



**BASE**

事業計画及び成長可能性に関する事項

**BASE株式会社**

(東証マザーズ: 4477)

2022年3月31日

1. 会社及び事業概要
2. 中期の経営方針及び2022年12月期の方針
3. 市場環境
4. 2021年12月期 業績 (2021年12月期第4四半期決算説明会資料より抜粋)
5. ご参考資料

# 1. 会社及び事業概要

---

## 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。

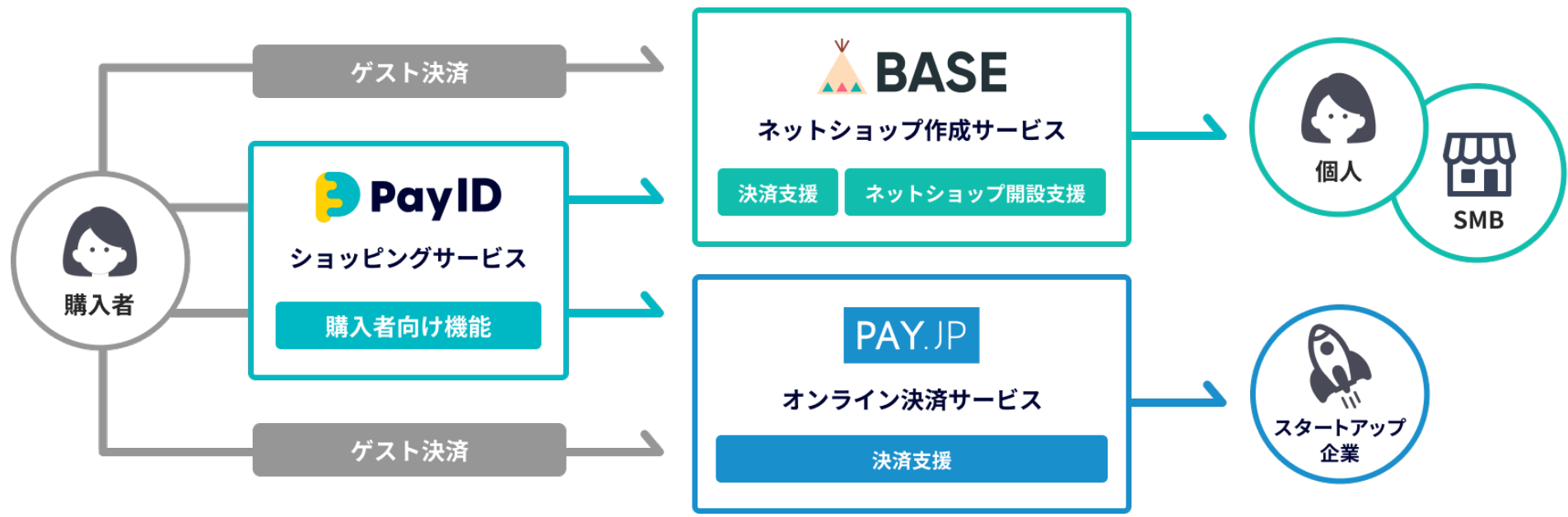
あたらしい決済で、あなたらしい経済を。



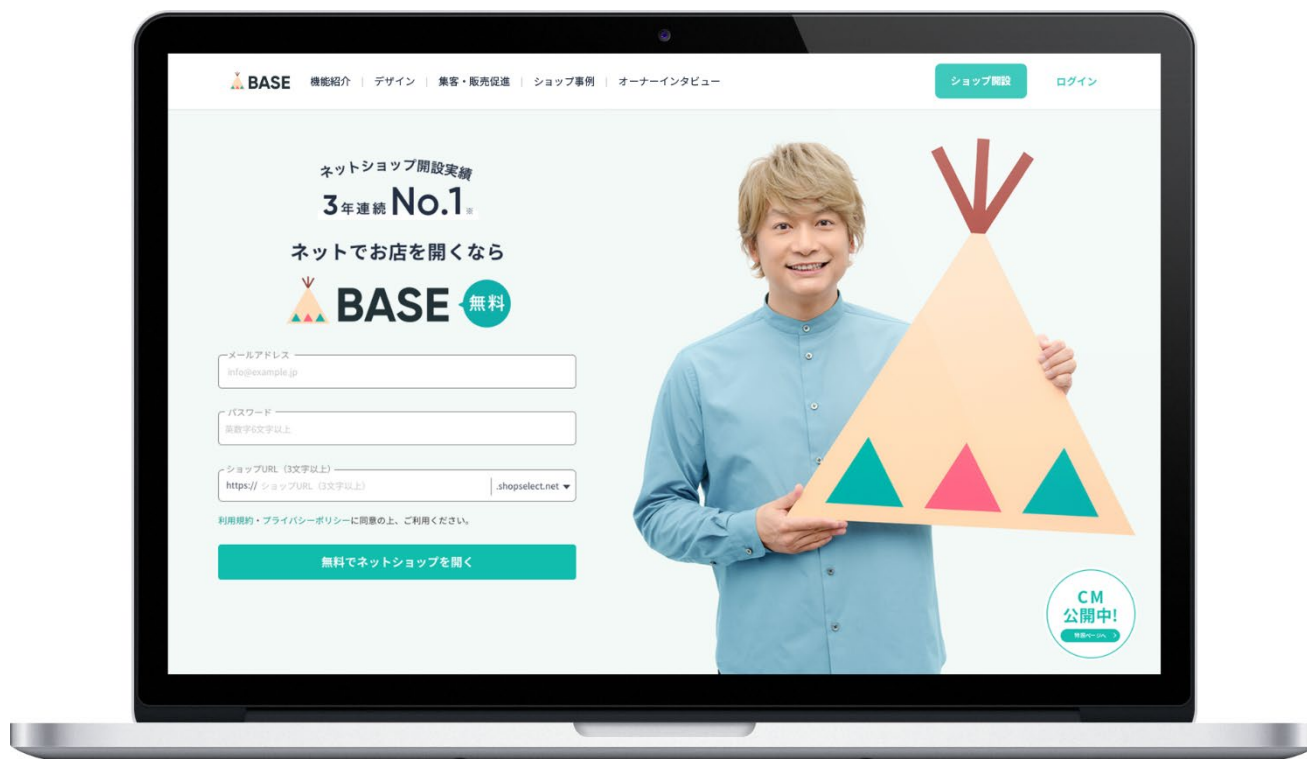
BASE

# サービス概要図

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



誰でもかんたん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  
ストアフロント型のネットショップの作成が可能に



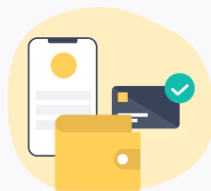
ノーリスクでかんたんにネットショップを始めたい方から、成長意欲が高く、売上規模が大きなショップまで、**様々なニーズを持つ個人やスモールチームによるネットショップの運営をサポート**

## POINT 1



全てのショップに  
最適な料金体系

## POINT 2



BASE  
かんたん決済

## POINT 3



誰でもかんたんに  
使える機能

## POINT 4



ショッピング  
サービス「Pay ID」(注)

ノーリスクでかんたんにネットショップを始めたい方に加え、成長意欲が高く、売上規模が大きなショップにも、最適な料金プランを提供

	月額無料プラン	月額有料プラン
サービス利用料	3.0% <small>(注)</small>	月額 5,980円
決済手数料	3.6%+40円 <small>(注)</small>	2.9% <small>(注)</small>
特長	売れたときにだけ手数料が発生する <b>完全従量課金制</b> ノーリスクでショップを開設・運営できる	サービス利用料を固定費で支払うことで <b>ランニングコストを抑制し、運営できる</b>

(注) 決済代金に対して発生



独自の決済システム「BASEかんたん決済」を用意し、全てのショップに導入  
ネットショップへの決済機能の導入にかか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  
かか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
- ✓ どの決済方法を導入しても一律の決済手数料で提供(注)

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

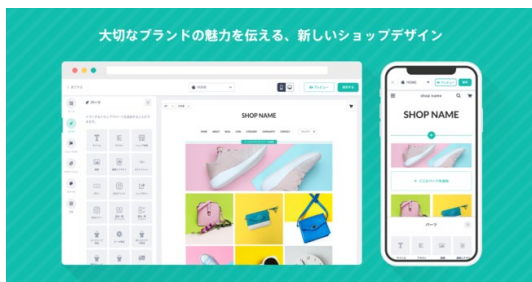


(注) 月額無料プランでは決済代金の3.6%+40円、月額有料プランでは2.9%。詳細は8ページを参照

はじめての方でもかんたんに使えるシンプルな標準機能に加え、多様なニーズに合わせて、ショップをかんたんに拡充できる拡張機能「BASE Apps」等を提供

## 標準機能

ネットショップ運営に必要な基本の機能は、標準機能として全てのショップに無料で提供



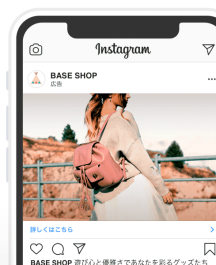
※拡張機能「メルマガ配信 App」を別途インストールする必要があります

## 拡張機能「BASE Apps」

ショップの多様なニーズに合わせて80種類以上の拡張機能を提供

### 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



### BASE

### Google 商品連携・広告 App

- ✓ BASEの商品を連携
- ✓ はじめてでもかんたんに広告を出稿
- ✓ 機械学習で最適なユーザーに配信

※ Google、GoogleロゴはGoogle LLCの商標です。



## その他の取組み

個人やスモールチームがリスクなくかんたんに、リアル店舗の出店や資金調達等を実施できるサービスを提供



### BASE

### YELL BANK

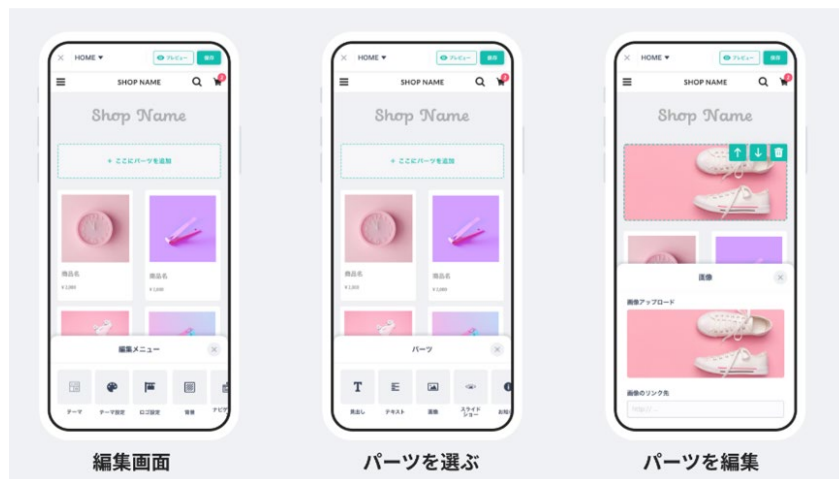
資金調達をリスクなく、一瞬で。



シンプルな標準機能により、はじめての方でもかんたんにネットショップ運営を始めることが可能に  
ストアフロント型のネットショップの運営に必要な、ショップデザイン機能や顧客管理機能等を提供

## ショップデザイン機能

オフィシャルテーマとパーツを組み合わせることで、1,000パターンを超えるデザインを作成できるため、**ノーコードでかんたんにブランドの世界観を表現することが可能**



## 顧客管理機能

自動生成した新規顧客やリピーター等の顧客リストに対し、かんたんにメールマガジンのセグメント配信ができるため、**販促活動や顧客とのさらなる関係構築が可能**



## ショップをかんたんに拡充できる「BASE Apps」を提供

様々な販売方法や幅広い売上規模に対応し、誰でもかんたんに販促活動や業務効率化等が可能

### 様々な販売方法に対応

販促活動や業務効率化に寄与する様々な販売方法に対応

商品の買い占めや購入者の注文ミス等の防止に加え、リピーターの増加につながる機能を提供

**🎁 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



**🛒 商品オプション**

- ✓ 商品に選択項目を追加できます
- ✓ 有料オプションを設定可能
- ✓ 名入れ商品も作れます




**📅 定期便**

- ✓ 定期便商品を簡単に販売
- ✓ 指定のサイクルで自動的に課金



**📱 テイクアウト**

- ✓ 受取時間を指定した事前注文 / 決済
- ✓ 新規注文のリアルタイム画面通知
- ✓ 注文の受付 / お渡し状況管理



### 幅広い売上規模に対応

外部サービスとも連携し、売上規模の大きなショップにも対応

問合せ対応や受発注管理の自動化に加え、ネットショップと実店舗の在庫一括管理機能等を提供

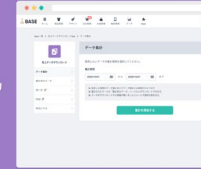
**📧 再入荷自動通知**

- ✓ 再入荷をメールで通知
- ✓ 売り切れ商品の需要把握に最適
- ✓ 通知は自動で送信



**📄 売上データダウンロード**

- ✓ 期間を選択して入出金データ outputs
- ✓ CSV形式で連携もかんたん
- ✓ 月次や週次の経理業務を効率化




**NEXT ENGINE**

ECサイト運営業務を一気通貫で効率化・自動化

**受注管理**

多数メールの受注を自動作成し、一括管理します。メールや決済、決済状況の取得も自動で取得しています。

**在庫管理**

各ネットショップの在庫連携を一括で自動化し、商品や仕切品等の在庫状況をリアルタイムで把握し、発注も自動化しています。

**商品管理**

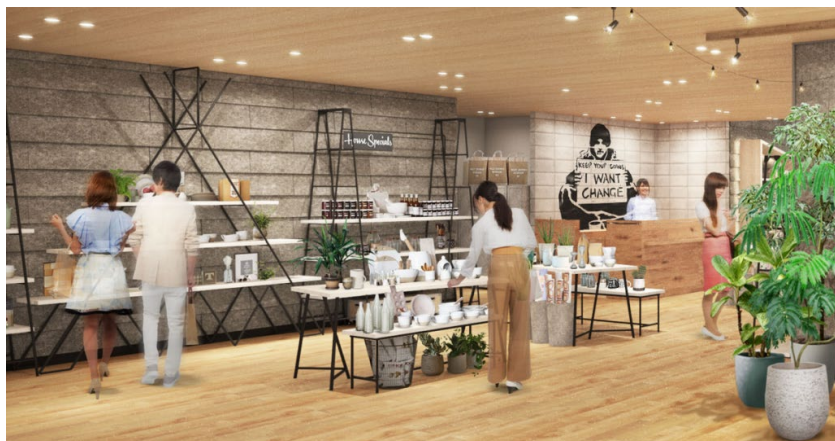
ページ管理、在庫連携を一括化し、SEO対策や商品ページの更新も自動化されています。



個人やスモールチームがリスクなくかんたんに、リアル店舗の出店や資金調達等を実施できるサービスを提供

## リアル店舗 (注1)

全ての「BASE」ショップが、出店時の初期費用・固定費用等が不要で、商品の販売額に応じた手数料のみでリスクなく出店可能



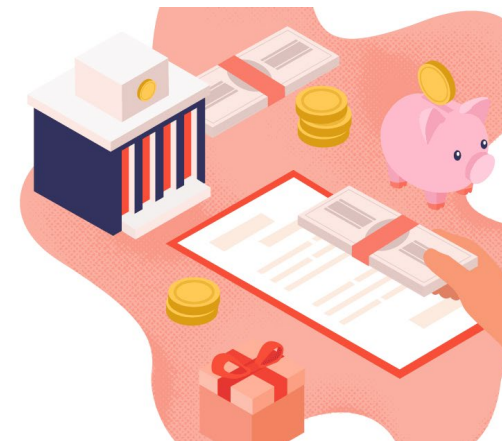
## 資金調達

「BASE」が将来の売上を予測し、売上債権を買い取ることで、ショップはリスクなく資金調達が可能

 BASE

**YELL BANK**

資金調達をリスクなく、一瞬で。

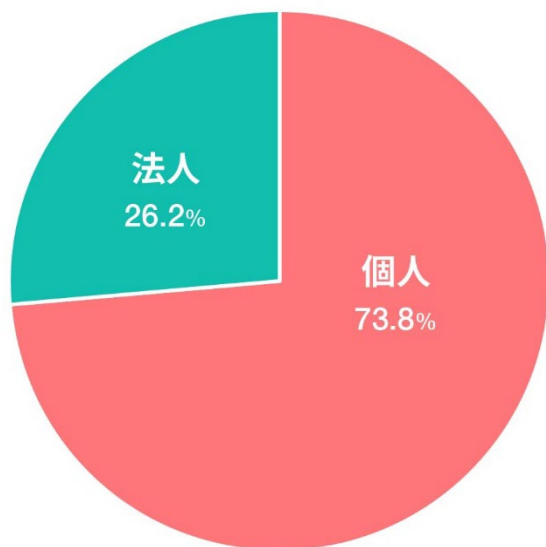


(注1)東京及び大阪に計3店舗の常設店舗を提供。その他にも、ポップアップショップ等で利用可能な全国の商業施設と提携

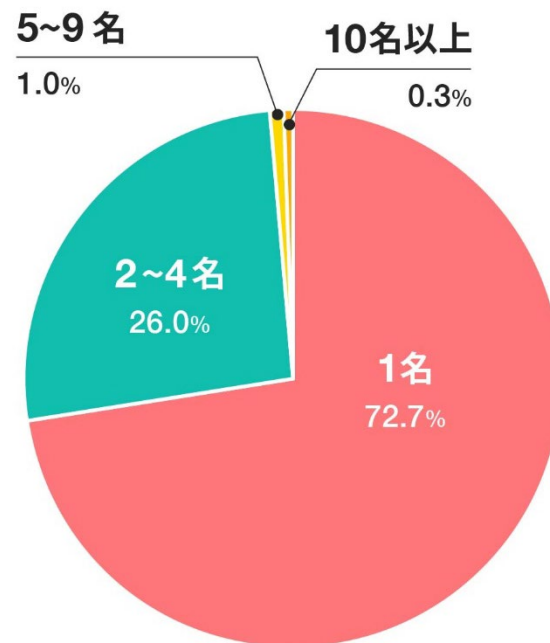
ショップオーナーの半数以上が1名での運営

個人及びスモールチームをメインターゲットとすることが大手ECプラットフォームとの大きな差別化要因に

### 運営体制

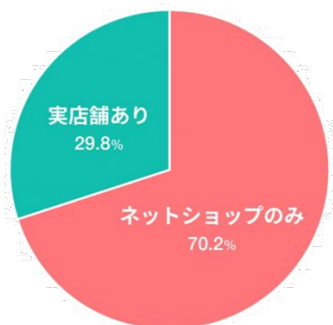


### 運営人数

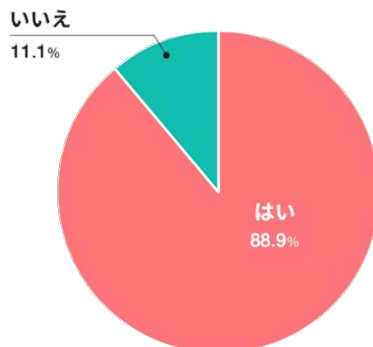


多くのショップオーナーが、ネットショップを中心に事業を展開し、SNSを活用して集客を行い、オリジナル商品を販売する個人やスモールチーム

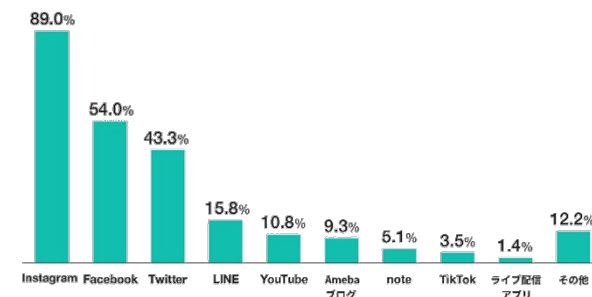
実店舗の有無



ファン作りにおけるSNSの活用有無

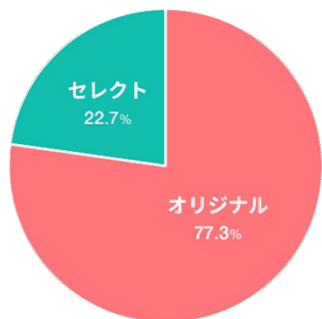


積極的に活用しているSNS

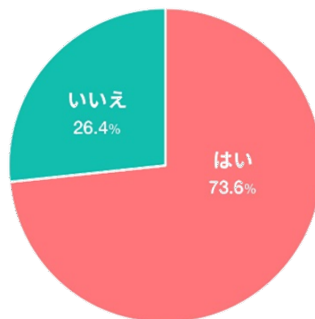


※複数回答可

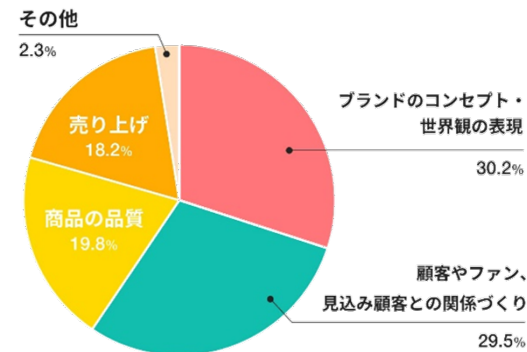
販売商品のオリジナル/セレクトの別



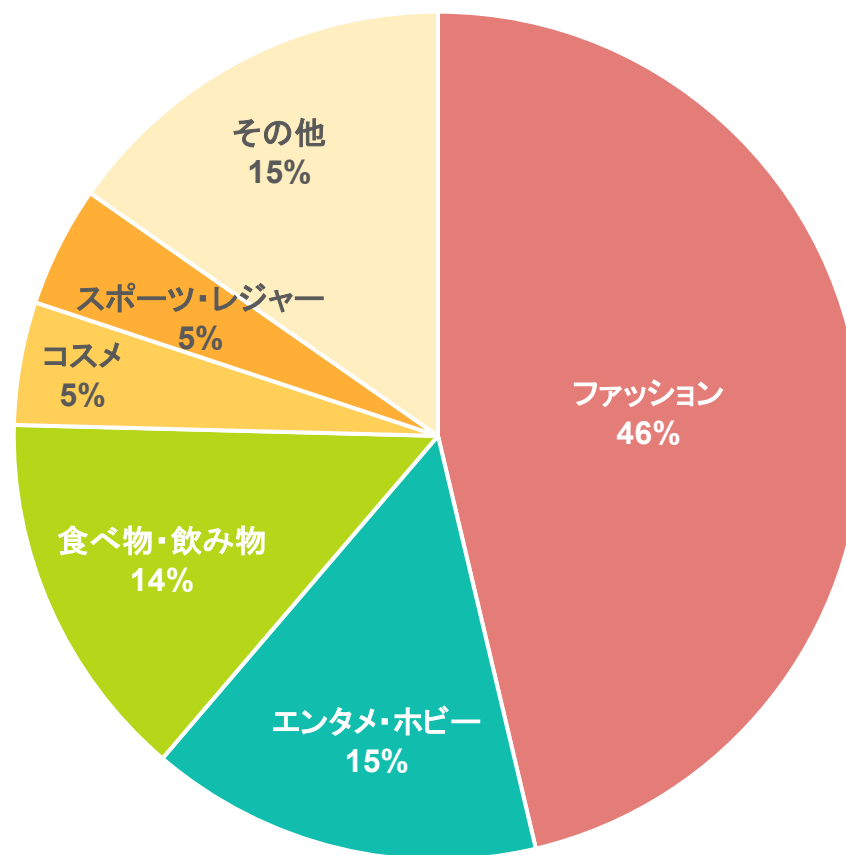
自身のネットショップの「ブランド」としての認識



ネットショップ運営で、最も重視していること



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



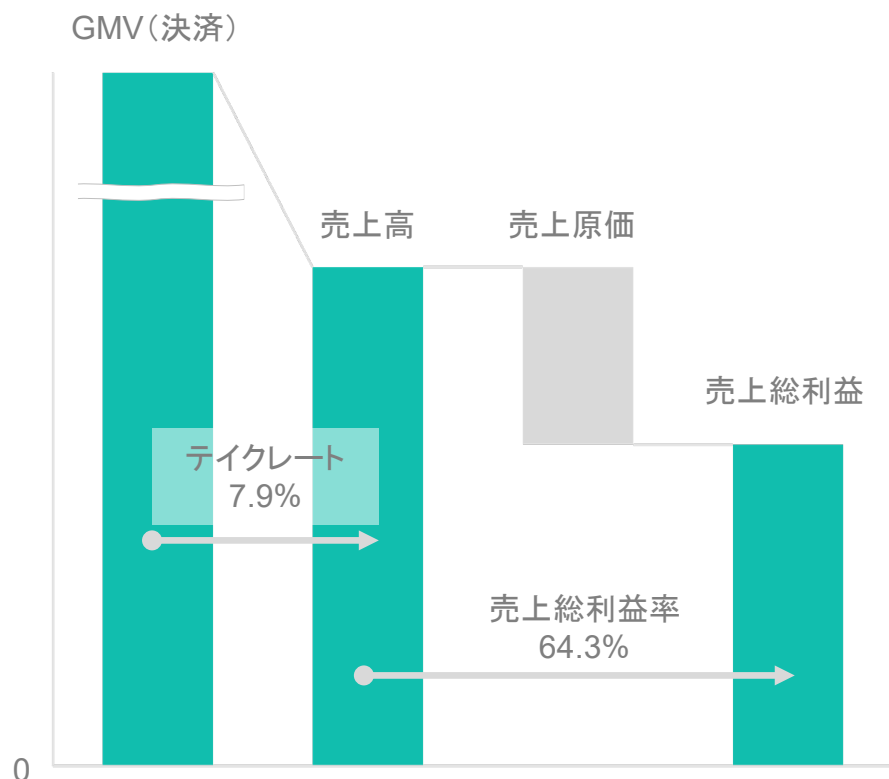
(注)2021年12月期実績



## 売上高及び売上原価は、GMVに連動

売上高は、主にショップが支払う手数料で構成される

### 収益構造<sup>(注1)</sup>



### 売上高の構成

#### ①ショップが支払う手数料

- ✓ 決済手数料<sup>(注2)</sup>
- ✓ サービス利用料<sup>(注3)</sup>
- ✓ その他<sup>(注4)</sup>

#### ②購入者が支払う手数料

- ✓ 7種類の決済手段のうち、コンビニ決済・キャリア決済・後払いを選択した場合の300円

### 売上原価の構成

- ✓ 決済代行会社へ支払う手数料のみ

(注1)2021年12月期通期業績

(注2)月額無料プランでは決済代金の3.6%+40円。月額有料プランでは2.9%

(注3)月額無料プランでは決済代金の3.0%。月額有料プランでは月額5,980円

(注4)引出申請手数料及び有料機能の利用料等。引出申請手数料は、振込申請手数料(250円)に加え、振込申請額が2万円未満の場合は事務手数料(500円)が発生。振込申請額が2万円以上の場合には事務手数料は無料

