

INTEGRATED REPORT 2025

BASE株式会社 統合報告書

BASE

Mission | 果たす役割

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。

Foundation | 根底の想い

We are All Owners

私たちは信じている。インターネットによって、個人が主役の時代がくることを。

私たちは信じている。経済活動とは、個人から始まり、ひとりひとりが幸せになるためのものだ。

BASEがつくっているのは単なる道具ではない。

自分を楽しみながら主体的に生きていく「人生のオーナー」を増やす社会基盤だ。

みんなの手で広げていこう。We are All Owners.



目次

Mission	01
Foundation	02
Index	03

Overview

History	04
Value Creation	05
Materiality	06
CEO Message	07
COO Message	10
CFO Message	12

Business & Strategy

Products	
BASE ネットショップ作成サービス	15
PAY.JP オンライン決済サービス	16
YELL BANK 資金調達サービス	17
Pay ID 購入者向けショッピングサービス	18
want.jp 越境ECサービス	18
User Interview BASE	19
User Interview PAY.JP	20

Sustainability

サステナビリティ	22
人的資本方針	23
Member Interview	24
Partner Interview	29
気候変動とエネルギー	31
安全・安心・健全な取引環境の提供	34
企業倫理とコンプライアンスの遵守	35
情報セキュリティとプライバシー保護	36
事業等のリスク	38

Governance

社外取締役鼎談	40
コーポレート・ガバナンス	42
取締役会	43
役員一覧	44
スキルマトリクス	45

Facts & Data

財務情報	47
ESGデータ	48

編集方針

BASE株式会社 統合報告書 2025は、BASE株式会社、PAY株式会社及びwant.jp株式会社を対象として、業績及び経営方針・事業戦略、またサステナビリティに関わる情報など、財務情報と非財務情報を統合的にステークホルダーの皆さまにご報告するものです。積極的に情報を開示することによって、ステークホルダーの皆さまとの重要なコミュニケーションツールとするともに、皆さまとの新たな対話の機会を創出することを目的としています。

対象範囲: BASE株式会社、PAY株式会社及びwant.jp株式会社

対象期間: 2024年1月1日～12月31日

ただし、一部に対象期間以前・以降の活動内容なども含みます。

発行時期: 2025年5月

見通しに関する注意事項

本報告書に記載されている将来の見通しに関する記述などは、制作時点において当社が判断したものであり、経済動向及び市場環境や業界動向など、様々な不確定要因により変動する可能性があります。今後、記述されている見通しとは異なる結果となる可能性があることをご通知おきください。

お問い合わせ: BASE株式会社IR担当

お問い合わせフォーム: <https://binc.jp/contacts>

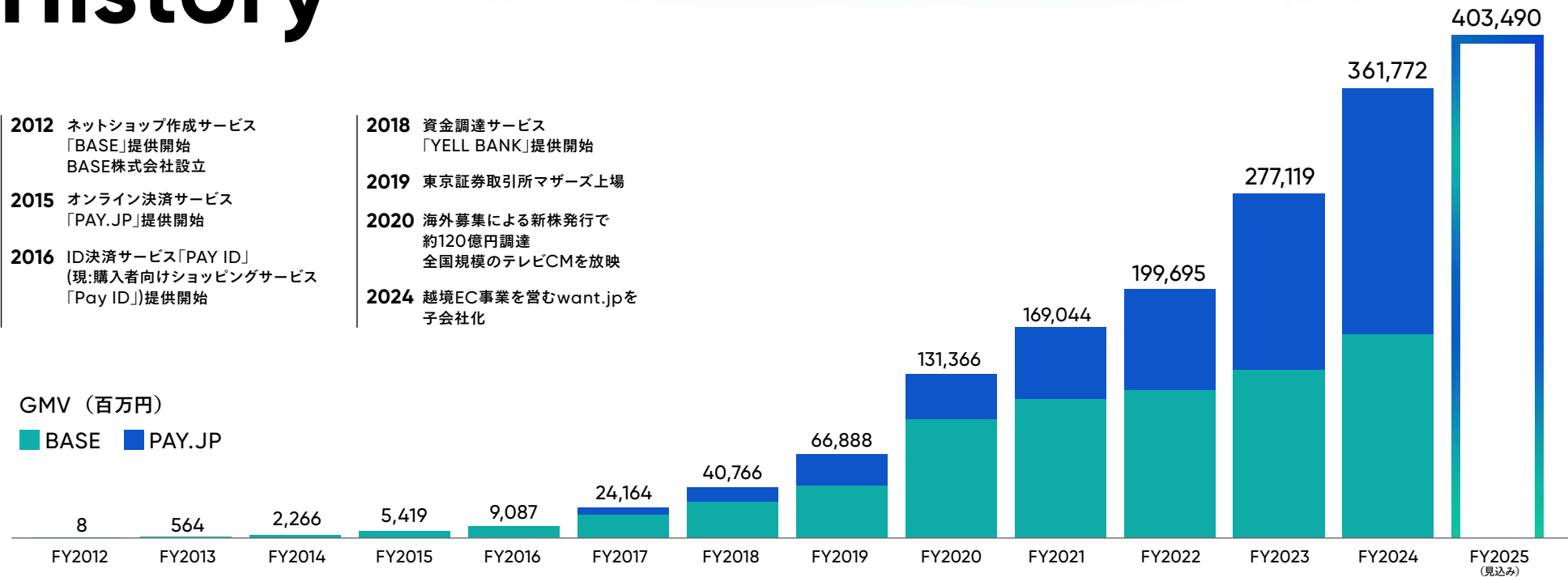
History

- 2012** ネットショップ作成サービス「BASE」提供開始
BASE株式会社設立
- 2015** オンライン決済サービス「PAY.JP」提供開始
- 2016** ID決済サービス「PAY ID」
(現:購入者向けショッピングサービス「Pay ID」)提供開始

- 2018** 資金調達サービス「YELL BANK」提供開始
- 2019** 東京証券取引所マザーズ上場
- 2020** 海外募集による新株発行で約120億円調達
全国規模のテレビCMを放映
- 2024** 越境EC事業を営むwant.jpを子会社化

GMV (百万円)

■ BASE ■ PAY.JP



2012-2014

創業と事業立ち上げ

当社は2012年12月に設立しました。ネットショップ作成サービス「BASE」を提供することで、それまでは大企業しかできなかったネットショップの開設や決済の導入に、個人やスモールチームの方も挑戦できるようになりました。2014年のピュレカ株式会社の子会社化を経て、翌年には主にスタートアップ企業を対象としたオンライン決済サービス「PAY.JP」もリリースし、インターネットの力であらゆるチームが決済を導入できるよう尽力してきました。

2015-2019

事業成長と事業領域拡大

BASE事業では、「BASEかんたん決済」の決済手段の拡充や拡張機能「BASE Apps」の提供に加え、リアル店舗出店スペース「SHIBUYA BASE」や「デザインマーケット」を開始するなど、事業基盤を拡大し、さらにマーケティング投資を強化しました。2016年にはID決済サービス「PAY ID」(現:ショッピングサービス「Pay ID」)、2018年には資金調達サービス「YELL BANK」もリリースし、「BASE」利用ショップへの付加価値向上に取り組んできました。

2020-2022

COVID-19を機とした急成長

COVID-19を機に巣ごもり消費や応援消費が盛り上がり、BASE事業の利用ショップ数が大幅に増加し、GMV(流通総額)も大きく成長しました。急増したネットショップ開設需要に応えるべく、2020年9月に大型の資金調達を行い、マーケティング及び組織拡大への投資を強化しました。2022年4月からはグロースプランの提供を開始しました。PAY.JP事業もスタートアップ企業などから支持され強い成長を実現し、グループがエンパワーメントするマーチャント基盤が大きく拡大しました。

2023-

成長性と収益性の追求

COVID-19感染症拡大が落ち着き、BASE事業ではリオープンに伴う反動減も見られましたが、2023年からは再び成長軌道に回帰しました。「PAY.JP」「Pay ID」「YELL BANK」も順調な成長を見せる中で、既存のプロダクト間のシナジー効果の創出や、インオーガニックな成長を実現するためのM&Aも実施し、成長性と収益性の両方を追求しています。2024年12月期には、期初想定よりも1期前倒しで営業黒字化を達成しました。

Value Creation

BASE

Payment to the People, Power to the People.

Input

社会関係資本

BASEグループやプロダクトへの信頼

- 個人やSMBをエンパワーメントするプロダクトとしての認知
- 地域社会及びパートナー企業とのWin-Winでサステナブルな関係構築

人的資本

あらゆる人材が活躍できる環境

- DE&Iの推進
- 従業員育成プログラム
- 競争力のある報酬パッケージ

財務資本

資本効率を意識した財務戦略

- 成長投資及びM&A、新規事業開発等の企業価値向上に向けた投資戦略
- 強固な財務基盤と多様な資金調達手段
- 健全な財務ガバナンス

デジタル資本

**価値創造の基盤となる
強固なデジタルインフラ**

- 徹底したサイバーセキュリティ対策
- 社員のデジタルスキル及びリテラシー向上への投資

自然資本

環境に配慮した経営

- 事業及びオフィス両面での環境負荷の低い経営
- 積極的な情報開示

Business



決済／ネットショップ作成



ID決済／ショッピングアプリ

YELL BANK

金融

PAY.JP

決済

「want」

越境EC

Output

社会関係資本

既存及び新規顧客基盤の拡大

- グループGMV 3,617億円
- 提携先地方自治体数 5団体

人的資本

多様で競争力のある組織構成

- 女性管理職比率 25%
- 障がい者雇用 2.5%

財務資本

グループの高成長

- 売上高 159億円 (YoY +36.8%)
- 売上総利益 71億円 (YoY +42.4%)
- 営業利益 7億円 (YoY+12億円)

デジタル資本

安全な取引環境

- PCI DSS準拠
- 継続的なセキュリティ対策システムの改善

自然資本

カーボンニュートラルな経営

- TCFDへの賛同及び開示
- オフィス使用電力等のカーボンオフセット

Outcome

社会関係資本

**BASEグループやプロダクトの
付加価値の拡大**

- BASEグループやプロダクトのブランド価値の向上
- エンパワーメントできる対象のさらなる拡大

人的資本

**多様なステークホルダーに
真摯に向き合う組織**

- エンゲージメントの向上
- 生産性の向上

財務資本

経営基盤の強化

- グループが創出する経済価値の最大化
- 多様で機動的なコーポレートアクションの選択

デジタル資本

社会インフラとしての信頼性向上

- セキュリティインシデントリスクの軽減
- 安全なプラットフォームとしての競争優位性の向上

自然資本

環境にやさしい社会への貢献

- 環境インパクトの削減による、事業リスク及び法令違反リスクの低減
- ESG評価の向上による資金調達コストの低減

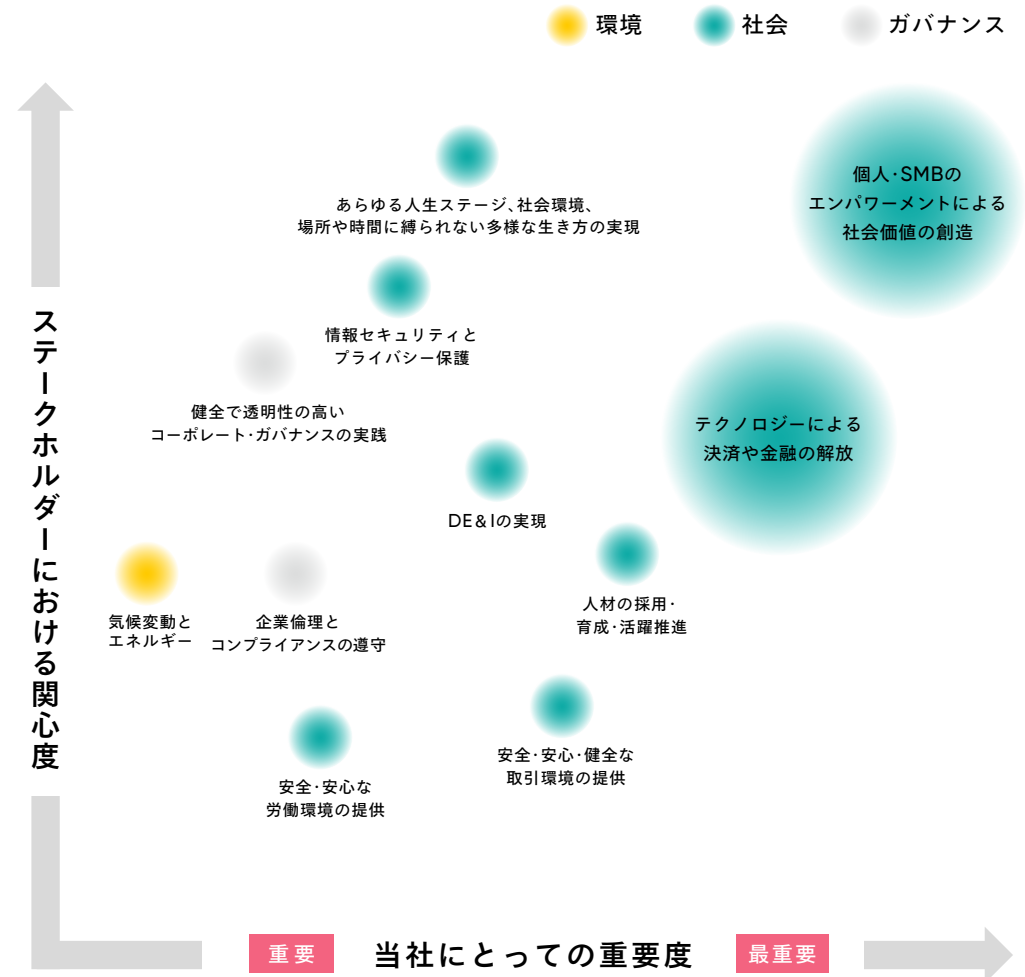
価値創造を支える強固なコーポレートガバナンス

Materiality

マテリアリティ(重要課題)特定プロセス



マテリアリティマップ





BASE

CEO Message

**BASEグループの成長と
収益性を拡大しながら
EC・決済業界の再編も視野に
社会へ持続的に価値提供する**

代表取締役兼上級執行役員CEO

鶴岡 裕太

中長期の経営方針及び中期経営計画開示の狙い

「Payment to the People, Power to the People.」というミッションのもと、個人やスモールチーム、スタートアップをエンパワーメントするという大方針は変わらず堅持しています。中長期の経営方針もこのミッションに基づいており、トップラインの成長と収益性の改善を両立させながら、サステナブルに社会に大きな価値を提供し続けるという難易度の高いチャレンジを続けています。

さらに、2025年2月、初めて中期経営計画を開示いたしました。2027年12月期には、売上高280億円、売上総利益137億円、営業利益30億円を目指す計画です。

当社が10周年を迎える頃、10年単位の非常に長いタームの経営方針を社内で策定し、事業進捗にあわせてアップデートしてきました。達成に時間のかかるミッションを掲げているため、足元の短期的な状況に一喜一憂せず長期目線での経営を心掛けてきましたが、この経営方針を定めたことで、自分の脳内を整理して、長い時間軸でより大きな成果を出すためのアクションを実行することに迷わなくなりましたし、社員にも短期的なアクションの背景にある長期的な戦略を理解してもらいやすくなったと感じています。創業して最初の10年よりも、次の10年はレベルアップした意思決定ができるようになっていと思っています。

2024年12月期のふりかえり

中長期の方針に基づき、各事業の取組みだけ

でなく、会社の組織力も向上できた一年でした。2024年12月期は、売上高前年比+36.8%、営業利益772百万円を達成し、期初想定よりも1期早く黒字化を実現できたのは、その成果の一つです。

