

	BASE 株式会社(4477)
	

鶴岡 裕太 CEO

企業情報

市場	東証マザーズ
業種	情報・通信
代表者	鶴岡 裕太
所在地	東京都港区六本木三丁目2番1号 住友不動産六本木グランドタワー 37F
決算月	12月
HP	https://binc.jp/

株式情報

株価	発行済株式数		時価総額	ROE(実)	売買単位
1,060 円	110,828,749 株		117,478 百万円	6.0%	100 株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
0.00	-	-13.10 円	-	739.22 円	1.4 倍

*株価は8/12終値。各数値は20年12月期決算短信より。EPS(予)はレンジの下限。PBRは、2021年4月1日付で実施の1:5の株式分割を考慮。

連結業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	DPS
2017年12月	1,147	-	-1,261	-1,268	-175.82	0.00
2018年12月	2,352	-791	-798	-854	-118.45	0.00
2019年12月	3,849	-441	-455	-459	-38.73	0.00
2020年12月	8,288	803	747	584	28.18	0.00
2021年12月 (予)	9,750~10,536	-1,433~-929	-1,433~-929	-1,437~-933	-13.10~- 8.51	0.00

* 予想は会社予想。単位:百万円、円。2016年12月期、2017年12月期は非連結。当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益。2021年12月期のEPSは、2021年4月1日を効力発生日として実施する1:5の株式分割を考慮している。

BASE(株)の2021年12月期第2四半期決算概要などについてご報告致します。

目次

[今回のポイント](#)

[1. 会社概要](#)

[2. 2021 年 12 月期第 2 四半期決算概要](#)

[3. 2021 年 12 月期業績予想](#)

[4. 中期の経営方針](#)

[5. 今後の注目点](#)

[<参考:コーポレート・ガバナンスについて>](#)

今回のポイント

- E コマースプラットフォーム「BASE」の運営を中心に、Web サービスやネットショップ向け決済サービス「PAY.JP」及び購入者向け ID 決済サービス「PAY ID」等のサービスを手掛ける。「BASE」は、誰でも簡単にデザイン性の高いネットショップを無料で作成することができるネットショップ作成サービスと、開設された店舗の商品を購入できるショッピングアプリ「BASE」等を提供する E コマースプラットフォーム。開設したネットショップは、商品管理から決済、発送、お金の管理まで必要な機能を無料で使うことができ、800 万ユーザーが利用するスマートフォンアプリ「BASE」から送客される。
- 21 年 12 月期第 2 四半期(累計)の売上高は前年同期比 27.2%増の 46 億 84 百万円。両事業とも増収。営業利益は前年同期 6 億 12 百万円の利益から 2 億 70 百万円の損失に転換。増収により売上総利益も増加したが、BASE 事業の持続的な成長を目的としたプロモーションや人材採用への先行投資により、販管費が大きく増加した。四半期ベースの売上高・売上総利益は、前年同期に比べて BASE 事業の GMV の減少により減収減益となったが、前四半期比では増収増益。GMV は PAY 事業の成長で四半期、累計とも過去最高額を記録した。
- 21 年 12 月期の通期業績予想に変更は無い。増収も、BASE 事業を中心に中長期の利益成長を目指した先行投資を継続するため営業利益以下損失を見込んでいる。ただ、規律を持った先行投資とし、プロモーション費用を除いた営業損益は黒字を確保する。第 2 四半期の売上高及び売上総利益は業績予想のレンジの中央値付近で推移し、第 3 四半期以降も業績予想の範囲内で推移すると会社側は見ている。
- 主力の BASE 事業では新型コロナウイルスのプラス影響が大きかった前年同四半期(4-6 月)からの反動はあったものの、主要 KPI の一つ月間 GMV は前四半期比増加に転じ、またもう一つの主要 KPI 月間売店数は大幅に成長している。
- 元々当社では前期のようなトレンドが今期も継続するとは見ておらず、ロングテール市場で確固たる地位を築くための中期的な取り組みがしっかりと効果を生んでいるといえよう。第 2 四半期に増加に転じた BASE 事業の売上・利益及び GMV が第 3 四半期どのように拡大していくのか注目したい。

