



株式会社ネットプロテクションズホールディングス
2025年3月期 第1四半期決算説明

2024年8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。

2025年3月期 第1四半期 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)

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。
2025年3月期 第1四半期の決算説明をはじめさせていただきます。

25/3 業績予想の上方修正	3
全社業績ハイライト	8
経営TOPICS	22
Appendix	26

アジェンダはご覧のとおりとなります。

最初に業績好調にともなう上方修正についてご報告差し上げ、その後に業績の詳細を説明いたします。

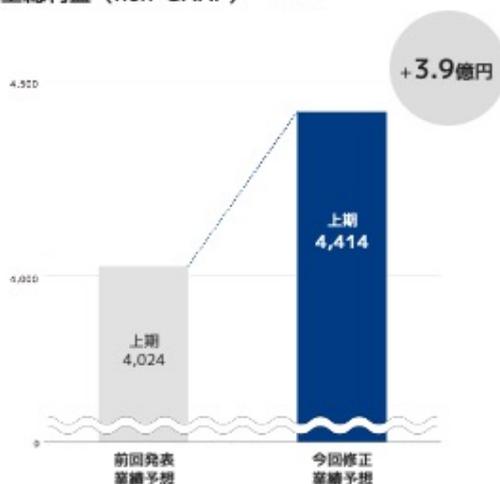


**25年3月期
業績予想の上方修正**

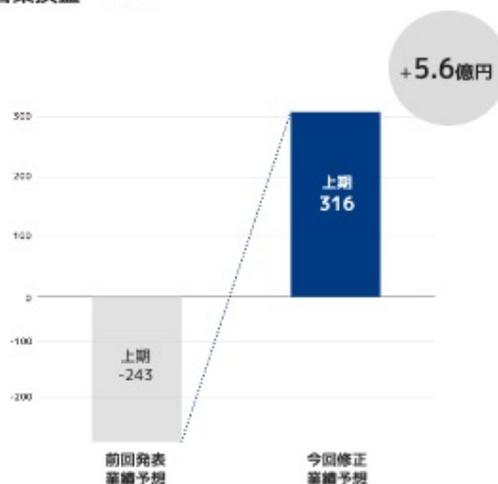
25年3月期 業績予想の上方修正

上期の売上総利益+3.9億円、営業損益は+5.6億円の見込み（前回発表 業績予想対比）。
大幅な計画超過が確実視されるため、業績予想を上方修正。

売上総利益 (non-GAAP) (百万円)



営業損益 (百万円)



前回発表の業績予想では、ある程度保守的に設計しておりました。
それも、上期は赤字予想でしたが、与信の改善やコストコントロールの徹底により、第1四半期で既に黒字を計上、大幅な計画超過となっております。

上期の営業利益は3億円を超える見込みで、通期でも業績の上振れが確実視されるため、上方修正いたします。

25年3月期 業績予想の上方修正

第1四半期の実績上振れを上乗せし、通期業績予想を上方修正。
営業利益は5.2億円から10.8億円となり、前回発表から2倍に。

(百万円)	前回発表 通期予想 (A)		今回修正 通期予想 (B)		(B) - (A) 増減額	(B) ÷ (A) 増減率
	通期		通期			
	上期	下期	上期	下期		
GMV (non-GAAP) *1	630,500		630,500		-	-
	300,000	330,500	300,000	330,500		
営業収益	23,000		23,000		-	-
	10,740	12,260	10,740	12,260		
売上総利益 (non-GAAP) *2	9,062		9,452		390	+4.3%
	4,024	5,038	4,414	5,038		
営業損益	520		1,080		560	+107.6%
	(243)	763	316	763		
税引前利益	433		983		550	+127.0%
	(283)	716	266	716		
親会社の所有者に帰属する 当期利益	268		658		390	+145.5%
	(167)	435	223	435		
EBITDA	2,273		2,803		530	+23.3%
	628	1,644	1,158	1,644		

*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)

