

2025年3月期 第2四半期 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)



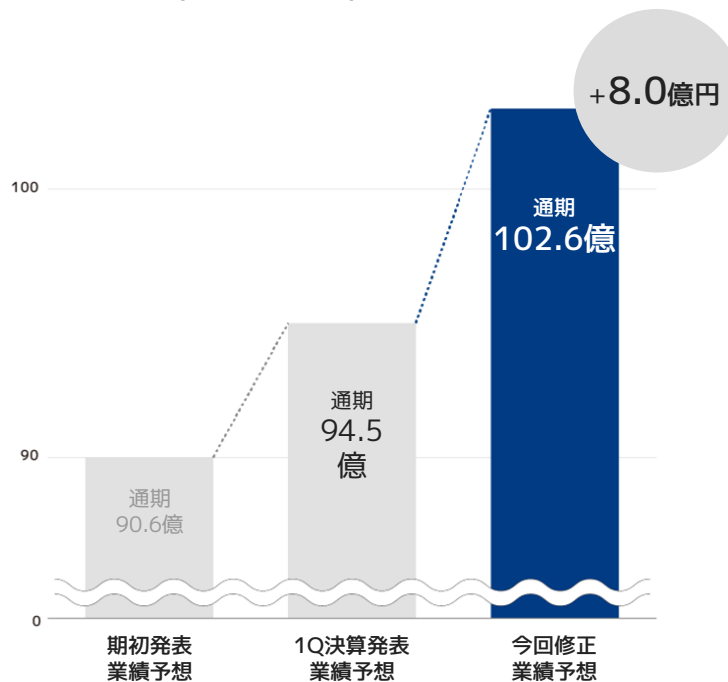
25/3 業績予想の上方修正	3
全社業績ハイライト	10
経営TOPICS	22
Appendix	27



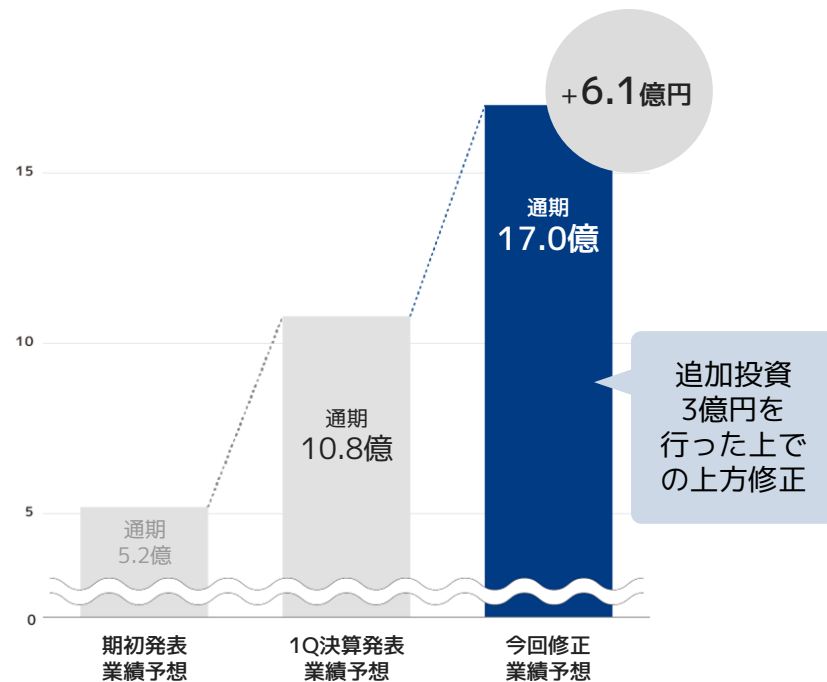
25年3月期 業績予想の上方修正

延滞事務手数料による売上増加、未払いコントロールや請求業務の改善による原価抑制。
売上総利益+8.0億円、営業利益+6.1億円の上方修正（前回発表 業績予想対比）。

売上総利益（non-GAAP）（億円）



営業利益（億円）



第2四半期の実績上振れと堅調な下期の見通しから、通期業績予想を再度の上方修正。
営業利益は10.8億円から17.0億円と前回発表時より+6.1億円。

(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 (実績)	下期	通期	通期
GMV (non-GAAP) *1	630,500		635,294		4,794	+0.8%
	300,000	330,500	304,794	330,500		
営業収益	23,000		23,281		281	+1.2%
	10,740	12,260	11,021	12,260		
売上総利益 (non-GAAP) *2	9,452		10,262		809	+8.6%
	4,414	5,038	4,904	5,358		
販売管理費 (non-GAAP)	8,954		9,048		94	+1.0%
			4,259	4,789		
内マーケティング費用	539		763		224	+41.6%
			237	526		
営業利益	1,080		1,700		619	+57.3%
	316	763	866	833		
税引前利益	983		1,604		620	+63.1%
	266	716	829	775		
親会社の所有者に帰属する 当期利益	658		1,039		381	+57.9%
	223	435	468	570		
EBITDA	2,803		3,396		592	+21.2%
	1,158	1,644	1,678	1,718		

*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)

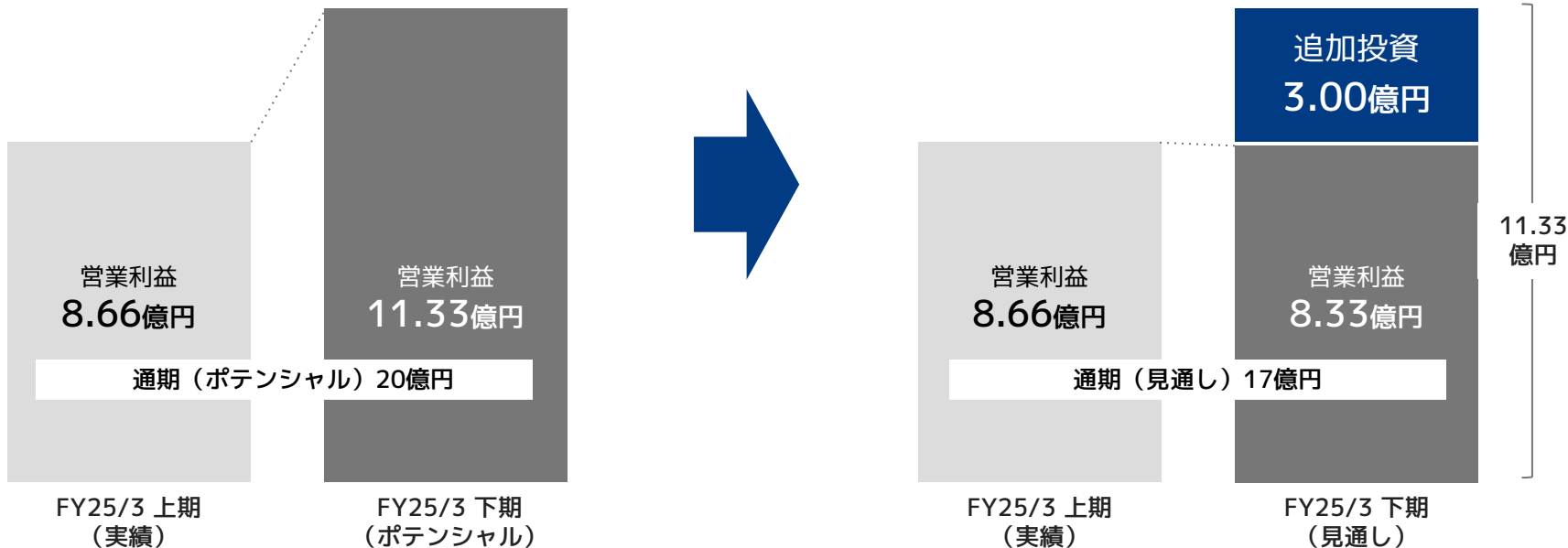
大幅な利益の上方修正を確保しながら、
下期に見通す利益の一部は、来年度以降の更なるGMV成長に資する投資に振り向ける。

現状 着実に利益創出できる状態に到達

- ・与信・販管費を安定的にコントロール可能な体制
- ・GMVの成長を利益成長に直結させることができる

追加投資 利益水準の確保と成長投資の両立

回収蓋然性、回収期間などを重視した上で、
GMV成長のため戦略的に追加マーケティング投資を行う



過去に投資効果の高かったマーケティング施策に限定して追加投資を行い、GMV成長を加速する。

下期追加マーケティング投資施策

atone 1.6億円	パートナー販促
	新規会員キャンペーン
	展示会・イベント出展
NP掛け払い 1.2億円	デジタル広告
	加盟店キャンペーン
	顧問招聘
NP後払いair 0.2億円	デジタル広告

27年3月期以降の年間追加的効果*

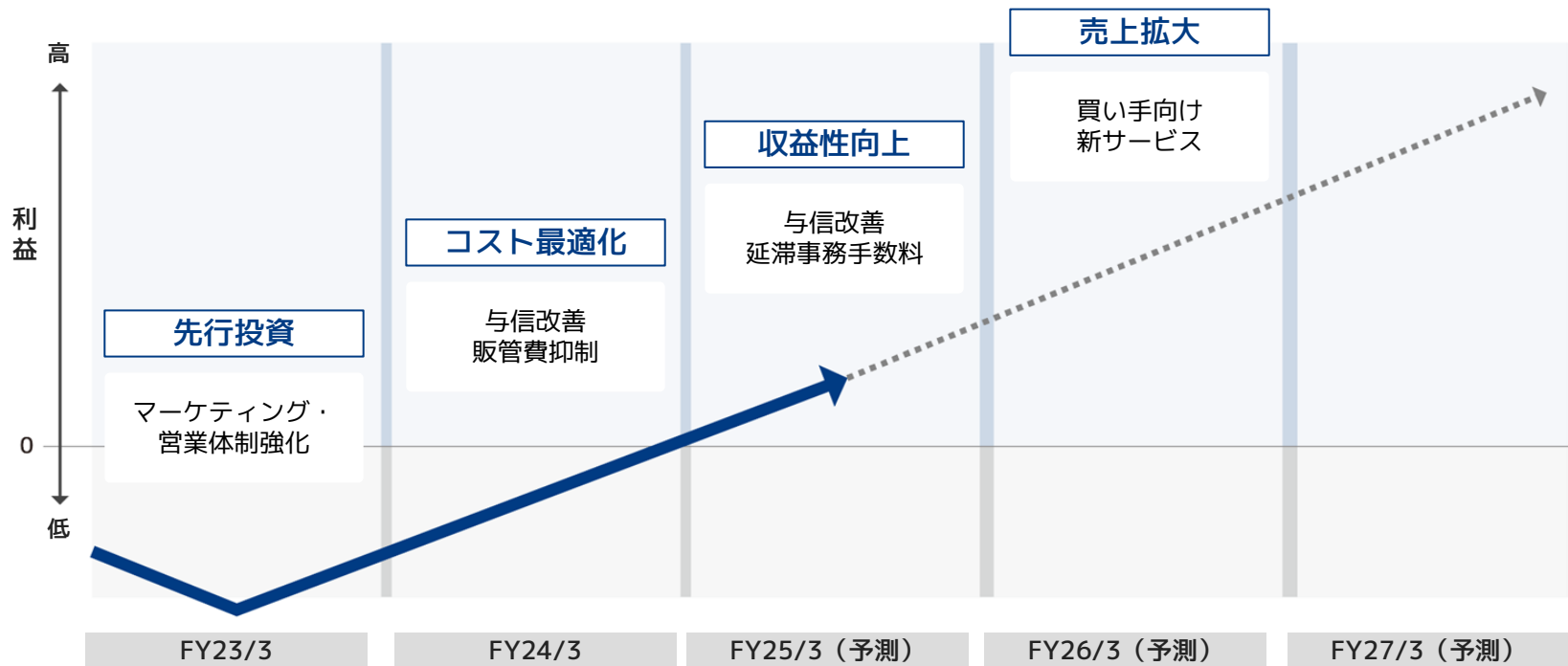
GMV 75億～120億円

GMV 70億～115億円

GMV 7億～13億円

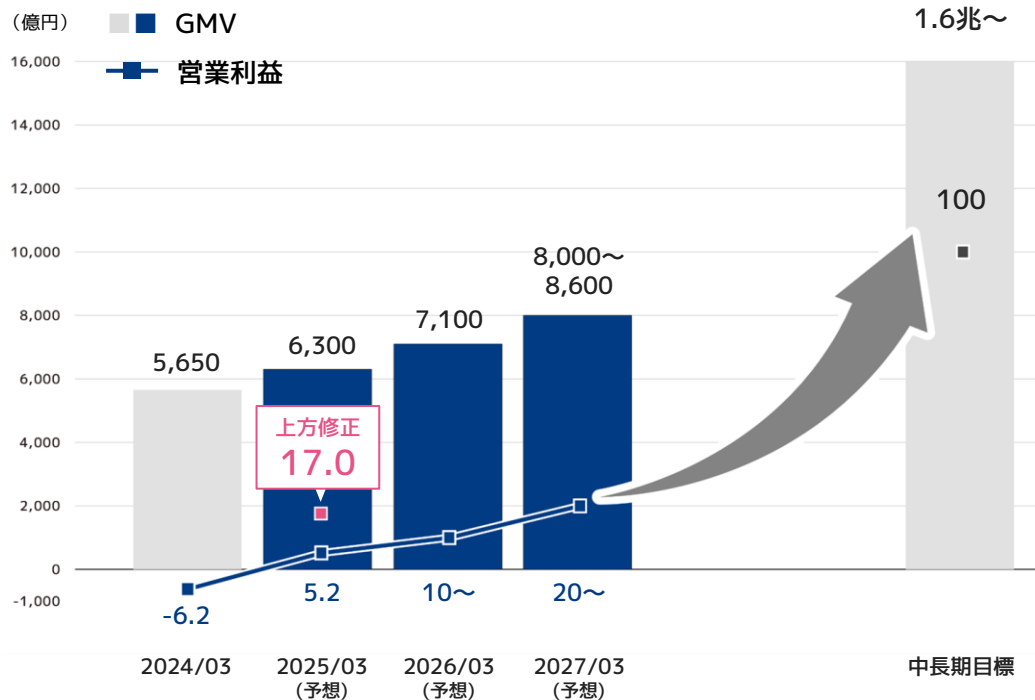
*26年3月期より段階的に効果を発現、27年3月期以降は通年効果となる想定

与信改善が進み、運用にかかる販管費を抑制しながら利益創出が可能。
成長投資を行うことで、来期以降も着実に増収増益を継続させる。



中期経営計画との比較

営業利益目標は、計画に比べ2年近く前倒しで達成。
中期経営計画は通期決算にてローリング予定。



中長期 目標

営業利益100億円

増収増益を継続しつつ、
中長期目標への到達を
早めることを目指す



全社業績ハイライト

全社

上期営業利益の大幅上振れにより、再度の上方修正

全社
GMV*1 **3,047億円** 前年同期比 +11.3%
(BtoC +2.8%、BtoB +29.4%)

上期
営業利益 **8.6億円**
前年同期比 +14.7億円

BtoC atone

上期
GMV **171億円** 前年同期比 +39.6%

Topics

EC領域における大型の新規店稼働および既存店の取引増加によりGMVが着実に成長。

BtoC NP後払い 他

上期
売上総利益 **35億円** 前年同期比 +39.7%

Topics

上期GMVは1,740億円 (YoY+0.2%) と安定しつつ、延滞事務手数料&未払い改善により売上総利益は大幅な積み上げ。

BtoB NP掛け払い

上期
GMV **1,135億円** 前年同期比 +29.4%

Topics

卸業・広告・ITサービスなど主要カテゴリーで既存店GMVが伸張。

*1 GMV：当社グループ決済サービスの流通取引総額

営業利益8.6億円、進捗率80.2%を達成。

延滞事務手数料および未払いコントロールが計画を上回る進捗。

(百万円)	FY25/3 上期		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)	304,794	+11.3%	630,500	48.3%
営業収益	11,021	+6.7%	23,000	47.9%
売上収益	10,747	+6.6%	—	—
売上総利益 (non-GAAP) *1	4,904	+33.2%	9,452	51.9%
販売管理費 (non-GAAP)	4,259	-6.2%	—	—
その他営業費用 (non-GAAP)	51	—	—	—
販売管理費のうちマーケティング費用*3	237	-29.7%	—	—
営業利益	866	黒転	1,080	80.2%
EBITDA (non-GAAP) *2	1,678	+1,076.7%	2,803	59.9%

