



BASE

2023年12月期第2四半期
決算説明会資料

BASE株式会社

(東証グロース:4477)

2023年8月3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2四半期業績
4. 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。



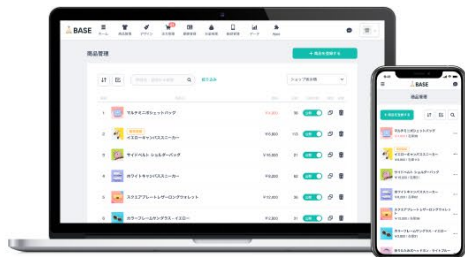
BASE

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

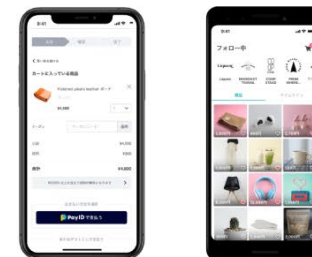


決済支援

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

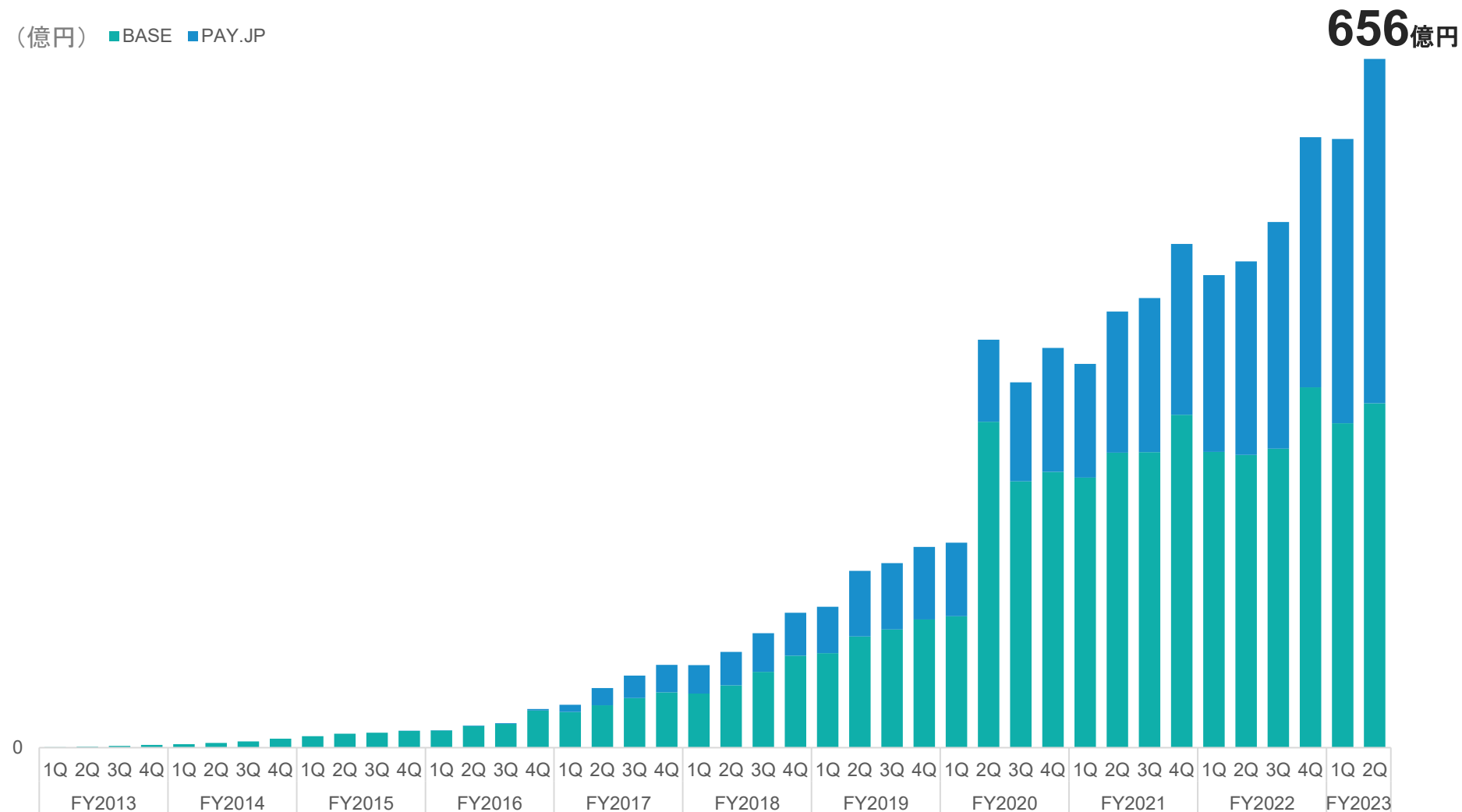
- ✓ グループ全体のGMVは、BASE事業とPAY.JP事業がともに成長し、650億円超に
- ✓ 上半期実績はおおむね想定通りに進捗しており、通期業績も業績予想の範囲内で着地する見通し
- ✓ 2025年12月期営業損益黒字化に向けて、引き続き売上総利益の成長及び財務体質の強化を図る

2023年12月期 第2四半期 業績

- ✓ 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に転換
- ✓ **BASE事業のGMVは**、月額有料プランの効果に加え、事業環境の回復等により、**前年同四半期比+17.6%**
- ✓ **PAY.JP事業のGMVは**、既存及び新規の大型加盟店がけん引し、**前年同四半期比+77.9%**と引き続き大きく増加

グループ全体のGMVは、BASE事業とPAY.JP事業がともに増加し、650億円超に

(億円) ■BASE ■PAY.JP

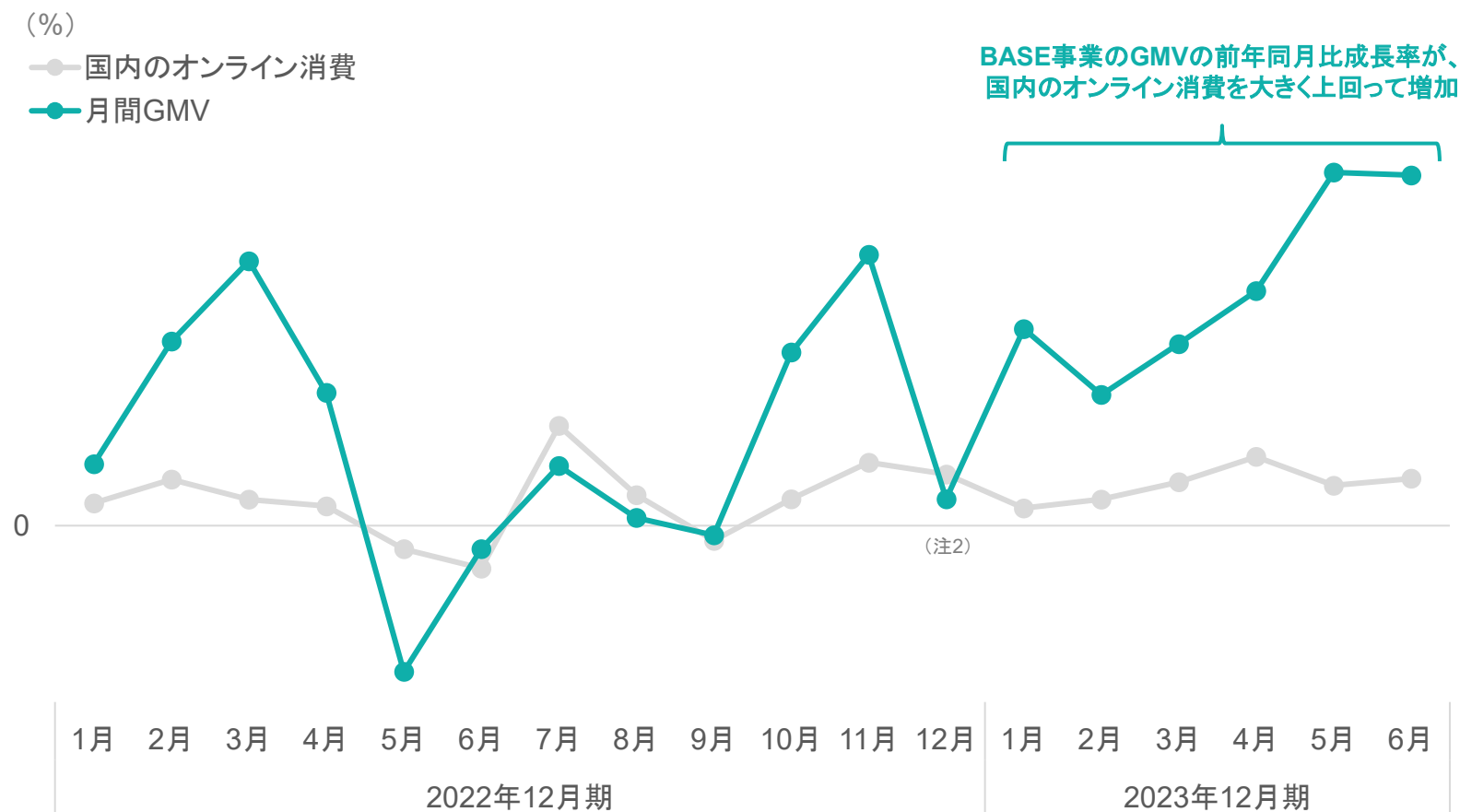


(注)BASE事業のGMVは注文日ベース(注文額)。PAY.JP事業のGMVは決済日ベース(決済額)

BASE事業の月間GMVの成長率は、国内のオンライン消費を大きく上回って増加

月額有料プランの効果等により、継続利用する既存ショップが増加し、GMVが積み上がったことに加え、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、**当第2四半期は前年同四半期比+17.6%**

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

2023年6月に累計ショップ開設数が200万ショップを突破

100万ショップ突破以降、「BASE」を利用するショップの売上規模の拡大に対応し、外部連携及びCRM等の機能強化や、月額有料プランの提供等を実施

BASE 100万ショップ突破以降の取り組み



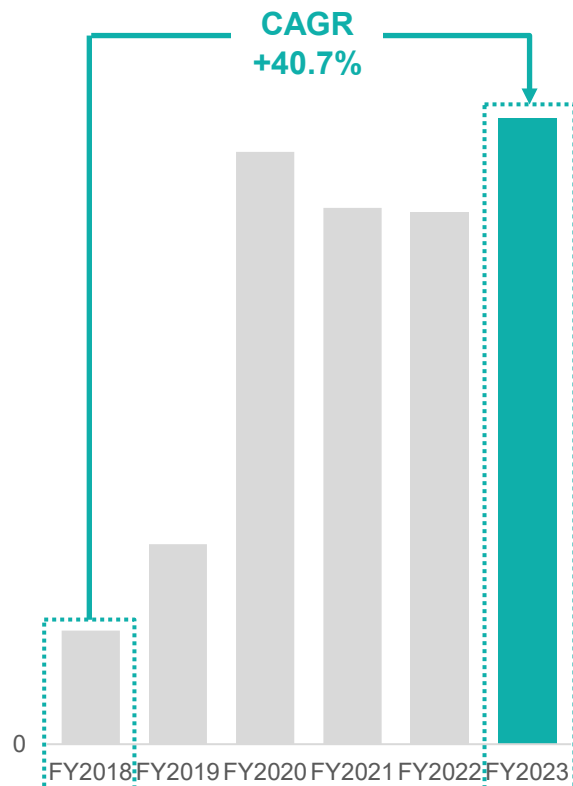
月間GMVは、CAGR+40.7%^(注1)と継続的に成長

月間売店数は、COVID-19感染拡大に伴う急増後も、認知度の向上等により新規ショップが積み上がっていることに加え、月額有料プラン等により継続利用する既存ショップも増加

1ショップあたり月間平均GMVは、リオープニングの影響で一時減少も、足元では増加に転換

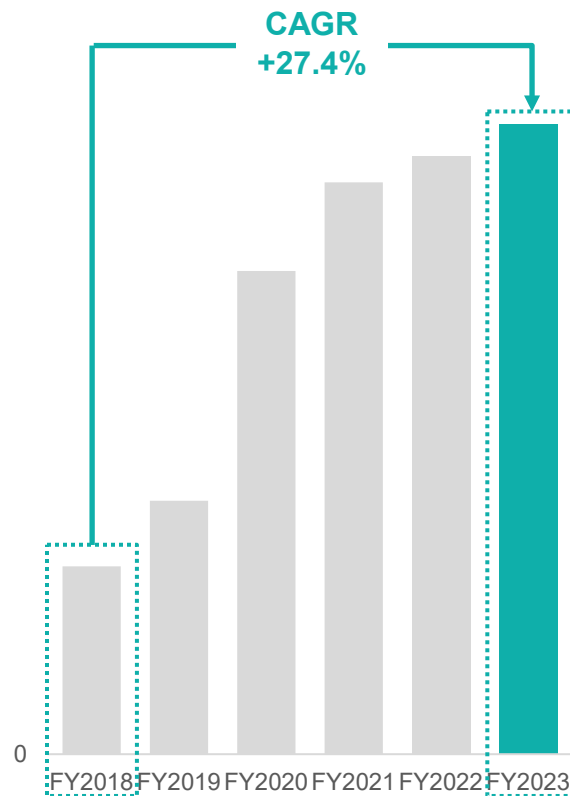
月間GMV^(注1,2,3)

(円)



