



株式会社ネットプロテクションズホールディングス
2023年3月期 通期決算説明

2023年5月15日

※質疑応答が付属したVer.は後日別途アップロードいたします。

アジェンダ

会社紹介	03
事業ハイライト	10
23年3月期 通期業績	17
24年3月期 業績予想	22
成長戦略_振り返り	28
Appendix	37

柴田紳CEO：みなさま、こんにちは。お忙しいところお時間をいただき、ありがとうございます。ネットプロテクションズホールディングス・CEOの柴田でございます。2023年3月期の通期決算説明をはじめさせていただきます。

アジェンダはご覧のとおりとなります。

会社紹介・事業ハイライト・通期業績・業績予想・成長戦略の順でご説明申し上げます。

Mission



COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

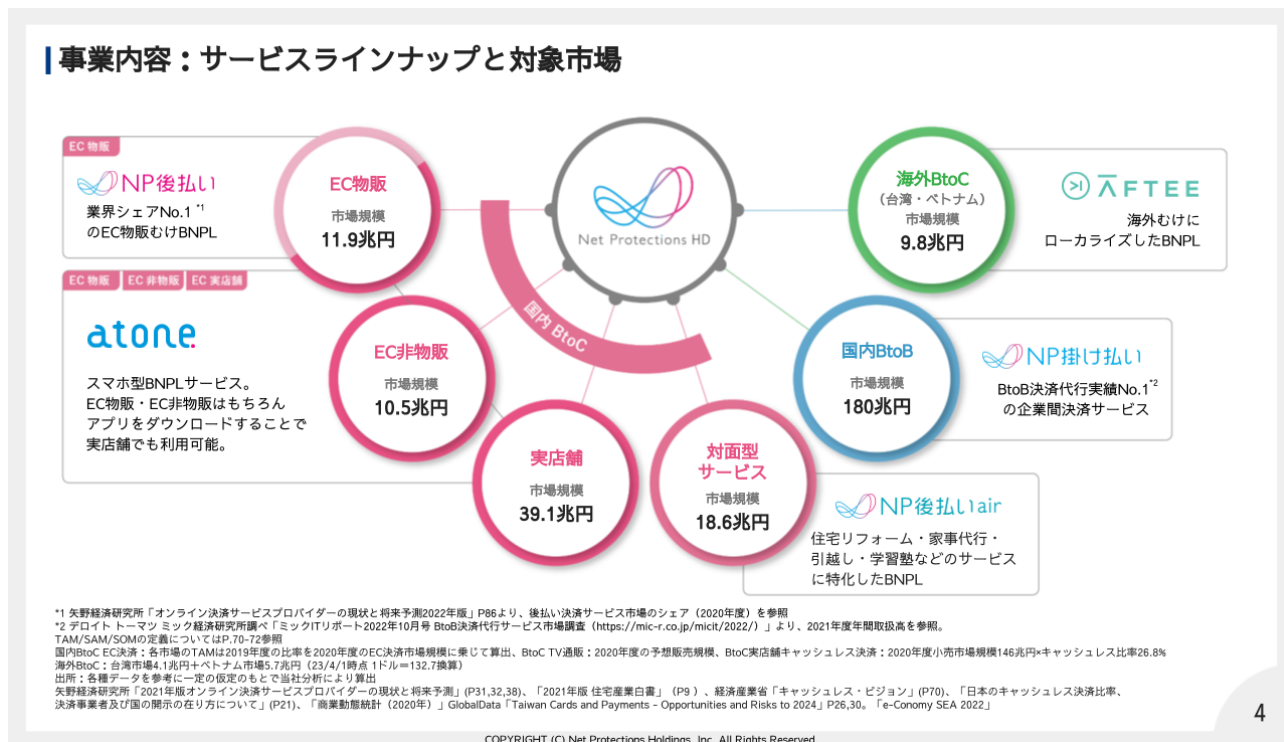
3

このページは毎回冒頭に置かせていただいております。

我々は非常に理念を大事にしており、「つぎのアタリマエをつくる」というミッションを掲げております。

特徴的なのは、事業だけではなく、組織面においてもNew Standardを作って行きたいと考えており、上場企業では稀有な「ティール組織」を採用しています。

事業内容：サービスラインナップと対象市場



こちらは当社サービスと対象市場の一覧となります。今回、更新しましたのでご説明申し上げます。

当社は国内BtoC、海外BtoCそして国内BtoBの3つの領域でサービスを展開しています。また、各市場の加盟店・ユーザーのニーズに沿った機能を開発し、ブランド化していくことでBNPLの総合プロバイダーを目指しています。

国内BtoCではEC物販向けの「NP後払い」からスタートしましたが、EC物販に加え、EC非物販や実店舗でもご利用いただける「atone（アトネ）」、更には対面型サービス向けの「NP後払いair」と3つのサービスを通じて市場を拡大しています。

特にatone・NP後払いairの対象市場はホワイトスペースが大きく、高い成長を見込んでいます。

次に国内BtoB市場向けのNP掛け払いです。

BtoBはいまだに銀行振込・手形といった買い手・売り手の双方に手間がかかる決済が主流で、DXが急がれる市場です。

NP掛け払いはBtoB-EC、卸売り、SaaSビジネスなど、あらゆる請求業務に対応できていることから、BtoB決済代行実績NO1のポジションを築いています。

最後に、海外事業です。

2018年から台湾でAFTEE（アフティー）を提供していますが、その成功に自信を持てたことから、昨年に2か国目としてベトナムに子会社を設立しました。

成長が著しいアジア市場に進出することは、長期的な成長を実現するために欠かせないものとし、重要な戦略と位置づけています。

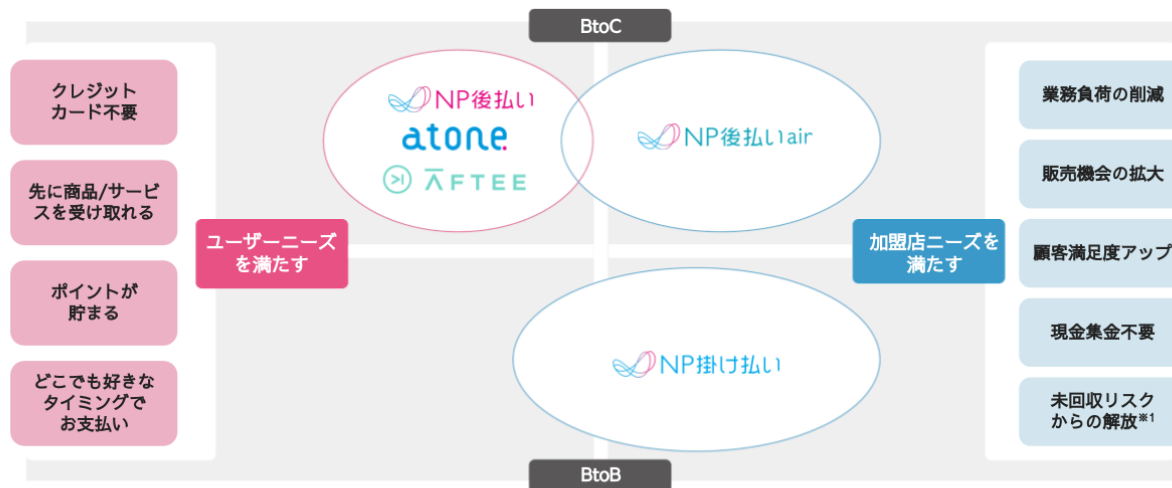
以上が当社のサービスラインナップとなります。

P5～6は変更ありませんので、P7に飛んでください。

事業特性：各サービスの提供価値

事業特性：各サービスの提供価値

ユーザーには安全・便利・お得な買い物の経験を、加盟店には業務負荷削減・販売機会拡大の価値を提供。



*1 当社所定の審査を通じた取引が対象。審査通過後においても、当該取引に関して加盟店と購入者または購入企業の間には紛争が生じ、速やかに解決ができません。又はそのおそれがあると当社が判断したときその他当社が提供するサービスの加盟店規約所定の事由がある取引は、対象外。

事業特性：当社BNPLと海外BNPLのポジショニング

事業特性：当社BNPLと海外BNPLのポジショニング

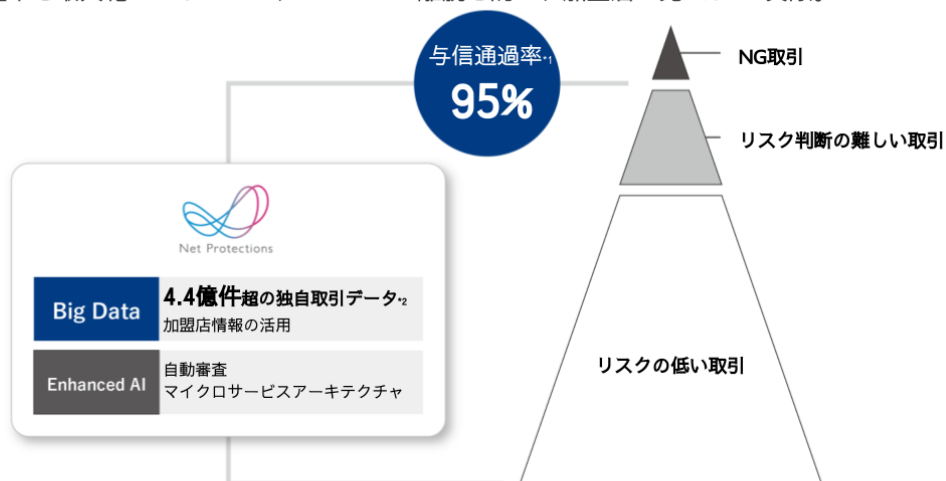
当社サービスは一括払いのビジネスモデルであり、海外BNPLの分割払いモデルと異なり独自のポジショニングを築いている。よって金利上昇による収益悪化や過剰債務の誘発による規制強化などのリスクは限定的。