また、以前はBASE事業だけが会社全体の成長をけん引しており、複数のプロダクトを提供しリソースを分散することに懸念を持たれる方もいらっしゃいましたが、2024年はPAY.JP事業やYELL BANK事業も力強く成長し、グループ全体への収益貢献も徐々に大きくなってきたため、ようやく、多角的な経営の成果をお見せできるようになってきました。

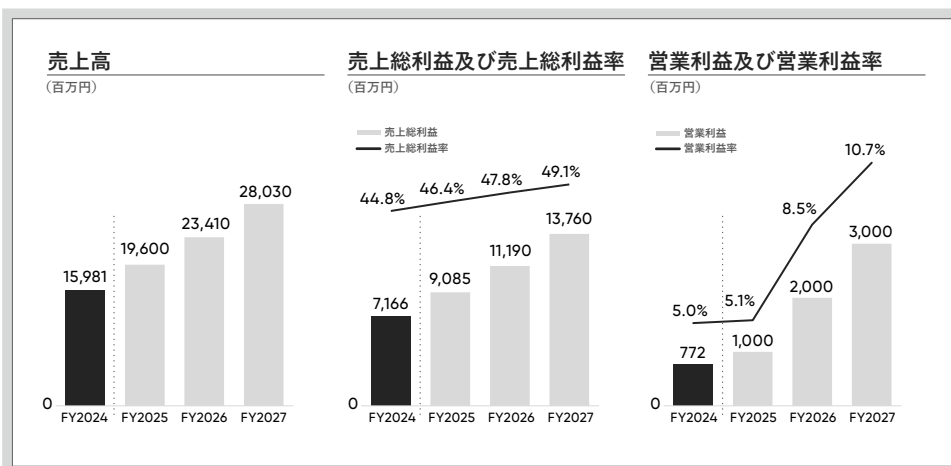
このように、まずはすべての事業がしっかりと自立し継続的な成長を実現することが、大胆な意思決定をする上で非常に重要です。最優先で取り組んでいますが、それに加えて事業間シナジーの創出にも着手できたので、非常に実りの多い一年だったと感じています。

今後の成長戦略

BASEグループの成長戦略として、非連続な成長の実現に向けた積極的なM&Aを実施していきます。2024年8月にはwant.jp社をグループに迎え、越境ECへの対応に本格的に着手しました。さらに、2025年7月にはEストアー社のM&Aを予定しており、新たなマーチャント層の獲得とグループシナジーの最大化を目指します。新しい取組みであり、失敗も多くありますが、学びを活かしながら中長期で大きなインパクトを生み出していけるように頑張っています。

10年前くらいまでに起業した経営者への期待は「プロダクトを作ること」でした。当時は「インターネットプロダクトを作ること」自体が大きなリスクを背負うことであり、それによって成功する

ことは今ほど当たり前ではない時代でした。だからこそ、そのような起業家にリスクマネーが集まり、僕自身も様々なチャレンジをさせていただきました。しかし最近では、AI等の発展もあり、インターネットプロダクトを作ること自体がコモディティ化してきて、良くも悪くも誰でも作ることができる時代になりました。それに伴い起業家に求められるケイパビリティも、時代とともに変化・拡大してきていると感じていました。そのような中で、M&Aというのは、プロダクトを作ることの強みを持っていた人間からすると、経済合理性だけで決まるドライな手段というイメージがあり、自分のようなタイプが活躍できる場ではないと思っていたんです。しかし、特定の人にしかできないM&Aや、特定の企業間でしか生み出せないシナジーがあるということに気付けたことで、



起業家としても会社としても、取れる選択肢が広がったと思います。

組織力とガバナンス体制

2024年においては、上級執行役員の体制変更はありませんでしたが、執行役員以下のレイヤーの成長が著しく、層が厚くなったと感じました。会社の成長に伴って、組織がきちんとアップデートされていっていると思います。

指名報酬委員会についても、志村さんに議長を担っていただくようになってから、主体的に評価

方法を変えていただいたり、情報発信していただけるようになりました。社外取締役の皆さんの存在は、経営陣の間にも良い緊張を生んでいます。

ステークホルダーの皆さまへ

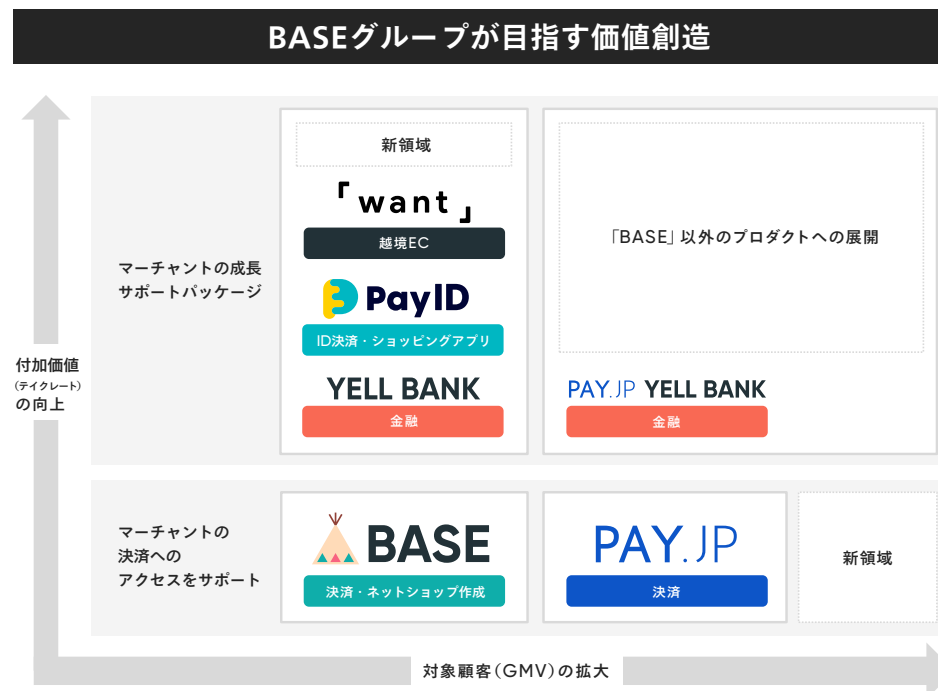
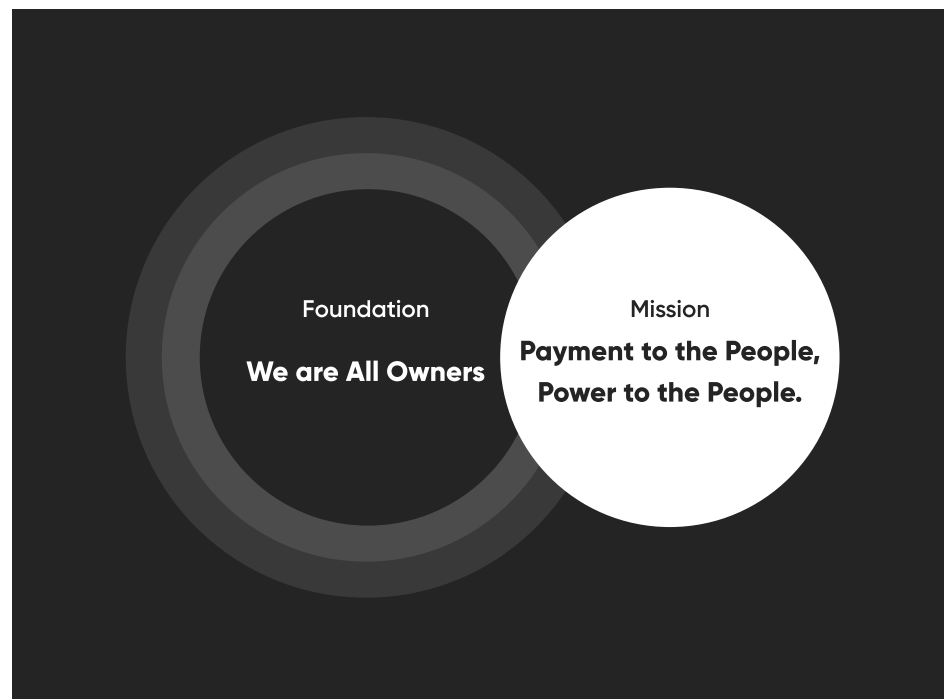
既存事業の成長は変わらず最優先事項として取り組みながら、「BASEグループにジョインしたから、GMVやテイクレートが上がる」といったような、自分たちにしかできないM&Aによりシナジーを創出し、グループの成長を実現していきたいです。また、「AIをどうやって経営とプロダクトに組み入れ

ていくか」も大きなテーマです。僕たちがサポートさせていただいている個人やスモールチームにとっても、またとない大きな変化だと思っています。

労働人口が減っていく時代に、各社がAIを活用して経営を効率化していくことはもちろん重要ですが、社会へのインパクトを増加させるためには、業界全体の生産性の向上にも取り組む必要があると考えています。それができないと、価格の高止まりや品質の劣化など、結果的にエンドユーザーへ皺寄せがいつてしまい、価値創造が最大化されているとは言えません。そのため一定の業界再編は必要だと思っていて、その第一歩としてのEスト

アのM&Aの成否は、EC・決済業界のSMB領域の将来に大きな影響を与え得ると考えています。

2024年に黒字化を達成してからは、利益により注目が集まっていると思います。会社の成長として非常にありがたいですし、お約束している利益成長は着実に達成していきたいですが、同時に、ミッションの達成のためにはトップラインの成長も同等に重要であると考えています。個人やスモールチームがより豊かになり、社会をより良くするためには、利益だけでなくトップラインの成長も重要であるということもご理解いただきながら、今後のBASEグループにご期待いただけると嬉しいです。



COO Message

各事業の成長と事業シナジーの創出で 価値創造を最大化させる BASEグループの事業戦略

上級執行役員COO

高橋 直

2024年12月期のふりかえり

総じて、成長性と収益性の両立にむけた第一歩を踏み出せた年だったと思います。これまででは成長性にフォーカスしていましたが、収益性の改善も始められました。事業ごとに成長フェーズは異なりますが、2024年はBASE事業、PAY.JP事業ともにコスト効率化を進めることができました。

BASE事業については、テイクレートの向上とコスト効率化による収益性改善に取り組みました。プロダクトのアップセルが貢献し、GMVはYoY+13%と増加し、テイクレートも想定通りに改善しています。その結果、市場全体の平均を超える水準の成長を実現できたのは良かったです。

PAY.JP事業については、ペイメント・サービス・プロバイダ(PSP)の市場平均成長率は10-15%という中で、トップライン成長はエボックメイキング的なYoY+47%を達成することができました。プライシングと原価の両方を最適化できたため、売上総利益はYoY+130%を実現し、グループのトップライン成長をけん引しました。



それに加えて、グループの事業間シナジー創出のファーストトライとして、「PAY.JP YELL BANK」をローンチしました。「PAY.JP」の機能面の進歩としては、決済代行としての標準機能のアップデートに加え、金融機能を加えられたのは大きいですね。PSPが自社で金融サービスに拡張する例は国内では稀で、先行して取り組むことができました。

PAY.JP事業がトップライン成長だとすると、YELL BANK事業は利益成長に貢献できた一年でした。「BASE」を利用するショップさま向けの既存サービス「YELL BANK」を大きく伸ばすことができたのは周知の事実かと思います。それに加えて、ロングテール層のキャッシュ・フロー改善に幅広くタッチするプロダクトをPoCを含めてそろえることができました。ファクタリングだけではやはりニッチで、利用対象ショップは限られますが、その利用層を広げるためにプロダクトの追加・アップデートに取り組んでいます。その追加のしかたも、銀行のようにすべてそろえるというよりも、ロングテールやSMEへの貢献度が高そうなものを増やしています。「YELL BANK」だけだと、ショップの入金サイドのみのサポートとなり不十分なのですが、今回出金サイドのプロダクトにも拡大できたので、金融面の総合力が増したと考えています。

「Pay ID」は、2024年にBNPLの分割払いである「Pay ID 3回あと払い」の提供を実現しております。他のプロダクトに比べて事業フェーズは若いですが、グループとして掲げてきたマーチャントと購入者の“2サイドネットワーク”を構築して自社で決済を提供する、という目標に着実に近づいています。日本市場における決済プロダクトの標準

機能としては、コンビニ払いだけでなく口座振替があり、一括払い(マンスリークリア)だけでなく分割払いも装備している必要があります。ここまでリリースできると、日本国内でもっとも利用の多いクレジットカードと同じ機能を持つことになります。そういう意味で、「Pay ID あと払い」は、決済サービスとしてようやく一人前になった年でした。さらに、ショッピングアプリのマネタイズと、それに見合うプロダクトとパーセプションのレベルアップに向けた準備を進めています。

市場平均を超える成長の理由

BASE事業については、プロダクトの提供価値が、市場期待を超えるものを出せたことが成長要因だと考えています。

PAY.JP事業については、決済代行業界の各プレイヤーは、米国企業も含めてどんどんエンタープライズに対象を変えている中で、「PAY.JP」は変わらずロングテールの加盟店にフォーカスするニッチ戦略が奏功しているからだと考えています。将来成長する可能性の高い加盟店を過去数年で獲得できて、そういった有望な加盟店が力強く成長することで、PAY.JP事業の成長をかなり押し上げました。

中長期の経営方針及び2025年12月期の方針

引き続き、①対象顧客の拡大と②付加価値の向上による価値創造の最大化を目指していきます。主に、「BASE」と「PAY.JP」が①を、「YELL

BANK」と「Pay ID」が②を担っていきます。

BASE事業はGMV成長を追いながら、プロダクトの付加価値を拡大して、アドオン機能を成長させていきます。「Pay ID」のアプリも収益化することで、テイクレート向上に貢献していきます。そのためにも、ショップさまがアプリによる送客効果を実感できるよう、プロダクトの改善を続けていきます。

PAY.JP事業は、引き続きGMVの成長を追いながらも、金融領域等のグループシナジーも追求していきます。その他にも、経産省が旗振り役となって不正決済対策を強化していますが、当社としても不正検知には注力していきます。さらに、対象ユーザーが拡大してきたことで、決済手段のニーズも多様化してきたため、クレジットカード以外の拡充も検討しています。また、新規加盟店獲得の強化に向け、プロダクト改善とマーケティング拡充を推進します。BASE事業が数年前まで実施していたブランドの認知獲得戦略を、別の手段を用いてPAY.JP事業も強化しており、足元では少しずつ成果が見られ始めている状況です。

YELL BANK事業としては、プロダクトラインナップの拡充と外部展開に向けた取組みを強化していきます。「YELL BANK」も直近で非常に力強く伸びてはいますが、広い金融サービスの中では非常にニッチなサービスで、ユーザー層の母数は限られてしまうサービスです。なので、外部展開するときにより幅広いユーザーのニーズを拾えるような、ロングテールやSME向けの総合的な金融サービスとしてご提供できると良いなと考えています。外部展開は少し時間がかかると思います

が、着実に進めていきたいです。また、2024年にローンチした「PAY.JP YELL BANK」の事業進捗からわかったのは、加盟店の売上規模に応じたサービス側の調整が必要だということです。サービス設計や料率等を、各プラットフォームの加盟店の特徴にアジャストしていきます。

want.jp事業については、BASE事業との共同開発の機能提供に向けて、スケジュール通りに開発を進めていきます。BASE事業単独でやる場合よりも、数年早くご提供できると見えています。want.jpが持っている海外向けの配送や各国のプラットフォーム展開におけるノウハウを、「BASE」を利用するショップさま向けにも活かしていきたいです。

新COOとして ステークホルダーの皆さまへ

成長性と収益性の両立は容易ではありませんが、グループ経営だからこそ実現可能な目標です。フェーズの違う事業を複数持ち、それぞれが着実に伸びていることが重要になってきます。

