

2025年3月期 第1四半期 決算説明資料

株式会社ネットプロテクションズホールディングス
(東証 プライム市場：7383)



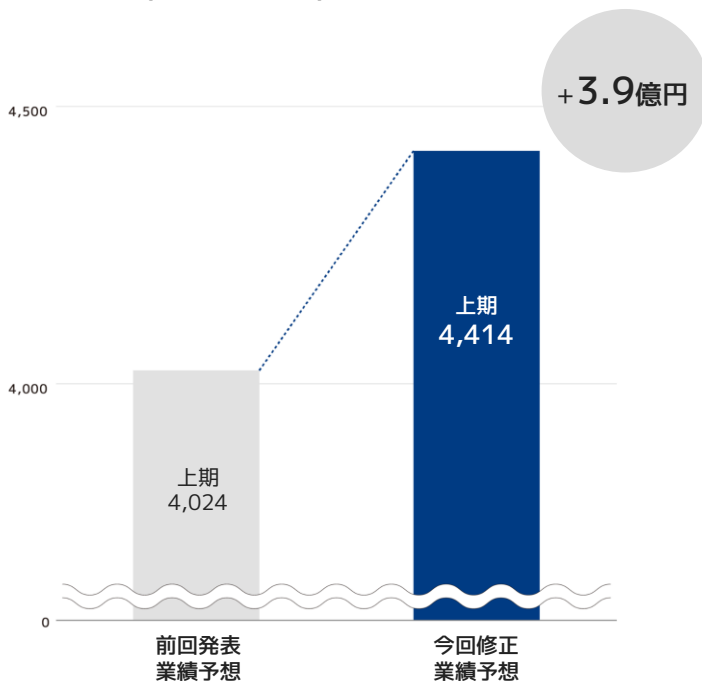
| | |
|----------------|----|
| 25/3 業績予想の上方修正 | 3 |
| 全社業績ハイライト | 8 |
| 経営TOPICS | 22 |
| Appendix | 26 |



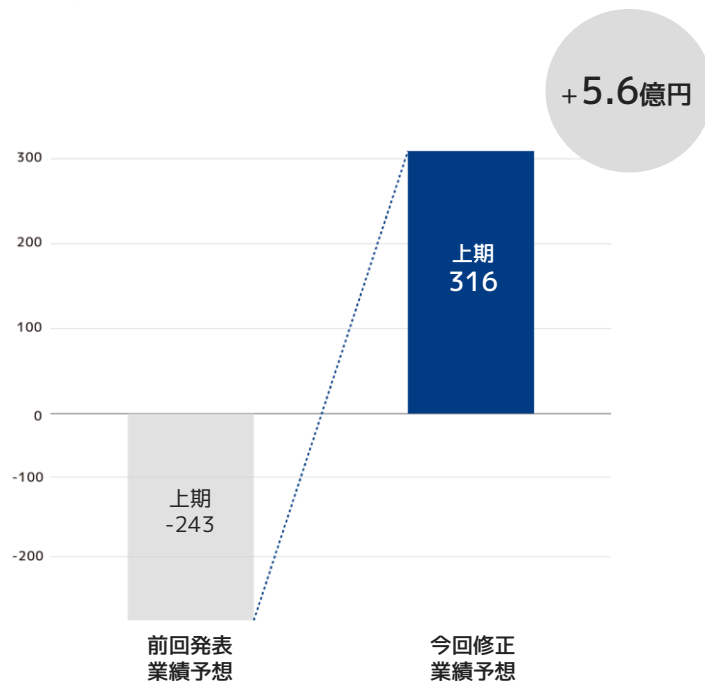
25年3月期 業績予想の上方修正

上期の売上総利益+3.9億円、営業損益は+5.6億円の見込み（前回発表 業績予想対比）。
大幅な計画超過が確実視されるため、業績予想を上方修正。

売上総利益（non-GAAP）（百万円）



営業損益（百万円）



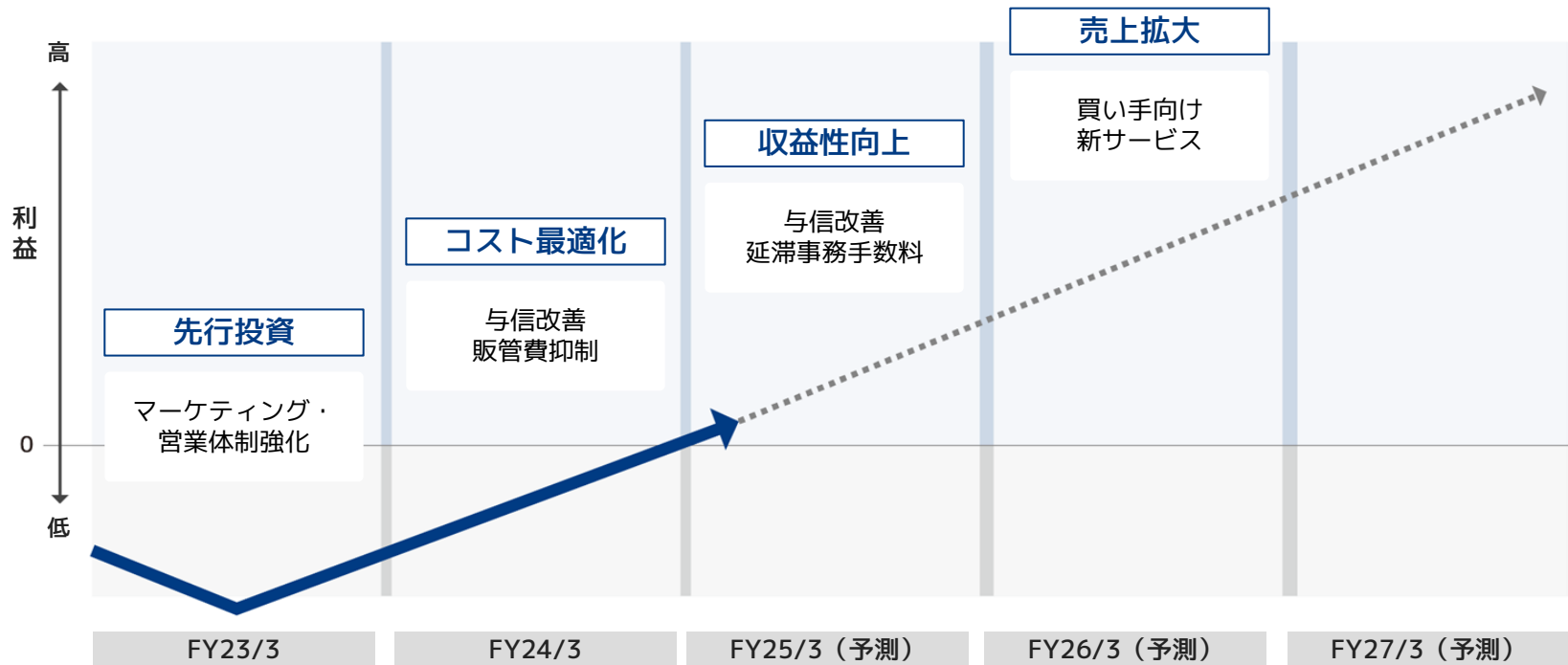
第1四半期の実績上振れを上乗せし、通期業績予想を上方修正。
営業利益は5.2億円から10.8億円となり、前回発表から2倍に。

| (百万円) | 前回発表 通期予想 (A) | | 今回修正 通期予想 (B) | | (B) - (A) 増減額 | (B) ÷ (A) 増減率 |
|---------------------|------------------|---------|------------------|---------|------------------|------------------|
| | 通期 | | 通期 | | | |
| | 上期 | 下期 | 上期 | 下期 | 通期 | 通期 |
| GMV (non-GAAP) *1 | 630,500 | | 630,500 | | - | - |
| | 300,000 | 330,500 | 300,000 | 330,500 | | |
| 営業収益 | 23,000 | | 23,000 | | - | - |
| | 10,740 | 12,260 | 10,740 | 12,260 | | |
| 売上総利益 (non-GAAP) *2 | 9,062 | | 9,452 | | 390 | +4.3% |
| | 4,024 | 5,038 | 4,414 | 5,038 | | |
| 営業損益 | 520 | | 1,080 | | 560 | +107.6% |
| | (243) | 763 | 316 | 763 | | |
| 税引前利益 | 433 | | 983 | | 550 | +127.0% |
| | (283) | 716 | 266 | 716 | | |
| 親会社の所有者に帰属する 当期利益 | 268 | | 658 | | 390 | +145.5% |
| | (167) | 435 | 223 | 435 | | |
| EBITDA | 2,273 | | 2,803 | | 530 | +23.3% |
| | 628 | 1,644 | 1,158 | 1,644 | | |

*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 - (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)

先行投資期を経て、コスト抑制×収益性の向上により利益体質に。
今後は利益を意識しながら、さらなる売上拡大を目指す。



独自与信システムを磨き上げることで、今後も低い未払い率の実現が可能。

与信システム改善施策

| | | 24/3期 下期 | 25/3期 上期 | 25/3期 下期 |
|--------|------|--------------|-------------------|------------------|
| NP後払い | 取組内容 | 不正検知ロジックの改善 | 与信上限額のチューニング | |
| | 期待効果 | 不正取引の検知強化 | 与信通過率の向上 / 未払いの抑制 | |
| atone | 取組内容 | スコアリングモデルの刷新 | 不正検知ロジックの刷新 | スコアリングモデルの改善 |
| | 期待効果 | 与信上限額設定の精度向上 | 他事業の成功モデルを活用 | 蓄積データをもとにモデルの最適化 |
| NP掛け払い | 取組内容 | 与信上限額の厳格化 | | 与信上限額のチューニング |
| | 期待効果 | 高額取引の審査強化 | | 与信通過率の向上/未払いの抑制 |



全社業績ハイライト

全社

GMV 2桁成長・黒字化の達成。

全社 GMV **1,494億円** 前年同期比 +10.0%
(BtoC +0.6%、BtoB +30.4%)

1Q 営業利益 **2.7億円**
前年同期比 +6.2億円

BtoC atone

1Q GMV **80億円** 前年同期比 +34.3%

Topics

EC領域で新規店の導入・既存店の伸長がともに好調。

BtoC NP後払い 他

1Q 売上総利益 **16億円** 前年同期比 +26.2%

Topics

健康食品の風評被害によりGMVは858億円 (YoY-1.7%) も、不正検知の改善効果により、売上総利益は大幅な積み上げ。

BtoB NP掛け払い

1Q GMV **555億円** 前年同期比 +30.4%

Topics

求人広告と食品卸カテゴリーの取引が伸長。

計画比で早期の黒字化（営業利益2.7億円）を達成。
未払いコントロールにより売上総利益が向上。

| (百万円) | FY25/3 1Q | | 通期業績予想*4（前回発表） | |
|----------------------|-----------|--------------|----------------|-------|
| | 実績 | 前年同期比 増減率 | 通期予想 | 進捗率 |
| GMV (non-GAAP) | 149,481 | +10.0% | 630,500 | 23.7% |
| 営業収益 | 5,254 | +1.6% | 23,000 | 22.8% |
| 売上収益 | 5,091 | +0.9% | — | — |
| 売上総利益 (non-GAAP) *1 | 2,257 | +24.9% | 9,062 | 24.9% |
| 販売管理費 | 2,137 | -6.2% | 8,954 | 23.9% |
| その他営業費用 | 8 | — | — | — |
| 販売管理費のうちマーケティング費用*3 | 116 | -27.7% | 539 | 21.5% |
| 営業損益 | 273 | 黒転 | 520 | 52.6% |
| EBITDA (non-GAAP) *2 | 681 | +4084.7% | 2,273 | 30.0% |

*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－減損損失戻入益）

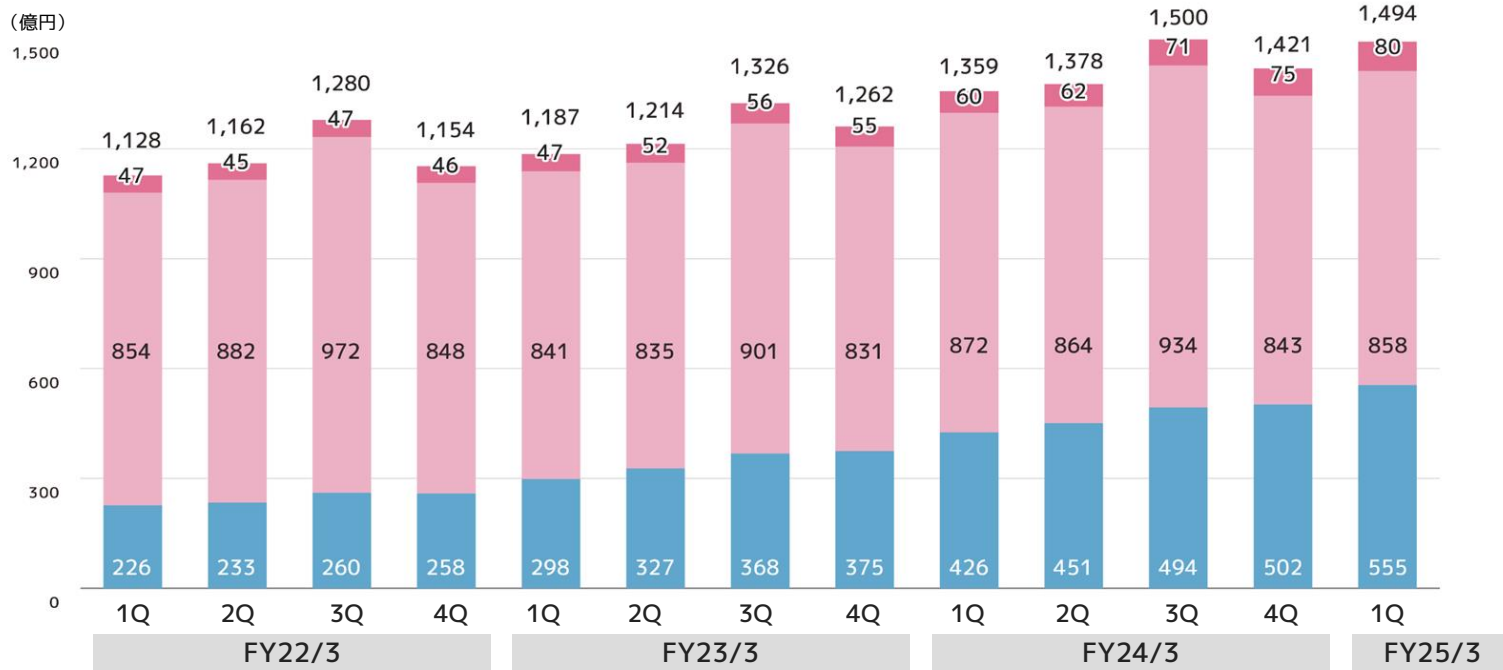
*3 マーケティング費用：販売促進費（代理店手数料を除く）＋広告宣伝費

*4 2024年5月15日 決算短信および決算説明会資料より

累計全社GMVは前年同期比+10.0%。
atone+34.3%、NP掛け払い+30.4%とけん引。

前年同期比
+10.0%

● BtoC atone*1 ● BtoC NP後払い他*2 ● BtoB NP掛け払い*3



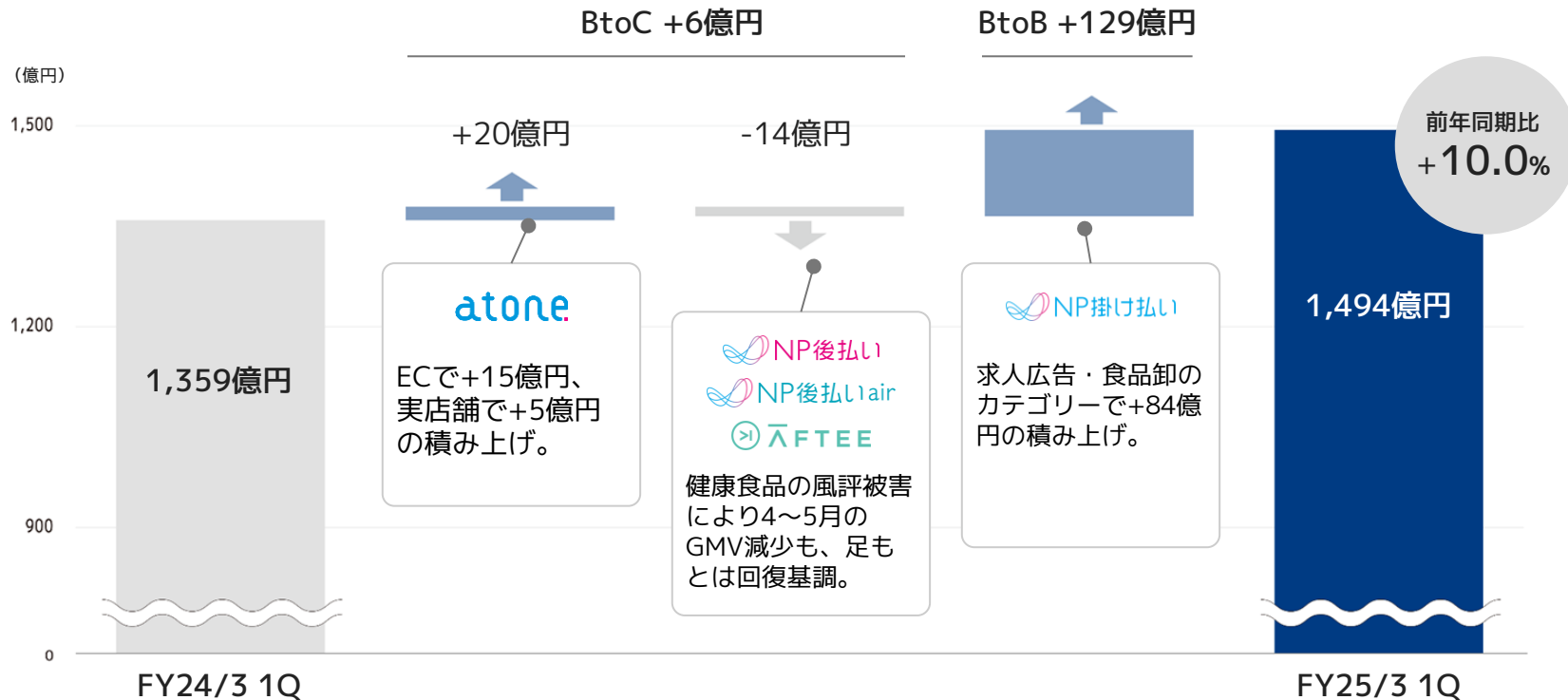
*1 当社グループが提供するatoneを通じて決済される金額（消費税を含む。）の合計額

