

2022年3月期 第3四半期決算説明資料

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 市場第1部 : 7383)



事業概況	03
業績	15
成長戦略	19
appendix	29



事業概況

■ Mission

■ 事業内容

実績

サービス紹介

事業内容

■ 事業指標

ハイライト

収益構造

GMV

未払い率

Mission

つぎのアタリマエをつくる

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、
事業及び組織の両面で革新的な仕組みを作り、それを広げていくことを目指しています。

事業内容：国内 BNPL（Buy now pay later）のリーディングカンパニー



年間GMV^{*2*3}

約4,381億円



加盟店総数^{*2}

約76,000店舗



年間取引件数^{*2}

約6,600万件

約3億件

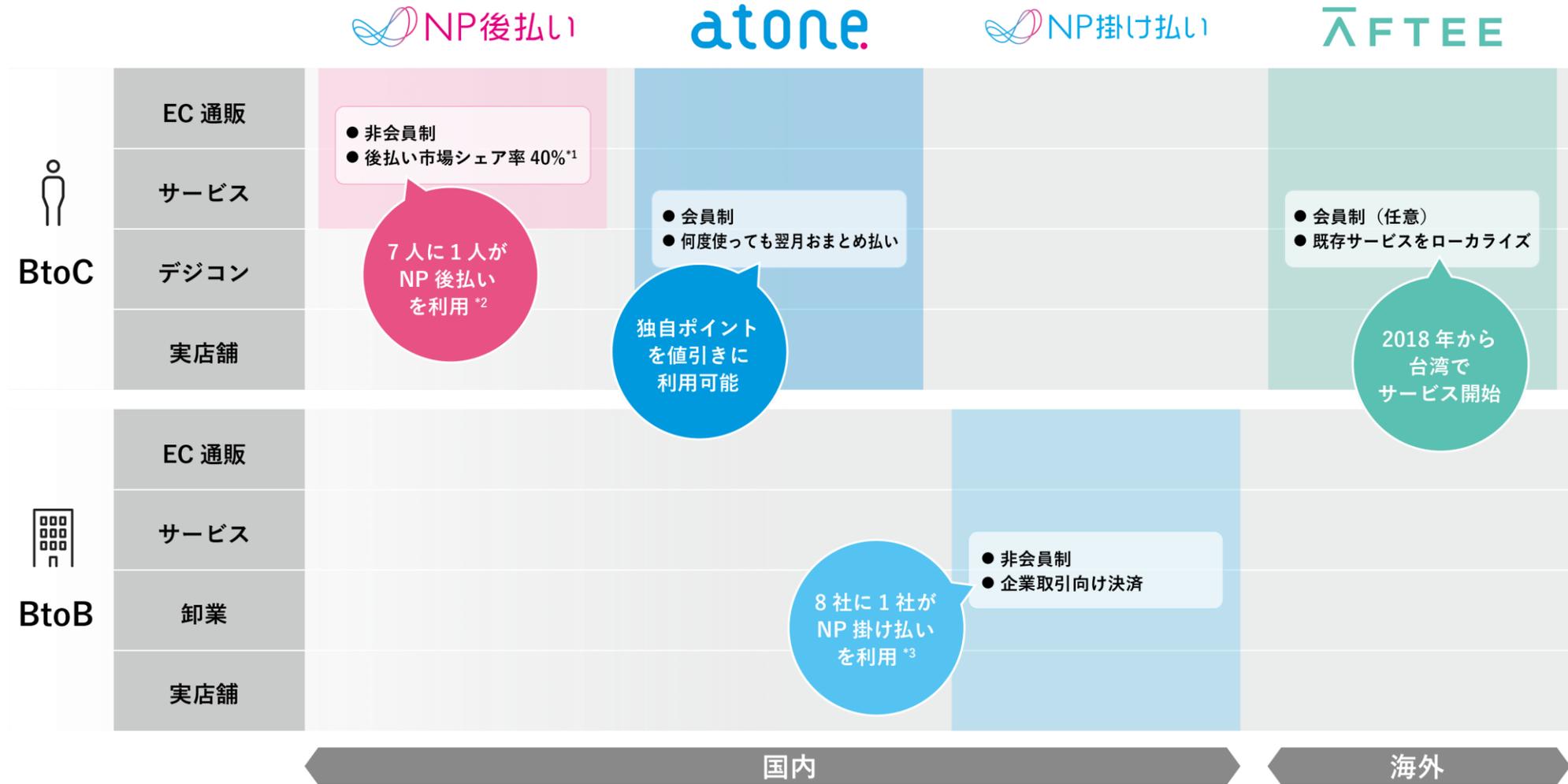
累計取引件数^{*1} 02/3期 03/3期 04/3期 05/3期 06/3期 07/3期 08/3期 09/3期 10/3期 11/3期 12/3期 13/3期 14/3期 15/3期 16/3期 17/3期 18/3期 19/3期 20/3期 21/3期 (FY)

*1 NP後払い、atone、NP掛け払い、AFTEEのサービス提供開始から2021年3月31日時点迄の各事業年度末日の累計取引件数

*2 年間取扱高、加盟店総数、年間取引件数はBtoC取引向けサービス及びBtoB取引向けサービスの21年3月期合計値

*3 AFTEEの為替レートは前月末のレートを月次ベースで使用

事業内容：BtoC、BtoBに広がるBNPL決済の総合プロバイダー



*1 矢野経済研究所「2021年版 オンライン決済サービスプロバイダーの現状と将来予測」より、後払いサービス市場の2020年度見込金額（8,820億円）と「NP後払い」、「atone」の2020年度取扱高合計金額（約3,600億円）をもとに算出

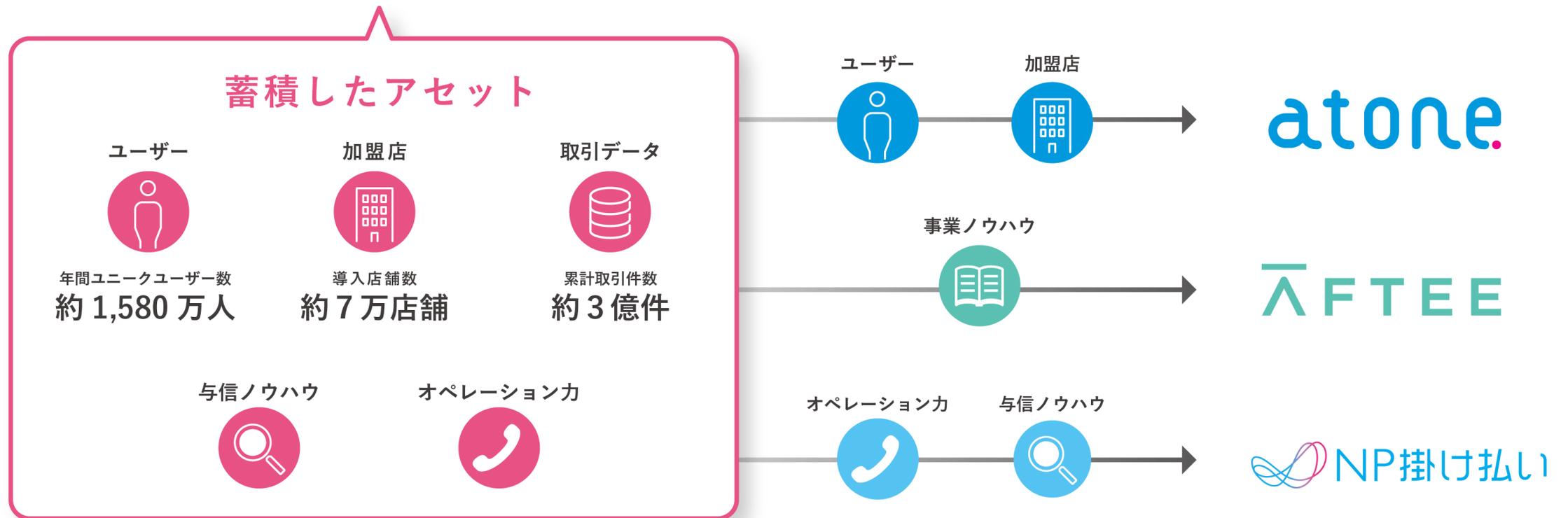
*2 15歳以上の人口1億1,048万人（総務省 人口統計 2021年4月1日概算値）÷2021年3月期の年間ユニークユーザー数1,580万人により算出

*3 日本企業数359万社（経済産業省「2019年版 中小企業白書」）÷2021年3月期の年間ユニーク購入企業数410,000社により算出

事業内容：蓄積アセット・ノウハウを活用した事業展開

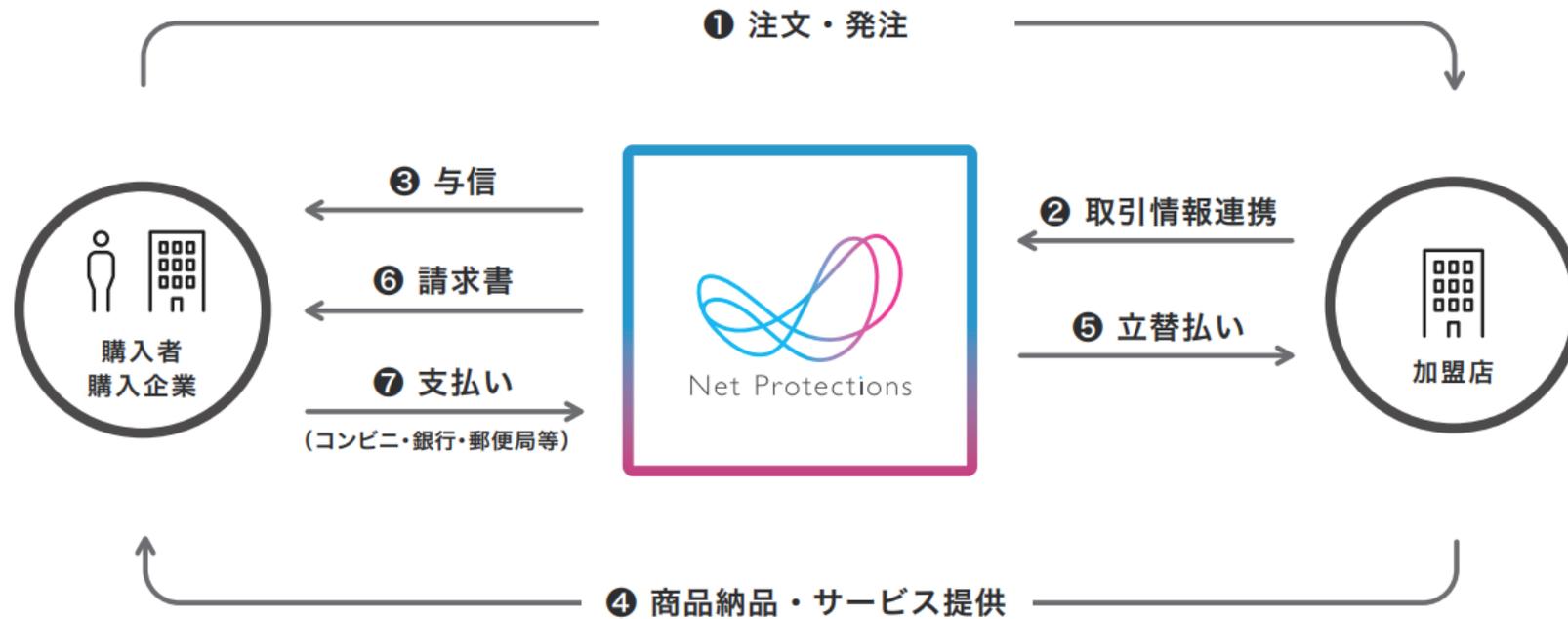
20年にわたり蓄積した与信ノウハウ・ネットワーク資産を活用した事業展開。

NP後払い



事業内容：安心・安全を提供するBNPL決済スキーム

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 (Receive goods first)
- クレカ不要 (No credit card required)
- ポイント獲得 (Earn points)

加盟店メリット

- 売上アップ (Sales increase)
- 新規顧客増 (New customer acquisition)
- 未回収リスクからの解放^{※1} (Release from non-payment risk^{※1})

事業指標：ハイライト

FY22/3 3Q GMV (取扱高) *1

1,280億円

(昨年同期比 +8.4%)

FY22/3 累計 GMV (取扱高) *1

3,571億円

(昨年同期比 +8.2%)

未払い率 *2

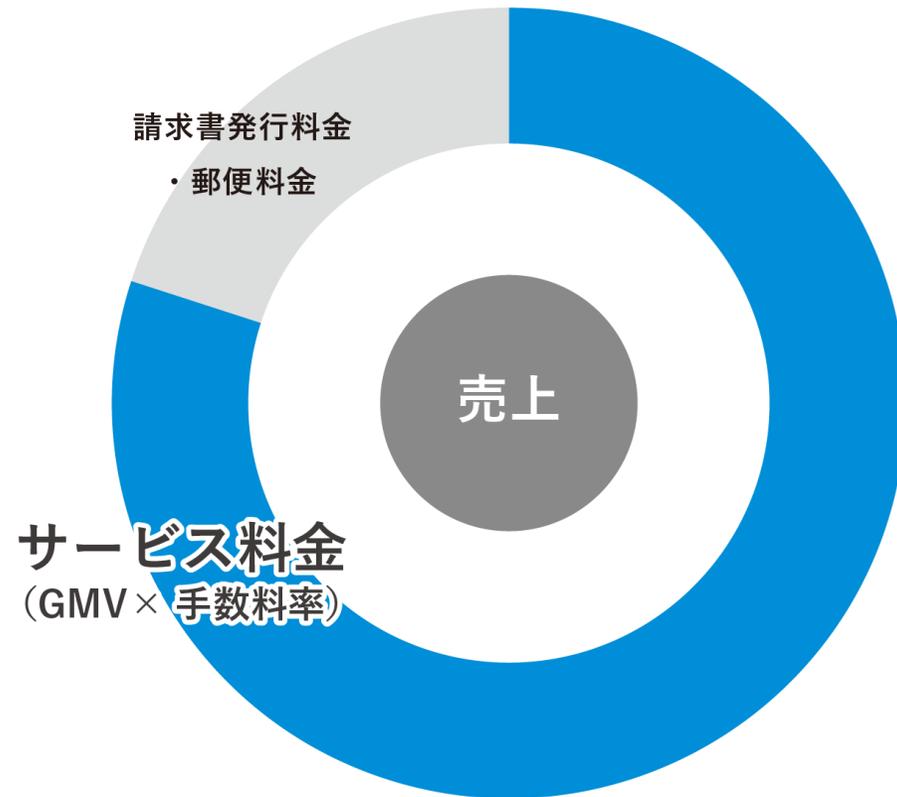
0.53%

*1 当社グループが提供するNP後払い、atone、NP掛け払いおよびAFTEE等の各種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

