

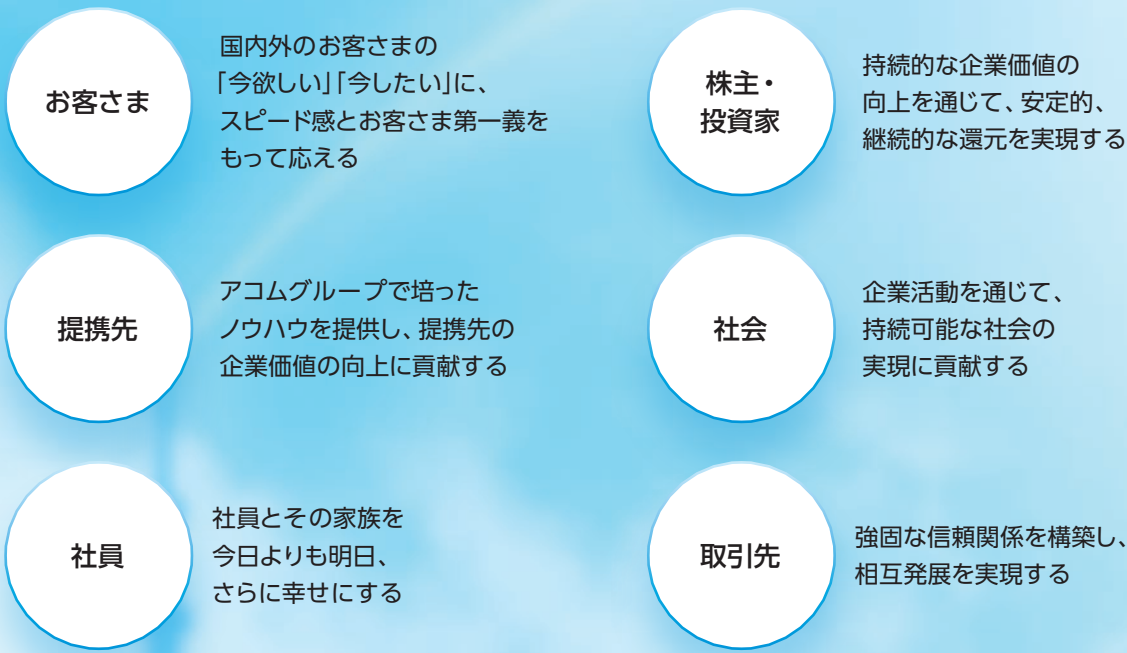






ビジョン

アコムグループは、  
全てのステークホルダーの期待に応えつづける



**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、本冊子を発行しています。編集にあたってはIFRS財団(旧Value Reporting Foundation: VRF)が提示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ドランスなどを参照しています。

**報告対象期間** 2023年度(2023年4月1日～2024年3月31日)について報告していますが、一部直近の情報についても記載しています。

**報告対象範囲** アコム株式会社および連結対象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」、グループ会社を含めて「アコムグループ」と表記しています。

**発行年月** 2024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等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さまざまな要因によって予想数値と異なる可能性があります。

Webサイトでも随時情報発信しています。  
<https://www.acom.co.jp/corp/>



目次

創造と革新の経営の歩み	03
アコムグループのプレゼンス	05
アコムグループの価値創造プロセス	07
マネジメントメッセージ	09
経営資本の充実	15
事業の価値	16
特集 社員座談会	17
経済価値の創出と財務戦略(財務担当役員メッセージ)	19
中期経営計画の進捗状況	21
サステナビリティ	23
環境に配慮した企業活動の推進	27
人間尊重の精神に基づくダイバーシティの推進	29
お客さま第一義を追求した金融サービスの提供	33
ローン・クレジットカード事業	35
信用保証事業	37
海外金融事業	39
デジタルを活用した創造と革新の経営の追求	41
ガバナンスの強化	43
コーポレート・ガバナンス	43
リスク管理	49
コンプライアンスの実践活動	51
コンプライアンス委員会 委員長メッセージ	51
特集 ガバナンス対談	52
役員一覧	55
財務・非財務ハイライト	57
11年間の主要財務・非財務データ	59
会社概要	61

情報開示体系



# 創造と革新の経営の歩み

アコムは、1936年、神戸市で『丸糸呉服店』として創業しました。「丸糸」の屋号は、呉服の要素に通じる経糸と緯糸の和合が相互信頼を表すことから決められたものでした。「心から人を信じれば、人は必ずそれに応えてくれる」という輪を拡げていきたいとの願いを創業の精神『信頼の輪』の4文字に込めております。変革の歴史を積み重ねてきた今でも、創業の精神『信頼の輪』は、「企業理念」の根幹として脈々と受け継がれています。

**1936**  
繊維製品卸小売業の「丸糸呉服店」を開業



**1960**  
サラリーマン金融（勤め人信用貸し）を開始



**1970**  
日本初の現金自動貸付機を開発



**1978**  
「アコム」を設立

**1973**  
24時間稼働のCD（現金自動貸付機）を開発

**1979**  
業界初の年中無休・24時間稼働ATMを銀座店（中央区）に設置



**1983**  
「貸金業の規制等に関する法律」の施行に伴い、貸金業者として関東財務局に登録

**1993**  
業界初の自動契約機「むじんくん」を導入



日本証券業協会に株式を店頭登録

**1994**  
社会貢献活動として「アコム“みる”コンサート物語」の公演を開始

**1999**  
業界初のクレジットカード事業を開始



**1996**  
タイ王国に「EASY BUY Public Company Limited（以下「EASYBUY」）」を設立



東京証券取引所の市場第一部銘柄に指定

**2001**  
「アイ・アール債権回収」へ出資し、サービサー事業へ進出



無担保ローンを対象とした信用保証事業を開始

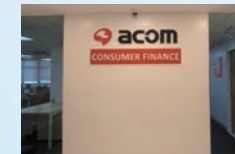
**2004**  
「三菱UFJフィナンシャル・グループ（以下「MUFG」）」と戦略的業務・資本提携



**2008**  
「MUFG」の連結子会社となる

**2007**  
アコム新規貸付上限金利を18.0%に引下げ

**2017**  
フィリピン共和国に「ACOM CONSUMER FINANCE CORPORATION（以下「ACF」）」を設立



**2013**  
「エム・ユー信用保証」を設立



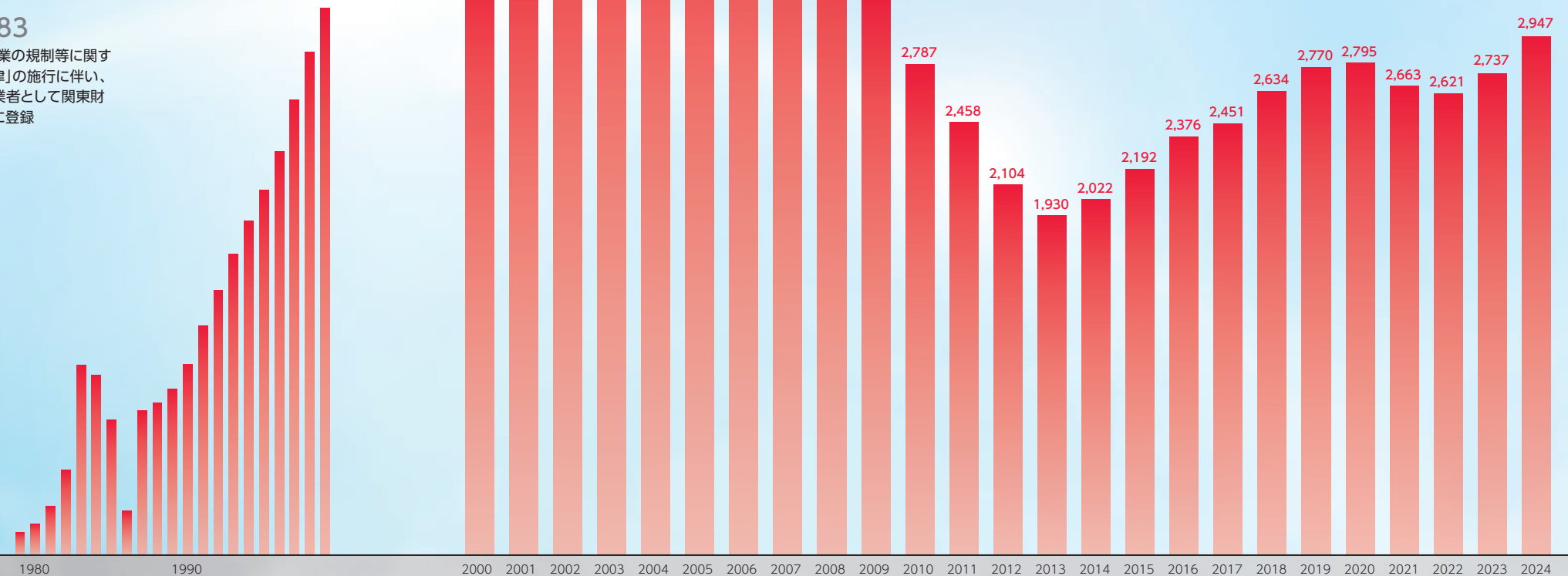
**2022**  
エンベデッド・ファイナンスの「GeNiE」を設立



**2021**  
マレーシアに「ACOM (M) SDN. BHD.（以下「ACOM (M)」）」を設立



営業収益（億円）



社会の出来事

高度経済成長時代開始（1954～1973）

貸金業の規制等に関する法律の施行

貸金業法本体施行  
日本貸金業協会の設立

貸金業法完全施行

アベノミクス開始  
全国銀行協会が「銀行による消費者向け貸付に係る申し合わせ」を公表

2019年末から新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の影響拡大



# アコムグループのプレゼンス

アコムグループは、「3つの中核事業」を軸に事業を展開する、

消費者金融業界のリーディングカンパニーです。

これからも、90年近い歴史の中で培われた強みにさらに磨きをかけ、ステークホルダーの期待に応えつづけます。

## 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

### 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

### 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

## 数字で見るアコム

### 創業

**1936年**

1936年に  
繊維製品卸小売業として創業

### 営業債権残高

**2.5兆円**

営業債権残高(連結)は  
2.5兆円を超える

### ローン残高シェア

**No.1**

個人向けカードローン市場  
(ノンバンク業態)でトップシェアを誇る

### 保証提携先

**58社**

提携先は58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

**559万人**

国内、海外での  
総利用者数は550万人を超える

### グループ従業員数

**5,404名**

5,000名を超えるグループ社員が一丸となって  
全てのステークホルダーの期待に応えつづける

## 営業収益

**2,947億円**

## 営業利益

**863億円**

### ローン・ クレジットカード事業

お客さまの「信用」をもとに、主に  
個人の方を対象に少額・無担保で  
融資をおこなうビジネス

営業収益 **1,560億円**

営業利益 **417億円**

構成比率 **52.9%**



### 海外金融事業

日本国内で培った  
経験やノウハウを活用し、  
海外で個人の方を対象に  
少額・無担保で  
融資をおこなうビジネス

営業収益 **618億円**

営業利益 **223億円**

構成比率 **21.0%**



### 事業別 営業収益 構成比

### 信用保証事業

提携先が販売するローン商品を  
利用されるお客さまの  
債務保証をおこなうビジネス

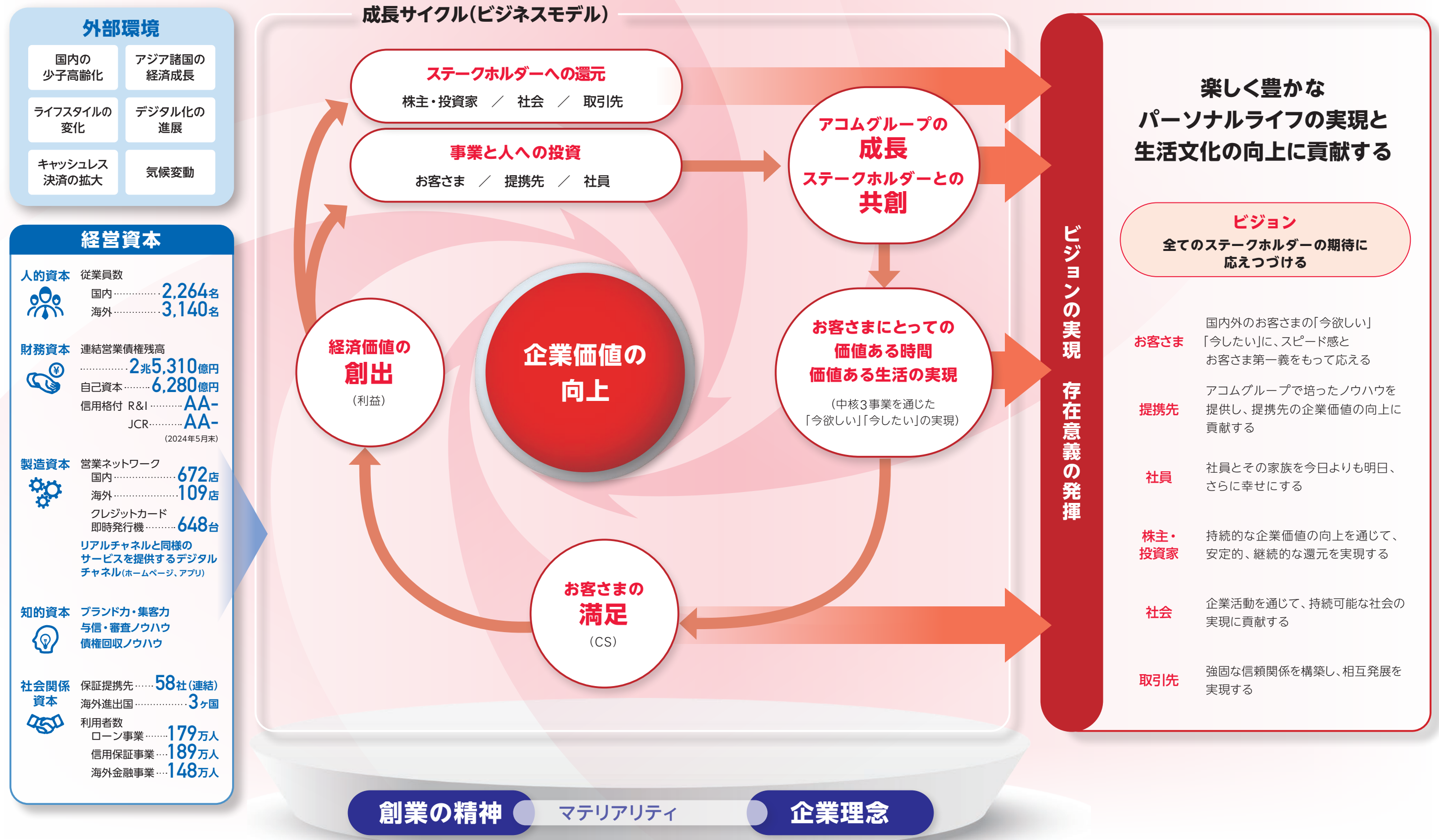
営業収益 **707億円**

営業利益 **226億円**

構成比率 **24.0%**









## 「お客さま第一義」を実践し、 ステークホルダーの皆さまに 価値を届ける

代表取締役社長 木下 政孝

### アコムグループが「お客さま第一義」を貫くことの重要性

アコムグループは、創業の精神である「信頼の輪」のもと、企業理念にある「人間尊重の精神」「お客さま第一義」「創造と革新の経営」を精神的支柱とし、全てのステークホルダーの「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」ことを目指し、事業活動を推進しています。

これまでアコムグループのビジネスは、時代の大きな流れやお客さまのニーズの変化を受けて、進化を遂げてきました。その中で、「信頼の輪」を重んじ、常にお客さまの立場に立って考え、行動することを心がけています。この「お客さま第一義」に徹するビジネスの考え方は、これまで決して揺らぐことなく、88年に及ぶアコムグループの歴史の中で貫かれてきました。

現在、アコムグループでは、お客さまに対するビジョンとして、「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」ことを掲げています。私たちがお客さまニーズに応えるためには、アコムグループだから提供できる優れたサービスであること、それがお客さまの求めるサービスであること、さらには競合他社が提供できないサービスであること、これらの3つの要素を備えたサービスを提供できなければならないと思っています。そして、これらのサービスを提供することができるのは、常にお客さまのことを思い、スピード感をもってお客さまのニーズに応えられる「社員」です。社員がお客さま第一義を実践することによってお客さまと信頼関係を築き、そのうえで、お客さまの「今欲しい」「今したい」に応えるために金融サービスを提供していくことが重要だと考えています。

「お客さま第一義」の企業文化は、一朝一夕で醸成できるものではありません。アコムグループの社員は、常にお客さまニーズを把握するとともに、新たな気づきを得るため、お客さまの声に耳を傾けています。その取り組みとして、お客さまと交わした会話の内容については、「応対ログ」として記録を残し、社員に共有しています。担当者自身にとっては「当たり前のこと」としておこなっていたとしても、お客さまにとっては大きな価値として感じていただけることがあります。担当者に対する一つひとつの丁寧なフィードバックがおもてなしの質、サービスの質を向上させることにつながると考えており、この取り組みを継続しています。

こうした企業文化を浸透させていく取り組みは、国内だけにとどまるものではありません。現在、日本以外にタイ王国、フィリピン共和国、マレーシアの3ヶ国で事業を展開しており、3千名を超える現地スタッフが海外で働いています。3拠点のトップマネジメントは、アコムの企業文化を正しく理解している社員が担っており、これまで大切にしてきた「お客さま第一義」の重要性を社員に説き、定着に努めています。そして、企業理念に基づき、お客さまに対して優れた行動をとった各国現地法人の社員をアコムグループ会議でMVPとして表彰しています。優れた人材に光を当て、その一人ひとりを会社として称賛することで、それ以外の社員にも、自分がお客さまに対して、どのような対応に努めるべきなのか、気づきを与えることにもつながっています。

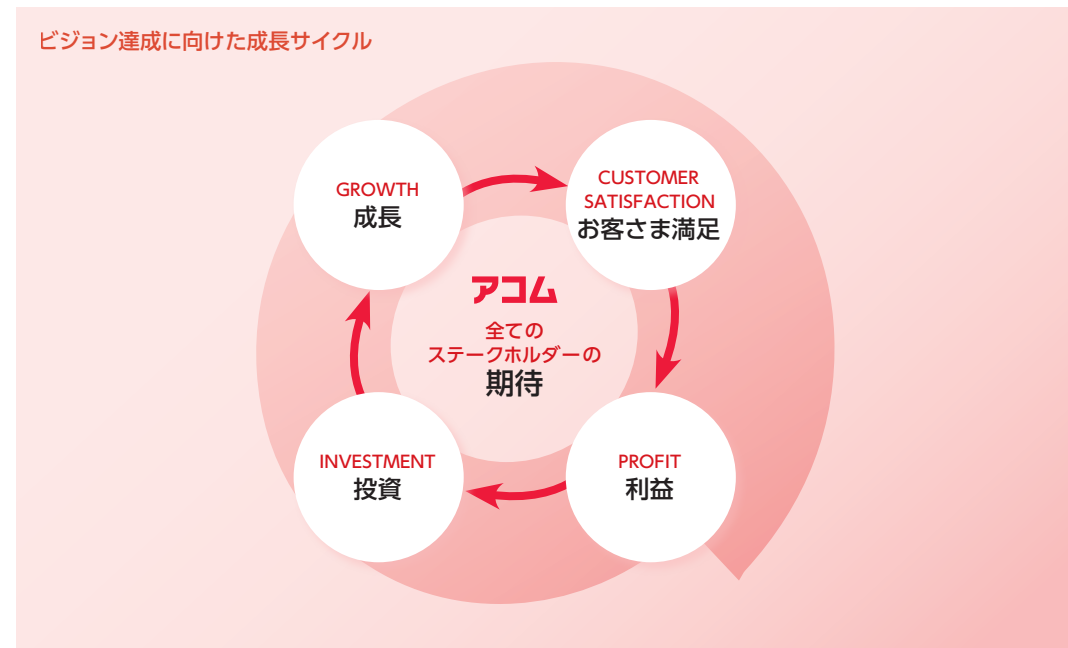


## アコムグループの「成長サイクル(ビジネスモデル)」

アコムグループでは、金融サービスの提供をビジネスの主軸に据えています。その提供はあくまでも手段に過ぎません。私たちは、お客さまを第一義に捉え、国内外のお客さまの「今欲しい」「今したい」にスピード感をもって応えることが、お客さまに提供できる唯一無二の価値であると確信しています。

アコムグループのビジョンは、「お客さま」「提携先」「社員」「株主・投資家」「社会」「取引先」といった全てのステークホルダーの期待に応え続けることです。その期待に応え続けるためには、アコムグループ各社、そして社員一人ひとりの「成長」が必要です。それらの成長のためには、事業と人への「投資」が必要であり、その投資をするためには継続的な「利益」が必要になります。そして、その利益を上げ続けるためにアコムグループは、ステークホルダーに満足していただかなければなりません。このサイクルを私たちは「成長サイクル」と呼んでいます。ステークホルダーの期待は常に高まり続けるので、この期待に応えるためには、アコムグループ各社、社員一人ひとりが、この成長サイクルを回し続けることが必要であると考えています。成長サイクルを築き、それを回し続けることで、アコムグループの存在意義である「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」を実現させようとしています。

また、私たちが考えるお客さまは、国内だけではなく、日本、既に進出しているタイ王国、フィリピン共和国、マレーシアの人口は、合計すると約3.4億人になります。世界の人口は約80億人なので、アコムグループのサービスは、わずか4%の方々にししか掛けられていません。新たに3、4ヶ国に進出し、より多くの方々へ私たちのサービスを届けられれば、私たちは大きな成長を手に入れることができると考えています。



## 事業環境の変化

アコムグループを取り巻く事業環境には、明るさが見られます。2020年以降の新型コロナウイルス感染症の流行(以下、コロナ禍)を受けて、レジャー・旅行や外食など、消費者の持つ「今欲しい」「今したい」というニーズは急速にトーンダウンしました。アコムグループのサービスにおいても、新たにご利用されるお客さまは大幅に減り、その状況が3年ほど続きました。その後、2023年5月に新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行を受けて経済は急速に上向きました。これまで抑圧されてきた消費需要が

一気に爆発する「ペントアップ需要」が生まれ、アコムグループが提供するサービスにも急速な回復が見られました。現在は、コロナ禍前と比べて新規のお客さまが1.7倍まで増加しています。ただこうした好調な状況は、コロナ禍の終息を受けたペントアップ需要だけが主因ではないと考えています。そう感じる理由の一つに、女性のお客さまの増加があります。2019年の時点で、アコムのお客さまは男性70%、女性30%という構成でしたが、足もとでは女性の割合が35%まで増加しています。その背景には、「今欲しい」「今したい」というニーズを叶えるために、将来の自分と割り勘をしようとする、つまりは消費のためにローンを利用しようとするお客さまが増えたからではないかと分析しています。自動契約機やATMに足を運ばなくても、スマートフォンなどで取引引きが完結できるようになり、ローンの利用に対するハードルが下がったことも、背景の一つにあると考えています。