*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

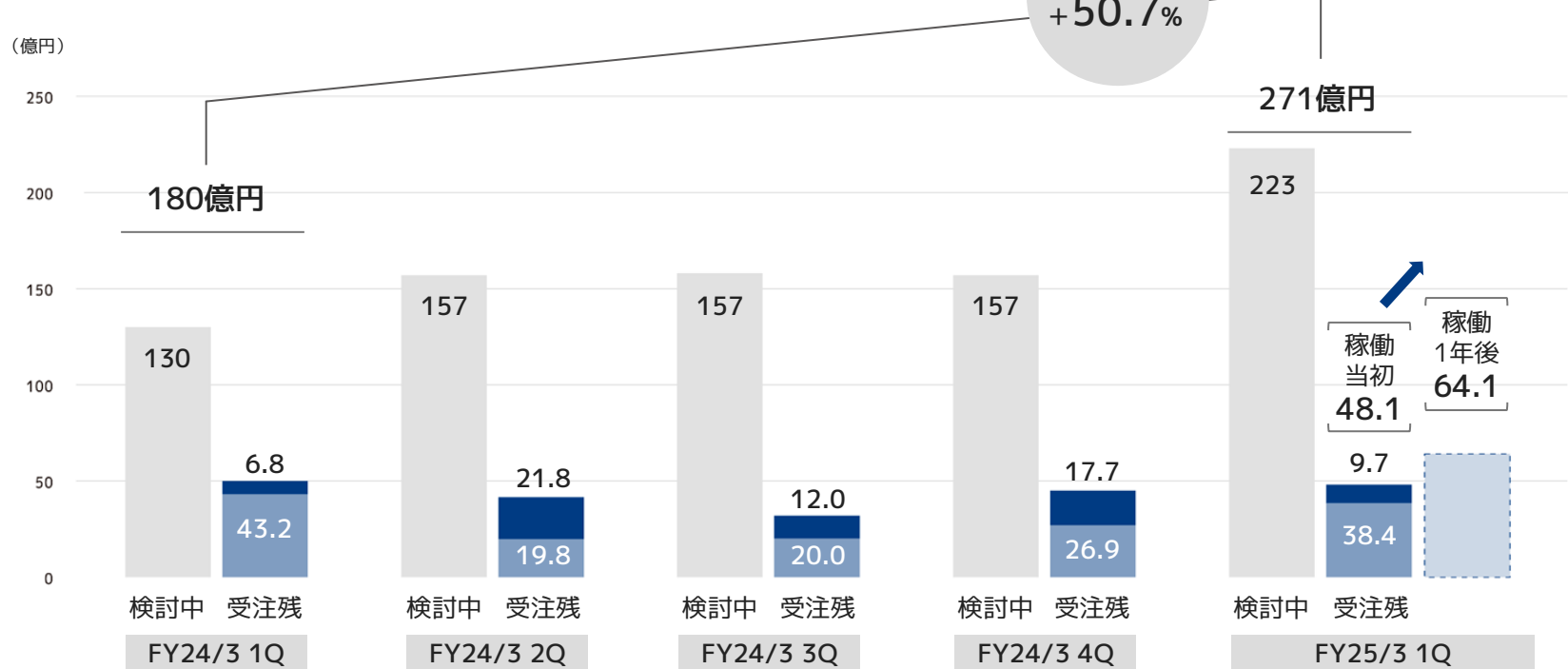
GMV（1Q 前年同期比 加算額）

BtoCで6億円、BtoBで129億円のGMV加算により、
全社GMVは前年同期比+10.0%増の135億円の積み上げ。



1年以内の稼働予定の受注残GMV^{※1}は48.1億円/月。 商談中の検討案件も大幅に増加。

■ 検討中 ■ 受注残 ■ 受注残 (新規受注)

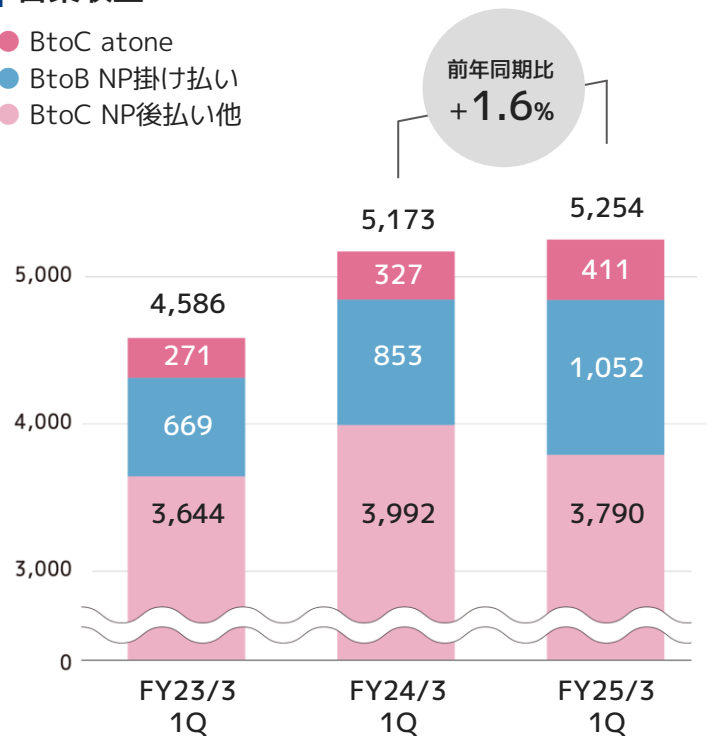


*1 1年以内に稼働見込みの契約済案件。

主にBtoCサービスの与信コントロールの改善が進み、売上総利益は前年同期比+24.9%。

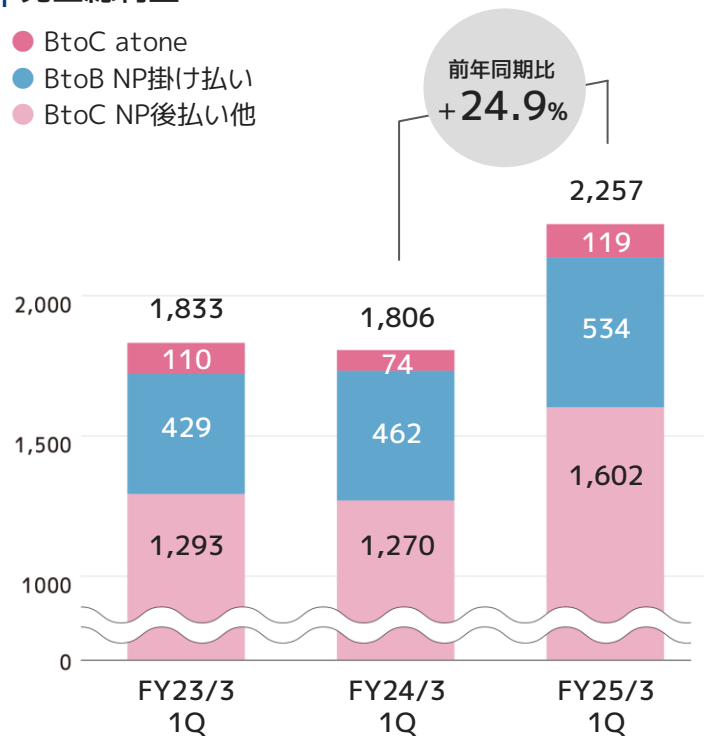
営業収益（百万円）

- BtoC atone
- BtoB NP掛け払い
- BtoC NP後払い他



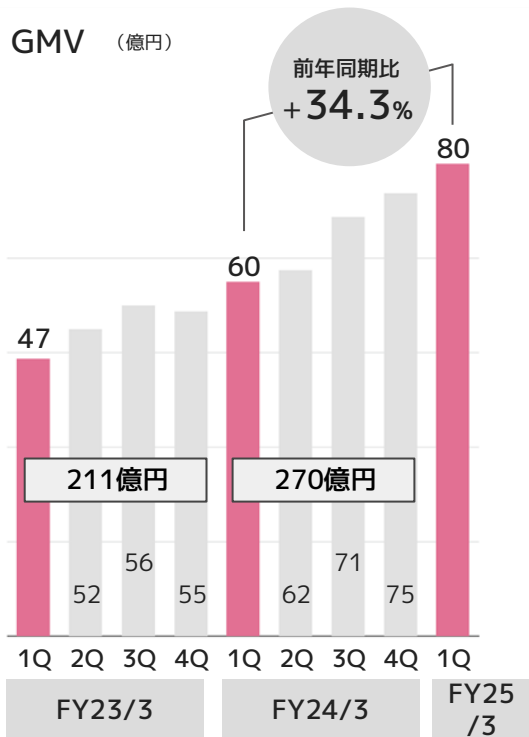
売上総利益（百万円）

- BtoC atone
- BtoB NP掛け払い
- BtoC NP後払い他

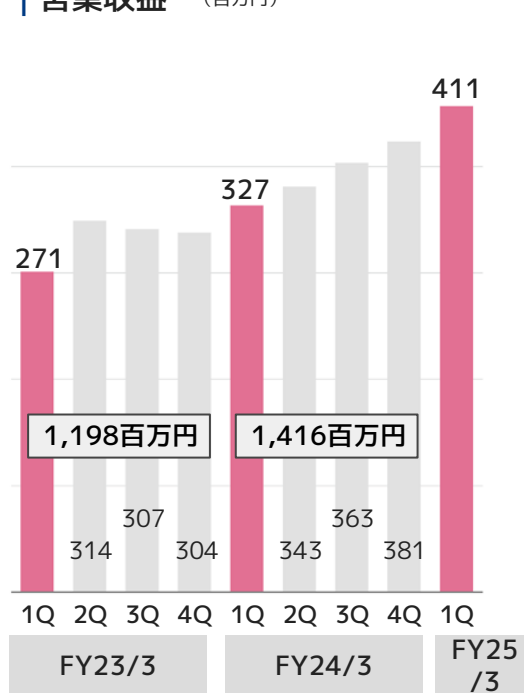


EC・実店舗の幅広い市場に浸透が進み、GMV+34.3%。
未払い率もコントロールできており、売上総利益は+61.0%。

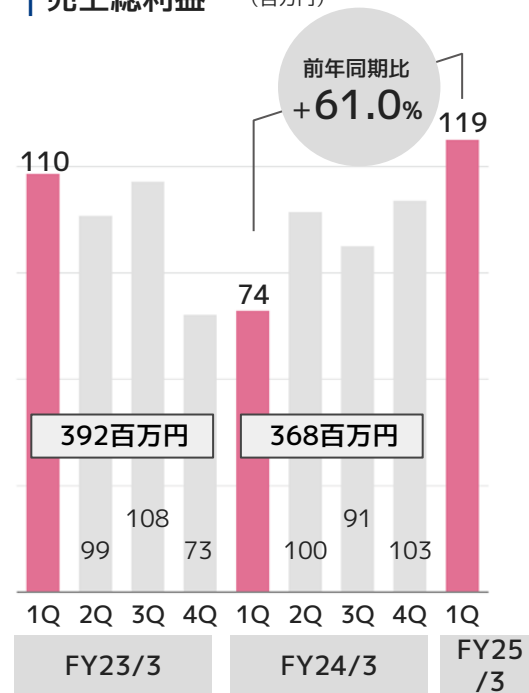
GMV (億円)



営業収益 (百万円)

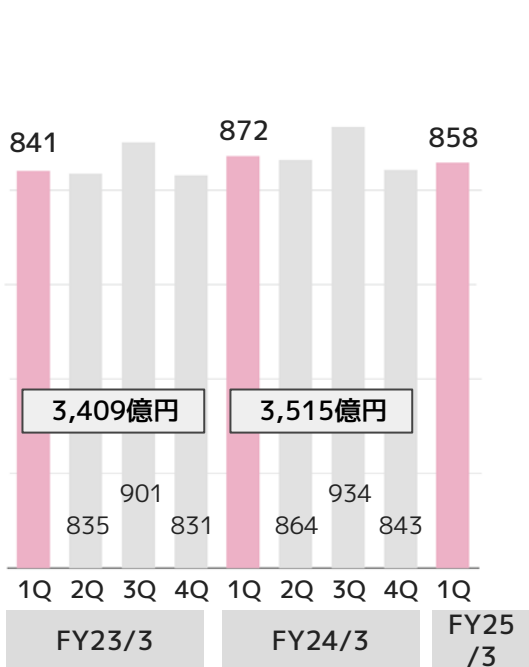


売上総利益 (百万円)

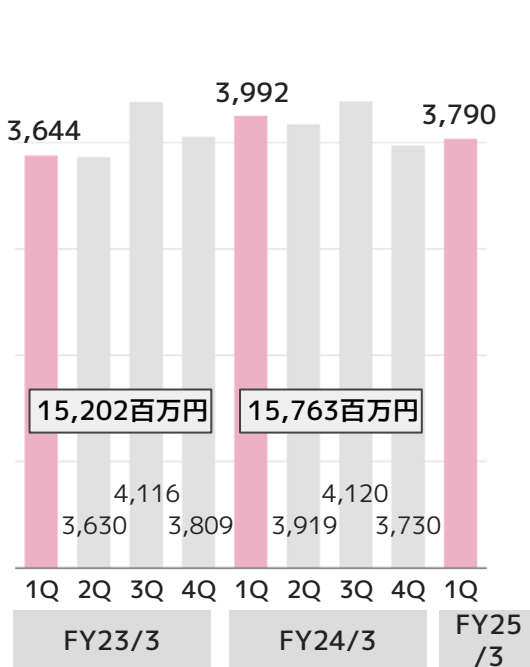


健康食品の風評被害によりGMVは一時的に影響を受けるも、不正検知の継続的な取組みにより、売上総利益は+26.2%と大幅な積み上げを達成。

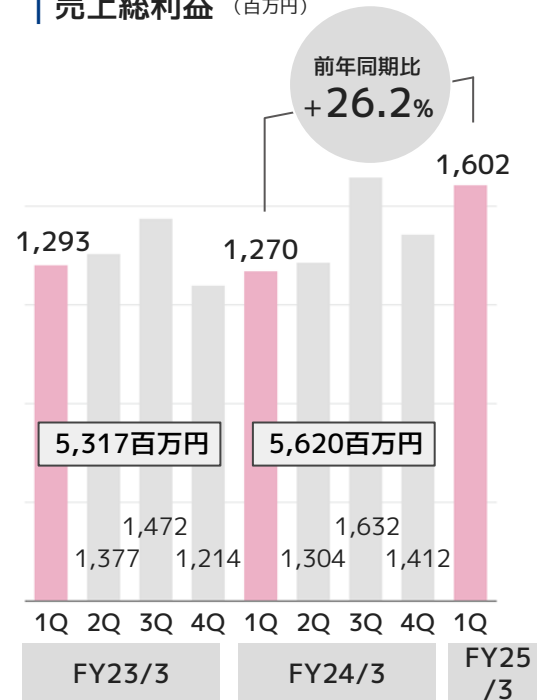
GMV (億円)



営業収益 (百万円)

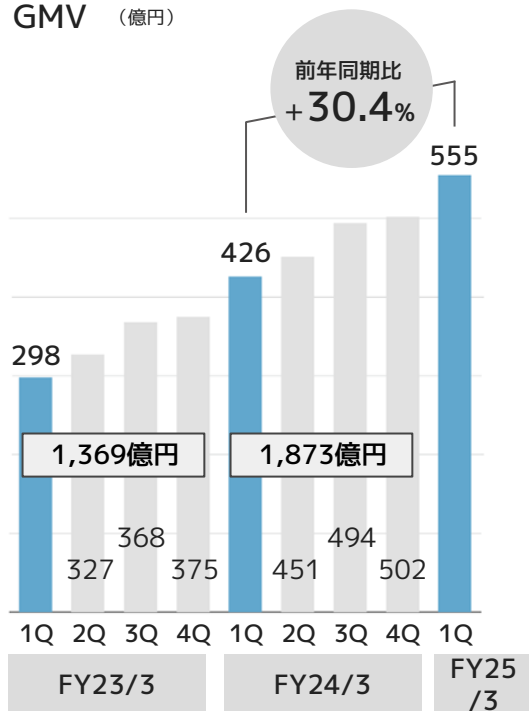


売上総利益 (百万円)

