

2025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)



業績ハイライト	3
26/3期 業績予想	15
経営TOPICS	21
中期経営方針	24
Appendix	33



業績ハイライト

全社

期初計画を大きく上回り、3回上方修正後、計画を達成。

全社
GMV*1 **6,419億円** 前期比 +13.4%
(BtoC +4.0%、BtoB +32.5%)

全社
営業利益 **21.0億円**
前期比 +27.3億円

BtoC atone

通期
GMV **399億円** 前期比 +47.8%

4 Q (単) 113億円 (+51.0%)

第2四半期に稼働した大型新規店及び、利用促進キャンペーンなどの施策が奏功し、GMVが拡大。

BtoC NP後払い 他

通期
売上総利益 **76.2億円** 前期比 +35.7%

4 Q (単) 18.7億 (+32.4%)

原価抑制及び、延滞事務手数料の加算により、売上総利益が伸長。

BtoB NP掛け払い

通期
GMV **2,482億円** 前期比 +32.5%

4 Q (単) 681億 (+35.7%)

既存店の取引増加及び、第3四半期の大型新規店稼働により、高成長を継続。

営業利益は上方修正の20億円をさらに上回り、21億円に着地。EBITDAは+261.3%。
大型加盟店の伸長、電子請求書の利用率増加により、営業収益は99%達成に。

通期業績サマリー (百万円)	FY25/3 通期		通期業績予想*5	
	実績	前期比増減率	通期予想	達成率
GMV (non-GAAP) *1	641,950	+13.4%	635,294	101.0%
営業収益	23,032	+10.5%	23,281	98.9%
売上総利益 (non-GAAP) *2	10,483	+34.5%	10,300	101.8%
販売管理費 (non-GAAP) *3	8,907	+0.6%	8,850	100.7%
営業利益	2,103	黒字転換	2,000	105.2%
税引前利益	2,139	黒字転換	1,900	112.6%
親会社に帰属する当期利益	1,350	黒字転換	1,100	122.7%
1株当たり当期利益	13.86円	黒字転換	11.31円	122.5%
EBITDA (non-GAAP) *4	3,747	+261.3%	3,600	104.1%

*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：営業収益－（請求関連費用＋貸倒関連費用＋その他営業収益＋その他決済に係る費用）

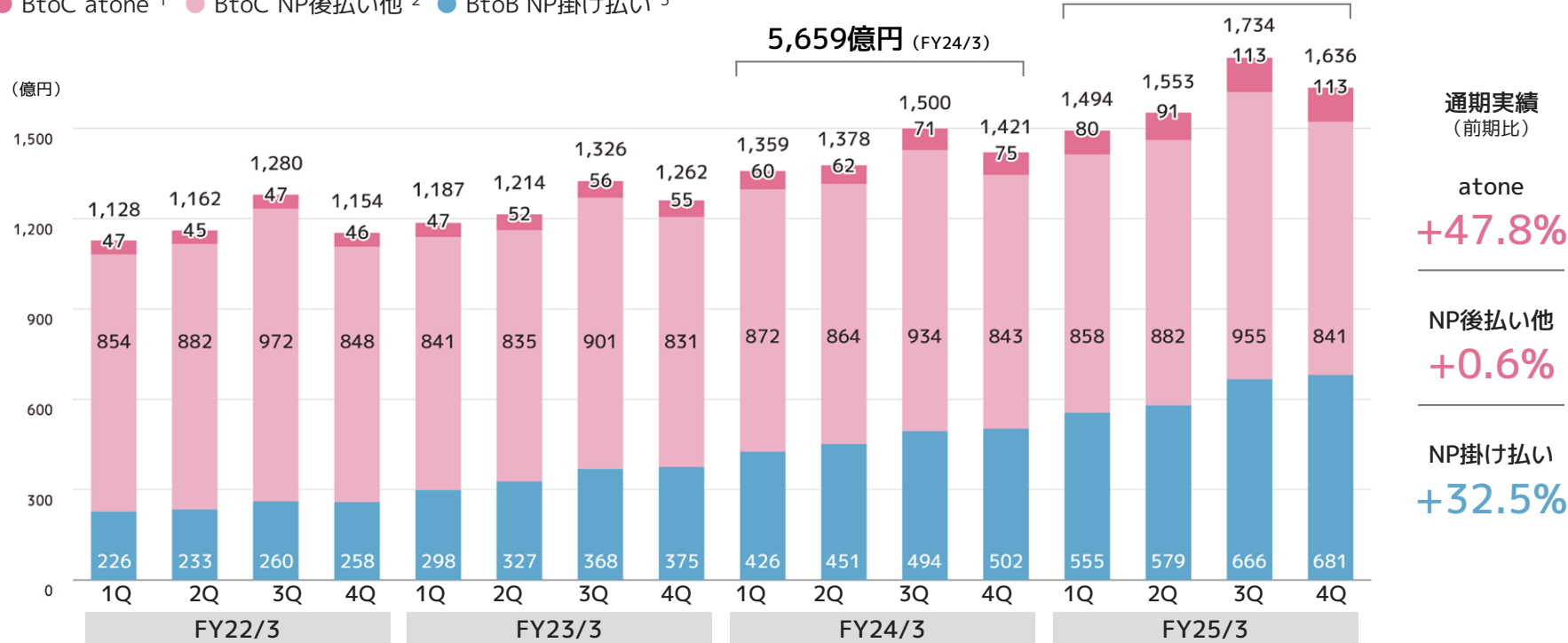
*3 販売管理費：営業費用－（請求関連費用＋貸倒関連費用＋その他営業費用＋その他決済に係る費用）

*4 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）

*5 2025年2月14日 決算短信および決算説明会資料より

通期の全社GMVは前期比+13.4%。
atone+47.8%、NP掛け払い+32.5%と成長を牽引。

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

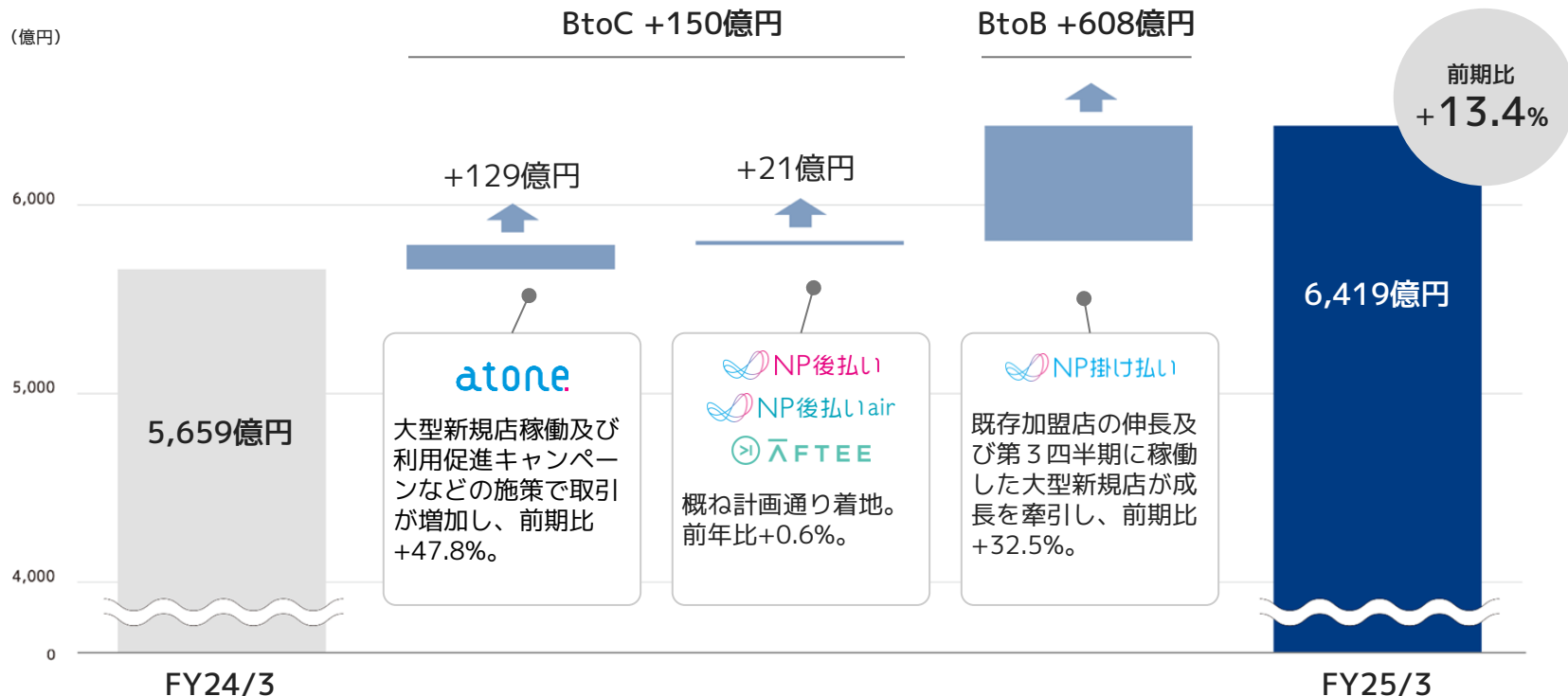


*1 当社グループが提供するatoneを通じて決済される金額（消費税を含む）の合計額

*2 当社グループが提供するNP後払い、NP後払いair、およびAFTEE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

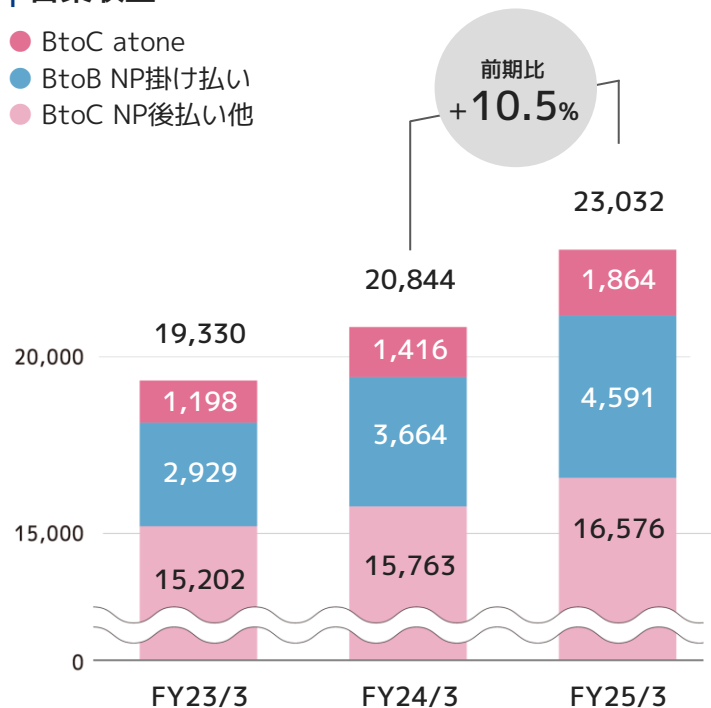
BtoCで150億円、BtoBで608億円のGMV加算により、
全社GMVは前期比+13.4%の6,419億円。



NP後払いにおける原価抑制、延滞事務手数料が寄与し、
全社売上総利益は前期比+34.5%。

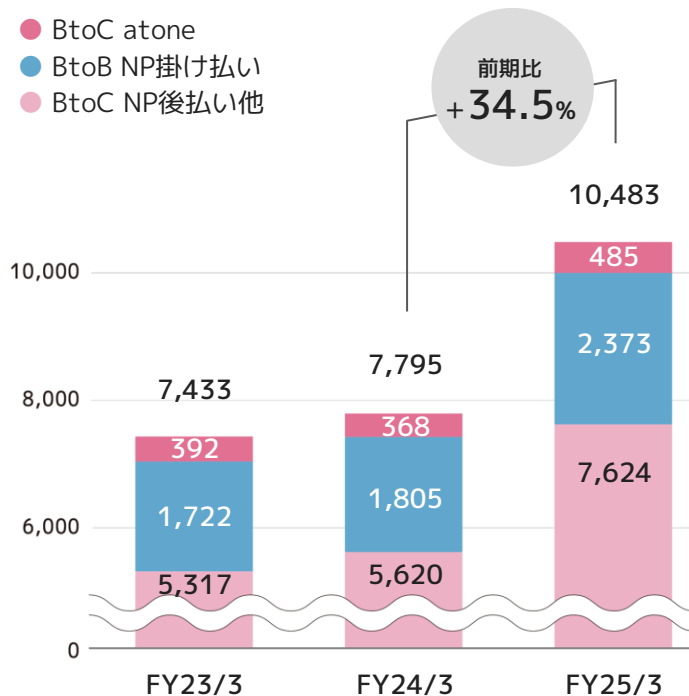
営業収益 (百万円)

- BtoC atone
- BtoB NP掛け払い
- BtoC NP後払い他



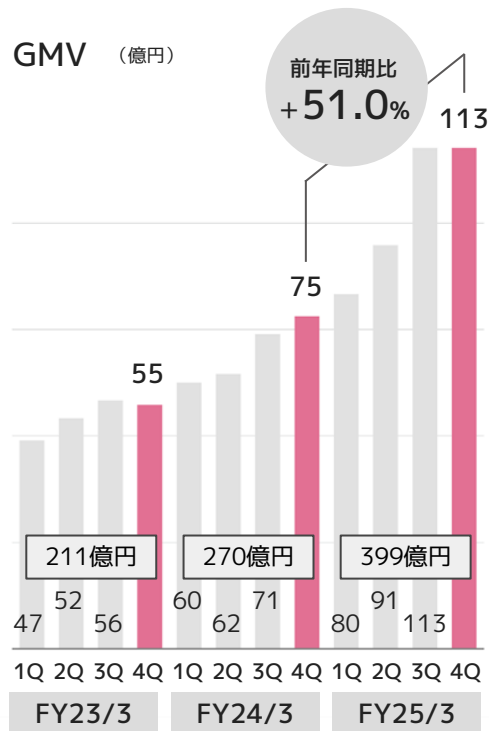
売上総利益 (百万円)

- BtoC atone
- BtoB NP掛け払い
- BtoC NP後払い他

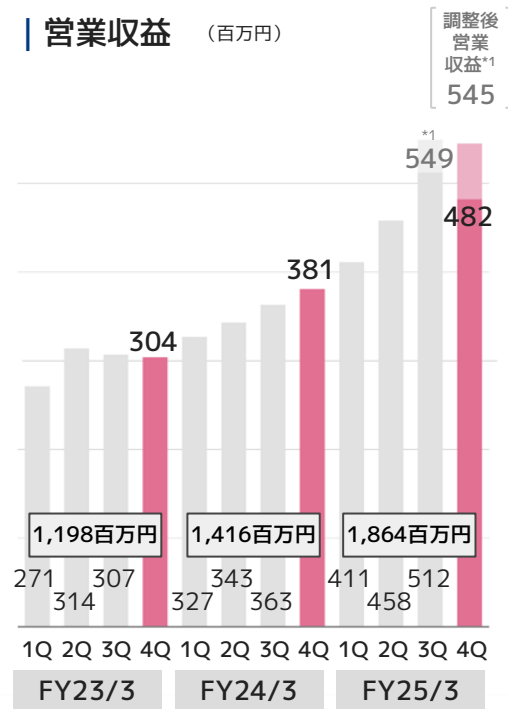


利用促進キャンペーンなどの施策が奏功し、GMVが+51.0%と大きく成長。

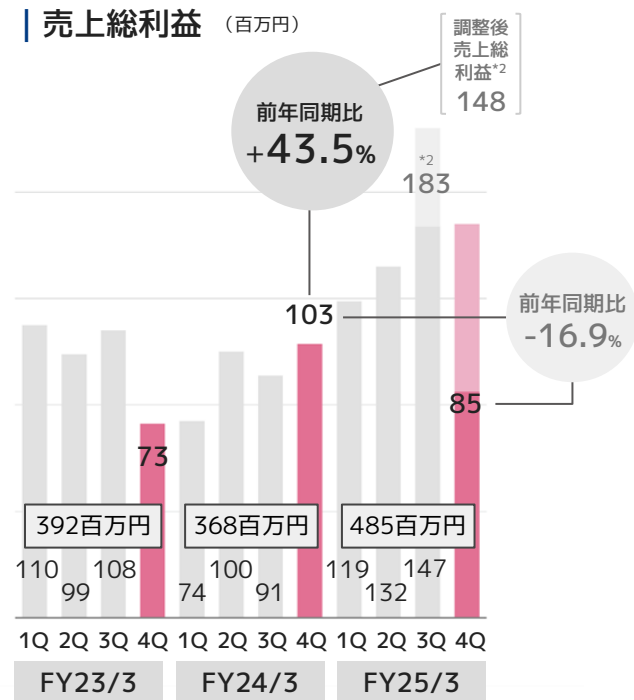
GMV (億円)



