



BASE

2021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)

2021年5月11日

1. 会社概要
2. エグゼクティブ・サマリー
3. 2021年12月期第1四半期業績
4. 2021年12月期業績見通し
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、

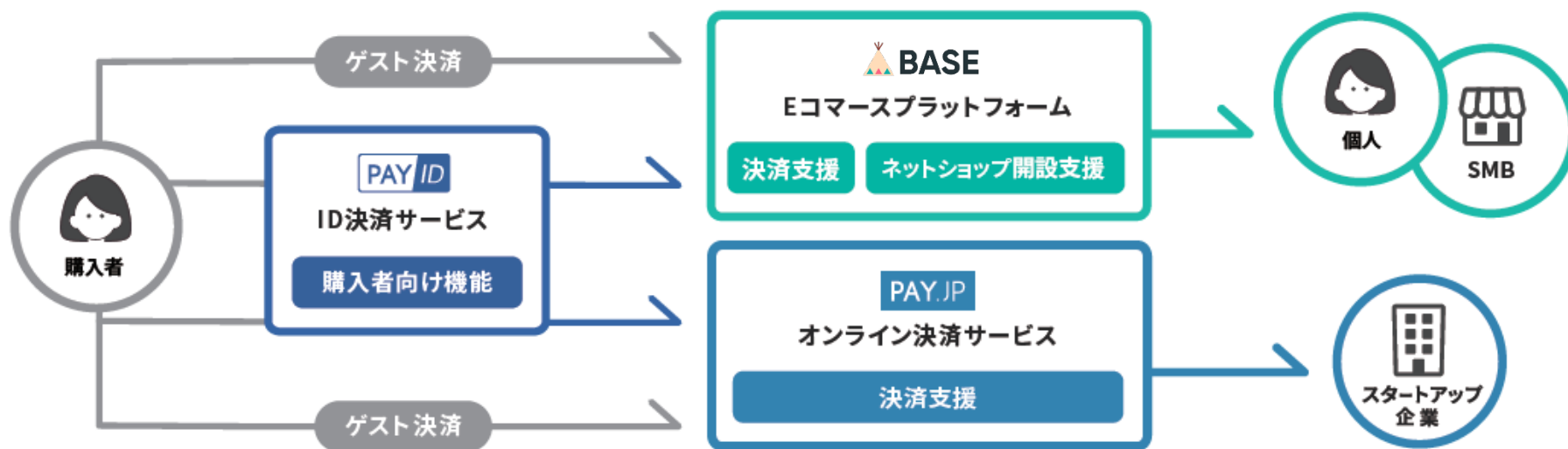
自分の力を自由に価値へと変えて

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。

A photograph of a modern office hallway with glass doors and a 'BASE' logo. The hallway is brightly lit, and the glass doors are partially open, revealing a glimpse of the interior. The 'BASE' logo is prominently displayed in the foreground, overlapping the text and the image.

「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

2.エグゼクティブ・サマリー

Topics

- **BASE事業のGMVが前年同四半期比+105.4%と依然高い成長率を維持**

2021年12月期 第1四半期 業績

- 売上高は前年同四半期比+99.0%の2,237百万円、売上総利益は同+103.2%の1,316百万円と大きく増加
- プロモーション費の増加により販管費は同+92.7%増加も、営業損益は13百万円と黒字で着地
- **BASE事業の新規ショップ開設数は同+81%、月間売店数は同+78.6%、前四半期比+6.2%と引き続き成長**
- 「BASEかんたん決済」へのAmazon Payの追加や、「ショップデザイン機能」を拡充
- はじめてでもかんたんにInstagram広告やGoogleショッピング広告を配信できる拡張機能を提供

2021年12月期 通期業績見通し

- 1月及び4月の緊急事態宣言によるBASE事業のGMVへの影響は限定的であり、第1四半期の売上高及び売上総利益は計画の範囲内で推移し、第2四半期以降も計画の範囲内で推移する見込み
- BASE事業のGMVは第1四半期は前四半期比で横ばいも、第2四半期以降は増加を目指す

2021年第1四半期の新規ショップ開設数は前年同四半期比+81%と引き続き高い水準を維持
累計ショップ数が2021年3月に**140万ショップ**を突破

 BASE 累計ショップ開設数の推移

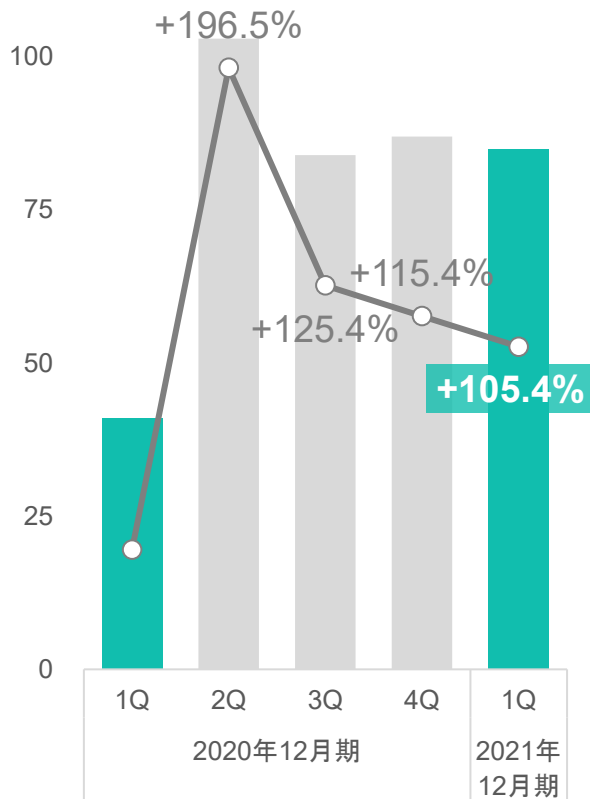


月間売店数は堅調に推移

前四半期比では、1ショップあたりの月間平均GMVがシーズンリティ等により減少

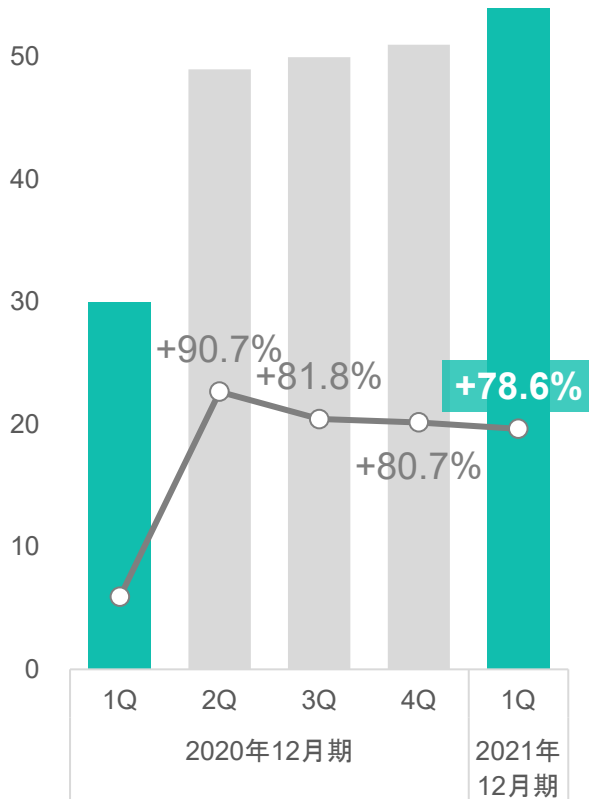
月間GMV (注1,2)

(億円) ■ GMV
○ GMV成長率(YoY)



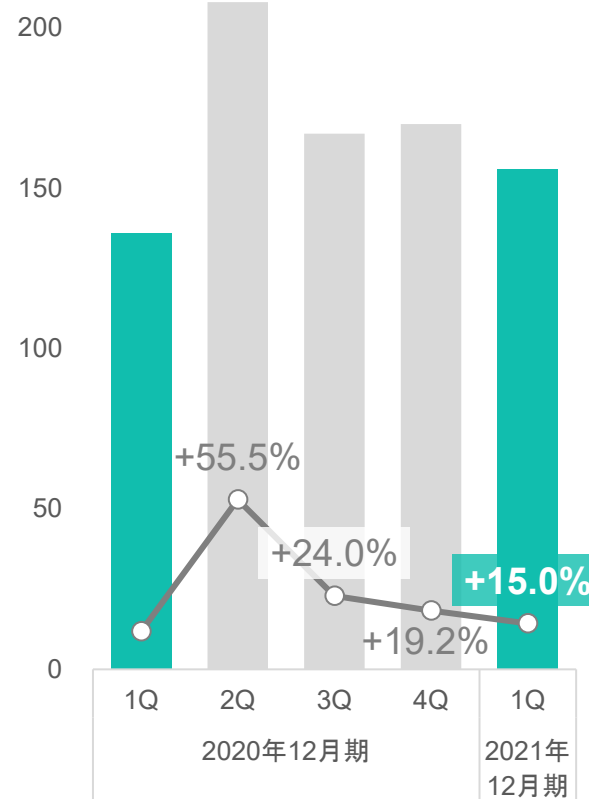
月間売店数 (注2)

(千ショップ) ■ 売店数
○ 売店数成長率(YoY)



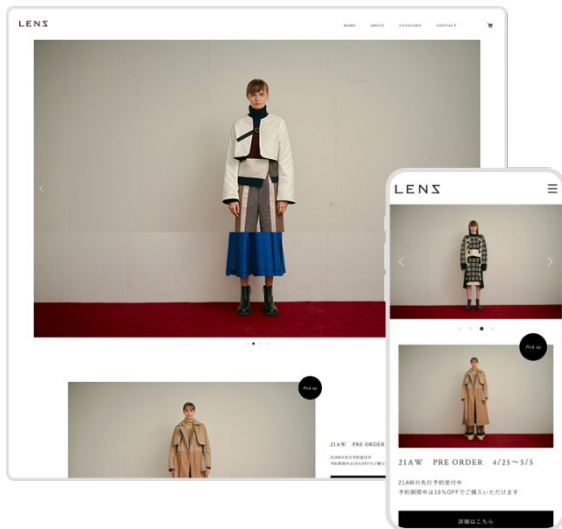
1ショップあたり月間平均GMV

(千円) ■ 平均GMV
○ 平均GMV成長率(YoY)

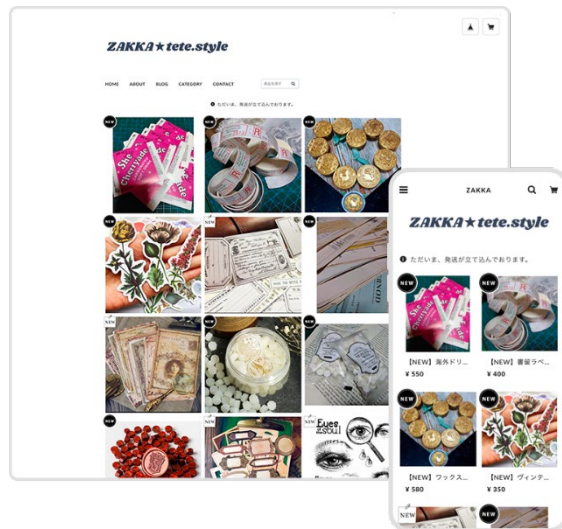


(注1)GMVは注文日ベースの注文額

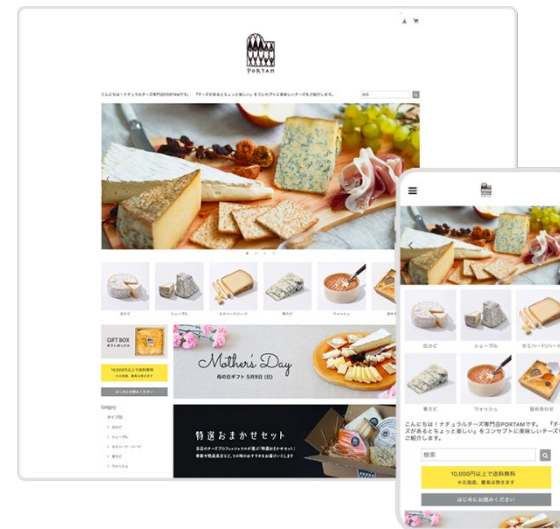
(注2)月間GMV及び月間売店数は、四半期平均



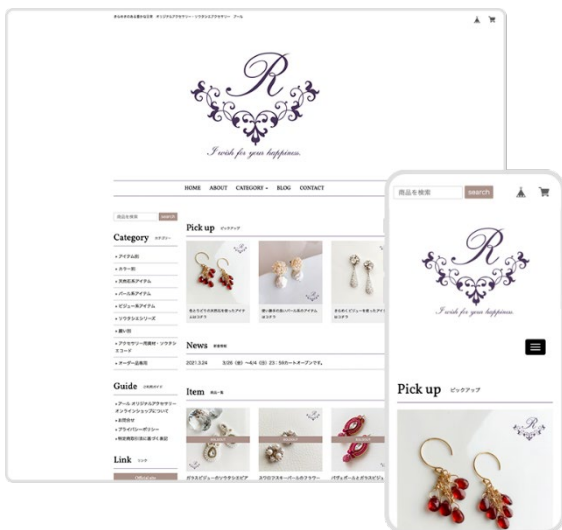
LENS



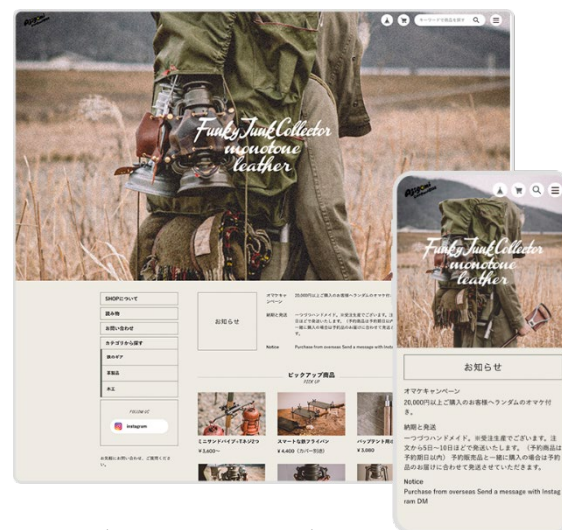
ZAKKA



ナチュラルチーズ PORTAM



アール オリジナルアクセサリー オンラインショップ



Aijumi (Coffee & Camp Gear)



kiu 祈雨

「BASEかんたん決済」に「Amazon Pay」を追加

BASEのショップであれば「BASEかんたん決済」を通じて、「Amazon Pay」のスムーズな導入が可能に

「BASEかんたん決済」の拡充

「BASEかんたん決済」で提供する決済手段

クレジットカード決済



キャリア決済



銀行振込



コンビニ決済・Pay-easy



Amazon Pay



PayPal



後払い決済



「BASEかんたん決済」の概要

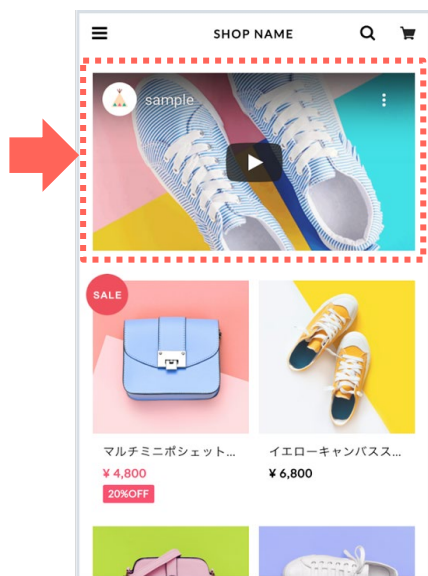
- ✓ ネットショップの開設から決済機能の導入までワンストップで提供することで、決済機能導入に係る煩雑な手続きが不要
- ✓ 導入にかかる審査期間が短く、最短翌営業日から決済機能が利用可能
- ✓ 7種類の決済方法を選択可能
- ✓ 決済手数料は、全ての決済方法で決済金額の6.6%+40円」と、低価格かつシンプル（サービス利用料3.0%含む）