ショッピングアプリ「BASE」とID決済サービス「PAY ID」の統合・刷新により、  
ID登録者数800万人、MAU100万超のショッピングサービスに<sup>(注1,2)</sup>

## 従来の購入者向けサービス

### ✓ 旧 ショッピングアプリ「BASE」

「BASE」で作成されたショップの幅広いジャンルの商品を購入することが可能

### ✓ 旧 ID決済サービス「PAY ID」

一度クレジットカードや住所を登録すると、次回以降「BASE」ショップでのお買い物では都度情報を入力することなく決済が可能

## 購入者向けサービスの統合・刷新

購入者向けサービス「Pay ID」と、ショップ向けサービス「BASE」を明確に分け、各対象ユーザーに提供する価値を更に高めることを目的に、既存の購入者向けサービスを統合・刷新

	旧	新
購入者向けサービス全体	なし	 PayID ショッピングサービス「Pay ID」
アプリ	 ショッピングアプリ「BASE」	 ショッピングサービス「Pay ID」
決済機能	 ID決済サービス「PAY ID」	 PayID Pay ID決済

(注1)2022年2月末時点

(注2)ショッピングアプリ「BASE」及びID決済サービス「PAY ID」の既存機能は引き続き全て利用可能

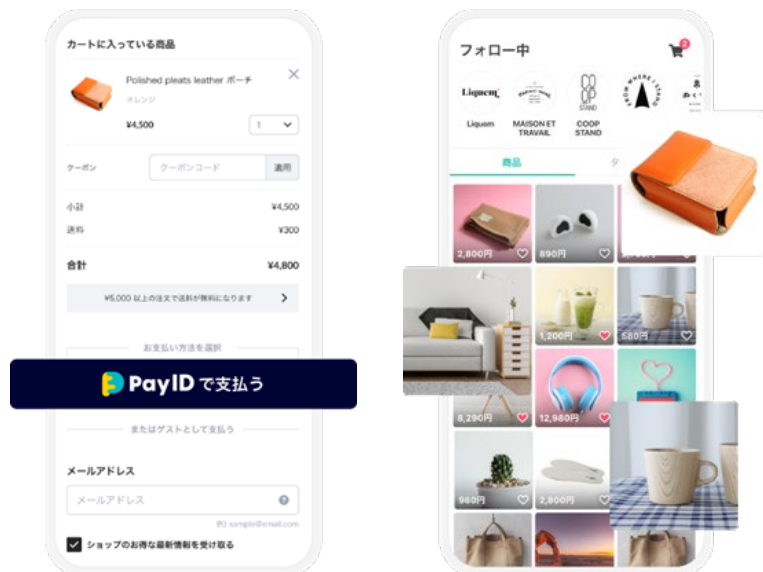
新たな決済体験の提供や購入者との関係構築のサポートにより、  
ショップの**新規顧客及びリピーター増加**に寄与する機能開発に注力

## 新規顧客の増加

- ✓ パスワードレスな認証によるクイックな決済で**購入時の離脱を防止**
- ✓ ディスカバリー機能による**ショップと購入者の新たな出会いを創出**
- ✓ マーケティング機能による**ショップの認知拡大及び販促支援**
- ✓ 購入者の購入体験をより改善する**決済手段の追加**

## リピーターの増加

- ✓ **顧客管理機能の強化による、既存顧客への適切な情報発信**
- ✓ **既存顧客限定のクーポン発行機能**
- ✓ **ショップ別のポイント付与**



新着商品のお知らせ

クーポン発行

ポイント付与



## 「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<sup>(注)</sup>にクレジットカード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







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

## 2. 中期の経営方針及び2022年12月期の方針

---

## 2-1. これまでのBASEグループの成長

---

創業以来、個人やスモールチームがリスクを負わない料金体系で、誰でもかんたんにネットショップを開設し、決済を導入できるサービスの提供に注力

ロングテール市場において確固たる地位を築き、国内最大級の月間売店数を持つプラットフォームに

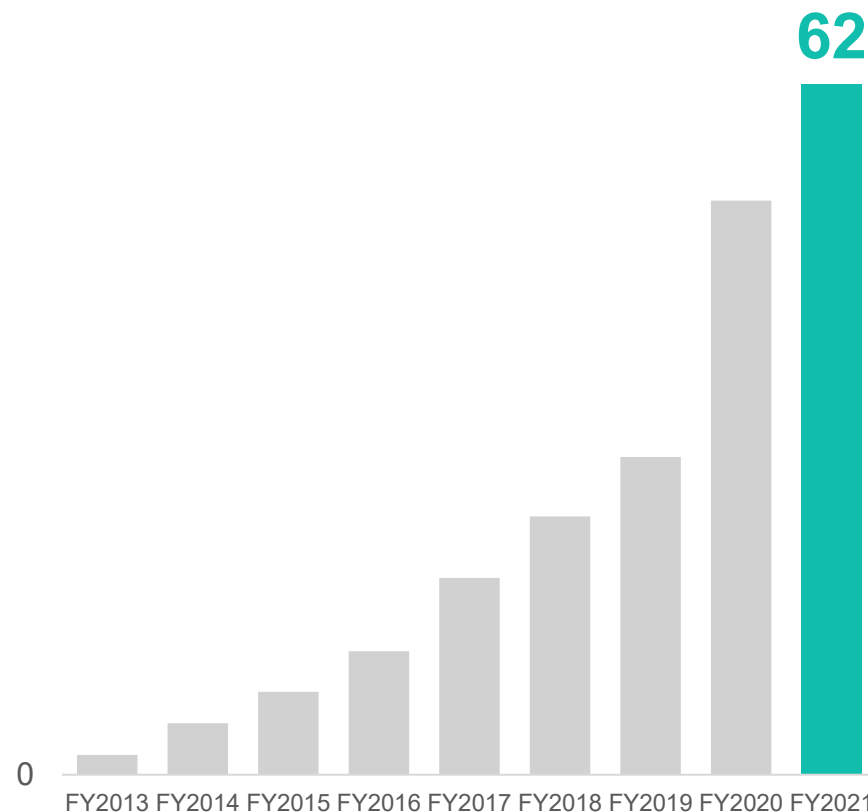
## 誰でもリスクなく挑戦できる「BASE」

- ✓ 初期費用・月額費用は無料で、商品が売れたときにだけ手数料が発生する料金体系(注1)
- ✓ 誰でもかんたんに導入できる独自の決済システム
- ✓ はじめての方でもかんたんに使える標準機能や、多様なニーズに合わせてショップを拡充できる拡張機能



## 国内最大級の月間売店数(注2)

(千ショップ)



(注1) 商品の販売代金に対して、決済手数料3.6%+40円とサービス利用料3.0%の手数料が発生

(注2) 各年度の第4四半期の月間売店数



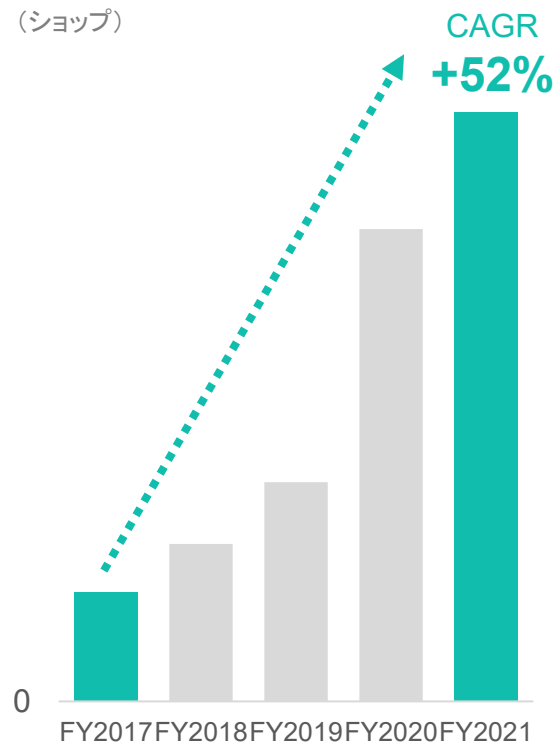
売上規模の大きなショップ(以下:大規模ショップ)からも利用され、サポートできるショップの規模が順調に増加  
成長を続ける個人やスモールチームが数多く利用するプラットフォームに

## 大規模ショップ(注1)の成長

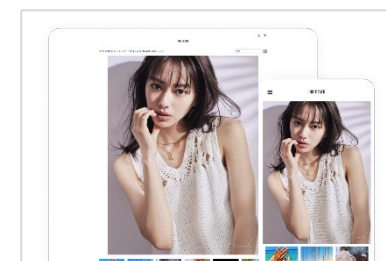
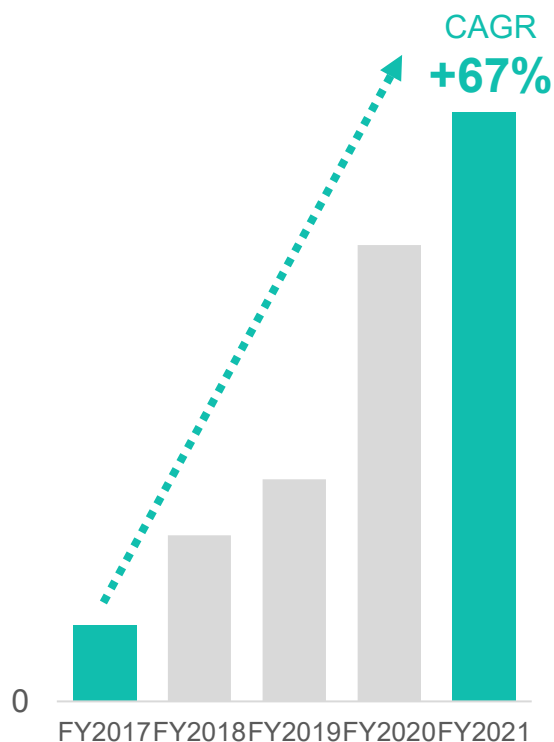
## 大規模ショップ事例

### 大規模ショップの月間売店数(注2)

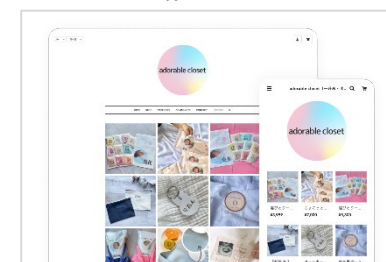
(ショップ)



### 売上上位3ショップの 1ショップあたり月間平均GMV



IRIE BEACH様



adorable closet様



Senbei Brothers様

(注1)大規模ショップは、月の売上が100万円を超えるショップ

(注2)各年度の第4四半期の月間売店数

成長意欲が高く、売上規模が大きなショップからニーズの強い業務効率化、CRM、デザイン領域の機能を多数提供

## 業務効率化

注文数が多く、バックオフィス業務が煩雑になる大規模ショップの業務効率化を支援し、ネットショップ運営に係る業務負担を軽減する機能を多数提供

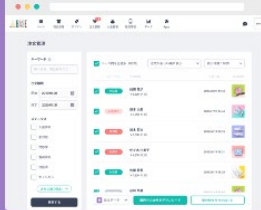
**再入荷自動通知**

- ✓ 再入荷をメールで通知
- ✓ 売り切れ商品の需要把握に最適
- ✓ 通知は自動で送信



**注文データダウンロード**

- ✓ 注文情報をまとめてダウンロード
- ✓ 発送業務などの効率UPに最適



## CRM(顧客管理)

ショップがSNS等で集客した購入者との関係構築を支援し、新規顧客及びリピーター増加に寄与

購入回数 | 最終購入日 | キーワード で、絞り込み

作成した顧客グループにメルマガ配信できる！



※ 配信機能（メールマガジン App）を別途インストールする必要があります

メールマガジン App がアップデート！

未購入者へのメルマガ配信も可能に！



## デザイン

ブランドの世界観により強くこだわり、ユニークなデザインを求める大規模ショップのニーズにも応えるデザイン機能やサービスを提供

**BASE DESIGN MARKET**



**HTML編集**

- ✓ デザインやレイアウトを自由に変更
- ✓ HTML/CSS/JavaScriptが編集可
- ✓ プレビューはリアルタイムで反映



様々な金融サービスの提供により、「BASE」ショップのキャッシュフローの早期化を推進

「BASE」ショップを対象に  
提供する金融サービス<sup>(注)</sup>

YELL BANK

- ✓ 「BASE」が将来の売上を予測し、売上債権を買い取ることで、ショップはリスクなく資金調達が可能

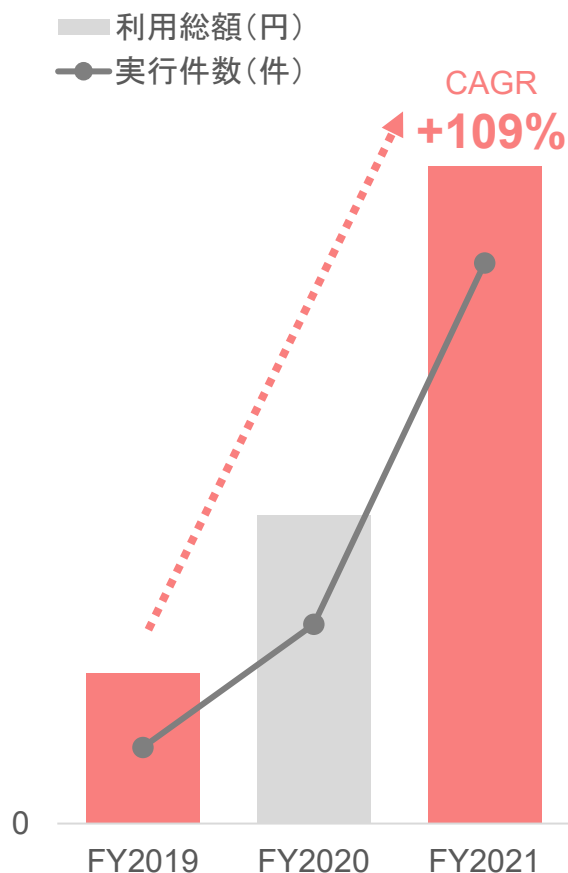
お急ぎ振込

- ✓ 通常の振込申請での入金期間(10営業日)を更に短縮し、申請後最短翌営業日に入金可能

BASEカード

- ✓ ネットショップの売上を、全国のVISA加盟店ですぐに使うことが可能

「YELL BANK」の成長



「YELL BANK」  
利用ショップ事例

YELLの先には vol.7

一瞬で入金される  
体験が圧倒的

La crienらでの資金活用方法。

YELLの先には vol.6

YELL BANKを  
利用し続けて2年

「好き」の語まった  
M-BROWNのショップ作り

YELLの先には vol.5

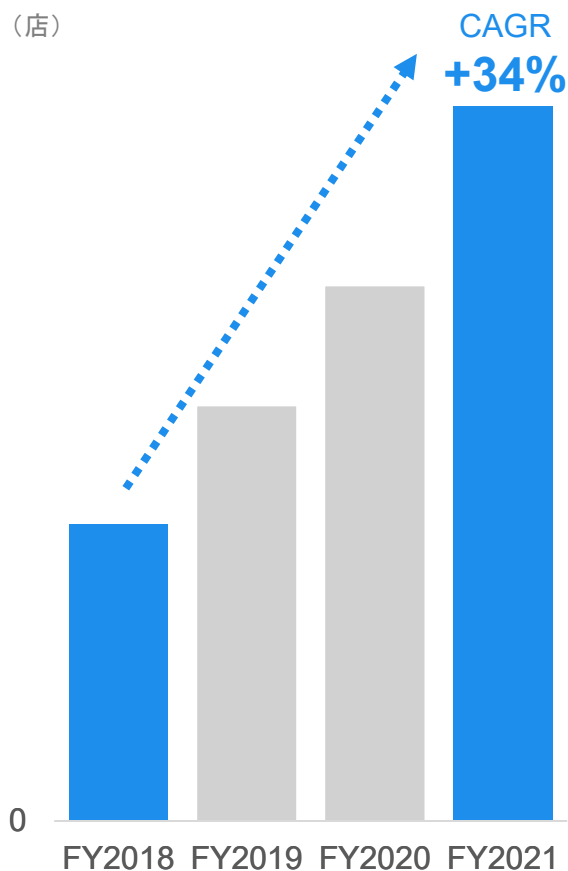
計画なく気軽に  
資金を調達できるから  
ちょうどいい

HACOMIDORI が実現する  
お金の上手な付き合い方

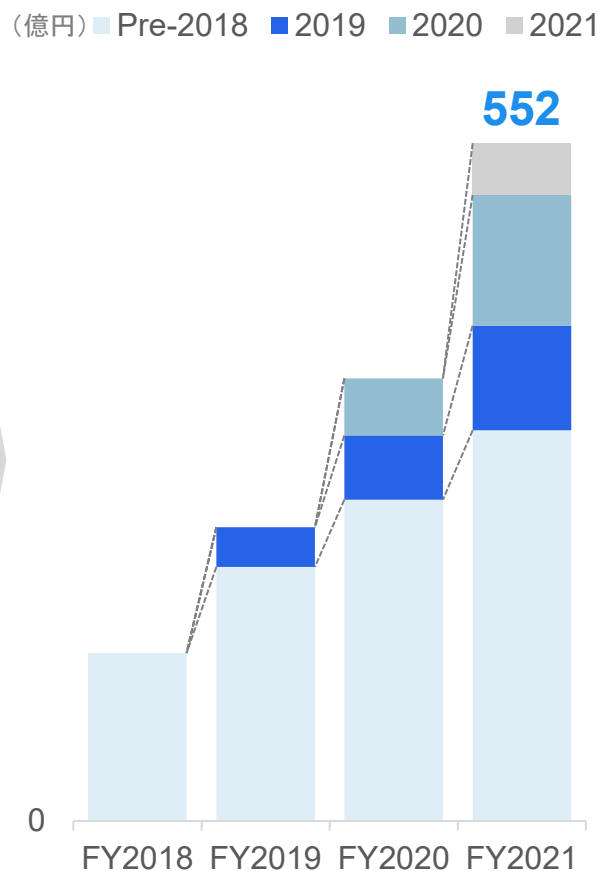
(注)「YELL BANK」はその他事業、「お急ぎ振込」及び「BASEカード」はBASE事業。いずれのサービスも開発・運営はBASE BANKチームが担当

スタートアップやベンチャー企業のオンライン決済導入に係る問題を解決  
 既存加盟店の成長に加え、新規加盟店の増加により、順調に成長を継続

## 稼働加盟店数の増加



## GMVの成長

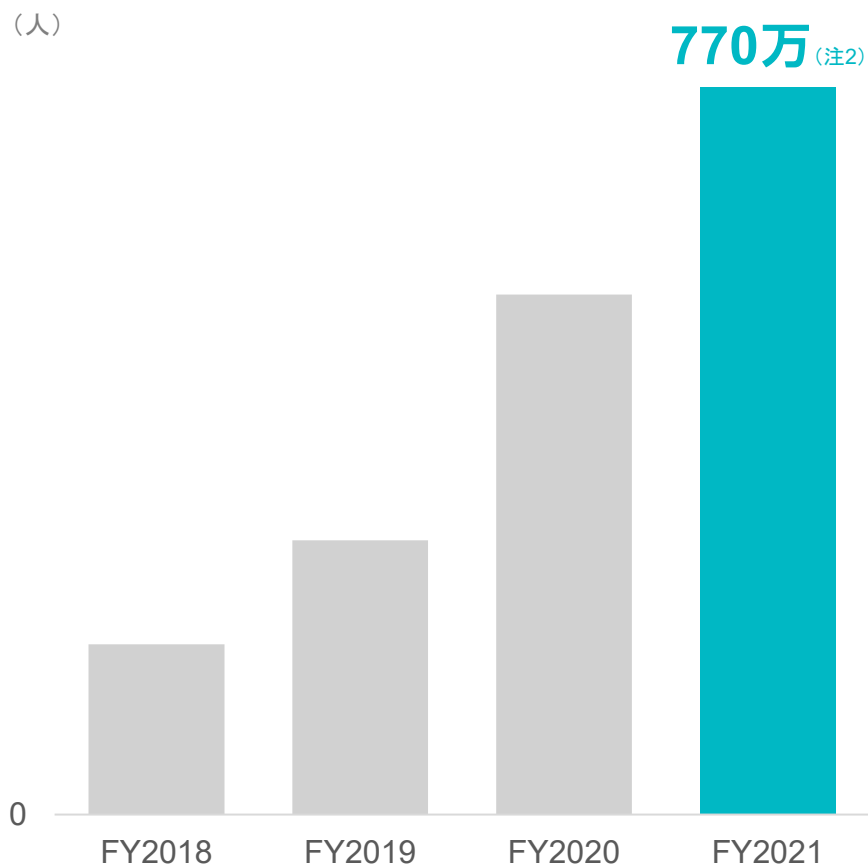


## 「PAY.JP」利用加盟店事例

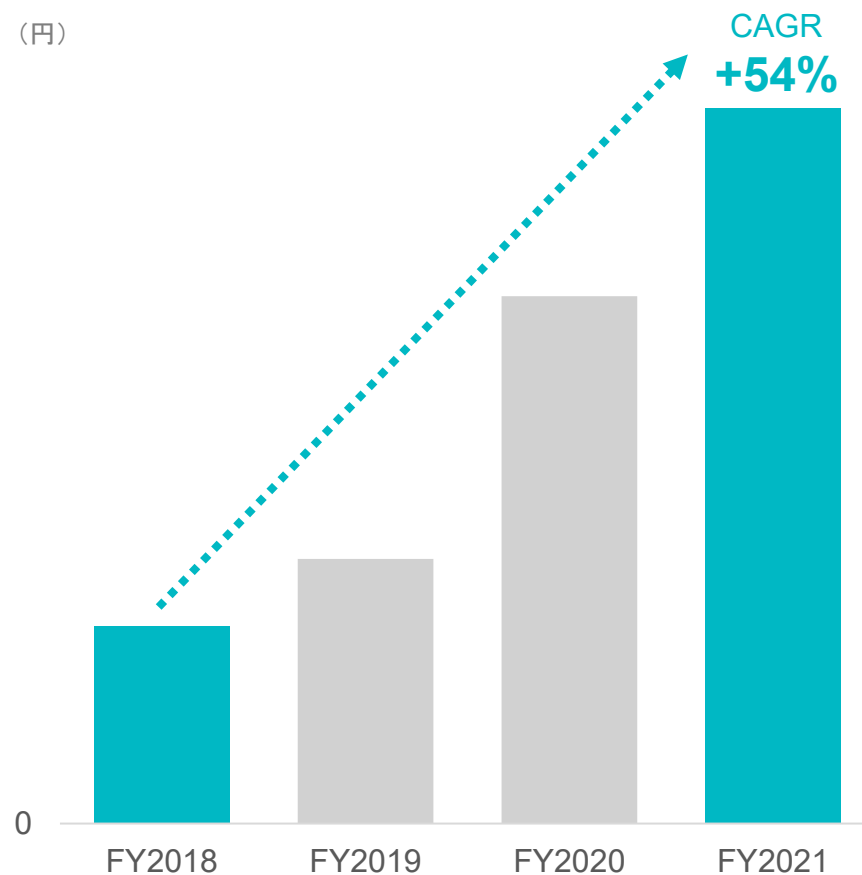


ストアフロント型ネットショップ作成サービスとして**国内で唯一、購入者向けサービスを保有**  
サービスローンチ後、「BASE」の成長に伴い利用ユーザーを拡大<sup>(注1)</sup>

