



BASE

2023年12月期第3四半期
決算説明会資料

BASE株式会社

(東証グロース:4477)

2023年11月7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3四半期業績
4. 2023年12月期業績予想（上方修正）
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、あなたらしい経済を。

BASE

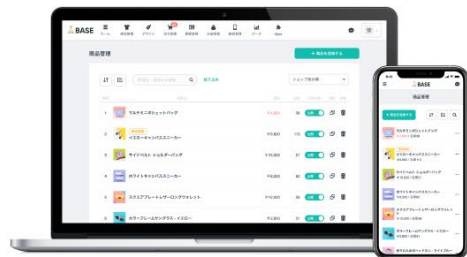


サービス概要

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

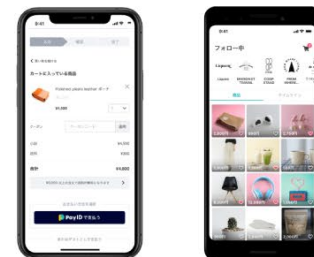


決済支援

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

トピックス

- ✓ 通期連結業績予想を上方修正
- ✓ グループGMV及び売上総利益が期初予想を上回って成長したことに加え、販管費を期初予想よりも削減できる見込みのため、営業損失は前年同期比で大幅に縮小の見込み
- ✓ プロダクトの付加価値向上を背景に、**2024年1月より「BASE」の月額有料プランの値上げを実施予定**

2023年12月期 第3四半期 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、720億円超に
- ✓ グループGMVの増加により、連結売上高及び連結売上総利益は前年同四半期比で増加し、営業損失も縮小
- ✓ **BASE事業の月間GMVの成長率は、月額有料プランの効果等により国内のオンライン消費を大きく上回り、前年同四半期比+17.5%と引き続き好調**
- ✓ **BASE事業の実質的なテイクレイトは、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GMVの成長をけん引したことに加え、新規加盟店のGMVも大きく積み上がったことで、前年同四半期比+82.0%と引き続き大きく増加**

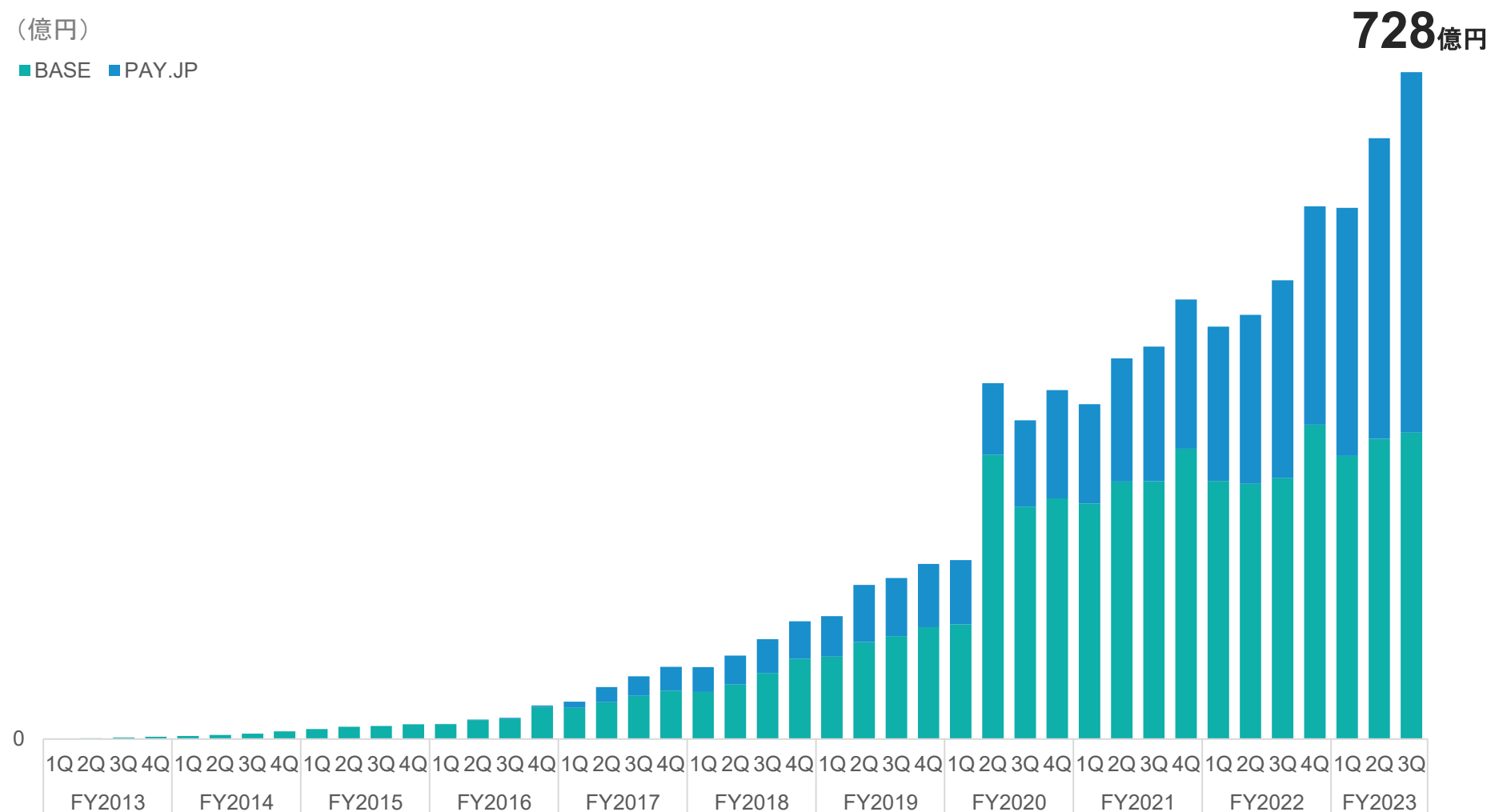
中長期の 経営方針

- ✓ 2025年12月期の営業損益黒字化の目標は維持
- ✓ 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を図る

グループ全体のGMVは、BASE事業とPAY.JP事業がともに増加し、720億円超に

(億円)

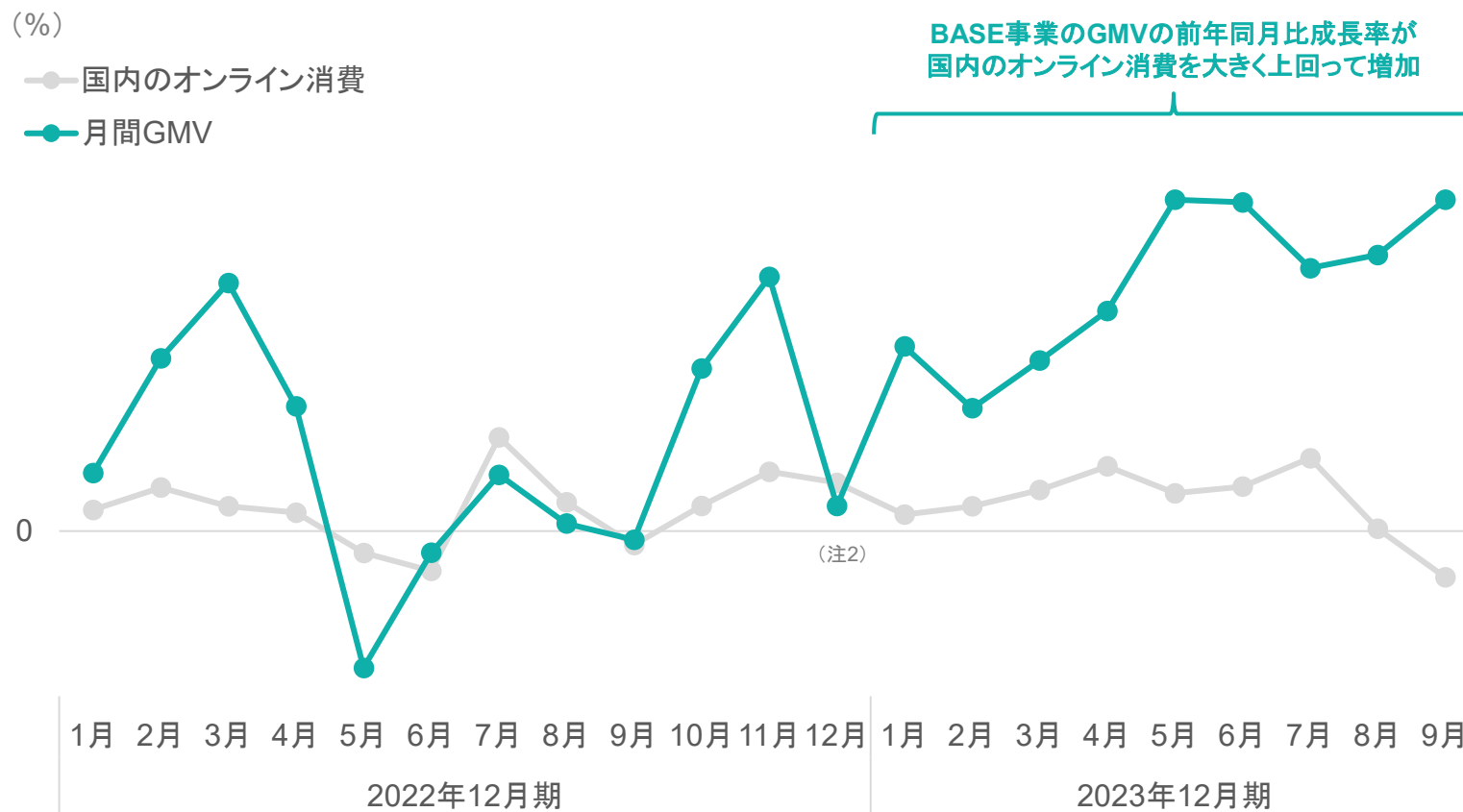
■BASE ■PAY.JP



(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)

BASE事業の月間GMVは、国内のオンライン消費の成長率を大きく上回って増加
 月額有料プランの効果等により、**当第3四半期は前年同四半期比+17.5%**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



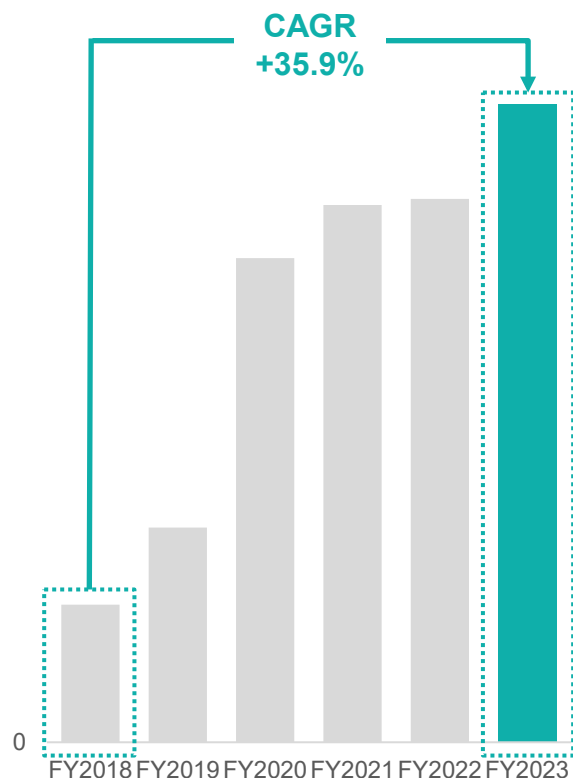
(注1) ナウキャスト / JCB「JCB消費NOW」の「EC(月全体/前年比)」より当社作成

(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

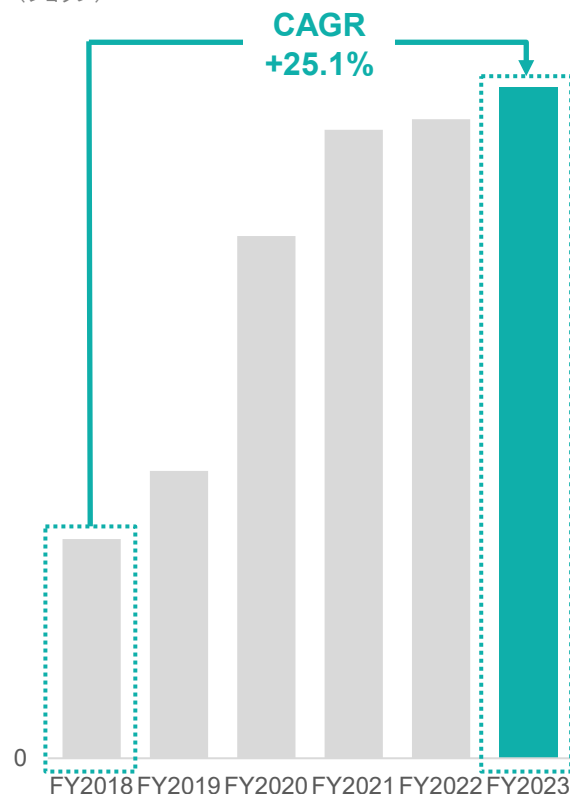
COVID-19感染拡大に伴う急成長を経た後も、認知度の向上及び月額有料プランの提供等により、**月間売店数及び1ショップあたり月間平均GMVはともに成長を継続**

月間GMV (注1,2,3)

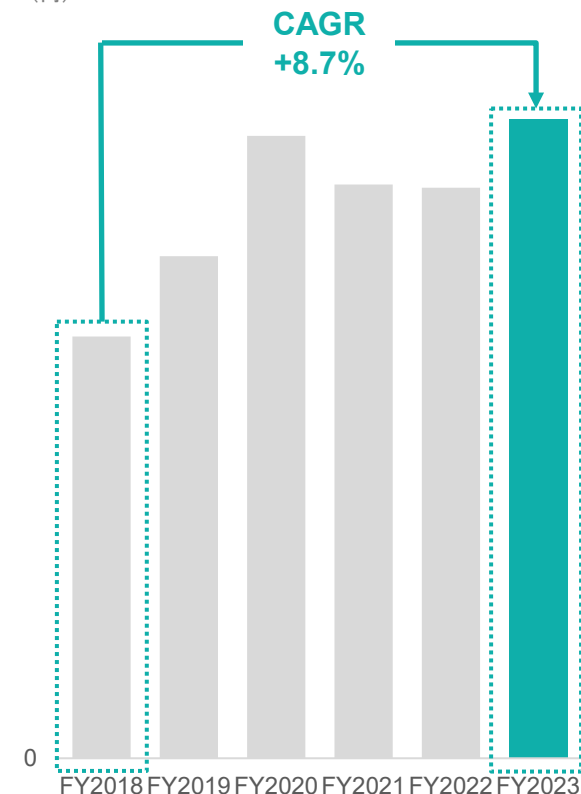
(円)