「ショップデザイン機能」で動画や地図の挿入が可能に

ブランドの世界観をノーコードでかんたんに表現できる環境を提供

「ショップデザイン機能」の拡充

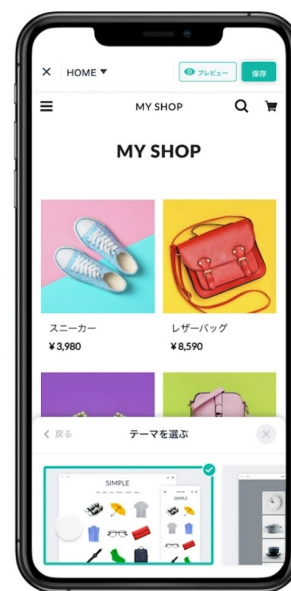
動画の挿入



地図の挿入



「ショップデザイン機能」の概要



- ✓ ノーコードで直感的にデザインを編集
- ✓ スマートフォン、PCどちらからでも編集が可能
- ✓ 無料で利用できる17種類のオフィシャルテーマを提供
- ✓ 20種類以上のパーツを希望する位置に簡易に設定が可能
- ✓ オフィシャルテーマとパーツを組み合わせると、1,000パターンを超えるデザインが可能

画像をクリックすると動画でご覧いただけます
https://base.jp/wp-content/uploads/shopdesign_video_sp.mp4

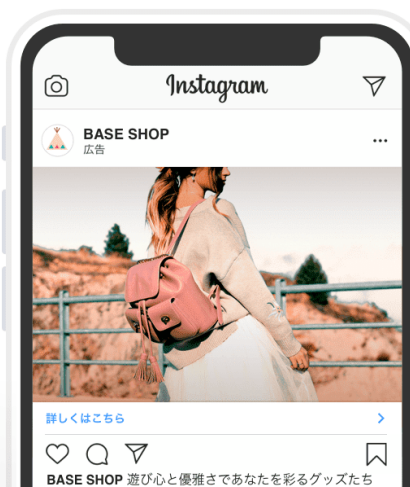
はじめてでもかんたんにInstagram広告やGoogleショッピング広告の配信が可能に
外部プラットフォームとの連携により拡張機能を強化し、認知拡大や販売促進を支援

Instagram広告 App

最小限の設定手順で、BASEで販売している商品やInstagramの投稿をInstagram広告としてかんたんに配信可能に

Instagram広告

- ✓ 商品を最適なユーザーに配信
- ✓ はじめてでもかんたんに広告を設定
- ✓ わかりやすい効果レポート



Google商品連携 App

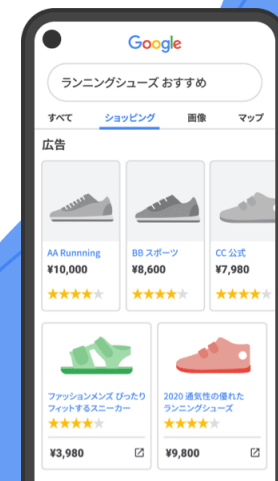
BASEで販売している商品情報をGoogle Merchant Centerに連携することで、Googleショッピング広告へかんたんに掲載可能に



Google 商品連携 App

- ✓ かんたんにBASEの商品を連携
- ✓ 商品情報は定期的に更新

※ Google、GoogleロゴはGoogle LLC の商標です。



「購入完了メール」等のリニューアルや、カートページのドメインをショップページに統一 ショップのブランディングや購入者の購入体験を改善する機能開発を実施

「購入完了メール」をリニューアル

ショップのブランディングや、購入者の購入体験を改善することを目的に、「BASE」から購入者に送られるメールをHTML化

ショップのロゴやメッセージを表示できるようになったことで、ブランドの世界観がより伝わりやすいメールに

購入者に送られる「購入完了メール」をリニューアルしました

Before

鈴木 太郎 様

このたびはshopnameでお買い物いただき、ありがとうございました。

今回のご注文控えメールを送らせていただきます。
こちらの商品は、銀行振込にてご購入いただいております。

下記振込先へ【2020/09/14】までにご請求金額
【11,767円】を前払いにてお振り込み下さい。
商品発送は、入金確認後となっております。

■振込依頼人名についてのご注意

* 4~5桁の数字 (12209) を必ずふくめ、数字とご購入者様氏名の間にスペースを入れ、氏名はカタカナで入力ください。

例：「12209 スズキタロウ」

なお、商品がお手元に届くまで、こちらのメールは大切に保管してください。

ご注文情報照会：

https://c.thebase.in/dynamic_receipts/dogismylife/8D0FBC117A3140F3

After

SHOP NAME

ご購入ありがとうございます！

このたびはSHOP NAMEでお買い物いただき、ありがとうございました。
商品がお手元に届くまで、こちらのメールは大切に保管してください。

ご注文内容

注文ID：46C50F77AD9B5EA7



クロコ型押しクラッチバッグ

1点
¥5,200

小計

¥5,200

3. 2021年12月期第1四半期業績

連結

BASE事業のGMVの増加により、売上高は前年同四半期比**+99.0%**の**2,237百万円**、売上総利益は同**+103.2%**の**1,316百万円**と増加

プロモーション費の増加により販管費は同**+92.7%**と増加も、営業損益は**13百万円**(前年同四半期は**-28百万円**)と黒字で着地

BASE事業

GMV^(注)は月間売店数の成長により、前年同四半期比**+105.4%**と依然高い成長率を維持
前四半期比ではシーズナリティ等により、GMVは横ばい

GMVの増加により、売上高は前年同四半期比**+108.3%**、売上総利益は同**+105.2%**と成長

PAY事業

GMV^(注)は前年同四半期比では**+54.4%**と成長も、前四半期にはGoToキャンペーンの一時的な大型案件が含まれていたため、前四半期比では減少

売上高は前年同四半期比+99.0%、売上総利益は同+103.2%と成長

BASE事業の持続的な成長を目的としたプロモーションへの先行投資により、販管費は同+92.7%と増加も、営業利益は黒字で着地

(百万円)	FY2021 1Q(2021年1月-3月)				
	実績	前年同期		前四半期	
		実績	YoY	実績	QoQ
売上高	2,237	1,124	+99.0%	2,291	-2.3%
売上総利益	1,316	648	+103.2%	1,342	-1.9%
売上総利益率	58.8%	57.6%	+1.2pt	58.6%	+0.2pt
販管費	1,302	676	+92.7%	1,686	-22.7%
営業利益	13	-28	n/a	-343	n/a
経常利益	12	-26	n/a	-400	n/a
当期純利益	40	-29	n/a	-364	n/a

2021年3月末時点で現預金が22,542百万円と前期末比で270百万円増加し、強固な財務基盤を維持

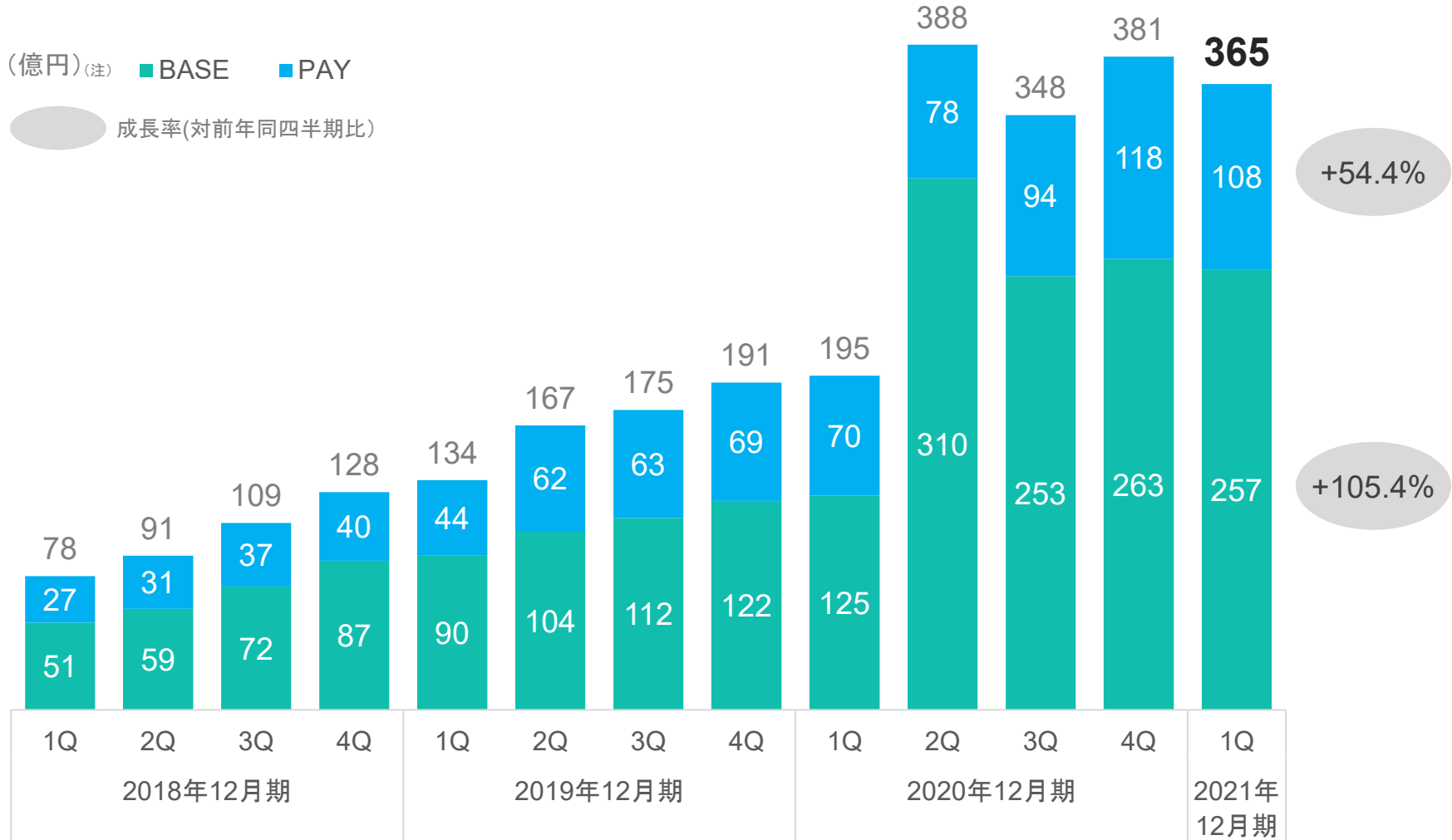
(百万円)	2021年3月末	2020年12月末	前期末比
流動資産	26,925	27,693	-2.7%
(内、現金及び預金)	22,542	22,271	+1.2%
(内、未収入金) *1	4,249	4,971	-14.5%
固定資産	811	811	-0.0%
(内、投資有価証券)	439	435	+0.8%
資産合計	27,737	28,505	-2.6%
流動負債	11,411	12,224	-6.6%
(内、営業未払金) *2	8,502	8,989	-5.4%
(内、営業預り金) *3	2,564	2,589	-0.9%
固定負債	63	63	0.1%
負債合計	11,475	12,287	-6.6%
資本金	8,514	8,513	+0.0%
資本剰余金	7,324	7,323	+0.0%
利益剰余金	421	380	+10.5%
その他有価証券評価差額金	1	-0	-
純資産合計	16,261	16,217	+0.2%

