

Integrated Report 2025



2025年3月期



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

ビジョン

**アコムグループは、
全てのステークホルダーの期待に応えつづける**

お客さま

国内外のお客さまの
「今欲しい」「今したい」に、
スピード感とお客さま第一義を
もって応える

株主・
投資家

持続的な企業価値の
向上を通じて、安定的、
継続的な還元を実現する

提携先

アコムグループで培った
ノウハウを提供し、提携先の
企業価値の向上に貢献する

社会

企業活動を通じて、
持続可能な社会の
実現に貢献する

社員

社員とその家族を
今日よりも明日、
さらに幸せにする

取引先

強固な信頼関係を構築し、
相互発展を実現する

目次

創造と変革の経営の歩み 3
 アコムグループのプレゼンス 5
 マネジメントメッセージ 7
 アコムグループの価値創造プロセス 13
 経営資本の充実と事業の価値 15
 財務戦略と持続的成長への取組み(財務担当役員メッセージ) 17
 前中期経営計画の振り返り 21
 新中期経営計画の全体像 23
 新中期経営計画のポイント 重点テーマ 25
 サステナビリティ 27
 次期成長に向けた新サービスへの挑戦 29
 持続的成長に向けた人材基盤の強化 33
 安心・安全な金融サービスの提供 37
 ローン・クレジットカード事業 37
 信用保証事業 39
 海外金融事業 41
 環境に配慮した事業活動の推進 43
 ガバナンスの強化 45
 アコムグループの社会貢献活動 54
 役員一覧 57
 財務・非財務ハイライト 59
 11年間の主要財務・非財務データ 61
 会社概要 63

編集方針

アコムでは、経営方針や事業戦略に加え、中長期的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皆さまにご紹介するために、本冊子を発行しています。編集にあたってはIFRS財団(旧Value Reporting Foundation:VRF)が提示するフレームワークや、経済産業省が提唱する価値協創ガイドランスなどを参照しています。

報告対象期間

2024年度(2024年4月1日~2025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

アコム株式会社及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。

発行年月

2025年9月

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様々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/>



情報開示体系



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。

1979

業界初の年中無休・24時間稼働ATMを銀座店(中央区)に設置



1994

社会貢献活動として「アコム“みる”コンサート物語」の公演を開始



日本証券業協会に株式を店頭登録

1999

業界初のクレジットカード事業を開始



1996

タイ王国に「EASY BUY Public Company Limited (以下「EASY BUY」)」を設立



東京証券取引所の市場第一部銘柄に指定

2001

「アイ・アール債権回収」へ出資し、サービサー事業へ進出



無担保ローンを対象とした信用保証事業を開始

2004

「三菱UFJフィナンシャル・グループ(以下「MUFG」)」と戦略的業務・資本提携



2008

「MUFG」の連結子会社となる

2007

アコム新規貸付上限金利を18.0%に引下げ

2017

フィリピン共和国に「ACOM CONSUMER FINANCE CORPORATION (以下「ACF」)」を設立



2013

「エム・ユー信用保証」を設立



2022

エンベデッド・ファイナンスの「GeNiE」を設立



2021

マレーシアに「ACOM (M) SDN. BHD. (以下「ACOM (M)」)」を設立



1978

「アコム」を設立

1973

24時間稼働のCD(現金自動貸付機)を開発



1970

日本初の現金自動貸付機を開発



1960

サラリーマン金融(勤め人信用貸し)を開始

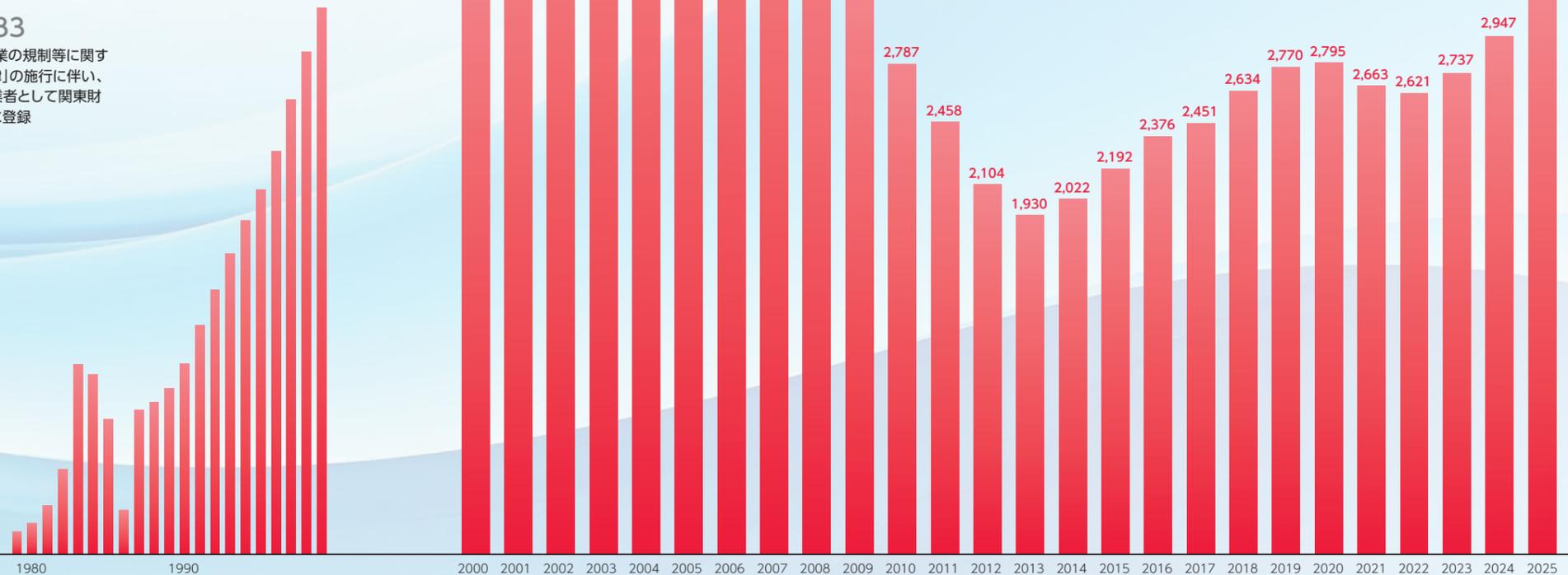


1936

繊維製品卸小売業の「丸糸呉服店」を開業



営業収益(億円)



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

貸金業法完全施行

東日本大震災

全国銀行協会が「銀行による消費者向け貸付けに係る申し合わせ」を公表

2019年末から新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の影響拡大

アコムグループは、「**3つの中核事業**」を軸に事業を展開する、消費者金融業界のリーディングカンパニーです。

これからも、90年近い歴史の中で培われた強みにさらに磨きをかけ、ステークホルダーの期待に応えつづけます。

営業収益
3,177 億円

営業利益
585 億円

海外金融事業

日本国内で培った経験やノウハウを活用し、海外で個人の方を対象に少額・無担保で融資をおこなうビジネス

営業収益 **654** 億円
営業利益 **193** 億円
構成比率 **20.6%**

ローン・クレジットカード事業

お客さまの「信用」をもとに、個人の方を対象に少額・無担保で融資をおこなうビジネス

営業収益 **1,694** 億円
営業利益 **140** 億円
構成比率 **53.3%**

信用保証事業

提携先が販売するローン商品を利用されるお客さまの債務保証をおこなうビジネス

営業収益 **763** 億円
営業利益 **236** 億円
構成比率 **24.0%**



グローバル事業基盤

タイ王国
EASY BUY Public Company Limited

出資比率 71.0%
設立年月 1996年9月
事業内容 無担保ローン事業、
インストールメントローン事業

フィリピン共和国
ACOM CONSUMER FINANCE CORPORATION

出資比率 80.0%
設立年月 2017年7月
主要事業 無担保ローン事業

マレーシア
ACOM (M) SDN. BHD.

出資比率 100.0%
設立年月 2021年7月
主要事業 無担保ローン事業

数字で見るアコムグループ



創業 **1936** 年
1936年に繊維製品卸小売業として創業



営業債権残高 **2.7** 兆円
営業債権残高(連結)は2.7兆円を超える



ローン残高シェア **No.1**
個人向けカードローン市場(ノンバンク業態)でトップシェアを誇る



保証提携先 **64** 社※
提携先は64社で1社当たりの信用保証残高は200億円を超える
※2025年5月29日時点



総利用者数 **583** 万人
国内、海外での総利用者数は580万人を超える



グループ従業員数 **5,498** 名
5,000名を超えるグループ社員が一丸となって全てのステークホルダーの期待に応えつづける



代表取締役社長 木下 政孝

成長サイクルのスピードを上げ、
全てのステークホルダーの皆さまの
期待に応えつづける

前中期経営計画の振り返り

2024年度を最終年度とする前中期経営計画のポイントは「各事業の飛躍に向け、事業領域拡大への布石を打つ期間と捉える」としていました。16項目の中期重点テーマを掲げて取り組み、連結の営業債権残高においては、中計3ヶ年で目標としていた2.5兆円を1年前倒しで達成することができました。最終年度においては、目標を大きく上回る2.7兆円の着地となっています。また、営業収益は中計比297億円上振れの3,177億円となりました。営業収益が3,000億円を超えたのは、実に16年振りのことです。一方で、営業利益は中計比385億円下振れの585億円となりました。この要因は、利息返還損失引当金への追加繰り入れの影響によるものです。この影響を除く営業利益は中計比14億円上振れの985億円です。前中計期間に掲げた16項目の中期重点テーマについても全て達成できましたので、各事業の飛躍に向けて、事業領域拡大への布石を打つことができたと感じています。具体的な取り組みについて、いくつかご紹介します。

パーセプション*の再構築によるブランド力向上

2024年9月に営業CMを刷新しました。これまでのCMは、「今しかできないことを」をコンセプトに、より具体的なご利用シーン、資金需要が発生するイメージを想起させる内容にしていました。新しいCMでは、安心してご利用いただけるサービスであることをより実感していただけるように、イメージを刷新しました。人々の大切な瞬間に寄り添いたいという想いを込めて、「いま、大切なことのために。」というコンセプトを掲げています。業界のリーディングカンパニーであると同時にMUFGグループの一員であるという安心感を持っていただきたいというメッセージも込めています。

また、当社は以前より「はじめてのアコム」をキーメッセージとし、ブランド訴求を強化してきました。「はじめて」を応援するかたちはカードローンの領域に留まりません。明るい未来に向けた新しい一歩を踏み出す全ての人々の「はじめて」を応援し、誰もがやりたいことに挑戦できる社会を実現するために、「はじめてのこと、はじめよう！プロジェクト」を実施しています。

*消費者のイメージや購買決定要因となる企業やブランドの認識・認知、知覚

「ヒト」と「デジタル」の最適化による良質な顧客体験の提供

これまで、社員が対応していたお客さまへのご連絡の一部を自動音声架電に切り替えました。これは、架電するタイミングや電話番号などをあらかじめ設定することで、人の手を介さずにシステムによって自動で発信・完結できる仕組みです。現時点では、全体の3割程度を自動音声架電に切り替えており、架電数が増えたことで、より多くのお客さまへ効率よくご連絡ができるようになりました。

また、UI・UXの高度化に向けた取り組みにより、お客さまによるご登録内容の変更や、新規契約時に発生するお客さまへの確認連絡をWeb上で対応できるように、機能を拡充しました。

一方で、デジタルでは解決できない「ヒトにしかできないこと」も存在しています。それは、「誰かの心を動かすこと」と考えています。アコムグループと接点を持った全てのお客さまに「アコムとの取引は気持ちがいい！」と感じていただけることが大切です。そのためには、社員一人ひとりがお客さまに心から寄り添ったコミュニケーションをとっていくことが重要であると考えています。

次期成長に向けた新規事業・新サービス創出への挑戦

ローン・クレジットカード事業の更なる業容拡大に向け、エンベデッド・ファイナンスを推進する連結子会社のGeNiE(ジーニー)株式会社(以下「GeNiE」)が、2024年10月にサービス提供を開始しました。前中計期間中では、8社との提携を実現し、GeNiEが提供している組込型金融サービス「マネーのランプ」の申込者数は、累計10万人を突破しました。

2025年3月には、東京都主催の「東京金融賞*」と、金融庁主催の「Japan Fintech Week 2025」のコラボレーションイベントにおける「東京金融賞 2024 金融イノベーション部門」でGeNiEは、日本を含む35の国・地域、136事業者の中から第3位に選ばれました。

※都民及び都内企業のニーズや課題の解決に資する、画期的な金融商品・サービスの開発・提供をおこなう金融事業者等を「金融イノベーション部門」として、持続可能な都市づくりに貢献する金融面の活動やサステナブルファイナンス等を活用した取組みを実践する事業者等を「サステナビリティ部門」として表彰しているもの

金融機関との保証提携拡大・事業会社との保証提携実現

2023年3月よりLINE Credit株式会社との保証提携を開始しました。さらに、2024年2月には、連結子会社のエム・ユー信用保証株式会社が、株式会社みんなの銀行、株式会社福岡銀行、株式会社熊本銀行との保証提携を開始しています。地道な提携交渉が実を結び、事業会社1社、金融機関3行との新規提携を実現することができました。

新たな国への進出実現

2023年9月にマレーシアにおいて、個人向け融資事業を開始しました。事業を開始した当初は、現地のルールなどの関係で、お客さまがオフィスへ来店して契約いただく必要がありました。その後、現地当局からオンライン取引に関するライセンスを取得したことから、Web完結のオンライン契約サービスでも手続きができるようになりました。このサービスの導入により、お客さまの利便性向上につながったと考えています。

アコムグループの「成長サイクル(ビジネスモデル)」

アコムグループでは、金融サービスの提供をビジネスの主軸に据えています。その提供はあくまでも手段に過ぎません。私たちは、国内外のお客さまの「今欲しい」「今したい」にスピード感をもって応えることが、お客さまに提供できる唯一無二の価値であると確信しています。

アコムグループのビジョンは、「お客さま」「提携先」「社員」「社会」「株主・投資家」「取引先」といった全てのステークホルダーの期待に応えつづけることです。その期待に応えつづけるためには、アコムグループ



各社、そして社員一人ひとりの「成長」が必要です。成長のためには、事業と人への「投資」が必要であり、その投資をするためには継続的な「利益」が必要となります。そして、その利益を上げ続けるために「お客さま・提携先」に満足していただかなければなりません。そのためには、アコムグループの「成長」が必要です。このサイクルを私たちは「成長サイクル」と呼んでいます。ステークホルダーの期待は常に高まり続けますので、その期待に応えるためには、アコムグループ各社、社員一人ひとりが、この成長サイクルを回し続けることが必要であると考えています。

新中期経営計画のポイント

2025年4月からスタートしている中期経営計画を策定するにあたり、「アコムグループを一番に選んでいただく」ことを、6年後にあたる「2030年度時点でのありたい姿」に設定しました。その実現に向け、2027年度までの3年間で実施すべき課題について、事業系・機能系の11のワーキンググループを立ち上げ、議論をおこなってきました。その議論をもとに、30回以上にわたり中計策定検討会で実施すべき施策の深堀りをおこないました。中計策定検討会には、業務執行を担う取締役、役付執行役員等が参加し、活発な議論により、多様な視点の意見を取り込むことができました。

中期方針は、「ビジョン達成に向け、成長サイクルのスピードを上げる」とし、19の重点テーマに取り組んでいきます。ここでは、事業戦略のうち、4つのテーマについて説明いたします。

中期方針 ビジョン達成に向け、成長サイクルのスピードを上げる

中期重点テーマ

- 全ての土台……………●コンプライアンス・カルチャーの醸成
- 事業戦略……………●パーセプションの再構築によるブランド力向上
 - 応対力と審査スピードの向上による良質な顧客体験の提供
 - GeNiEの業務提携先の拡大
 - 既存保証提携先との連携強化及び新規保証提携先の拡大
 - アイ・アール債権回収とのグループ連携強化
 - EASY BUY(タイ)における法規制への適切な対応と良質なポートフォリオの維持
 - ACF(フィリピン)、ACM(マレーシア)の早期収益化
 - 新たな国への事業進出
 - 新規事業創出への挑戦
- 機能戦略……………●環境変化に柔軟かつ迅速に対応できるシステム基盤の構築とサイバーセキュリティの強化
 - 採用・育成・定着の強化による人材基盤の確立
 - 最適与信の提供と債権保全体制の再構築
 - サステナビリティ経営の確立に向けた社内浸透の強化
 - リスク管理の高度化とガバナンスの強化
 - 業務効率化による生産性の高い業務環境の構築
 - 最適な資金調達による安定性維持とコスト効率向上
 - データ利活用による意思決定スピードと精度の向上
 - 新たな行動指針の実践

● GeNiEの業務提携先の拡大

GeNiEは、前中計期間中に「新しい金融体験」のサービス導入に向け、事業基盤を固めてきました。新中計期間では、業務提携先を30社以上に拡大し、エンベデッド・ファイナンス市場におけるリーダーポジションを目指します。

GeNiEは、Webやアプリを通じてサービスを提供する事業会社を対象に、組込型金融サービス「マネーのランプ」を提供しています。「マネーのランプ」を利用することで、事業会社は既存サービス上で、自社ブランド名によるレンディング機能の提供が可能となります。現在、デジタルウォレット、ファッションEC、カーリース、クラウドソーシングなどのサービスを提供している事業会社への導入が進んでいます。金融サービスは、様々な事業との親和性が高いため、多くの提携先候補が存在しており、業務提携先の拡大余地は十分にあると考えています。

アコムの与信力、回収力を活かしたビジネスには価値があると確信しています。引き続き、鋭意努力してまいります。

● 新規保証提携先の拡大

前中計期間中からの交渉が実を結び、2025年5月末時点で事業会社1社、金融機関5行との保証提携を実現しております。新中計期間では、保証提携先の更なる拡大を目指します。

当社をご利用いただいているお客さまは、単に現金を求めているのではなく、その先にある「何か欲しいもの」や「享受したいサービス」を求めていると見受けられます。そういったお客さまのニーズに対応するため、新規保証提携先を更に拡大してまいります。新中計期間で目指す、連結信用保証残高の伸長額3,315億円のうち、20%程度を新規保証提携で積み上げていきます。

● ACM(マレーシア)の早期収益化

現在、マレーシアでは、クアラルンプールのみで事業を展開しています。この対象エリアを順次拡大し、マレー半島全域をカバーしていきます。集客エリアの拡大によりローン残高を着実に積み上げるとともに、これまで蓄積してきたデータを活用し、与信モデルの高度化を推進することで、中計最終年度での単年黒字化を目指します。

● 新たな国への事業進出

私たちが考えるお客さまは、国内だけではなくありません。アコムグループがビジネスをおこなっている日本と、既に進出しているタイ王国、フィリピン共和国、マレーシアのマーケット人口を合わせると約3.4億人になります。世界の人口は約80億人ですので、アコムグループのサービスは、4%の方々にしか届けられていません。将来的なマーケット人口は10億人以上を見据えていますので、新中計期間では少なくとも1ヶ国以上の進出を目指します。

より多くの方々に私たちのサービスを届けられれば、私たちは大きな成長を手に入れることができると考えています。将来的なマーケット人口拡大を見据え、アジア以外の地域の進出可否を含めて、調査活動を継続してまいります。

アコムグループが目指すサステナビリティ経営

当社は、創業の精神である「信頼の輪」のもと、企業理念である「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、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。

当社が事業をおこなううえで、環境、社会、経済がサステナブルであることは非常に重要であると認識しています。当社の経営が持続可能であるためにも、事業のサステナビリティと社会のサステナビリティとの同期化を図ることは、重要な経営課題として捉えています。そのためにサステナビリティ基本方針を定め、マテリアリティ(重点領域)を特定し、これらの解決に向けて取り組んでいます。

私は、こうした取組みの中でも、当社だからこそ率先して解決すべき社会課題があると考えています。それは、マテリアリティの一つとして掲げている「安心・安全な金融サービスの提供」により、人々が「サステナブルな人生」を送るための支援をすることです。

アコムグループは、お客さまの「今欲しい」「今したい」という想いに、安心してご利用いただける金融サービスを提供し続けていきます。こうした事業活動を通じて、人々が生き生きとした人生を送ることに對するサポートができると考えています。

一方で、昨今、増加傾向にある金融トラブルへの対応も、当社の取り組むべき重要な社会課題と認識しています。金融詐欺被害を未然に防止する観点から、金銭教育を実施しています。大学生や高校生はもちろんのこと、社会人の方々にも金銭教育を継続しておこなうことで、金融リテラシーの更なる向上に取り組んでいきます。

また、お客さまに安心・安全な金融サービスを提供し続けるためには、持続的な発展を支える土台が必要です。そのために、「環境に配慮した事業活動の推進」「人権を尊重する企業風土の深化」「持続的成長に向けた人材基盤の強化」「ガバナンスの強化」をマテリアリティに掲げ、それぞれに取り組むことで強固な土台を築き、サステナビリティ経営を推進してまいります。

ステークホルダーの期待に応えつづけ、企業価値を高める

アコムグループでは、価値を提供すべきステークホルダーを「お客さま」「提携先」「社員」「社会」「株主・投資家」そして私たちのビジネスを支えてくださっている「取引先」の方々と特定しています。また、それぞれのステークホルダーにどのような価値を提供していくのかを「ビジョン」として定めています。

「利用するならアコム」「提携するならアコム」「一緒に働いたらアコム」など、アコムグループに対して興味を持ち、価値を感じていただくために、ステークホルダーの期待に応えつづけることに注力してまいります。

アコム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いると自負しています。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、全てのステークホルダーの期待に応えつづけ、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。今後とも、皆さまのご理解とより一層のご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。



