



アコム Integrated Report 2026 2026年3月期

創業90周年 その先の未来へ

●ビジョン体系

アコムの経営理念は、「人を信頼する」「人から信頼される」の相互信頼を基本としています。呉服商として商いを始めた創業者は、この理念を『信頼の輪』の4文字に表現して、自らの回顧録“随縁（ずいえん）”で次のように述懐しています。

「商いというものは、まず仕先に利益を与えて、買っていただく消費者に顧客になってもらえるような利益を与え、そして自分も利益を得られるという手段であるべきだ。理論は至極簡単だが、誰でもこれがなかなか実行できない。これをおこなうにはこの理論に徹すること、そして信念をもっておこなうことです」

信頼は、自らの労力を惜みず、一生懸命に努力することから築かれていくものとして、次の3つの信条で自らを律しました。

- 商人としてその手段に正しくあれ
- 新しい方法を選べ
- 常に努力を持続せよ



この信条は、その後のアコムのイノベーションに大きな影響を与えています。

おかげさまで 90 周年



— 統合報告書2026年版のポイント

① 90年の歴史が育んだ価値創造の源泉

創業90周年を迎えるまでの歩みを振り返りながら、当社の持続的成長を支えてきた企業文化や独自の強みといった「価値創造の源泉」について説明しています。

② 現場と経営が語る当社らしさ

社外取締役や社員の声を通じて、企業理念や価値観が日々の業務にどのように体现されているかを紹介し、多様な視点から「当社らしさ」を実感いただける内容としています。

③ 創業100周年・設立50周年に向けた成長戦略

社長メッセージや中核3事業の担当役員によるメッセージを通じて、中長期的に目指す姿を示し、創業100周年・アコム設立50周年に向けた挑戦をお伝えしています。

目次

アコムについて

90周年のあゆみ	3
築かれた強みと経営資本	5

中長期的な成長に向けた経営戦略

社長メッセージ	7
価値創造プロセス	13
サステナビリティ	14
サステナビリティ目標と取り組み実績	15

事業と人への投資

財務担当役員メッセージ	17
人権を尊重する企業風土の深化	23
持続的成長に向けた人材基盤の強化	25

経済価値の創造

安心・安全な金融サービスの提供	29
ローン・クレジットカード事業	29
信用保証事業	33
海外金融事業	36
環境に配慮した事業活動の推進	39

お客さま満足

お客さま満足・信頼の獲得	41
--------------	----

ガバナンス

社外取締役監査等委員対談	44
コーポレート・ガバナンス	47
リスク管理	54
コンプライアンスの実践活動	55

ステークホルダーとの対話

IR活動と外部評価	56
社会貢献活動	57

データセクション

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
株式情報	64

編集方針

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

編集にあたっては、IFRS財団が提唱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ダンスなどを参照しています。

報告対象範囲

アコム株式会社及び連結子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」または「当社」、グループ会社を含めて「アコムグループ」または「当社グループ」と表記しています。

報告対象期間

2025年度(2025年4月1日～2026年3月31日)、一部2026年度も対象

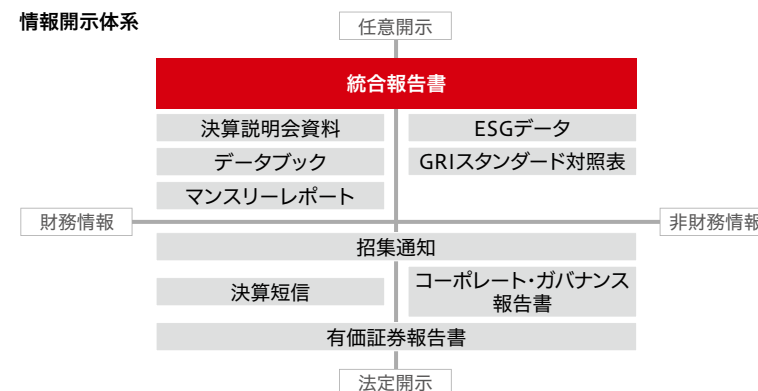
発行年月

2026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など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。

情報開示体系



●90周年のあゆみ

営業収益
(億円)
4,000

1936年、神戸市に「丸糸呉服店」として創業以来、
「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
「信頼の輪」の精神のもと、
当社は業界に先駆けた挑戦を続けてきました。
その結果として、事業の拡大と進化を重ね、
創業90周年を迎えることができました。
今後もステークホルダーの皆さまと価値を共創し、
持続的な成長と企業価値の向上を目指していきます。

挑戦と成長、信頼の輪を広げて。

90th

●90周年のあゆみ

1970年

日本初の 現金自動貸付機を開発

1960年代に急速に普及した自動販売機のような便利さを提供したいとの想いから、日本初の現金自動貸付機を開発しました。

将来の機械化に向けたテストケースとして一部店舗へ導入し、24時間年中無休のカードローンの取り扱いを開始しました。夜間や休日における現金借入ニーズにも対応し、利便性の向上と利用機会の拡大を図りました。

1979年

業界初の 年中無休・24時間稼働ATMを 設置

業界のリーダーとして技術革新を図ることで、お客さまへさらなる利便性を提供することを目的に、業界初の年中無休・24時間稼働のATMを設置しました。

ATMの導入により、お客さまにとっての利便性が飛躍的に向上しました。また、入出金事務の業務効率も改善したことで、全国の店舗へ設置が広がりました。

1993年

業界初の自動契約機「むじんくん」を導入

自動契約機は、お客さま目線に立った社員の発想から誕生しました。

有人店舗が当たり前であった時代に、緊張や様々な不安を抱えているお客さまにとって、機械が相手であれば心理的な負担も小さく来店いただけるのではないかと考え、業界初の開発に取り組むこととなりました。

また、「むじんくん」という呼び名は、店舗の拡大やCMの放映などにより、世の中に広く定着するようになりました。

90年目のありがとう

アコム 初めてトピックス

1999年

業界初のクレジットカード事業を開始

MasterCardの発行ライセンスを取得し、クレジットカード事業へ本格参入しました。キャッシング機能を主体としたクレジットカードは、クレジットカード業界としては初めての試みでした。さらに、世界で初めてクレジットカードの即時発行機を開発し、全国の自動契約機に隣接して設置しました。

このほか、消費者金融会社ならではの魅力を盛り込んだクレジットカードの仕組みをつくり上げ、ローン事業での競争で優位性を持つことを目指しました。

2000年

「はじめてのアコム♪」 CM放映開始

様々な若者たちの等身大の日常生活を描きながら、その夢をアコムがサポートするというコンセプトで、2000年に「はじめてのアコム」のCM放映を開始しました。

まずはアコムのサービスを体験してもらい、アコムの良さを伝えたいという願いから生まれたのが「はじめてのアコム♪」というフレーズです。25年以上にわたりこのフレーズをキーメッセージとしてマーケティングをおこなっています。

2022年

日本初の 個人向けローンサービスに特化した エンベデッド・ファイナンスを提供

「エンベデッド・ファイナンス（組込型の金融機能）」への挑戦は、社員の提案によってスタートしました。GeNiEは、エンドユーザーから支持されている様々な事業者と提携し、エンベデッド・ファイナンスを提供しています。これにより、提携パートナーはライセンス※を取得しなくても、自社サービスに金融機能を埋め込むことが可能になります。

※ 貸金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。

●築かれた強みと経営資本

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	- 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 - MUFGグループのブランド力を背景とした安心感・信頼感の醸成	パーセプション※の再構築によるブランド力向上 ▶p.32 ※ 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
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1,300万人以上の取引データを活用した、与信・審査モデルの確立	- 顧客理解の深化に向けた分析手法の高度化 - 特徴量エンジニアリングの深化及びモデル実装環境の最適化
お客さまの期待を超えるサービスと対応力	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対応	上級対応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
“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 ▶p.43 (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 (GeNiE)	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 ▶p.28

数字で見るアコムグループ

営業債権残高

2.9兆円

営業債権残高(連結)は2.9兆円を超える

営業利益

1,003億円

国内、海外での事業展開により、営業利益は1,000億円を超える

保証提携先

63社

提携先は63社で1社当たりの信用保証残高は200億円を超える

総利用者数

609万人

国内、海外での総利用者数は600万人を超える

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

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

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

●築かれた強みと経営資本

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 ●高いワークエンゲージメント	■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さらなる向上	●採用、育成、定着の強化による人材基盤の確立 ▶ p.25
財務資本	 ●2.9兆円を超える営業債権残高 ●信用格付 AA- (R&I、JCR) ●自己資本 7,190億円	■マーケットシェアのさらなる拡大	●パーセプションの再構築によるブランド力向上 ▶ p.32 ●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.35
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	■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の確立	●パーセプションの再構築によるブランド力向上 ▶ p.32
社会関係資本	 ●GeNiE提携数 29社 ●保証提携数 63社 ●海外進出国 3ヶ国 ●利用者数 ローン事業 201万人 信用保証事業 218万人 海外金融事業 144万人	■収益力強化を目的とした事業領域の拡大	●GeNiEの業務提携先の拡大 ▶ p.32 ●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.35 ●新たな国への事業進出 ▶ p.38

●社長メッセージ

ステークホルダーの皆さま
一人ひとりにとっての
No.1企業へ。
アコムは、
圧倒的な存在を目指す。

代表取締役社長
木下 政孝

●社長メッセージ

創業90周年の節目に振り返る、
これまでの歩みと軌跡

2026年4月2日、当社は創業90周年を迎えました。この日を迎えられたことを大変嬉しく、また誇りに感じています。今日の当社があるのは、「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皆さまのご支援の賜物であり、心より感謝申し上げます。

これまでの歩みを振り返ると、当社には、いかなる環境下においても「挑戦を続ける企業風土」が根付いていました。1993年には自動契約機「むじんくん」を導入し、新たなビジネスモデルの創出に取り組みました。さらに、1996年には、初の海外展開としてタイ王国への進出に挑戦しました。2001年にはアイ・アール債権回収へ出資し、債権管理回収事業を開始しました。また、同年に銀行カードローンの成長性に着目し、信用保証事業にも参入しています。当初は、ローン事業との競合を懸念する声もありましたが、これまでローン事業で培ってきたノウハウを活用することで、新たな価値創出が可能であると判断し、社員一丸となってチャレンジしました。加えて、金融ビジネスにとどまらず、ビデオ・CDレンタルやブライダル、さらにはネットカフェといった異業種分野にも果敢に進出しました。

結果として、現在も事業として継続できているのは、ローン・クレジットカード事業、信用保証事業、海外金融事業と債権管理回収事業であり、必ずしも全てが成功したわけではありません。しかしながら、これらの経験の積み重ねにより、今日につながる事業が生

まれたことは大きな財産であり、同時に、新たなことに挑み続けるチャレンジ精神が社内に根付いたことは、何よりの成果であったと考えています。

そして、今から20年前、消費者金融業界は大きな転換期を迎えました。2006年1月に、利息返還請求に関する最高裁判決が示され、利息制限法を超える利息の受け取りが原則無効とされました。これにより利息返還請求が急増し、貸金業者の経営に大きな影響を及ぼすこととなりました。さらに、この流れは改正貸金業法の段階施行へとつながり、2010年には総量規制や上限金利引き下げなどの各種規制が導入され、業界全体に構造的な変革をもたらしました。

当社はこの大きな環境変化を乗り越えるため、2006年に「グループ経営改革」を取締役会で決議しました。全国に約300店あった有人店舗の半数を無人化・閉店するとともに、約700名に及ぶ希望退職の実施、コンタクトセンターや子会社の統合など、抜本的に事業基盤を見直す厳しい決断をいくつも重ねました。このような改革を経て、現在に至るまで事業を継続できているのは、「必ず生き残るぞ」という強い覚悟のもとで努力を重ね続けてくれた社員一人ひとりの尽力のおかげだと思います。

また、当社は、MUFGグループとの関係強化を図るべく、2004年に戦略的業務・資本提携をおこないました。これにより当社は同グループの持分法適用会社となり、さらに2008年には同グループの連結子会社となりました。こうしたパートナーシップの深化は、厳しい経営環境下においても安定的な資金基盤の確保に寄与するとともに、当社の事業継続及び成長を支えてきました。

中期経営計画、初年度の成果と
成長に向けた取り組み

当社は、2026年3月期末の個人向けローン市場について前期比3%程度の伸長を見込んでいましたが、実際には約7%の伸長となり、想定を上回る結果となりました。また、当社の業容・業績についても計画を上回って着地することができました。

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

●社長メッセージ

新規のお客さまの構成を見ると、コロナ禍前の2019年には男性約70%・女性約30%でしたが、足元では男性約65%・女性約35%と女性の割合が増加しています。この要因は、これまで借入に対して保守的であった女性層の利用意識の変化にあると考えています。また、申込・契約チャネルがインターネットにシフトしたことで利便性が向上し、「今欲しい」「今したい」を優先する消費行動が広がってきたと認識しています。

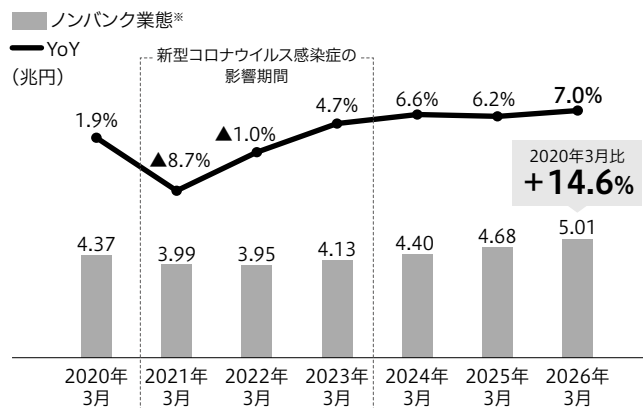
中期経営計画の策定にあたり、お客さまからは「使うならアコム」、提携先からは「組むならアコム」、社員からは「働くならアコム」と選ばれ続ける姿を「ありがたい姿」として掲げています。「ありがたい姿」と現状との差が大きいほど、その実現に向けた事業戦略・機能戦略における課題は大きくなりますが、次のアコムをつくるために乗り越えるべきハードルであり、全社員の努力によって必ず達成できると考えています。

中期経営計画の1年目を終え、事業戦略及び機能戦略はおおむね計画どおりに進捗し、中核3事業の業容・業績はいずれも順調に推移しました。

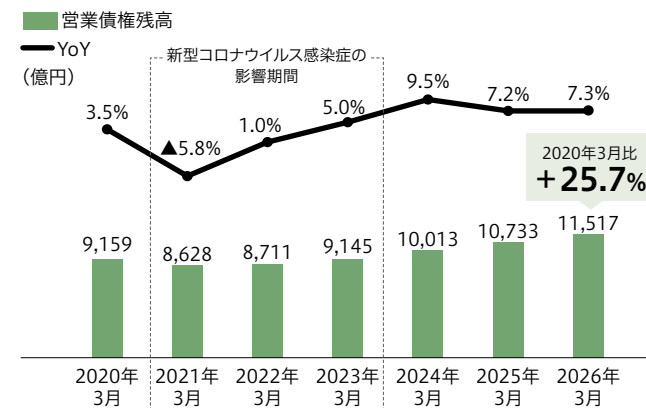
まず、ローン・クレジットカード事業の営業債権残高は、ノンバンク業態の市場がコロナ禍前の2019年度と比較して14.6%増加したのに対して、当社は25.7%の増加と市場成長を上回る拡大を実現しました。さらに、2024年10月からエンベデッド・ファイナンスの推進を担う連結子会社GeNiEについても、2025年度末時点で16社との提携を目指しておりましたが、ほぼ倍の29社まで拡大できています。

ローン・クレジットカード事業の業容

個人向けローン市場



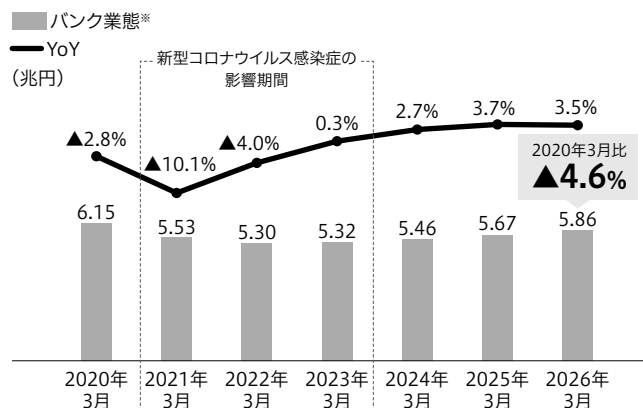
ローン・クレジットカード事業



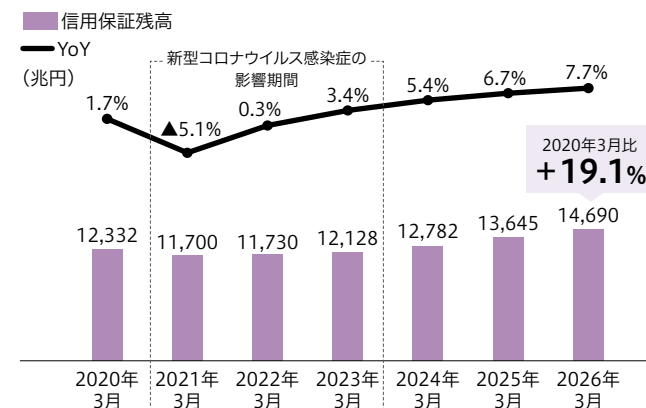
※ ノンバンク業態は日本貸金業協会統計の営業貸付金残高(証書貸付を含む)。2026年3月数値は速報値。

信用保証事業の業容

個人向けローン市場



信用保証事業



※ バンク業態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。2026年3月数値は速報値。

●社長メッセージ

次に、信用保証事業では、バンク業態の市場が2019年度と比較して4.6%減少したのに対して、当社は19.1%の成長を実現できました。また、新規保証提携先の拡大についても着実に進展しており、新たな提携先として1社5行（日本住宅ローン、りそな銀行、埼玉りそな銀行、関西みらい銀行、イオン銀行、PayPay銀行）が加わりました。さらに、2026年4月にトマト銀行との保証提携を開始し、10月にはオリックス銀行との提携も予定しています。加えて、複数の金融機関との提携についても合意に至っており、事業基盤は着実に拡大しています。

海外金融事業では、タイ王国において家計債務比率※の高止まりを背景とした各種規制の影響により、ノンバンク市場は縮小しています。このような環境下においても、EASY BUYはトップブランドの地位を活かし新規集客をおこなっていることから市場シェアは高まっています。さらに、新たな収益基盤の確保に向け、貸金業と親和性のある新規事業への参入を検討しています。

フィリピン共和国のACFにおいては、残高が順調に拡大しています。中計最終年度での単年度黒字を目指し、債権品質の維持・向上に取り組むとともに、営業債権残高のさらなる拡大を図っていきます。

マレーシアのACMでは、これまでクアラルンプールのみで事業を展開していましたが、一部集客エリアを拡大しました。その結果、2025年度末時点で申込件数が約3.7倍に増加しています。集客エリアは順次拡大し、中計3ヶ年で、マレー半島全域をカバーする予定です。これにより、クアラルンプールの人口約200万人から、マレー半島の人口約2千万人の方を対象に、サービスを届けること

ができるようになります。また、蓄積されたデータを活用することで、与信モデルの高度化を推進し、中計最終年度での単年度黒字を目指します。

また、今中計期間中に1ヶ国以上の進出を目指しており、2026年8月にはカンボジアにおける金融事業への進出を目的に、同国の個人向け金融会社の株式取得に関する契約を締結しました。今後においても、新たな国・市場への進出に積極的に取り組み、海外金融事業の収益基盤の拡大を図っていきます。

※ 家計（個人・世帯）が抱える債務の大きさを国内総生産（GDP）と比較した値で、財務健全性を評価する指標

次の10年へ、「圧倒的なアコム」を目指す

振り返れば、2006年の利息返還に関する最高裁判決以降、約10年にわたり、当社は経営の自由度が大きく制約されていました。「利息返還が経営の大きな負担となっているなかで余計な資金は使えない」という状況もあり、いかに会社を守るかという観点から、ディフェンスの強化を優先してきました。2017年度以降、業績が黒字基調に転換したことでディフェンスからオフェンスへと徐々に移行し、フィリピン共和国・マレーシアへの進出やエンベデッド・ファイナンスの挑戦など、新たな取組みを進めてきました。

しかし、当社が勢いのある成長を実現していくためには、かつて社内に満ちていた「何事にも挑戦する」といった企業精神を再び活性化させ、スピード感のある意思決定と実行を通じて、新たな価値創造に果敢に取り組んでいく必要があります。



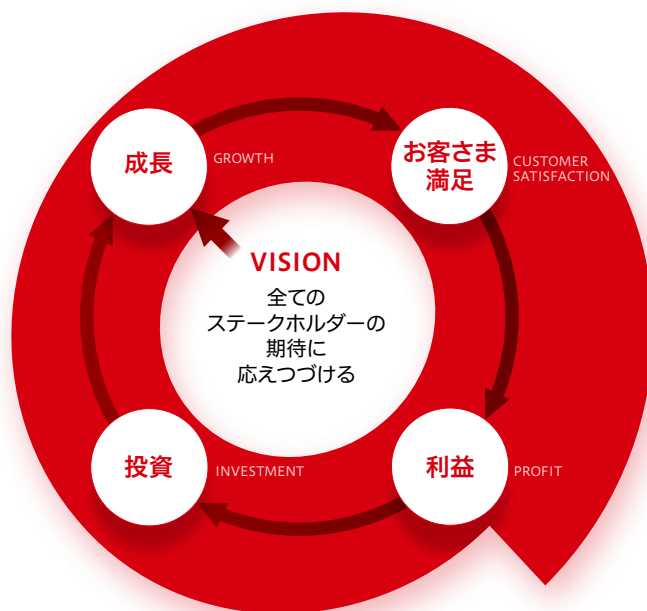
当社を取り巻く市場には依然として成長機会が存在しています。国内に目を向けると、個人向けローン市場は、バンク業態で5.8兆円、ノンバンク業態で5兆円、合計で10.8兆円の規模となっています。今後も市場の拡大が見込まれるなか、当社グループはローン・クレジットカード事業及び信用保証事業において市場成長率を上回る残高成長を実現し、着実にシェアを拡大していきます。さらに、成長余地は国内市場にとどまりません。当社が事業を展開している日本、タイ王国、フィリピン共和国、マレーシアの4ヶ国の人口は約3.4億人です。一方で、世界に目を向けると人口は約83億人のほり、一人ひとりが自分に適した金融サービスを求めています。

●社長メッセージ

当社のビジネスを83億人すべての人に提供することは想定していませんが、3.4億人の3倍の10億人であれば、提供できると考えています。10年先には現在の3倍のマーケット人口となるように、新たな国への事業進出を進めていきます。

これらの目標を達成することで当社は「圧倒的」な存在へと近づいていきます。「圧倒的」という言葉には、お客さま、提携先、社員をはじめとするあらゆるステークホルダーから真っ先に選ばれる企業でありたいという想いを込めています。「圧倒的なアコム」の実現に向けては、「成長サイクルのスピードを上げる」必要があります。

アコムグループの成長サイクル



す。そのためには、全社員の意識改革を進め、意思決定と実行のスピードをさらに加速していく必要があります。社員一人ひとりが「必ずやり遂げる!」という強いコミットメントを持ち、自ら考え行動する企業風土をさらに強化していかなければなりません。また、社員一人ひとりが必要な情報を個人で抱え込むのではなく、当社グループ内で知識やノウハウを共有することも重要です。こうした取り組みにより、業務の効率化や知識の高度化を図ることで、組織全体の競争力の向上につながるものと考えています。さらに、これらの知見をビジネス・パートナーにも共有することで、信頼を獲得し、より強固な関係性を築くことができます。単なる利害関係にとどまらず、パートナーとしての結びつきをより深めていく意識を持って行動することで、当社はもっと強くなれると信じています。

あるべき企業像へ
「継続すべきこと」「変えるべきこと」

継続すべきことは、「お客さまを深く理解し、お客さま第一義を実践する」ことです。BtoCビジネスにおいては、お客さまと真摯に向き合い、「どのような想いや目的で当社のサービスをご利用いただいているのか」を的確に把握し、そのニーズに応えることが不可欠です。それができなければ、お客さまから選ばれ続けることはできません。デジタル社会が進展し、お客さまとの接点は「店舗」から「オンライン」へとシフトしています。お客さまを深く理解するためには、社員自らが当社のオンラインサービスを確認・検証する「オンライン臨店」を実施し、その品質を不断に高めていくことが重要