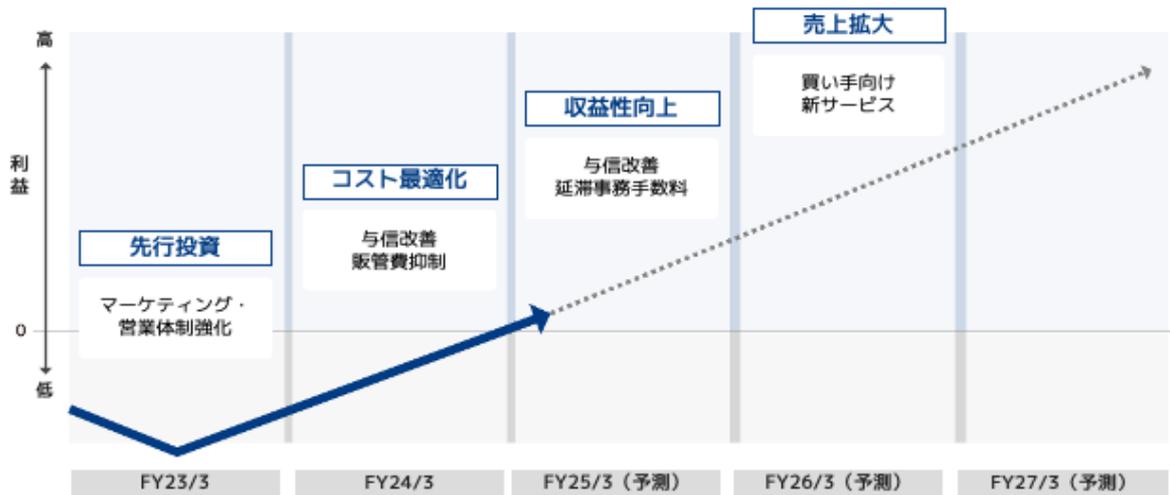
こちらが修正内容となります。

GMV・営業収益は計画どおりのため据え置きとし、段階利益を上方修正しています。
考え方ですが、第1四半期の計画比の上振れを、そのまま上乗せしたものととなります。

第2四半期以降も利益計画の達成に自信を持っておりますが、
新しい取組みである延滞事務手数料の徴収が始まったばかりですので、
その影響が検証できましたら、必要に応じて追加のご案内ができればと考えております。

利益創出に至る取組と今後の見通し

先行投資期を経て、コスト抑制×収益性の向上により利益体質に。
今後は利益を意識しながら、さらなる売上拡大を目指す。



この度の黒字転換は計画的に取組んでおり、また今後も発展性の高いものとなります。

当社サービスはすべてのサービスにポテンシャルがあることから、上場直後はマーケティングや営業人員を中心に先行投資を進めてまいりました。一時的に売上と販管費のバランスは崩れましたが、この1年間で最適化できています。

具体的には、営業体制を強化したことで、今まで外注していた業務を社内で完結できるようになっています。また、マーケティングについても知見がたまり、ROIが高まってきています。合わせて、当社の強みである与信にさらなる磨きをかけ、原価抑制を進めてきました。

結果、今期については第1四半期から黒字転換しています。

また、7月1日からNP後払いで大きな営業収益の向上が見込まれる延滞事務手数料をリリースし、計画通りに運用できております。第2四半期以降はその効果も期待できる状況です。

今後は利益をしっかり意識しつつ、あらためて売上成長に向けたサービス拡大にも注力していきます。

そして、戦略を確実に進めていくことで、企業価値を高めていきたいと考えています。

低未払いの実現

独自与信システムを磨き上げることで、今後も低い未払い率の実現が可能。

与信システム改善施策

		24/3期 下期	25/3期 上期	25/3期 下期
NP後払い	取組内容	不正検知ロジックの改善	与信上限額のチューニング	
	期待効果	不正取引の検知強化	与信通過率の向上 / 未払いの抑制	
atone	取組内容	スコアリングモデルの刷新	不正検知ロジックの刷新	スコアリングモデルの改善
	期待効果	与信上限額設定の精度向上	他事業の成功モデルを活用	蓄積データをもとにモデルの最適化
NP掛け払い	取組内容	与信上限額の厳格化		与信上限額のチューニング
	期待効果	高額取引の審査強化		与信通過率の向上 / 未払いの抑制

とりわけ与信コントロールが収益性の安定・向上に重要となるため、注力しています。

サービスによって加盟店・ユーザーが異なるため取組は個別に走らせてますが、効果が良かった施策は他サービスにも応用し取り入れることで、効率的に与信改善を進めることができます。

また与信を厳格にし過ぎると、与信通過率が下がりGMVに影響を及ぼすため、当社では、定期的に与信のチューニングを行うように心がけています。

以上のように各サービスに適した与信改善とチューニングを推進しているため、今後も低い未払い率を維持しつつGMVの拡大ができるものと考えます。



全社業績ハイライト

8

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。

全社

GMV 2桁成長・黒字化の達成。

全社 GMV **1,494億円** 前年同期比 **+10.0%**
(BtoC +0.6%、BtoB +30.4%)

1Q 営業利益 **2.7億円**
前年同期比 +6.2億円

BtoC atone	BtoC NP後払い 他	BtoB NP掛け払い
1Q GMV 80億円 前年同期比 +34.3%	1Q 売上総利益 16億円 前年同期比 +26.2%	1Q GMV 555億円 前年同期比 +30.4%
<p>Topics</p> <p>EC領域で新規店の導入・既存店の伸長がともに好調。</p>	<p>Topics</p> <p>健康食品の風評被害によりGMVは858億円 (YoY-1.7%) も、不正検知の改善効果により、売上総利益は大幅な積み上げ。</p>	<p>Topics</p> <p>求人広告と食品卸カテゴリーの取引が伸長。</p>

先ほどもご説明しましたが、営業利益は前年同期比で6億円ジャンプアップし、2.7億円と黒字転換しています。

サービス別に見ますと、atoneのGMVは+34%と力強く成長しています。ECでの新規加盟店の獲得、既存店の取引増加がともに好調でして、良いサイクルに入ってきました。

NP後払いはキャッシュ・カウのビジネスとして売上総利益を重要指標に据えておりますが、第1四半期も与信コントロールが上手くいき、前年同期比で26%増の結果となりました。