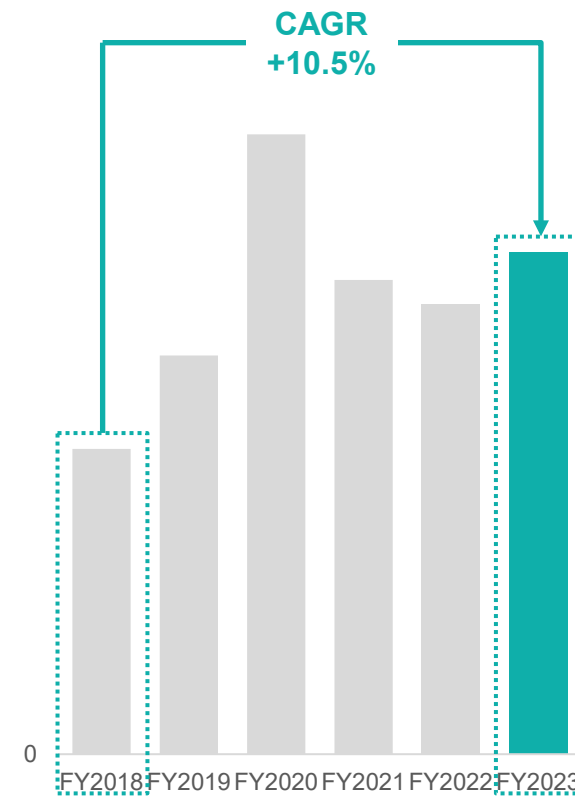
月間売店数^(注1,3)

(ショップ)



1ショップあたり月間平均GMV^(注1)

(円)

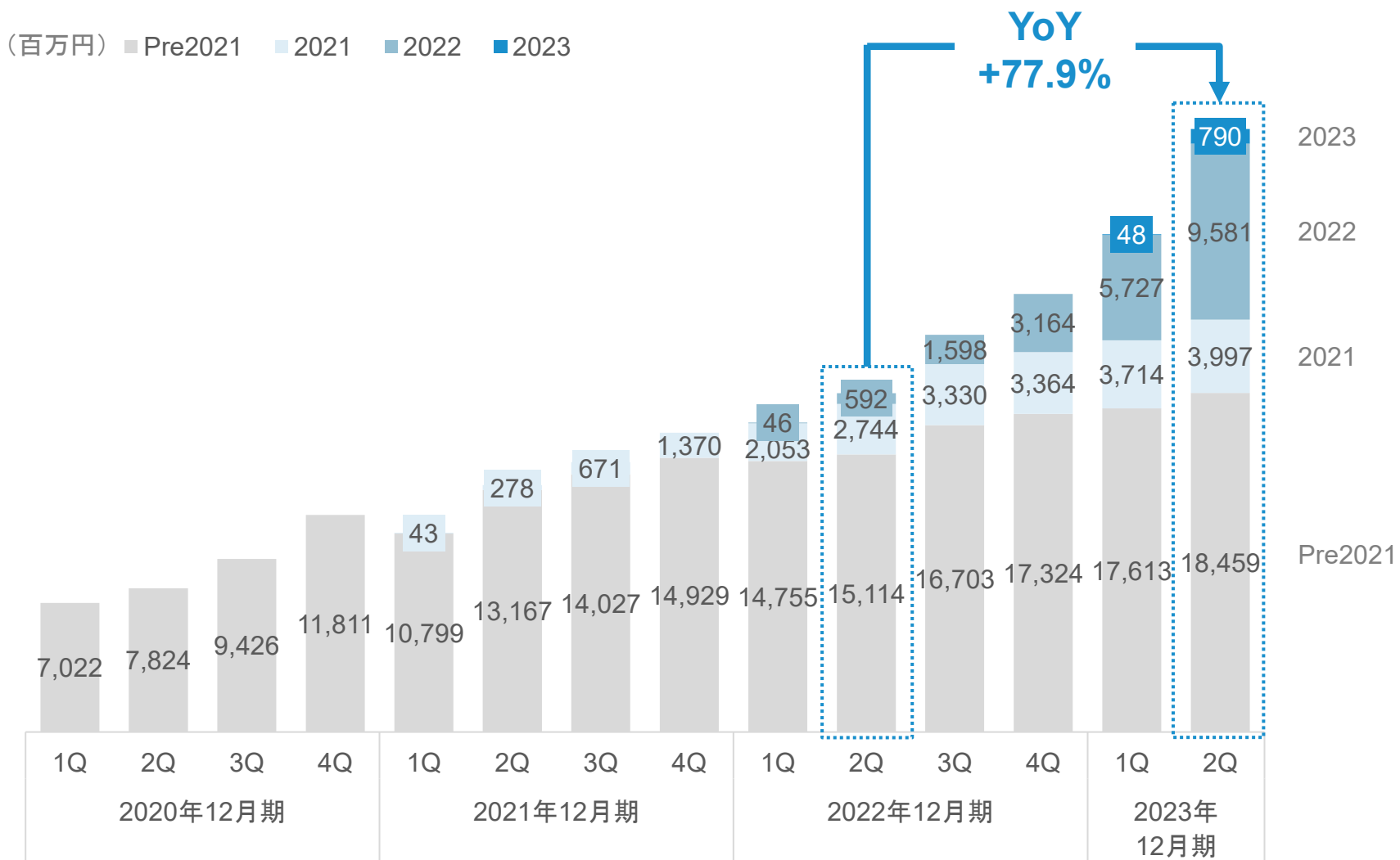


(注1) CAGRは5年間の年平均成長率で、それぞれ第2四半期の比較

(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

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



上半期は、BASE事業及びPAY.JP事業ともに売上規模の大きなマーチャントがけん引したことにより、GMVが好調に推移し、通期の連結売上総利益は業績予想の範囲内で着地する見通し
 販管費は下半期偏重となる見通しで、上半期時点でおおむね想定通りの進捗であるため、営業損益等も業績予想の範囲内で着地する見通し

(百万円)	FY2023			FY2022	
	2Q累計	業績予想	進捗率(注1)	通期実績	YoY
売上高	5,360	10,300 ~10,800	52.0%	9,739	+5.8% ~+10.9%
売上総利益	2,314	4,650 ~4,850	49.8%	4,737	-1.8% ~+2.4%
販管費	2,601	6,250 ~6,500	41.6%	6,245	+0.1% ~+4.1%
営業利益	-287	-1,850 ~-1,400	n/a	-1,508	-
経常利益	-280	-1,850 ~-1,400	n/a	-1,495	-
当期純利益	-372	-1,900 ~-1,450	n/a	-1,732	-
GMV (BASE事業)	63,751	125,000 ~130,000	51.0%	118,932	+5.1% ~+9.3%
GMV (PAY.JP事業)	59,917	105,000 ~110,000	57.1%	80,762	+30.0% ~+36.2%

(注1) 通期業績予想の下限に対する進捗率

(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)

今後の方針

2024年12月期以降においても、売上総利益の成長及び財務体質の強化を図り、**2025年12月期の営業損益黒字化を目指す**

BASE事業においては、引き続き月額有料プラン等による**GMVの成長**に加え、付加価値の高い機能提供等を通じて、**テイクレートを改善していく**

BASEグループが目指す価値創造



3. 2023年12月期第2四半期業績

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に転換

連結売上総利益の増加及び販管費の抑制により、営業損失は前年同四半期比及び前四半期比で大幅に縮小

販管費は下半期偏重の見通しのため、上半期時点ではおおむね想定通りに推移

BASE事業

GMV^(注)は、月額有料プランの効果に加え、事業環境の回復等により、前年同四半期比+17.6%

売上高は、GMVの増加により、前年同四半期比で増加に転換

PAY.JP事業

GMV^(注)は、既存及び新規の大型加盟店がけん引し、前年同四半期比+77.9%と引き続き大きく増加

GMVの増加により、売上高は同+75.9%、売上総利益は同+61.9%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に転換
 連結売上総利益の増加及び販管費の抑制により、営業損失は前年同四半期比及び前四半期比で大幅に縮小
 販管費は下半期偏重の見通しのため、上半期時点ではおおむね想定通りに推移

(百万円)	FY2023 2Q(2023年4月-6月)					FY2023 2Q累計(2023年1月-6月)			FY2023 通期	
	実績	前年同四半期		前四半期		2Q累計	前年同期		業績予想	
		実績	YoY	実績	QoQ		実績	YoY	予想	進捗率 ^(注1)
売上高	2,841	2,294	+23.8%	2,518	+12.9%	5,360	4,807	+11.5%	10,300 ~10,800	52.0%
売上総利益	1,248	1,124	+11.1%	1,065	+17.2%	2,314	2,506	-7.7%	4,650 ~4,850	49.8%
売上総利益率	43.9%	49.0%	-5.1pt	42.3%	+1.6pt	43.2%	52.1%	-9.0pt	-	-
販管費	1,263	1,721	-26.6%	1,337	-5.5%	2,601	3,376	-23.0%	6,250 ~6,500	41.6%
営業利益	-15	-597	n/a	-271	n/a	-287	-869	n/a	-1,850 ~-1,400	n/a
経常利益	-10	-591	n/a	-269	n/a	-280	-858	n/a	-1,850 ~-1,400	n/a
当期純利益	-14	-622	n/a	-358	n/a	-372	-921	n/a	-1,900 ~-1,450	n/a
GMV (BASE事業)	32,821	27,898	+17.6%	30,929	+6.1%	63,751	56,097	+13.6%	125,000 ~130,000	51.0%
GMV (PAY.JP事業)	32,821	18,444	+77.9%	27,096	+21.1%	59,917	35,293	+69.8%	105,000 ~110,000	57.1%

(注1) 通期業績予想の下限に対する進捗率

(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6月末時点で現預金が21,723百万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

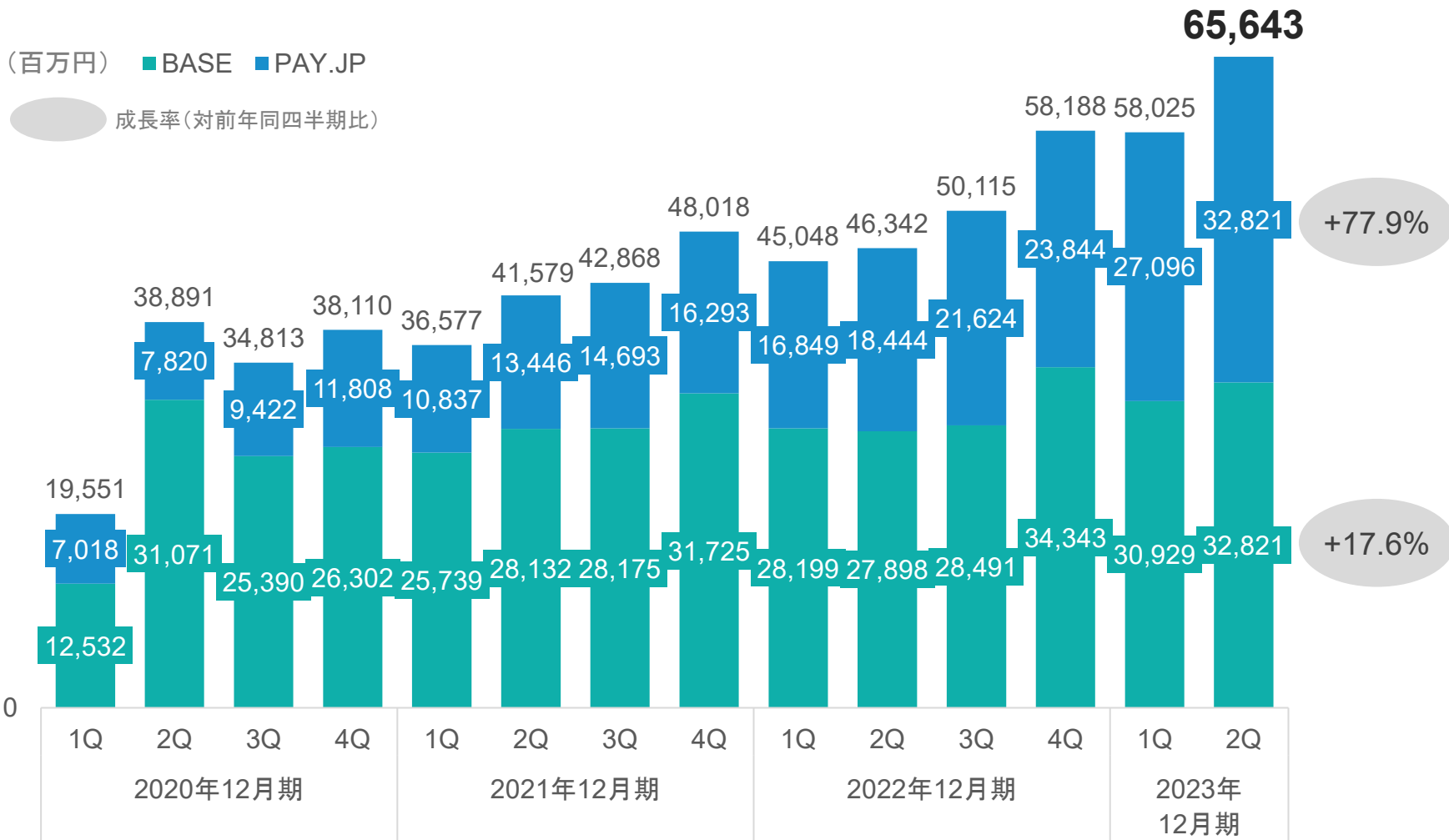
(百万円)	2023年6月末	2022年12月末	前期末比
流動資産	32,468	30,946	+4.9%
(内、現金及び預金)	21,723	22,344	-2.8%
(内、未収入金) ^(注1)	10,024	7,977	+25.7%
固定資産	359	332	+8.0%
(内、投資有価証券)	33	39	-13.8%
資産合計	32,828	31,278	+5.0%
流動負債	19,535	17,720	+10.2%
(内、営業未払金) ^(注2)	10,855	11,771	-7.8%
(内、営業預り金) ^(注3)	8,122	5,468	+48.5%
固定負債	58	57	+3.3%
負債合計	19,594	17,777	+10.2%
資本金	8,662	8,614	+0.6%
資本剰余金	4,927	7,424	-33.6%
利益剰余金	-372	-2,545	-
その他有価証券評価差額金	16	6	+148.3%
純資産合計	13,234	13,501	-2.0%

