



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 第2四半期決算説明

2022年11月14日

※本編の後（42ページ以降）にQ&Aの書き起こしもございます。よろしければ最後までご覧ください。

また、決算説明の補足資料として、[高い関心が予想される事項についての想定QA](#)も別途ご用意しています。こちらも合わせてご覧いただくと幸いです。

## アジェンダ

|          |    |
|----------|----|
| 会社紹介     | 03 |
| 事業ハイライト  | 11 |
| 第2四半期 業績 | 17 |
| 業績予想の修正  | 22 |
| 成長戦略     | 27 |
| Appendix | 40 |

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月期の第2四半期決算説明を行います。

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・第2四半期業績・業績予想の修正・成長戦略の順でご説明差し上げます。

# Mission

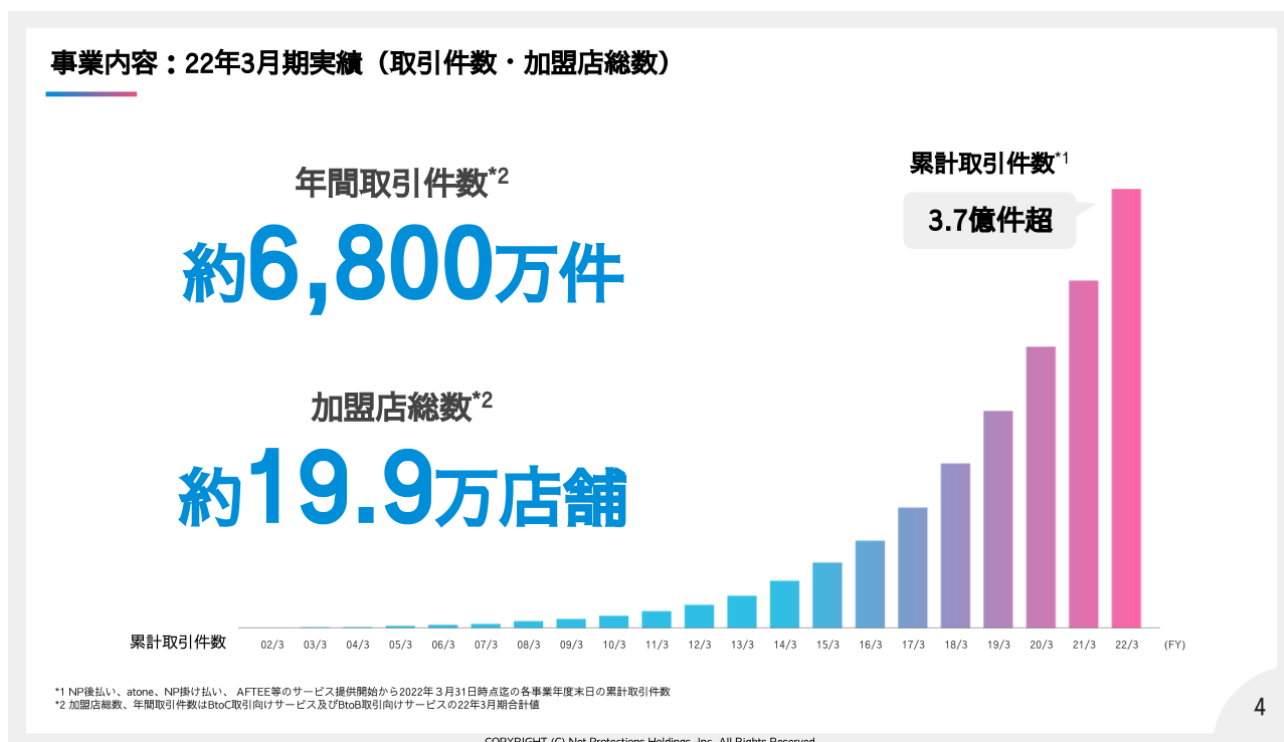


3

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

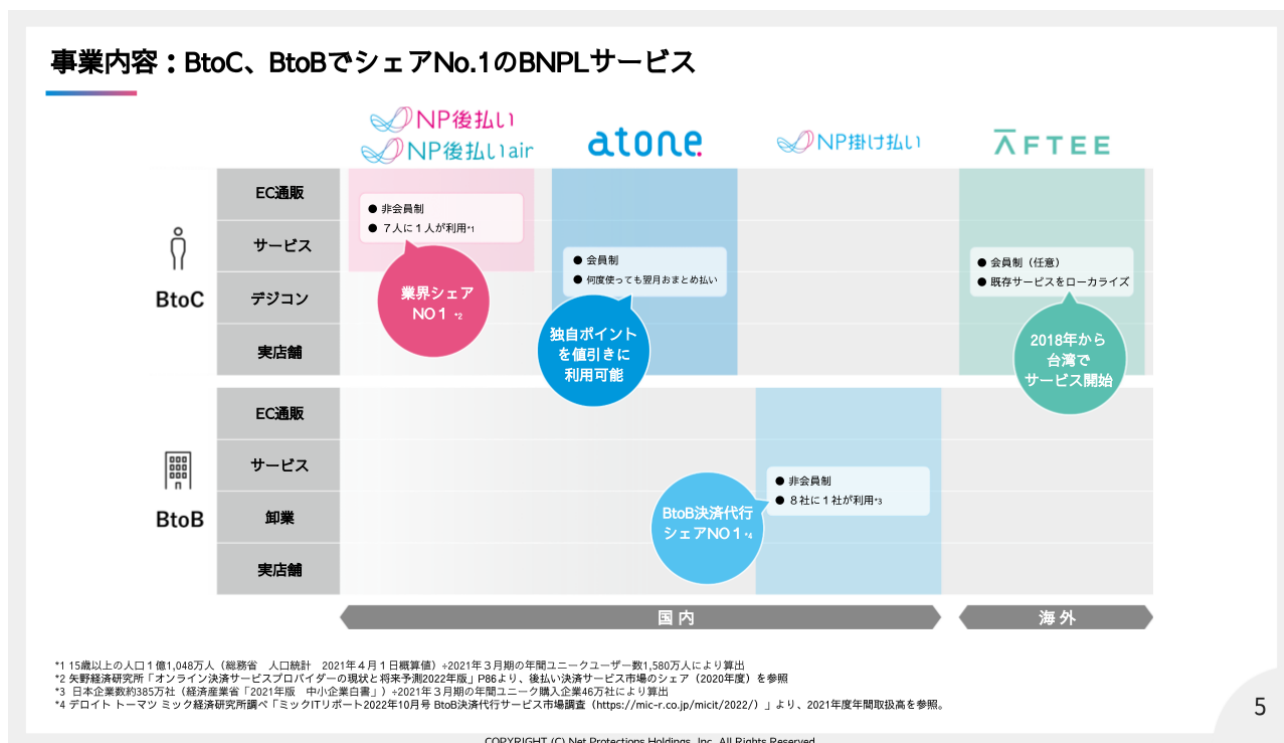
我々は非常に理念を大事にしており、「つぎのアタリマエをつくる」というミッションを掲げております。特徴的なのは、事業だけではなく、組織面においてもNew Standardを作って行きたいと考えており、上場企業では稀有な「ティール組織」を採用しています。

# 事業内容：22年3月期実績（取引件数・加盟店総数）



創業以来、加盟店数は堅調に増加しており、またBtoC・BtoB・海外とさまざまなシーンでご利用頂いております。

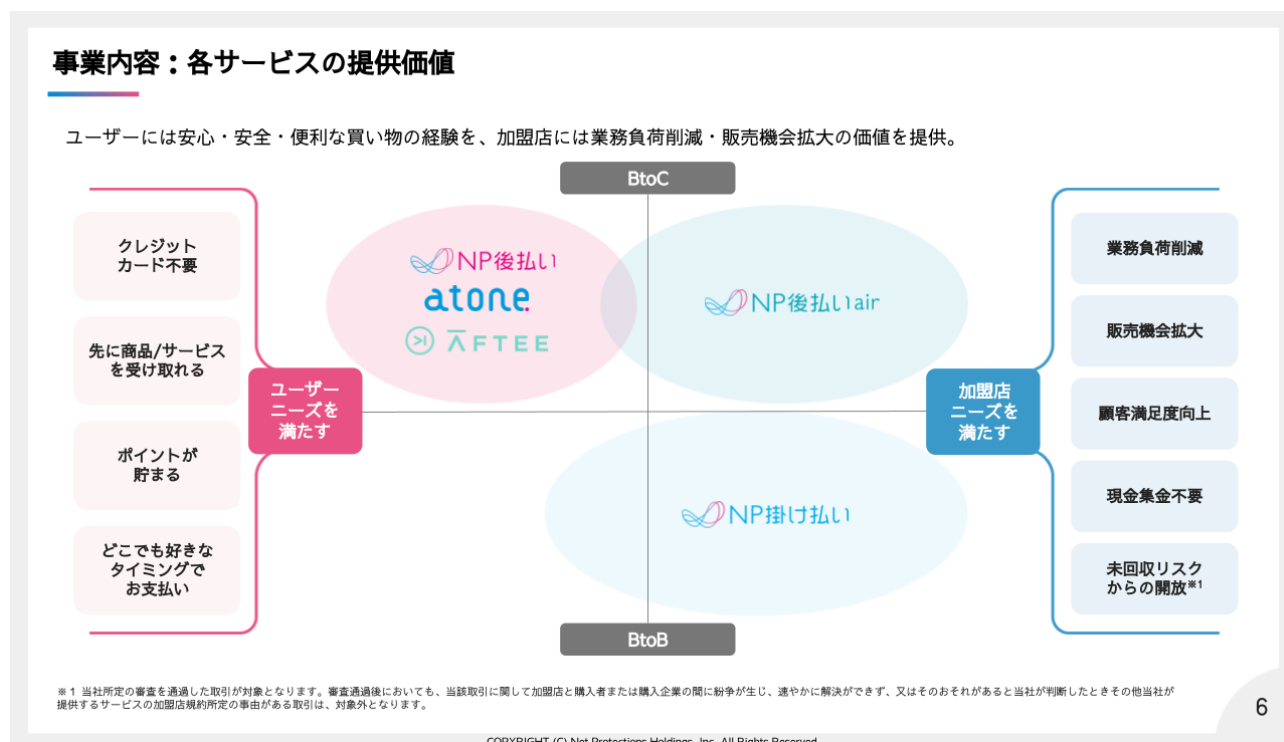
# 事業内容：BtoC、BtoBでシェアNo.1のBNPLサービス



サービスは5つあり、全てBuy Now Pay Laterと呼ばれる後払い決済を提供しています。BtoC向けのNP後払い、BtoB向けのNP掛け払いは、ともにシェアNo.1の決済サービスとなります。