*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

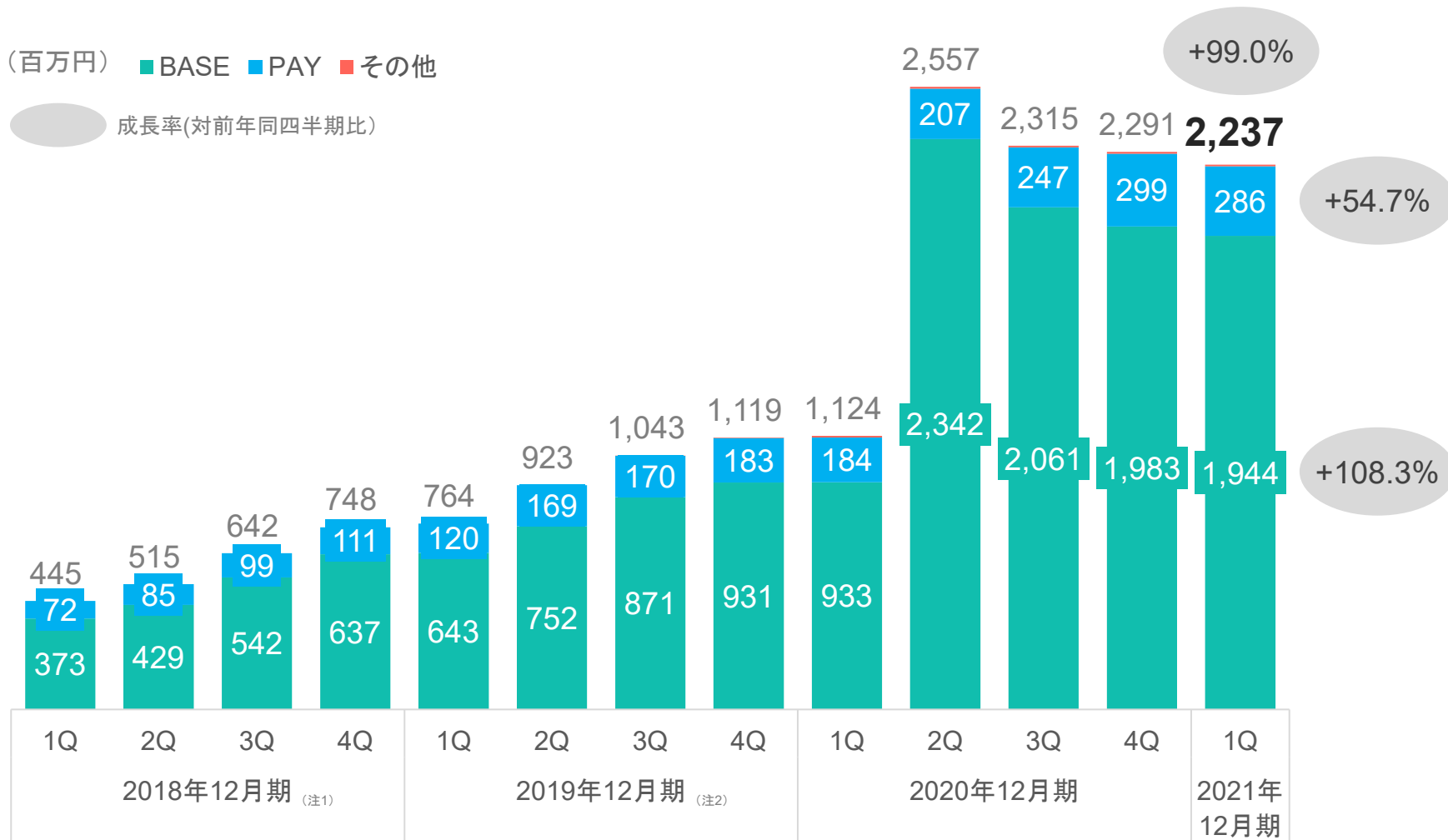
*3: 営業預り金: PAY事業において、当社から加盟店へ支払う決済代金のうち、未払いのもの

BASE事業は前年同四半期比+105.4%、PAY事業は同+54.4%と成長



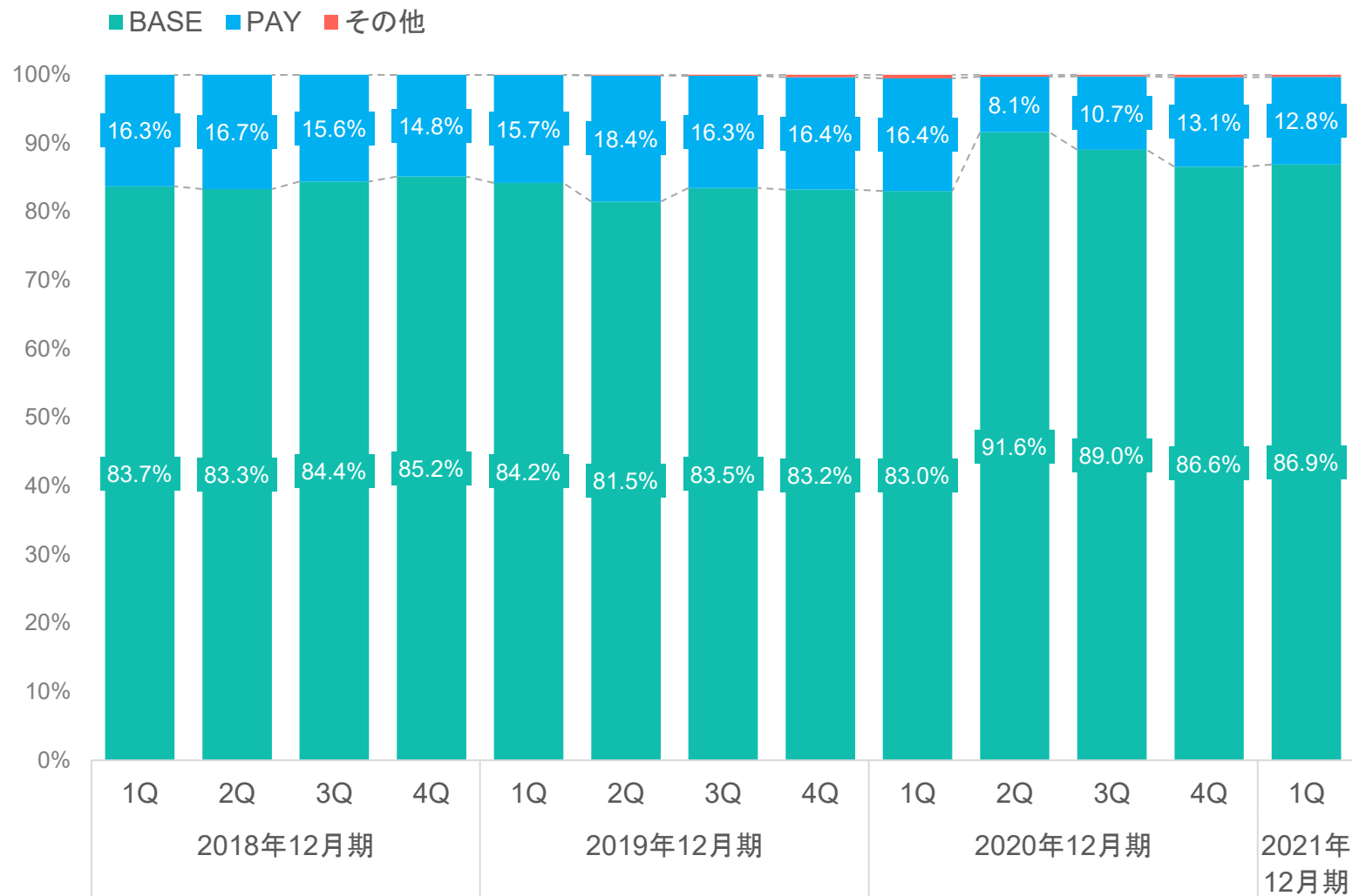
(注)BASEのGMVは注文日ベース(注文額)。PAYのGMVは決済日ベース(決済額)

BASE事業のGMV増加に伴う売上高の増加(前年同四半期比+108.3%)により、同+99.0%と成長



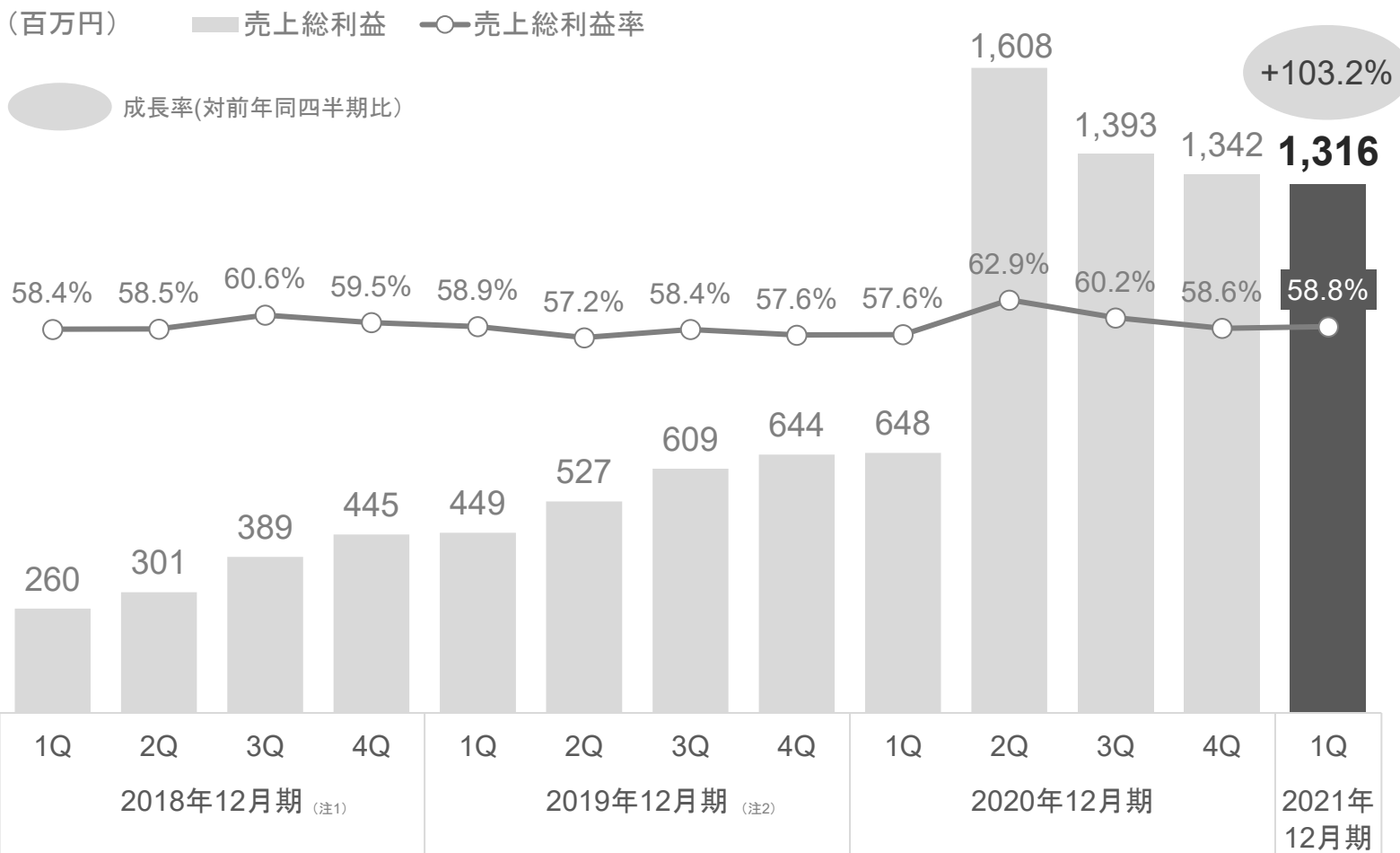
(注1) 2018/12月にPAY事業を新設分割し、連結子会社化を実施したため、2018/12月はPAY株式会社のみ連結
 (注2) 2018/12月にBASEBANK株式会社を設立し、2019/12月に連結子会社化を実施したため、2019/12月は連結の数値を記載

