

創業の精神

信頼の輪

社名の由来

acom

Affection【愛情】

Confidence【信頼】

Moderation【節度】

企業理念

アコムは人間尊重の精神と
お客さま第一義に基づき
創造と革新の経営を通じて
楽しく豊かなパーソナルライフの実現と
生活文化の向上に貢献する

経営ビジョン

一人でも多くのお客さまに最高の満足を感じていただき
個人ローン市場において社会に信頼される「リーディングカンパニー」を目指す

「経営ビジョン」に込める3つのポイント

- 1 商売の原点である「顧客本位」の姿勢、すなわち、企業理念の「お客さま第一義」である、「一人でも多くのお客さまに最高の満足を感じていただきたい」という私たち社員一人ひとりの意思。
- 2 ビジネスを展開する事業領域について、消費者金融専門、信販・クレジット、銀行という業態を問わず、「個人ローン市場」に重点をおき、経営資源を集中。
- 3 「安心、信頼のブランドの醸成」を更に進め、「社会に信頼されるリーディング・カンパニー」であると認められる、強力なブランドを確立。



目次

創造と革新の経営の歩み	02
価値創造プロセス	04
マネジメントメッセージ	06
財務ハイライト	12
非財務ハイライト	13
市場・競合動向	14
事業別の概況	15
役員一覧	20
コーポレート・ガバナンス	22
コンプライアンス	27
リスクマネジメント	28
CSRへの取り組み	30
11年間の主要財務データ	34
会社情報	36

編集方針

アコムでは、経営方針や事業戦略に加え、中長期の価値創造について株主・投資家をはじめとするステークホルダーのみなさまにご紹介するために、本冊子を発行しています。

報告対象期間

2021年3月期(2020年4月1日～2021年3月31日)について報告していますが、一部直近の情報についても記載しています。

報告対象範囲

アコム株式会社および連結対象会社について報告しています。なお、アコム株式会社を「アコム」、グループ会社を含めて「アコムグループ」と表記しています。

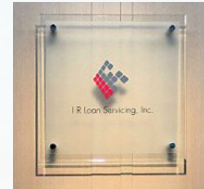
将来見通しに関する注意事項

業績予想は本資料の発表日現在において入手可能な情報等に基づいて作成したものであります。しかしながら、当社グループの事業展開上リスクとなる可能性がある要素が複数存在しており、最終の業績はこれらのリスクを含むさまざまな要因によって予想数値と異なる可能性があります。

