

●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。

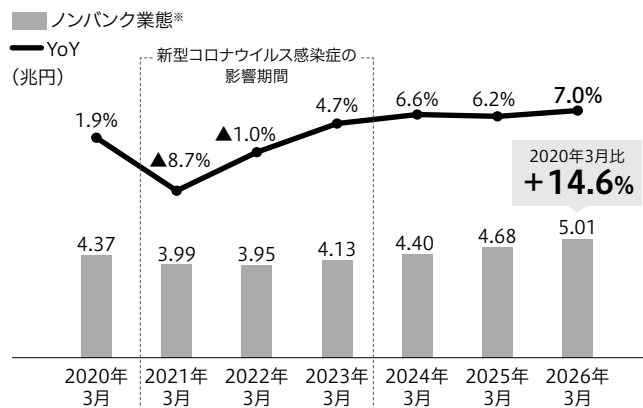
中期経営計画の策定にあたり、お客さまからは「使うならアコム」、提携先からは「組むならアコム」、社員からは「働くならアコム」と選ばれ続ける姿を「ありがたい姿」として掲げています。「ありがたい姿」と現状との差が大きいほど、その実現に向けた事業戦略・機能戦略における課題は大きくなりますが、次のアコムをつくるために乗り越えるべきハードルであり、全社員の努力によって必ず達成できると考えています。

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。

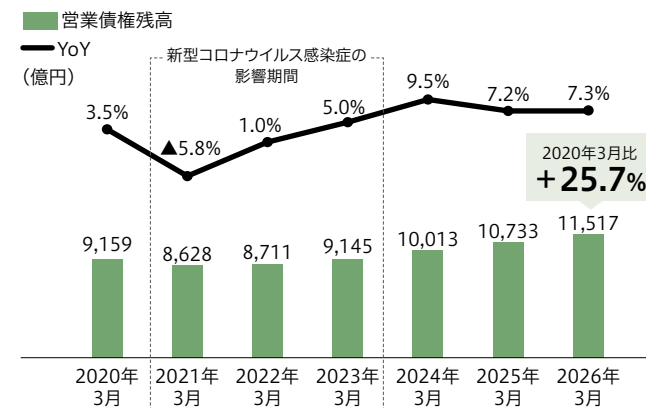
まず、ローン・クレジットカード事業の営業債権残高は、ノンバンク業態の市場がコロナ禍前の2019年度と比較して14.6%増加したのに対して、当社は25.7%の増加と市場成長を上回る拡大を実現しました。さらに、2024年10月からエンベデッド・ファイナンスの推進を担う連結子会社GeNiEについても、2025年度末時点で16社との提携を目指しておりましたが、ほぼ倍の29社まで拡大できています。

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



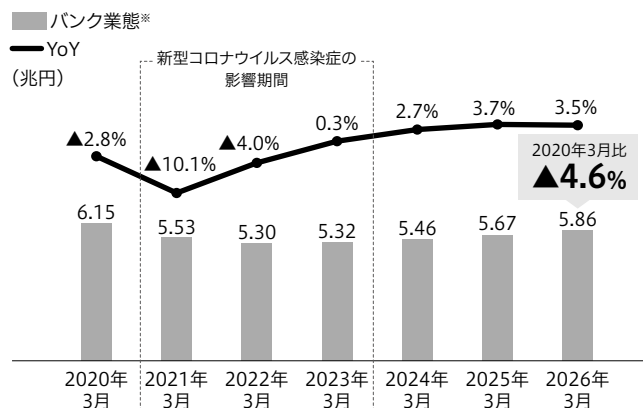
ローン・クレジットカード事業



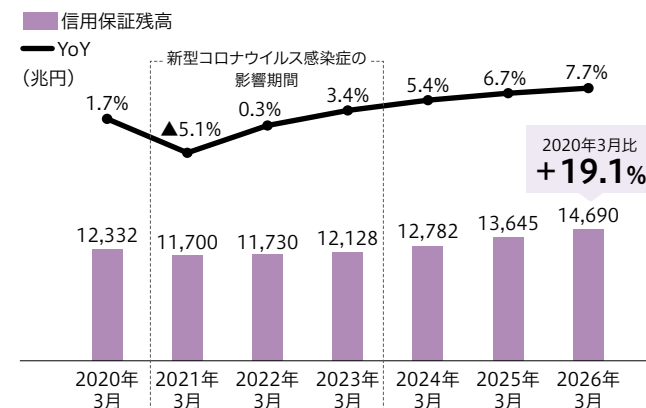
※ ノンバンク業態は日本貸金業協会統計の営業貸付金残高(証書貸付を含む)。2026年3月数値は速報値。