です。「不便はないか?」「サービスは期待や心情に沿っているか?」「どのように改善すべきか?」、さらには「競合他社がどのような施策を講じているか?」といった観点を踏まえ主体的に考え、お客さまを深く理解することを仕事の本質としていかなければなりません。

一方で、変えるべきこととして、ローン・クレジットカード事業における業務プロセスの抜本的な見直しに取り組んでいます。2026年4月から外部コンサルタントを招聘し、BPR(ビジネスプロセス・リエンジニアリング)を推進しています。本事業は長年にわたり拡大してきた結果、関与する社員や業務プロセスが多岐にわたり、業務の重複や本来の目的から乖離したプロセスが生じていると認識しています。こうした課題を解決するため、生産性の向上、コスト構造の最適化、競争力の強化を目的として、生成AIをはじめとするデジタル技術も活用しながら、業務の抜本的な再構築を進めています。これにより、お客さまに対して、より高品質なサービスをより迅速に提供できる体制の構築を目指します。

このような業務変革の実効性を高めるには、社員一人ひとりの意識や行動の変革も欠かせません。変革を進めるうえで、社員一人ひとりが外部環境の変化にも敏感である必要があります。「他社に比べて遅れている分野はないか?」「さらに取り組むべき領域はないか?」といった問題意識を持つことは、新しい技術やサービスなど、社会の変化に日頃から触れてこそ生まれるものです。社員一人ひとりが広い視野を持ち、変化を的確に捉える力を高めていくことが競争優位性の確立と持続的な成長につながると考えています。

また、より高い価値を提供していくためにMUFGとのシナジーをいっそう高めていくことも必要です。私たちのビジネスは

●社長メッセージ

お客さまに現金やクレジットカードといった決済手段を提供することです。お客さまが求めているのは「欲しい商品がある」「受けたいサービスがある」けれども、お客さまの手元に決済する手段がないという状況を解決したいことだと認識しています。当社は、そのニーズにさらに応えるべく、MUFGが持つ様々なビジネス・パートナーとより効果的なコラボレーションを構築していきます。また、当社はMUFGの一員として、お客さまに喜ばれる新しいサービスを協働で提供していきたいと考えています。例えば、MUFGがデジタル分野における新たな施策を推進するようなことがあれば、そこに当社の強みを活かしたサービス展開の可能性を追求していきます。国内外を問わず、広い視野で継続的に新たな機会を模索していきます。

人・地域・社会に貢献し、成長し続ける

当社のマテリアリティのなかでも、「安心・安全な金融サービスの提供」は事業の根幹をなす重要テーマであり、最重点課題として取り組んでいます。また、「環境に配慮した事業活動の推進」においては、全国に設置する約500台の自動契約機について、自社で契約する使用電力

マテリアリティ(重点領域)

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
- 持続的成長に向けた人材基盤の強化
- 人権を尊重する企業風土の深化
- ガバナンスの強化

を再生可能エネルギーへ切り替え、資源の節約及びGHG(温室効果ガス)排出量の削減に取り組んでいます。金融業という特性上、事業活動にともなう直接的なGHG排出量は限定的であり、脱炭素に向けた取組みの機会は多くありません。しかしながら、そのような環境下においても、当社ができる取組みを着実に推進し、環境負荷の低減に努めています。また、「人権を尊重する企業風土の深化」においては、お客さまのみならず社員一人ひとり、そしてビジネス・パートナーの人権を尊重することを重要な経営課題と位置付け、各種取組みを推進しています。加えて、「持続的成長に向けた人材基盤の強化」では、事業の成長を支える人材の育成及び多様な人材の確保に重点を置き、組織力の向上に取り組んでいます。人材採用の取組み成果として、マイナビ及び日本経済新聞社による2027年卒大学生就職人気ランキングにおいて、当社は文系学生が選ぶ企業の60位(業種別ランキングでは2位)にランクインしました。消費者金融業界で選出されたのは当社のみであり、採用市場におけるブランドの認知と評価が着実に高まっていることを実感しています。

また、当社は社会貢献活動を継続的に推進しています。当社が持続的に事業を展開できているのは社会の皆さまのご支援によるものであり、その社会に貢献していくことは企業として重要な責務であると考えています。

例えば、誰もが楽しめるバリアフリーコンサートの「アコム“みる”コンサート物語」は、北海道から沖縄まで全国各地で30年以上にわたり継続して活動しています。この活動を通じて、日常とは異なる感動を様々な方にお届けしています。

また、「はじめたいこと、はじめよう!プロジェクト」では、「挑戦し

たい想いはあるけれど一歩を踏み出せない」方々に対し、プロのコーチを派遣し、その実現を支援しています。例えば、「家族の節目にピアノ演奏を披露したい」といった個人の夢の実現を後押しするなど、人生の質の向上に寄与する取組みを展開しています。

これらの活動は単なる慈善活動ではなく、「一人ひとりの想いの実現を支える」という点において本業に通ずるものがあります。

当社の社会貢献活動は、単に資金の支援にとどまらず、社員一人ひとりが主体的に関わることを重視しています。「アコム“みる”コンサート物語」では会場運営などを「社員ボランティア」が担うことでお客さまと直接触れ合う機会を創出しており、また、森林保全活動においても社員が現地で植樹や整備にボランティアとして主体的に取り組んでいます。こうした取組みを通じて、社会とのつながりを深めるとともに、社員自身の意識や行動の変革にもつなげています。

最後に

ステークホルダーの皆さまには日頃より温かいご支援とご指導を賜り、心より感謝申し上げます。当社は、市場環境の変化に柔軟に対応しながら、ローン・クレジットカード事業、信用保証事業、海外金融事業を通じて、持続可能な社会の実現に寄与するよう挑戦と進化を続けていきます。今後も透明性の高い経営を実践するとともに、誠実かつスピード感のある事業運営を通じて着実に成果を創出し、新たな価値創造を実現していきたいと考えております。引き続き、変わらぬご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

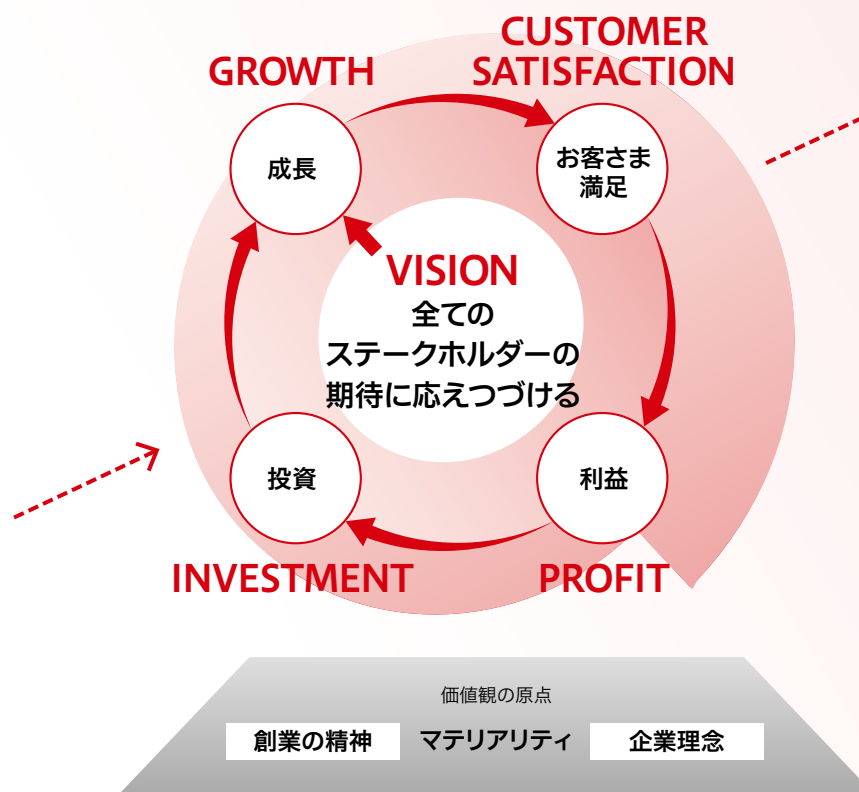
●価値創造プロセス

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
期待に応えつづける

外部環境	経営資本
国内の 少子高齢化	人的資本 従業員数 国内2,395名 海外3,231名
アジア諸国の 経済成長	財務資本 連結営業債権残高 2兆9,114億円 自己資本 7,190億円 信用格付 R&I AA- JCR AA-
ライフ スタイルの 変化	製造資本 営業ネットワーク 国内501店 海外105店 クレジットカード即時発行機 503台 リアルチャネルと同等水準の 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)
デジタル化の 進展	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
キャッシュレス 決済の拡大	社会関係 資本 GeNiE提携先 29社 保証提携先 63社(連結) 海外進出国 3ヶ国 利用者数 ローン事業 201万人 信用保証事業 218万人 海外金融事業 144万人
気候変動	



- 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

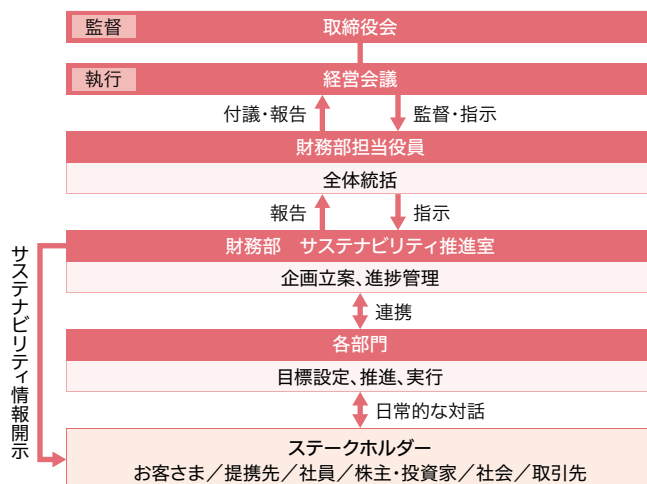
●サステナビリティ

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

当社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

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の2軸で社会課題を評価し、優先的に取り組む重点領域を特定しました。

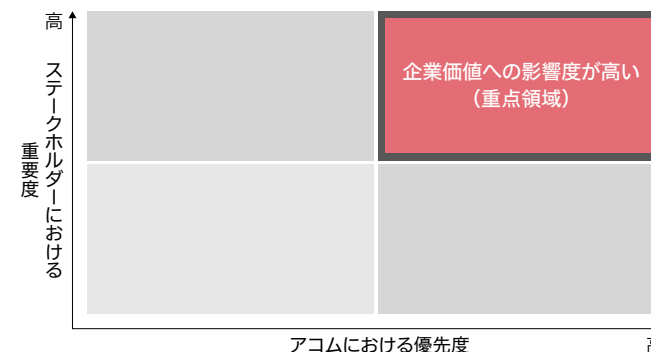
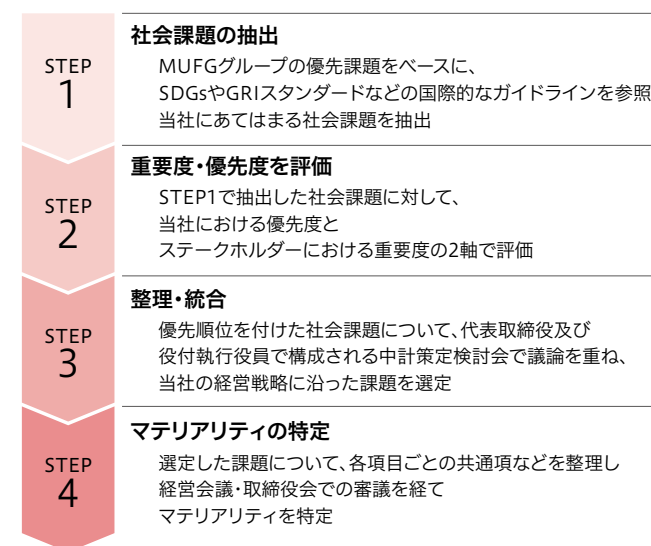
アコムだからできる課題の解決や社会の発展に貢献します。

社会課題解決を通じた持続的な事業成長



マテリアリティ特定のプロセス

当社のマテリアリティは、以下の4STEPを経て特定しています。
また、特定したマテリアリティごとに目標及び取組みの方向性を定め、毎年その進捗を管理しています。



●サステナビリティ目標と取組み実績

	主な取組み内容	目標及び取組みの方向性	2025年度の取組み実績	達成度
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	●2026年2月にCSアワードを開催。全社員が視聴 ●社員が自身のCS体験を社内に共有する仕組み「CS体験カード」の提出累計3,812件	○
	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	●社員が普段の業務などから得た気付きやCS向上に向けた改善案を提案する「CS改善提案カード」の提出累計1,412件(内、採用64件) ●「お客さまの声検討会」を累計12回開催	○
	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	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	●2025年度末、ローン・クレジットカード事業残高1兆1,517億円	—
	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	●2025年度末、信用保証事業残高1兆4,690億円	—
	EASY BUY(タイ王国)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(フィリピン共和国)、ACM(マレーシア)の早期収益化	2027年度末、海外金融事業残高2,575億円	●2025年度末、海外金融事業残高2,800億円	—
	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(2027年度末までに60社程度との業務提携を目指す)	●2025年度末時点において、29社と業務提携	—
	金融詐欺被害ゼロに向けた取組みの推進	不正契約・不正利用防止に向けた取組みの実施	●不正検知システムの迅速なルール設定による不正検知率の抑制を実施 ●3Dセキュアにおけるリスクに対する適切なルールを設定	○
		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	●金銭教育の講義を累計105回開催(累計6,345名が受講) ●新たな動画コンテンツを作成。当社企業情報サイトへ掲載	○
環境に配慮した 事業活動の推進 	自社GHG(温室効果ガス)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	●使用電力の再エネ化を継続実施。2025年度までの再エネ率50.7%(前年度比▲3.4%)	○
	環境に配慮した取組みの拡充	エネルギー使用にかかる原単位 対前年度比マイナス1%	●2024年度比88.8%	○
		グリーン購入の推進、購入比率の集計・開示	●社内における名刺・コピー用紙において100%グリーン購入を達成。 当社企業情報サイトにて開示	○
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	人権方針の策定	●6月に人権方針を策定。当社企業情報サイトにて開示	○
		人権デューデリジェンスの構築	●人権デューデリジェンス構築に向け、当社における 重要人権リスクを評価・特定	○
	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 アブゼンティーズム ^{※1} 2027年度末1.0%以下	●2025年度末9名 ●2025年度末1.04%	×
				—
	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	●2025年度末係長格以上25.0%、課長格以上10.0% ●キャリアコンサルタントによる面談を累計52名に実施	—
		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	●職位定年を迎えた社員に対し、キャリア研修を累計4回開催	○
	障がい者支援	障がい者雇用率(法定率の遵守)	●2025年度末時点の雇用率2.71%(法定雇用率:2.50%) ^{※2}	○
	コミュニケーションの活性化	コミュニケーション活性化施策の実践	●各部室において、コミュニケーション施策を立案し実施	○

※1 病欠、病気休業の状態(心身の疾病による欠勤・休職の年間総日数/直接雇用の社員の総労働日数×100)

※2 2026年3月末時点における法定雇用率

●サステナビリティ目標と取り組み実績

	主な取り組み内容	目標及び取り組みの方向性	2025年度の取り組み実績	達成度
人権を尊重する 企業風土の深化 	ノーハラスメント	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16回開催(累計305名参加)	○
	エンゲージメント向上に関する施策の推進	社員意識調査スコアの向上	●社内イントラネットなどを活用したハラスメント関連の情報提供を定期的に実施 ●エンゲージメントスコア62.2pt AAランク(2024年度比+2.1pt)	○
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	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などの理解浸透施策を強化	●ブランドイメージの訴求強化を目的に、新CMの放映に合わせ合同企業説明会のブース装飾を刷新	○
		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伝わる情報を発信	●YouTubeにて職場紹介動画を公開、また社員ショートインタビューを公開 ●2月に初のYouTube LIVE(リアルタイムの双方向参加型)を開催 ●Instagram公式アカウントを開設。職場紹介動画などを投稿	○
	各テーマ別人材の育成	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	●デジタル人材育成に向け、IT・統計関連の資格取得支援や、生成AI勉強会を定期的に実施 ●IT人材育成に向けた、教育コンテンツの作成や外部研修の受講を推進 ●海外人材育成に向けた、語学学習支援 ●BtoBビジネスの営業スキル習得を目的とした外部研修の実施	○
	人的資本の可視化及び拡充	人材データベースの整備(人材の可視化)	●人事システムのバージョンアップを実施 ●タレントマネジメントシステム導入に向けた検討を開始	○
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		当社企業情報サイトや有価証券報告書における開示項目において以下の内容を追加 ●企業戦略に紐づく人材戦略の記載 ●従業員給与などの決定方針の記載 ●成長と挑戦の支援に関する記載 ●評価の公平性に関する情報の掲載 ●専門人材の育成に関する記載	○	
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	●東京証券取引所の要請に基づき「資本コストや株価を意識した経営の実現」に向けた対応を踏まえ、コーポレート・ガバナンスに関する報告書を更新	○
		組織・会議体の整備	●取締役会の実効性に関するアンケートを実施。結果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	●各部にリスク管理推進責任者を配置 ●社内勉強会や社内研修を累計277回開催(累計2,203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	●個別リスク担当部のリスク評価についてリスク統括部署がモニタリングを実施 ●各部のリスクオーナーシップの取組み状況を確認することを目的に評価水準を策定	○
	コンプライアンス	サイバーセキュリティにかかるガイドラインへの対応	●サードパーティ管理に関する規程類の制定	○
	マネー・ローンダリングなどの金融犯罪の未然防止、被害防止拡大への対応	●金融リテラシー向上コンソーシアムと連携し、なりすましの疑いがある申し込みの名義人情報を信用情報機関へ連携する新たな仕組みを構築	○	
	「声を上げる」ことができる組織風土の醸成(内部通報制度の利用意向を向上)	●社内イントラネットなどを活用し、通報制度を周知	○	

●財務担当役員メッセージ

財務健全性と社会的信頼を高め、 安定的・継続的な株主還元と 企業価値向上を実現する

業容拡大を着実に進め、
中期経営計画初年度は順調にスタート

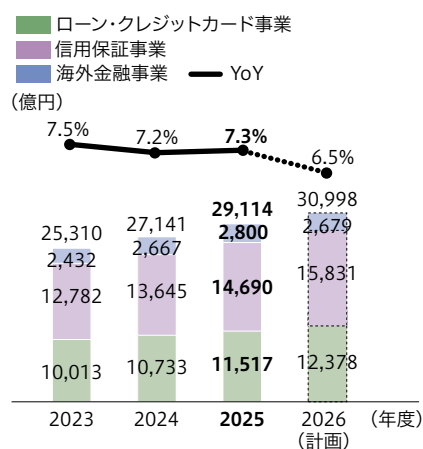
2025年度は、中期経営計画の初年度として、非常に順調な決算であったと受け止めています。

ローン・クレジットカード事業、信用保証事業、海外金融事業のいずれにおいても、営業貸付金残高・信用保証残高を着実に伸ばしていきことが、収益成長の基盤となります。2025年度は、ローン・クレジットカード事業における既存のお客さまのご利用が堅調に推移しました。また、信用保証事業においても、新規保証提携先の拡大、提携先との連携強化を通じて信用保証残高を伸ばすことができました。

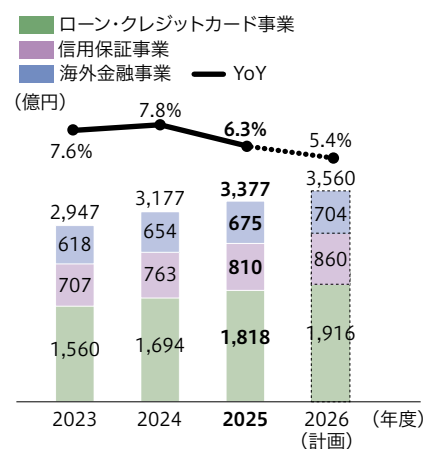
その結果、連結営業債権残高は計画を上回る増加となり、営業収益の増収につながりました。加えて、利益面では、貸倒関連費用

常務執行役員
森下 和喜

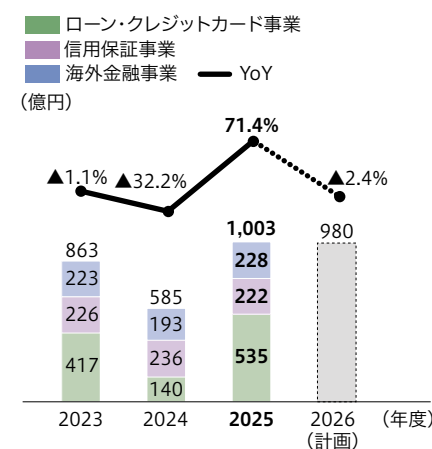
営業債権残高



営業収益



営業利益



●財務担当役員メッセージ

や利息返還費用が計画を下回って着地したことも、業績の押し上げに大きく寄与しました。

一方で2026年度は、引き続き営業債権残高の拡大による増収を見込むものの、金融費用や貸倒関連費用の増加などにより、減益計画としています。貸倒関連費用は、債権内容の悪化によるものではなく、前期に貸倒引当金の増加額が低く抑えられた反動などを踏まえ、今期は一定の費用増加を見込んでいます。

また、金利上昇局面においては、営業債権残高の拡大にともなう

資金調達残高の増加に加え、政策金利の引き上げによる調達金利の上昇が金融費用の増加につながります。こうした環境変化を踏まえ、一般経費の増加抑制や業務プロセスの見直しによる効率化に取り組み、収益とコストの両面から中長期的な利益成長につなげていくことが重要だと考えています。

今後も、営業債権残高の拡大による収益増加につなげるとともに、費用構造の見直しを継続し、持続的な利益成長の実現に取り組んでまいります。

資本効率と財務健全性のバランスを図り、安定的な株主還元につなげる

当社では、「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」ことを、資本政策の基本的な考え方としています。

そのなかで重視している指標が、自己資本比率、ROE、配当性向です。これらは、いずれか一つの指標を単独で追求するのではな

**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

2025年度末時点

自己資本比率※ **23.3%** 目標とする23%を達成

ROE **11.6%**

配当性向 **43.3%**

営業収益:3,377億円
営業利益:1,003億円

前回期末配当予想から
2円増配

2027年度末に目指す姿

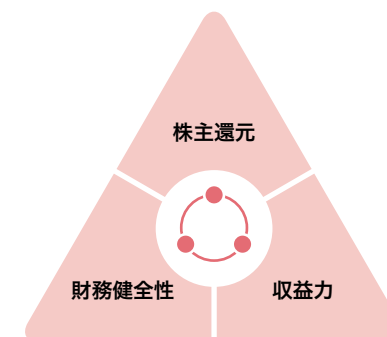
自己資本比率※ **23%程度**

ROE **10%程度**

配当性向 **50%程度**

1株当たり配当額 **22円**／中間10円 期末12円

※ 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



●財務担当役員メッセージ

く、相互の関係性を踏まえてバランスよく捉える必要があると考えています。

例えば、自己資本比率を高めることは、財務健全性の向上につながります。一方で、自己資本が積み上がることで、ROEには下押しの圧力が生じます。投資家の皆さまからは、資本をより有効に活用すべきとのご意見をいただくこともあります。金融機関や格付会社から見た財務の健全性を考えると、自己資本は一定程度の厚みが必要だと考えています。

