

●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。

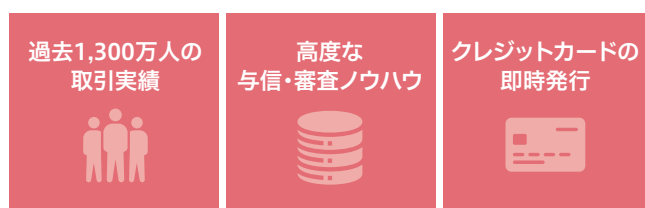
ローンは、お客さまの「信用」をもとに、個人を対象とした少額、無担保の現金融資サービスで、急な資金ニーズに最短即日に対応できる仕組みを備えています。また、現金とクレジットカードの両方を利用できるアコムマスターカードを通じて、決済の利便性を高め、幅広いニーズに応えています。



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。

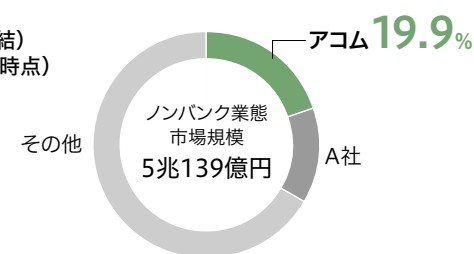
市場環境・見通し

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。

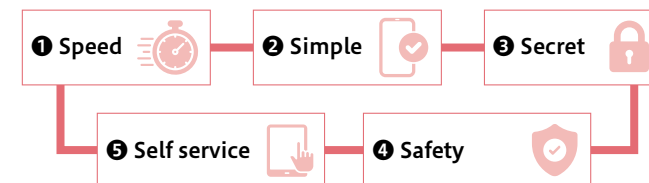
少子高齢化が進行し、労働人口が減少しているなか、異業種からの個人向けローン市場への新規参入などにより、競争環境の激化が継続している状況です。

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)



