

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)



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



業績ハイライト

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。

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

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)

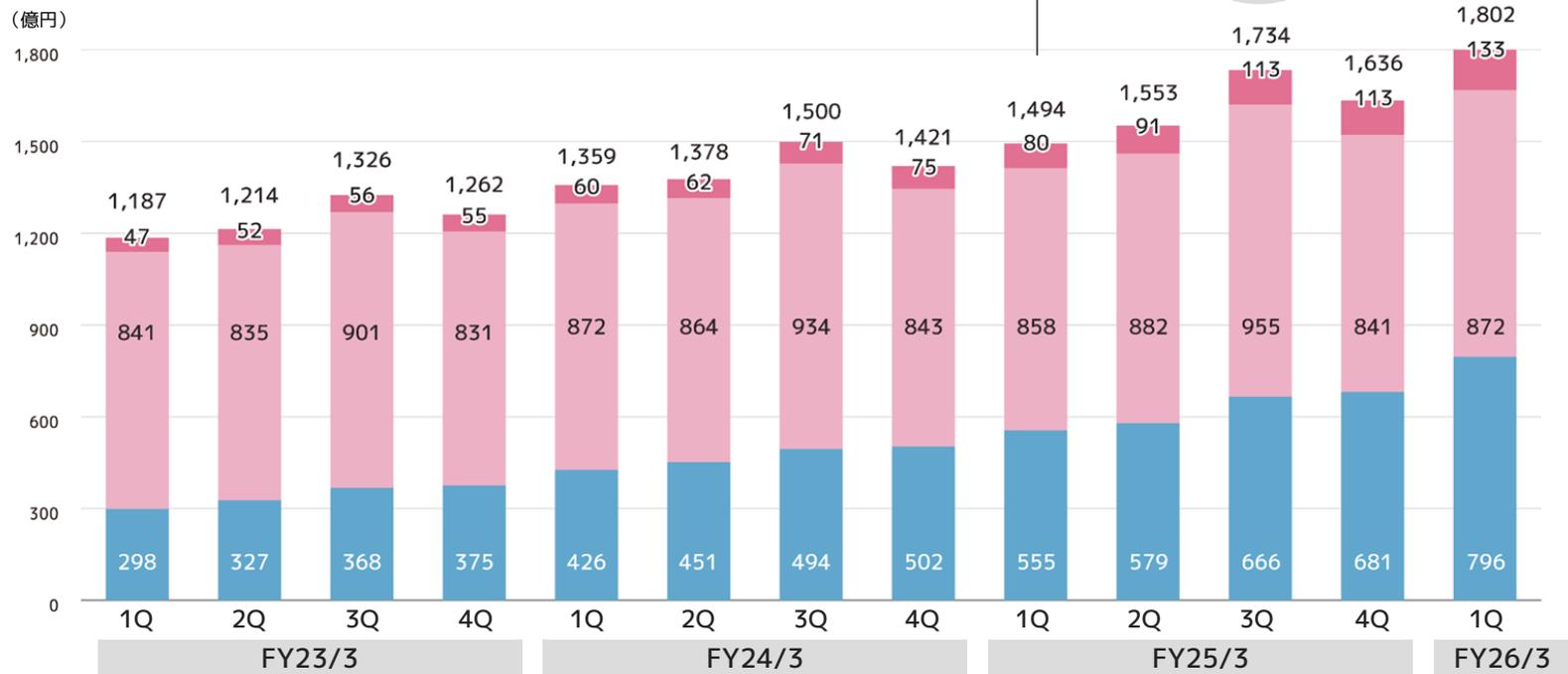
*3 EBITDA：営業利益 + (減価償却費・償却費 + 株式報酬費用 + 固定資産除却損 + 減損損失 - 減損損失戻入益)

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。

前年同期比
+20.6%

● B2C atone*1 ● B2C NP後払い他*2 ● B2B NP掛け払い*3



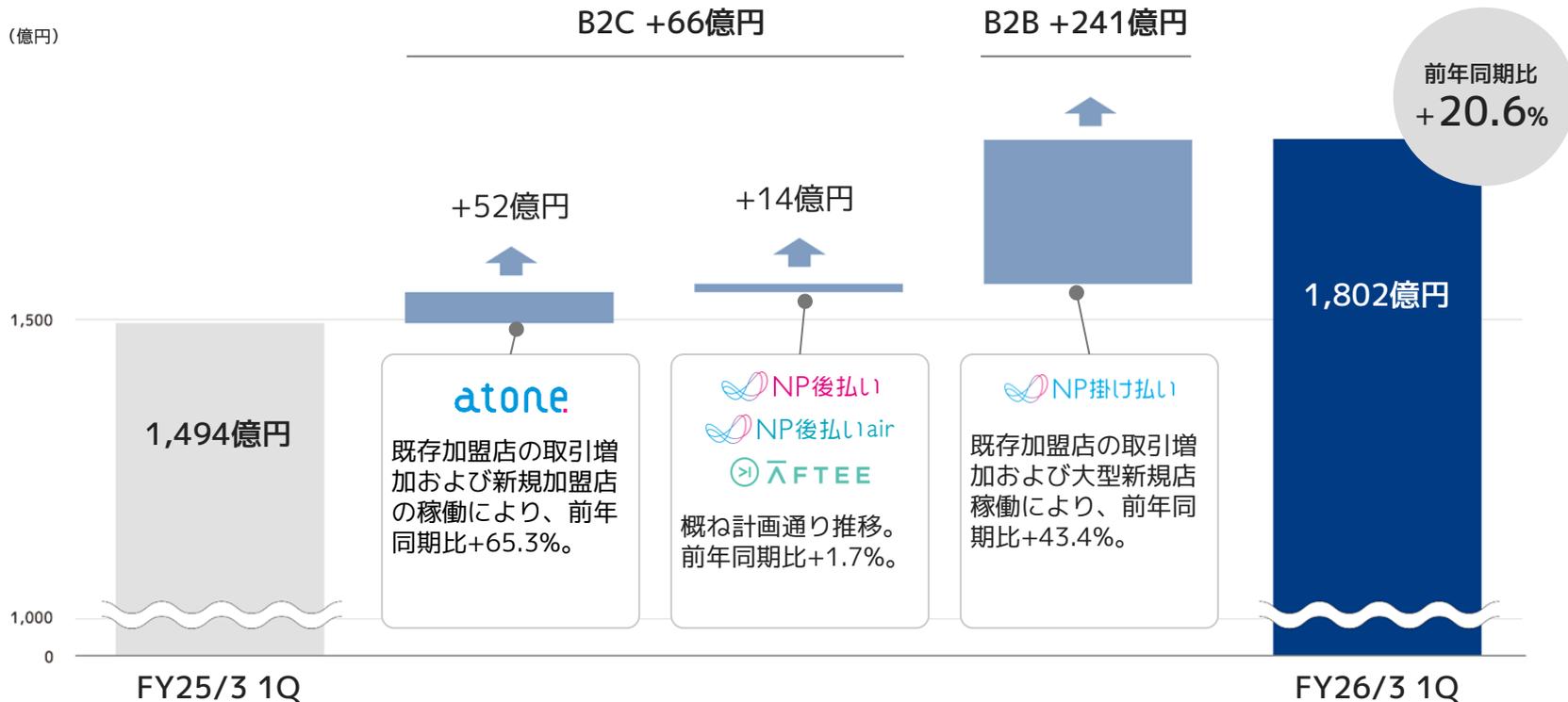
*1 当社グループが提供するatoneを通じて決済される金額（消費税を含む）の合計額

*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

GMV（前年同期比増減額）

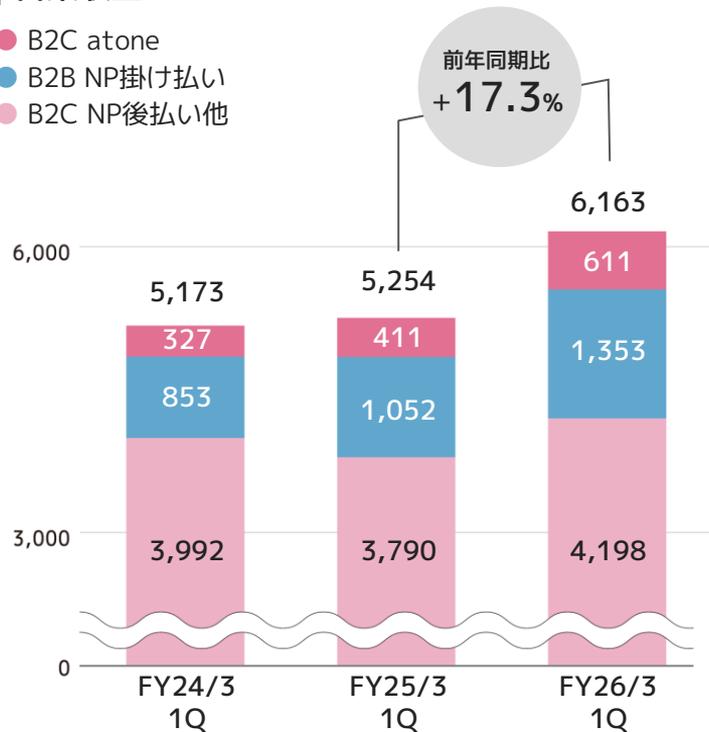
B2Cで66億円、B2Bで241億円のGMV加算により、
全社GMVは前年同期比+20.6%の1,802億円。



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。

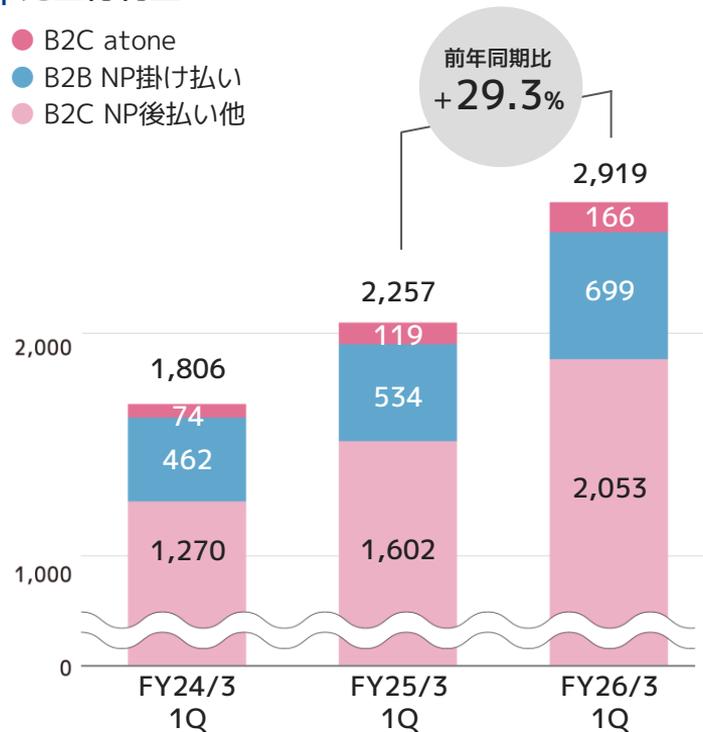
営業収益 (百万円)

- B2C atone
- B2B NP掛け払い
- B2C NP後払い他

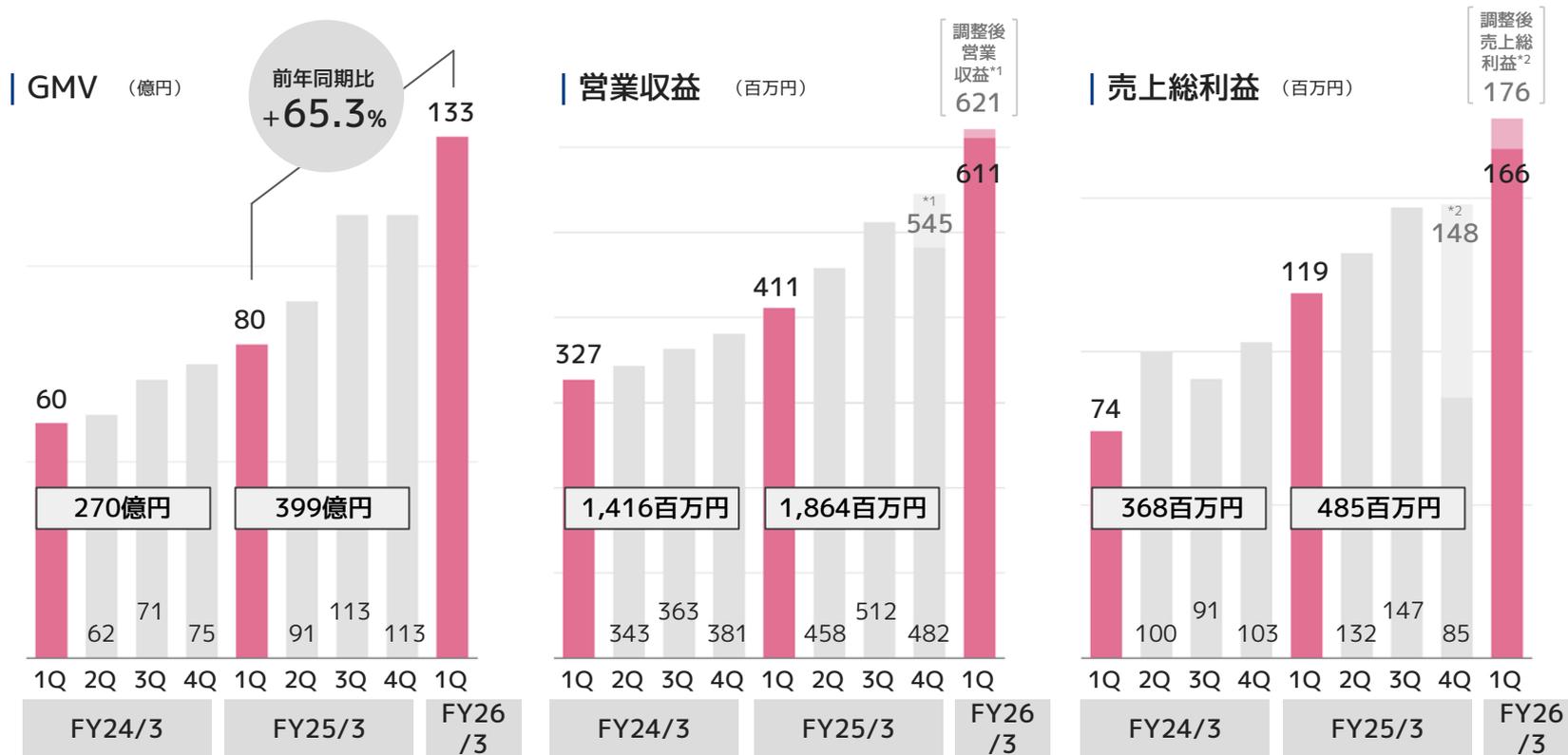


売上総利益 (百万円)

