



BASE

2019年12月期第3四半期
決算説明会資料

BASE株式会社
(東証マザーズ:4477)
2019年11月14日

1. 会社概要
2. 事業内容
3. 2019年12月期 第3四半期 業績
4. 2019年12月期 業績予想
5. ご参考資料

1. 会社概要

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「PAY ID」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)	132人 うち、プロダクト人員81人(2019年9月末現在)
子会社	PAY株式会社、BASE BANK株式会社

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。

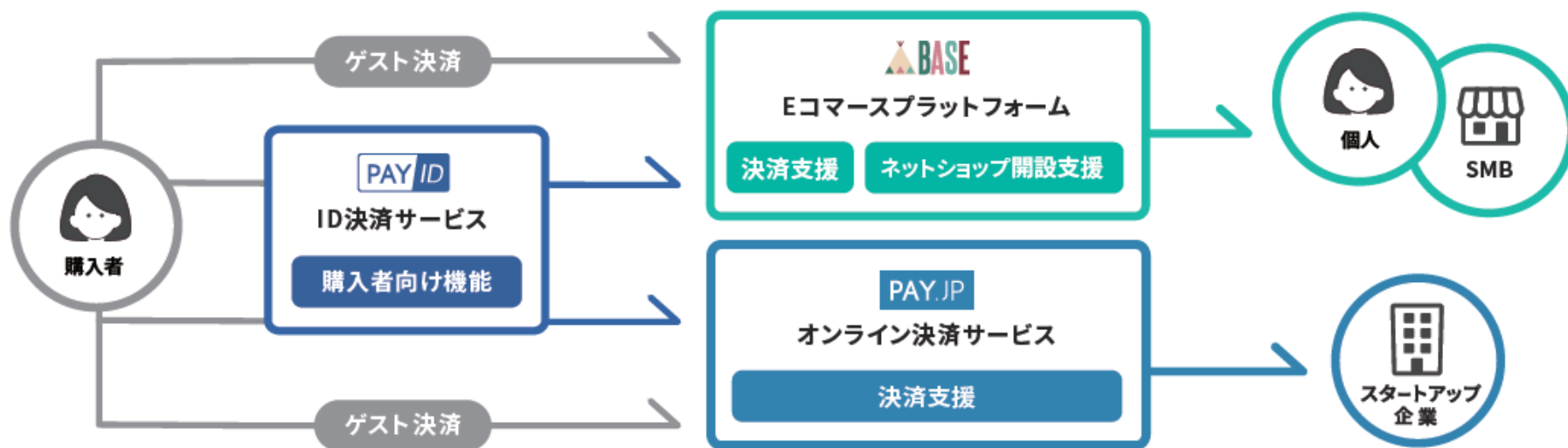
あたらしい決済で、あなたらしい経済を。



BASE



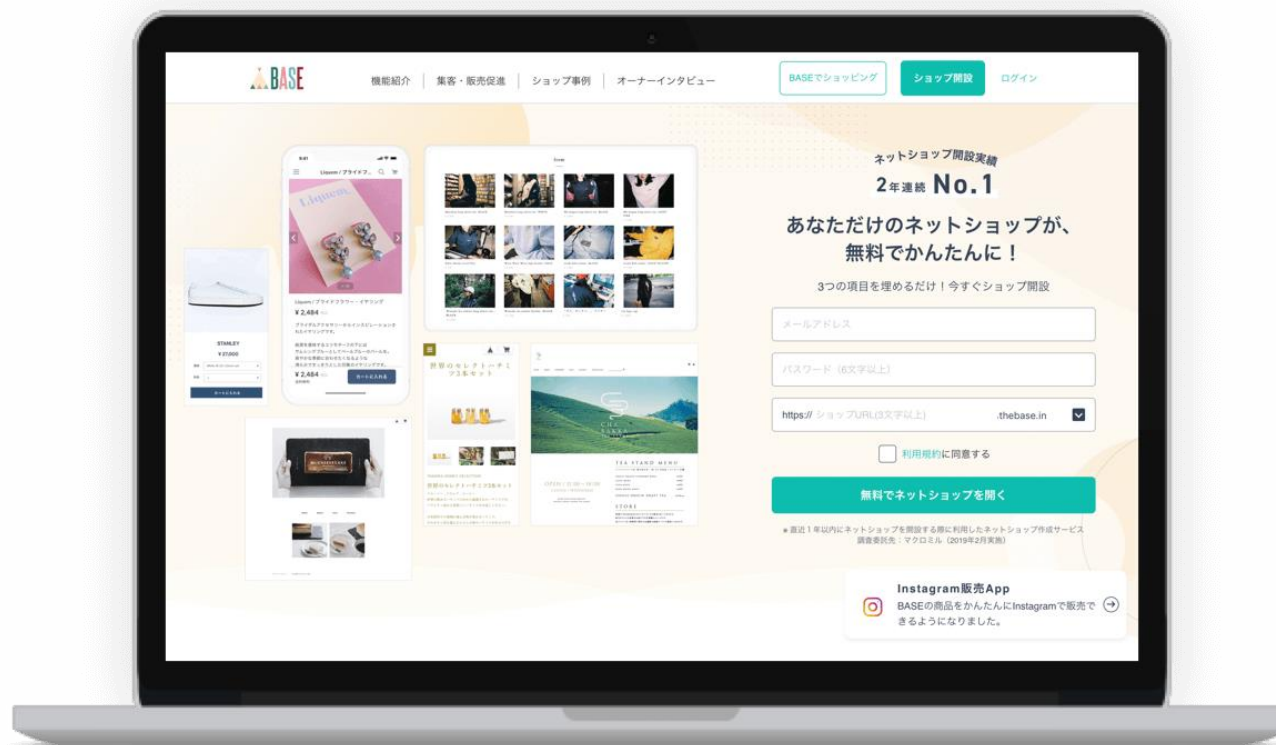
「BASE」を通じて個人及びSMB^(注)をエンパワメントすること、
「PAY.JP」を通じてスタートアップを支援することに注力



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

2.事業内容

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



これまで作成時間、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

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
- ✓ 5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

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



後払い



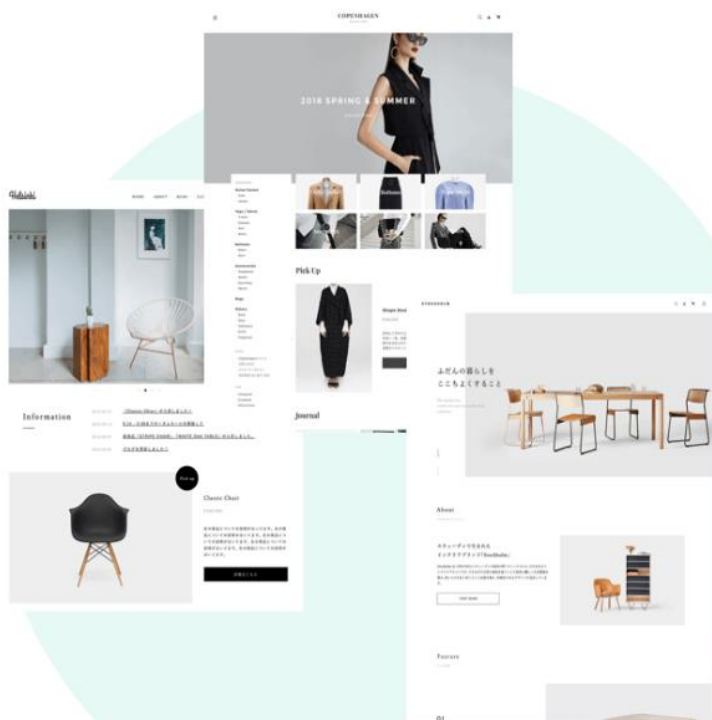
「6.6%+40円」

と、低価格かつシンプル

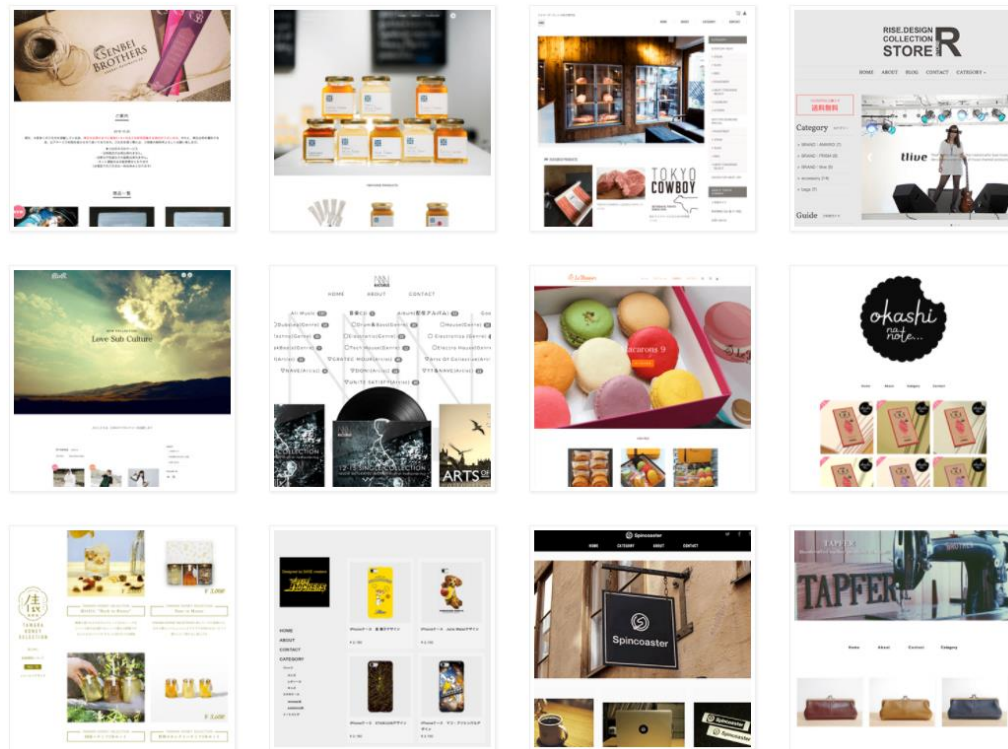
(サービス利用料3.0%含む)

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

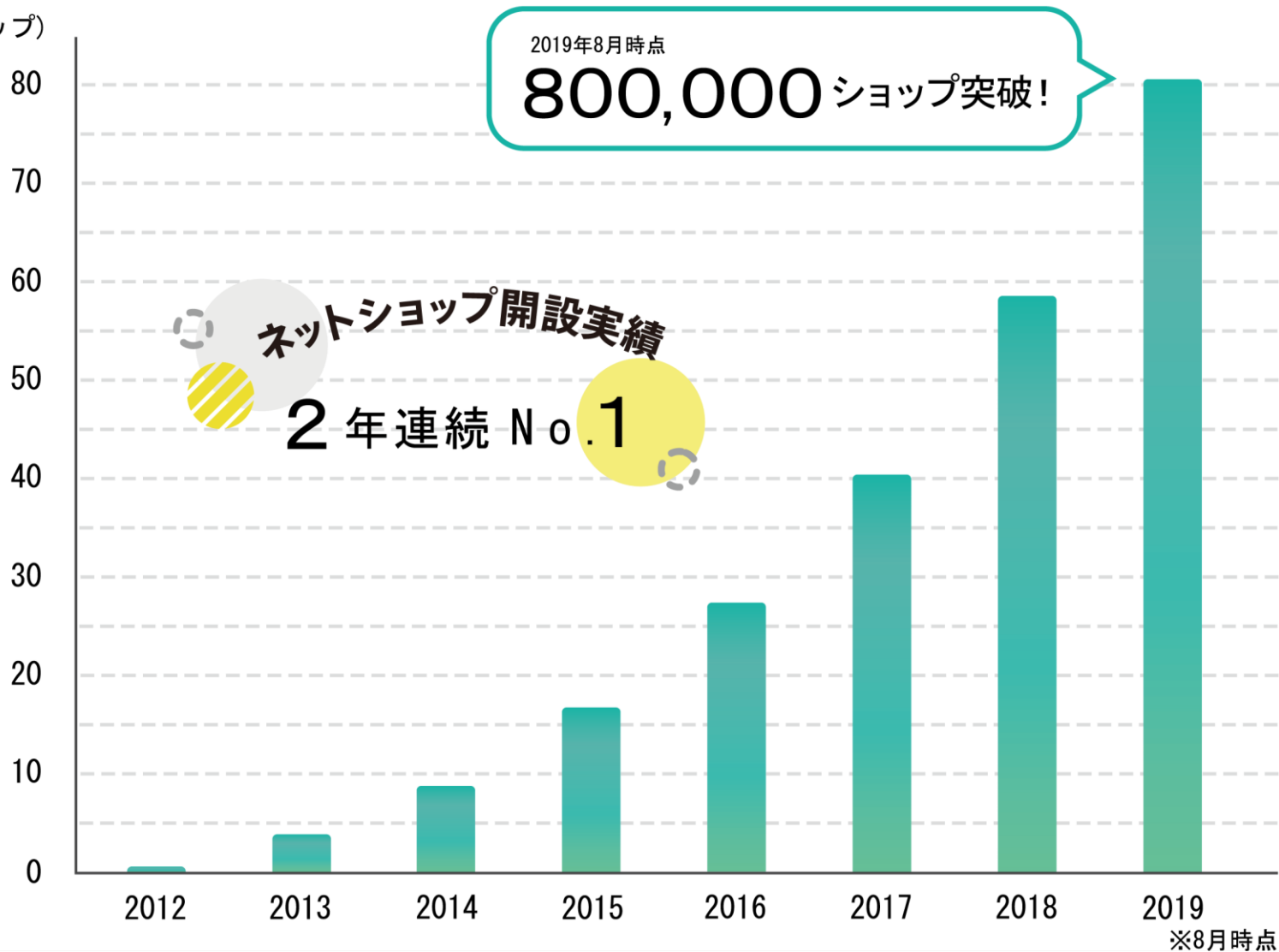


様々なジャンルのショップが「BASE」によりネットショップを開設



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

(単位:万ショップ)



出典: ネットショップ開設実績が2年連続No.1であることについては、株式会社マクロミルの調査による(2019年2月)