新COOとしては、事業の意思決定を集約して、スピード感を出すことを求められていると思っていて、そこに注力していきます。さらに、改めてミッションに立ち返って再加速していきます。Eストアーとの事業シナジー等も含めて、価値創造の戦略図の空白部分を徐々に埋めていくことで、持続的な成長基盤を構築していきますので、ご期待いただけますと幸いです。



CFO Message

**持続的な成長と収益性の向上を実現
非連続な成長でも対象顧客を拡大し
シナジー創出を加速させる**

取締役兼上級執行役員CFO

原田 健

2024年12月期のふりかえり

2024年12月期は、グループ全体でトップライン成長と収益性改善の両立を実現させることができた一年となりました。グループ全体のGMVは前年同期比で力強く成長し、YELL BANK事業は当社の想定を超える高い成長率を実現したことで、連結売上高は前年同期比+36.8%、連結売上総利益は同+42.4%と、業績予想を上回って着地しました。

一方で、為替の急変動や一部の海外ECプラットフォームの運営方針変更など、外部環境の変化がwant.jp事業に大きな影響を与えた結果、のれん及び固定資産の減損を計上しました。こうした課題に直面しながらも、コストの効率化も着実に進捗したことにより、2024年12月期の営業利益は期初計画よりも1期前倒して黒字化を達成することができました。

中長期の経営方針

BASEグループは、引き続き「Payment to the People, Power to the People.」というミッションのもと、個人やスモールチームのエンパワメントに注力していきます。既存事業の成長を通じて、持続的なトップラインの成長と収益性の向上を両立し、EBITDAの成長を実現することで、投資家の皆さまからの期待に応える企業価値を創出してまいります。この方針のもと、中期経営計画も開示いたしました。この計画は必達ラインとし、さらなる成長を目指します。

また、非連続な成長を実現するため、積極的なM&A等を推進し、グループの対象顧客を拡大していきます。2025年7月にはEストアー社の子会社化を予定しており、これにより新たなマーチャント層の獲得とグループ全体のシナジー創出を加速させてまいります。

株主還元の方針

2024年12月期に黒字化を達成し株主還元も可能な財務状況になりましたので、資本効率の向上と株主価値の最大化を目的に、2025年2月から4月にかけて、当社としては初めての自己株式取得を実施いたしました。今後の株主還元につきましても、M&A等による資金需要に柔軟に対応するため、自己株式取得を中心に機動的に実施していく方針ですが、より安定的な利益成長を実現した後は、現金配当も検討していく方針です。

2025年12月期の業績予想と経営方針

2025年12月期の業績予想では、連結売上高は前年同期比+22.6%、連結売上総利益は同+26.8%を見込んでいます。BASE事業では、新規ショップ開設の促進と「Pay ID」の収益化によるテイクレートの向上に取り組みます。PAY.JP事業では、新規加盟店の獲得を強化し、YELL BANK事業ではプロダクトの機能強化と健全な運営基盤の確立を進めることで、さらなる成長を図ります。

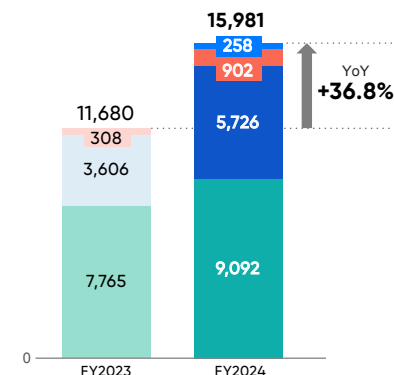
ステークホルダーの皆さまへ

これまでの成長を支えてくださった株主・投資家の皆さま、お取引先の皆さま、そしてBASEグループのサービスをご利用いただいている皆さまに、心より感謝申し上げます。

当社グループは、より多くの個人やスモールチーム、スタートアップ企業が、新たなチャレンジをし続けるため、サポートを変わず継続してまいります。私たち自身も、テクノロジーや社会の変化のスピードに遅れぬよう、挑戦をし続けながら、グループの価値創造の最大化に努めてまいりますので、今後とも変わらぬご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

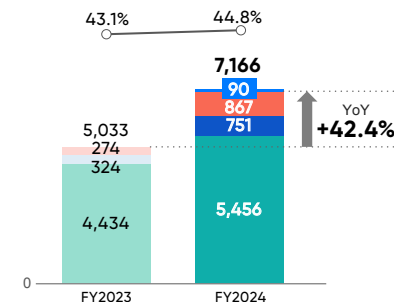
売上高
(百万円)

want.jp
YELL BANK
PAY.JP
BASE

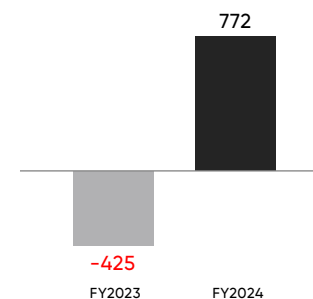


売上総利益及び
売上総利益率
(百万円)

want.jp
YELL BANK
PAY.JP
BASE
売上総利益率



営業利益及び
営業利益率
(百万円)



A black laptop is closed and sits on a light-colored wooden desk. To the left of the laptop is a small black USB drive. In front of the laptop is a small black tag with white text that reads "Thank you to all the people who helped us get here". The background is a blurred office setting with a window and a dark wall.

Business & Strategy

ビジネス & ストラテジー

特長

すべてのショップに最適な料金プラン

BASEは、ネットショップを運営するすべての個人やスモールチームに最適な料金プランを提供しています。固定費用が不要で売上発生時のみ手数料が発生するスタンダードプランは、小規模なショップや初めてのネットショップ運営に最適です。一方、一定の売上規模を超えたショップ向けには、月額固定費をお支払いいただく代わりに決済手数料を引き下げたグロスプランを用意しており、事業成長に伴う運営コストの削減を支援しています。

即日導入可能な「BASEかんたん決済」

ショップ開設後すぐに販売を開始できるよう、「BASEかんたん決済」を提供しています。ショップ開設時に複雑な審査や手続きが不要で、導入後はクレジットカード決済やBNPL「Pay ID あと払い」、銀行振込等多様な決済手段をすぐに利用できるため、ショップの立ち上げから収益化までのスピードを大幅に早めることができます。

幅広い売上規模に対応した機能とサービス

ショップの規模に応じた幅広い機能を提供しています。基本的なネットショップ運営に必要な標準機能に加えて、拡張機能「BASE Apps」でより高度な機能も簡単に追加できます。また、ネット販売だけでなくポップアップストアなどのオフライン店舗の出店サポートや、将来の売上債権を買い取る形で資金提供する資金調達サービス「YELL BANK」も提供するなど、幅広い支援を行っています。（詳細は17ページ参照）

購入者向けショッピングサービス「Pay ID」

累計ID登録者数が1,600万を超える購入者向けのショッピングサービス「Pay ID」と連携しています。「Pay ID」を通じて、購入者は「BASE」を利用するショップでスムーズで安全な買い物体験を享受でき、ショップ側もリピーター獲得や顧客単価の向上につながる強力な販促ツールとして活用することが可能です。（詳細は18ページ参照）

成長戦略

GMVの成長

幅広い潜在ユーザー層を対象に、マス向けも含めたプロモーションの強化等により、新規ショップ開設を強化します。

さらに、want.jp事業との共同開発により、越境EC機能を早期に提供し、海外購入者の獲得を目指します。

収益性の向上

BASE独自の機能及び外部プラットフォームとの連携等により、ロジスティクス、マーケティング及び越境EC機能等、ショップの売上向上や利便性改善につながる拡張機能を強化します。

加えて、ショッピングアプリ「Pay ID」を活用し、ショップの新規顧客獲得や、購入単価の増加を実現します。

PAY.JP オンライン決済サービス

特長

3ステップで決済が導入可能なシンプルな機能

PAY.JPは、スタートアップ企業が自社のウェブサイト決済機能を簡単に組み込める、シンプルで柔軟性の高いオンライン決済サービスです。直感的な管理画面と明快なAPI設計により、導入の初期ステップは非常にスムーズで、アカウント登録から実装・本番稼働までを短期間で完了できるのが特長です。決済機能の実装に時間やリソースをかけられないスタートアップや新規事業立ち上げフェーズの企業でも、スピード感を持って事業を開始できます。

柔軟でリーズナブルな料金体系

月額無料で利用できるスタンダードプランから、売上規模が大きな加盟店向けのエンタープライズプランまで複数の選択肢があり、事業規模に応じた柔軟な料金体系になっています。

国際基準に準拠した強固なセキュリティ

PAY.JPは国際的なセキュリティ基準であるPCI DSS Version 4.0に完全準拠しており、高い安全性を確保しています。クレジットカード情報はトークン化されて直接PAY.JPに送信されるため、加盟店がカード情報を保持・処理する必要がなく、情報漏洩リスクを大幅に軽減します。加えて、不正検知のリアルタイム監視や定期的なセキュリティ監査など、継続的な対策強化を講じることで、つねに安心して利用できるインフラを提供しています。

成長戦略

決済機能の強化

新たな決済手段の追加に向けた取組みを推進し、より簡単に導入が可能な決済システムの開発及び不正決済対策を強化します。

さらに、「PAY.JP Platform」の拡充等による、プラットフォームの新規加盟店獲得にも注力します。

グループ独自機能の強化

「PAY.JP YELL BANK」等の金融領域の付加価値強化により、競合との差別化を図ります。

マーケティング及び既存加盟店サポートの強化

セールス&マーケティング施策の強化による新規獲得経路の多様化に加え、既存大型加盟店との関係構築による継続利用を促進します。

YELL BANK

資金調達サービス

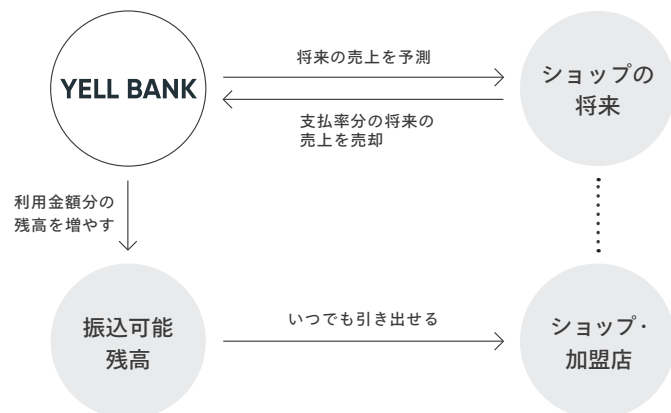
特長

「YELL BANK」は、「BASE」を利用するショップオーナー向けに提供する、オンライン完結型の資金調達サービスです。ショップの過去の利用実績をもとに将来の売上を予測して、将来の売上債権を当社が買い取るファクタリング形式で提供しています。

従来の金融機関では評価が難しかった小規模事業者にも適切な資金提供が可能のため、ショップオーナーは審査や担保・保証人などの複雑な手続きなしで、必要なタイミングで迅速に資金調達ができます。「BASE」を利用される個人やスモールチームのショップオーナーにとって、「YELL BANK」は既存の銀行ローンやファクタリングにはない、柔軟かつ親和性の高い資金調達手段となっています。

さらに、買い取った債権（当社が購入者に対して有する債権）は、決済代行会社等を通じて当社が直接回収する仕組みとなっているため、当社における回収リスクは低減されています。

資金調達の流れ



成長戦略

グループの既存マーチャントへの付加価値向上

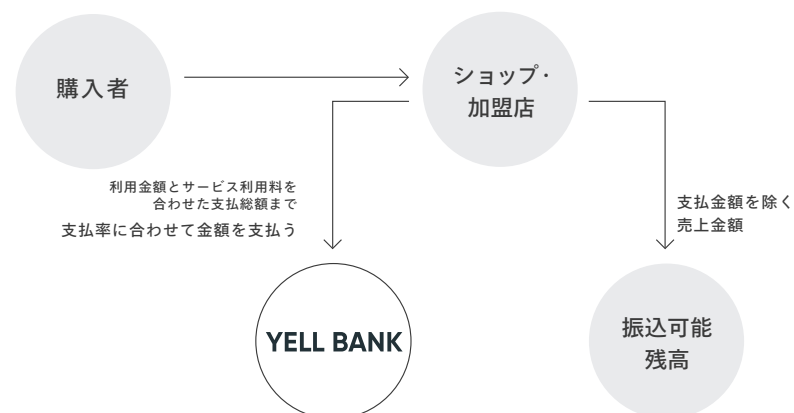
「BASE」を利用するより幅広いショップが持続的に「YELL BANK」を利用可能にするため、健全な運営基盤を確立します。また、2024年6月にリリースした「PAY.JP YELL BANK」は、「PAY.JP」の加盟店特性に合わせてプロダクトのチューニングを実施し、事業成長の加速を目指します。

さらに、将来債権のファクタリング以外にも、グループマーチャントのキャッシュフローに関連する金融プロダクトのラインナップを拡充します。

グループの新規マーチャント獲得への貢献

2025年7月にM&A予定のEストアー社が運営する「Eストアーショップサブ」加盟店等、新しくグループジョインするマーチャントへの既存プロダクトの横展開を目指します。

お支払いの流れ



特長

ショッピングアプリ

「Pay ID」は、「BASE」で開設されたショップの商品を閲覧・購入できるスマートフォン向けショッピングアプリです。購入者はお気に入りのショップをフォローすることで、新商品の発売やクーポン配布などの最新情報をプッシュ通知で受け取ることができます。また、アプリ内で購入履歴や配送状況の確認、ショップへの問い合わせが可能で、シームレスな購買体験を提供しています。

ID決済

購入者は一度アカウントを作成し、住所やクレジットカード情報を登録することで、以降「BASE」で作られたすべてのショップでのお買い物時にメールアドレスとパスワードの入力だけでスムーズに決済を完了できます。

BNPL「Pay ID あと払い」

「Pay ID あと払い」は、購入者が商品を受け取った後に支払いを行うことができる決済方法です。支払いは翌月にまとめて行う「翌月あと払い」や、分割手数料無料で3回に分けて支払う「3回あと払い」から選択できます。これにより、購入者は手元に現金がなくてもショッピングを楽しむことができ、ショップ側も代金未回収のリスクを負うことなく販売機会の拡大が期待できます。

成長戦略

「Pay ID」が抱える購入者アセットの収益化及びコスト構造の効率化に向けた取組みを実施し、BASE事業の収益性改善に貢献します。

さらに、「PAY.JP」加盟店で決済をする購入者など、「BASE」以外のプラットフォームにもBNPL「Pay ID あと払い」を導入することで、マーチャントサイドだけでなく購入者サイドも拡大し、グループの2サイドネットワークを強化します。

「want」 越境ECサービス

特長

「want.jp」は、日本国内のEC事業者が取り扱う商品を、アジアを中心とした海外マーケットプレイスで販売する越境EC支援サービスです。海外販売において事業者が直面しがちな価格設定や物流、在庫管理といった複雑な業務の多くを代行し、効率的な海外展開をサポートします。

最大の特長は、販売商品に対し、国別・マーケットプレイス別に原価算定を自動で最適化するプライシング機能と、購入地に応じて配送会社を自動で最適に選定する物流最適化機能です。これにより、海外販売における価格競争力と配送効率の双方を高い水準で実現しています。

さらに、各国の言語・通貨・配送事情への対応も自動化されており、事業者は国内向けECと同じ感覚で海外販売を行うことができます。

成長戦略

既存事業

影響力の大きな海外マーケットプレイスからの売上安定化に注力し、販路拡大や販売価格の見直し、取扱商品の増加により、既存事業の早期立て直し及びペースアップを目指します。