- B2C atone
- B2B NP掛け払い
- B2C NP後払い他



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。

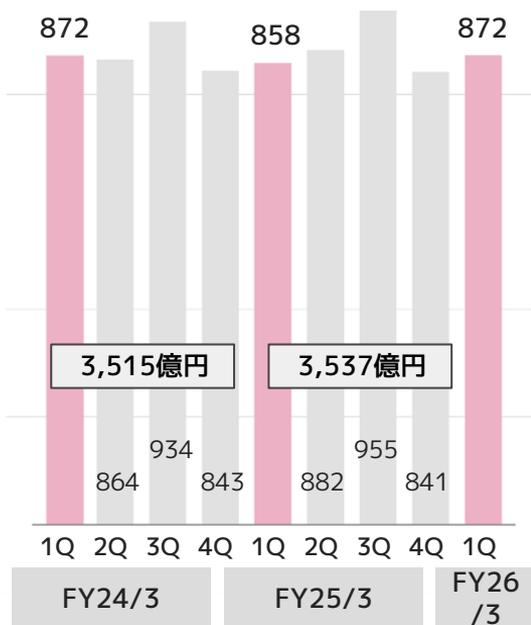


*1 調整後営業収益：キャンペーン実施に伴う営業収益の減額分を、営業収益に足し戻した金額

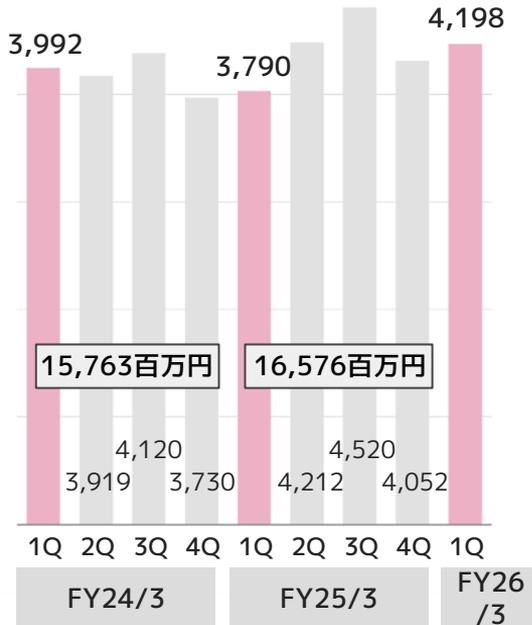
*2 調整後売上総利益：キャンペーン実施に伴う売上総利益の減額分を、売上総利益に足し戻した金額

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%。

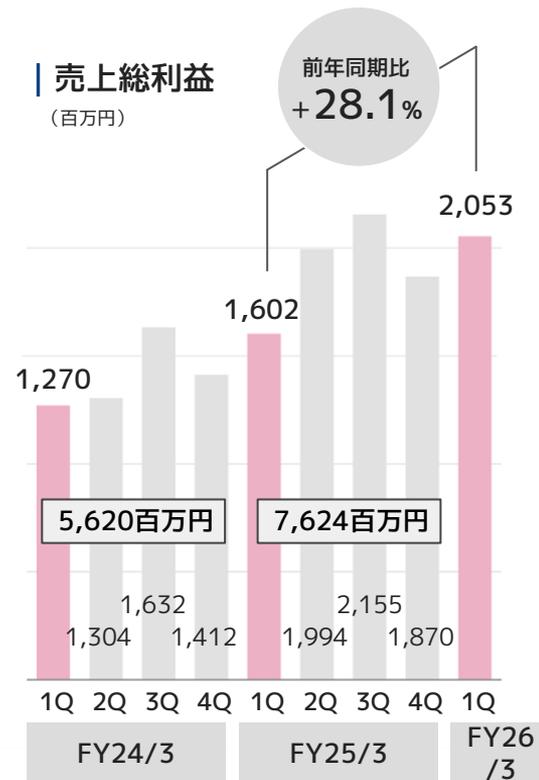
GMV (億円)



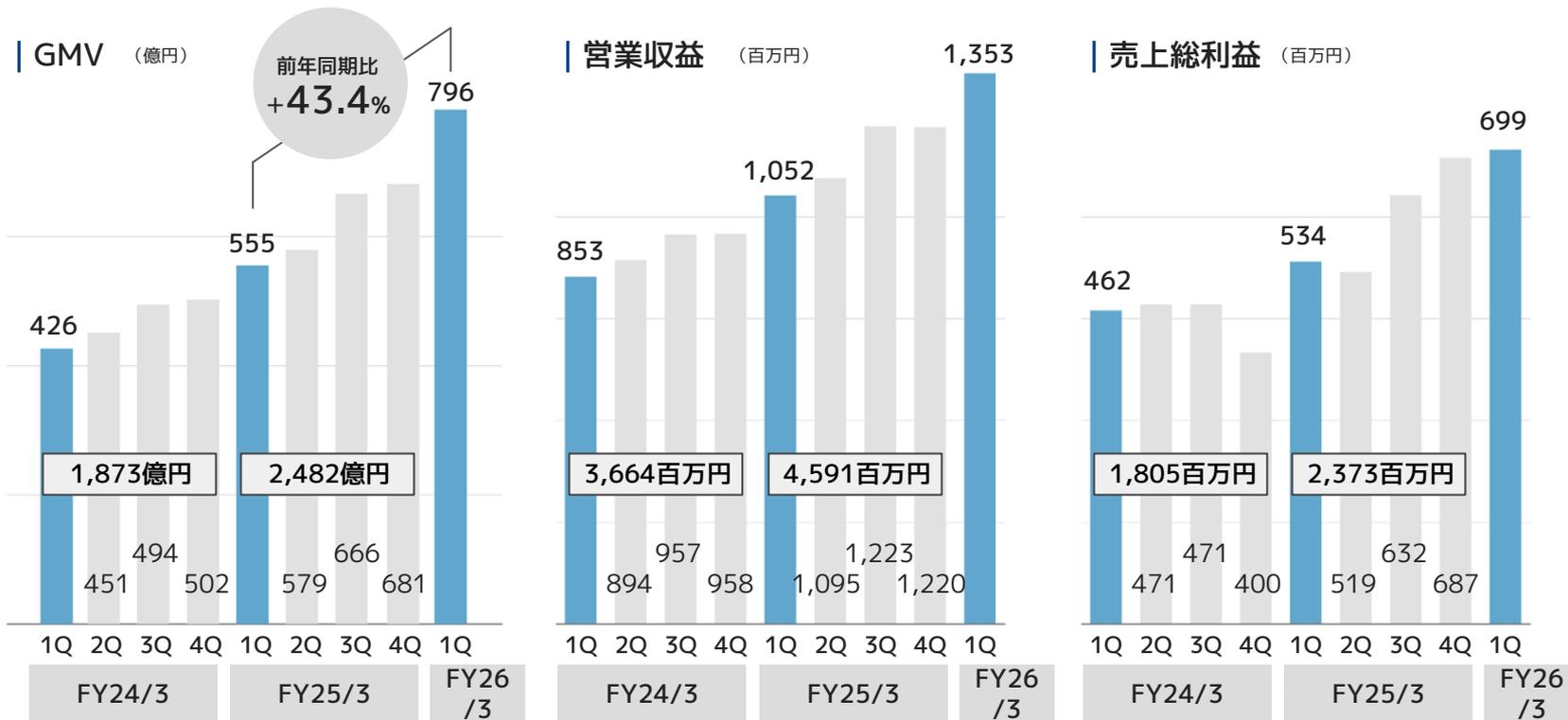
営業収益 (百万円)



売上総利益 (百万円)