Webサイトでも随時情報発信しています。
<https://www.acom.co.jp/corp/>

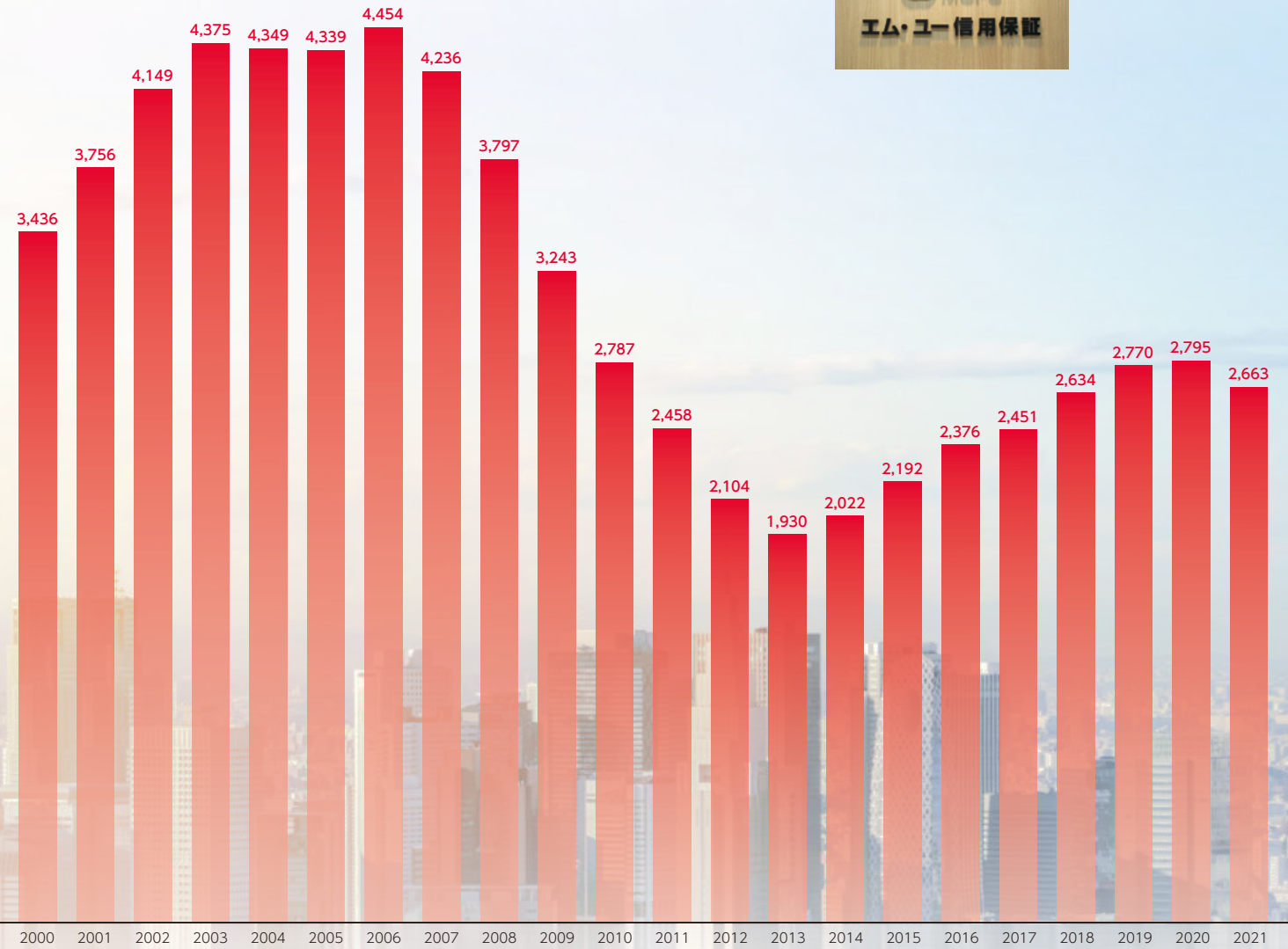


アコムは、1936年、神戸市で『丸糸呉服店』として創業しました。「丸糸」の屋号は、呉服の要素に通じる経糸と緯糸の和合が、相互信頼を表すことから決められたものでした。「心から人を信じれば、人は必ずそれに応えてくれる」という輪を拡げていきたいとの願いを創業の精神『信頼の輪』の4文字に込めております。変革の歴史を積み重ねてきた今でも、創業の精神『信頼の輪』は、「企業理念」の根幹として脈々と受け継がれています。



1983
「貸金業の規制等に関する法律」の施行に伴い、貸金業者として関東財務局に登録

1996
東京証券取引所の市場第一部銘柄に指定



社会の出来事

高度経済成長時代開始
(1954～1973)

