

# 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。

事例

インターネットやスマホアプリから銀行振込による融資をお申し込みいただいた場合の融資金額を「1万円単位」から「1千円単位」へ変更

2021年10月にカードレス取引機能の実装に伴い、カードレス契約のお客さまが増加し、スマホアプリからの振込融資の利用が多く見られるようになりました。インターネットやスマホアプリから振込融資を申し込まれた場合、千円単位での貸付ができないという課題があり、実際にお客さまから「振込融資の受付金額が1万円単位のため使いづらい」といったお声が挙がりました。その声を基に、営業本部の社員が改善提案をおこない、2023年度より千円単位での融資が可能となりました。

## ● 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まいります。



## ● 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*1・CS改善提案カード*2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った時は、「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。

## 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。

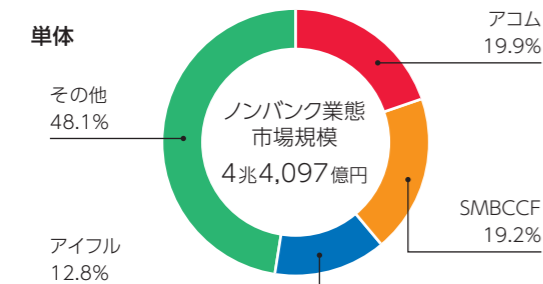
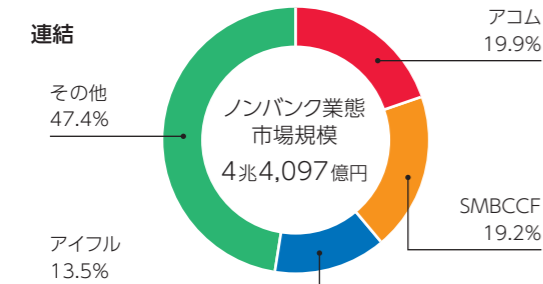
### 市場環境・見通し

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も、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)

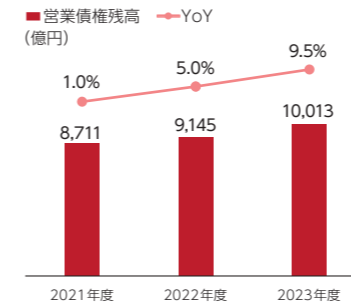
#### 目指すべき姿

- 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

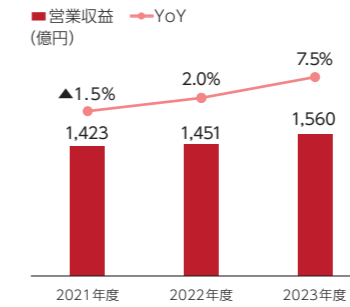
#### 中期重点テーマ

- 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

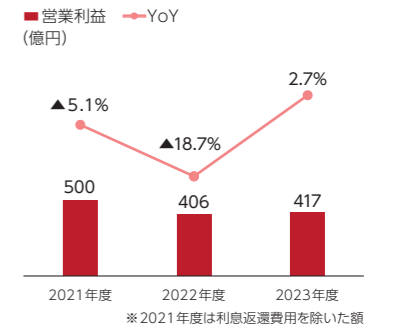
### 営業債権残高



### 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、「待ビッグ3」シリーズのCMや「はじめたいこと、はじめよう!プロジェクト」などを通じて「はじめたのAcom」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。

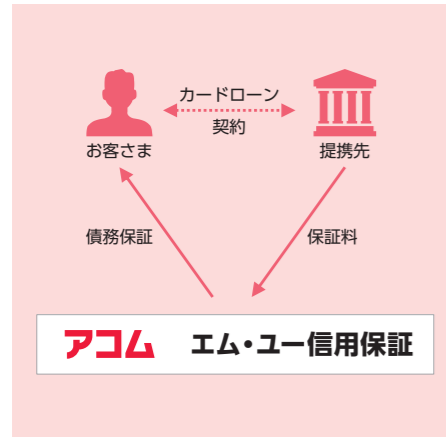
2023年3月末に有人店舗を全て閉鎖したことで、これまで以上にインターネットサービスの利便性や自己操作性を向上させる必要があります。そのため、バーチャルカード機能やスマホ決済の推進、Webサイト・スマホアプリの機能拡充を図るとともに、システム化やロボット化の推進も積極的に行います。そして、デジタルにより効率化できた

