



2021年12月期

# 決算説明資料

株式会社スペースマーケット

(東証マザーズ:4487)

2022年2月14日

**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。

# 決算の報告

今後の方針

トピックス

Appendix

- 会社概要
- 事業の概要

コロナ前  
2019年比  
**+32.6%**

コロナ禍  
2020年比  
**+48.8%**

(注) 通期GMVの比較

緊急事態宣言などが断続的に発出され、逆風が続いた2021年度でしたが、4Q会計期間・2021年度通期ともに

**GMVは過去最高を記録**  
**営業利益も通期黒字での着地**

### 主要KPI

GMVは4Q会計期間・通期ともに**過去最高**を記録！  
利用されるスペース数は**四半期単位で継続して増加**。  
季節性の影響もあり、4Qは5~10人前後・東京エリアの利用が相対的に増加。

### 財務

**営業利益59百万円**を計上。  
プラットフォームならではの、利益にレバレッジのかかる損益構造を構築し  
事業を運営。

2020年度はコロナ禍で大きく影響を受けて減収となりましたが、コロナ禍でも変わらないニーズ・コロナ禍ならではのニーズをしっかりと捉えることで2021年度は前年比で大きく増収、コロナ前の2019年比でも増収となりました。

■ + ■ + ■ 全社総取扱高

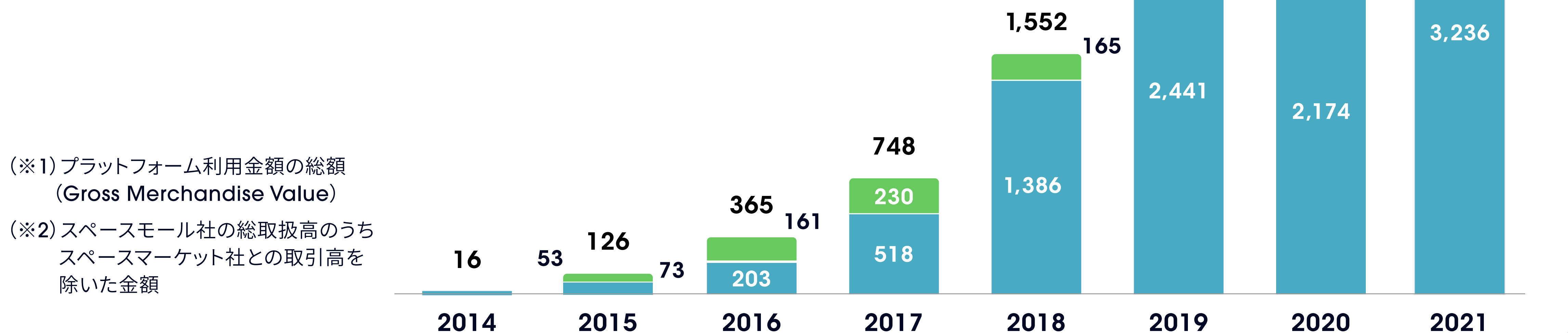
■ GMV※1

■ スペースモールのグループ外取扱高※2

■ 法人向けソリューション他の売上高

(百万円)

影響を受けつつも、コロナ前比で **成長を実現!**



(※1) プラットフォーム利用金額の総額  
(Gross Merchandise Value)

(※2) スペースモール社の総取扱高のうち  
スペースマーケット社との取引高を  
除いた金額

4Qは季節性もあり、前年同期比・前四半期比で全社総取扱高は大きく増加しました。

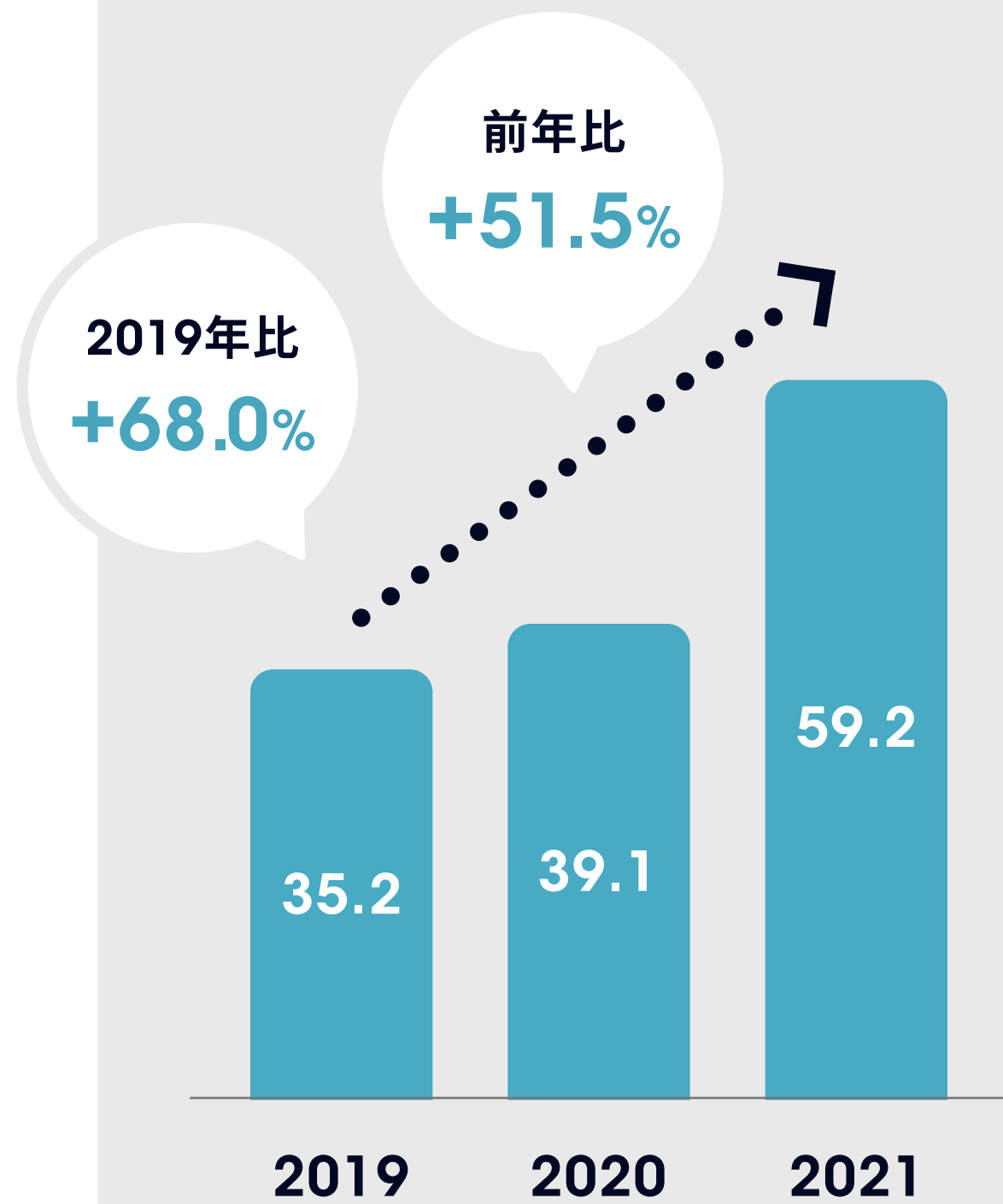
全社総取扱高の増加とマーケティング投資等の一部コストの未消化により、4Q会計期間で28百万円の営業利益を計上しております。



月間利用スペース数合計は、スペースの時間貸しという新しい不動産の活用方法の認知拡大と、コロナ禍でも必要とされる利用用途の成長が組み合わさることで、コロナ前である2019年比でも大幅増となりました。月間利用スペース数合計の増加によってGMVも増加となりました。

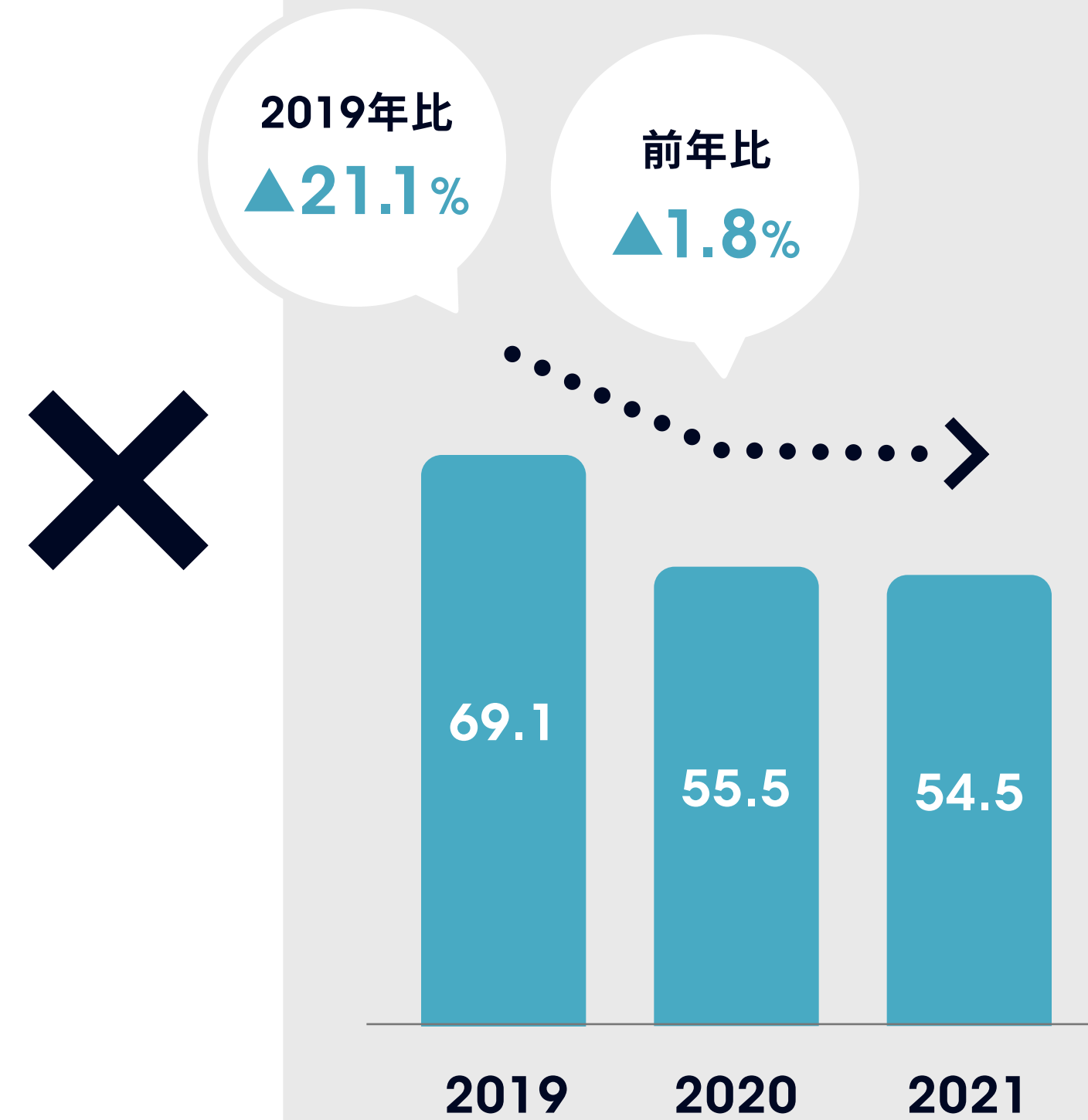
## 月間利用スペース数合計

(千スペース)