貸金業の規制等に関する法律の施行

貸金業法本体施行
日本貸金業協会の設立

リーマンショック

貸金業法完全施行

東日本大震災

全銀協が「銀行による消費者向け貸付けに係る申し合わせ」を公表

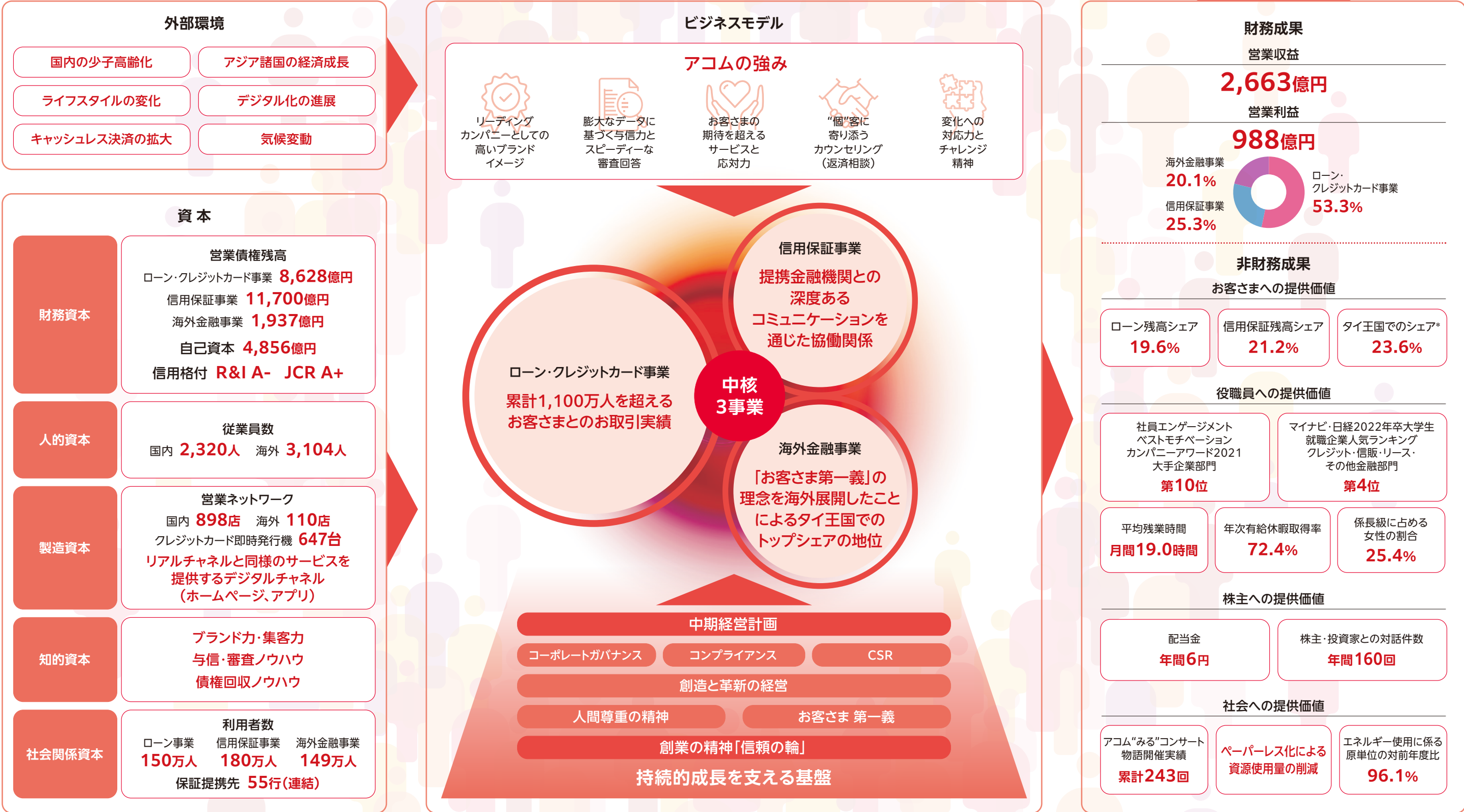
アベノミクス開始

価値創造プロセス

アコムは、創業の精神である「信頼の輪」のもと、企業理念に掲げている「人間尊重の精神」「お客さま第一義」「創造と革新の経営」を精神的支柱として、全てのステークホルダーの「楽しく豊かなパーソナルライフの実現と生活文化の向上に貢献する」ことを目指し、事業活動を推進しています。

目指す姿

楽しく豊かなパーソナルライフの実現と生活文化の向上に貢献する



当社は、常にお客さまを起点として、 「新しい便利を提供するアコム」、 そして、より多くの国々のマーケットで親しまれる 「世界のアコム」を目指します

2021年6月23日に代表取締役社長に就任いたしました木下 政孝です。

新型コロナウイルス感染症によりお亡くなりになられた皆さまには、謹んでお悔やみ申し上げます。また、罹患された皆さまには、心よりお見舞い申し上げますとともに、一日も早い回復をお祈り申し上げます。

新型コロナウイルス感染症の影響が国内外に波及する中、当社を取り巻く経営環境も厳しい状況が続いています。しかしながら、当社グループの金融サービスは国民経済を支えるために欠かすことのできない重要な役割を担っており、また、お客さまからは引き続き大きなご期待をいただいています。こうしたお客さまの期待に的確にお応えしていくことは、当社の社会的使命であると認識しています。

ローン・クレジットカード事業、信用保証事業、海外金融事業に求められる社会的責任と使命を果たし、お客さまに信頼され、社会とともに成長する企業となるべく、全力を尽くしてまいります。

