

決算プレゼンテーション資料

2023年3月期



2023年5月11日

木下でございます。
日頃は、当社への温かいご支援とご理解を賜り、誠にありがとうございます。
また、本日はご多忙の中、当社の決算説明会にご参加いただき、厚く御礼申し上げます。

■ 免責事項

本資料の数値のうち、過去の事実以外の当社グループの計画、方針その他の記載にかかわるものは、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あります。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、実際の業績等は大きく異なる可能性があります。

また、利息返還請求の動向は、外部環境の変化等に影響を受けやすいことから特に不確実性が高く、その影響として利息返還損失引当金繰入額を計上する場合があります。

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。

■ 本資料における表記

L・C事業	ローン・クレジットカード事業
MUCG	エム・ユー信用保証
yoy	前年同期比または前期比
ytd	前期末比
(E)	見通し
EB, EASY BUY	EASY BUY Public Company Limited
ACF	ACOM CONSUMER FINANCE CORPORATION

■ 本資料に関するお問い合わせ

アコム株式会社 広報・IR室

☎ (03)6865-6474

✉ ir@acom.co.jp

01

2023年3月期 決算概要

経営環境	4
連結決算概要	5
配当状況	7
2023年3月期の振り返り	8
中期経営計画の進捗状況	9
2024年3月期 通期計画	16

02

2023年3月期 決算補足

ローン・クレジットカード事業	19
信用保証事業	24
海外金融事業	28
利息返還の状況	32
貸倒関連費用	34
金融費用	36

Appendix

市場規模の推移	39
2024年3月期 通期計画	41
利息返還の状況	42
借入れ行動に至った背景	45
新型コロナウイルス感染症の影響	46
ビジョン・中期方針	47
中期経営計画	49

プレゼンテーション資料3ページをご覧ください。
私からは、ご覧の項番1番、2023年3月期 決算概要について説明いたします。
項番2番の決算補足については、のちほど、広報・IR室長の岡本より説明いたします。
それでは、4ページをご覧ください。

国内

- 社会経済活動の正常化が進み、景気は持ち直しの傾向
- 国際情勢の緊迫や世界的な資源価格の高騰などもあり、物価上昇が個人消費へ与える影響については注視が必要
- ノンバンク業界においても、資金需要に持ち直しの動き

タイ王国

- 2022年10月に非常事態宣言が解除されるなど、新型コロナウイルス感染症の沈静化を背景に個人消費の拡大による景気持ち直しの動き
- インフレリスクは依然として存在し、景気動向については引き続き注視が必要

フィリピン共和国

- 経済活動規制の緩和が十分に進展したことで、ペントアップ需要が発現し、GDP成長率は高い水準を維持
- 食品・エネルギーの値上がりを受け、インフレ率は14年ぶりの高水準を記録
- インフレの昂進により個人消費の拡大が鈍化する懸念があり、注視が必要

はじめに、上段の国内の経営環境についてですが、新型コロナウイルス感染症への対策や各種政策により、社会経済活動の正常化が進み、景気は持ち直しの傾向が見られました。しかしながら、国際情勢の緊迫や世界的な資源価格の高騰などもあり、物価上昇が個人消費へ与える影響については、注視が必要です。黒丸3つ目のノンバンク業界においても、資金需要に持ち直しの動きが見られました。

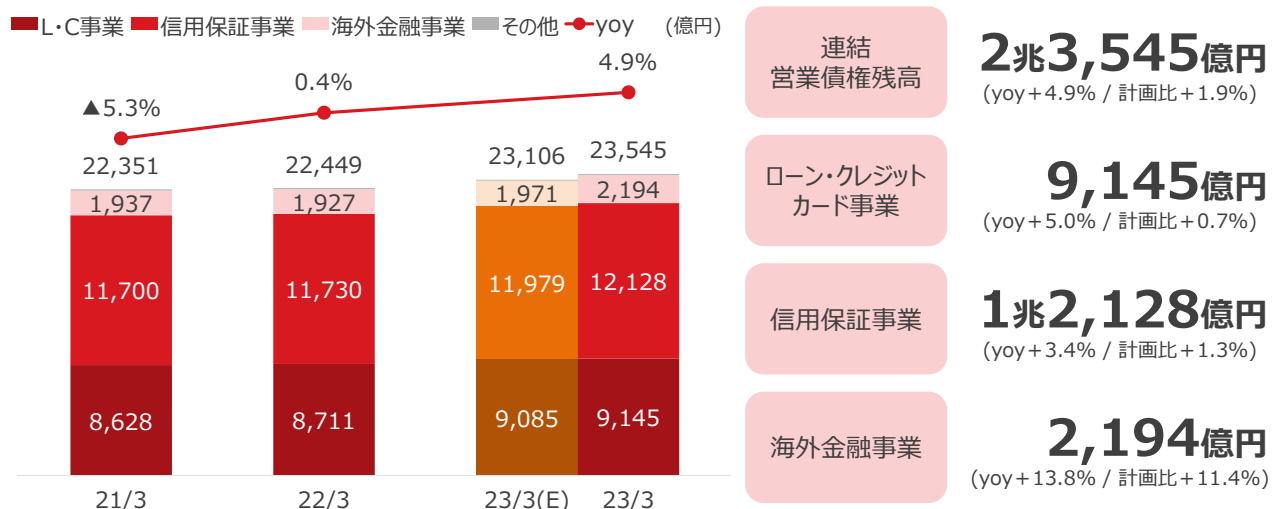
中段のタイ王国においては、2022年10月に非常事態宣言が解除されるなど、新型コロナウイルス感染症の沈静化を背景に、個人消費が拡大し、景気は持ち直しの動きが見られました。

下段のフィリピン共和国においても、経済活動規制の緩和が進んだことで、ペントアップ需要が発現し、GDP成長率は高い水準を維持しております。しかしながら、フィリピンのインフレ率は14年ぶりの高水準となっており、今後の個人消費に悪影響を及ぼす恐れがありますので、注視が必要です。

続きまして、決算概要について説明いたしますので、5ページをお願いします。

連結決算概要(業容)

- 国内事業の新規集客が好調だったことや、円安パーツ高の為替影響により、中核3事業すべてで計画を上回って着地
- 連結営業債権残高は前期比+4.9%、計画比+1.9%の2兆3,545億円



5

まず、右側の営業債権残高ですが、連結全体では、前期比4.9%増加の2兆3,545億円となり、中核3事業全てにおいて計画を上回って着地しました。この要因は2つあります。

1つ目は国内事業において、ローン・クレジットカード事業、信用保証事業ともに、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、新規のお客さまの獲得や既存のお客さまのご利用が好調に推移したこと、2つ目は円安パーツ高の為替影響を受け、残高が押し上げられたことです。国内事業で推進した各施策については、後ほど説明いたします。

営業債権残高を事業別に見ますと、ローン・クレジットカード事業は前期比5.0%増加の9,145億円、信用保証事業は3.4%増加の1兆2,128億円、海外金融事業は13.8%増加の2,194億円となりました。

連結決算概要(業績)

- 営業収益は、業容拡大に加え、円安の為替影響を受けたことから、前期比+4.4%の2,737億円
- 今期は利息返還費用が発生しなかったことから、営業利益は同+151.0%の872億円
- 法人税等調整額の増加を主因に、親会社株主に帰属する当期純利益は同▲1.4%の549億円

営業収益		営業利益	
連結	2,737億円 (yoy+4.4% 計画比+2.0%)	連結	872億円 (yoy+151.0% 計画比▲0.7%)
ローン・クレジットカード事業	1,451億円 (yoy+2.0% 計画比▲0.3%)	ローン・クレジットカード事業	406億円 (yoy -)
信用保証事業	662億円 (yoy+5.4% 計画比▲0.2%)	信用保証事業	256億円 (yoy+6.9%)
海外金融事業	565億円 (yoy+10.3% 計画比+11.1%)	海外金融事業	196億円 (yoy+7.3%)
		親会社株主に帰属する 当期純利益	549億円 (yoy▲1.4% 計画比▲12.0%)

6

6ページに移りまして、左側の営業収益は、業容拡大を主因に、連結全体で前期比4.4%増収の2,737億円となりました。

営業収益を事業別に見ますと、ローン・クレジットカード事業は、ローン、クレジットカードともに業容が拡大したことを主因に、前期比2.0%増収の1,451億円、信用保証事業は、業容拡大に加え、定期的な保証料率の見直しにより、5.4%増収の662億円、海外金融事業は、業容拡大に加え、円安の為替影響を受け、10.3%増収の565億円となりました。

続きまして、右側の営業利益は、今期は利息返還費用が発生しなかったことから、前期比151%増益の872億円となりました。

営業利益を事業別に見ますと、ローン・クレジットカード事業は、前期比495億円増益の406億円、信用保証事業は、6.9%増益の256億円、海外金融事業は7.3%増益の196億円となりました。

親会社株主に帰属する当期純利益は、法人税等調整額の増加を主因に前期比1.4%減益の549億円となりました。

7ページをお願いします。

財務健全性の維持向上と株主還元の拡充を図る

2025年3月期末に目指す姿



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

株主還元

- 期末配当は、予想通り5円*2とし、年間では10円
- 配当性向は28.5%

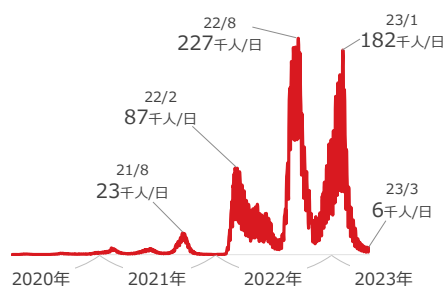
*1 連結総資産に信用保証残高を加算して算出した自己資本比率 *2 期末配当は、2023年6月開催予定の定時株主総会において承認されることが前提

7

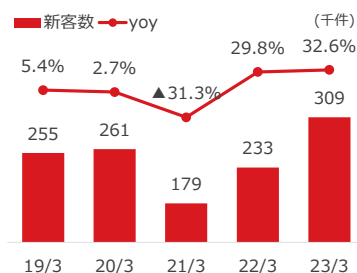
8ページをお願いします。

2023年3月期の振り返り

新規陽性者数*



新客数



新型コロナウイルスの沈静化に伴い、経済活動が再開され、資金需要が回復

新客数は年間26万件の計画に対して30万9千件と大幅に上回って着地

* 厚生労働省 新型コロナウイルス感染症について 新規陽性者数の推移(日別)