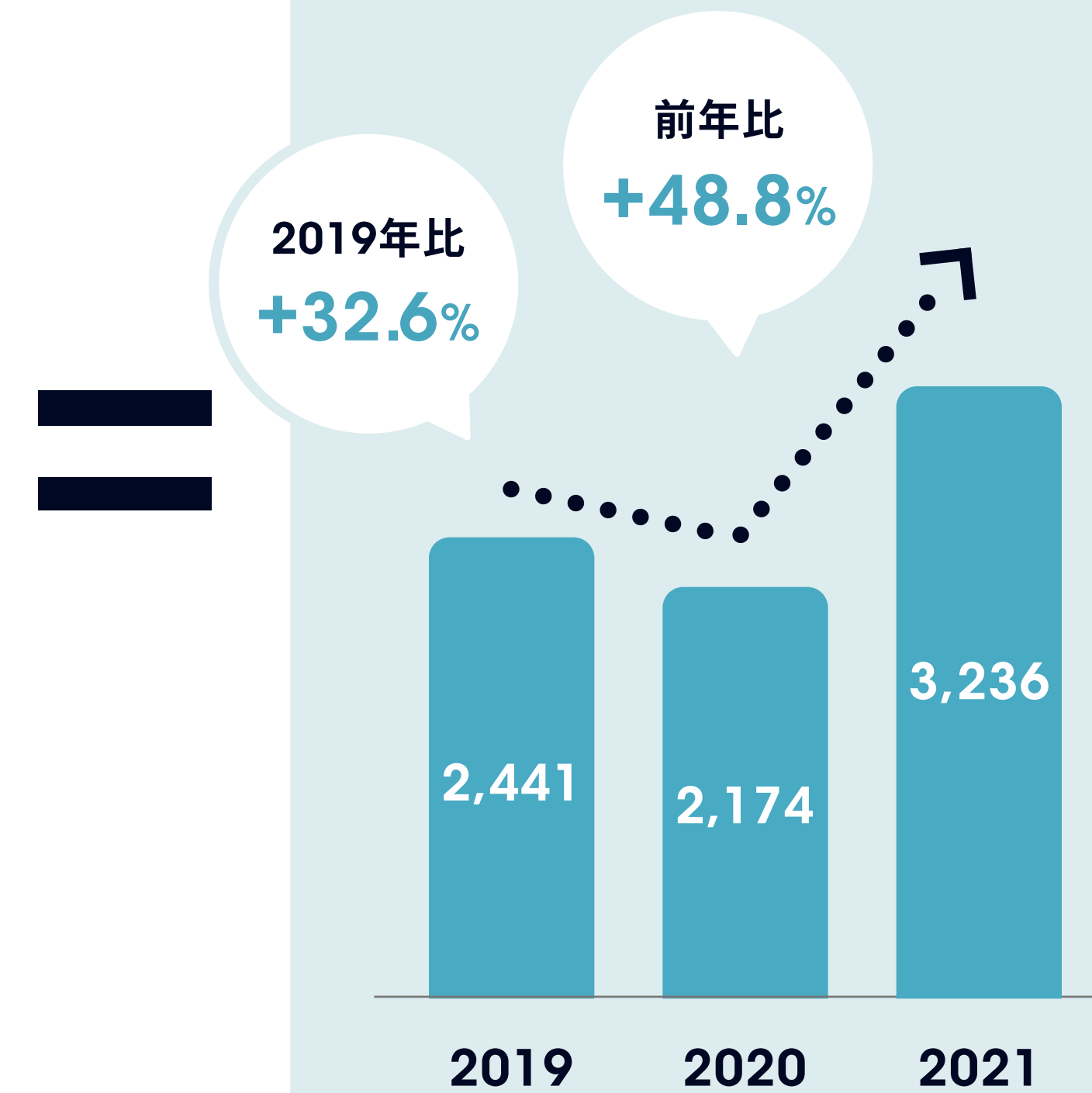
## 月間GMV/SP

(千円)



## GMV

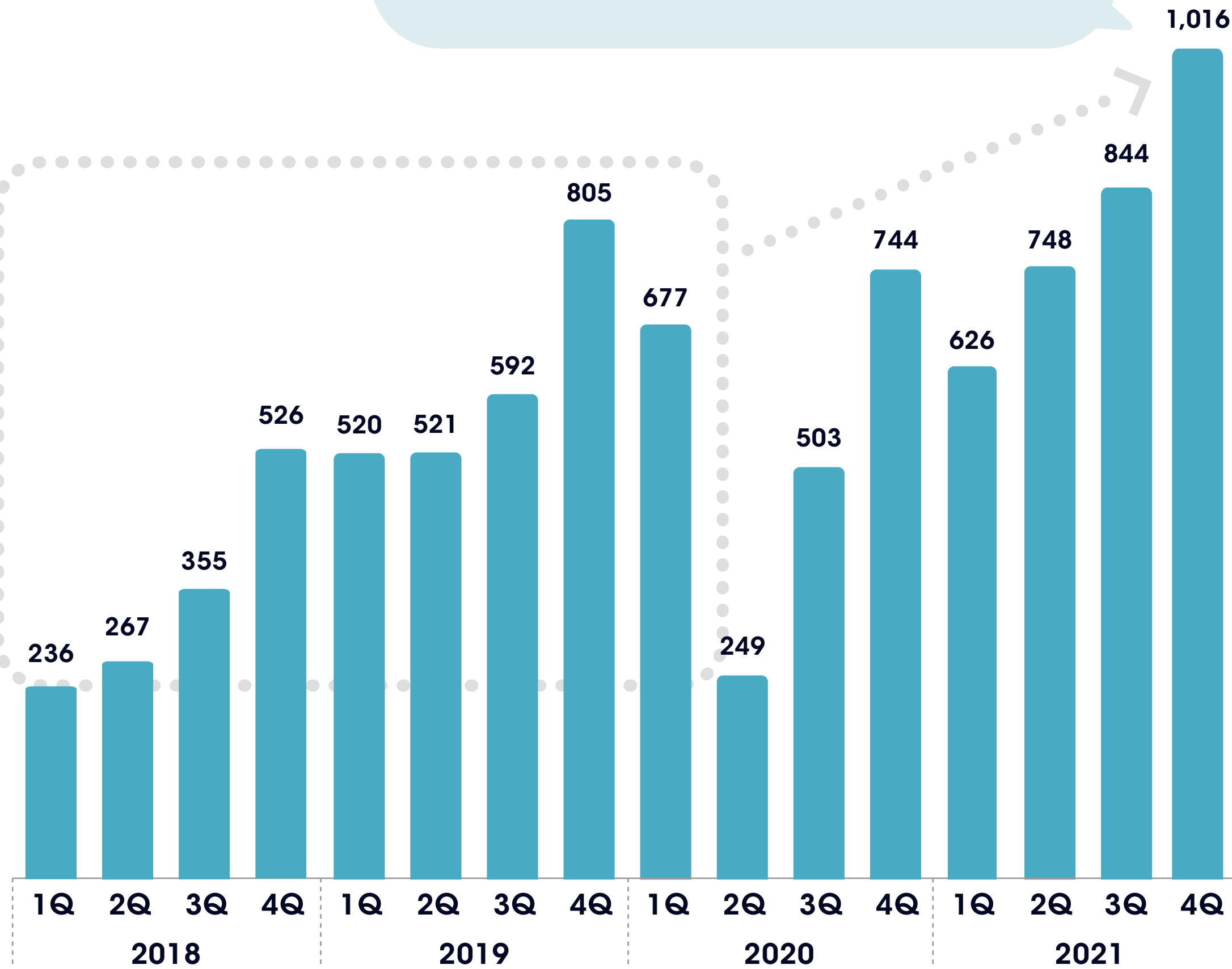
(百万円)



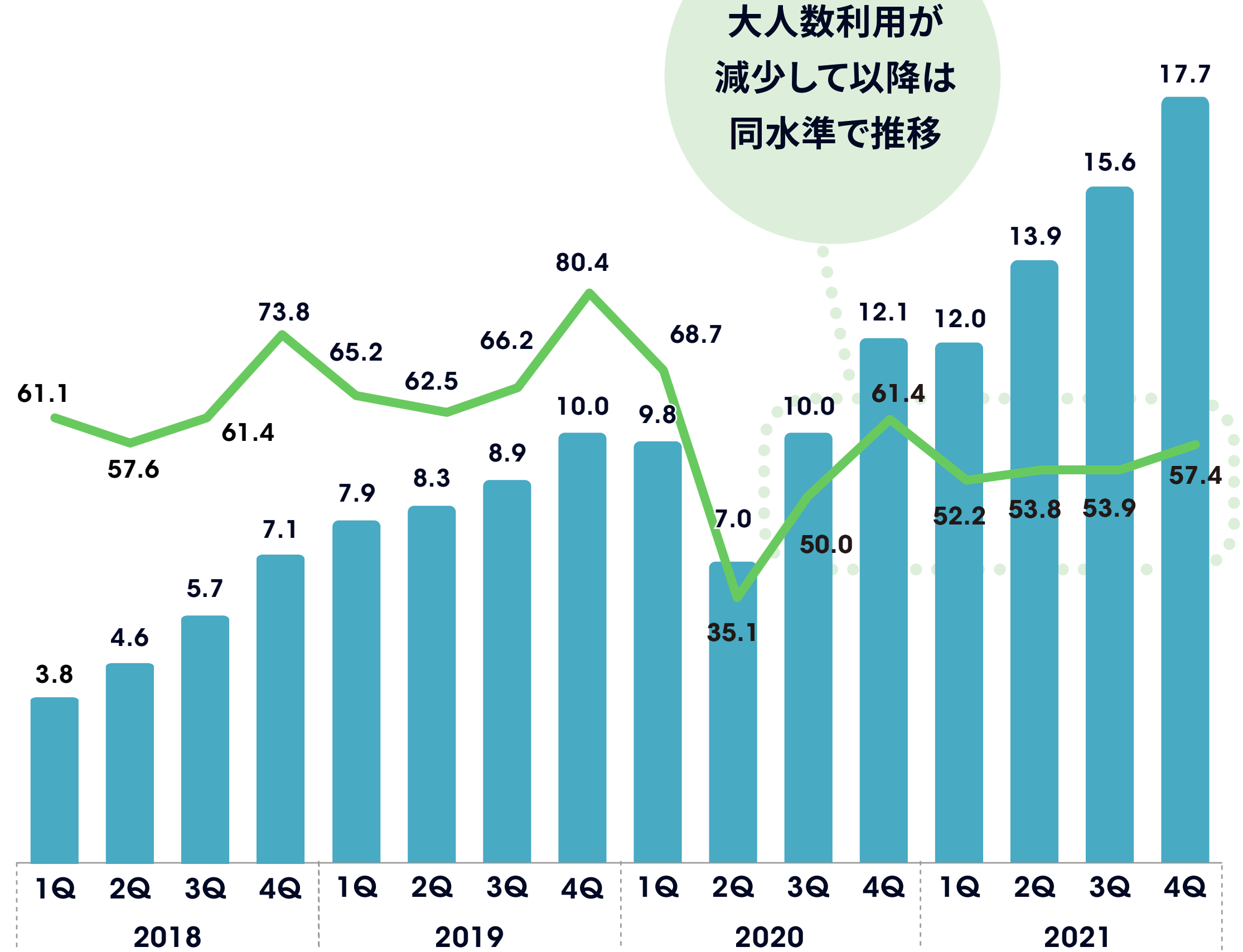
月間利用スペース数合計はスペースシェアの認知拡大により引き続き増加し、過去最高となりました。

