

# Rebase



## 2025年3月期 第3四半期 決算説明資料

株式会社Rebase(東証グロース:5138)

2025年2月13日

## 決算ハイライト：第3四半期 累計

売上高および各段階利益において当初の予想を上回る見込み  
よって、通期業績予想を上方修正（詳細は21ページ）

売上高

**1,416** 百万円

(前年同期比 +30%)

営業利益

**377** 百万円

(前年同期比 +47%)

当期純利益

**241** 百万円

(前年同期比 +48%)

- 売上高は前年同期比**30%増**。通期業績予想に対して堅調に推移
- シーズナリティを的確に捉えた結果、パーティー関連の利用数および利用総額も着実に伸長

## 【設立10周年】 記念配当・記念優待

日頃からご支援くださる株主の皆様にご感謝いたします

当社株式の魅力をより一層高めることを目的として、設立10周年記念配当・記念優待の実施を決定

記念配当  
(予想)

1株当たり **35.0円** の記念配当を実施

基準日: 2025年3月末

記念優待

保有株式数200株以上の株主様に対し  
インスタベースポイント**5,000ポイント**を贈呈

基準日: 2025年3月末

配当 + 優待利回り※ **4.1%**

設立以来の高い収益性を活かし、成長投資を継続しながら  
株主の皆様への利益還元を実現

※利回り基準は、2025年1月31日の終値である株価1,447円にて算出。小数点第2位以下を四捨五入

## 会社説明動画のご紹介

当社の魅力をより多くの投資家様に知っていただく動画を公開  
私たちが描く未来を7分に凝縮してご紹介



こちらをクリック



01 2025年3月期 第3四半期 業績

02 成長戦略

03 Appendix (会社概要 / 事業概要)

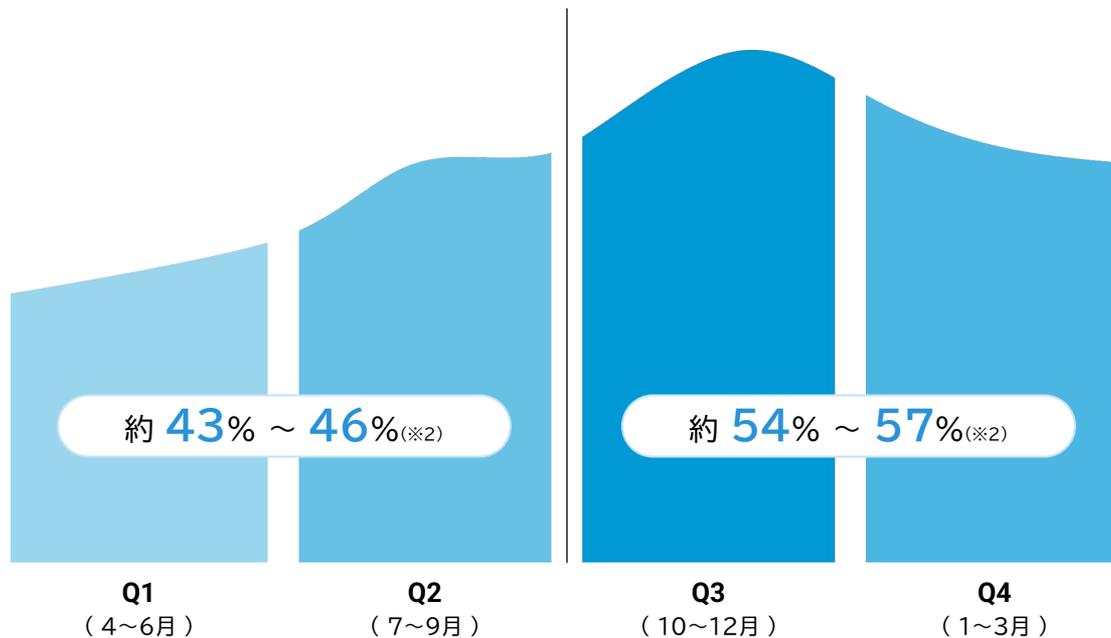
01 2025年3月期 第3四半期 業績

02 成長戦略

03 Appendix (会社概要 / 事業概要)

## 01 | レンタルスペース領域におけるシーズナリティ<sup>(※1)</sup>

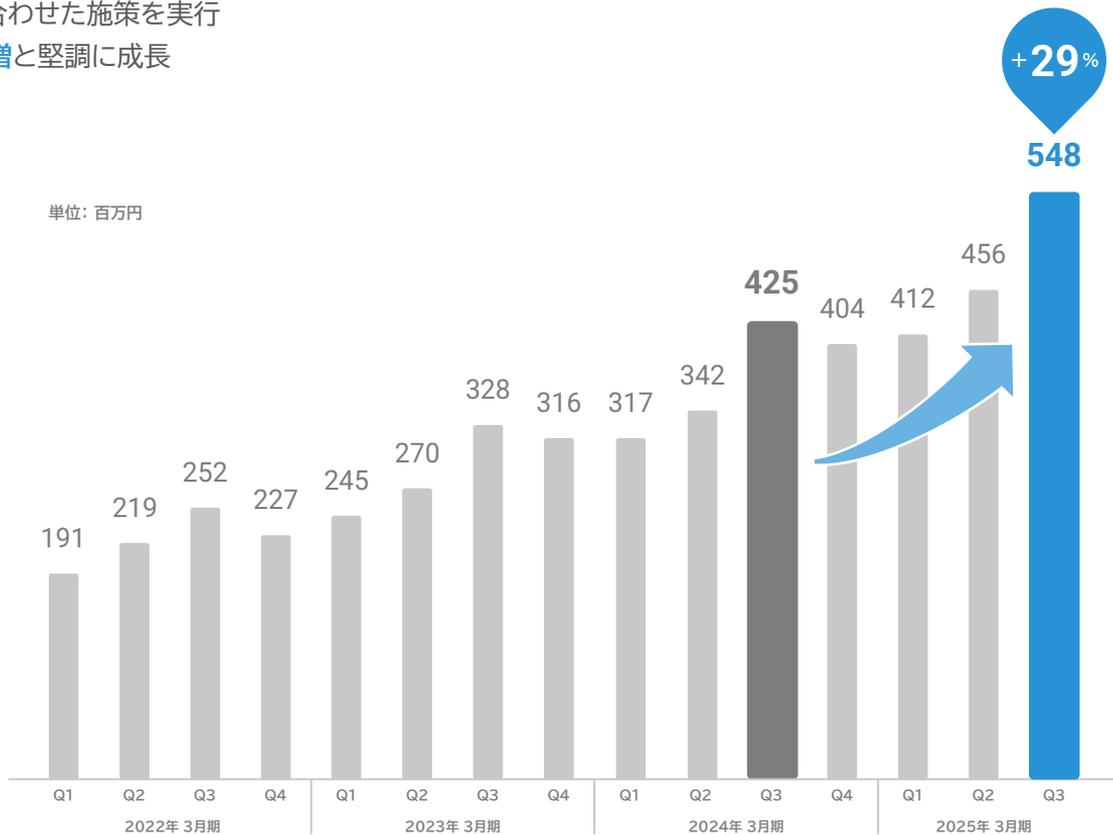
インスタベースへの認知とニーズが最も高まる時期は、当社第3四半期である「10月～12月」  
利用総額等の各種重要指標は下半期に偏重する傾向がある



