

決算プレゼンテーション資料

2025年3月期 第1四半期



2024年7月29日

広報・IR室の岡本でございます。本日は、よろしくお願いいたします。
はじめに、経営環境について、説明いたしますので、
プレゼンテーション資料の3ページをお願いします。

■ 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

経営環境

国内

- 雇用・所得環境の改善が続くなかで、政府による各種施策もあり、景気の緩やかな回復が継続
- 国際情勢の緊迫や欧米における高い金利水準の継続等により、海外景気が下振れ、わが国の景気を押し下げるリスクは存在
- ノンバンク業界においても、国内経済同様に今後の動向について注視する必要があるものの、資金需要は活況の動き

タイ王国

- インバウンド需要および個人消費の回復に伴い、緩やかに経済成長を継続

フィリピン共和国 マレーシア

- インバウンド需要および個人消費の回復に伴い、今後も底堅い経済成長に期待

3

上段の国内の経営環境についてですが、雇用・所得環境の改善が続くなかで、政府による各種施策もあり、景気の緩やかな回復が継続しています。

しかしながら、国際情勢の緊迫や欧米における高い金利水準の継続に伴う影響等により、わが国の景気を押し下げるリスクは存在しており、これらが個人消費や金融市場へ与える影響については引き続き注視する必要があります。

黒丸3つ目のノンバンク業界においても、資金需要は活況の動きを見せております。

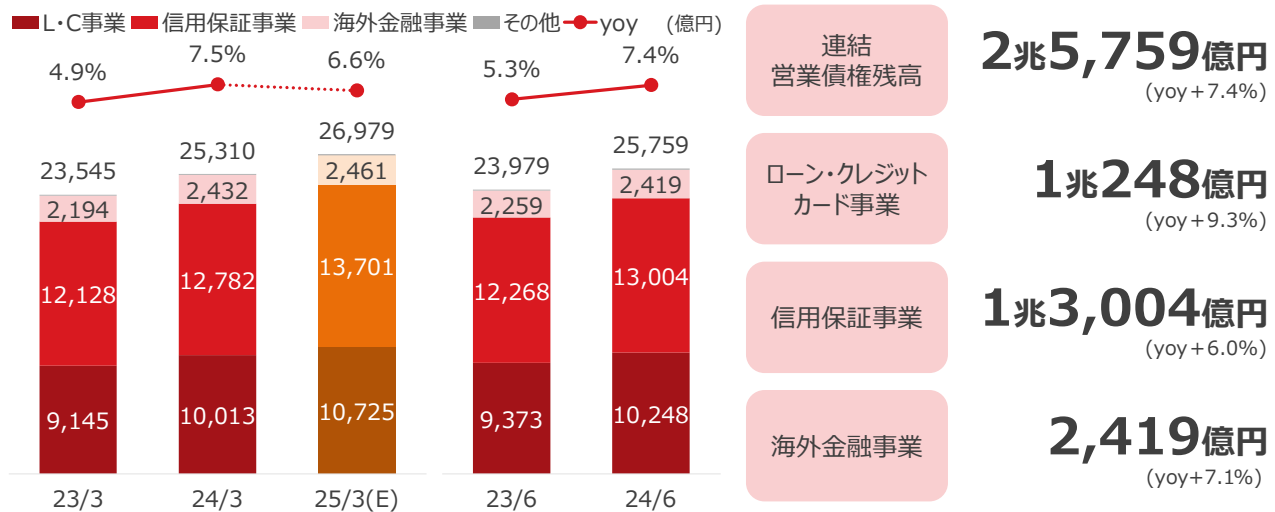
中段のタイ王国においては、インバウンド需要及び個人消費の回復に伴い、緩やかに経済成長が続いております。

下段のフィリピン共和国、マレーシアにおいても、インバウンド需要および個人消費の回復に伴い、今後も底堅い経済成長が期待されます。

続きまして、決算概要について説明いたしますので、4ページをご覧ください。

連結決算概要(業容)

- 国内事業の新規顧客および追加利用が好調だったことや、円安パーツ高の為替影響により、順調に業容拡大
- 連結営業債権残高は、前年同期比+7.4%の2兆5,759億円