営業収益 (百万円)



売上総利益 (百万円)

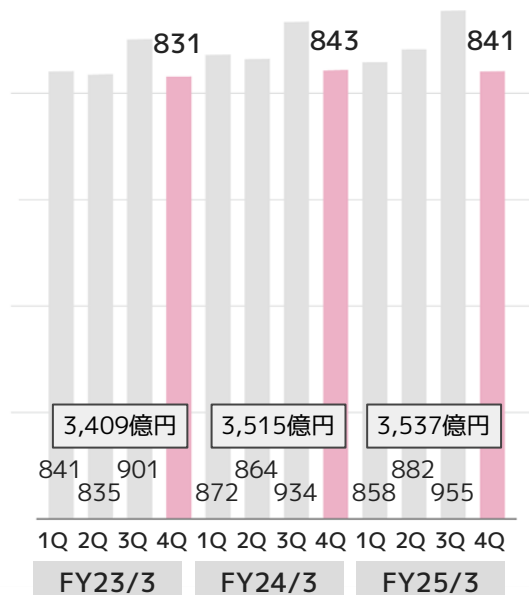


*1 調整後営業収益：キャンペーン実施に伴う営業収益の減額分を、営業収益に足し戻した金額

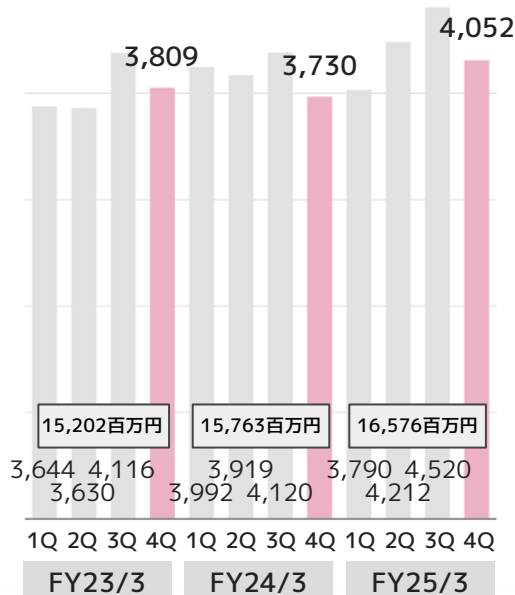
*2 調整後売上総利益：キャンペーン実施に伴う売上総利益の減額分を、売上総利益に足し戻した金額

延滞事務手数料と、未払いコントロールを含む原価抑制で、売上総利益は+32.4%。

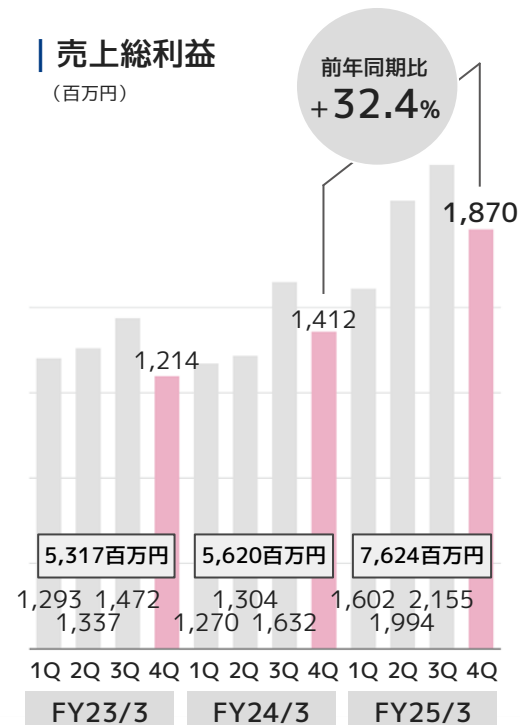
GMV (億円)



営業収益 (百万円)

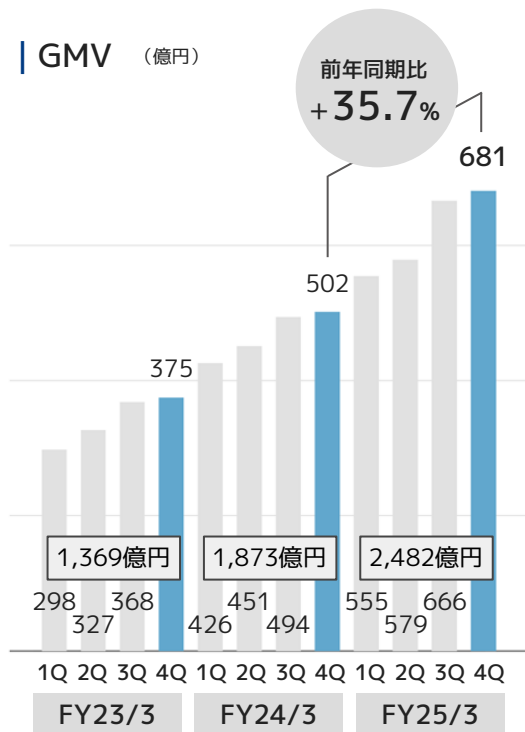


売上総利益 (百万円)

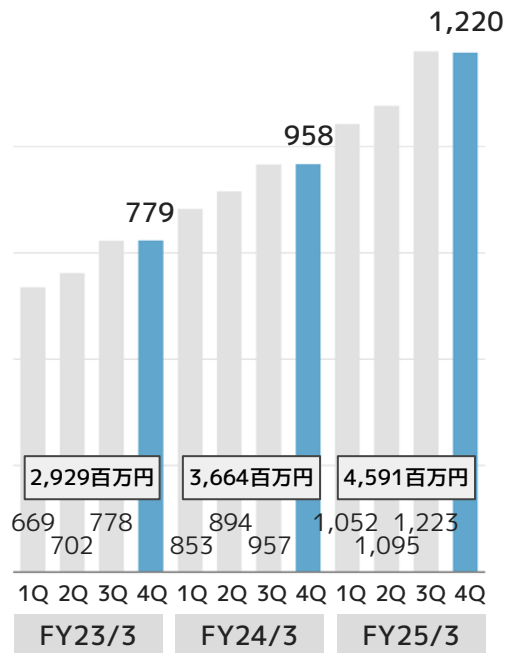


既存店の取引増加及び第3四半期の大型新規店稼働により、
GMVは+30%台成長を継続。

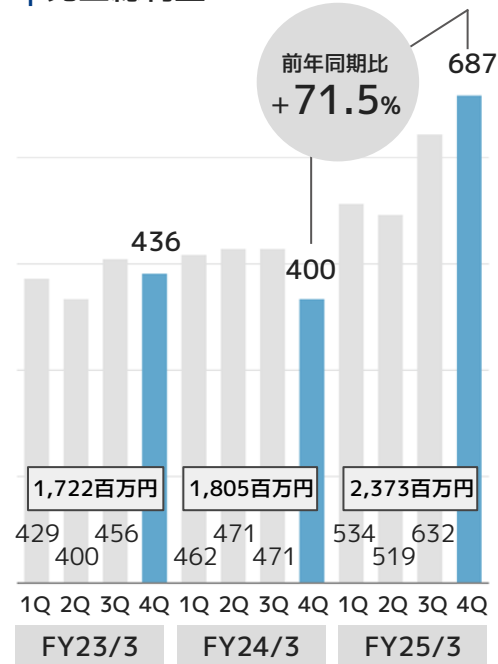
GMV (億円)



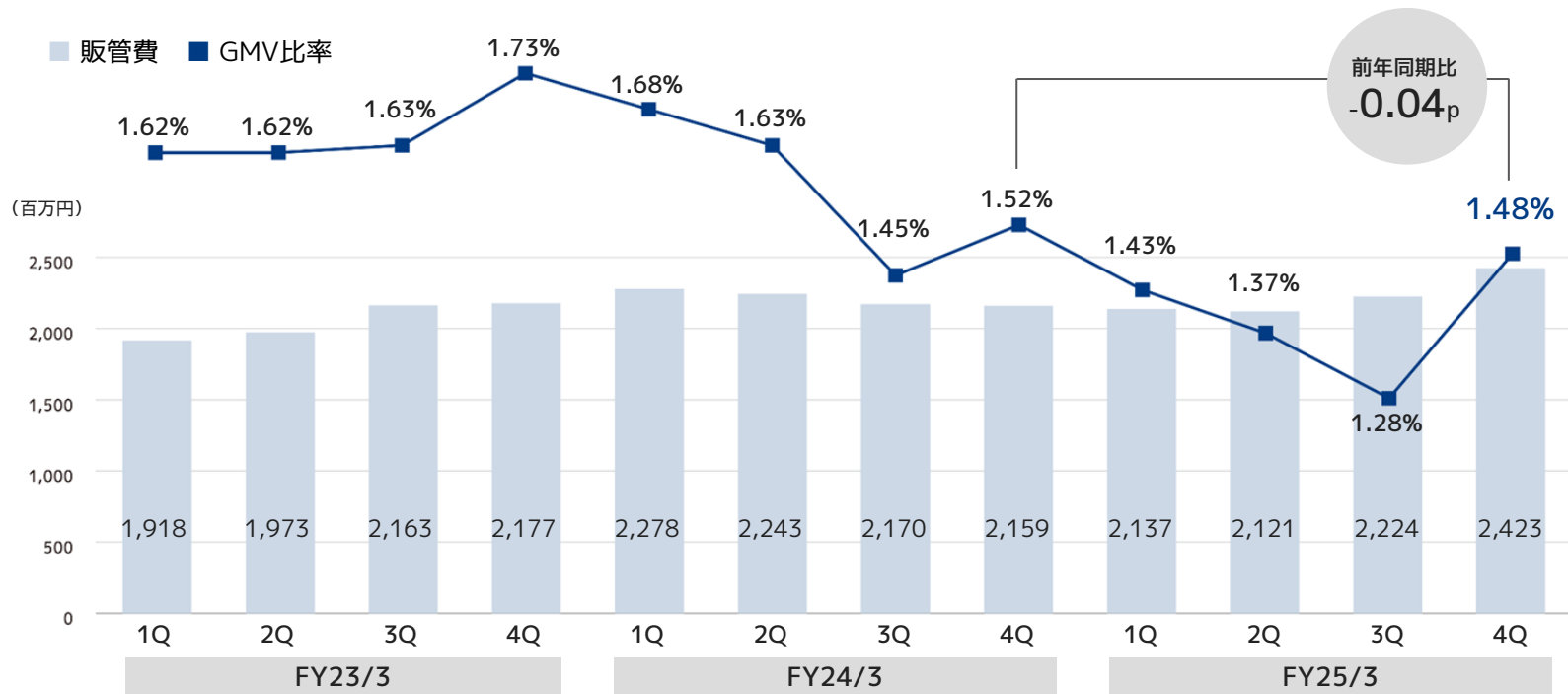
営業収益 (百万円)



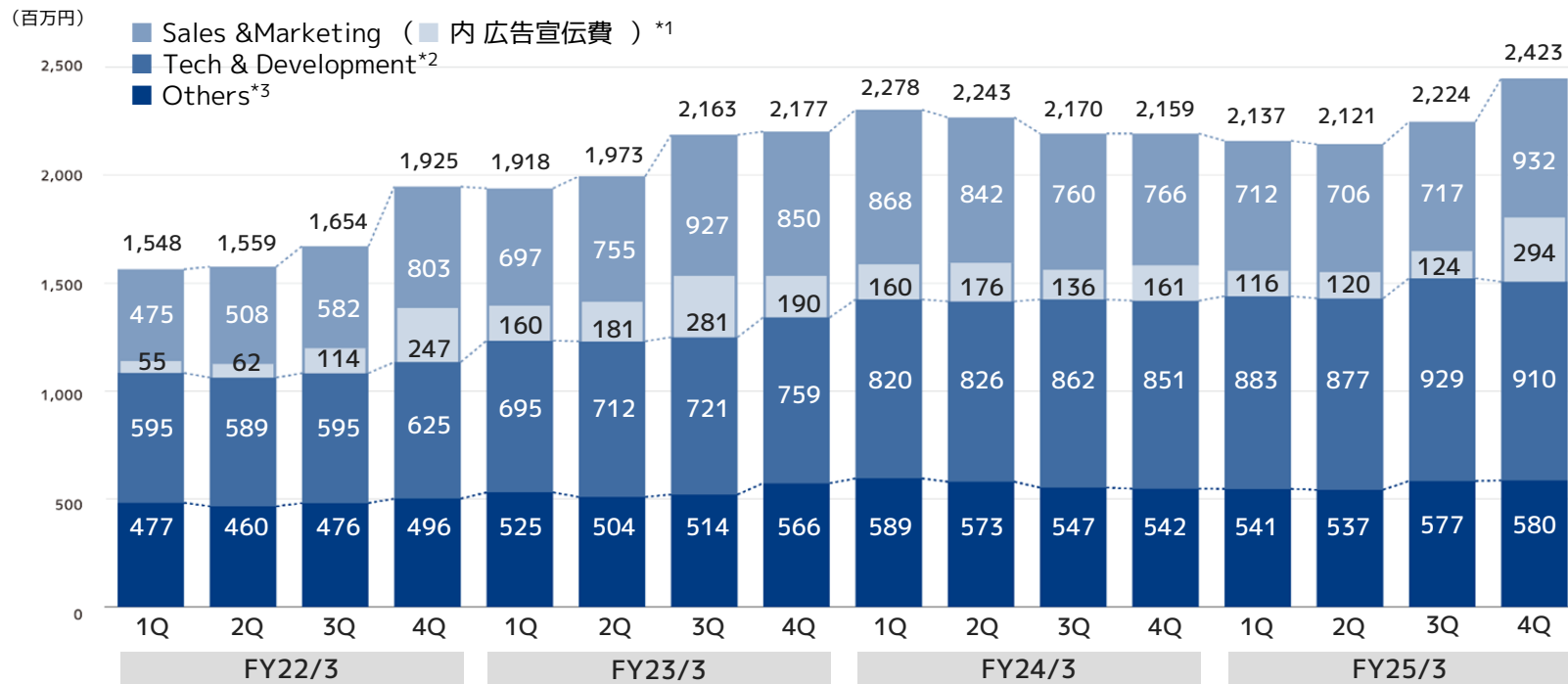
売上総利益 (百万円)



予定通り下期追加マーケティング投資を行い、対GMV比率が一時的に1.48%に。



予定通り下期追加マーケティング投資を行い、一時的にS&M費用が増加。



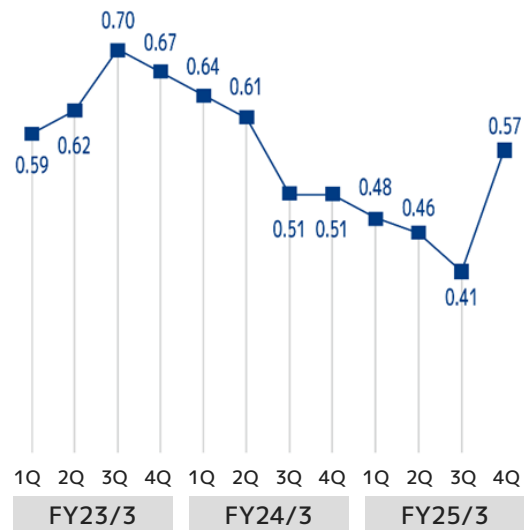
*1 セールス & マーケティング：セールス・マーケティングに関わる、人件費・アウトソース費・運営関連費・マーケティング費等