月間GMV/SPは、大人数利用が減少した前年後半以降同水準の推移が続いています。その結果、GMVはコロナ前の水準を超え過去最高となりました。

■ GMV(百万円)



■ 月間利用スペース数合計(千スペース)  
■ 月間GMV/SP(千円)

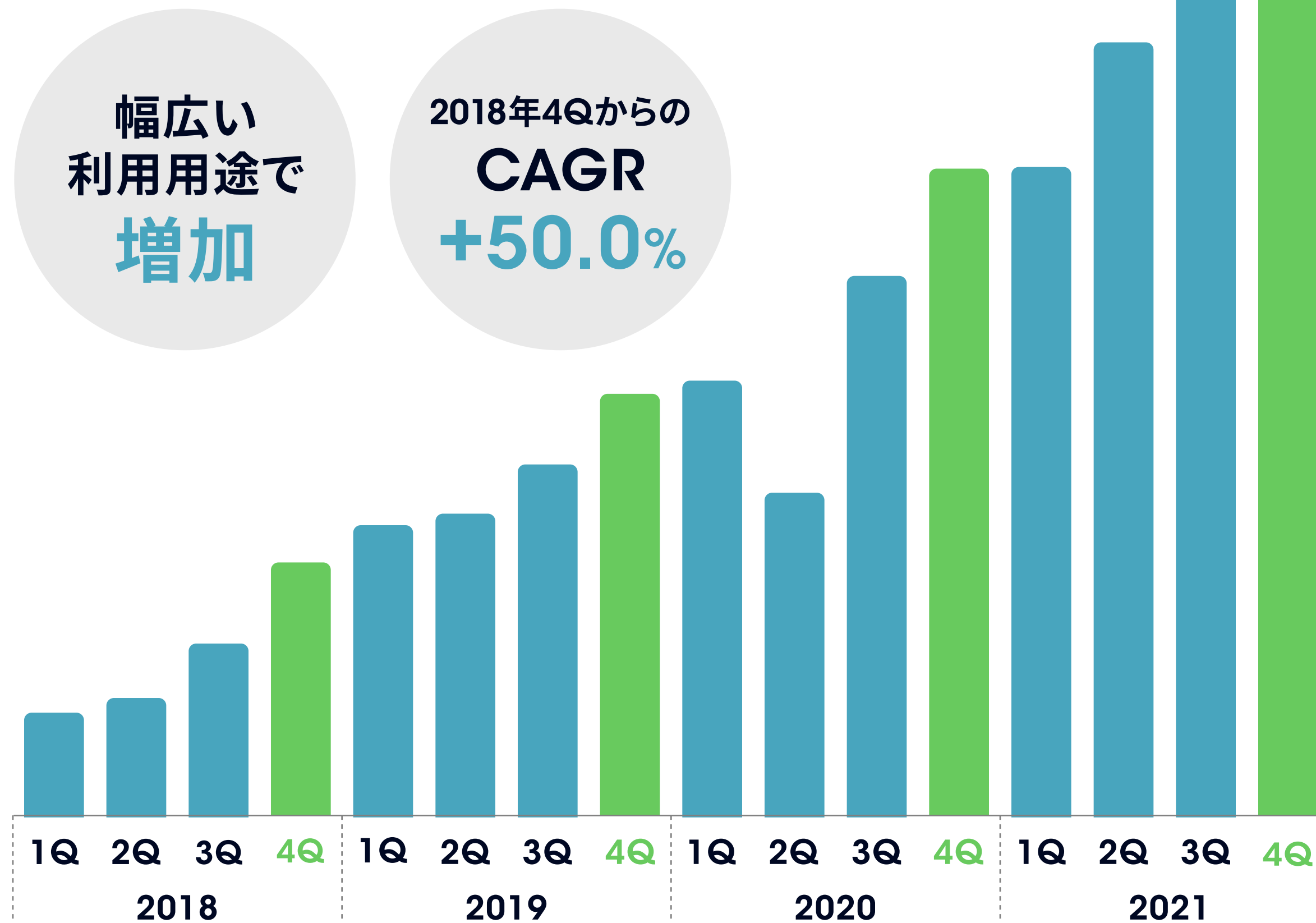




感染者数の一時的な減少傾向と季節要因によって、1利用あたりの人数規模が相対的に増加したことで前四半期比では減少となりましたが、前年同期比では継続して増加トレンドです。

## 4名以下利用のGMV

※2018年度第1四半期を1とした指数グラフ



## 予約時のゲストのメッセージ例

お子さまと 勉強会・読書 人数:2名



4歳になる子供の知育を行うため、親子ふたりで利用したいです。

ひとりで テレワーク 人数:1名



隙間時間を活用した遠隔会議のためにスペースを使いたく、予約させていただきます。

仲間内で 動画撮影 人数:3名



押し不在の誕生日パーティーをYoutubeで撮影するため、こんな可愛いお部屋を探していました!

東京都以外のエリアのGMVは前四半期比・前年同期比ともに引き続き増加し、当四半期も過去最高となりました。

東京都以外首都圏のGMVは、東京都への人の移動が増加したことで前四半期比での増加幅が小さくなったものと推定しています。

■ GMV

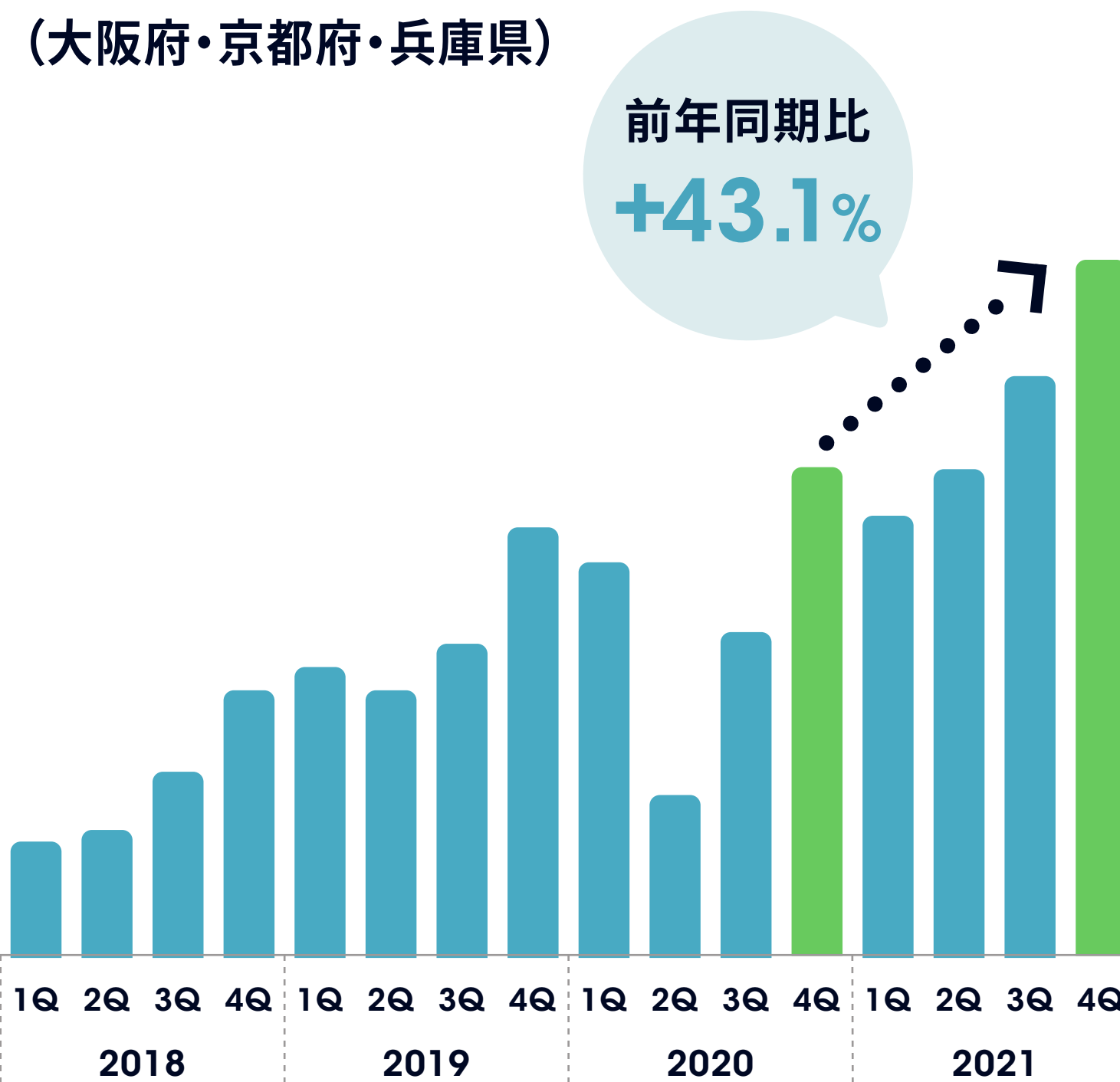
※2018年度第1四半期を  
1とした指数グラフ

## 東京都以外のエリアのGMV合計引き続き **過去最高!**

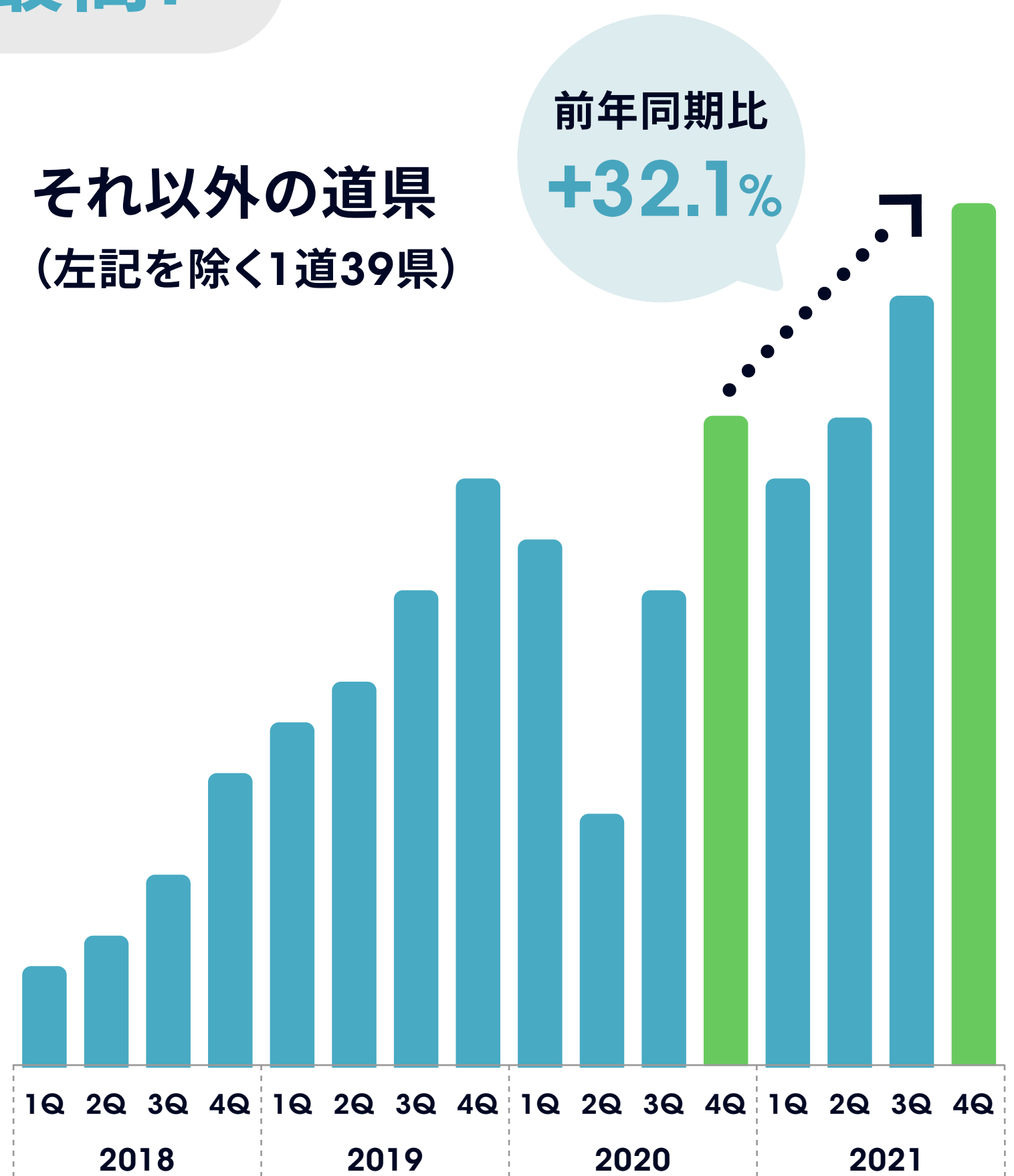
### 東京都以外の首都圏3県 (神奈川県・千葉県・埼玉県)