NP掛け払いは引き続き好調を維持しています。昨年から引き続き求人広告の取引が牽引していますが、加えて食品卸の取引も伸長し、GMVは30%成長となります。

■ 全社業績：2025年3月期 1Q_業績サマリー

計画比で早期の黒字化（営業利益2.7億円）を達成。
未払いコントロールにより売上総利益が向上。

(百万円)	FY25/3 1Q		通期業績予想 ^{*4} (前回発表)	
	実績	前年同期比 増減率	通期予想	進捗率
GMV (non-GAAP)	149,481	+10.0%	630,500	23.7%
営業収益	5,254	+1.6%	23,000	22.8%
売上収益	5,091	+0.9%	—	—
売上総利益 (non-GAAP) ^{*1}	2,257	+24.9%	9,062	24.9%
販売管理費	2,137	-6.2%	8,954	23.9%
その他営業費用	8	—	—	—
販売管理費のうちマーケティング費用 ^{*3}	116	-27.7%	539	21.5%
営業損益	273	黒転	520	52.6%
EBITDA (non-GAAP) ^{*2}	681	+4084.7%	2,273	30.0%

^{*1} 売上総利益：売上収益 - (回収手数料+請求書発行手数料+貸倒引当金繰入+貸倒損失+債権売却損+与信費用、NPポイント費用等、その他決済の提供に必要な費用)

^{*2} EBITDA：営業利益 + (減価償却費・償却費+株式報酬費用+固定資産除却損+減損損失-減損損失戻入益)

^{*3} マーケティング費用：販売促進費 (代店店手数料を除く) + 広告宣伝費

^{*4} 2024年5月15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。

全社のGMV・営業収益は計画どおり、段階利益は計画比を大きく上回る進捗となります。

主にBtoCサービスの与信改善により、原価が抑制され、売上総利益は前年同期比で25%近い積み上げができております。

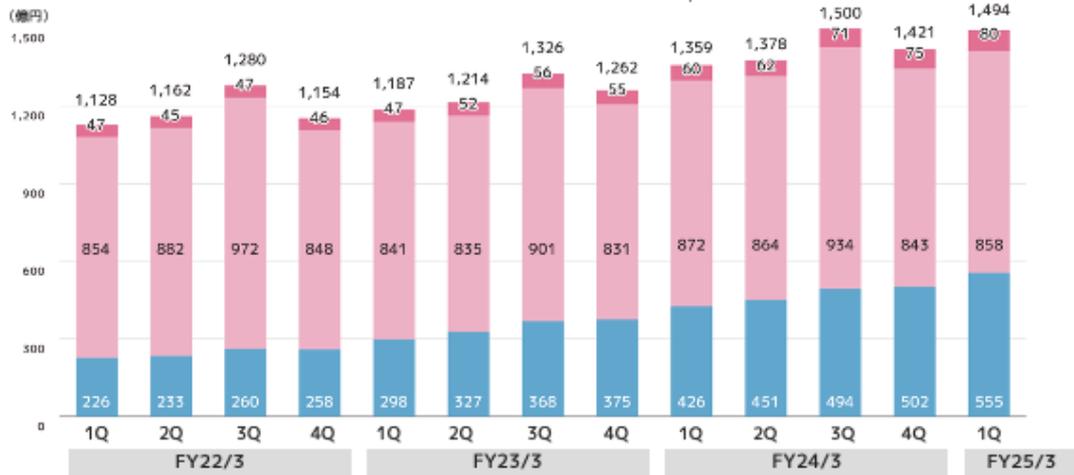
加えて、販管費は効率的に運用できているため、結果として、営業利益は計画費で大幅な上振れとなりました。

第1四半期で利益計画の50%を超える進捗ですので、先の通り、上方修正させて頂きました。

GMV（四半期 推移）

累計全社GMVは前年同期比+10.0%。
atone+34.3%、NP掛け払い+30.4%とけん引。

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



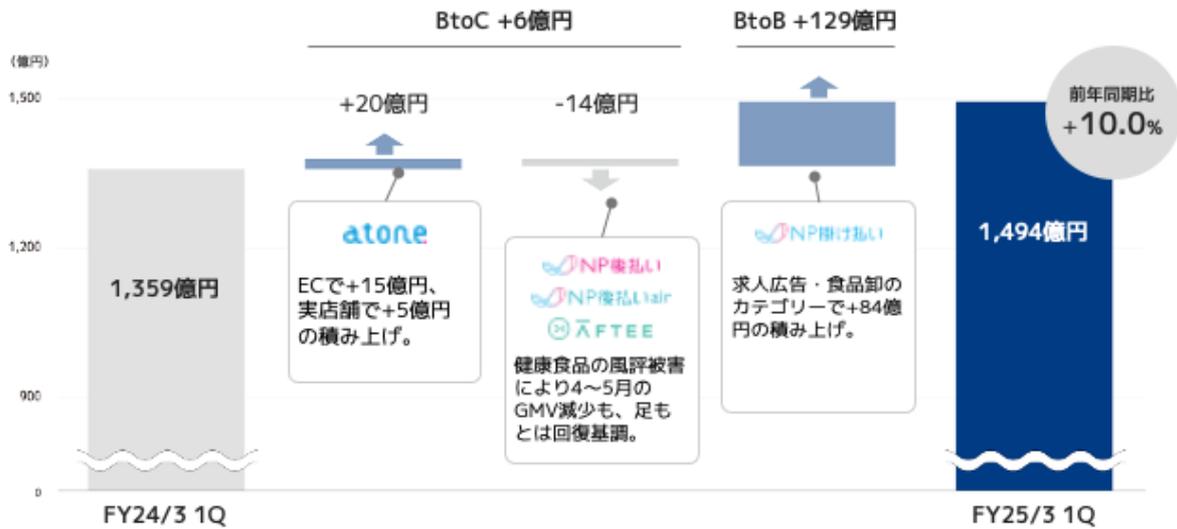
*1 当社グループが提供するatoneを通じて決済される金額（消費税を含む。）の合計額
 *2 当社グループが提供するNP後払い、AFTEE、およびNPカードの各サービスを通じて決済される金額（消費税を含む。）の合計額
 *3 当社グループが提供するNP掛け払いを通じて決済される金額（消費税を含む。）の合計額

