

# 2025年3月期 第3四半期 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3四半期の決算説明をはじめさせていただきます。

全社業績ハイライト	3
決算の概況	9
経営TOPICS	19
Appendix	26

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説明させていただき、その後、事業別の詳細についてご説明差し上げます。

最後に、経営TOPICSについてお話しさせていただきます。



## 全社業績ハイライト

3

全社業績ハイライトはCFOの渡邊からご説明差し上げます。

全社

営業利益の通期ガイダンスを早期達成。

全社 GMV\*1 **4,782億円** 前年同期比 **+12.8%**  
(BtoC +4.0%、BtoB +31.3%)

3Q累計 営業利益 **17.7億円**  
前年同期比 +22.3億円

BtoC atone	BtoC NP後払い 他	BtoB NP掛け払い
<p>累計 GMV <b>285億円</b> 前年同期比 <b>+46.6%</b></p> <p>3Q (単) <b>113億円 (+58.5%)</b></p> <p>つど後払い利用促進、キャンペーンなどの施策が奏功し、GMVが拡大。</p>	<p>累計 売上総利益 <b>57.5億円</b> 前年同期比 <b>+36.7%</b></p> <p>3Q (単) <b>21.5億 (+32.1%)</b></p> <p>3Q GMVは955億円 (YoY+2.2%) と安定。引き続き未払い率は低位安定しており、延滞事務手数料徴収も順調。</p>	<p>累計 GMV <b>1,801億円</b> 前年同期比 <b>+31.3%</b></p> <p>3Q (単) <b>666億 (+34.7%)</b></p> <p>既存店の取引増加に加えて、大型の新規店稼働もGMV成長に寄与。</p>

\*1 GMV：当社グループ決済サービスの流通取引総額

4

上期に続き第3四半期の業績も順調に進捗し、累計の営業利益は17.7億円となりました。昨年11月にお示しした営業利益の通期予想は17億円でしたので、それを前倒しで達成する結果となりました。

サービス別に見ますと、

atoneのGMVは第3四半期単独で60%近くの成長率を示し、累計でも47%の成長となりました。

第3四半期には、会員登録不要のつど後払いの利用促進や、キャッシュバックキャンペーンなどの施策を行いました。これらの結果がGMVの成長にしっかり現れています。

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が、前年同期比37%増の結果となっております。

今期を通じて未払い率を低位でコントロール出来ており、第2四半期から開始した延滞事務手数料の徴収も順調に推移しています。

NP掛け払いのGMVは第3四半期単独で35%増の666億円となりました。

広告・食品卸・建設などの既存加盟店取扱高が伸長したことに加え、大型の新規店稼働による効果もありました。

■ 全社業績：第3四半期 累計業績サマリー

累計営業利益は17.7億円、通期ガイダンスを早期達成。  
今期を通じて、原価抑制、販管費の圧縮を継続。計画を上回る利益水準へ。

累計業績サマリー (百万円)	FY25/3 3Q累計		通期業績予想 <sup>*5</sup>	
	実績	前期比増減率	通期予想	進捗率
GMV (non-GAAP) <sup>*1</sup>	478,291	+12.8%	635,294	75.3%
営業収益	17,277	+9.5%	23,281	74.2%
売上収益	16,846	+9.4%	-	-
売上総利益 (non-GAAP) <sup>*2</sup>	7,839	+33.4%	10,262	76.4%
販売管理費 (non-GAAP)	6,483	△3.1%	9,048	71.7%
販売管理費のうちマーケティング費用 <sup>*3</sup>	361	△23.7%	763	47.3%
その他営業費用	11	△50.0%	-	-
営業利益	1,774	黒転	1,700	104.4%
EBITDA (non-GAAP) <sup>*4</sup>	2,995	+319.0%	3,396	88.2%

\*1 GMV：当社グループ決済サービスの流通取引額

\*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）

\*3 マーケティング費用：販売促進費（代理店手数料を除く）＋広告宣伝費

\*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 2024年11月14日 決算短信および決算説明会資料より

こちらが第3四半期累計の業績サマリーとなります。

通期業績予想に対してGMV、営業収益は想定通りの進捗率を示しております。  
今期を通じて原価を抑制し、販管費を圧縮した結果、累計の営業利益が17.7億円となりました。

25年3月期 通期業績の上方修正

第3四半期の実績上振れにより、通期業績予想を上方修正。  
営業利益は17.0億円から20.0億円と前回発表時より+3.0億円。

(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
GMV (non-GAAP) *1	635,294	635,294	-	-
営業収益	23,281	23,281	-	-
売上総利益 (non-GAAP) *2	10,262	10,300	38	+0.4%
販売管理費 (non-GAAP)	9,048	8,850	△198	△2.2%
営業利益	1,700	2,000	300	+17.6%
税引前利益	1,604	1,900	296	+18.5%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	1,039	1,100	61	+5.9%
EBITDA (non-GAAP) *3	3,396	3,600	204	+6.0%

