

2026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の柴田でございます。
2026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。

業績ハイライト	3
経営TOPICS	15
Appendix	24

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

業績ハイライトはCFOの渡邊からご説明申し上げます。

全社

GMVの積み上がりは順調で、営業利益も前年同期比43%増。

全社
GMV*1 **5,708億円**

前年同期比 **+19.3%**
(B2C +6.1%、B2B +41.3%)

3Q累計
営業利益 **25.3億円**
前年同期比 +42.7%

B2C atone

累計
GMV **447億円** 前年同期比
+56.8%

Topics

既存加盟店における取引増加および、デジコン領域での新規加盟店の獲得が着実に進展し、GMVの高成長を維持。

B2C NP後払い 他

累計
売上総利益 **61.0億円** 前年同期比
+6.2%

Topics

GMVは概ね計画通りに推移。キャッシュカウビジネスとして、売上総利益を安定的に創出。

B2B NP掛け払い

累計
GMV **2,545億円** 前年同期比
+41.3%

Topics

既存加盟店の取引増加および、5月に稼働した大型新規加盟店の貢献により、高成長を維持。

*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+19%の成長で、5,708億円となりました。

営業利益も、第3四半期累計で25.3億円となり、通期予想に対する進捗率は87%と、計画を上回るペースで非常に好調に推移しております。

通期予想の達成はもちろん、さらなる利益の積み上げに向けて、注力してまいります。

サービス別に見ますと、

B2Cの成長ドライバーであるatoneのGMVは、前年同期比57%増の447億円となりました。既存加盟店の取引拡大に加えて、戦略的注力領域である「EC非物販領域」、特にデジタルコンテンツにおける新規加盟店開拓が順調に進んでおり、EC物販・非物販の両輪による成長構造が着実に進展しています。

NP後払い他は、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。

着実に利益を創出しており、61億円の売上総利益を計上いたしました。

atoneと共に成長の両輪であるB2BのNP掛け払いは、GMV前年同期比41%増の2,545億円となりました。

引き続き既存加盟店の取扱高伸長に加えて、5月に稼働した大型新規店が成長に寄与いたしました。

■ 全社業績：第3四半期 累計業績サマリー

GMVの積み上がりは順調。

営業利益は87%の進捗率で、通期予想の超過を確実にし、さらなる利益拡大に注力。

■ 業績サマリー

(百万円)	FY26/3 3Q累計		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}	570,826	+19.3%	763,000	74.8%
営業収益	18,959	+9.7%	25,400	74.6%
売上総利益 (non-GAAP) ^{*2}	9,092	+16.0%	11,950	76.1%
販売管理費 (non-GAAP) ^{*3}	7,022	+8.3%	9,680	72.5%
営業利益	2,532	+42.7%	2,900	87.3%
税引前利益	2,521	+47.1%	2,740	92.0%
親会社に帰属する四半期利益	1,584	+56.3%	1,600	99.0%
1株当たり四半期利益	15.95円	—	16.11円	—
EBITDA (non-GAAP) ^{*4}	3,857	+28.8%	4,690	82.3%

^{*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＋固定資産売却損＋減損損失－減損損失戻入益）

^{*5} 2025年11月14日 決算短信および決算説明会資料より

2026年3月期第3四半期の業績サマリーとなります。

GMVの積み上がりは順調であり、業績予想の超過に向けて進捗しております。

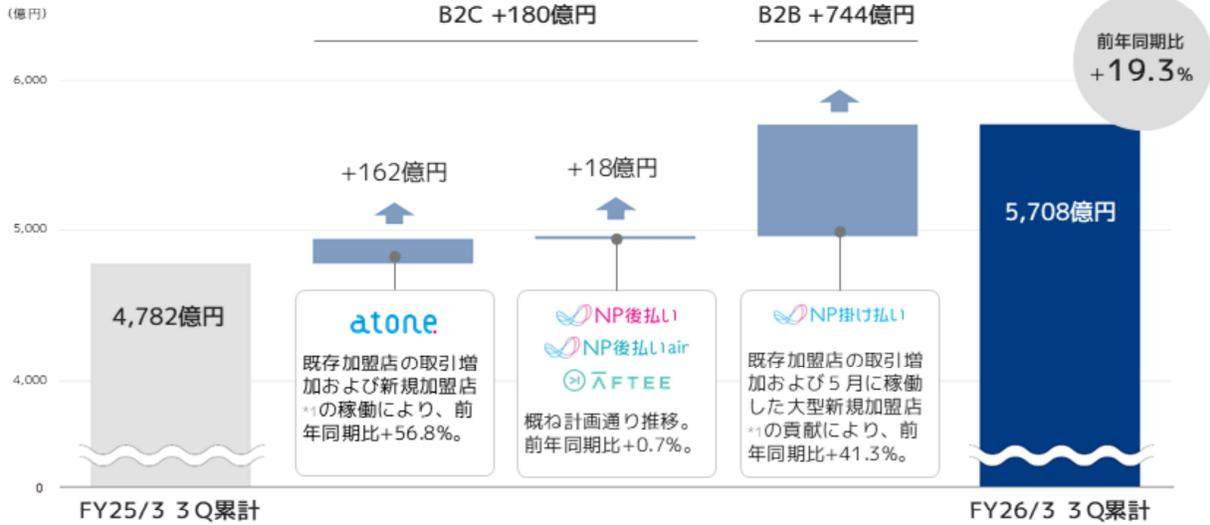
営業利益は通期予想に対し87%と高水準で進捗しております。こちらも計画の超過達成を視野に、第4四半期も利益の積み上げに注力いたします。

