

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)

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月期の決算説明をはじめさせていただきます。

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

アジェンダはご覧のとおりとなります。

最初に通期及び第4四半期の業績について説明させていただき、その後、2026年3月期の業績予想についてご説明差し上げます。

次に、経営TOPICSをご説明しまして、最後に、ローリングした3カ年事業計画を含む中期経営方針についてご説明させていただきます。



業績ハイライト

3

業績ハイライトはCFOの渡邊からご説明差し上げます。

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。	

*1 GMV：当社グループ決済サービスの流通取引総額

全社GMVは13.4%成長し、6,419億円となりました。

また、営業利益は第3四半期上方修正の20億円をさらに上回り、21億円に着地しました。

サービス別に見ますと、

atoneは第3四半期に続き、第4四半期も単独で50%を超えるGMV成長、通期で48%の成長率を示しました。第2四半期に稼働した大型新規店の稼働に加えて、利用促進キャンペーンなどの施策がGMVの成長につながりました。

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。未払いコントロールによる原価抑制、延滞事務手数料の加算が寄与し、第4四半期単独で32%増、通期で36%増の結果となりました。

NP掛け払いも引き続き強い成長を継続しており、GMVは第4四半期単独で36%増の681億円、通期で33%成長し、年間GMVは2,482億円となりました。既存加盟店の取扱高伸長に加えて、第3四半期に稼働した大型新規店が成長に寄与しました。

全社業績：業績サマリー

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

2025年3月期の業績サマリーとなります。

下期3億円のマーケ追加投資を行った上で、営業利益は第3四半期に発表した上方修正をさらに超える21億円となりました。

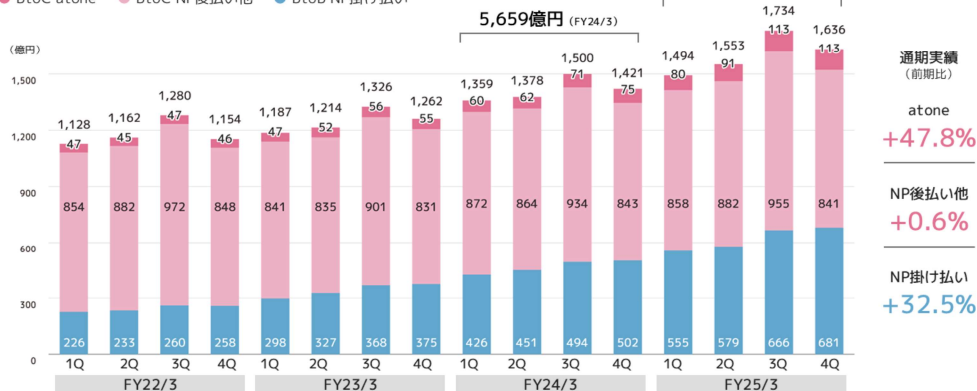
営業収益は手数料率が低い大型加盟店の取引増加と電子請求書の利用率増加により若干ビハインドしましたが、それ以外の項目はすべて業績予想を上回り、EBITDAは前期比261%増となっています。

なお、営業利益より税引前利益の方が大きくなっていますが、これは、IFRS特有の金融資産の評価損の戻りがあったためです。

GMV（四半期 推移）

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

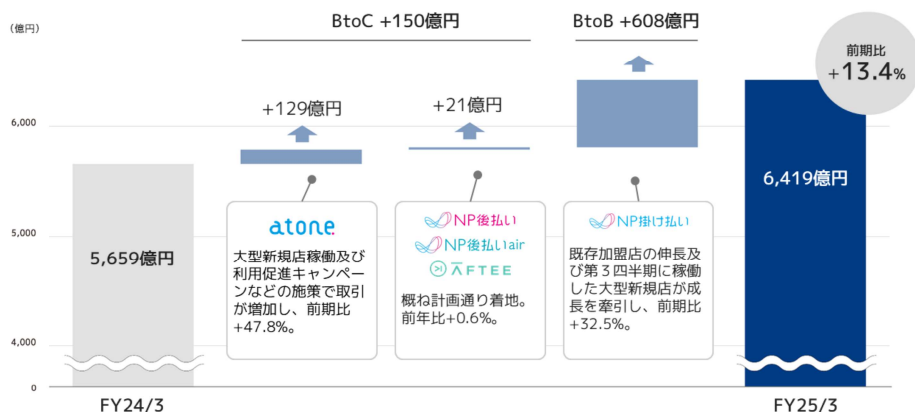
全サービスのGMV構成の推移です。

BtoCのatoneは前期比47.8%、BtoBのNP掛け払いは同32.5%の成長率を達成しています。

これら2つのサービスが成長ドライバーとなり、通期の全社GMVは、前期比13.4%増加しました。

GMV（通期 加算額）

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。



通期GMV加算額の内訳となります。

atoneは、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で、約130億円を積み上げることができました。