(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

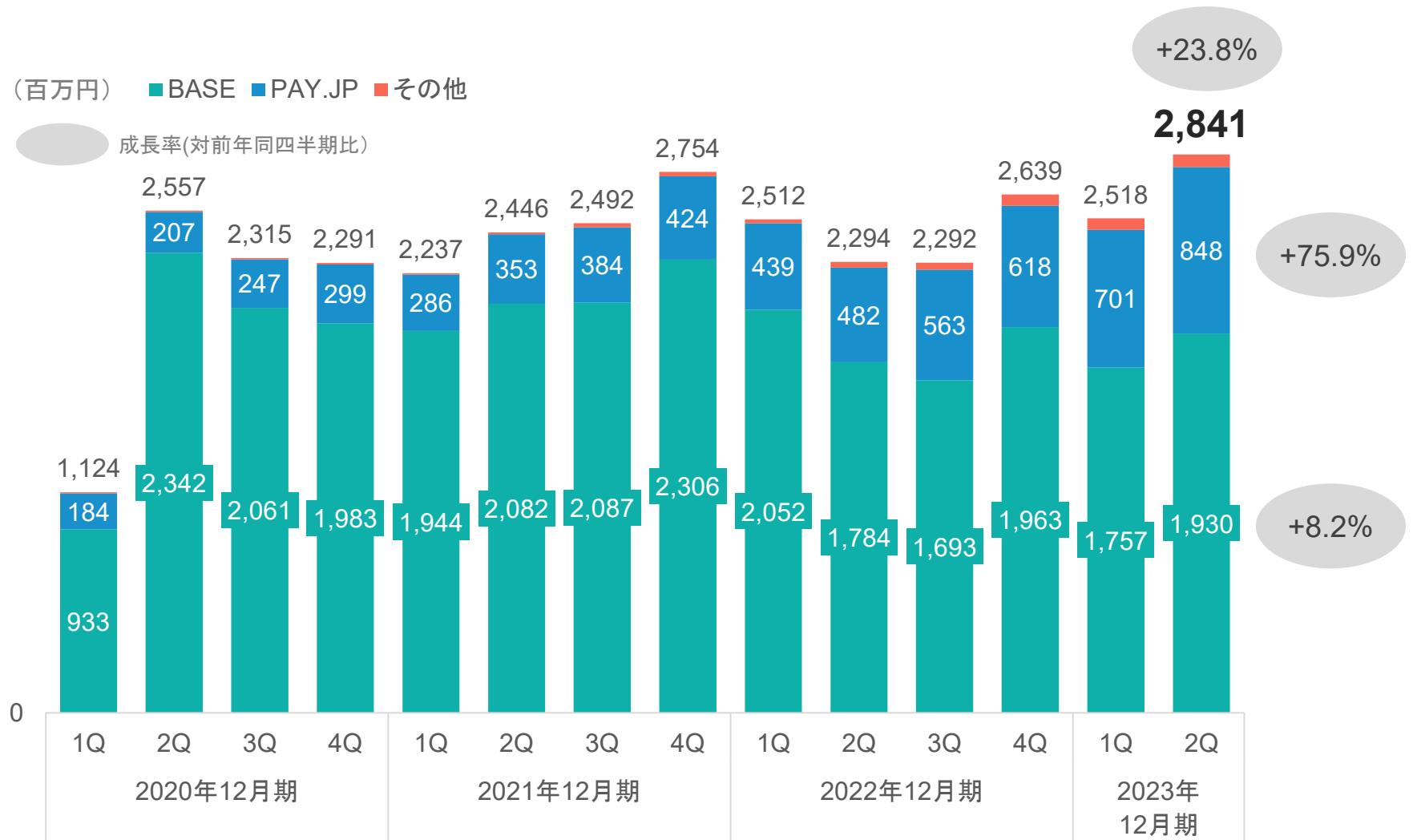
(注2)営業未払金:BASE事業において、当社からショップへ支払う決済代金のうち、未払いのもの

(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

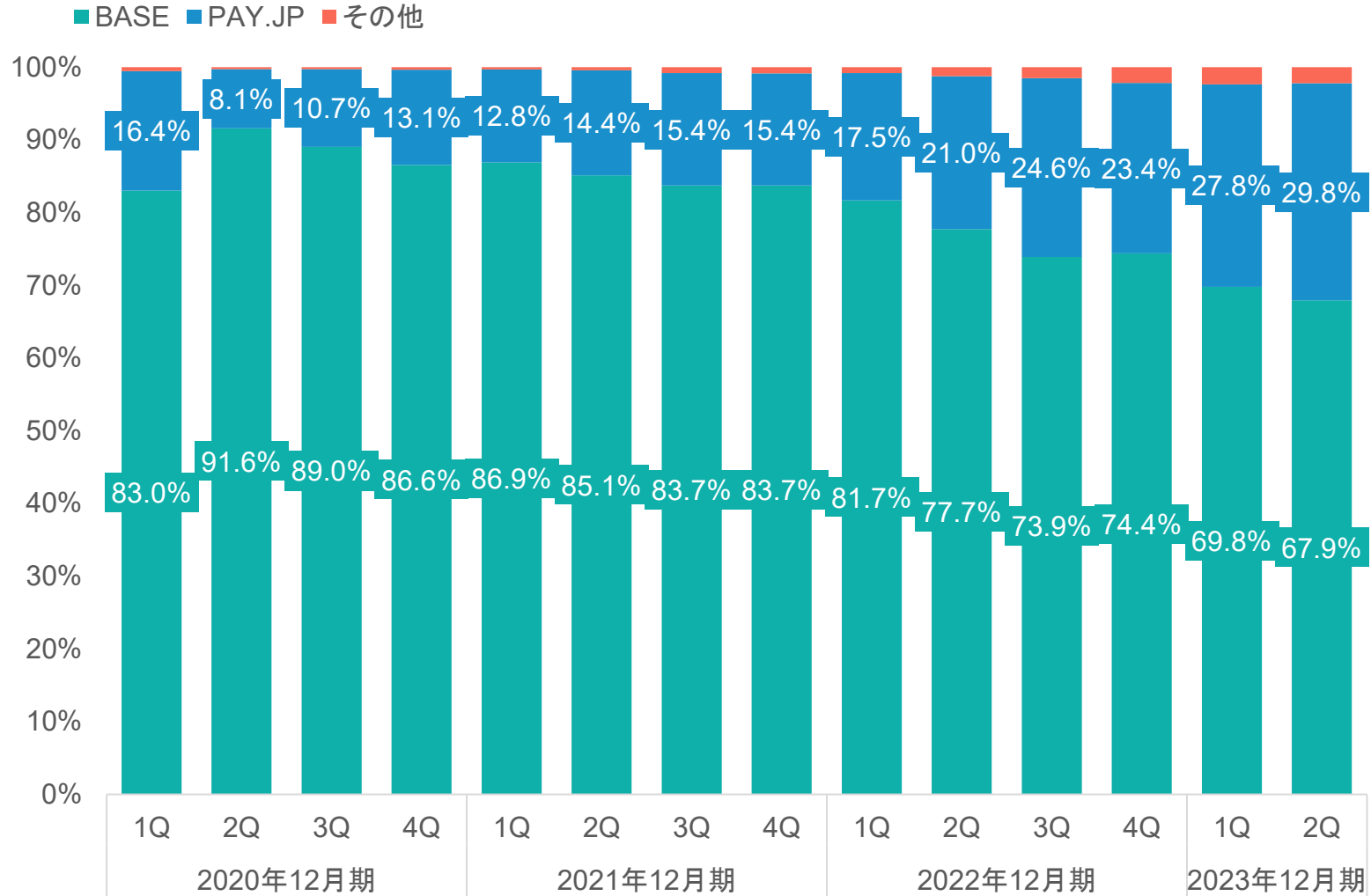
グループ全体のGMVは、**BASE事業とPAY.JP事業がともに増加し、前年同四半期比で大きく増加**



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に転換



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

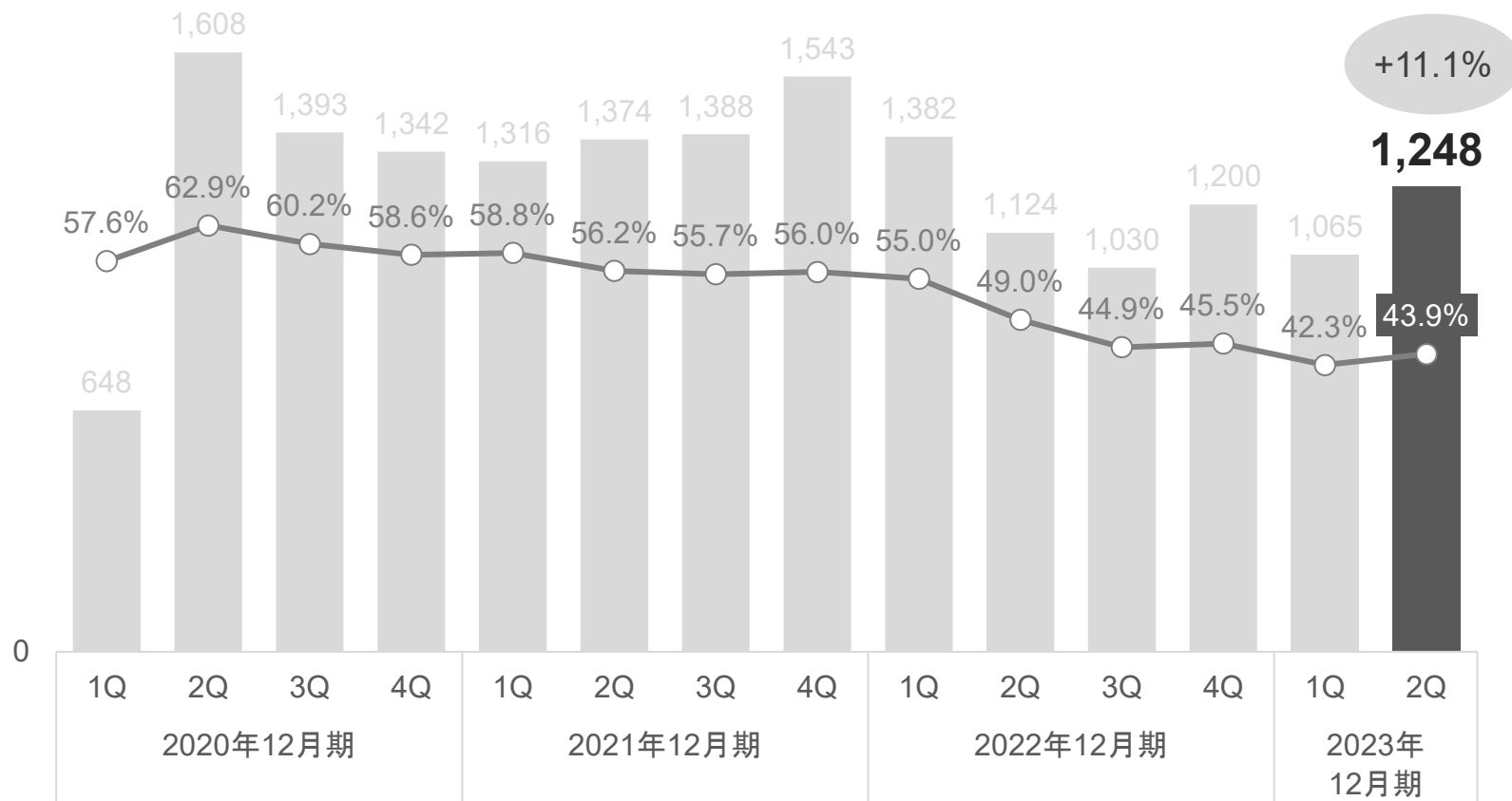


連結売上総利益は、グループGMVの増加により、前年同四半期比で増加に転換

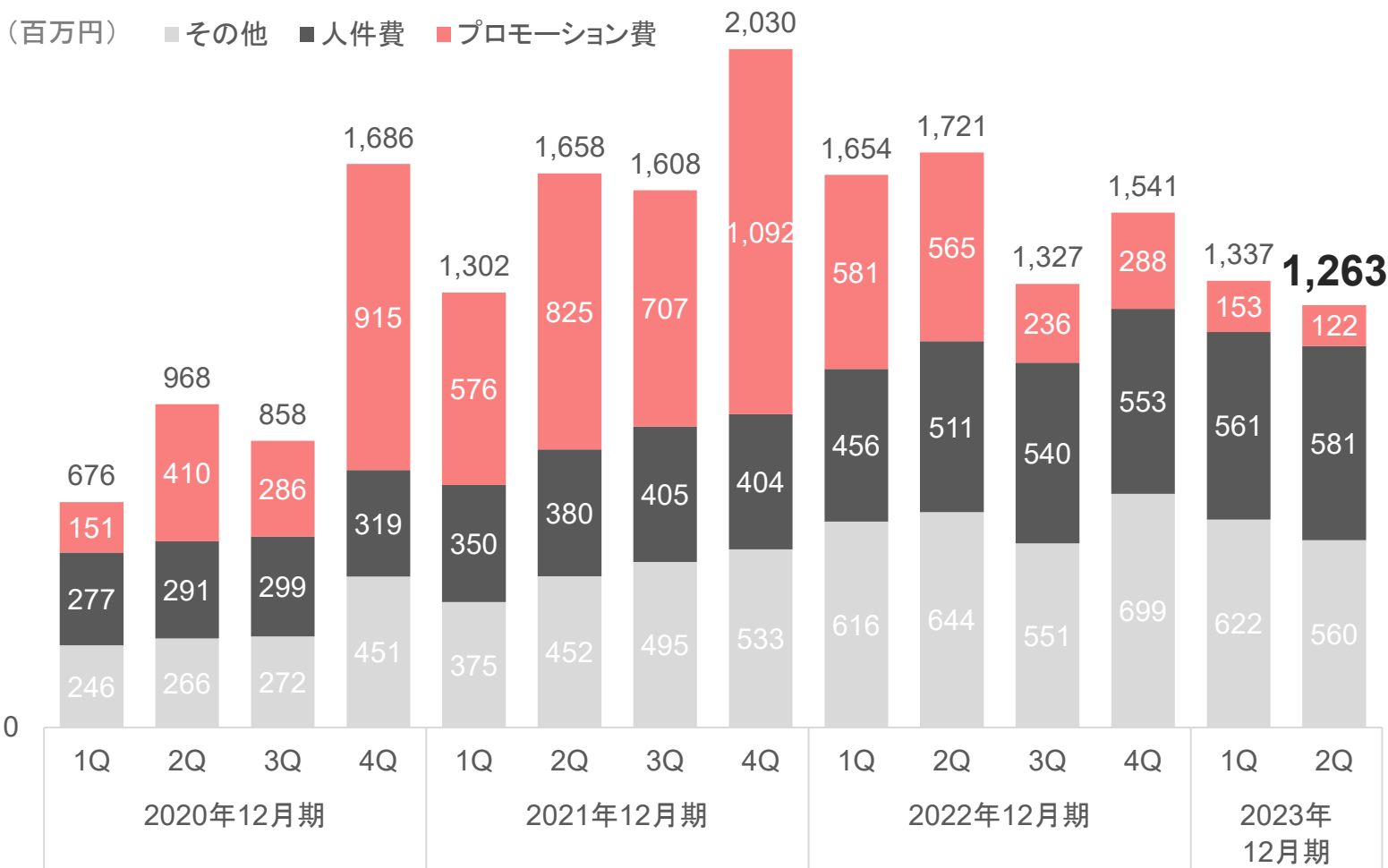
連結売上総利益率は、BASE事業の売上総利益率の改善により、前四半期比で増加

(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)