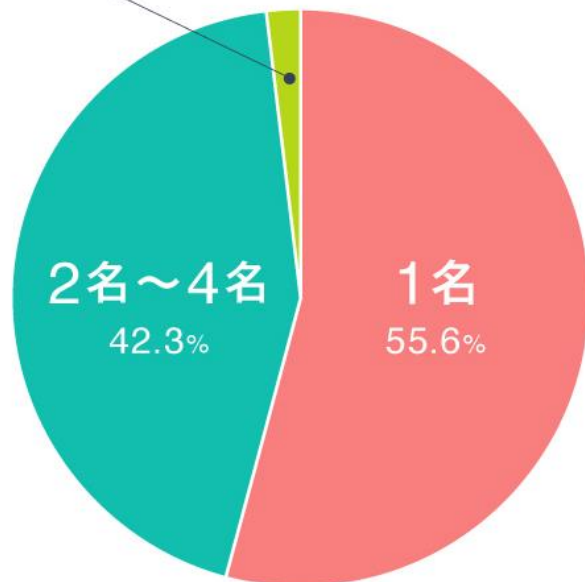
ショップオーナーの半数以上が1名での運営

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

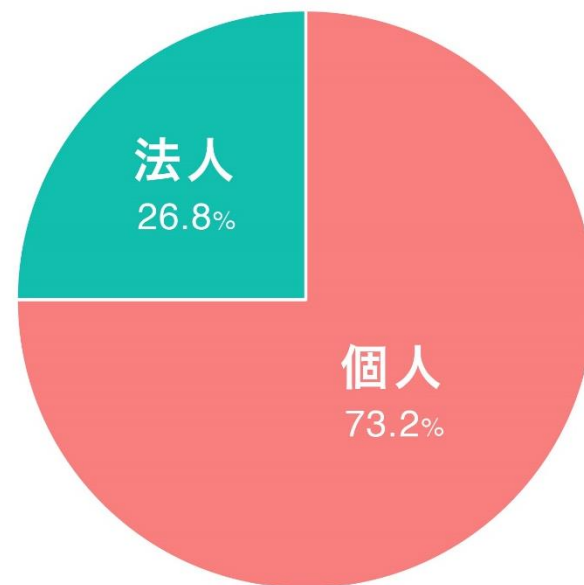
ショップの運営人数

5名以上

2.1%

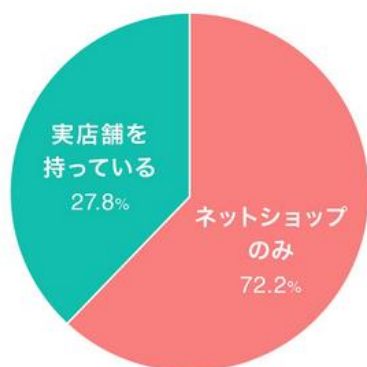


ショップの運営体制

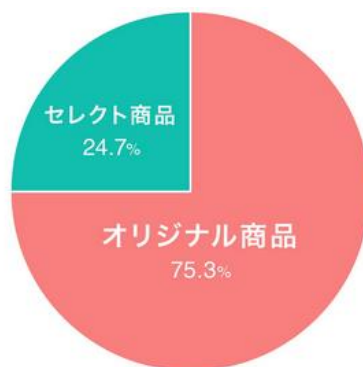


BASEショップオーナーのほとんどが、ネットショップを中心に事業を展開し、SNSを活用して集客を行い、オリジナル商品を販売するSMB層

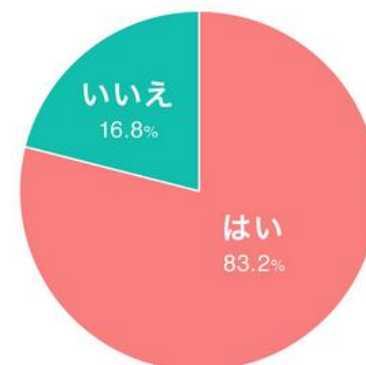
実店舗の有無



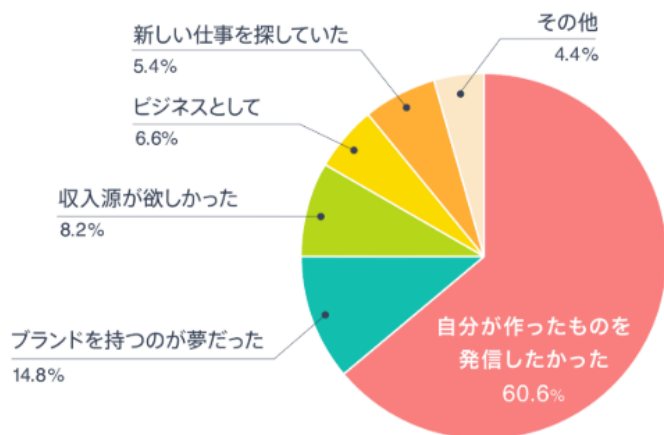
販売商品のオリジナル/セレクトの別



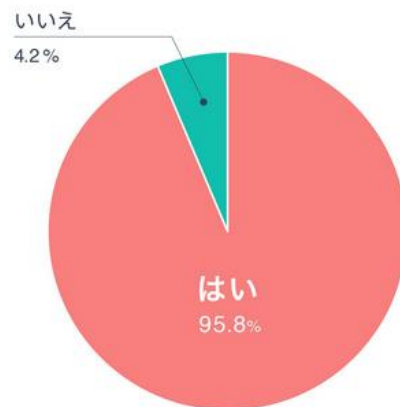
自身のネットショップの「ブランド」としての認識



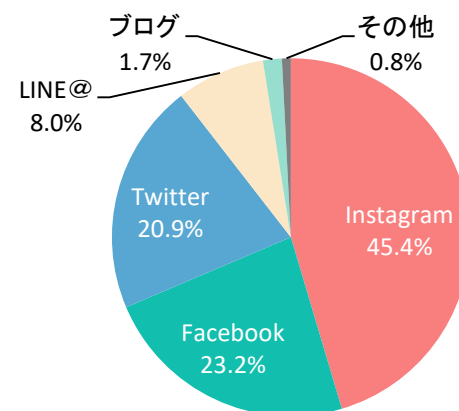
ブランドを始めたきっかけで、最も当てはまるもの



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

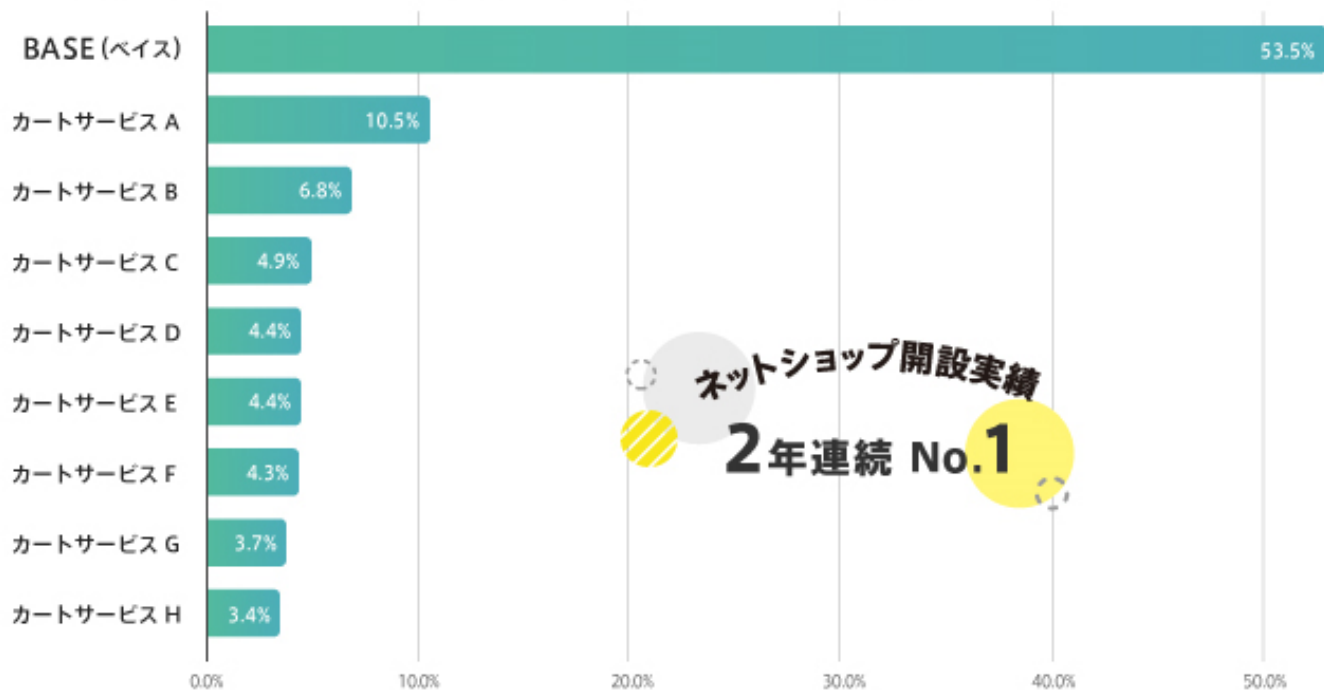


SMBにとって商品が売れない時期からコストが先行するのはリスク

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

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。

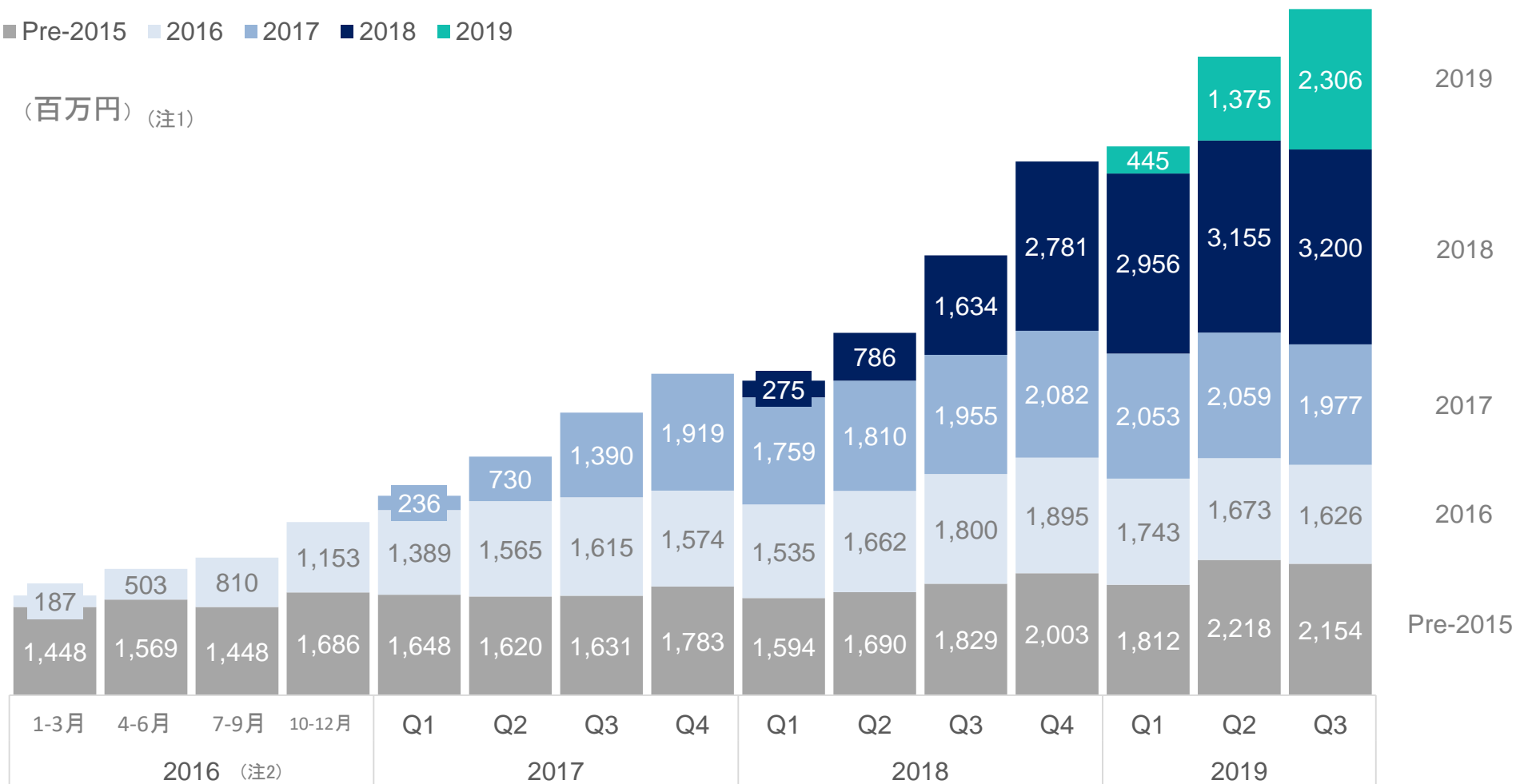


開設ショップの継続利用により、GMVも継続的に蓄積される積上型ビジネスモデル

GMV (BASE) の推移 (開設年別)

■ Pre-2015 ■ 2016 ■ 2017 ■ 2018 ■ 2019

(百万円) (注1)



(注1) GMVは注文日ベース(注文額)を記載

(注2) 2016年12月期より決算期変更をしているため、比較対象期間を揃えて算出

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

SHIBUYA BASE (2018年6月～)



TENJIN BASE (2019年10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



サービス	ネコポス	宅急便コンパクト	宅急便
配送料	¥280	¥500	¥890～2,090 (サイズによる)

配送料全国一律

全国翌日配送
※一部地域を除く

宛名書き不要

追跡・保証

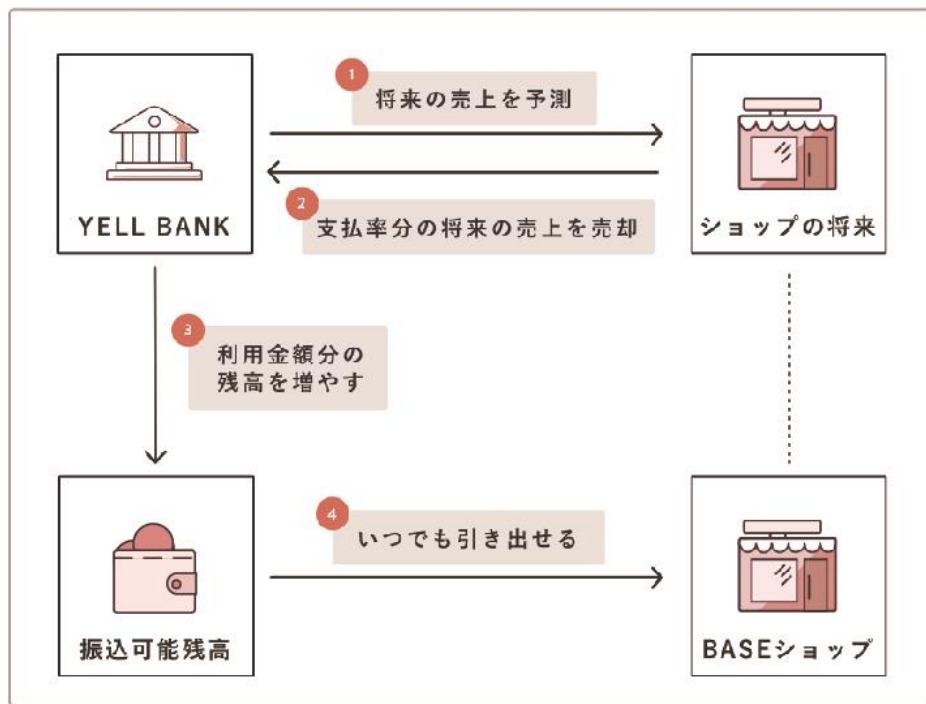


「BASE」を利用するショップオーナーが即時に資金調達できる金融サービス

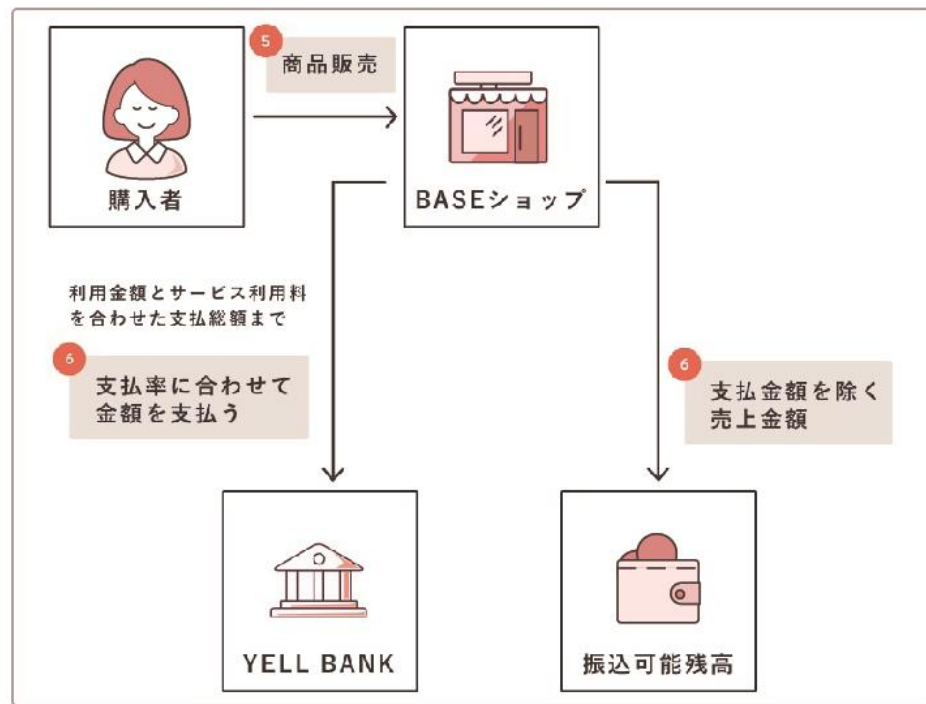
将来債権が発生しないリスクや、債権未回収リスクを「YELL BANK」が負担するため、ショップオーナーはこれらのリスク無く資金調達可能

