

2026年3月期 第2四半期 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2四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	18
Appendix	23

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。
なお、この2026年3月期 第2四半期決算発表より、データシートを公開しておりますので
詳細数値についてはそちらの資料も合わせてご確認ください。

全社

GMVは前年同期比20%超。営業利益は業績予想を超過達成。

全社
GMV*1 **3,675億円**

前年同期比 **+20.6%**
(B2C +6.3%、B2B +44.8%)

上期
営業利益 **15.4億円**
前年同期比 約1.8倍

B2C atone

上期
GMV **283億円** 前年同期比
+65.2%

Topics

既存加盟店の取引増加および、新規加盟店稼働により、GMVが大きく伸長。

B2C NP後払い 他

上期
売上総利益 **39.9億円** 前年同期比
+11.1%

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効果が一巡し、売上総利益は今後安定的に推移。

B2B NP掛け払い

上期
GMV **1,643億円** 前年同期比
+44.8%

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

4

全社GMVは前年同期比20%を超える成長を達成し、3,675億円となりました。営業利益も前年同期比約1.8倍の15.4億円となり、好調に推移しています。

サービス別に見ますと、

B2Cの成長を担うatoneは、GMVが引き続き大きく伸長し、前年同期比65%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、売上総利益額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、約40億円の売上総利益を計上しました。

atoneと共に成長の両輪であるNP掛け払いは、上期を通じて好調で、GMVは45%増の1,643億円となりました。

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：上期 業績サマリー

GMVは20%を超える成長を達成。

営業利益については、通期予想に対して約55%の進捗率。

業績サマリー (百万円)	FY26/3 上期		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}	367,577	+20.6%	749,000	49.1%
営業収益	12,403	+12.5%	25,500	48.6%
売上総利益 (non-GAAP) ^{*2}	5,880	+19.9%	11,630	50.6%
販売管理費 (non-GAAP) ^{*3}	4,659	+9.4%	9,380	49.7%
営業利益	1,549	+78.9%	2,840	54.6%
税引前利益	1,538	+85.5%	2,680	57.4%
親会社に帰属する中間利益	955	+103.9%	1,580	60.5%
1株当たり中間利益	9.62円	—	15.91円	—
EBITDA (non-GAAP) ^{*4}	2,423	+44.4%	4,540	53.4%

^{*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8月14日 決算短信および決算説明会資料より

2026年3月期上期の業績サマリーとなります。

当社のGMVは、年末商戦を含む下期の方が上期より大きくなる傾向があるため、

GMVの進捗率はまだ50%未満にとどまっていますが、想定より順調です。

営業利益の進捗率は、既に55%程度になっており、この第2四半期においても上方修正を行います。

26年3月期 業績予想の上方修正

上期の業績好調、下期の堅調な見通しを踏まえて、通期業績予想を上方修正。
 下期に販売管理費を約3億円増額した上で、営業利益は28.4億円から29.0億円に修正。

(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			
	上期	下期	上期	下期		
GMV (non-GAAP) *1	749,000		763,000		+14,000	+1.9%
	360,000	389,000	367,577	395,423		
営業収益	25,500		25,400		-100	-0.4%
	12,360	13,140	12,403	12,997		
売上総利益 (non-GAAP) *2	11,630		11,950		+320	+2.8%
	5,710	5,920	5,880	6,070		
営業利益	2,840		2,900		+60	+2.1%
	1,320	1,520	1,549	1,351		
税引前利益	2,680		2,740		+60	+2.2%
	1,260	1,420	1,538	1,202		
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,580		1,600		+20	+1.3%
	740	840	955	645		
1株当たり利益	15.91円		16.11円		—	—
	7.45円	8.46円	9.62円	6.49円		
EBITDA (non-GAAP) *3	4,540		4,690		+150	+3.3%
	2,150	2,390	2,423	2,267		