*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

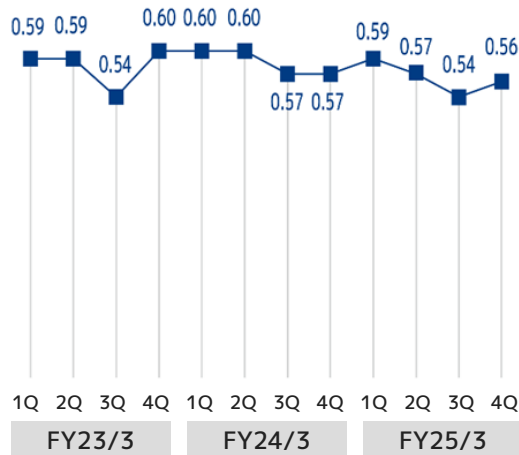
*3 その他：上記*1、*2以外の販売管理費（バックオフィスに関わる人件費・アウトソース費、および各サービスサポートデスクのアウトソース費等）

下期追加マーケティング投資により、一時的にS&Mの対GMV比率が増加。
今後は再度、例年の水準に戻し、オペレーティング・レバレッジが効く構造を継続。

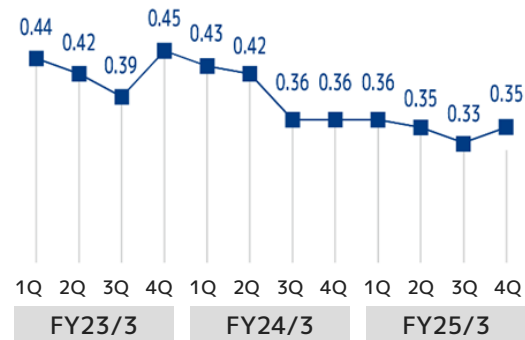
| Sales & Marketing^{*1} (%)



| Tech & Development^{*2} (%)



| Others^{*3} (%)



*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）



26/3期 業績予想

GMVは+15.6%の7,420億円、営業利益は+23.6%の26億円を計画。
GMVをしっかり成長させ、利益も確実に増やしていく。

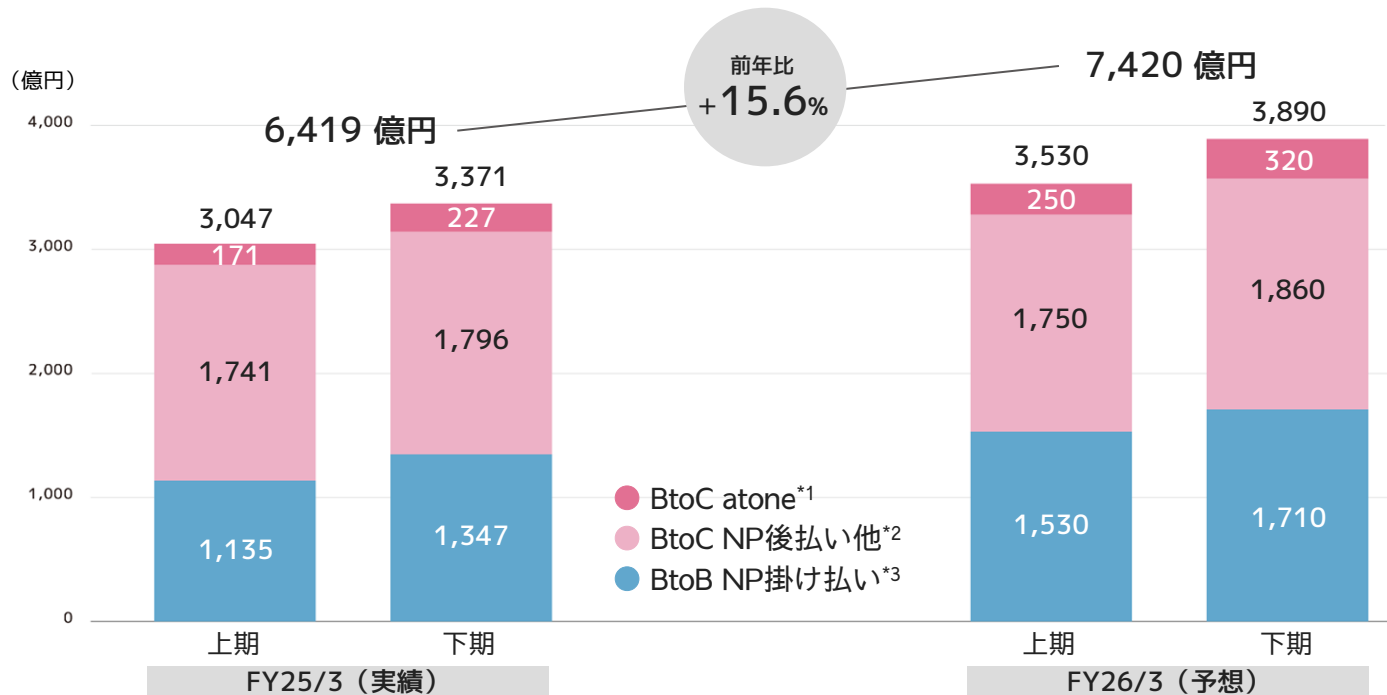
業績予想 (百万円)	26年3月期 業績予想				(参考) 25年3月期 実績
	上期	下期	通期	FY25/3対比	
GMV (non-GAAP) *1	353,000	389,000	742,000	+15.6%	641,950
営業収益	12,270	13,140	25,410	+10.3%	23,032
売上総利益 (non-GAAP) *2	5,470	5,920	11,390	+8.6%	10,483
営業利益	1,080	1,520	2,600	+23.6%	2,103
税引前利益	1,020	1,420	2,440	+14.1%	2,139
親会社の所有者に帰属する当期利益	600	840	1,440	+6.7%	1,350
1株当たり当期利益	6.04円	8.46円	14.50円	+4.6%	13.86円
EBITDA (non-GAAP) *3	1,910	2,390	4,300	+14.7%	3,747

*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：営業収益－（請求関連費用＋貸倒関連費用＋その他営業収益＋その他決済に係る費用）

*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）

全社GMVは+15.6%の二けた成長を継続。
atoneは+40%台、BtoBは+30%台の高成長を見込む。



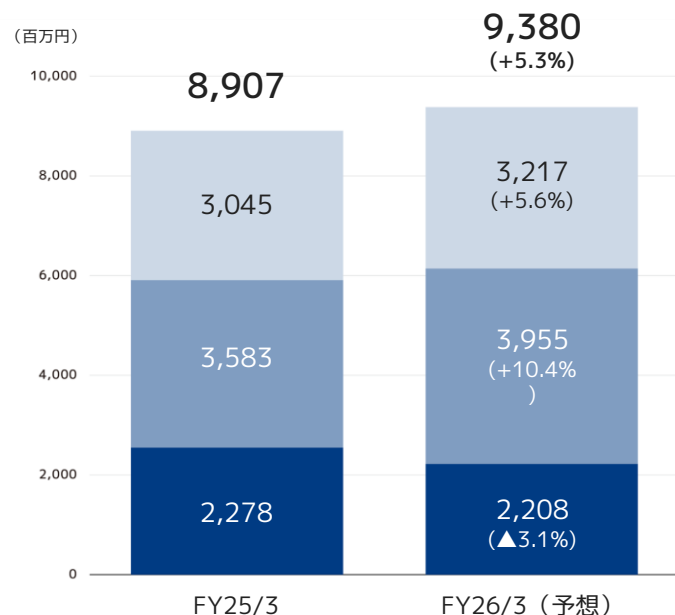
*1 当社グループが提供するatoneを通じて決済される金額（消費税を含む）の合計額

*2 当社グループが提供するNP後払い、NP後払いair、およびAFTEE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

販売管理費は+5.3%の93.8億円。GMV成長に対しては緩やか。
販管費は引き続き伸び率を抑制し、利益を最大化する。

販管費の内訳



- 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

詳細

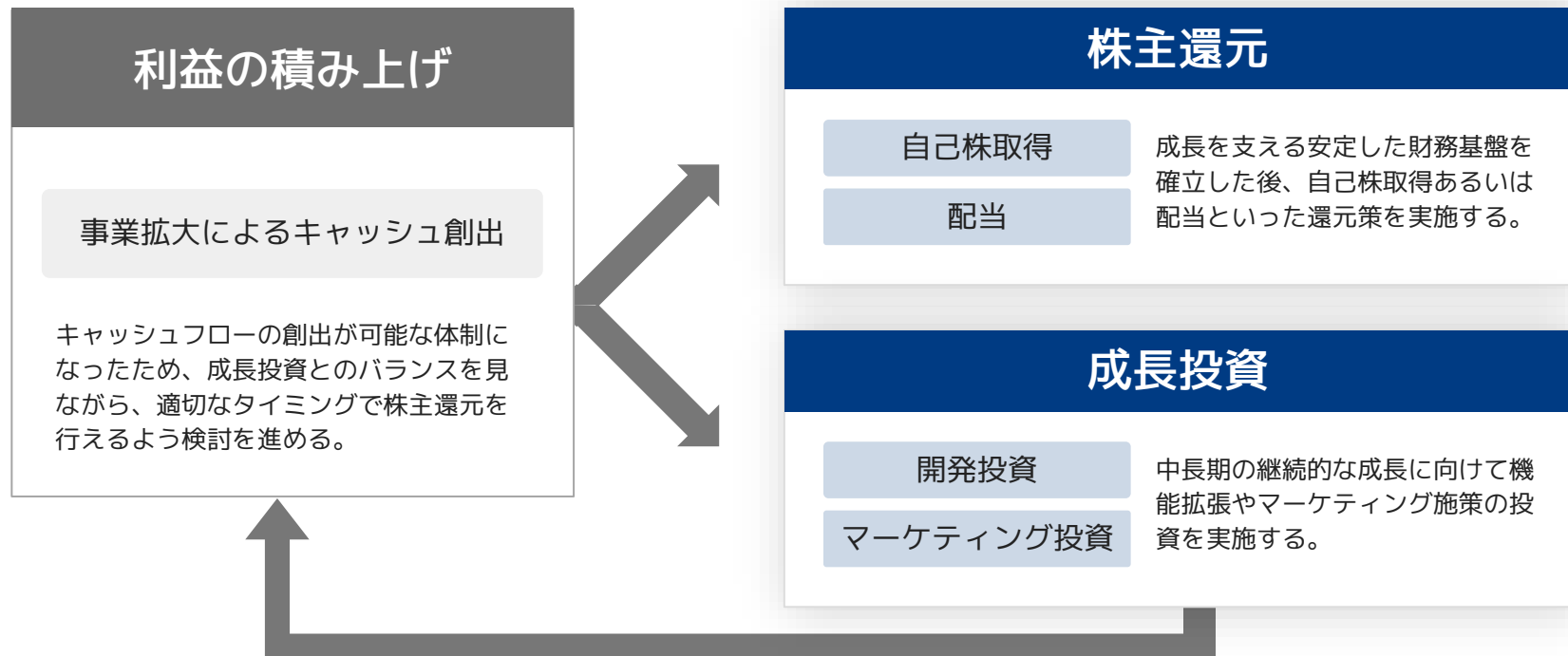
セールス&マーケティング	+172百万円 (+5.6%)
・ 事業成長に伴う増加	
テック & ディベロップメント	+372百万円 (+10.4%)
・ 事業成長に伴う運用費（サーバー等）の増加	
・ 新たな機能提供に伴うソフトウェア資産の償却費増加	
その他	▲70百万円 (▲3.1%)
・ 運用の最適化	

*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、および各サービスのサポートデスクのアウトソース費等）

株主還元に関しては、将来的に利益の積み上げ具合を勘案して検討していく所存。



当社は国内に閉じた決済サービスを提供しており、関税の直接的な影響はない。





経営TOPICS

atone・NP後払いairそれぞれで、ターゲット市場の開拓が順調。

atoneは、ECプラットフォームへの連携を進め、EC事業者による導入を後押し。

新規稼働加盟店

atone

デジタルコンテンツの
配信・販売を行う総合サイト

DMM.com

NP後払い他
(NP後払いair)

幅広く生活を支える「総合設備業」



ECプラットフォームへの新規連携

atone

国内トップシェアを誇る
EC構築プラットフォーム



サブスク/定期通販型
ECプラットフォーム



OMO/オムニチャネル対応型総合
ECプラットフォーム



EC構築
パッケージソフト



D2C・定期購入・単品リピート通販
向けプラットフォーム



EC構築システム



システム連携済みのため、これらのプラットフォームを利用しているEC事業者は、
コストも時間もかけずにatoneをすぐ導入可能。
導入障壁が低いため、多くのEC事業者に広がり、GMVの成長を期待できる

NP掛け払いがインディードリクルートパートナーズのサービスに導入。 5月14日プレスリリース。

【報道関係者各位】



2025年5月14日
株式会社ネットプロテクションズ

ネットプロテクションズ、インディードリクルートパートナーズのサービスに
「NP掛け払い」を提供

株式会社ネットプロテクションズ（所在地：東京都千代田区、代表取締役社長：柴田 紳、以下当社）は、株式会社インディードリクルートパートナーズ（本社：東京都千代田区、社長：浅野 健、以下 インディードリクルートパートナーズ）の「Indeed PLUS（インディードプラス）」をはじめとするサービスに、当社が提供する企業間決済サービス「NP掛け払い」を2025年4月に導入いたしました。

インディードリクルートパートナーズの請求業務における取引先とのやり取りを円滑化し、事業成長を加速させる環境構築に貢献いたします。

Net Protections

ネットプロテクションズ、
インディードリクルートパートナーズのサービスに
「NP掛け払い」を提供



今後の労働環境における課題

労働人口減少という構造的な問題や働き方改革などの潮流により、これまで当然のように自社で行ってきた請求書発行・回収・督促などの業務や債権回収が、企業にとって益々負担となる。

当社BtoB事業が拡大

少額かつ請求先が多い大手企業に
抜群のコストパフォーマンス。
このような業務のある他企業へ
水平展開していく。

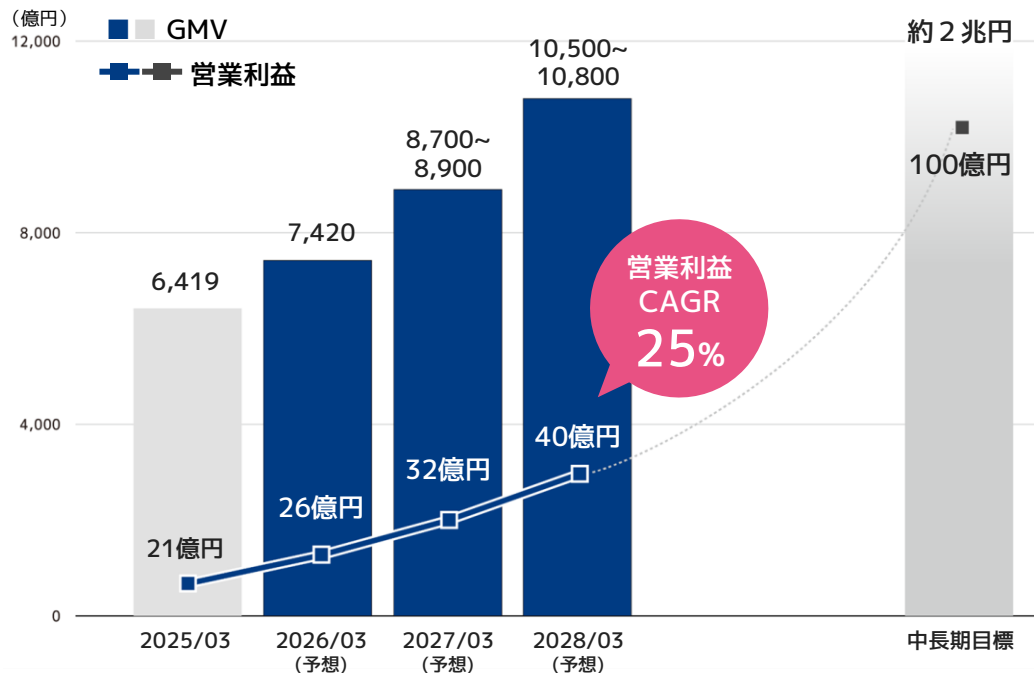


中期経営方針

3カ年 事業計画
(FY26/3～FY28/3)