各市場にフィットしたサービスを開発・提供することでBNPLの総合プロバイダーのポジションを築くこと。いつでも、どこでも、BNPLをご利用頂ける、決済インフラになることが当社の目指す姿となります。

# 事業内容：各サービスの提供価値



続きまして、各サービスの提供価値について説明いたします。

NP後払い・atone・AFTEEは主にユーザーのニーズを満たすサービスとなります。

クレジットカード不要のため情報漏洩リスクが無く、また商品確認後にお支払いができる「安心」・「安全」な支払い手段であり、またNP後払いやatoneはBNPLで唯一、独自ポイントの付与があるお得な後払い決済としてご利用頂いています。

一方、「NP後払いair」と「NP掛け払い」は、主に加盟店のニーズを満たす決済サービスとなります。与信、請求書発行、督促といった一連の請求業務をワンストップでアウトソース頂けるBPOサービスであり、加盟店における現金集金や経理業務の負荷・ストレスを解消する後払い決済として導入頂いています。

尚、後払い決済では未払いリスクがつきものですが、当社は全てのサービスにおいて未払いリスクを保証しています。

# 事業内容：当社BNPLと海外BNPLのポジショニング

## 事業内容：当社BNPLと海外BNPLのポジショニング

当社ビジネスモデルは一括払いモデルであり、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。



7

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

当社のBNPL決済は一括払いの後払いとなります。

幅広い世代をユーザーとして、資金管理やカード情報の漏洩防止のための安心・安全な決済手段として利用されています。

一方で、海外BNPL決済は分割の後払いとなります。ユーザーは若年層が中心であり、資金繰りのための金融サービスとして利用されています。

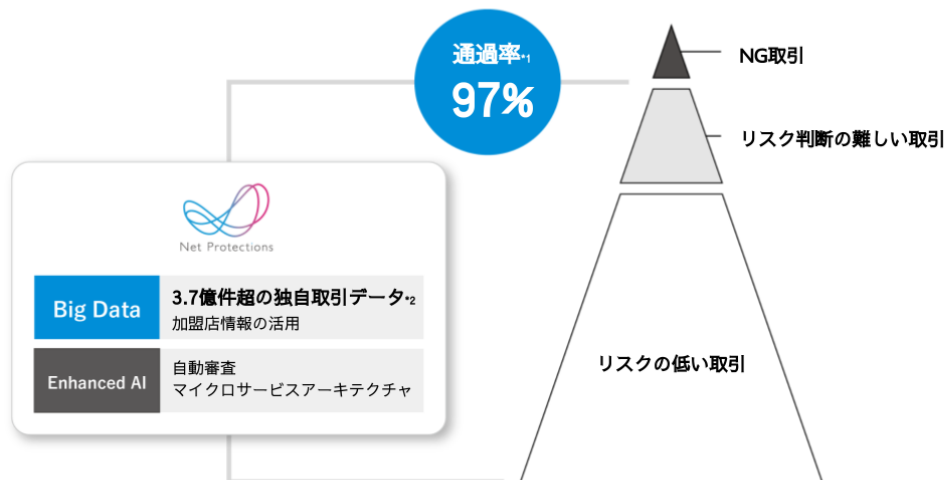
昨今、金利上昇による収益悪化や過剰債務の誘発による規制強化などの懸念がメディアで取り上げられていますが、これは若年層向けの分割・後払いを提供する海外BNPLをさししており、当社サービスに当てはまるものではありません。

また、私が協会会長を務める国内の主要な後払い事業者8社からなる「日本後払い決済サービス協会」を通じて経産省をはじめとした中央省庁と必要なコミュニケーションを図っており、業界全体として健全なサービス提供に努めております。

# 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

20年間蓄積したBig Dataとノウハウにより、業界トップクラスの与信通過率97%を実現。



\*1 NP後払いにおける2022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 2022年3月31日時点

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

8

当社サービスの最大の競争の源泉は与信通過率となります。

低い未払い率を実現しながら、与信通過率は97%と業界トップクラスであり、これは20年間蓄積したノウハウの成果であり、ビッグデータにAI技術を組み合わせることで迅速かつ高度な与信判定を実現しています。

この高い与信通過率を理由に当社サービスを導入いただくショップも多く、当社の圧倒的な差別化要因になっています。

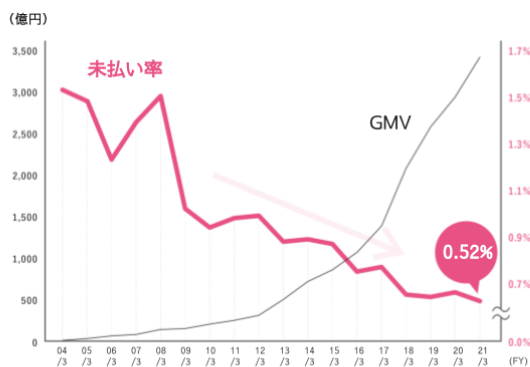


# 優位性：高い与信通過率と低い未払い率

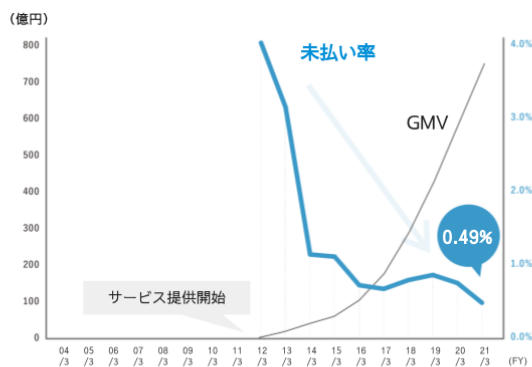
## 優位性：高い与信通過率と低い未払い率

蓄積された与信ノウハウを活かすことで、業界最低水準の未払い率を実現。  
足もとのBtoB（NP掛け払い）の未払い率は0.49%と更なる改善に成功。

BtoC（NP後払い）の未払い率



BtoB（NP掛け払い）の未払い率



\*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、2022年9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（2021年3月期については、2022年9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））

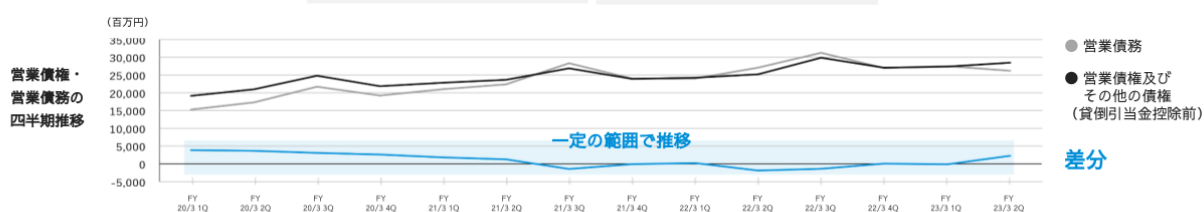
COPYRIGHT (C) Net Protections Holdings, Inc. All Rights Reserved.

BtoCの与信ノウハウを活用することで、BtoBでも早期に低い未払い水準を実現できています。BtoB事業の未払い率は0.5%を下回り、0.49%と更に改善が進んでいます。

# 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。



<sup>\*1</sup> NP後払いにおける事例。

<sup>\*2</sup> 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。

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

10

当社ビジネスのもう1つの優位性は低ワーキングキャピタルなバランスシートを実現していることです。

NP後払いでは、ユーザーの支払期限は14日、対して当社から加盟店への支払いは毎週・月1回・月2回が分散しているため、短期でバランスしています。つまり、足もと発生している金利上昇局面においても、当社は借入等の調達は不要であるため、財務影響はございません。このように支払いサイトをコントロールすることでBSリスクをヘッジできていることも当社の強みと言えます。

# 事業ハイライト



## 事業ハイライト

事業指標 ハイライト

事業指標 GMV

導入実績

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

11

続きまして業績ハイライトとなります。

# 事業指標：ハイライト（2Q 累計）

## 事業指標：ハイライト（2Q 累計）

FY23/3 2Q累計 GMV (non-GAAP) \*1

**2,401億円**

(前年同期比 +4.9%)

営業収益

**92.3億円**

(前年同期比 +0.2%)

売上総利益 (non-GAAP) \*2

**36.7億円**

(前年同期比 -3.4%)

\*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）

12

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

23年3月期第2四半期累計でGMVは前年同期比4.9%増の2,401億円となりました。

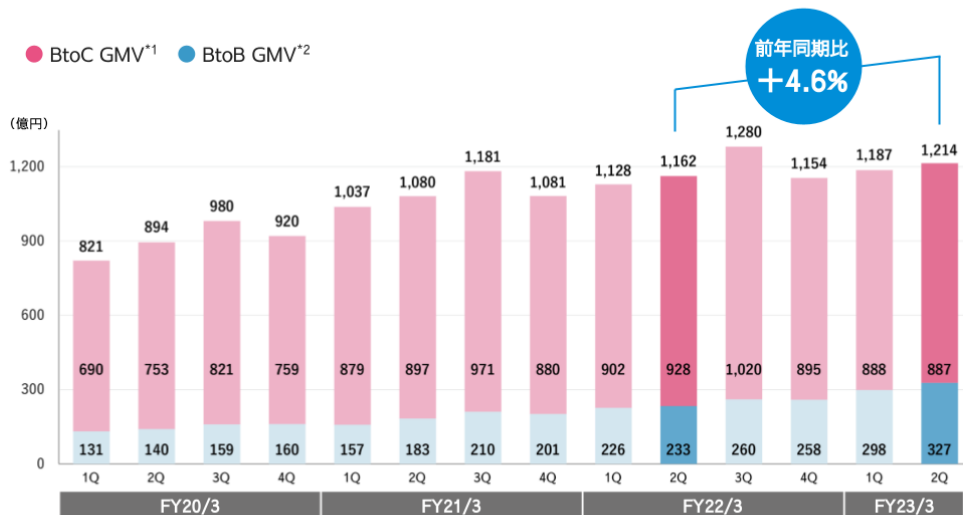
営業収益は0.2%増の92.3億円・売上総利益は3.4%減の36.7億円となります。