親会社に帰属する四半期純利益は、進捗率が99%となっておりますが、特殊な状況が発生しているわけではありません。

第4四半期において税効果会計上の調整などのテクニカルな調整が入る見込みです。

GMV（前年同期比累計増減額）

B2Cで180億円、B2Bで744億円のGMV増加により、
全社GMVは累計で、前年同期比+19.3%の5,708億円。



*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、既存加盟店における取引増加および、デジタルコンテンツ領域などでの新規加盟店獲得も順調で、162億円を積み上げることができました。

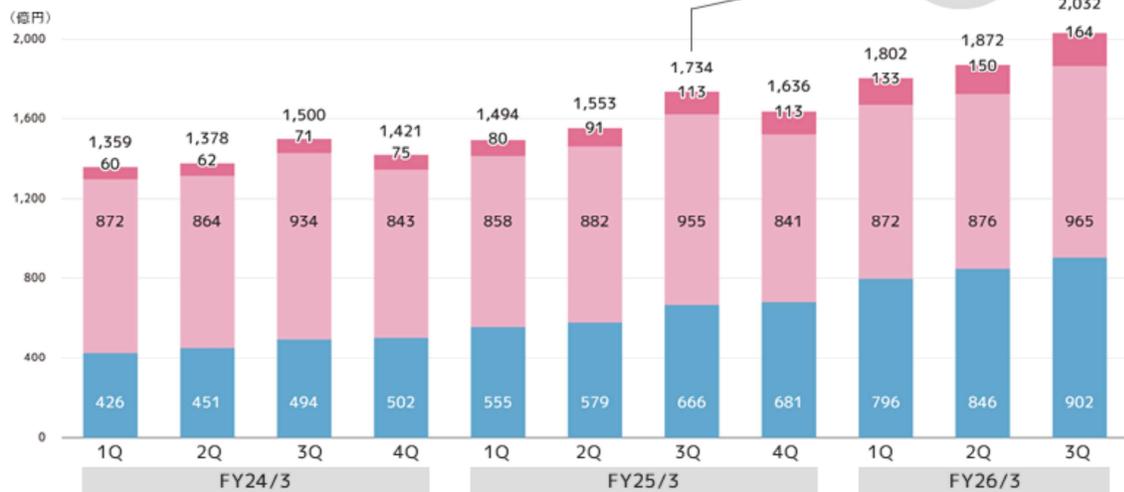
B2BのNP掛け払いは、既存加盟店における取引増加に加えて、5月に稼働した大型新規加盟店の貢献により、744億円の積み上げとなりました。

GMV (四半期 推移)

全社GMVは前年同期比+17.1%。

NP掛け払い(+35.5%)、atone(+44.2%)が成長を牽引。

● 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Uair、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

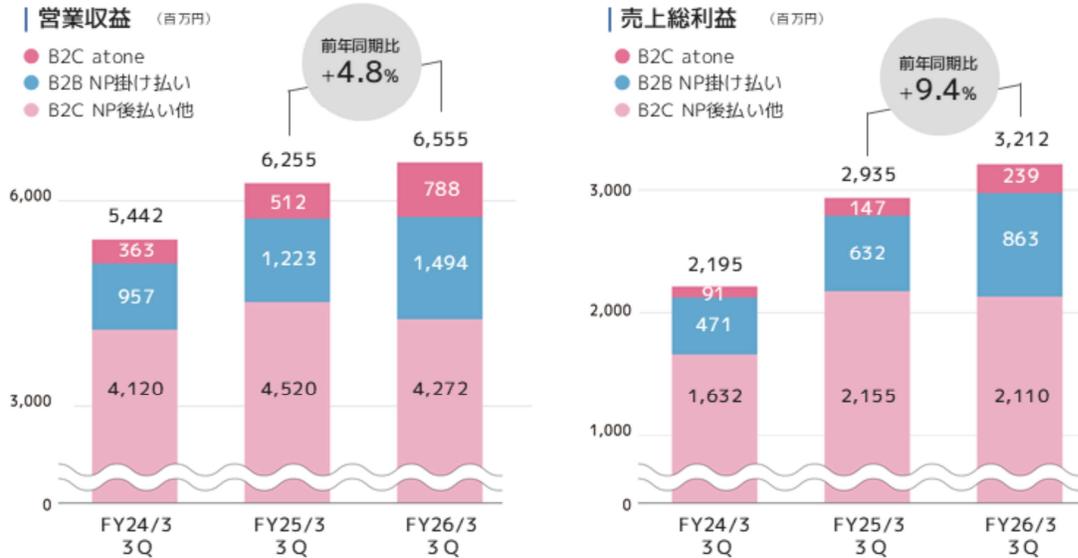
*3 当社グループが提供するNP掛け払いを通じて決済される金額（消費税を含む）の合計額

