

2026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の柴田でございます。
2026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。

業績ハイライト	3
経営TOPICS	16
B2B成長戦略	19
(25年6月24日開示の企業紹介資料より一部抜粋)	
Appendix	25

アジェンダはご覧のとおりとなります。
最初に業績ハイライトについてご報告差し上げ、
その後、経営TOPICSと、弊社のメイン成長ドライバーであるB2B
事業の戦略について、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

GMVは前年同期比20%超の成長。営業利益は同2.8倍。

全社
GMV*1 **1,802億円**

前年同期比 **+20.6%**
(B2C +7.1%、B2B +43.4%)

1Q
営業利益 **7.6億円**
前年同期比 **+180.9%**

B2C atone

1Q
GMV **133億円** 前年同期比 **+65.3%**

Topics

既存加盟店の取引増加および、新規加盟店の稼働により、GMVが大きく伸長。

B2C NP後払い 他

1Q
売上総利益 **20.5億円** 前年同期比 **+28.1%**

Topics

25年3月期第2四半期に開始した延滞事務手数料の加算により、売上総利益が伸長。

B2B NP掛け払い

1Q
GMV **796億円** 前年同期比 **+43.4%**

Topics

既存加盟店の取引増加および、大型新規加盟店稼働により、高成長を達成。

*1 GMV：当社グループ決済サービスの流通取引総額

全社GMVは前年同期比20%を超える成長を達成し、1,802億円となりました。
営業利益は7.6億円と前年同期の2.8倍となりました。

サービス別に見ますと、

atoneのGMVはさらに成長幅を広げ、前年同期比65.3%増の成長となりました。
既存加盟店の取引拡大に加えて、新規加盟店の稼働がGMV成長に大きく貢献しています。

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、28%増の結果となりました。

NP掛け払いも前年度GMVの30%台の成長から、さらに成長幅を広げ、43%増の796億円となりました。
既存加盟店の取扱高伸長に加えて、大型新規店が成長に寄与しました。

■ 全社業績：第1四半期 業績サマリー

GMVは20%を超える成長を達成。

営業利益も計画より早いペースで推移し、通期予想に対して約30%の進捗率。

業績サマリー (百万円)	FY26/3 1Q		通期業績予想 ^{*5}	
	実績	前年同期比 増減率	通期予想	進捗率
GMV (non-GAAP) ^{*1}	180,282	+20.6%	742,000	24.3%
営業収益	6,163	+17.3%	25,410	24.3%
売上総利益 (non-GAAP) ^{*2}	2,919	+29.3%	11,390	25.6%
販売管理費 (non-GAAP) ^{*3}	2,320	+8.6%	9,380	24.7%
営業利益	767	+180.9%	2,600	29.6%
税引前利益	776	+204.9%	2,440	31.8%
親会社に帰属する四半期利益	474	+250.5%	1,440	32.9%
1株当たり四半期利益	4.77円	—	14.50円	32.9%
EBITDA (non-GAAP) ^{*4}	1,196	+75.6%	4,300	27.8%

^{*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5月15日 決算短信および決算説明会資料より

2026年3月期第1四半期の業績サマリーとなります。

GMVの上振れと原価改善により、全社のGMV、段階利益ともに計画を上回る進捗です。

26年3月期 業績予想の上方修正

第1四半期の業績好調により、通期業績予想を上方修正。

GMVの上振れ分と原価改善分を反映し、営業利益を26.0億円から28.4億円に修正。

(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		通期	通期
	上期	下期	上期	下期		
GMV (non-GAAP) *1	742,000		749,000		7,000	+0.9%
	353,000	389,000	360,000	389,000		
営業収益	25,410		25,500		90	+0.4%
	12,270	13,140	12,360	13,140		
売上総利益 (non-GAAP) *2	11,390		11,630		240	+2.1%
	5,470	5,920	5,710	5,920		
営業利益	2,600		2,840		240	+9.2%
	1,080	1,520	1,320	1,520		
税引前利益	2,440		2,680		240	+9.8%
	1,020	1,420	1,260	1,420		
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,440		1,580		140	+9.7%
	600	840	740	840		
EBITDA (non-GAAP) *3	4,300		4,540		240	+5.6%
	1,910	2,390	2,150	2,390		

*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）

第1四半期の業績好調により、通期業績予想を上方修正します。
こちらが修正内容となります。

GMVの上振れ分と原価改善分を各項目反映し、営業利益を26.0億円から28.4億円へと上方修正を行っています。

考え方としましては、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。

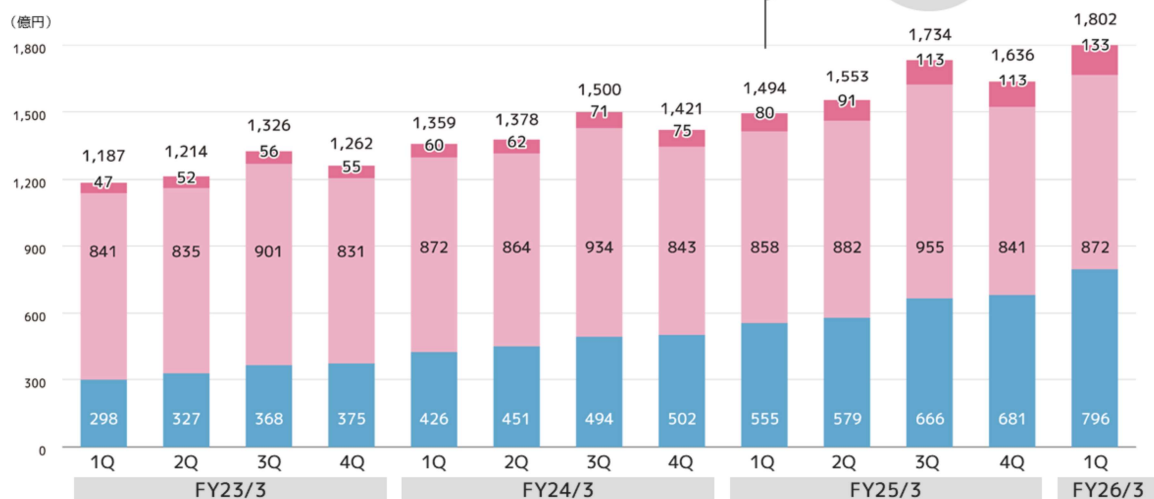
第2四半期以降については修正を行っていません。

GMV（四半期 推移）

全社GMVは前年同期比+20.6%。

atone（+65.3%）、NP掛け払い（+43.4%）が高成長を牽引。

● B2C atone*1 ● B2C NP後払い他*2 ● B2B 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