\*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)

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

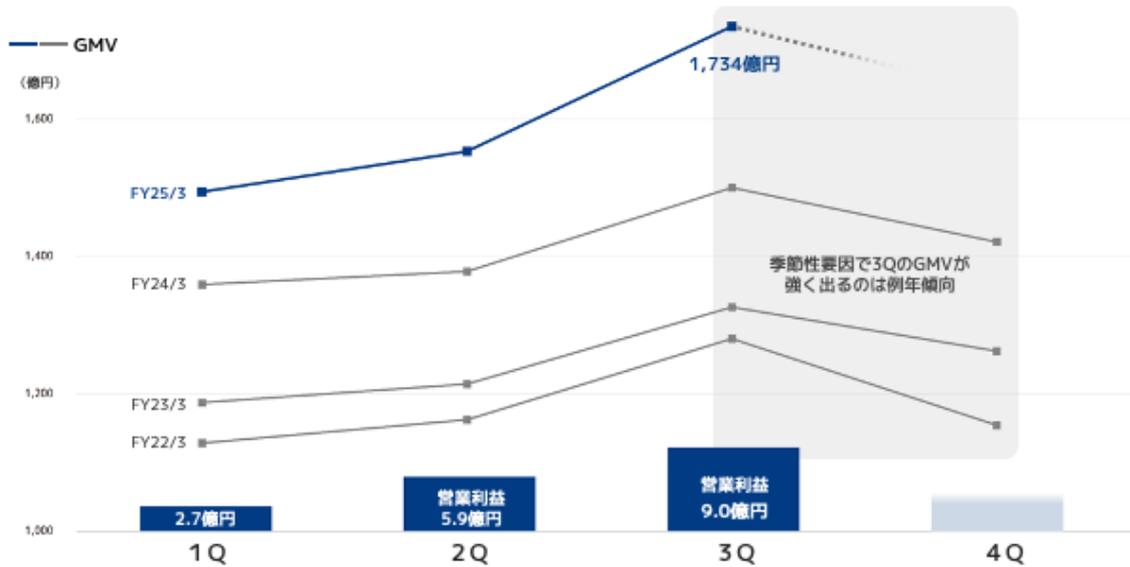
第3四半期の業績は上期に続いて好調であり、第4四半期においてはマーケティング関連の投資を積み増した上でしっかりと黒字を確保できる見込みであるため、通期業績を上方修正いたします。

GMV・営業収益については、概ね計画通りに着地すると見込んでいます。一方で、第3四半期において、与信リスクを期待を超える水準でコントロールでき、販管費も圧縮できたことにより、通期見通しの各段階利益を上方修正し、通期の営業利益見通しを20億円としております。

### 3Q好調の要因と4Qの見通し

業績は下期を通じて順調に進捗している。

営業利益は、季節性要因や4Qにマーケティング投資を重点的に行う影響で3Qがピークの見通し。



当社の取扱高は、例年、年末商戦を含む第3四半期が1年のうちで最も大きくなります。今期もこの傾向が見られました。

また、上期決算発表時に、下期のマーケティングに追加で3億円投資を行うと発表しましたが、第3四半期においては、その準備・検討に主に時間をかけたため、投資額は限定的です。

第4四半期では、投資をしっかりと行っていく予定です。

これらの影響を考慮すると、第4四半期の営業利益は第3四半期に比べて小さくなることが見込まれるため、通期営業利益の見通しの上方修正は、20億円に留めております。

下期追加マーケティング投資施策の進捗

下期追加マーケティング投資枠300百万円の内、84百万円を3Qに使用。  
4Qに残り215百万円の枠を効果的に活用し、更なるGMV成長を狙う。

FY25/3 下期 投資予算と進捗

■ 投資予算 ■ 3Q実績



\*1 26年3月期より段階的に効果を発現、27年3月期以降は通年効果となる想定

下期におけるマーケティング関連の追加投資施策の進捗と第4四半期の予定についてご説明します。

3億円の投資枠のうち、第3四半期には84百万円のみ消化しております。第3四半期においては、投資効果を最大化することを目的とし、加盟店やパートナー等との連携を入念に行うことに注力しましたが、第4四半期においては、投資枠の残りの金額を効果的に投下していく方針です。特に、atoneにつきましては、複数の大型加盟店でキャンペーンを実施予定しており、期待しております。

なお、多くの施策において、GMV成長効果が発現するのに一定の期間が必要ですが、2027年3月期以降のGMV成長効果については、スライド右側でお示ししている追加効果の期待値に変更はありません。