これはBtoC事業に比較して売上率が低いBtoB事業の構成比が上がっていることが主たる要因となります。

# 事業指標：GMV（全社 四半期業績 推移）

## 事業指標：GMV（全社 四半期業績 推移）

第2四半期の全社GMVは前年同期比+4.6%の1,214億円、注力事業のBtoBが前年同期比+40.1%の327億円と牽引。



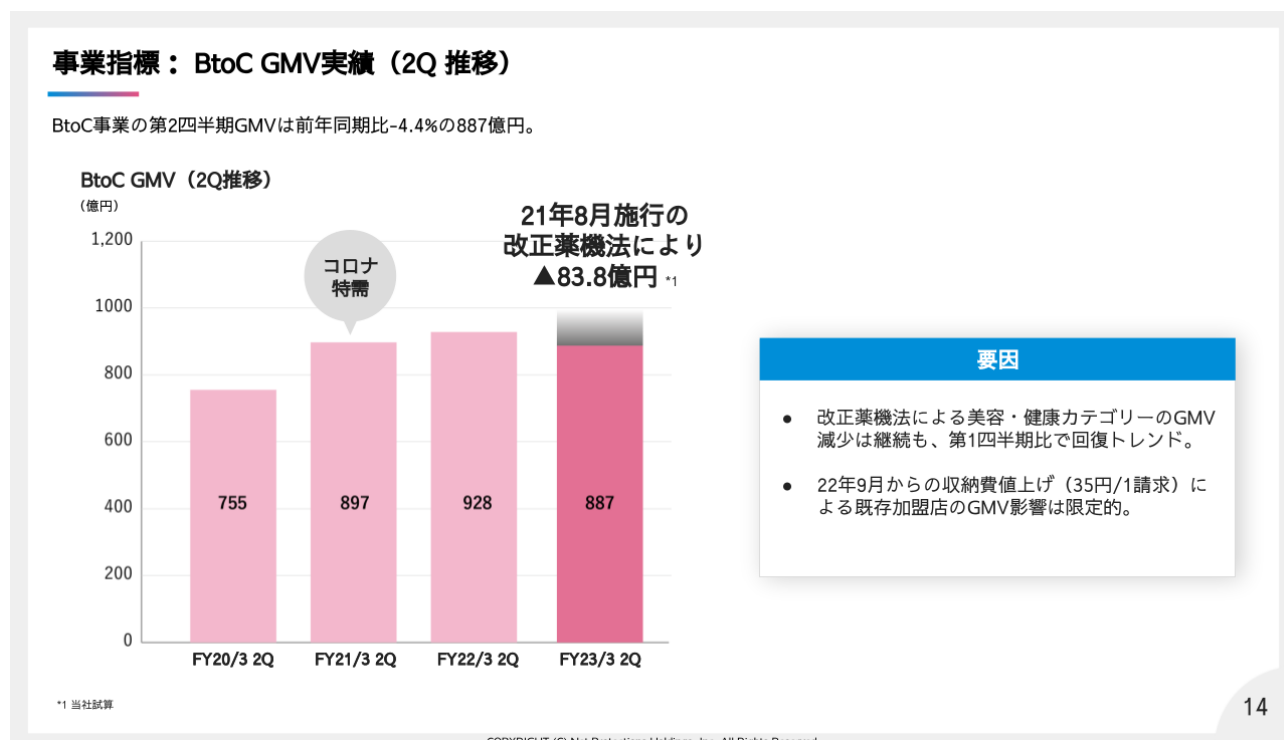
\*1 当社グループが提供するNP後払い、atone、およびAFTEE等の各サービスを通じて決済される金額（消費税を含む。）の合計額

\*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

全社のGMVは第2四半期単体で前年同期比4.6%増の1,214億円。内訳はBtoCは887億円、BtoBは327億円となります。

注力事業であるBtoBは前年同期比40.1%増と引き続き高い成長率で推移しており、全社GMVに占める割合も約27%に至りました。

# 事業指標： BtoC GMV実績（2Q 推移）



BtoC事業の第2四半期GMVは前年同期比-4.4%の887億円でした。

改正薬機法の影響は83.8億円と試算しており、引き続き影響を受けています。

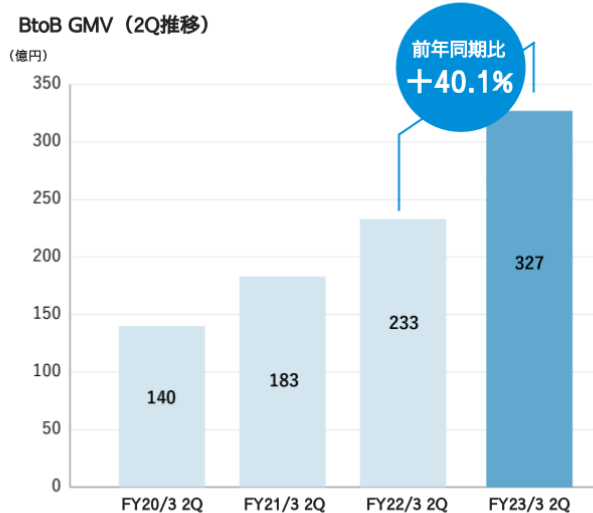
一方で第1四半期は98.1億円の影響に対し、第2四半期は83.8億円のため、今後は緩やかに回復していくと見込んでおります。

また、22年9月から日本フランチャイズチェーン協会およびコンビニエンスストア8社からの要請で請求当たり35円の収納費値上げを実施させて頂きましたが、こちらは加盟店の自助努力でユーザーへ転嫁するショップが少なかったことからその影響は限定的となりました。

# 事業指標： BtoB GMV実績（2Q 推移）

## 事業指標： BtoB GMV実績（2Q 推移）

BtoB事業の第2四半期GMVは前年同期比+40.1%の327億円。



### 要因

- 経済活動のリオープンによるトレンドが継続し業種問わず大手加盟店を中心に伸長。
  - 資材・建材 + 76.8%
  - 食品卸 + 87.7%
  - 広告・広告制作 + 235.3%
- コロナ対策の財政支援策の終了により企業の倒産リスクが高まることで、債権保証型の当社サービスへの需要増が見込まれる。

続きましてBtoBのGMV推移となります。第2四半期GMVは前年同期比40.1%増の327億円となりました。第1四半期は31.7%の成長率でしたので、成長は更に加速できています。

特にリオープンにともなうカテゴリーが堅調で食品卸は87.7%増、主に飲食店の求人のための広告・広告制作で235.3%増、とGMVが大きく伸張しています。

# 実績：ターゲット市場におけるサービス導入状況（1Q - 2Q）

## 実績：ターゲット市場におけるサービス導入状況（1Q - 2Q）

ターゲット市場であるBtoB、BtoCの訪問サービス・デジタルコンテンツ、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。フラッグシップ店への導入により、同業界の加盟店獲得に期待。



第2四半期の新規稼働店の一部抜粋となります。

BtoC訪問サービス、海外そしてBtoBで幅広い業種の企業に導入頂いております。



# 第2四半期 業績



## 第2四半期 業績

2023年3月期 第2四半期業績

営業収益・売上総利益・調整後 EBITDA

営業収益・売上総利益のBtoC・BtoB内訳

販管費の増減要因

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

17

23年3月期の第2四半期・業績についてCFO渡邊よりご報告差し上げます。

# 業績：2023年3月期 第2四半期 累計

## 業績：2023年3月期 第2四半期 累計

第2四半期累計の営業収益は前年同期比 +0.2%の9,234百万円、売上総利益は前年同期比 -3.4%の3,671百万円、調整後EBITDAは1,093百万円。マーケティングにおいて運用体制の強化を優先し広告出稿の強化時期を下半期へシフトしたため、営業利益は黒字での着地。

| (百万円)                   | 実績 (累計) | 前年同期比   |         | 参考：上期業績予想 |        |
|-------------------------|---------|---------|---------|-----------|--------|
|                         |         | 実績 (累計) | 増減率     | 上期予想      | 達成率    |
| GMV (non-GAAP) *1       | 240,189 | 229,057 | +4.9%   | 255,199   | 94.1%  |
| 営業収益                    | 9,234   | 9,213   | +0.2%   | 10,053    | 91.8%  |
| 売上収益                    | 8,952   | 8,976   | -0.3%   | 9,808     | 91.3%  |
| 売上総利益 (non-GAAP) *2     | 3,671   | 3,798   | -3.4%   | 3,913     | 93.8%  |
| 営業利益                    | 39      | 894     | -95.5%  | (103)     | -      |
| EBITDA (non-GAAP) *3    | 751     | 1,564   | -52.0%  | 589       | 127.4% |
| (マーケティング費用) *4          | 342     | 118     | +187.9% | 671       | 50.9%  |
| 調整後EBITDA (non-GAAP) *5 | 1,093   | 1,700   | -35.7%  | 1,261     | 86.7%  |

\*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 + 号借費用、NPポイント費用等、その他決済の提供に必要な費用)

\*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)

\*4 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

\*5 調整後EBITDA：EBITDA + (上場準備費用 + マーケティング費用)

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

18

第2四半期累計のGMVの推移は、前年同期比4.9%増の240,189百万円となりました。

また、営業収益は前年同期比0.2%増の9,234百万円、売上総利益は3.4%減の3,671百万円となっています。

まず、営業収益について説明します。

当第2四半期は営業収益率の低下要因・上昇要因共にございます。

低下要因は2つあります。

1つ目は、BtoBのGMVに占める割合が昨年同期比で6ポイントほど増加していることが挙げられます。BtoBはGMVに対する営業収益率が見かけ上BtoCよりも低いことにより全体のテイクレートを低下します。

2つ目は、BtoC、BtoBサービスにおいて、手数料の低い既存の大手加盟店のGMV構成比が上昇したことによるものです。つまり、個別の手数料が低下しているのではなく、売上の構成比の変化によるものです。

上昇要因としては、9月より収納代行手数料の値上げに伴い、加盟店への手数料転嫁を行っていることが挙げられます。ただし、ほぼ同額、原価も上がりますので売上総利益への影響はありません。