優位性：高い与信通過率と低い未払い率

優位性：高い与信通過率と低い未払い率

20年間以上にわたり蓄積したBig Dataとノウハウにより、業界トップクラスの与信通過率95%を実現。与信通過率を最大化させることで、ユーザーの離脱を防ぎ、加盟店の売上UPに貢献。



*1 NP後払いにおける2023年3月期の取引登録件数のうち、NG件数を除いた割合（ユニークユーザーに限る）
*2 2023年3月31日時点

COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

7

当社サービスの競争力の最大の源泉は与信通過率となります。

23年3月期の実績も95%と業界トップクラスの通過率を維持できたと考えています。

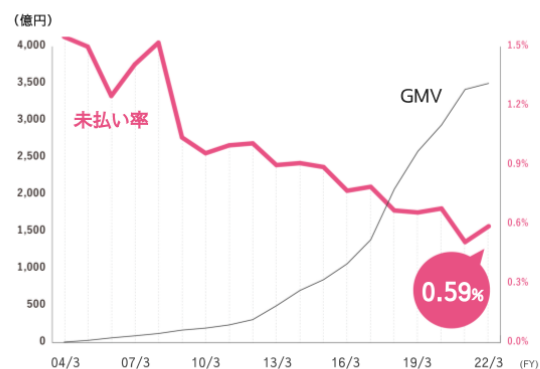
前期比で2%低下していますが、これは支払期限内にお支払いいただけない、支払い遅延の頻度が多いユーザーの与信を引き締めた結果です。

優位性：高い与信通過率と低い未払い率

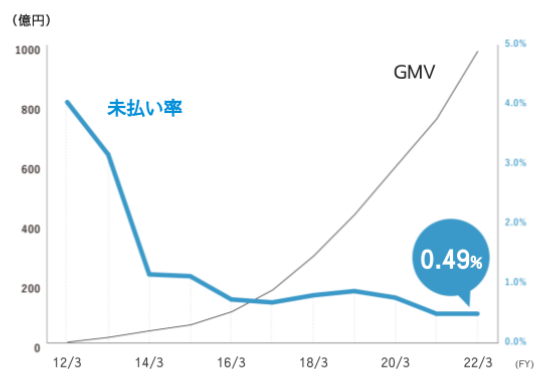
優位性：高い与信通過率と低い未払い率

BtoC未払い率は0.59%、BtoB未払い率は0.49%と低い未払い率を達成。

BtoC (NP後払い) の未払い率 *1



BtoB (NP掛け払い) の未払い率 *2



*1 各期のNP後払いにおける取扱高のうち、18ヶ月を超えて未払いとなった取引額の割合 (2022年3月期については、2023年3月末時点で未払いとなっている取引額の割合 (貸倒処理前のものを含む))

*2 各期のNP掛け払いにおける取扱高のうち、14ヶ月を超えて未払いとなった取引額の割合 (2022年3月期については、2023年3月末時点で未払いとなっている取引額の割合 (債権売却前および貸倒処理前のものを含む))

COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

8

未払い率も最新値に更新しています。

最新の未払い率の状況としてはBtoCは0.59%、BtoBは0.49%と低水準をキープできています。

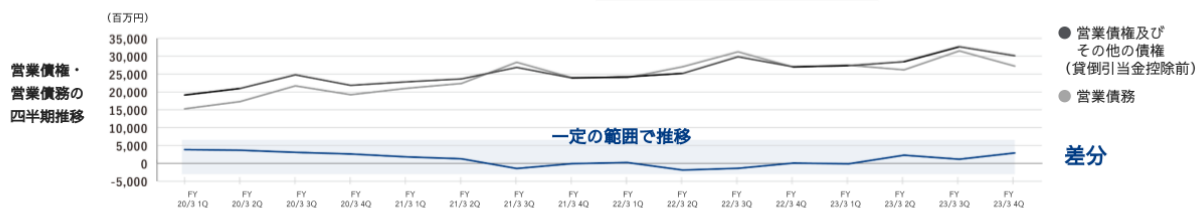
コロナや物価上昇などマクロ環境が不透明な1年でしたが、その中でも未払いコントロールできている点は私としても、改めて自信を持ってました。

優位性：低ワーキングキャピタルなバランスシート

優位性：低ワーキングキャピタルなバランスシート

営業債権、営業債務はそれぞれ短期でバランスしており、借入等による運転資金の調達は不要。足もと発生している金利上昇局面においても財務リスクは限定的。

バランスシート項目内訳（2023年3月期末時点）



*1 NP後払いにおける事例。

*2 営業債権及びその他の債権は貸倒引当金の控除前の数値を記載。

23年3月期末の債権・債務は、引き続き短期でバランスしており順調です。

事業ハイライト



事業ハイライト

- ・総括
- ・ハイライト
- ・GMV

COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

10

続きまして業績ハイライトとなります。

23年3月期_総括

| 23年3月期_総括

国内BtoC (NP後払い、NP後払いair、atone)

改正薬機法により、NP後払いのGMV構成比 約60%を占める美容・健康カテゴリーが影響を受けるも、**23年3月単月でのBtoC事業のGMVは前年同月比+1.4%のプラスに転換。**
新規の大手案件も急増していることから、**ファンダメンタルズは問題なし。**

NP後払いair・atoneのGMVはともに二桁成長を達成。

EC非物販やデジタルコンテンツでも後払い導入店が増えており、今後の高成長に自信。

国内BtoB (NP掛け払い)

マス広告の強化により、**サービス認知度は10.4%→15.5%に、リード数も前期比+75%と期待値を超える成果。**
Afterコロナの経済活動のリオープンの追い風もあり、**通期GMVは前期比+39.8%のハイグロースを達成。**

海外 (AFTEE)

台湾でもYahoo!など大手モールの導入が相次ぎ **GMVはYoY+80.7%の高成長を達成。**
ベトナム子会社も設立し、アジア展開も順調。

COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

11

23年3月期の総括となります。

まとめさせて頂くと「国内BtoCは成長モメンタムの回帰」「国内BtoBはさらなる飛躍」「海外事業は成功への自信」ということができます。

国内BtoC事業については、この1年間、改正薬機法に悩まされてきましたが、ようやく3月単月のGMVが昨年対比でプラスに転じました。

また、NP後払いair・atoneが二桁成長しており、足もとの案件状況も好調なため、これら新規サービスがBtoCの新たな成長ドライバーになることと期待しています。

特にatoneに関しては、まだGMV規模は小さいものの、EC物販・EC非物販そして実店舗でも利用可能なBNPLサービスであり、そのポテンシャルは非常に大きいと考えます。

当社のBtoC戦略の中核となることから、本決算から、atone単体の業績進捗・見込みを開示していきます。

国内BtoB事業についてはNP掛け払いが目標を超える39.8%成長を達成しています。

当社としては初めてTV-CMを放映するなど本格的なマーケティングにチャレンジしましたが、結果としては認知形成・獲得リードともに良い成果であったと評価しています。

これは専門性の高い良い人材の採用ができ、また当社が推奨するティール組織により早期

に若手が戦力化したことが成功要因と考えています。

もちろん増えたリードを導入につなげるためには営業活動が重要になって参りますが、マーケティングと同様に中途社員の採用と若手の育成を同時並行ですすめることで十分に高成長を維持することは可能と考えています。

そして海外事業であるAFTEEですが、2018年に台湾で事業開始したサービスとなります。もちろん、国内BNPLはまだまだ成長すると考えていますが、10年単位の長期を見据えると、経済成長率が高いアジア諸国に進出することは避けては通れません。

台湾はその試金石と考えておりましたが、GMVは前期比で80%増であり、また売上総利益も出ているため、当社のBNPLビジネスは海外でも通用すると確信を持ちつつあります。

昨年に2拠点目のベトナム子会社を設立しており、除々にではありますが、アジア展開を図っていきたいと考えています。

次のページからは各指標の報告となります。

23年3月期_通期ハイライト

| 23年3月期_通期ハイライト

FY23/3 GMV (non-GAAP) *1

前期比 +5.6%

4,990億円

内訳

BtoC 3,620億円 (前期比-3.3%)
BtoB 1,369億円 (前期比+39.8%)

加盟店数 *2

前期比 +58.0%

57.9万店舗

内訳

BtoC EC他 21.1万店舗 (前期比 +7.4%)
BtoC 実店舗 36.5万店舗 (前期比 +118.3%)
BtoB 0.3万店舗 (前期比 +8.5%)