代表取締役社長
木下 政孝

中期的な成長基盤の確立に向けて

当社を取り巻く経営環境については、少子高齢化をはじめとする社会構造の変化や新型コロナウイルス感染症拡大に伴う生活様式の変化に加え、競争環境が激化するなど、引き続き、厳しい状況が続く見通しです。このような環境下において、当社は、これまで培ってきた国内外のコンシューマーファイナンスビジネス、業務の集中化などローコストオペレーションのノウハウをベースに、ローン・クレジットカード事業における営業サービス力の強化、更にMUFGグループとの連携による信用保証事業ならびにアジア地域での金融事業の規模拡大などに注力しています。そして、社会のデジタルシフ

トに対応するための投資を拡充し、中期的な成長基盤の確立に努めてまいります。

また、社会の一員として、事業活動を通じた社会課題の解決に向けて消費者保護・金融リテラシーの向上をはじめ、ダイバーシティの推進、イノベーションの推進などにも取り組んでおり、事業活動以外の活動としては、バリアフリーコンサートの開催などによる地域の活性化、森林保全活動などによる環境に配慮した企業活動を推進しています。今後も、様々な活動を通じて社会課題を解決するとともに、持続可能な社会の実現に寄与してまいります。

「新しい便利を提供するアコム」、「世界のアコム」を目指す

当社のビジネスの基本は「現金を融資すること」ですが、お客さまの目線で考えますと、お客さまは「現金が欲しい」わけではありません。お客さまのニーズの先には、「欲しい商品を手に入りたい」「そのサービスを受けたい」という想いがあります。しかしながら、お客さまの手元に決済する手段がないことから、当社をご利用いただいています。

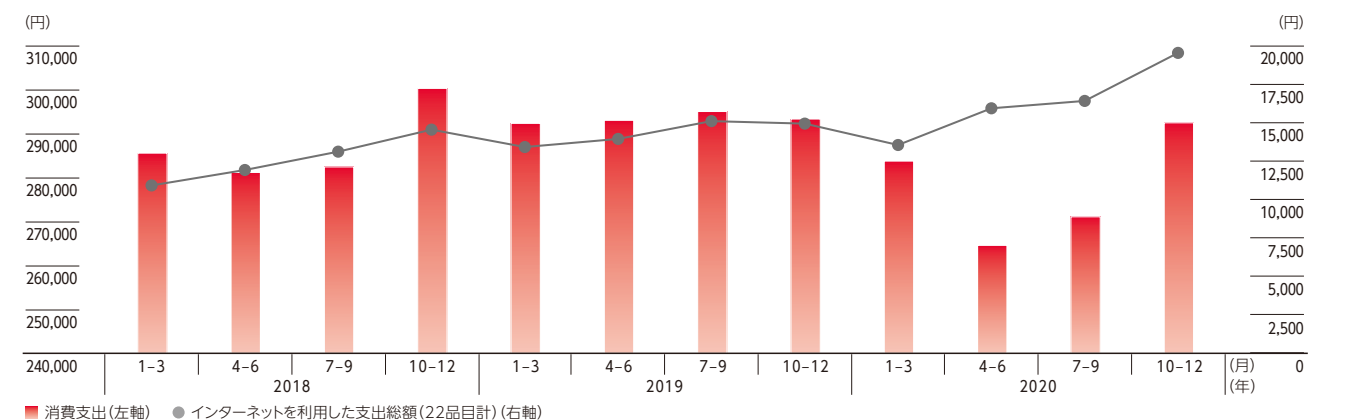
世の中の決済手段が現金であってもキャッシュレスであっても、お客さまの「今欲しい」「今したい」というニーズが減少することはありません。当社においては、クレジットカードやスマートフォンのアプリなどでキャッシュレス決済に対応するシステムを先駆けて用意しておくことで、お客さまに「新しい便利」を提供し、当社のファンを更に増やしていきたいと考え

ています。

また、商品やサービスを購入する行動においても、リアル店舗からECサイトに移行しつつあります。今後においては、そのようなお客さまにも、商品等を購入される際に、より便利で、より快適にご利用いただけるよう、当社サービスの拡充をはかってまいります。

当社は、現在、日本、タイ王国、フィリピン共和国の3ヶ国でビジネスを展開していますが、まだ有望なマーケットは他にもあり、お客さまの「今欲しい」「今したい」というニーズは存在していると考えています。視野を世界に広げ、そのマーケットの可能性を探りつつ、果敢に挑戦してまいります。