4

右側の営業債権残高ですが、連結全体では、2兆5,759億円、前年同期比7.4%増加となりました。増加した要因は2つあります。

1つは、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、海外金融事業において、円安の為替影響が残高を押し上げたことです。

その下、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1兆248億円で、前年同期比9.3%増加、信用保証事業は1兆3,004億円で6.0%の増加、海外金融事業は2,419億円で7.1%の増加となりました。

5ページをお願いします。

連結決算概要(業績)

(百万円、%)

	2023/6 実績	2024/6 実績	yoy	2025/3 計画	yoy	進捗率
1 営業収益	70,926	77,236	8.9	313,500	6.4	24.6
2 ローン・クレジットカード事業	37,750	41,470	9.9	168,500	8.0	24.6
3 信用保証事業	16,976	18,237	7.4	76,800	8.5	23.7
4 海外金融事業	14,689	15,866	8.0	62,100	0.3	25.5
5 営業費用	48,998	55,277	12.8	226,400	8.6	24.4
6 金融費用	1,036	1,335	28.8	5,800	17.7	23.0
7 貸倒関連費用	22,711	27,635	21.7	108,900	11.2	25.4
8 利息返還費用	-	-	-	-	-	-
9 その他の営業費用	25,250	26,306	4.2	111,700	5.9	23.6
10 営業利益	21,927	21,958	0.1	87,100	0.9	25.2
11 経常利益	22,082	22,097	0.1	87,500	0.9	25.3
12 税金等調整前当期純利益	22,038	22,041	0.0	87,300	0.7	25.2
13 当期純利益	15,050	14,877	-1.2	59,400	2.7	25.0
14 親会社株主に帰属する当期純利益	13,776	13,632	-1.0	55,600	4.7	24.5

5

続きまして、業績について、説明いたします。

はじめに、連結営業収益は772億円、前年同期比8.9%の増収となりました。事業別に見ますと、ローン・クレジットカード事業は414億円、業容拡大を主因に、前年同期比9.9%の増収、信用保証事業は182億円、業容拡大に加え、定期的な保証料率の見直しにより7.4%の増収、海外金融事業は158億円、EASY BUYの業容拡大に加えて円安の為替影響を受け、8.0%の増収となりました。

連結営業費用は552億円で、前年同期比12.8%の増加となりました。

費用別に見ますと、金融費用が13億円、前年同期比28.8%の増加、貸倒関連費用が276億円で21.7%の増加、その他の営業費用が263億円で4.2%の増加となりました。

貸倒関連費用の増加要因については後ほど説明いたします。

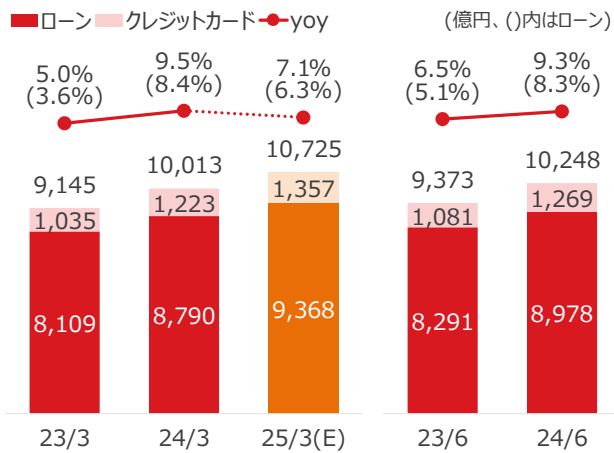
以上の結果、営業利益は219億円で、前年同期比0.1%の増益、親会社株主に帰属する四半期純利益は136億円で、1.0%の減益となりました。