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「YELL BANK」の特徴

01 必要な金額がすぐに手に入る

「YELL BANK」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 支払は商品が売れた時だけ

「YELL BANK」への支払は、資金調達後、商品が売れた時だけ、支払率(「YELL BANK」に債権を譲渡した割合)に応じて行われます。「YELL BANK」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「YELL BANK」が負担するため、ショップオーナーは当該リスク無く「YELL BANK」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。

「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

「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 め半月後払い	15日/月末締め め半月後払い	月末締め 翌月末払い	15日/月末締め め半月後払い

(注)プロプランを除く

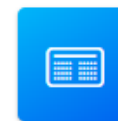
簡単に組み込み

- ✓ 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



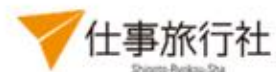
PCI-DSS



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

hairstudyBizerBIZREACHDIVERSE DIRECTDMM.make AKIBAJapanTaxiTORICOappleple
Web System&DesignboardpolcaclinicalsamuraismSELECTTYPEbrickDraftGLAZOSValuePress!PixelGrid.canvathVEGEO VEGECO
organic仕事旅行社
Shigoto Ryokou Sha東京カレンダー
TOKYO CALENDARjustInCaseUGpet.comCandee

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

250万人
以上※



利用できる場所

約80万店舗
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

※2019年8月末時点

- 「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

3.2019年12月期 第3四半期 業績

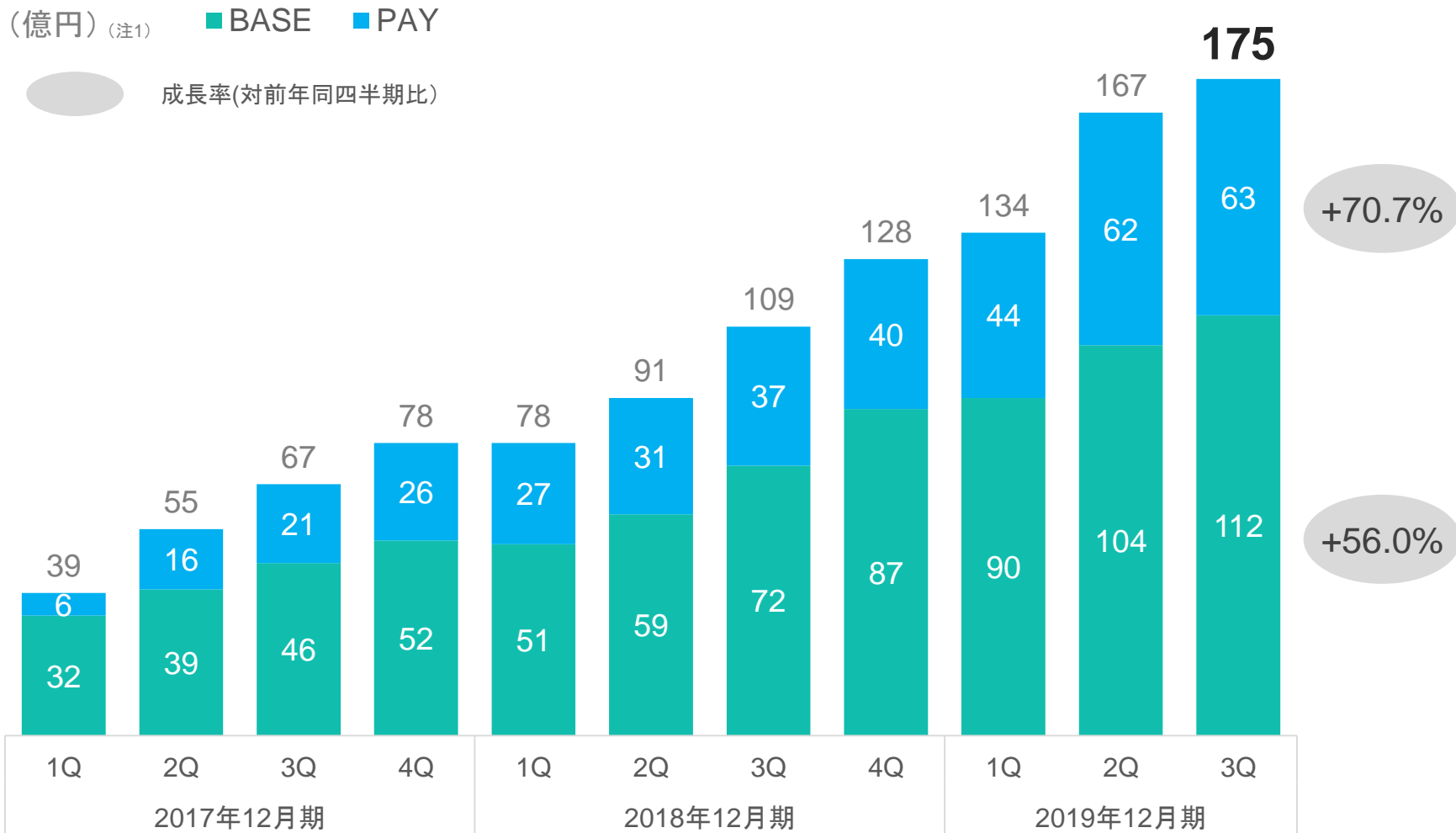
売上高はBASE事業・PAY事業ともに高い成長により前年同四半期比**+62.4%**

売上総利益は同**+56.5%**

販売管理費はプロモーション費および人件費等への先行投資により増加したため、営業赤字

(百万円)	FY2019 3Q 2019年7-9月	FY2018 3Q 2018年7-9月	YonY	FY2019 2Q 2019年4-6月	QonQ	FY2019 3Q 2019年1-9月	FY2018 3Q 2018年1-9月	YonY
売上高	1,043	642	+62.4%	923	+13.0%	2,730	1,603	+70.3%
売上総利益	609	389	+56.5%	527	+15.5%	1,586	951	+66.8%
売上総利益率	58.4%	60.6%	-2.2pt	57.2%	+1.2pt	58.1%	59.3%	-1.2pt
販売管理費	754	691	+9.0%	460	+63.9%	1,867	1,738	+7.4%
営業利益	-144	-302	-	67	-	-280	-787	-
経常利益	-143	-302	-	66	-	-279	-796	-
当期純利益	-147	-333	-	65	-	-283	-851	-

BASE事業は前年同四半期比**+56.0%**、PAY事業は同**+70.7%**と高成長を継続
 四半期でグループ全体のGMVは**170億円**を超える

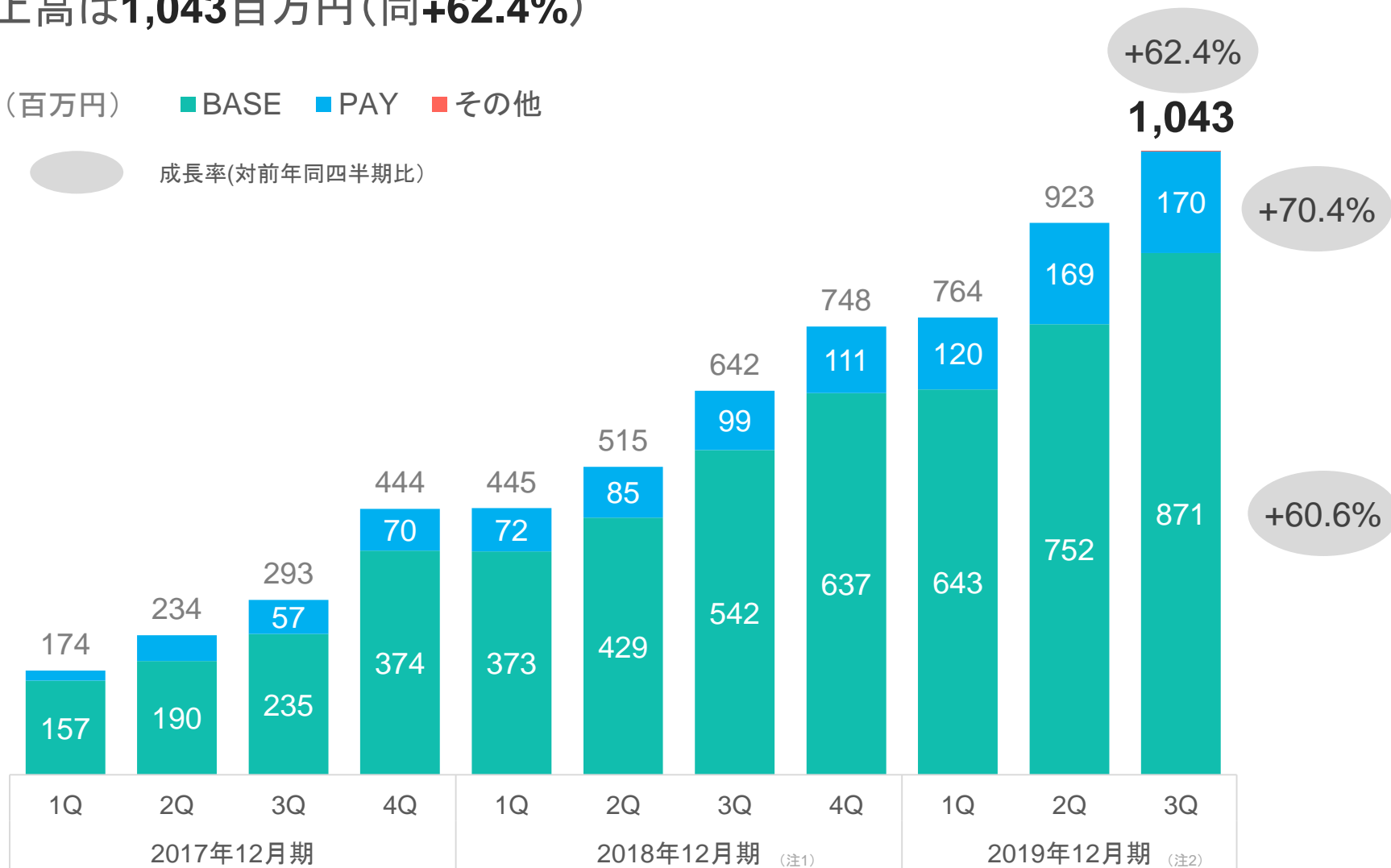


(注1) BASEのGMVは注文日ベース(注文額)。PAYのGMVは決済日ベース(決済額)

BASE事業は前年同四半期比**+60.6%**、PAY事業は同**+70.4%**と高成長を継続
 連結売上高は**1,043**百万円(同**+62.4%**)

(百万円) ■ BASE ■ PAY ■ その他

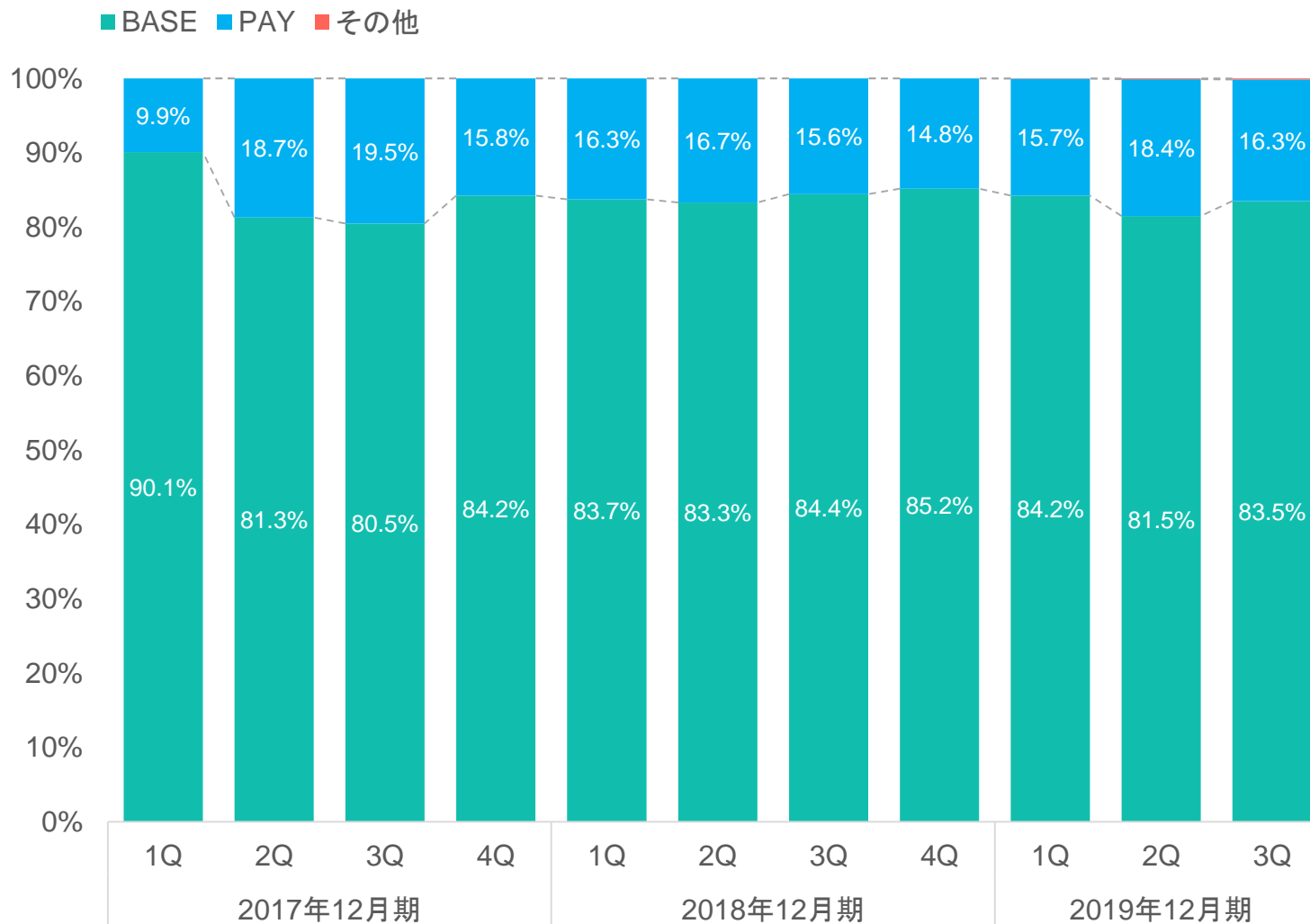
○ 成長率(対前年同四半期比)



(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BASE BANK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

