



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 通期決算説明

2024年5月15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 通期決算説明資料

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・CEO柴田でございます。
2024年3月期の通期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	3
25/3期 業績予想	16
経営TOPICS	23
25/3-27/3 中期経営計画	29
Appendix	48

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、25年3月期の業績予想、さらには中期計画を見直しましたので、その内容についても説明差し上げます。



全社業績ハイライト

全社の業績ハイライトはCFOの渡邊からご説明申し上げます。

通期決算サマリー

全社 | 業績予想の達成。

全社GMV2桁成長・営業損益は2.5億円の上振れ

累計
GMV **5,659億円** 前年同期比 **+13.4%**
(BtoC +4.6%、BtoB +36.8%)

BtoC atone	BtoC NP後払い 他	BtoB NP掛け払い
累計 GMV 270億円 前年同期比 +28.0%	累計 GMV 3,515億円 前年同期比 +3.1%	累計 GMV 1,873億円 前年同期比 +36.8%
4Q (単) GMV +36.3%	4Q (単) 売上総利益 +16.3%	4Q (単) GMV +33.8%
新規店の稼働による積み上げに加えて、 アプリ専用カードの取引が伸長。	4Q (単) のGMVは+1.5%だが、不正 検知ロジックの改善効果により売上総 利益は二けた成長。	求人広告・広告制作業種の取引が 大幅伸長。

© Net Protections Holdings, Inc.

4

本決算のメインピックスとなります。

通期で全社GMVは13.4%成長し、また営業損益も業績予想に対して2.5億円ほど赤字を縮小することができました。

サービス別に見ますと、

atoneのGMVは通期で28%成長、足もとの第4四半期は36%成長と加速しています。新規店の稼働に加えて、JCB社の加盟店ネットワークを活用したアプリ専用カードの取引拡大が寄与しています。

NP後払いはいわゆる「金のなる木」の事業と位置づけています。

GMVは微増ではありますが、与信の改善に注力しており、結果として売上総利益は16%増の積み上げに成功しています。

NP掛け払いは引き続き好調を維持しています。

1年を通じて求人広告・広告制作の取引が全体をけん引しており、通期でGMVは36.8%の大幅な伸長を達成することができました。

■ 全社業績：2024年3月期 通期_業績サマリー

営業損益は業績予想に対して2.5億円の上振れ。
マーケティングの効率化による、販管費の抑制が進む。

(百万円)	FY24/3 通期		通期業績予想*4		FY24/3 4Q(単)	
	実績	前期比増減率	通期予想	達成率	実績	前期比増減率
GMV (non-GAAP)	565,987	+13.4%	574,000	98.6%	142,107	+12.6%
営業収益	20,844	+7.8%	21,576	96.6%	5,071	+3.6%
売上収益	20,313		21,076	96.4%	4,918	+3.1%
売上総利益 (non-GAAP) *1	7,795	+4.9%	8,100	96.2%	1,916	+11.1%
販売管理費	8,852	+7.5%	9,480	93.4%	2,159	-0.8%
その他営業費用	101		-	-	78	-
販売管理費のうちマーケティング費用*3	634	-22.0%	900	70.0%	161	-15.0%
営業損益	(627)		(879)	-	(168)	-
EBITDA (non-GAAP) *2	1,037	-0.8%	627	159%	322	+1,271.8%

*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＋株式割当費用＋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（仕入手数料を除く）＋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

業績サマリーとなります。

営業損益は業績予想に対して2.5億円の上振れ着地となりました。
いくつかの加盟店の稼働が遅れたことで、GMVの若干のビハインドはありましたが、投資効率を上げることで、販管費が抑制でき、結果として2.5億円の赤字縮小となりました。

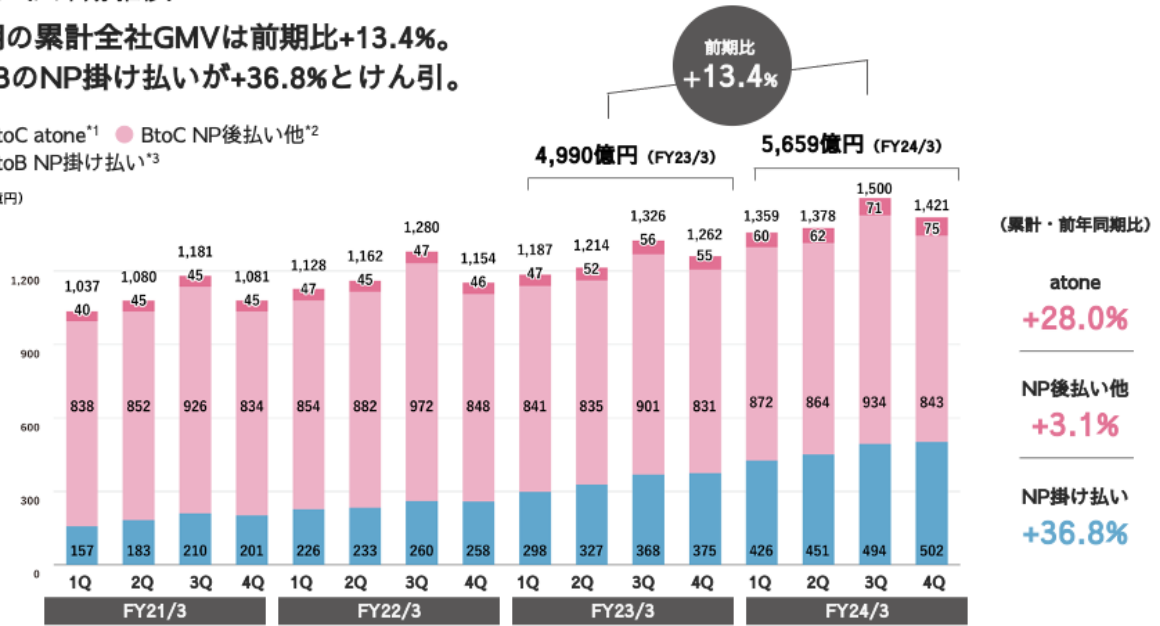
尚、第3四半期単独の黒字に対し、第4四半期単独で見ると、若干の赤字になっていますが、
これは季節性のもので、年末商戦があったのに比べGMVは落ち着くためとなります。
のちほど詳細を説明しますが、GMV成長は変わらず、販管費はさらに抑制できている状況です。

GMV（四半期 推移）

通期の累計全社GMVは前期比+13.4%。
BtoBのNP掛け払いが+36.8%とけん引。

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

(億円)



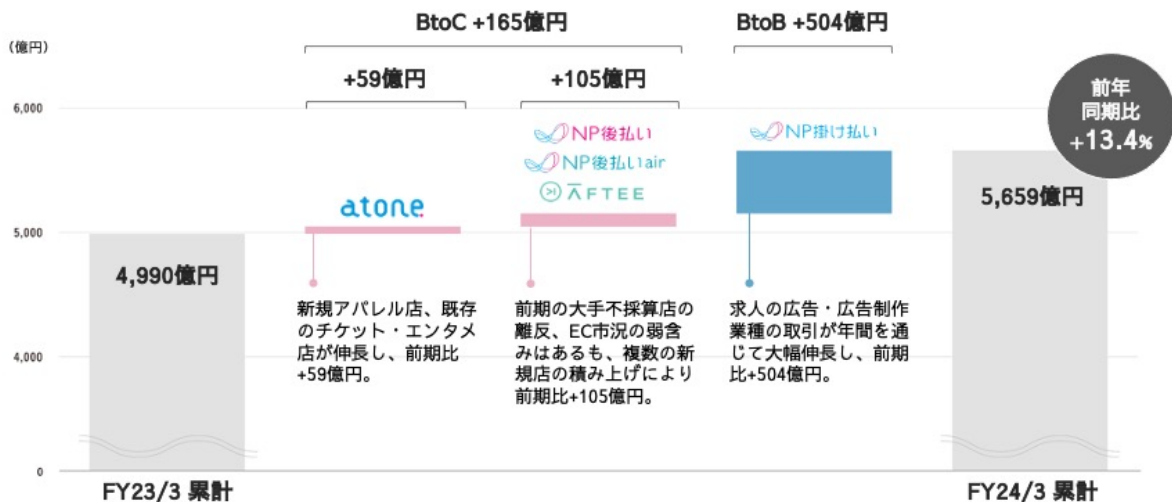
*1 当社グループが提供するatoneを通じて決済される金額（消費税を含む。）の合計額
 *2 当社グループが提供するNP後払い、AFTEE、およびNPカードの各サービスを通じて決済される金額（消費税を含む。）の合計額
 *3 当社グループが提供するNP掛け払いを通じて決済される金額（消費税を含む。）の合計額

全サービスのGMV構成の推移はご覧の通りです。

好調のBtoBに加えて、BtoCのatoneも30%に近い成長トレンドになってきました。
当社の成長ドライバーは、NP掛け払い、atoneの2サービスとなります。

