

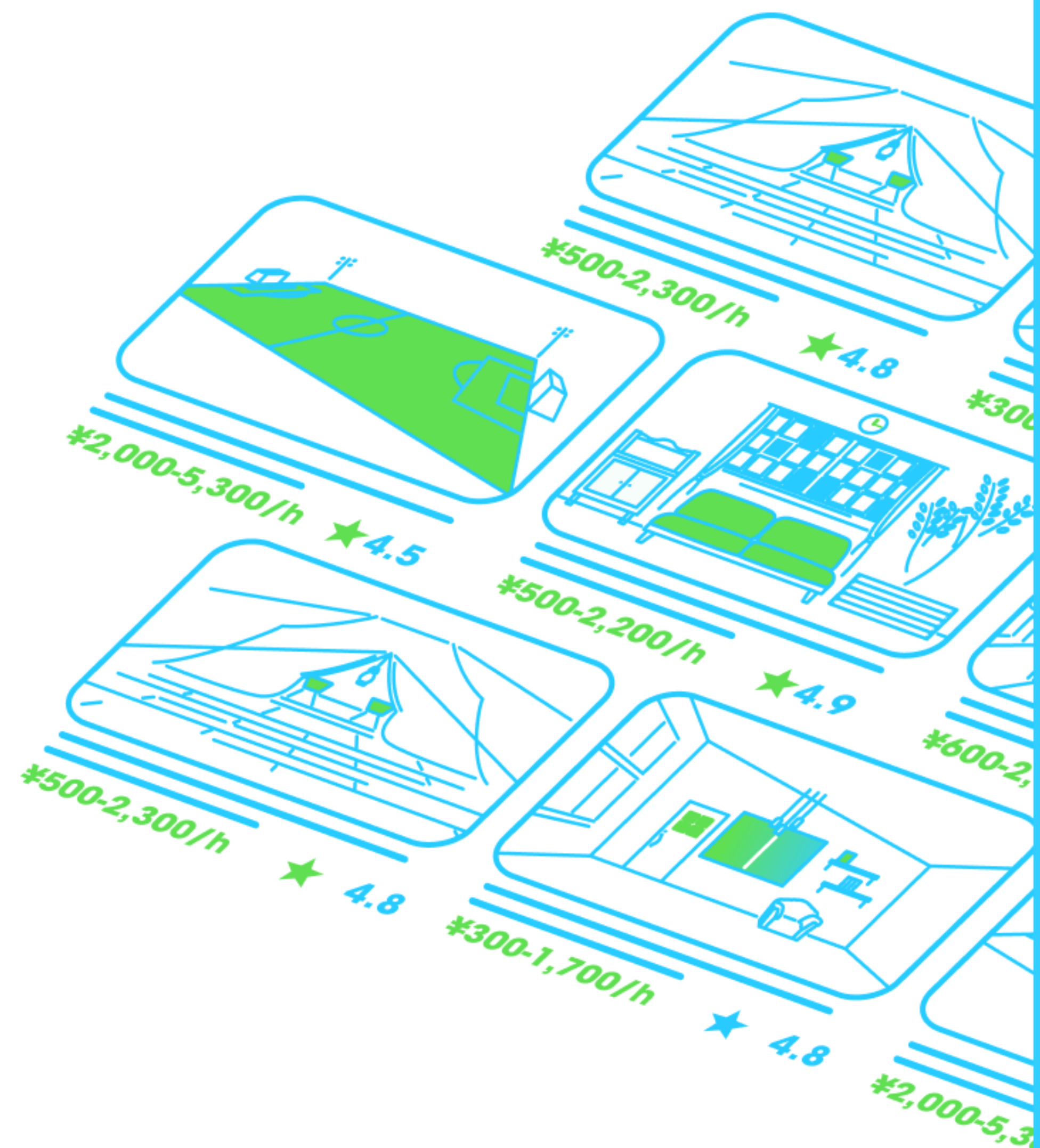
事業計画および 成長可能性に関する事項

株式会社スペースマーケット

(東証グロース:4487)

2025年3月31日

場所のチカラで あなたにエール
 **SPACEMARKET**



- 01 | **会社概要**
- 02 | **事業の構造**
- 03 | **財務の構造**
- 04 | **市場環境**
- 05 | **スペースマーケットの強み**
- 06 | **経営指標とその進捗**
- 07 | **成長戦略**
- 08 | **リスク情報**

01

会社概要

会社概要

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

所在地：東京都渋谷区

従業員数：65名

2025年3月31日現在、連結

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[※]

※2025年4月1日から連結開始



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。



三重野 政幸 執行役員CTO

福岡県出身。独立系SIerにてシステムエンジニアを経験後、独立起業しスマートフォンアプリ事業を展開。2016年10月、スペースマーケットに入社。モバイルアプリエンジニア、エンジニアリングマネージャー、プロダクトマネージャーとしてプロダクト開発に横断的に関わる。2020年3月よりCPO(Product)として中長期のプロダクト戦略と実行を統括。2024年7月よりCTOとして全社の技術戦略策定と実行を推進。



佐々木 正将 取締役副社長

ファイナンス(資金調達・上場準備)・HR・コーポレートを中心にキャリアを歩み、2017年1月、(株)スペースマーケット入社。コーポレート・上場準備・組織開発・財務戦略を主に担当。2017年12月、当社取締役就任。2019年12月、CFOとして東証マザーズ(現:東証グロース)への上場を牽引。2025年3月、取締役副社長就任。



山崎 彩世 執行役員 VP of Biz Div.

LiBでは主にtoC集客や事業企画に従事。その後、プロダクト部にて新設部署であるデータ分析Grの立ち上げを行い、データモニタリング環境の構築、データ集計・分析などを担当。スペースマーケットでは、プロダクトマネジメント部データアナリストとして、BIプラットフォーム『Looker』導入プロジェクトを推進し、データ基盤構築やモニタリング環境整備などの開発・保守に従事。2023年からマーケティングGrへ異動し、Web広告運用の内製化や新規市場開拓等を推進し、2024年10月よりVP of Biz Div.に着任。

役員紹介



徳光 悠太 執行役員CSO(経営企画)

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。その後、東南アジアを中心に展開するコンサルティングファームのインドネシア・インド・トルコ事務所においてコンサルティングサービスを提供。2014年より(株)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、独立開業し、会計・経営コンサルティングサービスを提供。当社社外監査役を経て2021年3月よりCFOとしてM&A、ファイナンス、コーポレートをつとめ。2023年より執行役員として全社の経営を推進。



高尾 友喜 専門役員 VP of Spacepad事業

佐賀県出身。佐賀西高校、早稲田大学卒。2008年株式会社リクルートに入社。不動産領域の営業、CS組織の立ち上げ等に従事。2016年株式会社スペースマーケットに参画。不動産大手デベロッパーとの協業、資本業務提携等を担当。2021年1月、執行役員 VP of CSに就任。2022年に公共施設予約管理SaaS「Spacepad」を立ち上げ、同事業全般を推進。



紺野 佳南 執行役員 社長室長

2011年ユナイテッド株式会社にてメディアレップ業務に2年間従事。その後、株式会社サイバー・バズに移り、スタートアップメディアのバイイングに特化した新規部署立ち上げを行う。2018年、株式会社AppBrewに転職。ビジネスメンバー1人目兼広告事業部の事業部長として、自社メディアの商品開発、営業、採用、広報、アライアンスを幅広く担当。その後2021年、株式会社EVeMに取締役COOとしてジョイン。ベンチャーのマネージャーを対象とした育成プログラムの商品企画、営業、広報、マーケティング、コミュニティマネジメントを担当。2025年株式会社スペースマーケットにジョイン。



小泉 直弥 専門役員 スペースモール担当

起業コンサルティング会社を経て民泊事業で起業。2018年に株式会社スペースモールを創業し、レンタルスペースの運営代行事業を開始。2021年6月株式会社スペースマーケットへ株式を100%譲渡し、グループ参画。パーティー用途のレンタルスペースを中心に東京、大阪、福岡など合計300スペース以上を運営。監修図書「レンタルスペース投資の教科書」

役員紹介



田中 優子 社外取締役

株式会社ユコット代表取締役。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。



青野 瑞穂 社外取締役(監査等委員)

埼玉県出身。慶應義塾大学大学院法務研究科卒。2017年弁護士登録、スプリング法律事務所所属。コーポレートガバナンス、コンプライアンス支援・不祥事対応、人事・労務、訴訟対応等の企業法務をはじめ、一般民事・家事事件等を含む幅広い案件に対応。2021年に株式会社トリドリ社外監査役に就任、東証グロース市場への上場を経験。



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。



藤川 祐一 社外取締役(監査等委員)

慶應義塾大学卒業後、三菱東京UFJ銀行(現三菱UFJ銀行)に入行。ロンドン駐在として非日系大企業取引推進を担当後、三菱UFJモルガン・スタンレー証券及びゴールドマン・サックス証券にてクロスボーダーM&Aや大型の資金調達等に関わる投資銀行業務に従事。2022年、GAテクノロジーズに入社し、経営企画・M&A・財務資本戦略・IR等を管掌するManagement Strategy本部の責任者を務める

