

モビルス株式会社  
2025 年 8 月 26 日

## 後払い最大手のネットプロテクションズが「MOBI CAST」導入 ～LINE 通知メッセージで 100 万通の支払い通知、コスト 40%削減～



コンタクトセンター向け CX ソリューションを開発・提供するモビルス株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長:石井智宏、以下:モビルス)は、この度、株式会社ネットプロテクションズ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:柴田 紳、以下ネットプロテクションズ)の通販向け後払い決済サービス「NP 後払い」、訪問型役務サービス向け後払い決済サービス「NP 後払い air」に、LINE セグメント配信システム「MOBI CAST(モビキャスト®)」を導入したことをお知らせします。

この導入により、支払い通知の送付において、従来の SMS に加え、LINE 通知メッセージ※1 の併用運用を開始しました。

LINE での通知は導入から 100 万通を超えて配信され、送付コストは約 40%削減されました。加えて、問い合わせ件数の減少、業務の効率化、顧客満足度の向上といった成果も得られています。

本取り組みは、両サービスの利用者に支払い期限を通知するもので、使い慣れた LINE を通じることで“優しい支払い通知”という新たな顧客体験を提供しています。この結果、利用者の支払い忘れが防がれ、未払いリスクの軽減や、利便性の向上にもつながっています。今後は年間最大 360 万通の自動配信を視野に入れています。

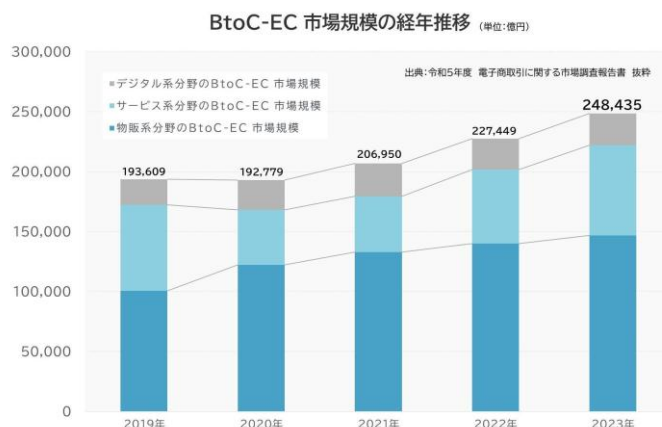
【ネットプロテクションズへの導入インタビューはこちら:<https://mobilus.co.jp/case/netprotections>】

※1「LINE 通知メッセージ」とは、利便性の高い通知を LINE で個別に受け取ることができる機能です。荷物の配送予定や公共料金の案内、航空機の遅延／欠航通知など、生活を豊かにする情報が企業の LINE 公式アカウントからメッセージとして届きます。なお、配信される LINE 通知メッセージは、LINE のユーザーにとって有効かつ適切であると判断したものに限定され、広告目的のものは配信されません。

### ■ 導入の背景

近年、BtoC-EC(消費者向け電子商取引)市場規模は拡大を続けており、2023 年には前年比 9.23%増の 24.8 兆円に達しました※2。こうした成長に伴い、後払い決済サービスへのニーズも年々高まっています。

後払い決済は、利用者(商品購入者)から「商品を確認してから支払える安心感」や「クレジットカード不要の手軽さ」「支払いタイミングの自由度」といった点が評価されており、後払い決済サービス導入企業にとっても「カゴ落ち※3 防止」「売上向上」「未回収リスクの保証」「請求・督促業務の効率化」など多面的なメリットがあります。こうした背景から、後払い決済の利用は企業・消費者の双方で拡大を続けています。



ネットプロテクションズは「NP 後払い」「NP 後払い air」などの後払い決済サービスを展開し、BtoC 領域における年間取扱高は 3,790 億円※4 にのびります。なかでも主力顧客層である 30～40 代の主婦層を中心に、20 年以上にわたり高い支持を得ています。

一方で、取扱高の増加に伴い課題となっていたのが、SMS による支払通知にかかるコストです。SMS は文字数に応じて費用が発生し、70 文字を超えると費用が増すため一般的に 70 字以内で収める必要があり、「何の支払いかわからない」といった問い合わせが増加していました。また、短文のメッセージを複数回送ることで、心理的な圧迫感を与えやすく、企業イメージや顧客体験を損なうリスクも懸念されていました。