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、B2BのNP掛け払い、B2Cのatoneが成長ドライバーとなり、全社GMVは、前年同期比17%増加いたしました。

営業収益・売上総利益

NP掛け払いとatoneのGMV増加および、NP掛け払いの原価改善が貢献し、
全社営業収益は+4.8%、全社売上総利益は+9.4%。



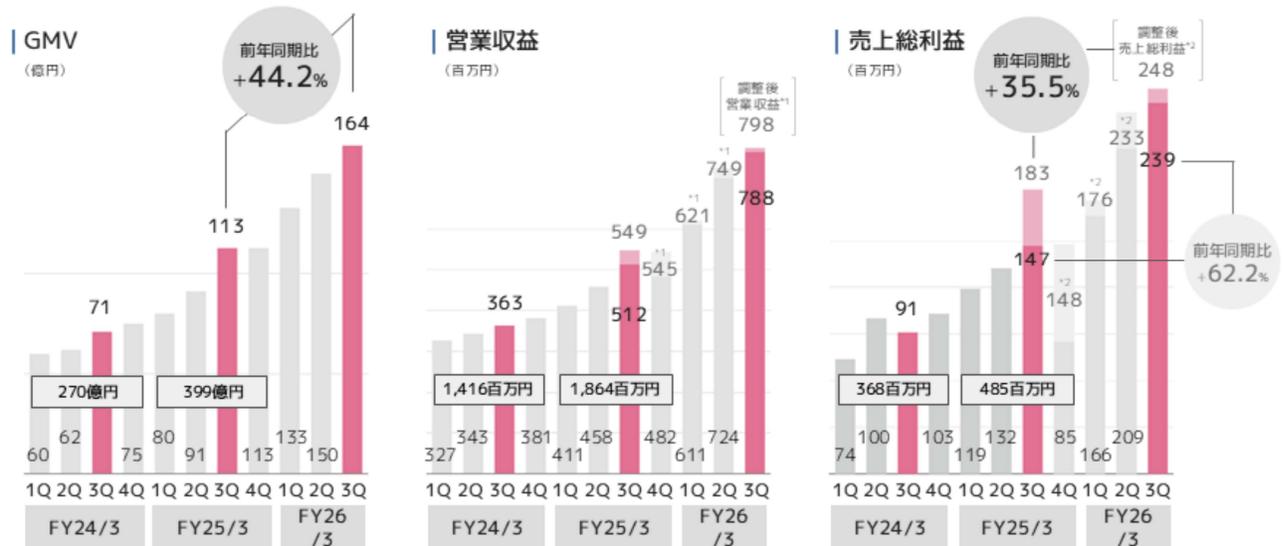
全社の営業収益と売上総利益です。

営業収益はNP掛け払い、atoneのGMV増加により、前年同期比5%増加いたしました。

売上総利益はNP掛け払いとatoneのGMV増加に加えて、NP掛け払いの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9%増加いたしました。

NP後払い他の営業収益が減少しましたが、売上総利益はほぼ維持しており、心配はしていません。

既存加盟店の取引は増加。デジタルコンテンツ領域などでの新規加盟店の獲得も順調。前年度3Qの特殊要因でYoY成長は一時的な減速も、4Qより回復する見込み。



*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説明させていただきます。

atoneは、既存加盟店の取引増加に加えて、EC非物販領域、特にデジタルコンテンツ領域で新規加盟店獲得がGMV成長に貢献し、前年同期比+44%成長しました。

前年同期比で成長が鈍化しましたが、これは前年度第3四半期に実施した大規模キャンペーンの反動による一時的なものです。

なお、新しく獲得できたデジタルコンテンツの加盟店が1月より稼働を始めており、第4四半期からは本来の成長スピードへ回復する見込みです。

GMVは「NP後払いair」成長により、全体で微増。
 営業収益は事業構成比の変化による影響はあるも、最終的な売上総利益への影響は限定的。



変化トレンド	テイクレートへの影響	原価率（対GMV）への影響	売上総利益率（対GMV）への影響
NP後払いwiz ^{*1} 構成比の増加	成約サポート手数料 ^{*2} が低減	請求関連費用が連動して低減	ほぼ無し
NP後払いair構成比の増加	成約サポート手数料 ^{*2} が低減	請求関連費用が連動して低減	微減

↑ ポジティブ影響
 ↓ ネガティブ影響

*1 NP後払いwiz：加盟店にて請求書を発行し、商品と同梱して発送するサービス
 *2 成約サポート手数料：請求関連費用をカバーする手数料（詳細は38ページをご覧ください）