## 中期経営計画の進捗

2024年度を最終年度とする中期経営計画は、「各事業の飛躍に向けて、事業領域の拡大のための布石を打つ」期間と捉えて、16項目の中期重点テーマを掲げて取り組んでおり、2年目を終え、概ね順調に進捗しています。連結の営業債権残高においては、中期経営計画の残高目標である2.5兆円を1年前倒しで達成することができました。また、新規のお客さまについても43万件を獲得することができました。40万件を超えたのは、2002年度以来で、実に21年振りのことです。

さらに今年度、力を入れて取り組みたい重点テーマがあります。

一つは、「次期成長に向けた新規事業・新サービス創出への挑戦」です。ローン・クレジットカード事業の更なる業容拡大に向け、エンベデッド・ファイナンスの準備を着実に進めています。エンドユーザーから支持されているさまざまな事業者とパートナーシップを組むことで、新しい金融サービスを提供すべく、2022年4月に連結子会社GeNiE(ジーニー)株式会社を設立し、2024年6月に事業を開始しました。アコムの与信力、回収力を活かしたビジネスには価値があると確信しています。引き続き、鋭意努力してまいります。

もう一つは「新たな国への進出実現」です。2023年9月にマレーシアで事業を開始しました。事業開始以降、現地のルールなどの関係で、お客さまには契約のためにオフィスに来店していただく必要がありました。しかしながら、本年1月に現地当局からオンライン取引に関するライセンスを取得することができ、3月より、Web完結のオンライン契約サービスを開始しています。これにより、お客さまは、ご来店いただくことなくオンラインで契約を完結させることができるようになりました。今後は、現地の銀行や同業他社よりも早く、そして丁寧なサービスが提供できる仕組みを確立していきます。また、中期経営計画で掲げたもう1ヶ国への進出を決定すべく、調査活動を継続しています。進出を決定した際には、改めてお知らせいたします。

## お客さまに尽くす人材を育てる

継続的な企業価値の創造に欠かせない投資対象である人材については、「採用」「育成」「定着」に関し、さらなる努力を続けます。

人材の「採用」面については、これまでの事業活動や現在のサービスに対して良好なイメージを持っていただいている学生も多く、業種別の大学生就職企業人気ランキング\*で2位になることができました。数多くの金融会社の中でも、アコムグループの未来に対する可能性も含め、学生に高く評価してもらっていることは、非常に大きな励みになります。

一方で、人材の「育成」面では課題もあります。日々の仕事に対して課題意識や好奇心を持って取り組む社員、臆せず積極的に手を上げる社員をもっと増やしたいと感じています。女性の活躍という点では、多く

\*「マイナビ・日経 2025年卒大学生就職企業人気ランキング」(2024年4月9日発表)業種別ランキング [クレジット・信販・リース・その他金融]において。



の日本企業が抱える共通の課題と言えるかもしれませんが、積極的に手を上げて発言することを躊躇してしまう女性社員が多いことに対し、私は課題意識を持っています。現在推進している「Woman Career Program」は、こうした課題感を反映した打ち手と言えます。職場において躊躇することなく、手を上げて発言するための意識改革を促す女性のみを対象としたプログラムです。このほかにも、女性活躍を支援するためのプロジェクトとして「女性活躍ワーキンググループ」があります。また、ジェンダーを問わず社員の働きがいの向上を目指す「ES（社員満足度）ワーキンググループ」も立ち上げ、議論を重ねてきました。優秀な人材を埋もれさせないように、今後もこのような活動をさらに充実させたいと考えています。

人材の「定着」という面で重要なポイントは、社員が輝きを放つ企業文化を再構築することです。例えば、未来のアコムグループで展開すべき新しい事業を社員自らが提案し、優れた提案を実現する「DRIVE」というプログラムを2023年からスタートさせています。企業文化を変えていくことは、もちろんたやすくできることではなく、2年、3年といった時間がかかるかもしれませんが、「アコムグループが少しずつ変わってきたぞ」という認識を社員が持ち、旺盛な好奇心を持って仕事に向き合えるよう、これからも工夫を凝らします。なお、こうした取り組みによって、少しずつですが成果も見え始めています。毎年、外部の調査会社による従業員エンゲージメント調査を実施し、定点観測をおこなっています。そのスコアは、同一規模の会社と比較して、高い水準を維持しながら、少しずつ上昇しています。社員の努力が、実を結び始めていると感じています。

## アコムグループらしくサステナビリティ課題を解決する

アコムグループにとって、環境、社会、経済がサステナブルであることは非常に重要です。世界では格差社会が深刻化し、また各地で紛争も起きています。気候変動や自然災害の深刻化も見逃すことはできません。アコムグループの経営が持続可能であるためにも、社会のサステナビリティに貢献することは、重要な経営課題として捉えています。そのためにサステナビリティ基本方針を定め、マテリアリティ（重点領域）を特定し、これらの解決に向けて取り組んでいます。

私は、こうしたサステナビリティへの取り組みに加え、アコムグループだからこそ率先して解決すべきサステナビリティ課題があると考えています。それは、人々が「サステナブルな人生」を送ることを支援することです。アコムグループであれば、事業活動として、人々が生き活きとした人生を送ることに対するサポートができます。事業活動を通じて、お客さまの「今欲しい」「今したい」を実現していただき、日常生活の中で、楽しさや嬉しさを実感していただけるようになってほしいと願っています。

一方で、アコムの事業特性を踏まえて実施すべき活動として、金銭教育があります。アコムでは、大学生や高校生を中心に金融詐欺被害を未然に防止する観点から、金銭教育をおこなっています。引き続き、社会の金融リテラシーの向上に取り組んでいきたいと考えています。

さらに、2021年から、「誰もがやりたいことに挑戦できる社会を応援する」ことを目的とした、「はじめたいこと、はじめよう！プロジェクト」を推進しています。こうした取り組みも、人々の人生に彩を添え、「サステナブルな人生」を送るための活動の一つだと考えています。

## サステナブルな経営を支えるコーポレート・ガバナンスを実現する

サステナブルな経営をするうえで、強固なガバナンス体制を持つことは極めて重要です。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として位置付けています。強固なガバナンス機能を発揮することで、経営の健全性、透明性および効率性を確保し、継続的な株主価値の向上を図っていく考えです。

私は、「やってはいけないことはやらない、正しいことを正しい方法でやる」ための体制を整備することが、



ガバナンス強化のポイントであると捉えています。自分たちの行動が本当に正しいのかは、社内にいる者だけでは判断できないこともあると感じています。そのため、取締役会での社外取締役の発言には常に期待しており、有益な助言をいただいています。

また、お客さまに占める女性の割合、若年層の割合が増える中で、女性や若年層の方々の意見を経営に取り入れていくことの必要性を強く感じています。そのために、外部講師を招き情報収集を目的とした、経営陣や次長格以上の上級管理職に対する勉強会を定期的に実施しています。

こういった活動を通じて、取締役会などで社会全体、金融業界全体を俯瞰した議論を今まで以上に深めていきたいと考えています。

## ステークホルダーの期待に応え、企業価値を高める

アコムグループでは、2024年度を最終年度とする中期経営計画を策定するにあたり、価値を提供すべきステークホルダーを「お客さま」「提携先」「社員」「株主・投資家」「社会」そして私たちのビジネスを支えてくださっている「取引先」の方々と特定しました。そして、それぞれのステークホルダーにどのような価値を提供していくのかを「ビジョン」として決めました。

ステークホルダーにとっての「価値」は、もちろん私たちが決めるものではなく、それぞれのステークホルダーの皆さまが決めるものだと思います。「アコムって便利だね」「一緒に働くとわくわくするよね」など、アコムグループに対して興味を持っていただき、価値を感じていただくため、ステークホルダーの期待に応え続けることに注力してまいります。

アコムグループの金融サービスは、国民経済を支えるために欠かすことのできない重要な役割を担っていると自負しています。ローン・クレジットカード事業、信用保証事業、海外金融事業に求められる社会的責任と使命を果たし、全てのステークホルダーの期待に応え、社会とともに成長する企業となるべく、全力を尽くしてまいります。今後とも、皆さまのご理解とより一層のご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。



	資本の持つ優位性	課題	資本の充実策
人的資本	<div>✓ 企業理念を具現化できる人材</div> <div>✓ 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</div>	<div>✓ 優秀・有望な人材の確保</div> <div>✓ 働きがい・働きやすさを実感できる職場環境の整備</div>	<div>✓ デジタル推進における中核人材の育成を目的とした「デジタル人材育成プログラム」の推進 (P.30)</div> <div>✓ 日常業務に対する誇りや使命感を醸成する「ビジョン浸透プログラム」の開催 (P.31)</div>
財務資本	<div>✓ 2.5兆円を超える営業債権残高</div> <div>✓ 信用格付AA- (R&amp;I) (JCR)</div>	<div>✓ マーケットシェアの拡大</div>	<div>✓ 「ヒット」と「デジタル」の最適化による良質な顧客体験の提供</div>
製造資本	<div>✓ リアルチャネルと同様のサービスを提供するデジタルチャネル</div> <div>✓ クレジットカード即時発行機の充実</div>	<div>✓ 時代の流れに合わせたチャネル戦略</div>	<div>✓ お客さまニーズに応じたデジタルチャネルのUI・UXの向上</div>
知的資本	<div>✓ 国内No.1のブランド力・集客力</div> <div>✓ 与信・審査ノウハウ債権回収ノウハウ</div>	<div>✓ 第一想起率の向上による圧倒的なブランド力の確立</div>	<div>✓ 新しいブランドメッセージの訴求を通じたパーセプションの再構築によるブランド力の向上</div>
社会関係資本	<div>✓ 保証提携数 58社</div> <div>✓ 海外進出国 3ヶ国</div>	<div>✓ 収益力強化を目的とした事業領域の拡大</div>	<div>✓ 金融機関との保証提携拡大・事業会社との保証提携実現</div> <div>✓ 新たな国への進出実現</div>

<div><div>お客さまの期待を超えるサービスと対応力</div><div>“個”客に寄り添うカウンセリング (返済相談)</div><div>変化への対応力とチャレンジ精神</div><div>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</div><div>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</div></div> <div>アコムが強み</div>		
	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	<div>✓ 業界シェアNo.1</div> <div>✓ 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</div>	<div>✓ 新規集客および既存顧客への営業によるマーケットシェアの拡大</div> <div>✓ 新しいブランドメッセージの訴求を通じたパーセプションの再構築によるブランド力の向上</div>
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	<div>✓ 国内1,200万人以上の取引データを活用した、与信・審査モデルの確立</div>	<div>✓ デジタル人材育成プログラムの推進などによるデータ利活用人材の育成</div>
お客さまの期待を超えるサービスと対応力	<div>✓ 30年以上にわたり追求してきた「CS経営」</div> <div>✓ 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</div>	<div>✓ 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</div>
“個”客に寄り添うカウンセリング (返済相談)	<div>✓ 「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</div>	<div>✓ 「ヒット」と「デジタル」の最適化による良質な顧客体験の提供 (デジタル活用により業務効率化を図り、ヒトにしかできない返済相談に注力)</div>
変化への対応力とチャレンジ精神	<div>✓ 自動契約機などの「業界初」への挑戦</div> <div>✓ 時代に合わせた営業体制の確立 (有人店舗 ▶ コンタクトセンター ▶ Web)</div>	<div>✓ 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.42)</div>



## お客さまからの感謝の言葉は活力の源泉 これからもお客さまに寄り添い、価値を届けます



和田：  
多様化するお客さまのニーズに  
100%応えられるサービスを目指す

アプリを通してお客さまにサービスの提供や企画を行う部門で働いています。お客さまとの直接的な接点はありませんが、アプリをご利用され、ご満足いただけたことがコメントとして寄せられると、やりがいを感じます。お客さまが希望されるお手続きの中には、電話や郵送、来店せざるを得ない状況に陥ることをストレスに感じる方もいます。そのようなお客さまをストレスから解放するためには、デジタルでできることをもっと増やしていく必要があります。

その一方で、郵送などアナログな対応を好まれるお客さまもいます。お客さまのニーズがどんどん多様化していく中で、お客さまのニーズに100%お応えできるサービスを提供することが私の実現させたいことです。お客さまの「今欲しい」「今したい」を叶えることは、私が所属する部門のミッション

でもあります。これからも、お客さまからお褒めの言葉を数多くいただけるよう力を尽くします。



香田：  
自分の業務が、お客さまに対して価値を生み、  
アコムとしての価値創造にもつながる

入社して6年間はシステム企画室に在籍し、7年目の今はシステム開発部に所属し、開発に携わっています。和田さんと同じで、お客さまがアプリをダウンロードされた際の評価として、「すごく見やすくなった」「使いやすくなった」「このアプリがあるから、アコムにして良かったと思う」といった声が届くと、長い間の苦労が報われたような気持ちになります。

現在は開発部門で、お客さまが実際にローンを申し込むためのサイトや、簡単に借入れや返済のお申し込みができる「会員向けサイト」の開発に携わっています。アプリを不具合なく使える状態を維持すること、システムをスムーズかつ安定的

に稼働させることで、お客さまはアコムに価値を感じてくれるはずです。その価値が多くのお客さまに拡がれば、それがアコムという会社の価値を高めることにもつながります。自分の努力が、お客さまとアコムの双方の価値創造につながることを日々、実感しています。



竹田：  
デジタルの時代でも、  
人にしかできないことがある

入社してから3年弱、お客さまからの返済相談を承るカウンセリングセンターに所属しました。2024年2月からコールセンターに異動しています。カウンセリングセンターでは、和田さんや香田さんとは異なり、さまざまなお客さまから直接相談を受けます。電話越しでのお客さまの言葉や声の様子で、お客さまが置かれている状況や心理状態なども推察しながら、お困りごとの本質を把握し、お客さまにとって心地よい対応を心がけています。カードの磁気不良でお困りのお客さまに対して、お客さまの気持ちに寄り添う対応をし、感謝された時などは、嬉しさが込み上げます。

顔が見えないお客さまから気持ちよく情報を引き出すことは本当に難しいのですが、自分なりに工夫しながらスキルを磨いています。デジタルのできる領域は増えていますが、やはり人でしか対応できない部分は残ります。常にお客さまに寄り添う姿勢を忘れず、自分の持ち味を活かしたいと思います。



岡田：  
お客さまやご家族に寄り添った提案で、  
お客さまを幸せにできる

私は西日本営業部のコールセンターに所属しています。竹田さんと同様、入社から営業本部に勤めており、日々、お客さまと向き合っています。一番嬉しかったのは、「岡田さんのおかげで、無理なく返済できそうです。ありがとうございます」という声をいただいた時です。ローンのご相談でしたが、電話の向こうで小さいお子さんの声が聞こえたこともあり、そのお客さまには、完済までの道がきちんと描ける「おまとめローン(借り換え専用ローン)」を提案しました。追加のご利用ができないローン商品のため、お客さまは最初、乗り気でなかったのですが、ご家族の未来に寄り添った提案であることが分かったと、私の提案を受け入れてくれました。その時、自分の熱意がお客さまに伝わったと思いました。

お客さまとの会話の中で、ローンに対する間違った理解にお客さまご自身が気付いたり、お客さま自身の新たな道が開けたりすることもあります。やりがいのある仕事だと思います。



西山：  
適切な与信を行うことが、お客さまの  
ためになる。与信は人の力が鍵を握る

入社から3年間、インターネットからお申し込みをされるお客さまの対応をするネットサービスセンターで働いています。岡田さんが、お客さまに寄り添うことの大切さを語ってくれましたが、私も強く共感します。とにかく早く資金が欲しいというお客さまの応対をした時のことです。他社も含めて、一番早く融資が決まった会社と契約したいご意向でした。スピード優先とは言え、会話を通じて信頼関係を築くことが重要だと思った私は、お客さまがそこまで急ぐ理由や用途を、会話の中から必死に引き出しました。娘さんの進学資金であることを聞いた時、お客さまとの距離はぐっと縮まりました。アコムは借り入れ先として第2候補だったのですが、それでもアコムを選んでいただけました。お客さまに寄り添えた結果です。

お客さまを深く知り、適切な与信を行うことが、最終的にお客さまのためになります。そのためには、システムプラスアルファ、つまり人の力が鍵を握ると思います。



長岡：  
お客さまのニーズを的確に把握し、  
最適な商品をご提案する

やはりお客さまとの会話から情報を得ることが重要です。私は入社以来、自動契約機に来店されるお客さまと向き合うリアルサービスセンターに勤務していますが、大多数のお客さまがインターネットで取引をされる中、わざわざ足を運んで自動契約機を使われる方は、相談に乗ってほしい方だと思います。

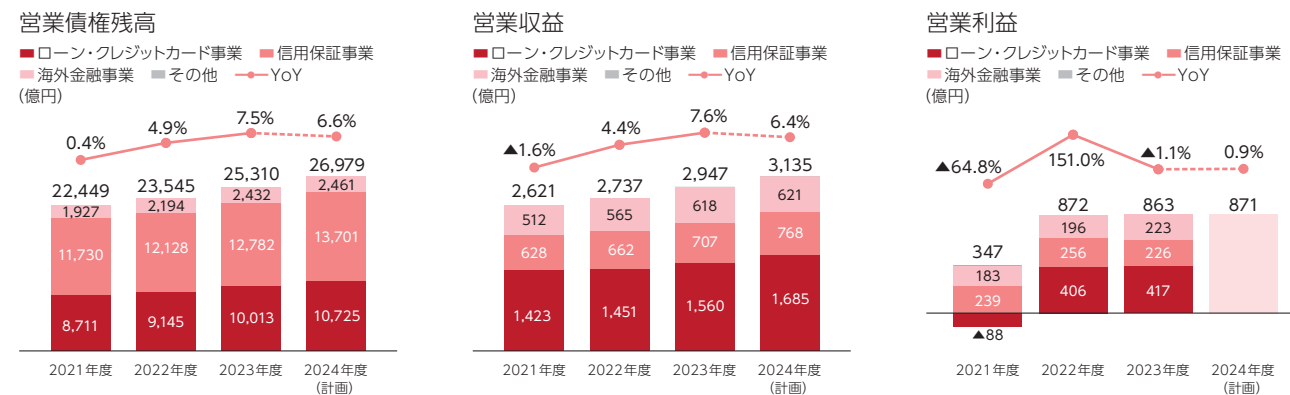
追加利用をご希望のお客さまが来店された時のエピソードですが、お客さまのご事情を伺うと、お子さまの学費が高み、生活費が少し足りないということでした。その内容を上司に説明のうえ、審査した結果、ショッピング機能を付加したマスターカードの発行が可能となり、お客さまにクレジットカードの契約を提案しました。また、カード明細はWebやアプリで簡単に確認できることをお伝えすると、安心して契約をご決断され、大変喜ばれました。

決済手段がなく困っている人々を救うことはアコムが社会に提供できる大きな価値だと思います。多くのお客さまにアコムの価値を感じてもらえるよう、私も与信のスキルにもっと磨きをかけたいと思います。



## 次期中期経営計画を見据え 持続的な成長の実現と 適正な利益還元に努める

常務執行役員 森下 和喜



### ● 足元の事業環境と2023年度の成果

ローン・クレジットカード事業、信用保証事業、海外金融事業の中核3事業がいずれも順調に推移しました。

2022年度を初年度とする中期経営計画では、最終年度(2024年度)の営業債権残高の目標を2.5兆円としていましたが、コロナ禍後の「pent up需要」に円安の為替影響も加わり、2023年度末に2兆5,310億円と、1年前倒しの達成となりました。好調に推移した背景として、ここ数年のコロナ禍により抑制されていた個人の消費意欲が、コロナ禍の終息によって高まったことが影響していると考えています。また、アコムは営業債権残高の伸長は、業界全体を上回る水準を確保できています。理由の一つには、アコムの事業に対するお客さまからの高い信頼があります。「はじめてのアコム」として、社会に広く認知されていることが、新規でローンを申し込まれるお客さまにとって、安心につながっていると考えています。またローンの契約については、以前のように来店する必要がなく、スマートフォンなどで契約が可能となったことで、お客さまのカードローンに対する考え方が少しずつ変化しており、若い年代層、特に女性のご利用が増えています。もちろん、お客さまの借入れに際しては、これまで通り厳格に審査をさせていただいており、お客さまの返済相談にも常に丁寧に対応させていただいています。

資本政策については、ROE、自己資本比率、配当性向の3つの指標を重視しており、中期経営計画で掲げた目標の達成に向けて取り組んできました。ROEについては、今後さらに高い投資効率を目指すための経営指標として、常に注視

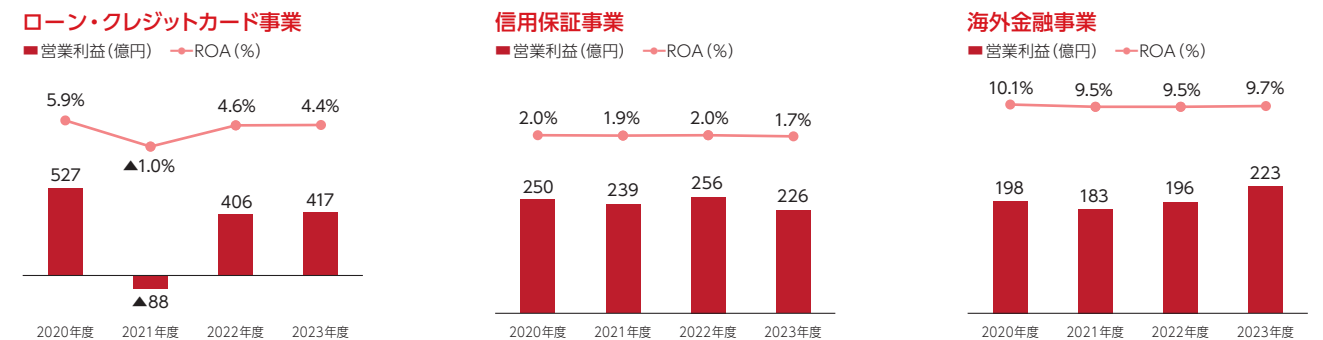
しています。中期経営計画では「10%程度」を目標に掲げていますが、2023年度のROEは8.8%と、達成に向けてさらなる努力が必要です。自己資本比率\*は、今後の事業展開を優位に進めていくうえで、経営の安定性を計る指標と捉えていますが、2023年度は、利益の積み上げによる自己資本の増加よりも営業債権残高の増加幅が上回ったことで23.3%にとどまり、目標として掲げる「25%程度」には達していない状況です。配当性向は、目標として「35%程度」を掲げていますが、2023年度は35.4%と、目標水準に到達しました。投資家の方々からは、さらに高い水準の配当性向を期待されていることを強く感じています。2024年度は、2円増配の年間14円の配当額を計画していることから、配当性向は39.4%となる見込みですが、投資家の皆さまの期待に応えるべく、今後も安定的・継続的な株主還元を実現していきたいと考えています。

\*自己資本比率: 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

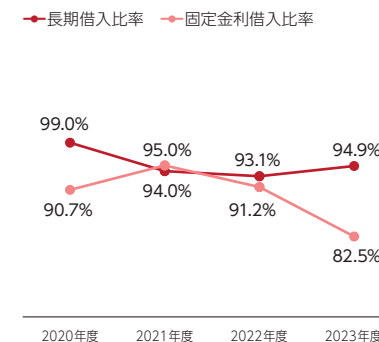
### ● 今後の成長戦略／事業ポートフォリオの強化

中核3事業に関し、既存の事業をさらに充実させていくことに加え、新たな展開を見据えて挑戦しています。例えばローン・クレジットカード事業で言えば、社会の中に存在するさまざまなサービスに金融サービスを組み込んでいく「エンベデッド・ファイナンス」に挑戦しています。2022年4月には子会社としてGeNiE株式会社を設立し、2024年6月より事業を開始しています。また信用保証事業では、銀行に提供する個人向け無担保ローンの保証業務に加え、新たに金融分野に参入する事業会社の個人向け融資の保証業務にも裾野を拡げてい