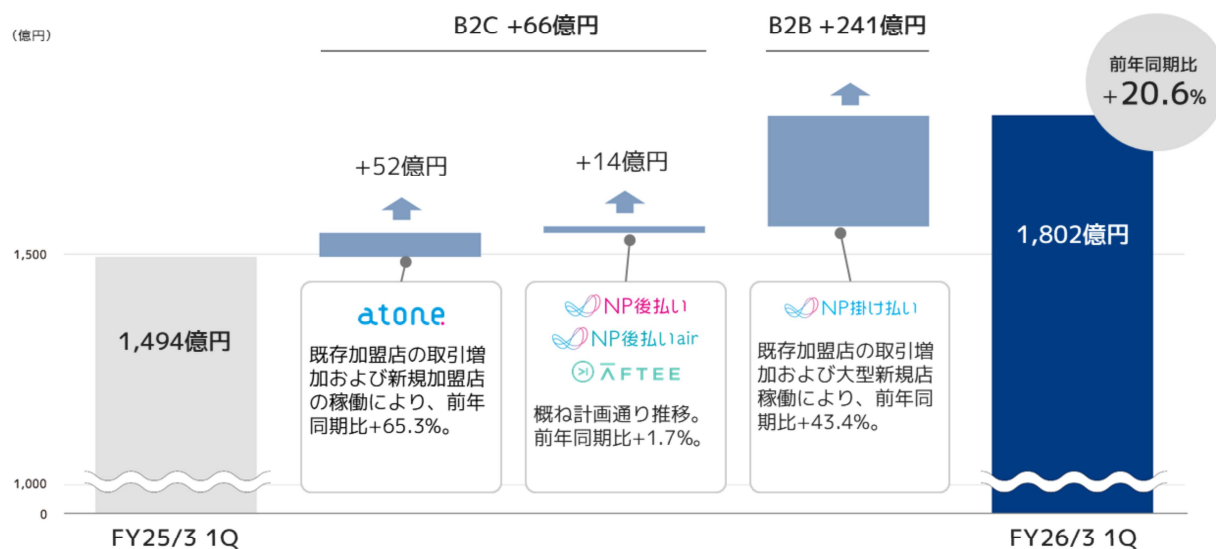
全サービスのGMV構成の推移です。

B2Cのatoneは前年同期比+65.3%、B2BのNP掛け払いは同43.4%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、全社GMVは、前年同期比20.6%増加しました。

GMV（前年同期比増減額）

B2Cで66億円、B2Bで241億円のGMV加算により、
全社GMVは前年同期比+20.6%の1,802億円。



GMV加算額の内訳となります。

atoneは、既存加盟店の取引拡大に加えて、新規加盟店の稼働によって52億円を積み上げることができました。

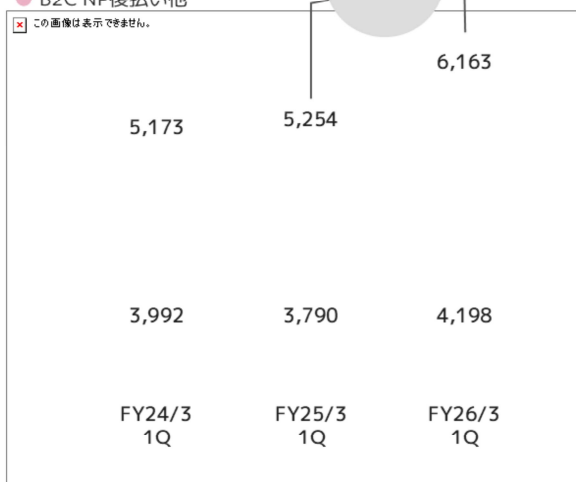
B2BのNP掛け払いは、引き続き既存加盟店における取引増加に加えて、大型新規店の稼働によって241億円の積み上げとなりました。

営業収益・売上総利益

NP後払いの延滞事務手数料および、atoneとNP掛け払いのGMV増加分が貢献し、
 全社営業収益は+17.3%、全社売上総利益は+29.3%に。

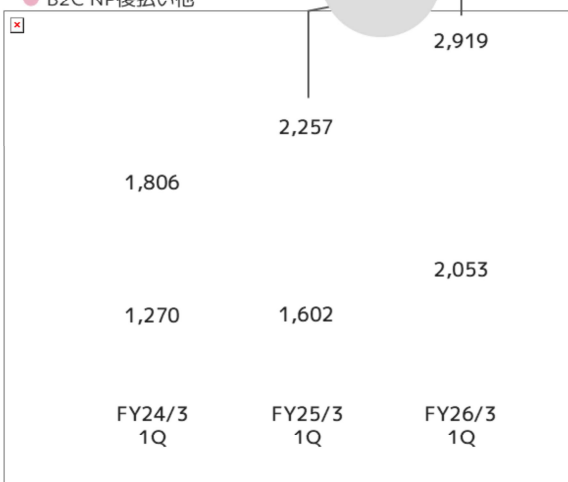
営業収益 (百万円)

- B2C atone
- B2B NP掛け払い
- B2C NP後払い他



売上総利益 (百万円)