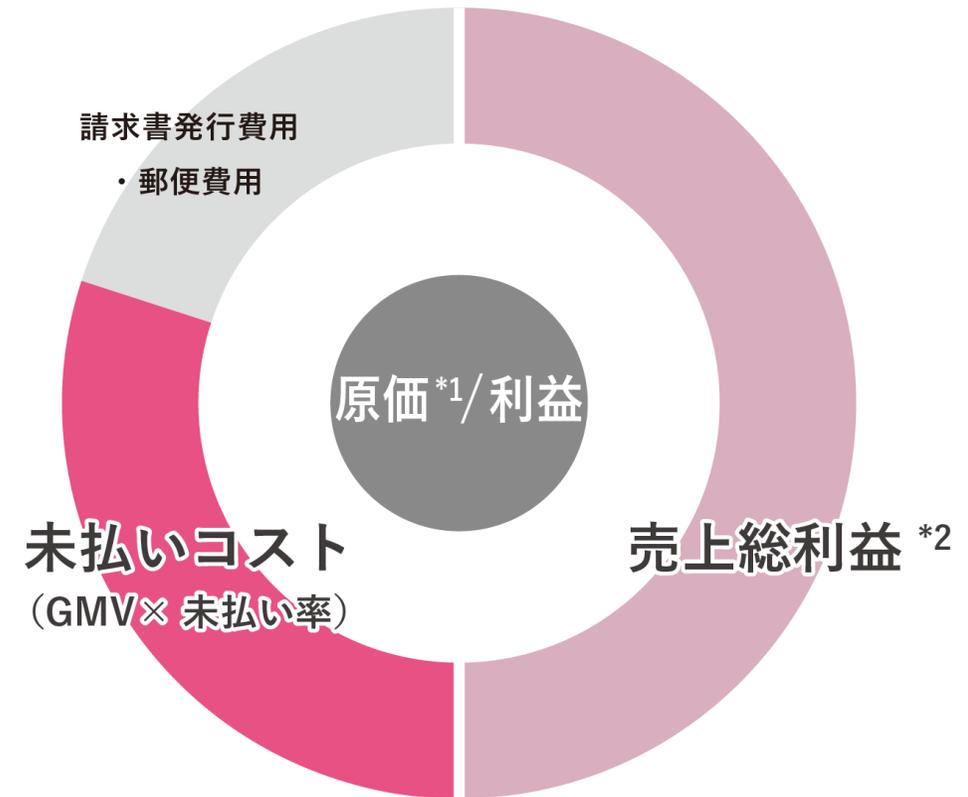
*2 2021年3月期の取引額について、2021年12月末時点で未払いとなっている取引額の割合（貸倒処理前のものを含む）

事業指標：企業価値の源泉となる収益構造

売上はGMVに対するサービス料金として加盟店から受領。原価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