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

ビジョンの実現・存在意義の発揮

全てのステークホルダーの 期待に応えつつける

<p>外部環境</p> <ul style="list-style-type: none"> 国内の少子高齢化 アジア諸国の経済成長 ライフスタイルの変化 デジタル化の進展 キャッシュレス決済の拡大 気候変動 	<p>経営資本</p> <table border="1"> <tr> <td style="background-color: #e91e63; color: white;">人的資本</td> <td>従業員数 国内2,335名 海外3,163名</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e91e63; color: white;">財務資本</td> <td>連結営業債権残高 2兆7,141億円 自己資本 6,535億円 信用格付 R&I AA- JCR AA-</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e91e63; color: white;">製造資本</td> <td>営業ネットワーク 国内585店 海外108店 クレジットカード即時発行機584台 リアルチャネルと同水準のサービスを提供するデジタルチャネル (ホームページ、アプリ)</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e91e63; color: white;">知的資本</td> <td>ブランド力・集客力 / 与信・審査ノウハウ / 債権回収ノウハウ</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e91e63; color: white;">社会関係資本</td> <td>保証提携先 64社(連結)* 海外進出国 3ヶ国 利用者数 ローン事業190万人 信用保証事業203万人 海外金融事業144万人 ※2025年5月29日時点</td> </tr> </table>	人的資本	従業員数 国内2,335名 海外3,163名	財務資本	連結営業債権残高 2兆7,141億円 自己資本 6,535億円 信用格付 R&I AA- JCR AA-	製造資本	営業ネットワーク 国内585店 海外108店 クレジットカード即時発行機584台 リアルチャネルと同水準のサービスを提供するデジタルチャネル (ホームページ、アプリ)	知的資本	ブランド力・集客力 / 与信・審査ノウハウ / 債権回収ノウハウ	社会関係資本	保証提携先 64社(連結)* 海外進出国 3ヶ国 利用者数 ローン事業190万人 信用保証事業203万人 海外金融事業144万人 ※2025年5月29日時点
人的資本	従業員数 国内2,335名 海外3,163名										
財務資本	連結営業債権残高 2兆7,141億円 自己資本 6,535億円 信用格付 R&I AA- JCR AA-										
製造資本	営業ネットワーク 国内585店 海外108店 クレジットカード即時発行機584台 リアルチャネルと同水準のサービスを提供するデジタルチャネル (ホームページ、アプリ)										
知的資本	ブランド力・集客力 / 与信・審査ノウハウ / 債権回収ノウハウ										
社会関係資本	保証提携先 64社(連結)* 海外進出国 3ヶ国 利用者数 ローン事業190万人 信用保証事業203万人 海外金融事業144万人 ※2025年5月29日時点										



- お客さま** 国内外のお客さまの「今欲しい」「今したい」に、スピード感とお客さま第一義をもって応える
- 提携先** アコムグループで培ったノウハウを提供し、提携先の企業価値の向上に貢献する
- 社員** 社員とその家族を今日よりも明日、さらに幸せにする
- 株主・投資家** 持続的な企業価値の向上を通じて、安定的、継続的な還元を実現する
- 社会** 企業活動を通じて、持続可能な社会の実現に貢献する
- 取引先** 強固な信頼関係を構築し、相互発展を実現する

資本の持つ優位性	課題	資本の充実策
人的資本  <ul style="list-style-type: none"> ● 企業理念を具現化できる人材 ● 正社員を中心とした従業員によるお客さま第一義を追求した対応 	<ul style="list-style-type: none"> ● 人材確保の高度化 ● 社員の成長 ● ワークエンゲージメントの向上 	<ul style="list-style-type: none"> ● 新卒及び中途採用活動強化 ▶ P.34 ● デジタル人材の育成、リーダーの育成推進 ▶ P.34 ● ビジョン浸透、成果に報いる制度構築 ▶ P.36
財務資本  <ul style="list-style-type: none"> ● 2.7兆円を超える営業債権残高 ● 信用格付AA-(R&I) (JCR) 	<ul style="list-style-type: none"> ● マーケットシェアの拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ● パーセプションの再構築によるブランド力向上 ● 最適与信の提供と債権保全体制の再構築
製造資本  <ul style="list-style-type: none"> ● リアルチャネルと同水準のサービスを提供するデジタルチャネル ● クレジットカード即時発行機の充実 	<ul style="list-style-type: none"> ● 時代の流れに合わせたチャネル戦略 	<ul style="list-style-type: none"> ● 応対力と審査スピードの向上による良質な顧客体験の提供
知的資本  <ul style="list-style-type: none"> ● 国内No.1のブランド力・集客力 ● 与信・審査ノウハウ債権回収ノウハウ 	<ul style="list-style-type: none"> ● 第一想起率の向上による圧倒的なブランド力の確立 	<ul style="list-style-type: none"> ● 新しいブランドメッセージの訴求を通じたパーセプションの再構築によるブランド力向上
社会関係資本  <ul style="list-style-type: none"> ● 保証提携数 64社※ ※2025年5月29日時点 ● 海外進出国 3ヶ国 	<ul style="list-style-type: none"> ● 収益力強化を目的とした事業領域の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ● 既存保証提携先との連携強化及び新規保証提携先の拡大 ▶ P.25 ● 新たな国への事業進出 ▶ P.26

アコムの“強み”	どのようにして培ったのか?	どのように磨きをかけていくか?
 <p>リーディングカンパニーとしての高いブランドイメージ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 業界シェアNo.1 ● テレビCMなどの認知広告を通じた「はじめてのアコム」の浸透 	<ul style="list-style-type: none"> ● 新規集客及び既存顧客への営業によるマーケットシェアの拡大 ● 新しいブランドメッセージの訴求を通じたパーセプションの再構築によるブランド力の向上
 <p>膨大なデータに基づく与信とスピーディーな審査回答</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 国内1,200万人以上の取引データを活用した、与信・審査モデルの確立 	<ul style="list-style-type: none"> ● デジタル人材育成プログラムの推進などによるデータ利活用人材の育成
 <p>お客さまの期待を超えるサービスと対応力</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 30年以上にわたり追求してきた「CS*経営」 *Customer Satisfaction ● 長年のローンビジネスの経験に基づく豊富な知識を有した社員による応対 	<ul style="list-style-type: none"> ● 上級応対者の選定や対応ログのモニタリングなどによる継続的な対応スキルの向上
 <p>“個”客に寄り添うカウンセリング(返済相談)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 「CS経営」によって醸成されたお客さま一人ひとりの家計・個計の再建を目指す社内風土 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「ヒト」と「デジタル」の最適化による良質な顧客体験の提供(デジタル活用により業務効率化を図り、ヒトにしかできない返済相談に注力)
 <p>変化への対応力とチャレンジ精神</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 自動契約機などの「業界初」への挑戦 ● 時代に合わせた営業体制の確立(有人店舗▶コンタクトセンター▶Web) 	<ul style="list-style-type: none"> ● ビジネスコンテスト「DRIVE」やジョブチャレンジのような自ら手を挙げてチャレンジする機会の創出

財務担当役員メッセージ

財務健全性維持及び収益力強化を図り、
安定的・継続的な株主配当を
堅持することで
持続的な企業価値向上を実現する

常務執行役員 森下 和喜



前中期経営計画の振り返り

2024年度は、前中期経営計画の最終年度でした。前中計の3ヶ年を振り返ると、「各事業の飛躍に向け、事業領域拡大への布石を打つ期間と捉える」と位置づけ、ブランド力向上、良質な顧客体験の提供、新規事業・新サービス創出への挑戦、金融機関との保証提携拡大・事業会社との保証提携実現、さらには新たな国への進出実現等の各取組みについて、一定の成果を得たと考えています。

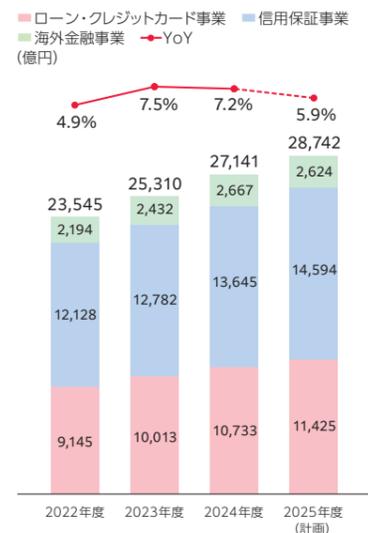
しかしながら、いくつかの課題も見えており、海外金融事業においては地域特性の影響を受ける場面が見られました。タイでは、ローンビジネスに関する規制対応が必要となり、事業運営に一定の制約が生じました。また、フィリピンでは事業開始直後に新型コロナウイルスの影響を受けたことで、債権内容の安定化に時間を要する結果となりました。

このような課題が見られた一方で、業容は堅調に推移しました。前中計期間において目標として掲げていた連結営業債権残高2.5兆円を1年前倒しで達成することができました。最終年度には、中計目標を2,000億円上回る2.7兆円で着地することができました。

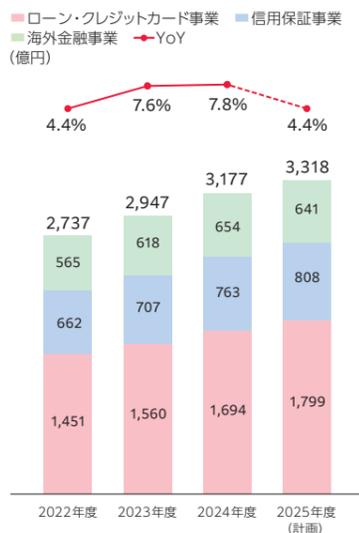
また営業収益は、営業債権残高が計画を大きく上回ったことから、3,177億円となり、中計比で約300億円の upside となりました。営業収益が3,000億円を超えたのは、実に16年ぶりとのこととなります。

一方で、営業利益は585億円と中計比で385億円の downside となりました。この要因は、利息返還損失引当金への追加繰り入れの影響によるもので、この影響を除く営業利益は985億円となり、中計比14億円の upside となりました。

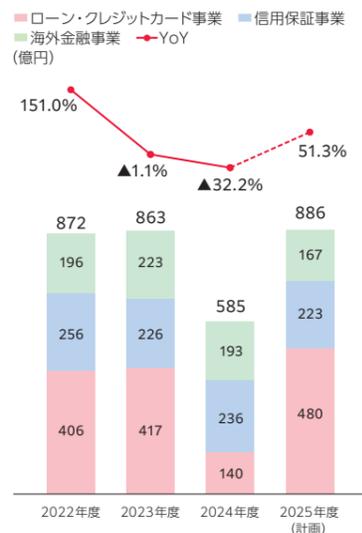
営業債権残高



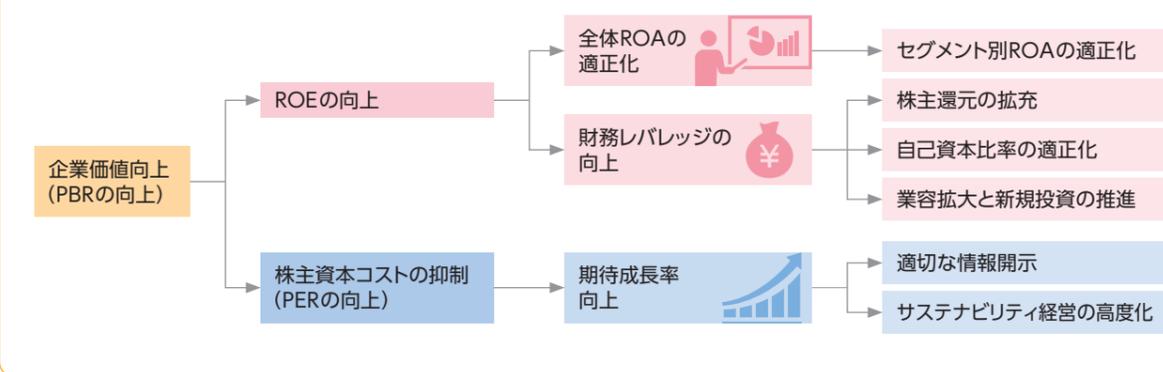
営業収益



営業利益



企業価値向上ロジックツリー



企業価値の現状認識と課題

当社の株主資本コストはCAPMや株式利益回りによる推計値に基づき、8.5%~9.5%程度と認識しています。2024年度のROEは、利息返還損失引当金への追加繰り入れなどにより、株主資本コストを下回る5.0%となっております。PBRについても、0.92倍と基準である1倍を下回っている状況にあります。PBRは、ROEと密接に関連しており、企業としてPBRが1倍を上回る

ことは最低限の水準であると認識しています。企業価値を向上させるために、ROEの向上と株主資本コストの抑制に取り組んでいかなければなりません。新中期経営計画では、ROE10%を目標に収益力の改善に取り組んでいくとともに適切な情報開示やサステナビリティ経営の高度化を図り、株主資本コストの抑制にも努めていく必要があると認識しています。

ROEの推移



PBRの推移



企業価値向上への道筋：ROEの向上

セグメント別ROAの適正化

収益力の向上は喫緊の課題であり、各セグメントにおけるROAを向上させる必要があります。例えば、ローン・クレジットカード事業のROAは営業利益ベースで営業債権残高に対して5%、信用保証事業は信用保証残高に対して1.5%、海外金融事業は安定期においては10%程度を目安としております。

当社の主力事業であるローン・クレジットカード事業は、業容・業績に占める割合が大きいため、コスト効率を高めながら新規顧客の獲得と営業債権残高の伸長を図り、利益率を高めなければなりません。例えば、1人のお客さまが1年後に保持する残高や得られる利息収入、2年目以降に継続して取引いただける割合とその収益などを長期的な視点で捉えることが重要です。そのうえで、適切な広告宣伝費を算出し、単年度での利益回収にとどまらず、お客さまとの取引全体を通じて得られる利益を意識しながら、新規集客に投資する必要があります。さらに、利益を最大化するためには、契約いただいたお客さまが当社のサービスに満足し、継続的かつ長期にわたって取引いただける関係性を構築することが不可欠です。

こうした取組みを効率的に循環させていくことが、収益力向上の鍵であると考えています。ローン・クレジットカード事業で

培ったノウハウを提携先のリテールビジネスに提供することで、信用保証事業の収益性向上にもつなげてまいります。また、それぞれの事業で発生する経費について、予算を管理する経営企画部でしっかり経費コントロールをおこない、不要なコストの削減に努める必要もあると考えています。

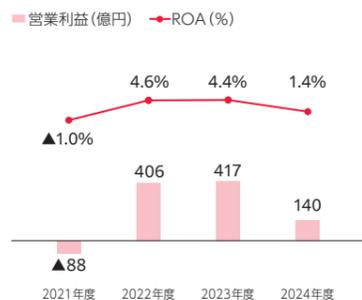
株主還元の拡充

前中計においては、配当性向の目標を35%としていましたが、新中計では50%へと引き上げました。通期の配当額は、新中計の初年度で6円増配の20円とする方針です。資本政策の考え方の末尾に「堅持する」という表現を用いたのは、配当性向50%の達成を目指すなかで、仮に利益の変動が生じた場合でも、配当額20円の水準は確保するという強い意志を込めたものです。

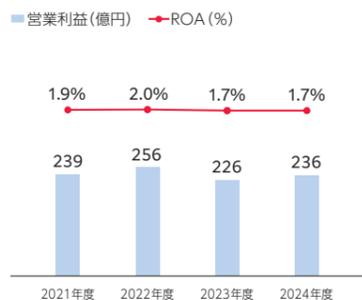
繰り返しになりますが、配当性向50%の実現を目指しつつ、予期せぬ事象により利益が一時的に減少した場合でも、配当額20円を堅持する方針です。そのうえで、利益が安定的に成長していく状況においては、配当性向50%の水準を目指すことにより、さらなる配当額の増配も十分に可能であると考えています。

事業別営業債権残高営業利益率 (ROA)

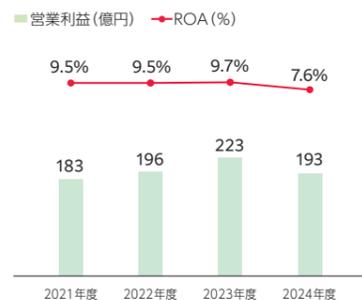
ローン・クレジットカード事業



信用保証事業



海外金融事業



資本政策

資本政策の基本的な考え方

持続的な企業価値向上に向けて、財務健全性維持及び収益力強化を図り、安定的・継続的な株主配当を堅持する

中期経営計画の目指す姿

自己資本比率* 25%程度 ➔ **23%程度**
 ROE 10%程度 ➔ **10%程度**
 配当性向 35%程度 ➔ **50%程度**

*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

1株当たり配当額

2024年度 14円 ➔ **20円**
 中間7円 中間10円(予想)
 期末7円 期末10円(予想)



自己資本比率の適正化

2025年3月末時点における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22.9%でした。信用保証残高を加算する理由は当社の事業特性上、偶発債務として保証履行が発生するためです。こうしたリスクを踏まえ、経営管理の観点から、信用保証残高を加算して算出するほうが適切であると判断しています。

前中計において、自己資本比率の目標値を25%としていた理由は、外部格付機関との継続的なコミュニケーションを通じて、20%程度の水準が適当と評価を受けていることに加え、将来的な新規事業やM&Aによる投資、国際会計基準(IFRS)への対応などを見据え、一定の余裕を確保する必要があると判断したためです。

新中計では、余裕枠の見直しをおこない、前回の目標値から2%引き下げた23%を新たな目標としています。安定的に利益を計上し続けることで自己資本は積み上がりますが、営業債権残高や信用保証残高が増加すれば、自己資本比率の分母も拡大することになります。そのため、一定の利益を着実に積

み上げつつ、安定的・継続的な配当を実施し、現状の水準を維持しながら事業拡大を継続していきたいと考えています。

業容拡大と新規投資の推進

これらの資本政策を基盤としつつ、前中計から引き続き、GeNiEの業務提携先の拡大、新規保証提携先の拡大、さらには海外金融事業の強化を推進し、業容の拡大を図ってまいります。新中計における業容の目標は、2025年3月期比で1.2倍となる3.2兆円を掲げています。営業収益は、業容の順調な増加を見込み、3期連続の増収となる3,665億円、営業利益についても、3期連続の増益を見込み1,004億円を目標としています。

また、新中計においては、中期重点テーマとして新たな国への事業進出や新規事業創出への挑戦を掲げています。3ヶ年の間に、1か国以上への新規進出を視野に入れ、調査活動を進めてまいります。進出方法についてはM&Aも選択肢の一つとして検討を進めており、新たな国への展開及び新規事業の創出に向けて投資をおこなっていく方針です。

企業価値向上への道筋：株主資本コストの抑制

適切な情報開示とサステナビリティ経営の高度化

近年、国内外において情報開示に関するガイドラインがたくさん示されていますが、当社はまだ十分に対応できていないと認識しています。情報開示の充実に向けて積極的に取り組み、情報の非対称性の解消に努めてまいります。情報開示は、株主、提携先、社員、そして入社を検討する学生など全てのステークホルダーから注目されている重要な事項です。当社が何を重視し、どのような取組みをおこなっていくかを明確に開示することは、全てのステークホルダーとの円滑なコミュニケーションを図るうえで極めて重要なことであると考えています。

当社は、企業理念として「人間尊重の精神」を掲げており、この理念は社内に広く浸透しています。一方で、これまで人権方針を明示していませんでしたが、2025年6月に新たに人権方針を策定しました。また、これまで当社は子供や障がい者の方でも楽しめるバリアフリーコンサートの開催、献血活動、

森林保全活動などの社会貢献活動に積極的に取り組んできました。しかしながら、これらの活動に関する情報発信や認知向上については、不足感を感じており、今まで以上に積極的に取り組む必要があると考えています。

近年、ニュースで報道されているように、金融詐欺による被害が多発しています。当社では、これらの被害を未然に防ぐための取組みもおこなっています。具体的には、申込時の情報から被害の兆候を検知し、その情報をお客さまに直接ご連絡差し上げることで被害の防止に努めています。当社の企業理念には、「お客さま第一義」という言葉があります。お客さまにとって真に有益であるかどうかを常に意識しながら事業を推進することが当社における重要な軸だと考えています。サステナビリティ推進室だけでなく、全ての部署においてサステナビリティに取り組む必要があると感じています。今後も、情報開示やサステナビリティへの取組みの更なる高度化を目指してまいります。

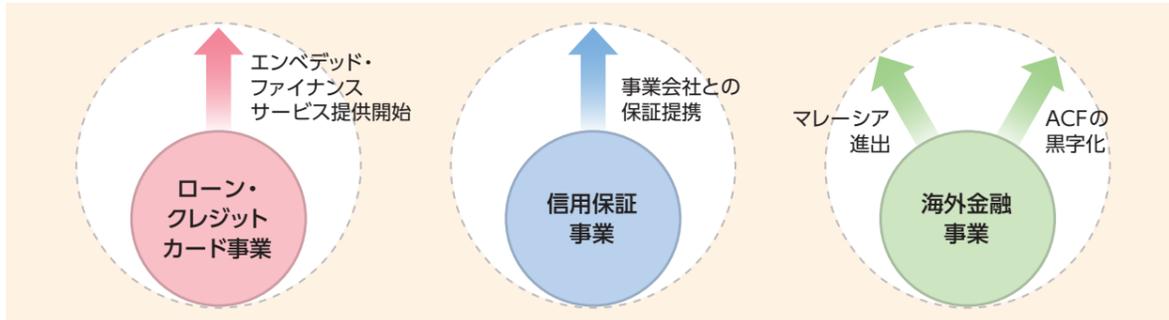
ステークホルダーへのメッセージ

当社のビジネスは、営業債権残高が積み上がると、一定の利益が安定的に創出される仕組みとなっています。これまでリスク要因とされてきた利息返還請求への対応についても、ある程度目処がつきつつあり、利益が大きく損なわれるような局面は今後起こりづらいと考えています。当社のビジネスの

本質や特有の性質をご理解いただき、投資対象としてご評価いただければ幸いです。株主への還元はもとより、社員への投資、学生への情報開示、さらに保証提携先、システムベンダー、広告代理店等の取引先との間においても、双方にメリットのある関係構築を進めてまいります。

前中期経営計画のポイント — 各事業の飛躍に向け、事業領域拡大への布石を打つ期間と捉える

- キャッシュレス決済への対応やデジタル投資により、中核3事業全てでコロナ禍前を超える規模を目指す
- エンベデッド・ファイナンスも含めて、中核3事業合計で2.5兆円を目指す
- 営業利益は、3期連続の増益を目指す



