

資本の持つ優位性	課題	資本の充実策
人的資本 	● 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	● 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 ● 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 	● 2.7兆円を超える営業債権残高 ● 信用格付AA- (R&I) (JCR)	● 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 	● 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	● 時代の流れに合わせたチャネル戦略 ● 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 	● 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	● 第一想起率の向上による圧倒的なブランド力の確立 ● 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 	● 保証提携数 64社※ ※ 2025年5月29日時点 ● 海外進出国 3ヶ国	● 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？
 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	● 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	● 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
 膨大なデータに 基づく与信力と スピーディーな 審査回答	● 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	● 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
 お客さまの 期待を超える サービスと応対力	● 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	● 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応対スキルの向上
 “個”客に寄り添う カウンセリング (返済相談)	● 「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	● 「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)
 変化への対応力と チャレンジ精神	● 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)	● 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

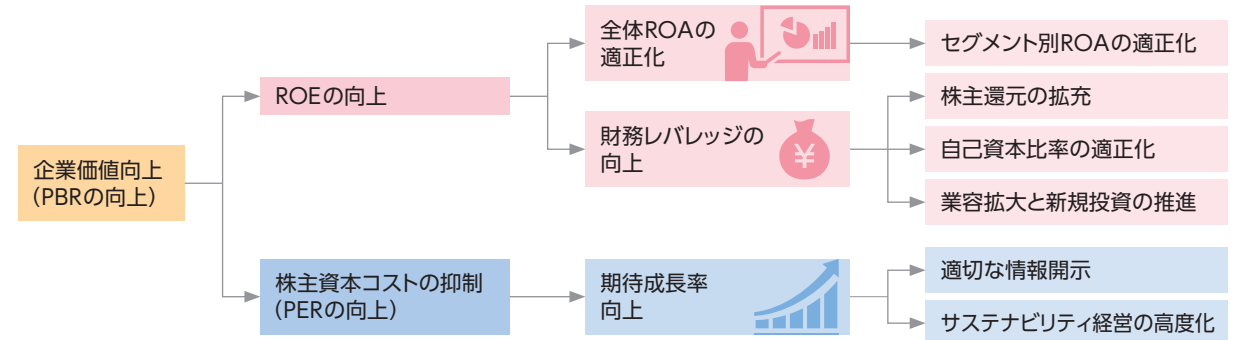
財務担当役員メッセージ

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



企業価値向上ロジックツリー



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。

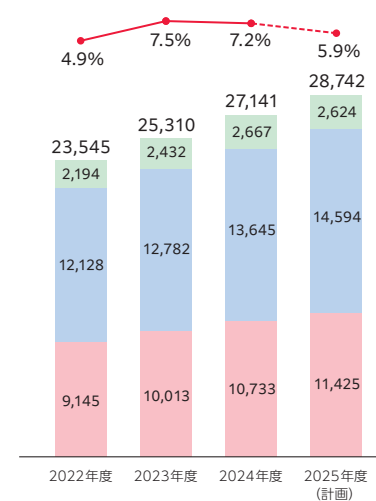
このような課題が見られた一方で、業容は堅調に推移しました。前中計期間において目標として掲げていた連結営業債権残高2.5兆円を1年前倒しで達成することができました。最終年度には、中計目標を2,000億円上回る2.7兆円で着地することができました。

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300億円の上振れとなりました。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385億円の下振れとなりました。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14億円の上振れとなりました。

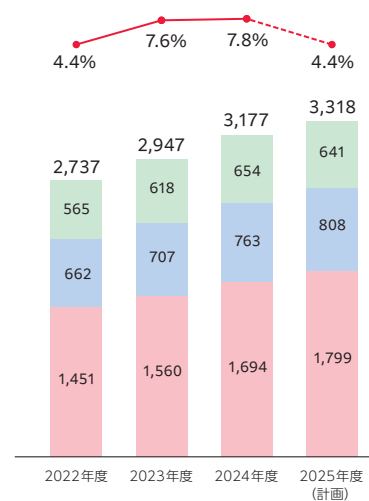
営業債権残高

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 YoY (億円)