続きまして、ローン・クレジットカード事業の概況について、説明いたしますので、6ページをお願いします。

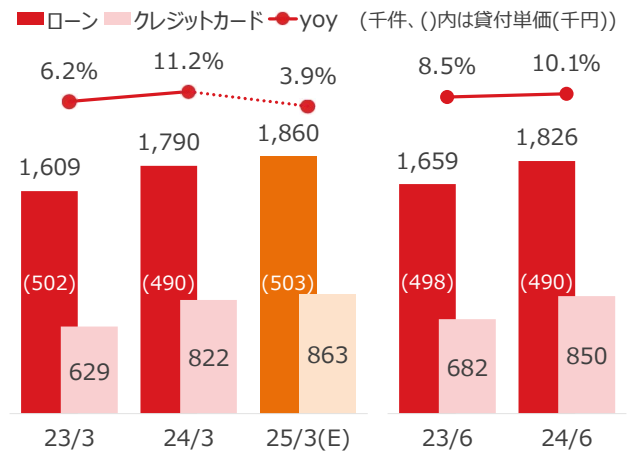
ローン・クレジットカード事業 | 業容

- 新規顧客および既存顧客の利用が好調であったことから、営業債権残高は前年同期比+9.3%の1兆,248億円
- 利用者は同+10.1%の1,826千件

■ 営業債権残高



■ 利用者数*



* クレジットカード事業の利用者数は、有効会員数

6

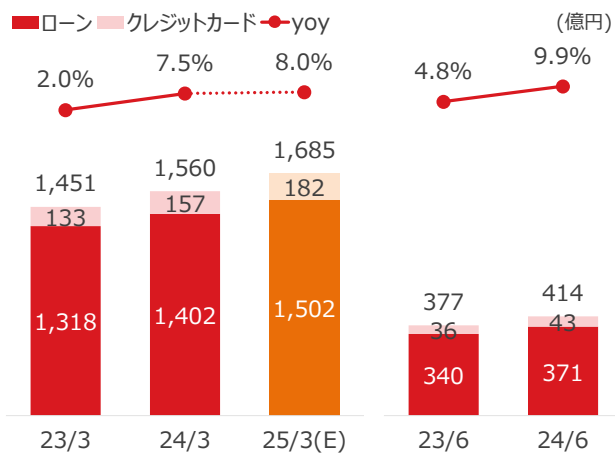
左側の営業債権残高は、レジャー・旅行、外食などの資金ニーズが高まり、新規利用・追加利用が好調に推移した結果、ローン残高8,978億円、クレジットカード残高1,269億円、合計で1兆248億円、前年同期比9.3%の増加となりました。

7ページをお願いします。

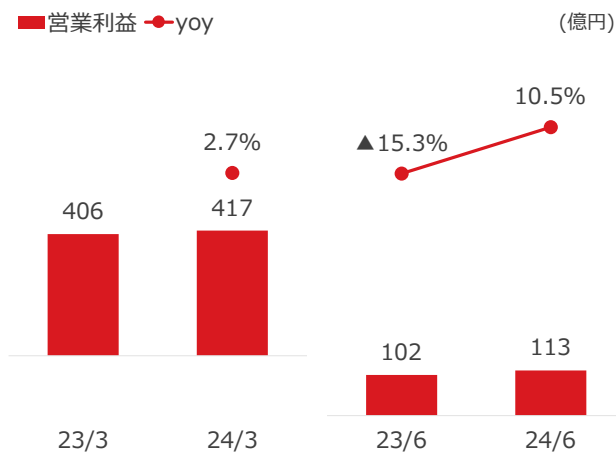
ローン・クレジットカード事業 | 業績

- 営業収益は業容拡大を主因に、前年同期比+9.9%の414億円
- 営業利益は、同+10.5%の113億円

■ 営業収益



■ 営業利益



7

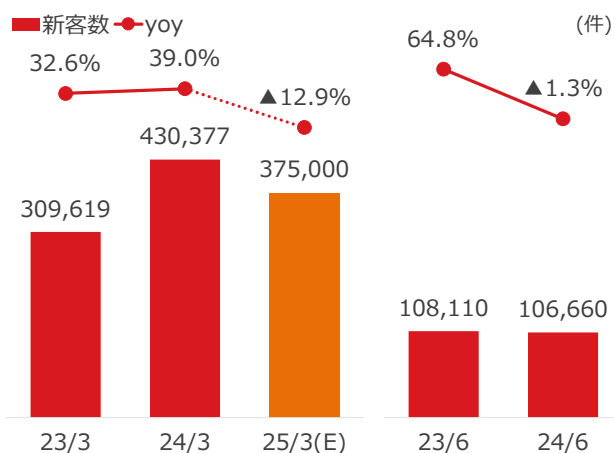
左側の営業収益は414億円、
営業債権残高が順調に増加したことから、前年同期比9.9%の増収となりました。
右側の営業利益は113億円、
営業費用の増加を上回る営業収益の増収があったことから、
前年同期比10.5%の増益となりました。