BASE事業との取組み

「BASE」利用ショップが簡単に海外販売へチャレンジできる環境を整備することで、これまで越境ECへの参入ハードルが高かった個人やスモールチームへの新たな成長機会の提供を目指します。

ネットショップを リピーターさまとの出会いの場に

Riyad Vintage
竹村 沙緒理 さま

「BASE」となら 心躍るものを選び抜いた ヴィンテージショップの 可能性が広がる

「Riyad Vintage」は、「トキメクものを集める空間」を創りたいという想いで始めたヴィンテージファッションのお店です。どうやったらカッコよく着こなせるか、などもアドバイスさせていただいていますが、お客さまがスタイリングを褒められたり、喜んでらっしゃるところを見るのがいちばんのやりがいです。実店舗は東京の表参道にあるのですが、マンションの一室のため気軽にご来店いただくことはなかなか難しい上に、予約制のため初めてのお買い物でいきなりお店にいらっしゃるの少しハードルが高いと感じられる方も多いです。

そこでネットショップの開設を検討し、様々なサービスの中から使いやすそうで決済手段が豊富な「BASE」を選びました。実物を見ずにヴィンテージを買うことに抵抗のあるお客さまも多いため、ネットショップの売上はあまり良くなかったのですが、コロナ禍の緊急事態宣言時の割引クーポンキャンペーンを通じて購入のハードルが下がったことで、ネットショップでの購買へとつながり、そこから実店舗のリピーターさまも増えたんです。おかげで厳しいビジネス環境も乗り越えることができとても感謝しています。現在でも、リピーターさまとの最初の出会いはオンラインショップであることが多いですね。最近ではヴィンテージを取り扱う詐欺サイトも多いのですが、「BASE」はサービスの知名度が高く安心してお買物できるので、そういった初めての方との出会いの場としても重宝しています。

仮に実店舗の来店予約が満席でも、オンライ

ンでの販売や対話ツールでのコミュニケーションができればしっかりブランドを伸ばせると感じています。私は「BASE コミュニティ」にも参加しているのですが、他のショップオーナーさんと出会えるだけでなく、「BASE」の中の人々の理念を知ることができるのはユーザーとしてすごく嬉しいです。

大手の儲かる企業だけを相手にするのではなく、私のような個人で小規模なお店をメインターゲットに考える、というブレない姿勢がスタッフの皆さん全員に共有されていてすごいと思います。「BASE」でセミナーを開催してほしいとお伝えしたところ、「BASE コミュニティ」の施策として開催してくださったりと、私たちユーザーの声がきちんと届いていることを実感できるのも嬉しいです。今は円安でもあり、海外向けにも販売を広げていきたいので、海外在住のお客さまがもっと買いやすいような機能が出てくるとあ

りがたいですね。また、ヴィンテージは値段が決まっていないものなので、オークション機能があるとイベント的な販売もできて面白いと思います。さらに、ショップとショップのマッチング機能もあったらいいなと期待しています。たとえばヴィンテージのお洋服はあっても靴がない、そんなときに靴のブランドと一緒に撮影などできるととてもありがたいですね。

いちばん大事にしているのはやはりリピーターさまとのお付き合いです。お店の将来について迷ったときに「リピーターさまとずっと長くお付き合いしていきたい」と強く思ったので、今後はもっとリピーターさまを大事にしながら増やしていきたいと思っています。これからもユーザー想いな「BASE」のサービスを活用しながら、自分が本当に心躍るものだけを集めたお店づくりを頑張っていきたいです。

事業拡大につながる 決済サービスを

株式会社CaSy 代表取締役CEO兼CFO
加茂 雄一 さま



時間的な余裕を生み出す 多様な事業を 世界中へ届けたい

私たち「CaSy」は、「大切なことを、大切にできる時間を創る。」というミッションを掲げ、ご家庭向けに家事代行とハウスクリーニングサービスを提供している企業です。2014年の創業当初、私や代表取締役COOである池田が実際に「家事代行」のユーザーであり、家庭内での家事分担でギクシャクしたときにも笑顔が増えるという実体験があったんです。こんなに良いサービスなのに広がっていないのはなぜだろうと考えた時、価格の高さや使うまでの手間が問題だと気づいたんです。そこで、家事代行サービス×シェアリングエコノミーという仕組みで価格も手間も抑制できるようにしたい、と

いうミッションのもと、少し時間がほしい方のためのサービスを提供しようと考えました。しかし、その後ユーザーさまから「忙しくてくじけそうになっていた時に、CaSyのおかげでもう少し頑張ろうと思えました」という声を多くいただいたことで、単に家事代行だけでなく、生活のインフラになり得るという気づきがあり、それが現在のミッションのヒントになりました。今後は家事代行だけでなく「時間的な余裕」を提供できる様々なサービスを展開することで、世界中の人々が利他の行動に費やせるような心と時間の余裕を創出したいと考えています。世界人口をもとに掲げた目標数値は、2050年までに90億時間。そのためのプラットフォームを、日本だけでなく海外にも展開していきたいです。

「CaSy」の決済サービスとして「PAY.JP」を選択した理由は2つあり、ひとつは決済手数料

のコストメリットです。手数料コストを抑えることでエンドユーザーやキャスト（働き手）の皆さまへ投資できる点が大きかったです。2つ目は事務的な面です。もともと別サービスを使っていたのですが、そこから移管するのに非常に苦労しました。その点「PAY.JP」は他社へのデータ移行に協力的であり、その分プロダクトに自信があるんだなという印象を持ちました。

継続利用の理由としては、コストメリットはもちろん、決済代金の振込タイミングも大きいですね。当社はキャストに報酬の即時払いをする機能を入れたのですが、「PAY.JP」なら入金が15日間隔で月に2回あるため、運転資本の効率化につながり、会社の経営的にも助かっています。

今後は、Amazonでお買物するように助っ人サービスを頼めるようなプラットフォームを作るべく、ハウスクリーニングや整理収納等サー

ビスの拡充に加え、行政との連携や家事代行事業者向けのサービス、さらには高齢者向けのサービス拡充なども強化していく予定です。「PAY.JP」にはクレジットカード以外の決済手段の追加や、導入条件の拡大を期待したいですね。さらに「働き手に対する安心を提供する」こともスコープに入っているので、将来的には法人も含めたキャストへの融資等の金銭的な保証も提供できればいいと思います。

BASE社は創業時期が近いですし、「CaSy」を使ってくださっている社員さんも多いので、一緒に切磋琢磨しながら世界にはばたけるサービスを作っていきたいですね。

Sustainability

サステナビリティ

サステナビリティ

当社グループでは、サステナビリティ基本方針、マテリアリティ、サステナビリティに関連する施策案その他サステナビリティに関する重要事項の審議、調整及びモニタリングを行うとともに、経営会議へ上程すべき重要事項を審議・検討することを目的に、2022年3月からサステナビリティ委員会を設置しております。サステナビリティ委員会を経由して経営会議で審議・決定された事項及び進捗状況については、定期的に取締役会に報告しております。

経営会議において決定した対応方針・施策等は、サステナビリティ委員会委員長である代表取締役上級執行役員CEOを中心として、社内の各部門が主体となって推進しております。

サステナビリティ基本方針

当社グループは「Payment to the People, Power to the People.」をミッションに掲げ、インターネットテクノロジーによって、多くの方が必要としながらもまだ享受できていない決済や金融領域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して企業活動を行っております。

創業当初から、「インターネットによって個人・スモールチームがより強くなったその時に、世界がもっともっとよくなる。」ということを誰よりも信じ続けてプロダクトの企画・開発に取り組んでまいりました。その想いはこれからも変わりません。

私たちは一日も早いこのミッションの実現を目指して、社会に開かれた決済・金融を提供するプラットフォームとしての責任と役割に向き合い、サステナブルな社会を実現するためにグループ全体を通じてESGの取組みを推進してまいります。

サステナビリティ関連リスク

今後はサステナビリティに関する事項を所管する部門にて、社内の関係部門の協力の下、特定・評価した気候変動に関するリスクと機会を「サステナビリティ委員会」に報告・提言し、全社的な気候変動への対応を推進してまいります。また、「サステナビリティ委員会」で挙げた気候変動問題に関わる重要な環境リスクや社会課題については、「リスクマネジメント及びコンプライアンス委員会」と連携し、全社リスクに統合していきます。

事業継続計画(BCP)への取組み

当社では、決済・金融を提供するプラットフォームとして、大規模災害の発生を事業継続に影響をもたらす重要リスクの一つと捉え、従業員及びその家族の安全の確保、事業活動への影響の最小化を最優先事項として速やかな復旧に努められるよう、事前に想定されるリスクを抽出し、リスクの防止や低減等の各種施策を講じております。2023年6月には、BASEグループとして事業継続計画(BCP)規程の策定を行い、代表取締役CEOを危機対策責任者とする危機管理体制の構築や安否確認システムの導入、各種マニュアル(防災・災害対策マニュアル、重要業務復旧計画書等)を整備する等、緊急事態が発生した場合に迅速な初動対応と事業の継続・早期復旧・正常化を図ることを可能にしております。

また、BCP主管部署にてBCP年間活動計画を策定し、平時から非常事態の発生を想定した安否確認訓練や自衛消防隊訓練を定期的実施して非常時における各部署の役割と連絡体制が正しくスムーズに機能しているかを確認しており、必要に応じて随時見直しをしております。それらの結果については、四半期に一度開催されるリスクマネジメント及びコンプライアンス委員会に報告され、必要な対応方針の協議及び対応状況のモニタリングを行う仕組みを構築しております。

引き続き、事業継続計画(BCP)規程に基づいたPDCAサイクルを回し、リスク管理強化に取り組んでいきます。

人的資本方針

人材育成方針

当社グループは、持続的な成長や事業価値の向上を実現していく上で、人材は最も重要な経営資源であると考えています。そのためには、従業員が自身の仕事やキャリアに主体性を持ち、挑戦し続けることを支援することが、従業員の育成のために重要であると考えています。

社内環境整備方針

多様性を尊重する企業文化のもと、一人ひとりの個性や能力が最大限に発揮できる制度や職場環境を整備し、ワークライフバランスの推進とDE&I環境を醸成し、社員のエンゲージメントの向上を実現します。

個別テーマ

人材育成

当社グループは職種を問わず共通のスキルを9つの領域に定義し、優先順位を設定したうえで、各グレード・ポジション・キャリアパスに応じた育成施策を推進しています。これにより、従業員の成長を促し、組織全体の競争力向上を目指します。

ワークライフバランス

ハイブリッドな働き方を提供するため、フレックスタイム制度や在宅勤務制度を継続して運用しており、『有給休暇5日以上』の取得率100%』『平均残業時間が10時間未満』等の実績がでています。

また従業員のライフステージに合わせた補助制度の導入やテスト運用を定期的に行っており、2024年度では『育児休暇取得率は女性100%、男性80%以上』を実現し、職場復帰率も『女性、男性ともに100%』となりました。

今後も多様な従業員が働ける仕組みを提供し、すべての人材が活躍できる環境を持続的に整備してまいります。

DE&I

すべての人が活躍できる社会の実現を目指す企業として、性別や性自認・性的指向、障がいの有無、国籍などあらゆる個人の違いを理由とした差別やハラスメントを許容しないことを人権方針として定め、DE&I研修の実施や社内制度のアップデート、有志社員のAllyコミュニティの活動支援などを行い、多様なバックグラウンドを持つあらゆるメンバーが働きやすい職場環境づくりを推進しています。

女性の労働環境に応じて施策を実施し、女性が活躍できる環境づくりを推進しています。これにより、性別・国籍・障がいなどの社内外の多様性を広げ、そこから生まれる様々な視点を活用することで、事業の成長に結びつけていくことを目指しています。

また、2030年までに以下を達成することを目標としています。

女性役員比率

30% 以上

女性管理職比率

30% 以上



Member Interview | BASE Group

世界一小さなチームでも 世界一偉大なチームになれる ことを僕たち自身が証明したい

BASE 事業開発
山田 幸名

PAY.JP 加盟店管理
小山内 千賀

BASE 事業責任者
林田 秀平

BASE BANK 事業企画
米田 愛

初の転職先として BASEグループを選んだ理由

山田：前職は運送会社に総合職として新卒で入社し、11年ほど在籍していました。人事や経営管理、関連会社への出向も経験し、最後はEC事業者向けのサービス企画を担当していました。その最後の担当業務で、立地や規模にこだわらず自分の「好き」を貫いている方がEC領域には多く感じられ、そこに関われることはとても楽しかったのですが、一運送業者ではサポートできる領域に限界があるなと感じたことが、転職を考えたきっかけです。また、総合職である以上、当然会社の指示で異動も発生しうのですが、自分で極めたいことを見つけたので、より上流からECに関わることができる企業への転職を考えました。数あるEC事業者の中でBASEを選んだ理由はいくつかあるのですが、初めて知ったきっかけはテレビCMで、個人的にとっても好印象でした。それがきっかけでBASEのホームページをくまなく見たのですが、掲げているミッションと、実際にアウトプットしているサービスがびったりと一致していると感じたのがいちばんの理由です。BASEでは、付加価値の高い機能やサービスを企画する事業開発を担当しています。特に商品の配送周りに関わる企画に携わっているので、前職の経験はとても活かしています。ユーザー、運送会社、運送会社から見たクライアントそれぞれの解像度が高いため、ユーザーさんのお困りごとをしっかりと理解できているということに加え、運送会社と交渉してサービスを上上げるプロセスで、各社の立場も強みも知って

いるので、BASEだけでなく、オーナーさんも運送会社もwin-win-winになれる仕組みを作るところで貢献できていると思います。また、BASEの事業開発は中長期的な取組みが多いのですが、組織としては早期に収益を生むことも重要なので、その部分でも貢献できたことで、社内から事業開発への理解も得られたかなと思っています。

また、前職では総合職として勤めていたところから、自分の専門性を磨くために転職したのですが、一方でそれは、これからは総合職を言い訳にできない、ということでもあります。より専門性を求められる領域で自分が通用しなかったら逃げ場はないなという不安はありました。結果、自分のキャリアと物販ECの相性が良く、最初に会社から与えられたテーマが、自分の得意分野を活かせる領域だっただけでなく、当時の直属の上司が細やかにケアしてくれて、具体的な指示もいただけたのが、成果につながれた理由だと思います。

林田：前職は外資系の経営コンサルティングファームで、消費財や通信業界を中心とした大企業を対象に、経営戦略の立案と実行支援を行って



BASE 事業開発
山田 幸名



BASE 事業責任者
林田 秀平

いました。僕自身のキャリアでは、何かを成し遂げたいとパッションを持っている人の力になりたい、という想いが根底にあり、前職でもそのようなクライアントの皆さまのお役に立てることにはとてもやりがいを感じていました。ただ、意思決定する立場と、意思決定のアドバイスをする立場には根本的な違いがあることも日々痛感していました。実際の行動に伴うリスクや責任も飲み込んでやりきることの重みを、クライアントの皆さまから感じ、

自分自身もそちら側でチャレンジしたいと思って、コンサルティングファームから事業会社への転職を決断しました。そのような中で、鶴岡さんに出会い、彼の「世界一小さなチームであっても世界一偉大なチームになることができる」という言葉が特に好きなのですが、鶴岡さんはこの想いをずっと持ち続けるんだらうかと、漠然と信じられたことが、BASEを選んだ理由です。また、僕は地方出身なのですが、進学や就職を機に、首都圏や海外に出たときに得られる情報の密度の違いを感じました。これが原体験になるのですが、生まれた場所や性別など、自分自身では選ぶことができない先天的な要素に左右されず、後天的に自分の意思で選ぶことができる目標やビジョンに向かって努力を積み重ねれば、何かを達成できるということを証明する、というライフテーマにつながっています。BASEのようなインターネットプロダクトは、地域を問わず世界中にインパクトを与え、誰もが自分