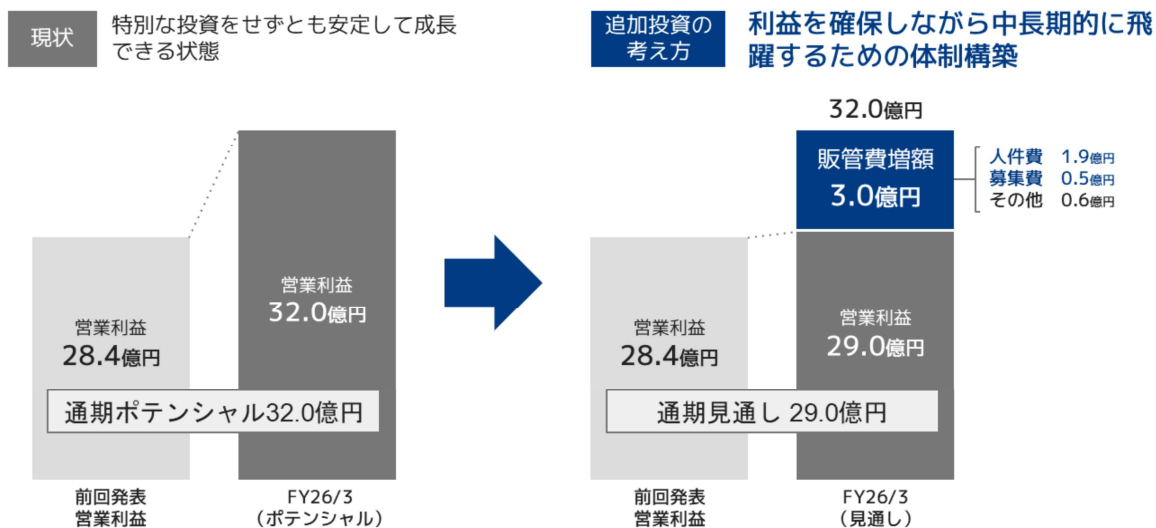
*1 GMV：当社グループ決済サービスの流通取引総額 *2 売上総利益：営業収益－（請求関連費用＋貸倒関連費用＋その他営業収益＋その他決済に係る費用）
 *3 EBITDA：営業利益＋（減価償却費・償却費＋株式報酬費用＋固定資産除却損＋減損損失－減損損失戻入益）

上期の業績好調、および下期の堅調な見通しにより、通期業績予想を上方修正いたします。こちらが修正内容となります。

GMVについては、掛け払い、atoneが上期好調で、下期も前回予想を上回る見込であり、その分を反映しております。
 営業収益は、主に手数料率の低い大手加盟店の構成比率の上昇により微減となっておりますが、
 原価については、下期も改善が進む見込みであり、売上総利益は3.2億円の上方修正を行っております。
 営業利益としましては、中長期的な成長基盤強化のため販管費を下期に3億円増額させた上で、29.0億円へと着地させます。

26年3月期 販売管理費増額の考え方

中長期的な成長基盤の強化を目的とした約3.0億円の戦略的投資を実施。
増額分の80%（2.4億円）は人件費関連に投下。



販管費増額の考え方について、ご説明いたします。

順調な経営状況に鑑み、特段新規施策を行わなければ、下期の営業利益は16億円を超え、通期の営業利益は32億円に達する見込みです。

このうち3億円を、中長期的な成長基盤の強化のため販管費増額に回すことにいたします。

詳細については、次のページでご説明させていただきます。

中期経営計画の達成に向けて、順調に進行している中、その先の更なる成長を目的とし、各領域の専門人材採用を推進。

採用領域&専門スキルイメージ			期待効果
atone	高度営業人材	エンタープライズ案件の対応強化	大型加盟店の連続的獲得によるGMV向上
	システムエンジニア	システム改修/新規機能開発	事業拡大へ向けた規模対応/機能追加
	プロダクトプランナー	プロダクトの企画/設計	プロダクトの安定性/収益性向上
B2B	高度営業人材	エンタープライズ案件の対応強化	大型加盟店の連続的獲得によるGMV向上
	システムエンジニア	システム刷新の推進	取引拡大を見据えたシステムの刷新
	プロダクトプランナー	会員機能の企画/設計	B2B会員機能の追加/収益化
アライアンス	エリアリーダー	重要拠点の責任者	戦略的な業務提携によるGMV向上
	渉外リーダー	関係省庁との連携	関係省庁との関係性強化