8

2023年3月期を振り返ります。

2020年より始まった新型コロナウイルス感染症は、ようやく収束に向かい、訪日外国人旅行者なども増え、景気は大きく回復しています。

左側是国内のコロナ新規陽性者数の推移ですが、2022年の8月には1日に23万人もの方が罹患しており、今では信じられない数字だと感じます。今週の始めには、新型コロナウイルスの感染症法上の分類が「2類相当」から「5類感染症」に変更されましたが、パンデミックの収束に伴い、さらに景気が上向くことを期待しています。

経済活動の再開に伴い、資金需要も回復しました。右側の新客数は、お客さまの資金ニーズを的確に捉えるとともに、後ほど説明します「申込フォームの改修」など、お客さまの利便性向上を推進した結果、年間で26万件という計画を立てておりましたが、それを大きく上回り、30万9千件で着地しました。年間で30万件をこえたのは、2006年3月期以来、実に17年ぶりのことになります。

今後も新規集客には注力してまいります。

9ページをお願いします。



中期経営計画(2023年3月期～2025年3月期)の進捗状況

— 中期経営計画のポイント —

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

全ての土台

- コンプライアンス・カルチャーの醸成

事業戦略

- パーセプション*の再構築によるブランド力向上
- 「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
- 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
- 新たな国への進出実現
- 既存進出国での事業基盤拡充
- 債権保全体制の最適化

機能戦略

- 環境変化に柔軟かつ迅速に対応できるシステム基盤の構築
- 採用・育成・定着の強化による人材基盤の確立
- ビジョン浸透による社員のエンゲージメント向上
- サステナビリティ推進に向けた体制強化・取り組み拡充
- リスク管理の高度化によるガバナンスの強化
- 業務効率化による生産性の高い業務環境の構築
- 調達手段の最適化による安定性維持・コスト効率向上

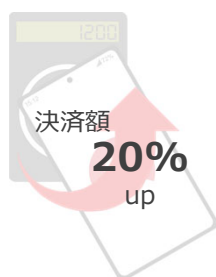
* パーセプションとは、消費者のイメージや購買決定要因となる企業やブランドの認識・認知、知覚

9

ここからは、2023年3月期を初年度とする中期経営計画の進捗状況について説明いたします。中期経営計画では、この3年間で「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、ご覧の16個の中期重点テーマに取り組んでおります。本日は赤字で記載している部分について、お話しします。10ページをお願いします。

スマホ決済

(Apple Pay®*1 / Google Pay™*2)



2022年4月にApple Pay®、5月にGoogle Pay™に対応、スマホ決済利用者は決済額が約20%上昇

申込フォーム変更



2023年2月末に新規入会の申込フォームを改修し申込完了率*3が3.2pt上昇

新規事業

(Embedded Finance)

GeNiE

国内子会社GeNiE株式会社のエンベデッド・ファイナンス事業はシステム開発の遅れなどにより計画を後ろ倒し

*1 Apple Pay®は、Apple Inc.の商標です。 *2 Google Pay™は、Google LLCの商標です。 *3 申込完了数÷申込フォーム到達数

10

はじめに、「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。

2022年4月にApple Pay®、5月にGoogle Pay™に対応し、プラスチック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、アコムがクレジットカードがご利用いただけるようになりました。「ピッ！」と買い物ができることで、お客さまには便利にご利用いただいております。スマホ決済の設定をしてくださったお客さまは、設定前後で決済額が約20%も上昇しました。今後も、この機能をお客さまに効果的に訴求し、さらなるクレジットカード事業の拡大につなげてまいります。

中央に移りまして、今年の2月には新規入会の申込フォームを変更しました。足元では、インターネット経由の新規申込は全体の90%を超えており、そのほとんどがスマートフォンでのお申し込みです。お申し込みの際に、少しでもお客さまの入力の手間やストレスを軽減できるよう、申込フォームを改修いたしました。これにより申込完了率は、3.2ポイント上昇しました。

右側の、エンベデッド・ファイナンス事業をおこなう予定の連結子会社GeNiEですが、システム開発の遅れなどにより計画が後ろ倒しになっております。ここが正念場であり、アコムの経営陣とGeNiEのメンバーが一丸となり、新規事業の実現に向け、鋭意努力してまいります。

11ページをお願いします。



LINE Credit

LINE Creditとの保証提携

2023年3月にLINE Credit株式会社と保証提携を開始

LINEの国内MAUは9,000万人を超え、圧倒的な顧客基盤が強み

LINE Credit以外の事業会社とも保証提携に向け交渉中

「事業会社との保証提携実現」については、今年の3月よりLINE Creditさんとの保証提携を開始しております。9,000万人を超えるLINEユーザーにアクセスできることがLINE Creditさんの強みであり、当社の強みである与信力で、事業拡大を後押しできると自負しております。個社の提携先ごとの残高や保証申請件数は公表しておりませんが、事前の想定を上回る保証申請をいただいております、順調に業容拡大していけるものと考えております。LINE Creditさん以外の事業会社とも保証提携できるよう、引き続き取り組んでまいります。12ページをお願いします。

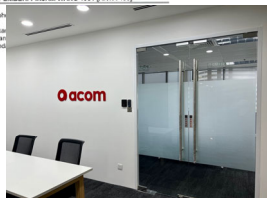


POS BERDAFTAR
Ruj. Kami : KPM/RS/SM/80761401 (2)
Tarikh : 6 Oktober 2022

PENGARAH
ACCM S&S SDN. BHD.
SUITE 2B-2-1, LEVEL 2, BLOCK 2B
PLAZA SENTRAL, JALAN STRESEN SENTRAL 5
55479 W.P. KUALA LUMPUR

Tuan,
SURAT KELULUSAN BERSYARAT - PERMOHONAN LISEN PEMBIRI PILJAM
WANG DI BAWAH AKTA PEMBIRI PILJAM WANG 1951 (AKTA 400)

Saya dengan ini mengemukakan
2. Butiran dimaklumkan
Kementerian Perdagangan dan
Industri dan juga mengemukakan
Seksyen 18, Akta 400.



マレーシア進出の進捗状況

2022年10月にマレーシア当局がマネーレンダー事業ライセンス申請を承認

2023年9月の事業開始に向け、オフィス設営、システム構築を実施中

その他アジア諸国についても調査活動を継続

既にアナウンスしておりますが、昨年10月にマレーシア当局からマネーレンダーライセンスの承認を受けました。9月の事業開始に向け、オフィスの設営やシステム開発をおこなっており、しっかりと準備を進めてまいります。

マレーシアでは、1店舗1ライセンスが必要ということもあり、集客や運営は主にインターネット上でおこなうことを想定しておりますが、そちらに必要なオンライン認可についても当局対応を実施しています。

今中計では、マレーシア以外にもう1ヶ国に進出することを目標としており、マレーシア以外のアジア諸国についても調査活動を継続しております。

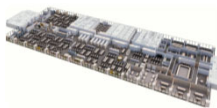
13ページをお願いします。

中期経営計画の進捗状況 | 人材基盤の確立・ビジョン浸透



ビジョン浸透プログラム

役員がファシリテーターを務め、各回20名程度に半日かけて実施(全社員対象)
ビジョンと日々の業務を紐づけ、エンゲージメントの向上を図る



本社移転

本社スタッフ約400名をワンフロアに集約(旧本社は2フロア、3ブロック)することで
コミュニケーションの活性化やイノベーションの誘発を期待
コラボラティブな(部分の総和以上のアウトプットができる)アコムを目指す



給与水準引上げ

2022年10月給与から3.5%のベースアップを実施
4月の定期昇給を含めて約5.2%の賃上げ

エンゲージメント レーティング*(格付)	21年8月	22年2月	22年8月	23年2月
	BBB	BBB	A	A

* 株式会社リンクアンドモチベーションによる調査結果

13

続きまして、「採用・育成・定着の強化による人材基盤の確立」と「ビジョン浸透による社員のエンゲージメント向上」です。

一緒に働く仲間がいて初めて事業が成り立つため、メンバーと会社の信頼関係が出来ている形で事業を進めることが重要だと認識しております。

上段の「ビジョン浸透プログラム」とは、役員がファシリテーターを務め、各回20名程度の社員と一緒に当社の「ビジョン」について考えるプログラムです。当社の「ビジョン」を社員1人ひとりが自分ごととして捉え、「日々の業務とビジョンの結びつけ」および「日々の行動における判断基準の明確化」によるエンゲージメントの向上を目指しております。

中段に移りまして、本日の説明会も汐留の新本社で実施しておりますが、昨年12月に本社を移転しました。旧本社は2フロア、3ブロックに分かれており、物理的な分断がコミュニケーションの分断につながっていました。新しいオフィスでは本社スタッフを1フロアに集約することで、自然とコミュニケーションが生まれ、イノベーションが起きることを期待しています。私自身もメンバーと顔を合わせる機会が増え、意思決定の迅速化にもつながっていると感じています。

下段の給与水準については、多くの企業がこの4月から賃上げに踏み切る中、当社は先駆けて昨年の10月に3.5%のベースアップを実施しました。4月の定期昇給と合わせると約5.2%の賃上げです。社員の功績に応じた給与の支給により、優秀な人材の確保、定着につなげていきます。

これらの施策を実施したことにより、エンゲージメントレーティングは高い水準を維持しています。14ページをお願いします。

中期経営計画の進捗状況 | 人材基盤の確立(外部評価)

新卒採用

マイナビ・日経 2024年卒大学生就職企業人気ランキング
業種別(クレジット・信販・リース・その他金融) 第3位

福利厚生

福利厚生表彰・認証制度
(ハタラクエール)で
2年連続で最上位の評価を獲得



従業員エンゲージメント

ベストモチベーションカンパニーアワード2023
大手企業部門(2,000名以上) 第4位



健康経営

経済産業省と日本健康会議が
共同で選定する健康経営優良法人に
2年連続で認定

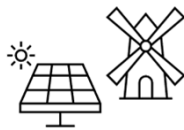


14

人事施策では、いくつかの外部評価もいただいております。

左上、新卒採用については、マイナビと日本経済新聞社が共同で実施した「大学生就職企業人気ランキング」で、2024年卒では業種別で第3位となりました。左下、従業員エンゲージメントは、大企業部門で4位、右上、福利厚生では、ハタラクエールという表彰・認証制度で2年連続最上位の評価をいただきました。右下、健康経営も2年連続の認定を受けました。

15ページをお願いします。



環境に配慮した企業活動の推進

2022年6月に自社で契約している電力を100%再生エネルギーに切り替え
9月に過去5年分のアコム単体のCO₂排出量(Scope1, 2)を公表
2030年までに自社GHG排出量ネットゼロを目指す