1. 会社概要

ミッションとして「Payment to the People, Power to the People.」を掲げ、SBM(Small and Medium Business) やスタートアップ等の事業者向け E コマースプラットフォーム「BASE」及びオンライン決済サービス「PAY.JP」の提供と、購入者向け ID 決済サービス「PAY ID」の提供を行っている。事業セグメントは、BASE 事業、PAY 事業、その他事業に分かれ、当社が E コマースプラットフォーム「BASE」を提供する BASE 事業を、連結子会社 PAY(株)がクレジットカード決済によるオンライン決済サービス「PAY.JP」及び ID 決済サービス「PAY ID」を提供する PAY 事業を、それぞれ手掛けている。その他事業には、連結子会社 BASE BANK(株)が「BASE」を利用するショップオーナーに対して事業資金を提供する資金調達サービス「YELL BANK」等が含まれている。

尚、ミッションである「Payment to the People, Power to the People.」には、ペイメントを人々に提供し、その結果、人々が強くなり、自由に生きて行けるような世の中を作りたい、という思いが込められている。

【行動指針】

Be Hopeful

楽観的であること。期待した未来は実現すると信じて、勇気ある選択をしよう。

Move Fast

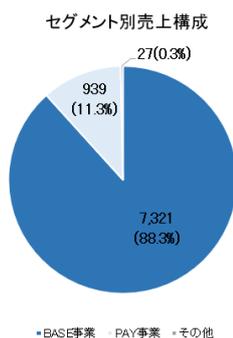
速く動くこと。多くの挑戦から多くを学ぶために、まずはやってみよう。

Speak Openly

率直に話すこと。より良い結論を得るために、その場で意思を伝えよう。

1-1 事業内容

報告セグメントは「BASE 事業」「PAY 事業」「その他事業」の3セグメント



* 単位：百万円。20年12月期。外部顧客に対する売上高。

BASE 事業

専門知識がなくても簡単にデザイン性の高いネットショップを無料で作成することができるネットショップ作成サービスと、開設された店舗の商品を購入できるショッピングアプリ等を提供するEコマースプラットフォーム「BASE」を展開している。初期費用・月額費用無料で豊富なテンプレートや決済システム（「BASE かんたん決済」）を使うことができ、手軽にネットショップを開設することができる（このため、「BASE」にあるショップは全て、店舗デザインが異なる）。決済は「BASE かんたん決済」の利用が義務付けられており、決済手数料がBASE事業の主な収益となる。

多様な拡張機能も「BASE」の特徴である。BASEは、初めてネットショップを開設するユーザーをターゲットとしているが、拡張機能を使うことで事業規模が大きくなっても使い続けることができる。例えば、最初の管理画面はシンプルだが、「BASE」の Apps という拡張機能の中から、ショップの成長に合わせて機能を追加できるため、事業規模が拡大しても「BASE」を快適に使うことができる。

ユーザーに提供できる付加価値が高いことが、テイクレート（ECサイト上での流通総額のうち運営企業の取り分の割合）の高さおよび流通総額（GMV）の増大に結び付いている。

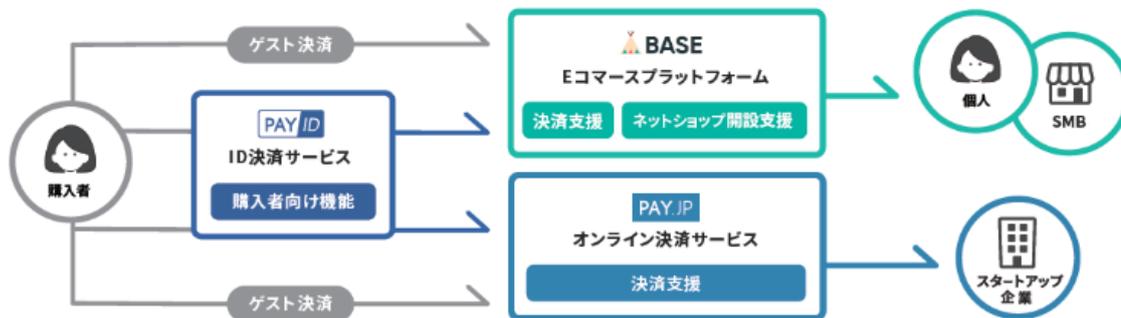
PAY 事業

Web サービスやネットショップにクレジットカード決済を簡単に導入できるオンライン決済サービス「PAY.JP」と、ショップでの購入者向けID決済サービス「PAY ID」を提供している。「PAY.JP」はシステム（ペイメント）を提供し、「BASE」と同じく決済手数料を受け取っているが、エンジニアが在籍し自社サイトの構築等を自社で可能な企業に決済だけを提供するサービスである。提供しているAPIを使うことで簡単に自社サイトに決済機能を導入できる。

