



BASE

2020年12月期第1四半期
決算説明会資料

BASE株式会社

(東証マザーズ: 4477)

2020年5月15日

1. 会社概要
2. エグゼクティブ・サマリー
3. 新型コロナウイルスの影響
4. 2020年12月期第1四半期業績
5. 2020年12月期業績見通し
6. 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、あなたらしい経済を。

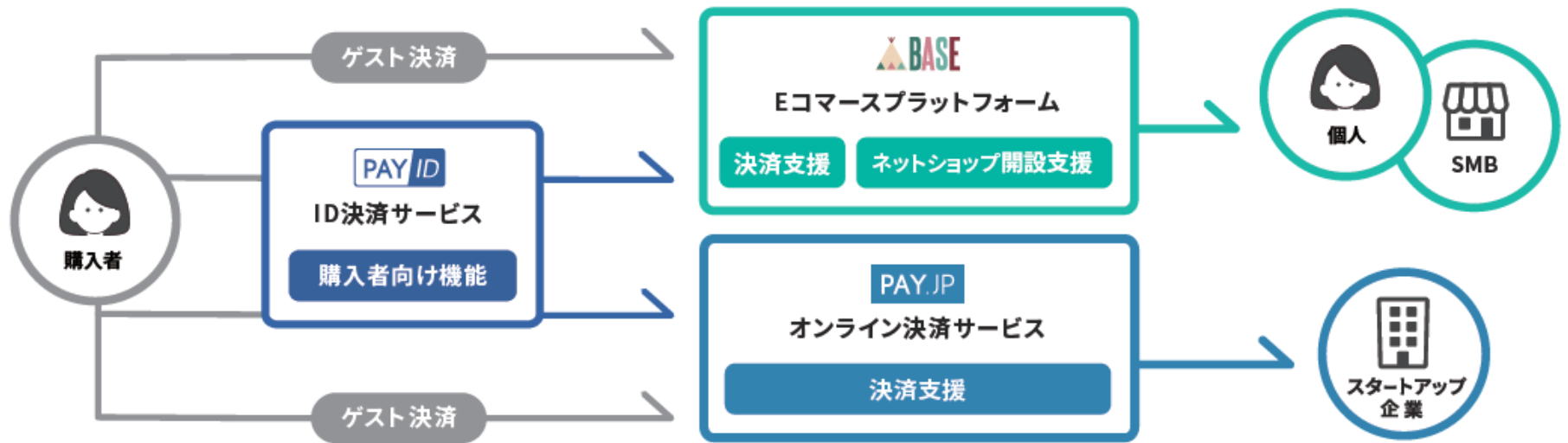


BASE



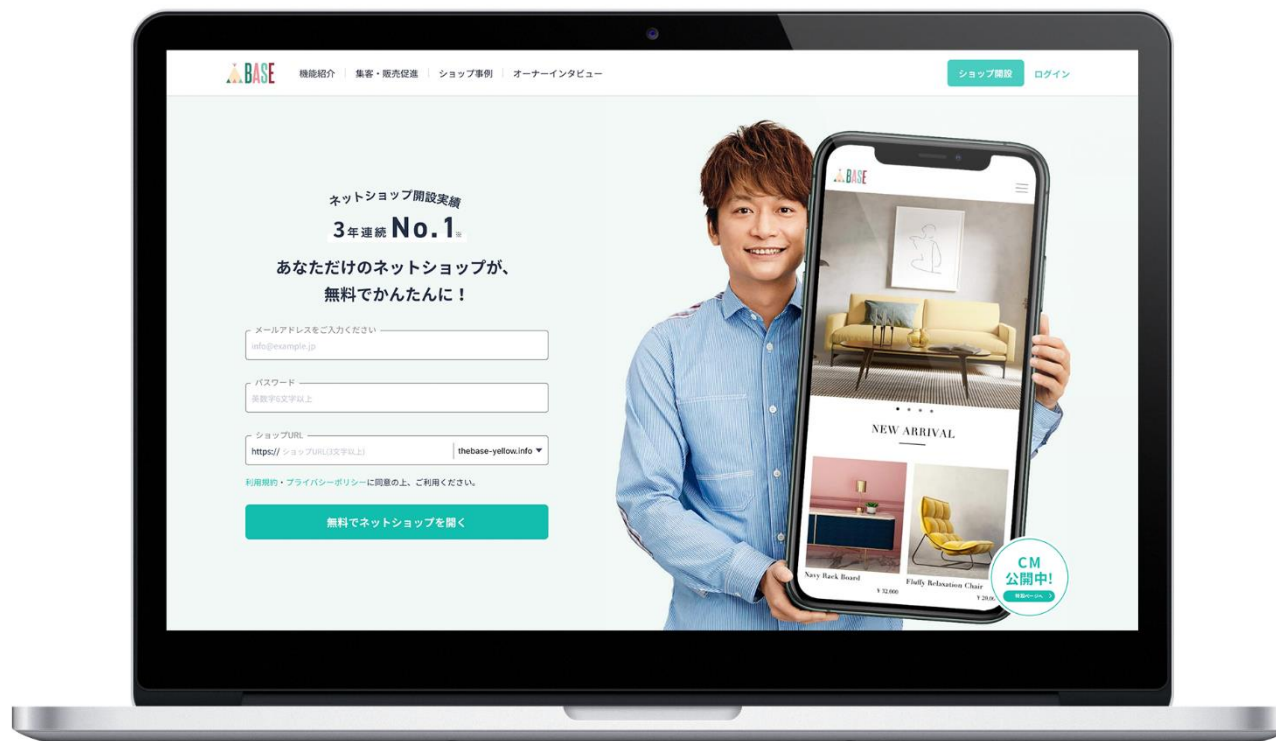
事業概要図

「BASE」を通じて個人及びSMB^(注)をエンパワーメントすることに、
「PAY.JP」を通じてスタートアップを支援することに注力



(注)SMB...SmallandMediumBusinessの省略表記であり、中堅・中小企業のこと

誰でも簡単にデザイン性の高い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と、
そこで開設された店舗の商品を購入できるショッピングアプリ等を提供する
Eコマースプラットフォームを展開



作成時間、運営費用、Web技術など様々な理由でネットショップを始めることが困難だった方でも、ネットショップの運営を手軽に始めることが可能

POINT 01



初期費用・
月額費用が無料

POINT 02



BASE
かんたん決済

POINT 03



豊富な
テンプレート

POINT 04



多様な
拡張機能

「支払いのすべてをシンプルに」

Webサービスやネットショップ^(注)にクレジットカード決済を簡単に導入できる

開発者向けのオンライン決済サービス



(注)BASEにより作成されたネットショップを除く

2.エグゼクティブ・サマリー

Topix

- 「BASE」累計ショップ開設数が100万ショップを突破

新型コロナウイルスの影響

- 2月20日から当社グループ全メンバーの在宅勤務を推奨、4月1日から原則在宅勤務を実施
- BASE事業においては、3月下旬以降 新規ショップ開設数が急増し、さらに4月以降GMVが大幅に増加（2020年4月のGMVは、3月比**+103.9%** 前年同月比**+190.0%**の成長）
- PAY事業においては、一部のオフライン事業を営む既存加盟店のGMVが2月以降、大きく減少

2020年12月期 第1四半期 業績

- 売上高は前年同四半期比**+47.1%**、売上総利益は同**+44.1%**と引き続き高い成長を継続
- 販管費は、TVCMを実施しなかったため、前年同四半期比で微増にとどまり、**営業赤字が縮小**

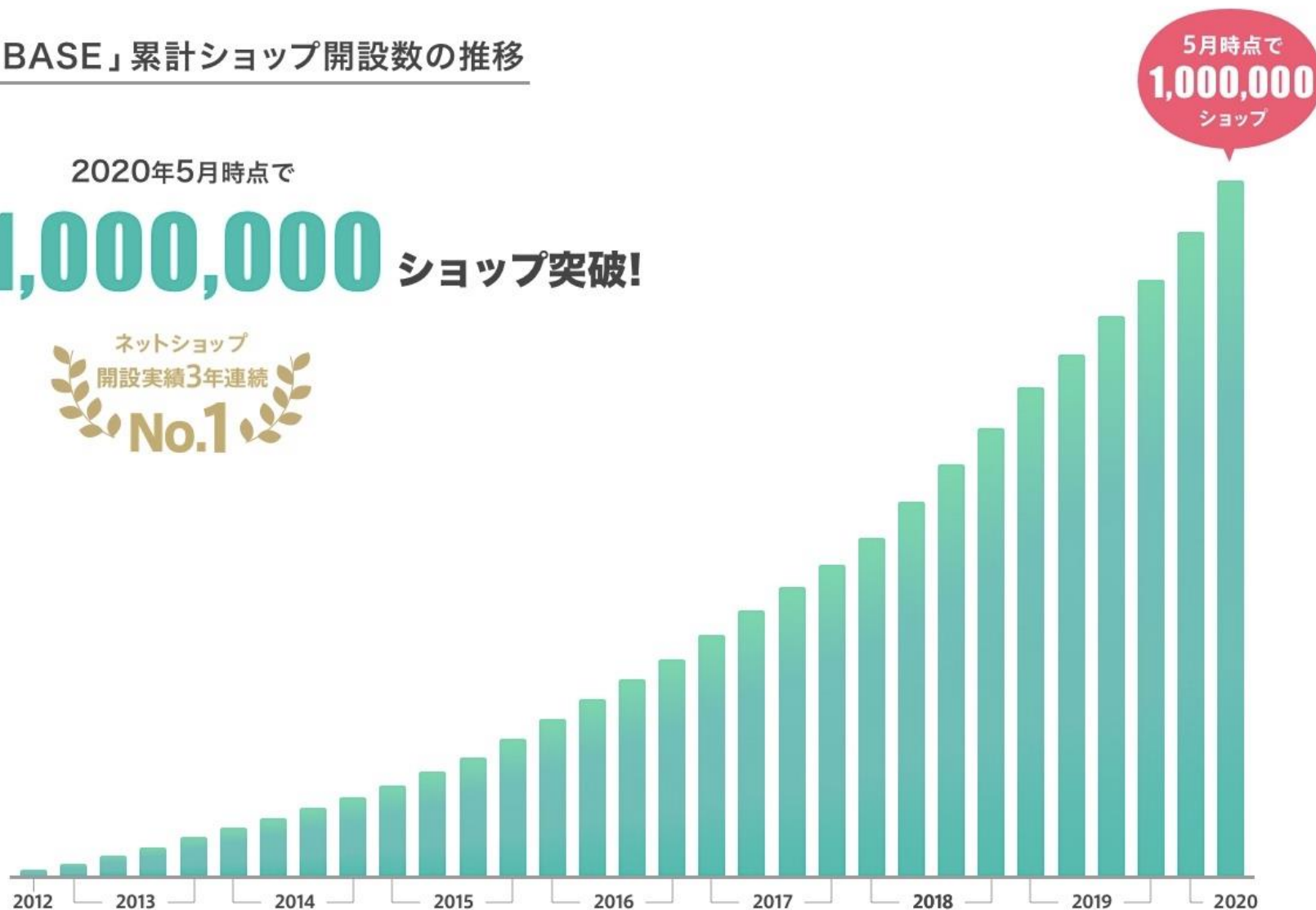
2020年12月期 通期業績見込み

- 現時点で業績への影響を合理的に見通すことが困難な状況なため、業績予想は据え置き、今後の状況及び事業動向を見極めながら、業績予想の修正が必要となったら速やかに公表

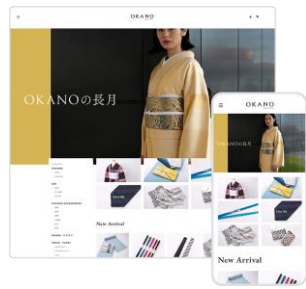
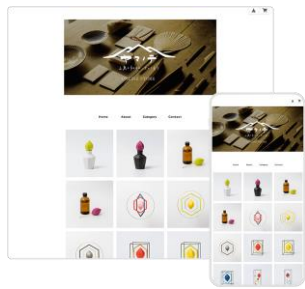
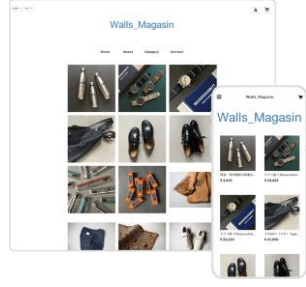
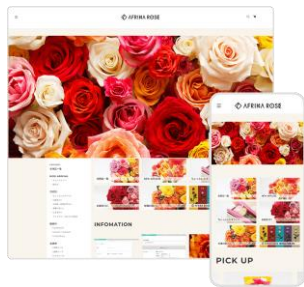
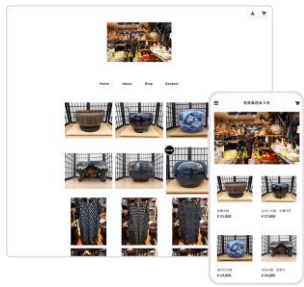
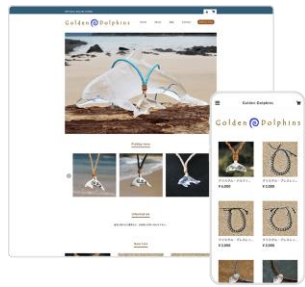
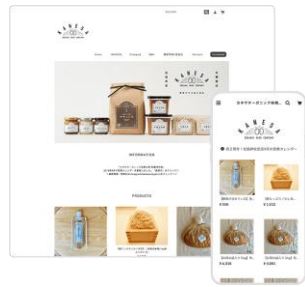
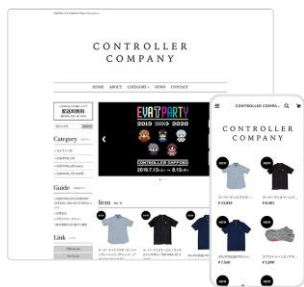
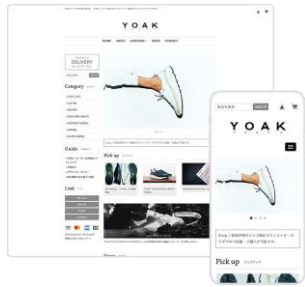
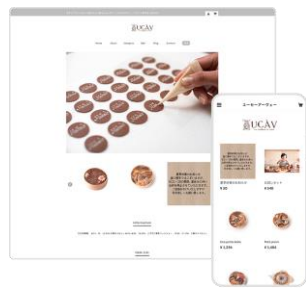
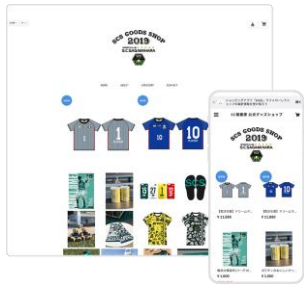
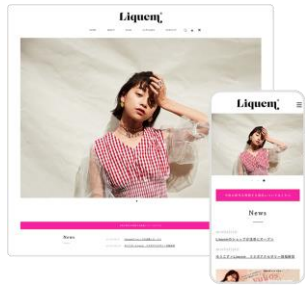
「BASE」累計ショップ開設数の推移

2020年5月時点で
1,000,000 ショップ突破!