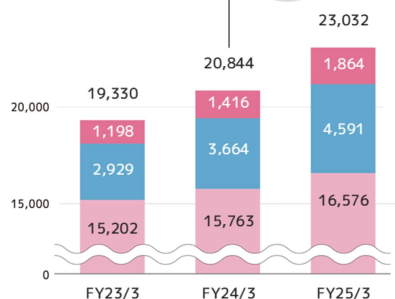
BtoBのNP掛け払いは、引き続き既存加盟店における取引増加が強い上に、第3四半期大型新規店の稼働が加わり、600億円を超える積み上げとなりました。

営業収益・売上総利益

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%。

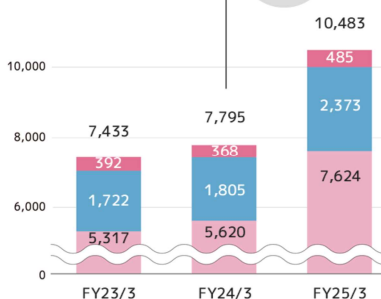
営業収益 (百万円)

- 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



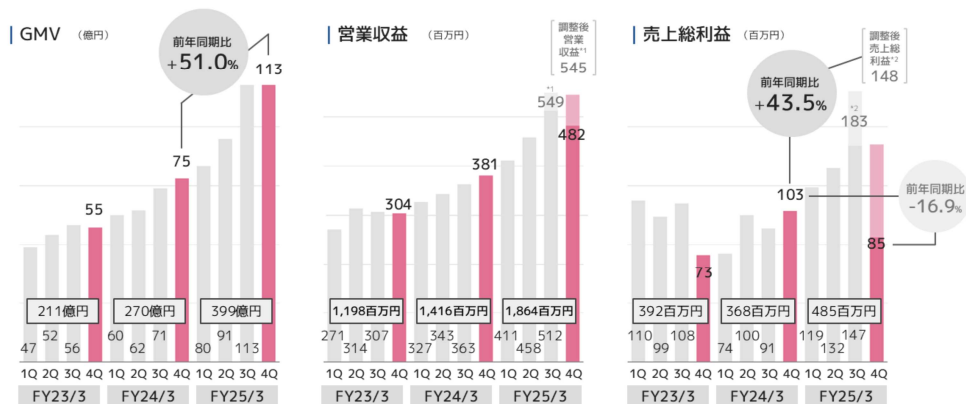
全社の営業収益と売上総利益です。

営業収益は前期比10.5%増加しました。

売上総利益は、主にNP後払いにおける未払いコントロールを含む原価抑制、延滞事務手数料の加算効果で、34.5%増加しました。

過去2年と比較しても、しっかり利益が出せる体質になっています。

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。



*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

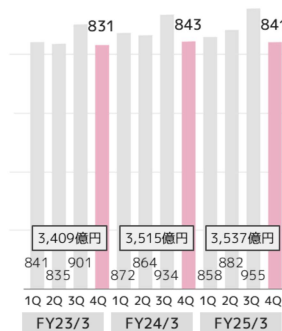
このページから、各サービスにおける主要指標についてご説明いたします。

atoneは第3四半期に続いて、新規加盟店獲得に加えて、新規ユーザーの拡大にも注力し、
キャッシュバックを中心に利用促進キャンペーンの実施効果で、GMVは前年同期比51%成長しました。

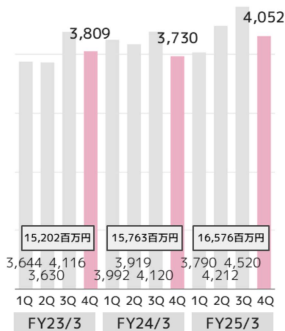
キャンペーン実施に伴う減額分を補正した売上総利益は、前年同期比43.5%増となりました。

