



株式会社ネットプロテクションズホールディングス
2024年3月期 第3四半期決算説明

2024年2月14日

※こちらは本編のみの書き起こしとなります。
質疑応答については後日開示いたします。

2024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 プライム市場 : 7383)



© Net Protections Holdings, Inc.

みなさま、こんにちは。ネットプロテクションズホールディングス・CFO渡邊でございます。
2024年3月期の第3四半期の決算説明をはじめさせていただきます。

全社業績ハイライト	7
25/3期 最終損益（当期利益） 黒字化に向けた経営方針	19
サービス別 戦略進捗	25
Appendix	39

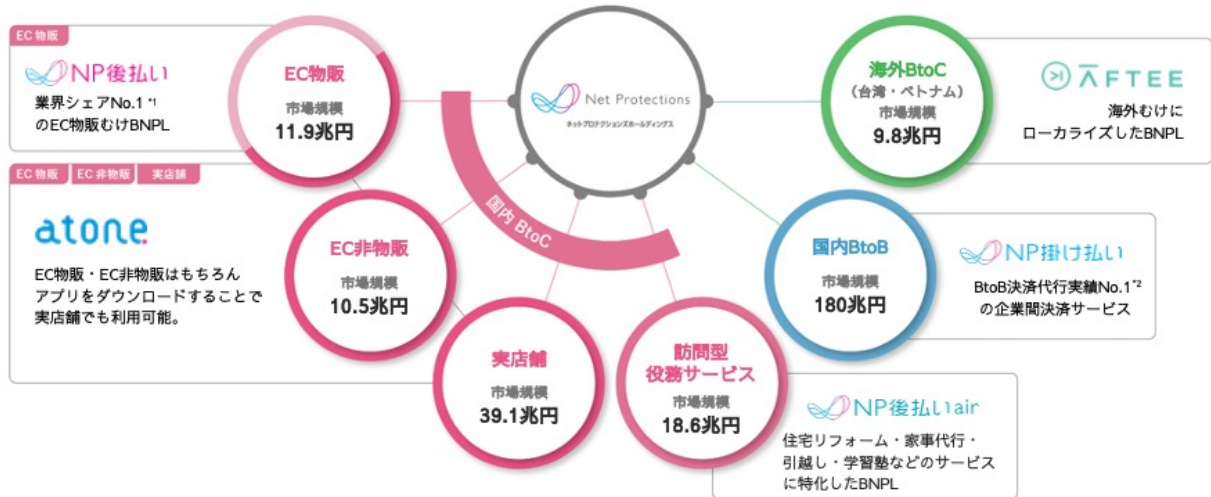
アジェンダはご覧のとおりとなります。
本日はいつもの業績報告に加えまして、来期の最終損益黒字化に向けた経営方針についても説明させていただきます。



こちらのページはいつもの内容となりますので、割愛させていただきます。
7ページに飛んでください。

事業内容：サービスラインナップと対象市場

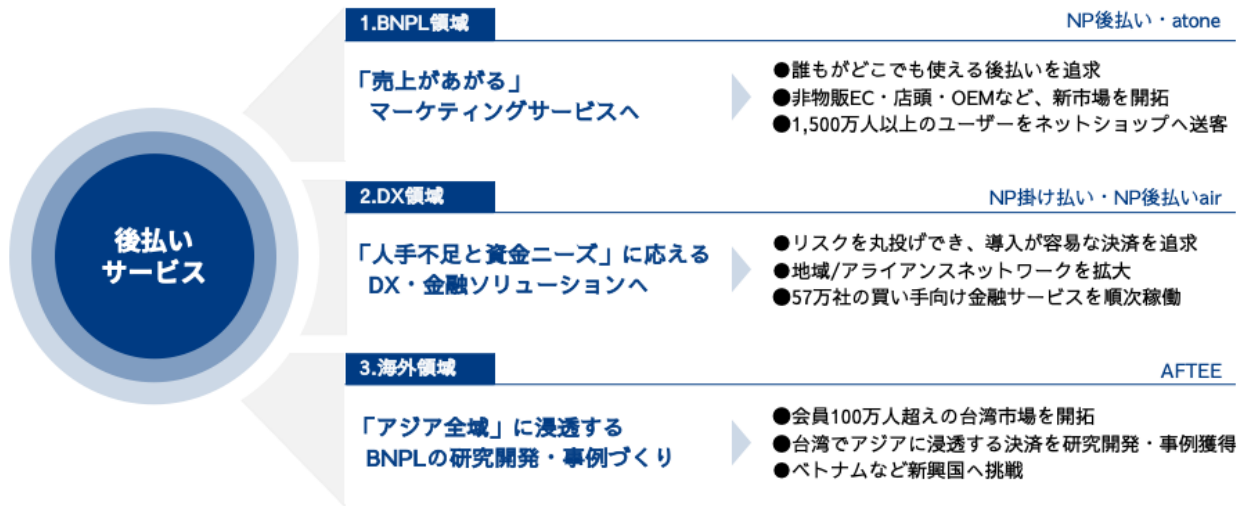
BtoC・BtoB・海外にサービスを広げるBNPLの総合プロバイダー



*1 2021年1月7日付通販新聞掲載の「第75回通販・通販売上高ランキング」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/micr/2022/)」より、2021年度年間取扱高を参照。
 TAM/SAM/SOMの定義についてはP76-78参照
 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、決済事業者及び課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-Economy SEA 2022」など

中期的な成長ストーリー

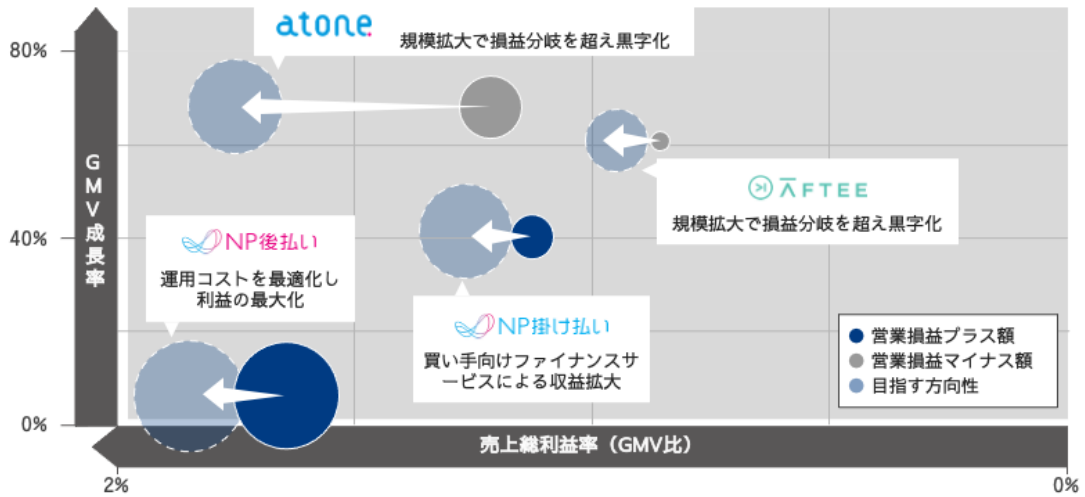
誰もが簡単に使える後払いサービスを、あらゆる市場に浸透させる。
20年間積み上げてきた顧客ネットワークと決済データを活用して、付加価値を向上する。



事業ポートフォリオと方向性

規模の拡大の為に体制強化は完了。

すべての事業で収益向上を図り、利益を積み上げる方針。



注) GMV成長率・売上総利益率・営業損益額は24/3期の通期業績予想より試算。
注) 営業利益は共通固定費を除き算出。
注) AFTEEはベトナム事業を含まない。