BASE事業の売上高構成比が前四半期比で微増



BASE事業の売上総利益の増加により、前年同四半期比**+103.2%**と成長

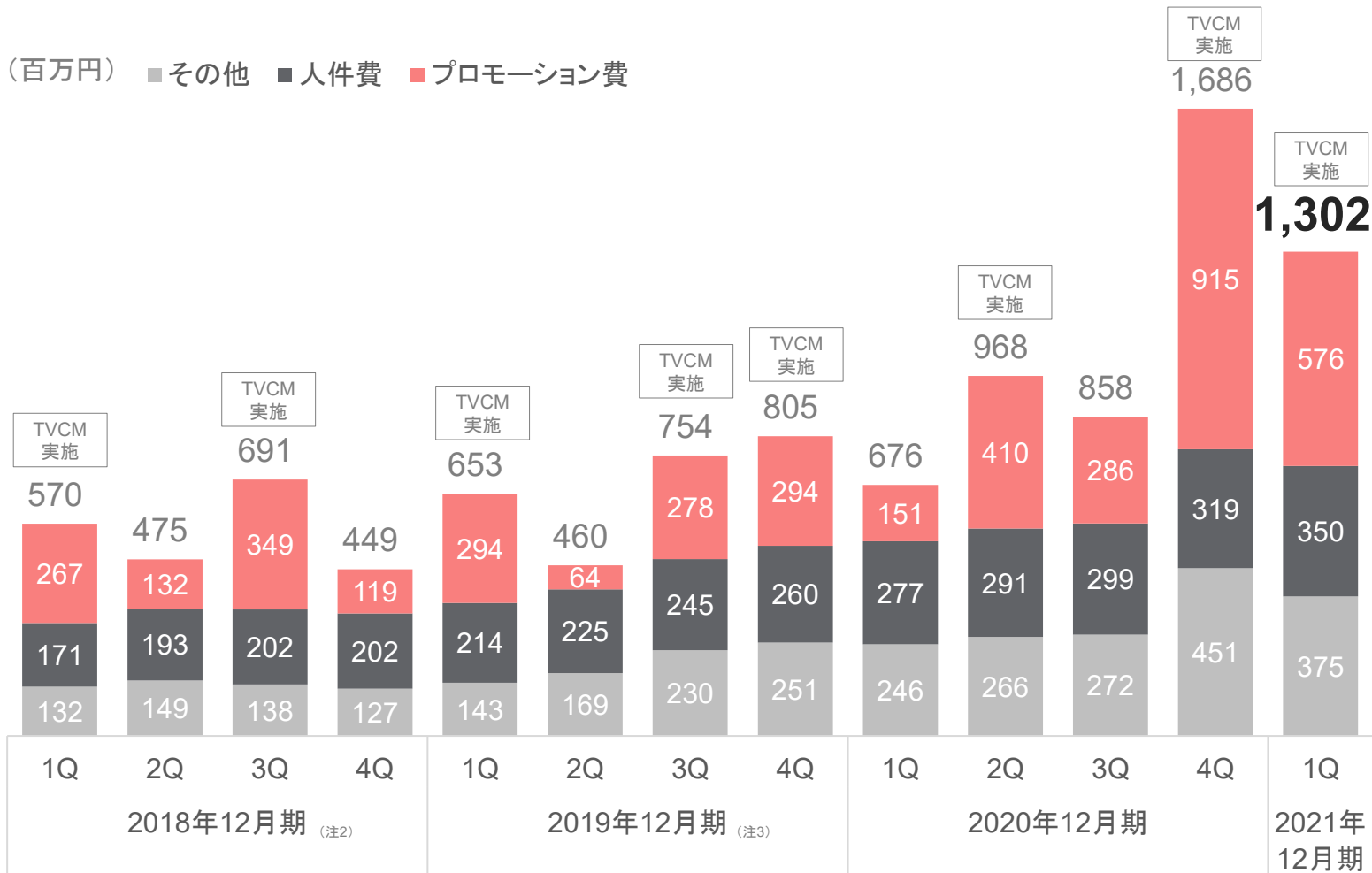
売上総利益率は、BASE事業の売上高構成比の微増により前四半期比で微増



(注1) 2018/12月に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

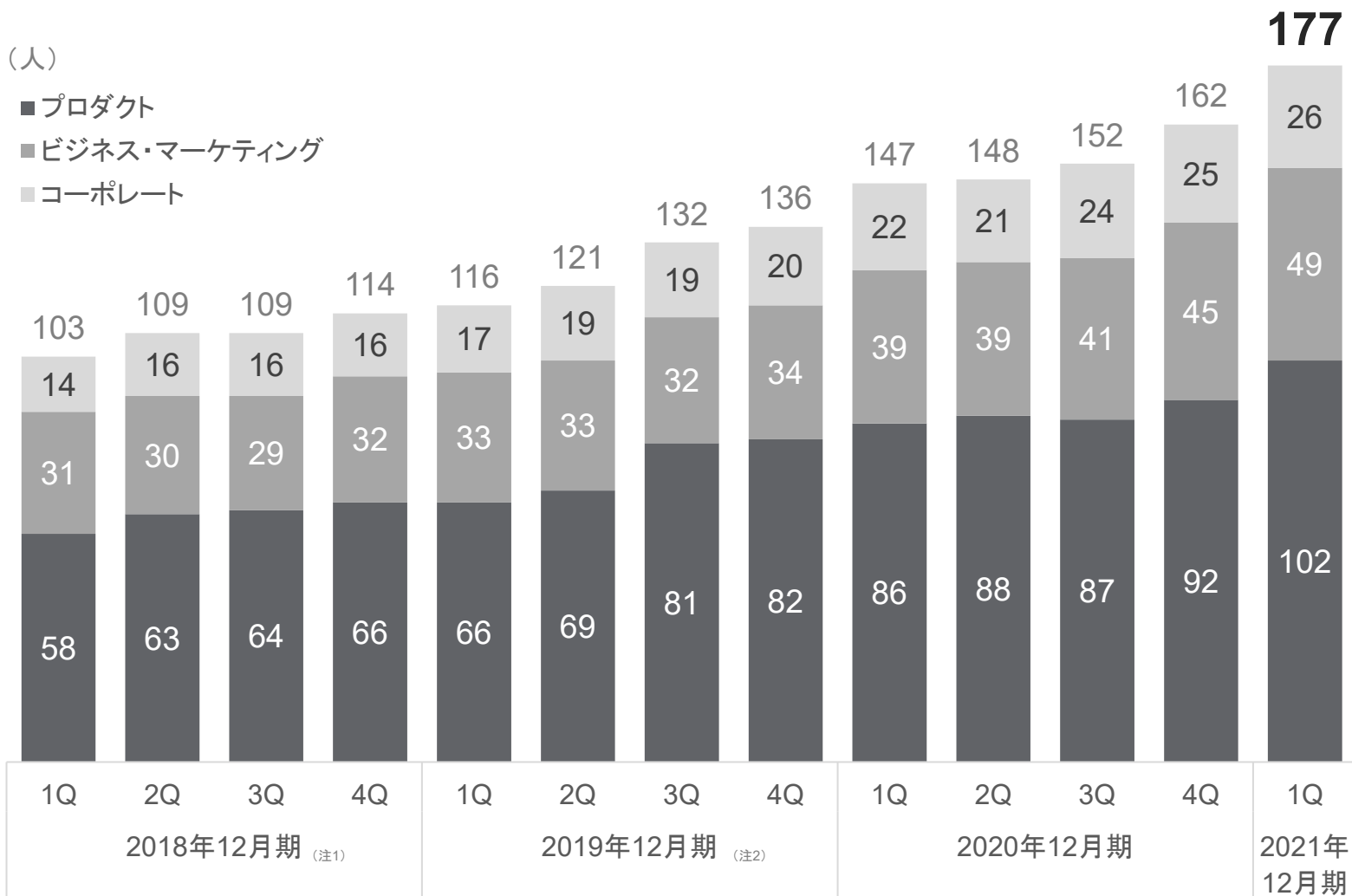
(注2) 2018/12月にBASEBANK株式会社を設立し、2019/12月に連結子会社化を実施したため、2019/12期は連結の数値を記載

- BASE事業のプロモーション費等の減少により、販管費は前四半期比-383百万円(同-22.7%)
- BASE事業のTVCM及びWeb広告の減少により、プロモーション費が減少
- プロダクト強化等のための人員増加により、人件費が増加
- 租税公課等の減少により、その他費用^(注1)が減少



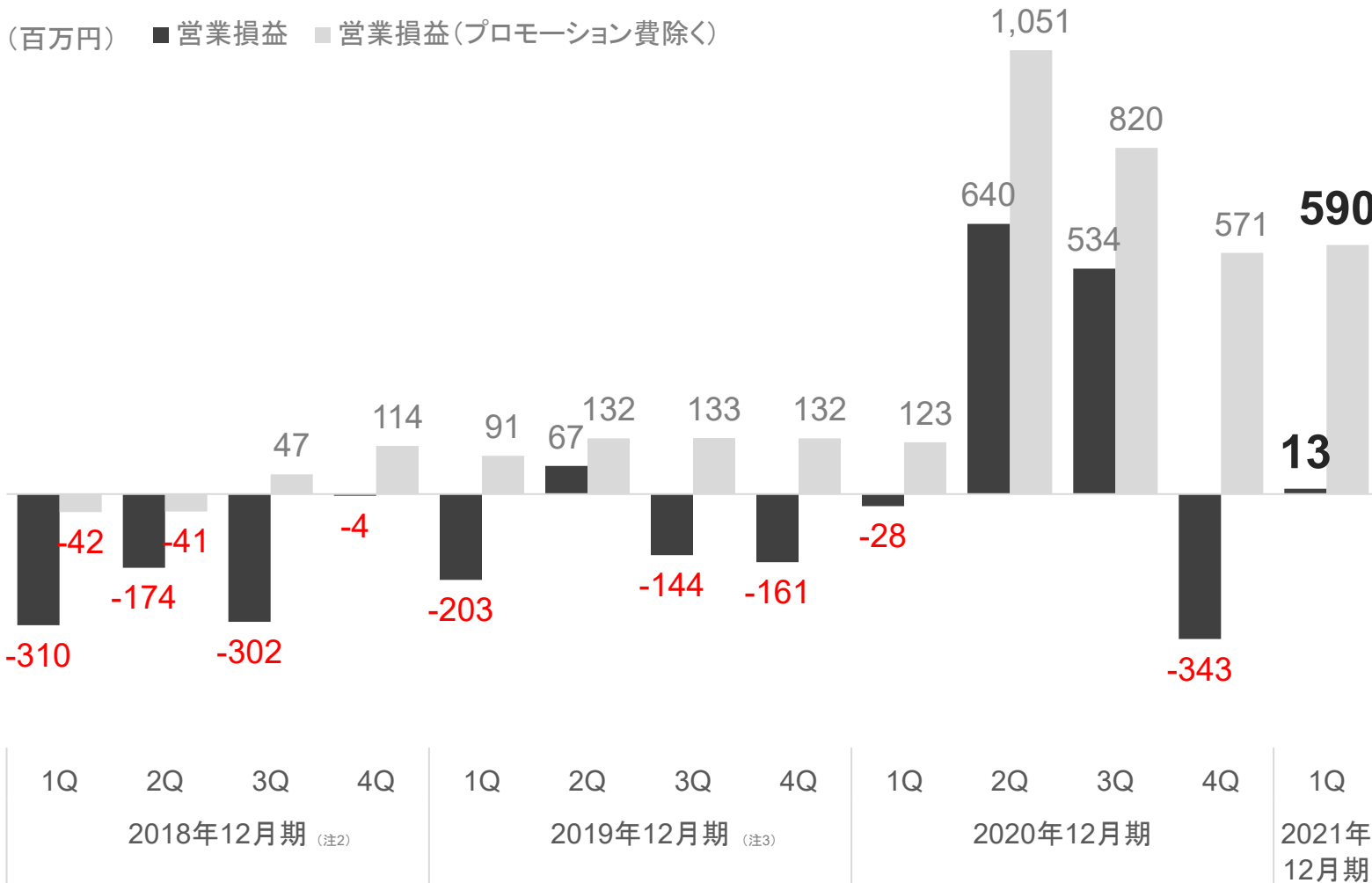
(注1) その他費用の内容は、主にオフィス費用、システム費用、支払報酬・外注費、租税公課など
 (注2) 2018/12期にPAY事業を新設分割し、連結子会社化を実施したため、2018/12期はPAY株式会社のみ連結
 (注3) 2018/12期にBASEBANK株式会社を設立し、2019/12期に連結子会社化を実施したため、2019/12期は連結の数値を記載

サービス拡大のためのプロダクト人員等の採用を強化
 人員数は前年同四半期比**+30名**（同**+20.4%**）の増加



(注1) 2018/12月に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
 (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、上級執行役員及び子会社に役員として出向している者は人数に含む。

営業損益は、プロモーション費等の減少に伴う販管費の減少により**13百万円**と黒字で着地
 営業損益(プロモーション費除く)は、その他費用^(注1)の減少により、前四半期比で増加

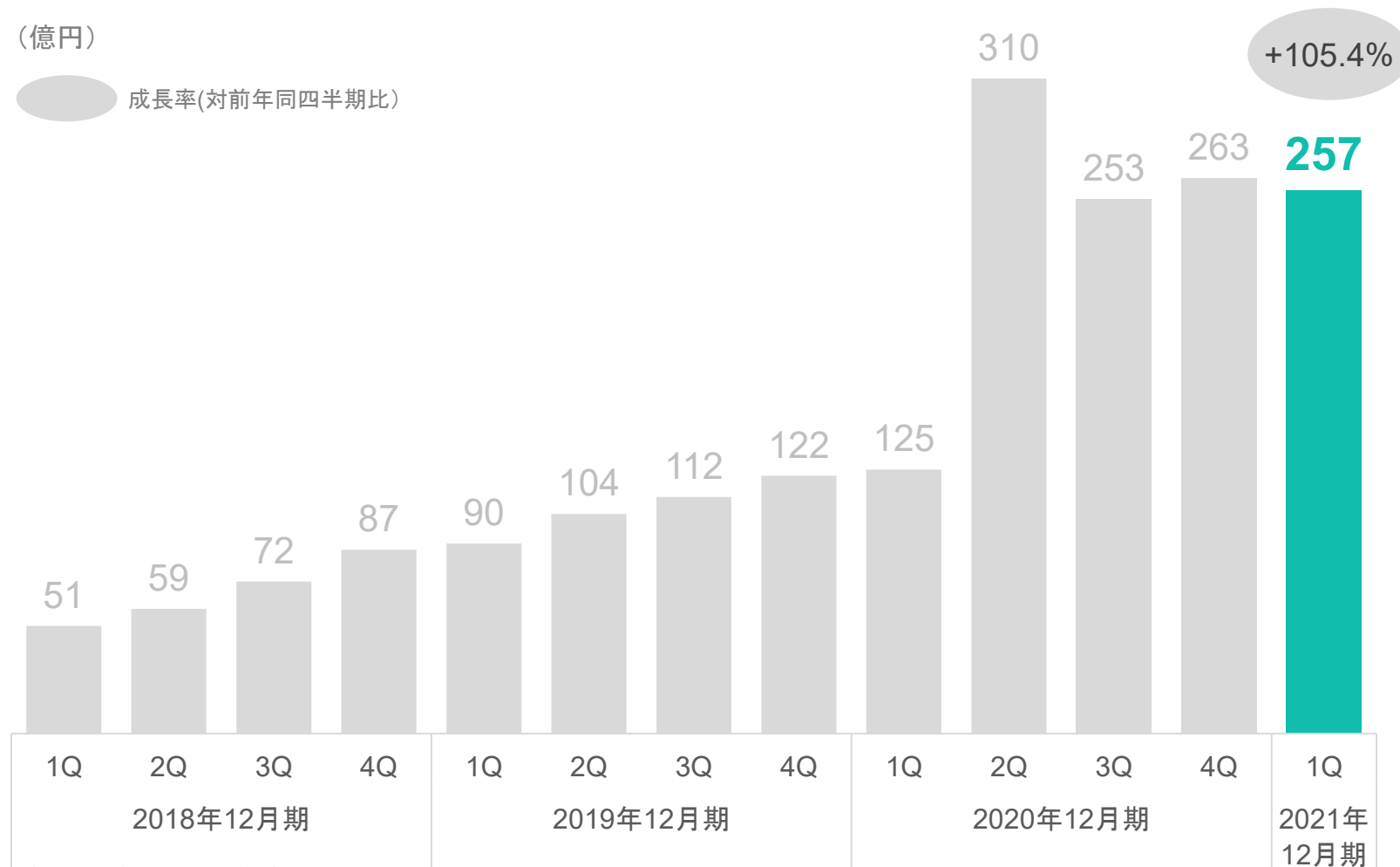


(注1) その他費用は、プロモーション費と人件費を除いた販管費
 (注2) 2018/12月にPAY事業を新設分割し、連結子会社化を実施したため、2018/12月はPAY株式会社のみ連結
 (注3) 2018/12月にBASEBANK株式会社を設立し、2019/12月に連結子会社化を実施したため、2019/12期は連結の数値を記載

GMVは前年同四半期比**+105.4%**と依然高い成長率を維持
前四半期比ではシーズナリティ等により横ばい

(億円)

● 成長率(対前年同四半期比)