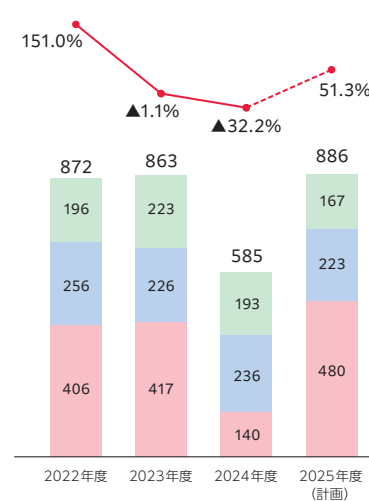
営業収益

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 YoY (億円)



営業利益

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 YoY (億円)

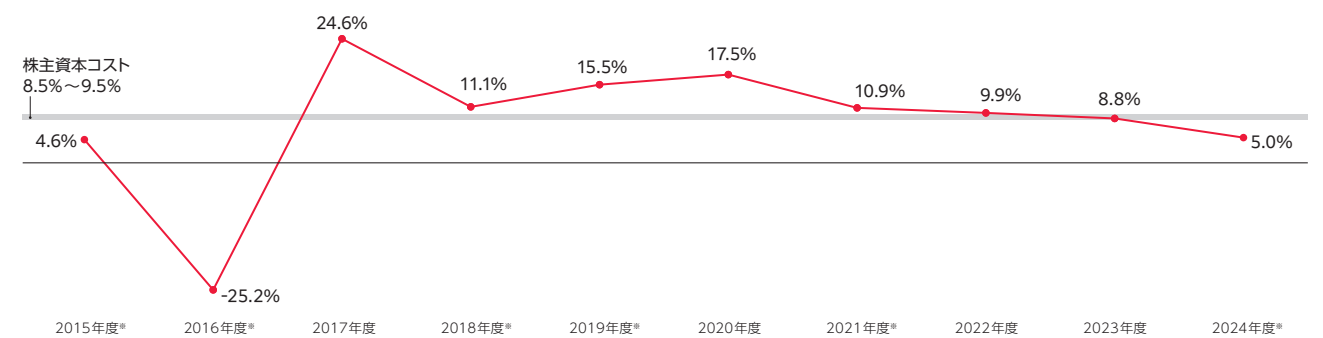


企業価値の現状認識と課題

当社の株主資本コストはCAPMや株式益利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

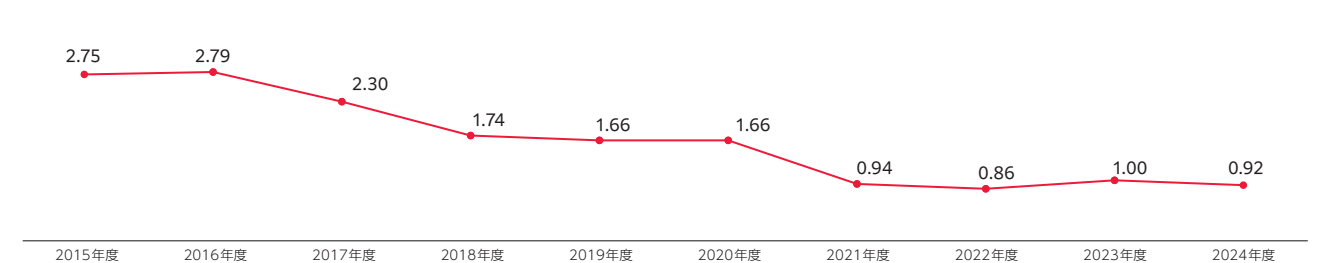
ことは最低限の水準であると認識しています。企業価値を向上させるために、ROEの向上と株主資本コストの抑制に取り組んでいかなければなりません。新中期経営計画では、ROE10%を目標に収益力の改善に取り組んでいくとともに適切な情報開示やサステナビリティ経営の高度化を図り、株主資本コストの抑制にも努めていく必要があると認識しています。

ROEの推移



※利息返還損失引当金へ追加繰り入れを実施

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

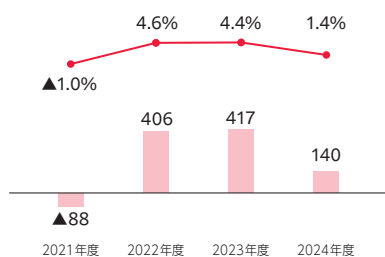
前中計においては、配当性向の目標を35%としていましたが、新中計では50%へと引き上げました。通期の配当額は、新中計の初年度で6円増配の20円とする方針です。資本政策の考え方の末尾に「堅持する」という表現を用いたのは、配当性向50%の達成を目指すなかで、仮に利益の変動が生じた場合でも、配当額20円の水準は確保するという強い意志を込めたものです。