## 「Pay ID」登録者数の成長



## ショッピングアプリ<sup>(注)</sup>経由のGMVの増加



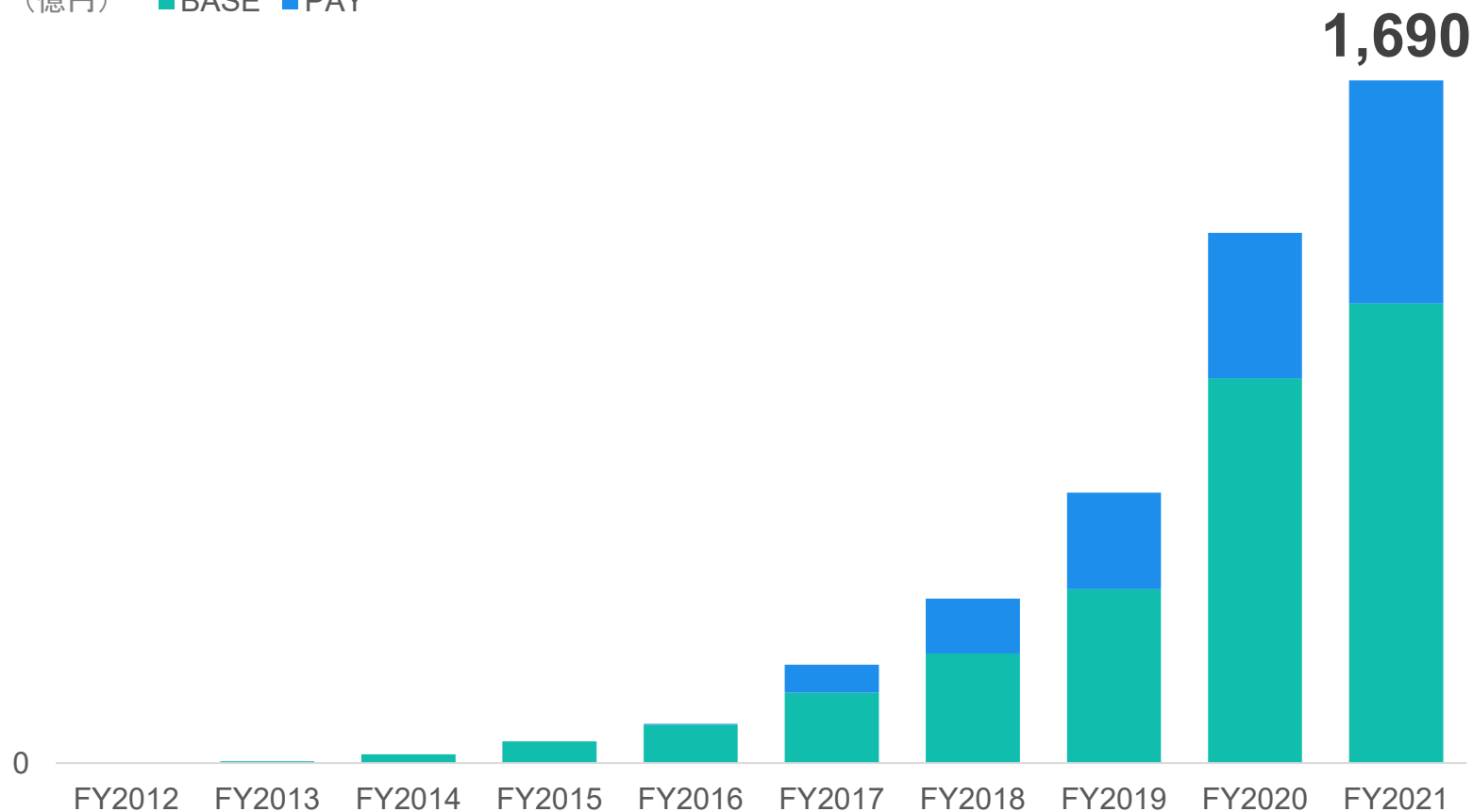
(注1)2021年11月まで、ショッピングアプリ「BASE」として提供。ショッピングサービス「Pay ID」への統合・刷新により、現在は「Pay IDアプリ」として提供

(注2)2022年2月に、「Pay ID」登録者数が800万人を突破

新たな市場が創出されるプラットフォームとして、大きく成長

## 連結GMV(注)

(億円) ■ BASE ■ PAY



(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)

## 2-2. これからのBASEグループの成長

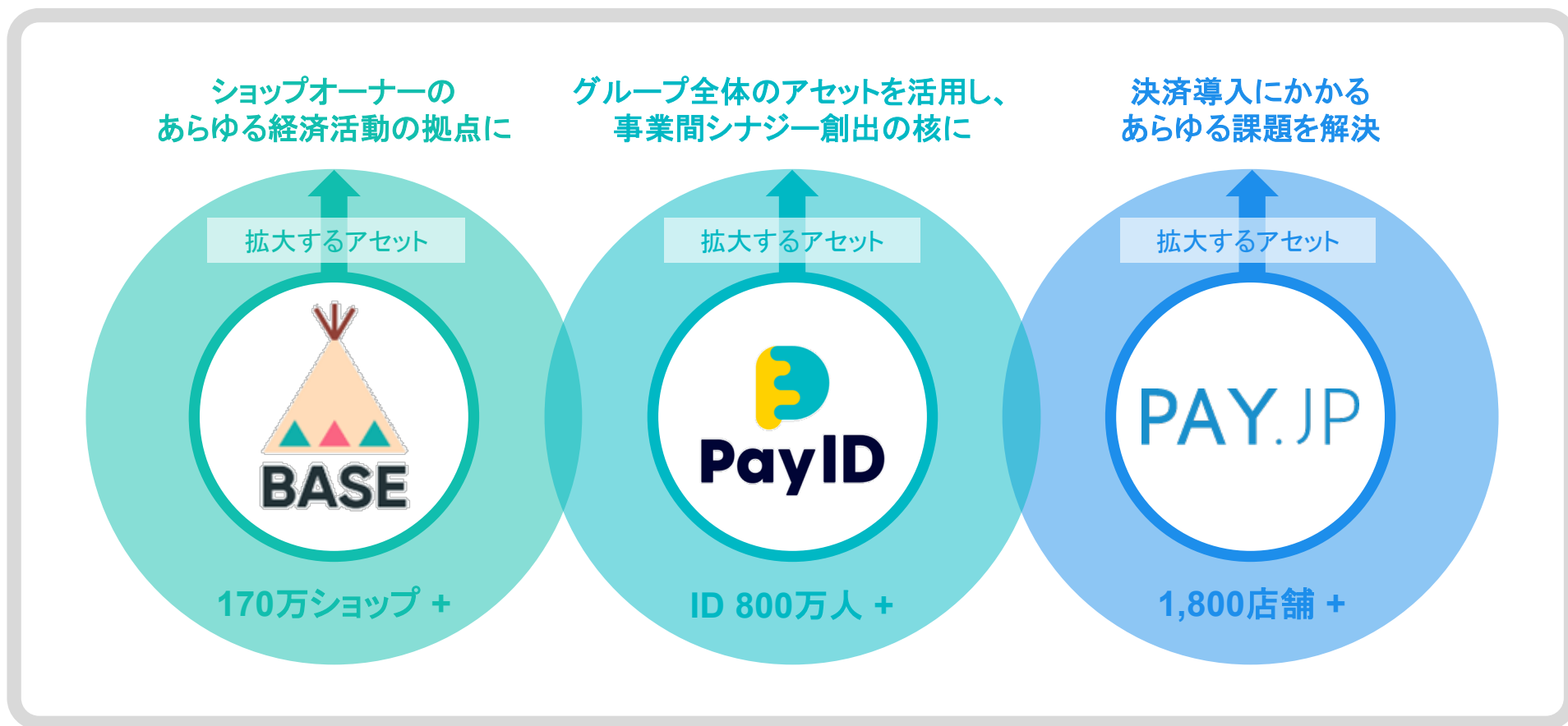
---

**“One Decade, One Value”**

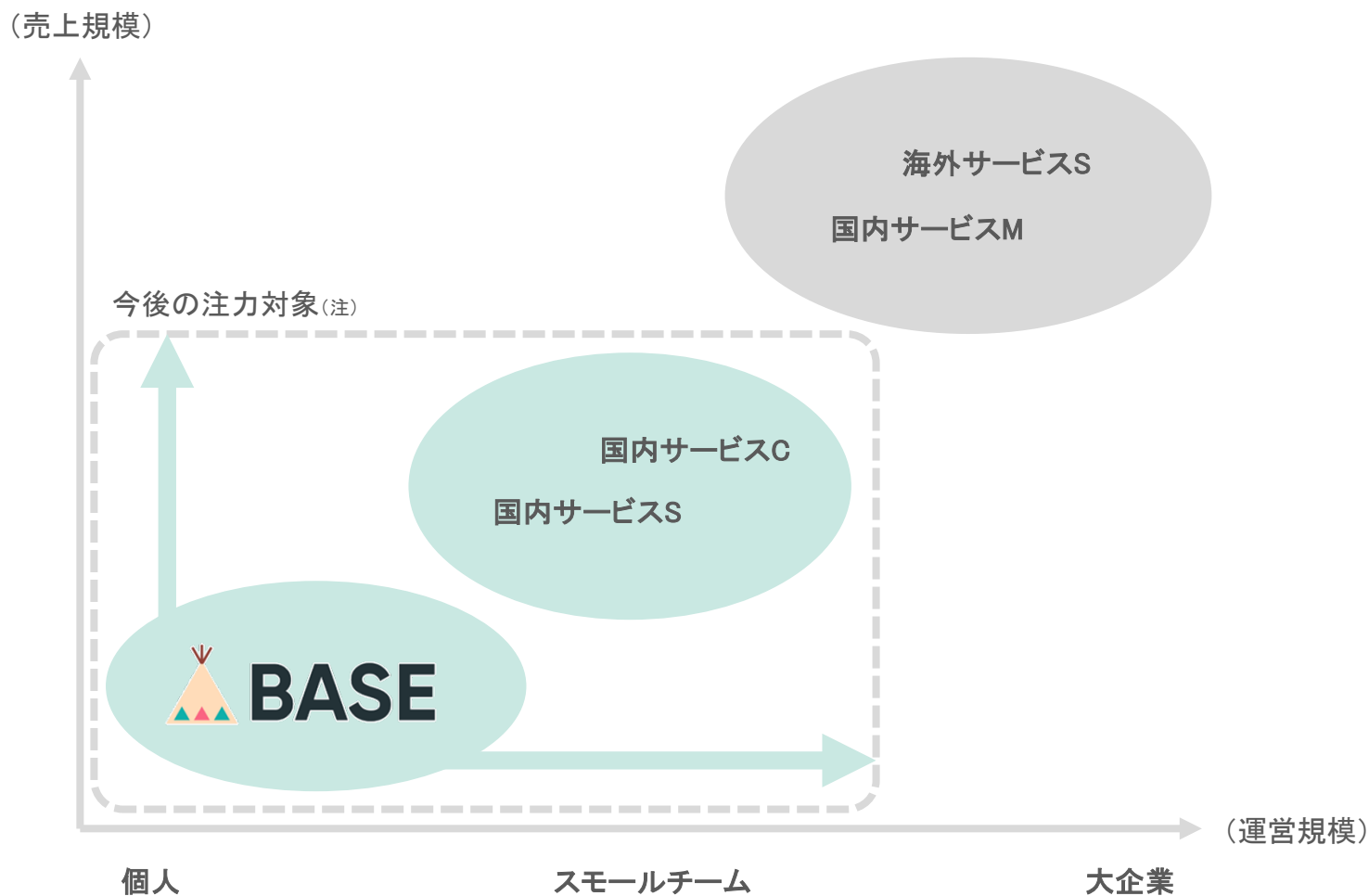


# 10年後に目指す姿

BASEグループの既存アセットの最大化により、自社決済ネットワークを構築し、事業者と購入者の両方にサービス提供する決済カンパニーへ



GMV及び売上総利益を中期的に最大化することを目的に、より売上規模の大きいショップにも選ばれるプラットフォームを目指す



(注)個人やスモールチームが運営する当該領域をロングテール市場と定義

従来の月額無料プランに加え、**月額有料プランを新たに提供** (注1,2)

これまでは手数料を理由に選ばれなかった個人やスモールチームもサポート可能に  
ロングテール市場における確固たる地位は維持し、競争力の源泉に

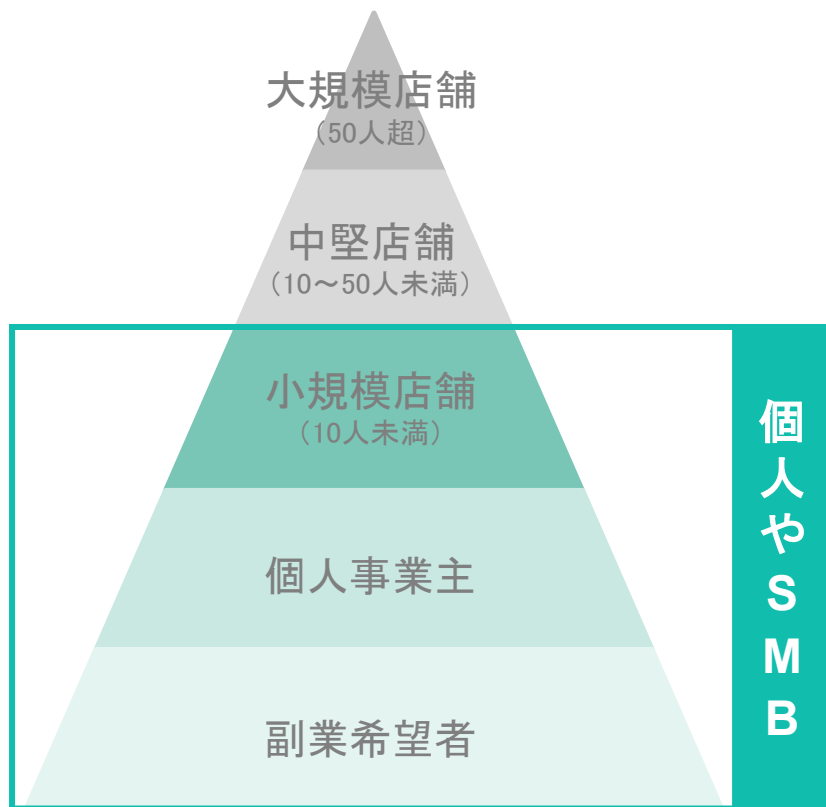
	従来の月額無料プラン <small>(変更なし)</small>	 月額有料プラン
対象	リスクなくネットショップを運営したい 個人やスモールチーム	リスクを取ってでもネットショップを 成長させたい個人やスモールチーム
サービス利用料	3.0% <small>(注3)</small>	<b>月額 5,980円</b>
決済手数料	3.6%+40円 <small>(注3)</small>	<b>2.9% <small>(注3)</small></b>

(注1) 2022年4月より提供予定  
(注2) 提供機能は両プラン共通  
(注3) 決済代金に対して発生


引き続き個人やスモールチームをターゲットとすることでユニークなポジションを維持

従来の月額無料プランに加え、月額有料プランを提供することで、リスクをとってでもネットショップを成長させたい個人やスモールチームも対象に

ターゲットユーザーの規模

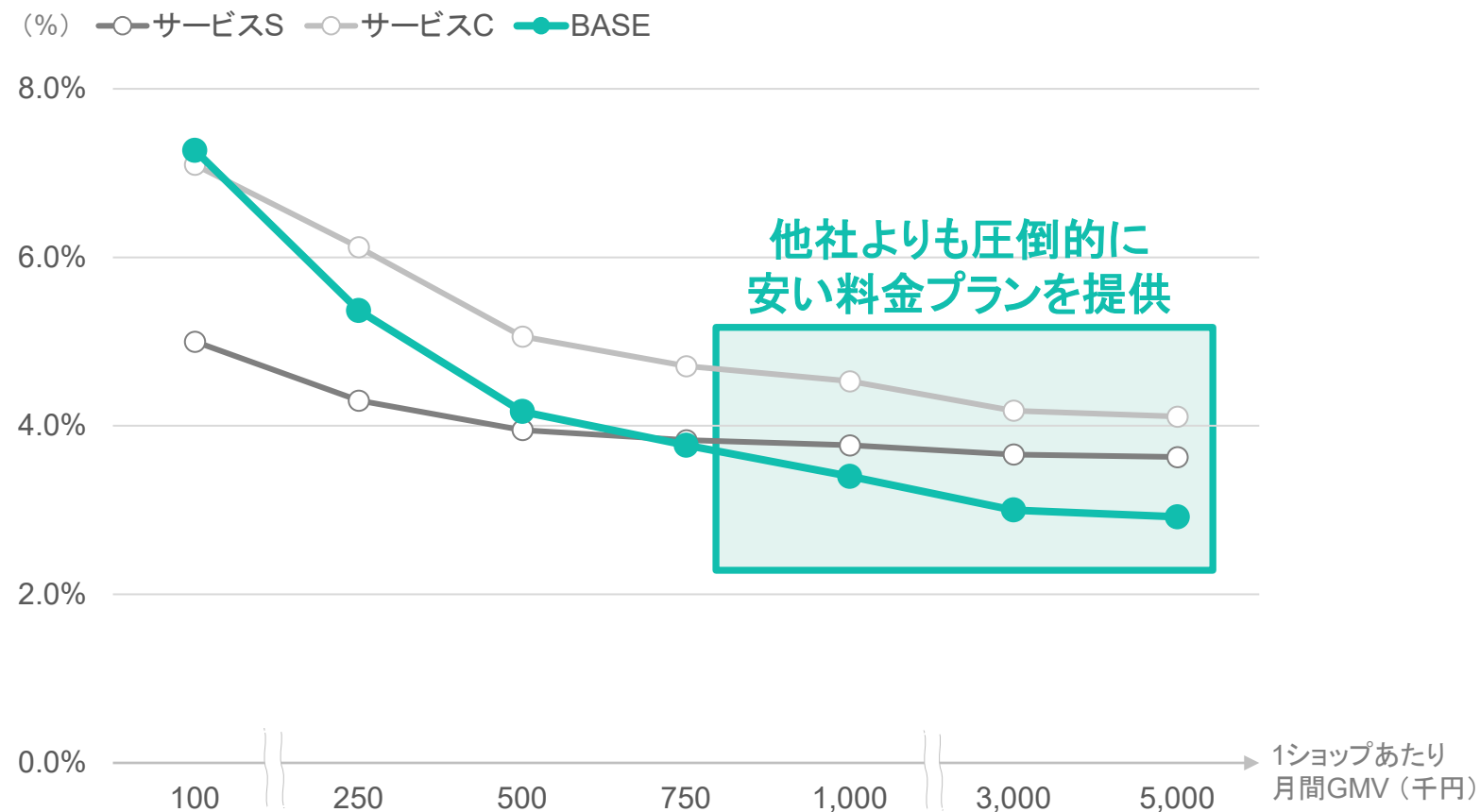


競合の状況

	EC開設・決済機能	EC開設のみ
月額費用なし	従来のポジション  <b>BASE</b>	
月額費用あり	新たに提供 月額費用制で 決済機能も提供するEC 作成サービス	月額費用制で EC作成サービス のみ提供

大規模ショップにとって他社よりも圧倒的に安い料金プランの提供により、**リスクをとってでもネットショップを運営する、成長意欲の高い個人やスモールチームにも選ばれるプラットフォームに**

### 手数料率の比較(注)

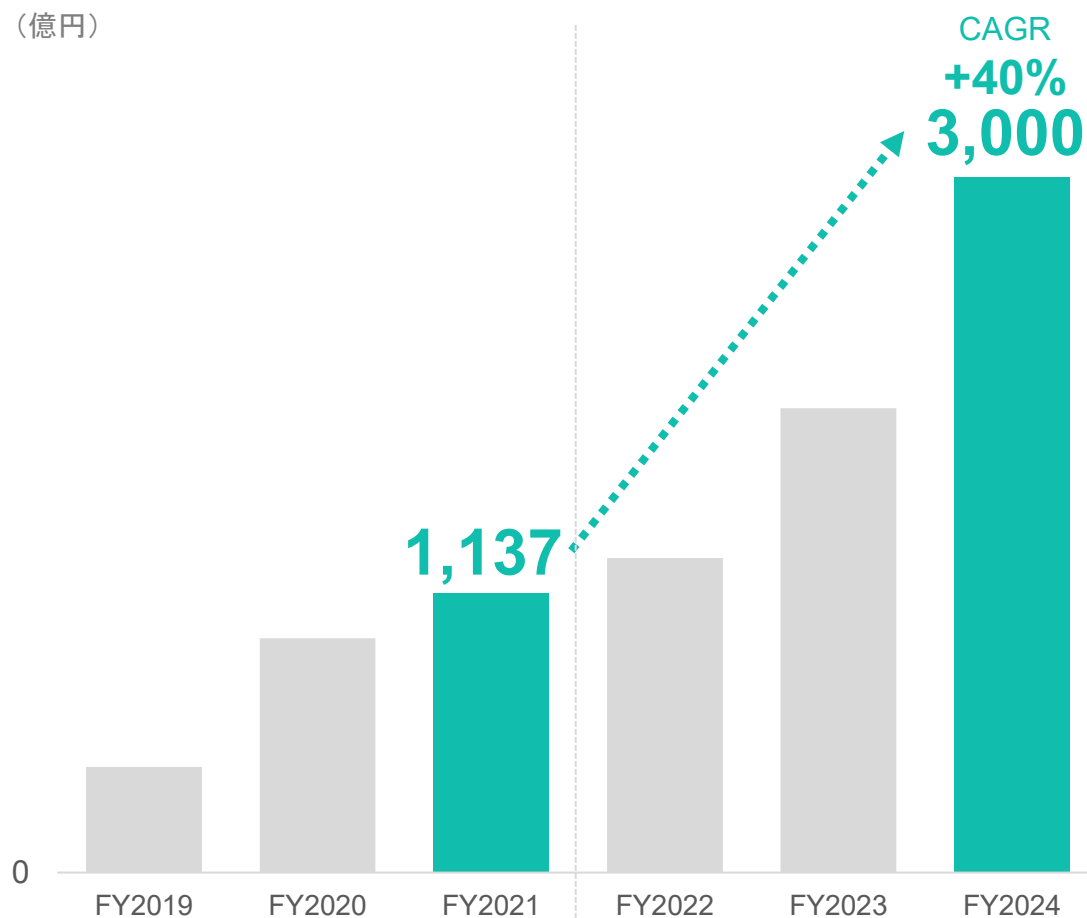


(注) 各社が提供する料金プランの中で、売上規模に応じて最安値になる手数料率で比較 (BASE作成)