※1 シーズナリティを表したイメージ図となります

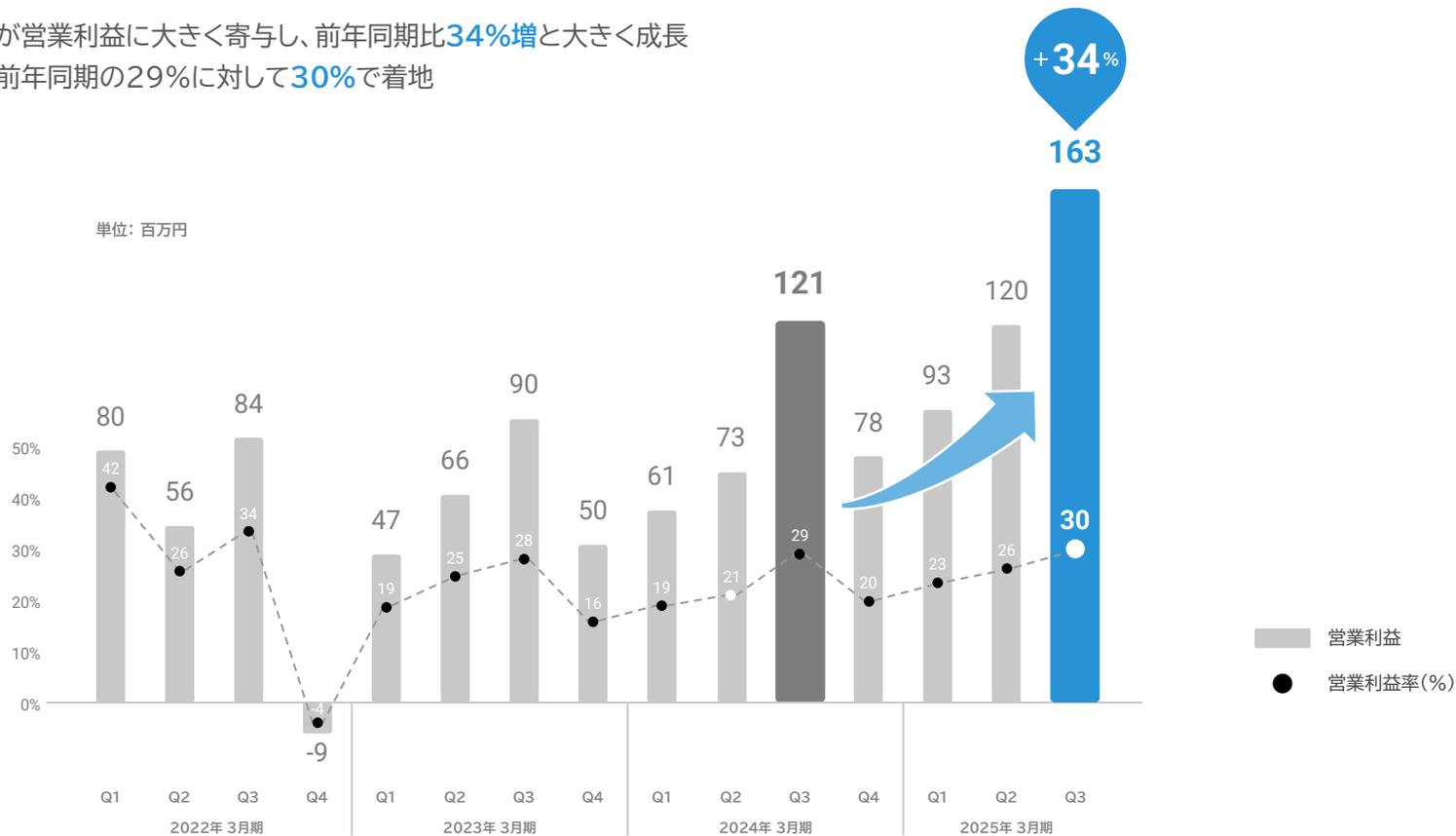
※2 過去3期分の実績を元にレンジで記載しています

シーズナリティに合わせた施策を実行  
前年同期比**29%増**と堅調に成長



## 四半期推移：営業利益および営業利益率

売上高の増加が営業利益に大きく寄与し、前年同期比**34%増**と大きく成長  
営業利益率は前年同期の29%に対して**30%**で着地



## 重要指標の進捗(累計)

利用数は前年同期比**32%増**、利用総額は前年同期比**31%増**といずれも大きく成長  
掲載スペース数は**5,000件増加**し、39,200件で着地

利用数

**1,049** 千件

(業績予想進捗率 81%)

平均単価

**4.5** 千円

利用総額

**47.4** 億円

(業績予想進捗率 78%)

掲載スペース数

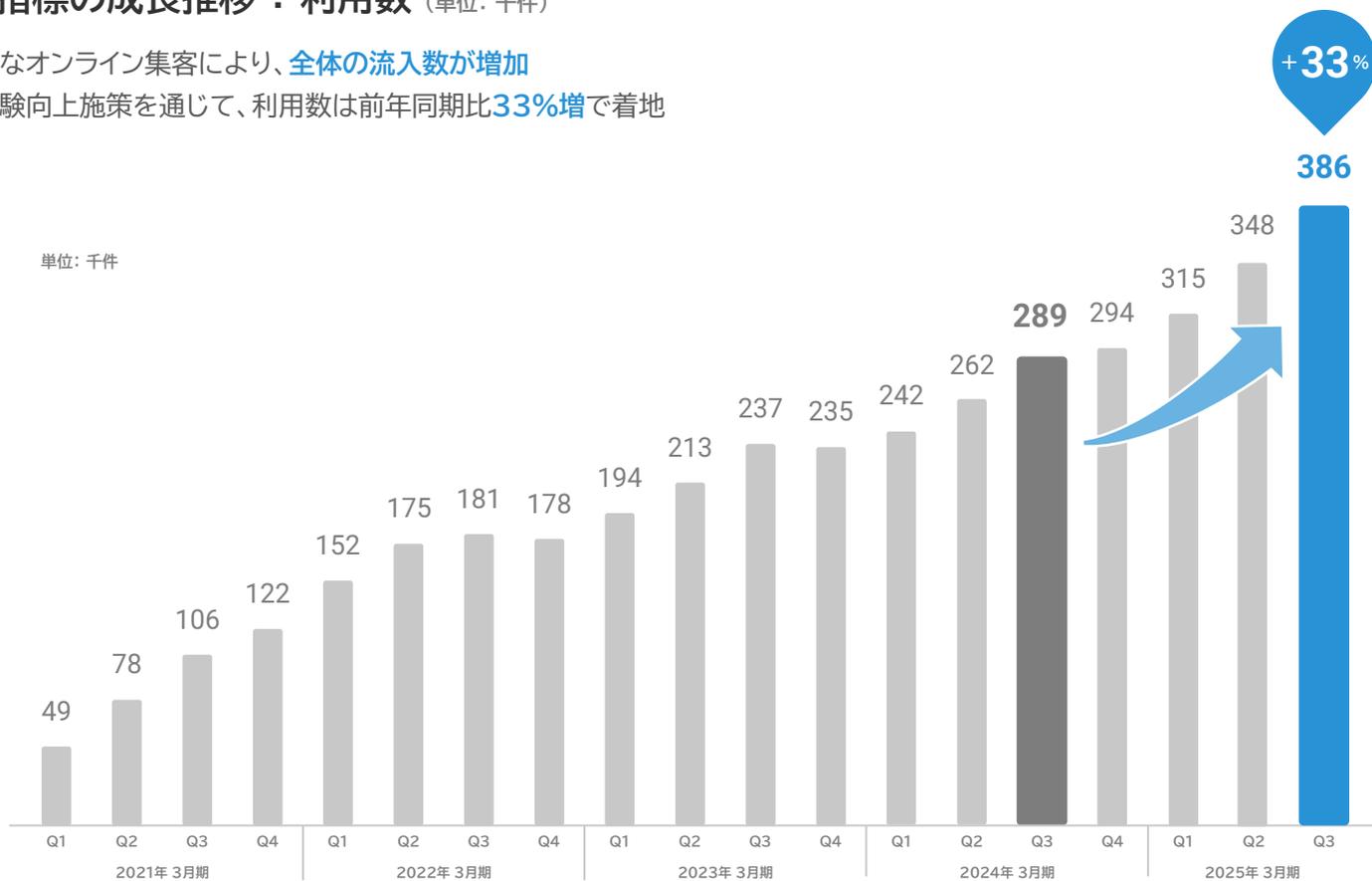
**39.2** 千件第3四半期累計  
掲載スペース増加数**5** 千件

(業績予想進捗率 67%)