*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）

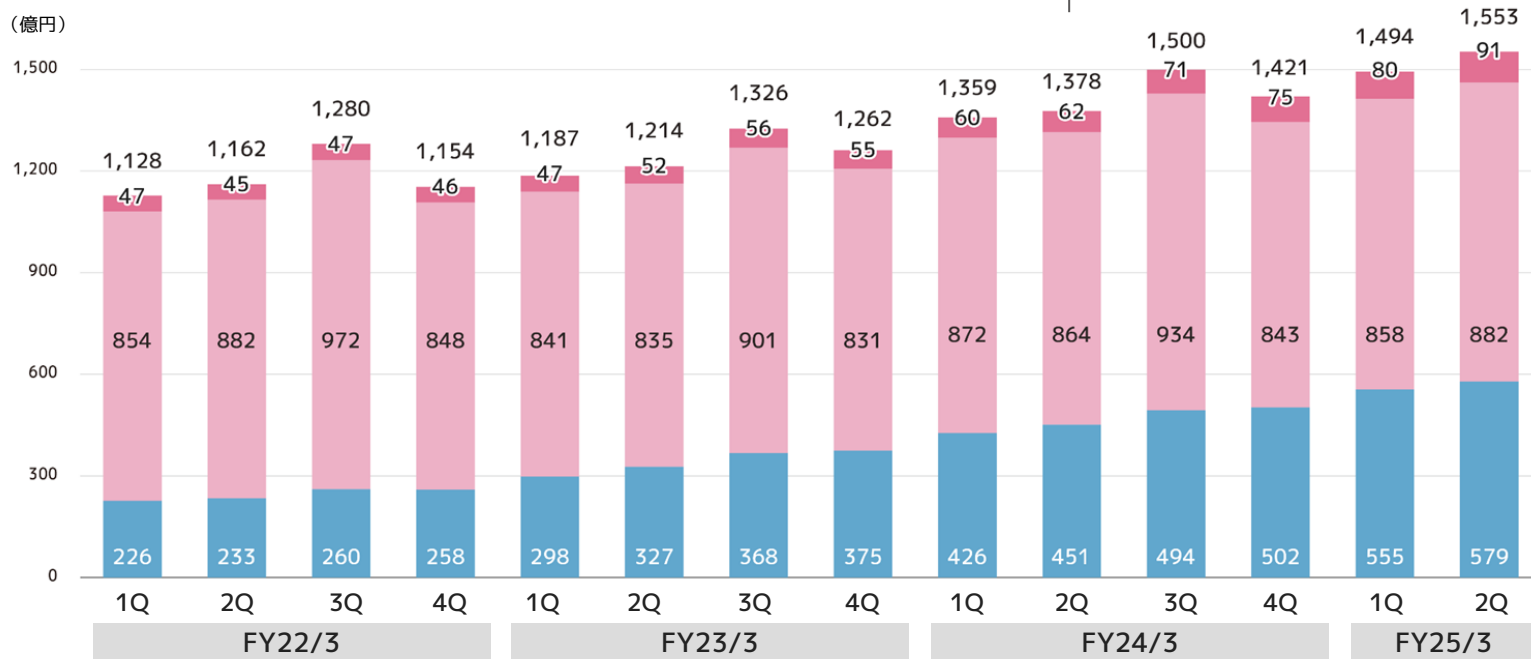
*3 マーケティング費用：販売促進費（代理店手数料を除く）＋広告宣伝費

*4 2024年8月14日 決算短信および決算説明会資料より

全社GMVは前年同期比+12.6%。
atone+44.7%、NP掛け払い+28.4%と成長をけん引。

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

前年同期比
+12.6%



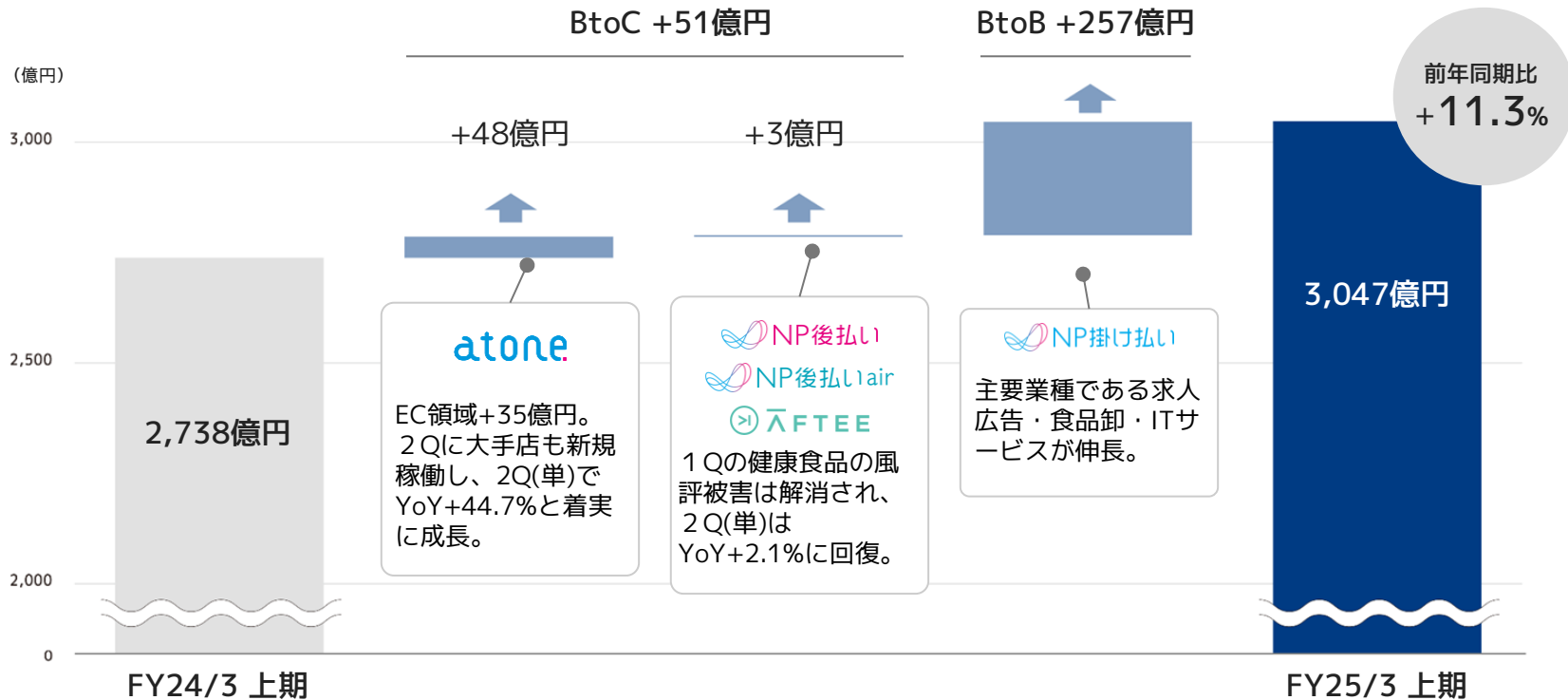
*1 当社グループが提供するatoneを通じて決済される金額（消費税を含む）の合計額

*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（2Q累計加算額）

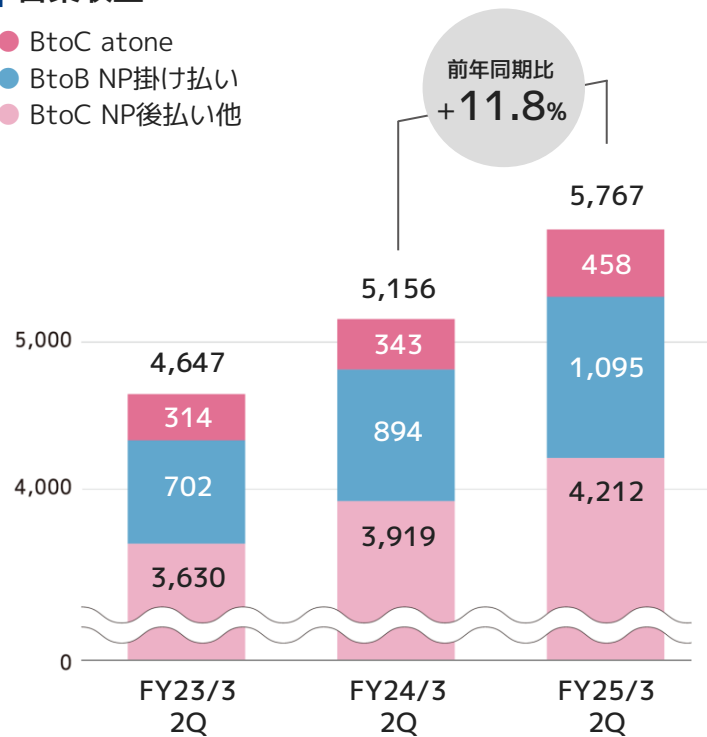
BtoCで51億円、BtoBで257億円のGMV加算により、
全社GMVは前年同期比+11.3%の309億円の積み上げ。



BtoC_NP後払いで7月1日から延滞事務手数料がスタート。
計画を上回る収益貢献で、売上総利益は前年同期比+41.1%。

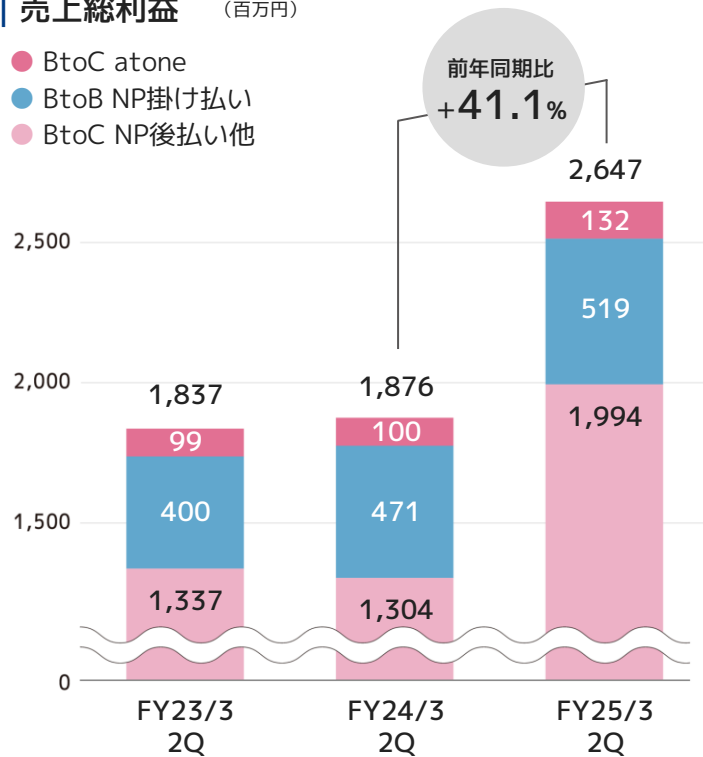
営業収益（百万円）

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



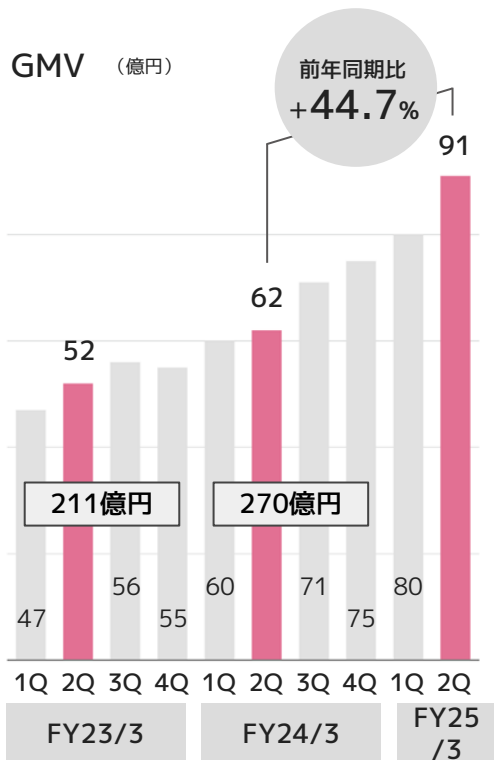
売上総利益（百万円）

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

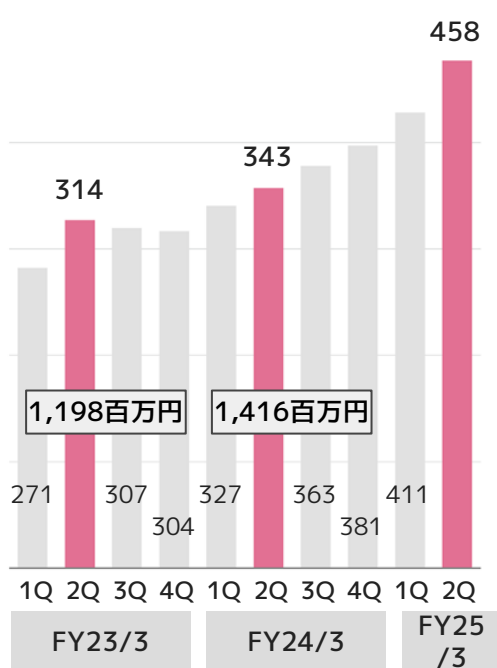


EC領域における大手店の新規稼働がけん引し、GMV+44.7%。
未払い率もコントロールできており、売上総利益は+32.3%。

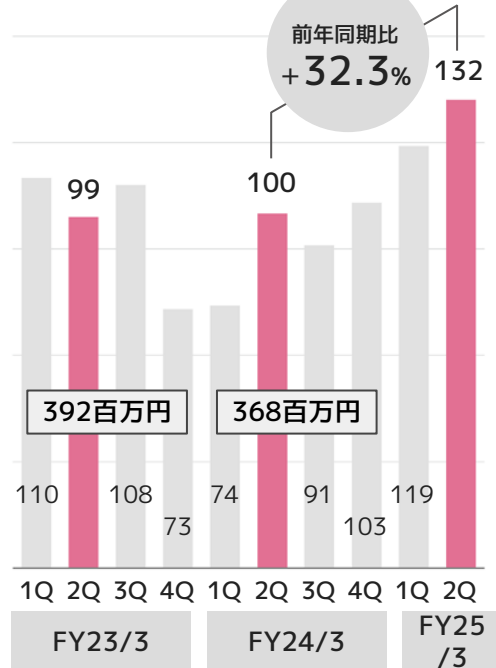
GMV (億円)



営業収益 (百万円)



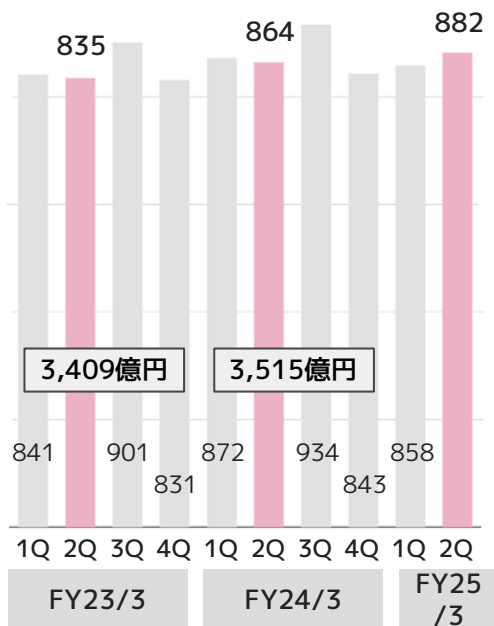
売上総利益 (百万円)



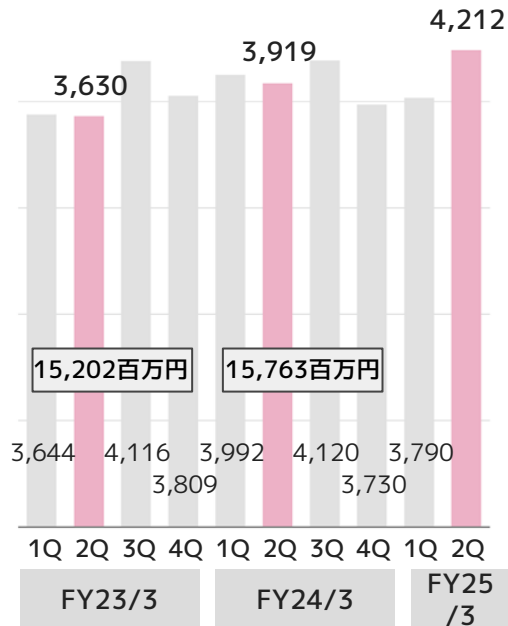
健康食品の風評被害が解消され、GMVは+2.1%に回復。

7月からスタートした延滞事務手数料などにより、売上総利益は+52.9%。

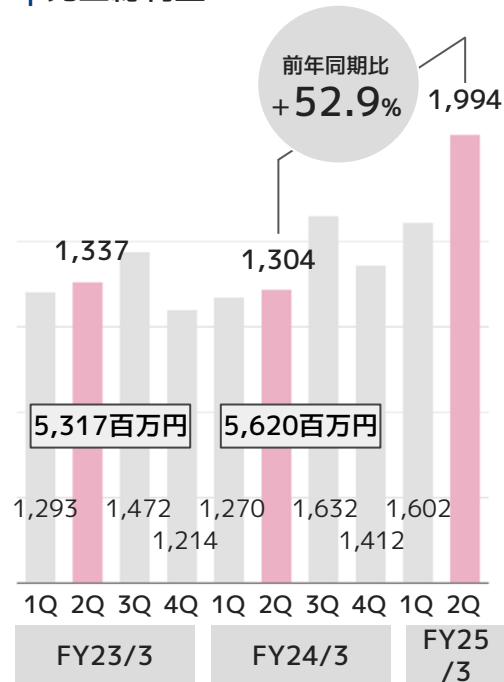
GMV (億円)