営業収益

前期比 +3.6%

193.3億円

売上総利益 (non-GAAP) *3

前期比 -0.5%

74.3億円

NP会員数 *4

前期比 +13.5%

600万人

*1 GMV：当社グループ決済サービスの流通取引総額（消費税を含む。）

*2 BtoC取引向けサービス及びBtoB取引向けサービスの23年3月期末時点数値

*3 売上総利益：売上収益－（回収手数料＋請求書発行手数料＋貸倒引当金繰入＋貸倒損失＋債権売却損＋倉庫費用、NPポイント費用等、その他決済の提供に必要な費用）

*4 NPポイントクラブ（NP後払い・atoneの利用で貯めることができるNPポイントが使えるサイト）の会員数（2023年3月31日時点）

COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

12

通期のハイライトとなります。

各指標の実績はご覧の通りとなり、業績の詳細はこの後ご報告差し上げますが
加盟店数は本決算より、実店舗のショップ数も紹介していますので補足説明させていただきます。

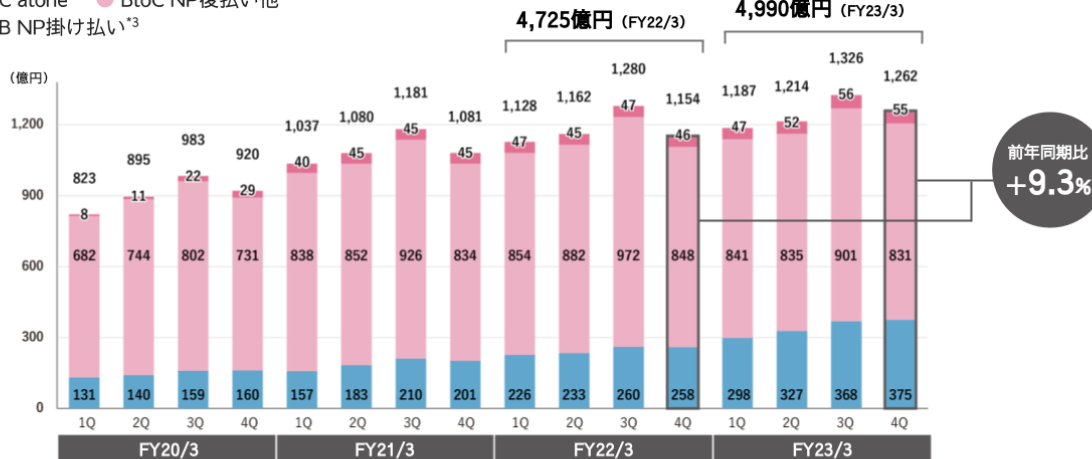
実店舗につきましては全てatoneの加盟店となり、スマホのアプリをダウンロード頂くことで、全国のコンビニやドラッグストアなどで後払いが利用できるものとなります。
2019年7月から実店舗の支払いに対応しており、年々加盟店数も増えていきましたが、当社では実店舗はECよりリスクが高いと考えており積極的なアナウンスは控えてきました。
トライ&エラーを重ねる中で、やり方次第でリスクコントロールは可能と判断しましたので、支払い実績のあるユーザーから段階的に解放していこうと考えています。

GMV (全社)

GMV (全社)

23年3月期(通期) 全社GMVは前期比+5.6%の4,990億円。

- BtoC atone^{*1} ● BtoC NP後払い他^{*2}
- BtoB NP掛け払い^{*3}



^{*1} 当社グループが提供するatoneを通じて決済される金額(消費税を含む。)の合計額
^{*2} 当社グループが提供するNP後払い、AFTEE、およびNPカードの各サービスを通じて決済される金額(消費税を含む。)の合計額
^{*3} 当社グループが提供するNP掛け払いを通じて決済される金額(消費税を含む。)の合計額

全社GMVは前期比5.6%増の4,990億円となりましたが、この数字自体は満足できるものではありません。

一方で、第4四半期で見ると前年同期間比9.3%と成長トレンドに戻りつつあります。この理由は「BtoCが前年同期間比でプラス成長に回帰しつつあること」「BtoBの成長が更に加速していること」にあります。

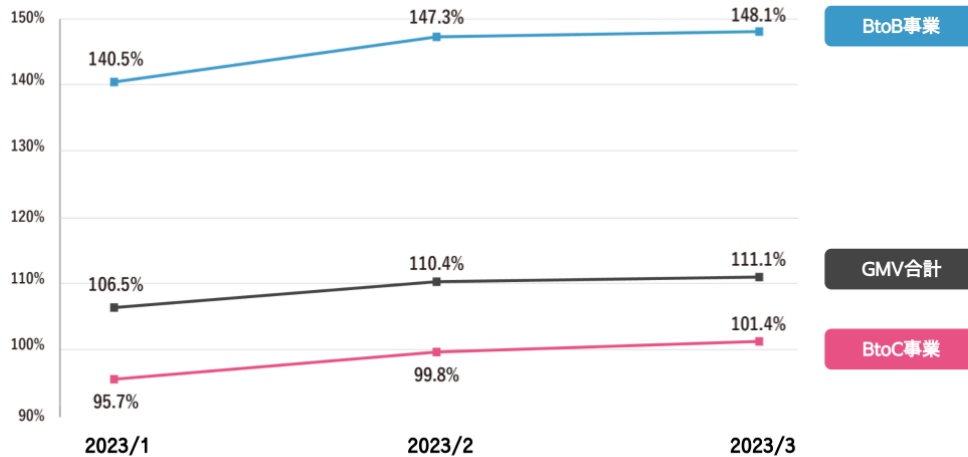
次のページをご覧ください。

4Q_月次GMVの推移（前年同月比）

4Q_月次GMVの推移（前年同月比）

全社GMVは2月に前年同月比 +10.4%、3月に同 +11.1%と、二桁成長を達成。
BtoC事業についても、薬機法影響の一巡もあり、3月にGMVが前年同月比 +1.4%とプラスに転じる。

月次GMV 前年同月比の推移（2023年1月～3月）



COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

14

こちらは第4四半期の月次GMVの前年比較推移となります。

BtoC・BtoBともに右肩上がりで、2月以降の全社GMVで二けた成長を達成しています。

この要因ですが、

まずBtoCは薬機法影響が一巡し、3月単月で前年同月比1.4%増とプラスに転じました。

次にBtoBは前年同月比50%に迫る成長率に加速しており、以上から成長性を取り戻していることをご理解頂けると幸いです。

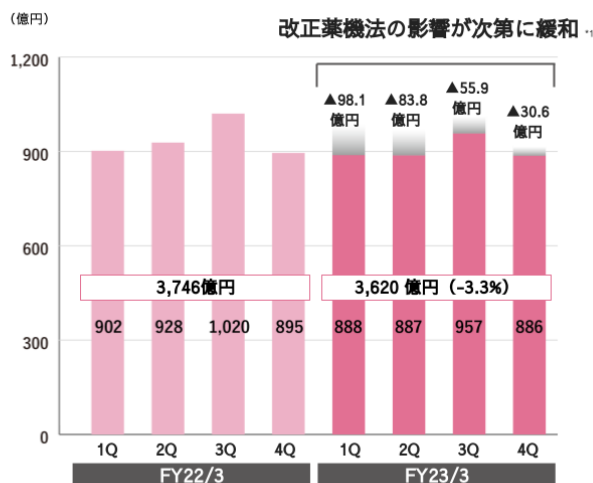
この1年間、満足する実績ではございませんでしたが、今後は皆様の期待に沿える成長を遂げられるものと自信を持っております。

BtoC 通期GMV

BtoC 通期GMV

BtoC事業のGMVは、4Q単体で前年同期比-1.0%、通期GMVは前期比-3.3%の3,620億円。

BtoC GMV推移



要因

- 薬機法影響は98.1億円/1Qから30.6億円/4Qと緩和し概ね一巡。
- 新規の積み上げにより23年3月単月のGMVはYoY+1.4%とプラスに転じる。
- atoneは前年同期比+18.6%の55億円/4Qと寄与度を増している。

*1 当社試算

COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

15

こちらはBtoCのGMVのブレイクダウンです。

この1年間は薬機法による美容・健康カテゴリーのマイナス影響により苦しみましたが段階的に影響は緩和しており、ようやく一巡と言える状態になりました。

先ほどの繰り返しになりますが、3月単月で前年同期比でプラスに転じております。

また今後の対策という点で申しますと、atoneを拡大することでBtoCの成長と商材カテゴリーの分散の両方を図ってまいります。

atoneの第4四半期のGMV成長率は18.6%増であり、直近の導入企業もアパレルやチケットといった多岐にわたる商材であることから達成可能と考えます。

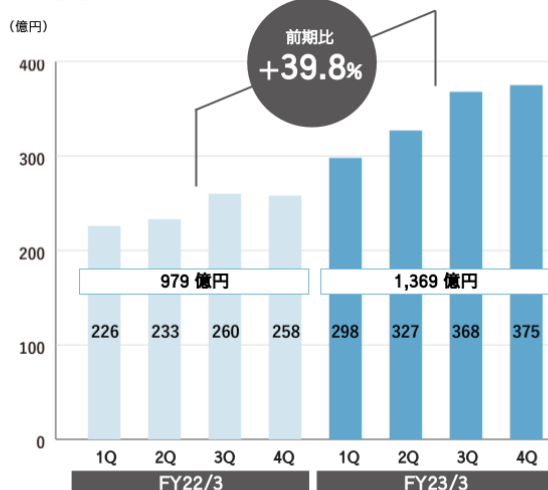
のちほど業績見通しでご説明しますが、今期において、atoneは高い成長率を見込んでいます。

BtoB 通期GMV

BtoB 通期GMV

BtoB事業のGMVは4Q単体で前年同期比+45.1%、通期で前期比+39.8%の1,369億円。

BtoB GMV推移



要因

経済活動のリオープンによる飲食関連がけん引し、ハイグロースを達成。

【GMV上位カテゴリーのYoY】

- 飲食関連
 - 広告・広告制作 + 274.3%
 - 食品卸 + 78.0%
- その他
 - ASP・ソフトウェア + 18.9%
 - 印刷 + 5.7%
 - 資材・建材 + 64.5%

続きましてBtoBのGMV推移となります。通期GMVは前期比39.8%増の1,369億円となりました。

通期で僅かながら40%成長に届きませんでした。目標の1,300億円を上回る結果であり、また、第4四半期単体で見ますと45.1%成長とハイグロースを達成していることから、満足できる数字と言えます。