## 重要指標の成長推移：利用数（単位：千件）

効果的なオンライン集客により、**全体の流入数が増加**

検索体験向上施策を通じて、利用数は前年同期比**33%増**で着地

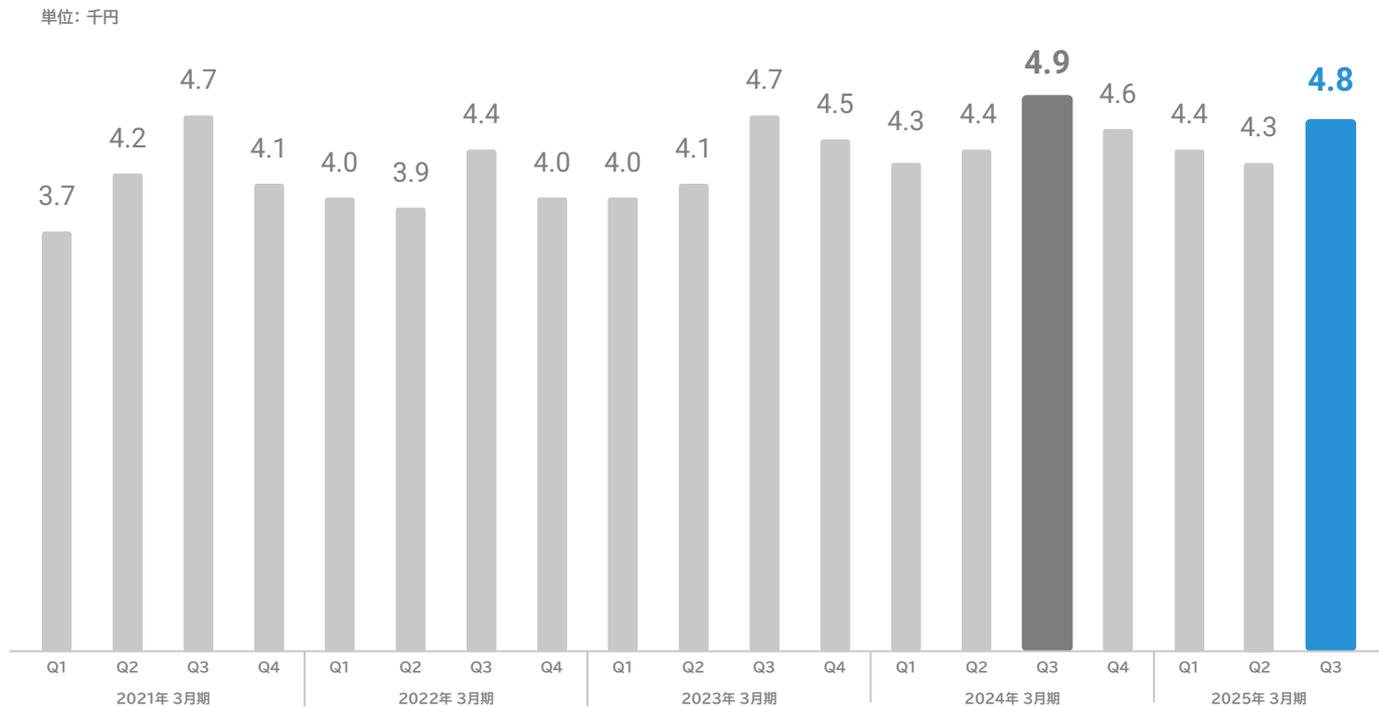


## 01

## 重要指標の成長推移：平均単価

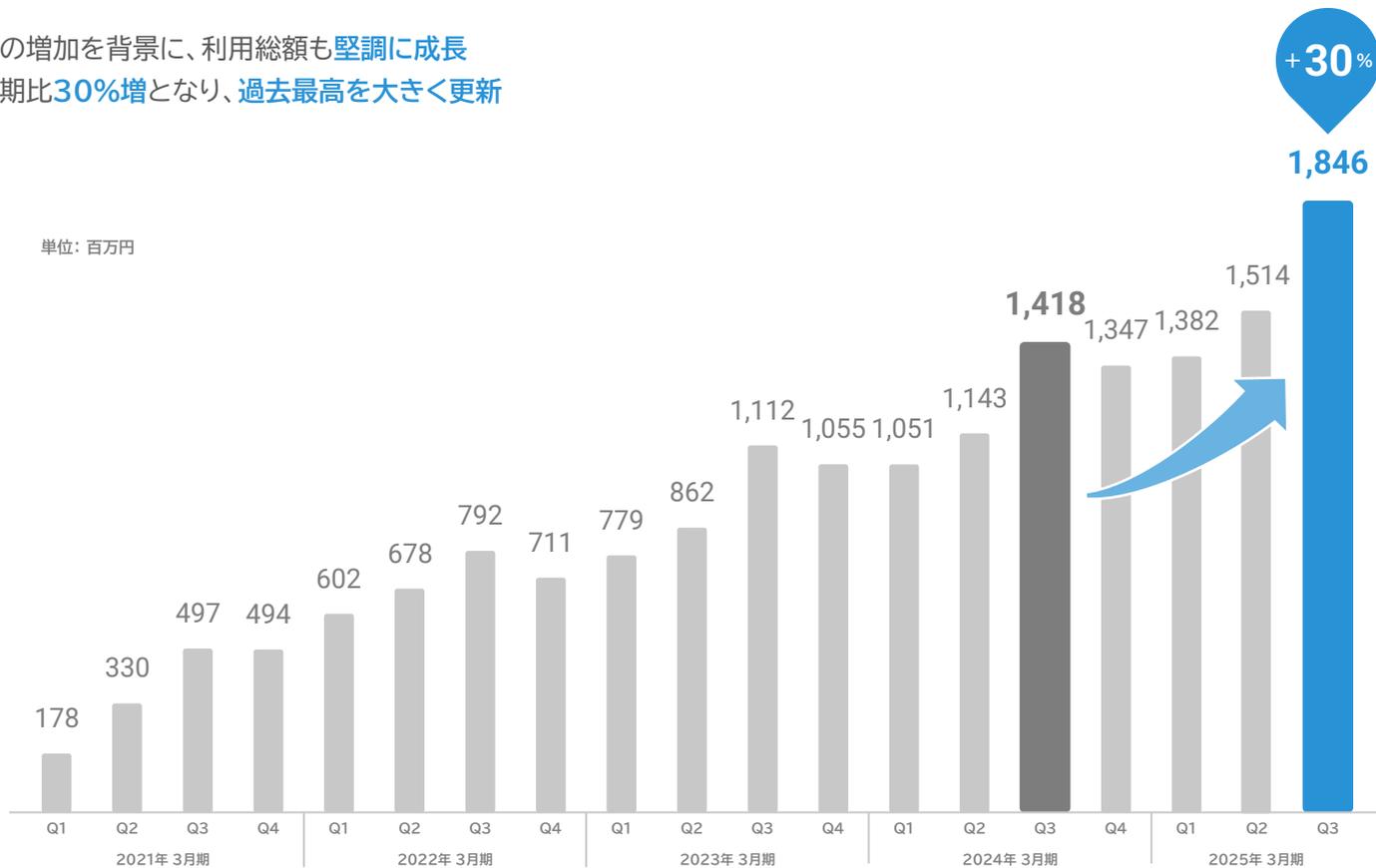
全ての価格帯において利用数が増加

特にビジネス利用が継続的に成長しているため、前年同期比での平均単価は横ばい



## 重要指標の成長推移：利用総額

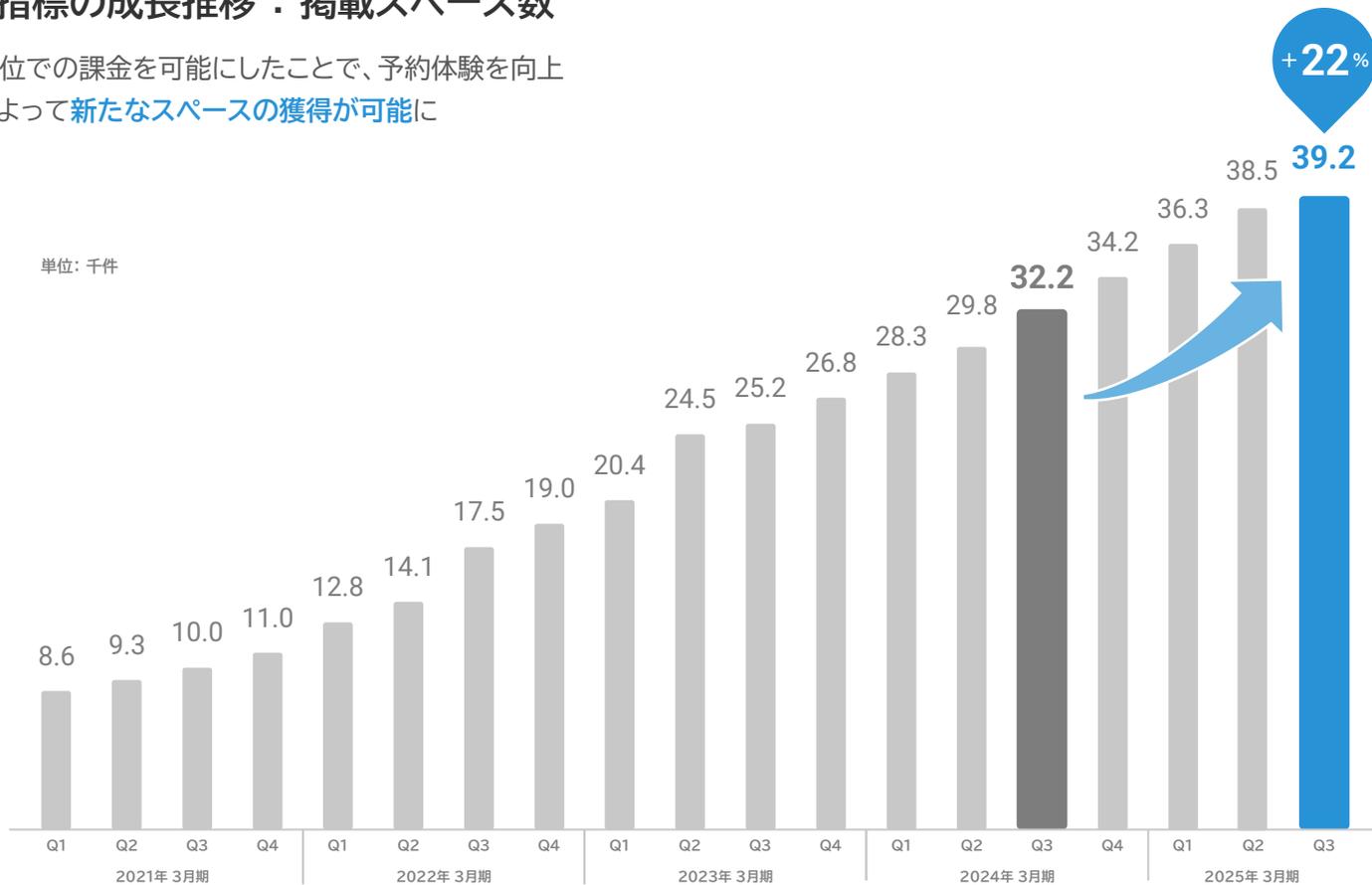
利用数の増加を背景に、利用総額も**堅調に成長**  
前年同期比**30%増**となり、**過去最高を大きく更新**



## 01

## 重要指標の成長推移：掲載スペース数

人数単位での課金を可能にしたことで、予約体験を向上  
これによって新たなスペースの獲得が可能に



※ 掲載スペース数は、各期末の末日の掲載スペース数となります。

# 01 | 重要指標における成長率は順調に推移

## 第3四半期(累計)

F Y	利用数(千件)			×	平均単価(千円)			=	利用総額(百万円)			掲載スペース数(千件)			
	前年比	増減件数			前年比	増減額			前年比	増減額		前年比	増減件数		
2020年3月期	142			×	5.6			=	803				7.4		
2021年3月期	232	+63%	+90	×	4.3	-23%	-1.3	=	1,005	+25%	+202		10.0	+35%	+2.6
2022年3月期	508	+119%	+276	×	4.1	-6%	-0.3	=	2,072	+106%	+1,067		17.5	+75%	+7.5
2023年3月期	643	+26%	+135	×	4.3	+5%	+0.2	=	2,752	+33%	+680		25.2	+44%	+7.7
2024年3月期	793	+23%	+150	×	4.6	+6%	+0.3	=	3,612	+31%	+860		32.2	+28%	+7.0
2025年3月期	1,049	+32%	+257	×	4.5	-1%	+0.0	=	4,743	+31%	+1,130		39.2	+22%	+7.0

# 01 | 重要指標における成長率は順調に推移

## 通期

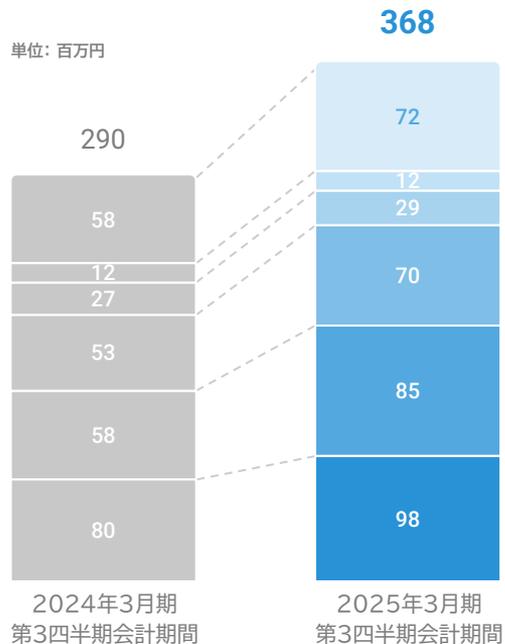
F Y	利用数(千件)			×	平均単価(千円)			=	利用総額(百万円)			掲載スペース数(千件)			
	前年比	増減件数			前年比	増減額			前年比	増減額		前年比	増減件数		
2020年3月期															