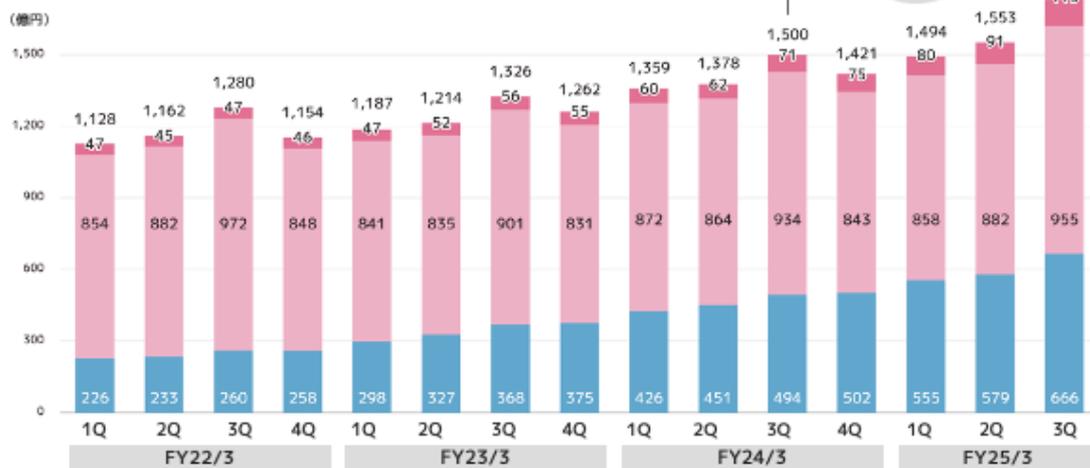
## 決算の概況

続いて、決算の概況をご説明差し上げます。

GMV (四半期 推移)

全社GMVは前年同期比+15.6%。  
atone+58.5%、NP掛け払い+34.7%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