支払い期限を過ぎると、利用者が後払いサービスを継続して利用できなくなる場合があります。後払い決済サービス導入企業にとっても購入機会の損失につながります。このため、コストを抑えながらも圧迫感を与えず、スムーズな支払いを促す新たな支払い通知方法の確立が急務となっていました。

このように、ネットプロテクションズでは、支払い通知コストの削減と利用者にストレスを与えない通知手段の確立が課題となっていました。その解決策として期待されたのが、LINE 通知メッセージの活用です。利用者が内容を的確に理解でき、支払い遅延の防止や購買体験の向上にもつながると判断し、導入が決定されました。

導入サービスの選定にあたっては、費用対効果の高い価格設計に加え、LINE ヤフー社の LINE 通知メッセージ配信に必要な UX 審査への対応力も重視されていました。モバイルスでは、審査通過を前提としたメッセージ内容の作成アドバイスや申請書類の準備など、積極的なカスタマーサクセスの体制が評価され、LINE 通知メッセージの配信を可能にする「MOBI CAST」の導入に至りました。

※2 出典:令和5年度 電子商取引に関する市場調査報告書

<https://www.meti.go.jp/press/2024/09/20240925001/20240925001.html>

※3 利用者が買い物カートに商品を入れたまま決済に進まずに離脱すること

※4 「NP 後払い」「NP 後払い air」等の 2024 年 4 月 1 日から 2025 年 3 月 31 日までの数値。データ提供:株式会社ネットプロテクションズ

## ■ 導入の概要

「MOBI CAST」は、LINE の友だちに対して顧客属性に基づくセグメント配信が可能な LINE セグメント配信システムです。LINE 公式アカウントを活用したリッチメッセージ配信や、LINE 通知メッセージの配信にも対応しており、マルチチャネルでのアウトバウンド配信からチャットサポートとの連携まで可能です。

ネットプロテクションズでは、従来 SMS で行っていた「支払い期限が迫る利用者への通知」を「MOBI CAST」を活用した LINE 通知メッセージとの併用運用を開始しました。SMS は 1 通あたり約 70 文字程度が目安となる一方、LINE 通知メッセージでは各配信項目で利用者ごとの通知情報を表示できるため、ネットプロテクションズでは 130 字程度まで配信が可能になりました※5。これにより、支払い内容の詳細や期限を明記できるようになり、利用者が通知の意図を明確に理解しやすくなりました。

また、日常的に利用されている LINE で通知することで、心理的な抵抗感を軽減し、自然な形で支払いをリマインドします。圧迫感を与えずにスムーズに支払いを促す仕組みを実現しています。

※5 企業によって表示する配信項目や内容は異なるため、配信文字数はこの限りではありません。一部の配信項目では例文指定や文字数制限があります。

## LINE通知メッセージ配信から支払いまでの流れ



LINE通知メッセージの  
支払い通知画面例

※イメージ画像のため実際のものと異なる可能性があります。

## ■ 導入後の成果

### ・年間の支払い通知配信コストを約 40%減、将来的に年間最大 360 万通の配信を自動化へ

LINE 通知メッセージは、開始から 1 年半で約 100 万通を配信しました。2024 年には約 80 万通を配信し、SMS と比較して配信コストを約 40%削減しました。今後は配信の自動化を含め、年間最大 360 万通規模への拡大を視野に入れており、さらなるコスト最適化を見込んでいます。

### ・取引の詳細を明確に伝える通知で、問い合わせを削減と業務効率化を実現

LINE 通知メッセージでは、支払い期限や請求金額、購入店名などの詳細情報を伝えることが可能となり、利用者が通知の内容を的確に把握できるようになりました。これにより、SMS 利用時に多かった「何の支払いかわからない」といったカスタマーサポートへの問い合わせが大幅に減少し業務の効率化につながりました。