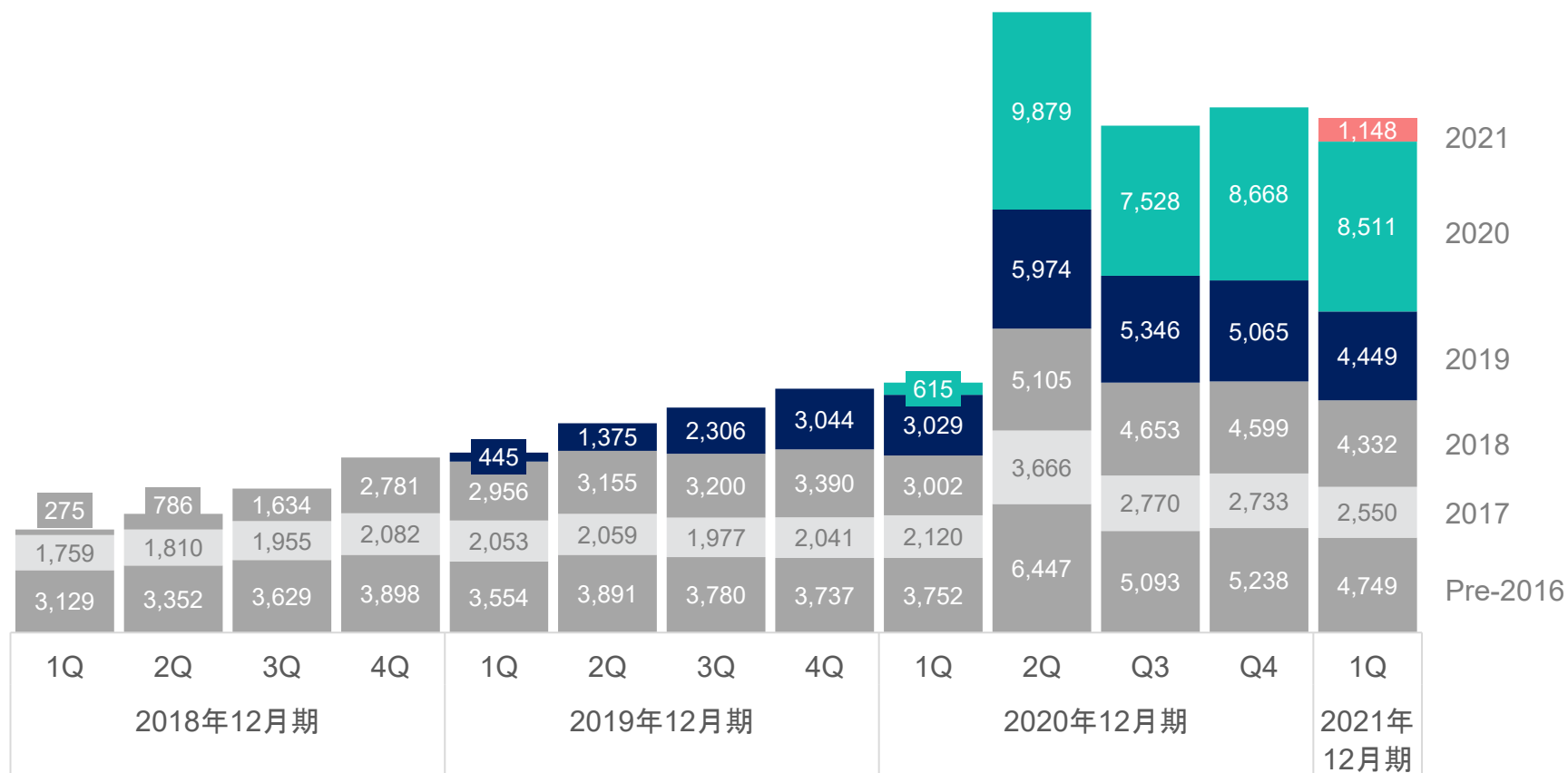


(注) GMVは注文日ベース(注文額)

既存ショップの継続利用により2020年以前のGMVが引き続き高い水準で推移したことに加え、新規ショップの開設により2021年のGMVも順調に積みあがった

GMVの推移(開設年別)

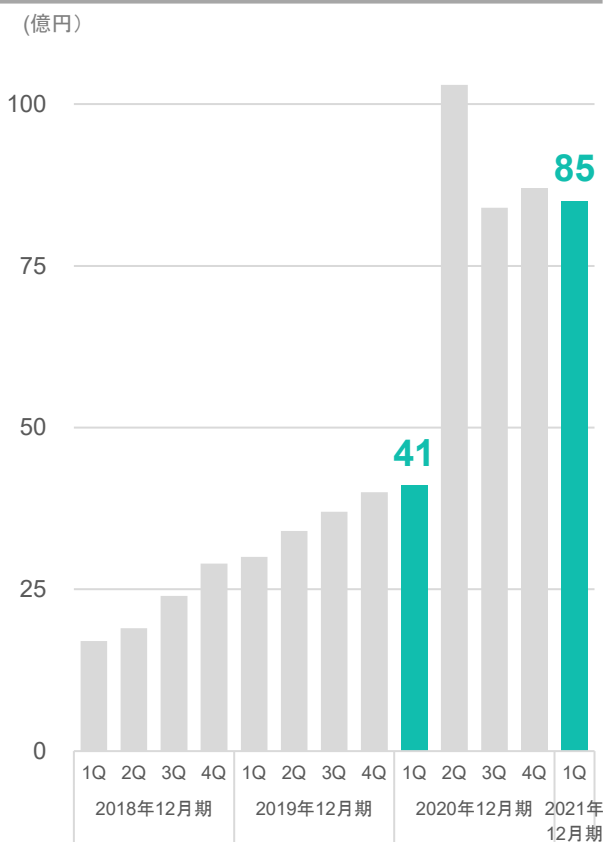
(百万円) ■ Pre-2016 ■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021



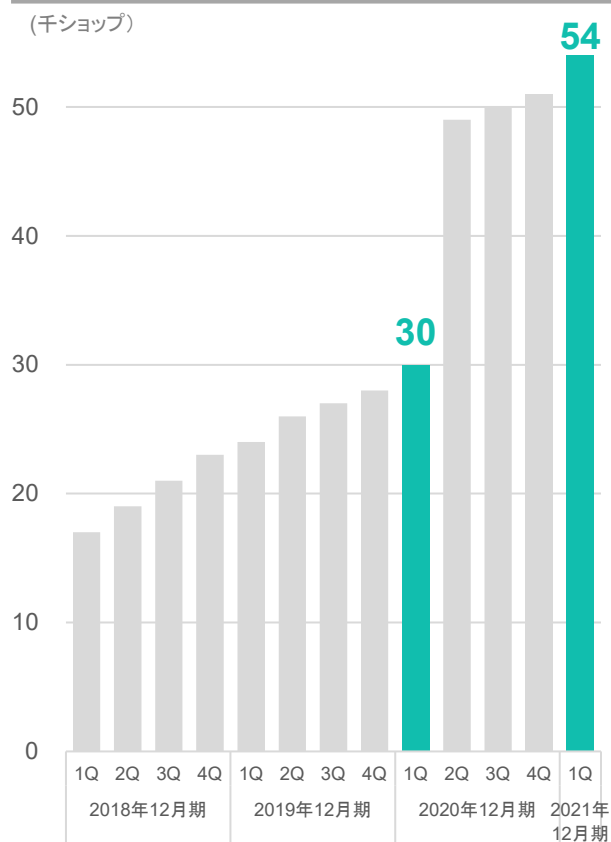
(注)GMVは注文日ベース(注文額)

月間売店数は前年同四半期比**+78.6%**、1ショップあたり月間平均GMVは同**+15.0%**と成長
前四半期比では、シーズンリティ等により1ショップあたりの平均GMVが減少

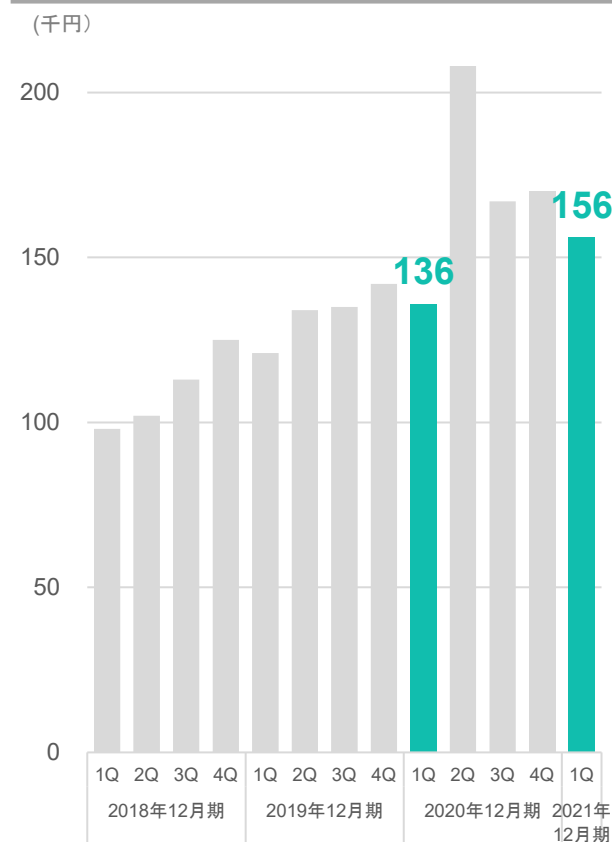
月間GMV (注1,2)



月間売店数 (注2)

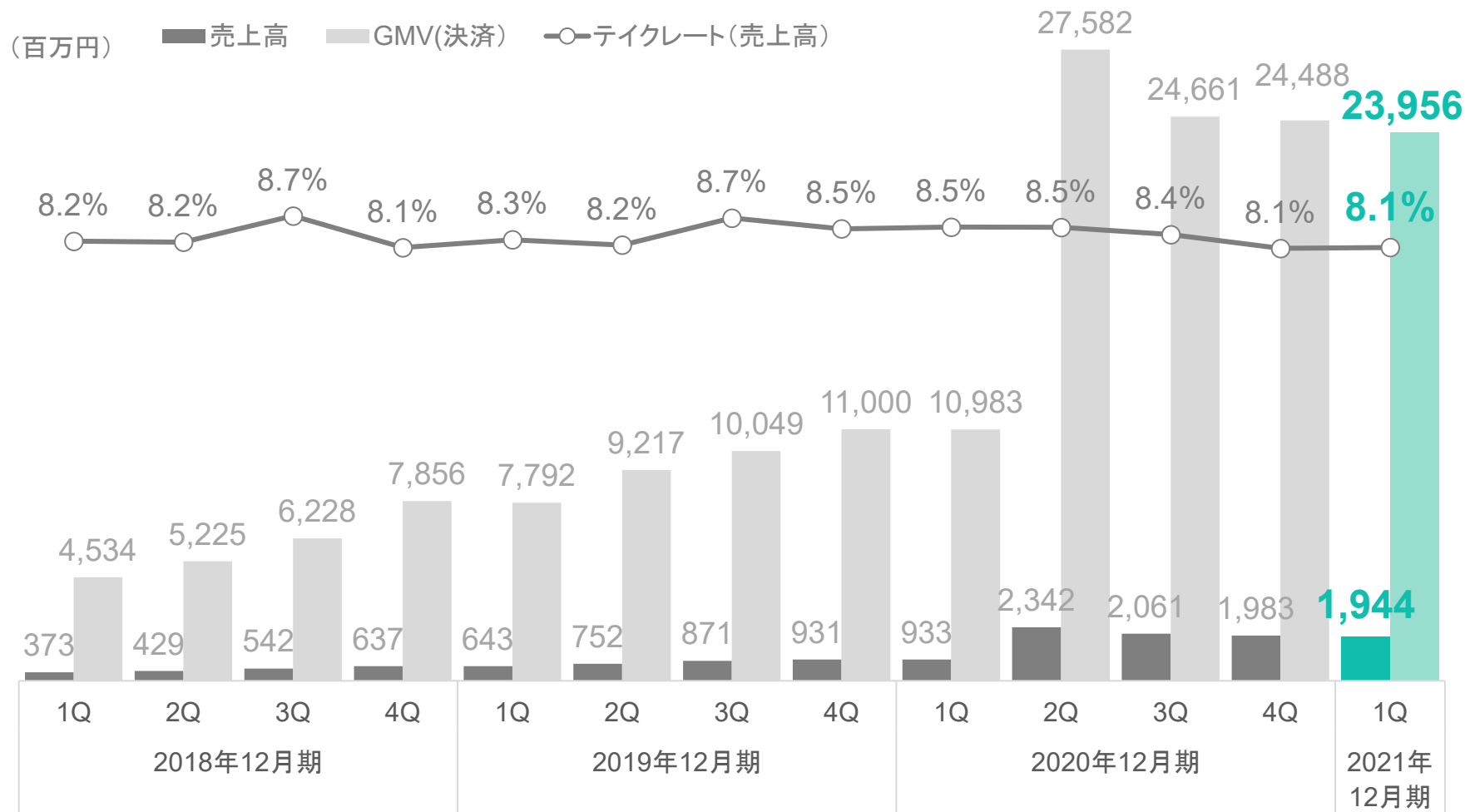


1ショップあたり月間平均GMV



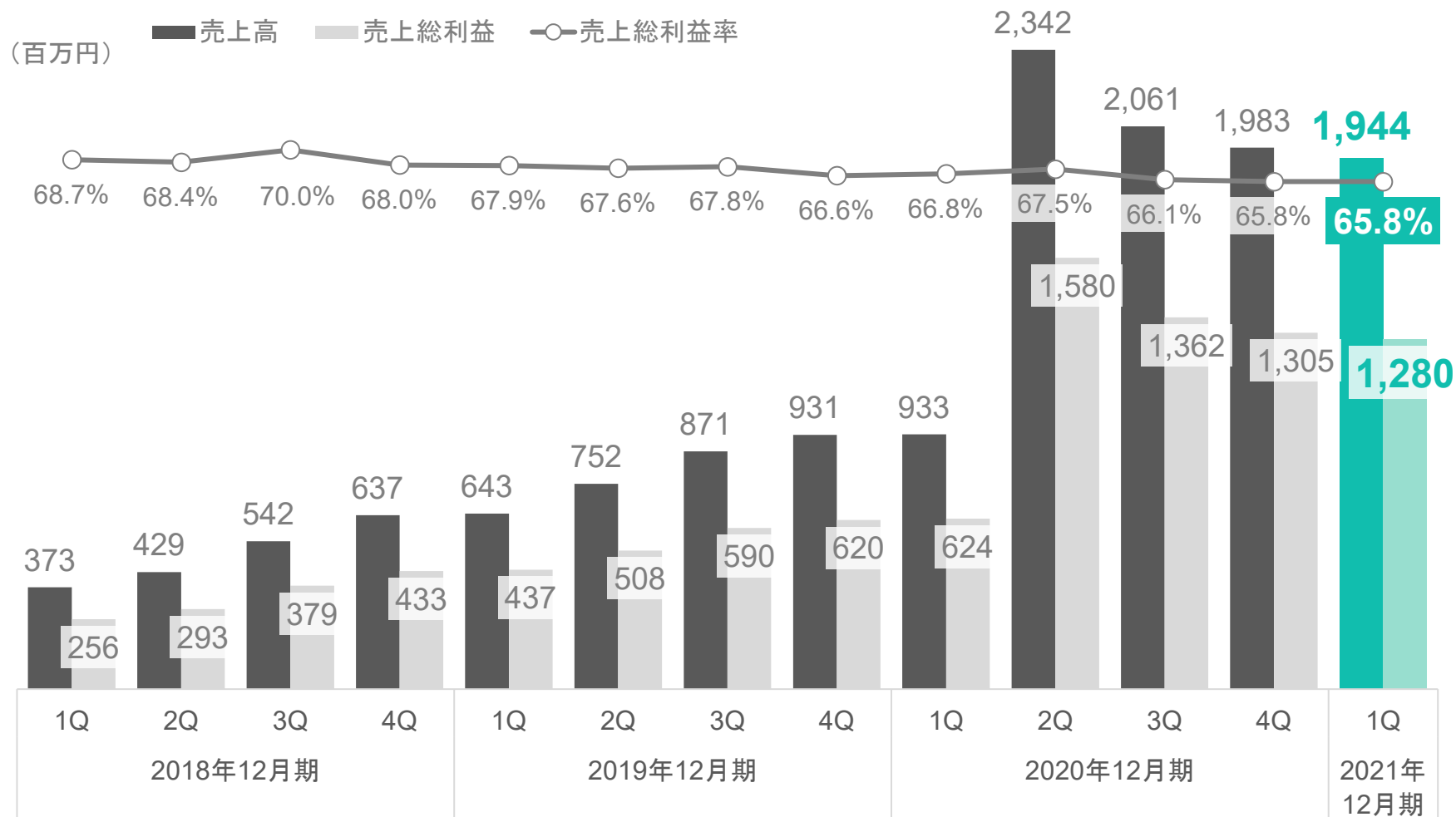
(注1)GMVは注文日ベースの注文額
(注2)月間GMV及び月間売店数は、四半期平均