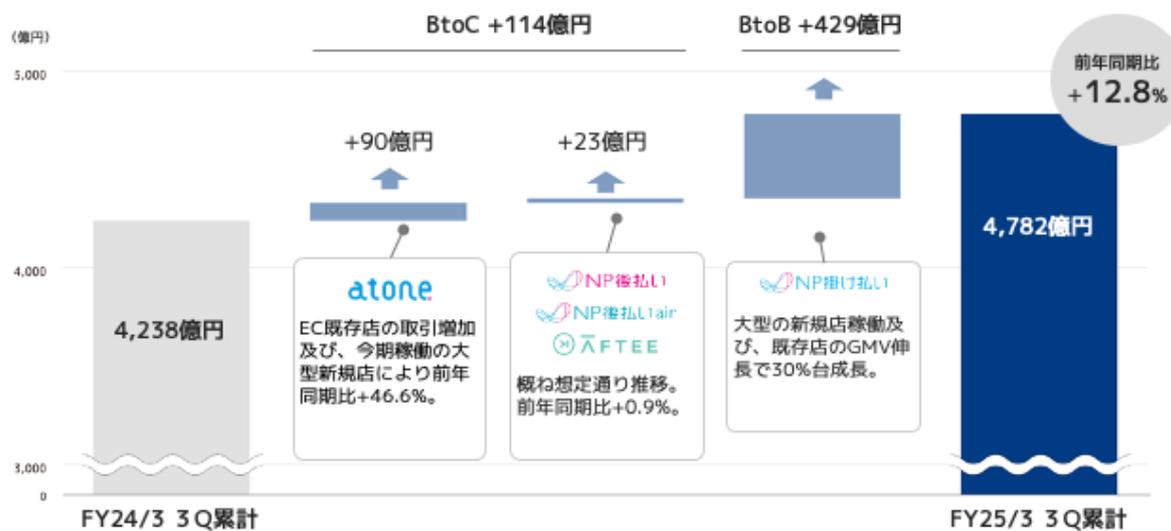
全社のGMVの推移はご覧の通りです。

BtoCのatoneは前年同期比59%、BtoBのNP掛け払いは同35%の成長率を達成しています。

これら2サービスが成長ドライバーとなり、第3四半期単独の全社GMVは、前年同期比で16%増加しました。

## GMV（3Q累計 加算額）

BtoCで114億円、BtoBで429億円のGMV加算により、  
全社GMVは前年同期比+12.8%の4,782億円。



GMV加算額の内訳となります。

atoneは、第3四半期においては既存店における利用拡大の施策を重点的に行った結果が現れました。

累計で見ると大型新規店の寄与や既存店の取引拡大などの影響で、90億円のGMV積み上げとなりました。

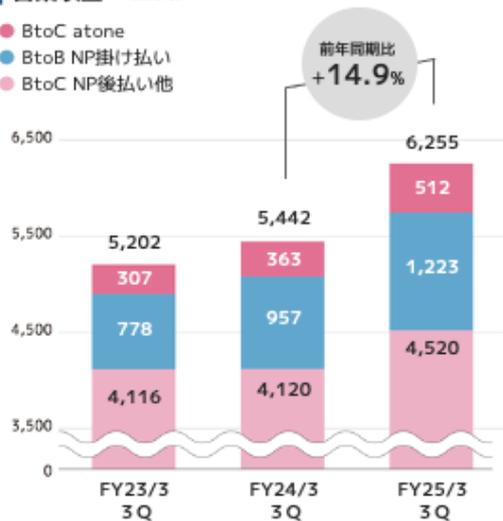
BtoBのNP掛け払いは、第3四半期においては、大型の新規店稼働がありました。累計で見ると、広告・食品卸・建設などの既存加盟店における取引増加の寄与が大きく、400億円を超える積み上げとなりました。

## 営業収益・売上総利益

引き続きNP後払いにおける延滞事務手数料、与信コントロールを含む原価抑制に加えて、atoneの未払い率改善も効いており、売上総利益は前年同期比+33.7%。

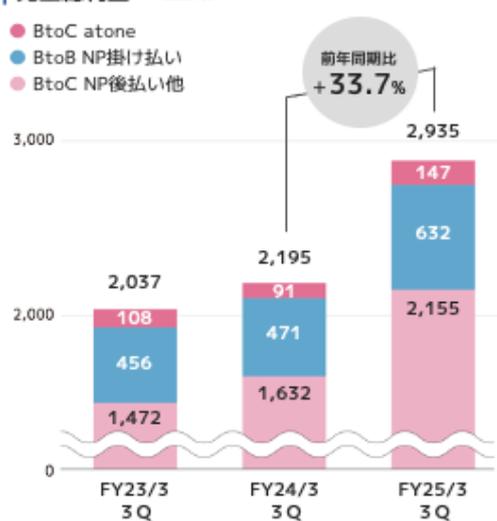
### 営業収益 (百万円)

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



### 売上総利益 (百万円)

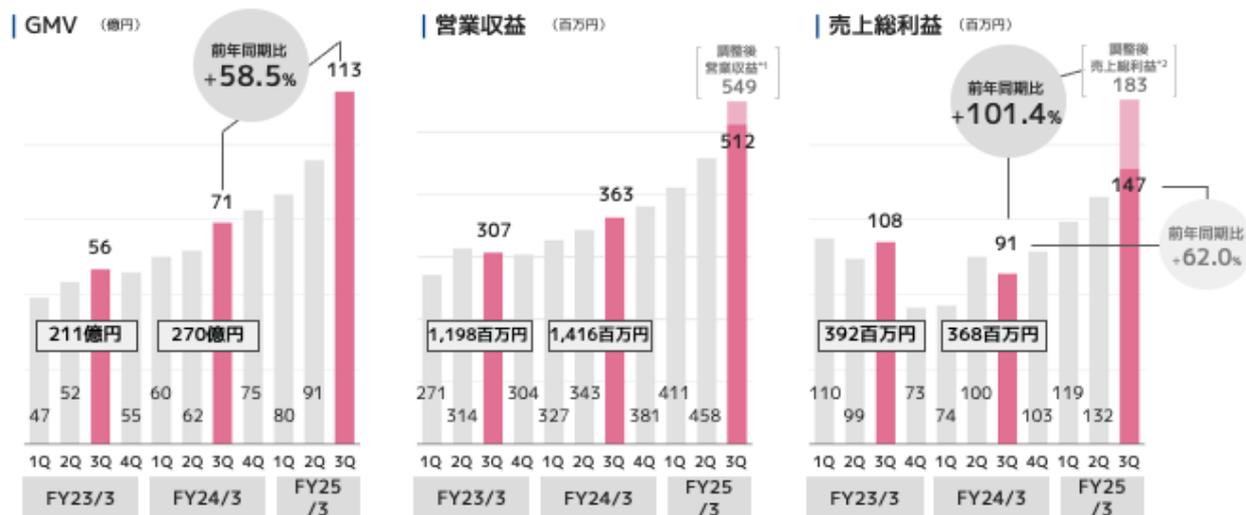
- BtoC atone
- BtoB NP掛け払い
- BtoC NP後払い他



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、売上総利益につきまし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。

つど後払いの利用促進、キャンペーンなどの施策が奏功し、GMVは+58.5%。  
 売上総利益は+62.0%で大幅に伸長。キャンペーン金額調整ベースでは+101.4%。



\*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3四半期のGMVが59%増と大きく成長しました。  
 つど後払いの利用促進やキャッシュバックを中心としたキャンペーンなど、既存店における施策が功を奏し、GMVが増加しました。