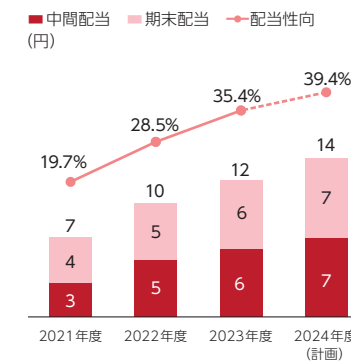
### 事業別営業債権残高営業利益率(ROA)



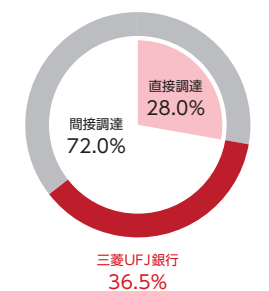
### 長期・固定金利借入比率(単体)



### 配当額・配当性向



### 借入先別構成比



ます。海外金融事業では、タイ王国、フィリピン共和国に加え、2023年9月からはマレーシアで事業を開始しています。

このように、中核3事業において既存事業の拡充と新規事業への挑戦によって、全体の事業ポートフォリオの拡大・強化を進めていく考えですが、いずれの取り組みにおいても、これまで培ってきた金融スキルや知見・ノウハウといった優位性を活かしながら、着実にやっていく考えです。エンベデッド・ファイナンスにおいても、アコムの与信・回収ノウハウを活かしていくほか、海外金融事業でも、足場を固めながら着実に展開地域を拡大させていく考えです。

### ● 基本的な財務戦略

資金調達に関しては引き続き、長期固定化を前提としつつ、普通社債やCPなどの直接調達、メインバンクである三菱UFJ銀行からの借入れ、その他金融機関からの借入れのバランスを重視して行っています。この考え方については今後も大きく変わるつもりはありません。なお資金調達の構成については、四半期ごとに経営会議に上程しており、透明性を確保しています。

資本政策については、成長に向けた投資を重視しながら、自己資本の適正化、株主還元の拡充、ROEの向上をバランスよく進めていく考えに変わりはありません。自己資本の適正化については、自己資本比率25%を目線としつつ、会社の成長につながる案件に対しては積極的に投資していきたいと考えています。株主還元の拡充については、配当による利益還元を通じて株主の皆さまの期待に応えていきます。ROEの

向上について、もう一段、収益力を高めることが必要だと考えています。

PBRについては少しずつ改善し、足元では1倍を超えることができましたが、適正な市場評価が得られているとはまだまだ言えません。社内では環境課題への対応も含め、持続可能な社会の実現に向けた活動は積極的に行っていると自負していますが、そのことを広く社会に発信しきれていないと考えています。ESG評価の高い企業ほど株主資本コストが低い傾向にあると言われていますが、社会に向けた情報発信を丁寧におこなっていくことで、株主資本コストの抑制を推進していくことが今後の大きな課題です。

### ● ステークホルダーへのメッセージ

お客さまからの信頼を獲得するために、経営者と社員が日々努力を重ねることで企業価値を高めていくこと、それに加えて、適正な利益還元を通じて株主さまの期待に応えていくことの両方が重要です。さらなる配当性向の向上を目指すことを含め、2025年度にスタートさせる新たな中期経営計画の策定に向けて、しっかりと準備を進めたいと考えています。次期中期経営計画では、アコムが社会課題を解決しながら、これからも成長を続け、企業価値を継続的に高めていくことのできる企業であることを皆さまにご納得いただける形でお伝えできることを楽しみにしています。

アコムの持続的成長に、これからもご期待ください。



中期経営計画の進捗状況

中期経営計画(2022年～2024年度)

ポイント

各事業の飛躍に向け、事業領域拡大への布石を打つ期間と捉える

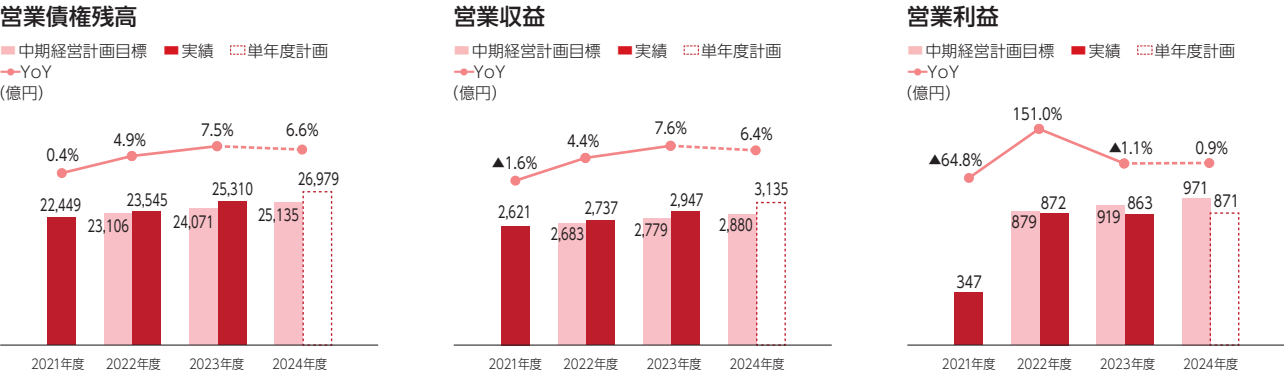
目標

- キャッシュレス決済への対応やデジタル投資により、中核3事業全てで**コロナ禍前を超える** 規模を目指す
- エンベデッド・ファイナンス事業も含めて、中核3事業合計で**2.5兆円**を目指す
- 営業利益は、**3期連続の増益**を目指す

**営業債権残高** ..... 新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行や、各種政策を背景に社会経済活動の正常化が進み、景気の緩やかな回復が継続しています。お客さまの資金ニーズを的確に捉える施策を推進した結果、新規契約や既存の追加利用が好調に推移したことにより、ローン・クレジットカード事業および信用保証事業の業容は着実に拡大しています。海外金融事業においては、業容拡大に加え、円安の為替影響を受け、残高が押し上げられました。その結果、中期経営計画最終年度目標である2.5兆円を1年前倒しで達成することができました。2024年度は、活発な資金需要が第1四半期まで続き、第2四半期以降はコロナ禍前の水準に徐々に戻っていくことなどを想定し、中期経営計画最終年度の目標を約1,800億円上回る2兆6,979億円を計画としています。

**営業収益** ..... 中核3事業全ての業容拡大を主因に前年度比7.6%増収の2,947億円となりました。2024年度は、中期経営計画最終年度の目標を約250億円上回る3,135億円を計画としています。

**営業利益** ..... 営業利益は新客数の増加を背景に広告宣伝費や貸倒関連費用が増加したことにより、前年度比1.1%減益の863億円となりました。新規集客が好調なフェーズでは主に広告宣伝費や貸倒関連費用が費用先行となるため、2024年度も中期経営計画最終年度の目標を下回る計画としておりますが、新規のお客さまは将来の利益確保のための顧客基盤と捉えています。そのため、これらの費用は未来への先行投資と見ており、足もとでは一時的に増加していますが、最終的には増益につながっていくものと考えています。



資本政策の基本的な考え方

財務健全性の維持向上と株主還元の拡充を図る

配当の基本的な考え方

高い収益力と適正な自己資本のもと、株主還元の拡充を図る

2024年度末に目指す姿

自己資本比率<sup>※1</sup>

25%程度

配当性向

35%程度

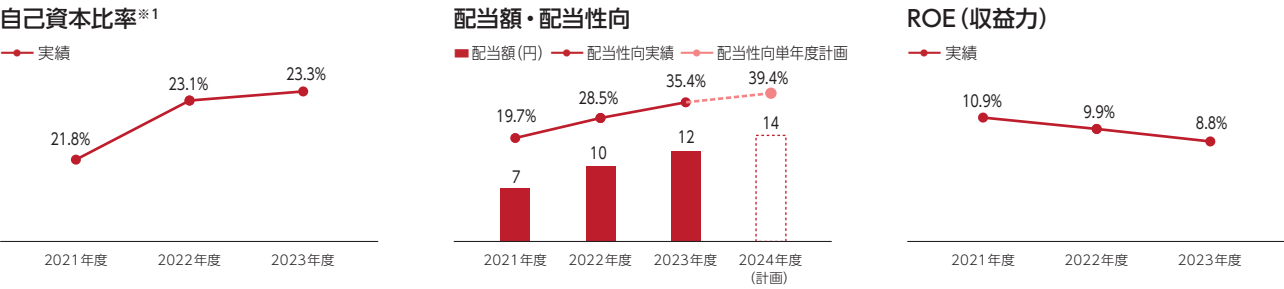
ROE

10%程度

**自己資本比率<sup>※1</sup>** ..... 目標とする25%に向け、23.3%と徐々に積み上がる。

**配当額・配当性向** ..... 毎期増配し、配当性向は35.4%まで上昇。

**ROE(収益力)** ..... 引き続き10%程度を維持できるよう注力。



※1 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

中期重点テーマの概要と進捗

戦略区分	中期重点テーマ	概要	2023年度の進捗
事業戦略	コンプライアンス・カルチャーの醸成	<ul style="list-style-type: none"><li>コミュニケーションの強化</li><li>ノーハラスメントへの取り組み</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>「意識」「行動」「結果」の3つの観点で評価を実施。コンプライアンス・カルチャーは順調に醸成されつつあると評価</li></ul>
	パーセプション <sup>※2</sup> の再構築によるブランド力向上	<ul style="list-style-type: none"><li>「はじめたいこと、はじめよう!プロジェクト」の実施</li><li>広告戦略の効率化</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>「はじめたいこと、はじめよう!プロジェクト」では、挑戦者3名に対して応援プログラムを実施</li><li>新規顧客の獲得単価を改善</li></ul>
	「ヒト」と「デジタル」の最適化による良質な顧客体験の提供	<ul style="list-style-type: none"><li>Webブラウザ上で本人確認書類を提出する機能の実現</li><li>「ヒト」と「デジタル」の棲み分け検討</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>入会申込フォームにおいて、画像提出画面および勤務先情報の入力画面を改修</li><li>当社が発行するマスターカードを当社公式アプリからApple Payへ登録するプロビジョニング機能のリリース</li></ul> <div>▶ P.41</div>
	次期成長に向けた新規事業・新サービス創出への挑戦	<ul style="list-style-type: none"><li>エンベデッド・ファイナンス事業の創出</li><li>データ利活用プロジェクト組成</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>2024年6月より、連結子会社であるGeNiE株式会社がエンベデッド・ファイナンスを開始</li><li>データ利活用プロジェクトは2023年4月にデジタル推進室として組織化</li></ul>
	金融機関との保証提携拡大・事業会社との保証提携実現	<ul style="list-style-type: none"><li>提携提案中の提携先候補との継続交渉</li><li>銀行以外の新規提携先の獲得</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>2024年2月より、連結子会社であるエム・ユー信用保証株式会社が株式会社みんなの銀行との保証提携を開始</li><li>2024年5月に株式会社イオン銀行と保証提携の実現に向けた業務提携契約を締結</li></ul>
	既存保証提携先との更なる連携強化	<ul style="list-style-type: none"><li>共同広告活用によるプロモーションの強化</li><li>UI/UXの向上による既存提携先の活性化</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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</li><li>提携先との深度あるコミュニケーションによる適正な与信審査の継続</li></ul>
	新たな国への進出実現	<ul style="list-style-type: none"><li>人口規模の大きいマーケットへの進出</li><li>進出・出資方法、進出事業の検討</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>マレーシアの連結子会社ACOM(M)が、2023年9月より事業開始</li><li>マレーシア以外の新規進出先の検討を継続</li></ul> <div>▶ P.33</div>
	既存進出国での事業基盤拡充	<ul style="list-style-type: none"><li>マーケット拡大施策の検討(EASY BUY)</li><li>新規申込獲得強化(ACF<sup>※3</sup>)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>タイのEASY BUYでは残高計画を達成</li><li>フィリピンのACFでは、2024年1月より新規集客・回収強化のための外販活動拠点を開設</li></ul>
	債権保全体制の最適化	<ul style="list-style-type: none"><li>アイ・アール債権回収株式会社との連携強化</li><li>業務環境の整備</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>組織面、制度面、人材(教育)面の各種施策は概ね計画どおり推進</li></ul>
	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	<ul style="list-style-type: none"><li>基幹システムのリノベーション</li><li>情報系システムのリニューアル</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>一部進捗に遅延があるものの、完遂に向け引き続き注力</li></ul>
機能戦略	採用・育成・定着の強化による人材基盤の確立	<ul style="list-style-type: none"><li>優秀な人材の採用継続</li><li>ダイバーシティの推進</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>採用・育成・定着の全ての領域で概ね計画どおりに進捗</li></ul>
	ビジョン浸透による社員のエンゲージメント向上	<ul style="list-style-type: none"><li>Vision Bookの制作</li><li>効果的な研修の実施</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Vision Bookを配布し、ビジョン浸透プログラムを継続</li></ul>
	サステナビリティ推進に向けた体制強化・取り組み拡充	<ul style="list-style-type: none"><li>マテリアリティ(重点領域)の特定</li><li>環境方針の策定・気候変動に対する取り組み向上</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>マテリアリティを特定</li><li>再生可能エネルギーを導入</li></ul> <div>▶ P.25</div>
	リスク管理の高度化によるガバナンスの強化	<ul style="list-style-type: none"><li>リスクカルチャーの醸成・浸透</li><li>IT・情報セキュリティ管理サイクルの明確化</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>社内勉強会や役員メッセージ発信などによりリスクカルチャーを醸成</li></ul>
	業務効率化による生産性の高い業務環境の構築	<ul style="list-style-type: none"><li>RPAの活用範囲の拡大・開発スピードの向上</li><li>不要帳票の廃止・電子化、業務プロセスの見直しによるペーパーレスの推進</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>業務時間の削減目標160,000時間(年間)に対して174,000時間以上を削減</li></ul> <div>▶ P.41</div>
	調達手段の最適化による安定性維持・コスト効率向上	<ul style="list-style-type: none"><li>借入構成比のバランス維持</li><li>環境変化を見据えた調達手段の多様化の検討</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>株式会社格付投資情報センター(R&amp;I)から長期債AA-、株式会社日本格付研究所(JCR)から長期債AA-・コマーシャル・ペーパーJ-1+の格付を取得</li></ul>

※2 パーセプション：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  
※3 ACF：ACOM CONSUMER FINANCE CORPORATION の略

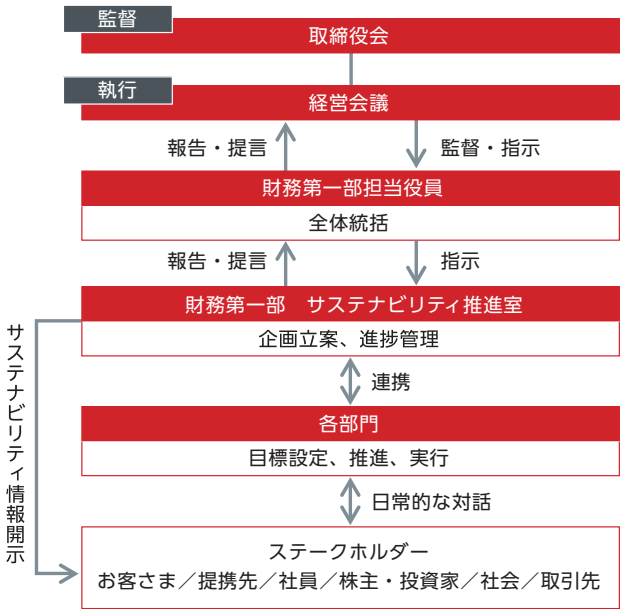


サステナビリティ基本方針

当社は、創業の精神である『信頼の輪』のもと、  
企業理念である「人間尊重の精神」、「お客さま第一義」、「創造と革新の経営」を通じて、  
社会課題解決と企業価値の向上を目指し、持続可能な社会の実現に貢献します。

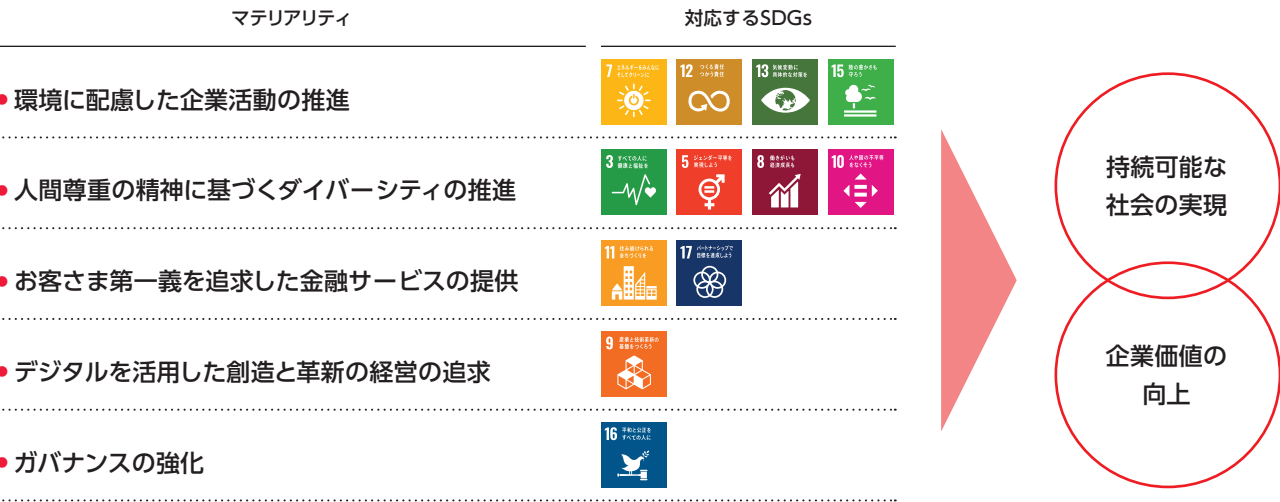
サステナビリティ推進体制

アコムにおけるサステナビリティの推進体制は、財務第一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および取締役会に報告しています。



マテリアリティ（重点領域）

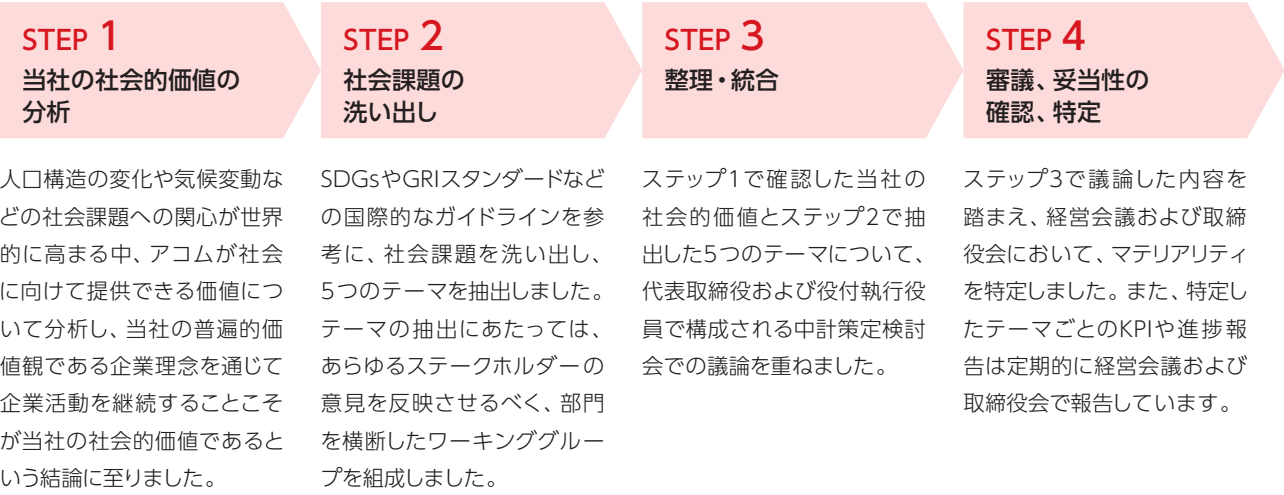
当社が企業活動を行ううえで、最も大切にすべき普遍的価値観である企業理念と、社会課題への取り組みに対するステークホルダーからの期待を踏まえ、優先的に取り組む重点領域を選定し、アコムだからできる課題の解決や社会の発展に貢献します。



マテリアリティ（重点領域）

E	環境に配慮した 企業活動の推進	近年、地球温暖化などの環境問題が深刻化しており、CO <sub>2</sub> 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り組みが求められています。アコム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。
S	人間尊重の 精神に基づく ダイバーシティの推進	「人間尊重の精神」とは、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全てのステークホルダーに対して常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。全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、年齢、障がい、婚姻、国籍などのさまざまな違いをお互いが尊重し、認め合い、それを受容することによって、あらゆる人々が能力を最大限に発揮し、活躍することを推進します。
S	お客さま第一義を 追求した 金融サービスの提供	お客さまの資金ニーズの先には「欲しい商品を手に入れたい」「そのサービスを受けたい」という想いがあります。当社はそのお客さまの想いに、安心、安全な金融サービスを提供することでお応えします。 また、当社グループの金融サービスが日本国内はもとより、ASEANを中心とするアジア経済を支える重要な役割を担っていることを認識し、その社会的使命を果たしていきます。
S	デジタルを活用した 創造と革新の経営の 追求	社会全体でデジタル化が進む中で、この変化に対応するだけでなく、データとデジタル技術を駆使して新たな価値を産み出すことが求められています。 当社は、消費者信用市場のリーディングカンパニーとして、業界初の自動契約機「むじんくん」の開発やクレジットカード事業の開始など、常にイノベーションを起こしてきました。既成概念にとらわれず、「昨日のアコムを超える」という意識で、新たな価値を提供していきます。
G	ガバナンスの強化	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、透明性および効率性を確保し、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、組織内の全ての構成員が内部統制システムの構築および実効性の確保にあたり、内部統制システムの有効性を常に評価・検証し、継続的に改善しています。