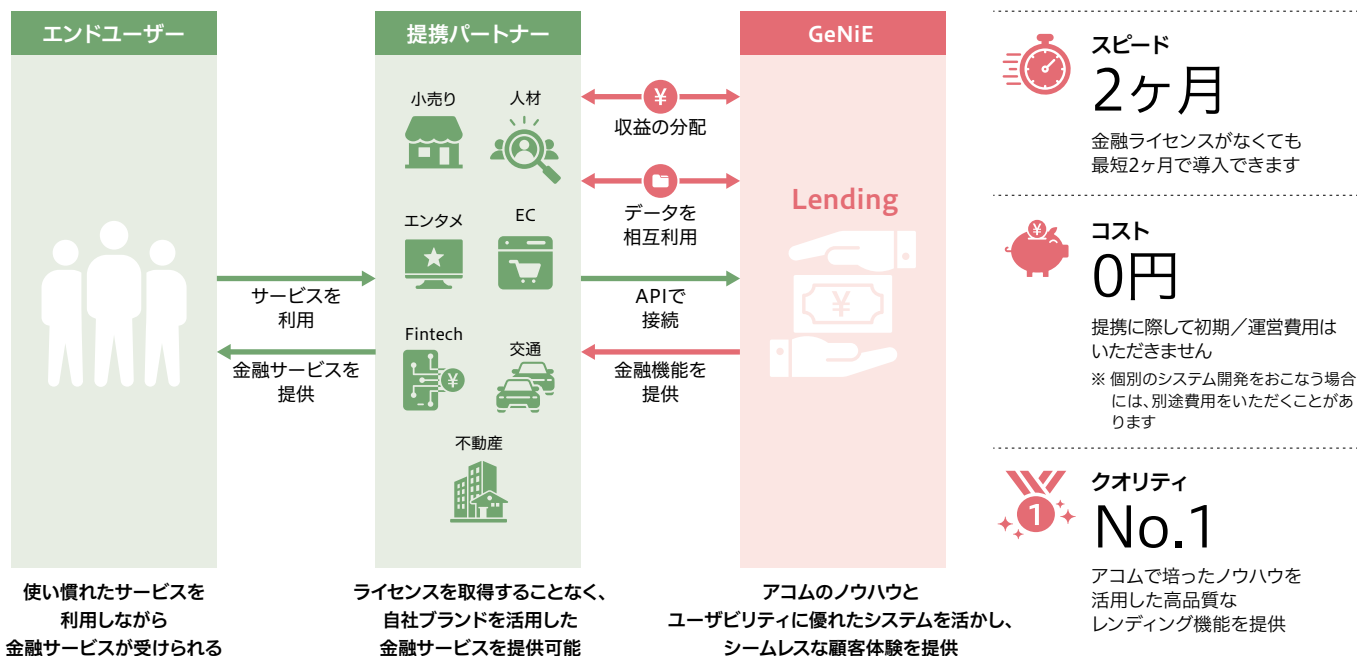
●安心・安全な金融サービスの提供 | ローン・クレジットカード事業

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。

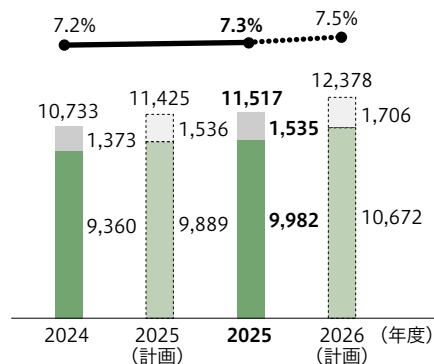
●安心・安全な金融サービスの提供 | ローン・クレジットカード事業

営業債権残高

ローン クレジットカード

YoY

(億円)

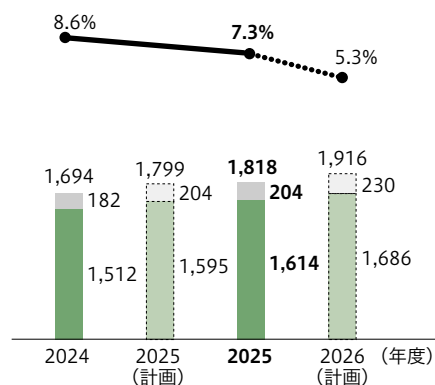


営業収益

ローン クレジットカード

YoY

(億円)

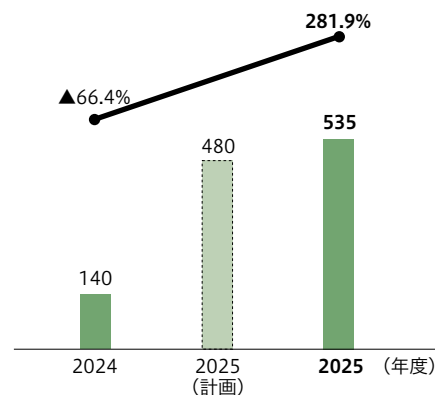


営業利益

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。

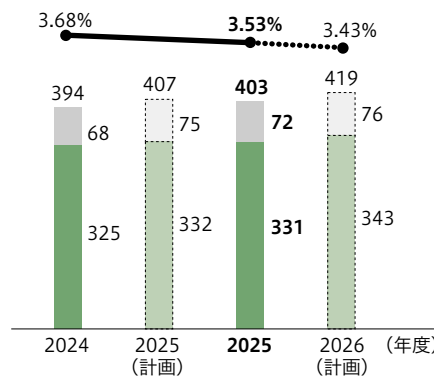
2023年度及び2024年度は、コロナ禍の収束にともなうペントアップ需要を背景に新客数を多く獲得したことで、取引期間の短いお客さまの構成比が一時的に上昇していました。しかし、直近ではペントアップ需要の剥落により新客数が減少し、結果として貸倒発生率の高い層の構成比が低下しています。こうした顧客構成の変化により、足元では貸倒関連費用を抑制することができました。