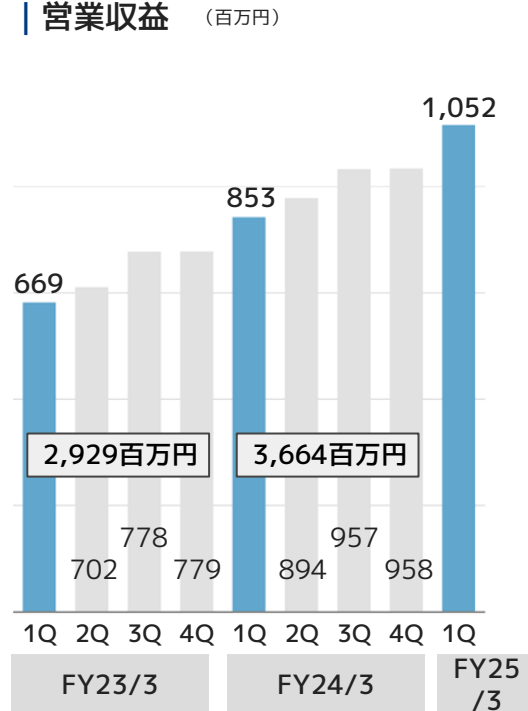


GMVは+30%超の成長を継続。営業収益は四半期で初の10億円を突破。

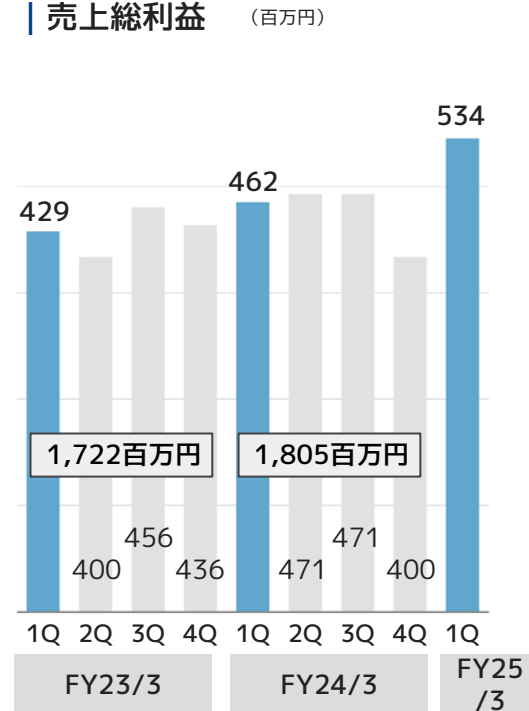
GMV (億円)



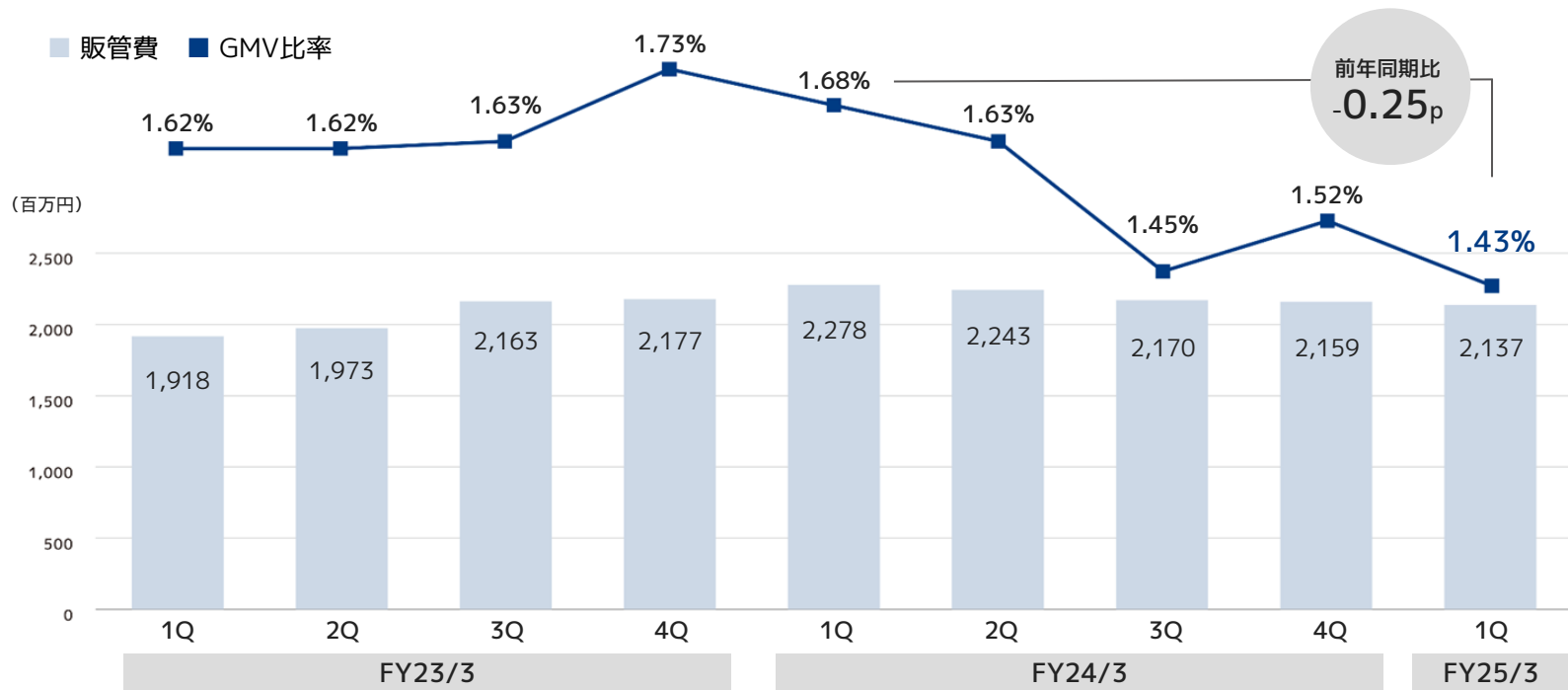
営業収益 (百万円)



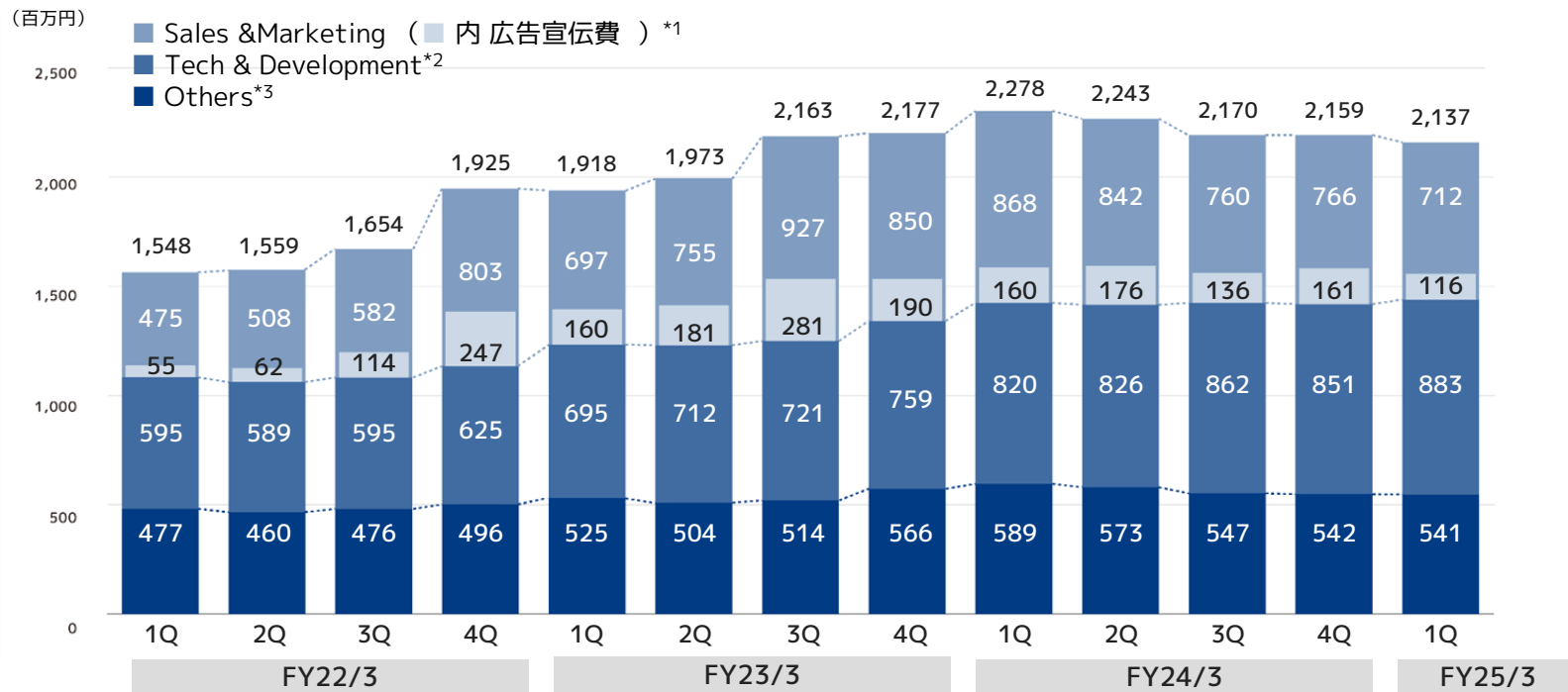
売上総利益 (百万円)



販管費率は前年同期比で0.25P良化し1.43%。
コストコントロールの徹底が進む。



正社員による外部委託業務の内製化、マーケティングの効率化により、
セールス&マーケティングの販管費を抑制。



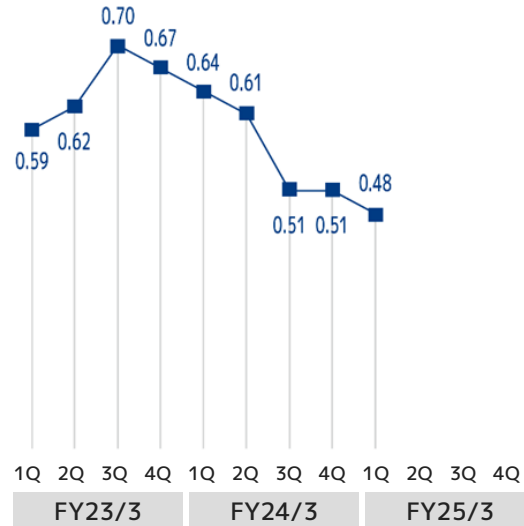
*1 セールス & マーケティング：セールス・マーケティングに関わる、人件費・アウトソース費・運営関連費・マーケティング費等

*2 テック & ディベロップメント：システム開発・与信関連業務等に関わる、人件費・アウトソース費・運営関連費等

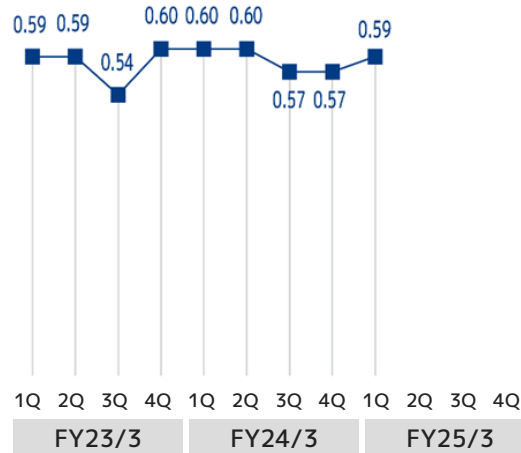
*3 その他：上記*1、*2以外の販売管理費（バックオフィスに関わる人件費・アウトソース費、および各サービスサポートデスクのアウトソース費等）

セールス&マーケティングの効率化により、オペレーティング・レバレッジが効く構造に。

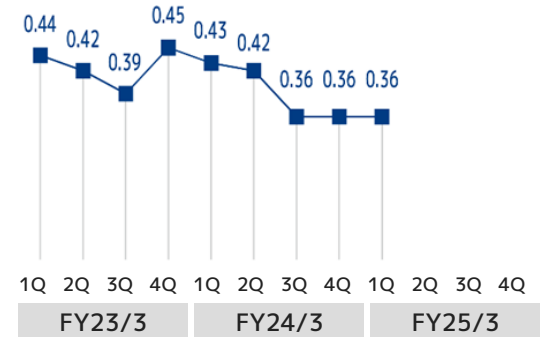
| Sales & Marketing (%)



| Tech & Development (%)



| Others (%)



*1 セールス & マーケティング：セールス・マーケティングに関わる、人件費・アウトソース費・運営関連費・マーケティング費等

*2 テック & ディベロップメント：システム開発・与信関連業務等に関わる、人件費・アウトソース費・運営関連費等

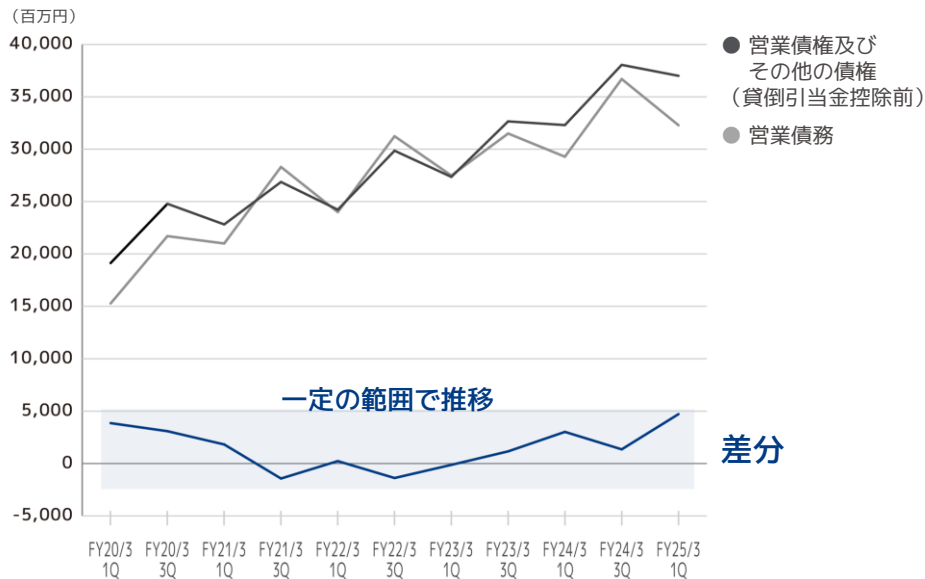
*3 その他：上記*1、*2以外の販売管理費（バックオフィスに関わる人件費・アウトソース費、および各サービスサポートデスクのアウトソース費等）

金利上昇・円高など為替変動によるB/S・P/Lリスクは極めて限定的。

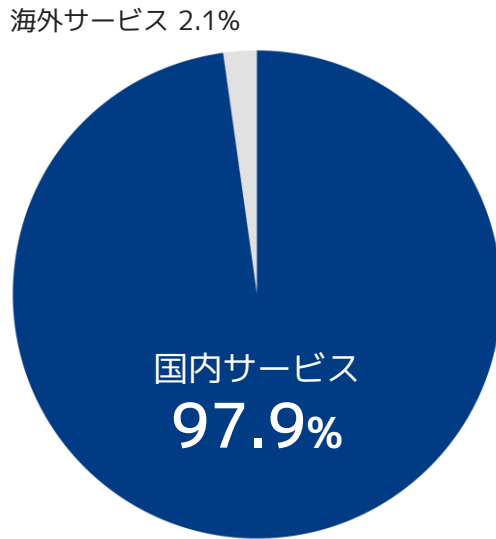
債権と債務は短期でバランスしており、GMVが増加しても借入等による運転資金は不要。

売上の98%が国内サービスのため為替変動によるPLインパクトはほぼ無い状況。

営業債権・営業債務の推移



サービス別売上構成比 (2024年3月期)