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）

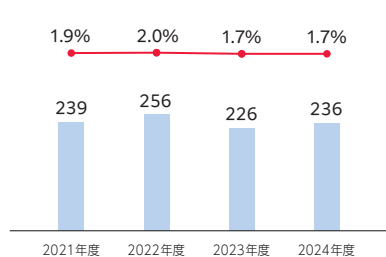
ローン・クレジットカード事業

■ 営業利益（億円） ■ ROA（%）



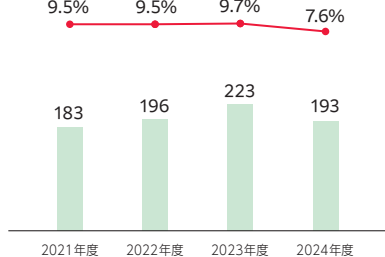
信用保証事業

■ 営業利益（億円） ■ ROA（%）



海外金融事業

■ 営業利益（億円） ■ ROA（%）



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**

*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

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の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、

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。

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

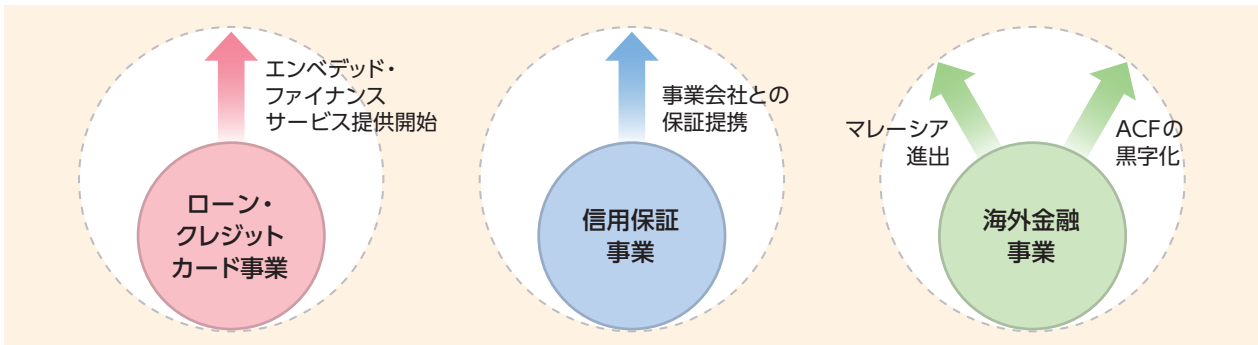
当社のビジネスは、営業債権残高が積み上がると、一定の利益が安定的に創出される仕組みとなっています。これまでリスク要因とされてきた利息返還請求への対応についても、ある程度目処がつきつつあり、利益が大きく損なわれるような局面は今後起こりづらいと考えています。当社のビジネスの

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

目標

- 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



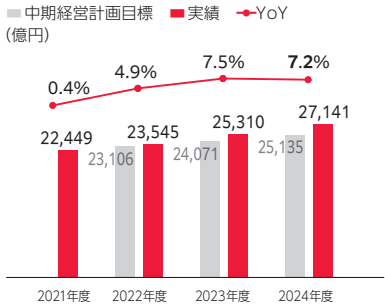
実績

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。

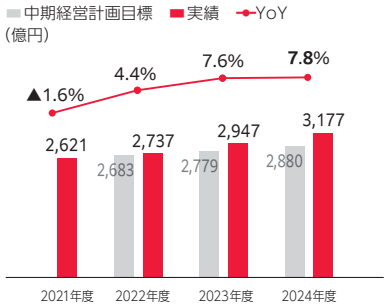
営業収益は営業債権残高が計画を上回ったことから、3期連続で計画を上回る結果となりました。一方で、新規集客強化に伴う広告宣伝費及び貸倒関連費用の増加を受け、営業費用は3期連続で増加しました。そのため、利息返還費用を除く営業利益は2023年度まで計画を下回って推移しましたが、最終年度の2024年度は計画を上回って着地することができました。