- B2C atone
- B2B NP掛け払い
- B2C NP後払い他



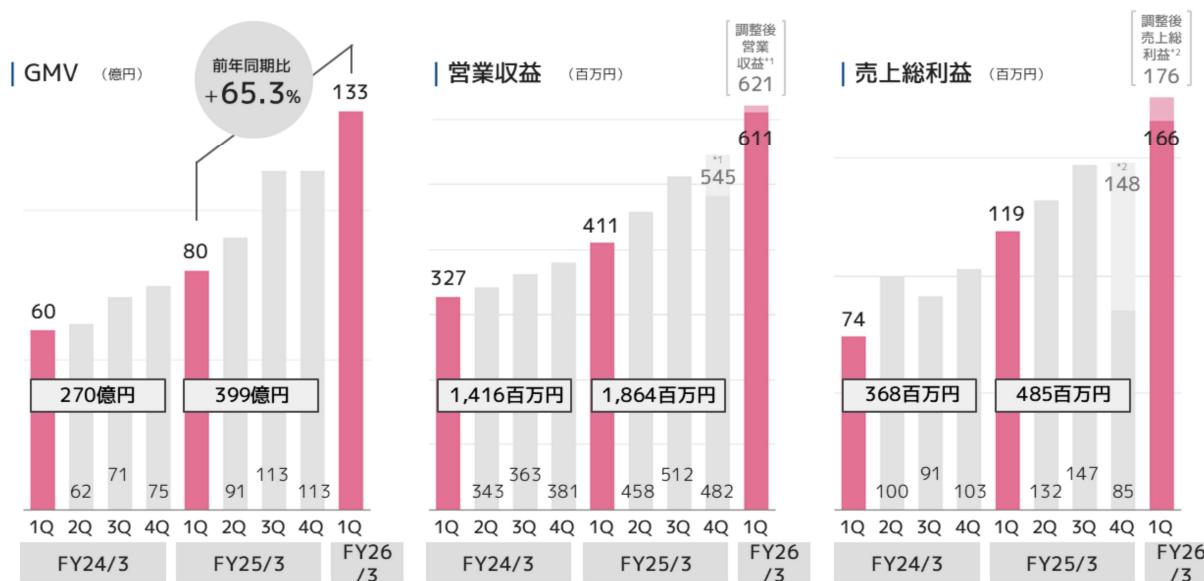
全社の営業収益と売上総利益です。

営業収益は前年同期比17.3%増加しました。

売上総利益は、各事業における未払いコントロールを含む原価抑制、NP後払いにおける25年3月期第2四半期から開始した延滞事務手数料の加算効果で、29.3%増加しました。

延滞事務手数料による前年同期比の成長効果は、この第1四半期で終了します。

既存加盟店の取引増加および新規加盟店の影響で、GMVが+65.3%と大きく伸長。



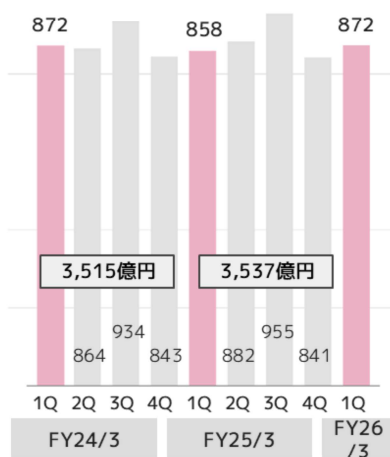
*1 調整後営業収益：キャンペーン実施に伴う営業収益の減額分を、営業収益に足し戻した金額
*2 調整後売上総利益：キャンペーン実施に伴う売上総利益の減額分を、売上総利益に足し戻した金額

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します。

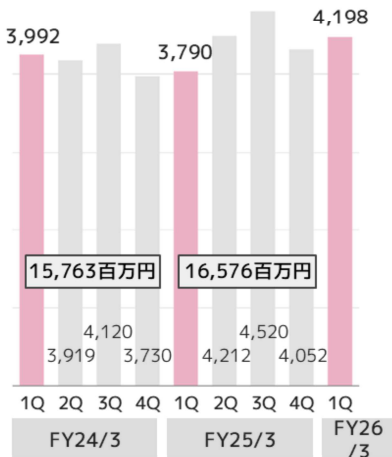
atoneは既存加盟店の取引拡大に加えて、デジタルコンテンツをはじめとした新規加盟店獲得による押し上げが大きく、GMVは前年同期比65.3%成長しました。

25年3月期第2四半期より開始した延滞事務手数料の加算により、売上総利益は+28.1%。

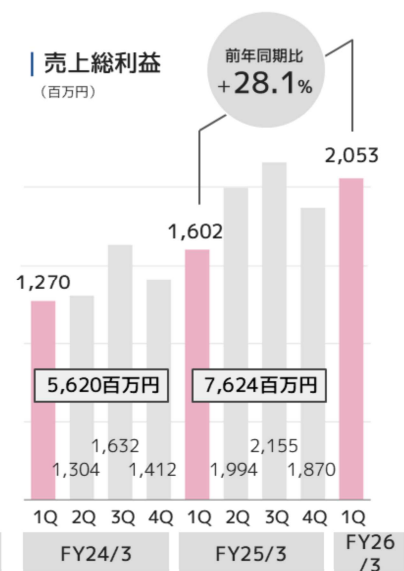
GMV (億円)



営業収益 (百万円)