GMV（通期 加算額）

BtoCで165億円/年、BtoBで504億円/年のGMV加算により、
全社GMVは前期比+13.4%増の669億円の積み上げを達成。



GMV加算額の内訳となります。

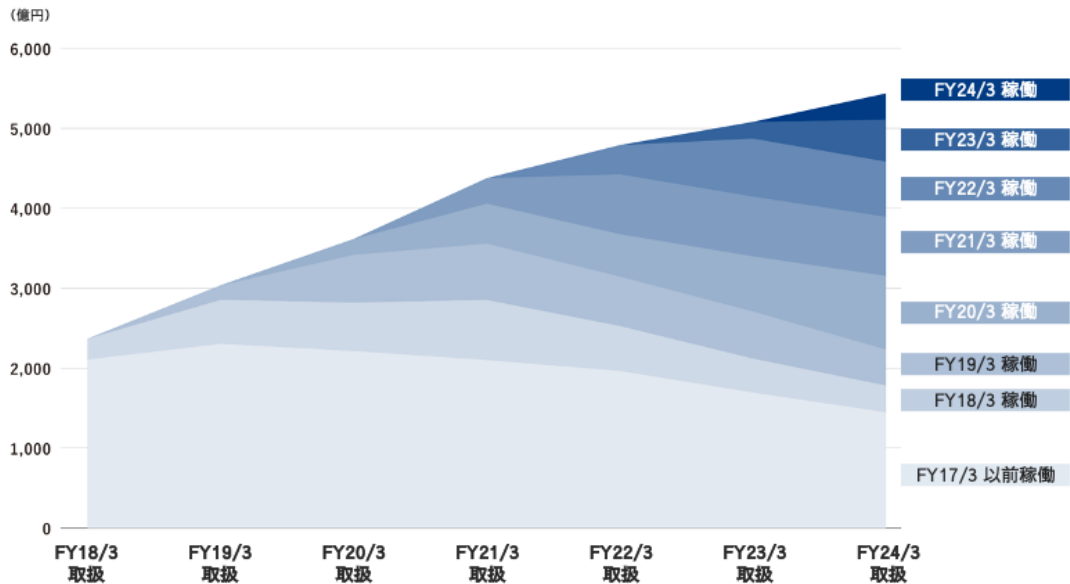
atoneは新規店導入と既存店の伸長の両軸が順調です。
新規受注が増えているため、今期はさらなる加速に自信をもっています。

NP後払いは規模が大きいため成長率で見ると低く見えますが、
額で見ると、しっかりと100億円以上積み上がっている状況です。
この1年、EC市況は良い状況とは言えませんでした。新規受注によりプラス成長を
達成しています。

BtoBのNP掛け払いは500億円を超える大幅な積み上げを達成しました。
特に求人広告・広告制作の取引が伸長したことで、業績予想を上回る積み上げとなり
ました。

参考) 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。



こちらは稼働年度別の加盟店のGMV貢献をあらわしたコホート図になります。当社サービスは解約が極めて少ない、積み上げ型のビジネスモデルであることがご理解頂けるかと思えます。

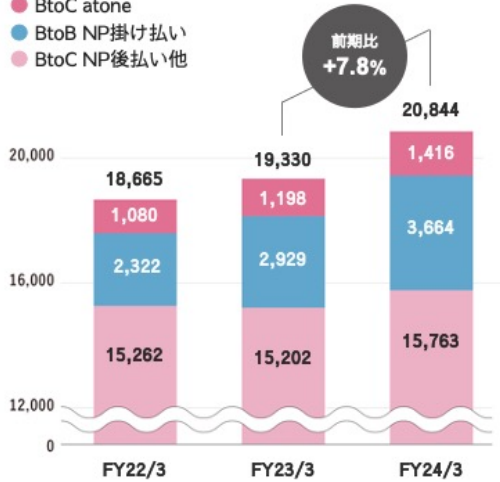
尚、22年3月頃を見ると、積み上がりの角度が緩くなっていますが、これは薬機法という法改正の影響で、美容・健康カテゴリーのECショップが影響を受けたものとなります。このようなマクロ影響はありますが、基本的には1度導入いただくと、その翌年以降も継続して取引がつく構造になっています。

営業収益・売上総利益（全社）

BtoCのatone・BtoBのNP掛け払いのGMV成長により営業収益208億円。

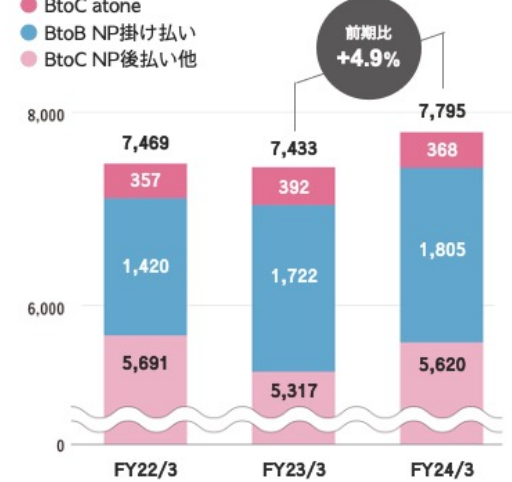
営業収益（百万円）

- 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



全社の営業収益と売上総利益です。

営業収益は初めて200億円を突破しました。

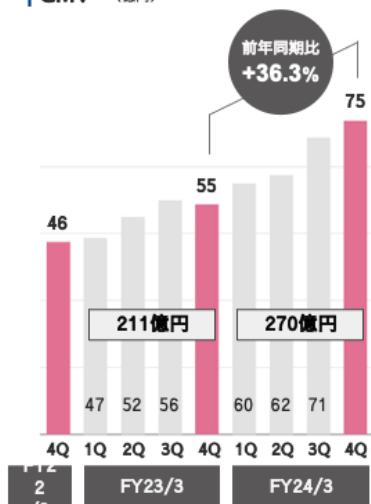
これはBtoCのatone・BtoBのNP掛け払いのGMV成長が寄与したものです。

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。

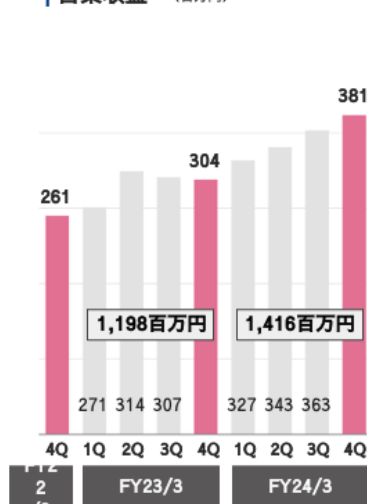
サービス別業績_atone

4QはECの新規店に加え、アプリ専用カードの取引が伸長しGMV+36.3%。
未払い率もコントロールできており、売上総利益は+40.0%。

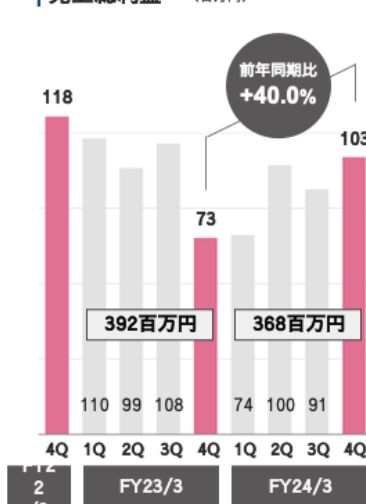
GMV (億円)



営業収益 (百万円)



売上総利益 (百万円)



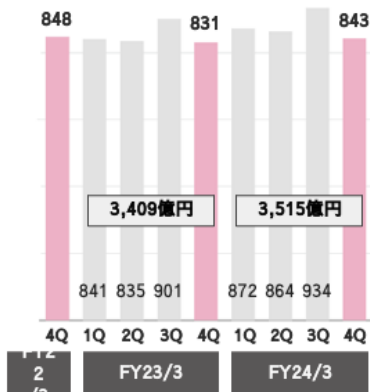
atoneは第4四半期のGMVは36.3%増と成長が加速しています。
好調の要因は、ECの取引に加え、アプリ専用カードの取引の増加があげられます。

当社と直接契約の無い先でもJCBカード加盟店であればアプリ専用カードを通してatoneを使えるといったものになり、取引が順調に拡大しています。

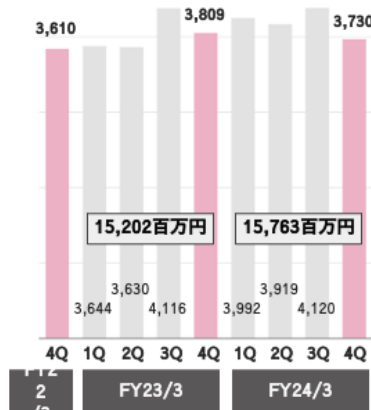
また、未払い率をコントロールできておりGMV成長以上に売上総利益が増加しています。
今後いくつかの追加施策も予定しており、さらに未払い率を下げていけるものと考えています。

3Qに改善した不正検知ロジックの見直し効果が継続。売上総利益は+16.3%の積み上げ。

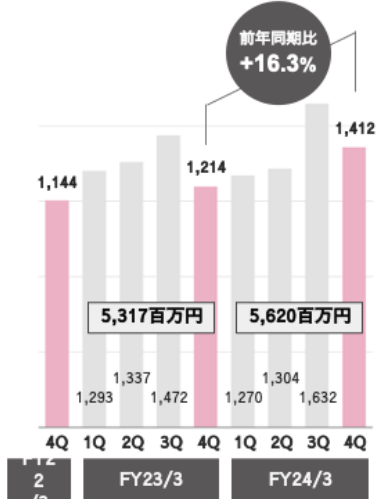
GMV (億円)



営業収益 (百万円)



売上総利益 (百万円)



NP後払いはGMVは横ばいも、売上総利益は16.3%の増加と利益貢献いたしました。

GMVについては大手の受領はありましたが、一方でEC市場の弱含み、また23年3月期から複数の不採算店の退店もあり既存取引が伸び悩みました。

一方で不採算店の退店ですので収益的にはポジティブであり、また第3四半期に取組んだ与信の改善も加わり、売上総利益は積み上がっている状況です。

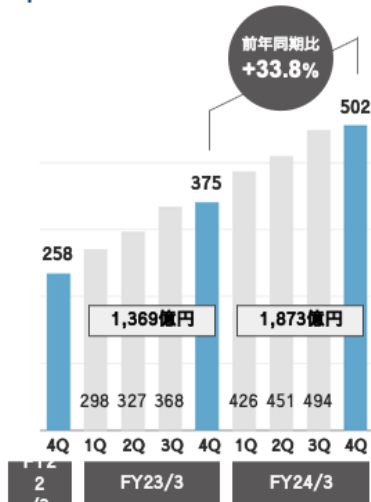
尚、この与信改善の効果は今期も継続する見込みですので、今期業績にも寄与するものとなります。