ネットショップ
開設実績3年連続
No.1



直近1年以内にネットショップを開設する際に利用したネットショップ作成サービス 調査委託先:マクロミル (2020年2月実施)



3. 新型コロナウイルスの影響

新型コロナウイルスの影響

当社グループの対応状況

- 従業員やすべてのステークホルダーの安全に配慮し、在宅勤務を実施
- 2月20日から当社グループ全メンバーの在宅勤務を推奨、4月1日から原則在宅勤務を実施
- 在宅勤務による大きな影響や混乱は生じておらず、業務は安定して稼働
- (出店テナントの方針に従い)リアル店舗出店スペースの休業や、ポップアップイベントの中止

BASE事業への影響

- 3月下旬以降 新規ショップ開設数が急増し、さらに4月以降GMVが大幅に増加しており、具体的には以下のような変化が起きている
- 新規に開設したショップ、過去に開設されたショップともにGMVが大きく増加。一方で、今後については不確実な状況
- 新規に開設したショップは開設後短時間で売上をあげている
- 衛生品(マスク、アルコール消毒等)の販売が増加。アパレルショップ等による手作りマスクの販売も増加
- 物産展等の催事の中止の影響を受けた食品卸業者や営業自粛をした飲食店による開設やGMVが増加
- 食物・飲み物のカテゴリーのGMVが増加しており、同カテゴリーの4月のGMVはYoY+1,032%
- 消費者のEC移行、実店舗のオンラインシフトが加速
- トランザクション増加によるサーバーへの負荷増加、アクセス障害の発生、問い合わせ件数の増加
- ショップ開設数の増加によるショップや商品の審査件数の増加
- 飲食店による開設の増加等の状況の変化に伴う新たなニーズへ対応するため、プロダクト開発の優先順位を変更

PAY事業への影響

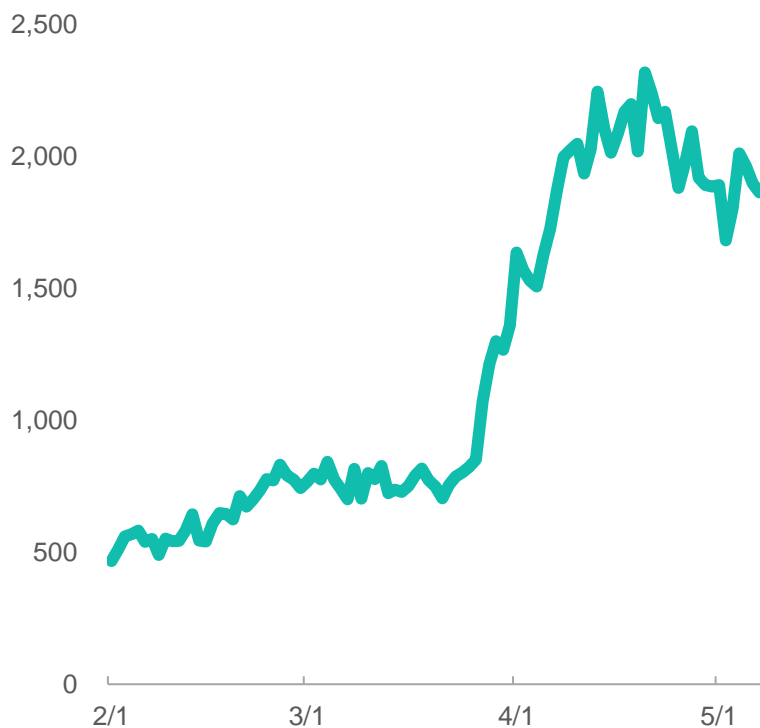
- 一部のオフライン事業を営む既存加盟店(スポーツ関連、インバウンド関連等)のGMVが2月以降、大きく減少(1Qで約4.5億円、4月も約4.5億円のマイナス)
- 新規利用の申込みは増加傾向だが、クレジットカード会社による加盟店審査の遅延が発生

あらゆる事業者の事業の継続をサポートするための支援を実施

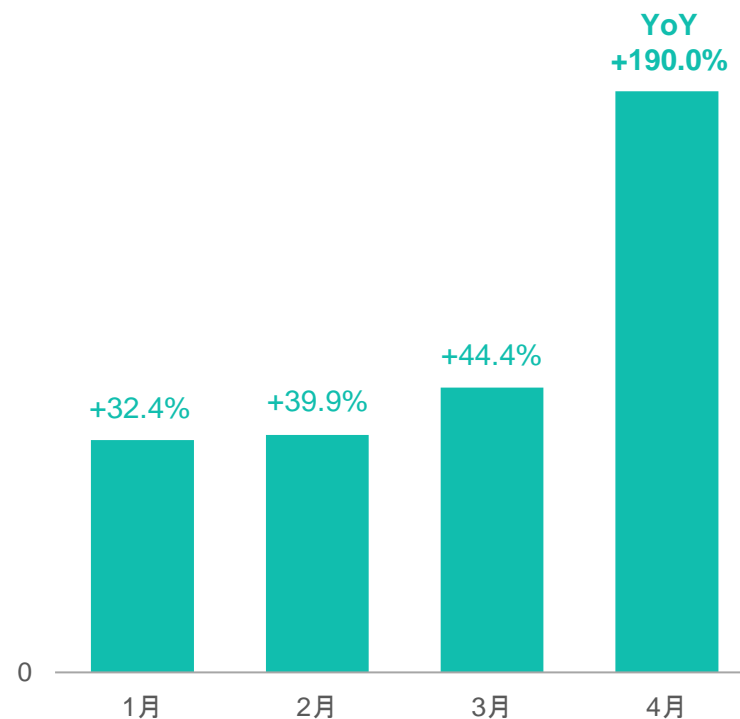
ネットショップ開設支援	実店舗の集客悪化や催事・イベントの中止により在庫商品を抱えている事業者に対し、当社専門チームによるネットショップの開設・運営サポートを実施
お急ぎ振込の手数料無料化	売上金の入金日を最短で翌営業日に短縮できる「お急ぎ振込」にかかる手数料(振込金額の1.5%)を無料で提供(4月1日~5月31日)
発送前商品の売上金引き出しサービス	商品を発送する前に注文金額の引き出しが可能となるサービスの提供を開始 また、将来債権買取サービス「YELL BANK」も引き続き提供
オンラインセミナーの開催	ネットショップの運営や活用方法に悩みを抱えている事業者に対し、週1回無料でオンラインセミナーを開催
商品製造先紹介支援	商品製造ラインの稼働停止により商品の納期が遅延するアパレルブランドに対し、代替製造先の紹介支援を(株)丸井グループと共同で実施(紹介支援の応募は2月に終了)
集客支援	各メディアや当社SNSアカウントへの掲載により事業者の商品情報を無料で発信する集客支援を実施
オンラインカウンセリングサービスの提供	今後の事業運営に関する不安等を抱えている事業者に対し、メンタルサポートを目的とした「cotree」のオンラインカウンセリングサービスを無料で提供

- 新規ショップ開設数は、3月下旬以降に急増
- GMVは、4月以降に大幅に増加し、2020年4月のGMVは、3月比+103.9% 前年同月比+190.0%の成長
- 新規に開設されたショップだけではなく、過去に開設されたショップのGMVも大きく増加している
- 今後のGMVの見通しは不確実な状況

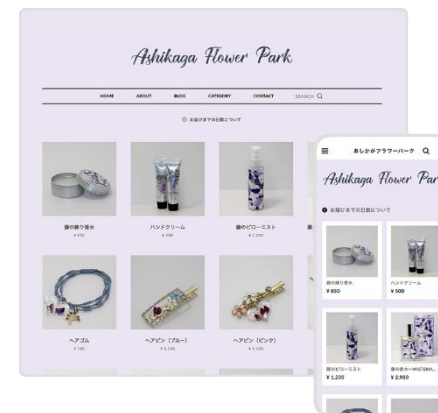
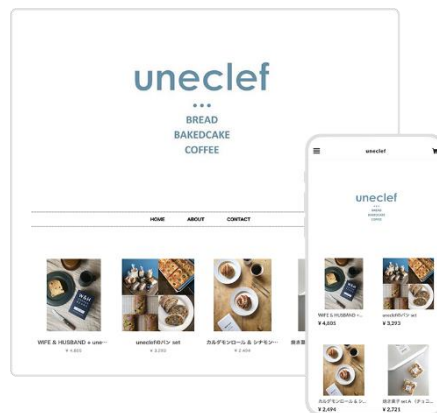
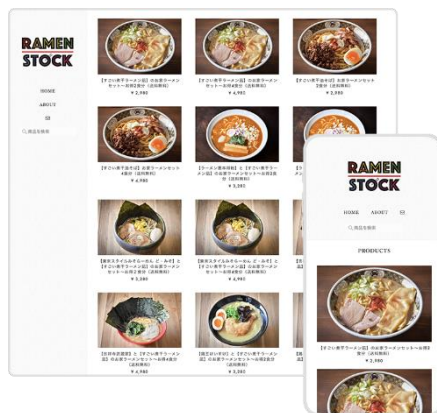
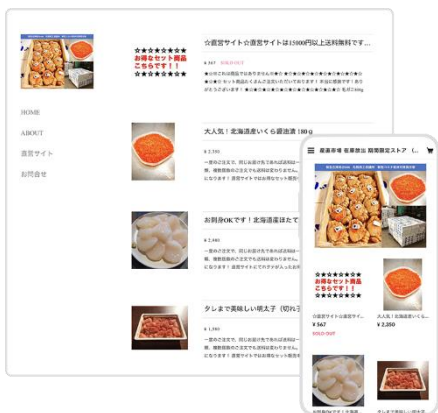
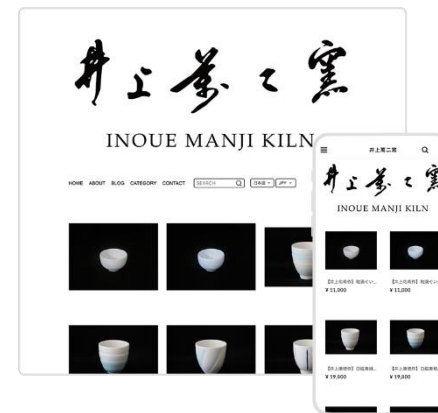
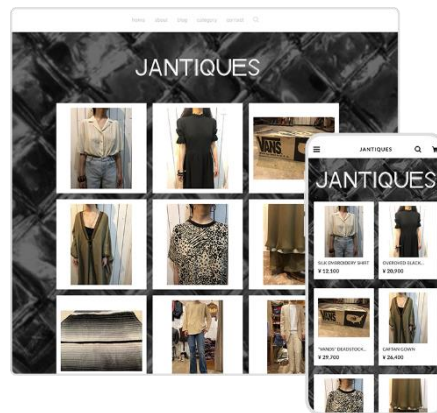
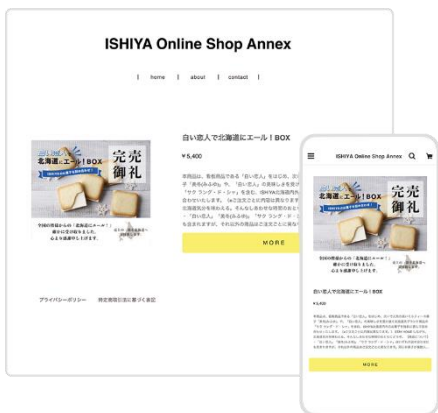
新規ショップ開設数の推移(日)



GMVの推移(月)



- 新型コロナウイルスの影響を受けた多くの事業者は、費用をかけずにすぐにネットショップを開設する必要があるため「BASE」でネットショップを開設
- アパレルや食料品を販売する実店舗のオンラインシフトが進む
- 物産展等の催事の中止の影響を受けた食品卸業者や営業自粛をした飲食店の開設が増加



- コロナ禍でお困りの方々が商品の販路としてネットショップをご利用いただくためには、そういった方々に対してサービスの認知拡大がより必要だと考え、CM放映を決定
- 「BASE」がこれまで発信し続けてきた「自分が好きなものを作って売る」というメッセージを体現されている香取さんと一緒に皆様を応援したいという思いから、2018年に続き香取慎吾さんを起用
- 「BASE」は全てのチャレンジャーに寄り添い、応援するために、日頃から「BASE」をご利用くださっているショップオーナーにも、初めてネットショップを開設されたショップオーナーにもご利用いただけるキャンペーンを実施

TVCMの放映



放送開始: 2020年5月16日(土)
放送地域: 関東、関西、東海、福岡、北海道

※ 新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から今回は新たなCM撮影を控え、2018年に放映開始した香取さん出演のテレビCMを放送

ネットショップ開設応援キャンペーン



- **お店からファンに配布できる10%割引クーポンの配布**
 対象者: 特設サイトのツイートボタンよりTwitterに投稿したショップオーナー
 クーポンご利用期間: 5月18日～5月21日
- **有料デザインテーマの30%OFFクーポンの配布**
 対象者: 特設サイトのツイートボタンよりTwitterに投稿したショップオーナー
 クーポンご利用期間: 6月1日～6月30日

4.2020年12月期第1四半期業績

連結

売上高は前年同四半期比**+47.1%**、売上総利益は同**+44.1%**と引き続き高い成長を継続
販管費は、TVCMを実施しなかったため、前年同四半期比で微増にとどまり、**営業赤字が縮小**

BASE事業

GMV_(注)は、前年同四半期比**+39.1%**成長し、計画通りに進捗
1Qにおいては、新型コロナウイルスの影響は軽微
売上高は同**+45.0%**、売上総利益は同**+42.7%**と高い成長が継続

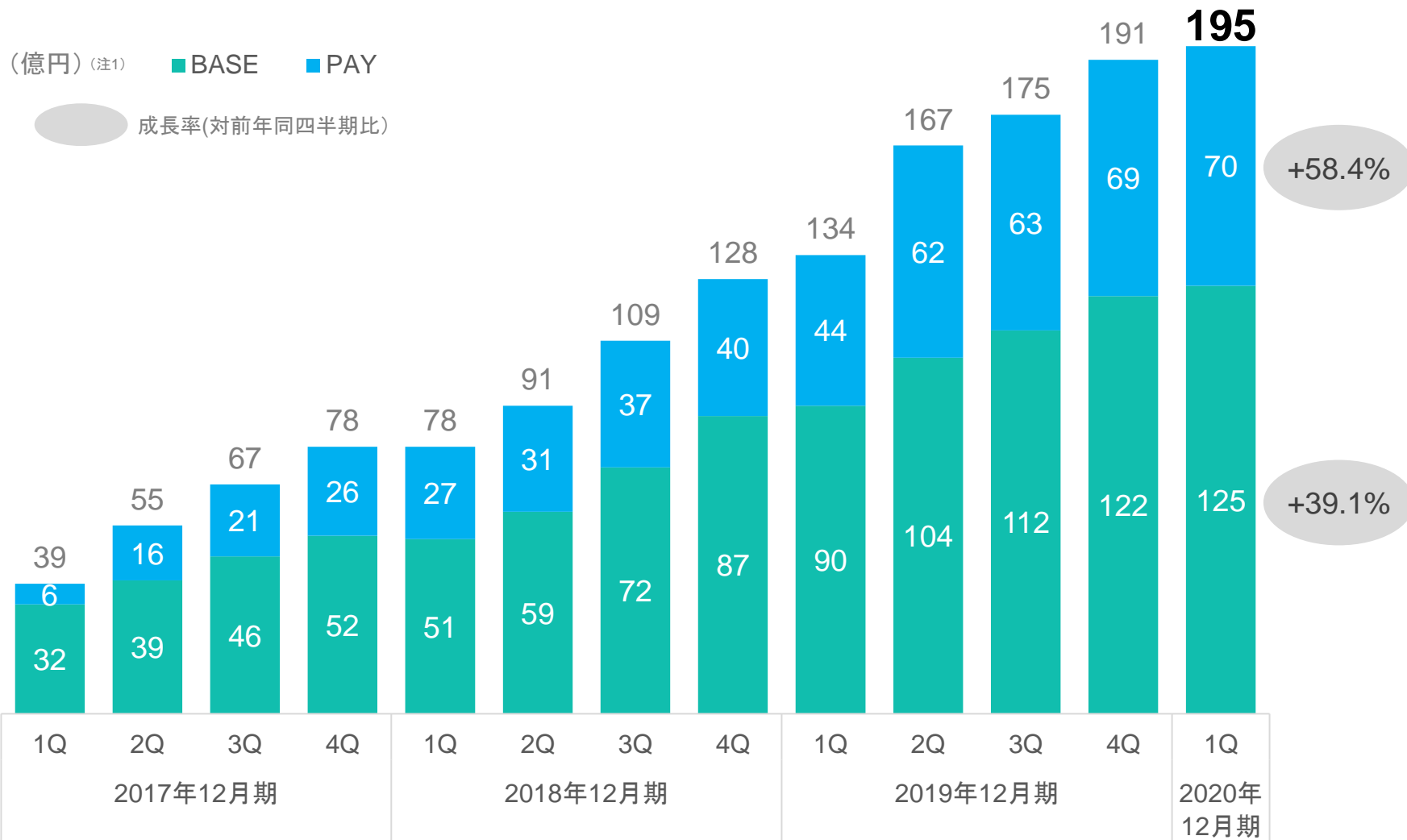
PAY事業

GMV_(注)は、前年同四半期比**+58.4%**と高成長を継続し、計画通りに進捗
1Qにおいて、新型コロナウイルスの影響により、一部の既存加盟店のGMVが大きく減少
売上高は同**+53.9%**、売上総利益は**+48.2%**と高い成長が継続

売上高は前年同四半期比+47.1%、売上総利益は同+44.1%。引き続き高い成長を継続
 販管費は、前年同四半期比で微増にとどまり、営業赤字が縮小
 新型コロナウイルスの影響は、当第1四半期においては軽微

(百万円)	FY2020 1Q(2020年1月-3月)				
	実績	前年同四半期		前四半期	
		実績	YonY	実績	QonQ
売上高	1,124	764	47.1%	1,119	+0.5%
売上総利益	648	449	44.1%	644	+0.6%
売上総利益率	57.6%	58.9%	-1.2pt	57.6%	+0.1pt
販管費	676	653	+3.5%	805	-16.1%
営業利益	-28	-203	—	-161	—
経常利益	-26	-201	—	-176	—
当期純利益	-29	-202	—	-176	—

