



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

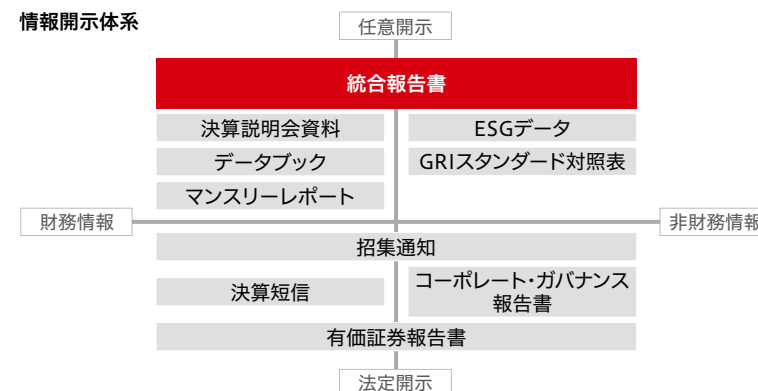
発行年月

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 - 特微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応対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 ▶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