ESG経営支援ローン契約

MUFG ESG評価において「特に進んでいる」との評価であるAランクを取得
株式会社三菱UFJ銀行が提供するESG評価型融資商品である
「ESG 経営支援ローン」を契約

「サステナビリティ推進に向けた体制強化・取り組み拡充」としては、昨年4月に経営企画部の下部機構として「サステナビリティ推進室」を新設し、体制の強化を図りました。

環境面では、昨年6月に自社契約分の電力を再エネ化しました。また、9月には過去5年分のCO₂排出量を公表しております。CO₂排出量については、2030年までにScope1, 2のネットゼロを目指しており、今後も排出量削減に取り組んでまいります。

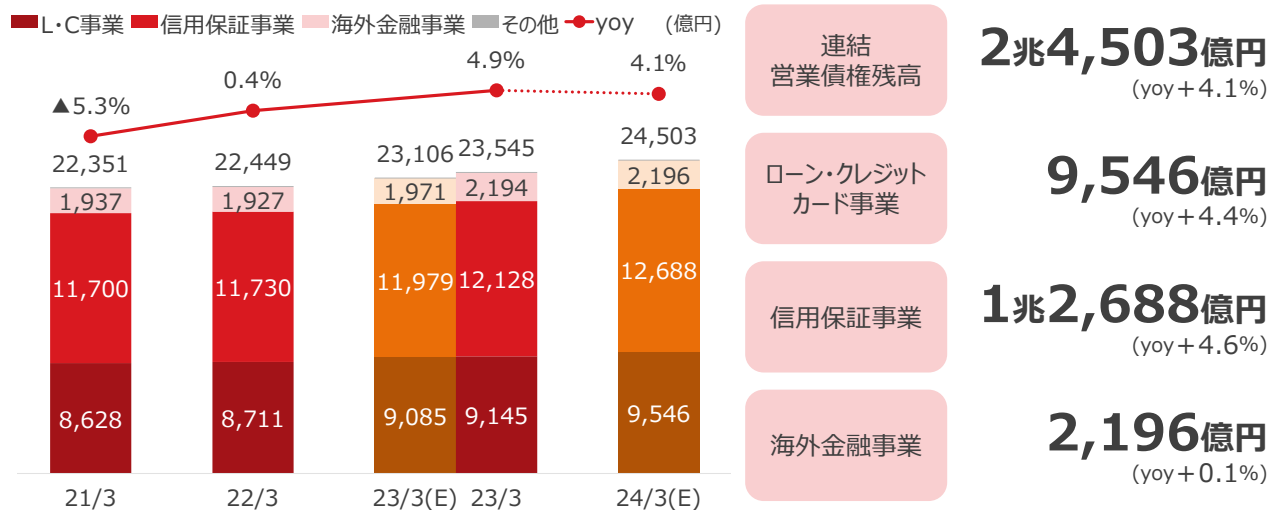
サステナビリティへの取り組みが、MUFG ESG評価において「特に進んでいる」との評価である「Aランク」と位置付けられました。これにより、三菱UFJ銀行が提供する「ESG経営支援ローン」を契約できました。

サステナビリティ、ESGへの取り組みは、今後よりいっそう社会からの要請も強まるものと認識しておりますので、引き続き取り組み内容の拡充に努めてまいります。

最後に、2024年3月期の計画について説明いたしますので、16ページをお願いいたします。

2024年3月期 通期計画(業容)

- 国内事業は、リベンジ消費による活発な資金需要が第2四半期まで継続し、第3四半期以降はコロナ禍前の水準に徐々に戻っていくことを前提に計画策定
- 海外金融事業は、タイ王国における新型コロナウイルス感染症に対する顧客支援策が撤廃されたことから、ほぼ横ばいの計画



16

まず、右側の営業債権残高ですが、連結全体では前期比4.1%増加の2兆4,503億円を目指します。

事業別に見ますと、ローン・クレジットカード事業では、リベンジ消費による活発な資金需要が第2四半期まで続き、第3四半期以降はコロナ禍前の水準に徐々に戻っていくと想定し、前期比4.4%増加の9,546億円、信用保証事業も同様に、4.6%増加の1兆2,688億円、海外金融事業については、タイ王国において、新型コロナウイルス感染症に対する顧客支援措置が撤廃されたことから、前期並みの2,196億円を計画しております。

17ページをお願いします。

2024年3月期 通期計画(業績)

- 営業収益は、業容拡大を主因に前期比 + 3.8%の2,843億円を計画
- 営業利益は、同 + 3.6%の904億円を計画
- 親会社株主に帰属する当期純利益は同 + 5.4%の579億円の見込み

	営業収益	営業利益	配当金
連結	2,843億円 (yoy + 3.8%)	904億円 (yoy + 3.6%)	中間：6円 期末：6円 } 年間 12円
ローン・クレジットカード事業	1,518億円 (yoy + 4.6%)		
信用保証事業	702億円 (yoy + 5.9%)	親会社株主に帰属する 当期純利益	配当性向
海外金融事業	569億円 (yoy + 0.6%)	579億円 (yoy + 5.4%)	32.5%

17

続きまして、左側の営業収益ですが、業容拡大を主因に連結全体で前期比3.8%増収の2,843億円を目指します。

営業収益を事業別に見ますと、ローン・クレジットカード事業が前期比4.6%増収の1,518億円、信用保証事業が業容拡大に加え、保証料率の上昇を見込んでいることから、5.9%増収の702億円、海外金融事業が0.6%増収の569億円を計画しております。

中央の営業利益については、増収を見込んでいることから、前期比3.6%増益の904億円、親会社株主に帰属する当期純利益は、5.4%増益の579億円を計画しております。

右側の配当については、増収・増益を見込んでいること、自己資本は、中計最終年度の目標としている自己資本比率25%に向けて順調に積み上がる見込みであることなどを総合的に勘案し、中間6円、期末6円の年間12円とし、配当性向は32.5%となる見込みです。

今後も、中核3事業の安定成長を目指すとともに、中期経営計画の達成に向けて、邁進してまいります。皆さまの変わらぬ「ご支援」「ご指導」を賜りますことをお願いして、私からの説明を終了いたします。ご清聴、ありがとうございました。

2023年3月期 決算補足

広報・IR室の岡本でございます。

私からは、15分程度のお時間を頂き、決算の補足としまして、ローン・クレジットカード事業の概況、信用保証事業の概況、海外金融事業の概況、利息返還請求関連、貸倒関連費用、最後に金融費用について、説明いたします。

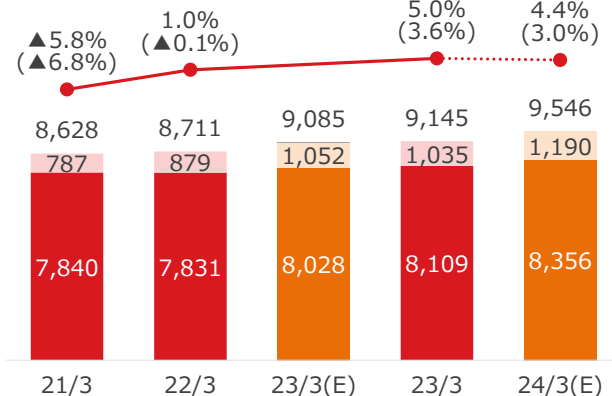
それでは、プレゼンテーション資料19ページをお願いします。

ローン・クレジットカード事業 | 業容

- 新規集客が奏功し、営業債権残高は前期比+5.0%の9,145億円
- 利用者数は同+6.2%の1,609千件

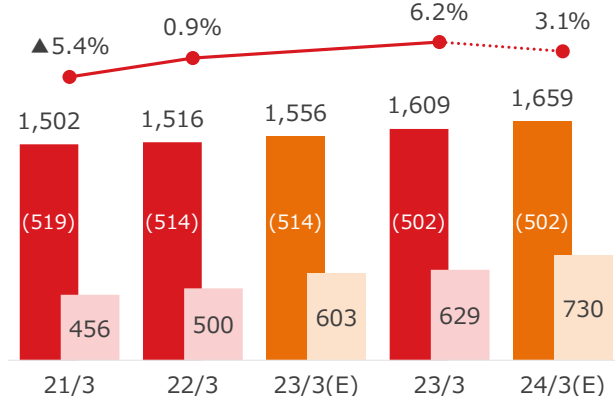
■ 営業債権残高

■ ローン ■ クレジットカード ■ その他 ● yoy (億円、()内はローン)



■ 利用者数*

■ ローン ■ クレジットカード ● yoy (千件、()内は貸付単価(千円))



* クレジットカード事業の利用者数は、有効会員数

19

はじめに、ローン・クレジットカード事業について説明いたします。2023年3月期においては、デジタル化およびキャッシュレスニーズの高まりを的確に捉え、Apple Pay®、Google Pay™への対応や申込フォームの改修など、お客さまの利便性向上を図りました。加えて、政府主導の各種施策などにより、レジャー、旅行、外食などの資金需要がコロナ禍前の状況に戻り、新客数も好調に推移しました。

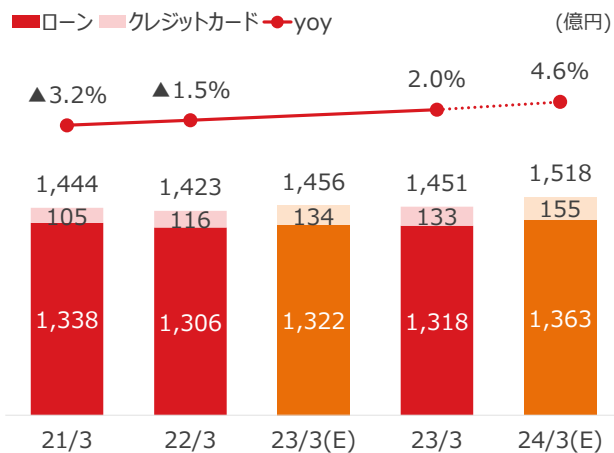
その結果、左側の営業債権残高は、ローン残高は8,109億円、クレジットカード残高は1,035億円、合計で前期比5.0%増加の9,145億円となりました。