2021年3月期	354	+69%	+144	×	4.2	-24%	-1.3	=	1,500	+29%	+335	8.1	+36%	+2.9	
2022年3月期	686	+94%	+332	×	4.1	-4%	-0.2	=	2,783	+86%	+1,283	19.0	+72%	+8.0	
2023年3月期	878	+28%	+192	×	4.3	+7%	+0.3	=	3,807	+37%	+1,024	26.8	+41%	+7.8	
2024年3月期	1,086	+24%	+209	×	4.6	+5%	+0.2	=	4,959	+30%	+1,152	34.2	+28%	+7.4	
2025年3月期															

単位：百万円  
 ()内は対売上高比率

	会計期間 (2024.10-12)			累計期間 (2024.4-12)			2025年3月期 業績予想	前期比	業績予想 進捗率
	2024年3月期 Q3 実績	2025年3月期 Q3 実績	前年同期比	2024年3月期 Q3 実績	2025年3月期 Q3 実績	前年同期比			
売上高	425	<b>548</b>	+29%	1,085	<b>1,416</b>	+30%	1,806	+21%	78%
販管費	290 (68%)	<b>368</b> (67%)	+27%	787 (73%)	<b>993</b> (70%)	+26%	1,346 (75%)	+23%	74%
営業利益	121 (29%)	<b>163</b> (30%)	+34%	256 (24%)	<b>377</b> (27%)	+47%	380 (21%)	+14%	99%
経常利益	121 (29%)	<b>165</b> (30%)	+36%	256 (24%)	<b>379</b> (27%)	+48%	380 (21%)	+13%	100%
当期純利益	77 (18%)	<b>104</b> (19%)	+35%	162 (15%)	<b>241</b> (17%)	+48%	255 (14%)	+12%	94%

## 販管費の内訳(前年同期比較)

販管費をコントロールしながらも、着実に売上高を成長  
対売上高広告宣伝費比率については、前年同期比で約1%減少



その他販管費 + **14** 百万円

役員報酬の増加(前年同期比 3百万円)など  
(対売上高比率:13%、前年同期比:+23%)

地代家賃 - 百万円

現本社オフィスへの移転後、変動なし  
(対売上高比率:2%、前年同期比:0%)

業務委託費 + **2** 百万円

事業の成長に伴い業務委託費が微増  
(対売上高比率:5%、前年同期比:+7%)

支払手数料 + **17** 百万円

事業拡大に伴う決済手数料の増加  
(対売上高比率:13%、前年同期比:+32%)