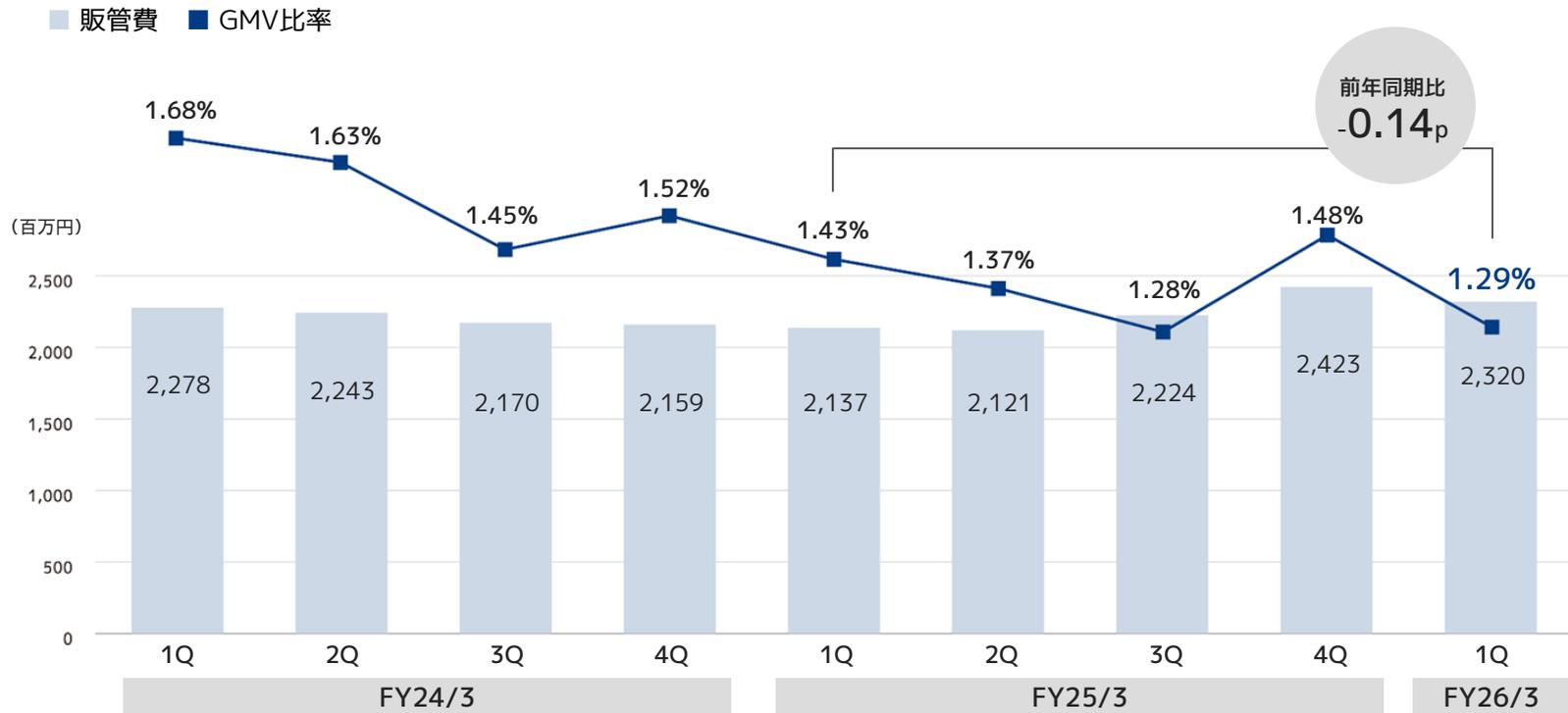


既存加盟店の取引増加および大型新規店稼働により、+43.4%の高成長を達成。

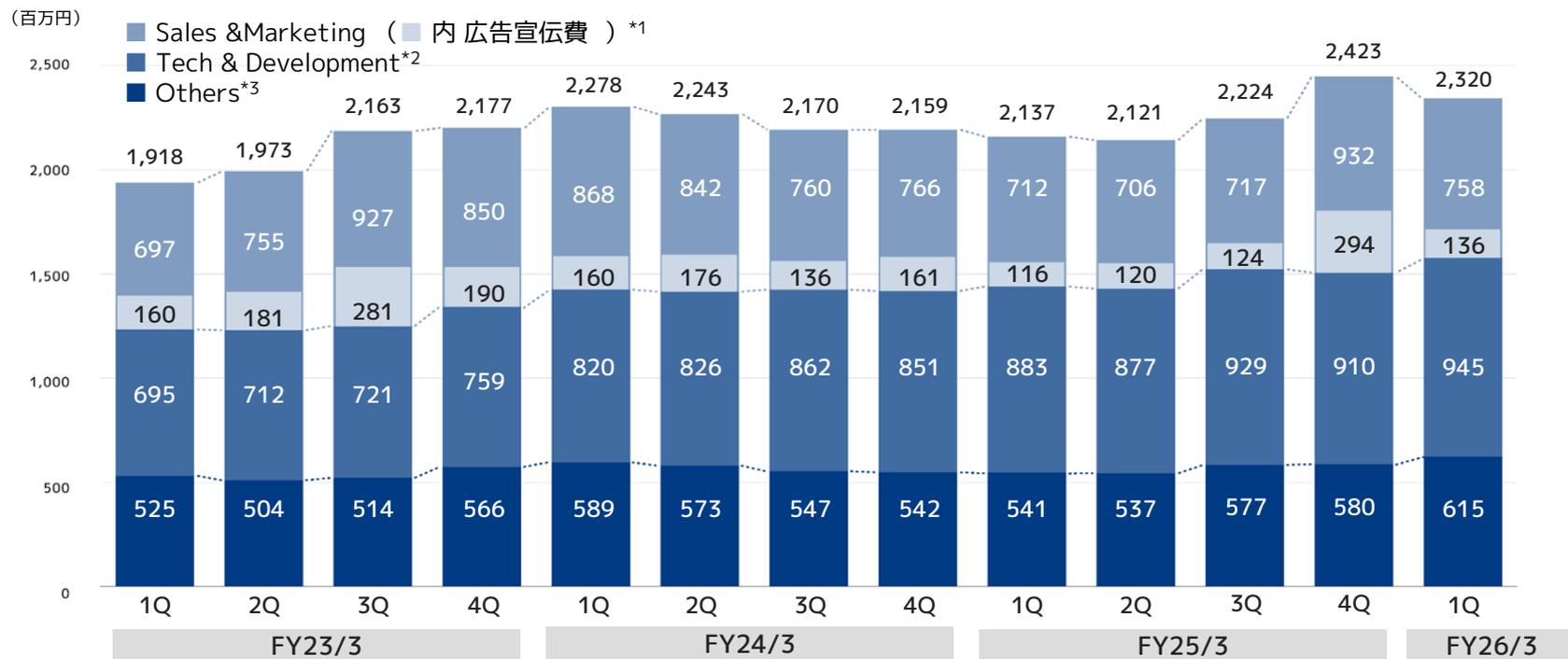


販売管理費（四半期推移）

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。



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

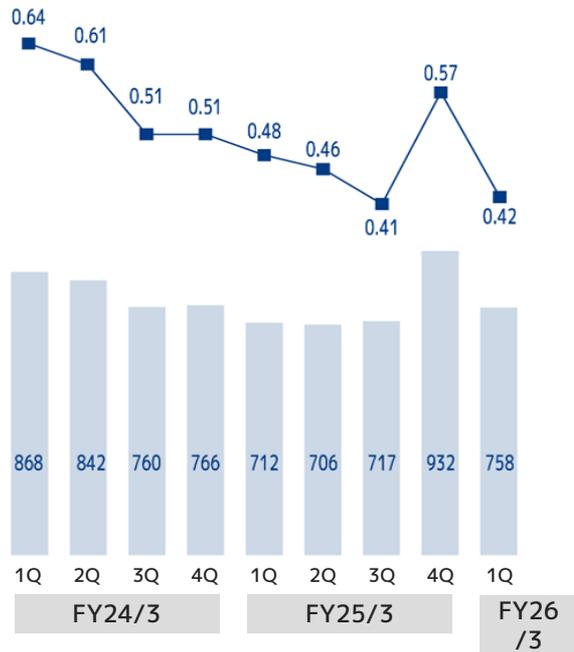
*2 テック & ディベロップメント：システム開発・与信関連業務等に関わる、人件費・アウトソース費・運営関連費等

*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）

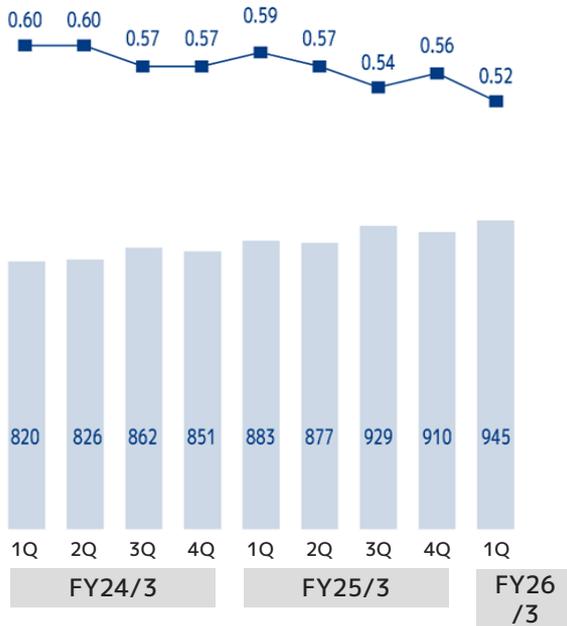
各項目においてオペレーティング・レバレッジ効果が効いている状態。

■ 販管費（百万円）
■ GMV比率（%）

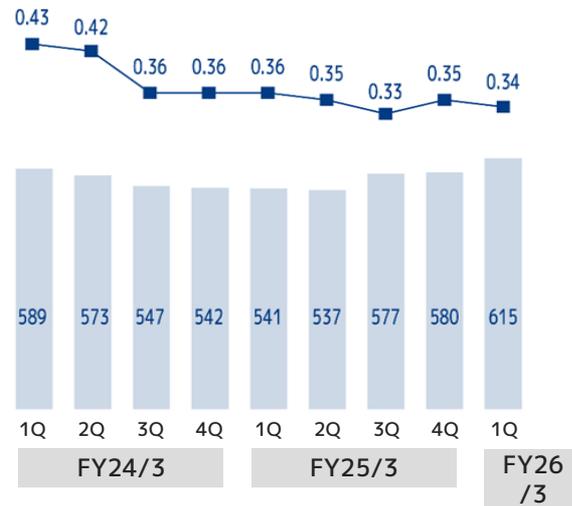
Sales & Marketing*1



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

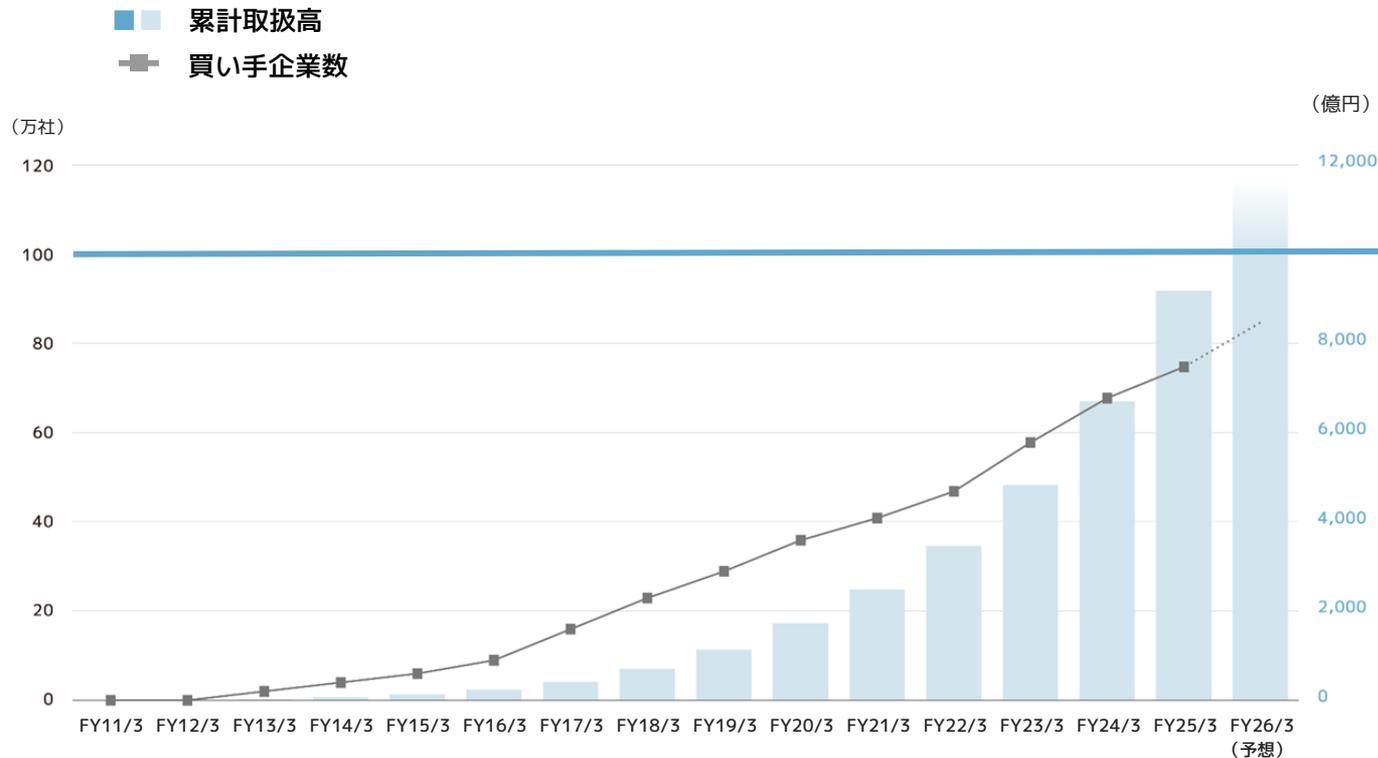
*2 テック & ディベロップメント：システム開発・与信関連業務等に関わる、人件費・アウトソース費・運営関連費等

*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）



経営TOPICS

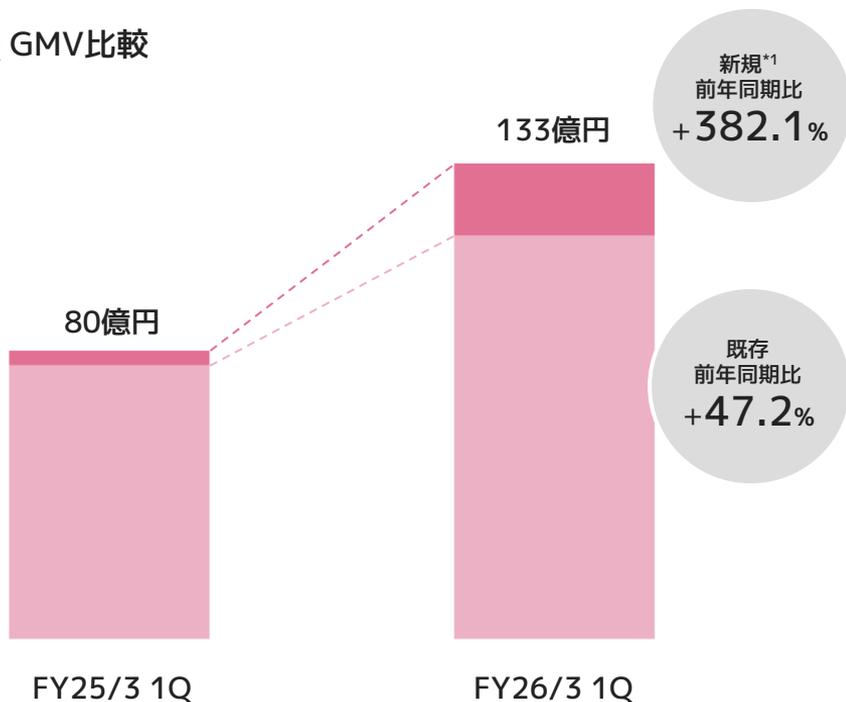
2011年サービス開始以来の累計取扱高が、2025年7月に1兆円を突破。



累計GMV
1兆円突破

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



既存加盟店の取引拡大例

- ・ Qoo10
- ・ その他ECショップ

新規加盟店の獲得例

- ・ 無印良品
- ・ DMM
- ・ その他デジコン系

*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



B2B成長戦略 (企業紹介資料から抜粋)

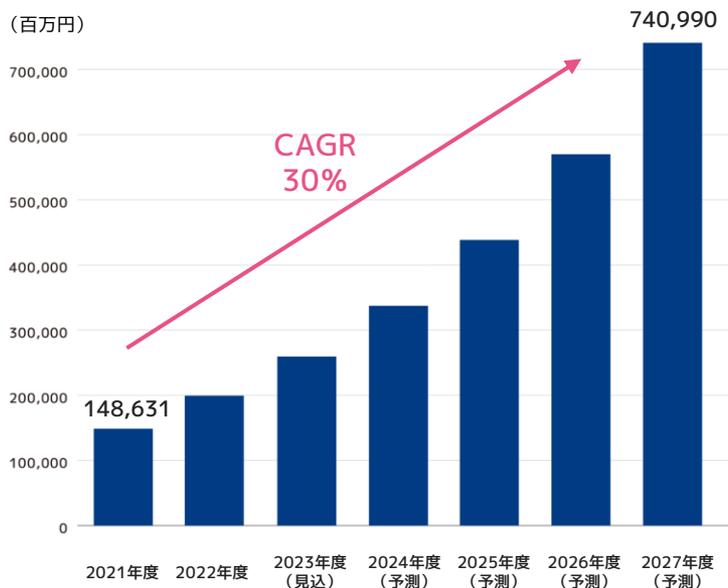
国内B2B決済代行サービス市場には様々なプレイヤーが存在。ただし、法人間のすべての請求業務の課題をワンストップで解決できるプレイヤーは限られている。



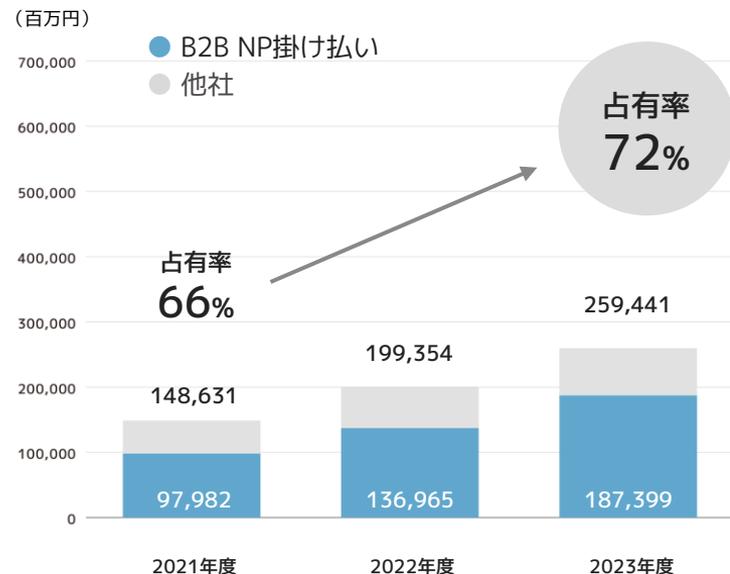
*1 株式会社矢野経済研究所「B2B掛け払いサービス市場に関する調査（2024年）」（2024年07月01日発表）をもとに当社にて試算