20ページをお願いします。

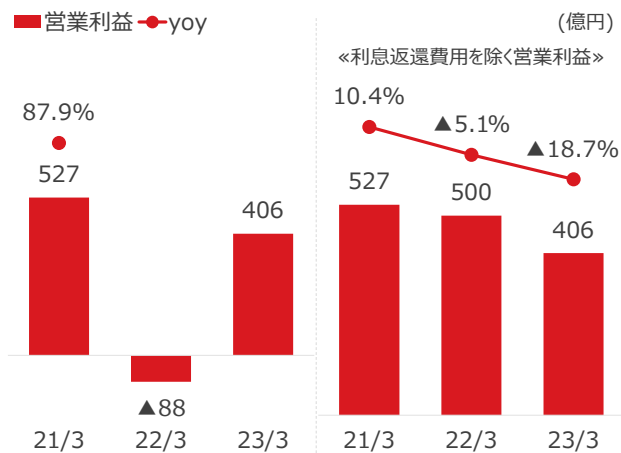
ローン・クレジットカード事業 | 業績

- 営業収益は前期比 + 2.0%の1,451億円
- 今期は利息返還費用が発生しなかったことから、営業利益は406億円

■ 営業収益



■ 営業利益



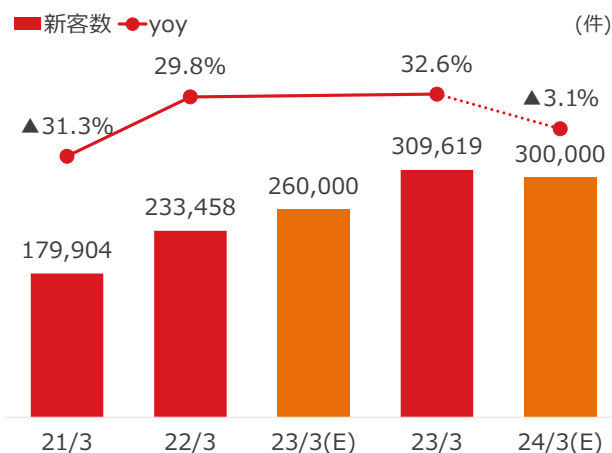
20

左側の営業収益は、営業債権残高が順調に拡大したことから、前期比2.0%増収の1,451億円、その右側の営業利益は、前期に実施した利息返還損失引当金への追加繰入れが今期は発生しなかったことから、406億円となりました。
21ページをお願いします。

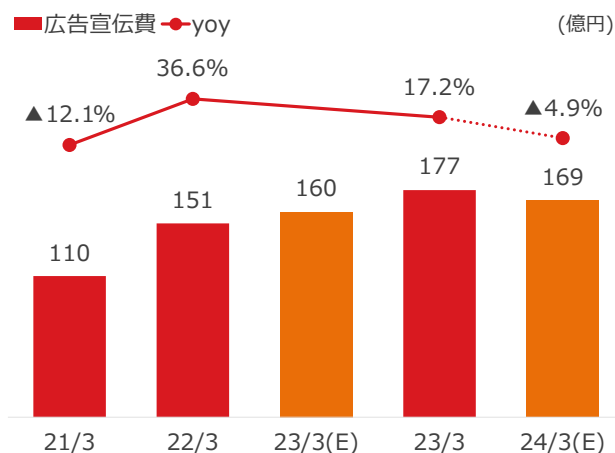
ローン・クレジットカード事業 | 新客数

- 資金需要が回復したことや、積極的に広告展開をおこなったことから、新客数は前期比+32.6%の309,619件
- 2024年3月期は、リベンジ消費による活発な資金需要が第2四半期まで継続し、第3四半期以降はコロナ禍前の水準に徐々に戻っていくことを前提に、30万件を計画

■ 新客数(無担保)



■ 広告宣伝費(アコム)



21

左側の新客数は、資金需要の回復に合わせて、広告宣伝を積極的に行ったことから、前期比32.6%増加の30万9,619件となりました。コロナ禍前を上回る新客数となり、計画である26万件を大きく上回ることができました。2024年3月期は、リベンジ消費などによる資金需要の活発な状況が第2四半期まで継続し、第3四半期以降はコロナ禍前の新客数の状況に徐々に戻ることを想定し、年間で30万件の新客数の獲得を計画しております。

右側の広告宣伝費は、前期比17.2%増加の177億円となりました。この要因は、2つあります。1つ目は新規獲得単価の高いインターネットからの新規のお客さまが計画を上回って獲得できたこと、2つ目はインターネット経由の申込比率が想定を上回ったことです。

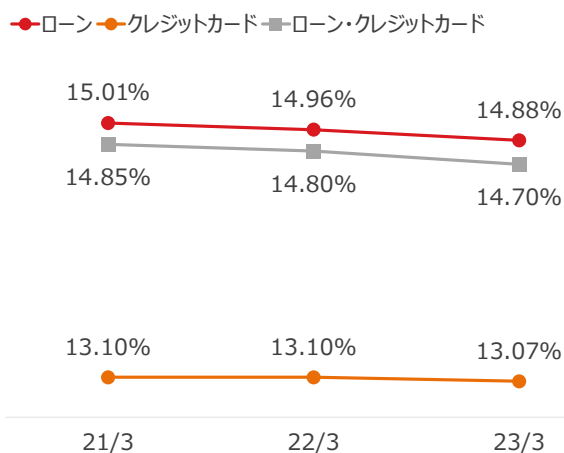
2024年3月期の広告宣伝費は、リベンジ消費などによる資金需要が落ち着くことで新客数の減少を見込んでいることや、インターネット広告を中心に新規獲得単価の改善に継続的に取り組むことで、前期比4.9%減少の169億円を計画しています。

22ページをお願いします。

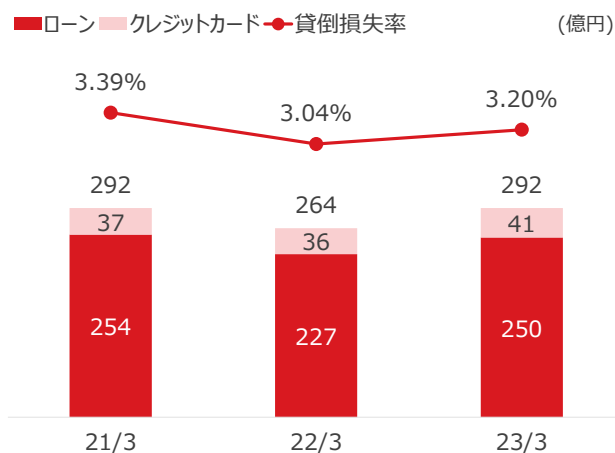
ローン・クレジットカード事業 | 利回り・貸倒損失

- ローン・クレジットカード事業の期中平均利回りは、前期比▲10bpsの14.70%
- 貸倒損失率は、業容拡大を主因に同+16bpsの3.20%

■ 期中平均利回り*1



■ 貸倒損失額・損失率*2



*1 クレジットカードにおける利回りはリボルビング残高と手数料より算出 *2 貸倒損失額および損失率は利息返還請求に起因する債権放棄分を除く

22

左側の期中平均利回りは、ローン・クレジットカード事業全体では10bps低下の14.70%となりました。期中平均利回りが低下した要因は、弁護士仲介や長期に亘りご延滞されているお客さまからの長期分割返済のご要望にお応えしたことです。今後のローンの期中平均利回りについては、金利18%が中心となる新規のお客さまを約31万件獲得できたことから、15%に向かって徐々に上昇していくと考えています。

右側の貸倒損失率は、前期比16bps上昇の3.20%、貸倒損失額は28億円増加の292億円となりました。前期においては資金需要が低位で推移し手元に残った資金を返済に回されたお客さまが多くいらっしゃったことで、貸倒抑制につながっていました。今期においては、コロナ禍前を超える新規のお客さまを獲得していることから、取引期間の短いお客さまの構成比が上昇しており、貸倒損失額はコロナ禍前の水準に徐々に戻っている状況です。

今後も引き続き、貸倒損失額は増加基調で推移すると想定しておりますが、後ほど説明する通り債権内容は安定していることから、問題ないと考えております。

23ページをお願いします。

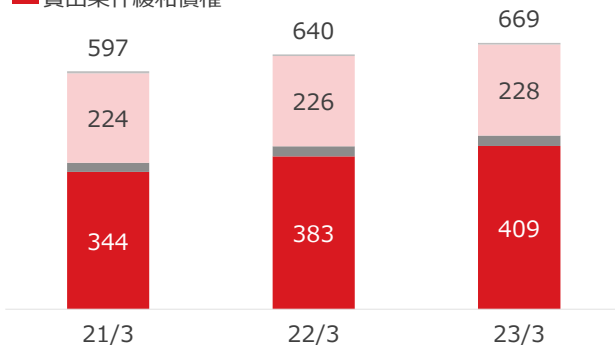
ローン事業 | 不良債権

- 貸倒発生率が低い貸出条件緩和債権の増加を主因に不良債権は669億円

■ 不良債権

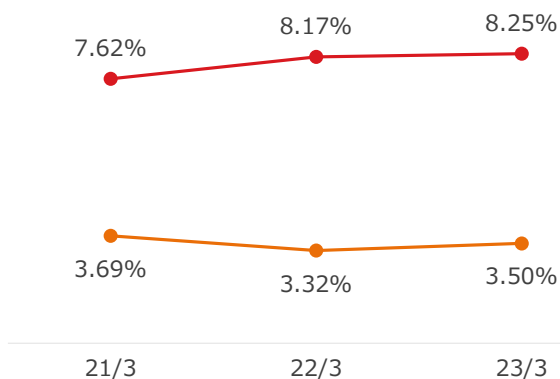
■ 破産更生債権及びこれらに準ずる債権
 ■ 危険債権
 ■ 三月以上延滞債権
 ■ 貸出条件緩和債権

(億円)



■ 不良債権比率・ローン貸倒損失率*

● 不良債権比率 ● ローン貸倒損失率



* 貸倒損失率は、利息返還請求に起因する債権放棄分を含む

23

左側の不良債権残高は前期比29億円増加の669億円、右側赤色の折れ線グラフの不良債権比率は8bps上昇の8.25%となりました。

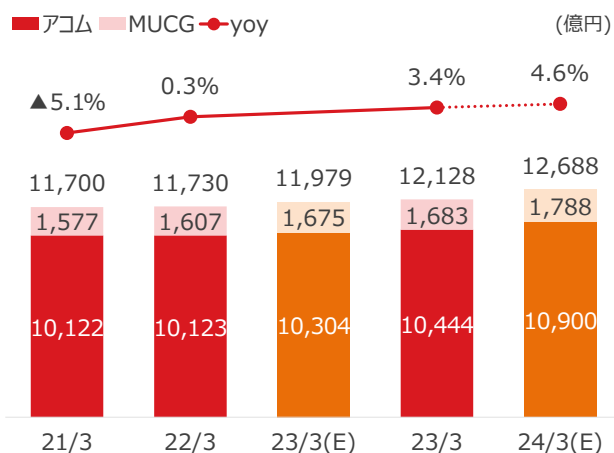
不良債権残高が増加した要因は、弁護士仲介や長期に亘りご延滞されているお客さまからの長期分割返済のご要望にお応えしたことで、3ヵ月以上延滞債権等から貸出条件緩和債権に移行したことです。貸出条件緩和債権は貸倒発生率が低く、今後の貸倒抑制に繋がることから、債権内容は安定していると考えています。