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3四半期の比較

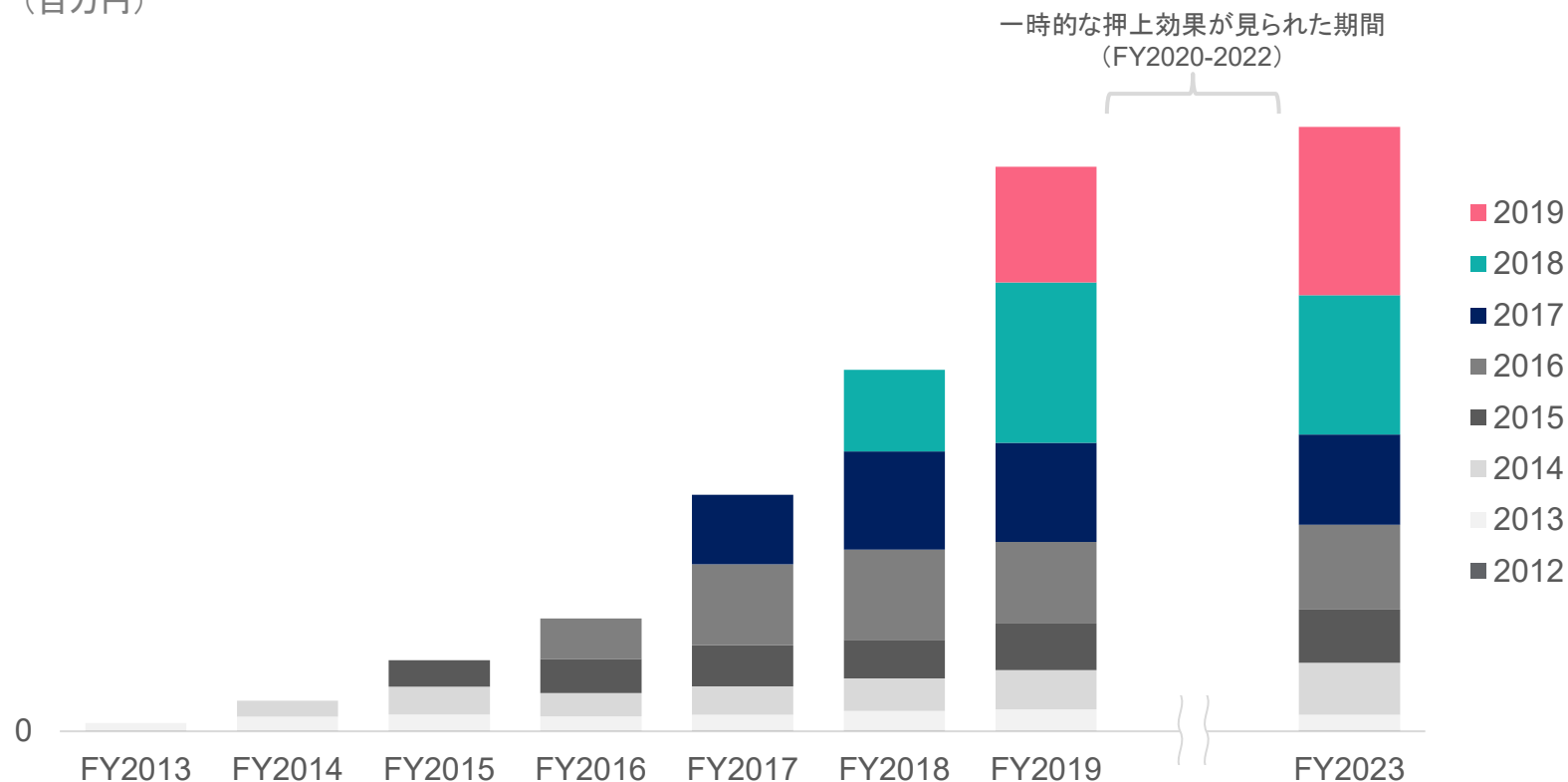
(注2) GMVは注文日ベースの注文額

(注3) 月間GMV及び月間売店数は、四半期平均

COVID-19感染拡大前に開設したショップのGMVは、COVID-19感染拡大に伴う一時的な押し上げ効果はなくなるも、感染拡大前と同水準を維持

COVID-19感染拡大前に開設したショップのGMVの推移(第3四半期比較)

(百万円)



製品の付加価値向上を背景に、月額有料プランのサービス利用料(月額費用)を改訂
2024年1月より、月額費用を5,980円から19,980円に値上げ

月額有料プランの値上げ

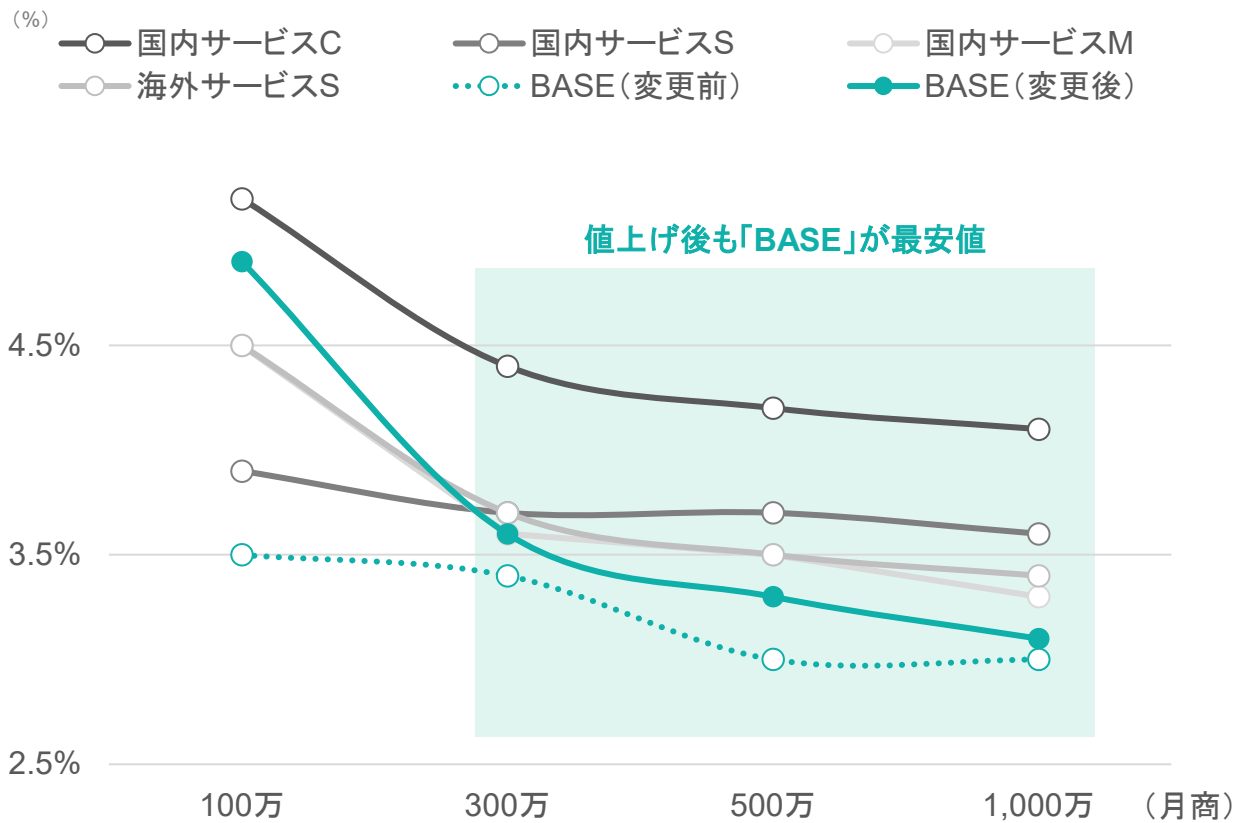
- ✓ 2024年1月より、月額費用を5,980円から19,980円に値上げ
- ✓ 年間一括払いの利用者は、年間契約の更新月から新料金を適用
- ✓ 月額無料プランの手数料率は変更なし(注)

	変更前	変更後
サービス利用料 (月額費用)	5,980円	19,980円
決済手数料	2.9%	2.9% (変更なし)

(注) 月額無料プランの手数料は、決済ごとにサービス利用料3.0%及び決済手数料3.6%+40円

値上げ後も、売上規模の大きなショップにとっては**最安値の手数料率を維持**

手数料率の他社比較(月商別)



数多くの新機能リリース及び改善により、あらゆる売上規模のショップの売上成長や業務効率化等のニーズに対応できるようになり、**プロダクトの付加価値が大幅に向上**

新機能リリース及び機能改善の事例^(注)

CRM

ショップ独自の会員制度を作成できる機能の提供により、**ショップと購入者両方の関係構築のサポート**に加え、「BASE」の継続利用も促進

販売促進

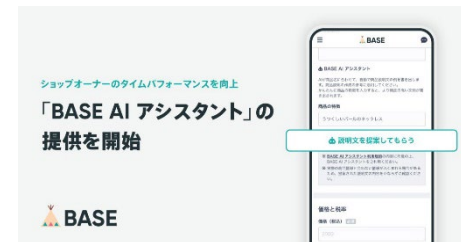
商品が売れたときにだけ手数料が発生する「BASE」独自の広告運用サービスの提供等により、**ショップは最小限のリスクで新規顧客獲得が可能に**

デザイン

独自の商品カタログの作成等、専門知識がなくても、**ブランドの世界観を表現できるショップを、どこよりもかんたんに作成することが可能に**

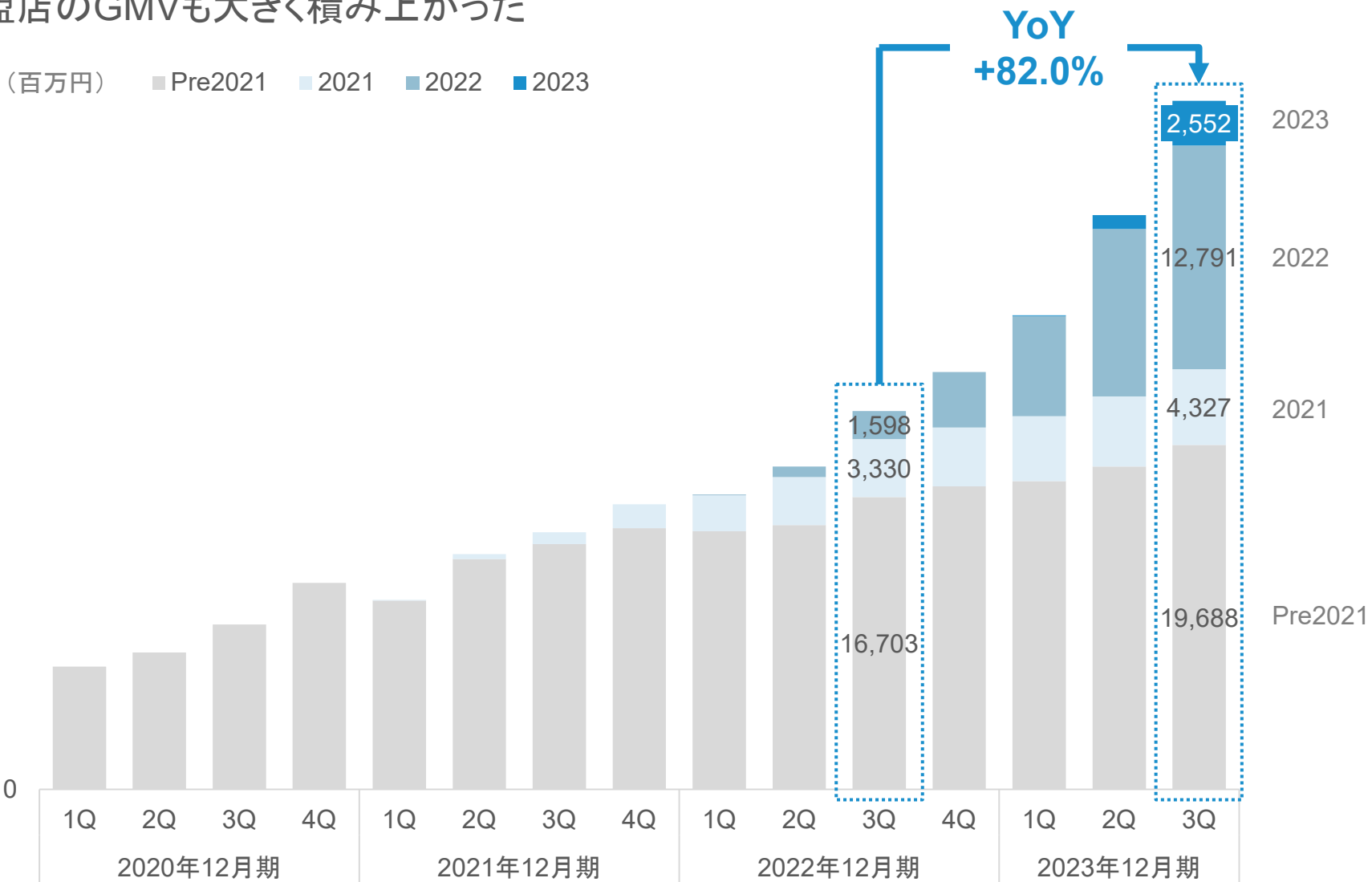
業務効率化

生成AI等を活用し、バックオフィス業務等を自動化することで、ショップオーナーの、ものづくりやマーケティング等の**コア業務に充てる時間創出をサポート**



(注)リリース前の機能やβ版の機能も含む

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
 新規加盟店のGMVも大きく積み上がった



今後の方針

BASE事業及びPAY.JP事業ともに対象顧客を拡大し、GMVの成長を目指す
「Pay ID」及び金融サービス「YELL BANK」のグループ内横展開等により、グループ全体の付加価値向上に努める

BASEグループが目指す価値創造



グループの 経営方針

- ✓ リオープニングに伴うオンライン消費の想定以上の反動減に加え、事業戦略の進捗等を鑑み、経営方針の見直しを実施し、2021年12月期通期決算時に開示したGMVの中期目標は取り下げも、**2025年12月期の営業損益黒字化の目標は維持**
- ✓ **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を図る**
- ✓ 経営方針の見直しに伴い販管費を抑制し、**筋肉質な財務体質へ転換**

BASE

- ✓ 従来の、個人やスモールチームから圧倒的に選ばれるポジションは堅持
- ✓ 成長可能性の高いショップを戦略的なターゲットとし、ショップの売上成長を強力にサポートする機能開発により、**次の成長構造の構築**に取り組む
- ✓ GMVの成長への注力から、GMV及びテイクレートの増加による**売上総利益の増加に注力する事業運営へ転換**