BASE事業は前年同四半期比**+39.1%**、PAY事業は同**+58.4%**と高成長を継続

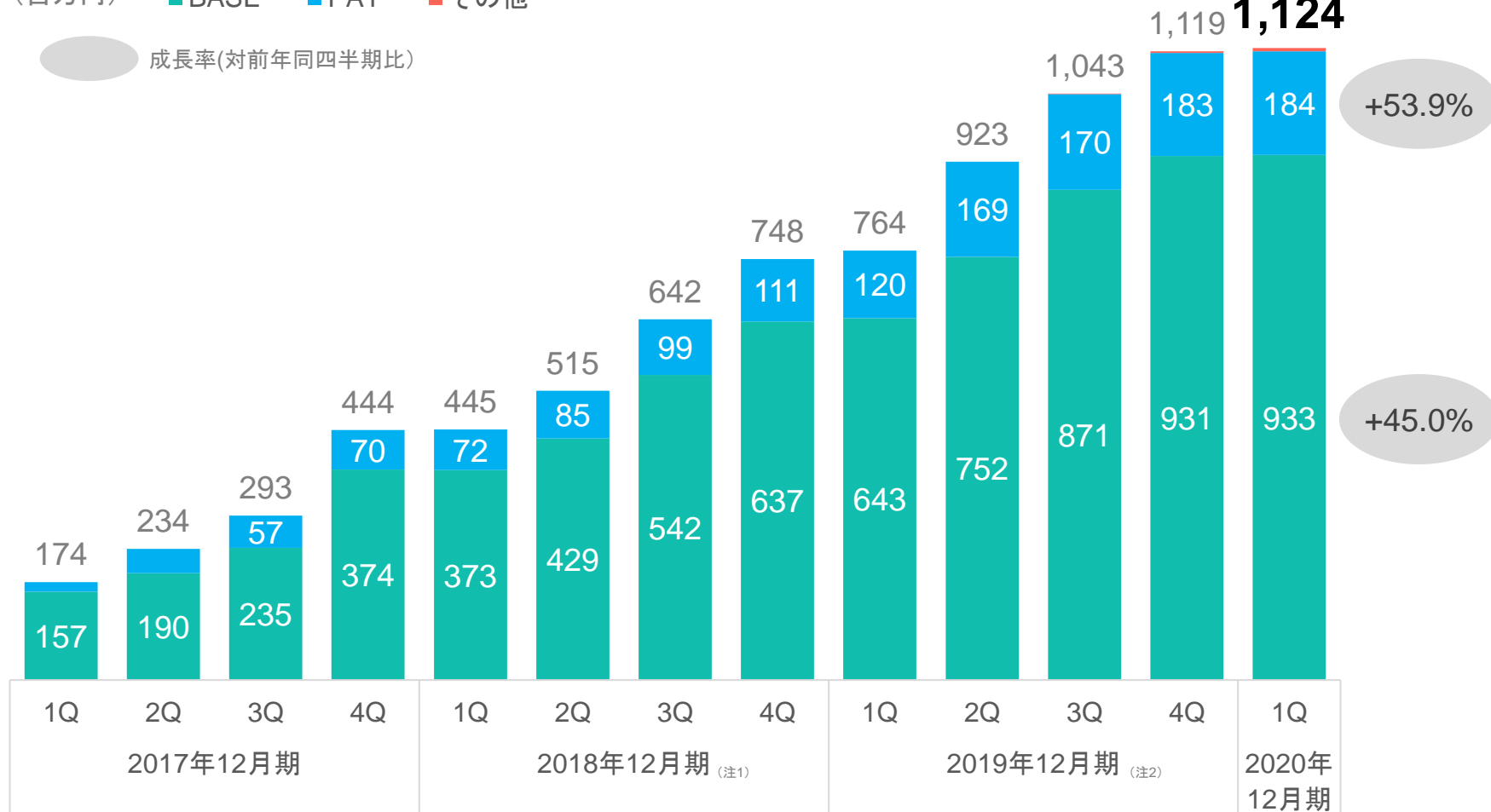


(注1) BASEのGMVは注文日ベース(注文額)。PAYのGMVは決済日ベース(決済額)

BASE事業は前年同四半期比+45.0%、PAY事業は同+53.9%と高成長を継続
 連結売上高は1,124百万円(同+47.1%)

(百万円) ■ BASE ■ PAY ■ その他

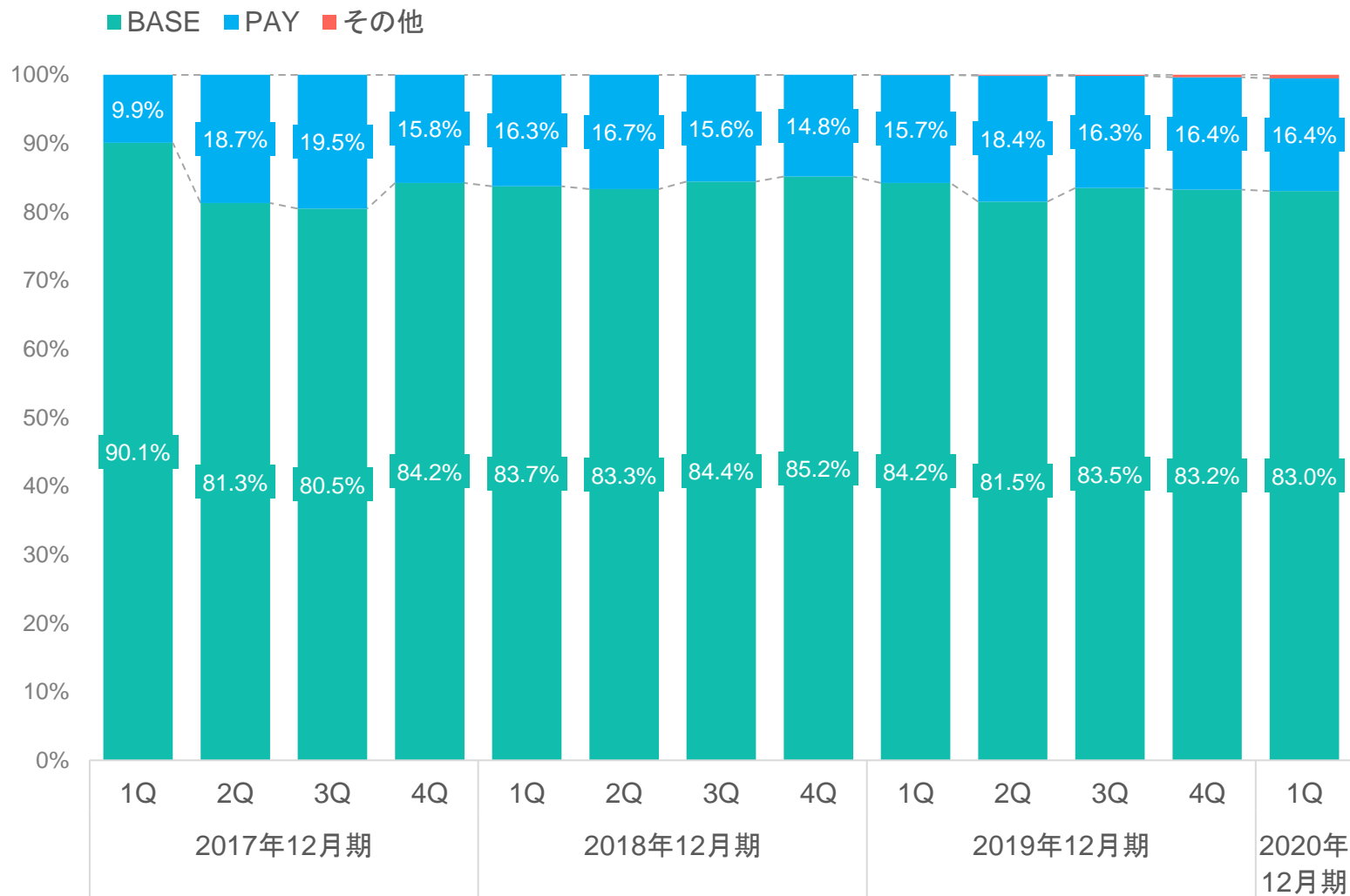
○ 成長率(対前年同四半期比)



(注1) 2018/12期にPAY事業を新設分割し、連結子会社化を実施したため、2018/12期はPAY株式会社のみ連結、2017/12期以前は単体の数値を記載

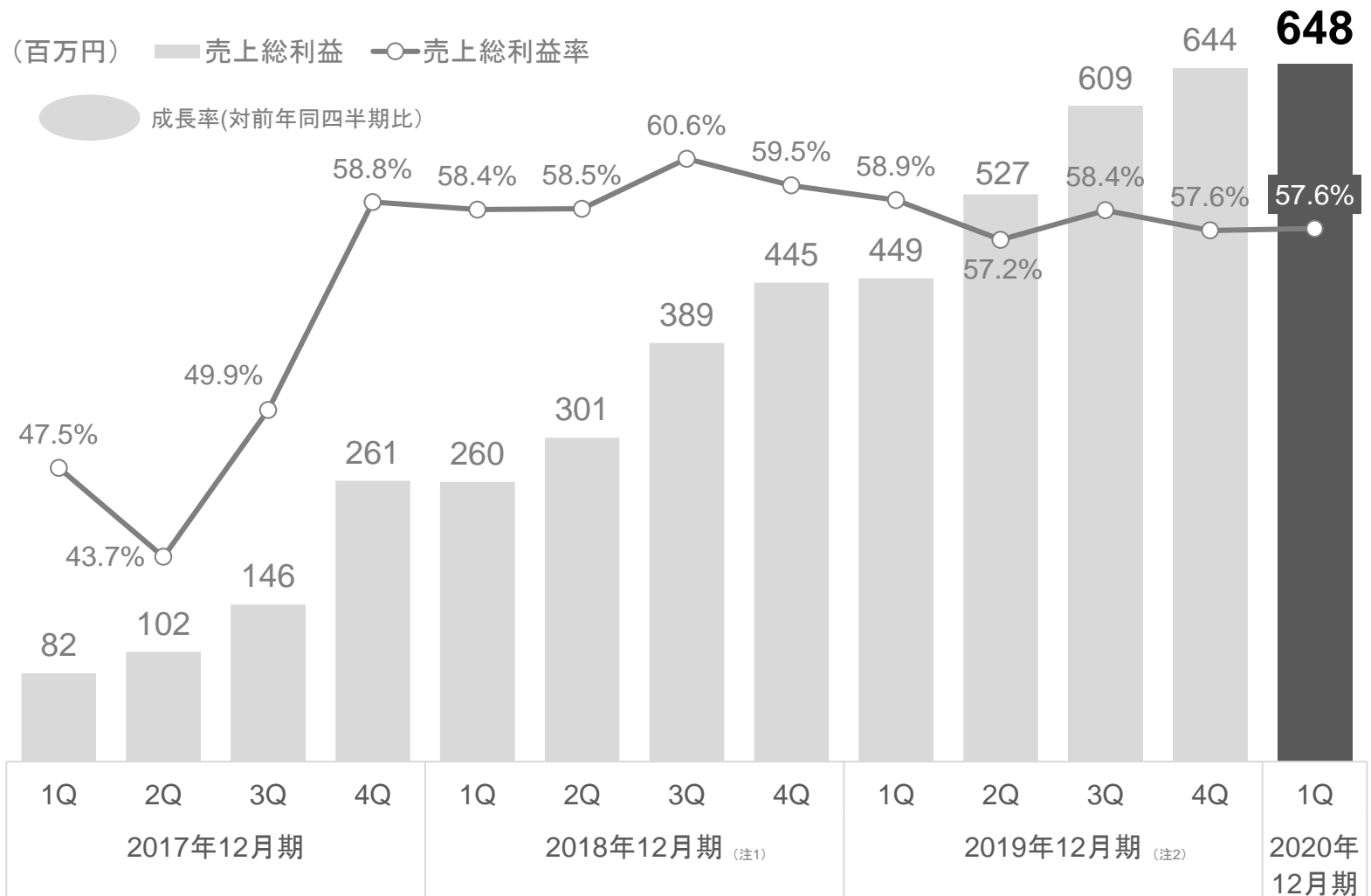
(注2) 2018/12期にBASEBANK株式会社を設立し、2019/12期に連結子会社化を実施したため、2019/12期は連結の数値を記載

事業別売上高の構成比は大きな変動なし



売上総利益は、前年同四半期比+44.1%と高成長を継続

売上総利益率は変動なし

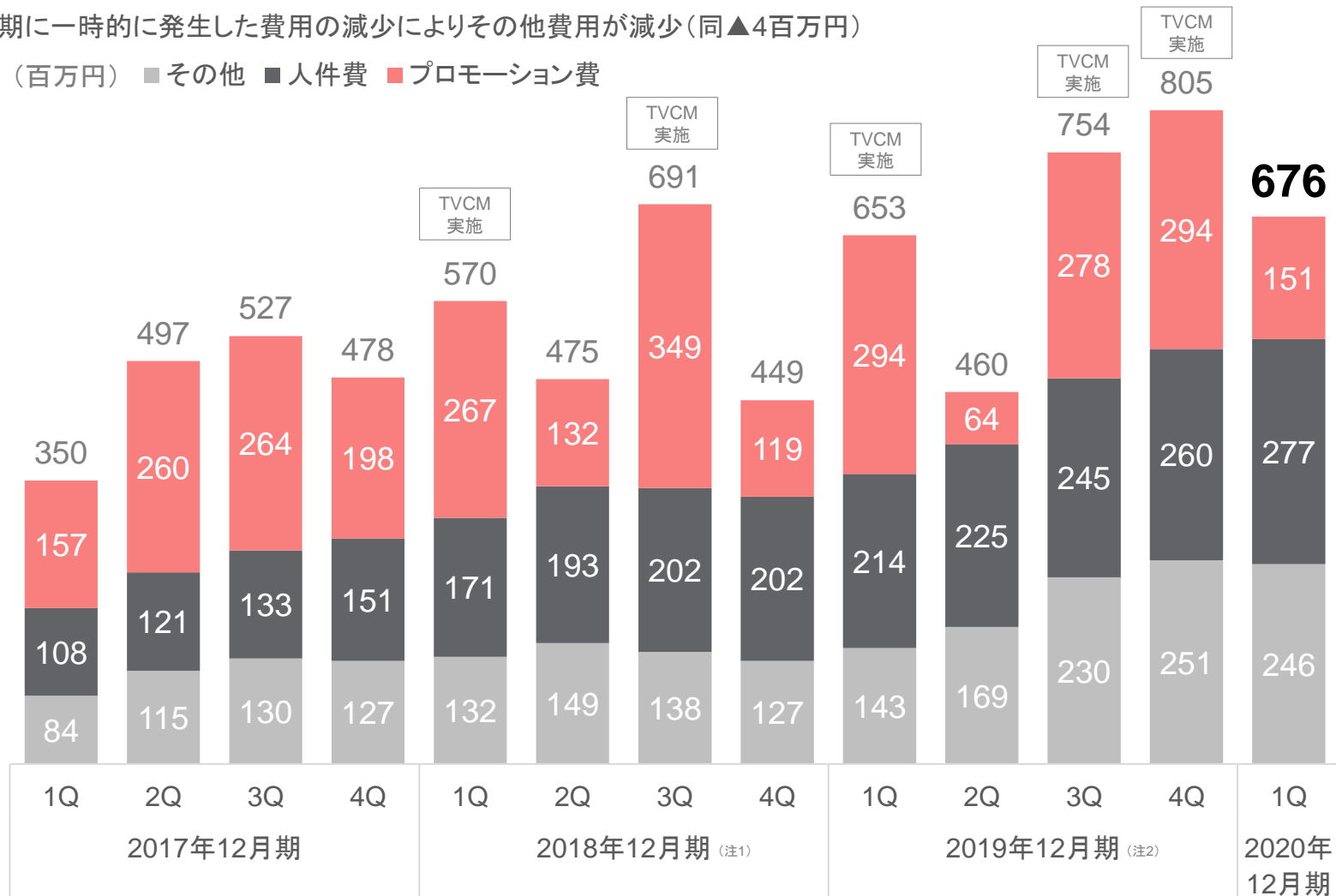


(注1) 2018/12期にPAY事業を新設分割し、連結子会社化を実施したため、2018/12期はPAY株式会社のみ連結、2017/12期以前は単体の数値を記載

(注2) 2018/12期にBASEBANK株式会社を設立し、2019/12期に連結子会社化を実施したため、2019/12期は連結の数値を記載

- 前四半期に比べてプロモーション費が大きく減少したため、販管費は前四半期比▲129百万円
- TVCMを実施しなかったため、プロモーション費が減少(前四半期比▲142百万円)
- プロダクト強化等のための人員増加に伴い人件費が増加(同+17百万円)
- 前四半期に一時的に発生した費用の減少によりその他費用が減少(同▲4百万円)