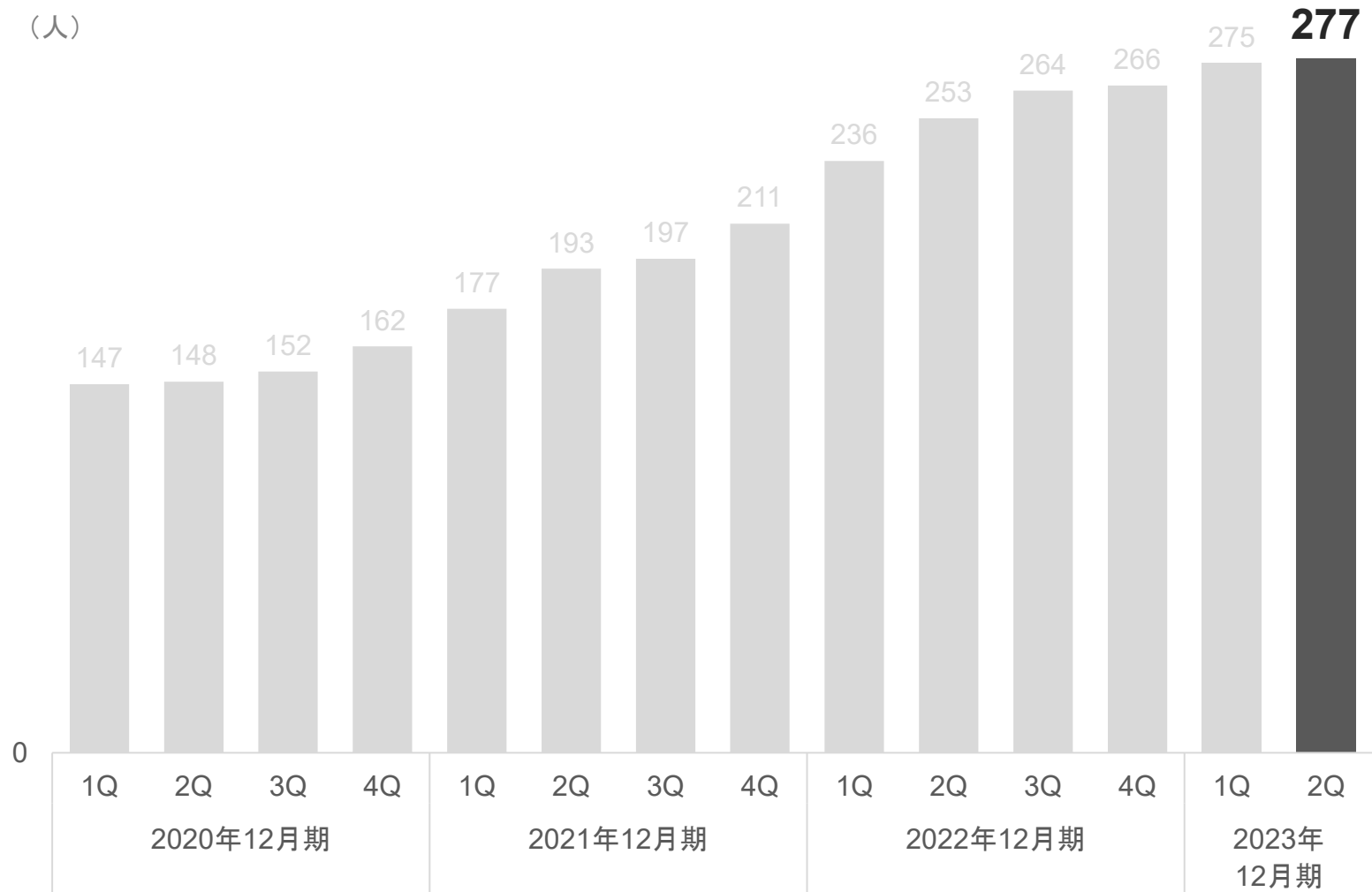
- 販管費は、プロモーション費及びその他費用の減少により、前四半期比で減少
- プロモーション費は、引き続きマーケティングの効率化を図り、前四半期比で減少
- 人件費は、採用の抑制により、前四半期比で微増にとどまる



(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

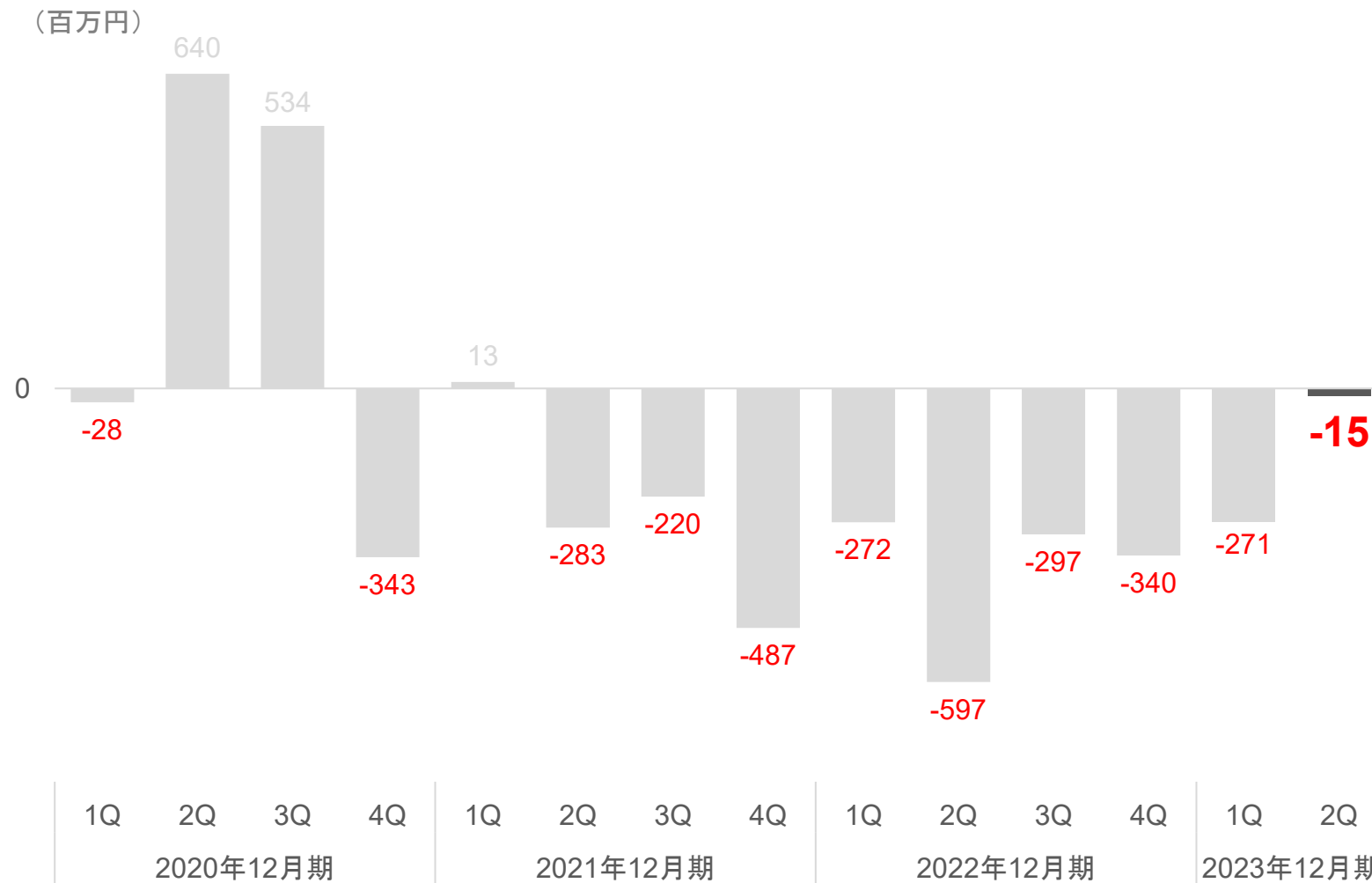
人員数は、前年同四半期比+24名(同+9.5%)