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

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。

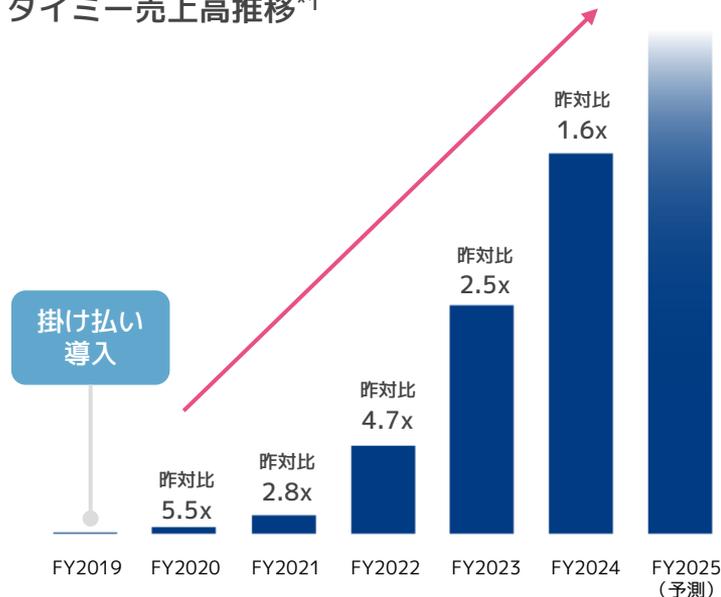
導入前の課題

- ・ 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。

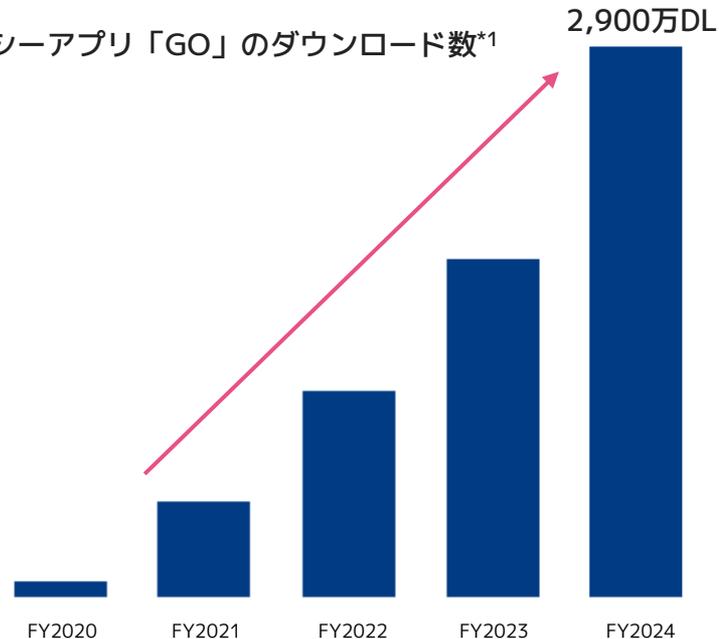
導入前
の課題

- ・ 自社与信が通らない取引先が多かった
- ・ 業務負荷が大きく、今後も増える見込みだった

導入後
の効果

- ・ 適切な与信付与により、今まで取引のない企業や業種へのアプローチが可能となり、事業成長を実現
- ・ 請求業務を削減し、取引先の分析など、利用促進に取り組めるようになった

| タクシーアプリ「GO」のダウンロード数*1



国内最大級のネットワークを持っている
タクシーアプリ

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））
*2 国税庁課税部酒税課の「酒類製造業及び酒類卸売業の概況（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 全国求人情報協会の「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&シェア分析-成長動向&予測（2024年~2029年）」（2024年7月）より *6 株式会社矢野経済研究所「スポットワーク仲介サービス市場に関する調査を実施（2023年）」より



Appendix

- 財務3表等
- 企業概要
- B2C 事業 (atone、NP後払い他)
- B2B 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1四半期	当第1四半期	増減率
	百万円	百万円	%
GMV (non-GAAP) *1	149,481	180,282	20.6
B2Cサービス_NP後払い他	85,828	87,255	1.7
B2Cサービス_atone	8,073	13,344	65.3
B2Bサービス	55,579	79,681	43.4
営業収益	5,254	6,163	17.3
B2Cサービス_NP後払い他	3,790	4,198	10.8
B2Cサービス_atone	411	611	48.6
B2Bサービス	1,052	1,353	28.6
-その他営業収益	162	172	6.0
売上収益	5,091	5,991	17.7
-請求関連費用 (non-GAAP) *2	1,968	2,003	1.8
-貸倒関連費用 (non-GAAP) *3	766	942	23.0
-その他決済に係る費用 (non-GAAP) *4	100	125	24.8
売上総利益 (non-GAAP) *5	2,257	2,919	29.3
B2Cサービス_NP後払い他	1,602	2,053	28.1
B2Cサービス_atone	119	166	39.4
B2Bサービス	534	699	30.8
-販売管理費及びその他営業費用 (non-GAAP) *6	2,146	2,323	8.3
営業利益	273	767	180.9
+減価償却費・償却費	401	425	5.8
+株式報酬費用	2	1	△37.9
+固定資産除却損	4	2	△46.4
+減損損失	-	-	-
-減損損失戻入益	-	-	-
EBITDA (non-GAAP) *7	681	1,196	75.6

*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：売上収益－（請求関連費用＋貸倒関連費用＋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 (2025年3月31日)	当第1四半期連結会計期間 (2025年6月30日)
資産		
現金及び現金同等物	17,039	20,113
営業債権及びその他の債権	32,810	37,970
営業貸付金	180	177
棚卸資産	28	28
その他の流動資産	481	445
流動資産合計	50,540	58,735
有形固定資産	686	656
のれん	11,608	11,608
その他の無形資産	4,886	4,951
その他の金融資産	958	956
繰延税金資産	1,884	1,898
その他の非流動資産	282	276
非流動資産合計	20,307	20,349
資産合計	70,848	79,085

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2025年3月31日)	当第1四半期連結累計期間 (2025年6月30日)
負債及び資本		
営業債務及びその他の債務	38,940	46,655
短期借入金	4,766	4,843
リース負債	262	287
その他の金融負債	9	4
未払法人所得税等	780	526
引当金	33	33
従業員給付に係る負債	556	596
その他の流動負債	899	983
流動負債合計	46,249	53,930
長期借入金	4,984	4,987
リース負債	270	233
引当金	112	113
非流動負債合計	5,368	5,335
負債合計	51,618	59,265
資本金	4,213	4,215
資本剰余金	14,275	14,278
利益剰余金	544	1,018
その他の資本の構成要素	136	244
親会社の所有者に帰属する持分合計	19,169	19,756
非支配持分	60	63
資本合計	19,229	19,819
負債及び資本合計	70,848	79,085

(単位：百万円)

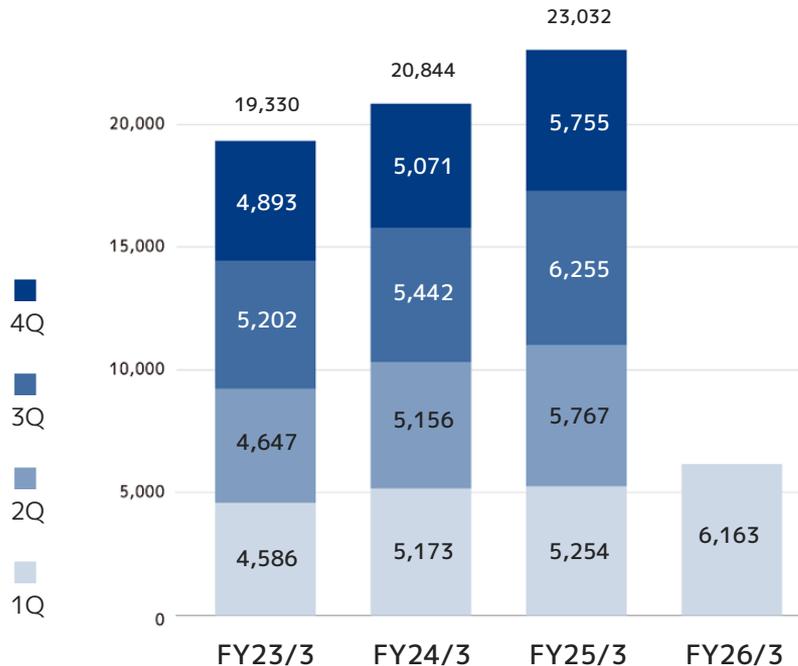
	前第1四半期連結累計期 (自 2024年4月1日 至 2024年6月30日)	当第1四半期連結累計期間 (自 2025年4月1日 至 2026年6月30日)
売上収益	5,091	5,991
その他の収益	162	172
営業収益合計	5,254	6,163
営業費用	△4,980	△5,395
営業利益	273	767
金融収益	1	39
金融費用	△19	△30
税引前利益	254	776
法人所得税費用	△123	△305
四半期利益	131	471
四半期利益の帰属		
親会社の所有者	135	474
非支配持分	△3	△2
四半期利益	131	471
1株当たり四半期利益		
基本的1株当たり四半期利益(円)	1.39	4.77
希薄化後1株当たり四半期利益(円)	1.38	4.74

(単位：百万円)

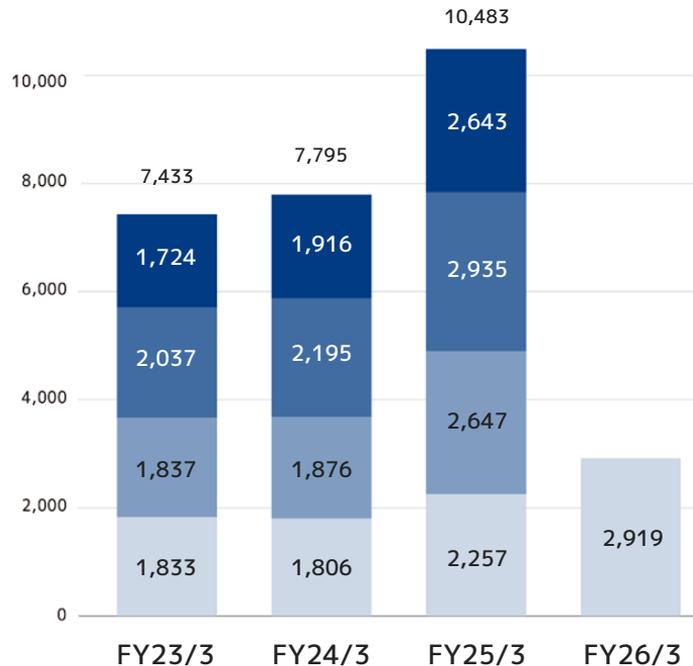
	前第1四半期連結累計期間 (自 2024年4月1日 至 2024年6月30日)	当第1四半期連結累計期間 (自 2025年4月1日 至 2025年6月30日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税引前四半期利益	254	776
減価償却費、償却費及び減損損失	401	425
株式報酬費用	2	1
金融収益及び金融費用	19	△9
引当金の増減額 (△は減少)	△28	0
固定資産除却損	4	2
棚卸資産の増減額 (△は増加)	△12	0
営業債権及びその他の債権の増減額 (△は増加)	△1,086	△5,159
営業貸付金の増減額 (△は増加)	—	2
営業債務及びその他の債務の増減額	63	7,714
その他	41	536
小計	△340	4,291
利息の受取額	0	1
利息の支払額	△2	△9
法人所得税の支払額又は還付額 (△は支払)	△262	△789
営業活動によるキャッシュ・フロー	△604	3,494
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	—
定期預金の預入による収入	—	0
有形固定資産の取得による支出	△39	△10
無形資産の取得による支出	△380	△389
差入保証金の差入による支出	△0	—
差入保証金の回収による収入	106	2
投資活動によるキャッシュ・フロー	△313	△397
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)	2,514	—
リース負債の返済による支出	△80	△71
株式の発行による収入	4	3
財務活動によるキャッシュ・フロー	2,438	△67
現金及び現金同等物に係る換算差額	0	44
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	1,520	3,073
現金及び現金同等物の期首残高	10,810	17,039
現金及び現金同等物の四半期末残高	12,330	20,113