VISION MISSION

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。

02

事業の構造

事業の全体像

3つのサービスを中心に事業運営しております



スペースシェアをあたりまえの選択肢にするために

**スペースの時間貸し
マーケットプレイスの運営**



施設管理を丸ごとDX

**施設予約管理
サービス**



選ばれるスペースを運営するために

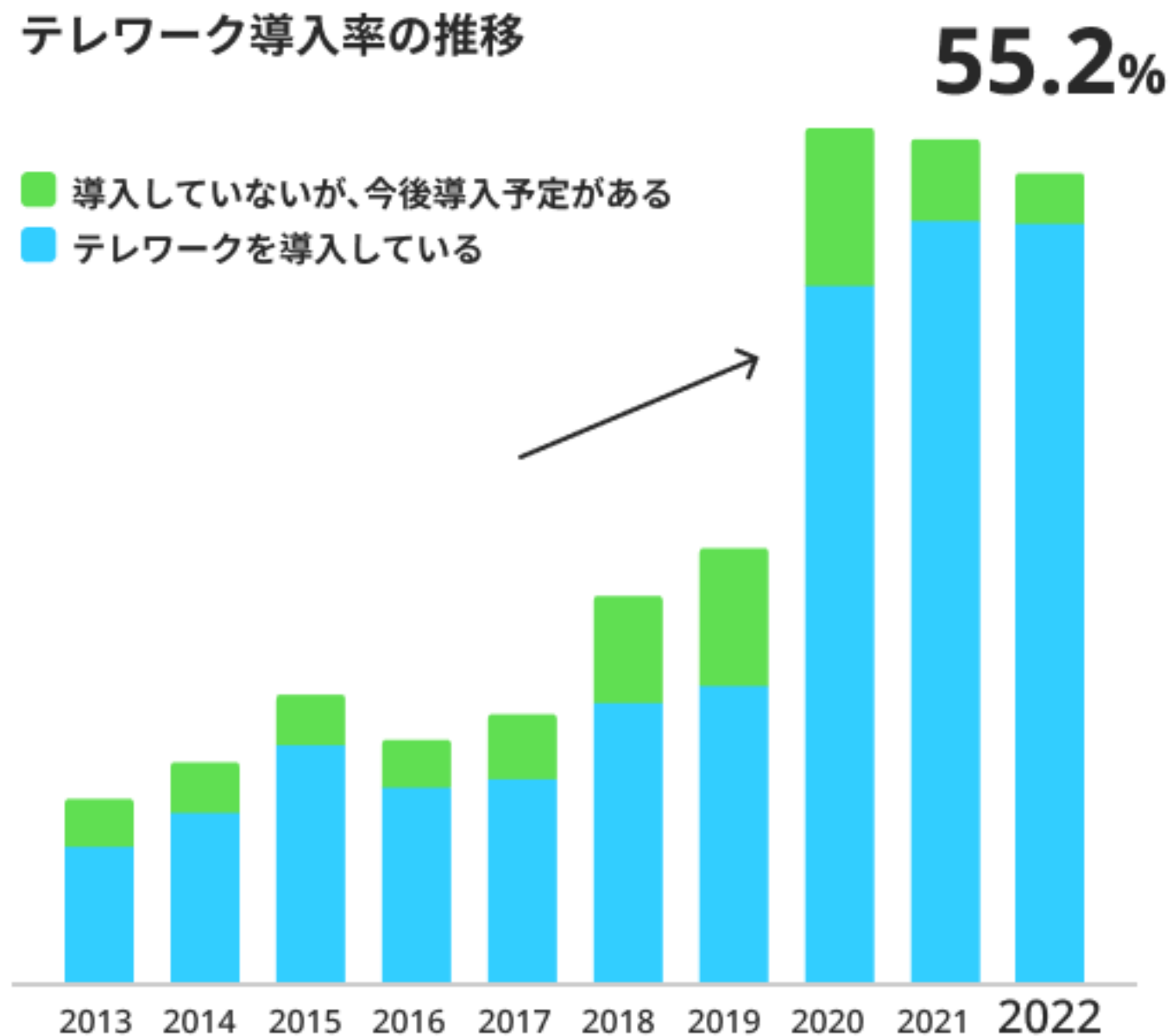
**レンタルスペース
トータルプロデュース
企画開発・運営代行**

前提となる社会背景

- 情報処理端末の普及により、場所を問わずインターネット接続が可能な環境となりコロナをきっかけにテレワーク等の多様な働き方が普及してきました。また、それに伴ってライフスタイルの変化も見られる様になりました。
- 継続的に人口減少が進むと共にモノや場所が過剰な状態となり、「空き家問題」等の対策が話題になっています。
- 空き家数が継続して増加しており場所の有効活用の重要性が増してきました。