引き続き採用活動は抑制

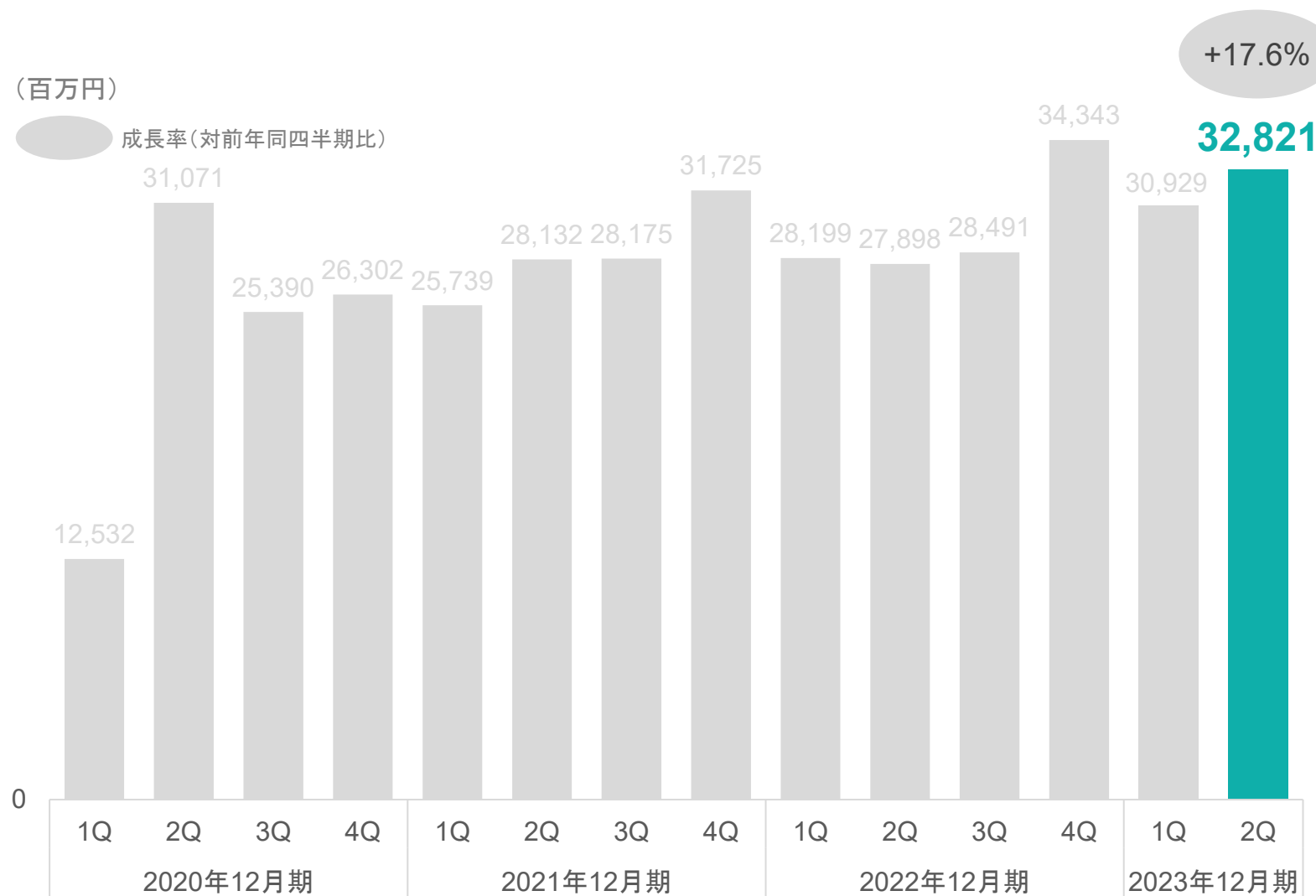


(注)人員数は正社員及び契約社員の人数であり、役員、臨時雇用者は含まない。ただし、子会社に役員として出向している者は人数に含む。

連結売上総利益の増加及び販管費の抑制により、営業損失は前年同四半期比及び前四半期比で大幅に縮小



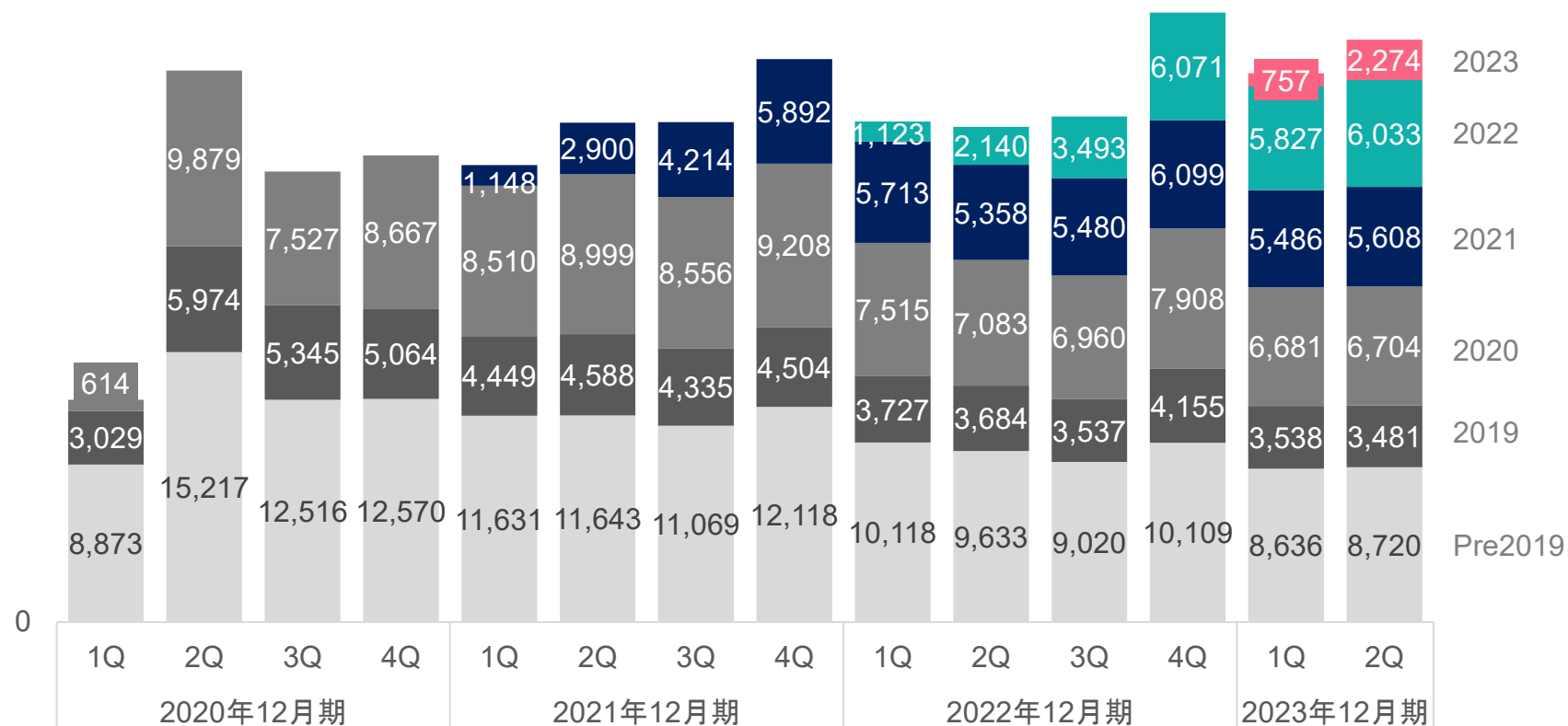
GMVは、月額有料プランの効果に加え、事業環境の回復等により、**前年同四半期比+17.6%**



月額有料プランの効果等により、継続利用する既存ショップが増加し、GMVが積み上がったことに加え、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

GMVの推移(開設年別)

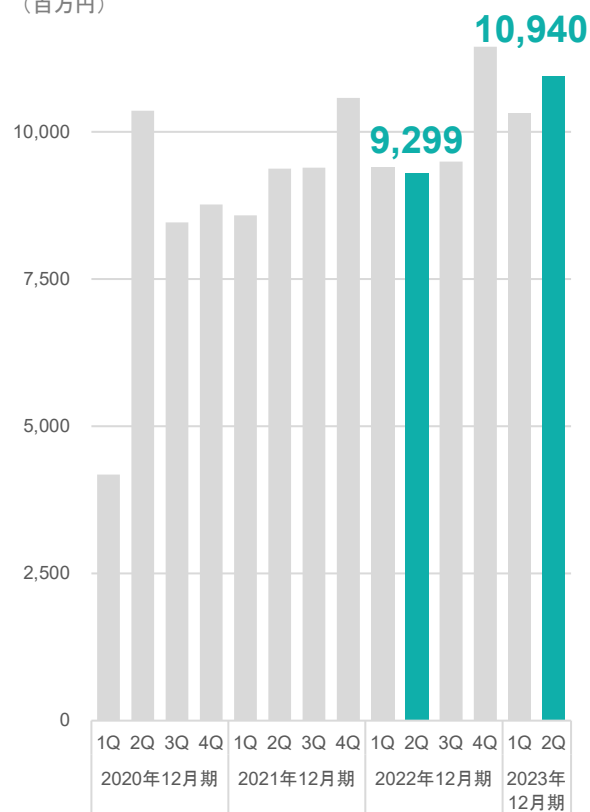
(百万円) ■ Pre2019 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



月間売店数は、プロモーション費を削減も、新規売店数が積み上がり、前年同四半期比で増加
1ショップあたり月間平均GMVは、月額有料プランの効果に加え、事業環境の回復等により増加

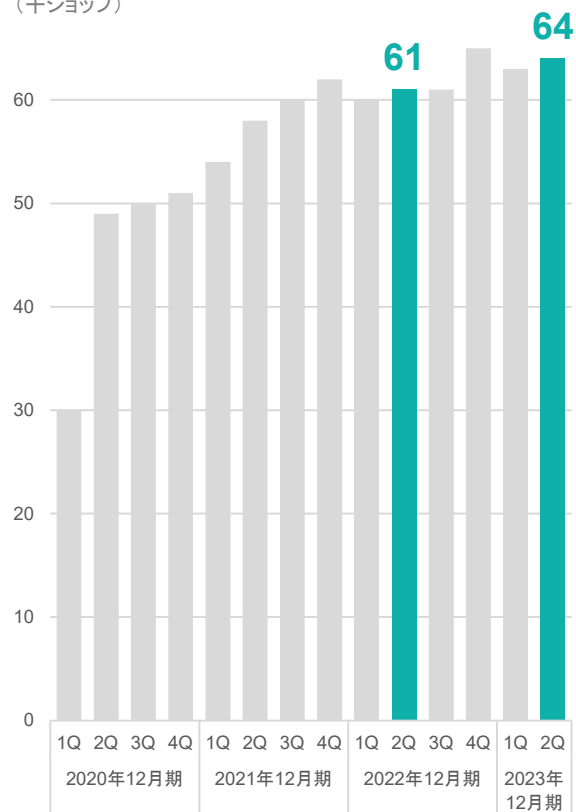
月間GMV(注1,2)

(百万円)



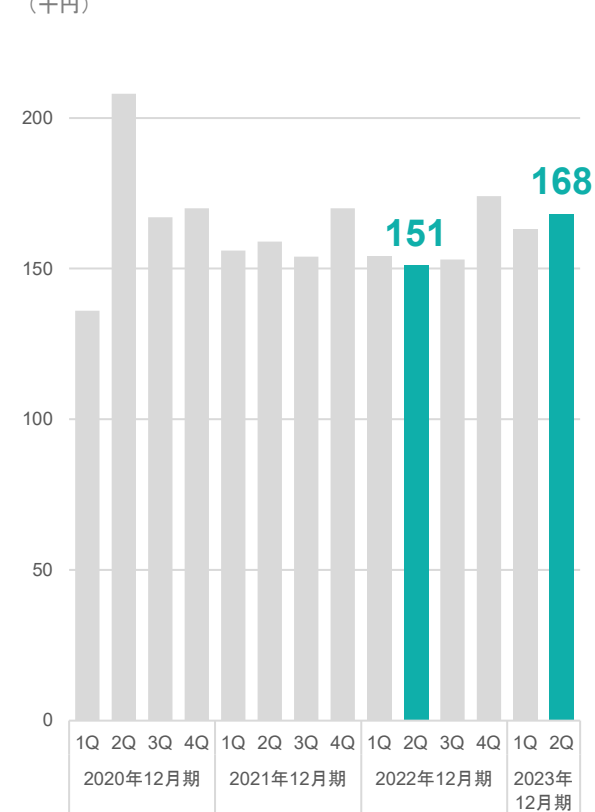
月間売店数(注2)

(千ショップ)



1ショップあたり月間平均GMV

(千円)

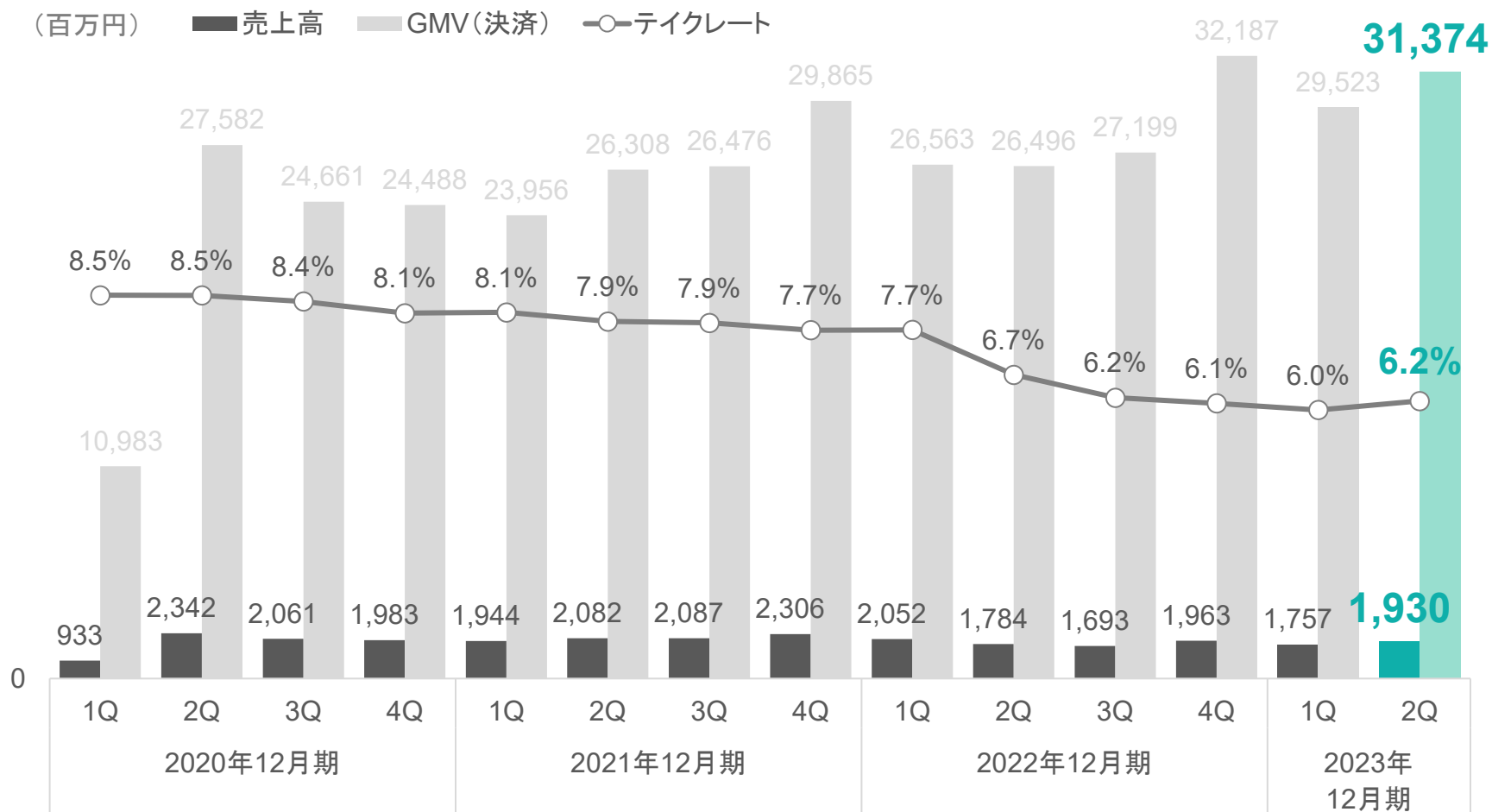


(注1) GMVは注文日ベースの注文額

(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、一時的要因^(注1)により、前四半期比で増加

一時的要因を除いた場合、月額有料プランのGMV構成比の増加により、テイクレートは微減^(注2)