続いて営業利益について説明します。

営業利益は、期初に見込んでいた広告等のマーケティング強化を下半期にシフトした結果、上期は黒字着地となりました。

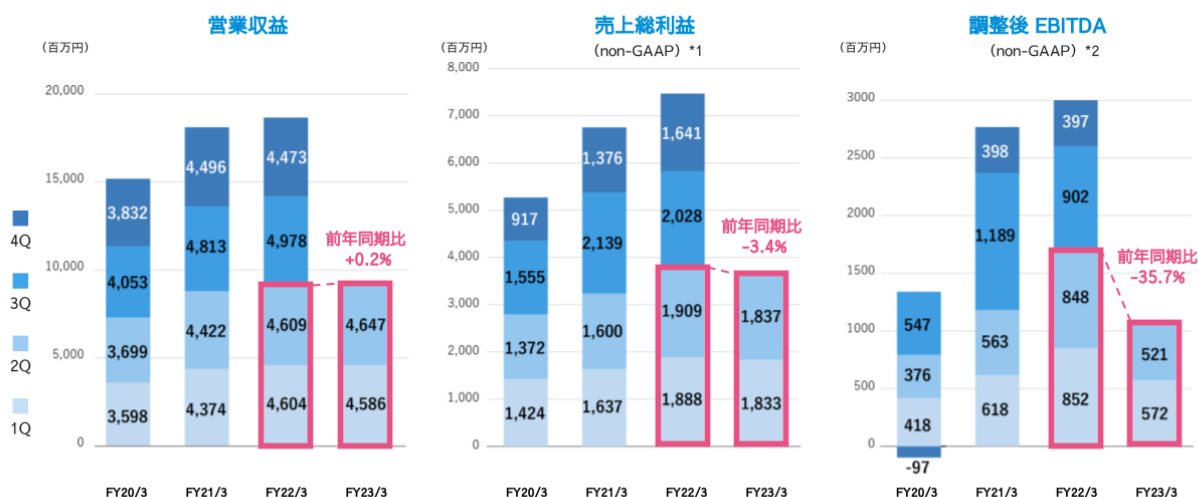
販売管理費の内訳については、後ほど説明させていただきます。

続いて、次ページで売上総利益、調整後EBITDAの推移について、説明いたします。

# 業績：営業収益・売上総利益・調整後 EBITDA（2Q 累計）

## 業績：営業収益・売上総利益・調整後 EBITDA（2Q 累計）

売上総利益は前年同期比-3.4%。BtoB事業において、回収中債権の回収状況の変動に応じて貸倒引当金を積み増した影響によるもの。調整後EBITDAは前年同期比-35.7%。マーケティング強化により増加した案件対応を目的にした営業体制強化によるもの。



\*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 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

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

こちらは営業収益・売上総利益・調整後EBITDAの推移です。

営業収益については、先ほど説明した通りですので、売上総利益から説明します。

営業収益の前年同期比+0.3%に対して、売上総利益の前年同期比が-3.4%となっていますが、

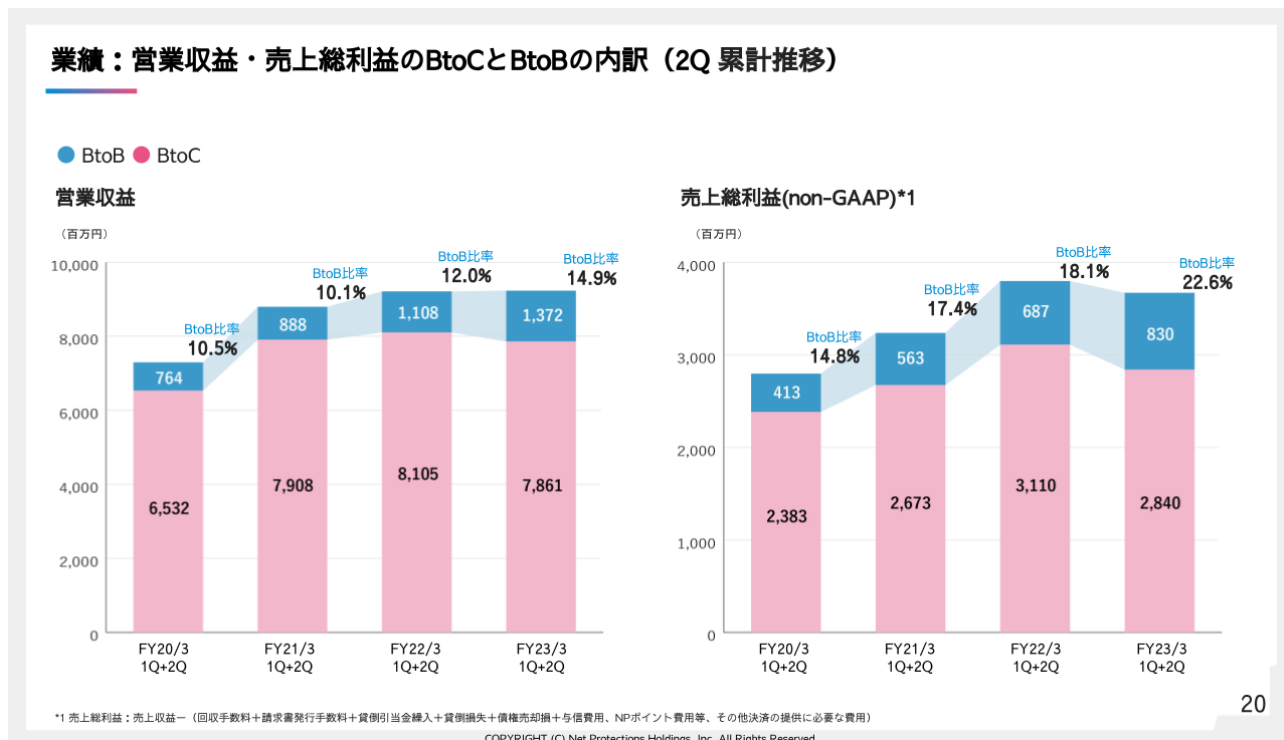
理由の1つは先ほどご説明した、全社GMVに占めるBtoB構成比および既存の大手加盟店のGMV構成比が上昇したことが挙げられます。

もう1つの理由は、BtoBサービスにおいて回収途上の債権の回収状況の変動に応じて、貸倒引当金を積み増したことによるものです。

調整後EBITDAについては、マーケティング・アライアンス強化により増加した案件対応を目的に、営業陣容の拡大を行ったため販管費が増加したことによるものです。

続いて、事業毎の数値について説明します。

# 業績：営業収益・売上総利益のBtoCとBtoBの内訳（2Q 累計推移）

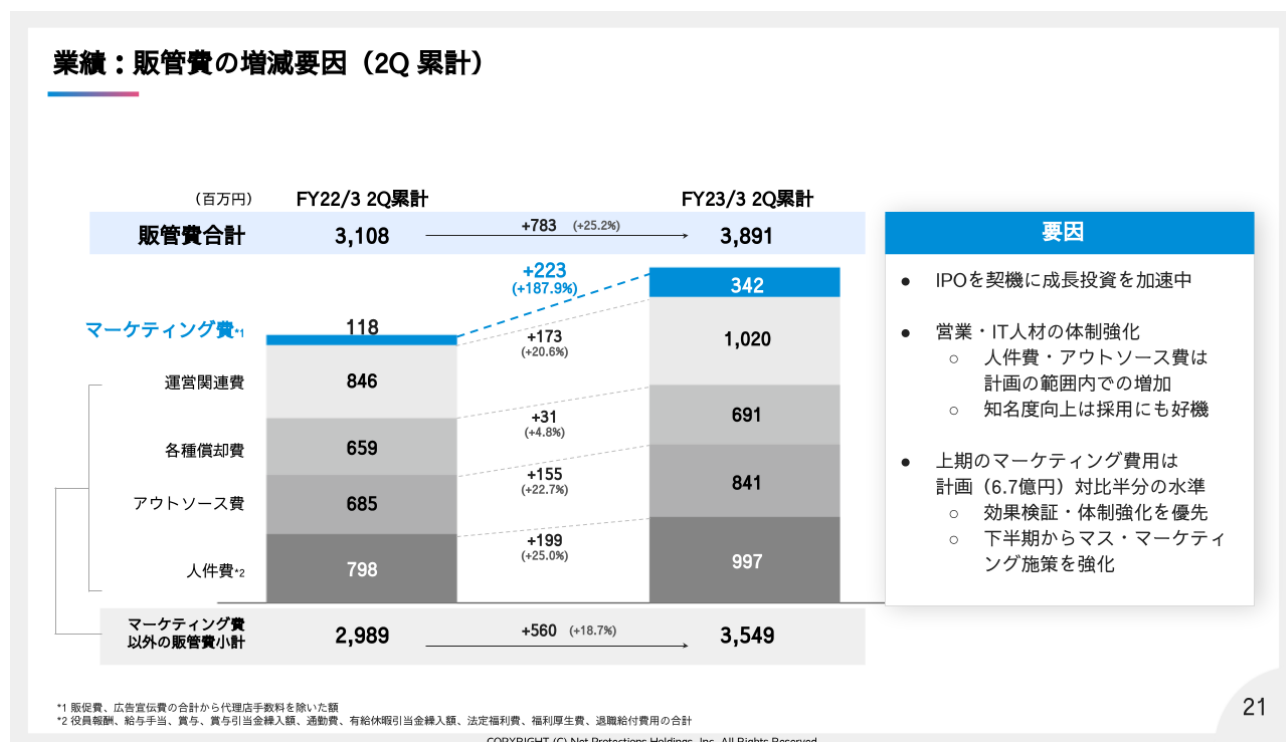


こちらは、営業収益・売上総利益の内訳です。BtoBの営業収益に占める割合は14.9%、売上総利益は22.6%となりました。

当社決済サービスの2本目の柱であるBtoB事業の成長によって、BtoB事業のウェイトが高まっていることがご覧いただけるかと思えます。

BtoB事業は市場のポテンシャルが高いため今後も注力して参ります。

# 業績：販管費の増減要因（2Q 累計）



販管費についてご説明申し上げます。今期はマーケティングおよび体制強化のために積極投資を進めております。営業・IT人材の体制強化はIPOによる会社の知名度向上の効果もあり、計画通り採用ができております。

マーケティング費は、予定に対して抑制した費用増となっておりますが、これは効果検証を慎重に行ったためであり、準備が整いましたので第3四半期に投資額を増やしていく計画となります。