PAY.JP

- ✓ **グループGMVの成長ドライバー**として、グループの対象顧客を拡大する
- ✓ 「Pay ID」及び「YELL BANK」等グループ独自のアセットを活用し、加盟店への付加価値を向上させる

Pay ID

- ✓ BNPL機能の拡充により、**独自の決済ネットワークの構築**を目指す
- ✓ マーチャントと購入者との関係構築をサポートし、グループマーチャントへの付加価値を増強

金融

- ✓ グループマーチャントの**キャッシュフロー早期化**に資する金融関連サービスを拡充

3. 2023年12月期第3四半期業績

連結

連結売上高及び連結売上総利益は、グループGMVの増加により、前年同四半期比で増加
連結売上総利益の増加により、営業損失は前年同四半期比で縮小

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+17.5%**と引き続き好調
売上高及び売上総利益は、GMVの増加により前年同四半期比で増加
テイクレートは、前四半期の一時要因を除くと、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+82.0%**と引き続き
大きく増加
売上高は、GMVの増加により、**前年同四半期比+76.8%**と大きく増加

連結売上高及び連結売上総利益は、グループGMVの増加により、前年同四半期比で増加
 連結売上総利益の増加により、営業損失は前年同四半期比で縮小

(百万円)	FY2023 3Q(2023年7月-9月)					FY2023 3Q累計(2023年1月-9月)			FY2023 通期	
	実績	前年同四半期		前四半期		3Q累計	前年同期		業績予想 (修正後)	進捗率(注1)
		実績	YoY	実績	QoQ		実績	YoY		
売上高	2,976	2,292	+29.8%	2,841	+4.7%	8,336	7,099	+17.4%	11,500	72.5%
売上総利益	1,256	1,030	+21.9%	1,248	+0.6%	3,570	3,536	+1.0%	4,900	72.9%
売上総利益率	42.2%	44.9%	-2.7pt	43.9%	-1.7pt	42.8%	49.8%	-7.0pt	-	-
販管費	1,390	1,327	+4.7%	1,263	+10.0%	3,991	4,704	-15.2%	5,900	67.7%
営業利益	-133	-297	n/a	-15	n/a	-420	-1,167	n/a	-1,000	n/a
経常利益	-130	-294	n/a	-10	n/a	-410	-1,153	n/a	-1,000	n/a
当期純利益	-142	-295	n/a	-14	n/a	-514	-1,216	n/a	-1,100	n/a
GMV (BASE事業)	33,487	28,491	+17.5%	32,821	+2.0%	97,239	84,589	+15.0%	134,000	72.6%
GMV (PAY.JP事業)	39,351	21,624	+82.0%	32,821	+19.9%	99,269	56,917	+74.4%	139,000	71.9%

(注1) 通期業績予想(修正後)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9月末時点で現預金が21,031百万円と強固な財務基盤を維持
PAY.JP事業のGMVの大幅な増加により、営業預り金は前期末比で増加

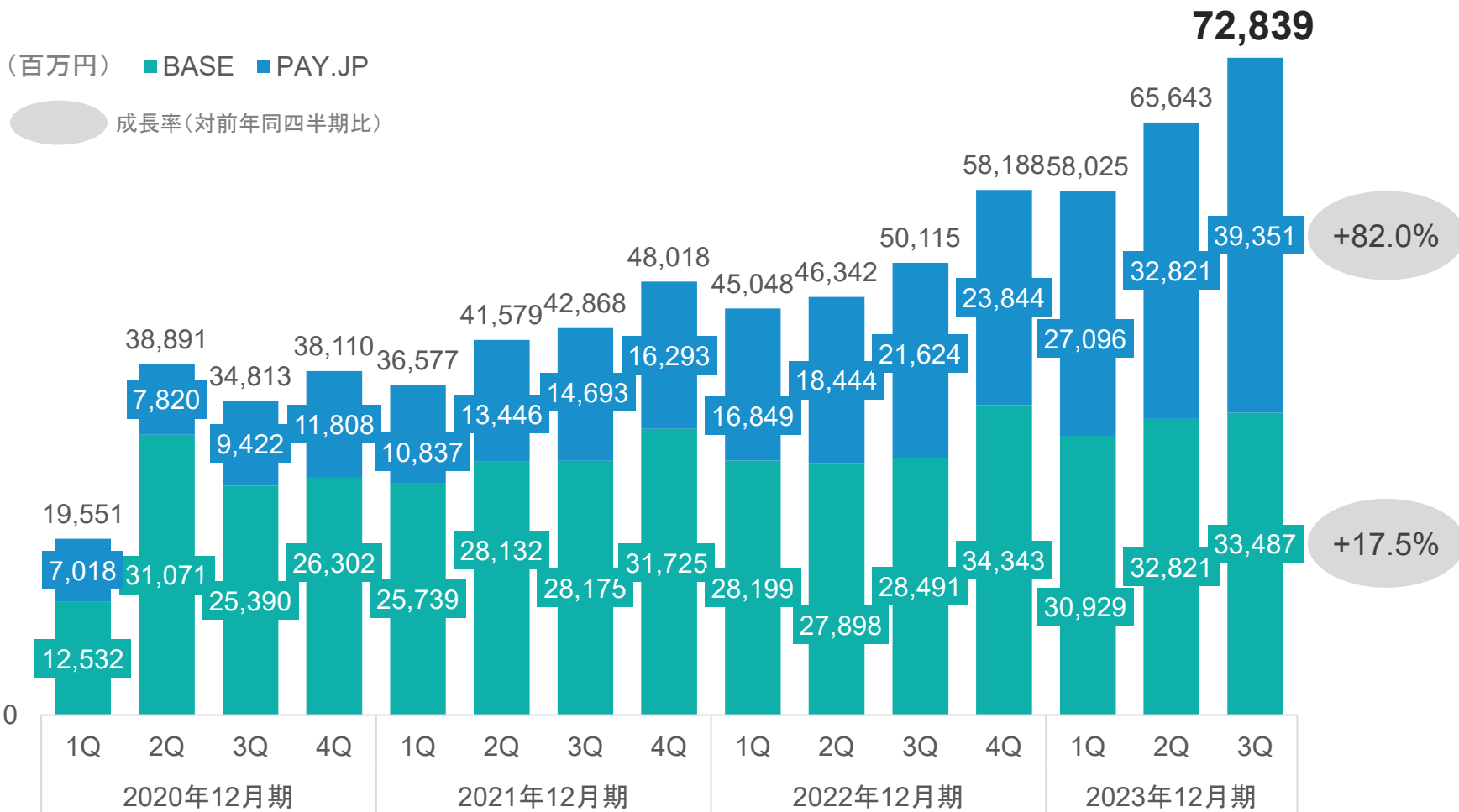
(百万円)	2023年9月末	2022年12月末	前期末比
流動資産	34,154	30,946	+10.4%
(内、現金及び預金)	21,031	22,344	-5.9%
(内、未収入金) ^(注1)	12,073	7,977	+51.3%
固定資産	343	332	+3.1%
(内、投資有価証券)	32	39	-16.4%
資産合計	34,497	31,278	+10.3%
流動負債	21,345	17,720	+20.5%
(内、営業未払金) ^(注2)	10,959	11,771	-6.9%
(内、営業預り金) ^(注3)	9,822	5,468	+79.6%
固定負債	59	57	+4.5%
負債合計	21,404	17,777	+20.4%
資本金	8,663	8,614	+0.6%
資本剰余金	4,927	7,424	-33.6%
利益剰余金	-514	-2,545	-
その他有価証券評価差額金	17	6	+156.8%
純資産合計	13,092	13,501	-3.0%

(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

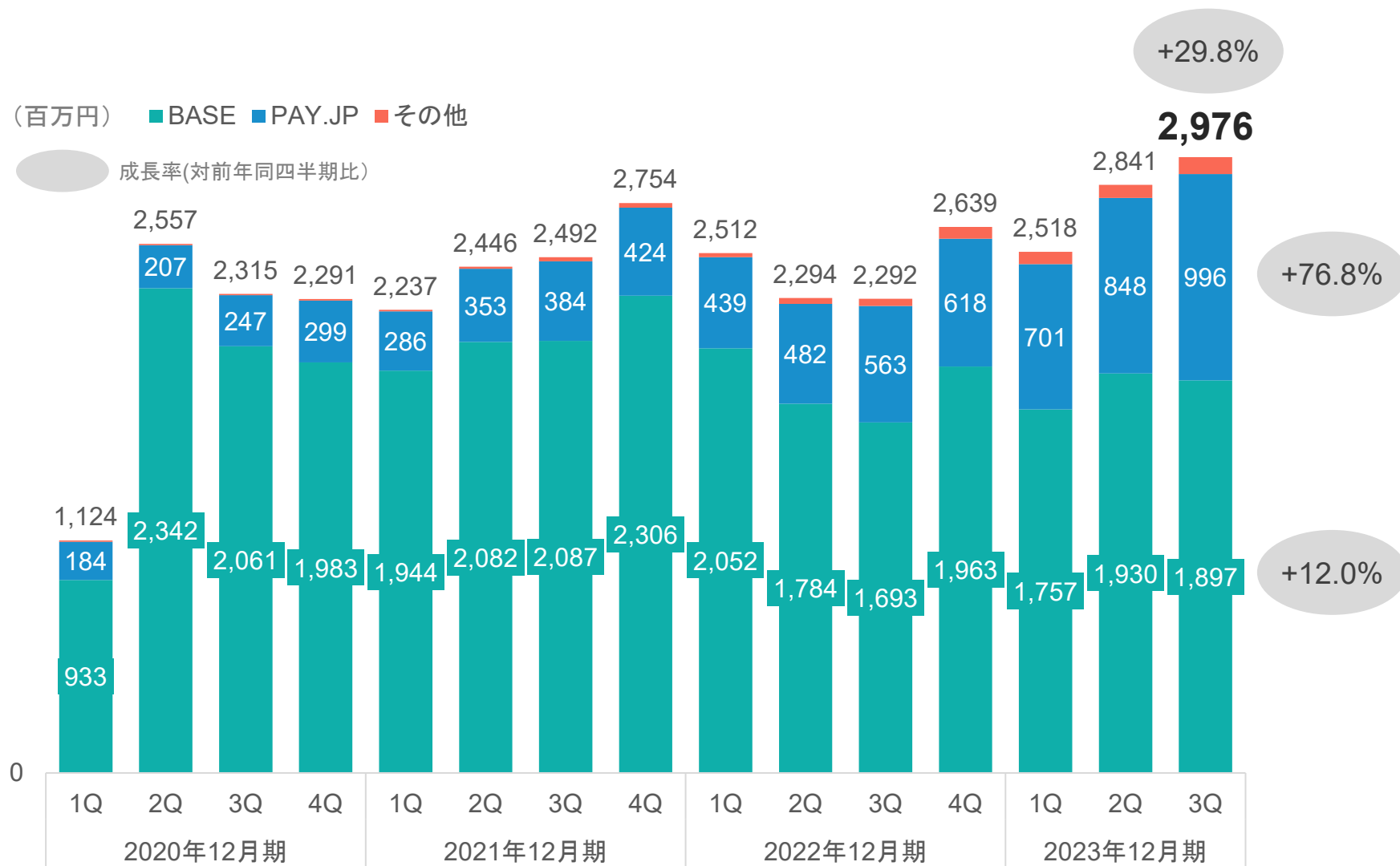
(注2)営業未払金:BASE事業において、当社からショップへ支払う決済代金のうち、未払いのもの

(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

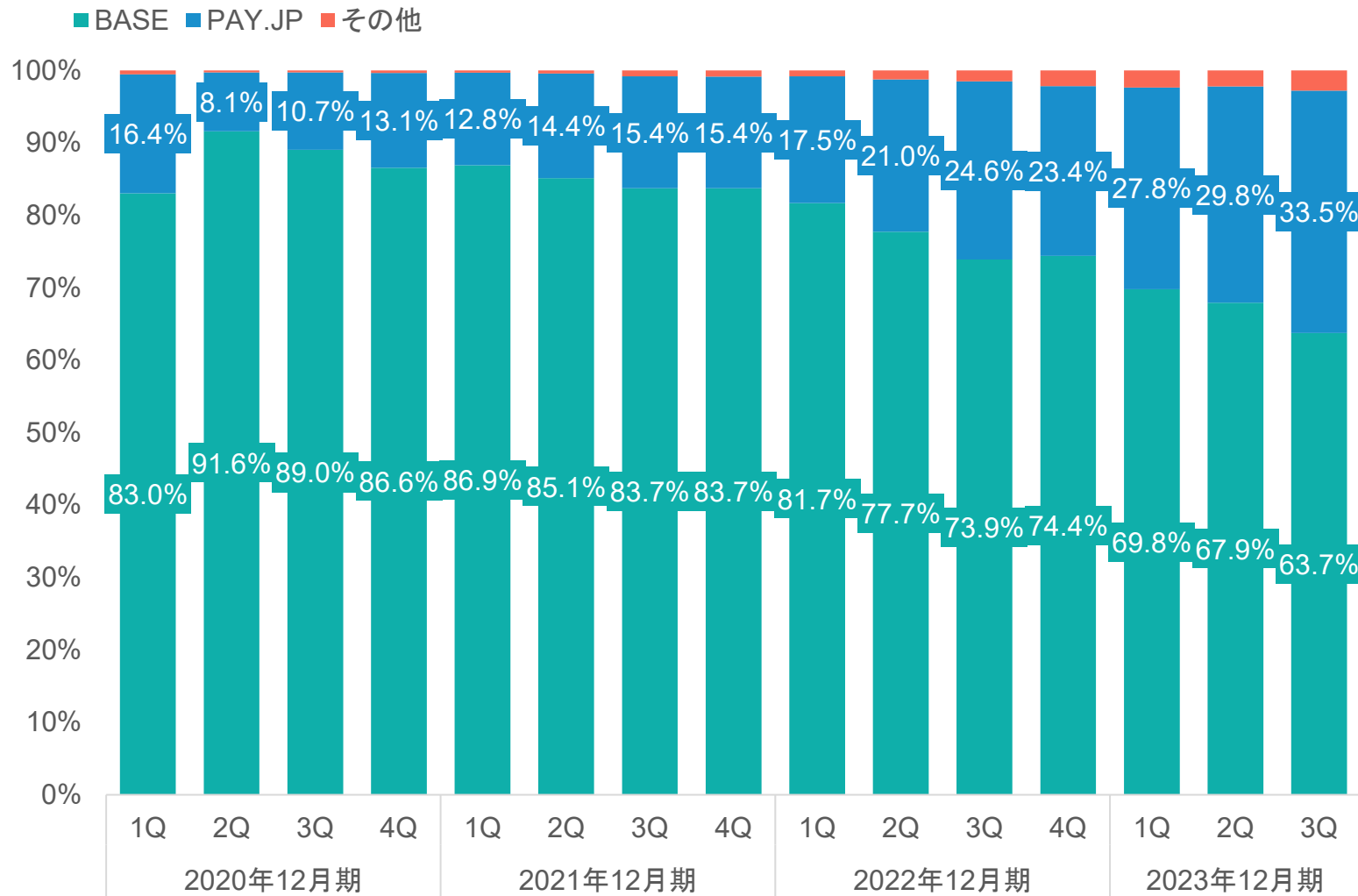
グループ全体のGMVは、**BASE事業とPAY.JP事業がともに増加し、前年同四半期比で大きく増加**