高いGMV成長率(CAGR40%)を実現し、2024年にGMV3,000億円を目指す

### GMVの成長イメージ<sup>(注1,2)</sup>

(億円)

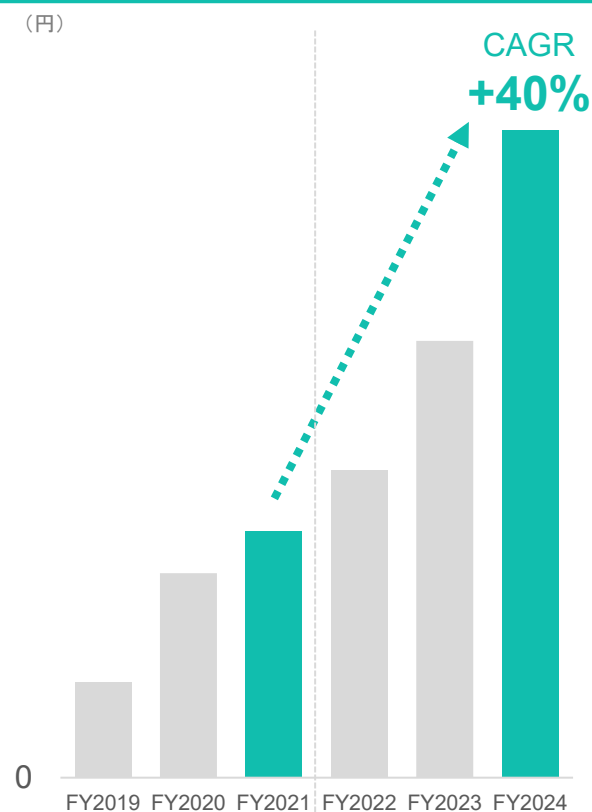


(注1) FY2022以降は見込み

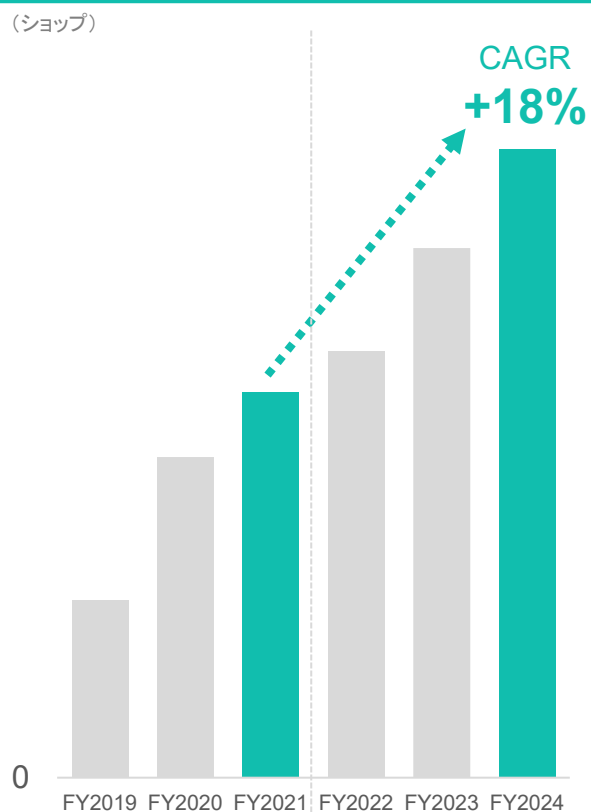
(注2) GMVは注文日ベース(注文額)

これまでGMV成長をけん引してきた月間売店数の増加に加え、月額有料プランの提供等により1ショップあたり月間平均GMVも大きく増加させることにより、GMVの最大化を図る

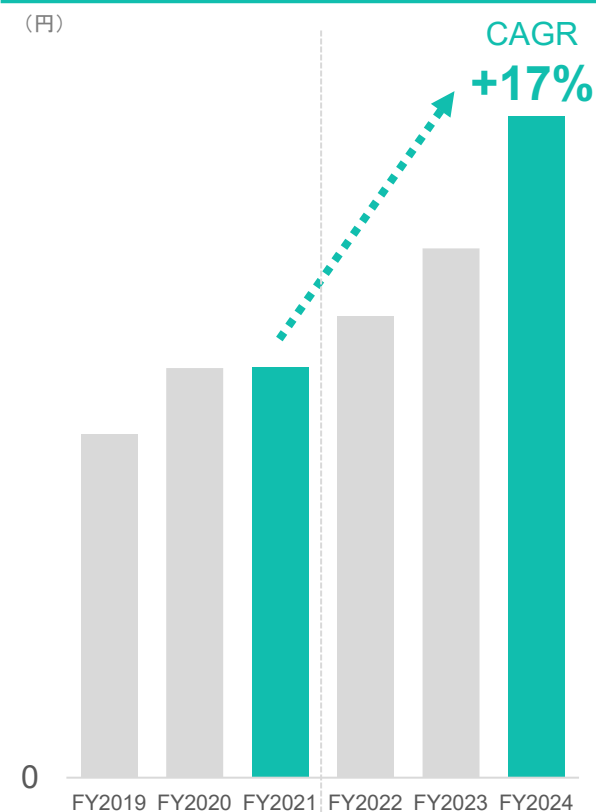
月間GMV (注1,2,3)



月間売店数 (注2,3)



1ショップあたり月間平均GMV (注3)

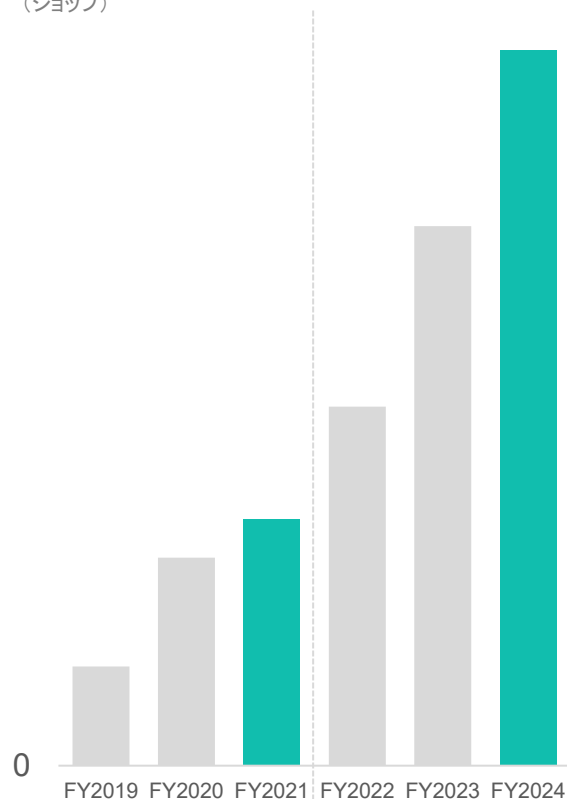


(注1) GMVは注文日ベースの注文額  
 (注2) 月間GMV及び月間売店数は、四半期平均  
 (注3) それぞれ第4四半期の比較

月額有料プランの提供等により**大規模ショップ**<sup>(注1)</sup>の月間売店数が増加し、**大規模ショップのGMV**が全体に占める比率が増加することにより、**1ショップあたり月間平均GMV**が増加する見込み

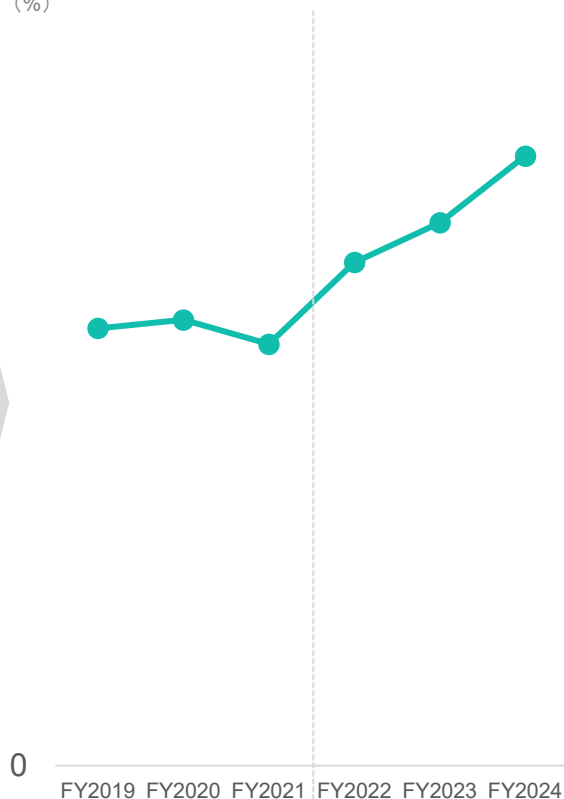
### 大規模ショップの月間売店数 <sup>(注2)</sup>

(ショップ)



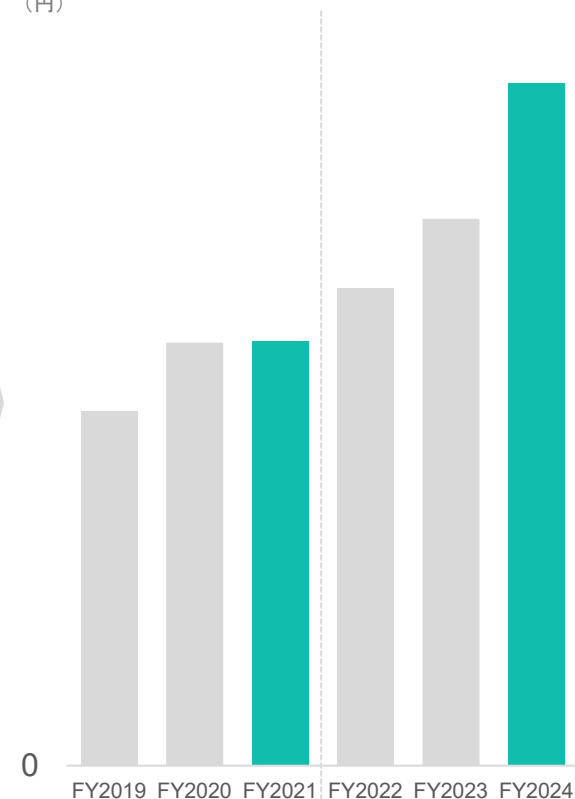
### 大規模ショップのGMVが全体に占める比率 <sup>(注2)</sup>

(%)



### 1ショップあたり月間平均GMV <sup>(注2)</sup>

(円)



(注1)月の売上が100万円を超えるショップ

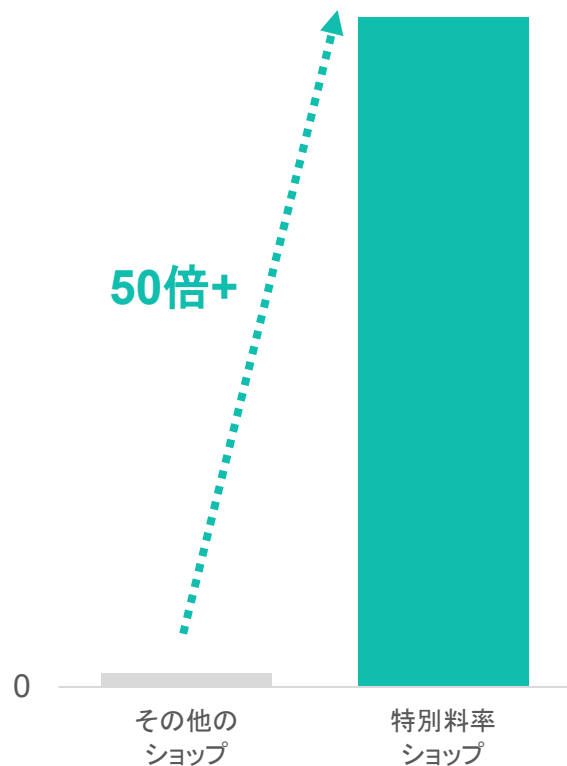
(注2)それぞれ第4四半期の比較



これまでも、安い手数料率(特別料率)を適用することにより、既に多くの大規模ショップに選ばれるプラットフォームに特別料率適用ショップは、その他のショップよりも圧倒的に売上が大きいため、更に安い新料金プランの提供により、より多くの大規模ショップの獲得を見込む

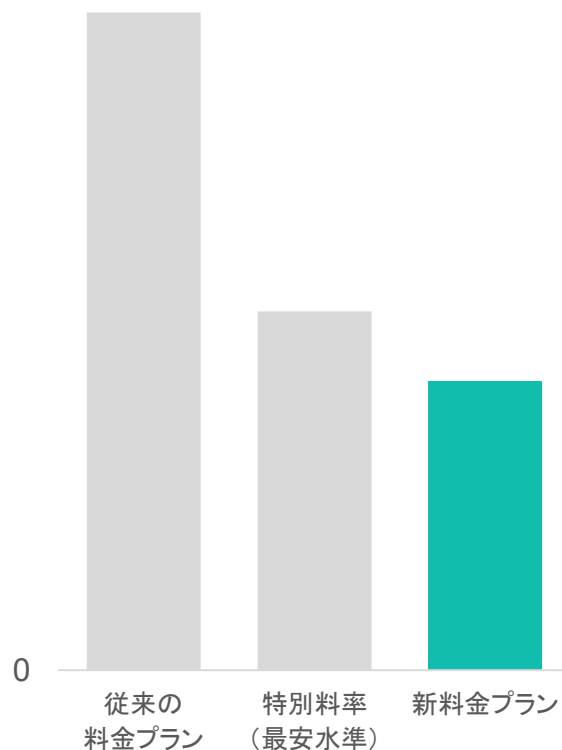
### 特別料率を適用している 大規模ショップの年間平均売上

(円)



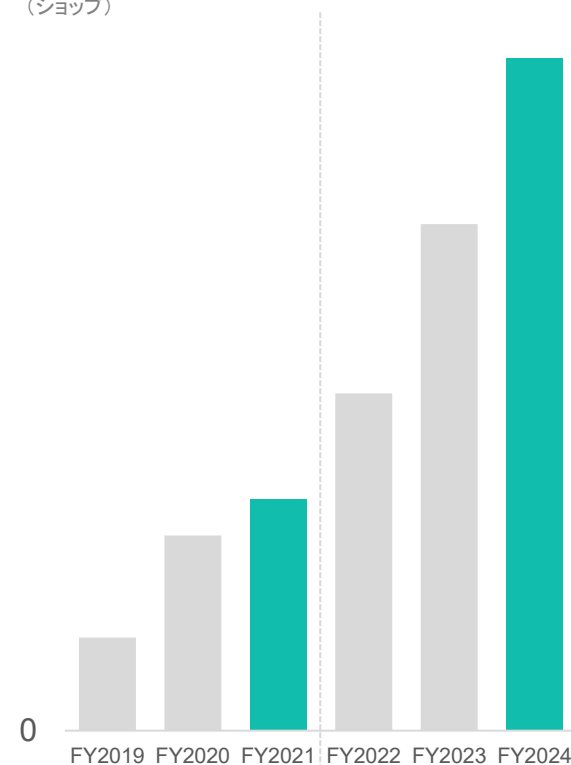
### 手数料料比較

(%)



### 大規模ショップの 月間売店数の見込み

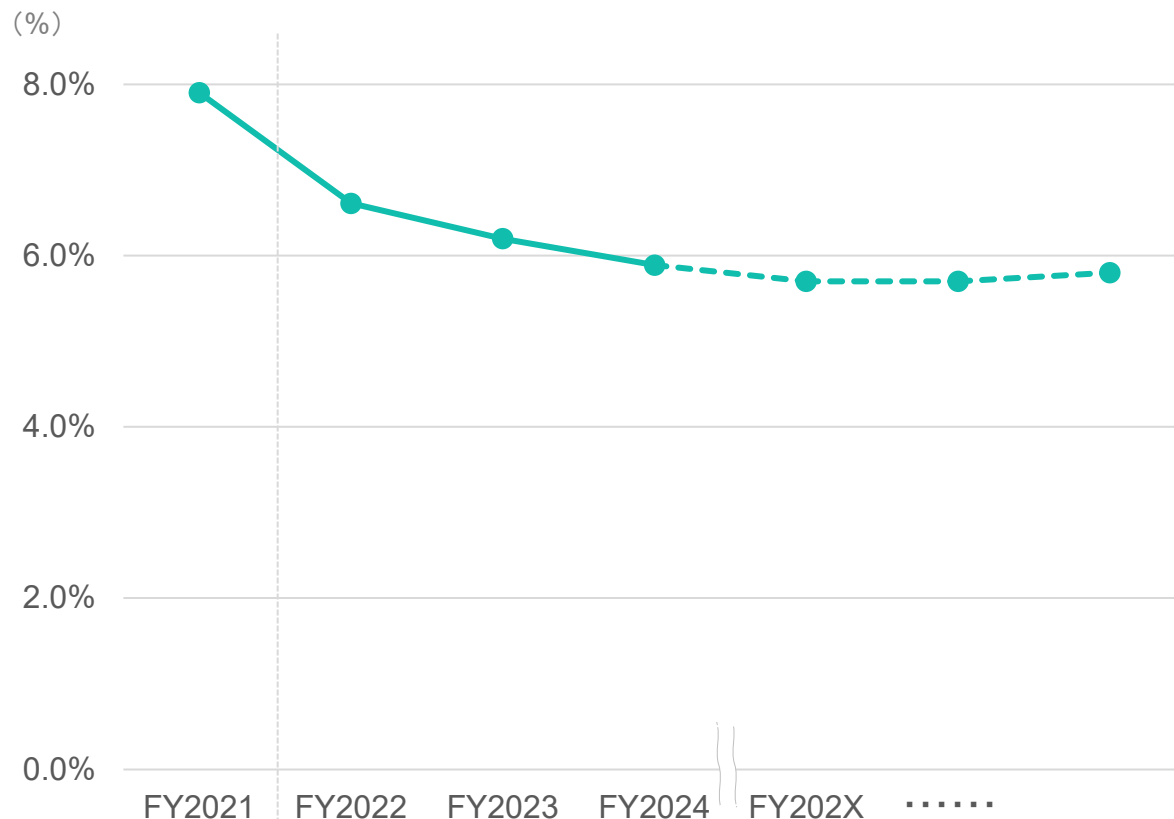
(ショップ)



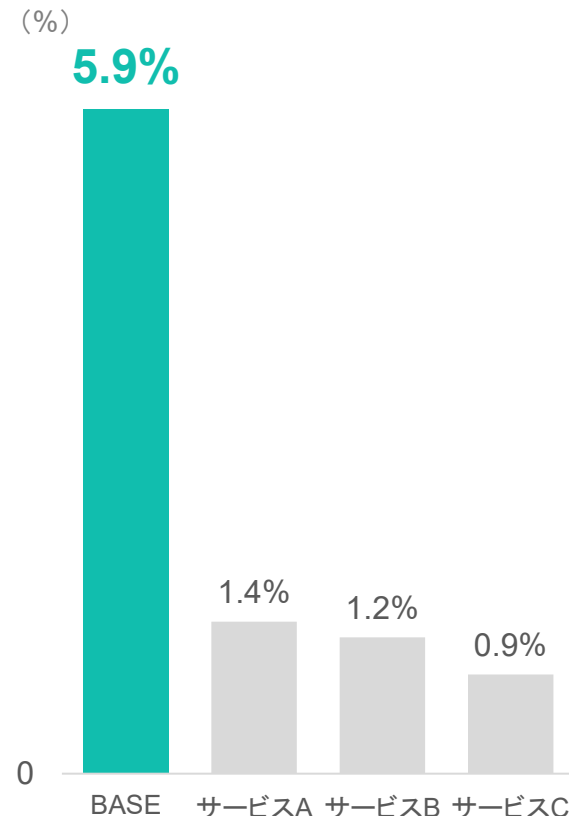
大規模ショップの比率の増加によりテイクレートは減少も、中長期的には追加の従量課金型の機能等を提供し、テイクレートの増加を目指す

ロングテール市場で圧倒的に選ばれ、ネットショップ開設機能だけでなく決済機能も併せて提供することで、業界最安値の料金プランを提供も、**全体では最高水準のテイクレートを維持**

## テイクレートの今後のイメージ



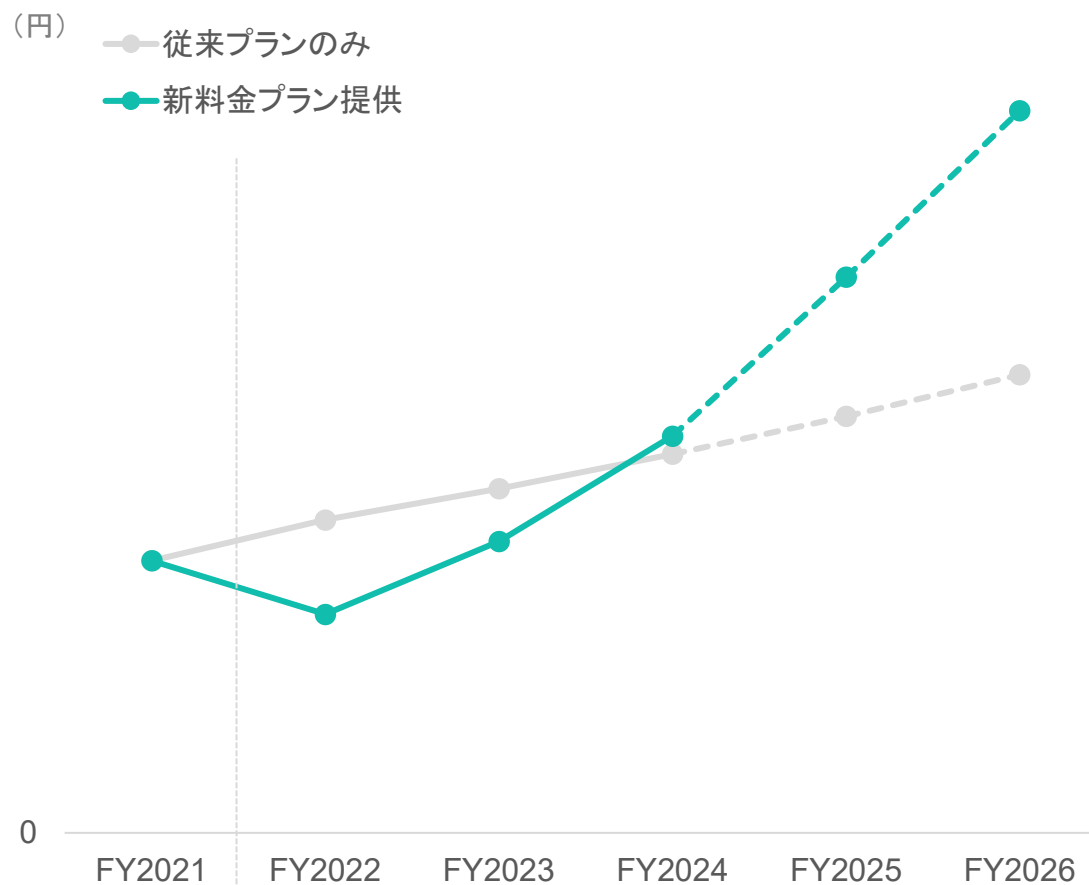
## テイクレートの他社比較<sup>(注)</sup>



(注)BASEのテイクレートは、2024年12月期の見込み。他社のテイクレートは、各社の開示資料より当社作成

月額有料プランの提供により、**売上総利益は短期的には減少も、中期的には最大化**

### 売上総利益の見込み



## 「BASE」「PAY.JP」「Pay ID」の既存アセットを活用し、BNPL機能の提供を目指す BNPL提供のためのサービス基盤は、既存アセットの成長に伴い拡大

### 自社決済ネットワーク構築による付加価値及び優位性の向上

- ✓ BNPLの提供により、オンラインでのクレジットカード決済の負を解消し、**購入者の決済体験を改善**
- ✓ スムーズな決済や分割払い等の提供により、**リピーター化及び平均購入単価を向上**
- ✓ グループの既存アセットを活用することで、**ショップ、加盟店及びユーザー獲得における優位性を確保**
- ✓ 将来的に、分割払い時の手数料課金による**新たな収益基盤の創出**や、外部事業者への**支払い手数料の削減**を目指す