NP後払い他です。

GMVは、NP後払いairの成長により、プラス成長に転換いたしました。

営業収益が減少しましたが、結果としましては、売上総利益への大きな影響はございません。テイクレートが下がり営業収益が減少していますが、要因は2つあります。

まず、NP後払いにおいて、wizの構成比が上昇していることです。

NP後払いwizとは請求書を商品と同梱して送付する仕組みで、請求書の印刷と同梱作業を加盟店にて対応いただきます。

当社としては請求書の発行や郵送にかかるコストも発生しないので、それらをカバーするための手数料をいただく必要がありません。

そのため、NP後払いwizの構成率が上昇すると、テイクレートが下がります。

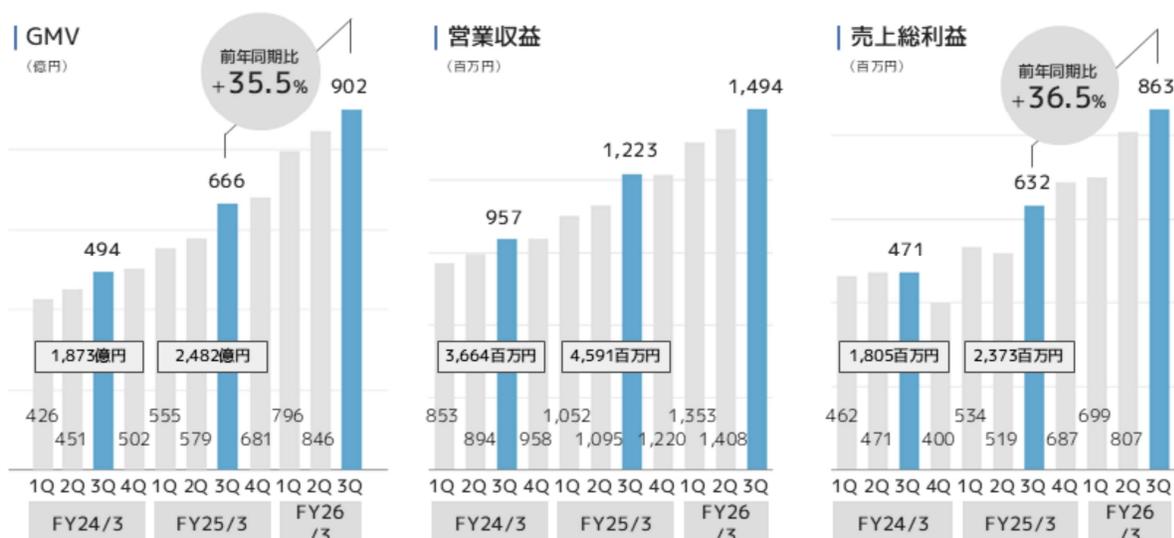
しかし、GMV対比での影響を見ると、原価率もwizの構成率変化と同等に下がり、売上総利益率への影響はほぼありません。

つぎに、NP後払い他を構成するサービスの構成比の変化です。

相対的に規模が小さかったNP後払いairが成長しており、その構成比が高まりました。

NP後払いairはNP後払いよりテイクレートが低いので、その分営業収益に影響を与えます。

既存加盟店の取引増加および5月に稼働した大型新規加盟店の貢献により、概ね想定通りに着地し、GMVは+35.5%。



B2BのNP掛け払いは、前年同期比+36%と、引き続き高い水準を維持しております。

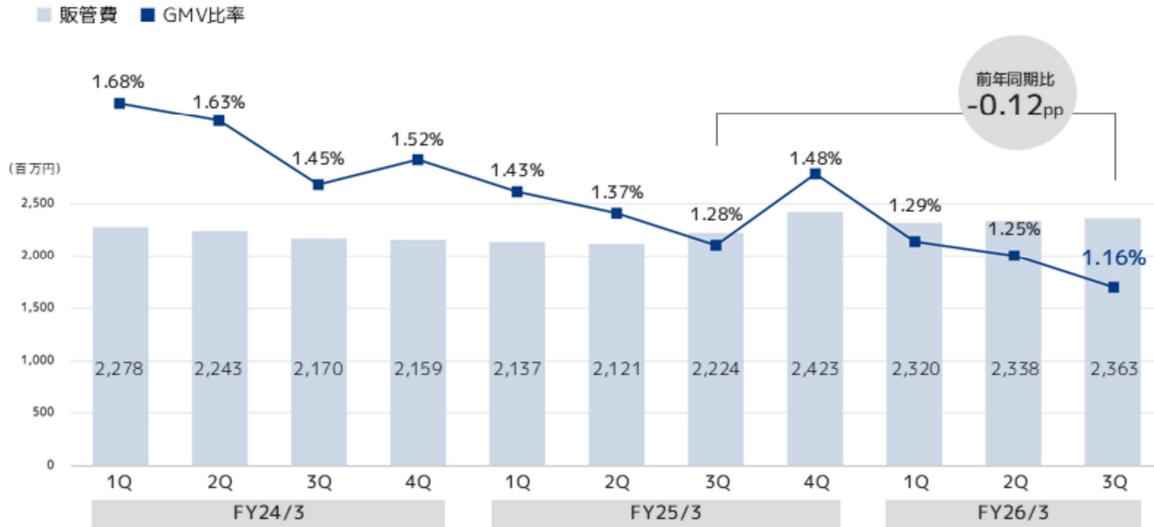
既存加盟店の取引拡大に加えて、5月に稼働した大型新規加盟店の寄与が着実にGMVを押し上げています。