全社業績ハイライト

■ 全社業績：2024年3月期 第3四半期_業績サマリー

3Q（単）は営業利益1.46億円の黒字化を達成。

25/3期の通期黒字化に向けて、販管費を抑制しながらGMVは二けた成長できる収益構造に。

業績サマリー (百万円)	FY24/3 3Q累計		通期業績予想*4		FY24/3 3Q(単)	
	実績	前期比増減率	通期予想	進捗率	実績	前期比増減率
GMV (non-GAAP)	423,880	+13.7%	574,000	73.8%	150,057	+13.1%
営業収益	15,773	+9.3%	21,576	73.1%	5,442	+4.6%
売上収益	15,394	+9.4%	21,076	73.0%	5,314	+3.9%
売上総利益 (non-GAAP) *1	5,878	+3.0%	8,100	72.6%	2,195	+7.7%
販売管理費	6,692	+10.5%	9,480	70.8%	2,170	+0.3%
その他営業費用	23	△63.5%	-	-	6	△85.3%
販売管理費のうちマーケティング費用*3	473	△24.1%	900	52.6%	136	△51.7%
営業損益	(459)	-	(879)	-	146	-
EBITDA (non-GAAP) *2	714	△30.0%	627	113.9%	572	+111.8%

*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：販管費（代理店手数料を除く）＋広告宣伝費

*4 2023年5月14日 決算短信および決算説明会資料より

© Net Protections Holdings, Inc.

9

業績サマリーとなります。

スライド向かって右に第3四半期単独の業績を表示していますが、今申し上げました通り、第3四半期は単独で黒字化を達成しております。

GMV成長にともない売上総利益が前年同期比で約8%増え、かたや販管費はほぼ横ばいでコントロールできているため、結果として1.4億円の営業利益を出すことができました。

また、通期の着地見通しですが、営業損益は業績予想より上で着地、つまりは赤字幅は縮小できる見込みです。

第3四半期までの累計の営業損益は業績予想に対して、2億円以上上振れて進捗しています。

尚、第4四半期単独で見ると、若干の赤字となる見込みですが、これは年末商戦があった第3四半期に比べGMVは落ち着く点、

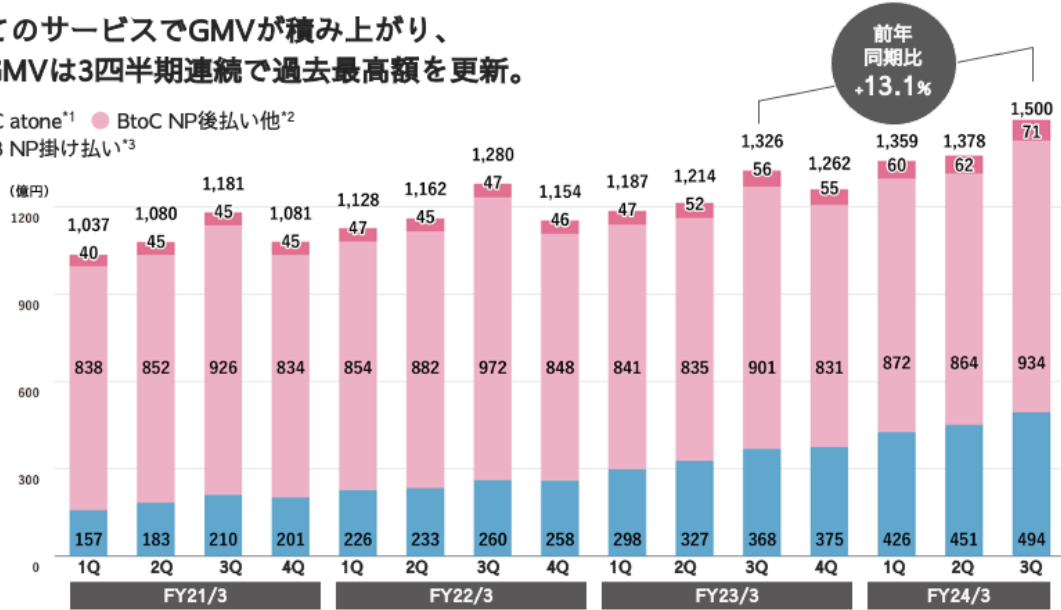
またキャンペーンやオフィス減床に伴う原状回復費といった一時的な費用も発生するためです。

何れにしても、大きな貯金がありますので、通期の営業赤字は圧縮することができるものとなります。次のページから各重要指標の説明となります。

GMV（四半期業績 推移）

すべてのサービスでGMVが積み上がり、
 全社GMVは3四半期連続で過去最高額を更新。

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



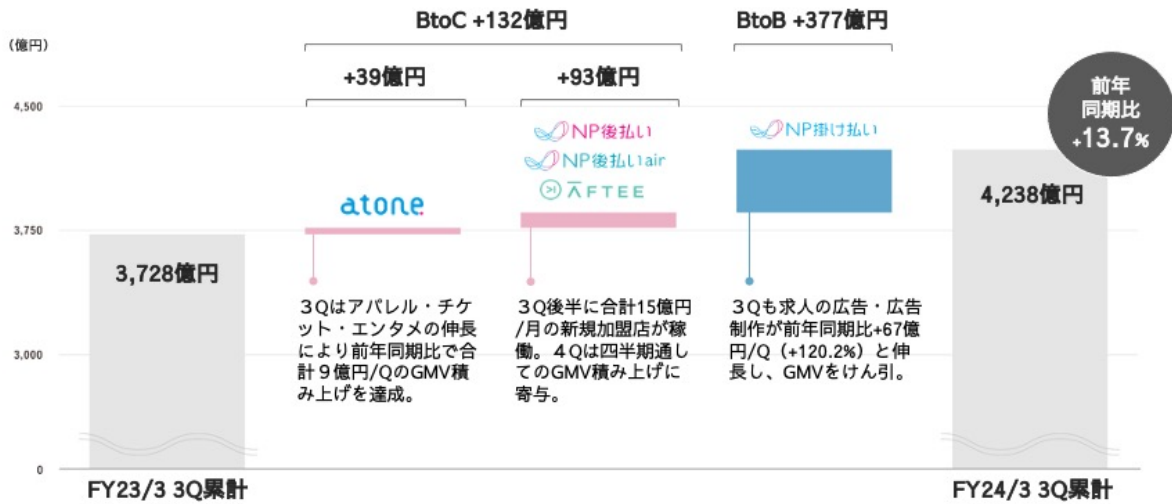
^{*1} 当社グループが提供するatoneを通じて決済される金額（消費税を含む。）の合計額
^{*2} 当社グループが提供するNP後払い、AFTEE、およびNPカードの各サービスを通じて決済される金額（消費税を含む。）の合計額
^{*3} 当社グループが提供するNP掛け払いを通じて決済される金額（消費税を含む。）の合計額

全サービスのGMV構成の推移はご覧の通りです。

第3四半期もすべてのサービスでGMVが積み上がり、第3四半期単独の全社GMVは1,500億円を超え、3四半期連続で過去最高の数字になっています。

GMV（3Q累計 加算額）

BtoCは新規店の増加、BtoBは既存店の取引増加により、
全社GMVは前年同期比+13.7%。



GMV加算額の内訳となります。

atoneはアパレル、新分野のチケット・エンタメといったECショップの導入が増えており
第3四半期はこの2つのカテゴリで9億円の積み上げがございました。

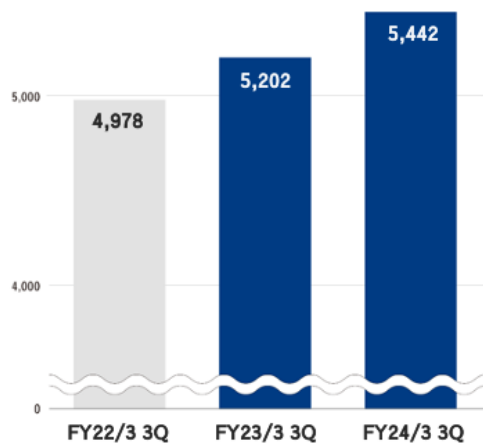
NP後払いは11月中旬から12月末にかけて大手を含む複数の新規店が稼働しています。
第4四半期では四半期を通してGMV積み上げが見込まれます。