全サービスのGMV構成の推移はご覧の通りです。

BtoCのatoneは前第4四半期から引き続き30%を超える成長率を達成しています。
atone、NP掛け払いの2サービスを成長ドライバーとして推進していきます。

GMV（1Q 前年同期比 加算額）

BtoCで6億円、BtoBで129億円のGMV加算により、
全社GMVは前年同期比+10.0%増の135億円の積み上げ。



GMV加算額の内訳となります。

atoneはEC領域に加え、実店舗の取引も増えており、順調に市場を拡大できています。NP後払いは健康食品の健康被害報道により4月、5月のGMVが落ち込みましたが足もとは回復基調です。

BtoBのNP掛け払いは求人広告・食品卸といった飲食店に紐づく取引が拡大しています。

業績予想_営業パイプライン (GMVの見通し)

1年以内の稼働予定の受注残GMV^{*1}は48.1億円/月。
商談中の検討案件も大幅に増加。

■ 検討中 ■ 受注残 ■ 受注残 (新規受注)



*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。

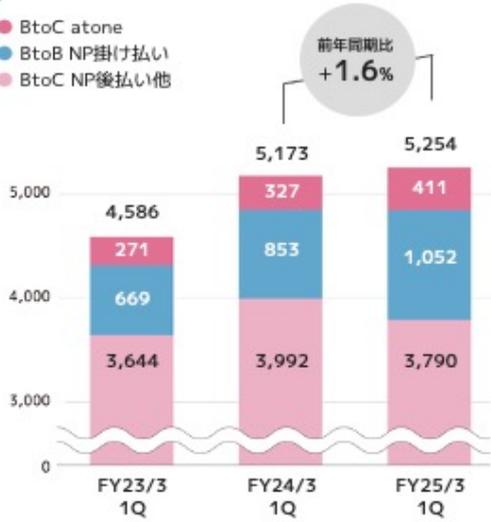
受注残は高い水準でしっかり確保できています。
また、検討中の営業案件が増えていますので、この層からの受注期待も大きい状況です。