成長率の数字だけを見ると、第2四半期と比べて少し落ち着きましたが、これは一昨年11月に稼働した大型店が稼働から1年以上経過し、影響が一巡したことによるものです。

第2四半期に発表しました新たな大型加盟店と順調に調整を重ねており、後ほどご報告いたします大手金融機関、決済事業者とも業務提携に関する基本合意書を締結いたしましたので、さらなる成長に向けて、ポテンシャルはかつてないほど高まっていると自信を持っています。

販売管理費（四半期推移）

GMV対比の販管費率は、前年同期比0.12pp改善の1.16%。
一部マーケティング施策の実施時期変更により、計画を下回る水準に着地。



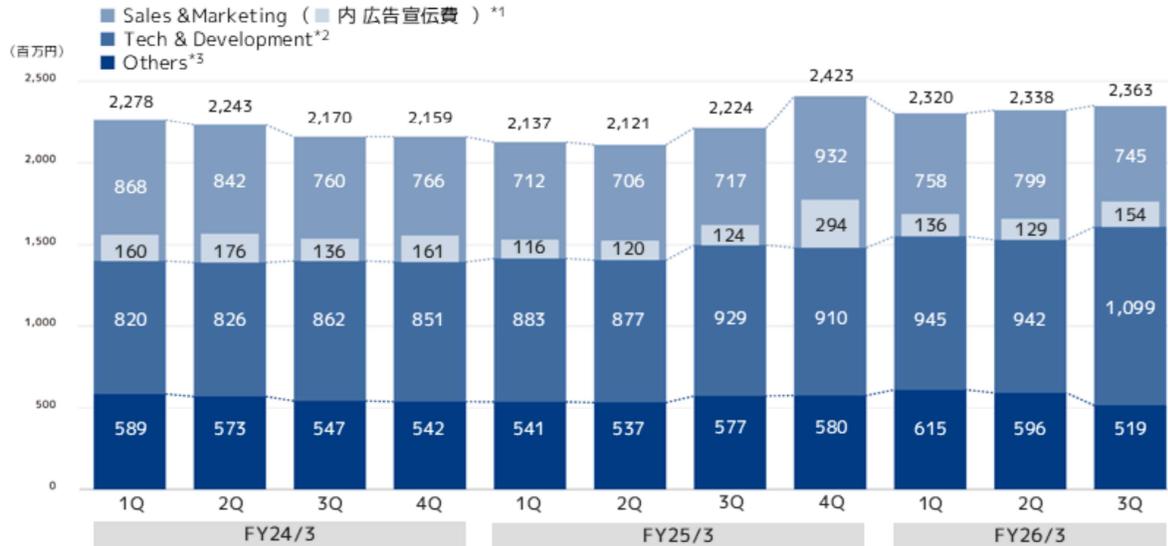
販管費およびGMV対比の販管費率の推移です。

販売管理費の第3四半期の実績は、23.6億円となりました。
GMV対比の販管費率は1.16%で、前年同期比12ベース改善できております。

第3四半期に予定していたマーケティング施策の一部につきまして、第4四半期に実施時期を変更いたしました。これにより、第3四半期の販管費実績は計画を下回る着地となっております。