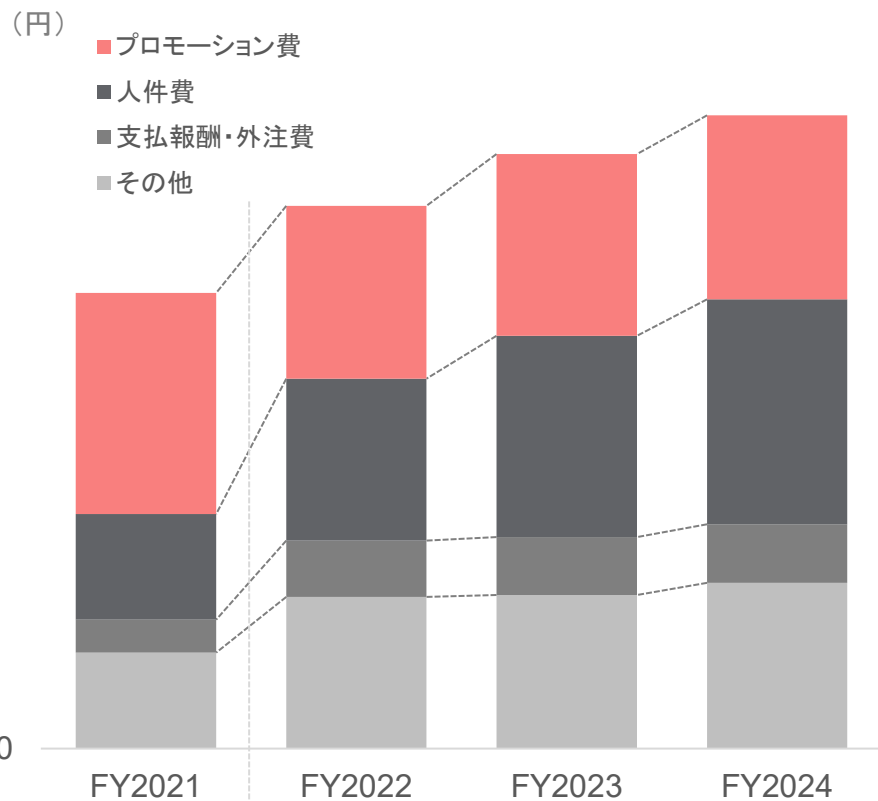


売上総利益の最大化を目的に、今後3年間で最大250億円規模<sup>(注1)</sup>の先行投資を実行

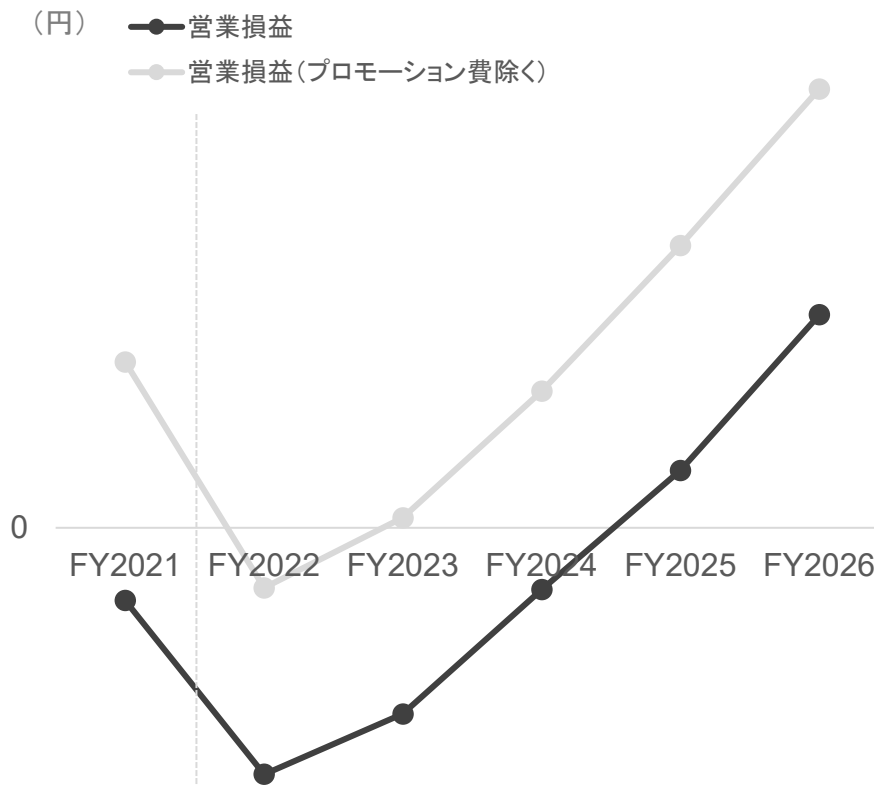
「BASE」の月額有料プランの提供及びBNPLへの参入等に伴い、スカウトチーム及びプロダクト開発の体制強化により販管費が増加し、短期的には赤字幅が拡大も、**2025年12月期の黒字化を目指す**

2021年12月末時点で現預金約240億円及び純資産約151億円と、**強固な財務基盤を保持**

### 販管費の見込み<sup>(注2)</sup>



### 営業損益の見込み



(注1) 今後3年間の販管費見込み額の累計

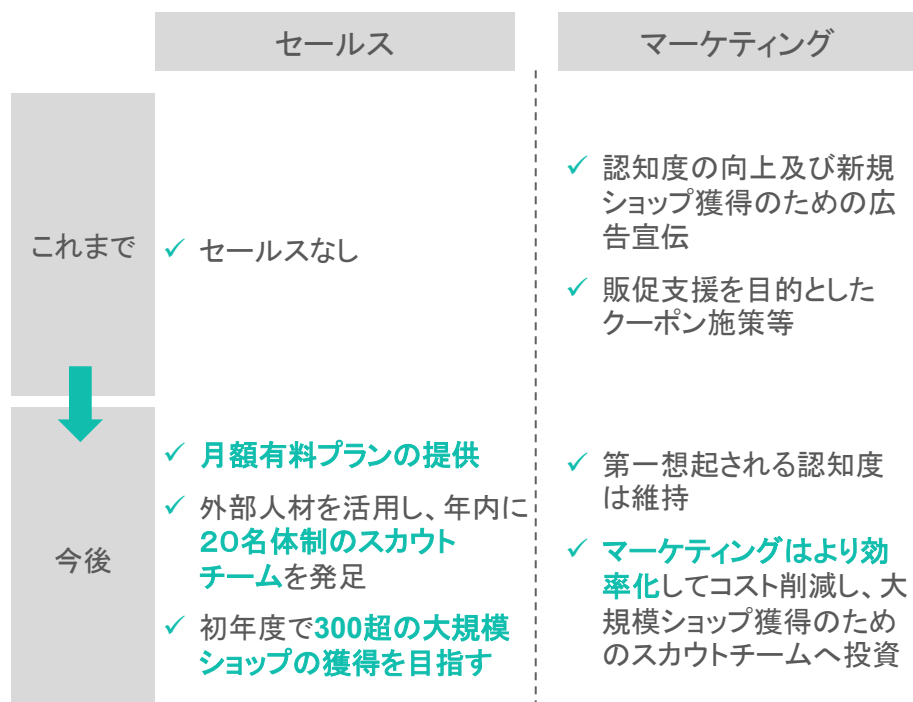
(注2) その他費用には、システム利用料、租税公課、オフィス家賃、採用費等が含まれる

<p>連結</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 引き続きBASE事業に注力し、短期的な利益ではなく、中長期の利益成長を目的とした先行投資を継続</li> <li>✓ 「BASE」の月額有料プランの提供及びBNPLへの参入等に伴う採用活動の強化やプロダクト開発及びスカウトチームの外注費により、販管費が増加し、短期的には赤字幅が拡大</li> <li>✓ 取締役会の構成を見直し、ガバナンスを強化</li> <li>✓ ESG経営に向けた長期戦略の策定</li> <li>✓ 月額有料プランの導入状況やCOVID-19の影響等により適切な数値の算定が困難なため、業績予想の開示は見送るも、中長期の持続的な成長を目指す</li> </ul>
<p>BASE</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>月額有料プランを2022年4月に提供予定</b></li> <li>✓ 大規模ショップの獲得に向けて、スカウトチームを発足</li> <li>✓ マーケティングについては、より効率化することでコストを抑制</li> <li>✓ 競合優位性を持つ初心者向けの機能は更に強化し、大規模ショップ向け機能も拡充</li> </ul>
<p>Pay ID</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>BNPLの開発に向けたプロダクト人員の採用を強化し、年内にプロトタイプ完成を目指す</b></li> <li>✓ SMS認証によるクイックな決済機能やポイント発行機能等、「BASE」のショップの新規顧客及びリピーター増加に注力</li> </ul>
<p>PAY.JP</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 既存の大規模加盟店のサポート体制を整備</li> <li>✓ 不正決済対策機能を提供し、加盟店の新規獲得及び継続利用を促進</li> <li>✓ プラットフォーム運営事業者向けの「PAY.JP Platform」の本格ローンチを目指す</li> <li>✓ 新たな決済手段の提供に向けた準備を開始</li> </ul>
<p>その他(金融)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ BASE BANK株式会社をBASE株式会社に吸収合併(効力発生日2020年1月1日)</li> <li>✓ 中期的にBASE事業のテイクレート向上に寄与する機能開発に着手</li> </ul>

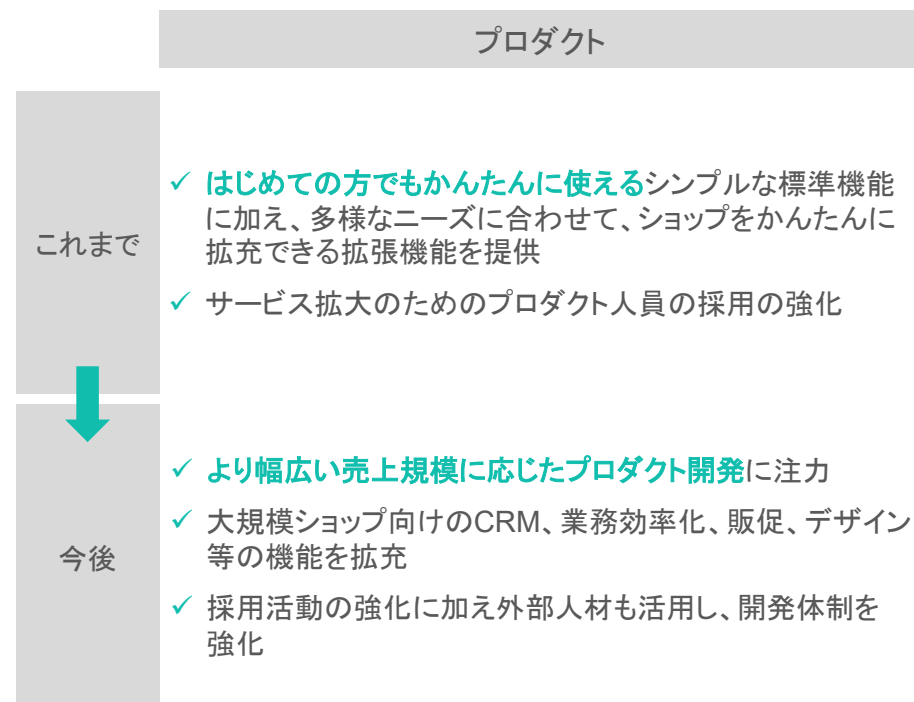
セールス&マーケティングにおいては、これまでのマーケティングの効率化により広告宣伝費を抑制し、大規模ショップの獲得を目的とした**スカウトチーム等の人件費及び外注費が増加**

プロダクト開発においては、より幅広い売上規模のショップへ対応することを目的とした、プロダクト人員の採用活動の強化及び外部人材の活用により、人件費及び外注費が増加

## セールス&マーケティングの方針



## プロダクト開発の方針

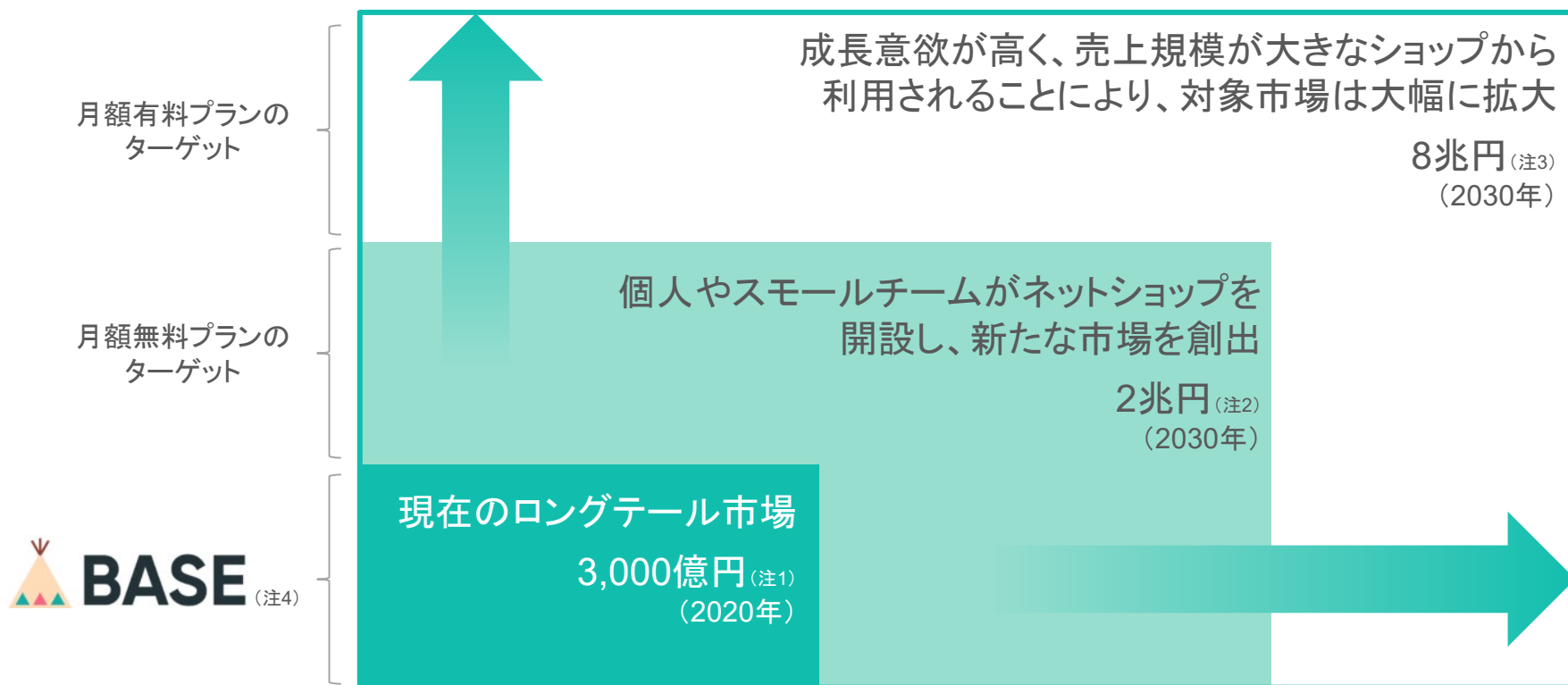


### 3. 市場環境

---



個人やスモールチームが新たに創出する市場に加え、成長意欲が高く、売上規模が大きなショップから利用されることにより、対象市場は大幅に拡大



(注1) 2020年12月期のBASE事業の注文日ベース(注文額)のGMVが、ロングテール市場の約3分の1を占めると仮定して当社作成

(注2) ロングテール市場が10年間CAGR20%で成長すると仮定して当社作成

(注3) 令和2年度経産省「電子商取引に関する市場調査」より、2020年度の物販分野のBtoC-EC市場のうち、自社ECの市場規模が、10年間CAGR8%で成長すると仮定して当社作成

(注4) 2020年12月期のBASE事業の注文日ベース(注文額)のGMVは952億円

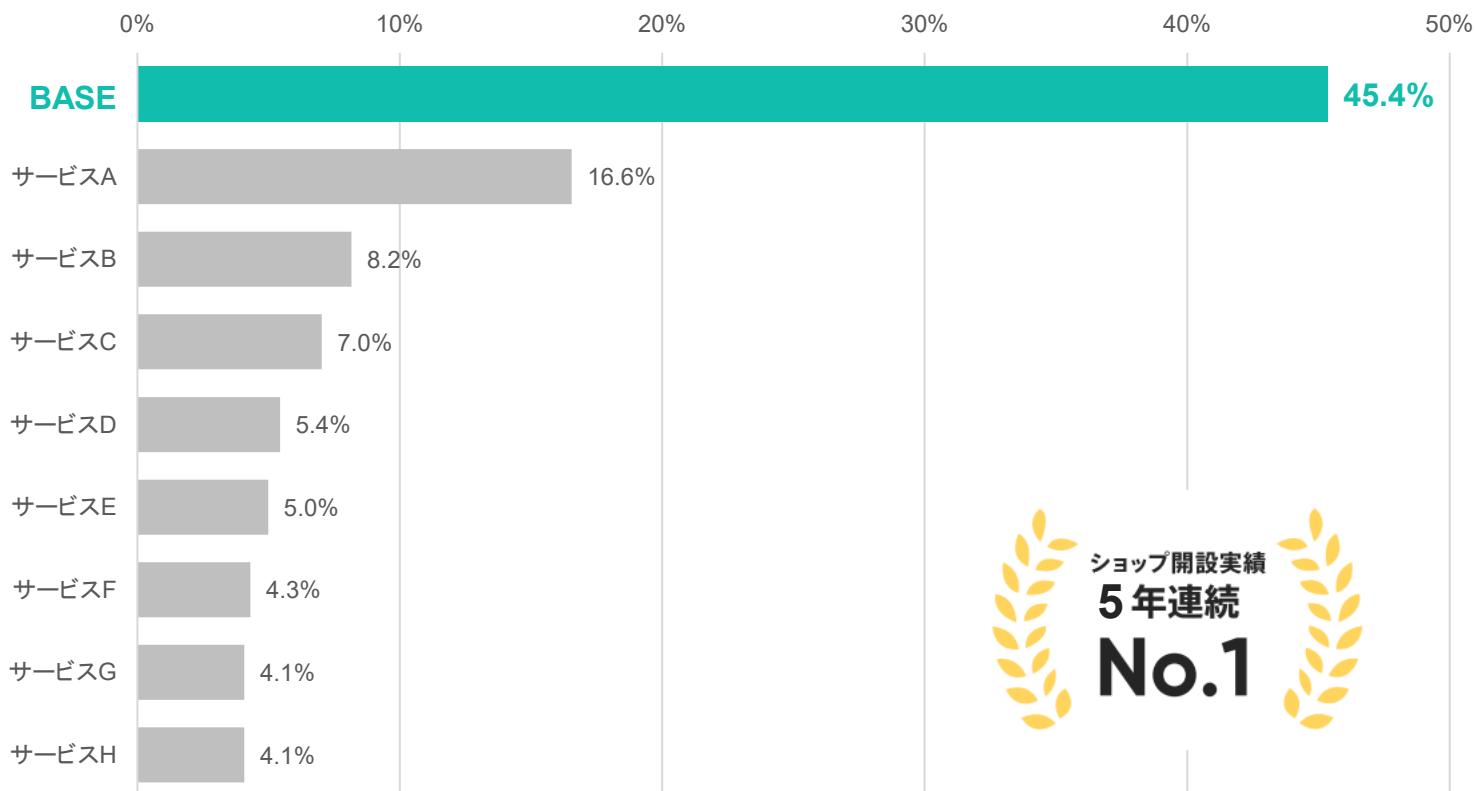
## ストアフロント型のネットショップ作成サービスの強みを活かした「BASE」は従来のモール型ECとは異なる付加価値を提供

		モール型EC	「BASE」
プラットフォームの特徴	機能	専門知識が必要 機能過多で画一的	誰でもかんたんに使える シンプルな機能で、拡張性が高い
	デザイン	商品は、画一的なデザインで 他店と並んで陳列	ショップやブランドの魅力を自由に表現
ショップの特徴	商品	広く知られたブランドや コモディティ化された汎用品	ユニークで他店にないオリジナル商品
	集客	プラットフォームが幅広く集客	ショップがSNS等による直接集客
購入者の特徴	目的	品揃えやコスパ等の利便性	ブランドのファンとしての体験や交流

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

## ストアフロント型のネットショップ作成サービス利用実績調査

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



ストアフロント型のネットショップ作成サービスの強みを活かし、SNS等の外部プラットフォームとの連携を強化することで、ショップの成長をサポート  
個人やスモールチームはSNSを活用して集客を行い、ネットショップで商品を販売する



ショップの集客や販促活動のサポートを目的に、**グローバルプラットフォームとの連携を実現**  
 「BASE」のショップが、管理画面からかんたんに広告出稿等が可能に

 **Instagram販売**

- ✓ 商品のカテゴリや詳細情報を設定
- ✓ さらに多くのInstagramユーザーにアプローチ



 **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



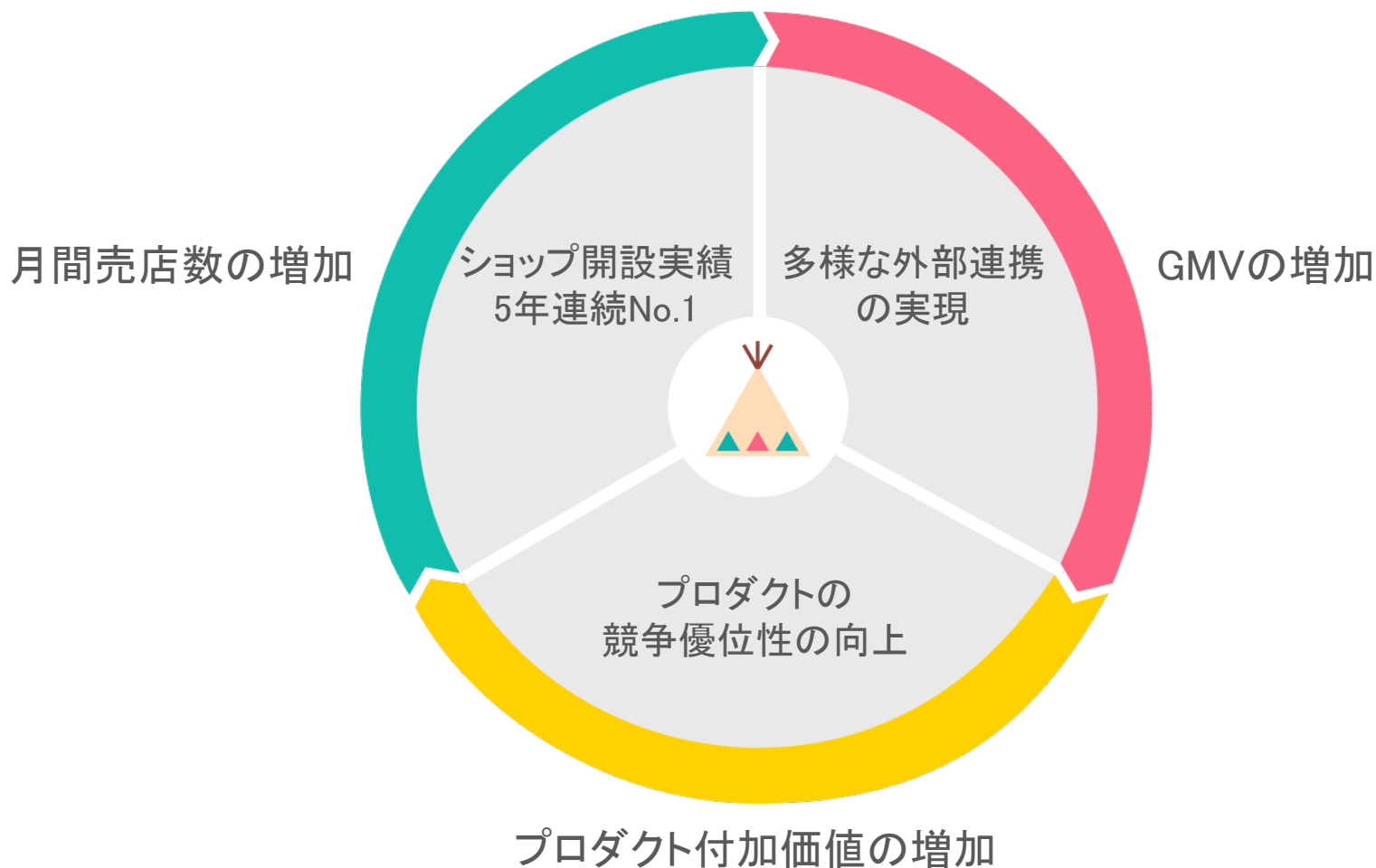

### Google 商品連携・広告 App

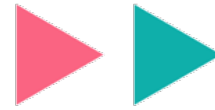
- ✓ BASEの商品を連携
- ✓ はじめてでもかんたんに広告を出稿
- ✓ 機械学習で最適なユーザーに配信

