



BASE

2023年12月期第4四半期
決算説明会資料

BASE株式会社

(東証グロース:4477)

2024年2月8日

1. 会社概要
2. エグゼクティブ・サマリー
3. 2023年12月期第4四半期業績
4. 中長期の経営方針及び2024年12月期業績予想
5. ご参考資料

1. 会社概要

Mission

Payment to the People, Power to the People.

ひとりひとりに眠る、想いが、感性が、才能が。

世界中の、必要な人に届くように。

そこから生まれる、作品に、アイデアに、活動に。

正当な対価を、受け取れるように。

ペイメントを、世界中の人へ解放する。

世界のすべての人に、

自分の力を自由に価値へと変えて

生きていけるチャンスを。

あたらしい決済で、あたらしい経済を。



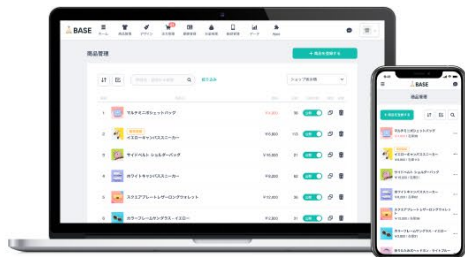
BASE

サービス概要

BASEグループの各サービスを通じて、**個人及びスモールチーム**や、**スタートアップ**に加え、**購入者**をエンパワーメントすることに注力



個人・スモールチーム等のショップ向け



決済支援・ショップ作成支援

誰でもかんたんにストアフロント型の
ネットショップを無料で作れる
ネットショップ作成サービス



スタートアップ等の加盟店向け

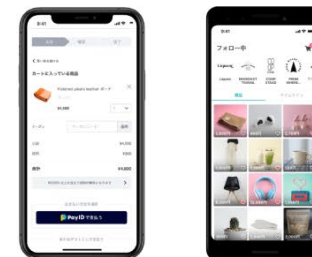


決済支援

WEBサービスにクレジット決済を
かんたんに導入できる開発者向けの
オンライン決済サービス



購入者向け



ID決済・ショッピングアプリ

BNPL等のスムーズな決済体験の提供や
購入者との関係構築をサポートする
ショッピングサービス

2. エグゼクティブ・サマリー

<p>2023年12月期 通期業績</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ グループ全体のGMVは、BASE事業とPAY.JP事業両方の成長により、大きく増加 ✓ 売上高、売上総利益及び営業損益等は、業績予想を上回って着地 ✓ 売上総利益の成長及び販管費の削減により営業損失が縮小し、2025年12月期黒字化に向けて財務体質が改善
<p>2023年12月期 第4四半期業績</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ BASE事業とPAY.JP事業のGMVがともに過去最高となり、連結売上総利益が増加した一方で、販管費が抑制されたことにより、営業損失は一時的に大幅に縮小 ✓ BASE事業のGMVは、売上規模の大きなショップがけん引し、前年同四半期比+12.8%と引き続き好調 ✓ BASE事業のテイクレートは、前四半期比で横ばいを維持 ✓ PAY.JP事業のGMVは、既存加盟店が引き続き成長したことに加え、新規加盟店のGMVも大きく積み上がり、前年同四半期比+75.5%と引き続き大きく増加
<p>中長期の 経営方針</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 既存プロダクトの強化によるGMV成長と収益性向上の両立に加え、既存プロダクト間のシナジー創出による成長加速や、M&A及び提携等によるグループ全体の非連続な成長を目指す ✓ 2025年12月期における営業利益の黒字化達成後も、成長性及び収益性を考慮した規律ある投資方針を維持しながら、2026年12月期以降の売上総利益100億円の早期達成を目指す
<p>2024年12月期 業績予想</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 売上総利益は前年同期比+30%水準を目指す ✓ 営業損益の上限予想は損益分岐点水準、下限予想でも赤字縮小の見込み

2023年12月期の方針(2023年2月8日開示)

グループ 経営方針

- ✓ 中長期的なグループ全体の売上総利益の成長及び価値創造の最大化
- ✓ **筋肉質な財務体質への転換**
- ✓ 決済・金融へのアクセシビリティ向上及びD&Iの推進

BASE

- ✓ 事業環境の変化等を鑑み、GMV増加への注力から、GMV及びテイクレートの増加等による**売上総利益の増加に注力**する事業運営へ転換
- ✓ 従来の、サービスの急成長に合わせた積極的な投資方針を見直し、**販管費を抑制**

PAY.JP

- ✓ **引き続き力強いGMVの成長を目指す**
- ✓ 既存加盟店の成長及び新規加盟店の獲得を目的とした、機能開発及びサポート体制の構築、マーケティング戦略の改善に注力

Pay ID

- ✓ 2023年3月頃を目標にBNPL機能を実装
- ✓ 購入者の会員基盤を強化し、「BASE」のショップ及び購入者への付加価値を向上させる

金融

- ✓ 既存プロダクトの成長により、「BASE」のショップへの付加価値を向上させる

2023年12月期の振り返り

- ✓ グループGMV成長に伴う**売上総利益の成長**に加え、既存プロダクト間のシナジー創出のための取組みにも着手し、**グループ全体の価値創造最大化に向けた基盤づくりを推進**
- ✓ 売上総利益の成長及び販管費の削減により、**営業損失が縮小し、2025年12月期黒字化に向けて財務体質が改善**
- ✓ D&Iの推進及び気候変動への対応が進捗

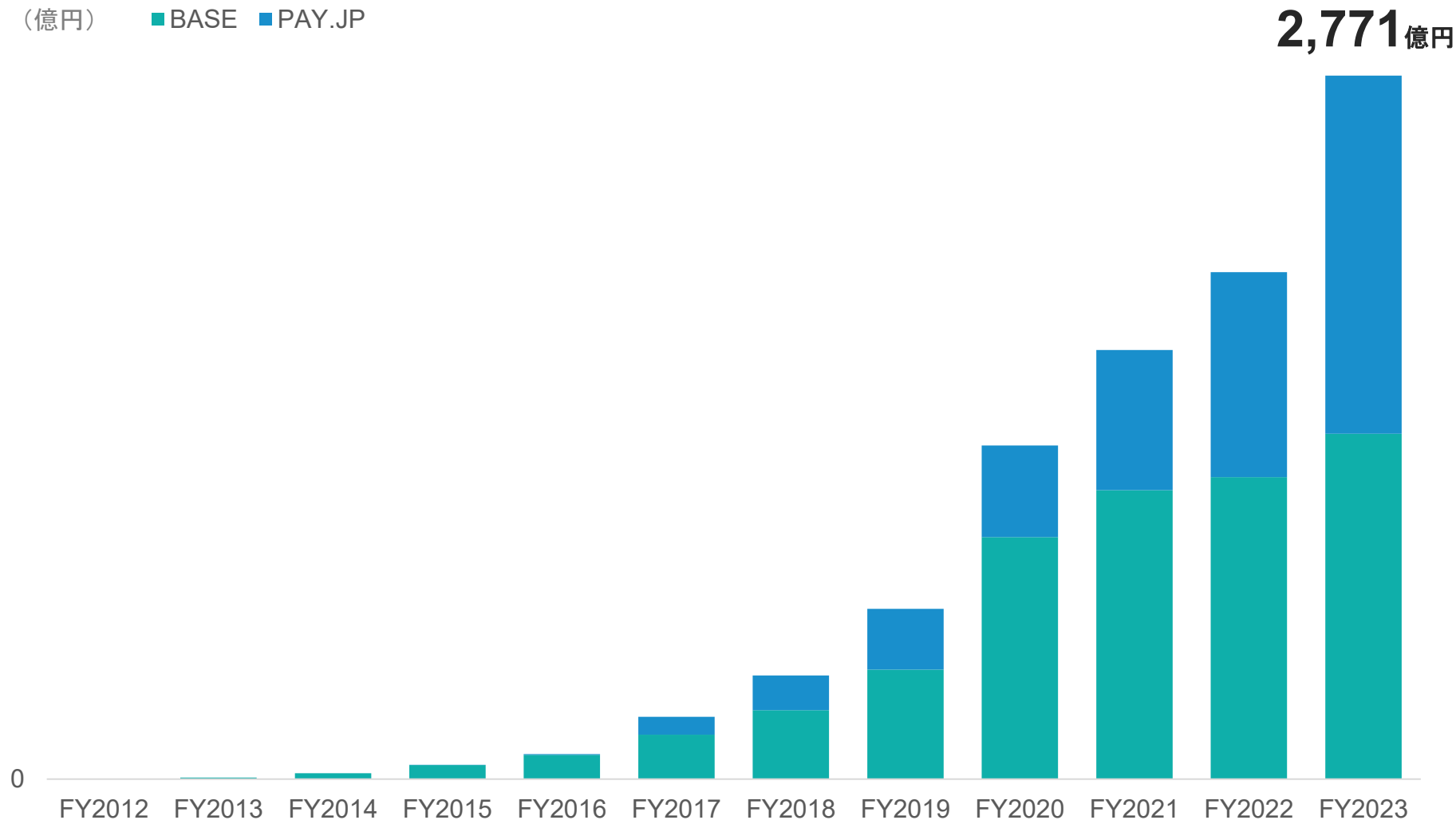
- ✓ 月額有料プランの効果等によりGMVは好調に推移し、テイクレートはおおむね下げ止まったことで、**売上総利益は想定を超えて着地**
- ✓ マーケティングの効率化等により、**販管費は想定以上に抑制**
- ✓ 数多くの新機能リリース及び改善により、プロダクトの付加価値が向上

- ✓ 既存加盟店の成長及び新規加盟店の獲得により、**GMVが大きく成長**
- ✓ 各施策は想定通りに進捗し、GMV成長に貢献

- ✓ 2023年4月より、BNPL「あと払い(Pay ID)」の提供を開始し、機能拡充及びマーケティング施策も想定通りに進捗
- ✓ **登録者数が1,300万人を突破**

- ✓ 「YELL BANK」の機能拡充により金融領域の付加価値が向上したことで、利用ショップ数及び利用金額が増加し、**その他事業の売上総利益が大きく増加**

グループ全体のGMVは、BASE事業とPAY.JP事業両方の成長により、大きく増加

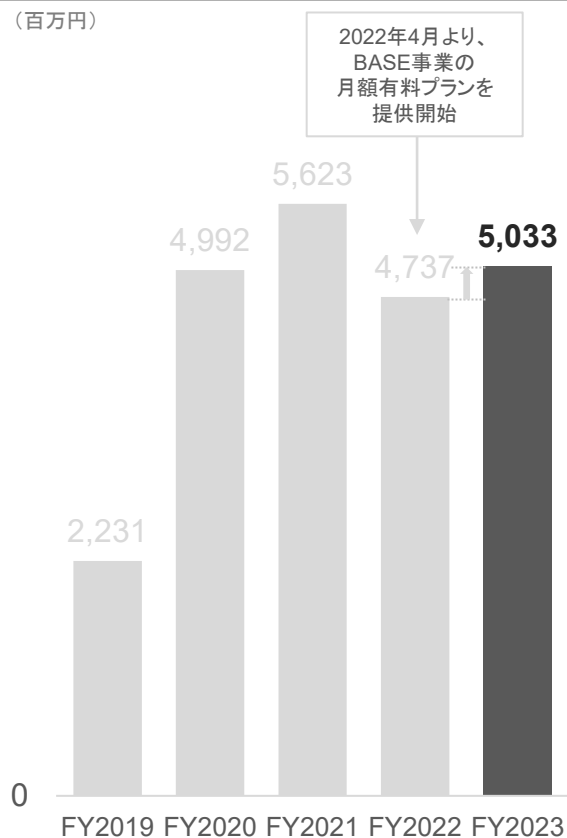


(注)BASE事業のGMVは注文日ベース(注文額)。PAY.JP事業のGMVは決済日ベース(決済額)

売上総利益の成長及び販管費の削減により営業損失が縮小し、2025年12月期黒字化に向けて財務体質が改善

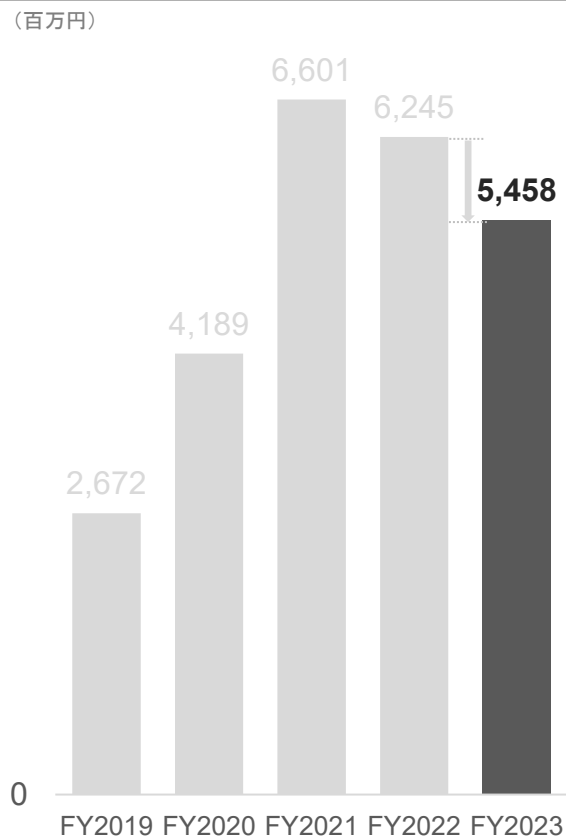
売上総利益

(百万円)



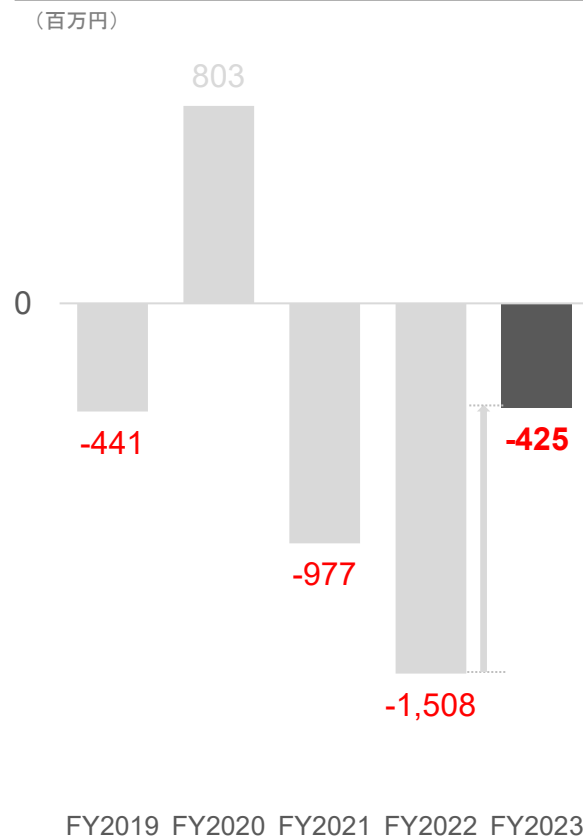
販管費

(百万円)



営業損益

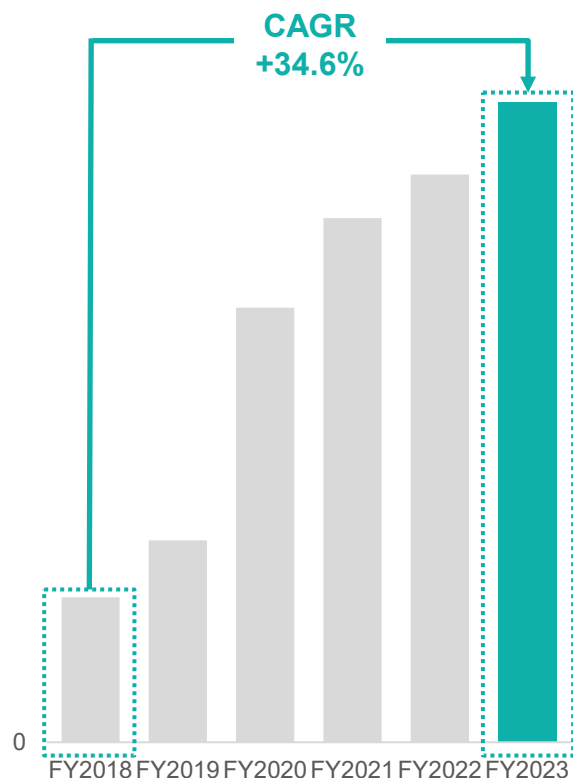
(百万円)



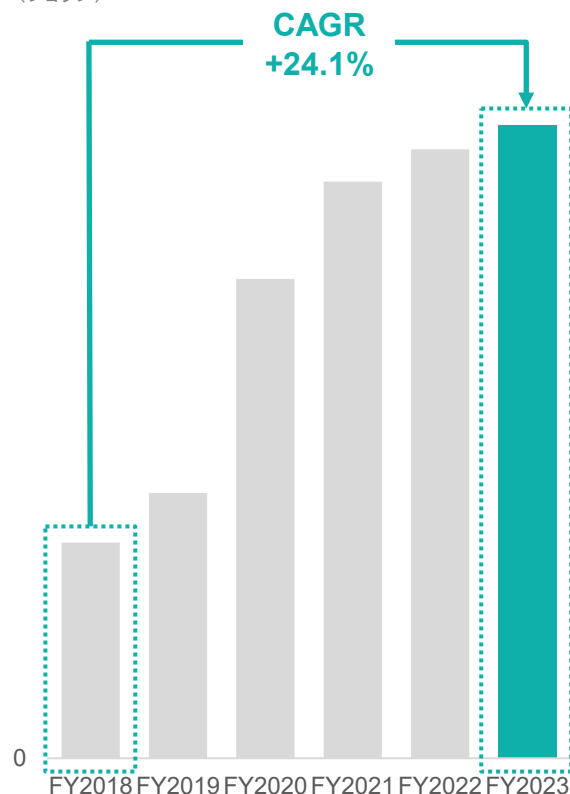
COVID-19感染拡大に伴う急成長を経た後も、認知度の向上及び月額有料プランの提供等により、**月間売店数及び1ショップあたり月間平均GMVはともに成長を継続**

月間GMV (注1,2,3)

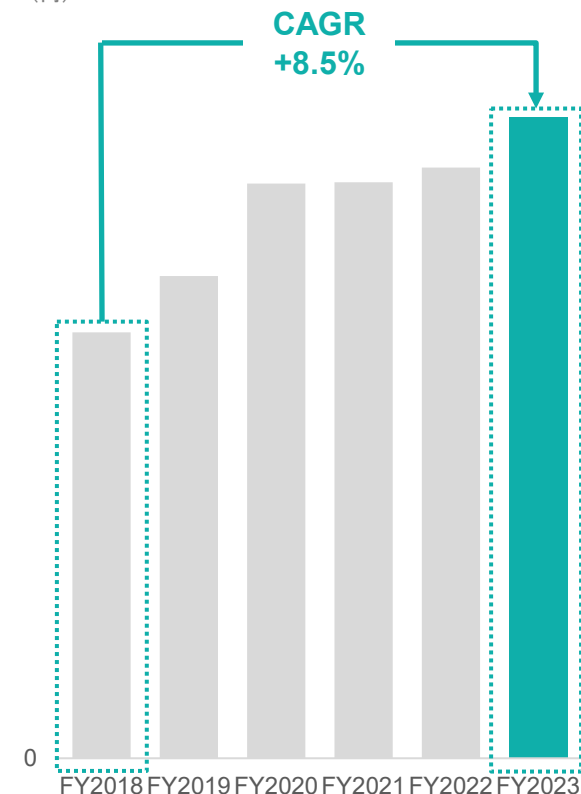
(円)


月間売店数 (注1,3)

(ショップ)


1ショップあたり月間平均GMV (注1)

(円)



(注1) CAGRは5年間の年平均成長率で、それぞれ第4四半期の比較

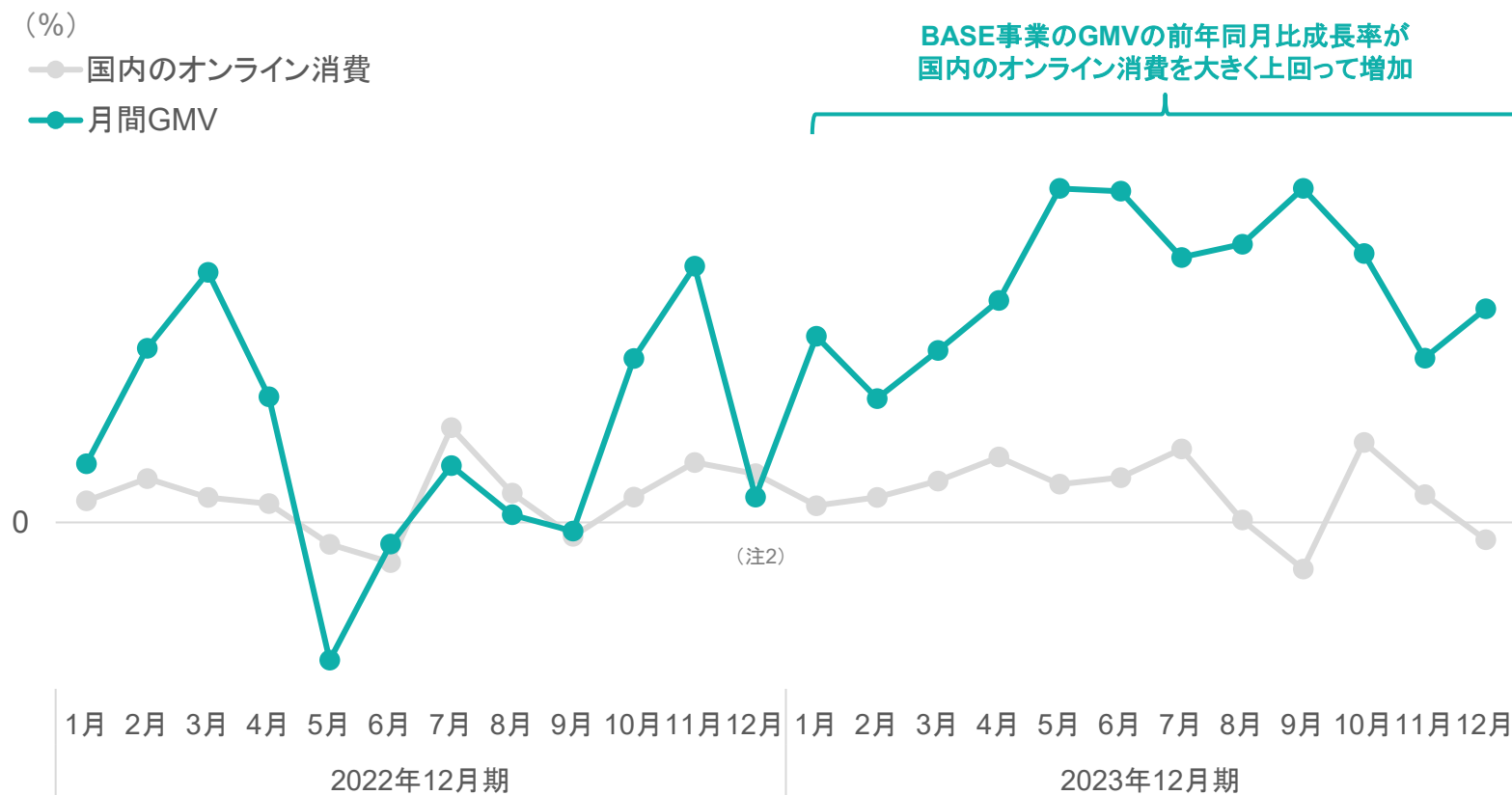
(注2) GMVは注文日ベースの注文額

(注3) 月間GMV及び月間売店数は、四半期平均

BASE事業の月間GMVは、年間を通じて国内のオンライン消費の成長率を大きく上回って増加

第4四半期においても、売上規模の大きなショップがけん引し、前年同四半期比+12.8%と引き続き好調

月間GMV及び国内のオンライン消費^(注1)の前年同月比成長率

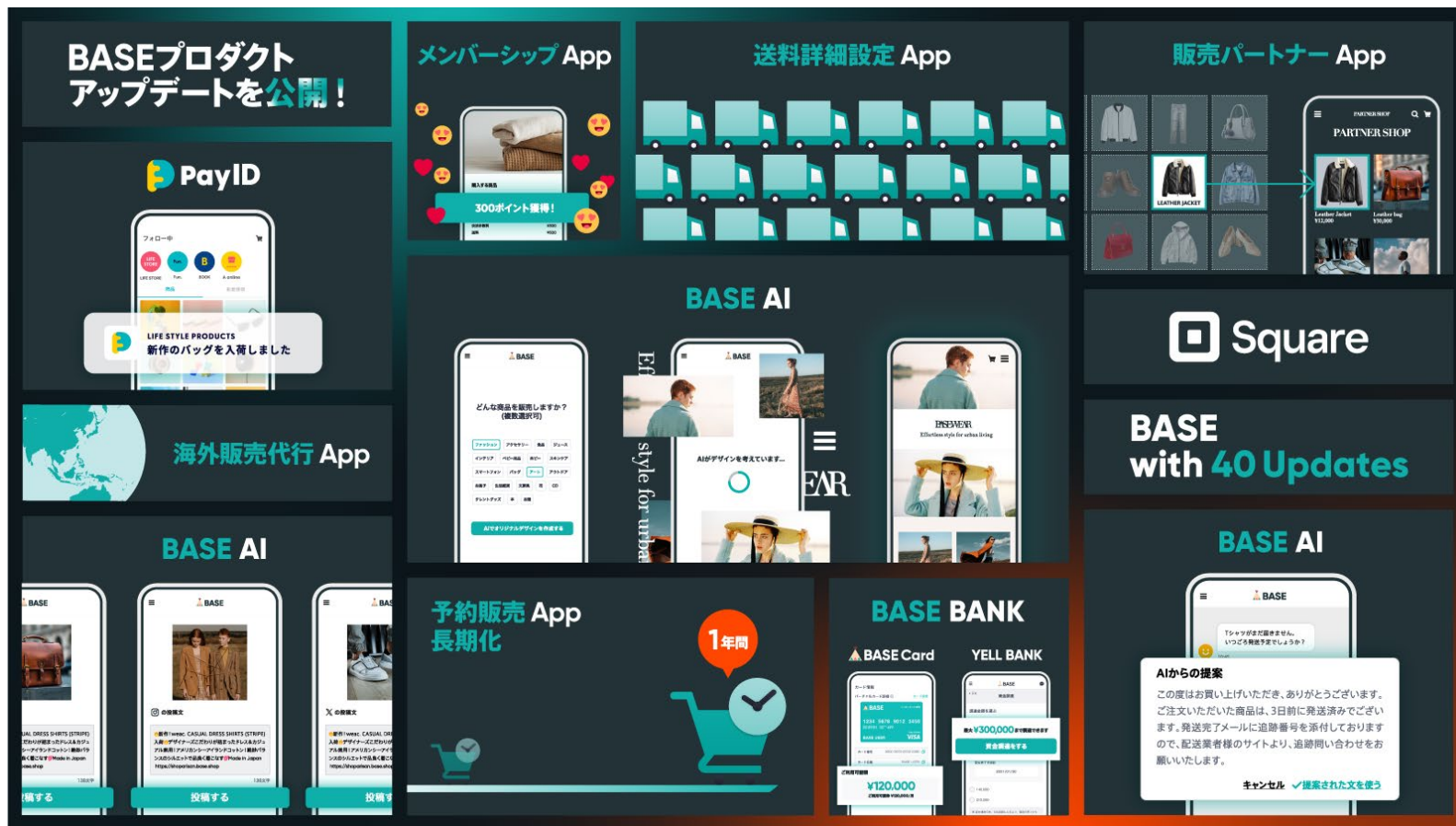


(注1) ナウキャスト / JCB「JCB消費NOW」の「EC(月全体/前年比)」より当社作成

(注2) 2021年12月の月間GMVは大規模なクーポン施策により大幅に押し上げられていたため、2022年12月の前年同月比成長率は、前後の月と比較して低くなっている

数多くの新機能リリース及び改善により、製品の付加価値が向上

CRM、販促活動、デザイン及び業務効率化等の機能を拡充し、ショップの成長をサポート



BASE製品アップデートを公開!