販売管理費（項目別 四半期推移）

専門人材の採用は順調に進捗も、マーケティング施策後ろ倒しによりS&Mは微減。
組織改編に伴い、従来S&MおよびOthersの費用一部をT&Dに組み替え。



*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）

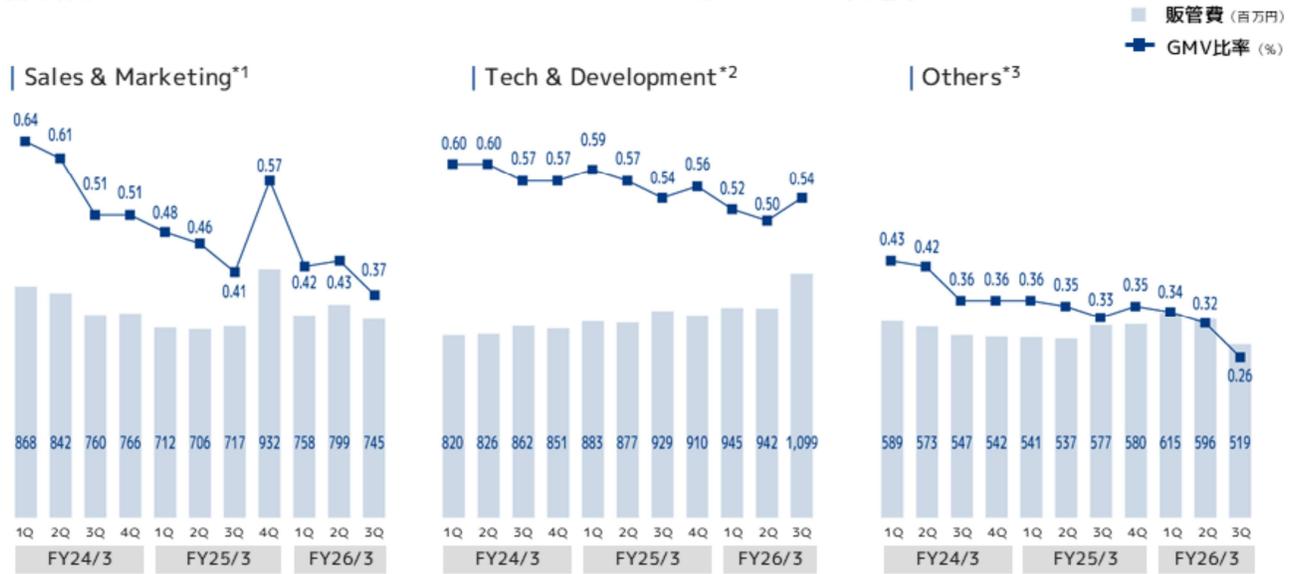
続いて、項目別の販管費です。

各領域で専門人材の採用は順調に進んでおります。
 ただ、前段で説明差し上げた通り、第3四半期に予定していたマーケティング施策の一部を第4四半期実施に変更したことにより、セールス&マーケティングが減少いたしました。

また、内訳につきましては、テック&ディベロップメントが増加していますが、組織改編に伴い、従来セールス & マーケティング、Othersで計上していた費用の一部をテック&ディベロップメントに組み替えしたためです。
 定性面での大きな変化はございません。

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。



*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。

繰り返しとなりますが、マーケティング施策の後ろ倒しと、組織改編に伴い、各項目の比率が一部変わっていますが、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

15

経営トピックスはCEOの柴田からご報告申し上げます。

B2C：atone 新規稼働店・決済代行業者（PSP）との連携

atoneが「MIXI」に導入。12月より稼働開始。

決済代行業者である「SP.LINKS」との包括連携により、効率的な案件獲得が可能に。

atone 新規稼働加盟店

- アプリ外課金解禁による、決済手段の多様化ニーズ
- 後払い決済ニーズに応え、離脱率を改善
- 未回収の懸念なく、後払い決済の提供が可能

MIXI

国内決済代行業者（PSP）経由

他事業者ともatone導入へ向け議論中
複数の事業者がすでに稼働

atone 決済代行業者（PSP）との連携

- 新市場（EC非物販）の開拓が本格化
- 営業リソース最適配分による案件獲得効率の最大化
- 今まで接点がなかった幅広い事業者へアプローチ可能

SP.LINKS

旧 Sony Payment Services

その他の国内/国外主要決済代行業者とも
連携の開発を進行中

B2C：atoneについてご報告差し上げます。

はじめに、新規加盟店獲得の状況についてご報告いたします。

昨年12月、MIXIが運営する「モンスターストライク」にatoneが導入されました。

いわゆる改正スマホ新法が同月に施行されたことが背景にあります。

これによりオンラインゲーム事業者はアプリ外での課金が可能となり、決済手段を多様化できるようになりました。

既に別の大手オンラインゲーム事業者のサービスにもatoneが導入されており、その他事業者との導入協議も活発に行っています。

続いて、大手決済代行業者であるSP.LINKS（旧 ソニーペイメントサービス）との連携を昨年10月に開始したことをお知らせいたします。

本連携により、幅広いEC事業者への効率的なアプローチが可能となります。

この他にも、国内外の主要な決済代行業者と連携の協議を進めており、進捗について随時お知らせしていきたいと考えております。

B2B：大手決済事業者との業務提携

JCBとの提携により広範な顧客基盤へアクセスし、法人顧客の獲得を加速。
新たなソリューション提供を通じて法人決済の利便性を向上させ、顧客価値の最大化を目指す。



業務提携内容

1. 「NP掛け払い」会員向け法人カードの発行
2. 「NP掛け払い」におけるクレジットカード決済機能の追加
3. 法人ポータル関連事業での連携強化

両社の強みを掛け合わせることで、企業間決済のキャッシュレス化とデジタル化を支援し、B2B決済における新たな社会インフラの構築を目指す。

次に、B2B：NP掛け払いに関するトピックスです。

2月6日、当社はJCBと企業間決済における業務提携の基本合意書を締結いたしました。

この提携により、B2B決済の利便性を向上させ、キャッシュレス化を推進してまいります。

主に3つの領域で協業を進めます。

「NP掛け払い」会員向けへの法人カード発行、
「NP掛け払い」の返済方法にクレジットカード決済機能を追加すること、
加えて、法人ポータル関連事業での連携強化を行います。

この提携を通じて、両社の強みを融合させ、B2B決済における新たな社会インフラの構築に邁進してまいります。

三井住友カードとの提携により広大な顧客基盤へアクセスし、法人顧客の獲得を加速。
新たなソリューション提供を通じて法人決済の利便性を向上させ、顧客価値の最大化を目指す。