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。

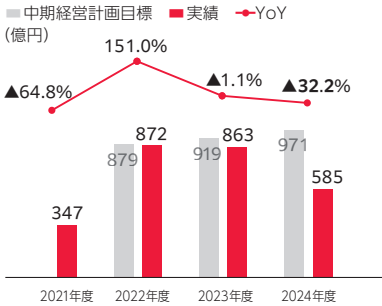
営業債権残高



営業収益



営業利益^{※1}



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

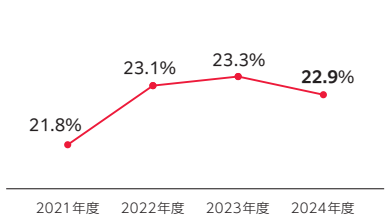
配当の基本的な考え方

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

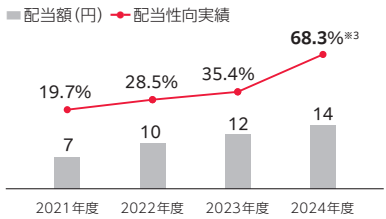
2024年度末に目指す姿

自己資本比率^{※2} **25%程度** 配当性向 **35%程度** ROE **10%程度**

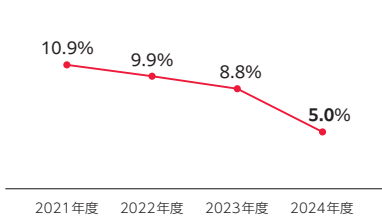
自己資本比率^{※2}



配当額・配当性向



ROE^{※1} (収益力)



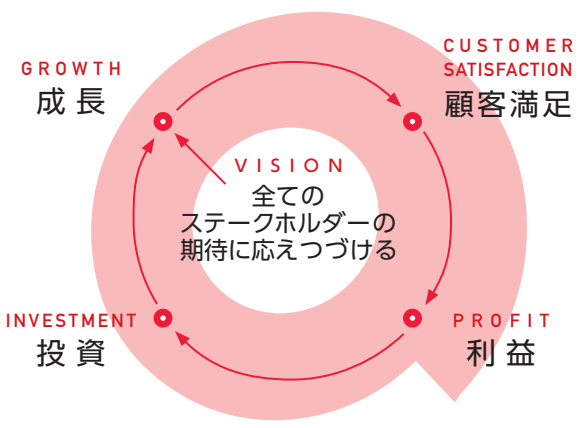
※1 2021年度589億円、2024年度400億円の利息返還費用が発生
※2 連結総資産に信用保証残高を加算して算出した自己資本比率
※3 利息返還費用を除く配当性向は35.6%

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 エネルギー使用に係る原単位 対前年度比マイナス1%	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% 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開催実施	▶P.35 ○
S 人間尊重の 精神に基づく ダイバー シティの推進	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 ○
	「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	○
	お客さま第一義を追求した金融サービスの提供 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)	○
G ガバナンスの 強化	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的経営の追求 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	△
	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	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 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 リスクオーナーシップに基づくリスク管理の実践	社内勉強会や社内研修を累計278回開催(累計2,184名参加) 代表取締役及び役付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 ノーハラスメントの全社浸透に向けた施策の推進	全部室において、コミュニケーション施策を立案し実施 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

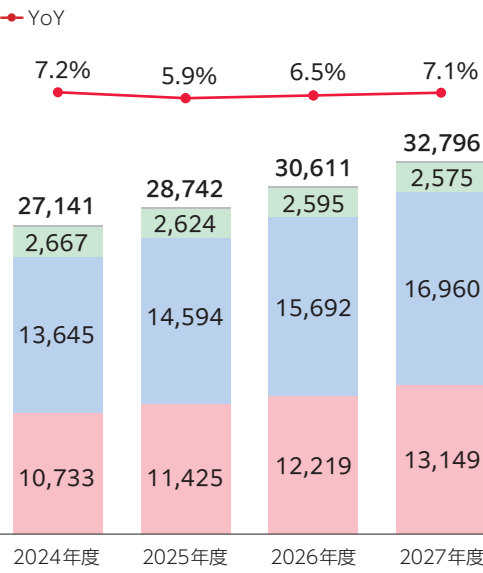
- 環境変化に柔軟かつ迅速に対応できるシステム基盤の構築とサイバーセキュリティの強化
- 採用・育成・定着の強化による人材基盤の確立
- 最適与信の提供と債権保全体制の再構築
- サステナビリティ経営の確立に向けた社内浸透の強化
- リスク管理の高度化とガバナンスの強化
- 業務効率化による生産性の高い業務環境の構築
- 最適な資金調達による安定性維持とコスト効率向上
- データ利活用による意思決定スピードと精度の向上
- 新たな行動指針の実践