GMV(決済額)^(注1)は前年同四半期比**+118.1%**と依然高い成長率を維持
 テイクレートは前四半期比で変動なし



(注1)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

GMVの増加により、売上高は前年同四半期比**+108.3%**、売上総利益は同**+105.2%**と成長
 売上総利益率は前四半期比で変動なし

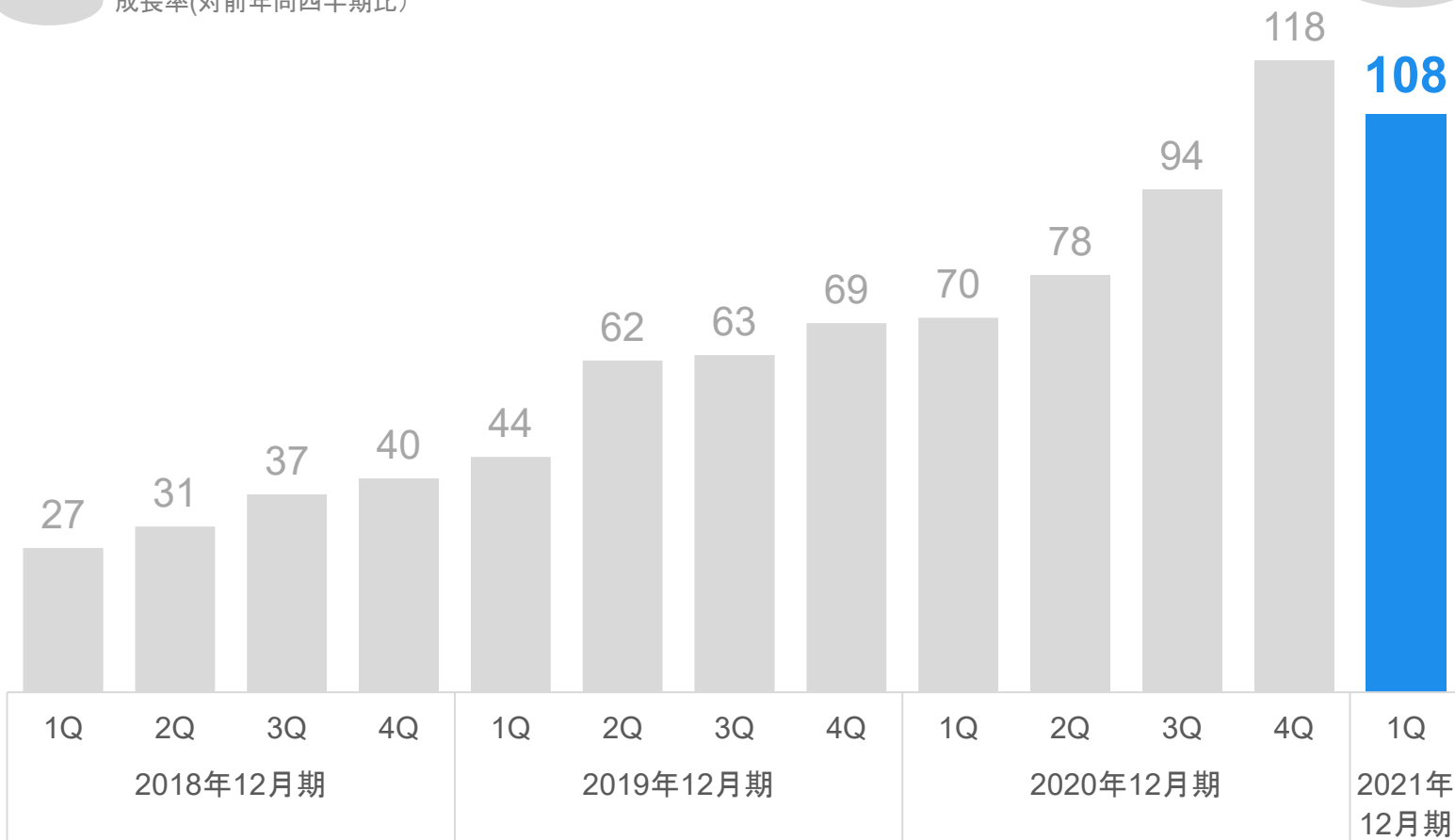


GMVは前年同四半期比**+54.4%**と成長

前四半期にはGoToキャンペーンの一時的な大型案件が含まれていたため、前四半期比で減少

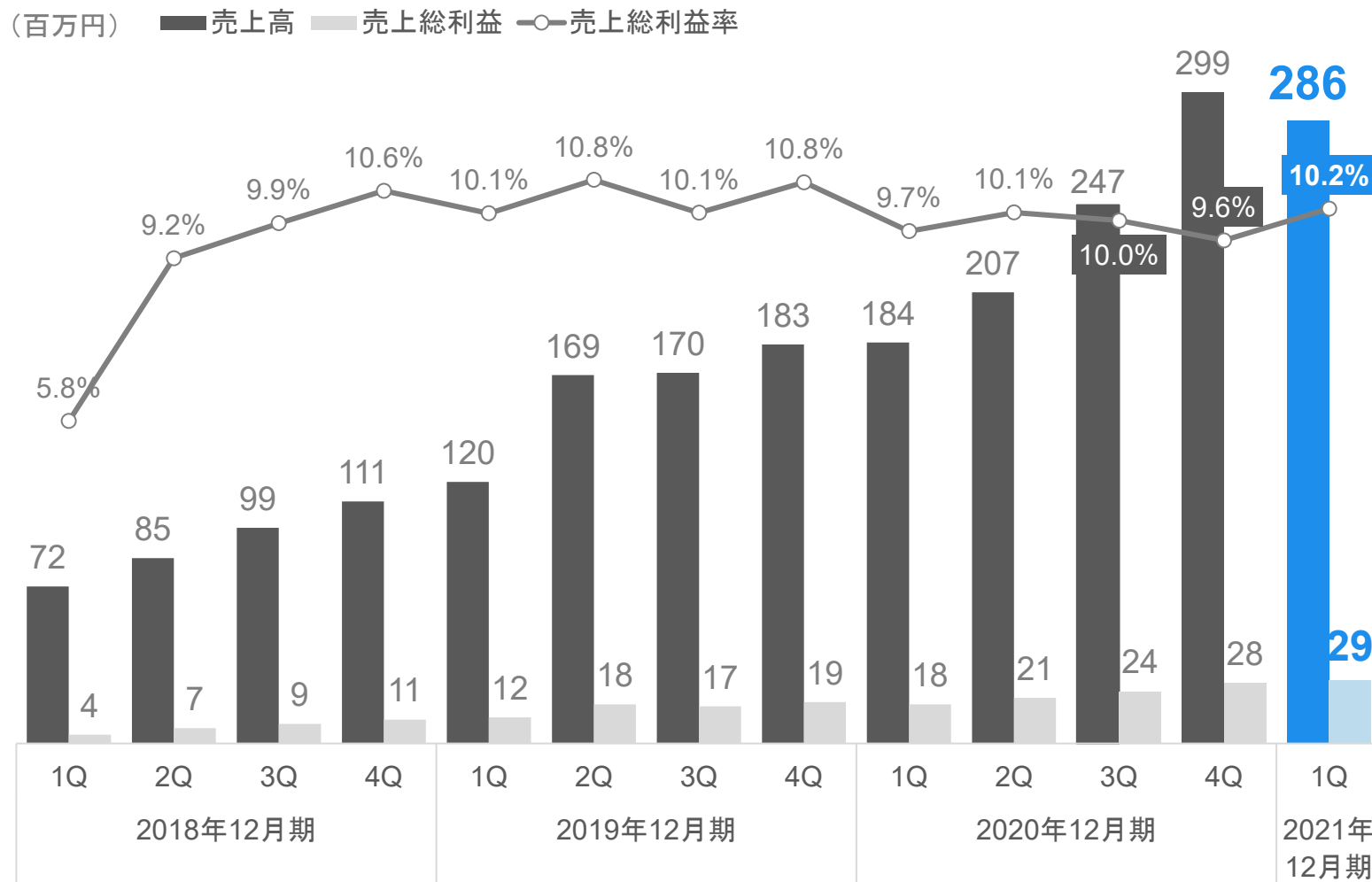
(億円)

成長率(対前年同四半期比)



(注)GMVは決済日ベース(決済額)

GMVの増加により、売上高は前年同四半期比**+54.7%**、売上総利益は同**+62.2%**と成長
 売上総利益率は前四半期比で微増



4. 2021年12月期業績見通し

2021年12月期の方針 (2020年第4四半期決算説明資料より抜粋)

連結

- 短期的な利益ではなく、中長期の利益成長を目指していくための先行投資を継続
- 先行投資は規律を持って実行し、営業損益(プロモーション費除く)の黒字は確保
- 中長期の成長に向けた戦略的な出資やM&Aを検討
- 執行役員制度の導入、取締役会の構成の見直し及び指名報酬委員会の設置により、中長期の企業価値向上に向けたガバナンスの強化を図る^(注1)
- 投資単位を引き下げること、投資家層の拡大を図り、株式の流動性を高めることを目的に、1:5の株式分割を実施予定^(注2)

BASE事業

- GMVおよび売上総利益の成長を重視し、先行投資を積極的に実行
- 更なる認知度獲得及び新規ショップ獲得のための広告宣伝を強化
- ショッピングアプリ「BASE」やクーポンなどを活用し、ショップの販促支援を強化
- サービス拡大のためのプロダクト人員の採用等の先行投資を加速
- プロダクト開発においては、より幅広いユーザーの利用を促進するための機能開発、拡張機能の強化や資金提供、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し、長期的な利用とLTVの向上に努める
- コロナ禍でお困りの方々をサポートするための支援を引き続き実施

PAY事業

- 引き続きコストは抑制しながらも、プロダクトの強化及び加盟店数の増加に努め、GMVの成長を目指す

(注1) 2021年1月14日開催の取締役会において、指名報酬委員会を設置。2021年3月25日開催の株主総会及び取締役会において、取締役、上級執行役員及び執行役員を選任。

(注2) 2021年4月1日を効力発生日として実施

1月及び4月の緊急事態宣言によるGMVへの影響は限定的であり、第1四半期の売上高及び売上総利益は計画の範囲内で推移し、第2四半期以降も計画の範囲内で推移する見込み

第1四半期はプロモーション等を戦略的に抑制したが、第2四半期以降は強化するため、販管費は通期業績予想通りの見込み

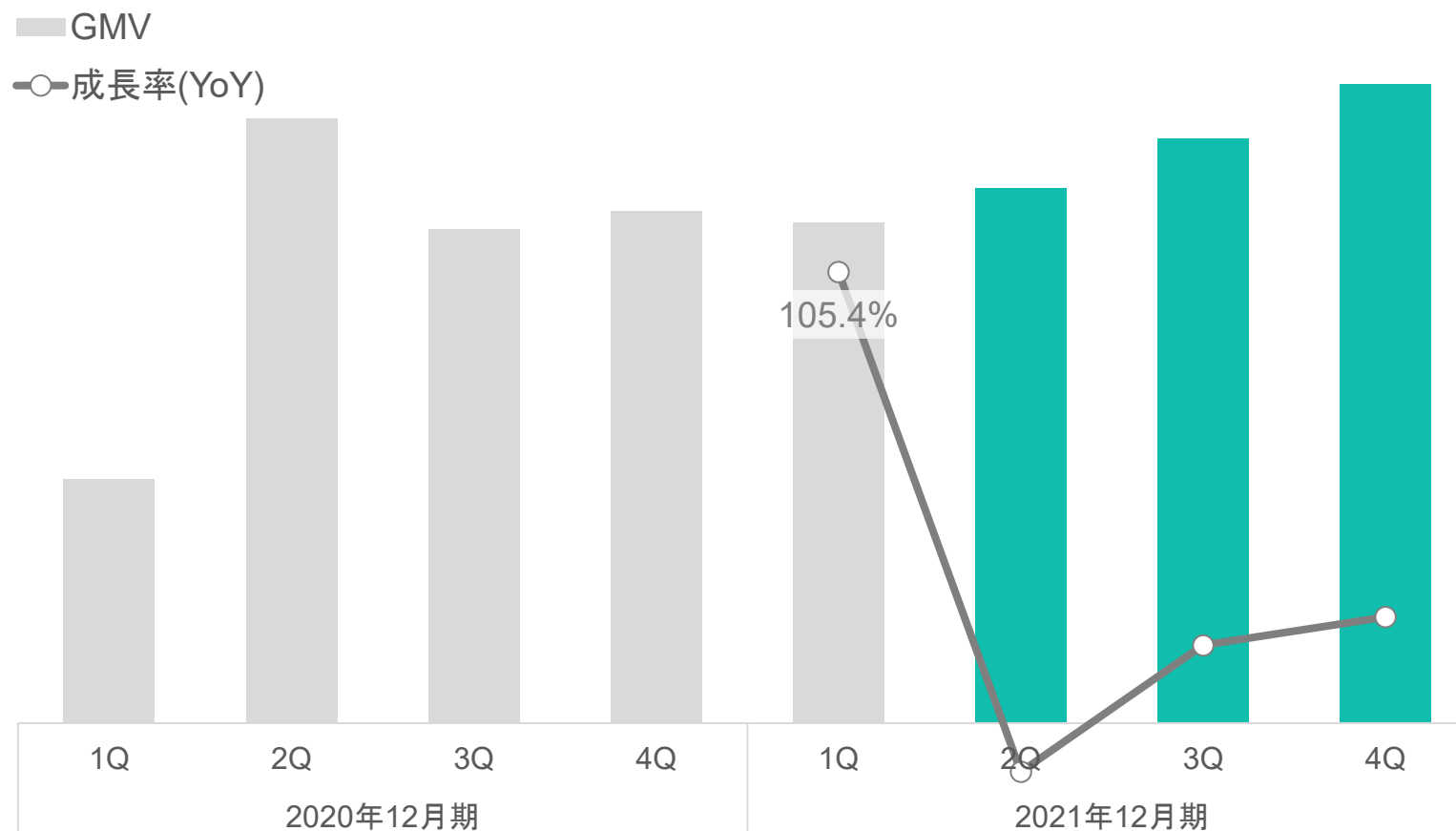
(百万円)	FY2021 通期予想	FY2020 実績	YoY	FY2021 1-3月	進捗率(注)
売上高	9,750 ~10,536	8,288	+17.6% ~+27.1%	2,237	23.0%
売上総利益	5,614 ~6,118	4,992	+12.5% ~+22.6%	1,316	23.5%
販管費	7,047	4,189	+68.2%	1,302	18.5%
営業利益	-1,433 ~-929	803	-	13	-
経常利益	-1,433 ~-929	747	-	12	-
親会社株主に帰属 する当期純利益	-1,437 ~-933	584	-	40	-