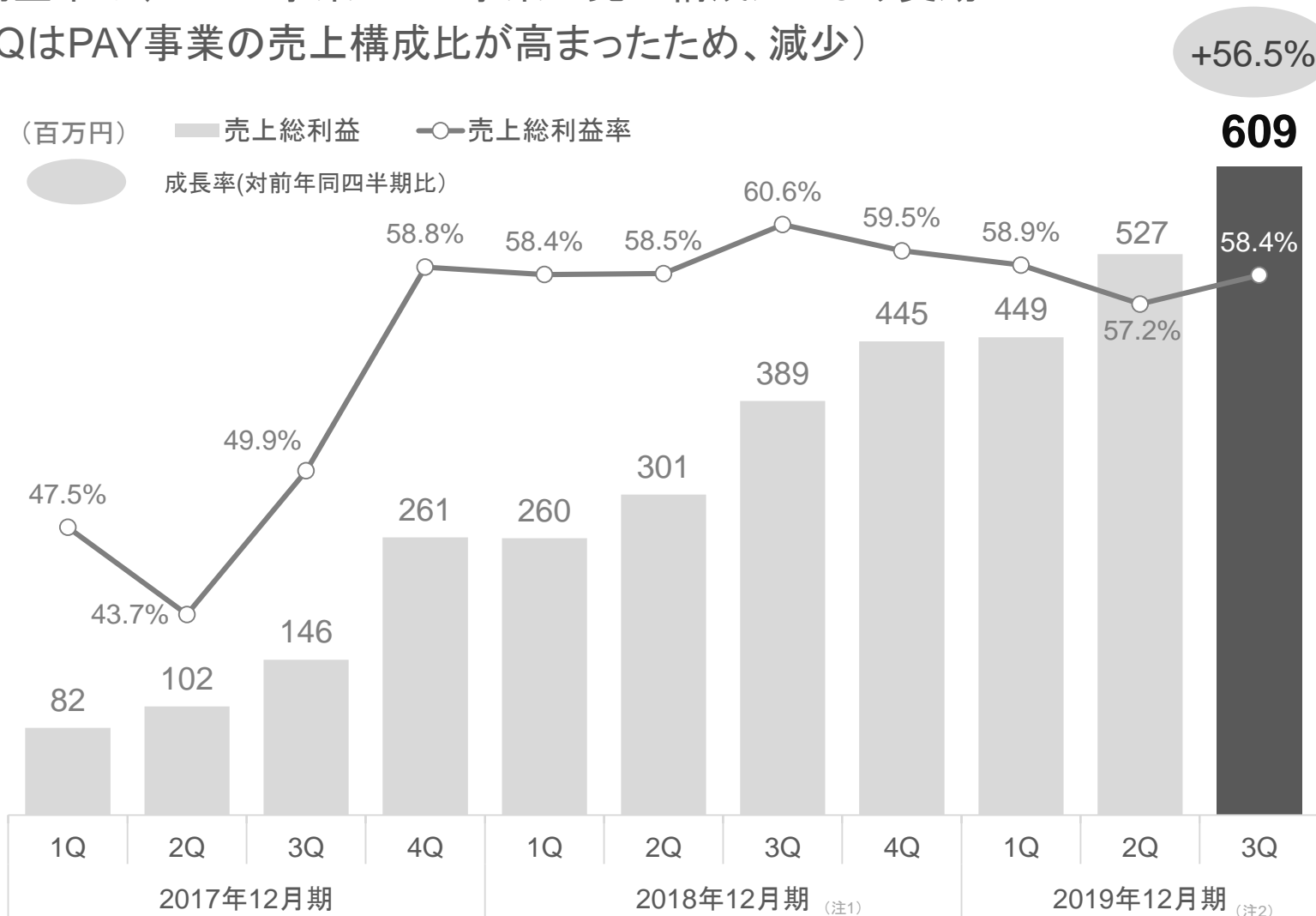
事業別売上高の構成比は、BASE事業は**84%**前後、PAY事業は**16%**前後で推移



売上総利益は、前年同四半期比**+56.5%**と高成長を継続

売上総利益率は、BASE事業とPAY事業の売上構成比により変動

(2019 2QはPAY事業の売上構成比が高まったため、減少)

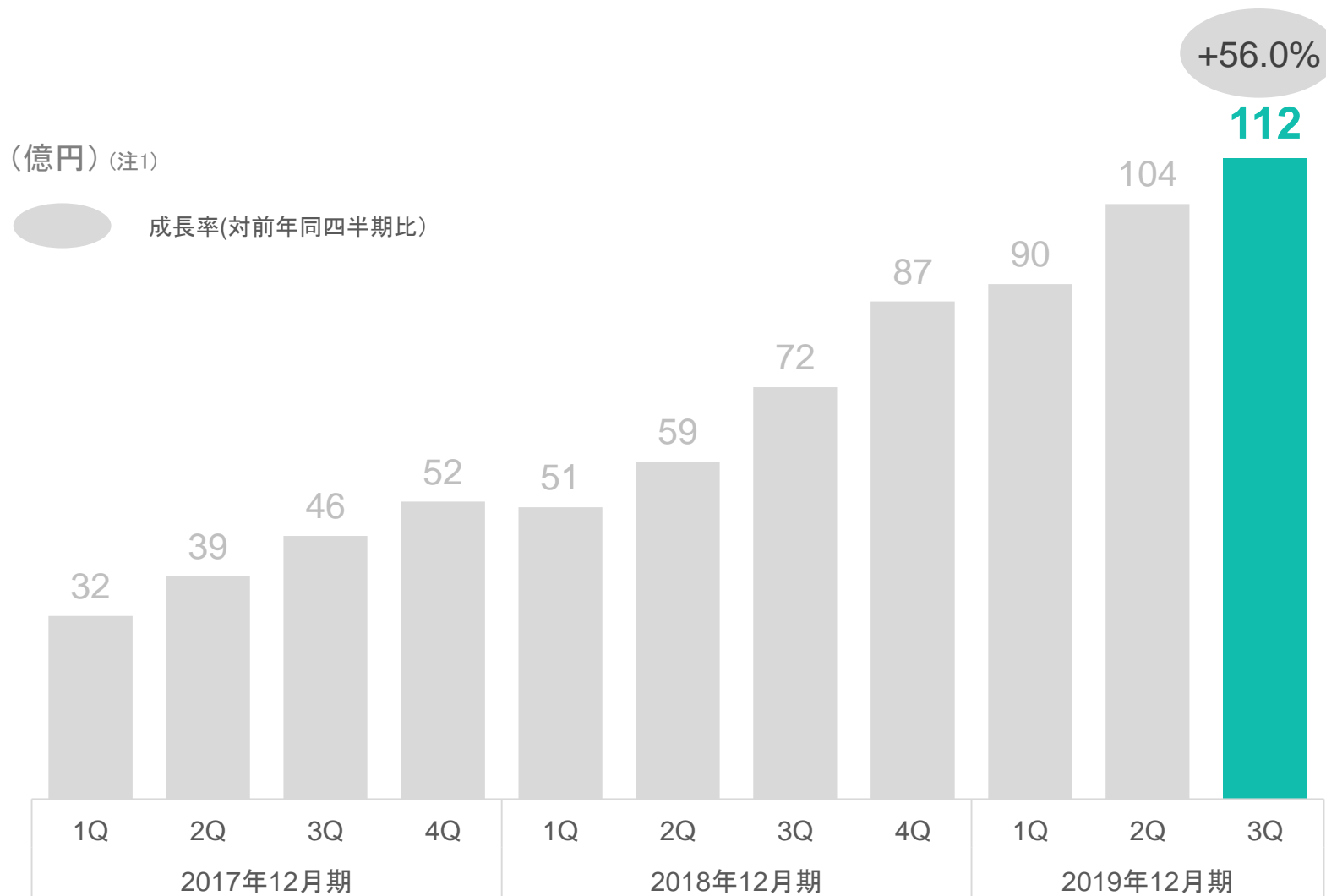


(注1) 2018/12期にPAY事業を新設分割し、連結子会社化を実施したため、2018/12期はPAY株式会社のみ連結、2017/12期以前は単体の数値を記載

(注2) 2018/12期にBASE BANK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

前年同四半期比+56.0%成長し、四半期で112億円

GMVは季節要因により変動し、ショップにとって1月、2月(1Q)と8月(3Q)は閑散期となる傾向

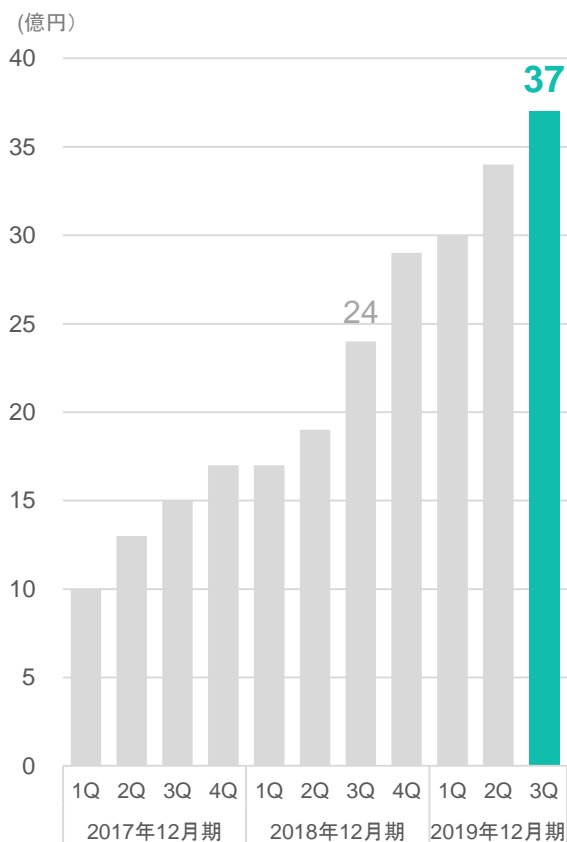


(注1) GMVは注文日ベース(注文額)

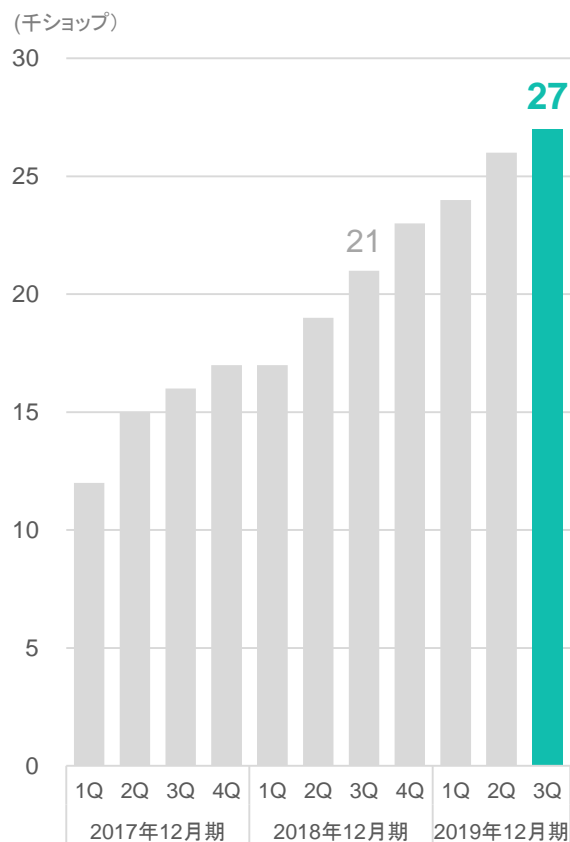
月間GMVは前年同四半期比**+56.0%**

月間売店数は同**+31.1%**、1ショップあたり月間平均GMVは同**+19.0%**とともに成長

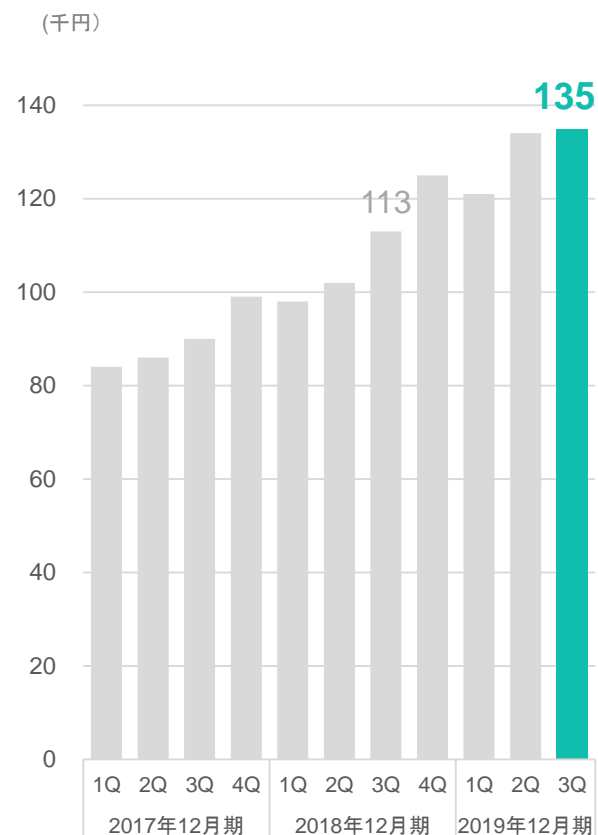
月間GMV (注1,2)



月間売店数 (注2)



1ショップあたり月間平均GMV

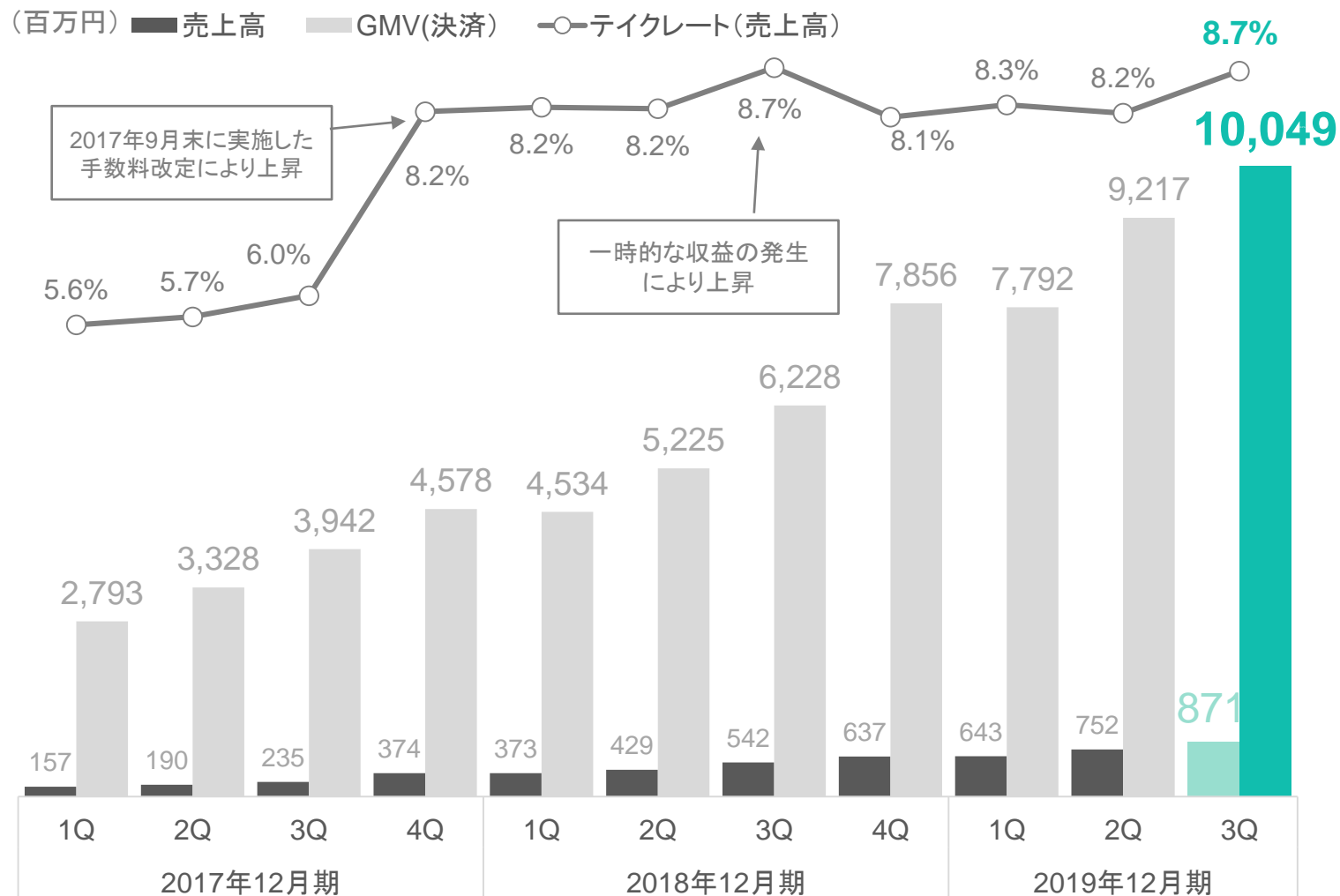


(注1)GMVは注文日ベースの注文額

(注2)月間GMV及び月間売店数は、四半期平均

GMV(決済額)^(注)は**10,049**百万円(前年同期比**+61.3%**)