マテリアリティの特定プロセス





サステナビリティの目標と取り組み実績

	重点領域	主な取り組み内容	目標および取り組みの方向性	2023年度の取り組み実績	達成度	関連する中期重点テーマ	対応するSDGs	
E	環境に配慮した 企業活動の推進	再生可能エネルギーの導入	2022年度中に自社で契約する使用電力を 再生可能エネルギーへ切り替え	2022年6月に、電力会社との直接契約分全ての切り替えを完了済 (約630店、3拠点) <div>▶ P.28</div>	○	サステナビリティ推進に向けた 体制強化・取り組み拡充	<div>7</div> <div>環境エネルギー</div>	
		自社GHG排出量ネットゼロへの取り組み	2030年までに自社GHG排出量ネットゼロ	管理会社が契約する電力は、再生可能エネルギーへ順次切替中。	○		<div>12</div> <div>持続可能な消費</div>	
		ATM・電飾看板等の消費電力削減対応	エネルギー使用に係る原単位 前年度比マイナス1%	2022年度比91.9%	—		<div>13</div> <div>気候変動に具体的な対策を</div>	
		環境への負荷ができるだけ少ないものを選 んで購入する「グリーン購入」の継続実施	物品の購買時には環境負荷を考慮し 負荷の少ない商品の購入を推進	購買業務規程に基づき、優先的なグリーン購入の継続実施	○		—	<div>15</div> <div>陸の豊かさを守ろう</div>
		地域清掃活動への参加	当社拠点のある地域で開催されている清掃活動への参加	港区、千代田区、中央区、大阪市、横浜市の清掃活動に参加(延べ160名)	○		—	
		森林保全活動の実施	森林保全活動「アコムの森」の開催	神奈川県および大阪府を活動の場とし、11回開催(延べ163名参加) <div>▶ P.27</div>	○		—	
S	人間尊重の精神に基づく ダイバーシティの推進	働きやすい職場環境づくり (健康経営の推進、多様な働き方の検討)	長時間労働者数(月間残業80時間超) 2024年度末0名	2023年度末、2名	×	採用・育成・定着の強化による 人材基盤の確立	<div>3</div> <div>働きがい、経済成長</div>	
		女性社員の活躍推進(ダイバーシティ推進)	女性管理職比率の向上	2024年4月1日時点、女性管理職比率9.4% (前年度比+0.7ポイント、課長相当職以上) 若手女性社員を対象とする 「Woman Career Program」研修の第2期を実施 <div>▶ P.32</div>	○		<div>5</div> <div>ジェンダー平等</div>	
		障がい者支援	障がい者雇用率(法定率の遵守)	2023年度末、2.65%(法定雇用率:2.30%)	○			
		エンゲージメント向上のための 「ビジョン浸透プログラム」の実施	社員意識調査スコアの向上	2022年度比+0.9% <div>▶ P.31</div>	○		ビジョン浸透による 社員エンゲージメント向上	<div>8</div> <div>働きがい、経済成長</div>
		「はじめたいこと、はじめよう!プロジェクト」 の実施	「はじめたいこと、はじめよう!プロジェクト」を 毎年実施(計3回)	第2回開催。応募者数1,142名(前年比+729名)、採用者3名	○		パーセプションの再構築による ブランド力向上	<div>10</div> <div>人や国の不平等をなくそう</div>
		文化・芸術支援	アコム“みる”コンサート物語を継続開催	13回開催。来場者数8,017名、社員ボランティア延べ202名	○		—	
	お客さま第一義を 追求した 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	2024年2月に「CSアワード」を開催。全社員が視聴 <div>▶ P.34</div>	○	「ヒト」と「デジタル」の 最適化による 良質な顧客体験の提供		
		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	「CS体験カード」の提出、3,030件	○			
				「CS改善提案カード」の提出、1,559件(採用数36件) 個人事業主向け商品において返済方法を拡充 会員サイトやアプリの改修を実施 「お客さまの声検討会」を12回開催				
		効率的・効果的な集客の実施	ローン・クレジットカード事業残高 2022年度末9,085億円、2023年度末9,468億円、 2024年度末9,842億円、新客数は每期26万人、累計78万人	2023年度末、残高1兆13億円(計画比+545億円)、 新客数43万人(計画比+17万人) <div>▶ P.35</div>	○		—	<div>11</div> <div>持続可能な都市</div>
		信用保証事業を通じた地域の活性化への対応	新規保証提携拡大、既存提携先の活性化により、 連結信用保証残高 2022年度末1兆1,979億円、 2023年度末1兆2,540億円、2024年度末1兆3,194億円	2023年度末、残高1兆2,782億円(計画比+242億円) <div>▶ P.37</div>	○		既存保証提携先との 更なる連携強化	<div>17</div> <div>持続可能なエネルギー</div>
		ASEANを中心とするアジア経済への貢献	新たな国への進出	マレーシアの子会社「ACOM (M)」を9月に開業 <div>▶ P.33</div>	○		新たな国への進出実現	
	海外金融事業残高 2022年度末1,971億円、 2023年度末1,998億円、2024年度末2,038億円		2023年度末、残高2,432億円(計画比+434億円) <div>▶ P.39</div>	○	既存進出国での事業基盤拡充			
	デジタルを活用した 創造と革新の経営の追求	キャッシュレス決済への対応	スマートフォンによる決済への対応	クレジットカードを簡単にスマホに登録できる機能をリリース <div>▶ P.41</div>	○	次期成長に向けた新規事業・ 新サービス創出への挑戦	<div>9</div> <div>産業、科学、技術イノベーション</div>	
金融サービスを「as a Service型」で提供する 新規事業の実現		2022年度中に新規事業の開始	2022年4月、GeNiE株式会社を設立。 計画の後ろ倒しにより、2023年6月よりシステム開発に着手	×				
G	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	コーポレートガバナンス・コードへの対応状況を 「コーポレートガバナンス・コードに関する報告書」にて開示	○	リスク管理の高度化による ガバナンスの強化		
		リスク管理	組織・会議体の整備	取締役会の実効性に関する分析および評価を実施 <div>▶ P.48</div>	○		<div>16</div> <div>公正な社会と法の支配</div>	
			リスクカルチャー醸成のための全社的活動の実施	社内勉強会や社内研修を277回開催(2,078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	代表取締役および役付執行役員一人ひとりから、全社員に向けて 「リスクメッセージ」を発信	○			
		コンプライアンス	コミュニケーション活性化施策の実践	全部室において、コミュニケーション施策を立案し実施	○		コンプライアンス・カルチャーの 醸成	
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37回開催(1,309名参加) ハラスメント関連の情報提供を定量的に実施							



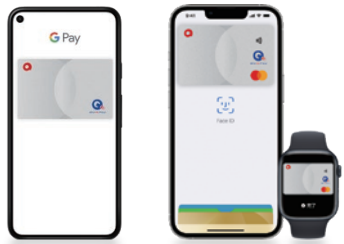
環境に配慮した企業活動の推進

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の低減という観点からは、カードローンおよびクレジットカードのカードレスでの取引機能をご用意しています。

カードローンでは、セブン銀行のATMに表示されるQRコードをスマホアプリで読み込むことにより、カードレスでご利用・ご返済ができます。クレジットカードは、アプリ上でバーチャルカードを発行することにより、ECサイトなどでショッピングをお楽しみいただけます。また、Apple Pay®、Google Pay™に対応しており、リアルチャネルでもカードレスでご利用いただけます。そのほかにも、お客さま名義の金融機関口座への送金や、インターネット返済、口座振替(自動引き落とし)など、カードレスでご利用・ご返済いただける手段をご用意しています。カードローン、クレジットカードともにカード発行せずにご利用いただくことで、プラスチックの使用量を削減することができます。

今後も、お客さまの利便性の向上を図るとともに、限りある資源の使用量の抑制に取り組めます。



ペーパーレス化の推進

お客さまへの交付書面の一部をペーパーレス化(電子化)することで、お客さまの利便性の向上を図るとともに、資源の使用量を抑制しています。交付書面を電磁的な方法で受け取ることを希望されているお客さまは、ご契約関連書類やお取引に伴う各種明細書を会員サイトからダウンロードにより受け取ることができます。

社内においても、各種申請手続き、給与明細書、社内広報誌、取引先と締結する契約書などの電子化に取り組んでおり、資源の使用量を抑制しています。また、効率的な会議運営と環境保護を目的に、各種会議体のペーパーレスを推進しています。

森林保全活動「アコムの森」

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月より森林保全活動「アコムの森」を実施しています。「企業の森づくりサポート制度」を利用して、当社のコンタクトセンターのある神奈川県および大阪府とそれぞれ協定を締結しました。

本活動は、社員ボランティアが森林の整備をおこなうことで、健全な森林の整備・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。2023年度においては、神奈川で4回、大阪で7回実施し、合計163名の社員とその家族が参加しました。

本活動を通じて、神奈川県・大阪府の環境整備・保全をおこなうとともに、社員の環境意識の醸成に取り組んでいます。

	2022年度	2023年度
神奈川	2回	4回
大阪	2回	7回

- ※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



アコムの森(神奈川)



アコムの森(大阪)

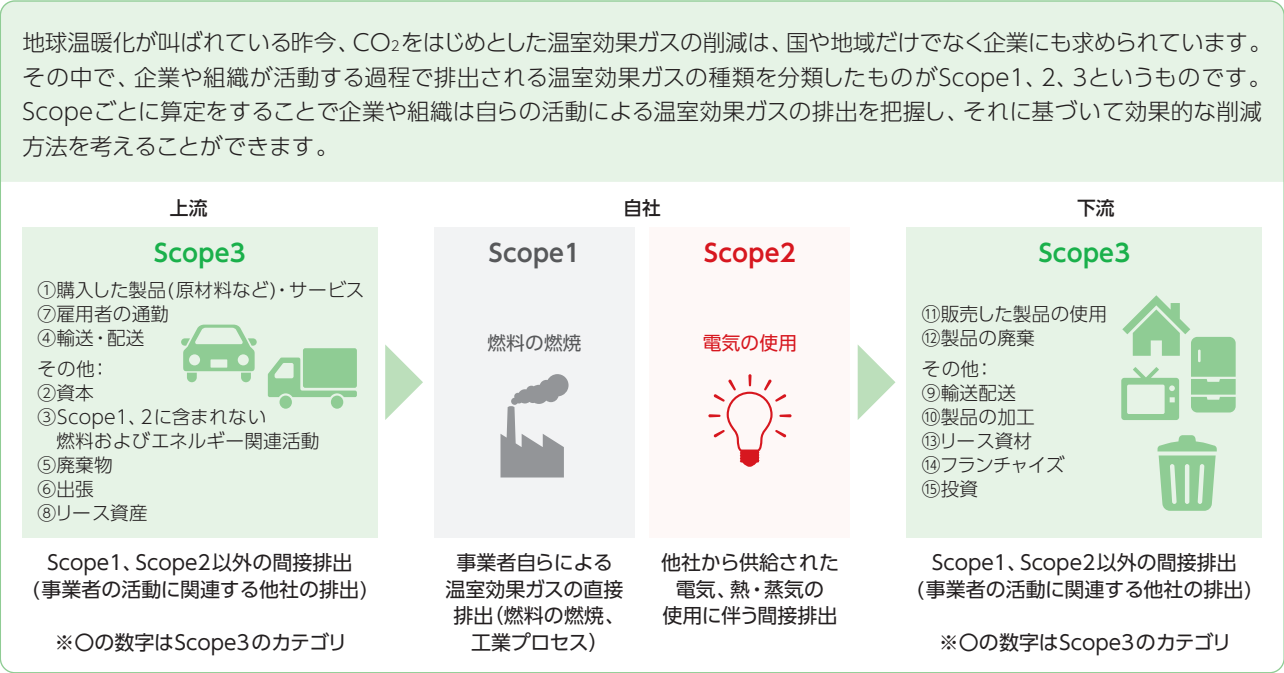


森林保全活動(下草刈り)

自社GHG排出量ネットゼロへの取り組み

当社の事業は燃料を使用することがなく、Scope1の排出がないため、Scope2の排出量の削減に注力しています。2022年6月末には、電力会社と当社が直接契約している店舗・拠点(約630店、3拠点)の使用電力を全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おこなっている店舗・拠点について、再生可能エネルギーに順次切り替えています。

また、2023年よりScope3の排出量の算定についても取り組み始めました。



出典：https://www.enecho.meti.go.jp/about/special/johoteikyo/scope123.html を基に作成

社員インタビュー

Scope3の算定に尽力

経営企画部 中村 芳寛

scope3の算定に至った背景を教えてください。

きっかけは、MUFGがグループベースでScope3の算出・開示をおこなうこととなり、要請が来たことからでした。MUFGでは、米国基準に基づき2025年度から正式開示を予定しており、今回はその試行算定でした。業態各社がどこも経験がなく、初めてのことでしたので、『そもそも本当にグループベースで算定できるのか?』というところから検討を始めました。

算定を実施するにあたり、どんなところに苦労しましたか?

Scope3は15のカテゴリに分かれており、カテゴリごとに該当する費目・科目を財務諸表から探し、MUFGの計算式に則り金額をCO<sub>2</sub>に換算していったのですが、できるかぎり精緻な算出をするため、詳細なデータを探して集計する作業は大変でした。算出項目によっては、費目や科

目だけでは判断できず、経理申請時の明細まで確認をしたりもしました。また、一部のデータは財務諸表だけでは判断できず、例えばお客さまへお送りしている封書などは1通当たりの重さを調べる必要があり、とても苦労しました。

今後挑戦したいことはありますか?

この取り組みをおこなってみて、「Scope3」という考え方がとても面白いと感じました。実は今まで、「サステナビリティ」は縁遠いと思っていたのですが、この算定に取り組んだことで世の中の「サステナビリティ」に興味を沸き、国や政府の取り組み等に関心を持つようになり、私自身の意識が変わったと感じています。

今後も、持続可能な社会の実現に向け、特に環境関連でお役に立てることがあれば携わっていきたいと考えています。



# 人間尊重の精神に基づくダイバーシティの推進

## 人事部担当役員メッセージ

## 人的資本の拡充により ビジョン実現を目指す

専務執行役員 吉羽 優志



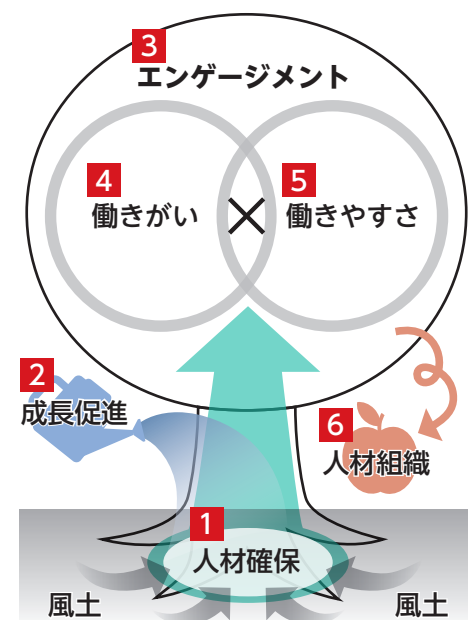
アコムグループのビジョンである「全てのステークホルダーの期待に応えつづける」を達成するためには、会社と社員一人ひとりの持続的な成長がなくてはならない要素であると考えており、「人材育成方針」「社内環境整備方針」に則った人的資本拡充に資する施策を推進しています。

多様な人材の能力・アイデア・価値観等を尊重し、企業理念を具現化できる社員を育成するためには、社員のチャレンジを支援することが大事だと考えています。その一つとして、多様な人材が活き活きと働く環境の実現を目指し、社内公募を活用した部署異動施策「ジョブチャレンジ」により、社員が自らの意思で成長を掴みに行く機会を提供しています。また、専門領域の人材育成として、2023年度よりデジタル推進の一翼を担う人材の育成を開始しました。2024年度にはさらに高度な専門スキルを習得できるプログラムを実施しています。

また、強固な人材基盤を構築するために「働きがい」の向上は欠かせないものだと考えています。中期経営計画の重点テーマである「ビジョン浸透による社員のエンゲージメント向上」を図るべく、2022年度より、全社員に対して「ビジョン浸透プログラム」を実施しています。このプログラムでは、「自身の業務とビジョンの結びつき」および「行動の判断基準の明確化」を目的としており、業務を通じて社会や組織への貢献を実感でき、「働きがい」につながると考えています。

当社の人事施策は外部からも高い評価を得ており、福利厚生表彰・認証制度「ハタラクエール」では、福利厚生の充実に向けた取り組みが評価され、3年連続で最上位の評価を獲得しています。また、従業員エンゲージメントでは大企業部門において5年連続で表彰されました。これまで新しい人事制度の導入および改正を進めてきましたが、今後も社員にとってさらに魅力のある人事制度の実現に努めていきます。

当社は、「人的資本」がサステナビリティに関する重要な項目であると位置付けています。企業理念である「人間尊重の精神」に基づくダイバーシティの推進とともに、社員が「働きがい」「働きやすさ」を実感できる社内環境を整備し、企業価値の向上に貢献します。



### 企業理念を具現化できる人材

- 1 有望・優秀な人材の確保
- 2 社員一人ひとりの成長促進
- 3 エンゲージメントの向上
- 4 働きがいを高めるための動機付け
- 5 働きやすい職場環境の構築
- 6 全ての社員の成長と挑戦を応援する風土

【人材育成方針】当社グループの持続的な成長に向けて、多様な人材の能力・アイデア・価値観等を尊重し、企業理念を具現化できる人材を育成いたします。

【社内環境整備方針】企業理念である「人間尊重の精神」に基づくダイバーシティの推進とともに、社員が「働きがい」「働きやすさ」を実感できる社内環境を整備いたします。

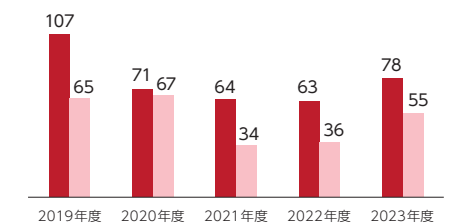
## 1 有望・優秀な人材の確保

企業間の競争が激化し、環境変化が加速している中、「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・価値観等を尊重して新たな価値を生み出していくことが重要であると考えています。この考えに基づき、事業戦略を遂行するために必要な人員の確保に向け、新卒および中途採用活動を推進しています。

新卒採用活動においては「マイナビ・日経2025年卒大学生就職企業人気ランキング」の「クレジット・信販・リース・その他金融」部門で第2位となりました。

また、中途採用活動においては、事業課題にスピーディーに対応し、各事業領域をさらに拡大すべく、専門スキルを持った人材を積極的に採用しています。今後も多様性を確保し、組織力の向上を図っていきます。

新卒採用／中途採用の推移(人)  
※新卒採用は次年度入社人数を記載  
■新卒採用人数 ■中途採用人数



## 2 社員一人ひとりの成長促進

DXの推進などにより、デジタル人材へのニーズが高まっている中、全てのステークホルダーの期待に応えつづけていくためには、社員の成長が不可欠であると考えています。

2023年4月より、デジタル推進の一翼を担う人材の育成を目的として、自主応募により選抜された社員に対して、「デジタル人材育成プログラム」を実施しています。デジタルマインドの醸成を目的とした「デジタル基礎研修」を半年ごとに実施し、その研修を受講した社員の中から選抜された社員に対して、より高度な専門スキルの習得を目的とした「スキル習得研修」を実施しています。また、研修ごとにデジタル推進に関する施策を検討し、役員向けに提言をおこなっています。提言された複数の施策は、人事部と協働して実装に向けて取り組んでいます。体系的な育成プログラムにより、デジタル推進における中核人材の育成を推進していきます。



## 3 エンゲージメントの向上

社内環境整備方針に基づき、企業理念である「人間尊重の精神」のもと、DEI(ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン)の推進および社員が働きがい・働きやすさを実感できる職場環境づくりに取り組んでいます。各施策の実施により、組織・社員のパフォーマンスが最大化し、企業価値の向上につながるように、エンゲージメントの定点観測および課題の把握、改善に努めています。

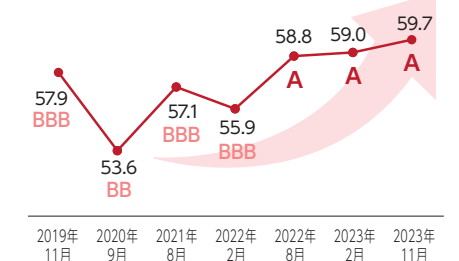
その取り組みとして、株式会社リンクアンドモチベーションが提供する従業員エンゲージメント調査\*1を実施しています。調査の結果を踏まえて「期待度」と「満足度」のギャップが大きい項目を組織の課題として捉え、さまざまな改善をおこなっています。その結果、足もとのエンゲージメントスコアは59.7のAレーティングと、過去最高を記録することができました。また、2024年3月には、その調査を実施した企業の中から、エンゲージメントスコア\*2の高い企業が表彰される「ベストモチベーションカンパニーアワード2024(大手企業部門)」において、5年連続でトップ10を受賞しました。今後も、社員と組織のエンゲージメント向上に向け、取り組んでいきます。

※1 従業員エンゲージメントに影響を与える16領域64項目について、従業員の期待度・満足度を計測し、組織のエンゲージメント状態を把握するための調査

※2 会社員の期待度・満足度の結果から、社員と当社の相互理解の度合いを定量的に測定し、「偏差値」として算出したもの



エンゲージメントスコアの推移





#### 4 働きがいを高めるための動機付け

中期経営計画(2022～2024年度)を策定する際に、ビジョンの見直しを実施し、ステークホルダーごとの約束をより明確にしました。ビジョンと業務を結び付けるとともに、日々の行動の判断基準を明確にすることを目的に、「Vision Book」を作成し、全社員に配付しました。

この「Vision Book」を活用しながら、社員一人ひとりが誇りや使命感、当事者意識を持って自身の業務に取り組むことを目指し、当社のビジョンについて役員と社員が対話する「ビジョン浸透プログラム」を実施しています。以前は、役員がビジョンについて語る研修を実施していましたが、「ビジョン浸透プログラム」では、「役員からの伝達」だけでなく「現場での対話」を重視しています。初年度にあたる2022年度には、役員がファシリテーターを務め、各20名程度の社員と一緒に、当社のビジョンと日常業務を結び付け、ビジョン実現の

ためのアクションプランを策定しました。2023年度は、日常業務に対する意味付けを目的に、前年度策定したアクションプランを振り返りました。さらに、自部署の業務が「どのステークホルダーへ、どのような価値を届けているのか」を検討し、ビジョン実現のためのより具体的なアクションプランを改めて策定しました。今後も社員一人ひとりが誇りや使命感、当事者意識を持って自身の業務に取り組むことを目指し、当社のビジョンについて「現場での対話」を継続していきます。



#### 5 働きやすい職場環境の構築

##### 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企業の発展につながると考え、2021年10月に「健康経営宣言」を制定し、社員が「幸せに生き活きと働ける」環境づくりに取り組んでいます。また、人事部担当役員、人事部、衛生委員会、産業医、健康保険組合等が連携して健康経営推進体制を整備しています。

さらなる健康経営の推進と健康経営の取り組み内容を社内外へ周知することを目的に、2022年には「健康経営戦略マップ」を作成し、ホームページで公開しました。

これらの取り組みが評価され、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3年連続で「健康経営優良法人」の認定を受けました。



##### 3年連続で優良福祉法人を受賞

当社は「人間尊重の精神」を企業理念の一つとしており、社員一人ひとりのライフプランを実現するため、福利厚生の実施に意欲的に取り組んでいます。

育児休職を取得した社員に対して、復職の支援を目的とした「育児復職手当」や、柔軟な働き方を目指し、新たに7時間勤務枠を設けるなど、新しい制度を導入しています。

育児・介護と仕事の両立や新卒採用者の早期離職防止対策など、多くの課題に対して福利厚生面の面から対策がとられていることが評価され、福利厚生表彰・認証制度「ハタラクエール」で、特に優れた取り組みをおこなう法人5社に与えられる「優良福利厚生法人(総合)」を3年連続で受賞しました。