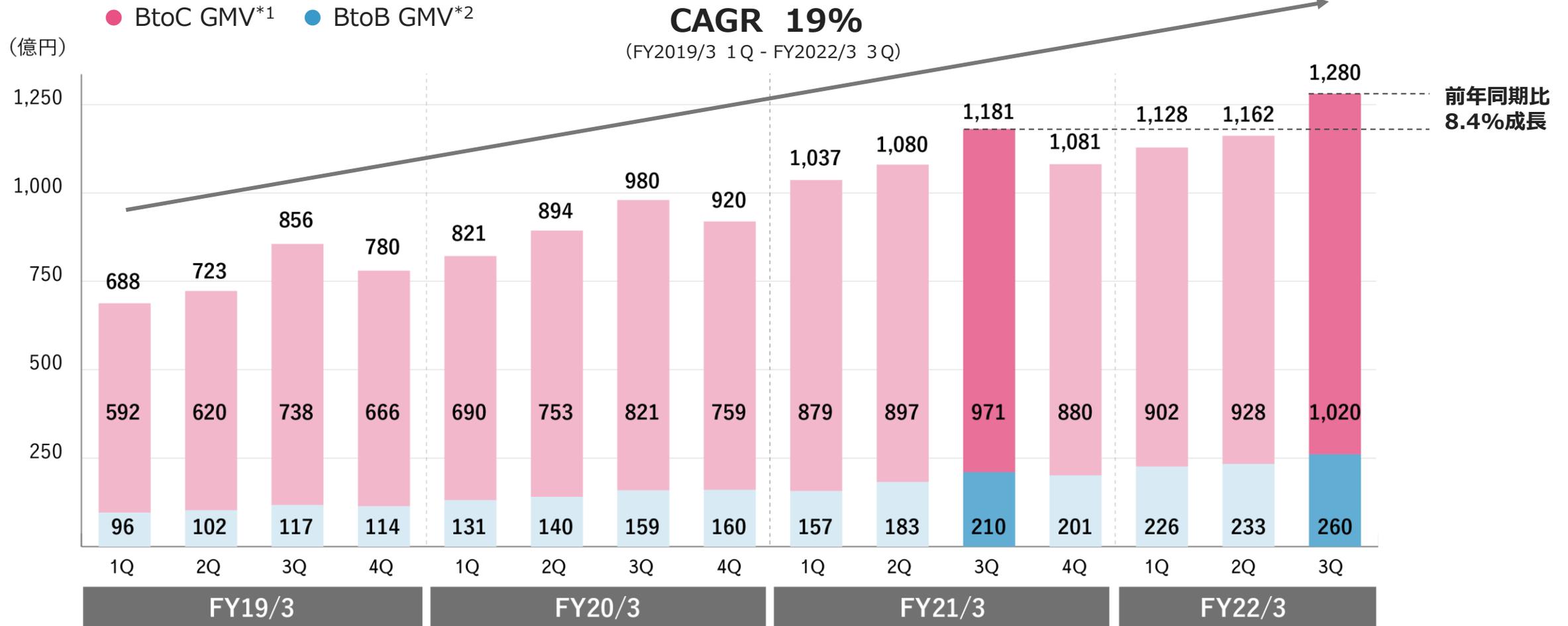
未払い率が下がれば利益が増える

*1 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。（non-GAAP指標）

*2 売上総利益：売上収益から原価を減じた値（non-GAAP指標）

事業指標： 堅調なGMV成長

全社GMVは前年同期比 + 8.4%の1,280億円。

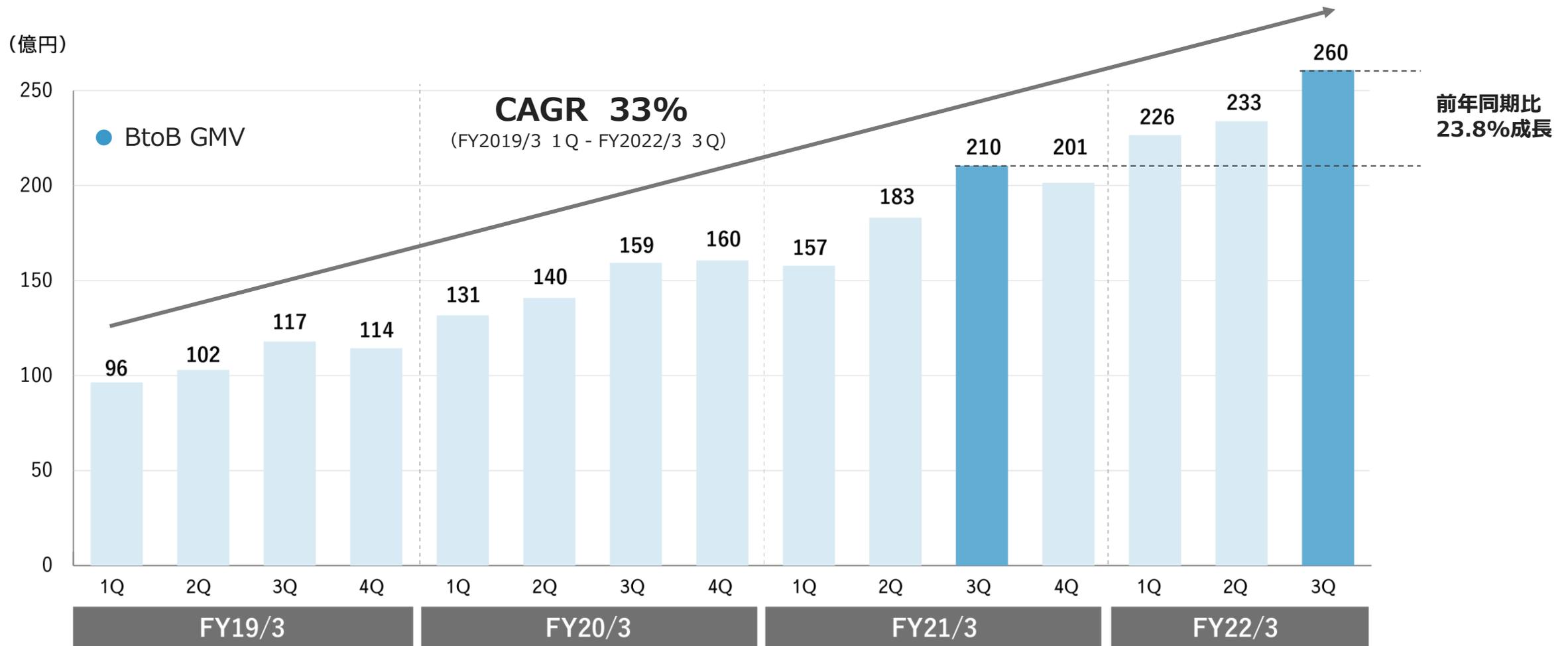


*1 当社グループが提供するNP後払い、atone、およびAFTEE等の各サービスを通じて決済される金額（消費税を含む。）の合計額

*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

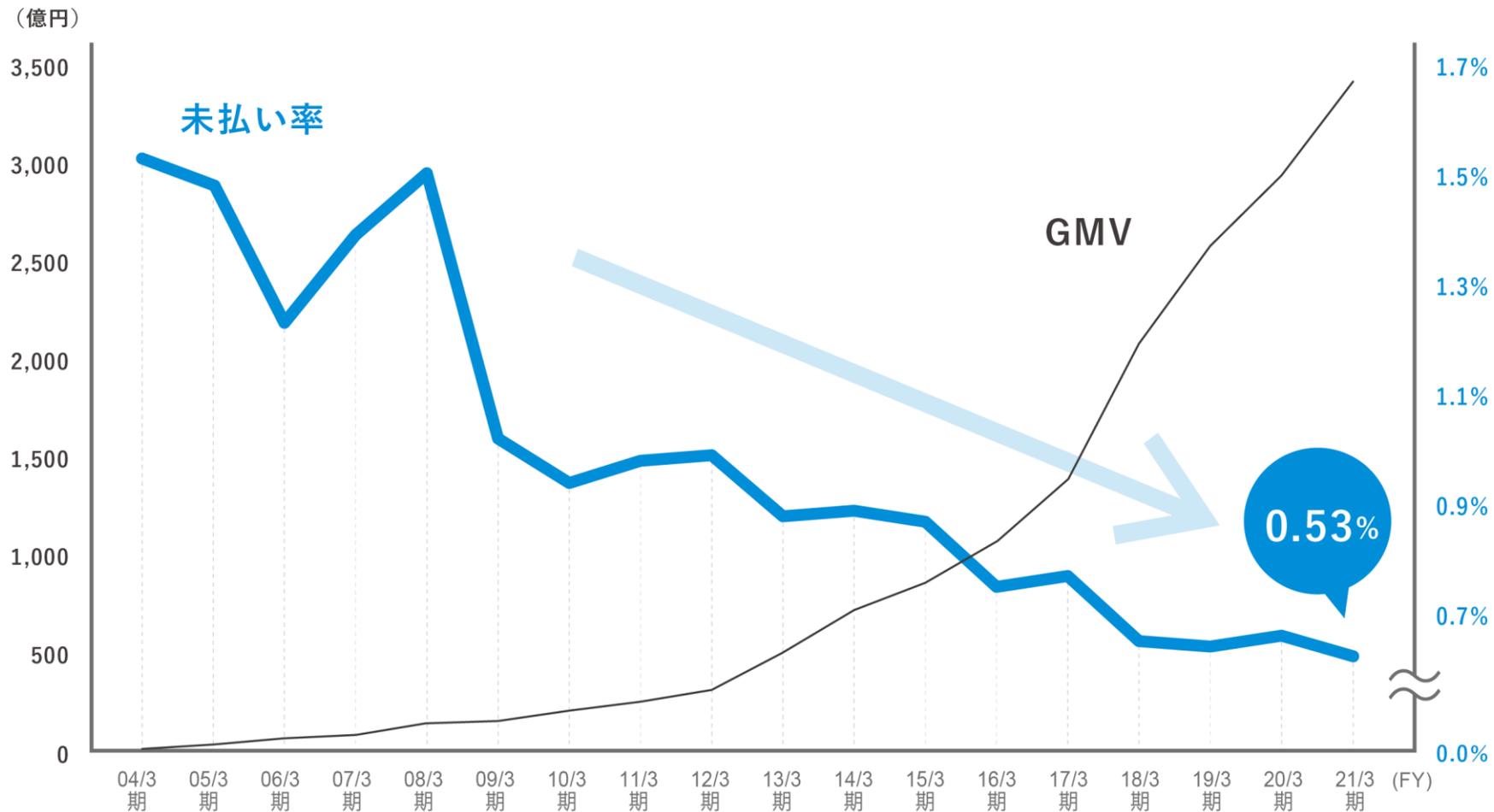
事業指標： 堅調なGMV成長

BtoB事業のGMVはコロナ影響を受けつつも、BtoB EC、SaaSなどのITサービス取引が堅調に伸びており、前年同期比+23.8%の260億円。



事業指標：蓄積データと培ってきたノウハウによる未払いコントロール

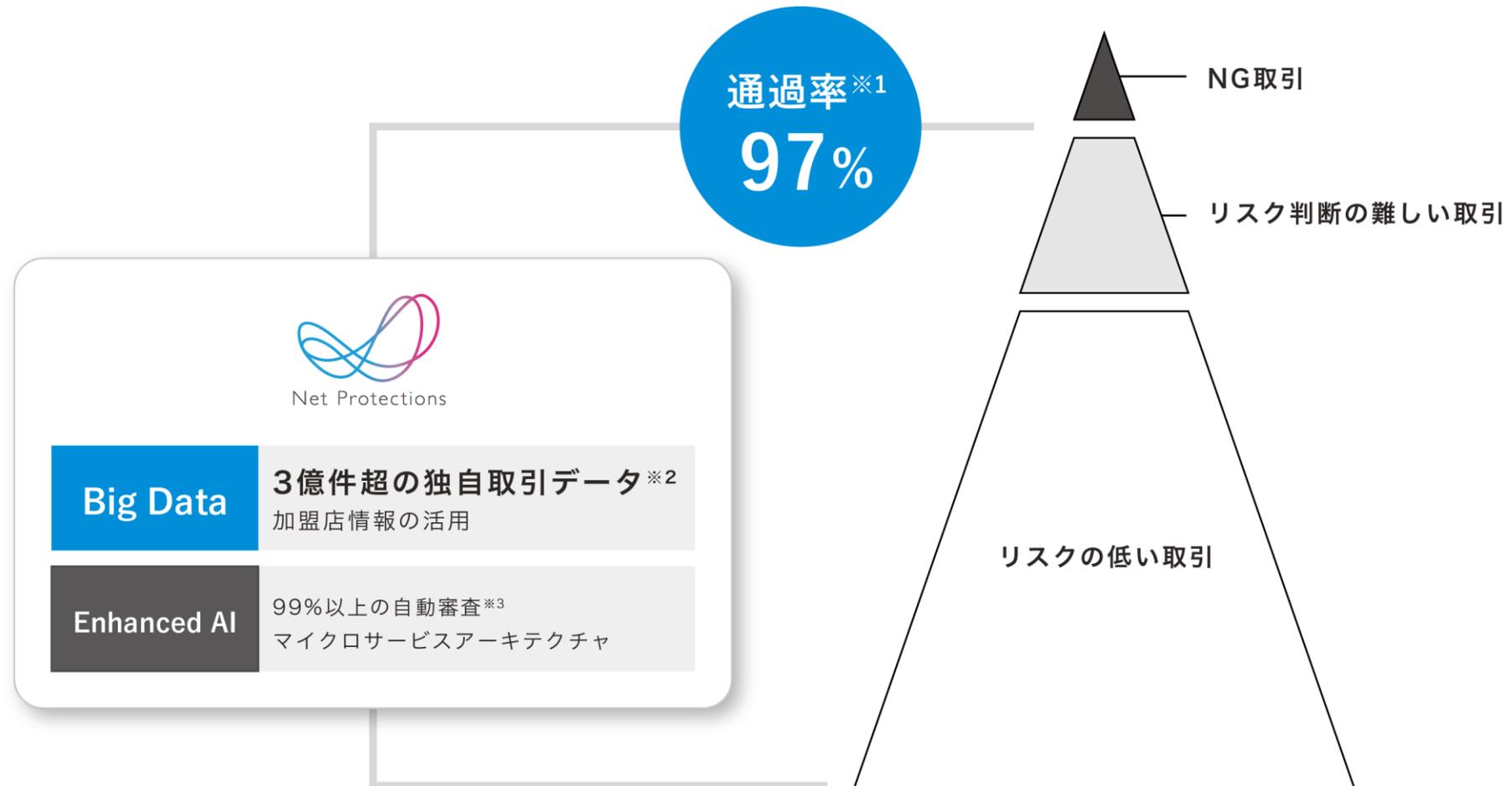
与信に加え、請求・督促などの回収ノウハウの向上もあり、最終未払い率は0.53%。



*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（2021年3月期については、2021年12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））

事業指標：競争優位の源泉となる独自与信システム

高い与信通過率（97%）と低い未払い率（0.53%）を両立。



*1 NP後払いにおける2021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 2021年3月31日時点

*3 2021年3月時点の自動審査率



業績

■ 2022年3月期第3四半期

営業収益の推移

売上総利益の推移

調整後 EBITDAの推移

バランスシート

業績：2022年3月期第3四半期

営業収益は前年同期比+4.3%の14,192百万円、通期予想に対する進捗率は73.5%。

営業利益は一過性費用である上場関連費用の影響により前年同期比減益となるも、調整後EBITDAは前年同期比+9.8%の2,602百万円。

営業利益、EBITDAとも通期予想を既に達成し、着実に利益を計上。

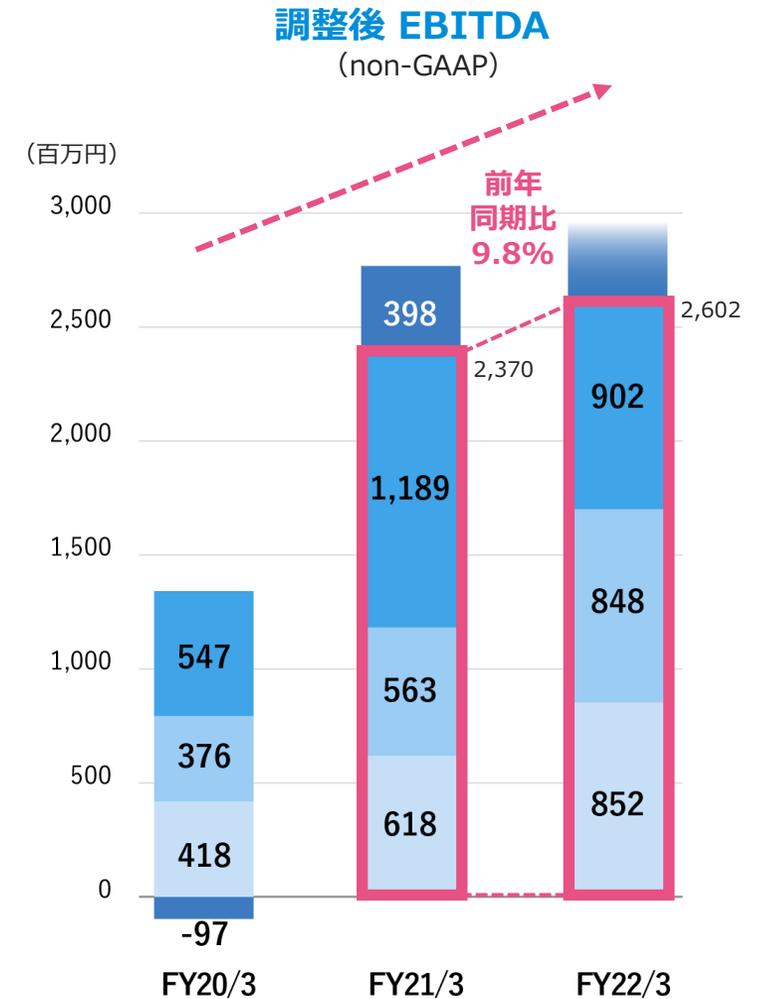
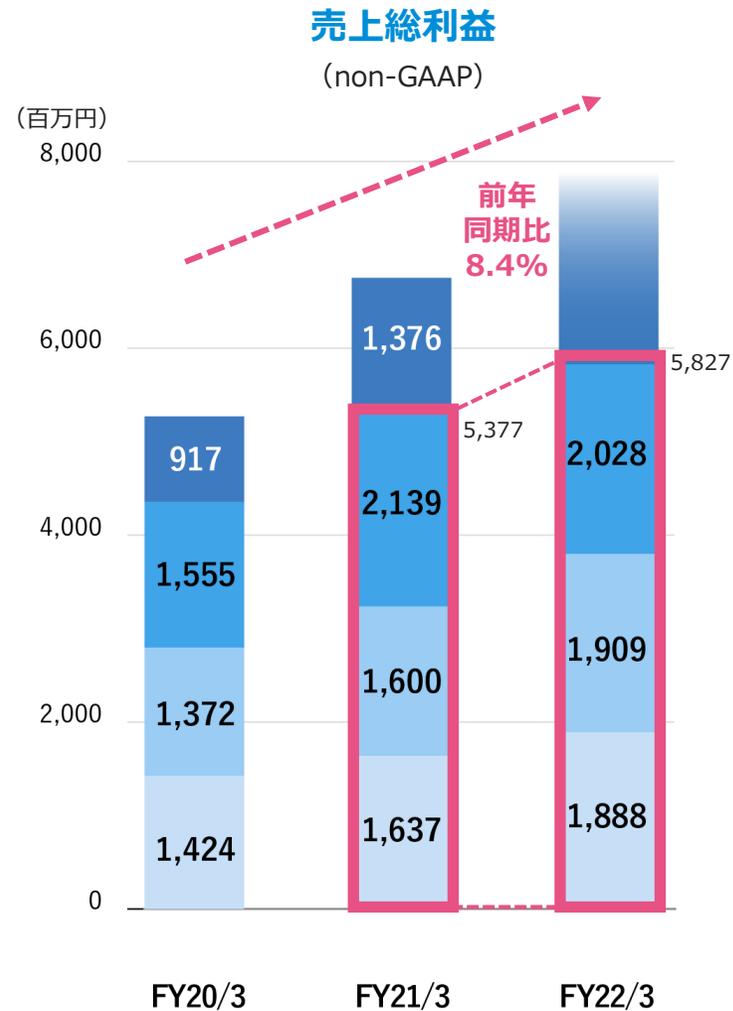
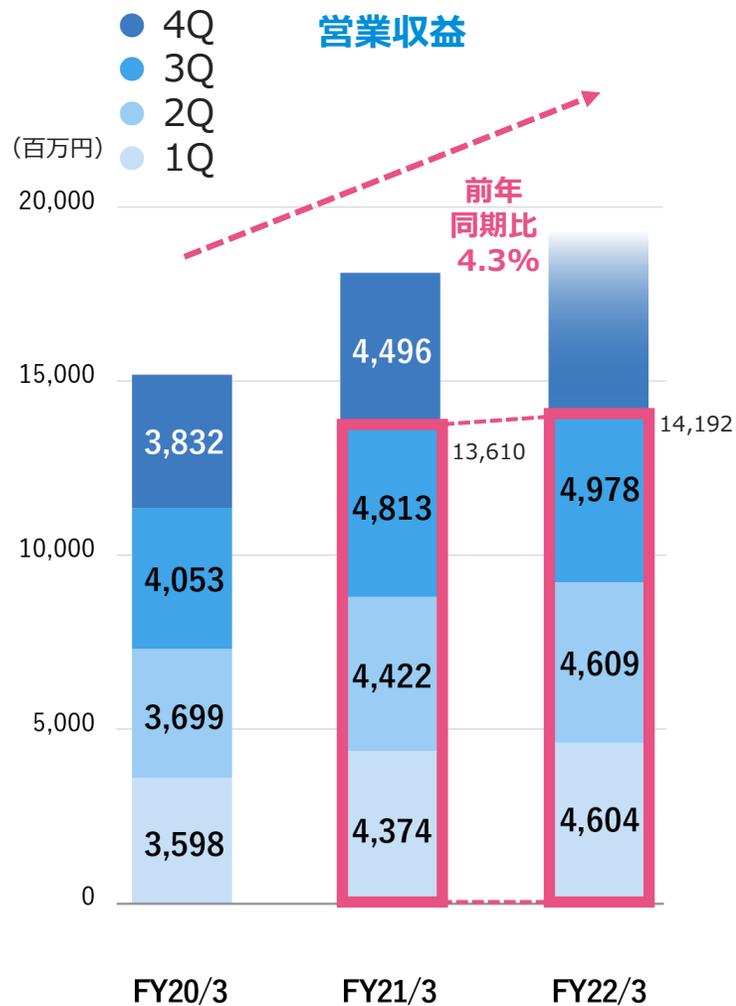
(百万円)	実績（累計）	前年同期比		通期予想	
		実績（累計）	増減率	業績予想	進捗率
営業収益	14,192	13,610	+4.3%	19,317	73.5%
売上総利益（non-GAAP）*1	5,827	5,377	+8.4%	-	-
（上場関連費用）	269	11	-	-	-
（マーケティング費用）	233	120	-	-	-
営業利益	1,095	1,275	-14.1%	738	148.5%
EBITDA（non-GAAP）	2,099	2,238	-6.2%	2,087	100.6%
調整後EBITDA（non-GAAP）*2	2,602	2,370	+9.8%	2,964	87.8%

*1 売上総利益：売上収益から、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を減じて算出（non-GAAP指標）

*2 調整後EBITDA：EBITDA（営業利益又は営業損失+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）にマーケティング費用（代理店手数料を除く販促費・広告宣伝費）及び上場関連費用を足し戻して算出

業績：営業収益・売上総利益・調整後 EBITDA の推移

着実に収益・利益を積み上げる「Profitable Growth」を実現。
 規律ある投資でさらなる成長を目指す。



業績：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、リスクは限定的。

バランスシート項目内訳 (2022年3月期 第3四半期末時点)



営業債権・
営業債務の
四半期推移

(百万円)



● 営業債務
● 営業債権及びその他の債権 (貸倒引当金控除前)