3カ年財務ポリシー（GMV×営業利益）

28/3期のGMV 1兆円超、営業利益40億円を計画。
3カ年の営業利益CAGR（年平均成長率）は25%。



中期計画 (3年後：2028/3期)

GMV
10,500~10,800億円
(CAGR16%~19%)

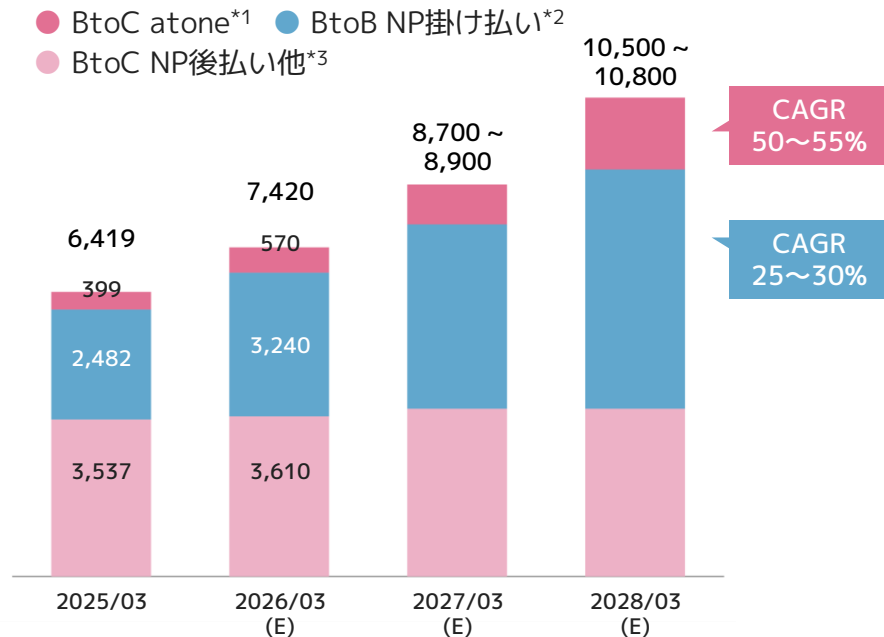
営業利益40億円
(CAGR25%)

中長期 目標

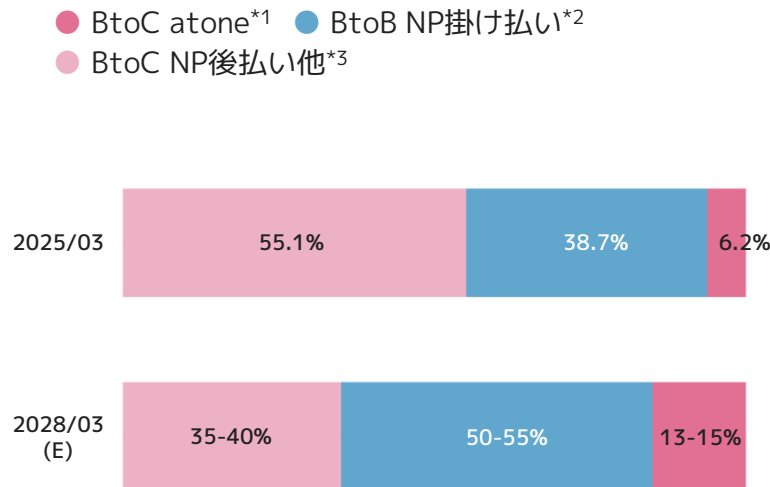
GMV 約2兆円
営業利益100億円

BtoCはNP後払いを安定収益事業としつつ、atoneのCAGR 50～55%を計画。
BtoBはCAGR 25～30%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（億円）



28/3期の構成比イメージ（25/3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

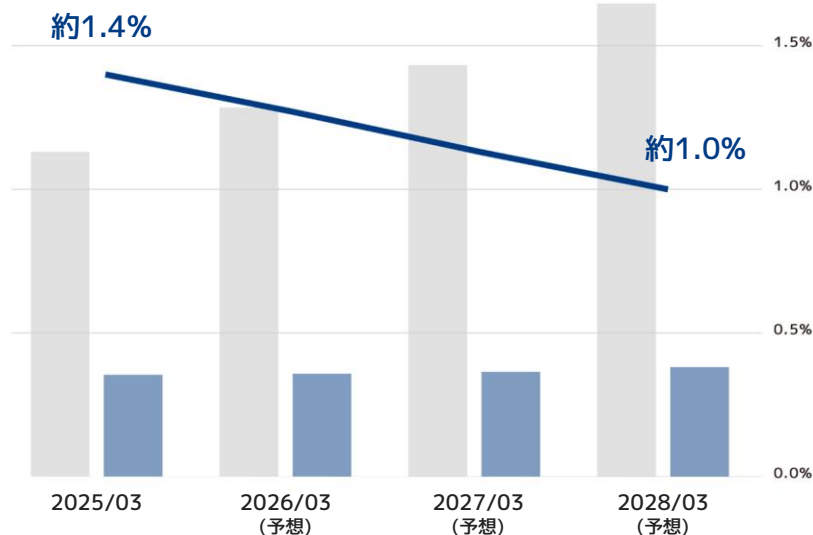
*2 当社グループが提供するNP掛け払いを通じて決済される金額（消費税を含む）の合計額

*3 当社グループが提供するNP後払い、NP後払いair、およびAFTEE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

オペレーティング・レバレッジが効く構造を引き続き維持する。
GMVの積み上がりに対して、販管費は微増に留めて、一層の利益を生み出していく。

販管費率(GMV対比)の推移イメージ

■ GMV ■ 販管費 — 販管費率



販管費の方針

総額のコントロール

販管費総額は、年間5億円程度の増加を基本方針としつつ、利益計画の進捗状況に応じて随時調整を行う。

セールス&マーケティング

業務と取引の拡大に伴い、人件費や業務委託費は増加するが、いずれもGMV成長に対しては緩やか。マーケティング費用の投下は、成長に資する施策を中心に、規律を持って行う。

テック & ディベロップメント

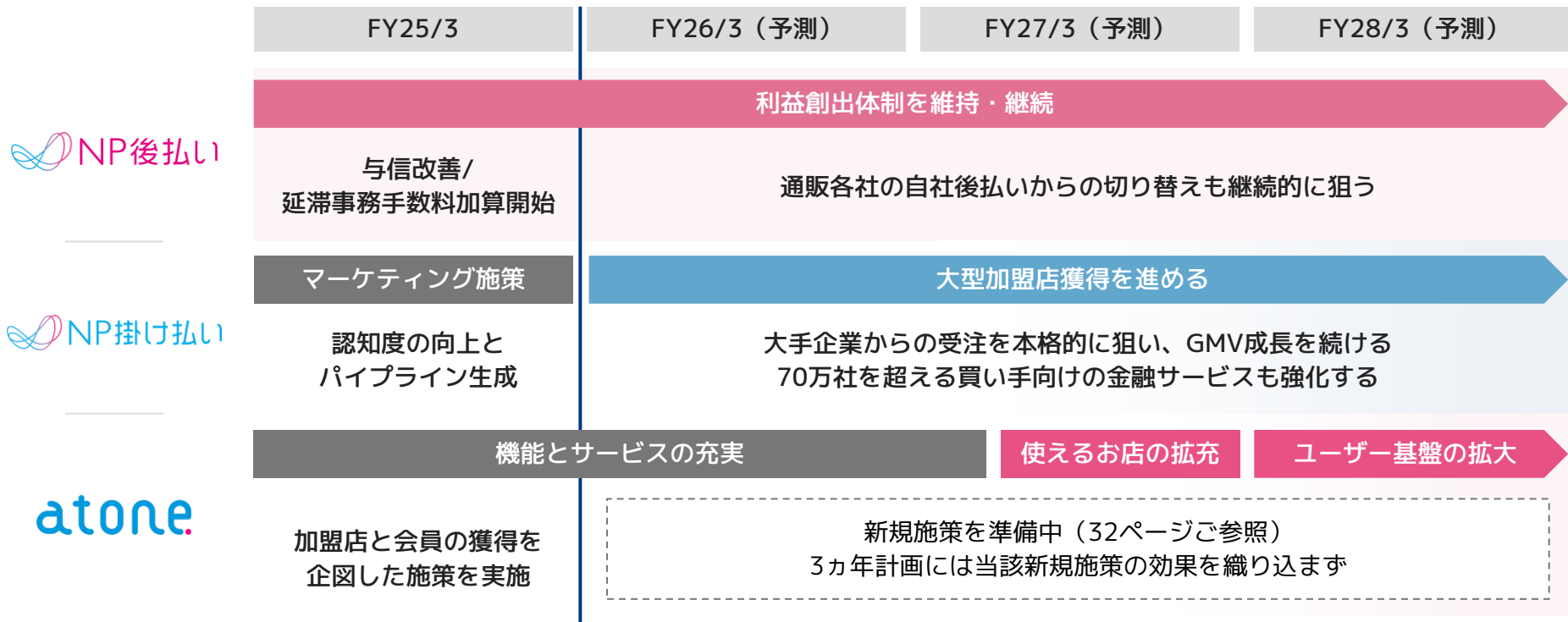
極端に開発費を投じる施策は想定していない。保守・運用費用はGMV成長に対して緩やかに増加。

成長戦略

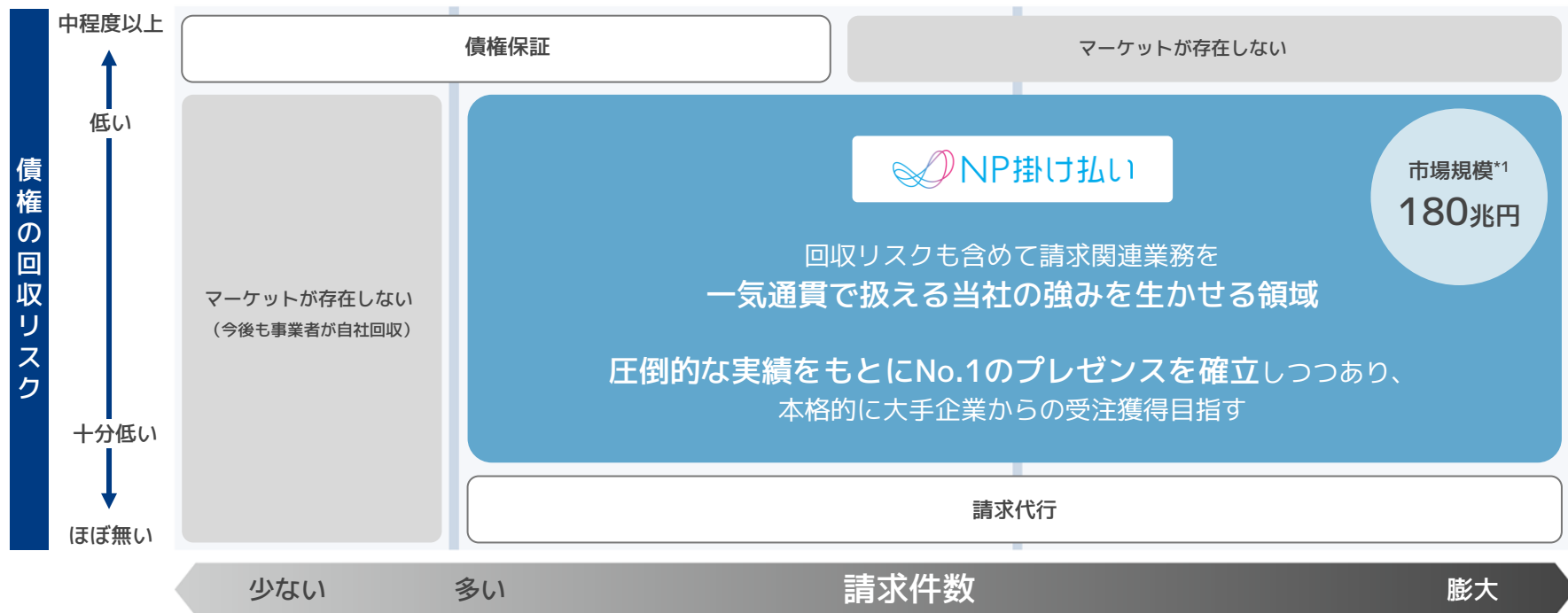


NP後払いは確立した利益創出体制を維持・継続させる。

NP掛け払いは連続的な大型加盟店獲得、その先はatoneの本格的な拡大を狙う。



回収リスクは低いながらも少額・大量の請求関連業務は膨大な規模。
いまだに当該業務を自社で行っている企業は多いので、これらを巻き取っていく。



*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））

今年度中頃にatoneプラスを正式リリース。

その後、atoneが使えるお店を拡充させ、ユーザー基盤を拡大する方針。

FY26/3（予測）

FY27/3（予測）

FY28/3（予測）

機能とサービスの充実

使えるお店の拡充

ユーザー基盤の拡大

atoneプラスを
正式リリース

FY26/3中頃

収益性を確認しつつ、徐々に進めていく方針

atoneプラスの商品設計概要

- ・月額手数料なし
- ・1.5%ポイント付与（EC利用時）
- ・分割払いの利用可能

NP後払い加盟店への
atone開放

FY27/3中頃

NP後払い加盟店の多くで
atoneを利用可能にする



atoneが使える加盟店を
一気に拡充

atoneプラスの利用促進と
atone shopsの
送客力向上

- ・ NP後払いユーザーや既存atone会員にatoneプラスの利用を促す
- ・ 送客の場としてatone shopsを充実させる



Appendix

- 財務3表等
- 企業概要
- BtoC 事業（atone、NP後払い他）
- BtoB 事業（NP掛け払い）
- メールでの情報配信のご案内

Appendix

財務 3 表等

主要業績数値

	前第4四半期	当第4四半期	増減率	前連結会計年度	当連結会計年度	増減率
	百万円	百万円	%	百万円	百万円	%
GMV (non-GAAP) *1	142,107	163,658	15.2	565,987	641,950	13.4
BtoCサービス_NP後払い他	84,345	84,113	△0.3	351,547	353,716	0.6
BtoCサービス_atone	7,549	11,397	51.0	27,040	39,966	47.8
BtoBサービス	50,212	68,147	35.7	187,399	248,267	32.5
営業収益	5,071	5,755	13.5	20,844	23,032	10.5
BtoCサービス_NP後払い他	3,730	4,052	8.6	15,763	16,576	5.2
BtoCサービス_atone	381	482	26.3	1,416	1,864	31.6
BtoBサービス	958	1,220	27.3	3,664	4,591	25.3
－その他営業収益	152	163	6.8	531	593	11.8
売上収益	4,918	5,592	13.7	20,313	22,438	10.5
－請求関連費用 (non-GAAP) *2	1,978	1,989	0.6	8,326	8,036	△3.5
－貸倒関連費用 (non-GAAP) *3	925	829	△10.4	3,781	3,478	△8.0
－その他決済に係る費用 (non-GAAP) *4	98	129	32.3	410	440	7.3
売上総利益 (non-GAAP) *5	1,916	2,643	37.9	7,795	10,483	34.5
BtoCサービス_NP後払い他	1,412	1,870	32.4	5,620	7,624	35.7
BtoCサービス_atone	103	85	△16.9	368	485	31.6
BtoBサービス	400	687	71.5	1,805	2,373	31.4
－販売管理費及びその他営業費用 (non-GAAP) *6	2,237	2,478	10.7	8,954	8,973	0.2
営業損益	△168	328	－	△627	2,103	－
＋減価償却費・償却費	422	419	4.4	1,577	1,629	3.3
＋株式報酬費用	3	1	△38.6	9	5	△44.0
＋固定資産除却損	15	2	△3.38	28	8	△70.8
＋減損損失	48	－	－	48	－	△100.0
－減損損失戻入益	－	－	－	－	－	－
EBITDA (non-GAAP) *7	322	752	10.4	1,037	3,747	261.3