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)



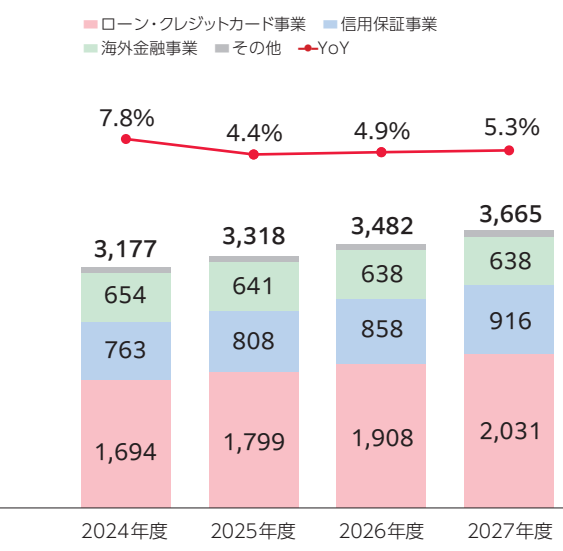
連結 営業債権残高	3兆2,796億円	(CAGR 5.9%)
ローン・クレジット カード事業	1兆3,149億円	(CAGR 7.0%)
信用保証事業	1兆6,960億円	(CAGR 7.5%)
海外金融事業	2,575億円	(CAGR ▲1.2%)

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

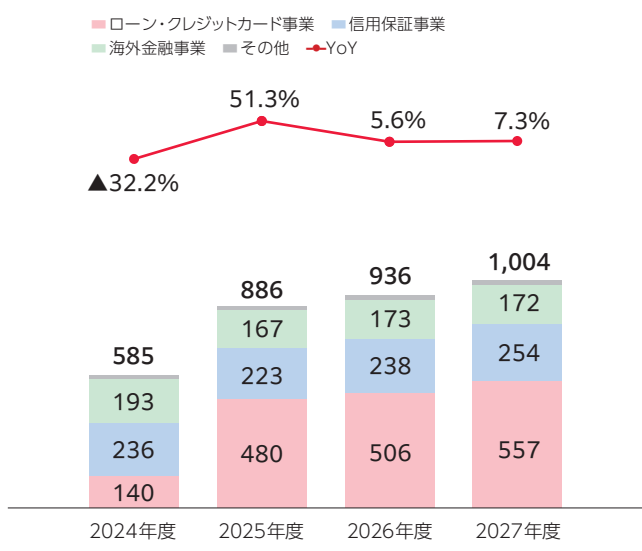
3期連続で
増収・増益を目指す

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)