差分

*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。



成長戦略

■ 中期経営計画

■ 市場規模

■ 重要施策

マーケティング 進捗状況

アライアンス 進捗状況

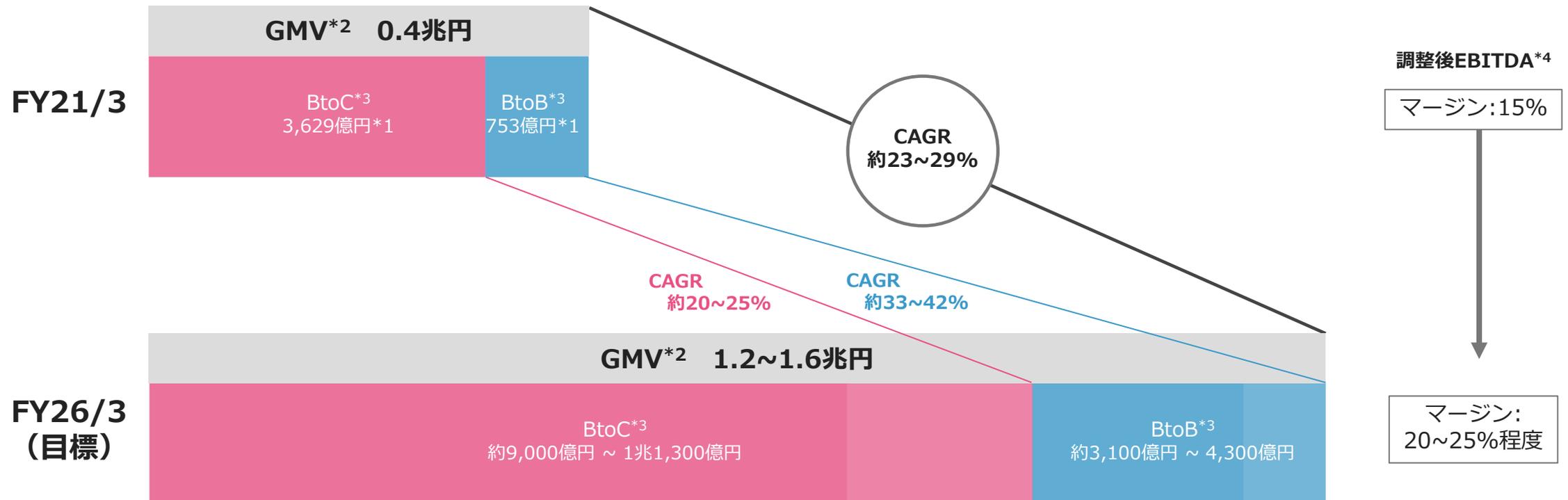
共通インターフェース開発 進捗状況

与信システムの継続的改善

ターゲット市場におけるサービス導入状況

成長戦略：中期経営計画

26/3期にGMV1.2～1.6兆円を計画。調整後EBITDAマージンで20～25%のProfitable Growthを目指す。



*1 2020年度（2021年3月期）の年間取扱高：4,381億円（BtoC事業：3,629億円、BtoB事業：753億円）。

*2 GMVとは、当社グループが提供するNP後払い、atone、NP掛け払いおよびAFTEE等の各種サービスを通じて決済される金額（消費税を含む。）の合計額をいう。

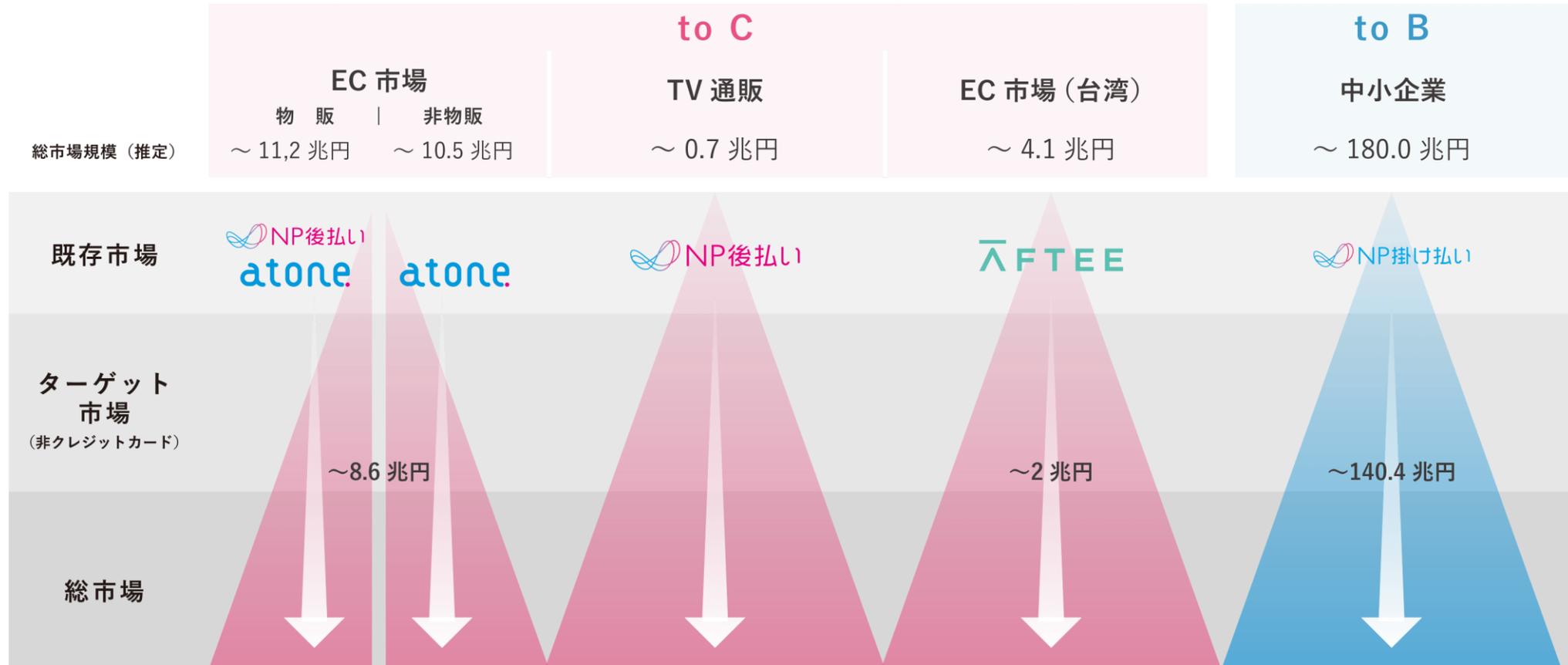
*3 BtoC事業は、NP後払い、atone、AFTEEおよびNPカードをまとめた総称、BtoB事業はNP掛け払いを表す。

*4 調整後EBITDAとは、EBITDA（営業利益又は営業損失+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）に代理店手数料を除く販促費・広告宣伝費及び上場関連費用を足し戻して算出。調整後EBITDAマージンは、調整後EBITDAを当社グループの連結営業収益で除して算出。

上記の情報には、現時点で利用可能な情報に依拠した当社経営陣の判断に基づく将来予想に関する記述が含まれる。したがって、実際の業績、財政状態、事業その他の成績が、かかる将来予想に関する記述の明示又は黙示の予想と重大な差異を生じさせる様々なリスク及び不確実性がある。P.47の免責事項をご参照。

成長戦略：EC・オフライン双方にまたがる広い総市場

EC物販市場のシェア拡大とともに、EC非物販、TV通販、BtoB市場、海外にBNPL決済を展開していく。



* 各三角は金額規模を示すものではなくイメージを図示

* BtoC EC決済：各市場のTAMは2019年度の比率を2020年度のEC決済市場規模に乗じて算出、BtoC TV通販：2020年度の予想販売規模、BtoC実店舗キャッシュレス決済：2020年度小売市場規模146兆円×キャッシュレス比率26.8%

* TAM/SAM/SOMの定義についてはP.44-46ご参照

* 出所：各種データを参考に一定の仮定のもとで弊社分析により算出

矢野経済研究所「2021年版オンライン決済サービスプロバイダーの現状と将来予測」(P31,32,38)、「流通小売り市場白書2021」(P102)、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)」

成長戦略：重要施策

売上高と利益の向上を目指すための施策。

マーケティング強化

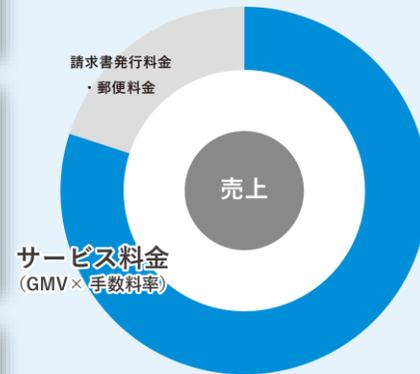
- ✓ 認知度向上による営業ハードルの低下
- ✓ ユーザー向けキャンペーンによるLTVの向上

アライアンス

- ✓ 協業による加盟店獲得の推進
- ✓ 与信ノウハウの向上

共通インターフェース

- ✓ 導入時の開発コスト削減による導入率の向上
- ✓ クロスセルによる加盟店あたりのGMVの向上

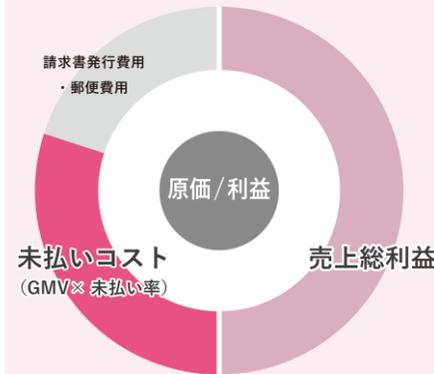


外部データ利用

- ✓ 与信精度の向上

不正検知モデルの拡充

- ✓ AI活用による与信の効率化
- ✓ 精度の高い与信モデル構築

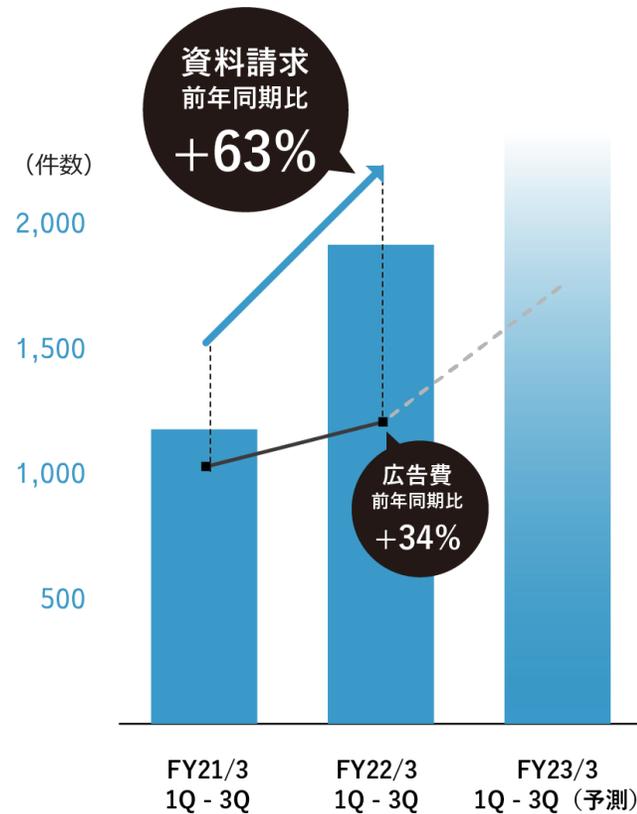


重要施策を実施するための体制強化

成長戦略：マーケティング進捗状況

広告宣伝費は前年同期比+34%に対して資料請求数は+63%とマーケティング効果が上がっている。
今後のマーケティング施策によりNP掛け払いの認知度向上（現状の認知度約10%からの向上）を図り、更なる加盟店獲得を推進。