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



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四半期比で減少

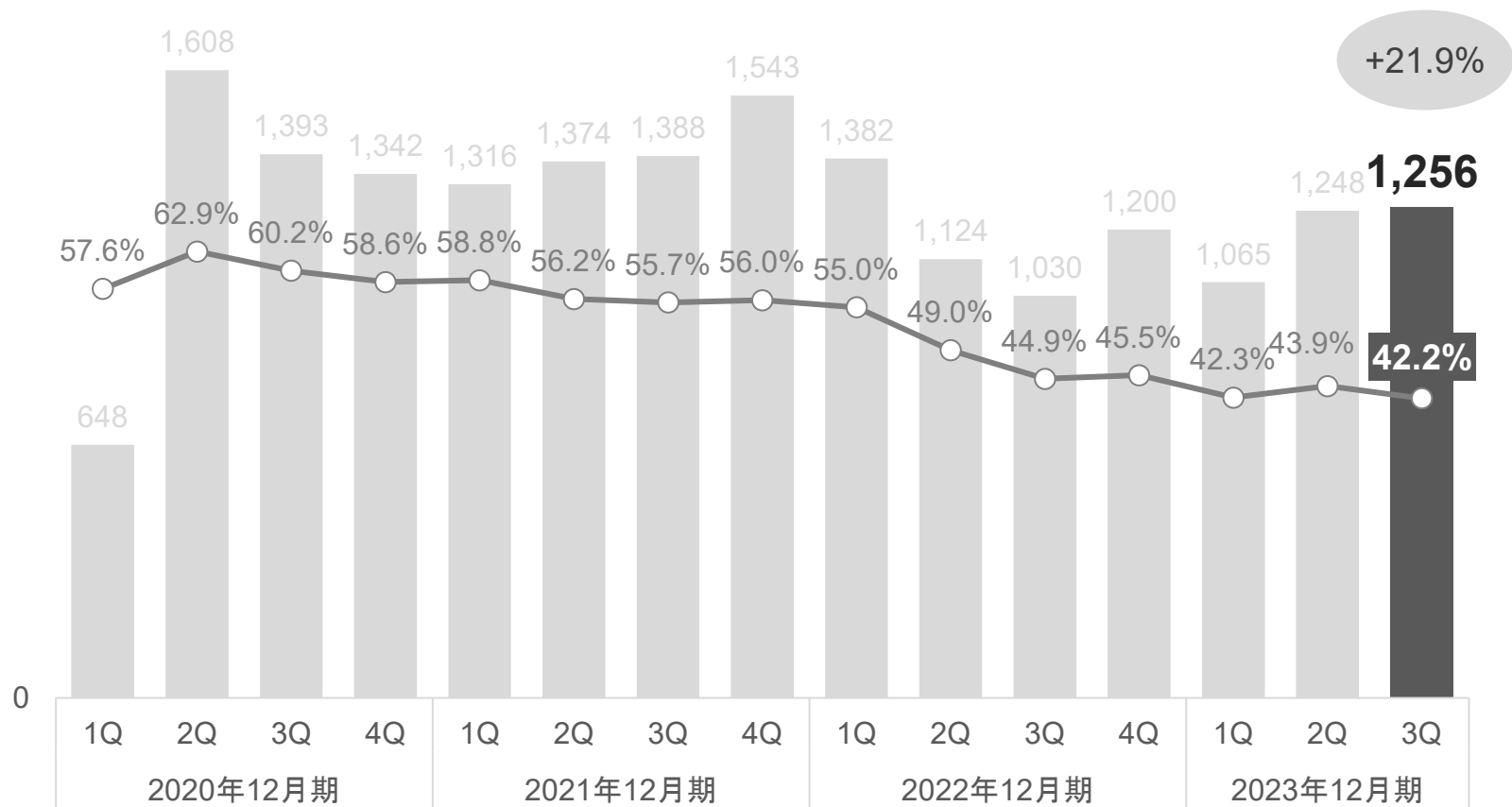


連結売上総利益は、グループGMVの増加により、前年同四半期比で増加

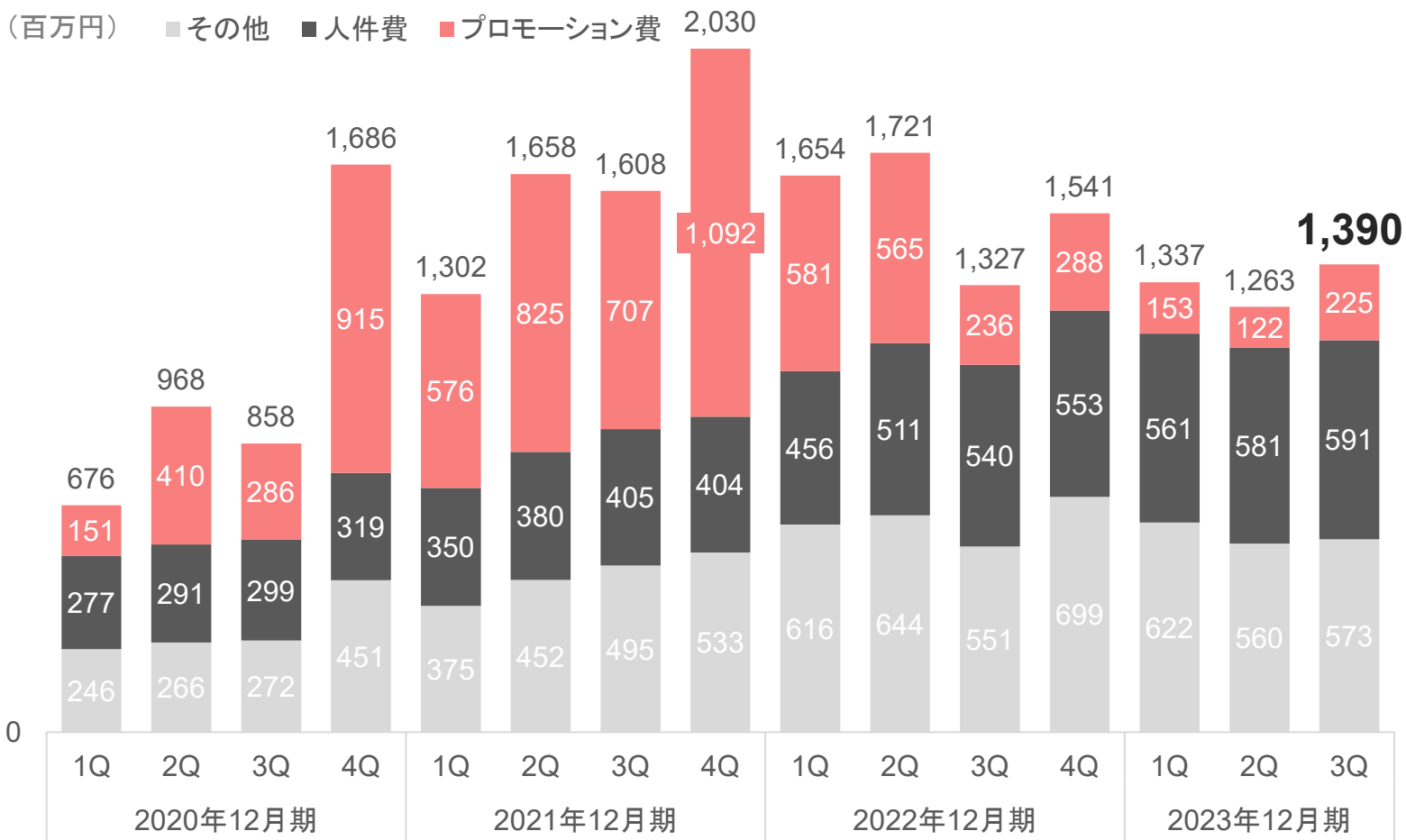
連結売上総利益率は、BASE事業の売上高構成比の減少により、前四半期比減少

(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)



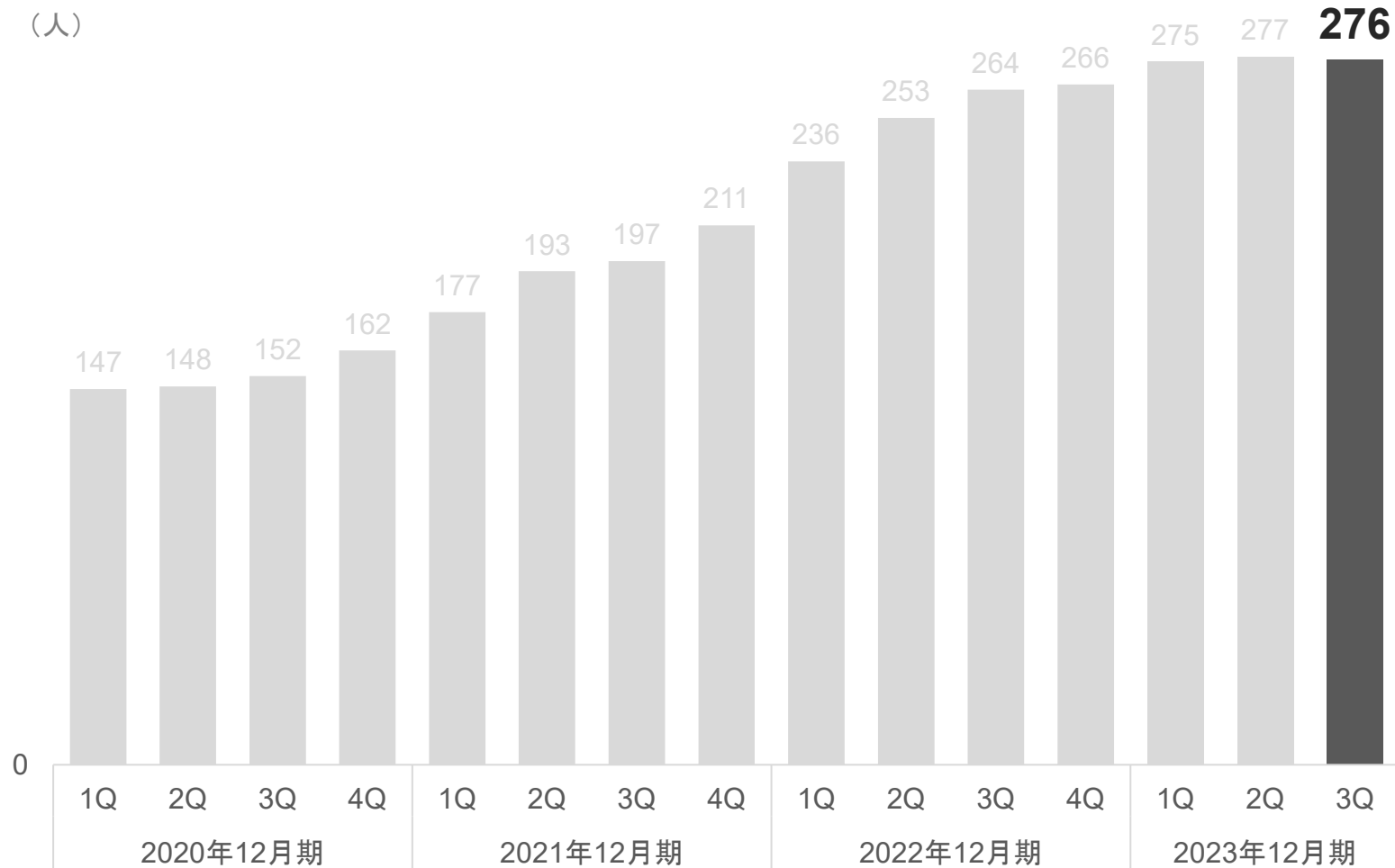
- 販管費は、主にプロモーション費の増加により、前四半期比で増加
- プロモーション費は、売上規模の大きなショップを対象としたリブランディングの実施により、増加
- 人件費は、採用の抑制により横ばい