テイクレートは7月の利用規約改定に伴う課税処理変更により**8.7%**に増加



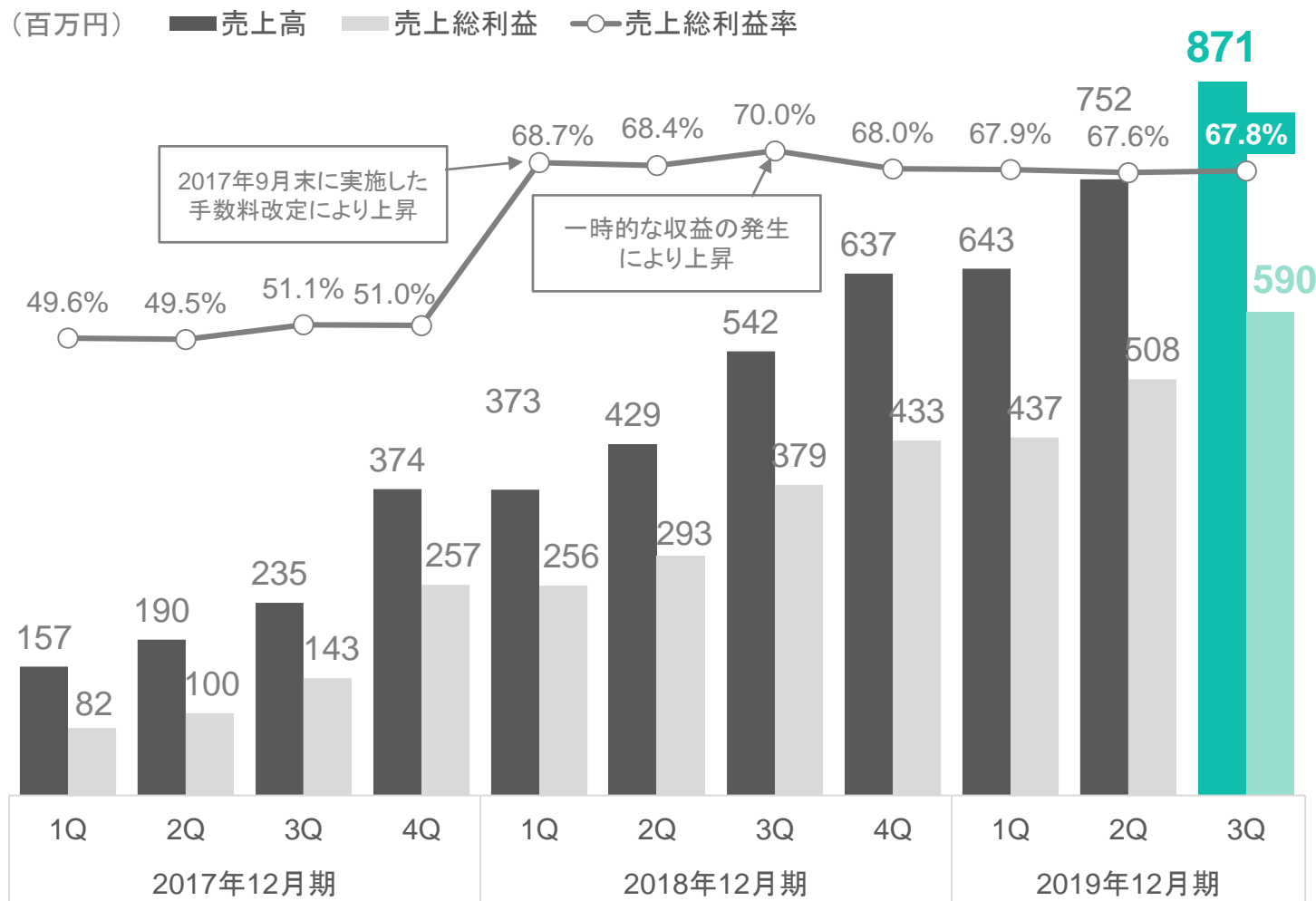
(注)GMV(決済額)は、注文額(注文日ベースGMV)のうち、決済まで至った取引金額の総額であり、決済日が属する月に計上。

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。

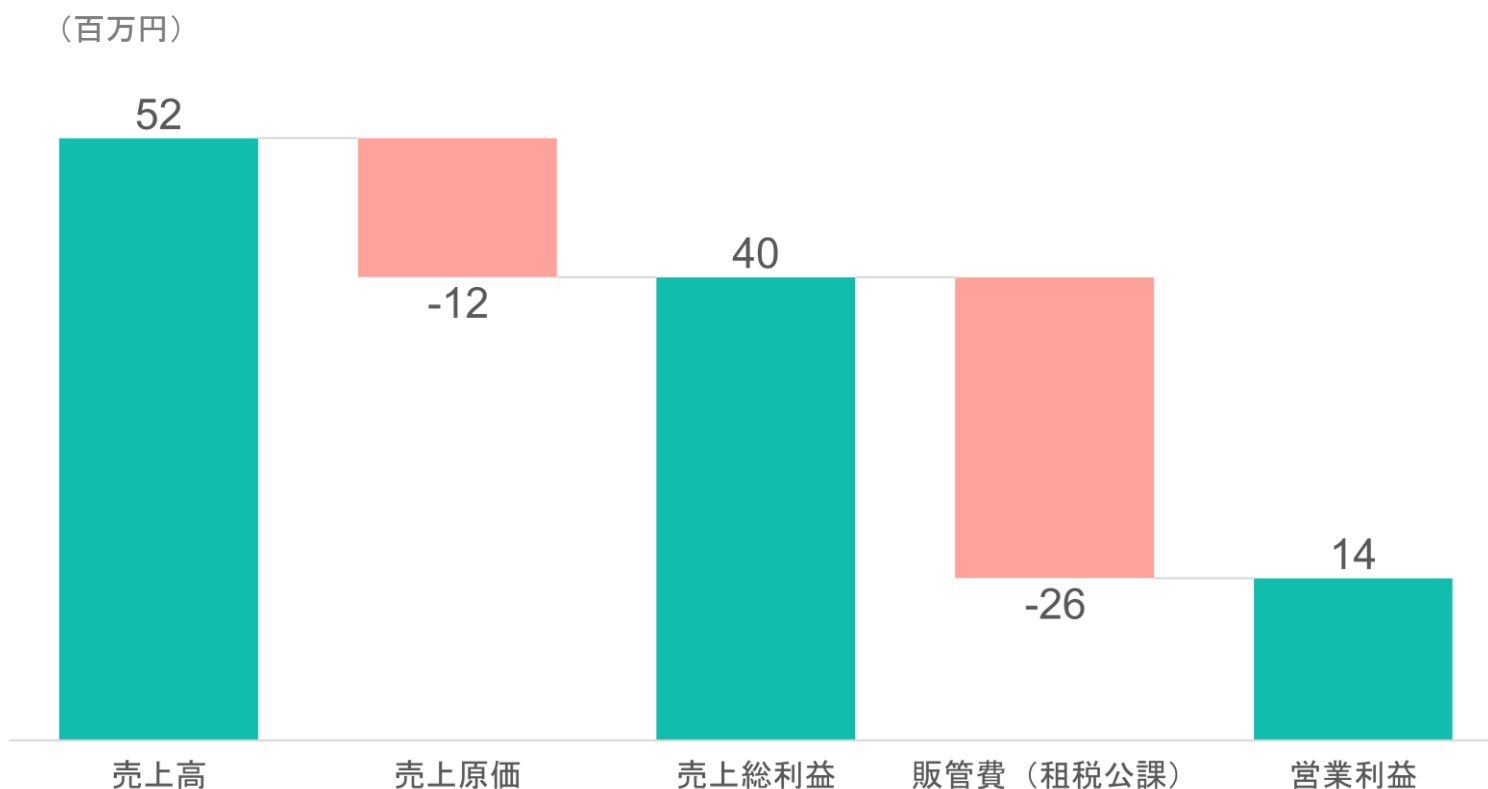
売上高は前年同四半期比+60.6%、売上総利益は同+55.6%

売上総利益率は決済手段構成比により変動(3Qは利益率の低い決済手段構成比が増加)

課税処理変更により売上総利益率は増加



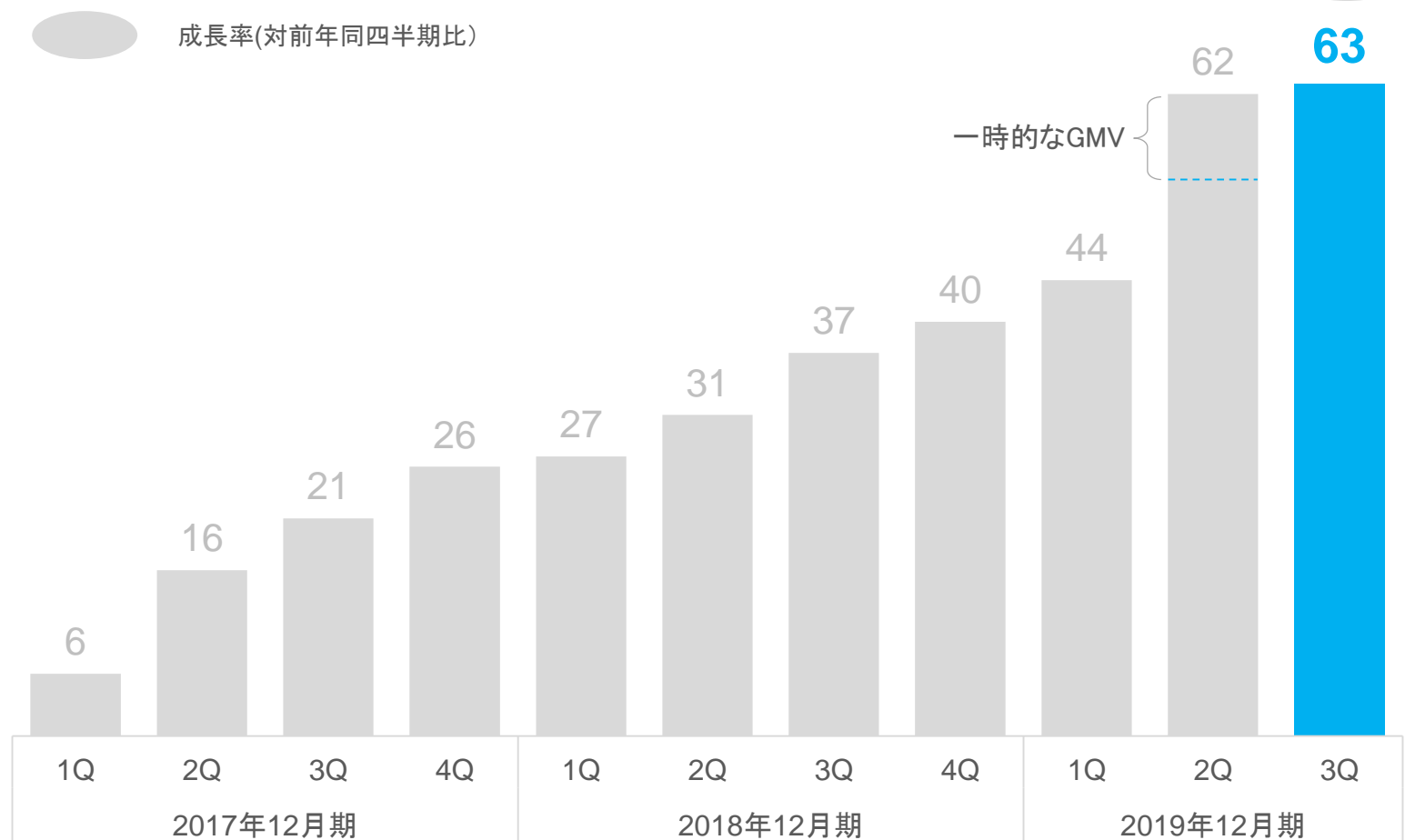
- 2019年7月、利用規約改定により当社からショップに対し売上金を支払う法的構成を代理受領(課税)構成から債権譲渡(非課税)構成に変更
- これに伴い、当社がショップから受領する決済手数料の課税処理を変更
上記変更による影響額は以下のとおり
- テイクレートは+0.5point、売上原価率は+0.12point



前年同四半期比**+70.7%**と高成長を継続

2019 2Qは試験的に稼働した加盟店のGMVが一時的に発生

(億円) (注1)

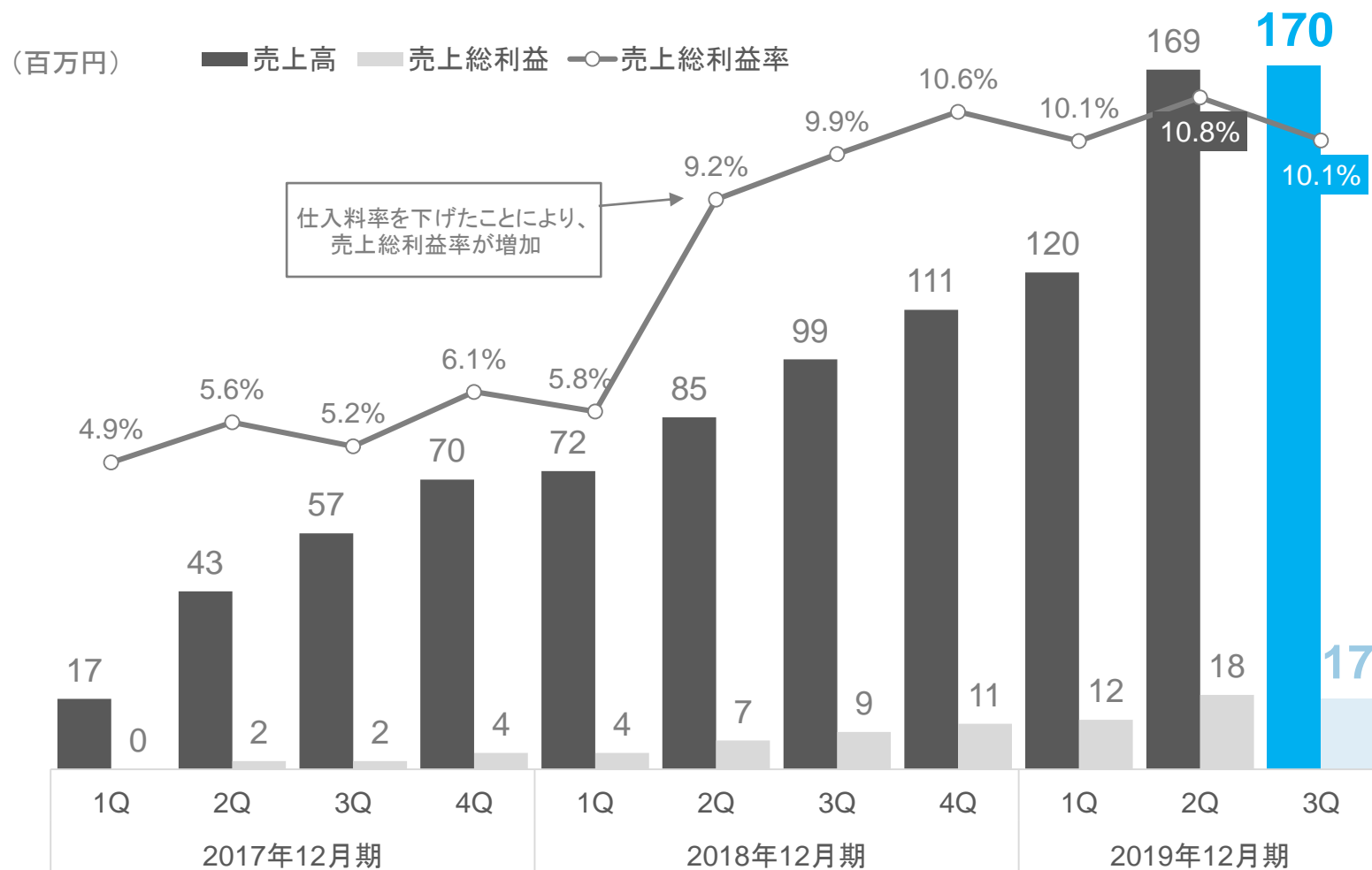


(注1) GMVは決済日ベース(決済額)