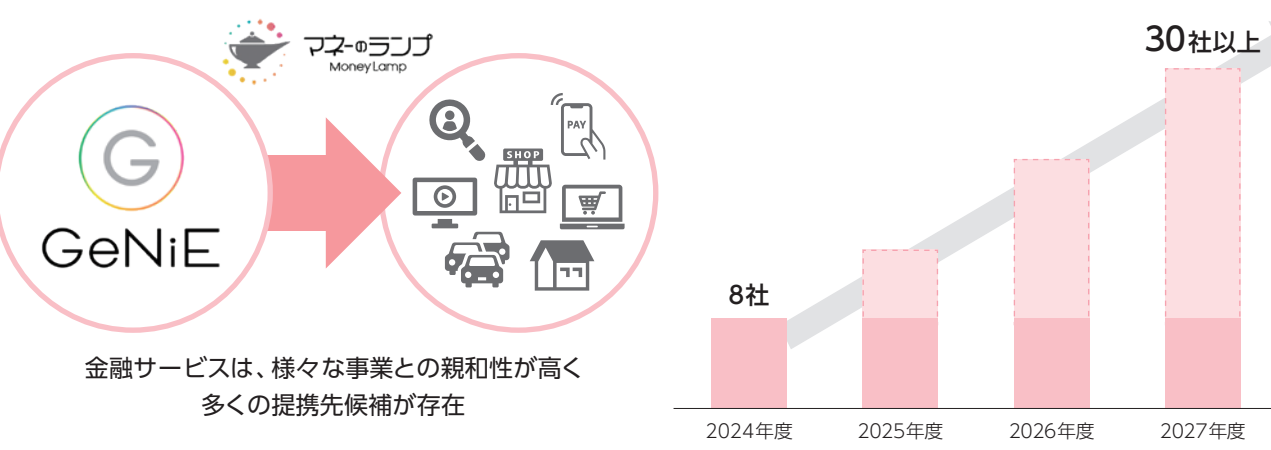
営業利益 (億円)



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

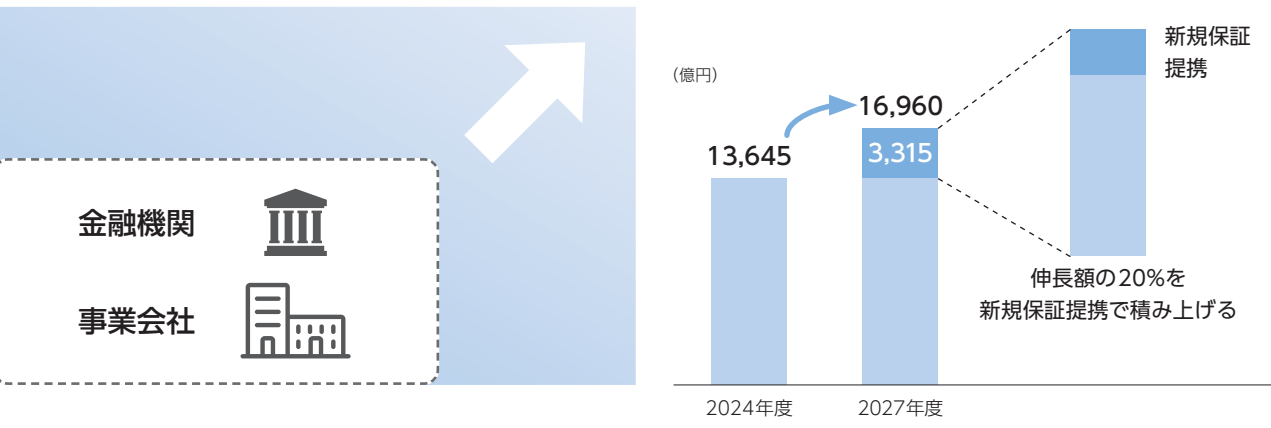
GeNiEは、Webやアプリを通じてサービスを提供する事業会社を対象に、組込型金融サービス、「マネーのランプ」を提供しています。事業会社は「マネーのランプ」を利用することで、既存サービス上で、自社ブランド名によるレンディング機能の提供が可能となります。パートナー企業のニーズに合わせた顧客体験を共創することで、各産業における影響力をもつ企業とのアライアンスを果たし、顧客基盤の拡大を図っていきます。中期経営計画最終年度までに提携パートナーを30社以上へ拡大し、エンベデッド・ファイナンス市場におけるリーダーポジションを目指していきます。