一方、「PAY ID」は購入者向けサービスである。クレジットカード情報等のユーザー情報を登録しIDを取得することで、購入の都度クレジットカード番号や届け先情報を入力する必要がなく、IDでログインするだけでスムーズにオンライン決済を行うことができる。

その他事業

「BASE」を利用するネットショップ運営者に対して事業資金を提供するサービス「YELL BANK」等を提供している。「YELL BANK」は、「BASE」のショップオーナーが、リスクが無く即時に資金調達できる金融サービスである。ショップの将来の売上金額を予測して「YELL BANK」がショップオーナーから将来の売掛債権を買い取る。買い取った金額は即時にショップオーナーに支払われるため、ショップオーナーは将来の売上を利用して資金を調達できる。



(同社資料より)

1-2 決済の仕組み

決済代行会社から同社グループへの入金、同社グループから BASE ショップ及び PAY.JP 加盟店への支払前もしくは同時に行われるケースが大半。基本的に加盟店への支払いよりも決済会社からの入金の方が早いため、急激に GMV が増えた場合でも資金的な問題が発生することはない。

BASE 事業

購入者が BASE ショップで商品を注文すると、決済代行会社を通じて同社に入金される。同社は手数料を控除し、決済代金を BASE ショップへ支払う。決済代行会社から同社への入金サイクルは、決済方法によって異なるが、概ね購入者が注文後、即日から 1 ヶ月程度。一方、同社からショップへの支払いは、通常、ショップが商品発送後、10 営業日以降の任意のタイミングで、ショップの支払依頼に基づき行われる。

PAY 事業

購入者が PAY.JP 加盟店で商品・サービスを注文・決済すると、決済代行会社を通じて同社に入金される。同社は手数料を控除し、決済代金を PAY.JP 加盟店に支払う。決済代行会社から同社への入金は、決済後、半月程度。一方、同社からショップへの支払いは、加盟店の導入プランにより異なるが、決済後、半月もしくは 1 ヶ月のタイミングで行われる。

1-3 BASE の特徴

BASE の特徴として、「初期費用・月額費用が無料」、「BASE かんたん決済」、「デザイン性」、及び「BASE Apps」を挙げることができ、この他、リアル店舗出店スペース及び出品型ポップアップスペースとして、「BASE」の出店ショップに対し、百貨店等、リアルの場で商品を販売する機会も提供している。

初期費用・月額費用が無料

ネットショップの初期導入費用及び月額運営費用を無料としており、ネットショップの作成から運営まで無料でできるため手軽にネットショップを始めることができる。

BASE かんたん決済

同社独自の決済システムであり、クレジットカード決済、コンビニ決済・Pay easy 決済、銀行振込決済、後払い決済、キャリア決済、PayPal 決済、Amazon Pay の 7 つの決済方法を、最短で翌営業日に「BASE」により開設したネットショップに導入できる。一般にネットショップを始める際には、ネットショップの開設の他に決済機能の導入も併せて行う必要あり、ショップオーナーは、決済会社との契約や銀行口座の用意等、ネットショップの運営開始までの間に煩雑な手続きを行わなければならない。「BASE」を用いてネットショップを開設したショップオーナーは、煩雑な手続きを行うことなく、「BASE かんたん決済」の利用申請を行うだけで決済機能を導入することができる。決済手数料は、決済方法にかかわらず、取引金額に対して 3.6%+40 円、及びサービス利用料として取引金額の 3.0%。「BASE かんたん決済」は取引の安全性を確保するため、同社が仲介するエスクロー決済となっている。

デザイン性

ファッション、フード、雑貨等、様々なカテゴリに対応できる豊富なテンプレートを用意しており、表現したいネットショップのデザインをすぐに表現することができる。

多彩な拡張機能「BASE Apps」

「BASE」をより便利に利用するためのプラグインプラットフォーム(拡張機能)「BASE Apps」が用意されており、目的や必要に応じて使いたい機能だけをインストールしてネットショップに追加できる。「BASE」では、初めてネットショップを作成するユーザーでも視覚的にスムーズに操作できるようにシンプルな機能がベースになっているが、「BASE Apps」を利用することでショップコンセプトに合わせたカスタマイズが可能。主な拡張機能は次の通り。