業績：営業収益・売上総利益（四半期推移）

営業収益（百万円）



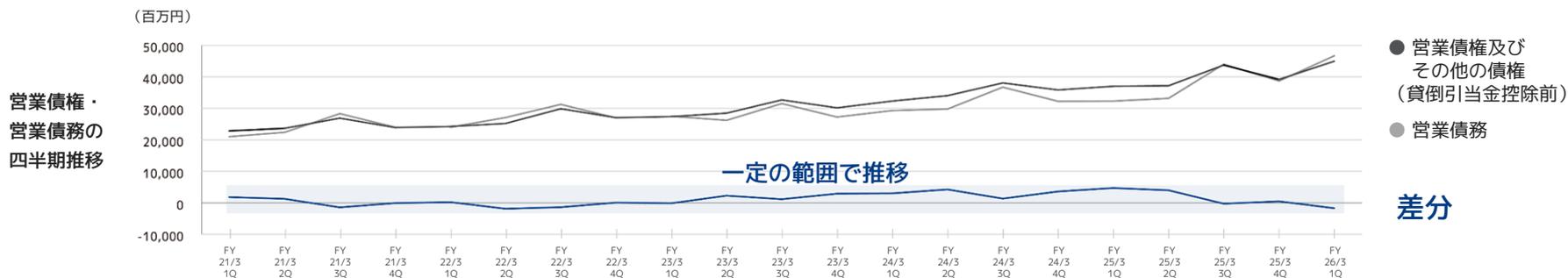
売上総利益 (non-GAAP) *1（百万円）



*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6月期末時点）



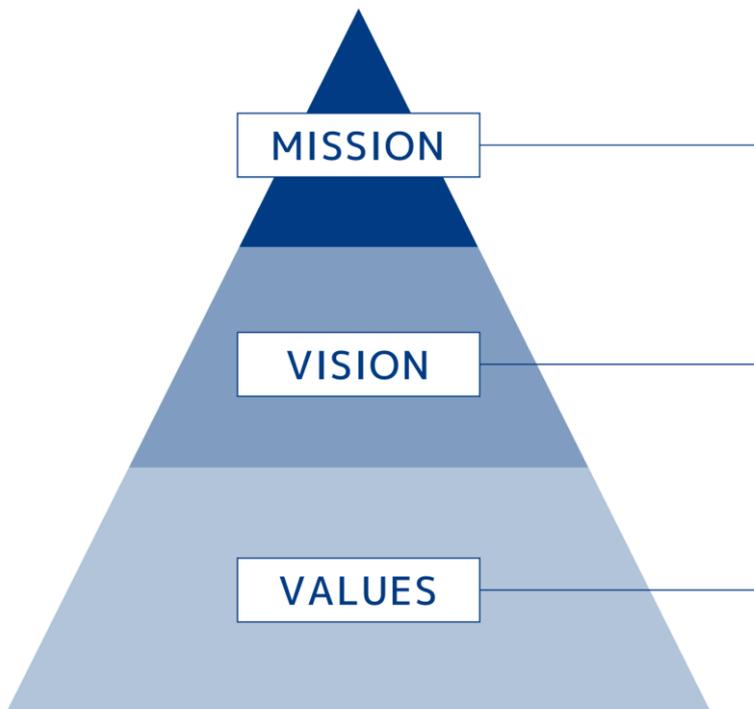
*1 NP後払いにおける事例

*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

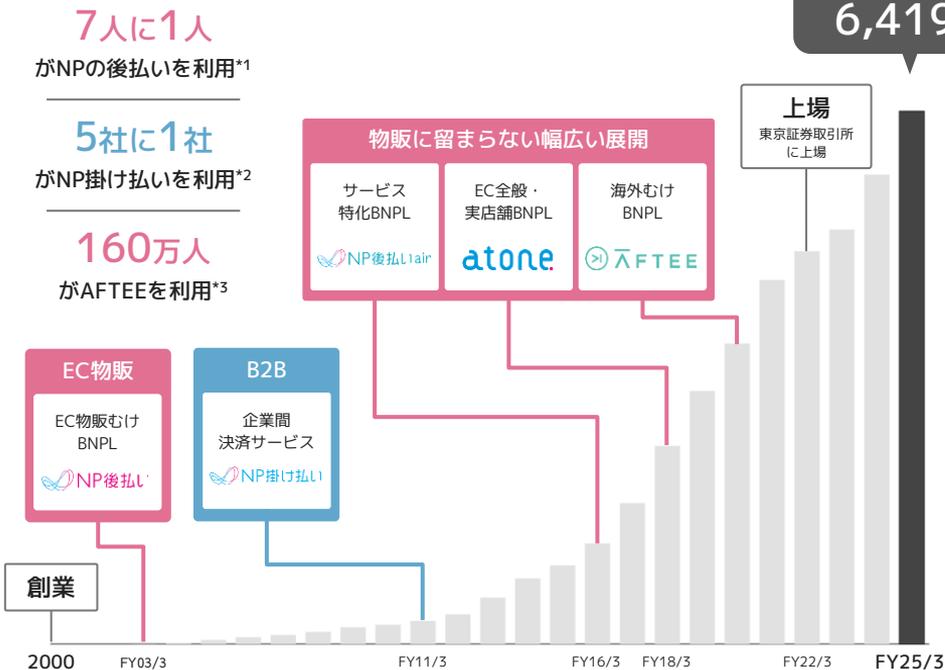
事業と組織を通じて新たな選択肢を届け、一人ひとりの可能性を広げます。

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。

20年以上BNPL事業を展開しているBNPLのリーディングカンパニー。 B2Cに加えて、B2B BNPLも行っている世界でも稀有なBNPL専門事業者。

商号 株式会社ネットプロテクションズホールディングス
 代表 柴田 紳
 創業 2000年1月 ※運営会社の創業年月
 資本金 41.3億円
 従業員 320名（2025年3月31日現在） ※運営会社の従業員数
 本社 東京都千代田区麹町
 拠点 京都・愛知・愛媛・福岡
 グループ会社 NP Taiwan, Inc.
 Net Protections Vietnam Co., Ltd.
 株式会社NPファイナンス



*1 15歳以上の人口1億975万人（総務省統計局人口統計2025年4月1日時点概算値）÷2025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

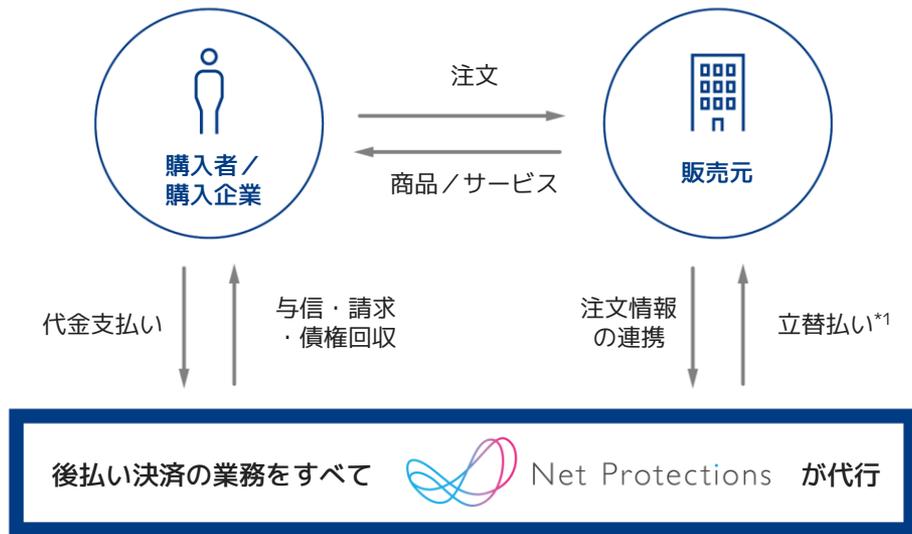
*2 日本企業数約367万社（総務省・経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査結果」）÷2025年3月期の年間ユニーク購入企業74万社により算出

*3 2025年3月31日時点における会員数

提供価値

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。

B2C・B2Bの両方をカバーするBNPLの総合プロバイダーとして、幅広い市場に対して最適なサービスを提供。



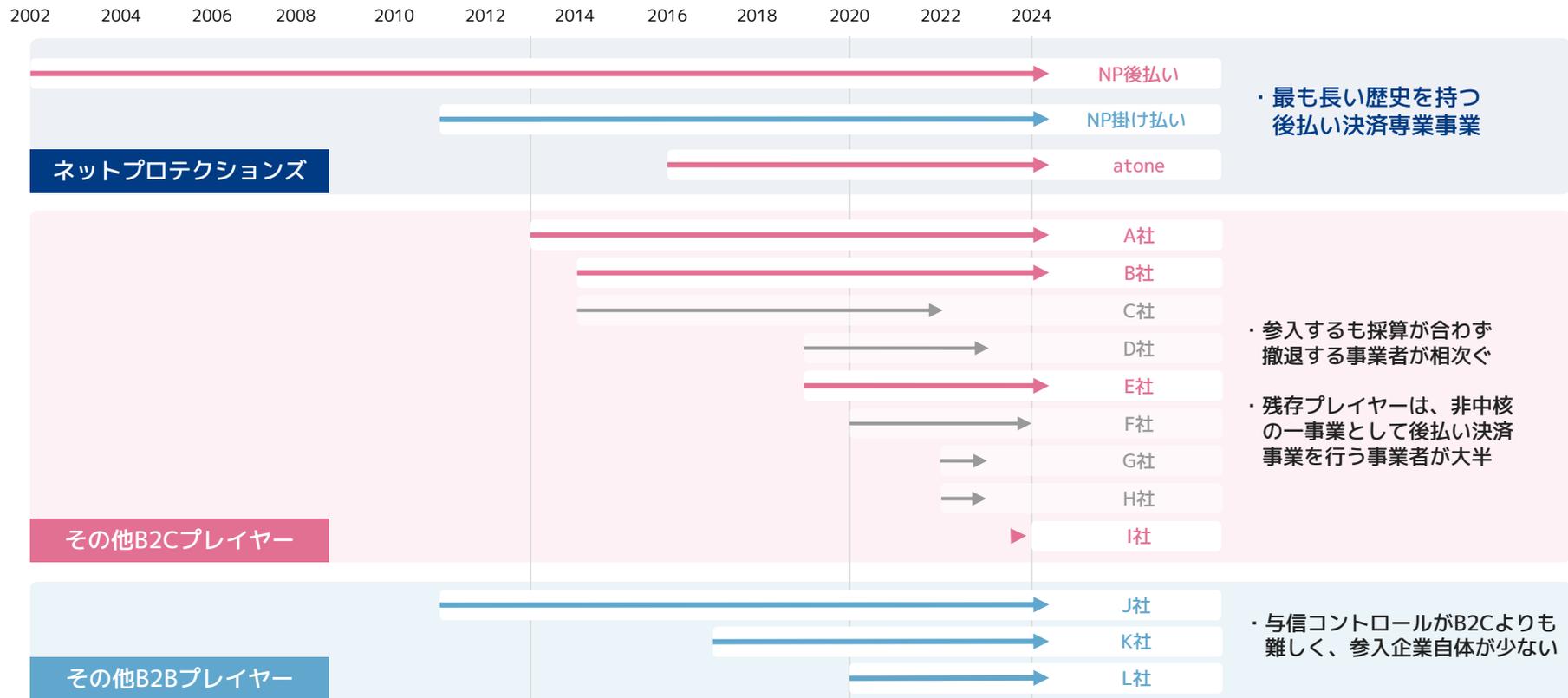
*1 デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社 ミックITリポート 2024年11月号 B2B決済代行サービス市場調査 (<https://mic-r.co.jp/micit/2024/>) より、2023年度年間取扱高を参照。

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

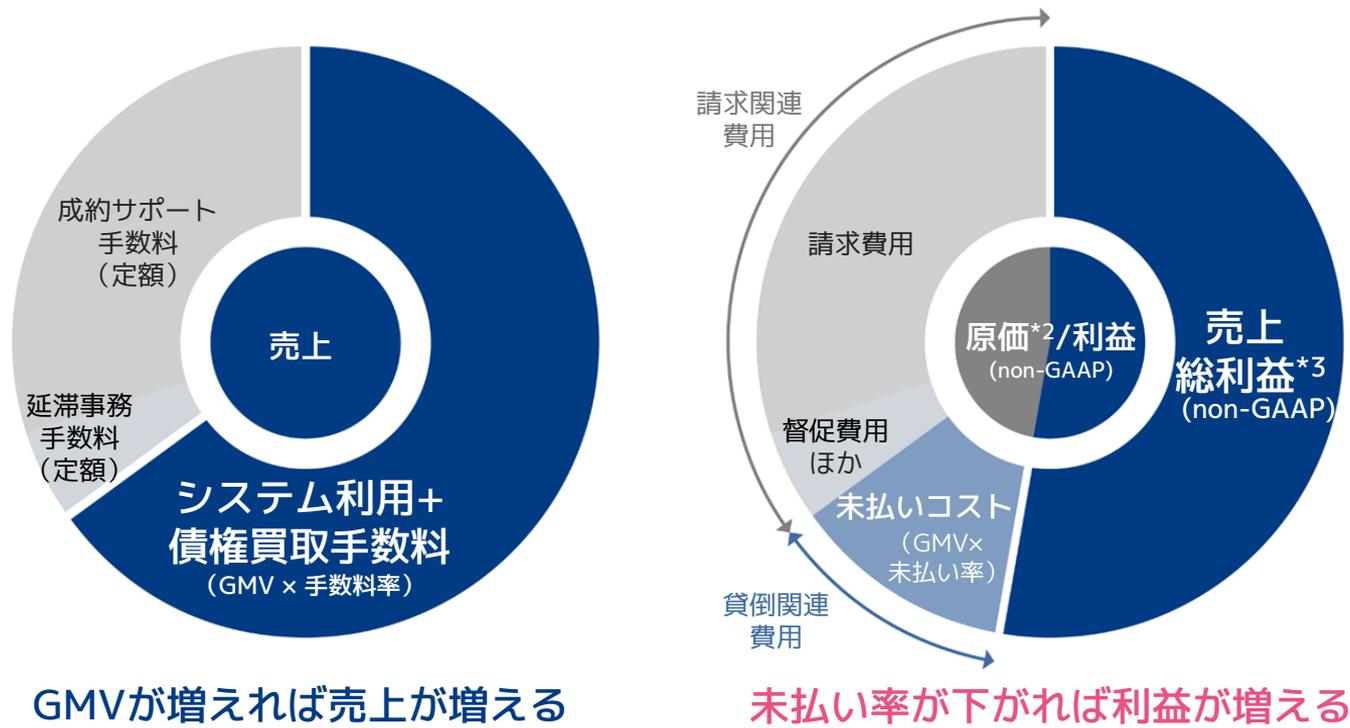
経済産業省「キャッシュレス・ビジョン」(P70)、「日本のキャッシュレス決済比率、決済事業者及び国の開示の在り方について」(P21)