*1 GMV：当社グループ決済サービスの流通取引総額

*2 請求関連費用：回収手数料＋請求書発行手数料。主に請求1件当たりが発生する費用

*3 貸倒関連費用：貸倒引当金繰入＋貸倒損失＋債権売却損。主に請求金額に対して割合で発生する費用

*4 その他決済に係る費用：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

*5 売上総利益：営業収益－（請求関連費用＋貸倒関連費用＋その他営業収益＋その他決済に係る費用）

*6 販売管理費及びその他営業費用：営業費用－（請求関連費用＋貸倒関連費用＋その他決済に係る費用）

*7 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）

BS実績値

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2024年3月31日)	当連結会計年度 (2025年3月31日)
資産		
現金及び現金同等物	10,810	17,039
営業債権及びその他の債権	29,238	32,810
営業貸付金	—	180
棚卸資産	11	28
その他の流動資産	637	481
流動資産合計	40,698	50,540
有形固定資産	354	686
のれん	11,608	11,608
その他の無形資産	4,671	4,886
その他の金融資産	898	958
繰延税金資産	1,784	1,884
その他の非流動資産	262	282
非流動資産合計	19,580	20,307
資産合計	60,279	70,848

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2024年3月31日)	当連結会計年度 (2025年3月31日)
負債及び資本		
営業債務及びその他の債務	32,226	38,940
短期借入金	3,431	4,766
リース負債	101	262
その他の金融負債	6	9
未払法人所得税等	298	780
引当金	57	33
従業員給付に係る負債	564	556
その他の流動負債	688	899
流動負債合計	37,374	46,249
長期借入金	4,974	4,984
リース負債	35	270
引当金	113	112
非流動負債合計	5,123	5,368
負債合計	42,498	51,618
資本金	4,134	4,213
資本剰余金	14,196	14,275
利益剰余金	△805	544
その他の資本の構成要素	178	136
親会社の所有者に帰属する持分合計	17,704	19,169
非支配持分	76	60
資本合計	17,780	19,229
負債及び資本合計	60,279	70,848

(単位：百万円)

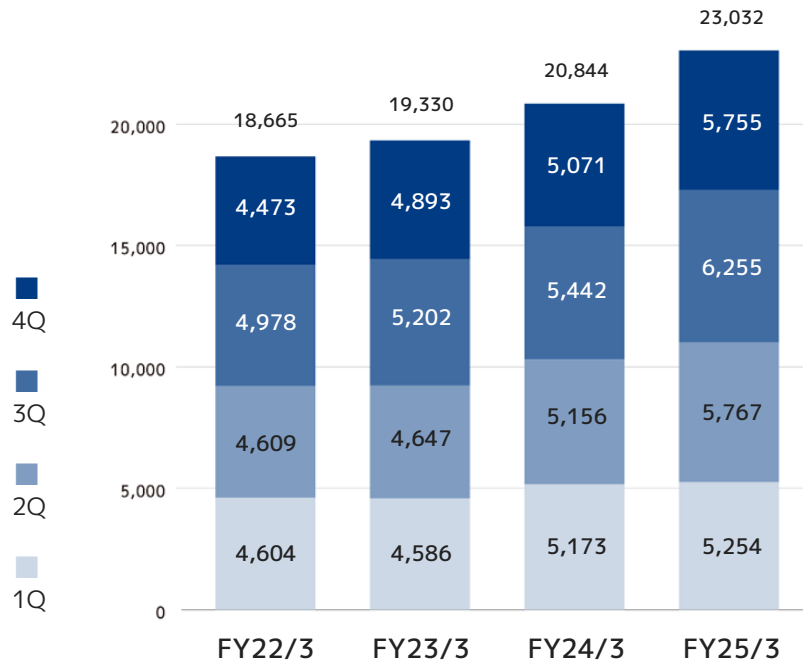
	前連結会計年度 (自 2023年4月1日 至 2024年3月31日)	当連結会計年度 (自 2024年4月1日 至 2025年3月31日)
売上収益	20,313	22,438
その他の収益	531	593
営業収益合計	20,844	23,032
営業費用	△21,472	△20,929
営業利益又は損失 (△)	△627	2,103
金融収益	1	129
金融費用	△194	△93
税引前利益又は損失 (△)	△820	2,139
法人所得税費用	△30	△801
当期利益又は損失 (△)	△851	1,337
当期利益又は損失 (△) の帰属		
親会社の所有者	△828	1,350
非支配持分	△22	△12
当期利益又は損失 (△)	△851	1,337
1株当たり当期利益		
基本的1株当たり当期利益又は損失 (△) (円)	△8.55	13.86
希薄化後1株当たり当期利益又は損失 (△) (円)	△8.55	13.73

(単位：百万円)

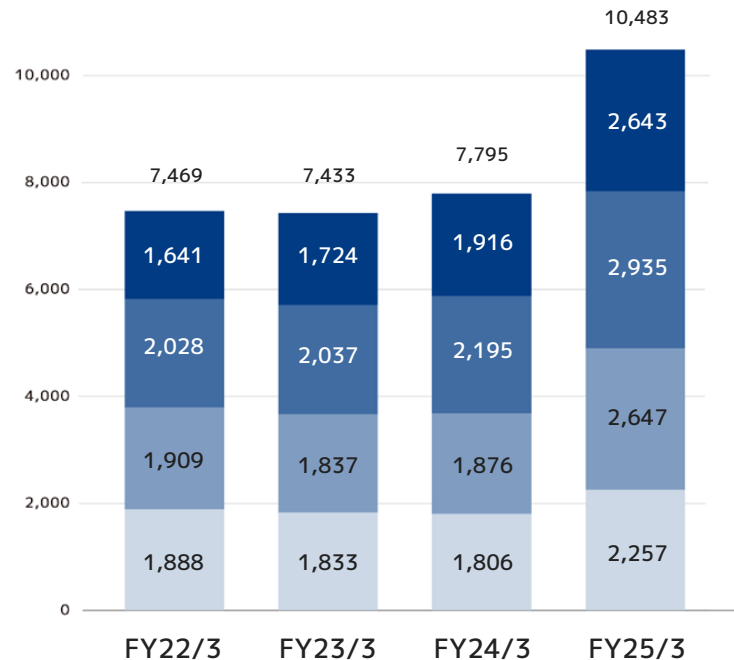
	前連結会計年度 (自 2023年4月1日 至 2024年3月31日)	当連結会計年度 (自 2024年4月1日 至 2025年3月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税引前利益又は損失(△)	△820	2,139
減価償却費、償却費及び減損損失	1,626	1,629
株式報酬費用	9	5
金融収益及び金融費用	192	△35
引当金の増減額(△は減少)	57	△23
固定資産除却損	28	8
棚卸資産の増減額(△は増加)	9	△16
営業債権及びその他の債権の増減額(△は増加)	△4,698	△3,572
営業貸付金の増減額(△は増加)	—	△180
営業債務及びその他の債務の増減額	4,992	6,714
その他	187	356
小計	1,585	7,025
利息の受取額	1	11
利息の支払額	△35	△64
法人所得税の支払額又は還付額(△は支払)	380	△406
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,931	6,567
投資活動によるキャッシュ・フロー		
定期預金の預入による支出	△0	—
有形固定資産の取得による支出	△14	△63
無形資産の取得による支出	△1,726	△1,484
長期前払費用の取得による支出	—	△17
差入保証金の差入による支出	△4	△50
差入保証金の回収による収入	0	108
その他の金融資産の取得による支出	△15	—
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,760	△1,506
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額(△は減少)	431	1,351
リース負債の返済による支出	△391	△294
株式の発行による収入	34	152
財務活動によるキャッシュ・フロー	75	1,209
現金及び現金同等物に係る換算差額	△0	△40
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	246	6,229
現金及び現金同等物の期首残高	10,564	10,810
現金及び現金同等物の期末残高	10,810	17,039

業績：営業収益・売上総利益（四半期推移）

営業収益（百万円）



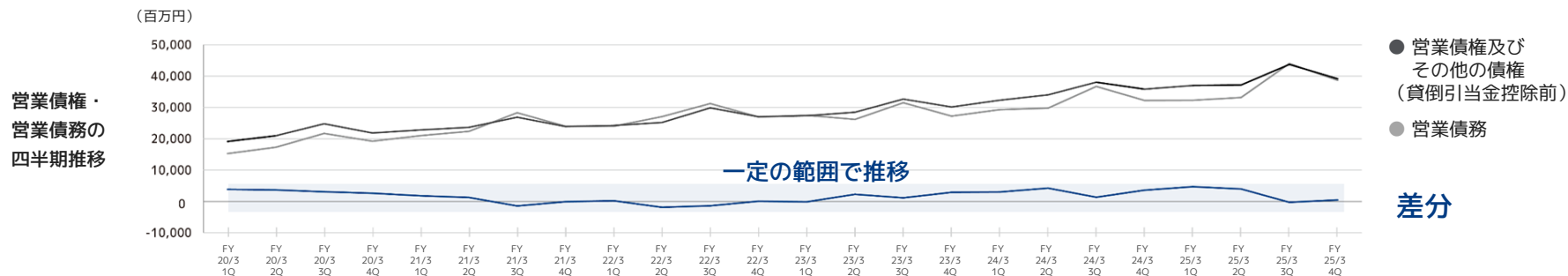
売上総利益 (non-GAAP) *1（百万円）



*1 売上総利益：営業収益－（請求関連費用＋貸倒関連費用＋その他営業収益＋その他決済に係る費用）

営業債権、営業債務はそれぞれ短期でバランスしており、
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。

バランスシート項目内訳（2025年3月期末時点）



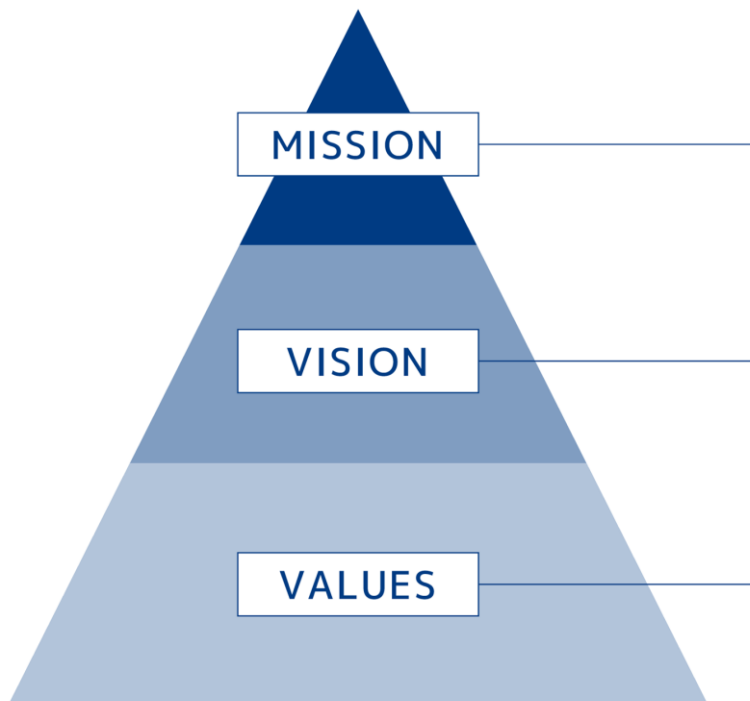
*1 NP後払いにおける事例

*2 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

Appendix

企業概要

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。



つぎのアタリマエをつくる

誰もが手にできる、なめらかな仕組みを普及させ、つぎのアタリマエをつくります。

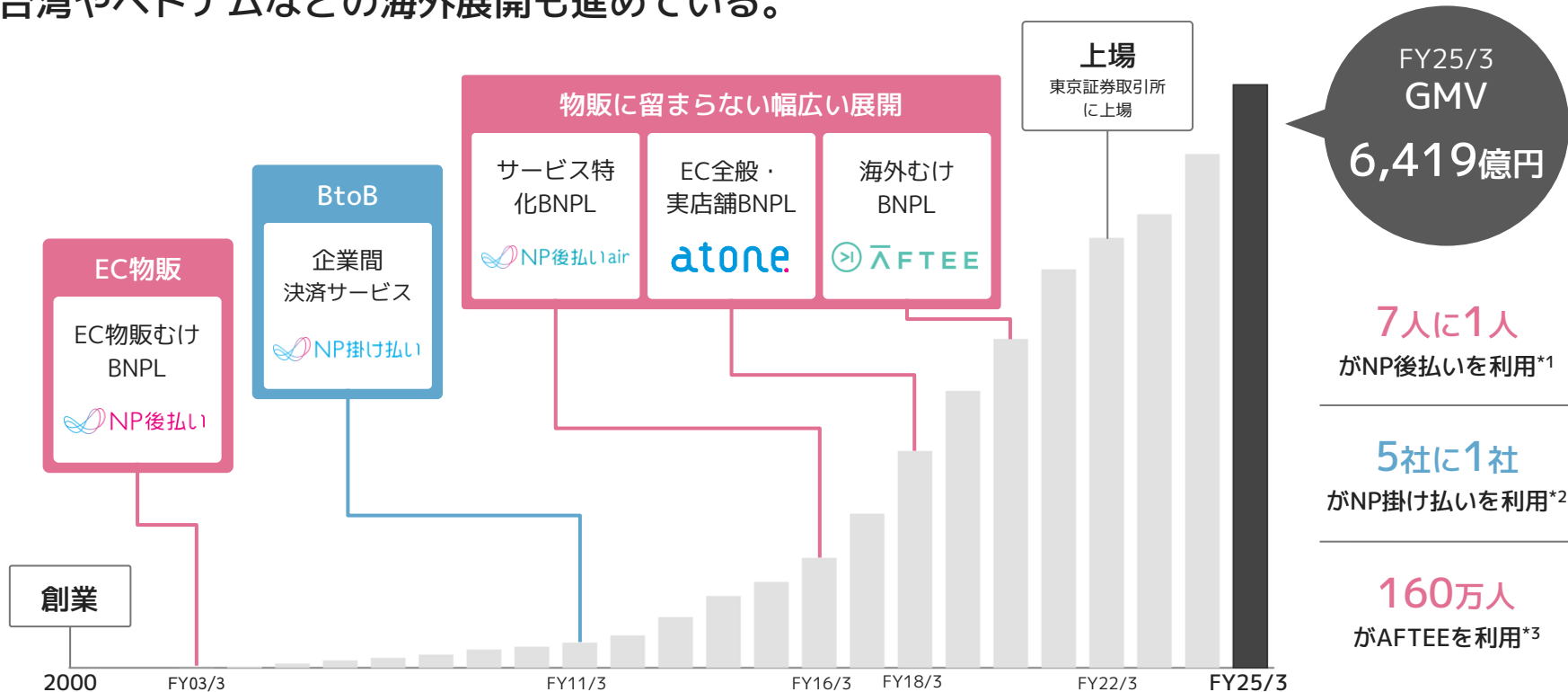
ひとの可能性をひらく

事業と組織を通じて新たな選択肢を届け、一人ひとりの可能性を広げます。

本質を探り、変化し続ける

あらゆる角度から本質を探求し、事業も組織も変化と挑戦を続けます。

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トップシェアを誇る。
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」）÷2025年3月期の年間ユニーク購入企業74万社により算出

