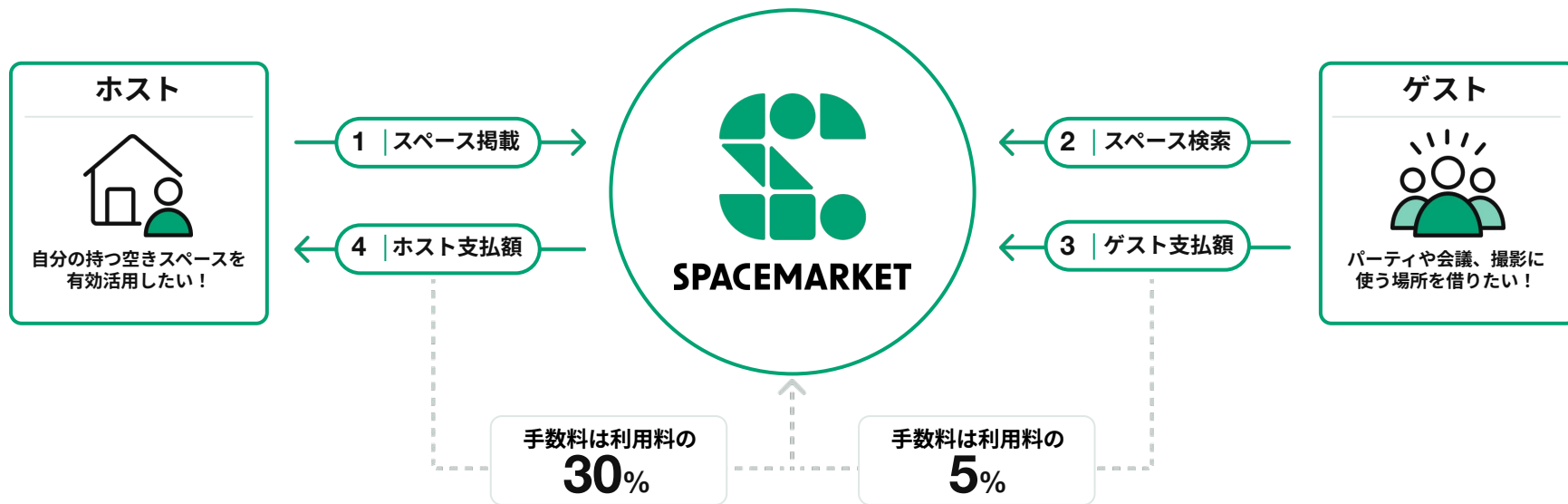
スペースマーケットは場所における社会課題に取り組んでいます。

解決する社会課題

ソリューション



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。



具体例:スペース利用料が10,000円の場合、ゲスト支払額10,500円、ホスト支払額7,000円、スペースマーケットの収益は3,500円になります。

公共施設管理の課題をデジタルで解決するクラウド型予約管理システムにより、自治体 DXと地域活性化を推進し、スペースシェア文化の拡大に貢献しています。



(※1)決済機能を利用される場合は、発生した決済に対する決済代行手数料相当を別途ご請求。

これまでに下記の自治体、指定管理者に導入いただいております。今後も拡大予定です。



秋田県湯沢市



兵庫県神戸市



北海道釧路市



SCOP TOYAMA



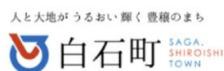
三重県紀北町



徳島県阿波市



山形県庄内町



佐賀県白石町



鹿児島県南九州市



熊本県人吉市



宮城県柴田町



山形県西川町



山梨県蕨崎市



福岡県吉富町



佐賀県唐津市



熊本県長洲町

公民館や地区センターの会議室・体育館などのスポーツ施設・研修室・野球場・バーベキュー場など多くの施設でご利用いただくことができます。