マーケティング投資の詳細は後ほどご説明申し上げます。

# 業績予想の修正



## 業績予想の修正

サマリー

GMV

成長投資

参考：成約済案件の見込みGMV

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

22

続きまして、通期業績予想の修正についてのご報告です。

# 業績予想の修正：サマリー

## 業績予想の修正：サマリー

業機法改正による影響の長期化を前提に、BtoC GMVを中心に予想を修正。  
成長加速に向けたマーケティング・人材採用等の投資は予定通り継続するため、減益を見込む。

| (百万円)                          | 23/3期<br>期初業績予想 | 23/3期<br>修正業績予想 | 増減額     | 増減率           |
|--------------------------------|-----------------|-----------------|---------|---------------|
| <b>GMV (non-GAAP) *1</b>       | <b>539,504</b>  | <b>496,200</b>  | -43,304 | <b>-8.0%</b>  |
| BtoC                           | 409,448         | 366,144         | -43,304 | -10.6%        |
| BtoB                           | 130,055         | 130,055         | -       | -             |
| <b>営業収益</b>                    | <b>21,436</b>   | <b>19,390</b>   | -2,045  | <b>-9.5%</b>  |
| 売上収益                           | 20,966          | 18,886          | -2,080  | -9.9%         |
| <b>売上総利益 (non-GAAP) *2</b>     | <b>8,318</b>    | <b>7,290</b>    | -1,028  | <b>-12.4%</b> |
| 営業利益                           | 457             | (730)           | -1,187  | -             |
| <b>EBITDA (non-GAAP) *3</b>    | <b>1,890</b>    | <b>756</b>      | -1,133  | <b>-60.0%</b> |
| マーケティング費用*4                    | 1,033           | 993             | -40     | -3.9%         |
| <b>調整後EBITDA (non-GAAP) *5</b> | <b>2,924</b>    | <b>1,750</b>    | -1,173  | <b>-40.1%</b> |

\*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）

\*3 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）

\*4 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

\*5 調整後EBITDA：EBITDA＋（上場準備費用＋マーケティング費用）

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

23

この度、上半期の実績を踏まえて、通期業績予想を修正することと致しました。

BtoC事業のGMV下方修正に伴う、各段階利益の修正となります。

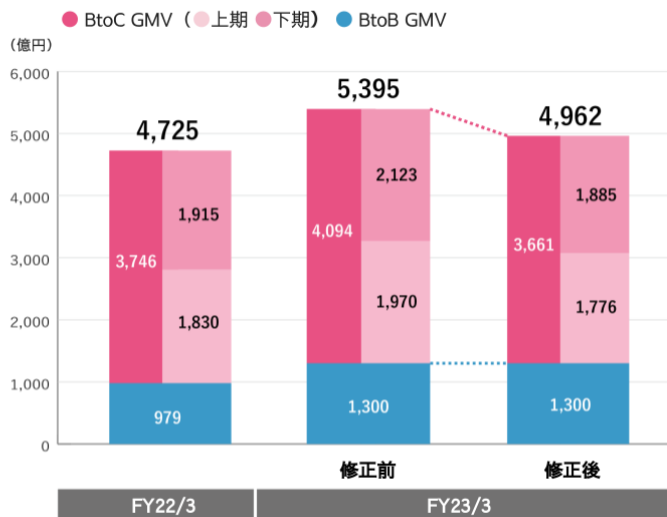
具体的には期初ガイダンス対比でGMVは8%減の496,200百万円、営業収益は9.5%減の19,390百万円、売上総利益は12.4%減の7,290百万円となります。



# 業績予想の修正：GMV

## 業績予想の修正：GMV

外部環境の影響が通期にわたり継続する前提に基づき、BtoC事業のGMV予想を修正。



### 要因 (BtoC)

- 薬機法影響による既存店の弱含み継続
- 新規獲得加盟店の稼働時期の期ずれ
- なお、コンビニ収納費値上げに伴うサービス価格改定によるGMV押し下げ影響は、当初想定範囲内に収まる

24

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

修正の背景の詳細となります。

当社BtoC事業において約60%のGMV構成比である美容・健康商材が21年8月の改正薬機法により影響を受けております。

期初ガイダンスにおいても、その影響は織り込んでおり、また足もとでは回復トレンドではあるものの、想定以上に影響が残っており、また23年3月期を通して継続する事が分かりましたので、このタイミングで予想を修正させて頂くことにしました。

また、新規店の成約状況は好調ではございますが、開発・運用調整に時間を要しており、稼働時期が後ろ倒ししていることからその点も加味した修正計画としております。

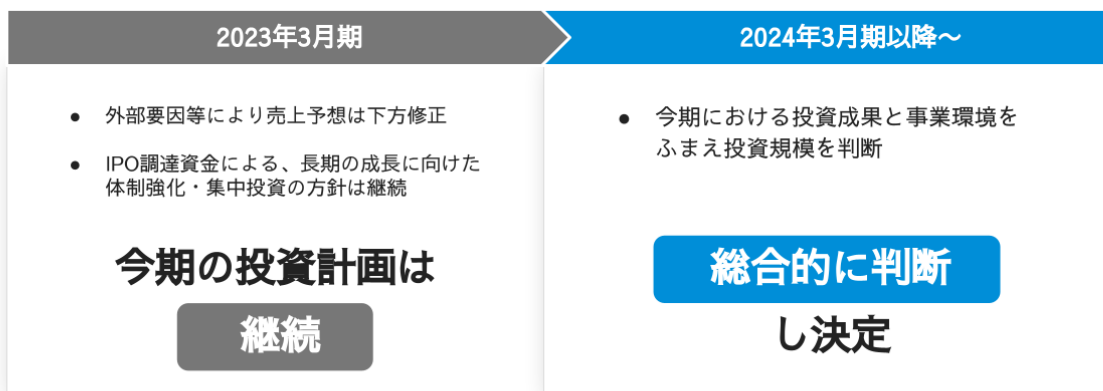
一方で、コンビニ収納費値上げに伴う、GMV押し下げ影響は当初想定範囲内に収まっている状況となります。

尚、BtoB事業につきましては、上期は期初ガイダンスを上回る実績進捗となりますが保守的に予想は1,300億円で据え置きとさせて頂いております。

# 業績予想の修正：成長投資

## 業績予想の修正：成長投資

案件の引き合いも増加しており、将来の成長加速に向けた足もとでの成長投資は計画通りに実施。  
来期以降は、今期の成果を検証し投資規模を判断。



25

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

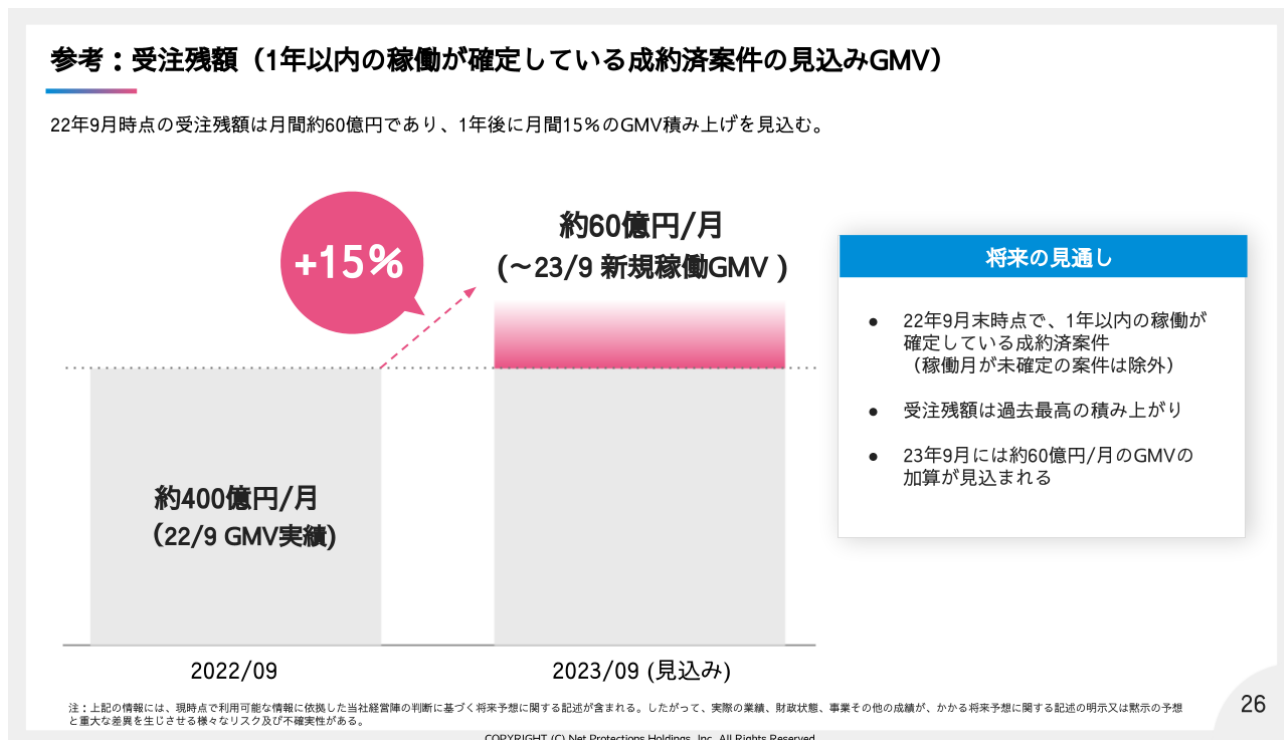
販管費については積極的な投資を継続する計画となります。

当社は十分な売上総利益を出すことに成功しており、販管費をコントロールすれば利益を出すことは可能です。

一方で市場は大きく、まだまだシェアを広げることができる状況ですので、マーケティング・IT・体制への投資を続けることで将来の利益の最大化を目指していきたいと考えております。