機能名称	内容	区分
BASE ロゴ非表示	BASE のロゴを非表示にすることが可能。	有料
HTML 編集	BASE が用意している 11 種類のテンプレートに縛られず、HTML・CSS・JavaScript 等を編集し、オリジナルのネットショップをデザインすることが可能。	無料
独自ドメイン	ショップの URL をオリジナルの URL に変更することが可能。	無料
Instagram 販売	BASE の商品と Instagram を連携することで、Instagram の投稿に商品をタグ付けして、BASE の商品販売ページに直接リンクさせることが可能。	無料
定期便	指定した販売サイクルと継続回数で商品を定期販売することが可能。	無料
予約販売	入庫前の商品を先行販売し、予約注文を受けることが可能。	無料
かんたん発送	伝票作成不要で簡単に商品発送が可能。(ヤマト運輸との連携)	無料

2. 2021年12月期第2四半期決算概要

【2-1 連結業績(累計)】

	20/12 期 2Q	構成比	21/12 期 2Q	構成比	前期比
売上高	3,681	100.0%	4,684	100.0%	+27.2%
売上総利益	2,256	61.2%	2,691	57.4%	+19.3%
販管費	1,644	44.7%	2,961	63.2%	+80.1%
営業利益	612	16.6%	-270	-	-
経常利益	613	16.7%	-273	-	-
四半期純利益	503	13.7%	-246	-	-

* 単位: 百万円。

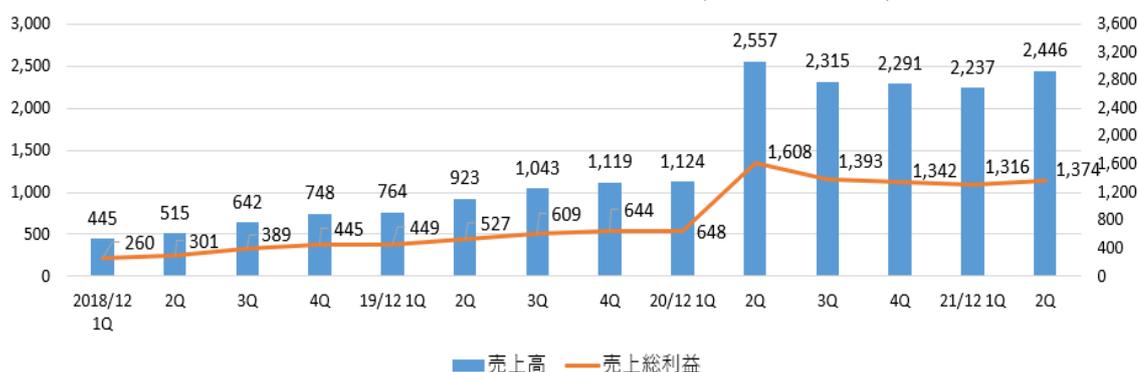
増収もプロモーションや人材採用への先行投資で損失計上

売上高は前年同期比 27.2%増の 46 億 84 百万円。両事業とも増収。

営業利益は前年同期 6 億 12 百万円の利益から 2 億 70 百万円の損失に転換。増収により売上総利益も増加したが、BASE 事業の持続的な成長を目的としたプロモーションや人材採用への先行投資により、販管費が大きく増加した。

四半期ベースの売上高・売上総利益は、前年同期に比べて BASE 事業の GMV の減少により減収減益となったが、前四半期比では増収増益。GMV は PAY 事業の成長で四半期、累計とも過去最高額を記録した。

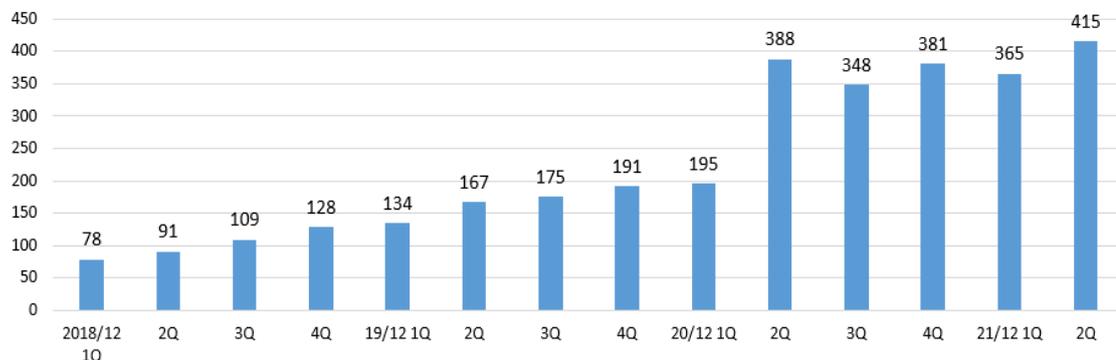
四半期売上高・売上総利益の推移 (単位: 百万円)