実績 営業債権残高は中期経営計画最終年度の目標値である2.5兆円を1年前倒しで達成し、2024年度末では2.7兆円まで積み上げることができました。

営業収益は営業債権残高が計画を上回ったことから、3期連続で計画を上回る結果となりました。一方で、新規集客強化に伴う広告宣伝費及び貸倒関連費用の増加を受け、営業費用は3期連続で増加しました。そのため、利息返還費用を除く営業利益は2023年度まで計画を下回って推移しましたが、最終年度の2024年度は計画を上回って着地することができました。

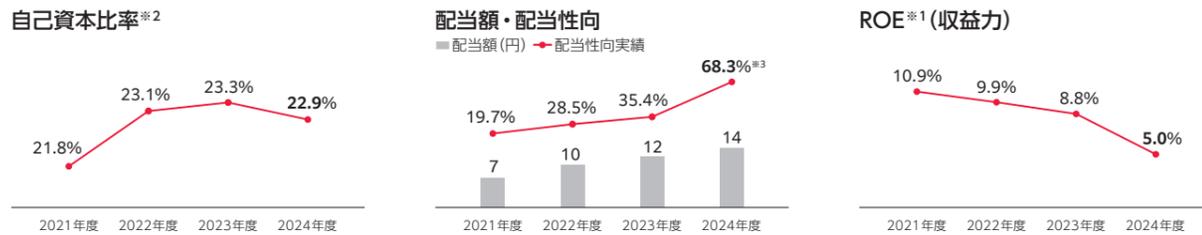
前中期経営計画で掲げていた事業領域の拡大については、ローン・クレジットカード事業においては、エンベデッド・ファイナンスのサービス提供を開始しました。信用保証事業においては、事業会社との提携を実現し、海外金融事業においては、マレーシアにて事業を開始することができ、それぞれ着実に進捗しました。



資本政策の基本的な考え方 財務健全性の維持向上と株主還元の拡充を図る

配当の基本的な考え方 高い収益力と適正な自己資本のもと、株主還元の拡充を図る

2024年度末に目指す姿 自己資本比率^{※2} **25%程度** 配当性向 **35%程度** ROE **10%程度**



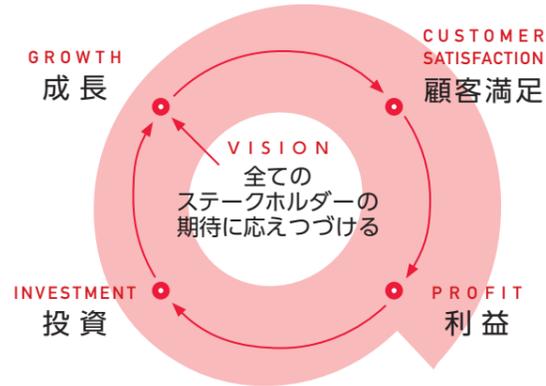
※1 2021年度589億円、2024年度400億円の利息返還費用が発生
 ※2 連結総資産に信用保証残高を加算して算出した自己資本比率
 ※3 利息返還費用を除く配当性向は35.6%

2022年度-2024年度におけるサステナビリティの目標と取り組み実績

重点領域	主な取り組み内容と目標及び取り組みの方向性	2022年度-2024年度の取り組み実績	達成度
E 環境に配慮した企業活動の推進	再生可能エネルギーの導入 2022年度中に自社で契約する使用電力を再生可能エネルギーへ切り替え	2022年6月に、電力会社との直接契約分全ての切り替えを完了済(約630店、3拠点)	▶ P.44 ○
	自社GHG排出量ネットゼロへの取り組み 2030年までに自社GHG排出量ネットゼロ	管理会社が契約する電力は、再生可能エネルギーへ順次切替中 2024年度再エネ率54.1%	○
	エネルギー使用に係る原単位 対前年度比マイナス1%	2023年度比96.3%	○
	環境への負荷ができるだけ少ないものを選んで購入する「グリーン購入」の継続実施 物品の購買時には環境負荷を考慮し負荷の少ない商品の購入を推進	購買業務規程に基づき、優先的な「グリーン購入」の継続実施	○
	地域清掃活動への参加 当社拠点のある地域で開催されている清掃活動への参加	港区、千代田区、中央区、横浜市の清掃活動に参加(累計462名)	▶ P.56 ○
	森林保全活動の実施 森林保全活動「アコムの森」の開催	神奈川県及び大阪府を活動の場とし、累計35回開催(累計547名参加)	▶ P.55 ○
	働きやすい職場環境づくり(健康経営の推進、多様な働き方の検討) 長時間労働者数(月間残業80時間超)2024年度末0名	2022年度末0名、2023年度末4名、2024年度末11名、累計15名	×
	女性社員の活躍推進(ダイバーシティ推進) 女性管理職比率の向上	2024年度末時点、女性管理職比率9.3%(目標値9.0%課長相当職以上) 若手女性社員を対象とする「Woman Career Program」研修を累計3回実施	▶ P.35 ○
	障がい者支援 障がい者雇用率(法定率の遵守)	2024年度末、2.70%(法定雇用率:2.50%)	○
	エンゲージメント向上のための「ビジョン浸透プログラム」の実施 社員意識調査スコアの向上	2022年度比+1.3ポイント	▶ P.36 ○
S お客さま第一義を追求した金融サービスの提供	「はじめたいこと、はじめようプロジェクト」の実施 「はじめたいこと、はじめようプロジェクト」を毎年実施(計3回)	累計3回開催、応募総数3,711件、採用件数11件	▶ P.55 ○
	文化・芸術支援 アコム「みる」コンサート物語を継続開催	累計40回開催、来場者数26,342名、社員ボランティア531名	▶ P.54 ○
	CS経営の推進 CS(お客さま満足)マインドの向上	「CSアワード」累計3回開催、実開催及びアーカイブを含め全社員が視聴 「CS体験カード」の提出、累計9,655件	○
	お客さまの声を反映 CS改善提案カードに基づく改善活動の継続実施	「CS改善提案カード」の提出、累計4,199件(採用数186件) 個人事業主向け商品において返済方法の拡充 会員サイトやアプリの改修を実施	○
	効率的・効果的な集客の実施 ローン・クレジットカード事業残高 2022年度末9,085億円、2023年度末9,468億円、2024年度末9,842億円、新客数は毎月26万人、累計78万人	2024年度末のローン・クレジットカード事業残高1兆733億円(計画比+891億円) 新客数累計112.3万人(計画比+34.3万人)	○
	信用保証事業を通じた地域の活性化への対応 新規保証提携拡大、既存提携先の活性化により、連結信用保証残高 2022年度末1兆1,979億円、2023年度末1兆2,540億円、2024年度末1兆3,194億円	2024年度末の連結信用保証残高1兆3,645億円(計画比+451億円)	○
	ASEANを中心とするアジア経済への貢献 新たな国への進出	マレーシアの子会社「ACOM(M)SDN.BHD.」を2023年9月に開業	○
	海外金融事業残高 2022年度末1,971億円、2023年度末1,998億円、2024年度末2,038億円	2024年度末の海外金融事業残高2,667億円(計画比+629億円)	○
	デジタルを活用した創造と革新の経営の追求 キャッシュレス決済への対応 スマートフォンによる決済への対応	クレジットカードを簡単にスマホに登録できる機能をリリース	▶ P.44 ○
	金融サービスを「as a Service型」で提供する新規事業の実現 2022年度中に新規事業の開始	2022年4月、GeNiE(ジーニー)株式会社を設立 計画の後ろ倒しにより、2024年10月にサービス提供開始	△
G ガバナンスの強化	コーポレートガバナンス・コードへの対応の高度化 コーポレートガバナンス・コードへの適確な対応	コーポレートガバナンス・コードへの対応状況を「コーポレートガバナンス・コードに関する報告書」にて開示	○
	組織・会議体の整備 組織・会議体の整備	取締役会の実効性に関する分析及び評価を実施	○
	リスク管理 リスクカルチャー醸成のための全社的活動の実施	社内勉強会や社内研修を累計278回開催(累計2,184名参加)	○
	リスクオーナーシップに基づくリスク管理の実践	代表取締役及び役員執行役員一人ひとりから、全社員に向けて「リスクメッセージ」を発信	○
コンプライアンス コミュニケーション活性化施策の実践	全部室において、コミュニケーション施策を立案し実施	○	
ノーハラスメントの全社浸透に向けた施策の推進	ハラスメント研修を、累計154回開催(累計3,799名参加) ハラスメント関連の情報提供を定期的に実施	○	

中期方針

ビジョン達成に向け、
成長サイクルの
スピードを上げる



全てのステークホルダーの期待に応えつづけるためには、社員一人ひとりの「成長」が必要です。その成長のためには、事業と人への「投資」が必要であり、その投資をするためには継続的な「利益」が必要となります。そして、その利益を上げ続けるために「お客さま・提携先」に満足していただかなければなりません。そのためには、アコムグループの「成長」が必要です。このサイクルを「成長サイクル」と呼んでいます。ステークホルダーの期待は常に高まり続けるので、その期待に応えつづけるためには、この成長サイクルを回し続けることが必要であり、中期経営計画では成長サイクルのスピードを上げていきたいと考えています。

中期重点テーマ

事業戦略

- パーセプション*の再構築によるブランド力向上
- 応対力と審査スピードの向上による良質な顧客体験の提供
- GeNiEの業務提携先の拡大
- 既存保証提携先との連携強化及び新規保証提携先の拡大
- アイ・アール債権回収とのグループ連携強化
- EASY BUY (タイ)における法規制への適切な対応と良質なポートフォリオの維持
- ACF (フィリピン)、ACM (マレーシア)の早期収益化
- 新たな国への事業進出
- 新規事業創出への挑戦

機能戦略

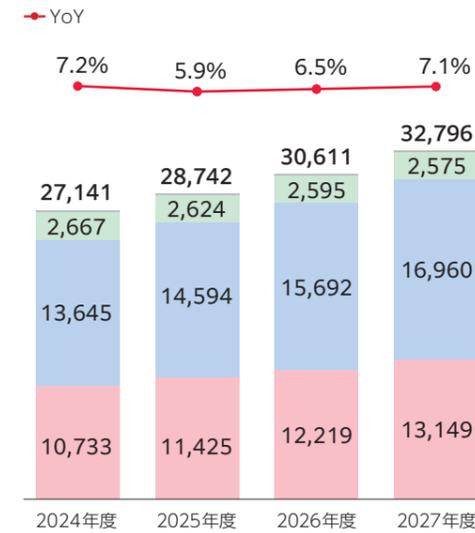
- 環境変化に柔軟かつ迅速に対応できるシステム基盤の構築とサイバーセキュリティの強化
- 採用・育成・定着の強化による人材基盤の確立
- 最適与信の提供と債権保全体制の再構築
- サステナビリティ経営の確立に向けた社内浸透の強化
- リスク管理の高度化とガバナンスの強化
- 業務効率化による生産性の高い業務環境の構築
- 最適な資金調達による安定性維持とコスト効率向上
- データ利活用による意思決定スピードと精度の向上
- 新たな行動指針の実践

全ての土台 **コンプライアンス・カルチャーの醸成**

*パーセプションとは、消費者のイメージや購買決定要因となる企業やブランドの認識・認知、知覚

中期経営計画

営業債権残高 (億円)



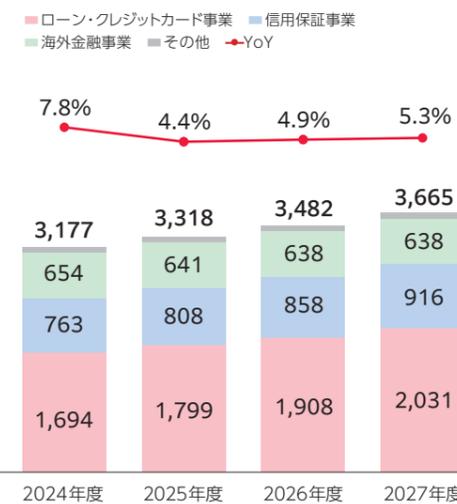
連結営業債権残高	3兆2,796億円	(CAGR 5.9%)
ローン・クレジットカード事業	1兆3,149億円	(CAGR 7.0%)
信用保証事業	1兆6,960億円	(CAGR 7.5%)
海外金融事業	2,575億円	(CAGR ▲1.2%)

ペントアップ需要が縮小する中、ブランド力の向上や、新規保証提携の推進などにより、ローン・クレジットカード事業及び信用保証事業の業容を着実に拡大させ、
中期経営計画3ヶ年で1.2倍の3.2兆円を目指す

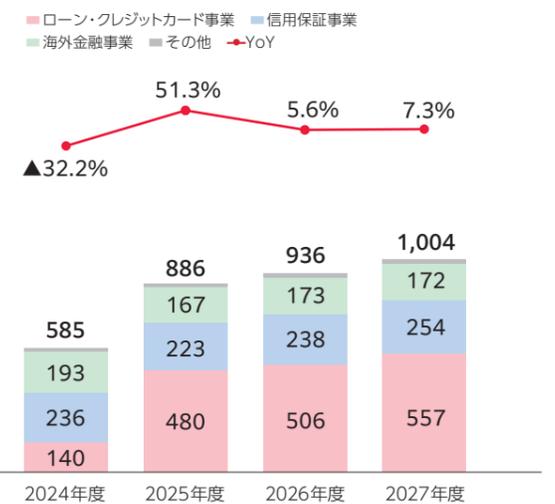
**3期連続で
増収・増益を目指す**

中期経営計画最終年度における営業利益は
1,000億円を目指す

営業収益 (億円)



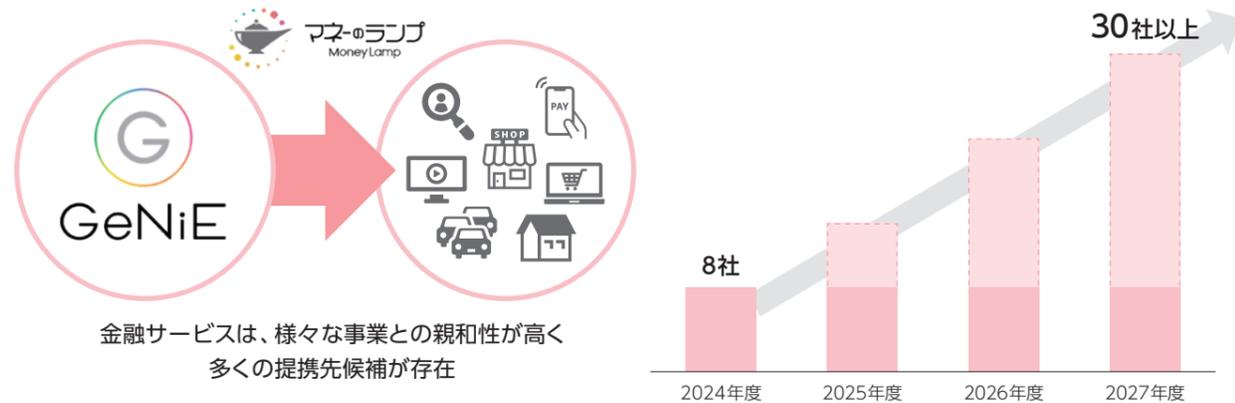
営業利益 (億円)



ローン・クレジットカード事業 GeNiEの業務提携先の拡大

提携パートナーを30社以上へ拡大し、
エンベデッド・ファイナンス市場におけるリーダーポジションを目指す

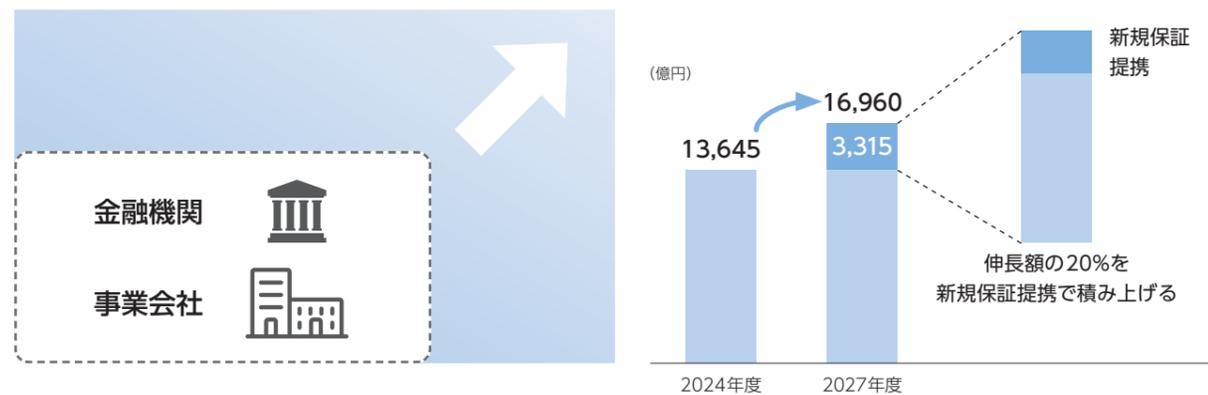
GeNiEは、Webやアプリを通じてサービスを提供する事業会社を対象に、組込型金融サービス、「マネーのランプ」を提供しています。事業会社は「マネーのランプ」を利用することで、既存サービス上で、自社ブランド名によるレンディング機能の提供が可能となります。パートナー企業のニーズに合わせた顧客体験を共創することで、各産業における影響力をもつ企業とのアライアンスを果たし、顧客基盤の拡大を図っていきます。中期経営計画最終年度までに提携パートナーを30社以上へ拡大し、エンベデッド・ファイナンス市場におけるリーダーポジションを目指していきます。



信用保証事業 新規保証提携先の拡大

中期経営計画3ヶ年での残高伸長額3,300億円のうち、
20%程度を新規提携で積み上げる

新規保証提携先の拡大については、信用保証事業の基本戦略である、「各都道府県につき有力金融機関との単独提携(1県1行主義)」を継続しつつ、連結子会社のエム・ユー信用保証と連携をとりながら、空白エリアの金融機関との提携を目指していきます。また、前中期経営計画から注力している事業会社との保証提携についても引き続き推進し、中期経営計画3ヶ年での残高伸長額3,300億円のうち、20%程度を新規保証提携で積み上げていきます。



海外金融事業 ACM(マレーシア)の早期収益化

ACMにおいて中期経営計画最終年度での単年度黒字を目指す

現在、マレーシアではクアラルンプールのみで事業を展開しています。この対象エリアを順次拡大し、マレー半島全域をカバーします。また、集客エリアの拡大によりローン残高を着実に積み上げるとともに、これまで蓄積してきたデータを活用し、与信モデルの高度化を図ります。事業規模の拡大に対応できる体制を整備し、中期経営計画最終年度での単年度黒字を目指します。



海外金融事業 新たな国への事業進出

中期経営計画期間中に1ヶ国以上の進出を目指す

現在当社グループは日本、タイ、フィリピンそしてマレーシアで事業を展開しています。これらの国の人口を合わせるとおよそ3.4億人です。将来的なマーケット人口10億人を見据え、中期経営計画期間中に1ヶ国以上の進出を目指していきます。



資本政策

■ 資本政策の基本的な考え方
持続的な企業価値向上に向けて、財務健全性維持及び収益力強化を図り、安定的・継続的な株主配当を堅持する

■ 中期経営計画の目指す姿 (前中計)

自己資本比率*	25%程度	→	23%程度
ROE	10%程度	→	10%程度
配当性向	35%程度	→	50%程度

■ 1株当たり配当額

年度	配当額
2024年度	14円
2025年度	20円

中間7円 期末7円 中間10円(予想) 期末10円(予想)

※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

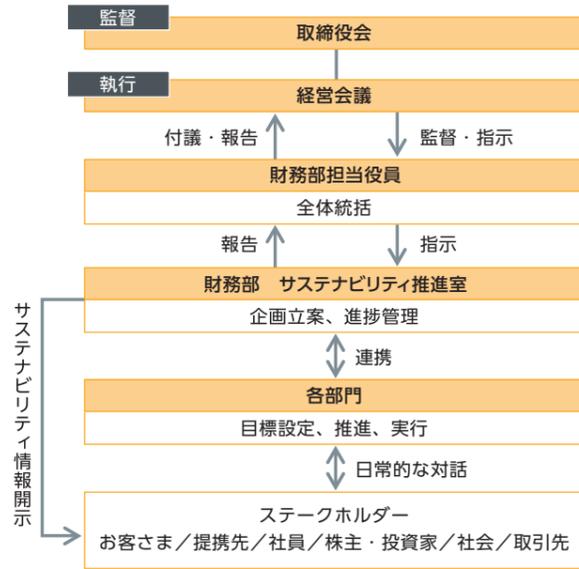


サステナビリティ基本方針

当社は、創業の精神である『信頼の輪』のもと、企業理念である「人間尊重の精神」、「お客さま第一義」、「創造と革新の経営」を通じて、社会課題解決と企業価値の向上を目指し、持続可能な社会の実現に貢献します。

サステナビリティ推進体制

アコムにおけるサステナビリティの推進体制は、財務部サステナビリティ推進室が全社的なサステナビリティの企画を検討・立案し、重要事項については経営会議や取締役会において審議・決定をしています。また、特定したマテリアリティ(重点領域)のKPIや進捗状況についても、四半期ごとに経営会議及び取締役会に報告しています。



マテリアリティ(重点領域)

社会課題を当社の事業特性を踏まえた優先度、ステークホルダーにおける重要度にて評価し、優先的に取り組む重点領域を特定しました。アコムだからできる課題の解決や社会の発展に貢献します。