### 関西3府県 (大阪府・京都府・兵庫県)

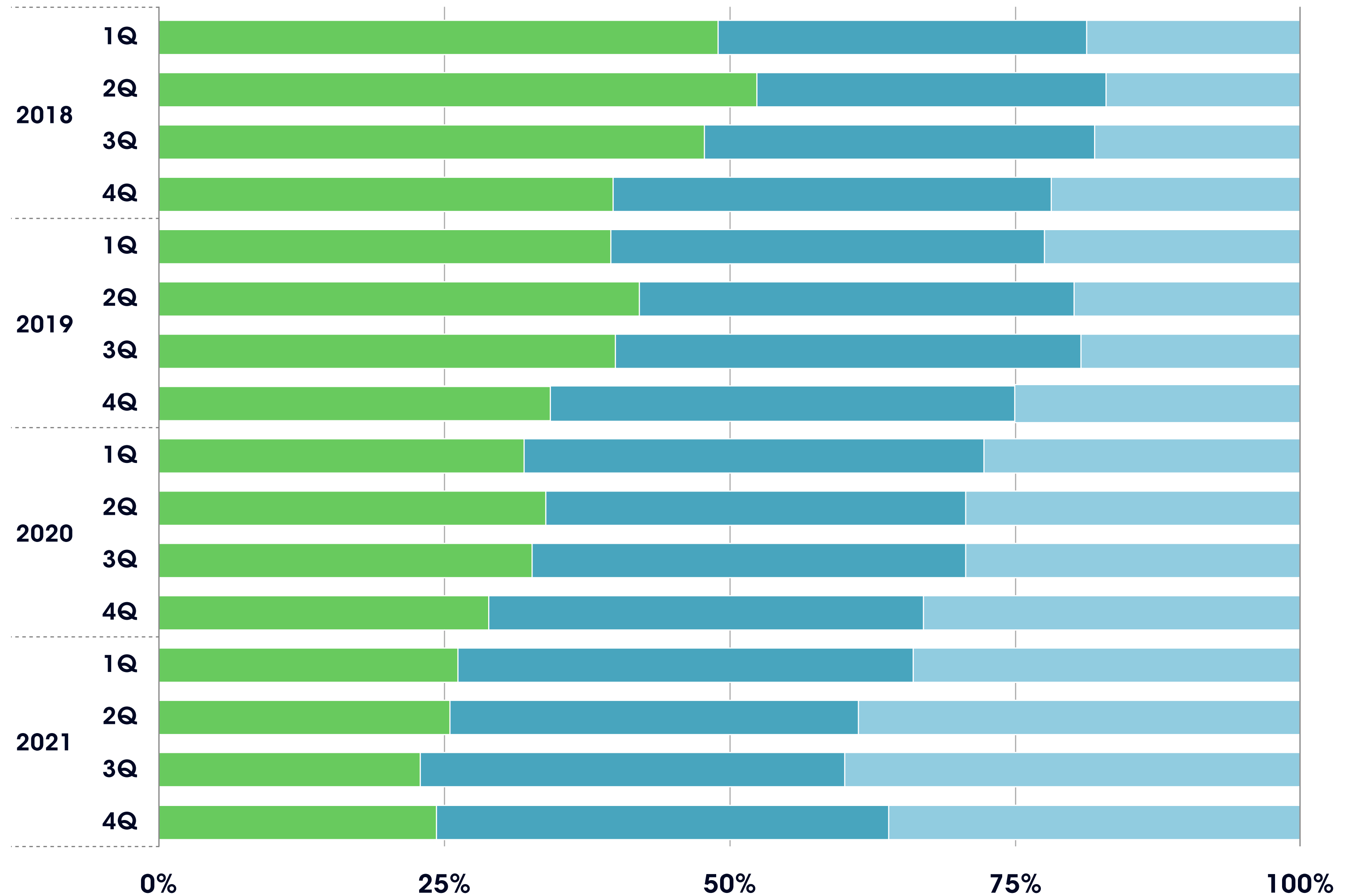


### それ以外の道県 (左記を除く1道39県)



ホスト・ゲストにとってより身近なサービスとなるために、モバイル(アプリ)の使い勝手向上に取り組んでいます。  
2021年4Qは相対的に新規ゲストの利用割合が増加したことから、PC・モバイル(ブラウザ)の比率が上昇しました。

- デスクトップ(ブラウザ)
- モバイル(ブラウザ)※
- モバイル(アプリ)



(※) タブレットを含む

オンラインイベントの支援は引き続き好調で、同一法人より継続的なご依頼をいただくケースが非常に増えています。

オンライン  
イベント支援  
継続的な  
ご依頼  
多数!

## 法人向けソリューション他の売上高構成と代表例

2021 178百万円

イベントプロデュース  
85.2%

その他  
11.6%

プロモーション支援

3.2%



### ファストリー株式会社 Yamagoya 2021

オンライン開催のコーポレートカンファレンス。コミュニケーション施策の導入により、参加者同士の交流も活発化。昨年に続いての受注。



### コクヨ&パートナーズ株式会社 2021年度 慰労会

オンライン開催の社員向けの慰労会。視聴者を飽きさせず社内の団結力を高めるコンテンツを制作。



### アサヒビール株式会社 「ビアリー」「ハイボリー」 プロモーション

新商品の体験施策として、スペースに冷やしたビアリー・ハイボリーを用意し、ゲストにその場で楽しんでいただくサンプリングイベント。全国規模で行ったビアリーに続き、ハイボリー発売に際して都内100スペースにて実施。



新型コロナウイルス感染症の影響を受けながらも、トップラインは大きく成長しました。

|          | (百万円)                |           |          |               |            |        |
|----------|----------------------|-----------|----------|---------------|------------|--------|
|          | 単体 2020通期            | 連結 2021通期 | (参考) 前年比 | 連結 2021 4Q 会計 | (参考) 前年同期比 |        |
| 連結業績     | 全社総取扱高               | 2,306     | 3,483    | +51.0%        | 1,119      | +39.2% |
|          | 売上高                  | 804       | 1,228    | +52.7%        | 414        | +44.8% |
|          | 売上総利益                | 555       | 887      | +59.7%        | 295        | +49.7% |
|          | 全社総取扱高に対する<br>売上総利益率 | 24.1%     | 25.5%    | +1.4pt        | 26.4%      | +1.9pt |
|          | 販管費                  | 682       | 827      | +21.2%        | 267        | ▲8.2%  |
|          | 営業損益                 | ▲127      | 59       | -             | 28         | -      |
|          | 純損益                  | ▲147      | 38       | -             | 19         | -      |
| プラットフォーム | 単体 2020通期            | 単体 2021通期 | 前年比      | 単体 2021 4Q 会計 | 前年同期比      |        |
|          | GMV                  | 2,174     | 3,236    | +48.8%        | 1,016      | +36.6% |
|          | 売上高(純額)              | 672       | 986      | +46.7%        | 311        | +37.7% |
| テイクレート   | 30.9%                | 30.5%     | ▲0.5pt   | 30.7%         | +0.2pt     |        |

2021年8月6日開示の業績予想に対して、トップラインはおおむね想定通り進捗しました。マーケティング投資など一部コストの未消化が発生したことから、2021年11月12日開示の業績予想に対しては営業利益以下の段階損益が上振れの着地となりました。

トップラインは想定通り

(百万円)

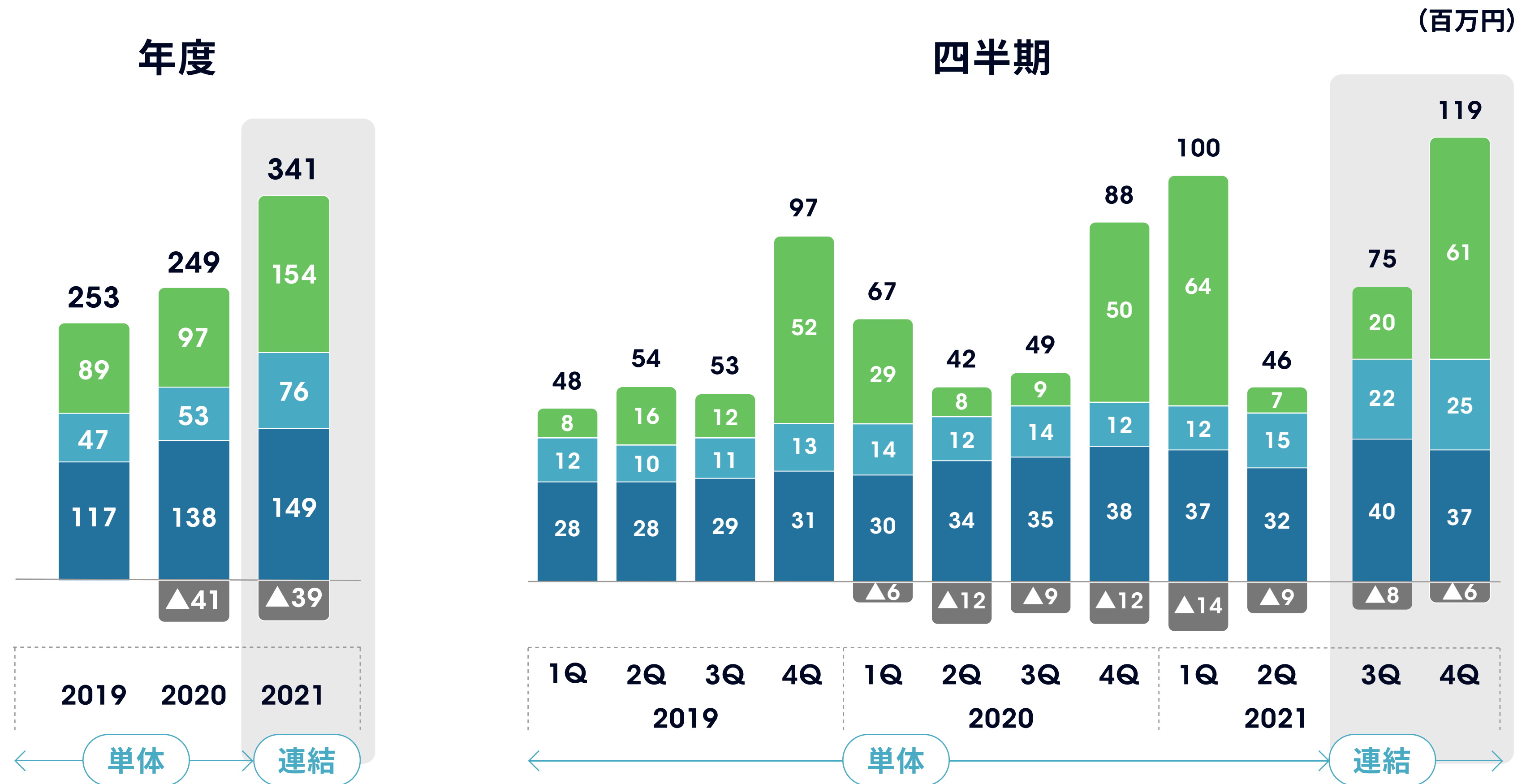
|          | 業績予想<br>2021.8.6開示 | 業績予想<br>2021.11.12開示 | 業績予想<br>2022.2.1開示 | 2021実績 | 2021.8.6<br>予想比 | 2021.11.12<br>予想比 | 2022.2.1<br>予想比 |
|----------|--------------------|----------------------|--------------------|--------|-----------------|-------------------|-----------------|
| 単体 GMV   | 3,200              | 3,200                | 3,200              | 3,236  | +1.1%           | +1.1%             | +1.1%           |
| 連結 売上高   | 1,207              | 1,207                | 1,207              | 1,228  | +1.8%           | +1.8%             | +1.8%           |
| 連結 営業利益  | 黒字                 | 36                   | 60                 | 59     | -%              | +64.4%            | ▲0.7%           |
| 連結 経常利益  | 黒字                 | 41                   | 65                 | 65     | -%              | +58.8%            | +1.2%           |
| 連結 当期純利益 | 黒字                 | 20                   | 38                 | 38     | -%              | +89.2%            | +1.6%           |