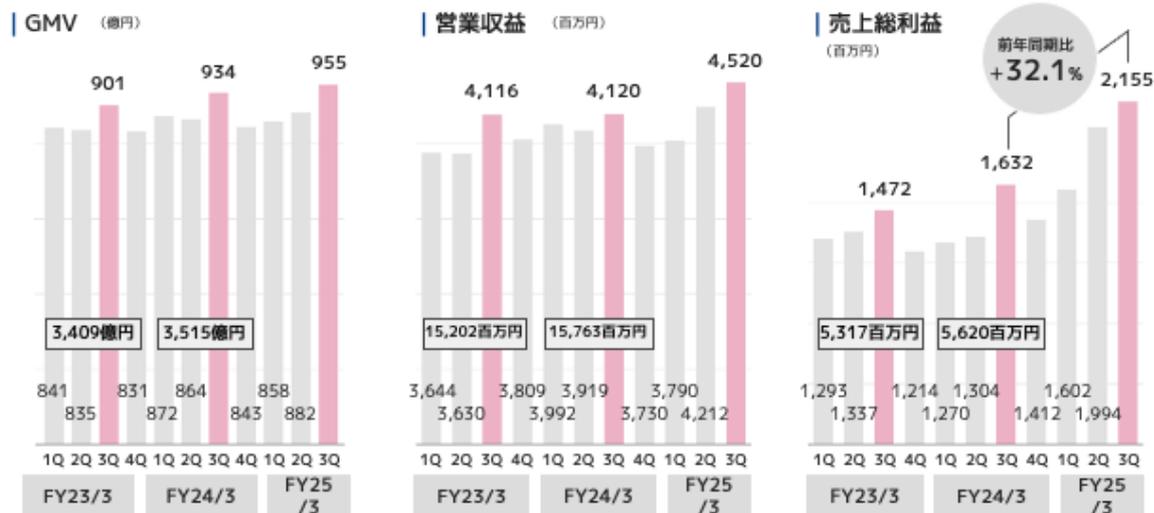
未払い率改善の効果もあり、売上総利益も大きく成長しております。

atoneの戦略として、これまでは主に新規の加盟店獲得を進めてまいりましたが、今後はそれに加えてユーザーの拡大にも注力してまいります。  
 それに伴いユーザー向けキャンペーンへの投資をこの四半期以降、継続的に行っていく予定です。