(百万円) ■ その他 ■ 人件費 ■ プロモーション費

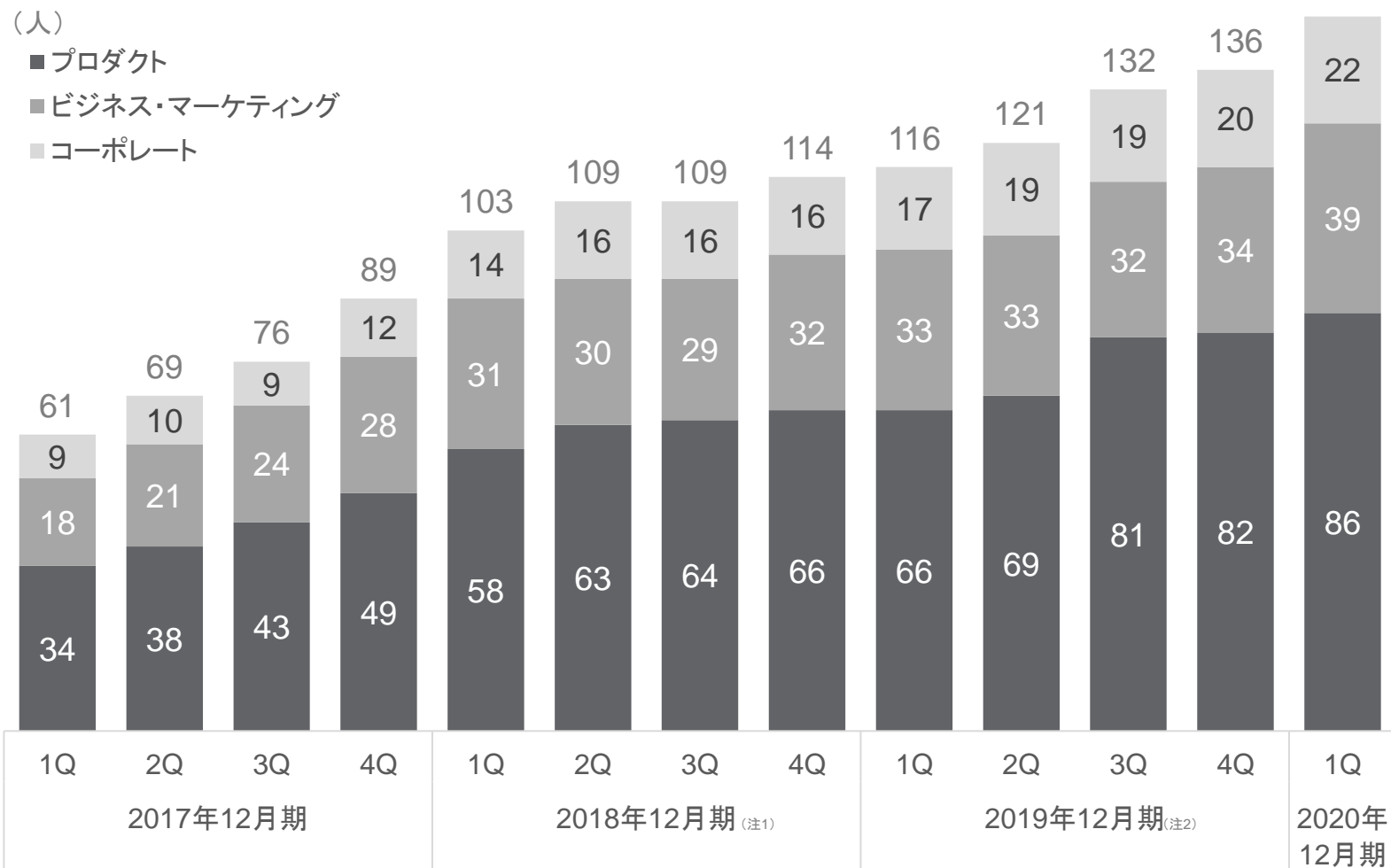


(注1) 2018/12期にPAY事業を新設分割し、連結子会社化を実施したため、2018/12期はPAY株式会社のみ連結、2017/12期以前は単体の数値を記載

(注2) 2018/12期にBASEBANK株式会社を設立し、2019/12期に連結子会社化を実施したため、2019/12期は連結の数値を記載

(注3) その他費用の内容は、主にオフィス費用、システム費用、支払報酬・外注費、租税公課など

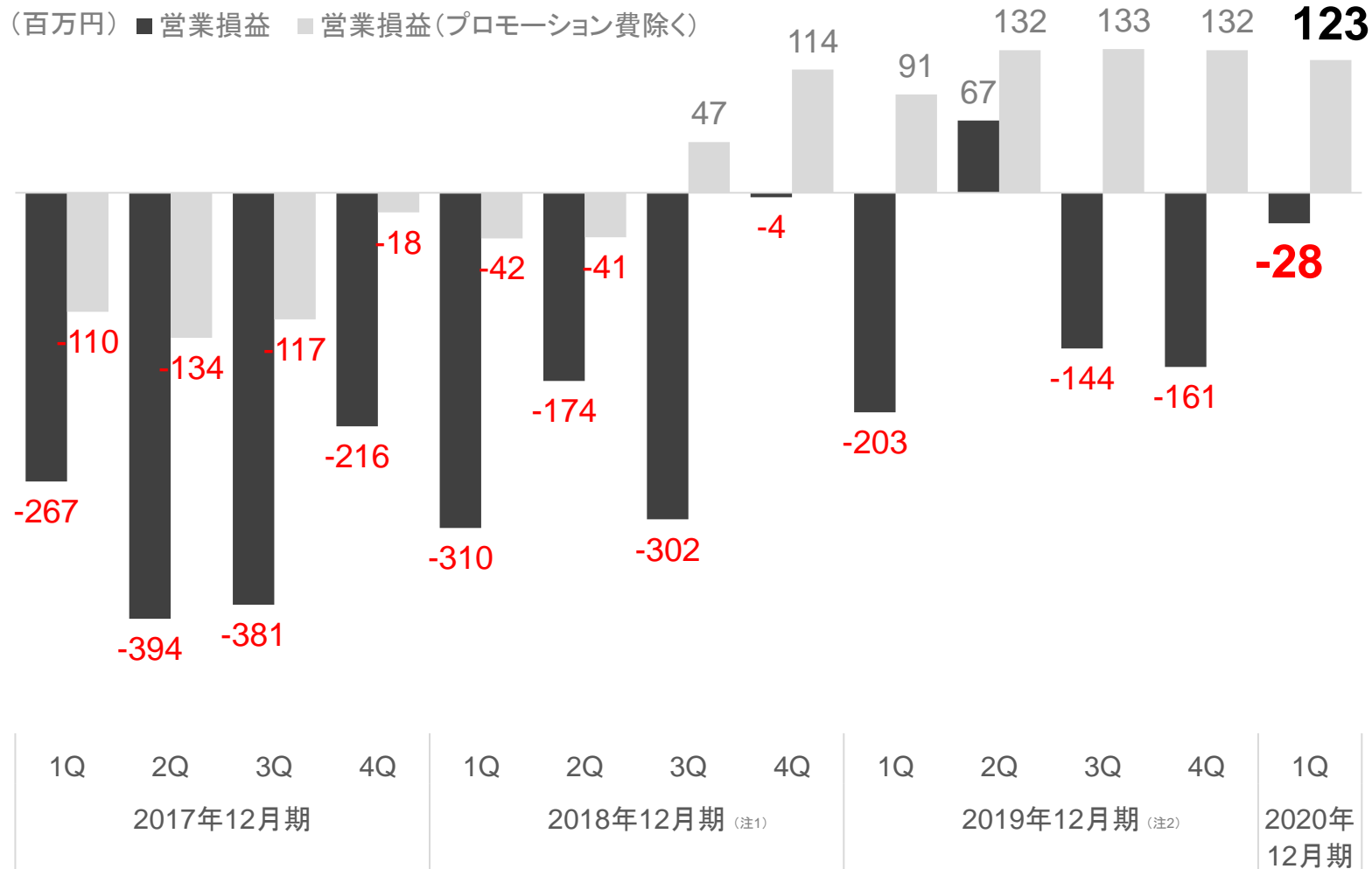
主にプロダクト強化に向けた採用の強化により人員が増加
 前年同四半期比+31名、前四半期比+11名



(注1) 2018/12期にPAY事業を新設分割し、連結子会社化を実施したため、2018/12期はPAY株式会社のみ連結、2017/12期以前は単体の数値を記載
 (注2) 2018/12期にBASEBANK株式会社を設立し、2019/12期に連結子会社化を実施したため、2019/12期は連結の数値を記載
 (注3) 従業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。

売上総利益は増加したが、人件費の増加により販管費(プロモーション費除く)が増加したため、営業損益(プロモーション費除く)は減少

営業損益は、TVCMを実施しなかったためプロモーション費が減少し、赤字は縮小



(注1)2018/12期にPAY事業を新設分割し、連結子会社化を実施したため、2018/12期はPAY株式会社のみ連結、2017/12期以前は単体の数値を記載
 (注2)2018/12期にBASEBANK株式会社を設立し、2019/12期に連結子会社化を実施したため、2019/12期は連結の数値を記載

2020年3月末時点で、5,710百万円の現金及び預金を保有しており、資金的に問題ない状態

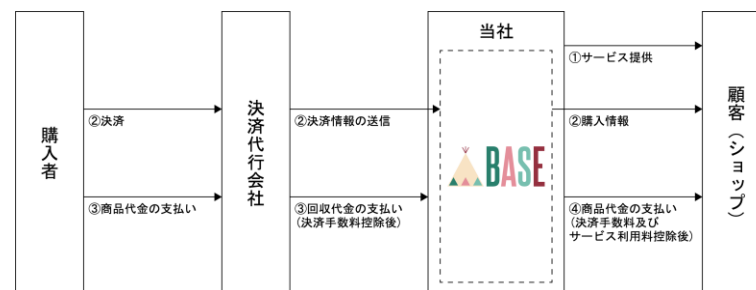
(百万円)	2020年3月末	2019年12月末	前期末比
流動資産	8,438	10,064	-16.2%
(内、現金及び預金)	5,710	7,195	-20.6%
(内、未収入金) *1	2,640	2,804	-5.8%
固定資産	410	393	+4.2%
資産合計	8,848	10,458	-15.4%
流動負債	5,653	7,244	-22.0%
(内、営業未払金) *2	4,004	3,918	+2.2%
(内、営業預り金) *3	1,444	3,002	-51.9%
固定負債	65	56	16.6%
負債合計	5,719	7,300	-21.7%
資本金	2,276	2,275	+0.0%
資本剰余金 *4	1,086	2,216	-51.0%
利益剰余金 *4	-232	-1,334	-
純資産合計	3,129	3,158	-0.9%

キャッシュ・サイクルについて

決済代行会社から当社グループへの入金、当社グループからBASEショップ及びPAY.JP加盟店への支払前もしくは同時に行われるケースが大半を占めており、キャッシュフロー・サイクルは問題ない状態

BASE事業

購入者がBASEショップで商品を注文すると、決済代行会社を通じて当社に入金。当社は手数料を控除し、決済代金をBASEショップへ支払。決済代行会社から当社への入金サイクルは、決済方法によって異なるが、概ね、購入者が注文後、即日から1ヶ月程で入金。一方で当社からショップへの支払サイクルは、通常はショップが商品発送後、10営業日以降の任意のタイミングで、ショップの支払依頼に基づき支払い



PAY事業

購入者がPAY.JP加盟店で商品・サービスを注文・決済すると、決済代行会社を通じて当社に入金。当社は手数料を控除し、決済代金をPAY.JP加盟店へ支払う。決済代行会社から当社への入金サイクルは、決済後、半月程度で入金。一方で当社から加盟店への支払サイクルは、加盟店の導入プランにより異なるが、決済後、半月もしくは1ヶ月のタイミングで、支払い (PAY事業においても、上記BASE事業と同様のフロー)

*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

*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

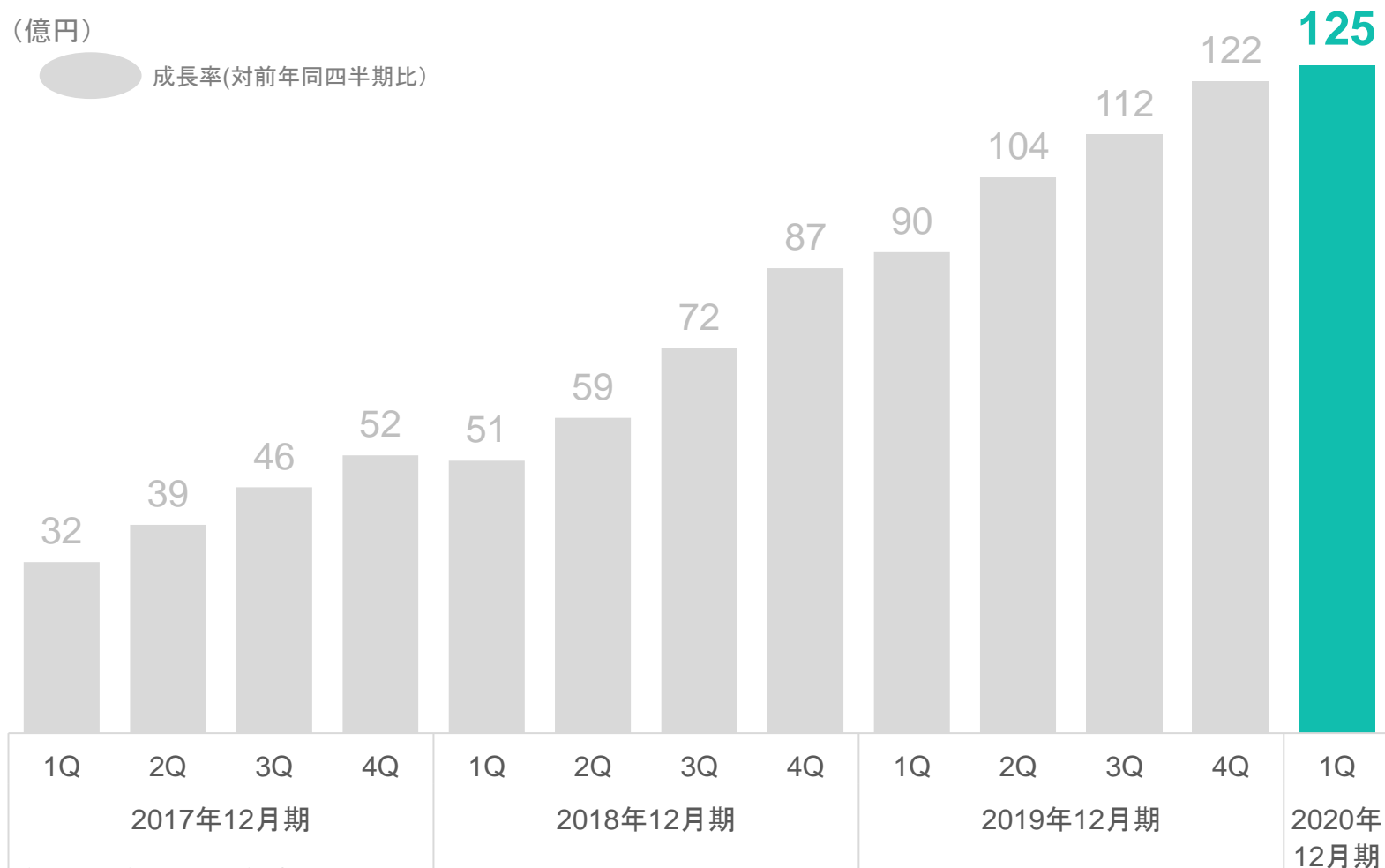
*3:営業預り金:PAY事業において、当社から加盟店へ支払う決済代金のうち、未払いのもの

*4:BASE株式会社において、2020年2月20日の取締役会決議に基づき、同日を効力発生日として資本準備金2,216,838,750円のうち1,130,856,384円を減少して繰越利益剰余金の欠損填補を行ったため、金額に変動が生じている。

GMVは、前年同四半期**+39.1%**成長し、四半期で**125**億円。計画通りに進捗
シズナリティがあり、1Q(1、2月)は4Q(11、12月)に比べて微増
新型コロナウイルスの影響は軽微

(億円)

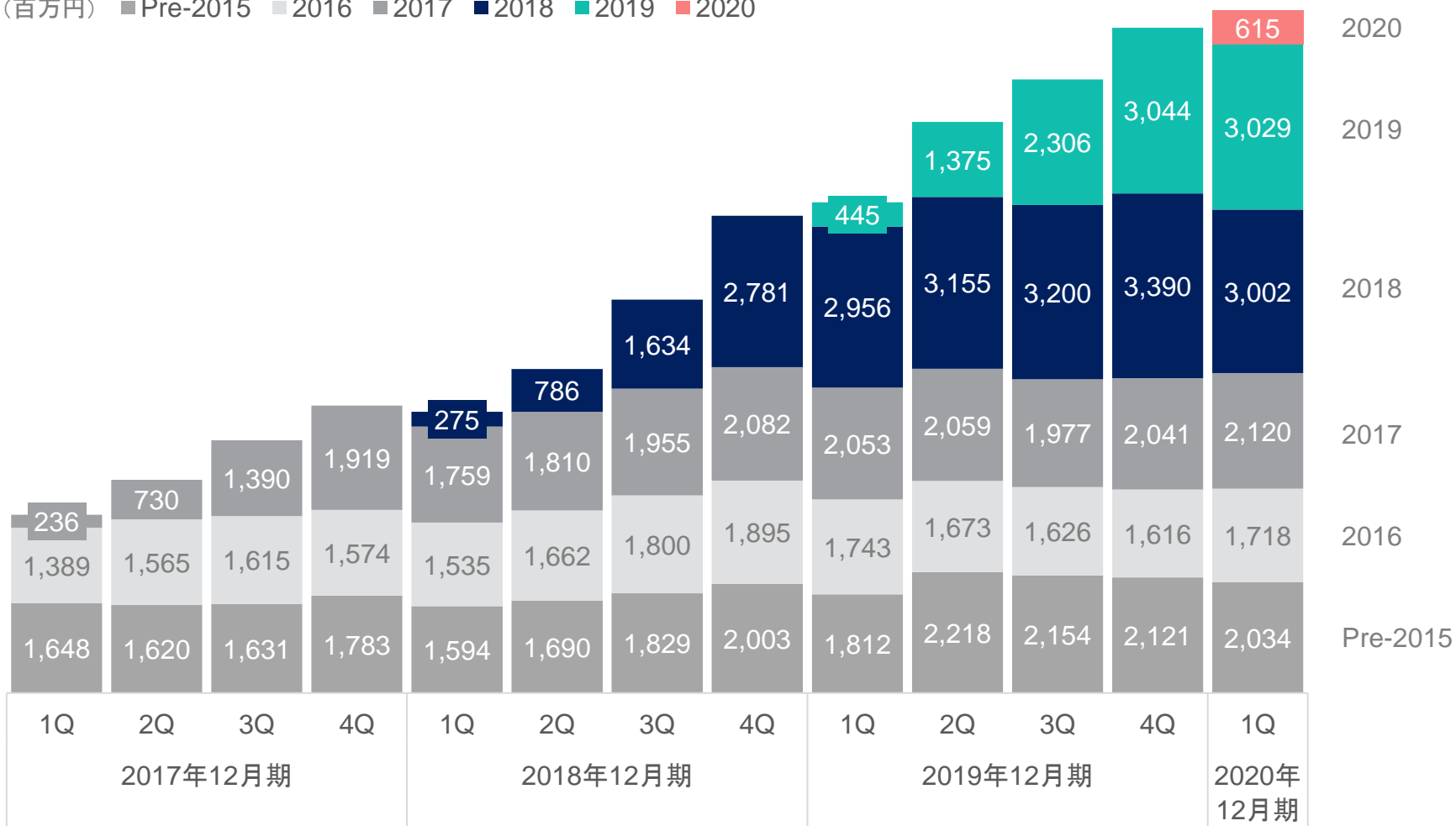
成長率(対前年同四半期比)