NP掛け払いは求人広告・広告制作が前年同期比で120.2%増と大幅に伸長しています。

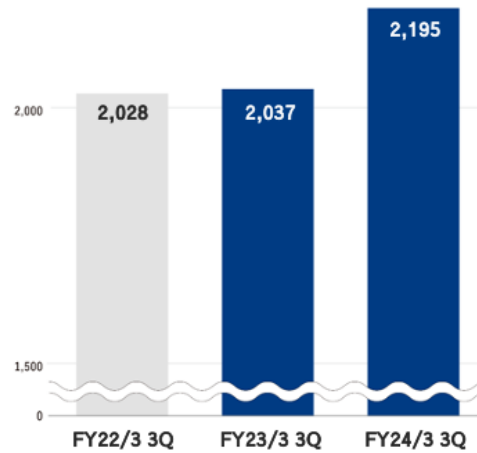
営業収益・売上総利益（全社）

主にNP後払いで不正検知ロジックの改善を進め、収益性の向上に成功。
営業収益 +4.6% に対して、売上総利益は+7.7%。

営業収益（百万円）



売上総利益（百万円）

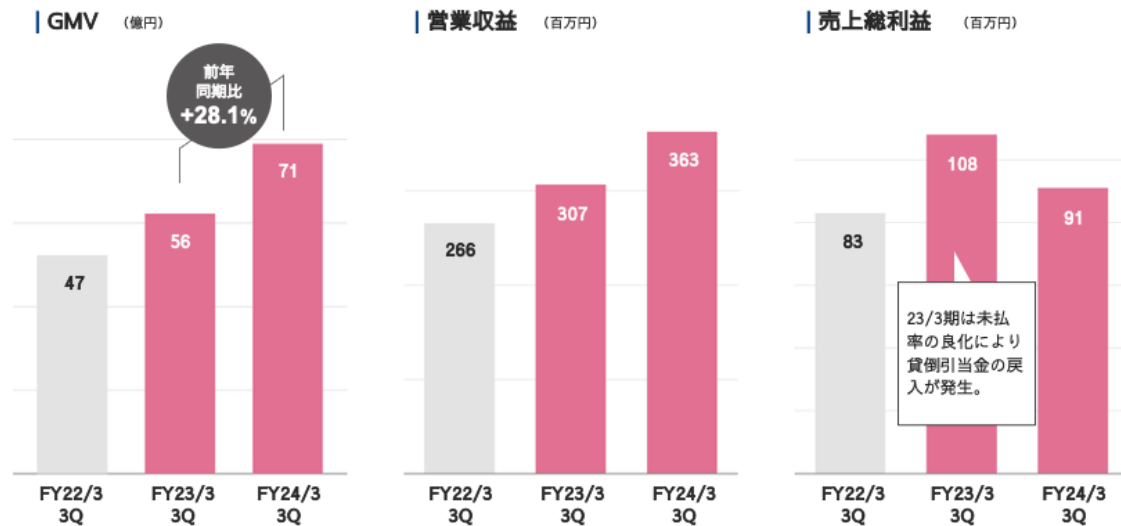


全社の営業収益と売上総利益です。

第3四半期は主にNP後払いにおいて不正検知ロジックの改善を進め、収益が向上したことにより
営業収益対比で売上総利益が積み上がるようになりました。

次のページからサービス別の主要指標について説明差し上げます。

アパレル・チケット・エンタメの取引増加により、GMVは前年同期比 +28.1%と成長加速。



atoneの業績となります。

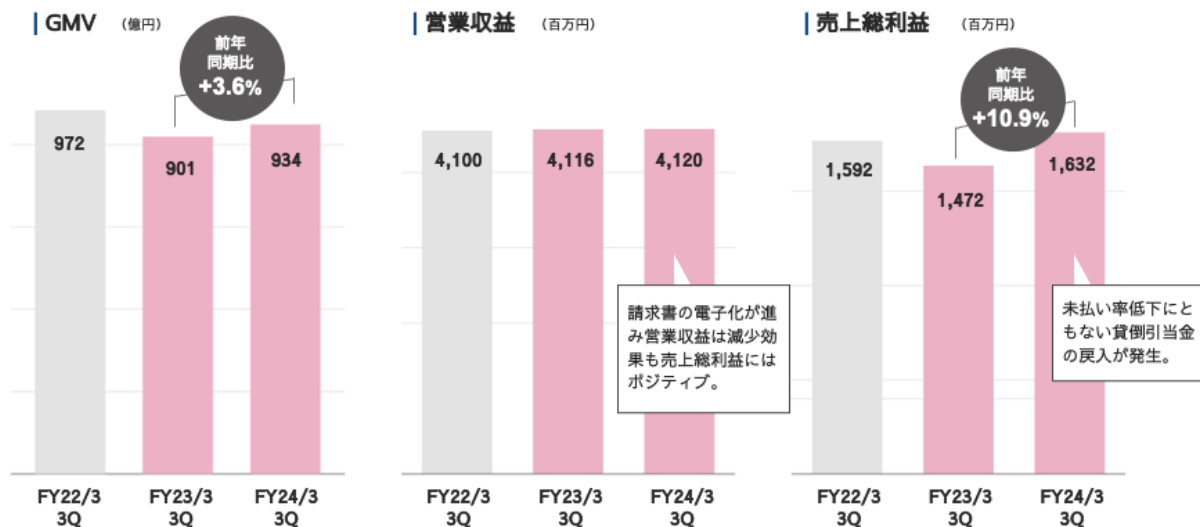
順調に新規店の導入が進んでおり、GMV30%成長までもう1歩というところまで来ました。

更なる成長のために戦略的な取組も成果が出てきていますので、後ほど詳細にご報告いたします。

なお、売上総利益が前年同期比で小さく見えるのは貸倒引当金の繰入・戻入のタイミングによるものです。

実態として未払い率は継続して改善できているので、時間経過とともに、原価が圧縮され、収益性は上がっていくものとなります。

GMVは安定成長し、不正検知ロジックの改善により売上総利益は前年同期比 +10.9%。



こちらはBtoCのうちatoneを除いたNP後払いなどの業績です。

「金のなる木」のNP後払い事業は、第3四半期で売上総利益を10%以上積み上げることができました。

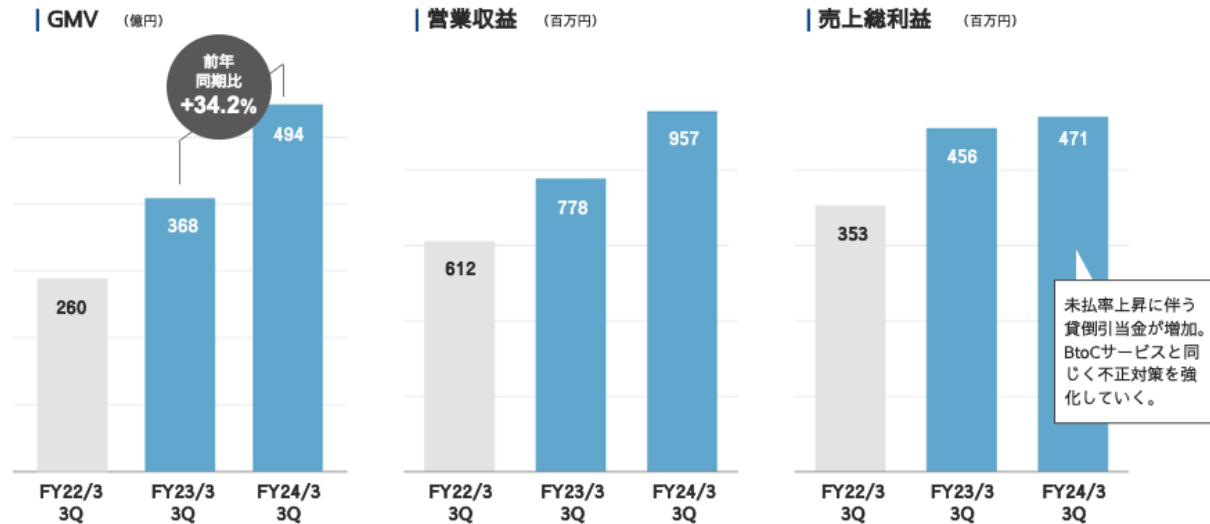
営業収益が横ばいですが、これは請求書の電子化の影響です。紙の請求書より電子請求を安価に提供しているため、電子請求を利用する加盟店が増えると売上が多少下がります。一方で、紙代・郵送料など原価抑制が効き、売上総利益にはポジティブですので、電子請求を増やしていく方針です。