この方針を踏まえ、営業収益や売上総利益の数値に加えて、それらにキャンペーン実施に伴う減額分を補正した数値も表示しております。

GMVは+2.2%で安定した成長。

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+32.1%。

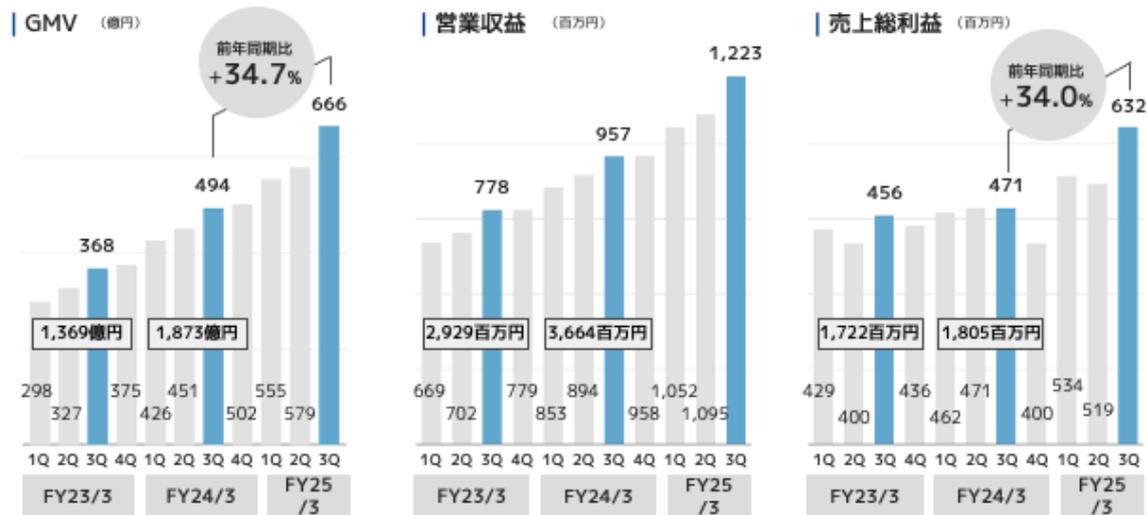


NP後払いは一部の既存店における取扱高増加の影響などが寄与し、GMVは安定的に成長しています。

売上総利益は、前年同期比で+32%の成長を示しております。

上期に続き未払い率を低水準でコントロールできており、延滞事務手数料の徴収も順調に推移いたしました。

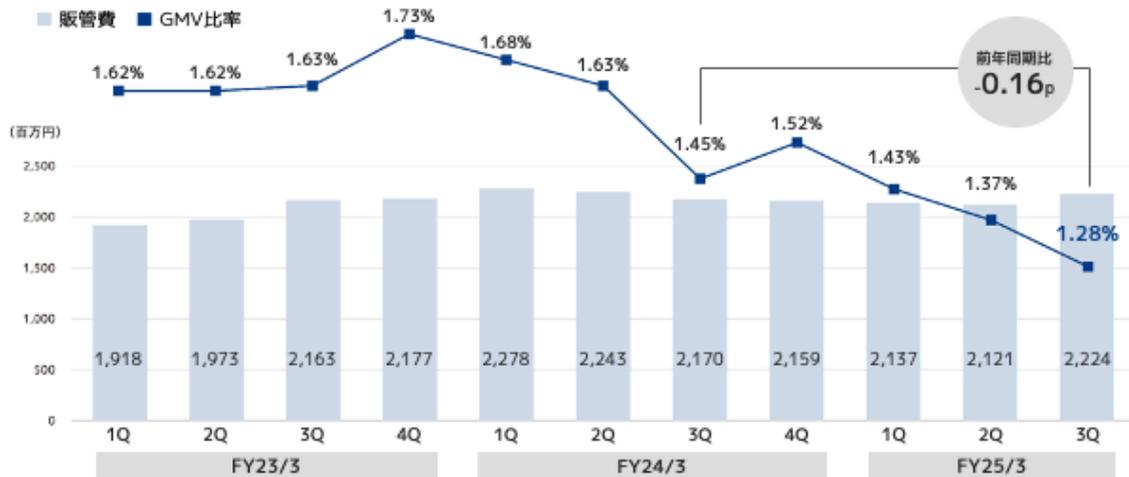
既存店の成長が引き続き堅調。  
大型の新規店稼働によりGMVは+34.7%と大きく伸長。



BtoBのNP掛け払いは、GMVが+35%と高成長を示しました。  
既存店の伸びに加え、大型の新規店稼働もGMV成長に貢献しました。  
未払い率も低位でコントロールすることができ、売上総利益は34%伸長しております。

### 販売管理費（四半期推移）

販管費率は前年同期比で0.16P良化し1.28%。  
コストコントロールを進め、過去最低水準へ。



販管費およびGMV対比の販管費率の推移です。

当社は、GMVに対する販管費の比率を重視してきており、第3四半期には1.2%台に到達しました。

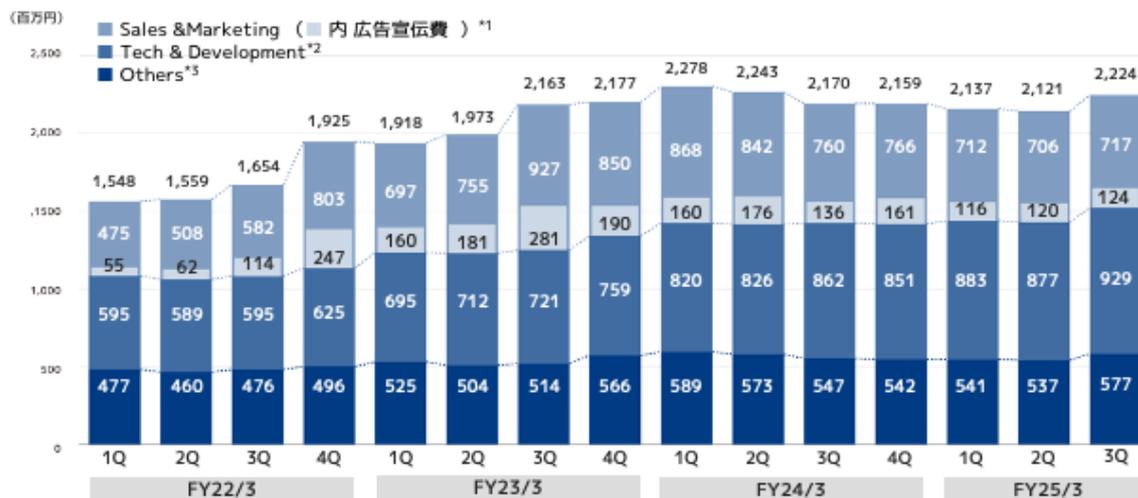
第3四半期がGMVが1年のうちで一番大きくなるという季節要因も影響し、非常に低い比率になっております。