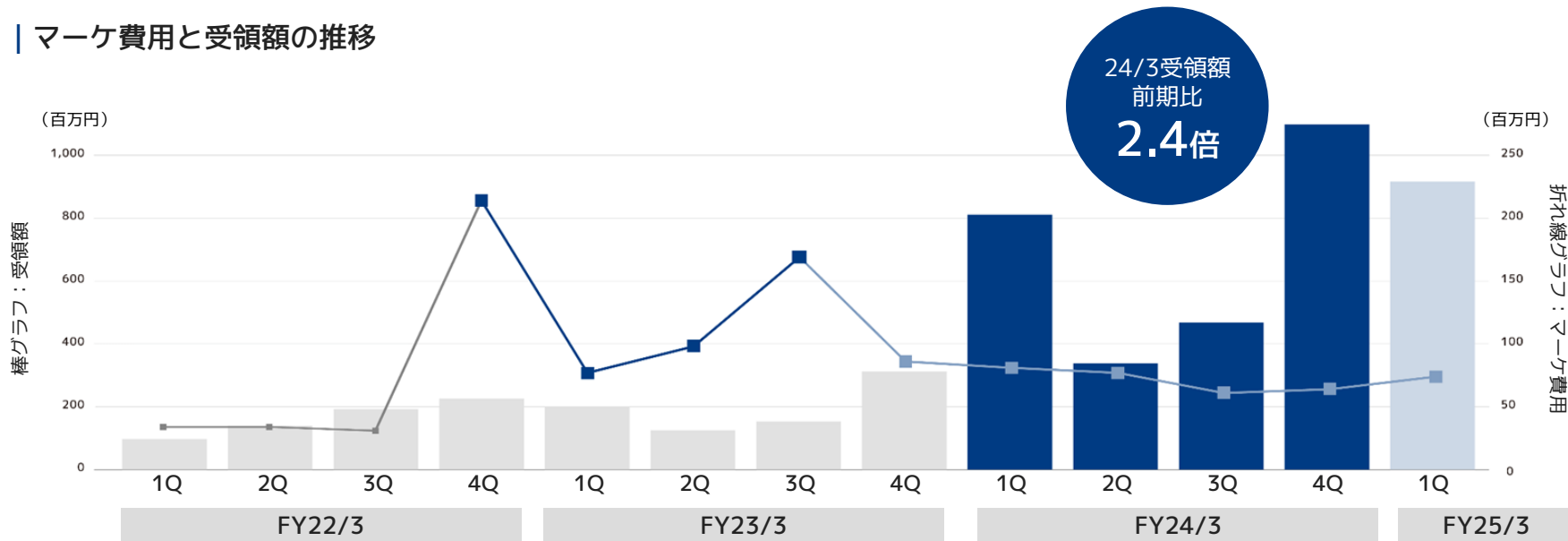




経営TOPICS

23/3の積極的なマーケ活動により、24/3の新規受領は前期比2.4倍に。
足もとはマーケの効率化を押し進めることで、25/3の受領はさらに増加トレンド。

マーケティング費用と受領額の推移



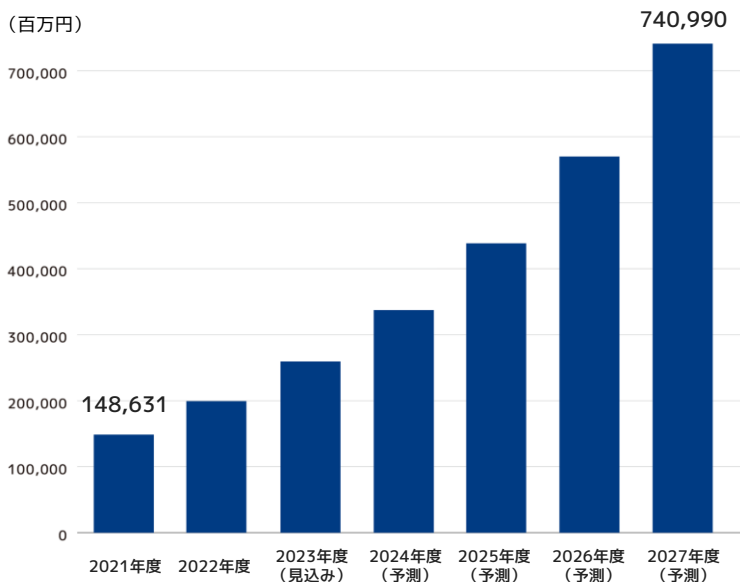
マーケティング
取組内容

認知形成メイン
マスマーケ（タクシー広告）
WEB広告の強化

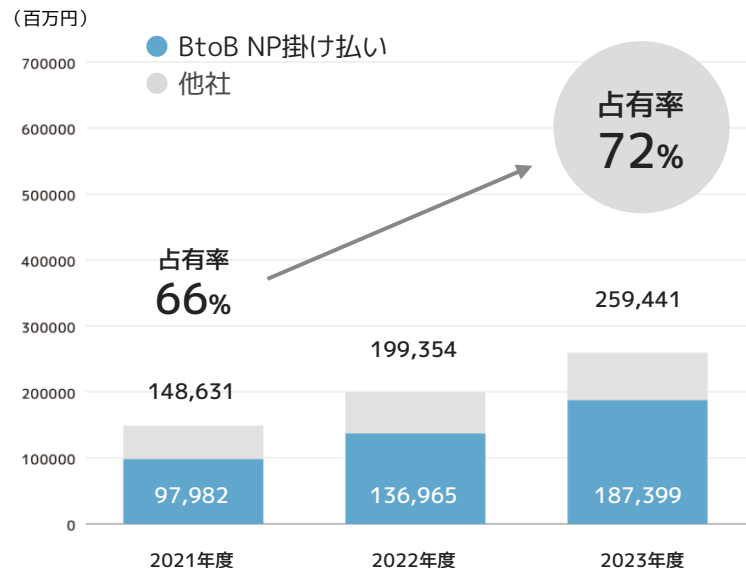
案件獲得と認知形成のバランス
WEB広告の効率化
イベント出展

BtoB掛け払い市場は今後も拡大が見込まれる成長市場。
当社 NP掛け払いの市場シェアは70%を超えるNO1ポジション。^{※1}

BtoB掛け払いサービス市場規模推移と予測^{*}



掛け払い市場における当社BtoBの占有率推移 (※1 当社試算)



*出典：株式会社矢野経済研究所「BtoB掛け払いサービス市場に関する調査（2024年）」（2024年07月01日発表）

注1.サービス提供事業者取扱高ベース

注2.2023年度は見込値、2024年度は予測値

※1 BtoB掛け払いサービス市場規模データ をもとに当社にて試算

1Qも大手店が新規導入・専用プラットフォームとも連携。
2Q以降のGMV成長・新規導入店の増加を見込む。

オンライン・ストア



無印良品[※]



CINEMA SUNSHINE

プラットフォーム

チケット予約プラットフォーム



オンライン診療プラットフォーム





Appendix

- 財務3表等
- 企業概要
- 中期経営計画
- 事業および市場の概況
- メールでの情報配信のご案内

主要業績数値

| | 前第1四半期連結累計期間 | 当第1四半期連結累計期間 | 増減率 |
|-------------------------------|----------------|----------------|-------------|
| | 百万円 | 百万円 | % |
| GMV (non-GAAP) *1 | 135,928 | 149,481 | 10.0 |
| BtoCサービス_NP後払い他 | 87,288 | 85,828 | △1.7 |
| BtoCサービス_atone | 6,013 | 8,073 | 34.3 |
| BtoBサービス | 42,627 | 55,579 | 30.4 |
| 営業収益 | 5,173 | 5,254 | 1.6 |
| BtoCサービス_NP後払い他 | 3,992 | 3,790 | △5.1 |
| BtoCサービス_atone | 327 | 411 | 25.7 |
| BtoBサービス | 853 | 1,052 | 23.3 |
| －その他営業収益 | 129 | 162 | 25.8 |
| 売上収益 | 5,044 | 5,091 | 0.9 |
| －請求関連費用 (non-GAAP) *2 | 2,152 | 1,968 | △8.6 |
| －貸倒関連費用 (non-GAAP) *3 | 991 | 766 | △22.7 |
| －その他決済に係る費用 (non-GAAP) *4 | 94 | 100 | 6.3 |
| 売上総利益 (non-GAAP) *5 | 1,806 | 2,257 | 24.9 |
| BtoCサービス_NP後払い他 | 1,270 | 1,602 | 26.2 |
| BtoCサービス_atone | 74 | 119 | 61.0 |
| BtoBサービス | 462 | 534 | 15.7 |
| －販売管理費及びその他営業費用 (non-GAAP) *6 | 2,290 | 2,146 | △6.3 |
| 営業利益 | △354 | 273 | － |
| +減価償却費・償却費 | 358 | 401 | 12.0 |
| +株式報酬費用 | 2 | 2 | △12.1 |
| +固定資産除却損 | 10 | 4 | △61.2 |
| +減損損失 | － | － | － |
| －減損損失戻入益 | － | － | － |
| EBITDA (non-GAAP) *7 | 16 | 681 | － |

*1 GMV：当社グループ決済サービスの流通取引総額

*2 請求関連費用：回収手数料＋請求書発行手数料。主に請求1件当たりが発生する費用

*3 貸倒関連費用：貸倒引当金繰入＋貸倒損失＋債権売却損。主に請求金額に対して割合で発生する費用

*4 その他決済に係る費用：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

*5 売上総利益：売上収益－（請求関連費用＋貸倒関連費用＋その他決済に係る費用）

*6 販売管理費及びその他営業費用：営業費用－（請求関連費用＋貸倒関連費用＋その他決済に係る費用）

*7 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－減損損失戻入益）

BS実績値

| | 前連結会計年度 (2024年3月31日) | 当第1四半期連結会計期間 (2024年6月30日) |
|----------------|-------------------------|------------------------------|
| 資産 | | |
| 現金及び現金同等物 | 10,810 | 12,330 |
| 営業債権及びその他の債権 | 29,238 | 30,325 |
| 棚卸資産 | 11 | 24 |
| その他の流動資産 | 637 | 583 |
| 流動資産合計 | 40,698 | 43,263 |
| 有形固定資産 | 354 | 944 |
| のれん | 11,608 | 11,608 |
| その他の無形資産 | 4,671 | 4,762 |
| その他の金融資産 | 898 | 793 |
| 繰延税金資産 | 1,784 | 1,794 |
| その他の非流動資産 | 262 | 250 |
| 非流動資産合計 | 19,580 | 20,152 |
| 資産合計 | 60,279 | 63,416 |

(単位：百万円)

| | 前連結会計年度 (2024年3月31日) | 当第1四半期連結会計期間 (2024年6月30日) |
|-------------------------|-------------------------|------------------------------|
| 負債及び資本 | | |
| 営業債務及びその他の債務 | 32,226 | 32,289 |
| 短期借入金 | 3,431 | 5,946 |
| リース負債 | 101 | 284 |
| その他の金融負債 | 6 | 12 |
| 未払法人所得税等 | 298 | 151 |
| 引当金 | 57 | 27 |
| 従業員給付に係る負債 | 564 | 552 |
| その他の流動負債 | 688 | 626 |
| 流動負債合計 | 37,374 | 39,891 |
| 長期借入金 | 4,974 | 4,977 |
| リース負債 | 35 | 465 |
| 引当金 | 113 | 113 |
| 非流動負債合計 | 5,123 | 5,556 |
| 負債合計 | 42,498 | 45,447 |
| 資本金 | 4,134 | 4,136 |
| 資本剰余金 | 14,196 | 14,200 |
| 利益剰余金 | △805 | △670 |
| その他の資本の構成要素 | 178 | 226 |
| 親会社の所有者に帰属する持分合計 | 17,704 | 17,893 |
| 非支配持分 | 76 | 75 |
| 資本合計 | 17,780 | 17,968 |
| 負債及び資本合計 | 60,279 | 63,416 |

PL実績値

(単位：百万円)

| | 前第1四半期連結累計期間 (自 2023年4月1日 至 2023年6月30日) | 当第1四半期連結累計期間 (自 2024年4月1日 至 2024年6月30日) |
|-------------------------|---|---|
| 売上収益 | 5,044 | 5,091 |
| その他の収益 | 129 | 162 |
| 営業収益合計 | 5,173 | 5,254 |
| 営業費用 | △5,528 | △4,980 |
| 営業利益又は損失 (△) | △354 | 273 |
| 金融収益 | 0 | 1 |
| 金融費用 | △14 | △19 |
| 税引前四半期利益又は損失 (△) | △368 | 254 |
| 法人所得税費用 | 85 | △123 |
| 四半期利益又は損失 (△) | △282 | 131 |
| 四半期利益又は損失の帰属 | | |
| 親会社の所有者 | △276 | 135 |
| 非支配持分 | △6 | △3 |
| 四半期利益又は損失 (△) | △282 | 131 |
| 1株当たり四半期利益又は損失 | | |
| 基本的1株当たり四半期利益又は損失 (円) | △2.86 | 1.39 |
| 希薄化後1株当たり四半期利益又は損失 (円) | △2.86 | 1.38 |

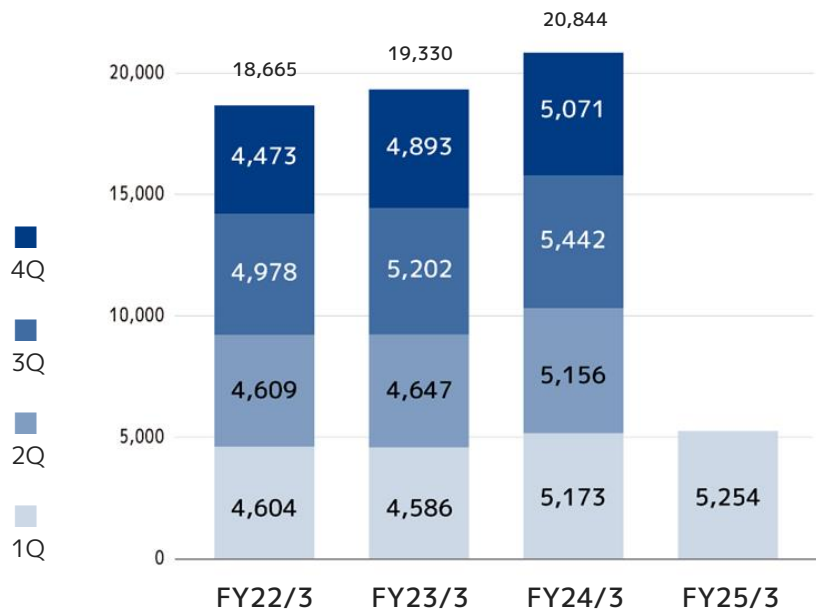
CF実績値

(単位：百万円)

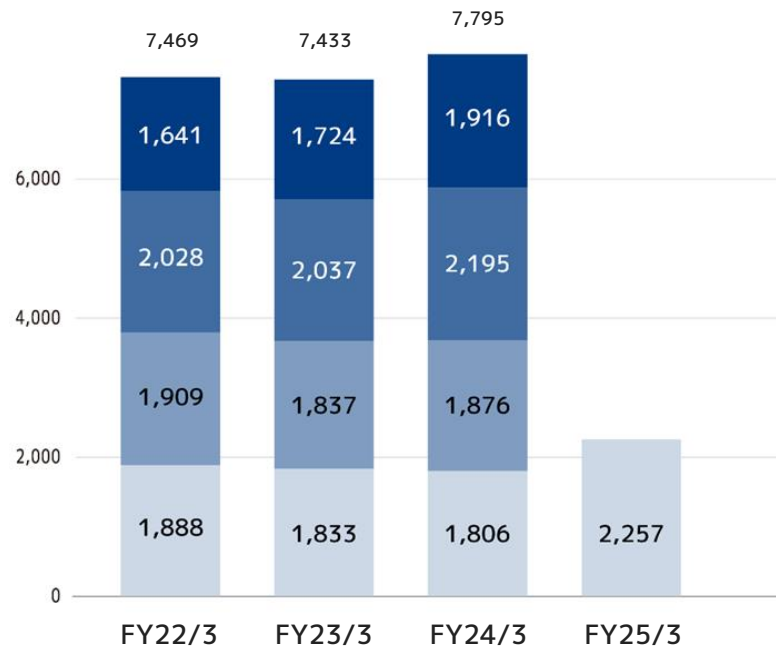
| | 前第1四半期連結累計期間 (自 2023年4月1日 至 2023年6月30日) | 当第1四半期連結累計期間 (自 2024年4月1日 至 2024年6月30日) |
|----------------------------|---|---|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | | |
| 税引前四半期利益又は損失(△) | △368 | 254 |
| 減価償却費、償却費及び減損損失 | 358 | 401 |
| 株式報酬費用 | 2 | 2 |
| 金融収益及び金融費用 | 11 | 19 |
| 引当金の増減額(△は減少) | △5 | △28 |
| 固定資産除却損 | 10 | 4 |
| 棚卸資産の増減額(△は増加) | 4 | △12 |
| 営業債権及びその他の債権の増減額(△は増加) | △1,813 | △1,086 |
| 営業債務及びその他の債務の増減額 | 2,050 | 63 |
| その他 | 139 | 41 |
| 小計 | 390 | △340 |
| 利息の受取額 | 0 | 0 |
| 利息の支払額 | △2 | △2 |
| 法人所得税の支払額(△は支払) | △78 | △262 |
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 309 | △604 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | | |
| 定期預金の預入による支出 | △0 | △0 |
| 有形固定資産の取得による支出 | △5 | △39 |
| 無形資産の取得による支出 | △454 | △380 |
| 差入保証金の差入による支出 | - | △0 |
| 差入保証金の回収による収入 | - | 106 |
| その他の金融資産の取得による支出 | △7 | - |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △467 | △313 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | | |
| 短期借入金の純増減額(△は減少) | 1,500 | 2,514 |
| リース負債の返済による支出 | △96 | △80 |
| 株式の発行等による収入 | 1 | 4 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | 1,404 | 2438 |
| 現金及び現金同等物に係る換算差額 | 0 | 0 |
| 現金及び現金同等物の増減額(△は減少) | 1,246 | 1,520 |
| 現金及び現金同等物の期首残高 | 10,564 | 10,810 |
| 現金及び現金同等物の四半期末残高 | 11,810 | 12,330 |

業績：営業収益・売上総利益（四半期推移）

営業収益（百万円）



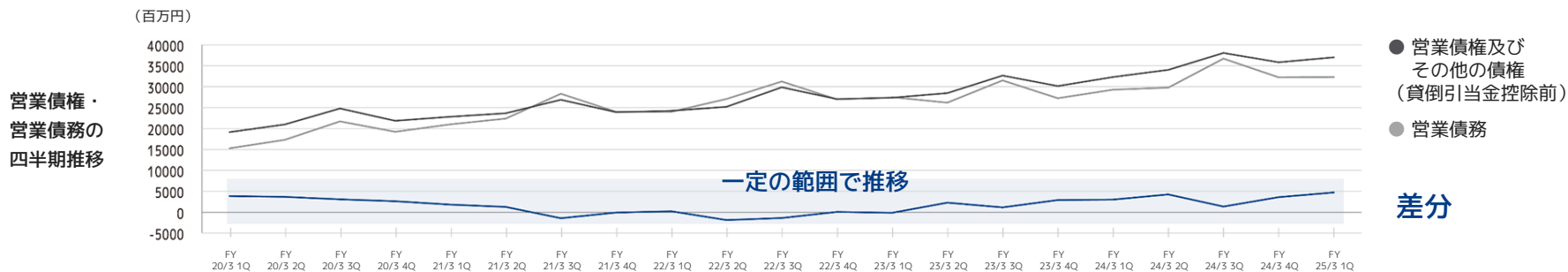
売上総利益 (non-GAAP) *1（百万円）



*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)