(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

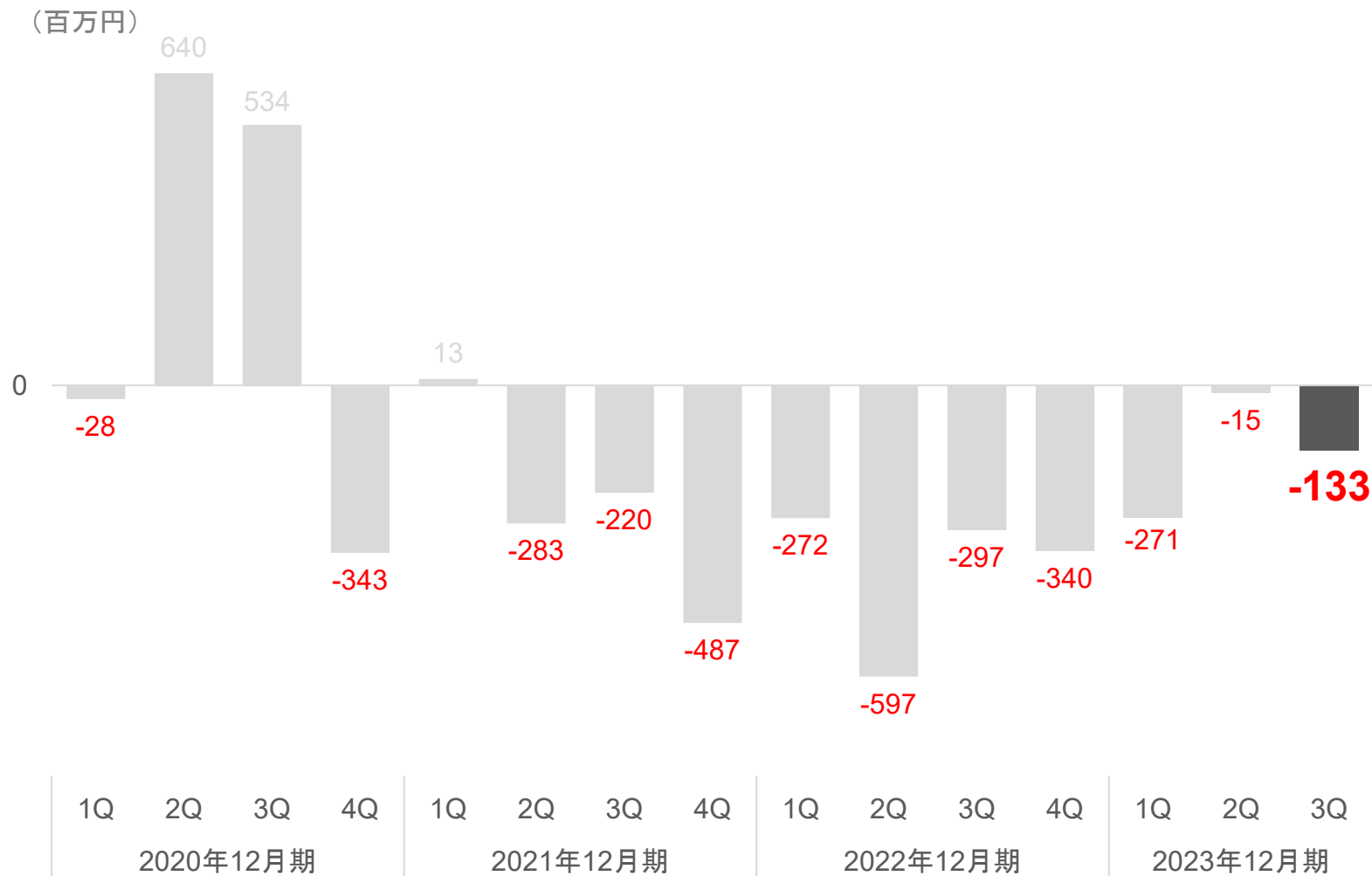
人員数は、前年同四半期比**+12名**（同**+4.5%**）

引き続き採用活動は抑制

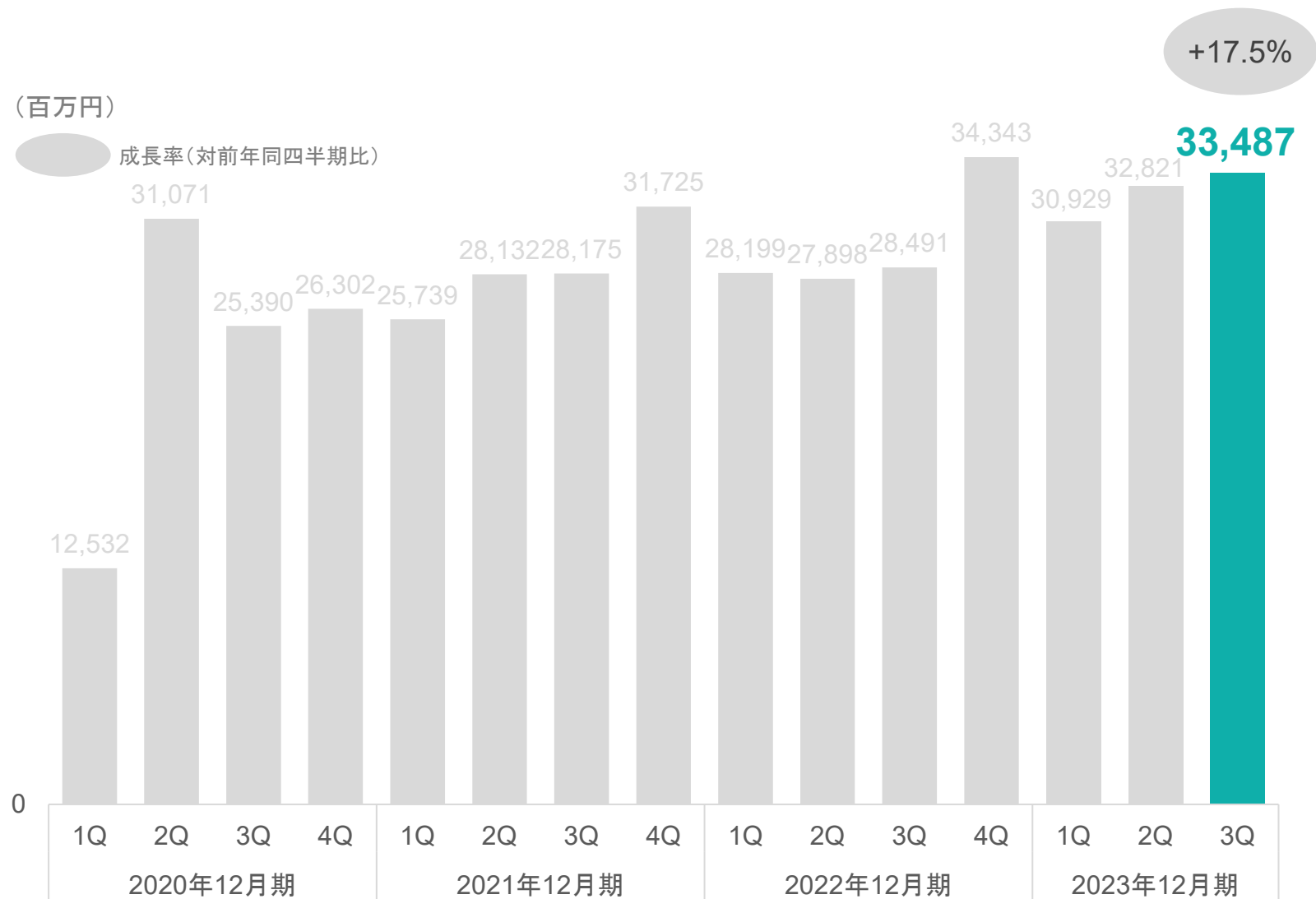


(注)人員数は正社員及び契約社員の人数であり、役員、臨時雇用者は含まない。ただし、子会社に役員として出向している者は人数に含む。

連結売上総利益の増加により、営業損失は前年同四半期比で縮小



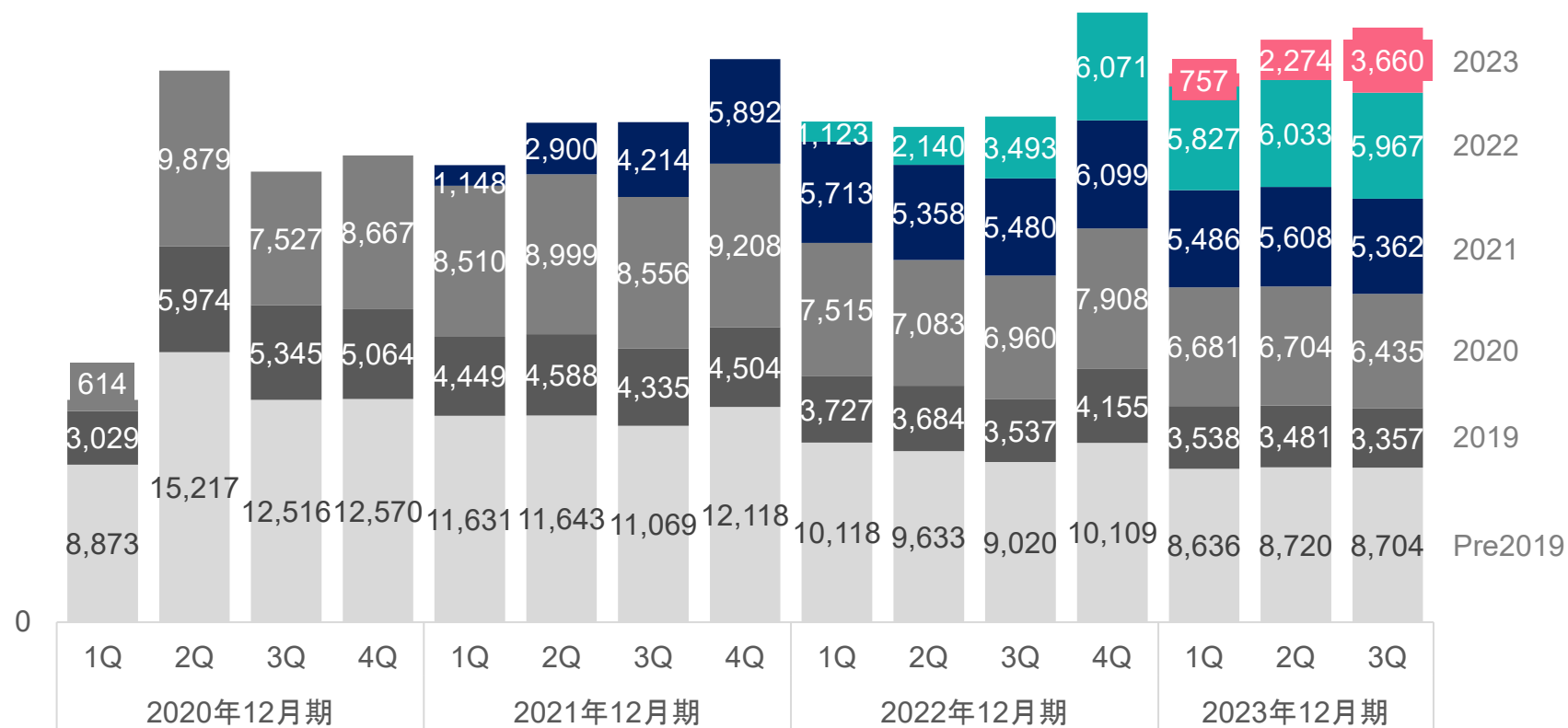
GMVは、売上規模の大きなショップがけん引し、**前年同四半期比+17.5%**と引き続き好調



月額有料プランの効果等により、従来よりも売上規模の大きなショップの新規開設が増加し、新規コホートのGMVが拡大

GMVの推移(開設年別)

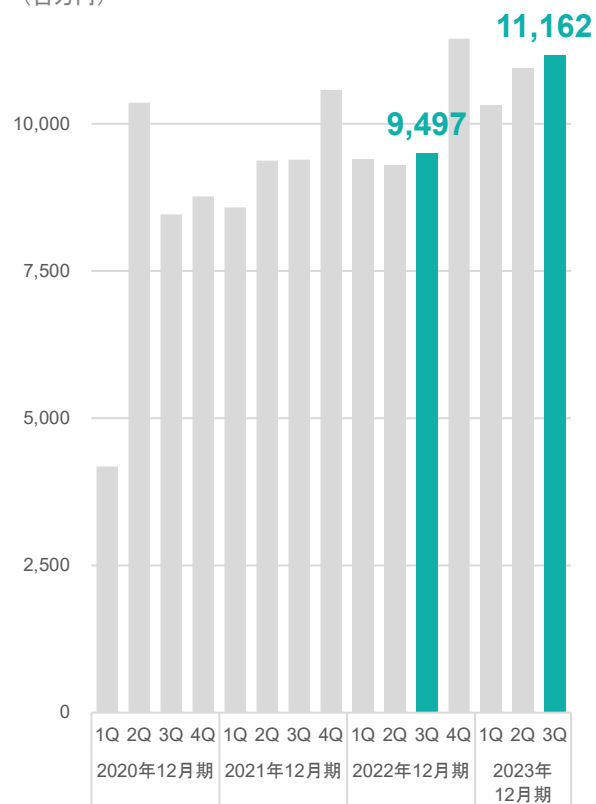
(百万円) ■ Pre2019 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



月間GMVは、効率的なマーケティング施策の実施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の両方が成長をけん引し、前年同四半期比で増加**

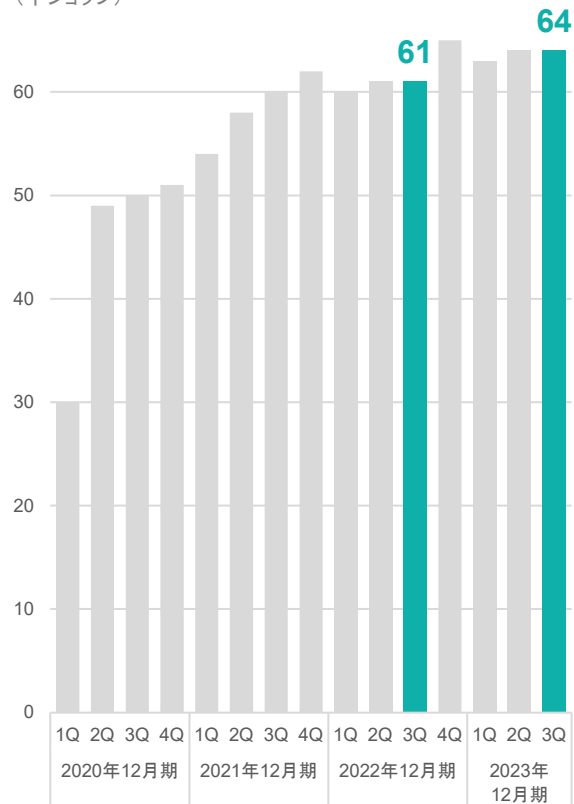
月間GMV(注1,2)

(百万円)



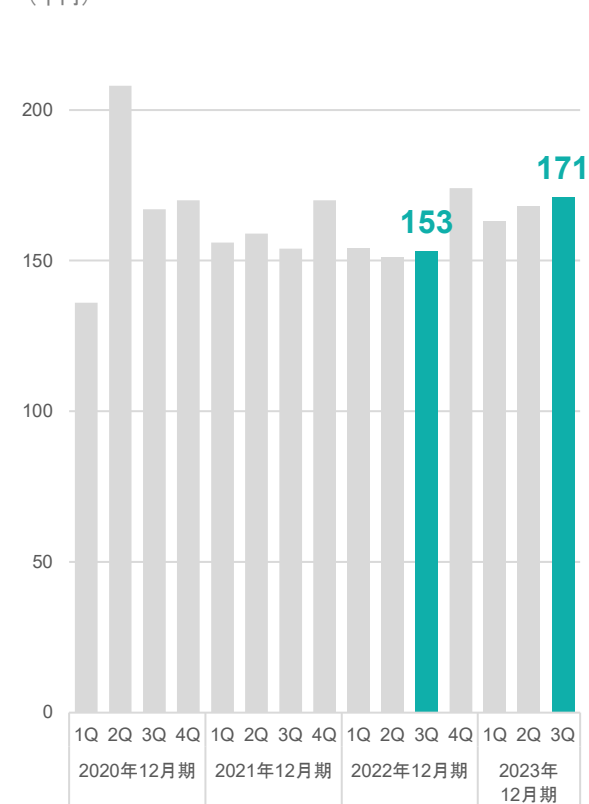
月間売店数(注2)