こうした考え方にに基づき、中期経営計画では、自己資本比率23%程度、ROE10%程度、配当性向50%程度を目指す姿として掲げています。

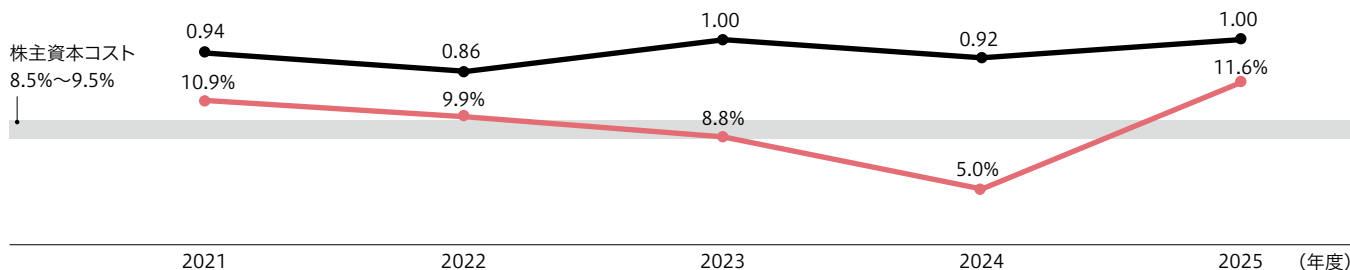
自己資本比率23%程度については、格付会社との対話も踏まえ、外部から見た財務健全性や、新たな投資などに備えるためのバッファなどを考慮して設定しています。

ROEについては、2025年度は業績が計画を上回って着地したことから、目標水準である10%程度を上回りました。一方、2026年度は、一過性要因の剥落※やコスト増加により、ROEは低下する見通しです。ROE10%程度の水準を維持するためには、営業債権残高の拡大を通じて収益を安定的に成長させるとともに、貸倒関連費用の抑制及び一般経費の効率化を図り、利益を拡大させることが重要です。

※ 2025年度においては、繰延税金資産の回収可能性に関する企業分類の変更にもともない、法人税等調整額が利益方向に増加

PBR・ROEの推移

— PBR — ROE



ROE向上のロジックツリー



●財務担当役員メッセージ

配当性向50%程度という水準は、中期経営計画期間における自己資本及び利益の積み上がりとROEとのバランスを考慮し、投資家の皆さまのご意見も踏まえて設定したものです。

2025年度の配当実績については、好調な業績を踏まえ、期末配当を当初予想から1株当たり2円増配して年間22円としました。配当方針に掲げる「堅持」には、減配を回避し、安定的な配当を継続していく意思を込めています。そのため、2026年度は減益計画としているものの、年間配当額は前年度と同額の22円を予定しています。今後の増配の可能性については、利益が計画を上回った場合に、目指す姿である配当性向50%程度を目安に配当額を適切に検討していきます。

今後も、収益力を高めて利益を着実に積み上げるとともに、株主還元を通じて自己資本を適切にコントロールしていきます。財務健全性と資本効率のバランスを図りながら、安定的・継続的な株主配当を堅持し、持続的な企業価値の向上につなげてまいります。

創業100周年、設立50周年に向けた成長への取り組み

今後の成長投資については、財務健全性とのバランスを確保しつつ、海外金融事業、新規事業、人的資本など、将来の収益基盤につながる領域に取り組んでいく考えです。

海外金融事業では、現在、タイ王国、フィリピン共和国、マレーシアの3ヶ国で事業展開しています。そして、中期経営計画期間中に1ヶ国以上の進出を目指しており、現在はカンボジアを集中的に調査しています。今後の進出に向けて、投資候補先の検討や手続き面の準備を含め、慎重に進めています。

ASEANにおける事業展開では、新たな国への進出に加え、既存進出国における新たな事業機会の創出・拡大を図ることも重要です。例えば、タイ王国のEASY BUYについては、現在の事業規模を維持しながら安定的に利益を確保するフェーズに入りつつあり、現地での新たな事業機会の検討も進めています。

国内では、GeNiEによるエンベデッド・ファイナンスなど、新たな収益基盤の構築を進めています。GeNiEは、一定規模に達するまでは固定費の吸収に時間を要するものの、残高の積み上がりにもなって継続的な利益貢献が期待できるビジネスモデルです。当社グループの5年後、10年後の成長に向けた種まきとして、重要な取組みだと捉えています。

人とデジタルの力を活かし、次の成長基盤をつくる

アコムの競争力を支えている大きな要素の一つは、営業現場で培われてきた人的資本であると考えています。営業現場では、お客さまへの対応や与信判断など、これまでの歴史で培われたノウハ



●財務担当役員メッセージ

ウが日々の業務を通じて浸透しています。新入社員も現場での実践を通じて、アコムらしい応対力や判断力を身につけていきます。

もっとも、すべての業務を人の手で担うのではなく、メールやアプリ通知、自動音声架電などで対応できる領域については、デジタル化・自動化を進め、人の力がより必要な場面に社員が注力できる体制を整えていきます。

人が担うべき領域では、会話を通じてお客さまの心を動かし、次の行動を促していく対応スキルが重要になります。こうしたスキルは、営業現場での教育や、優れた応対を称賛する取組みを通じて、組織的に蓄積されています。このような人的資本の蓄積は、業績への貢献だけでなく、信用保証事業における提携先との関係強化にもつながっています。人とデジタルの力をそれぞれ適切に活かしながら、収益力と生産性の向上を図っていくことが、アコムならではの成長基盤づくりにつながると考えています。

安定的な資金調達を通じ、成長を支える財務基盤を強化する

金利上昇局面においては、資金調達のあり方がこれまで以上に重要になると考えています。当社では、営業債権残高の拡大を収益成長の基盤としていますが、それにともない資金調達残高も増加します。さらに、調達金利の上昇は金融費用の増加につながるた

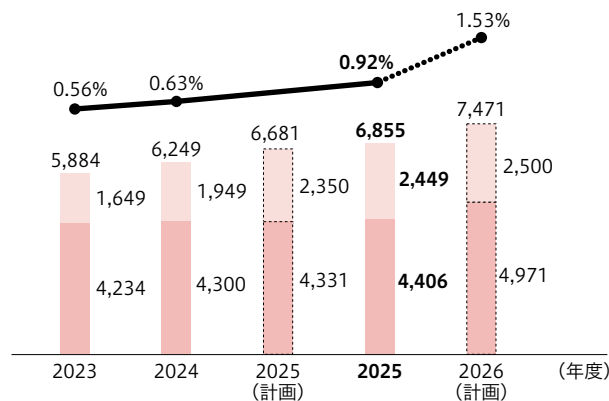
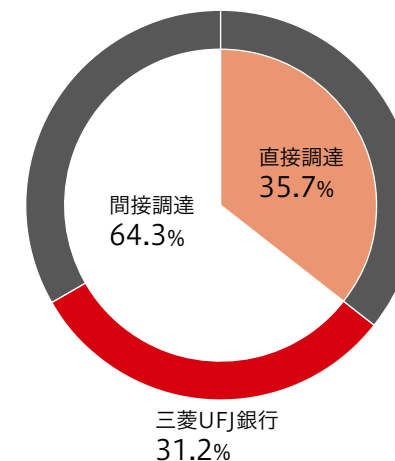
め、安定的な資金確保と金融費用の抑制を両立していくことが重要になります。

資金調達においては、三菱UFJ銀行からの調達、その他金融機関からの調達、社債、コマーシャル・ペーパーなどの直接調達を、それぞれおおむね3分の1程度のバランスで構成することを基本方針としています。

三菱UFJ銀行からの調達は、安定的な資金確保の面で重要な役

資金調達残高/借入先別構成比<2026年3月期>**資金調達残高**

■ 間接 ■ 直接 — 期中平均調達金利
(億円)

**借入先別構成比**

固定金利比率
75.4%
長期借入比率
87.6%
1年以内返済予定額
3,284億円

●財務担当役員メッセージ

割を果たしています。また、その他金融機関からの調達については、一定の取引金融機関数を確保し、そのなかで条件面を比較しながら調達をおこなうことで、金融費用の抑制につなげていきます。直接調達についても、社債市場に定期的にアクセスし、投資家の皆さまとの接点を維持していくことが必要だと考えています。このように調達先を分散し、多様な資金調達手段を確保することは、財務運営の安定性を高めるうえでも重要です。

そのうえで、固定金利と変動金利、長期借入と短期借入のバランスについては、長期固定化を基本方針としつつ、金利上昇のスピードや金融費用への影響を勘案し、機動的かつ適切に調整していく必要があります。

併せて、格付けの維持・向上や調達手法の多様化にもスピード感を持って取り組んでいきます。安定的な資金調達と金融費用の抑制を図りながら、成長を支える財務基盤を強化し、持続的な企業価値の向上につなげてまいります。

信頼される企業であり続けるために、 財務と事業の基盤を磨く

貸金業を営む企業として、貸し手責任を果たし、社会から信頼される事業運営を継続していくことが重要だと考えています。

過去には、過剰貸付や多重債務問題などを背景に、業界全体に対して貸し手責任が社会的に問われた時期がありました。こうした事態を再び招かないために、当社は日本貸金業協会などの業界団体とも連携し、大学・高校などでの金銭教育や教材提供などを通じて、お金の使い方や金融詐欺被害の防止に関する啓発を地道に続けています。

また、利息返還請求の急増により、事業環境が大きく変化した局面も経験してきました。その際には、コスト削減を徹底するとともに、MUFGグループとの関係にも支えられながら、厳しい時期を乗り越えてきました。現在では、MUFGグループとの関係は資金調達面にとどまらず、信用保証事業はもちろん、リスク管理、コンプライアンス、人事面などにも広がっています。グループ横断で連携する一体感は、当社の経営基盤の安定にもつながっています。

こうした経営基盤を支えるうえでも、経営判断にあたっては現場に足を運び、実際の業務や課題を確認することを大切にしています。人員計画や業務プロセスの見直しにおいても、数字だけで判断するのではなく、現場の声を踏まえながら、必要な対応につなげていくことが重要です。

90周年を迎えた当社が、これまでの経験と経営基盤を土台に、100周年、さらにその先の持続的な成長を実現していくためには、数字に表れる財務指標だけでなく、企業としての信頼性や安心感

を高めていく必要があります。例えば、資本市場においては、同じ格付けであっても、業種や社会的イメージによって評価が異なる場面があります。社会的信頼は、資金調達や資本市場からの評価にも関わる重要な課題だと考えています。

社会的信頼には、一足飛びに改善する近道はありません。財務基盤を安定させ、利益を一過性ではなく継続的に積み上げていくことが重要です。そのためには、既存事業を着実に伸ばすとともに、新規事業を立ち上げ、次の成長の柱を継続的に創出していくことが求められます。

また、長年にわたり厳しい事業環境を乗り越えてきた経験を通じて、慎重に事業を運営する姿勢が組織に根付いた一方で、成長に向けてより前向きに挑戦していく機運を高めていくことも必要だと感じています。年々、若手社員や新入社員が加わることで、会社の雰囲気は少しずつ変わってきています。新規事業にも積極的に取り組もうという声が社内から生まれ、次の成長に向けたポテンシャルの拡大につながっていくことを期待しています。

このような変化と期待の先に、当社で働く一人ひとりが、自社の事業に誇りを持ち、家族や友人にも自分の仕事を自然に語ることができる会社でありたいと考えています。財務担当役員として、財務健全性と社会的信頼の双方を高めながら、持続的な企業価値向上に貢献してまいります。

●人権を尊重する企業風土の深化

基本的な考え方

当社は、企業理念に「人間尊重の精神」を掲げています。これは、お客さまや社員はもちろんのこと、株主やビジネスパートナーといったすべてのステークホルダーに対してつねに感謝の気持ちを忘れず、お互いが尊重し合える関係性を築いていくことを意味しています。すべての人の基本的人権を尊重することを行動の基本とし、性別や年齢、障がい、婚姻、国籍など多様な属性や価値観をお互いが尊重し、認め合い、それを受容することによって、あらゆる人々が公平にその能力を最大限に発揮し活躍することを推進します。

人権方針

企業理念の「人間尊重の精神」に基づき、人権尊重に関する基本的な考え方を明確にするため、人権方針を策定しています。本方針は、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」やILO中核的労働基準などの国際的な人権基準を尊重するとともに、当社の役職員をはじめ、お客さまやビジネスパートナーなど事業活動を通じて関わるすべてのステークホルダーを対象としています。当方針は取締役会で決定され、人権デューデリジェンスを通じて、実効性の確保に努めています。

アコム人権方針の詳細は当社企業情報サイトをご参照ください。
<https://www.acom.co.jp/corp/csr/theme/staff/>

人権課題の特定プロセス

STEP 1	人権課題とバリューチェーンの整理 事業活動及びステークホルダーとの関係を踏まえ、当社に関連する人権課題とバリューチェーンを整理
STEP 2	負の影響とライツホルダーの整理 各人権課題について、誰に・どのような負の影響が生じ得るかを洗い出し
STEP 3	重要な人権課題の特定 深刻性及び発生可能性の観点から評価をおこない、当社として優先的に対応すべき人権課題を特定
STEP 4	アコムの状況を踏まえた優先度の調整 当社ですでに実施している取り組みや対応状況、是正可能性も踏まえ、優先度を調整

主な人権に関するリスクの内容と対応策

ステークホルダー	人権に関するリスクの内容	人権に関するリスクへの対応策
お客さま	消費者対応(商品・広告・情報発信対応)、差別、及び個人情報の取扱いに関するリスク	個人情報管理及び対外発信に関する管理体制を整備し、適切な運用及びモニタリングを実施しています。また、相談窓口などを通じてお客さまの声を収集し、サービスの改善に取り組んでいます。
取引先・提携先	労働環境(長時間労働など)やハラスメント・差別、ならびに個人情報の取扱いに関するリスク	契約管理及び外部委託先管理の枠組みを整備し、適切な運用及びモニタリングを実施しています。加えて、取引先・提携先に対する人権配慮の考え方についても重要な要素と位置付けており、今後、対応方針の検討や周知などを通じた対応を図っていきます。
社員	労働環境(長時間労働など)やハラスメント・差別、ならびに個人情報の取扱いに関するリスク	労働管理及びハラスメント防止に関する枠組みを整備し、適切な運用及びモニタリングを実施しています。また、研修や相談・通報窓口の設置などを通じて、適切な労働環境の維持・改善に取り組んでいます。
社会	差別的表現への配慮及び個人情報の取扱いに関するリスク	情報管理及び対外表現に関する確認体制を整備し、適切な運用及びモニタリングを実施しています。また、人権に配慮した情報発信に努めるとともに、役職員への教育・啓発を通じて、不適切な表現や差別的取扱いの防止に取り組んでいます。
株主・投資家	公平な情報提供及び個人情報の取扱いに関するリスク	投資家情報の管理体制を整備し、アクセス権限管理などを含めた適切な運用及びモニタリングを実施しています。また、適時・適切かつ公平な情報開示に努め、株主・投資家との適切なコミュニケーションに取り組んでいます。

●人権を尊重する企業風土の深化

ダイバーシティ&インクルージョン

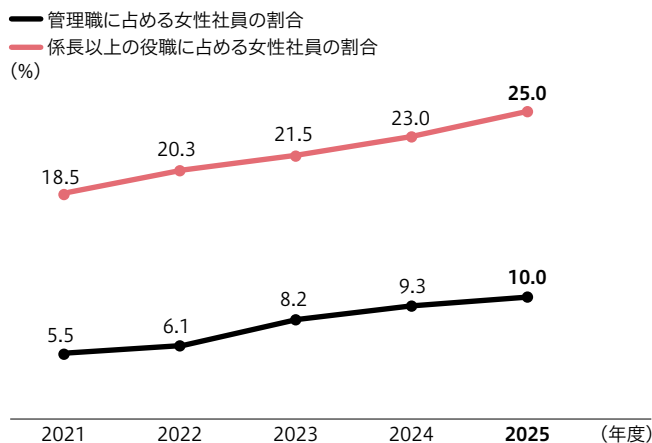
女性活躍推進

女性社員が自律的にキャリアを形成し、能力を最大限に発揮できる環境の実現に向け、キャリア形成支援研修「Woman Career Program」を実施しています。本プログラム受講者のうち選抜研修の応募資格を持つ社員の約半数が、経営幹部候補育成プログラムへ自ら応募するなど、多様な人材が意思決定層を目指す機会の拡大につながっています。

こうした取組みの結果、女性登用は着実に進展しており、「管理職に占める女性社員の割合」及び「係長以上の役職に占める女性社員の割合」はいずれも改善しています。今後も多様な人材が公平に機会を得られる環境づくりを進めることで、企業としての意思決定の質向上と持続的な価値創出につなげていきます。



「管理職に占める女性社員の割合」及び
「係長以上の役職に占める女性社員の割合」の推移



障がいのある社員へのフォロー

障がいのある社員が「働きがい」と「働きやすさ」を両立し、個々の能力を最大限に発揮できる環境整備のため、職場環境や業務内容に関する年1回のアンケートや所属長・人事部との面談、相談窓口の設置など、個々の状況に寄り添ったフォロー体制を構築しています。

また、ユニバーサルマナーに関する職場内学習や各種プログラムの情報発信など、ダイバーシティ&インクルージョンの浸透・定着と多様性を尊重する組織文化の醸成に向けた取組みをおこなっています。

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
障がい者雇用率	2.35%	2.65%	2.65%	2.70%	2.71%

ノーハラスメント

ハラスメントの防止に向けた取組み

人権尊重の観点から、いかなるハラスメントも容認しない方針のもと、安心して働ける職場環境の整備に取り組んでいます。具体的には、社内規程を整備するとともに、研修や啓発活動を通じてハラスメントに関する理解促進と防止意識の向上を図っています。

ハラスメントへの対策

方針	「アコムグループ倫理綱領」「行動基準」の制定・トップメッセージの発信
教育	ハラスメント研修の開催(2025年度実績:累計16回開催)
報告・相談	内部通報制度(社員相談ホットライン)
公正な処分	懲戒処分

カスタマーハラスメントに関する考え方

「人間尊重の精神」及び「お客さま第一義」のもと、お客さまから寄せられたご要望を商品・サービスの改善に活かし、一人ひとりにご満足いただけるよう取り組んでいます。

一方で、従業員の尊厳と安全な就業環境を守ることも企業としての重要な責務と認識しており、お客さまと従業員双方の人権を尊重する観点から、カスタマーハラスメントへの対応方針を定め、運用しています。

アコムグループ カスタマーハラスメント対応方針の詳細は当社企業情報サイトをご参照ください。
<https://www.acom.co.jp/corp/csr/theme/customer/>

●持続的成長に向けた人材基盤の強化

人事担当役員メッセージ

人的資本経営による 企業価値の向上へ

常務執行役員

森下 和喜



当社グループは、「全てのステークホルダーの期待に応えつづける」というビジョンの実現に向け、「人材育成方針」、「社内環境整備方針」、「従業員給与等の決定方針」に則って人的資本の価値向上に取り組んでいます。

2025年度よりスタートした中期経営計画においては、「成長サイクルのスピードを上げる」という方針のもと、様々な人事施策に取り組んできました。人材の確保においては採用計画を達成するとともに、「自ら成長する風土」の醸成を目的とした、社員の主体的な学びを支援する環境整備と機会提供を強化しました。次世代リーダー育成の枠組み構築や実践的な経験機会の拡充に加え、成果に報いる制度やIT・システムに関するスキル認定制度を導入するなど社員の挑戦意欲とエンゲージメントの向上を促進しています。

その成果として、社員意識調査において社員エンゲージメントは過去最高のスコアとなりました。また、福利厚生表彰・認証制度「ハタラクエール」においては福利厚生の充実に向けた取組みにより、5年連続で表彰されました。また、健康経営優良法人認定制度においては、大規模法人部門の認定法人のなかでも特に優良な上位500法人に送られる「健康経営優良法人2026(ホワイト500)」に初めて認定されるなど、社員が「働きがい」と「働きやすさ」を実感できる環境整備が着実に進んでいます。

一方で、中期経営計画1年目を終えて課題がより明確になりました。急速な環境変化が進むなか、デジタルスキルの高度化や専門人材の質・量の確保においてはさらなる強化が必要であり、すでに採用活動の高度化や全社員のデジタルリテラシーの向上に取り組んでいます。また、女性登用においては着実に進んでいるものの、さらに登用スピードを高めることが不可欠と感じています。

こうした認識のもと、今後も「採用・育成・定着」の好循環をさらに加速させていきます。特に、社員が自律的に学び・挑戦し続ける風土の醸成と、デジタルと人の力を融合した価値創出力の向上に

注力してまいります。また、役員と現場が一体となった人材育成や、グループ横断での価値観共有を通じて、組織全体の一体感を高めていきます。

当社は、人的資本をサステナビリティの中核に位置付け、「働きがい」と「働きやすさ」を両立する環境を整備し続けます。社員一人ひとりが自らの成長を実感し、その力を最大限発揮することで、社会に新たな価値を提供し続ける企業でありたいと考えています。今後も人的資本経営の深化を通じて、中長期的な企業価値向上を実現します。

人材戦略の全体像



●持続的成長に向けた人材基盤の強化

人材の採用・育成

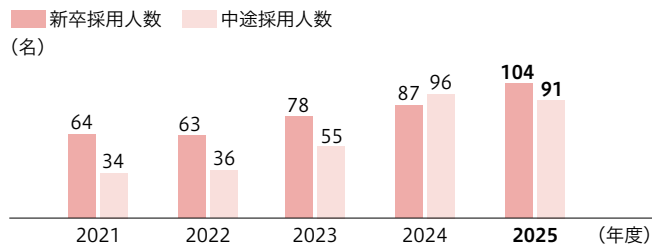
新卒及び中途採用活動強化

企業間の競争が激化し、環境変化が加速しているなか、「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・価値観などを受容して新たな価値を創出することが重要であると考えています。この考えに基づき、事業戦略の遂行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います。

新卒採用では、将来の事業展開を見据えた人材プール構築の観点から人材ポートフォリオを意識し、多様な人材の確保に注力しています。また、ブランドイメージの向上と認知強化を目的に、YouTubeやInstagramを活用した積極的な情報発信をおこないました。その結果、「マイナビ・日経2027年卒大学生就職企業人気ランキング」の文系総合部門で60位、「クレジット・信販・リース・その他金融」部門で2位となりました。

中途採用では、高度化する事業課題に迅速に対応すべく、特定のスキルを有する即戦力人材の採用を強化しています。今後も多様な人材の獲得を通じて、組織の柔軟性と競争力のさらなる向上を図ります。

新卒採用人数・中途採用人数の推移



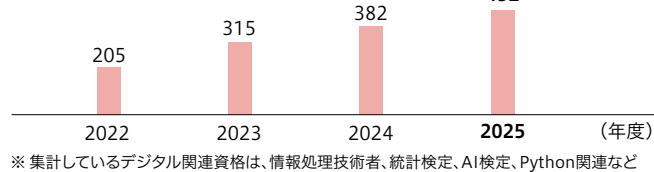
※ 新卒採用は次年度入社人数を記載

「ヒト」と「デジタル」の最適化に向けたデジタル人材の育成

消費者金融業界のリーディングカンパニーとして、長年の事業運営で培ったノウハウと確かな与信力・回収力を強みとしています。一方で、デジタル化や技術革新の進展、市場環境の変化にスピーディに対応できる体制整備を喫緊の課題と位置付け、デジタル人材の育成を強化しています。2023年4月より「デジタル人材育成プログラム」を開始し、2025年度はデジタル基礎研修修了者のなかから選抜された社員に対し、データ分析、プログラミング、AI、UI/UXなどの高度専門スキル習得研修や越境学習プログラムへの派遣をおこないました。

加えてIT・統計関連の資格取得支援や生成AI勉強会を通じ、全社のデジタルリテラシーと変化対応力の向上を図っています。

デジタル関連の資格保持者延べ人数の推移(2022年度より集計)



次世代のリーダーの育成

2025年度より、以下の2軸で当社グループの次世代を担うリーダーの早期育成を推進しています。

役員主導施策	OJTの強化に加え、子会社経営やタフアサインメント(重要プロジェクト選任)などの実践機会を提供するとともに、役員との対談セッションや1on1面談を通じて、経営視点の承継を図っています。
人事主導施策	既存研修に加え、社内講話などの発信機会や社外人材との交流機会を提供するなど、実践的な経験を通じた成長を促進しています。