尚、来期以降の投資規模につきましては、今期の投資効果を検証し、また事業環境をふまえた上で総合的に判断して参ります。

# 参考：受注残額（1年以内の稼働が確定している成約済案件の見込みGMV）



最後に参考として受注残額の状態をご説明申し上げます。

こちらは1年以内に稼働が確定している見込みGMVとなりますが、第2四半期末時点で月間約60億円の増加が見込まれます。

つまり、足もと22年9月の実績から15%増のGMV積み上げが確定していることを意味しており、

当社と致しましては来期の成長トレンドの回復に自信を持っております。

また稼働時期が未確定であるものの、成約している案件も多数ございますので、プラスアルファの積み上げを目指せる状況です。

足もとの業績はみなさまの期待に沿うことが出来ず遺憾に思いますが、

確実に成長モメンタムは強まっておりますので、引き続き事業成長に努めてまいりたいと考えます。

# 成長戦略



## 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
- ・アライアンス
- ・共通インターフェース

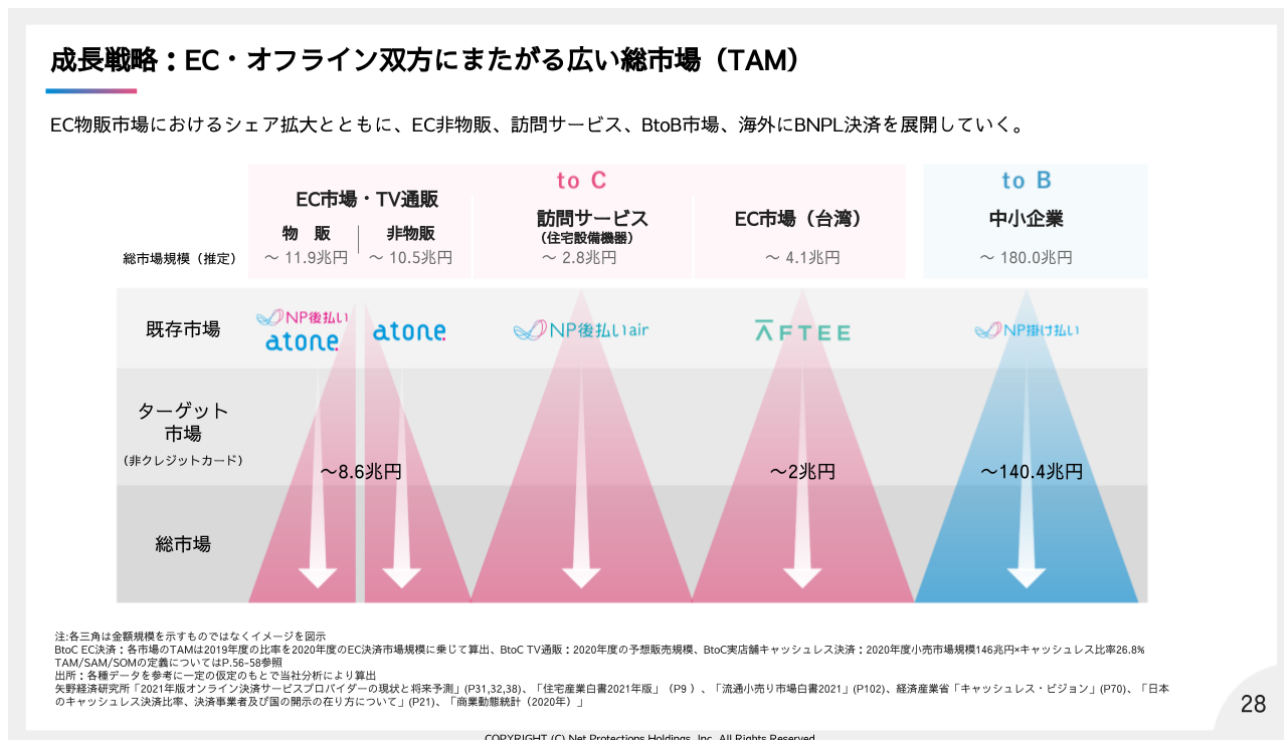
TOPICS

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

27

成長戦略はCEO柴田からご説明申し上げます。

# 成長戦略：EC・オフライン双方にまたがる広い総市場（TAM）



当社の主戦略は市場拡大戦略となります。

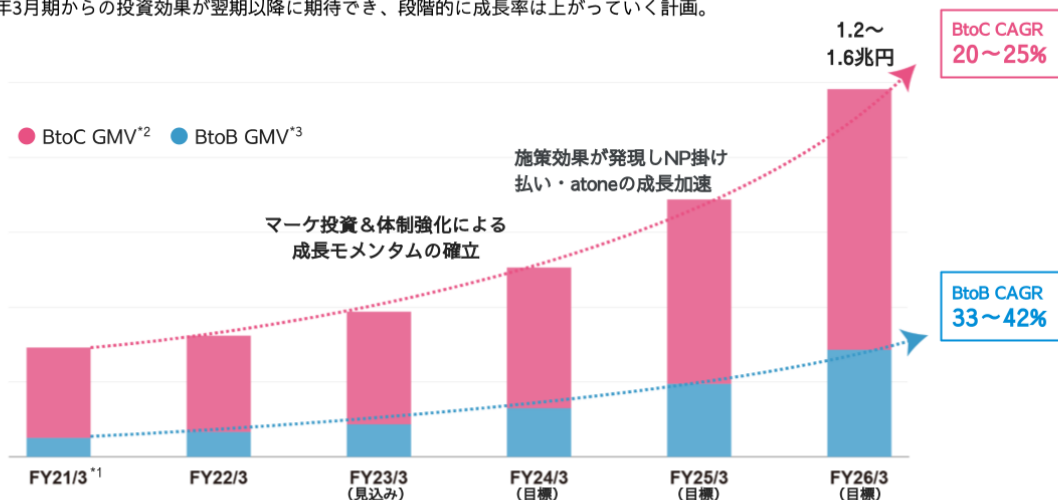
ECの物販・非物販、TV通販、海外、そしてBtoBといった新しい領域にサービス提供を拡大しています。足もとでは、主にガス、給湯器といった住宅設備機器の取付・修理といった訪問サービスで引き合い・導入が進んでおり、また目立った競合も存在しないことからポテンシャルの高い、新たな市場として期待しています。

このようにサービス領域・地域を広げ、それぞれで深掘りをしていくという横方向及び縦方向双方の展開により高い成長を実現します。

# 成長戦略：中期経営計画

## 成長戦略：中期経営計画

26年3月期にGMV1.2～1.6兆円を計画。  
23年3月期からの投資効果が翌期以降に期待でき、段階的に成長率は上がっていく計画。



<sup>\*1</sup> 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）。

<sup>\*2</sup> 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

<sup>\*3</sup> 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

上記の情報は、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。

29

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

当社は中期経営計画で26年3月期に1.2～1.6兆のGMV成長を目指していますが、この23年3月は成長モメンタム確立のための基礎固めと位置付けています。

上場で調達させて頂いた資金をマーケティングおよび体制強化に使わせて頂き、24/3期以降のハイグロースを目指します。特にBtoB事業においてはコンスタントに30%以上の成長を達成することで、当社の第二の柱にしていきたいと考えています。

# 成長戦略：重要施策

## 成長戦略：重要施策

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

### 共通インターフェース

- ✓ ショッピングカート連携によるNP後払い加盟店へのatone同時導入
- ✓ PSP\*1（決済代行事業者）連携による新規EC店舗の導入加速

### 重要施策を実施するための体制強化

\*1 PSP：決済サービスプロバイダー（Payment Service Provider）の略

30

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

GMV成長のための重要施策は3つとなります。

マーケティング強化は成長事業に積極投資します。特にBtoBのNP掛け払い・台湾のAFTEEに注力します。

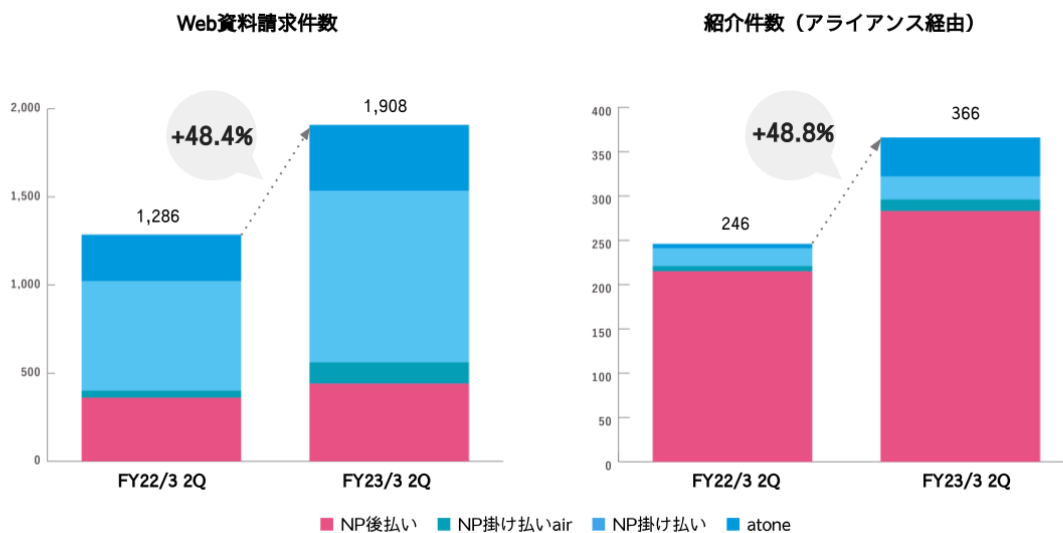
アライアンスはバリューチェーンを意識した大手プラットフォームとの連携。そして、地銀と連携することで請求業務のDX化を推進します。

共通IFはショッピングカート、更には決済代行事業者と連携することで効率的にNP後払い・atoneの導入を促します。

# 成長戦略：マーケティング（資料請求件数・紹介件数の増加）

## 成長戦略：マーケティング（資料請求件数・紹介件数の増加）

Web資料請求件数は前年同期比48.4%増・アライアンスからの紹介件数は前年同期比48.8%増。  
アライアンスからの紹介件数は第1四半期から+20.8Pと大幅な伸長。