人件費等 + **27** 百万円

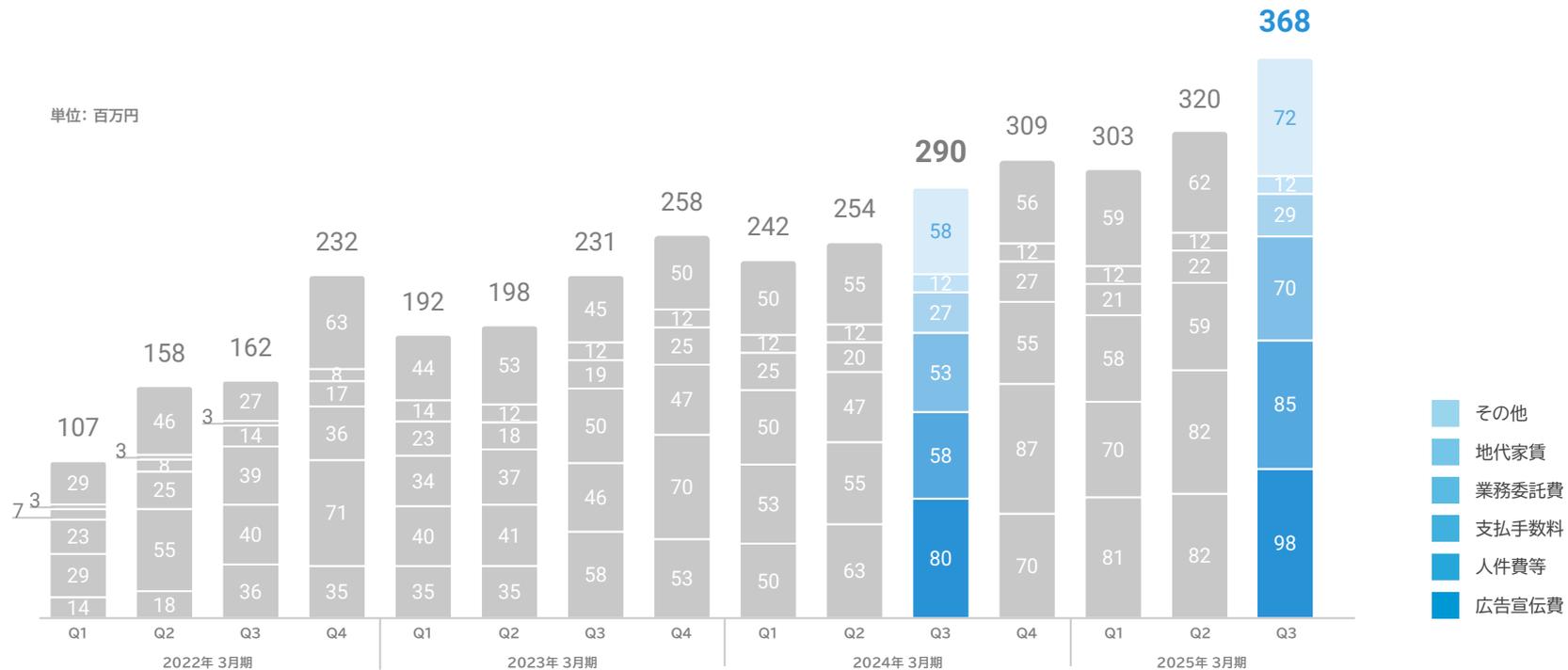
前年同期と比べて8名増員、第1四半期より賞与引当金を計上  
(対売上高比率:16%、前年同期比:+46%)

広告宣伝費 + **18** 百万円

利益確保できるROAS指標をベースに検索広告への出稿額を増額  
(対売上高比率:18%、前年同期比:+23%)

※ 人件費等には、給与手当、法定福利費、賞与、賞与引当金繰入、採用費が含まれています。

※ ROAS指標とは、インスタベースの利用総額 ÷ 広告宣伝費 の比率(Return On Advertising Spendの略)



※ 人件費等には、給与手当、法定福利費、賞与、賞与引当金繰入、採用費が含まれています。

# 01 | BSサマリ

M&Aを含む投資活動等により、前期末比で固定資産が増加

単位: 百万円

	2024年3月期 期末	2025年3月期 第3四半期末	前期末比
現預金	1,124	<b>1,411</b>	+ 25%
その他流動資産	153	<b>179</b>	+ 16%
固定資産	187	<b>242</b>	+ 29%
資産合計	1,466	<b>1,832</b>	+ 25%
流動負債	491	<b>608</b>	+ 24%
固定負債	4	<b>4</b>	+ 1%
負債合計	495	<b>613</b>	+ 24%
純資産合計	970	<b>1,219</b>	+ 26%
負債純資産合計	1,466	<b>1,832</b>	+ 25%



## 2025年3月期 通期業績予想 上方修正

ビジネス利用の促進を中心とした各種施策により、売上高が当初の想定以上に伸長  
各段階利益も当初の想定を上回る見込み

単位：百万円  
( )内は対売上高比率

	2024年3月期 実績	修正前業績予想	前期比	修正後業績予想	前期比	増減額
売上高	1,490	<b>1,806</b>	+21%	<b>1,920</b>	+29%	113
営業利益	335 (22%)	<b>380</b> (21%)	+14%	<b>450</b> (23%)	+34%	69
経常利益	336 (23%)	<b>380</b> (21%)	+13%	<b>452</b> (24%)	+35%	72
当期純利益	228 (15%)	<b>255</b> (14%)	+12%	<b>306</b> (16%)	+34%	51

01 2025年3月期 第3四半期 業績

**02** 成長戦略

03 Appendix (会社概要 / 事業概要)

各重要指標の向上施策を着実に実行し利用総額を最大化

サービス体験の向上を図り、リピート率およびLTVを最大化することで事業拡大へ

利用総額の最大化

利用数の最大化

## 1 集客力の強化

既存集客チャンネルからの集客強化  
新たな集客チャンネルの開拓  
サービス認知度の向上

## 2 UI/UXの最適化

スペース予約体験の最適化  
スペース利用体験の向上  
再利用の促進と利用頻度向上

## 3 平均単価の向上

長時間利用の獲得  
大人数利用の獲得  
法人利用の獲得

## 4 掲載スペース数の最大化

既存カテゴリにおけるスペース数拡充

新規スペースカテゴリの開拓

大手企業とのアライアンス拡大

※ LTVとは、Life Time Value(ライフ タイム バリュー)の略称。「顧客生涯価値」を指し、「一人のユーザーが、その取引期間を通じて企業にもたらす価値の合計」を意味します。

## 02 | トピックスサマリ

シーズナリティの観点から、サービス認知度向上に寄与する取組を重点的に実施

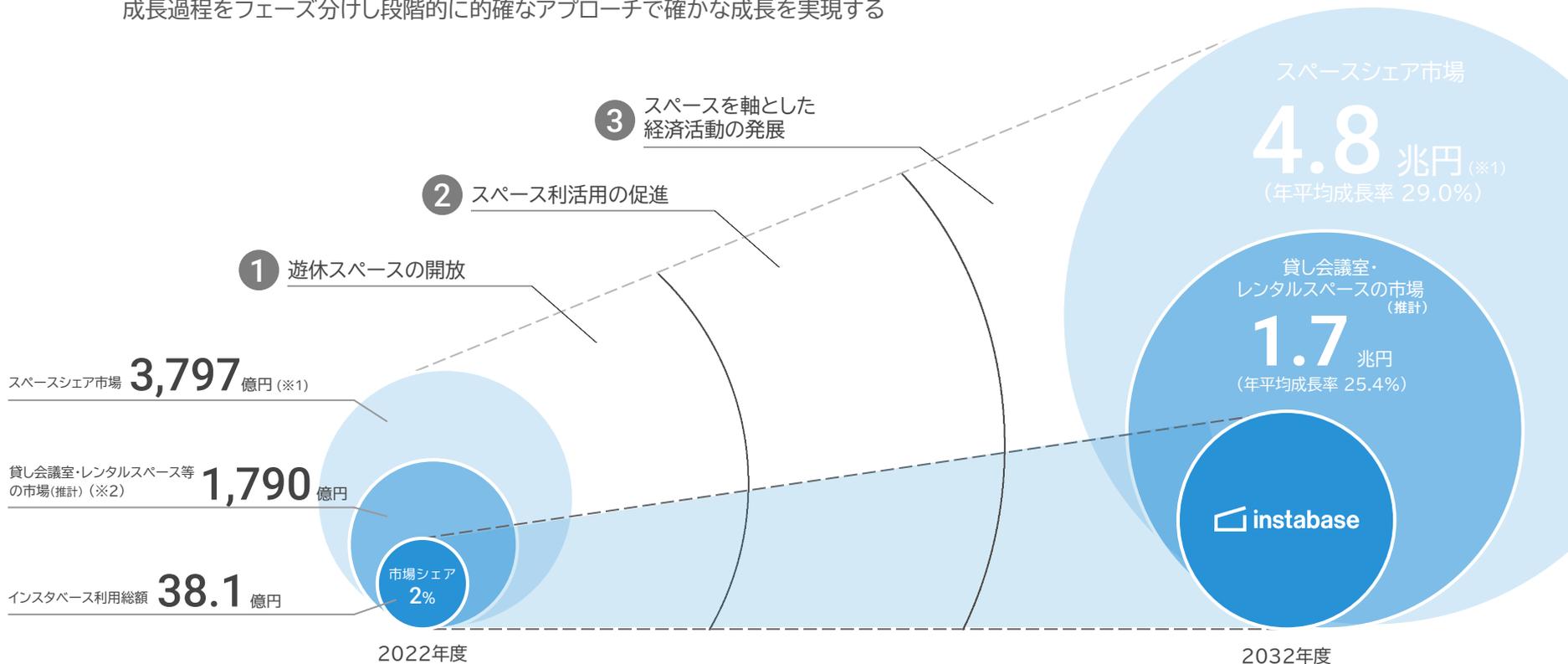
取組	概要	1 集客力の強化	2 UI/UXの最適化	3 平均単価の向上	4 掲載スペース数の最大化
ドミノ・ピザ・ジャパン とのクーポン施策	「ドミノ・ピザ」とのハロウィン特別コラボ 渋谷の街にはアドトラックが走行し、 ハロウィンパーティーでの利用を想起させるとともに、 サービス認知度向上に寄与	○			
人数料金設定機能をリリース	業界特有の課金形態がある場合も、 既存の料金プランを変更することなく掲載が可能に 利用者目線でも、スペースの予約体験が向上		○		○
ワオが提供する「お弁当デリ」 との共同実証実験開始	企業イベントの幹事およびその参加者に向けて、 クーポン配布・リピート利用の促進を実施 サービス認知度およびリピート率の向上に寄与	○		○	
新規スペースカテゴリー 「ネイルサロン」	新規スペースカテゴリーの生成により、 キーワード検索におけるSEOの効率化 およびサイト内検索の容易性に寄与	○	○		