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（2024年6月期末時点）



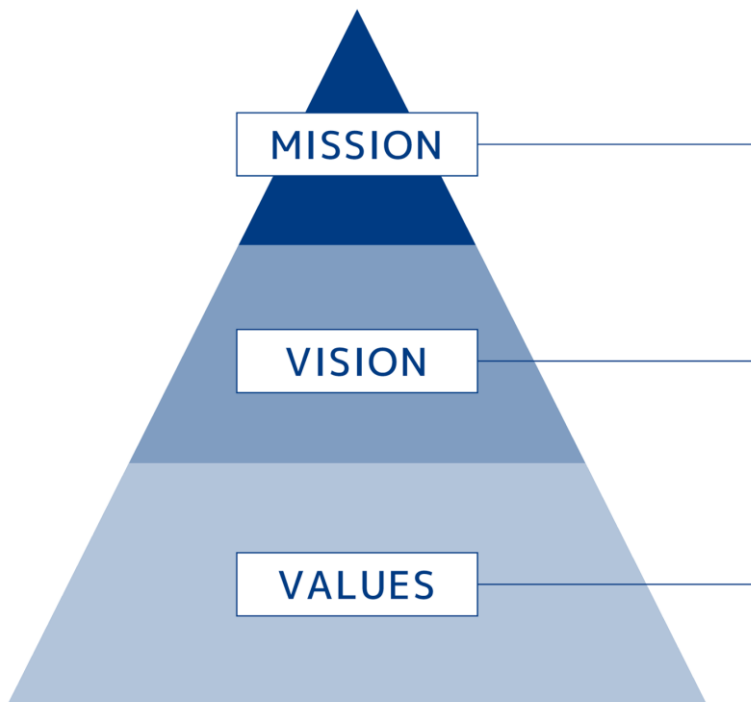
*1 NP後払いにおける事例。

*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。

Appendix

企業概要

当社グループは、「つぎのアタリマエをつくる」をミッションに、事業と組織の両方で革新的な仕組みづくりを目指す。



つぎのアタリマエをつくる

誰もが手にできる、なめらかな仕組みを普及させ、つぎのアタリマエをつくります。

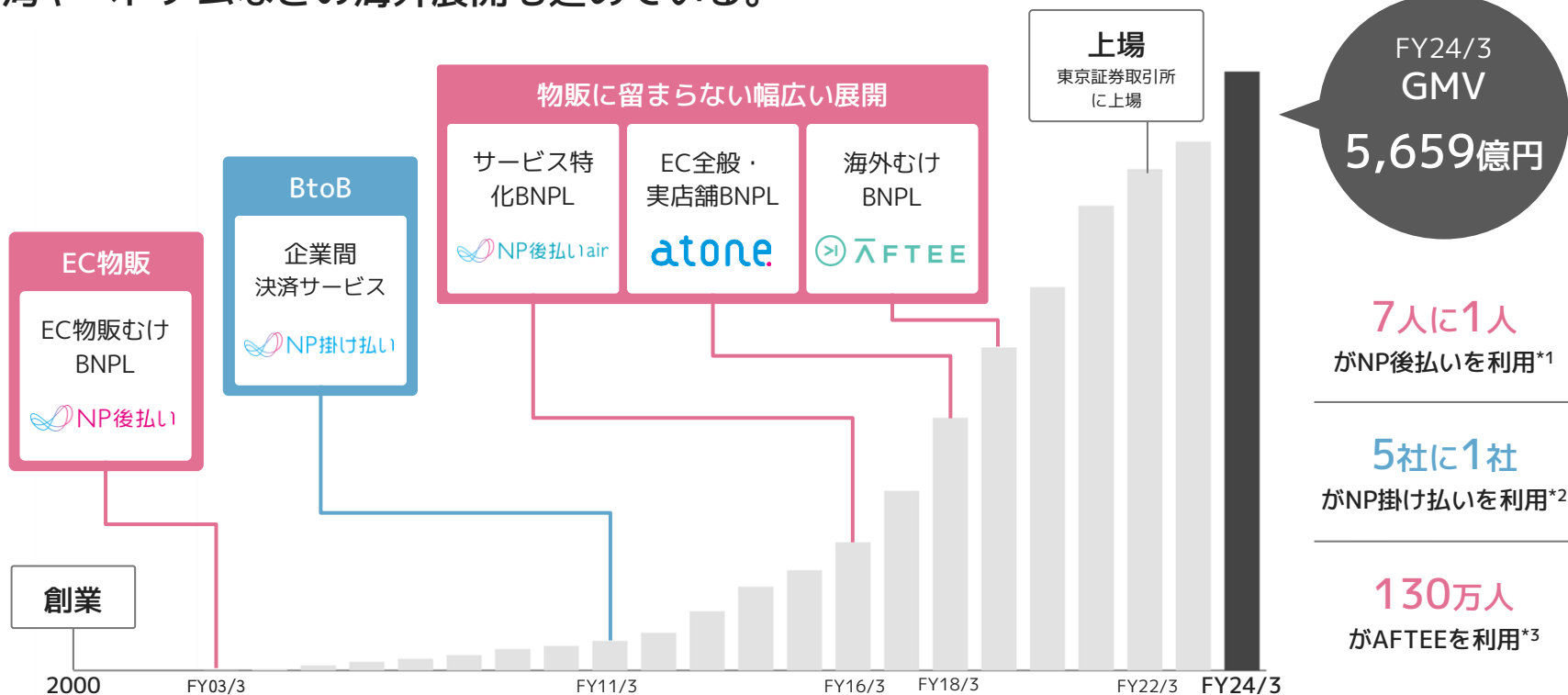
ひとの可能性をひらく

事業と組織を通じて新たな選択肢を届け、一人ひとりの可能性を広げます。

本質を探り、変化し続ける

あらゆる角度から本質を探求し、事業も組織も変化と挑戦を続けます。

国内後払い決済サービスのリーディングカンパニーとしてシェアNo.1を誇る。
台湾やベトナムなどの海外展開も進めている。



*1 15歳以上の人口1億1,060万人（総務省統計局人口統計2022年3月1日時点概算値）÷2022年3月期の年間ユニークユーザー数1,500万人により算出。

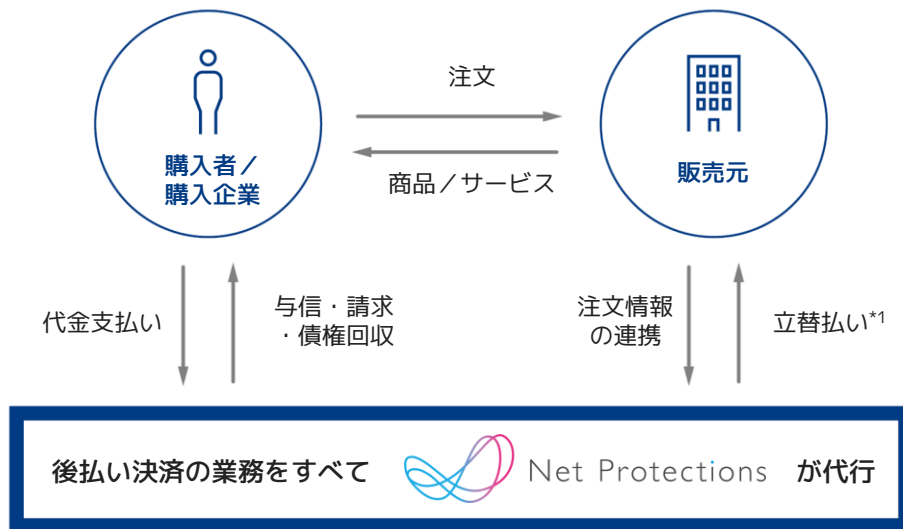
*2 日本企業数約367万社（総務省・経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査結果」）÷2024年3月期の年間ユニーク購入企業67万社により算出。

*3 2024年3月31日時点における会員数。

提供価値

クレジットカードを使わずに、注文した後に支払いが可能。購入者/購入企業には安全で便利かつお得な買い物を、加盟店には販売機会の拡大と業務負荷の削減という価値を提供。

サービススキーム



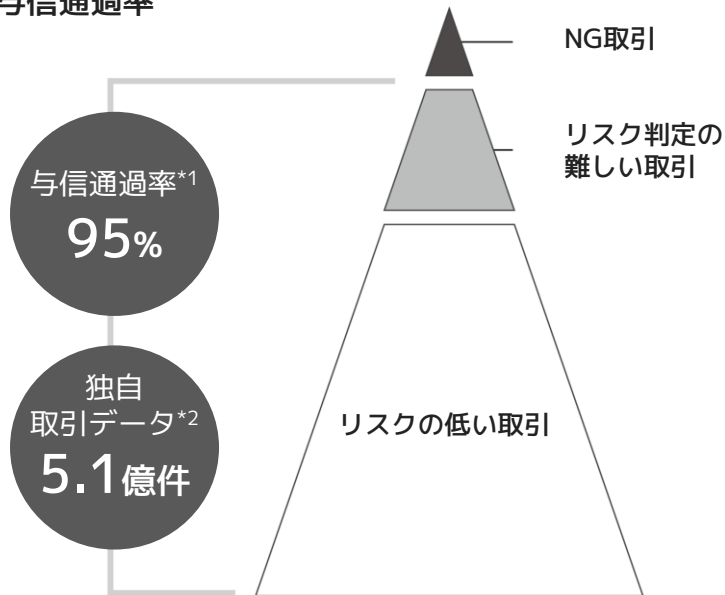
メリット



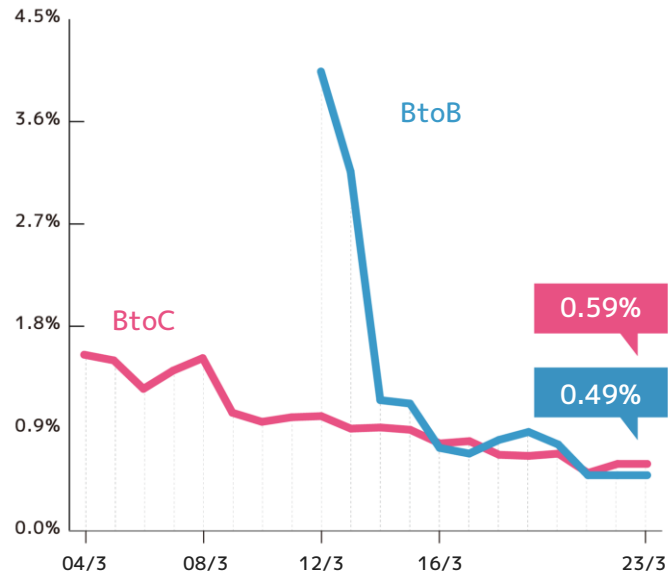
*1 当社所定の審査を通過した取引が対象となります。審査通過後においても、当該取引に関して加盟店と購入者または購入企業の間で紛争が生じ、速やかに解決ができず、又はそのおそれがあると当社が判断したときその他当社が提供するサービスの加盟店規約所定の事由がある取引は、対象外となります。

20年間にわたり蓄積した独自のデータを活用し、リスク判定が難しい取引に対しても果敢に対応し、信用を与えながら低い未払い率を実現。

与信通過率



未払い率*3*4



*1 NP後払いにおける2024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 2024年3月31日時点

*3 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（2023年3月期については、2024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））

*4 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（2023年3月期については、2024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））

社員の成長機会・働きがいを重視し、成果を出せる組織づくりを実現。

総合評価ランキング（全180,186社）

| | |
|-----|-------------------------------|
| 1位 | ベイン・アンド・カンパニー・ジャパン・インコーポレイテッド |
| 2位 | マッキンゼー・アンド・カンパニー日本支社 |
| 3位 | ケンブリッジ・テクノロジー・パートナーズ株式会社 |
| 4位 | ボストン・コンサルティング・グループ合同会社 |
| 5位 | 株式会社リクルートマネジメントソリューションズ |
| 6位 | 日本アイ・ビー・エム システムズ・エンジニアリング株式会社 |
| 7位 | 株式会社ネットプロテクションズ |
| 8位 | グーグル合同会社 |
| 9位 | 株式会社ワンキャリア |
| 10位 | 株式会社ISS リアライズ |

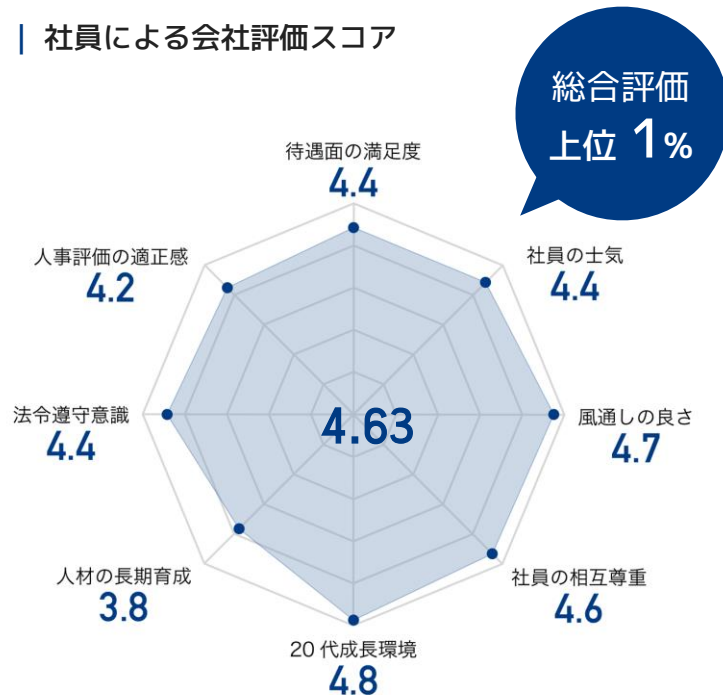
総合
7位

インターネット業界の総合評価ランキング（全5,600社）

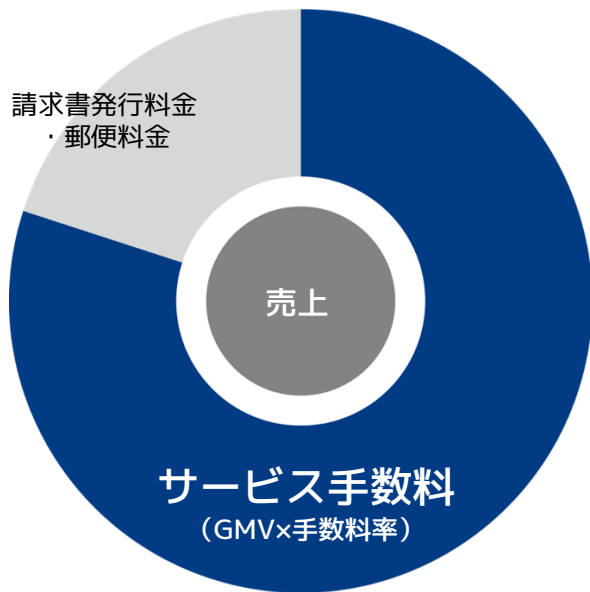
| | |
|----|--|
| 1位 | 株式会社ネットプロテクションズ |
| 2位 | グーグル合同会社 |
| 3位 | Facebook Japan 合同会社（旧：Facebook Japan 株式会社） |
| 4位 | 株式会社フィードフォース |
| 5位 | ナイル株式会社（インターネット・東京都品川区） |

業界
1位

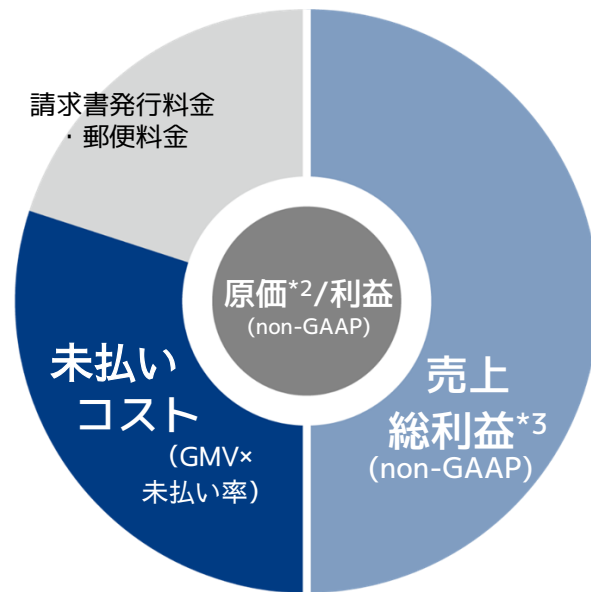
社員による会社評価スコア



売上はGMV(non-GAAP)*1 に対するサービス料金として加盟店から受領。原価*2の未払いコストによって売上総利益率が変動。



GMVが増えれば売上が増える



未払い率が下がれば利益が増える

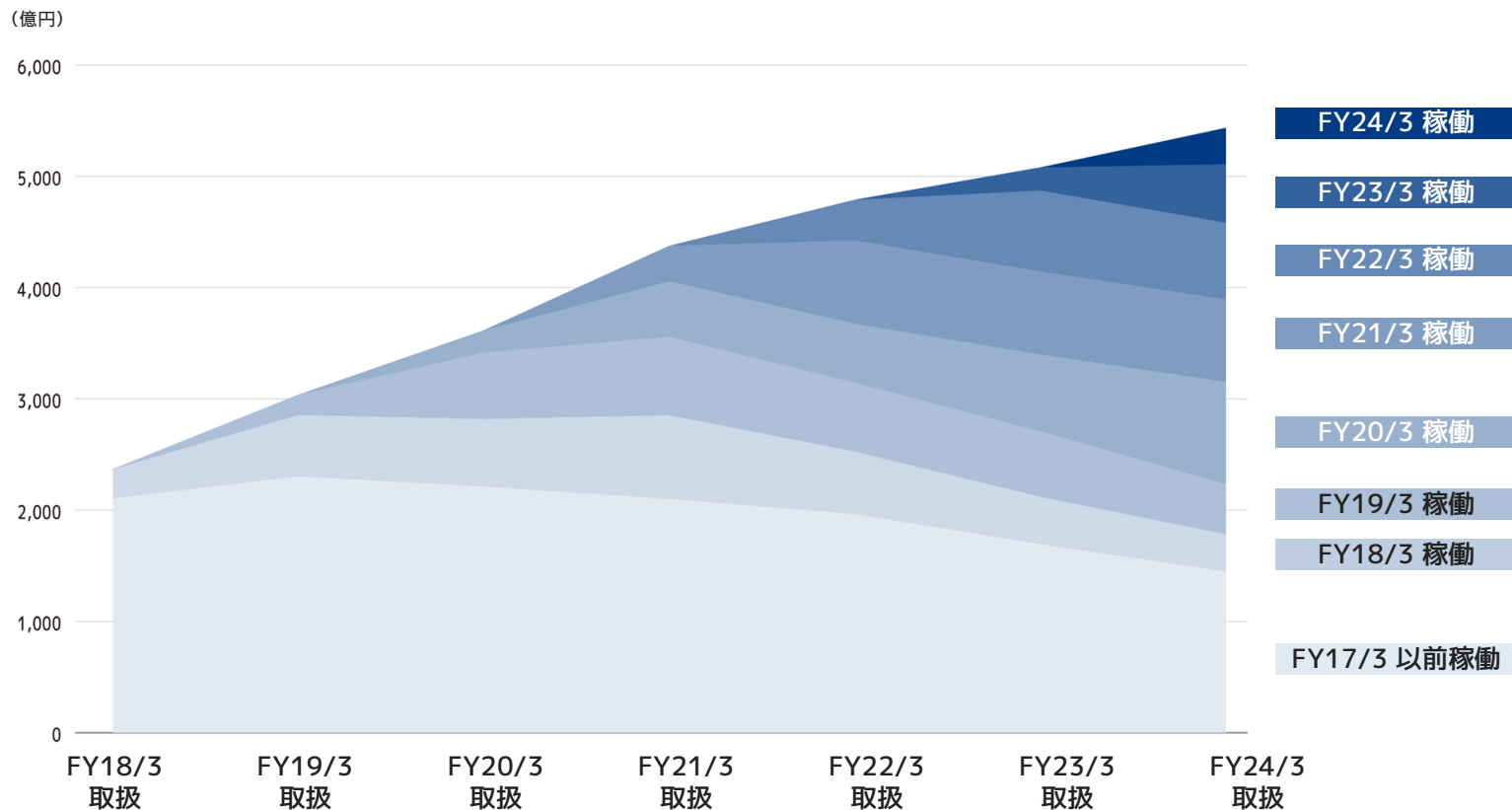
*1 GMV：当社グループ決済サービスの流通取引総額

*2 原価：貸倒関連費用、請求書発行手数料、収納代行費用および郵便料金等の請求を行う際に発生する費用。

*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 + 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)