8ページをお願いします。

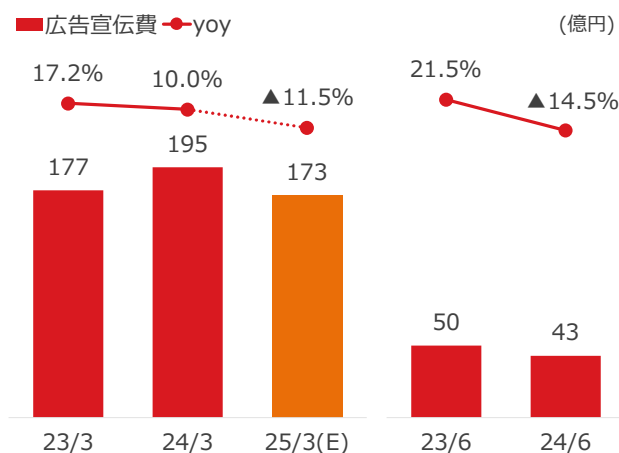
ローン・クレジットカード事業 | 新客数

- 新客数は、前年同期比▲1.3%の106,660件
- 広告宣伝費は、同▲14.5%の43億円

■ 新客数(無担保)



■ 広告宣伝費(アコム)



8

左側の新客数は106,660件、前年同期比1.3%の減少となりましたが、年間計画の37万5千件に向けて順調に進捗しております。

右側の広告宣伝費は43億円、前年同期比14.5%の減少となりました。この要因は、獲得に係る効率性の観点から、閑散期である6月の広告宣伝を前期比で戦略的に減少させたことです。そして、1件あたりの新規獲得単価は4万円と抑制できております。第2四半期以降も引き続き、獲得単価の低減に努めてまいります。

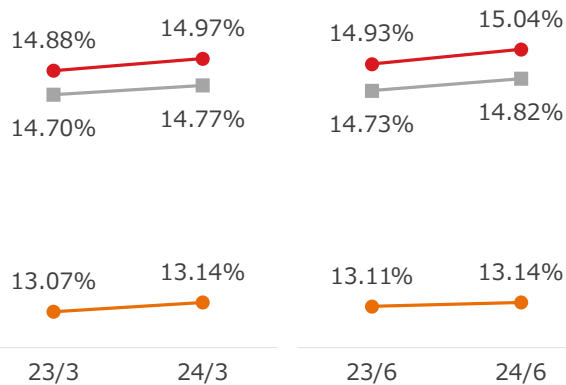
9ページをお願いします。

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、前年同期比 +9bps の 14.82%
- 貸倒損失率は、業容拡大を主因に同 +36bps の 3.91%

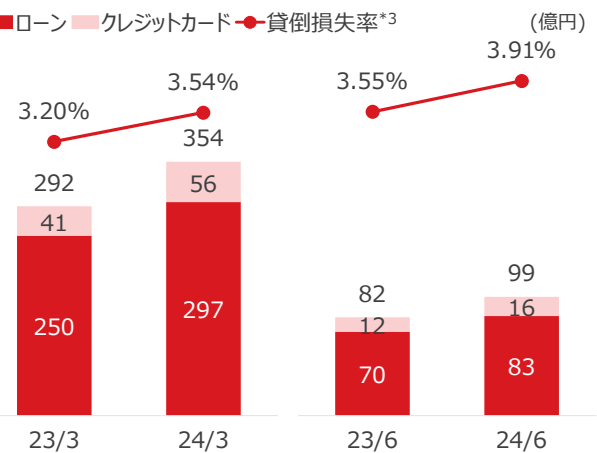
■ 期中平均利回り*1

● ローン ● クレジットカード ■ ローン・クレジットカード



■ 貸倒損失額・損失率*2

■ ローン ■ クレジットカード ● 貸倒損失率*3



*1 クレジットカードにおける利回りは、ポイント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 *3 貸倒損失率の23/6および24/6は年率換算