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%。

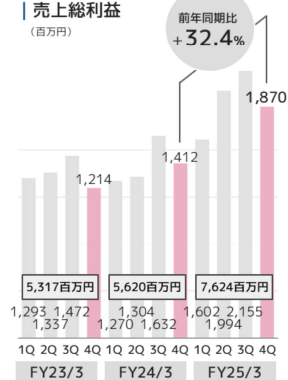
GMV (億円)



営業収益 (百万円)



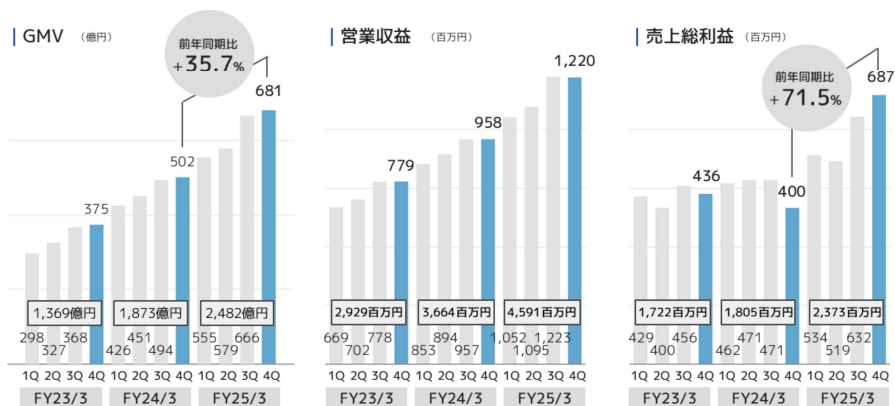
売上総利益 (百万円)



NP後払いは一部の販売方法に問題がある特定加盟店においては是正を行い、GMVは0.3%減となりましたが、利益にはポジティブに働いています。

売上総利益は、引き続き延滞事務手数料の加算と、未払いコントロールを含む原価抑制で、32.4%増となりました。

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。

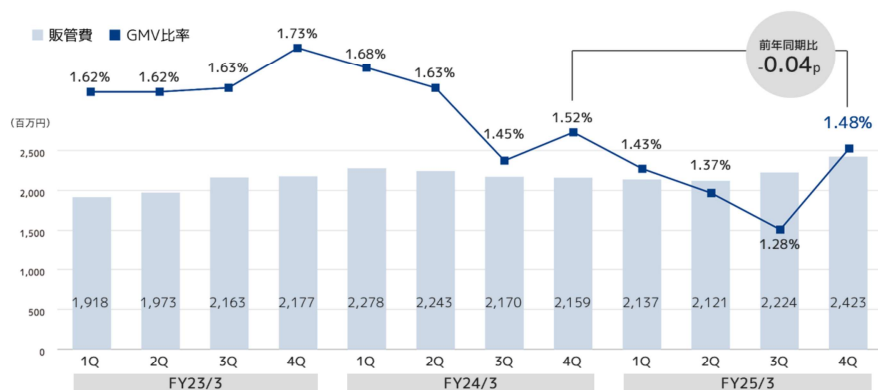


BtoBのNP掛け払いは、引き続きGMVが+35.7%と高成長を示しました。
既存店の伸びに加え、第3四半期に稼働した大型新規店もGMV成長に貢献しました。

売上総利益は、昨年度はゼロゼロ融資回収期に入り未払い率が一時的に悪化しましたが、それに対応して与信コントロールを行った結果、今年度は前年同期比71.5%増と回復しました。