過去に開設されたショップの継続利用により、GMVが積上げられることで成長

GMVの推移(開設年別)

(百万円) ■ Pre-2015 ■ 2016 ■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020

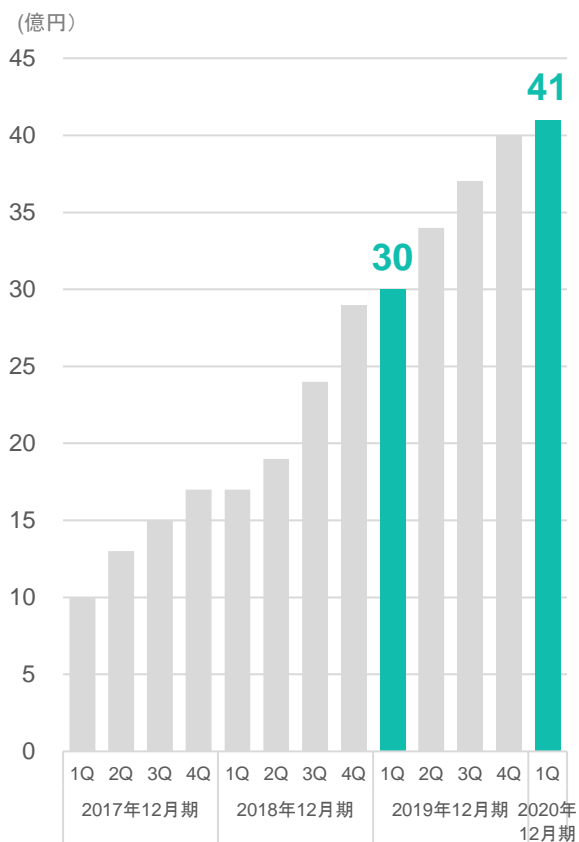


(注)GMVは注文日ベース(注文額)

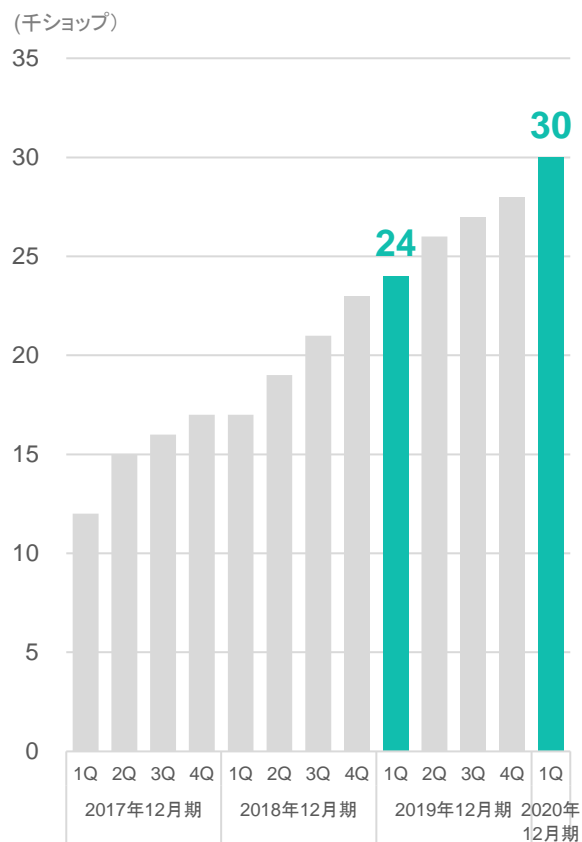
月間GMVは前年同四半期比**+39.1%**

月間売店数は同**+23.8%**、1ショップあたり月間平均GMVは同**+12.4%**とともに成長

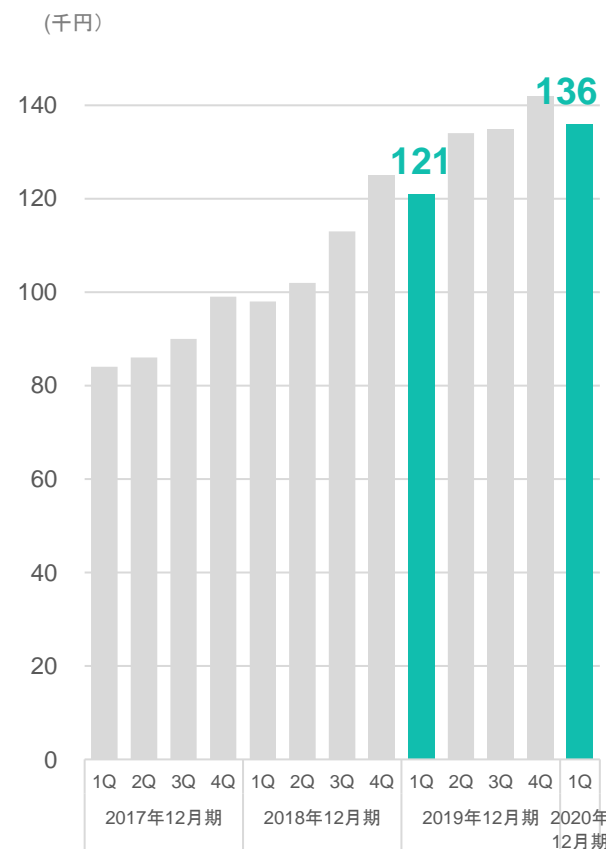
月間GMV (注1,2)



月間売店数 (注2)



1ショップあたり月間平均GMV

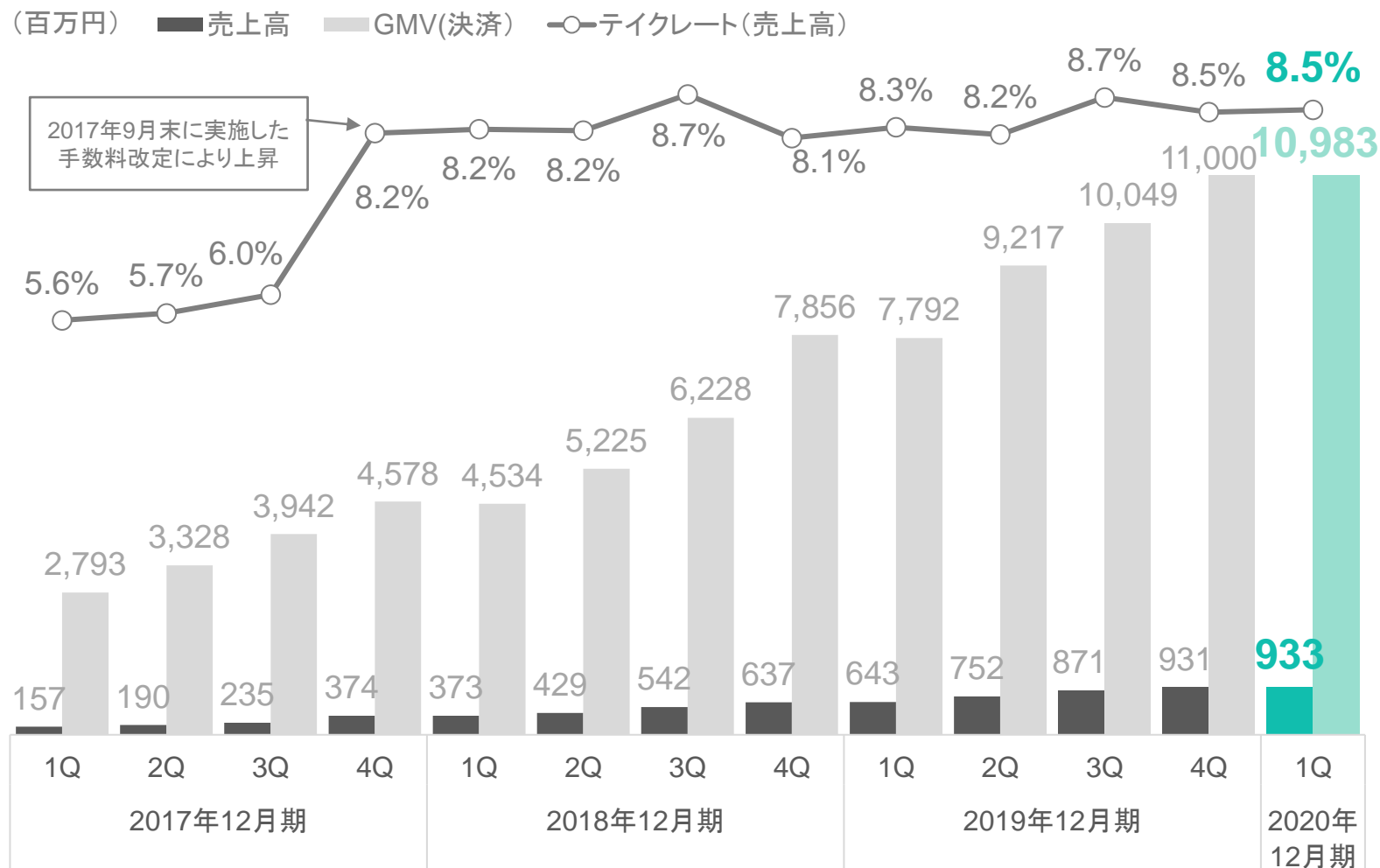


(注1)GMVは注文日ベースの注文額

(注2)月間GMV及び月間売店数は、四半期平均

GMV(決済額)^(注)は**10,983**百万円(前年同四半期比**+41.0%**)

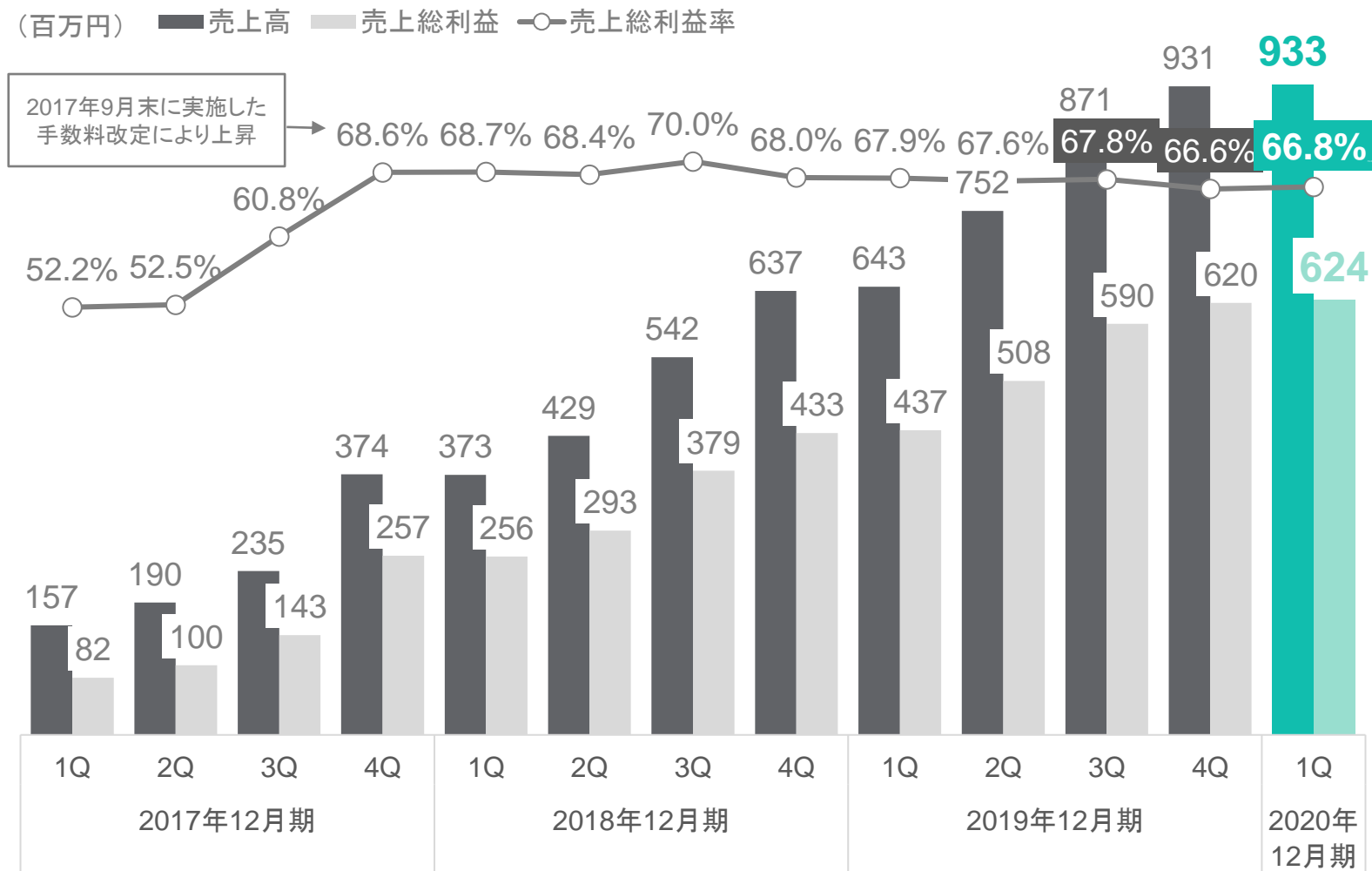
テイクレートは前四半期比でほぼ横ばい



(注)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。

売上高は前年同四半期比+45.0%、売上総利益は同+42.7%

売上総利益率は前四半期比でほぼ横ばい



物流倉庫や配送システムとのシームレスな連携や、より多くのファンに向けて商品を販売する機能などの拡張機能の強化やキャッシュフローの早期化等、継続利用ショップの成長を支援するサービスを拡充

3PLの物流サポートを強化

外部サービス「LogiMoPro」と連携し、かんたんに外部倉庫への出荷業務のアウトソーシングが可能に

商品の受注から
出荷までを全自動！
物流もプロにおまかせ

ビジネスを成長させるカギ
それは、クラウド物流アウトソーシング

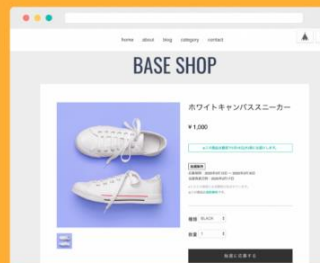


抽選販売機能の提供

人気商品の売り切れや買い占めを防止し、正規の購入者をはじめ、より多くのファンが商品購入の機会を得られる機会を創出

抽選販売

- ✓ 商品の抽選販売が可能に
- ✓ 当選者・落選者が選択できます
- ✓ 抽選発表メールも編集可能



入金サイクルの早期化

売上金の入金日を翌営業日に短縮できる「お急ぎ振込」をリリース
利用料は振込金額の1.5%(5月末まで無料)

お急ぎ振込が
できるようになりました

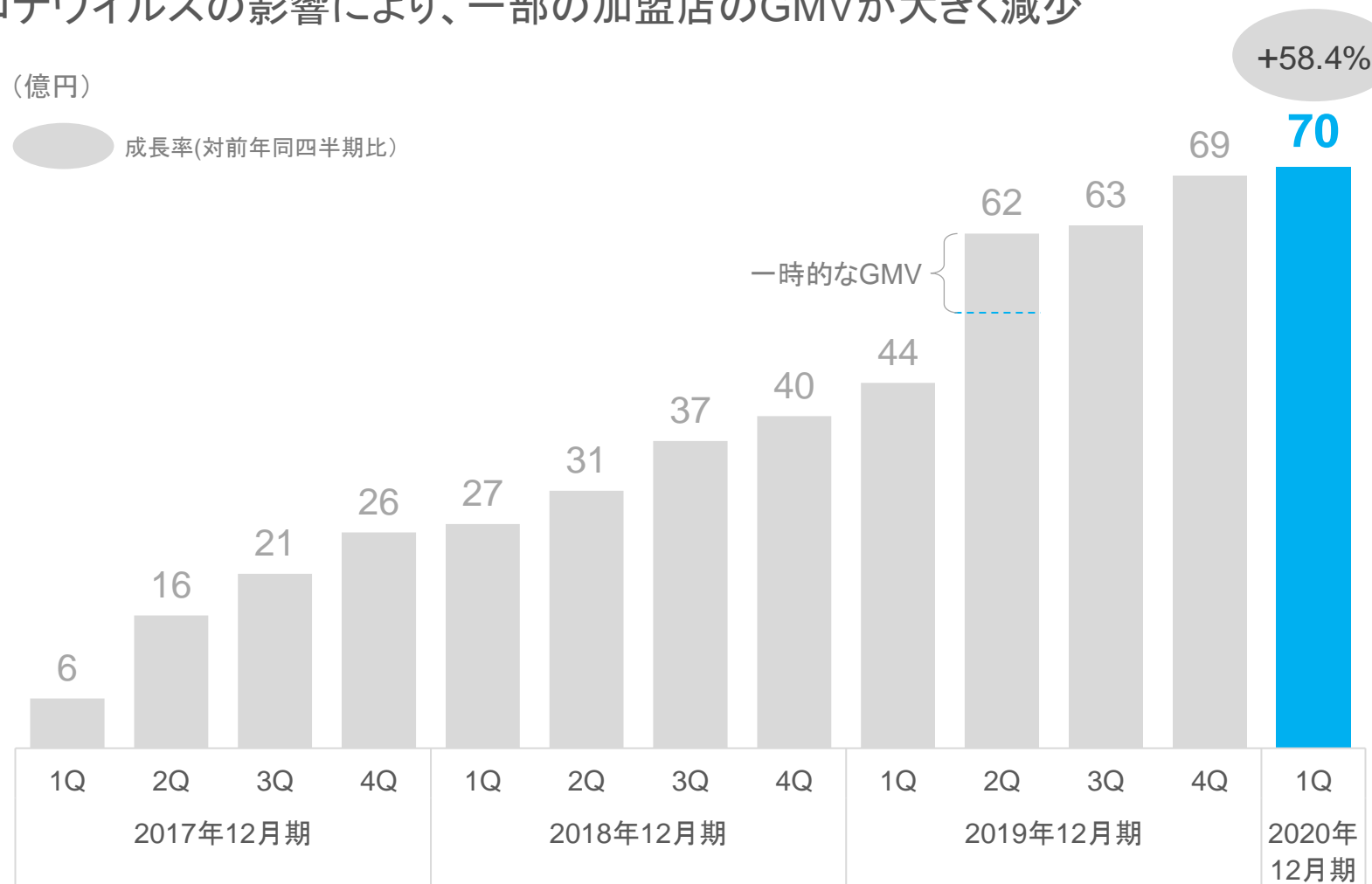
通常10営業日 ▶▶ 翌営業日振込



前年同四半期比**+58.4%**と高成長を継続。計画通りに進捗
シーズナリティがあり、1Q(1、2月)は4Q(11、12月)に比べて微増
新型コロナウイルスの影響により、一部の加盟店のGMVが大きく減少