インスタベースの成長戦略に寄与する投資を優先的に実行  
 既存事業の周辺領域も投資対象とする



## 02 | 市場規模

スペースシェア市場は2032年度には4.8兆円市場にまで拡大  
成長過程をフェーズ分けし段階的に的確なアプローチで確かな成長を実現する



※1 株式会社情報通信総合研究所「シェアリングエコノミー関連調査 2022年度調査結果」(2023年1月発表)より引用

※2 「2018年版 サービス産業要覧」(株式会社富士経済ネットワークス)、「自動車関連インフラシステム/パーキング&シェアサービスの市場予測 2019」(株式会社富士経済)、「貸会議室市場に関する調査(2019年)」(矢野経済研究所によるプレスリリース)から当社にて推計

## 決算説明動画および質疑応答について

本四半期決算に関する説明会は、録画動画にて配信  
動画と合わせて、書き起こし記事も公開予定

決算発表日	2025年2月13日
決算説明会動画配信日	2025年2月13日 <a href="https://go.sbisecc.co.jp/ir/ir_top.html">https://go.sbisecc.co.jp/ir/ir_top.html</a>
書き起こし記事公開日	2025年2月下旬予定 <a href="https://finance.logmi.jp/companies/4110">https://finance.logmi.jp/companies/4110</a>

決算に関するご質問等がございましたら、当社IRサイトのお問い合わせフォームからご質問をいただけますと幸いです。

IRサイト お問い合わせフォーム  
<https://www.rebase.co.jp/ir-inquiry/>

なお、これまでいただいている決算に関するFAQにつきましては、以下URL先にまとめておりますので、あわせてご参照いただけますと幸いです。

<https://www.qastation.jp/Rebase-8b8fbccbf1441b5948e8d96603d2ee4>

01 2025年3月期 第3四半期 業績

02 成長戦略

**03** Appendix (会社概要 / 事業概要)

## 03 | Rebaseについて

会社名 株式会社Rebase

所在地 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前 4-26-18  
原宿ピアザビル 5階

代表取締役 佐藤 海

設立日 2014年 4月 8日

資本金 1億7,186万円(2024年12月末時点)

従業員数 42 名(2024年12月末時点)

事業内容 レンタルスペースのマッチングプラットフォーム  
「インスタベース」の運営  
コミュニティイベントサービス「TOIRO」の運営





## 佐藤 海 | 代表取締役

Kai Sato

法政大学キャリアデザイン学部に入学後、  
大学を休学しシリコンバレーへ渡米。

De Anza Collegelにてビジネスの勉強をする傍ら、  
様々なスタートアップにインターンとして参加し、  
約3年間の留学生活で経営や起業の知見を得る。

留学中に法政大学を卒業し、帰国後の2014年4月に  
株式会社Rebaseを設立。



代表取締役

佐藤 海

Kai Sato

プロダクトマネジメントディレクター  
兼 デザインディレクター  
兼 ビーブル&カルチャーディレクター  
2014年4月 当社創業、取締役就任  
2016年4月 当社代表取締役就任



取締役

高畠 裕二

Yuji Takabatake

エンジニアリングディレクター  
2014年4月 当社創業、取締役就任



取締役

石田 アレックス

Alex Ishida

グロースディレクター  
2017年6月 当社取締役就任



取締役

大辻 琢磨

Takuma Otsuji

ビジネスディレクター  
兼 コーポレートディレクター  
2017年8月 当社入社  
2021年7月 取締役就任



ディレクター

高橋 隆太

Ryuta Takahashi

ファイナンスディレクター  
2020年7月 当社入社  
2024年4月 ディレクター就任



ディレクター

林田 遼

Ryo Hayashida

プロダクト推進ディレクター  
2017年10月 当社入社  
2024年10月 ディレクター就任

社外取締役

平垣内 久隆

Hisataka Hiragochi

公益財団法人日本海事センター業務執行理事(理事長)  
2022年6月 当社社外取締役就任

常勤監査役(社外)

渡辺 永二

Eiji Watanabe

ビルボックスジャパン株式会社 取締役  
株式会社インサイトテクノロジー 取締役  
2021年6月 当社監査役就任

非常勤監査役(社外)

岩館 徹

Toru Iwadate

株式会社ファブリカコミュニケーションズ 取締役  
株式会社メディア4u 取締役  
Sparkle AI株式会社 取締役  
2021年6月 当社監査役就任

非常勤監査役(社外)

小山 嘉信

Yoshinobu Koyama

弁護士  
長島・大野・常松法律事務所 パートナー  
東京大学法学部非常勤講師(民法)  
2022年6月 当社監査役就任

01 2025年3月期 第3四半期 業績

02 成長戦略

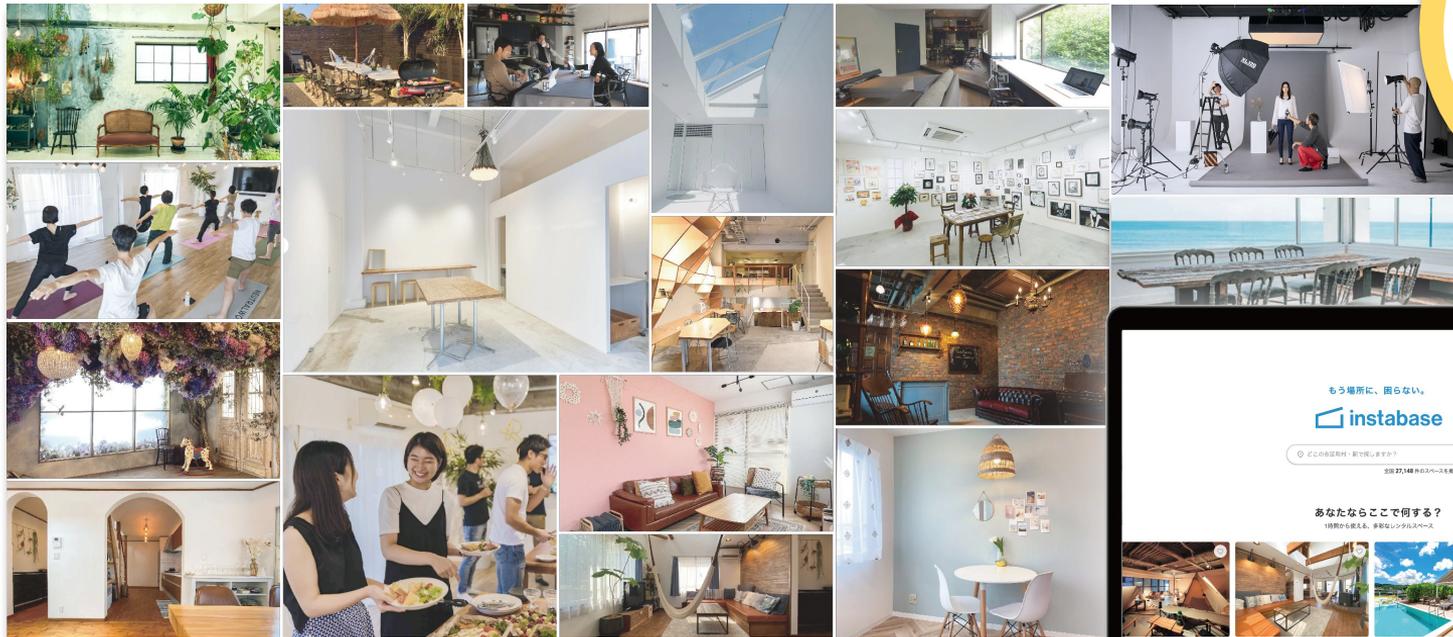
**03** Appendix (会社概要 / 事業概要)