PayID
LIFE STYLE PRODUCTS
新作のバッグを入荷しました

メンバーシップ App
300ポイント獲得!

送料詳細設定 App

販売パートナー App
PARTNER SHOP
Leather Jacket 112,000
Leather Bag 91,000

BASE AI

Square

BASE with 40 Updates

BASE AI

予約販売 App 長期化
1年間

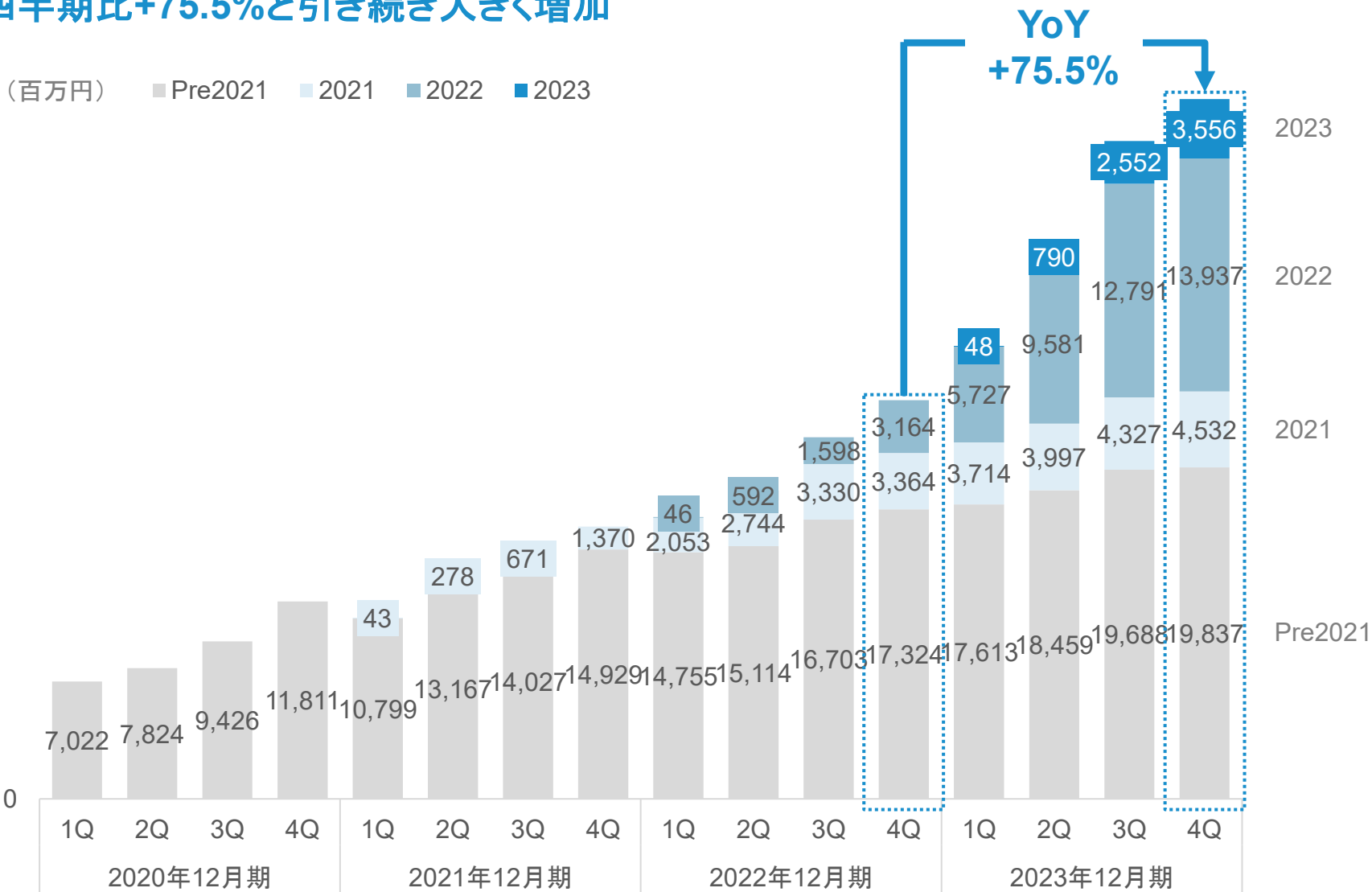
BASE BANK
BASE Card YELL BANK
¥120,000

AIからの提案
この度はお買い上げいただき、ありがとうございます。
ご注文いただいた商品は、3日前に発送済みでございます。発送完了メールに追跡番号を添付しておりますので、配送業者様のサイトより、追跡問い合わせをお願いいたします。
キャンセル ✓ 提案された文を扱う

2023年11月、ショップの成長支援のための取組みを紹介するサイトを公開し、直近約1年間で実施した機能アップデートと、今後リリース予定の機能を発表

特設サイト: <https://product.thebase.com/solution>

既存加盟店が引き続き成長したことに加え、新規加盟店のGMVも大きく積み上がり、
前年同四半期比+75.5%と引き続き大きく増加



資金調達サービス「YELL BANK」を中心とした金融領域は、「BASE」のショップのキャッシュフローを早期化し、成長を支援することで、力強い成長を継続

資金調達サービス「YELL BANK」の概要

資金提供の仕組み

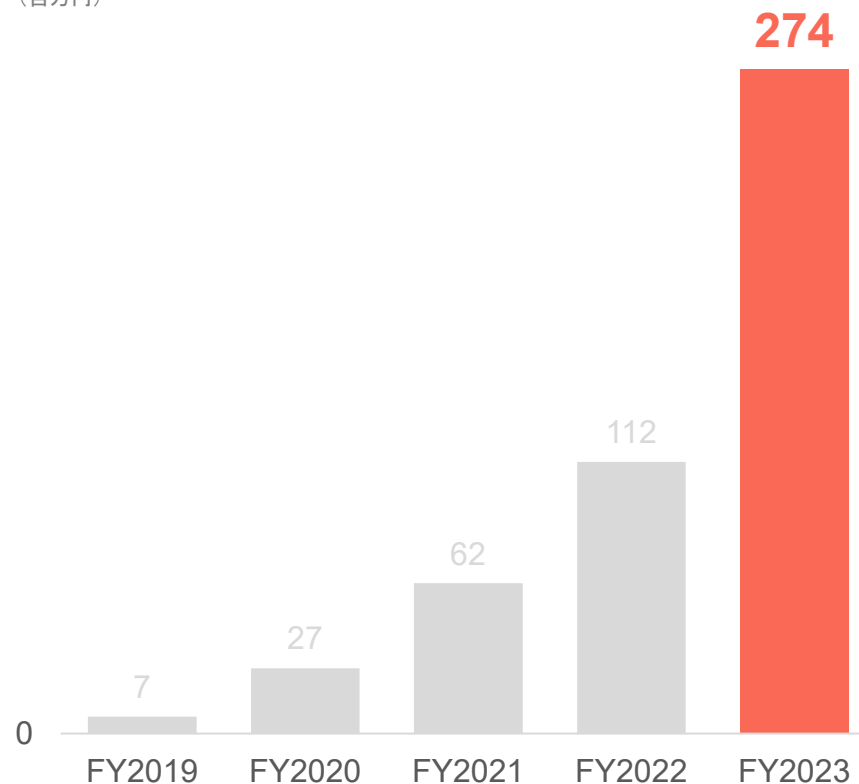
- ✓ BASEが、ショップの売上実績をもとに将来の売上を予測し、将来の売上債権を買い取ることで資金提供
- ✓ ショップは、商品が売れた際、支払い率^(注1)に応じた売上金額を自動的に支払う

「YELL BANK」のメリット

- ✓ ショップは、従来の金融機関の事前審査や書類提出は不要で、即座に資金調達が可能
- ✓ ショップからBASEへの支払いは商品が売れたときのみ
- ✓ ショップの売上が成長すると、調達可能金額も増加する仕組み

その他事業の売上総利益^(注2)

(百万円)



(注1) ショップで販売している商品が売れた際、BASE株式会社に支払う割合

(注2) その他事業には「YELL BANK」と「BASEカード」が含まれるが、その大半が「YELL BANK」によるもの

サステナビリティに関する方針

グループ及び社会全体のD&Iの実現に向けた取組みを強化

TCFD提言に基づく情報開示や、「あと払い(Pay ID)」を通じた環境保全への取組み等も推進

D&Iの取組み

- ✓ 人事制度及び社内研修制度等を見直し、あらゆる従業員が自分らしく働ける環境整備を推進
- ✓ 社内Allyコミュニティの立ち上げ等、LGBTQ+の人々が誇りをもって働ける職場づくりに取組み、「PRIDE指標2023」において「ゴールド認定」を取得
- ✓ 地方自治体との連携強化に伴い、地域事業者や教職員及び高校生向けのネットショップ開設講座を複数実施し、場所や時間等に縛られない多様な生き方をサポート



高校生向けネットショップ開設セミナーの様子

気候変動への取組み

- ✓ TCFD提言に基づく情報開示
- ✓ GHG排出量を算定
- ✓ 本社オフィスの使用電力量を全て再生可能エネルギー由来の電力への切り替えに加え、再生製品利用による環境配慮の取組みを推進
- ✓ 「あと払い(Pay ID)」での決済件数に応じた金額を、国際緑化推進センターに寄付



3. 2023年12月期第4四半期業績

連結

第4四半期においては、**BASE事業とPAY.JP事業のGMVがともに過去最高となり**、連結売上総利益が増加した一方で、販管費が抑制されたことにより、**営業損失は一時的に大幅に縮小**
通期においては、**売上高、売上総利益及び営業損益等が、業績予想を上回って着地**

BASE事業

GMV^(注)は、売上規模の大きなショップがけん引し、**前年同四半期比+12.8%**と引き続き好調
売上高及び売上総利益は、GMVの増加により増加
月額有料プランのGMV構成比に変化はなく、**テイクレートは前四半期比で横ばいを維持**

PAY.JP事業

GMV^(注)は、既存及び新規両方の大型加盟店がけん引し、**前年同四半期比+75.5%**と引き続き**大きく増加**
GMVの増加により、**売上高は前年同四半期比+71.6%**、**売上総利益は同50.7%**と**大きく増加**

第4四半期においては、BASE事業とPAY.JP事業のGMVがともに過去最高となり、連結売上総利益が増加した一方で、販管費が抑制されたことにより、営業損失は一時的に大幅に縮小

販管費は、好調なGMV推移を受け、販促支援を縮小したこと等により、一部が未消化となり、想定を下回った
通期においては、売上高、売上総利益及び営業損益等が、業績予想を上回って着地

(百万円)	FY2023 4Q (2023年10月-12月)					FY2023 通期 (2023年1月-12月)				
	実績	前年同四半期		前四半期		通期	前年同期		業績予想	達成率(注1)
		実績	YoY	実績	QoQ		実績	YoY		
売上高	3,343	2,639	+26.7%	2,976	+12.3%	11,680	9,739	+19.9%	11,500	101.6%
売上総利益	1,462	1,200	+21.9%	1,256	+16.4%	5,033	4,737	+6.2%	4,900	102.7%
売上総利益率	43.7%	45.5%	-1.7pt	42.2%	+1.5pt	43.1%	48.6%	-5.5pt	-	-
販管費	1,466	1,541	-4.8%	1,390	+5.5%	5,458	6,245	-12.6%	5,900	92.5%
営業利益	-4	-340	n/a	-133	n/a	-425	-1,508	n/a	-1,000	n/a
経常利益	1	-341	n/a	-130	n/a	-409	-1,495	n/a	-1,000	n/a
当期純利益	-92	-515	n/a	-142	n/a	-606	-1,732	n/a	-1,100	n/a
GMV (BASE事業)	38,752	34,343	+12.8%	33,487	+15.7%	135,991	118,932	+14.3%	134,000	101.5%
GMV (PAY.JP事業)	41,858	23,844	+75.5%	39,351	+6.4%	141,127	80,762	+74.7%	139,000	101.5%

(注1) 通期業績予想に対する進捗率

(注2) GMVは参考値として開示。BASE事業のGMVは注文日ベース(注文額)。PAY.JP事業のGMVは決済日ベース(決済額)

2023年12月末時点で現預金が22,227百万円と強固な財務基盤を維持

グループGMVの大幅な増加により、未収入金、営業未払金及び営業預り金が前期末比で増加

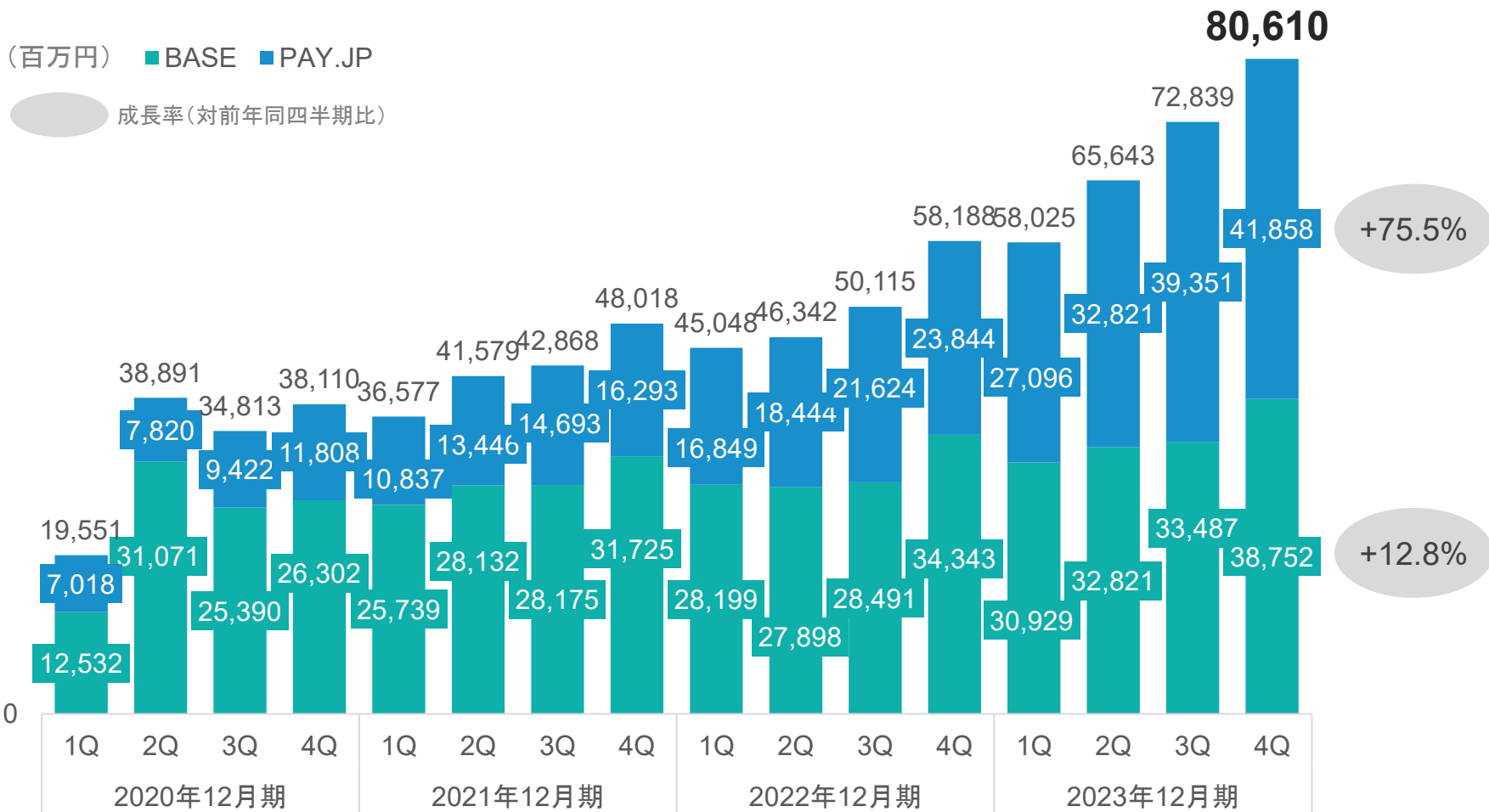
(百万円)	2023年12月末	2022年12月末	前期末比
流動資産	36,965	30,946	+19.5%
(内、現金及び預金)	22,227	22,344	-0.5%
(内、未収入金) ^(注1)	13,821	7,977	+73.2%
固定資産	331	332	-0.2%
(内、投資有価証券)	36	39	-7.9%
資産合計	37,297	31,278	+19.2%
流動負債	24,244	17,720	+36.8%
(内、営業未払金) ^(注2)	13,215	11,771	+12.3%
(内、営業預り金) ^(注3)	10,299	5,468	+88.3%
固定負債	52	57	-7.5%
負債合計	24,297	17,777	+36.7%
資本金	8,669	8,614	+0.6%
資本剰余金	4,933	7,424	-33.6%
利益剰余金	-606	-2,545	-
その他有価証券評価差額金	5	6	-24.5%
純資産合計	13,000	13,501	-3.7%

(注1)未収入金:決済代行会社から当社へ支払われる決済代金のうち未入金のもの

(注2)営業未払金:BASE事業において、当社からショップへ支払う決済代金のうち、未払いのもの

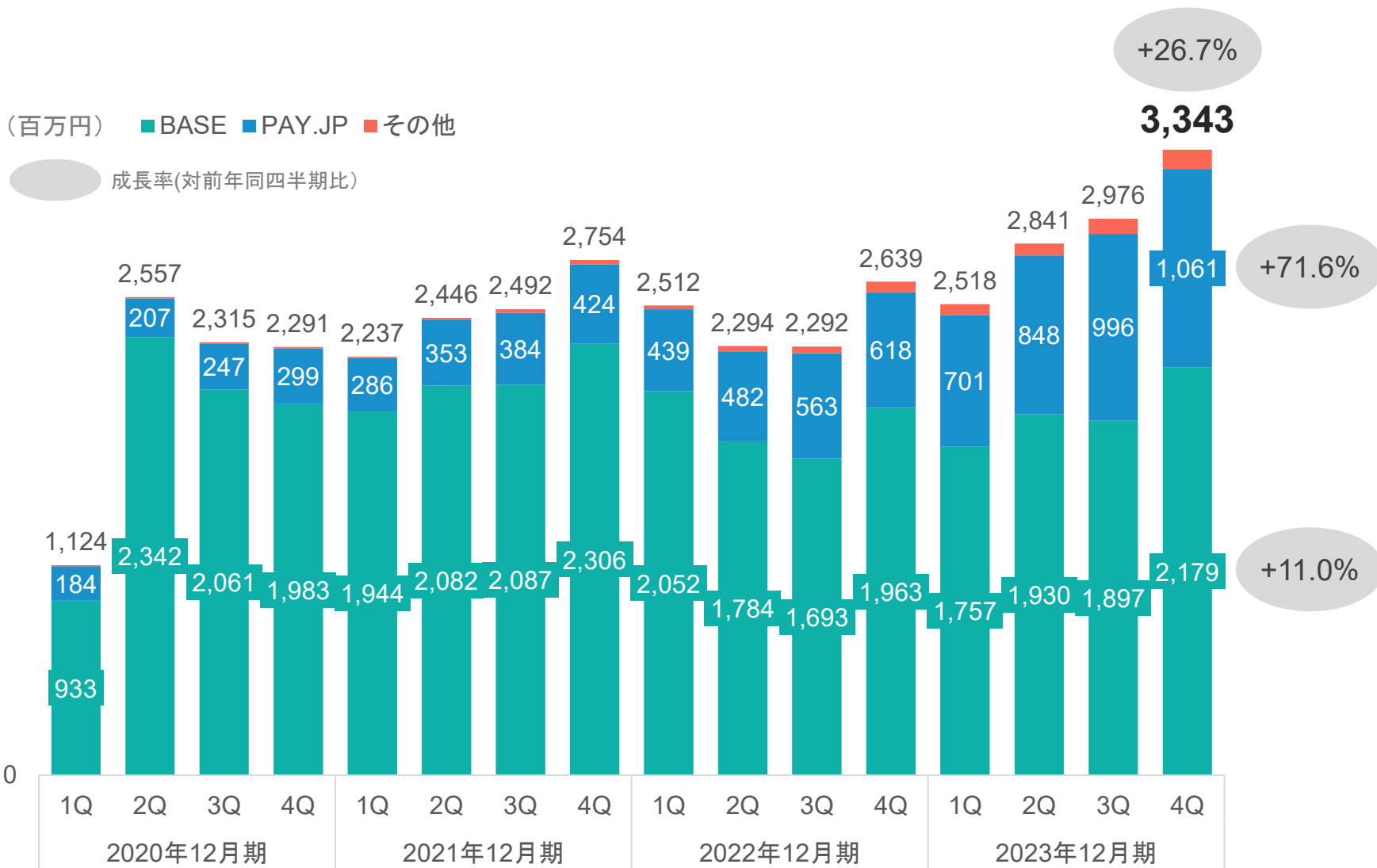
(注3)営業預り金:PAY.JP事業において、当社から加盟店へ支払う決済代金のうち、未払いのもの

グループ全体のGMVは、**BASE事業とPAY.JP事業がともに過去最高**となり、前年同四半期比で大きく増加

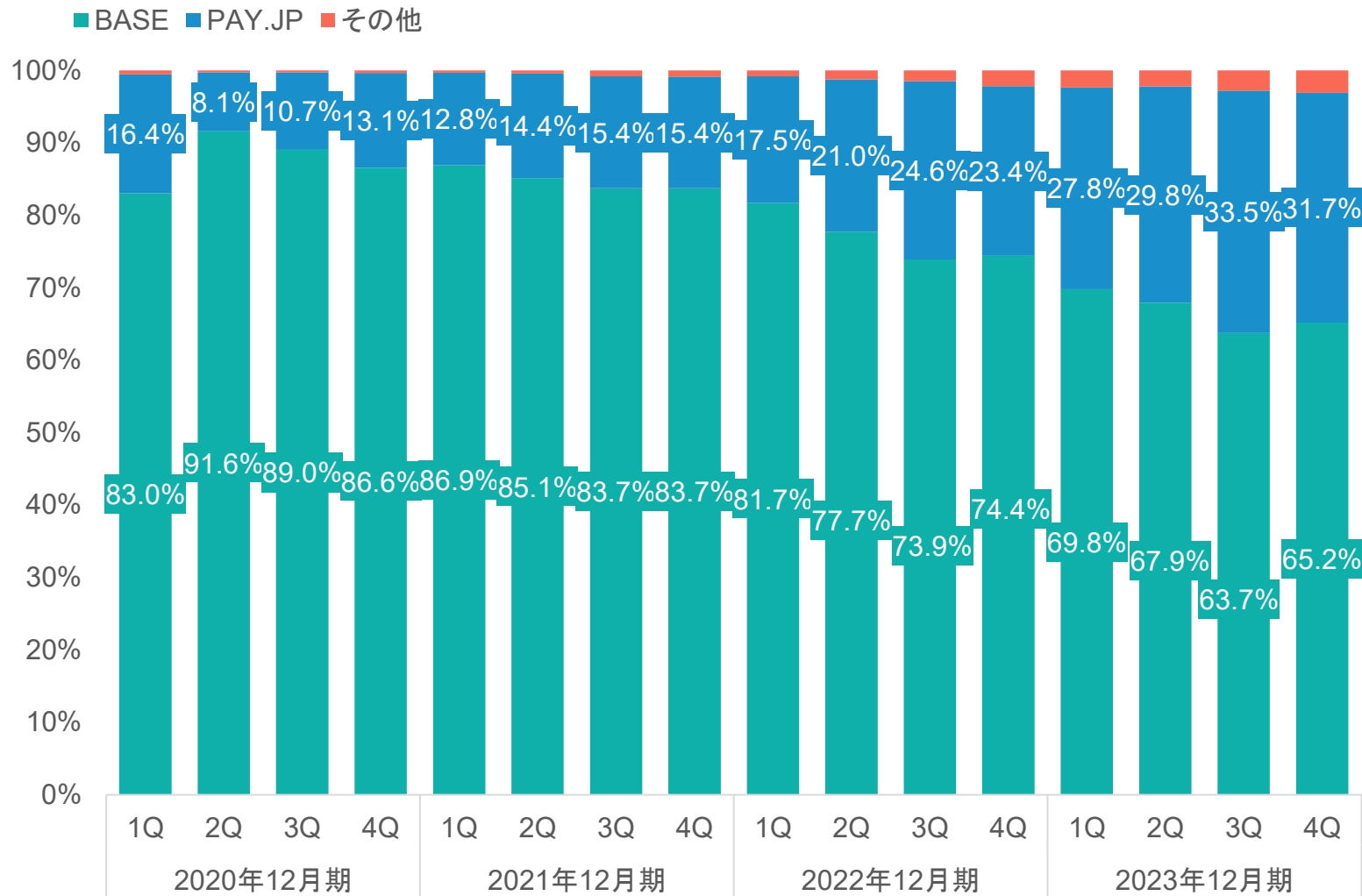


(注)BASE事業のGMVは注文日ベース(注文額)。PAY.JP事業のGMVは決済日ベース(決済額)