貢献分野	安心・安全な金融サービスの提供
基盤	環境に配慮した事業活動の推進 人権を尊重する企業風土の深化 持続的成長に向けた人材基盤の強化 ガバナンスの強化

社会課題解決を通じた持続的な事業成長



マテリアリティの特定プロセス



サステナビリティの目標と取組みの方向性

重点領域	主な取組み内容	目標及び取組みの方向性
安心・安全な金融サービスの提供	CS経営の推進	CS(お客さま満足)マインドの向上
	お客さまの声の反映	CS改善提案カードに基づく改善活動の継続実施 「お客さまの声検討会」の継続実施
	パーセプション ^{*1} の再構築によるブランド力の向上	2027年度末ローン・クレジットカード事業、残高1兆3,149億円
	応対力と審査スピードの向上による良質な顧客体験の提供	2027年度末信用保証事業、残高1兆6,960億円
	既存保証提携先との連携強化及び新規保証提携先の拡大	2027年度末海外金融事業、残高2,575億円
	EASY BUY(タイ)における法規制への適切な対応と良質なポートフォリオの維持	エンベデッド・ファイナンス市場におけるリーダーポジションを目指すべく提携パートナーの拡大
	ACF(フィリピン)、ACM(マレーシア)の早期収益化	不正契約・不正利用防止への取組み実施 当社が優先的に取り組むべき社会課題を踏まえた適切な金銭教育の推進
環境に配慮した事業活動の推進	自社GHG排出量ネットゼロに向けた対応	2030年までに自社GHG排出量ネットゼロ
	環境に配慮した取組みの拡充	エネルギー使用に係る原単位 対前年度比マイナス1% グリーン購入の推進、購入比率の集計・開示
人権を尊重する企業風土の深化	人権方針・人権デューデリジェンスへの対応 NEW	人権方針の策定 人権デューデリジェンスの構築
	社員の健康管理	長時間労働者数(月間残業80時間超)2027年度末0名 プレゼンティーズム ^{*3} 2027年度末1.0%以下
	ダイバーシティ推進	女性管理職比率の向上(2027年度末係長格以上26.5%、課長格以上11.0%) 若手社員のモチベーション維持・向上施策の実施 中高年社員(職位定年を迎える社員含む)の就業意欲向上につながる施策の推進
	障がい者支援	障がい者雇用率(法定率の遵守)
	エンゲージメント向上に向けた施策の推進	社員意識調査スコアの向上
	働く会社としてのアコムブランド向上 NEW	新卒内定者向けイベントだけでなく、ご家族向け職場見学会等の理解浸透施策を強化 働く会社としての認知度及びブランドイメージ向上を目指し、SNSを活用した当社の社風や働きがいがある情報が発信
持続的成長に向けた人材基盤の強化	各テーマ別人材の育成 NEW	各テーマ別人材のベースとなるビジネススキルを有した人材育成の推進
	人的資本の可視化及び拡充 NEW	人事データベースの整備(人材の可視化) ステークホルダーの目線を意識した人事関連非財務情報の開示項目のブラッシュアップ
	コーポレートガバナンス・コードへの対応の高度化	コーポレートガバナンス・コードへの適確な対応 組織・会議体の整備
ガバナンスの強化	リスク管理	リスクカルチャー醸成のための全社的活動の実施 リスクオーナーシップに基づくリスク管理の実践
	コンプライアンス	コミュニケーション活性化施策の実践 ノーハラスメントの全社浸透に向けた施策の推進

※1 パーセプションとは、消費者のイメージや購買決定要因となる企業やブランドの認識・認知、知覚
 ※2 NEWは、従来からの取組みを新中計よりマテリアリティ(重点領域)として追記
 ※3 従業員が病気や体調不良、精神的な不調などを抱えながらも出勤し、十分なパフォーマンスを発揮できない状態

事業共創モデルで実現した日本初の金融ソリューション 「Kyashスポットマネー」



GeNiE株式会社 代表取締役社長
齊藤 雄一郎 氏

株式会社Kyash 代表取締役社長
鷹取 真一 氏

出会いから始まった、新たな共創の構想

アコムの連結子会社GeNiEは、フィンテック企業のKyashと業務提携を開始

GeNiEが提供する組込型金融サービス「マネーのランプ」をKyashのデジタルウォレットアプリ「Kyash」に導入し、日本初の金融ソリューション「Kyashスポットマネー」を2024年10月より提供開始しました。GeNiEの齊藤社長とKyashの鷹取社長に、今回の取組みと今後のフィンテック業界の展望について語っていただきました。



— お二人の出会いのきっかけは？

齊藤：初めて鷹取社長とお会いしたのは2016年3月で、デジタルウォレットの情報収集を兼ねてご挨拶しました。その当時、画期的なサービスを立ち上げられた並々ならぬ熱意を感じたのを今でも覚えています。その後、私がGeNiEを立ち上げる直前の2022年3月に、組込型金融サービス*1で「ご一緒できませんか」とお声がけしました。

鷹取：当社も会社設立直後で、特に生活者に近いアコムのビジネスを学びたいと思っていました。2022年に再会し、新たなテクノロジー基盤をお考えと伺い、大変興味を持ちました。

齊藤：アコムとKyashで提携する案もありましたが、GeNiEならスタートアップ同士、目線・スピード感を合わせて進められると考えました。

鷹取：当社は2015年からサービス提供していますが、ライフスタイルサービスとして、お金が必要なときの機能も加えたいと考えていました。

齊藤：システムを構築できた段階で、改めて具体的な提案をしました。2024年1月に提案し、9か月後の2024年10月に「Kyashスポットマネー」を発表。非常にスピードは早かったです。

鷹取：当社はVisaプリペイドカードをウォレットと組み合わせ提供していますが、そこにローンという機能が合致した形です。

*1 非金融サービス内に金融機能を組み込む仕組み。APIなどを通じ、外部のサービス上で金融取引が完結する。

組込型金融による日本初の仕組みを構築

— 提携のポイントは？

齊藤：GeNiEがKyashに提供する組込型金融サービスは、アコムで培ったローンの仕組みをKyashの裏側に組み込み、Kyashがローンを販売しているように見える仕掛けです。ユーザーはアプリ上で直接ローンの申込みが可能です。

鷹取：当社のアプリで単にローンの広告を出すのではなく、Kyashのサービスそのものに融資機能が内包されている点が重要です。ユーザー体験が全く異なります。

齊藤：個人向けローンサービスに特化して組込型のサービスを提供している会社はGeNiEだけです。カードローンスキームを分担する構造自体も日本初です。ライセンス*2が必要な貸付業務をGeNiEが担うため、Kyashは新たにライセンスを取る必要がありません。

鷹取：ライセンスの仕組みにより、当社のサービスから直接ローンにアクセスできる絶妙な形が実現しました。

齊藤：リリース後、想定以上の反響がありました。アコムの既存ブランドでは届きづらい層にも、Kyashブランド経由でご利用いただけています。

鷹取：2025年7月からは、「Kyashスポットマネー」をご利用いただく場合に、Kyashで本人確認*3が完了していれば、追加的な本人確認をおこなう必要がなくなりました。従来のローンサービスで課題となっていた煩雑な手続きを省略することにより、利用者が資金を必要とする場面で、より円滑にご支援できる仕組みになっています。

齊藤：GeNiEが貸付した金額をKyashのウォレットにチャージしますが、従来の借入とは異なる新しい体験となっています。Kyashのアプリで操作が完結するので、消費者金融から借りるというよりウォレットの利便性の延長線上にあるオプションという印象かと思います。

*2 貸付業を営むために必要な法的な許可のこと(貸金業登録)。日本では一定の規制を受ける。

*3 なりすましやマネーロンダリングを防ぐために実施する、犯罪収益移転防止法に基づく本人確認(KYC)のこと

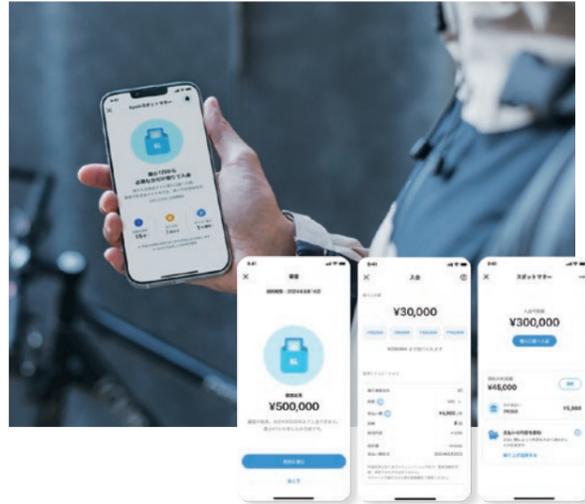


新たな信用の在り方を模索する両社の視点

鷹取：信用の在り方も変わってきています。例えば「毎日規則正しく買い物するの方が信用できる」という新たな指標もあるかもしれません。今回の提携をきっかけに、データを活用して新しい与信モデルをつくっていきたいと考えています。

齊藤：かつて「サラリーマン金融」と呼ばれていたように、対人信用では勤務先や勤続年数などの情報が重要だった時代もありますが、今は以前より転職も一般的ですし、広義のフリーランス層は1,500万人以上いるとも言われています。従来の与信モデルでは、信用力を測ることが難しくなりつつあります。

鷹取：「Kyashスポットマネー」で借入するとウォレットに即時入金され、Visa決済に利用できます。いつ、どんな決済に使われたかが見える点も特徴です。こういったデータを信用判断に活用できる可能性は十分あると思っています。



ローンを超えて、柔軟な金融サービスへ拡張

——フィンテック業界の今後の展望は？

齊藤：金融のデジタル化が進んで多様なサービスが生まれていますが、フィンテックの本質的な価値は、これまでの審査基準では融資が難しかった方にもお金を届けることだと思います。今回の仕組みで顧客理解が進み、ユーザーにも新たな金融体験を提供できています。今後はこうしたサービスがますます求められると感じます。

鷹取：同感です。まずは今回の協業で結果を出すことが重要です。金融の民主化も大切なテーマで、利用状況の可視化と自己管理感を持ちながら使える金融サービスを目指したいと思います。

齊藤：情報の非対称性が減少し、透明性の高いサービスを望む声が強まっています。信頼できる情報をどう届けるかが今後のカギです。

鷹取：使う、借りる、増やすといったお金のタッチポイントでライフシーンを支援することが目標です。今後さらに多面的に貢献できる存在になりたいと考えています。

齊藤：Kyashはウォレットを基盤に、借入から資産形成までを支援するプラットフォームとなる可能性を持っています。「Kyashスポットマネー」で毎月返済している方が、完済後はそのまま積立に移行する、といった一気通貫の体験も実現できるはずだと思います。

鷹取：今回の協業は、ローンの枠を超えた金融の柔軟性を高める取組みだと捉えています。暮らしをよくするサービスであることが、価値だと思っています。理想に向け、最大限に挑戦する集団であり続けたい。その意味でも、今回の提携には感謝しています。



会社概要



GeNiE株式会社

アコム株式会社の連結子会社として2022年に設立。アコムが培ってきた与信審査・債権管理ノウハウを活かし、B2B2Cの金融サービスを提供。組込型金融サービス「マネーのランプ」を展開。



株式会社Kyash

2015年設立。デジタルウォレットアプリ「Kyash」を運営し、個人向けのVisaプリペイドカード、決済・送金サービスなどを提供。独自のテクノロジープラットフォームを活かし、生活者の資産管理や日常の決済体験をサポート。近年は金融機能の拡充を進める。

人事担当役員メッセージ

社員の成長により、人的資本の価値を高める

専務取締役 吉羽 優志



アコムグループのビジョンである「全てのステークホルダーの期待に応えつづける」を達成するためには、会社と社員一人ひとりの持続的な成長がなくてはならない要素であると考えており、「人材育成方針」「社内環境整備方針」に則った人的資本拡充に資する施策を推進しています。

多様な人材の能力・アイデア・価値観等を尊重し、企業理念を具現化できる社員を育成するためには、成長を支援することが大事だと考えています。メンバーの成長を支援する次世代リーダーの育成をはじめ、多様な人材が生き活きと働く環境の実現を目指し、若手社員向けの公募型研修、女性のキャリアアッププログラム、各レイヤーの選抜研修など成長する機会を提供しております。また、専門スキルの高いシニア層を処遇するなど制度面においてもバックアップしています。専門領域の人材育成として、2023年度よりデジタル推進の一翼を担う人材の育成を開始し、2024年度はさらに高度なデジタルスキルを習得できるプログラムも実施しています。そして、社員の成長や頑張った成果にさらに報いるため、基本給のベースアップとあわせて、賞与の引き上げをおこないました。

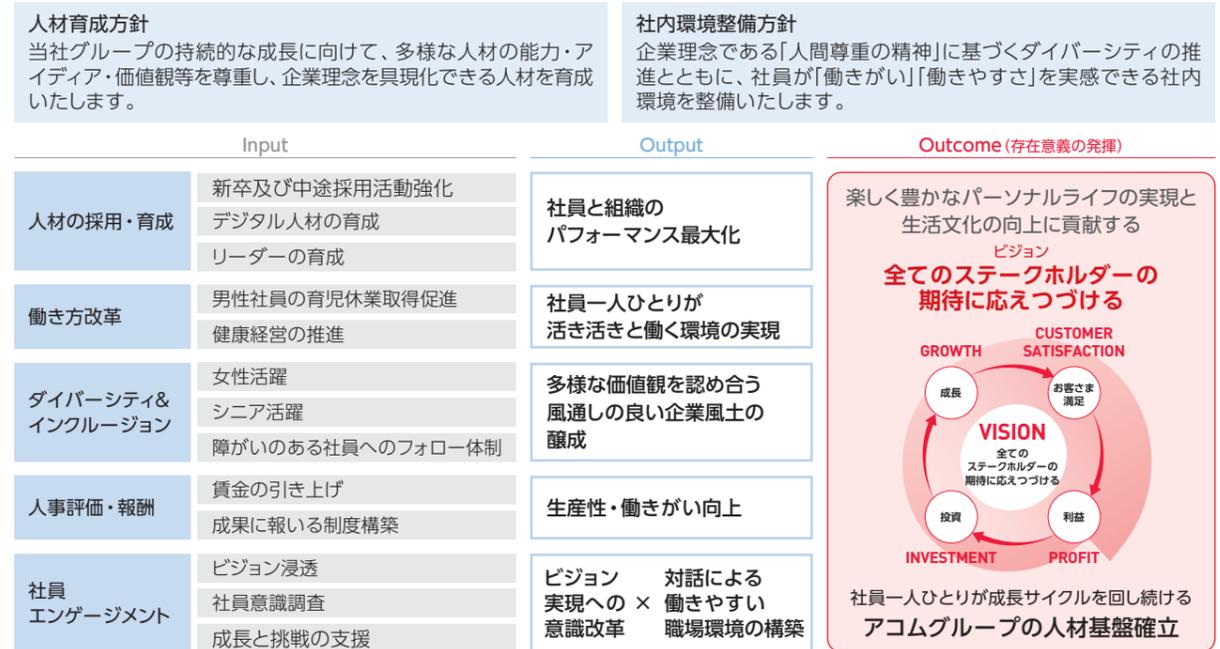
また、強固な人材基盤を構築するために「働きがい」の向上

は欠かせないものだと考えています。「ビジョン浸透による社員のエンゲージメント向上」を図るべく、2022年度より、全社員に対して「ビジョン浸透プログラム」を実施しています。このプログラムでは、「自身の業務とビジョンの結びつき」及び「行動の判断基準の明確化」を目的としており、業務を通じて社会や組織への貢献を実感でき、「働きがい」につながると考えています。

当社の人事施策は外部からも高い評価を得ており、福利厚生表彰・認証制度「ハタラクエール」では、福利厚生の充実に向けた取組みが評価され、4年連続で最上位の評価を獲得しています。また、社員エンゲージメントでは大企業部門において6年連続で表彰されました。これまで新しい人事制度の導入及び改正を進めてきましたが、今後も社員にとってさらに魅力のある人事制度の実現に努めていきます。

当社は、「人的資本」がサステナビリティに関する重要な項目であると位置付けています。企業理念である「人間尊重の精神」に基づくダイバーシティの推進とともに、社員が「働きがい」「働きやすさ」を実感できる社内環境を整備し、企業価値の向上に貢献します。

人材戦略の全体像



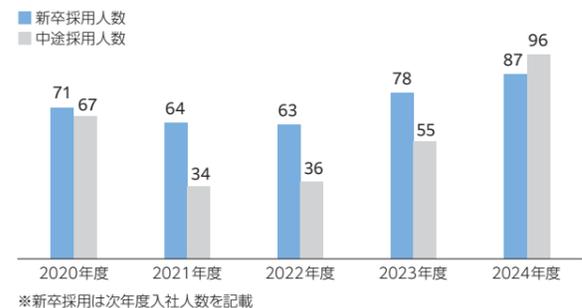
人材の採用・育成

新卒及び中途採用活動強化

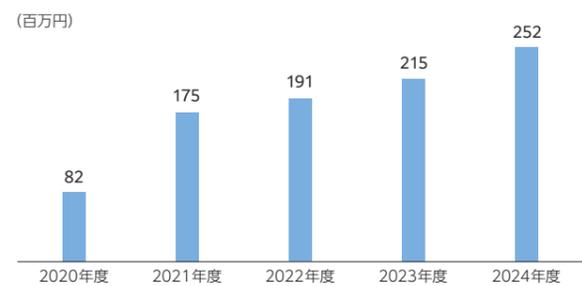
企業間の競争が激化し、環境変化が加速している中、「創造と革新の経営」を実現し、ステークホルダーの期待に応えつづけるためには、多様な人材の能力・アイデア・価値観等を受容して新たな価値を生み出していくことが重要であると考えております。この考えに基づき、事業戦略を遂行するために必要な人員の確保に向け、新卒及び中途採用活動を推進しております。当社では働きがい・働きやすさのある社内環境整備に取り組んでおり、新卒採用活動においては「マイナビ・日経2026年卒大学生就職企業人気ランキング」の「クレジット・信販・リース・その他金融」部門で第2位を受賞しました。今後も働きがい・働きやすさの向上に努め、人材基盤の強化を図ってまいります。

中途採用活動においては、事業課題にスピーディに対応し、各事業領域をさらに拡大すべく専門スキル人材を積極的に採用しております。今後も多様性を確保しつつ、組織力の向上を図ってまいります。

新卒採用人数・中途採用人数の推移



研修費の推移



デジタル人材の育成

デジタル推進の一翼を担う人材の育成を目的として、2023年4月より「デジタル人材育成プログラム」を実施しております。2024年度は社員24名を選抜し、デジタル基礎研修(第3期)を実施しました。加えて、デジタル基礎研修の評価により選抜された社員(第1期~第3期合計39名)については、より高度な専門スキル(データ分析、プログラミング、AI、UI/UX等)習得研修の実施により、デジタル推進における中核人材の育成を推進しております。

また、幅広い層のデジタルリテラシー向上を目的に、一部研修受講者及び管理職以上の社員に対しては、動画学習サービスのアカウントを付与し、継続的な学習を支援する取り組みを実施しております。



リーダーの育成推進
 (「ACOM Leadership Principles」策定)

当社のリーダーとは、組織を持続的な成長に導くことのできる人材であり、管理能力に優れたマネージャーとしての要素だけではなく、メンバーの成長を支援する能力も重視したリーダーの育成に取り組んでおります。2023年4月にリーダー要件「ACOM Leadership Principles」を策定し、2024年度はこのリーダー要件をテーマとしてリーダー同士がカジュアルに対話できる機会「Leadership Café」を3拠点計9開催実施しました。

また、本施策以外にもビジネススクール等の社外派遣やAIを活用したコーチングの利用等、次世代リーダー及びリーダーに対して、成長や新たな気づきに繋がる支援施策をおこなっております。

働き方改革

男性社員の育児休業取得促進

男性社員の育児休業取得率100%を目標に掲げ、2024年度は、男性の育児休業取得の理解促進を目的とする管理職への情報発信やDEI・ヘルスケアに関する情報発信ツールの導入を実施し、男性社員が育児休業を取得しやすい環境づくり及び育児休業の取得を促進しております。

男性社員の育児休業取得率の推移



※当該年度に育児休業を取得した男性労働者数 ÷ 当該年度に配偶者が出産した男性労働者数
※各期末時点で算出

ライフステージ別 各種制度

妊活	妊娠	出産	育児
ライフサポート休暇 不妊治療に関する休暇		産前産後休暇 出生時育児休暇	育児休暇 復職後
	出産育児の支援に関する休暇 妊娠中の体調不良等で利用	出産育児の支援に関する休暇 出産・育児の援助をする必要があるときに利用	復職時の面談 復職支援手当 短時間勤務(6時間or7時間) 看護有休 積立有給休暇(家族の看病等) ならし保育に関する休暇 有児時間(3歳まで)
社内相談窓口の設置、DEIやヘルスケアに関する情報発信ツールの提供			

健康経営の推進

社員が心身ともに健康であることが社員の幸福と企業の発展に繋がると考え、健康経営に対する方針(「健康経営宣言」)の下、役員・人事部・衛生委員会・産業医・健康保険組合等が連携し、社員が活き活きと働ける環境づくりに取り組んでおります。

取組みの結果、経済産業省と日本健康会議が共同で実施する健康経営優良法人認定制度において「健康経営優良法人」の認定を4年連続受けております。



人事評価・報酬

賃金の引上げ

生み出した収益・成果に基づいて、自社の状況を踏まえた適切な方法で賃金の引上げ等による処遇改善をおこなっております。基本給の引上げについては、直近3回実施(2023年4月、2024年4月、2025年4月)しております。

賃金の引上げ率(基本給の上昇率)^{※1}

2023年4月	2024年4月	2025年4月
5.2% ^{※2}	4.9%	4.1%

※1 引上げ率には定期昇給も含む
※2 定期昇給を除くベースアップ分は、2022年10月支給分から前倒して実施

社員エンゲージメント

ビジョン浸透

中期経営計画(2022~2024年度)を策定する際にビジョンの見直しを実施し、ステークホルダーごとの約束をより明確にしました。加えて「Vision Book」を作成して全社員に配布し、2022年9月からはこの「Vision Book」を活用しながら、当社ビジョンについて役員と社員が対話する「ビジョン浸透プログラム」を開催しております。3年目にあたる2024年度は、ビジョンに沿った行動の習慣化を目的にグループで議論し、ビジョン実現のための具体的なアクションプラン(「グループ宣言」)を考え、実践する取組みを実施しました。



成長と挑戦の支援

当社では社員のチャレンジを奨励し、「創造と革新の経営」を実践する組織を目指すことが、企業価値の向上に繋がると考えており、2023年度からアコムグループ横断ビジネスコンテスト「DRIVE」を実施しております。第2回にあたる2024年度は、71件の応募がありました。新規事業から業務改善まで幅広い提案を応募可能とし、社員誰もがチャレンジできる仕組みを推進しております。