※ Google、GoogleロゴはGoogle LLC の商標です。



日本最大級のショップ開設実績を持つ「BASE」だからできる外部連携を実現し、競争優位性を向上  
個人やスモールチームに最も選ばれるサービスとして、持続的な成長を目指す





# BNPL

Buy Now Pay Later

## Affirm

アマゾンが  
採用を発表

時価総額  
**USD 177億**

2022年2月時点

## Afterpay

米国決済大手の  
Squareが買収を発表

買収額  
**USD 290億**

## Klarna

ソフトバンク・ビジョン  
・ファンドも出資

企業価値  
**USD 456億**

2021年6月時点

## Paidy

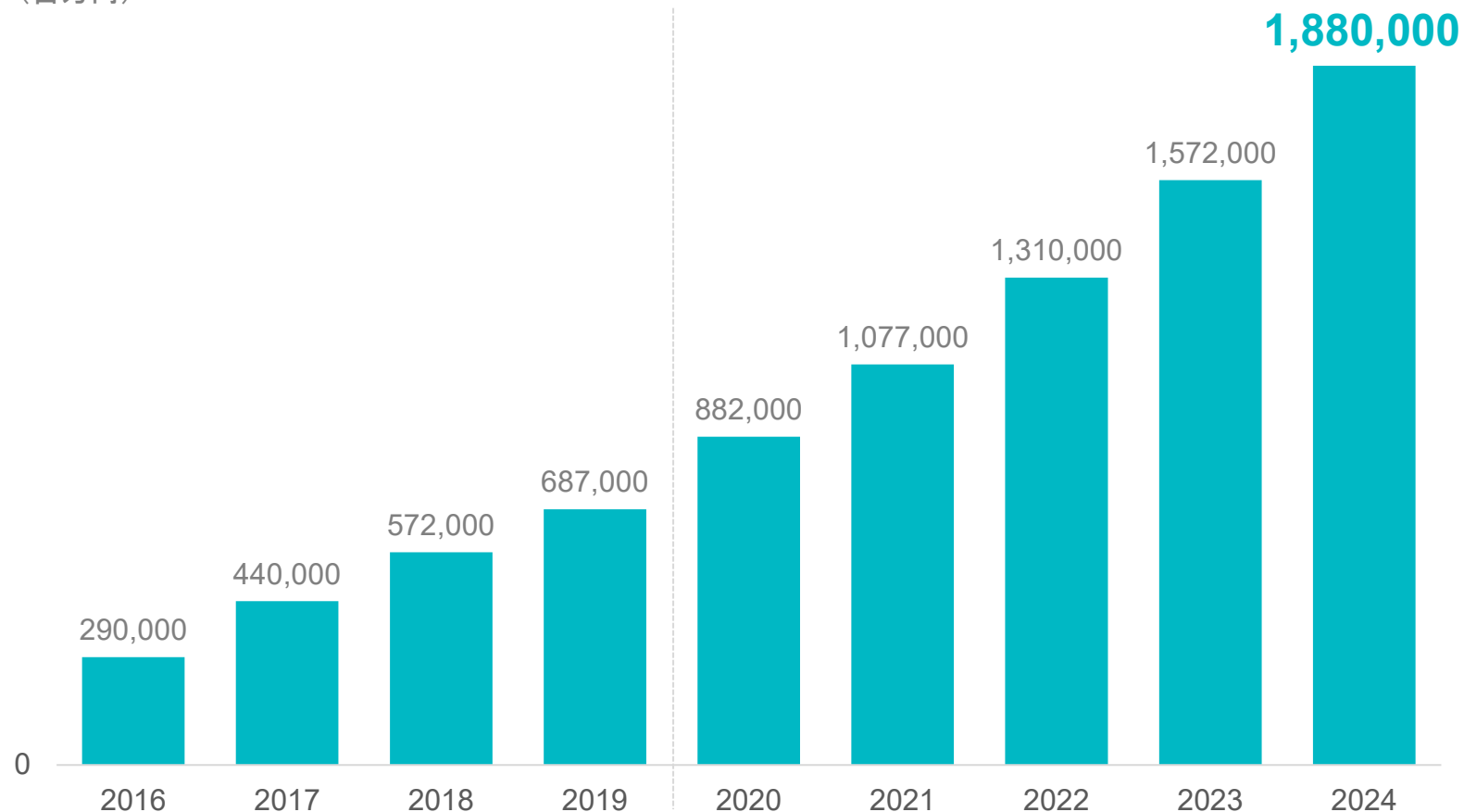
米国インターネット決済  
大手Paypalが買収を発表

買収額  
**JPY 3,000億**

## 日本国内のBNPL市場規模も拡大を見込む

### 後払い決済サービスの取扱い高推移

(百万円)



(注) 矢野経済研究所調べより、BASE作成。2020年度は見込値、2021年度以降は予測値

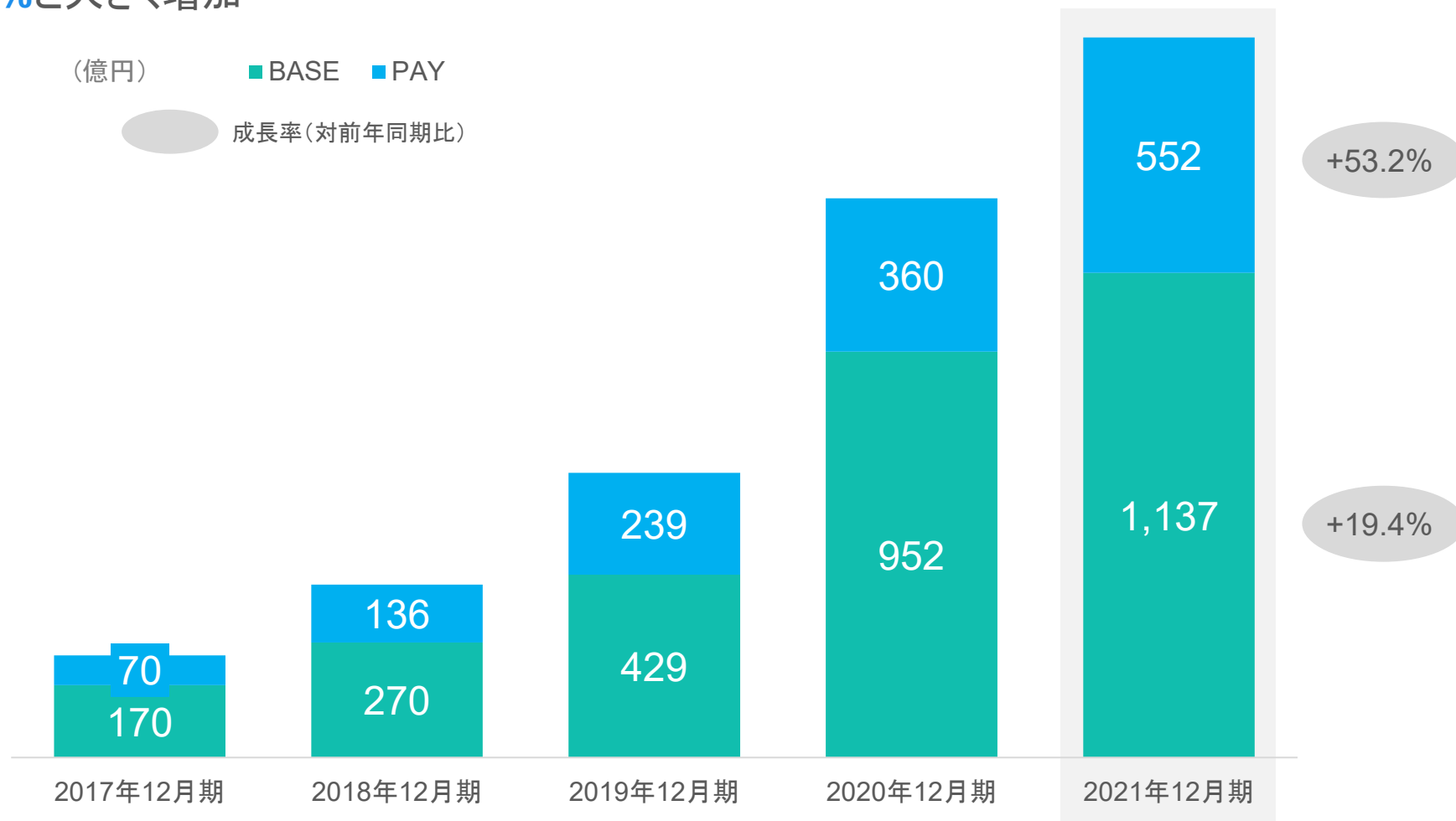


## 4. 2021年12月期 業績 (2021年12月期第4四半期決算説明会資料より抜粋)

---

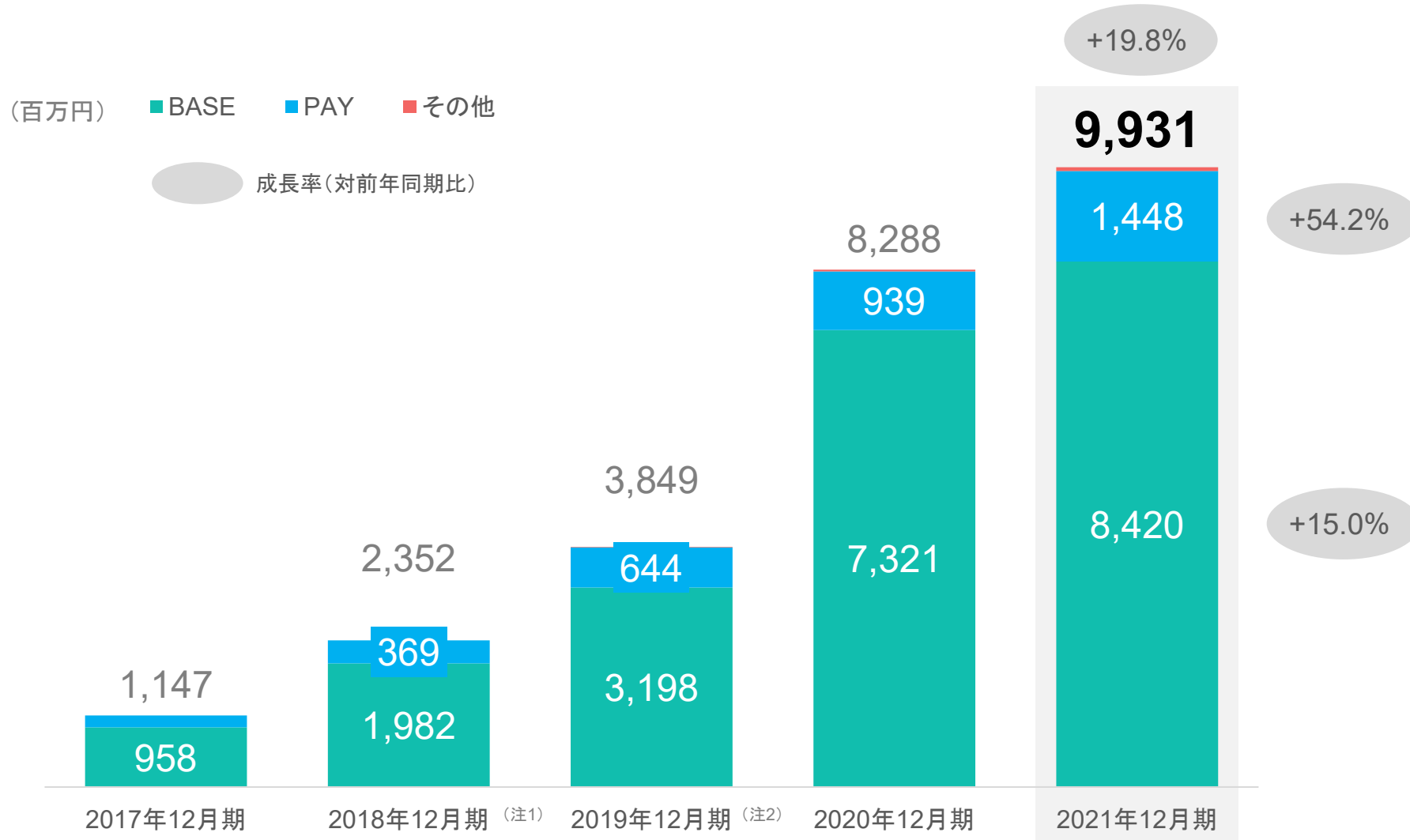
BASE事業は、COVID-19の影響で急増した前年同期比でも**+19.4%**と成長を継続

PAY事業は、既存加盟店の継続的な成長に加え、新規加盟店の増加により、**+53.2%**と大きく増加



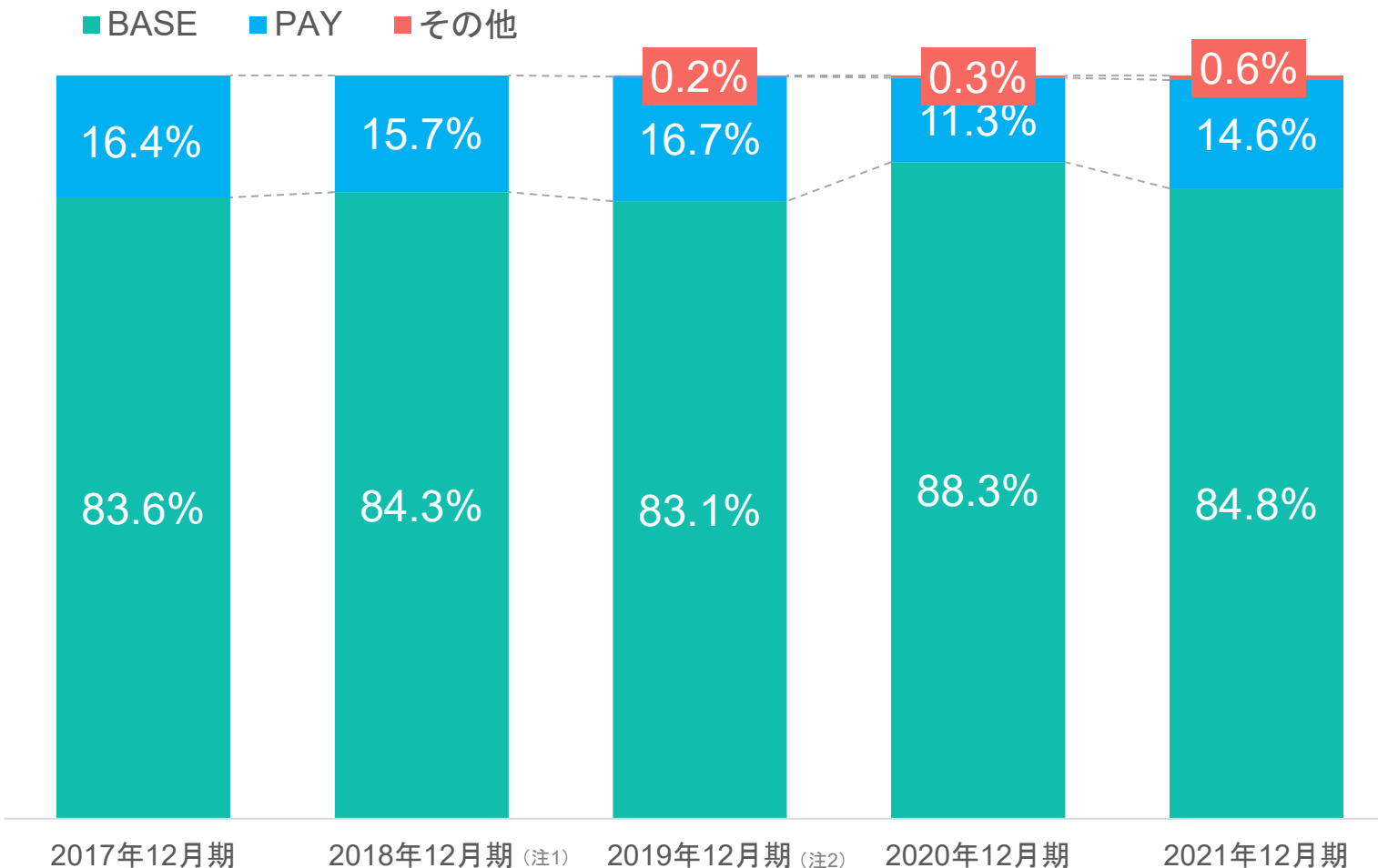
(注)BASEのGMVは注文日ベース(注文額)。PAYのGMVは決済日ベース(決済額)

売上高は、BASE事業及びPAY事業のGMVがともに増加し、前年同期比+19.8%



(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

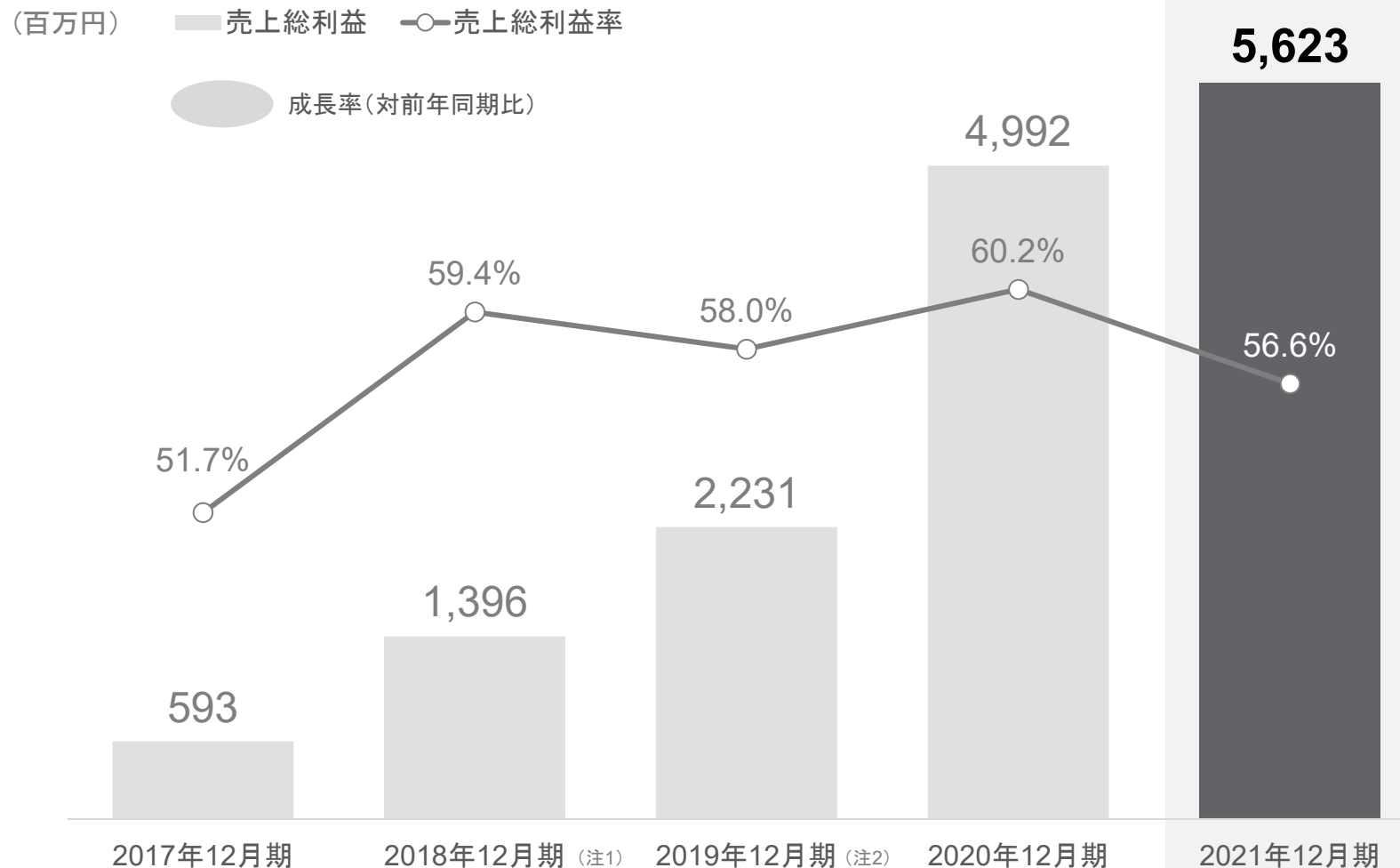
PAY事業の売上高が増加したため、BASE事業の売上高構成比が前年同期比で減少



(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

売上総利益は、主にBASE事業のGMV増加により前年同期比+12.7%

売上総利益率は、BASE事業の売上高構成比の減少により、減少

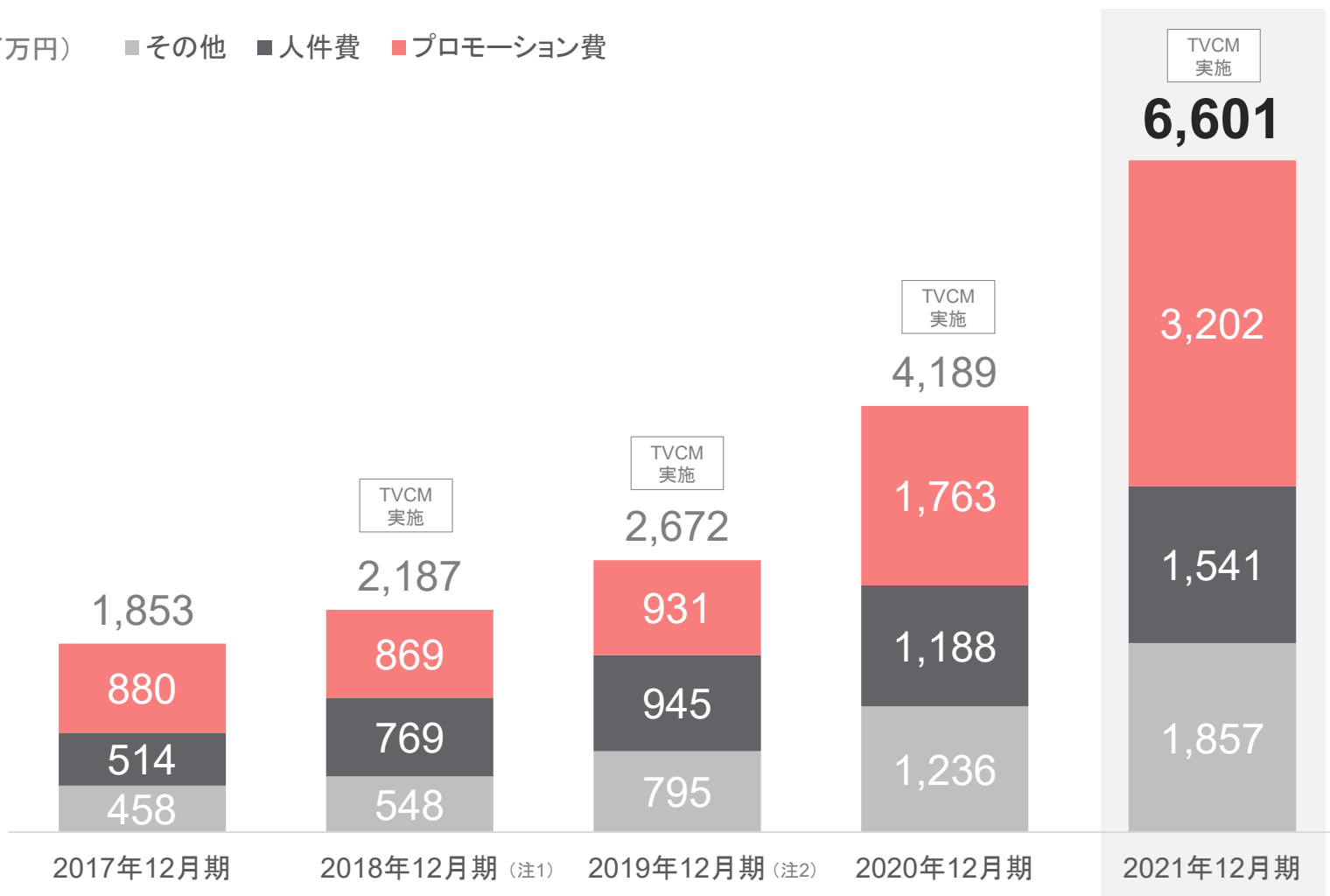


(注1) 2018/12期にPAY事業を新設分割し、連結子会社化を実施したため、2018/12期はPAY株式会社のみ連結、2017/12期以前は単体の数値を記載

(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

- プロモーション費が大きく増加したことにより、販管費は前年同期比+2,412百万円(同+57.6%)と大きく増加
- 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、プロモーション費は同+1,438百万円(同+81.6%)と大きく増加
- BASE事業の製品開発の強化等のための積極的な採用活動等により、人件費及びその他費用が増加