売上総利益は前年同期比で10%を超える積み上げができました。足もと未払いが若干増加傾向にありましたが、不正検知のロジックを改善することで、未払いをコントロールでき、結果として、貸倒引当金の戻入が発生している状況です。

サービス別業績_BtoB NP掛け払い



求人広告・広告制作カテゴリが前年同期比+120.2%とけん引し、GMVは前年同期比+34.2%と高成長を維持。



BtoBのNP掛け払いの業績です。
GMVは34%増と引き続き好調をキープしています。

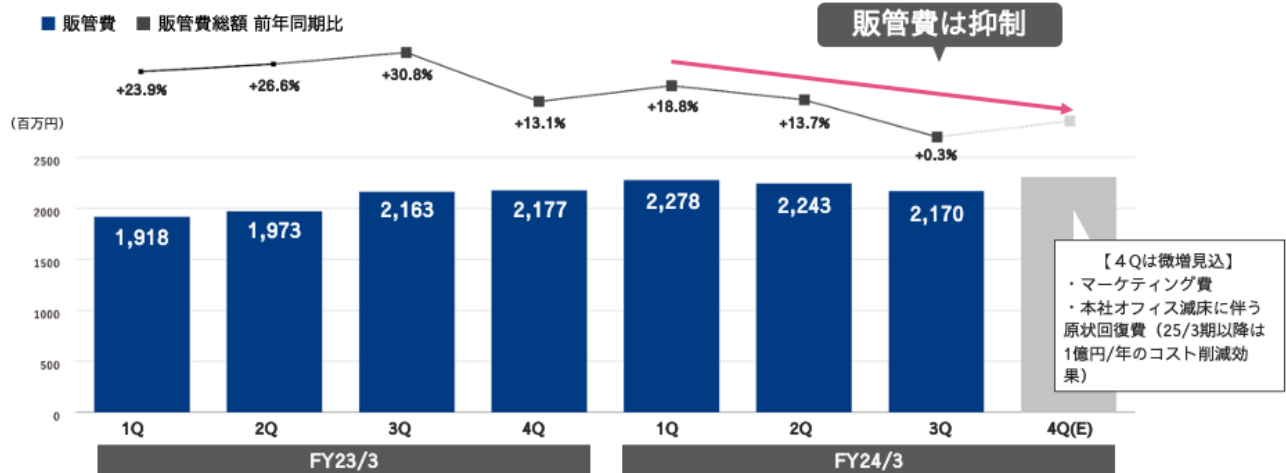
マクロの景況悪化で未払い率が上昇傾向にありますので、未払い率のコントロールに注力しています。

なお、大手加盟店の手数料は低くなる傾向にありますが、それ以外の店舗は料率を維持できており、営業収益も20%以上積み上がっており、手数料コントロールは適正にコントロールできています。

販売管理費（四半期推移と今後見通し）

前四半期から継続し、3Qも販管費は減少。

25/3期も今期と同水準でコントロールする方針のため、売上増加が利益に直結。



販管費は引き続き、適正にコントロールしており、四半期ベースでは減少しています。

第4四半期の販管費はマーケティング施策やオフィス減床にともなう原状回復の影響で若干増加する見込みです。

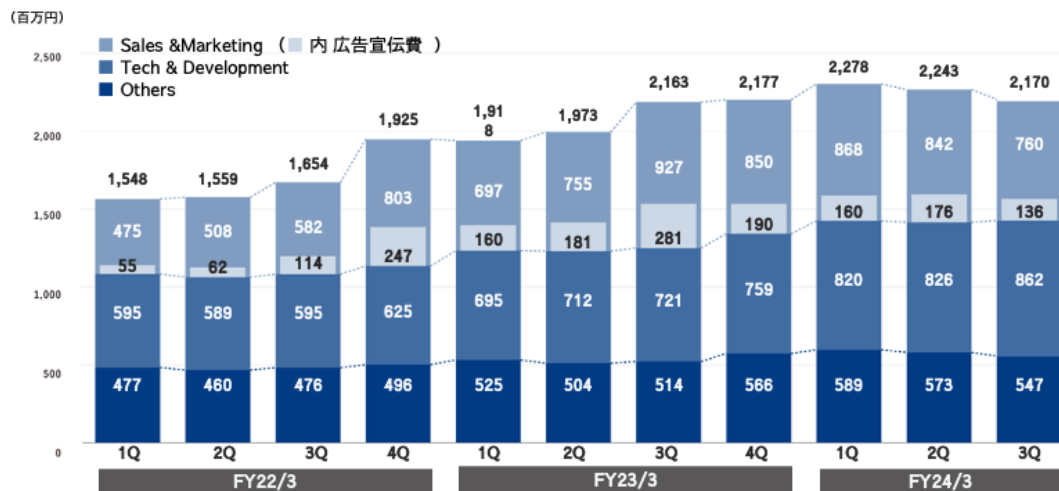
マーケティングは加盟店とのキャンペーンを中心に企画しておりGMVに直結しますし、

オフィスの減床は、来期以降に年間1億円のコスト削減につながるものです。いずれも短期でリターンに繋がる取組となります。

来期も、基本的に今期と同水準でコントロールしていく方針となります。

販売管理費（項目別 四半期推移）

昨年に増員した正社員が戦力化し、外部委託の内製化を推進したことで、販管費は減少。特にセールス&マーケティング部門において業務効率が向上。



*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 & デイバロップメント：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）

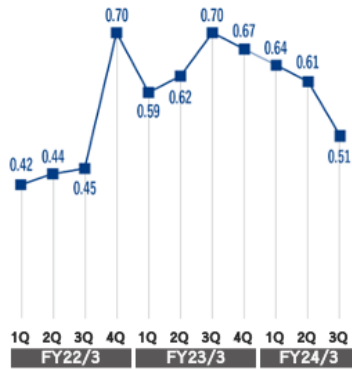
販管費の内訳で見ると、セールス&マーケティング領域でコスト抑制が効いています。

昨年度から正社員を増員しておりましたが、体制強化は一段落しました。各メンバーも戦力化し、外部委託に頼っていた業務を内製化できるようになったことで、業務委託費用を圧縮することができました。

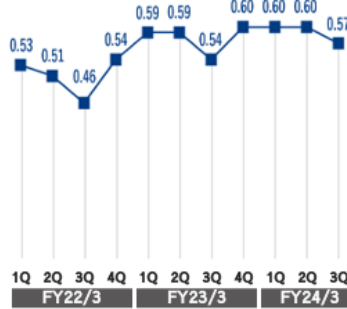
参考) 販売管理費_対GMV比率推移

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

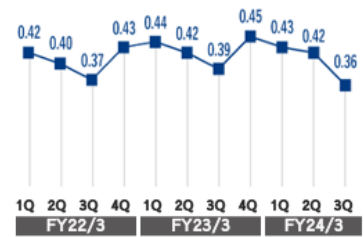
Sales & Marketing (%)



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・運送関連費・マーケティング費等
 *2 テック&開発：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・運送関連費等
 *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）

対GMV比率の販管費推移で見ましても、特にセールス&マーケティングの比率がぐっと下がって
 いわゆる「オペレーション・レバレッジ」が効いていることが分かります。

投資を始める前で当期利益が出ていた22年3月期の販管費比率に近づいている事からも、
 赤字から黒字への転換が近づいていることお分かりいただけるかと思えます。



**25/3期
最終損益（当期利益）
黒字化に向けた経営方針**

© Net Protections Holdings, Inc.