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。

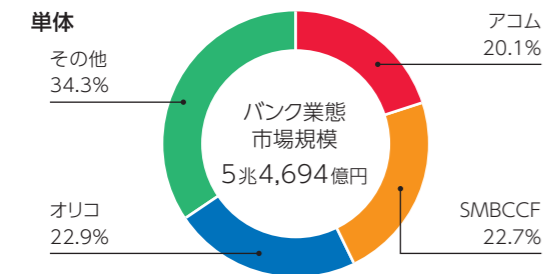
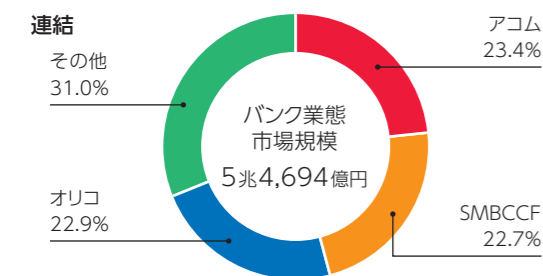
これまでローン事業で培ったノウハウを活用し、2001年5月にアコムが株式会社北海道銀行との最初の保証業務提携をスタートさせました。以降、株式会社三菱UFJ銀行、有力地方銀行およびインターネット専門銀行を中心に提携ネットワークを拡げています。地域経済は、少子高齢化、人口流出などのさまざまな課題を抱えています。各提携先と力を合わせてカードローン商品を成長させ、幅広い地域のお客さまのニーズにお応えすることで、地域経済の活性化に貢献しています。

### 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

### 強み

アコムグループの信用保証事業は、提携金融機関を原則1都道府県につき1行の有力地方銀行とすることを基本戦略としています。商圏のカニバリゼーションを防ぐとともに、各金融機関と緊密な提携関係を維持し、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の細やかなサポートを行っています。1行当たりの信用保証残高は200億円を超え、ほかの保証会社と比較してもアコムグループが突出しています。

加えて、アコムのローン事業のノウハウを持った社員が出向し、技術指導を実施する人的支援も行っており、約200名の社員が提携先のローン商品の営業推進に携わっています。テレマーケティングの指導や広告支援などにおいて、提携先から高い評価を得ています。

### 中期経営計画 (2022年度～2024年度)

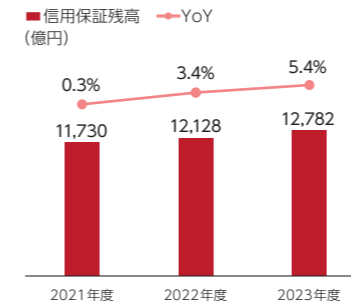
目指すべき姿

- アコムグループで培ったノウハウを活用し、提携金融機関の企業価値向上に貢献する保証会社を目指す

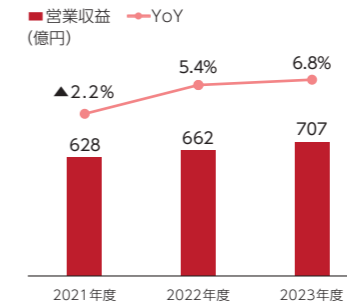
### 中期重点テーマ

- 金融機関との保証提携拡大・事業会社との保証提携実現
- 既存保証提携先との更なる連携強化

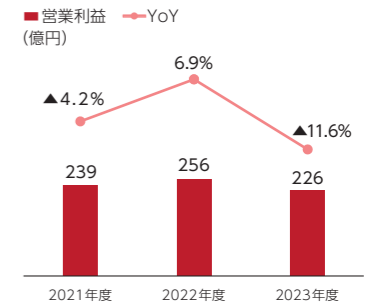
### 信用保証残高



### 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。

### 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。

### 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。

### 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

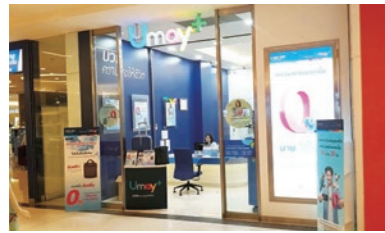
を惜しみなく提供していきます。

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。

## 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って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

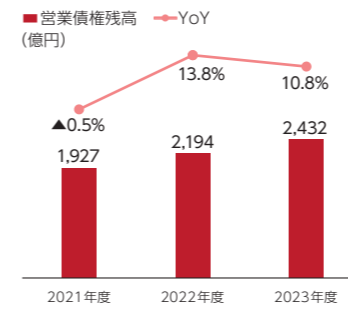
- 新たな国への進出実現
- 既存進出国での事業基盤拡充

**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

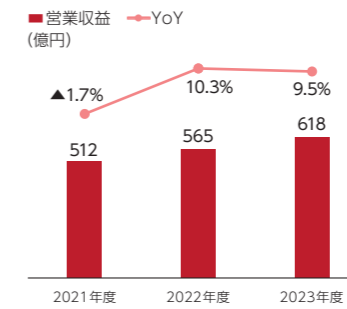
**マレーシア**  
ACOM (M) SDN. BHD.  
出資比率 100.0%  
設立年月 2021年7月  
主要事業 無担保ローン事業

営業債権残高 (円ベース)



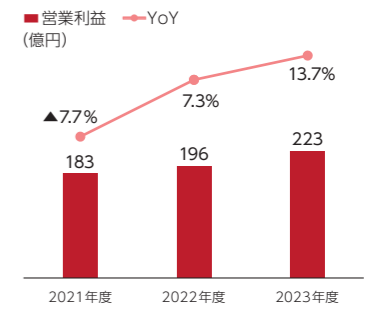
為替影響  
-5億円 +207億円 +189億円

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。

### 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。

### 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。

### 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。