### 03 | instabase(インスタベース)とは

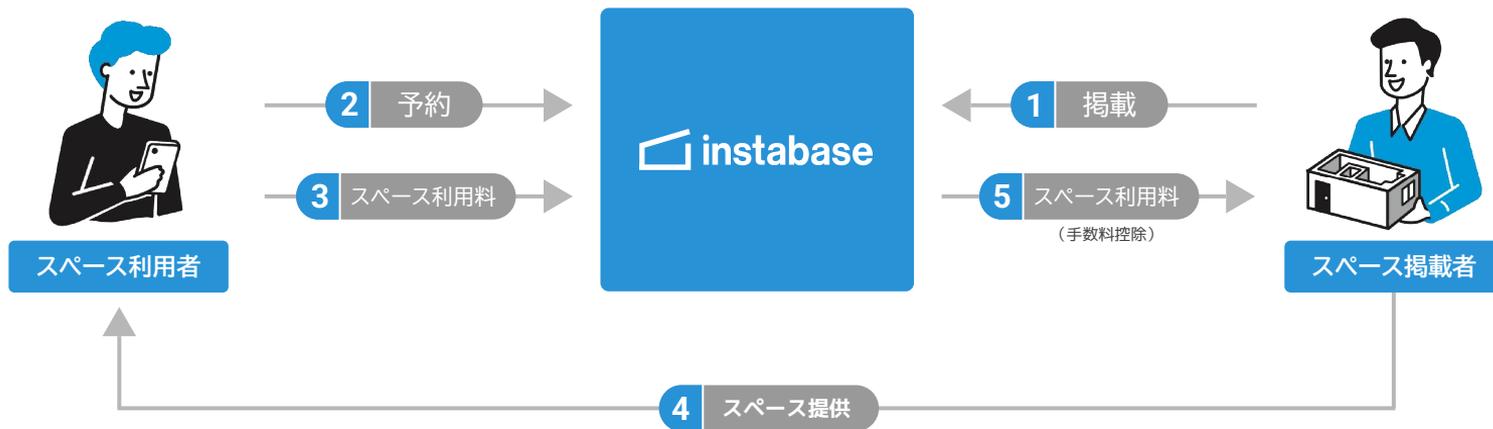
日本最大級のレンタルスペースのマッチングプラットフォーム  
時間単位や1日単位でフレキシブルに使えるレンタルスペースが全国で予約可能

掲載スペース数  
**40,000**件超  
日本国内 No.1



※ 掲載スペース数は2025年2月13日時点の実績となります。

当社の売上は、インスタベース上で成立した予約に対する手数料のみ  
残りの大半の金額を月末締め・翌月末払いでスペース掲載者へお支払い



初期登録料や月額掲載料など一切ない「完全成果報酬モデル」  
わかりやすくシンプルな料金体系で利便性の高いサービスを提供



スペース利用者

### スペース利用料のみ

登録料	0 円
月額会員費用	0 円
その他手数料	0 円

その他に発生する料金は一切なし



スペース掲載者

### 成約手数料のみ

初期費用	0 円
月額掲載料	0 円
システム利用料	0 円

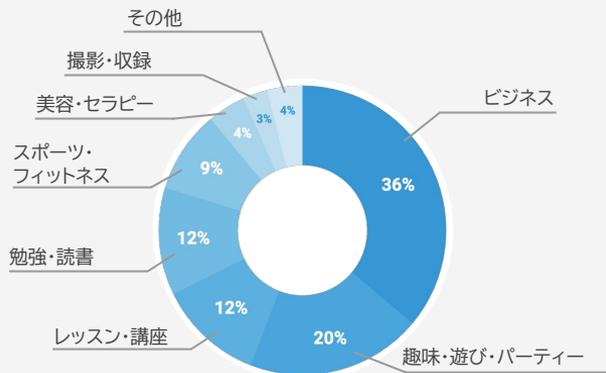
スペース利用料に対して最大35%の手数料率

## 03 | 幅広い利用用途でマッチング効率を追求したプラットフォーム

ウェブマーケティングを中心とした効率的な集客で、幅広い利用用途で予約数を最大化  
利用目的に応じて選べる多種多様なスペースを全国で40,000件以上掲載

### 多種多様で幅広い利用用途

利用数における利用用途の比率(2023年10月~2024年9月)



### 成長を続けるサイト集客力

セッション数の合計(2023年10月~2024年9月)

**2,800** 万人以上

日本人の約5人に1人以上がインスタベースにアクセス

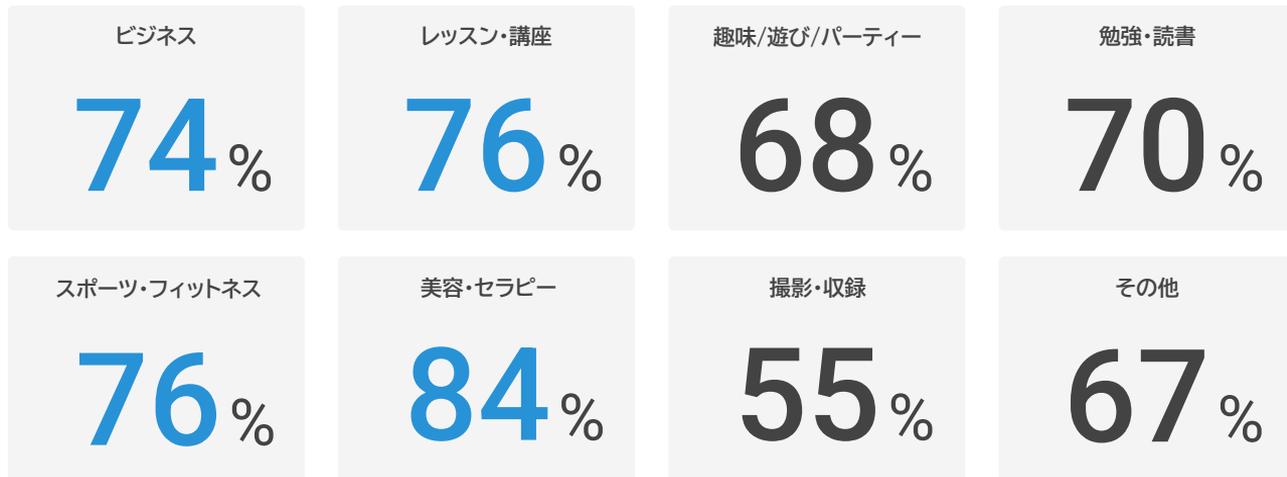
### 国内No.1の掲載スペース数

全国47都道府県に展開(2025年2月13日時点)