#### 6 全ての社員の成長と挑戦を応援する風土

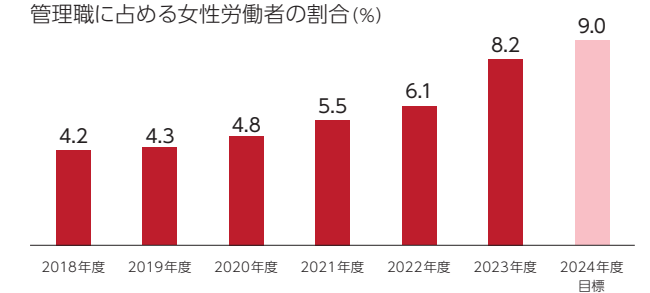
女性社員が生き活きと活躍できる環境づくりとして、自律的なキャリア形成のために一歩踏み出すチャレンジを支援する研修制度、「Woman Career Program」を2022年度から実施しています。これまでに32名の女性社員が受講し、うち10名が経営幹部候補の育成を目的とする選抜研修へ応募するなど、次のアクションにつながっています。

なお、管理職\*に占める女性労働者の割合は、2024年度末までに9.0%とする目標を設定しています。

※管理職とは、部下を持つ課長級以上の社員



管理職に占める女性労働者の割合(%)



##### 社員インタビュー

#### 組織のエンゲージメント調査結果において、スコアを改善し、「Best Motivating Leader」として表彰

債権管理部 東日本管理センター 谷川 秀和



##### Q 日頃から組織のリーダーとして、心がけていることを教えてください。

「家族のように接する」ことです。社員を叱ったり、褒める際には家族のように向き合うことを心がけています。

2022年度まで所属していた部署では、約20名の社員がいました。少人数だからこそ、社員一人ひとりとの会話を日頃から意識し、全員が意見を言いやすい環境づくりに励んできました。20代から60代と幅広い年齢層の部下がいましたが、コミュニケーションを大切にしてきたことにより、社員同士の距離が近く、活発な意見交換ができる職場になったと感じています。

今年度からはシニアマネジャーとして、東日本管理センター全体のモチベーション向上のために、どのようなことがモチベーションに影響しているのかを常に模索し、社員全員が働きやすい職場環境にできるように取り組んでいます。

##### Q モチベーションの秘訣は何ですか？

「社員と真剣に向き合い、一緒に成果を残すこと」です。楽しく仕事をするのは簡単ですが、楽しい中でも真剣に社員と向き合うことで、組織一丸となり成果を残すことができると日々感じています。

私が所属している部署では、債権の回収管理業務をおこなっています。日々お客さまの対応をする中で、数字として目に見える成果が社員のモチベーションとなっています。しかし、成果がついてこない、職場の雰囲気は暗くなり、焦りからミスにつながることもあります。

そのため、管理職同士で困っている社員がいないか常にアンテナを張って、全員でフォローができるように取り組んできました。また、勉強会などを通して、社員に合ったアドバイスや支援をするように心がけています。その結果、前向きに取り組んでくれる社員が増え、組織全体として管理職へ相談しやすい環境に変わってきていると実感しています。



# お客さま第一義を追求した金融サービスの提供

## ●新たな国への進出

マレーシアの連結子会社ACOM (M)が、2023年9月1日に個人向け融資事業を開始しました。当社は、常にお客さまを起点として、「新しい便利を提供するアコム」、より多くの国々のマーケットでも利用される「世界のアコム」を目指しており、マレーシアにおいても健全な消費者信用市場の発展に貢献できると考えています。マレーシアは全国的に生活水準が



高く、安定した経済成長と人口増加が見込まれ、今後も旺盛な資金需要が期待できる市場で、6年程度での単年度黒字を目指し事業運営をおこなっています。マレーシアへの進出を通じて、今後の更なる海外展開につなげていきたいと考えています。



## ●お客さまの声の反映

当社は、企業理念である「お客さま第一義」に徹し、お客さまのニーズに応えるべく、良質なサービスの提供を心がけています。日頃から、コールセンター等で受けたお客さまからのご要望や不満・苦情は、内容の把握・分析をおこない、サービス改善につなげています。実際にお客さまの声を基に2023年度にサービスが改善された事例を紹介します。

## ●金銭教育の実施

2013年より消費者の「利益保護」を図り、消費者金融市場の健全な発展を目的として、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。講義では、キャッシュレス決済の普及などにより若年層にとって身近なものとなりつつあるカードローンについて、実際にあった金銭トラブルの事例などを紹介し注意喚起をおこなっています。

近年の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、さまざまなトラブルが若者を中心に増加しています。

このような状況を踏まえ、「消費者保護の取り組みをより戦略的・効果的に推進するには、業界が結束して対応する必要がある」との考えから、2023年6月に日本貸金業協会および当社を含めた貸金業者4社で金融リテラシー向上コンソーシアムを設立しました。当該団体では、金融リテラシー向上

ならびに金融トラブル被害の防止により消費者保護に寄与することを目的とし、金銭教育の開催、金融トラブル事例の発信などに取り組んでいます。

カードローン事業を担う企業の一員としてのプロボノ活動を通じて、未来を担う学生たちが将来金銭トラブルに巻き込まれることのないよう、社会人になる前からお金の大切さを学んでいただきたいとの思いから、更なる拡充に向けて取り組んでいます。




## ●CSアワードの開催

「創業の精神」や「企業理念」のさらなる浸透を図り、お客さまに「信頼」「満足」していただくための「CS (Customer Satisfaction) 対応の実践」と「研鑽する風土を醸成すること」を目的にCSアワードを年に一度開催しています。CSアワードでは、CSに関する優れた活動を広く共有し、会社全体で評価・表彰しています。

CSカード プレゼンテーション	CS体験カード <sup>※1</sup> ・CS改善提案カード <sup>※2</sup> のそれぞれ最優秀賞、優秀賞に選ばれた社員によるプレゼンテーション
CS対応発表	顧客接点部署の社員による「お客さま第一義」を実践できた対応ログの共有




※1 CS体験カード:業務を通じてお客さまに喜んでいただいたことや、プライベートで体験したCS事例などを共有する仕組み  
※2 CS改善提案カード:お客さまのご要望や不満、また日ごろの業務を通じた課題をもとにさまざまな改善策を提案できる仕組み



### 社員インタビュー

## 「CSアワード2023 (CS 対応発表)」にて 最優秀賞を受賞

東日本営業部 ネットサービスセンター **山田 直菜**



🎯 ネットサービスセンターの業務で  
心がけていることを教えてください。

私が所属しているネットサービスセンターでは、インターネットで新規申し込みをいただいたお客さまへの審査回答および契約手続きを行っています。

新規申し込みの受付をするにあたり、お客さまにとって話しやすい相手であることを日々心がけています。また、デジタル技術が発展している中、「気持ちを察すること」や「気持ちを想像すること」は、機械ではなく、ヒトが対応するからこそできることであり、お客さまに安心感を持ってもらえるような対応を意識しています。

お客さまから「ありがとう」と感謝の言葉をいただくことや、私の名前を覚えてもらえた時は、「お客さまのお役に立つことができた」という気持ちになり、とてもやりがいを感じています。

🎯 お客さま第一義を実感した  
エピソードを教えてください。

ご年配のお客さまからお申し込みいただいた時のエピソードです。書類の提出はWebやアプリからが主流となっていますが、ご年配のお客さまにとってはインターネットを通じての提出が難しい方も多くいらっしゃいます。今回のお客さまもインターネットからの提出を何度も試みて下さいましたが、なかなか提出に至りませんでした。私は翌日が休みでしたが、お客さまの状況がとても気になり、お役に立ちたいという想いから、翌日出勤する社員に「手続きでお困りになっていないか」確認の連絡を入れるように引き継ぎを行いました。翌日、出勤した社員が連絡を行い、お客さまの不明点を解消し、無事契約することができました。

後日、お客さまとの会話音声を確認したところ、「連絡してくれるなんてありがたい」「誰にも相談できなくて心配だった」といったお言葉があり、不安だったお気持ちにチーム全体でお力添えができたことをとても嬉しく感じています。

33 アコム株式会社 統合報告書 2024

アコム株式会社 統合報告書 2024 34



## ローン・クレジットカード事業



### 概要

ローン事業は、お客さまの「信用」をもとに、個人の方を対象とした少額、無担保の現金融資を行うビジネスです。また、アコムは、1998年7月にMastercard®の発行ライセンスを取得し、クレジットカード事業に本格的に参入しました。

ローン・クレジットカード事業の特性は、①Speed (即時性)②Simple (利便性)③Secret (秘匿性)④Safety (安全性)⑤Self service (自己操作性)の5つのSで表すことができます。

アコムは、消費者金融業界のリーディングカンパニーとして「5S」のビジネスモデルの確立に加え、先行・先端のサービス提供でマーケットの支持を集め、ノンバンク市場において、トップブランドの地位を維持しています。

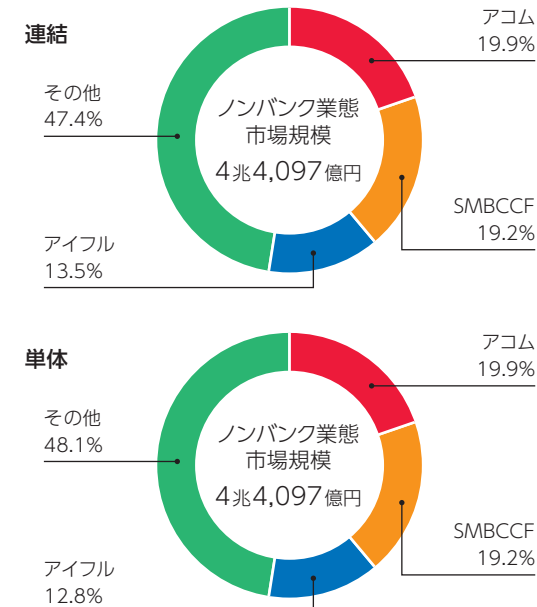
### 市場環境・見通し

2024年3月末におけるノンバンク業態の個人向けカードローンの市場規模は約4兆円で、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中、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、社会経済活動の正常化が進み、レジャー・旅行、外食などの資金ニーズが高まっています。また、契約チャンネルがインターネットにシフトし、お客さまのカードローンに対する意識が少しずつ変化していることから、ノンバンク業態の市場は拡大を続けています。足もとの好調な資金需要を踏まえると、年間3%~4%の成長が期待できると考えています。

### 市場シェア (2024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)

### 強み

ローン・クレジットカード事業の強みは、累計1,200万人を超えるお客さまとのお取引によって蓄積されたデータです。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分で審査回答を行う「即時与信」と、インターネットや自動契約機などさまざまなお申し込み・契約チャンネルを用意することで、スピーディーな融資を実現しています。

また、全国の店舗に約650台ある「クレジットカード即時発行機」やバーチャルカード機能を活用することにより、最短即日でクレジットカードの発行が完了すること、他社にはない独自のサービスとして強みになっています。

### 中期経営計画 (2022年度~2024年度)

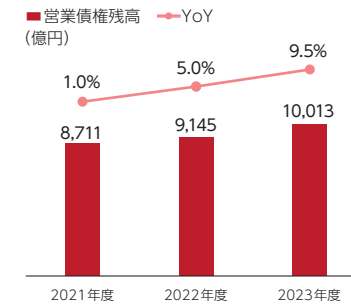
#### 目指すべき姿

- お客さまが求めるキャッシュレスニーズに的確に応えつづけるとともに、デジタルを活用した、より快適なサービスを提供する

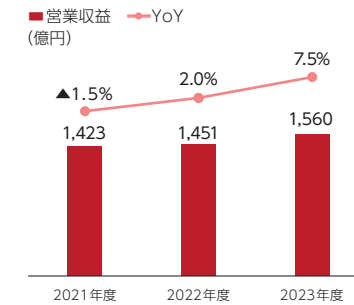
#### 中期重点テーマ

- パーセプションの再構築によるブランド力向上
- 「ヒット」と「デジタル」の最適化による良質な顧客体験の提供
- 次期成長に向けた新規事業・新サービス創出への挑戦

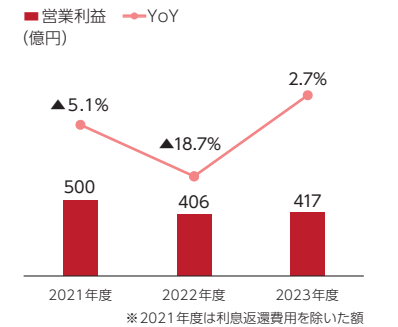
### 営業債権残高



### 営業収益



### 営業利益



### 2023年度の取り組み

ローン・クレジットカード事業においては、新規集客の強化、商品・サービス機能の向上、債権内容の健全性維持などに取り組みました。

新規集客の強化については、「侍ビッグ3」シリーズのCMや「はじめてのこと、はじめよう!プロジェクト」などを通じて「はじめてのアコム」のブランド訴求を強化してまいりました。また、商品・サービス機能の向上については、当社が発行するMasterCard®を、当社公式アプリ「myac」からApple Pay®へ登録するプロビジョニング機能のリリースや、新規申込フォームの簡素化など、お客さまの利便性向上に取り組んでいます。

これらの営業活動に加え、与信精度の向上をはじめ、与信研修や応対品質研修などの人材育成強化を通じて、債権内容の健全性維持および応対品質の向上に努めてまいりました。

### 2024年度の計画

営業債権残高は、活発な資金需要が第1四半期まで続き、第2四半期以降はコロナ禍前の水準に徐々に戻ると想定していることから、前年度比7.1%増加の1兆725億円を計画しています。

営業収益は、業容拡大を主因に前年度比8.0%増収の1,685億円を計画しています。

### 2023年度の実績

2023年度においては、社会経済活動の正常化が進み、レジャー・旅行、外食などの個人消費が回復したことに加え、積極的な新規集客・収入証明書の取得を推進したことから、営業債権残高は前年度比9.5%増加の1兆13億円となりました。

営業収益は、営業債権残高が順調に拡大したことから、前年度比7.5%増収の1,560億円となりました。

営業利益は、業容拡大に伴う貸倒関連費用の増加および新規集客の強化に伴う広告宣伝費の増加等により営業費用が増加したものの、前年度比2.7%増益の417億円となりました。

### 担当役員メッセージ



常務執行役員 木下 裕司

2024年度は中期経営計画の最終年度です。目指すべき姿として、「お客さまが求めるキャッシュレスニーズに的確に応える」「デジタルを活用した、より快適なサービスを提供する」を掲げて取り組んできました。その集大成として、さらなる「新しい便利」を届けたいと考えています。

2023年3月末に有人店舗を全て閉鎖したことで、これまで以上にインターネットサービスの利便性や自己操作性を向上させる必要があります。そのため、バーチャルカード機能やスマホ決済の推進、Webサイト・スマホアプリの機能拡充を図るとともに、システム化やロボット化の推進も積極的に行います。そして、デジタルにより効率化できた

リソースを活用し、「人にしかできない」良質な顧客体験を提供します。これにより、お客さまのさまざまなニーズに応えることを第一に考え、有人店舗と変わらないサービスの提供を目指します。

また、新規顧客の獲得と継続率の向上を目的として、2023年度より外部の知見も活用したマーケティング戦略の見直しを行っています。市場調査の結果を受け、さまざまな分析と戦略の検討を重ね、新たなブランド戦略を策定しました。初めてのお客さまからの支持と、既にご利用いただいているお客さまからの支持を同時に高めていき、あらゆる顧客接点において、一貫したブランドを体現していきます。

今後も、お客さまの「今欲しい」「今したい」を安心とともに叶えるために、お客さまのニーズに応える新しい仕組みの構築に加え、リーディングカンパニーとして、より強固なビジネスモデルを確立してまいります。



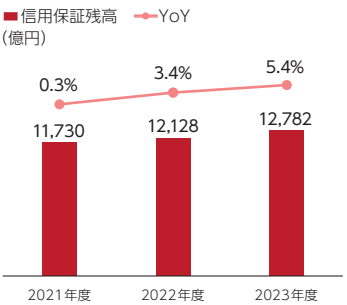
## 信用保証事業

### 概要

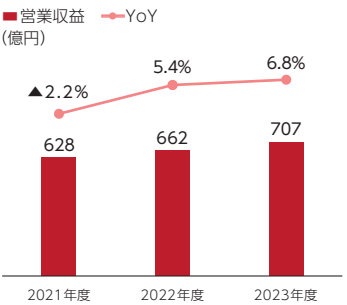
信用保証事業とは、提携先が販売するローン商品を利用されるお客さまの債務保証を行い、ローン商品の残高に対する保証料をいただくビジネスです。当社の信用保証事業は、提携先に合わせたサポートを通じて、ローン商品を成長させていく協働事業です。アコムグループでは、アコムと連結子会社であるエム・ユー信用保証株式会社の2社で信用保証事業を展開しています。

これまでローン事業で培ったノウハウを活用し、2001年5月にアコムが株式会社北海道銀行との最初の保証業務提携をスタートさせました。以降、株式会社三菱UFJ銀行、有力地方銀行およびインターネット専門銀行を中心に提携ネットワークを拡げています。地域経済は、少子高齢化、人口流出などのさまざまな課題を抱えています。各提携先と力を合わせてカードローン商品を成長させ、幅広い地域のお客さまのニーズにお応えすることで、地域経済の活性化に貢献しています。

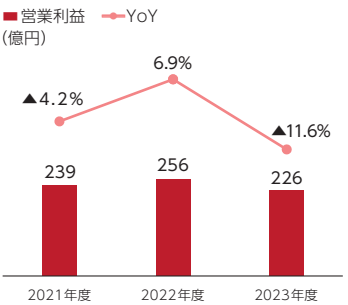
### 信用保証残高



### 営業収益



### 営業利益



### 2023年度の取り組み

信用保証事業においては、提携先との深度あるコミュニケーションに努め、適正な保証審査を継続してきました。また、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集客の強化や技術指導志向による各種営業施策、業務効率化の支援等に取り組みました。

また、2023年3月のLINE Credit株式会社との保証提携以降も事業会社を含めた新規提携先の開拓に努め、2024年2月に子会社のエム・ユー信用保証株式会社が株式会社みんなの銀行との保証提携を開始しました。

### 2023年度の実績

2023年度においては、既存提携先との連携強化を図るとともに、提携先の営業推進施策のサポートに注力したことやレジャー・旅行、外食などの個人消費が回復したことで、信用保証残高は前年度比5.4%増加の1兆2,782億円となりました。

営業収益は、業容拡大に加え、定期的な見直しにより保証料率が上昇したことから、前年度比6.8%増収の707億円となりました。

営業利益は、業容拡大に伴う貸倒関連費用の増加を主因に営業費用が増加し、前年度比11.6%減益の226億円となりました。

### 2024年度の計画

各提携先における積極的な営業活動が想定されることがや銀行カードローンの認知度向上に向けた共同広告などの広告宣伝の支援などにより、信用保証残高は前年度比7.2%増加の1兆3,701億円を計画しています。

営業収益は、信用保証残高の増加に加え、定期的な見直しにより保証料率が上昇することから、前年度比8.5%増収の768億円を計画しています。

### 担当役員メッセージ



専務執行役員 小野寺 道人

2024年度に入り、国内では賃金上昇やインバウンド需要の取り込みなどを受けて、景気は緩やかながら着実に回復しています。個人消費の拡大基調が続く中、個人向けカードローン

市場は、コロナ禍による縮小から反転し、足元においては年間で4,000億円増加しています。

中期経営計画最終年度となる2024年度は、重点テーマの一つである「既存保証提携先との更なる連携強化」において、従来から実施している技術指導志向による各種営業施策・業務効率化の支援を一層強化するとともに、保証審査の大半を占めるWeb媒体のUI/UXの改善、eKYC(電子本人確認)の導入を通じた契約率向上、効果的な広告宣伝ツール・コンテンツの提案など、アコムグループのノウハウ

を惜しみなく提供していきます。

また、もう一つの重点テーマ「事業会社との保証提携実現」についても、昨今の自社グループ経済圏の顧客基盤の強化・拡大を企図した金融マーケットへの異業種・異業態からの積極的な参入の流れを的確に捉え、協働・提携に結び付けていきたいと考えております。

こうした取り組みや景気・資金需要回復の流れを着実に捉え、2024年度末には中期経営計画における信用保証残高の目標を達成するだけでなく、提携先の期待を大きく超えるサービスを継続的に提供する中で、最適な事業パートナーとして提携先の企業価値向上にも貢献し続けていきたいと考えています。

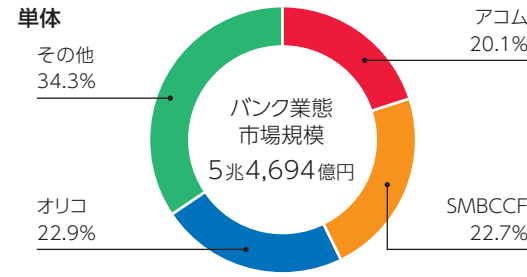
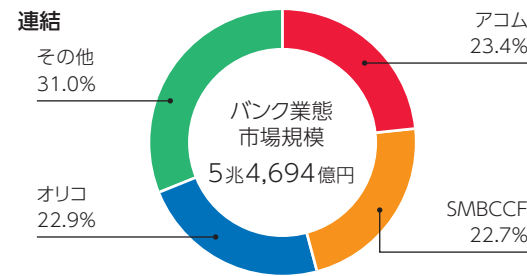
今後も提携先の皆さまにアコムのノウハウ・期待を超えるサービスの提供を続け、アコム単体での信用保証残高シェアNo.1、圧倒的なアコムを目指してまいります。

### 市場環境・見通し

2024年3月末におけるバンク業態の市場は、約5.4兆円の規模があり、そのうちアコムグループのシェアは20%を超えています。

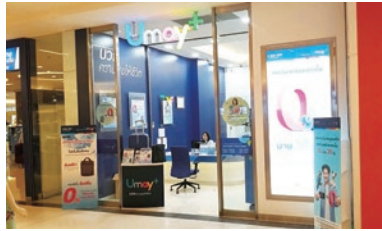
足元においては、社会経済活動の正常化が進み、レジャー・旅行、外食などの資金ニーズが高まったことで、市場規模は拡大を続けています。足もとの好調な資金需要を踏まえると、年間5%程度の市場成長が期待できると考えています。

### 市場シェア (2024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および信用金庫の個人向けカードローン残高

## 海外金融事業



### 概要

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応えることで、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。

タイでローン事業を営むEASY BUYにおいては、日本国内で培った経験やノウハウを活用し、個人の方を対象にUmay+ (ユメプラス) ブランドで無担保ローン事業を展開しています。「お客さま第一義」の理念に基づく質の高いサービスで多くのお客さまの支持を集めています。

経済成長が著しいフィリピンでは、ACFを2017年7月に設立し、2018年7月に事業を開始しました。

また、マレーシアにおいてもACOM (M) を2021年7月に設立し、2023年9月に事業を開始しています。

### 市場環境・見通し

2023年12月末におけるタイの個人向けローン市場は約5,000億バーツ(約2兆円)の規模があり、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1兆3,000億円)です。EASY BUYのシェアはノンバンク市場で20%程度あり、シェアNo.1のトップブランドの地位を築いています。