● 家計支出とインターネットを利用した支出の推移



1. 総務省「家計調査（二人以上の世帯）」及び「家計消費状況調査（二人以上の世帯）」により作成。
2. 2018年の値は変動調整値。

理念浸透の取組み

「新しい便利を提供するアコム」、「世界のアコム」を目指すと言っても、これらを実行していくためには、全社員が一丸となって取り組んでいかなければなりません。「アコムグループが目指すべき企業像は何か」、「アコムグループはどのような社会的意義を持ち、どのような事業活動を通じて、どのようなお客さまのニーズに添えていくのか」を全社員が理解したうえで、自分事として捉えて行動していくことが必要だと考えています。

当社の企業理念は、「アコムは人間尊重の精神とお客さま第一義に基づき 創造と革新の経営を通じて楽しく豊かなパーソナルライフの実現と生活文化の向上に貢献する」です。この理念の中には、「人間尊重の精神」、「お客さま第一義」、「創造と革新の経営」、そして、我々の存在意義である「楽しく豊かなパーソナルライフの実現と生活文化の向上に貢献する」といった4つのキーワードがあります。

まず、「人間尊重の精神」については、お客さまはもちろんのこと、株主の皆さまやお取引先、社員といった全てのステークホルダーに対して常に感謝の気持ちを忘れず、お互いが尊重し合える関係性を築いていくことを意味しています。自分自身や家族を大切にすると同様に、相手の人権や立場、プライバシーを尊重しています。

次に、「お客さま第一義」については、お客さまの存在があって初めてアコムが存在しているという認識のもと、お客さまに気持ちよくご利用いただけるよう、常にお客さまの立場に立って考え、行動することを意味しています。類似した表現に「第一主義」という言葉がありますが、主義には自分の主観や意思が含まれていることに対し、「第一義」には「究極の真理、理屈を超えて尊いもの」という意味があり、主観や意思

お客さま第一義の「進化」と「深化」

先に述べたように、当社において「お客さま第一義」とは、お客さまは屈抜きに尊い存在であり、常にお客さまの立場に立って考え、行動することを意味しています。この理念を、全社員が理解し、常に念頭において行動しています。しかし、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う生活様式の変化やお客さまニーズの変化など、多様な変化に対応していくためには、これまでの意味に令和の時代に合わせた意味合いをプラスして、「お客さま第一義」をアップデートしていかなければならないと思っています。ですから、お客さま第一義の「進

が入り込む余地がありません。アコムにとって、お客さまは理屈抜きに尊い存在、絶対の存在であることから、「第一主義」ではなく「第一義」としています。

続いて、「創造と革新の経営」については、急速に変化する市場環境のなかでも成長を続けるために、既成概念に捉われず「昨日のアコムを超える」という意識を持ちながら事業展開することを意味しています。

そして、当社は、創業の精神である「信頼の輪」のもと、「人間尊重の精神」「お客さま第一義」「創造と革新の経営」を精神的支柱として、全てのステークホルダーの「楽しく豊かなパーソナルライフの実現と生活文化の向上に貢献する」ことを目指し、事業活動を推進しています。

これら企業理念を、これからも継承していくために、一つひとつの言葉に込められた意味を理解し、更には、自らの言葉で語ることができるように、各役員が講師となり、毎回20人ほどの社員を集めて座談会形式でセッションを行っています。このセッションは、全社員を対象として実施しており、役員はトップダウンで教えるのではなく、あくまでも引き出し役として、「あなたにとっての創造と革新の経営とは何か?」「あなたにとってのお客さま第一義とはどういうことか?」「人間尊重の精神で、今まで自分がその精神に反してしまったことはあるか?」などを社員一人ひとりが自分自身で思考する内容になっています。このセッションを通じて、今まで、ただ単に言葉として刻まれていた理念が自分事として捉えて行動できるようになります。そして、自分自身が「アコムに所属している」、「アコムグループで仕事をしている」という意識が高まることによって、仕事に対しての「やりがい」や「誇り」が持てるのではないかと考えています。

化」と「深化」が欠かせません。

ここ数年、デジタルシフトの到来によって社会や暮らしがどんどん便利になってきているため、ワンストップで完結するサービスが好まれる傾向にあります。ですから、ネットでの申し込みに対して、別途電話での対応が必要になったり、資料の提出を求められたりすると面倒だと感じたり、煩わしいと思われる方もいらっしゃるかもしれません。したがって、お客さま第一義の「進化」については、「シームレス」がキーワードになると考えており、デジタルでの対応を希望される方に関しては煩わし