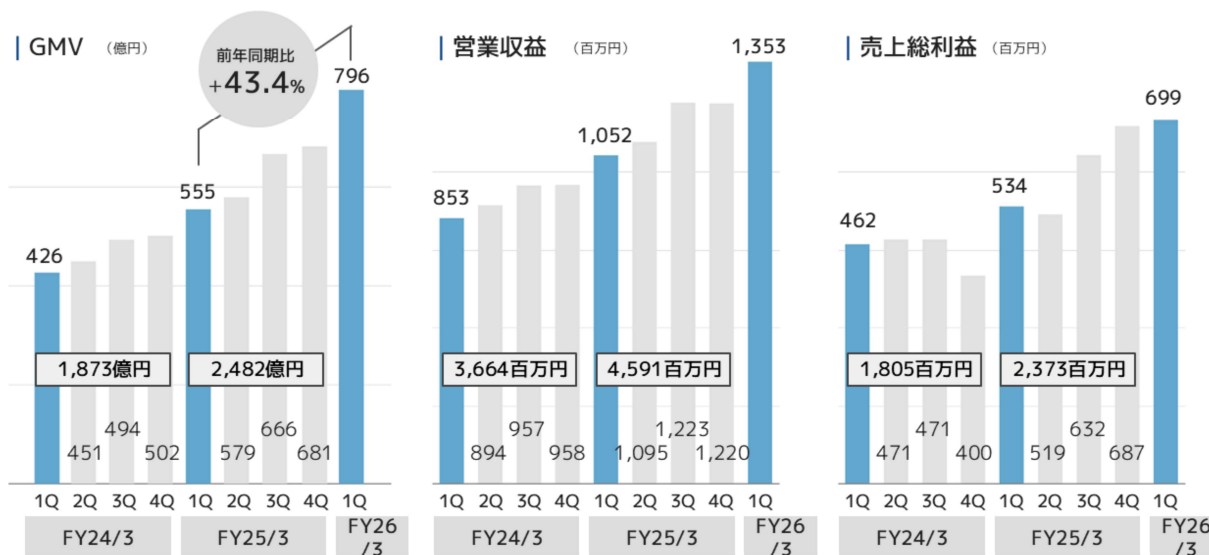
売上総利益 (百万円)



NP後払い他については、NP後払いairの伸長等によりGMVが1.7%増となりました。

売上総利益は、引き続き前年度第2四半期より開始した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、前年同期比+28.1%と大幅な増加となりました。

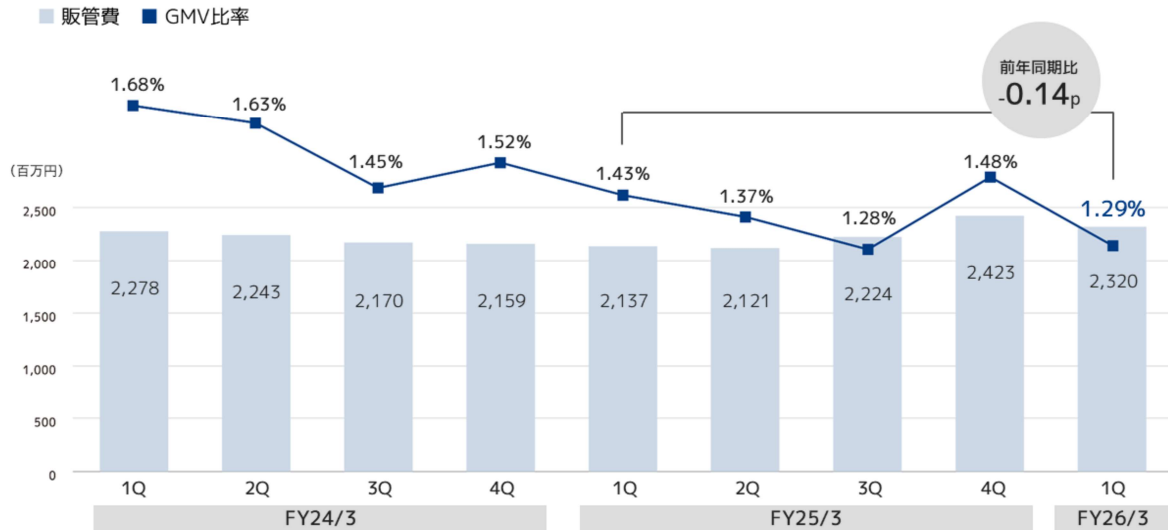
既存加盟店の取引増加および大型新規店稼働により、+43.4%の高成長を達成。



B2BのNP掛け払いは、前年度GMVの30%台の成長から、成長幅を広げ、前年同期比+43.4%と高成長を示しました。
既存店の伸びに加え、大型新規店もGMV成長に貢献しました。

販売管理費（四半期推移）

GMV対比の販管費率は1.29%と前年同期比0.14pの良化。
販管費率は引き続きコントロールしていき、減少傾向。



販管費およびGMV対比の販管費率の推移です。

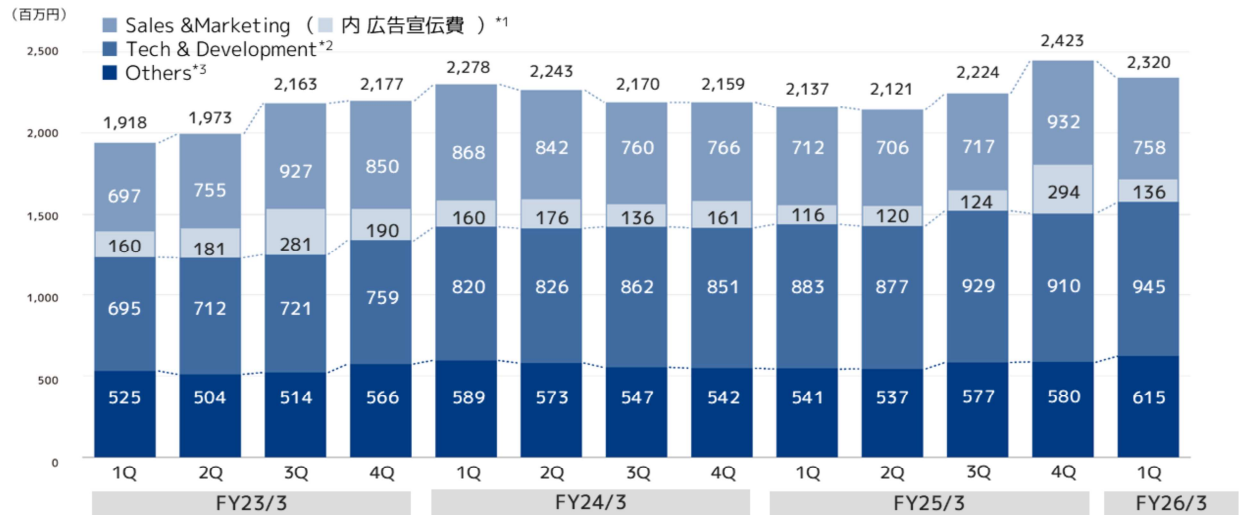
販売管理費の第1四半期の実績は、23.2億円となりました。
対GMV販管費率が1.29%で、前年同期比-0.14ptと従来の低い水準
に想定通り戻っています。