(注)2021年12月期通期業績予想の下限に対する進捗率

当第1四半期のGMVは前四半期比で横ばいも、第2四半期以降は増加を目指す

当第2四半期のGMV成長率は、急成長した2020年からの反動により前年同四半期比でマイナスも、第3四半期以降はプラスの成長を見込む

GMVの推移(見込み)

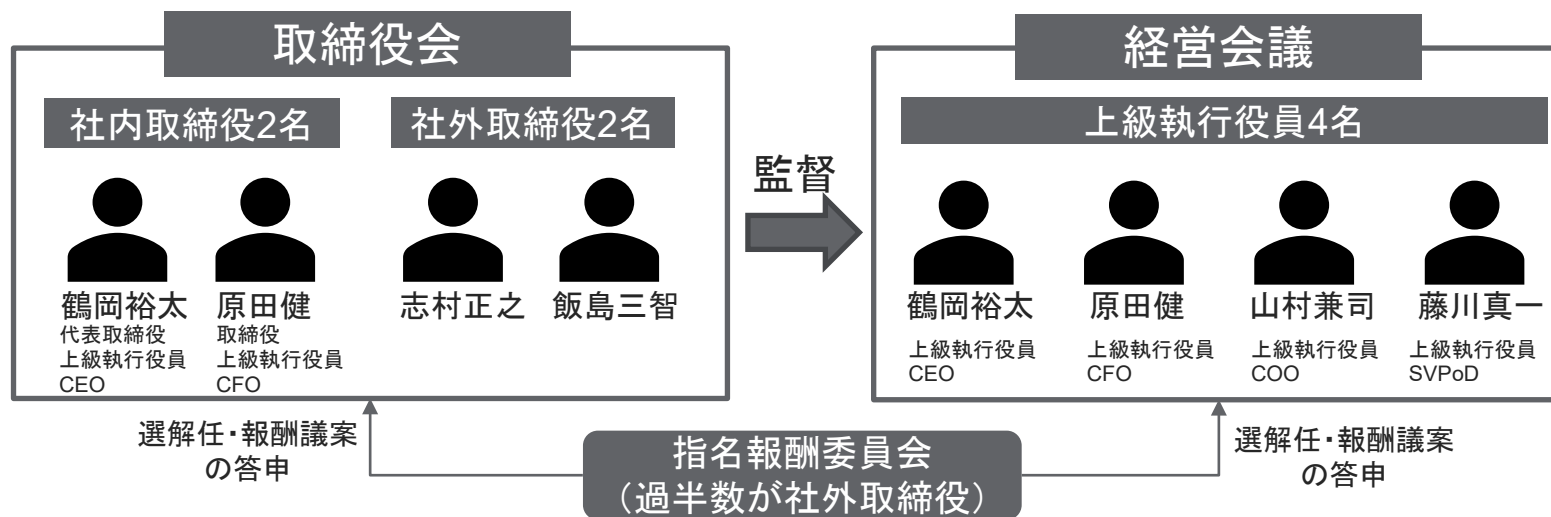


(注)2021年第1四半期までは実績値。2021年第2四半期以降は業績予想の下限

5.ご参考資料

コーポレート・ガバナンス体制

- 取締役会のうち半数を社外取締役が占める
- 執行役員制度により監督機能と執行機能を分離
- 社外取締役が過半数を占める指名報酬委員会を設置



社外取締役

志村正之

1982年株式会社三井銀行(現:株式会社三井住友銀行)に入行。同行のアジア・大洋州本部長、三井住友カード株式会社の代表取締役専務執行役員を歴任。2019年7月から株式会社Shimura&Partners代表取締役の他株式会社bitFlyer取締役、株式会社CAMPFIRE顧問等に就任。2019年8月当社社外取締役に就任。

飯島三智

1978年株式会社ジャニーズ事務所に入社。2005年には株式会社ジェイ・ドリーム取締役就任。その後、2016年7月には株式会社CULEN、2018年4月には株式会社モガ・モボを設立し、代表取締役に就任。2021年3月当社社外取締役に就任。

経営陣(上級執行役員)



鶴岡裕太(上級執行役員CEO)

1989年生まれ。大学在学中から複数のインターネットサービスのバックエンドのプログラミングやディレクションを経験し、2012年12月に22歳でBASE株式会社を設立。「Payment to the People, Power to the People.」をミッションに、決済の簡易化を主軸にした事業を展開し、国内最大級のEコマースプラットフォーム「BASE(ベース)」を運営。当社の100%子会社で、金融事業に取り組むBASE BANK株式会社の代表取締役も務める。



藤川真一(上級執行役員SVP of Development)

FA装置メーカー、Web制作のベンチャーを経て、2006年に株式会社paperboy&co.(現:GMOペパボ株式会社)に入社。2007年から個人でモバイル端末向けのTwitterウェブサービス型クライアント『モバツイ』の開発・運営を開始。2010年、想創社を設立し、2012年4月まで代表取締役社長を務める。2014年8月から当社のCTOに就任。2018年1月に慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科博士課程を修了。2019年7月、当社CTOを退任しEVP of Development に就任。2021年3月に当社上級執行役員に就任。



原田健(上級執行役員CFO)

早稲田大学商学部卒業後、2000年より大手ゼネコンにて経理財務業務を担当。その後、2007年より株式会社ミクシィにて経理マネージャー、経営企画等の業務を担当し、2013年に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)に経営管理マネージャーとして入社し、2014年6月にIPOを行う。IPO後も経理財務、経営企画、IR業務全般を統括・担当。2015年6月に当社にCFOとして入社、2016年2月に当社取締役CFOに就任。コーポレート業務全般を統括。2021年3月に当社上級執行役員に就任。



山村兼司(上級執行役員COO)

立命館大学卒業後、食品メーカーでの営業を経て、2004年株式会社リクルートに入社。学び事業、共同購入サービス「ポンパレ」、CS推進、ECビジネス推進室、「Airレジ」等で、事業企画やマネージャーを歴任。2017年1月に当社入社。Eコマースプラットフォーム「BASE」事業推進と組織体制の強化を図り、2018年6月に当社取締役COOに就任。2021年3月に当社上級執行役員に就任。

中期の経営方針

連結

- 引き続きBASE事業に注力
- 先行投資は規律を持って実行し、営業損益(プロモーション費除く)の黒字は確保

BASE事業

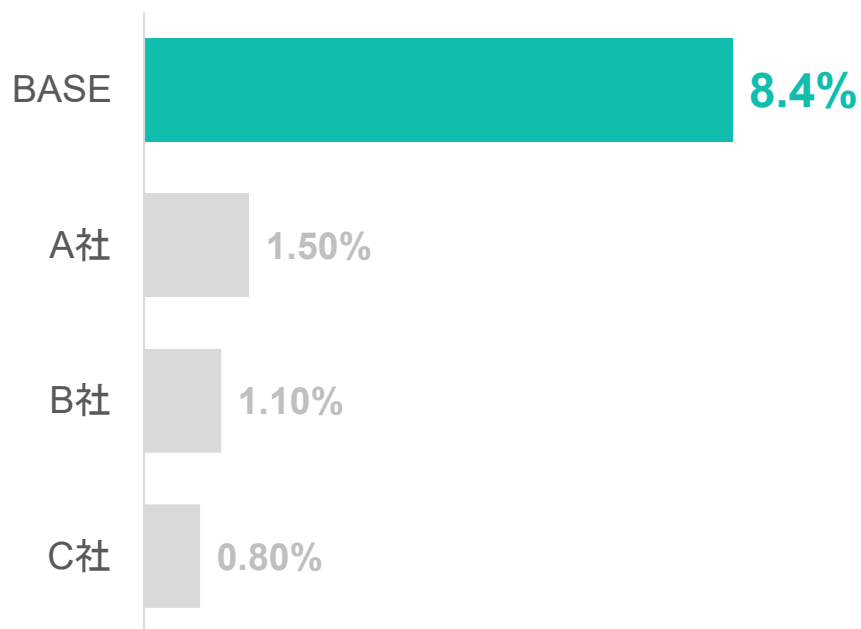
- BASEは引き続き個人及びSMBをエンパワーメントすることに注力
- ストアフロント型EC市場において、個人及びSMBを対象とするロングテール市場は、大規模なショップを対象とする市場と比べ、より高いGMV成長率やテイクレートを期待できる市場
- BASEはこのロングテール市場において、国内最大のシェアを占める
- ロングテール市場において確固たる地位を築き、持続的な成長を実現するために、先行投資を強化
- プロダクトの付加価値を更に高め、テイクレートを維持することで、中期的な売上総利益の成長を目指す

PAY事業

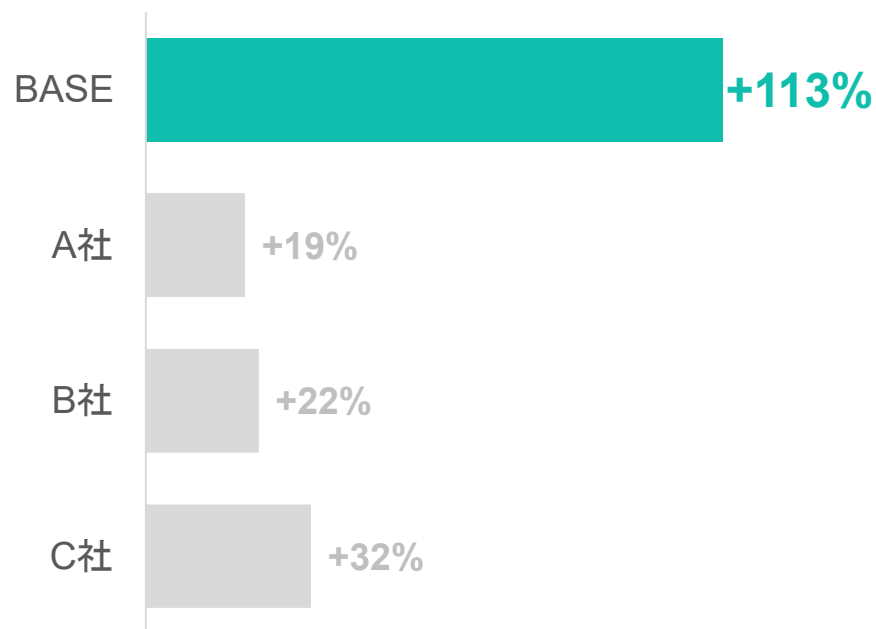
- 引き続きコストは抑制しながらも、プロダクトの強化及び加盟店数の増加に努め、GMVの成長を目指す

ロングテール市場は、大規模なショップを対象とする市場と比較して、より高いGMV成長率とテイクレイトが期待できる

テイクレイトの比較 (注1)



GMV成長率の比較 (注2)