*3 2025年3月31日時点における会員数

BtoC・BtoB・海外にサービスを広げるBNPLの総合プロバイダー。

EC物販 市場規模 14.0兆円



業界トップシェアの
EC物販向けBNPL

EC非物販 市場規模 8.7兆円

実店舗 市場規模 293兆円



スマホ型BNPLサービス。
EC物販・EC非物販はもちろん
アプリをダウンロードする
ことで実店舗でも利用可能。

対面型
サービス 市場規模 18.6兆円



住宅リフォーム・家事代行・
引越し・学習塾などのサービス
に特化したBNPL

海外BtoC 市場規模 9.8兆円



海外向けにローカライズ
したBNPL



BtoB決済代行実績No.1**の企業間決済サービス

国内BtoB 市場規模 180兆円

*1 デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社 ミックITリポート 2024年11月号 BtoB決済代行サービス市場調査 (<https://mic-r.co.jp/micit/2024/>) より、2023年度年間取扱高を参照。

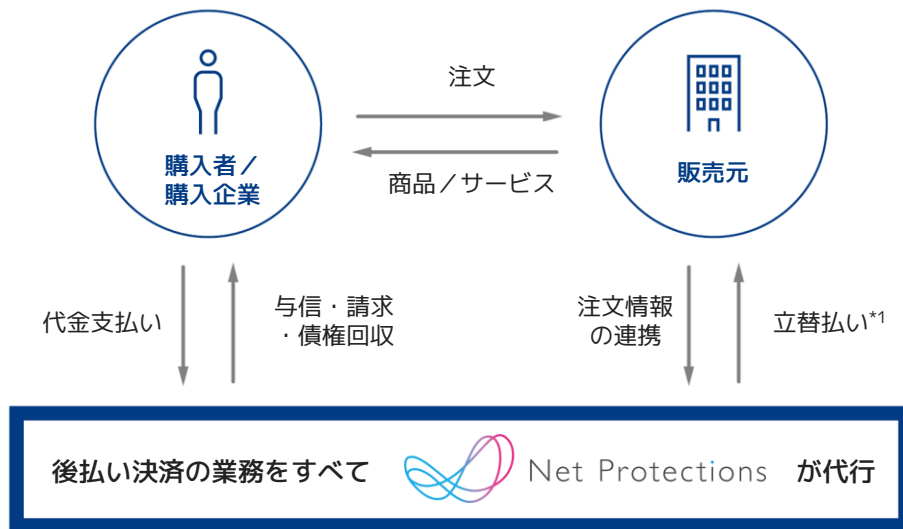
出所：各種データを参考に一定の仮定のもとで当社分析により算出

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、決済事業者及び国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

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

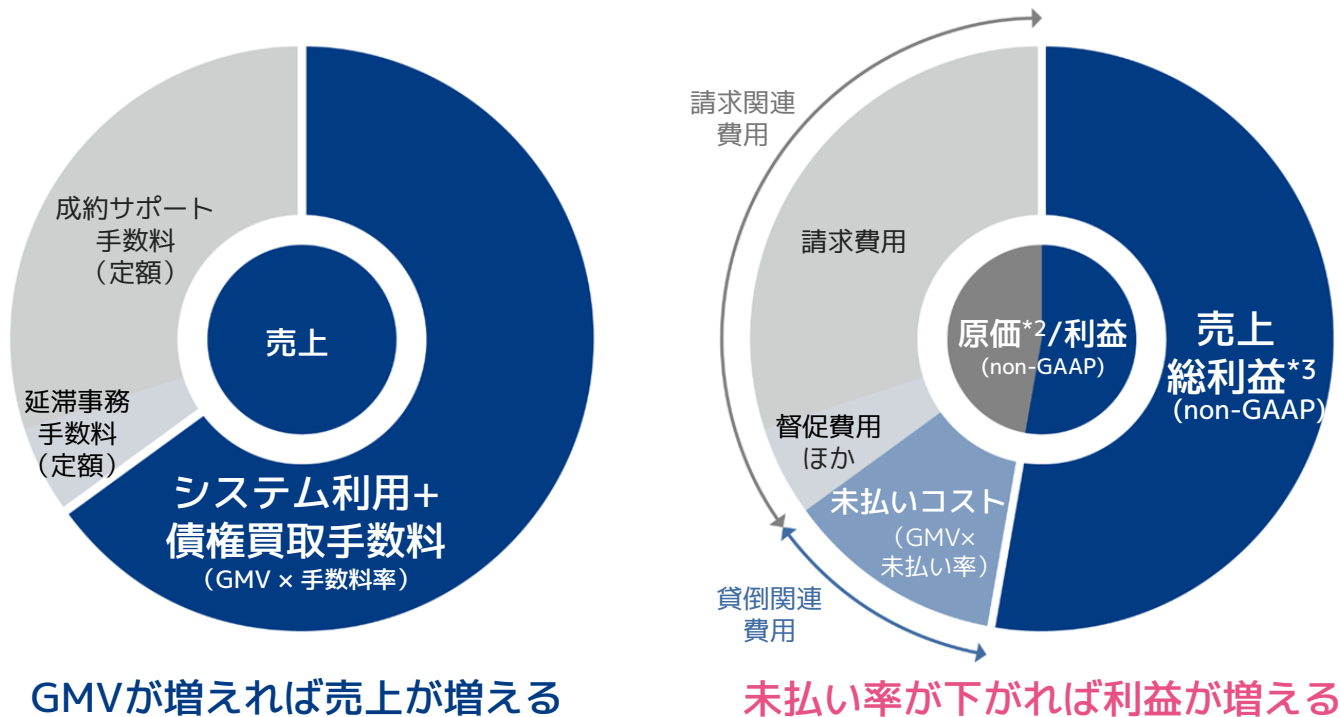


メリット



*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。

売上は主にGMV(non-GAAP)*¹ に対するサービス料金として加盟店から受領。
原価*²の未払いコストによって売上総利益率が変動。



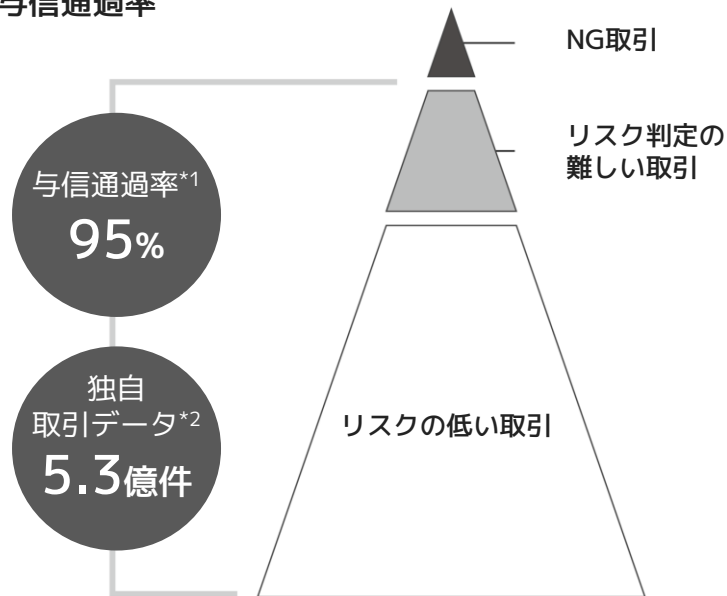
*¹ GMV：当社グループ決済サービスの流通取引総額

*² 原価：貸倒関連費用、請求書発行手数料、収納代行費用および郵便料金等の請求を行う際に発生する費用

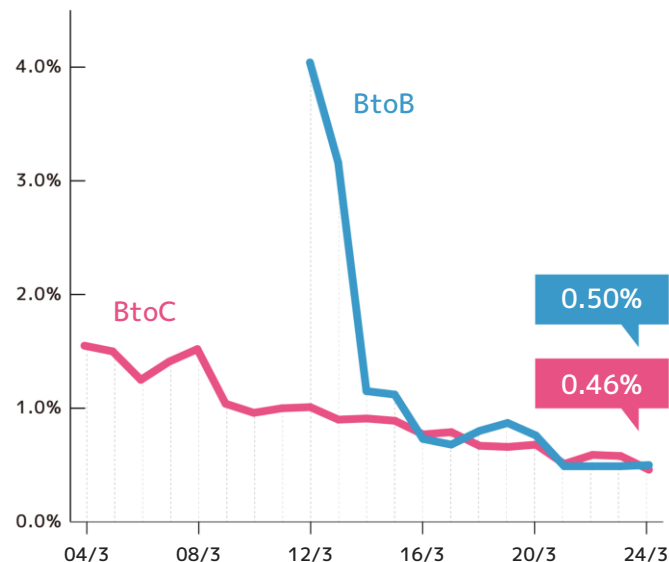
*³ 売上総利益：営業収益－（請求関連費用＋貸倒関連費用＋その他営業収益＋その他決済に係る費用）

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（air含む）における2025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）

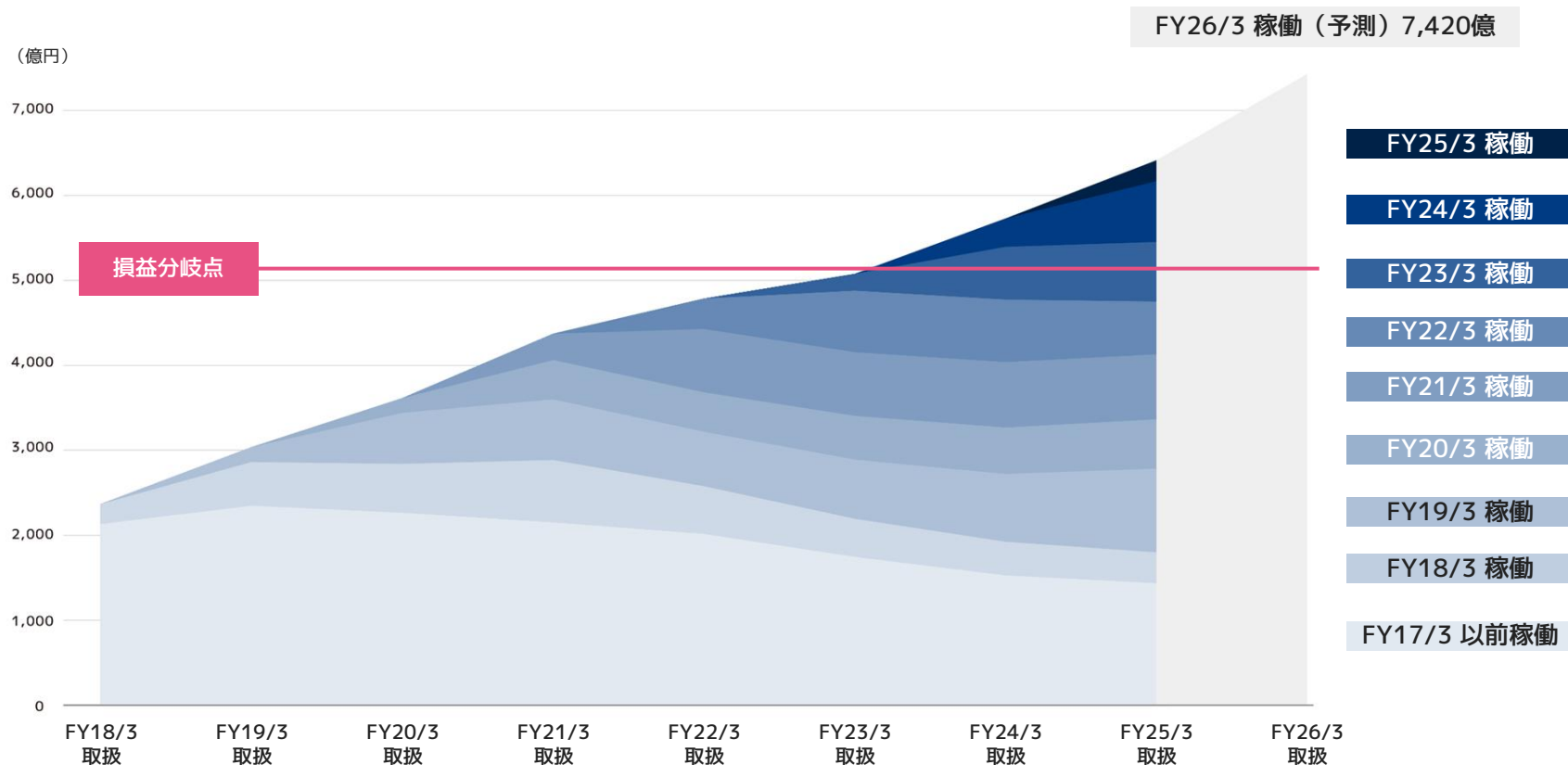
*2 2025年3月31日時点

*3 各期のNP後払い（air含む）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（2024年3月期については、2025年3月末時点で未払いとなっている取引額の割合（貸倒処理前のものを含む））

*4 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（2024年3月期については、2025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のを含む））

稼働年度別のGMV積み上げ

導入後の継続率は高く、積み上がったGMVがそのまま利益に直結する構造。

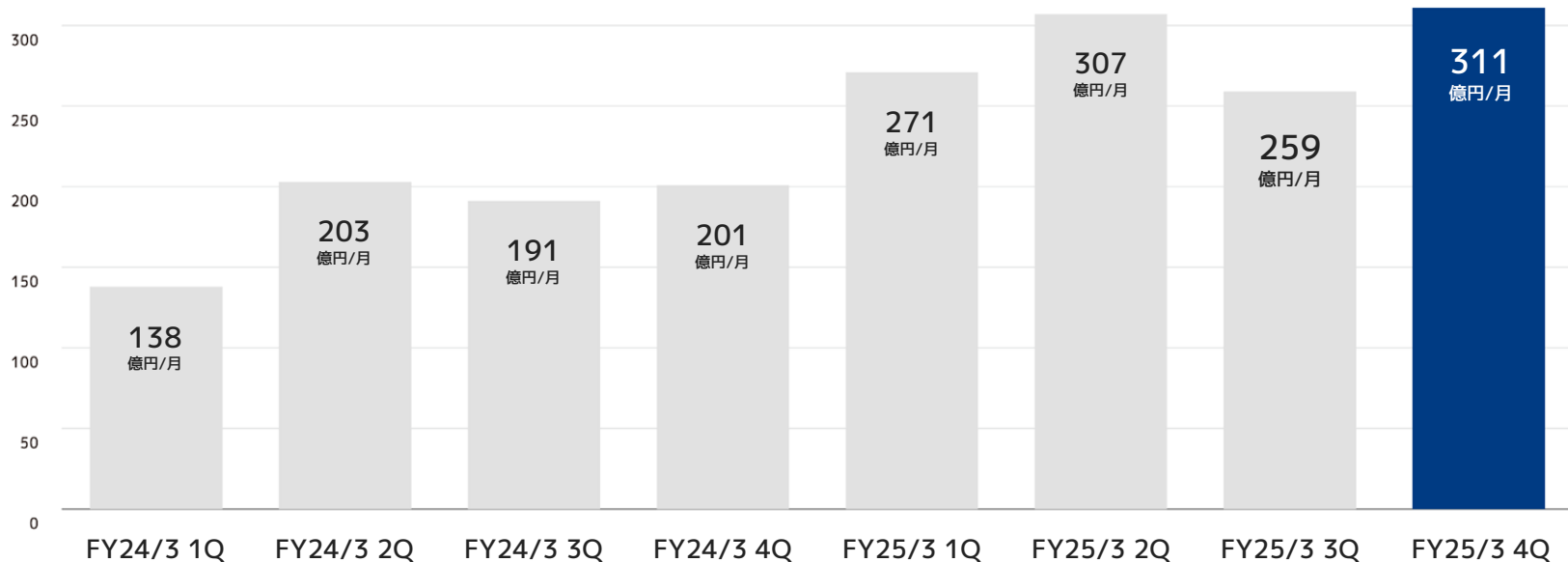


営業パイプライン状況は過去最大水準へ。

商談中及び受注案件が順調に成約及び稼働し、GMV成長に繋がっている。

検討中+受注残

(億円)
350



社員の成長機会・働きがいを重視し、成果を出せる組織づくりを実現。

総合評価ランキング（全182,212社）

1位	ボストン・コンサルティング・グループ合同会社
2位	株式会社リクルートマネジメントソリューションズ
3位	ベイン・アンド・カンパニー・ジャパン・インコーポレイテッド
4位	マッキンゼー・アンド・カンパニー日本支社
5位	日本アイ・ビー・エム システムズ・エンジニアリング株式会社
6位	株式会社ネットプロテクションズ
7位	株式会社Box Japan
8位	株式会社ワンキャリア
9位	グーグル合同会社
10位	スカイライト コンサルティング株式会社