サービス別業績_BtoB NP掛け払い

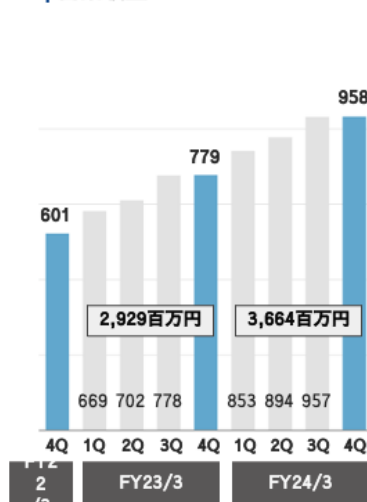


4QのGMVは+33.8%も、入金遅延の増加により売上総利益は伸びず。
ゼロゼロ融資終了などマクロ要因による悪化のため、利用審査を厳格化し対応中。

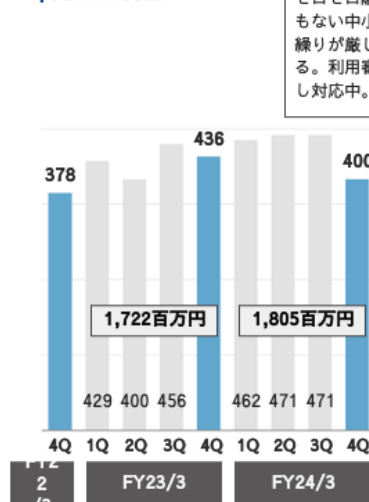
GMV (億円)



営業収益 (百万円)



売上総利益 (百万円)



ゼロゼロ融資終了にともない中小企業の資金繰りが厳しくなっている。利用審査を厳格化し対応中。

BtoBのNP掛け払いの業績です。

第4四半期もGMVは34%増と引き続き好調をキープしていますが、足もとの課題は未払い率のコントロールとなります。

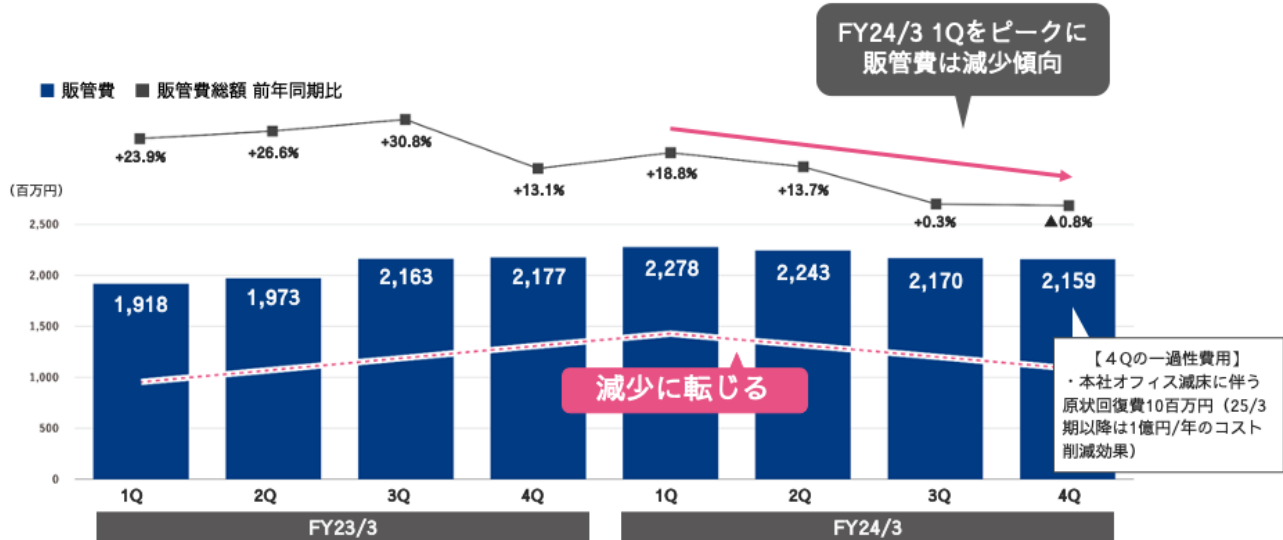
24年3月の特に下期に入り未払い率が上がっており、これはマクロ影響でしてゼロゼロ融資終了などもあり、

一部、資金繰りが厳しくなる企業が出てきている状況です。

対策として利用の審査を厳格化しており成果も出てきているため、段階的に以前に水準に戻していけるものと考えています。

販売管理費（四半期推移）

4Qは一過性費用が発生も、前年同期・前四半期を下回る販管費水準に着地。

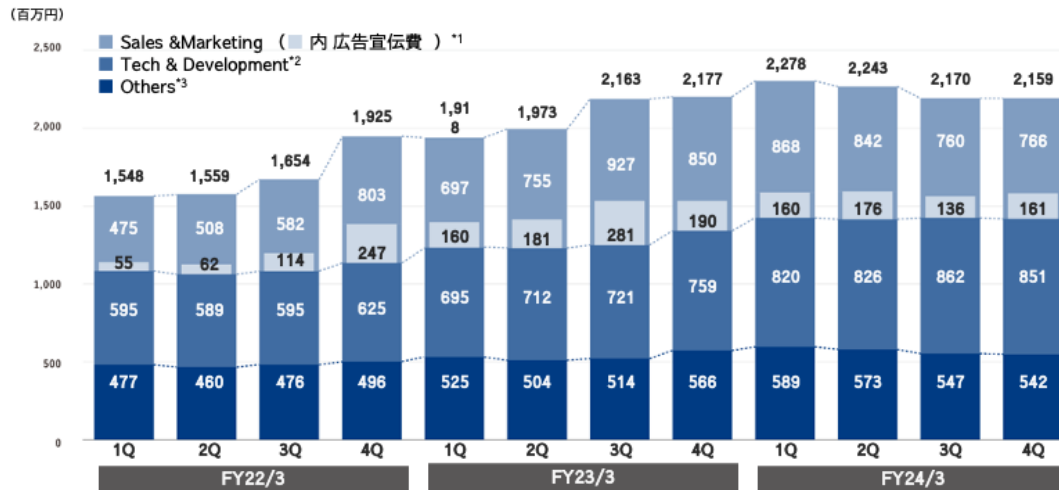


第4四半期の販管費は見込みより抑えることができました。

第4四半期はスポットの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費など一過性の費用が発生しましたが、その他業務の効率化が進み、結果として一過性費用を飲み込んだ上で、昨年実績を下回る水準まで抑制することができました。

販売管理費（項目別 四半期推移）

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



*1 セールス & マーケティング：セールス・マーケティングに関わる、人件費・アウトソース費・運営関連費・マーケティング費等
 *2 テック & デベロップメント：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）

23年3月期第1四半期で営業体制も整いましたので、
正社員による外部委託業務の内製化、マーケティングの効率化により、かなりコストコントロールが効いている状況です。

参考) 販売管理費_対GMV比率推移

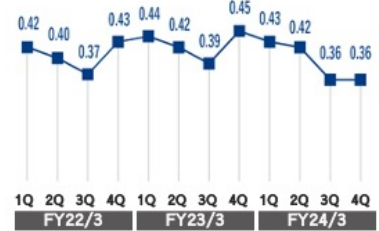
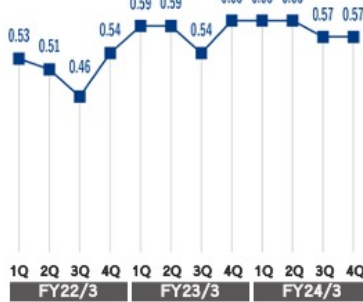
4Qも引き続き低水準の販管費率で推移。

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・運賃関連費・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・運賃関連費等
 *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、特に下期からセールス&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。

今後、社員教育が進み、また事業横断の体制を構築することで、さらに生産性を上げていけると考えています。



25/3期 業績予想（ガイダンス）

© Net Protections Holdings, Inc.

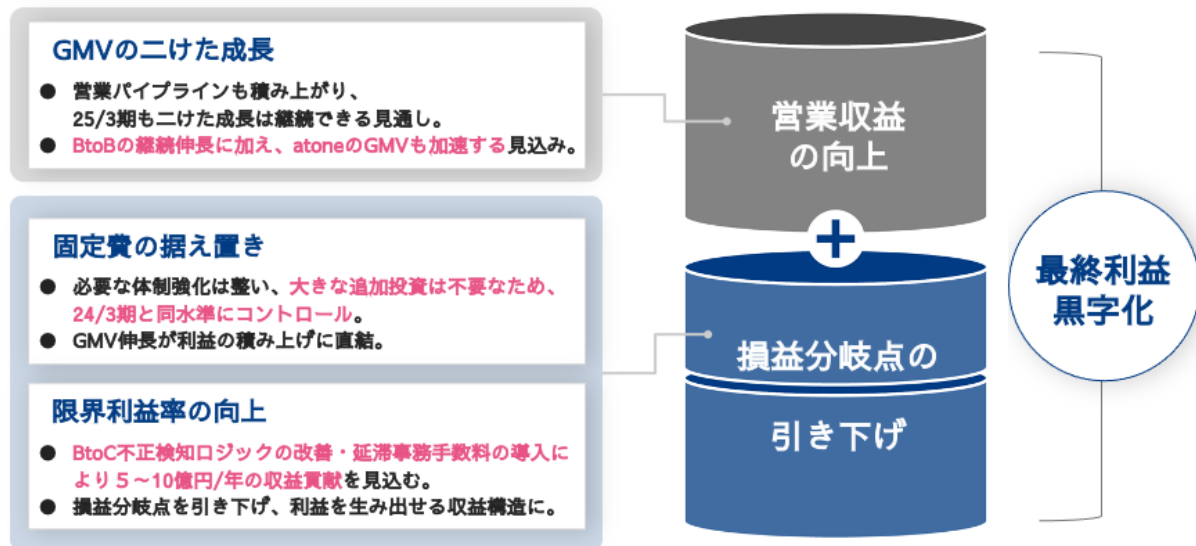
16

次に今期の業績予想について説明申し上げます。

以前よりお伝えしているとおり、通期で黒字化にコミットするものとなります。

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、25年3月期についても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。