さを排除しながら、シームレスなコミュニケーションをとる必要があります。そして、「今欲しい」「今したい」というお客さまが、アコムに求めるスピードに対して、スピード感をもって応えなければなりません。欲しいものを購入するまでに1時間も2時間もかかっていたら、お客さまに「もういいよ」と思われてしまいます。現在、当社では30分程度で審査結果を回答することができていますが、この回答時間を数秒という時間軸の中でお客さまに届けていきたいと考えています。

一方で、「深化」についてですが、現在のコロナ禍において、この重要性を痛感したエピソードがありました。それは、あるお客さまが「他社は『返済日は今日ですから』の一点張りだったけど、アコムだけは違った。アコムは、自分の状況を理解してくれて、返済のことではなく、自分のことを気にかけてくれた。だから本当に、アコムに感謝している」と泣きながら仰っていたという事例です。

お客さまによっては、一時的にお支払いが難しい状況になれてしまうことがあります。そのような時に、心からお客さ

2021年3月期の振り返り

2021年3月期は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により国内外の個人消費の低迷が続いたことから、連結の業容は、前期比5.3％減少の2兆2,351億円となりました。

営業収益は、営業貸付金残高や信用保証残高の減少に伴い、営業貸付金利息や信用保証収益が減少したことなどから前期比4.7％減収の2,663億円となりました。

一方で、営業費用は、営業貸付金残高等の減少に伴い貸倒関連費用が減少したこと、および利息返還損失引当金への追加繰り入れがなかったことを主因に、前期比17.9％減少の1,674億円となりました。その結果、営業利益は前期比30.8％増益の988億円、段階利益もそれぞれ増益となりました。

施策面では、デジタルライゼーションへの取組みとして、ス

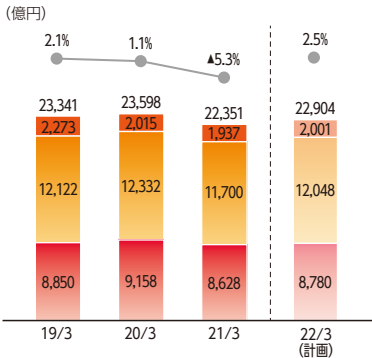


まに寄り添い、お客さまに「アコムとは安心して取引ができる」と思っていたくとともに、当社のファンになっていただくことが非常に大切なことであると実感しています。そして、これこそが「お客さま第一義」であり、新興企業やプラットフォームには真似できない、当社の強みであるため、必ずや深化させなければならないと考えています。

スマートフォンアプリのリニューアルを行いました。今後もスマートフォン決済の開発などを予定しており、お客さまにより便利に当社をご利用いただけるサービスを提供してまいります。また、RPAを活用した業務の効率化にも継続して取り組んでいきます。AIの更なる活用に向けた準備も進めており、まずはデータ分析基盤を構築するための開発を行っています。並行して、データ分析ができる人材の育成など、システムだけではなく、それを活用する人材の育成にも注力しています。

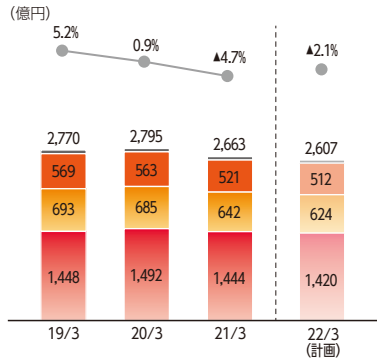
コーポレート・ガバナンスについても、継続して取り組んでいます。当社は、ステークホルダーの皆さまの期待に応え、更なる信頼関係を構築するため、コーポレート・ガバナンスの充実を経営の重要事項に位置づけ、経営の健全性、透明性、

● 営業債権残高

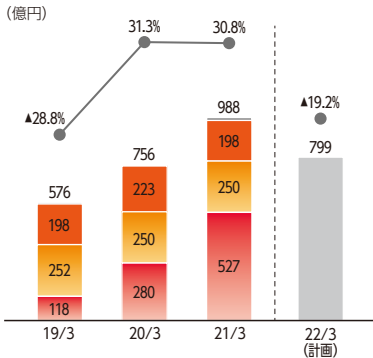


※「yoy」は前年同期比（次ページ以降も同様）

● 営業収益



● 営業利益



効率性を確保し、継続的な株主価値の向上をはかっています。また、取締役会の多角的な視点を確保するため、当社各部門あるいは他社等での豊富な経験、高い見識、高度な専門性を有する人材を取締役に指名しています。そして、当社は、意思決定の迅速化と取締役会の監督機能の強化をはかるため、重要な業務執行の決定を、取締役会から取締役に大幅に委任するとともに、取締役会は委任した事項のモニタリング等を実施しています。