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)

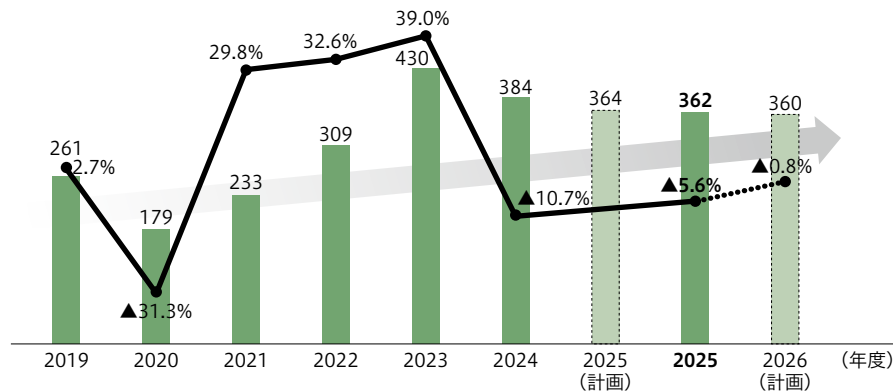


新客数※

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

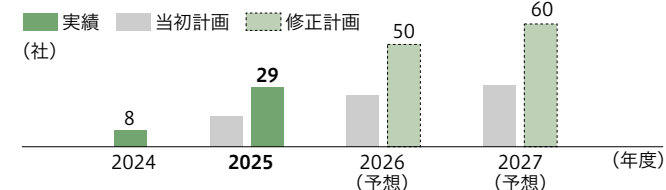
が「他社0件比率」です。これは消費者金融やクレジット会社において、カードローンの借入経験がなく、初めての借入先としてアコムをご利用いただいたお客さまの割合を示す指標で、ブランディング活動において発信してきたキーマッセージ「はじめて」に密接に関連しています。他社の借入れがないお客さまは関係構築を通じて、継続的に利用が拡大する傾向にあります。こうしたお客さまが当社の新規契約者の約半数を占めており、当社の強みの一つとなっています。この比率をさらに高めていくことが当社にとっての中長期的なミッションです。

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。

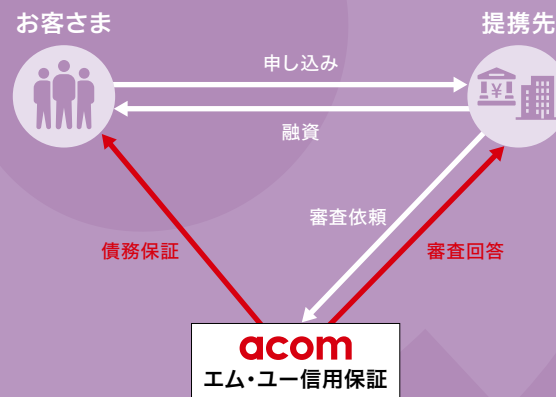
プロダクトもローンにとどまらず、2026年にローンチした後払いサービスに加え、ウォレットなどの新しい領域へと広げ、提携可能な産業の幅を一層拡大していきます。また、提携先とのデータ連携を活用し、お客さま一人ひとりに最適な条件を提示する“ローンの再発明”にも取り組みます。私たち自身が新たなモデルを創出し、市場全体の活性化に貢献していきます。