資料請求の推移とマーケティング費用の関係



21/3 4Qからのマーケティング施策（予定）

タクシー車内 動画広告



TV CM

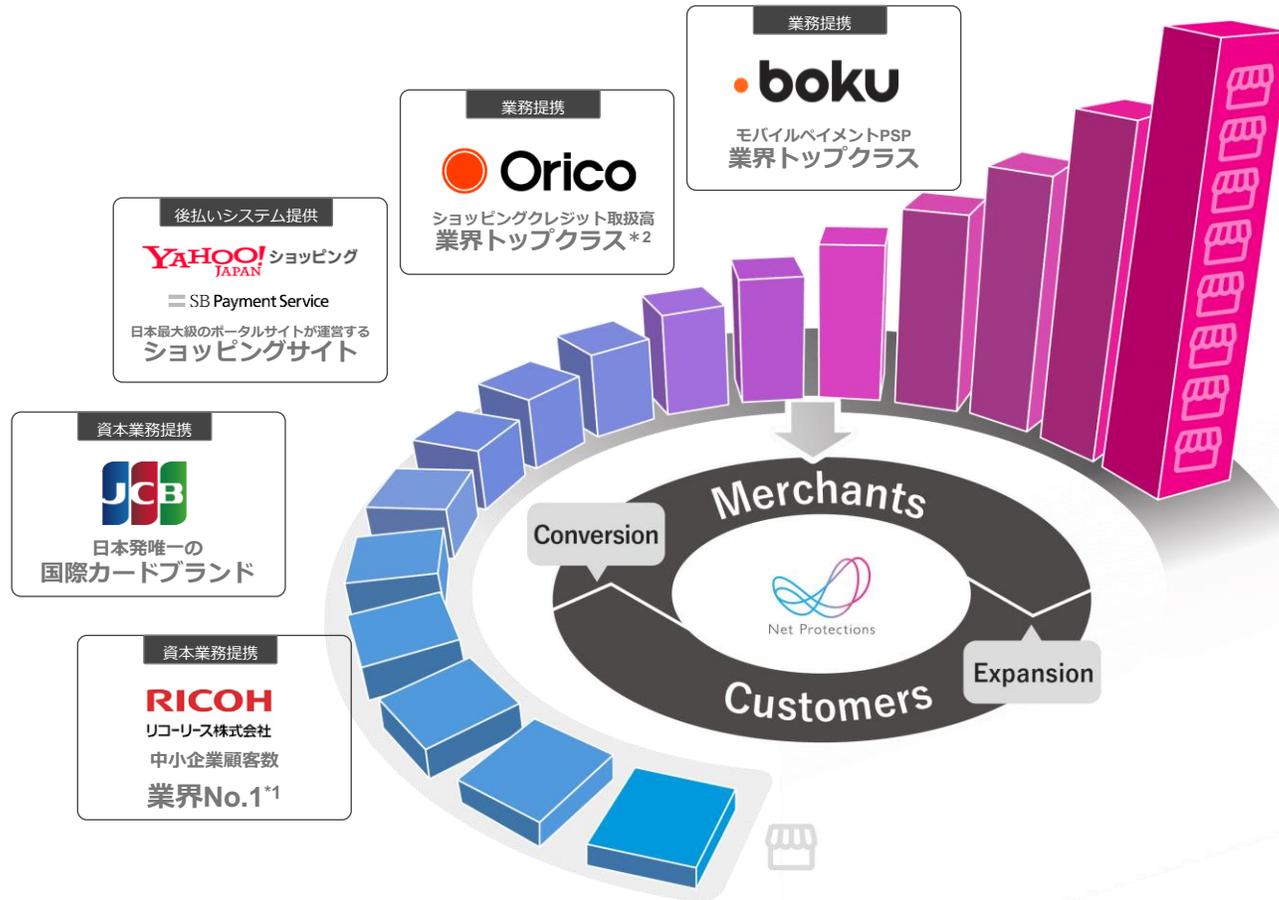


駅ナカ広告



成長戦略：アライアンス 進捗状況

国内最大級の金融・ECプラットフォームと事業・資本連携を締結し、加盟店獲得を推進。



累積
紹介案件*3
(FY22/3 1Q-3Q) **1,000 件超**

最新TOPICS

オリエントコーポレーションと
BNPLサービスをはじめとした各種サービスにおける
包括的な業務提携にかかる基本合意書を締結



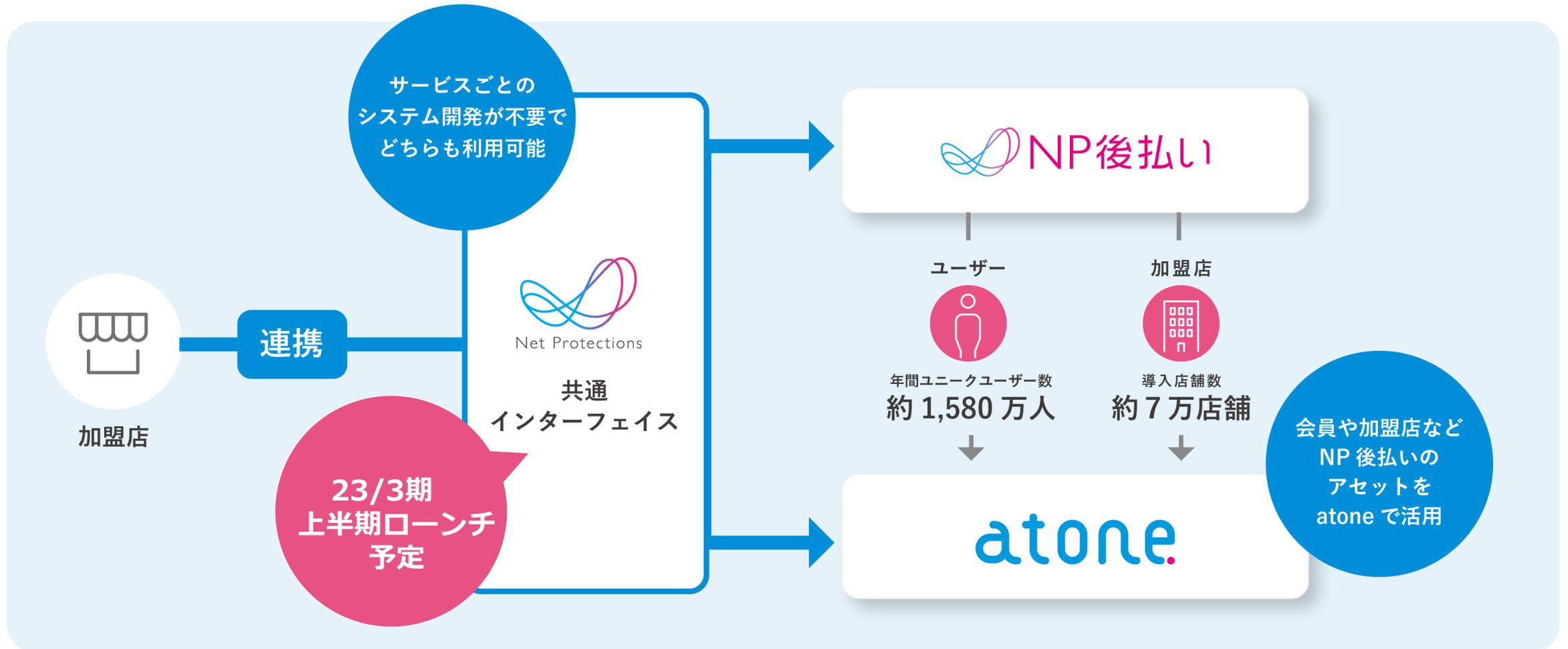
サービス領域（NP後払いair）における協業を2021年8月より開始

さらなるシナジー効果を模索すべく、BtoB領域・EC領域・
新領域を含めた各種サービスにおける協業体制を構築

* 表示の図は特定の数値に対応するものではなくイメージとして図示
*1 取引者数約40万社、取引者数に占める中小企業の割合98%は、主要上場リースで最大
*2 2020年度自動車割賦販売取扱高+その他一般割賦販売取扱高
*3 22年度3月期に各パートナーから紹介打診を受けた案件総数
出所:会社HP、会社開示資料、アナリストレポート「BOKU Evolving to address wider e-commerce market」(EDISON)

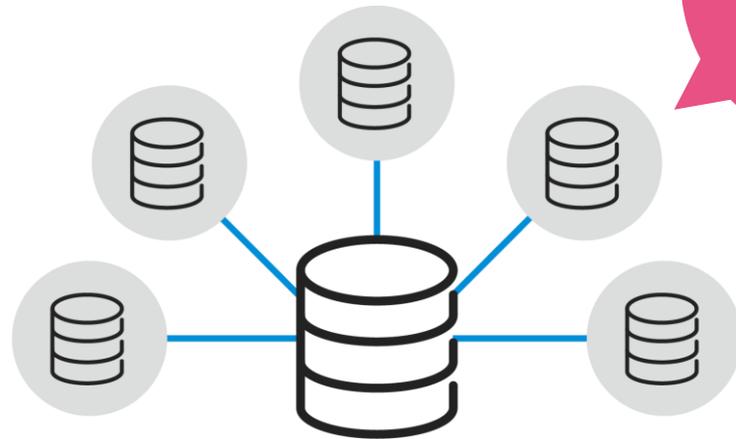
成長戦略：共通インターフェース開発 進捗状況

NP後払いとatoneのシステム仕様を一本化することで、加盟店は開発負担を削減でき、一度に両方のサービス導入が可能に。
NP後払いの約7万店の加盟店・1,580万人のユーザーにatone利用を促進することで決済シェア率の向上を図る。



成長戦略：与信システムの継続的改善

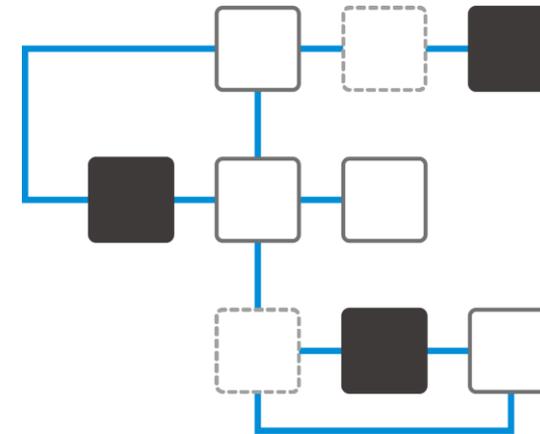
蓄積してきたビッグデータに外部の有用なデータも加え、また不正検知モデルをさらに拡充させることで、与信の効率化を図る。



外部データ利用の充実

外部データを充実することで与信判断の精度向上を図る。

連携データの
拡充



機械学習モデルを利用した 不正検知モデルの拡充

スコアリング導入により不正検知モデルの拡充を図る。

23/3期
1Q ローンチ
予定

成長戦略：ターゲット市場におけるサービス導入状況（BtoB市場）

BtoB EC

印刷



美容通販



梱包資材



卸

飲食

FOODISON



ベンチャー

SaaS



営業支援



その他



成長戦略：ターゲット市場におけるサービス導入状況（非物販、実店舗、TV通販、海外市場）

サービス

ハウスクリーニング・家事代行



オンライン予約・見積もりサービス



その他



住宅設備・リフォーム



実店舗

コンビニ



デジタル

電子コミック



海外（台湾）

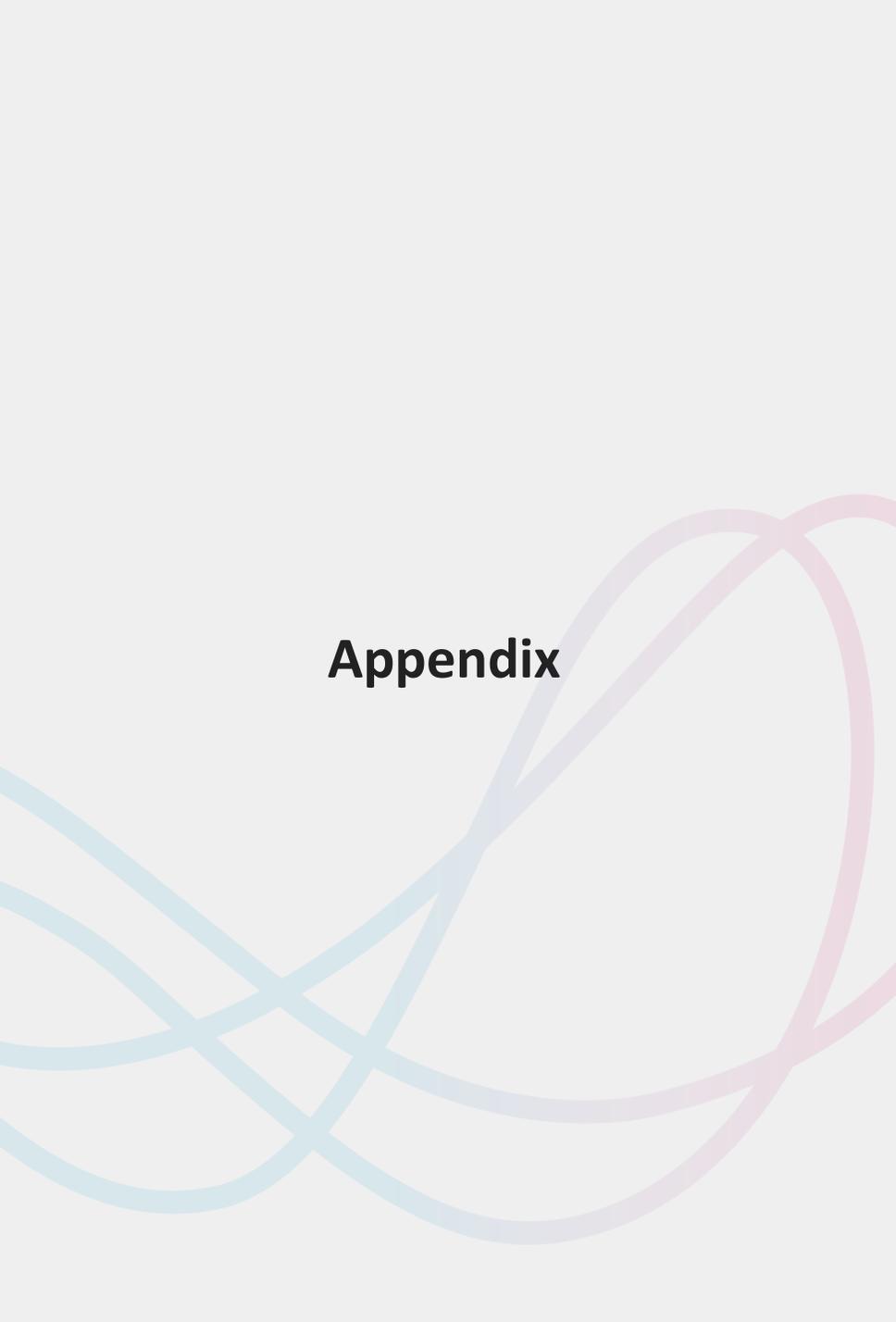
EC



BtoC通販

TV通販





Appendix

BS実績値

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2021年3月31日)	当第3四半期連結会計期間 (2021年12月31日)
資産		
流動資産		
現金及び現金同等物	8,304	15,505
営業債権及びその他の債権	19,157	25,066
棚卸資産	19	20
その他の流動資産	255	266
流動資産合計	27,736	40,858
非流動資産		
有形固定資産	403	1,040
のれん	11,608	11,608
その他の無形資産	3,516	3,527
その他の金融資産	771	731
繰延税金資産	685	700
その他の非流動資産	198	156
非流動資産合計	17,183	17,765
資産合計	44,920	58,624

	前連結会計年度 (2021年3月31日)	当第3四半期連結会計期間 (2021年12月31日)
負債及び資本		
負債		
流動負債		
営業債務及びその他の債務	23,989	31,239
短期借入金	500	500
リース負債	99	393
その他の金融負債	2,075	17
未払法人所得税等	612	129
引当金	61	59
従業員給付に係る負債	294	340
その他の流動負債	410	508
流動負債合計	28,043	33,189
非流動負債		
長期借入金	6,265	6,029
リース負債	20	424
引当金	80	81
非流動負債合計	6,366	6,535
負債合計	34,410	39,725
資本		
資本金	100	4,095
資本剰余金	10,179	14,044
利益剰余金	230	748
その他の資本の構成要素	-	11
親会社の所有者に帰属する持分合計	10,509	18,899
資本合計	10,509	18,899
負債及び資本合計	44,920	58,624

PL実績値

(単位：百万円)

	前第3四半期連結累計期間 (自 2020年4月1日 至 2020年12月31日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2021年4月1日 至 2021年12月31日)
売上収益	13,300	13,852
その他の収益	309	339
営業収益合計	13,610	14,192
営業費用	△12,334	△13,096
営業利益	1,275	1,095
金融収益	0	0
金融費用	△347	△166
税引前四半期利益	928	929
法人所得税費用	△337	△411
四半期利益	590	517
四半期利益の帰属		
親会社の所有者	590	517
四半期利益	590	517
1株当たり四半期利益		
基本的1株当たり四半期利益(円)	7.51	5.89
希薄化後1株当たり四半期利益(円)	6.91	5.74