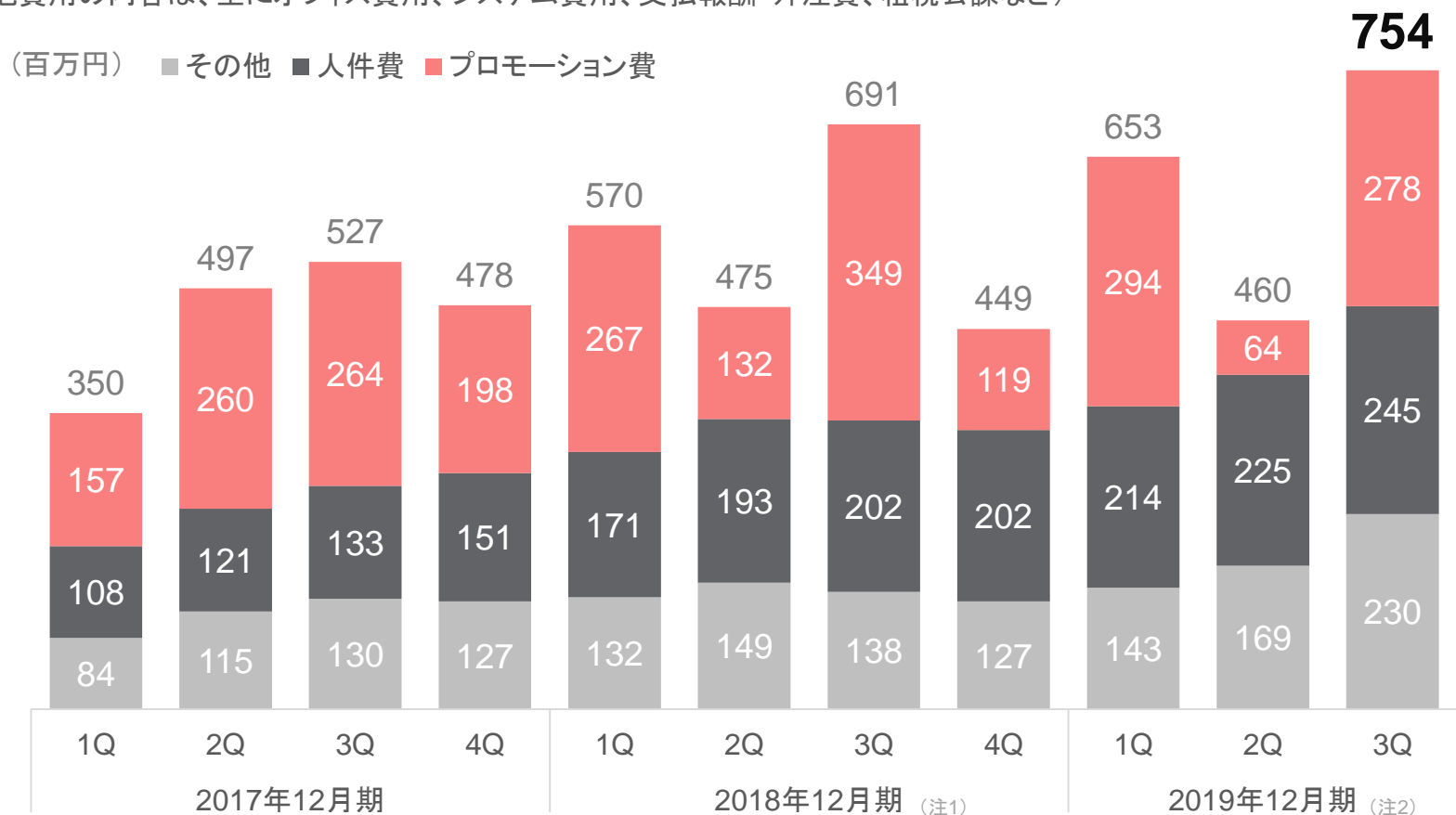
売上高は前年同四半期比+70.4%、売上総利益は同+74.2%

売上総利益率は料金プランの売上高構成比の変動

(2019 3Qは利益率の低いプランの売上高構成比が増加したため、減少)



- 9月のTVCM及びWebマーケティング強化等の先行投資により、プロモーション費が増加(前四半期比+213百万円)
(TVCMを2018年は3,8月に実施、2019年は1,9,10月に実施)
- プロダクト強化のための人員増加(2019年6月末対比+11名増加)に伴い人件費が増加(同+20百万円)
- 7月のオフィス増床、7月のBASE 利用規約改定に伴う消費税の課税処理変更等によりその他費用が増加(同+60百万円)
(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)

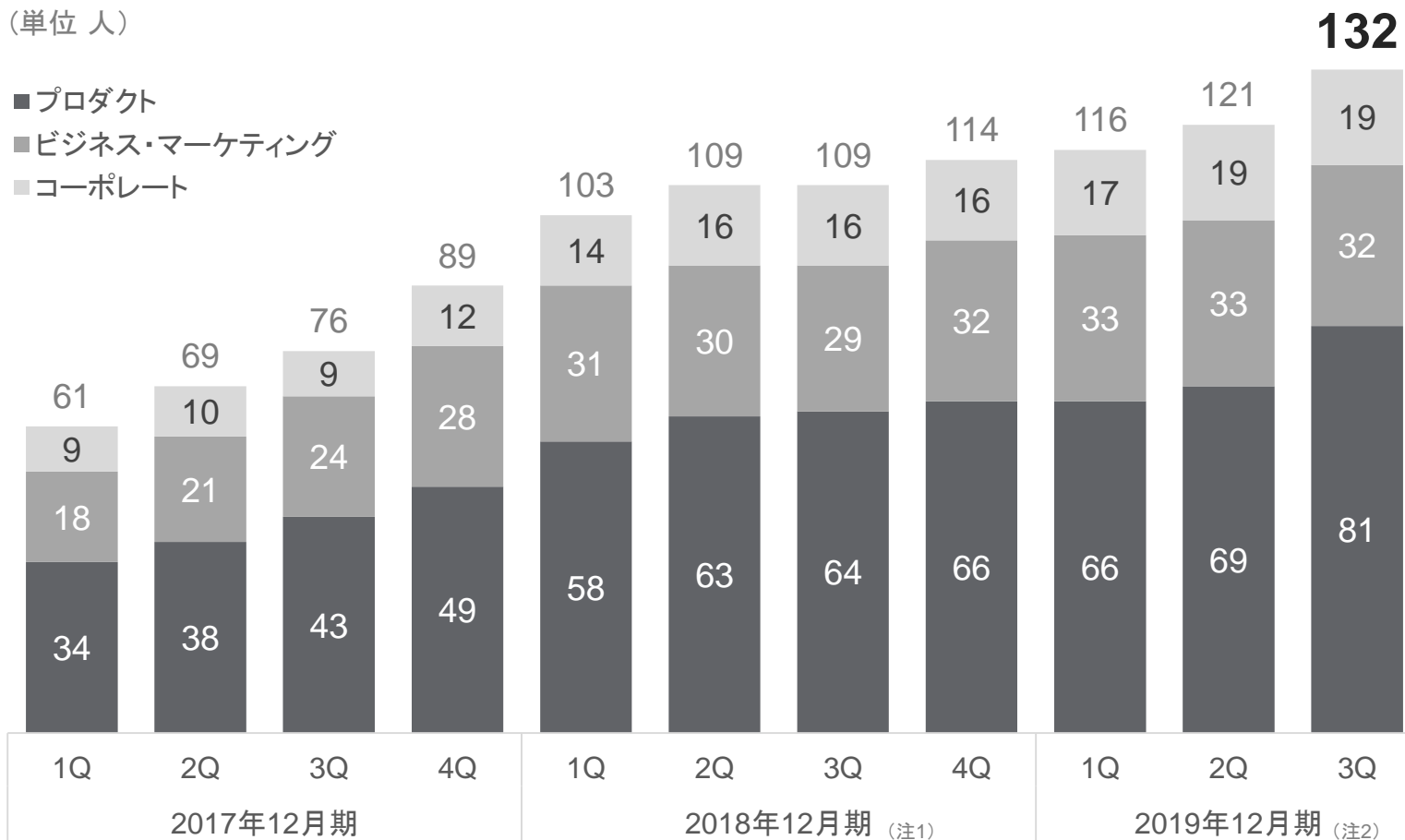


(注1) 2018/12期にPAY事業を新設分割し、連結子会社化を実施したため、2018/12期はPAY株式会社のみ連結、2017/12期以前は単体の数値を記載
(注2) 2018/12期にBASE BANK株式会社を設立し、2019/12期に連結子会社化を実施したため、2019/12期は連結の数値を記載

主にプロダクト強化に向けた採用強化により人員が増加
 前期末比+18名、前四半期比+11名

(単位 人)

- プロダクト
- ビジネス・マーケティング
- コーポレート



(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

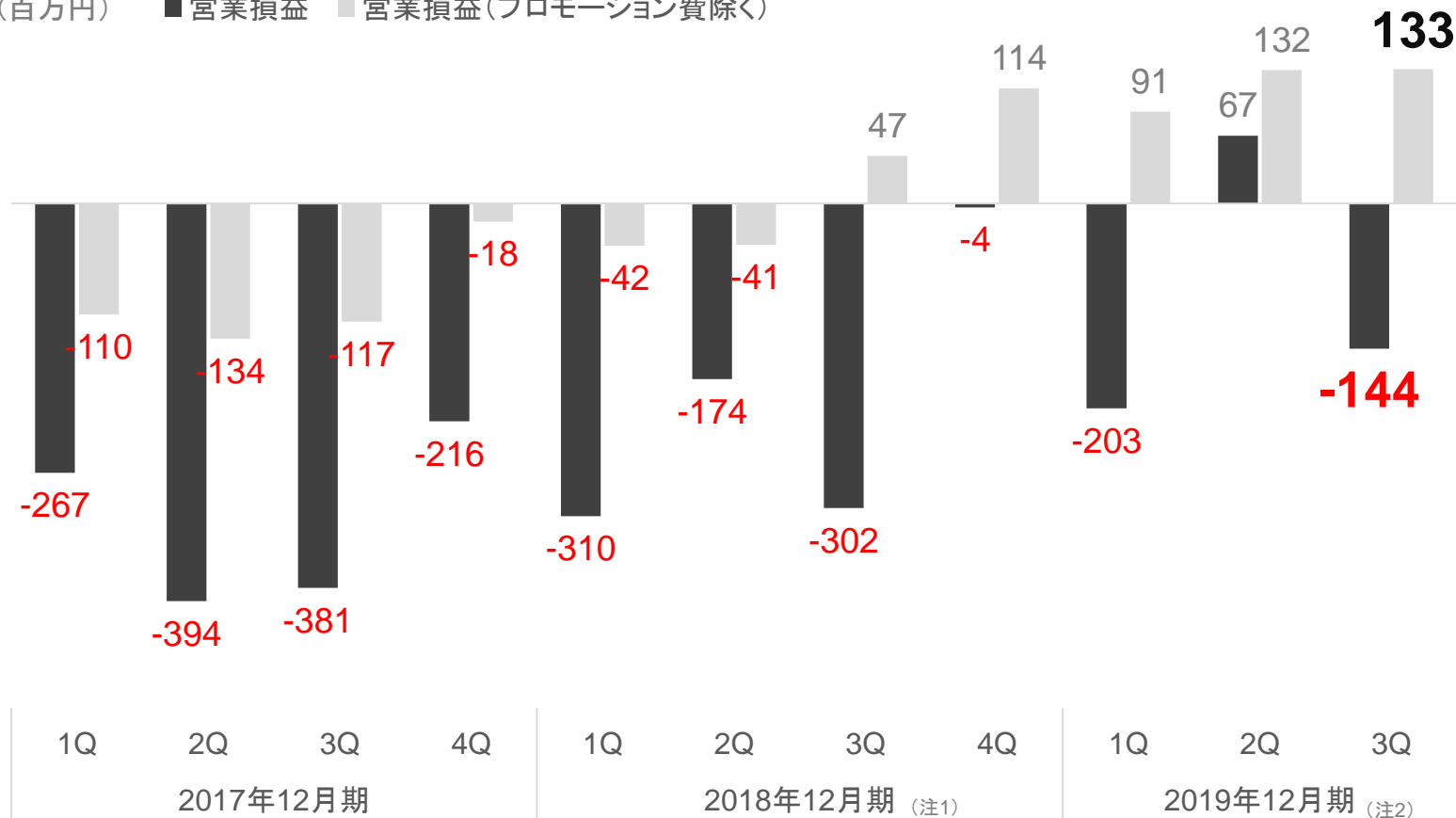
(注2) 2018/12期にBASE BANK株式会社を設立し、2019/12期に連結子会社化を実施したため、2019/12期は連結の数値を記載

(注3) 従業員数は正社員及び契約社員の人数であり、役員、臨時雇用者は含みません。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。

2Qはプロモーション費用を抑えていたため営業黒字だったが、3QはTVCM及びWebマーケティング強化等の先行投資により、**-144**百万円と営業赤字に。

プロモーション費用を抑えれば黒字になる水準だが、今期は先行投資を継続。

(百万円) ■ 営業損益 ■ 営業損益(プロモーション費除く)



(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BASE BANK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

4.通期業績予想

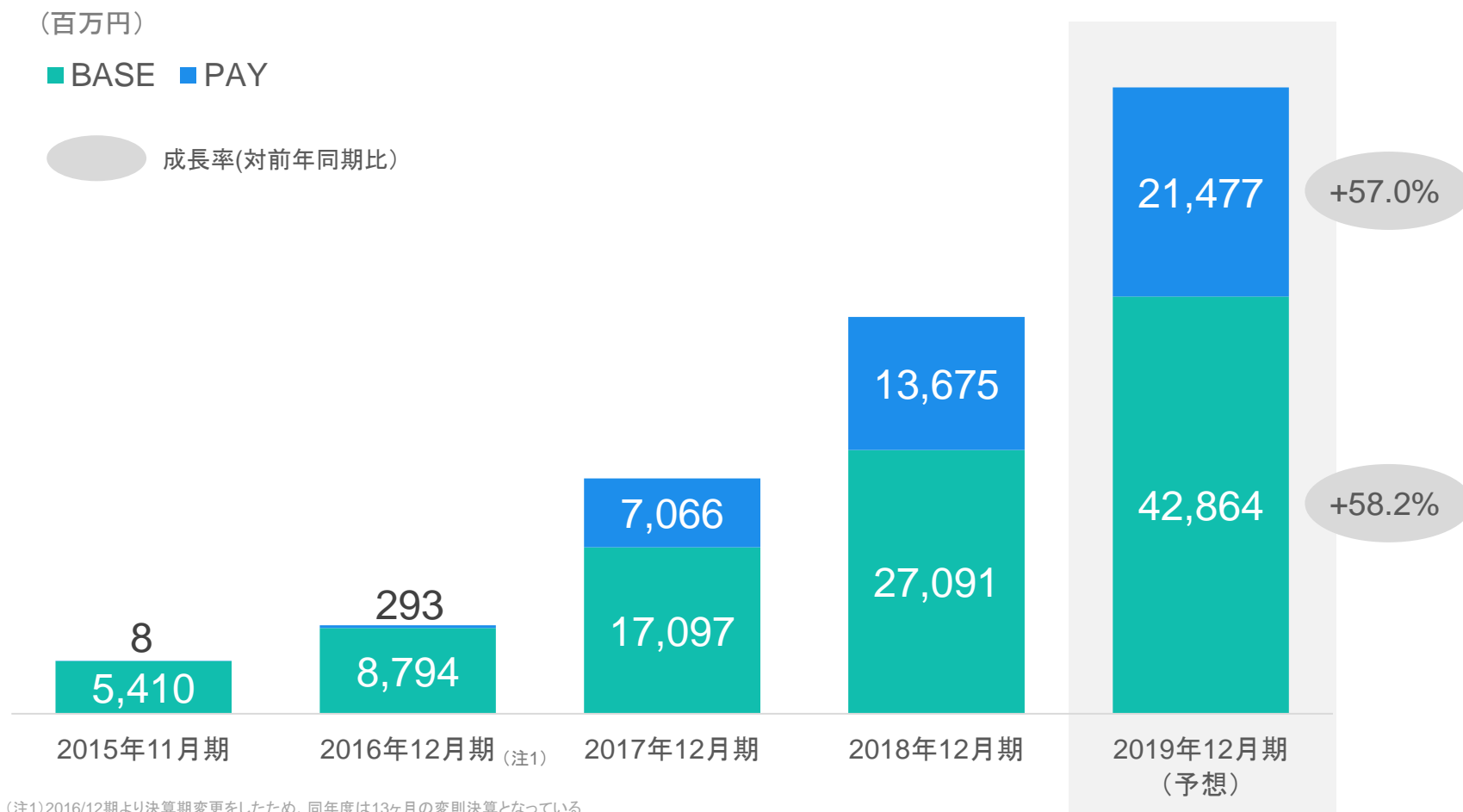
- 2019年10月25日に通期業績予想を以下の通り開示
- 売上高は前年同期比**+56.0%**、売上総利益は同**+54.2%**の成長を見込む
- 販売管理費は人件費及びプロモーション費用等の先行投資を続けるため同**+23.1%**増加、営業利益は赤字計画
- 3Qまでは計画どおりに推移