2025年3月期は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。

業績予想_25/3期 業績予想サマリー

通期で営業利益5.2億円（前期比+11.5億円）、当期利益2.6億円の黒字を計画。
収益性向上とコスト抑制により、売上総利益は+16.3%・EBITDAは+119.2%を見込む。

業績予想 (百万円)	25年3月期 業績予想				(参考) 24年3月期 実績
	上期	下期	通期	FY24/3対比	
GMV (non-GAAP) *1	300,000	330,500	630,500	+11.4%	565,987
営業収益	10,740	12,260	23,000	+10.3%	20,844
売上総利益 (non-GAAP) *2	4,024	5,038	9,062	+16.3%	7,795
営業損益	(243)	763	520	黒転	(627)
税引前利益	(283)	716	433	黒転	(820)
親会社の所有者に帰属する 当期利益	(167)	435	268	黒転	(828)
EBITDA (non-GAAP) *3	628	1,644	2,273	+119.2%	1,037

*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：売上収益より、営業費用のうち貸倒関連費用及び請求にかかる費用（印刷代、取替代行費用、郵便料金）等を減じた額

*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

そして、こちらが業績予想のサマリーとなります。

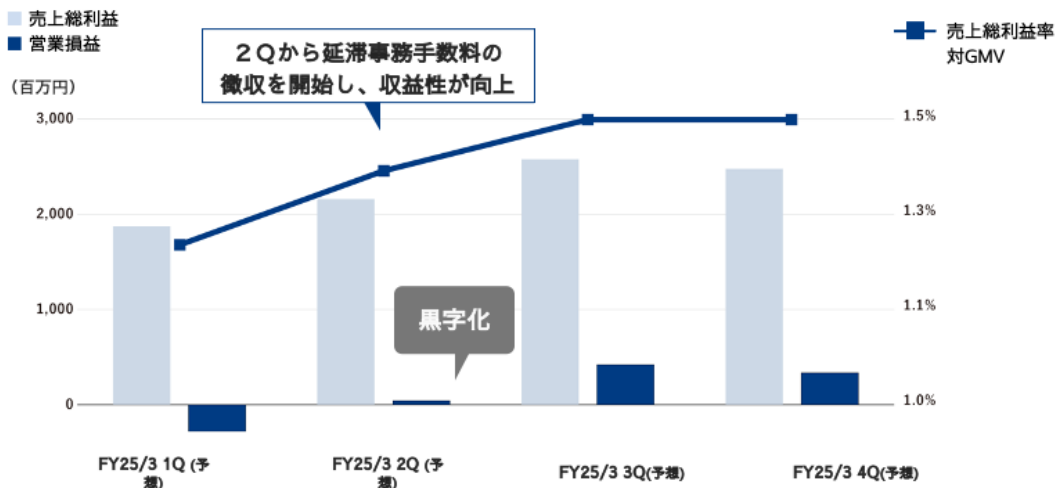
ポイントは、通期で黒字を計上することです。

単にGMVを上げるだけでなく、収益性向上とコスト抑制に合わせて取組むことで売上総利益を16.3%増やし、営業利益5.2億円、当期利益2.6億円を目指します。

業績予想_売上総利益&営業損益の四半期推移

2Qより黒字転換、通期で黒字化を見込む。
延滞事務手数料などの取組みで売上総利益率が向上。

売上総利益&営業損益 (Q遷移)



こちらは四半期に分解した収益推移イメージとなります。
第2四半期途中から導入する延滞事務手数料の効果で、第2四半期より四半期単独黒字となります。
第3四半期から延滞事務手数料がフルに寄与しますので、第3四半期以降の黒字も増加します。

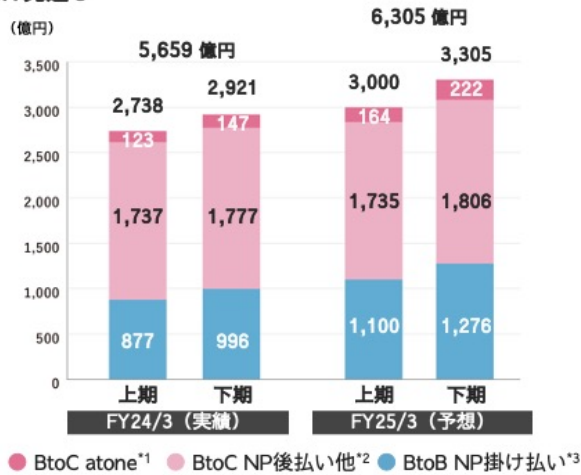
尚、第3四半期に比べ第4四半期の売上総利益・営業利益が小さいのは、
当社の売上は年末商戦のある第3四半期がピークとなるためです。

業績予想_サービス別GMV

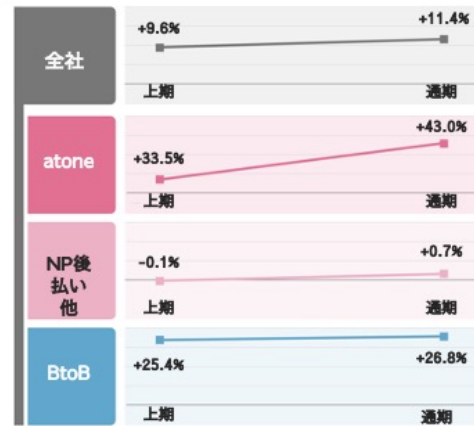
全社GMVは前期比+11.4%の二けた成長。

通期でatoneは+43.0%、BtoBは+26.8%と高成長を見込む。

GMV見通し



GMV成長率予想 (vs FY24/3)



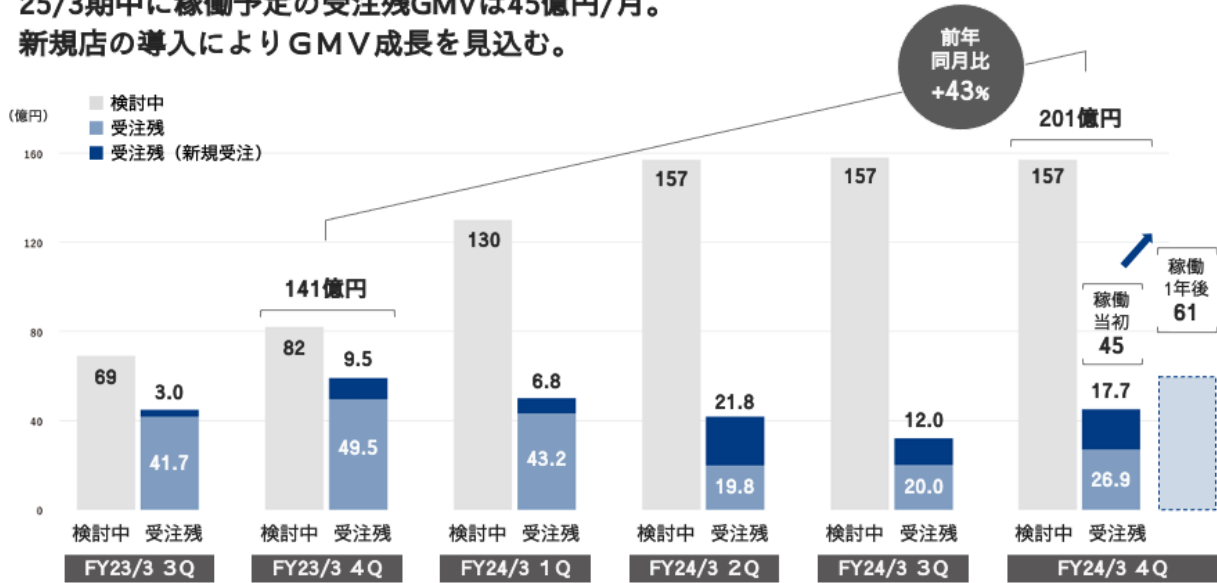
*1 当社グループが提供するatoneを通じて決済される金額（消費税を含む。）の合計額
 *2 当社グループが提供するNP後払い、AFTEE、およびNPカードの各サービスを通じて決済される金額（消費税を含む。）の合計額
 *3 当社グループが提供するNP掛け払いを通じて決済される金額（消費税を含む。）の合計額

サービス別のGMV構成となります。

成長ドライバーであるatoneは43%、BtoBは26%の高成長を見込んでいます。尚、NP後払いは、健康食品の健康被害の報道による買い控えも織り込んで、微増の計画としております。

業績予想_営業パイプライン (GMVの見通し)

25/3期中に稼働予定の受注残GMVは45億円/月。
 新規店の導入によりGMV成長を見込む。



*1 1年以内に稼働見込みの契約済案件。

こちらは1年以内の稼働が予定されている受注残となります。

24年3月期末の時点で月間45億円の稼働が決まっており、順次稼働していきます。

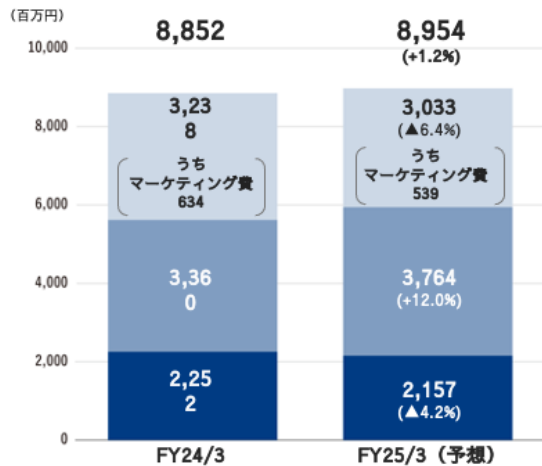
ここから営業により追加の受注を獲得し、また既存店の成長も加わることで業績予想は達成できるものと考えています。