(千ショップ)



1ショップあたり月間平均GMV

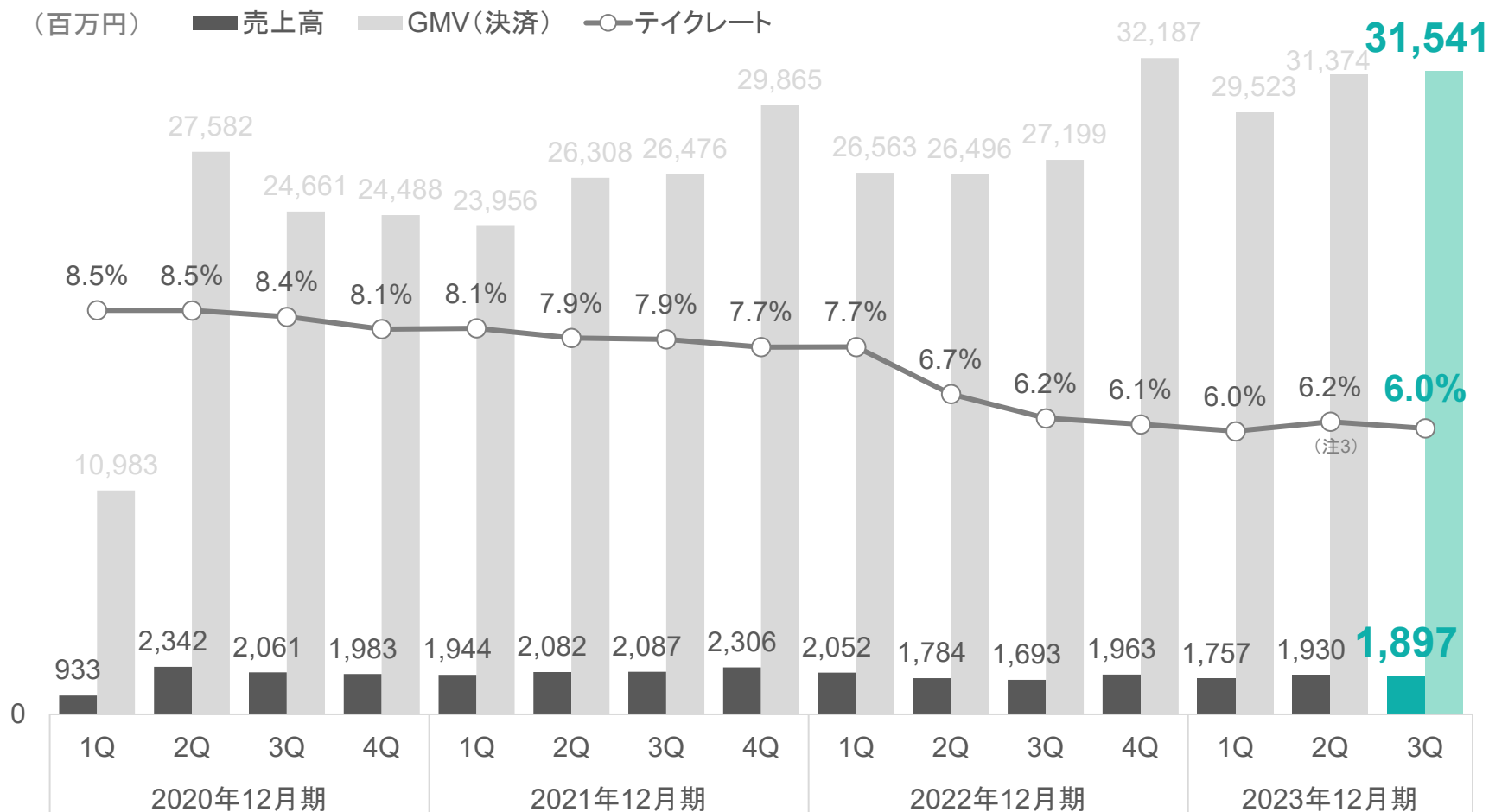
(千円)



(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

テイクレートは、月額有料プランの構成比は微増も、一部決済手段の値上げ^(注1)等により、**前四半期の一時要因^(注2)を除くと、前四半期比で横ばいを維持^(注3)**

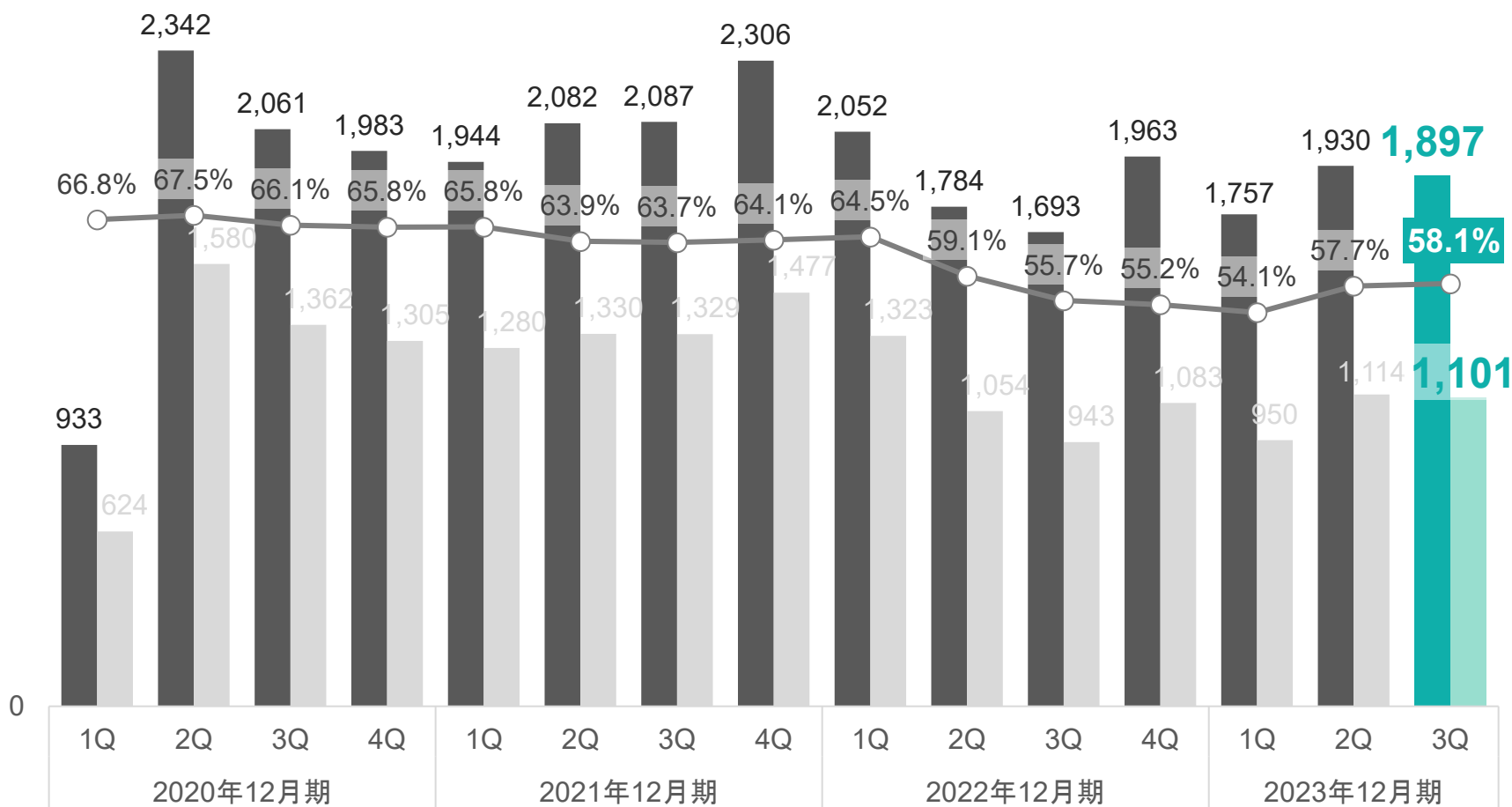


(注1) 2023年4月1日より、「Amazon Pay」及び「PayPal」の決済手数料を値上げ
 (注2) 期限までに引き出されなかった「BASE」のショップの売上金を、BASE事業の売上高として一括計上したものと
 (注3) 一時要因を除く2023年12月期第2四半期のテイクレートは5.9%

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、原価率(対GMV比)の改善により、**一時的要因^(注1)**で押し上げられていた前四半期比でも増加

(百万円) ■売上高 ■売上総利益 ○売上総利益率



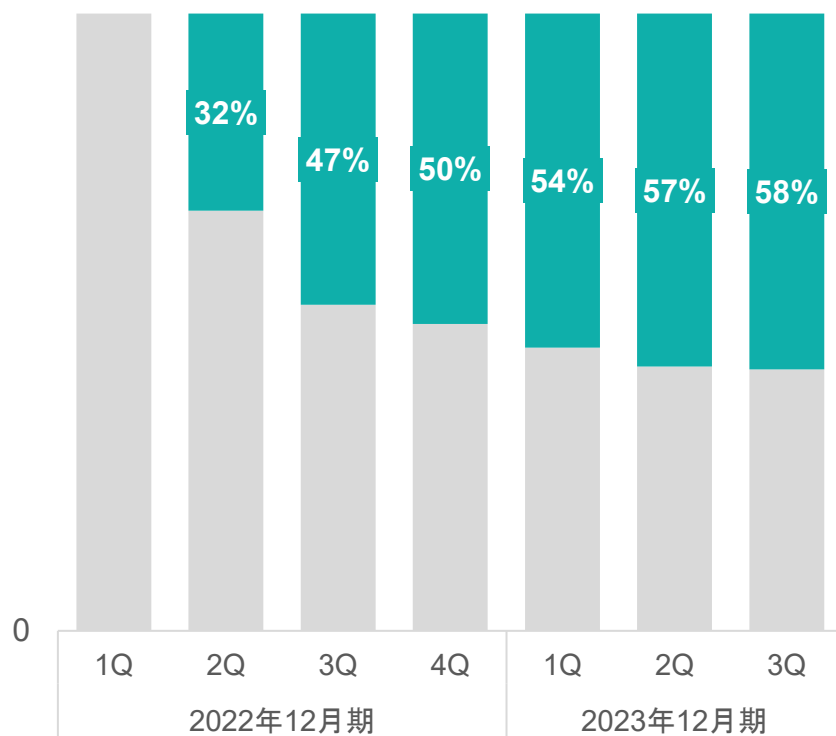
(注1) 期限までに引き出されなかった「BASE」のショップの売上金を、BASE事業の売上高として一括計上したものと