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

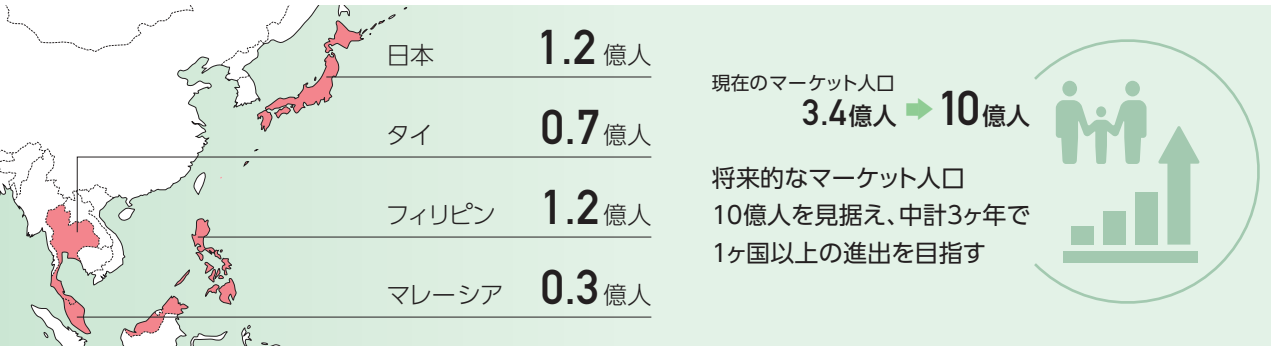
現在、マレーシアではクアラルンプールのみで事業を展開しています。この対象エリアを順次拡大し、マレー半島全域をカバーします。また、集客エリアの拡大によりローン残高を着実に積み上げるとともに、これまで蓄積してきたデータを活用し、与信モデルの高度化を図ります。事業規模の拡大に対応できる体制を整備し、中期経営計画最終年度での単年度黒字を目指します。