要因として、リオープン影響で飲食店関連、具体的には求人広告や食品卸が好調で、GMV成長をけん引しました。

その他カテゴリーも成長にバラつきがあるものの、総じてプラス成長を達成できており、当社のBtoB決済が多様な業界に支持頂けている証左と言えます。

23年3月期 通期業績



23年3月期 通期業績

2023年3月期 通期業績

営業収益・売上総利益のBtoC・BtoB内訳

営業収益・売上総利益・調整後 EBITDA

販売管理費の増加要因

COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

17

渡邊一治CFO：通期業績および業績予想については、CFO渡邊よりご説明差し上げます。

業績：2023年3月期 業績サマリー

業績：2023年3月期 業績サマリー

23年3月期の営業収益は、業績予想達成率 99.7%の19,330百万円 (YoY+3.6%)、
売上総利益 (non-GAAP) は、業績予想達成率102.0%の 7,433百万円 (YoY-0.5%)。

業績サマリー (百万円)	FY23/3 実績	前年同期 (FY22/3)		(参考) FY23/3 業績予想*5	
		実績	増減率	通期予想	達成率
GMV (non-GAAP)	499,035	472,589	+5.6%	496,200	100.6%
営業収益	19,330	18,665	+3.6%	19,390	99.7%
売上収益	18,840	18,224	+3.4%	18,886	99.8%
売上総利益 (non-GAAP) *1	7,433	7,469	-0.5%	7,290	102.0%
営業損益	(404)	897	-	(730)	損失幅抑制
EBITDA (non-GAAP) *2	1,045	2,246	-53.5%	756	138.1%
マーケティング費用*3	813	481	+69.2%	993	81.9%
上場準備費用	-	272	-	-	-
調整後EBITDA (non-GAAP) *4	1,859	3,000	-38.0%	1,750	106.2%

*1 売上総利益：売上収益 - (回収手数料+請求書発行手数料+貸倒引当金繰入+貸倒損失+債権売却損+与信費用、NPポイント費用等、その他決済の提供に必要な費用)
*2 EBITDA：営業利益+ (減価償却費・償却費+株式報酬費用+固定資産除却損+減損損失戻入益) *3 マーケティング費用：販売促進費 (代理店手数料を除く) + 広告宣伝費
*4 調整後EBITDA：EBITDA+ (上場準備費用+マーケティング費用) *5 2022年11月14日「第2四半期 (累計) 連結業績予想値と実績値との差異及び過期連結業績予想の修正に関するお知らせ」での開示数値

18

COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

23年3月期累計の営業収益は、前期比3.6%増の19,330百万円となり、業績予想に対する達成率は99.7%でした。

また、売上総利益は前期比0.5%減の7,433百万円となり、業績予想達成率は102.0%と概ね計画通りの結果となりました。

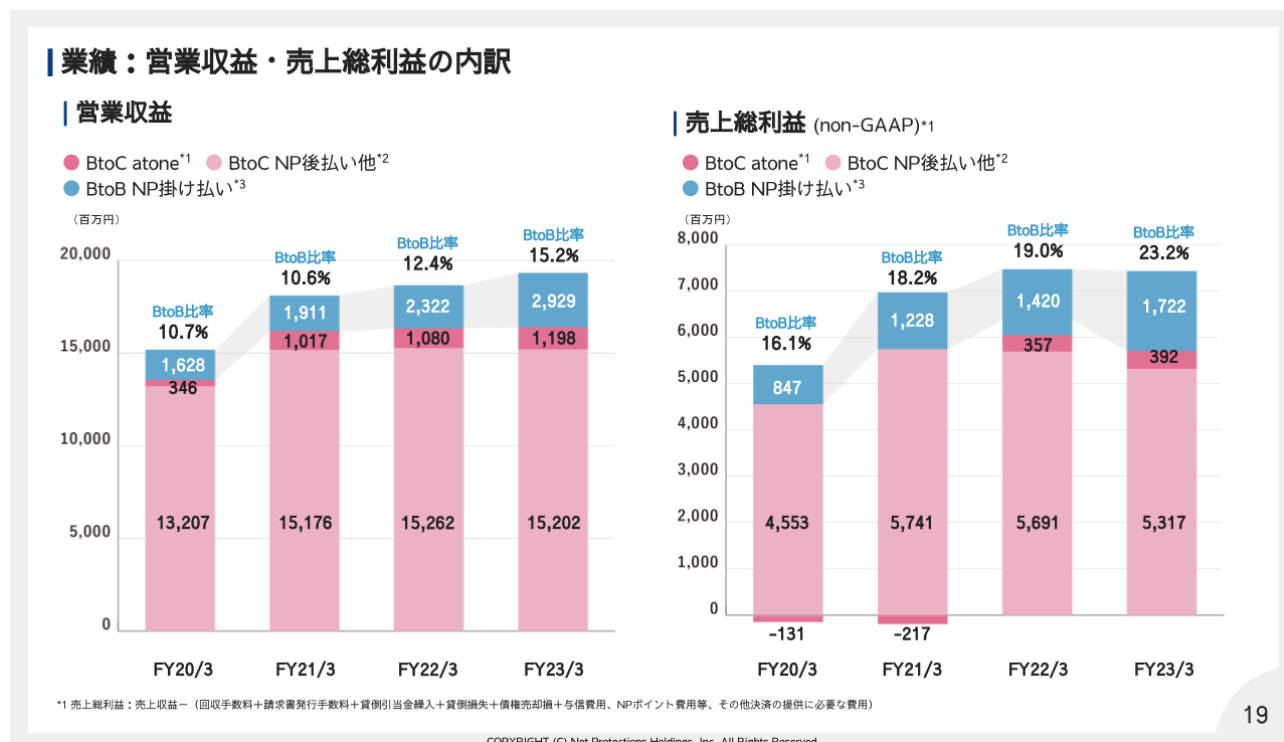
尚、営業損益は730百万円の営業損失見込みに対して、404百万円の営業損失での着地となっております。

損失幅が縮小した要因はマーケティング費と原価の抑制となります。

原価抑制の詳細ですが、主にNP後払いにおいて請求書の電子化が進み、請求書発行コストを抑えることに成功した点が挙げられます。

今後も紙から電子へのペーパーレスを推奨することで収益改善と環境保全を実現していきたいと思っております。

業績：営業収益・売上総利益の内訳



こちらは、事業別の営業収益・売上総利益となります。

当社の営業収益には請求書発行料・収納料が含まれており、1請求当たり225円を頂いております。

BtoCはお買い物の度に請求書を発行する都度払いの割合が高いのに対して、BtoBは月まとめ払いのため請求書発行は1度となります。

この結果、GMVに対する営業収益率は相対的にBtoCが高くなり、BtoBは低くなります。23年3月期累計のBtoBのGMV構成比は27.4%ですが、営業収益で見ると15.2%となるのは、この請求書発行料・収納料の影響です。

但し、請求書発行料・収納料はコストと相殺されるため、売上総利益への影響は限定的です。

BtoBはBtoCと比較して売上総利益率は低いものの、本質的な収益性は十分にございますので、引き続きGMVを積み上げて参りたいと考えています。

次に本決算発表から切り出しているatoneについてご説明申し上げます。

atoneの売上総利益は23年3月期は392百円でした。GMVに対する売上総利益率は約1.9%となります。

同じBtoCのNP後払いの売上総利益率は約1.9%のため、atoneのほうが収益性が高いモデルになっています。

これはatoneは電子バーコードや銀行振込といったペーパーレスの支払い手段中心のため、NP後払いに比べ原価コストを低減できることが理由となります。

また、atoneには更に収益性を上げていける余地があります。

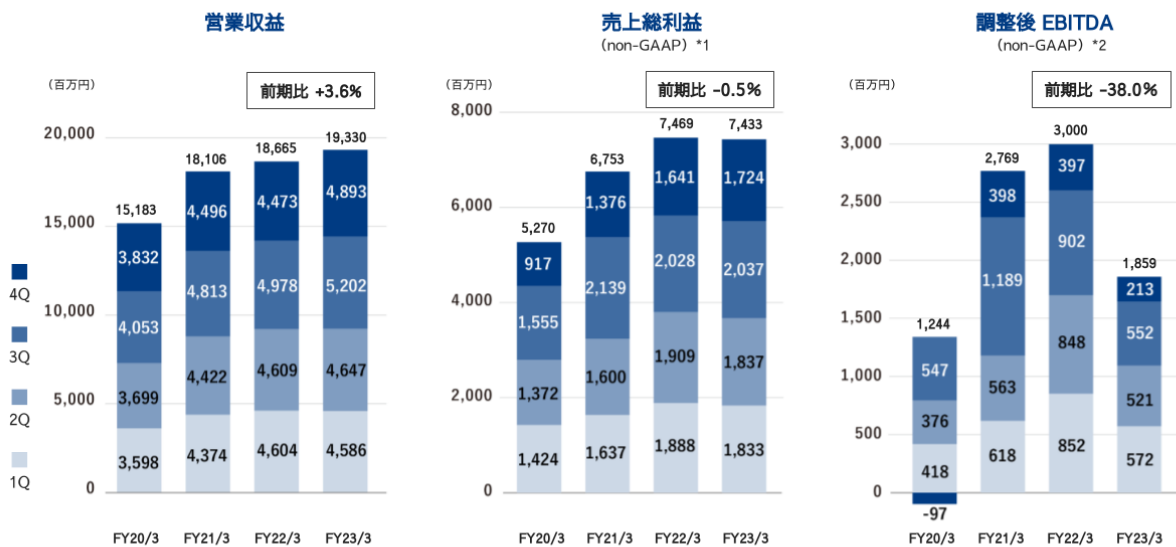
8ページでNP後払いの未払い率が0.59%と紹介しましたが、atoneは新しい市場・ユーザーにサービスを広げていることもあり現状の未払い率は1%を超えています。