25年3月期第4四半期の一時的な高まりは追加のマーケティング
投資の影響です。

今後も対GMV比率を低位にコントロールする方針に変わりはありませんが、
それと同時に、将来の成長に向けて必要な投資については、利益
を確保する前提で適切に行っ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）

全事業取引増加によるシステム関連のT&D費用は増加しつつ、
S&Mとその他費用の増加は限定的。



*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）

こちらは、項目別の販管費です。

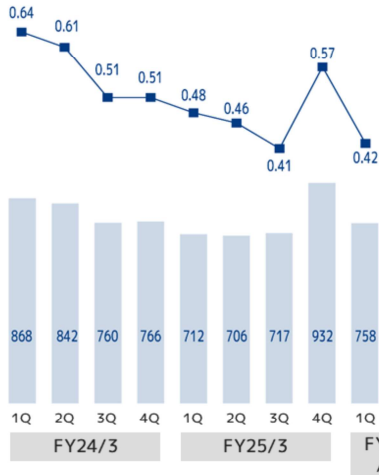
テック & ディベロップメント、セールス & マーケティング、その他、いずれもほぼ計画通りに着地しました。

販売管理費（対GMV比率推移）

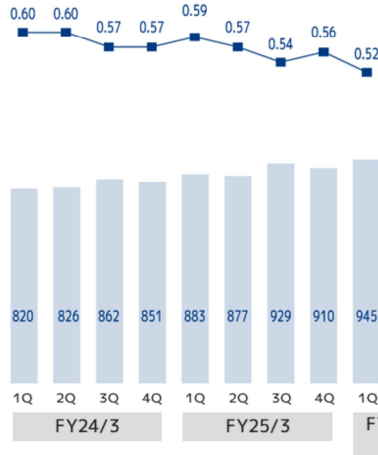
各項目においてオペレーティング・レバレッジ効果が効いている状態。

■ 販管費（百万円）
■ GMV比率（%）

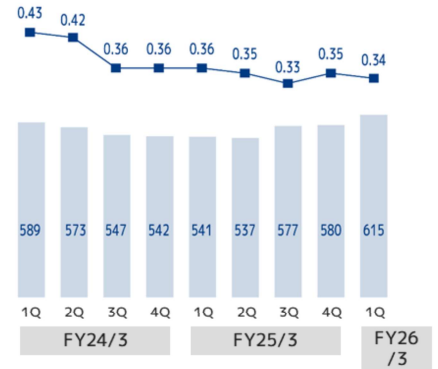
| Sales & Marketing*1



| 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。
 事業の成長各項目ともに前年同期と比較して低減しています。
 各項目について対GMV比率オペレーティング・レバレッジが効く
 構造に変わりはありません。