稼働年度別のGMV積み上げ（全サービス累計）

導入後の継続率は高く、GMVは積み上がっていく。

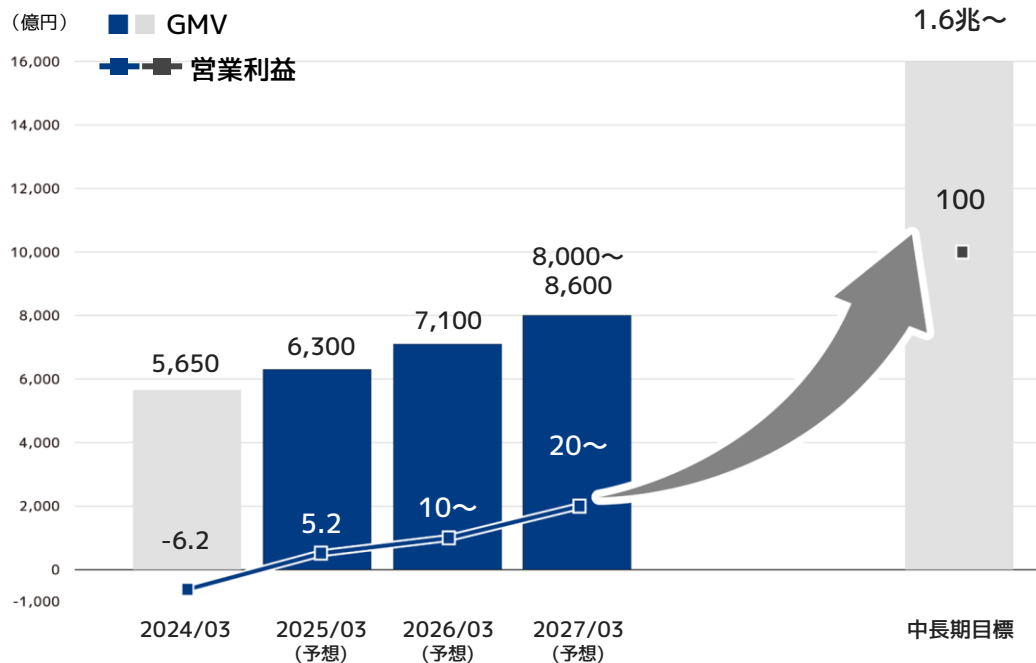


Appendix

中期経営計画

3カ年財務ポリシー（GMV×営業利益）

3カ年のGMVはCAGR（年平均成長率）12-15%、
27/3期の営業収益300億円以上・営業利益は20億円以上を計画。



中期計画
(3年後：2027/3期)

GMV **8,000~8,600**億円
(CAGR12%~15%)

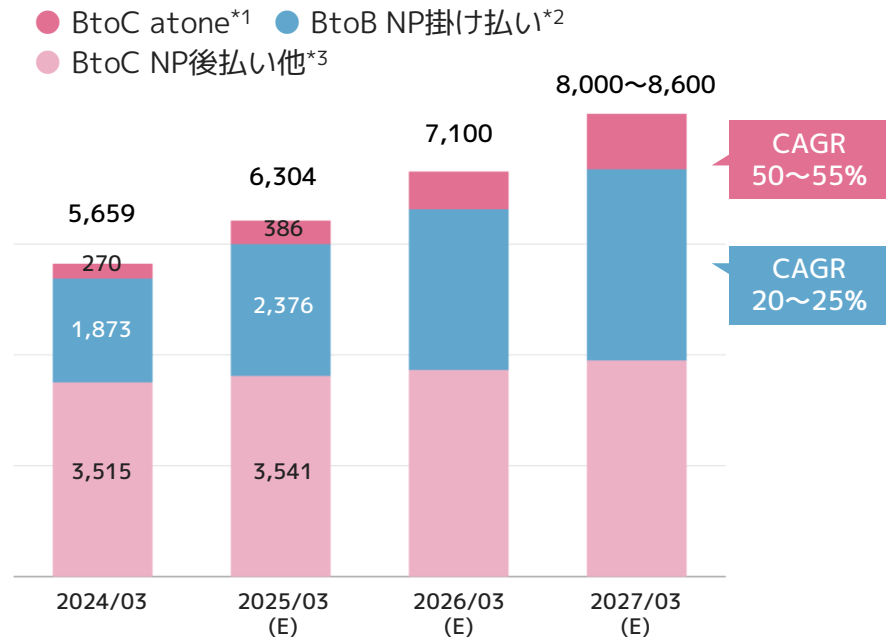
営業収益**300**億円以上
営業利益**20**億円以上

中長期 目標

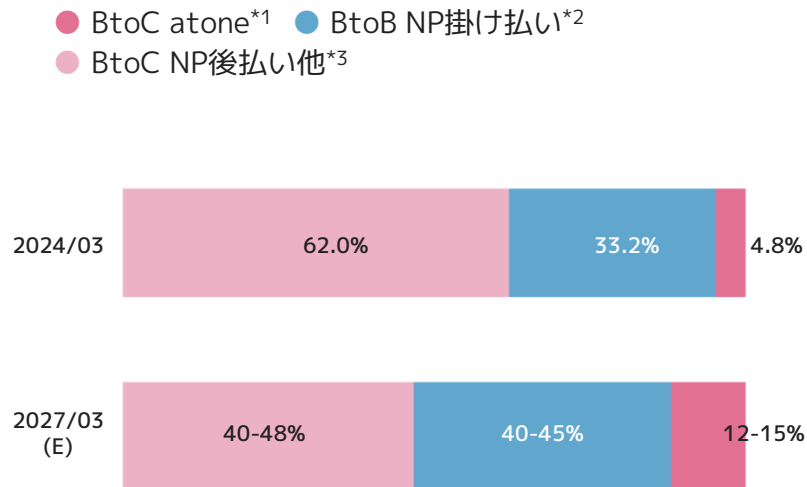
営業利益**100**億円

BtoCはNP後払いを安定収益事業としつつ、atoneのCAGR 50～55%を目指す。
BtoBはCAGR 20～25%により、圧倒的なNO1ポジションを築く。

事業別のGMV成長率推移



27/3期の構成比イメージ（24/3期比較）



*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

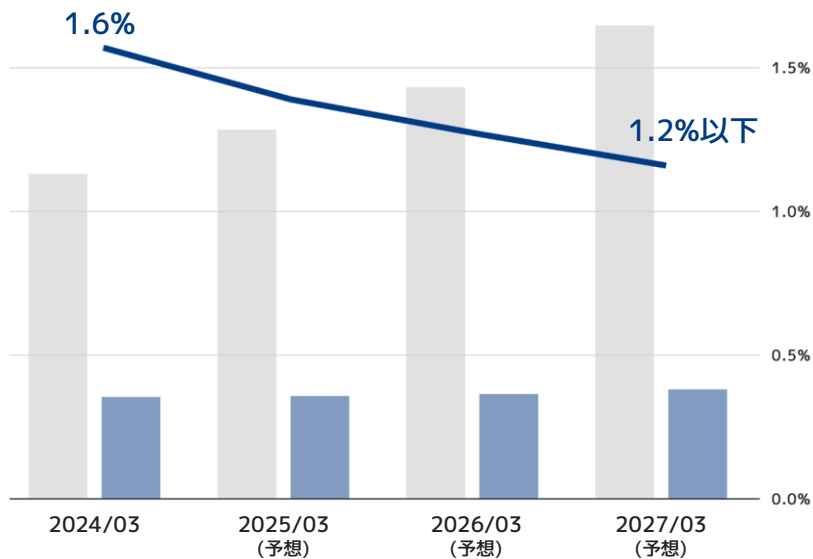
*3 当社グループが提供するNP後払い、AFTEE、およびNPカードの各サービスを通じて決済される金額（消費税を含む。）の合計額

体制整備は完了し、今後は大きな投資は不要。

GMV・利益の成長に合わせた規律ある投資により、販管費率を下げていく。

販管費率(GMV対比)の推移イメージ

■ GMV ■ 販管費 ■ 販管費率



主要販管費の方針

正社員

FY24で体制整備は完了。FY25以降は取引増に対応するための必要な人員増加に限定。

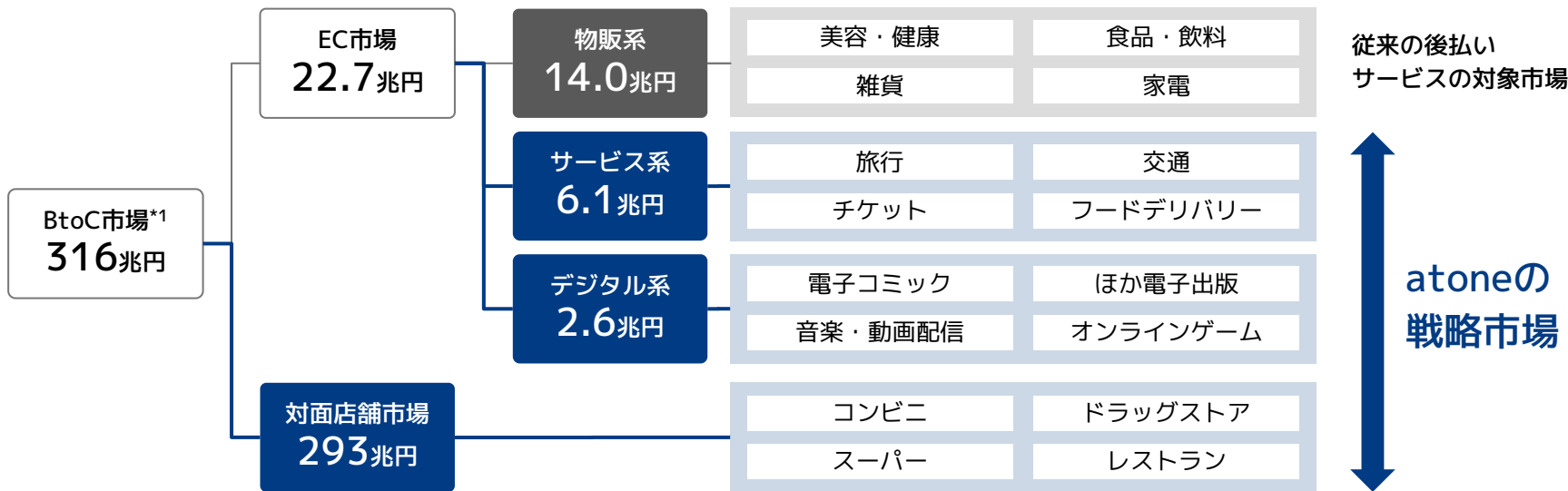
システム開発

内製比率を上げ、開発体制の適正化を図ることでFY25-27は同程度のコストを想定。

マーケティング

成長事業のatone・BtoBおよび早期にリターンが見込める施策に集中。徐々にマーケティング費を増加させるも利益成長に合わせた規律ある投資とする。

会員制の「atone」で、従来の後払い決済サービスでは参入が困難だった市場に進出し
オンライン・オフライン問わずあらゆるシーンで利用されることを目指す。

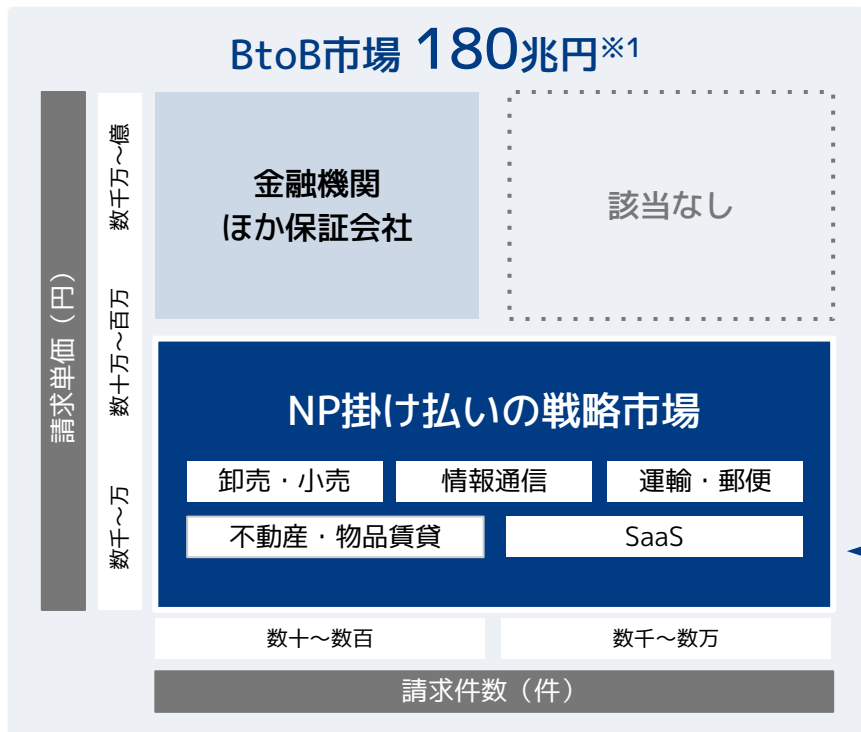


使えるお店
の例



*1 経済産業省「令和4年度 電子商取引に関する市場調査」、一般社団法人キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス・ロードマップ2023」、内閣府「国民経済計算（GDP統計）」

国内の労働人口の減少、インボイス制度開始を背景に、
小口取引の与信・請求業務が大量に発生している市場でシェアを拡大する。



顧客課題 (一例)

- 業務負荷削減と本業集中 (請求業務まるなげ)
- 小口の新規販路・顧客開拓 (高い与信精度)

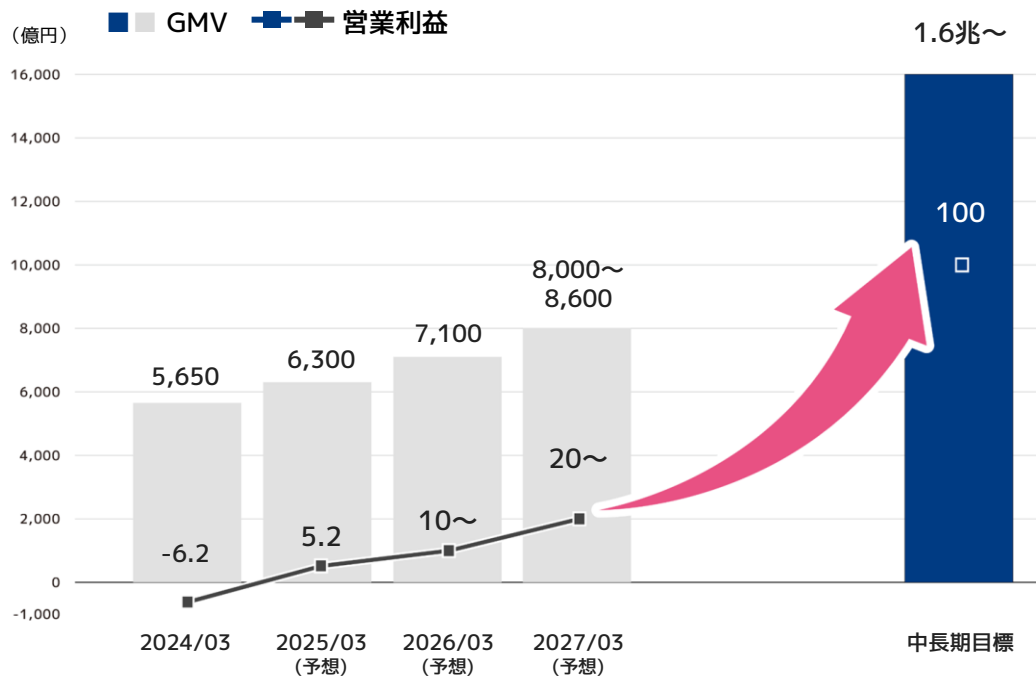
加盟店の例



*1 中小企業の支払手形・買掛金の総額50兆円 (中小企業庁: 令和元年中小企業実態基本調査 (平成30年度末決算実績)) × 年間回転数3.6回 (365日÷中小企業約束手形平均支払いサイト101.1日 (中小企業庁: 約束手形をはじめとする支払条件の改善に向けた検討会 報告書))

中長期 目標 (GMV×営業利益)