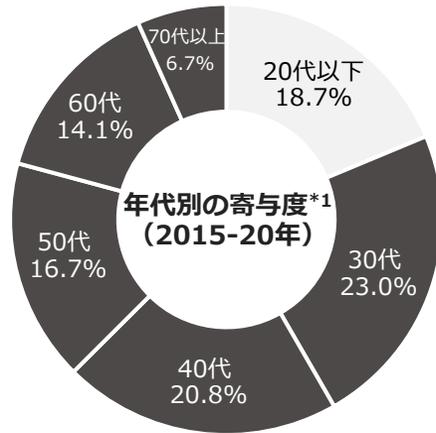
CF実績値

(単位：百万円)

	前第3四半期連結累計期間 (自 2020年4月1日 至 2020年12月31日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2021年4月1日 至 2021年12月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税引前四半期利益	928	929
減価償却費、償却費及び減損損失	949	981
株式報酬費用	10	6
金融収益及び金融費用	238	136
引当金の増減額 (△は減少)	△4	0
固定資産除却損	23	16
棚卸資産の増減額 (△は増加)	2	△1
営業債権及びその他の債権の増減額 (△は増加)	△4,496	△5,909
営業債務及びその他の債務の増減額	9,084	7,250
その他	723	118
小計	7,460	3,526
利息の受取額	0	0
利息の支払額	△75	△181
法人所得税の支払額	△1	△890
営業活動によるキャッシュ・フロー	7,383	2,455
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△0	△5
無形資産の取得による支出	△572	△617
差入保証金の差入による支出	-	△11
差入保証金の回収による収入	2	52
投資活動によるキャッシュ・フロー	△570	△582
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	△4,000	-
長期借入金の返済による支出	△250	△250
負債性金融商品等の取得による支出	-	△1,994
リース負債の返済による支出	△275	△287
株式の発行による収入	-	7,854
負債性金融商品等の発行による収入	3,700	-
財務活動によるキャッシュ・フロー	△825	5,323
現金及び現金同等物に係る換算差額	△4	5
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	5,983	7,201
現金及び現金同等物の期首残高	4,737	8,304
現金及び現金同等物の四半期末残高	10,720	15,505

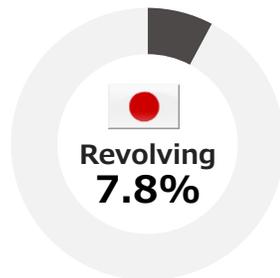
日本市場のユニークさ

幅広い年代が日本のEC成長を牽引



日本のユーザーは分割払いへのニーズが乏しい

国内：クレジットカード
利用金額内訳*2

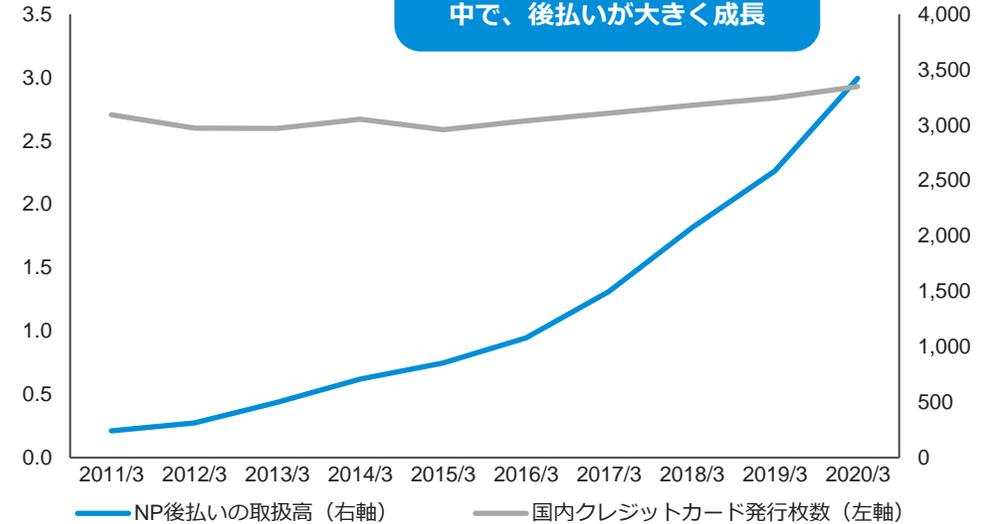


(参考) 米国リボ払い利用
ユーザー比率*3



“Japan is Japan”

クレジットカード
発行枚数 (億枚)



幅広い年代ユーザーの取り込み

分割払いよりも、
ポイントプログラムでの囲い込み

特定のエコシステムに依存せずに
幅広い加盟店の獲得

GMV拡大に
直結

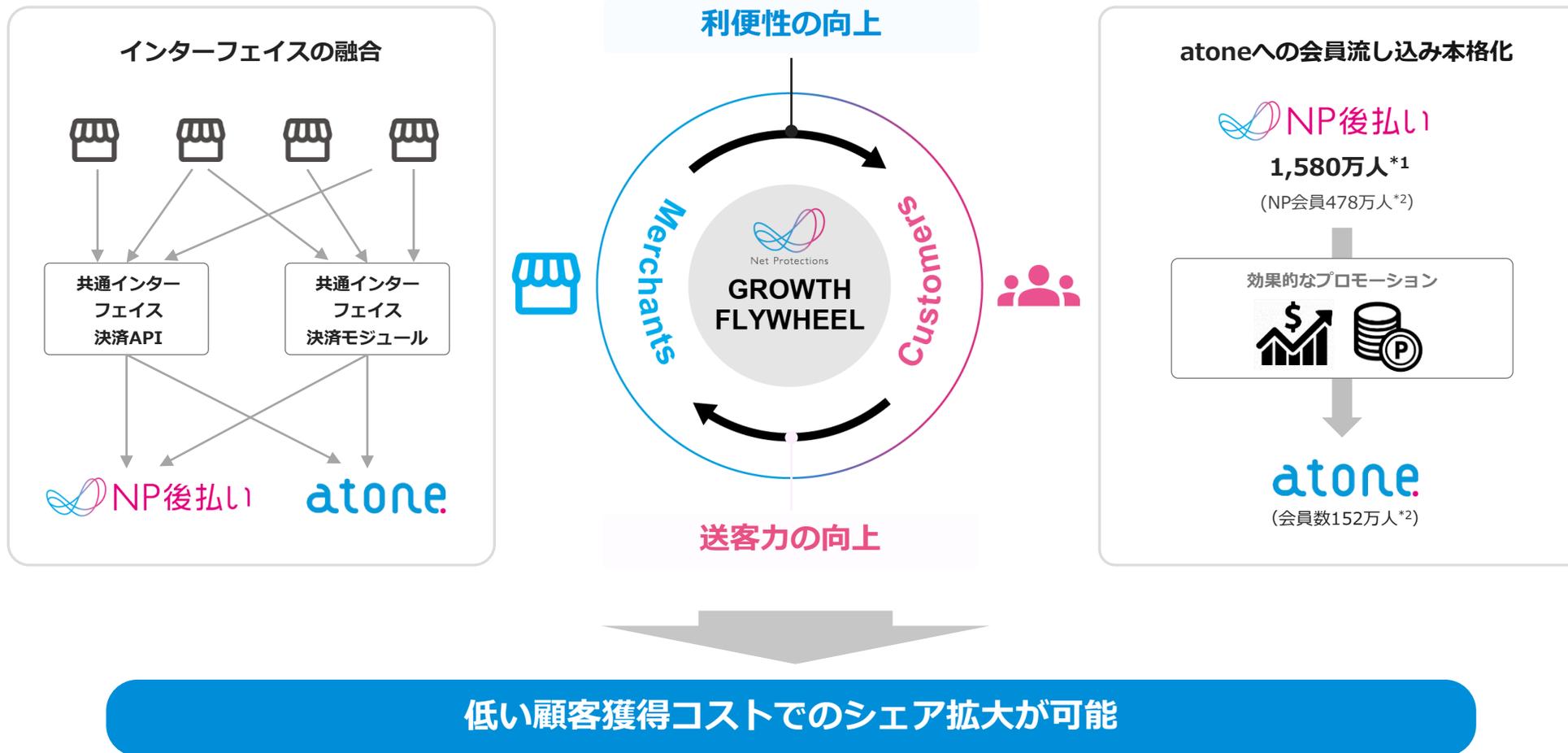
出所：家計消費状況調査（2020年）、一般社団法人日本クレジット協会「日本のクレジット統計」（2020年）、American Bankers Association “Credit Card Market Monitor”

*1 世帯主の各年代別インターネットを利用した1世帯当たり1か月の支出（2人以上の世帯）の2015年から2020年にかけての増加分の寄与度

*2 2020年の利用金額ベース。「2カ月を超える支払い」をRevolvingと定義

*3 2020年3Q。休眠アカウント除く。対象の四半期において一回以上翌月以降に残高の繰り越しが行われるものをRevolvingと定義

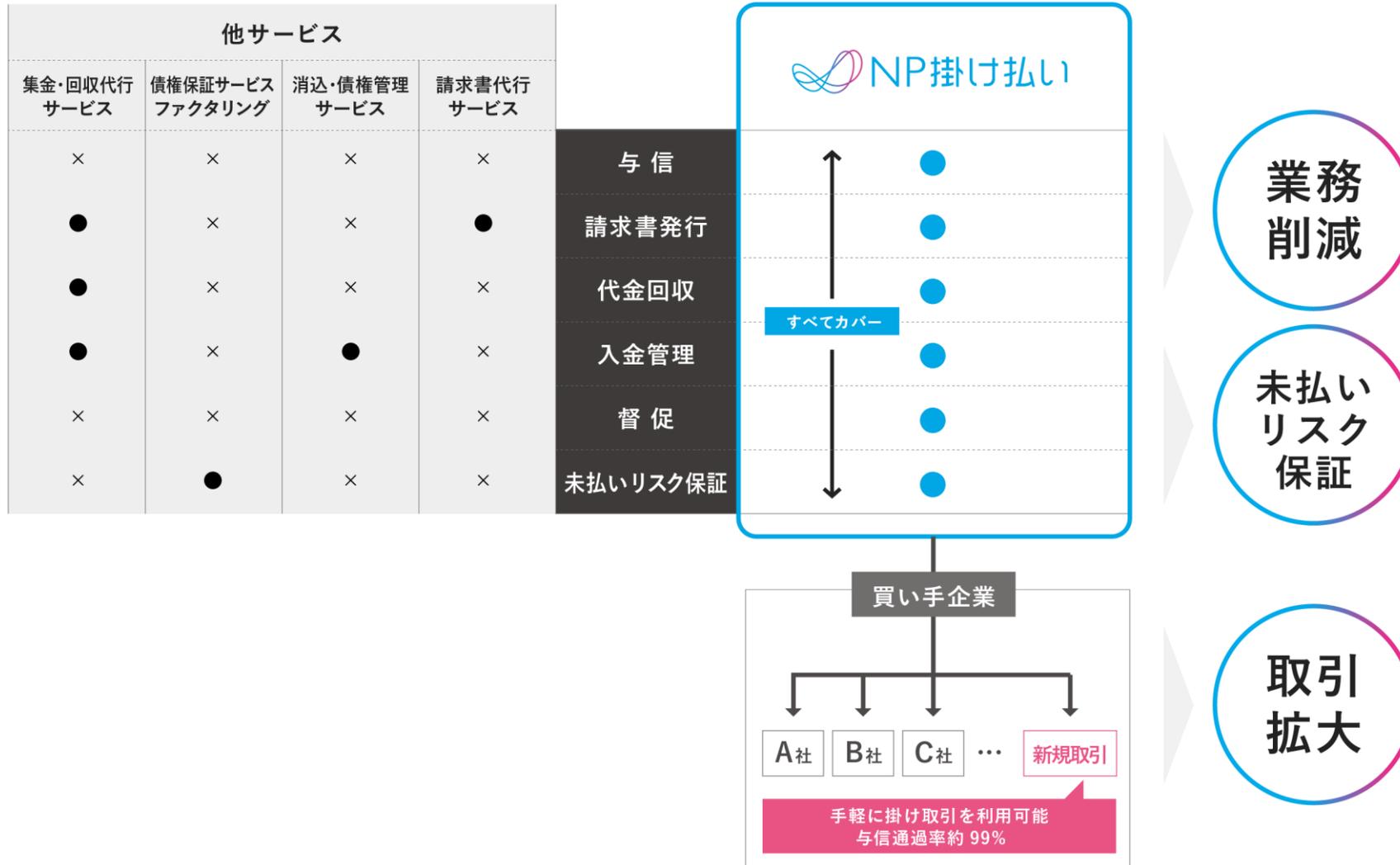
BtoC成長戦略



*1 年間（2020年4月1日～2021年3月31日）のNP後払い利用者のうち、氏名・電話番号の双方が一致する利用者数。

*2 atone会員数はNP会員数の内数。2021年6月時点

NP掛け払いの提供価値



*1 BPOサービス（ビジネス・プロセス・アウトソーシング・サービス）事業者が提供する代表的なサービス

NP掛け払いの提供価値

加盟店の課題



例：EC・通販

不特定多数が利用する法人向けのEC通販での未払いリスク



例：スタートアップ・ベンチャー

事業が急成長し増え続ける決済業務



例：卸売り・業務用販売

現金での代金回収に多大な労力がかかる

 NP掛け払い

導入効果

- 決済の事務負担から解放され、事業の成長に注力
- 少額・大量の集金の負担を削減し、生産性向上
- 社内の面倒な与信手続きが不要となり、新規顧客との取引開始がスムーズに
- 今まで与信が通らず取引できなかった顧客とも取引可能になることによる売上Up
- 個人事業主とも安心して掛け取引が可能
- 督促業務による心理的負担の軽減 ...