(億円)

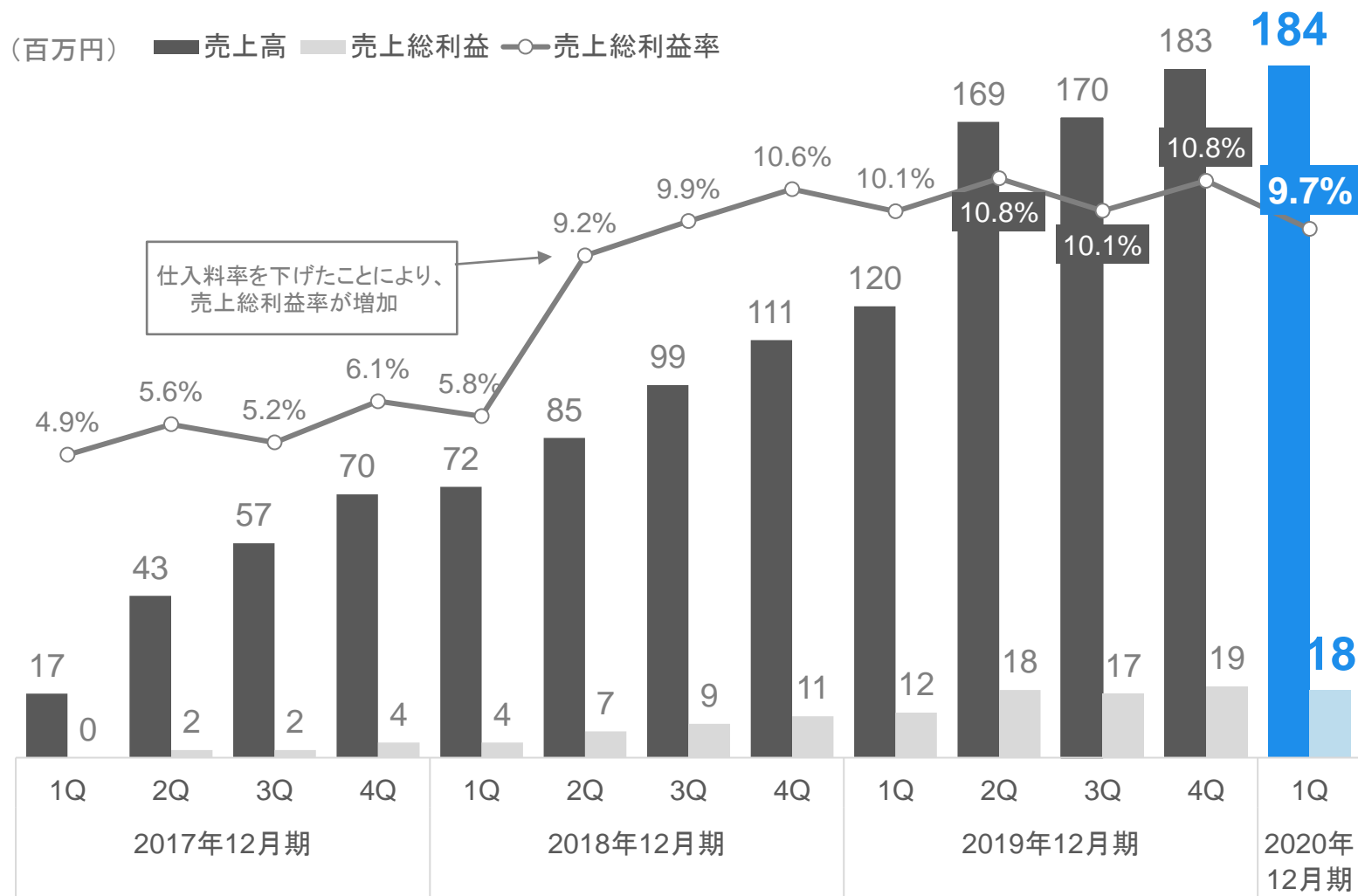
成長率(対前年同四半期比)



(注1)GMVは決済日ベース(決済額)

売上高は前年同四半期比+53.9%、売上総利益は同+48.2%

売上総利益率は1point減少



5.2020年12月期 通期業績見通し

2020年12月期 通期業績予想

今後の方針

- 今後のGMVの見通しが不確実な状況であるため、不要不急の費用は当面の間抑制し、業績動向を見ながら機動的に実施する方針
- トランザクション急増に伴うサーバー強化等の負荷対策の実施によるサーバー費用等の増加や、新規開設ショップ増加による問い合わせ件数の増加に伴う外注費の増加等により、販管費が当初計画を上回る可能性あり
- プロモーション費用については、外部環境、競合状況を見極めつつ実行する方針(前期と同程度の投資を想定)

業績予想について

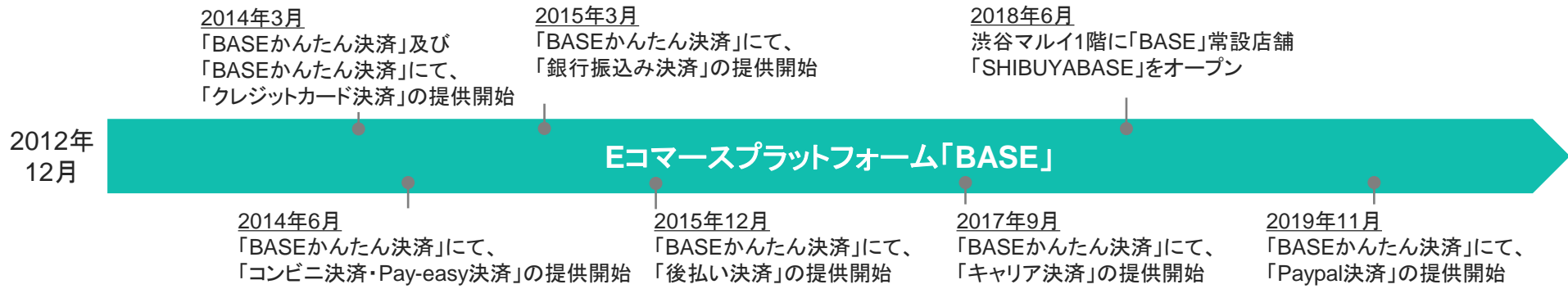
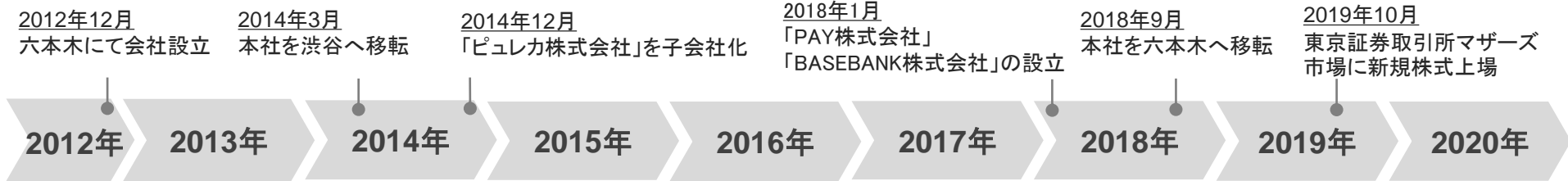
- 2020年2月13日に公表した以下の2020年12月期の業績予想は、新型コロナウイルスの業績への影響は織り込んでおりません
- 現時点で業績への影響を合理的に見通すことが困難な状況なため、業績予想は据え置き、今後の状況及び事業動向を見極めながら、業績予想の修正が必要となったら速やかに公表いたします

(百万円)	FY2020 通期予想	FY2019 実績	YoY	FY2020 1Q 2020年1-3月	進捗率(注)
売上高	5,292~5,546	3,849	+37.5%~ 44.1%	1,124	21.2%
売上総利益	3,009~3,115	2,231	+34.9%~ 39.6%	648	21.5%
販管費	3,000~3,460	2,672	+12.2%~ 29.5%	676	22.5%
営業利益	-391~55	-441	-	-28	-
経常利益	-391~55	-455	-	-26	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	-393~15	-459	-	-29	-

(注)2020年12月期通期業績予想の下限に対する進捗率

6.ご参考資料

会社名	BASE株式会社
所在地	東京都港区六本木3-2-1六本木グランドタワー37F
設立	2012年12月11日
事業内容	ECコマースプラットフォーム「BASE」、オンライン決済サービス「PAY.JP」及びID決済サービス「PAYID」の企画・開発・運営
代表者	代表取締役CEO 鶴岡裕太
従業員数(連結)	147人 うち、プロダクト人員86人(2020年3月末現在)
子会社	PAY株式会社、BASE BANK株式会社





鶴岡裕太(代表取締役CEO)

大学在学中にネットショップ作成サービス「BASE」プロジェクトを開始。
2012年12月に22歳で当社を設立、代表取締役に就任。



藤川真一(取締役EVPofDevelopment)

芝浦工業大学卒業後、株式会社タムラエフエーシステム(現:株式会社タムラ製作所)に入社。その後、株式会社フロムビッツ(現:株式会社レビックグローバル)、株式会社paperboy&co.(現:GMOペパボ株式会社)、株式会社想創社、モイ株式会社を経て、2014年8月当社入社、取締役に就任。2018年1月慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科博士課程修了。



原田健(取締役CFO)

早稲田大学卒業後、安藤建設株式会社(現:株式会社安藤・間)に入社。その後、株式会社ミクシィ、株式会社フリークアウト(現:株式会社フリークアウト・ホールディングス)を経て、2015年6月当社入社。2016年2月当社取締役に就任。



山村兼司(取締役COO)

立命館大学卒業後、サントリーフーズ株式会社に入社。その後、株式会社リクルート(現:株式会社リクルートホールディングス)を経て、2017年1月当社入社。2018年6月当社取締役に就任。

家入一真(社外取締役)

デザイン会社入社後、2003年1月有限会社paperboy&co.(現:GMOペパボ株式会社)を設立。2012年12月当社社外取締役に就任。当社をはじめ、株式会社CAMPFIRE、株式会社partyfactoryなど様々なベンチャー企業に参画。

志村正之(社外取締役)

1982年4月株式会社三井銀行(現:株式会社三井住友銀行)に入行。同行の執行役員アジア・太平洋本部長、専務執行役員を歴任の上、
2018年6月には三井住友カード株式会社代表取締役専務執行役員に就任。2019年6月株式会社Ubicomホールディングス取締役アジア戦略およびファイナンス・財務戦略責任者(CSO)に就任。2019年8月当社社外取締役に就任。

ネットショップの初期費用・月額費用を無料で提供

BASEなら無料！ (注1)



初期費用・月額費用0円！ネットショップの作成から運営
まで、すべて無料！商品登録数は無制限。

手数料は決済金額の6.6%+40円 (注2)

(注1)ショップテンプレートの一部や、振込早期化など一部機能は有料

(注2)サービス利用料を含む

独自の決済システム「BASEかんたん決済」を用意

ネットショップへの決済機能の導入に係る事業者負担を緩和

「BASEかんたん決済」の概要

- ✓ ネットショップの開設から決済機能の導入までワンストップで提供することで、決済機能導入に係る煩雑な手続きが不要
- ✓ 導入にかかる審査期間が短く、最短翌営業日から決済機能が利用可能
- ✓ 6種類の決済方法を選択可能
- ✓ 決済手数料は、全ての決済方法で決済金額の

「6.6%+40円」

と、低価格かつシンプル

（サービス利用料3.0%含む）

クレジットカード



キャリア決済



銀行振込



コンビニ決済・Pay-easy



PayPal



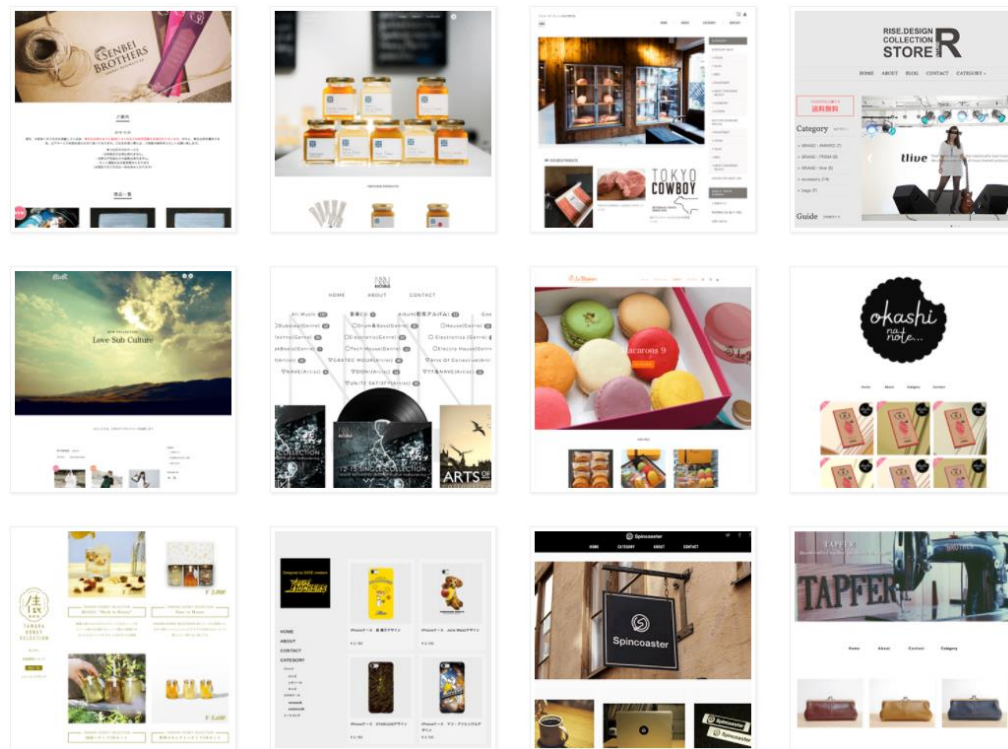
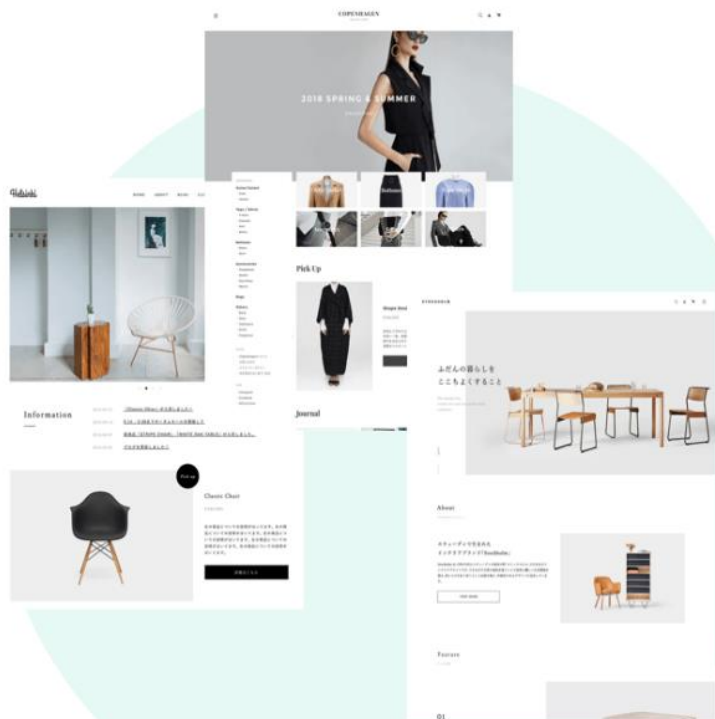
後払い