らしく生きて活躍する応援ができるので、それもBASEを選んだ理由です。入社時は経営戦略室の所属でしたが、今はBASE事業の事業責任者をしています。今現在、前職の経験が活かしていると思う場面がふたつあります。一つ目は、全員がミッションに共感しながらも、それぞれの役割や責任に応じて様々な意見が出るような極めて多様性が高いチームでの、議論整理力・論理的思考力です。ミッションが浸透しているチームは変化にも強いので、それには助けられました。二つ目は、ファクトを追求する分析力です。スモールチームのエンパワーメントを追求しながらビジネスとして成り立たせることは簡単ではありません。それを実現するために、徹底的に考え抜くという姿勢は、現職でもかなり活かしていると思います。

僕が入社したころ、経営戦略室は組織が発足した直後で、これから社内に役割を浸透させていくフェーズでし、コンサルティングファームから事業会社への転職もチャレンジでし、僕と似たバックグラウンドの社員はほぼいないという状況で、ちゃんと受け入れてもらえるのか、というのは不安でし。僕自身の問題もありましたが、しっかり自分自身がインクルージョンされている、と感じられるまで少し時間かかりました。その間、徹底的にアンラーニングすることに集中し、自分がこれまで積み上げてきたことを捨てて新しくビルドするというのを、入社してからこれまでに4回やりました。BASEという組織も、そういう姿勢を見せる人間に対する受容性は非常に高いチームだと感じています。転職時、未上場のスタートアップも検討していたので、挑戦することへの意欲は強く、BASE

への転職自体にもリスクは感じていませんでした。

前職とBASEグループでの役割について

米田：前職は新卒で入った企業向けのERPシステムを製造・販売する会社で、通販システムの新規営業をやっていました。前職もベンチャー企業ではあったのですが、組織規模はすでに大きく、学生のときにスタートアップでインターンをしていた経験から、また規模の小さい会社で働きたいと思っていたことが理由で、転職を決めました。BASEには、これまでの営業での経験を活かせるカスタマー・サクセスのポジションで応募したのですが、当時面接をしてくれた山村さん（現執行役員）から人事ポジションを提案されました。人事・採用の経験はなかったのですが、営業職を通じて養ったコミュニケーション能力や、インターン時代のWebメディアの運営経験を採用広報に活かすことができそうだと思い、入社を決断しました。スタートアップの採用は会社の成長への貢献度も大きいと感じたのもひとつの理由です。即戦力を求



BASE BANK 事業企画
米田 愛



める若いスタートアップが、未経験者を採用するのは比較的珍しいと思いますが、スタートアップでの経験はあったので、カルチャーフィットの面では不安視されてなかったんだと思います。入社以降、採用業務に向き合う中で、この領域を極めてCHROを目指したいと思うようになりました。入社当時は、社内に採用広報の経験者はいなかったですし、大企業のような盤石な採用組織もまだなかったので、まずは目の前の仕事をこなすことに手一杯な状態ではありましたが、「やってみよう」と言ったことを頭ごなしに止められたことはなく、どうやったら実現できるかをサポートしてもらいました。

小山内:前職は葬儀会社に勤めていました。葬儀の段取りから法要に関するフォローまで、一貫して担当していました。ご遺族のご意向に沿いながら、臨機応変に突発的なできごとにも対応していくような業務でした。その前は、ベンチャー企業で人事等のバックオフィス業務を担当していたのですが、葬儀会社の仕事を知る機会があり、大切な方を亡くした直後のご遺族の方に寄り添い、滞



PAY.JP 加盟店管理
小山内 千賀

りなく法事を執り行うサポートをするという仕事に惹かれ、自分と同年代の方が活躍されていることを知り、まったくの畑違いではありますが、葬儀会社に転職したという経緯です。ただ、やりがいを感じていたものの、古い慣習も多く残る業界で、自分の目指すキャリアとのギャップを感じるようになり、会社と自分が一緒に成長できる環境に身を置きたいと思い、PAYへの転職を決めました。お客さまに寄り添った臨機応変な対応に加え、ミスの許されない環境で、それを支える社内での円滑なコミュニケーションにも注力していたので、PAYへの転職にあたってはその点を評価していただいたと思っています。PAYでは、加盟店管理を担当し、加盟店さまが安心して継続利用していただけるようサポートしています。その他にも、新しいサービスの開始やシステム改修があった際、裏側の設計やトラブル対応も行っています。コロナ禍での転職だったのでリモートワークでのスタートだったのですが、テキストのコミュニケーションに慣れるのに最初は少し苦労しました。ただ、それはチームでも共通の課題だったため、「Pay Forward」を掲げて、自分がしてもらったことを他の人にもお返しして、良い空气の循環を作ろうとチーム全体で取り組むことができ、そのおかげで自分が抱えていたコミュニケーションに関する不安もなくなりました。

転職や異動、休職を経て得られたこと

米田:私は社内で2度ジョブチェンジをしていま



す。最初は採用担当でしたが、その後経営戦略室に異動し、今はYELL BANKの事業企画を担当しています。入社時も未経験でしたが、その後もすべて未経験の職に挑戦させてもらっています。これが他社への転職となると、未経験ではなかなかオファーをもらえないのですが、これまでの姿勢や実績を評価してくださったのかなと思っています。会社が成長し事業も多角化していく中で、みんな少なからず初めて直面する課題があると思うのですが、毎回自分ができることを精一杯やって一定の成果を出せてきたからこそ、与えていただけた機会だと思っています。中でも、現場主導で行う採用という今の会社の採用スタイルを確立したことは、大きく会社に貢献できたポイントです。BASEにとってあるべき採用の形って何だろうと一から考え直し、現場のメンバーが主体性を持って採用を行っていく体制を文化として浸透させられたので、自分が採用担当ではなくなった今

でも継続されていることは誇らしいです。自分にとっては、より経営に近いポジションを目指すことがキャリアアップだと思っているのですが、そういう意味では、様々な職種を通じて目指すキャリアに必要な経験を重ねることができていると感じています。ただ単にキャリアアップに必要というだけではなく、楽しそうだと思うことが、私にとっては職選びにおいてとても大切で、そういうチャンスが社内にあったことは幸運でした。ただ、当然ですがすべてが上手くいったわけではありません。評価が伸びず、自分に経営目線が欠けていることを痛感したこともあります。特に経営戦略室に異動してからは、経営陣が求めるアウトプットのレベルの高さには苦労しました。また、将来CHROを目指すにあたって、事業理解や知識が欠けていると適切に人事をワークさせることができないと考えていて、自分には事業の経験がないというコンプレックスがあったので、転職も考えま

した。そんな時に、YELL BANK事業責任者の柳川さんにチャンスをもたらって、事業がとんでもない角度で伸びるタイミングで事業企画を任せてもらえることになりました。乗り越えられなかった困難もありますが、それを真正面から悔しがって、どうすればできるようになるかを考えて行動してきたことが、今の自分につながっているように感じています。

小山内：PAY社では、柔軟性のある環境と成長のチャンスを与えてもらっています。一度体調を崩して休職したことがあるのですが、休職明けから仕事がすごく楽しくなっていました。以前は本当に小さなチームでいろんな業務を掛け持ちしていたのですが、私が復帰したところから、事業拡大に伴って組織が少し大きくなり、以前よりもチームごとに業務分担されるようになっていました。そのタイミングで、ちょうど自分がやりたいことも定まって上長に伝えたところ、ぴったりの部署にアサインしてもらえたことがありがたかったです。成長のチャンスという点については、以前の担当業務は「目の前の仕事を事故なく続けていく」ということが最優先されていたのですが、今の役割になってからは、目の前の仕事以外にもしっかりと取り組めるようになり、「あれもやりたいこれもやってみたい」と声を上げる機会が増え、他の部署の方にもご協力いただいて業務改善につなげられるようになりました。PAY.JP事業は大きく成長していますが、今までできなかったことに積極的にチャレンジさせてもらいながら、運用体制が整備されていく過程にも貢献できて、自分の成長も実

感できています。日々の業務に加えて、年に一度大規模な調査業務を私がメインで担当しているのですが、毎年少しずつ改善させながら、加盟店さまにご迷惑がかからないよう事故なく無事完了させられているところは、地味ではあっても事業運営の根幹を支えられているなと思っています。バックオフィス業務はとにかくミスしないことが重要で、でもミスしただけではなかなか評価されづらく、一方でミスをするとお客さまにも会社にも大きな迷惑をかけるという、モチベーションを保つのが少し難しい業務ではありますが、PAYでは、事故なく業務を遂行していることもきちんと見ていただけてますし、ものすごいスピードで成長していく過程で、経営方針もしっかりと共有され、その中で確かに自分の居場所を感じられるのは大きいです。

PAY.JP事業やYELL BANK事業から見たBASEグループ

小山内：今のPAY.JPは、機能数で単純比較すると競合他社よりも少ないので、まだまだ大きな伸びしろがあると感じています。新しい機能開発や施策などがすごいスピードで進んでいるので、その事業成長に負けない強固なバックオフィスを作りたいと思っています。より幅広い多様な業界の企業さま、決済担当者さまに選んでいただけるサービスになっていくはずなので、その過程を間近で見られると思うと、とてもワクワクしています。あと、お互いを称えあう文化など、PAYチームの雰囲気が好きなので、そこは変わって

ほしくないですね。

米田：YELL BANK事業の中には複数プロダクトがあり、新しいプロダクトをどんどん立ち上げていく中でこの事業部の価値を作っていくことに魅力を感じています。普通は金融サービスを完全にゼロから立ち上げるのは非常にハードルが高いですが、BASEグループにはすでにBASE事業、PAY.JP事業という既存の事業基盤があり、そこに向けて金融事業が様々な価値提供を新しく構築することができています。様々なチャレンジができ、グループ全体の収益性を向上させることに集中できているのが恵まれていると思います。この立場を活かしながら事業成長という面で、既存事業を超えられるように、良い意味でのライバル意識を持ちつつ、頑張っています。

キャリアプランや目指す姿

山田：純粹に「ショップオーナーのためになることが、会社の成長につながる」という仕事を追求したいなと思っています。これまでのキャリアを活かした配送関連の機能に携わっていますが、すでにこの領域については私が企画として関わるべきことはあまりなく、プロジェクトメンバーにお任せして機能を作り上げるというフェーズです。これからは、自分の得意領域以外でもやりたいことが見え始めていて、そこを育てている最中なので、そこにチャレンジしたいです。BASEは各メンバーがもとも備えている専門領域だけを任せるのではなく、新しい挑戦への意欲にもしっかりと耳を傾けてくれる会社です。BASEはメンバーレイヤーが

最終的な意思決定者と直接話すことができその環境をととても良いと思う一方で、今後さらに事業や組織が拡大する中で、権限移譲も必要になります。レイヤーに関係ないオープンなコミュニケーションを適切に維持しながら、グループとして全員で成長していけると良いなと思っています。そのバランスを取りながら、グループとして成長していきたいです。

林田：BASEはこれからも、「個人や小さなチームがより強くなったその時に、世界はもっともっと良くなる」ことを信じ、個人やスモールチームの可能性を最大限に広げるプラットフォームとして進化を続けていくことで、世の中に貢献していくチームでありたいと思っています。技術動向や社会情勢など不確実な変化が多い時代ですが、個人やスモールチームのエンパワメントを通じて大きなインパクトを生んでいる「BASE」というサービスがあるらしい、という存在感を発揮している状態こそが、結果として世の中への価値貢献につながっていくと考えています。そのためにも、ミッションは追い続けながらも、期待し続けていただくために、事業成長も実現していきます。ユーザー価値をしっかりと創出し続ける。ユーザーさんから支持されて利益も伸びる。チームにもミッションに共感した仲間が入ってきて、より大きな価値創出ができるようになる。シンプルですが非常に難しいこのサイクルに、真正面からトライしていきたいと思います。そうすることで、僕たち自身が「世界一小さなチームでも、世界一偉大なチームになれる」ことを証明したいです。



Member Interview | 広報PR Division

多様な働き方を支える 広報チームの自律と 信頼のカルチャー

マネージャー

早川 優子 田中 頌子 佐俣 晴美

田中: 広報PR Divisionは、企業広報と事業広報を分担しながら取り組んでいます。現在は正社員4名と業務委託1名の5名体制です。私と佐俣さんがフルタイム稼働中で、三澤さんと木村さんは育休中。そして早川さんには週の半分(2.5日)、稼働いただいています。

佐俣: 私は昨年11月に入社しましたが、子育て中のメンバーも含め、柔軟で無理のない働き方ができるのがとても良いなと感じています。マネージャーが業務分担を柔軟に調整してくれています。

早川: 私はBASEの仕事を始めた頃、夫が単身赴任中だったので、子ども2人をワンオペで育てながら仕事をする環境でした。そのため家庭とのバランスを考えて業務委託を選びました。BASEでは業務委託でもフルタイムのメンバーと垣根を感じることなく、信頼関係の中で働いている実感があります。マネージャーとの1on1やチーム定例での情報共有も丁寧で、不安なく業務に集中できています。

田中: どのような雇用形態であっても、成果を出すために自律的に考え行動できるメンバーなので、だからこそ信頼して任せられますし、アウトプット重視で柔軟に働ける環境が成り立っています。

また、働き方については「過度な気遣い」をベースにしています。ライフスタイルはそれぞれ違いますし、個人が抱える事情もそれぞれあると思います。共通しているのは稼働時間の存在です。それぞれの稼働時間で最大のアウトプットを出すため、一番効率的な時間の使い方を知っているのは本人だと思います。個人の事情を過度に配慮することでチームのアウトプットに遅延が生じたり、チャレンジを諦めることは避けるべきなので、稼働時間は

全員平等だよねという共通認識のもとで要望や相談が発生した時はチームのアウトプットを維持するために「遠慮のない自己申告式」でいましょと伝えていて、そのポリシーが結果的にメンバーの働き方を柔軟にしていますね。

早川: 子どもの突発的な事情で予定変更が必要になることも多いですが、快く対応いただけるのは本当にありがたいです。働く時間や場所の柔軟性があるからこそ、家庭との両立が実現できています。

佐俣: ライフスタイルは様々ですが、チームには率直な意見交換ができる信頼関係があると感じています。お互いの事情を尊重しながら、必要なスキルを補い合えるのが心強いですね。

田中: 育休中のメンバーの復帰も楽しみですし、今後もチーム全体でそれぞれの事情に寄り添いながら、最大限の成果を目指していきたいです。

育児休暇中: 三澤 満理

育児休暇中でも業務に関わりたい思いから、半育休制度を活用し限られた時間で働いています。会社の柔軟な制度やリモート環境、チームの協力体制に支えられ、安心して業務に取り組んでいます。広報チームは定期的な情報共有やSlackでのやり取りが活発で、コミュニケーションが取りやすく、個々の事情に応じた働き方を実現できる点に魅力を感じています。

育児休暇中: 木村 綾乃

初めての育休取得でしたが、社内の制度や労務の丁寧なサポートにより安心して準備・出産ができました。少人数のチームにもかかわらず温かく送り出してもらい、復帰後は会社の制度を活用しながらキャリアを継続していきたいと考えています。柔軟な勤務形態やリモート環境、チームや自分が広報を担当する事業部の思いやりある対応に支えられてきたので、復帰後の働き方にも期待が持っています。