テレワークの導入率が5割を超える状況に

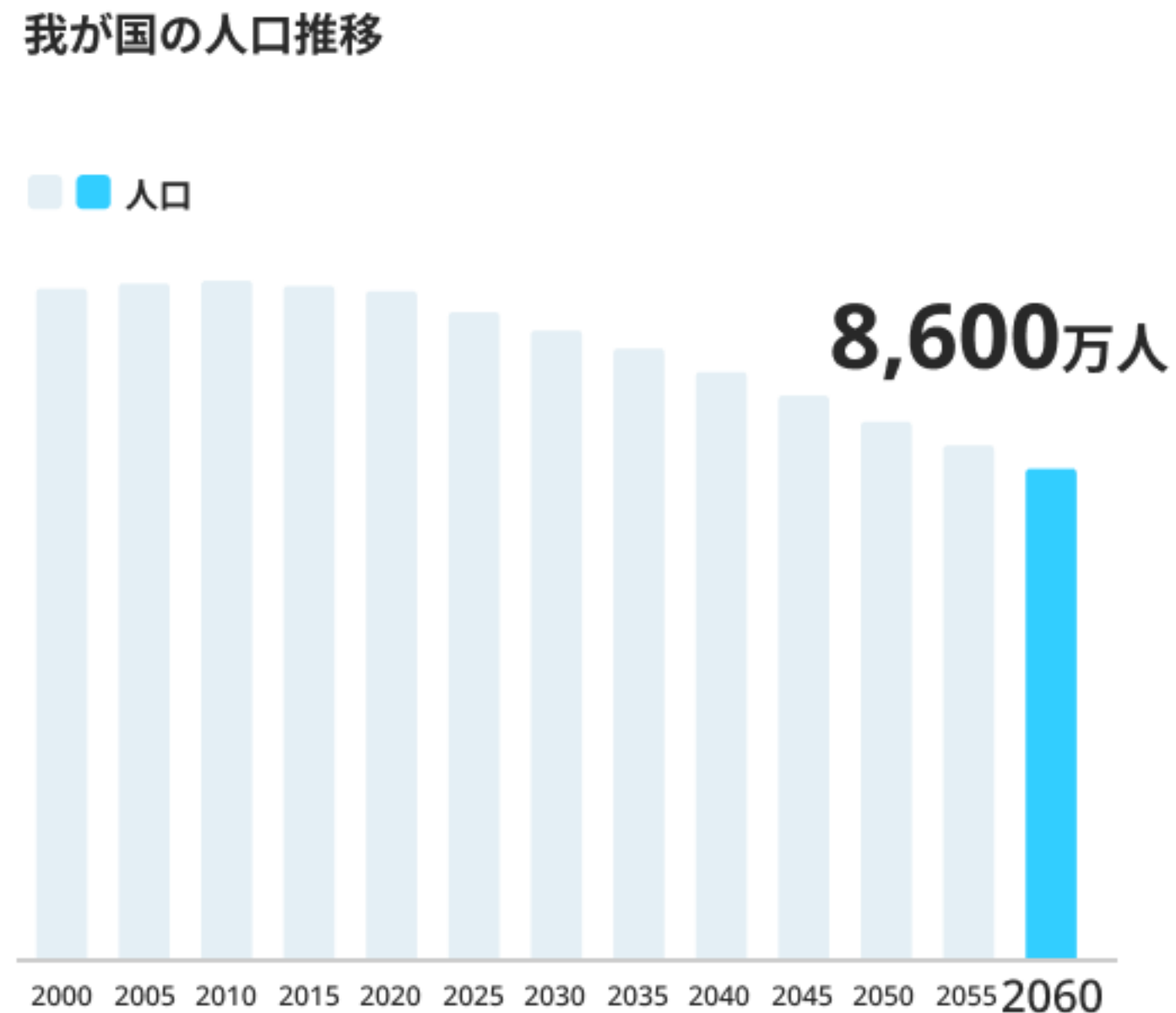
テレワーク導入率の推移



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

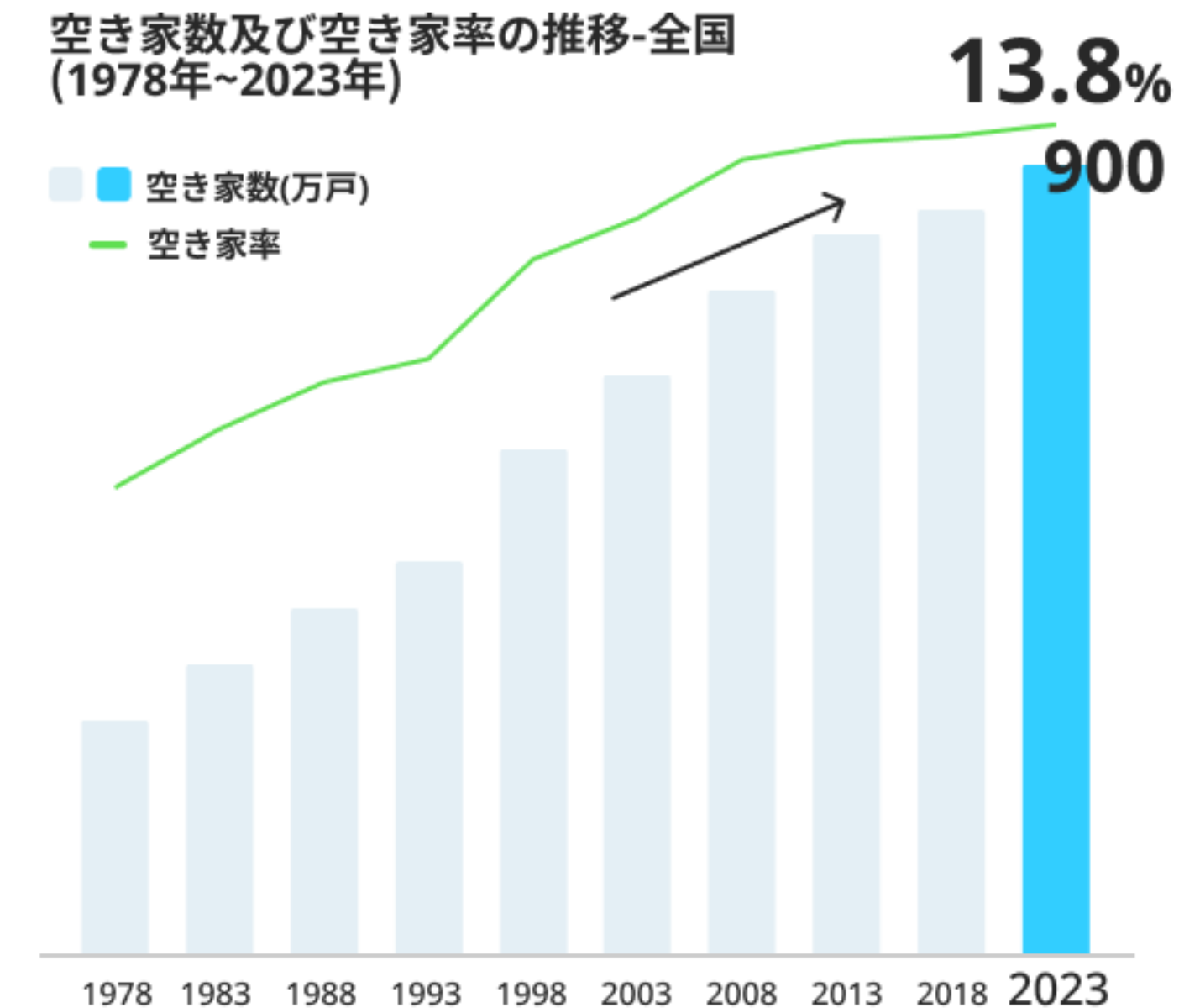
我が国の人口推移



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)



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が向き合っているテーマ

スペースマーケットは場所における社会課題解決に取り組んでいます。

解決する社会課題

空き家の増加

多様な働き方や
ライフスタイルの
変化

人口減少、
就業人口の減少

既存の場所を時間単位で貸し借りをを行い用途
に応じ場所の有効活用できる手段の提供

ビジネス

- ・ テレワーク、出社混在の場所に囚われない多様な働き方を実現出来る場所の提供
- ・ 副業、独立が当たり前の時代におけるワークスタイルの変化に応じた場所の提供

プライベート

- ・ 多様な趣味遊びがより細分化されたことで場所のニーズにも変化
- ・ 新しい体験が出来る場所の提供

人口減少に伴って、場所運営の省人化、効率化を可能にするサービスの提供

ex: 公共施設、SMB運営施設

ソリューション

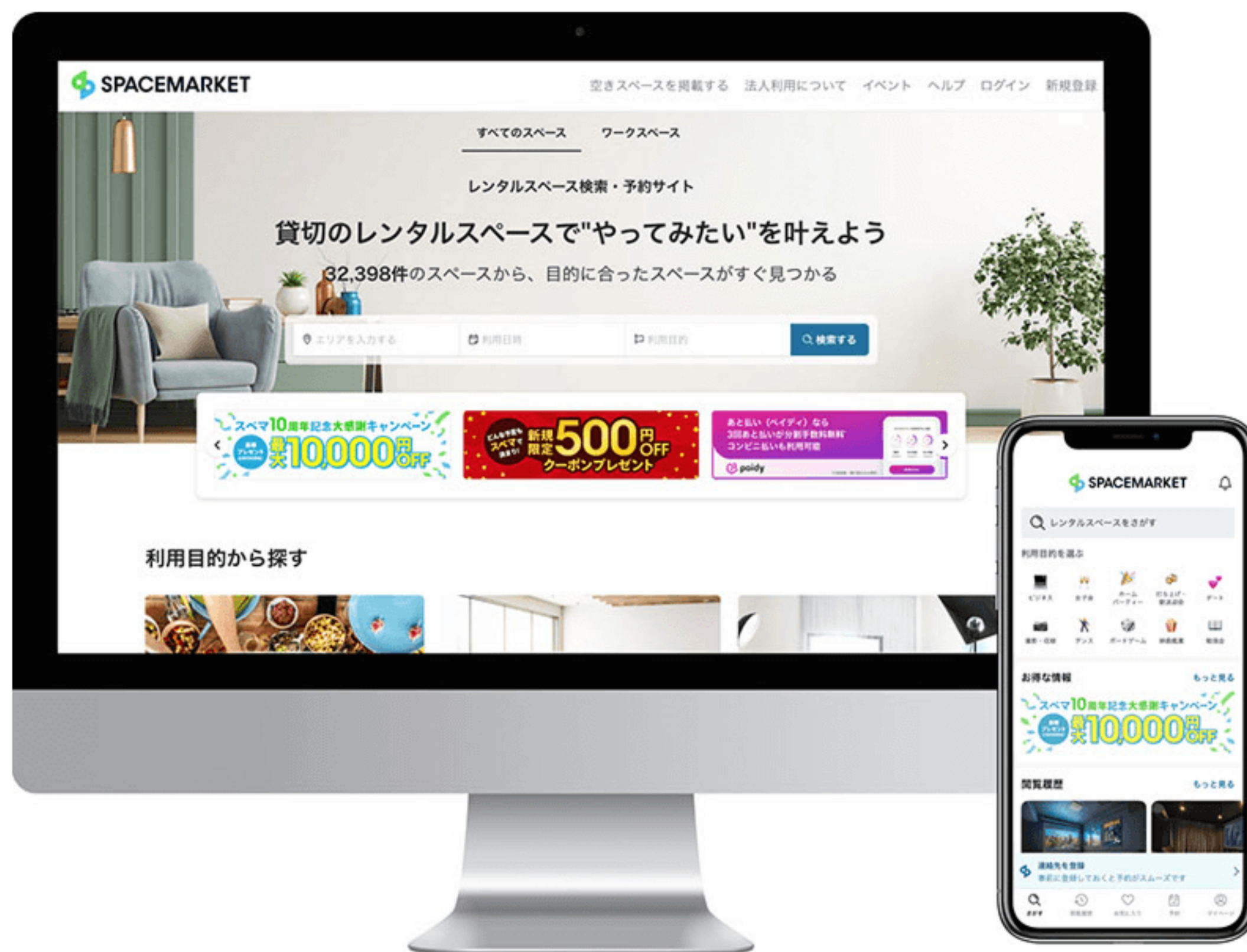
SPACEMARKET
マーケットプレイスの運営

SPACE MOLE
レンタルスペース
トータルプロデュース

Space pad
施設予約管理サービス

マーケットプレイスの紹介

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マーケットプレイスの運営を行っています。



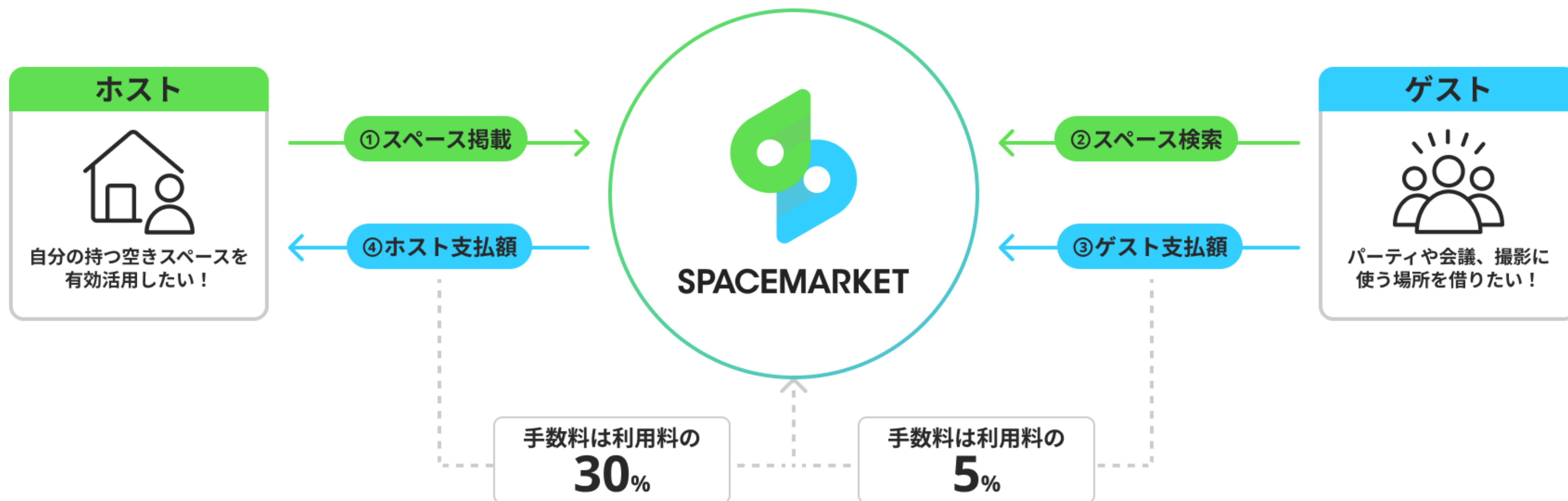
あらゆるスペースを
15分単位で貸借りすることを可能にする
マーケットプレイス

掲載
スペース数
37,831件[※]

(※)2025年3月現在

マーケットプレイスの概要

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。

マーケットプレイスの掲載スペース

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

Spacepadの概要

公共施設管理の課題をデジタルで解決する、クラウド型の施設予約管理システムです。公共施設利用をより身近なものにすることで、自治体DXと地域活性化を実現し、スペースシェアの文化創造と拡大に貢献しています。

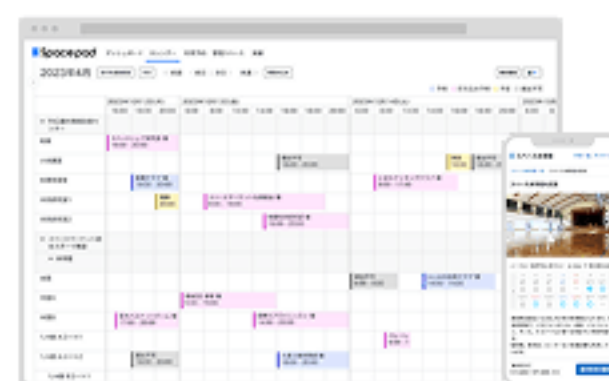
予約受付が紙や電話で
管理が大変...