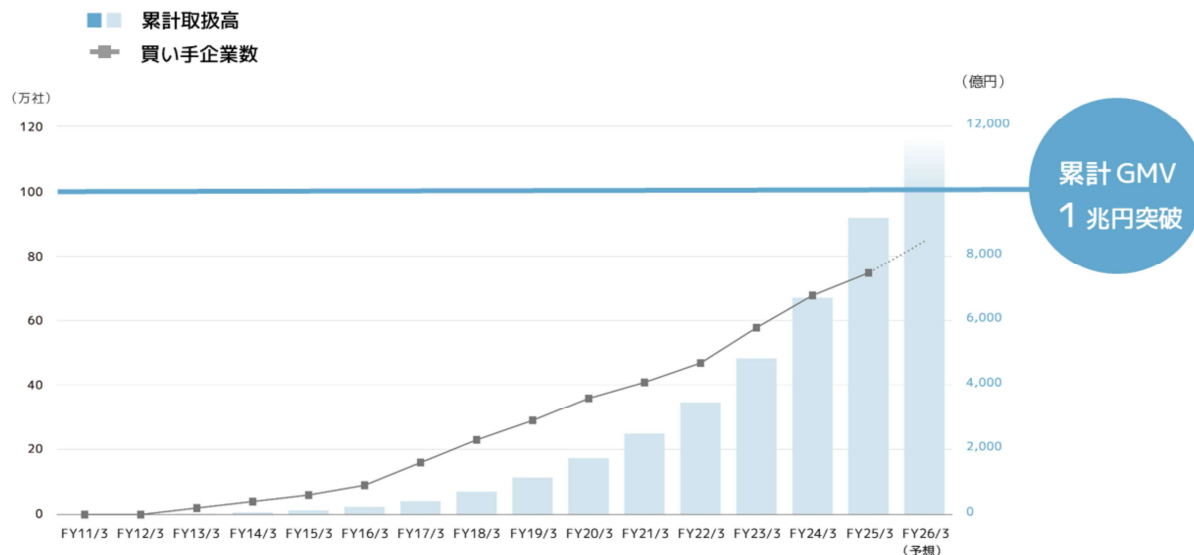


経営TOPICS

16

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

2011年サービス開始以来の累計取扱高が、2025年7月に1兆円を突破。



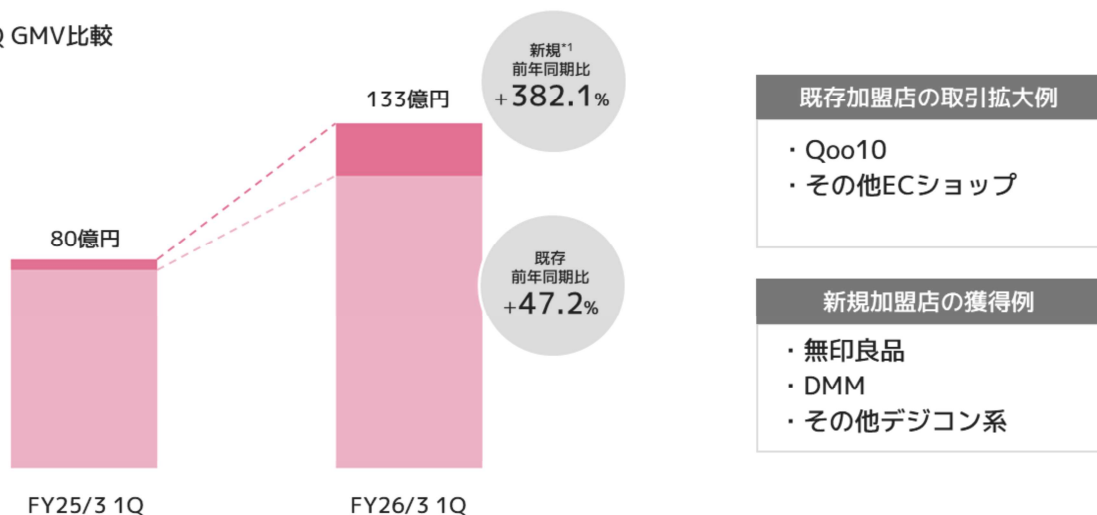
NP掛け払いは、2011年のサービス開始以来、取扱高を順調に拡大してきており、
2025年7月に、過去からの累計取扱高が1兆円を突破しました。

少額で大量の請求業務があり、売掛先の未払いリスク管理に課題を感じている企業を中心に、サービスを導入いただきました。今後も成長を続け、多くの企業にとって成長に欠かせない業務インフラとしての地位を確立していきたいと考えています。

B2C：atone成長の背景と今後について

既存加盟店の取引拡大に加えて、新規加盟店の獲得がGMV成長に大きく貢献。
atoneプラスは8月1日正式リリース。

atone 1Q GMV比較



*1 新規：当該四半期末時点において、稼働後1年に満たない加盟店のGMV

B2Cのatoneも力強い成長を示しましたが、その背景を説明させていただきます。

GMVは前年同期比+53億円、+65.3%と好調でした。

既存加盟店の成長と、新規加盟店稼働のMIXで、60%を超える成長を示しています。

新規加盟店はatoneの戦略領域であるデジタルコンテンツ系が多く、対象市場が拡大しています。

EC利用時にポイント還元率が高く、分割払いも可能なサービスである、atoneプラスも8月1日に正式リリースしています。

来期、NP後払い加盟店でもatoneが利用できるようになり、使えるお店が大幅に増えるまでは、atoneプラスの会員獲得は少しずつ行う方針です。

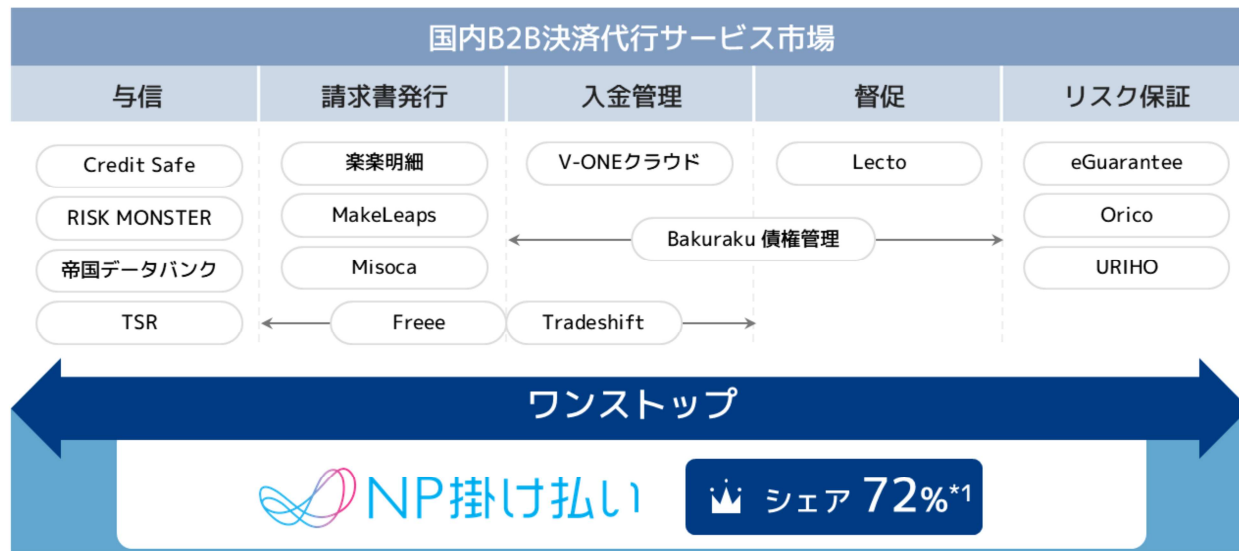


B2B成長戦略 (企業紹介資料から抜粋)

19

新規投資家の皆さまからの関心が増加していることを踏まえて、
当社へのご理解を一層深めていただくことを目的とし、
2025年6月24日に企業紹介資料を公開しました。
是非資料全体をご一読いただきたいと思います、
その中からB2Bの成長戦略に関する主要なスライドを抜粋し、本日
の機会を利用してご説明します。