営業収益 (百万円)

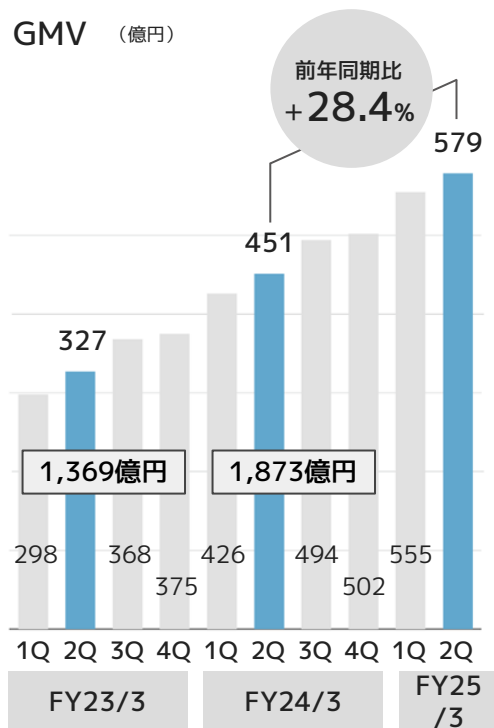


売上総利益 (百万円)

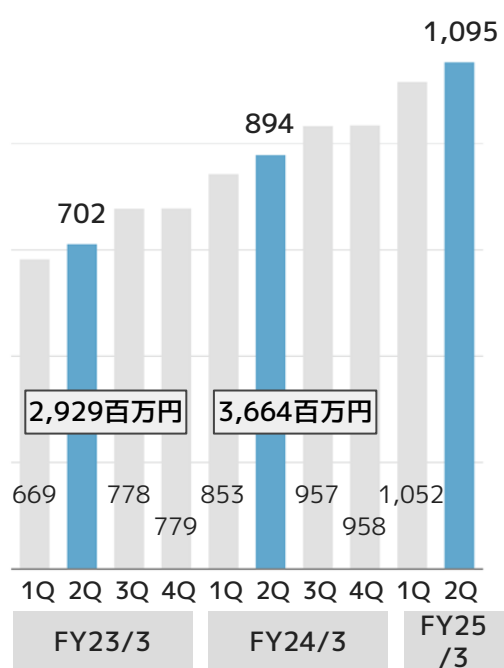


主要業種の全てにおいて取引増加によりGMV+28.4%。

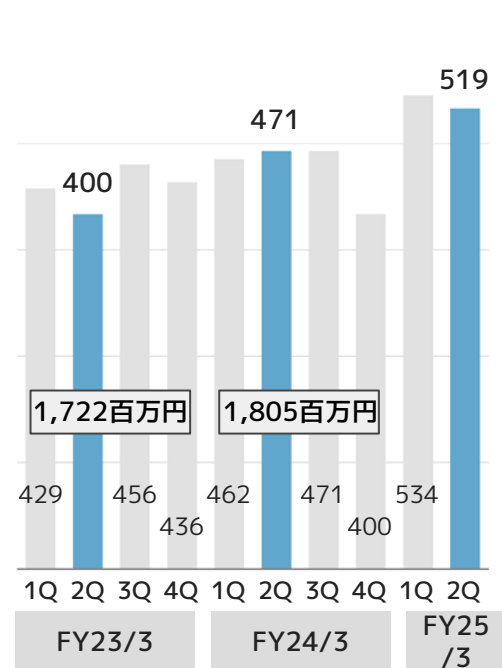
GMV (億円)



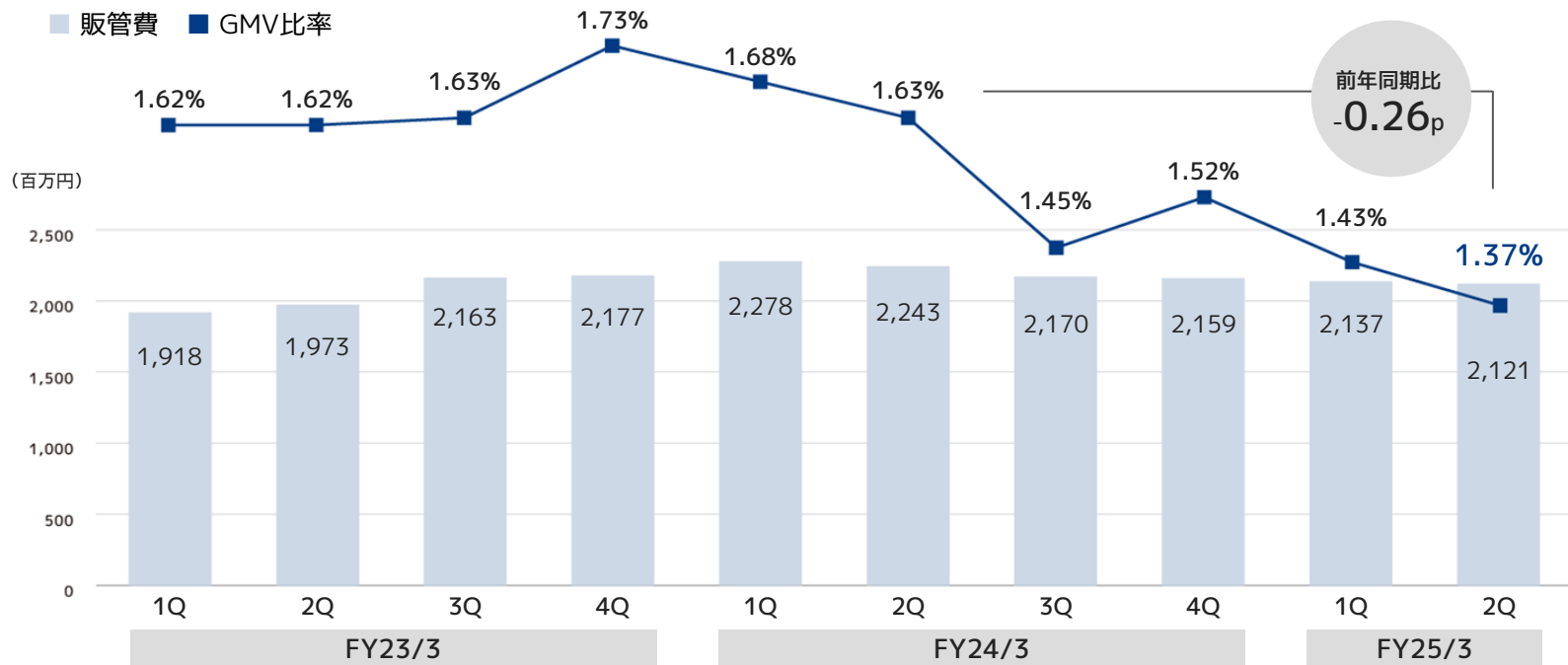
営業収益 (百万円)



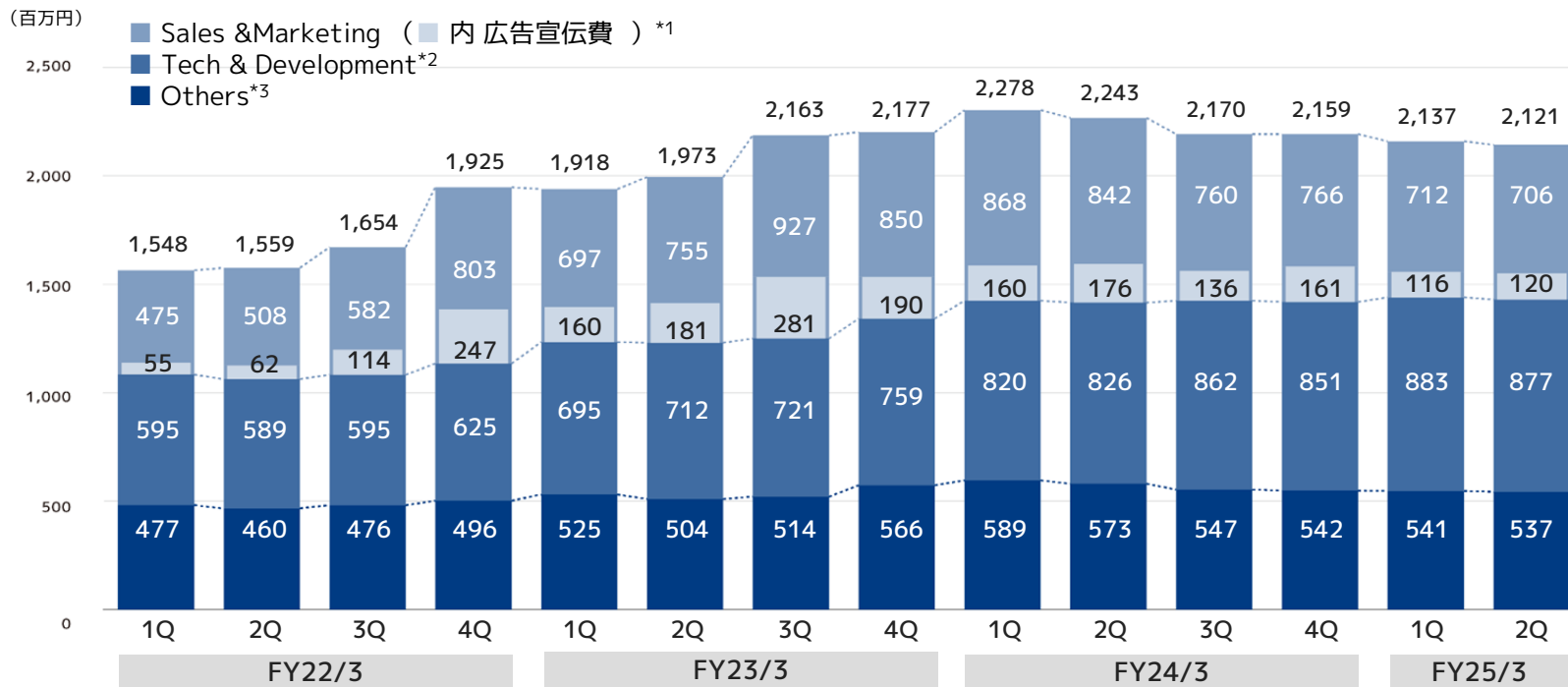
売上総利益 (百万円)



販管費率は前年同期比で0.26P良化し1.37%。
コストコントロールの徹底が進む。



外部パートナー経由の案件紹介が好調で、マーケティング費の抑制が進む。



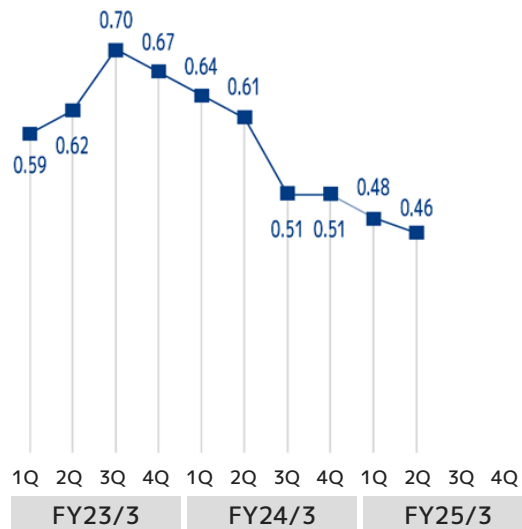
*1 セールス & マーケティング：セールス・マーケティングに関わる、人件費・アウトソース費・運営関連費・マーケティング費等

*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

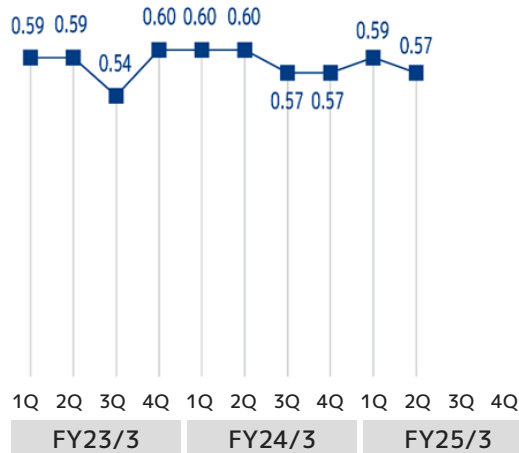
*3 その他：上記*1、*2以外の販売管理費（バックオフィスに関わる人件費・アウトソース費、および各サービスサポートデスクのアウトソース費等）

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。

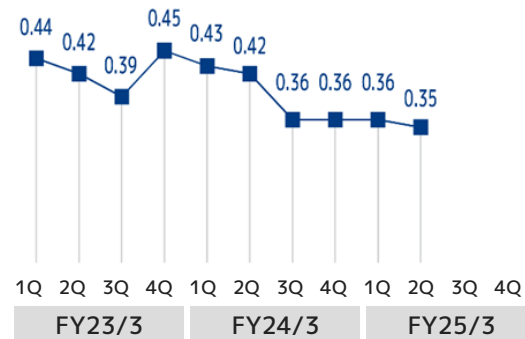
| Sales & Marketing (%)



| 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）



経営TOPICS

新規稼働店・新規プラットフォーム連携（2Q）

2Qも大手店が新規導入・専用プラットフォームとも連携。

ターゲット市場への導入も進んで、以降のGMV成長・新規導入店の増加を見込む。

atone

サービス系（新規導入）



電子チケット（新規導入）



オンラインスーパー（新規導入）



翌月後払いに続き、つど払いも導入



インテリア・雑貨（新規導入）



家電・インテリア（7月より稼働）



NP後払いair

システム連携



NP掛け払い

ビジネスタクシー（新規導入）



*1 オンラインストアでの導入

新規戦略は概ね順調に進捗。延滞事務手数料は2Qから予定通り運用開始。
その他当面の業績インパクトが限定的な施策は、慎重な運用を行う想定。

NP後払い

7月より、延滞事務手数料の徴収を開始。
大きな問題なく運用ができており、収益貢献も想定通り順調に推移。

atone

「atoneプラス分割払い」サービス開始にあたり、ライセンス取得とシステム開発は予定どおり完了。
一方、運用テスト期間を長めに取る判断を行い、今年度のサービス開放は限定的なものに留める。

NPハンディ
レンディング
(貸金業務)