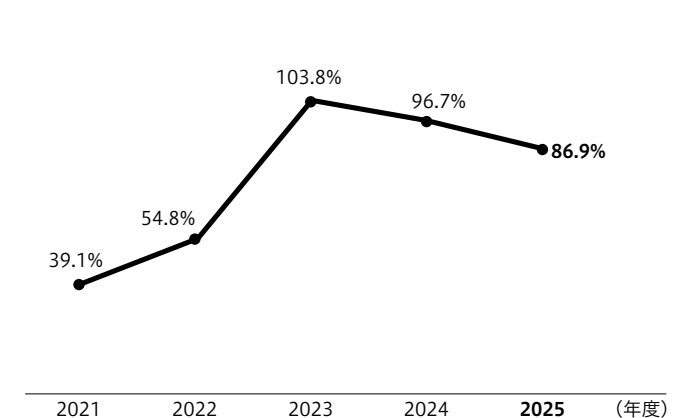
働き方改革

育児休業取得の促進等

男性社員の育児休業取得率100%を目標に、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ダイバーシティ&インクルージョン・ヘルスケアに関する情報発信ツールを導入するなど、育児休業を取得しやすい環境整備を進めています。

また、円滑な復職とキャリア形成を支援する仕組みとして、早期復職者に対する支援制度を改定しました。従来の賞与による支給から、保育料などの経済的負担を速やかに軽減できるよう月次給与での支給へ変更し、社員の希望するキャリア形成の継続をサポートしています。併せて、こども家庭庁の「ベビーシッター派遣事業割引券」を福利厚生として採用するなど、多様なニーズに応える支援体制を強化しています。

男性社員の育児休業取得率の推移



※ 当事業年度に育児休業を取得した男性労働者数÷当事業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)。男性社員の育児休業取得率の算出にあたっては、配偶者の出産年度と実際の育児休業を取得した年度の差異が単年度の数値に影響する特性があります。

●持続的成長に向けた人材基盤の強化

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持続的な企業の発展に不可欠であると考え、健康経営に対する方針（「健康経営宣言」）を定めています。この方針のもと、人間ドックやがん検診の費用補助による疾病の早期発見・予防に努めるとともに、健康管理ポータルサイトを活用した運動・食生活の改善支援やウォーキングイベントによる運動習慣の定着、さらに取引先と共同で健康経営イベントを開催するなど、多角的な施策を通じて社員がいきいきと能力を発揮できる職場環境の整備に取り組んでいます。

これらの継続的な取り組みの結果、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、大規模法人部門の認定法人のなかでも特に優良な上位500法人に送られる「健康経営優良法人2026（ホワイト500）」に認定されました。「健康経営優良法人（大規模部門）」の認定は5年連続となり、今後もさらなる健康増進施策の拡充を通じ、企業価値の向上に努めます。



取引先と共同開催の健康経営イベント



社員主催の健康イベント

人事評価・報酬

賃金の引き上げ

持続的な成長を牽引する優秀な人材の確保・定着及び社員のエンゲージメント向上を最重要課題の一つと位置付けています。この考えに基づき、市場競争力のある報酬体系への刷新を目的とした賃金水準の引き上げ及び基本給の補正を実施しました。

新卒初任給の引き上げによる採用競争力の強化

労働市場における採用競争力を高めるため、初任給の引き上げをおこないました。（例：大卒総合職：27万円⇒30万円）

既存社員の基本給補正（ベースアップ及び格差是正）

初任給の引き上げにともない、各資格・役割に応じた適正な処遇を維持するため、特に若手・中堅層を中心に、18,000円～30,000円の引き上げを実施しました。

報酬体系の最適化

賞与における個人業績給の引き上げ幅を拡大するとともに、管理職層（課長職以上）においては、評価に応じた支給倍率のメリハリを拡大しました。これにより、上位役職の責務に応じた魅力ある処遇を実現するとともに、より個人の成果や貢献度に報いる報酬体系へと移行しています。

賃金の引き上げ率（基本給の上昇率）※1

2023年4月	2024年4月	2025年4月	2026年4月
5.2%※2	4.9%	4.1%※3	5.4%

※1 引き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実施

※3 基本給の改定に加え、2025年度夏季賞与よりほぼすべての職位において「個人業績給の基準額（賞与の算定基礎額）」を引き上げ、年収ベースでの処遇改善を実施

成果に報いる制度構築

社員の挑戦や成果を適切に評価し、報いる報酬体系を構築することで、就業意欲と働きがいの向上を図り、個々の能力が最大限に発揮される組織を目指しています。2025年度においては、賃上げ対応以外にも社員の成長角度を高め、成長サイクルのスピードを上げることを目的として、社員のチャレンジを適切に評価する制度を新たに導入しました。

これらの施策を通じて、社員の自律的な挑戦を促すとともに、高いパフォーマンスが発揮できる環境を整備することで、組織全体の生産性向上と持続的な企業価値の向上に努めます。

IT・システムスキル認定制度の導入

デジタルシフトへの対応とIT人材の確保・定着を目的に、「IT・システムスキル認定制度」を導入しました。本制度では、高度な専門性を有する社員をスキルレベルに応じて認定し、市場水準に基づいた手当を支給することで、競争力のある報酬体系を実現しました。毎年のスキルチェックによる厳格な更新・解除をおこなうことで、社員の自律的な研鑽を促し、挑戦と成果に報いるメリハリのある処遇を徹底していきます。



●持続的成長に向けた人材基盤の強化**社員エンゲージメント****行動指針の浸透と定着**

2025年度に刷新した新たな行動指針の浸透に向け、経営層から現場まで一体となった定着施策を推進しています。

次長職以上の管理職を対象とした社長との座談会では、自らが率先垂範する指針の宣言や好事例の共有を通じて、リーダー層の意識改革を図りました。

さらに、全部署で実施した「行動指針定着プログラム」では、社長メッセージ動画を通じて刷新の背景や社員への期待を共有し、対話型ワークショップを通じて理解を深化させました。社員は自らの気付きを「未来を創るノート※」へ記録し、具体的な行動宣言をおこなうことで、指針を日常の業務行動へと落とし込み、組織全体のエンゲージメント向上に努めています。

※ ビジョン及び行動指針を体系的に整理した書き込み式ノート



社長メッセージ動画

未来を創るノート

**成長と挑戦の支援**

社員の挑戦を支援し「創造と革新の経営」を実践する組織風土が企業価値向上に直結すると考えています。グループ横断のビジネスコンテスト「DRIVE」は、第2回となる2025年度に71件の応募がありました。役職に関わらず誰もが提案できるボトムアップ型の仕組みを推進し、挑戦を称える文化の形成を図っています。

また、2025年度より新たに、役付執行役員及び指名を受けた社員が参画する役員主導のイノベーション創出会議「PRO会議」を開催しました。本会議を通じて採用された7案件のうち、すでに2案件の導入を決定し、その他案件も継続的に検討しています。

今後もこれらの重層的な支援を通じ、社員一人ひとりが挑戦し続ける組織文化の醸成に取り組めます。



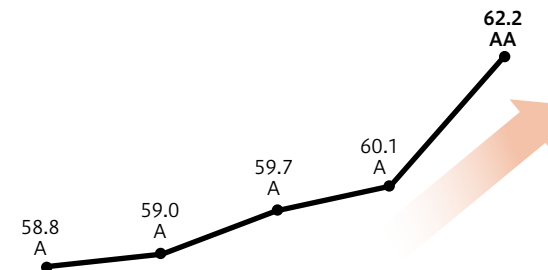
DRIVE一次審査の様子



PRO会議

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」を活用)を実施しています。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、7年連続で大手企業部門(従業員数5,000名未満)において表彰されました。調査の結果を踏まえ、役員、部室長、人事部でコミュニケーションを取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います。

エンゲージメントスコア/レーティングの推移

2022年 8月	2023年 2月	2023年 11月	2024年 11月	2025年 8月
58.8 A	59.0 A	59.7 A	60.1 A	62.2 AA

※ 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
※ 当社及び当社から当社グループ会社への出向者を含む全体の数値を記載

●安心・安全な金融サービスの提供

ローン・クレジットカード事業

当社はローン・クレジットカード事業を通じて、お客さまの「急な資金ニーズ」や「決済手段がない」という課題を解決し、その先にある「何か欲しい」「何かしたい」を実現するための安心・安全な金融サービスを提供しています。

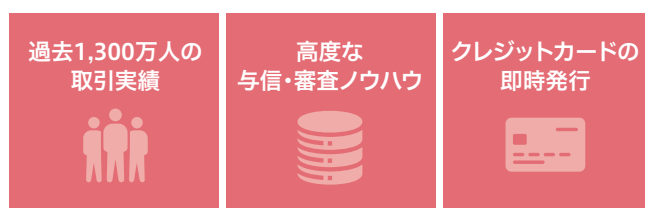
ローンは、お客さまの「信用」をもとに、個人を対象とした少額、無担保の現金融資サービスで、急な資金ニーズに最短即日に対応できる仕組みを備えています。また、現金とクレジットカードの両方を利用できるアコムマスターカードを通じて、決済の利便性を高め、幅広いニーズに応えています。



事業の強みと特徴

1) ローン・クレジットカード

ローン・クレジットカード事業の強みは、累計1,300万人を超えるお客さまとの取引によって蓄積された膨大なデータです。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。お申し込みから最短20分で審査回答をおこなう



「即時与信」と、インターネットや自動契約機など様々な申込チャネルをご用意することで、スピーディな融資を実現しています。

また、全国の店舗に約500台の「クレジットカード即時発行機」を設置し、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当社の強みになっています。

ローン・クレジットカード事業の特徴は、

①Speed ②Simple ③Secret ④Safety ⑤Self service
の5つの「S」で表すことができます。すなわち、すぐに、簡単に、融資が受けられる。安全で、なおかつ自分の都合に合わせてサービスを受けることができます。

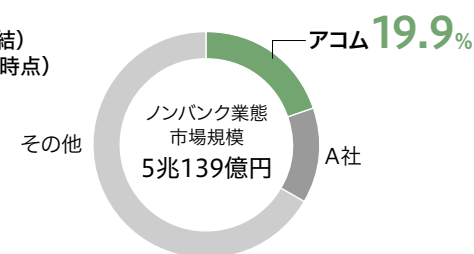
市場環境・見通し

2026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5兆円で、そのうちアコムのシェアは約20%です。

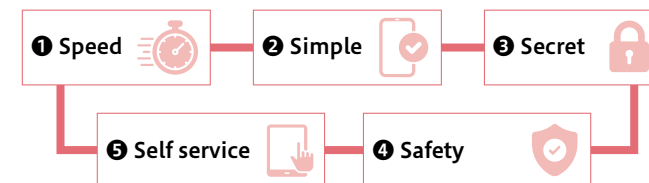
少子高齢化が進行し、労働人口が減少しているなか、異業種からの個人向けローン市場への新規参入などにより、競争環境の激化が継続している状況です。

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抵抗感が薄れ、市場規模は拡大を続けています。今後も、年間3%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(連結)
(2026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)



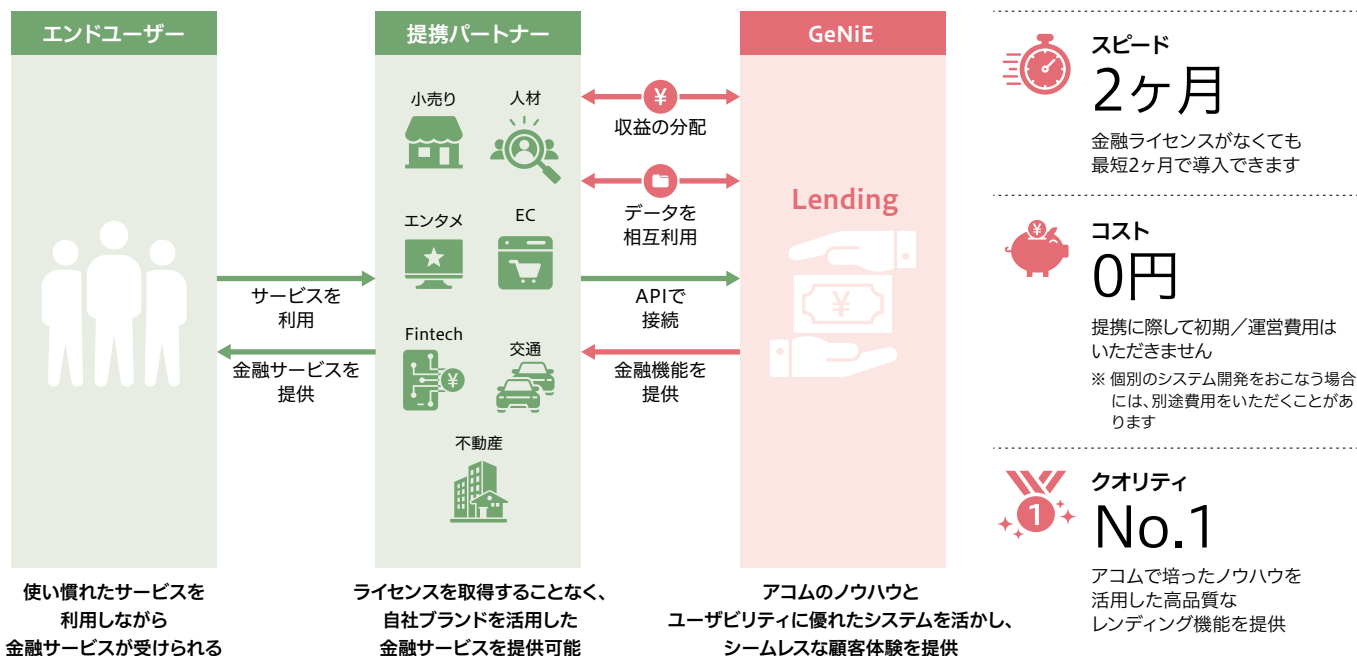
●安心・安全な金融サービスの提供 | **ローン・クレジットカード事業**

2)エンベデッド・ファイナンス

2022年4月に設立した連結子会社GeNiEが展開するエンベデッド・ファイナンスは、貸金業法などの厳しい法律や規制により一般事業者の参入ハードルが高い金融機能を自社のサービスに組み込み、お客さまにシームレスな金融サービスを提供できる仕組みです。この仕組みを活用することで、お客さまは使い慣れたサービスを利用しながら、金融サービスを受けられるようになります。また、一般事業者は自社ブランドのwebサービスなどを入口に、大きな投資をおこなうことなく、法規制に対応した金融サービスを開始できます。複雑で難易度の高い与信管理などのバックエ

ンドの仕組みは、ノウハウを持ったプロの金融事業者任せにすることができます。

GeNiEのエンベデッド・ファイナンスは、スピード・コスト・クオリティの3つの点で圧倒的な優位性を持っています。まず、金融ライセンスがない企業でも最短2ヶ月で導入できるため、事業立ち上げまでのリードタイムを大幅に短縮できます。導入や運営に関する初期費用が不要で、0円からスタートできる点も大きな魅力です。加えて、業界トップであるアコムのローン事業で培ったノウハウを活かした高品質なレンディング機能を提供しており、安心して金融サービスを組み込むことができる点が強みになっています。



TOPIC

金融詐欺被害防止に向けた取組み

●金銭教育

消費者の「利益保護」を図り、消費者金融市場を健全に発展させることを目的として、2013年から大学生や高校生を中心に金銭教育の講義を実施しています。対面での講義だけでなく、より多くの方に学びの機会を提供できるよう、当社企業情報サイトに動画教材を公開するなど、情報発信の充実にも取り組んでいます。講義では、若年層にも身近になりつつあるカードローンについて、実際に発生した金融トラブルの事例を紹介し、注意喚起をおこなっています。

また、「金融リテラシー向上コンソーシアム※」や親会社であるMUFGとも連携し、金銭教育活動を推進しています。

近年、金融犯罪の手口は巧妙化・複雑化しており、起業・副業・アルバイト詐欺、投資詐欺などの様々なトラブルによる被害が若者を中心に増加しています。引き続き、カードローン事業を担う業界の一員として、金銭教育を通じて金融トラブル被害の防止に努めていきます。

※ 金融トラブル防止と金融リテラシー向上を目的に、日本貸金業協会と貸金業大手4社が協働して2023年6月に設立した団体。

●SNSでの発信

多くの若年層が利用するTikTokで、著名クリエイターの協力を得て、金融詐欺被害の防止を目的とした啓発ショート動画を配信しています。若年層にとって身近なプラットフォームを活用し、少しでも目に触れる機会を増やすことで、金融詐欺被害の未然防止につながることを期待しています。

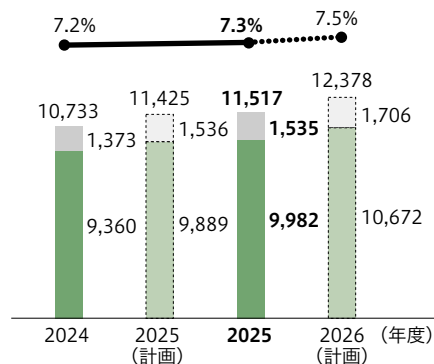
●安心・安全な金融サービスの提供 | ローン・クレジットカード事業

営業債権残高

ローン クレジットカード

YoY

(億円)

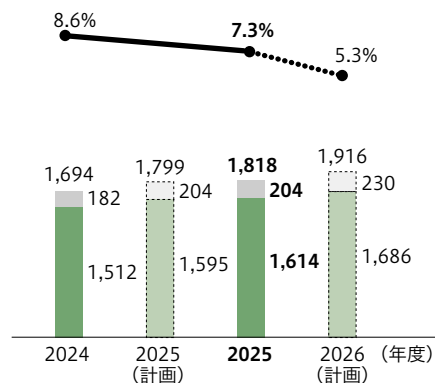


営業収益

ローン クレジットカード

YoY

(億円)

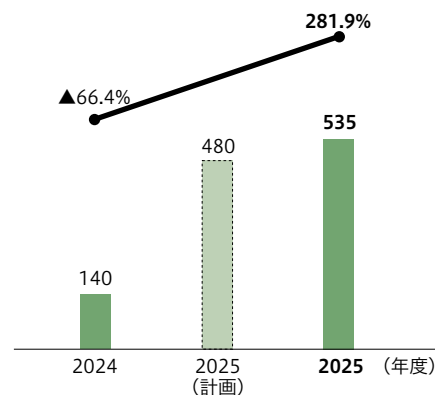


営業利益

営業利益

YoY

(億円)



決算概要

営業債権残高は、個人消費の回復にともない既存顧客の追加利用が好調に推移したことに加え、各種キャンペーンの実施及び収入証明書の積極的な取得を通じた適正な与信の継続により、期初計画を上回る水準で着地しました。

営業収益は、営業債権残高の増加を背景に、計画を上振れて推移しました。営業利益は、利息返還費用の減少及び貸倒関連費用の抑制が奏功し、計画を上回る結果となりました。利息返還費用が減少した要因は、利息返還請求件数及び取崩額が想定以上に減少したことや外部環境などを総合的に勘案し、利息返還損失引当金への繰入額を減額したことによるものです。

貸倒関連費用が抑制できた主な要因は、貸倒発生率が相対的に高い「取引期間の短いお客さま」の構成比が低下したことにあります。取引期間の短いお客さまは、返済習慣が十分に定着していないため取引が不安定となりやすく、貸倒発生率が高い傾向にあります。一方で、取引期間が一定期間を超えるお客さまでは返済が安定し、貸倒発生率は着実に低下していきます。

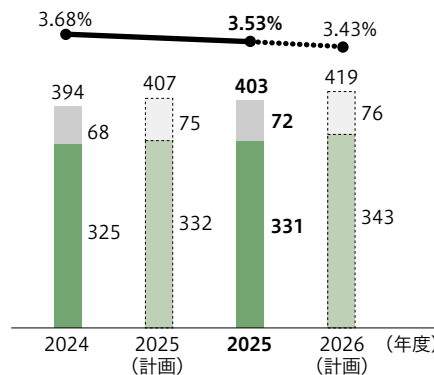
2023年度及び2024年度は、コロナ禍の収束にともなうペントアップ需要を背景に新客数を多く獲得したことで、取引期間の短いお客さまの構成比が一時的に上昇していました。しかし、直近ではペントアップ需要の剥落により新客数が減少し、結果として貸倒発生率の高い層の構成比が低下しています。こうした顧客構成の変化により、足元では貸倒関連費用を抑制することができました。

貸倒損失額・損失率※

ローン クレジットカード

貸倒損失率

(億円)

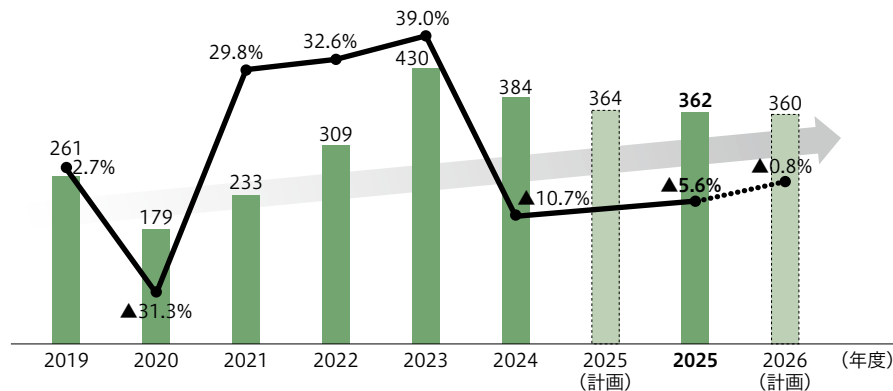


新客数※

新客数

YoY

(千件)



※ 貸倒損失額及び損失率は利息返還請求に起因する債権放棄分を除く

※ 無担保

●安心・安全な金融サービスの提供 | ローン・クレジットカード事業

担当役員メッセージ

専務取締役
木下 裕司

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(2027年度末)

- 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60社程度へ拡大する
- 営業債権残高は1兆3,149億円を目指す

中期経営計画の1年目を終え、ローン・クレジットカード事業は計画を上回って推移しています。2年目以降もこの勢いを維持し、計画を上回る成果につなげるべく、引き続き中期重点テーマを中心に取組みを加速してまいります。

現中期経営計画では、中期重点テーマとして「パーセプションの再構築によるブランド力向上」を掲げています。これは、お客さまが「今欲しい」「今したい」と思った際に、真っ先にアコムを選んでもいただける強固なブランドを確立したいという考えに基づくものです。

パーセプションの再構築において、重要な指標と考えているの

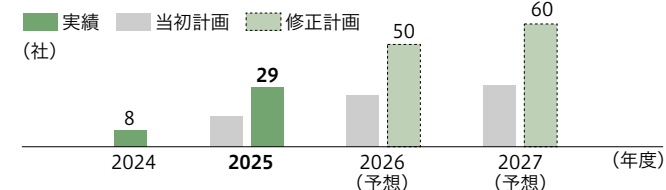
が「他社0件比率」です。これは消費者金融やクレジット会社において、カードローンの借入経験がなく、初めての借入先としてアコムをご利用いただいたお客さまの割合を示す指標で、ブランディング活動において発信してきたキーマッセージ「はじめて」に密接に関連しています。他社の借入れがないお客さまは関係構築を通じて、継続的に利用が拡大する傾向にあります。こうしたお客さまが当社の新規契約者の約半数を占めており、当社の強みの一つとなっています。この比率をさらに高めていくことが当社にとっての中長期的なミッションです。

一方で、消費者を対象とした意向調査では、依然として消費者金融の利用に対して抵抗感を持つ方が一定割合存在していることが確認されています。こうした状況を踏まえ、当社ではブランディング活動を通じて、パーセプションの再構築に取り組んでいます。具体的には、消費者とのあらゆるタッチポイントにおいて「安心・信頼」のブランドを届けることで、ブランドの浸透を加速させていきたいと考えています。

その取組みの一つであるCMでは、「こういう時にはアコムを頼って良いんだ」という利用への共感を訴求するとともに、これまでも継続して発信してきた「はじめてのアコム」のサウンドロゴを活用しています。加えて、MUFGグループの一員であることを積極的に訴求することで、「安心して利用できる存在」として認知向上を図っています。こうした活動を通じて、「お金を借りる」といえば「アコム」を想起いただける存在になることを目指してまいります。

GeNiEについては、中期経営計画の最終年度において「30社以上と提携する」ことを目標として掲げていましたが、開始から1年目にして29社との提携を実現することができました。この進捗を踏まえ、提携目標を見直した結果、中期経営計画の最終年度において、60社程度との提携を目指すこととしました。