販売管理費（四半期推移）

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。



販管費およびGMV対比の販管費率の推移です。

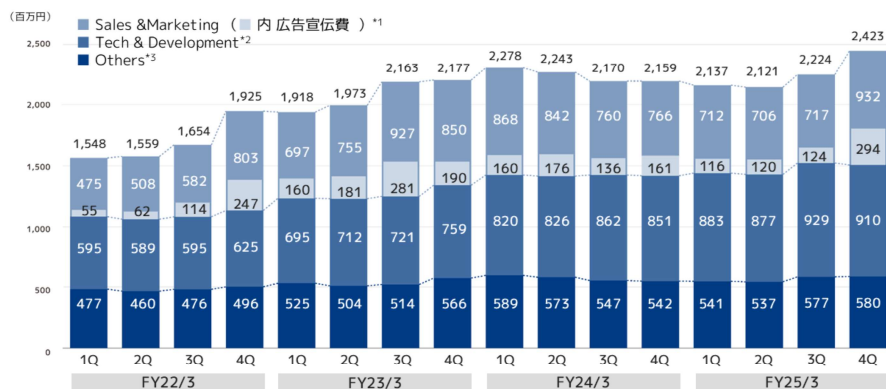
対GMV販管費率が1.48%とこれまでの低下トレンドから乖離したように見えますが、

これは下期追加マーケティング投資を予定通り行ったための一時的な現象となります。

今後も、株主・投資家様の期待に応える利益を確保した上で、超過利益をマーケティング費用に回すような運用をしていきたいと考えています。

販売管理費（項目別 四半期推移）

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）

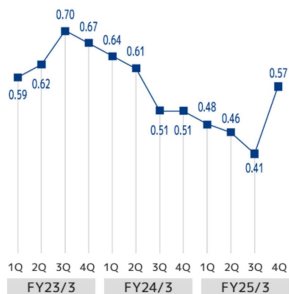
第4四半期の販売管理費の額は、24.2億円となりました。

セールス & マーケティング費用の増加は、下期の追加マーケティング投資によるものです。

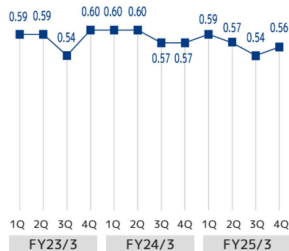
販売管理費（対GMV比率推移）

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。

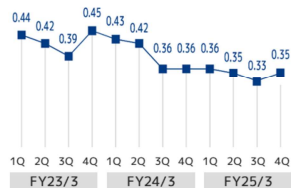
Sales & Marketing*1 (%)



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）

項目別のGMV対比の販管費率です。

繰り返しになりますが、セールス&マーケティングの対GMV比率の急増は下期の追加マーケティング投資によるものです。

オペレーティング・レバレッジが効く構造を継続する方針に変わりはない、26年3月期第1四半期からまた例年の水準に戻します。



26/3期 業績予想

15

次に2026年3月期の業績予想についてご説明申し上げます。

業績予想_26/3期 業績予想サマリー

GMVは+15.6%の7,420億円、営業利益は+23.6%の26億円を計画。
GMVをしっかりと成長させ、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＋その他決算に係る費用）

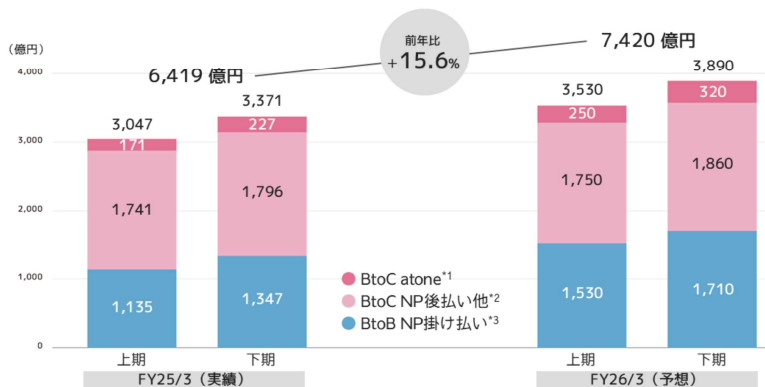
*3 EBITDA：営業利益＋（減価償却費・償却費＋株式報酬費用＋固定資産除却損＋減損損失－減損損失戻入益）

2026年3月期 業績予想のサマリーとなります。

GMVは15.6%増の7,420億円、営業利益は23.6%増の26億円を計画しています。

GMVをしっかりと成長させながら、引き続き原価をコントロールし、販管費の対GMV比率を下げることで、確実に利益を増やしていきます。

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

全社GMVは15.6%増の二けた成長を継続します。

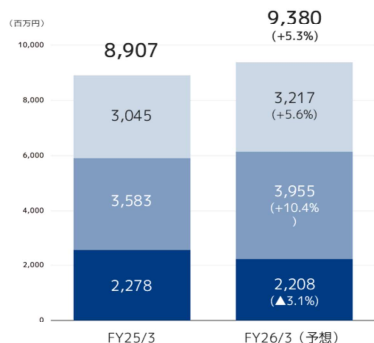
成長ドライバーであるBtoC atoneは40%台、BtoB NP掛け払いは30%台の高成長を見込んでいます。