こちらはGMVの先行指標となるWEB資料件数およびアライアンス経由紹介案件数の前年同期比となります。

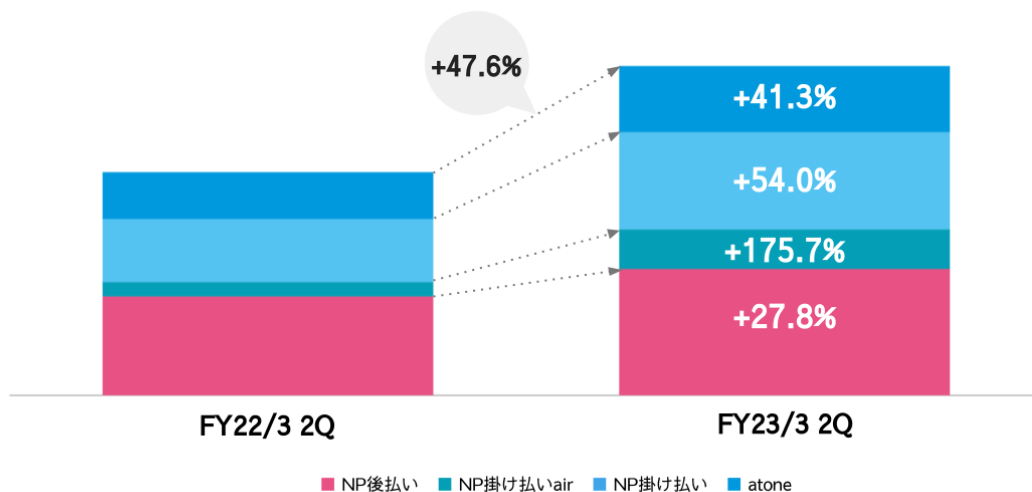
アライアンス経由の紹介件数は第1四半期から20.8P増の前年同期比で48.8%増となり、大幅伸長となります。



# 成長戦略：マーケティング（商談件数の増加）

## 成長戦略：マーケティング（商談件数の増加）

各事業の商談件数が堅調に増加。23年3月第2四半期においては、同年前期比で+47.6%の伸びを見せる。



32

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

商談件数も好調に推移しております。

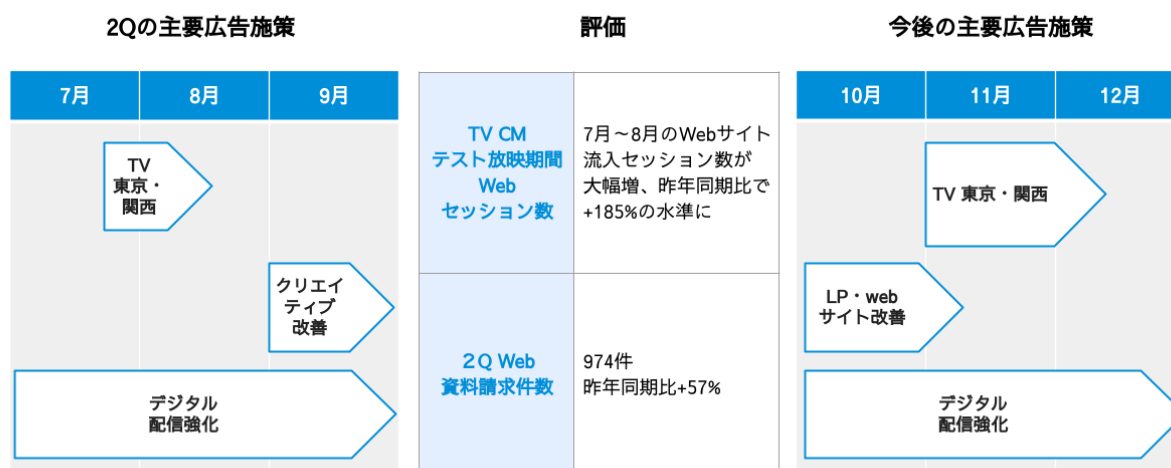
商談件数は将来のGMVに直結する先行指標となりますが、前年同期比で47.6%増と伸長しています。

営業人員の採用も計画どおり進んでいるため、資料請求件数・商談件数が増えても対応は可能な状況です。

# 成長戦略：マーケティング進捗

## 成長戦略：マーケティング進捗

7月末より東京・関西地域にて2週間のTVCMテスト放映を実施。Webサイトへのセッション流入が大幅に増加し認知度アップの効果を確認。広告クリエイティブとデジタル施策改善の上、11月より東京・関西にて1か月強のTVCMを放映し、認知度とリード獲得力の大幅アップを狙う。



33

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

ここでは投資額の大きいBtoBへのマスプロモーションの進捗についてご説明申し上げます。

当社の独自調査によると市場における認知度は10%止まりで、本来獲得できる顧客層をまだ取り切れていない状況にあると分析しています。

これを競合に先駆けて獲得し有意なマーケットポジションを確立するために、マス広告に戦略的な投資を行います。

第2四半期に東京・関西圏で本格的な広告展開を予定しておりましたが、より入念にクリエイティブをテストするため配信量を抑え、11月から本格的な展開を実施しています。

7～8月のTV CM配信時に既にサイト流入数は2.8倍と急増しているため、現在放送しているTV CMにより更なる成果が期待できる状況です。

# 成長戦略：アライアンス（決済支援からパートナーシップを通じて事業支援へ拡大）

## 成長戦略：アライアンス（決済支援からパートナーシップを通じて事業支援へ拡大）

販促支援・販売システム・ファイナンスの各領域のトッププレイヤーと代理店契約・事業提携を推進。  
22年10月よりユーシーカード（株）の顧客向けに取次活動開始。

アライアンス先（抜粋）



34

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

次にアライアンス戦略です。

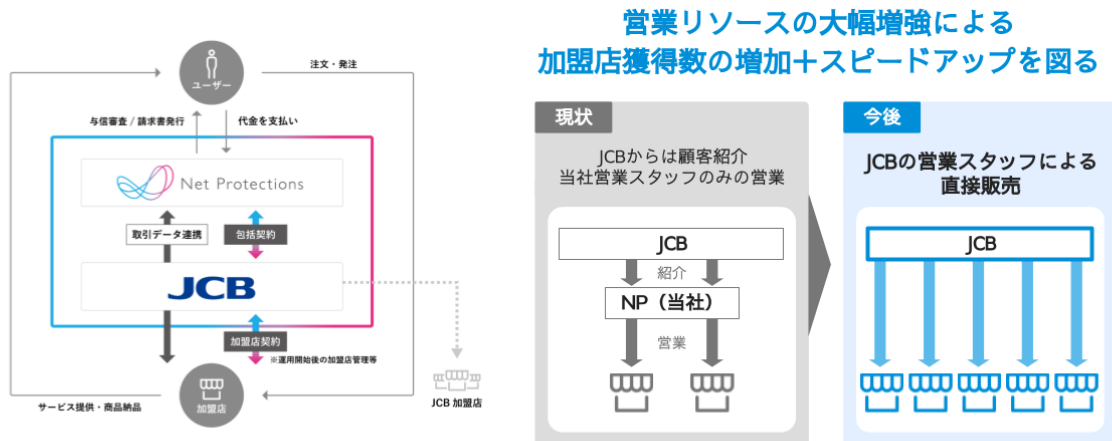
決済領域だけでなく、販促支援・販売システム構築など加盟店の事業活動に必要となるサービス提供会社とパートナーシップを結ぶことで、販売・支援のネットワークを拡大していきます。

足もとでは、UCカード社との事業提携が締結でき、販売網はさらに広がっています。

# 成長戦略：アライアンス（JCBとの包括加盟契約締結によるBNPLサービス推進強化）

## 成長戦略：アライアンス（JCBとの包括加盟契約締結によるBNPLサービス推進強化）

これまでの紹介業務に閉じず、JCBの営業スタッフが当社のBNPLサービスを直接営業し、加盟店開拓を実施。（2023年中にスタート予定）JCBが保有する顧客ネットワークや営業アセットを通じ、さらなる営業推進を図る。



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

35

また、本日11月14日にJCB社との包括加盟契約締結のリリースを配信させていただきました。

本取り組みは2023年中の実施を予定しており、JCB社の営業スタッフによる当社サービスの直接営業が可能となります。

JCB社の有する営業リソースを活用させて頂き、急増する紹介案件に対応していくことで、加盟店の獲得速度をあげていきたいと考えています。

# 成長戦略：アライアンス（地銀・信金との事業提携および地方営業体制の強化）

## 成長戦略：アライアンス（地銀・信金との事業提携および地方営業体制の強化）

DX化が遅れている地方事業者をターゲットに、地銀・信金との事業提携を推進。  
地域金融機関との連携・案件対応の効率化のため、各エリアに専属の営業スタッフを配置していく。



36

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

地方金融機関・信用金庫との事業提携に合わせて、地方の営業体制強化も図ります。

地方法人においては人材不足等を背景に業務効率化が急務となっています。

その最たるものが請求業務であり、当社サービスによりDX化を支援する取り組みとなります。

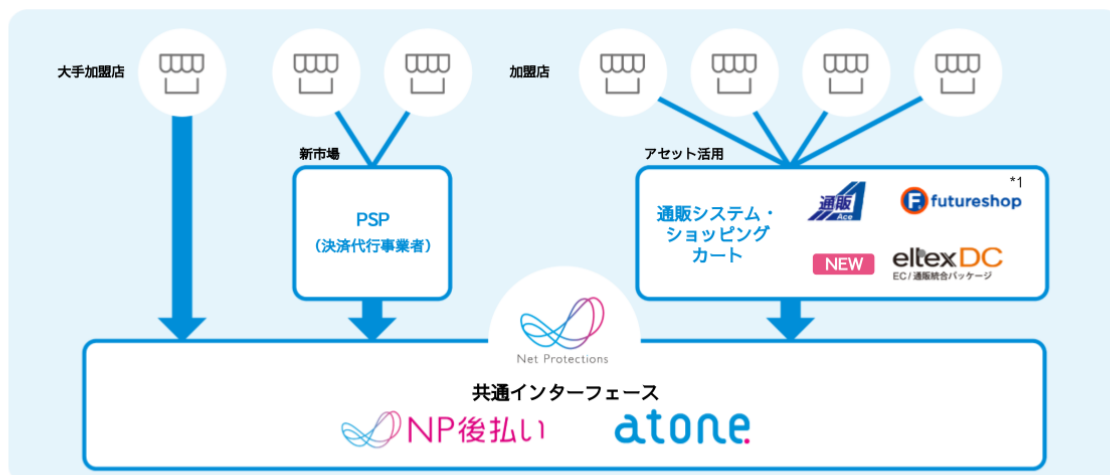
足もとで地方金融機関と事業提携が実現でき、有力な案件紹介も増えておりますが、東京のみの営業拠点では十分なアプローチが難しいという課題がございました。