営業収益・売上総利益（全社）

主にBtoCサービスの与信コントロールの改善が進み、売上総利益は前年同期比+24.9%。

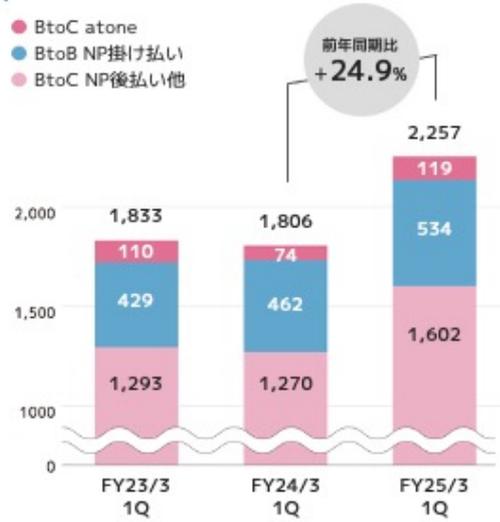
営業収益（百万円）

- 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



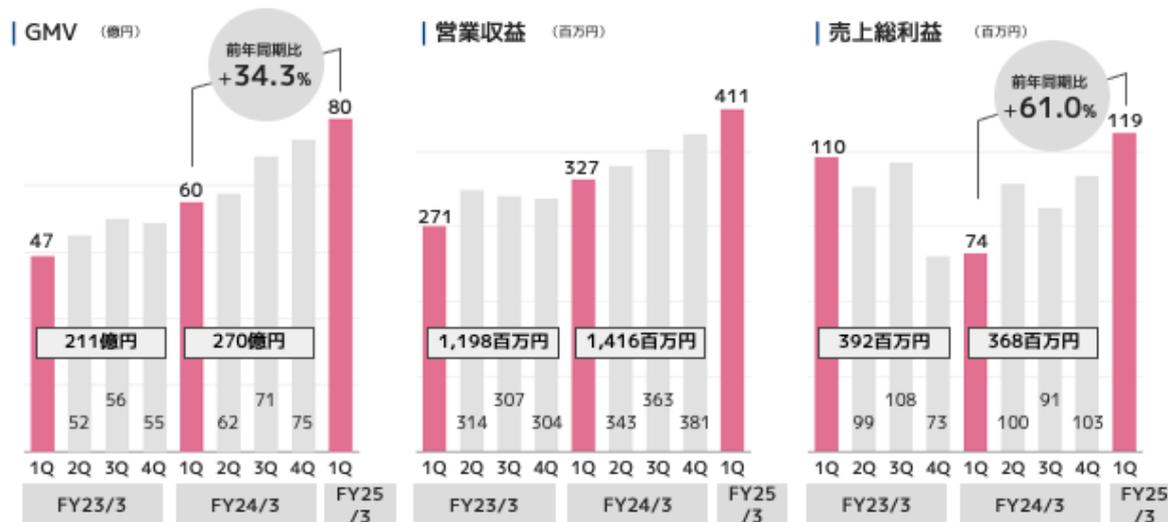
全社の営業収益と売上総利益です。

営業収益は計画どおりの進捗ですが、売上総利益については与信コントロールにより大きくジャンプアップしています。

過去2年と比べても、しっかり利益が出せる体質になっていることが、お分かり頂けるかと思います。

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。

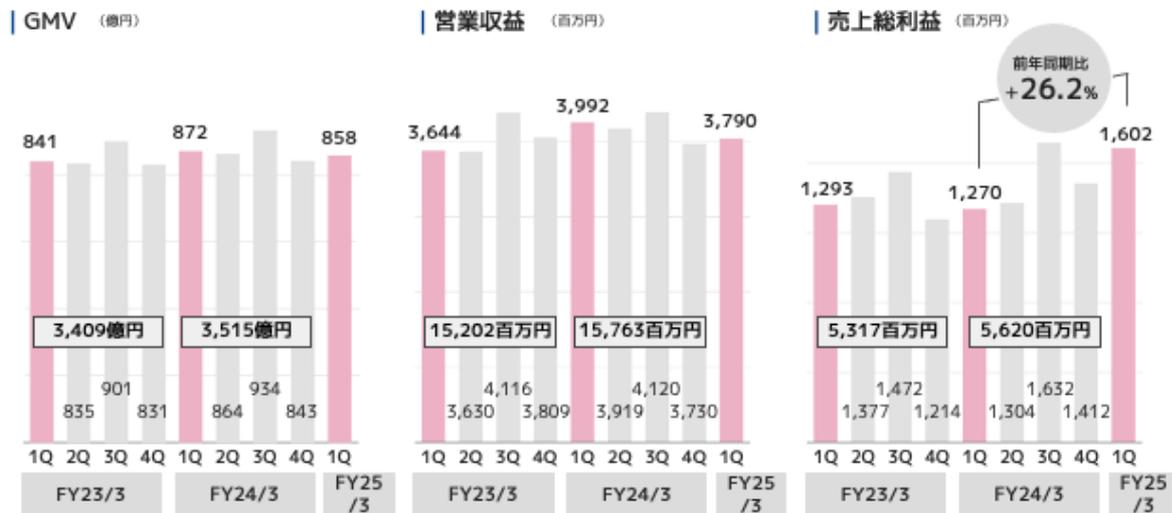
EC・実店舗の幅広い市場に浸透が進み、GMV+34.3%。
未払い率もコントロールできており、売上総利益は+61.0%。



atoneは第1四半期のGMVは34%増と力強く成長しています。
ECの非物販、実店舗といった新市場への浸透を主戦略としていますが、この戦略が
上手く進んでいる状況です。

また、与信改善も進んでおり、GMVに比例して売上総利益も積み上がる構造になっ
てきています。

健康食品の風評被害によりGMVは一時的に影響を受けるも、不正検知の継続的な取組みにより、売上総利益は+26.2%と大幅な積み上げを達成。

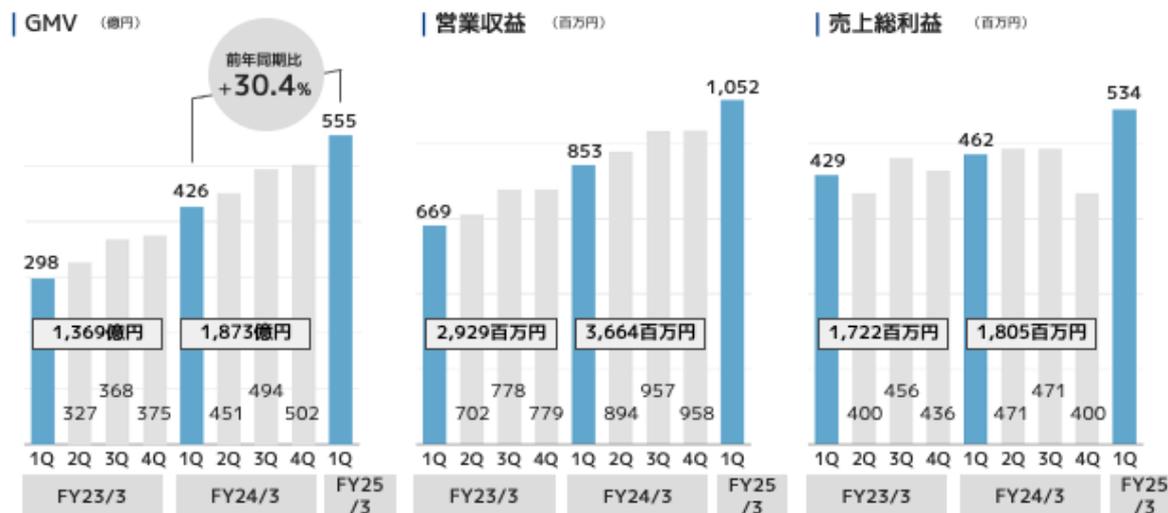


NP後払いはGMVは横ばいも、売上総利益を前年同期比で26%増にすることが出来ました。

昨年から不正検知の取組みを進めていますが、ついに、想定未払い率を過去20年で最も低い水準に下げることが成功しています。

尚、営業収益がGMV以上に減少して見えますが、これは請求書の電子化の影響です。売上は減るものの、請求書コストも抑制され、売上総利益にはポジティブなものとなります。