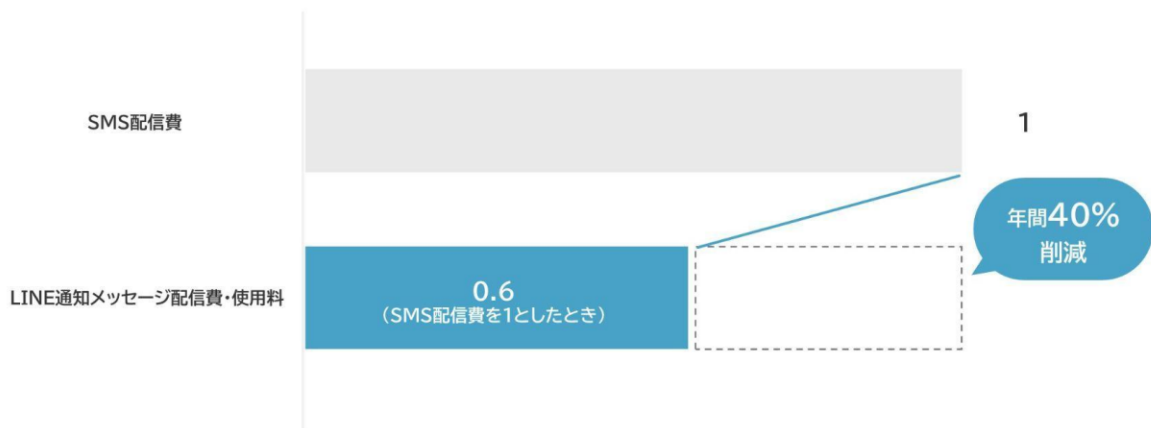
また、開設から 1 年半で友だち数が 10 万人を超えた LINE 公式アカウントでは、通知の背景やサービス内容を説明するメニューを設置し、支払い促進を後押ししています。

### ・圧迫感のない優しい支払い通知手段を確立し、未払いリスク軽減

従来の SMS による複数回通知とは異なり、日常的に使い慣れた LINE での通知は、心理的負担を軽減し、自然な流れで支払いを促すことが可能となりました。

利用者からは「通知が来て便利だった」「支払いを忘れていたので助かった」といった声が寄せられ、顧客満足度の向上にもつながっています。未払いが続くと後払い審査に通らず、利用者の購買機会を損なう恐れがある一方で、加盟店も売上機会の喪失に直結します。こうした背景から、支払いを円滑に促すこの仕組みは、利用者と加盟店双方の利便性向上に貢献しています。また、LINE 通知メッセージを受け取った利用者の支払い回収率は高く、後払い決済サービス導入企業からも好評を得ています。支払い通知に LINE を活用している例は少なく、先進的な取り組みとして差別化にもつながっています。

配信費用の削減効果  
※年間80万通配信した際のSMSとLINE通知メッセージの費用比較



LINE公式アカウント「NP後払い」の画面



## ■ 今後の展望

ネットプロテクションズは、LINE 通知メッセージの導入効果を踏まえ、今後は他サービスへの展開も視野に入れています。まずは、LINE 通知メッセージを年間最大 360 通自動配信する体制の構築を目指すとともに、「MOBI CAST」のセグメント配信機能を活用し、登録者数 760 万人の NP 会員※6 への登録促進やキャンペーン告知など、LINE 公式アカウントを活用したマーケティング施策の強化を計画しています。

加えて、LINE を起点とした新たなカスタマーサポート体制の構築にも着手し、問い合わせ対応の効率化を目的に、利用者の自己解決を促す仕組みや導線の整備を進めています。

モビルスは、「MOBI CAST」をはじめとするソリューションの提供を通じて、ネットプロテクションズの業務効率化、顧客利便性の向上、そしてより良い顧客体験の実現に引き続き貢献してまいります。

※6 ネットプロテクションズが提供する下記のサービスに登録された方の総称。NP 後払い ご購入者様サイト、atone shops(旧 NP ポイントクラブ)、atone(2025 年 3 月 31 日時点における退会を除いた会員数)。データ提供:株式会社ネットプロテクションズ



## ■ 株式会社ネットプロテクションズ BtoC サービス&プロダクトグループ 須藤 克基 さまコメント

以前から社内で LINE を用いてお客さまにご連絡したいという声は上がっていたものの、LINE ヤフー社の審査などのハードルがあり実現には至っておりませんでした。モビルスさまは LINE 通知メッセージの紹介から手続きの仕方や導入後の運用方法まで丁寧にレクチャーをしてくださりとても助かりました。お客さまからも身近な LINE で連絡が来ると支払い忘れを防ぐことができると好評です。今後は PR や問合せ対応などさらに広い用途で活用することを見据えています。