株式会社NPファイナンスが、貸金業免許を取得。
NP掛け払い購入企業に対して少額・短期のレンディング業務を開始。

本件は従来からの議論内容の延長。

BNPL協会を通じ関係機関と緊密に連携しており、新たな課題が発生したものでは無いと認識。

当社が
会長会社

後払い決済サービス協会

後払い決済サービスにかかる取引の適正化を図る

● 悪質な加盟店の排除

- ・ 加盟店管理に係る自主ルールの方策
- ・ 自主ルール運用状況のモニタリング
- ・ 悪質な加盟店の情報共有制度

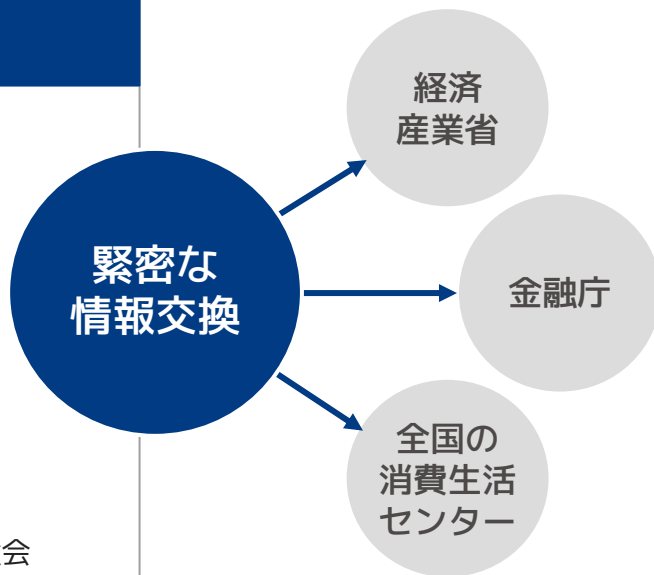
● 利用者への啓蒙

- ・ 注意喚起パンフレット作成など

● 消費者からの声の把握・対応

- ・ 国民生活センター、消費生活センター等との意見交換・勉強会
- ・ 各会員事業者は、消費生活センターとの専用窓口を設置

関係機関（一例）

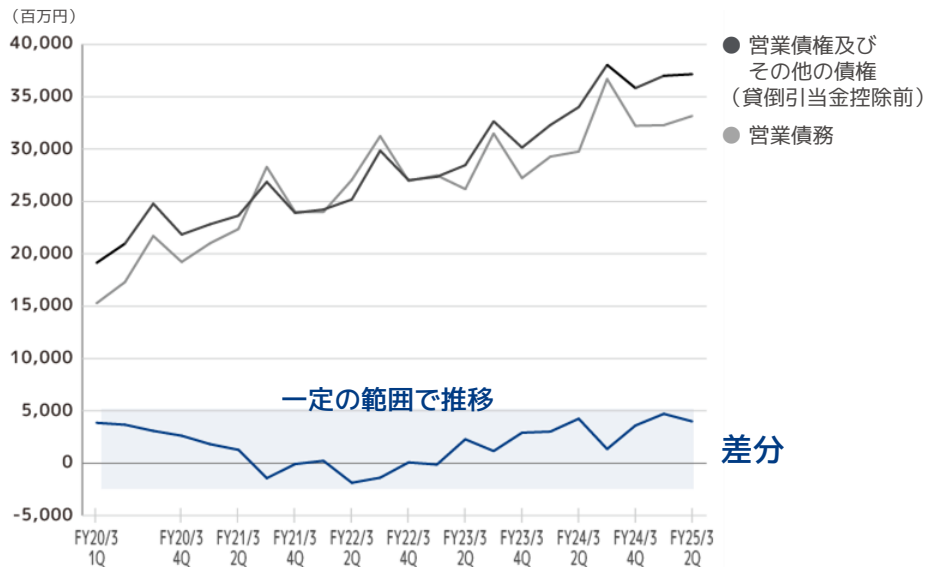


金利上昇・為替変動によるB/S・P/Lリスクは極めて限定的。

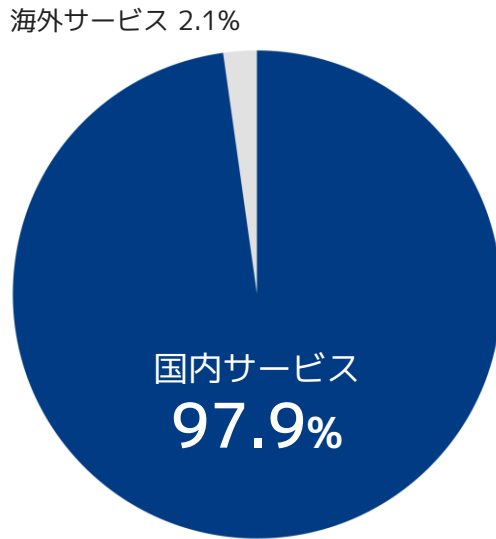
債権と債務は短期でバランスしており、GMVが増加しても借入等による追加運転資金は限定的。

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)





Appendix

- 財務3表等
- 企業概要
- 中期経営計画
- BtoC 事業（atone、NP後払い他）
- BtoB 事業（NP掛け払い）
- メールでの情報配信のご案内

Appendix

財務 3 表等

主要業績数値

	前第2四半期	当第2四半期	増減率	前中間期	当中間期	増減率
	百万円	百万円	%	百万円	百万円	%
GMV (non-GAAP) *1	137,893	155,313	12.6	273,822	304,794	11.3
BtoCサービス_NP後払い他	86,496	88,271	2.1	173,784	174,099	0.2
BtoCサービス_atone	6,293	9,105	44.7	12,306	17,178	39.6
BtoBサービス	45,104	57,936	28.4	87,731	113,516	29.4
営業収益	5,156	5,767	11.8	10,330	11,021	6.7
BtoCサービス_NP後払い他	3,919	4,212	7.5	7,911	8,003	1.2
BtoCサービス_atone	343	458	33.6	671	870	29.7
BtoBサービス	894	1,095	22.5	1,747	2,147	22.9
-その他営業収益	121	111	△8.4	250	273	9.2
売上収益	5,035	5,655	12.3	10,080	10,747	6.6
-請求関連費用 (non-GAAP) *2	2,071	1,953	△5.7	4,223	3,921	△7.2
-貸倒関連費用 (non-GAAP) *3	974	941	△3.4	1,965	1,707	△13.1
-その他決済に係る費用 (non-GAAP) *4	113	114	1.1	207	214	3.5
売上総利益 (non-GAAP) *5	1,876	2,647	41.1	3,682	4,904	33.2
BtoCサービス_NP後払い他	1,304	1,994	52.9	2,575	3,597	39.7
BtoCサービス_atone	100	132	32.3	174	251	44.5
BtoBサービス	471	519	10.2	933	1,054	12.9
-販売管理費及びその他営業費用 (non-GAAP) *6	2,248	2,165	△3.7	4,539	4,311	△5.0
営業損益	△250	593	—	△605	866	—
+減価償却費・償却費	373	400	7.2	732	802	9.6
+株式報酬費用	1	1	△37.0	3	3	△22.4
+固定資産除却損	1	2	65.4	12	6	△43.5
+減損損失	—	—	—	—	—	—
-減損損失戻入益	—	—	—	—	—	—
EBITDA (non-GAAP) *7	125	997	691.7	142	1,678	—

*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

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2024年3月31日)	当中間連結会計期間 (2024年9月30日)
資産		
現金及び現金同等物	10,810	14,056
営業債権及びその他の債権	29,238	30,424
棚卸資産	11	26
その他の流動資産	637	289
流動資産合計	40,698	44,798
有形固定資産	354	854
のれん	11,608	11,608
その他の無形資産	4,671	4,821
その他の金融資産	898	790
繰延税金資産	1,784	1,796
その他の非流動資産	262	240
非流動資産合計	19,580	20,111
資産合計	60,279	64,909

	前連結会計年度 (2024年3月31日)	当中間連結会計期間 (2024年9月30日)
負債及び資本		
営業債務及びその他の債務	32,226	33,163
短期借入金	3,431	6,005
リース負債	101	276
その他の金融負債	6	7
未払法人所得税等	298	414
引当金	57	28
従業員給付に係る負債	564	552
その他の流動負債	688	756
流動負債合計	37,374	41,205
長期借入金	4,974	4,979
リース負債	35	399
引当金	113	112
非流動負債合計	5,123	5,492
負債合計	42,498	46,697
資本金	4,134	4,145
資本剰余金	14,196	14,204
利益剰余金	△805	△336
その他の資本の構成要素	178	132
親会社の所有者に帰属する持分合計	17,704	18,146
非支配持分	76	65
資本合計	17,780	18,211
負債及び資本合計	60,279	64,909

PL実績値

(単位：百万円)

	前中間連結累計期間 (自 2023年4月1日 至 2023年9月30日)	当中間連結累計期間 (自 2024年4月1日 至 2024年9月30日)
売上収益	10,080	10,747
その他の収益	250	273
営業収益合計	10,330	11,021
営業費用	△10,936	△10,155
営業利益又は損失 (△)	△605	866
金融収益	0	2
金融費用	△28	△39
税引前中間利益又は損失 (△)	△633	829
法人所得税費用	123	△367
中間利益又は損失 (△)	△510	461
中間利益又は損失の帰属		
親会社の所有者	△496	468
非支配持分	△13	△7
中間利益又は損失 (△)	△510	461
1株当たり中間利益又は損失		
基本的1株当たり中間利益又は損失 (円)	△5.13	4.82
希薄化後1株当たり中間利益又は損失 (円)	△5.13	4.78

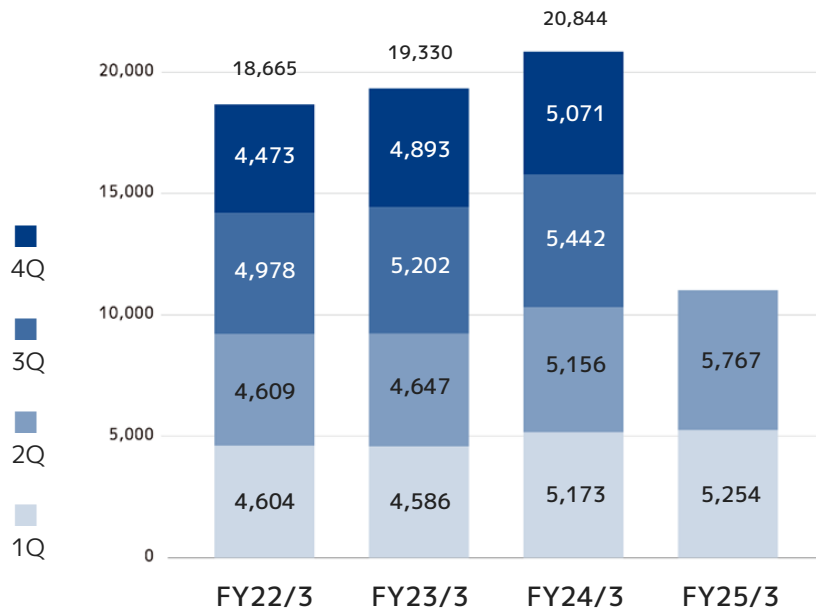
CF実績値

(単位：百万円)

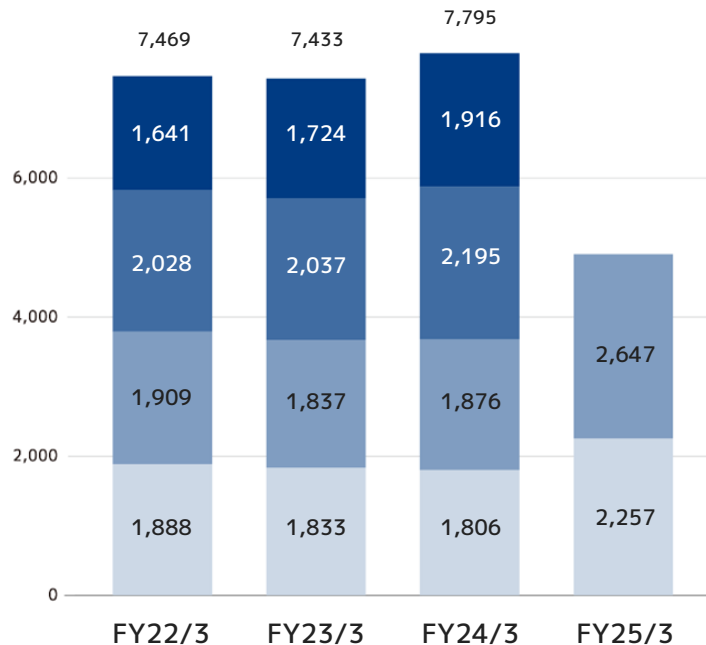
	前中間連結累計期間 (自 2023年4月1日 至 2023年9月30日)	当中間連結累計期間 (自 2024年4月1日 至 2024年9月30日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税引前中間利益又は損失(△)	△633	829
減価償却費、償却費及び減損損失	732	802
株式報酬費用	3	3
金融収益及び金融費用	23	37
引当金の増減額(△は減少)	9	△29
固定資産除却損	12	6
棚卸資産の増減額(△は増加)	7	△15
営業債権及びその他の債権の増減額(△は増加)	△3,292	△1,186
営業債務及びその他の債務の増減額	2,530	937
その他	448	436
小計	△159	1,822
利息の受取額	0	2
利息の支払額	△18	△21
法人所得税の支払額又は還付額(△は支払)	461	△259
営業活動によるキャッシュ・フロー	283	1,544
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	-
有形固定資産の取得による支出	△5	△44
無形資産の取得による支出	△881	△767
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	△895	△704
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)	1,000	2,574
リース負債の返済による支出	△194	△152
株式の発行による収入	4	16
財務活動によるキャッシュ・フロー	810	2,438
現金及び現金同等物に係る換算差額	0	△32
現金及び現金同等物の増減額	198	3,246
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中間期末残高	10,762	14,056

業績：営業収益・売上総利益（四半期推移）

営業収益（百万円）



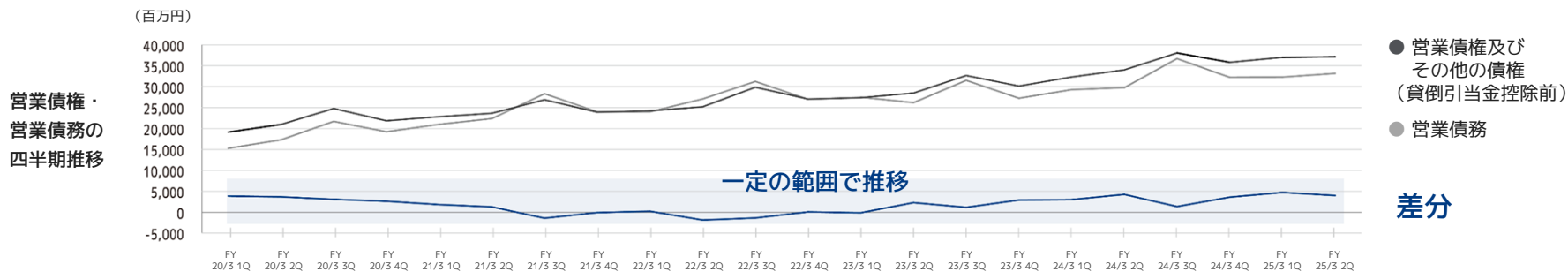
売上総利益 (non-GAAP) *1（百万円）



*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、
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9月期末時点）