体育館



会議室



イベントホール



公民館



コワーキングエリア



研修室



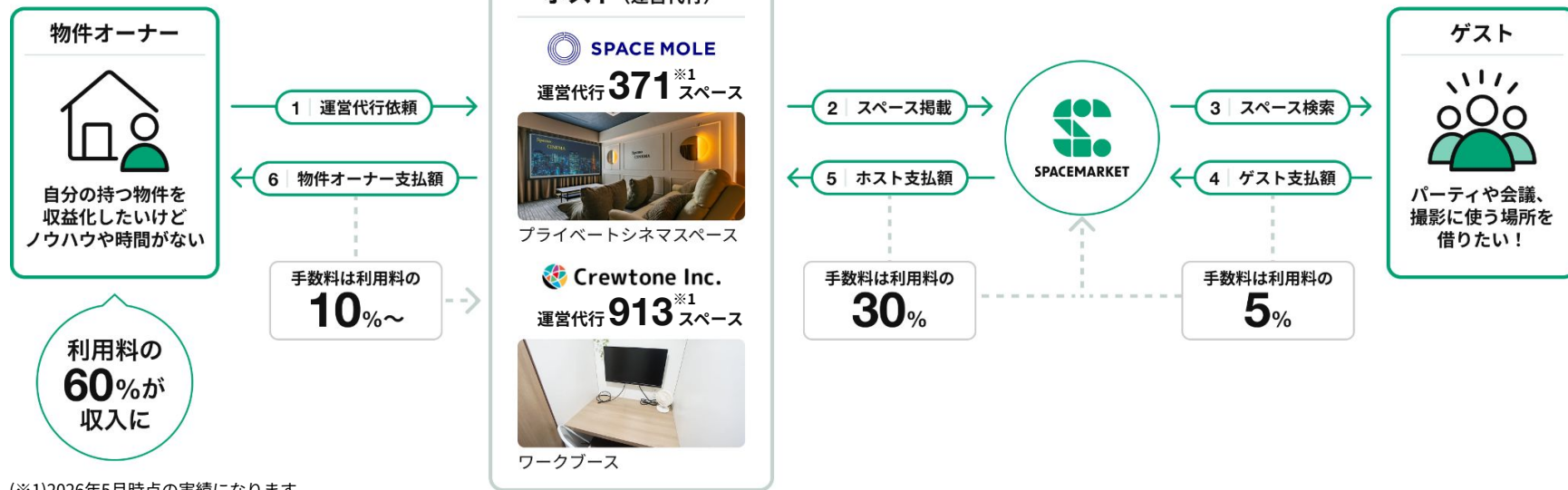
野球場



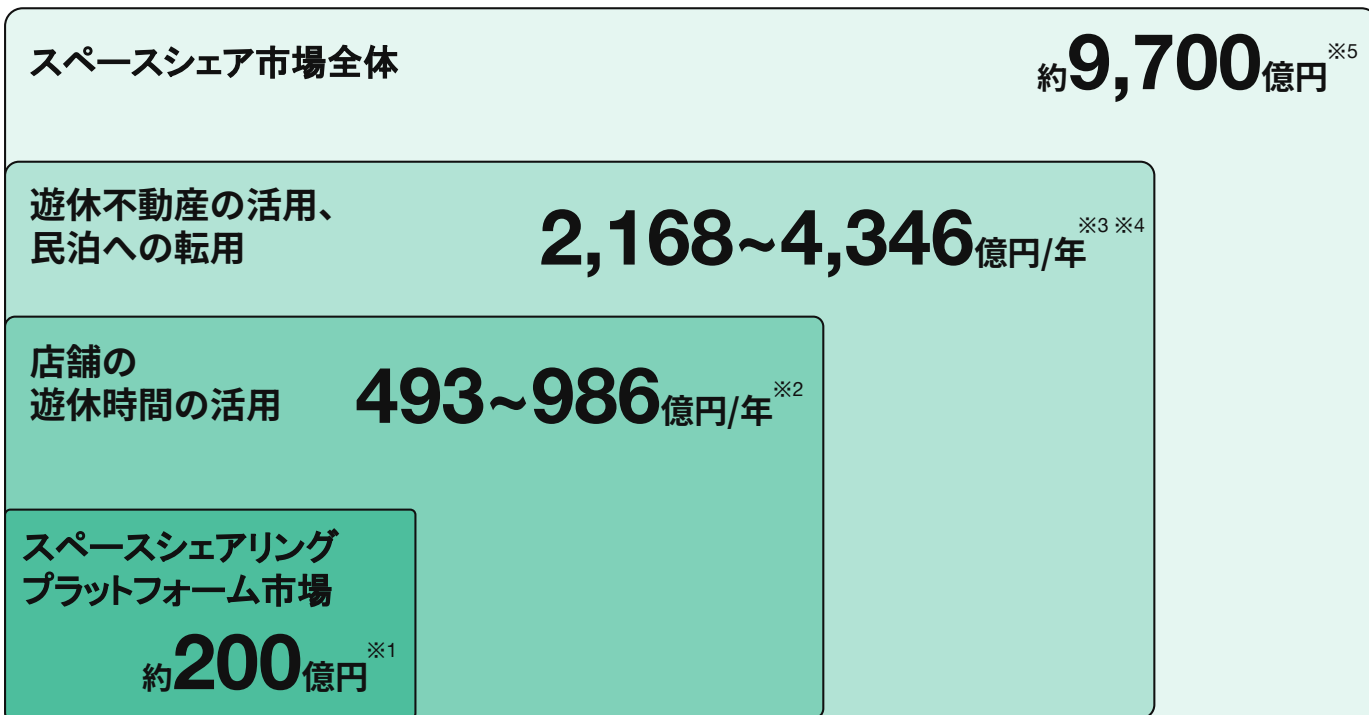
バーベキュー場

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。

SPACEMARKET GROUP



(※1)2026年5月時点の実績になります。



(※1) 2025年12月期当社適時開示・他社適時開示 (※2) 出所: 「経済センサス」より自社試算 (※3) 民泊市場規模(出所: 観光庁「訪日外国人消費動向調査」)より自社試算

(※4) 民泊においてはレンタルスペースとは別物件での運営にて試算。住宅宿泊事業法の年間180日間制限を考慮。

(※5) 出所: シェアリングエコノミー協会×ICR「シェアリングエコノミー市場調査2022年版」

スペースマーケットは国内スペースシェアのリーディングカンパニーとして、創業以来培ってきた業界トップクラスの運営ノウハウを強みに事業を展開しています。



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

レンタルスペースによる消費活動は新しい文化のため  
**ノウハウ所有者は貴重な存在**

創業以来、ホスト・ゲスト・自治体・企業と連携・共創を重ねてきたパートナー基盤を生かし、仲間とともに価値創出による成長を実現します。



業界有数の掲載数と多様な利用用途を基盤に、新たな体験・ニーズを創出し、成長分野の発掘を通じて多角的な成長を加速します。

### 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



新しい用途



### 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・飲み会



撮影・収録



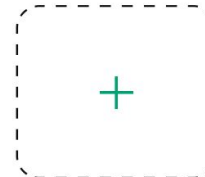
趣味・遊び



スポーツ・フィットネス



仕事



新しい用途

引き続き、全社総取扱高が増加することで限界利益も増加する事業運営を行っております。2025年2Q以降M & Aにより固定費が増加したことから固定費の増加率は前四半期より増加しております。

固定費分解PL	2025.1-3	2026.1-3	YonY
全社総取扱高	1,599	1,965	+22.9%
売上高 ※ポイント・クーポン控除前	560	747	+33.4%
変動費	219	333	+52.0%
限界利益	341	414	+21.4%
固定費	260	352	+34.9%
人件費	141	167	+18.2%
外注費・消耗品費・家賃等のコスト	91	151	+65.4%
償却費・株式報酬費用等の非資金項目	27	33	+20.3%
営業利益	80	62	-22.4%

(百万円)