BtoB成長戦略



*1 2021年3月期において取扱高が1円以上の加盟店数。アカウント発行数のため、一企業で複数アカウントを運用している場合あり

*2 2021年3月期においてNP掛け払いの請求書を発行した企業のうち、企業名が一致した企業数

後払いを使う理由

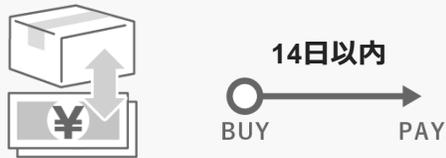
資金管理

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でも買える

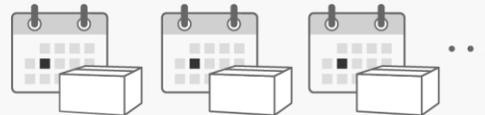
セキュリティ

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心配がない

4 定期通販の解約がしやすい



- ✓ 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



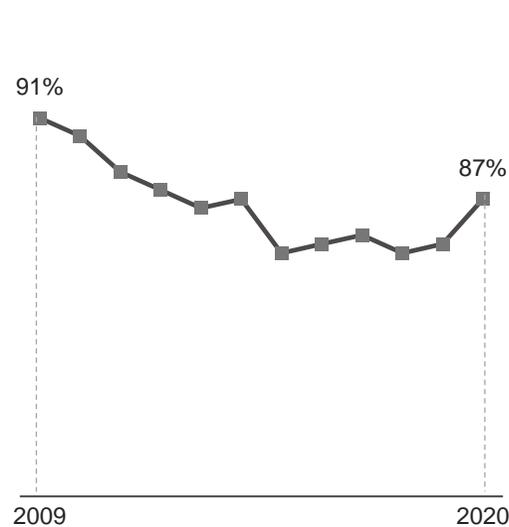
- ✓ 前払いでは商品が届くか不安
- ✓ 返品交換・キャンセルも容易

クレジットカードだけでは全てのユーザーニーズを満たせない

日本におけるクレジットカードに関するFact

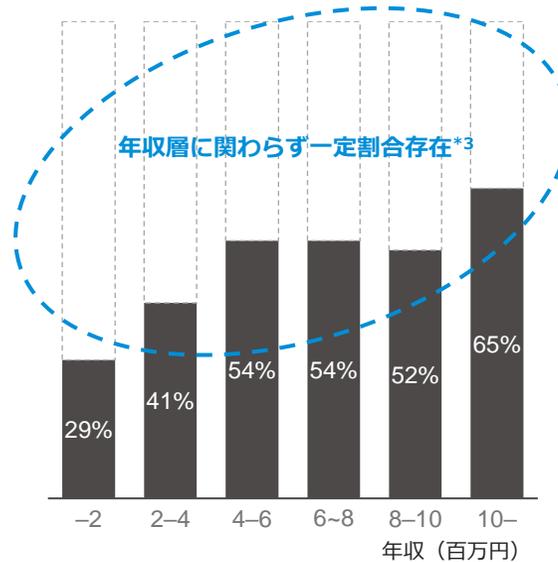
1 クレジットカードの保有率*1

【クレジットカード保有率推移】



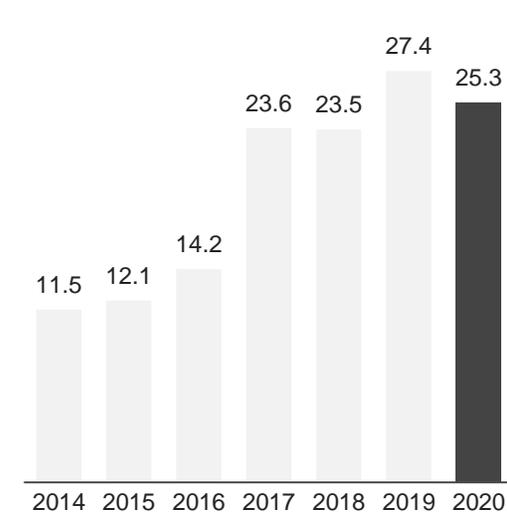
2 積極的にクレジットカードを利用しないユーザーは一定割合存在

【年収別カード利用希望分布】*2



3 クレジットカードの不正利用による損失が増加傾向

【過去のクレジットカード不正利用】
(十億円)



BNPLのニーズが高まっている

*1 調査対象者のうち、1枚以上クレジットカードを保有する割合。

*2 黒で示す部分は「クレジットカードをよく利用する」と回答した人の割合。

*3 クレジットカードを保有していない層も含む。

出所：1 JCB「クレジットカードに関する総合調査（2013年9月、2018年9月、2021年2月）」。

2 NIRA総研「キャッシュレス決済実態調査」（2018年9月）、調査対象「日経リサーチが保有する登録モニターのうち、全国に住む20歳～69歳の男女3,000人」及びNIRA総研に対するインタビュー。

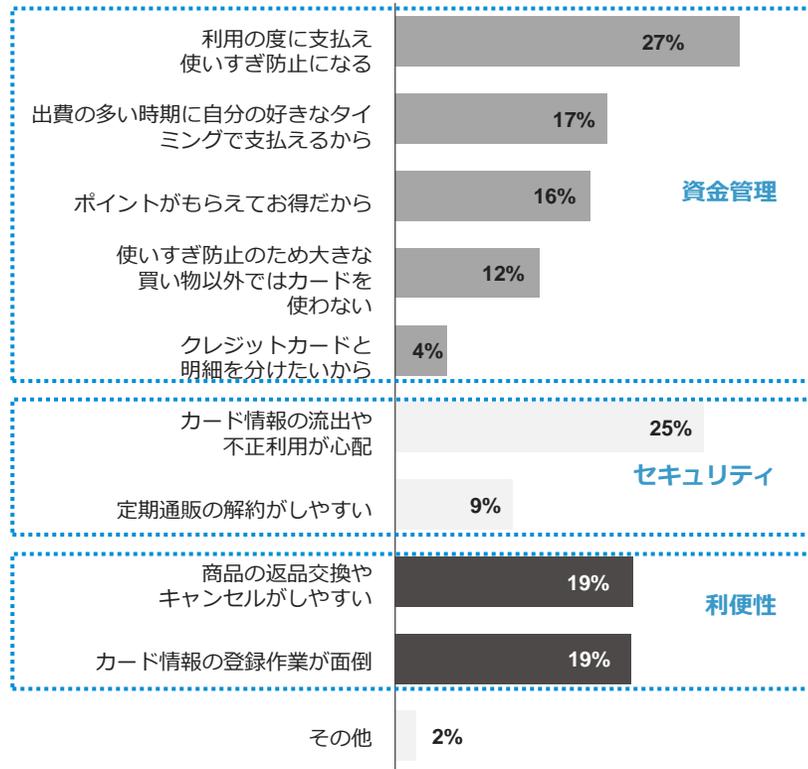
3 日本クレジット協会「クレジットカード不正利用被害額調査」（2021年9月）。

多様なニーズを持つユーザーに利用されるNPのサービス

資金管理・セキュリティ・利便性といった既存の決済手段では満たされないニーズをしっかりと満たす様々な年代のユーザーがいる等、多様なニーズを持つ幅広い層から利用されている。

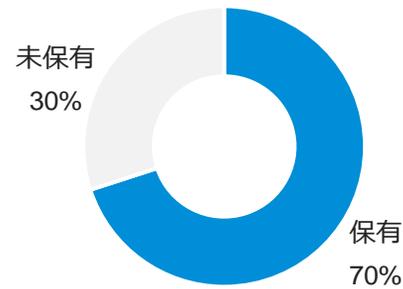
1 利用する理由：*1

資金管理・セキュリティ・利便性

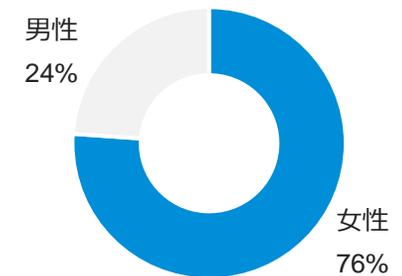


2 多様なユーザー層が利用

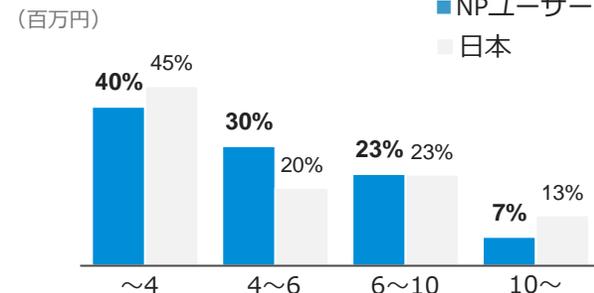
クレカ保有率*1



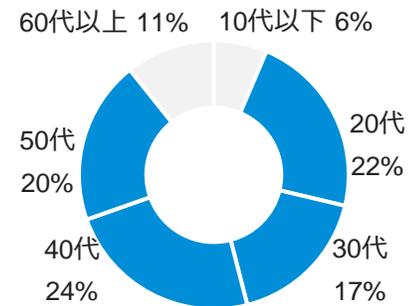
性別*3



世帯年収別分布*1*2



年齢層*3



*1 【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。

*2 厚生労働省「平成29年国民生活基礎調査の概況」【対象】 厚生労働省が無作為に抽出した6万1千世帯。

*3 2021年3月31日時点における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）の会員の内訳。

NP後払い サービス分野への進出

導入事例： 役務・サービス分野で利用可能な後払い決済



リフォーム・工事



修理・メンテナンス



家事代行



引っ越し



フードデリバリー



レンタル



イベント・セミナー



電気・ガス

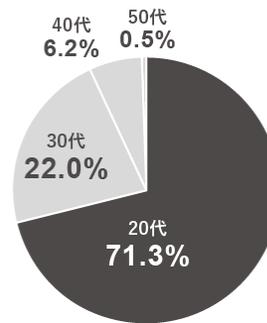
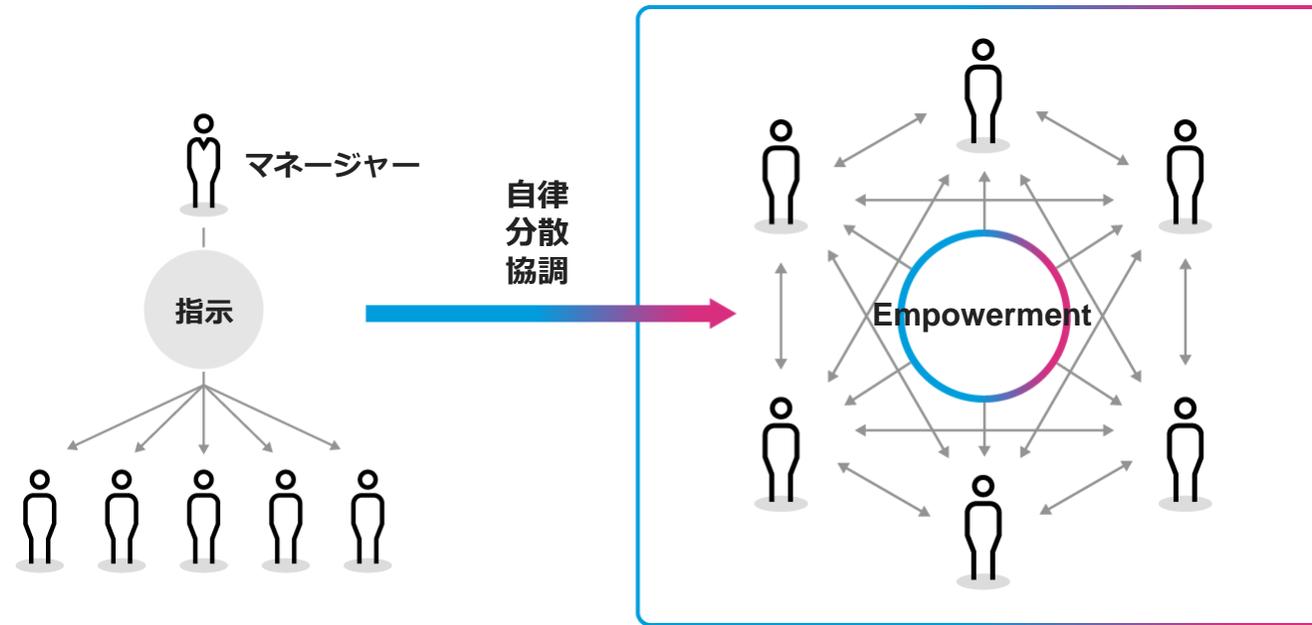
購入者メリット

当日の現金準備が不要/後日代金支払い

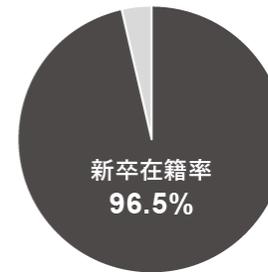
加盟店メリット

現金取引を廃止し、集金・経理業務の手間削減

組織のEmpowermentを重視するDNA



従業員の年齢別内訳
(2021/4時点)



過去3年間の新卒在籍率
(2021/3時点)