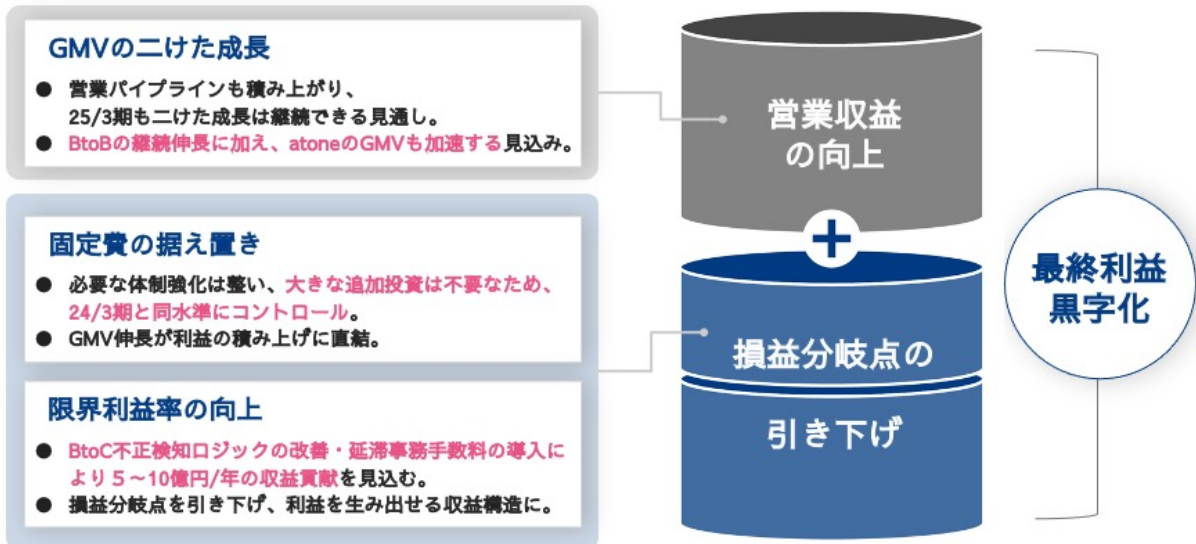
19

ここからは私、CEOの柴田からご説明差し上げます。

先ほど渡邊から四半期の黒字達成についてご報告しましたが、来期は通期で最終損益を黒字化する方針となりますのでその考え方について、説明させていただきます。

25/3期 最終損益（当期利益）黒字化に向けた経営方針

「固定費の据え置き」と「限界利益率の向上」により利益を生み出す収益構造にした上で、「GMVの二けた成長」を実現することで収益性の高い成長を目指す。



こちら重要指標と達成すべき水準を記したものとなります。

大方針としては、損益分岐点を引き下げる施策を行い、その上で営業収益を向上させ、最終利益を黒字に持っていきます。

まず青枠が損益分岐点の引き下げに向けた取組になります。

足もと、固定費の抑制を進めておりますが、来期についても今期と同水準の金額感とする方針です。

業容拡大に伴う運用費の微増はあるものの、効率化によって、その他の大きな投資はせずとも事業成長は可能です。

また追加の施策として限界利益率の向上に取り組めます。

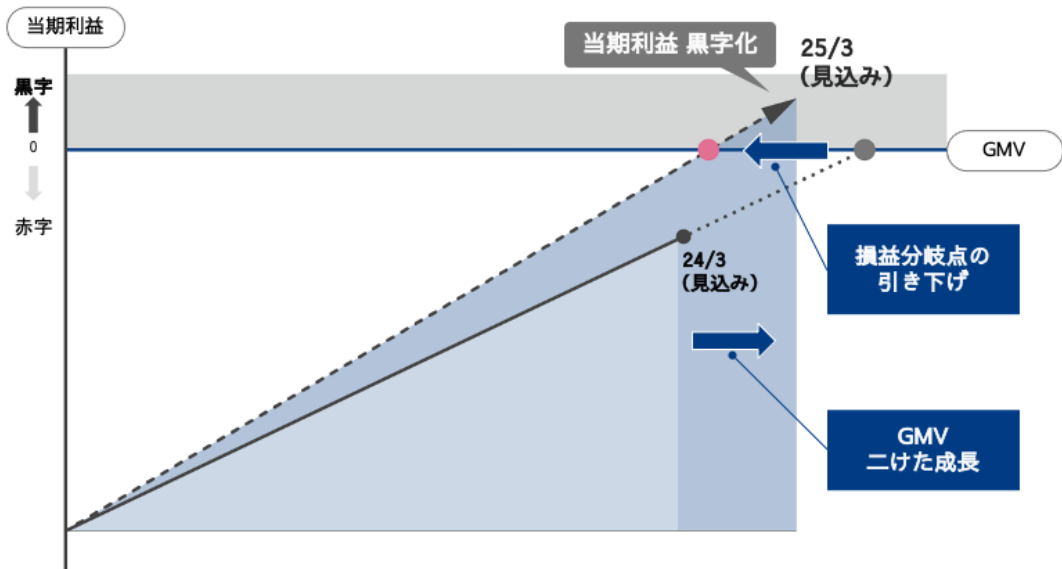
主にBtoCサービスにおいてさらに不正検知ロジックを改善し、また延滞事務手数料を導入することで年間5~10億円の収益貢献を見込んでいます。

この2つの取組を行った上でGMVを拡大、営業収益を向上させ、黒字化を実現します。

来期はBtoBに加えて、BtoCのatoneのGMVも更に拡大できる見通しですので、全社GMVもしっかり二けた伸ばしていけるものと考えています。

参考) 25/3期の業績イメージ

損益分岐点を超過し、GMV伸長が利益の積み上げに直結する収益構造となる。



© 2023 Projections Holdings, Inc.

21

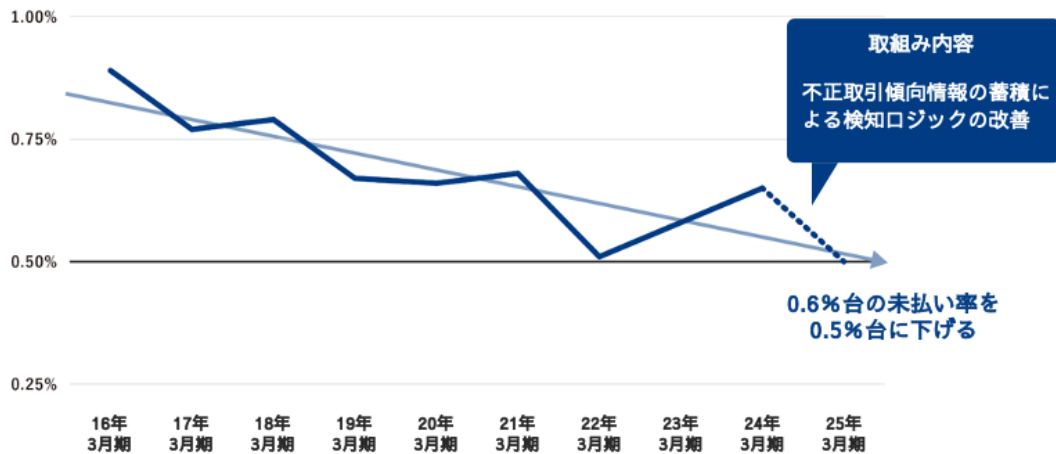
こちらは先ほどの考え方を図で表現したもので、
ポイントとしては固定費抑制や延滞事務手数料の導入は当社でコントロールできる
取組みのため、
損益分岐点の引き下げの実現性が高いということです。