下期における具体的な販管費増額の内訳は、こちらです。

中期経営計画の達成に向けて、順調に進行している中、その先の更なる成長を目的とした各領域の専門人材採用を推進してまいります。

atoneやNP掛け払いにおいてエンタープライズ案件の営業活動強化による2-3年後およびそれ以降のGMV拡大を目指す他、事業拡大を見据えたプロダクトのアップデートやアライアンスも強化してまいります。

なお、来期の予算計画は未着手ですが、今期のような中途採用強化の方針を来期も継続する予定は、今のところありません。

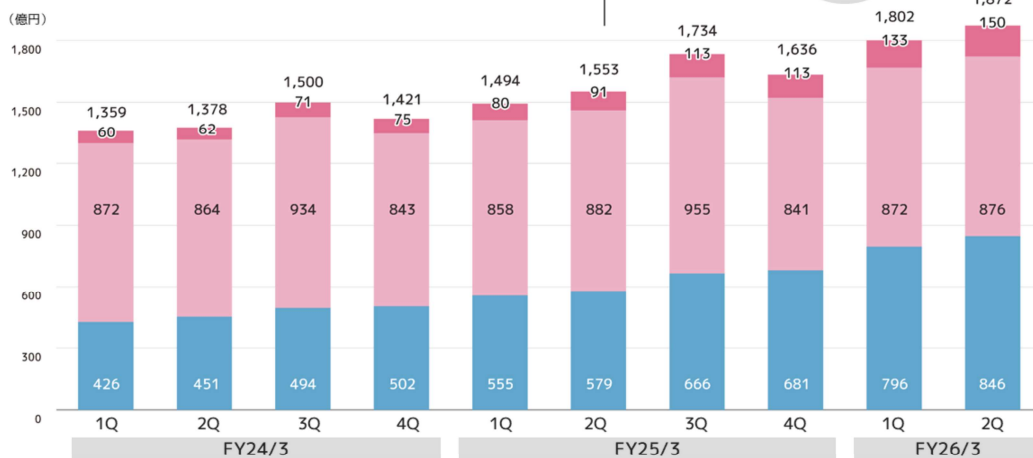
GMV（四半期 推移）

全社GMVは前年同期比+20.6%。

NP掛け払い（+46.1%）、atone（+65.1%）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

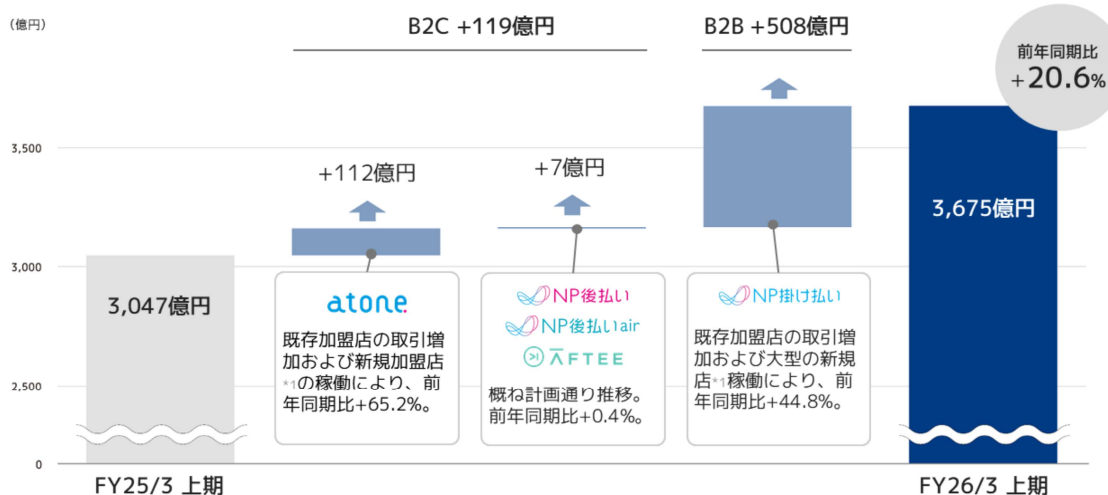
*3 当社グループが提供するNP掛け払いを通じて決済される金額（消費税を含む）の合計額