成果に報いる制度構築

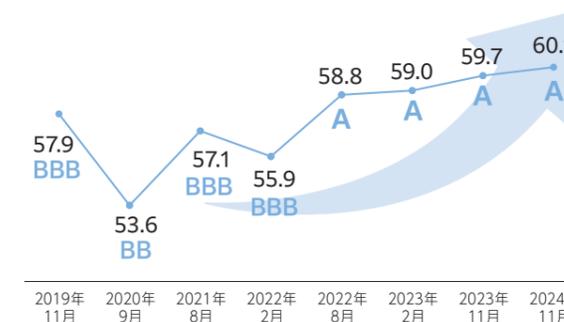
社員の頑張りや成果に対して、より報いることができる制度とすることで就業意欲や働きがいを高め、一人ひとりがさらに高いパフォーマンスを発揮する組織を目指しております。2024年度は賃上げ対応以外に賞与においてもこれまで以上に成果を反映できる仕組みに変更いたしました。2025年度は賞与における業績給の引上げを予定しており、年間賞与の引き上げ率は7.7%となる見込みです。

社員意識調査

2019年から社員の期待度・満足度を計測し、組織のエンゲージメント状態を定点観測する社員エンゲージメント調査(株式会社リンクアンドモチベーションが提供する「モチベーションクラウド」)を実施しております。また、リンクアンドモチベーション主催の「ベストモチベーションカンパニーアワード」では、6年連続大手企業部門(5,000名未満)トップ10を受賞しております。調査の結果を踏まえ、役員、部長、人事部でコミュニケーションをとりながら社員と組織のエンゲージメント向上に取り組んでおります。



エンゲージメントスコアの推移



※エンゲージメントスコア(偏差値)は50.0が基準
※エンゲージメントのレーティングはAAA(スコア67.0以上)からDD(スコア33.0未満)まで11段階
※当社、国内グループ会社及び海外グループ会社への出向者を含む全体の数値を記載

ダイバーシティ&インクルージョン

女性活躍

女性社員が活き活きと活躍できる環境づくりとして、女性が自立的にキャリア形成のために一歩踏み出すチャレンジを支援する研修「Woman Career Program」を2022年度から実施しております。2024年度は第3期「Woman Career Program」を実施しました。これまでに50名の女性社員が受講し、うち11名が経営幹部候補の育成を目的とする選抜研修へ応募する等、次のアクションに繋がっております。

	2024年度	目標(2027年度)
係長以上の役職に占める女性労働者の割合	23.0%	26.5%
管理職に占める女性労働者の割合	9.3%	11.0%

シニア活躍

専門スキルを持つシニア社員が活き活きと活躍できる社内環境を整備するため、シニア社員が担う職務内容の専門性に応じて処遇する制度を導入しております。

障がいがある社員へのフォロー体制

障がいがある社員が「働きがい」「働きやすさ」を実感できる環境であるために、職場に関する年1回のアンケートを実施するとともに、所属長・人事部との面談を年に複数回実施する等のフォロー体制を構築しております。

ローン・クレジットカード事業



概要

ローン事業は、お客さまの「信用」をもとに、個人の方を対象とした少額、無担保の現金融資をおこなうビジネスです。また、アコムは1998年7月にMastercard®の発行ライセンスを取得し、クレジットカード事業に本格的に参入しました。

ローン・クレジットカード事業の特性は、①Speed (即時性)②Simple (利便性)③Secret (秘匿性)④Safety (安全性)⑤Self service (自己操作性)の5つのSで表すことができます。

アコムは、消費者金融業界のリーディングカンパニーとして「5S」のビジネスモデルの確立に加え、先行・先端のサービス提供でマーケットの支持を集め、ノンバンク市場において、トップブランドの地位を維持しています。

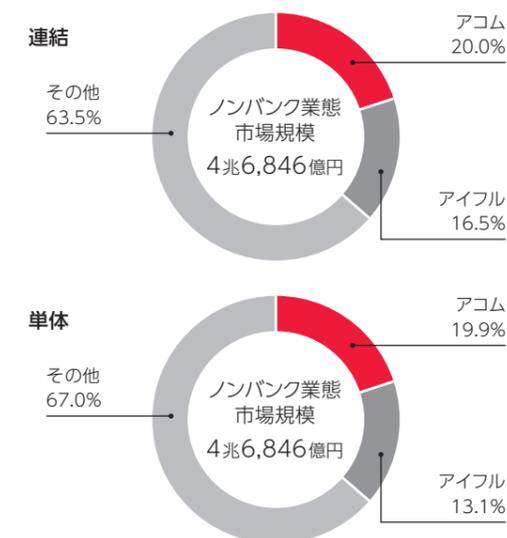
市場環境・見通し

2025年3月末におけるノンバンク業界の個人向けローンの市場規模は約4兆円で、そのうちアコムのシェアは約20%です。

少子高齢化が進行し、労働人口が減少しているなか、異業種からの個人向けローン市場への新規参入などにより、競争環境の激化が継続している状況です。

足元においては、雇用・所得環境の改善が続くなか、レジャー・旅行、外食などの資金ニーズの活況な動きが継続していることに加え、契約チャネルがインターネットにシフトしたことでお客さまのカードローンに対する意識が少しずつ変化しており、市場規模は拡大を続けています。今後も、年間3%~4%の市場成長が期待できると考えています。

市場シェア (2025年3月末時点)



※ノンバンク業態の市場規模は日本貸金業協会統計の営業貸付金残高(証書貸付を含む)

強み

ローン・クレジットカード事業の強みは、累計1,200万人を超えるお客さまとのお取引によって蓄積されたデータです。機械学習を活用して、このデータを分析し、高度な与信・審査ノウハウを確立しています。お申込みから最短20分で審査回答をおこなう「即時与信」とインターネット上でリアル店舗と変わらないサービスを提供し、スピーディーな融資を実現しています。

また、全国の店舗に約600台ある「クレジットカード即時発行機」やバーチャルカード機能を活用することにより、最短即日でクレジットカードの発行が完了することも、他社にはない独自のサービスとして強みになっています。

前中期経営計画の振り返り (2022年度~2024年度)

● パーセプションの再構築によるブランド力向上

パーセプションの再構築の一環として、プロジェクトを組成し外部企業と共同でマーケティング戦略の見直しをおこない、2024年9月に人々の大切な瞬間に寄り添いたいという想いをコンセプトに掲げた新CMの放映を開始しました。

● 良質な顧客体験の提供

2022年にApple Pay®、Google Pay™に対応し、プラスチックカードを持ち歩かなくても、スマートフォンをかざすことで、アコムのクレジットカードがご利用いただけるサービスを提供しました。その他にも、マイナポータルAPIを活用した収入証明書の提出機能の実装等に取り組んできました。

● 次期成長に向けた新規事業・新サービス創出への挑戦

2022年4月にエンベデッド・ファイナンスを推進する連結子会社GeNiEを設立し、2024年10月より、サービス提供を開始しました。2025年3月までの半年間で8社との提携を実現しています。

新中期経営計画 (2025年度~2027年度)

営業債権残高



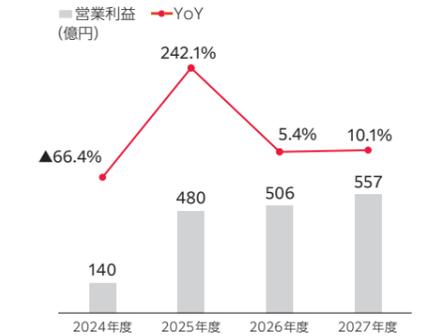
CAGR 7.0%

営業収益



CAGR 6.2%

営業利益



ROA 1.4% 4.3% 4.3% 4.4%

CAGR 58.3%

中期重点テーマ

- パーセプションの再構築によるブランド力向上
- 応対力と審査スピードの向上による良質な顧客体験の提供
- GeNiEの業務提携先の拡大

目指す姿

- 安心とともに、お客さまの「今欲しい」「今したい」を叶えることで、常に選ばれ続けるアコムを実現する
- GeNiEの提携パートナーを30社以上へ拡大する
- 営業債権残高は1兆3,149億円、営業収益は2,031億円、営業利益は557億円を目指す

担当役員メッセージ



常務執行役員 木下 裕司

新中期経営計画では、「既存顧客の継続率向上」「債権管理・与信力の高度化」「ヒトとデジタルの最適化」に取り組む、さらなる新しい便利を届けた

と考えています。

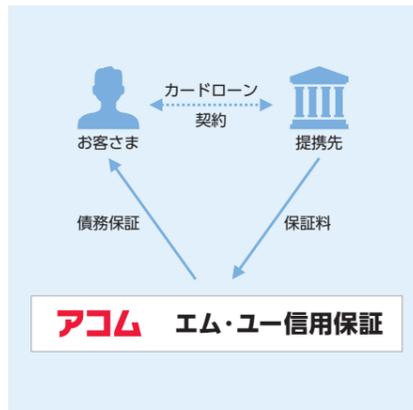
はじめてのお客さまでも安心してお借入できるよう「金利0円」や「即時性」などのサービスの継続はもちろんのこと、既にご利用いただいているお客さまからの支持も高めていけるようにクレジット機能を含めた利用限度額の見直しをおこなっていきます。また、生成AIを活用したクレジットカードの不正被害防止と真正利用阻害の抑制を図り、安心してクレジットカードをご利用いただける仕組みを強化

してまいります。

2023年3月末に有人店舗を全て閉鎖したことから、システム化やロボット化を積極的に推進し、インターネットサービスの利便性や自己操作性の向上に努めてきました。更なる利便性の追求として、電話着信時のセルフ完結やチャット機能の拡張による顧客チャネルの拡大を図ります。デジタルへの取組みで効率化を図りつつ、デジタルでは補完できない「ヒトにしかできない」返済相談や提案などのお客さま応対も、当社の強みとして更に高みを目指します。

お客さまの「今欲しい」「今したい」を安心と共になかえるため、お客さまの様々なニーズに応えることを第一に考え、これからも新しい便利を届けていきます。そして、リーディングカンパニーとして、より強固なビジネスモデルを確立してまいります。

信用保証事業



概要

信用保証事業とは、提携先が販売するローン商品を利用されるお客さまの債務保証をおこない、ローン商品の残高に対する保証料をいただくビジネスです。当社の信用保証事業は、提携先に合わせたサポートを通じて、ローン商品を成長させていく協働事業です。アコムグループでは、アコムと連結子会社であるエム・ユー信用保証株式会社の2社で信用保証事業を展開しています。

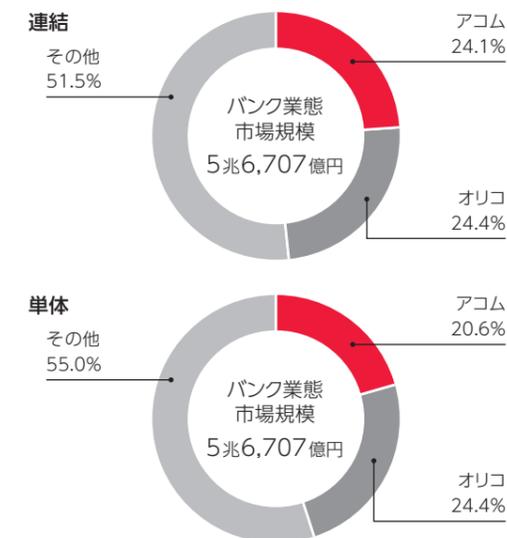
これまでローン事業で培ったノウハウを活用し、2001年5月に保証業務提携をスタートさせました。以降、株式会社三菱UFJ銀行、有力地方銀行及びインターネット専門銀行を中心に提携ネットワークを拡げています。地域経済は、少子高齢化、人口流出などのさまざまな課題を抱えています。各提携先と力を合わせてカードローン商品を成長させ、幅広い地域のお客さまのニーズにお応えすることで、地域経済の活性化に貢献しています。

市場環境・見通し

2025年3月末における銀行のローン市場は、約5.6兆円の規模があり、そのうちアコムグループのシェアは20%を超えています。

足元においては、雇用・所得環境の改善が続くなか、レジャー・旅行、外食などの資金ニーズの活況な動きが継続していることから、市場規模は拡大を続けています。足もとの資金需要を踏まえ、今後も年間5%程度の市場成長が期待できると考えています。

市場シェア (2025年3月末時点)



※バンク業態の市場規模は日本銀行統計の国内銀行及び信用金庫の個人向けカードローン残高

強み

アコムグループの信用保証事業は、提携金融機関を原則1都道府県につき1行の有力地方銀行とすることを基本戦略としています。商圏のカニバリゼーションを防ぐとともに、各金融機関と緊密な提携関係を維持し、ニーズや実情に合わせて、市場分析結果の提供、プロモーションの支援、各種営業施策の提案、業務フローの最適化などの細やかなサポートをおこなっています。1行当たりの信用保証残高は200億円を超え、ほかの保証会社と比較してもアコムグループが突出しています。

加えて、アコムのローン事業のノウハウを持った社員が出向し、技術指導を実施する人的支援もおこなっており、約200名の社員が提携先のローン商品の営業推進に携わっています。テレマーケティングの指導や広告支援などにおいて、提携先から高い評価を得ています。

前中期経営計画の振り返り (2022年度~2024年度)

● **金融機関との保証提携拡大・事業会社との保証提携実現**
地道な提携交渉が実を結び、アコムが2023年3月にLINE Credit、2024年2月にエム・ユー信用保証がみんなの銀行、福岡銀行、熊本銀行とそれぞれ提携を開始し、中計期間において事業会社1社、金融機関3行との新規保証提携を実現することができました。

● **既存保証提携先との更なる連携強化**
既存提携先との更なる連携強化として、技術指導出向、テレマーケティングのノウハウを提携先に提供する研修や意見交換会等を実施しました。また、提携先の契約率向上に向けた提案やお客さまの利便性を高める取組みなどをおこなってきました。

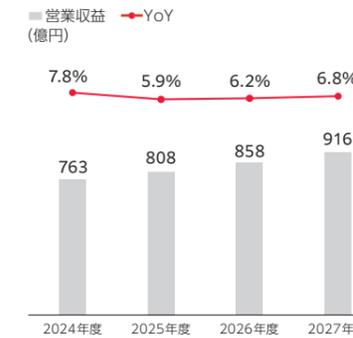
新中期経営計画 (2025年度~2027年度)

信用保証残高



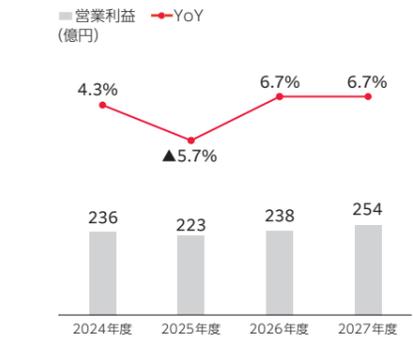
CAGR 7.5%

営業収益



CAGR 6.3%

営業利益



CAGR 2.4%

中期重点テーマ

- 既存保証提携先との連携強化及び新規保証提携先の拡大

目指す姿

- 全方位サポートにより揺るぎないパートナーシップを構築し、「組むならアコム」「組み続けたいアコム」ブランドを確立する
- 信用保証残高は1兆6,960億円、営業収益は916億円、営業利益は254億円を目指す
- 信用保証残高の残高伸長額3,315億円のうち20%を新規保証提携で積み上げる

担当役員メッセージ



専務執行役員 小野寺 道人

2025年度を初年度とする新中期経営計画では、アップデートし続けるアコムのノウハウを提携先に提供することにより、揺るぎないパートナーシップを構築し、「組むならアコム」、「組み続けたいアコム」のブランドの確立を目指していきます。そのためにまず、4月に保証事業本部の組織改定をおこないました。提携先との深度あるコミュニケーションに努めるために、「保証提携推進部」を「保証推進第一部」と「保証推進第二部」の二部制にするとともに、信用保証事業を一元的に管理し、様々な課題を解決するために「保証企画部」を「保証統括部」へ改称しました。また、業容拡大だけでなく、「保証コンプライアンス推進室」を組成し、これまで以上に内部牽制機能も強化し

ました。新中期経営計画の中期重点テーマである「既存保証提携先との連携強化」については、技術指導出向、契約率向上に向けた提案を継続するとともに、デジタルシフト支援によるUI・UXの向上やシームレス契約の開発等を通じて既存保証提携先の活性化に努めていきます。「新規保証提携先の拡大」については、信用保証事業の基本戦略である1県1行主義を継続しつつ、空白エリアの金融機関との提携を目指していきます。また、ネット銀行等の新興系金融機関との保証提携についても引き続き推進していきます。これらの推進により、新中期経営計画最終年度の信用保証残高は1兆6,960億円を目指します。今後も提携先の皆さまへ期待を超えるサービスを提供し続け、最適な事業パートナーとして、信用保証残高シェアNo.1、圧倒的なアコムを目指してまいります。

海外金融事業



概要

リテール金融分野の成長が著しいASEANのマーケットに注目し、タイ王国、フィリピン共和国、マレーシアでローン事業を展開しています。ASEANは、急速に経済発展している一方で、銀行口座やクレジットカードを持たず金融サービスにアクセスできない人々がいるなどの課題があります。当社グループは、幅広いお客さまにサービスを提供し、お客さまのニーズにお応えすることで、ASEAN経済の発展に貢献しており、営業収益はアコムグループ全体の約20%を占めるまでに成長しました。

タイでローン事業を営むEASY BUYにおいては、日本国内で培った経験やノウハウを活用し、個人の方を対象にUmay+ (ユメプラス)ブランドで無担保ローン事業を展開しています。「お客さま第一義」の理念に基づく質の高いサービスで多くのお客さまの支持を集めています。

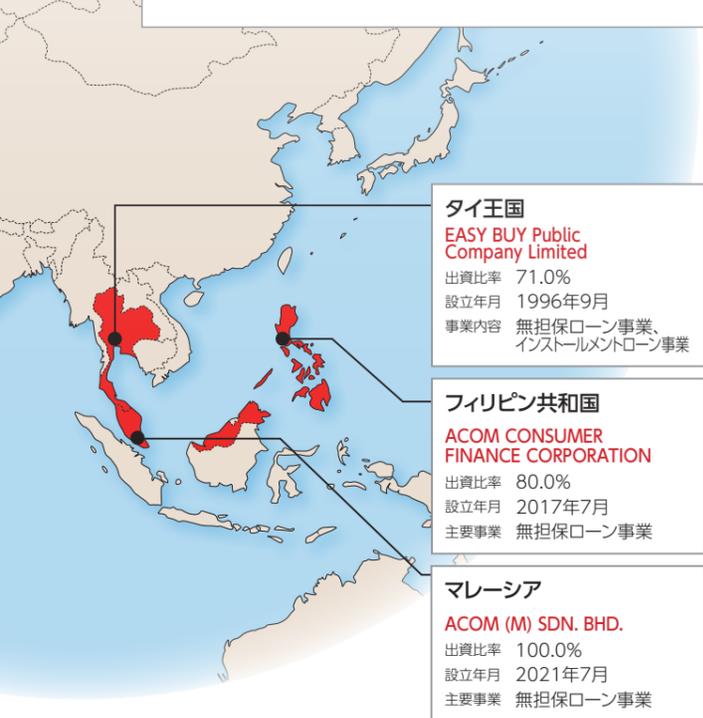
経済成長が著しいフィリピンでは、ACFを2017年7月に設立し、2018年7月に事業を開始しました。

また、マレーシアにおいてもACOM(M)を2021年7月に設立し、2023年9月に事業を開始しています。

市場環境・見通し

2024年12月末におけるタイの個人向けローン市場は約5,000億バーツ(約2兆円)の規模があり、そのうちノンバンク業態の市場規模は約3,000億バーツ(約1兆4,000億円)です。EASY BUYのシェアはノンバンク市場で20%程度あり、シェアNo.1のトップブランドの地位を築いています。今後の個人向けローン市場は、各種規制の影響などを受け、縮小が予想されます。

フィリピンの個人向け無担保ローンの市場規模は約5,000億ペソ(約1兆4,000億円)です。中所得者層向けの無担保ローンを扱う銀行は限定的で、ノンバンクも数社程度と、これから発展が見込まれる市場です。



強み

海外金融事業の強みは、日本国内における長年のローン事業の豊富な経験やノウハウに加え、タイにおいて個人向けローン事業を25年以上続け、ノンバンク市場でトップシェアの地位を築くまでに成長させた、海外での事業展開の経験です。

新たな国での事業参入においても、この経験から得られた豊富なノウハウを活用することで、比較的スムーズな事業基盤の構築が可能となっています。

前中期経営計画の振り返り (2022年度~2024年度)

● 新たな国への進出実現

新たな国への進出実現として、2023年9月にマレーシアで個人向け融資事業を開始しました。2024年3月よりWeb完結のオンライン契約サービスを開始し、営業債権残高・新客数ともに順調に拡大しています。

● 既存進出国での事業基盤拡充

EASY BUYについては各種規制の影響を受けながらも、電子決済サービスの導入などのデジタル化を推進し、リーディングカンパニーとしての地位を維持しています。

ACFは2023年度での単年度黒字を目指していましたが、コロナ影響による貸倒関連費用の増加により、黒字化は後ろ倒しとなりました。債権ポートフォリオの安定化を目的とした与信基準の厳格化や債権管理体制の整備・強化を図っており、新中期経営計画期間での単年度黒字を目指しています。

新中期経営計画 (2025年度~2027年度)

営業債権残高 (円ベース)



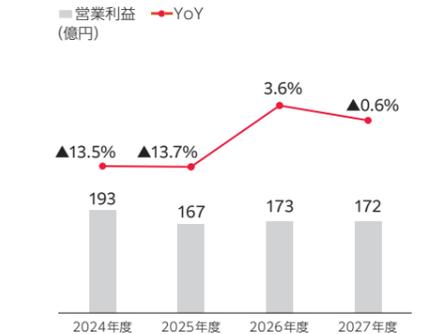
CAGR ▲1.2%

営業収益 (円ベース)



CAGR ▲0.8%

営業利益 (円ベース)



ROA 7.6% 6.3% 6.6% 6.7%

CAGR ▲3.9%

中期重点テーマ

- EASY BUY (タイ)における法規制への適切な対応と良質なポートフォリオの維持
- ACF (フィリピン)、ACM (マレーシア)の早期収益化
- 新たな国への事業進出