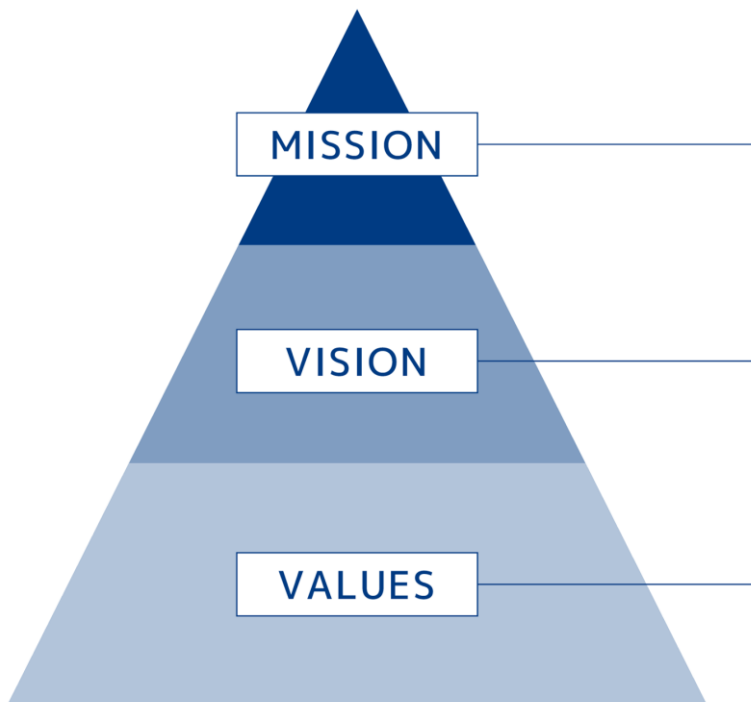
*1 NP後払いにおける事例

*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。

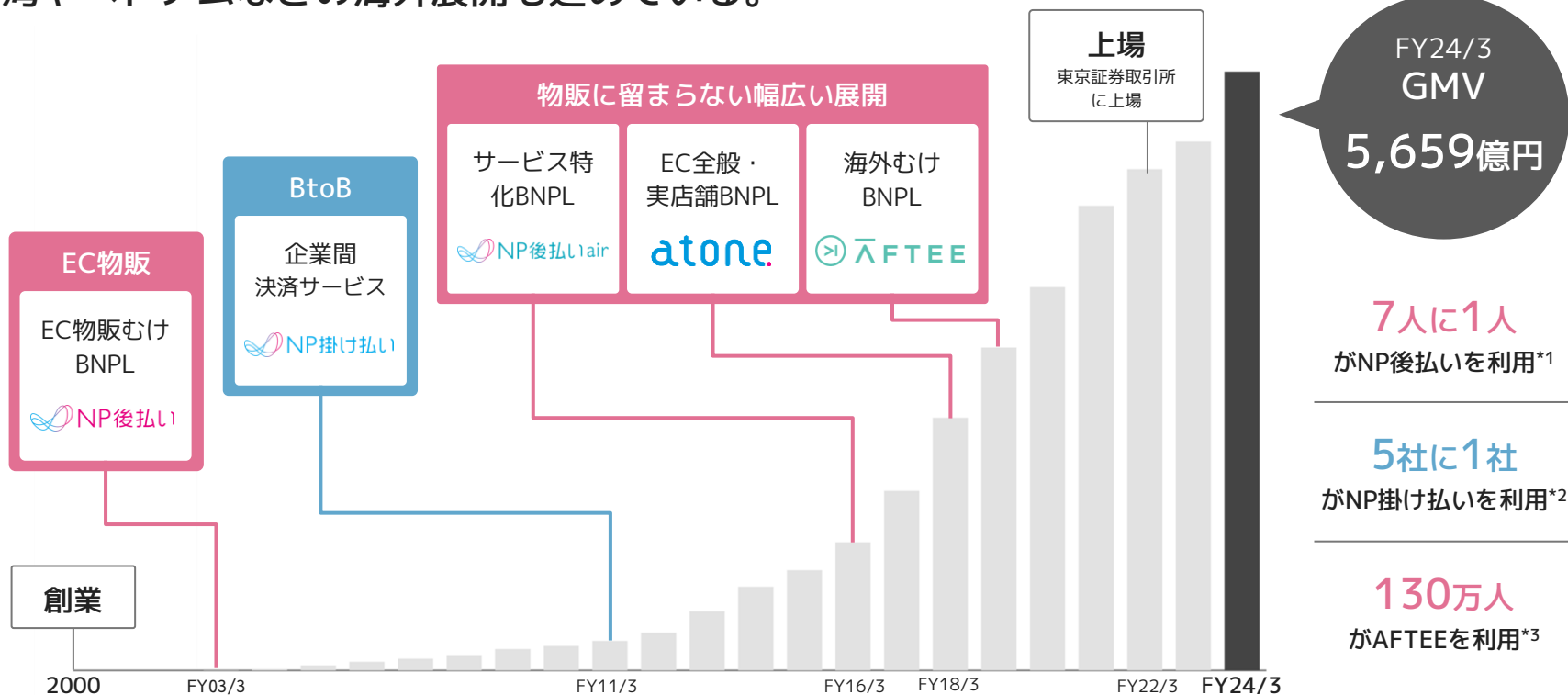
ひとの可能性をひらく

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。

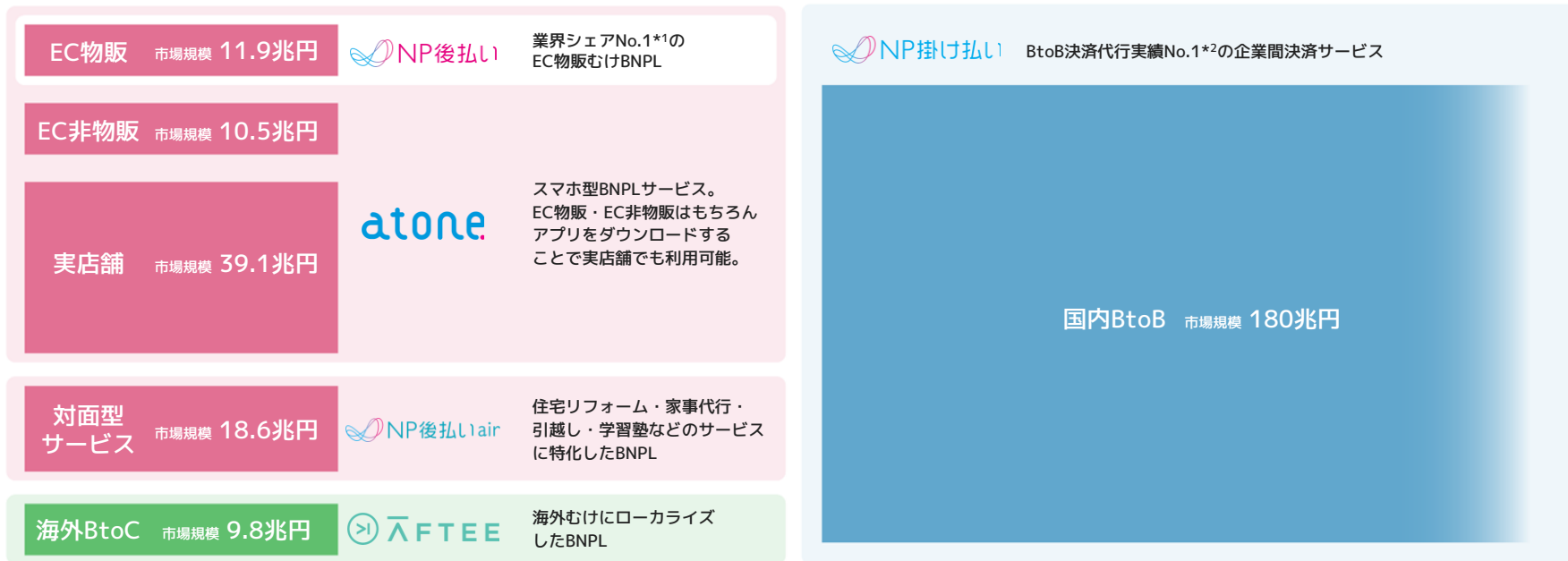


*1 15歳以上の人口1億1,060万人（総務省統計局人口統計2022年3月1日時点概算値）÷2022年3月期の年間ユニークユーザー数1,500万人により算出

*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

BtoC・BtoB・海外にサービスを広げるBNPLの総合プロバイダー



*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

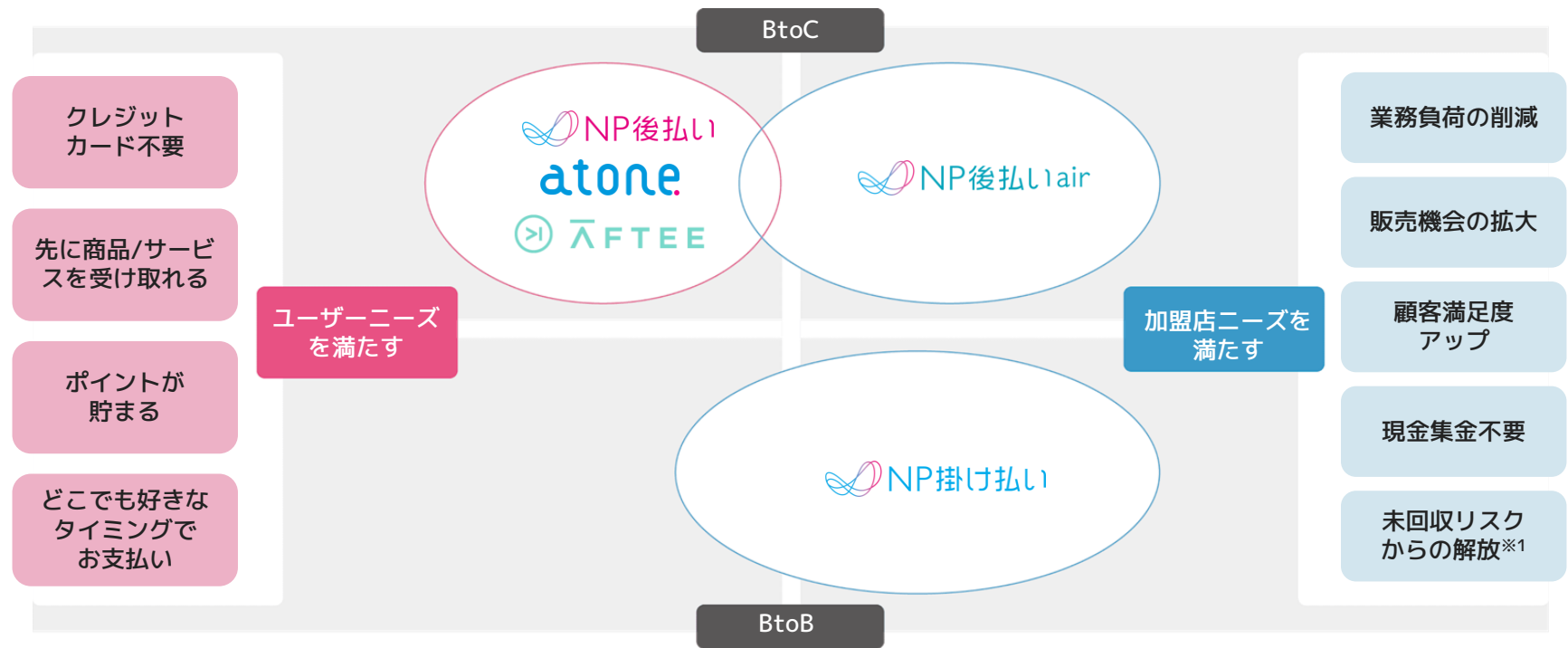
*2 デロイト トーマツ ミック経済研究所調べ「ミックITレポート2022年10月号 BtoB決済代行サービス市場調査 (<https://mic-r.co.jp/micit/2022/>)」より、2021年度年間取扱高を参照
出所：各種データを参考に一定の仮定のもとで当社分析により算出

経済産業省「キャッシュレス・ビジョン」(P70)、「日本のキャッシュレス決済比率、決済事業者及び国の開示の在り方について」(P21)

「商業動態統計(2020年)」GlobalData「Taiwan Cards and Payments - Opportunities and Risks to 2024」P26,30。「e-Conomy SEA 2022」など

事業内容：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。

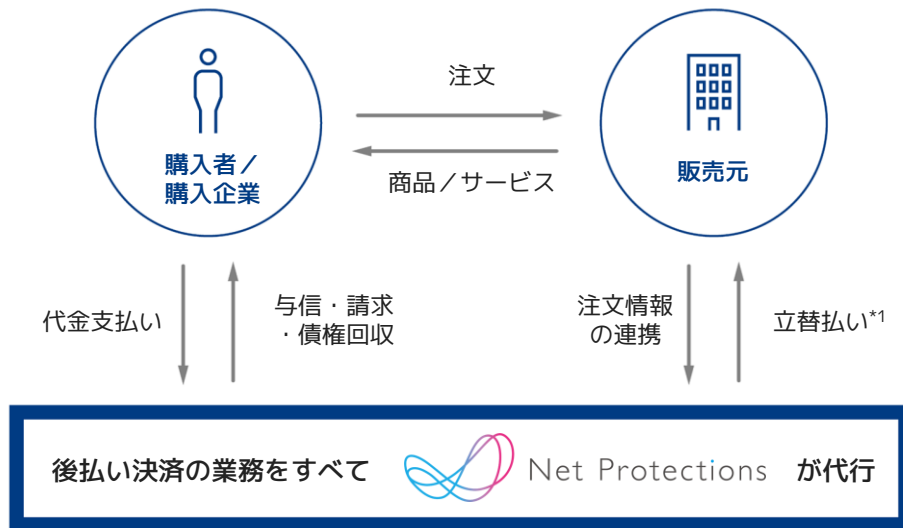


*1 当社所定の審査を通過した取引が対象。審査通過後においても、当該取引に関して加盟店と購入者または購入企業の間には紛争が生じ、速やかに解決ができず、又はそのおそれがあると当社が判断したときその他当社が提供するサービスの加盟店規約所定の事由がある取引は、対象外

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

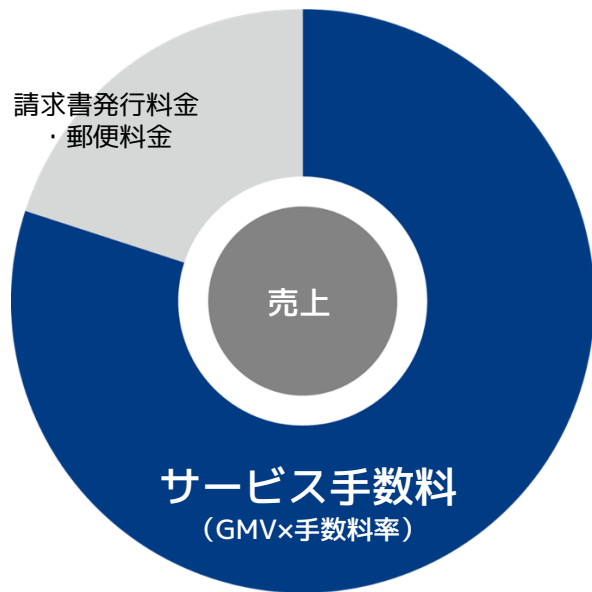


メリット

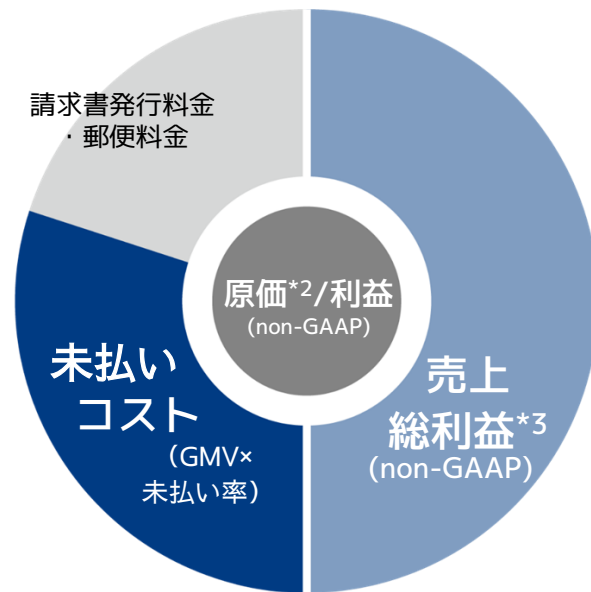


*1 当社所定の審査を通過した取引が対象となります。審査通過後においても、当該取引に関して加盟店と購入者または購入企業の間で紛争が生じ、速やかに解決ができず、又はそのおそれがあると当社が判断したときその他当社が提供するサービスの加盟店規約所定の事由がある取引は、対象外となります。

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

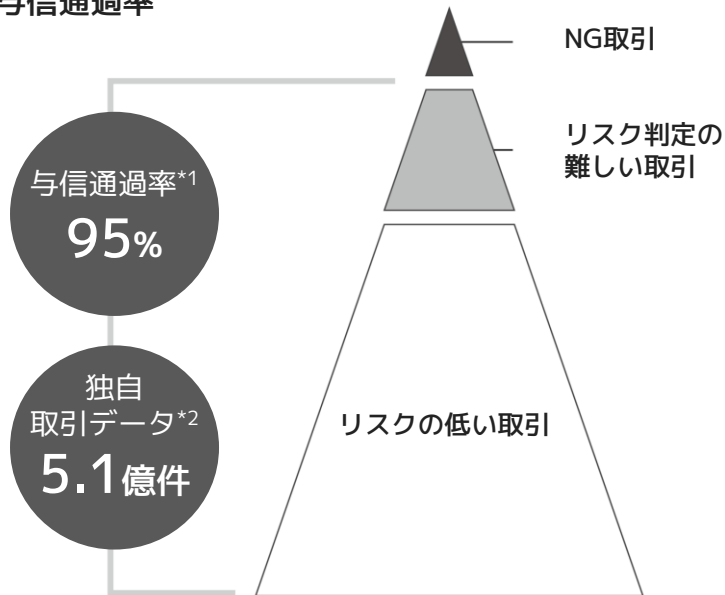
*¹ GMV：当社グループ決済サービスの流通取引総額

*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

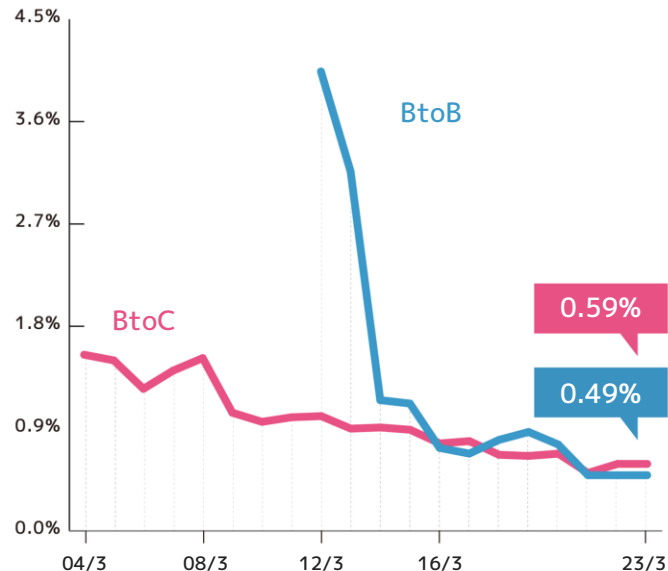
*³ 売上総利益：売上収益 - (回収手数料 + 請求書発行手数料 + 貸倒引当金繰入 + 貸倒損失 + 債権売却損 + 与信費用、NPポイント費用等、その他決済の提供に必要な費用)