GMVは+30%超の成長を継続。営業収益は四半期で初の10億円を突破。

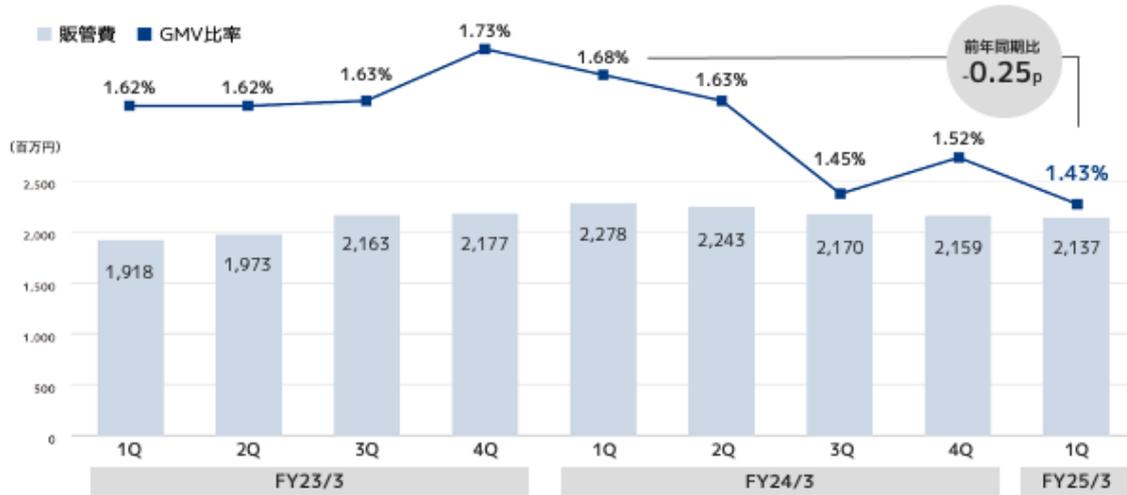


BtoBのNP掛け払いは、引き続きGMV30%成長の好調をキープしています。四半期の営業収益も10億円を突破する規模に拡大しています。

尚、昨年はゼロゼロ融資終了にともない、一部、資金繰りが厳しくなる企業が出ていましたが、足もとの与信の厳格化により、未払いの悪化のヤマは超えたと言えます。

販売管理費（四半期推移）

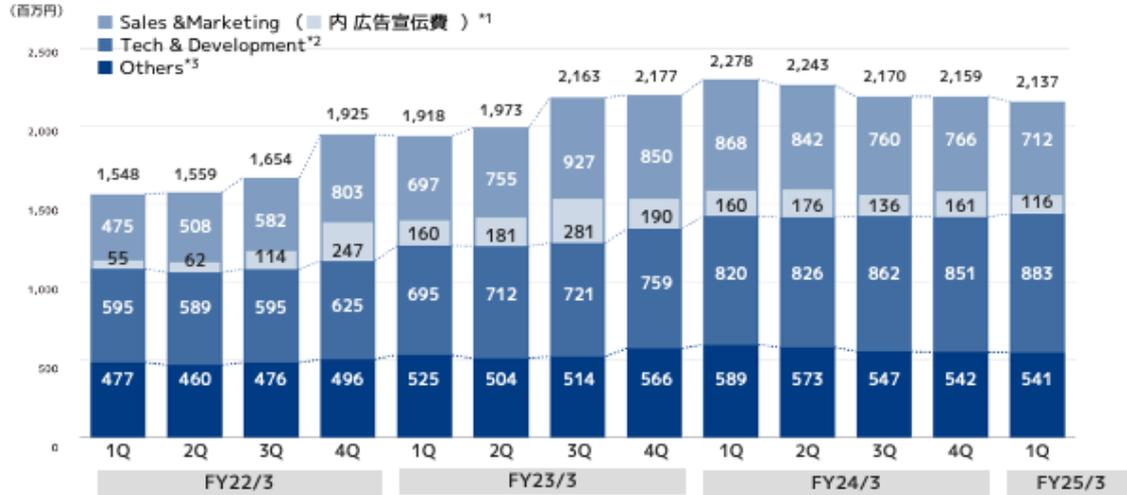
販管費率は前年同期比で0.25P良化し1.43%。
コストコントロールの徹底が進む。



販管費およびGMV対比の販管費率の推移です。
昨年の販管費は1.6%台でしたが、今期は1.4%台と確実に効率化が進んでいます。

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 & ディベロップメント：システム開発・与信関連業務等に関わる、人件費・アウトソース費・運営関連費等
 *3 その他：上記*1、*2以外の販売管理費（バックオフィスに関わる人件費・アウトソース費、および各サービスサポートデスクのアウトソース費等）

項目で見ますと、セールス&マーケティングの効率化が進んでいます。

一方、マーケティングは重要な成長戦略と考えるので、リターンが見込める取組み、とくに加盟店開拓のための広告宣伝については、あまり抑えすぎないようにバランスを取りたいと考えています。