全サービスのGMV構成の推移です。

決算ハイライトでご説明しました通り、B2Cのatone、B2BのNP掛け払い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119億円、B2Bで508億円のGMV増加により、
全社GMVは前年同期比+20.6%の3,675億円。



*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

GMVの前年同期比増加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112億円を積み上げることができました。

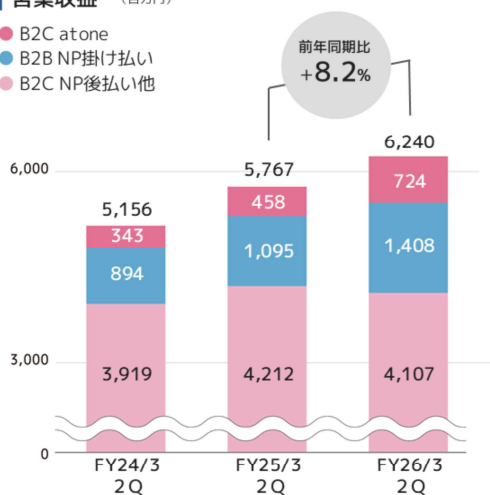
B2BのNP掛け払いは、継続的な既存加盟店における取引増加に加えて、大型新規店の稼働によって508億円の積み上げとなりました。

営業収益・売上総利益

atoneとNP掛け払いのGMV増加、および原価改善が貢献し、
全社営業収益は+8.2%、全社売上総利益は+11.9%に。

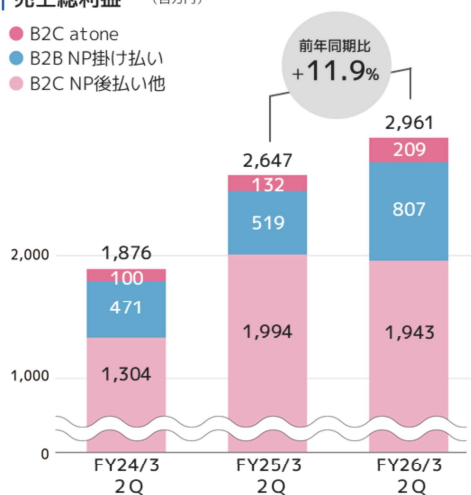
営業収益 (百万円)

- 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。

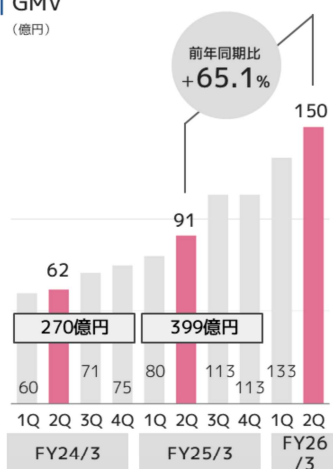
営業収益はatone、NP掛け払いのGMV増加により、前年同期比8.2%増加しました。

売上総利益は、GMV増加に加えて、各事業における未払いコントロールを含む原価抑制によって、前年同期比11.9%増加しました。

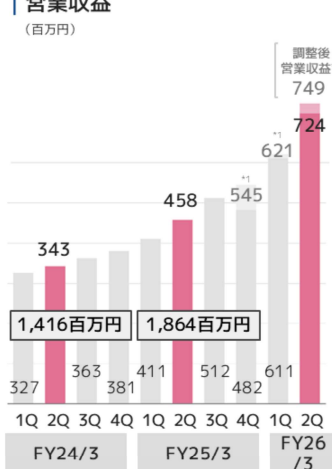
NP後払いで25年3月期第2四半期から開始した延滞事務手数料の加算効果は第1四半期で一巡しており、この第2四半期は延滞事務手数料による前年同期比の成長効果はなくなっています。