国内B2B決済代行サービス市場には様々なプレイヤーが存在。ただし、法人間のすべての請求業務の課題をワンストップで解決できるプレイヤーは限られている。



*1 株式会社矢野経済研究所「B2B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）をもとに当社にて試算

まず、B2B市場の全体像をお示しします。

こちらの図は、B2Bにおける請求業務を機能別に分解したものです。市場には各機能に特化したサービスが多数存在しますが、それらを個別に導入するだけでは業務プロセスが分断され、企業が抱える根本的な課題の解決には至りません。

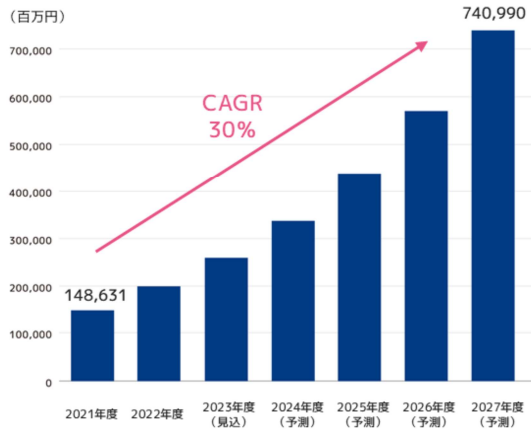
当社は、この複雑な請求業務の一連の流れをすべてカバーし、ワンストップで提供できるという特徴がございます。これが当社の強みであり、加えてリスク保証までするのは、他社にはない競争優位性の源泉となっています。

B2B：法人決済市場のパテンシャルと当社の占有率

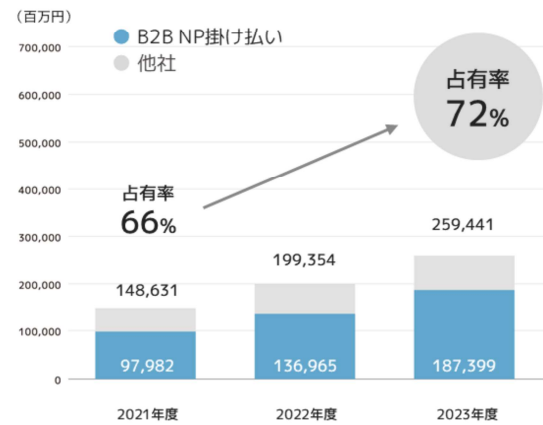
B2B掛け払い市場は今後も拡大が見込まれる成長市場。

当社 NP掛け払いの市場シェアは70%を超えるNo.1ポジション*1。

B2B掛け払いサービス市場規模推移と予測*2



掛け払い市場における当社B2Bの占有率推移*1



*1 B2B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

*2 株式会社矢野経済研究所「B2B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

B2B掛け払い市場は労働人口減少、企業の人手不足など、社会問題を理由に急成長していて、今後も拡大し続けると予測されています。

2023年度時点における当社の占有率は72%で、圧倒的なNo.1の地位にあります。

B2B：導入事例_タイミー

前例のないスピードで順調に事業を拡大し、マーケットシェアNo.1のポジションを確立したタイミー社は、当社B2Bサービス「NP掛け払い」を活用し、事業急成長の基盤構築を実現。

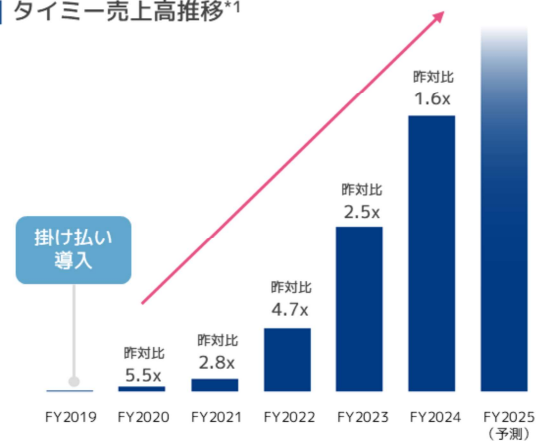
導入前の課題

- ・ 毎月数千~数万件の請求業務が発生
- ・ 限られているバックオフィスの人数
- ・ 事業拡大のスピードに採用が追いつかない

導入後の効果

- ・ 請求業務の専門家による的確なソリューション
- ・ バックオフィスの重要な組織の一部になっている
- ・ 結果的に、健全なキャッシュフローになっている

タイミー売上高推移^{*1}



利用率^{*2}・求人掲載数^{*3}ともに業界最大級を誇る
スキマバイト業界のリーディングカンパニー

^{*1} 株式会社タイミー 2025年10月期 第2四半期 決算説明資料より当社作成 ※開示情報を基に当社がグラフ化

^{*2} 調査委託先：マクロミル 調査方法：インターネット調査 調査時期：2025年1月31日～2025年2月4日 調査対象：直近1年以内にスキマバイトを経験したことのある18～69歳の男女1033人