目指す姿

- 中期経営計画3ヶ年で1ヶ国以上の新規事業進出を目指す
- 営業債権残高は2,575億円、営業収益は638億円、営業利益は172億円を目指す
- ACF (フィリピン)、ACM (マレーシア)の中期経営計画最終年度での単年度黒字を目指す

担当役員メッセージ



常務執行役員 黒田 大

2025年度の海外金融事業における計画のポイントは2点あります。1点目は海外子会社の安定成長及び早期収益化に向けた各種施策を着実に遂行すること、2点目はマレーシアに続く新たな進出候補の選定を継続し、中計期間内での事業進出を実現することです。

1点目の海外子会社については、タイのEASY BUYにおいて、コロナ禍における規制緩和の撤廃及び各種法規制により厳しい市場環境が続く中、不良債権比率(NPL率)は市場全体と比較しても抑制できている状況です。今後も継続して当局の動向を注視するとともに、デジタルを活用した効率的な事業体制の構築に取り組めます。また、フィリピンの

ACFについては、与信厳格化や回収体制の強化により、さらなる業績の改善を図ります。最後に、マレーシアのACMは、2024年より開始したオンライン完結契約をはじめ、安定した事業体制の構築に注力しています。今後は早期収益化に向け、引き続き堅固な事業体制を構築するとともに、各種営業施策を推進し、着実な業容拡大を目指して取り組みます。

2点目の新たな国への事業進出については、ASEANを中心としたアジア各国を対象に進出候補の選定を継続します。2025年度より新たな中期経営計画が始まりました。各国におけるビジネスの実現性や進出方法を整理し、新たな国への事業進出を実現していきます。

これらの取り組みをおこなうことで、海外金融事業のさらなる発展に向け尽力する所存です。

環境方針

近年、地球温暖化などの環境問題が深刻化しており、CO₂をはじめとした温室効果ガスの削減など、環境に配慮した企業の取り組みが求められています。当社は社会の一員として、限りある資源を有効に活用し、企業活動による環境負荷を低減するだけでなく、社会貢献活動としての環境保全活動にも積極的に取り組みます。

1. 環境に配慮した企業活動を推進し、社会的な環境リスクの低減に努めます。
2. 環境関連法令を遵守するとともに、社会的な要請にも積極的に取り組みます。
3. 企業活動が環境に及ぼす影響を把握、検証し、継続的な改善に努めます。
4. 従業員の本方針への理解浸透に努めるとともに、環境に関する啓発に取り組みます。
5. 本方針は当社ホームページ等で公表し、広く社外へ開示します。

気候変動・環境保全への対応

当社は、気候変動が社会や経済に及ぼす影響を深刻に受け止め、環境に配慮した事業活動の推進を、マテリアリティの一つとして位置づけています。環境方針のもと、事業活動を通じて環境負荷の低減に努めるとともに、気候変動への対応を中長期的な視点で推進することで、社会的責任を果たし、企業価値の向上を目指しています。

また、気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)が提唱する情報開示フレームワークを活用し、気候変動に関するガバナンスの強化を図るとともに、シナリオ分析を通じたリスク管理の高度化にも取り組んでいます。

TCFD提言に基づく情報開示<抜粋>

ガバナンス 気候変動への対応方針や取り組み状況については、財務部サステナビリティ推進室が中心となり、経営会議、取締役会へ付議・報告をし、取締役会が気候変動のリスクと機会への対応状況を監督する体制を構築しています。

戦略 持続可能な地球環境の実現は、事業活動の継続において重要であると考え、環境に配慮した事業活動の推進を、優先的に取り組むべきマテリアリティの一つと位置付けています。
また、事業活動等における気候変動に関するリスクと機会を特定・認識したうえで、その影響について定性的に分析し、経営戦略のレジリエンスを確認しています。脱炭素社会への移行・変容に対応し、金融サービスの提供や商品性の改善を通じて、当社の企業価値の向上を目指します。

リスク管理 当社では、「リスク管理規程」において定められた管理すべきリスクについて、担当部室がリスクの特定・評価・制御をおこなっております。また、コンプライアンス・リスク統括部において、リスクを統合的に管理しております。業務執行におけるリスク管理活動においては、リスク管理報告会で報告がなされ、リスク委員会は、リスク管理に関する重要事項の協議・審議をおこなうとともに、リスク管理状況等をモニタリングし、結果を取締役会へ提言・報告しております。
こうしたリスク管理体制の中、気候関連リスクについては、信用リスク、市場リスクなどを発生・増幅させる要因となることから、社内のリスク管理体制に基づき、統合リスク管理の枠組みで管理しています。

指標と目標 2030年度までに自社のGHG排出量 (Scope1・2) ネットゼロを達成する目標を設定しています。この目標を達成するために、再生可能エネルギーの活用や省エネ施策を推進しています。

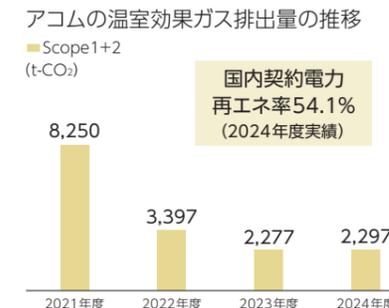
TCFD提言への取り組みについては「環境に配慮した事業活動の推進」をご覧ください。



環境に配慮した取り組み

自社GHG排出量ネットゼロへの取り組み

当社の事業は燃料を使用することがなく、Scope1の排出が限定的なため、Scope2の排出量の削減に注力しており、2022年度から電力会社と当社が直接契約している店舗・拠点の使用電力を全て再生可能エネルギーに切り替えました。現在は、管理会社が電力契約をおこなっている店舗・拠点について、再生可能エネルギーに順次切り替えています。



出典：https://www.enecho.meti.go.jp/about/special/johoteiky/scope123.html を基に作成

カードレス取引機能の拡充

商品・サービスを通じた環境負荷の低減という観点からは、カードローン及びクレジットカードのカードレスでの取引機能をご用意しています。

カードローンでは、セブン銀行のATMに表示されるQRコードをスマホアプリで読み込むことにより、カードレスでご利用・ご返済ができます。クレジットカードは、アプリ上でバーチャルカードを発行することにより、ECサイトなどでショッピングをお楽しみいただけます。また、Apple Pay[®]、Google Pay[™]に対応しており、リアルチャネルでもカードレスでご利用いただけます。そのほかにも、お客さま名義の金融機関口座への送金や、インターネット返済、口座振替(自動引き落とし)など、カードレスでご利用・ご返済いただける手段をご用意しています。カードローン、クレジットカードともにカード発行せずにご利用いただくことで、プラスチック使用料を削減することができます。

今後も、お客さまの利便性の向上を図るとともに、限りある資源の使用量の抑制に取り組めます。



ペーパーレス化の推進

お客さまへの交付書面の一部をペーパーレス化(電子化)することで、お客さまの利便性の向上を図るとともに、資源の使用量を抑制しています。交付書面を電磁的な方法で受け取ることを希望されているお客さまは、ご契約関連書類やお取引に伴う各種明細書を会員サイトからダウンロードにより受け取ることができます。

社内においても、各種申請手続き、給与明細書、社内広報誌、取引先と締結する契約書などの電子化に取り組んでおり、資源の使用量を抑制しています。また、効率的な会議運営と環境保護を目的に、各種会議体のペーパーレスを推進しています。

凡例 … ● 社内 ● 社外 ● 社外(女性) ● 社外有識者 ● 取締役でない者(社内)

利益相反諮問委員会



委員長 浅野取締役監査等委員(社外)
2024年度実績 1回

役割
✓ 支配株主と少数株主との利益が相反する重要な取引等について、少数株主の利益保護の観点から審議し、取締役会等に提言をおこなう

2024年度は、年間を通して該当する取引等はありませんでしたが、その結果を報告するため利益相反諮問委員会を1回開催しており、利益相反諮問委員の全員が出席しております。

コンプライアンス委員会



委員長 タン ミッシェル取締役(社外)
開催頻度 原則年間4回
2024年度実績 4回

役割
✓ コンプライアンスに関する重要事項について審議・協議し、必要に応じて取締役会への提言をおこなう

リスク委員会



委員長 成瀬代表取締役副会長
開催頻度 原則四半期に1回
2024年度実績 4回

役割
✓ リスク管理に関する重要事項について審議・協議し、必要に応じて取締役会への提言・報告をおこなう
✓ 重要なリスクの管理状況等をモニタリングし、その結果を取締役会へ報告する

情報開示委員会



委員長 成瀬代表取締役副会長
開催頻度 原則四半期に2回
2024年度実績 6回

役割
✓ 正確かつ適時適切な情報開示がおこなわれるよう、会社法・金融商品取引法に基づく法定開示資料、有価証券上場規程に基づく適時開示資料及び情報開示態勢の整備に関する事項等について審議をおこなう

経営会議等



議長 木下代表取締役社長
開催頻度 原則毎月3回

※監査等委員は経営会議等に参加して意見を述べることができる

役割
✓ 取締役会で決議された基本方針に基づき、取締役会から取締役社長に委任された重要な業務執行の決定等について審議し決定する
✓ 取締役会で決議する経営方針、経営計画等について事前審議をおこなう

取締役の指名プロセス

当社では、取締役会がその役割・責務を実効的に果たすことができるよう「取締役会の構成に関する考え方」を以下の通り定めています。

取締役の指名にあたっては、経営戦略に照らして「取締役会の構成に関する考え方」に基づき、指名・報酬委員会が候補者の選任を行い、取締役会で決議する体制としています。候補者については、次の方針に該当するものの中から指名しています。

- 経営監督の実効性を高めるため、企業経営の豊富な経験、高い見識、高度な専門性を有していること。
- 人望、品格に優れ、高い倫理観を有していること。
- 心身ともに健康で業務遂行に支障がないこと。
- 法令やコンプライアンス(ハラスメント含む)に違反し、当社及びこれまでに所属した企業・団体等に多大な損失を与えたことがないこと。
- 反社会的勢力との関係がないこと。

＜取締役の構成に関する考え方＞

● 知識・経験・能力のバランス

取締役会は、経営戦略に照らして当社の取締役が特に備えるべきスキルを以下の通り定め、これらのスキルが全体として適切なバランスの取れた構成とする。

スキルマトリックス※1

氏名	役位	年齢※2	企業経営・経営企画	経営管理	事業執行	システム・デジタル	財務・会計	法律・コンプライアンス・リスクマネジメント	参画委員会と出席状況		
									取締役会	指名・報酬委員会	監査等委員会
木下 盛好	代表取締役会長	76	●	●			●		12/12 (100%)	4/4 (100%)	
成瀬 浩史	代表取締役副会長	66	●			●		●	12/12 (100%)	4/4 (100%)	
木下 政孝	代表取締役社長	47	●		●	●			12/12 (100%)	4/4 (100%)	
桐淵 高志	取締役副社長	63	●			●	●		12/12 (100%)		
吉羽 優志※4	専務取締役	62		●	●			●	—	—	—
山本 忠司	取締役	56	●	●				●	11/12 (91.7%)		
タン ミッシェル※3	取締役 [独立] [社外]	63	●					●	8/8 (100%)		
浅野 紀久男※4	取締役監査等委員 [独立] [社外]	66	●	●			●		—	—	—
清岡 哲弘※3	取締役監査等委員	57	●				●	●	8/8 (100%)	1/1 (100%)	10/10 (100%)
秋山 卓司	取締役監査等委員 [独立] [社外]	67		●			●	● (公認会計士)	12/12 (100%)	4/4 (100%)	14/14 (100%)

※1 上記は、各人の有するスキルのうち、主なもの最大3つに●印をつけております。各人の有する全てのスキルを表しているものではありません。
 ※2 年齢は、第48回定時株主総会(2025年6月20日)時点のものになります。
 ※3 2024年6月21日付で取締役に就任しております。
 ※4 2025年6月20日付で取締役に就任しております。

役員報酬

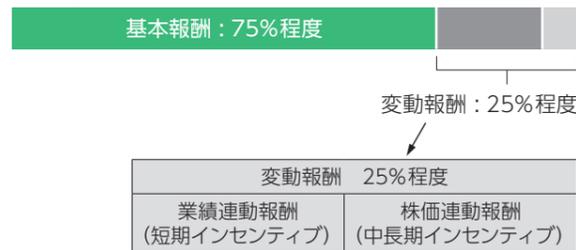
取締役(監査等委員であるものを除く。)の個人別の報酬等の内容に係る決定方針を取締役会で決定しております。取締役(監査等委員であるものを除く。)の報酬は、当社と同程度の事業規模や関連する業種・業態に属する企業の報酬水準をベンチマークとし、企業価値の持続的な向上を図るインセンティブとして十分に機能する報酬体系としております。個々の取締役の報酬は、金銭で支給するものとし、代表取締役及び役員執行役員を兼務する取締役の報酬は基本報酬、業績連動報酬及び株価連動報酬、それ以外の取締役の報酬は基本報酬のみで構成しております。なお、基本報酬は毎月支給する固定報酬、業績連動報酬は業績に応じて年1回支給する変動報酬、株価連動報酬は株価に応じて退任時に支給する変動報酬としております。

取締役(監査等委員であるものを除く。)の基本報酬は、他社水準、当社の業績、従業員給与の水準等を踏まえ、役員等に応じた額を指名・報酬委員会が検討・提案し、取締役会が決定しております。業績連動報酬は、経営の成果を総合的に計るため「親会社株主に帰属する当期純利益」を指標として基本分配原資を算定したうえで、役位、個人別評価等に応じた額を指名・報酬委員会が検討・提案し、取締役会が決定しております。株価連動報酬は、仮想株式を毎年付与したうえで、3年後の株価を乗じて算定するものとし、経営状況等を踏まえ、仮想株式の付与について指名・報酬委員会が検討・提案し、取締役会が決定しております。

報酬全体に占める変動報酬(業績連動報酬及び株価連動報酬)の割合は、25%程度(業績連動報酬及び株価連動報酬が標準額の場合)を目安としております。業績連動報酬の額の決定方法は、親会社株主に帰属する当期純利益から特別損益等の特殊要因を考慮したうえで基本分配原資の基準となる親会社株主に帰属する当期純利益のレンジを指名・報酬委員会決定し、その基本分配原資に役位別の分配割合及び取締役の個別評価に応じた掛率を乗じた金額を取締役会において決定しております。株価連動報酬の額の決定方法は、毎年代表取締役及び役員執行役員を兼務する取締役ごとに設定された基準額に応じ算定した仮想株式数を指名・報酬委員会決定し、その付与を取締役会において決定しております。仮想株式は3年後の株価を乗じてポイントに換算され、在任中の蓄積されたポイントが退任時に金額換算され支給されます。

なお、2024年度における業績連動報酬の指標の目標は定めておりませんが、実績は基準となる親会社株主に帰属する当期純利益のレンジが40,000百万円以上50,000百万円未満の基本分配原資30百万円となっております。

イメージ



その他取締役の報酬に関する内容については、指名・報酬委員会が検討・提案し、取締役会が決定しております。また、監査等委員の報酬等の額については、監査等委員の職務と責任を考慮し、監査等委員の協議により決定しております。

なお、株価連動報酬制度(ファントムストック)は、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に向けて、経営陣の健全な企業家精神の発揮に資するようなインセンティブ付けを図るとともに、株主との価値共有をより一層促進させることを目的に、2023年1月31日開催の取締役会で導入を決定し、同年6月より運用を開始しております。

取締役(監査等委員であるものを除く。)の報酬限度額は、2017年6月22日開催の第40回定時株主総会において、年額400百万円以内(ただし、使用人分給与は含まない)と決議されており、当該定時株主総会終結時点の取締役(監査等委員であるものを除く。)の員数は6名です。また、同定時株主総会において、取締役監査等委員の報酬限度額は、年額100百万円以内と決議されており、当該定時株主総会終結時点の監査等委員である取締役の員数は4名です。なお、2025年3月31日時点における取締役(監査等委員であるものを除く。)の員数は7名、監査等委員である取締役の員数は3名です。

2024年度に係る取締役(監査等委員であるものを除く。)の個人別の報酬等の内容の決定に当たっては、株主総会で承認された報酬限度額の範囲内で、指名・報酬委員会が役位、取締役の評価等に基づき検討・提案し、その内容を尊重して取締役会決定しており、その内容は決定方針にも沿うものであると判断しております。

取締役の報酬等の総額

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額 (百万円)			対象となる 役員の数 (名)
		固定報酬	業績連動報酬	株価連動報酬	
取締役 (監査等委員及び 社外取締役を除く)	196	155	28	12	6
監査等委員 (社外取締役を除く)	19	19	-	-	2
社外役員	37	37	-	-	3
合計	253	212	28	12	11

役員トレーニング

取締役及び取締役候補である役員執行役員のスキルを向上させ、取締役会の実効性向上を図る観点から、役員勉強会を開催しております。2024年度は以下の内容で役員勉強会を開催しました。

- ✓ 若者世代の現状について
- ✓ 今後の経済動向について
- ✓ 最新のDX&生成AIについて
- ✓ サステナビリティについて
- ✓ LGBTQについて
- ✓ サイバーセキュリティについて
- ✓ M&Aについて

取締役会の実効性評価

当社では、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おります。質問票への回答から導き出された課題への対応をおこない、取締役会の実効性向上に努めています。

実効性評価のプロセス

1.自己評価	各取締役による質問票への回答
2.全体評価	質問票の回答結果及び導き出された課題への対応について取締役会で議論
3.評価結果の開示	評価手法、評価結果をコーポレート・ガバナンス報告書で開示

評価結果

本年も取締役会の実効性に関する分析及び評価を実施した結果、当社の取締役会は、経営戦略・経営目標の設定、経営課題の解決、リスク管理及び業務執行者の監督等のそれぞれの機能を発揮しており、現状の取締役会が十分に機能し、取締役会の実効性が確保されていると評価しております。

また、前年に課題として認識した、監督機能の強化に向けた報告内容の充実及び取締役会の機能発揮に向けた議論の充実については、一定の進展が図られたと評価しているものの、報告内容及び議論についてより一層充実させるため、取締役会運営の更なる高度化を図る必要があることを認識しております。

今後も以下の通り取締役会を運営していくとともに、定期的に取締役会の実効性に関する分析及び評価を実施し、更なる取締役会の実効性確保に向けて努めてまいります。

- (1) 経営戦略、経営計画等経営上の重要事項について客観的・合理的判断を確保しつつ審議、決定するとともに、コーポレート・ガバナンス及び内部統制システム構築の基本方針を決定し、業務執行の監視、監督をおこないます。
- (2) 取締役会規則に規定された取締役会決議事項に基づき、重要案件を漏れなく議案に選定するとともに適時・適切に審議します。
- (3) 取締役会において円滑かつ活発な議論をおこなうため、取締役会資料を事前に配付し、必要に応じて事前に内容を説明します。
- (4) 経営状況等について定期的な報告を受け、業務執行の監視を実施します。

IR活動

当社は、会社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するよう、株主の皆さまとの建設的な対話に努めています。財務部担当役員執行役員が統括し、財務部 広報・IR室が関連部門と日常的な連携を図りながら、中間・期末の決算説明会、国内カンファレンス、海外IRロードショーや個別取材を通じて、国内外の投資家と対話をおこなっております。対話で得られた投資家の関心事項やご意見は、取締役会でフィードバックし、今後の企業経営及び情報開示の充実につなげています。

2024年度のIR実施状況

株主・投資家との対話回数	136回
機関投資家向け説明会	6回(海外投資家向け含む)
個人投資家向け説明会	3回

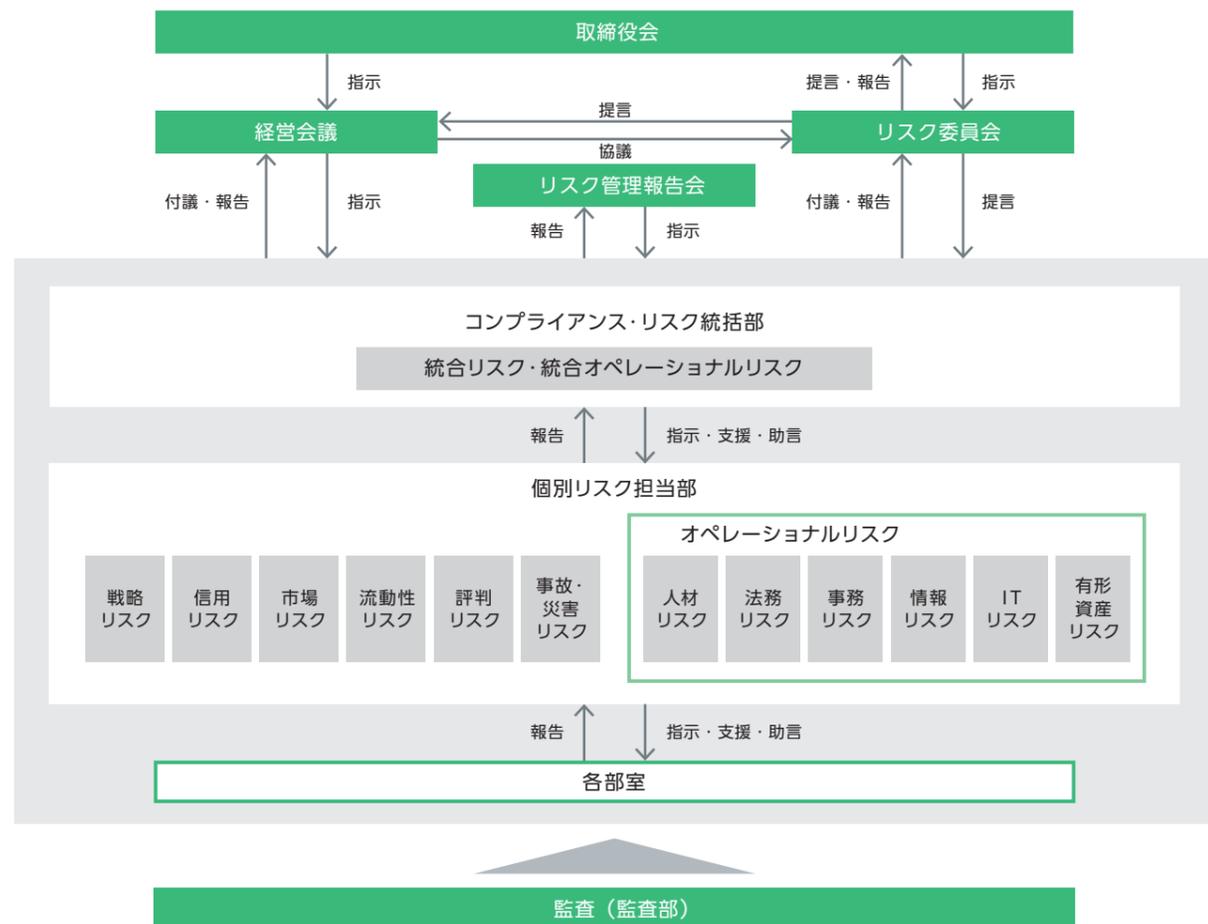


リスク管理

当社のリスク管理体制

当社を取り巻く経営環境の変化に伴い、管理すべきリスクも複雑化・多様化しております。このような状況の中、リスクを十分に認識し、経営の健全性維持と安定的な収益性、成長性の確保を図るためにリスク管理体制を充実・強化することが経営上の最重要課題の一つであると認識しております。当社では、「リスク管理規程」において定められた管理すべきリスクについて、担当部署がリスクの特定・評価・制御をおこなっております。また、コンプライアンス・リスク統括部において、リスクを統合的に管理しております。業務執行におけるリスク管理活動においては、リスク管理報告会で報告がなされ、リスク委員会は、リスク管理に関する重要事項の審議をおこなうとともに、リスク管理状況等をモニタリングし、結果を取締役会へ提言・報告しております。