アナログ管理



公共施設管理をクラウドで
Spacepad



取引形態：月額課金モデル^{※1}

導入自治体
25件
2025年3月時点

予約管理だけでなく
施設管理無人化に向けたシステム連携にも対応



クラウドカメラによる
施設現場の監視



スマートロックによる
鍵管理の効率化



マイナンバーカードによる
デジタル本人確認



オンラインで予約が完結
するから管理が楽に!



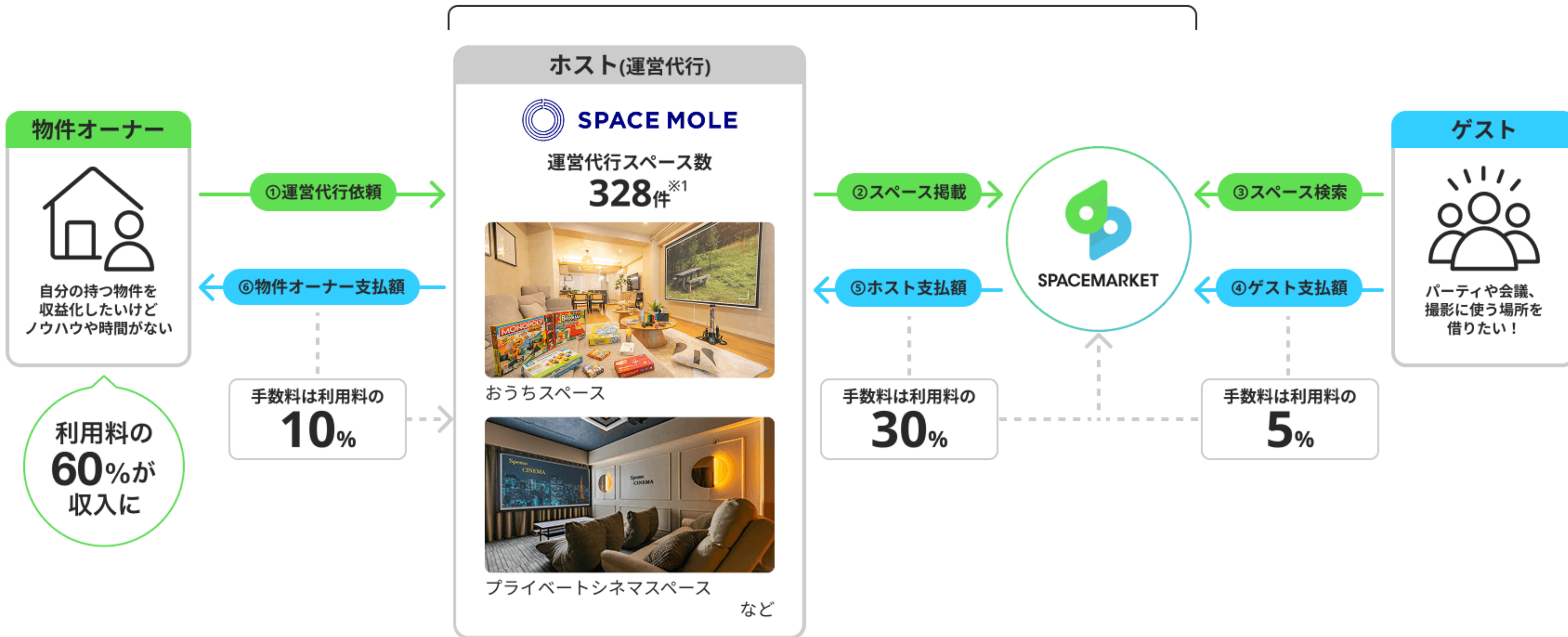
デジタル管理

(※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。

レンタルスペーストータルプロデュースの概要

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



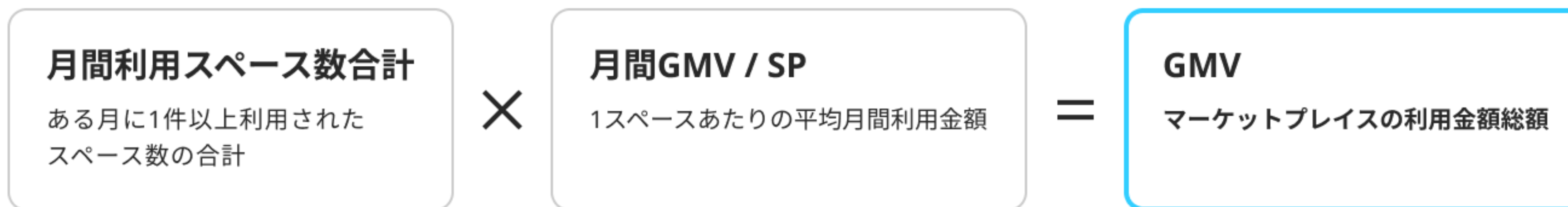
(※1)2025年3月末時点の実績になります。

03

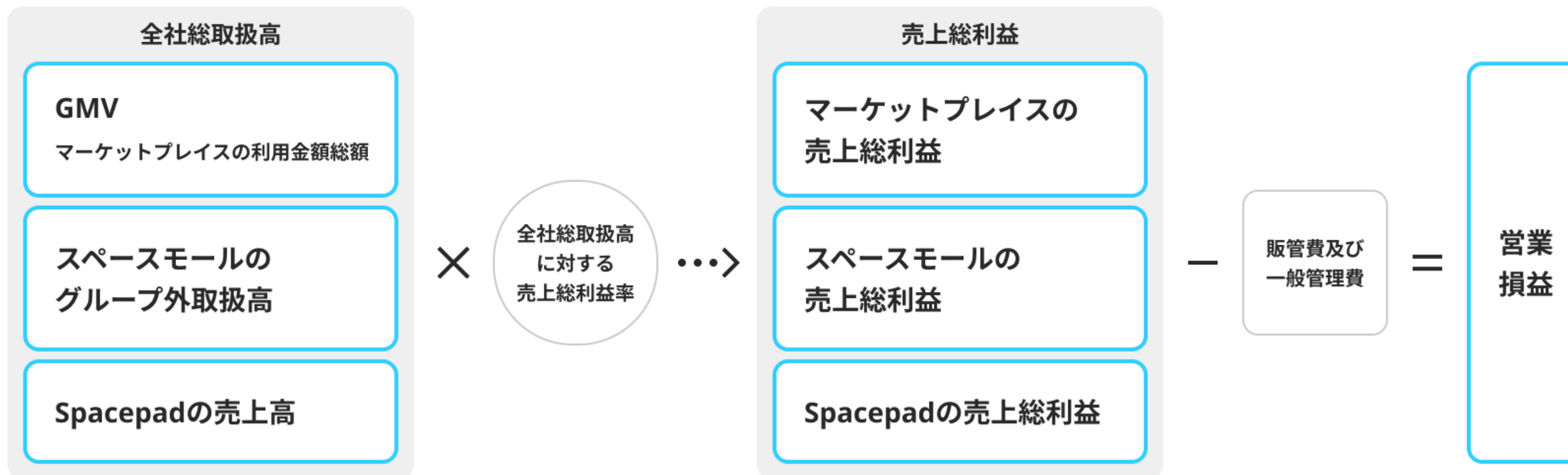
財務の構造

主要KPIと財務の構造

主要
KPI



財務



PL構造のご説明

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。

今期実績

通期連結実績	2024年
全社総取扱高	6,007
内GMV	5,593
売上高	1,970
内MP純額	1,488
※内 会計処理変更の影響額	▲114
売上原価	436
人件費	182
その他の売上原価	313
他勘定振替高	▲59
売上総利益	1,533
販管費	1,356
人件費	371
広告・販促費	357
支払手数料	250
のれん償却額	21
その他販管費	354
研究開発費	0
営業利益	176

コストを取扱高との連動性を元に組み替え



(百万円)

固変分解PL	2024年
全社総取扱高	6,007
内GMV	5,593
売上高 ※ポイント・クーポン控除前	2,084
内MP純売上高 ※ポイント・クーポン控除前	1,602
変動費	842
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	1,241
固定費	1,064
人件費	554
外注費・消耗品費・家賃などのコスト	415
償却費・株式報酬費用などの非資金項目	95
営業利益	176