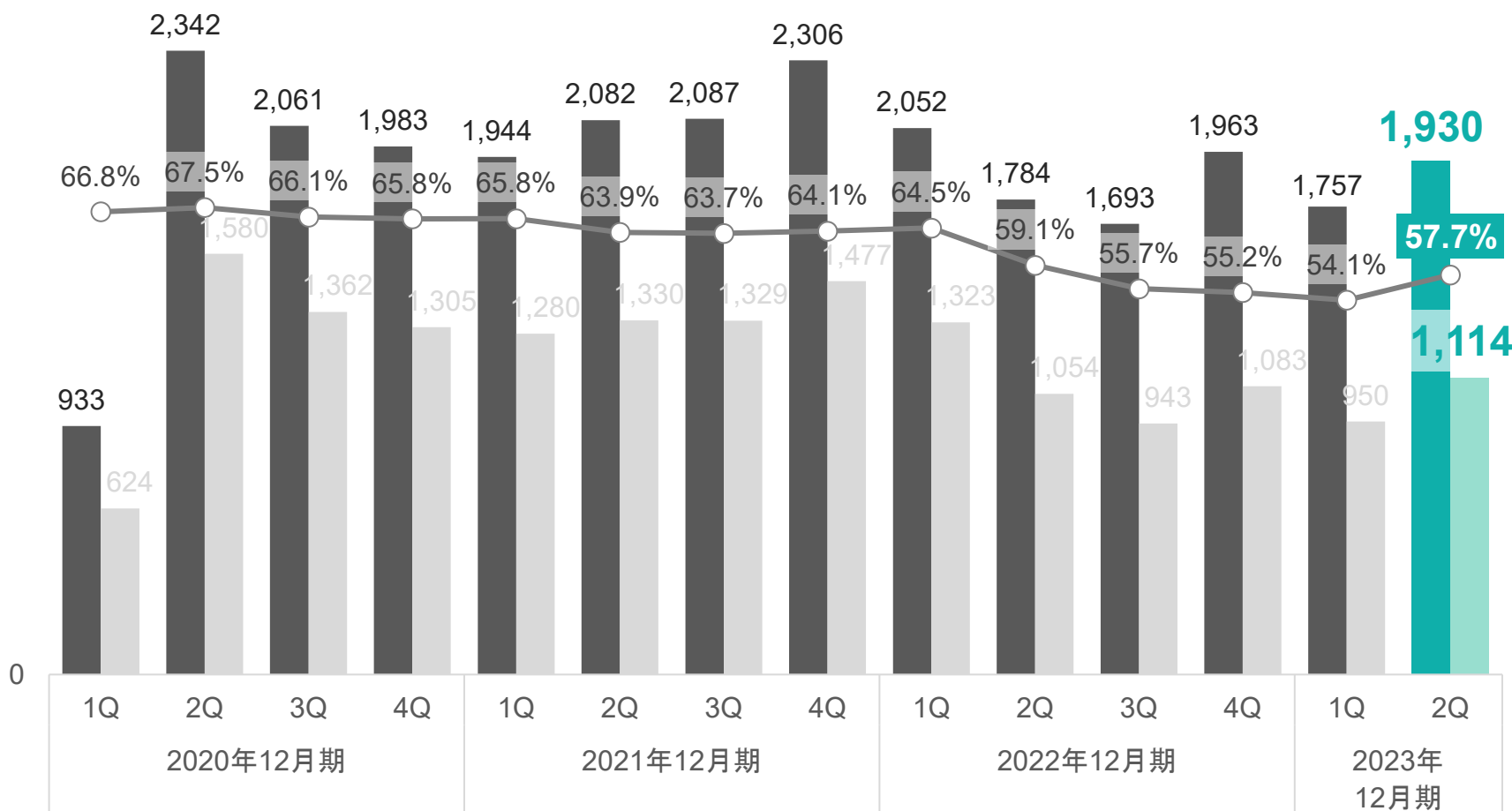
(注1) 期限までに引き出されなかった「BASE」のショップの売上金を、BASE事業の売上高として一括計上したもの

(注2) 一時的要因を除くテイクレートは5.9%

売上高は、GMVの増加により、前年同四半期比で増加に転換

売上総利益率は、一時的要因^(注1)を除いた場合も、手数料率の最適化及び原価率(対GMV比)の改善^(注2)により、前四半期比で増加^(注3)

(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

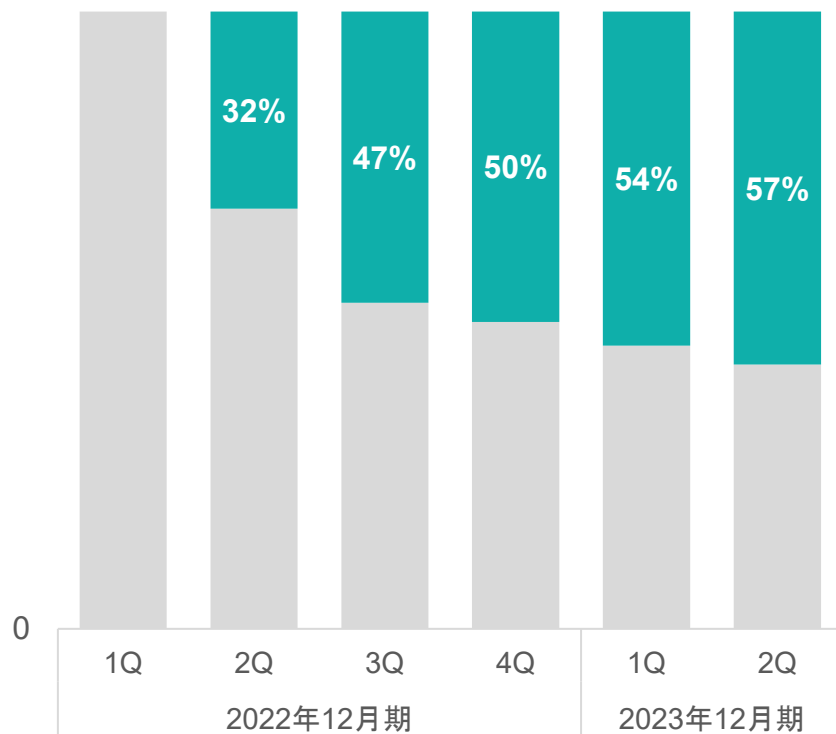
(注2) 「あと払い(Pay ID)」の提供により原価率(対GMV比)が改善したことに加え、4月1日より「Amazon Pay」及び「PayPal」の手数料率を値上げしたことにより、当該決済手段のテイクレートを改善したことにより、売上総利益率の改善につながった

(注3) 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構成比は増加し、テイクレート(一時的要因^(注1)除く)は微減
 「BASEかんたん決済」の手数料体系最適化に伴い、一部決済手段の手数料率の値上げを実施^(注2)

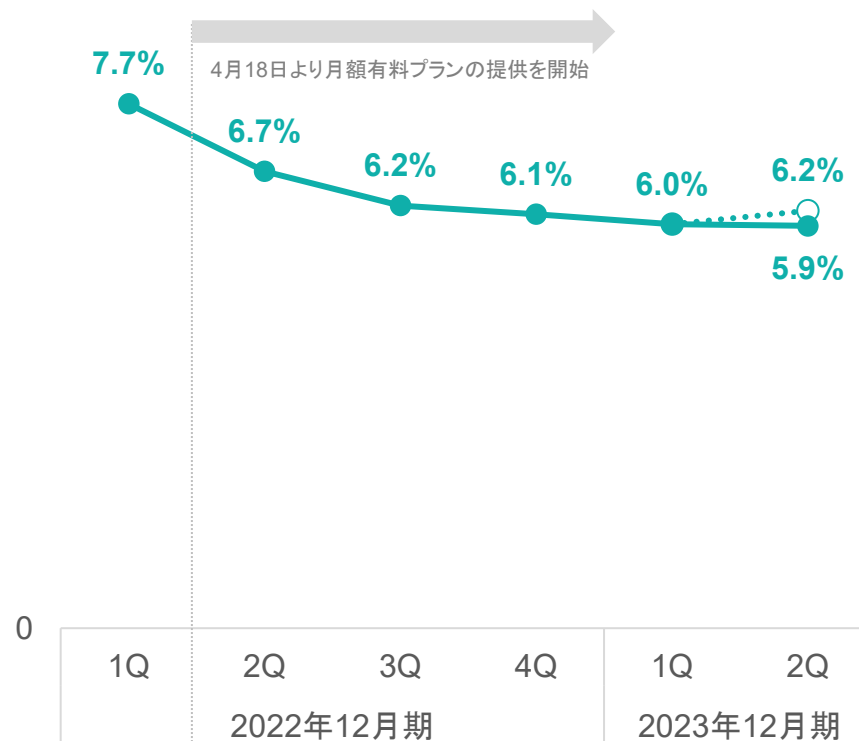
料金プラン別GMV(決済額)構成比

(%) ■ 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) 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

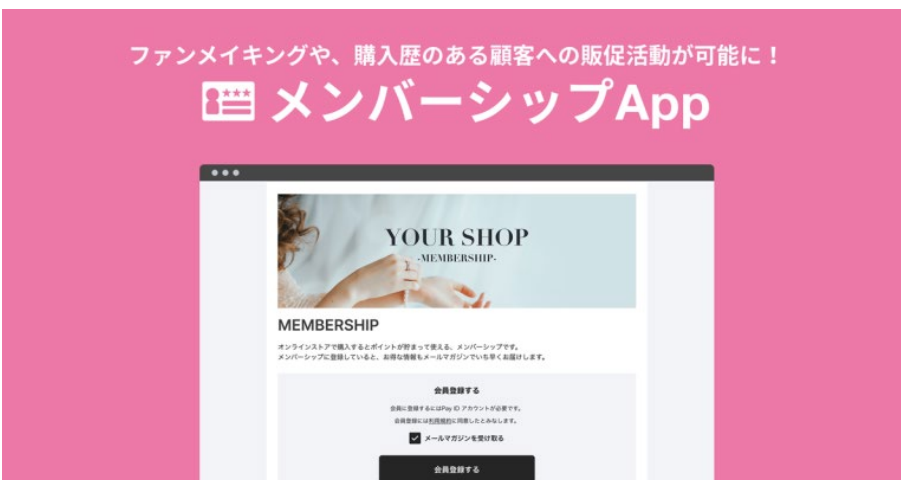
(注2) 「BASEかんたん決済」で提供する各決済手段の、付加価値及び原価率等を鑑み、2023年4月1日より、「Amazon Pay」及び「PayPal」の決済手数料を引き上げ

売上規模の大きなショップから要望が多い**販促支援及びCRM機能**に加え、主にファッションカテゴリ^(注)のショップの利用を見込む**デザイン機能**を強化

販促支援及びCRM機能の強化

ショップ独自の会員制度を作成できる「メンバーシップ App」を提供開始

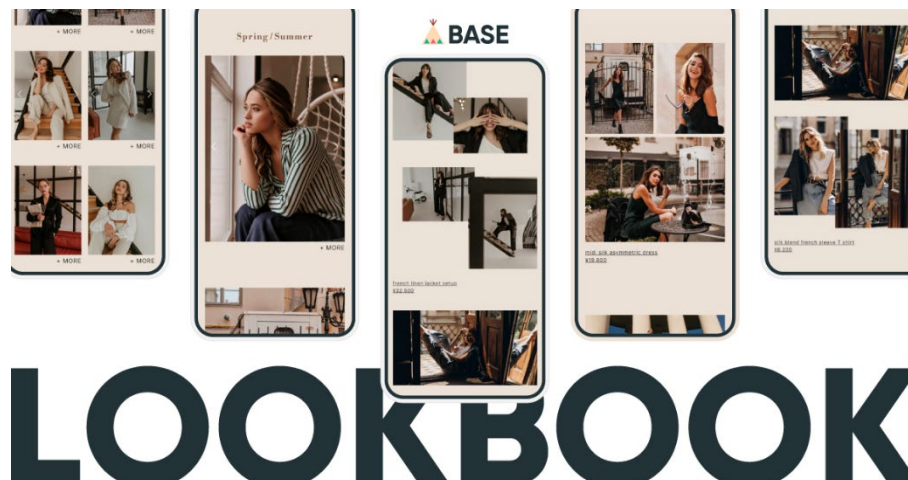
今後は、ポイント付与機能等を追加し、さらなる販促支援及びCRM機能の強化を図る



デザイン機能の強化

コレクションの紹介等が可能な、ショップ独自の商品カタログを作成できる「LOOKBOOK」機能を提供開始

ブランドの世界観の自由な表現に加え、購入以外でのショップ訪問機会の創出につながるデザイン機能を強化



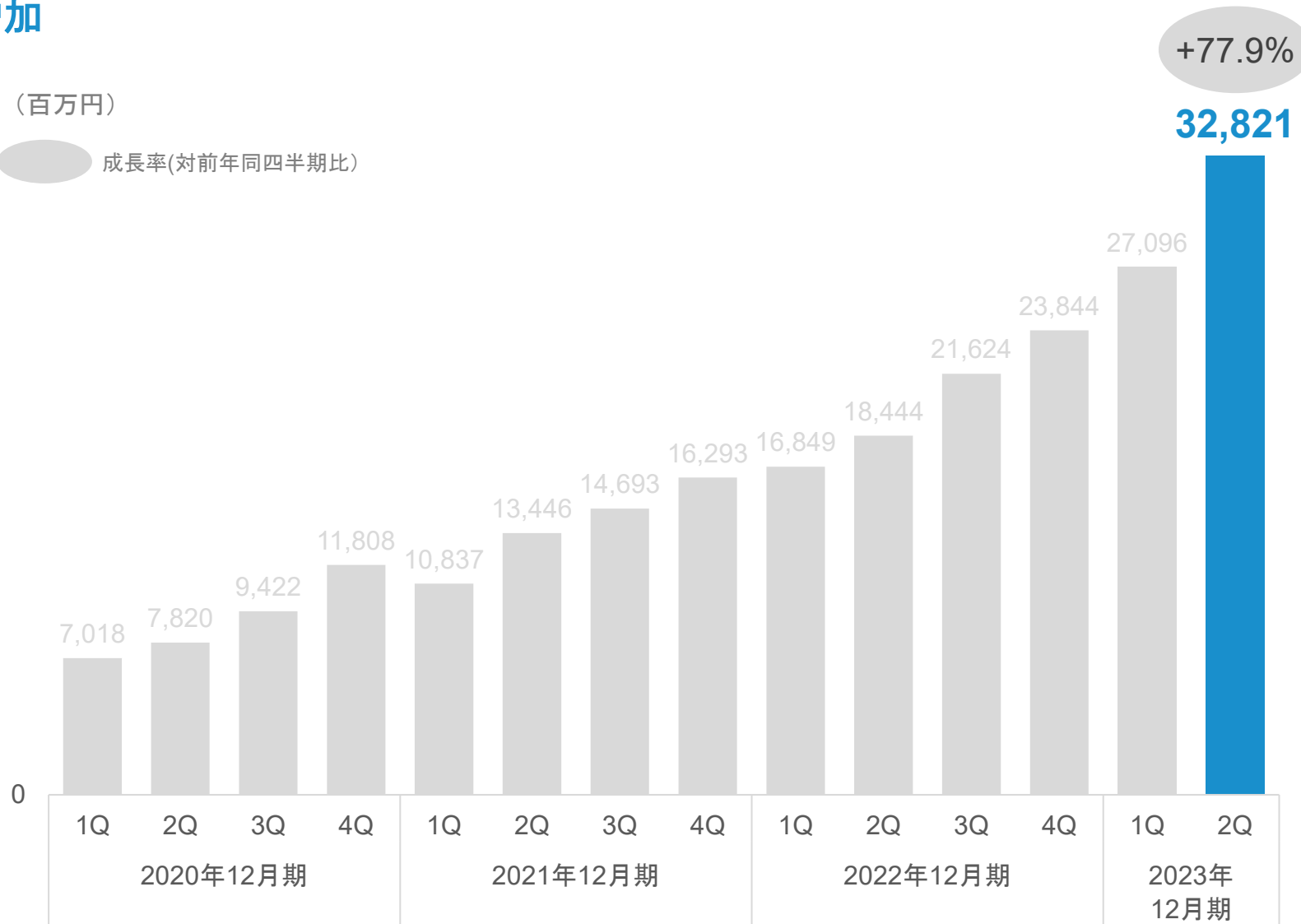
(注)ファッションカテゴリのGMV構成比は43%と、BASE事業の中で最大カテゴリとなっている(2022年12月期通期実績)