既存加盟店の取引増加および新規加盟店の貢献で、GMVが+65.1%と大きく伸長。
atoneプラスのユーザー行動は概ね想定通りに推移。

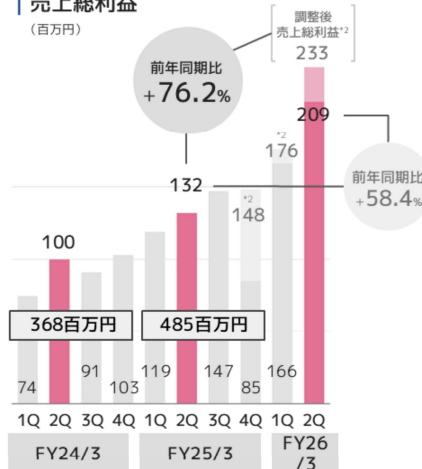
GMV
(億円)



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

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。

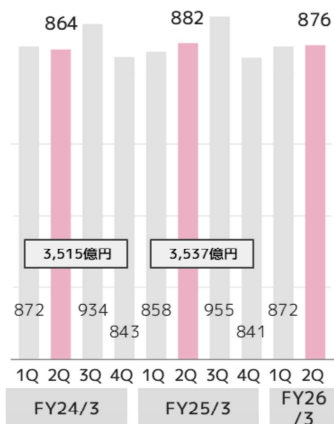
atoneは、既存加盟店の取引拡大に加えて、デジタルコンテンツをはじめとした新規加盟店獲得による押し上げが大きく、GMVは前年同期比65.1%成長しました。

今年8月にスモールスタートしたatoneプラスは、まだGMV貢献は限定的ですが、一人当たりの利用額の拡大などユーザー行動は概ね想定通りに推移しております。

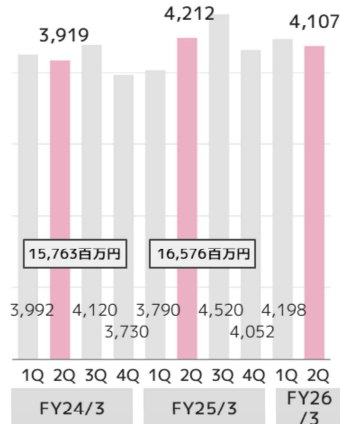
GMVは引き続き横ばい。

前年度第2四半期より開始した延滞事務手数料の加算による営業収益の押し上げ影響は一巡。

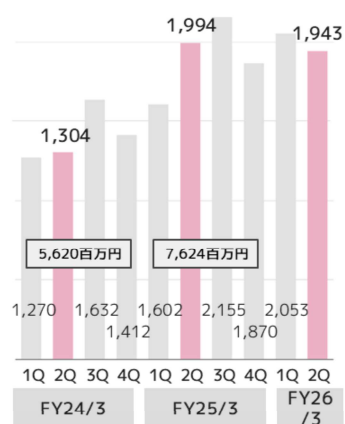
GMV
(億円)



営業収益
(百万円)



売上総利益
(百万円)