コスト未消化により利益は上振れ

売上増加に伴い、法人向けソリューション原価が増加しています。また、プラットフォーム開発のための人員拡充によって、売上原価に含まれる人件費はゆるやかな増加傾向にあります。今後もトップライン見合いでの生産性を向上させつつ、継続して開発体制の拡充を計画していきます。

- 法人向けソリューション原価
- その他の売上原価
- 人件費
- 他勘定振替高※

(※)ソフトウェア仮勘定及びソフトウェアの計上額

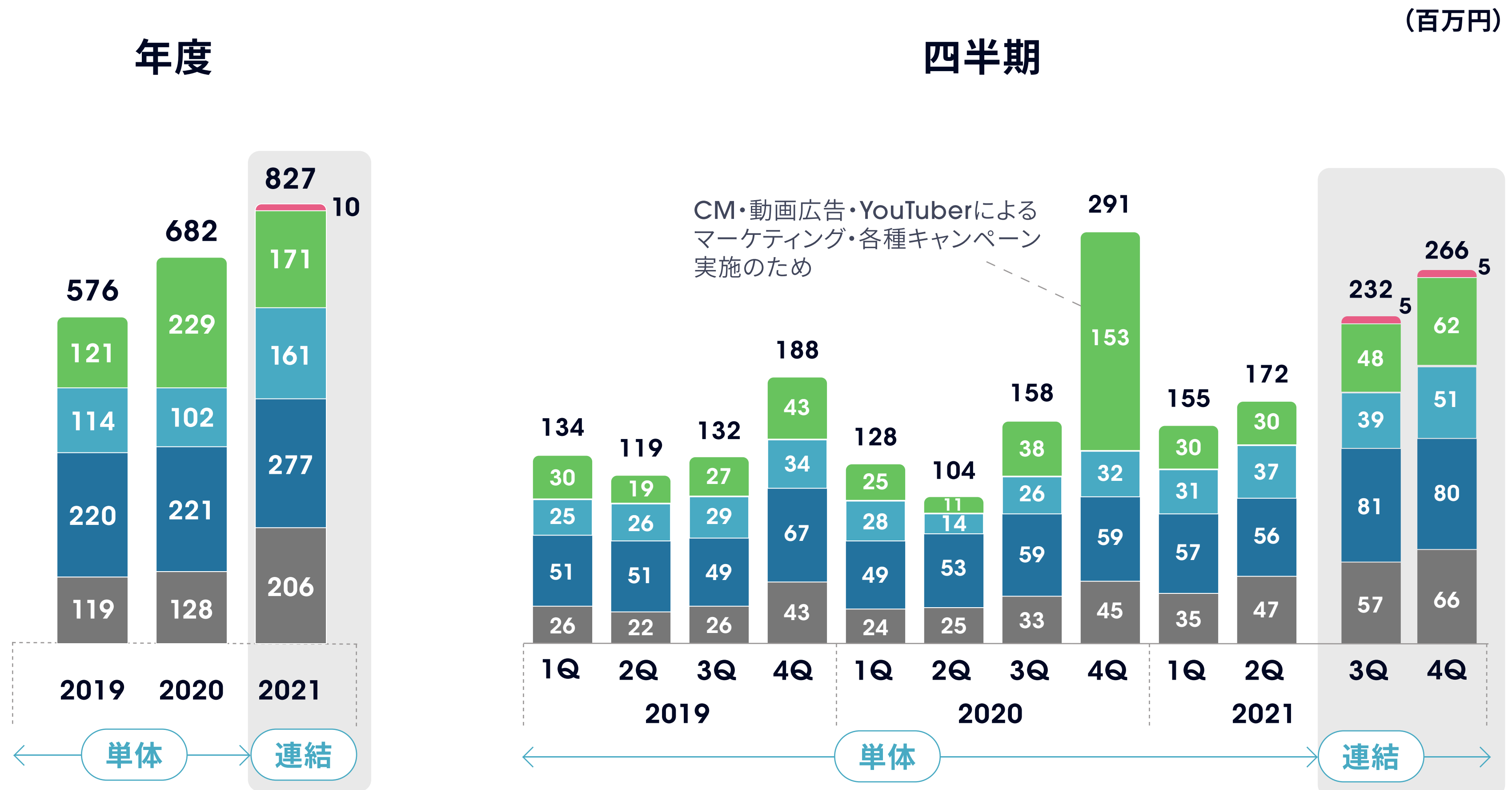


# 販売費及び一般管理費の推移

支払手数料は主にプラットフォームの決済手数料であり、決済額の増加に伴い増加傾向にあります。

新オフィスへの引っ越し・スペースモール社の連結取込などにより人件費・その他の販管費が前年比で増加しています。

- 広宣・販促費
- 支払手数料
- 人件費
- その他の販管費
- のれん償却額



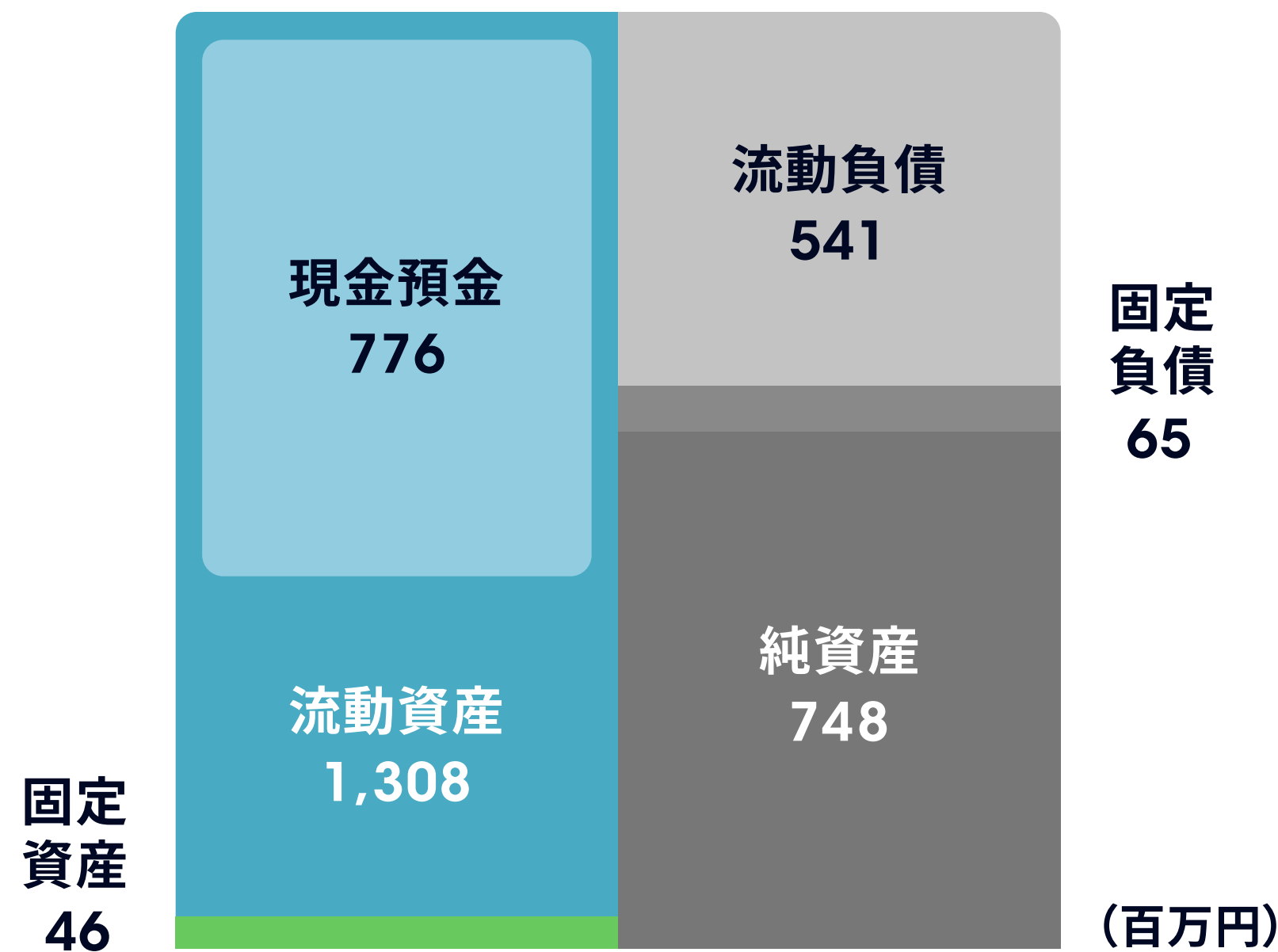


現金預金は前年度末から約204百万円減少しました。

2021年度のスペースモール社の連結にともないのれんが発生していますが、財務健全性は高い水準を維持しています。

## 2020年度末 単体

自己資本比率 **55.2%**



### + おもな増加要因

- 営業利益計上による収入
- スペースモール社の現金預金の連結取込

### - おもな減少要因

- 借入金返済(約76)
- オフィス移転(約122)
- スペースモール社株式の一部対価支払い(約108)等に関する支出

内、未収入金710百万円  
主に決済代行会社から  
当社への入金予定金額

## 2021年度末 連結

自己資本比率 **46.9%**

のれん対純資産倍率 **0.17倍**



内、未払金 526百万円  
主に当社から  
ホストへの支払い予定額  
スペースモール社株式の  
将来の支払い額・  
各種経費支払い額



決算の報告

今後の方針

トピックス

Appendix

- 会社概要
- 事業の概要

以下の考え方に基づき、業績予想を開示いたします。

### 外部環境の前提

2021年比でゆっくりと良化の方向に向かうものと考えており、社会活動を大きく制限する事象は発生しないことを前提としています。一方で、オミクロン株の急拡大のように当社業績にとって不安定な事象が断続的に発生する可能性はあると考えています。