今後の成長に向けて

2023年3月期から始まる新しい中期経営計画(以下、「中計」)を策定するにあたり、全役員で議論を深めてまいりました。特に、それぞれのステークホルダーの皆さまに対して、当社はどのような世界観、どのような未来を約束するのか、ということについて何度も議論を重ね、中計策定の道しるべとなる「ビジョン」と「中期方針」ができたと自負しています。

社会とともに

当社は、事業活動やその他の活動を通じて、環境問題を含めた社会課題の解決に貢献していきたいと考えています。当社が考えるCSRとは、「企業理念に基づいた事業活動やその他の活動を通じて、企業の社会的責任と使命を果たし、持続可能な社会の実現に貢献すること」です。この考えに基づいて、当社は優先的に取り組むべき6つの社会課題を特定し、課題解決に向けて取り組んでいます。ここでは、6つのうち3つの取り組みについて紹介します。

● 優先的に取り組むべき6つの社会課題

消費者保護・金融リテラシーの向上	イノベーションの推進
ダイバーシティの推進	地域の活性化
働き方改革の推進	環境に配慮した企業活動の推進

「消費者保護・金融リテラシーの向上」については、未来を担う大学生を中心に、金銭教育を実施しています。また、ローン・クレジットカードのお申し込みの際には、金銭詐欺被害を未然に防止するための注意喚起を行っています。これらの取り組みは、社会人になる前にお金の大切さについて理解をより深めてもらうことや金銭トラブルに関する被害防止に寄与しています。

次に、「働き方改革の推進」ですが、当社では、大前提として、

毎年、取締役会の実効性に関する質問票を全取締役に配付し、質問票の回答を踏まえ、取締役会の実効性に関する分析及び評価を実施しています。2021年3月期には、前期に課題として認識した「外部視点の理解度の更なる深化」、「取締役会における議論の活性化及び取締役会報告事項等の高度化」に取り組み、一定の進展がはかられたと評価しています。今後も、引き続き、コーポレート・ガバナンスの高度化に向け、取り組んでまいります。

中計の策定にあたっては、経営メンバーがトップダウンで示す中期方針を基軸にして、部室横断的な11のワーキンググループを設置し、中核3事業をはじめとする事業戦略や人事、CSRを含む機能戦略などについて検討しています。当該内容については、来期の決算発表で詳細をご説明できるように対応してまいります。

「ES(従業員満足)なくして、CS(お客さま満足)はない」と考えています。お客さまの応対をしている社員が「笑顔」でいなければ、お客さまに満足いただけるサービスは提供できません。そして、ESの向上については、社員意識調査を定期的かつ継続的に実施しており、その内容をもとに様々な改善を重ねています。これまで、育児や介護等を行う社員を支援するための休暇制度の拡充や、1時間単位で取得できる有給休暇制度の導入、職場における設備の改修など、数多くの改善を行ってきました。しかしながら、働き方改革の推進にゴールはないと考えています。これからも、「どうすれば社員がもっと働きやすくなるか」を常に考え、「今日よりも明日、社員とその家族の幸せのために」、より働きやすい環境整備をはかっていきます。

最後に、「環境に配慮した企業活動の推進」については、店舗内に設置しているATMの消費電力の削減やお客さまに交付する書面を一部ペーパーレス化するなど、環境に配慮した取り組みを実施しています。これらの取り組みを通じて、当社は、地球温暖化対策の一環として、CO₂排出量の低減や森林伐採の減少に貢献しています。また、足もとにおいては、当社のコンタクトセンターがある、神奈川県と大阪府、それぞれと協定を結び、今後、社員ボランティアが間伐や枝打ちなどの森林保全活動を行う予定です。引き続き、環境に配慮した活動を推進していきます。