(百万円)	FY2019 通期予想	FY2018 実績	YoY	FY2019 3Q 2019年1-9月	進捗率
売上高	3,670	2,352	+56.0%	2,730	74.4%
売上総利益	2,154	1,396	+54.2%	1,586	73.7%
売上総利益率	58.7%	59.4%	-0.7pt	58.1%	-
販売管理費	2,694	2,187	+23.1%	1,867	69.3%
営業利益	-540	-791	-	-280	-
経常利益	-559	-798	-	-279	-
当期純利益	-560	-854	-	-283	-

通期業績予想 - GMV(事業別)

BASE事業は、**42,864**百万円(前年同期比**+58.2%**)

PAY事業は、**21,477**百万円(同**+57.0%**)

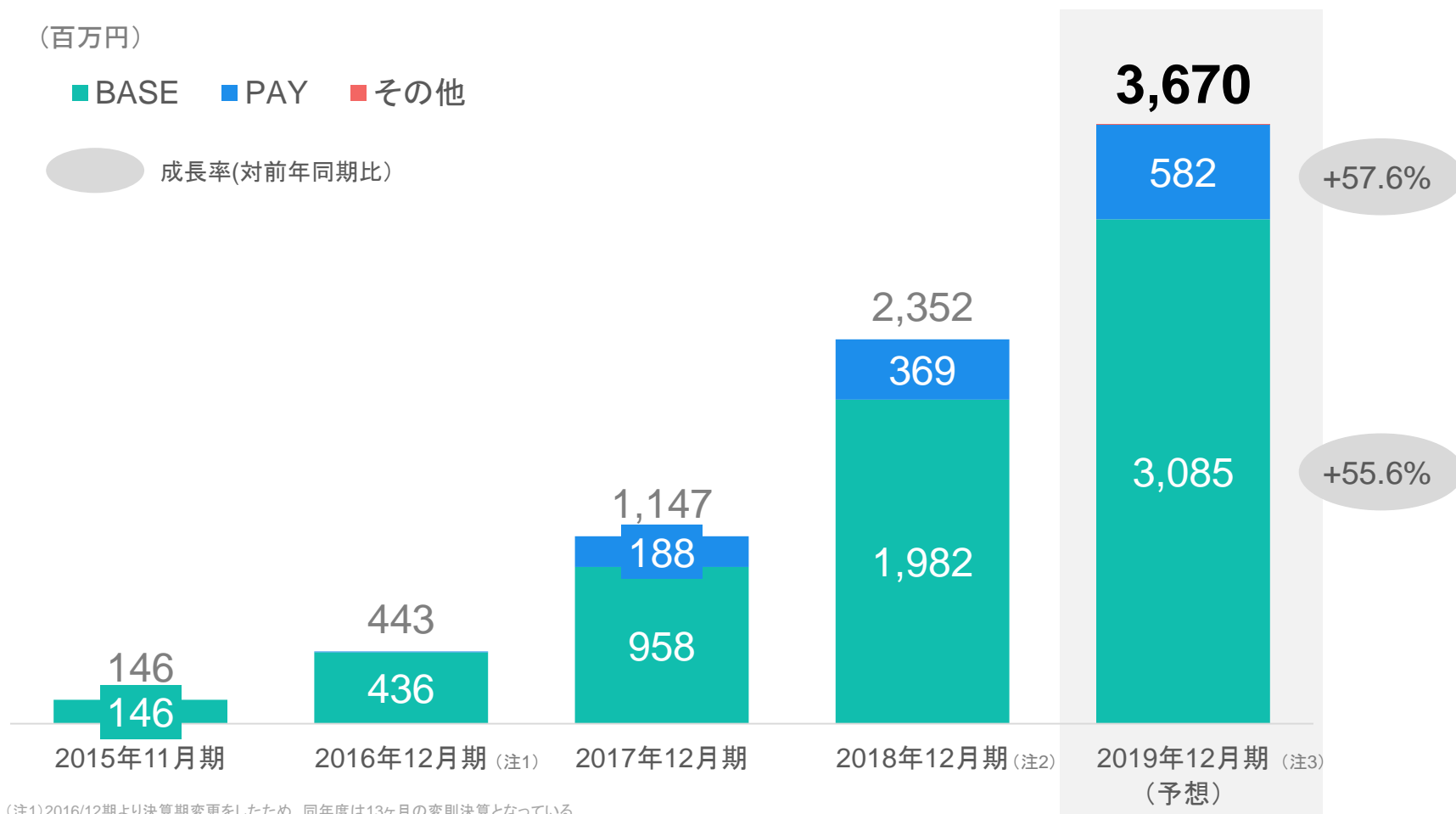


通期業績予想 - 売上高(事業別)

売上高は**3,670**百万円(前年同期比**+56.0%**)を見込む

BASE事業はGMVの成長に伴い**3,085**百万円(前年同期比**+55.6%**)

PAY事業はGMVの成長に伴い**582**百万円(同**+57.6%**)



(注1) 2016/12期より決算期変更をしたため、同年度は13ヶ月の変則決算となっている

(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、2017/12期以前は単体の数値を記載

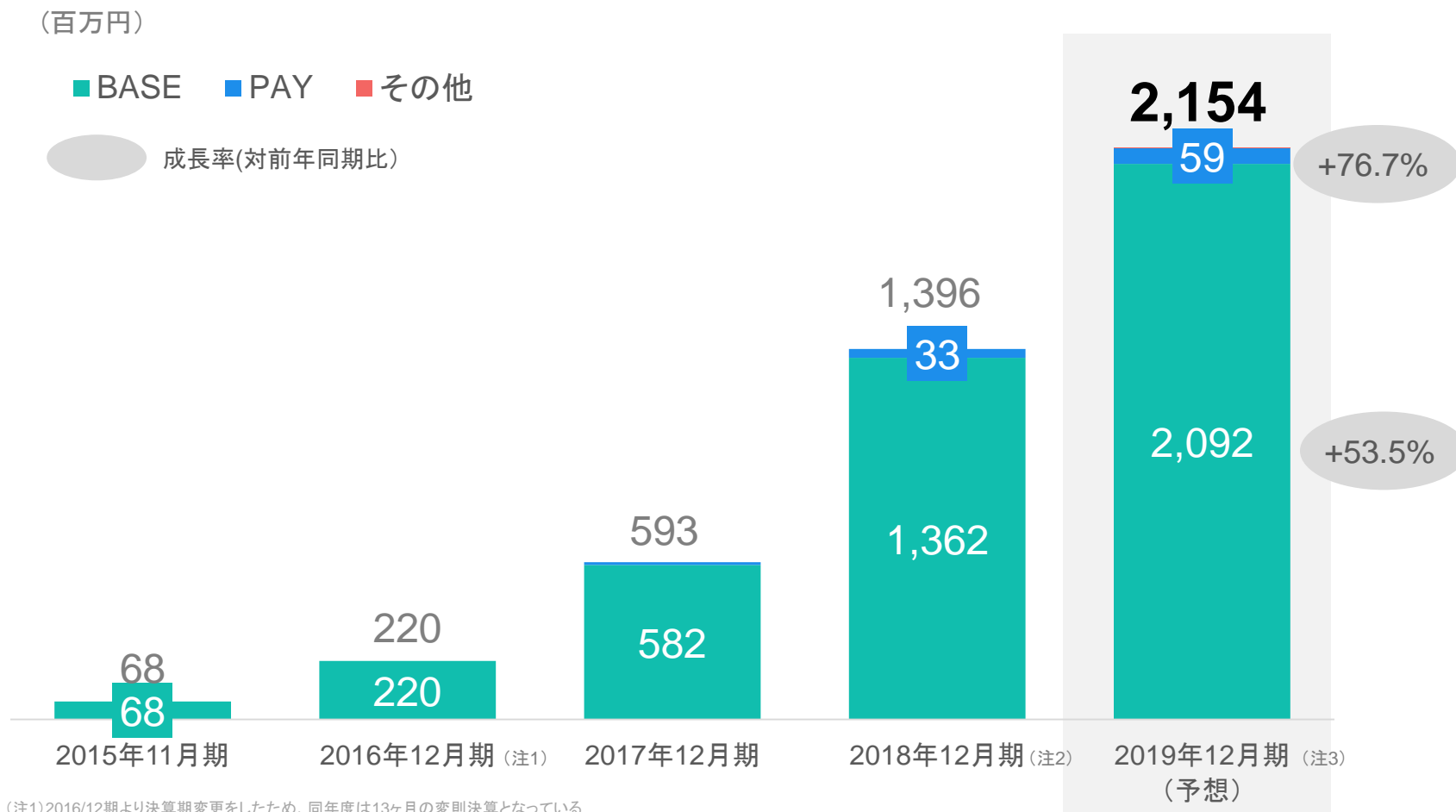
(注3) 2018/12期にBASE BANK株式会社を設立し、2019/12期に連結子会社化を実施したため、2019/12期は連結の数値を記載

通期業績予想 - 売上総利益(事業別)

売上総利益は**2,154**百万円(前年同期比**+54.2%**)を見込む

BASE事業はGMVの成長に伴い、**2,092**百万円(前年同期比**+53.5%**)

PAY事業はGMVの成長に伴い、**59**百万円(同**+76.7%**)



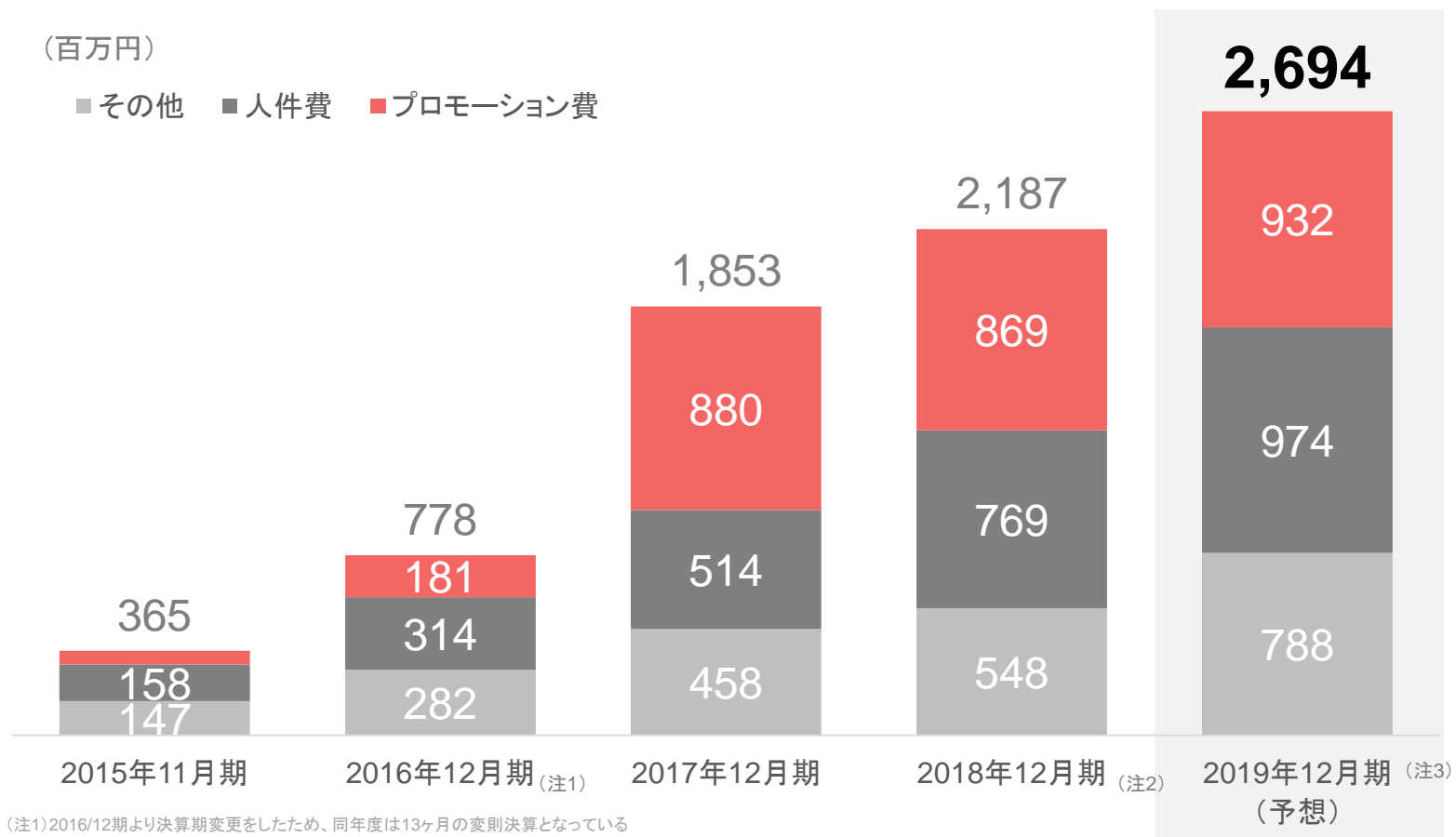
(注1) 2016/12期より決算期変更をしたため、同年度は13ヶ月の変則決算となっている

(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、2017/12期以前は単体の数値を記載

(注3) 2018/12期にBASE BANK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

通期業績予想 - 販管費

- TVCM及びWebマーケティング強化等の先行投資により、プロモーション費が増加(前年同期比+62百万円)
- プロダクト強化等のための人員増加(前年同期比+約30名増加)に伴い人件費が増加(同+204百万円)
- オフィス増床、システム増強、BASE 利用規約改定に伴う消費税の課税処理変更等によりその他費用が増加(同+239百万円)(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)