### トップライン

足元のオミクロン株の急拡大のような、当社業績にとって不安定な事象の発生頻度とその影響の大きさによって、全社総取扱高ベースで **+30%~40%** の成長を見込みます。

### 損益

中長期での成長のため、新規事業の立ち上げ等の戦略投資を計画しています。

#### 戦略投資前の既存事業部分

既存事業部分はトップラインの成長に応じて利益が創出できる構造を確立し、営業利益で **+42%~+101%** の増益を計画しています。

#### 戦略投資

新規事業の立ち上げ・R&D・一時的な認知系施策等に対し営業利益が黒字の範囲で投資を企画中です。

#### 戦略投資後の営業利益

戦略投資後で黒字の着地を見込んでいます。

引き続き厳しい事業環境の中での経営となりますが、ビジョンミッションの実現へ向けて事業成長に取り組んでまいります。

(百万円)

|               | 2021 実績  | 2022 予想 |         | YoY    |           |
|---------------|----------|---------|---------|--------|-----------|
| 全社総取扱高        | 3,483    | 4,528   | ～ 4,877 | +30.0% | ～ +40.0%  |
| 内GMV          | 3,236    | 4,199   | ～ 4,545 | +29.7% | ～ +40.4%  |
| 売上 旧基準        | 1,228    | -       | -       | -      | -         |
| 売上 新収益認識基準    | ※1 1,143 | 1,500   | ～ 1,580 | +31.2% | ～ +38.2%  |
| 営業利益(戦略投資前)※2 | 59       | 85      | ～ 120   | +42.7% | ～ +101.4% |
| 営業損益          | 59       | 34      | ～ 60    | ▲42.9% | ～ +0.7%   |
| 当期純利益         | 38       | 13      | ～ 33    | ▲65.8% | ～ ▲12.7%  |

(※1) 当社の管理会計ベースの数値であり、公認会計士又は監査法人の監査の対象外です。

(※2) 営業利益(戦略投資前): 中長期での成長へ向けた戦略投資(新規事業の立ち上げ・R&D・一時的な認知系施策等)を除いた、既存事業(プラットフォームサービス・シェアスペース運営サポート・法人向けソリューション)で定常的に創出されるNon-GAAPの営業利益

アセットライトな事業モデルで環境変化に対応し、コロナを乗り越えて成長していきます。

■ + ■ + ■ 全社総取扱高

■ GMV※1

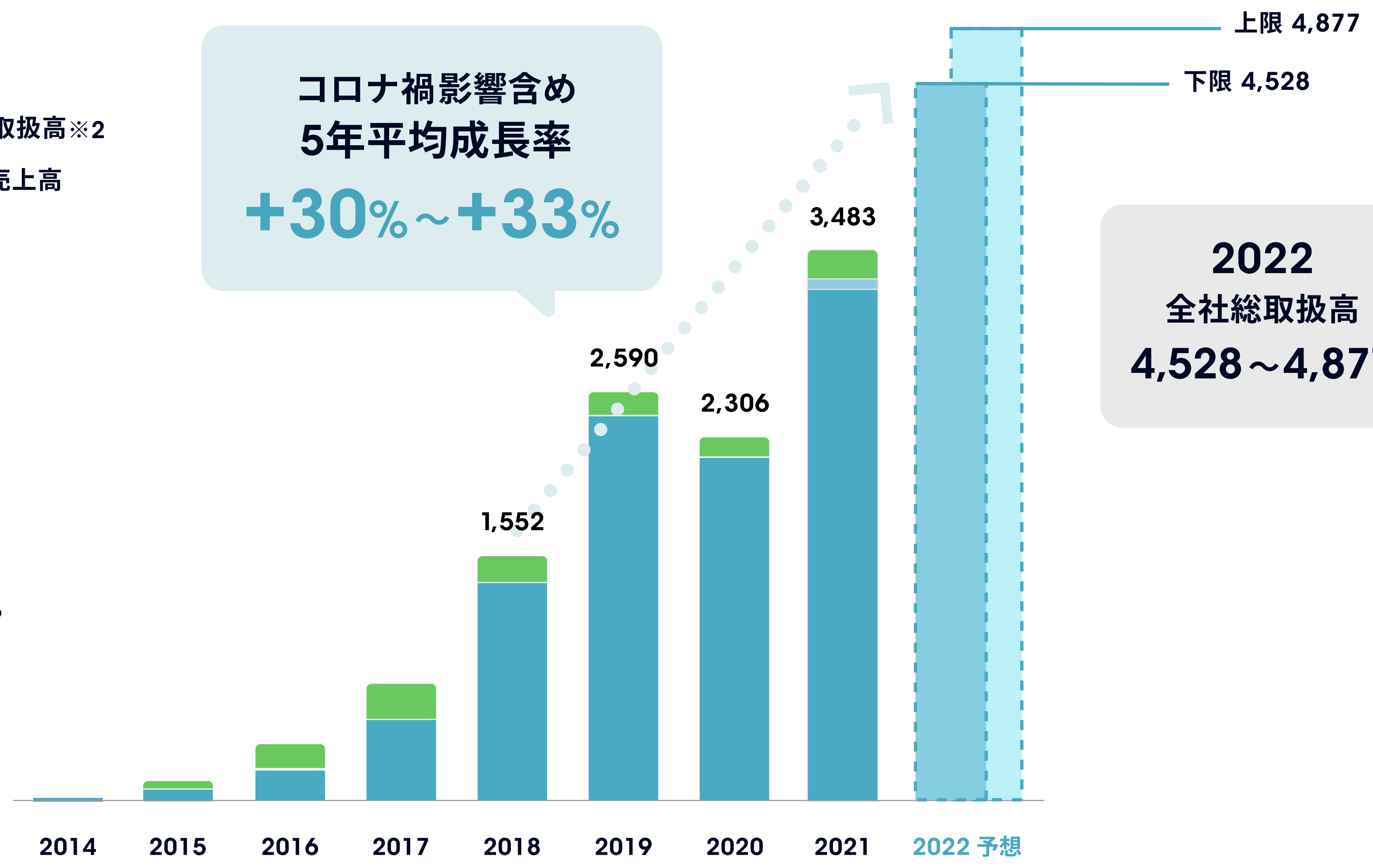
■ スペースモールのグループ外取扱高※2

■ 法人向けソリューション他の売上高

(百万円)

コロナ禍影響含め  
5年平均成長率  
**+30%~+33%**

**2022**  
全社総取扱高  
**4,528 ~ 4,877**



(※1) プラットフォーム利用金額の総額  
(Gross Merchandise Value)

(※2) スペースモール社の総取扱高のうち  
スペースマーケット社との取引高を  
除いた金額

新規事業として、ホスト向けのプロダクト開発を計画しています。既存事業のアセットを活かして開発し、GMVに加え全社総取扱高を増加させる収益ラインを作るとともに、中長期でプロダクトを連携することで両者のサービス成長を加速させることを企図しています。



**提供機能**

ゲスト・ホストのマッチング

**課金モデル**

ゲスト・ホストへの成果課金

月間利用  
スペース数合計

×

GMV/SP

**GMV**

スペースシェアのアセット  
を活かして開発

スペース活用のノウハウを  
活かして営業活動を推進



中長期的に  
機能を連携

**新規事業**

**提供機能**

ホスト向けのスペース活用  
サポートプロダクト

**課金モデル**

ホストへの月額課金

導入事業者数

×

サービス単価

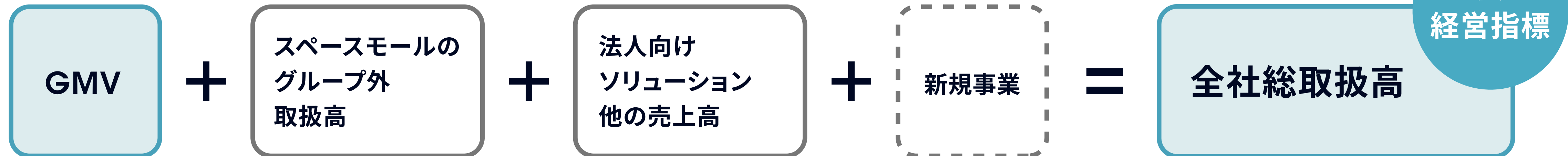
**新規事業売上**

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。

## プラットフォームサービス



## グループ全社



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 プロダクトの改善と機能拡充

スペース検索の精度向上 / 各種データの活用 / さらなる利便性の向上

主要  
KPI

↑  
月間利用スペース数合計

×

↑  
月間GMV/SP

=

↑  
GMV

プラットフォームの  
さらなる  
成長へ!

## 施策2

### 利用されるスペースの 獲得と増加

広告運用の最適化 / スペース掲載のサポート  
運営に関するノウハウ提供  
運営代行によるスペース運営サポート

## 施策3

### 新規ゲストの獲得と リピート利用の促進

広告運用の最適化 / キャンペーンの実施  
CRMの強化 / スペースの新しい利用手法構築  
知的財産を利用したスペースの価値向上

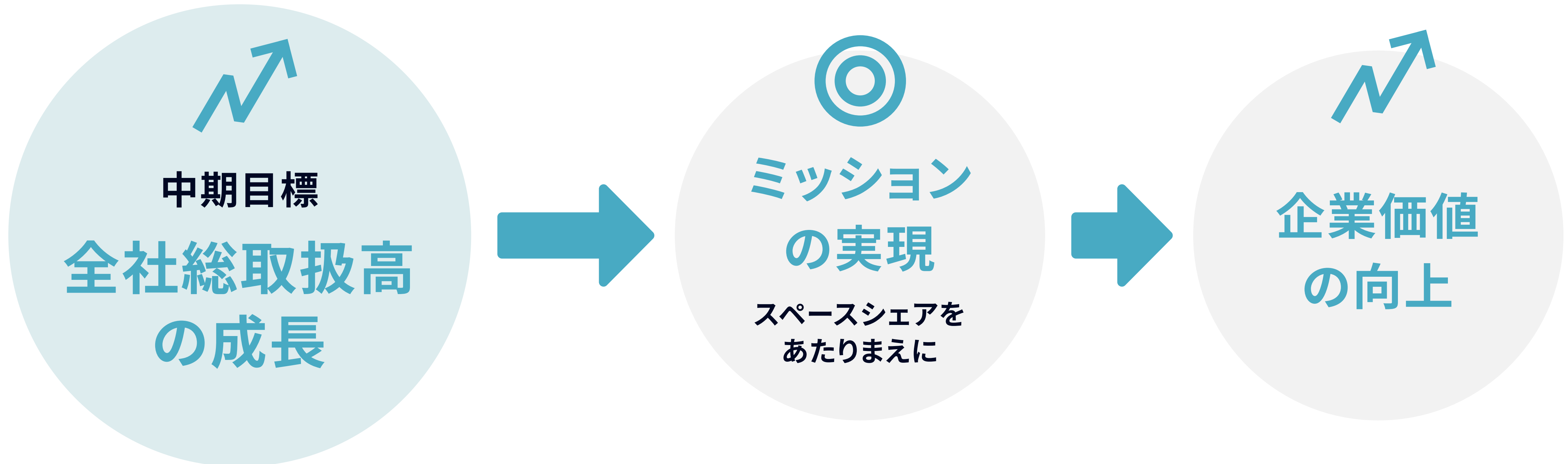


全社総取扱高の成長がミッションの実現につながり、ミッションの実現が企業価値の向上につながるため、全社総取扱高の成長を中期目標とします。

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



決算の報告

今後の方針

トピックス

Appendix

- 会社概要
- 事業の概要

スペースシェア文化をホストと共に盛り上げる取り組みの一環として、年に一度ホスト限定イベントを行なっています。今年はオンライン・オフラインを合わせたハイブリッド形式での開催となりました。「BEST HOST 2021」のトピックでは、もっともゲストに支持されたスペースを運営したホストへ表彰を行いました。