足もと営業パイプラインは増えてきており、GMVも十分に伸ばしていけると考えて
いますが、
どうしても先方での稼働時期の遅れなど、不確定な部分もあります。
ですので、自社でコントロールできる取組によって、利益の積み上げに直結する収
益構造にしていき、
不確定な事象があっても、吸収して黒字化を達成するためのアプローチとなります。

限界利益率の向上施策__国内BtoCサービスの不正検知ロジックの改善

BtoCサービスの不正検知ロジックの改善により、過去最低水準の未払い率を目指す。
3Qから取組をスタートしており、25/3期は通期で効果が見込まれる。

| BtoC NP後払い 未払い率



限界利益率の向上施策について説明します。

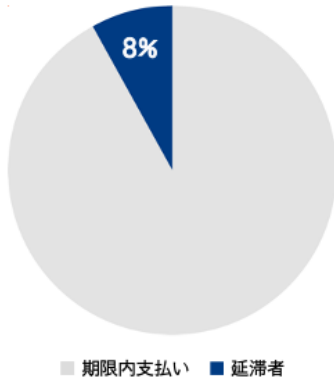
1つ目はBtoCサービスNP後払い・atoneにおける不正検知ロジックの改善となります。NP後払いについては、すでに第3四半期から取組んでおりますが、業績報告の通り、しっかり売上総利益の向上に繋がっています。すでに実績が出ていますので、足もと0.6%台の未払い率を来期は0.5%前後の過去最低水準を目指せるものと見込んでいます。

また、atoneにつきましても第4四半期から不正検知対策をスタートしています。実績はこれからとなりますが、atoneの未払いも改善の方向に進んでいくものと考えています。

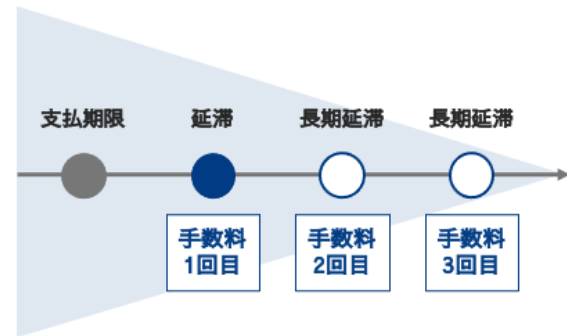
限界利益率の向上施策__NP後払いの延滞事務手数料

NP後払いにおける支払い延滞者（平均8%）に、延滞期間にあわせて延滞事務手数料を徴収する。25/3期上期中に開始予定。

延滞者の割合（初回期限切れ）



延滞事務手数料加算の流れ



支払い延滞を抑制し、また督促・回収にかかる原価負担を軽減

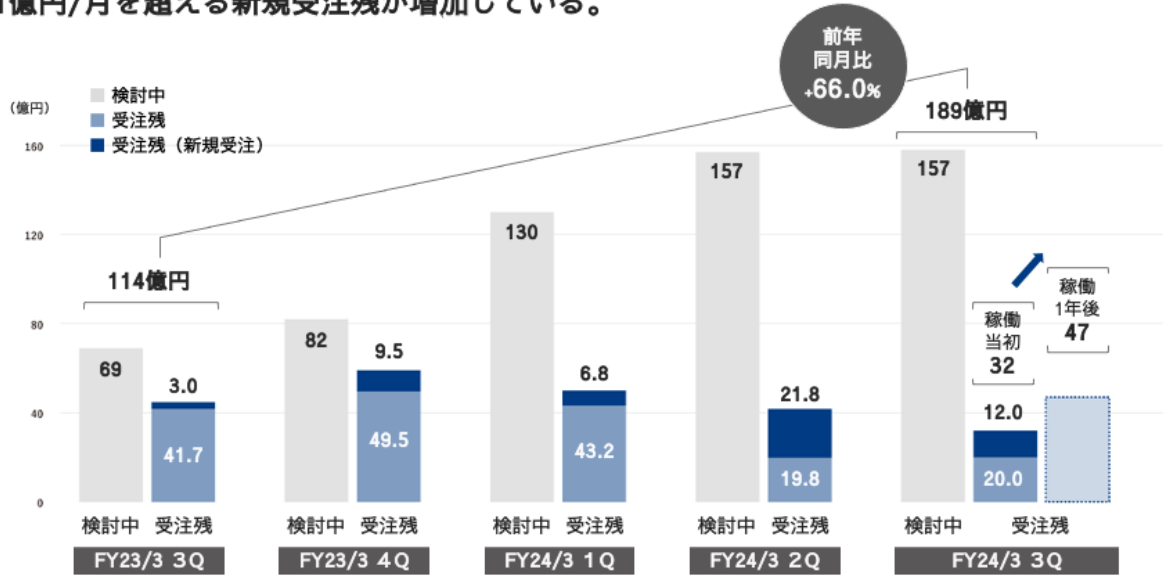
もう1つはNP後払いにおける延滞事務手数料の導入です。

NP後払いの支払期限は2週間ですが、1か月以上の延滞率は約8%となります。当社にとっては、支払い期限を超えて後払いサービスを提供するコストが発生しますので、延滞ユーザーから延滞事務手数料を徴収することに致しました。

現在、システムの準備を進めており、来期の上半期中にはスタートする予定です。

GMVの見通し_営業パイプライン

全社の営業パイプラインは前年同月比+66.0%。大型店舗が稼働するとともにGMV予測が1億円/月を超える新規受注残が増加している。



GMV成長の先行指標となる営業パイプラインの状況です。

最新の受注残については、稼働当初のGMVと稼働1年後の予測GMVに分けて表示しています。当初は一部稼働からスタートする先も多い為、今回からより精緻に試算をしています。

また、直近3か月間の状況ですが、受注残の大型店舗が複数稼働しており、そこからさらに新たに12億円の受注を増やすことができました。

特に、atoneとNP掛け払いが好調で、月の取扱高見込みが1億円を超える大手を複数受注しています。



サービス別 戦略進捗

© Net Protections Holdings, Inc.

25

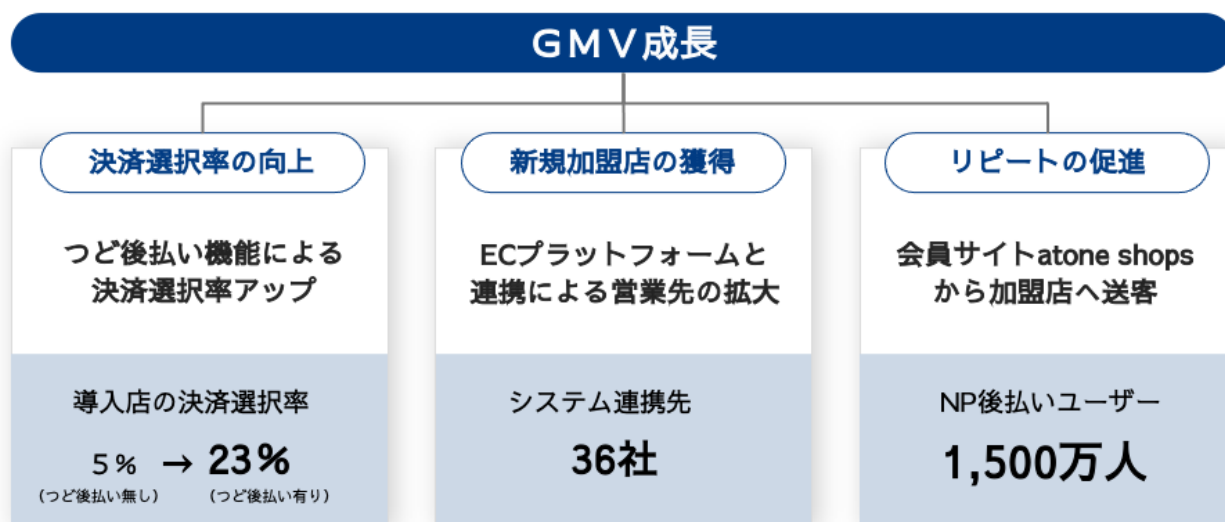
ここからはサービス別の戦略の進捗状況について説明申し上げます。

BtoC
atone.
戦略進捗

最初は全社リソースを傾注しているatoneからです。

BtoC_atoneの成長戦略

atoneをECプラットフォーム*1とシステム連携し、効率的に新規加盟店を獲得。
キャンペーンをフックに「atone shops」から加盟店サイトに送客を支援し、GMV成長を目指す。



*1 ECカート・PSP（決済代行事業者）の総称

© Net Protections Holdings, Inc.