現場から生まれた実践例： 教員自らが学び、授業に導入する ネットショップ開設体験プログラム

大分県立津久見高等学校 教諭

渡辺 伸子 先生

当社グループでは、マテリアリティのひとつである「あらゆる人生ステージ、社会環境、場所や時間に縛られない多様な生き方の実現」に向け、2022年より地方行政・自治体との提携を通じて、早期EC教育支援に取り組んでいます。提携する県や市の教職員、公立高等学校の生徒を対象に「BASE」を活用したネットショップ開設体験プログラムを提供しており、受講された教職員の方が、自らの授業にネットショップ開設体験を導入される実践例も生まれています。また、高等支援学校での導入検討も進んでいます。

“知識”より“活用力”が 問われる時代に

私たちの学生時代は、知識量が重要視されていました。しかし今は、調べればすぐに情報が手に入る時代。大切なのは、知ったことをどう活かすかです。

生徒たちが日常的に利用しているネットショッピングという身近な行動を、“売る側”として体験させることで、マーケティング・簿記・情報処理といった既存の教科が現実社会とつながる学びへと変わります。単に知識を教えるのではなく、課題に直面し、考え、解決するという流れを経験させた

いと思い、ネットショップ開設体験プログラムを自分の授業で実践しました。

教員がまず学ぶことの意義

私は教員以外にも様々な職種を経験しており、「授業で扱う内容が実社会でどう役立つか」を重視しています。そのためにまずは自らが体験することに意味があると感じていたので、教職員向けネットショップ開設講座に参加しました。

最初はサービスの操作など使い方を学ぶ講座かと思っていましたが、講師の方の経験談やサービス設計の背景に触れ、ECの多様な可能性に驚きま

した。無料でここまでできるという「BASE」の仕組みも大きな発見でしたし、「誰でも始められる」という感覚を私自身が持てたことは、授業化の大きな後押しになりました。

講座を受講後、興奮気味に生徒にプログラムの話をしたら、「先生、ずるい！」と言われてしまい、ぜひ生徒たちにも体験させてあげたいなと強く思いました。講師の方の丁寧なフォローや同世代としての刺激も、自ら実践する大きなきっかけになりました。

想像を超えた、生徒の反応と成長

実際に自分で授業を行った際には、当初の想定を超える成果が生まれました。生徒たちはこちらの説明を待たずに操作を始め、自分の関心のある領域にどんどん踏み込んでいきました。SNSでの写真表現にこだわったり、関連する簿記やマーケティングの知識を自発的に学ぶ姿も見られ、彼らの創造力や吸収力の速さに驚かされました。「教

科書の方が古い、こっちの方が主流ですよ」というコメントをもらったりもしました。

また、「家でもネットショップ作成を続けたい」「自分でも売りたいものがある」といった声も寄せられ、ECが生徒にとって“遠い世界の話”ではなく、現実的な選択肢として捉えられていることが明らかになりました。

今後の展開と課題

現在は、校内でもITに強い他の教員と連携し、次年度以降さらに発展的な授業を計画中です。一方で、実際の販売に踏み込む際の運用（売上金の管理や機材の手配など）に対しては、まだ整理が必要です。教材やガイドライン、サポートがあると導入が加速するのではないかと思います。

まずは、教える側が中途半端な理解では、生徒に伝わらないので、私たち教員が学び続けることが大事だと思っています。

高等支援学校の EC実践教育への第一歩に挑戦： ネットショップ運営で広がる、生徒たちの未来

市立札幌みなみの杜高等支援学校 教諭
明杖 子竜 先生

高等支援学校の実践教育と ECの親和性

市立札幌みなみの杜高等支援学校は、障がいのある生徒たちが、社会で自立して働く力を育てる高等支援学校です。校内にはカフェを併設し、一般開放しながら生徒が接客や運営を体験するなど、実践的な教育を大切にしており、ネットショップとの親和性や可能性について考えてみたいと思います。当時の校長と一緒に同講座に参加しました。

生徒の“得意”が活かせる ネットショップ

本校では、接客やデザイン、製品管理など6つの専門コースがあり、ネットショップの運営は各コースそれぞれのスキルを活かす場面があります。たとえば、デザインコースの生徒がレイアウト

や商品ページを作り、接客コースの生徒は説明文の作成やSNS投稿に挑戦。ECは、一連のビジネスの流れを総合的に学ぶことができます。

同講座への参加は、札幌市教育委員会とBASEの連携協定をきっかけに校長と相談して決めました。「BASE」はレイアウトも豊富で、操作も簡単。生徒が教員のサポートを受けながら楽しく取り組みそうという印象を持ちました。

本校ではすでにAIを活用しており、カフェの集客アイデアやリサーチなどに使っています。生徒たちはITやDXに触れることで、自分の向き不向き、好きなことにも気づける。ネットショップは、その発見の場にもなり得ます。

将来の働き方を自分で作る未来

本校では、就職先を決めるカリキュラムがあり、2年生で4回の実習があります。生徒が希望する

仕事ができるように学校から企業に相談して、体験実習をさせていただいています。ひと昔前の体験実習は裏方の仕事が多かったのですが、今は様々な希望先が生徒からもあがってくるようになりました。実際に卒業後の就職先も航空業界やゲームセンターなど多様化しており、ECの知識は、新たな進路の選択肢になると期待しています。

つい先日、「雑貨屋で働きたい」という夢を持つ生徒がいたのですが、実習先がなかなか見つからず困って地元の経営者の方に相談したところ「ないなら起業すればいい！」とのアドバイスをいただきました。自分の夢を目指して生徒が自分で起業するような、今後はそういう時代になっていくのではないかなと私も感じています。障がいの有無にかかわらず誰もが自分の好きな環境で、自分の好きなものを目指していくとすることができる時代なのではないかなと。どんどんそうになっていくと良いなと思っています。ネットショップ運営は、生

徒の可能性をより広げていける進路支援にもつながっていると思います。

ワクワクすることを仕事にできるように、その一歩を支えるのが私たちの役目。これからは、自分の好きな環境で働く時代ですし、ECはその入り口として、生徒に大きな可能性を与えてくれています。

本校では、つねに実習先を探している状況ですが、今後はITやDXを推進する企業さまの人材不足にも本校がお役に立てるようになれば嬉しいです。そういう未来に向けて、教員向けネットショップ開設講座で使った資料を授業にも活かせたら嬉しいです。もし生徒に向けたネットショップ開設体験プログラムを実践することになったら、ぜひBASEの方にサポートに入ってもらえると教職員としても心強いです。今後のサポートにも期待しています。

気候変動とエネルギー

TCFD提言に基づく情報開示

当社グループでは、気候変動問題を事業に影響をもたらす重要課題の一つと捉え、マテリアリティ(重要課題)の一つとしてグループ全体で気候変動対策に取り組んでおり、2023年3月には、TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)への賛同を表明しました。

TCFD提言にある「ガバナンス」、「リスク管理」、「指標と目標」、「戦略」の開示推奨項目に沿って、気候関連情報を開示いたします。

ガバナンス

当社グループでは、サステナビリティ基本方針、マテリアリティ、サステナビリティに関連する施策案その他サステナビリティに関する重要事項の審議、調整及びモニタリングを行うとともに、経営会議へ上程すべき重要事項を審議・検討することを目的に、2022年3月からサステナビリティ委員会を設置しております。サステナビリティ委員会を経由して経営会議で審議・決定された事項及び進捗状況については、定期的に取り締役に報告しています。

経営会議において決定した対応方針・施策等は、サステナビリティ委員会委員長である代表取締役上級執行役員CEOを中心として、ESG推進室がとりまとめ、社内の各部門が主体となって推進しています。

リスク管理

当社グループでは、「リスクマネジメント及びコンプライアンス委員会」において、事業活動を行う上で対処すべきリスクを認識・特定し、重点対応の協議を行っています。

「リスクマネジメント及びコンプライアンス委員会」は代表取締役CEOを委員長とし、委員長により選任された委員で構成されており、四半期毎に開催され、特に重要と認識されたリスクについては定期的に取り締役に報告されます。

今後はサステナビリティに関する事項を所管する部門にて、社内の関係部門の協力の下、特定・評価した気候変動に関するリスクと機会を「サステナビリティ委員会」に報告・提言し、全社的な気候変動への対応を推進していきます。また、「サステナビリティ委員会」で挙げた気候変動に関わる重要な環境リスクや気候変動問題を含む社会課題については、「リスクマネジメント及びコンプライアンス委員会」と連携し、全社リスクに統合していきます。

指標と目標

当社グループでは、気候変動に関する評価指標としてGHG(※1)排出量を算定しています。直近2か年におけるGHG排出量の実績は右表の通りです。

Scope1及びScope2(※2)については、2023年9月より本社オフィスの使用電力をすべて再生可能エネルギー由来の電力に切り替えております。また、都内の商業施設で展開しているネットショップ作成サービス「BASE」が運営するリアル店舗出店スペース(「BASE」利用ショップに提供しているポップアップストアができるスペース)で使用している電力についても、再生可能エネルギー(電力)由来のクレジットを購入することによるカーボンオフセットを実施しており、2023年12月期においては、当社グループにおけるScope1+2のGHG排出量実質ゼロを実現しています。

Scope3は今期より段階的に開示をしており、開示範囲はカテゴリ6(出張)、カテゴリ7(雇用者の通勤)、カテゴリ9(下流:輸送配送)を対象としています。当該GHG排出量についても、当社にて再生可能エネルギー(電力)由来のクレジットを購入することによるカーボンオフセットを実施しております。

カテゴリ9(下流:輸送配送)のGHG排出量はヤマト運輸株式会社からデータ提供を受けており、当社プラットフォーム利用に伴って発生する輸送配送(下流)の全体の4割相当(当社調べ)のGHG排出量となります。なお、当該GHG排出量(2023年12月期分)についても、当社にて再生可能エネルギー(電力)由来のクレジットを購入することによるカーボンオフセットを実施しております。引き続き、当社の事業活動に関連する間接排出において大きな割合となる輸送配送(下流)をカーボンニュートラルなものにしていく取組みを進めていきます。

なお、その他範囲のScope3算出については、当社事業の特性を踏まえた形で、算出可能な範囲についての検討及び議論を進めていきます。

気候変動等の環境問題への取組みとして、GHG排出量を算定

項目		2023年12月期	2024年12月期
Scope1 (燃料使用等による直接排出)		0 (t-CO2)	0 (t-CO2)
Scope2 ※2 (購入した電力使用に伴う間接排出)		85 (t-CO2)	102 (t-CO2) ※3
Scope3 (事業活動に関連するその他の間接排出)	合計 カテゴリ5-9	164 (t-CO2)	248 (t-CO2)
	カテゴリ5 事業から出る廃棄物	1 (t-CO2)	1 (t-CO2)
	カテゴリ6 出張	21 (t-CO2)	69 (t-CO2)
	カテゴリ7 雇用者の通勤	31 (t-CO2)	30 (t-CO2)
	カテゴリ9 輸送配送(下流)	111 (t-CO2)	148 (t-CO2)

※1) Green House Gas(温室効果ガス)の略称

※2) マーケット基準で算定

※3) 連結子会社であるwant.jp株式会社(別拠点)の使用電力を含めた形で算出

戦略

当社グループでは、気候変動がもたらすリスク及び機会につき、TCFDが提唱するフレームワークに基づいて当社グループ事業の特性を踏まえたシナリオ分析を行った結果、現時点においては以下のとおり認識しております。

リスクの特定

区分		想定シナリオ	リスクの内容	影響度	対応策
移行 リスク	政策 法規制	日本国内における規制強化に伴い、炭素税が導入される	炭素税導入による税負担増加リスク	小	・GHG排出量の削減 ・本社オフィス使用電力の再生エネルギー利用 ・本社以外使用電力量のカーボンオフセット対応
	市場	クリーンエネルギー需要増加等によって各種エネルギー価格が高騰する	再生エネルギー価格の上昇による販管費増加リスク	小	・オフィス使用電力調達先の精査、多様化、適正化によるコスト削減
		消費者の嗜好変化により、環境への配慮を行っていないサービスへの需要が低下し、サービス利用者が離脱する	当社サービスの利用減少による売上減少リスク	小	・環境に配慮した取組みの推進及び開示
	評判	ESG投資の加速により、ESG関連情報の開示対応をしていない企業の評判が低下する	気候変動対応や関連情報開示が不十分なことによる株価低下リスクや金融機関及び投資家からの資金調達に影響が発生するリスク	小	・環境に配慮した取組みの推進及び開示 ・Scope1+2の100%削減 ・金融機関及び投資家との適切な対話
物理 リスク	急性	気候変動による異常気象で集中豪雨や洪水等の災害が頻発及び激化する	拠点及びデータセンターの浸水や利用システムのダウンによるサービス運営停止リスク	大	・事業継続計画(BCP)の策定 ・BCP対策を講じたオフィスへの入居 ・リモートワークの推進 ・堅牢なクラウドサービスの活用推進

機会の特定

区分		想定シナリオ	機会の内容	影響度	対応策
エネルギー源		日本国内における規制強化に伴い、炭素税が導入される	GHG排出量ゼロ達成による炭素税の非課税	小	・GHG排出量の削減 ・本社オフィス使用電力の再生エネルギー利用 ・本社以外使用電力量のカーボンオフセット対応
製品サービス		消費者の嗜好変化に伴い、環境への配慮を行っている企業やクラウドサービスの需要が拡大する	ブランドイメージ向上による企業競争力の強化と当社サービスの需要拡大	大	・環境に配慮した取組みの推進及び開示
強靱性		決裁・金融を提供するプラットフォームに対してレジリエントなプラットフォーム構築や運営体制構築が求められる	当社サービスの信頼性向上と需要拡大	大	・事業継続計画(BCP)の策定 ・BCP対策を講じたオフィスへの入居 ・リモートワークの推進 ・堅牢なクラウドサービスの活用推進

安全・安心・健全な取引環境の提供

加盟店管理

ガイドラインの策定・モニタリング

当社では、プラットフォームの利用に関する情報をヘルプページを中心に提供し、問い合わせ内容の傾向にあわせて随時見直しを行っています。また、商取引における適正な記載を推奨するためのガイドラインを整備し、モニタリングを実施しています。販売条件や商品説明に不備・違反が認められた場合には、適切な指導・対応を実施することで、購入者が安心して商品を選ぶ環境づくりに努めています。

セキュリティ・不正対策

不正決済に関する取組み

一般社団法人日本クレジット協会が定める「クレジットカード・セキュリティガイドライン」を遵守した対策を講じています。365日体制で専門部署を運営するほか、当社グループが保有する取引データを活用した機械学習分析や、クレジットカード会社の不正配送先データベースの参照、3Dセキュアの導入など、多面的な施策により不正利用の未然防止を図っています。

アカウントの安全性の確保

不正アクセスに対する安全性を確保するため、パスキー認証などのセキュリティ機能を導入しています。また、一定期間利用のないアカウントにはアクセスや機能を制限するなど、利用者の安全性を高める取組みを継続的に実施しています。

個人情報の保護

個人やスモールチームが安心してショップを運営できるように、住所・電話番号の非公開機能や、個人情報を記載することなく商品を発送できる匿名配送機能を提供しています。これらの仕組みにより、利用者のプライバシーを守りつつ、スムーズな取引を支援しています。

購入者保護

ショップ情報の開示

特定商取引法に基づく表記や、購入者からの評価・レビュー機能を設けることで、購入者がショップや商品の正確な情報を得やすい環境を提供しています。

購入時におけるトラブルについて

商品の不備や配送遅延などのトラブルが生じた場合、利用規約に基づいてショップへ対応・改善を依頼し、速やかな解決を図っています。再発防止策の徹底とあわせ、購入者からの問い合わせにも丁寧に対応することで、安全・安心な取引をサポートしています。

業界連携・協議会への参加

当社は、オンラインマーケットプレイス全体の信頼性向上と消費者が安心して取引できる環境づくりを推進するため、業界各社や行政とも連携しながら自主的な取組みを積極的に進めています。