非連続な成長により中長期目標として営業利益100億円を目指す。
購入者および購入企業資産を活用して2次曲線的な成長を目指す。



中長期 目標

営業利益100億円

中期計画

(3年後：2027/3期)

GMV 8,000~8,600億円
(CAGR12%~15%)

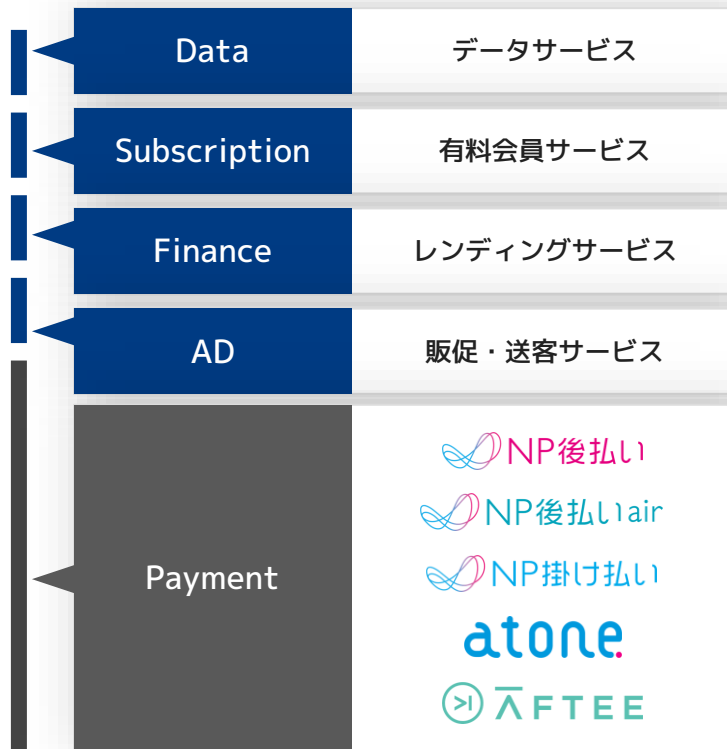
営業利益20億円以上

非連続的な成長に向けて

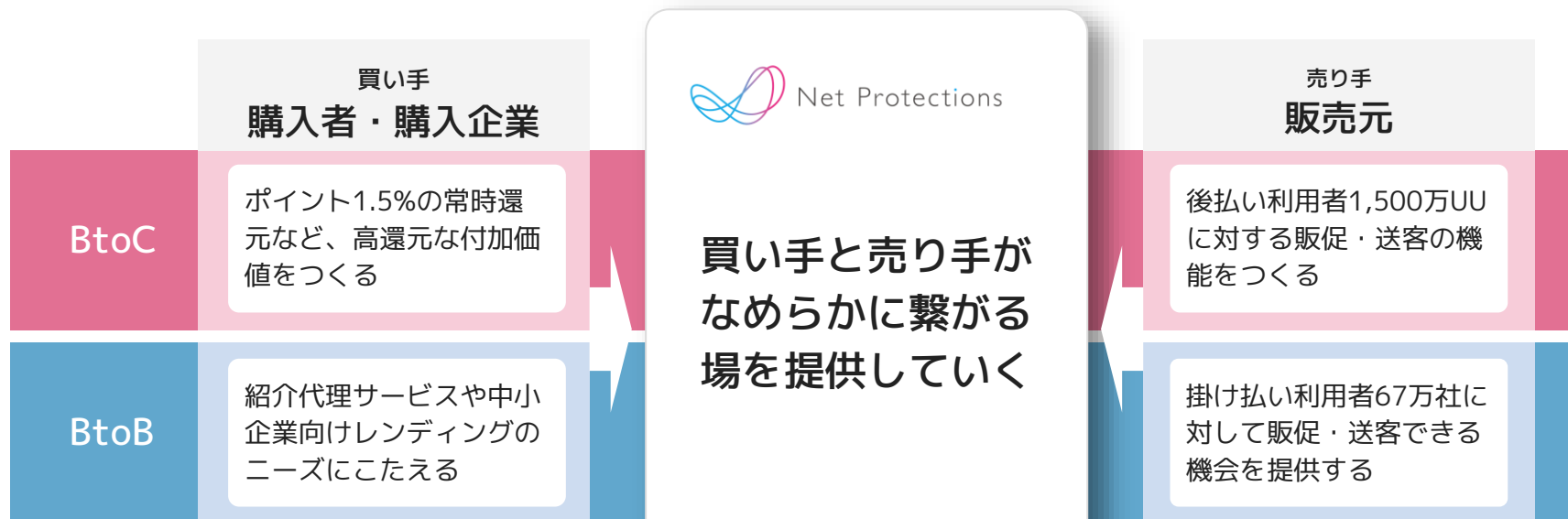
後払い決済サービスを通じて、ネットワークとデータ資産を増やし続ける。
それらの資産を活用して、購入者・購入企業向けの新サービスを展開する。

ネットワークと
データの増大

FY24



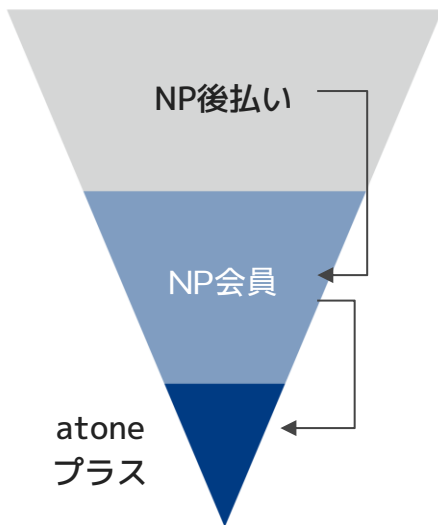
国内の後払い決済サービスでは初となる「購入者・購入企業を送客する決済」を目指す。買い手と売り手がつながり続ける好循環をつくり、GMVの成長を実現する。



継続的なGMVの成長へ

1,500万UUのNP後払いの利用者をatone、有料会員制 (atoneプラス) へ移行を促す。
最も使用できる場所が多く、お得な後払い決済を提供する。

ユーザー層



1,500万UU
NPポイントを0.5%付与して
会員制への移行を促進

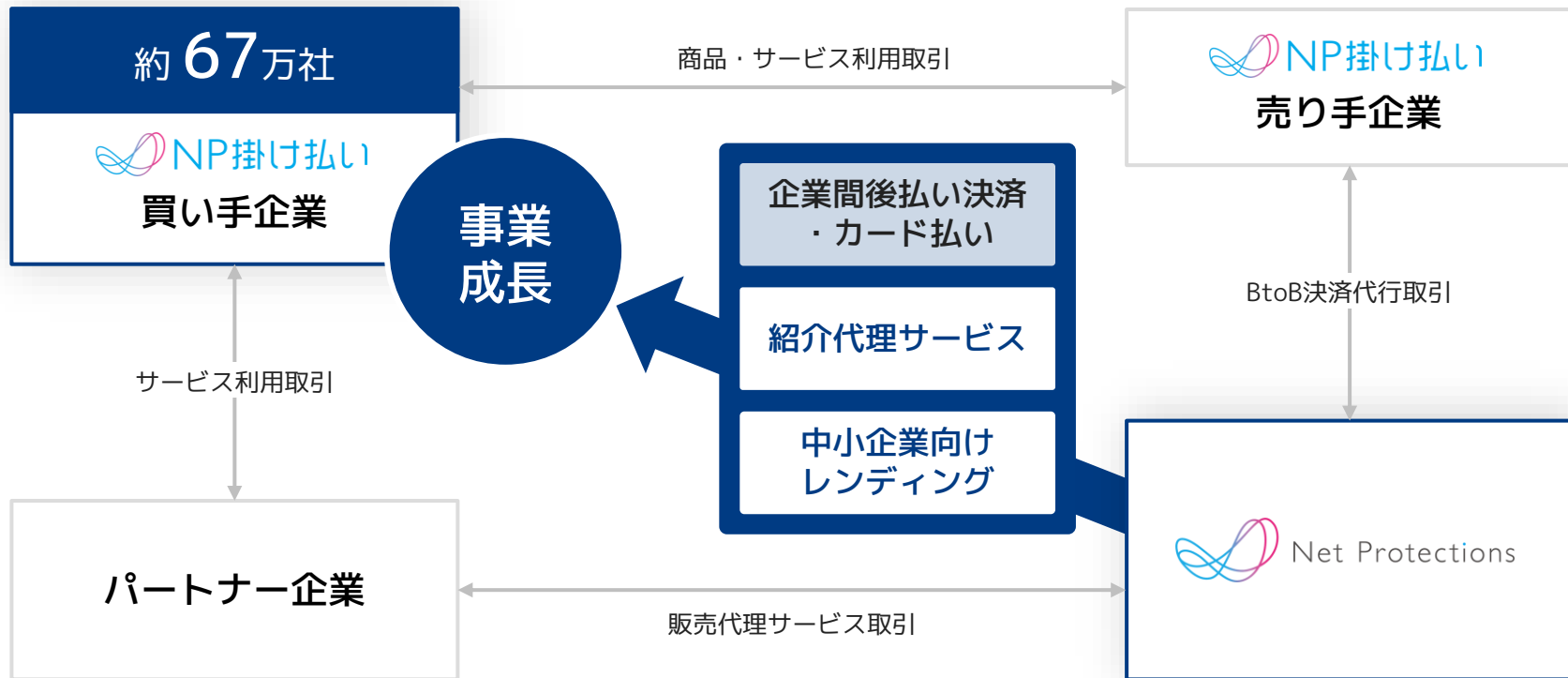
700万会員
ポイント還元率を1.5%に
向上してロイヤル化を促進

100万会員 (目標)
どこでも使える、
お得な後払い決済へ

atoneプラスの付加価値

| | 通常 | プラス |
|--------|----------------|---------------|
| 使える場所 | ○ | ◎ |
| 支払い方法 | つど後払い 翌月後払い | 翌月後払い 分割払い |
| 請求手数料 | 209円 | 無料 |
| ポイント還元 | 0.5% | 1.5% |
| 会費 | 無料 | 300円/月 |

NP掛け払いの買い手企業67万社に対して、紹介代理サービス、中小企業向けレンディングなどを通じて事業支援を行う。



Appendix

BtoC 事業（atone、NP後払い他）

ECはもちろん、実店舗でも利用可能な次世代BNPLサービス。

atone

かんたん決済

ECではワンクリックで、
実店舗ではアプリで
かんたん決済



選べる 支払いタイミング

支払い時期を
都度/月まとめ
から選べる



お得に使える

利用する度に
ポイントが貯まる！
1p=1円で使える



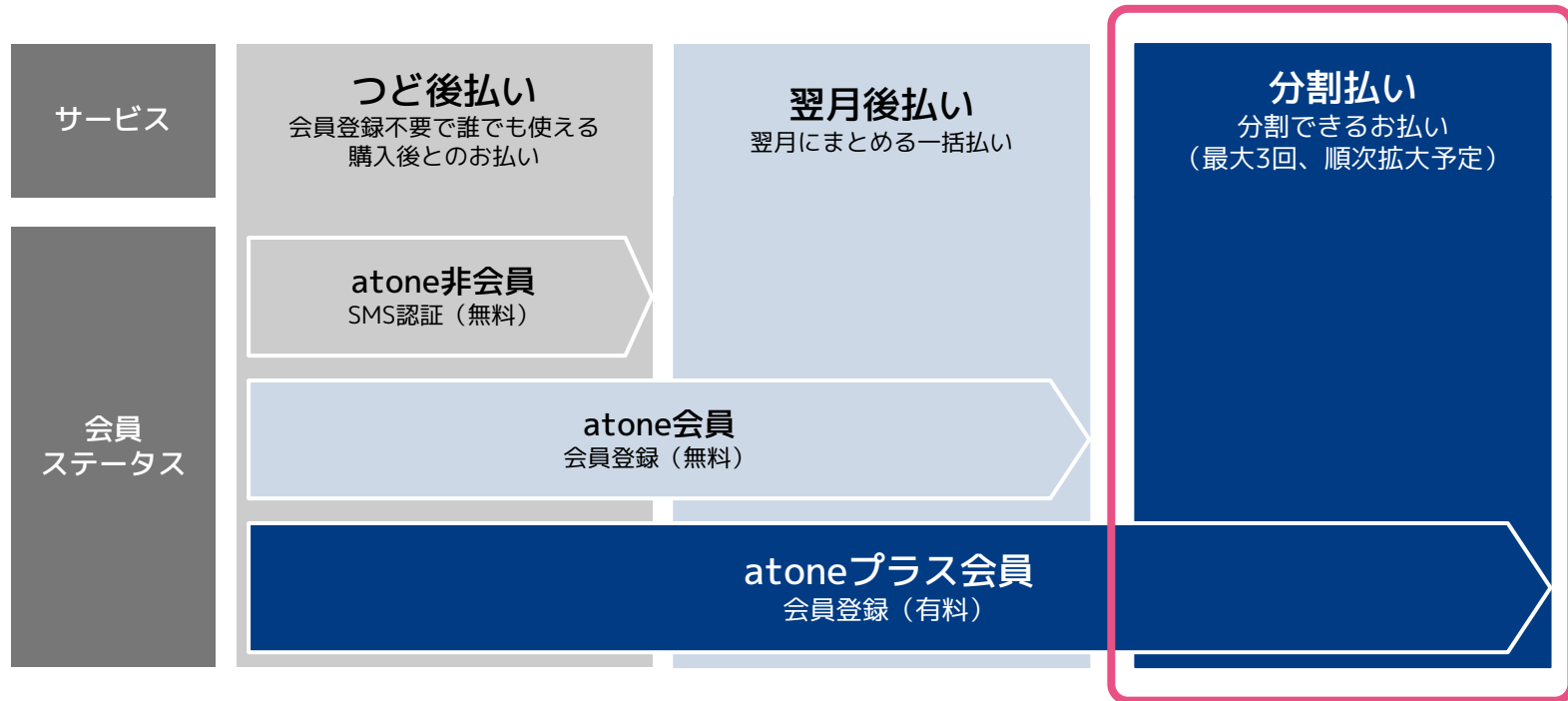
700万人の会員数

EC物販・EC非物販はもちろん、
実店舗でも利用可能

ホワイトラベル・OEMにも対応
(デジタル最適化)

1,200万PV/月の
キャンペーンポータル

プラス会員は「翌月後払い」に加えて「分割払い」も可能になり、上限金額も最大で30万円まで増額。支払い方法を広く選択でき、より高価格帯の商品・サービスの購入も可能。



他決済サービスで比較した場合、「ポイント還元」、「手数料無料」と複数のメリットを同時に満たすサービスはatoneプラス。

| | | atoneプラス | BNPLサービス A ※当社調べ | BNPLサービス B ※当社調べ | クレジットカード ※当社調べ |
|------|---------|-------------------------------|--------------------------|---------------------------------|--|
| 分割仕様 | 分割回数 | 3回 (順次拡大予定) | 3回,6回,12回 | ～36回 | ～36回 |
| | 上限金額 | ～30万円 | ～30万円 | 不明 (想定：数十万円) | 数十万～数百万円 |
| 購入者 | ポイント還元率 | 常時 1.5% | ポイント無し | ポイント導入 検討中 | 0.5～1.0% |
| | 分割手数料 | 0% | 0% | 3～6回：0% 10～36回： 13～13.25% | 12.25%～15% |
| | その他費用負担 | コンビニ決済手数料：0円 会費：300円/月 | コンビニ決済 手数料： 371円/月 | コンビニ決済 手数料： 350円/月 | ※コンビニ 支払い無し 会費： 0～30,000円/年 |