業績予想_販売管理費の内訳

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 ・事業成長に伴う増加	+172百万円 (+5.6%)
テック & ディベロップメント ・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	+372百万円 (+10.4%)
その他 ・運用の最適化	▲70百万円 (▲3.1%)

*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

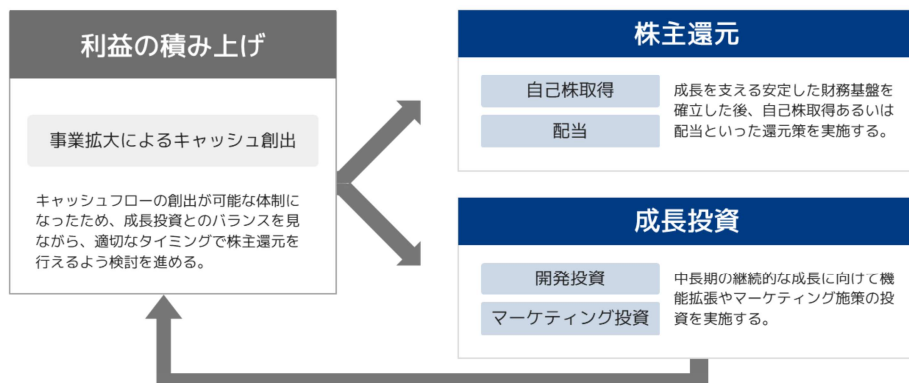
*3 その他：上記*1、*2以外の販売管理費（バックオフィスに関わる人件費・アウトソース費、および各サービスのサポートデスクのアウトソース費等）

販管費予想の内訳となります。

総額として、前期比5.3%増にとどめます。

テック&ディベロップメントは新規機能の提供、取引拡大にともなう運用費などがかかるため、増額となりますが、セールス&マーケティング、その他の販管費については、すでに効率化が進んでおり、無理せずとも一定水準以下に伸び率を抑制することができます。

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。



株主還元の方針について説明いたします。

現時点では成長投資に利益を投入させていただきますが、将来的には十分な利益を積み上げて株主還元を実施することが経営の責務と考えております。

米国の関税リスクについて

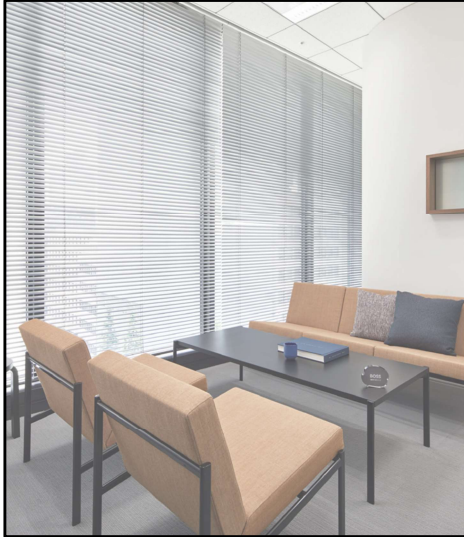
当社は国内に閉じた決済サービスを提供しており、関税の直接的な影響はない。



※台湾・ベトナムにおける事業も、それぞれの国内で完結しています。

20

なお、当社は内需取引に関する決済サービスを提供しており、現時点では米国の関税による直接的な影響はほぼないと見ています。
ガイダンスにも、特に影響は織り込んでいません。