## ■「NP 後払い」について

「NP 後払い」は、通販利用者向けの後払い決済サービスです。購入者は商品が届いた後に代金を支払うことができ、会員登録やクレジットカード情報の入力も不要で、すぐに利用可能となります。一方、NP 後払いを導入した通販事業者は、取引成立直前に購入者が離脱してしまう「カゴ落ち」を防止でき、売り上げロスの減少につながります。請求業務についても、与信から請求書発行、代金回収までの全てを当社が代行し、未回収リスクも保証するため、本来業務へより集中できます。

・サービス詳細：<https://www.netprotections.com>

## ■「NP 後払い air」について

「NP 後払い air」は、水道・ガスの修理、ハウスクリーニング、住設機器の設置・修理など、訪問型の役務サービスで利用できる後払い決済サービスです。利用者はサービスを受けた後に支払いができるため、当日の現金準備は不要。追加請求が発生しても、手持ちの現金不足を心配する必要がありません。また、会員登録やクレジットカード情報の入力も不要です。事業者にとっても、「NP 後払い air」を導入すれば、与信審査から請求書発行、代金回収までをすべて当社にアウトソースでき、未回収リスクも保証されます。さらに、回収・集金業務の負担が軽減され、現金の違算や紛失リスクもなくなるため、本来の業務に専念できます。

・サービス詳細：<https://www.netprotections.com/air/>

## ■ MOBI CAST(モビキャスト®)について

「MOBI CAST」は、LINE セグメント配信システムです。LINE の友だちへ顧客属性やアンケート結果に基づいたセグメント配信、LINE 公式アカウントのリッチメッセージ(LINE スタンプや画像、カラーセル等)に対応、LINE 通知メッセージ配信機能も搭載し、マルチなアウトバウンド配信からチャットサポートへの連携まで可能です。

・サービス詳細：<https://mobilus.co.jp/service/cast>

## ■ 株式会社ネットプロテクションズについて

商号:株式会社ネットプロテクションズ

(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、証券コード 7383)グループ)

代表者:代表取締役社長 柴田 紳

所在地:東京都千代田区麹町 4 丁目 2-6 住友不動産麹町ファーストビル 5 階

創業:2000 年 1 月

事業内容:後払い決済サービス各種

公式 HP:<https://corp.netprotections.com/>

## ■ モビルス株式会社について

モビルスは、クライアントの顧客のつまずきや課題へ先回りした CX(顧客体験)のブランディング設計を行い、企業価値と経営収益向上へ貢献する会社です。そのために、新しいテクノロジーを取り込んだオペレーション支援生成 AI サービス「MooA®(ムーア)」や、顧客コミュニケーションのノンボイス化とデジタル化を推進する有人チャットやボイスボットなどの SaaS ソリューション「モビシリーズ」の開発を行っています。モビシリーズは 500 社以上に導入実績があり、7 年連続でチャットボット市場売上シェア 1 位※を獲得しています。

※ 出典:ITR「ITR Market View:対話型 AI・機械学習プラットフォーム 市場 2024」チャットボット市場:バンダー別売上金額推移およびシェア(2023 年度)

## ■ CX-Branding Tech. Lab について

「すべてのビジネスに、一歩先行く CX を。」をミッションに掲げるモビルスが、企業の CX 向上を目的として運営するラボです。テクノロジーによる CX の課題解決、変革の促進を目指して、調査レポートやカオスマップの発表、セミナー開催、登壇、実証実験を通じた研究開発などを企画・発信しています。

CX-Branding Tech. Lab:<https://mobilus.co.jp/lab/>

会社名:モビルス株式会社

代表者:石井智宏

所在地:東京都港区芝浦一丁目1番1号 浜松町ビルディング15階

設立:2011年9月

上場市場:東京証券取引所 グロース(証券コード:4370)

事業内容:コンタクトセンター向け SaaS プロダクト(モビシリーズ)などの CX ソリューションの提供

公式 HP:<https://mobilus.co.jp>

\* 本リリースに記載された会社名・商品名は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

【本件に関するお問い合わせ】 モビルス株式会社 マーケティングディビジョン 広報担当 鳥居

Tel:03-6417-9523 Mobile:080-9689-7404 (鳥居直通) Mail:pr@mobilus.co.jp

**MOBILUS**