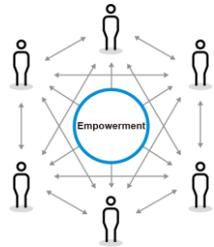
*1 2013年以降に入社した社員全員がITスキルに関する社内研修を修了。

支える人事制度 Natura

自律・分散・協調の組織を運営するための人事制度は、常識に捉われない「つぎのアタリマエ」です

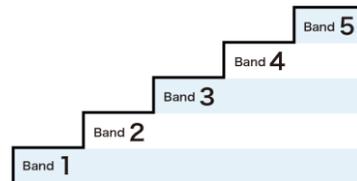
「Natura」

マネージャー撤廃



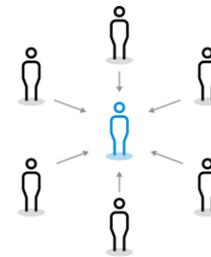
役割をフラット化。カタリストの設置により、役割を流動的に。

バンド制度



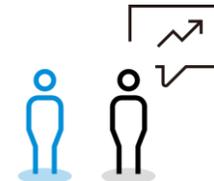
年収レンジが開示され、フェアな報酬ポリシーが心理的安全性を醸成。

360度評価



業務関連度の高いメンバーからのコンピテンシーに基づいた評価。

成長支援

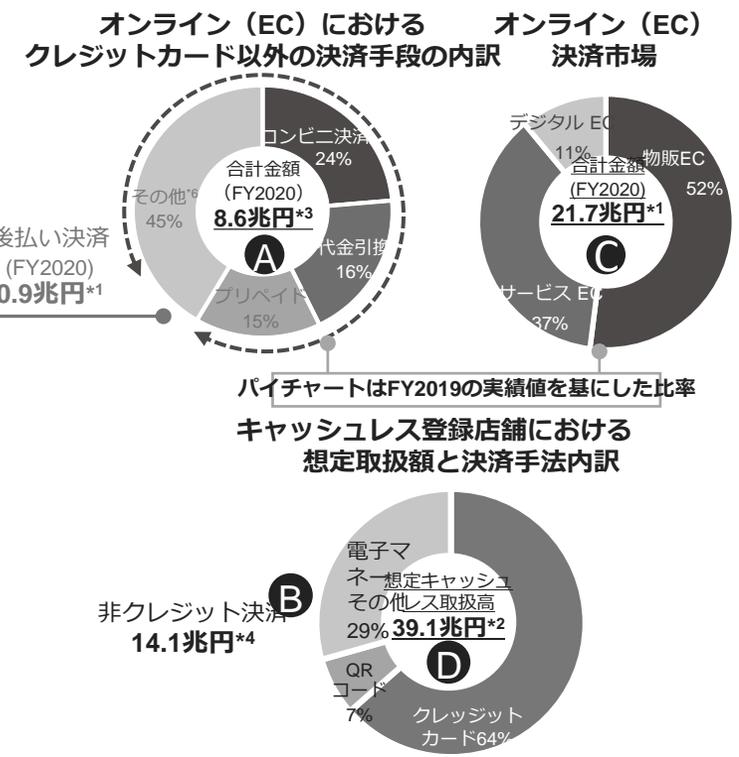
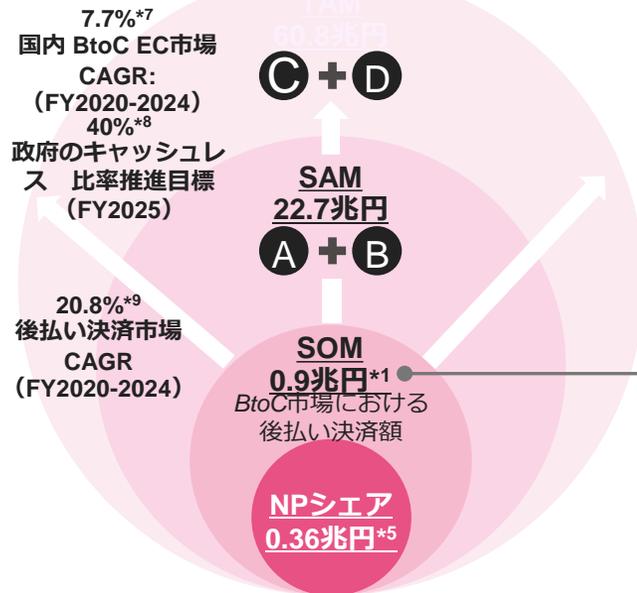


評価のためではない、成長支援を趣旨とした定期面談。

BtoC後払い (NP後払い+atone) のTAM / SAM / SOM

- TAM (Total Addressable Market) : 当社グループが今後理論上ターゲットとすることが可能と考える市場規模
- SAM (Serviceable Available Market) : 現時点において、当社グループが提供するサービスで理論上ターゲットとすることが可能と考える市場規模
- SOM (Serviceable Obtainable Market) : 当社グループが提供するサービスの現在の市場規模

- BtoCのTAM: 国内におけるオンライン決済市場規模および小売市場におけるキャッシュレス決済市場規模の試算
- BtoCのSAM: 国内におけるオンライン決済市場における非クレジットカード決済市場規模および小売店舗における非クレジットカード決済市場規模の試算



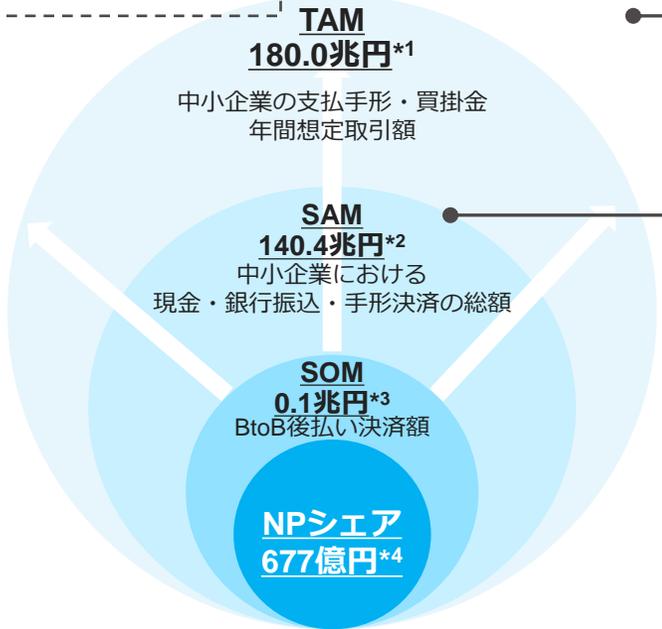
*1 (C) オンライン決済市場規模およびSOM (後払い決済額) は共に (矢野経済研究所「2021年版オンライン決済サービスプロバイダーの現状と将来予測」 P38、99) より抜粋。FY2020の数値について、共に調査機関による見込み額。
 *2 (D) 小売市場規模146兆円 (2020年) (経済産業省「商業動態統計 (2020年)」) ×キャッシュレス比率26.8% (2019年) (経済産業省「日本のキャッシュレス決済比率、決済事業者及び国の開示の在り方について」 P8)。
 *3 (A) オンライン (EC) 決済市場規模21.7兆円 (矢野経済研究所「2021年版オンライン決済サービスプロバイダーの現状と将来予測」 P38) ×非クレジットカード決済比率39.7% (矢野経済研究所「2021年版オンライン決済サービスプロバイダーの現状と将来予測」 P32)。
 *4 (B) 想定キャッシュレス取扱額39.1兆円 (D) ×非クレジットカード決済比率36.0% (「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)。
 *5 FY2020 NP後払い+atone取扱高。
 *6 その他: キャリア決済、銀行振り込み、ネットバンキングデビット決済等。
 *7 矢野経済研究所「2021年版オンライン決済サービスプロバイダーの現状と将来予測」 (P38)
 *8 経済産業省「キャッシュレス・ビジョン」 (P70) *9 矢野経済研究所「2021年版オンライン決済サービスプロバイダーの現状と将来予測」 (P107)

BtoB後払い（NP掛け払い）のTAM / SAM / SOM

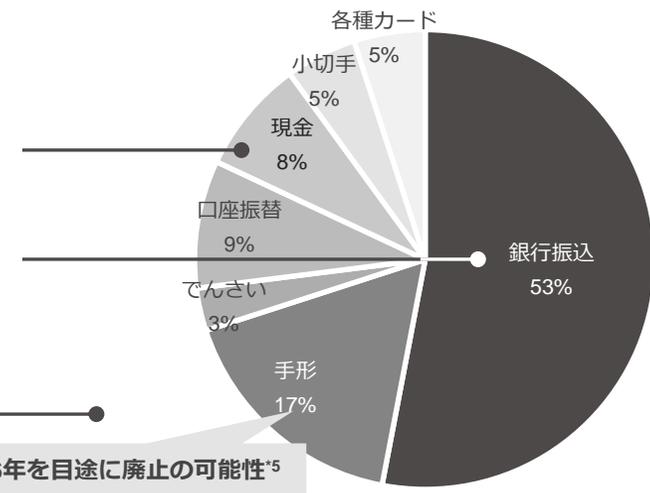
- TAM (Total Addressable Market) : 当社グループが今後理論上ターゲットとすることが可能と考える市場規模
- SAM (Serviceable Available Market) : 現時点において、当社グループが提供するサービスで理論上ターゲットとすることが可能と考える市場規模
- SOM (Serviceable Obtainable Market) : 当社グループが提供するサービスの現在の市場規模

- BtoBのTAM: 中小企業の支払手形・買掛金の年間想定取引額の試算
- BtoBのSAM: 中小企業の現金・銀行振込・手形決済の総額の試算

中小企業の支払手形・買掛金
年間想定取引額 **総額180兆円***



中小企業の支払行為で用いられている決済手段*3



2026年を目途に廃止の可能性*5

*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））。

*2 中小企業の支払手形・買掛金の総額180兆円（中小企業庁：令和元年中小企業実態基本調査（平成30年度決算実績））×78%（現金8%+銀行振込53%+手形17%）（ビザ・ワールドワイド・ジャパン委託によりマクロミル株式会社実施「中小企業の決済業務に関する調査」2016年8月実施、会社開示資料）。

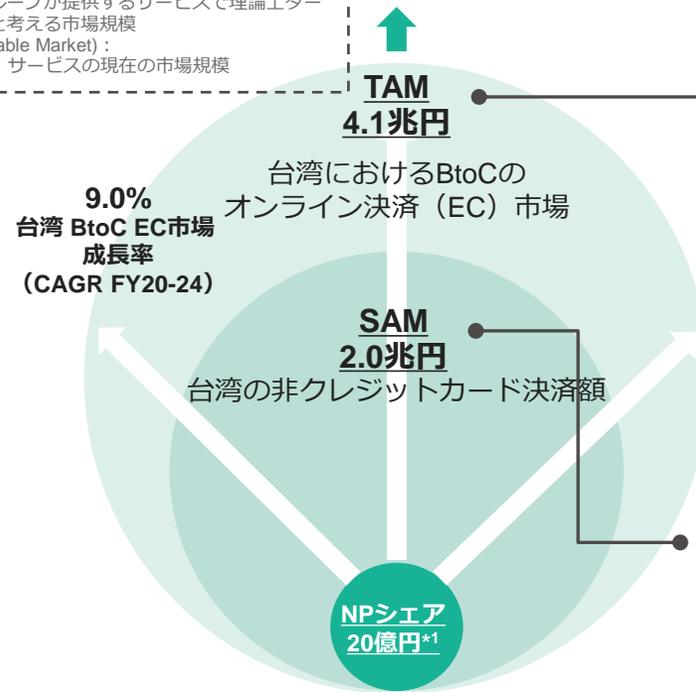
*3 NP掛け払い取扱高：677億円+Paid取扱高（2020年4月期）（※外部取扱高のみ、株式会社ラクーンホールディングス説明資料より）：198億円+ MF Kessai取扱高（※マネーフォワードケッサイ株式会社のプレスリリースから当社グループ推計）：200億円（期間2019/11-2020/10）。

*4 NP掛け払い取扱高（期間2019/11-2020/10）。

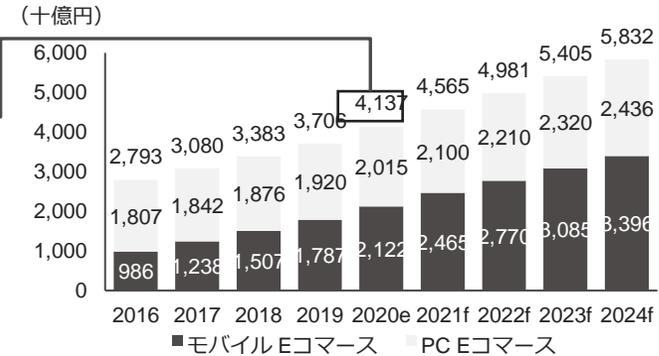
*5 中小企業庁「約束手形をはじめとする支払条件の改善に向けた検討会 報告書」（2021年3月）。

AFTEEのTAM / SAM / SOM (台湾)

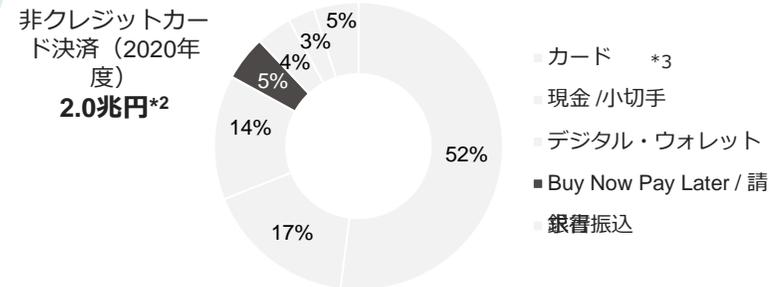
- TAM (Total Addressable Market) : 当社グループが今後理論上ターゲットとすることが可能と考える市場規模
- SAM (Serviceable Available Market) : 現時点において、当社グループが提供するサービスで理論上ターゲットとすることが可能と考える市場規模
- SOM (Serviceable Obtainable Market) : 当社グループが提供するサービスの現在の市場規模



台湾におけるEC市場規模の推移



オンライン決済市場における決済手手の内訳



*1 FY3/2021 AFTEE取扱高。

*2 台湾におけるEC市場規模 (2020e) × 非クレジットカード決済比率48% × 為替レート

*3 「カード=52%」を基準に右回りに記載

* 為替レート：2021/5/11 1TWD=3.9042円。

出所：GlobalData 「Taiwan Cards and Payments - Opportunities and Risks to 2024」 P26,30。

免責事項

本資料は、株式会社ネットプロテクションズホールディングス（以下「当社」といいます）の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購入、売却の勧誘を構成するものではありません。

本資料には、当社の計画や戦略、業績の見通し等、将来の見通しに関する記述が含まれています。将来の見通しに関する記述には、別段の記載がない限り本資料の発表日現在における当社が入手可能な情報並びに当社の計画及び見込みに基づいた当社の想定、将来の見通し及び推測が含まれますが、これらが達成される保証はありません。様々な要因により、将来の予測・見通しに関する記述は実際の業績と大幅に異なる場合があります。したがって、これらの将来に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。

また、独立した公認会計士又は監査法人による監査又はレビューを受けていない、過去の財務諸表又は計算書類に基づく財務情報及び財務諸表又は計算書類に基づかない管理数値が含まれていることをご了承下さい。

当社は、適用ある法令又は証券取引所の規則により要求される場合を除き、本資料に含まれるいかなる情報についても、今後生じる事象に基づき更新又は改訂する義務を負うものではありません。

本資料には、当社が事業を行っている市場に関する情報を含む、外部の情報源に由来し又はそれに基づく情報が記述されています。これらの記述は、本資料に引用されている外部の情報源から得られた統計その他の情報に基づいており、それらの情報については当社は独自に検証を行っておらず、その正確性又は完全性を保証することはできません。この資料に含まれる情報は、今後予告なしに変更されることがあります。