# SPACEMARKET CONNECT 2021 ONLINE

年に一度の **ホスト限定** イベント

11月25日(木) 18:00~  SPACEMARKET

## スペースシェアのノウハウをアップデート

- ホスト同士の交流による情報交換
- トレンドやゲストニーズなどデータの共有
- 弊社によるホストのチャレンジ支援と連携強化



利用スペース数合計  
GMV/SPの向上へ



2021年12月に、ホスト向けスペース・予約管理アプリ「SPACEMARKET for HOST」をiOS・Androidともにリニューアルしました。スペースマーケットではこのように、ホスト・ゲスト双方の顧客体験向上のため、さまざまな角度からプロダクトの改善を続けています。



レンタルスペースの運営が  
スマホアプリだけで完結！



webと機能・使用感が同じ  
アプリで使うメリットがあまり無い

いままで

アプリに最適化

これから

スペース運営に特化した機能で  
いつでも・どこでも管理しやすく



既存のホスト

さらに効率的に  
スペースを運営



新しいホスト

使いやすい  
アプリで新たな  
利用を促進

東京開催の第一弾は初回予約枠が即日完売。大好評につき、大阪で第二弾の開催となりました。

スペースマーケットでは今後もさまざまな企業と連携し、IP(知的財産権)活用による遊休スペースの利用促進に努めます。



第1弾・東京

予約枠  
即日完売



第2弾・大阪

好評につき  
当初予定より

開催期間  
延長

当社ミッション「スペースシェアをあたりまえに」の実現に近づくための取り組みとして、株式会社Unitoへの投資および資本業務提携を締結しました。今後はunitoの対象物件のスペースマーケット上への掲載を加速させ、当社プラットフォームの成長を図ります。



## SPACEMARKET

「スペースシェアをあたりまえに」

あらゆる場所を1時間から貸し借りできる「時間貸し」が中核事業。  
unito物件の掲載でプラットフォームのさらなる成長を目指す。

遊休スペースの活用  
という共通点

資本提携

投資

物件の掲載



1,500スペース  
以上掲載!

※2022年2月現在

「住んだ分だけの家賃で暮らせる」

多拠点生活や出張で一時的に都心に住む必要のある人向けに物件・プランを提供。  
提携によるサービス拡大で多様な暮らしの最適化を追求する。

ともに成長することで、多様な暮らしや働き方の提案による **新しい価値を創造**

**スペースマーケットはこれからも  
新たなスペース利用の可能性を創造、  
スペースシェアのモデルを確立していきます。**

決算の報告

今後の方針

トピックス

## Appendix

- 会社概要
- 事業の概要



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 69名 ※2021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。



**徳光 悠太** 取締役兼執行役員CFO

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年より同社取締役に就任。



**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。

## 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

内装や備品の  
選定・発注・設置から  
サイトへの掲載までを実施

#### スペース企画開発

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って  
スペースを運営

#### スペース運営代行



豊富なスペースの知識で  
クライアントを支援

### 法人向けソリューション

社内外イベントのプロデュース  
実行支援サービス

#### イベントプロデュース

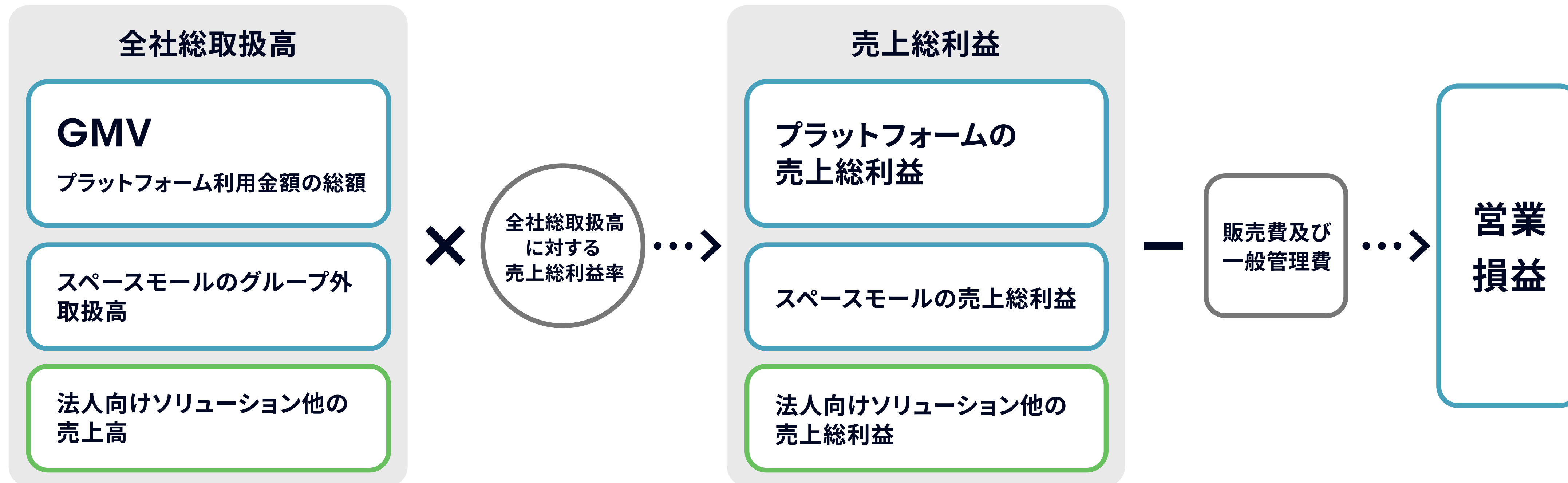
プラットフォームの豊富な  
スペースを広告媒体として活用

#### プロモーション支援

## 主要 KPI



## 財務



決算の報告

今後の方針

トピックス

## Appendix

- 会社概要
- **事業の概要**

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  
**18,327件**※

(※) 2022年1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。

パーティーや会議、  
撮影に使う  
場所を借りたい!



## ゲスト

(※) 予約時にクレジットカードの利用枠が確保され、予約承認後に決済が行われます。後払いなど、その他決済手段もあります。

2 検索

3 予約

4 決済※

¥

利用料 + 手数料

利用料の  
5%

# SPACEMARKET



1 掲載

5 予約承認

7 支払

¥

利用料 - 手数料

利用料の  
30%

自分の持つ  
空きスペースを  
有効活用したい!



## ホスト

6 スペースの利用/提供

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



ホテル



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

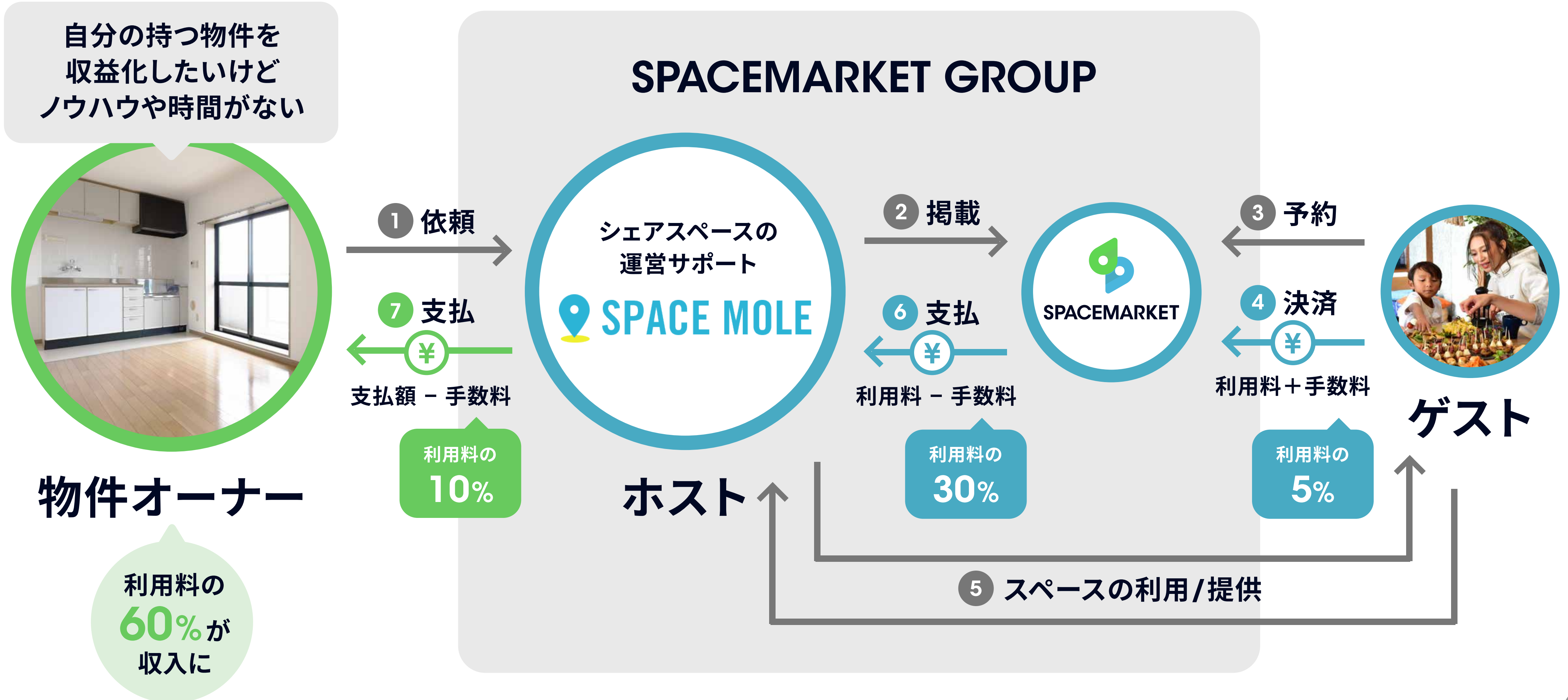
予約時・貸出時の対応、清掃、  
備品補充、お問い合わせ対応、  
掲載内容のブラッシュアップ など