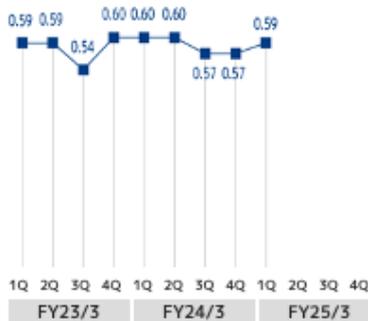
参考) 販売管理費_対GMV比率推移

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

| Sales & Marketing (%)



| Tech & Development (%)



| Others (%)



*1 セールス & マーケティング：セールス・マーケティングに関わる、人件費・アウトソース費・運営関連費・マーケティング費等
 *2 テック & ディベロップメント：システム開発・与信関連業務等に関わる、人件費・アウトソース費・運営関連費等
 *3 その他：上記*1、*2以外の販売管理費（バックオフィスに関わる人件費・アウトソース費、および各サービスサポートデスクのアウトソース費等）

項目別のGMV対比の販管費率です。

システム開発たるテック&ディベロップメントは微増も、それ以上にセールス&マーケティングの効率化が進み、オペレーティング・レバレッジが効く構造になっています。

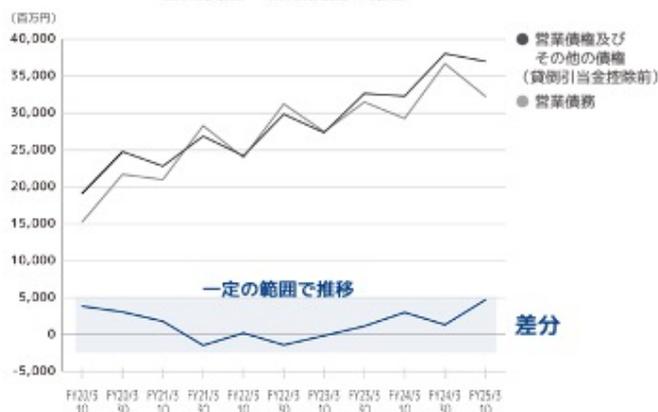
金利・為替変動による事業影響について

金利上昇・円高など為替変動によるB/S・P/Lリスクは極めて限定的。

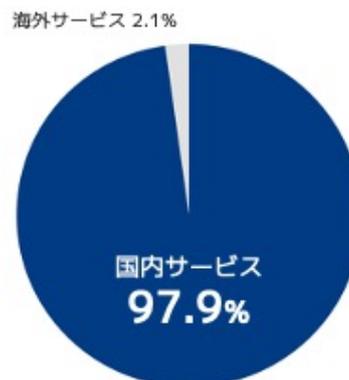
債権と債務は短期でバランスしており、GMVが増加しても借入等による運転資金は不要。

売上の98%が国内サービスのため為替変動によるPLインパクトはほぼ無い状況。

営業債権・営業債務の推移



サービス別売上構成比 (2024年3月期)



*1 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。
*2 NP後払いにおける事例。

最後に金利・為替変動の事業影響について説明します。

日本におきましては、今後利上げ、円高に向かっていくと予想されますが、当社への事業リスクは極めて限定的と言えます。

当社の多くのサービスは、先に利用者から代金回収し、そのあとに加盟店に支払うため、債権と債務が短期でバランスしており、大きな運転資金は不要ですので、金利影響は受け辛いです。
また、海外展開はしているものの規模は小さく、ほぼ国内の売上ですので為替リスクもほぼ無い状況です。