27

atoneの主要な戦略となります。

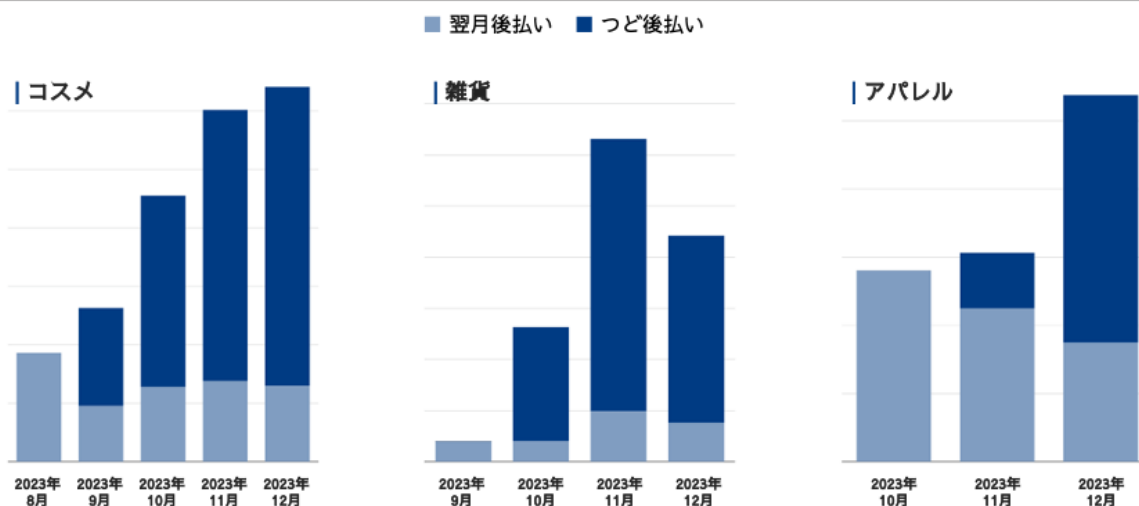
まず、第1四半期で決済選択率を上げる「つど後払い」機能をリリースしました。結果として、atone導入時の決済シェアは5%から20%超に大幅にアップしています。

次にシステム連携です。atoneとECプラットフォームをシステム連携することでショップの導入ハードルを低減します。メジャーなプラットフォームを含め、連携合意や既に開発中のところも多く、新規獲得に期待しています。

そしてユーザーにアプローチすることで、ショップへの送客を強化するatone shopsです。ショップの最大の関心事は集客できるかどうか。そこを強くサポートできる仕組みを強化していきます。

つど後払いの追加導入により、atoneの決済シェアが20%を超え、GMVは大幅に増加。
加盟店にとっても、ユーザーにとっても、atoneはクレジットカードに次ぐ重要な決済に。

「つど後払い」追加導入によるatone GMV推移



第1四半期にリリースしたつど後払い機能の導入成果となります。

翌月まとめ払いがatoneの基本機能となりますが、そこに「つど後払い」を追加導入すると、概ね2~3ヶ月後には決済シェアは20%を超え、GMVが大幅に増加しています。

まとめ払いだけを導入済みの既存大手店には、全てつど払いの追加導入をアプローチ中です。

一定店舗は4Qに稼働予定ですし、その先も順次稼働予定です。

また、新規店にはほぼ全てまとめ+つど払いでの導入をお願いしています。

ECプラットフォームとatoneがシステム連携。

各プラットフォームを利用するECショップ（流通総額約2兆円/年）が営業対象に。

新たにatoneと連携するECプラットフォーム
プラットフォーム 流通総額 約2兆円/年^{*1}

24/3期_実装済み	開発中
 NEW	
 NEW	
	
 NEW	
 NEW	
	他2社

これら全ての連携プラットフォームで「つど後払い機能」が利用可能。
他内諸済プラットフォームも複数社。

*1 当社試算

© Net Protections Holdings, Inc.

29

次にECプラットフォーム連携実績です。

この第3四半期以降で新たに4社のECプラットフォームとシステム連携することができました。

現在開発中のECプラットフォームも7社あり、まもなく実装できる予定です。

これらのECプラットフォームを利用するEC事業者の流通総額は年間約2兆円と試算しており、今後の店舗獲得の難易度が大きく下がります。

また、これら連携先の全てが、つど後払い機能も利用可能な状態になっています。

当社としては、これらのECプラットフォームを利用している店舗を優先して、営業活動を進めていきます。

atone shops利用状況はUU38万人・PV880万。今後はatoneアプリからの導線を強化予定。
atone shopsのマーケティング機能を理由に導入検討する加盟店も増加中。

お得なお店に出会えるサイト
atone shops



UU数 38万^{*1}
PV数 880万

※1：23年12月、24年1月の平均実績

今後の取組み

【利用ユーザーむけ】
スマートフォン・atoneアプリ改善

- atone shopsへの導線
- キャンペーン告知・レコメンド

【加盟店むけ】
キャンペーン管理画面の開発

- キャンペーン申込・管理

こちらはatone shopsです。

10月にスタートした送客サービスになりますが、足もとの利用ユーザー数は30万人を超えている状況です。

ユーザーの集客は順調に推移しているので、今後は魅力的なショップあるいはキャンペーンの誘致を継続しつつ、ユーザー導線やUI/UXの改善につとめていく予定です。

特にatoneアプリからの導線はロイヤルユーザーを集客できるため、非常に重要だと考えています。

参考) BtoCの新市場の広がり

atoneなら、従来の後払い決済サービスでは参入が困難であった市場でも導入が可能に。クレジットカードが普及している全てのBtoC市場が対象となる。



atoneのターゲット市場について説明します。

従来のNP後払いでは請求が郵送だったこともあり、EC物販が主戦場でした。しかし与信に優れ、電子請求がメインのatoneにおいては、EC非物販や実店舗といった、クレジットカードが普及している全ての市場にサービス提供が可能です。

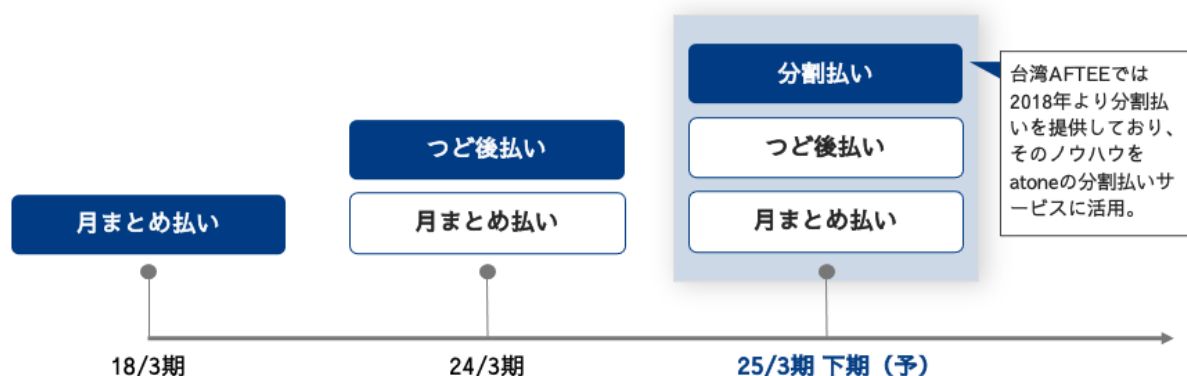
特にEC非物販の領域はまだまだ後払いが導入されていないホワイトスペースが多く、チャンスが大きいです。