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。



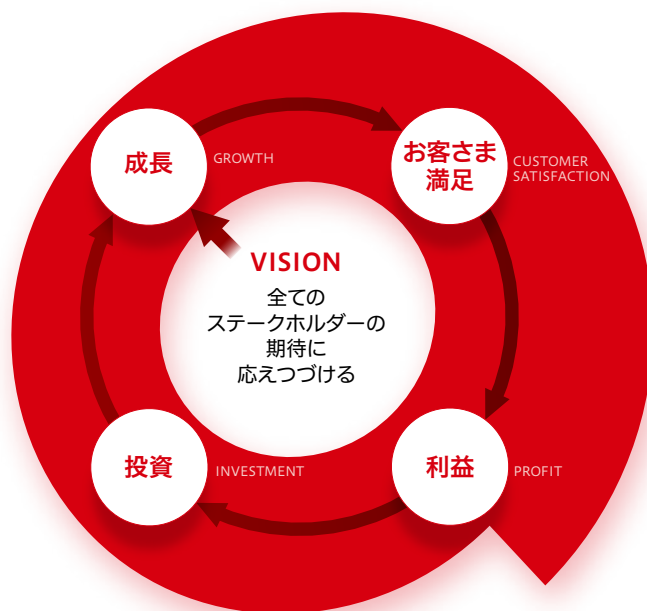
当社を取り巻く市場には依然として成長機会が存在しています。国内に目を向けると、個人向けローン市場は、バンク業態で5.8兆円、ノンバンク業態で5兆円、合計で10.8兆円の規模となっています。今後も市場の拡大が見込まれるなか、当社グループはローン・クレジットカード事業及び信用保証事業において市場成長率を上回る残高成長を実現し、着実にシェアを拡大していきます。さらに、成長余地は国内市場にとどまりません。当社が事業を展開している日本、タイ王国、フィリピン共和国、マレーシアの4ヶ国の人口は約3.4億人です。一方で、世界に目を向けると人口は約83億人のぼり、一人ひとりが自分に適した金融サービスを求めていま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

●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MUF G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