24ページをお願いします。

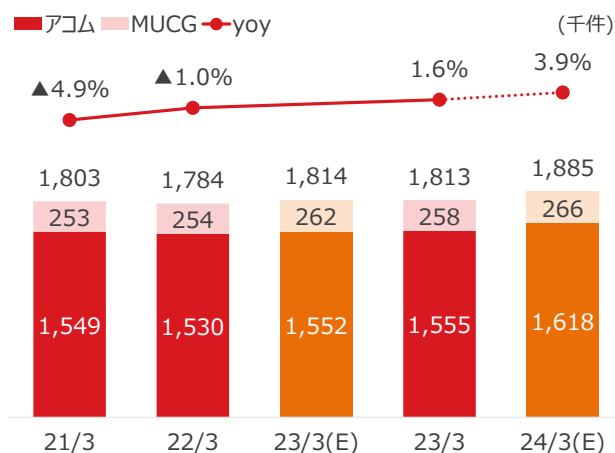
信用保証事業 | 業容

- 共通の広告素材を複数の提携先で使用する共同広告を活用するなど、提携先の新規集客に注力し、信用保証残高は前期比+3.4%の1兆2,128億円
- 利用者数は同+1.6%の1,813千件

信用保証残高



利用者数



24

続いて、信用保証事業について説明いたします。2023年3月期においては、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、新規集客拡大を目的に共同広告を実施しました。また、政府主導の各種施策などにより、レジャー、旅行、外食などの資金需要がコロナ禍前の状況に戻り、新客数も好調に推移しました。

その結果、左側の信用保証残高は、アコム1兆444億円、エム・ユー信用保証1,683億円、合計で前期比3.4%増加の1兆2,128億円となりました。

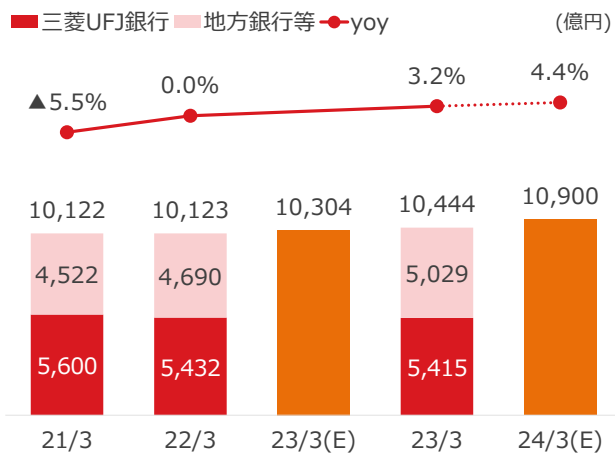
次のページはアコム単体について記載していますので、後ほどご確認ください。

26ページをお願いします。

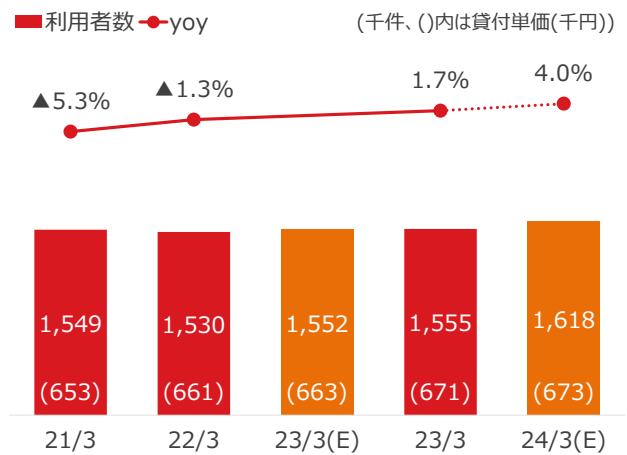
信用保証事業 | 業容(アコム)

- アコム単体の信用保証残高は前期比+3.2%の1兆444億円、利用者数は同+1.7%の1,555千件

■ 信用保証残高



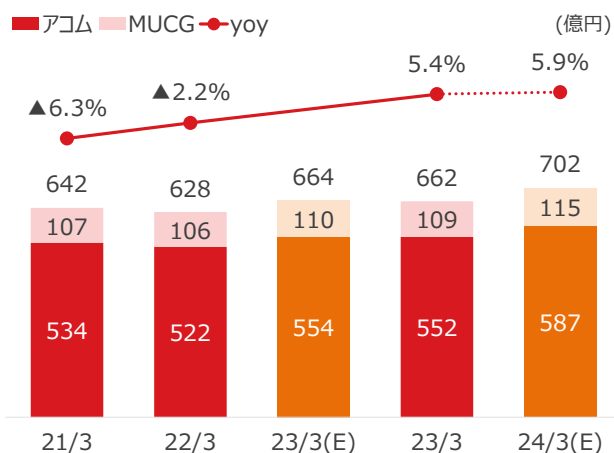
■ 利用者数



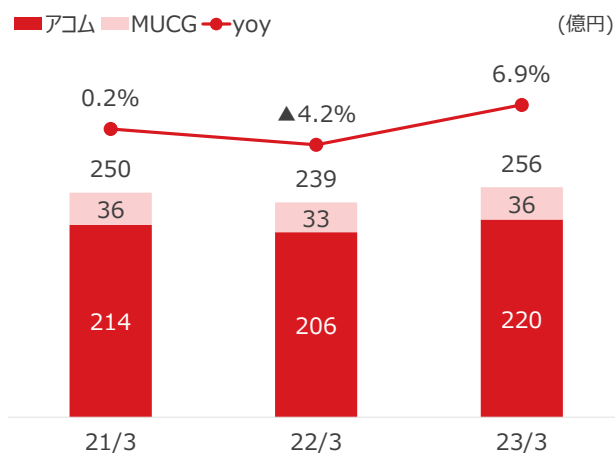
信用保証事業 | 業績

- 営業収益は、業容拡大に加え、保証料率の定期的な見直しにより、前期比 + 5.4%の662億円
- 営業利益は、増収を主因に、同 + 6.9%の256億円

■ 営業収益



■ 営業利益



26

左側の営業収益は、アコム552億円、エム・ユー信用保証109億円、合計で前期比5.4%増収の662億円となりました。この要因は、業容拡大に加えて、定期的な見直しにより保証料率が上昇したことです。

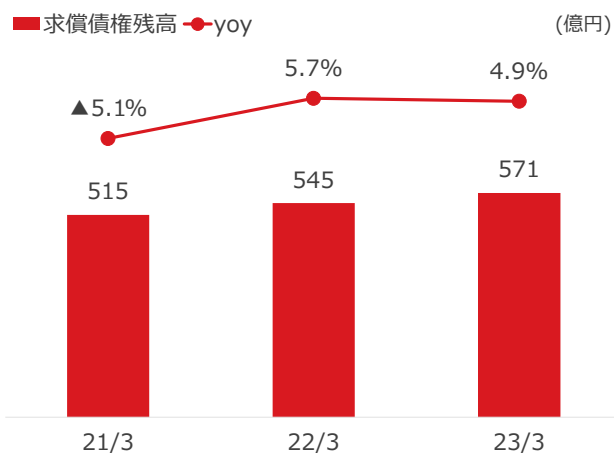
右側の営業利益は、前期比6.9%増益の256億円となりました。

続きまして、求償債権と貸倒損失について説明しますので、27ページをお願いします。

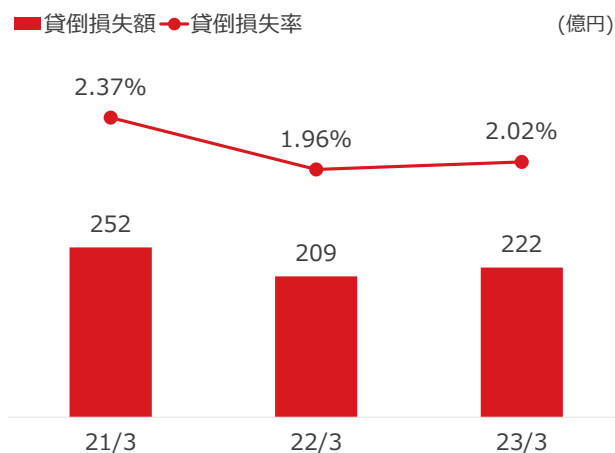
信用保証事業 | 求償債権・貸倒損失(アコム)

- 求償債権は、業容拡大を主因に、前期比+4.9%の571億円
- 貸倒損失率は同+6bpsの2.02%

■ 求償債権残高*



■ 貸倒損失額・損失率



* 求償債権残高とは、保証履行未償却債権残高

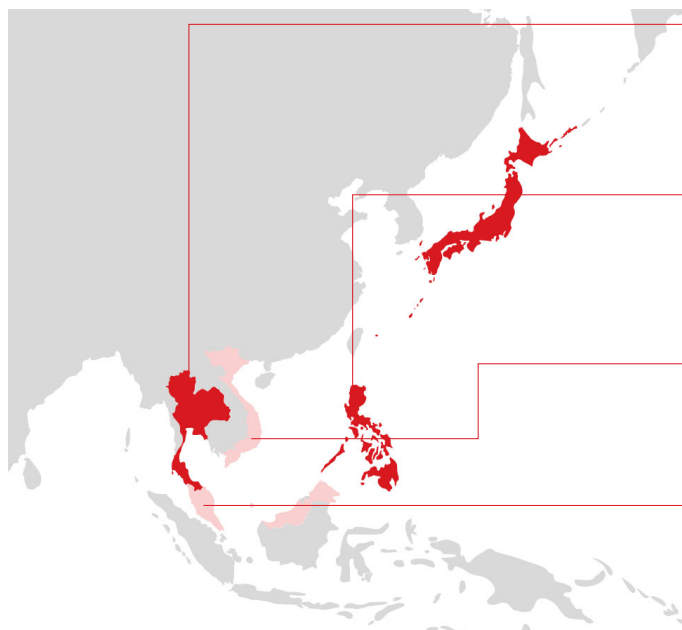
27

まず、左側の求償債権残高ですが、前期比4.9%増加の571億円となりました。この要因は2つあります。1つ目は、信用保証残高の増加を主因に、提携銀行において取引期間の短いお客さまの構成比が上昇しており、その影響で保証履行が増加したこと、2つ目は、求償債権となったお客さまからの長期分割返済のご要望にお応えしたことです。

右側の貸倒損失率は、前期比6bps上昇の2.02%、貸倒損失額は12億円増加の222億円となりました。要因は、ローン・クレジットカード事業と同様で、前期においては資金需要が低位で推移し、手元に残った資金を返済に回されたお客さまが多くいらっしゃったことで、貸倒抑制につながっていました。今期においては、コロナ禍前を超える新規のお客さまを獲得していることから、取引期間の短いお客さまの構成比が上昇し、貸倒損失額はコロナ禍前の水準に徐々に戻っている状況です。

続いて、海外金融事業の概況について説明しますので、1ページとばして29ページをお願いします。

海外金融事業のターゲット市場



タイ王国

EASY BUY Public Company Limited

出資比率：71.00%

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：80.00%

設立年月：2017年7月

事業内容：無担保ローン事業

ベトナム社会主義共和国

以下の内容でライセンス申請中

ACOM VIETNAM FINANCE COMPANY LIMITED

出資比率：100.00%

事業内容：無担保ローン事業

マレーシア

ACOM (M) SDN. BHD.