連結売上高は、グループGMVの増加により、前年同四半期比で増加



BASE事業の売上高の増加により、BASE事業の売上高構成比が前四半期比で増加

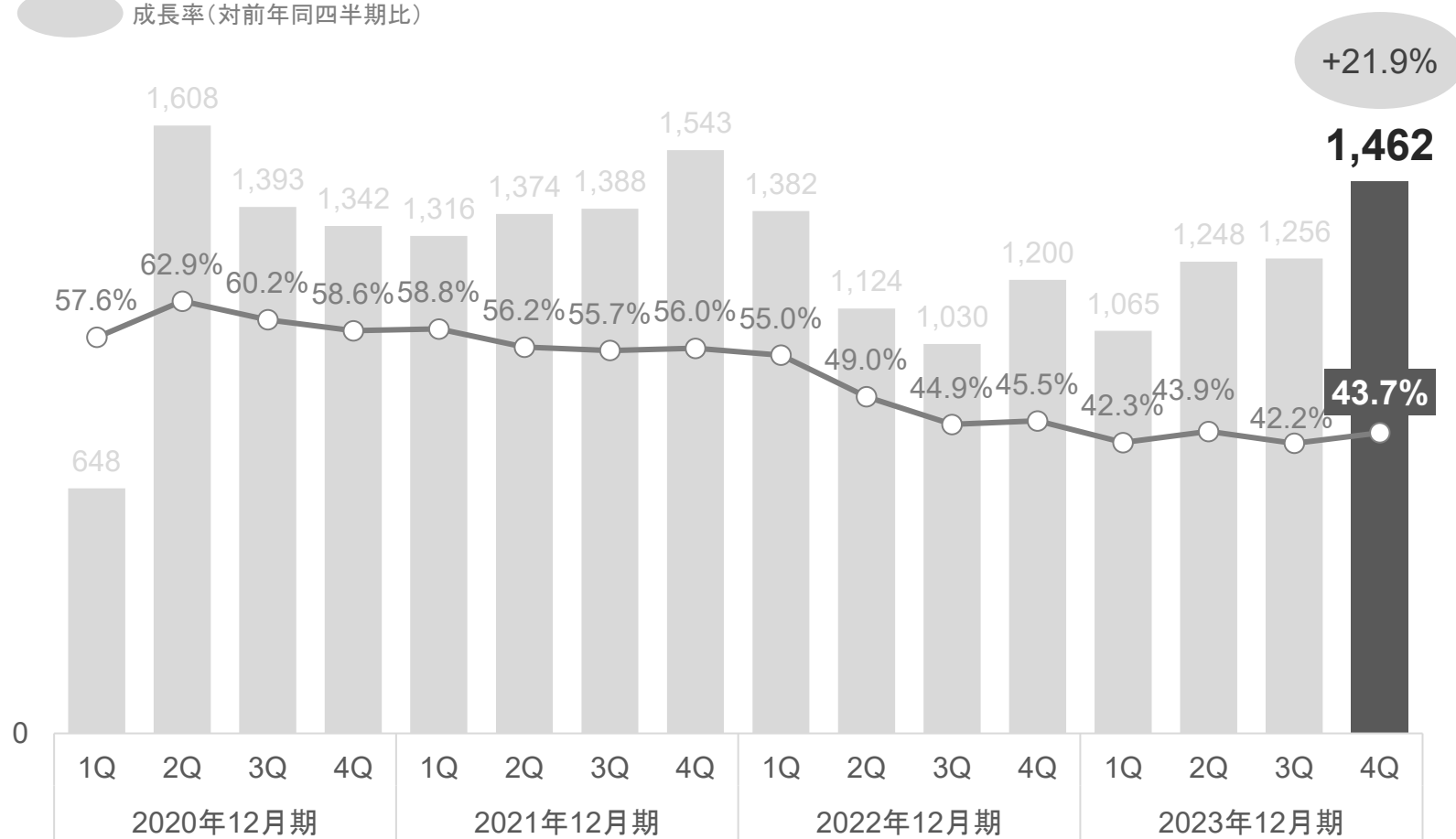


連結売上総利益は、グループGMVの増加により、前年同四半期比で増加

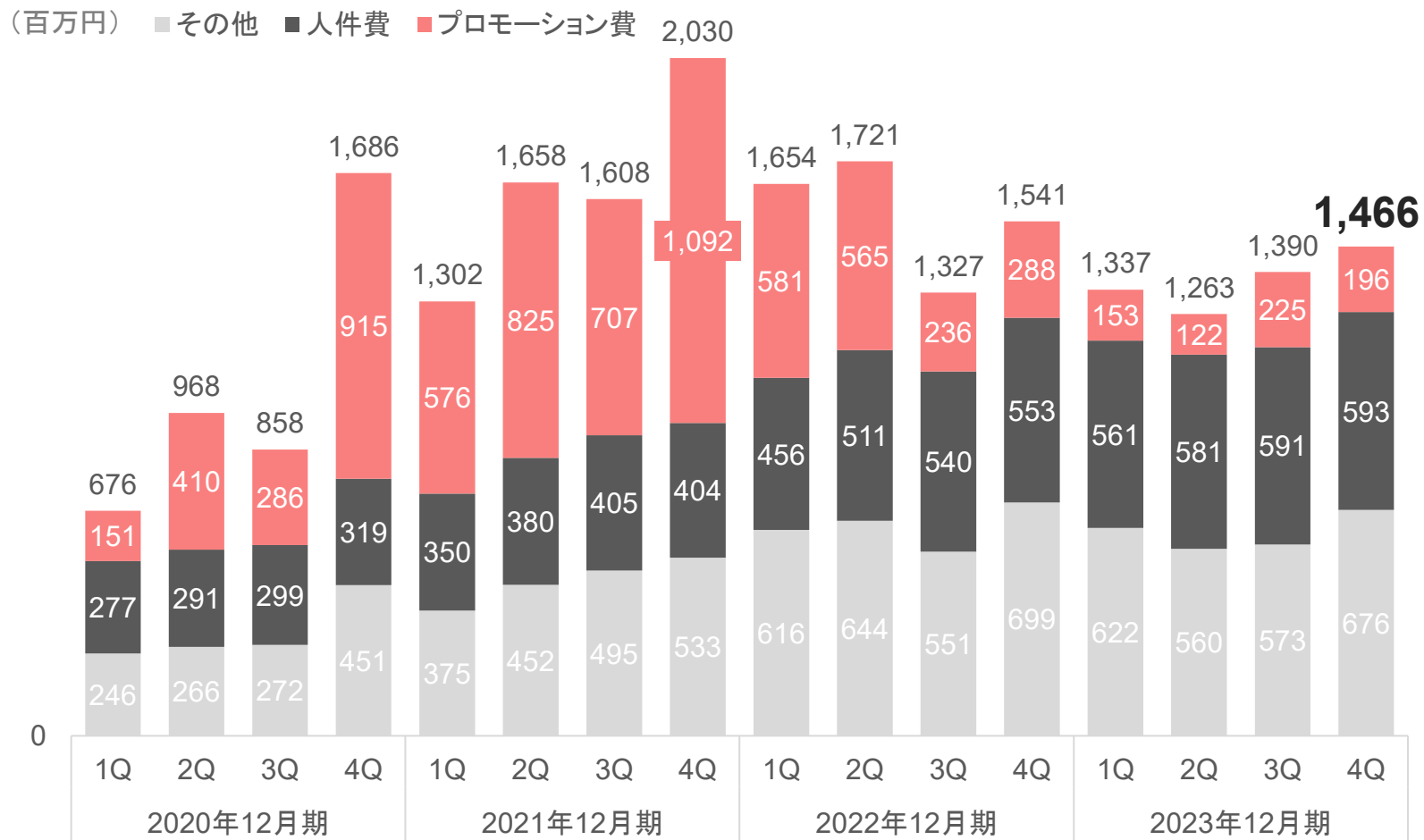
連結売上総利益率は、BASE事業の売上高構成比の増加により、前四半期比で増加

(百万円) ■ 売上総利益 ○ 売上総利益率

● 成長率(対前年同四半期比)

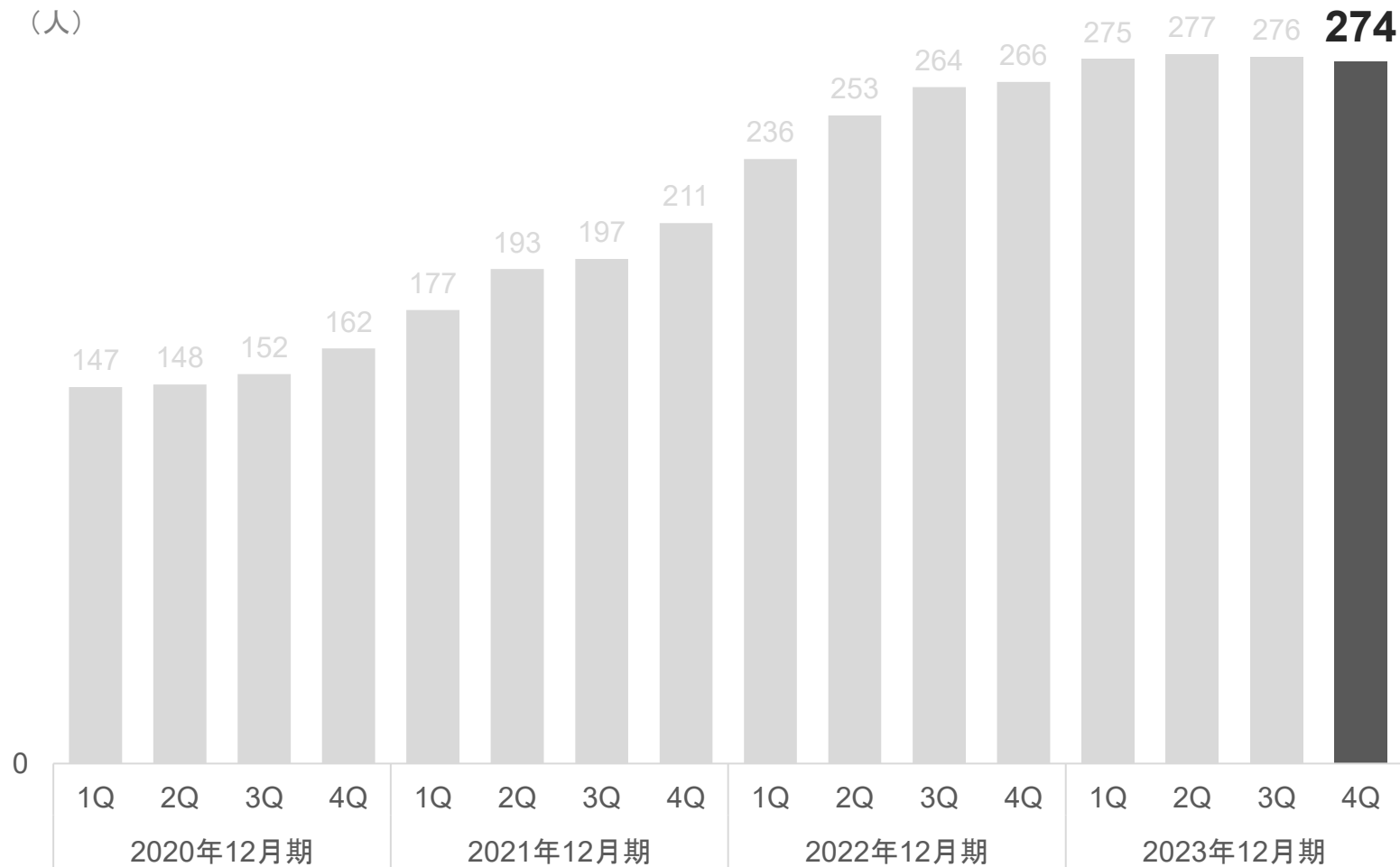


- 販管費は、主に其他費用の増加により、前四半期比で増加
- プロモーション費は、マーケティングの効率化に継続的に取り組んだことに加え、好調なGMV推移を受け販促支援を縮小したこと等により想定を下回り、減少



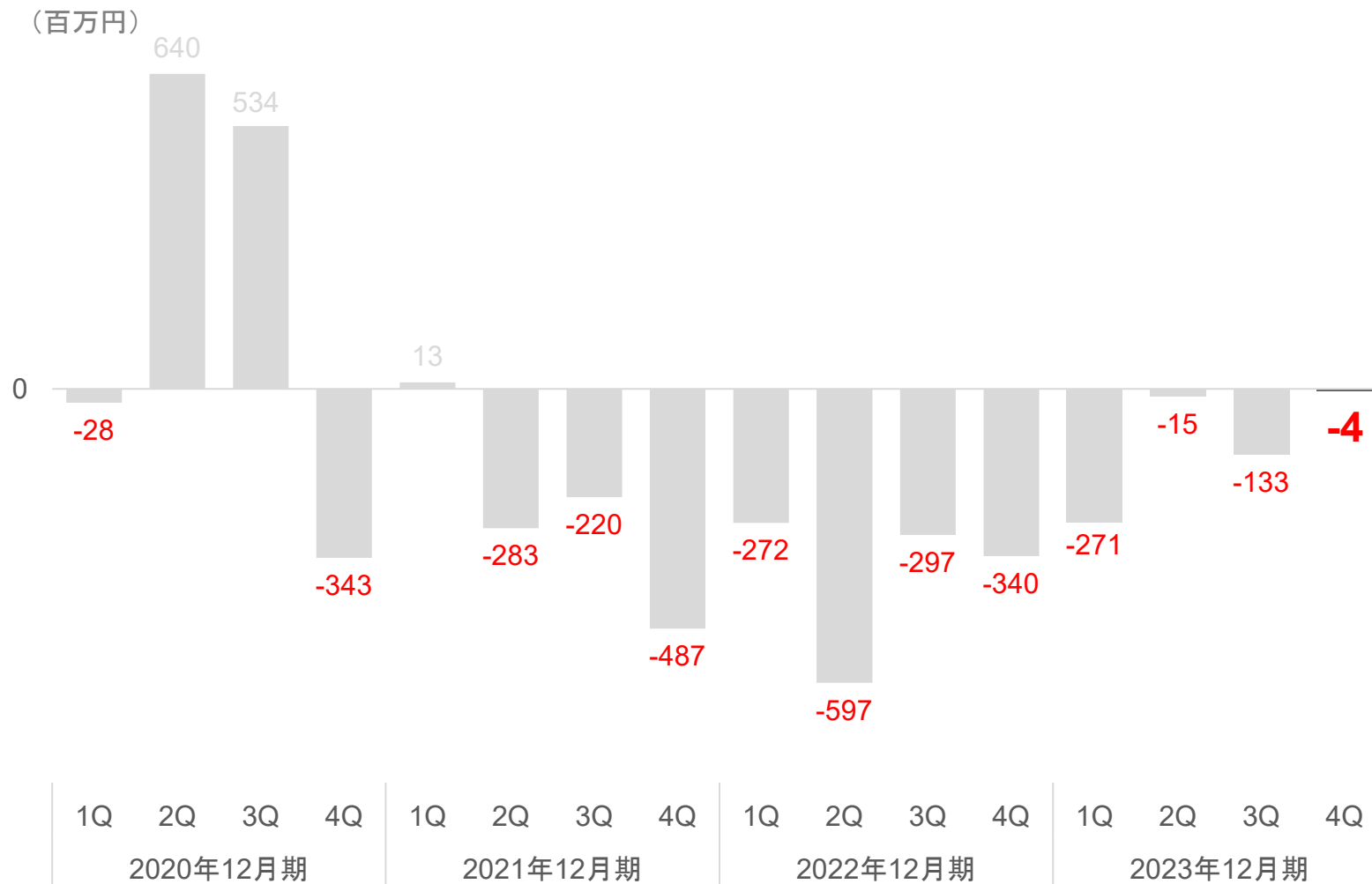
(注)其他費用の内容は、主に租税公課、支払報酬・外注費、システム利用料、オフィス費用、採用費など

人員数は、前年同四半期比+8名(同+3.0%)



(注)人員数は正社員及び契約社員の人数であり、役員、臨時雇用者は含まない。ただし、子会社に役員として出向している者は人数に含む。

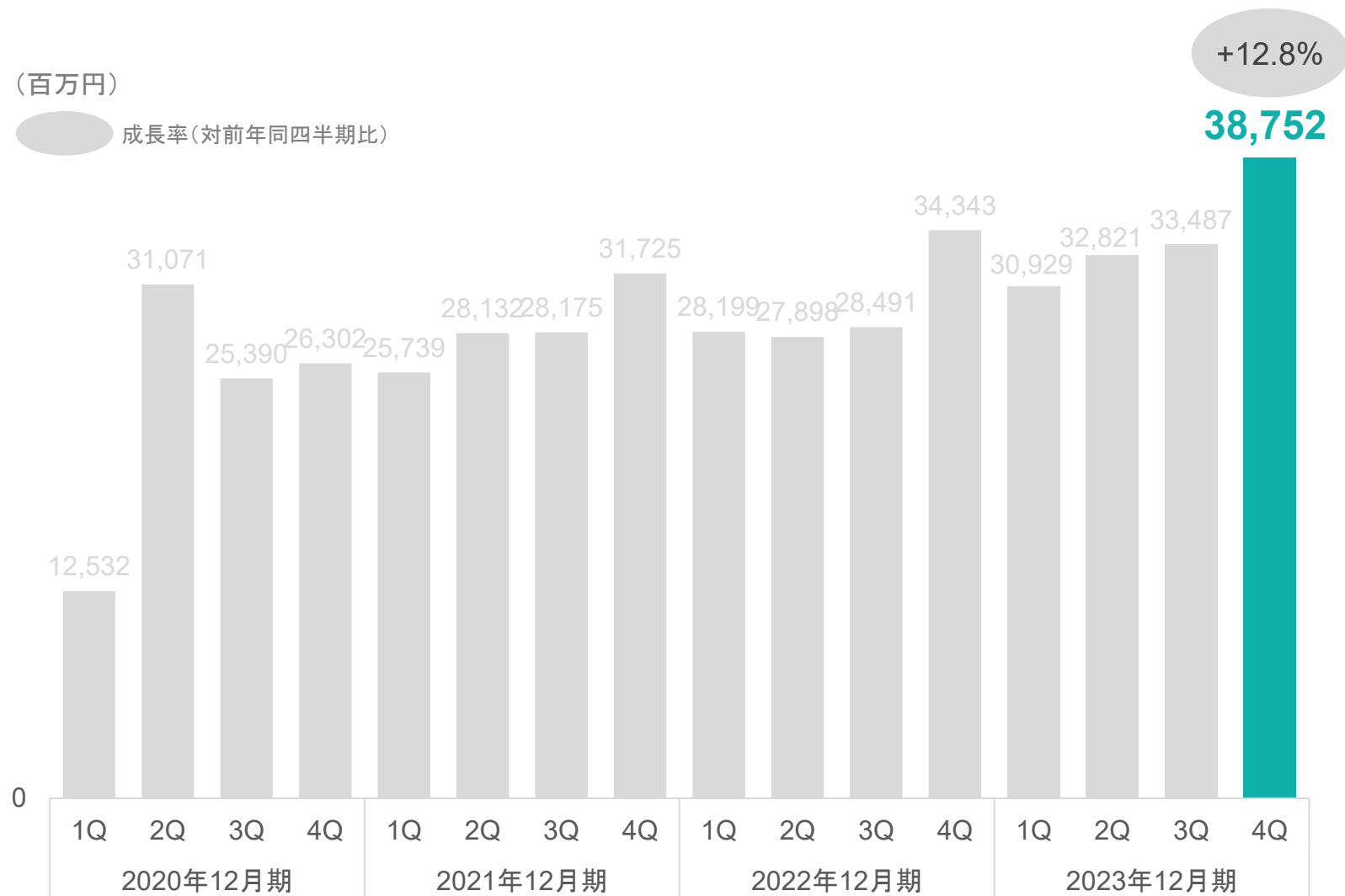
BASE事業とPAY.JP事業のGMVがともに過去最高となり、連結売上総利益が増加した一方で、販管費が抑制されたことにより、営業損失は一時的に大幅に縮小



GMVは、売上規模の大きなショップがけん引し、**前年同四半期比+12.8%**と引き続き好調

(百万円)

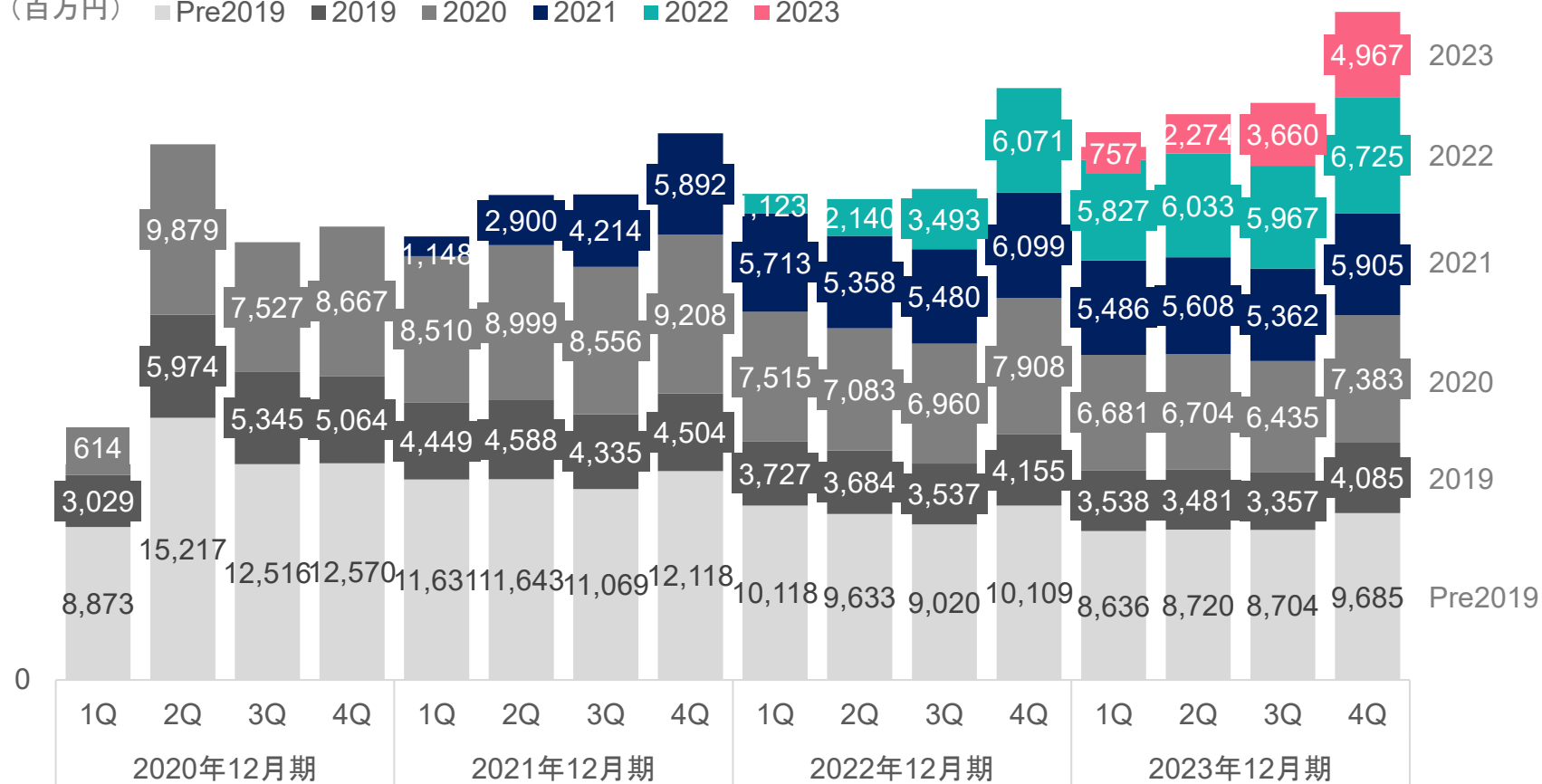
成長率(対前年同四半期比)



既存コホート(注)は、年末商戦の販促支援を削減も前年同四半期比で横ばいを維持し、前四半期比でも想定以上に増加
 新規コホートも、新規ショップ開設数がCOVID-19感染拡大前の水準に落ち着く中でも、堅調に積み上がった

GMVの推移(開設年別)

(百万円) ■ Pre2019 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



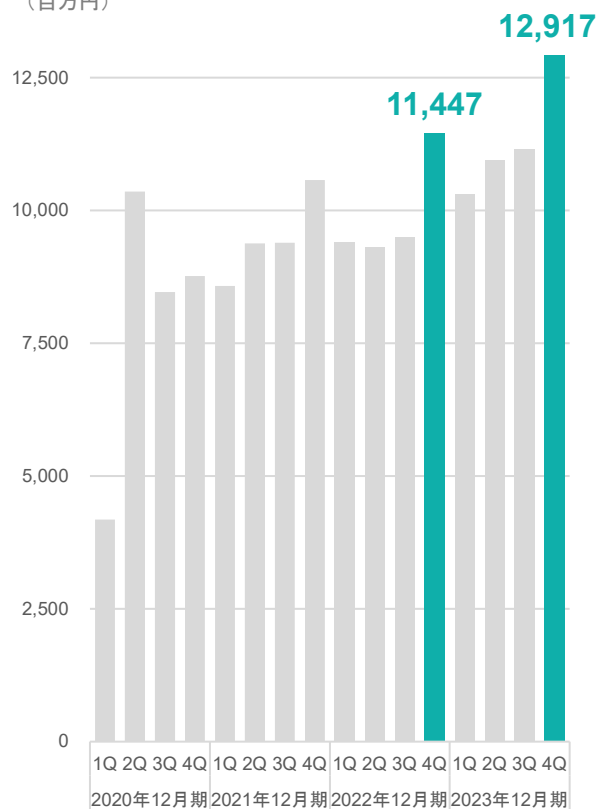
(注) 既存コホートとは、2022年以前に開設されたショップのGMV合計

月間売店数は、新規ショップ開設数がCOVID-19感染拡大前の水準に落ち着く中でも、**前年同四半期比での増加数はおおむね維持し、想定通りの推移**

1ショップあたり月間平均GMVは、売上規模の大きなショップが引き続きけん引し、増加

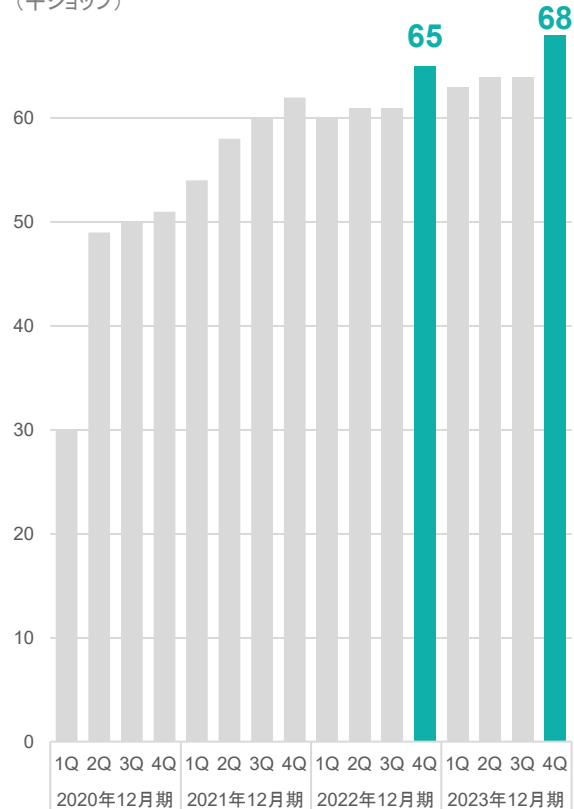
月間GMV(注1,2)