資本政策と株主還元

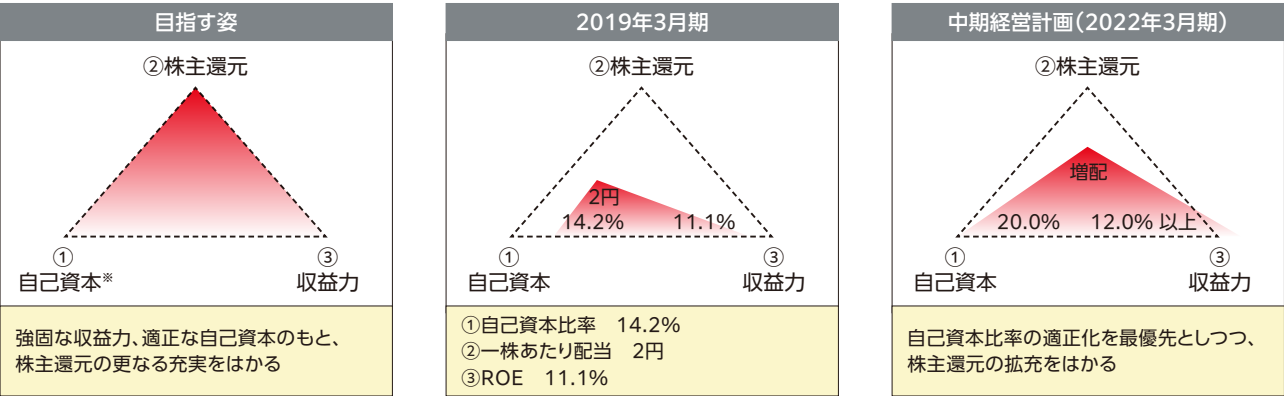
中計における資本政策の基本的な考え方は「自己資本の適正化を最優先としつつ、株主還元の拡充をはかる」です。また、配当の基本的な考え方は「業績、自己資本ならびに当社を取り巻く経営環境を勘案の上、安定的、継続的な利益還元をはかり、株主還元の充実を目指す」としています。

2022年3月期の業容・業績計画については、営業債権残高は増加する見通しですが、期中平均残高が減少することから減収を見込んでいます。また、営業利益は、業容拡大を主因に貸倒関連費用の増加を見込み、減益となる計画です。

経営環境については、足元においても緊急事態宣言が発出されるなど、新型コロナウイルス感染症拡大による先行きの不透明感がより一層高まっています。また、利息返還請求件数は減少基調で推移しているものの、依然として、一部の特定法律事務所からの請求件数が高止まりしていることから、引き続き、動向に注視していく必要があります。

したがいまして、2022年3月期の中間・期末配当の予想については、配当額を据え置き、それぞれ「3円」、年間合計で「6円」としました。

● 資本政策の基本的な考え方



※ 連結総資産に信用保証残高を加算して算出した自己資本比率

● 配当の基本的な考え方

● 業績、自己資本ならびに当社を取り巻く経営環境を勘案の上、安定的、継続的な利益還元をはかり、株主還元の充実を目指す

	2021年3月期(実績)	2022年3月期(予想)
業容・業績	新型コロナウイルス感染症拡大により、営業債権残高や信用保証残高が減少したことを主因に、営業収益は減収。営業利益は貸倒関連費用等が減少し、利息返還費用は発生しなかったことから増益	営業債権残高等は徐々に回復することを想定しているものの、2022年3月期の業績は、貸倒関連費用の増加を主因に、減収減益を計画
自己資本	連結総資産に信用保証残高を加算して算出した自己資本比率は、営業債権残高等の減少により、20.3%で着地	連結総資産に信用保証残高を加算して算出した自己資本比率は、営業債権残高等が増加するも、引き続き20%超で推移すると想定
経営環境	利息返還損失引当金の取崩額は、想定通りに減少したものの、今後の動向に注視が必要	足元において、新型コロナウイルス感染症拡大による、先行きの不透明感が一層高まっている

最後に

個人向けカードローン市場においては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により個人消費の低迷が続いたことから市場規模が縮小しており、先行き不透明な状態が続いています。このような中においても、当社は、お客さまに「新しい便利」を提供できるよう、努めてまいります。

今後においても、ローン・クレジットカード事業、信用保証事業、海外金融事業に求められる社会的責任と使命を果た

し、社会とともに成長する企業となるべく、コンプライアンスやCS経営を更に推進し、企業価値の向上をはかってまいります。また、持続可能な社会の実現に寄与するため、先に掲げた「優先的に取り組むべき6つの社会課題」の解決に向けて、積極的に取り組みます。

今後とも、皆さまのご理解と一層のご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。