出資比率：100.00%

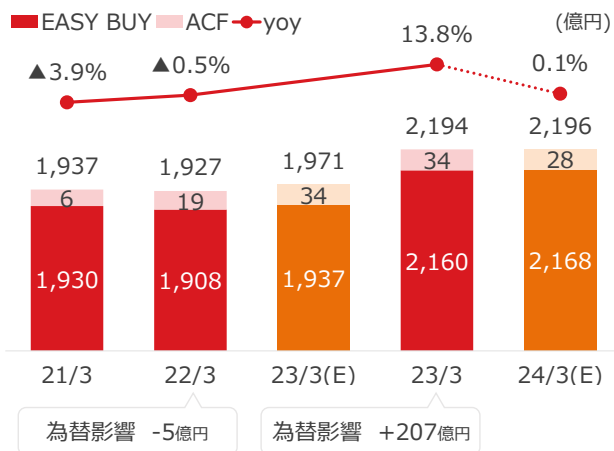
設立年月：2021年7月

事業内容：無担保ローン事業

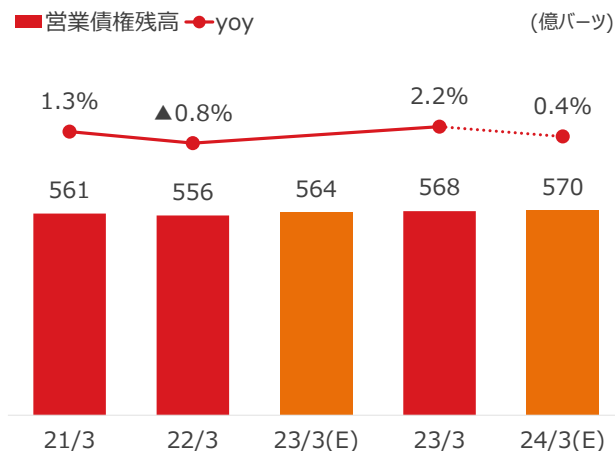
海外金融事業 | 営業債権残高*1

- 営業債権残高(円ベース)は、円安パーツ高の影響を受け、前期比+13.8%の2,194億円
- タイ王国のEASY BUY(現地通貨ベース)の営業債権残高は、同+2.2%の568億バーツ

■ 海外金融事業(円ベース)*2



■ EASY BUY(現地通貨ベース)



*1 営業債権残高は営業貸付金残高と割賦売掛金残高の合計 *2 為替レート(バーツ) : 3.44円(21/3)、3.43円(22/3)、3.80円(23/3)、3.80円(計画)、為替変動 : +0.37円(23/3)

29

海外子会社は12月決算のため、当第4四半期決算の数値は、2022年12月末時点の業容・業績となります。

左側の海外金融事業の営業債権残高は円ベースで記載しており、前期比13.8%増加の2,194億円となりました。この要因は、業容拡大に加えて、円安の為替影響を受けて営業債権残高が207億円押し上げられたことです。

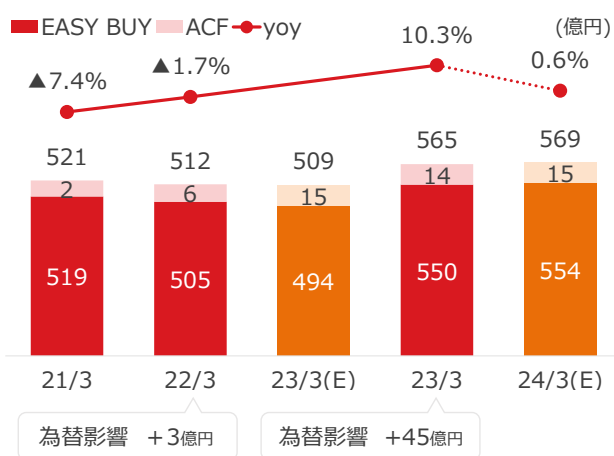
右側のEASY BUYの営業債権残高は、現地通貨ベースで前期比2.2%増加の568億バーツとなりました。

30ページをお願いします。

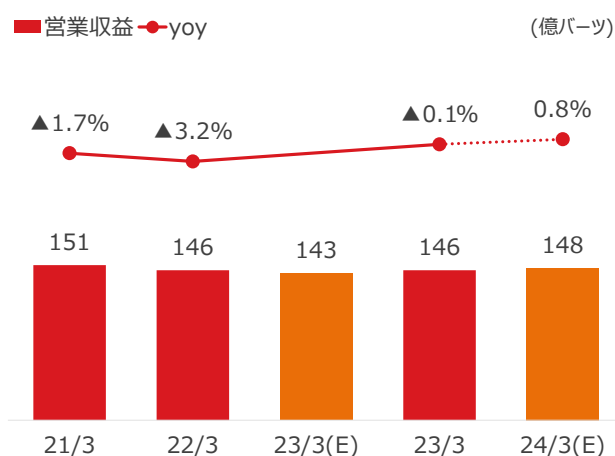
海外金融事業 | 営業収益

- 営業収益(円ベース)は、円安パーツ高の影響を主因に、前期比+10.3%の565億円
- EASY BUY(現地通貨ベース)の営業収益は、同▲0.1%の146億パーツ

■ 海外金融事業(円ベース)*



■ EASY BUY(現地通貨ベース)



* 為替レート(パーツ) : 3.42円(21/3)、3.44円(22/3)、3.75円(23/3)、3.75円(計画)、為替変動 : +0.31円(23/3)

30

左側の海外金融事業の営業収益は業容拡大に円安の為替影響が加わり、前期比10.3%増収の565億円となったものの、その右側のEASY BUYの営業収益は、現地通貨ベースで0.1%減収の146億パーツとなりました。

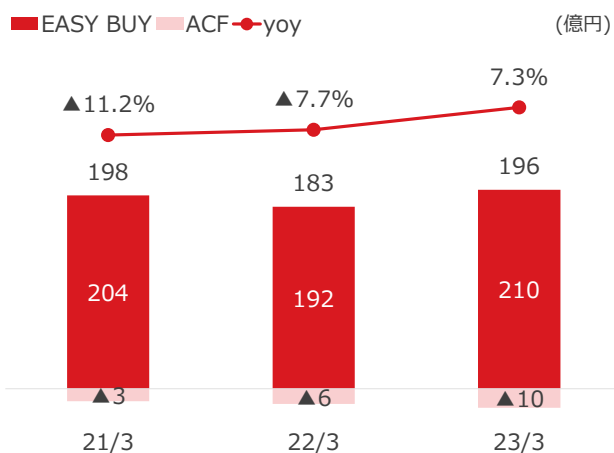
EASY BUYの営業債権残高が前期比2.2%の増加に対して、営業収益が減収となった要因は、タイ内務省発表の官報により、2021年9月17日以降に発生した延滞債権の回収手数料が1件当たり100パーツから50パーツに減額された影響と考えています。

31ページをお願いします。

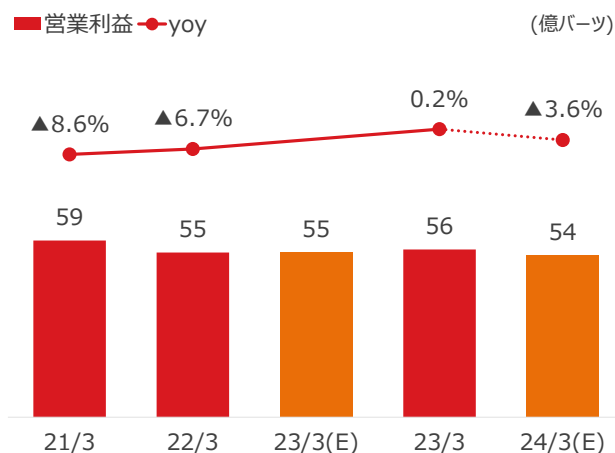
海外金融事業 | 営業利益

- 営業利益(円ベース)は、円安パーツ高の影響を主因に、前期比+7.3%の196億円
- EASY BUY(現地通貨ベース)の営業利益は、同+0.2%の56億パーツ

■ 海外金融事業(円ベース)*



■ EASY BUY(現地通貨ベース)