(百万円)



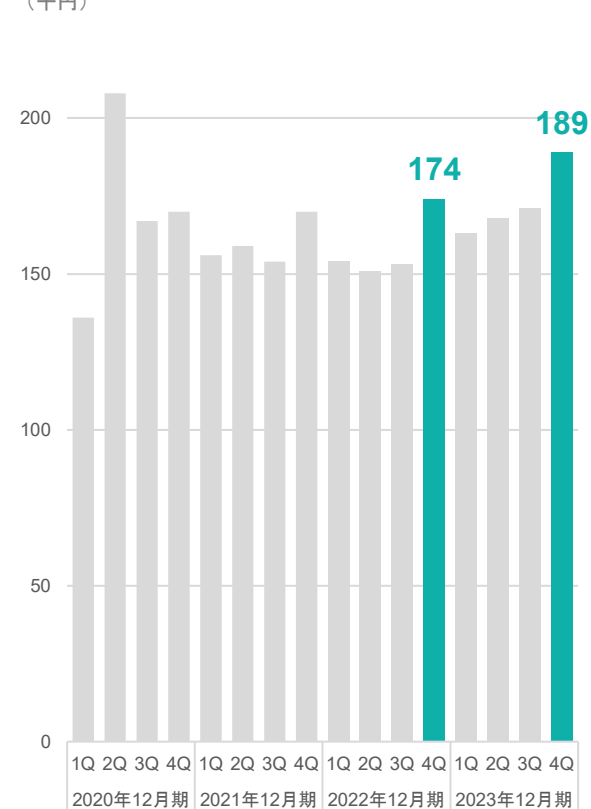
月間売店数(注2)

(千ショップ)



1ショップあたり月間平均GMV

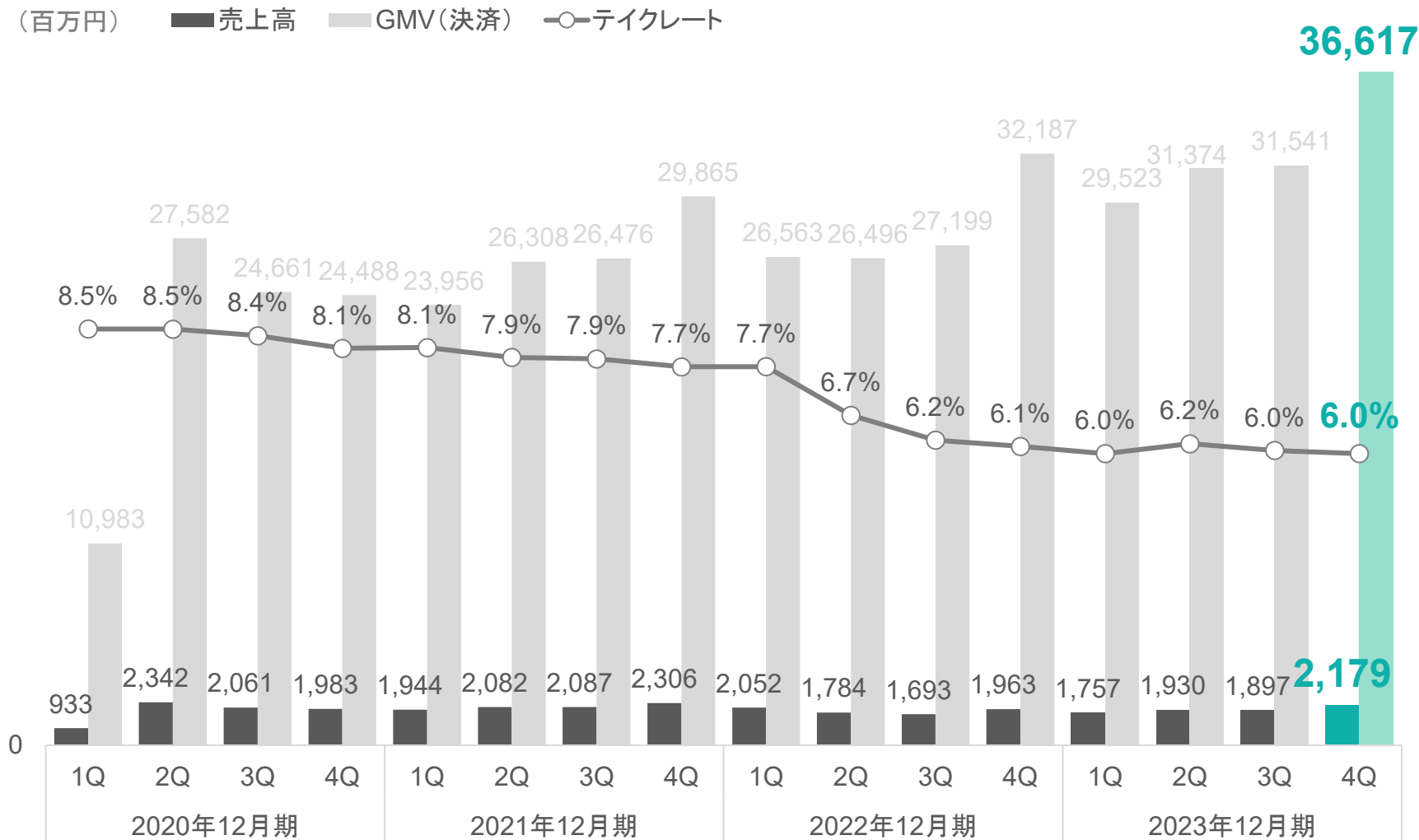
(千円)



(注1) GMVは注文日ベースの注文額

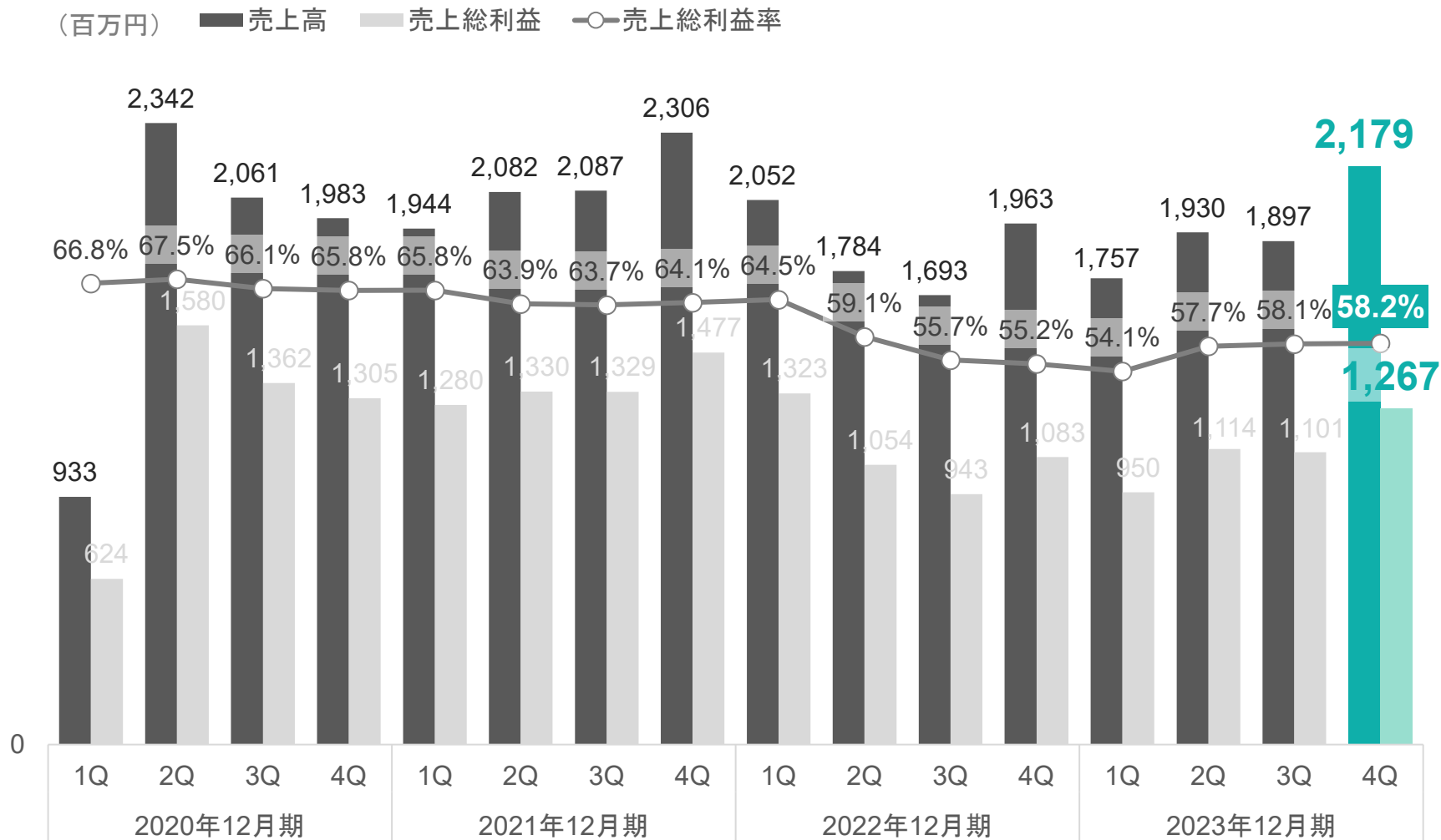
(注2) 月間GMV及び月間売店数は、四半期平均

月額有料プランのGMV構成比に変化はなく、**テイクレートは前四半期比で横ばいを維持**



(注)2023年12月期第2四半期における、一時要因を除くテイクレートは5.9%

売上高及び売上総利益は、GMVの増加により、前年同四半期比で増加
 売上総利益率は、前四半期比で横ばい

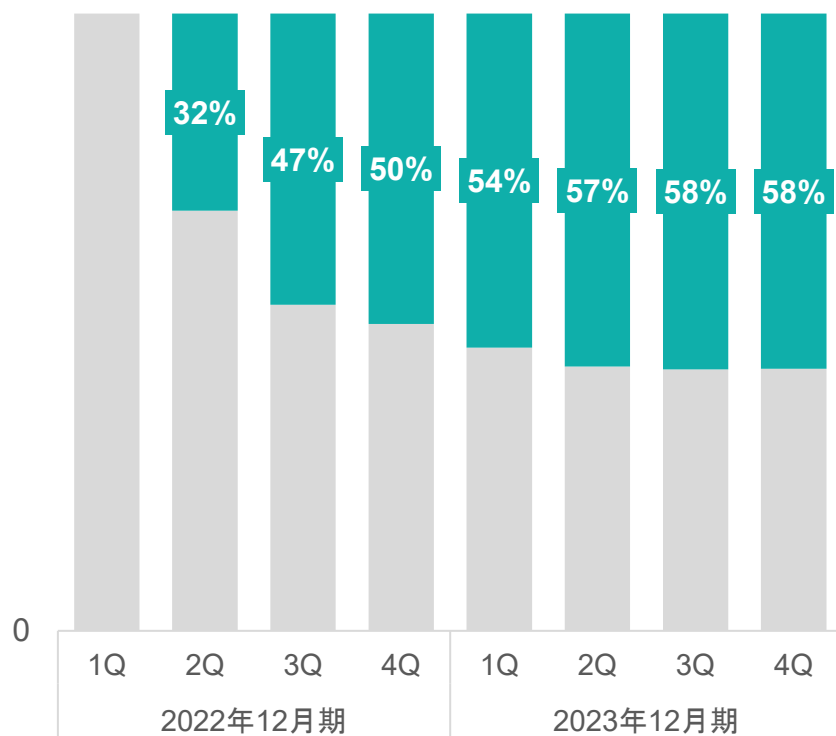


(注)2023年12月期第2四半期の一時要因を除く売上総利益率は56.1%

月額有料プランのGMV構成比に変化はなく、テイクレートは前四半期比で横ばいを維持

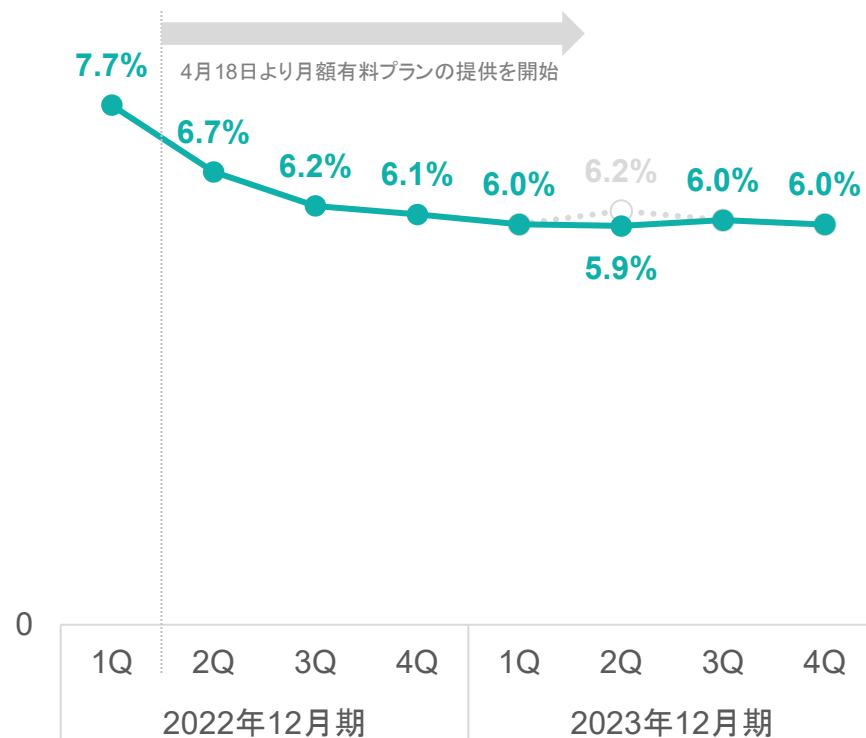
料金プラン別GMV(決済額)構成比

(%) ■ 月額無料プラン ■ 月額有料プラン



テイクレートの推移(注)

(%) ●●● テイクレート ●—● テイクレート(一時的要因除く)



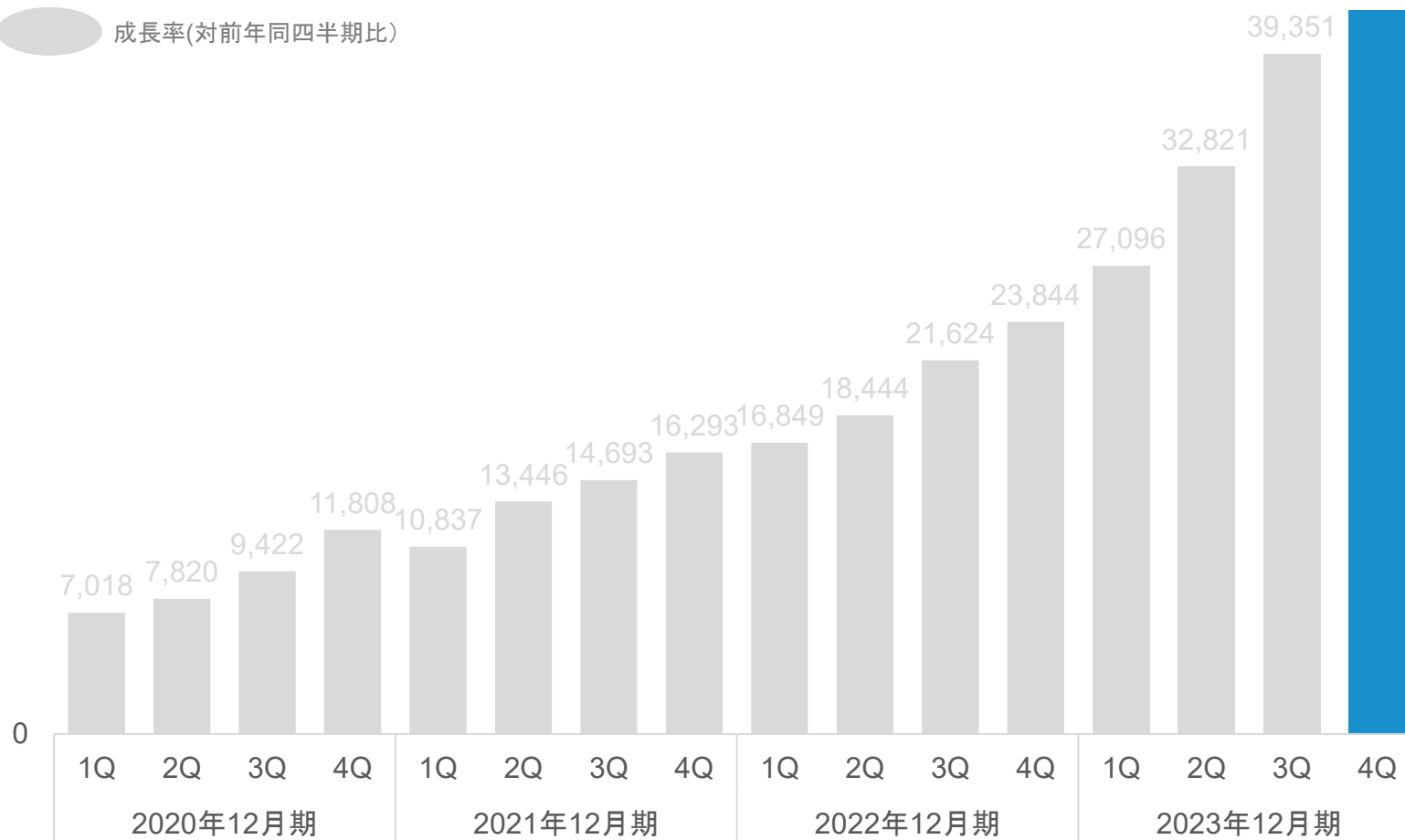
(注)一時的要因とは、2023年12月期第2四半期において、期限までに引き出されなかった「BASE」のショップの売上金を、BASE事業の売上高として一括計上したものを指す。

GMVは、既存及び新規両方の大型加盟店がけん引し、**前年同四半期比+75.5%と引き続き大きく増加**

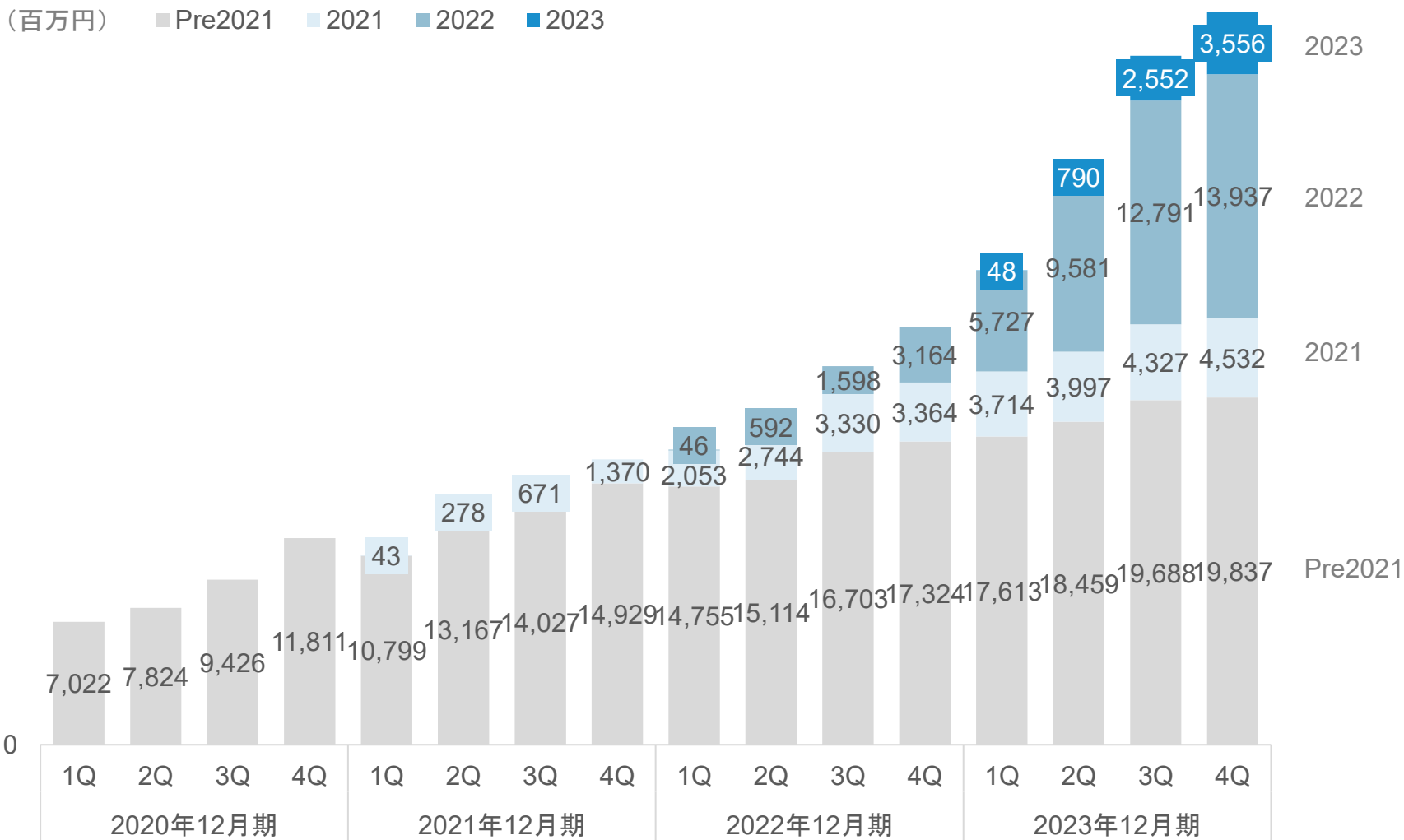
(百万円)



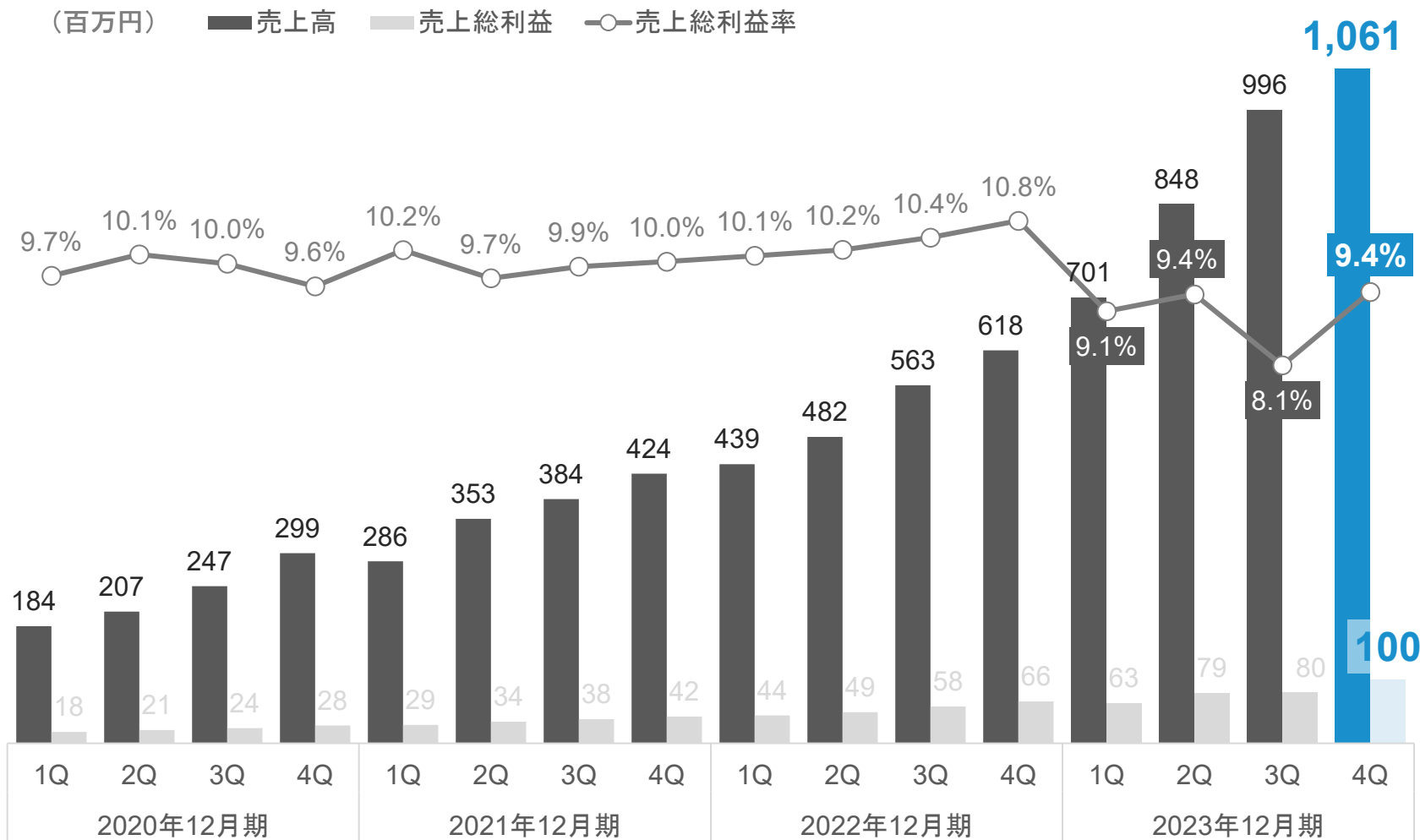
成長率(対前年同四半期比)



既存加盟店が引き続き成長したことに加え、新規加盟店のGMVも大きく積み上がった



GMVの増加により、**売上高は前年同四半期比+71.6%、売上総利益は同50.7%と大きく増加**
 売上総利益率は、原価率(対GMV比)の改善(注)により、前四半期比で改善