2024年度においても実質GDP成長率の上昇が予想されていることから、ノンバンク市場についても引き続きプラス成長が期待できると考えています。

フィリピンの個人向け無担保ローンの市場規模は約4,500億ペソ(約1兆1,000億円)です。中所得者層向けの無担保ローンを扱う銀行は限定的で、ノンバンクも数社程度と、これから発展が見込まれる市場です。

### 強み

海外金融事業の強みは、日本国内における長年のローン事業の豊富な経験やノウハウに加え、タイにおいて個人向けローン事業を25年以上続け、ノンバンク市場でトップシェア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。

新たな国での事業参入においても、この経験から得られた豊富なノウハウを活用することで、比較的スムーズな事業基盤の構築が可能となっています。

### 中期経営計画(2022年度～2024年度)

目指すべき姿

- 将来的な対象マーケット人口プラス3億人に向け、新たな収益基盤を確立する

### 中期重点テーマ

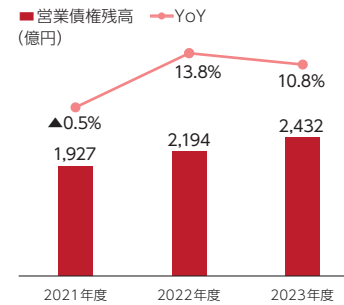
- 新たな国への進出実現
- 既存進出国での事業基盤拡充

**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

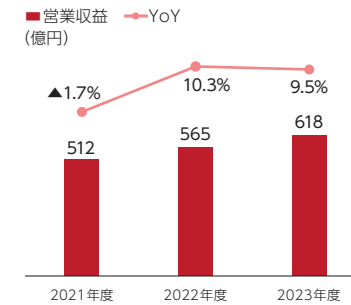
**マレーシア**  
ACOM (M) SDN. BHD.  
出資比率 100.0%  
設立年月 2021年7月  
主要事業 無担保ローン事業

### 営業債権残高(円ベース)



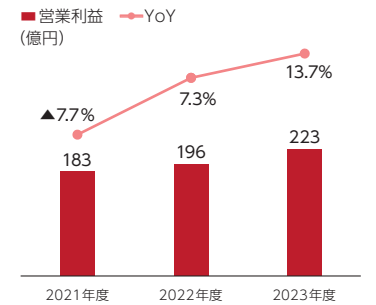
為替影響  
-5億円 +207億円 +189億円

### 営業収益(円ベース)



為替影響  
+3億円 +46億円 +43億円

### 営業利益(円ベース)



### 2023年度の取り組み

海外金融事業においては、規模の拡大と適正な与信の両立を目指し事業を推進してきました。

EASY BUYにおいては、ブランドイメージ向上、新規集客拡大を目標に、Umay+ (ユメプラス) ブランドを積極展開することにより、同国内においてトップブランドの地位を築いております。また、バーチャルカード発行やモバイルアプリケーションの活用に加え、電子ウォレット決済サービスである「DREAM wallet」をリリースするなど、サービス力強化に取り組みました。

ACFにおいては、優良顧客の獲得を推進するなど、債権品質の良化に取り組んでいます。

マレーシアのACOM (M) においては、2023年9月に事業を開始し、2024年3月より、Web完結のオンライン契約サービスを開始しました。また、その他アジア諸国についても、事業展開の可能性を探り、調査活動を推進しております。

### 2023年度の実績

海外金融事業の営業債権残高は、EASY BUYの業容拡大に円安の為替影響が加わり、前年度比10.8%増加の2,432億円となりました。現地通貨ベースでは、EASY BUYは前年度比2.2%増加の581億バーツ、ACFは13.5%減少の12億ペソとなりました。

営業収益は、業容拡大に加え、円安の為替影響を受け、前年度比9.5%増収の618億円となりました。営業利益は、業容拡大と為替影響による増収分でコスト増加分をカバーできたことから、前年度比13.7%増益の223億円となりました。

### 2024年度の計画

EASY BUYでは、2017年9月に開始された新融資規制の影響を受ける債権の構成比が高まっていることから、営業債権残高は前年度比1.0%増加の587億バーツを計画しています。ACFでは、与信の最適化を図りつつ、新たな営業拠点となる地域統括拠点(ビジネスハブ)を展開し、より地域に根付いた営業活動を推進することから、前年度比8.7%増加の13億ペソを計画しています。

営業収益は、EASY BUYおよびACFにおいて営業債権残高の増加を見込むことから前年度比0.3%増収の621億円を計画しています。

### 担当役員メッセージ



常務執行役員 黒田 大

2024年度の海外金融事業における計画のポイントは2点あります。1点目は新たに進出を果たしたマレーシアを含む海外子会社の安定成長および早期の収益化を目指すこと。2点目はマレーシアに続く新たな進出先を決定することです。

1点目の海外子会社について、EASY BUYが事業を営むタイ王国は、コロナ禍における規制緩和が撤廃され、国全体で延滞債権が増加傾向にあります。そのような事業環境の中、EASY BUYは延滞債権の増加を抑制できています。今後の延滞債権の更なる増加を避けるために、継続して債権品質の維持・向上を目的とした体制構築に取り組んでいきます。フィリピンのACFについては、2023年度に債権ポートフォリオの改善を目的に与信の厳格化や回収人員の増強を実施しました。2024年度は、集客、審査、回収業務を

効率化するために外販活動の拠点となる地域統括拠点を展開し、収益性の改善を図っていきます。最後に、2023年度より事業を開始したマレーシアのACOM (M) についてです。現地当局の認可を受けて、2024年3月にWeb完結のオンライン契約を開始しました。オンライン契約を一つの拠点で管理する効率的な営業体制を構築し、現地の銀行や同業他社よりも早く、そして丁寧なサービスが提供できる仕組みを確立していきます。

2点目の新規進出先の決定についてですが、ASEANを中心としたアジアを対象に新規進出国の検討を継続します。日々進化するお客さまニーズや提供できるサービス形態の変化に対応するため、従来の一から会社を設立するフルスクラッチの進出方法に限定せず、さまざまな方法を含めて柔軟に検討していきます。

2024年度は中期経営計画の最終年度であり、次期中期経営計画の策定をおこなう年度でもあるため、将来の海外金融事業の発展につながる決定をおこなうべく、尽力してまいります。



# デジタルを活用した創造と革新の経営の追求

## ●UI／UXの高度化

お客さまの利便性をより一層高めるため、デジタルチャネルのUI/UXの高度化に継続して取り組んでいます。2023年度においても前年度と同様に新規入会の申込フォームの改修に注力しました。

お客さまにとってより分かりやすく、そして操作しやすい申込フォームを目指して本人確認書類の提出画面(右図参照)、勤務先情報の入力画面の改修をおこないました。勤務先情報の入力画面については、入力時に勤務先情報を把握していないことでお客さまの離脱が発生していたため、勤務先情報の入力を補助する機能のアップデートをおこないました。この変更により、勤務先入力ページの離脱率は改善しています。



## ●業務改善活動の推進

各事業戦略や機能戦略における環境変化への対応や、次期成長を図るための土台をつくるため、業務効率化に継続的に取り組んでいます。業務の簡素化や廃止だけでなく、エクセル関数やマクロ・クエリ、RPAなどのデジタルツールも活用しています。2023年度は174,000時間以上の業務削減ができました。削減した時間を活用して、社員の能力・スキル向上に資する勉強会の実施や、さらなる業務改善施策の検討に取り組んでいます。

また、2023年度に生成AIの社内利用を開始しました。業務効率化を図り、社員がよりクリエイティブな活動に専念できる環境を構築することを目的としており、お客さま対応業務での活用も見据えています。まずは生成AIの活用を社内にて定着させるべく、アイデアソン\*やハンズオンセミナー等を通じて推進しています。

\*アイデアソンは、アイデアとマラソンを組み合わせた造語で、新しいアイデアを生み出すために行われるイベントのこと

## ●スマートフォン決済の拡大

キャッシュレスニーズの高まりを受け、2022年4月にApple Pay®、5月にGoogle Pay™に対応しました。カードを持ち歩かなくても、スマートフォンをかざすことで、当社のクレジットカードをご利用いただけるようになりました。

さらに、2023年度にはクレジットカードを簡単にスマホに登録できる機能をリリースしました。これまでは、カード番号やアルファベット氏名の入力やSMS認証などの登録作業で10タップ以上操作が必要だったものが、わずか3タップで登録できるようになりました。



## ●ビジネスコンテスト「DRIVE」の開催

「創造と革新の経営」を通じてアコムグループのビジョンを実現すること、および、挑戦が奨励され失敗が許容される組織文化を定着させることを目的に、2023年にボトムアップ型のビジネスコンテスト「DRIVE」を開始しました。

コンテスト名称「DRIVE」には、社員の“やってみよう”という気持ちを「駆り立て、前に進む」一助となり、アコムグループを「活発にして」いきたいという想いが込められています。

1回目となる2023年の「DRIVE」では、新規事業・既存事業の成長に資する施策、アコムグループの変革に資する施策等、幅広く案を募集しました。数多くの募集の中から書類選考を通過した10組の応募者は、外部パートナー企業のサポートを通じて案件を磨き上げ、社長をはじめとした役員が審査する最終審査会に臨みました。最終審査会では、厳正な審査により、最優秀賞、優秀賞、特別賞を決定しました。最優秀賞と優秀賞に選ばれた案件は、今後の実現に向けて取り組んでいく予定です。

今後も「DRIVE」を通じて、中長期的な視野や経営の視点からアコムグループについて考える機会を提供し、社員一人ひとりが当事者意識を持って「創造と革新の経営」を体現していく組織をつくりあげていきます。



## 社員インタビュー

### ビジネスコンテスト「DRIVE」で最優秀賞を受賞

財務第二部 連結チーム 江川 修平 財務第二部 木下 昭文



#### ◎ ビジネスコンテスト「DRIVE」に応募しようと思ったきっかけを教えてください。

当社はこれまで銀行法の規制で、金融事業しかできませんでしたが、この銀行法が2021年に改正され、金融以外の事業に参入できるようになりました。誰もがワクワクドキドキする新しいビジネスをやりたい、また、消費者金融業界でビジネスをやっていることで、世間からネガティブな印象を持たれることがあるため、そのイメージを払拭し、社外の方々にも認めてもらえるような会社になりたいという想いから、新規事業案を提出しました。

#### ◎ チャレンジして良かったと感じることを教えてください。

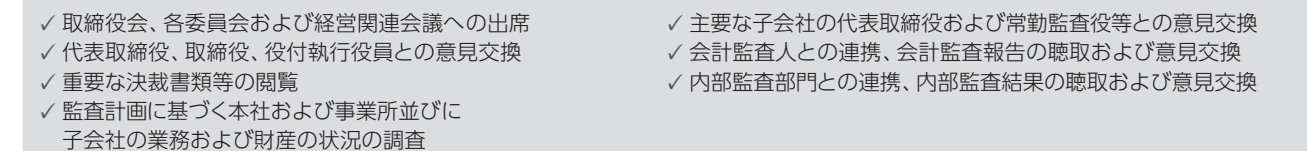
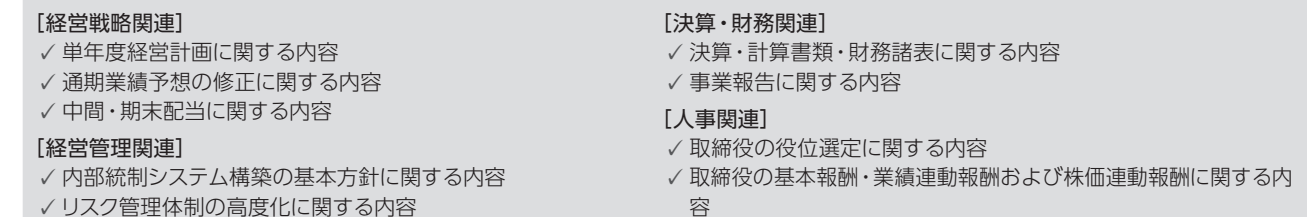
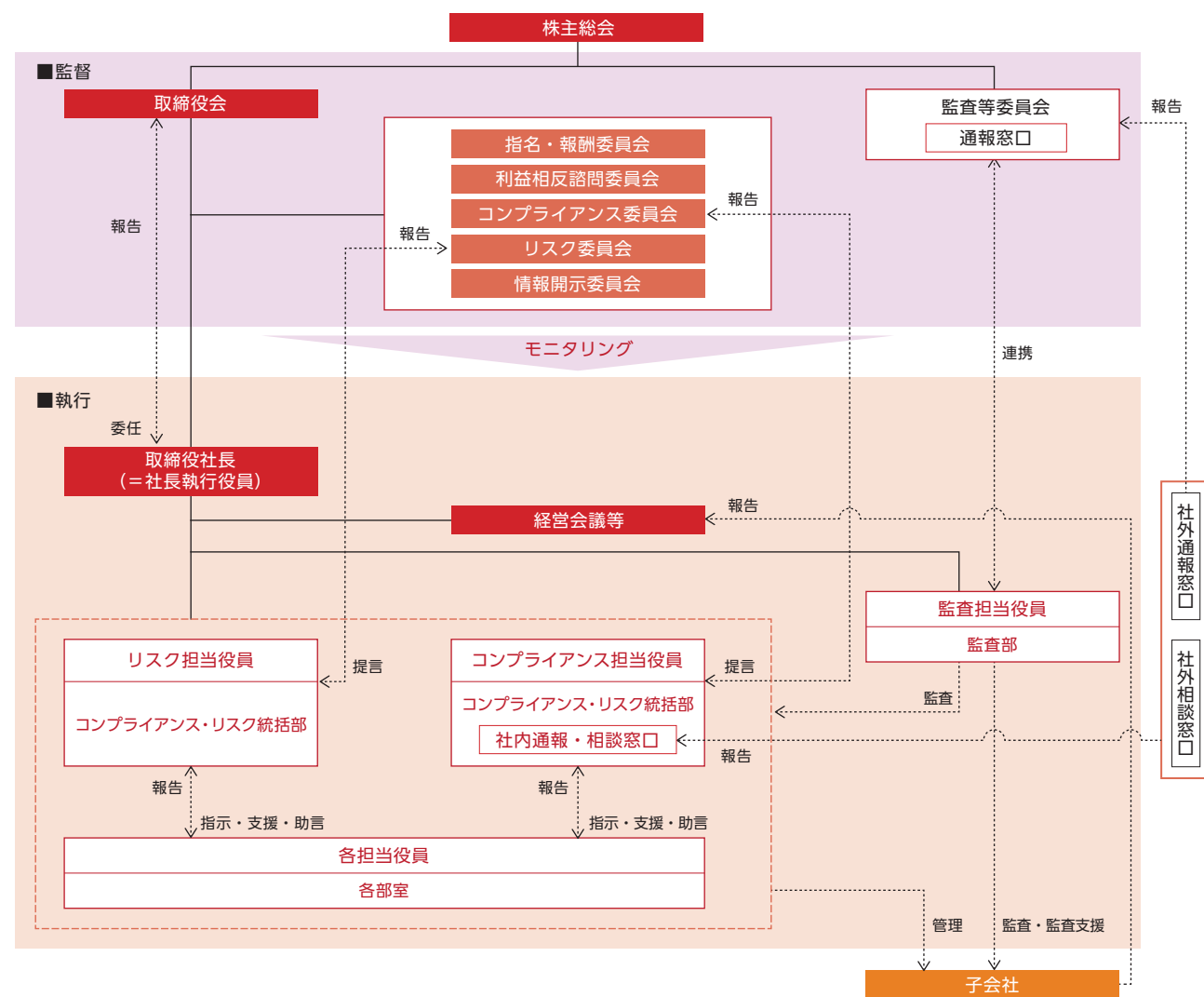
普段の業務では、会計・税務に関する業務のみに携わっているため、新規事業の立案に触れる機会は全くありません

でした。そのため、今回のビジネスコンテストは今までになかった視点で物事を検討するなど、新たな視座を得ることができました。また、新規事業を検討するにあたり、社員の方にインタビューを実施したり、業務面で相談に乗っていただきましたが、アイデアを否定するような人はおらず、積極的にアドバイスをしてくれました。改めて「コラボティブなアコム」を実感することができました。

#### ◎ 提案した新規事業案について、今後の想いを教えてください。

ビジネスコンテストに向けて、3ヶ月程度の短い期間で市場調査や仮説検証を実施したこともあり、今後の実現に向けて、より詳細な市場調査やフィジビリティ評価が必要となります。その結果を基に、今後事業化できるかどうかをしっかりと見極めていきたいと思っています。

## コーポレート・ガバナンス





凡例 … ● 社内 ● 社外 ● 社外(女性) ● 社外有識者 ● 取締役でない者

利益相反諮問委員会

委員長

山下取締役監査等委員(社外)

2023年度実績

0回

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

2023年度は、支配株主と少数株主との利益が相反する重要な取引等がなかったため、開催はありませんでした。

コンプライアンス委員会

委員長

タン ミッシェル取締役(社外)

開催頻度

原則年間4回

2023年度実績

4回

役割

✓ コンプライアンスに関する項目について審議し、必要に応じて取締役会への提言をおこなう

コンプライアンス委員会における主な審議内容

✓ アコムグループ倫理綱領、行動基準の制定および改廃に係る事項  
✓ 態勢の整備および運用に係る重要事項  
✓ 基本計画の策定に係る事項  
✓ コンプライアンスに係る重大な違反事態の是正、改善措置および再発防止策に係る事項  
✓ その他コンプライアンスに係る重要事項

リスク委員会

委員長

成瀬代表取締役副会長

開催頻度

原則四半期に1回

2023年度実績

5回

役割

✓ リスク管理に関する重要事項について審議し、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

成瀬代表取締役副会長

開催頻度

原則四半期に2回

2023年度実績

9回

役割

✓ 正確かつ適時適切な情報開示が行われるよう、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およ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

木下代表取締役社長

開催頻度

原則毎月3回

役割

✓ 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し決定する  
✓ 取締役会で決議する経営方針や経営計画等について事前審議をおこなう

※監査等委員は経営会議等に出席して意見を述べることができる

取締役の指名プロセス

当社では、取締役会がその役割・責務を実効的に果たすことができるよう「取締役会の構成に関する考え方」を以下の通り定めています。

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行い、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ものの中から指名しています。

- 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。
- 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、当社およ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。

＜取締役の構成に関する考え方＞

● 知識・経験・能力のバランス

当社の取締役が特に備えるべきスキルを以下の通り定め、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しています。

スキルマトリックス※1

氏名	役位	年齢※2	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	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		
									取締役会	指名・報酬委員会	監査等委員会
木下 盛好	代表取締役会長	75	●	●			●		12/12 (100%)	6/6 (100%)	
成瀬 浩史	代表取締役副会長	65	●			●		●	12/12 (100%)	6/6 (100%)	
木下 政孝	代表取締役社長	46	●		●	●			12/12 (100%)	6/6 (100%)	
桐淵 高志	取締役副社長	62	●			●	●		12/12 (100%)		
内田 智視	専務取締役	62		●	●			●	12/12 (100%)		
山本 忠司※3	取締役	55	●	●				●	7/8 (87.5%)		
タン ミッシェル※4	取締役 [独立] [社外]	62	●					●	—	—	—
山下 敏彦※3	取締役監査等委員 [独立] [社外]	68	●				●	●	8/8 (100%)	3/3 (100%)	11/11 (100%)
清岡 哲弘※4	取締役監査等委員	56	●				●	●	—	—	—
秋山 卓司	取締役監査等委員 [独立] [社外]	66		●			● (公認会計士)	●	12/12 (100%)	6/6 (100%)	15/15 (100%)

※1 上記は、各人の有するスキルのうち、主なものの最大3つに●印をつけております。各人の有する全てのスキルを表しているものではありません。

※2 年齢は、第47回定時株主総会(2024年6月21日)時点のものになります。

※3 2023年6月23日付で取締役に就任しております。

※4 2024年6月21日付で取締役に就任しております。

役員報酬

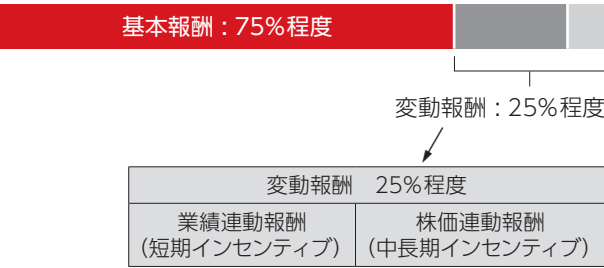
取締役(監査等委員であるものを除く)の個人別の報酬等の内容に係る決定方針を取締役会で決定しております。取締役(監査等委員であるものを除く)の報酬は、当社と同程度の事業規模や関連する業種・業態に属する企業の報酬水準をベンチマークとし、企業価値の持続的な向上を図るインセンティブとして十分に機能する報酬体系としております。個々の取締役の報酬は、金銭で支給するものとし、代表取締役および役付執行役員を兼務する取締役の報酬は基本報酬、業績連動報酬および株価連動報酬、それ以外の取締役の報酬は基本報酬のみで構成しております。なお、基本報酬は毎月支給する固定報酬、業績連動報酬は業績に応じて年1回支給する変動報酬、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おります。

取締役(監査等委員であるものを除く)の基本報酬は、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、取締役会が決定しております。業績連動報酬は、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、取締役会が決定しております。株価連動報酬は、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、取締役会が決定しております。

報酬全体に占める変動報酬(業績連動報酬および株価連動報酬)の割合は、25%程度(業績連動報酬および株価連動報酬が標準額の場合)を目安としております。業績連動報酬の額の決定方法は、親会社株主に帰属する当期純利益から特別損益等の特殊要因を考慮したうえで基本分配原資の基準となる親会社株主に帰属する当期純利益のレンジを指名・報酬委員会で決定し、その基本分配原資に役位別の分配割合および取締役の個別評価に応じた掛率を乗じた金額を取締役会において決定しております。株価連動報酬の額の決定方法は、毎年代表取締役および役付執行役員を兼務する取締役ごとに設定された基準額に応じ算定した仮想株式数を指名・報酬委員会で決定し、その付与を取締役会において決定しております。仮想株式は3年後の株価を乗じてポイントに換算され、在任中の蓄積されたポイントが退任時に金額換算され支給されます。

なお、2023年度における業績連動報酬の指標の目標は定めておりませんが、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50,000百万円以上60,000百万円未満の基本分配原資35百万円となっております。

イメージ



その他取締役の報酬に関する内容については、指名・報酬委員会が検討・提案し、取締役会が決定しております。また、監査等委員の報酬等の額については、監査等委員の職務と責任を考慮し、監査等委員の協議により決定しております。

なお、株価連動報酬制度(ファントムストック)は、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に向けて、経営陣の健全な企業家精神の発揮に資するようなインセンティブ付けを図るとともに、株主との価値共有をより一層促進させることを目的に、2023年1月31日開催の取締役会で導入を決定し、同年6月より運用を開始しております。

取締役(監査等委員であるものを除く)の報酬限度額は、2017年6月22日開催の第40回定時株主総会において、年額400百万円以内(ただし、使用人分給与は含まない)と決議されており、当該定時株主総会終結時点の取締役(監査等委員である取締役を除く)の員数は6名です。また、同定時株主総会において、取締役監査等委員の報酬限度額は、年額100百万円以内と決議されており、当該定時株主総会終結時点の監査等委員である取締役の員数は4名です。なお、2024年3月31日時点における取締役(監査等委員である取締役を除く)の員数は6名、監査等委員である取締役の員数は3名です。