BRIDGE REPORT



四半期GMVの推移 (単位: 億円)



【2-2 セグメント別動向】

◎売上・利益

	20/12 期 2Q	構成比・利益率	21/12 期 2Q	構成比・利益率	前年同期比
BASE 事業	3,276	89.0%	4,027	86.0%	+22.9%
PAY 事業	392	10.6%	639	13.6%	+63.0%
その他	13	0.4%	17	0.4%	+31.7 %
連結売上高	3,681	100.0%	4,684	100.0%	+27.2%
BASE 事業	774	21.0%	-104	-	-
PAY 事業	-52	-	-35	-	-
その他	-24	-	-34	-	-
調整額	-86	-	-95	-	-
連結営業利益	612	16.6%	-270	-	-

* 単位: 百万円

◎BASE 事業

増収、損失計上。

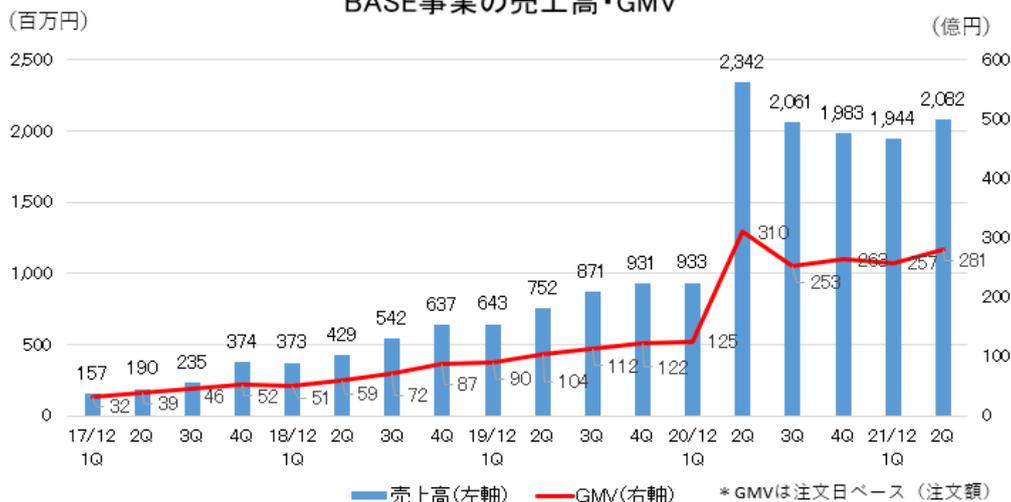
新型コロナウイルスの影響が顕著だった前年同四半期比では GMV は減少したが、月間売店数の増加(前四半期比 4,000 店増)により、前四半期比では増加した。

継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が増加し、損失を計上。

上位ショップ(2020年第1四半期の月間 GMV が上位約 0.1%のショップ)はネガティブチャーンを達成し、離脱は発生していない。

テイクレート(GMV(決済額)に対する売上高の比率)は主に購入者手数料の減少により減少した。

BASE事業の売上高・GMV



BRIDGE REPORT



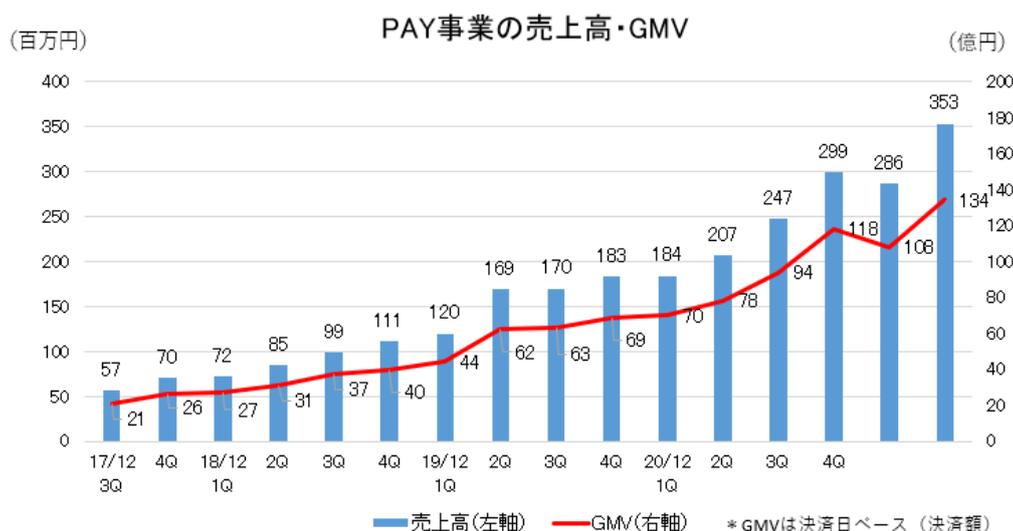
(主なトピックス)