業績予想_販売管理費の内訳

販売管理費は24/3対比でほぼ据え置きの89.5億円。事業成長に伴う運用費・償却費が伸びるが

マーケティング投資の最適化・オフィス減床効果の発現により固定費を抑制。

販売管理費の内訳



- S&M (セールス & マーケティング) *1
- T&D (テック & ディベロップメント) *2
- Others (その他) *3

増減要因

セールス&マーケティング	▲205百万円 (▲6.4%)
● セールス機能の外注→内製推進	
● マーケティングの最適化	
テック & ディベロップメント	+403百万円 (+12.0%)
● 事業成長に伴う運用費 (サーバー等) の増加	
● 新たな機能提供に伴うソフトウェア資産の償却費増加	
その他	▲95百万円 (▲4.2%)
● オフィスの減床効果	

*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・運賃関連費・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・通信関連業務等に関わる、人件費・アウトソース費・運賃関連費等

*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、および各サービスのサポートデスクのアウトソース費等)

販管費の内訳となりますが、まず総額として、前期の据え置きとしています。

テック&ディベロップメント項目は新規機能の提供、取引拡大にともなう運用費などがかるため、増額となります。

一方で、セールス&マーケティング、その他の販管費については、効率化を進めることで、無理せずとも抑制が可能です。

以上が25年3月期の業績予想となります。



経営TOPICS

その他経営トピックスのご報告です。
ここからはCEOの柴田からご説明差し上げます。

| BtoC_atone 新プラン「atoneプラス」

atone

atoneにて有料会員プラン「atoneプラス」を25/3期 下期に提供開始予定。
業界最高水準のポイント還元率で利用するほどお得に。

いままでの **atone**



有料会員サービス（月額300円）

ポイント還元率
常時1.5%

0.5%から1.5%に！
高還元でリピート化を
強力に後押し。

コンビニ払いでも
請求手数料 **無料**

コンビニ払いの
請求手数料209円が無料に！

無理なく支払える
分割払い

「翌月払い」「つど後払い」に
加えて「分割」が選べます。
上限最大30万円で3回払いが手数料無料！

© Net Protections Holdings, Inc.

24

atoneでは新プランとして「atoneプラス」を発表いたしました。

ロイヤルカスタマーに向けたプランとなっており、月額300円お支払い頂くとお得・便利にatoneをご利用頂けるものとなります。

とくにポイントの常時1.5%還元は、業界最高水準のポイント還元率であり、低い未払い率を実現する当社だからこそ提供できる価値と考えます。

またatoneプラスの中で分割払いサービスも提供する予定です。

BtoC_atone 新プラン「atoneプラス」

atone

25/3期 下期にatoneプラスで「分割払い」に対応予定、内諸店も複数あり。
家電・旅行等の高価格帯での提供も可能に。



対象市場

物販	生活家電、PC機器等
	衣類・服飾雑貨等
	家具・雑貨・インテリア
サービス	旅行サービス
	チケット販売
	通信教育（定期以外）

当社では今まで一括払いの後払いを提供してきましたが、今年度の下期より分割払いのサービス提供をすることにしました。

家電や旅行といった高額商材においては分割払いを要望するショップも多いため市場は大きいと考えています。

一方で分割払いは過剰債務に陥るユーザーが増える懸念もありますので、当社としては最初から高額・多分割になり過ぎないようにサービス設計を行いたいと考えています。

参考) atoneプラスの利用対象店



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アプリ内のショッピングでも利用可能。

オンライン・ストア		実店舗*	
モール amazon Qoo10 YAHOO! JAPAN ショッピング	アパレル・コスメ G R L しまむら ANAP Nailie	コンビニ・スーパー FamilyMart LAWSON Seicomart OK	ドラッグストア Kirindo 7FARM スギヤマ Y
エンタメ チケットぴあ animate まんが王国 5カラオケモール	その他 ヨドバシカメラ dinos ニトリ mercari	飲食 KFC 株式会社 Royal Host コメダ珈琲店	日用品 Joshin YAMADA ToysRUs BABIESRUS
本格稼働予定店舗 (一部抜粋)		食ベチョウ	ticket board

*：一部、ご利用できない店舗がございます。

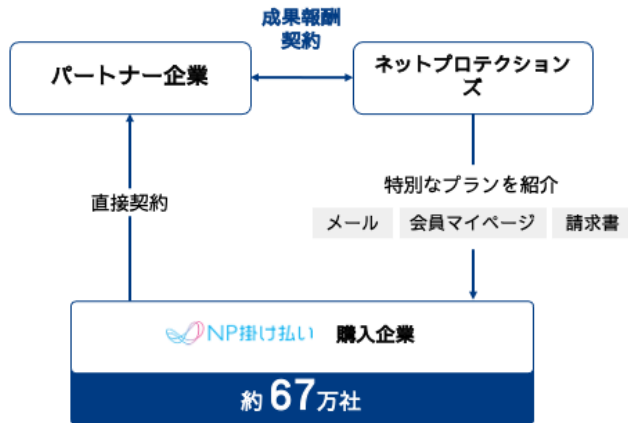
atoneプラスでは直接契約している加盟店に加えスマートコードの実店舗やアプリ専用カード経由でも利用が可能のため、100万店以上でご利用いただけます。この、使えるショップの多さがatoneプラスの優位性となります。

BtoB_NP掛け払い「紹介代理サービス」



24年4月から、NP掛け払いの買い手である購入企業67万社に向けた「紹介代理サービス」を開始。中小企業の売上向上および業務効率化を、決済の枠組みを超えて支援。

ビジネススキーム



パートナー企業

IVRY
アイブリー
問い合わせの自動化を支援する対話型音声AI SaaS「アイブリー」

Canly
地図やHP・各SNSの店舗情報・ロコミの一括管理サービス「カンリー」

メリット

パートナー企業 新規顧客を初期コストゼロで獲得	購入企業 有料サービスをお得に利用
-----------------------------------	-----------------------------

BtoBでは新たに紹介代理サービスをスタートしています。NP掛け払いを利用する購入企業は67万社にのぼりますが、この67万社にパートナー企業のサービスを紹介する仕組みとなります。購入企業に売上向上・業務効率化の支援を行うとともに、当社としても新たなキャッシュポイントの創出となる取組です。

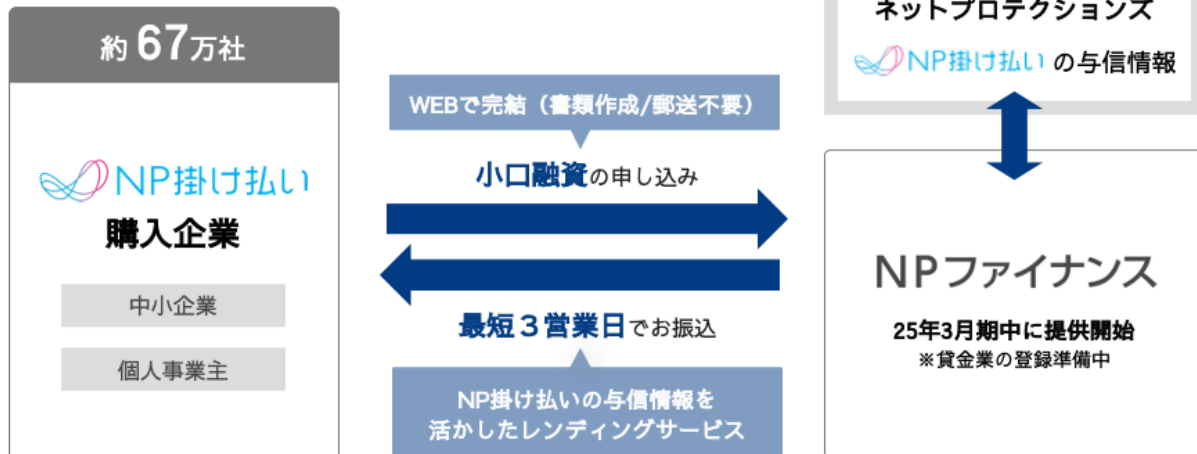
■新会社「(株) NPファイナンス」



24年4月に100%子会社「(株) NPファイナンス」を設立。

BtoB「NP掛け払い」の買い手である購入企業むけにオンライン・レンディングを提供予定。

■提供予定サービス



こちらは子会社設立のご報告となります。

NP掛け払いの購入企業67万社に向けて、レンディング事業を立ち上げます。

この1年間、実証実験を行ってきましたが、当社の支払い実績データをもとに与信を行うことで、

レンディングでも未払いをコントロールできたため、事業化を判断しました。

現在は貸金業登録の準備を進めており、今期中には事業を開始する予定です。



中期経営計画

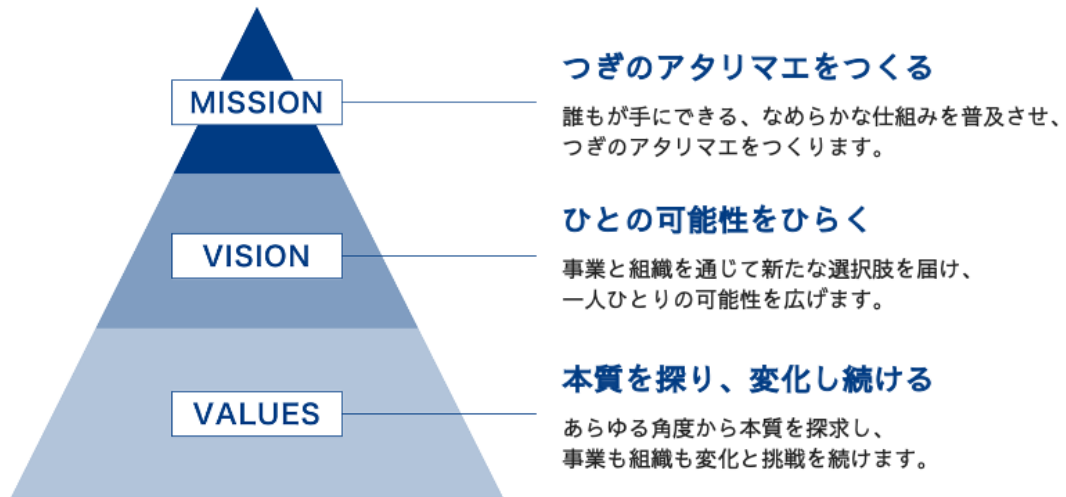
© Net Protections Holdings, Inc.