[体制図]



足元の経営環境とトップリスク

当社は、リスクシナリオの蓋然性と業務への影響度に基づき、その重要性を判定しており、当社を取り巻く経営環境において、事業に重要な影響を与える可能性があると経営が認識したリスクをトップリスクとして選定しております。トップリスクに対しては、リスクの高まりや予兆等の評価をおこない、必要な対策を講じることでリスクの抑制等を図っております。

また、リスクが顕在化した場合においても、迅速に対応する体制を整備しております。なお、トップリスクは毎期、経営会議で事前審議し、リスク委員会において協議され、取締役会にて決議しております。

[当社を取り巻く経営環境の例]

- 異業種の参入、台頭
- サイバー攻撃の巧妙化
- 市場金利の上昇

[トップリスク]

リスク事象	リスクシナリオ	リスク対応策(例)
事業収益の低下	● ローン・クレジットカード事業、信用保証事業、海外金融事業における収益の低下	● 商品・サービス機能の向上 ● 事業収益の計画比推移等を定期的に管理・分析し、各種対策を含めリスク委員会等へ報告
与信費用の増加	● ローン・クレジットカード事業、信用保証事業、海外金融事業における貸倒関連費用の増加	● 顧客の信用力について定期的にモニタリングを実施
ITリスクの顕在化	● 重要なシステム案件の企画及び開発の遅延により事業継続に影響を及ぼす事態の発生 ● システム障害による顧客取引への重大な影響を及ぼす事態の発生	● システム計画・開発及び運用の面からモニタリング等を実施 ● リソースの再配分、不測の事態に備えた体制や手順の整備、訓練等を実施
サイバー攻撃被害の発生	● サイバー攻撃による顧客情報の漏洩、及び顧客サービス等の停止	● サイバー攻撃に関する手続き・マニュアルの整備、脆弱性情報の収集及びその対策の実施 ● 定期的な訓練・演習等を推進
人材の不足	● 必要人材の不足による競争力の低下	● 基本給及び賞与の引き上げや手当や休暇等の各種人事制度及び福利厚生の充実 ● ビジョンの浸透への取組み、自己啓発の支援等 ● 新卒及び中途採用活動を通じて優秀・有望な人材の確保 ● 選抜教育やデジタル人材育成等、研修体系を充実
外的要因により影響を及ぼす事態の発生	● 自然災害、感染症、テロ等により、業務遂行に重大な影響を及ぼす事態の発生	● 事業継続計画を定め、コールセンター・基幹システム等のバックアップ体制を構築 ● 災害用備蓄品の適切な数の確保や教育・訓練等の定期的な実施
利息返還金の動向	● 想定を超える利息返還金による利息返還損失引当金繰り入れの発生	● 毎期末に過去実績を踏まえて将来のトレンドを予測し、利息返還損失引当金の再評価をおこない、不足感がある場合は追加繰入を実施 ● 四半期ごとに、直近の再評価時に予測した将来のトレンドに大きな変化が起きていないかをモニタリング
コンダクトリスクの顕在化	● 消費者保護や市場の健全性維持等の観点において、ステークホルダーに重大な影響を及ぼす事態の発生	● 顧客保護等を目的とした消費者啓発活動、与信業務の厳格化や取引モニタリング等を実施
資金調達環境の悪化	● 市場金利の上昇、当社の業績悪化、格付の低下等による資金繰りの悪化	● 社債やコマーシャル・ペーパーなど調達手段の多様化を推進し、必要の手元資金を維持 ● コミットメントラインなど流動性補完枠の設定 ● 調達金利の固定化を一定割合維持し、市場環境に応じて長短調達比率の調整を実施

詳しくは、有価証券報告書をご覧ください。
<https://pdf.irpocket.com/C8572/HgJ1/ku2g/dvWj.pdf>

コンプライアンスの実践活動

当社は、コンプライアンスを経営の最重要事項の一つとして位置付け、1998年に業界に先駆けて「アコムビジネス倫理綱領(現:アコムグループ倫理要綱・行動基準)」を制定するなど、コンプライアンスの徹底と実践活動に早くから取り組んでいます。

●コンプライアンス体制

当社のコンプライアンスを統括する部署として、コンプライアンス・リスク統括部を設置しています。コンプライアンス・リスク統括部では、法令等遵守に係る実践計画の策定・見直しやフォローアップ、遵守すべき法令等を取りまとめたコンプライアンス・ハンドブックの策定・更新・周知徹底、各種研修を通じた啓発活動などのほか、社員相談ホットラインを通じた役職員からの通報・相談の対応などを中心におこなっています。

また、営業本部・債権管理部・保証事業本部に「コンプライアンス推進室」を設置し、コンプライアンス・リスク統括部と連携して、より業務に則したコンプライアンスを推進する体制としています。

さらに、外部の有識者を中心に構成される「コンプライアンス委員会」を置き、コンプライアンス体制の整備・強化のための重要な事項が審議される仕組みとすることで、コンプライアンスの実効性の確保を図っています。

このように当社では、コンプライアンス重視の企業風土を

確立するための体制強化を継続するとともに、社員一人ひとりのコンプライアンス意識の更なる向上に努めています。

●社員相談ホットライン(内部通報)

当社は、社内で生じたコンプライアンスに関する問題を早期に発見し、適切な対応により是正を図ることで、不祥事の未然防止やその影響・被害を最小限に抑えるため、役職員がコンプライアンスに反する行為、または反するおそれのある行為等を知った際に、通報・相談できる窓口として、社員相談ホットラインを設けています。社員相談ホットラインでは、通報や相談をしたことによる報復行為、または通報・相談者を探索・特定するような行為を厳しく禁じ、情報管理についても徹底しています。当社では、社員相談ホットラインをはじめとする内部通報制度全体が、役職員にとってより利用しやすくなるよう、その有用性や信頼性の向上に努めています。

●金融犯罪対策の体制強化に向けた取組み

国際社会における組織犯罪、テロ行為等の脅威が高まる中、金融機関に求められるマネー・ローンダリング防止及びテロ資金供与対策のレベルも高度化しています。

このような状況を背景に、当社は2019年4月に「金融犯罪対策室」を設置し、当社が提供する金融商品、サービスが金融犯罪に悪用されることのないよう、マネー・ローンダリング防止、テロ資金供与対策の体制構築を図っています。

コンプライアンス委員会 委員長メッセージ

オーストラリア出身。1985年来日。大阪大学大学院在学中より、日本及び海外、とりわけオーストラリアの消費者政策やコンプライアンスの研究を専門とする。帝塚山大学教授を歴任後、NPO法人消費者ネットジャパン理事長を経て、現在は一般社団法人エシカルビジネス研究所理事を務める。2024年6月21日より、アコム株式会社取締役役に就任。専門分野は消費者政策及び消費者保護。

取締役(社外) **タン ミッシェル**



各種施策を一層推進してまいります。

また、近年、投資や副業を装って金銭を騙し取る金融犯罪の被害が増加しており、深刻な社会問題となっています。アコムでは、社員一人ひとりが高い意識を持ってお客さま対応にあたることで、こうした犯罪被害の未然防止及び被害拡大防止に努めています。しかしながら、この問題は消費者金融業界全体としても取り組むべき重要課題であり、リーディングカンパニーであるアコムが中心となり関係機関及び同業他社と連携し「金融犯罪の撲滅」に向けた効果的な対策を積極的に講じていきたいと考えております。

コンプライアンス委員会は、引き続き「コンプライアンス・カルチャーの醸成」に向けて、法律・企業倫理、そして消費者の視点を踏まえた、助言や提言をおこなってまいります。

社会貢献活動方針

アコムは、経営の基本的な理念として、創業の精神に「信頼の輪」を、企業理念に「生活文化の向上に貢献する」を掲げております。社会貢献活動においても、この理念に基づいて、社会福祉、地域貢献等、さまざまな活動を通じて、地域社会と良好な関係を築きつつ、「身近なアコム」と「社会に調和した企業市民」を目指しております。

3つの優先領域

マテリアリティ(重点領域)の特定にあたり抽出した当社が優先的に取り組むべき社会課題をもとに、社会貢献活動においても「地域(振興)」「環境」「災害」の3つの優先領域を設定しました。これらの3つの優先領域をもとに、社員が活動に参加できる取組みを通じて、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

優先領域	主な取組み内容
地域(振興)	●アコム“みる”コンサート物語 ●献血活動 ●はじめたいこと、はじめよう!プロジェクト
環境	●森林保全活動「アコムの森」 ●地域清掃活動
災害	●アコム青い鳥募金 ●災害備蓄品寄付



アコム“みる”コンサート物語

全国各地で地域市民の方々を招待して「アコム“みる”コンサート物語」を開催しています。1994年に第1回目の公演を開催してから既に270回を超え、約25万人の皆さまに楽しんでいただいています。このコンサートは色彩豊かな「影絵」と、ピアノトリオ(ピアノ、ヴァイオリン、チェロ)による「生演奏」、そして「語り」を組み合わせた独創的な芸術です。またコンサートの特徴は、「バリアフリーコンサート」として開催していることです。舞台上では手話通訳を取り入れ、客席には車イス専用の座席を充実させるなど、誰もが一緒に楽しむことができる工夫をしています。

また、障がい者支援の一環として、アコム“みる”コンサート物語でご来場者の方にお渡しする景品は開催地の授産施設などで作られた商品を用意しています。加えて、パンフレット等の封入は東京都大田区の知的障害者就労施設に委託しています。



献血活動

日本赤十字社がおこなう献血活動に賛同し、2012年から毎年多くの社員が自主的に協力しています。

献血は、医療現場における命を救う重要な社会インフラであり、企業がその普及・促進に貢献することは、社会的責任を果たすことにつながります。また、社員参加型の献血活動を通じて、各地域の献血センターや自治体など、地域社会との連携を深める機会になります。

本活動は、アコムの社員だけでなく、開催拠点の近隣企業の方にもお声掛けし、ご協力をいただいています。2024年度は、本社ビル、富士見ビル、晴海ビル、横浜ビズネスパーク、大阪クリスタルタワーで活動を実施合計458名の社員が参加しました。



献血活動

	2022年度	2023年度	2024年度
実施回数	10回	9回	10回
参加人数	493名	509名	458名

はじめたいこと、はじめよう！プロジェクト

アコムは長らく「はじめたのアコム」をキーメッセージとしてマーケティングをおこなってきましたが、「はじめて」を応援するかたちはカードローンの領域に留まりません。明るい未来に向けた新しい一歩を踏み出す人々を応援し、誰もがやりたいことに挑戦できる社会を実現するために、「はじめたいこと、はじめよう！プロジェクト」を実施しています。このプロジェクトでは、「新しいことに挑戦したい」と感じている方々を募集し、選ばれた方に対して、各領域のプロフェッショナルである「はじめてコーチ」を派遣し、コーチと二人三脚で「はじめて」に挑戦できる機会を提供しています。



森林保全活動「アコムの森」

温室効果ガスの削減、生物多様性保全などを目的として、2022年6月より森林保全活動「アコムの森」を実施しています。「企業の森づくりサポート制度」を利用して、当社のコンタクトセンターのある神奈川県、大阪府とそれぞれ協定を締結しました。

本活動は、社員ボランティアが森林の整備をおこなうことで、健全な森林の維持・保全に貢献します。神奈川県では主に枝打ち^{※1}や間伐^{※2}、大阪府では下草刈り^{※3}や植樹をおこなっています。2024年度においては、神奈川で8回、大阪で12回実施し、合計309名の社員とその家族が参加しました。

本活動を通じて、神奈川県・大阪府の環境整備・保全をおこなうとともに、社員の環境意識の醸成に取り組んでいます。

	2022年度	2023年度	2024年度
神奈川県	2回	4回	8回
大阪府	2回	7回	12回

※1 余分な枝を切り落とす作業
 ※2 過密となった木々の一部を伐採し、適度な間隔をつくる作業
 ※3 植えた苗木が成長するまでの間、周りの雑草や雑木を刈り払う作業



アコムの森 (神奈川)



森林保全活動 (間伐)



アコムの森 (大阪)

地域清掃活動

社員が多く在籍する拠点周辺の地域清掃活動に参加し、地域とのコミュニケーションや地域環境の美化に努めています。

2024年度は港区、千代田区、中央区、横浜市で地域の清掃活動に延べ202名の社員が参加しました。

2024年度参加イベント

港区	クリーンキャンペーン～路上喫煙ゼロのまち！
千代田区	千代田区一斉清掃の日
中央区	まちかどクリーンデー
横浜市	ハマロード・サポーター活動



清掃活動

アコム青い鳥募金

アコム青い鳥募金は、社員の発案によって1984年に始まり、現在も継続しています。職場に設置された募金箱、給与天引きによる募金及び社内に設置している自動販売機の販売手数料を財源に、大規模自然災害発生時の義援金として寄付をおこなっています。

2024年度実績

山形県大雨災害義援金	20万円
秋田県大雨災害義援金	20万円
能登豪雨災害義援金	20万円
大船渡市赤崎町林野火災災害義援金	10万円



青い鳥募金 ポスター

Beyond Music Festival

一般社団法人日本障害者舞台芸術協働機構が主催する「Beyond Music Festival」に2024年度から参画しています。この活動は、視覚・聴覚に障がいのある方も安心して楽しめるインクルーシブな音楽イベントです。字幕や手話通訳、音声ガイドなどをはじめ、来場からお帰りまでサポートするコンシェルジュサービスなどの鑑賞支援サービスを通じて、すべての人が音楽の感動を共有できる場を提供しています。

当社の参画初年度となる2024年度は共催企業として参画し、多くの社員が運営スタッフとして活動しました。



取締役一覧



代表取締役会長
木下 盛好
経営全般総覧
所有する当社株式の数
3,507,260株
在任年数：42年

- 1973年 4月 丸紅株式会社入社
1978年 4月 日本消費者金融株式会社入社
1980年 12月 当社入社
1983年 2月 当社取締役総務部長
1984年 5月 当社取締役経理部長
1986年 8月 当社常務取締役
1988年 6月 当社常務取締役営業推進本部長
1991年 10月 当社代表取締役専務
1992年 10月 当社代表取締役専務
ローン営業本部長
1996年 10月 当社代表取締役副社長
2000年 6月 当社代表取締役社長
2003年 6月 当社社長執行役員
2010年 6月 当社代表取締役社長兼会長
2021年 6月 当社代表取締役会長(現任)



代表取締役副会長
成瀬 浩史
経営全般総覧補佐
リスク委員会委員長
情報開示委員会委員長
監査部担当
所有する当社株式の数
0株
在任年数：4年

- 1981年 4月 三菱信託銀行株式会社入社
2008年 6月 三菱UFJ信託銀行株式会社
執行役員 受託財産企画部 役員付部長
Mitsubishi UFJ Global Custody S.A
取締役社長
2010年 5月 三菱UFJ信託銀行株式会社
執行役員 システム企画部長
6月 株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ
執行役員
2011年 4月 三菱UFJトラストシステム株式会社
代表取締役社長
6月 三菱UFJ信託銀行株式会社 常務取締役
2013年 6月 同社 専務取締役
株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ
常務執行役員
2014年 6月 エム・ユー・トラスト・アップルプランニング
株式会社 代表取締役社長
2016年 6月 三菱UFJ信託銀行株式会社
取締役副社長執行役員
2018年 5月 株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ
執行役員専務
2019年 4月 日本マスタートラスト信託銀行株式会社
代表取締役社長
2021年 4月 同社 顧問
6月 当社代表取締役副会長(現任)



代表取締役社長
木下 政孝
指名・報酬委員会委員長
所有する当社株式の数
1,203,120株
在任年数：10年

- 2003年 4月 アビームコンサルティング株式会社入社
2005年 9月 当社入社
2009年 10月 当社審査本部長
2010年 1月 当社経営企画部部長
4月 当社保証事業部部長
4月 当社営業推進部部長
2012年 4月 当社営業企画部長
2013年 4月 当社執行役員営業企画部長
2014年 6月 当社常務執行役員営業副本部長兼
営業企画部長
2015年 4月 当社常務執行役員営業副本部長
6月 当社常務取締役
当社常務執行役員営業本部長
2016年 6月 当社常務執行役員
2017年 6月 当社代表取締役副社長
当社副社長執行役員
2021年 6月 当社代表取締役社長(現任)
当社社長執行役員(現任)



取締役(社外)
タン ミッシェル
コンプライアンス委員会委員長
所有する当社株式の数
0株
在任年数：1年

- 1997年 4月 財団法人関西消費者協会理事
4月 帝塚山大学法政政策学部助教授
2005年 4月 同大学法政政策学部教授
2007年 6月 NPO法人消費者ネットワーク
(じゃこネット)理事長
2010年 4月 帝塚山大学法学部教授
2013年 6月 公益財団法人関西消費者協会評議員
株式会社インタセクト総合研究所
(現・インタセクトグローバルソリューションズ株式会社)
取締役(現任)
2018年 6月 大阪府生活協同組合連合会会長理事
2022年 10月 一般社団法人エンカルビジネス研究所理事(現任)
2024年 6月 当社取締役(現任)
2025年 3月 Intasect Global Solutions Australia Pty Ltd Director(現任)



取締役(社外)
監査等委員
浅野 紀久男
監査等委員会委員長
利益相反諮問委員会委員長
所有する当社株式の数
0株
新任

- 1982年 4月 明治生命保険相互会社入社
2005年 4月 明治安田生命保険相互会社収益管理部長
2012年 4月 同社執行役員収益管理部長
2013年 4月 同社執行役員
6月 公益社団法人日本アクチュアリー会理事長
7月 明治安田生命保険相互会社常務執行役員
2015年 4月 同社専務執行役員
2017年 4月 明治安田ビルマネジメント株式会社代表取締役社長
2018年 11月 社会保険審議会年金数理部会部会長代理
2019年 6月 株式会社十六銀行
(現・株式会社十六フィナンシャルグループ)社外取締役
2023年 4月 明治安田ビルマネジメント株式会社代表取締役会長
2024年 4月 明治安田システム・テクノロジー株式会社
代表取締役会長(現任)
2025年 6月 当社取締役監査等委員(現任)



取締役副社長
桐渕 高志
所有する当社株式の数
16,300株
在任年数：5年

- 1982年 3月 当社入社
2004年 4月 当社システム部部長
2005年 7月 当社広報部部長
10月 当社広報部長
2011年 4月 当社財務第二部長
2015年 4月 当社執行役員財務第二部長
2017年 6月 当社執行役員経営企画部長
2020年 6月 当社常務取締役
当社常務執行役員システム統轄部長
2021年 4月 当社常務執行役員システム本部長
6月 当社専務取締役
当社専務執行役員システム本部長
2023年 6月 当社取締役副社長(現任)
当社副社長執行役員システム本部長(現任)



専務取締役
吉羽 優志
所有する当社株式の数
0株
新任

- 1987年 11月 当社入社
2012年 4月 当社東日本営業部部長
業務管理グループシニアマネージャー
2014年 4月 当社営業本部長
営業コンプライアンス推進室長
2015年 4月 当社西日本営業部部長
6月 当社西日本営業部長
2017年 4月 当社執行役員コンプライアンス統括部長
2020年 4月 当社執行役員業務統括部長
2021年 6月 当社常務執行役員
2024年 6月 当社専務執行役員(現任)
2025年 6月 当社専務取締役(現任)



取締役
山本 忠司
所有する当社株式の数
0株
在任年数：2年

- 1992年 4月 株式会社東京銀行入行
2017年 5月 株式会社三菱東京UFJ銀行東アジア本部
東アジア企画部副部長
2018年 4月 株式会社三菱UFJ銀行東アジア本部
東アジア企画部副部長
5月 同行融資企画部長
株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ
融資企画部長
6月 株式会社三菱UFJ銀行執行役員融資企画部
長
株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ
執行役員融資企画部長
2021年 4月 株式会社三菱UFJ銀行執行役員経営企画部長
株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ
執行役員経営企画部長
2022年 4月 株式会社三菱UFJ銀行常務執行役員CSO
(経営企画部(除く財務・資源運営兼海外事業
兼会長行室)担当)兼CPM担当兼総務部担当
株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ
常務執行役員グループ Deputy CSO
6月 株式会社三菱UFJ銀行取締役常務執行役員
CSO(経営企画部(除く財務・資源運営兼
海外事業兼会長行室)担当)兼CPM担当兼
総務部担当
2023年 4月 同行 取締役常務執行役員デジタルサービス
部門長兼CDTO
(デジタルサービス企画部担当)
株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ
執行役員常務デジタルサービス事業本部長兼
グループCDTO
6月 当社取締役(現任)
2024年 4月 株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ
執行役員常務デジタルサービス事業本部長兼
グループCDTO(現任)
株式会社三菱UFJ銀行取締役常務執行役員
リテール・デジタル部門長兼
CDTO(デジタル戦略統括部担当)(現任)



取締役
常勤監査等委員
清岡 哲弘
所有する当社株式の数
15,500株
在任年数：1年

- 1990年 4月 全国共済農業協同組合連合会入会
2006年 4月 当社入社
2009年 10月 アイ・アール債権回収株式会社取締役経営管理部長
2011年 4月 当社財務第二部長
2013年 4月 当社経営企画部部長
2014年 4月 当社財務第一部長
2015年 6月 当社執行役員財務第一部長
2017年 4月 当社執行役員(総務部特命担当)
6月 当社執行役員総務部長
2019年 4月 当社執行役員(経営企画部付特命担当)
アイ・アール債権回収株式会社常務執行役員
6月 同社代表取締役社長 同社社長執行役員
2020年 4月 当社執行役員(審査本部付特命担当)
2024年 4月 当社執行役員(債権管理部付特命担当)
6月 当社取締役常勤監査等委員(現任)



取締役(社外)
監査等委員
秋山 卓司
所有する当社株式の数
0株
在任年数：4年

- 1982年 3月 等松青木監査法人(現 有限責任監査法人トーマツ)入所
1986年 4月 公認会計士登録
2018年 8月 有限責任監査法人トーマツ退所
9月 公認会計士秋山卓司事務所代表(現任)
2019年 2月 イワキ株式会社
(現・アステナホールディングス株式会社)社外監査役(現任)
2021年 6月 当社取締役監査等委員(現任)

* タン ミッシェル、浅野 紀久男、秋山 卓司の各氏は当社で定めた「社外取締役の
独立性判断基準」を満たしているため、独立役員として指定しております。

執行役員一覧

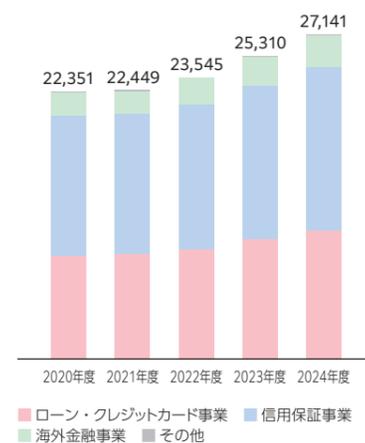
Table with 2 columns: Position and Name. Includes 社長執行役員 (木下 政孝), 副社長執行役員 (桐渕 高志), 専務執行役員 (吉羽 優志, 小野寺 道人).

