

## 各 位

2026年6月19日

会 社 名 e B A S E 株式会社  
(コード番号：3835 東証プライム市場)  
本社所在地 大阪府大阪市北区豊崎五丁目4番9号  
代 表 者 代表取締役社長 岩田 貴 夫  
問 合 せ 先 取 締 役 窪 田 勝 康  
執行役員 C F O  
電 話 番 号 TEL (06) 6486-3955 (代表)  
U R L <https://www.ebase.co.jp/>

プライム市場の上場維持基準の適合に向けた計画（改善期間入り）について

当社は、2026年3月31日時点において、東京証券取引所（以下「東証」）が定めるプライム市場の上場維持基準のうち「流通株式時価総額」において基準を満たしていない状況を確認いたしました。これを受け、プライム市場での上場継続を最優先課題と位置づけ、当該基準に適合するための計画を策定いたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

## 記

**1. 当社の上場維持基準への適合状況および計画期間**

当社の2026年3月31日時点における適合状況は以下のとおりです。「流通株式時価総額」のみ基準を満たしておらず、他の全ての基準は適合しております。当社は本計画に基づく各種取組みを強力に推進し、2027年3月末のプライム市場上場維持基準への適合を目指してまいります。

	株主数	流通株式数	流通株式時価総額	流通株式比率
当社の状況 (2026年3月31日時点)	7,181人	205,944単位	88.8億円	43.6%
上場維持基準	800人	20,000単位	100億円	35%
適合状況	✓ 適合	✓ 適合	✗ 不適合	✓ 適合
計画期間（改善期間）	—	—	2027年3月末日	—

※当社はプライム市場での上場継続を最優先課題として、本計画に基づく各種取組みを全力で推進してまいります。なお、2027年3月末までに上場維持基準への適合が確認できなかった場合には、監理銘柄（確認中）に指定された後、東証の審査結果によっては整理銘柄に指定され、同年10月1日に上場廃止となる可能性があります。あわせて、株主の皆様の不利益を最小限に抑えるため、改善期間中にスタンダード市場への市場区分変更審査の準備も並行して進めてまいります。

**2. 基準達成に必要な株価水準（試算）**

流通株式時価総額は「株価」と「流通株式数」の積により決まります。流通株式数を現状水準で維持した場合、基準達成に必要な株価水準は以下のとおりです。当社は事業成長による経常利益の拡大と、それに伴う株式市場からの評価向上を通じた株価の適正水準への回帰により、2027年3月末において流通株式時価総額100億円以上の達成を目指します。

項目	現状（2026年3月31日時点）	基準達成に必要な水準
流通株式時価総額	88.8億円（不足：約11.2億円）	100億円以上
流通株式数	205,944単位（2,059万株）	現状維持と仮定
株価水準（試算）	431.6円 （2026年1月～3月平均株価）	約486円以上（約13%の上昇）

### 3. 上場維持基準の適合に向けた基本方針と課題認識

#### （1）基本方針

当社は、東京証券取引所プライム市場への上場維持を基本方針とし、プライム市場上場企業としての責務を果たすべく、上場維持基準への適合に向けた取組みを経営の最優先課題として推進してまいります。

#### （2）課題認識

不足している流通株式時価総額を向上させるためには、持続的な企業価値の向上を通じて株式市場からの評価を高め、「株価を上昇させること」が最重要課題です。現在の当社の株価が目標水準に達していない根本的な要因について、以下の3点を「課題」として認識しております。

#### 課題①：カスタマイズ肥大化による収益の悪化

本来高利益率であるべき「パッケージソフトビジネス」において、未経験業界向けの大型カスタマイズ開発案件等の負荷増大によりリソースが逼迫し、深耕営業が減少するなどした結果、2026年3月期は減収減益となりました。

#### 課題②：中期経営計画の非開示による成長ビジョンの発信不足

収益性の悪化に加え、これまで当社は中期経営計画（具体的な数値目標・成長ロードマップ）を開示しておらず、投資家が将来の成長性を判断するための根拠を提示できておりませんでした。このような開示の遅れが、将来の成長期待が株価に織り込まれない根本的な原因となっております。

#### 課題③：利益剰余金の成長投資への活用不足

強固な財務基盤を有する一方で、蓄積された利益剰余金を次の飛躍的な利益成長（戦略的 M&A 等）に向けた成長投資に十分に活用しきれておらず、株式市場が求める資本効率の向上に伝えられておりませんでした。

### 4. 課題解決に向けた具体的な取組内容

前項の3つの課題を解決し、経常利益の向上を通じた株価水準の引き上げを実現するため、以下の対策を実行いたします。なお、当社グループには安定的な収益基盤である IT 開発アウトソーシングビジネス（eBASE-PLUS 事業）もございますが、本計画においては、企業価値向上の最大の牽引役となる主力事業「eBASE 事業」の戦略にフォーカスして記載いたします。

#### 取組①：カスタマイズ肥大化の適正化（課題①への対策）

カスタマイズ肥大化という収益悪化の根本原因を是正し、ノンカスタマイズ原則を再確立することで、本来の高収益パッケージビジネスモデルを再構築します。あわせて、提供価値に見合った適正な「価格改定」を実行することで、収益力のV字回復を後押しします。