業務提携内容

1. 法人向け決済領域における共同営業と相互送客の強化
2. 新たな価値創出に向けたシステム・業務連携

当社の、与信情報の取得が難しい中小企業/個人事業主の与信データ
およびネットワークを活用し、Win-Winの業務提携を目指す。

そして本日2月13日、B2B事業において、三井住友カードと企業間決済における業務提携の基本合意書を締結いたしました。

本提携の内容は、大きく2つございます。

始めに、「NP掛け払い」と「Trunk」の共同営業と相互送客に関する取組について説明します。

三井住友カードは、SMBCグループの広大な法人顧客基盤に対し、「NP掛け払い」の媒介・販売を推進を検討します。

これにより請求業務アウトソーシングおよび未回収リスク保証ニーズ、請求書管理等のDXニーズに対応します。

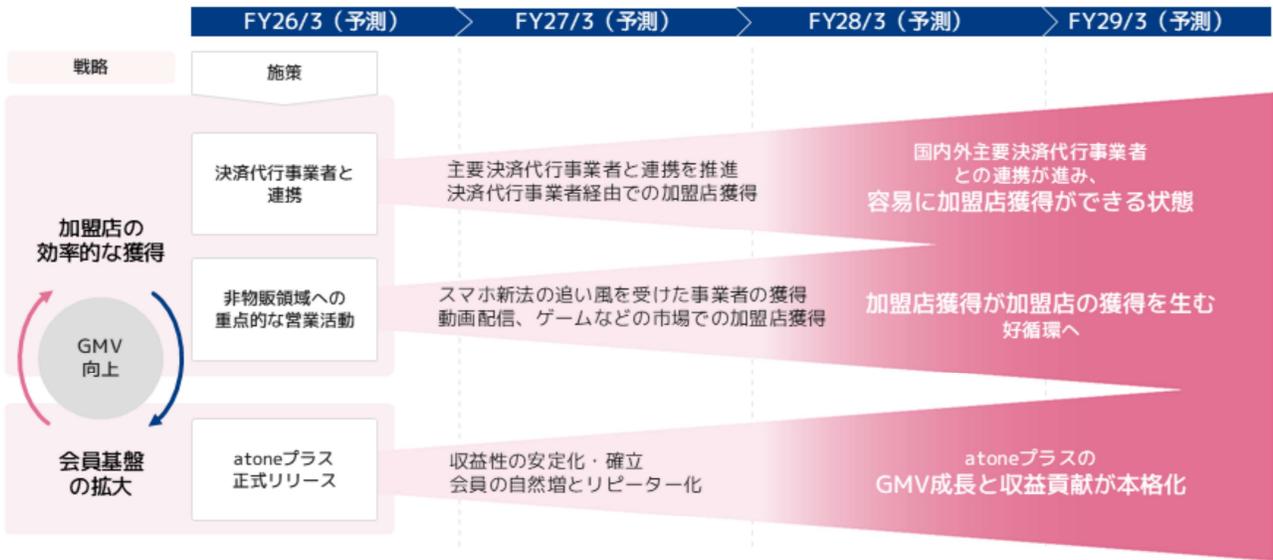
併せて、当社は「NP掛け払い」を利用する買い手企業に対し、SMBCグループの法人向けデジタル総合金融サービス「Trunk」や法人カード等の紹介について検討します。

2番目の柱として、企業間決済領域における商品提供価値の最大化に向け、三井住友カードが提供する決済商品と当社の高度なシステム基盤の連携をはじめとする、様々な取組を検討してまいります。

以上、両社の有するソリューションを相互に活用することで、企業間決済における付加価値の高いサービスの創出と、広範な法人顧客への価値提供を目指します。

B2C：足元の個別施策・事業者連携の意義

中期的な成長を最大化する足元の個別施策は順調に進行中。
加盟店獲得・会員基盤拡大の両輪で、エコシステムの構築と拡大を目指す。



経営TOPICSの前段でお話した内容や、今期に開始した施策が、
当社の戦略の中でどのように位置付けられるかを、よりクリアにご理解いただくため、
ここから2ページを使ってご説明したいと思います。

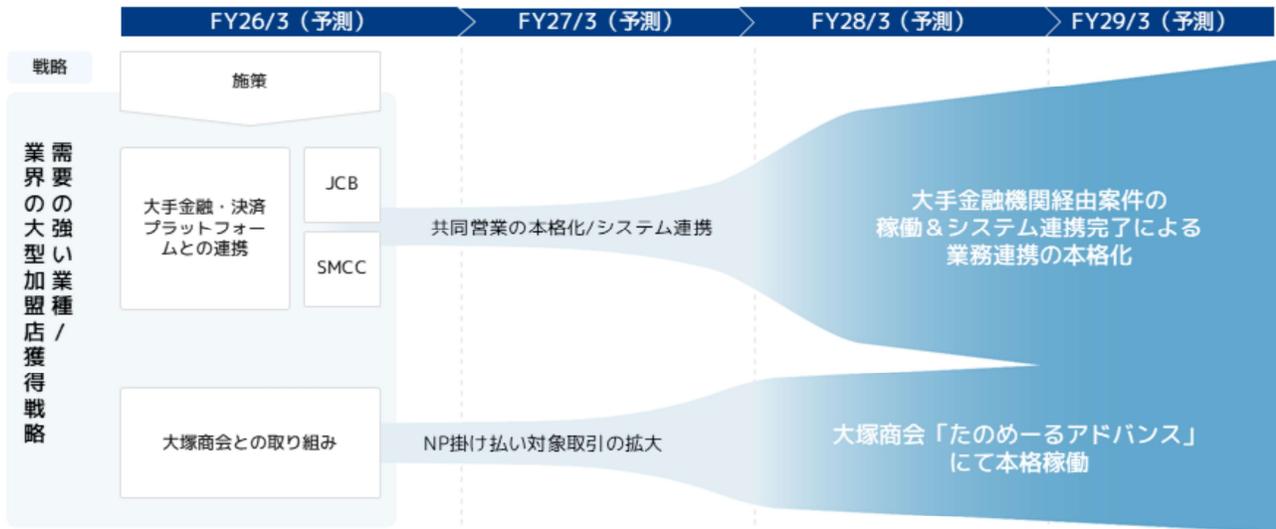
まず、B2C：atoneです。
atoneは、エコシステムの構築と拡大を目指しております。