オンラインマーケットプレイス協議会

悪質な出品者対策や消費者への情報提供の在り方などについて協力・情報共有を行うことで、より安全・安心な取引環境を構築することを目指しています。

一般社団法人日本クレジット協会

クレジット取引を担う事業者の適正な運営を支援し、消費者の安全と利便性の向上、さらにはクレジット業界全体の健全な成長に取り組んでいます。

企業倫理とコンプライアンスの遵守

当社グループでは、法令遵守に加え、倫理その他社会規範を遵守するとともに、社会的良識を持って行動することが重要であると考えています。コンプライアンスを徹底するために、以下の取組みを実施しています。

人権方針・倫理規定の策定

企業活動のあらゆる場面において人権を尊重することで、持続可能な社会の発展に貢献することを目的に、人権方針を定めHPで公開しています。

また、倫理規程を定め、役職員に対し高いすべての社会規範とその精神を十分に理解し、これらを遵守するとともに社会的良識を持って行動することを求めるとともに、コンプライアンス研修の内容に含めることで、その内容の浸透を図っています。

内部通報窓口の設置

法令違反行為その他コンプライアンスに関する問題の早期発見と是正を目的として、社内通報窓口、監査役及び社外弁護士を情報受領者とする内部通報制度を整備し、従業員に周知することで、問題の早期発見・未然防止を図っています。内部通報規程により、通報があった場合には、社内において十分な調査を行い適切な対応を行うとともに、通報者が内部通報窓口に通報したことにより不利益な取り扱いを受けることのない体制を整備しています。

コンプライアンス推進体制

「リスクマネジメント及びコンプライアンス規程」に基づき、各部署のリスクの防止及び会社損失の最小化を目的として代表取締役を委員長とする「リスクマネジメント及びコンプライアンス委員会」を設置しています。委員会では、各事業部門のリスクを網羅的に洗い出し、評価、対策を行う全社リスク管理などを実施しています。委員会は定期的に開催され、その結果を必要に応じて取締役会、監査役会へ報告しています。

コンプライアンス研修の実施

入社時、及び1年に1回、全従業員に対し、コンプライアンス全般、個人情報保護法、インサイダー取引防止、ハラスメント防止などに関するコンプライアンス研修を実施しています。研修内容は、全社共通の内容に加え、各部署の業務を踏まえた内容を盛り込んでおり、より実効性が高まるよう工夫しています。2024年度受講率は100%となっています。

情報セキュリティとプライバシー保護

ユーザーの皆さまが安心安全にサービスをご利用いただくため、私たちは情報セキュリティに関わる多様なリスクを効果的に軽減し、組織全体のセキュリティ体制を強化しています。
具体的には、「組織」「人」「技術」「物理」という4つの軸に沿って、より強固で適応力のある情報セキュリティ体制の構築に取り組んでいます。

ガバナンス体制

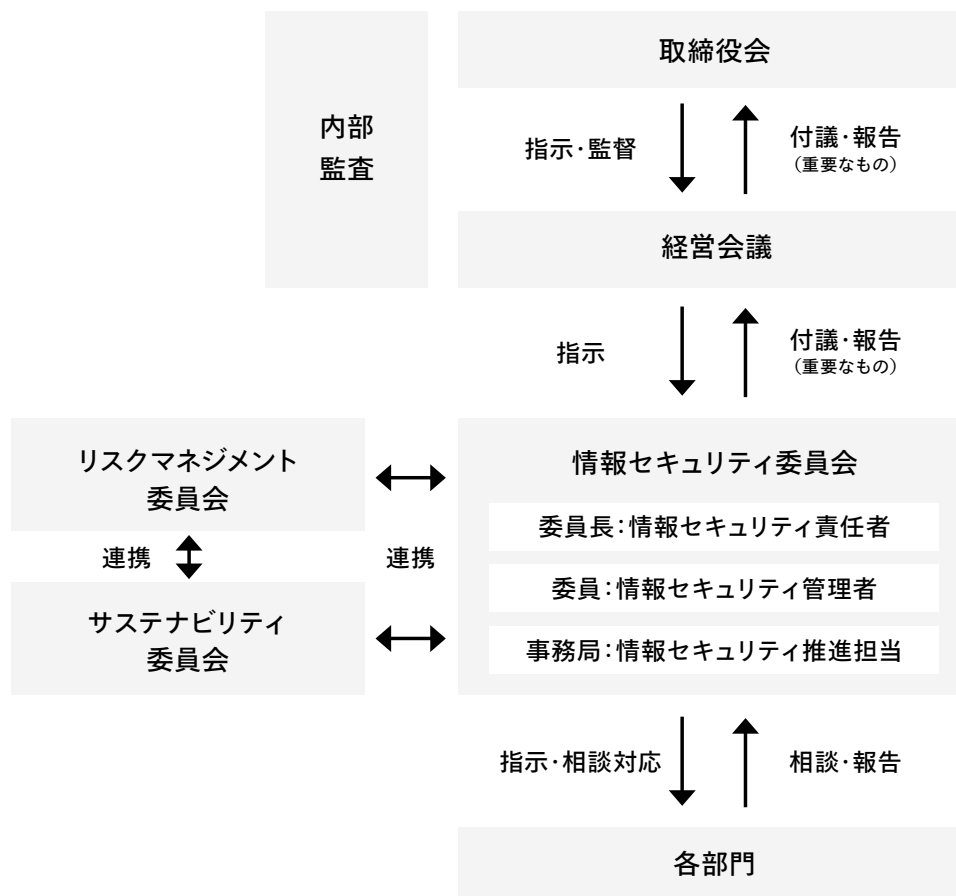
情報セキュリティ委員会

情報セキュリティ責任者を委員長として、各組織の情報セキュリティ管理者で構成する情報セキュリティ委員会を設け、全社横断組織として情報セキュリティ施策の推進・管理に努めています。

また、効果的なセキュリティ施策を実行するために、情報セキュリティ推進担当を設置し、情報セキュリティの施策や計画の迅速な推進・調整を行っています。

情報セキュリティ管理者

当社は、情報資産の保護及び適切な管理を行い、役職員への支援及び各部門の情報セキュリティ対策の統括管理を行うため情報セキュリティ管理者を配置しています。



組織的対策

法令遵守

各種の法令・規制その他の規範、お客さまや取引先及び従業員等との契約を遵守し、情報資産を適正に取り扱っています。

継続的改善

リスクの変化に対応し、組織や事業におけるリスク対応を定期的に見直し評価することで情報セキュリティの継続的な改善を行っています。

情報資産の管理

当社が取り扱う情報資産について機密性、完全性及び可用性を確保し、維持しています。

緊急事態への対応

災害等の緊急事態を想定し、その対応手順及び体制等を定め、事業及び情報セキュリティに及ぼす影響を極小化すべく備えています。

人的対策

秘密保持契約

すべての雇用者に対して秘密保持契約を締結しています。

業務委託先の管理

すべての雇用者に業務を委託する場合、選定時及び定期的なチェック等を通じて委託先を適切に監督し、委託先が当社と同等以上のセキュリティレベルを維持するよう努めています。対して秘密保持契約を締結しています。

個人情報の取り扱い

ユーザーの皆さまに安心してサービスをご利用いただけるよう、プライバシー対策の実施・強化・徹底に努めています。

詳細はプライバシーポリシーをご確認ください。

<https://binc.jp/privacy>

情報セキュリティ意識の向上

すべての役職員に対して情報セキュリティに関する教育を定期的に行っています。

技術的対策

システムのセキュリティ対策

各攻撃を防ぐための対策、攻撃を受けた場合に備えた準備等を定め、体制を構築し、あらゆる脅威から情報資産を保護し、セキュリティの確保・向上に努めています。

脆弱性診断

潜在的な脆弱性を検出するためにプラットフォーム及びアプリケーションについて定期的な脆弱性診断を実施しています。

発見された脆弱性は、脆弱性管理プロセスに基づき修正しています。

物理的対策

境界の設置

取り扱う情報資産に応じて物理的セキュリティ境界を設置し、そのアクセスを適切に監視しています。

情報端末の管理

会社より必要なセキュリティ管理ツールを入れたPCを貸与し、当該PCにより業務を行うことを定めています。

モニタリング

不正アクセスなど、様々なイベントをモニタリングしユーザーへの影響が高い事象が確認された場合には迅速に対処しています。

第三者認証の取得

ユーザーが安心安全にサービスを利用できるよう、第三者機関によるセキュリティ関連の認証を受けています。

BASE株式会社においては、クレジット業界におけるグローバルセキュリティ基準であるPCI-DSSのSAQ-Aを取得しています。

PAY株式会社においては、クレジットカード情報を保持しているため、PCI-DSS Version3.2.1に完全準拠した運用でクレジットカード情報を管理しています。

事業等のリスク

種別	リスク	対応	マテリアリティ
外部環境・ マーケット	・リオープンングや物価高騰などに伴う消費活動の変化により、電子商取引やオンライン決済サービス市場の成長が停滞するリスク ・決済・インターネットに関する法規制の導入により事業が停滞するリスク	・事業計画の機動的な見直し ・新技術への投資 ・情報収集・ロビイングの実施	・テクノロジーによる決済や金融の解放
競合	・独立型の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	・圧倒的に選ばれるサービスとしてのポジションの堅持 ・マーケティング及び機能開発の強化	・テクノロジーによる決済や金融の解放
サービスの 健全性	・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 ・不正決済による売上金の返金や損害賠償請求などがなされるリスク	・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などを活用して分析し、不適切な行為や不正決済を検知・防止する取組みを実施	・安全・安心・健全な取引環境の提供
人材	・人材獲得競争の激化により優秀な人材の採用・リテンションが失敗し事業が停滞するリスク	・採用強化 ・人材育成や自律的なキャリア構築支援の実施 ・一人ひとりの能力が最大限発揮できる社内環境整備の実施	・人材の採用・育成・活躍推進 ・DE&Iの実現 ・安全・安心な労働環境の実現
コンプライアンス	・コンプライアンス違反や第三者の保有する知的財産権侵害による信頼の低下や事業活動の制限、関連コストの増加、企業価値の毀損	・法令遵守意識の向上を目的にコンプライアンス研修を実施 ・知的財産戦略を定めるとともに、知的財産の取得や研修を実施	・企業倫理とコンプライアンスの遵守
情報セキュリティ・ 情報システム	・個人情報の漏洩などにより、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 ・大規模なシステムトラブルなどにより、当社サービスの安定的な提供ができなくなるリスク	・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 ・情報セキュリティ研修の実施による従業員の意識向上 ・個人情報保護法を遵守した個人情報の管理 ・サーバ設備などの強化や適切な社内体制の構築	・情報セキュリティとプライバシー保護 ・安全・安心・健全な取引環境の提供

Governance

ガバナンス



社外取締役鼎談

監督体制を一層強化しつつも
リスクをとらないリスクを回避し
企業の飛躍を支えていく

社外取締役(新任) 社外取締役 社外取締役
鈴木 順子 松崎 みさ 志村 正之

2024年の評価

志村: 中長期の財務目標や非事業部門のロードマップを策定したことに加え、外部講師を招いて経営陣向けにサステナビリティ研修を実施するなど、執行サイド、監督サイドともに強化が一層進んだ一年でした。サステナビリティ担当部署も率先して社内への啓蒙活動を実施して素晴らしかったです。

また、取締役会とは別に経営メンバーと事前ディスカッションを持っていたのですが、そこでの対話が経営メンバー同士のコミュニケーションを活性化し、事業間シナジーの創出に向けた一助にもなっていたら良いと思います。





社外取締役(新任) 鈴木 順子

松崎:M&Aを通じて「新しい血」が入ってきたことも、BASEグループの総合力を上げていく上で非常に重要な一歩でした。当然ではありますが、これからBASEグループの一員となっていく方には、上場企業として求められる高い水準のコンプライアンス意識を持っていただく必要がありますので、そういった制度構築やカルチャーの醸成は、新任の鈴木さんと一緒に関わってきたいところです。一方で、M&Aを完了した直後に減損が発生してしまったので、今回の反省が今後実施していくM&Aや提携に活かされているか、社外取締役としてしっかりと監督していかなければと思っています。

2025年のガバナンステーマ

志村:スケジュール通りに進めば、Eストアー社が夏からグループジョインします。こうした非連続な成長を目指す取組みを成功させるためにも、既存事業にもさらなる成長が期待されますし、

事業がよりアクセルを踏めるように、適切なガバナンスを継続する必要があります。グループ会社の増加に伴い、適切なグループガバナンスシステムを構築していく必要があるため、我々が足場固めの役割をしっかりと担いたいと思います。

また、将来さらに大きな組織になっていくことを見据え、経営人材を育成していく必要もあると考えています。時間のかかる取組みですが、成長を継続していく上では非常に重要なテーマですので、監督機関としてもサポートしていきます。

松崎:2025年からは経営体制を変更し、上級執行役員の高橋さんが新たにCOOに就任します。事業間シナジーの創出を推進するためにも、既存事業は一人が管掌し、意思決定スピードを早めることが目的です。これまでCOOとしてBASE事業の成長をけん引してくださった山村さんには、グループの非連続成長を実現するための重要な役割を担っていただくことになります。どちらも非常に期待しています。

新体制で臨む2025年への抱負

松崎:2024年は、グループ全体でタレント・マネジメントや企業文化の醸成についても議論が進んだ一年でした。鈴木さんは人事領域に強みをお持ちの方ですので、昨年から続く機運を一緒にさらに推し進めていけたらと思います。

鈴木:私も非常に楽しみにしています。私自身は、スタートアップと大企業の両方の環境で、フロントだけでなく人事や経営も経験してきました。一般的に、企業が成長していく過程で、多くの企業

が直面する「死の谷」があると言われています。この困難を乗り越えられるよう、経営チームの総合力を底上げしていくためにも、これまでプレイングマネージャーの強い「個」の力に頼っていた部分を仕組化し、再現性を高めるなど、事業成長にあわせて組織も成長していく必要があります。BASEグループが今後インオーガニックな成長を目指して行く上で必須のテーマになると思うので、そこに貢献していきたいです。

私は「志ある人」と「チャレンジングな環境」が大好きです。BASEグループは経営陣からメンバーの皆さん、さらにはユーザーさまに至るまで、志を持って様々なチャレンジをしている人がたくさんいらっしゃるので、今からワクワクしています。

志村:業務執行サイドで、CHROとして人事組織を管掌するメンバーも大事ですが、その領域に特に専門性を持つ監督サイドのメンバーも必要であろうという思いから、鈴木さんを推薦しました。松崎:鈴木さんから見て、代表の鶴岡さんはどういう印象でしたか?