(注) 相対的に原価率(対GMV比)の低い加盟店やクレジットカードブランドによる決済やのGMV構成比が増加したことが主な要因

4.中長期の経営方針及び2024年12月期業績予想

中長期の成長戦略

既存プロダクトを強化し、**GMV成長と収益性の向上の両立**を目指す

更に、既存プロダクト間の**シナジー創出**による成長加速と、M&A及び提携等による**グループ全体の非連続な成長**を目指す

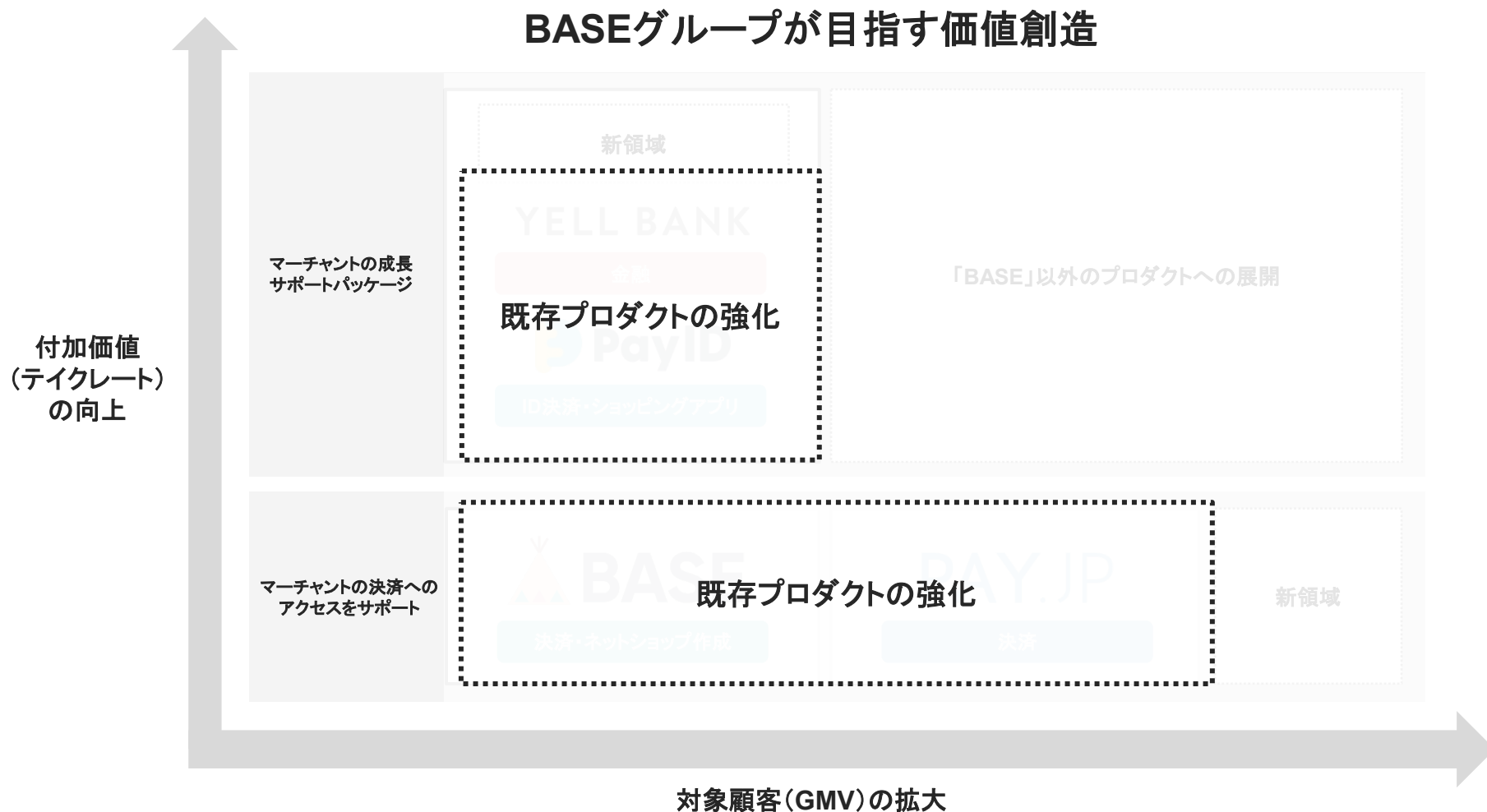
BASEグループが目指す価値創造



既存プロダクトの成長戦略	グループ	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 既存プロダクトの付加価値向上とそれに伴うプライシングの適正化に加え、マーケティング施策の改善等を通じ、既存プロダクトの強化によるGMV成長と収益性向上を両立
	BASE	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 引き続き個人やスモールチームのエンパワーメントに注力 ✓ プロダクトの付加価値向上とそれに伴う料金体系の適正化に加え、マーケティング施策の改善に継続的に取り組むことにより、引き続きGMV成長とテイクレイト向上の両立に注力
	PAY.JP	<ul style="list-style-type: none"> ✓ プロダクトの付加価値向上とそれに伴う料金体系の適正化及び原価率の改善に加え、セールス&マーケティング等の強化により、引き続き力強いGMV成長と売上総利益率向上の両立に注力
	Pay ID	<ul style="list-style-type: none"> ✓ BNPL「あと払い(Pay ID)」とショッピングアプリの機能拡充等により、登録者数1,300万人超の購入者アセットを収益化し、BASE事業の成長に貢献
	金融	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 「YELL BANK」を中心とした既存サービスの拡充により、引き続き「BASE」のショップに対する付加価値を向上 ✓ 長期的には、グループ横断の取組みにより、グループのプロフィットセンターを担うことを目指す
グループ横断の拡大戦略	グループ	<ol style="list-style-type: none"> ① 既存プロダクト間のシナジー創出による成長加速 ② M&A及び提携等によるグループ全体の非連続な成長

既存プロダクトの成長戦略

既存プロダクトの付加価値向上とそれに伴うプライシングの適正化に加え、マーケティング施策の改善等を通じ、**既存プロダクトの強化によるGMV成長と収益性向上を両立**



引き続き個人やスモールチームのエンパワーメントに注力

プロダクトの付加価値向上とそれに伴う料金体系の適正化に加え、マーケティング施策の改善に継続的に取り組むことにより、引き続きGMV成長とテイクレート向上の両立に注力

有料の拡張機能の提供及び購入者アセットの収益化等により、アップサイド・シナリオを追求

主な取組み

プロダクトの付加価値向上

- ✓ 販路拡大やマーケティング支援等、ショップの売上成長をより直接的にサポートする拡張機能を提供

料金体系の適正化

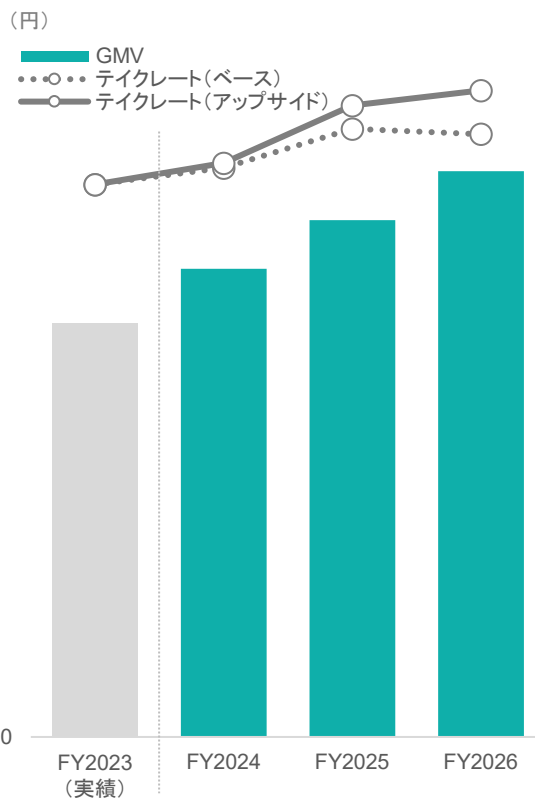
- ✓ 有料の拡張機能の提供及び購入者アセットの収益化等に取り組む

マーケティング施策の改善

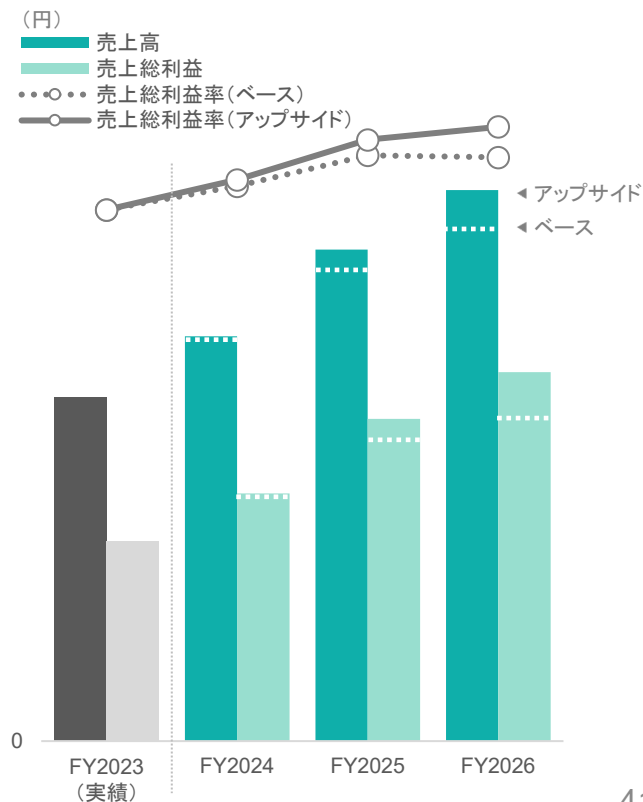
- ✓ 規律ある投資方針は維持し、幅広い売上規模のショップに対象を拡大することを目的としたリブランディングを引き続き実施

中長期の業績見通し

GMV(決済)及びテイクレート



売上高及び売上総利益、売上総利益率



BNPL「あと払い(Pay ID)」とショッピングアプリの機能拡充等により、
登録者数1,300万人超の購入者アセットを収益化し、BASE事業のアップサイド・シナリオ達成に貢献

「Pay ID」の主な機能

ID決済

- ✓ 「BASE」で開設された全てのショップでのお買い物の際、購入者が利用可能なID決済機能
- ✓ 2023年4月から提供開始したBNPL「あと払い(Pay ID)」
- ✓ 過去のショッピング履歴の管理

ショッピングアプリ

- ✓ 新商品や入荷情報のプッシュ通知を受け取ることができる、ショップのフォロー機能
- ✓ 商品のお気に入り登録
- ✓ ショップの検索及びレコメンド機能
- ✓ 注文商品の配送状況の確認

主な取組み

BNPL「あと払い(Pay ID)」の拡充

- ✓ 「あと払い(Pay ID)」の支払い方法をより柔軟化
- ✓ 独自の自社決済ネットワークの構築に向け、将来的な収益性改善を見据えたスキームを検討

ショッピングアプリの拡充

- ✓ 購入者に対するレコメンド機能等の改善
- ✓ 「BASE」のショップが利用できる、アプリを活用したマーケティング及びCRM機能等の強化
- ✓ ショップ及び購入者双方のユーザー基盤の強化により、アプリ経由のGMV成長及びアプリの収益化を目指す

プロダクトの付加価値向上とそれに伴う料金体系の適正化及び原価率の改善に加え、セールス&マーケティング等の強化により、引き続き力強いGMV成長と売上総利益率向上の両立に注力

既存加盟店の成長支援及び新規加盟店獲得体制の強化により、アップサイド・シナリオを追求

主な取組み

プロダクトの付加価値向上

- ✓ 開発者が使いやすい競争力のあるプロダクトを引き続き追求
- ✓ 管理画面等の改善や、「PAY.JP パートナー」及び「PAY.JP Platform」の拡充など、既存の決済領域の課題を解消

料金体系及び原価率の適正化

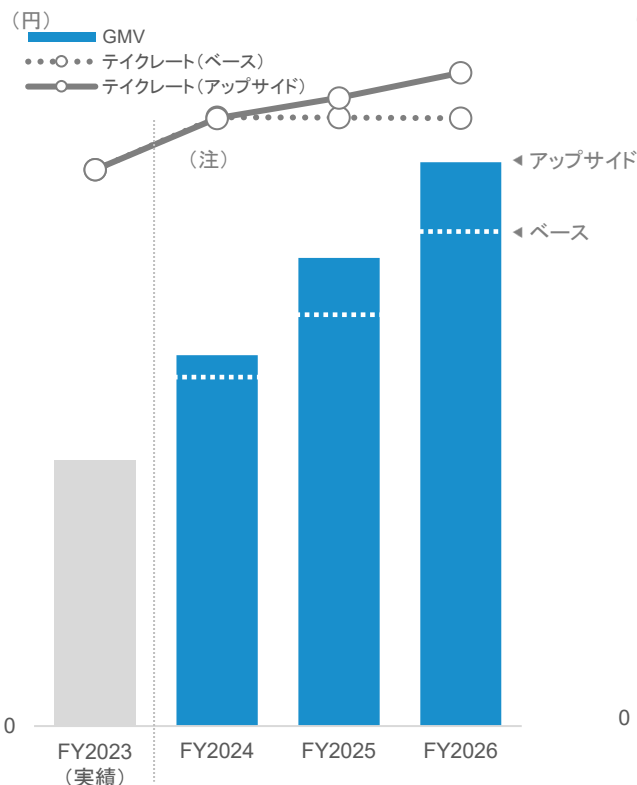
- ✓ 提供価値の拡大を踏まえて、料金体系を最適化
- ✓ プラットフォームの成長に伴い、原価率を改善

セールス&マーケティング等の強化

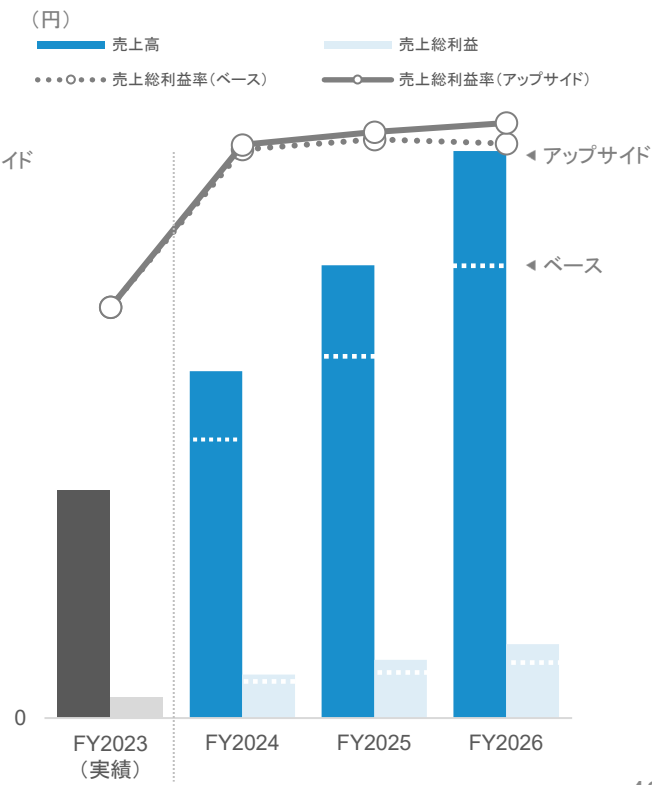
- ✓ 効率的なセールス&マーケティング体制を確立することで、新規加盟店獲得を強化
- ✓ 既存の大型加盟店との関係構築を推進

中長期の業績見通し

GMV(決済)及びテイクレイト



売上高及び売上総利益、売上総利益率



(注)2024年12月期以降、インボイス制度への対応のため収納代行から債権譲渡形式に移行したことにより、PAY.JP事業の売上高及び売上原価は非課税となり、2023年12月期以前よりも約10%増の水準で計上される。

「YELL BANK」を中心とした既存サービスの拡充により、引き続き「BASE」のショップに対する付加価値を向上

長期的にはグループ横断の取組みにより、プロフィットセンターを担うことを目指す

主な取組み

既存の金融サービスの付加価値向上

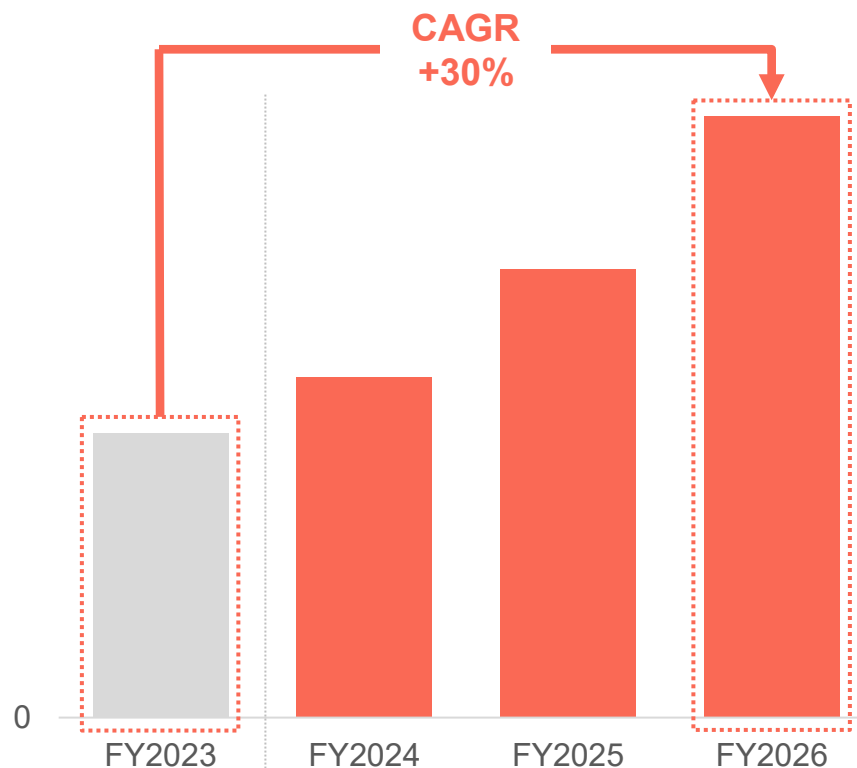
- ✓ 「BASE」のショップが「YELL BANK」で資金調達をする際の、調達金額や手数料の支払い方法をより柔軟化
- ✓ キャンペーン等も実施し、「BASE」のショップの利用促進を図る

グループ横断の取組み

- ✓ 従来は「BASE」のショップを対象に提供してきた「YELL BANK」の、グループ内での横展開を目指す

その他事業の売上総利益^(注1,2)

(円)

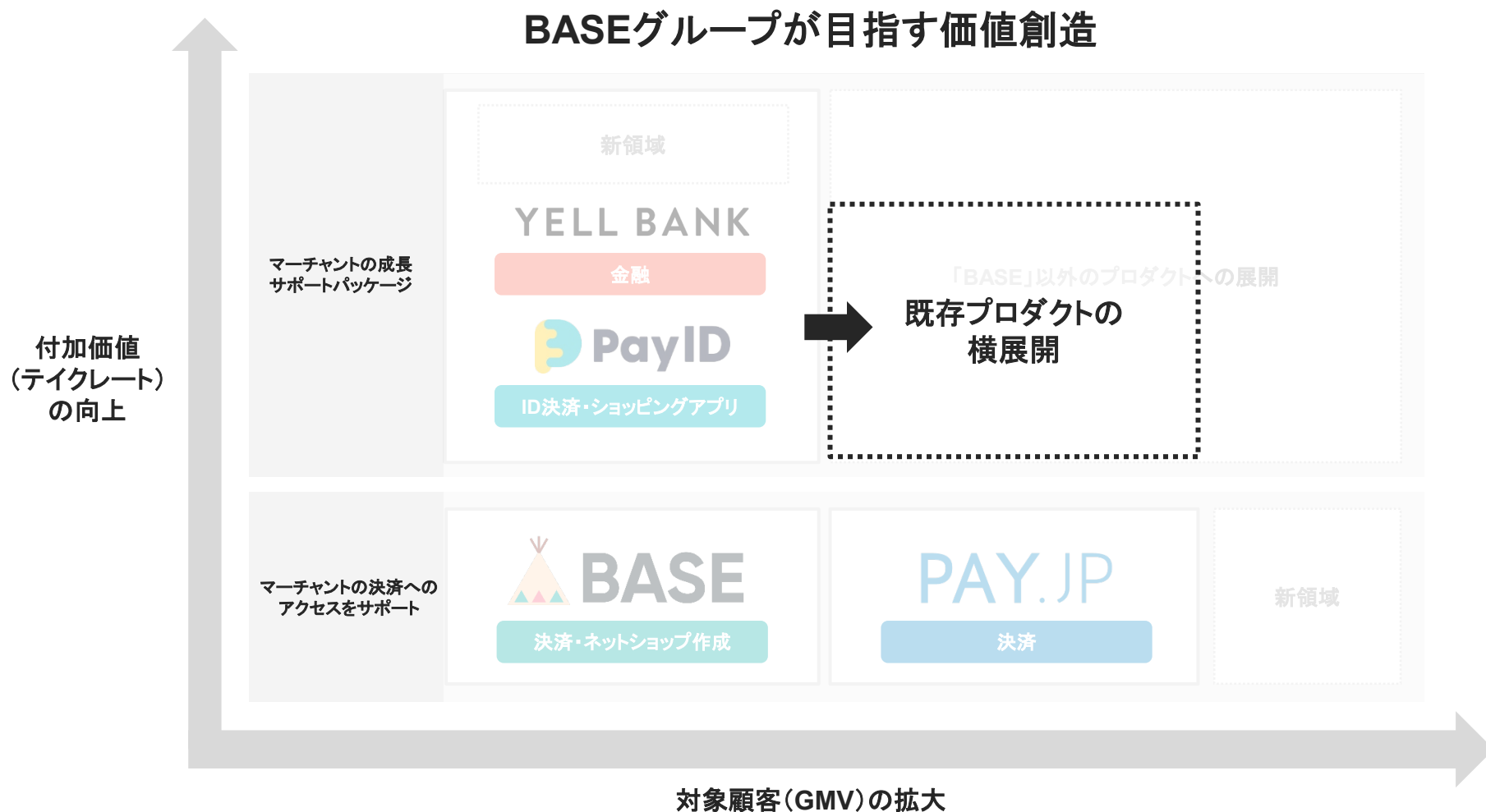


(注1) その他事業には「YELL BANK」と「BASEカード」が含まれるが、その大半が「YELL BANK」によるもの

(注2) その他事業の成長シナリオはベース・シナリオのみ。グループ横断の取組みによる売上総利益の見込みは含まれていない

グループ横断の拡大戦略 ①

「BASE」のショップを対象に提供していた既存プロダクトの「PAY.JP」加盟店への横展開等により、既存プロダクト間でのシナジー創出による成長加速を目指す



グループ横断の拡大戦略 ②

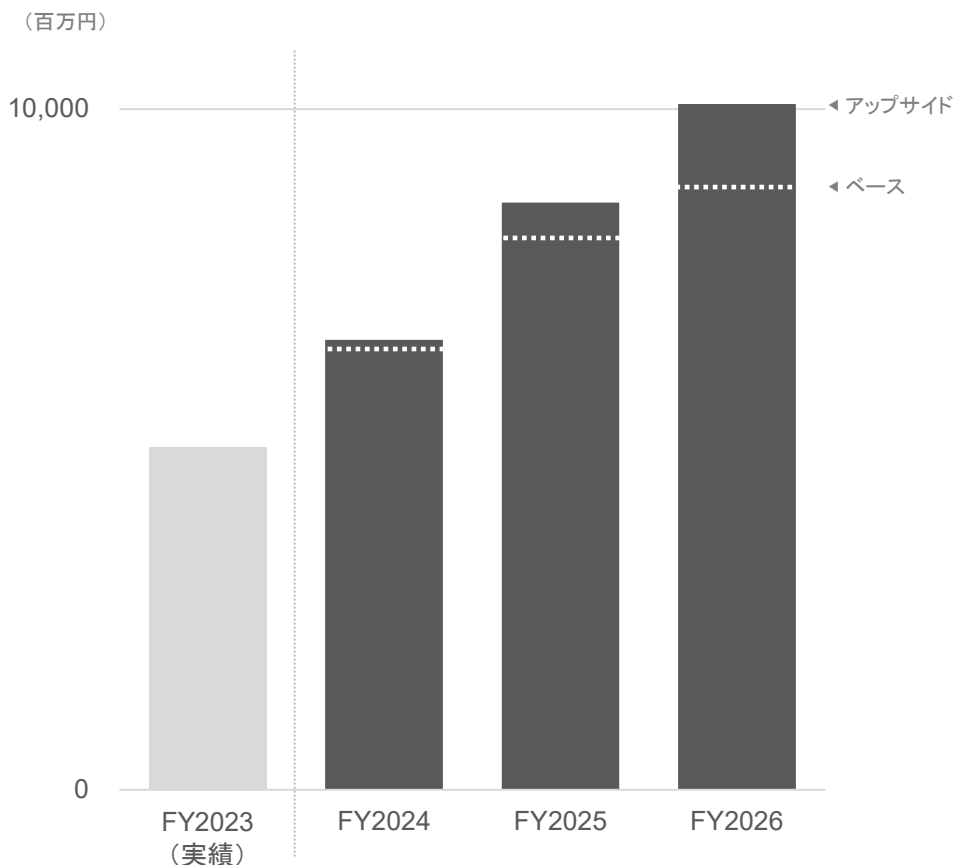
2023年12月期には、CEO直下の経営戦略室とCFOを中心に、機動的な実行体制を構築
今後は、対象顧客の拡大及び既存プロダクトの付加価値向上等を目的としたM&A及び提携等
により、**グループ全体の非連続な成長を目指す**



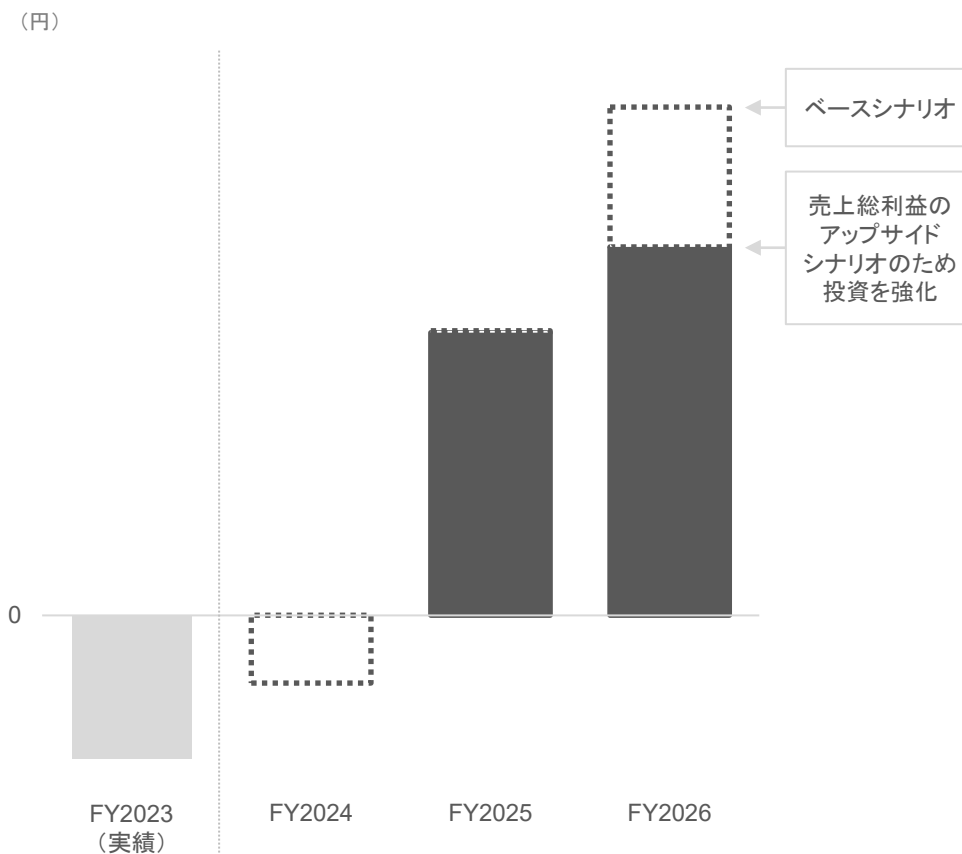
2026年12月期以降、売上総利益100億円の早期達成を目指す

営業利益の黒字化達成後も、成長戦略の進捗等により営業利益水準は変動も、成長性及び収益性を考慮した規律ある投資を継続

売上総利益の見通し



営業利益の見通し



(注)2024年12月期においては、ベースシナリオが業績予想

連結	<ul style="list-style-type: none">✓ 売上総利益は、グループ全体のGMVの増加及び収益性向上により、前年同期比+30%水準を目指す✓ 販管費は、想定以上に抑制することができた前年同期比では増加の見込みも、成長性及び収益性を考慮した規律ある投資方針を維持✓ 営業損益の上限予想は損益分岐点水準、下限予想でも赤字縮小の見込み
BASE	<ul style="list-style-type: none">✓ プロダクトの付加価値向上及び効率的なマーケティング施策の実施により、GMVは前年同期比+13.2%以上を目指す✓ 月額有料プランの値上げ及び有料の拡張機能の提供によりテイクレートを増加させ、GMV成長率を超える売上総利益の増加を目指す
PAY.JP	<ul style="list-style-type: none">✓ プロダクトの付加価値向上及びセールス&マーケティング等の強化により、GMVは前年同期比+32.5%以上を目指す✓ 料金体系の適正化及び原価率の改善により、売上総利益率の改善を目指す
Pay ID	<ul style="list-style-type: none">✓ 機能拡充等により、購入者アセットの拡大及び収益化に向けた基盤づくりに取り組む
金融	<ul style="list-style-type: none">✓ 「YELL BANK」を中心とした金融サービスの付加価値向上に加え、キャンペーン等の実施により、その他事業の売上総利益の更なる成長を目指す✓ グループの収益性向上に向けた施策を実行