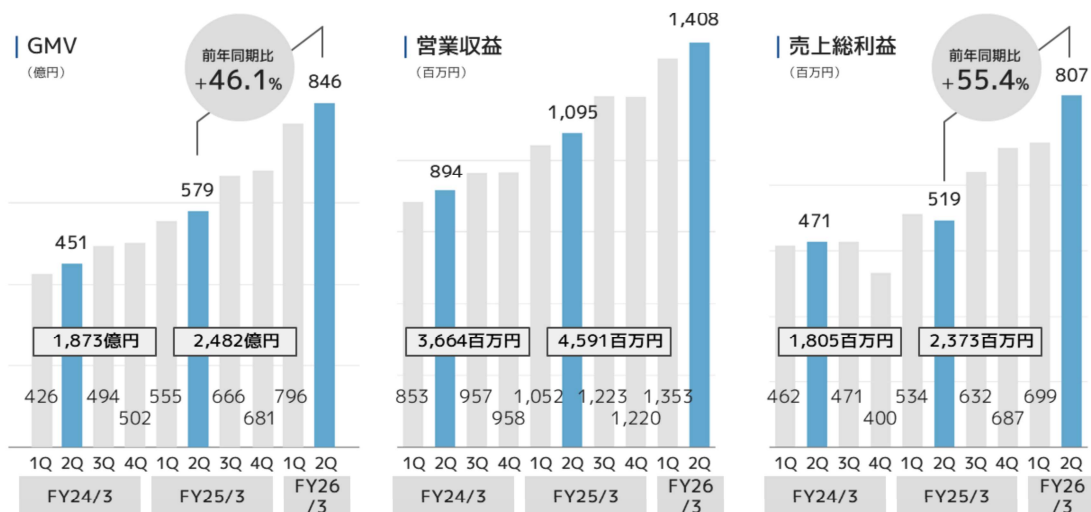


NP後払い他については、引き続き安定してGMVを計上しています。

売上総利益については、昨年7月に開始した延滞事務手数料が1年経過し、加算による営業収益の押し上げ効果は一巡していますが、

今後も安定的に利益を計上していきます。

既存加盟店の取引増加および大型新規店稼働により、+46.1%の高成長を達成。
一部の大型新規店が稼働より1年経過し、第3四半期以降の成長率は落ち着く見込み。

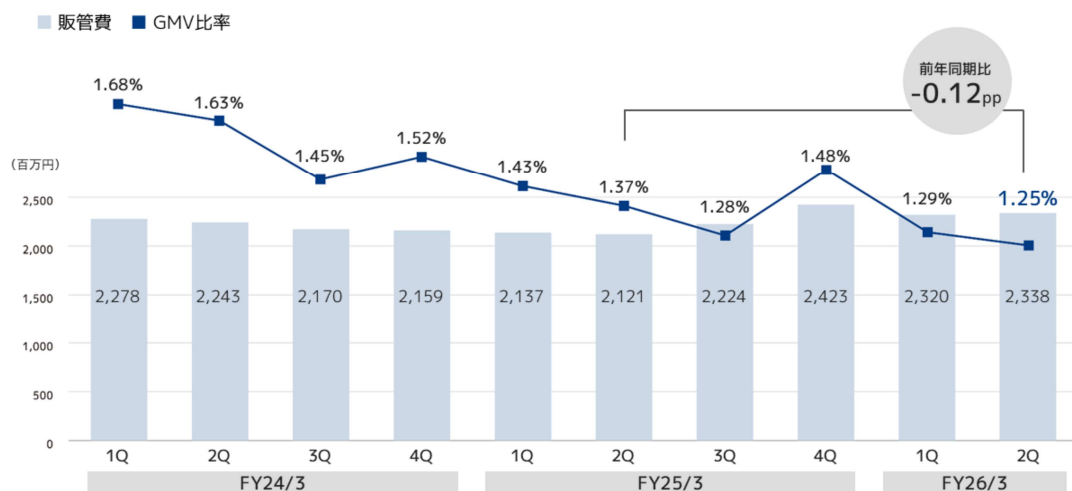


B2BのNP掛け払いは、前年同期比+46.1%と第1四半期に続き高成長を示しました。
既存店の伸びに加え、大型新規店もGMV成長に貢献しています。

一方で新規店稼働については稼働から1年経つ大型店も出てくることで、
第3四半期以降の前年同期比GMV成長率は、上期よりは低下する見込みです。

販売管理費（四半期推移）

GMV対比の販管費率は、1.25%と前年同期比0.12ppの低下。



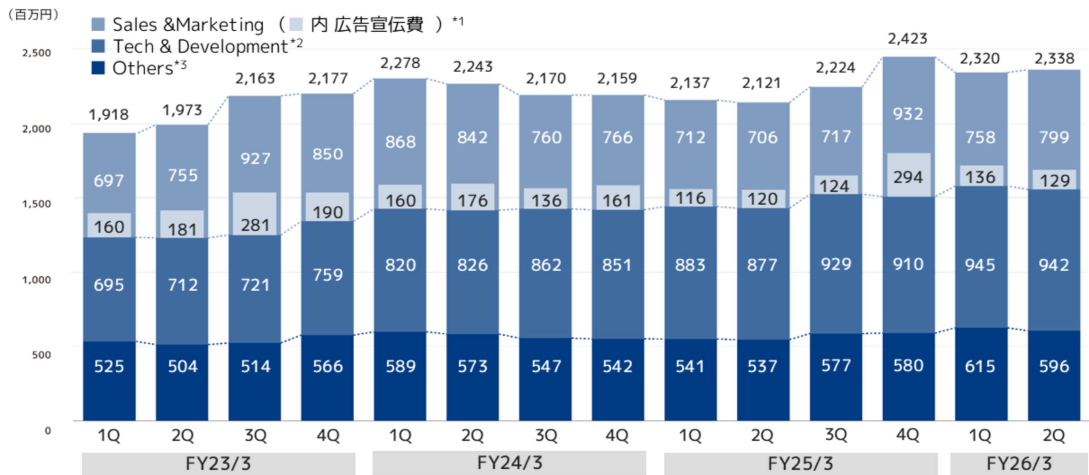
販管費およびGMV対比の販管費率の推移です。

販売管理費の第2四半期の実績は、23.3億円となりました。GMV対比の販管費率は1.25%で、前年同期比-0.12ppと改善できております。

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、
上方修正に関してご説明した通り、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）

セールス&マーケティング、テック & ディベロップメント、
その他の各項目についていずれもほぼ計画通りに着地。



*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）