運営代行  
スペース数  
**150件\***



(※) 2022年2月現在

物件オーナーに代わってシェアスペースを運営。スペースの利用料から手数料をいただきます。



豊富なスペースの知識でクライアントを支援する以下のサービスを提供しています。

## イベントプロデュース

スペースマーケットに掲載されているスペース等を利用して、法人向けイベントの企画・プロデュース、当日の運営等を支援



オンライン  
イベントの  
開催も支援



## プロモーション支援

スペースマーケットに掲載されているスペースを広告媒体として活用することで企業のプロモーションを支援



**KIRIN**

パーティー開催者に  
新商品のドリンクを提供



**Panasonic**

システムキッチンを実際に  
体験できるスペースを制作

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

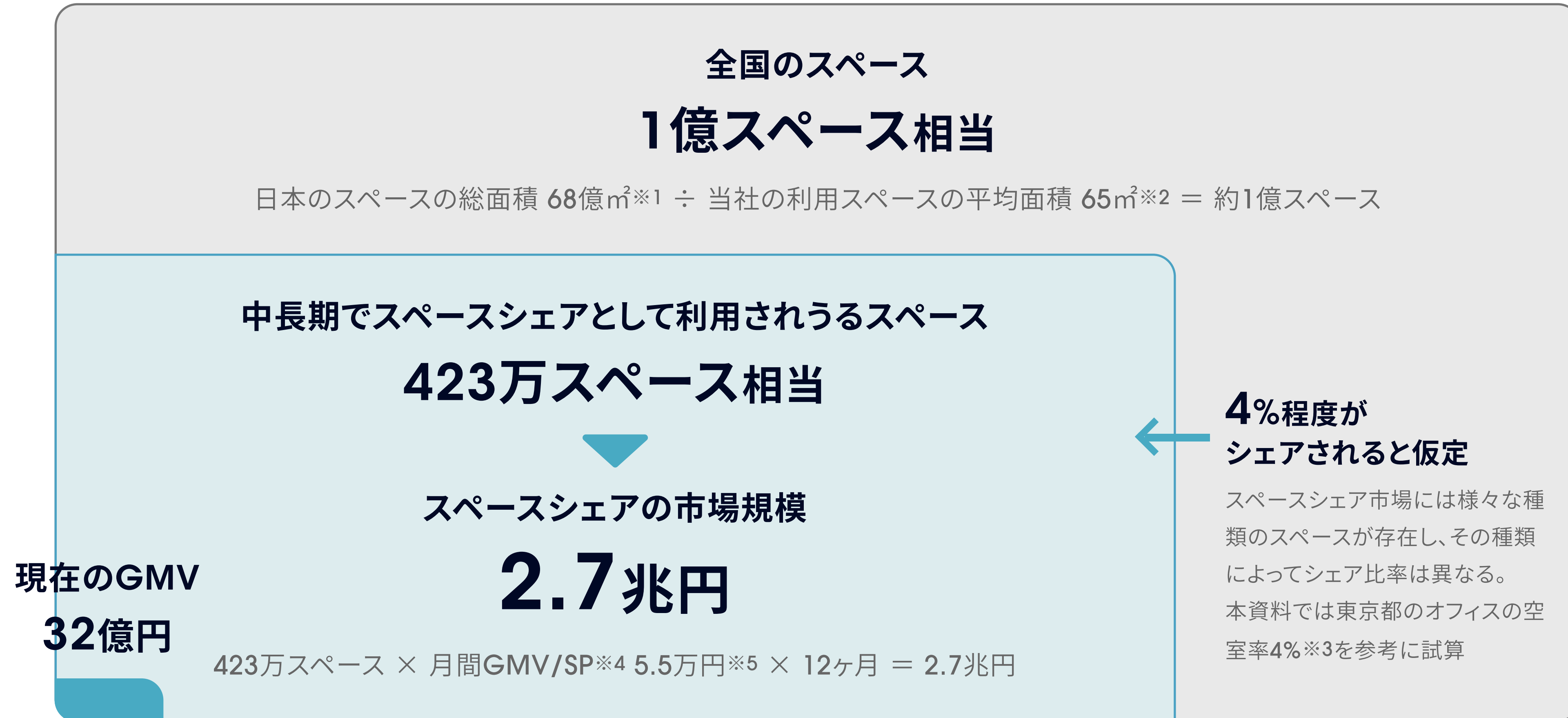
## 3 どんな時代においても 「場所」の必要性は不変

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

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。

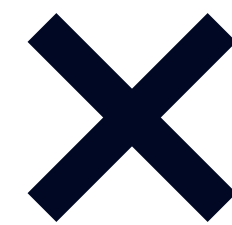
スペースシェアの  
リーディングカンパニーだからこそ

## スペースシェアノウハウの蓄積が業界トップ

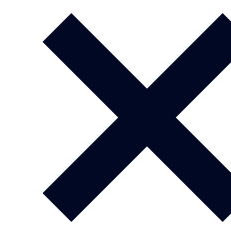
プロダクトだけでなく「場所」に関するノウハウが非常に重要だが  
新しい消費活動のため**ノウハウ所有者がいない**



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

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



「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



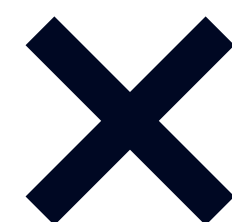
住宅



飲食店



スポーツ施設



### 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



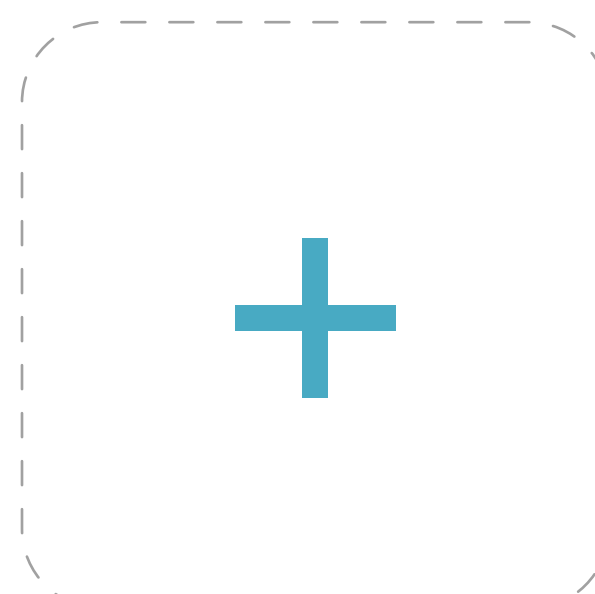
趣味・遊び



映画館



会議室



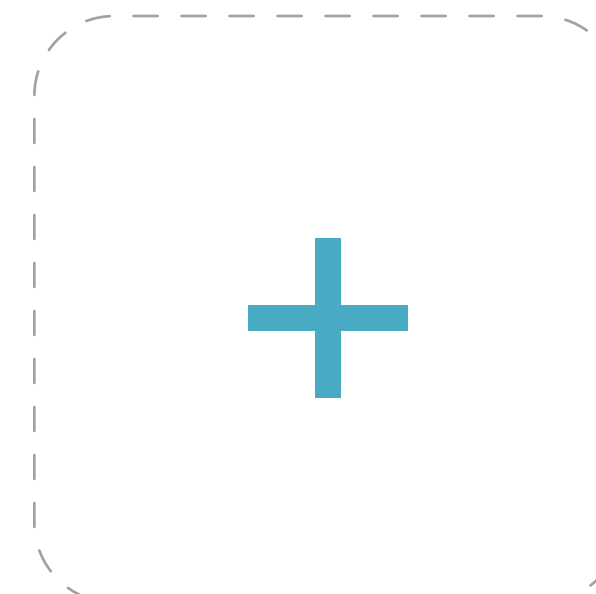
新ジャンルのスペース



スポーツ・フィットネス



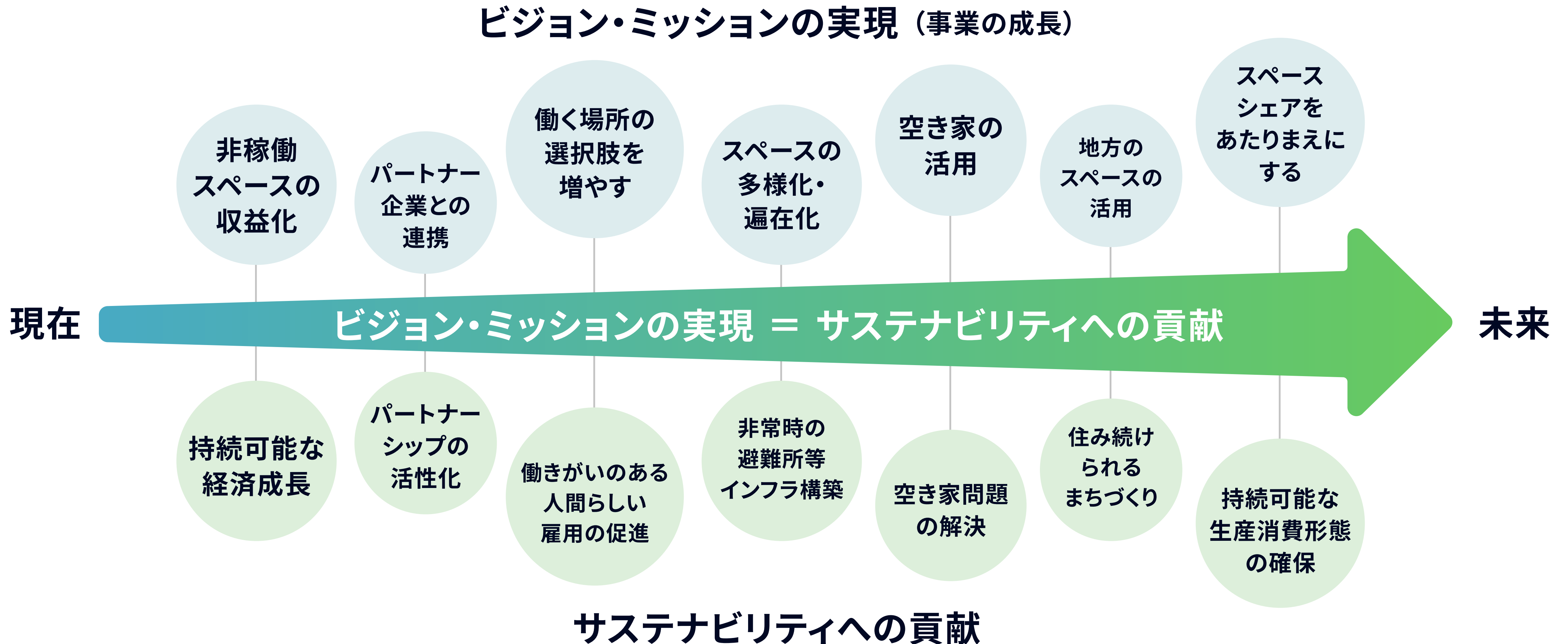
仕事



新しい用途



当社の事業を成長させ、ビジョン・ミッションを実現することは、同時にサステナビリティへの貢献にもつながると考えています。



当社事業に関するおもなリスクは下記のとおりです。これらリスクに対しては、記載のと通りの対応を行います。

### 市場に 関するリスク

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

同様のサービスを提供する競合他社が現れた場合等には、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、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、今後もサービスをより充実させていくと同時に、競合優位性を高めてまいります。

### サービスの健全性に 関するリスク

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。

### 外部検索エンジン への依存に 関するリスク

外部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、集客力が低下し、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、外部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。

当社事業に関するおもなリスクは下記のとおりです。これらリスクに対しては、記載のと通りの対応を行います。

### 人材確保に関するリスク

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、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、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、既存の人材のさらなる育成・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

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

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。

### 技術革新への対応に関するリスク

技術革新知見や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まいります。

### 伝染病や災害に関するリスク

新型コロナウイルス感染症のような伝染病の発生や地震等の災害によって社会的に人々の行動が大幅に制限される場合には、サービスの利用が大幅に減少し、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、掲載スペースのエリア分散や適切なコストコントロールによって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。