9

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14.82%、前年同期比9bps上昇、
うちローン事業は15.04%で、11bps上昇となりました。

右側の貸倒損失率は3.91%で、前年同期比36bps上昇、
貸倒損失額は99億円で、17億円の増加となりました。

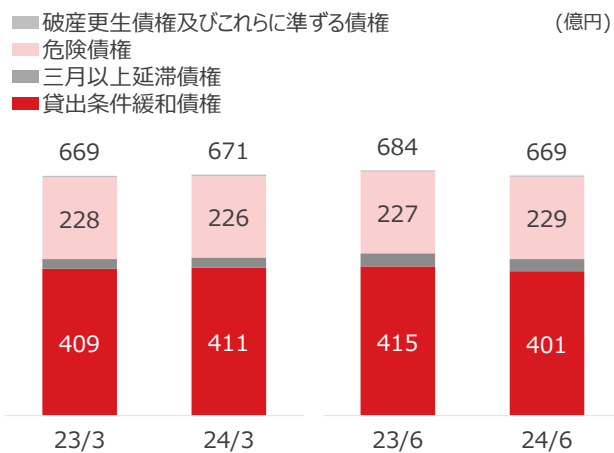
この要因は、2024年3月期においても、コロナ禍前を上回る新客数を獲得したことで、
貸倒発生率の高い取引期間の短いお客さまの構成比が上昇していることです。

10ページをお願いします。

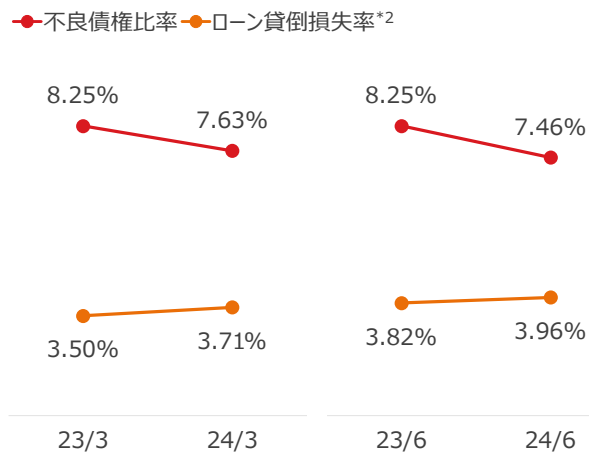
ローン事業 | 不良債権

- 不良債権残高は、前年同期比▲15億円の669億円
- 不良債権比率は、同▲79bpsの7.46%

■ 不良債権



■ 不良債権比率・ローン貸倒損失率^{*1}



^{*1} 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 ^{*2} 貸倒損失率の23/6および24/6は年率換算

10

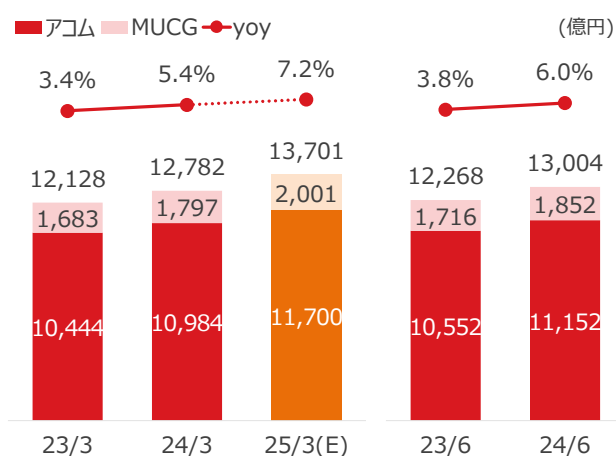
左側の不良債権残高は669億円、前年同期比15億円の減少、
右側の不良債権比率は7.46%で、79bpsの低下となりました。