経営TOPICS

21

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。

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。



まず、BtoC領域の進捗です。

atoneは、4月にデジタルコンテンツ総合サイトのDMMで提供を開始しました。

NP後払いairは、九電工の個人向けサービスに提供開始しました。4月より全営業所で運用中です。

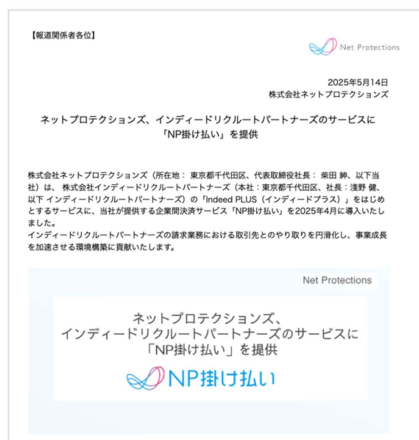
それぞれの事業が、ターゲットとする市場を順調に開拓できています。

また、atoneにおいて、ECプラットフォームへのシステム連携を進めています。

これらの連携により、プラットフォームを利用しているEC事業者は、atoneをすぐに導入できるようになります。

atone導入の障壁が低くなるため、加盟店開拓を加速できます。

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。



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。

次に、BtoB領域についてです。

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され、この5月より稼働を始めました。

労働人口の減少は今後も進んでいくため、こういった少額大量の請求業務を、未回収リスクも含めて全てアウトソースしたいというニーズはますます強まると考えています。

今般の大手事例を呼び水として、さらに類似の大手事業者を狙っていきます。



中期経営方針

24

ここからは、中期経営方針をご説明申し上げます。

3カ年 事業計画 (FY26/3～FY28/3)

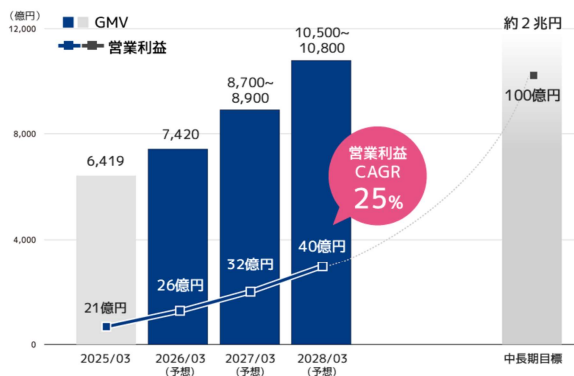


まず、3カ年事業計画をお示しいたします。
1年前に発表した3カ年計画を1年先の2028年3月期までローリングしたものにになります。

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

3年後の28年3月期にGMV 1 兆円、営業利益40億円を計画しています。

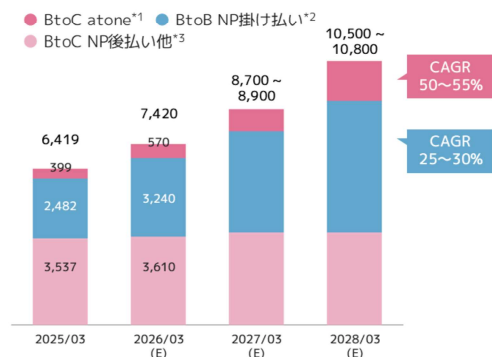
GMVは年平均成長率16～19%と力強く成長させます。

営業利益も年平均成長率を25%と見込んでいます。

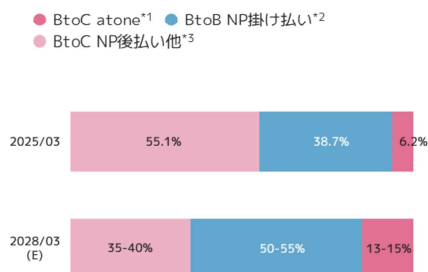
ポートフォリオ（サービス別GMV成長率・GMV構成比率）

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

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。

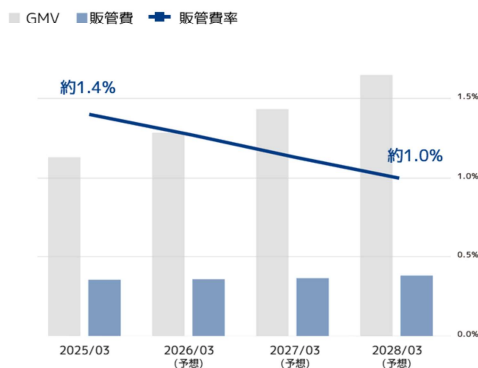
BtoB事業は規模が大きくなる中でも年平均25-30%の成長を続ける見通しで、
2028年3月期にはGMV全体の50%以上を占める見込みです。