当社ではまだまだ未払い率は下げられると自信を持っており、収益性は改善されていくものと期待しています。

atoneの売上総利益が22年3月期からプラスに転じている背景はまさに未払い率が下がっていることによるものです。

業績：営業収益・売上総利益・調整後 EBITDA

業績：営業収益・売上総利益・調整後 EBITDA



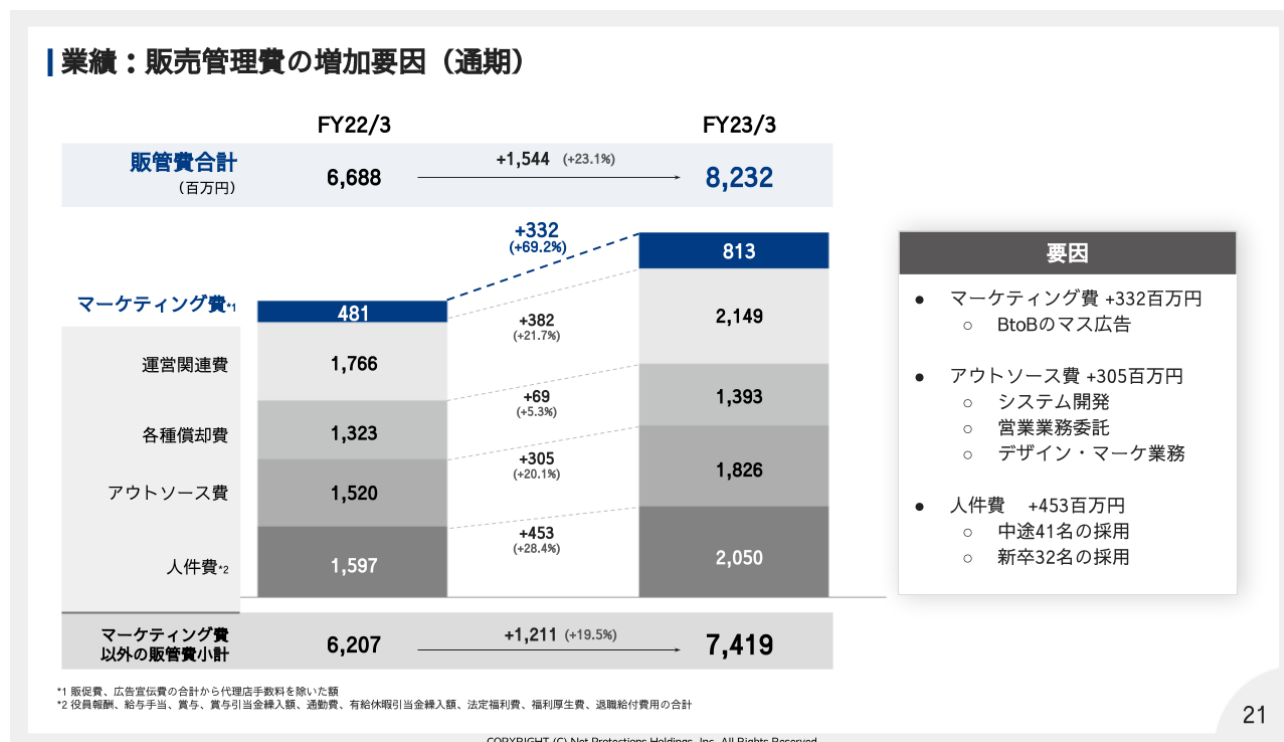
*1 売上総利益：売上収益－（回収手数料＋請求書発行手数料＋貸倒引当金繰入＋貸倒損失＋債権売却損＋存借費用、NPポイント費用等、その他決済の提供に必要な費用）
 *2 調整後EBITDA：EBITDA＋（上場準備費用＋マーケティング費用*3）
 *3 マーケティング費用：販売促進費（代理店手数料を除く）＋広告宣伝費

続きまして、営業収益・売上総利益・調整後EBITDAの推移です。

調整後EBITDAの減少が目立ちますが、こちらは戦略的な投資となり、主に営業・ITの体制強化を図ったものです。

販管費の増減要因についてご説明しますので、次のページをご覧ください。

業績：販売管理費の増加要因（通期）



販管費の増加要因となります。

23年3月期は主にマーケティングおよび体制強化の投資を行いました。

マーケティング費は前期比で332百万円増加しており、その大半はBtoB事業であるNP掛け払いのマス広告に投じたものとなります。

尚、マーケティング費は見通しに対して180百万円ほど未消化が発生しています。

これは主にBtoC事業のAFTEEやatoneでユーザー利用促進のためのキャンペーン費を積んでいましたが、24/3期に後ろ倒しになったものがあるためです。

次にアウトソース費と人件費の合計につきまして、前期比で758百万円ほど増加しておりますが、こちらが体制強化のコストとなります。

当社では毎年30名ほどの新卒を採用しており、これまでは中途採用を積極的に実施していませんでしたが、23年3月期は40名超の中途社員を採用しました。

これは加盟店および検討中の企業の規模が大きくなり、求められるサービス品質、営業サポートのレベルが上がってきており、それに対応する動きとなります。

また、機能開発や中小顧客向けの営業活動については社内メンバーだけでは賅いきれないため、業務委託を活用しておりその費用がアウトソース費として増加しております。

24年3月期_業績予想



24年3月期_業績予想

業績予想

GMV見通し

販売管理費 見通し

BtoC_atone重点施策

COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

22

ここからは24年3月期の業績見込みについてご説明申し上げます。

24年3月期 業績予想

24年3月期 業績予想

GMVおよび営業収益の二桁成長にコミット。投資継続に伴い、営業損失は前期対比で拡大を見込むが、必要な体制強化は24年3月期で一巡。以降は販管費の効率化を推進し、収益を改善していく方針。

業績予想 (百万円)	24年3月期 業績予想				(参考) 23年3月期 実績
	上期	下期	通期	FY23/3対比	
GMV (non-GAAP) *1	267,342	306,657	574,000	+15.0%	499,035
BtoC	183,105	210,894	394,000	+8.8%	362,070
BtoB	84,237	95,762	180,000	+31.4%	136,964
営業収益	10,097	11,478	21,576	+11.6%	19,330
売上総利益 (non-GAAP) *2	3,763	4,336	8,100	+9.0%	7,433
営業損失	(676)	(203)	(879)	-	(404)
EBITDA (non-GAAP) *3	61	566	627	-40.0%	1,045

*1 GMV：当社グループ決済サービスの流通取引総額

*2 売上総利益：売上収益より、営業費用のうち賃借関連費用及び請求にかかる費用（印刷代、取替代行費用、郵便料金）等を減じた額

*3 EBITDA：営業利益＋減価償却費・償却費＋株式報酬費用＋固定資産売却損＋減損損失－減損損失戻入益

COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

23

今期は全社GMVの15%成長にコミットいたします。

足もと株式市場を見ると利益を重視する企業も多く、当社は利益を出せる体質ではありませんので、その前提で投資家のみなさまとの対話を重ね、また取締役会で議論をして参りました。

結果、当社への期待は将来の利益最大化を目的としたGMV成長であり、20%成長をベンチマークとするものと理解しました。

BtoCは薬機法影響が一部残る回復途上でございますので、その点も考慮して24年3月期の業績は全社GMV15%増にコミットさせて頂きたいと考えています。

尚、24年3月期は前期に引き続き、営業・ITの体制強化を推進しますが、期中で必要な体制は充足するため、以後は販管費を効率化し、成長と利益のバランスを意識した経営にシフトチェンジする予定です。

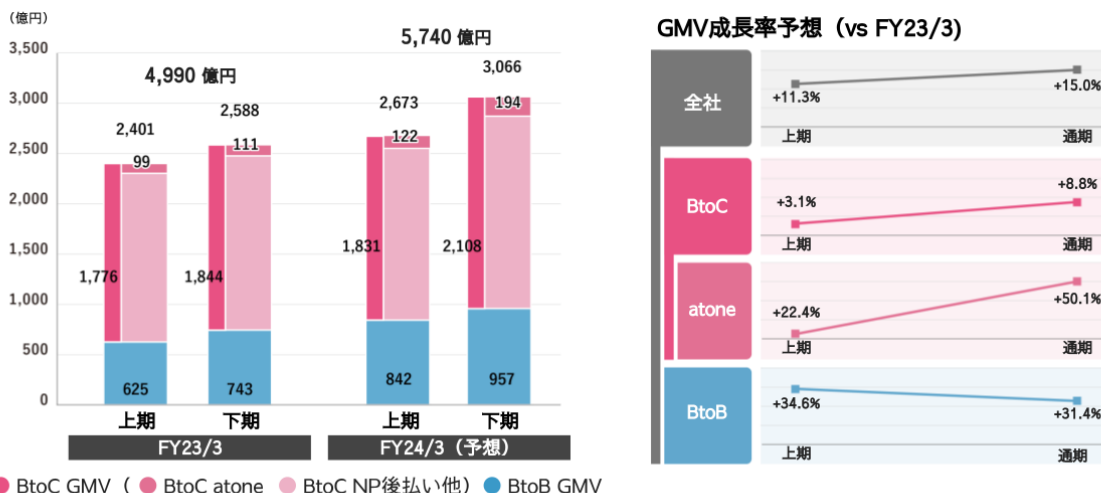
そのため、利益指標について、今まではマーケティング費を足し戻した調整後EBITDAを重要指標として開示してきましたが、今後は、より株主・投資家のみなさまが収益の確認をしやすい営業損益およびEBITDAを重要指標とさせていただきます。