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、スペースモール社のスペース運営コストなど

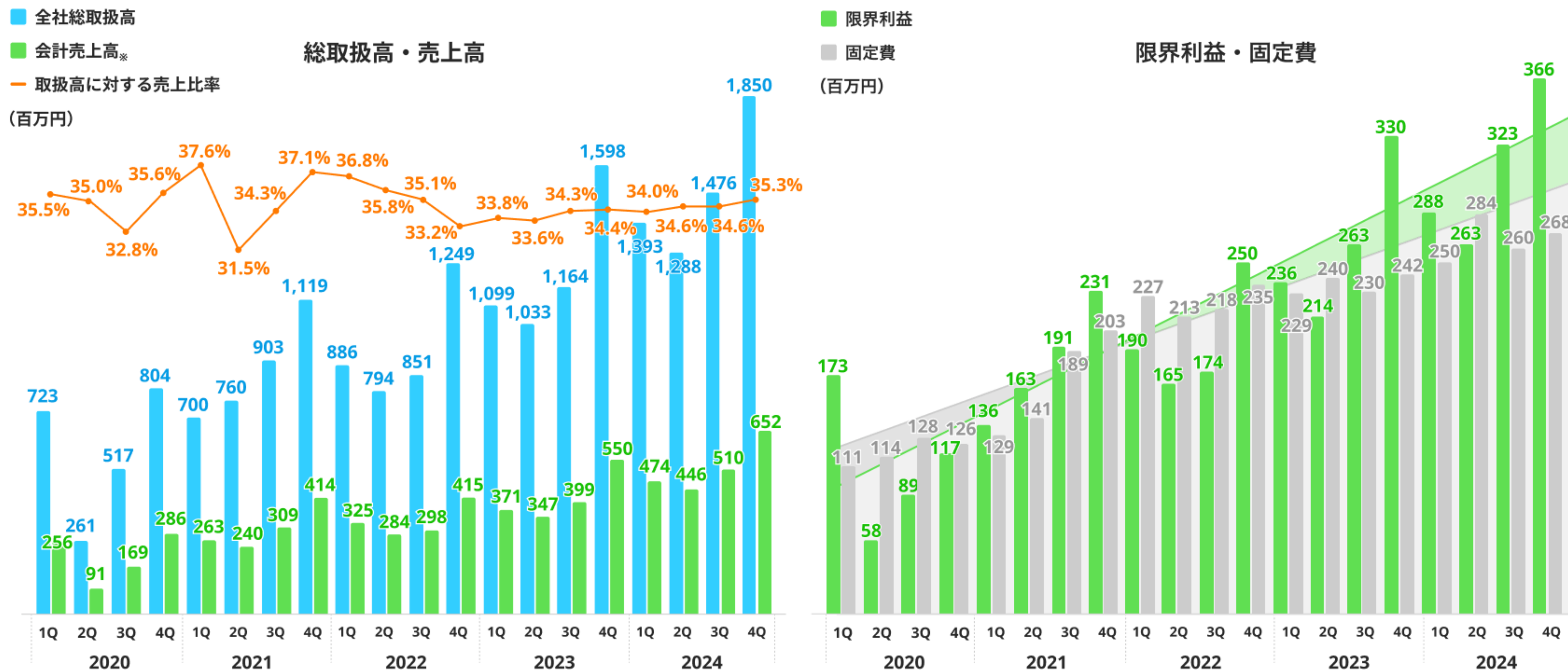
b. 収益獲得の過程・結果を通じて連動して発生するコスト
→ 決済代行手数料・サーバーコストなど

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

取扱高・売上高・限界利益・固定費の四半期推移

取扱高に対する売上高の比率は引き続き安定して推移しております。また、取扱高が増加した事に伴う限界利益の増加と固定費をコントロールしたことにより損益が改善しております。



※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

04

市場環境

スペースシェアの想定市場規模

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



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



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



どんな時代においても
「場所」の必要性は不変

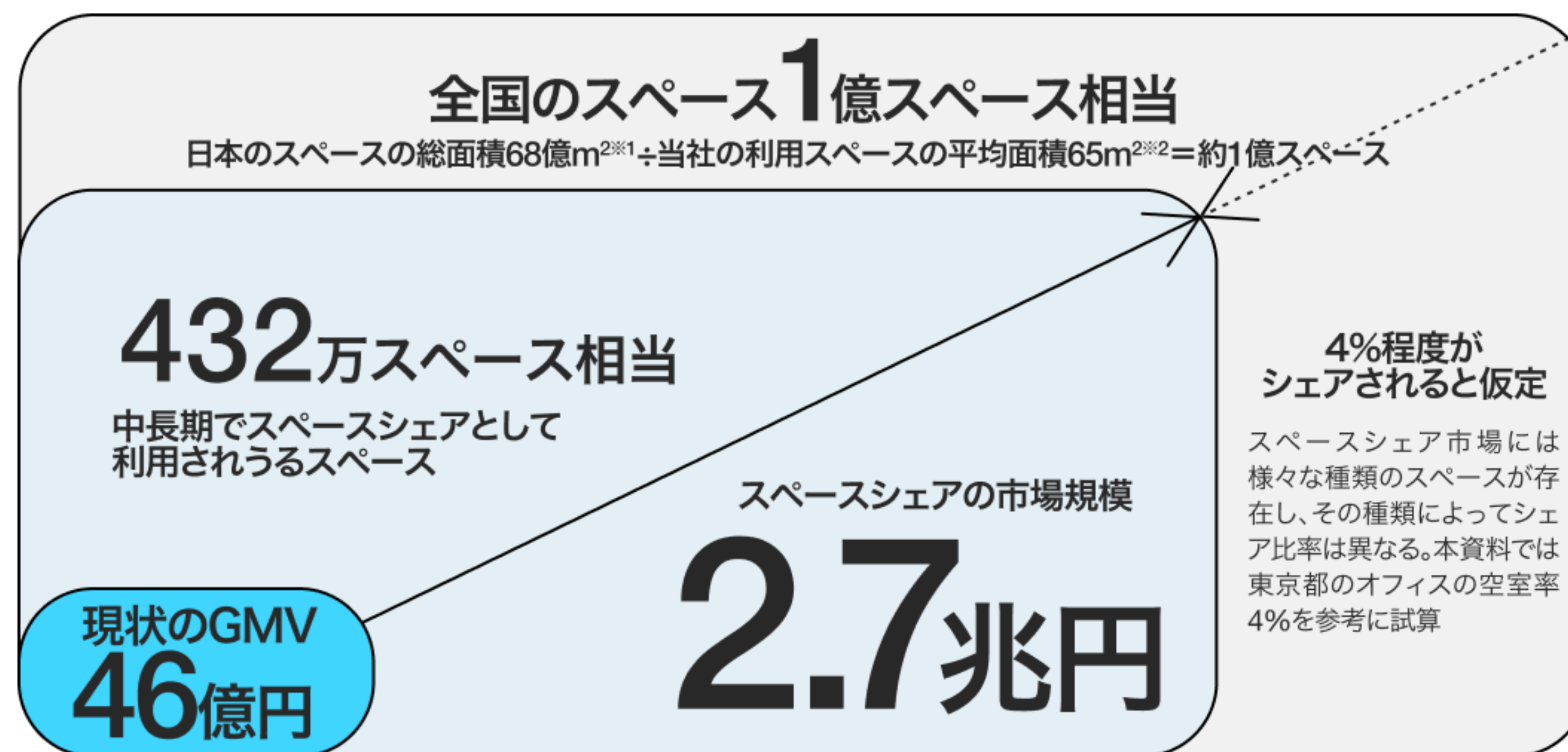
時代がどのように変化しても、「はたらく」「あそぶ」「くらす」のあらゆるシーンにおいて場所の必要性は不変であり、重要であることが改めて認識されました。

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m²=住宅総面積57億m²+工場・倉庫除く非住宅総面積11億m²) (※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

05

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、創業以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。