29

この度、中期経営計画を見直しましたので、ご説明いたします。
P30～P33は時間の関係上割愛しますが、
当社の理念、提供価値、強み、対象市場をまとめたものですので、ぜひご覧下さい。

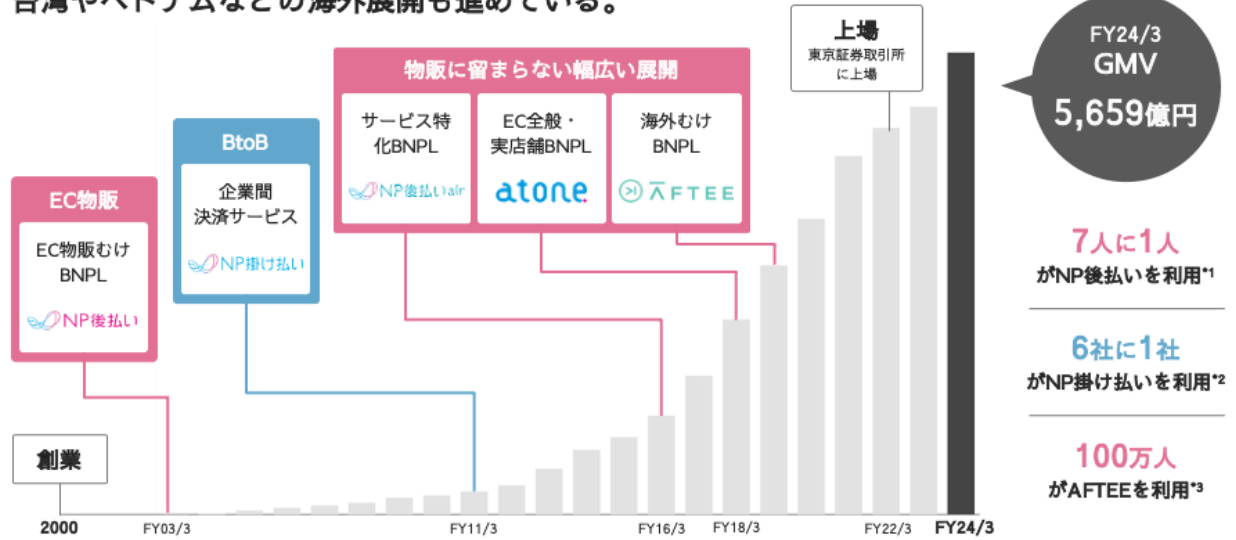
企業理念

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。



成長の軌跡

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。

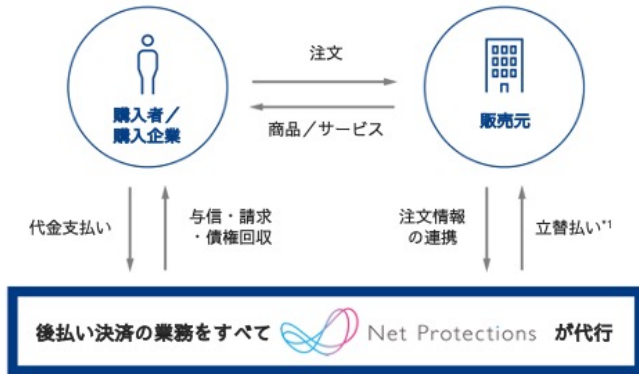


*1 15歳以上の人口1億1,060万人（総務省統計局人口統計2022年3月1日時点概算値）÷2022年3月期の年間ユニークユーザー数1,500万人により算出。
*2 日本企業数約367万社（総務省・経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査結果」）÷2023年3月期の年間ユニーク購入企業57万社により算出。
*3 ユニーク会員数。

提供価値

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

サービススキーム



メリット

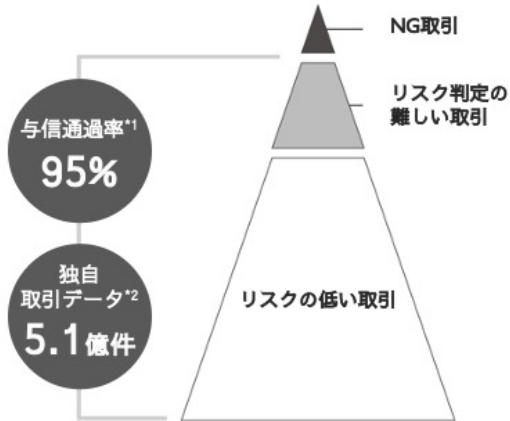


*1 当社所定の審査を通過した取引が対象となります。審査通過後においても、当該取引に関して加盟店と購入者または購入企業の間で紛争が生じ、速やかに解決ができず、又はそのおそれがあると当社が判断したときその他当社が提供するサービスの加盟店規約所定の事由がある取引は、対象外となります。

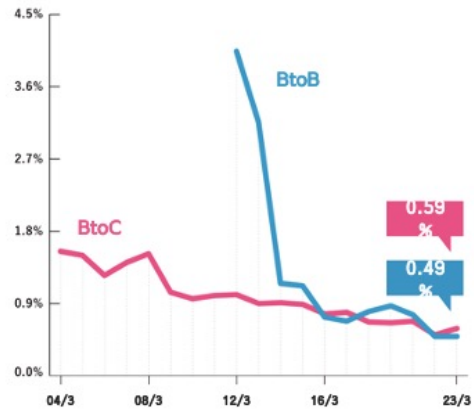
強み・独自性

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（貸倒処理前のもを含む））

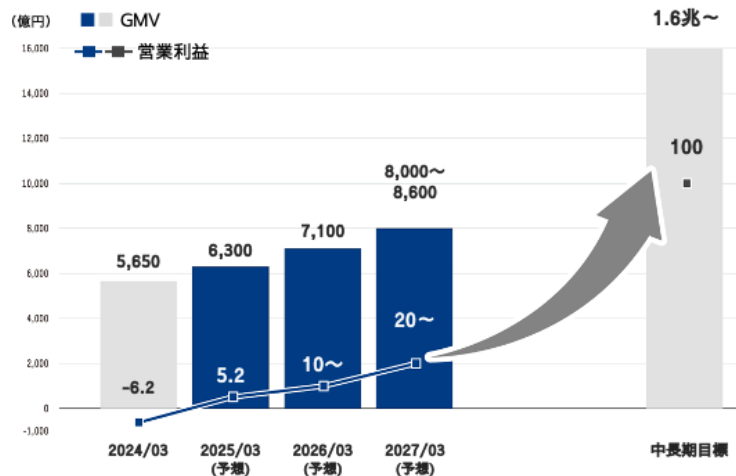
*4 各期のNP後払いにおける取扱高のうち、14ヶ月を超えて未払いとなった取引額の割合（2023年3月期については、2024年3月末時点で未払いとなっている取引額の割合（債権売却前および貸倒処理前のもを含む））

3カ年 事業計画
(FY25/3~FY27/3)

今期を初年度とする3か年の事業計画となります。

3カ年財務ポリシー（GMV×営業利益）

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



中期計画 (3年後：2027/3期)

GMV 8,000~8,600億円
(CAGR12%~15%)

営業収益300億円以上
営業利益20億円以上

中長期 目標

営業利益100億円

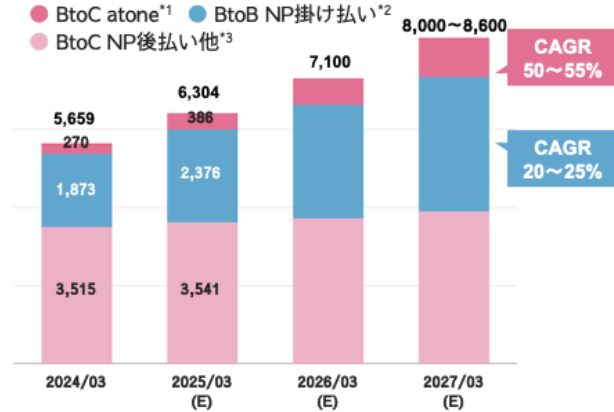
3年後の27年3月期にGMVは8,000億円、営業収益300億円、営業利益20億円以上の達成を目指します。