Table with 2 columns: Position and Name. Includes 常務執行役員 (黒田 大, 木下 裕司, 鍋岡 正俊, 森下 和喜).

Table with 2 columns: Position and Name. Includes 執行役員 (横濱 等, 野田 剛男, 木下 昭文, 森本 治, 中澤 知広, 栗田 昌之, 高見 真人, 吉岡 亘, 野村 秀雄).

営業債権残高

(億円)



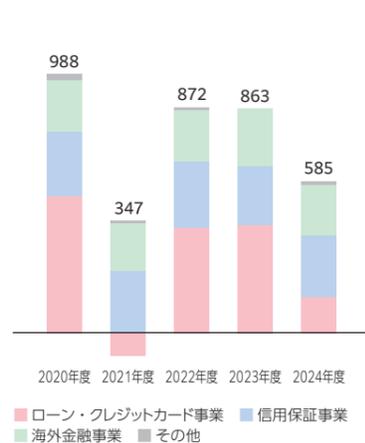
営業収益

(億円)



営業利益

(億円)



ローン事業店舗数

(店)



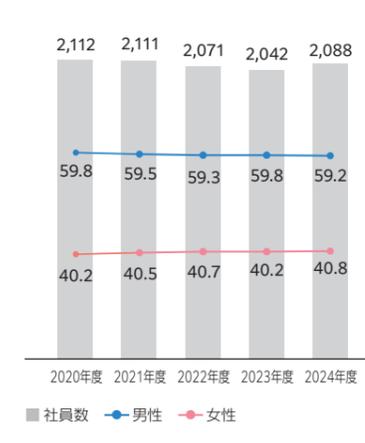
ローン事業利用者数

(千件)



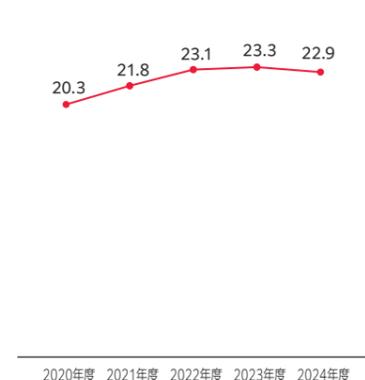
社員数(男女比率)

(名)



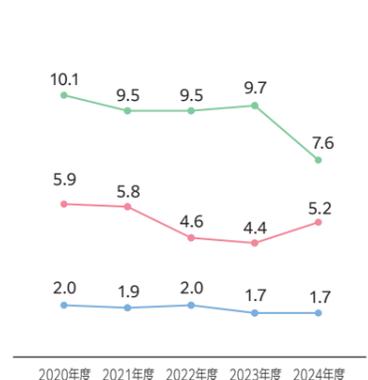
総資産に信用保証残高を含めた自己資本比率

(%)



営業債権残高営業利益率(ROA)

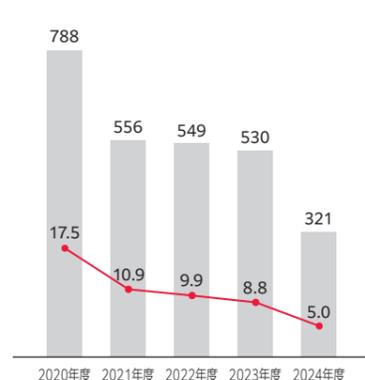
(%)



親会社株主に帰属する当期純利益/ROE

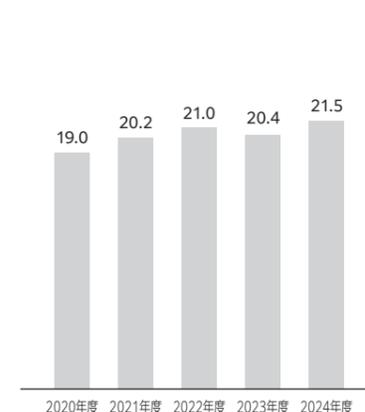
(億円)

(%)



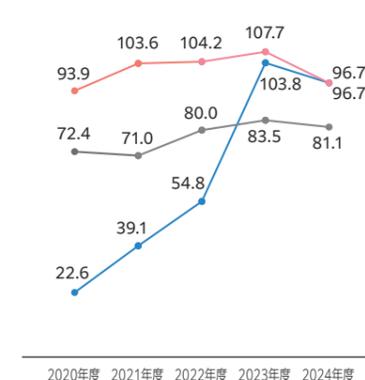
平均残業時間

(時間)



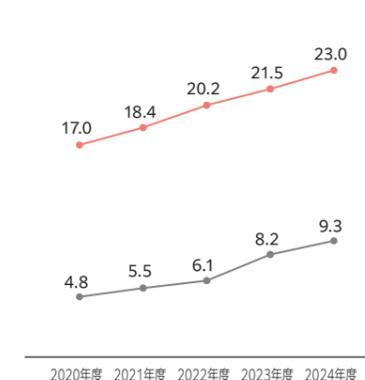
年次有給休暇取得率/育休取得率(女性・男性)

(%)



係長級以上に占める女性労働者の割合/管理職*に占める女性労働者の割合

(%)



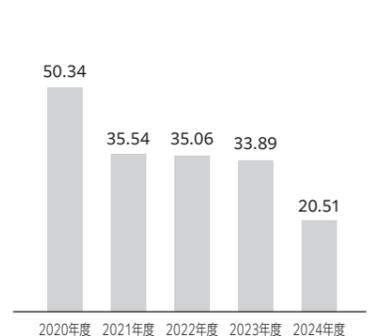
1株当たり純資産額(BPS)

(円)



1株当たり当期純利益(EPS)

(円)



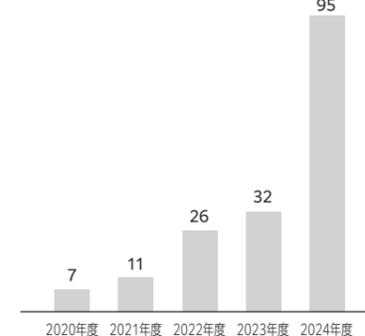
配当金/配当性向

(円)



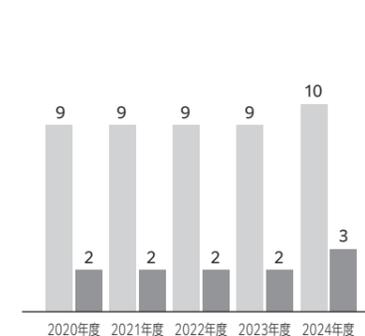
金銭教育実施回数

(回)



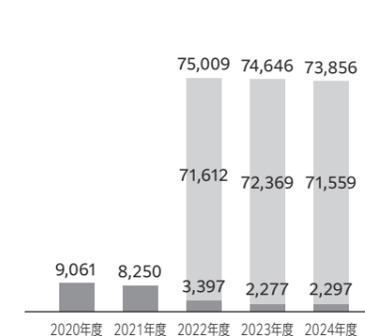
取締役数/社外取締役数

(名)



CO2排出量(Scope1+2+3)

(t-CO2)



*2022年度より Scope3 を算定
■ Scope1+2 ■ Scope3

(百万円・%)

	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
連結業績サマリー											
営業収益	219,289	237,683	245,148	263,453	277,069	279,510	266,316	262,155	273,793	294,730	317,742
営業費用	205,215	222,166	315,315	182,511	219,461	203,873	167,419	227,376	186,506	208,383	259,181
営業利益	14,073	15,516	△70,166	80,942	57,607	75,636	98,896	34,779	87,287	86,347	58,561
ローン・クレジットカード事業	△8,364	△11,841	△93,373	46,864	11,804	28,056	52,725	△8,879	40,686	41,771	14,033
信用保証事業	11,125	14,466	9,614	17,808	25,241	25,000	25,041	23,991	25,643	22,673	23,657
海外金融事業	10,156	11,138	12,640	15,478	19,802	22,394	19,879	18,347	19,681	22,374	19,355
親会社株主に帰属する当期純利益	12,864	14,598	△72,187	70,572	37,781	59,600	78,864	55,678	54,926	53,091	32,124
営業収益当期純利益率	5.9	6.1	△29.4	26.8	13.6	21.3	29.6	21.2	20.1	18.0	10.1
営業活動によるキャッシュ・フロー	△38,249	△43,045	△37,451	△32,634	7,329	19,698	113,179	46,089	△1,318	△36,759	876
投資活動によるキャッシュ・フロー	△5,155	△2,368	△2,858	△1,711	△1,165	6,214	△4,566	△4,032	△2,692	△6,178	△6,478
財務活動によるキャッシュ・フロー	13,503	6,589	58,863	21,259	△12,573	△24,339	△108,786	△50,162	△12,933	57,163	△6,410

連結貸借対照表サマリー											
総資産	1,190,368	1,175,063	1,228,930	1,275,957	1,301,908	1,282,389	1,219,109	1,263,296	1,297,316	1,417,403	1,486,409
純資産	328,315	338,132	267,226	344,437	381,501	442,496	515,128	563,963	619,837	674,175	709,035
ローン・クレジットカード事業営業債権残高	768,735	794,982	822,916	855,811	885,081	915,883	862,839	871,118	914,533	1,001,325	1,073,387
信用保証残高	861,212	987,508	1,129,773	1,199,644	1,212,255	1,233,228	1,170,094	1,173,059	1,212,883	1,278,261	1,364,525
海外金融事業営業債権残高	195,472	192,068	191,845	221,107	227,387	201,524	193,709	192,784	219,473	243,277	266,794

連結財務指標等											
連結総資産に信用保証残高を含めた自己資本比率	15.2	15.0	10.6	13.0	14.2	16.5	20.3	21.8	23.1	23.3	22.9
1株当たり配当金(円)	—	—	—	1	2	4	6	7	10	12	14
配当性向	—	—	—	2.2	8.3	10.5	11.9	19.7	28.5	35.4	68.3
1株当たり純資産額(BPS)(円)	199.53	206.42	159.58	206.12	227.35	265.11	310.02	339.51	370.92	400.87	417.18
1株当たり当期純利益(EPS)(円)	8.21	9.32	△46.08	45.05	24.12	38.04	50.34	35.54	35.06	33.89	20.51
自己資本当期純利益率(ROE)	4.2	4.6	△25.2	24.6	11.1	15.5	17.5	10.9	9.9	8.8	5.0
総資産当期純利益率(ROA)	1.1	1.2	△6.0	5.6	2.9	4.6	6.3	4.5	4.3	3.9	2.2
ローン・クレジットカード事業	△1.1% (5.5%)	△1.5% (5.7%)	△11.5% (6.2%)	5.6% (5.6%)	1.4% (5.9%)	3.1% (5.3%)	5.9% (5.9%)	△1.0% (5.8%)	4.6% (4.6%)	4.4% (4.4%)	1.4% (5.2%)
信用保証事業	1.3%	1.5%	0.9%	1.5%	2.0%	1.9%	2.0%	1.9%	2.0%	1.7%	1.7%
海外金融事業	5.7%	5.7%	6.6%	7.5%	8.8%	10.4%	10.1%	9.5%	9.5%	9.7%	7.6%
株価純資産倍率(PBR)	2.09	2.75	2.79	2.30	1.74	1.66	1.66	0.94	0.86	1.00	0.92
株価収益率(PER)	50.79	60.84	△9.66	10.52	16.38	11.54	10.23	8.98	9.10	11.89	18.62

単体非財務指標											
従業員数	1,851	1,892	1,854	1,936	2,020	2,063	2,112	2,111	2,071	2,042	2,088
女性従業員比率	33.3	35.8	35.7	38.7	39.2	39.5	40.2	40.5	40.7	40.2	40.8
係長級以上に占める女性労働者の割合	10.4	11.3	12.1	13.8	15.1	16.3	17.0	18.4	20.2	21.5	23.0
平均勤続年数	15.0	14.8	15.2	14.9	14.4	14.8	14.8	15.0	15.3	15.5	15.2
自己都合退職率	—	—	—	—	3.6	3.0	2.9	3.0	3.5	3.3	2.4
障がい者雇用率	2.11	2.14	2.52	2.39	2.37	2.27	2.33	2.35	2.65	2.65	2.70
アコム“みる”コンサート物語 来場者数	9,765	11,042	10,771	8,839	9,611	9,519	—	930	7,357	8,017	10,968
金銭教育 受講者数	750	900	950	950	800	1,420	588	663	1,757	2,263	5,233
献血活動 参加者数	199	253	428	487	371	305	102	393	493	509	458
エネルギー使用量(合計)原油換算	7,383	7,130	6,883	6,359	5,731	5,097	4,807	4,457	4,440	3,360	2,930

注1:総資産当期純利益率におけるローン・クレジットカード事業下段()内は、利息返還費用を除く営業債権残高営業利益率です。
 注2:「税効果会計に係る会計基準」の一部改正(企業会計基準第28号平成30年2月16日)等を2019年3月期の期首から適用しており、2018年3月期に係る貸借対照表については、当該会計基準等を遡って適用した後の数値となっております。

注3:「エネルギーの使用の合理化および非化石エネルギーへの転換等に関する法(省エネ法)」に基づき、使用した燃料・熱・電気ごとの年度使用量を集計し、換算係数を乗じて、それぞれの熱量[GJ(ギガジュール)]を算出。算出した熱量[GJ]を合計し、合計使用熱量[GJ]に0.0258(原油換算係数)を乗じて、1年間のエネルギー使用量(原油換算値)を算出しています。

会社概要 (2025年3月31日時点)

名称 アコム株式会社 (ACOM CO., LTD)
 本社 東京都港区東新橋一丁目9番1号
 東京汐留ビルディング
 創業年月日 1936年4月2日
 設立年月日 1978年10月23日
 資本金 638億3,252万円
 従業員数 2,088名(単体)、5,498名(連結)
 登録番号 関東財務局長(14)第00022号
 関東(包)第5号
 主な事業内容 ローン事業
 クレジットカード事業
 信用保証事業
 主要取引機関 株式会社三菱UFJ銀行

加盟団体 日本貸金業協会
 一般社団法人日本クレジット協会
 一般社団法人日本経済団体連合会

Webサイト 当社の詳細はWebサイトでご覧になれます。

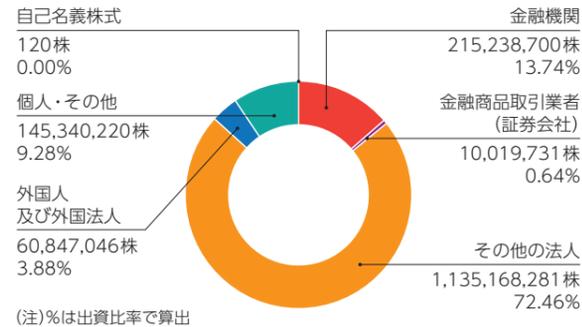


アコム企業情報サイト <https://www.acom.co.jp/corp/>

株式データ (2025年3月31日時点)

株式の状況
 発行可能株式総数 5,321,974,000株
 発行済株式の総数 1,566,614,098株
 株主数 16,652名
 上場証券取引所 東京証券取引所(スタンダード市場)
 証券コード 8572

所有者別分布状況



大株主(上位10名)

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
株式会社三菱UFJ フィナンシャル・グループ	588,723	37.57
丸糸殖産株式会社	273,467	17.45
日本マスタートラスト信託銀行 株式会社(信託口)	130,967	8.35
マルイト株式会社	125,533	8.01
公益財団法人木下記念事業団	92,192	5.88
株式会社丸糸商店	38,733	2.47
三菱UFJ信託銀行株式会社	31,572	2.01
株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	17,548	1.12
株式会社日本カストディ銀行 (信託口4)	16,504	1.05
MASA&COMPANY株式会社	11,000	0.70

(注) 1.持株数は、千株未満の端数を切り捨てて表示しております。
 2.持株比率は自己株式(120株)を控除して計算しております。

株価推移



	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
年間最高値	546	529	360	409	436
年間最低値	366	276	301	315	326
株主総利回り(%) (比較指標:配当込みTOPIX(%))	118.68 (142.13)	75.63 (144.96)	77.90 (153.38)	99.73 (216.79)	98.13 (213.44)

※最高・最低株価は、2022年4月3日以前は東京証券取引所市場第一部におけるものであり、2022年4月4日以降は東京証券取引所スタンダード市場におけるものであります。

グループ企業

連結子会社 (2025年9月1日時点)

エム・ユー信用保証株式会社	主要事業	信用保証事業
設立	2013年9月	
資本金	300百万円(アコム持分比率 100.00%)	
所在地	東京都千代田区神田和泉町一丁目9番2号 住友不動産神田和泉町ビル6階	
URL	https://www.mucg.co.jp/	

アイ・アール債権回収株式会社	主要事業	債権管理回収事業
設立	2000年6月	
資本金	520百万円(アコム持分比率 100.00%)	
所在地	東京都中野区本町二丁目46番1号 中野坂上サンプライトツイン16階	
URL	https://www.irservicing.co.jp/	

GeNIE株式会社	主要事業	無担保ローン事業
設立	2022年4月	
資本金	250百万円(アコム持分比率 100.00%)	
所在地	東京都中央区八丁堀二丁目10番9号	
URL	https://genie-ml.com/	

EASY BUY Public Company Limited	主要事業	タイ王国における無担保ローン事業及びインストールメントローン事業(個別信用購入あっせん事業)
設立	1996年9月	
資本金	6,000百万タイバーツ(アコム持分比率 71.00%)	
所在地	Rasa Two, 8th-11th Floor No.1818, Phetchaburi Road, Makkasan, Ratchathewi, Bangkok 10400, Thailand	
URL	https://www.easybuy.co.th/en	

ACOM CONSUMER FINANCE CORPORATION	主要事業	フィリピン共和国における無担保ローン事業
設立	2017年7月	
資本金	3,000百万フィリピンペソ (アコム持分比率 80.00%)	
所在地	10th Floor, 45 San Miguel Building, 45 San Miguel Avenue, Ortigas Center, Pasig City 1605, Philippines	
URL	https://www.acom.com.ph/	

ACOM (M) SDN. BHD.	主要事業	マレーシアにおける無担保ローン事業
設立	2021年7月	
資本金	80百万マレーシアリングギ (アコム持分比率 100.00%)	
所在地	D-07-06 & D-07-07, Menara Suezcap 1, KL Gateway No. 2, Jalan Kerinchi, Gerbang Kerinchi Lestari, Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan, Malaysia	
URL	https://acom.com.my/en	

持分法適用関連会社 (2025年3月31日時点)

エム・ユー・コミュニケーションズ株式会社	主要事業	コンタクトセンターの請負及び人材派遣業等
設立	2007年4月	
資本金	1,020百万円(アコム持分比率 23.15%)	
所在地	東京都渋谷区本町一丁目3番4号 初台ダイヤビル	
URL	https://mucc.co.jp/	

アコム株式会社

東京都港区東新橋1-9-1東京汐留ビルディング 財務部 広報・IR室
TEL : 03-6865-6474 E-mail : ir@acom.co.jp <https://www.acom.co.jp/corp/>



表紙について

【作品名/作者】 **その一歩から/田尻はじめ**

【作品に対する想い】 何をするにも、最初の一步を踏み出さなければ始まりません。どんな挑戦もその小さな一歩からです。

【協力】

パラリンアートは「障がい者アートで夢を叶える世界」の実現を目指し、社会保障費に依存せず、民間企業と個人の協力で障がい者支援を継続できる社会貢献型事業をおこなっています。障がい者の多くは、社会参加への周囲の理解の少なさや、金銭的困窮などの課題を抱えており、これらの課題を解決するための仕組みは依然として不足しているのが現状です。パラリンアートは、障がい者アーティストの作品（絵画・デザイン等）をさまざまな企画・団体にアート利用してもらうための橋渡しの役割を担い、障がい者が持つ才能をひろく世間に発信するとともに、採用されたアーティストや障がい者施設へ報酬を支払うことで、彼らの社会参加と経済的自立を推進しています。

<https://paralymart.or.jp/association/>