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）

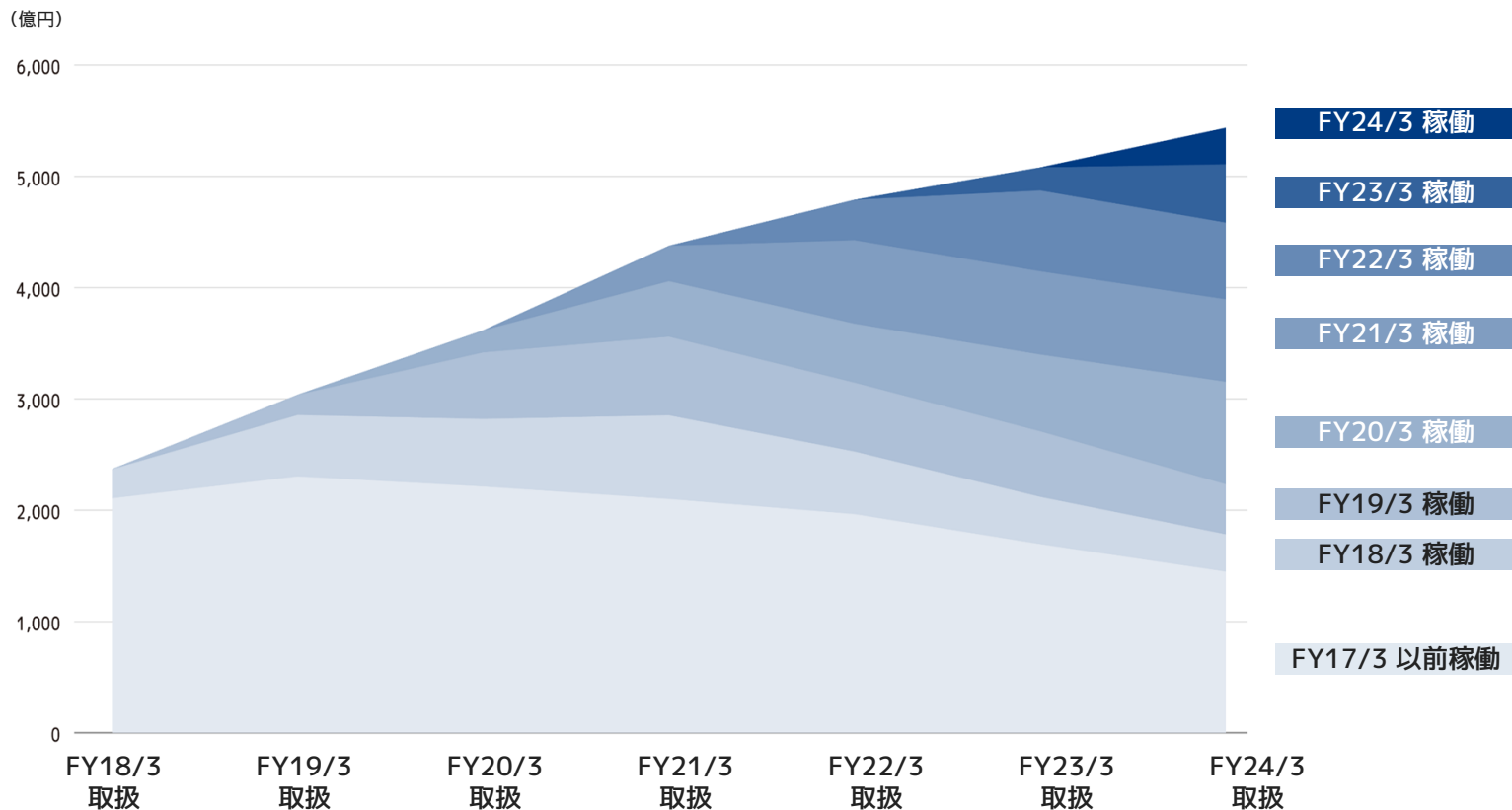
*2 2024年3月31日時点

*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））

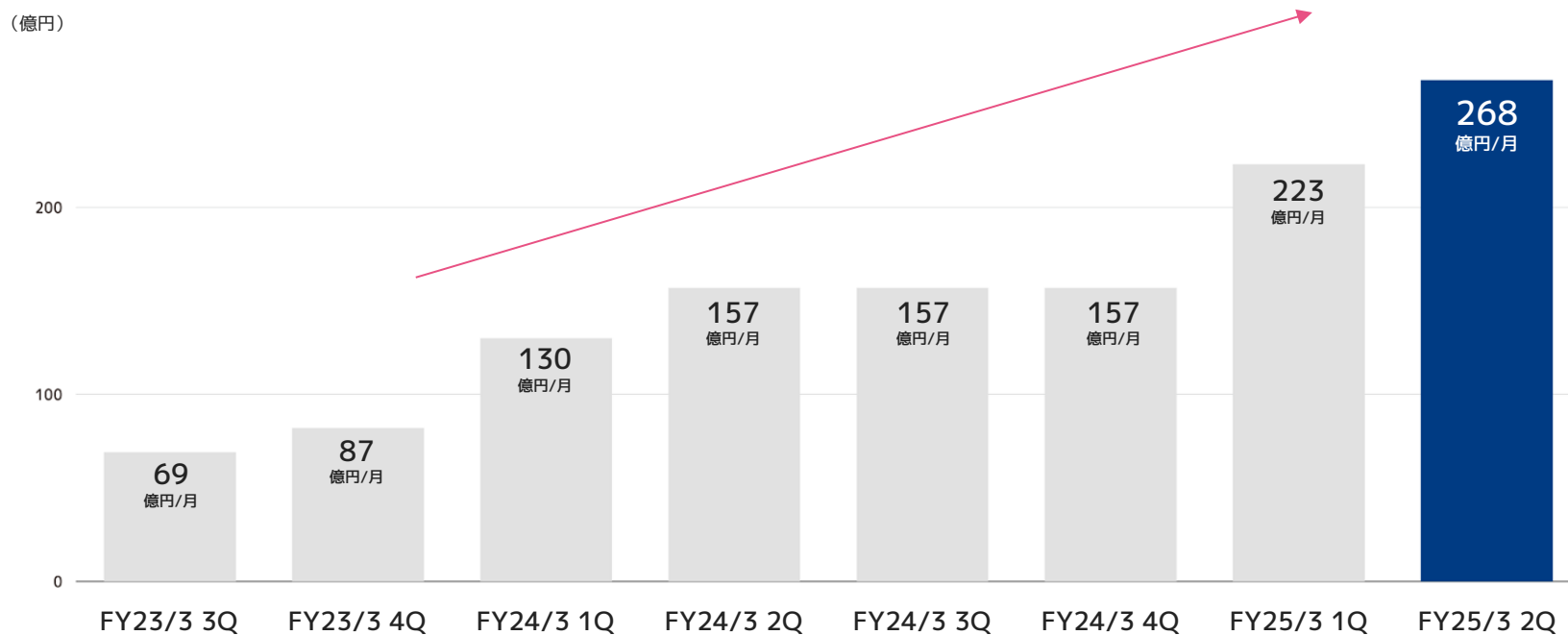
*4 各期のNP掛け払いにおける取扱高のうち、14ヶ月を超えて未払いとなった取引額の割合（2023年3月期については、2024年3月末時点で未払いとなっている取引額の割合（債権売却前および貸倒処理前のものを含む））

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。



商談中の営業案件は増加傾向にある。



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182,212社）

1位	ボストン・コンサルティング・グループ合同会社
2位	株式会社リクルートマネジメントソリューションズ
3位	ペイン・アンド・カンパニー・ジャパン・インコーポレイテッド
4位	マッキンゼー・アンド・カンパニー日本支社
5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
6位	株式会社ネットプロテクションズ
7位	株式会社Box Japan
8位	株式会社ワンキャリア
9位	グーグル合同会社
10位	スカイライト コンサルティング株式会社

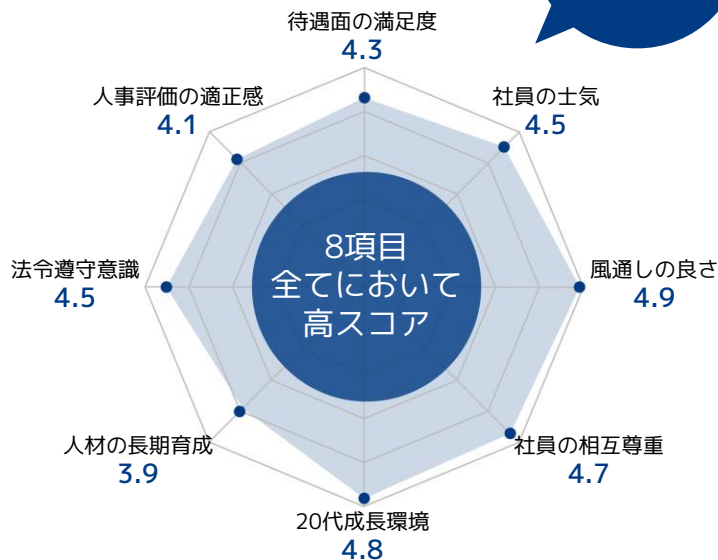
総合
6位

インターネット業界の総合評価ランキング（全5,710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	株式会社フィードフォース
4位	ナイル株式会社（インターネット・東京都品川区）
5位	Facebook Japan合同会社（旧：Facebook Japan株式会社）

業界
1位

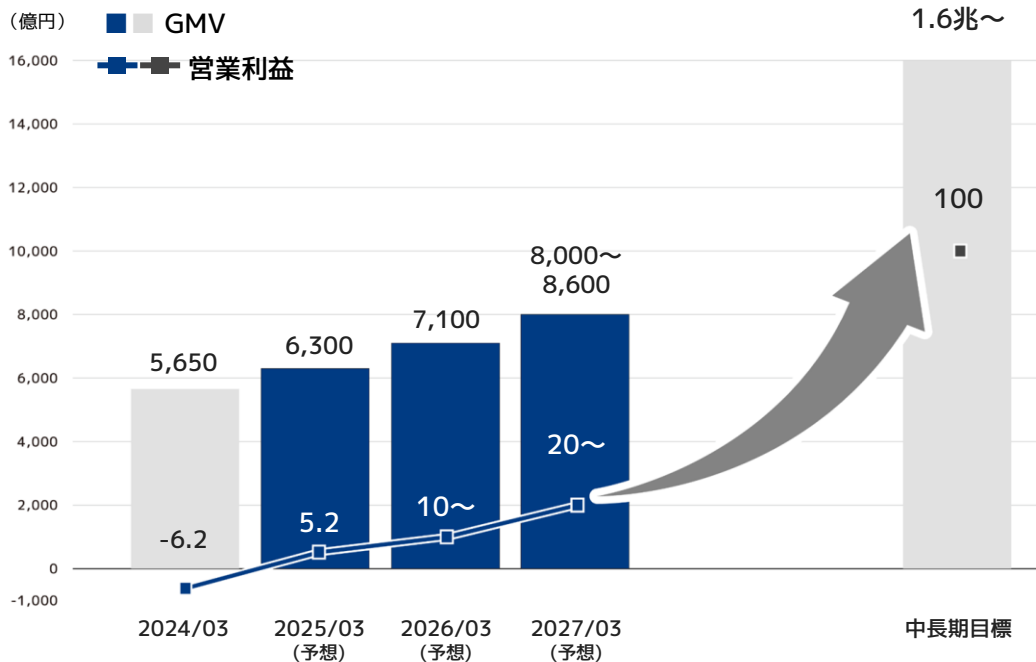
社員による会社評価スコア



Appendix

中期経営計画

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%)

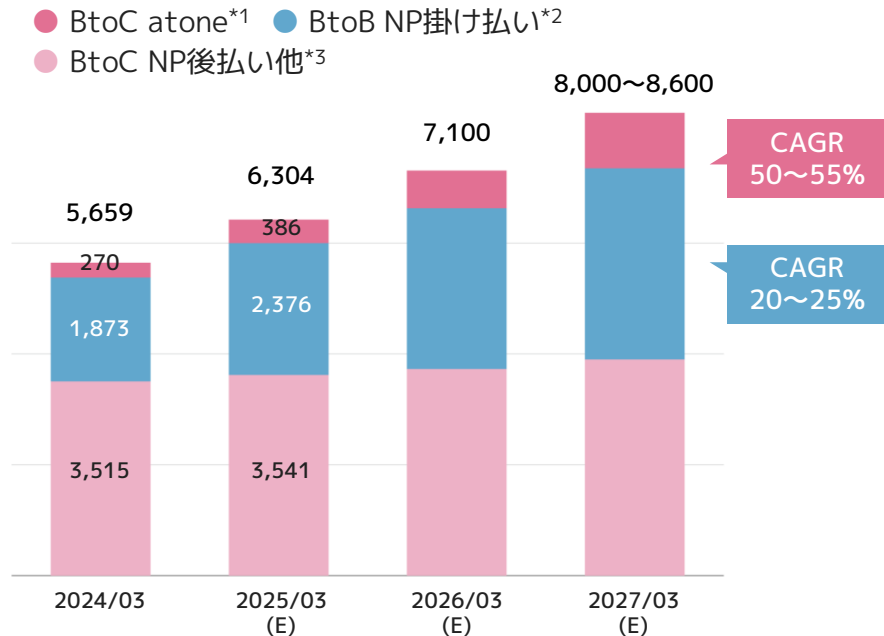
営業収益**300**億円以上
営業利益**20**億円以上

中長期 目標

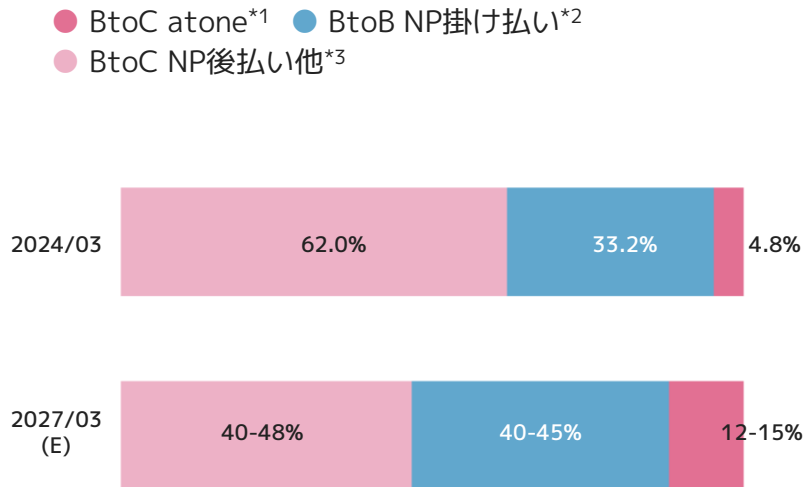
営業利益**100**億円

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

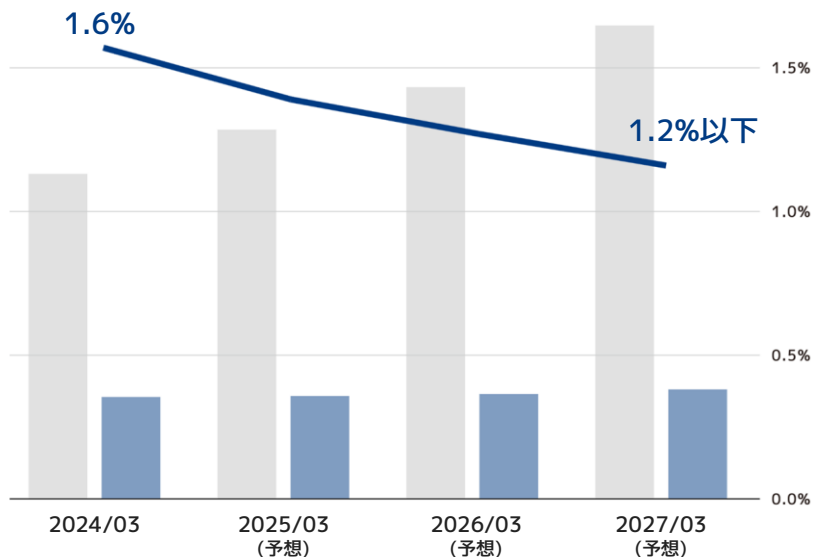
*2 当社グループが提供するNP掛け払いを通じて決済される金額（消費税を含む）の合計額