「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

様々な企業がBNPLの領域に挑戦してきたが、ほとんどが収益化に至らず、事業から撤退。



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。



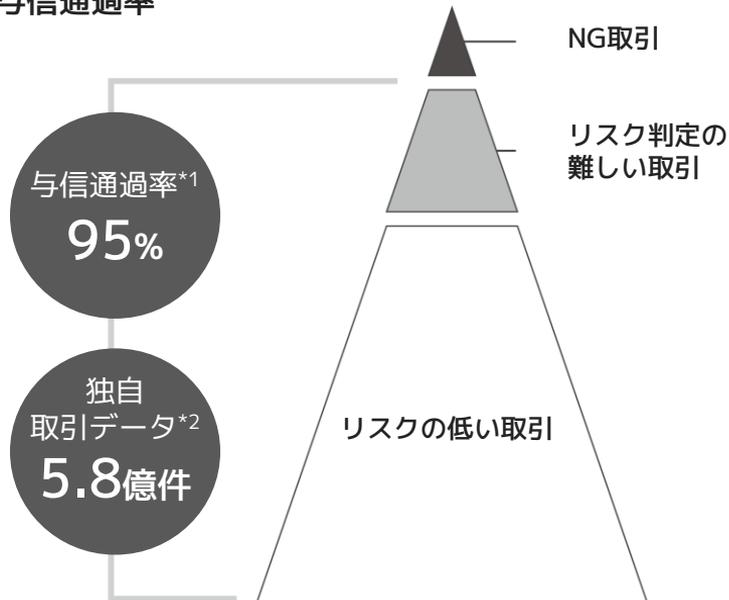
*¹ GMV：当社グループ決済サービスの流通取引総額

*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

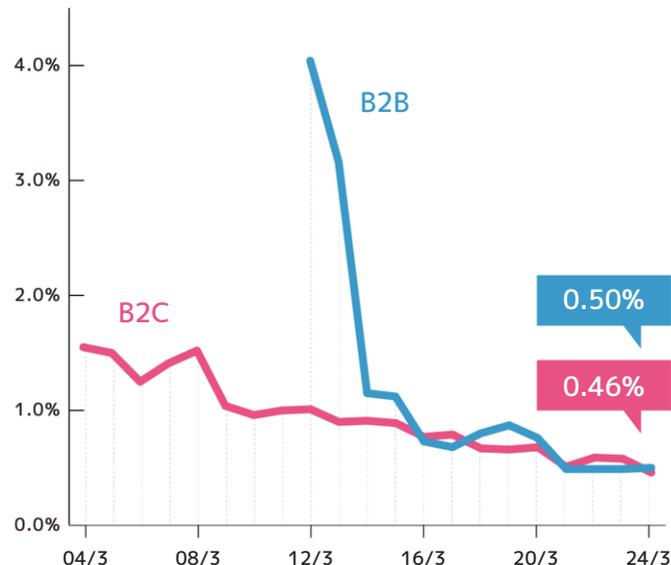
*³ 売上総利益：営業収益－（請求関連費用＋貸倒関連費用＋その他営業収益＋その他決済に係る費用）

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）

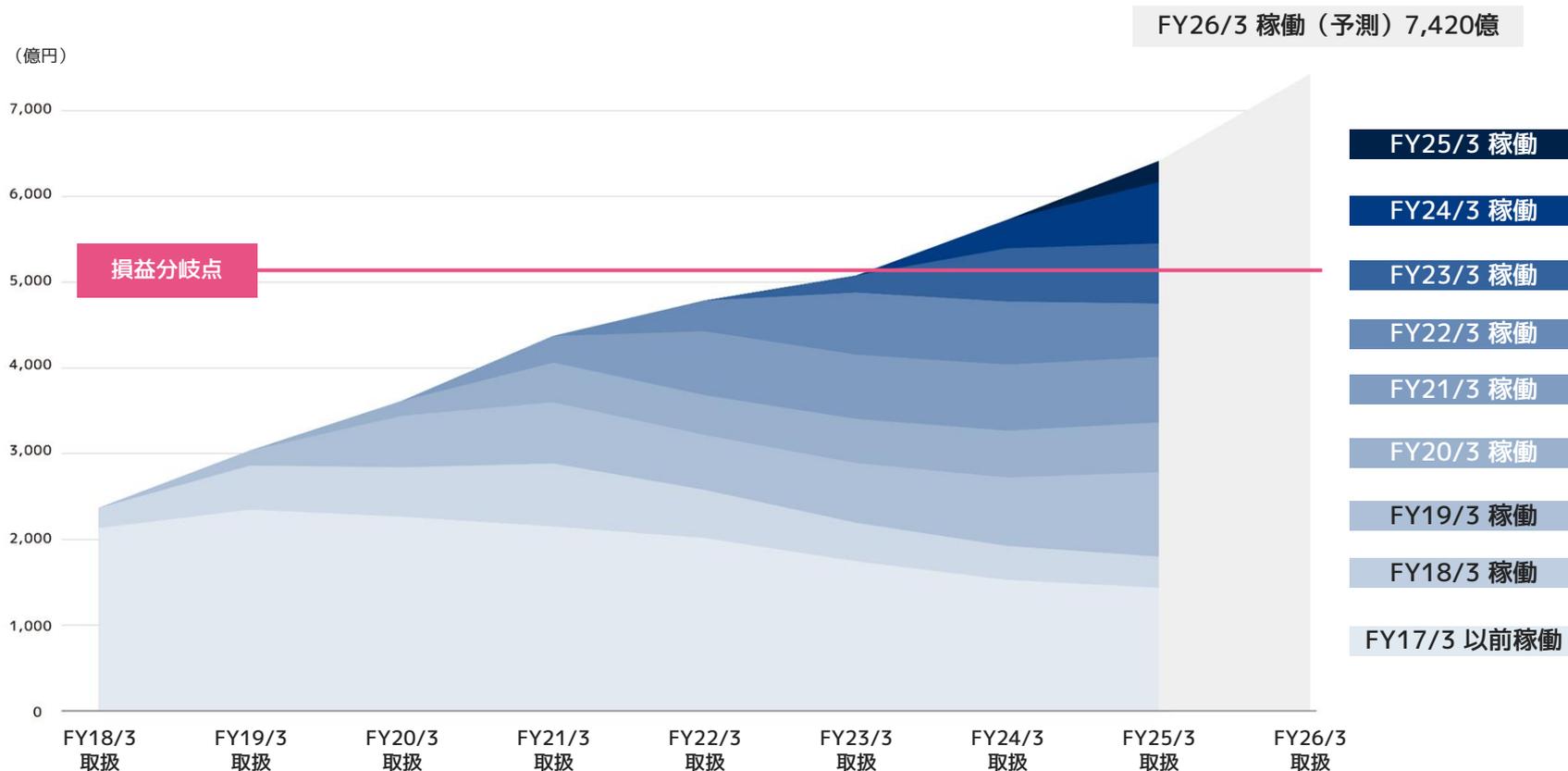
*2 2025年3月31日時点

*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））

積み上げ型ビジネスモデル

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。



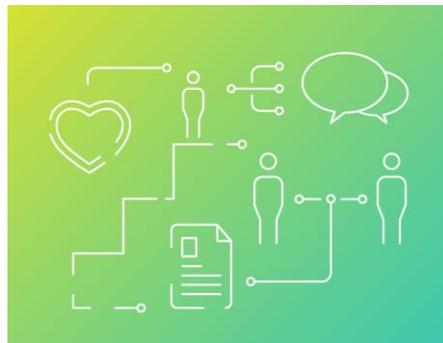
誠実で変革志向のWillを持つ人材を全体最適、長期視点志向を持てるよう成長を支援し、人材が自律的に役割を考え、柔軟にコラボレーションできる環境・組織をつくっている。



採用・成長支援

特色

- 価値観合致度の高い人材の採用
- 約半年間の新卒社員向け研修、継続的な学びの支援
- 成長支援をコンピテンシーの項目とし、継続的な成長を新卒/中途関係なく実施



自律・分散・協調型の ティール型組織

特色

- マネージャー制度を廃止した人事評価制度「Natura」
- 組織のサイロ化を防ぎ、柔軟なコラボレーションを促進する流動的な人材配置
- 組織作りの土台となる社内交流



すべての人のポテンシャルを 引き出す包括的な環境づくり

特色

- 様々な属性を持つ人材が活躍するフラットな組織
- ライフスタイルや働き方の多様化に対応するフレキシブルな働き方
- オープンな情報開示

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	ペイン・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

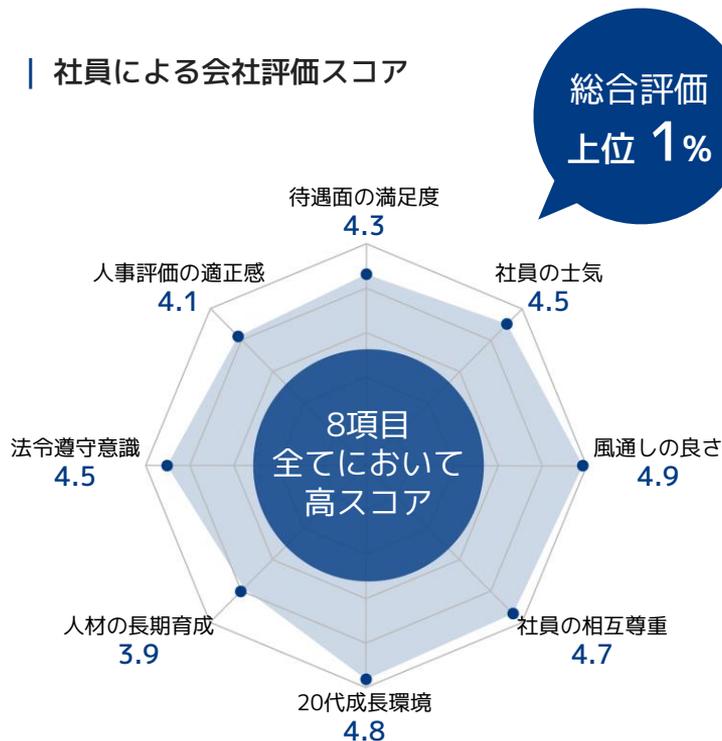
総合
6位

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



社員への投資を惜しまない“成長環境企業”の15社の中の1社として、当社が掲載される。ユニークな風土などを含め、先進的な取り組み事例を紹介。

5月末
出版済み

◎ 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

要領時集
成長を「志す人」と成長が「怖い人」に贈る
2つのエール

金間大介氏

- BIPROGY
- レバレジーズ
- リブホールディングス
- JERA
- MIC
- エナイドアンドクロー
- 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
- ネットプロテクションズ
- 三光ソフテックグループ
- ブラップジャパン
- クーリエ
- MIXI

◎ CROSSMEDIA PUBLISHING

File.00

株式会社 ネットプロテクションズ

「つぎのアタリマエをつくる」をミッションに、
事業及び組織の両面で革新的な仕組みづくりを目指しています



ネットプロテクションズってどんな会社？

株式会社ネットプロテクションズは、2000年に創業し、「つぎのアタリマエをつくる」をミッションに掲げるBNPL（Buy Now, Pay Later：今買って、後で支払う）のリーディングカンパニーです。2002年に世界初となる後払い決済サービス「NP後払い」を開始し、現在では年間1500万人以上が利用する社会インフラへと成長しました。

組織面では、マネージャーが存在しない「ティール組織」を採用。社員は、基本的に自分の意思で自分の携わるプロジェクトを選ぶことができ、自分で意思決定しながら業務を進めています。常識にとらわれることなく本質を追求し、「自律」「分散」「協働」の企業文化を構築。自分で考え、自分で決める環境だからこそ身につくスキルがあり、そこからさまざまなキャリアの可能性が広がります。

1

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

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。

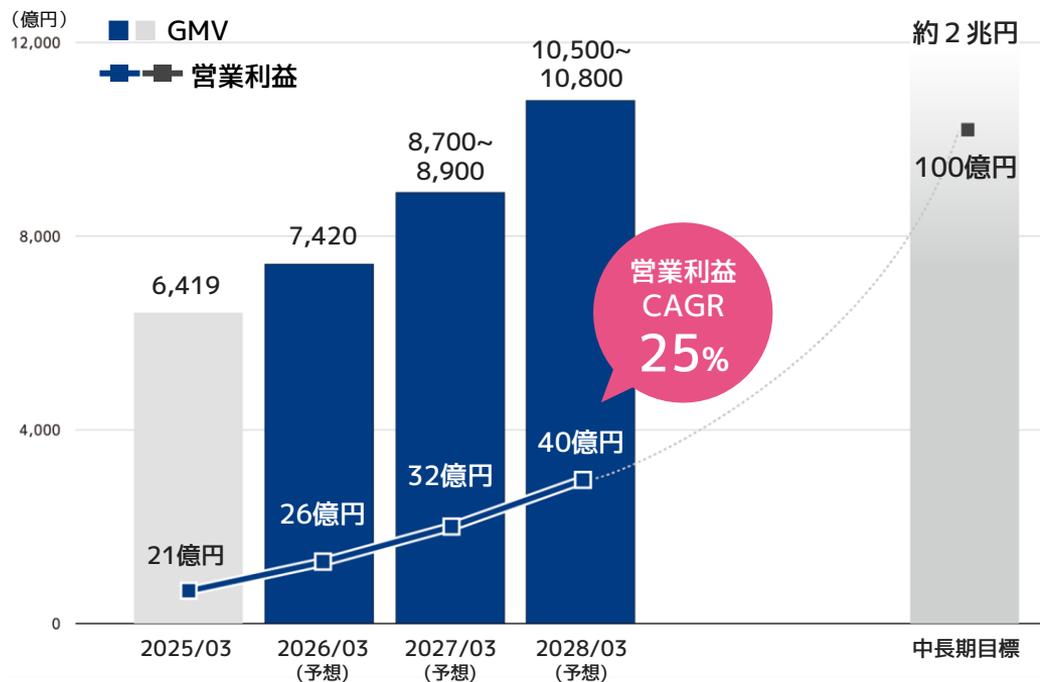


Appendix

中期經營方針

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%)