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

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。



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

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



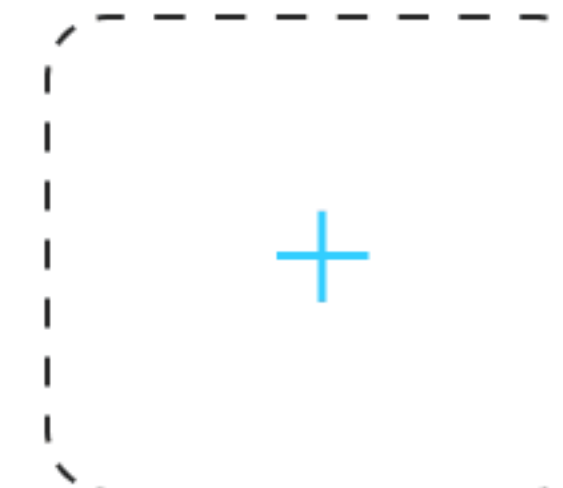
趣味・遊び



スポーツ・フィットネス



仕事



新しい用途

06

経営指標とその進捗

重要視する経営指標

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。

月間利用スペース数合計

ある月に1件以上
利用されたスペースの合計

×

月間GMV/SP

1スペース当たり平均月間利用金額

=

GMV

マーケットプレイス利用金額の総額

重要な
経営指標

GMV

マーケットプレイス利用金額の総額

+

- スペースモールの
グループ外取扱高
- Spacepadの売上

=

全社総取扱高

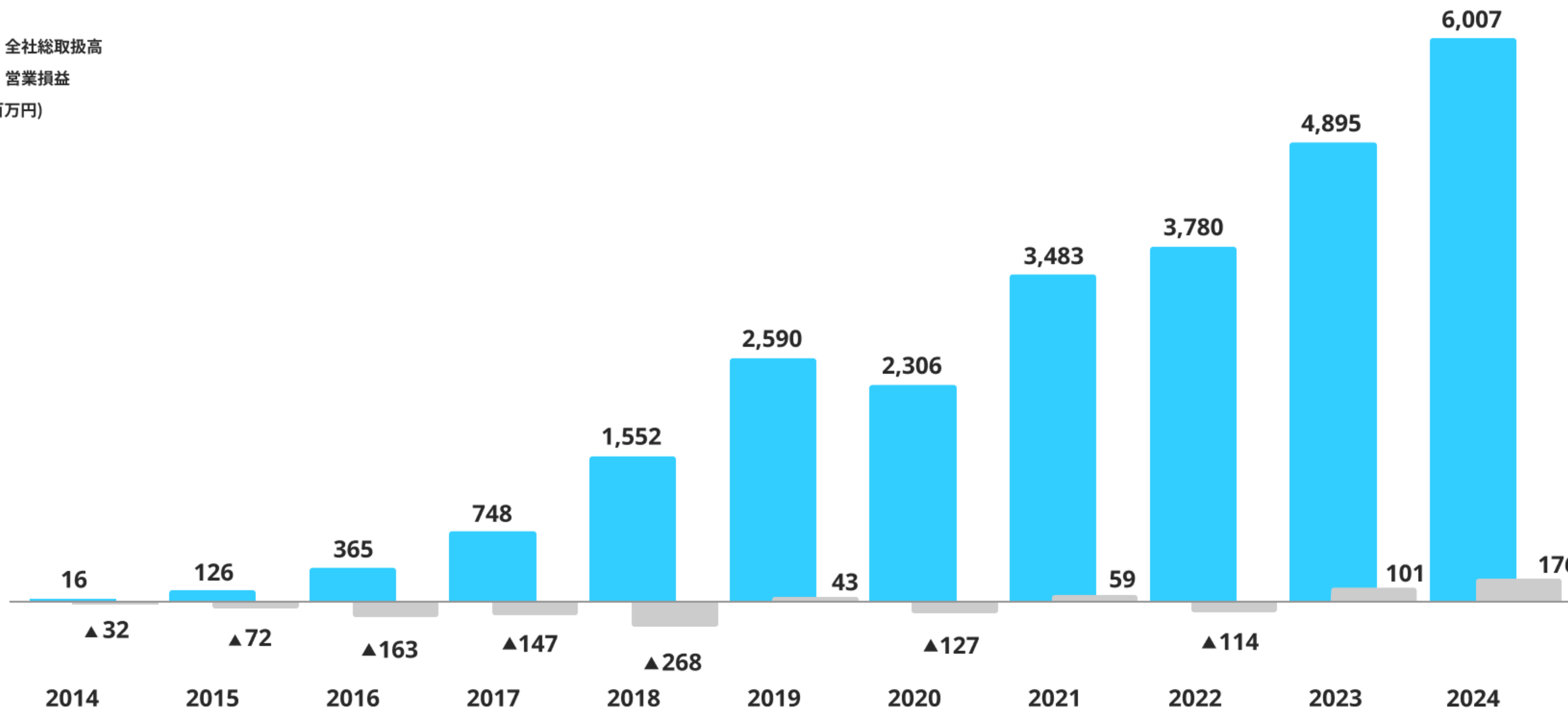
重要な
経営指標

全社総取扱高と営業損益の推移(通期)

引き続き外部環境は成長しており、想定通りの全社総取扱高となりました。

また、営業利益については176百万円となり、過去最高の営業利益となりました。2025年もより高い成長を目指してまいります。

■ 全社総取扱高
■ 営業損益
(百万円)

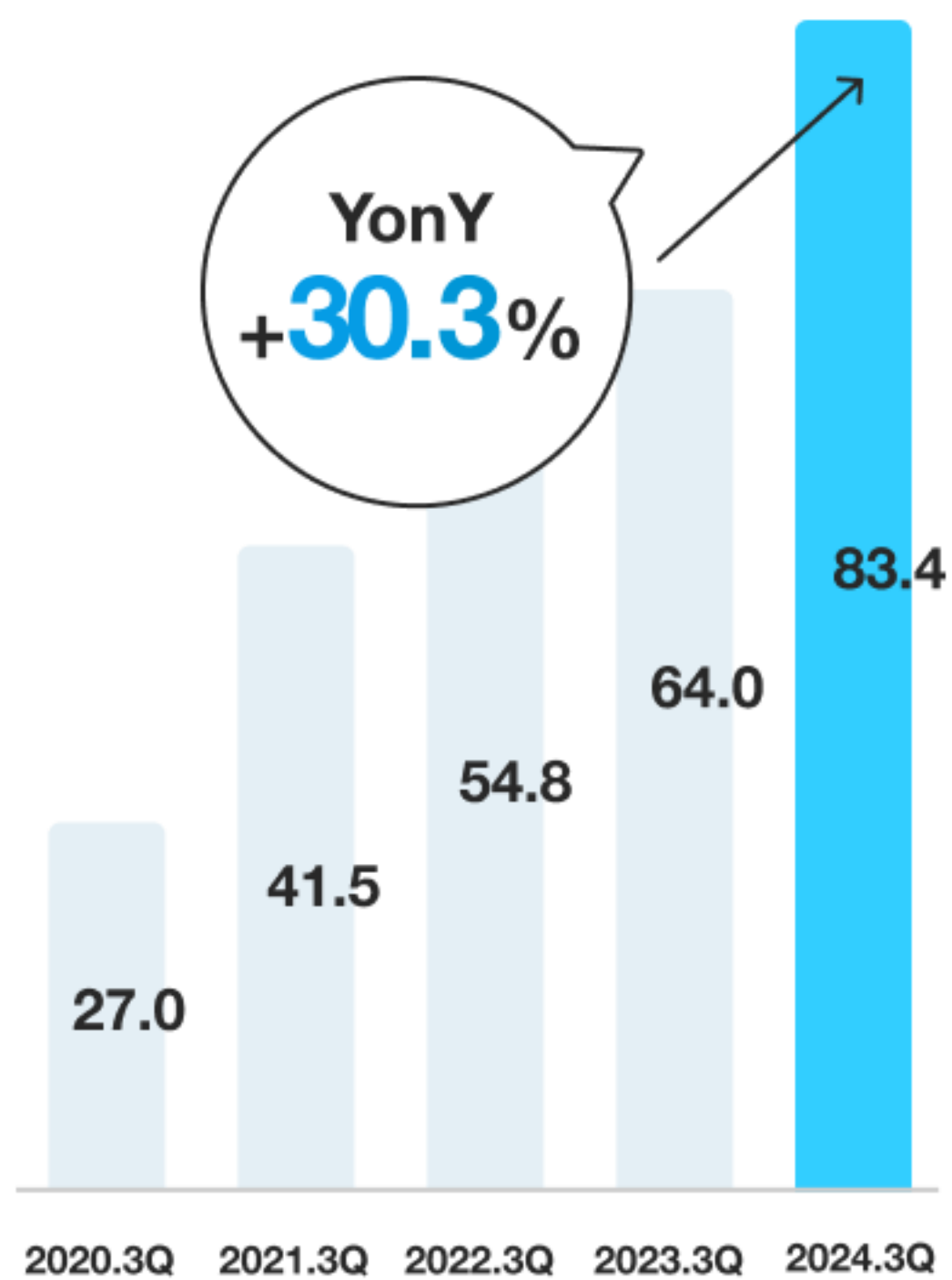


マーケットプレイスの主要KPIの推移(通期)

引き続き利用スペース数が順調に増加しており、YonY30.3%の増加となりました。その中でも、少人数でのワークボックス等の利用や、セミナー・研修でのビジネス利用が堅調に増加しました。その結果、昨年度に比べてGMV/SPについてはYonYで減少しました。