- * 累計ショップ開設数は2021年5月に150万ショップを突破した。
- * 「ページ追加 App」を提供開始した。ネットショップとしてだけでなく、Web ページとしても利用ができ、ブランド情報や商品情報の魅力をより自由に表現することが可能になった。
- * クラウドファンディング及び POS レジとの連携を開始した。クラウドファンディング大手の株式会社 CAMPFIRE が提供する「CAMPFIRE」と「BASE」のアカウント情報を連携し、「CAMPFIRE」でクラウドファンディングのプロジェクトを容易に立ち上げることが可能となった。また、POS レジに関しては、株式会社スマレジが提供するクラウド POS レジ「スマレジ」との連携により、実店舗とネットショップの商品在庫の一元管理が可能になり、「売り逃し」や「売り越し」などを防ぎ、業務効率化を図ることができる。
- * リアル店舗出店スペース「SHIBUYA BASE」が移転リニューアルオープンした。従来のアパレル・雑貨等に加え、新たに飲食物の販売も可能になり、ブランドの認知向上や新規顧客の獲得などの商機の拡大を、リアル店舗を通じてサポートする。

◎PAY 事業

増収、損失幅縮小。

GMV は、既存加盟店の継続的な成長により2020年以前のGMVが増加。前年同期比、前期比とも順調に成長した。GMVの増加により、売上高、売上総利益は大きく成長した。



◎その他事業

増収、損失幅拡大。

2018年12月のサービス提供開始以降、利用者数は堅調に推移している。

【2-3 財政状態及びキャッシュ・フロー(CF)】

◎財政状態

	20年12月	21年6月	増減		20年12月	21年6月	増減
流動資産	27,693	27,847	+154	流動負債	12,224	12,598	+374
現預金	22,271	23,027	+756	営業未払金	8,989	9,407	+418
未収金	4,971	4,533	-438	営業預り金	2,589	2,842	+253
固定資産	811	855	+44	固定負債	63	62	-1
有形固定資産	120	113	-7	負債合計	12,287	12,661	+374
無形固定資産	3	4	+1	純資産	16,217	16,042	-175
投資その他の資産	688	737	+49	負債・純資産合計	28,505	28,703	+198
資産合計	28,505	28,703	+198				

* 単位: 百万円

現預金の増加の一方未収金が減少し、総資産は前期末比1億98百万円増の287億3百万円。営業未払金の増加などで負債合計は同3億74百万円増加。損失計上で利益剰余金が減少し、純資産は同1億75百万円減少し160億42百万円。

自己資本比率は前期末より1.0ポイント低下し55.9%となった。

◎キャッシュ・フロー(CF)

	20/12期2Q	21/12期2Q	増減
営業キャッシュ・フロー	2,611	756	-1,855
投資キャッシュ・フロー	-24	-12	+12
フリー・キャッシュ・フロー	2,587	744	-1,843
財務キャッシュ・フロー	1	12	+11
現金及び現金同等物期末残高	9,783	23,027	+13,244

* 単位:百万円

税金等調整前当期純損失計上により営業CF及びフリーCFのプラス幅は縮小。

キャッシュポジションは大きく上昇した。

3. 2021年12月期業績予想

【3-1 通期連結業績】

	20/12期	構成比	21/12期(予)	構成比	前期比	進捗率
売上高	8,288	100.0%	9,750~10,536	100.0%	+17.6%~+27.1%	48.0%
売上総利益	4,992	60.2%	5,614~6,118	57.6%~ 58.1%	+12.5%~+22.6%	47.9%
販管費	4,189	50.5%	7,047	72.3%~ 66.9%	+68.2%	42.0%
営業利益	803	9.7%	-1,433~-929	-	-	-
経常利益	747	9.0%	-1,433~-929	-	-	-
当期純利益	584	7.1%	-1,437~-933	-	-	-