●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。



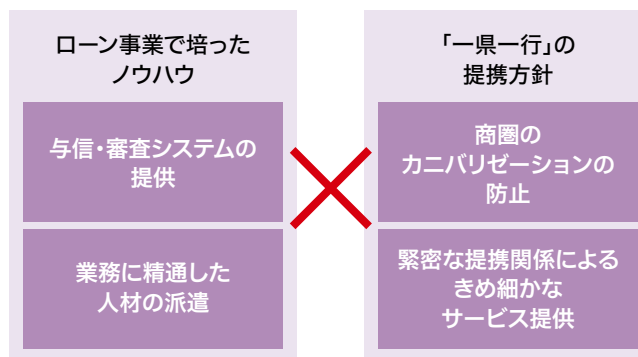
事業の強みと特徴

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。



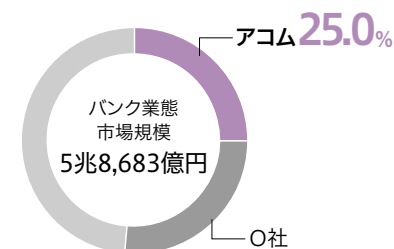
市場環境・見通し

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。

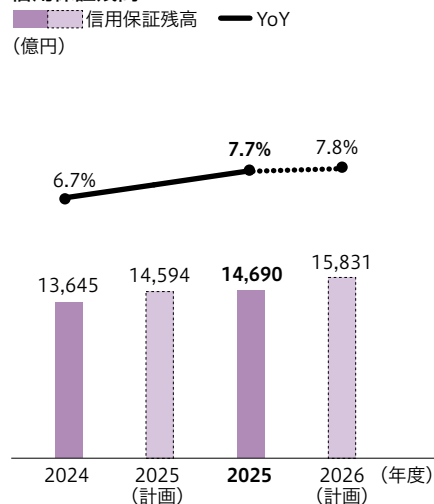
市場シェア（連結）
（2026年3月末時点）



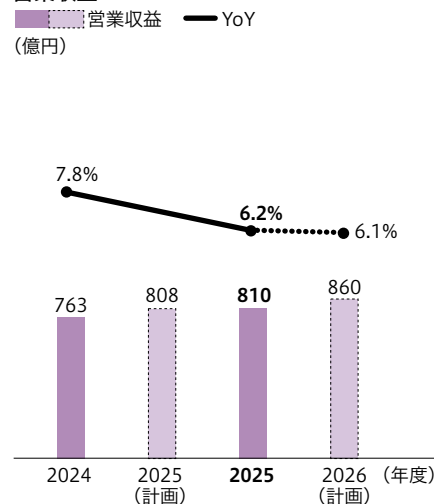
※ バンク業態の市場規模は日本銀行統計の国内銀行及び信用金庫の個人向けカードローン残高