24年3月期 GMV見通し

24年3月期 GMV見通し

通期GMVは全社5,740億円（BtoC atone 316億円、BtoC NP後払い他 3,623億円、BtoB 1,800億円）を計画。

BtoBの堅調な成長に加え、下期よりBtoC atoneが急伸し、通期GMV は前期比 +15.0%を目指す。



COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

GMVの上期・通期の計画となります。

当社サービスはリカーリングなビジネスとなりますので、下期偏重となります。

見積もり方としては、既存取引は23年3月期の実績・トレンドをもとに算出し、そこにストレスをかけた新規案件の見込み額を積み上げ、試算しております。

成長率は上期はBtoCで3.1%、BtoBで34.6%。そして通期で見るとBtoCは8.8%、BtoBは31.4%の成長を見込んでいます。

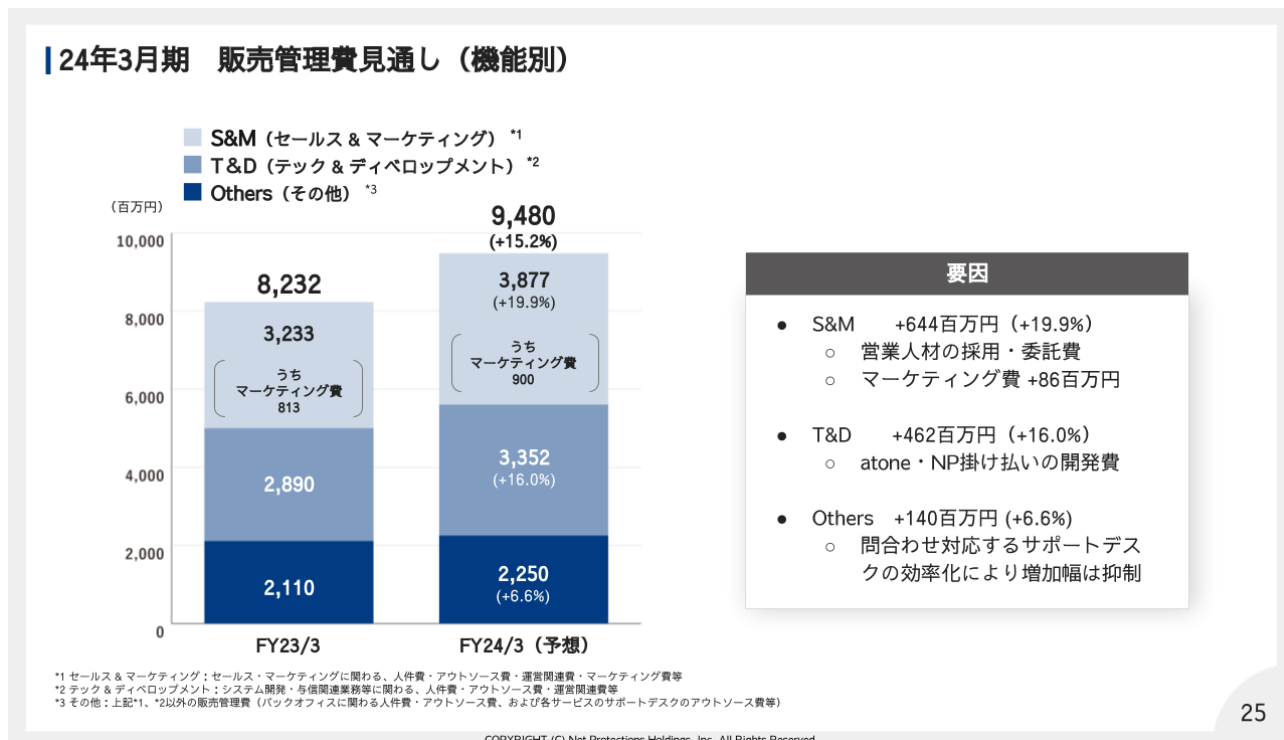
BtoCではatoneにおいて下期に大手加盟店の稼働を予定しており、通期で50%の高い成長を見込んでいます。

また、足もとの案件を稼働させ更なるアップサイドを狙います。

BtoBは前期の勢いをそのままに、年間を通して30%成長を維持できるものと考えています。

前期のマーケティングにより有力案件が増えていることから、更なる新規稼働によるGMVの上積みも十分にあるものと考えています。

24年3月期 販売管理費見通し（機能別）



販管費の見通しとなります。

当社では人件費・アウトソース費への投資を進めていますが、どのような性質の費用かが分かり辛いことから、部署機能で区分しております。

販管費は全体で、前期比12.4億円の増加を計画しています。

増加額のうち半分はセールス&マーケティングの攻めの投資であり、特に営業人員の採用およびアウトソースを強化します。

この1年間で営業案件は1.5倍に増えており、今後も継続して案件の増加が見込まれるため必要な投資と考えています。

一方パートナーとの営業連携も加速していることから、大規模な体制強化は今期で充足するため、その後はコストコントロールを徹底します。

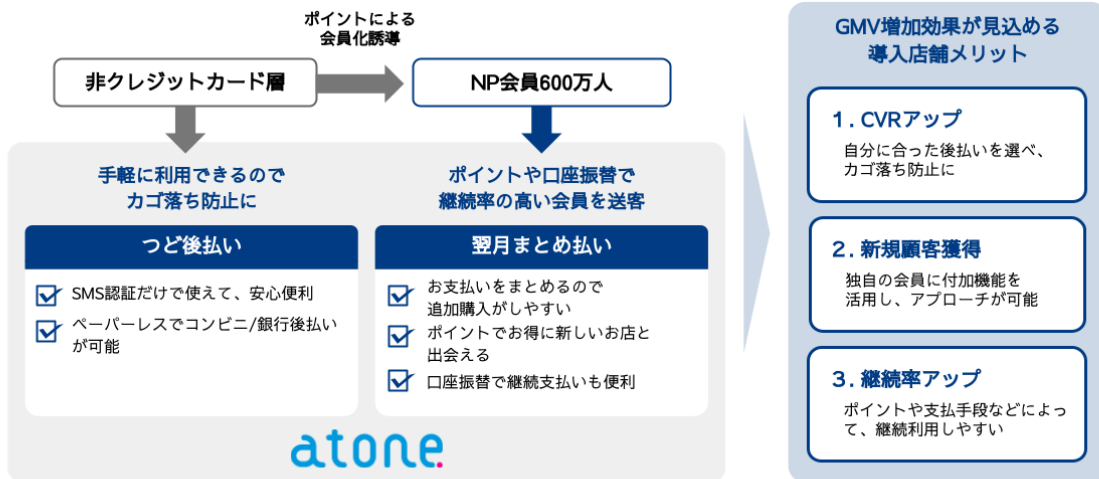
また、始められる部分から効率化も進めており、例えばその他に含まれるサポートデスク費はデジタル技術を活用することで効率化できる見込みのため、今期からGMV・営業収益対比で抑制できる計画となります。

尚、販管費の考え方ですが、当社のビジネス特性上、システム開発は業容拡大のために必要不可欠ですので、セールス&マーケティングとその他の販管費を段階的に効率化していくことで、コスト抑制を図ってまいります。

BtoC_atone重点施策（つど後払いによる初回ユーザー獲得）

BtoC_atone重点施策（つど後払いによる初回ユーザー獲得）

登録なしで使える「つど後払い」機能により初回ユーザーのCVR向上を図る。
付加価値の高いサービスを用意し、会員化を促し、ユーザーのLTVを向上させる。



COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

26

柴田紳CEO：業績見通しについて、BtoCにおいてatoneの重要性が増していますので、戦略について、わたくし柴田から補足させていただきます。

1つは第3四半期の決算発表でもご報告差し上げた「つど後払い」機能の実装です。

atoneはこれまで会員登録が必須でしたが、この「つど後払い」は登録なしで、すぐにatoneが利用可能です。

後払いは使いたいけど登録はしたくない、というユーザーも多いことから、本機能でユーザーの利用率が上がると予想されます。

「つど払い」を経験したユーザーには、ポイント付与や口座振替支払いといった付加価値をフックに会員化を促します。

会員にはDMやプッシュ通知で販売促進が可能となりますので、ショップへの送客支援も可能となります。

atoneはショップの集客支援もできるBNPLサービスに進化させていこうと考えています。

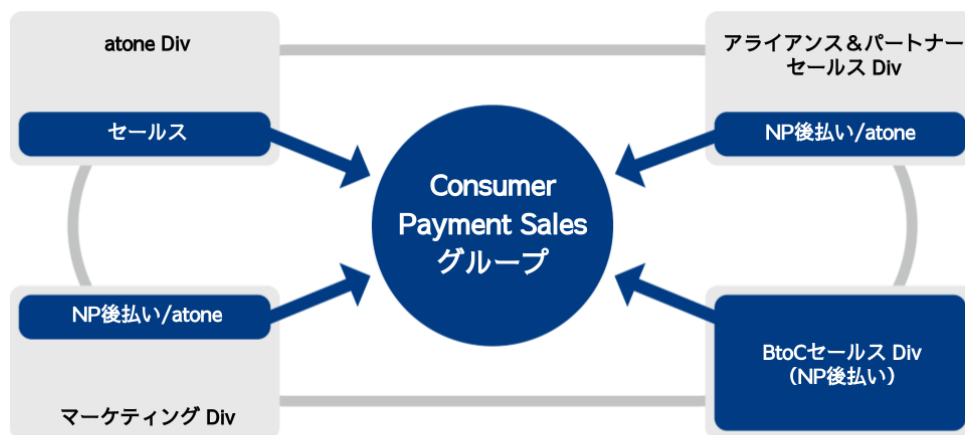
すでに「つど後払い」機能はリリース済で、ファーストユーザーも稼働しています。

これから稼働数も増えていくので、その成果については、次回以降の決算発表でご報告差
し上げられればと思います。

BtoC_atone重点施策（atone×後払いのセールス統合）

BtoC_atone重点施策（atone×後払いのセールス統合）

atoneとNP後払いの法人営業・パートナー営業・マーケティングを横断する部門を新設。
atoneの拡販の強化とセールス費用の効率化を両立するチーム体制に移行。



atoneのセールス&マーケティング体制：10名 → **40名**

27

COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

もう1つは大々的な組織改編となります。

今までは売上構成比が高いNP後払いにリソースを寄せておりましたが、
今期よりatoneの拡販強化と営業コストの効率化を目的に、2サービスのセールス&マーケティング部門を統合しています。