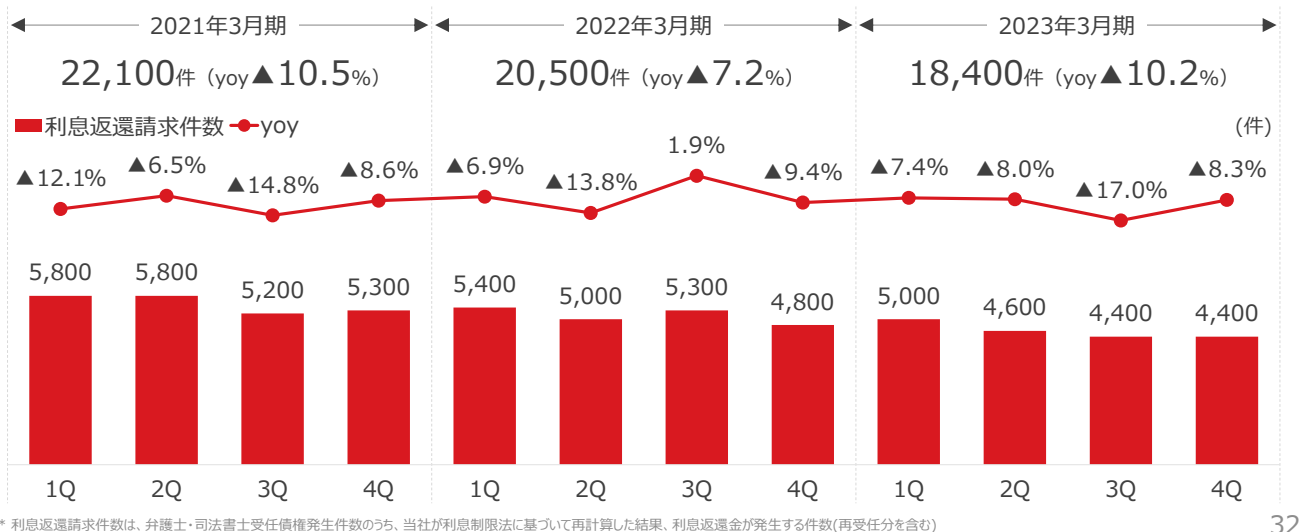
* セグメント利益

31

海外金融事業の営業利益は、前期比7.3%増益の196億円、右側のEASY BUYの営業利益は、現地通貨ベースで0.2%増益の56億パーツとなりました。
続きまして、利息返還請求関連について説明いたしますので、32ページをお願いします。

利息返還請求件数*

- 2023年3月期の請求件数は、前期比▲10.2%の18,400件
- 2024年3月期の請求件数は、前期比▲15%程度を予想



32

利息返還請求件数は、前期比10.2%減少の18,400件と、期初に10%の減少を予想しておりましたので、想定通りの着地となりました。

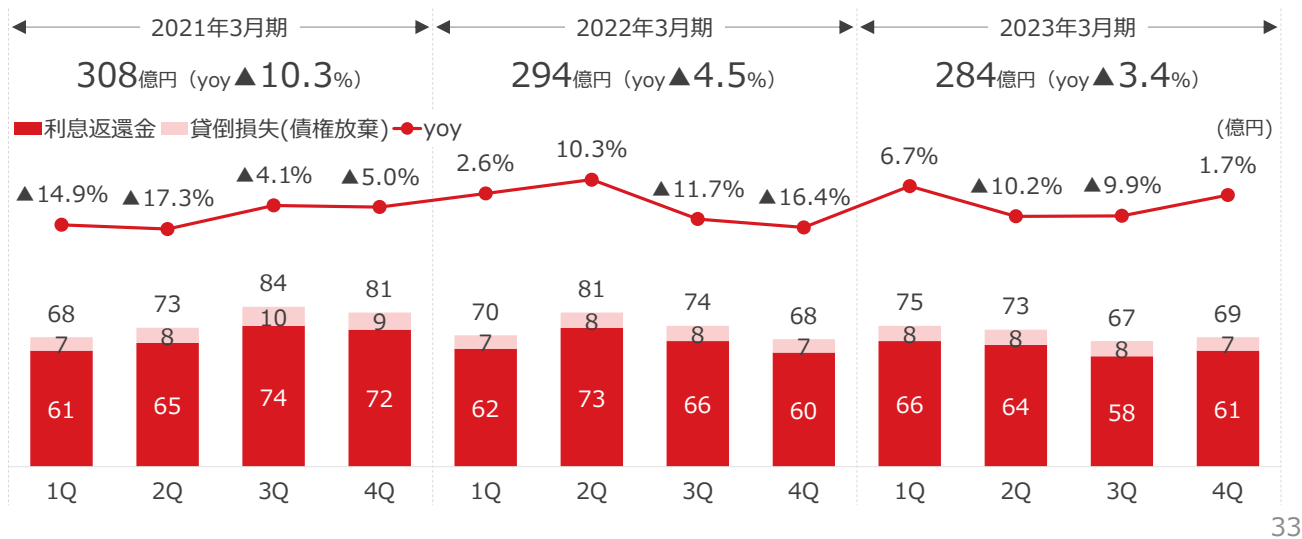
2024年3月期の請求件数の見通しは、前期比15%程度の減少を想定しております。

利息返還請求は、時効の到来などにより、今後も減少基調で推移すると想定しておりますが、特定法律事務所の広告活動などの外部環境の変化の影響を受けやすいことから、今後も引き続き、動向を注視してまいります。

33ページをお願いします。

利息返還損失

- 第4四半期の取崩しは69億円、2023年3月期累計では前期比▲3.4%の284億円
- 追加繰入れはなく、引当金残高は577億円(2026年3月期までをカバー)
- 2024年3月期の取崩額は前期比▲10%程度を予想



第4四半期の利息返還損失引当金の取崩額は69億円、累計では前期比3.4%減少の284億円となりました。取崩額は、前期比5%程度の減少を見込んでおりましたので、概ね予想通りでの着地となりました。

2024年3月期の取崩額は、前期比10%程度の減少を想定しております。

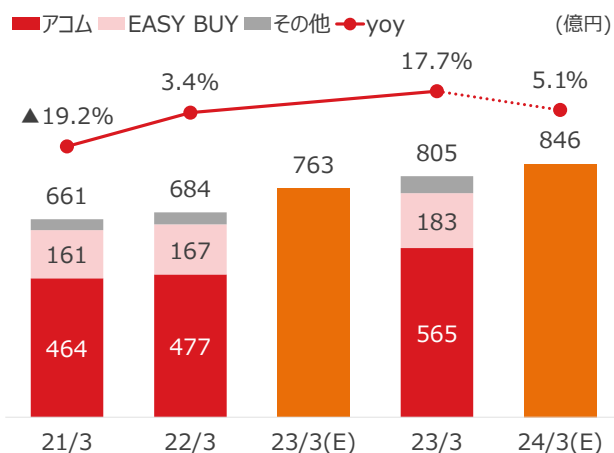
利息返還請求の動向は、外部環境の変化等の影響を受けやすいことから、今後も引き続き、四半期毎に引当金残高の見込値と実績額の乖離幅を検証し、引当金の妥当性・十分性を評価してまいります。

続きまして、貸倒関連費用について説明いたしますので、34ページをお願いします。

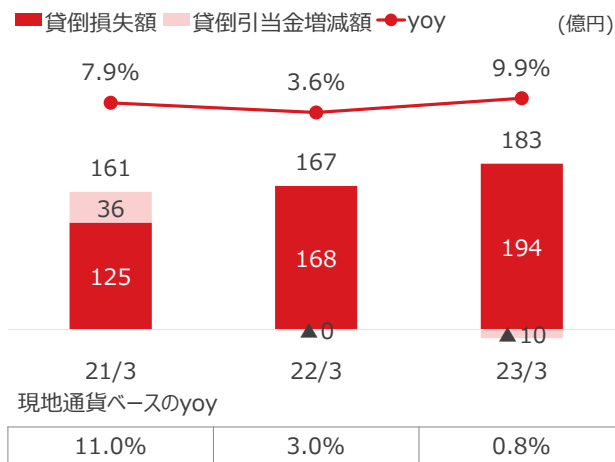
貸倒関連費用

- 貸倒関連費用(連結)は、アコム単体およびEASY BUYの増加により前期比 + 17.7%の805億円
- EASY BUYは同 + 9.9%の183億円

■ 貸倒関連費用(連結)



■ 貸倒関連費用(EASY BUY)



34

左側の連結貸倒関連費用は、アコム単体およびEASY BUYが増加したことにより、前期比17.7%増加の805億円となりました。

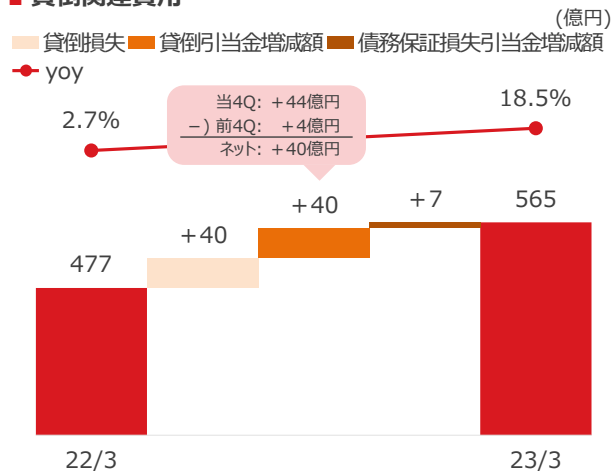
まず、EASY BUYの状況を説明いたしますと、右側に記載の通り円ベースでは、前期比16億円増加の183億円となりました。しかしながら、現地通貨ベースでは、ほぼ横ばいとなっていることから、円安パーツ高の為替影響が主な増加要因と考えられます。

35ページをお願いします。

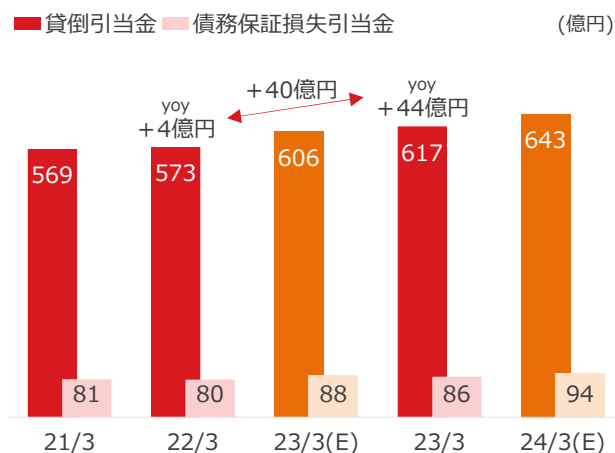
貸倒関連費用(アコム)

- 貸倒関連費用は、業容拡大を主因に、前期比+88億円の565億円

■ 貸倒関連費用



■ 貸倒引当金・債務保証損失引当金



35

続きまして、アコム単体の状況を説明いたします。

アコム単体の貸倒関連費用は、前期比88億円増加の565億円となりましたが、その内訳は、貸倒損失額が40億円の増加、貸倒引当金増減額が40億円の増加、債務保証損失引当金が7億円の増加となりました。

ここで、貸倒損失額および貸倒引当金増減額が増加した要因について、説明いたします。

まず、貸倒損失額についてです。前期においては、資金需要が低位で推移し手元に残った資金を返済に回されたことなどにより、貸倒損失額が例年と比較し少ない状況でした。一方で今期においては、コロナ禍前を超える新規のお客さまを獲得していることから、取引期間の短いお客さまの構成比が上昇しています。その結果、貸倒損失額はコロナ禍前の水準に徐々に戻っており、前期比で40億円の増加となりました。