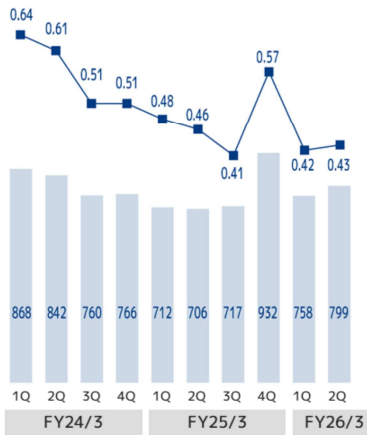
こちらは、項目別の販管費です。

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

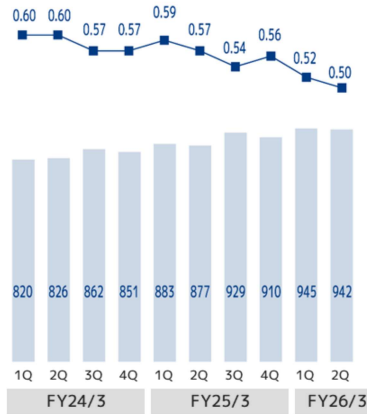
販売管理費（対GMV比率推移）

各項目においてオペレーティング・レバレッジが効いている状態。

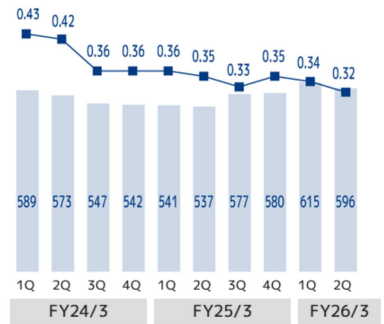
Sales & Marketing*1



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。
 各項目ともに前年同期と比較して低減しております。
 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。

業績ハイライトは以上となります。



経営TOPICS

18

経営トピックスはCEOの柴田からご報告申し上げます。

「NP後払いair」が「大阪ガスファイナンス」にホワイトラベルで導入。
12月より稼働開始。



大阪ガスサービスチェーンに導入

- 現金の違算や紛失リスクを解消
- 現金集計/入金作業の業務負荷を削減
- 結果的に、ガバナンスリスクの低減と業務効率の向上に貢献

まず、B2C事業の新規加盟店について説明させていただきます。

NP後払いairが大阪ガスファイナンスにホワイトラベルで導入されることになりました。

現在、一部の店舗でテスト稼働をしており、12月より大阪ガスサービスチェーンで利用開始となる予定です。

NP後払いairは大阪ガスファイナンスのガス機器・水まわりの修理などの訪問型役務サービスに導入され、現場で現金の受け渡しや不要な取引をなくし、現金・債権管理コストや回収業務の削減に貢献します。