GeNiEの業務提携先拡大



一方で、提携先との関係性には強弱があるのも事実です。資金ニーズが強く、かつレンディングとの親和性が高い業界の企業と提携した場合、ほかの企業と比較して新規申込件数が数十倍に拡大しています。

今後は提携数の拡大だけでなく、関係性を重視し、強いパートナーシップを構築できる提携先をいかに増やしていくかが事業成長の重要な鍵になると考えています。

残り2年間で関係性の強い提携先を着実に拡大し、次期中期経営計画における単年度黒字化を見据えつつ、その達成時期を少しでも前倒しできるように、取り組んでまいります。

中長期的な視点では、本当に必要な時に「安心してお金を借りる選択ができる」社会の実現を目指しています。金融は、人生における挑戦や希望を実現するための手段であるべきと考えています。日常の様々なサービスに自然に溶け込み、必要な時に過度な負担を感じることなく利用できる存在となることが、GeNiEの目指す姿です。

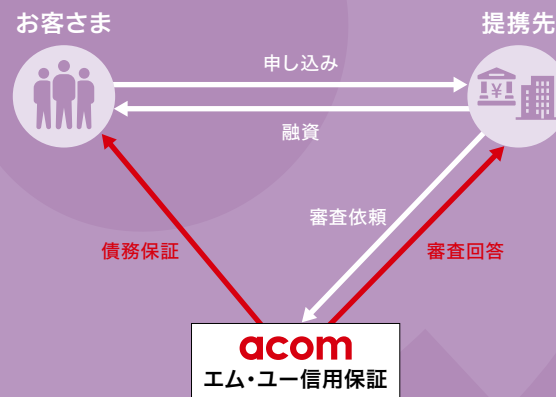
プロダクトもローンにとどまらず、2026年にローンチした後払いサービスに加え、ウォレットなどの新しい領域へと広げ、提携可能な産業の幅を一層拡大していきます。また、提携先とのデータ連携を活用し、お客さま一人ひとりに最適な条件を提示する“ローンの再発明”にも取り組みます。私たち自身が新たなモデルを創出し、市場全体の活性化に貢献していきます。

●安心・安全な金融サービスの提供

信用保証事業

信用保証事業とは、提携先が販売するカードローン商品を利用されるお客さまを当社が保証することで、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。各提携先に合わせたサポートを通じて、提携先と力を合わせ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、当社と連結子会社であるエム・ユー信用保証の2社で信用保証事業を展開しています。



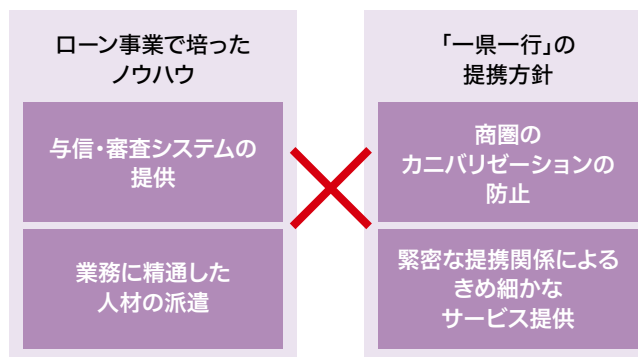
事業の強みと特徴

信用保証事業の強みは、これまでローン事業で培ってきた与信・審査ノウハウと債権管理回収ノウハウです。

当社はこのノウハウをベースとした与信・審査システムの提供や販売促進支援などを実施しています。加えて、アコムのローン事業のノウハウを持った社員が、提携先へ出向し、テレマーケティングの指導など人的支援もおこなっています。現在、約200名の社員が提携先へ出向し、ローン商品の営業推進に携わっています。

また、「一県一行」の提携方針により、営業エリアの重複を避けることで、お客さまの取り扱いを抑制しつつ、各提携先との緊密な関係を維持しています。提携先の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、きめ細やかなサポートを実施しています。その結果、1提携先当たりの信用保証残高は200億円を超える水準となっています。



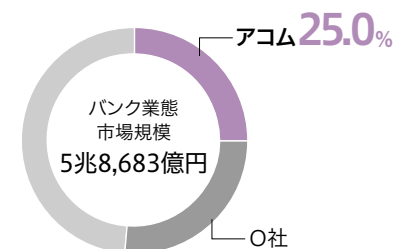
市場環境・見通し

2026年3月末における銀行のローン市場は、約5.8兆円の規模があり、そのうちアコムグループのシェアは25%となっています。

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。

これらの資金需要を踏まえると、今後も年間3%程度の市場成長が期待できると考えています。

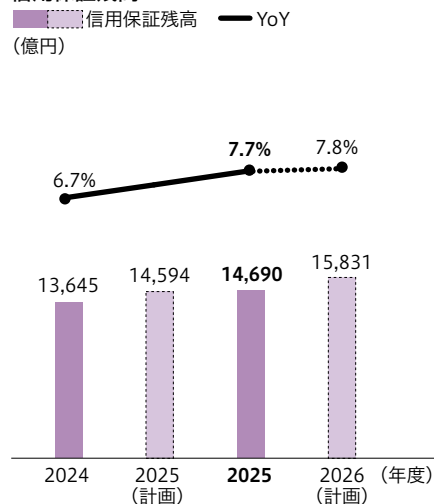
市場シェア（連結）
（2026年3月末時点）



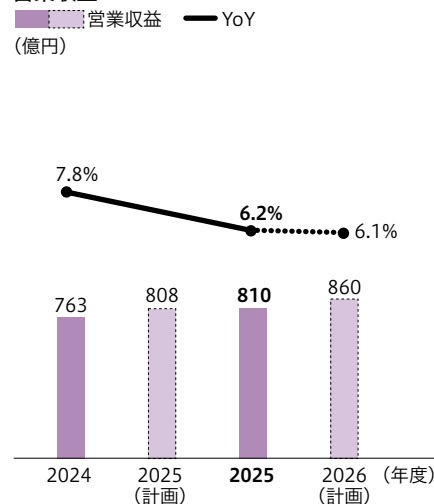
※ バンク業態の市場規模は日本銀行統計の国内銀行及び信用金庫の個人向けカードローン残高

●安心・安全な金融サービスの提供 | 信用保証事業

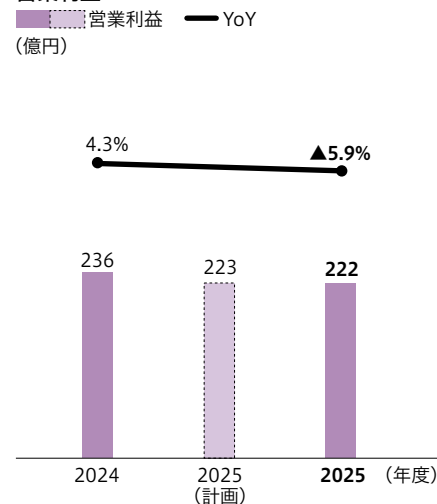
信用保証残高



営業収益



営業利益



決算概要

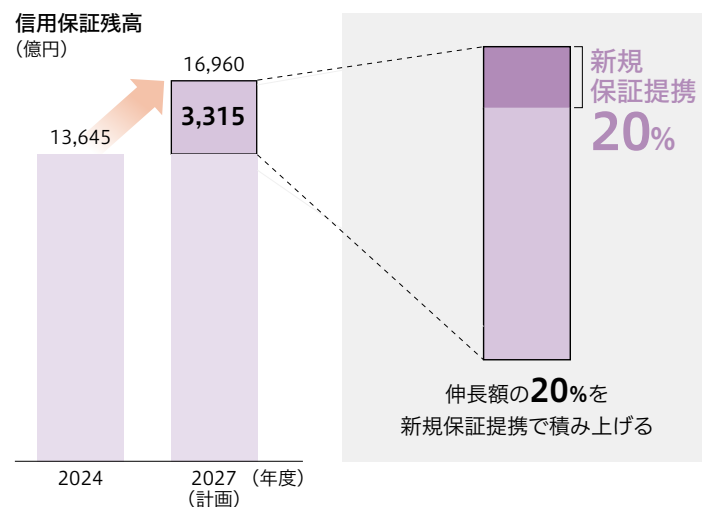
信用保証残高は、個人消費の回復を背景に、新規顧客の増加及び既存顧客の追加利用が堅調に推移しました。加えて、共通の広告素材を複数の提携先で使用する共同広告の活用による提携先の新規顧客の獲得強化や、技術指導出向などを通じた各種営業施策の推進を図るとともに、事業会社を含む新規提携先の開拓に取り組んだ結果、計画を上回る進捗となりました。

営業収益は、信用保証残高の増加を背景に、期初計画を若干上回る水準で着地しました。一方で、営業利益は、信用保証残高の増加及び新規貸付数の増加にともなう貸倒関連費用の増加を主因に、おおむね計画どおりの着地となりました。

中期重点テーマの一つにも掲げている新規保証提携先の拡大について、2025年度は事業会社1社、金融機関5行と保証提携を開始することができました。中期経営計画3ヶ年での残高伸長額3,300億円のうち、20%を新規保証提携で積み上げていく予定ですが、残高伸長についてもおおむね計画どおりに進捗している状況です。

また、足元においても2026年4月に株式会社トマト銀行と提携を開始し、同年10月にはオリックス銀行との提携も予定しています。今後も引き続き提携先の拡大に向けた交渉を進めていきます。

新規保証提携先の拡大



●安心・安全な金融サービスの提供 | 信用保証事業

担当役員メッセージ

常務執行役員
吉岡 亘

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(2027年度末)

- 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

2025年度の実践として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、広告物の制作を当社が担い、その広告物を提携先に活用いただく共同広告を中心とした広告支援や、UI・UXの向上、シームレスな契約スキームの開発を進めてきました。また、以前から実施してきた技術指導志向による業務ノウハウの共有に加え、提携先の課題に応じて即戦力となる人材を投入し、営業活動も含めた実務レベルで集中的に支援することで、カードローンの利用促進に取り組んできました。こうした提携先ごとの特性を踏まえた支援体制を構築することで、提携先の継続的な活性化につながる基盤を整えることができたと考えています。

「新規保証提携先の拡大」においては、日本住宅ローン、りそな銀行、埼玉りそな銀行、関西みらい銀行、イオン銀行、PayPay銀行の1社5行と新たに保証提携を開始しました。業態や事業特性の異なる金融機関との提携が進んだことで、中長期的な成長基盤の強化につながっています。

これらの取組みの結果、中期経営計画初年度である2025年度の信用保証残高は1兆4,690億円となり、計画を上回る拡大を実現しました。

2025年、1社5行との提携を開始

日本住宅ローン	関西みらい銀行
りそな銀行	イオン銀行
埼玉りそな銀行	PayPay銀行

一方で、市場環境に目を向けると、競争環境はいっそう激化しており、この傾向は今後も継続するものと認識しています。加えて、政策金利の上昇にともなう資金調達コストの増加は、提携先の収益性維持における重要な課題として顕在化しています。

こうした状況を踏まえ、2026年度は、これまでに整えてきた基盤を活かし、提携先への支援をいっそう充実させてまいります。具体的には、広告支援の拡充に加え、デジタルシフト支援を通じてUI・UXのさらなる向上をおこないお客さまの利便性の向上を図ります。併せて、与信の高度化や提携先の営業活動の集中的な支援をいっそう強化し、コスト効率の最適化と収益性向上に取り組んでいきます。

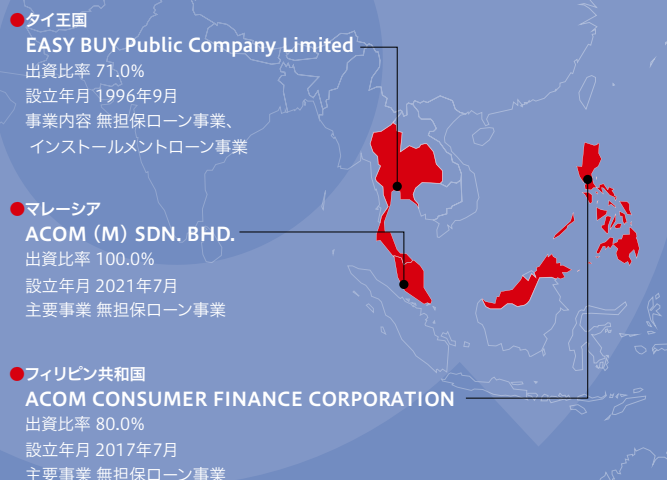
新規保証提携については、信用保証事業の基本戦略である「一県一行主義」を堅持しつつ、空白エリアにおける地方金融機関との提携に加え、ネット銀行などの新興系金融機関との新規保証提携も継続して進め、さらなる成長機会の拡大を図ってまいります。

今後も、アップデートし続けるアコムのノウハウを提携先の皆さま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」というブランドの確立を目指します。最適な事業パートナーとして、信用保証残高シェアNo.1、そして「圧倒的なアコム」の実現に向けて邁進してまいります。

●安心・安全な金融サービスの提供

海外金融事業

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て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
 - 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
 - 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

事業の強みと特徴

海外金融事業の強みは、日本国内におけるローン事業の豊富な経験やノウハウに加え、タイ王国において個人向けローン事業を約30年続け、ノンバンク市場でシェアNo.1のトップブランド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。

ASEANを中心とした事業領域の拡大、新たな国での事業参入においても、この成功体験から得られたノウハウを活用することで、事業基盤を比較的早い段階で構築できることも、当社の強みであると考えています。

日本における
ローン事業の
豊富な経験



タイ王国における
約30年の
事業展開



EASY BUY創立30周年記念式典

市場環境・見通し

海外金融事業における営業債権残高の大部分はタイ王国が占めており、2025年12月末におけるタイ王国の個人向けローン市場規模は約4,700億バーツ(約2.3兆円)です。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1.5兆円)であり、EASY BUYは、ノンバンク市場でシェア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、家計債務比率の高止まりを背景とした各種規制の影響により、縮小が見込まれているものの、トップシェアを維持すべく事業を推進していきます。

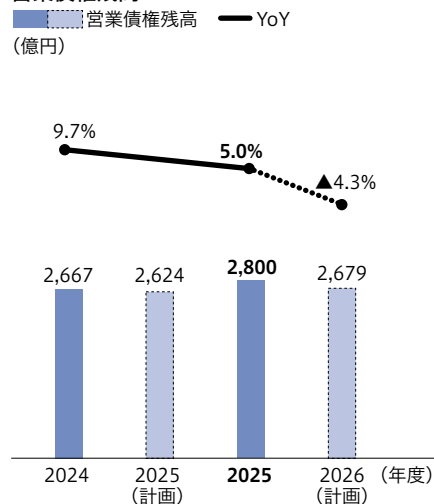
フィリピン共和国の個人向け無担保ローンの市場規模は約5,800億ペソ(約1兆5,500億円)です。同国における人口は継続的に増加しており、これからの資金需要が期待できる若年層も比較的多いことから、発展が見込まれる市場です。

マレーシアにおいては、安定した経済を基盤とした所得の増加を背景に、今後も市場の拡大が期待されています。

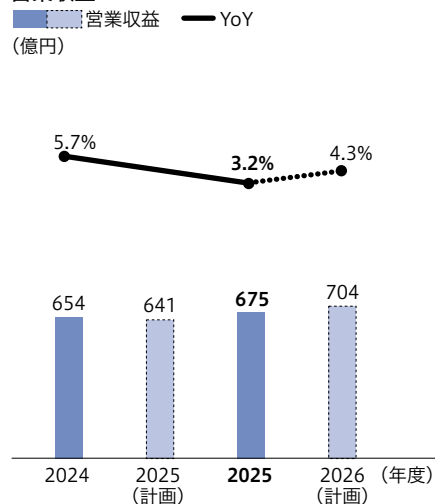
※ 市場規模の金額は2025年12月末時点

●安心・安全な金融サービスの提供 | 海外金融事業

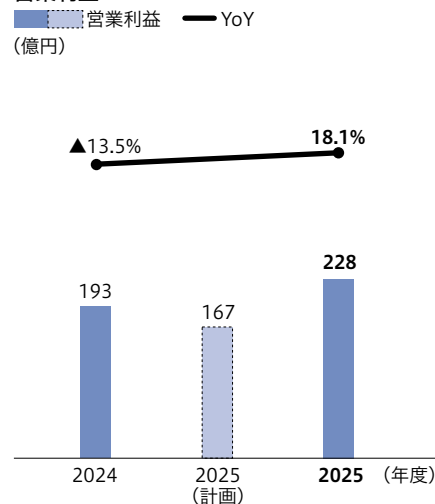
営業債権残高



営業収益



営業利益



決算概要

営業債権残高は、海外金融事業の大部分を占めるEASY BUYにおいて、各種規制の影響により業容は縮小したものの、想定を上回る円安の進行により計画を大幅に上回りました。

営業収益についても、円安の為替影響を受け、計画を上回る進捗となりました。なお、ACF及びACMは、営業債権残高の増加を背景に現地通貨ベースでいずれも増収となりました。

営業利益は、EASY BUYにおいて、貸倒関連費用が減少したことから計画を上回ることができました。

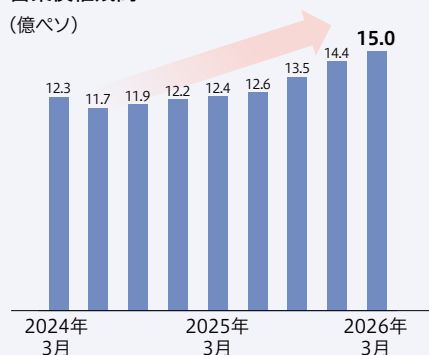
TOPIC

ACF (フィリピン共和国)、ACM (マレーシア)の早期収益化

●ACF(フィリピン共和国)

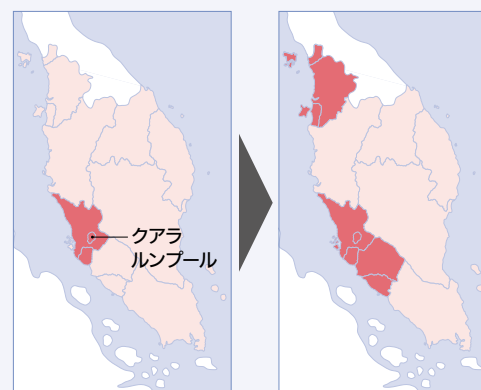
- ・残高は現地通貨ベースで順調に拡大
- ・早期収益化に向け、延滞抑制の強化を継続

営業債権残高



●ACM(マレーシア)

- ・順次集客エリアを拡大
- ・今後も集客エリアの拡大を進め、マレー半島全域でのサービス提供を目指す



新たな国への事業進出

●カンボジア

- ・金融事業への進出を目的として、同国の個人向け金融会社の株式譲渡(取得)契約を締結



●安心・安全な金融サービスの提供 | 海外金融事業

担当役員メッセージ

常務執行役員
太田 昌彦

中期重点テーマ

- EASY BUY(タイ王国)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(フィリピン共和国)、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(2027年度末)

- 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2,575億円を目指す
- ACF(フィリピン共和国)、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

現在当社グループは日本、タイ王国、フィリピン共和国、マレーシアで事業を展開しています。これら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ます。

現在のマーケット人口
3.4億人

10億人

日本1.2億人

タイ王国0.7億人

フィリピン共和国1.2億人

マレーシア0.3億人

●新規進出国開発

新規国への参入に際して、スクラッチ開発と合併・買収いずれの手法においても、一定の進出要件を設け、投資の妥当性と持続的な企業価値向上の観点から慎重に評価しています。なかでも、市場規模および規制環境を重要な評価項目と位置付けており、具体的には、人口動態、経済成長、資金需要拡大の見通しや無担保カードローンの提供可否などを踏まえ、事業性が見込まれる国・地域を進出候補としています。

これらの要件に基づき投資リスクを適切に管理しながら、新たな国への事業進出をできるだけ早期に実現してまいります。

●既存進出国

・EASY BUY(タイ王国)

家計債務比率の抑制を目的とした、与信や勧誘などの厳格化を含む各種規制が2024年1月以降、順次施行されています。そのような厳しい環境下においても、延滞抑制により、貸倒関連費用が減少した結果、営業利益は中期経営計画初年度の計画値を上回る水準となりました。

今後は、周辺金融事業への挑戦も視野に入れ、事業活動を推進してまいります。

・ACF(フィリピン共和国)

事業開始直後に新型コロナウイルス感染症の影響を受け、債権品質が悪化する状況に陥りました。この状況を脱却すべく、債権ポートフォリオの安定化を目的として与信基準を厳格化した結果、営業債権残高は一時的に縮小傾向となりました。

現在は、債権品質を維持しながら残高を着実に伸ばしており、事業規模もコロナ禍を大きく上回る水準まで伸長しております。

引き続き事業拡大を着実に進め、中期経営計画最終年度における単年度黒字の達成を目指してまいります。

・ACM(マレーシア)

開業当初はクアラルンプールに限定して事業を展開していましたが、2025年1月にマラッカ、7月にベナンと集客エリアを順次拡大しています。今後も集客エリアの拡大を進め、中期経営計画期間中にマレー半島全域でのサービス提供を目指しております。

引き続き事業拡大を着実に進め、中期経営計画最終年度における単年度黒字の達成を目指してまいります。

●環境に配慮した事業活動の推進

環境課題への対応

気候変動をはじめとする環境課題は、社会や経済の安定性に影響を及ぼすとともに、企業活動の持続性や事業環境の変化にも深く関わる重要なテーマです。当社は、環境課題への対応を、社会的要請にとどまらず、中長期的な事業基盤の維持・強化に資する重要な経営課題の一つとして捉え、「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に位置付けています。

当社は、環境方針のもと、環境に配慮した事業活動を推進することで、社会的責任を果たし、中長期的な企業価値の向上を目指しています。

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。

事業特性を踏まえた環境配慮への考え方

当社の事業は、温室効果ガスの排出などによる直接的な環境負荷は限定的である一方、オフィス運営やITインフラの利用、ならびにサプライチェーンを通じて、間接的に環境との関わりを有しています。

当社は、こうした事業特性を踏まえ、事業活動が環境に与える影響を適切に把握・管理し、その低減に努めています。

環境に配慮した取組み

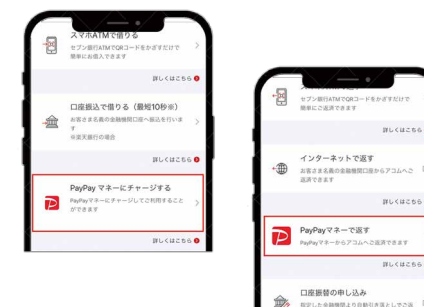
自社GHG(温室効果ガス)排出量ネットゼロへの取組み

Scope1(直接排出)におけるGHG排出量は限定的である一方、事業運営にともなう電力使用に起因するScope2(間接排出)の排出が一定の割合を占めています。こうした特性を踏まえ、当社ではGHG排出量ネットゼロの実現に向け、Scope2排出量の削減を中心とした取組みを進めています。その一環として、2022年度から電力会社と直接契約している店舗・拠点の使用電力をすべ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している店舗・拠点について、再生可能エネルギーへの切り替えを順次進めています。

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低減の取組みの一つとして、カードレスでの取引や決済が可能なサービスを提供しています。カードローンでは、スマートフォンアプリを用いたATMでのカードレス取引を可能とし、クレジットカードについても、バーチャルカードやスマートフォン決済に対応しています。さらに、2026年2月よりPayPayアカウントとの連携が可能となり、スマートフォンアプリか

らPayPayマネーへのチャージ及びPayPayマネーによる返済にも対応しました。これらの取組みにより、カード発行にともなう資源使用の抑制と、お客さまの利便性向上の両立を図っています。



PayPayマネーでの借入・返済

備品更新にともなう資源循環への配慮

災害時に備えた安全対策の一環として、2025年度は全拠点の災害用ヘルメットを入れ替えました。さらに、入れ替えにあたっては、使用を終えたヘルメット2,662個を廃棄するのではなく、リサイクルすることで資源の有効活用にもつなげました。

このほか、通常の事業活動においても、廃棄物の削減や資源循環を意識した取組みを進めています。

環境法令の遵守

当社は、地球温暖化の防止、廃棄物の適正な処理など、環境に関する法令や規制を踏まえ、事業活動における適切な管理と運用に努めています。その結果、2025年度において重大な環境法令の違反はありませんでした。