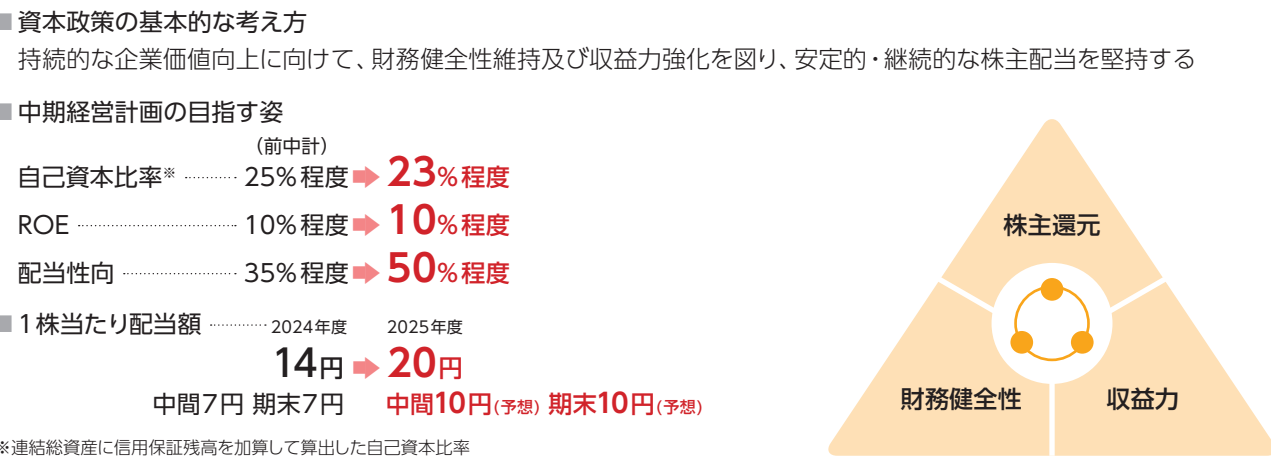
海外金融事業 新たな国への事業進出

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

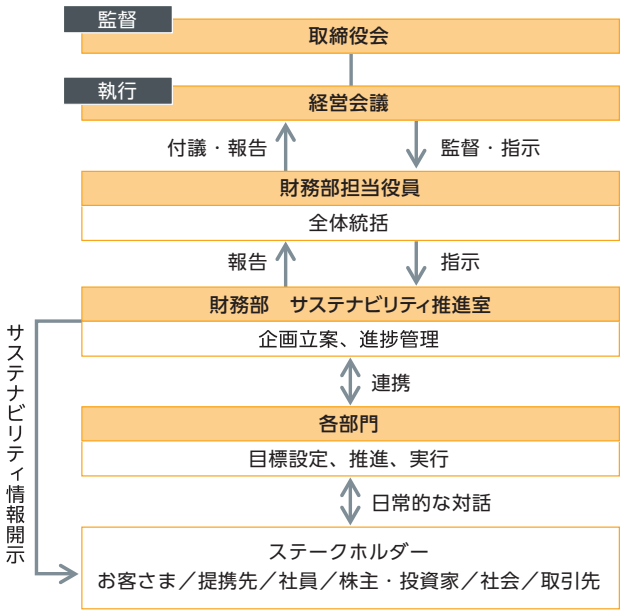


サステナビリティ基本方針

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

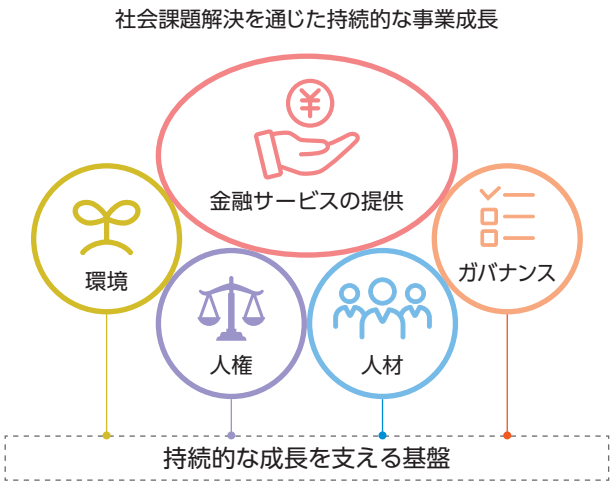
アコムにおけるサステナビリティの推進体制は、財務部サステナビリティ推進室が全社的なサステナビリティの企画を検討・立案し、重要事項については経営会議や取締役会において審議・決定をしています。また、特定したマテリアリティ(重点領域)のKPIや進捗状況についても、四半期ごとに経営会議及び取締役会に報告しています。



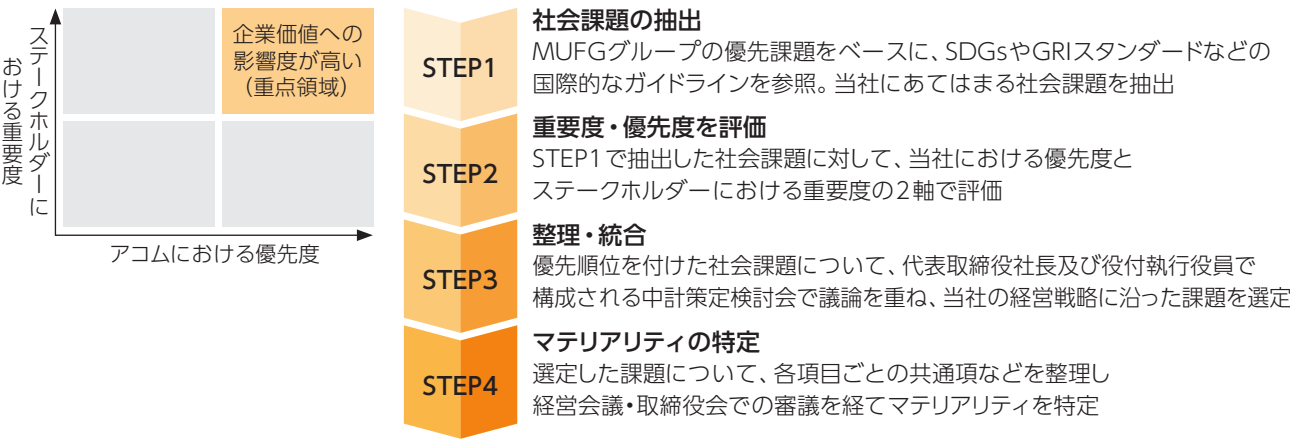
マテリアリティ(重点領域)

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



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	
	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年度末ローン・クレジットカード事業、残高1兆3,149億円
	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年度末信用保証事業、残高1兆6,960億円
	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	2027年度末海外金融事業、残高2,575億円
	ACF(フィリピン)、ACM(マレーシア)の早期収益化	
環境に配慮した事業活動の推進	GeNiEの業務提携先の拡大	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
	不正契約・不正利用防止への取組み実施	
	金融詐欺被害ゼロに向けた取組みの推進 NEW ^{※2}	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
人権を尊重する企業風土の深化	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
持続的成長に向けた人材基盤の強化	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
	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標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
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 組織・会議体の整備
	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