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おります。

販売管理費（項目別 四半期推移）

販管費の対GMV比率は低減。

T&D費用は、システム開発や人員増強により積み増し。



\*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）

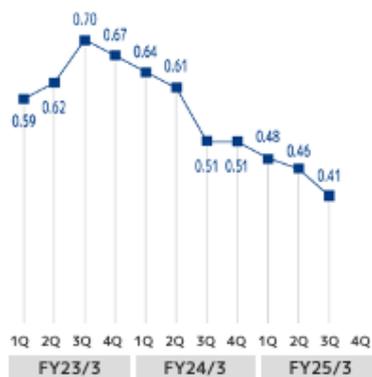
第3四半期の販売管理費の額は、22.2億円となりました。

テック&ディベロップメントの費用は、第2四半期までに比べて若干増加しております。これは、システム開発関連の人員増強や投資の積み増しによるものです。

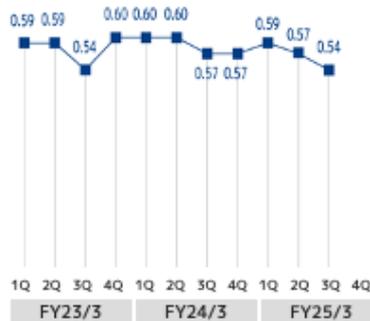
## 販売管理費（対GMV比率推移）

販管費の対GMV比率は低減。  
オペレーティング・レバレッジが効いている構造。

### 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。

いずれも低下しており、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。

テック&ディベロップメントの費用については、金額は前四半期までに比べて増加しているものの、GMVに対する比率は減少しており規律ある投資を続けております。



## 経営TOPICS

19

経営TOPICSはわたくし柴田から説明差し上げます。

つど後払いの本格導入や、積極的なキャンペーンを通して、成長が継続。  
将来の成長の布石となる、atone shopsとatoneプラスにも注力。

atone  
GMV成長

- ・ つど後払い、キャンペーンを入口とした新規ユーザーの獲得や利用が増加。
- ・ 4Q以降も、新規加盟店獲得、既存加盟店における利用拡大、新規ユーザー獲得に努める。

atone shops

- ・ PV数1,300万/月、UU数45万/月にまで増加<sup>\*1</sup>。
- ・ キャンペーンを通じた新規会員の獲得、休眠会員の再利用促進を図る。
- ・ 加盟店へのユーザー送客も徐々に拡大し、約10万人/月に到達<sup>\*1</sup>。

atoneプラス  
分割払い

- ・ 今年度は引き続き、加盟店とユーザーを限定しての運用テストを継続中。
- ・ テスト状況を見ながら、ポイント還元方針などについて最適な商品設計を柔軟に検討中。

<sup>\*1</sup> 2024年12月現在

BtoCのatoneは順調にGMVを拡大しております。  
第3四半期においては、会員登録不要のつど後払いの利用促進や、キャッシュバックキャンペーンの効果がしっかり現れております。

atone shopsは、atoneが使えるお店や実施中のキャンペーンをチェックできるポータルサイトです。PV数とUU数は順調に増加しており、加盟店へのユーザー送客も徐々に拡大しています。

最後に、atoneプラスの運用テストの状況についてお知らせします。  
atoneプラスは、分割払いも可能となるサービスとして本格リリースに向けた準備を続けております。  
これまでのテスト状況を見ながら、当社・ユーザー・加盟店すべてにとって最適な商品設計を検討しております。

## BtoB NP掛け払い 成長の背景

アフターコロナの経済環境変化により、企業経営において様々な課題が生じている。  
当社サービスがその解決の一助に。

### 日本企業における深刻な人手不足

人手不足の割合は正社員で51.7%と5割超<sup>\*1</sup>



### 社会課題

- 労働力人口は減少を続ける見通しで、人材確保は今後ますます困難になる
- 原材料費の高騰などを背景に、商取引における与信リスクが一部で顕在化。企業にとって取引先の与信管理が経営課題となる

### 当社BtoB事業が解決

業務のアウトソーシング、  
与信通過率99%、  
代金回収・債権保証まで対応

<sup>\*1</sup> 森田データバンク「人手不足に対する企業の意向調査」(2024年10月) 人手不足割合は各年の10月時点

BtoBのNP掛け払いも、GMVが順調に増加しております。  
当社では、大きなトレンドとして経済環境の変化が追い風になっていると考えています。

労働力人口が減少を続け、労働環境が変化する中で、多くの企業で人材確保はより一層困難になると考えられます。  
請求関連業務をまるごとアウトソースするというニーズは、今後も高まり続けると想定しています。

また、コロナ禍を経て経済環境が大きく変わったことを受け、商取引における与信リスクの管理が多くの企業にとって難しい問題となっています。  
この観点でも、与信コントロールに優れた当社のサービスを活用するメリットは大きくなっているのではないかと思います。