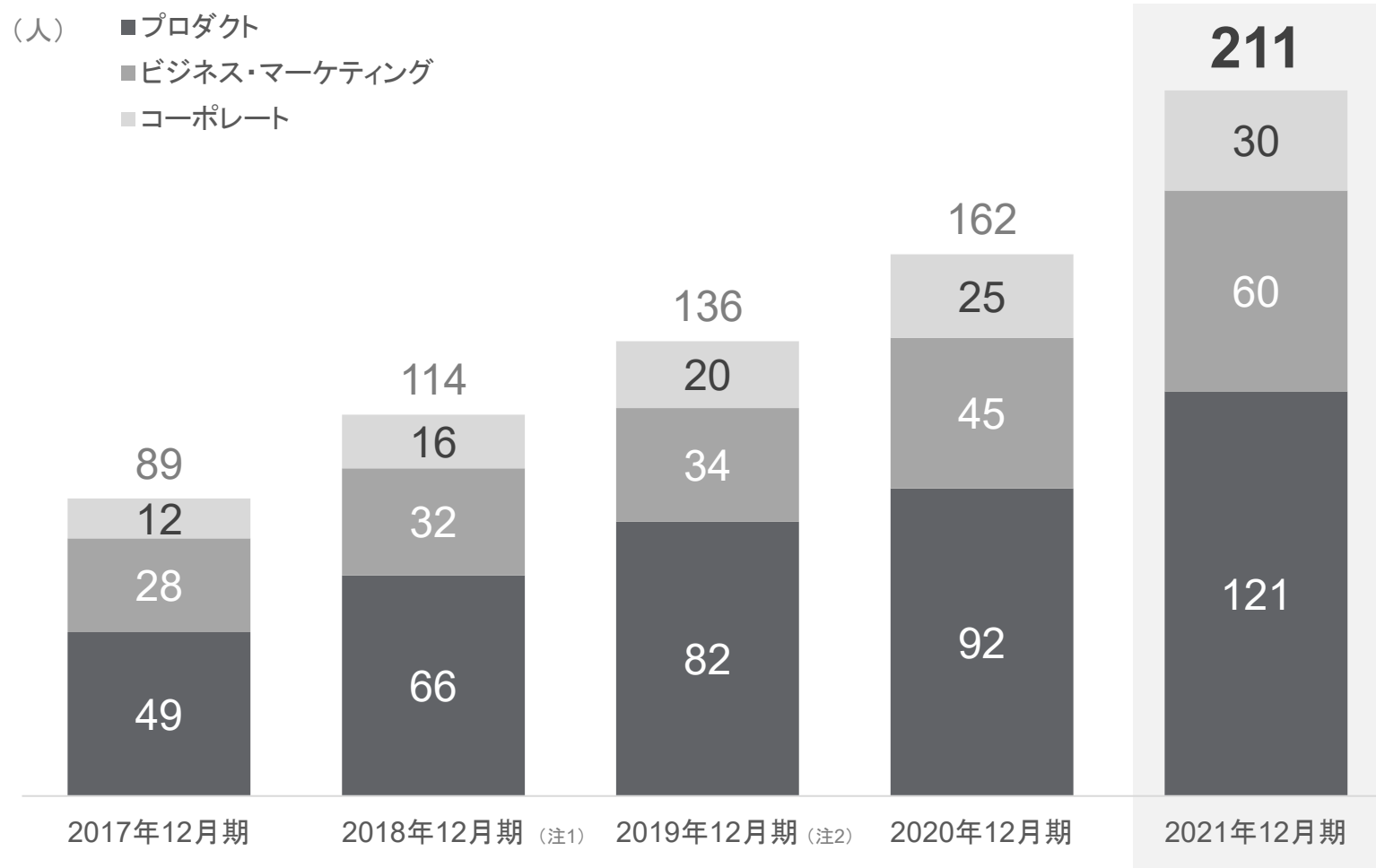
(百万円) ■ その他 ■ 人件費 ■ プロモーション費



(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を中心に採用を強化し、人員数は前年同期比**+49名**  
(同**+30.2%**)

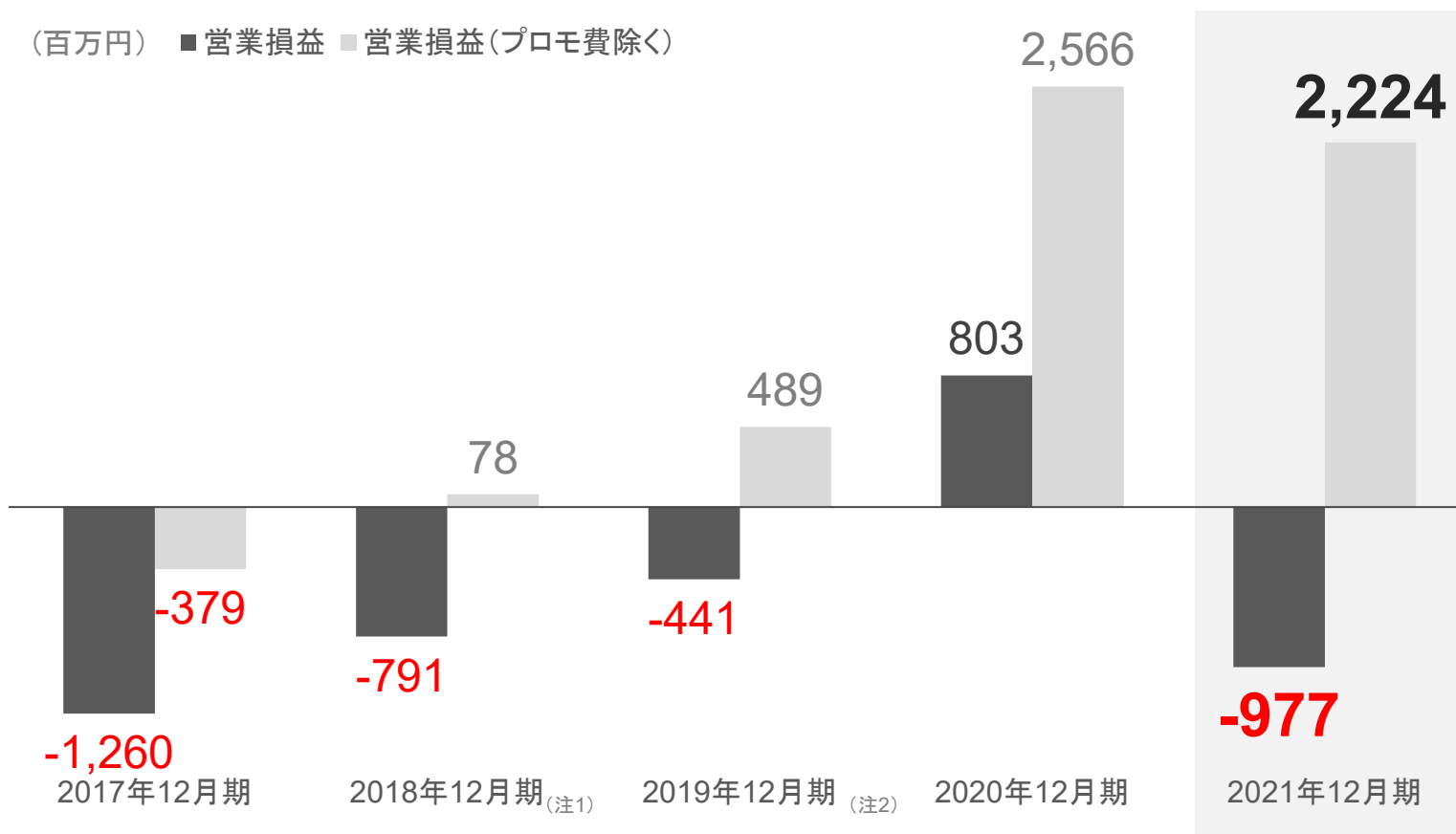


(注1) 2018/12期にPAY事業を新設分割し、連結子会社化を実施したため、2018/12期はPAY株式会社のみ連結、2017/12期以前は単体の数値を記載  
(注2) 2018/12期にBASEBANK株式会社を設立し、2019/12期に連結子会社化を実施したため、2019/12期は連結の数値を記載

プロモーション費等の増加に伴い販管費が大きく増加したことにより、営業損益は**-977百万円**(前年同期は**803百万円**)と赤字で着地

BASE事業の積極的な採用活動及びサービス拡大に伴う人件費及びその他費用の増加により、営業損益(プロモーション費除く)は減少

(百万円) ■ 営業損益 ■ 営業損益(プロモ費除く)

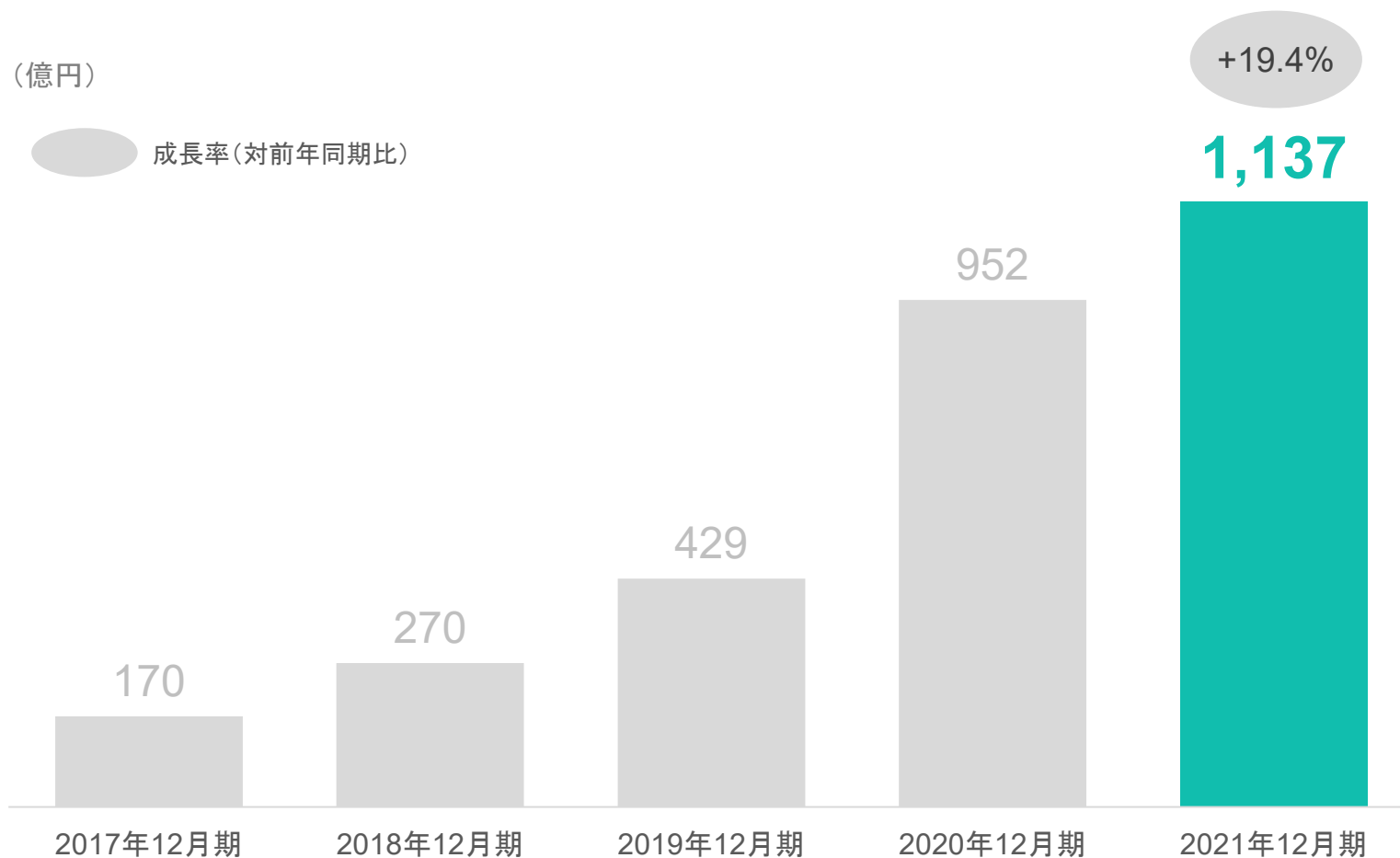


(注1) 2018/12期にPAY事業を新設分割し、連結子会社化を実施したため、2018/12期はPAY株式会社のみ連結、2017/12期以前は単体の数値を記載

(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



GMVは、COVID-19の影響で急増した前年同期比でも**+19.4%**と成長を継続



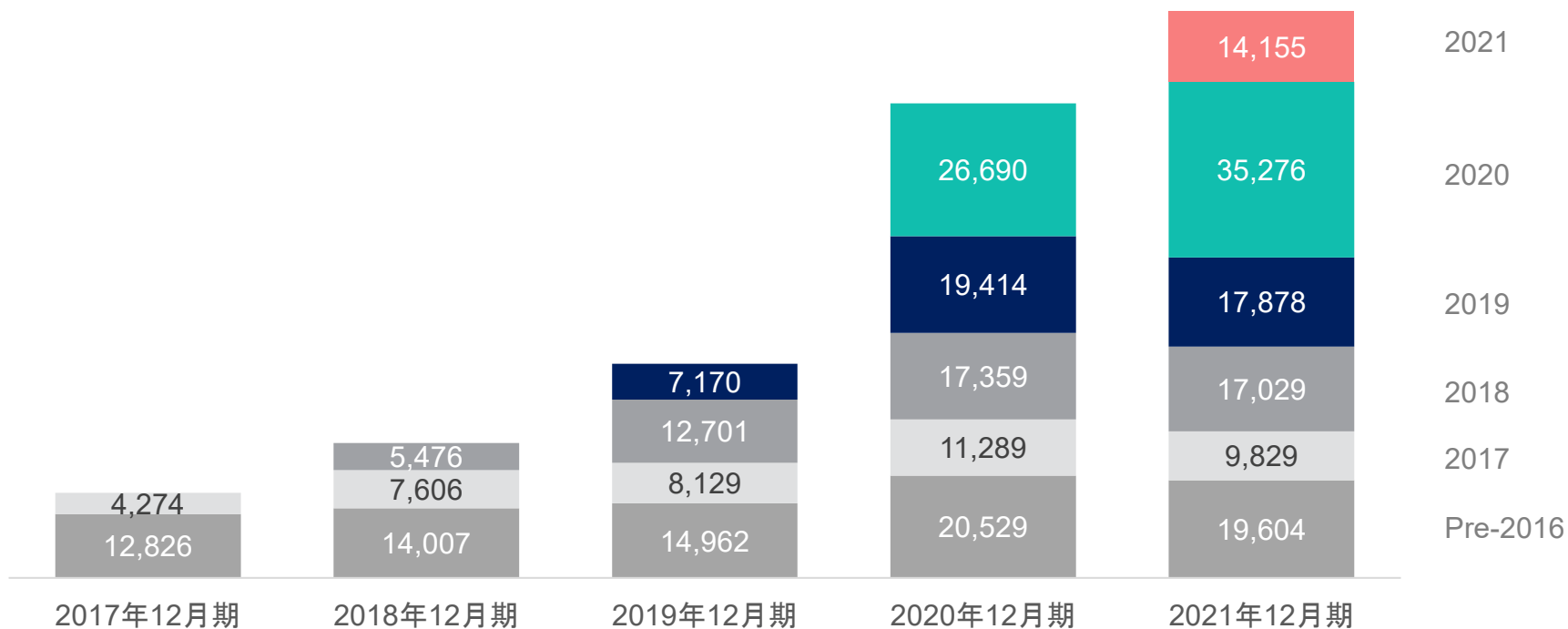
(注)GMVは注文日ベース(注文額)

新規ショップの開設により2021年のGMVが積み上がったことに加え、COVID-19を機に成長したショップの継続利用により、2020年以前のGMVも引き続き高い水準で推移

### GMVの推移(開設年別)

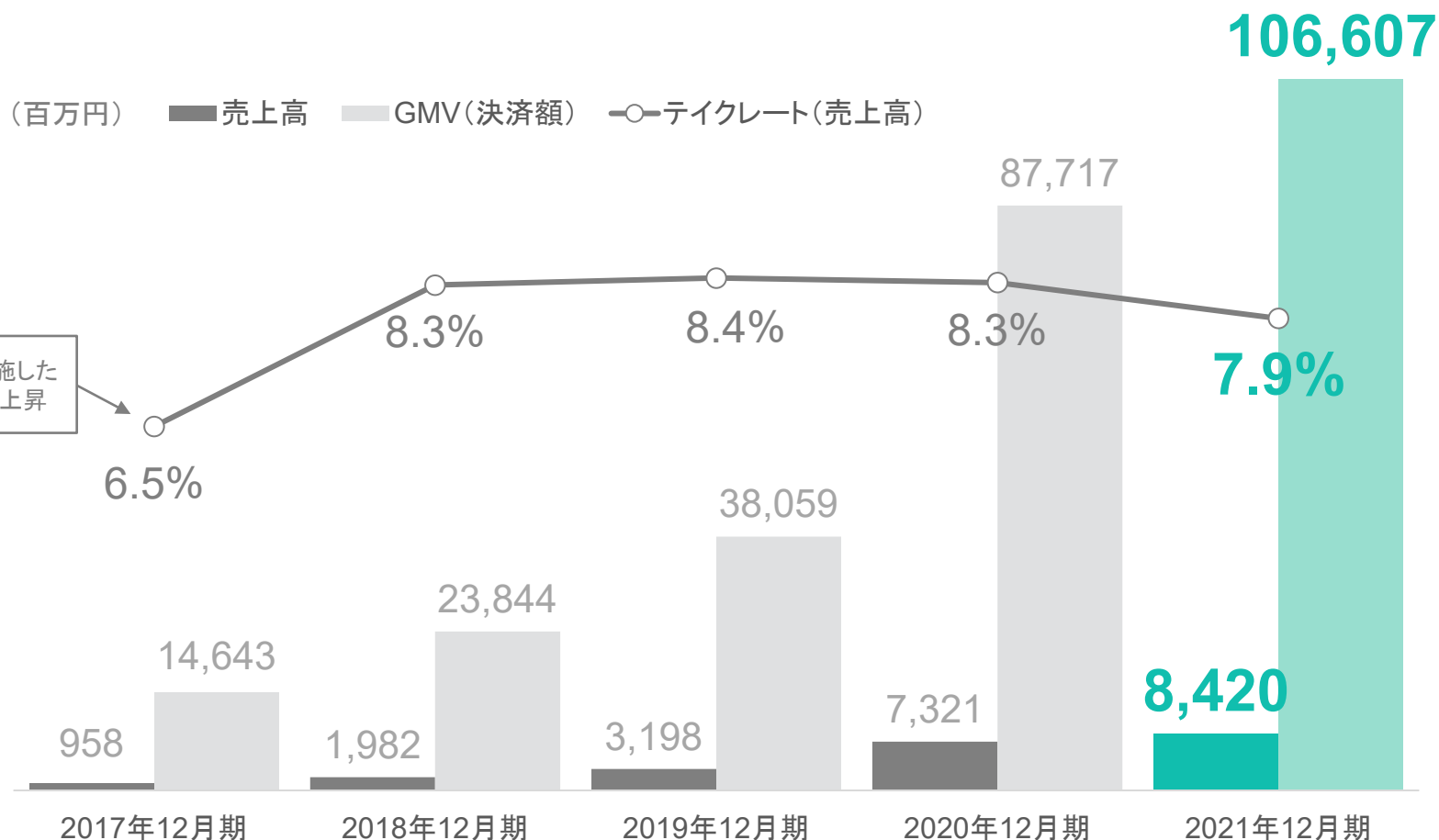
(百万円)

■ Pre-2016 ■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021



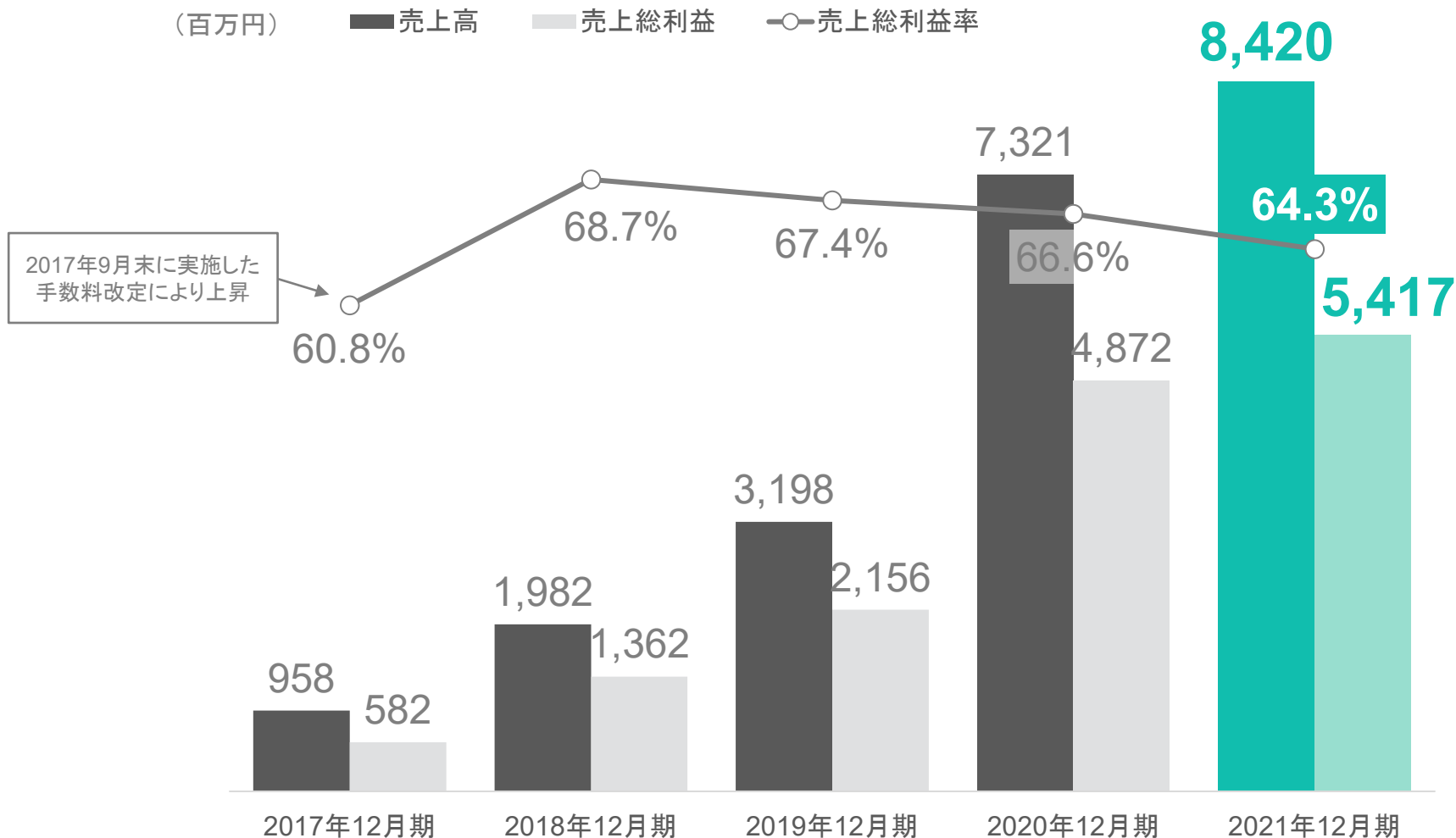
GMV(決済額)<sup>(注1)</sup>は前年同期比**+21.5%**と増加