そこで、パートナーがいるエリアから順次、体制を整備することで営業の効率化を進めています。北洋銀行様と提携している北海道エリアでは既に営業推進をスタートしておりますが、好感触を得ており、今後もアライアンスの進捗に合わせて拠点営業を拡大して参ります。

# 成長戦略：共通インターフェース（事業者連携による決済シェア率の向上）

## 成長戦略：共通インターフェース（事業者連携による決済シェア率の向上）

共通インターフェース（NP後払いとatoneのシステム仕様を一本化）により加盟店は一度に両方のサービス導入が可能に。ショッピングカート・PSP（決済代行事業者）等との連携を強化し、NP後払い加盟店のatone利用を促進することで決済シェアの向上を図る。2022年10月にEC/通販統合パッケージのエルテックス社とのシステム連携。



\*1 2022年8月現在はNP後払いのみ連携。

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

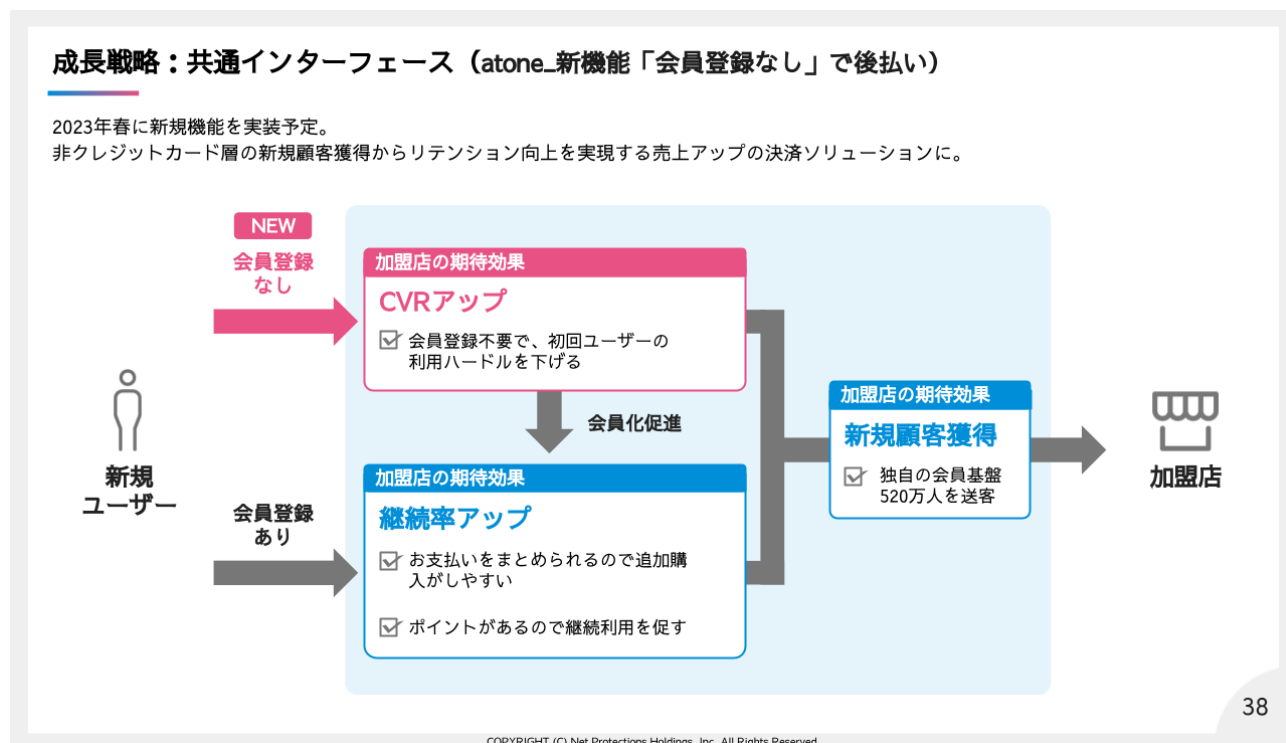
37

共通インターフェースはNP後払いとatoneのシステム仕様を一本化することで、加盟店は一度の開発で両方のサービスを導入できるシステムとなります。

ショッピングカート・決済代行事業者と連携を推進し、NP後払い加盟店のatone利用を促進し決済シェアの向上を図ります。

足もとでは、この10月にEC・通販統合パッケージのエルテックス社とシステム連携に至っております。

# 成長戦略：共通インターフェース（atone\_新機能「会員登録なし」で後払い）



最後にatoneの新機能を紹介します。

atoneは月まとめの支払いができ、割引に使えるポイントも付与されるため、NP後払いよりUXに優れた会員制の後払いサービスとなります。

一方で、ユーザー心理としては、初めて利用するECショップほど会員登録を嫌厭される傾向がございます。そこで、2023年の春に会員登録不要でatoneが使える新機能をリリース致します。

これにより、加盟店は、クレジットカードを嫌うユーザー、特に新規ユーザーのCVRが向上します。また、会員登録をすると、より便利でお得にatoneを利用できるため、既存顧客の継続率アップに繋がります。

つまりは、会員登録不要の後払いで初回ユーザーを増やし、会員登録の後払いでリテンションを高める、売上アップの決済ソリューションとなります。

# 参考：atone\_新機能「会員登録なし」の後払い機能 サービス仕様

参考：atone\_新機能「会員登録なし」の後払い機能 サービス仕様

|       | 会員登録なし                         | 会員登録あり   |
|-------|--------------------------------|--|
| 利用方法  | 携帯番号とメールアドレスのみで簡単にご利用<br>SMS認証 | 会員登録することで、より安心・便利にご利用<br>アプリ認証 <sup>(*)</sup> or eKYC認証 <sup>(*)</sup> |
| 支払ターム | 取引ごとに請求から10日後までに支払い<br>都度後払い   | 月の支払いをまとめられる「翌月払い」が選択可能<br>都度後払い or 翌月後払い                              |
| 支払手段  | コンビニか銀行で後払い<br>コンビニレジ Pay easy | 口座振替で自動引落が選択可能<br>コンビニレジ 口座振替 Pay easy はがき請求書 電子バーコード                  |
| 付加機能  |                                | ポイントサービス ログインサービス<br>実店舗利用   |

39

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

こちらは詳細なサービス仕様となります。

新機能は会員登録なしで後払いが使えるため、ユーザーにとって利用ハードルは低くなります。ただし、買い物都度の支払いであり、特典もございません。

会員登録いただくことで、クレジットカードのように月まとめの支払いができ、口座振替も選択できるようになります。そして、割引に使えるポイント特典もあり、15万店を超える実店舗でのatone利用も可能になります。

当社としても、以前より多くのEC事業者から要望を頂いていたこともあり、新規導入の更なる増加を期待しています。

23年3月期 第2四半期の決算発表は以上となります。

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>



※Q&Aパートについては一部重複するQAの省略等の編集を入れさせていただいております。ご了承いただけますと幸いです。

また、決算説明の補足資料として、[高い関心が予想される事項についての想定QA](#)も別途ご用意しています。こちらも合わせてご覧いただくと幸いです。

## 質疑応答：コンビニ収納費値上げ影響は、どのようにガイダンスに織り込んだのか？

司会：コンビニ収納費値上げは、どのようにガイダンスに織り込まれたのでしょうか。

柴田：期初ガイダンスでは、コンビニ収納費値上げによって一定のGMVの減少があるの見込んでいました。結果としては、見込んでいたよりも影響は下回っている状況でしたので、業績予想の修正においても実態に合わせております。

なお、NP後払いの売上総利益率へのマイナス影響を見込んでいましたが、9月実績で売上総利益率の低下は見受けられない状況ですので、懸念していたほどのマイナス影響は出なかったと認識しています。

## 質疑応答：受注残額が稼働した場合の来期の成長率が、上場時に掲げていた目標の成長率から下ぶれている要因は？

司会：受注残額が稼働するとGMV15%増の成長が期待できるとのことですが、上場時に掲げていた20~30%増の成長目標に対して下振れている要因はどこにあるのでしょうか。

柴田：15%増というのは、既に稼働の日付が入っている案件のみをカウントしています。本年9月の数字と来年9月の数字を比較したイメージであり、あと10か月営業期間があるため、ここからさらに一定の積み上げができると考えています。

また、この受注残額には、既存店の成長分についてもカウントしていません。

そのため、アップサイド要因はまだ残っており、目標数字をしっかり狙っていきたいと考えています。

## 質疑応答：atoneのサービス刷新による、受注残額の稼働の遅延はあり得るのか？

司会：atoneのサービスを刷新したことにより、受注残稼働がさらに遅延する可能性はありますでしょうか。

柴田：関連しませんので、atoneのサービス刷新による受注残稼働の遅延はありません。

## 質疑応答：JACCS社の後払い事業撤退の影響は？

司会：JACCS社が後払いサービスからの撤退を公表しておりますが、足元の業界の動向の見立て、及びその動向が御社にどのような影響を及ぼすかご教示ください。

柴田：他社のことですので詳細は控えさせていただきますが、JACCS社はおそらく後払いの領域で一定のポジションを持たれていると考えています。これが来年9月に撤退されるということになるので、当社としても既に営業活動を始めていますし、GMVへの一定の加算はあり得るのではないかと考えています。

その他の点に関しては、特段影響は出ないと考えています。

## 質疑応答：今後のマーケティングの効果の見立ては？

司会：直近、テレビCM等の反響もよくない会社が増えてきております。今後のマーケティングの効果についてどのように見ているのか詳しくお教えてください。

柴田：この11月からテレビCMを本格化していますが、足元は好調です。

特に資料請求件数は伸びており、昨年同月と比較して、かなり伸びており、かつ一定規模のある案件が流入してきているので、効果を感じています。

# 質疑応答：キャッシュフローのマイナス影響の要因は？

司会：運転資本の資産負債のバランスが悪化し、キャッシュフローに対してマイナス影響がありますが、要因をご教示ください

渡邊：9月末が金曜日だったことによるものです。

当社は金曜日に加盟店に立替払いを支払うので、曜日繰りの関係で、一時的にギャップが生じているものになります。

曜日のめぐりあわせで、3Q末は立替払い直後の土曜日、4Q末も金曜日になるので、期末日時点ではギャップが生じることになりましたが、一時的なものであり解消されるギャップなので安心していただければと思います。

以上となります。

# ディスクレーム

- 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。