NP後払いに従事していた30名が今期からatoneに注力することで、案件獲得、商談、稼働、運用サポートのすべての品質を上げて参ります。

尚、NP後払いの引き合いも、まだまだございますので、これらのメンバーはatoneを主体にしつつNP後払いの販売・サポートを行っていきます。

以上の取組によりatoneを加速させ、BtoC成長を回帰することで業績予想を超える実績を目指してまいります。

成長戦略_振り返り



成長戦略_振り返り

重要施策

- ・マーケティング振り返り
- ・アライアンス 振り返り
- ・24年3月期_方針

COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

28

最後のパートは重点施策の振り返りと24年3月期の方針となります。

23年3月期_重要施策（振り返り）

23年3月期_重要施策（振り返り）

GMV・売上高の成長を目指すための重点施策。

マーケティング強化



- ✓ BtoBは認知度向上による加盟店獲得
- ✓ 台湾事業は利用率向上による決済シェアの向上

アライアンス



- ✓ 大手プラットフォームとの事業連携
- ✓ 地銀・信金連携による請求業務のDX化推進

atoneの拡張



- ✓ 会員登録が不要な後払い機能の実装
- ✓ 加盟店向けユーザー送客の充実
- ✓ 実店舗におけるatone利用の加速

重要施策を実施するための体制強化

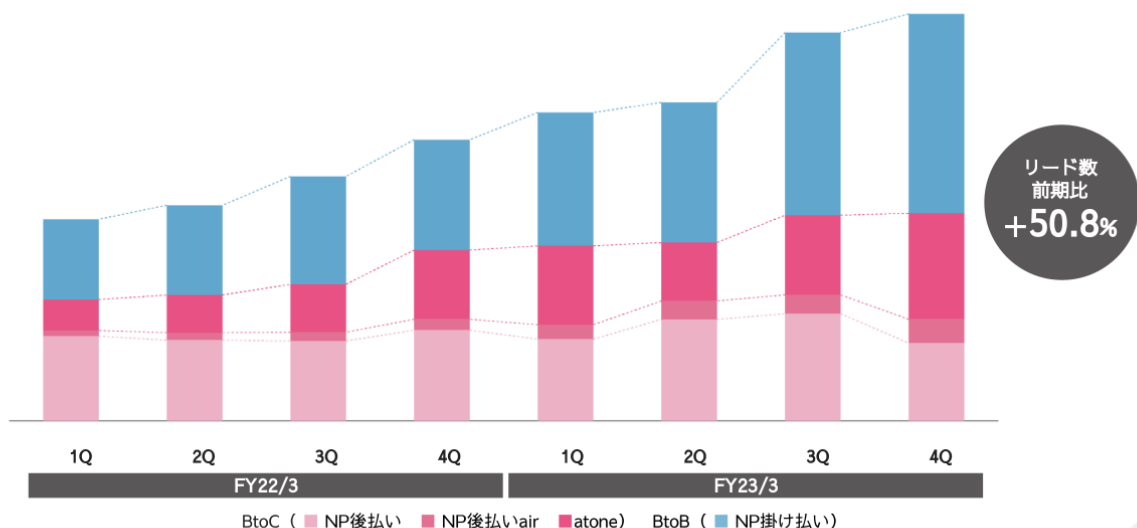
最後はこの1年間の重点施策の振り返りです。

ご覧のとおりマーケティング・アライアンスといった加盟店獲得施策に注力してまいりました。

リード件数の推移

リード件数の推移

各事業のリード数は堅調に推移し、23/3期のリード件数は前期比+50.8%。



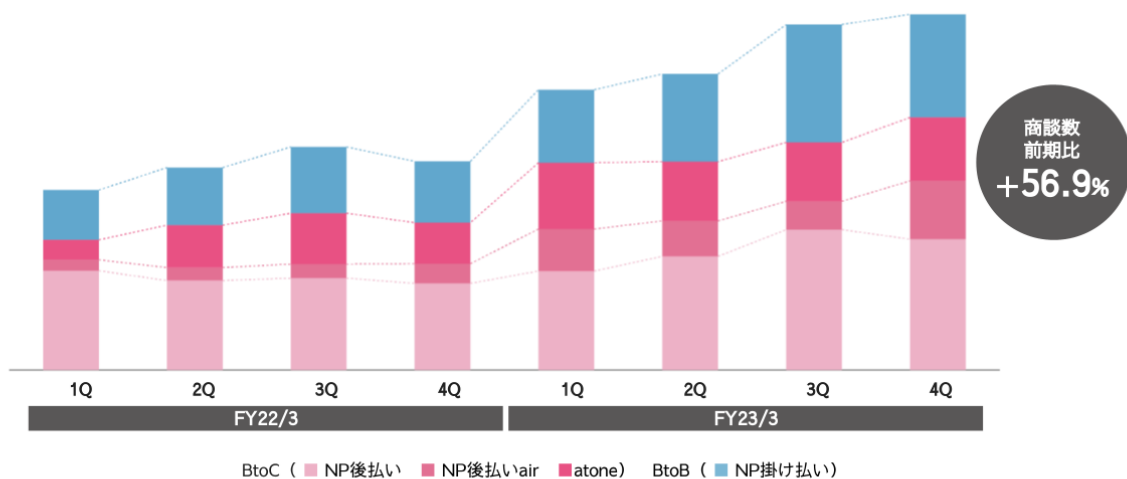
*1 リード数=WEB資料請求数+代理店経由の紹介案件数

マーケティングとしての広告最適化、アライアンスとしての案件を紹介いただくパートナーシップの構築、この両輪が上手くワークしており、リード数は前期比で1.5倍になっています。

商談件数の推移

商談件数の推移

23/3期の商談件数は前期比+56.9%。



COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

31

商談件数は前期比56.9%増となり、こちらも大きな成果を出すことができました。

資料請求や紹介で発生したリードを担当に振り分け、迅速に対応するワークフローが回り始めています。

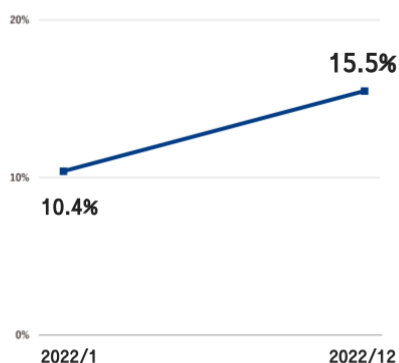
23年3月期_マーケティング施策振り返り

23年3月期_マーケティング施策振り返り

注力サービスのNP掛け払いにおいては、マス広告実施後に認知度・大口商談件数が大きく伸長。

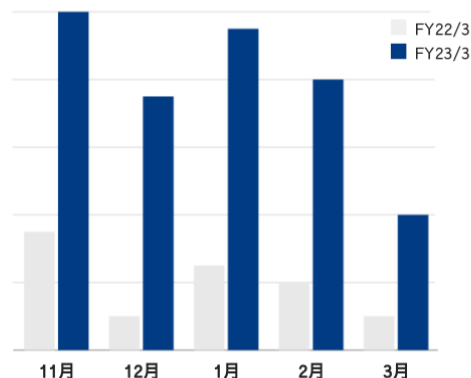
NP掛け払い認知度^{*1}

22年11月のマス広告施策後、放映地域におけるサービス認知度が大きくジャンプ



NP掛け払い大口商談件数^{*2}

マス広告とデジタルマーケティング施策PDCAの相乗効果で、特に大口商談の件数が増加



^{*1}: 調査委託先: M-Force、回答者: 関東・関西圏の25-65歳男女、調査広告代理業/金融業を除く企業の経営者・役員もしくは正社員、N=8,000

^{*2}: 見込み月間取扱高が1,000万円以上の商談。

NP掛け払いのマーケティング成果となります。

取組みとしては、TV-CMで認知を獲得し、デジタルマーケティングで案件化するという内容になります。

結果、認知度および案件数を狙い通り増やすことに成功しており、何より評価できる点は大口商談が増加していることです。

マス広告は数は増えるが質が伴わないという失敗例を耳にすることもありましたが、当社においては、しっかり質を伴う取組みができたと考えています。

成功要因として、外部パートナーに依存し過ぎず、専門性の高い人材を採用できた点にあると考えています。

マーケティング全体の戦略を描くエグゼクティブをはじめ、デザイナーや広告運用担当の採用も進み、上手くPDCAが回せました。

ノウハウが社内に貯まったため、今後も安定した成果が期待できると考えています。

23年3月期_アライアンス_振り返り①

23年3月期_アライアンス_振り返り①

国内を代表する業界のトッププレイヤーと営業・システム連携を実現。
決済・金融パートナーとの事業提携により販売網を広げることで、継続的なリード創出の仕組みを構築。
今後はこれらパートナーとサービススキームも検討予定。

アライアンス先 (抜粋)