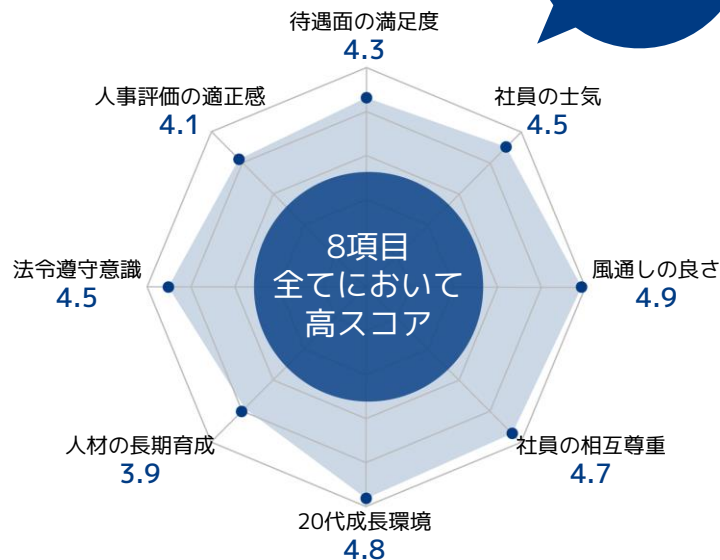
総合
6位

インターネット業界の総合評価ランキング（全5,710社）

1位	株式会社ネットプロテクションズ
2位	グーグル合同会社
3位	株式会社フィードフォース
4位	ナイル株式会社（インターネット・東京都品川区）
5位	Facebook Japan合同会社（旧：Facebook Japan株式会社）

業界
1位

社員による会社評価スコア



● 企業研究ガイドブック

こんな 会社で 働きたい

人の可能性に投資する
成長環境企業 編

クロスメディアHR総合研究所

ヒトの可能性に 投資する企業が 大事にしていること

- BIPROGY
- レバレッジーズ
- リブホールディングス
- JERA
- MIC

- ユナイテッドグロウ
- ラクスパートナーズ
- ブロードマインド
- 名工建設
- ジールコミュニケーションズ

専門特長

成長を「志す人」と
成長が「怖い人」に贈る
2つのエール

国立大学大学院国際経済学研究所客員教授
 一般社団法人WE-AT創刊代表理事
 日本経済学会会員

金間大介氏

- ネットプロテクションズ
- 三光ソフラングループ
- プラップジャパン
- クーリエ
- MIXI

✕ CROSSMEDIA PUBLISHING



ビジネスリーダーに読者の多い経済・経営情報誌「日経ビジネス」に 当社CEO柴田とFC今治オーナー岡田氏との対談を記事で展開。

日経ビジネス
2月17日号



企業価値を高め続けていくために不可欠な
若手世代の活躍について組織のあり方を語
り合った対談内容を掲載。
雑誌の紙面に合わせて日経ビジネス電子版
のWEB記事も同時展開。

<https://special.nikkeibp.co.jp/atclh/ONB/25/netprotections0213/>

特別対談

岡田 武史氏 × 柴田 紳氏

「接し方が難しい」で終わらせない！

Z世代と共に歩む
組織マネジメントの勘所

日本企業が将来にわたり企業価値を高め続けていくために、不可欠なのが若手世代の活躍だ。サッカーチームFC今治を運営する今治・夢スポーツの岡田 武史氏と、マネージャーが存在しない組織でOpenWork 総合評価ランキングのTOP10に入るネットプロテクションズの柴田 紳氏が、これからの組織のあり方を語り合った。

自己主張する若手の良さを生かす

—— 現在20代から30代前半、いわゆるZ世代の育成に悩む企業経営者が少なくありません。
岡田 当社には十分な教育体制がないため、これまで新卒採用を行ってきませんでした。一方、ネットプロテクションズは若手が主体ですね。
柴田 社員の半数以上が20代で、まさにZ世代が中核です。ただ、実は組

度評価で年次に関わらず業務に関連する社員を中心に全員が評価を行うため、若いメンバーでも方向性がブレないようになっています。あとは共通の目的を持つことです。
岡田 その通りだと思います。サッカーであれば勝つこと、会社であれば利益やKPIの達成とありますが、それより企業理念やミッションステートメントなどの会社の目的が大切です。共通の目的があれば、主体性を発揮しなが

Net Protections

岡田 武史氏 代表取締役会長
柴田 紳氏 代表取締役社長

元サッカー日本代表監督。2014年にFC今治（今期よりサッカー J2リーグに昇格）のオーナー。2023年4月にFC今治高校 重山校の学園長に就任。多彩な組織のトップとして社員や選手、生徒の育成に努める。

IT系投資会社に転職後、2004年にネットプロテクションズ代表取締役に就任。「世界初」の後払い決済として「JIP後払い」の事業化を成功させる。2021年に東証プライム市場に上場。現在300名ほどの組織の形を握る。

ハーバードビジネススクール（HBS）のケーススタディに採用

ハーバードビジネススクール（HBS）のRamon Casadesus-Masanell教授の担当する授業で当社の事例が取り上げられる。

日本最大の後払い決済サービスの提供企業として、
様々なニーズに合わせた後払い決済サービスを複数
展開していった成長の過程が紹介されている。



FACULTY & RESEARCH

[FACULTY](#) | [RESEARCH](#) | [FEATURED TOPICS](#) | [ACADEMIC UNITS](#)

Harvard Business School → Faculty & Research

Publications

MAY 2024 CASE HBS CASE COLLECTION

Net Protections (A)

By [Ramon Casadesus-Masanell](#), Nobuo Sato and Akiko Kanno

Format: Print | Language: English | Pages: 23

[Email](#) [Print](#) [Share](#) [Recommend 0](#) [Share](#)

ABSTRACT
In Case A, set in early 2017, Net Protections (NP) is the largest Buy Now, Pay Later (BNPL) fintech service in Japan and is experiencing a slowdown in growth of its core product, NP Atobarai. Launched in 2002 as non-membership service, the NP Atobarai product has given Japanese consumers an alternative to paying with their credit cards when using ecommerce (EC) websites. Despite having strong adoption and industry low delinquency rates, NP is considering launching a membership-based BNPL service to expand to more categories and a wider consumer segment. The company needs to decide on the features that would go into the new membership service while being careful not to cannibalize their core product.

CITATION
Casadesus-Masanell, Ramon, Nobuo Sato, and Akiko Kanno. "Net Protections (A)." Harvard Business School Case 724-395, May 2024.

[EDUCATORS](#) [PURCHASE](#)

ABOUT THE AUTHOR

 **Ramon Casadesus-Masanell**
Strategy
[→ More Publications](#)

RELATED WORK

MAY 2024 FACULTY RESEARCH
NET PROTECTIONS (B)
By [Ramon Casadesus-Masanell](#), Nobuo Sato and Akiko Kanno

MAY 2024 FACULTY RESEARCH
NET PROTECTIONS (C)
By [Ramon Casadesus-Masanell](#), Nobuo Sato and Akiko Kanno

MAY 2024 FACULTY RESEARCH
NET PROTECTIONS (D)
By [Ramon Casadesus-Masanell](#), Nobuo Sato and Akiko Kanno

Harvard Business PublishingのWEBサイトで
ケーススタディ資料として販売中

Appendix

BtoC 事業（atone、NP後払い他）

ECはもちろん、実店舗でも利用可能な次世代BNPLサービス。

atone

かんたん決済

ECではワンクリックで、
実店舗ではアプリで
かんたん決済



選べる 支払いタイミング

支払い時期を
都度/月まとめ
から選べる



お得に使える

利用する度に
ポイントが貯まる！
1p=1円で使える



760万人の会員数

EC物販・EC非物販はもちろん、
実店舗でも利用可能

ホワイトラベル・OEMにも対応
(デジタル最適化)

1,300万PV/月の
キャンペーンポータル

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アプリ内のショップでも利用可能。

atone 利用可能店舗（一部抜粋）

オンライン・ストア

モール



アパレル・ビューティー



エンタメ



その他



実店舗*1

コンビニ・スーパー



ドラッグストア



飲食



日用品



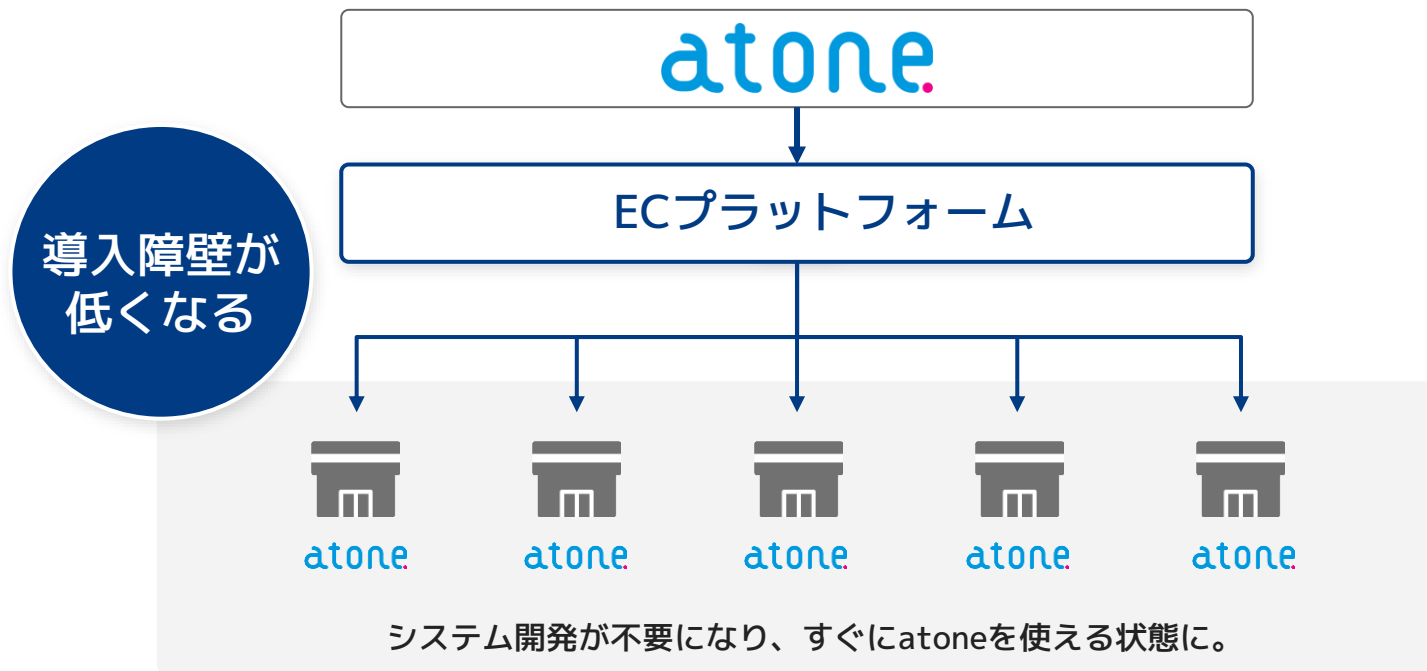
*1：一部、ご利用できない店舗がございます。

*2：Amazon、Amazon.co.jpおよびそれらのロゴは、Amazon.com, Inc.またはその関連会社の商標です。

「atone shops」は、ショップ・キャンペーン・ポイントの3つの情報を集約した後払い決済サービスにおいて日本初のポータルサイト。



atone連携プラットフォームを利用しているEC事業者は、すぐにatone導入が可能。
導入障壁が低くなるため、多くのEC事業者に広がり、GMVの成長を期待できる。



7人に1人が利用する業界トップシェアの後払い決済サービス
会員登録やカード発行が不要のため、便利に買い物ができる。



カード不要

カード不要で
情報の漏えい・
不正利用の心配がない



会員登録不要

複雑な手続きなしで
ワンクリックで利用可能



商品到着後に支払い

商品確認後、
好きな支払い手段で
簡単にお支払い



年間ユニークユーザー数
1,500万人超^{*1}

累計取引件数
4.4億件 突破

導入店舗数
20.3万店舗

訪問型サービスを提供する事業者むけに特化した、 「未払いリスク保証型の集金代行サービス」



現金の準備が不要

事前に現金を準備しておく必要がない



現金の受け渡しが ないので安心

直接現金で取引することが
不安な方も後から請求書で
支払えるので安心



いつでも好きな 場所で支払える

好きなタイミングで好きな
場所から簡単にお支払い



ご利用業種例



リフォーム・工事



修理・メンテナンス



家事代行



引っ越し



レンタル



電気・ガス

現金・債権管理
コストを大幅削減

回収業務ゼロ、
請求金額100%保証

専用端末不要、
現場ですぐ運用可能

導入支援で
スムーズな運用を実現

	NP後払い	atone	
		つど後払い	翌月後払い
支払 タイミング	取引ごと 請求書発行から14日後までに支払い	取引ごと 請求から10日後までに支払い	まとめて翌月払い 毎月10日・20日・27日
請求形態	紙の請求書中心 (電子請求対応)	電子請求 (メール/SMS)	電子請求 (アプリ/メール/SMS)
支払方法	コンビニ・銀行・ 郵便局	コンビニ・銀行	コンビニ・銀行・口座振替
会員登録	不要	不要	必要
ポイント	あり (0.5%/景品交換制)	あり (0.5%/会員登録必要)	あり (0.5%)
対象市場	EC物販	EC物販・EC非物販	EC物販・EC非物販・実店舗

資金管理

1 利用の度に支払え、 使い過ぎ防止になる



- ✓ 都度支払うので、支払った実感がある
- ✓ キャッシュアウトが見えるので予算管理がしやすい

2 支払期限内の好きな タイミングで支払える



- ✓ 代引きだと受け取り時に現金を用意する必要あり
- ✓ 給料日前にお金がないでも買える

セキュリティ

3 カード情報の漏えいや 不正利用の心配がない



- ✓ カード情報入力不要
- ✓ 自分で支払う必要があるので、知らずに引き落とされることない

4 商品の返品・交換や キャンセルがしやすい



- ✓ 気が付かずに自動的に引き落とされることない

利便性

5 カード不要・事前登録不要



- ✓ ワンクリックで購入
- ✓ 普段使わないサイトでの購入が簡単
- ✓ カードを取り出さなくても買える
- ✓ スマホでも簡単

6 商品を見てから支払える



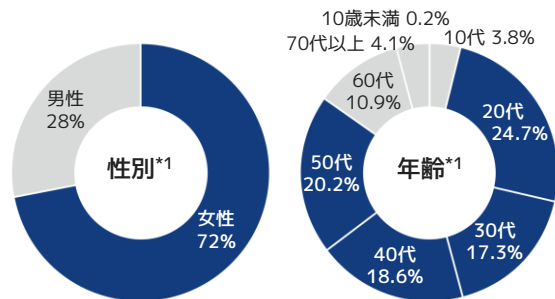
- ✓ 前払いでは商品が届くか不安
- ✓ 返品・交換・キャンセルも容易

今までの後払い決済サービスの主なユーザー層と市場の規模予測

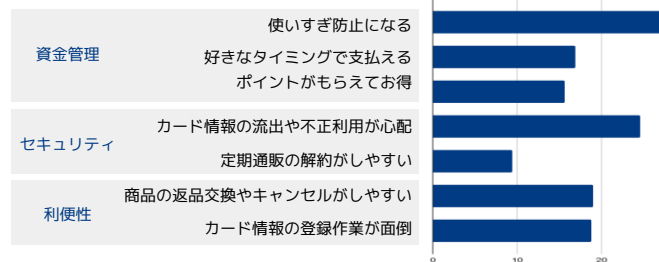
20～50代の女性を中心に「資金管理」「セキュリティ」「利便性」などのニーズで伸びてきた。