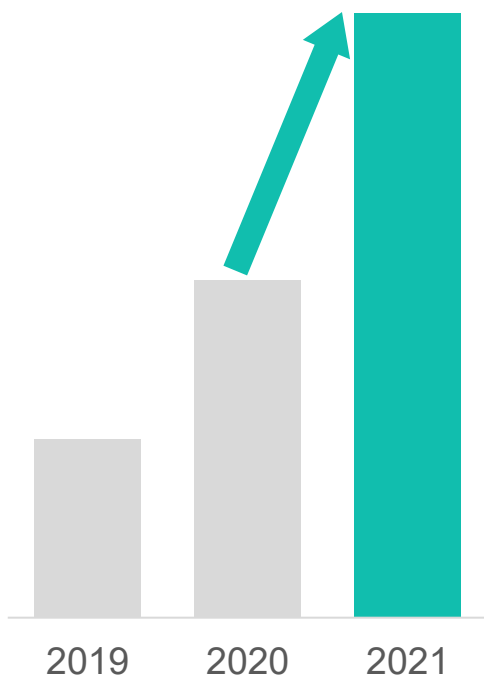
(注1) 2020年7-9月の各社のテイクレイト比較

(注2) 2018年10月から2019年9月までの12カ月間と、2019年10月から2020年9月までの12カ月間を比較したGMV成長率の比較

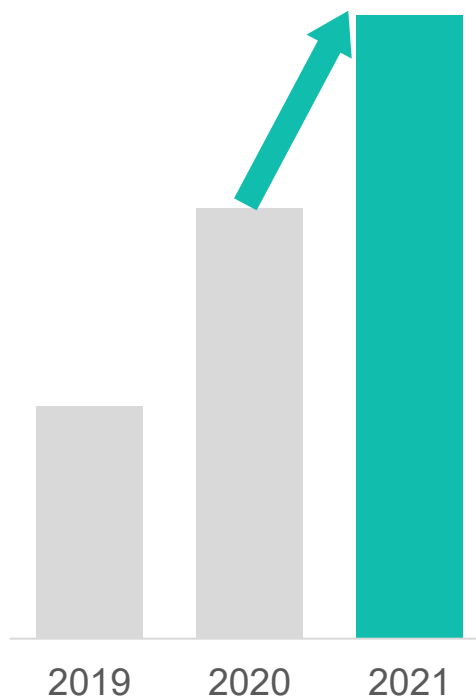
プロモーションへの先行投資をさらに強化

BASEサービスの認知度を向上させることで、ロングテール市場において確固たる地位を築き、持続的な成長を目指す

プロモーション費の推移



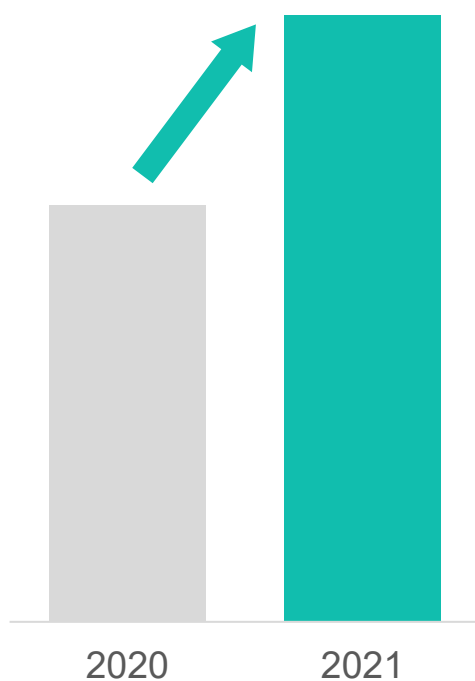
サービス認知度の推移



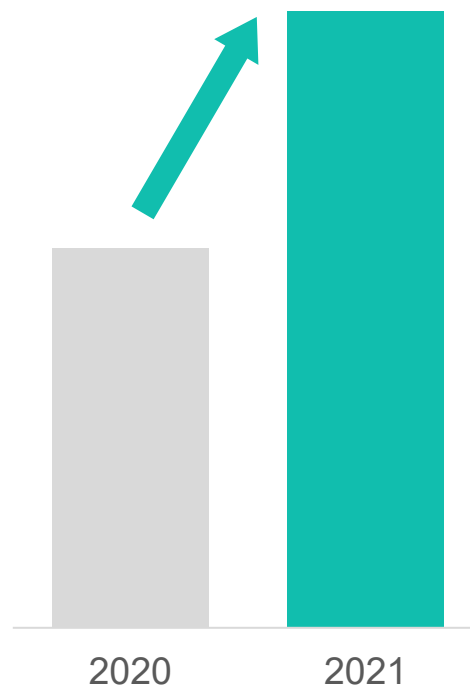
- 中長期的な新規ショップ開設数の増加
- ロングテール市場での確固たる地位と持続的な成長

人材採用の促進や外部人材の活用により、プロダクト開発等への先行投資を加速
プロダクトの付加価値をさらに高めることで、ロングテール市場において確固たる地位を築き、
持続的な成長を目指す

BASE事業の人員数の推移

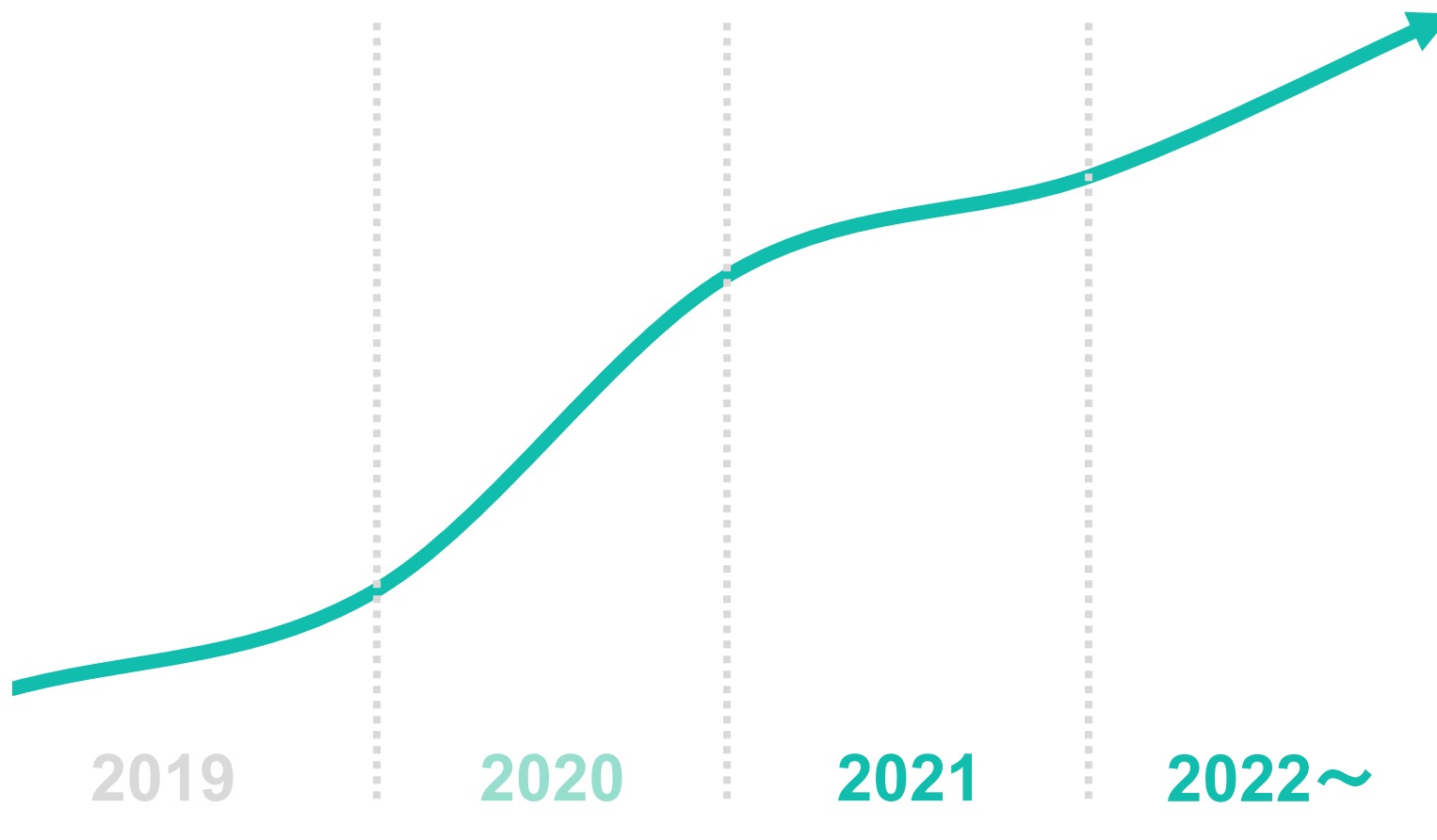


人件費及び外注費の推移



- プロダクトの付加価値の更なる向上
- ロングテール市場での確固たる地位と持続的な成長

短期的なGMV成長ではなく、引き続き個人やSMBをエンパワメントすることに注力
ロングテール市場において確固たる地位を築き、中長期的な売上総利益の成長を目指す

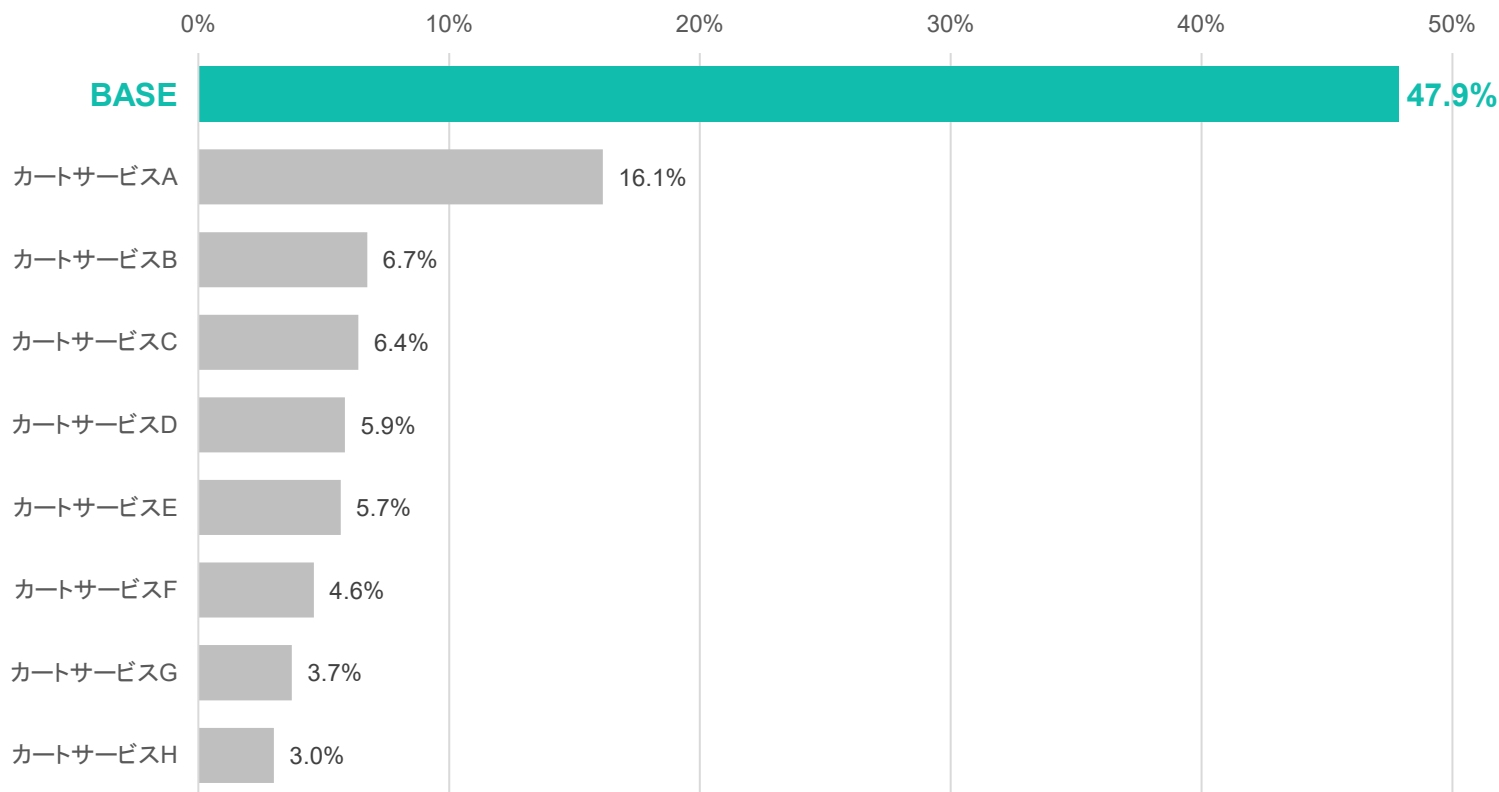


個人・SMBにとって商品が売れない時期からコストが先行するのはリスク

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(2021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(2021年2月)

損益計算書(セグメント別)

(百万円)		2019年12月期				2020年12月期				2021年 12月期
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
売上高	BASE	643	752	871	931	933	2,342	2,061	1,983	1,944
	PAY	120	169	170	183	184	207	247	299	286
	その他	0	0	1	3	6	7	6	7	7
売上総利益	BASE	437	508	590	620	624	1,580	1,362	1,305	1,280
	PAY	12	18	17	19	18	21	24	28	29
	その他	0	0	1	3	6	7	6	7	7
セグメント 利益	BASE	-108	144	-71	-81	56	718	601	-264	102
	PAY	-43	-31	-28	-24	-25	-26	-19	-19	-18
	その他	-15	-12	-11	-14	-10	-13	-6	-14	-15
	全社 費用	-34	-32	-33	-41	-47	-38	-40	-44	-54
営業損益	全社	-203	67	-144	-161	-28	640	534	-343	13

年	月	四半期GMV (百万円) <small>(注1)</small>	平均月間GMV (百万円) <small>(注1)</small>	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) <small>(注1)</small>	四半期GMV(決済額) (百万円) <small>(注2)</small>
2018年	3月	5,163	1,721	17,532	98,167	4,534
	6月	5,947	1,982	19,326	102,589	5,225
	9月	7,219	2,406	21,216	113,426	6,228
	12月	8,760	2,920	23,183	125,968	7,856
2019年	3月	9,007	3,002	24,770	121,218	7,792
	6月	10,480	3,493	26,071	134,001	9,217
	9月	11,263	3,754	27,811	135,000	10,049
	12月	12,211	4,070	28,537	142,638	11,000
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

(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)
2018年	3月	2,703
	6月	3,175
	9月	3,704
	12月	4,092
2019年	3月	4,430
	6月	6,244
	9月	6,324
	12月	6,926
2020年	3月	7,018
	6月	7,820
	9月	9,422
	12月	11,808
2021年	3月	10,837

(百万円)	FY2021 通期予想	FY2020 実績	YoY	FY2021 1-3月	進捗率(注)
GMV(注文)	115,000 ~125,000	95,296	+20.7% ~+31.2%	25,739	22.4%
GMV(決済)	103,500 ~112,500	87,717	+18.0% ~+28.3%	23,956	23.1%
売上高	8,350 ~9,100	7,321	+14.1% ~+24.3%	1,944	23.3%
テイクレート	8.1%	8.3%	-	8.1%	-
売上総利益	5,450 ~5,950	4,872	+11.9% ~+22.1%	1,280	23.5%
GMV(決済)比	5.3%	5.6%	-	5.3%	-
売上総利益率	65.3%	66.6%	-	65.8%	-

(注)2021年12月期通期業績予想の下限に対する進捗率

(百万円)	FY2021 通期予想	FY2020 実績	YoY	FY2021 1-3月	進捗率(注)
GMV	52,600 ~54,000	36,069	+45.8% ~+49.7%	10,837	20.6%
売上高	1,370 ~1,406	939	+45.8% ~+49.6%	286	20.9%
テイクレート	2.6%	2.6%	-	2.6%	-
売上総利益	134 ~138	92	+45.1% ~+49.5%	29	21.8%
GMV比	0.3%	0.3%	-	0.3%	-
売上総利益率	9.8%	9.8%	-	10.2%	-

(注)2021年12月期通期業績予想の下限に対する進捗率

(株)		FY2021 1Q	FY 2020
新株予約権	期首残高	1,439,200	1,810,800
	付与	0	0
	行使	-14,800	-325,600
	失効	-5,600	-46,000
	期末残高	1,418,800	1,439,200
発行済株式数		21,954,200 <small>(注)</small>	21,939,400
潜在株割合 (対発行済株式総数)		6.5%	6.6%

(注)2021年4月1日を効力発生日とし、1株につき5株の割合で株式分割を実施。株式分割後の発行済み株式数は109,771,000株。

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