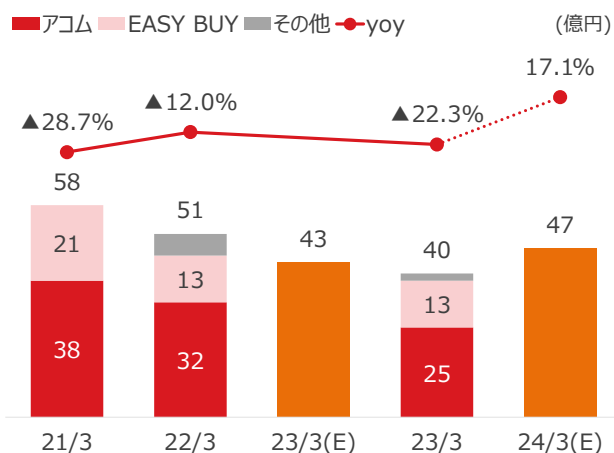
続いて、貸倒引当金増減額についてです。前期においては、第4四半期にコロナ追加引当金の戻入を行ったことから、貸倒引当金増減額が低く抑えられていましたが、今期においては、新客数の回復による取引期間の短いお客さまの構成比が高まっていることから、貸倒引当金は44億円増加しました。その結果、貸倒引当金増減額は前期比40億円の増加となりました。

36ページをお願いします。

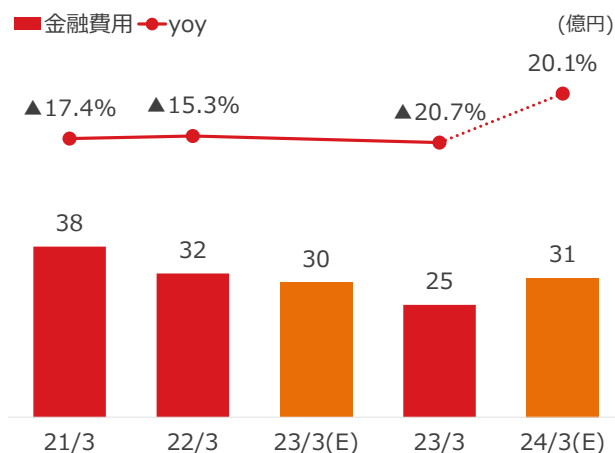
金融費用

- 金融費用(連結)は、アコム単体の減少により、前期比▲22.3%の40億円

■ 金融費用(連結)



■ 金融費用(アコム)



36

最後に、金融費用について、説明いたします。

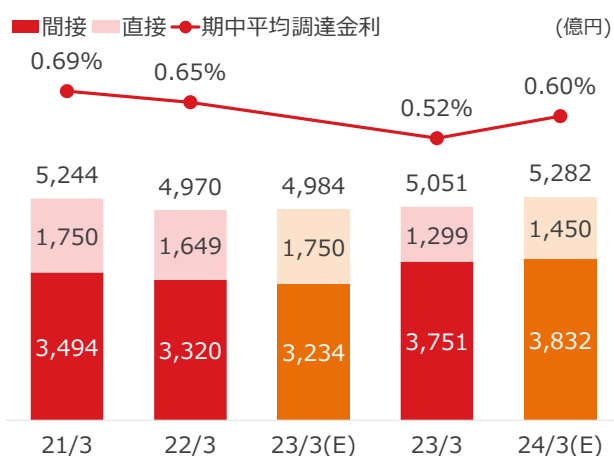
左側の連結金融費用は、アコム単体の減少により、前期比22.3%減少の40億円となりました。右側に移りまして、アコム単体の金融費用は、前期比20.7%減少の25億円となりました。この要因は2つあります。1つ目は、市場環境を踏まえ社債発行を見送り、間接調達やコマーシャルペーパーで代替したため、社債発行費用が減少したこと、2つ目は、借入の入替が進み、従前より低い金利で調達できたことです。

37ページをお願いします。

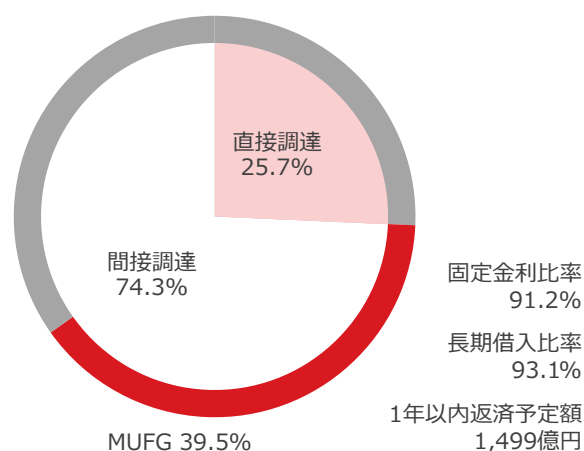
金融費用 | 資金調達残高(アコム)

- 資金調達残高は前期比+81億円の5,051億円
- 期中平均調達金利は、借入の入替や社債発行の見送りにより、同▲13bpsの0.52%

■ 資金調達残高



■ 借入先別構成比



37

左側の資金調達残高は、前期比81億円増加の5,051億円、折れ線グラフで記載の期中平均調達金利は、13bps低下の0.52%となりました。

右側に円グラフで借入先別構成比を記載しており、直間比率は直接25.7%、間接74.3%、MUFGグループからの調達比率は39.5%となっております。

また、市中金利が不安定な状況が続いていますが、固定金利比率は91.2%、長期借入比率は93.1%となっており、金利上昇による影響は軽微であると考えています。

39ページ以降には、個人向けカードローン市場の規模推移、利息返還関連の推移、新型コロナウイルス感染症の影響、中期経営計画などを掲載しておりますので、ご参考にしていただければと思います。

以上が2023年3月期決算の補足説明です。

みなさまの変わらぬ「ご支援」「ご指導」を賜りますことをお願いして、私からの説明を終わりにいたします。

ご清聴ありがとうございました。

質疑応答

Q1: 中期経営計画最終年度(2025年3月期)の目標である営業利益971億円は達成可能か？

A1: ○公表している中計3年目の営業利益を確保できるよう、経営努力を継続していく。

○足元では、新規のお客さまが大幅に増加しており、新客数の増加に応じて広告宣伝費が増えている。新規獲得に注力していることから、将来における残高拡大につながると確信している。

○場合によっては先行投資としての広告宣伝費を増やす、新客数が増加することで貸倒関連費用が増加するといった可能性はある。

Q2: 市場金利が上昇しているが、今後の資金調達の方針は？

A2: ○2023年3月期末の固定金利比率は9割強である。

○直近1年半ほど、マーケットが不安定であることから社債の発行は見送っているが、日銀の金融政策が当面変更されないという見通しもあり、なるべく早い段階で起債できるよう関係各所と調整している。起債ができれば、固定金利比率は更に高まる。

○変動金利についてはベース金利が低位安定している事もあり、調達条件に大きな変化は無い。一方で固定金利は昨年からの市場環境の変化によって上昇する事も考えられる。今後も市場環境の変化に柔軟に対応すべく、バランス良く調達していく。

Q3: 財務体質の改善による間接調達の借入金利の引下げ余地は？

A3: ○企業格付は、ここ数年で大きく格上げとなった。MUFGグループの一員として、当社の評価は上限に近いのではないかと考えている。今後は当社の成長性や収益性の高さなどを説明し、スプレッドの圧縮について交渉を継続していく。

Q4: EASY BUYの足元の状況と2024年3月期の見通しは？

A4: ○タイ王国では、タイ中央銀行から通達された新型コロナウイルス感染症に対するお客さまへの支援措置として、月収の1.5倍までの極度額制限が2倍まで緩和されていた。この顧客支援措置が2022年12月31日をもって撤廃されたことから、残高伸長は鈍化している。また、営業体制の強化を目的に社員数の増加を図ることから、人件費の増加を見込んでおり、営業利益は微減となる見通しである。

○モバイルアプリケーションの活用によるサービス力の強化など各種施策の推進により、営業債権残高を拡大させるとともに、増収増益となるよう努力してまいりたい。

Q5: 新客数が大きく増加しているが、契約後、既存会員となってからの追加利用について、直近の新規のお客さまと以前のお客さまで傾向に違いはあるか？

A5: ○2024 年 3 月期の新客数は年間 30 万件の計画としているが、4 月はそれを超えるペースで集客できた。アフターコロナのリベンジ消費がどこまで継続するのか、現段階では不透明だが、当社の予想より長引けば、30 万件を超えて、35 万件に近い水準も可能かもしれない。

○併せて、獲得単価も毎月低下しているので、新規集客は非常に好調だと言える。

○一方で、コロナに関係なく、短期でのご利用の割合が徐々に増加している。

○良好な取引を継続していただけるよう、お客さまのニーズを把握し、顧客分析に基づくマーケティング施策を実行していく。

Q6: 広告宣伝費の投下は、計画である 169 億円を超えないように運用するのか、あるいは、新規獲得の状況に応じてフレキシブルに対応していくのか、考え方を教えてほしい。

A6: ○2023 年 3 月期の第 3 四半期から、非常に多くのお客さまを集客でき、なおかつ新規獲得単価も低下した。1 人のお客さまからいただける生涯収益と費用を差し引いても、十分に利益貢献が可能と判断したことから、17 億円の広告宣伝費を追加し、集客に取り組んだ。

○2024 年 3 月期においても、より効果的、効率的に集客ができるのであれば、将来の利益確保のための先行投資として、広告宣伝費を追加で投下する可能性がある。

Q7: 事業会社との保証提携に関する将来展望は？

A7: ○今までは、銀行のカードローンに対して債務保証をおこなっており、収益的にも安定して貢献している。

○銀行以外にも、「今欲しい」「今したい」というニーズを持ったお客さまを抱えている事業会社が一定程度存在すると考えている。今年 3 月には、LINE Credit さんと保証提携したが、それ以外の企業とも提携に向けて交渉中である。

○具体的な提携企業や提携開始時期については、公表できるようになったタイミングで速やかに公表する。

○一方で、国内連結子会社の GeNiE では、まだ規模が大きい企業の EC サイトやサービスサイトにエンベデッド・ファイナンスでローン機能を提供することを考えている。GeNiE のアセットでローン機能を提供してほしいという企業もあれば、融資は自社でおこなうので保証してほしいという企業もある。そういう場合には、アコムではなく GeNiE が保証する可能性もある。

以上