* 単位:百万円。進捗率は業績予想下限に対する進捗率。

業績予想に変更無し。中長期成長のための先行投資を継続。

業績予想に変更は無い。増収も、BASE事業を中心に中長期の利益成長を目指した先行投資を継続するため営業利益以下損失を見込んでいる。

ただ、規律を持った先行投資とし、プロモーション費用を除いた営業損益は黒字を確保する。

第2四半期の売上高及び売上総利益は業績予想のレンジの中央値付近で推移し、第3四半期以降も業績予想の範囲内で推移する。

【3-2 セグメント別見通し】

(1)BASE事業

	20/12期	21/12期(予)	前期比	進捗率
GMV(注文)	95,296	115,000~125,000	+20.7%~+31.2%	46.8%
GMV(決済)	87,717	103,500~112,500	+18.0%~+28.3%	48.6%
売上高	7,321	8,350~9,100	+14.1%~24.3%	48.2%
テイクレート	8.3%	8.1%	-	-
売上総利益	4,872	5,450~5,950	+11.9%~+22.1%	47.9%
GMV(決済)比	5.6%	5.3%	-	-
売上総利益率	66.6%	65.3%	-	-

* 単位:百万円

GMVは第2四半期時点において業績予想のレンジの中央値付近で推移した。第3四半期以降も業績予想の範囲内で前年同四半期比でもプラスの成長を見込んでいる。

(主な取り組み)

- * GMVおよび売上総利益の成長を重視し、先行投資を積極的に実行する。
- * 更なる認知度獲得及び新規ショップ獲得のための広告宣伝を強化する。
- * ショッピングアプリ「BASE」やクーポンなどを活用し、ショップの販促支援を強化する。
- * サービス拡大のためのプロダクト人員の採用等の先行投資を加速する。
- * プロダクト開発においては、より幅広いユーザーの利用を促進するための機能開発、拡張機能の強化や資金提供、キャッシュ・フローの早期化等、継続利用ショップの成長を支援するサービスを拡充し、長期的な利用とLTVの向上に努める。
- * コロナ禍でお困りの方々をサポートするための支援を引き続き実施する。

(2)PAY 事業

	20/12期	21/12期(予)	前期比	進捗率
GMV	36,069	52,600~54,000	+45.8%~+49.7%	46.2%
売上高	939	1,370~1,406	+45.8%~+49.6%	46.7%
テイクレート	2.6%	2.6%	-	-
売上総利益	92	134~138	+45.1%~+49.5%	47.4%
GMV比	0.3%	0.3%	-	-
売上総利益率	9.8%	9.8%	-	-

* 単位:百万円

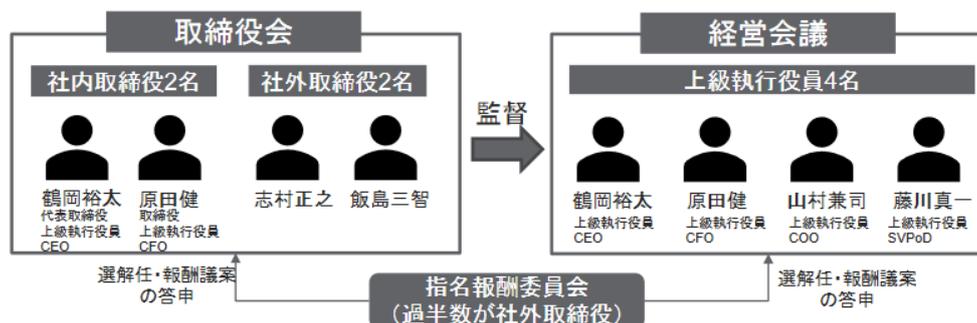
引き続きコストを抑制しつつ、プロダクトの強化及び加盟店数の増加に努め、GMVの成長を目指す。

【3-3 その他の取り組み】

◎ガバナンスの強化

予定通り、株主総会の決議を経てガバナンス体制の強化を行った。

- * 取締役会のうち半数を社外取締役とし、取締役会の監督機能を強化。
- * 執行役員制度により監督機能と執行機能を分離しガバナンスを強化。業務執行権限委譲で機動的な意思決定を行う。
- * 取締役会の諮問機関として社外取締役が過半数を占める任意の指名・報酬委員会を設置



(同社資料より)