●環境に配慮した事業活動の推進

TCFD提言に基づく情報開示

当社では、TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)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取り組んでいます。

ガバナンス

気候変動への対応方針や取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って経営会議、取締役会へ付議・報告し、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、その影響を定性的に分析し、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・制御をおこなっています。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います。業務執行におけるリスク管理の活動については、

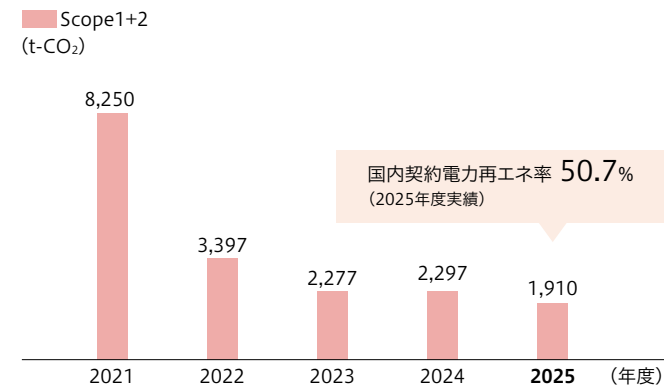
リスク管理報告会で報告がなされ、リスク委員会は、リスク管理に関する重要事項の協議・審議をおこなうとともに、リスク管理状況などをモニタリングし、結果を取締役会へ提言・報告しています。

こうしたリスク管理体制のなか、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。

温室効果ガス排出量の推移



リスクの認識

TCFD提言に基づく情報開示の詳細は当社企業情報サイトをご参照ください。 <https://www.acom.co.jp/corp/csr/theme/environment/>

リスクの種類		リスクの内容	被害	リスク	時間軸
移行リスク	政策・法規制リスク	気候変動に関する規制強化や炭素税導入などの税制変更による事業コストの増加	直接	小	中長期
	市場リスク	地球温暖化の影響による経済悪化、資金需要の減退などに伴うローンなどの残高減少	間接	中	中長期
	評判リスク	地球温暖化対応や不十分な情報開示に対するステークホルダーからの批判による株価下落	直接	小	中長期
物理的リスク	急性リスク	大規模風水害の発生による事業所・設備の損壊に伴う事業継続への影響	直接	中	短期～長期
	慢性リスク	海面上昇による事業所移転コストの発生	直接	中	長期

機会の認識

機会	機会の内容	時間軸
資源効率性 エネルギー源	●省資源・省エネの推進 ●再生可能エネルギーの利用	短期～長期
製品・サービス	●グリーンボンドなどへの投資を通じた環境社会への貢献	短期
市場	●気候関連課題に対する適切な取組みと開示を通じた取引先や資本市場からの信頼の獲得	～長期
強靱性(レジリエンス)	●強靱なBCP体制の構築による業務継続性の確保	短期～長期

●お客さま満足・信頼の獲得

営業現場での取り組み

当社は、お客さま満足の源泉となる営業現場として、神奈川県と大阪府にコンタクトセンターを設置しています。コンタクトセンターは、お客さまと直接接点を持つコールセンター、カウンセリングセンター、リアルサービスセンター、ネットサービスセンターの総称であり、お客さま一人ひとりのニーズに応じたサービスを提供しています。

コンタクトセンターで働く社員には、お客さまのニーズを的確に捉え、最適なサービスを提案するための高い対話力が求められます。また、貸金業法の規制下で事業をおこなっていることから、法律に基づいた高度なスキルや専門知識が不可欠です。これらの能力を最大限に発揮できるのは正社員であると考え、当社のコンタクトセンターでは9割以上を正社員が占めています。これは、CS（お客さま満足）経営を重視するアコムならではの特徴の一つです。

コンタクトセンターの正社員比率



西日本営業部 大阪

- コールセンター
- カウンセリングセンター
- リアルサービスセンター
- ネットサービスセンター

東日本営業部 神奈川

- コールセンター
- カウンセリングセンター
- リアルサービスセンター
- ネットサービスセンター

コンタクトセンターの役割

コールセンター

お客さまからの問い合わせ対応・案内業務

契約内容や利用方法に関するお客さまからのお問い合わせに対応するほか、対象のお客さまへ電話で限度額の変更や収入証明書の提出依頼などをご案内する業務を担当しています。

①申込

②審査

③契約

④ご融資

⑤ご返済

リアルサービスセンター

自動契約機の受付業務・書類管理業務

全国に設置された自動契約機を通じて、新規申し込みの受付や、再契約・更新契約・カード発行などの各種手続きをおこなっています。
また、全国のお客さまから提出される収入証明書などの登録・検証作業も担当しています。

ネットサービスセンター

インターネット申込受付業務

インターネットから新規申し込みをされたお客さまへの審査結果の連絡及び契約手続きを主な業務としています。
申込情報や提出書類の確認・登録、電話対応、ならびに新規契約における与信決裁をおこなっています。

カウンセリングセンター

返済相談・債権管理業務

自動架電システムや電話・メールを活用し、返済期日の案内や延滞状況の確認をおこなうとともに、返済が困難なお客さまには相談対応や返済計画の立案をおこなっています。
また、入金処理や返金対応に関する事務手続きも担っています。

●お客さま満足・信頼の獲得

コンタクトセンターで働く 社員の声

— あなたの業務は、どのステークホルダーにどのような価値を提供し、結果として世の中にどんな影響を与えていると思いますか？

大竹 急な出費や突発的なニーズ、将来の備えなど、お客さまの「今欲しい」「今したい」というニーズにスピード感と安心感をもって応え、経済的な不安の軽減に努めています。一方で、申込情報やヒアリング内容に基づいて適切に与信判断するとともに、金融詐欺の懸念があるお客さまに対しては、詐欺被害に遭われていないかを確認するなど、プレーキの役割も果たしています。経済活動の活性化に加え、社会問題となっている金融トラブルを減らし、健全な金融環境の創出に貢献できていると感じます。

佐川 お客さまの希望を丁寧に聴き、一人ひとりの状況に応じた提案をおこなうことで「安心」を提供し、豊かな生活を送るためのサポートができています。お客さまとの取引を健全化することで、消費者金融がより身近な存在として認識され、「困った時にはアコム」と思いついていただける関係性の構築につながると考えています。

久保 お客さまの金銭的な不安の軽減により心理的な余裕を生み、生活の質の向上に貢献しています。金利や毎月の返済額、返済計画を見直すことで家計にゆとりを生み出し、生活の安定を支えています。また、無理



東日本営業部
カウンセリングセンター
佐川 大地

お客さまの返済に関するご相談を承る業務を担当

のない返済計画への見直しは、社会全体の健全な金融環境の実現にも貢献できていると考えています。

— その価値の提供や役割を果たすうえで、あなた自身が大切にしていることやこだわっていることは何ですか？

佐川 お客さまのことをご本人以上に考えることです。電話でのコミュニケーションですので、多くのお客さまは最初、不安な気持ちを抱えてお話しされています。そうしたお客さまの声にしっかりと耳を傾け、何が最良の選択なのかを真剣に考える姿勢を大切にしています。その想いが伝わることで、お客さまも次第に心を開き、ご事情や考えをお話しくださることが多くなります。対話を重ねながら、お客さまが納得できるプランと一緒に築くことができた時に、大きなやりがいを感じます。

久保 契約数や残高の拡大を目指すなかでも、お客さまの納得感と満足度の向上を重視しています。丁寧なヒアリングで生活背景や返済計画などの状況を的確に把握したうえで、メリット・デメリットの両方をわかりやすく説明することを徹底しています。こうした取り組みが、お客さまとの継続的な信頼関係の構築につながっていると感じます。

大竹 「お客さま第一義」の姿勢を大切にしています。お客さまが当社にお申し込みいただく背景は様々です。ご利用予定に沿えるよう迅速に手続きするのはもちろん、不安や迷いを抱えるお客さまにも寄り添い、丁寧に耳を傾けることで、安心してアコムをご利用いただける環境づくりを重視しています。

— 社会が変化していくなかで、あなたの業務は今後どんな役割を果たしますか？また、それによってどんな社会にしていきたいですか？

久保 社会情勢の変化や物価上昇、ライフスタイルの多様化により、お客さまの家計環境は今後さらに変化していきます。このような環境下で、借換専用ローン業務には、お客さまごとの返済負担の最適化によって、生活基盤の安定につなげる役割がますます求められます。当社は、その役割を果たすことで、金銭的な不安に左右されず、誰もが安心して前向きな選択ができる社会の実現に貢献していきます。

大竹 インターネット上でお申し込みされるお客さまが増えています。そのため、私たち一人ひとりが判断力を高め、ノウハウを蓄積しながら、お客さまに対して適切に与信判断することが、これまで以上に重要になっています。「貸し手の責任」をしっかりと意識し、詐欺の懸念があるお客さまには丁寧に説明して情報を提供することで、社会問題となっている金融詐欺被害の撲滅に努めていきたいです。また、必要な時に一人で悩みを抱え込むことなく、気軽に相談できる風土のある社会の実現にも貢献していきたいです。

佐川 私たちの業務はデジタル化が進んでいます。しかし、お客さまの真意を引き出し、声にならない想いを汲み取ることは、デジタルだけでは対応できません。お客さま一人ひとりのお困りごとに向き合い、最適な提案をすることは、今後も私たちの重要な役割です。この役割を果たし続けることで、困った時に相談する相手として、「家族」と同じように「アコム」が思い浮かぶ社会を実現していきたいです。



西日本営業部
コールセンター
久保 俊貴

借換え専用ローンの提案・案内業務を担当

●お客さま満足・信頼の獲得**ヒトとデジタルの融合**

お客さま第一義の考えのもと、ヒトによるきめ細かな対応を基盤としながら、自動音声架電の導入や各種契約手続きのセルフサービス化などデジタルの活用を進め、お客さまの利便性向上に取り組んでいます。

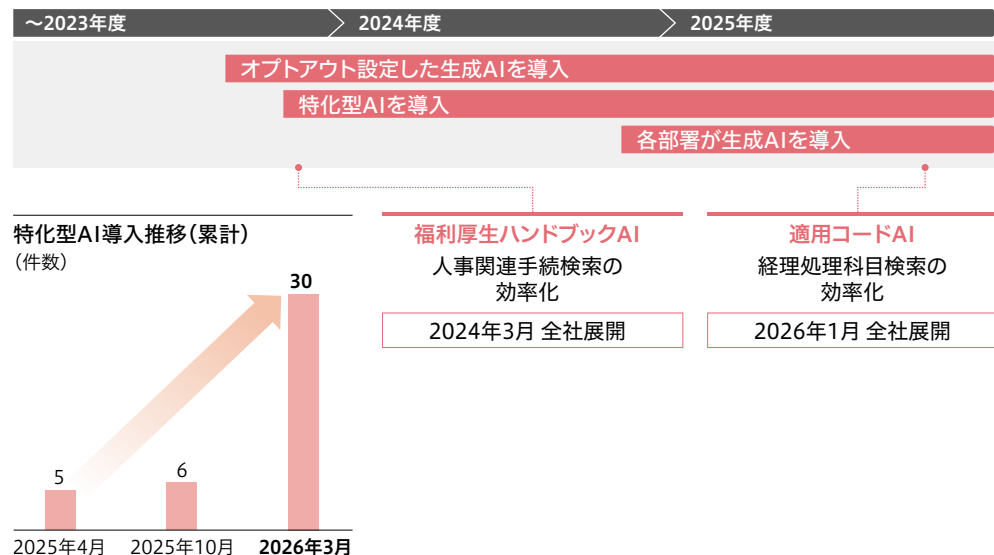
定型的な手続きや迅速な対応が求められる領域ではデジタルを活用する一方、お客さま一人ひとりの状況に応じた提案や相談対応など、より寄り添ったコミュニケーションが求められる領域には人的リソースを重点的に配置しています。ヒトとデジタルを融合させることで、お客さまに最適なサービスとより良い顧客体験を提供していきます。

ヒトとデジタルの融合によるお客さま支援**自動音声架電**

自動音声によるオートコール機能を返済相談業務に導入し、延滞初期のお客さまへの連絡を自動化しました。これにより、従来は延滞初期のお客さま対応に充てていた人員を、長期延滞のお客さま対応へ振り向けることが可能となり、リソース配分が最適化されました。本来重点的に対応すべきお客さま向けに人員を配置することで、返済相談対応が効率化され、結果として貸倒関連費用の抑制にもつながっています。

業務でのAI活用

2023年12月に、ChatGPTをオプトアウト設定したAIを社員向けにリリースして以降、特定業務に特化したAIの導入などを進め、社員一人ひとりがAIを利活用する風土の醸成に努めてきました。一方で、お客さま向け業務への活用は今後の課題です。今後はAIエージェントなどの利活用も推進し、お客さまと社員の利便性向上及び業務効率化を図っていきます。

アコムの取組み

● 社外取締役監査等委員対談

現場で息づく企業理念がもたらすアコムの強みと、 支えとなるガバナンス

社外取締役監査等委員のお二人に、現場から見えてきたアコムの強みと、それを支えるガバナンスの実効性、そして変化の時代においても守るべき軸について語っていただきました。



社外取締役
監査等委員

秋山 卓司

社外取締役
監査等委員会 委員長

浅野 紀久男

——社外取締役監査等委員としてアコムを見られてきて、どのような印象をお持ちですか？

浅野 社外取締役監査等委員に就任して1年、現場を見るということを大切にしてきました。私は生命保険会社で長年勤務してきましたが、生命保険と消費者金融は同じ金融業界に属しながらも事業特性が大きく異なります。だからこそ、当社を理解するうえでは、会議や資料だけではなく現場に足を運び、自分自身の目で見て、現場の皆さんの声に耳を傾けることが重要であると考えています。

そして現場訪問やそこでの幹部や担当者の皆さんとの対話、CSアワード※への参加などを通じて印象的だったのは、実際に働いている皆さんが、お客さまとのコミュニケーションを非常に大切にしている姿です。企業理念としての「お客さま第一義」がしっかり浸透していることが伝わってきました。企業理念が抽象的な言葉にとどまらず、日々の仕事のなかで具体的に表れているところが、当社の大きな強みであると感じています。

秋山 私は監査法人で多くの企業を外部の立場から見してきましたが、企業の強さというのは「企業理念が実際の経営にしっかり根付いていること」ではないかと考えています。浅野さんが現場を見て感じられた印象こそ、企業理念が単なる言葉にとどまらず、日々の意思決定や現場の行動にまで浸透している姿であり、まさにアコムの強みの一端だと思います。

私も就任以来、営業拠点や各事業部、国内外子会社への往査を重ね、当社の実態を自分の目で確かめることを大切にしてきましたが、浅野さんと同様、現場力の高さを実感しています。

※ CS(Customer Satisfaction)に関する優れた取組みや応対ログを共有・表彰する、年に一度の全社的な式典

●社外取締役監査等委員対談

——アコムにおけるガバナンスをどのように評価されていますか？

秋山 当社のガバナンスを評価するうえで考慮すべきは当社が三菱UFJフィナンシャル・グループ(MUFG)の連結子会社であり、同時に上場企業であるという点が挙げられます。すなわち当社のガバナンスにおいては、少数株主の権利が尊重されているかどうか重要な論点になると考えます。社外取締役監査等委員として、経営陣の選任・解任や報酬決定の客観性が確保されていること、取締役会の実効性が確保されていることについて独立した立場で監視し、少数株主の利益を保護することが重要な役割だと認識しています。そのうえで、当社においては、利益相反諮問委員会や指名・報酬委員会の体制が整備されており、それぞれが適切に機能していると評価しています。

浅野 私の方からはガバナンスについて、取締役会の実効性の観点からお話しします。監査等委員会設置会社として外部の目線を取り入れた企業統治と、リスク委員会など専門性の高い委員会とで統制が図られているうえ、これらが実際に機能し、公正な経営がおこなわれていると感じています。そのなかで、取締役会では自由闊達な議論がおこなわれる風土が醸成され、発言しやすい環境ができています。そして社外取締役の意見にも真摯に対応してくださっており、これらが取締役会の実効性向上につながっているものと考えています。

秋山 そうですね、浅野さんが現場で感じられた「お客さま第一義」という企業理念が、取締役会においても意思決定の軸として機能していると感じます。この理念が現在も経営の軸として堅持され、意思決定の過程において十分に機能していることが、当社のガバナンスの根幹を支えているのではないのでしょうか。

浅野 同感です。「信頼の輪」や「人間尊重の精神」「お客さま第一義」といった創業の精神や企業理念が社内に浸透しており、そのこと自体がガバナンスの実効性を支える強みになっていると思います。企業理念が単なる言葉ではなく、会社の運営や日々の判断のなかに息づいている点は、当社のガバナンス上の特徴・強みでもあるといえます。

——監査等委員の重要な役割として「不正に対する監視」が求められていますが、どのようにお考えでしょうか？

浅野 一般的に、不正のトライアングル(機会・動機・正当化)が揃うと、どの企業においても不正が発生する可能性は否定できません。そのため、不正が発生した場合には、真因を究明するとともに、再発防止策を迅速に策定する必要があります。さらに、再発防止策は策定するだけでなく、その実効性を確保しながら着実に実行していくことが重要です。

具体的には、役職員へのコンプライアンス研修の実施や不正の機会を摘むような内部統制の強化など、組織全体で再発防止に取り組み、実効性を持たせるために取締役会などでもモニタリングをしていくことが大切です。

また、不正を根絶するためには、制度面での再発防止策に加え、コンプライアンスを重視する企業風土を醸成することも極めて重要だと考えています。

当社では、創業の精神や企業理念が組織風土としてしっかりと定着しており、不正が発生しにくい企業であると考えていますが、その理念や価値観をさらに浸透させていくことも大切ではないでしょうか。



秋山 企業価値を毀損する最大のリスクは不正だと考えます。会計不正や品質不正といった組織不正だけでなく、情報の持ち出しや金銭の横領などの個人不正にも目を配らねばなりません。その防止の観点から内部統制の強化は不可欠ではありますが、その実効性は経営トップの誠実性(インテグリティ)に大きく左右されると思います。

●社外取締役監査等委員対談

浅野さんがおっしゃるように、コンプライアンスは制度や仕組みだけで完結するものではありません。組織風土として根付かせることが何より重要だと思います。当社では木下社長が「ウソ・ズル・ごまかし」をしない、させないという信念を日頃から全社にしっかり伝達されていることが、不正の発生しにくい企業づくりにつながっていると考えています。



——中期経営計画初年度が終了しましたが、進捗状況をどのように評価されていますか？

浅野 社外取締役監査等委員に就任して以降、私自身、当社の知見が少ないなかで客観的に中期経営計画の進捗を確認してきましたが、業績及び重点施策はいずれも計画を上回って推移しており、順調に進展していると認識しています。タイ王国及びフィリピン共和国に加え、新たに開設したマレーシアの子会社が軌道に乗り始めたことや、国内外における新たな取組みの進展からも、成長の着実な手応えがうかがえます。これらの動きは、当社が「攻め」と「守り」のバランスを図りつつ、全方位に目配りした経営を実践しているものと評価しています。

秋山 私も中期経営計画の初年度については、各事業部や関係部門の努力によって、計画を上回る進捗であったと評価しています。社外取締役監査等委員として中期経営計画の実行プロセスを客観的に見て、その方向性に課題がないか、リスクが見落とされていないかを確認してきました。

特に計画と実績に乖離が生じた場合には、その要因分析を踏まえ、課題の所在を明確にするとともに、今後の対応方針について十分に協議するプロセスを重視しています。その視点から見ても、中期経営計画は着実に進捗していると評価しています。

——大きな変化の時代において、アコムが持続的に成長していくために必要なことは何でしょうか？

秋山 当社が今後も持続的に成長していくためには、変化の大きい事業環境のなかで、必要なリスクを適切に取りながら前進していくことが不可欠であると思います。特に、デジタルやAIなどの環境変化を積極的に取り込み、新たな事業領域への挑戦を通じて成長を持続していくことが重要でしょう。また、足元で増加している金融犯罪への対応も重要な課題です。お客さま対応のなかでの察知や、若年層への金融リテラシー向上に向けた金銭教育などの取り組みが進められていますが、より実効性を高めるためには業界全体での対応が求められます。こうした観点からも、当社にはリーディングカンパニーとして牽引的な役割を発揮していくことを期待しています。

浅野 秋山さんご指摘のAIの急速な進展に代表される技術革新に加え、我が国固有の問題として、人口減少やいずれ発生するであろう巨大地震、そして消費者金融業界として業界認知度・理解度のさらなる向上といった課題を踏まえる必要があります。これらを踏まえ、少なくとも10年程度の中長期的な視点から、当社のあるべき姿や進むべき方向性をしっかり検討していくことが大切であると考えます。

一方で、世の中がどんなに変化しても変えてはいけないことは、「お客さま第一義」に代表される創業の精神や企業理念だと考えています。CSアワードで顧客対応の現場に触れた時、お客さまの人生や生活に寄り添い、その方にとって何が最善かを一緒に考える姿勢に深い感銘を受けました。こうした社風や伝統を絶やすことなく、次の100年、そしてさらに先の未来に向かって成長・発展していくことを期待しています。

●コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

当社グループは、創業の精神である「信頼の輪」のもと、「人間尊重の精神」「お客さま第一義」「創造と革新の経営」を企業理念に掲げ、ステークホルダーの皆さまとの相互信頼を深め、社会とともに発展していくことを目指しています。

当社は、ステークホルダーの皆さまの期待に応え、さらなる信頼関係を構築するため、コーポレート・ガバナンスの充実を経営の重要事項に位置付け、経営の健全性、透明性及び効率性を確保し、継続的な株主価値の向上を図ります。

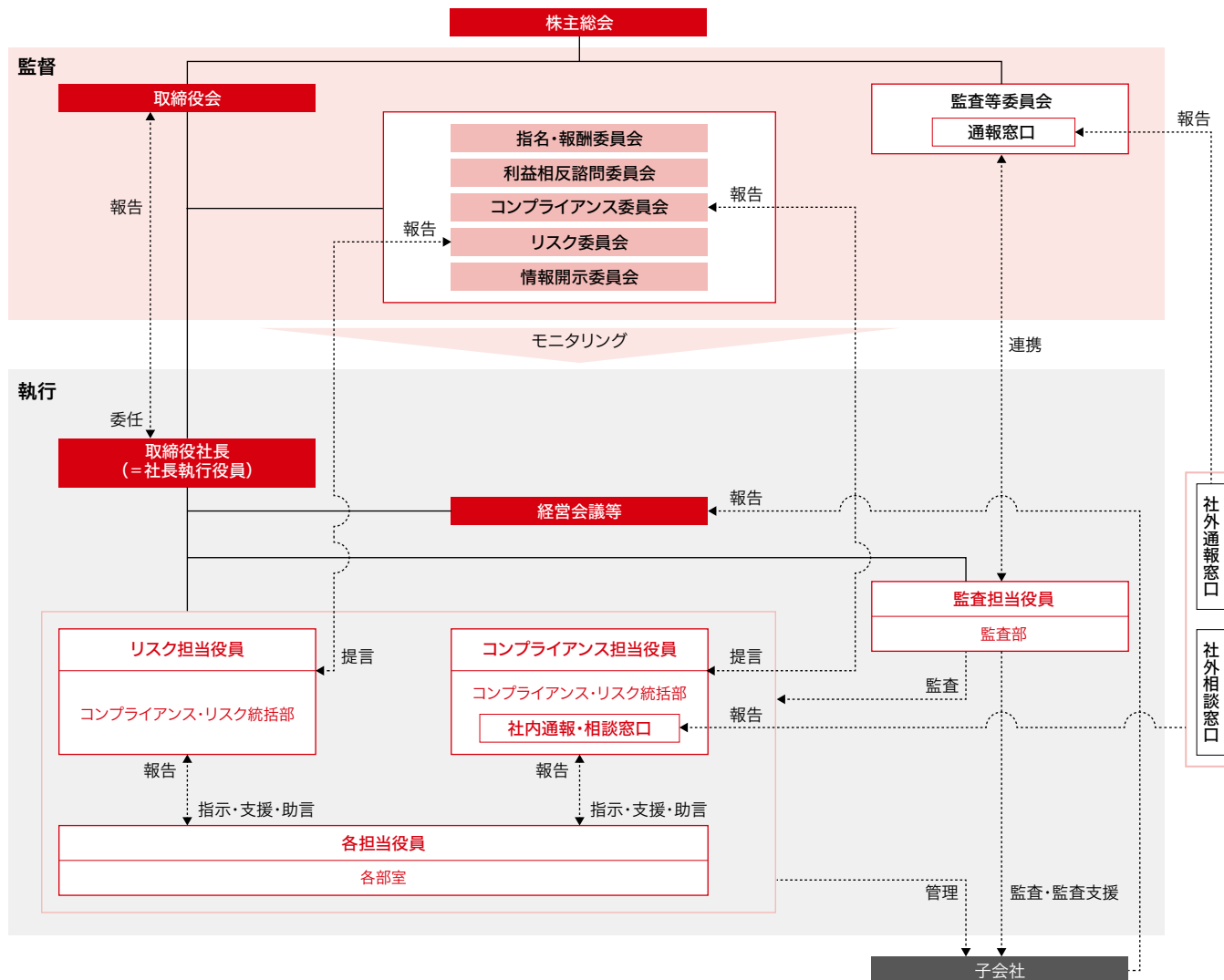
また、適正なコーポレート・ガバナンス体制の構築には有効な内部統制システムが不可欠であるとの認識に基づき、経営のリーダーシップのもと、組織内のすべての構成員が内部統制システムの構築及び実効性の確保にあたるとともに、内部統制システムの有効性をつねに評価・検証し、継続的に改善しています。