売上総利益は、グループ全体のGMVの増加及び収益性向上により、前年同期比+30%水準を目指す
 販管費は、想定以上に抑制された前年同期比では増加の見込みも、成長性及び収益性を考慮した規律ある投資方針を維持
 営業損益の上限予想は損益分岐点水準、下限予想でも赤字縮小の見込み

(百万円)	FY2024 通期予想	FY2023 実績	YoY
売上高	14,700	11,680	+25.9%
売上総利益	6,450	5,033	+28.1%
販管費	6,450 ~6,650	5,458	+18.2% ~+21.8%
営業利益	-200 ~0	-425	-
経常利益	-204 ~-3	-409	-
親会社株主に帰属する当期純利益	-207 ~-7	-606	-
GMV (BASE事業)	154,000	135,991	+13.2%
GMV (PAY.JP事業)	187,000	141,127	+32.5%

(注1)2024年12月期以降、インボイス制度への対応のため収納代行から債権譲渡形式に移行したことにより、PAY.JP事業の売上高及び売上原価は非課税となり、2023年12月期以前よりも約10%増の水準で計上されるが、売上総利益に影響はない。

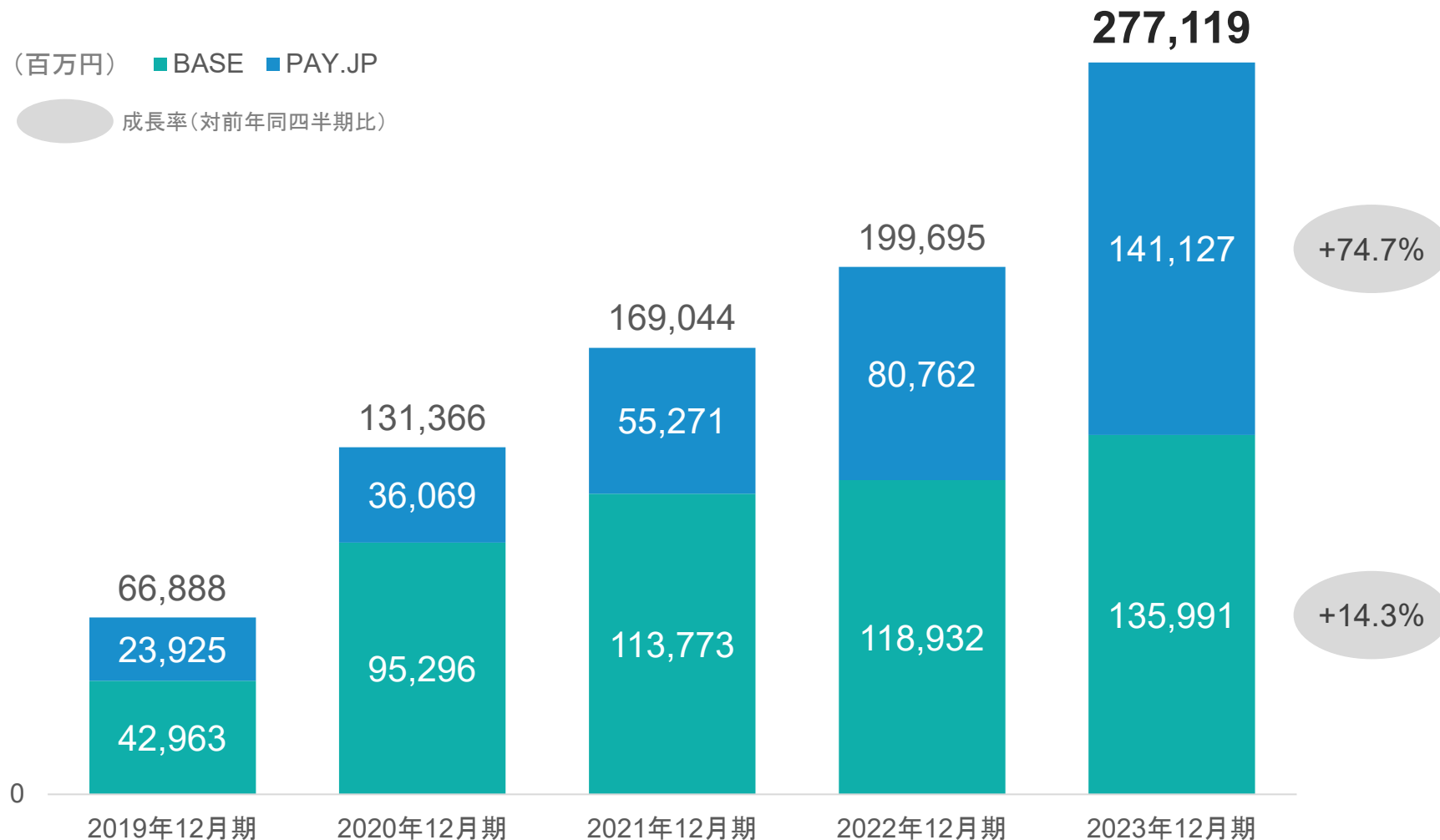
(注2)GMVは参考値として開示。BASE事業のGMVは注文日ベース(注文額)。PAY.JP事業のGMVは決済日ベース(決済額)

GMV及び 売上総利益	<ul style="list-style-type: none">✓ BASE事業においては、2024年1月16日に実施した月額有料プランの値上げ以降も、想定を超えるショップに継続利用していただけており、現時点では、GMV及び売上総利益へのマイナス影響は軽微と見ている✓ PAY.JP事業においては、力強い成長をけん引する大型加盟店の継続率を引き続き高水準に維持することに加え、新規加盟店の獲得体制を強化することにより、GMVの更なる成長を目指す
販管費	<ul style="list-style-type: none">✓ 販管費の上限額については、期初時点では予定している施策等の不確実性が高いため、各項目に一定のバッファを含む✓ プロモーション費は、中長期のグループ成長のため「BASE」以外のプロダクトへの投資強化により、前年同期比で増加の見込み✓ 人件費は、2023年12月期に採用した人員の人件費の通期化等により、増加の見込み✓ その他費用に含まれる外注費は、成長戦略上必要なプロダクト開発計画の達成のため、増加の見込み✓ その他費用に含まれるシステム利用料は、事業成長に伴い増加の見込み
営業損益	<ul style="list-style-type: none">✓ プロモーション費を除く営業損益は四半期ベースでも黒字を維持し、プロモーション費の多寡によっては、営業損益が黒字化する四半期もある想定✓ 売上総利益の更なる成長を見込める場合、営業損益の予想の範囲内で、投資を強化する可能性もある

5. ご参考資料

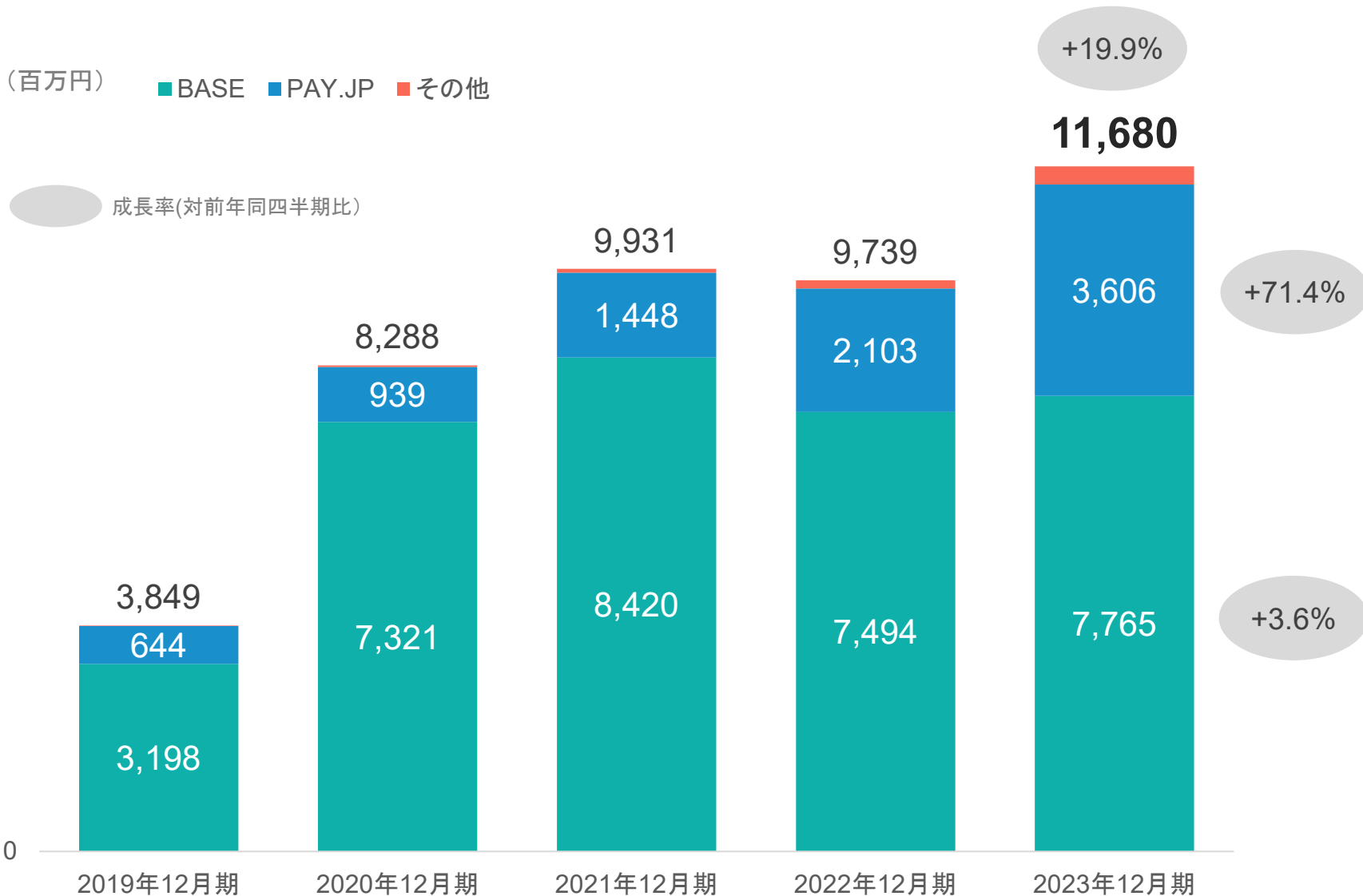
5-1. 2023年12月期 通期業績

グループ全体のGMVは、BASE事業とPAY.JP事業がともに増加し、前年同期比で大きく増加

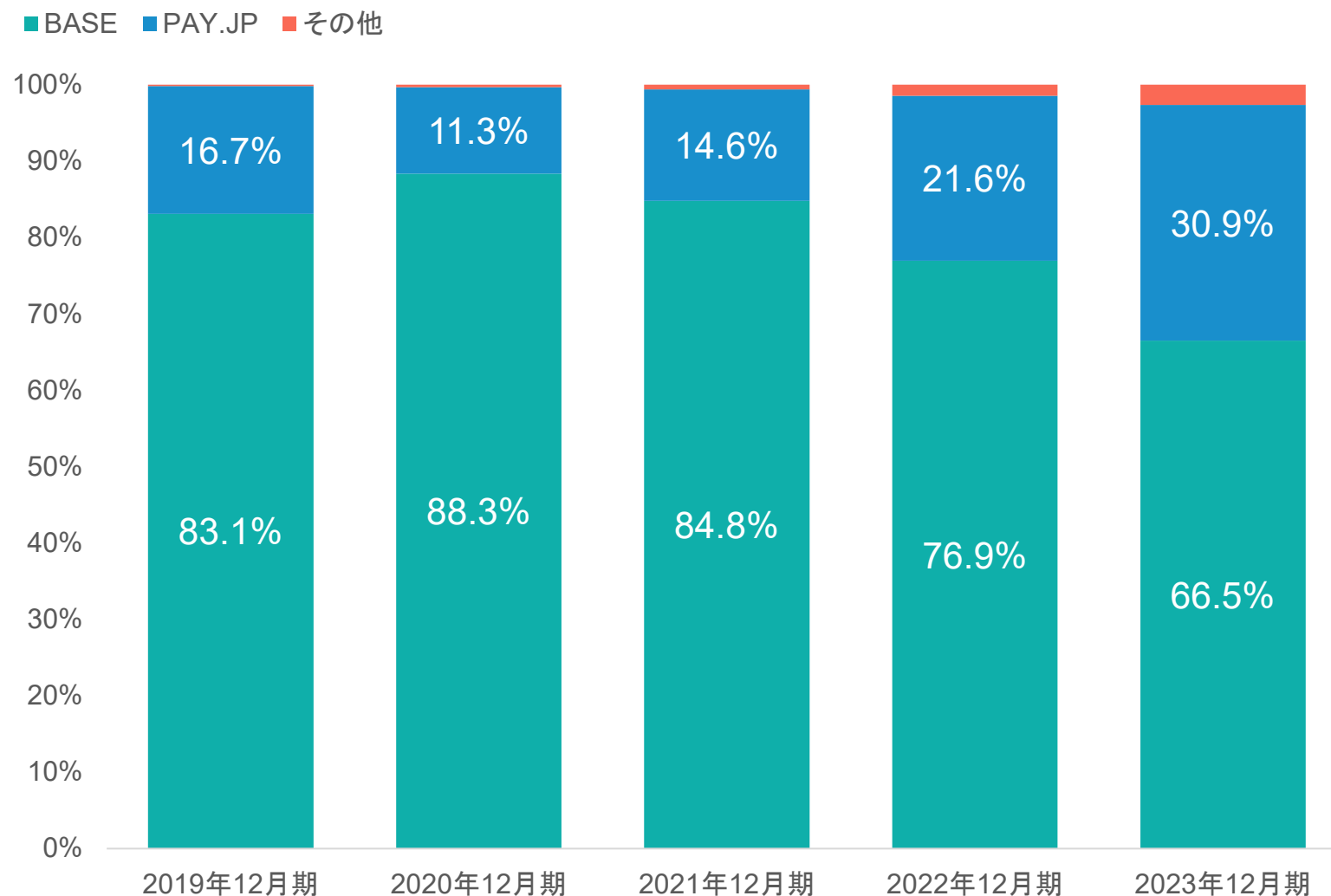


(注)BASE事業のGMVは注文日ベース(注文額)。PAY.JP事業のGMVは決済日ベース(決済額)

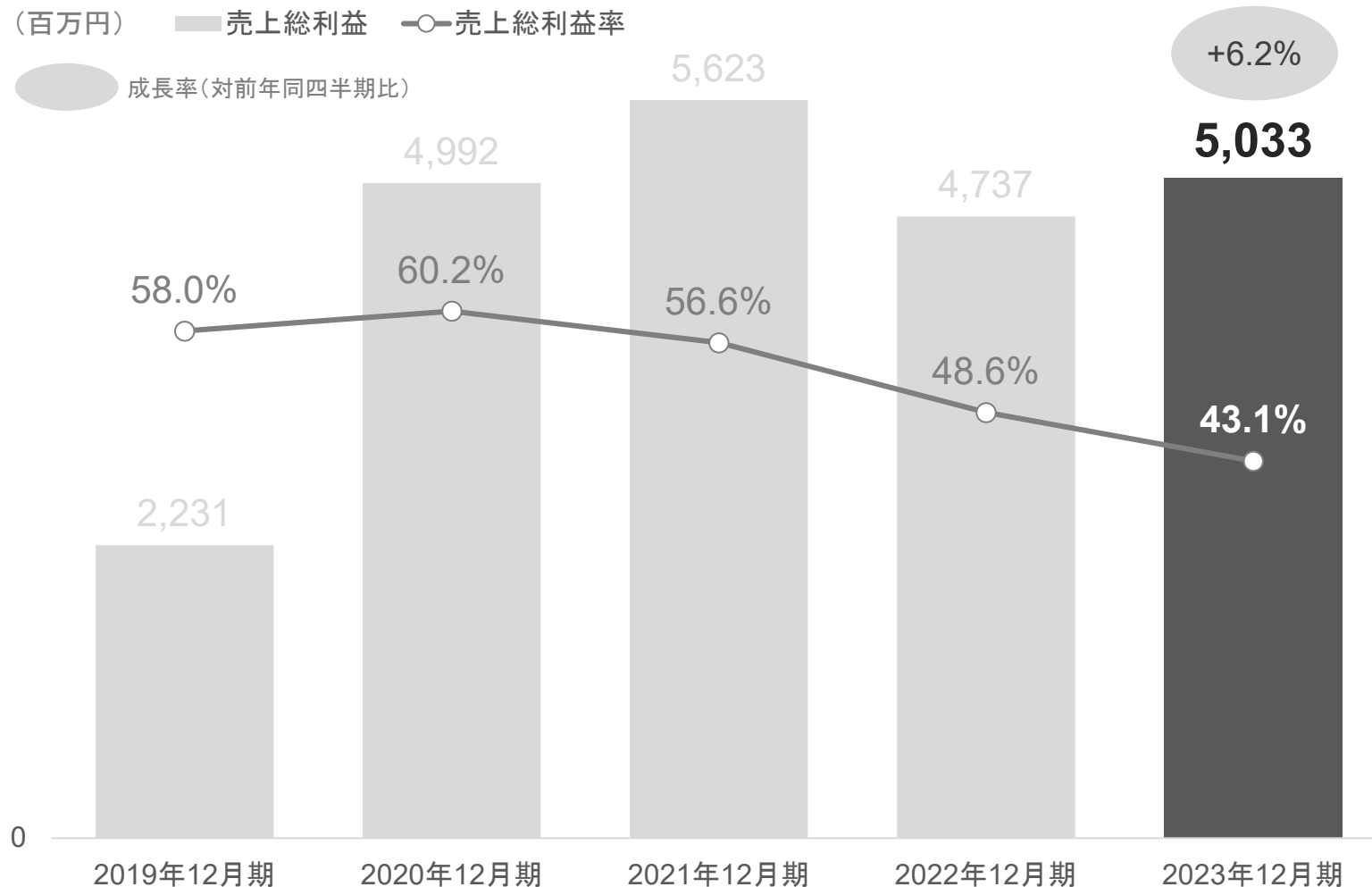
連結売上高は、グループGMVの増加により、前年同期比で増加



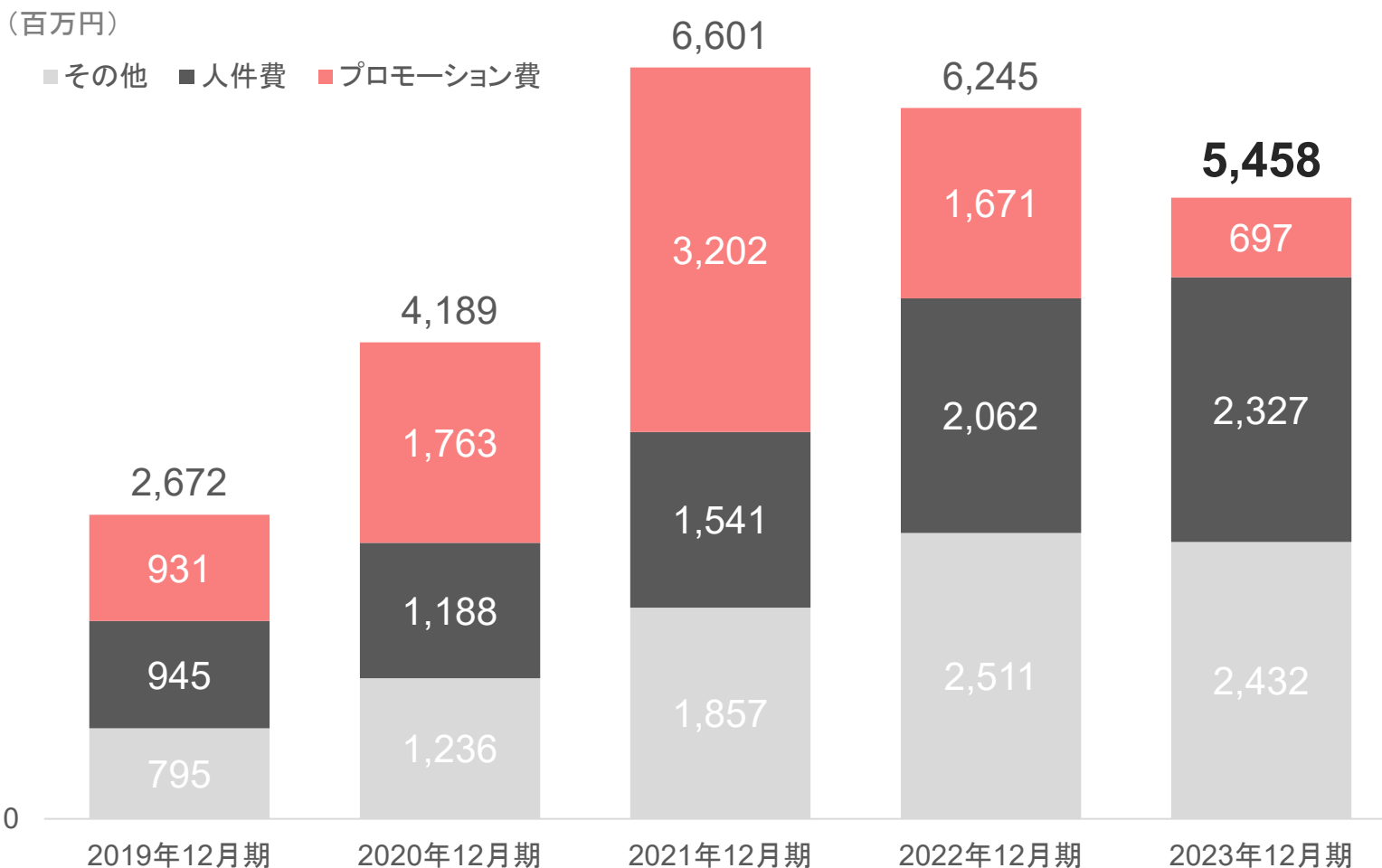
PAY.JP事業の売上高の増加により、BASE事業の売上高構成比が前年同期比で減少



連結売上総利益は、グループGMVの増加により、前年同期比で増加
 連結売上総利益率は、BASE事業の売上高構成比の減少により、減少

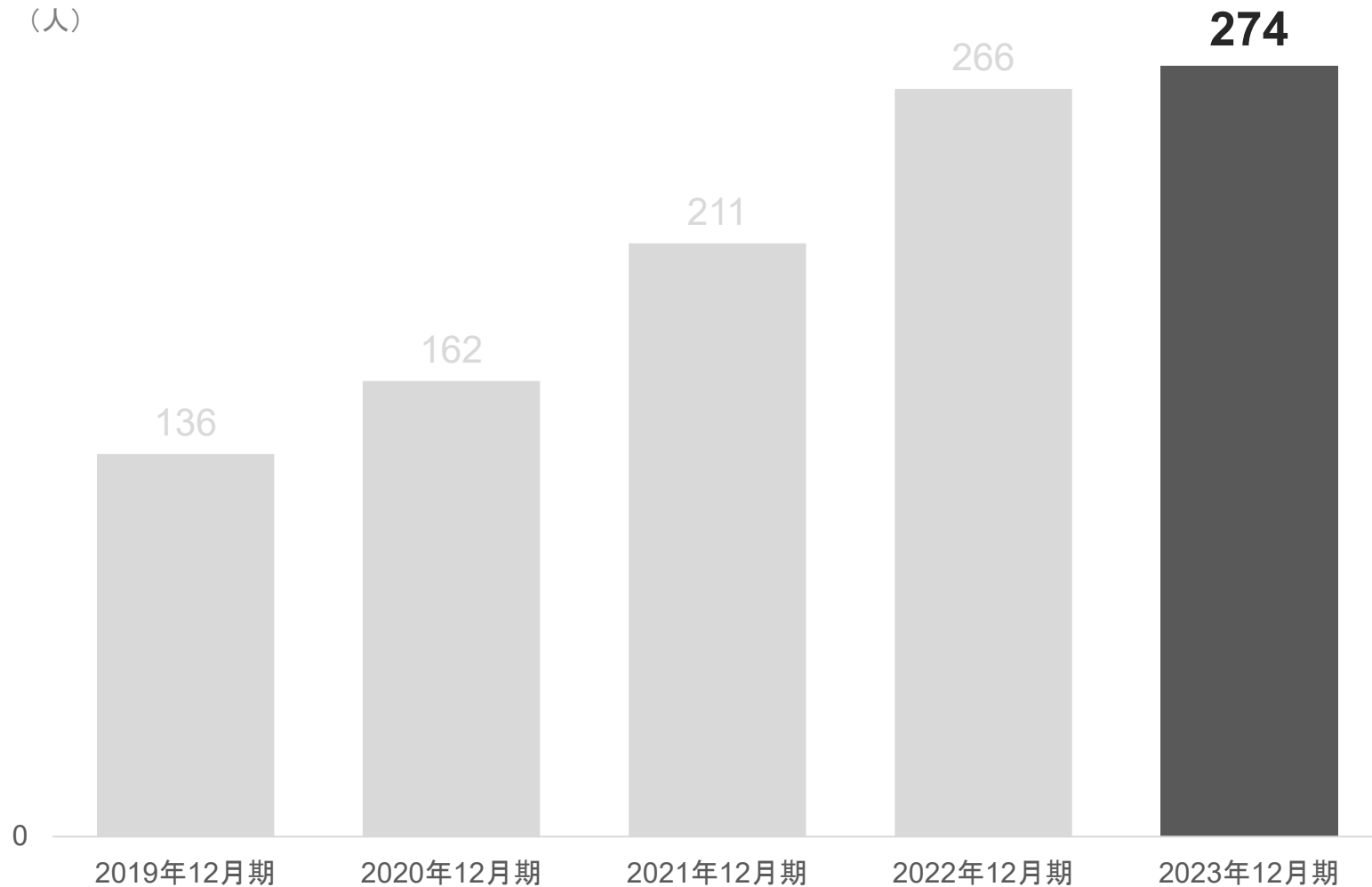


- 販管費は、主にプロモーション費の大幅な削減により、前年同期比で減少
- プロモーション費は、販促支援の効率化及び認知系マーケティングの縮小等により、大幅に削減
- 人件費は、人員数の増加により増加