(注2) 2023年12月期第2四半期の一時的要因を除く売上総利益率は56.1%

月額有料プランのGMV構成比は微増も、一部決済手段の値上げ^(注1)等により、**テイクレート** (一時的要因^(注2)除く)は前四半期比で横ばいを維持

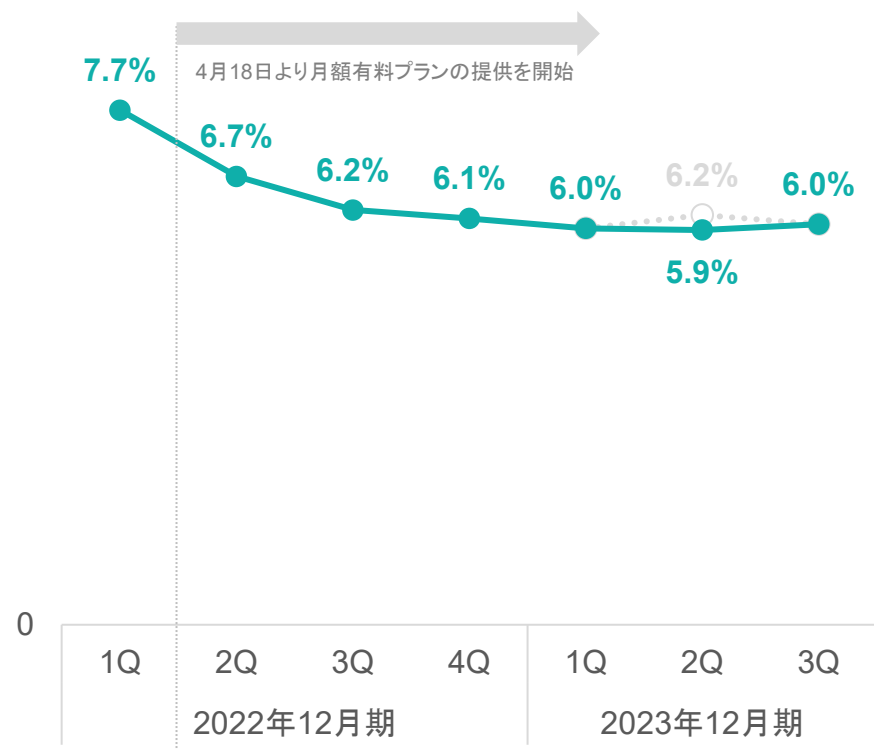
料金プラン別GMV(決済額)構成比

(%) ■ 月額無料プラン ■ 月額有料プラン



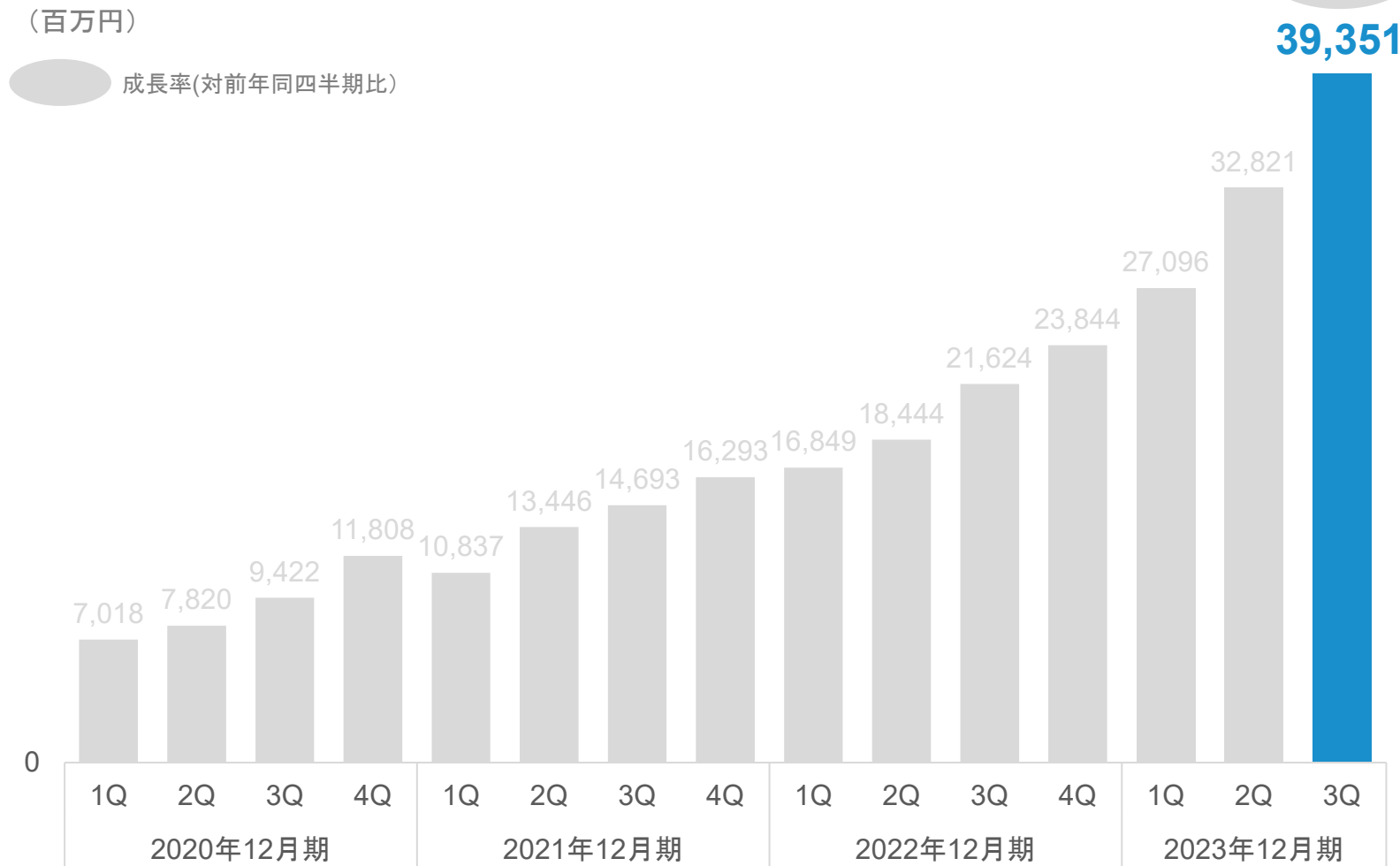
テイクレートの推移

(%) ●●● テイクレート ●—● テイクレート(一時的要因除く)



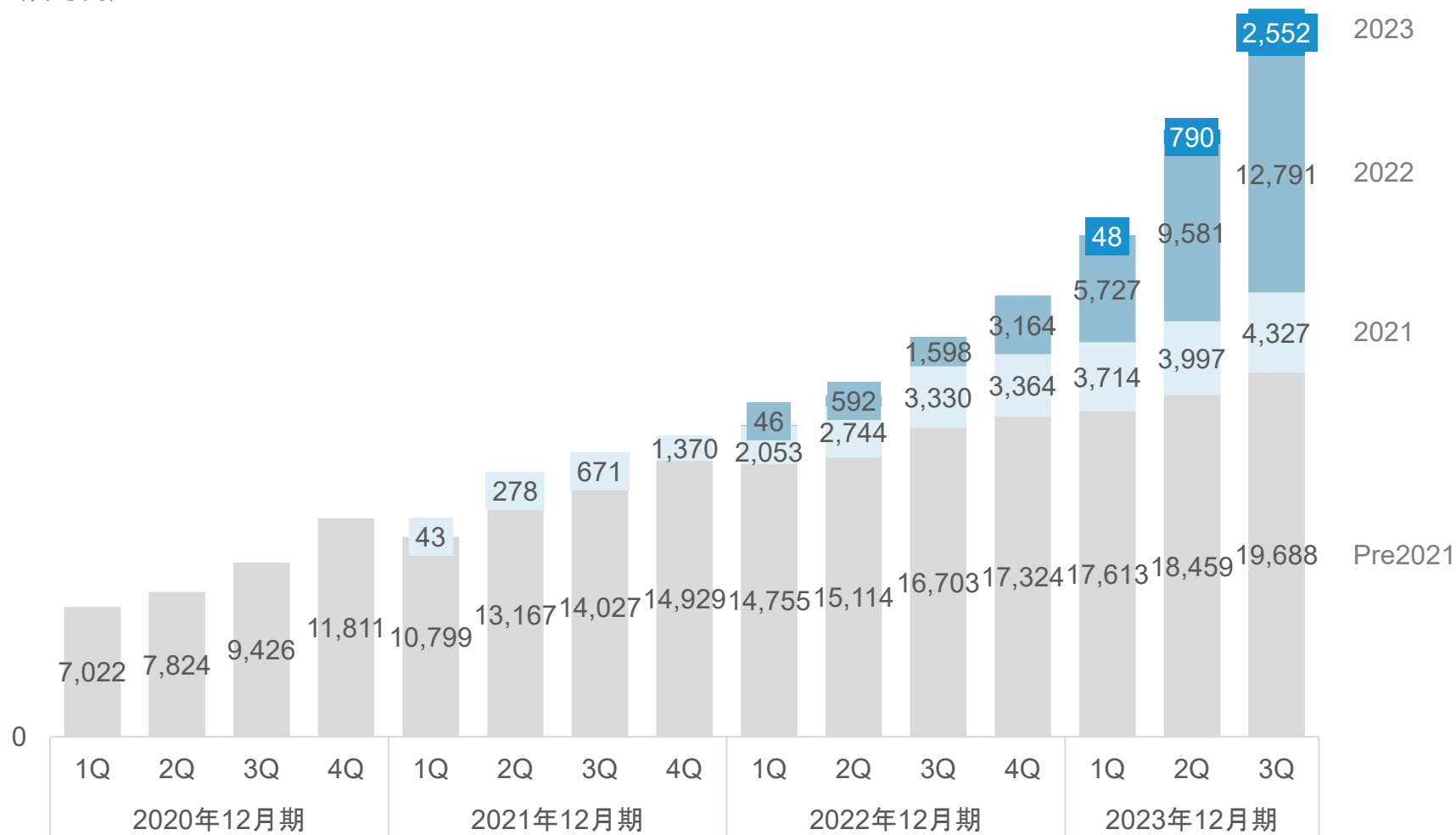
(注1)2023年4月1日より、「Amazon Pay」及び「PayPal」の決済手数料を値上げ
 (注2)期限までに引き出されなかった「BASE」のショップの売上金を、BASE事業の売上高として一括計上したもの

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+82.0%と引き続き大きく増加**



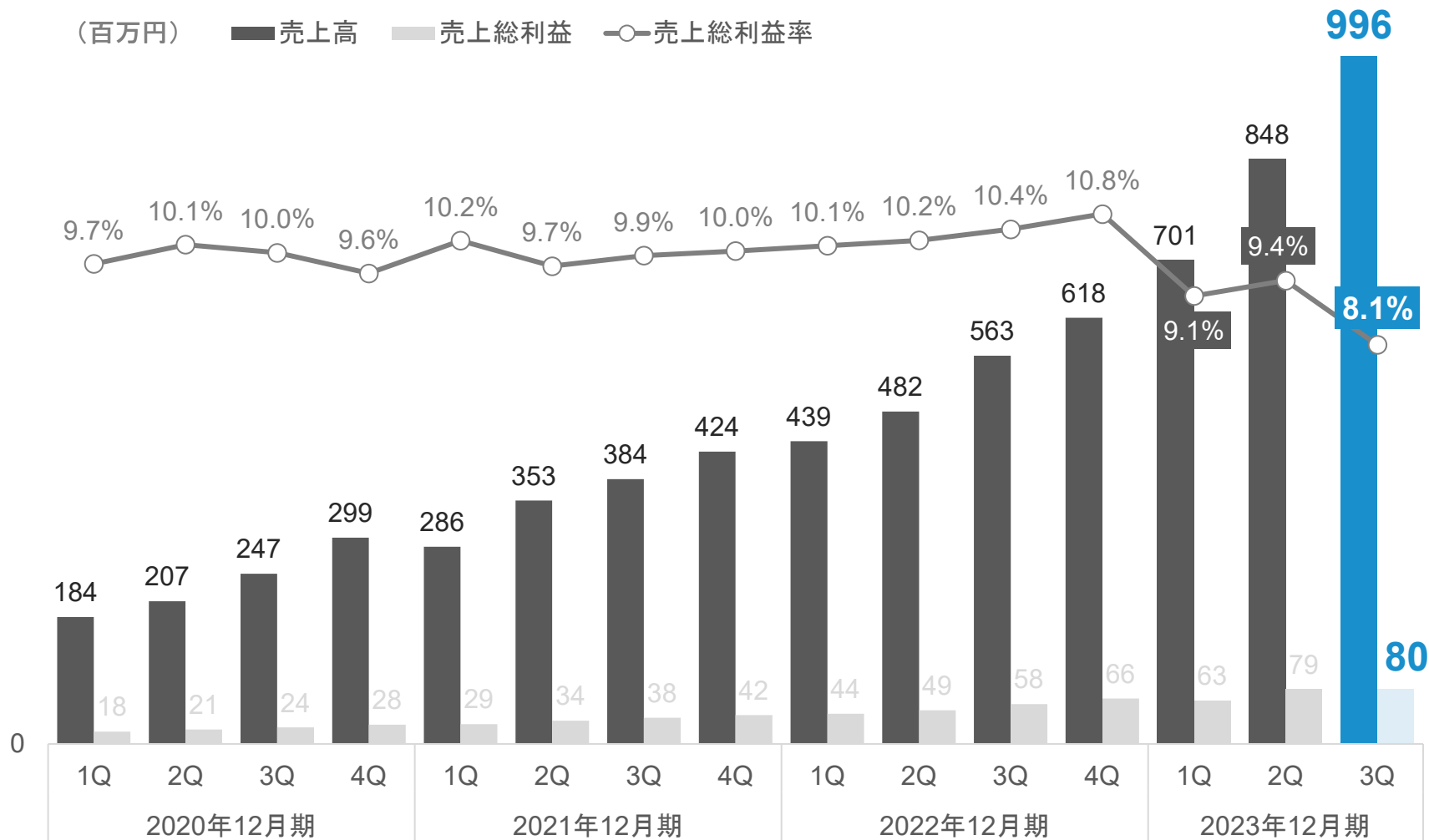
2022年に利用を開始した大型加盟店を中心に、引き続き既存加盟店がGMVの成長をけん引
 新規加盟店のGMVも大きく積み上がった

(百万円) ■ Pre2021 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



GMVの増加により、**売上高は前年同四半期比+76.8%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構成比が大幅に増加したことにより、減少



(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

4. 2023年12月期業績予想（上方修正）

グループの 経営方針

- ✓ 中期経営計画を策定し、**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を図る**
- ✓ 経営方針の見直しに伴い販管費を抑制し、**筋肉質な財務体質への転換を図る**
- ✓ すべての人が活躍できる社会の実現を目指し、各プロダクトの成長により決済・金融へのアクセシビリティを向上させることに加え、D&Iの推進等にも注力

BASE

- ✓ 事業環境ははまだ回復途上にあり、見通しは不透明な状況が続いている
- ✓ 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、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

- ✓ 独自の決済ネットワーク構築に向けて、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

通期業績予想を上方修正し、営業損失は前年同期比で大幅に縮小の見込み

BASE事業及びPAY.JP事業ともに、GMV及び売上総利益が期初予想を上回って成長
プロモーション費の効率化及び人件費の抑制等により、販管費は期初予想から削減

(百万円)	FY2023				FY2022	
	3Q累計	業績予想 (修正後)	業績予想 (期初)	修正後 進捗率(注1)	通期実績	YoY
売上高	8,336	11,500	10,300 ~10,800	72.5%	9,739	+18.1%
売上総利益	3,570	4,900	4,650 ~4,850	72.9%	4,737	+3.4%
販管費	3,991	5,900	6,250 ~6,500	67.7%	6,245	-5.5%
営業利益	-420	-1,000	-1,850 ~-1,400	n/a	-1,508	-
経常利益	-410	-1,000	-1,850 ~-1,400	n/a	-1,495	-
当期純利益	-514	-1,100	-1,900 ~-1,450	n/a	-1,732	-
GMV (BASE事業)	97,239	134,000	125,000 ~130,000	72.6%	118,932	+12.7%
GMV (PAY.JP事業)	99,269	139,000	105,000 ~110,000	71.4%	80,762	+72.1%

(注1) 通期業績予想(修正後)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)

当第4四半期の販管費は、BASE事業の年末商戦に合わせた各プロダクトにおける販促費の増加等により、前年同四半期比及び前四半期比で増加の見込み

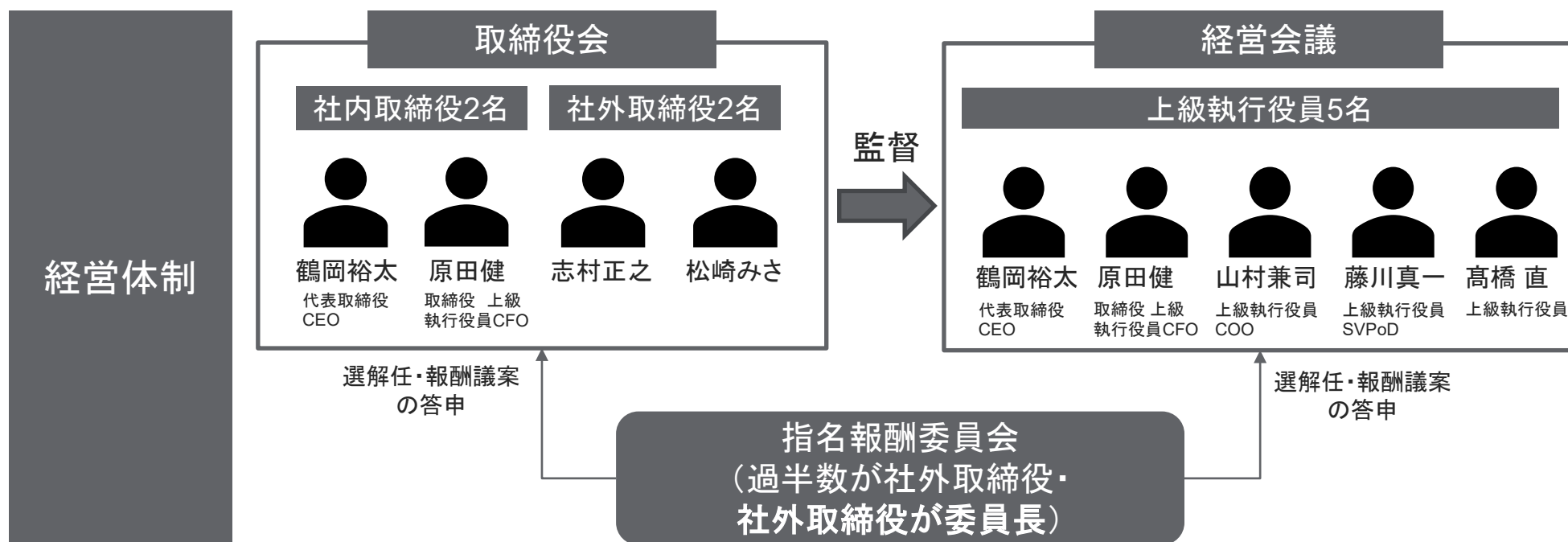
その結果、営業損失は前年同四半期比及び前四半期比で拡大する見込み

(百万円)	FY2023 4Q 予想	前年同四半期 (FY2022 4Q)		前四半期 (FY2023 3Q)	
		実績	YoY	実績	QoQ
売上高	3,163	2,639	+19.8%	2,976	+6.3%
売上総利益	1,329	1,200	+10.7%	1,256	+5.8%
販管費	1,908	1,541	+23.8%	1,390	+37.3%
営業利益	-579	-340	-	-133	-
経常利益	-588	-341	-	-130	-
当期純利益	-585	-515	-	-142	-
GMV (BASE事業)	36,760	34,343	+7.0%	33,487	+9.8%
GMV (PAY.JP事業)	39,730	23,844	+66.6%	39,351	+0.9%