現状のコーポレート・ガバナンス体制を選択している理由

当社は、監査等委員会設置会社であり、意思決定の迅速化と取締役会の監督機能の強化を図るため、重要な業務執行の決定を、取締役会から取締役に大幅に委任するとともに、取締役会は委任した事項のモニタリング等を実施しています。

また、経営の透明性及び客観性の向上を図るため、社外取締役が過半を占める監査等委員会が監査・監督機能を行使しています。

コーポレート・ガバナンス体制



●コーポレート・ガバナンス 社内  社外  社外(女性)**取締役会**

議長	代表取締役社長 木下 政孝	
開催頻度	原則3ヶ月に1回以上	
2025年度実績	10回	
構成	10名	
役割	●経営戦略、経営計画等経営上の重要事項、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について客観的・合理的判断を確保しつつ審議、決定する ●取締役会で決議すべき事項以外の業務執行の決定を取締役社長に委任し、委任した事項のモニタリング等を通じて、業務執行の監視、監督をおこなう	

2025年度の主な検討内容**経営戦略関連**

- 単年度経営計画に関する内容
- 中期経営計画に関する内容
- 中間・期末配当に関する内容
- 人権方針に関する内容
- マテリアリティの更新に関する内容

経営管理関連

- 内部統制システム構築の基本方針に関する内容
- コーポレートガバナンス・コードの対応状況に関する内容

人事関連

- 取締役の役位選定に関する内容
- 取締役の基本報酬・業績連動報酬及び株価連動報酬に関する内容

決算・財務関連

- 決算・計算書類・財務諸表に関する内容
- 事業報告に関する内容

監査等委員会

委員長	取締役常勤監査等委員 浅野 紀久男	
2025年度実績	14回	
構成	3名	
役割	●監査・監督に関する重要な事項について報告を受け、協議・決議をおこなう	

重点監査事項

- 取締役会の運営及び監督義務履行の実効性
- 各委員会及び経営関連会議の審議等の適正性
- 会社法及び金融商品取引法に基づく内部統制システムの構築・運用状況の適正性
 - グループ・ガバナンス態勢の運用状況
 - リスク管理態勢の浸透と質的向上への対応状況
 - サイバーセキュリティ管理態勢の質的向上への対応状況
 - 内部監査の質的向上への対応状況
 - 法令違反、内部通報、違例事態及び内部監査検出事項等への対応状況
 - 情報開示の質的向上への対応状況
 - 利息返還損失引当金及び貸倒引当金等の十分性
- 中期経営計画の進捗状況

主な活動

- 取締役会、各委員会及び経営関連会議への出席
- 代表取締役、取締役、役付執行役員との意見交換
- 重要な決裁書類等の閲覧
- 監査計画に基づく本社及び事業所ならびに子会社の業務及び財産の状況の調査
- 主要な子会社の代表取締役及び常勤監査役等との意見交換
- 会計監査人との連携、会計監査報告の聴取及び意見交換
- 内部監査部門との連携、内部監査結果の聴取及び意見交換

●コーポレート・ガバナンス**各種委員会****指名・報酬委員会**

委員長	代表取締役社長 木下 政孝	
開催頻度	原則年間3回	
2025年度実績	4回	
構成	6名	
役割	●取締役会で決議する取締役(監査等委員であるものを除く。)候補者の選任や報酬等について検討・提案をおこなう ●経営陣及び経営陣候補の育成状況を確認し、その概要を取締役会へ報告する	

2025年度の主な検討内容

- 取締役の評価に関する内容
- 取締役候補者及び子会社代表取締役候補者に関する内容
- 取締役の役員選定に関する内容
- 取締役の基本報酬・業績連動報酬及び株価連動報酬に関する内容
- 経営陣及び経営陣候補の育成状況に関する内容

利益相反諮問委員会

委員長	取締役常勤監査等委員 浅野 紀久男	
2025年度実績	1回	
構成	3名	
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	

2025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います。

コンプライアンス委員会

委員長	社外取締役 タン ミツシエル	
開催頻度	原則年間4回	
2025年度実績	4回	
構成	5名	
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	代表取締役副会長 成瀬 浩史	
開催頻度	原則四半期に1回	
2025年度実績	4回	
構成	5名	
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	代表取締役副会長 成瀬 浩史	
開催頻度	原則四半期に2回	
2025年度実績	7回	
構成	6名	
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	代表取締役社長 木下 政孝	
開催頻度	原則毎月3回	
構成	10名	
役割	●監査等委員の出席のもと、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、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	

●コーポレート・ガバナンス

取締役の指名プロセス

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おこない、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者のなかから指名しています。

候補者の指名方針

取締役 (監査等委員であるものを除く)	監査等委員
● 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	● 経営の透明性と客観性の向上を実現するために必要な経営、法律、財務・会計等の豊富な経験、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	

候補者の指名手続き

取締役 (監査等委員であるものを除く)	監査等委員
上記方針に基づき、指名・報酬委員会 が検討・提案し、取締役会が決議	上記方針に基づき、社長が検討・提案 し、監査等委員会の同意を得て取締 役会が決議

取締役会の構成に関する考え方

①知識・経験・能力のバランス

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とおり定め、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。

②多様性

ジェンダーや国際性、職歴、年齢等の多様性を考慮した構成とする。

③規模

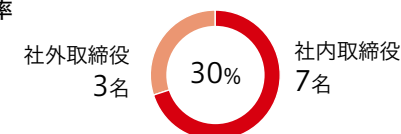
意思決定の迅速化及び取締役相互の監督機能の実効性が確保できるよう、当社の事業領域・規模を考慮した適正な人数の構成とする。

備えるべきスキルと定義

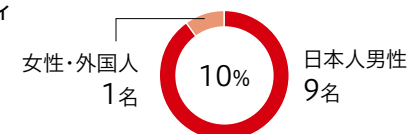
スキル	定義
企業経営・経営企画	当社(子会社含む)または他社において、取締役の就任経験または経営戦略の立案・実行に関する経験があり、高い見識を有している。
経営管理	コーポレート・ガバナンス、人材マネジメントに関する経験があり、高い見識を有している。
事業執行	当社の中核事業であるローン・クレジットカード事業、信用保証事業、海外金融事業に関する経験があり、高い見識を有している。
システム・デジタル	当社のシステム、デジタル分野に関する経験があり、高い見識を有している。
財務・会計	財務、会計に関する経験があり、高い見識を有している。または、公認会計士資格を保有する等、会計に精通し高度な専門性を有している。
法律・コンプライアンス・リスクマネジメント	企業法務、コンプライアンス、リスク管理に関する経験があり、高い見識を有している。または、弁護士資格を保有する等、法律に精通し高度な専門性を有している。

※ 原則として、監査等委員である取締役には、財務・会計に関する十分な知見を有している者、独立社外取締役に他社での経営経験を有する者を含めるものとする。

社外取締役比率



ダイバーシティ



在任期間



●コーポレート・ガバナンス

取締役一覧・スキルマトリックス (2026年6月23日現在)

📄 取締役の略歴及び執行役員の一覧は当社企業情報サイトの役員一覧をご参照ください。
<https://www.acom.co.jp/corp/about-us/company/officer/>

役位／氏名 所有する当社の株式の数											
		代表取締役会長 木下 盛好 3,507,260株	代表取締役副会長 成瀬 浩史 0株	代表取締役社長 木下 政孝 1,203,120株	取締役副社長 桐渕 高志 16,300株	専務取締役 木下 裕司 ^{※1} 2,700株	取締役 山本 忠司 0株	取締役 (独立・社外) タン ミッシェル 0株	取締役常勤監査等 委員(独立・社外) 浅野 紀久男 ^{※2} 0株	取締役常勤 監査等委員 清岡 哲弘 15,500株	取締役監査等委員 (独立・社外) 秋山 卓司 0株
在任年数		43	5	11	6	新任	3	2	1	2	5
年齢		77	67	48	64	61	57	64	67	58	68
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		●			●				●	●	● (公認会計士)
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 (★:議長・委員長)	取締役会	10/10 (100%)	10/10 (100%)	★10/10 (100%)	10/10 (100%)	－	10/10 (100%)	10/10 (100%)	6/6 (100%)	10/10 (100%)	10/10 (100%)
	指名・報酬委員会	4/4 (100%)	4/4 (100%)	★4/4 (100%)	－	－	－	－	1/1 (100%)	4/4 (100%)	4/4 (100%)
	監査等委員会	－	－	－	－	－	－	－	★10/10 (100%)	14/14 (100%)	14/14 (100%)

注1: 上記スキルマトリックスは、各人の有するスキルのうち、主なもの3つに●印をつけています。各人の有するすべてのスキルを表しているものではありません。

注2: 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います。

※1 2026年6月23日付で取締役に就任しています。

※2 2025年6月20日付で取締役に就任しています。2026年4月1日付で常勤監査等委員に選定されています。

●コーポレート・ガバナンス

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います。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

STEP 1	自己評価 各取締役による質問票への回答
STEP 2	全体評価 質問票の回答結果を踏まえ 導き出された課題への対応について取締役会で議論
STEP 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います。

一方で、取締役会のさらなる実効性向上に向け、引き続き取締役会の運営の高度化を図ることで取締役会の議論内容についていっそうの充実を図る必要があることを認識しています。

実効性確保に向けた運営方針

今後も以下のとおり取締役会を運営していくとともに、定期的にと取締役会の実効性に関する分析及び評価を実施し、さらなる取締役会の実効性確保に向けて努めていきます。

- (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。

政策保有株式に関する方針

当社は、政策保有株式を保有しておらず、今後も保有する予定はありません。

役員トレーニング

取締役及び取締役候補である役付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います。2025年度は以下の内容で役員勉強会を開催しました。

- サステナビリティ経営について
- 新規事業を生み出す経営について
- ビジネスと人権に関する企業の対応について
- 生成 AI の活用方法について
- 危機管理広報について
- 若者マーケティングにおけるトレンド分析について
- サイバーセキュリティについて
- 次世代 AI 活用戦略について

後継者育成計画(サクセッションプラン)

当社では、経営陣及び経営陣候補の育成状況の確認や取締役に對するトレーニング内容の確認及び妥当性評価を指名・報酬委員会でおこなっており、構成員である独立社外取締役の意見をいただいたうえで、その概要を取締役会へ報告しています。

現在、当社の指名・報酬委員会は、独立社外取締役2名を含む6名の取締役で構成されており、独立社外取締役が指名・報酬委員会の過半数となっていないものの、上記運用を通じて独立社外取締役の適切な関与・助言を得ています。

●コーポレート・ガバナンス

報酬の額またはその算定方法の決定方針

取締役※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います。

個々の取締役の報酬は、金銭で支給するものとし、代表取締役及び役付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います。

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います。

取締役※の報酬制度の概要

固定報酬	基本報酬	他社水準、当社の業績、従業員給与の水準等を踏まえ、役位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
	業績連動報酬	経営の成果を総括的に計るため「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
変動報酬	業績連動報酬	経営の成果を総括的に計るため「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
	株価連動報酬	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

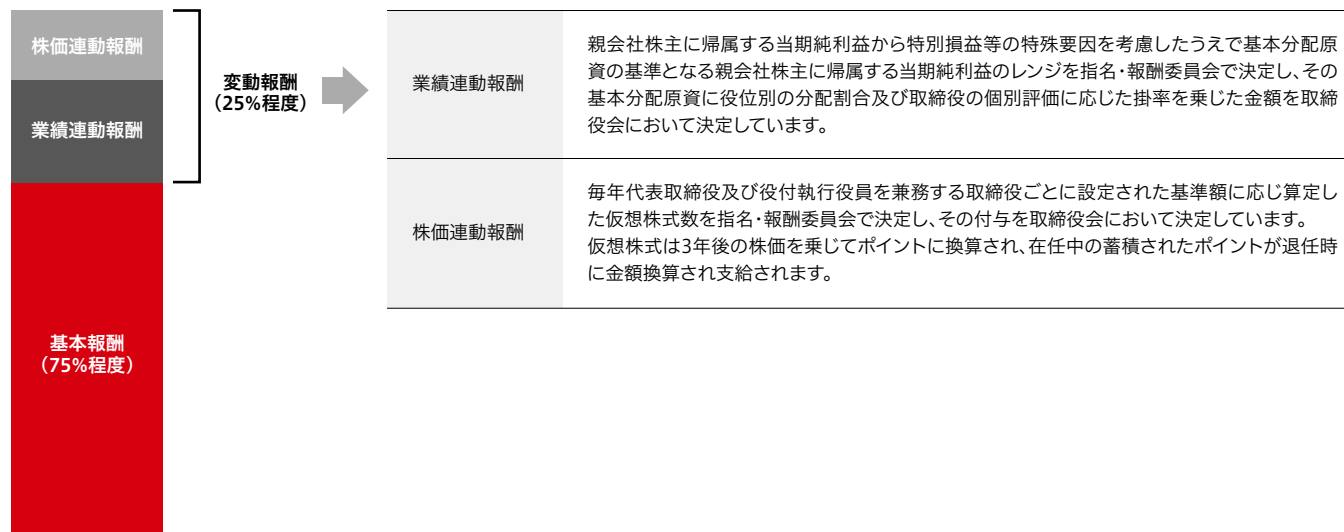
※ 監査等委員であるものを除く

2025年度の取締役に対する報酬等の総額

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	内訳(百万円)			人員
		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)	253	179	53	20	7名
監査等委員 (社外取締役を除く)	21	21	－	－	1名
社外役員	33	33	－	－	4名
合計	308	234	53	20	12名

注：2025年度における業績連動報酬の指標の目標は定めていませんが、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60,000百万円以上70,000百万円未満の基本分配原資60百万円となっています。

変動報酬の額の決定方法



●リスク管理

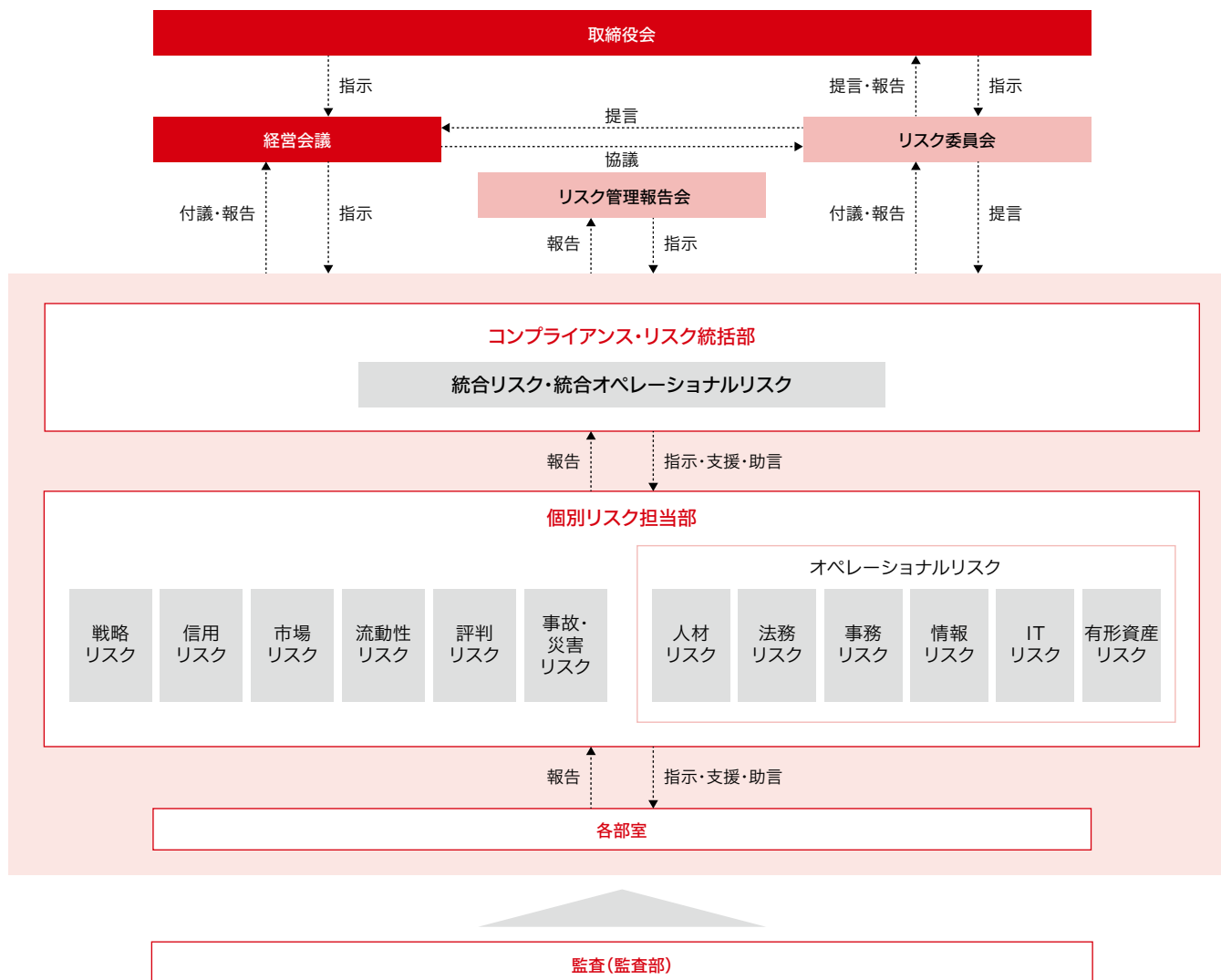
当社のリスク管理体制

当社を取り巻く経営環境の変化にともない、管理すべきリスクも複雑化・多様化しています。このような状況のなか、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います。また、近年のデジタル技術の進展を背景に、AIを含む新たな技術の利活用によって生じ得るリスクや、導入の遅延にともなうリスクについても、当社を取り巻く経営環境変化の一つとして捉え、体制整備を段階的に進めています。

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、担当部室が定期的にリスクの特定・評価・制御をおこなっています。また、コンプライアンス・リスク統括部において、担当部室のリスク管理状況を集約し、リスクを統合的に管理しています。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、リスク管理状況などをモニタリングし、結果を取締役会へ提言・報告しています。

詳しくは有価証券報告書をご覧ください。
<https://pdf.irpocket.com/C8572/ccdN/D2Mw/VOBz.pdf>

体制図



●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綱領・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、法令など遵守にかかる実践計画の策定・見直しやフォローアップ、遵守すべき法令など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さら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、社内が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などを知った際に、

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り組み

国際社会における組織犯罪、テロ行為などの脅威が高まるなか、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

取締役(独立・社外)

タン ミッシェル

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に従事する。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。

コンプライアンスは、アコムが持続的な成長を実現し、社会からの信頼に応え続けるための基盤だと考えております。中期経営計画2年目においても、重点テーマである「コンプライアンス・カルチャーの醸成」に向けて、役職員一人ひとりが高い倫理観を持って行動できる組織づくりを進めています。

近年の不祥事を受け、コンプライアンス態勢の整備だけでなく、役職員一人ひとりの規範意識や倫理観をさらに高めていくことの重要性を、あらためて認識しています。不祥事の再発を防止するためには、ルールを理解し遵守するだけでなく、「何が正しい行動なのか」を自ら考え、行動すること、すなわちインテグリティを実践することが不可欠です。そのため、全社員を対象としたインテグリティ研修を実施し、適切な判断と行動を徹底する企業風土の

定着に取り組んでいます。今後も、コンプライアンスを経営の根幹に据え、実効性のある取り組みを継続してまいります。

また、金融詐欺被害の防止は、社会的要請として対応することが急務となっています。特殊詐欺やSNS・インターネットを利用した金融犯罪など、詐欺の手口は年々巧妙化・多様化しており、金融機関に求められる役割はますます大きくなっています。これまでも業界全体で被害防止に努めてきましたが、今後は従来の枠組みにとどまらず、より幅広い観点から金融詐欺被害の防止に取り組んでいく必要があります。関係機関や業界団体とも連携を深めながら、お客さまが安心して金融サービスをご利用いただける環境づくりに努めてまいります。

●IR活動と外部評価

IR活動の基本方針

当社は、正確かつ適時適切な企業情報の開示に努めます。情報の開示にあたっては、法令等に基づく法定開示及び適時開示に加えて、株主・投資家・証券アナリスト・格付機関などの皆さまが当社に対する理解を深めていただくために重要または有益と思われる情報につきましても、積極的な情報開示に努めます。また、持続的な成長と中長期的な企業価値向上に向けて、株主の皆さまと建設的な対話に取り組むとともに、当社に関する市場の評価を経営に還元することを通じて、株主価値、企業価値の向上に資するIR活動を目指していきます。

建設的な対話のための取組み

財務部担当役付執行役員が統括し、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、証券会社主催のカンファレンス、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います。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。

2025年度のIR活動実績

活動	回数	概要
機関投資家向け説明会 (海外投資家向け含む)	6回	アナリスト・機関投資家向けに四半期ごとに開催。 第2、第4四半期は社長が説明
海外ロードショー	2回	社長または財務部担当役員による海外機関投資家との対話
証券会社主催カンファレンス	3回	財務担当役員による機関投資家との対話
個人投資家向け説明会	2回	ライブ配信及び対面による説明会の開催
株主・投資家との対話回数	161回	上記の活動及び個別面談等による対話総数

外部機関	内容	外部機関	内容
IRサイト関連の表彰			
大和インベスター・リレーションズ株式会社	大和インターネットIR表彰2025: 優秀賞	株式会社ブロードバンドセキュリティ	Gomez IRサイトランキング2025: 銀賞
日興アイ・アール株式会社	2025年度全上場企業ホームページ充実度ランキング 総合部門/その他の金融部門: 最優秀サイト		

その他の外部評価・認定			
FTSE Russell	FTSE Blossom Japan Sector Relative Index	スポーツ庁	スポーツエールカンパニー2026
大阪府	令和7年度 おおさか環境賞: 奨励賞	株式会社リンクアンドモチベーション	ベストモチベーションカンパニーアワード2025: 5位/大手企業部門 (5,000名未満)
株式会社労務研究所	ハタラクエール2026: 優良福利厚生法人 (総合)	厚生労働省	くるみん
経済産業省・日本健康会議	健康経営優良法人2026: ホワイト500		

●社会貢献活動

社会貢献活動基本方針

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」を掲げています。社会貢献活動においても、この理念に基づいて、社会福祉、地域貢献など、様々な活動を通じて、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」を目指しています。

3つの優先領域

マテリアリティ(重点領域)の特定にあたって抽出した、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、社員が活動に参加することで、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

3つの優先領域



優先領域と主な取り組み

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

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、医療現場で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もなります。この活動は、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がけし、ご協力をいただいています。2025年度は、本社ビル、富士見ビル、晴海ビル、横浜ビジネスパーク、大阪クリスタルタワーで活動を実施し、延べ442名の社員が参加しました。