●安心・安全な金融サービスの提供 | 信用保証事業

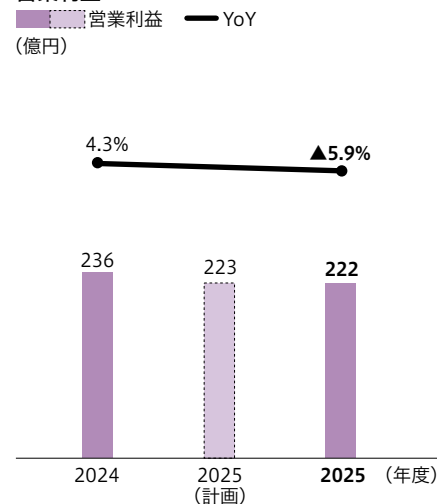
信用保証残高



営業収益



営業利益



決算概要

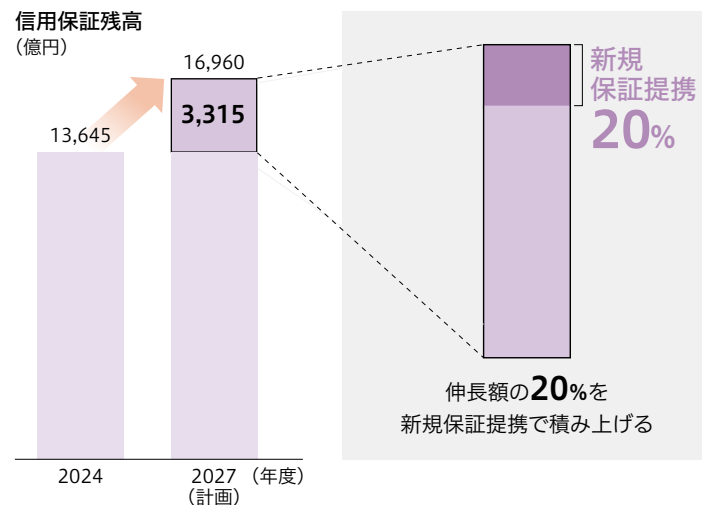
信用保証残高は、個人消費の回復を背景に、新規顧客の増加及び既存顧客の追加利用が堅調に推移しました。加えて、共通の広告素材を複数の提携先で使用する共同広告の活用による提携先の新規顧客の獲得強化や、技術指導出向などを通じた各種営業施策の推進を図るとともに、事業会社を含む新規提携先の開拓に取り組んだ結果、計画を上回る進捗となりました。

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。

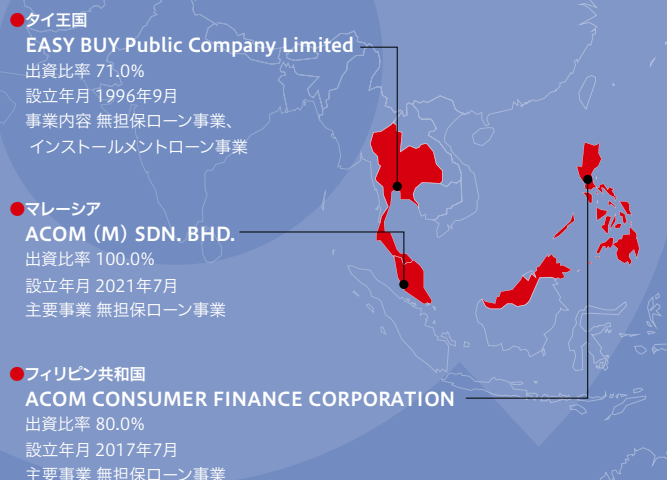
新規保証提携については、信用保証事業の基本戦略である「一県一行主義」を堅持しつつ、空白エリアにおける地方金融機関との提携に加え、ネット銀行などの新興系金融機関との新規保証提携も継続して進め、さらなる成長機会の拡大を図ってまいります。

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。

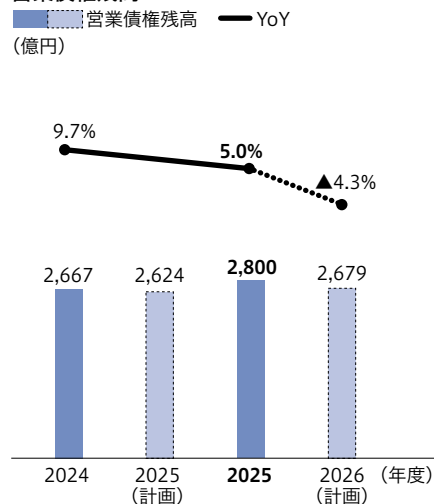
フィリピン共和国の個人向け無担保ローンの市場規模は約5,800億ペソ(約1兆5,500億円)です。同国における人口は継続的に増加しており、これからの資金需要が期待できる若年層も比較的多いことから、発展が見込まれる市場です。