テンプレートを選択するだけで、簡単におしゃれなネットショップの作成が可能

多種多様なテンプレートを無料で提供

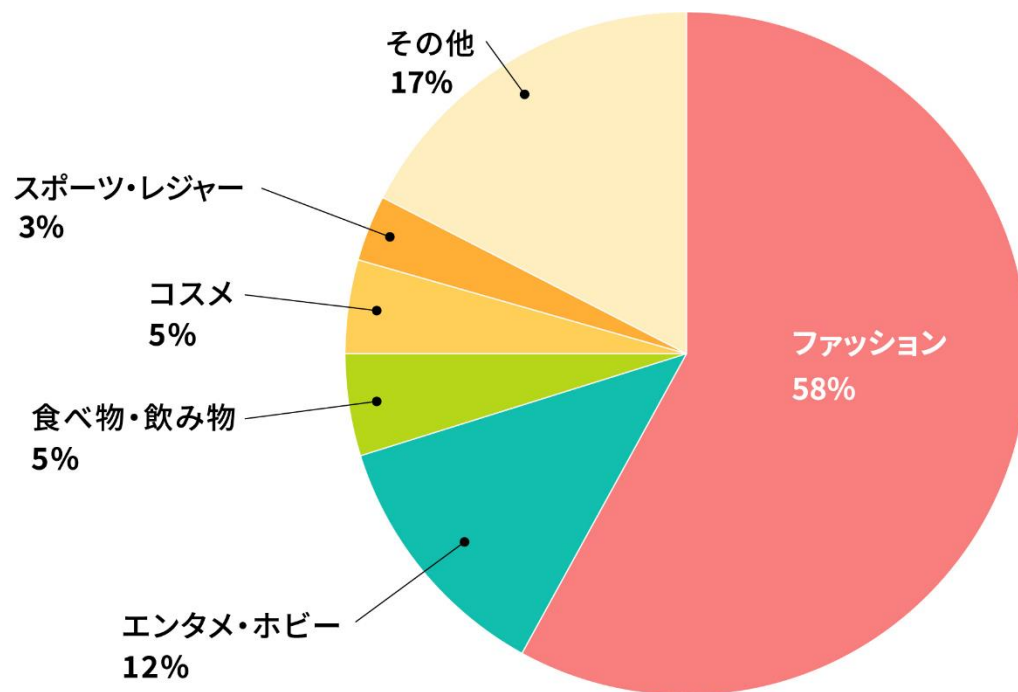
様々なジャンルのネットショップが「BASE」により開設



デザインにこだわりたいショップは、
HTML編集で自由自在にカスタマイズ可能

ファッションを中心に、様々なジャンルの商品の販売に利用されている

商品カテゴリ比率(GMV)^(注)



(注)2019年度実績

ショップオーナーは、SNS等で自ら集客を行い商品を販売する



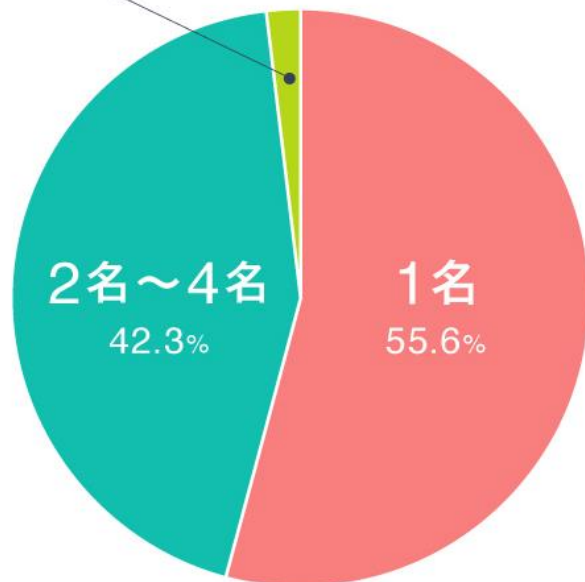
ショップオーナーの半数以上が1名での運営

メインユーザーを個人及びSMB層とすることが大手ECサイトとの大きな差別化要因に

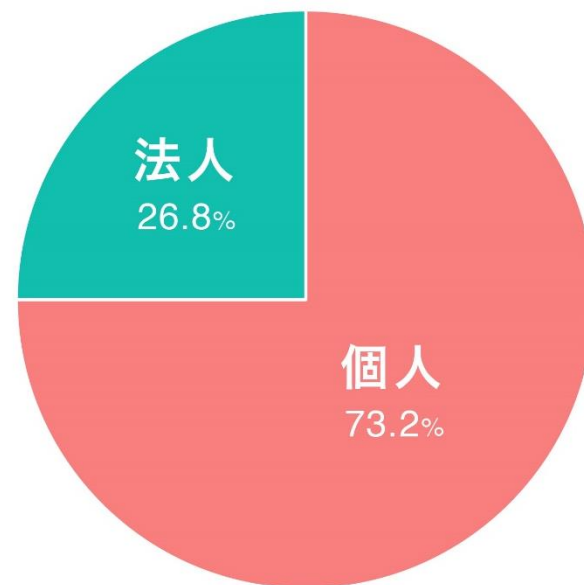
ショップの運営人数

5名以上

2.1%

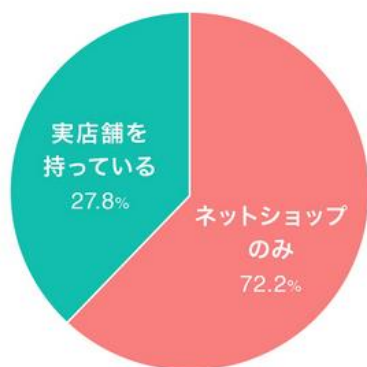


ショップの運営体制

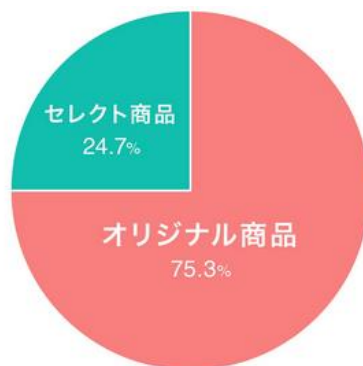


BASEショップオーナーのほとんどが、ネットショップを中心に事業を展開し、SNSを活用して集客を行い、オリジナル商品を販売するSMB層

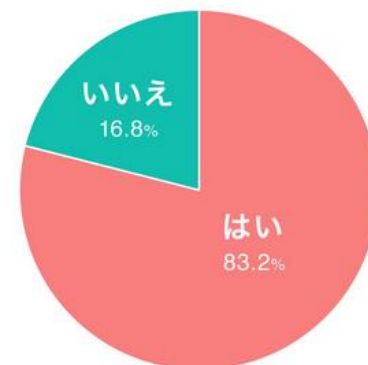
実店舗の有無



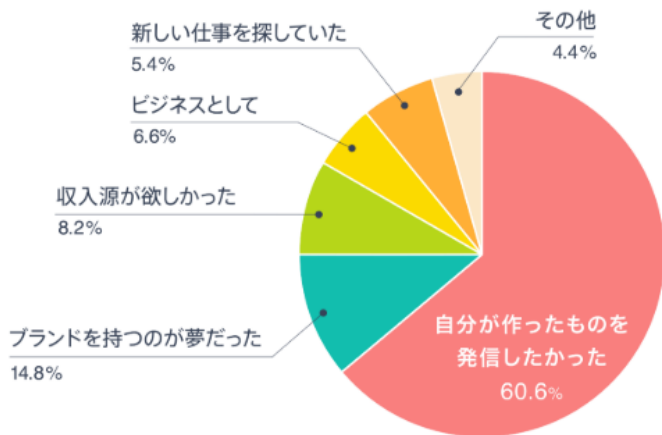
販売商品のオリジナル/セレクトの別



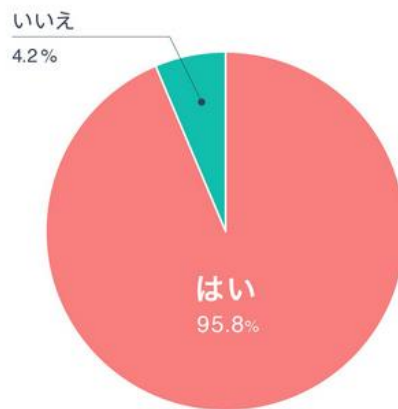
自身のネットショップの「ブランド」としての認識



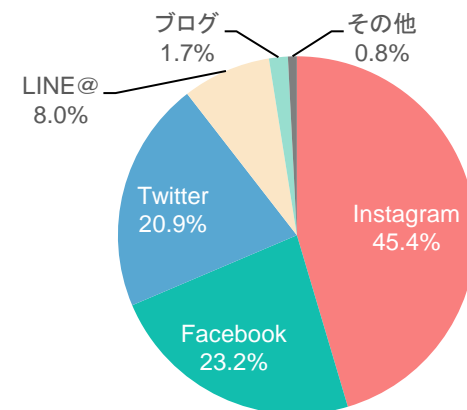
ブランドを始めたきっかけで、最も当てはまるもの



ファン作りにおけるSNSの活用有無



積極的に活用しているSNS

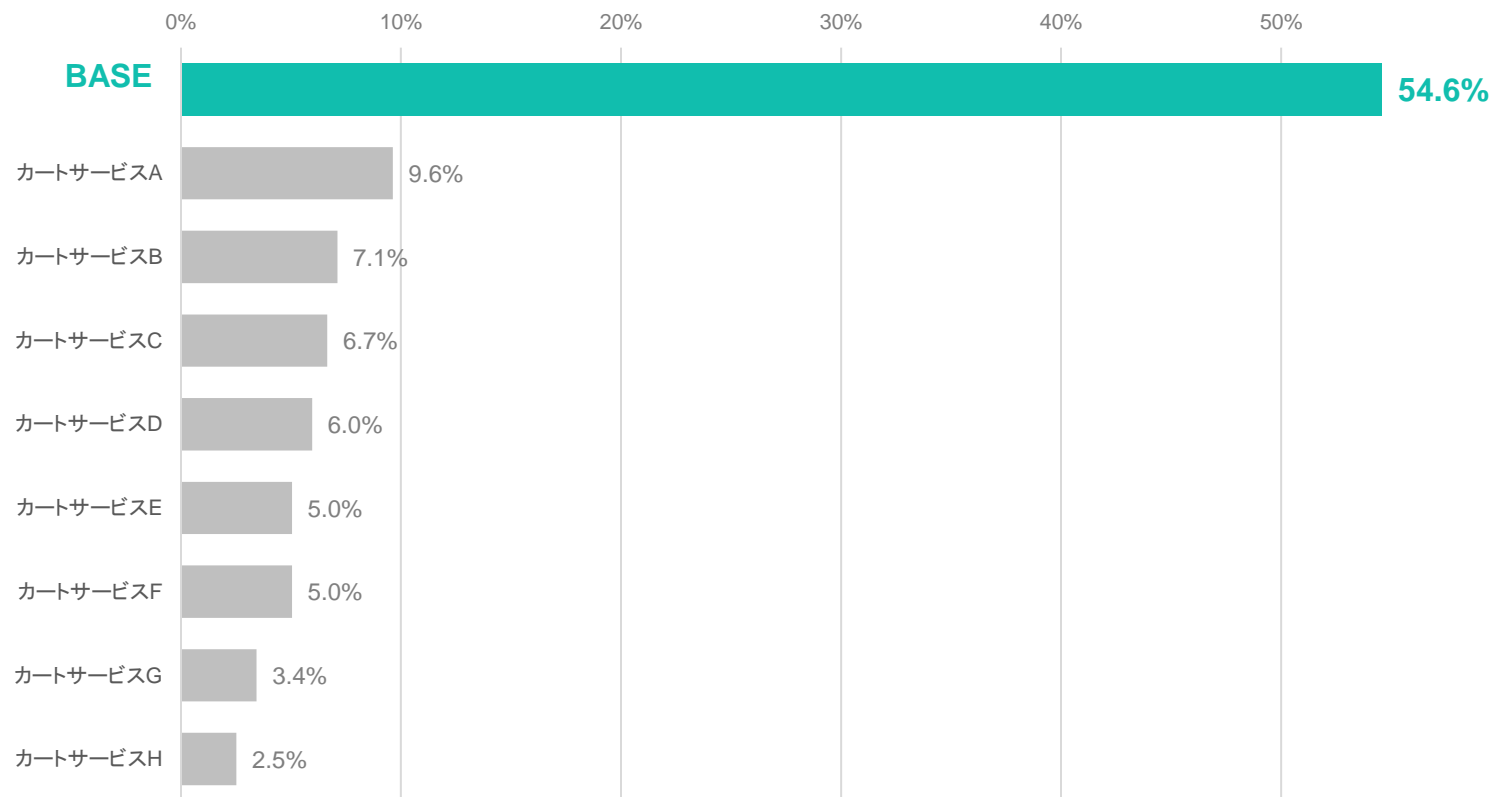


SMBにとって商品が売れない時期からコストが先行するのはリスク

ECサイト開設・決済機能の導入が容易で、かつ初期費用・月額費用が無料なことは、同業サービスとの大きな差別化要因に

カート型ネットショップ作成サービス利用実績調査(2020年2月)

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。



出典:株式会社マクロミル調べ(2020年2月)

以下の取り組みを通じて、流通総額及び売上総利益の最大化を目指す

- ◆ サービスの認知度向上・新規ユーザーの獲得
- ◆ プロダクトの強化
- ◆ データ活用の強化
- ◆ 決済機能以外の付加価値向上

百貨店等と提携し、「BASE」出店ショップに対し、リアル店舗出店スペースを提供
ショップオーナーは固定費不要でリスク無くリアル店舗の開設、商品販売が可能に
ショップオーナーが自らのブランドの魅力を広める機会を創出




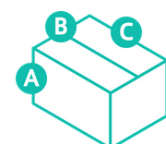
SHIBUYABASE (2018年6月～)