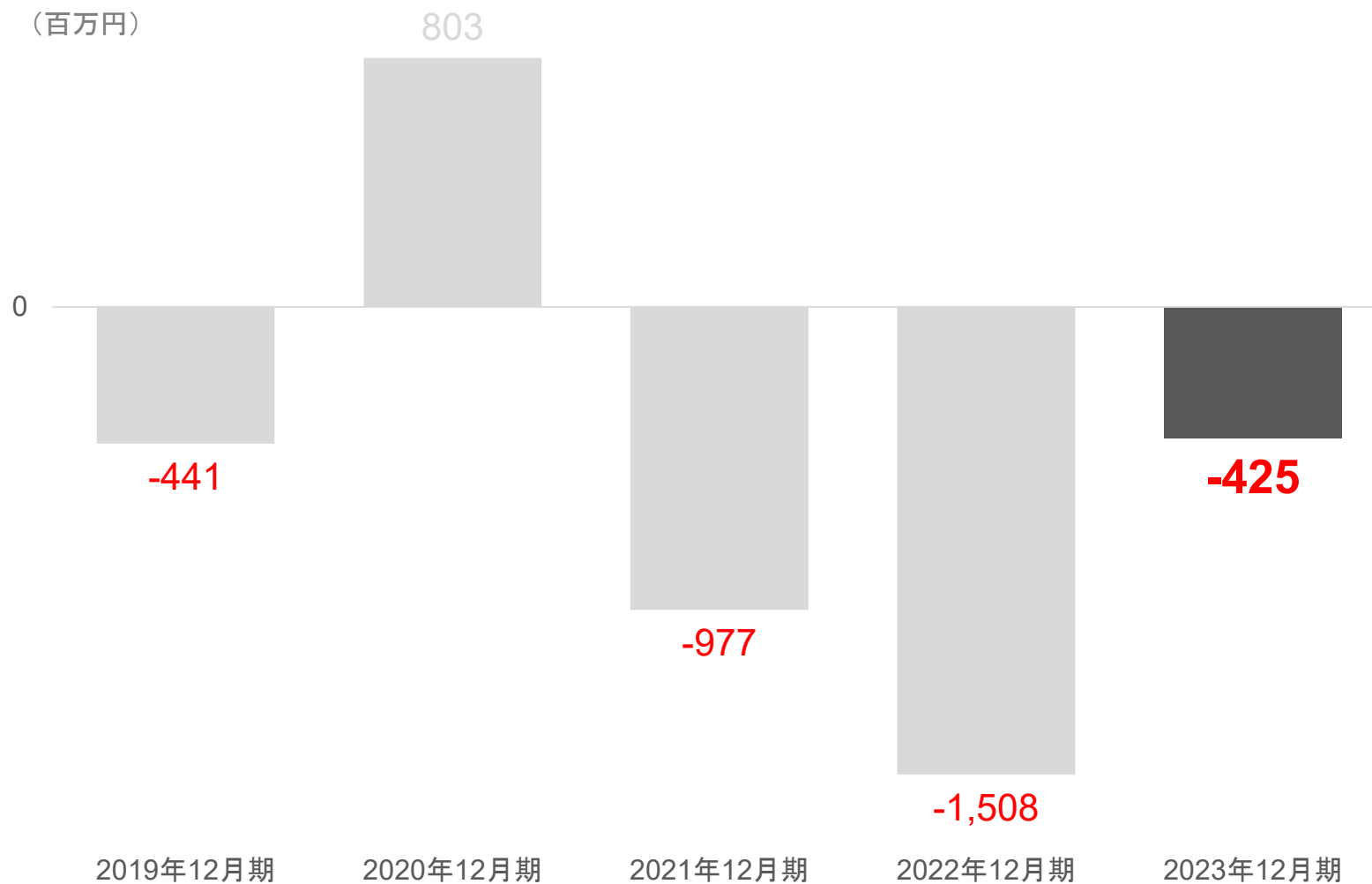
(注) その他費用の内容は、主に支払報酬・外注費、システム利用料、オフィス費用、租税公課、採用費など

人員数は、前年同期比+8名(同+3.0%)



(注)人員数は正社員及び契約社員の人数であり、役員、臨時雇用者は含まない。ただし、子会社に役員として出向している者は人数に含む。

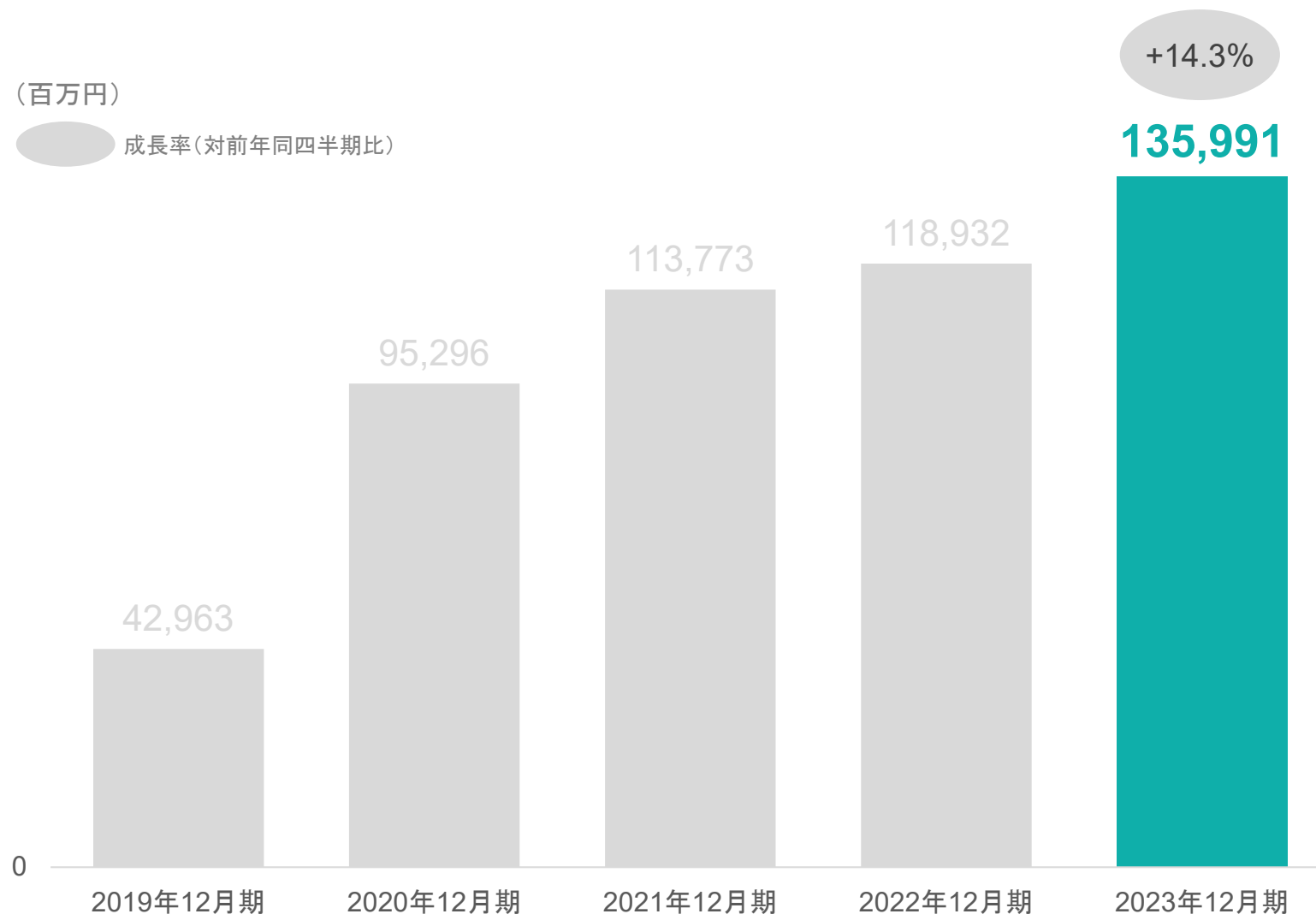
連結売上総利益の増加及び販管費の大幅な削減により、営業損失は前年同期比で縮小



GMVは、月額有料プランの効果等により売上規模の大きなショップがけん引し、
前年同期比+14.3%

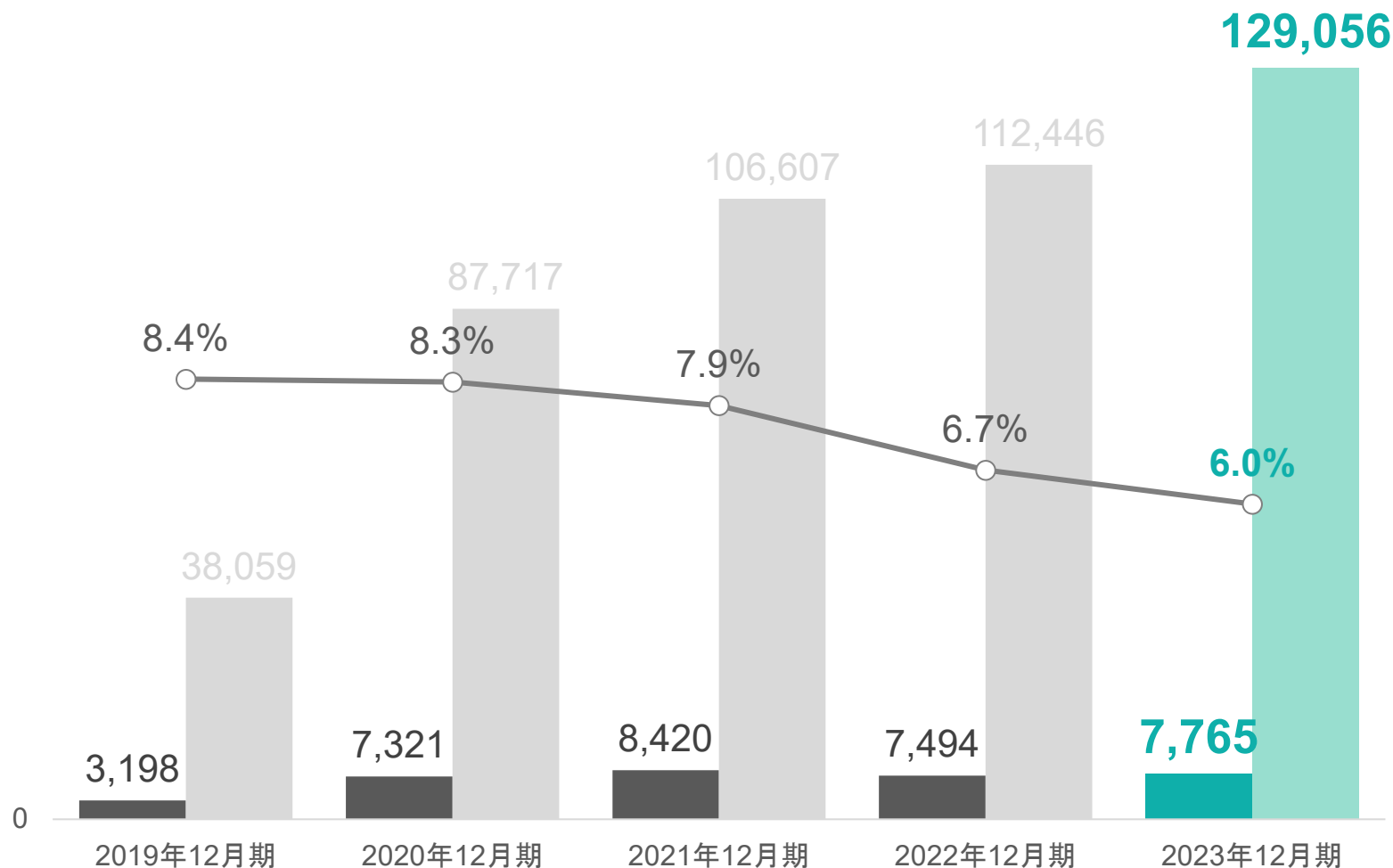
(百万円)

成長率(対前年同四半期比)

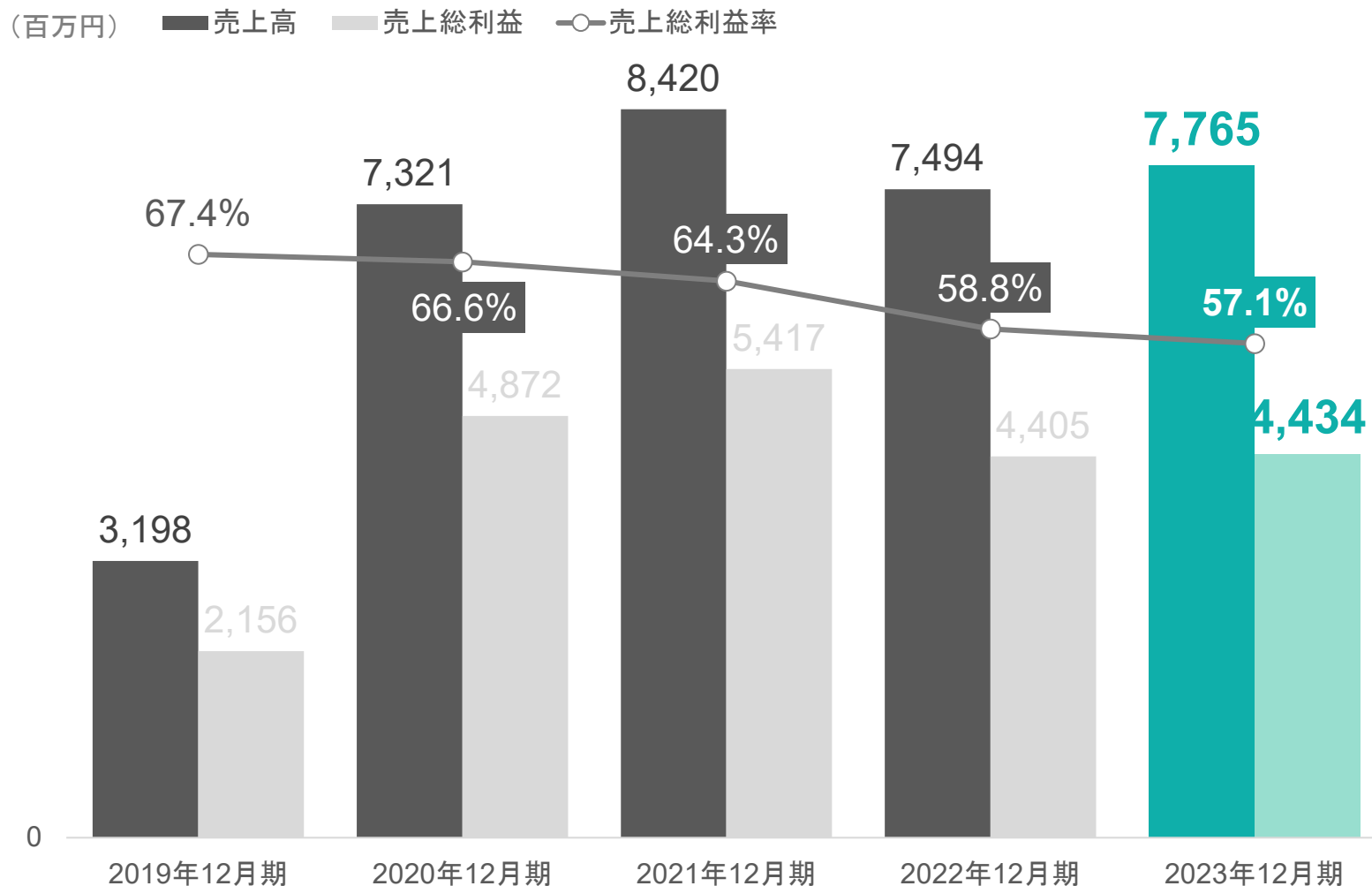


テイクレートは、月額有料プランの構成比の増加により、前年同期比で減少

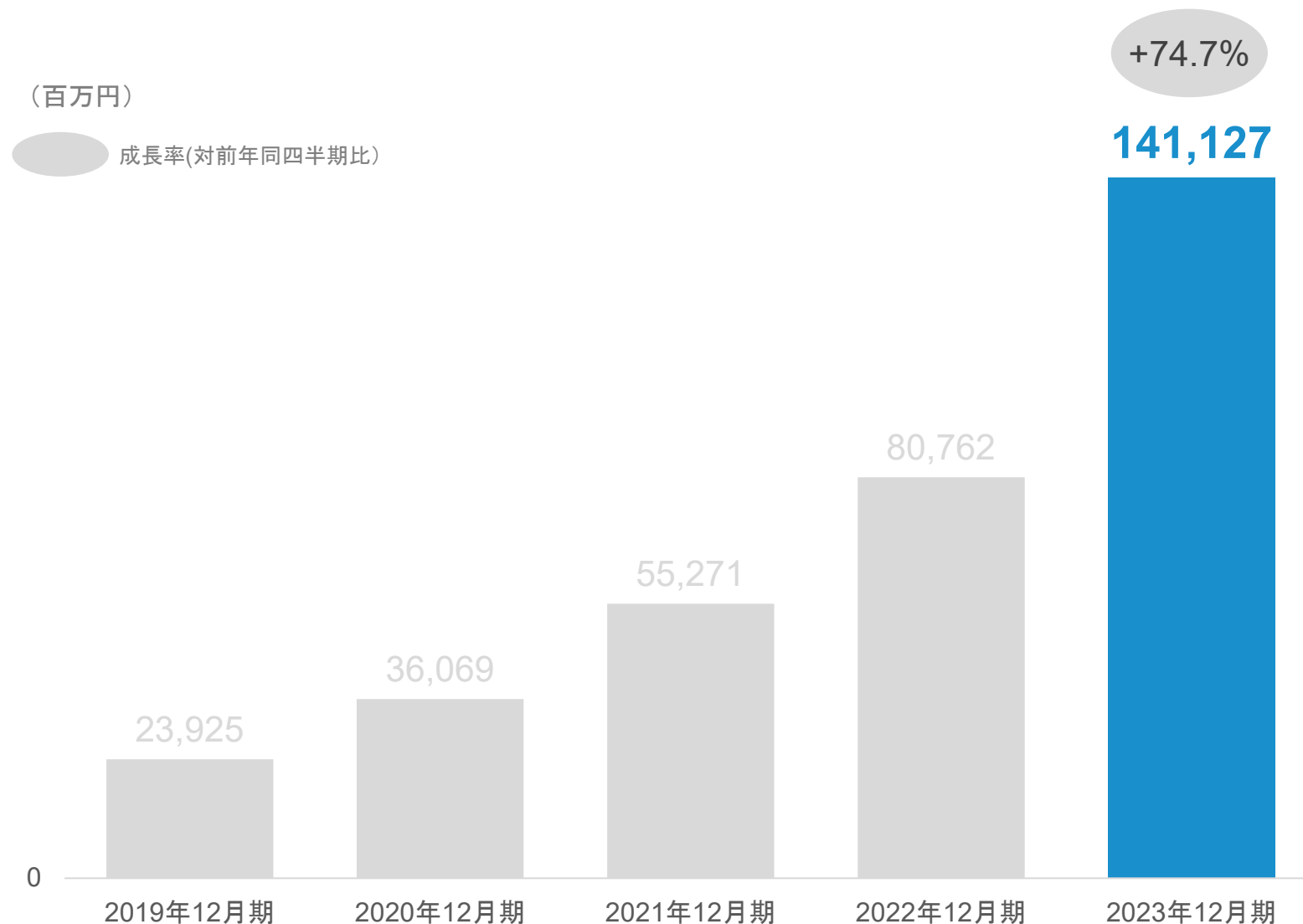
(百万円) ■売上高 ■GMV(決済) ○テイクレート



売上高及び売上総利益は、GMVの増加により、前年同期比で増加
売上総利益率は、テイクレートの減少により減少

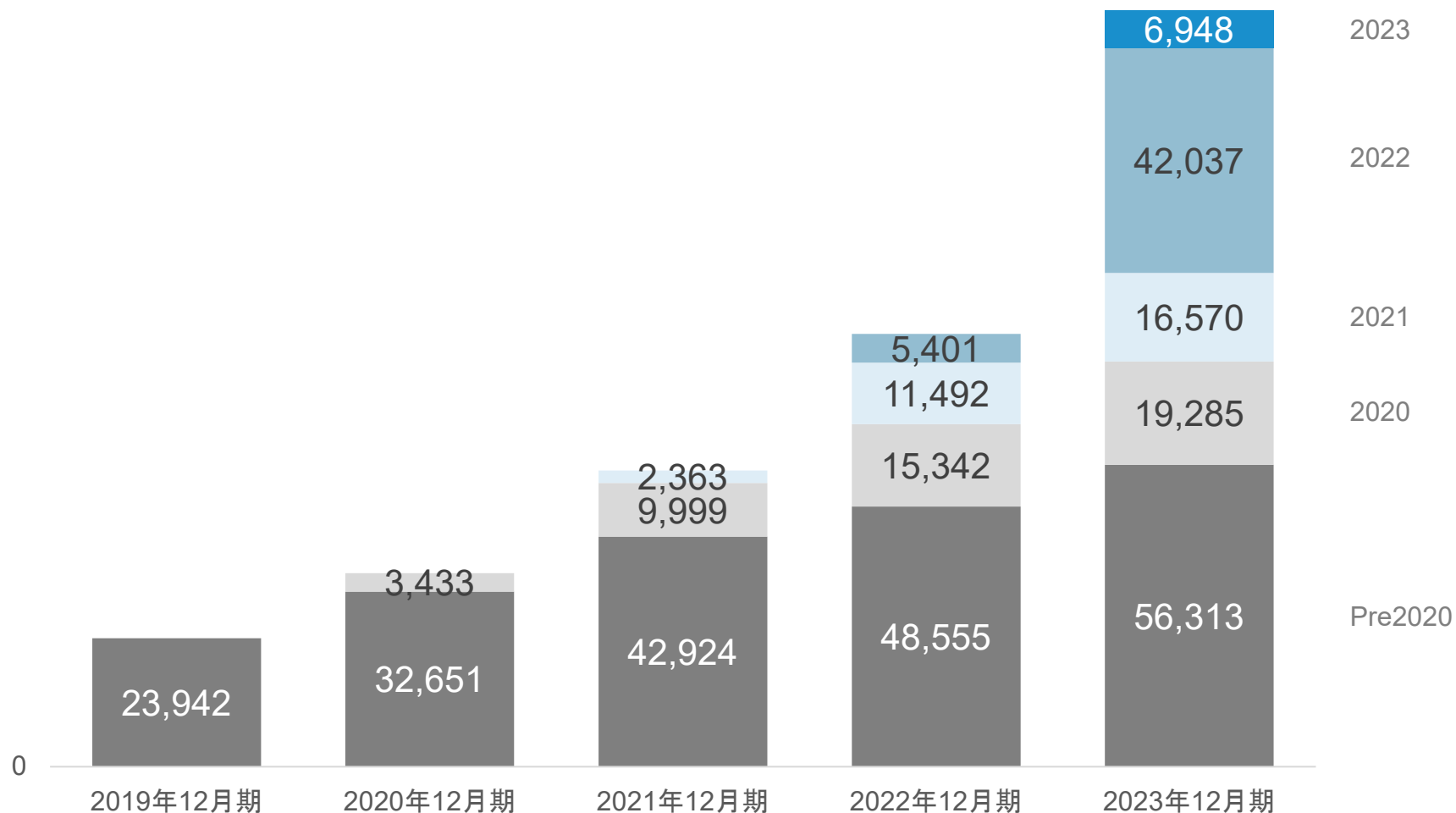


GMVは、既存及び新規両方の大型加盟店がけん引し、**前年同期比+74.7%と大きく増加**



2022年に利用を開始した大型加盟店を中心に、引き続き既存加盟店がGMVの成長をけん引
積み上がる新規加盟店のGMVも増加

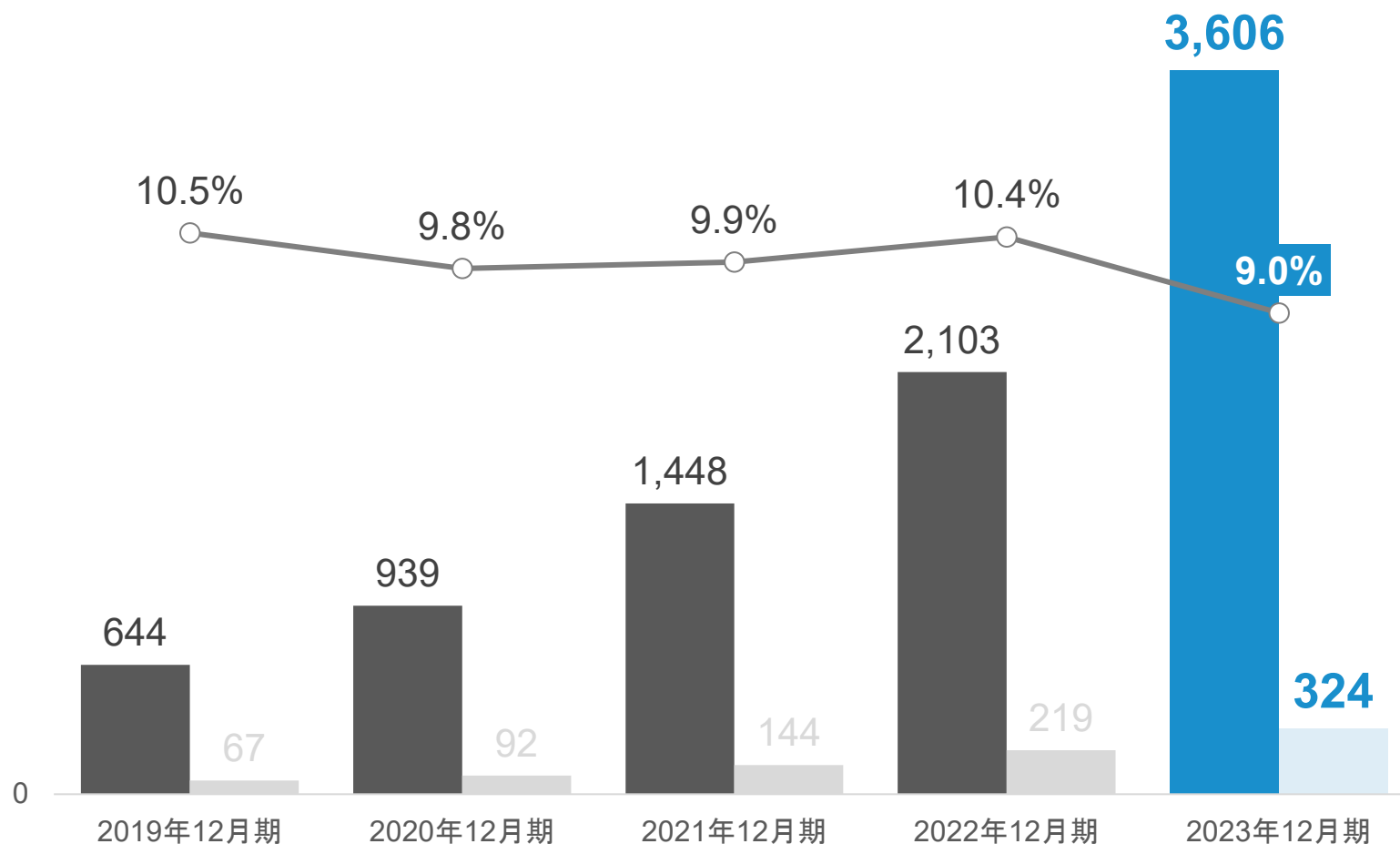
(百万円) ■ Pre2020 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