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+77.9%と引き続き大きく増加**

(百万円)

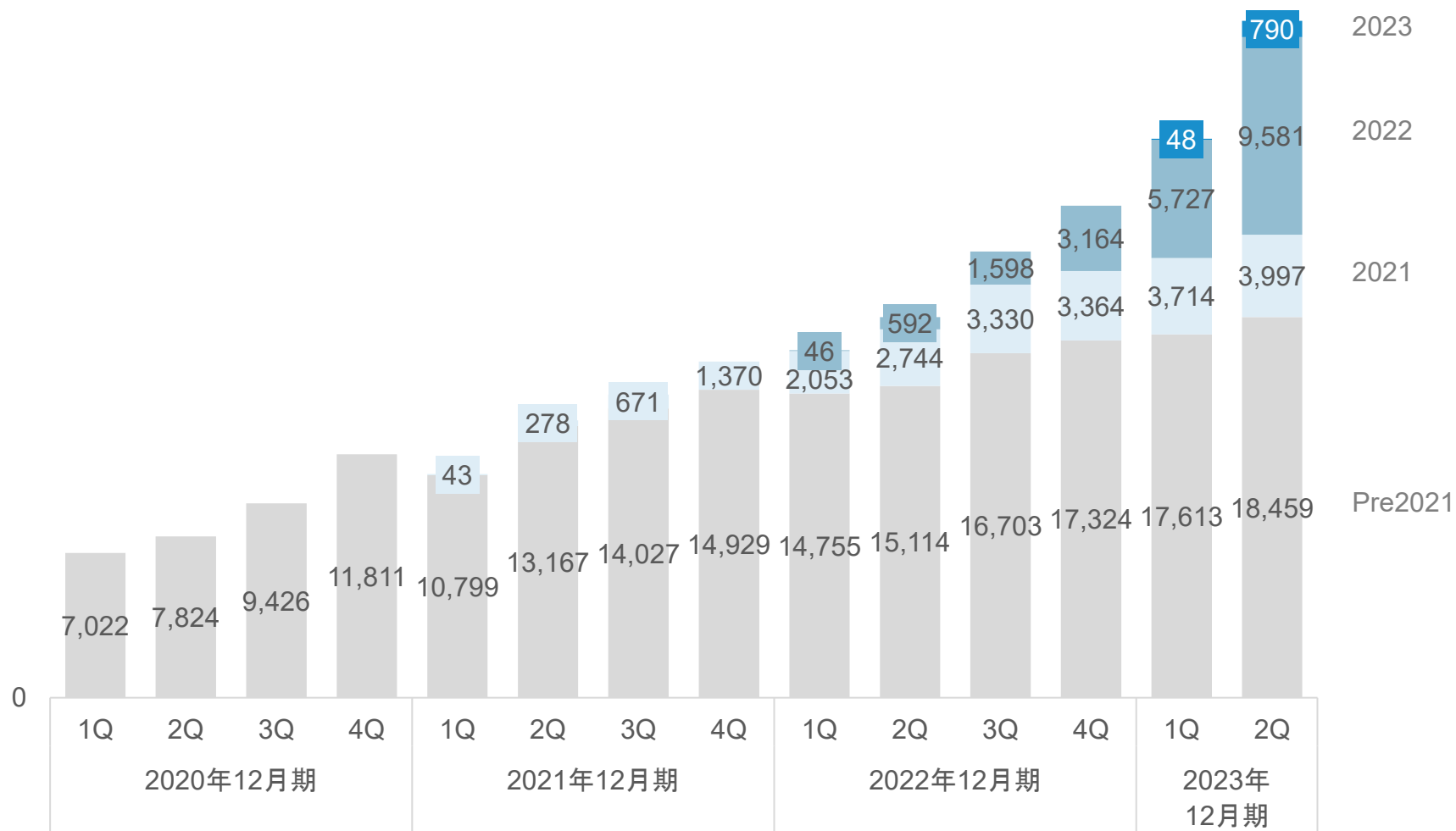


成長率(対前年同四半期比)

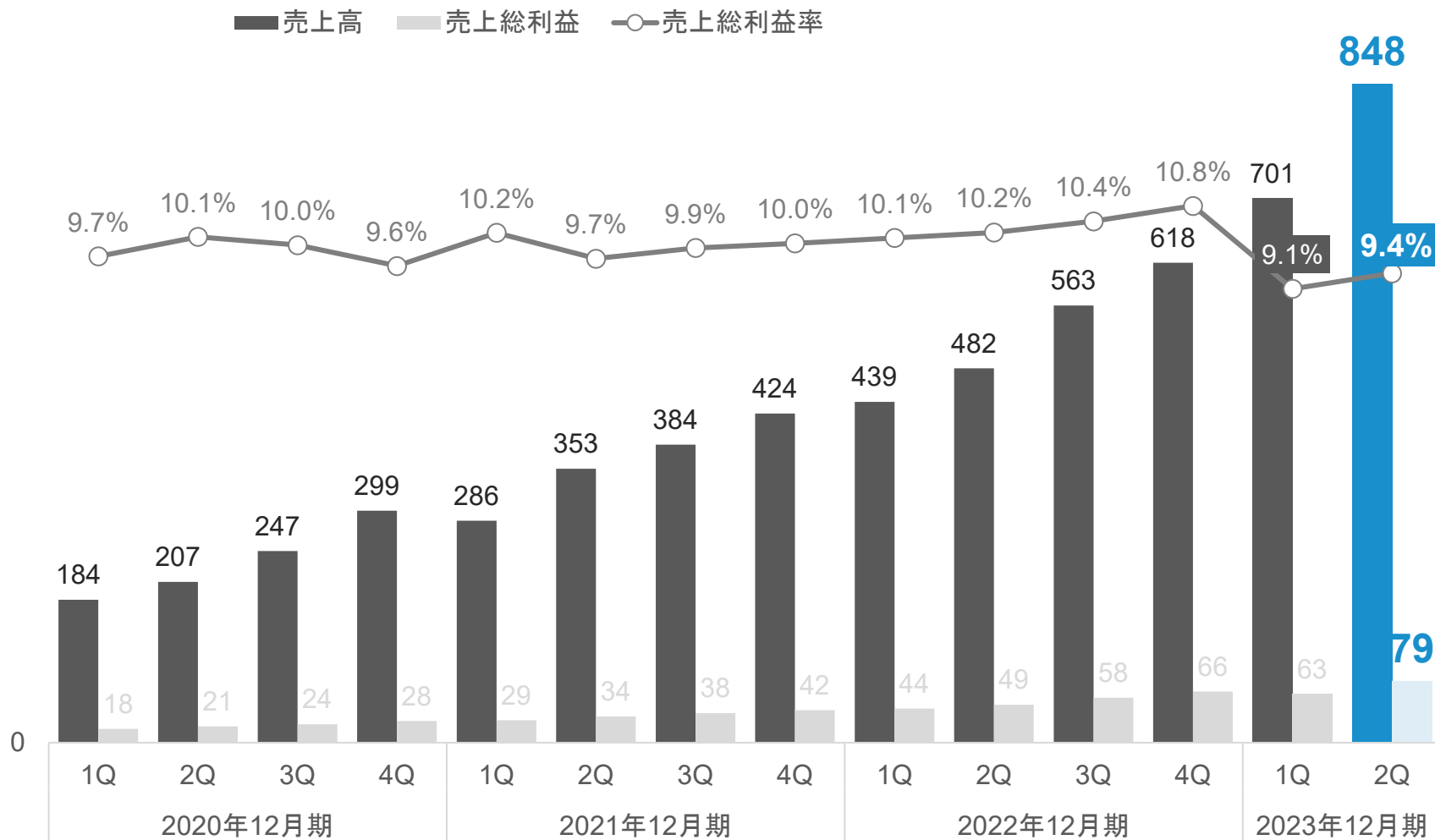


2022年に利用を開始した大型加盟店を中心に、引き続き既存加盟店がGMVの成長をけん引
 新規加盟店のGMVも大きく積み上がった

(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+75.9%、売上総利益は同+61.9%**と大きく増加
 売上総利益率は、原価率(対GMV比)が改善し、前四半期比で増加



4. ご参考資料

中長期の経営方針(2022年第4四半期決算説明会資料より抜粋)

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

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

サステナビリティに関する方針と取組み

気候変動等の環境問題への取組みを引き続き推進

2023年12月期の方針

D&Iの推進

- ✓ D&I推進基本方針を策定(2022年12月)
- ✓ 外国人、LGBTQ+及び障がい者が働きやすい職場づくり
- ✓ WEBアクセシビリティの強化
- ✓ 地方自治体との連携等による、多様な生き方の実現

気候変動等の環境問題への取組み

- ✓ TCFDへの賛同表明(2023年3月)
- ✓ オフィスでのごみ削減活動に加え、ショップ及び取引先等のごみ削減に向けた取組み
- ✓ 生物多様性の保全を目的に、「BASE」における登録禁止商品の見直しを実施

環境問題への第2四半期の取組み

環境保全に関する取組みとして、購入者向けショッピングサービス「あと払い(Pay ID)」での決済件数に応じて、公共財団法人国際緑化推進センターへの寄付を開始



あと払い(Pay ID)での決済が環境保全につながります

あと払い PayID
環境保全への取組み

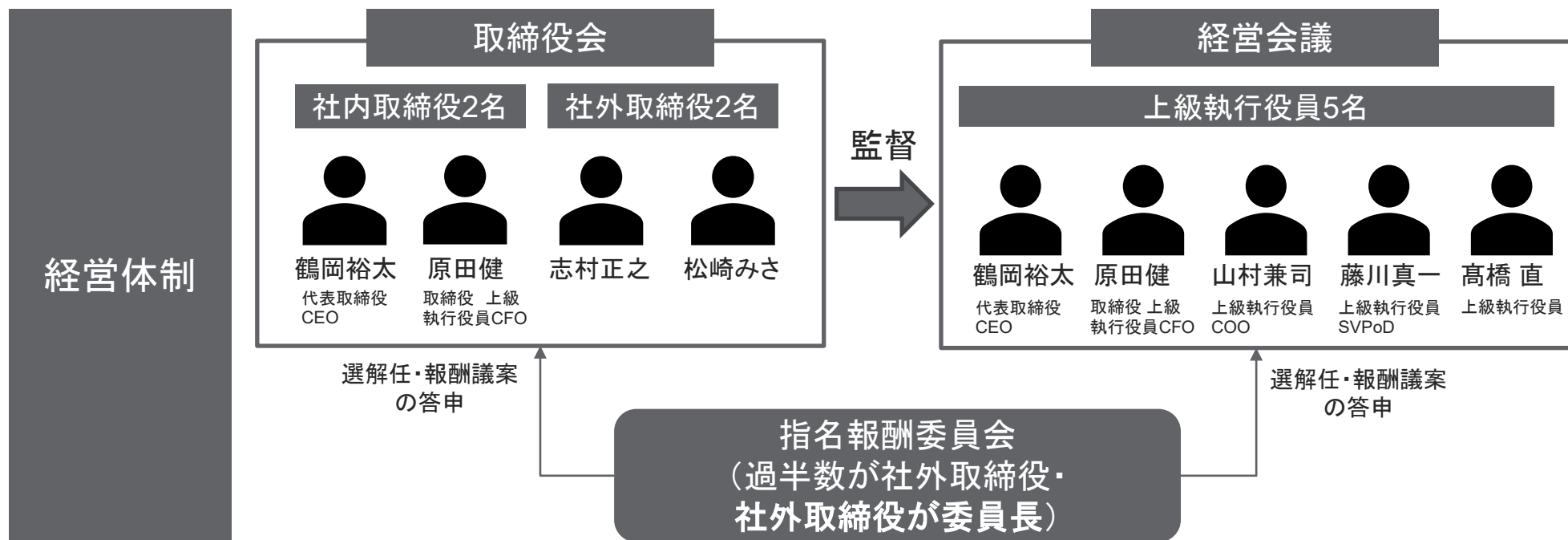
開始日

2023年6月5日(月) 環境の日より開始



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

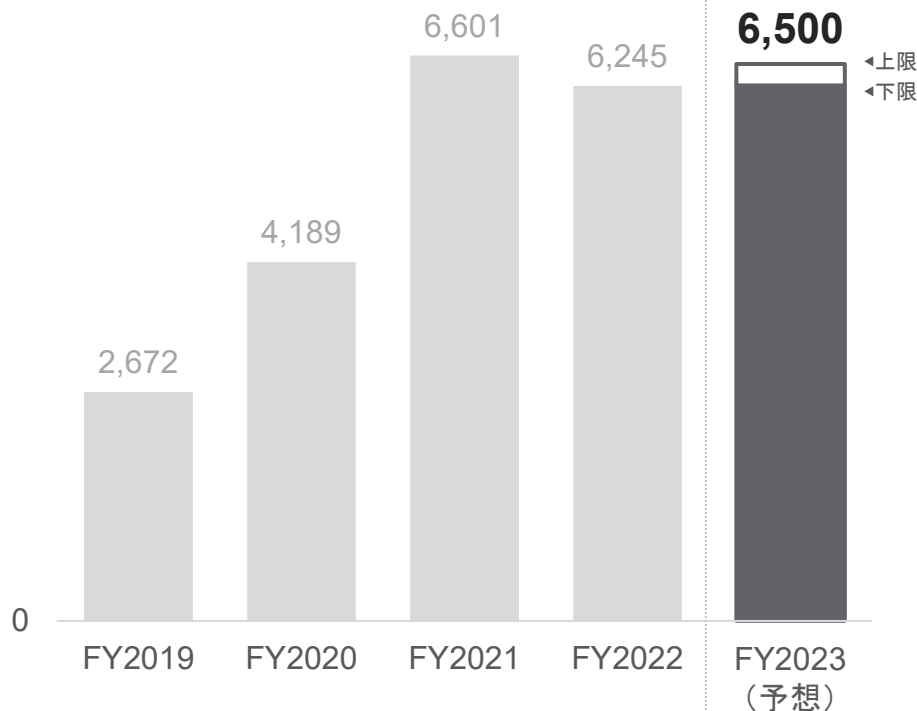
- ✓ 2022年12月期に採用した人員の人件費の通期化等により、前年同期比で増加の見込み
- ✓ サービスの急激な成長に合わせ、積極的に組織拡大を図ってきたが、2023年12月期は**採用の抑制により、人員数の増加ペースは縮小**