ヤマト運輸との提携により全国一律の配送料を実現

安価かつ簡易な配送方法でSMBのEC運営をバックアップ


BASE × ヤマト運輸

 配送料全国一律	ネコポス  ¥280	宅急便コンパクト  ¥500	宅急便  ¥890～2,090 (サイズによる)
--	---	--	--

全国翌日配送
※一部地域を除く

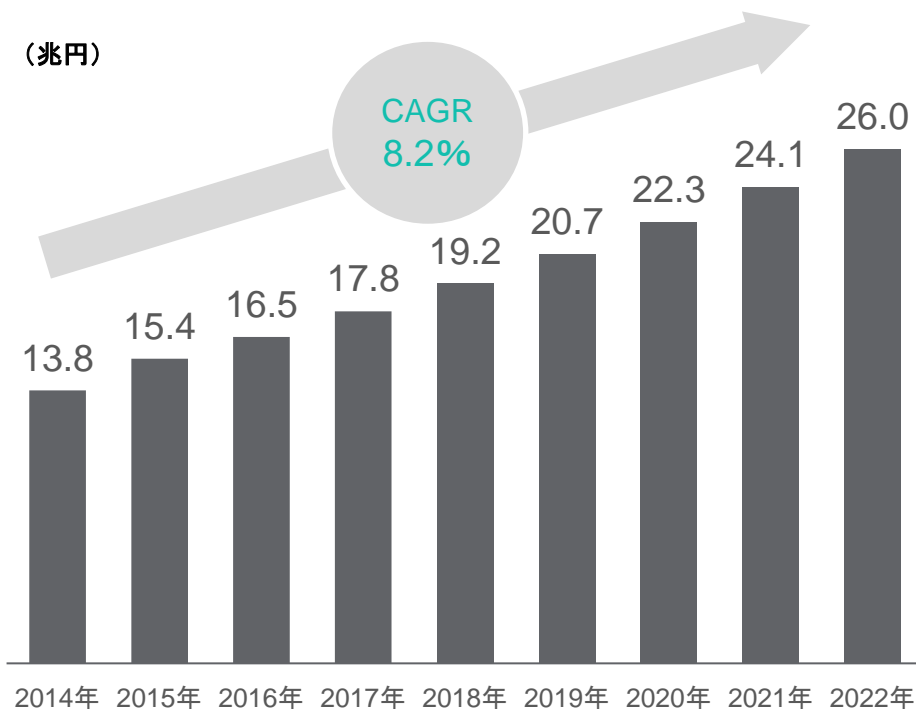
宛名書き不要

追跡・保証



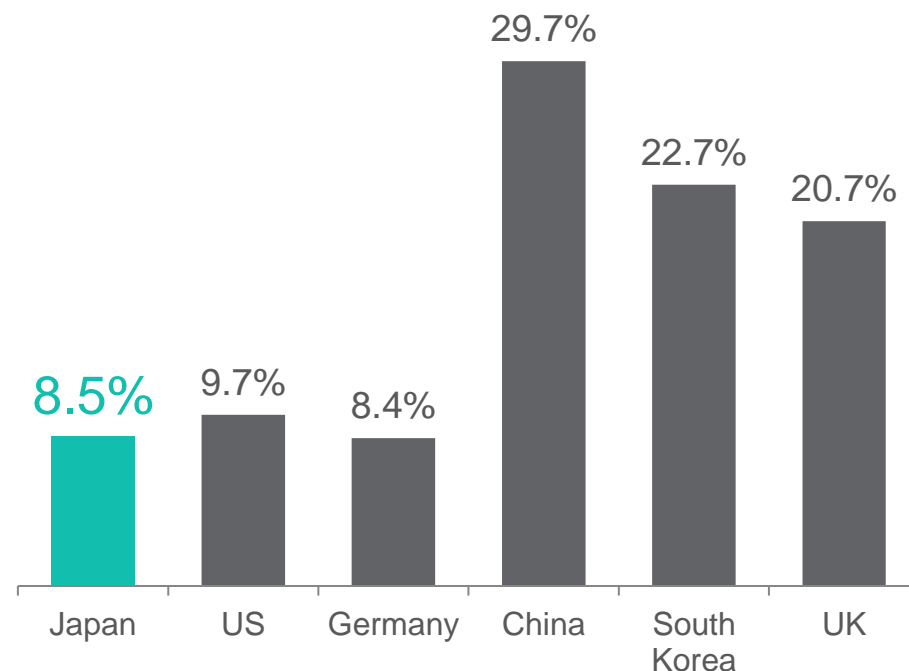
国内BtoC-EC市場は堅調に拡大しているものの、国内EC化率は未だ低い

国内BtoC-EC市場規模の推移と予測



出典：株式会社野村総合研究所「2022年までのICT・メディア市場の規模とトレンドを展望～AIやIoTを使いこなす「真のICT先進国」への道筋～」

各国のEC化率

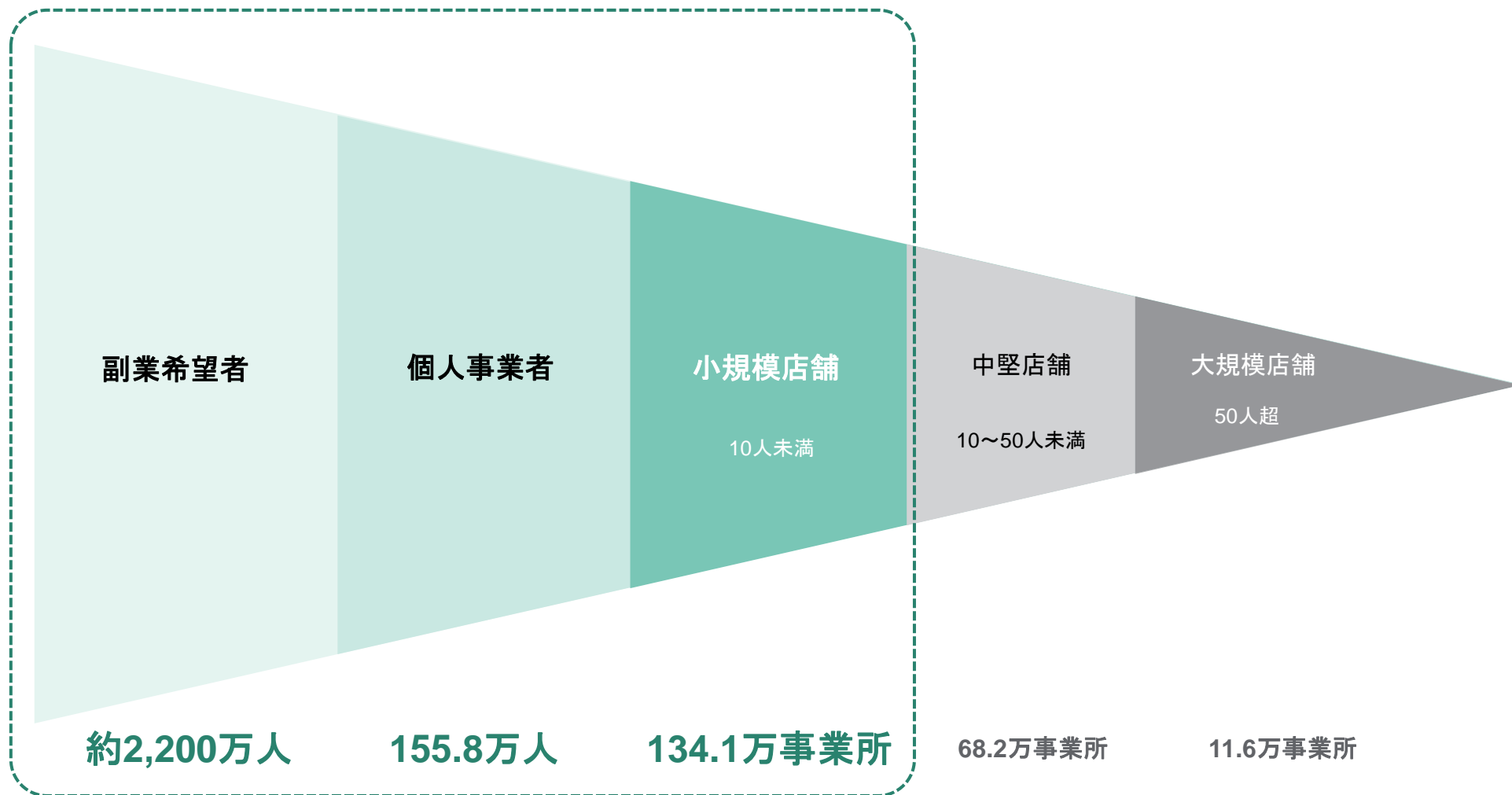


出典：eMarketer「ByCountryRetailEcommerceSalesPenetration:%ofTotalRetailSales」

SNSを活用した「個」の情報発信と「個」同士のダイレクトな交流がECショップの新たな潮流

	これまでのECショップ	新世代ECショップ
ユーザー	<ul style="list-style-type: none"> ・ マスユーザーに幅広くリーチ 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ニッチ ・ 熱量の高いファン
接点	<ul style="list-style-type: none"> ・ 主に検索エンジン、検索広告、パフォーマンス型広告 ・ まとまった資金を広告に投下 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ソーシャルメディア、オウンドメディアによる直接交流 ・ まめなコンテンツ発信、丁寧な交流
提供価値	<ul style="list-style-type: none"> ・ 品揃え、選択肢、欠品がないこと・・・利便性 ・ 安価、コスパ、特典 ・ 配送等の早さ、安さ 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ユニークさ、レアさ ・ 雰囲気、体験 ・ 交流、ポジティブな感情
商品・サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・ コモディティ ・ 他店舗と比較される 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ニッチ、オンリーワン ・ 他店にはないもの
コンピタンス	<ul style="list-style-type: none"> ・ スケールメリットによるバーゲニングパワー ・ マーケティング原資となる豊富な資金力 ・ テクノロジーによる自動化／最適化 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 店主・チームのパーソナリティ ・ 世界観 ・ おもてなし

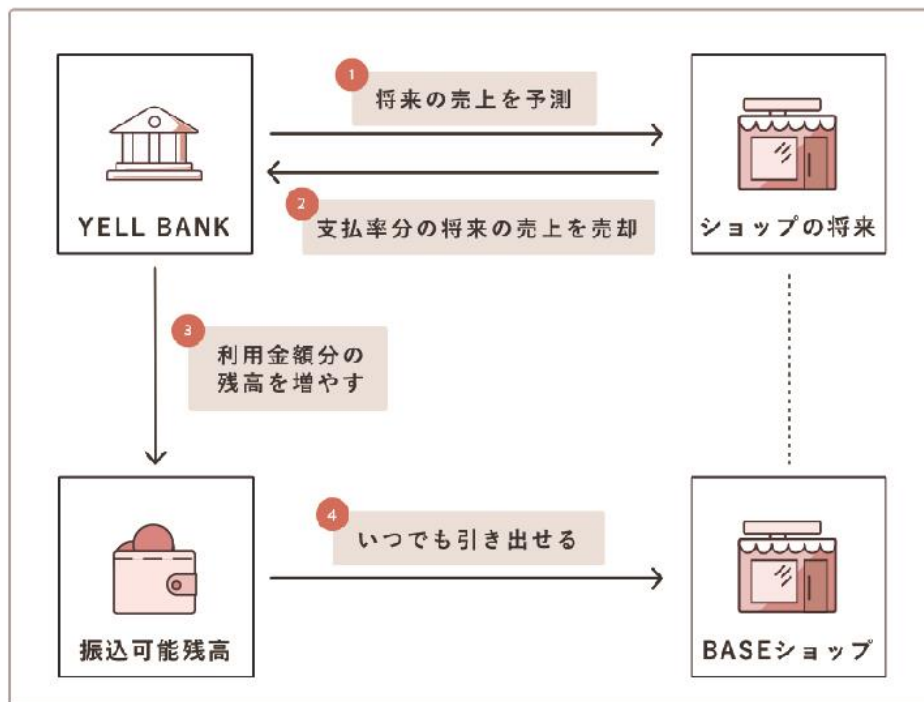
日本国内の小規模店舗・個人事業者に加えて、起業希望者・副業希望者もターゲットユーザー



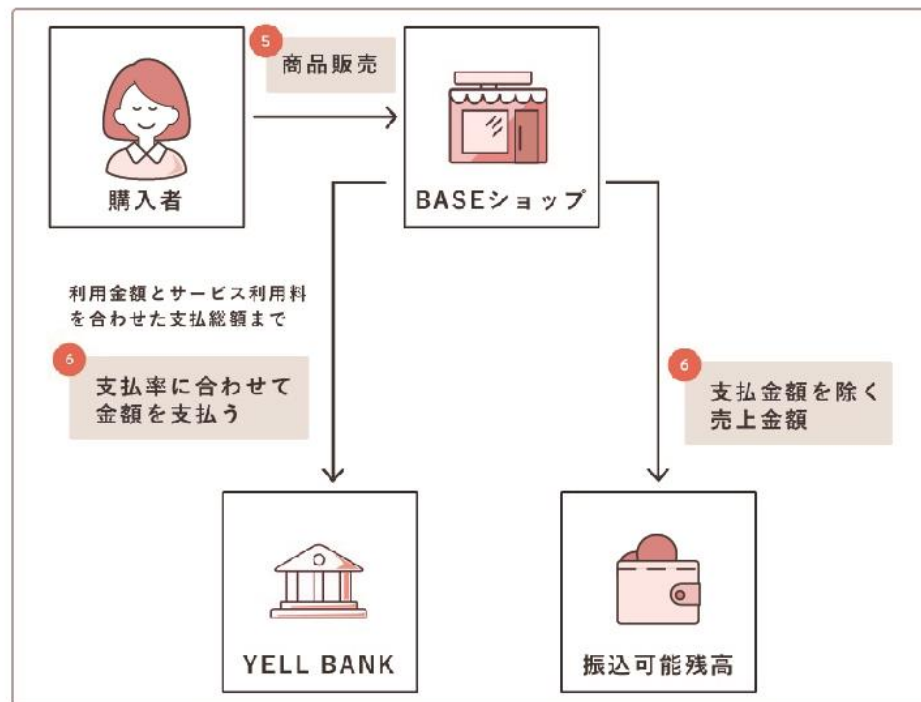
「BASE」を利用するショップオーナーが即時に資金調達できる金融サービス

将来債権が発生しないリスクや、債権未回収リスクを「YELLBANK」が負担するため、ショップオーナーはこれらのリスク無く資金調達可能
データ活用により既存金融機関を利用できないショップオーナーも資金調達が可能に

資金調達の流れ



お支払いの流れ



資金調達サービス「YELLBANK」の特徴

01 必要な金額がすぐに手に入る

「YELLBANK」がBASEショップの将来債権を割引いて購入することで、ショップオーナーは必要な事業資金をすぐに調達することができます。割引率(サービス利用料)は1%から15%となります。

02 支払いは商品が売れた時だけ

「YELLBANK」への支払は、資金調達後、商品が売れた時だけ、支払率(「YELLBANK」に債権を譲渡した割合)に応じて行われます。「YELLBANK」が買い取った将来債権が万一発生しない場合や、債権が発生したにもかかわらず回収できない場合、そのリスクを「YELLBANK」が負担するため、ショップオーナーは当該リスク無く「YELLBANK」を利用できます。





03 ショップ運営データによる将来債権額の予測

「BASE」のショップデータを活用して将来債権を予測し、利用可能な条件を満たしたショップオーナーに対し本サービスを提供いたします。このため、既存の金融機関を利用できずチャレンジに足踏みをしていたショップオーナーも、資金調達のチャンスを得ることが可能になります。

「申請に時間がかかる」「高い」「使いにくい」という複雑なオンライン決済サービスの問題を解決

シンプルな料金体系

- ✓ 決済手数料以外の諸々の費用は一切なし(注)

	ベーシックプラン	プロプラン	PAY.JP Seed	PAY.JP NPO	PAY.JP Travel
月額費用	¥0	¥10,000	¥0	¥0	¥0
 	3.0%	2.59%	2.59%	1.5%	1.5%
 	3.6%	3.3%	3.3%	—	3.3%
入金サイクル	月末締め 翌月末払い	15日/月末締め 15日後払い	15日/月末締め 15日後払い	月末締め 翌月末払い	15日/月末締め 15日後払い

(注)プロプランを除く

簡単に組み込み

- ✓ シンプルかつスムーズに決済機能の組み込みが可能



強固なセキュリティ

- ✓ 国際基準に準拠したセキュリティレベル



トークン化



PCI-DSS



監視

スタートアップやベンチャー企業を中心に、多方面の事業者が利用

PAY.JPを利用している事業者の一例



一般カスタマー向けサービスとして、ID決済サービス「PAY ID」を提供

 利用ユーザー数

350万人
以上※

 利用できる場所

100万店舗
以上※

 決済シーン

✓ **オンライン決済**

ID/PWを入力するだけ

✓ **オフライン決済**

PAY IDアプリでQRコードを
読み込むだけ

※2020年5月2日時点

- 「BASE」における開設ショップの増加及び「PAY.JP」における加盟店の増加を通じて、「PAY ID」登録者の増加を図る
- 「PAY ID」には、過去の取引履歴・評価情報といった付加価値の高いデータを有している点において、決済事業における他社と差別化された競争優位性を有していると考えており、今後は、こうした付加価値の高いデータを活用し、新たな決済サービスを提供する

損益計算書(セグメント別)

(百万円)		2018年12月期				2019年12月期				2020年 12月期
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
売上高	BASE	373	429	542	637	643	752	871	931	933
	PAY	72	85	99	111	120	169	170	183	184
	その他	-	-	-	-	0	0	1	3	6
売上総利益	BASE	256	293	379	433	437	508	590	620	624
	PAY	4	7	9	11	12	18	17	19	18
	その他	-	-	-	-	0	0	1	3	6
セグメント利益	BASE	-234	-96	-229	64	-108	144	-71	-81	56
	PAY	-51	-50	-43	-37	-43	-31	-28	-24	-25
	その他	-	-	-	-	-15	-12	-11	-14	-10
	全社費用	-23	-26	-29	-30	-34	-32	-33	-41	-47
営業損益	全社	-310	-174	-302	-4	-203	67	-144	-161	-28

年	月	四半期GMV (千円) ^(注1)	平均月間GMV (千円) ^(注1)	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) ^(注1)	四半期GMV(決済額) (千円) ^(注2)
2017年	3月	3,272,155	1,090,718	12,899	84,561	2,793,065
	6月	3,921,445	1,307,148	15,126	86,419	3,328,846
	9月	4,618,344	1,539,448	16,958	90,778	3,942,284
	12月	5,285,722	1,761,907	17,669	99,717	4,578,896
2018年	3月	5,163,085	1,721,028	17,532	98,167	4,534,178
	6月	5,947,895	1,982,631	19,326	102,589	5,225,666
	9月	7,219,439	2,406,479	21,216	113,426	6,228,820
	12月	8,760,804	2,920,268	23,183	125,968	7,856,254
2019年	3月	9,007,707	3,002,569	24,770	121,218	7,792,138
	6月	10,480,498	3,493,499	26,071	134,001	9,217,657
	9月	11,263,341	3,754,447	27,811	135,000	10,049,325
	12月	12,211,506	4,070,502	28,537	142,638	11,000,522
2020年	3月	12,532,548	4,177,516	30,658	136,262	10,983,715

(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 (千円)
2017年	3月	668,407
	6月	1,640,213
	9月	2,146,126
	12月	2,611,836
2018年	3月	2,703,729
	6月	3,175,074
	9月	3,704,478
	12月	4,092,477
2019年	3月	4,430,399
	6月	6,244,236
	9月	6,324,704
	12月	6,926,078
2020年	3月	7,018,841

通期業績予想(BASE事業)

(百万円)	FY2020 予想	FY2019 実績	YoY	FY2020 1Q 2020年1-3月	進捗率(注)
GMV(注文)	59,000~61,000	42,963	37.3%~42.0%	12,532	21.2%
GMV(決済)	51,920~53,680	38,055	36.4%~41.0%	10,983	21.2%
売上高	4,360~4,506	3,198	36.3%~40.9%	933	21.4%
テイクレート	8.4%	8.4%	-	8.6%	-
売上総利益	2,905~3,000	2,156	34.7%~39.1%	624	21.5%
GMV比	5.6%	5.7%	-	5.7%	-
売上総利益率	66.6%	67.4%	-	66.8%	-

(注)2020年12月期通期業績予想の下限に対する進捗率

通期業績予想(PAY事業)

(百万円)	FY2020 予想	FY2019 実績	YoY	FY2020 1Q 2020年1-3月	進捗率(注)
GMV	34,000~38,000	23,925	42.1%~58.8%	7,018	20.6%
売上高	920~1,028	644	42.8%~59.6%	184	20.1%
テイクレート	2.7%	2.7%	-	2.6%	-
売上総利益	92~103	67	36.2%~52.4%	18	19.6%
GMV比	0.3%	0.3%	-	0.3%	-
売上総利益率	10.0%	10.5%	-	9.7%	-

(注)2020年12月期通期業績予想の下限に対する進捗率

(株)		FY2020 1Q	FY 2019
新株予約権	期首残高	1,810,800	1,776,000
	付与	0	104,000
	行使	-3,600	-12,000
	失効	-17,200	-57,200
	期末残高	1,790,000	1,810,800
発行済株式数		20,417,400	20,413,800
潜在株割合		8.8%	8.9%

本資料の取扱について

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。本資料に記載されている情報は、現時点の経済、規制、市場等の状況を前提としていますが、その真実性、正確性または完全性について、当社は何ら表明および保証するものではありません。本資料に記載された情報は、事前に通知することなく変更されることがあります。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。新たな情報、将来の出来事やその他の発見に照らして、将来予想に関する記述を変更または訂正する一切の義務を当社は負いません。

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