GMV成長率は12~15%と確実性の高い計画であり、アップサイドを目指していきます。

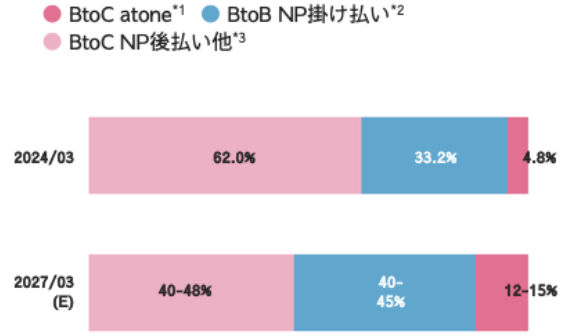
ポートフォリオ（サービス別GMV成長率・GMV構成比率）

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

こちらは向かって左が各サービスのGMVの伸び・成長率、右が構成比イメージとなります。

BtoB事業は規模が大きくなるため、足もとの成長率と比較すると成長率が下がって見えますが、

2027年3月期にはNP後払いと同等の規模にまで成長し、BtoCと並んで事業の2本柱となります。

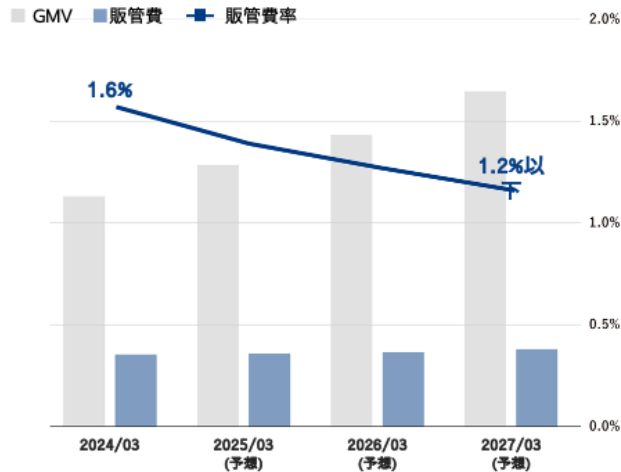
BtoCはatoneが50%を超える伸びで、もう一つの成長のエンジンとなります。

■ 販管費ポリシー

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、販管費率を下げしていく。

■ 販管費率(GMV対比)の推移イメージ



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。

次に販管費の考え方です。

GMVの積み上がりに対して、販管費は微増に留まるため、販管費率が下がり、一層の利益を生み出していきます。

主要な販管費として正社員人件費・システム開発費・マーケティング費がありますが、これらの効率化を図ることでコストコントロールをしていきます。

BtoC市場における戦略

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。

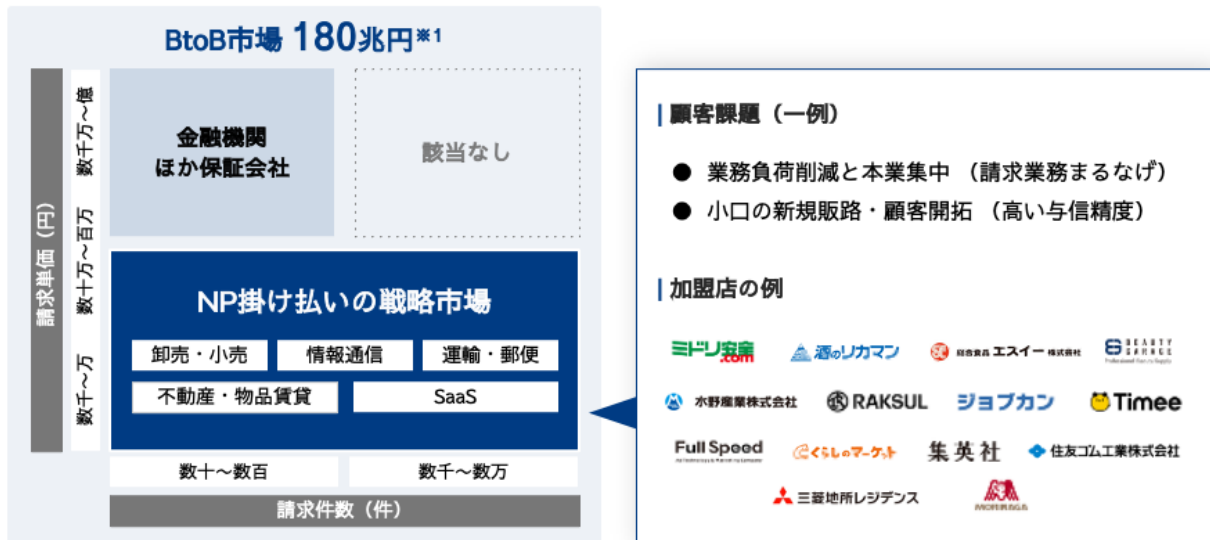


*1 経済産業省「令和4年度電子商取引に関する市場調査」、一般社団法人キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス・ロードマップ2023」、内閣府「国民経済計算（GDP統計）」

BtoCの「atone」は50%以上の成長を見込んでいますが、その戦略をご説明します。「atone」はSMS認証での与信や電子請求といった特徴から、従来の後払い決済では参入できなかった市場に入っていきます。具体的には、サービス、デジタルといったECの非物販市場、さらに対面店舗市場です。いずれもほとんど後払いが導入されておらず、大きなブルーオーシャンが広がっています。

BtoB市場における戦略

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。



*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))。

BtoB決済代行シェアNo.1を誇る「NP掛け払い」は、20%以上の成長を見込んでいます。

国内の労働人口の減少やインボイス制度開始といった外部環境もあり、請求業務のアウトソース需要が高まっています。

特に、量が多くなりやすい小口の請求においては、これまで10年以上与信と請求機能を磨き続けてきた当社の強みがそのまま適用できます。

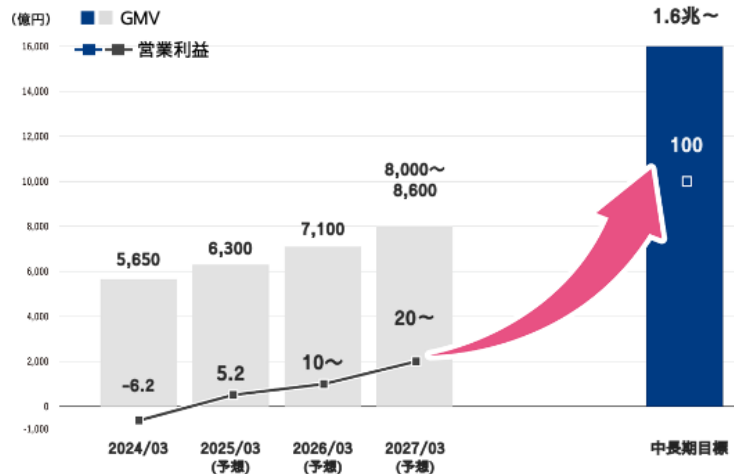
膨大な市場が存在しています。

非連続的な事業成長に向けて

これまで説明した3か年計画は現行のビジネスの延長線上でのリニアな見通しになりますが、さらなる非連続的な成長に向けた、新たな取組についてもご説明を差し上げます。

中長期目標 (GMV×営業利益)

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



中長期目標

営業利益100億円

中期計画
(3年後：2027/3期)

GMV 8,000~8,600億円
(CAGR12%~15%)

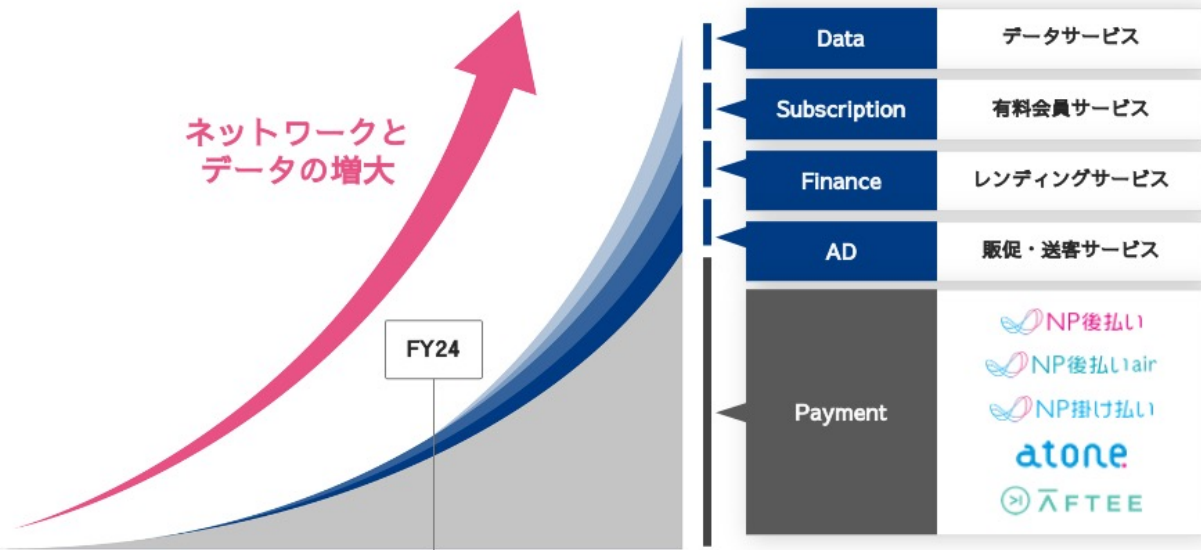
営業利益20億円以上

当社では、後払い決済で蓄積した資産を活用することで、早期に営業利益100億円を突破できると考えています。

これまでは販売元である加盟店を増やすことで成長してきましたが、
今後は買い手である購入者・購入企業に新たなサービスを提供していくことにより、
さらなる成長を実現していきます。

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。



© Net Protections Holdings, Inc.