^{*3} 2025年6月期_スキマバイトにおける市場調査 調査機関：日本マーケティングリサーチ機構 調査期間：2025年5月13日～6月12日

当社B2Bサービスが急成長し、高い占有率を維持している背景を、具体的な事例を交えて説明させていただきます。

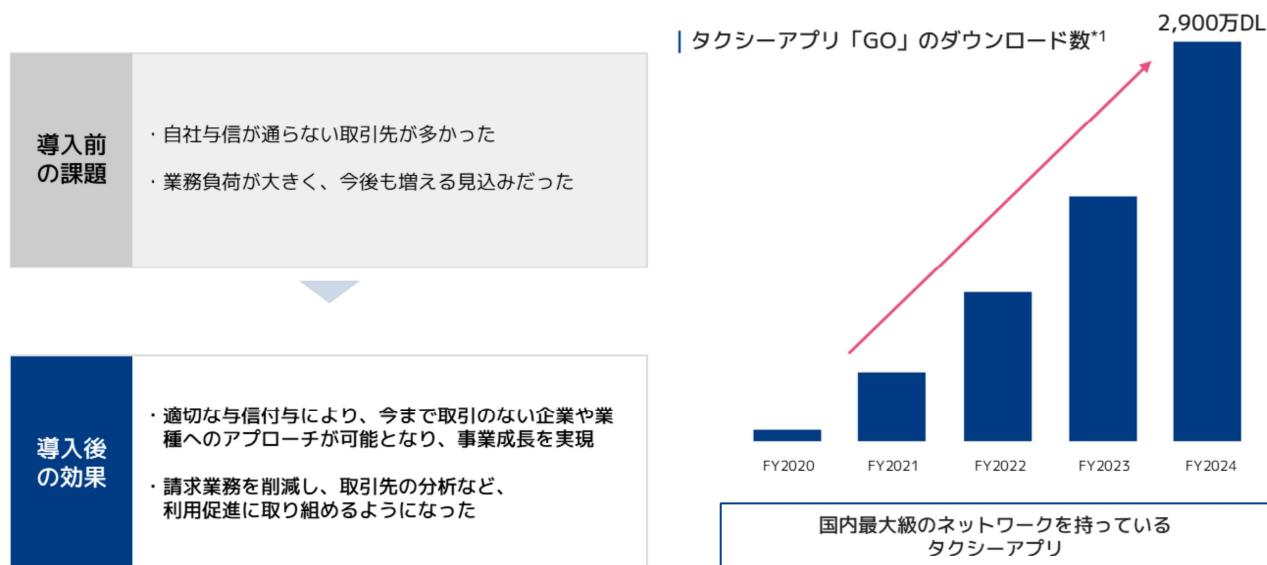
こちらは、スキマバイト市場のリーディングカンパニーである株式会社タイミー様のケースです。

タイミー様は、事業の特性上、少額かつ大量の請求業務が発生することや、与信管理に関する課題を抱えていました。

これらの業務を当社のB2Bサービスが包括的に代行することで、タイミー様がコア業務に集中できる環境を構築し、同社の急成長とスムーズな上場準備に貢献できたものと認識しています。

B2B：導入事例_タクシーの請求書払いサービス「GO BUSINESS」

当社サービスの導入により、請求業務を従来の3分の1に削減し、事業成長に貢献。
従来は与信条件が厳しかった企業にもサービス提供が可能となり、取引件数が大幅に増加。



*1 GO株式会社 公式ホームページより当社作成 ※開示情報を基に当社がグラフ化

23

もう一つの事例として、国内最大手のタクシーアプリの「GO」を展開するGO株式会社様のケースを紹介します。
GO様の法人請求分を当社が担っています。

GO様は、事業の特性上、少額かつ大量の請求業務がリソースを圧迫していました。
また、独自の与信基準ではカバーできない顧客層へのアプローチが難しく、事業拡大の足かせとなっていました。

当社のB2Bサービス導入により、請求業務の工数を従来の3分の1に圧縮。これにより創出されたリソースをコア業務に集中させることが可能になりました。

さらに、当社の与信ノウハウを活用いただくことで、これまで取引が難しかった新規顧客へのアプローチも可能となり、力強い成長を達成。

当社サービスが事業拡大に大きく貢献しました。

B2B：大型加盟店の獲得戦略

圧倒的な実績と競争優位性を活かし、各業界の主要プレイヤーへの導入を推進。
既存実績に基づき、効率的かつ低コストで営業活動を展開し、さらなる成長を目指す。

B2B市場 180兆円^{*1}

以下業界を中心に営業活動を展開

酒類卸業界
市場規模

約4.9兆円^{*2}

導入例：リカーマウンテン

食品卸業界
市場規模

約?兆円

導入例：総合食品エスイー

SaaS業界
市場規模

約2.5兆円^{*3}

導入例：Donuts

求人広告業界
市場規模

約7,300億円^{*4}

導入例：Indeed Recruit P

オフィス家具業界
市場規模

約2,300億円^{*5}

導入例：オフィスコム

労働者派遣業界
市場規模

約824億円^{*6}

導入例：タイミー

類似課題を抱える
同業界企業へ
営業活動を展開

...

*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））×年間回転率3.6回（365日）÷中小企業約束手形平均支払日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）
*2 商取引実態調査報告書の「流通業及び卸売業の概況（令和6年アンケート）」（2024年12月）より *3 富士キメラ総研の「ソフトウェアビジネス新市場 2024年版」（2024年8月）より *4 公益社団法人 全国求人機関協会の「求人情報提供サービス市場規模調査結果」（2025年2月）より *5 マーケットリサーチセンターの「市場調査レポート：日本のオフィス家具市場規模とシェア分析-成長動向と予測（2024年～2029年）」（2024年7月）より *6 株式会社矢野経済研究所「スポットワーク紹介サービス市場に関する調査を実施（2025年）」より

最後に、大型加盟店の獲得戦略について説明させていただきます。

当社の強みである圧倒的な実績と競争優位性を最大限に活かし、各業界のトッププレイヤーへの導入を推進してまいります。
メインターゲットとして特に注力するのが、こちらに示す6つの業界です。

これらの業界では、すでに主要プレイヤーへの導入実績が豊富にあり、業界特有の課題解決に関する深い知見とノウハウを蓄積しております。
この独自のノウハウと成功事例を基盤とすることで、他のプレイヤーに対しても極めて効率的かつ説得力のある営業展開が可能です。
株主・投資家の皆様におかれましても、当社のB2B事業の力強い成長に、ぜひご期待ください。

以上、26年3月期 第1四半期決算発表となります。
ご清聴ありがとうございました。