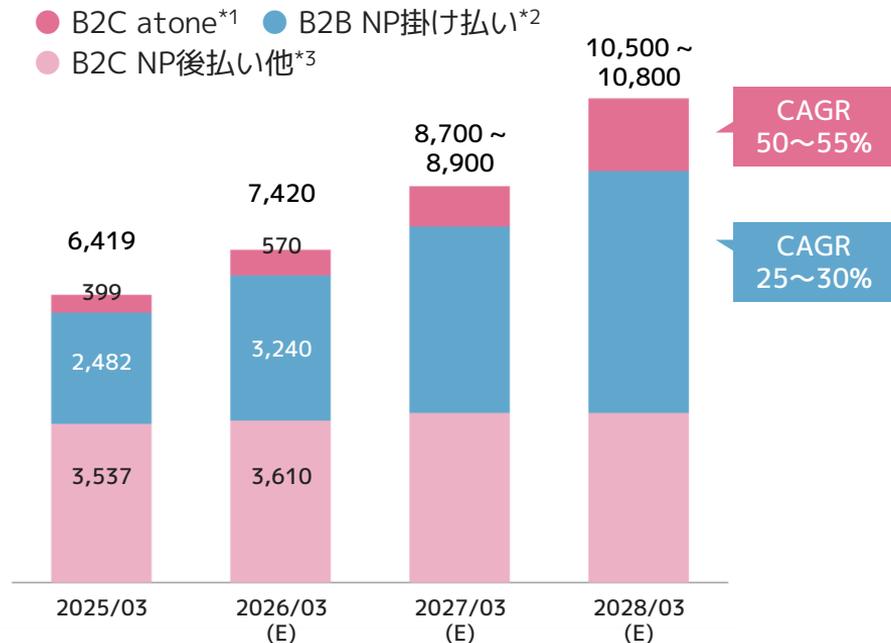
営業利益40億円
(CAGR25%)

中長期 目標

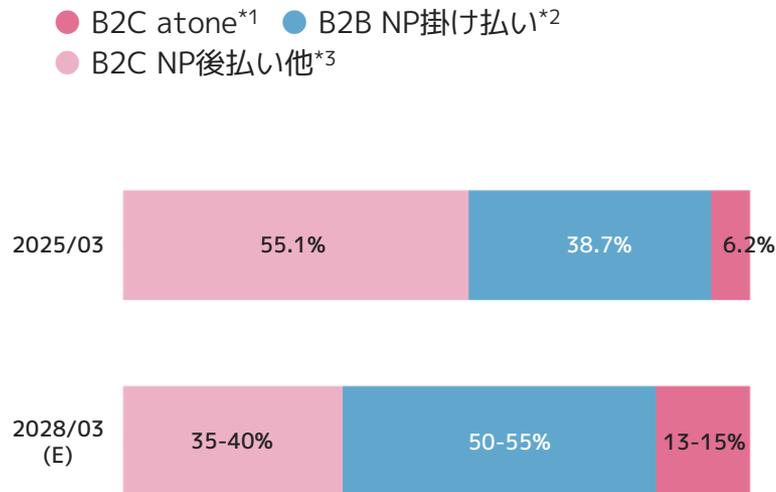
GMV 約 2 兆円
営業利益100億円

B2CはNP後払いを安定収益事業としつつ、atoneのCAGR 50～55%を計画。
B2B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

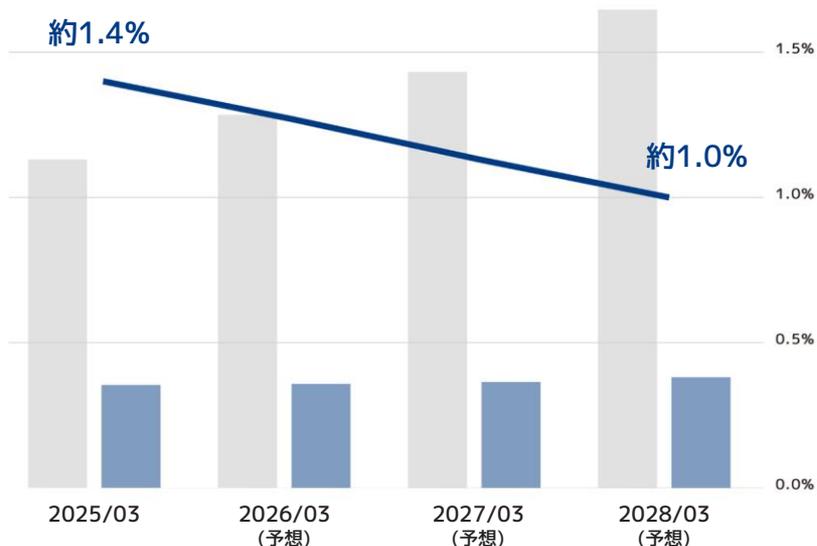
*2 当社グループが提供するNP掛け払いを通じて決済される金額（消費税を含む）の合計額

*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

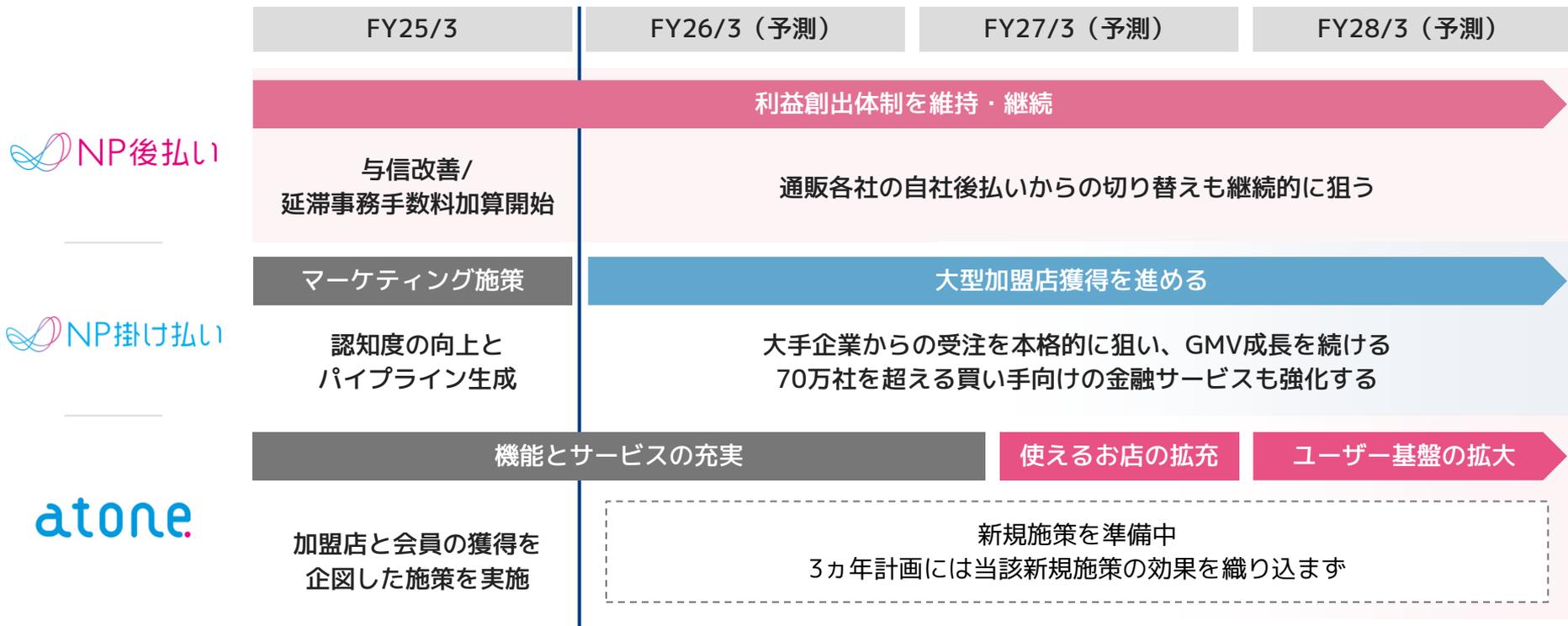
業務と取引の拡大に伴い、人件費や業務委託費は増加するが、いずれもGMV成長に対しては緩やか。マーケティング費用の投下は、成長に資する施策を中心に、規律を持って行う。

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。

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

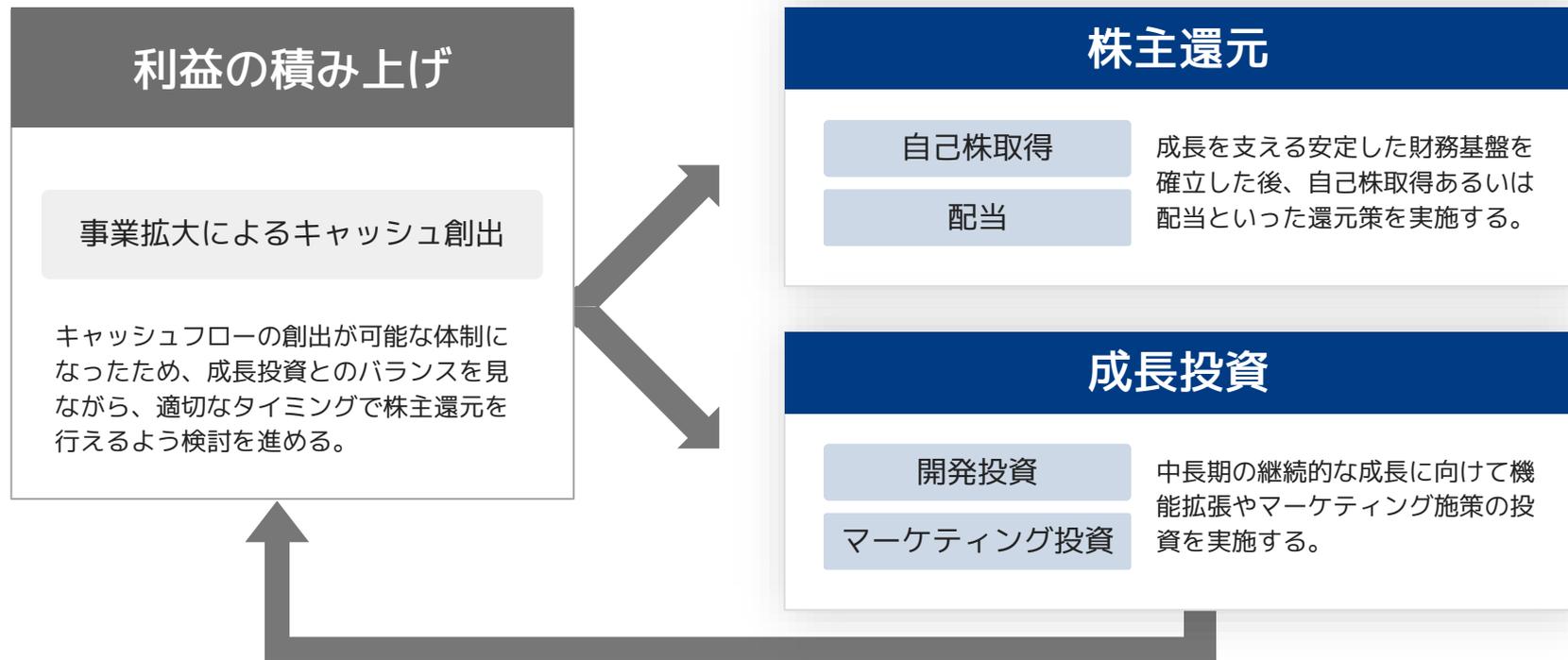


atoneが使える加盟店を
一気に拡充

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

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。



Appendix

B2C 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130万店舗で利用可能。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



エンタメ



アパレル・ビューティー



その他



実店舗*1

コンビニ・スーパー



飲食



ドラッグストア



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。

会員制の「atone」で、従来の後払い決済サービスでは参入が困難だった市場に進出し
オンライン・オフライン問わずあらゆるシーンで利用されることを目指す。



使えるお店
の例

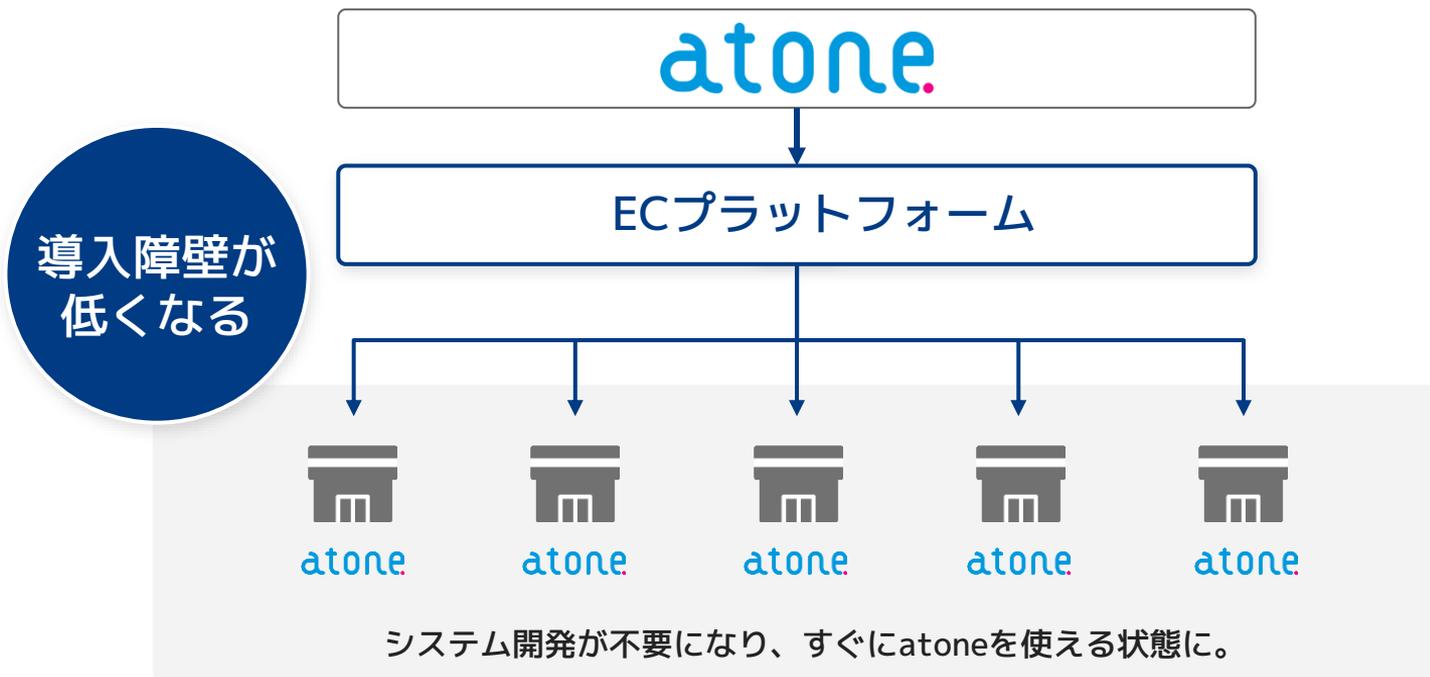


*1 経済産業省「令和4年度 電子商取引に関する市場調査」、一般社団法人キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス・ロードマップ2023」、内閣府「国民経済計算（GDP統計）」