テイクレートは、主に購入者負担手数料<sup>(注2)</sup>の減少により、減少



(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  
(注2)クレカ決済、銀行振込、Paypal、Amazon Payでは購入者の手数料は無料だが、コンビニ決済、後払い決済、キャリア決済では購入者に300円の追加手数料が発生するため、コンビニ決済、後払い決済、キャリア決済の決済比率が低下すると、テイクレートも減少する

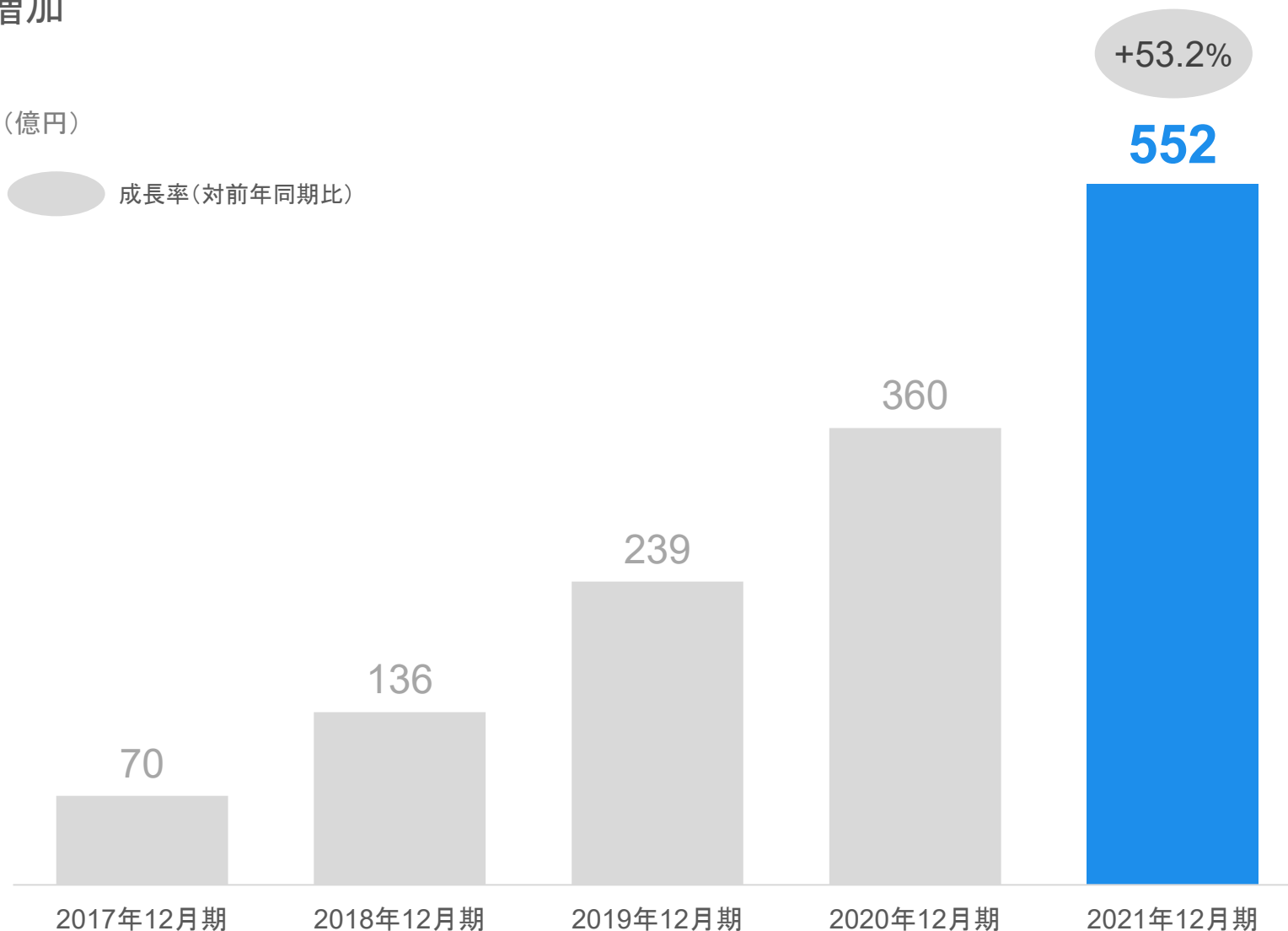
GMVの増加により、売上高は前年同期比**+15.0%**、売上総利益は同**+11.2%**  
売上総利益率は、テイクレートの低下により、減少



GMVは、既存加盟店の継続的な成長に加え、新規加盟店の増加により、前年同期比**+53.2%**と大きく増加

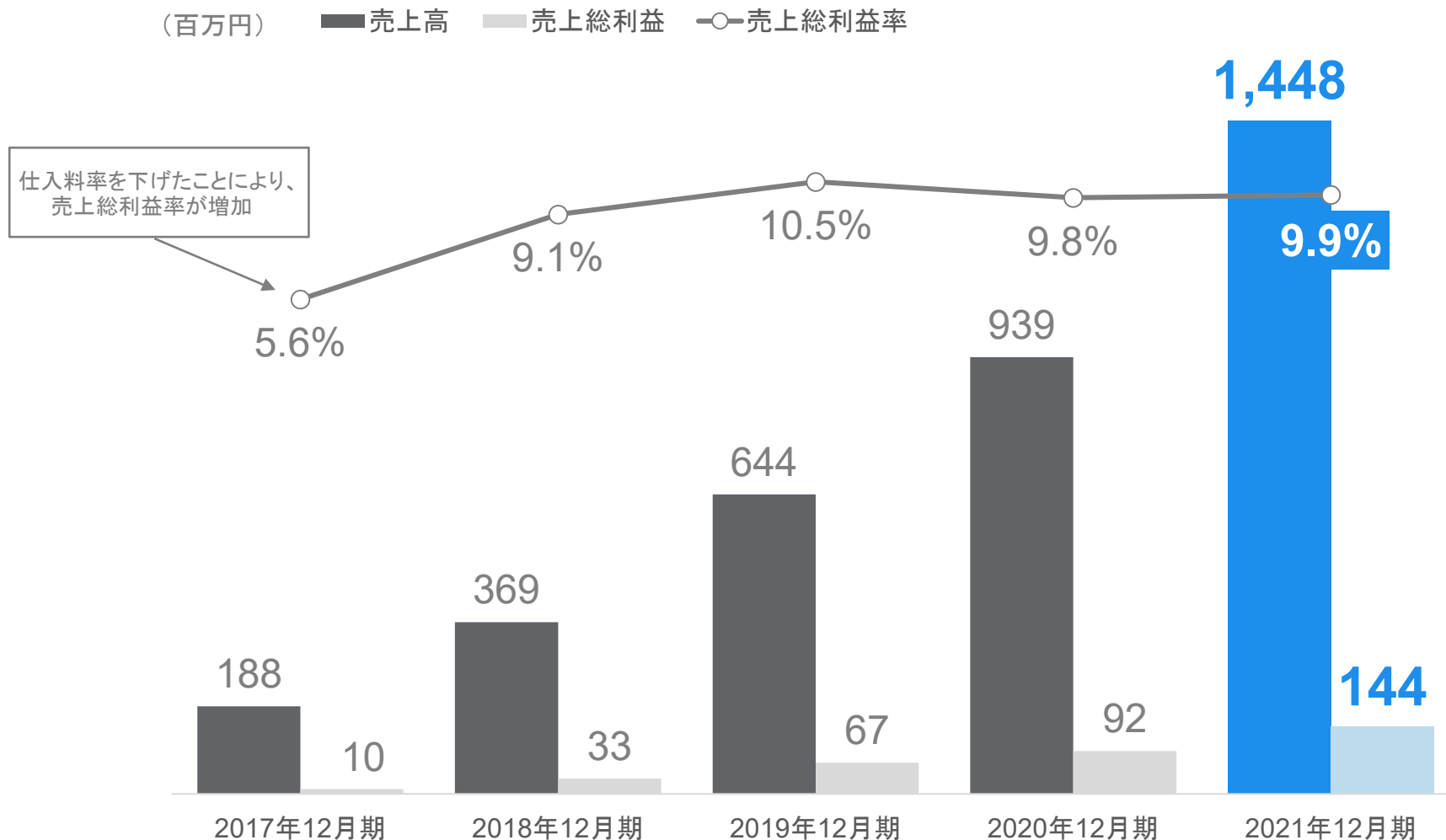
(億円)

● 成長率(対前年同期比)



(注)GMVは決済日ベース(決済額)

GMVの増加により、売上高は前年同期比**+54.2%**、売上総利益は同**+56.1%**と大きく増加  
売上総利益率は、前年同期比で微増



## 5. 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	ネットショップ作成サービス「BASE」、オンライン決済サービス「PAY.JP」及びショッピングサービス「Pay ID」の企画・開発・運営
取締役	代表取締役 鶴岡 裕太 取締役 原田 健 社外取締役 志村 正之 社外取締役 飯島 三智 社外取締役 松崎 みさ
従業員数(連結)	211人 うち、プロダクト人員121人(2021年12月末現在)
子会社	PAY株式会社



## 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。



### 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。

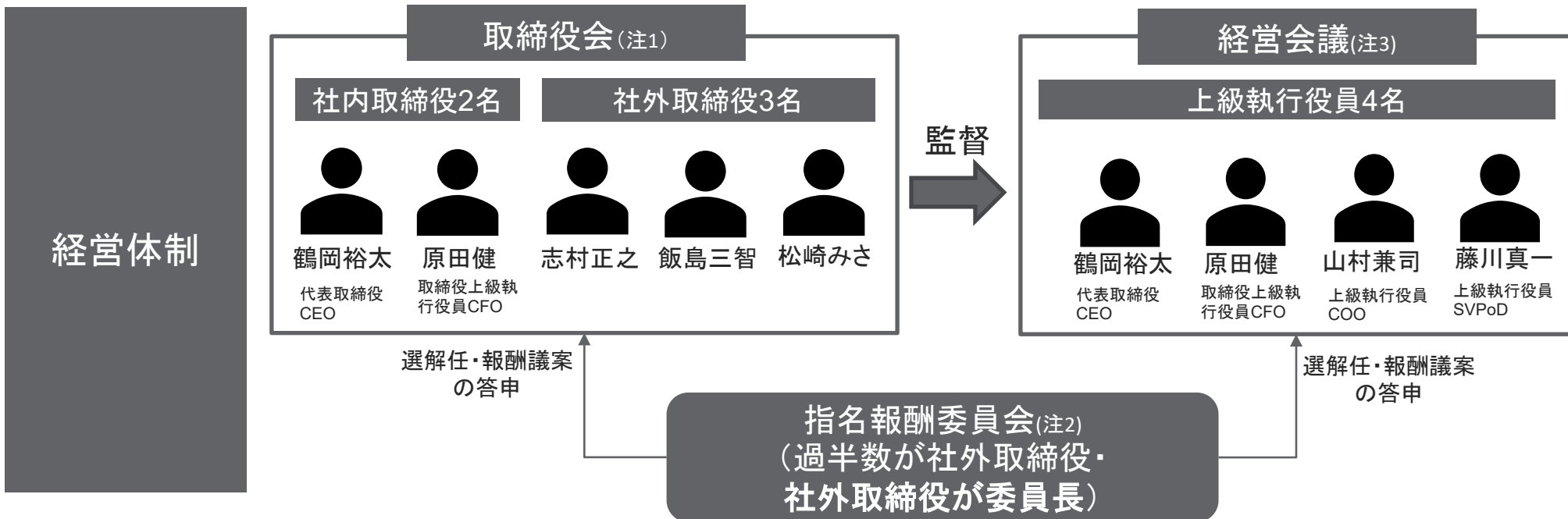


### 山村兼司(上級執行役員COO)

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。

## 中長期の企業価値向上に向けたガバナンスの強化

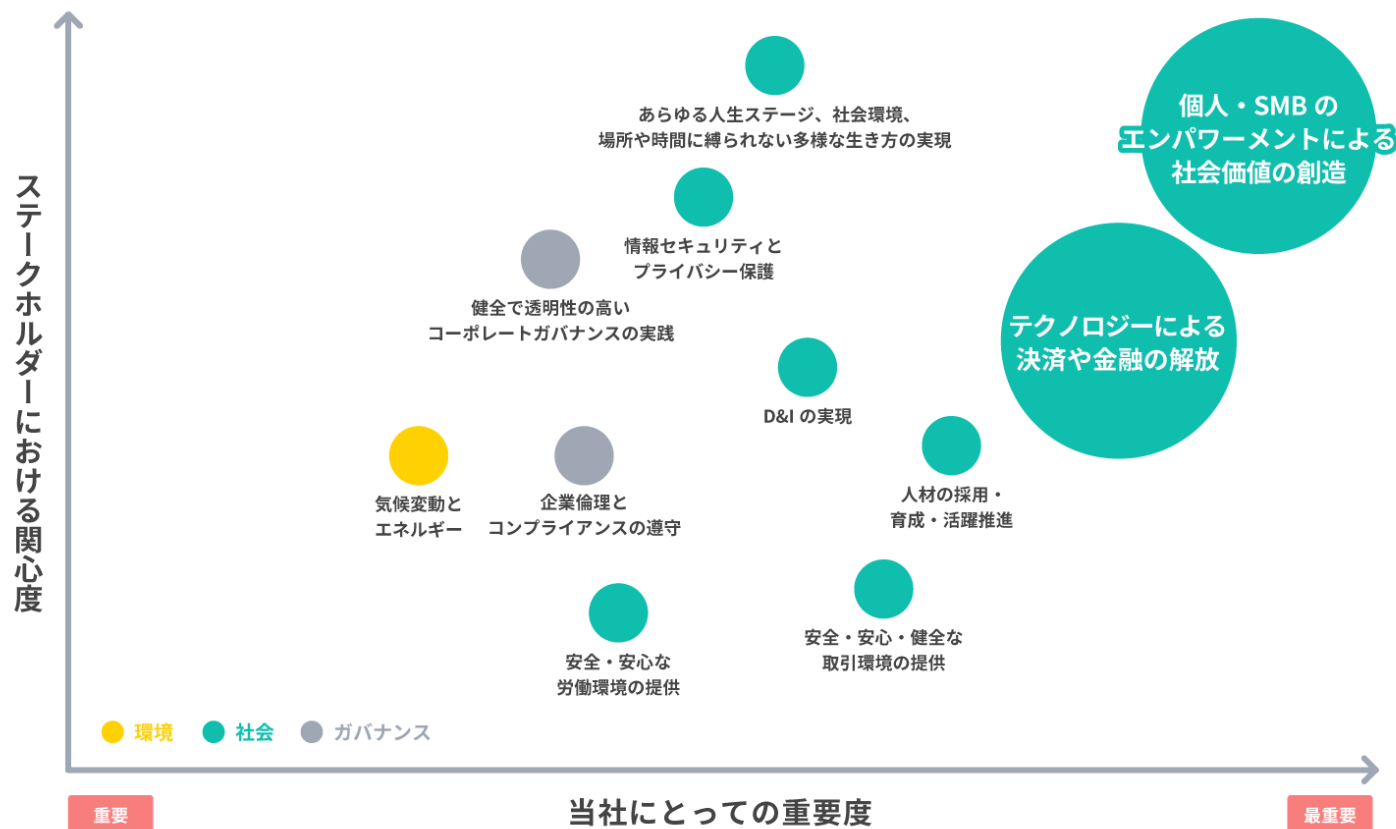
- 社外取締役を過半数(社内取締役2名・社外取締役3名)とすることで、取締役会の監督機能を強化
- 指名報酬委員会の委員長を社外取締役にすることで、経営陣選解任や報酬決定プロセスの公正性・透明性を向上



# サステナブルな社会実現への取り組み

- サステナビリティ基本方針の策定および重要課題(マテリアリティ)の特定を実施
- 決済・金融へのアクセシビリティを高め、それにより個人・スモールチーム(SMB)をエンパワーメントすることですべての人が活躍できる社会の実現を目指す<sup>(注1)</sup>

マテリアリティマップ<sup>(注2)</sup>



(注1)マテリアリティに関する詳細や具体的な取り組みは、今後当社ウェブサイトにて開示する予定

(注2)事業により解決すべき最重要のマテリアリティを大きな円で示し、事業継続を支える基盤となるマテリアリティや、最重要マテリアリティの達成手段にあたるマテリアリティを小さな円で表示

2012	11月	ネットショップ作成サービス「BASE」をリリース
	12月	BASE株式会社を設立
2015	6月	ショッピングアプリ「BASE」をリリース
	9月	オンライン決済サービス「PAY.JP」をリリース
2017	6月	ID決済サービス「PAY ID」をリリース
2018	1月	決済事業の分社化によりPAY株式会社を設立
	1月	金融事業を行うBASE BANK株式会社を設立 <sup>(注1)</sup>
	9月	資金調達サービス「YELLBANK」をリリース
2019	10月	東京証券取引所マザーズ市場に新規上場
2021	12月	ショッピングサービス「Pay ID」をリリース <sup>(注2)</sup>

(注1)BASE BANK株式会社は2022年1月1日を合併効力発生日として、BASE株式会社により吸収合併

(注2)「Pay ID」は既存サービスであるID決済サービス「PAY ID」及びショッピングアプリBASEの統合・刷新によるリリース

2021年12月末時点で現預金が24,053百万円と強固な財務基盤を維持

BASE事業及びPAY事業のGMVの増加に伴い、未収入金、営業未払金及び営業預り金が増加  
出資先の株式の減損処理により、投資有価証券が減少

(百万円)	2021年12月末	2020年12月末	前期末比
流動資産	31,433	27,693	+13.5%
(内、現金及び預金)	24,053	22,271	+8.0%
(内、未収入金) *1	6,631	4,971	+33.4%
固定資産	558	811	-31.2%
(内、投資有価証券)	183	435	-58.0%
<b>資産合計</b>	<b>31,991</b>	<b>28,505</b>	<b>+12.2%</b>
流動負債	16,823	12,224	+37.6%
(内、営業未払金) *2	12,745	8,989	+43.2%
(内、営業預り金) *3	3,707	2,589	+41.8%
固定負債	61	63	-2.4%
<b>負債合計</b>	<b>16,885</b>	<b>12,287</b>	<b>+37.4%</b>
資本金	8,552	8,513	+0.5%
資本剰余金	7,362	7,323	+0.5%
利益剰余金	-813	380	-
その他有価証券評価差額金	3	-0	-
<b>純資産合計</b>	<b>15,105</b>	<b>16,217</b>	<b>-6.9%</b>

\*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

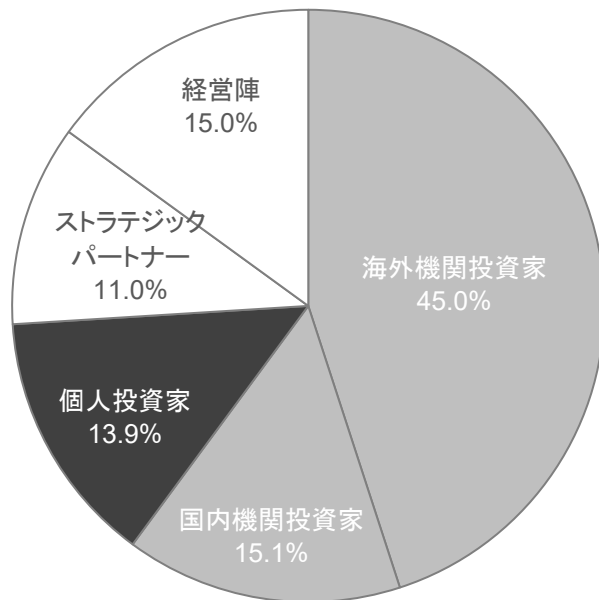
\*2: 営業未払金: BASE事業において、当社からショップへ支払う決済代金のうち、未払いのもの

\*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

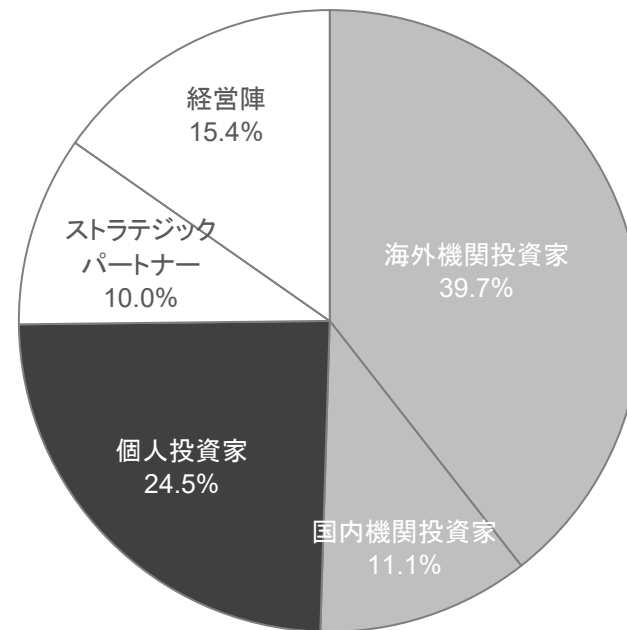
株式分割<sup>(注)</sup>により、主に個人投資家が増加

個人投資家の比率が大きく増加も、機関投資家の比率は半数を上回る

2021年6月30日



2021年12月31日



(注)2021年4月1日に投資単位を引き下げを目的に、1:5の株式分割を実施

項目	主要なリスク	可能性	影響度	リスク対応策
競争について	ストアフロント型のEC市場及びオンライン決済サービス市場において、既存事業者や新規参入事業者により競争が激化するリスク	高	大	【BASE】 <ul style="list-style-type: none"> <li>プロモーションを強化し、個人やSMBからの認知を獲得</li> <li>機能開発を強化し、プロダクトの付加価値を向上</li> </ul> 【PAY】 <ul style="list-style-type: none"> <li>小規模事業者を対象とした、よりかんたんな決済導入のための機能開発を強化</li> </ul>
継続的な投資及び赤字計上について	想定通りに事業展開が進まず、先行投資を上回る収益が十分に創出できない場合や、競争環境の変化等により、想定以上の広告宣伝費の投入や開発人員等の採用が必要となるリスク	高	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業計画の機動的な見直しを実施</li> <li>プロモーションの適切な効果測定や、開発計画の見直しにより、環境の変化に応じたリソースの再配分を実施</li> </ul>
サービスの健全性維持及び不正利用について	当社サービス利用者によるサービスの健全性を脅かすような行為により、取引の場を提供する者として当社グループに責任追及がなされるリスクや、不正決済による売上金の返金や損害賠償請求等がなされるリスク	高	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>専門部署を設置の上、当社が保有する取引データを機械学習等を活用して分析し、不適切な行為や不正決済を検知・防止する取り組みを実施</li> </ul>
情報セキュリティ及び個人情報の管理について	個人情報の漏洩等により、当社グループへの法的責任の追及がなされるリスクや、当社グループの信用が下落するリスク	中	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報セキュリティ委員会によるセキュリティ対策の検討及び実施</li> <li>情報セキュリティ研修の実施による役職員の意識向上</li> <li>個人情報保護法を順守した個人情報の管理</li> </ul>
情報システムのトラブルについて	大規模なシステムトラブル等により、当社サービスの安定的な提供ができなくなるリスク	中	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>サーバー設備等の強化や適切な社内体制の構築</li> </ul>

(注) 上記は成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋し掲載しています。その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

(株)		FY2021
新株予約権	期首残高	7,196,000
	付与	0
	行使	-1,778,000
	失効	-84,000
	期末残高	5,334,000
発行済株式数		111,500,749
潜在株割合 (対発行済株式総数)		4.8%

(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。上記においては、2021年12月期期首に当該株式分割が行われたと仮定して算出



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。

なお、次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」につきましては、2023年3月に開示を行う予定です。

**BASE**