**40,000** 件以上

### 03 | リピート率の高い利用用途で安定的な成長を実現

創業時より日常的に場所を必要とする利用用途の開拓に注力  
既存ユーザーによるリピート利用で安定的な成長基盤を構築

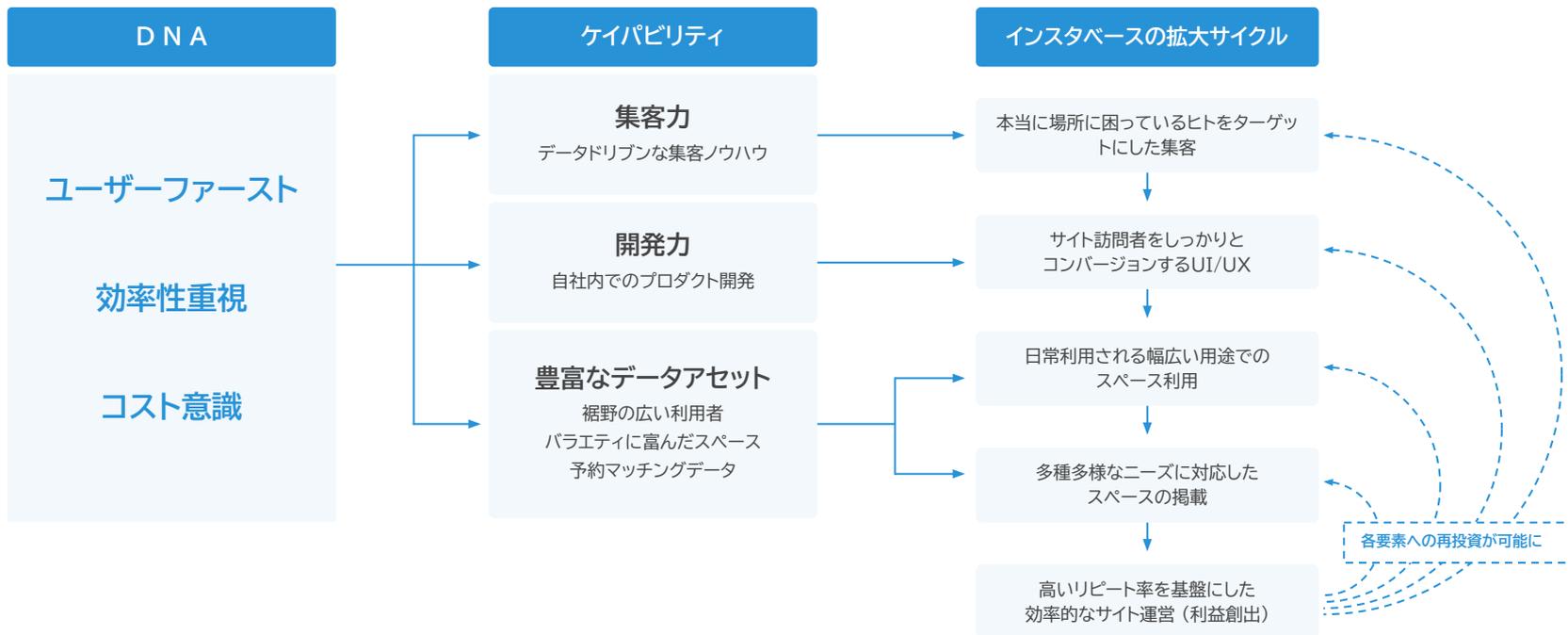


全体平均リピート率 **72%**

※ リピート率とは、同一用途で2回以上予約している方による予約数の割合。2023年10月から2024年9月の実績

## インスタベースの成長を支える当社の強み

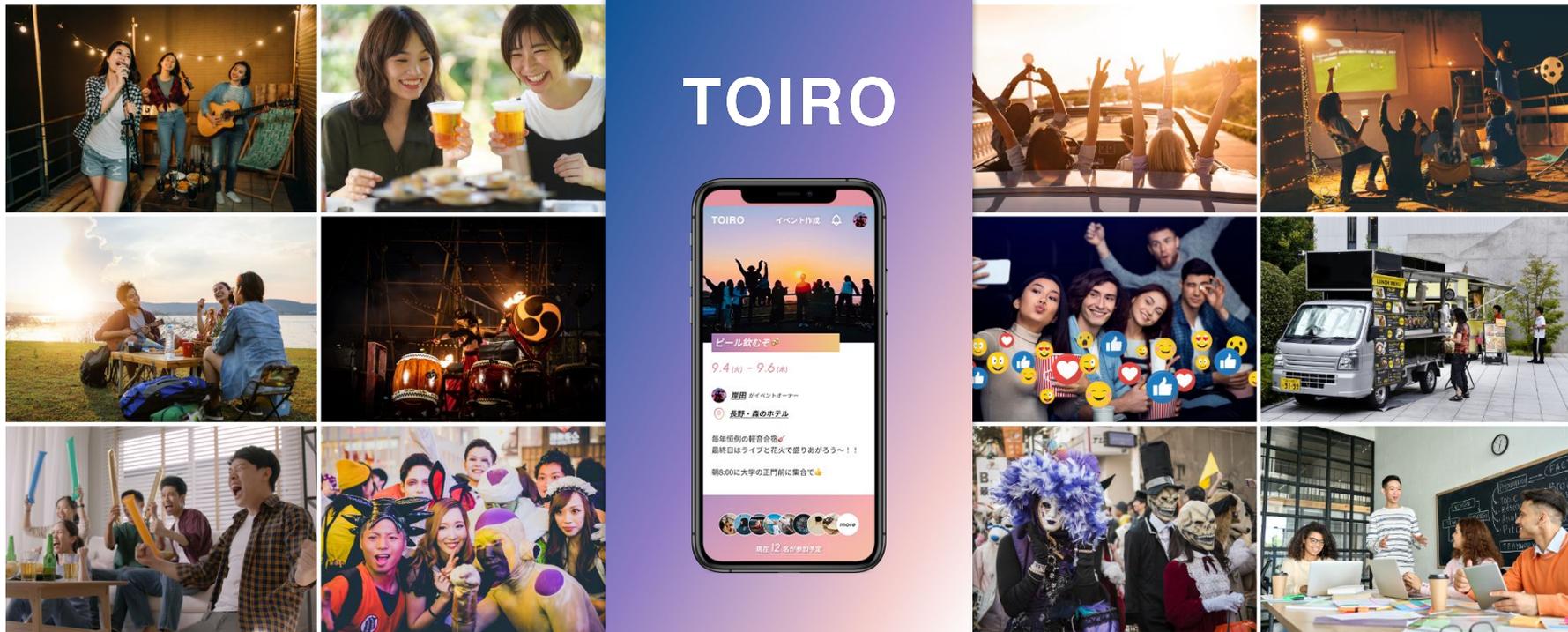
ビジョンとミッションの実現のため、創業時の原体験を強みに生産性の高い経営体制を構築  
強みを生かした事業拡大サイクルを循環させることで持続的な成長が可能に



※ UI/UXとは、User Interface/User Experience の略称。UIはWebサービスやアプリケーションなどにおいて、ユーザーの目にふれるすべてのものを指し、UXはユーザーが商品やサービスを通じて得られる体験のことを指します

TOIRO

トイロは、これまでにない新たなイベント体験を提供するコミュニティイベントサービス  
 身近なところで開かれている様々な催し物がトイロひとつで確認できるように「コト(体験)」のシェアを加速



既存サービス「インスタベース」を主軸に周辺領域へ新規サービスを展開  
各サービスが相乗効果を生み、さらなる成長を促進



参加者

TOIRO

「人」と「コト」  
をマッチングする仕組み



スペース利用者

主催者

instabase

「コト」と「場」  
をマッチングする仕組み



スペース掲載者

これまでにない新たなイベント体験を提供するコミュニティイベントサービス  
イベントを主催する方々にとって便利な機能を順次開発し実装していく予定



## できること

- ・ イベントの日程調整
- ・ イベントの作成および出欠管理
- ・ オープンチャット(TOIROG)
- ・ 集客機能
- ・ クレジットカード決済機能
- ・ 受付管理機能

TOIRO (<https://toiro.com/>)

## 本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する情報が含まれています。  
これらの記述は、現在、一般的に認識されている経済・社会等の情勢および  
当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されたものであり、  
リスクや不確実性を含むものであります。  
当社として将来の結果や業績を保証するものではないことにご留意ください。

当該見通しに関する記述と実際の業績の間には、経済状況の変化やお客様のニーズおよび  
嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後の様々な要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

# Rebase