##### （1）カスタマイズ案件の収束とパッケージ化の仕組み構築

カスタマイズ自体を否定するのではなく、極力パッケージ標準機能を活用した上で真に必要なカスタマイズに絞り込む方針を徹底します。パターン認識による「良いカスタマイズ（パッケージ機能への取り込み）」への転換と業界別テンプレート化を推進し、営業、開発 QCD の向上と収益のV字回復を実現します。

##### （2）製品・サービスの適正な「価格改定」による確実な収益向上

2026年4月より適正な価格改定を実施済みです。2026年度は期中獲得案件を中心に収益押し上げ効果が発現し、2027年度はストック契約への適用拡大・フロー案件への全件適用により、数億円単位の増収および大幅な利益率向上の効果が見込まれます。

## 取組②：中期経営計画の開示（課題②への対策）

中期経営計画（中間期決算短信と同時に公表予定）において、当社グループの成長方針、売上および経常利益目標の方向性を開示し、投資家が成長性を判断できる根拠を明示します。あわせて圧倒的な商品情報データベース基盤を活かした各ステージの戦略を強力に推進し、積極的な IR 活動を通じて市場の期待値を引き上げます。

### （1） BtoB モデル（0th 戦略）：AI eBASE による深耕営業と新規展開

#### 【0th eBASE：個別企業内で商品情報を作成・管理・活用するパッケージビジネス】

商品情報データベースに生成 AI を統合した「AI eBASE」をリリースいたしました。既存大手顧客への深耕営業で高付加価値オプションとして追加導入を促し、顧客単価の向上と売上拡大を図ります。

### （2） BtoB モデル（1st 戦略）：「商材 ebisu」登録支援とデファクトスタンダード化

#### 【1st eBASE：企業間で商品情報を交換し「商品情報データプール」を構築するパッケージビジネス】

「商材 ebisu」へのデータ登録支援を強化し、小売・メーカー向け製品（MDM/PDM eBASE）のセット提案に注力します。これにより商品情報流通を最適化し、データプールのデファクト化（業界標準）を盤石にします。結果として小売ビジネスを強化し、サプライヤーからの「営業レス受注（インバウンド受注）」サイクルを確立して、効率的な利益拡大を実現します。

### （3） BtoBtoC モデル（2nd 戦略）：推進シナリオの再構築と TVCM による認知拡大

#### 【2nd eBASE：プールした商品情報を活用し消費者向け領域等で稼ぐパッケージビジネス】

「e 食住シリーズ」の推進シナリオを再構築し、これまでの普及が限定的であった要因を分析・解消した上で、より効果的なアプローチに転換します。採用小売企業と連携した TVCM 等の広告宣伝・販促活動への投資を計画的に実施し、消費者への直接訴求で認知度向上と普及を加速させます。

### （4） IR・情報発信活動の強化

投資家が当社の成長性をタイムリーに評価できるよう、ニュースリリースの質と量を大幅に拡充します。また、個人投資家向け説明会を積極的に実施し、当社の成長ビジョンやビジネスモデルへの理解を広く促進します。加えて、前述の 2nd 戦略における TVCM 等のマスメディア活用は、製品の普及促進にとどまらず、当社の社名やビジネスモデルを広く一般投資家に認知していただく強力な IR 効果をもたらすものと考えております。

## 取組③：利益剰余金の成長投資活用（課題③への対策）

2026 年 6 月末に予定している KSP-SP 社の完全子会社化を皮切りに、利益剰余金を活用した戦略的 M&A を継続的に実施します。当社の商品情報資産にレバレッジを効かせる M&A を通じて経常利益の大幅な拡大と資本効率の向上を実現し、その成果を株主への配当として還元します。

### （1） 次期 3rd 戦略（DATA eBASE）の始動と効果的な M&A

#### 【3rd eBASE：当社が独自に蓄積した商品詳細情報(商材 ebisu データ)と新たな購買情報 (POS データ) のデータ販売、及び掛け合わせによる「データで稼ぐ」次世代データビジネス】

利益剰余金を活用した戦略的 M&A（株）KSP-SP 完全子会社化：2026 年 6 月末目途）を実行します。「商品マイクロデータ（商材 ebisu データ）×購買マイクロデータ（POS データ）」の統合により「次世代データマーケティング事業」を始動し、商品&購買データ販売ビジネスによる経常利益の非連続な成長を実現します。さらなる戦略的 M&A も継続的に探索・検討します。

### （2） 経常利益向上に連動した株主還元

各施策の実行により経常利益を継続的に向上させ、その成果を株主への配当として還元してまいります。当社は株主還元を重要な経営方針と位置づけており、「配当性向 50.0%を基準に算出した額と、直近の配当予想額の高い方」を支払うという基本方針（下限を設定した実質的な累進配当方針）を従来より一貫して堅持しており、今後も変わらず継続してまいります。本方針に基づき、安定的かつ継続的な配当を実施してまいります。