これまでの実施実績

	2023年度	2024年度	2025年度
実施回数	9回	10回	8回
参加人数	509名	458名	442名

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無料招待して「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これまでに290回を超え、約26万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、客席には字幕メガネなどの鑑賞支援サービスや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」でご来場の方にお渡しする景品は開催地の授産施設などでつくられた商品を用意しています。加えて、パンフレットなどの封入作業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。



●社会貢献活動**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「はじめてのアコム」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とどまりません。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」と考え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する機会を提供しています。

**はじめたいこと
はじめよう
PROJECT****地域清掃活動**

社員が多く在籍する拠点周辺で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。

2025年度は東京都（港区、千代田区、中央区）、神奈川県（横浜市）、大阪府（吹田市）で延べ201名の社員が地域の清掃活動に参加しました。

2025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
吹田市	わがまちクリーン大作戦

森林保全活動

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月から森林保全活動を実施しています。当社のコンタクトセンターのある神奈川県、大阪府のそれぞれで活動をおこなっています。

この活動は、社員ボランティアが森林を整備することで、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。2025年度は、神奈川で5回、大阪で8回実施し、延べ206名の社員とその家族が参加しました。これらの取組みが評価され、大阪府での活動は、令和7年度「おおさか環境賞」事業者活動部門において奨励賞を受賞しました。

この活動を通じて、神奈川県・大阪府の環境を整備・保全するとともに、社員の環境意識の醸成に取り組んでいます。

※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

これまでの実施実績

	2023年度	2024年度	2025年度
神奈川県	4回	8回	5回
大阪府	7回	12回	8回

**アコム青い鳥募金**

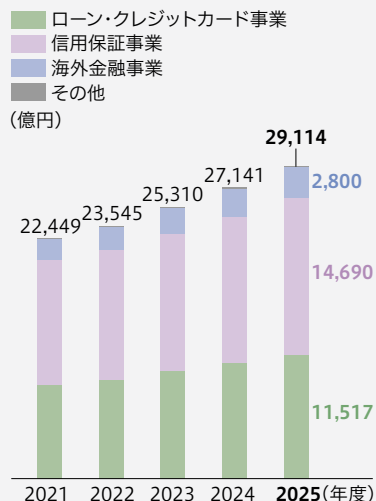
アコム青い鳥募金は、社員の発案によって1984年に始まり、現在も継続しています。職場に設置された募金箱、給与天引きによる募金及び社内に設置している自動販売機の販売手数料を財源に、大規模自然災害発生時の義援金として寄付しています。

**2025年度実績**

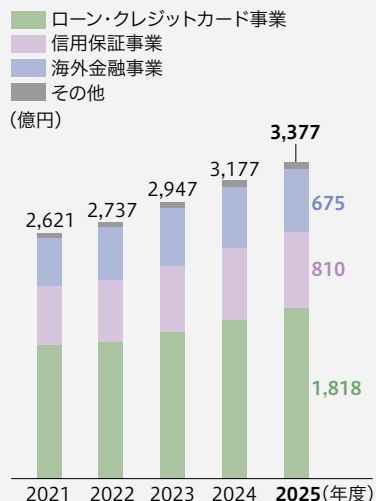
トカラ列島近海を震源とする地震災害義援金	10万円
沖縄県台風災害義援金	10万円
熊本県豪雨義援金	20万円
鹿児島県豪雨災害義援金	20万円
熊本県豪雨義援金	40万円
鹿児島県豪雨災害義援金	40万円
静岡県台風災害義援金	20万円
鹿児島県台風災害義援金	10万円
東京都台風災害義援金	10万円
大分市佐賀関大規模火災義援金	10万円
青森県東方沖地震災害義援金	10万円

●財務ハイライト

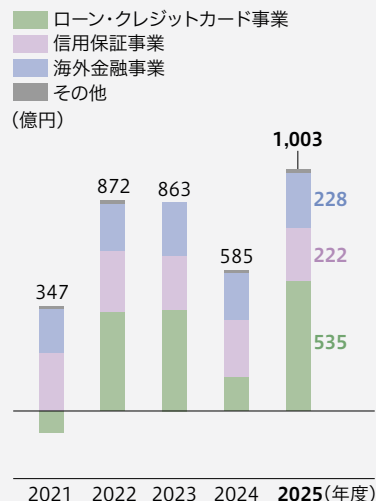
営業債権残高



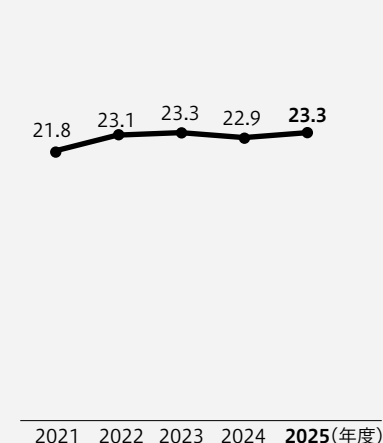
営業収益



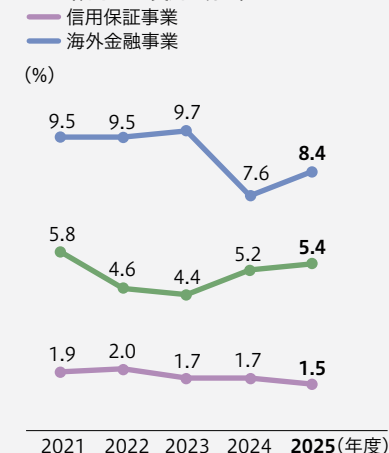
営業利益



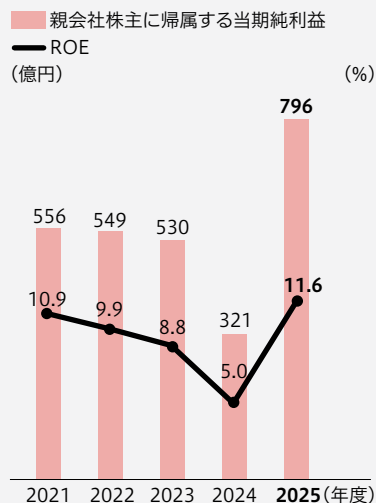
総資産に信用保証残高を含めた自己資本比率 (%)



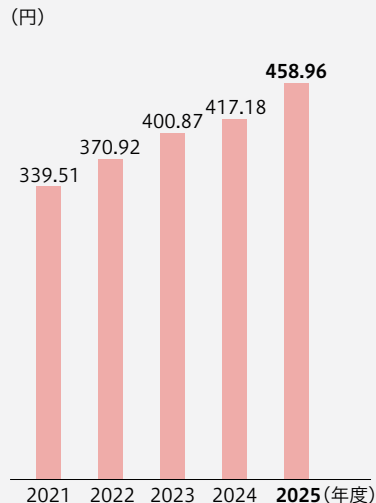
営業債権残高営業利益率(ROA) (利息返還費用を除く) (%)



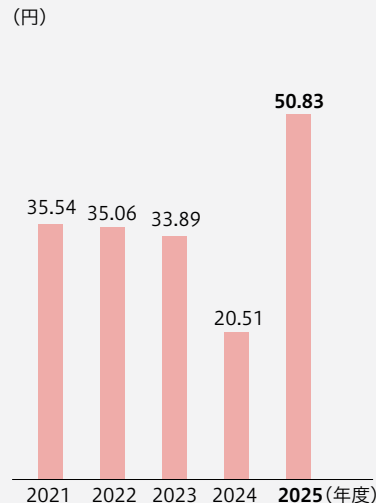
親会社株主に帰属する当期純利益/ROE



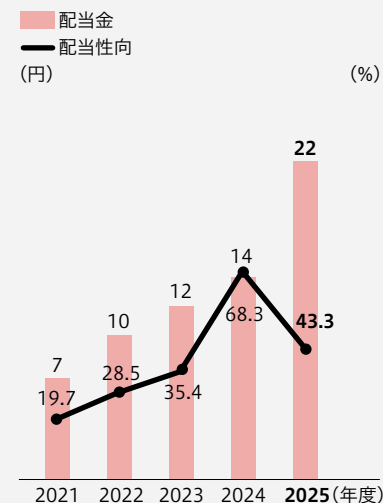
1株当たり純資産額(BPS) (円)



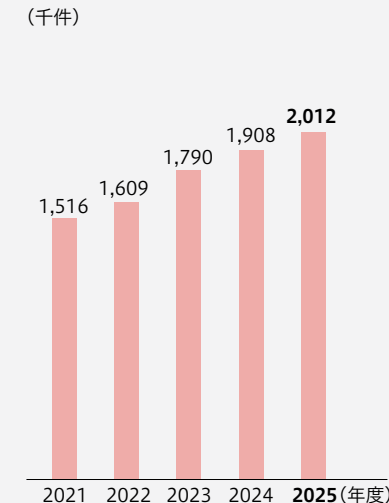
1株当たり当期純利益(EPS) (円)



配当金/配当性向



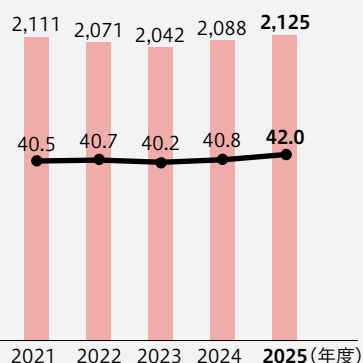
ローン事業利用者数 (千件)



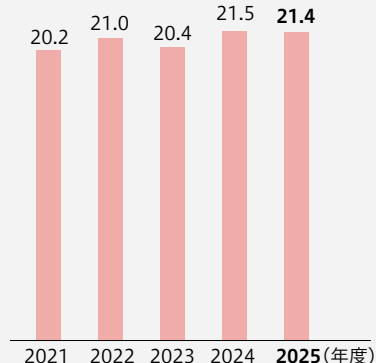
●非財務ハイライト

社員数／女性比率

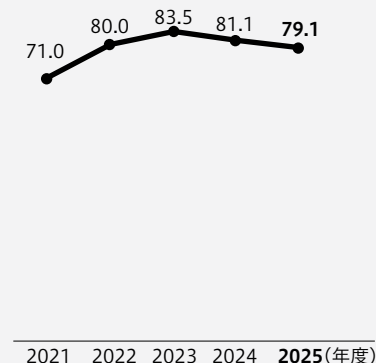
■社員数
●女性比率
(名) (%)



平均残業時間 (時間)



年次有給休暇取得率 (%)



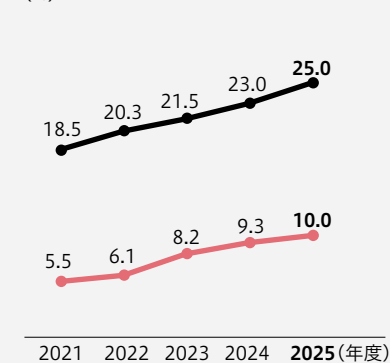
育休取得率(女性・男性)

●育休取得率(女性)
●育休取得率(男性)
(%)



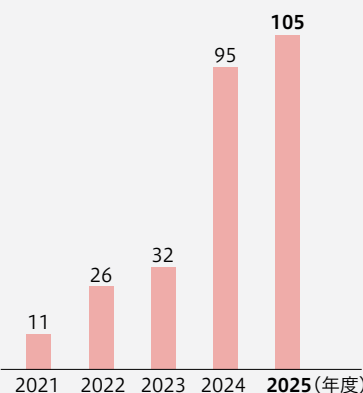
係長級以上に占める 女性労働者の割合／ 管理職*に占める女性労働者の割合

●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
(%)



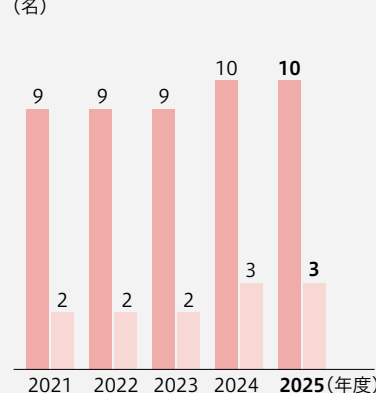
※ 管理職とは部下を持つ課長級以上の社員

金銭教育実施回数 (回)



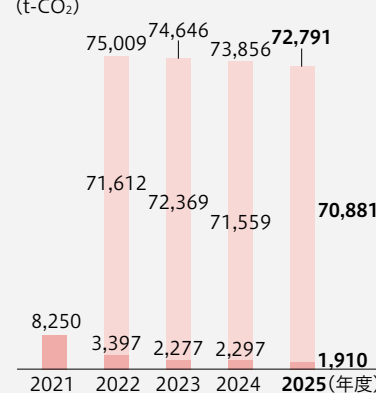
取締役数／社外取締役数

■取締役数
■社外取締役数
(名)



温室効果ガス排出量 (Scope1+2+3)

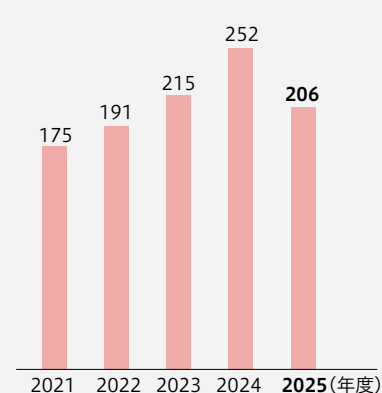
■Scope1+2
■Scope3
(t-CO₂)



※ 2022年度よりScope3を算定

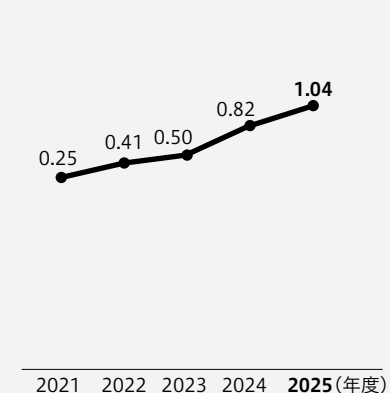
研修費

(百万円)



アブセンティズム*

(%)



※ 傷病による休業日数(欠勤及び休職)／直接雇用の従業員の総労働日数×100

●11年間の主要財務・非財務データ

	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	2025年度
■連結業績サマリー (百万円)											
営業収益	237,683	245,148	263,453	277,069	279,510	266,316	262,155	273,793	294,730	317,742	337,709
営業費用	222,166	315,315	182,511	219,461	203,873	167,419	227,376	186,506	208,383	259,181	237,315
営業利益	15,516	△70,166	80,942	57,607	75,636	98,896	34,779	87,287	86,347	58,561	100,394
ローン・クレジットカード事業	△11,841	△93,373	46,864	11,804	28,056	52,725	△8,879	40,686	41,771	14,033	53,588
信用保証事業	14,466	9,614	17,808	25,241	25,000	25,041	23,991	25,643	22,673	23,657	22,269
海外金融事業	11,138	12,640	15,478	19,802	22,394	19,879	18,347	19,681	22,374	19,355	22,865
親会社株主に帰属する当期純利益	14,598	△72,187	70,572	37,781	59,600	78,864	55,678	54,926	53,091	32,124	79,635
営業収益当期純利益率	6.1	△29.4	26.8	13.6	21.3	29.6	21.2	20.1	18.0	10.1	23.6
営業活動によるキャッシュ・フロー	△43,045	△37,451	△32,634	7,329	19,698	113,179	46,089	△1,318	△36,759	876	12,096
投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,368	△2,858	△1,711	△1,165	6,214	△4,566	△4,032	△2,692	△6,178	△6,478	△4,910
財務活動によるキャッシュ・フロー	6,589	58,863	21,259	△12,573	△24,339	△108,786	△50,162	△12,933	57,163	△6,410	13,105
■連結貸借対照表サマリー (百万円)											
総資産	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	1,616,379
純資産	338,132	267,226	344,437	381,501	442,496	515,128	563,963	619,837	674,175	709,035	782,455
ローン・クレジットカード事業営業債権残高	795,051	822,967	855,851	885,113	915,913	862,866	871,137	914,550	1,001,336	1,073,396	1,151,756
信用保証残高	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	1,469,006
海外金融事業営業債権残高	192,068	191,845	221,107	227,387	201,524	193,709	192,784	219,473	243,277	266,794	280,079
■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(%)	15.0	10.6	13.0	14.2	16.5	20.3	21.8	23.1	23.3	22.9	23.3
1株当たり配当金 (円)	—	—	1	2	4	6	7	10	12	14	22
配当性向 (%)	—	—	2.2	8.3	10.5	11.9	19.7	28.5	35.4	68.3	43.3
1株当たり純資産額(BPS) (円)	206.42	159.58	206.12	227.35	265.11	310.02	339.51	370.92	400.87	417.18	458.96
1株当たり当期純利益(EPS) (円)	9.32	△46.08	45.05	24.12	38.04	50.34	35.54	35.06	33.89	20.51	50.83
自己資本当期純利益率(ROE) (%)	4.6	△25.2	24.6	11.1	15.5	17.5	10.9	9.9	8.8	5.0	11.6

●11年間の主要財務・非財務データ

		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	2025年度
連結財務指標等												(百万円)
総資産当期純利益率(ROA)	(%)	1.2	△6.0	5.6	2.9	4.6	6.3	4.5	4.3	3.9	2.2	5.1
ローン・クレジットカード事業		△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)	4.8 (5.4)
信用保証事業		1.5	0.9	1.5	2.0	1.9	2.0	1.9	2.0	1.7	1.7	1.5
海外金融事業		5.7	6.6	7.5	8.8	10.4	10.1	9.5	9.5	9.7	7.6	8.4
株価純資産倍率(PBR)	(倍)	2.75	2.79	2.30	1.74	1.66	1.66	0.94	0.86	1.00	0.92	1.00
株価収益率(PER)	(倍)	60.84	△9.66	10.52	16.38	11.54	10.23	8.98	9.10	11.89	18.62	9.05

■単体非財務指標

従業員数	(人)	1,892	1,854	1,936	2,020	2,063	2,112	2,111	2,071	2,042	2,088	2,125
女性従業員比率	(%)	35.8	35.7	38.7	39.2	39.5	40.2	40.5	40.7	40.2	40.8	42.0
係長級以上に占める女性労働者の割合	(%)	11.3	12.1	13.8	15.1	16.3	17.0	18.5	20.3	21.5	23.0	25.0
平均勤続年数	(年)	14.8	15.2	14.9	14.4	14.8	14.8	15.0	15.3	15.5	15.2	14.7
自己都合退職率	(%)	—	—	—	3.9	3.4	3.1	2.8	3.8	3.8	2.9	3.3
障がい者雇用率	(%)	2.14	2.52	2.39	2.37	2.27	2.33	2.35	2.65	2.65	2.70	2.71
アコム“みる”コンサート物語 来場者数	(人)	11,042	10,771	8,839	9,611	9,519	—	930	7,357	8,017	10,968	6,512
金銭教育 受講者数	(人)	900	950	950	800	1,420	588	663	1,757	2,263	5,233	6,345
献血活動 参加者数	(人)	253	428	487	371	305	102	393	493	509	458	442
エネルギー使用量(合計)原油換算	(kl)	7,130	6,883	6,359	5,731	5,097	4,807	4,457	4,440	3,360	2,930	2,220

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月期にかか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います。

注3:「エネルギーの使用の合理化及び非化石エネルギーへの転換等に関する法律(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(2026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	2,125名(単体)、5,626名(連結)
登録番号	関東財務局長(15)第00022号 関東(包)第5号
主な事業内容	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
主要取引金融機関	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



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

グループ企業

連結子会社(2026年3月31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1-9-2 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 中野坂上サンブライツツイン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	http://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	200百万マレーシアリング(アコム持分比率100.00%)
所在地	D-07-05, D-07-06, D-07-07 & D-07-08, Menara Suezcap 1, KL Gateway No. 2, Jalan Kerinchi Gerbang Kerinchi Lestari Kuala Lumpur Wilayah Persekutuan
URL	https://acom.com.my/en

持分法適用関連会社(2026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

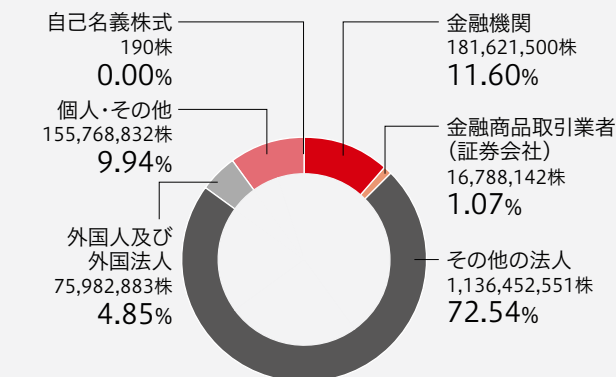
主要事業	コンタクトセンターの請負及び人材派遣業等
設立	2007年4月
資本金	1,020百万円(アコム持分比率23.15%)
所在地	東京都渋谷区本町一丁目3番4号 初台ダイヤビル
URL	http://mucc.co.jp/

● 株式情報(2026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	30,829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



注: %は出資比率で算出

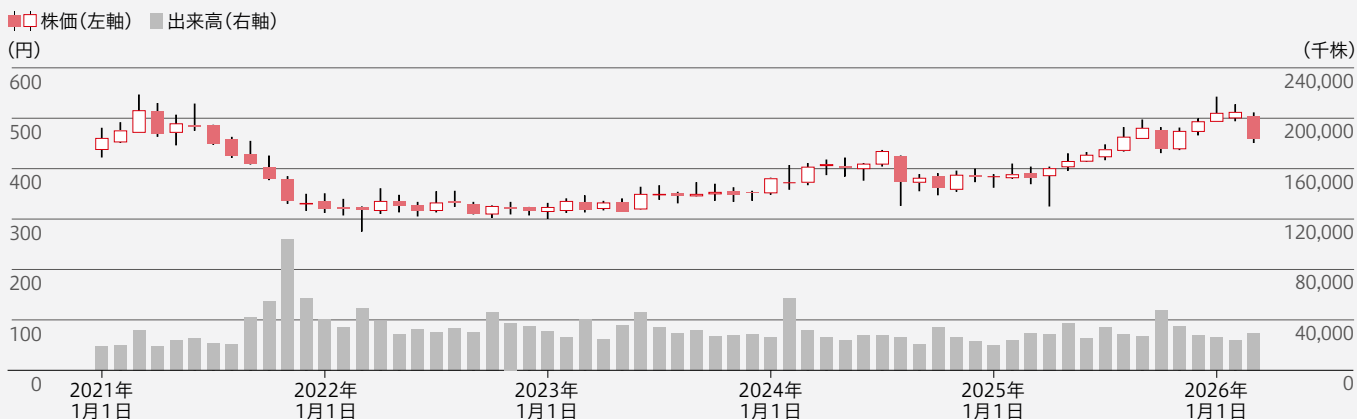
■ 大株主(上位10位)

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)	株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
1 株式会社 三菱UFJフィナンシャル・グループ	588,723	37.57	6 株式会社丸糸商店	38,733	2.47
2 丸糸殖産株式会社	273,467	17.45	7 三菱UFJ信託銀行株式会社	31,572	2.01
3 マルイト株式会社	125,533	8.01	8 株式会社日本カストディ銀行(信託口)	16,340	1.04
4 日本マスタートラスト信託銀行 株式会社(信託口)	114,334	7.29	9 MASA&COMPANY株式会社	11,000	0.70
5 公益財団法人木下記念事業団	92,192	5.88	10 野村信託銀行株式会社 (退職給付信託・三菱UFJ信託銀行口)	9,000	0.57

注1: 持株数は、千株未満の端数を切り捨てて表示しています。

注2: 持株比率は自己株式(190株)を控除して計算しています。

■ 株価推移



	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
年間最高値	529	360	409	436	539
年間最低値	276	301	315	326	323
株主総利回り(%) (比較指標: 配当込みTOPIX(%))	63.30 (101.99)	65.24 (107.92)	83.84 (152.53)	82.49 (150.17)	101.96 (202.20)

注: 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す。

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 輝く未来へ

作 者 桃太郎

作品に対する想い

作品のベースデザインとして、過去から現在、そして未来への道筋をレイヤーで表現し、躍動感のある構成で描いております。

平面の作品ではございますが、いきいきとした音や光、そして希望のイメージを感じていただける作品となっていれば幸いです。

協 力



パラインアートは「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。

パラインアートは、障がい者アーティストの作品（絵画・デザイン等）を様々な企画・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広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/>