*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。

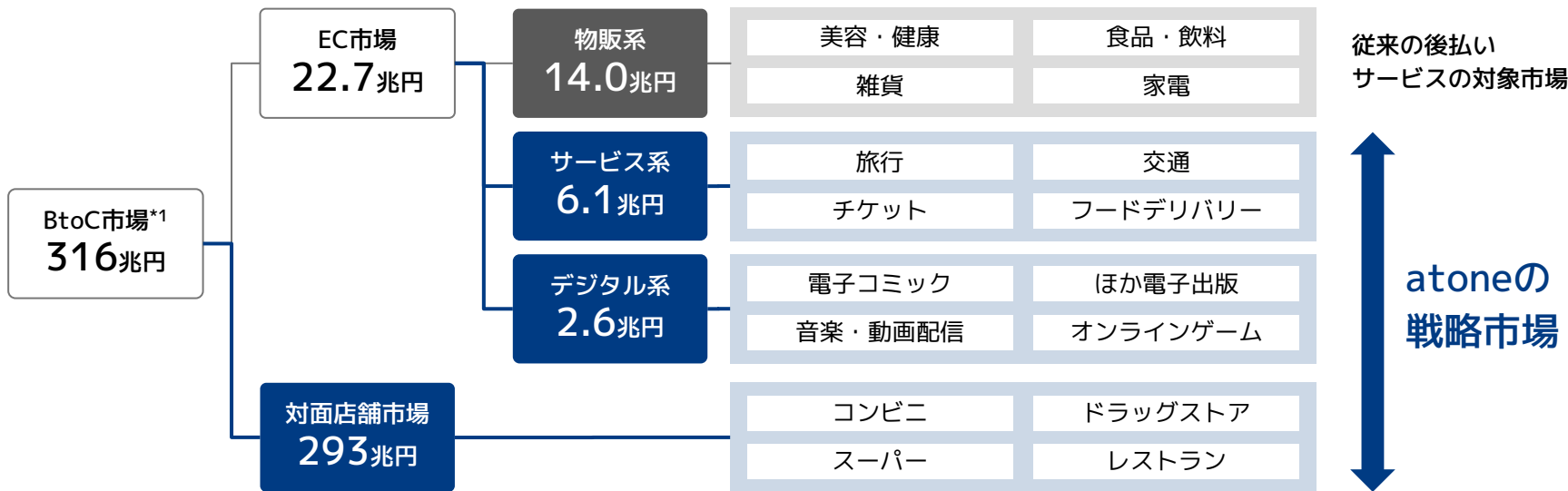
システム開発

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

しまむら
オンラインストア

Qoo10
an eBay company

FamilyMart

LAWSON

NANO
universe

kinetsu
近鉄百貨店

YAMADA

Seicomart

まんが王国

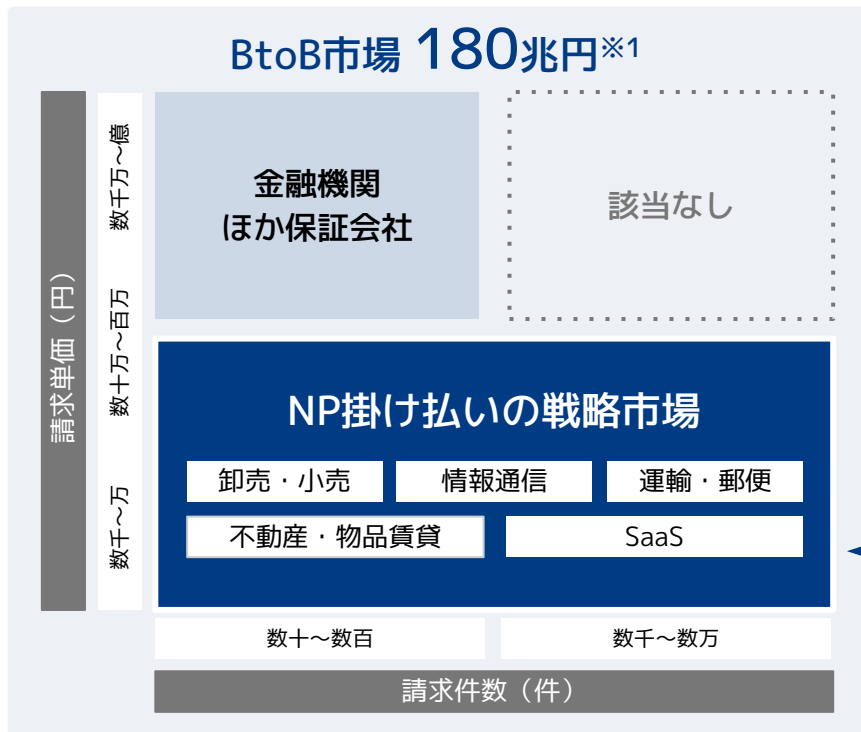
animate

KFC

Joshin

*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



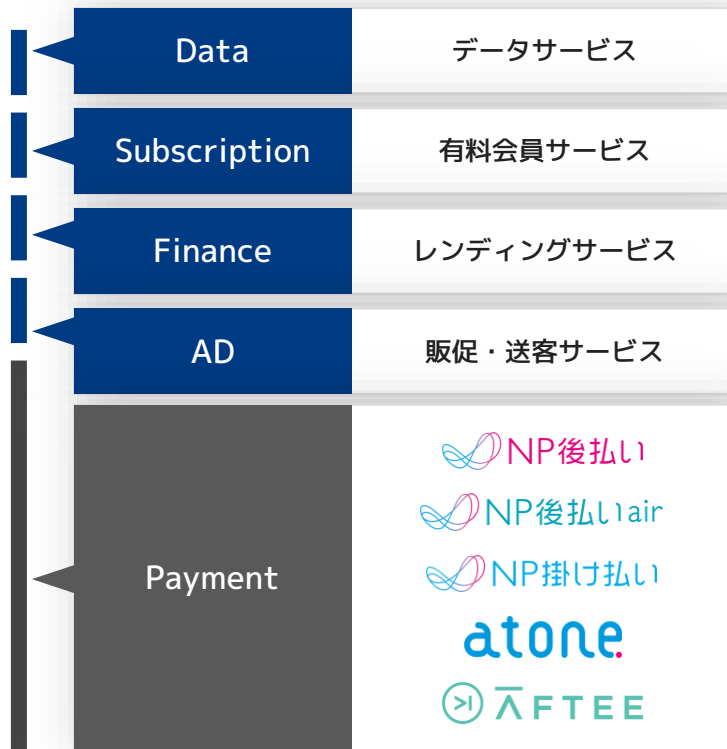
*1 中小企業の支払手形・買掛金の総額50兆円 (中小企業庁: 令和元年中小企業実態基本調査 (平成30年度末決算実績)) × 年間回転数3.6回 (365日÷中小企業約束手形平均支払いサイト101.1日 (中小企業庁: 約束手形をはじめとする支払条件の改善に向けた検討会 報告書))

非連続的な成長に向けて

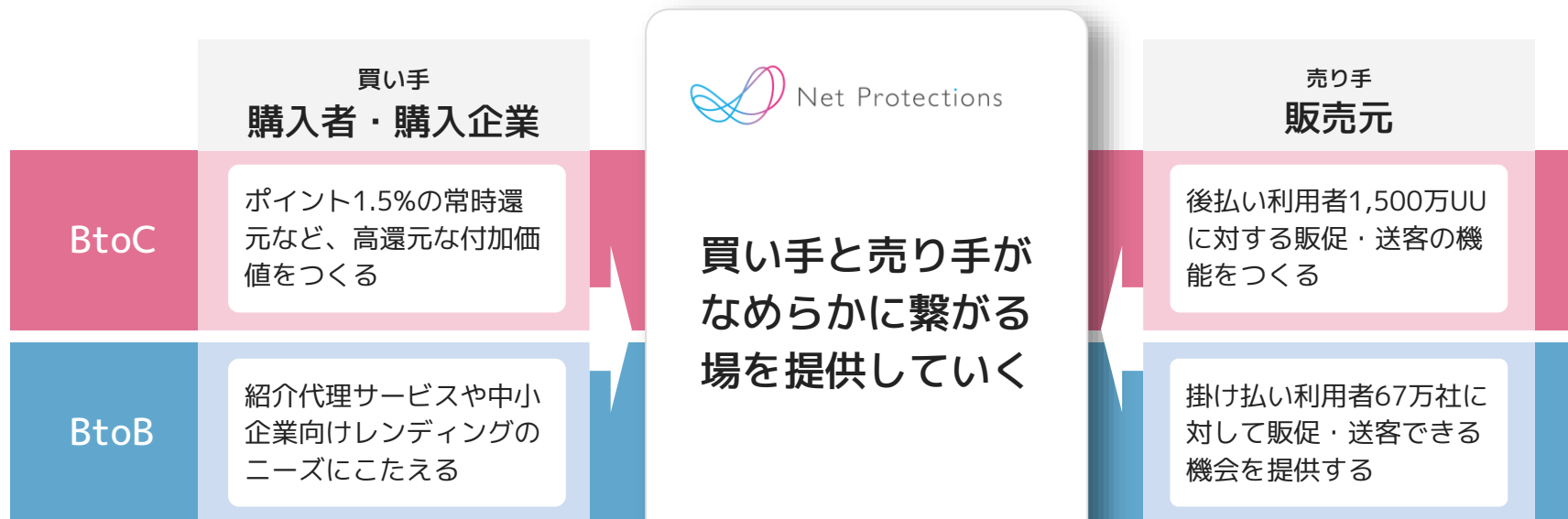
後払い決済サービスを通じて、ネットワークとデータ資産を増やし続ける。
それらの資産を活用して、購入者・購入企業向けの新サービスを展開する。

ネットワークと
データの増大

FY24



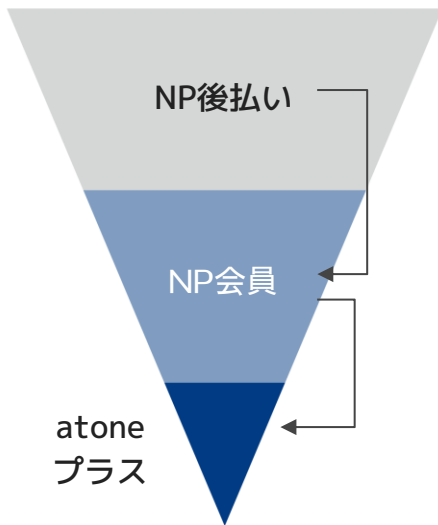
国内の後払い決済サービスでは初となる「購入者・購入企業を送客する決済」を目指す。買い手と売り手がつながり続ける好循環をつくり、GMVの成長を実現する。