5. ご参考資料

事業担当の上級執行役員を増員し、事業推進体制を強化

取締役会の実効性評価^(注)も実施し、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) 取締役、監査役、上級執行役員を対象に、外部機関に委託して実施

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 及び 上級執行役員		社外取締役		上級執行役員		
	鶴岡 裕太	原田 健	志村 正之	松崎 みさ	山村 兼司	藤川 真一	高橋 直
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			●	●	●	●	●
マーケティング・ ブランドマネジメント	●				●		●
IT	●	●				●	
情報セキュリティ						●	
業界知見	●	●	●	●	●	●	●
国際性			●	●			●

(注)「第10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

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
筋肉質な財務体質への転換を図る

コストコントロールの方針

プロモーション費

- ✓ マス向けの認知系マーケティングを縮小し、よりターゲットを絞った施策への変更により、**前年同期比で減少の見込み**

人件費

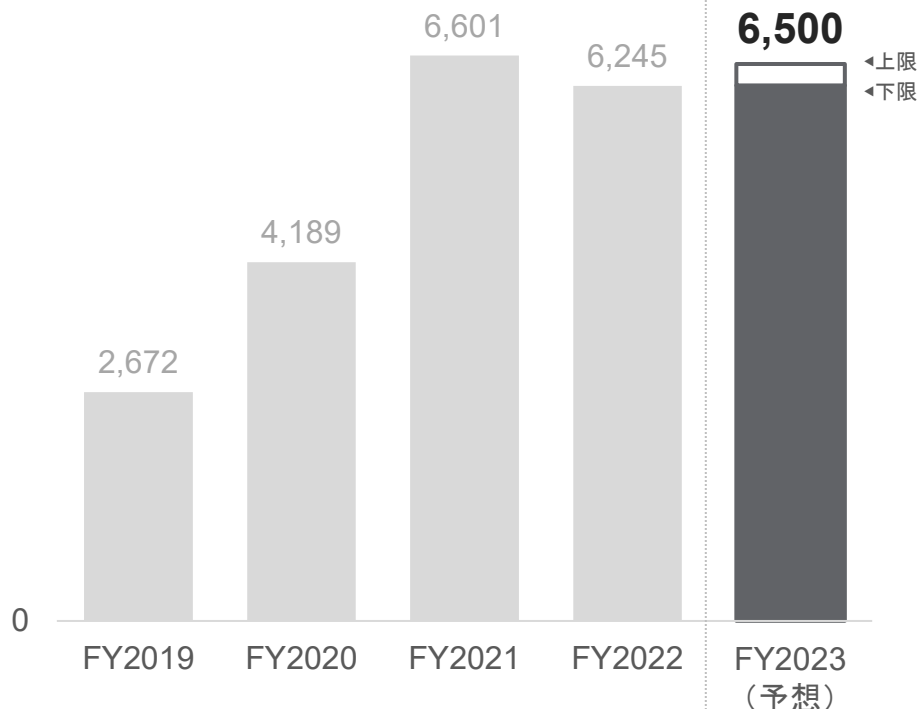
- ✓ 2022年12月期に採用した人員の人件費の通期化等により、前年同期比で増加の見込み
- ✓ サービスの急激な成長に合わせ、積極的に組織拡大を図ってきたが、2023年12月期は**採用の抑制により、人員数の増加ペースは縮小**

その他費用

- ✓ 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、前年同期比で増加の見込み

販管費の見通し^(注)

(百万円)

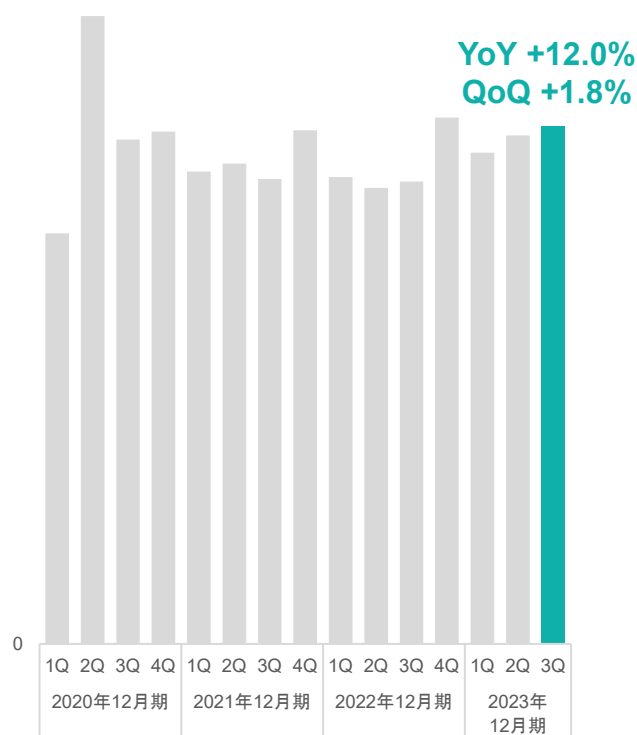


(注) 期初時点の業績予想の数値をもとに作成

1人あたり購入単価は、前年同四半期比で引き続き増加
 リオープニングの影響で減少傾向が続いていた1ショップあたり平均購入者数も増加

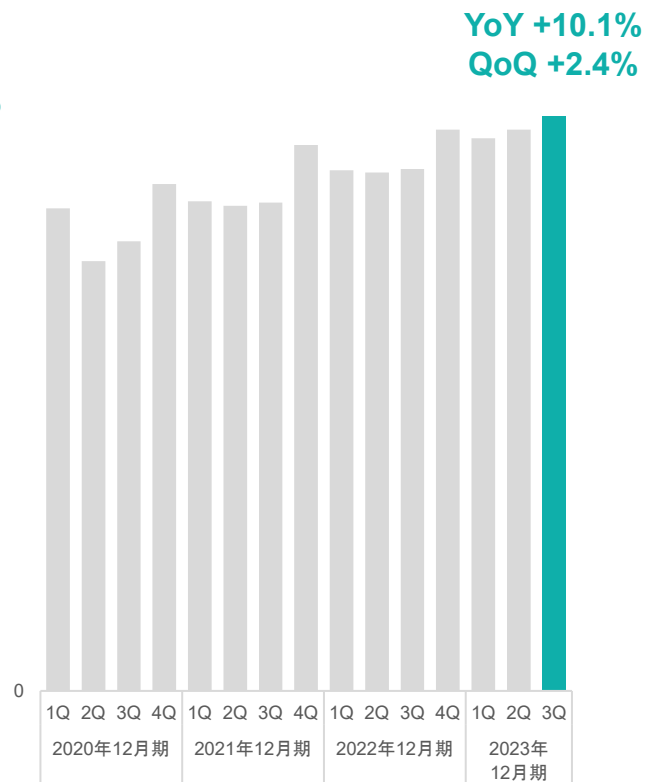
1ショップあたり月間平均GMV

(円)



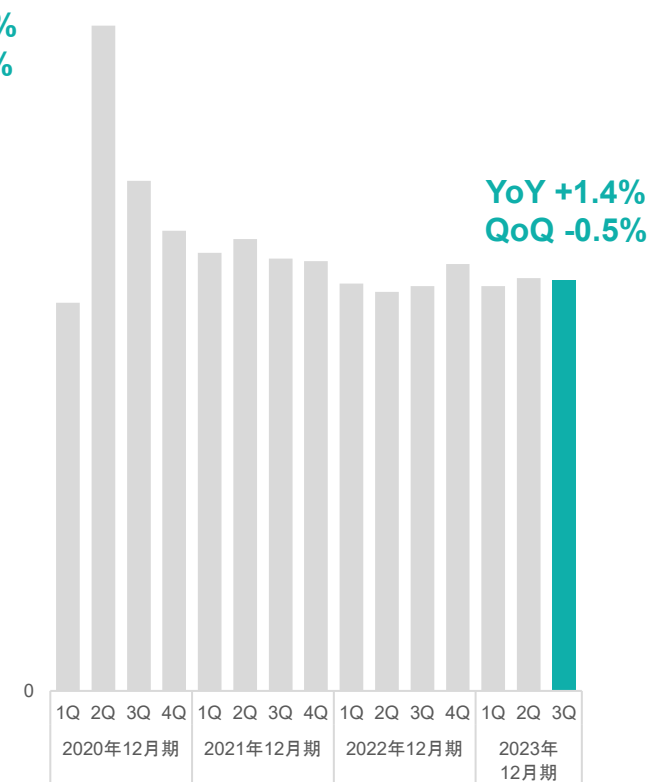
1人あたり購入単価

(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	5,980円 ^(注2)	2,980円	4,950円	12,100円	4,950円 ^(注3)
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

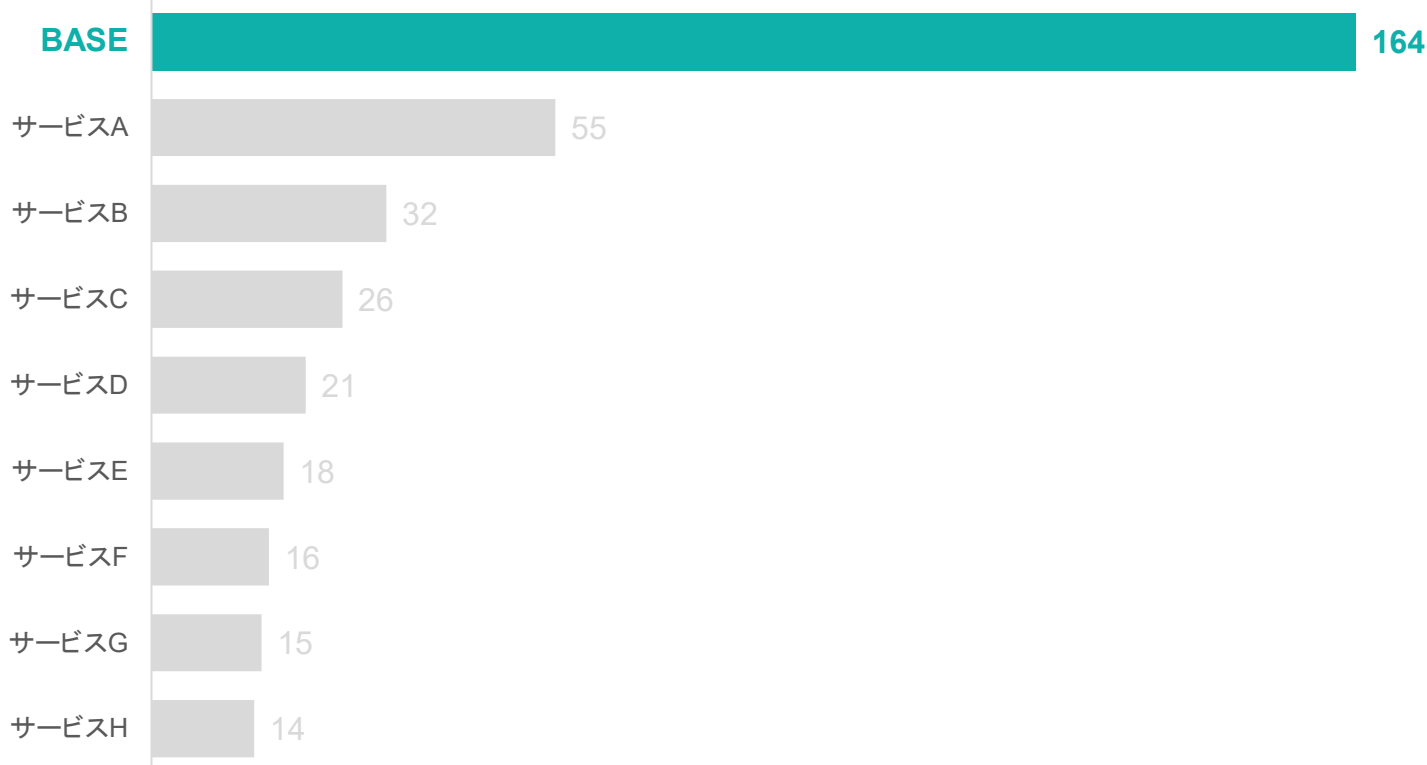
(注2) 2024年1月より、19,980円に変更予定

(注3) 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。



(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
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
	PAY.JP	286	353	384	424	439	482	563	618	701	848	996
	その他	7	10	20	23	20	28	35	57	59	63	82
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
	PAY.JP	29	34	38	42	44	49	58	66	63	79	80
	その他	7	10	20	23	14	20	27	50	51	54	74
セグメント利益	BASE	102	-207	-167	-431	-178	-481	-234	-256	-175	66	-73
	PAY.JP	-18	-17	-6	3	-4	-3	-4	-33	-9	3	5
	その他	-15	-18	-12	-5	-13	-15	-8	6	-14	-23	-7
	全社費用	-54	-41	-33	-52	-76	-96	-49	-57	-72	-61	-58
営業損益	全社	13	-283	-220	-487	-272	-597	-297	-340	-271	-15	-133

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

(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

(注)GMVは決済日ベース(決済額)

(株)		FY2023
新株予約権	期首残高	3,368,000
	付与	0
	行使	-392,000
	失効	0
	期末残高	2,976,000
発行済株式数		114,347,823
潜在株割合 (対発行済株式総数)		2.6%

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。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