2023年度に係る取締役(監査等委員であるものを除く)の個人別の報酬等の内容の決定に当たっては、株主総会で承認された報酬限度額の範囲内で、指名・報酬委員会が役位、取締役の評価等に基づき検討・提案し、その内容を尊重して取締役会で決定しており、その内容は決定方針にも沿うものであると判断しております。

取締役の報酬等の総額

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額 (百万円)			対象となる 役員の 員数 (名)
		固定報酬	業績連動報酬	株価連動報酬	
取締役 (監査等委員および 社外取締役を除く)	197	154	31	11	7
監査等委員 (社外取締役を除く)	20	20	—	—	1
社外役員	32	32	—	—	3
合計	250	207	31	11	11

役員トレーニング

取締役およ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おります。2023年度は以下の内容で役員勉強会を開催しました。

✓ 金利・金融政策(1回)	✓ 生成AI(2回)
✓ 会計基準(1回)	✓ マーケティング(1回)
✓ 資本コスト(1回)	✓ 人事戦略・人的資本(2回)
✓ DX(2回)	

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および評価を実施しております。質問票への回答から導き出された課題への対応を行い、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

1.自己評価	各取締役による質問票への回答
2.全体評価	質問票の回答結果および導き出された課題への対応について取締役会で議論
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およ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、リスク管理およ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おります。

また、前年に課題として認識した、取締役会における議論の深化および議論がより活性化するための有用な情報の拡充については、一定の進展が図られたと評価しているものの、引き続き監督機能の強化に向けた報告内容の充実および取締役会の機能発揮に向けた議論の充実が必要であると認識しております。

今後も以下の通り取締役会を運営していくとともに、定期的に取締役会の実効性に関する分析および評価を実施し、更なる取締役会の実効性確保に向けて努めてまいります。

- (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・ガバナンスおよ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、監督を行います。
- (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行うため、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。

IR活動

当社は、会社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するよう、株主の皆さまとの建設的な対話に努めています。財務第一部担当役付執行役員が統括し、財務第一部広報・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、国内カンファレンス、海外IRロードショウ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おります。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、今後の企業経営および情報開示の充実につなげています。

2023年度のIR実施状況

株主・投資家との対話回数	181回
機関投資家向け説明会	6回(海外投資家向け含む)
個人投資家向け説明会	3回





取締役会

経営会議・IT戦略会議

リスク委員会

リスク管理報告会

コンプライアンス・リスク統括部

統合リスク

個別リスク担当部

戦略リスク

信用リスク

市場性リスク

流動性リスク

風評リスク

事故・災害リスク

オペレーショナルリスク

人材リスク

法務リスク

事務リスク

情報リスク

ITリスク

有形資産リスク

各部室

監査（監査部）

詳しくは、有価証券報告書をご覧ください。  
<https://pdf.irpocket.com/C8572/gEye/Drbm/emXd.pdf>

## 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要綱・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、法令等遵守に係る実践計画の策定・見直しやフォローアップ、遵守すべき法令等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行っています。

また、営業本部・債権管理部に「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更なる向上に努めています。

## コンプライアンス委員会 委員長メッセージ

取締役(社外) タン ミッシェル

オーストラリア出身。1985年に来日。帝塚山大学教授歴任後、現職の「NPO法人消費者ネットジャパン理事長」「一般社団法人エシカルビジネス研究所理事」に至る。2024年6月21日より、アコムの取締役に就任。専門は消費者政策、消費者保護。



2024年度は、中期経営計画の最終年度になります。中期経営計画では「コンプライアンス・カルチャー(アコムグループ倫理綱領、行動基準に基づく正しい行動が常態化している企業文化)の醸成」を重点テーマに掲げ、さまざまな活動を推進してきました。2024年度は、その成果が問われる年となります。

2023年度は、常に正しいことを実践するコンプライアンス人材を育成する「インテグリティ研修」、良好なコミュニケーションでハラスメントがない職場を実現する「ハラスメント防止研修」、消費者を金融詐欺などの犯罪から守る「金融犯罪の被害防止活動」に注力してきました。委員会は、これらの活動

### ●社員相談ホットライン(内部通報)

当社は、社内で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等を知った際に、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、テロ行為等の脅威が高まる中、金融機関に求められるマナー・ローンダリング防止およ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、マナー・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。

について詳細なヒアリングを行うなど、状況を十分把握したうえで適切な助言や提言を行い、活動の質を高めてきました。

2024年度は、これらの活動を着実に実行し、コンプライアンス人材の育成によるハラスメントのない職場と企業不祥事等の未然防止を実現します。また、「金融犯罪の被害防止」は、消費者金融業界全体の社会的責任です。業界のリーダーとしてしっかりと責任を果たしてまいります。

コンプライアンス委員会は、今後も法律、経営倫理、消費者の視点から、より実効性と有効性の高い助言や提言を行い、「コンプライアンス・カルチャーの醸成」を推進してまいります。

## 先進的なガバナンス・システムを駆使して 未来社会を消費者金融サービスで支え続ける



代表取締役副会長  
成瀬 浩史

取締役(社外)  
常勤監査等委員  
山下 敏彦

## アコムグループが展開する事業について、どのような印象をお持ちですか？

**成瀬**：金融機能を果たす企業としては、商業銀行、信託銀行、証券会社、保険会社などがイメージしやすいのですが、実はこれらに消費者金融会社が加わることで、社会的な金融機能がうまくつながることになっていることは、あまり知られていません。アコムグループはお客さまに対するビジョンとして「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」ことを掲げていますが、これを自社の役割として捉え、実現しようとすることは、消費者金融の担い手として極めて重要なことだと思います。

また、テレビ・コマーシャルなどの効果もあり、恐らくアコムという社名は広く認知されていますが、アコムグループが消費者金融の重要な担い手であることは意外と知られていません。そもそも日本において、消費者金融がどのような機能を有しているのかということ自体が、あまり知られていないように思います。既に高い認知度を持つアコムグループが次にとるべきアクションは、アコムグループが日本になくてはならない消費者金融機能の重要な担い手であることを、幅広いステークホルダーに正しく理解していただくことだと思います。

**山下**：アコムの社外取締役に就任して1年が経ちます。成瀬さんのお話にもありましたが、私も1年前までは、アコムと

いう社名は知っていたものの、消費者金融会社が具体的にどのようなビジネスを展開する企業なのか、十分には理解していませんでした。もちろん今は、資金を必要とする人々に対し、高い審査能力をもって、必要な金融サービスをスピーディに提供するという、日本経済を回すうえで欠かすことのできない存在であると認識しています。この1年の経験を通じてアコムが業界のリーディングカンパニーに相応しく、素晴らしいと感じているのが、長い歴史の中で培われたアコムグループの企業文化です。個人を取り巻く金融の分野では近年、金融詐欺の多発が深刻な社会問題となっていますが、アコムでは現場でお客さま対応をしている社員の一人ひとりに企業理念である「お客さま第一義」が浸透しており、当たり前のようにお客さまとの会話の中で金融詐欺の可能性に気づく、そして適切な助言を通じて詐欺被害を未然に防ぐようなケースが珍しくないことを知りました。勿論こうした行動をとった社員を、企業として表彰することも行っていますが、金融会社でありながら、単にお客さまの資金需要に応えるのではなく、お客さまにとって何が最善であるかを常に優先する姿勢、だからこそアコムグループの倫理綱領に基づき「貸さぬも親切」の考え方を善しとする企業文化が生まれ、そこに素晴らしいものがあると感じました。



## アコムグループのガバナンス・システムには、どのような特徴がありますか？

**山下：**アコムは7年前に監査役会設置会社から監査等委員会設置会社に移行しており、その後の真摯な取り組みもあり、ガバナンス面では既に強固な体制が構築されていると認識しています。また、ソフトローであるコーポレートガバナンス・コードを意識して、さまざまな打ち手も講じられています。私は取締役であるとともに監査等委員でもありますが、監査等委員会も、その他の委員会も極めて適切に運営されていると思います。ただ少しだけ懸念しているのは、ガバナンスに関する「守り」と「攻め」のバランスです。いわゆる「守りのガバナンス」については十分に意識されていますが、今後のアコムグループらしい成長をステークホルダーに対して説得していくためには、このバランスをより意識することが重要だと思っています。

社内では、海外の現地法人を含めたグループ・ガバナンスについて、しばしば議論になりますが、これについては、私自身はそれほど心配していません。企業理念を含め、これまで培ってきたアコムグループの業務の進め方や企業文化の素晴らしさを、海外においても、地域に応じた言葉に換えて、丁寧に落とし込んでいくことで世界に通用すると思っています。

**成瀬：**社会全体の流れを見ると、取締役会の監督機能の強化が求められ、監督と執行の分離が必要とされています。こう

した流れの中では、執行の長である社長が取締役会の議長を務めるアコムのガバナンス体制については、対外的な説明が必要になるものと思われます。私自身は、さまざまな歴史的経緯を知るアコムグループの社長が、取締役会議長として監督権限を持つこと自体、むしろ高度なガバナンス機能を果たすことにつながるのではないかと考えています。一般論としては、監督のありようが、執行のありようを変えていく欧米型のモニタリングモデルを導入すべきという話になりますが、アコムグループの場合、他の多くの日本企業がそうであるように、執行のありようが、監督に影響を与えていく形がふさわしいと考えています。社会の流れを意識し、無理に欧米型のガバナンス体制にシフトしていくようなことをすれば、アコムグループの場合には、むしろ監督機能が動きにくくなる可能性があるのではないかと考えています。

私自身は情報開示委員会とリスク委員会の委員長を担っていますが、いずれの委員会も、多種多様な専門領域を持つ委員の方が揃っており、いつも非常に活発な議論が展開されています。コンプライアンスに対する意識の高さも先進的で、2007年には外部の有識者を招聘したコンプライアンス委員会が設置されています。予定調和で終わらせずに議論を尽くす考え方が根付いているのが、アコムグループのガバナンス・システムの持つ特長だと思っています。

## アコムの取締役会の実効性については、どのように評価されていますか？

**山下：**取締役会は、常に発言しやすい環境が整えられていると感じています。取締役会議長である木下政孝社長は、意思決定における取締役の発言を常に引き出そうと工夫を凝らしています。アコムグループの行動指針の中に「相手の意見は

遮らず、全てを聴きます」という文言があり、経営会議など、全ての会議においてこれが黄金律として徹底されています。取締役会も例外ではなく、各取締役が発する意見が遮られることなく伝えられることが、質の高い議論につながっていると思います。一般に日本企業の実効性では、事業に関する議案では執行側の取締役がアクセルを強く踏もうとする傾向があります。社外取締役である私自身の役割は、そのような状況になった場合は、経営陣・支配株主から独立した立場で、少数株主をはじめとするステークホルダーの意見を取締役に適切に反映させることであり、やや離れたところからの視点を意識し、必要に応じて、一方向に突き進むことを牽制するような発言をすることだと思っています。

取締役会の実効性については、毎年、取締役がアンケートに回答する形でモニタリングがなされています。私自身も付度なしにいろいろな指摘をさせていただきますが、こうした指摘については丁寧に検討され、改善がなされていると思います。

またアコムグループではDXへの取り組みが進み、スマートフォンによる取引が増えています。こうした取引を行っている人の多くは若年層です。取締役会でも、こうした若年層の生の声を聞くことが重要であり、取締役会に直接こうした情報が継続的に届く仕組みが作られることで、さらに深い議論が行われていくものと思っています。

**成瀬：**木下政孝社長は取締役会議長として、ファシリテーションにおいても、またコミュニケーションにおいても十分な能力を発揮されており、非常に強いリーダーシップをもって取締役会を引っ張っています。こうした手腕の発揮が、取締役会の実効性を高めており、企業価値の向上にも貢献していると思います。山下さんの話にもありましたが、全ての取締役の発言を促進することに心を砕いていることがよく分かります。

取締役会が多様性を持つことは重要です。今は不確実性が強まる時代だからこそ、それぞれの取締役は、自分自身の知見や経験を踏まえ、一つの事象をさまざまな角度から見て、それぞれの立場で発言し、さまざまな意見が出たうえで個別

## アコムグループは未来に向けて、どのような役割を果たすべきだと思いますか？

**山下：**日本の経済成長が減速している中で、30年後の日本が心配になることがあります。少なくとも、バブル時代に経験したような好景気が再び繰り返されるようなことはまずありません。今後の日本は、海外における成長を頼りにするのではなく、日本の中できちんと成長できる国になる必要があるということだと思います。円高が続いた時代には、生産拠点を海外に移転する動きが多く見られましたが、今日のような円安の時代であれば、再び経済を日本の中で回し、成長できるような時代が訪れるかもしれません。そのような時代が来れば、個人の消費や金融を支える金融会社であるアコムグループも、大きな事業機会を得ることができると思います。

アコムグループには、今の事業の延長線上でできることが沢山あると感じています。日本の将来、日本の経済成長、人々の豊かな生活に、アコムグループが、そして自分自身がどう貢献できるかを考え、明るい未来を描いてほしいと願っています。

**成瀬：**その通りですね。アコムグループが担う消費者金融の機能は、言ってみれば、日本の成長、経済の潤滑油的な役割であると言えます。消費を通じて、経済を回していくという機能は、今後ますます重要になってくると思います。私たち



案件の評価にあたるのが重要です。自分自身が心配に感じること、別の選択肢を提案することなどにより、提案者に気付きを与えるような発言を心がけるべきです。2024年6月からは、外国籍の女性取締役も加わり、取締役会の多様性が進むことは喜ばしいことです。

が企業理念に基づいて、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という役割を担っていくということは、これまで、またこれからも変わることはないと思います。

アコムグループでは、子会社としてGeNiE株式会社を設立し、エンベデッド・ファイナンスという新たな分野にも進出しています。加えて、デジタルライゼーションが進展する中で、さまざまなサービスを展開するための先行投資も積極的に行っています。

未来に向けた事業展開だけではありません。業界のトップランナーとして、金融教育にも力を注ぎ、金融業界全体のプレゼンスの向上にも取り組んでいます。加えて、新しいことを始めようとする人に光を当て、応援する「はじめたいこと、はじめよう！プロジェクト」など、事業活動とは直接的なつながりのない優れた文化活動にも取り組んでいます。

これからの時代、今では想像もつかないような社会が訪れ、新たな事業機会に巡り合うかもしれません。アコムグループは、持ち前の革新的な経営、革新的な開発力をもって消費者本位のサービス・商品を提供し、そのような時代にも、社会を支えていく存在であってほしいと思います。



# 役員一覧 (2024年6月24日現在)

## 取締役一覧



代表取締役会長  
**木下 盛好**  
経営全般総覧  
所有する当社株式の数  
3,507,260株

在任年数：41年

1973年 4月 丸紅株式会社入社  
1978年 4月 日本消費者金融株式会社入社  
1980年 12月 当社入社  
1983年 2月 当社取締役総務部長  
1984年 5月 当社取締役経理部長  
1986年 8月 当社常務取締役  
1988年 6月 当社常務取締役営業推進本部長  
1991年 10月 当社代表取締役専務  
1992年 10月 当社代表取締役専務  
ローン営業本部長  
1996年 10月 当社代表取締役副社長  
2000年 6月 当社代表取締役社長  
2003年 6月 当社社長執行役員  
2010年 6月 当社代表取締役社長兼会長  
2021年 6月 当社代表取締役会長(現任)



代表取締役副会長  
**成瀬 浩史**  
経営全般総覧補佐  
リスク委員会委員長  
情報開示委員会委員長  
監査部担当  
所有する当社株式の数  
0株

在任年数：3年

1981年 4月 三菱信託銀行株式会社入社  
2008年 6月 三菱UFJ信託銀行株式会社  
執行役員 受託財産企画部 役員付部長  
Mitsubishi UFJ Global Custody S.A  
取締役社長  
2010年 5月 三菱UFJ信託銀行株式会社  
執行役員 システム企画部長  
6月 株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ  
執行役員  
2011年 4月 三菱UFJトラストシステム株式会社  
代表取締役社長  
6月 三菱UFJ信託銀行株式会社 常務取締役  
2013年 6月 同社 専務取締役  
株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ  
常務執行役員  
2014年 6月 エム・ユー・トラスト・アップルプランニング  
株式会社 代表取締役社長  
2016年 6月 三菱UFJ信託銀行株式会社  
取締役副社長執行役員  
2018年 5月 株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ  
執行役専務  
2019年 4月 日本マスタートラスト信託銀行株式会社  
代表取締役社長  
2021年 4月 同社 顧問  
6月 当社代表取締役副会長(現任)



代表取締役社長  
**木下 政孝**  
指名・報酬委員会委員長  
所有する当社株式の数  
12,203,120株

在任年数：9年

2003年 4月 アビームコンサルティング株式会社入社  
2005年 9月 当社入社  
2009年 10月 当社審査本部部长  
2010年 1月 当社経営企画部部长  
4月 当社保証事業部部长  
2012年 4月 当社営業推進部部长  
2013年 4月 当社営業企画部長  
2014年 4月 当社執行役員営業企画部長  
6月 当社常務執行役員営業副本部長兼  
営業企画部長  
2015年 4月 当社常務執行役員営業副本部長  
6月 当社常務取締役  
当社常務執行役員営業本部長  
2016年 6月 当社常務執行役員  
2017年 6月 当社代表取締役副社長  
当社副社長執行役員  
2021年 6月 当社代表取締役社長(現任)  
当社社長執行役員(現任)



取締役(社外)  
**ダン ミッシェル**  
コンプライアンス委員会委員長  
所有する当社株式の数  
0株

新任

1997年 4月 財団法人関西消費者協会理事  
4月 帝塚山大学法政政策学部助教  
2005年 4月 同大学法政政策学部教授  
2007年 6月 NPO法人消費者ネットジャパン  
(じゃこネット) 理事長  
2010年 4月 帝塚山大学法政学部教授  
2013年 6月 公益財団法人関西消費者協会評議員  
株式会社インタセクト総合研究所取締役(現任)  
2018年 6月 大阪府生活協同組合連合会会長理事  
2022年 10月 一般社団法人エシカルビジネス研究所理事(現任)  
2024年 6月 当社取締役(現任)



取締役(社外)  
常勤監査等委員  
**山下 敏彦**  
所有する当社株式の数  
0株

在任年数：1年

1979年 4月 明治生命保険相互会社入社  
2004年 1月 明治安田アメリカ株式会社社長  
2006年 4月 明治安田生命保険相互会社不動産部長  
2008年 4月 同社運用企画部長  
4月 明治ドレスナー・アセットマネジメント株式会社取締役(非常勤)  
7月 明治安田生命保険相互会社執行役運用企画部長  
2010年 4月 同社執行役  
7月 同社常務執行役資産運用部門長  
2014年 4月 同社専務執行役資産運用部門長  
6月 株式会社山口銀行監査役(非常勤)  
6月 同社取締役監査等委員(非常勤)  
2015年 4月 明治安田生命保険相互会社執行役副社長資産運用部門長  
7月 同社取締役執行役副社長資産運用部門長  
2018年 6月 日本化薬株式会社監査役(非常勤)  
2019年 4月 明治安田生命保険相互会社取締役  
7月 明治安田アセットマネジメント株式会社代表取締役会長  
2023年 4月 明治安田生命保険相互会社常任顧問  
6月 当社取締役常勤監査等委員(現任)



取締役副社長  
**桐淵 高志**  
所有する当社株式の数  
16,300株

在任年数：4年

1982年 3月 当社入社  
2004年 4月 当社システム部部长  
2005年 7月 当社広報部部长  
10月 当社広報部長  
2011年 4月 当社財務第二部長  
2015年 4月 当社執行役員財務第二部長  
2017年 6月 当社執行役員経営企画部長  
2020年 6月 当社常務取締役  
当社常務執行役員システム統轄部長  
2021年 4月 当社常務執行役員システム本部長  
6月 当社専務取締役  
当社専務執行役員システム本部長  
2023年 6月 当社取締役副社長(現任)  
当社副社長執行役員システム本部長(現任)



専務取締役  
**内田 智視**  
所有する当社株式の数  
3,000株

在任年数：5年

1982年 10月 当社入社  
2003年 4月 当社第3営業部ゼネラルマネージャー  
2005年 10月 当社第2営業部ゼネラルマネージャー  
2007年 4月 当社営業管理部長  
12月 当社マーケティング部長  
2008年 10月 当社東日本支社長  
2011年 4月 当社営業推進部長  
2013年 4月 当社執行役員営業推進部長  
2015年 6月 当社常務執行役員営業副本部長・  
営業推進部長  
2016年 4月 当社常務執行役員営業副本部長  
6月 当社常務執行役員営業本部長  
2018年 6月 当社常務執行役員審査本部長・  
審査第一部長  
10月 当社常務執行役員審査本部長・  
審査第二部長  
2019年 6月 当社常務取締役  
2020年 4月 当社常務執行役員審査本部長  
2021年 6月 当社専務取締役(現任)  
当社専務執行役員審査本部長  
2022年 5月 GeNIE 株式会社取締役(現任)  
2024年 4月 当社専務執行役員(現任)



取締役  
**山本 忠司**  
所有する当社株式の数  
0株

在任年数：1年

1992年 4月 株式会社東京銀行入行  
2017年 5月 株式会社三菱東京UFJ銀行東アジア本部  
東アジア企画部副部长  
2018年 4月 株式会社三菱UFJ銀行東アジア本部  
東アジア企画部副部长  
5月 同行融資企画部長  
株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ  
融資企画部長  
6月 株式会社三菱UFJ銀行執行役員融資企画部長  
株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ  
執行役員融資企画部長  
2021年 4月 株式会社三菱UFJ銀行執行役員経営企画部長  
株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ  
執行役員経営企画部長  
2022年 4月 株式会社三菱UFJ銀行常務執行役員CSO  
(経営企画部(除く財務・資源運営兼海外事業  
兼会長行室)担当)兼CPM担当兼総務部担当  
株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ  
常務執行役員グループ Deputy CSO  
6月 株式会社三菱UFJ銀行取締役常務執行役員  
CSO(経営企画部(除く財務・資源運営兼  
海外事業兼会長行室)担当)兼CPM担当兼  
総務部担当  
2023年 4月 同行 取締役常務執行役員デジタルサービス  
部門長兼CDTO  
(デジタルサービス企画部担当)  
株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ  
執行役常務デジタルサービス事業本部長兼  
グループCDTO  
6月 当社取締役(現任)  
2024年 4月 株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ  
執行役常務リテール・デジタル事業本部長兼  
グループCDTO(現任)  
株式会社三菱UFJ銀行取締役常務執行役員  
リテール・デジタル部門長兼  
CDTO(デジタル戦略統括部担当)(現任)



取締役  
監査等委員  
**清岡 哲弘**  
所有する当社株式の数  
10,000株

新任

1990年 4月 全国共済農業協同組合連合会入会  
2006年 4月 当社入社  
2009年 10月 アイ・アール債権回収株式会社取締役経営管理部長  
2011年 4月 当社財務第二部長  
2013年 4月 当社経営企画部部長  
2014年 4月 当社財務第一部長  
2015年 6月 当社執行役員財務第一部長  
2017年 4月 当社執行役員(総務部特命担当)  
6月 当社執行役員総務部長  
2019年 4月 当社執行役員(経営企画部付特命担当)  
アイ・アール債権回収株式会社常務執行役員  
6月 同社代表取締役社長 同社社長執行役員  
2020年 4月 当社執行役員(審査本部付特命担当)  
2024年 4月 当社執行役員(債権管理部付特命担当)  
6月 当社取締役常勤監査等委員(現任)