約110万店舗で利用可能。直接加盟店に加えて、Smart Code導入の実店舗やアプリ専用カードでatoneアプリ内のショップでも利用可能。

オンライン・ストア

モール



※2



アパレル・コスメ

G R L



ANAP

Nailie
ネイリー

コンビニ・スーパー



LAWSON

Seicomart



ドラッグストア



エンタメ



その他



dinos



飲食



Hospitality Restaurant
Royal Host



日用品

Joshin



※1：一部、ご利用できない店舗がございます。

※2：Amazon、Amazon.co.jpおよびそれらのロゴは、Amazon.com, Inc.またはその関連会社の商標です。

「atone shops」は、ショップ・キャンペーン・ポイントの3つの情報を集約した後払い決済サービスにおいて日本初のポータルサイト。



7人に1人が利用する業界シェアNo.1*1の後払い決済サービス。
会員登録やカード発行が不要のため、便利に買い物ができる。



カード不要

カード不要で
情報の漏えい・
不正利用の心配がない



会員登録不要

複雑な手続きなしで
ワンクリックで利用可能



商品到着後に支払い

商品確認後、
好きな支払い手段で
簡単にお支払い



年間ユニークユーザー数
1,500万人超*

累計取引件数
4.4億件 突破

導入店舗数
20.3万店舗

*1 2021年1月7日付通販新聞掲載の「第75回通販・通教売上高ランキング」を基に当社推計。

*2 2021年4月1日～2022年3月31日における「NP後払い」利用者のうち、氏名・電話番号の双方が一致する数。

訪問型サービスを提供する事業者むけに特化した、
「未払いリスク保証型の集金代行サービス」。



現金の準備が不要

事前に現金を準備しておく必要がない



現金の受け渡しが ないので安心

直接現金で取引することが
不安な方も後から請求書で
支払えるので安心



いつでも好きな 場所で支払える

好きなタイミングで好きな
場所から簡単にお支払い



ご利用業種例



リフォーム・工事



修理・メンテナンス



家事代行



引っ越し



レンタル



電気・ガス

現金・債権管理
コストを大幅削減

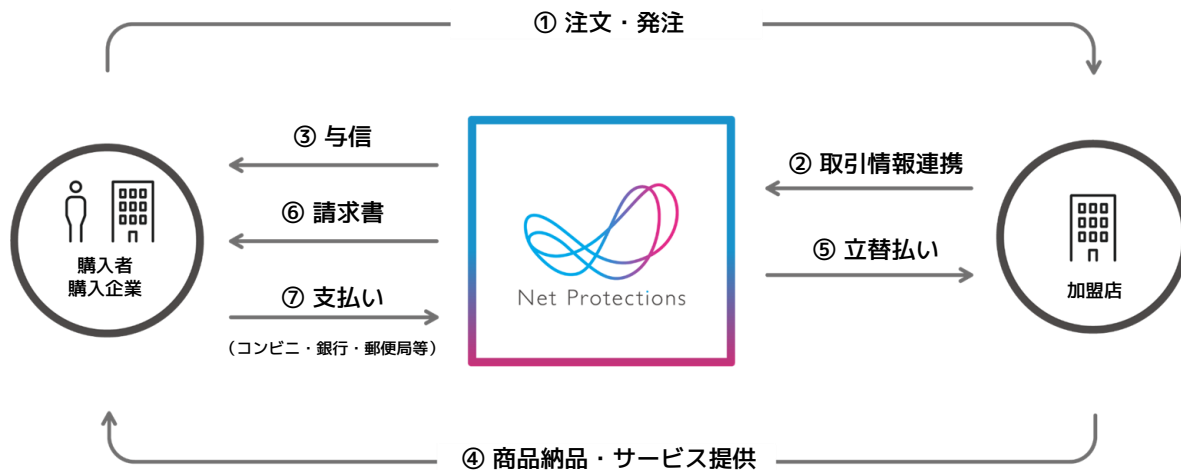
回収業務ゼロ、
請求金額100%保証

専用端末不要、
現場ですぐ運用可能

導入支援で
スムーズな運用を実現

| | NP後払い | atone | |
|-------------|---------------------------|------------------------|---------------------------|
| | | つど後払い | 翌月後払い |
| 支払 タイミング | 取引ごと 請求書発行から14日後までに支払い | 取引ごと 請求から10日後までに支払い | まとめて翌月払い 毎月10日・20日・27日 |
| 請求形態 | 紙の請求書中心 (電子請求対応) | 電子請求 (メール/SMS) | 電子請求 (アプリ/メール/SMS) |
| 支払方法 | コンビニ・銀行・ 郵便局・LINE Pay | コンビニ・銀行 | コンビニ・銀行・口座振替 |
| 会員登録 | 不要 | 不要 | 必要 |
| ポイント | あり (0.5%/景品交換制) | あり (0.5%/会員登録必要) | あり (0.5%) |
| 対象市場 | EC物販 | EC物販・EC非物販 | EC物販・EC非物販・実店舗 |

買い手・売り手の双方に安心してEコマースをご利用いただけるよう
当社が未払いリスクを保証。



購入者メリット



先に商品受取



クレカ不要



ポイント獲得

加盟店メリット



売上アップ



新規顧客増



未回収リスク
からの解放

資金管理

1 利用の度に支払え、 使い過ぎ防止になる



- ✓ 都度支払うので、支払った実感がある
- ✓ キャッシュアウトが見えるので予算管理がしやすい

2 支払期限内の好きな タイミングで支払える



- ✓ 代引きだと受け取り時に現金を用意する必要あり
- ✓ 給料日前にお金がないとも買える

セキュリティ

3 カード情報の漏えいや 不正利用の心配がない



- ✓ カード情報入力不要
- ✓ 自分で支払う必要があるため、知らずに引き落とされることがない

4 商品の返品・交換や キャンセルがしやすい



- ✓ 気が付かずに自動的に引き落とされることがない

利便性

5 カード不要・事前登録不要



- ✓ ワンクリックで購入
- ✓ 普段使わないサイトでの購入が簡単
- ✓ カードを取り出さなくても買える
- ✓ スマホでも簡単

6 商品を見てから支払える



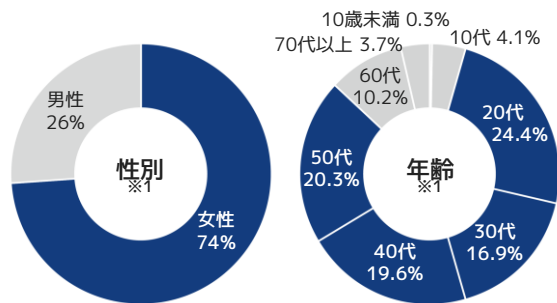
- ✓ 前払いでは商品が届くか不安
- ✓ 返品・交換・キャンセルも容易

今までの後払い決済サービスの主なユーザー層と市場の規模予測

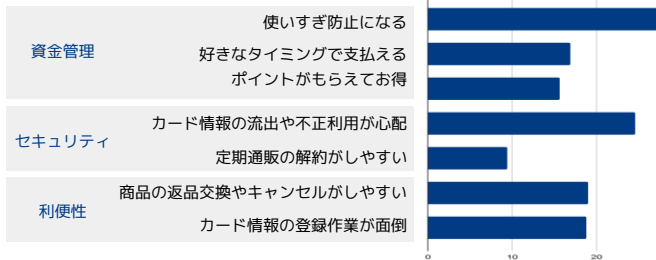
20～50代の女性を中心に「資金管理」「セキュリティ」「利便性」などのニーズで伸びてきた。

主な利用者層と利用動機

EC市場における後払い利用者は20～50代の女性が大半



ニーズは資金管理・セキュリティ・利便性^{*2}

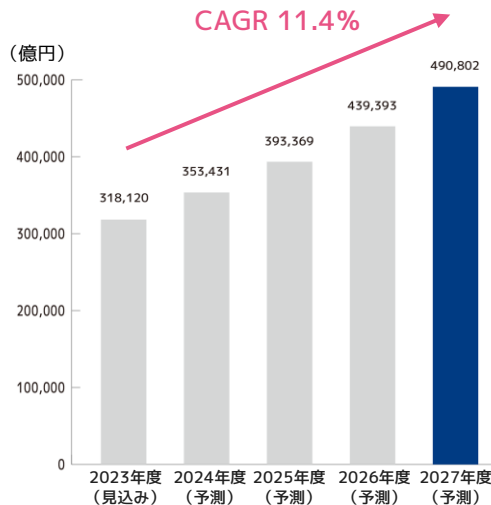


*1 2024年3月31日時点におけるNP会員の内訳。

*2 【調査方法】NP会員向け当社インターネット調査【実施期間】2018年12月28日～30日

【対象】全国の20代以上の男女1,738人 当社調べ

EC決済サービス市場規模予測



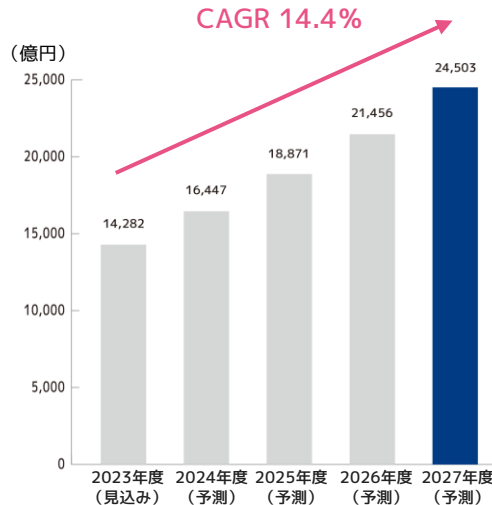
出典：株式会社矢野経済研究所「EC決済サービス市場に関する調査（2024年）」（2024年4月19日発表）

※ ECサイト等で発生する決済業務代行サービスを提供する事業者取扱高ベース

※コード決済については、EC決済サービス提供事業者の取扱高のみを対象

※ 2023年度見込値、2024年度以降予測値

後払い決済サービス市場規模予測



出典：株式会社矢野経済研究所「EC決済サービス市場に関する調査（2024年）」（2024年4月19日発表）

※ 後払い決済サービス提供事業者取扱高ベース

※ 2023年度見込値、2024年度以降予測値

※ 後払い決済サービス市場はEC決済サービスの内数

物販EC

ECモール



TVショッピング



ネット・スーパー



住宅設備機器



アパレル



非物販EC・役務

チケット（電子含む）



電子コミック



ライブ配信



住宅管理サービス



住宅設備の修理・点検



実店舗

スーパー



コンビニ



飲食



飲食



ドラッグストア

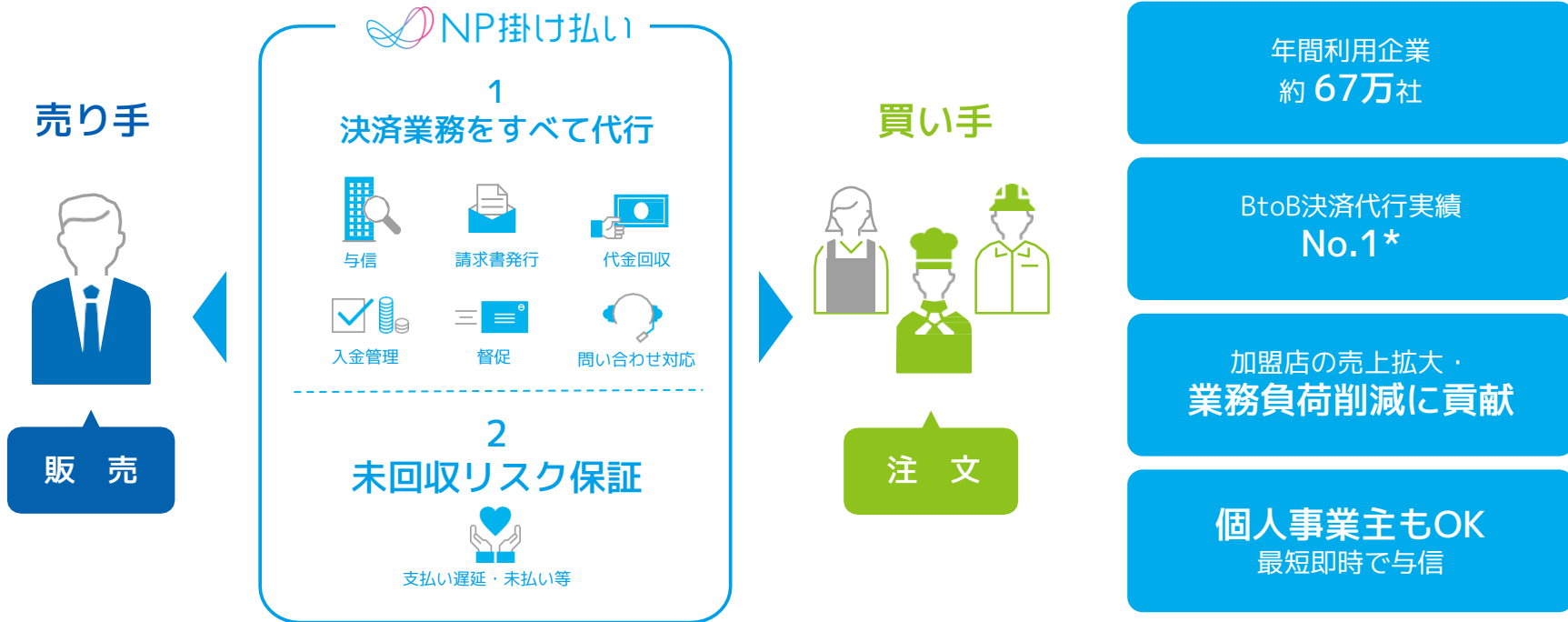


※1：一部、ご利用できない店舗がございます。

Appendix

BtoB 事業（NP掛け払い）

5社に1社が利用する企業間取引における
「決済」の業務とリスク保証を代行するサービス。



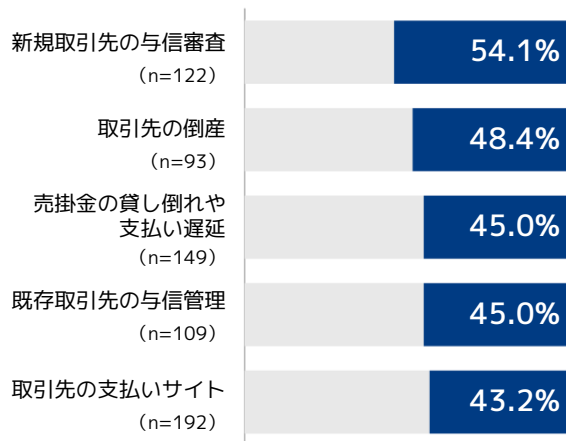
*1 デロイト トーマツ ミック経済研究所調べ「ミックITリポート2022年10月号 BtoB決済代行サービス市場調査 (<https://mic-r.co.jp/micit/2022/>) 」より、2021年度年間取扱高を参照。

BtoB事業「NP掛け払い」は法人間のすべての請求業務（与信→請求書発行→入金管理→督促→リスク保証）の課題をワンストップで解決できるBPOサービス。



決済業務における支払い遅延と回収の課題

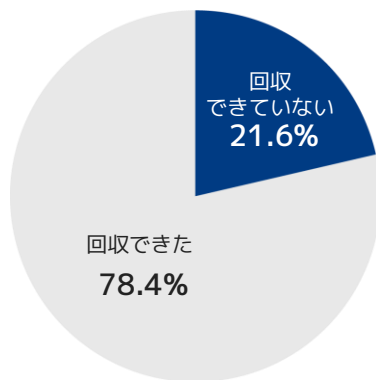
1 約2人に1人が「与信審査」「貸し倒れや支払い遅延」に課題を感じている



■ とても課題を感じている+やや課題を感じている
■ あまり課題を感じていない+全く課題を感じていない

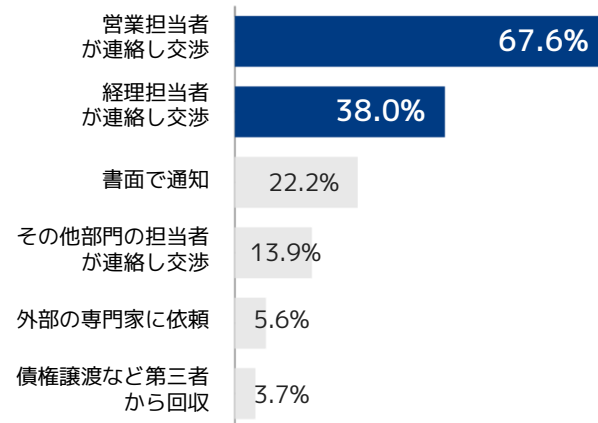
2 発生した「支払い遅延」のうち21.6%が回収できていない

自社へ支払い遅延発生経験者 (n=113) の回収率



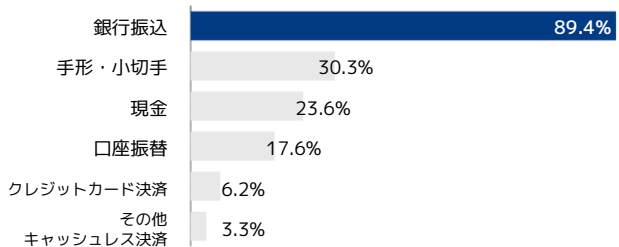
3 営業担当者も連絡・交渉に手間を取られている

自社へ支払い遅延発生経験者のうち回収経験者 (n=108) の回収要因

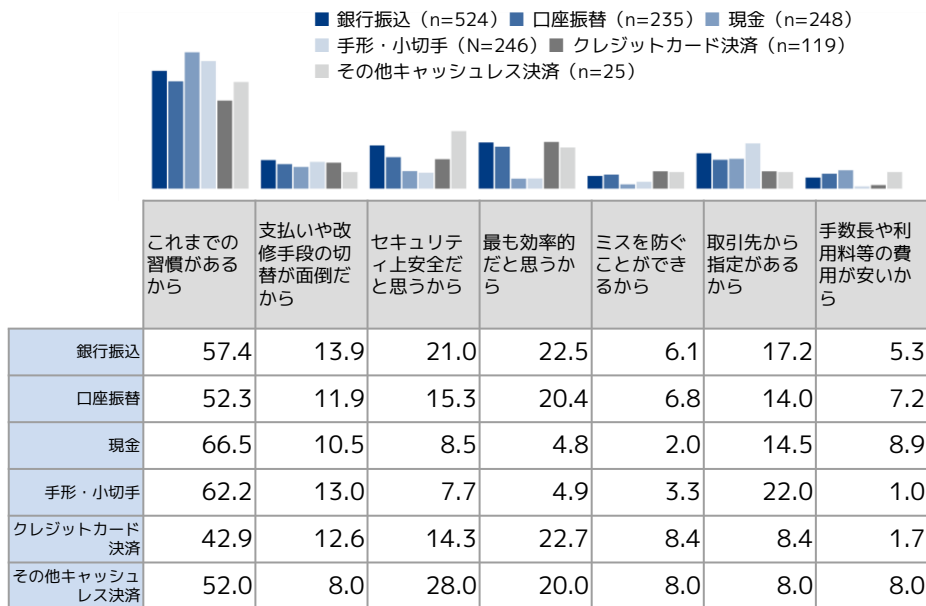


大手企業の新規開拓・顧客の取りこぼしを防ぐためには請求書払いは必須。
その背景として「これまでの習慣があるから」という意見が最も多くなっています。

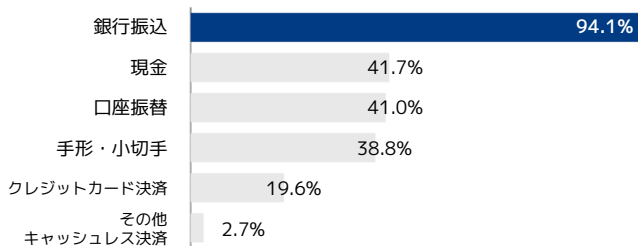
支払いを受ける際の決済方法 (n=547) ※複数回答可



各決済方法を利用する理由



支払いをする際の決済方法 (n=556) ※複数回答可



サービス導入事例（BtoB市場）

卸

建材



酒



食品



美容



包装資材



ベンチャー

シェアリングエコノミー



バックオフィス



HR



マーケティング



マーケットプレイス



大手



Appendix

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://www.magicalir.net/7383/mail/>



- 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。