## BtoB NP掛け払い 成長の背景

小口取引の与信・請求業務が大量に発生する事業者を中心に、業種を問わず利用が拡大。年間の買い手企業は約70万社に達する。



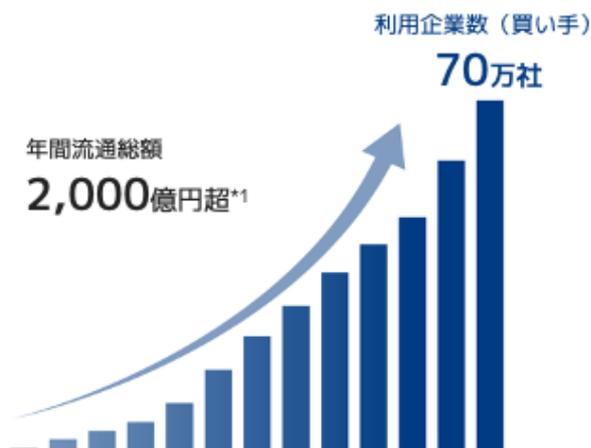
こちらのスライドで、NP掛け払いを利用いただいている加盟店企業の一部をご紹介します。

小口の与信・請求業務が大量に発生する事業者を中心に、利用が拡大しています。先に述べた経済環境の変化を受けて、大手企業による利用も増えてきております。

## BtoB NP掛け払い 成長戦略

NP掛け払いで接点をもつ約70万社の買い手企業に対する新たな付加価値提供のため、新規サービスを連続的にリリース。

### NP掛け払いのスケール



\*1 2024年12月現在における2025年5月期の週間同通し

### リリース済みサービス

請求書カード払い	NP掛け払いのクレカ支払いオプション
支払い期限延長	NP掛け払いの支払期限の延長オプション
NPハンディレンディング	買い手企業向けオンラインレンディング
NP掛け払い会員	利便性を上げる買い手企業向け登録会員制度

23

続いて、NP掛け払いの成長戦略についてお話しさせていただきます。

年間流通総額は今期2,000億円を大きく超える見通しで、買い手企業数は、約70万社になっております。

当社はこれらの企業に対して既に接点がありますし、これまで蓄積した取引実績データを保有しています。広いネットワークと膨大なデータ資産を活用し、新規サービスを連続的にリリースしてきております。

前年度第2四半期に請求書カード払い、今年度の第3四半期にNPハンディレンディング、および支払い期限延長のサービスを開始いたしました。サービス開始からまだ日が浅いですが、買い手企業からの反応は想定通り良好です。当面は、リスク管理に十分注意しながら、それぞれのサービスを徐々に拡大する方針です。

## 株主優待 企画内容

atoneの利用促進と株主優待を兼ねて、  
atoneでのお買い物で値引き等に使えるNPポイントを株主様に進呈。

### 基準日

2025年3月31日

### 対象となる株主様

基準日時点で100株（1単元）以上の保有

### 進呈時期・申請方法

2025年6月中旬に発送する株主総会招集  
通知に優待の申請方法のご案内を同封。  
ご案内に沿った手続き・会員登録により  
NPポイントを付与。



保有株式数	NPポイント 付与数
100株以上300株未満	1,000ポイント（1,000円相当）
300株以上500株未満	1,500ポイント（1,500円相当）
500株以上1,000株未満	2,000ポイント（2,000円相当）
1,000株以上1,500株未満	3,000ポイント（3,000円相当）
1,500株以上2,000株未満	4,000ポイント（4,000円相当）
2,000株以上	5,000ポイント（5,000円相当）

当社は事業環境や業績、財務状況等を総合的に勘案した上で、株主様への利益還元に取り組んでまいります。  
なお、本株主優待の来年度の実施について2025年2月14日時点では決まっておりません。

最後は、株主優待のご案内となります。

内容としては、本年3月末時点で1単元以上を保有する株主のみなさまに、当社の  
決済で使えるNPポイントを進呈するものとなります。

本優待を通して、株主のみなさまにぜひatoneサービスを体験いただきたいと考えて  
います。

株主優待 NPポイントとは

「NPポイント」は「atone」を利用した買い物の値引き（1ポイント＝1円相当）に加え、「atone shops」にて商品への交換、懸賞への応募にも利用可能。

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・コスメ
 *2  	   
エンタメ	その他
    	   

実店舗<sup>\*1</sup>

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は専門店から総合スーパーまで幅広いショップで使えますが、NPポイントはこれらのショップでのお買い物で値引き等に活用いただけます。優待を通じて、ショッピングでatoneを利用し、楽しんで頂ければ幸いです。

以上、第3四半期の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/>



## ■ 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。