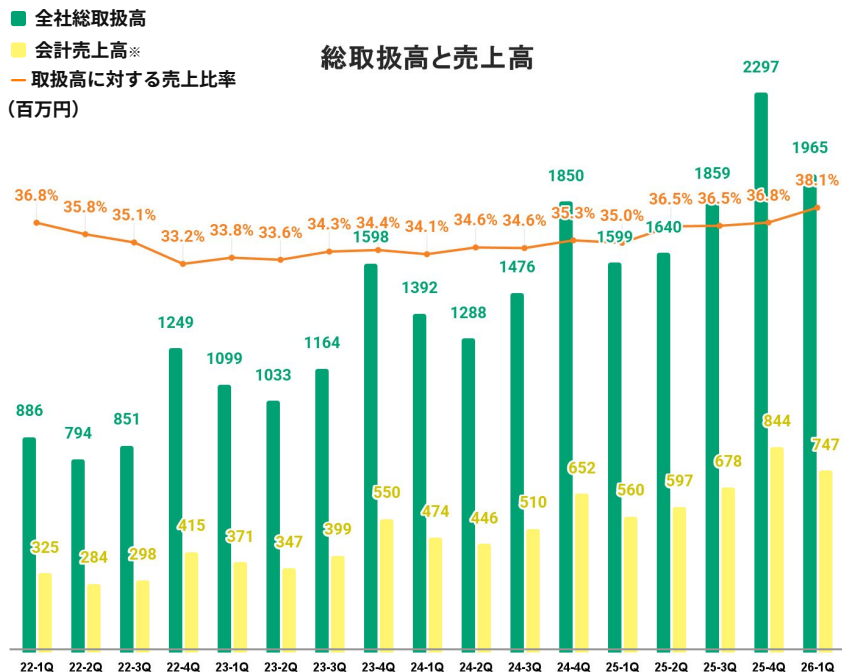
売上高比率  
取扱高に対して 38.0%  
YonY+22.9%

変動費率  
取扱高に対して 16.9%  
YonYで52.0%増加となっているが、  
想定範囲内での成長投資を行っている

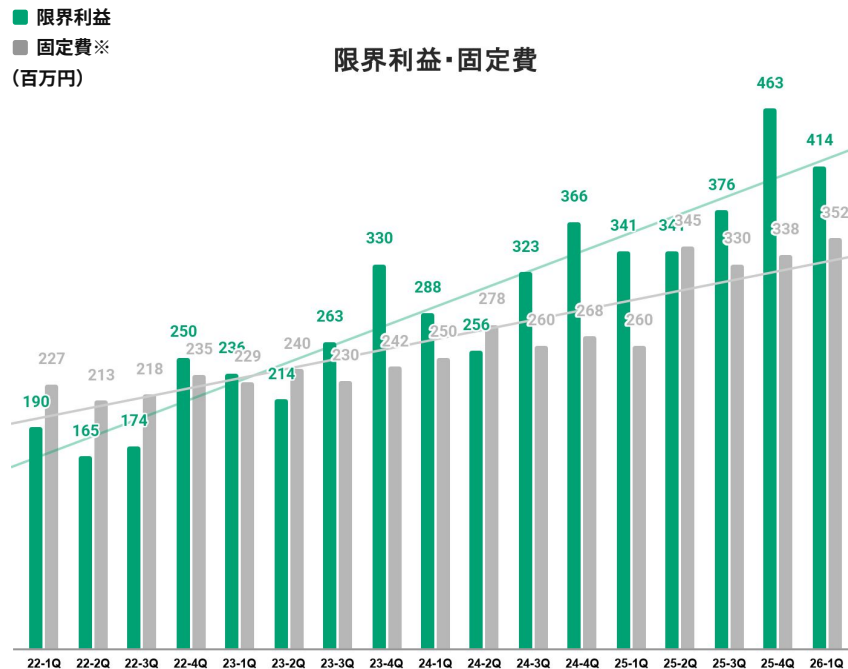
限界利益率  
取扱高に対して 21.0%  
売上高に対して 55.4%  
想定通りの水準で進捗

M & Aによるのれん償却費、物件減価償却費の増加

取扱高に対する売上高比率は安定的に推移しており、健全な収益基盤を継続しております。  
 限界利益に対する固定費については継続して限界利益内でコントロールできております。



※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) は当社の管理会計数値





**体験・価値**

**ブランドライン**

ターゲット特化の高品質なスペース  
体験設計

**用途特化の内装・設備**

撮影・会議・配信など最適化された  
空間

**コンセプト・ストーリー**

時代背景やトレンドに応じた新しい  
定番体験の再定義



**スペース  
(物件)**

**ビジネス需要**

ワークボックスや大会場の活用

**一棟ビル開発**

ビル・商業施設のイベント活用

**遊休資産活用**

企業の空き会議室や店舗のアイドル  
タイム



**運営基盤・  
システム**

集客・在庫同期

**マッチングプラットフォーム**  
SPACEMARKET

認証・決済

**予約システム**  
Spacepad/Public

集客・在庫同期

**IoT連携**  
スマートロック・家電の制御

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	発見可能性	影響度	詳細
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切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	発見可能性	影響度	詳細
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	中	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	中	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	大	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。

## 将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。

これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