4. 中期の経営方針

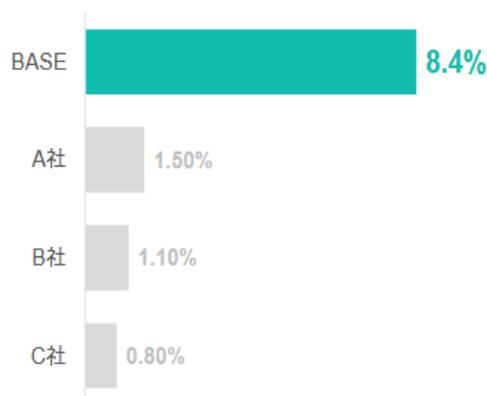
以下のような経営方針の下、中期的な成長を追求する。

- * 引き続き BASE 事業に注力する。
- * 先行投資は規律を持って実行し、プロモーション費用を除く営業損益の黒字は確保する。

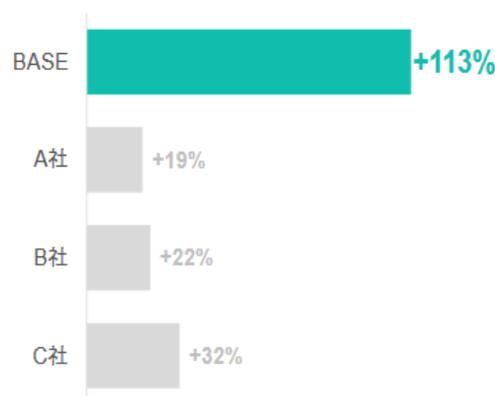
◎BASE 事業

- * 引き続き個人及び SMB をエンパワーメントすることに注力する。
- * ストアフロント型 EC 市場において、個人及び SMB を対象とするロングテール市場は、大規模なショップを対象とする市場と比べ、より高い GMV 成長率やテイクレートを期待できる市場である。

テイクレートの比較 (注1)



GMV成長率の比較 (注2)



(注1) 2020年7-9月の各社のテイクレート比較

(注2) 2018年10月から2019年9月までの12か月間と、2019年10月から2020年9月までの12か月間を比較したGMV成長率の比較

(同社資料より)

- * 同社はこのロングテール市場において、国内最大のシェアを占めている。
- * ロングテール市場において確固たる地位を築き、持続的な成長を実現するために、認知度向上を目的としたプロモーションを積極的に展開するための先行投資を強化する。
- * 人材採用の促進や外部人材の活用により、プロダクト開発等への先行投資も加速させる。
- * プロダクトの付加価値を更に高め、ロングテール市場において確固たる地位を築き、テイクレートを維持することで、中期的な売上総利益の成長を目指す。
- * 個人や SMB にとって商品が売れない時期からコストが先行するのはリスクであるため、EC サイト開設・決済機能の導入が容易で、かつ初期費用・月額費用が無料なことは、同業サービスとの大きな差別化要因になっている。

◎PAY 事業

引き続きコストは抑制しながらも、プロダクトの強化及び加盟店数の増加に努め、GMV の成長を目指す。

5. 今後の注目点

主力の BASE 事業では新型コロナウイルスのプラス影響が大きかった前年同四半期からの反動はあったものの、主要 KPI の一つ月間 GMV は前四半期比増加に転じ、またもう一つの主要 KPI の月間売店数は大幅に成長している。

元々同社では前期のようなトレンドが今期も継続するとは見ておらず、ロングテール市場で確固たる地位を築くための中期的な取り組みがしっかりと効果を生んでいるといえよう。

第2四半期に増加に転じた BASE 事業の売上・利益及び GMV が第3四半期どのように拡大していくのか注目したい。

<参考:コーポレート・ガバナンスについて>

◎組織形態及び取締役、監査役の構成

組織形態	監査役設置会社
取締役	4名、うち社外2名
監査役	3名、うち社外3名

◎コーポレート・ガバナンス報告書(更新日:2021年3月26日)

基本的な考え方

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おります。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、充実に努めております。

【コーポレートガバナンス・コードの各原則を実施しない理由】

コーポレートガバナンス・コードの基本原則をすべて実施しております。

本レポートは情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したのですが、その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は(株)インベストメントブリッジにあり、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) Investment Bridge Co., Ltd. All Rights Reserved.

ブリッジレポート(BASE:4477)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/ でご覧になれます。



同社の適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

[>> ご登録はこちらから](#)

ブリッジレポートが掲載されているブリッジサロンに会員登録頂くと、株式投資に役立つ様々な便利機能をご利用いただけます。

[>> 詳細はこちらから](#)

投資家向け IR セミナー「ブリッジサロン」にお越しいただくと、様々な企業トップに出逢うことができます。

[>> 開催一覧はこちらから](#)