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。

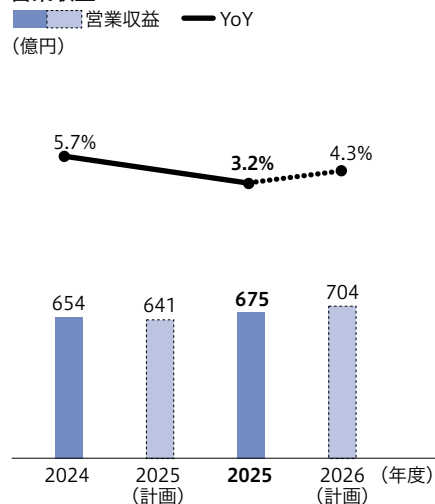
※ 市場規模の金額は2025年12月末時点

●安心・安全な金融サービスの提供 | 海外金融事業

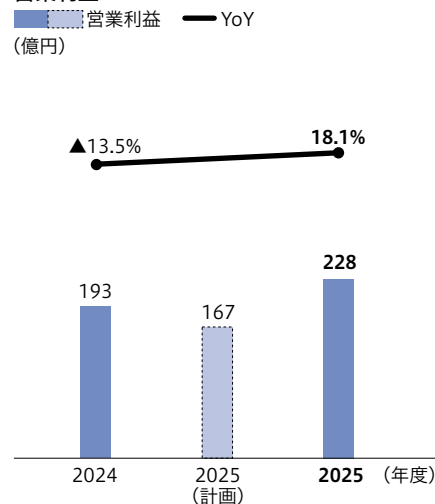
営業債権残高



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。

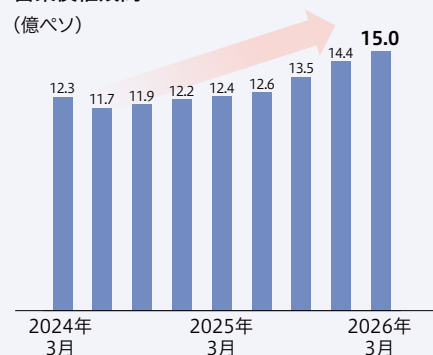
TOPIC

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)

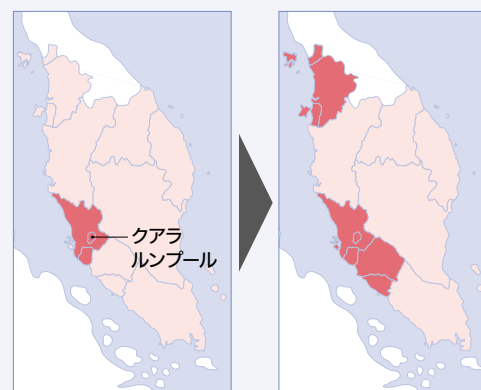
- ・残高は現地通貨ベースで順調に拡大
- ・早期収益化に向け、延滞抑制の強化を継続

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

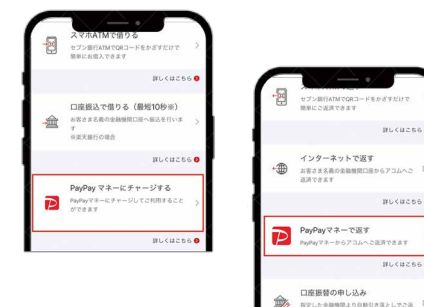
自社GHG(温室効果ガス)排出量ネットゼロへの取組み

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、

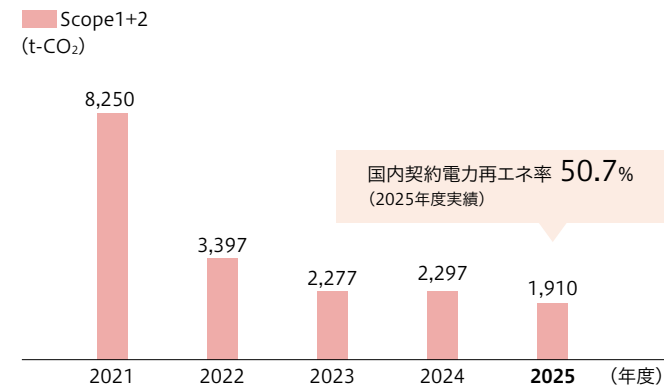
リスク管理報告会で報告がなされ、リスク委員会は、リスク管理に関する重要事項の協議・審議をおこなうとともに、リスク管理状況などをモニタリングし、結果を取締役会へ提言・報告しています。

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