月間利用スペース数合計

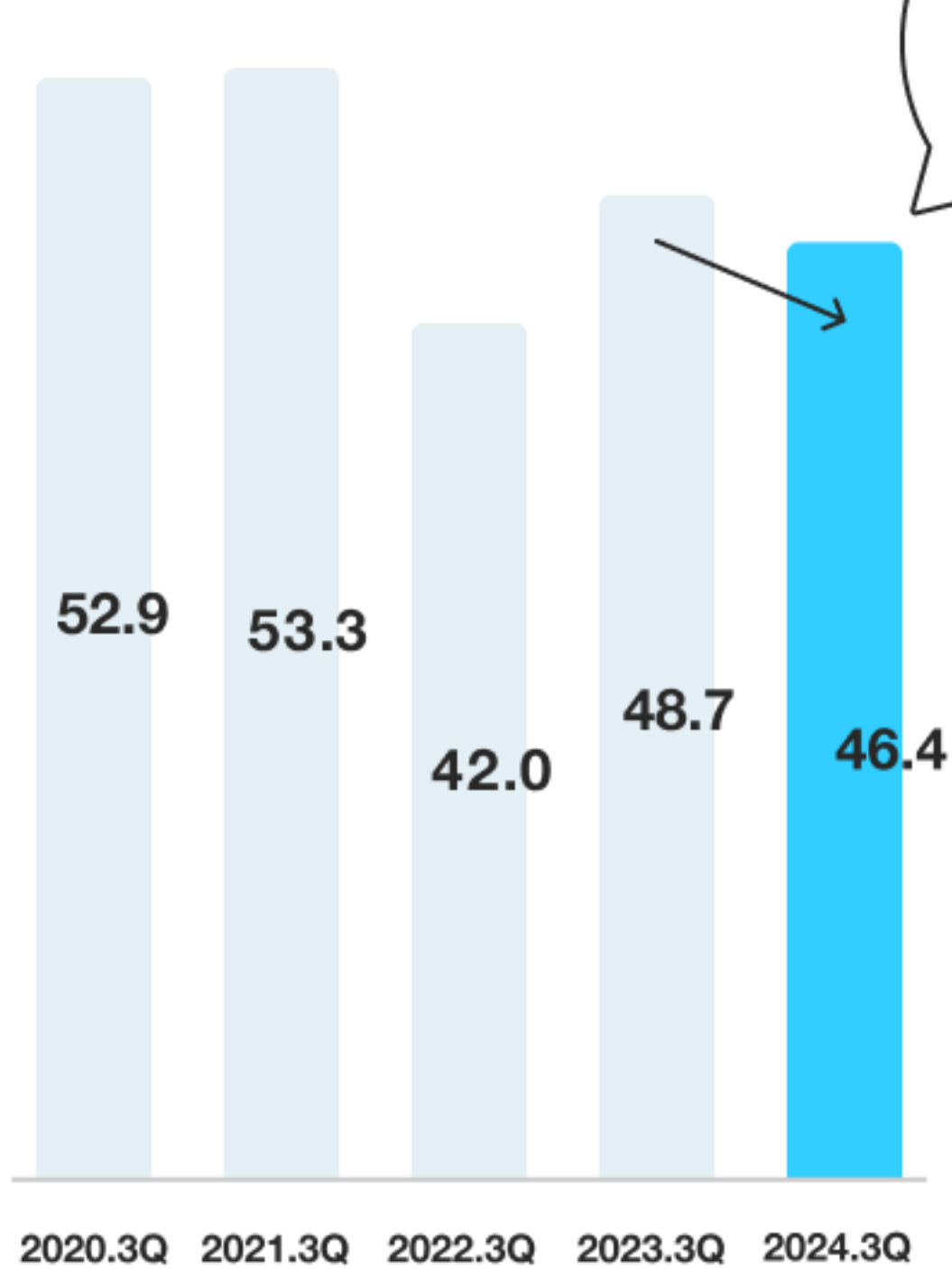
(千スペース)



×

月間 GMV/SP

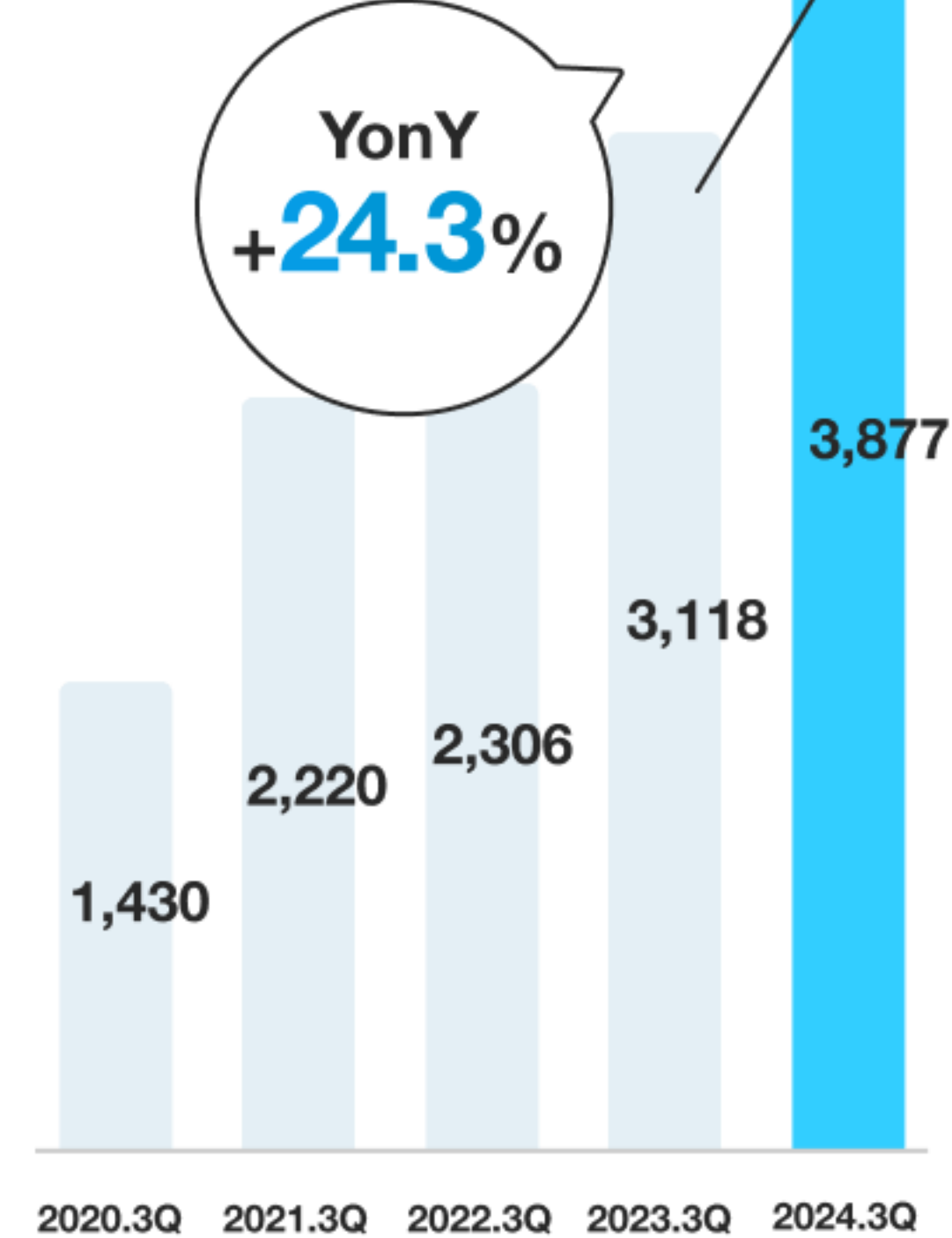
(千円)



=

GMV

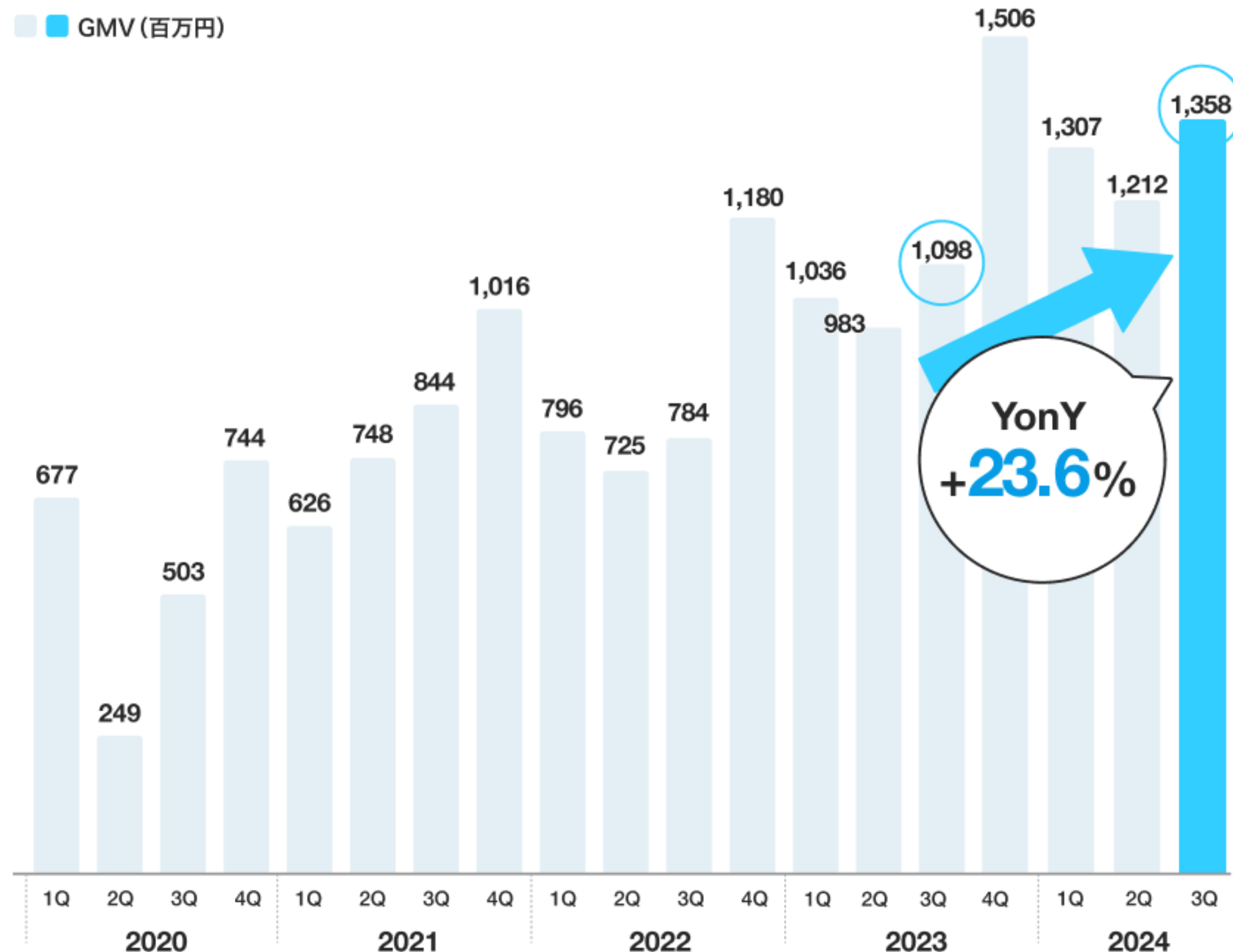
(百万円)