BtoCはatoneが50%を超える伸びを見込んでおり、BtoBとともに成長のドライバーとなります。

販管費ポリシー

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



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。

次に販管費の考え方です。

GMVの積み上がりに対して、販管費は微増に留め、販管費率を下げ、一層の利益を生み出していきます。

必要な体制はできていますし、効率化もすでに進んでいるため、コストコントロールしやすい構造になっています。

なお、生成AIの活用についても研究を進めています。

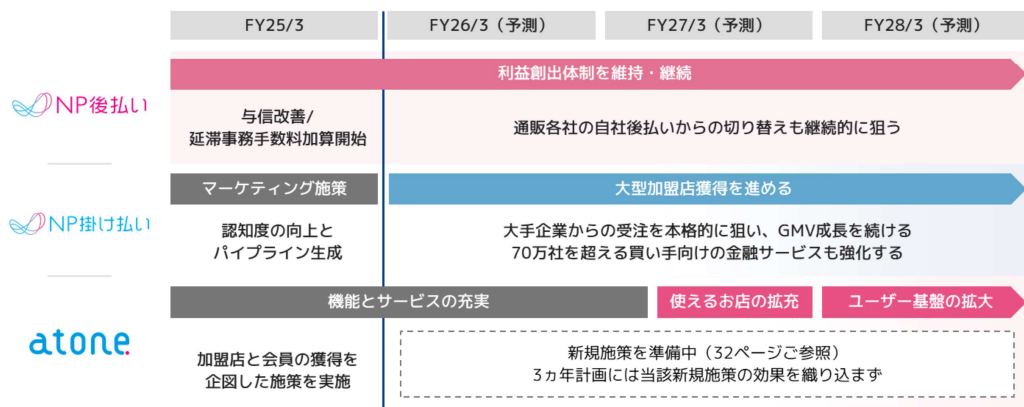
成長戦略



ここからは、3カ年事業計画の裏付けとなる、各事業の成長戦略についてご説明いたします。

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。



まず、成長戦略の全体的な方向性についてお伝えいたします。

BtoCのNP後払いは、25年3月期に与信改善の各種施策が効果を発揮し、また、延滞事務手数料を加算したことにより、安定的に利益を生み出せる体制となりました。今後はこの状態を継続させつつ、通販各社の自社後払いからの切り替えも狙っていきます。

BtoBのNP掛け払いは、順調に成長を続け、掛け払い市場において既に圧倒的な実績となっています。

今後は、大手企業からの受注獲得を本格的に狙っていくことで、高いGMV成長率を継続させます。

また、本ビジネスに付随して70万社を超える買い手企業向けの金融サービスも強化していく方針です。

BtoCのatoneも、現在の順調な成長を継続させる想定で、3ヵ年計画を作成しています。

そのうえで、計画に織り込んでいない新規施策を準備していますので、これらについては後ほど32ページでご説明差し上げます。

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））

BtoBのNP掛け払いの成長戦略をお伝えいたします。

回収リスクの存在する、少額大量の請求関連業務は、膨大な規模で存在します。

多くの企業がいまだに自社でこれらの業務を行っており、特に営業が回収責任を負っている場合、時間やモチベーションの面で大きな困難となっています。

回収リスクも含めて大量の請求関連業務を一気通貫で請け負うことができる事業者は、当社以外にほとんど存在しないと自負しています。10年以上磨き続けてきた、この独自性を武器に成長を続けることができると考えています。

特に、ここ最近では大手企業との商談が増えてきていますので、未来への期待感はより強まっています。

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。



32

最後に、BtoCのatoneについて、3カ年計画には織り込んでいないものにはなりますが、現在準備を進めている新規施策について、ご説明いたします。

まず、今年度中頃に「atoneプラス」のリリースをすべく、調整を進めています。既に1,000名以上の規模でテストも行っており、順調に推移しています。詳細については、正式リリースをお待ちいただければと思いますが、月額手数料なし、EC利用時に1.5%のポイント付与、分割払いの利用可能、というのが概要となります。

27年3月期の中頃には、NP後払い加盟店の大部分でatoneが使えるように準備を進めています。これが実現すると、atoneが使える加盟店を一気に広げることができます。

加盟店拡大後の2028年3月期頃には、NP後払いユーザー1,500万人への告知や、既存atone会員700万人への案内を強める予定です。並行してatone shopsを充実させることで、送客の場として機能させていきたいと考えています。

今後のatoneの成長にご期待ください。

以上、25年3月期 通期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

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の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。