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

(百万円)

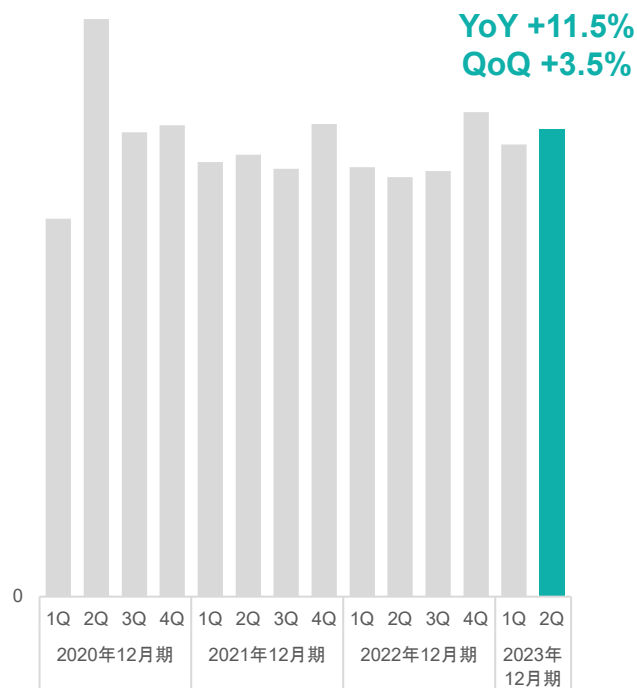


1人あたり購入単価は、前年同四半期比で引き続き増加

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**は、増加に転換

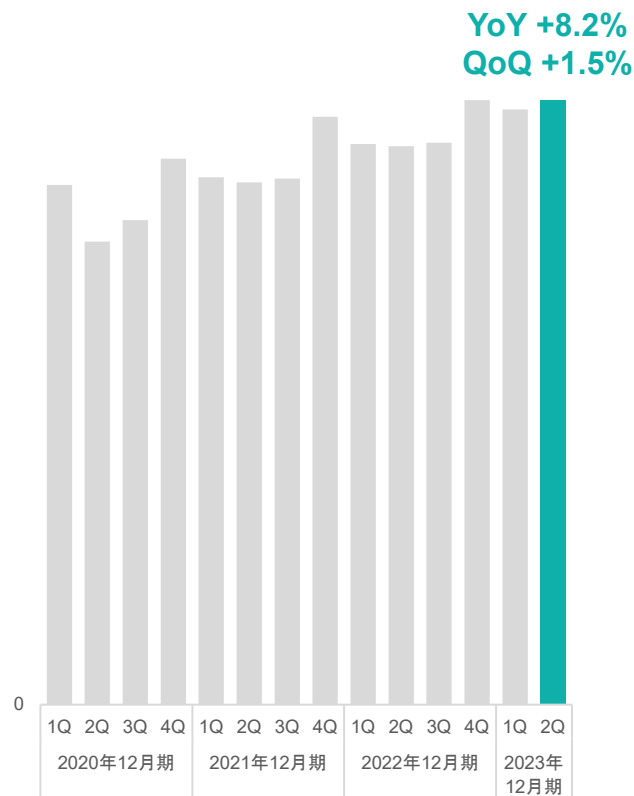
1ショップあたり月間平均GMV

(千円)



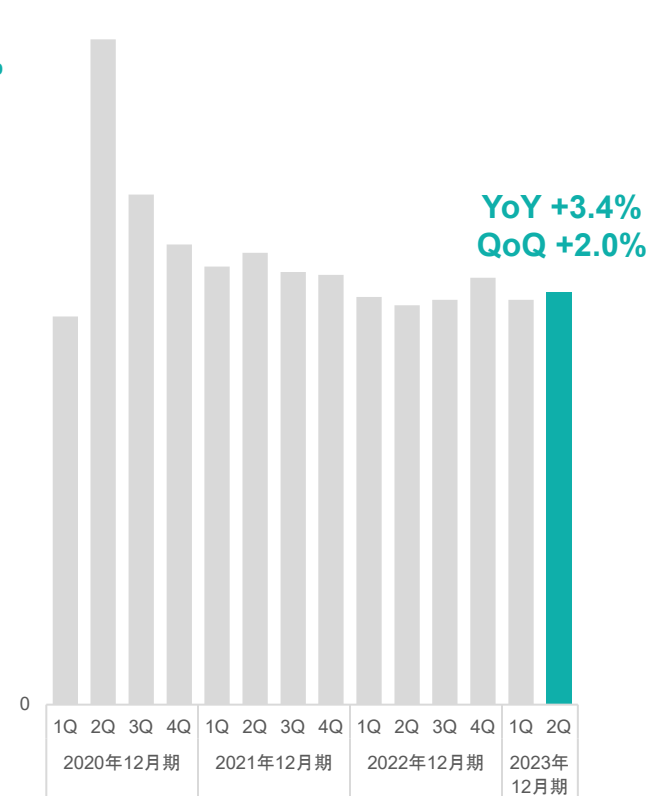
1人あたり購入単価

(円)



1ショップあたり平均購入者数

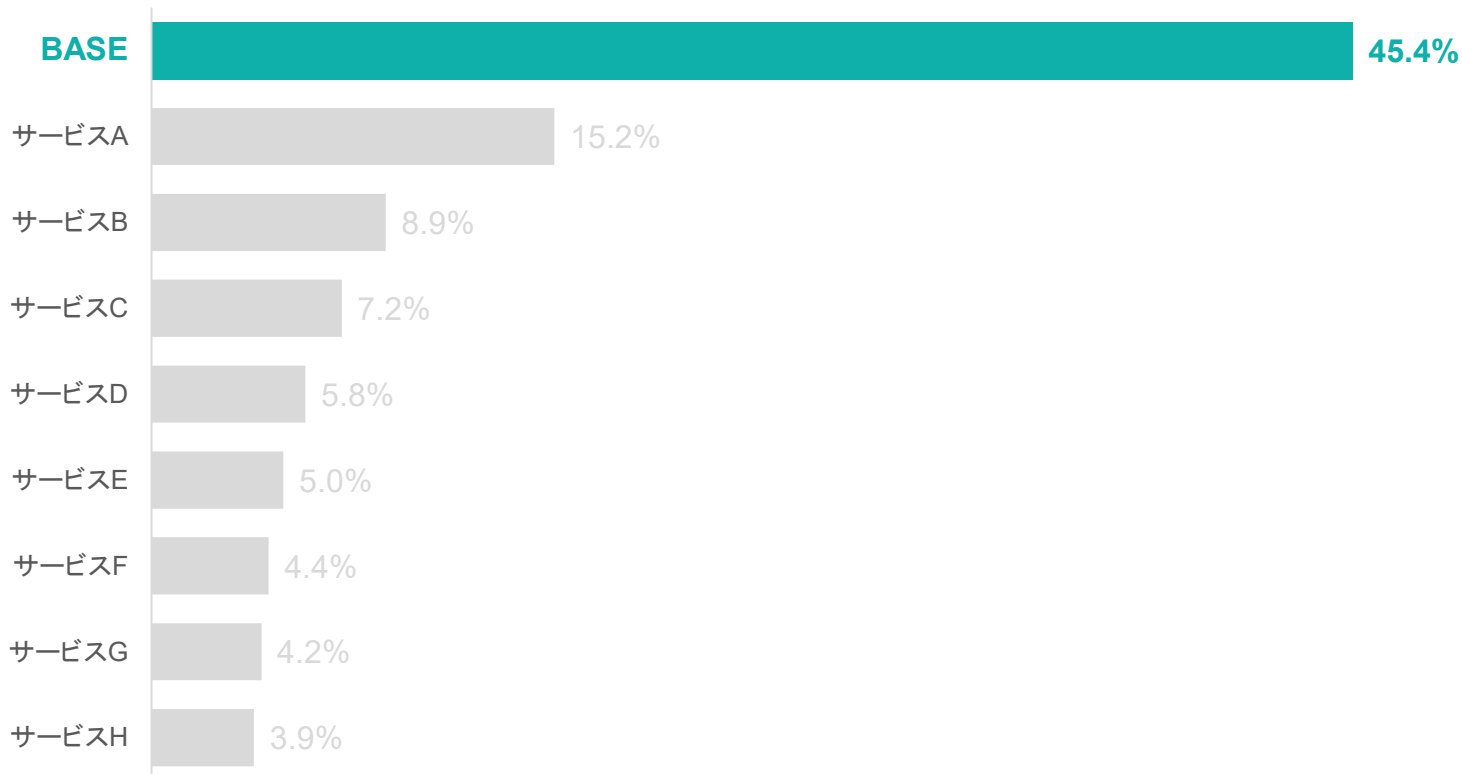
(人)



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。



(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
売上高	BASE	1,944	2,082	2,087	2,306	2,052	1,784	1,693	1,963	1,757	1,930
	PAY.JP	286	353	384	424	439	482	563	618	701	848
	その他	7	10	20	23	20	28	35	57	59	63
売上総利益	BASE	1,280	1,330	1,329	1,477	1,323	1,054	943	1,083	950	1,114
	PAY.JP	29	34	38	42	44	49	58	66	63	79
	その他	7	10	20	23	14	20	27	50	51	54
セグメント利益	BASE	102	-207	-167	-431	-178	-481	-234	-256	-175	66
	PAY.JP	-18	-17	-6	3	-4	-3	-4	-33	-9	3
	その他	-15	-18	-12	-5	-13	-15	-8	6	-14	-23
	全社費用	-54	-41	-33	-52	-76	-96	-49	-57	-72	-61
営業損益	全社	13	-283	-220	-487	-272	-597	-297	-340	-271	-15

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

(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。

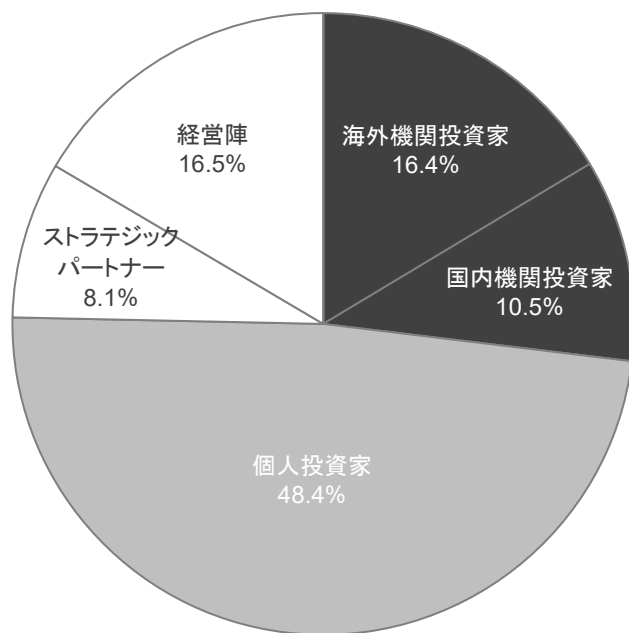
注文から決済までタイムラグがあり、注文日と決済日は異なるため月ずれが発生すること及びキャンセルにより決済まで至らなかった金額はGMV(決済額)に算入されないことから、注文額(注文日ベースGMV)の金額と異なる。

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

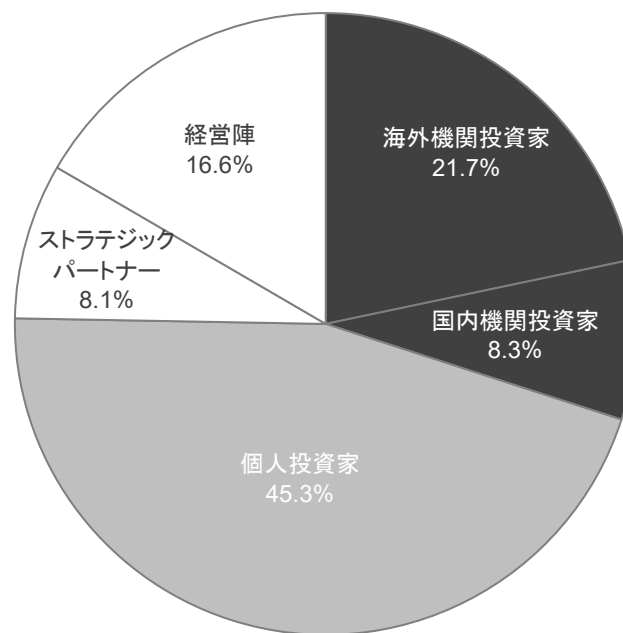
(注)GMVは決済日ベース(決済額)

海外機関投資家の増加により、機関投資家の比率が増加
引き続き幅広い投資家に対するIR活動を実施

2022年12月31日



2023年6月30日



(株)		FY2023
新株予約権	期首残高	3,368,000
	付与	0
	行使	-346,000
	失効	0
	期末残高	3,022,000
発行済株式数		114,301,823
潜在株割合 (対発行済株式総数)		2.6%

本資料の取扱いについて

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