主な利用者層と利用動機

EC市場における後払い利用者は20～50代の女性が大半



ニーズは資金管理・セキュリティ・利便性*2

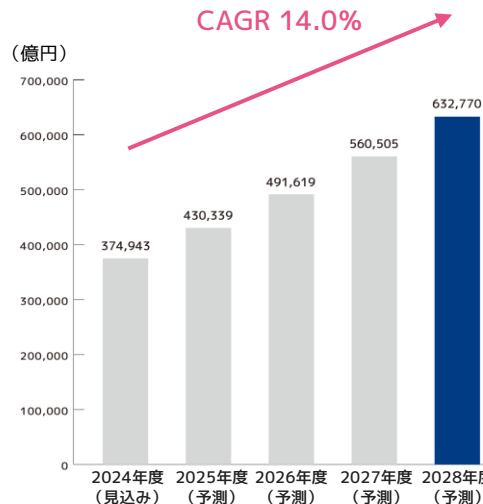


*1 2025年3月31日時点におけるNP会員の内訳。

*2 【調査方法】NP会員向け当社インターネット調査【実施期間】2018年12月28日～30日

【対象】全国の20代以上の男女1,738人 当社調べ

EC決済サービス市場規模予測

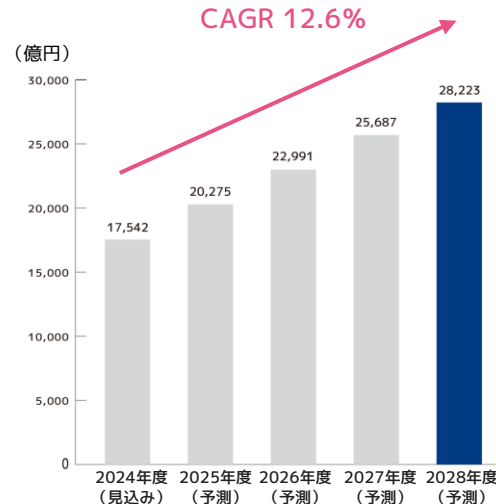


出典：株式会社矢野経済研究所「オンライン決済サービス市場に関する調査（2025年）」（2025年3月27日発表）

※ 決済業務の代行業者であるオンライン決済サービスプロバイダーを経由して利用された決済処理金額（取扱高）ベース
※ コード決済については、オンライン決済サービスプロバイダーの取扱高のみを含む

※ 2024年度見込値、2025年度以降予測値

後払い決済サービス市場規模予測



出典：株式会社矢野経済研究所「オンライン決済サービス市場に関する調査（2025年）」（2025年3月27日発表）

※ 後払い決済サービス提供事業者の決済処理金額（取扱高）ベース

※ 2024年度見込値、2025年度以降予測値

※ 後払い決済サービス市場は、オンライン決済サービス市場の内数

サービス導入事例（BtoC市場）

物販EC

ECモール



TVショッピング



ネット・スーパー



住宅設備機器



アパレル



非物販EC・役務

チケット（電子含む）



電子コミック



ライブ配信



住宅管理サービス



住宅設備の修理・点検



実店舗

スーパー



コンビニ



飲食



*1

飲食



*1

ドラッグストア

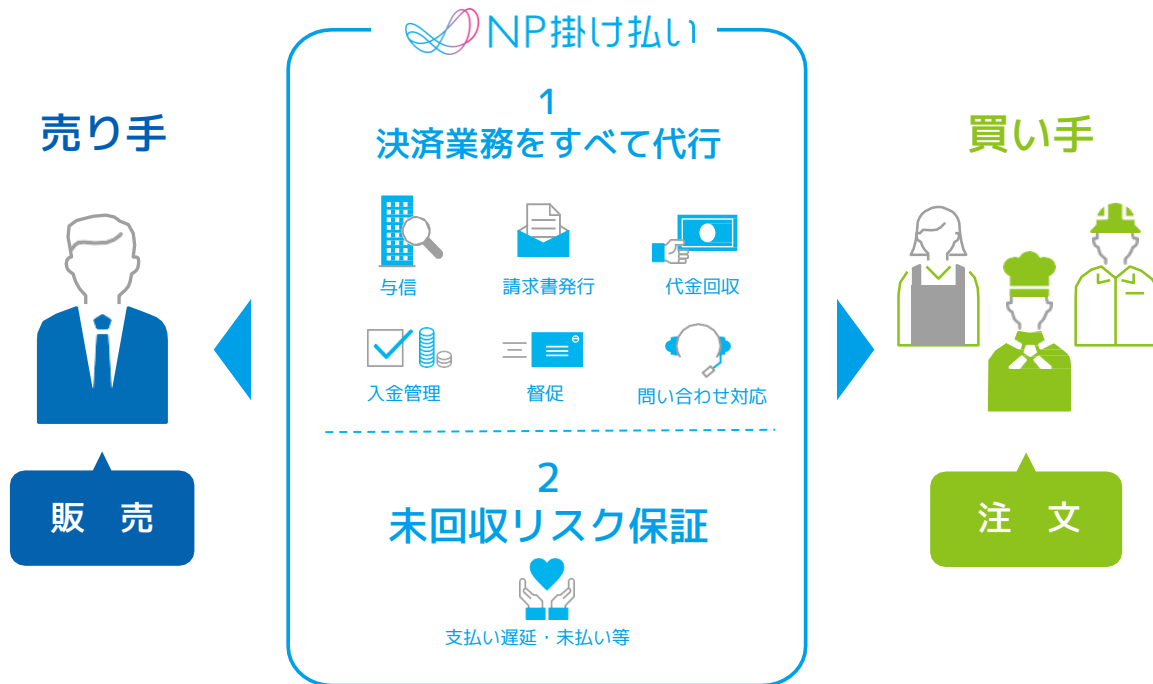


*1 一部、ご利用できない店舗がございます。

Appendix

BtoB 事業（NP掛け払い）

5社に1社が利用する企業間取引における
「決済」の業務とリスク保証を代行するサービス。



年間利用企業
約 74万社

BtoB決済代行実績
No.1*

加盟店の売上拡大・
業務負荷削減に貢献

個人事業主もOK
最短即時で与信

BtoB事業「NP掛け払い」は法人間のすべての請求業務（与信→請求書発行→入金管理→督促→リスク保証）の課題をワンストップで解決できるBPOサービス。



加盟店
の
課題



事業成長に伴い、決済業務
の負担増が予測される



中小企業や面識のない企業
への与信に不安を感じている



決済業務に時間をとられ、
各部署が本業に集中できない



決済の選択肢を増やし、
手軽に顧客満足度を上げたい

 NP掛け払い

導入
効果



決済業務まるごと
アウトソーシングによる
業務効率化



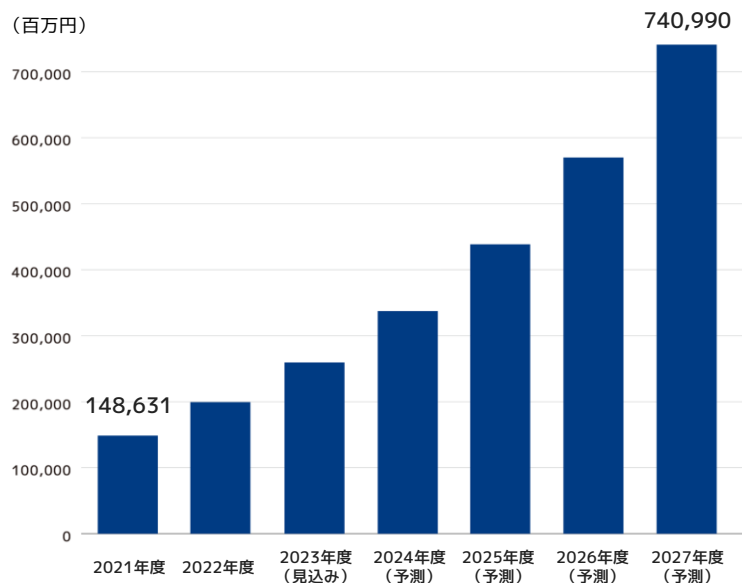
本来のコア業務に
集中



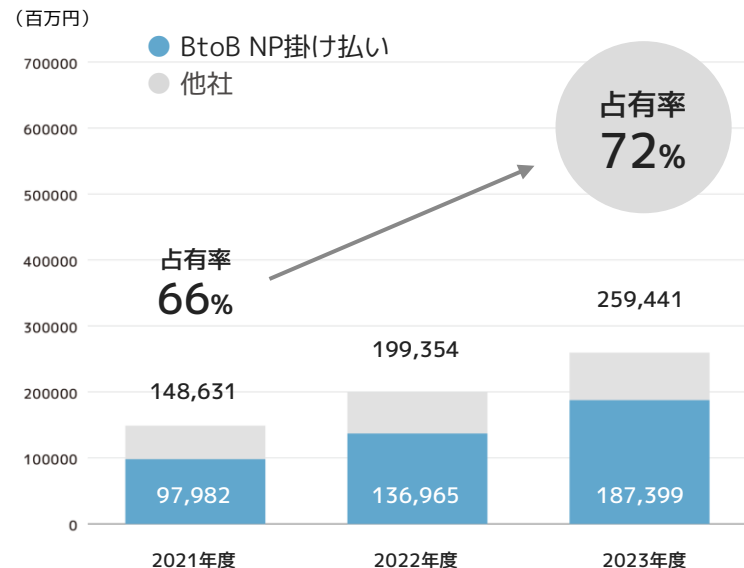
取引拡大による
売上貢献

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*1



| 掛け払い市場における当社BtoBの占有率推移*2



*1 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）

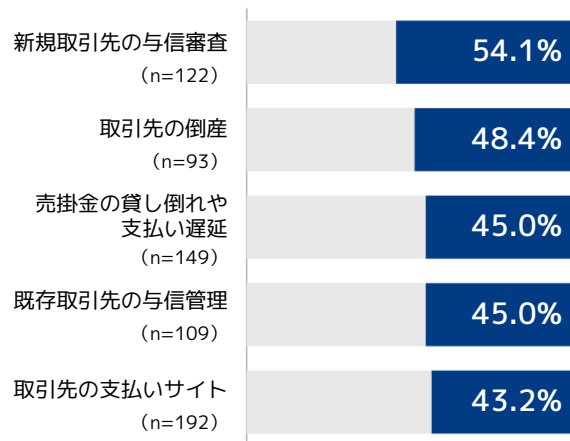
注1. サービス提供事業者取扱高ベース

注2. 2023年度は見込値、2024年度は予測値

*2 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

決済業務における支払い遅延と回収の課題*1。

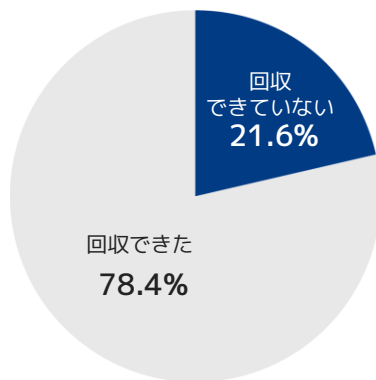
1 約2人に1人が「与信審査」「貸し倒れや支払い遅延」に課題を感じている



■ とても課題を感じている + やや課題を感じている
■ あまり課題を感じていない + 全く課題を感じていない

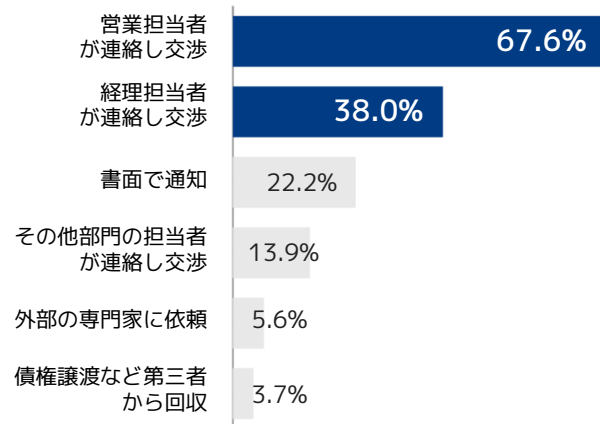
2 発生した「支払い遅延」のうち21.6%が回収できていない

自社へ支払い遅延発生経験者 (n=113)
の回収率



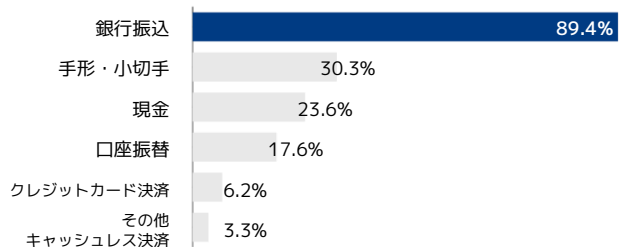
3 営業担当者も連絡・交渉に手間を取られている

自社へ支払い遅延発生経験者のうち
回収経験者 (n=108) の回収要因

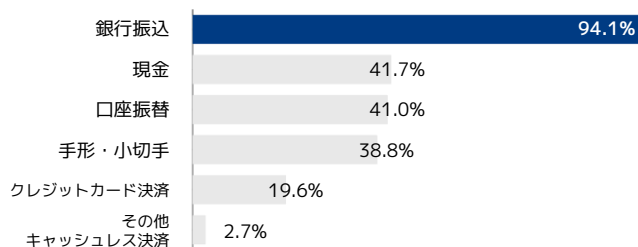


大手企業の新規開拓・顧客の取りこぼしを防ぐためには請求書払いは必須
その背景として「これまでの習慣があるから」という意見が最も多くなっている。

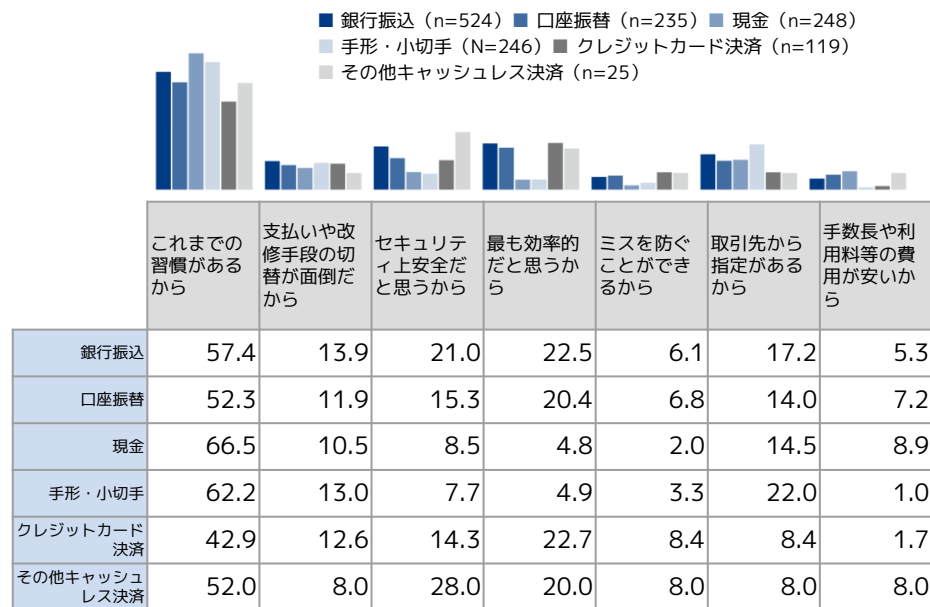
支払いを受ける際の決済方法（n=547）※複数回答可



支払いをする際の決済方法（n=556）※複数回答可



各決済方法を利用する理由



卸

建材



酒



食品



美容



包装資材



ベンチャー

シェアリングエコノミー



バックオフィス



HR



マーケティング



マーケットプレイス



大手



Appendix

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/>



- 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。