具体的にはデジタルコンテンツ市場、オンラインゲーム市場、ストリーミング市場、そして、ライブや旅券、交通機関などを利用するためのチケット市場などが挙げられます。

このEC非物販だけでも10兆円を超える市場規模ですが、実際にパイプラインの状況を見ても、EC非物販領域が非常に好調です。

atoneブランドの新サービスとして分割払いサービスを25/3期下半期に提供開始（予定）。
高額商材の分割ニーズに対応し、あらゆるショッピングでご利用いただける決済へ。

atoneは多様な支払い方法に対応するBNPLへ進化



最後にatoneの新戦略を発表いたします。
この度、atoneブランドの新サービスとして分割払いサービスを提供することを決定しました。
サービス開始は来期の下半期を予定しております。

atoneは、あらゆるショッピングでご利用いただける決済を目指していますが
高額商材を購入する際の分割ニーズは大きいと考え、これに対応していきます。

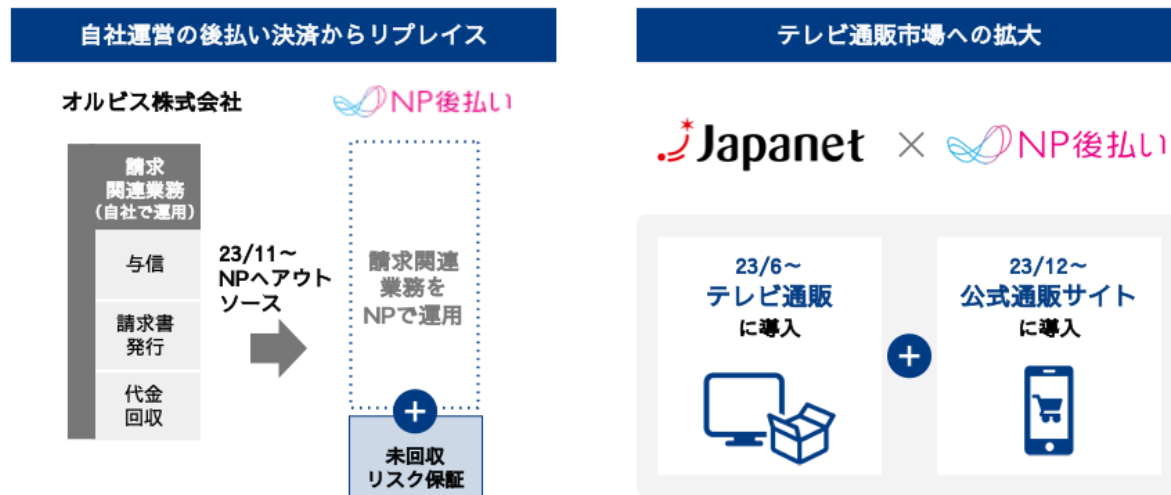
台湾のafteeでは、2018年から分割サービスを提供しているため
そのノウハウや知見をatoneの分割払いサービスに活用することで、ビジネスとして
早期に成立させられるものと考えています。

BtoC
NP後払い NP後払いair ㊦ AFTEE
戦略進捗

atone以外のBtoCの進捗です。

自社運営の後払いやテレビ通販市場等へのアプローチが順調に進展。

- 「オルビス」は自社の後払い決済からNP後払いへリプレイス。
- 「ジャパネットたかた」はテレビ通販に加え、公式通販サイトにNP後払いを追加導入。



NP後払いでは、オルビス様・ジャパネットたかた様に導入いただきました。

自社で後払いを運用しているEC事業者や有力なTV通販事業者は、ほかにも複数いらっしゃいますので、業界を代表する両社に導入いただいたことは足元のGMVだけでなく、今後の加盟店開拓にもつながるものと考えています。

台湾AFTEEは非物販商材の導入も進み3Q（累計）のGMVは前年同期比+39.5%の高成長。
ベトナムAFTEEも現地大手ECモールSendoが本格スタート。



非物販領域でもグローバル企業の導入が相次ぐ。

旅券

peach

電子書籍

Content Creator
創利市集

オンライン学習

5ITalk

レンタルサービス
(モバイルバッテリー)

CHARGE SPOT



ベトナムIT最大手FPT Corporationの傘下のECモール「Sendo」が稼働。
「Sendo」がOEMで運営を代行している他のオンラインマーケットプレイスへAFTEEを導入予定。



海外のAFTEEも軌道にのってきました。

台湾AFTEEは今期も40%近い成長で進捗しておりますが、足もとで非物販領域の加盟店の導入が相次いでいます。

さきほどatoneで非物販のポテンシャルをご説明しましたが、海外においても日本と同様に物販・非物販の両市場を狙いGMVを拡大していきます。

また、ベトナムも無事にサービスをスタートしています。初年度から現地で有力なECモールに導入いただき立ち上がりとしては非常に順調です。



その他 経営TOPICS

株主優待_企画内容

atoneの利用促進と株主優待を兼ねて、atoneでのお買い物で値引き等に使えるNPポイントを株主様に進呈。

基準日

2024年3月31日

対象となる株主様

基準日時点で100株（1単元）以上の保有

進呈時期・申請方法

2024年6月中旬に発送する株主総会招集通知に優待の申請方法のご案内を同封。
ご案内に沿った手続き・会員登録によりNPポイントを付与。



保有株式数	NPポイント 付与数
100株以上300株未満	1,000ポイント（1,000円相当）
300株以上500株未満	1,500ポイント（1,500円相当）
500株以上1,000株未満	2,000ポイント（2,000円相当）
1,000株以上1,500株未満	3,000ポイント（3,000円相当）
1,500株以上2,000株未満	4,000ポイント（4,000円相当）
2,000株以上	5,000ポイント（5,000円相当）

当社は事業環境や業績、財務状況等を総合的に勘案した上で、株主様への利益還元に取り組んでまいります。
尚、本株主優待の来年度の実施について2024年2月14日時点では決まっておりません。

最後は、株主優待のご案内となります。

内容としては、本年3月末時点で1単元以上を保有する株主のみなさまに、当社の決
済で使えるNPポイントを進呈するものとなります。

株主のみなさまへに本優待を通して、ぜひatoneサービスを体験いただきたいと考え
ています。

株主優待_NPポイントとは

「NPポイント」は「atone」を利用した買い物の値引き（1ポイント＝1円相当）に加え、「atone shops」にて商品への交換、懸賞への応募にも利用できるポイントです。

atone 利用可能店舗（一部抜粋）

オンライン・ストア

<p>総合・日用品・食品</p>	<p>アパレル</p>
<p>エンタメ</p>	<p>デジコン</p>

実店舗^{※2}

<p>コンビニ・スーパー</p>	<p>ドラッグストア</p>
<p>飲食</p>	<p>日用品</p>

※1：一部、ご利用できない店舗がございます。
 ※2：実店舗決済の利用には審査がございます。

atoneは専門店から総合スーパーまで幅広いショップで使えますが、NPポイントはこのようなショップでのお買い物で値引きとして活用できます。優待をつうじてatoneを使ってショッピングを楽しんで頂ければ幸いです。

以上、第3四半期の決算発表となります。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://www.magicalir.net/7383/mail/>



IRメーリングリストを運用しておりますので、ご興味ありましたら、ご登録ください。