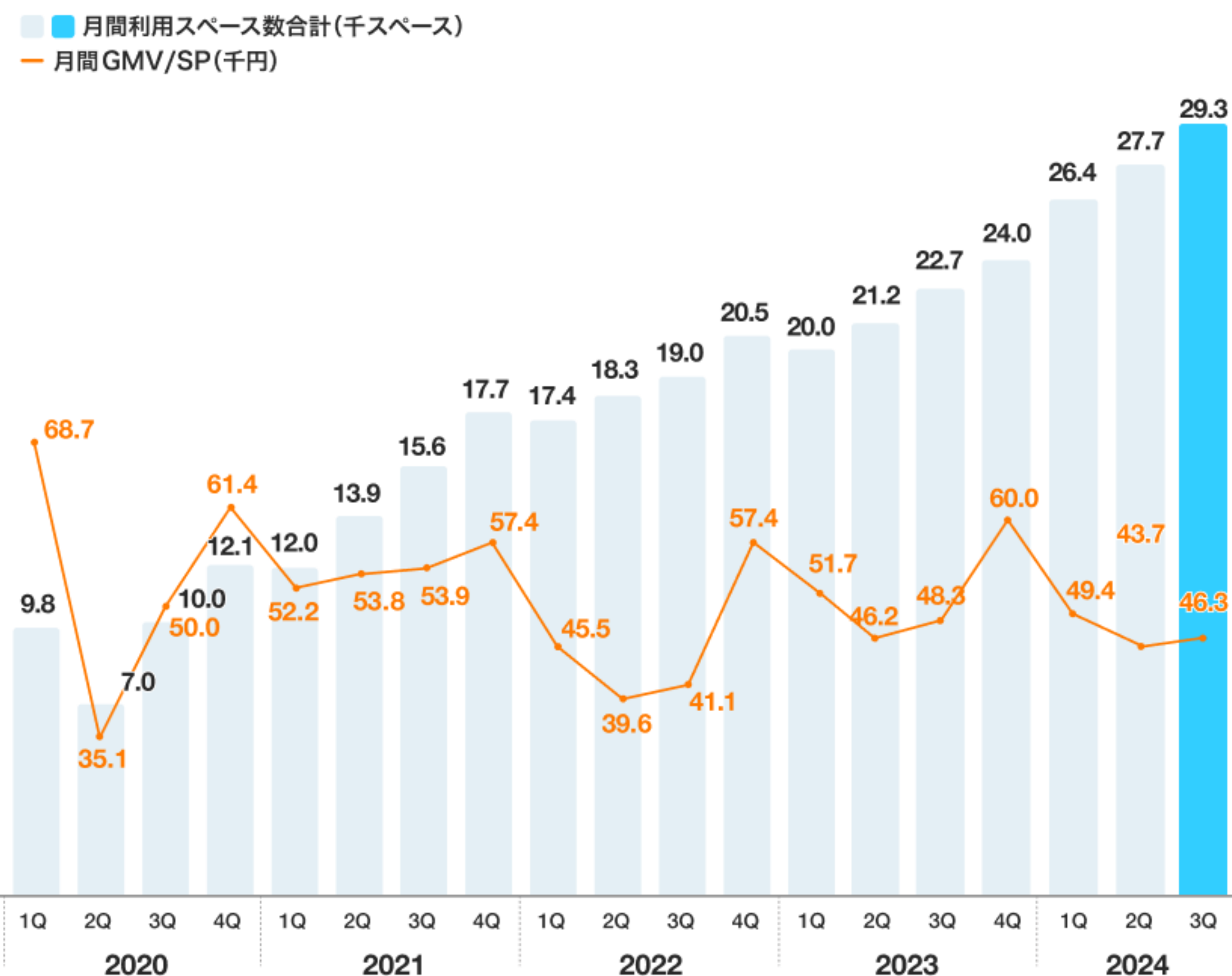
マーケットプレイスの主要KPIの推移(四半期)

3QのGMVはYonY23.6%増加しており、3Qで過去最高のGMVとなり順調に成長しています。利用スペース数も継続して増加しており、季節性の影響によりGMV/SPにおいてもQonQで増加しております。

GMVの四半期推移



月間利用スペース数と月間GMV/SPの推移



07

成長戦略

直近の戦略と中長期の戦略

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

マーケットプレイスのさらなる成長

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

マーケットプレイス外の取扱高のさらなる成長

Spacepadのプロダクトの機能拡充と各自治体への導入加速、レンタルスペースの新規展開、新規スペースの開発、スペースでの利用体験の向上

中長期の戦略

場所に関わる事業の高度なサービス化

現在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し、すべての人にとってさらに大きく利便性を向上

直近の戦略「マーケットプレイスのさらなる成長」にむけたアクション

「マーケットプレイスのさらなる成長」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。

主要
KPI

施策1 プロダクトの改善と新規掲載スペース数の増加

スペースの検索精度向上 / 各種データの活用 / さらなる利便性の向上

↑
月間利用スペース数合計

×

↑
月間GMV / SP

=

↑
GMV

マーケットプレイスの
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

直近の戦略「マーケットプレイス外の取扱高のさらなる成長」にむけたアクション

「マーケットプレイス外の取扱高のさらなる成長」を実現するための、具体的なアクションです。

施策1

プロダクトの機能拡充

連携サービスの拡充 /
さらなる利便性の向上



Sapcepadの売上

+



スペースモールのグループ外取扱高

=



マーケットプレイス外の取扱高

取扱高の
さらなる
成長へ!

施策2

各自治体への導入加速

認知の拡大 / 利用率の向上 /
各自治体の課題解決 / ノウハウ提供

施策3

新規スペースの開発、 利用体験の向上

物件の調達 / リピート利用の促進 /
さらなる認知の拡大

中長期の損益イメージ

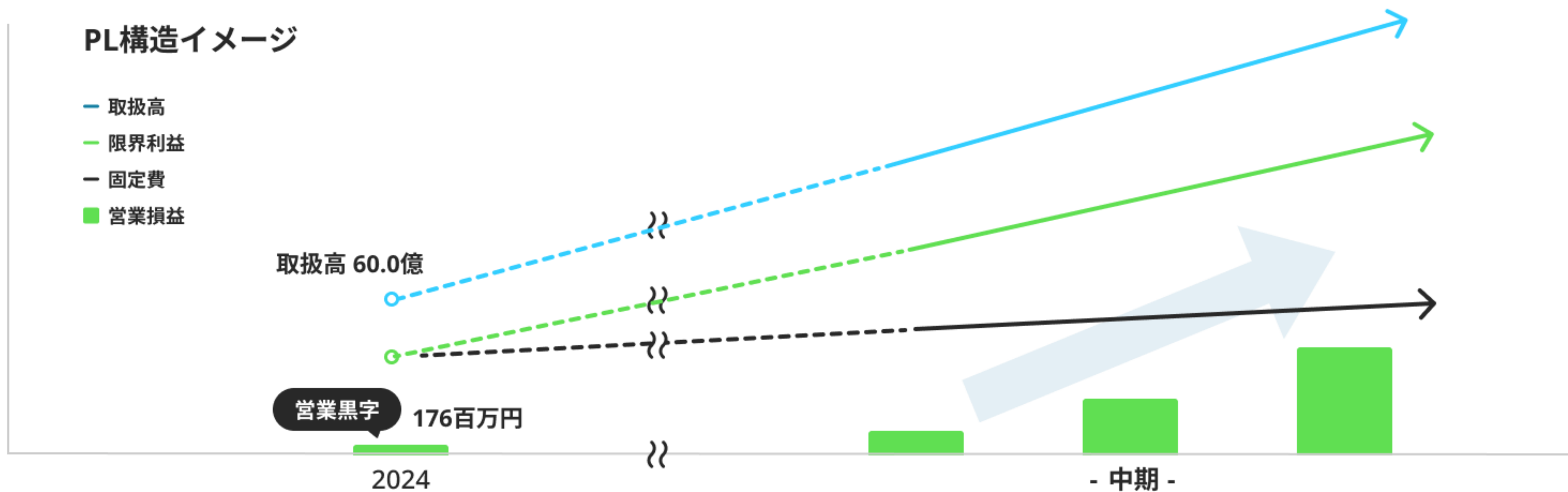
トップラインの成長に対して利益率が上昇していく構造を継続してまいります。

2024年

- 積極的な投資で限界利益の増加を実現し、固定費の適正化を行い継続した営業黒字を実現。

中期的に目指す構造

- 取扱高と限界利益の継続した成長へ取り組む
- 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
- 1人あたりの生産性の向上
- 結果として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の継続を実現



※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ありません。

中期目標

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。

中長期目標 ミッションの実現

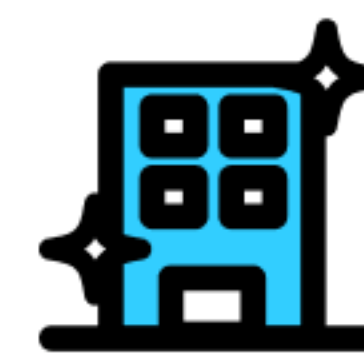
ミッションの実現が企業価値の向上につながる



全社総取扱高の成長



ミッションの実現
「スペースシェアをあたりまえに」



企業価値の向上

08

リスク情報

おもなリスクとその対応(1/2)

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	影響
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	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。
技術革新への対応に関するリスク	中	大	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。
サービスの健全性に関するリスク	小	大	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。

おもなリスクとその対応(2/2)

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	影響
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。



場所のチカラで あなたにエール

SPACEMARKET