鈴木:個人やスモールチームを対象にビジネスをして、事業を成長させるのは非常に難しく、一見経済合理性に反しているように感じる人もいるかもしれません。しかし、その意義を信じ、まったく揺るがないところが鶴岡さんの魅力であり、強みだと思います。さらに、その想いが会社全体に伝播し、しっかりと浸透しているところも素敵ですね。社外取締役のメンバーも良い意味で会社 に溶け込んでいて、ワンチームで「Payment to the People, Power to the People.」の実

現を目指していることがよく伝わってきました。

ステークホルダーの皆さまへ

志村:これまで以上に、会社の将来に大きな影響を与える経営判断が求められるようになっていきます。「ガバナンス」というと、何でもかんでも抑制するようにも聞こえますが、現代のように変化の大きな時代では、「リスクをとらないリスク」も甚大です。鈴木さんにもジョインいただいて監督体制も強化されたので、BASEグループの飛躍を支える基盤として、より良い経営判断をし続けられるよう、ガバナンス面からも適切にサポートしていければと思います。

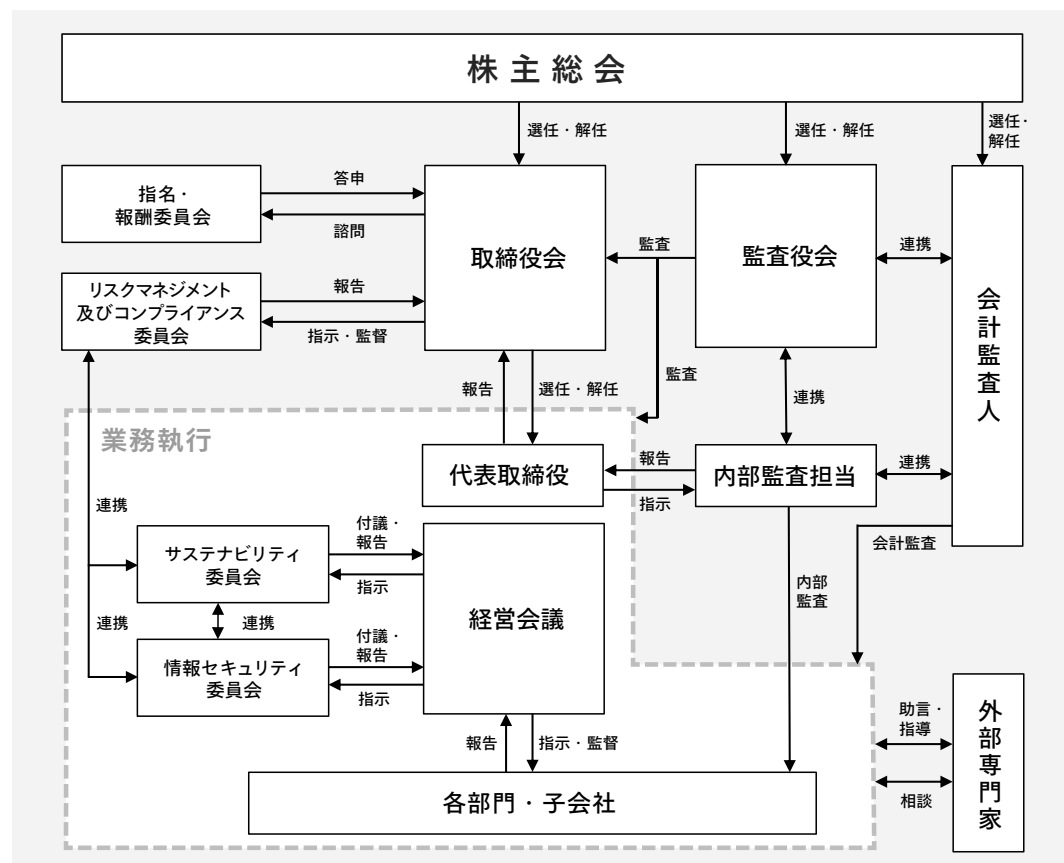
上:社外取締役 志村 正之 下:社外取締役 松崎 みさ



コーポレート・ガバナンス

当社は、「Payment to the People, Power to the People.」をミッションとして掲げ、社会に貢献する企業となることを目指しています。このようなミッションのもと、企業価値の持続的な増大を図るためには、経営の健全性、効率性、透明性を高め、経営環境の変化に迅速かつ柔軟に対応できる組織体制を構築することが重要な課題であると位置付け、コーポレート・ガバナンスの体制強化、充実に努めています。

コーポレート・ガバナンス体制図



コーポレート・ガバナンス強化の変遷

当社は、コーポレート・ガバナンスの一層の強化・充実に図るため、2021年に執行役員制度の導入及び経営会議を設置することで、執行機能と監督機能を分離し、意思決定の迅速化と監督機能の強化を実施しました。また、同年、経営の客観性・合理性を高めることを目的に、任意の指名・報酬委員会を設置しました。

2025年3月には、鈴木順子氏を新たに社外取締役に応任し、社外取締役を過半数とすることで、取締役会の監督機能を強化しております。

コーポレート・ガバナンスの状況

組織形態	監査役会設置会社
取締役構成	5名
社外取締役	3名(全員が独立社外取締役)
任意の委員会の有無	任意の指名・報酬委員会を設置
会計監査人	有限責任あずさ監査法人

取締役会

取締役会の構成に関する考え方

当社は、定款により取締役の員数を8名以内にすることと定めています。社外取締役については、取締役会の監督機能を強化するために、3分の1かつ2名以上の独立社外取締役を選任することとしています。取締役会を構成するメンバーについては、知識、経験、能力などのバランス並びに多様性に配慮して選任を行っています。特に、女性取締役を1名以上選任することとしています。具体的には、任意の指名・報酬委員会で検討をした上で、スキルマトリクスを活用して取締役の選任を行っています。現在、当社の取締役は社内取締役2名、独立社外取締役3名の5名（男性3名、女性2名）で構成されており、独立社外取締役3名はいずれも他社での経営経験を有しています。

取締役候補者の選任プロセス

取締役候補者の指名にあたっては、事業に関する豊富な知識と経験並びに事業を通じた会社への高い貢献度が期待でき、取締役としての職務を全うし企業価値の向上に資する人材を選定する方針としています。任意の指名・報酬委員会において、上記基準に照らして候補者案を策定し、取締役会における議論及び承認を経た上で、株主総会で選任しています。

取締役会の実効性評価

当社は、取締役会に関する課題を明確にし、その対策や改善を進めることで取締役会機能の向上を図り、ガバナンス水準や企業価値向上を図ることを目的に、年1回以上、取締役会の実効性評価を実施しています。2024年度は、前年度に引き続き、取締役会などの実効性は確保されていると評価しました。

報酬に関する考え方

報酬の構成

当社の取締役の報酬は、企業価値の持続的な向上を図るインセンティブとして十分に機能するよう株主利益と連動した報酬体系とし、個々の取締役の報酬の決定に際しては各職責を踏まえた適正な水準とすることを基本方針としています。具体的には、業務執行取締役の報酬は、固定報酬として基本報酬及び株式報酬により構成し、監督機能を担う社外取締役についても、固定報酬として基本報酬及び株式報酬を支払うこととしています。当該方針は、取締役会の諮問機関であり過半数を社外取締役で構成する指名・報酬委員会での審議を踏まえ、取締役会の決議により決定しています。

決定プロセス

個人別の報酬額については、取締役会決議に基づき代表取締役CEOである鶴岡裕太がその具体的内容について委任をうけるものとし、その権限の内容は、各取締役の基本報酬の額及び各取締役の職責、貢献度及び執行状況並びに会社の業績や経済状況を踏まえて決定しています。委任した理由は、当社の業績などを踏まえ各取締役の評価を行うには代表取締役CEOが適していると判断したためです。取締役会は、当該権限が代表取締役CEOによって適切に行使されるよう、指名・報酬委員会に原案を諮問し答申を得るものとし、上記の委任をうけた代表取締役CEOは、当該答申の内容を踏まえ決定をしなければならないこととしています。なお、株式報酬は、指名・報酬委員会の答申を踏まえ、取締役会で取締役個人別の割当株式数を決議することとしています。指名・報酬委員会は、取締役会決議により選任された3名の取締役で構成し、その過半数は社外取締役としています。

役員一覧

	氏名	役職	経歴	選任理由
	鶴岡 裕太	代表取締役 上級執行役員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。	2012年12月の当社設立以来、代表取締役として当社の経営の指揮を執ってきたことに加え、EC業界や決済業界に豊富な知見を有していることから、今後も経営の重要事項の決定及び業務執行の監督を行うにふさわしいと判断し、取締役として選任しました。
	原田 健	取締役 上級執行役員CFO	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）などを経て、2015年6月当社入社。 2016年2月当社取締役に就任。	当社入社以来、一貫してコーポレート部門全体を統括し当社の成長を牽引するとともに、特にCFOとして財務戦略分野における豊富な経験と高い見識を有し、当社事業に精通していることから、今後も経営の重要事項の決定及び業務執行の監督を行うにふさわしいと判断し、取締役として選任しました。
	志村 正之	社外取締役	株式会社三井銀行（現：株式会社三井住友銀行）執行役員及び三井住友カード株式会社代表取締役専務執行役員などを歴任。 2019年8月に当社社外取締役に就任。	決済関連企業における取締役としての経験に加え、金融・決済業界への深い知見を有しており、今後も経営の重要事項の決定及び業務執行の監督を行うにふさわしいと判断し、社外取締役として選任しました。
	松崎 みさ	社外取締役	株式会社アガスタを設立し、東証マザーズ（現：東証グロース）上場を果たす。 2022年3月に当社社外取締役に就任。	自身が起業した会社をはじめとして複数の企業における代表取締役及び取締役としての経営経験を有しており、今後も経営の重要事項の決定及び業務執行の監督を行うにふさわしいと判断し、社外取締役として選任しました。
	鈴木 順子	社外取締役	三菱商事株式会社、BP JAPAN株式会社、株式会社レノバ執行役員CHRO、メディア株式会社執行役員等を経て、2025年3月に当社社外取締役に就任。	代表取締役としての企業経営の経験や執行役員CHROとして人事組織開発の経験、日本企業と外資系企業、スタートアップ企業と大企業等、異なる組織風土の企業で様々な業務に従事し、幅広い見識を有することから、経営の重要事項の決定及び業務執行の監督を行うにふさわしいと判断し、社外取締役として選任しました。

スキルマトリクス

氏名	当社における地位	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	テクノロジー	業界知見 (EC・金融・決済)	国際性	投資・M&A
鶴岡 裕太	代表取締役 上級執行役員CEO	●			●	●	●	●		
原田 健	取締役 上級執行役員CFO	●	●	●	●					●
志村 正之	社外取締役	●		●				●	●	●
松崎 みさ	社外取締役	●				●			●	●
鈴木 順子	社外取締役	●			●	●			●	

Facts & Data

ファクト&データ



財務情報

		2020年度 (2020年12月31日)	2021年度 (2021年12月31日)	2022年度 (2022年12月31日)	2023年度 (2023年12月31日)	2024年度 (2024年12月31日)
連結損益計算書	売上高	8,288	9,931	9,739	11,680	15,981
	売上総利益	4,992	5,623	4,737	5,033	7,166
	営業利益又は営業損失(△)	803	△ 977	△ 1,508	△ 425	772
	経常利益又は経常損失(△)	747	△ 960	△ 1,495	△ 409	796
	当期純利益又は当期純損失(△)	584	△ 1,194	△ 1,732	△ 606	340
連結貸借対照表	流動資産	27,693	31,433	30,946	36,965	45,252
	固定資産	811	558	332	331	1,036
	総資産	28,505	31,991	31,278	37,297	46,288
	流動負債	12,224	16,823	17,720	24,244	31,888
	固定負債	63	61	57	52	799
	純資産	16,217	15,105	13,501	13,000	13,600
連結キャッシュ・フロー計算書	営業活動によるキャッシュ・フロー	3,128	1,782	△ 1,706	△ 80	3,657
	投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 471	△ 21	△ 28	△ 53	△ 159
	財務活動によるキャッシュ・フロー	12,419	21	26	16	3
	現金及び現金同等物期末残高	22,271	24,053	22,344	22,227	25,730

(百万円)

ESGデータ

環境

分類／項目		単位	2024年度
地球温暖化防止			
GHG排出量	Scope1	t-CO2	0
	Scope2	t-CO2	102
	Scope3	t-CO2	248
	-カテゴリ 5	t-CO2	1
	-カテゴリ 6	t-CO2	69
	-カテゴリ 7	t-CO2	30
	-カテゴリ 9	t-CO2	148

ガバナンス

分類／項目		単位	2024年度
役員関係			
取締役会の構成	社内取締役(うち女性)	人	2(0)
	社外取締役(うち女性)		2(1)
監査役会の構成	社外監査役(うち女性)		3(1)
執行役員の構成	上級執行役員(うち女性)		5(0)
	執行役員(うち女性)		3(0)
指名・報酬委員会の構成(うち社外)		人	3(2)

社会

分類／項目		単位	2024年度
従業員基本データ			
従業員数	従業員数	人	290
	男性		183
	女性		107
	女性比率	%	36
管理職数	管理職数	人	40
	男性		30
	女性		10
	女性比率	%	25
平均年齢		歳	35
勤続年数		年	3
雇用とDE&I			
採用人数	キャリア採用数	人	38
	男性		31
	女性		7
	女性比率	%	18.4
賃金	平均年間給与	千円	7,276
	男女の賃金の差異	%	69
障がい者雇用率		%	2.5
離職率		%	12.8
ワーク・ライフ・バランス			
育児	育児休暇取得者数(延べ人数)	人	17
	男性		9
	女性		8
	男性育児休暇取得率	%	90
	育児復帰率		100
有給休暇	年次有給休暇取得日数	日	11
	年次有給休暇取得率	%	76

* 連結会社を対象とした正社員・契約社員の数値(パートタイム労働者を除く)

* 「障がい者雇用率」は親会社であるBASE社の数値

会社情報

会社概要

商 号	BASE株式会社
代表者	代表取締役兼上級執行役員CEO 鶴岡 裕太
本 社	東京都港区六本木3-2-1 住友不動産六本木グランドタワー37F
設 立	2012年12月11日
事業内容	Webサービス企画・開発・運営
資本金	8,735百万円
決算期	12月31日
従業員数	290名（連結）
関係会社	PAY株式会社、want.jp株式会社

大株主（上位10名）

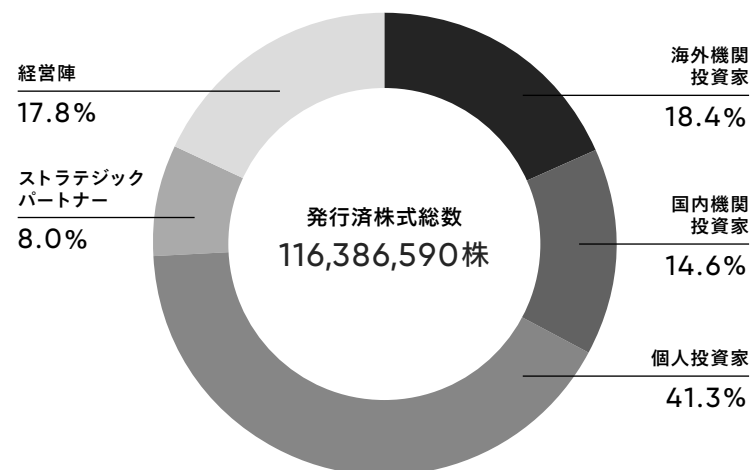
株主名	持株比率（%）
鶴岡 裕太	15.95
株式会社丸井グループ	5.41
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	3.43
株式会社SBI証券	2.99
GOLDMAN,SACHS & CO.REG （常任代理人 ゴールドマン・サックス証券株式会社）	2.49
MORGAN STANLEY SMITH BARNEY LLC CLIENTS FULLY PAID SEG ACCOUNT （常任代理人 シティバンク、エヌ・エイ東京支店）	2.32
柳澤 安慶	2.26
BNYM SA/NV FOR BNYM FOR BNYM GCM CLIENT ACCTS M ILM FE （常任代理人 株式会社三菱UFJ銀行）	1.97
株式会社サイバーエージェント	1.93
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	1.90
計	40.70

株式情報

株式基本情報

証券コード	4477
上場証券取引所	東京証券取引所 グロース市場
会社が発行する株式の総数	376,440,000株
発行済株式の総数	116,386,590株
株主数	32,773名
一単元の株式数	100株
基準日	12月31日
株式名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社

株主構成



The image features a vibrant, blurred rainbow background that transitions from red on the left to purple on the right. In the center, there is a solid black square. Inside this square, the word "BASE" is written in a bold, white, sans-serif font.

BASE