「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
約1,500万人^{*1}

累計取引件数
4.8億件 突破

導入店舗数
20.3万店舗

*1 2021年4月1日～2022年3月31日における「NP後払い」利用者のうち、氏名・電話番号の双方が一致する数

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ため、知らずに引き落とされることのない

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のない

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

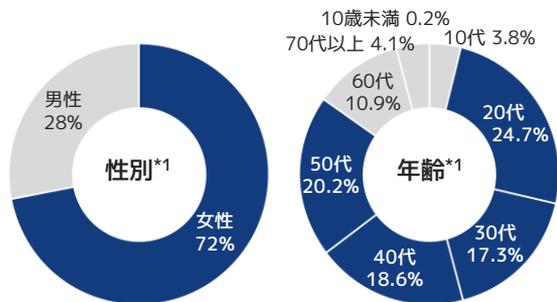


- ✓ 前払いでは商品が届くか不安
- ✓ 返品・交換・キャンセルも容易

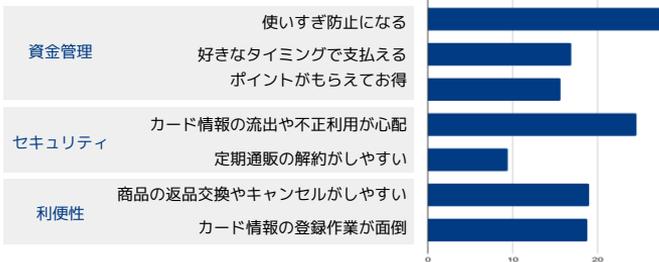
20～50代の女性を中心に「資金管理」「セキュリティ」「利便性」などのニーズで伸びてきた。

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}

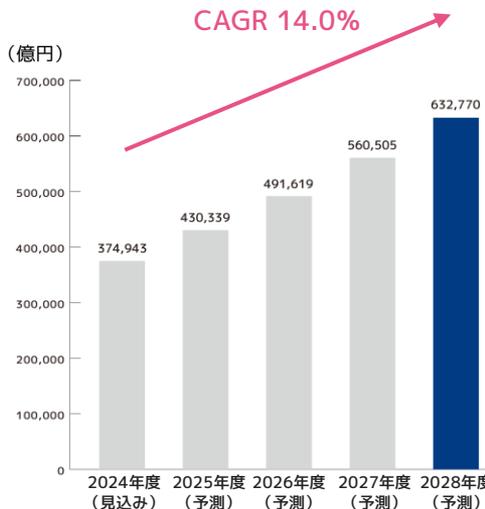


*1 2025年3月31日時点におけるNP会員の内訳。

*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

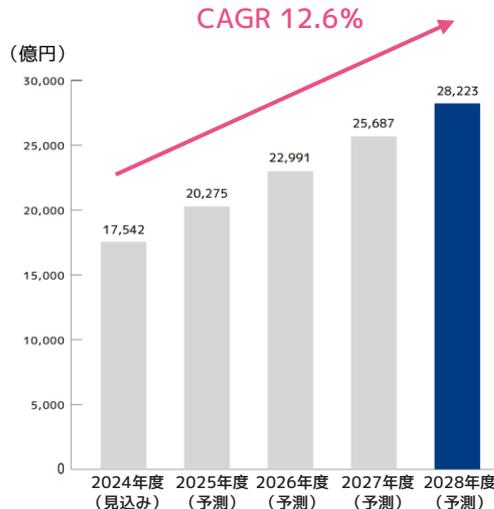
【対象】全国の20代以上の男女1,738人 当社調べ

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

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

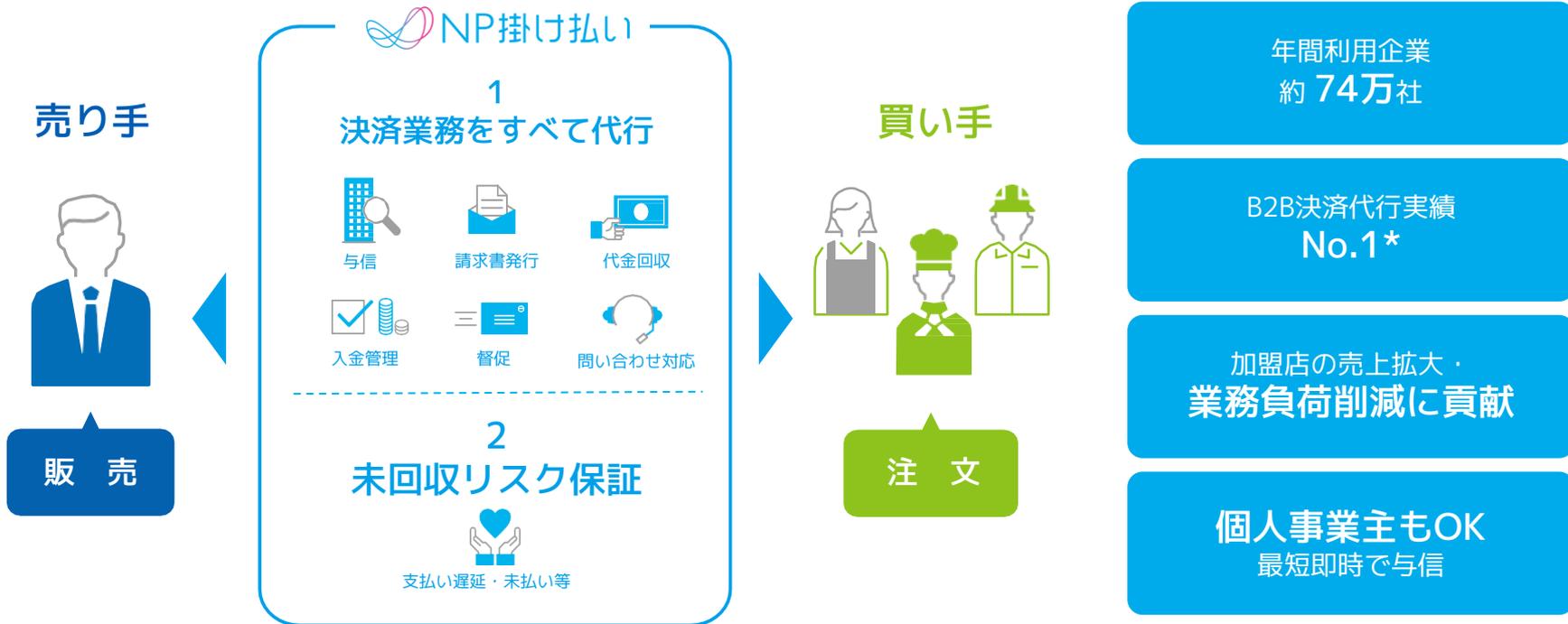


*1

Appendix

B2B 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。



*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レポート 2024年11月号 B2B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。

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

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。

【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

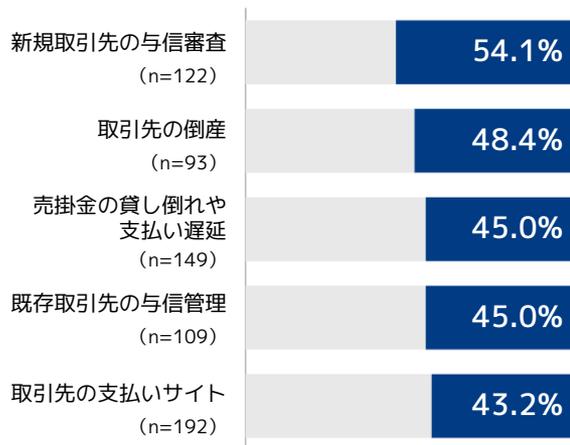
労働人口減少という構造的な問題や働き方改革などの潮流により、これまで当然のように自社で行ってきた請求書発行・回収・督促などの業務や債権回収が、企業にとって益々負担となる。

当社B2B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。

決済業務における支払い遅延と回収の課題*1。

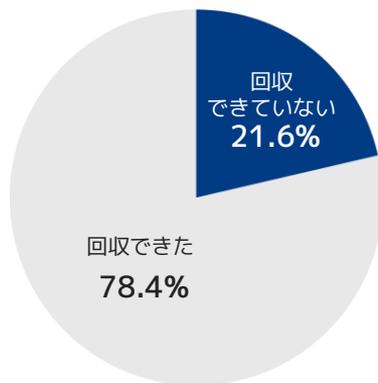
1 約2人に1人が「与信審査」「貸し倒れや支払い遅延」に課題を感じている



■ 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

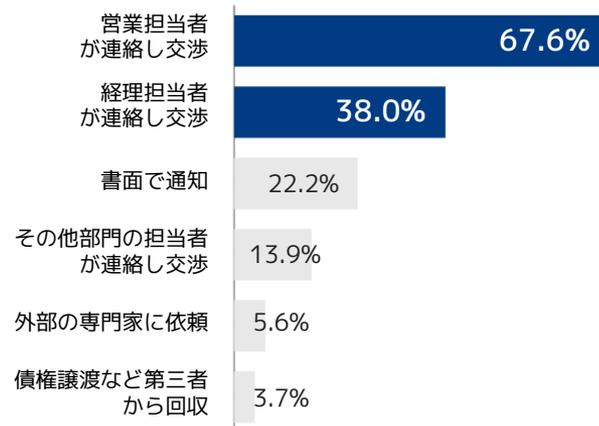
2 発生した「支払い遅延」のうち21.6%が回収できていない

自社へ支払い遅延発生経験者 (n=113) の回収率



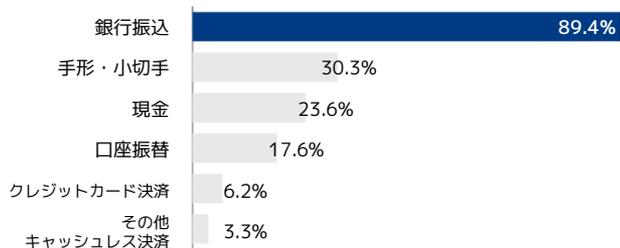
3 営業担当者も連絡・交渉に手間を取られている

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

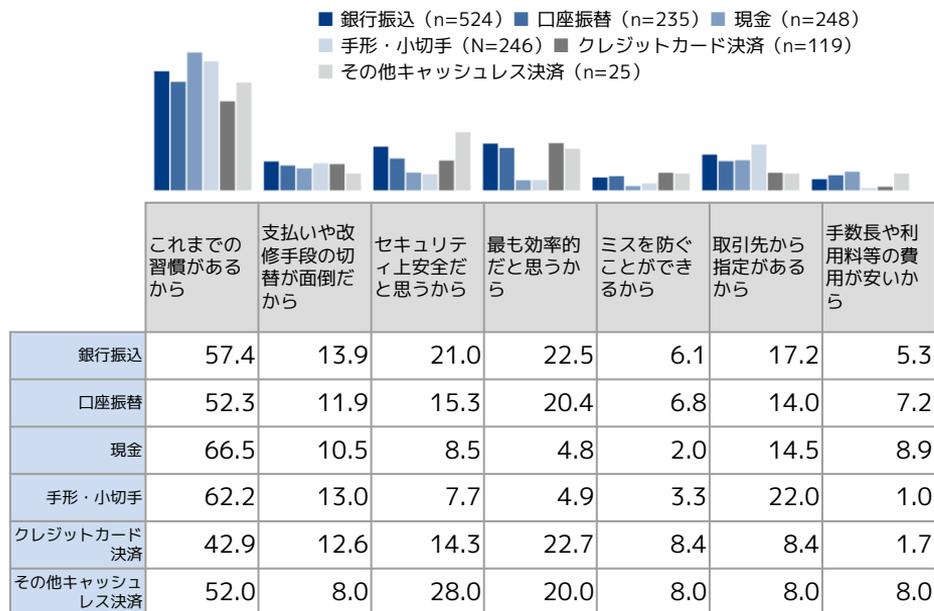


従来からの商習慣を主な背景として、企業間決済における請求書払いのニーズは根強い。

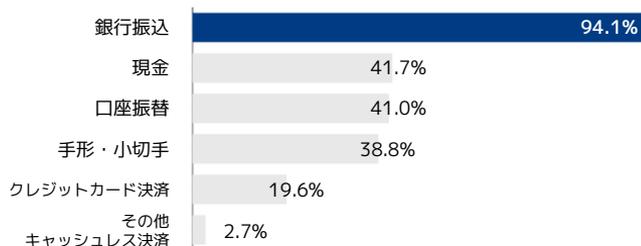
支払いを受ける際の決済方法 (n=547) ※複数回答可



各決済方法を利用する理由



支払いをする際の決済方法 (n=556) ※複数回答可



*1 アメリカン・エキスプレス「2022年度 中小企業の企業間決済に関する調査」

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。