足もとの利上げ・円高の業績影響は基本的にありませんので、ご安心いただければと思います。



経営TOPICS

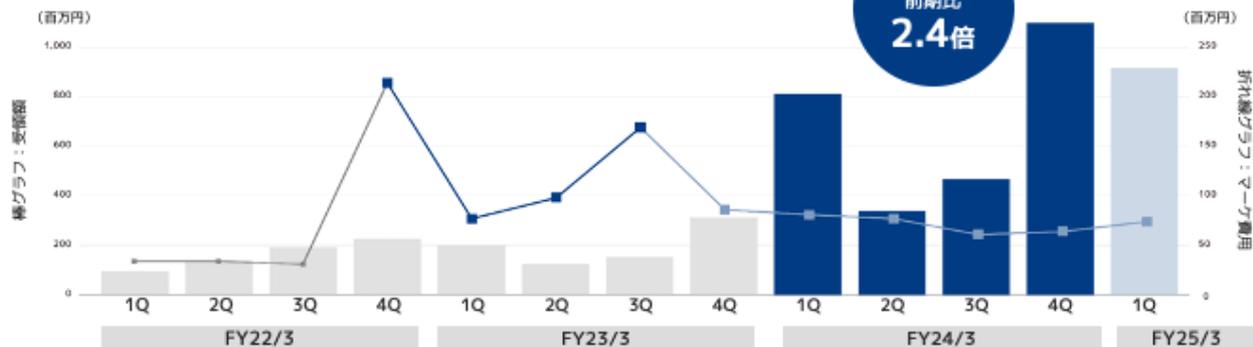
22

経営トピックスはわたくし柴田から説明差し上げます。

BtoB (NP掛け払い) _マーケティングの効率化による継続的な高成長の実現

23/3の積極的なマーケ活動により、24/3の新規受領は前期比2.4倍に。
足もとはマーケの効率化を推し進めることで、25/3の受領はさらに増加トレンド。

マーケティング費用と受領額の推移



マーケティング目的
取組内容

認知形成メイン
マスマーケ (タクシー広告)
WEB広告の強化

案件獲得と認知形成のバランス
WEB広告の効率化
イベント出展

BtoBのNP掛け払いですが、かつてないほど良い事業環境と言えますので、ご説明差し上げます。

BtoBはマーケティングを効率化させることで、継続的な高成長を実現できる状況になってきました。

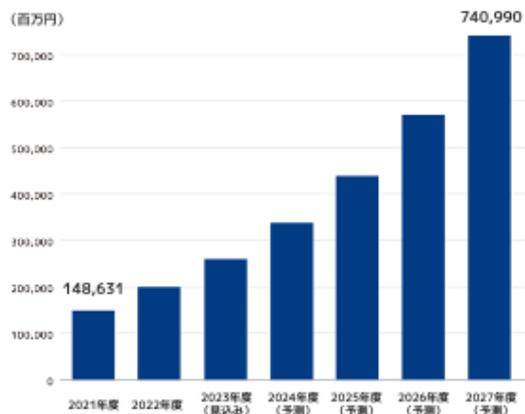
2年ほど前にマーケティングの強化として、タクシー広告を中心にマスマーケティングに取組みましたが、
そこで獲得した案件は、おおよそ1年後に稼働に至っています。
24年3月期の新規受領のGMVは前期比の2.4倍に増え、これらの加盟店がBtoBの成長を支えています。

足もとは高額なマスマーケティングに頼らず、WEB広告の効率化、あるいはイベント出展を増やすことで認知形成と案件獲得をバランスよく取組めており、昨年を超える受領ペースとなっています。

BtoB市場のポテンシャル

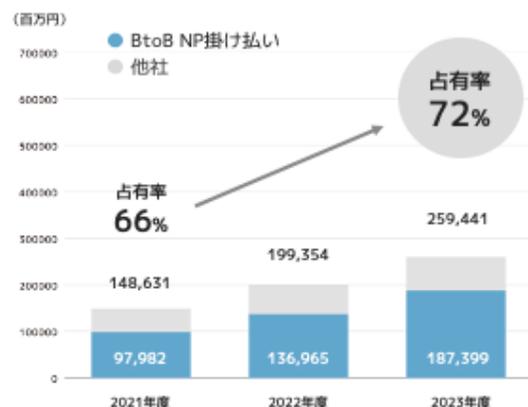
BtoB掛け払い市場は今後も拡大が見込まれる成長市場。
当社 NP掛け払いの市場シェアは70%を超えるNO1ポジション。^{※1}

BtoB掛け払いサービス市場規模推移と予測



*出典：株式会社矢野経済研究所「BtoB掛け払いサービス市場に関する調査（2024年）」（2024年07月01日発表）
注1. サービス提供者取扱いベース
注2. 2023年度は見込み、2024年度は予測値
※1 BtoB掛け払いサービス市場規模データをもとに当社にて試算

掛け払い市場における当社BtoBの占有率推移 ^(※1 当社試算)



BtoB掛け払い市場は大きなポテンシャルを秘めています。
小切手・手形・現金といった旧来の決済手段からのリプレイスも期待される成長市場です。

また、当社は以前からNO1のポジションを築いていますが、この数年で、占有率は更に上がっており、現在は70%を超えていると試算しています。

おかげさまでさらに引き合いも増えているので、今期はもちろん、中期計画に対しても十分に上振れを狙えるものと考えています。

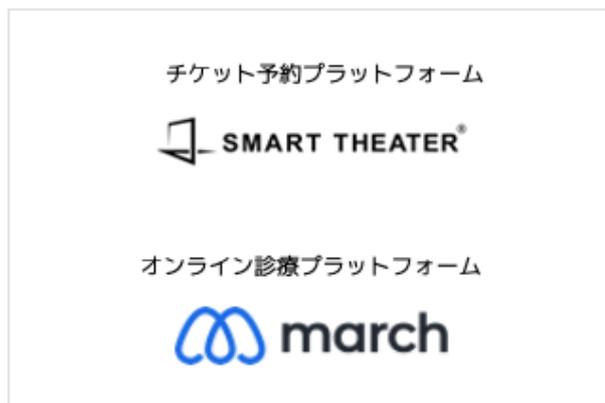
1Qも大手店が新規導入・専用プラットフォームとも連携。
2Q以降のGMV成長・新規導入店の増加を見込む。

オンライン・ストア



※ネットストアで導入

プラットフォーム



25

BtoC事業では、atoneの営業体制を強化してきましたが、こちらも成果が出てきています。

この第1四半期では、スーパー・ライフスタイル・エンタメと各カテゴリーの大手が稼働しています。

尚、直近で稼働した無印良品様においては、利用促進のキャンペーンも取組んでおり、atoneのユーザー獲得にも注力できている状況です。

また、昨年から引き続き、プラットフォームとのシステム連携も進んでいるため、更に加盟店獲得は加速していく見込みです。

以上、25年3月期 第1四半期の決算説明となります。
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

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。