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。

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

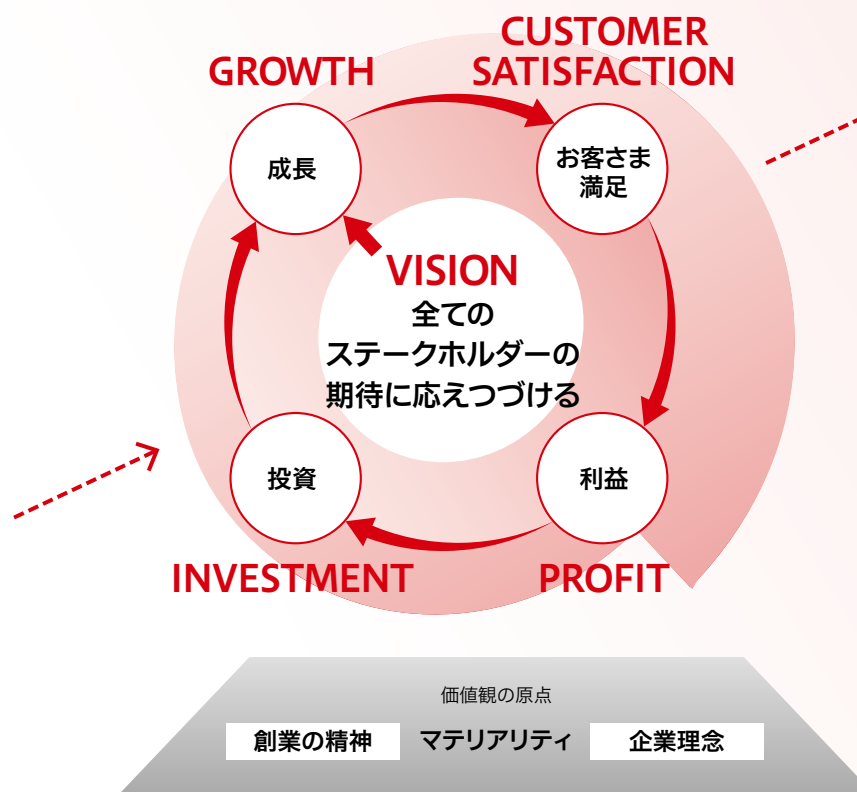
●価値創造プロセス

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

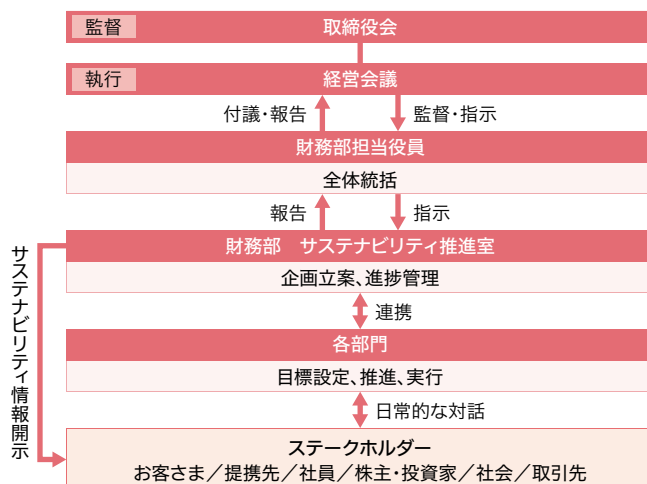
●サステナビリティ

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。

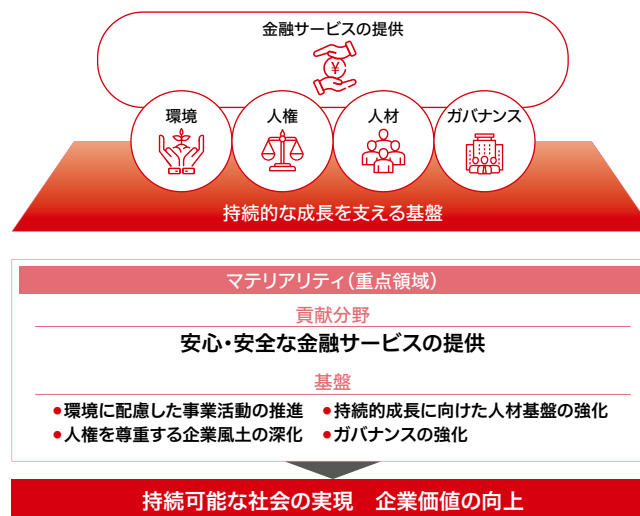


マテリアリティ

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。

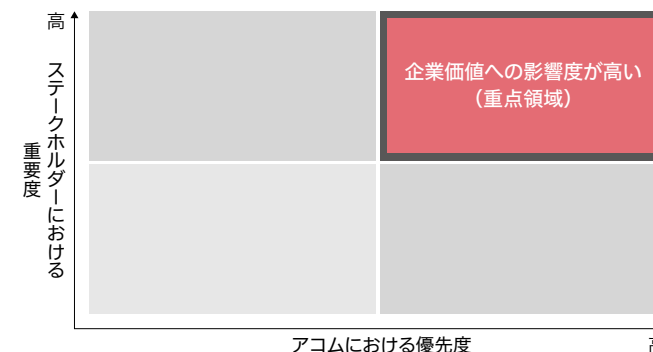
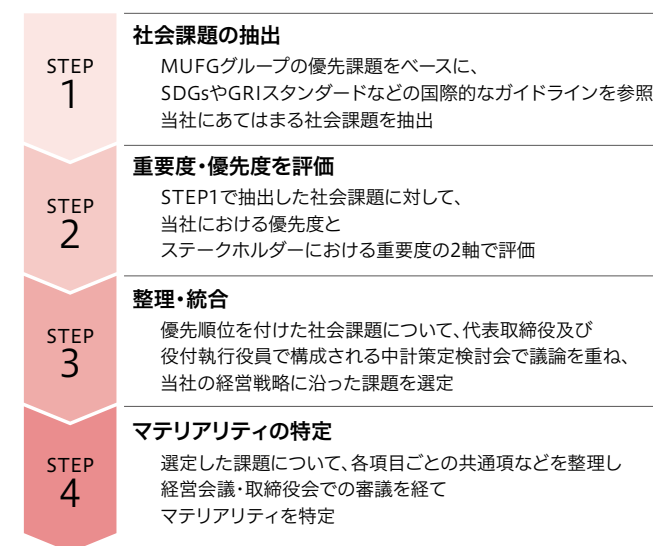
アコムだからできる課題の解決や社会の発展に貢献します。

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	○
		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	○
コンプライアンス		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	○	