加盟店獲得のために、
足元で特に注力しているのは、従来の後払い決済サービスでは開拓が進んでいなかったEC
デジタル領域への浸透です。
昨年12月のスマホ新法施行をきっかけに高まっているアプリ外課金など、決済多様化ニーズ
に確実に対応し、面を広げていきます。
また、決済代行事業者との連携を順次進めております。加盟店へのアプローチ・チャネル
を多角化することにより、案件獲得の効率を向上させます。

会員獲得のために、
昨年8月に「atoneプラス」をリリースしました。
当面は収益性の安定化を最優先としておりますが、それが確立された後にGMV成長と収益
拡大に貢献させる方針です。

B2B：足元の個別施策・業務提携の意義

中期的な成長を最大化する足元の個別施策は順調に進行中。
B2B決済における新たな社会インフラの構築と拡大を目指す。



次にB2B：掛け払いについてです。

NP掛け払いでは、引き続き大型加盟店の獲得に注力します。

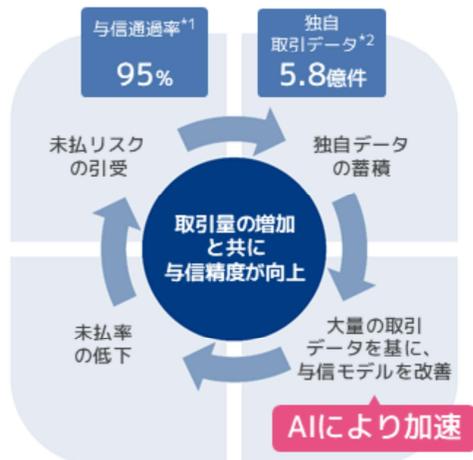
昨年11月に稼働した大塚商会との取り組みは、対象取引の拡大に向けて調整中であり、本格稼働に向けて順調に進めております。

JCB、三井住友カードという国内最大級の金融・決済プラットフォームとの提携は、当社の大型加盟店獲得戦略にとって、決定的な意味を持っていると考えています。当社は既に、B2B掛け払い市場で75%のシェアを占める圧倒的なポジションを確立しております。今後はそれを超えて、社会になくてはならない価値を提供していく企業として、一段の高みを目指してまいります。システム連携など必要なステップがありますので、効果の発現に少し時間はかかる部分がございますが、中期的な成長を最大化する道筋を正しく進めていると確信しておりますので、是非ご期待ください。

当社の独自性とAIによるレバレッジ

独自データの蓄積を通して、AI活用に不可欠なデータ基盤を確立。
AI技術の進展を成長の原動力に変え、模倣困難な優位性を強化していく。

取引データを蓄積するサイクル



独自データの蓄積：現在までの定量結果



- B2C、B2B取引において5.8億件以上の取引データを保有（2025年3月31日基準）
- B2C、B2Bにおいて低位な未払率を実現

与信モデルを改善：当社の取引データとAI技術活用によるメリット



- 与信審査精度の向上には、大量の取引データが必要
- 当社独自のデータをAIの学習データに用いることで、審査精度を高めて、利益を最大化
 - ・不正検知の強化
 - ・顧客判定精度の強化
 - ・督促プロセスの最適化

*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

次にAIに関するトピックです。

「AIが業務を代替する」という懸念が株価に影響していますが、当社はAIに代替される側ではなく、AIを活用できる立場と捉えています。

後払いは「請求業務」と「未払リスクの引受」を統合したビジネスです。

AIが与信審査で効果を発揮するには、「誰が支払い、誰が支払わなかったか」という学習データが不可欠ですが、これは一朝一夕には手に入りません。

多くの企業は未払リスクを恐れますが、当社は20年にわたり、あえてリスクを取って審査を通すことで、

他社が持ち得ない支払い結果データを独占的に蓄積してきました。現在、B2C、B2Bの取引データは5.8億件を超えています。

この膨大な独自の取引データとAIを掛け合わせることで、不正検知の精度向上や、これまで見逃していた優良顧客の発掘を加速させることが出来ます。

この優位性をもって、AIを成長の原動力として活用していきます。

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

2026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

2026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2026年2月13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、今年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思います。
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・ビューティ



エンタメ



その他



実店舗（Smart Code™）*1

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。

（Smart Codeは、JCBがコード決済事業者（以下、事業者）と店舗の契約や決済処理を一本化するスキームです。事業者や店舗の負担を軽減し、消費者へ安全・安心な決済を提供します。）

*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。