GMVの増加により、**売上高は前年同期比+71.4%と大きく増加**

売上総利益率は、売上総利益率の低い加盟店(注)のGMV構成比が増加したことにより、減少

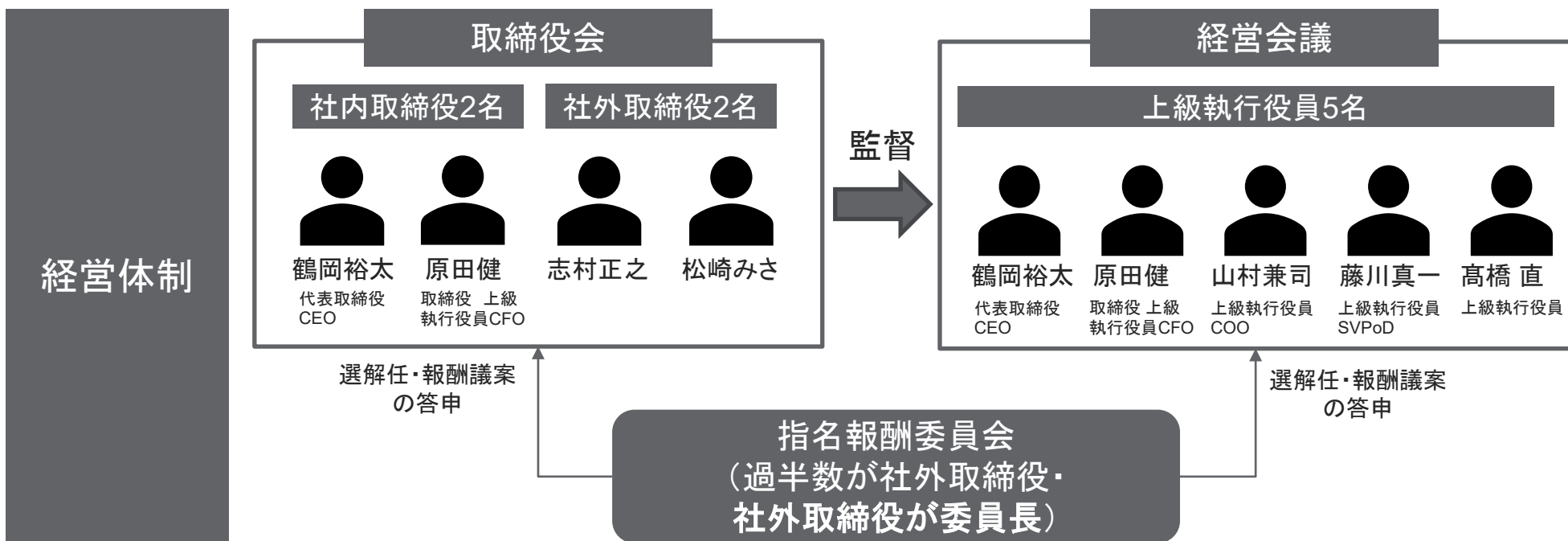
(百万円) ■ 売上高 ■ 売上総利益 ○ 売上総利益率



(注) 各加盟店の売上総利益率は、料金プラン、クレジットカード及び業種等によって異なる

5-2. その他

取締役会の実効性評価を継続実施し、検証結果をもとに改善を行うことで、コーポレートガバナンスのさらなる向上を図る



(注)前期からガバナンス体制に変更なし

取締役のスキルマトリックス

幅広いスキル^(注)を持つ経営体制で、グループ全体のさらなる成長を目指す

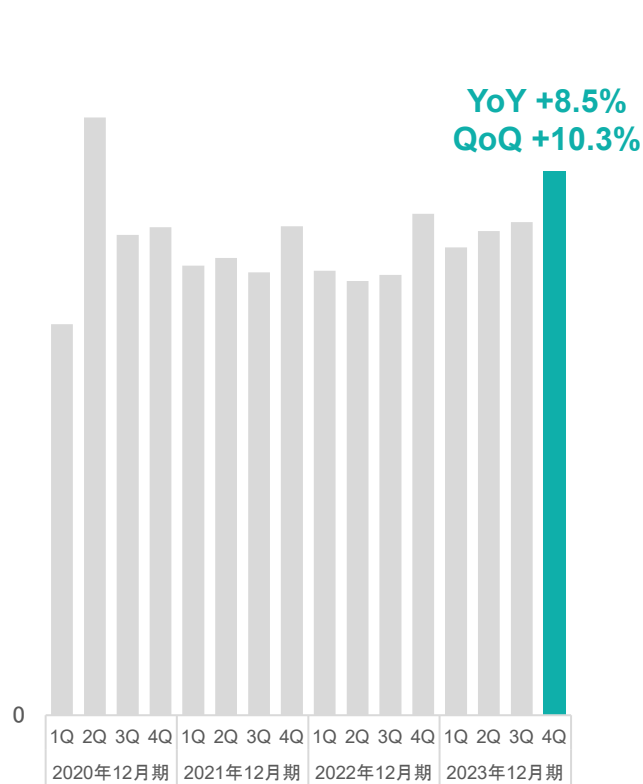
	取締役		社外取締役	
	鶴岡 裕太	原田 健	志村 正之	松崎 みさ
経営経験	●	●	●	●
財務・会計		●		
法務・コンプライアンス・ リスク管理		●	●	
ESG・サステナビリティ	●	●	●	●
人事・組織開発	●	●	●	●
テクノロジー	●			
業界知見 (EC・金融・決済)	●	●	●	
国際性			●	●

(注)「第11期定時株主総会招集通知」に記載のスキルマトリックスより抜粋

1人あたり購入単価及び1ショップあたり平均購入者数はともに、前年同四半期比で増加
前四半期比でも、季節性等の影響によりともに増加

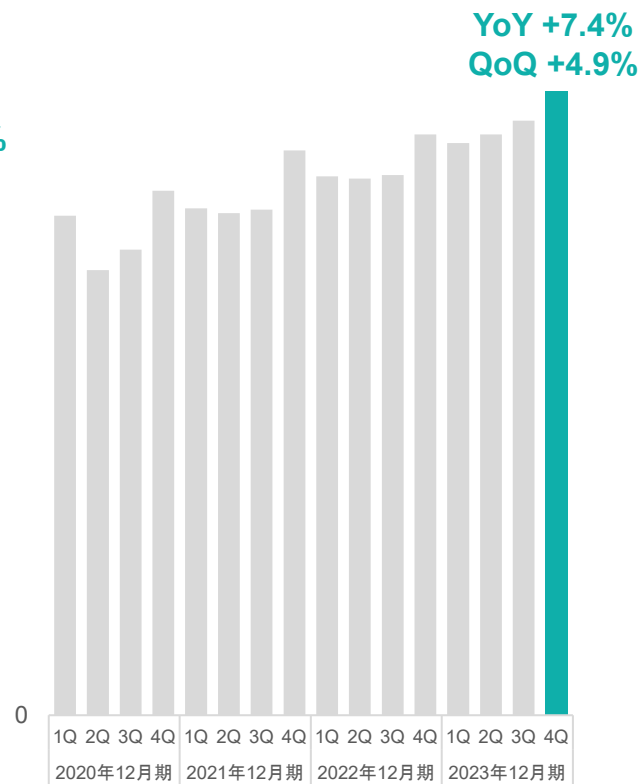
1ショップあたり月間平均GMV

(円)



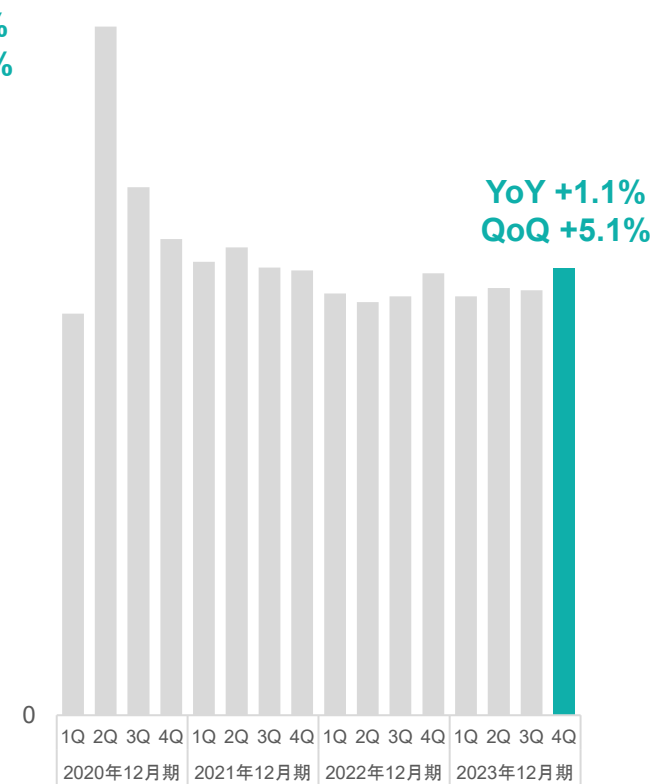
1人あたり購入単価

(円)



1ショップあたり平均購入者数

(人)



圧倒的な競争優位性のある料金プランの提供^(注1)により、より幅広い売上規模のショップから選ばれるサービスを目指す戦略を実施

	BASE	国内サービスS	国内サービスC	国内サービスM	海外サービスS
決済手数料	2.9% ~	3.6%	4.0% ~	3.19% ~	3.4%
月額費用	19,980円	2,980円	4,950円	12,100円	4,950円 ^(注2)
初期費用	0円	0円	3,300円	11,000円	0円

業界
最安値

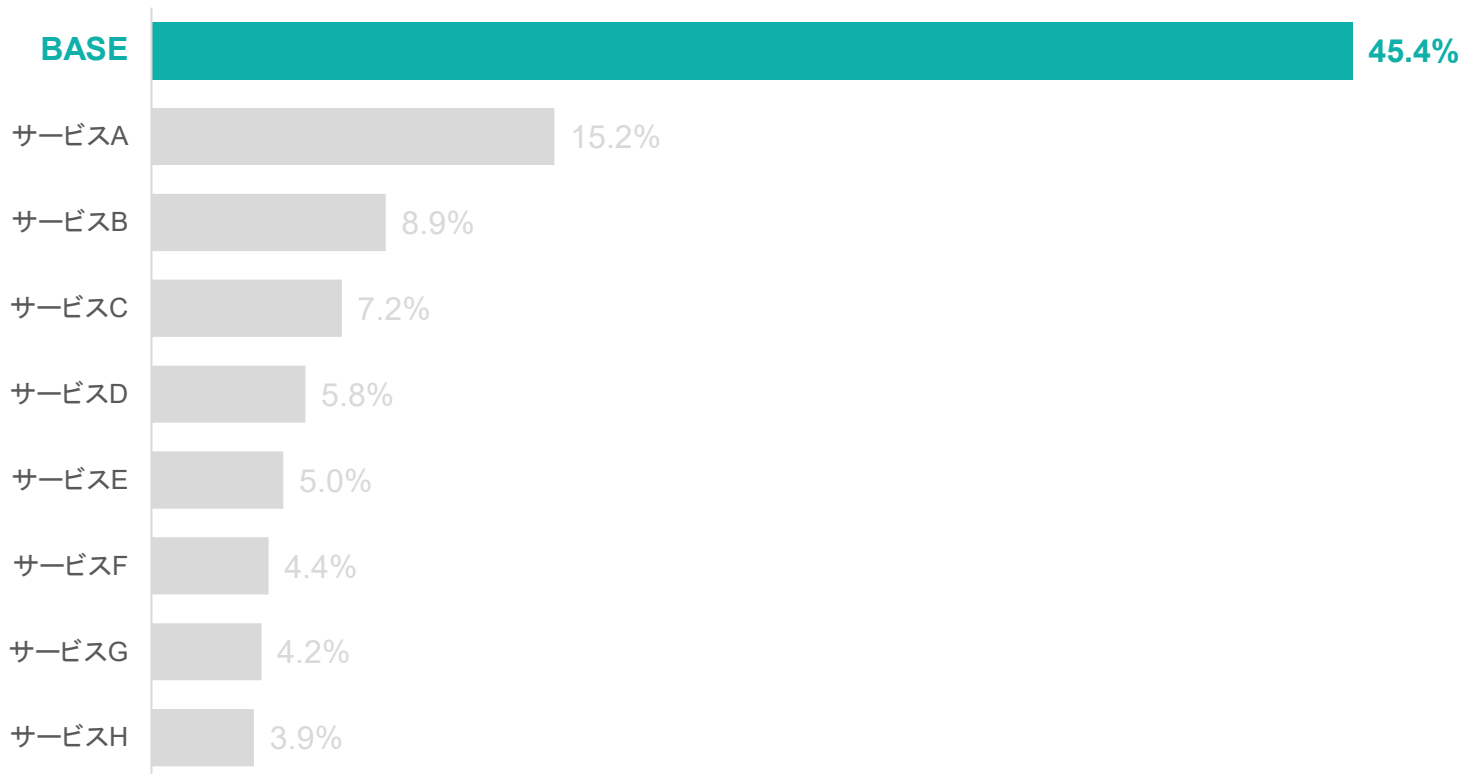
(注1) 各社の料金プランは当社調べ(2023年5月現在)。月額費用が発生するプランで比較

(注2) 1ドル150円換算

創業より個人やスモールチームのエンパワーメントに注力し、ロングテール市場において確固たる地位を築き、圧倒的に選ばれるサービスに

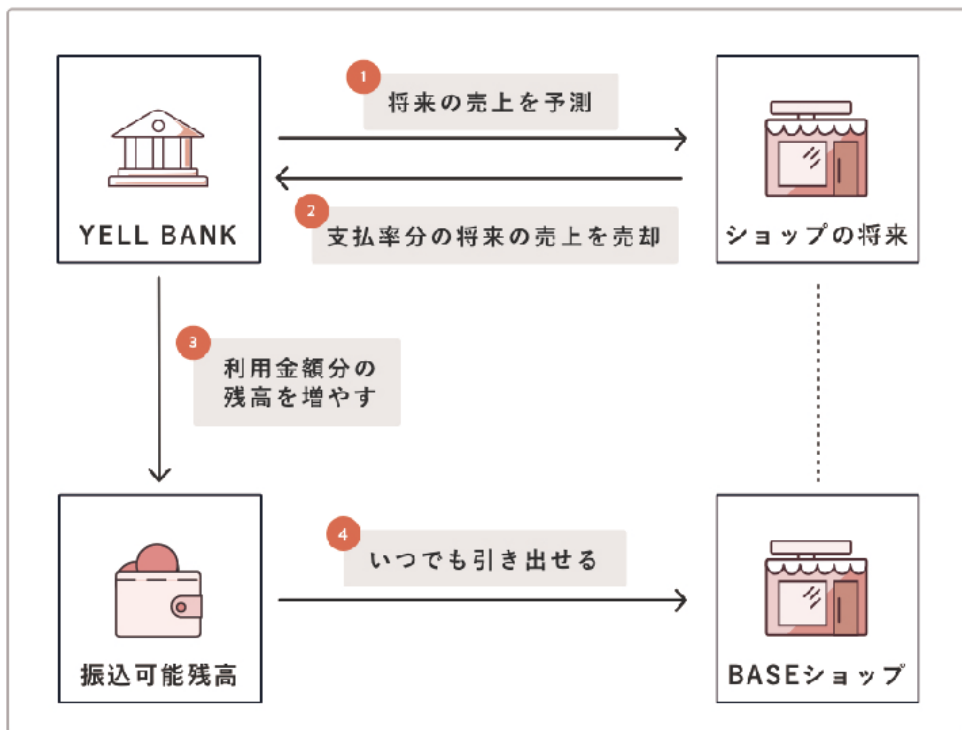
ストアフロント型のネットショップ作成サービス利用実績調査

直近1年以内に、ネットショップを開設した際に利用したネットショップ作成サービスをすべてお答えください。

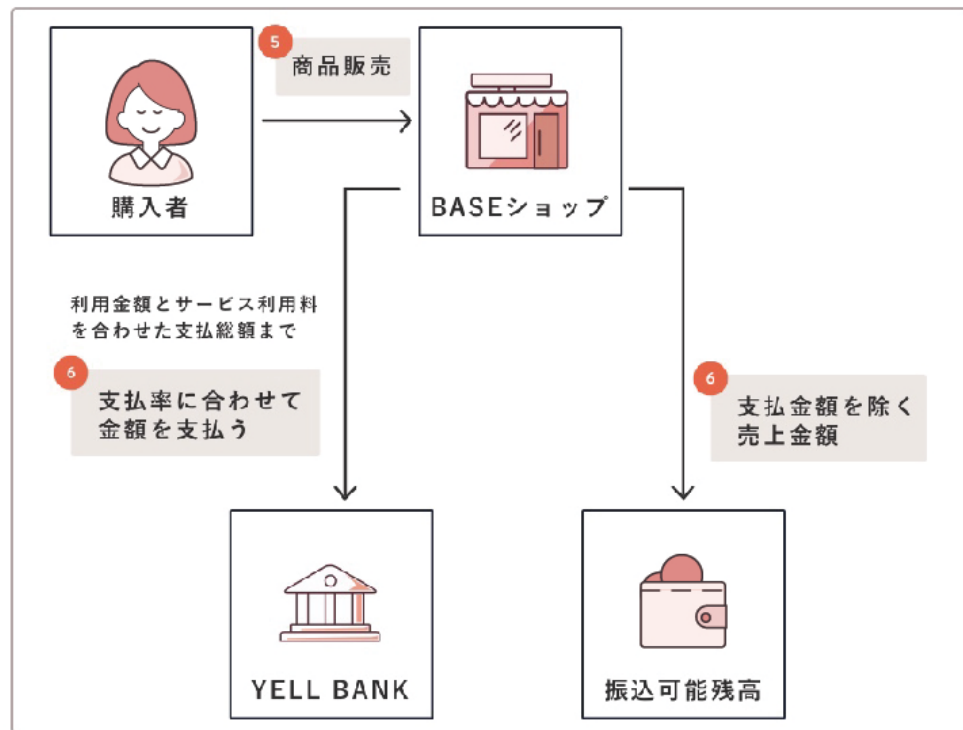


「BASE」が将来債権を買い取ることで、ショップが即時に資金調達ができる金融サービス

資金調達の流れ



お支払いの流れ



(百万円)		2021年12月期				2022年12月期				2023年12月期			
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	BASE	1,944	2,082	2,087	2,306	2,052	1,784	1,693	1,963	1,757	1,930	1,897	2,179
	PAY.JP	286	353	384	424	439	482	563	618	701	848	996	1,061
	その他	7	10	20	23	20	28	35	57	59	63	82	103
売上総利益	BASE	1,280	1,330	1,329	1,477	1,323	1,054	943	1,083	950	1,114	1,101	1,267
	PAY.JP	29	34	38	42	44	49	58	66	63	79	80	100
	その他	7	10	20	23	14	20	27	50	51	54	74	94
セグメント利益	BASE	102	-207	-167	-431	-178	-481	-234	-256	-175	66	-73	120
	PAY.JP	-18	-17	-6	3	-4	-3	-4	-33	-9	3	5	-84
	その他	-15	-18	-12	-5	-13	-15	-8	6	-14	-23	-7	20
	全社費用	-54	-41	-33	-52	-76	-96	-49	-57	-72	-61	-58	-61
営業損益	全社	13	-283	-220	-487	-272	-597	-297	-340	-271	-15	-133	-4

年	月	四半期GMV (百万円) ^(注1)	平均月間GMV (百万円)	平均月間売店数 (ショップ)	1ショップあたりの 月間平均GMV(円)	四半期GMV(決済額) (百万円) ^(注2)
2020年	3月	12,532	4,177	30,658	136,262	10,983
	6月	31,071	10,357	49,715	208,330	27,582
	9月	25,390	8,463	50,553	167,417	24,661
	12月	26,302	8,767	51,558	170,051	24,488
2021年	3月	25,739	8,579	54,742	156,734	23,956
	6月	28,132	9,377	58,833	159,392	26,308
	9月	28,175	9,391	60,856	154,329	26,476
	12月	31,725	10,575	62,049	170,431	29,865
2022年	3月	28,199	9,399	60,672	154,927	26,563
	6月	27,898	9,299	61,455	151,322	26,496
	9月	28,491	9,497	61,883	153,468	27,199
	12月	34,343	11,447	65,516	174,736	32,187
2023年	3月	30,929	10,309	63,226	163,064	29,523
	6月	32,821	10,940	64,820	168,785	31,374
	9月	33,487	11,162	64,948	171,871	31,541
	12月	38,752	12,917	68,115	189,641	36,617

(注1) GMVは注文日ベース(注文額)

(注2) GMV(決済額)は、注文額(注文日ベースGMV)のうち、決済まで至った取引金額の総額であり、決済日が属する月に計上。

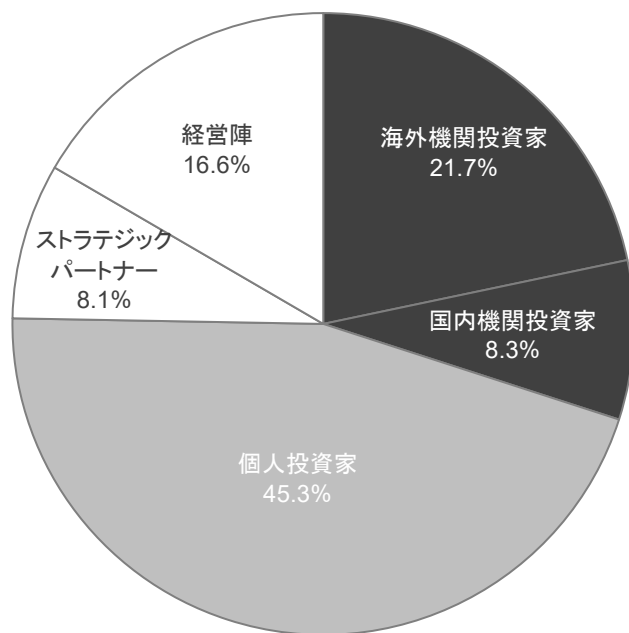
注文から決済までタイムラグがあり、注文日と決済日は異なるため月ずれが発生すること及びキャンセルにより決済まで至らなかった金額はGMV(決済額)に算入されないことから、注文額(注文日ベースGMV)の金額と異なる。

年	月	四半期GMV (百万円)
2020年	3月	7,018
	6月	7,820
	9月	9,422
	12月	11,808
2021年	3月	10,837
	6月	13,446
	9月	14,693
	12月	16,293
2022年	3月	16,849
	6月	18,444
	9月	21,624
	12月	23,844
2023年	3月	27,096
	6月	32,821
	9月	39,351
	12月	41,858

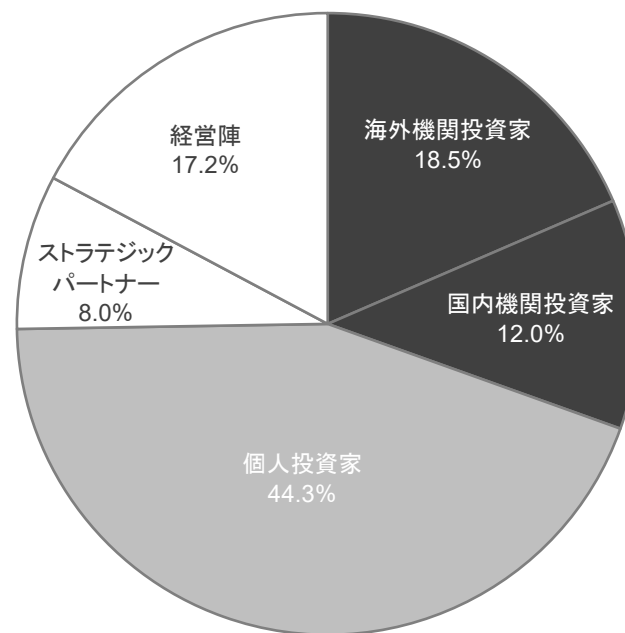
(注)GMVは決済日ベース(決済額)

引き続き幅広い投資家に対するIR活動を実施

2023年6月30日



2023年12月31日



(株)		FY2023
新株予約権	期首残高	3,368,000
	付与	0
	行使	-1,242,000
	失効	0
	期末残高	2,126,000
発行済株式数		115,197,823
潜在株割合 (対発行済株式総数)		1.8%

本資料の取扱いについて

本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、日本国またはそれ以外の一切の法域における有価証券の取得勧誘または売付け勧誘等を構成するものではありません。将来の業績に関して本書に記載された記述は、将来予想に関する記述です。将来予想に関する記述には、以下に限りませんが「信じる」「計画する」「戦略をもつ」「期待する」「予想する」「予期する」「予測する」または「可能性がある」というような表現および将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他類似した表現を含みます。将来予想に関する記述は、現在入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいています。そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来予想に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。したがって、将来予想に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。

本資料に記載されている当社以外の企業等に関する情報および第三者の作成に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、そのデータ・指標等の正確性・適切性等について、当社は独自の検証は行っておらず、何らその責任を負うことはできません。

BASE