取締役(社外)  
監査等委員  
**秋山 卓司**  
所有する当社株式の数  
0株

在任年数：3年

1982年 3月 等松青木監査法人(現 有限責任監査法人トーマツ)入所  
1986年 4月 公認会計士登録  
2018年 8月 有限責任監査法人トーマツ退所  
9月 公認会計士秋山卓司事務所代表(現任)  
2019年 2月 イワキ株式会社  
(現 アステナホールディングス株式会社)社外監査役(現任)  
2021年 6月 当社取締役監査等委員(現任)

\* タン ミッシェル、山下 敏彦、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おります。

## 執行役員一覧

社長執行役員	
<b>木下 政孝</b>	全業務執行統括
副社長執行役員	
<b>桐淵 高志</b>	全業務執行統括補佐 システム本部長 経営企画部、システム開発部、 システム運用部、システム企画室、 システム管理室担当
専務執行役員	
<b>内田 智視</b>	総務部、債権管理部、 債権管理コンプライアンス推進室担当
<b>小野寺 道人</b>	保証事業本部長 保証企画部、保証提携推進部担当
<b>吉羽 優志</b>	人事部、業務統括部担当

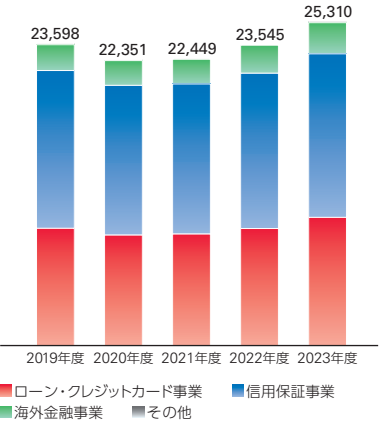
常務執行役員	
<b>黒田 大</b>	海外事業統括部、財務第二部担当
<b>木下 裕司</b>	営業本部長 営業推進部、 東日本営業部、西日本営業部、 営業コンプライアンス推進室担当 債権管理部、 債権管理コンプライアンス推進室副担当
<b>綱岡 正俊</b>	コンプライアンス・リスク統括部担当
<b>森下 和喜</b>	財務第一部、営業企画部担当

執行役員	
<b>柴田 秀彦</b>	東日本営業部長
<b>町田 雅彦</b>	監査部長
<b>横濱 等</b>	保証事業本部付(特命担当) エム・ユー信用保証株式会社社長
<b>野田 剛男</b>	海外事業統括部付(特命担当) EASY BUY Public Company Limited CEO
<b>脇川 泰</b>	人事部長
<b>木下 昭文</b>	財務第二部長
<b>森本 治</b>	経営企画部長
<b>中澤 知広</b>	システム開発部長
<b>栗田 昌之</b>	海外事業統括部長
<b>高見 真人</b>	海外事業統括部付(特命担当) ACOM CONSUMER FINANCE CORPORATION President

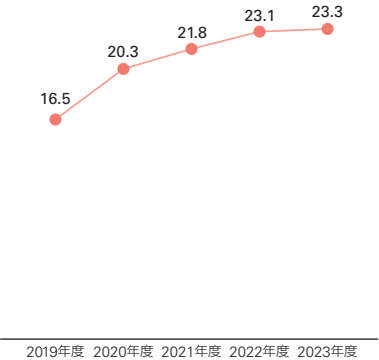


財務・非財務ハイライト

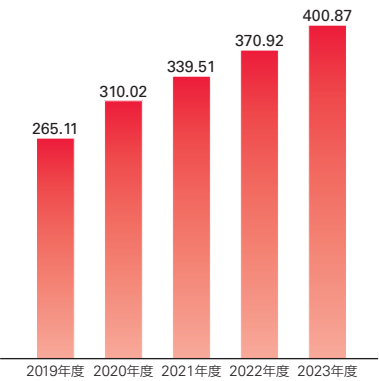
営業債権残高  
(億円)



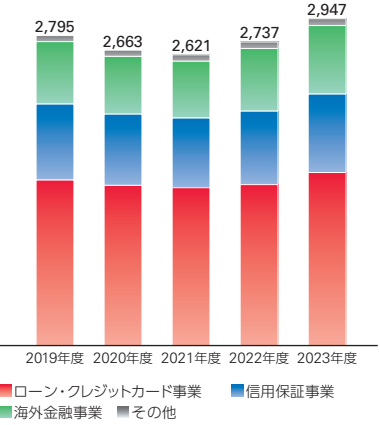
総資産に信用保証残高を含めた  
自己資本比率  
(%)



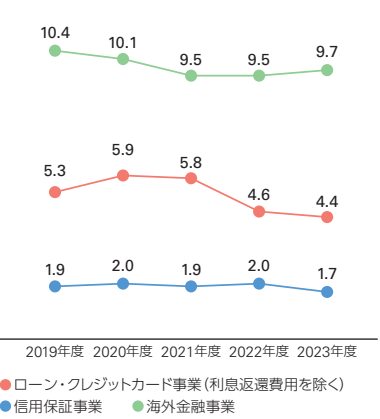
1株当たり純資産額(BPS)  
(円)



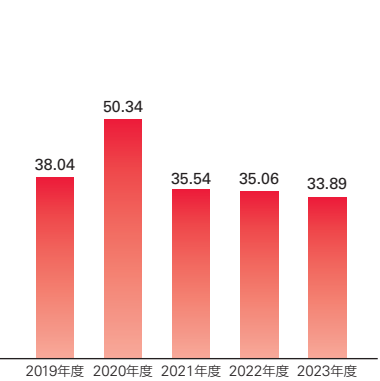
営業収益  
(億円)



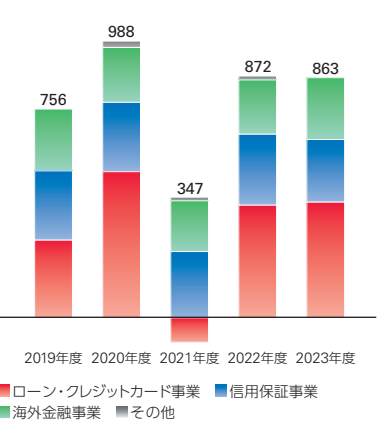
営業債権残高営業利益率  
(ROA)  
(%)



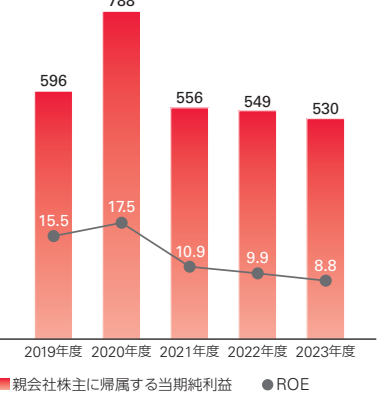
1株当たり当期純利益(EPS)  
(円)



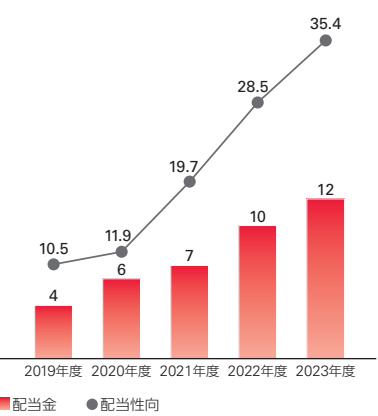
営業利益  
(億円)



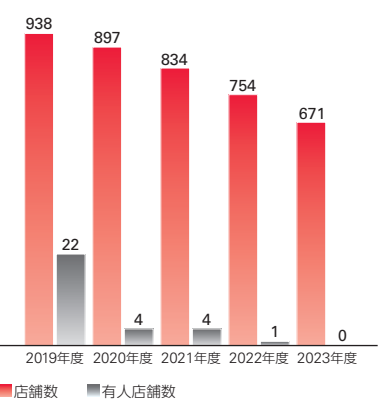
親会社株主に帰属する  
当期純利益／ROE  
(億円) (%)



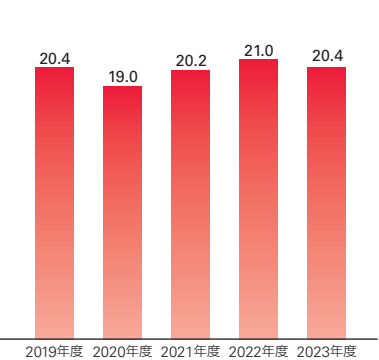
配当金／配当性向  
(円)



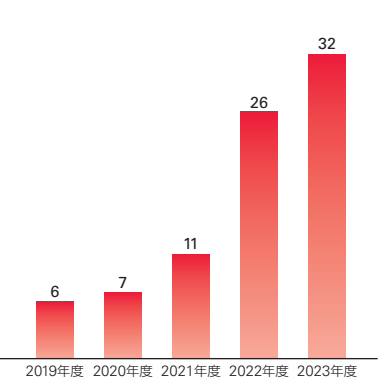
ローン事業店舗数  
(店)



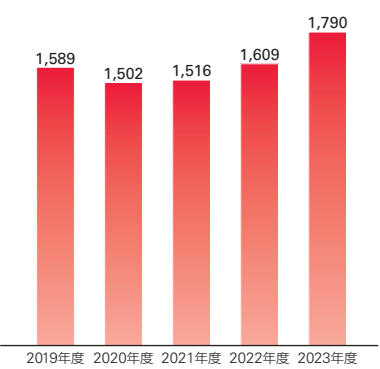
平均残業時間  
(時間)



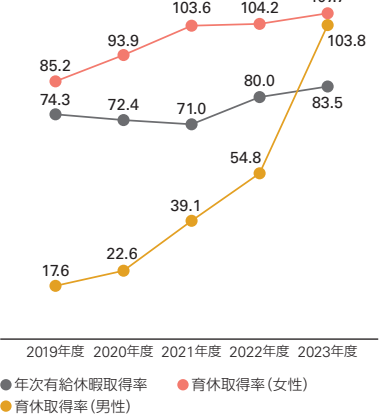
金銭教育実施回数  
(回)



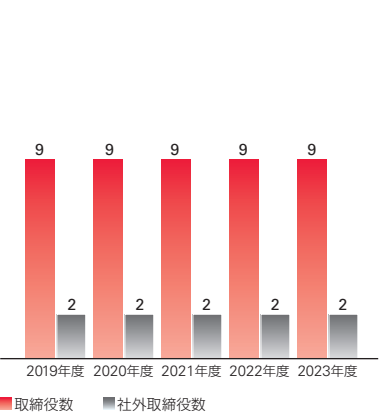
ローン事業利用者数  
(千件)



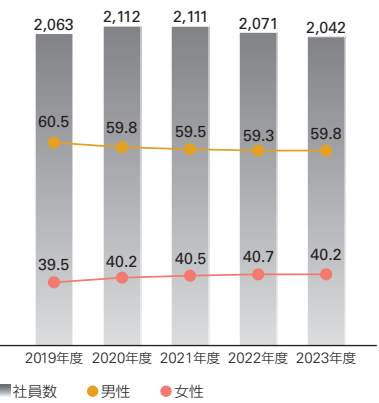
年次有給休暇取得率／  
育休取得率(女性・男性)  
(%)



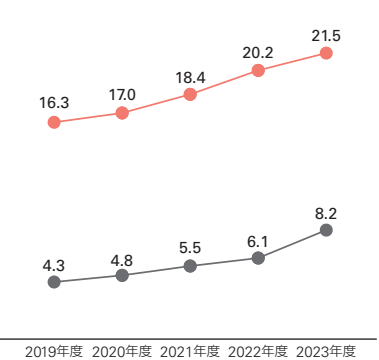
取締役数／社外取締役数  
(名)



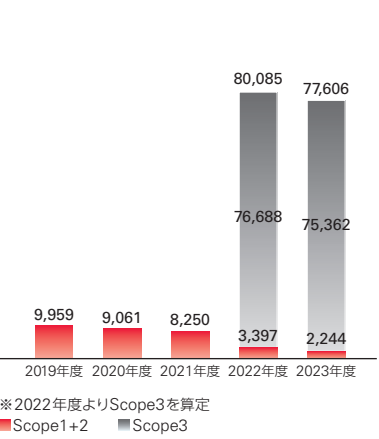
社員数(男女比率)  
(名)



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  
(%)



CO<sub>2</sub>排出量 (Scope1+2+3)  
(t-CO<sub>2</sub>)



※2022年度よりScope3を算定  
■Scope1+2 ■Scope3

11年間の主要財務・非財務データ

(百万円・%)

	2013年度	2014年度	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
連結業績サマリー											
営業収益	202,240	219,289	237,683	245,148	263,453	277,069	279,510	266,316	262,155	273,793	294,730
営業費用	187,906	205,215	222,166	315,315	182,511	219,461	203,873	167,419	227,376	186,506	208,383
営業利益	14,333	14,073	15,516	△70,166	80,942	57,607	75,636	98,896	34,779	87,287	86,347
ローン・クレジットカード事業	△3,323	△8,364	△11,841	△93,373	46,864	11,804	28,056	52,725	△8,879	40,686	41,771
信用保証事業	7,605	11,125	14,466	9,614	17,808	25,241	25,000	25,041	23,991	25,643	22,673
海外金融事業	9,411	10,156	11,138	12,640	15,478	19,802	22,394	19,879	18,347	19,681	22,374
親会社株主に帰属する当期純利益	10,632	12,864	14,598	△72,187	70,572	37,781	59,600	78,864	55,678	54,926	53,091
営業収益当期純利益率	5.3	5.9	6.1	△29.4	26.8	13.6	21.3	29.6	21.2	20.1	18.0
営業活動によるキャッシュ・フロー	△29,135	△38,249	△43,045	△37,451	△32,634	7,329	19,698	113,179	46,089	△1,318	△36,759
投資活動によるキャッシュ・フロー	△9,342	△5,155	△2,368	△2,858	△1,711	△1,165	6,214	△4,566	△4,032	△2,692	△6,178
財務活動によるキャッシュ・フロー	△21,392	13,503	6,589	58,863	21,259	△12,573	△24,339	△108,786	△50,162	△12,933	57,163
連結貸借対照表サマリー											
総資産	1,155,203	1,190,368	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
純資産	306,726	328,315	338,132	267,226	344,437	381,501	442,496	515,128	563,963	619,837	674,175
ローン・クレジットカード事業営業債権残高	743,473	768,735	794,982	822,916	855,811	885,081	915,883	862,839	871,118	914,533	1,001,325
信用保証残高	752,185	861,212	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
海外金融事業営業債権残高	163,427	195,472	192,068	191,845	221,107	227,387	201,524	193,709	192,784	219,473	243,277
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	15.4	15.2	15.0	10.6	13.0	14.2	16.5	20.3	21.8	23.1	23.3
1株当たり配当金(円)	—	—	—	—	1	2	4	6	7	10	12
配当性向	—	—	—	—	2.2	8.3	10.5	11.9	19.7	28.5	35.4
1株当たり純資産額(BPS)(円)	187.92	199.53	206.42	159.58	206.12	227.35	265.11	310.02	339.51	370.92	400.87
1株当たり当期純利益(EPS)(円)	6.79	8.21	9.32	△46.08	45.05	24.12	38.04	50.34	35.54	35.06	33.89
自己資本当期純利益率(ROE)	3.7	4.2	4.6	△25.2	24.6	11.1	15.5	17.5	10.9	9.9	8.8
総資産当期純利益率(ROA)	0.9	1.1	1.2	△6.0	5.6	2.9	4.6	6.3	4.5	4.3	3.9
ローン・クレジットカード事業	△0.5% (5.7%)	△1.1% (5.5%)	△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%)
信用保証事業	1.1%	1.3%	1.5%	0.9%	1.5%	2.0%	1.9%	2.0%	1.9%	2.0%	1.7%
海外金融事業	6.3%	5.7%	5.7%	6.6%	7.5%	8.8%	10.4%	10.1%	9.5%	9.5%	9.7%
株価純資産倍率(PBR)	1.76	2.09	2.75	2.79	2.30	1.74	1.66	1.66	0.94	0.86	1.00
株価収益率(PER)	48.60	50.79	60.84	△9.66	10.52	16.38	11.54	10.23	8.98	9.10	11.89
単体非財務指標											
従業員数	1,748	1,851	1,892	1,854	1,936	2,020	2,063	2,112	2,111	2,071	2,042
女性従業員比率	31.4	33.3	35.8	35.7	38.7	39.2	39.5	40.2	40.5	40.7	40.2
係長級以上に占める女性労働者の割合	9.9	10.4	11.3	12.1	13.8	15.1	16.3	17.0	18.4	20.2	21.5
平均勤続年数	15.3	15.0	14.8	15.2	14.9	14.4	14.8	14.8	15.0	15.3	15.5
自己都合退職率	—	—	—	—	—	3.6	3.0	2.9	3.0	3.5	3.3
障がい者雇用率	1.91	2.11	2.14	2.52	2.39	2.37	2.27	2.33	2.35	2.65	2.65
アコム“みる”コンサート物語 来場者数	9,173	9,765	11,042	10,771	8,839	9,611	9,519	—	930	7,357	8,017
金銭教育 受講者数	500	750	900	950	950	800	1,420	588	663	1,757	2,263
献血活動 参加者数	58	199	253	428	463	371	305	102	392	473	503
エネルギー使用量(合計)原油換算	7,972	7,383	7,130	6,883	6,359	5,731	5,097	4,807	4,457	4,440	3,360

注1：当社は2013年10月1日付で、普通株式1株につき10株の割合をもって分割する株式分割を実施いたしました。これに伴い、2013年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、「1株当たり純資産額」および「1株当たり当期純利益金額」を算出しております。

注2：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3：「『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月期に係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おります。

注4：「エネルギーの使用の合理化および非化石エネルギーへの転換等に関する法(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

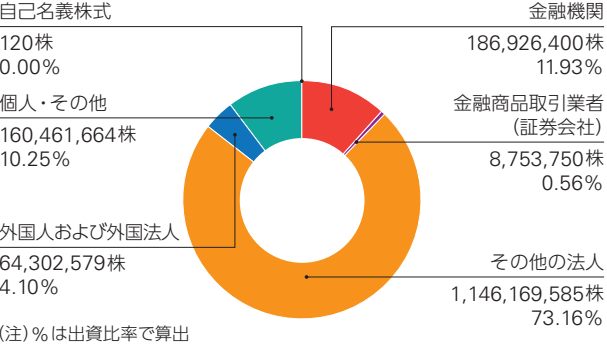
会社概要 (2024年3月31日時点)

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	2,042名(単体)、5,404名(連結)
登録番号	関東財務局長(14)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
主要取引機関	株式会社三菱UFJ銀行

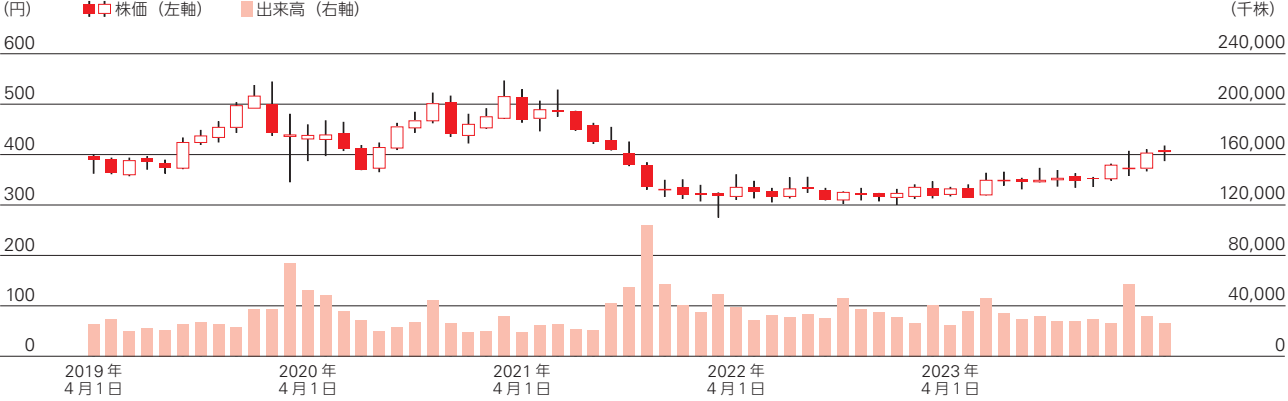
株式データ (2024年3月31日時点)

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	16,539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



株価推移



	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
年間最高値	544	546	529	360	409
年間最低値	346	366	276	301	315
株主総利回り(%)	112.15	132.91	85.06	87.59	111.85
(比較指標:配当込みTOPIX(%))	(90.50)	(128.63)	(131.18)	(138.81)	(196.19)

※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あります。

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
------	---

Webサイト 当社の詳細はWebサイトでご覧になれます。



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

大株主(上位10名)

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
株式会社三菱UFJ フィナンシャル・グループ	588,723	37.57
丸糸殖産株式会社	273,467	17.45
マルイト株式会社	125,533	8.01
日本マスタートラスト信託銀行 株式会社(信託口)	96,920	6.18
公益財団法人木下記念事業団	92,192	5.88
株式会社丸糸商店	38,733	2.47
三菱UFJ信託銀行株式会社	31,572	2.01
株式会社日本カストディ銀行 (信託口4)	27,352	1.74
アロア殖産合同会社	17,000	1.08
株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	13,819	0.88

(注) 1. 持株数は、千株未満の端数を切り捨てて表示しております。  
2. 持株比率は自己株式(120株)を控除して計算しております。

グループ企業

連結子会社 (2024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一丁目9番2号 住友不動産神田和泉町ビル6階		
U R L	<a href="https://www.mucg.co.jp/">https://www.mucg.co.jp/</a>		

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	東京都千代田区麹町三丁目4番地 トラスト麹町ビル	
U R L	<a href="https://www.irservicing.co.jp/">https://www.irservicing.co.jp/</a>	

GeNiE株式会社	
主 要 事 業	エンベデッド・ファイナンス事業
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四丁目3番5号 京橋宝町PREX4階
U R L	<a href="https://genie-ml.com/">https://genie-ml.com/</a>

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およ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
U R L	https://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	1,500百万フィリピンペソ（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
U R L	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	32百万マレーシアリング（アコム持分比率 100.00%）
所 在 地	D-07-06 & D-07-07, Menara Suezcap 1, KL Gateway No. 2, Jalan Kerinchi, Gerbang Kerinchi Lestari, Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan, Malaysia
U R L	<a href="https://acom.com.my/en">https://acom.com.my/en</a>

持分法適用関連会社 (2024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および人材派遣業等
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
U R L	<a href="https://mucc.co.jp/">https://mucc.co.jp/</a>

## 表紙について

### 【作品名／作者】

つながる拡がる信頼の輪／KOTO

### 【作品に対する想い】

さまざまな人がつながって輪になっている様子を描きました。信頼の輪がどんどん拡がるように描きました。カラフルで楽しい感じが伝わると嬉しいです。

### 【協力】



パラリンアートは「障がい者が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。

パラリンアートは、障がい者アーティストの作品（絵画・デザイン等）をさまざまな企画・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ひろ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/>