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

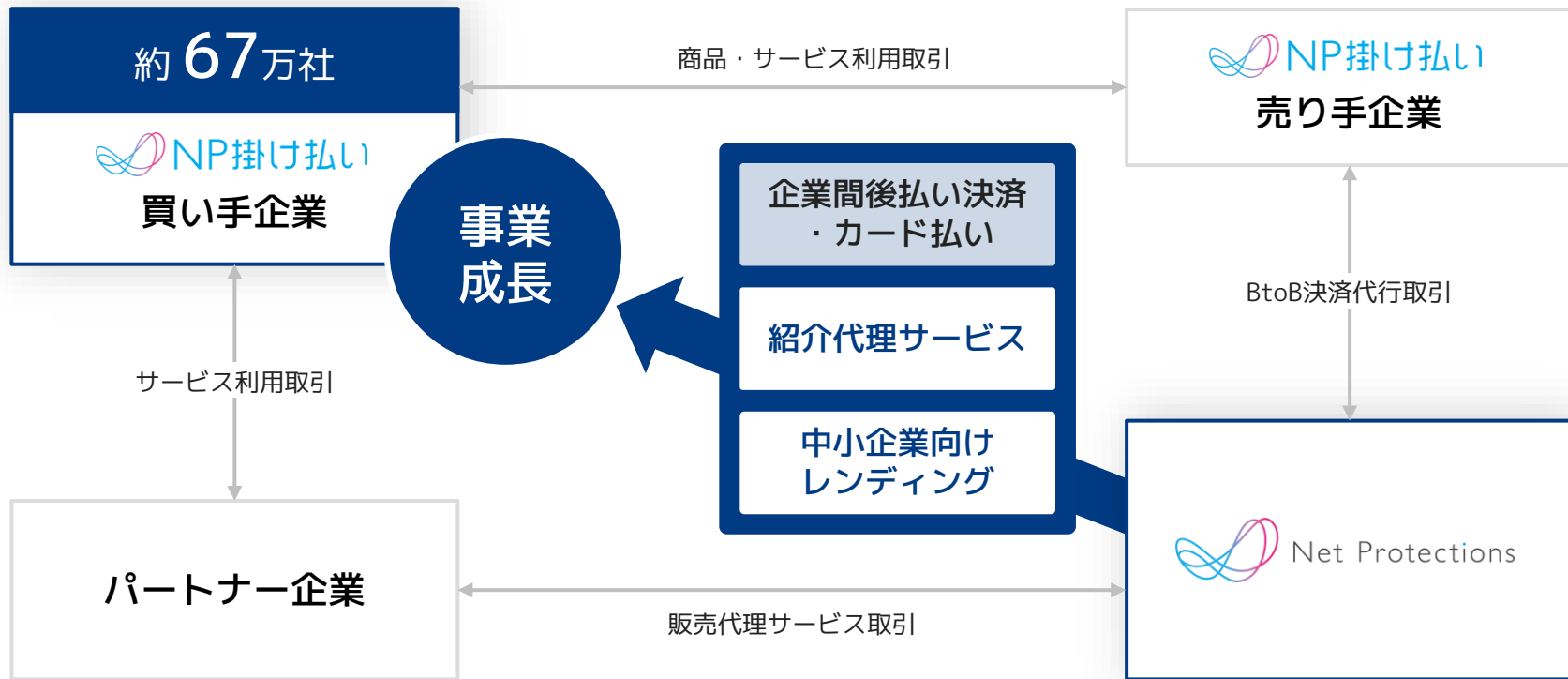
700万会員
ポイント還元率を1.5%に
向上してロイヤル化を促進

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



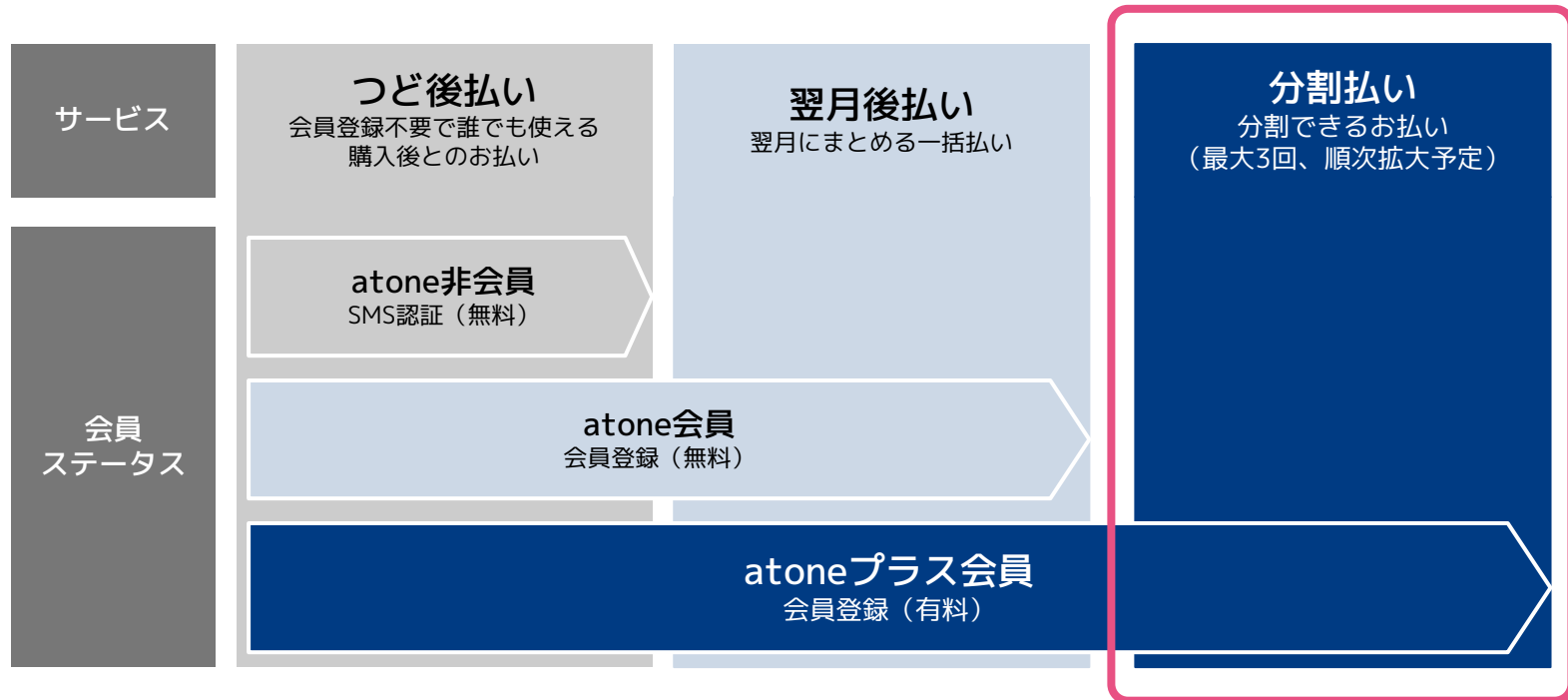
700万人の会員数

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

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くても買える

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のない

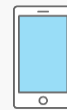
4 商品の返品・交換や
キャンセルがしやすい



- ✓ 気が付かずに自動的に引き落とされることのない

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



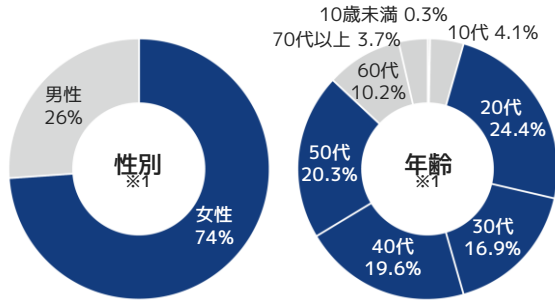
- ✓ 前払いでは商品が届くか不安
- ✓ 返品・交換・キャンセルも容易

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

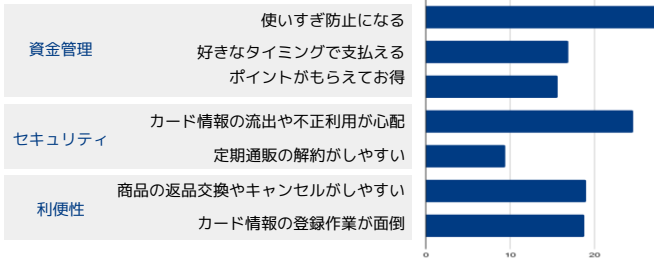
20～50代の女性を中心に「資金管理」「セキュリティ」「利便性」などのニーズで伸びてきた。

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}

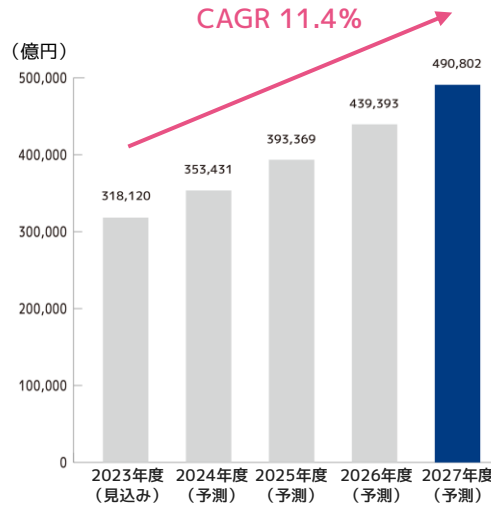


*1 2024年3月31日時点におけるNP会員の内訳。

*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



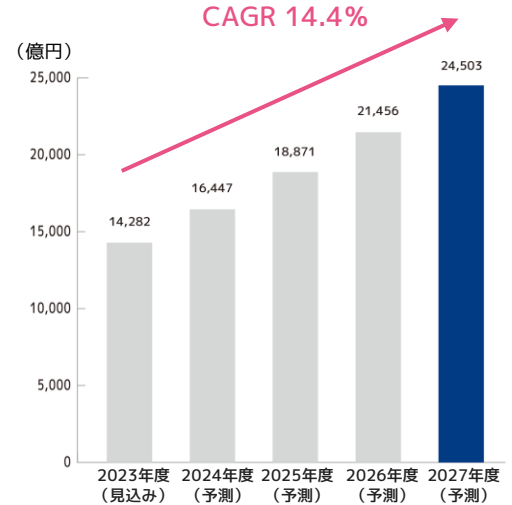
出典：株式会社矢野経済研究所「EC決済サービス市場に関する調査（2024年）」（2024年4月19日発表）

※ 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

サービス導入事例（BtoC市場）

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

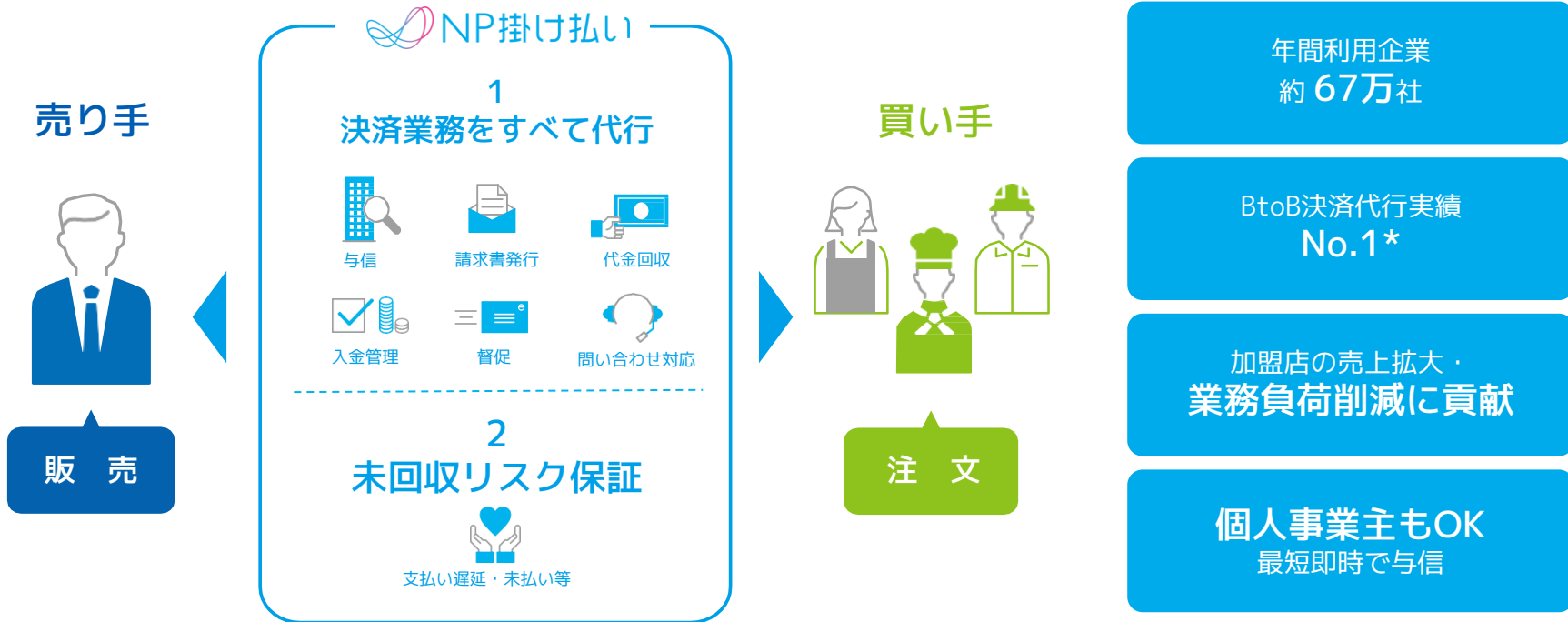


※1：一部、ご利用できない店舗がございます。

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。



加盟店
の
課題



事業成長に伴い、決済業務
の負担増が予測される



中小企業や面識のない企業
への与信に不安を感じている



決済業務に時間をとられ、
各部署が本業に集中できない



決済の選択肢を増やし、
手軽に顧客満足度を上げたい

 NP掛け払い

導入
効果



決済業務まるごと
アウトソーシングによる
業務効率化



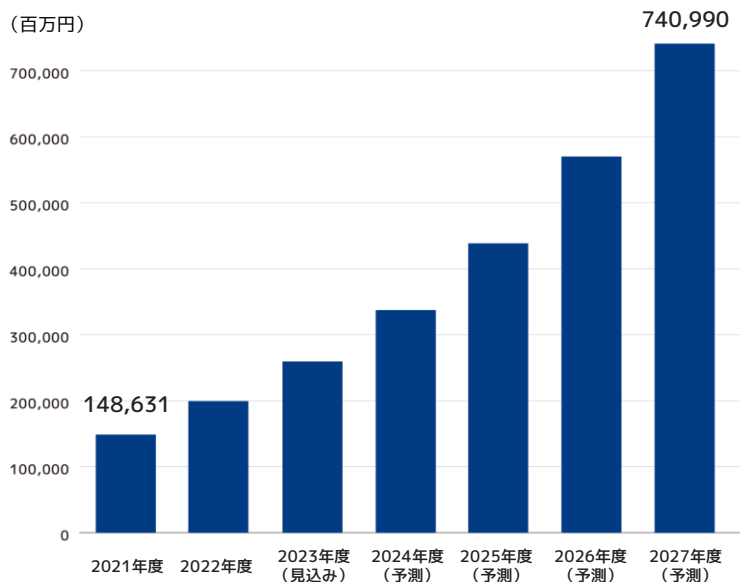
本来のコア業務に
集中



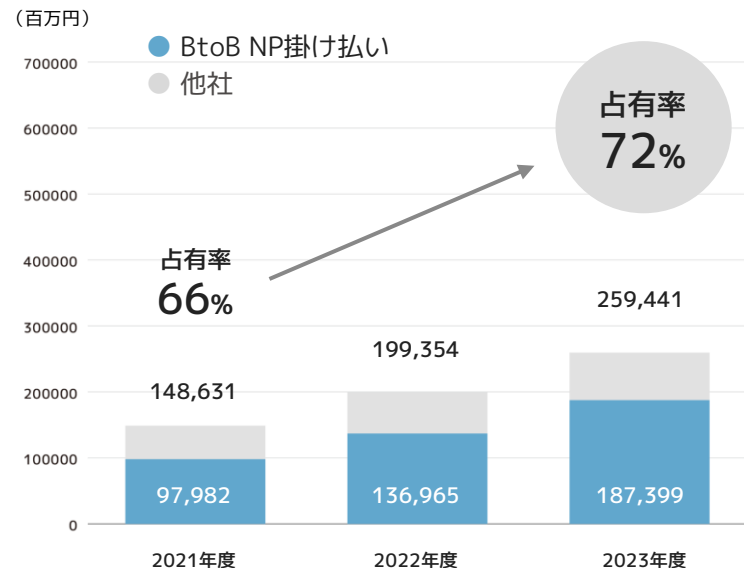
取引拡大による
売上貢献

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）

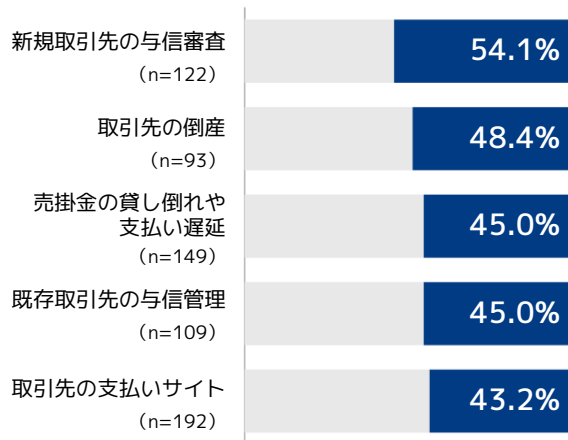
注1.サービス提供事業者取扱高ベース

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

決済業務における支払い遅延と回収の課題

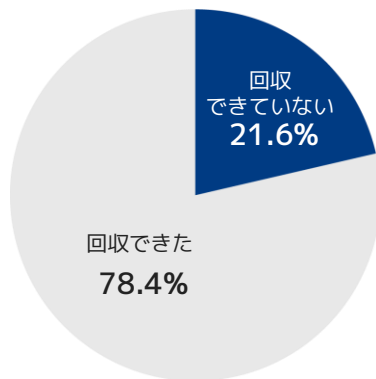
1 約2人に1人が「与信審査」「貸し倒れや支払い遅延」に課題を感じている



■ 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

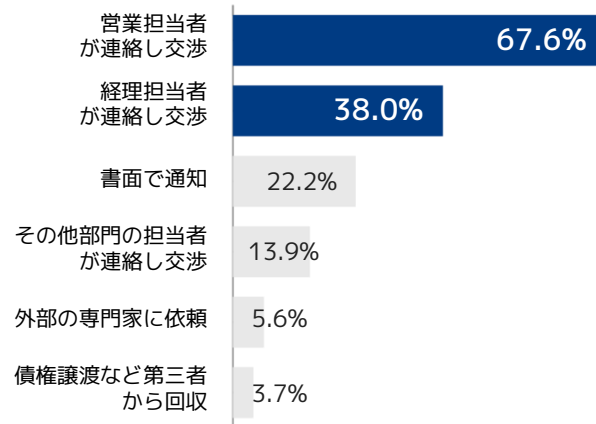
2 発生した「支払い遅延」のうち21.6%が回収できていない

自社へ支払い遅延発生経験者 (n=113) の回収率



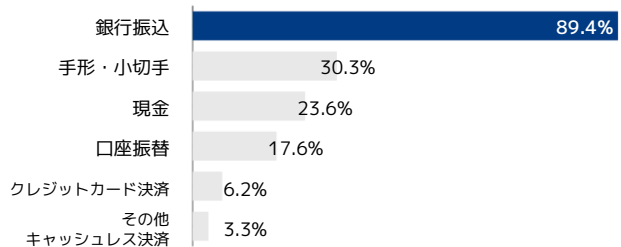
3 営業担当者も連絡・交渉に手間を取られている

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

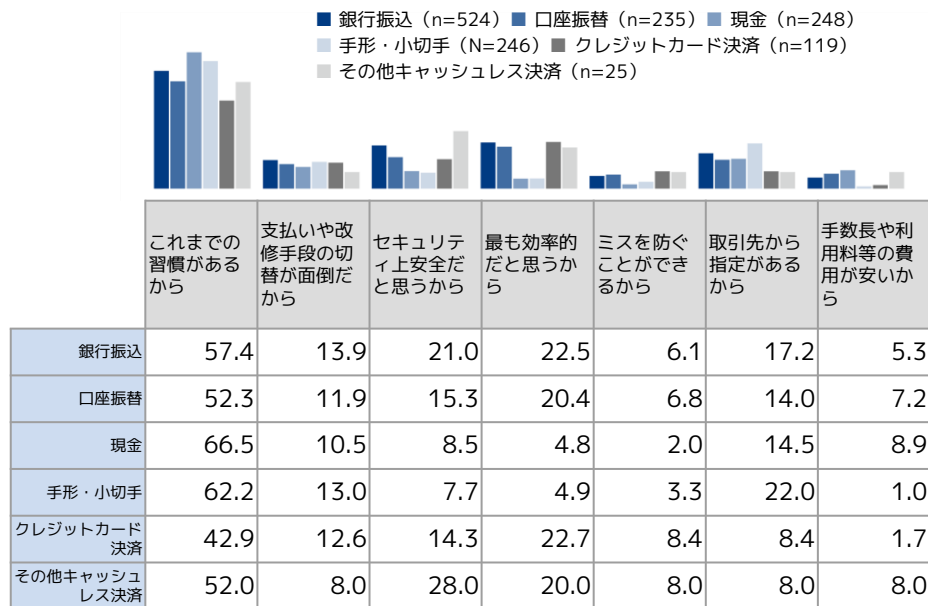


大手企業の新規開拓・顧客の取りこぼしを防ぐためには請求書払いは必須 その背景として「これまでの習慣があるから」という意見が最も多くなっている。

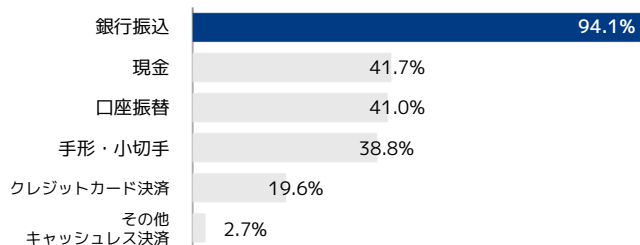
支払いを受ける際の決済方法 (n=547) ※複数回答可



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。