42

当社は後払い決済を通じて、売り手・買い手とのネットワークと莫大なデータ資産を増やし続けています。

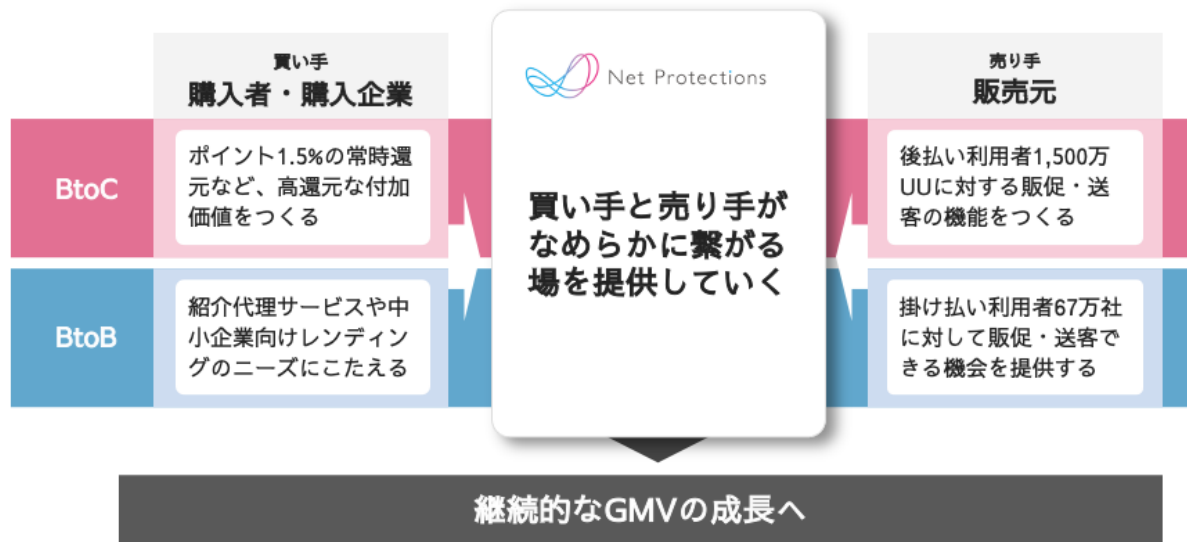
これらを活用することで、

購入者・購入企業向けの販促や送客サービス、レンディングサービス、有料会員サービスなどの新サービスを順次本格化していきます。

結果として、後払い決済サービスでの事業計画に加えて、さらなる企業価値向上を目指します。

価値提供と事業成長のサイクル

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。

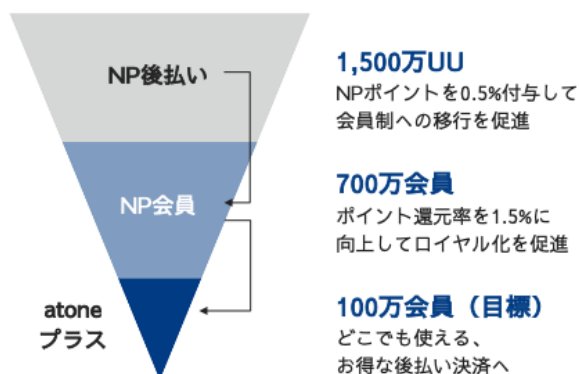


当社ではBtoCで購入者1,500万人、BtoBで購入企業67万社と、広くご利用いただけますが、これらの買い手向けの付加価値を高め、会員制サービスを強化していきます。そのうえで、売り手と買い手がなめらかに繋がれる場を整えていき、会員が増大するほど、その場の価値は大きく向上していきます。

■ BtoCの買い手向け戦略「atone プラス」

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



■ 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

BtoC事業における買い手むけの柱となる戦略は「有料会員制」です。

業界最高レベルの高いポイント還元率、手数料無料の分割払いといったあたりが特徴です。

一部のお客様向けにテスト利用を開始しており、会員一人当たりの平均請求額は月間4万円を超えています。

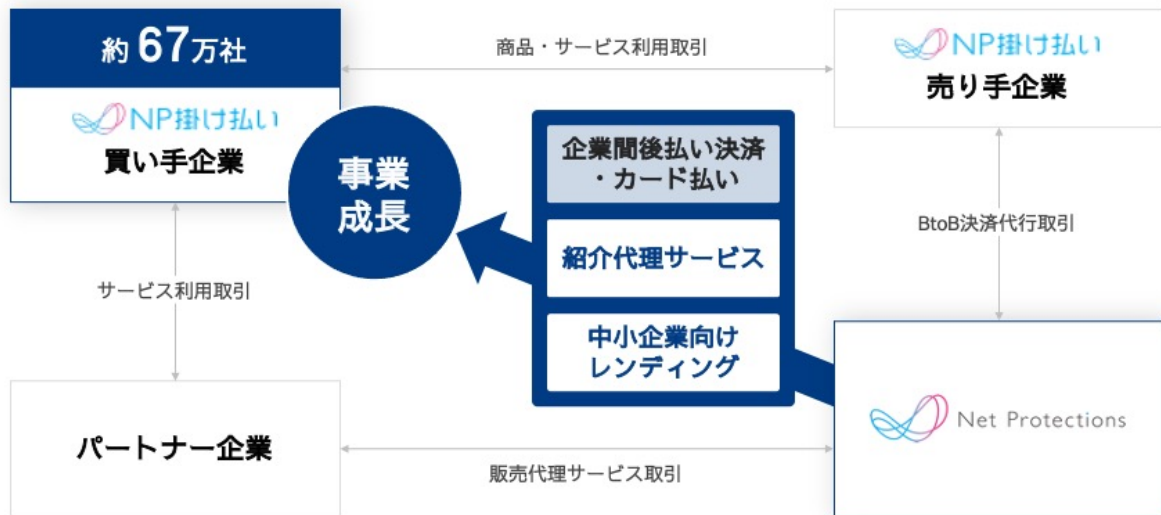
24年度冬に本格的にサービスを開始する予定です。

このatoneプラスの成長に合わせ、キャンペーンの場であるatone shopsも連動して成長することを見込んでいます。

尚、これらサービスによるGMV/売上向上については、27年3月期までの数値計画に一部のみ反映しています。

■ BtoBの買い手向け戦略「決済を超えた事業支援」

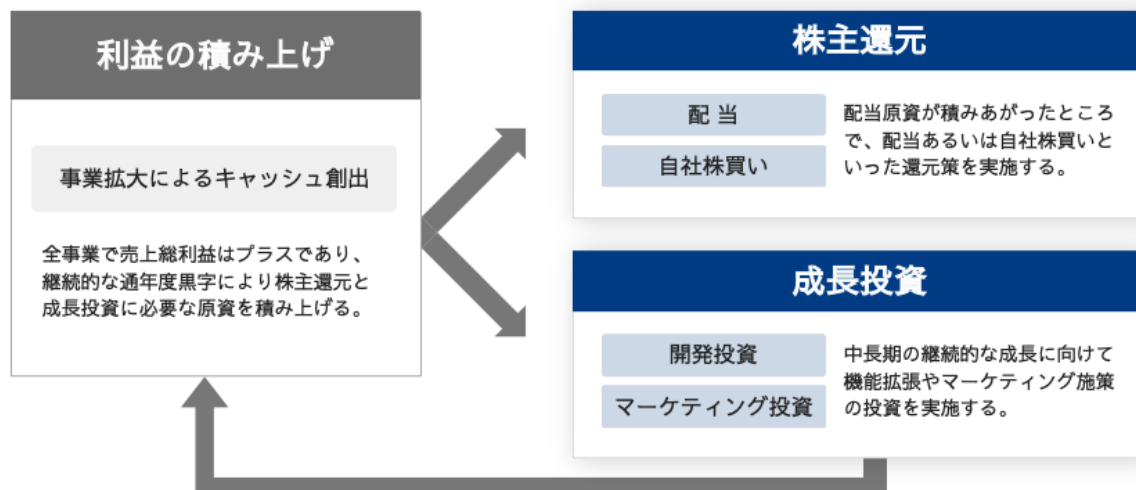
NP掛け払いの買い手企業67万社に対して、紹介代理サービス、中小企業向けレンディングなどを通じて事業支援を行う。



BtoB事業における買い手むけの戦略は「決済を超えた事業支援」です。業務を効率化するITツールなどをご紹介するサービスや、簡便に小口融資を受けることができるレンディングサービスなどを提供します。既にサービスのテストや一部提供を開始しており、順次、サービスを本格化する予定です。こちら、3か年の数値計画には一部のみ反映しています。

株主還元の方針

利益の積み上げとともに、配当あるいは自社株買いといった還元策の実施へシフトする。



株主還元方針となります。

当社サービスはすべて売上総利益はプラスに転じているので、今後は継続的な黒字によりキャッシュを創出していきます。

そのうえで、配当原資が積み上がったところで、配当あるいは自社株買いといった還元策を講じる予定です。

合わせて、利益の一部を成長投資にまわすことで、継続的な利益成長を目指していきます。

トップラインと利益がバランスした成長を目指す

- 25/3期からの3カ年は利益を積み上げ、27/3期に営業利益20億円以上。
- GMVは二けた成長を続け、27/3期に8,000～8,600億円。
- 販管費は規律ある運用とし、27/3期にGMV対比販管費率1.2%をベンチマーク。

新戦略として「買い手むけの付加価値」によるアップサイドを目指す

- 全サービスでメンバーシップ制を軸に付加価値を提供しマネタイズしていく。
 - BtoC 1,500万人に支払い手段の多様化、ポイント還元による利便性&特典の充実。
 - BtoB 67万社に決済のみならず中小企業むけの金融サービスの提供。

最後に中期経営計画のまとめとなります。

今期をスタートとする3か年についてはトップラインと利益をバランスさせた成長を計画しており、

27年3月期には営業利益20億円以上を目指します。

そのためにGMVは8,000億円以上、販管費率は1.2%以下にコントロールする計画となります。

もう1つは新戦略として買い手である購入者・購入企業の付加価値を上げていきます。BtoCの購入者1,500万人、BtoBの購入企業67万社に新たなサービスを提供することで非連続な成長を目指します。

以上、24年3月期 通期決算発表となります。長時間の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/>



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。