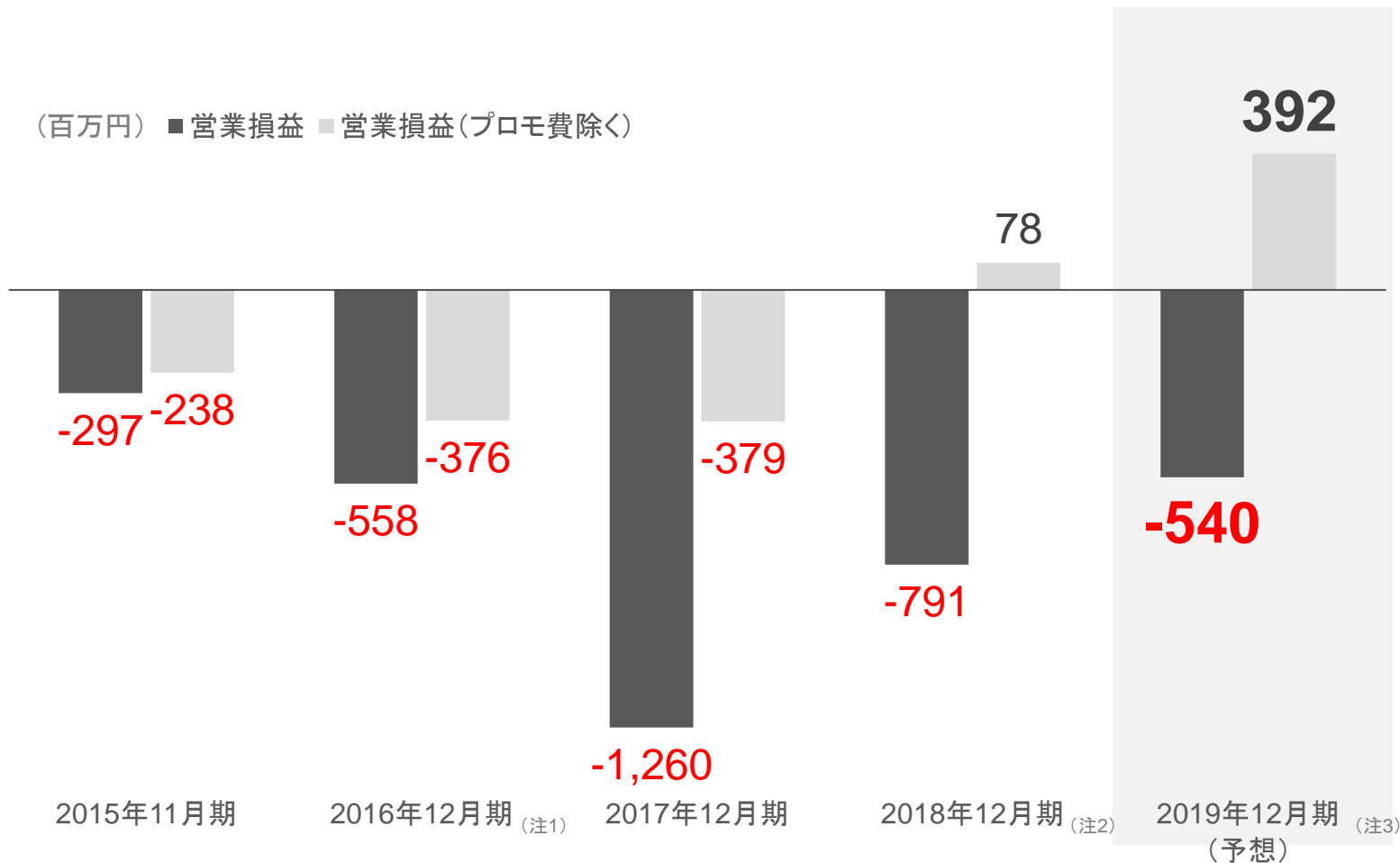
(注1) 2016/12期より決算期変更をしたため、同年度は13ヶ月の変則決算となっている

(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、2017/12期以前は単体の数値を記載

(注3) 2018/12期にBASE BANK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

通期業績予想 - 営業損益

売上総利益は**2,154**百万円(前年同期比**+54.2%**)を見込むも、販売管理費は人件費及びプロモーション費用等の先行投資を続けるため同**+23.1%**増加し、営業利益は赤字計画
 営業赤字は減少し、プロモーション費を除いた営業利益は大きく増加する計画



(注1) 2016/12期より決算期変更をしたため、同年度は13ヶ月の変則決算となっている

(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、2017/12期以前は単体の数値を記載

(注3) 2018/12期にBASE BANK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

5.ご参考資料

2012年12月
六本木にて会社設立

2014年3月
本社を渋谷へ移転

2014年12月
「ピュレカ株式会社」を子会社化

2018年1月
「PAY株式会社」
「BASE BANK株式会社」の設立

2018年9月
本社を六本木へ移転

2012年

2013年

2014年

2015年

2016年

2017年

2018年

2019年

2014年3月
「BASEかんたん決済」及び
「BASEかんたん決済」にて、
「クレジットカード決済」の提供開始

2015年3月
「BASEかんたん決済」にて、
「銀行振込み決済」の提供開始

2018年6月
渋谷マルイ1階に「BASE」常設店舗
「SHIBUYA BASE」をオープン

2019年10月
天神コアに「BASE」常設店舗
「TENJIN BASE」をオープン

2012年
12月

ECコマースプラットフォーム「BASE」

2014年6月
「BASEかんたん決済」にて、
「コンビニ決済・Pay-easy決済」の提供開始

2015年12月
「BASEかんたん決済」にて、
「後払い決済」の提供開始

2017年9月
「BASEかんたん決済」にて、
「キャリア決済」の提供開始

2015年9月

オンライン決済サービス「PAY.JP」

BASE事業

PAY事業

その他事業

2016年6月

ID決済サービス「PAY ID」

2018年12月

資金調達サービス
「YELL BANK」



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EVP of Development）

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（メディアデザイン学）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）

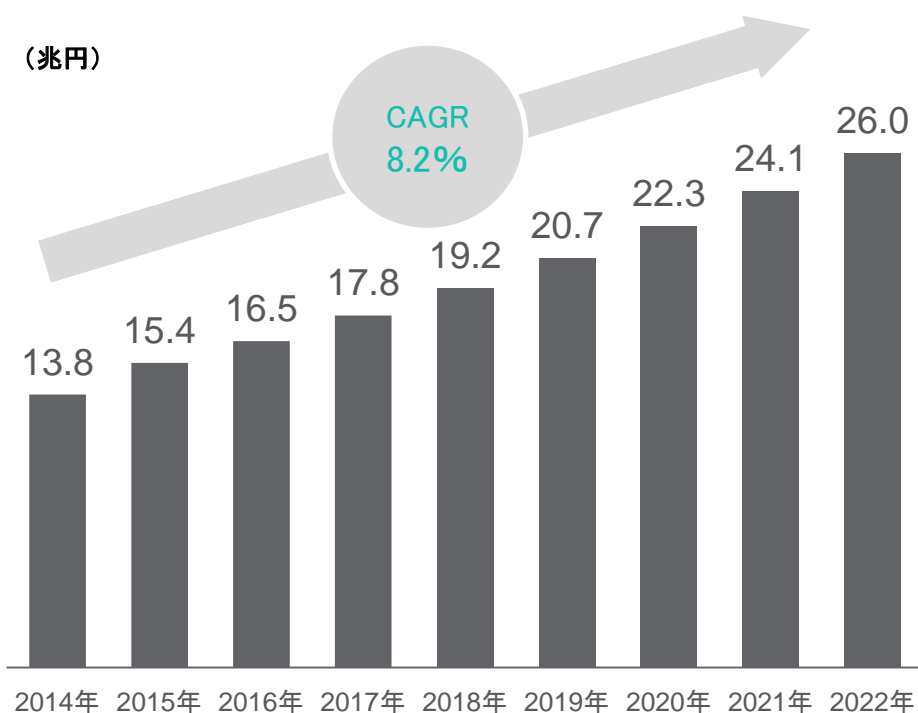
デザイン会社入社後、2003年1月有限会社paperboy&co.（現：GMOペパボ株式会社）を設立。2012年12月当社社外取締役に就任。
当社をはじめ、株式会社CAMPFIRE、株式会社partyfactoryなど様々なベンチャー企業に参画。

志村正之（社外取締役）

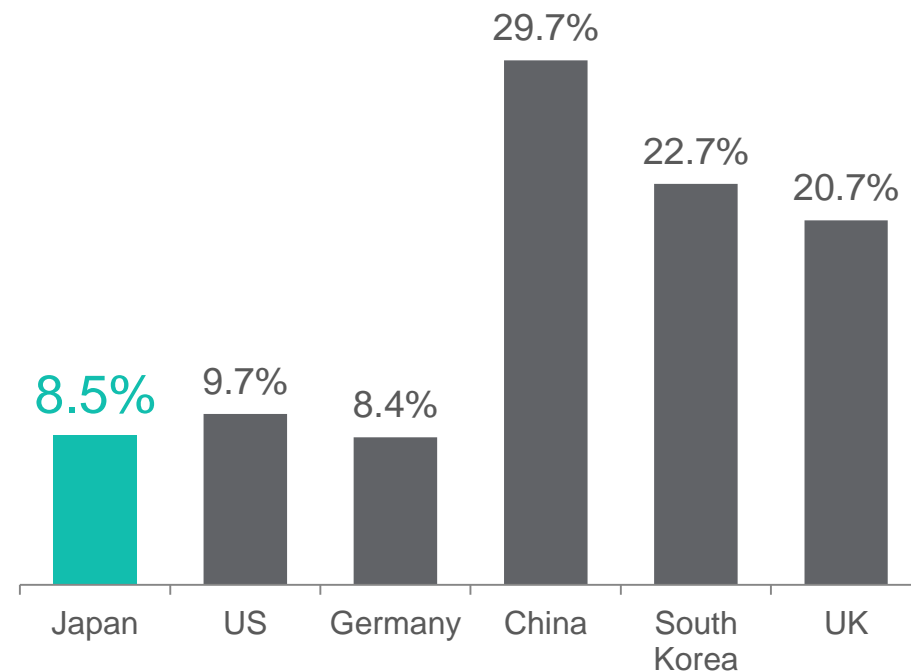
1982年4月株式会社三井銀行（現：株式会社三井住友銀行）に入行。同行の執行役員アジア・太平洋本部長、専務執行役員を歴任の上、
2018年6月には三井住友カード株式会社代表取締役専務執行役員に就任。2019年6月株式会社Ubicomホールディングス取締役アジア戦略およびファイナンス・財務戦略責任者（CSO）に就任。2019年8月当社社外取締役に就任。

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



各国のEC化率



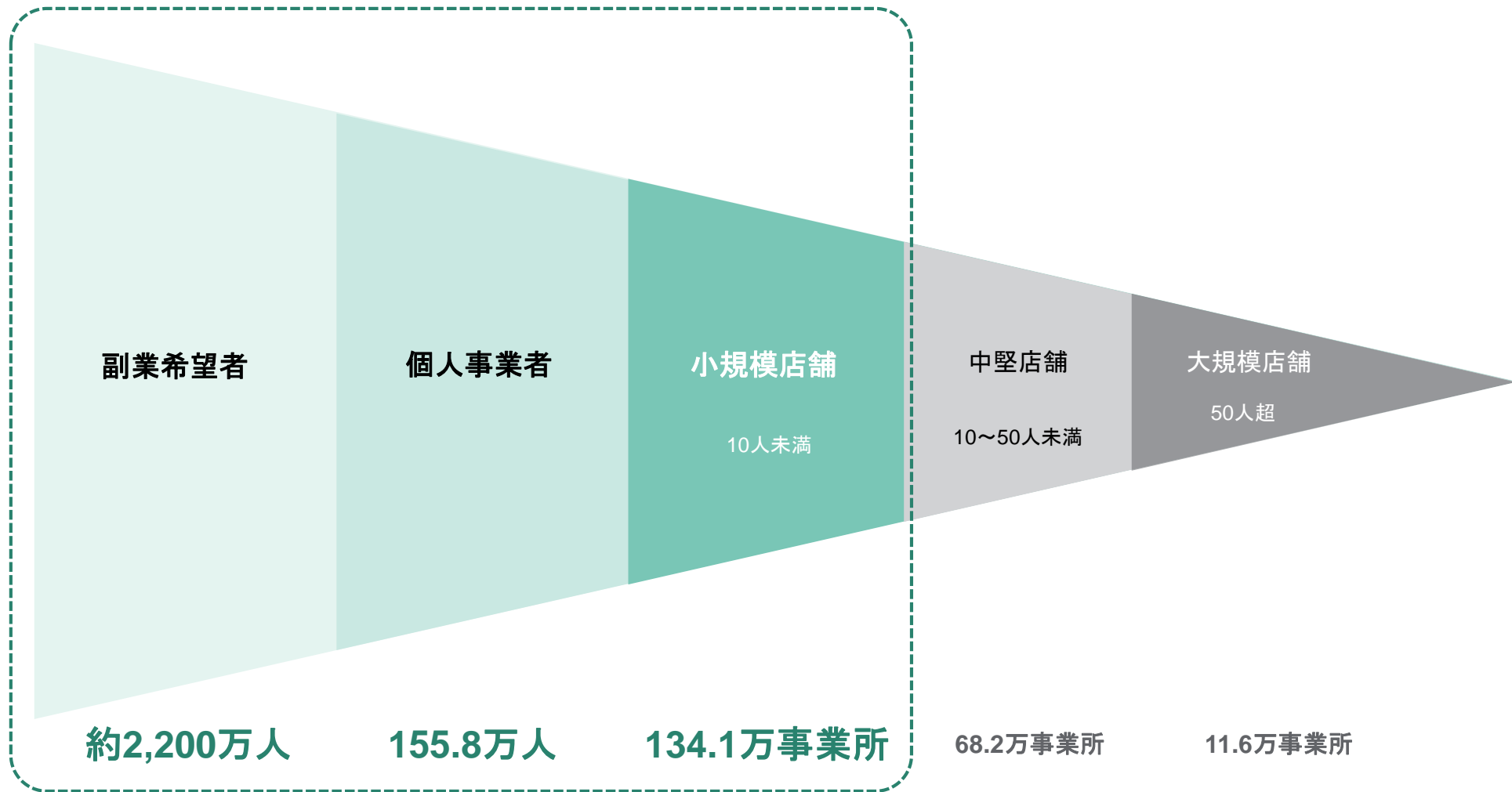
出典：株式会社野村総合研究所「2022年までのICT・メディア市場の規模とトレンドを展望～AIやIoTを使いこなす「真のICT先進国」への道筋～」

出典：eMarketer「By Country Retail Ecommerce Sales Penetration: % of Total Retail Sales」

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に



損益計算書(セグメント別)

BASE

(百万円)		2017年12月期				2018年12月期				2019年12月期		
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
売上高	BASE	157	190	235	374	373	429	542	637	643	752	871
	PAY	17	43	57	70	72	85	99	111	120	169	170
	その他	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	1
売上総利益	BASE	82	100	143	257	256	293	379	433	437	508	590
	PAY	0	2	2	4	4	7	9	11	12	18	17
	その他	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	1
セグメント利益	BASE	-	-	-	-	-234	-96	-229	64	-108	144	-71
	PAY	-	-	-	-	-51	-50	-43	-37	-43	-31	-28
	その他	-	-	-	-	-	-	-	-	-15	-12	-11
	全社費用	-	-	-	-	-23	-26	-29	-30	-34	-32	-33
営業損益	全社	-267	-394	-381	-218	-310	-174	-302	-4	-203	67	-144

(百万円)	2019年9月末	2018年12月末	YoY	2019年6月末	QonQ
流動資産	6,452	6,588	-2.1%	7,919	-18.5%
固定資産	374	363	+3.0%	252	+48.5%
資産合計	6,826	6,951	-1.8%	8,171	-16.5%
流動負債	5,335	5,168	+3.2%	6,545	-18.5%
固定負債	56	45	+25.9%	44	+28.4%
負債合計	5,392	5,213	+3.4%	6,589	-18.2%
資本金	1,325	1,325	-	1,325	-
資本剰余金	1,266	1,266	-	1,266	-
純資産合計	1,434	1,737	-17.5%	1,581	-9.3%

通期業績予想(BASE事業)

(百万円)	FY2019 通期予想	FY2018 実績	YoY	FY2019 3Q 2019年1-9月	進捗率
GMV(注文)	42,864	27,091	+58.2%	30,752	71.1%
GMV(決済)	37,447	23,844	+57.0%	27,055	72.2%
売上高	3,085	1,982	+55.6%	2,267	73.5%
テイクレート	8.2%	8.2%	+0pt	8.4%	-
売上総利益	2,092	1,362	+53.5%	1,536	73.4%
GMV比	5.6%	5.7%	-0.1pt	5.7%	-
売上総利益率	67.8%	68.7%	-0.9pt	67.7%	-

通期業績予想(PAY事業)

(百万円)	FY2019 通期予想	FY2018 実績	YoY	FY2019 3Q 2019年1-9月	進捗率
GMV	21,447	13,675	+57.0%	16,999	79.2%
売上高	582	369	+57.6%	460	79.0%
テイクレート	2.7%	2.7%	+0.0pt	2.7%	-
売上総利益	59	33	+76.7%	48	80.1%
GMV比	0.2%	0.3%	+0.0pt	0.3%	-
売上総利益率	10.2%	9.1%	+1.1pt	10.4%	-

通期業績予想(販売管理費)

(百万円)	FY2019 通期予想	FY2018 実績	YoY	FY2019 3Q 2019年1-9月	進捗率
プロモーション費	932	869	+7.2%	637	68.4%
人件費	974	769	+26.5%	685	70.4%
その他	788	548	43.7%	543	69.0%
販売管理費 計	2,694	2,187	+23.1%	1,867	69.3%

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