今般の事例を呼び水として、類似事業者の獲得も狙っていきます。

「NP掛け払い」が大塚商会の「たのめーるアドバンス」に導入。
11月より稼働開始。

 **大塚商会**



 **NP掛け払い**
by Net Protections

「たのめーるアドバンス」に提供開始

- 請求・支払いの手続きをまとめて管理
- 営業・経理担当者の業務効率を向上
- 顧客企業がよりスムーズかつ安心して取引できる体験を提供

※たのめーるアドバンス：ITソリューション申込、契約管理を全て完結できるWebサイト

次は、B2B事業の新規加盟店についてです。

NP掛け払いが、大塚商会が運営する「たのめーるアドバンス」に導入されました。

こちらはB2B向けITソリューションの契約、契約管理を全てWebで完結できるサービスとなっています。

11月より少しずつ稼働を始めています。

先方としてもとても力を入れていくと伺っているので、NP掛け払いの取扱高向上に加え、認知度の上昇にも大きく期待をしています。

組織：組織に関するアワード受賞

ティール型組織による事業運営が評価され、先進的な組織運営モデルとしてアワード受賞。

「ZeroDX Award 2025」において 「ベンチマーク・イノベーター賞」を受賞

- グローバル家電ブランド「ハイアール」が運営
- 世界中の優れた企業95社のノミネートから選ばれ、昨年に続き2年連続の受賞
- 「ティール型組織」を基盤に社員の自律的な意思決定、スピード感をもった事業推進ができる文化が評価された



「サステナブルグロースカンパニーアワード2025」 において「エンプロイヤーサクセス賞」を受賞

- 経営コンサルティング企業「船井総研」が主催
- 持続的な成長を実現し、地域や業界、社会に好影響を与える企業を表彰
- 従業員エンゲージメントの高さ、挑戦を後押しする人材採用、全員参加型の成長環境が評価された



次に、組織についてのご報告です。

グローバル家電ブランド「ハイアール」が主催する、「ZeroDX Award 2025」において、「ベンチマーク・イノベーター賞」を受賞しました。

欧州の研究者からも注目される権威あるアワードですが、2年連続で受賞できたことをうれしく思っています。

また、経営コンサルティング企業「船井総研」が主催する、「サステナブルグロースカンパニーアワード2025」においても、当社が「エンプロイヤーサクセス賞」を受賞しました。

当社のユニークな組織への注目度が高まっていることを実感しています。

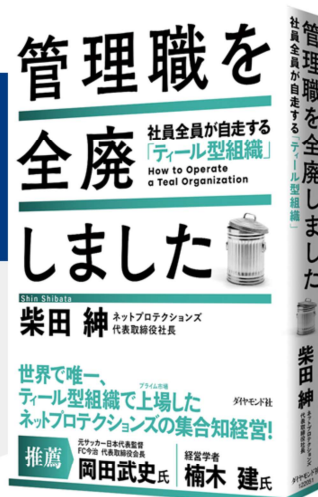
組織：ティール組織に関する書籍リリース

当社成長の原動力である「ティール型組織」を紹介する書籍を出版。
管理職を廃した独自の組織経営を通じ、上場に至った軌跡と仕組みをまとめた一冊。

管理職を全廃しました

社員全員が自走するティール型組織

著者
柴田 紳
(代表取締役社長)



書籍の概要 (当社ウェブサイト)



最後に、当社のティール型組織についてまとめた書籍を出版いたしましたので、ご報告申し上げます。

当社は2012年にすべての管理職ポジションを廃止し、役職ではなく役割で運営する自律分散型組織へと移行しています。10年以上にわたって磨き続けてきた実践と仕組みをまとめた一冊です。

右側のQRコードから当社ウェブサイトにアクセスし、書籍の概要をご覧ください。
独自の組織経営が当社の強みの源泉であることを、投資家の皆様にもご理解いただけたと思います。

以上、26年3月期 第2四半期の決算説明となります。
ご清聴ありがとうございました。