	販促支援	販売システム構築 (ECカート・他プラットフォーム)	ファイナンス (決済・金融)
BtoC		 	 
BtoB			     

COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

33

こちらは当社が構築することに成功したアライアンスのネットワークとなります。

特にファイナンス領域では、日本を代表する、名だたる企業様と業務提携できており、継続的なリード創出の仕組み作りができたと考えます。

パートナーごとに得意領域が異なるため、EC・対面型サービス・BtoBといった様々なお客様を繋いで頂くことができます。

今後は営業紹介に留まらず、新しいサービススキームも検討できればと考えております。

23年3月期_アライアンス_振り返り②

23年3月期_アライアンス_振り返り②

地方金融機関5社との業務提携、合わせて当社地方拠点を設立。
「NP掛け払い」「NP後払いair」を通じ、拡大著しい「請求業務のDX」ニーズに対応。

事業連携の推進

- ・請求業務のDX支援
- ・新規顧客獲得



国内営業拠点網の強化

連携先拠点に専属営業スタッフを配置し加盟店獲得を促進



34

COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

同じくアライアンスですが、こちらは地方金融機関との提携実績となります。

地方戦略は、とりわけ「NP掛け払い」と「NP後払いair」の推進を目的としています。

東京をはじめとする大都市と比較すると地方は人手も少なく、業務改革が課題になっています。

当社サービスの中でも「NP掛け払い」と「NP後払いair」は請求業務を丸投げできるBPOサービスとなるため企業における請求業務のDXに役立てるものと考えています。

地銀・信金様とタッグを組み、また地方拠点を置き、営業サポートを充実させていくことでサービス浸透に努めています。

既に多くの商談がスタートしているため、今後はその成果についてもご報告できればと思います。

23年3月期_サービスの新規導入結果（抜粋）

23年3月期_サービスの新規導入結果（抜粋）

BtoB、BtoC、海外（台湾）で、業界の大手事業者へのサービス導入が相次ぐ。
デジタルコンテンツなど非物販領域の導入が進む。



35

COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

こちらは、この1年間で新たに導入いただいた企業様の抜粋となります。

数年前まではほぼEC物販の導入でしたが、今はそれ以外の業種の企業が大半を占めており、BtoB、BtoC共に商材カテゴリーの分散が順調に進んでいることが見て取れるかと思えます。

24年3月期_方針

| 24年3月期_方針

国内BtoC市場への更なる浸透

NP後払いからatoneへ転換期とし、atone加盟店 約36.5万店・当社会員600万人超のさらなる拡大を目指す。
ホワイトスペースである非物販・実店舗の**加盟店拡大のための機能開発・UI/UX改善**。
加盟店獲得のための大手店むけにポイント還元等の販促支援を実施。

DX事業としてNP掛け払い・NP後払いairの拡大

NP掛け払い・NP後払いairによる、DX支援を推進する。
全国の有力企業の**加盟店拡大のための地方拠点の営業体制の強化**。
サービスの品質向上のための連携パートナーの獲得。

海外事業の進展

AFTEEによるアジア展開を推進する。
台湾における収益化のための**加盟店獲得に加えリスクコントロール（与信）の強化**。
継続的な成長のために**ベトナムでの新興国型のサービスモデルの確立**。

36

COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

24年3月期の方針は、大きくは3つです。

1つに「国内BtoCの更なる浸透を目指し、ヒト・モノ・カネといったリソースをNP後払いからatoneに寄せていきます」

2つに「DX事業と位置づけられるNP掛け払い、NP後払いairの営業網を全国に広げ営業を強化します」

3つに「海外サービスであるAFTEEの収益化を目指し、加盟店拡大と並行して与信の強化を図ります」

今後の四半期決算においては、これらの進捗および成果についてご報告できればと存じます。業績報告は以上となりますが、本決算でございますので、当社のサステナビリティの活動についても簡単に触れさせて頂ければと思います。

サステナビリティ

サステナビリティ

基本方針

お互いが信頼しあえる、なめらかな社会づくりに貢献する

歪みのない組織を土台として、お互いが信頼しあえるなめらかな社会の実現することで、持続可能な社会の実現に対し貢献できるものと考え、事業面・組織面から取り組みを行います。



SOCIAL - 社会 -

社会発展と社員の自己実現の両立を目指し、誠実で変革思考のwillを持つ人材への成長支援、「自律・分散・協調」型のティール型組織の運営、全ての人のポテンシャルを引き出す包括的な環境づくりに取り組んでいます。



ENVIRONMENT - 環境 -

ステークホルダーが暮らす地球自体もステークホルダーとして捉え、地球環境に対しても真心をもって向き合いたいと考えています。



GOVERNANCE - ガバナンス -

リスク管理委員会の設置や、必要に応じて当社グループを横断したチーム及び外部専門家にて検討を深め、サステナビリティ施策の有効性及び実効性を担保します。

COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

76

当社のサステナビリティの基本方針は「お互いが信頼しあえる、なめらかな社会づくりに貢献する」と掲げております。

歪みのない組織を土台として、お互いが信頼しあえるなめらかな社会の実現することで、持続可能な社会の実現に対して貢献できるものと考え、事業面・組織面から取り組みを行う方針です。

もう少し詳細に説明しますと、事業として行っているBNPL決済は、売り手と買い手双方の信用を底上げすることが本質にあり、その役割を当社が果たすことで、商取引に関わる様々な摩擦や非効率を減少させられる、と考えています。

この事業を進めて行く過程で、社内の歪みを減らすことに向き合い続け、結果として階層のないフラットでオープンな組織風土をつくることができれば、社員個々人のエネルギーを最大限発揮でき、社会価値の高い事業を生み出せるものと考えています。

SOCIAL - 社会 -

SOCIAL - 社会 -

サービス、顧客・パートナーとの関係性、組織づくりにおいて歪みのない状態を実現・持続することで社会貢献を果たしていきます。誠実で変革志向のWillを持つ人財を全体最適、長期視点志向を持てるよう成長を支援し、人財が自律的に役割を考え、柔軟にコラボレーションできる環境・組織をつくっています。



採用・成長支援

特色

- 価値観合致の高い人財の採用
- 約半年間の新卒社員向け研修、継続的な学びの支援
- 志向性に応じた配属環境を実現するための「ビジョンシート」



自律・分散・協調型の ティール型組織

特色

- マネージャー制度を廃止した人事評価制度「Natura」
- 組織のサイロ化を防ぎ、柔軟なコラボレーションを促進する流動的な人財配置
- 組織作りの土台となる社内交流



すべての人のポテンシャルを引き出す 包括的な環境づくり

特色

- 様々な属性を持つ人財が活躍するフラットな組織
- ライフスタイルや働き方の多様化に対応するフレキシブルな働き方
- オープンな情報開示

COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

77

こちらは、歪みのない組織づくりのために必要であると当社が考えるポイントです。

大きくは「個々のキャリアを意識した採用・成長支援」・「自律・分散・協調型の組織思想」・「ポテンシャルを引き出す環境づくり」の3つに取り組んでいます。

その中核にくるのが「ティール型組織」です。

上下が明確な階層組織ではなく、可能な限り、全員がオープンに同一の情報を保有し、フラットな環境で議論する。

その結果、個々に良い成長機会を与えながら、チームとしての生産性を上げていけるものと考えています。

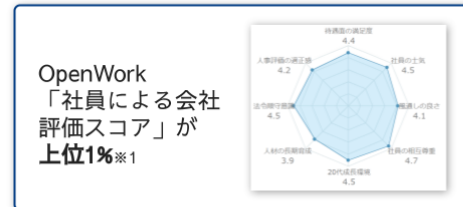
サステナブルな成長の起点となるティール型組織

サステナブルな成長の起点となるティール型組織

組織力は「つぎのアタリマエ」を生み出す核。

ネットプロテクションズは自律・分散・協調を実現するティール型組織を採用し、社員の自己実現と社会発展の両立を真剣に目指しています。

Natura	マネージャー制度を廃止した人事制度「Natura」の制定によって、年次や役職関係なくすべての社員の意見を尊重した意思決定を実現。
ビジョンシート	自分の将来像・やりたい分野・異動希望などを社員一人ひとりが記入し、全社員に公開する「ビジョンシート」制度。志向性に応じた配属環境を実現。
人材育成	新入社員に約半年間各種スキル体得のため研修を実施。この研修の中で、ITスキル研修を全員が履修。



*1 転職・就職のための情報プラットフォーム「OpenWork」に掲載されている全64,971社中の総合評価スコア上位1%（2023年5月1日時点・総合評価点4.52）

*2 2020年3月31日～2023年3月31日に入社した新卒の2023年3月31日時点での在籍率

このティール型組織を採用し、その思想のもと、ユニークな制度・仕組みを生み出しています。その結果として、社員の働き甲斐が上がり、会社全体が活性化しつつあると考えています。

これら、社員の自己実現と社会発展の両立を目指す活動については近々、サステナビリティに係るページを当社コーポレートサイトに公開していく予定となります。

23年3月期通期決算説明は以上となります。ご清聴ありがとうございました。

メールでの情報配信のご案内

メールでの情報配信のご案内

IRから以下のような情報をメールで配信しております。

- 説明会・セミナー開催のご案内
- IRサイトへの決算資料掲載のご案内
- ニュースリリースのご案内

受信をご希望の方は、下記リンクあるいは右のQRコードよりご登録をお願いします。

<https://share.hsforms.com/1cFnQYeGRRZ6UU7lvZyGgRwcwzc4>



ディスクレームー

- 本資料及び本資料にて提供される情報は企業情報等の提供のために作成されたものであり、国内外を問わず、当社の発行する株式その他有価証券の勧誘を構成するものではありません。
- 本資料及び本資料にて提供される情報は、いわゆる「見通し情報」(Forward-looking Statements)を含みます。
- これらは現在における見込、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招きうる不確実性を含んでおります。
- それらリスクや不確実性には、一般的な業界並びに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本資料に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。