続きまして、信用保証事業について説明しますので、11ページをお願いします。

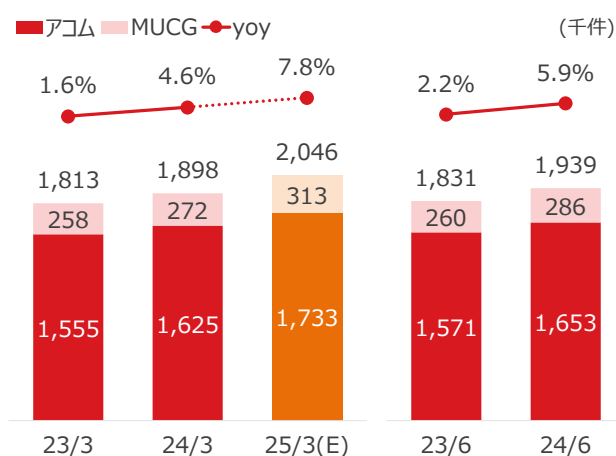
信用保証事業 | 業容

- 新規顧客および既存顧客の利用が好調であったことから、信用保証残高は前年同期比+6.0%の1兆3,004億円
- 利用者は同+5.9%の1,939千件

信用保証残高



利用者数



11

左側の信用保証残高は、ローン・クレジットカード事業と同様に、レジャー・旅行、外食などの資金ニーズが高まり、新規利用・追加利用が好調に推移した結果、アコム1兆1,152億円、エム・ユー信用保証1,852億円、合計で1兆3,004億円、前年同期比6.0%の増加となりました。

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。

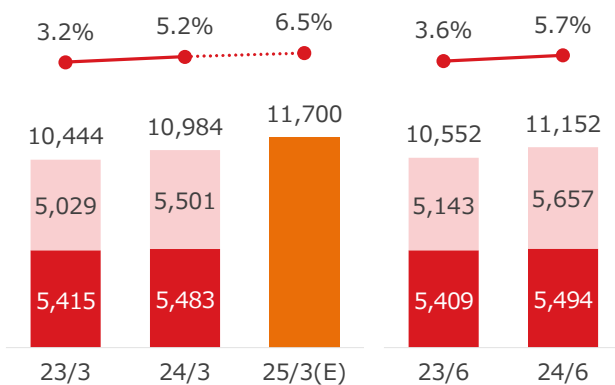
13ページをお願いします。

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年同期比 + 5.7%の1兆1,152億円
- 利用者は同 + 5.2%の1,653千件

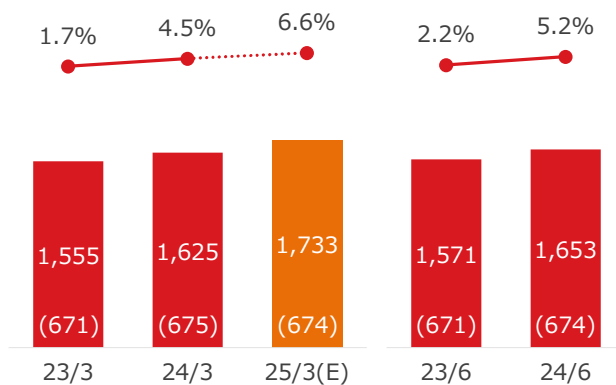
信用保証残高

■ 三菱UFJ銀行 ■ 地方銀行等 ● yoy (億円)



利用者数

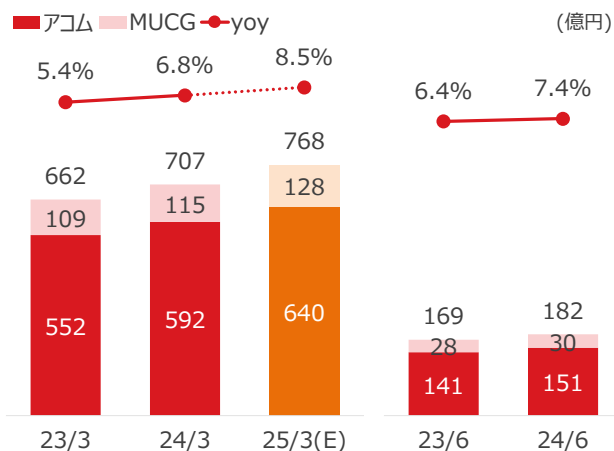
■ 利用者数 ● yoy (千件、()内は貸付単価(千円))



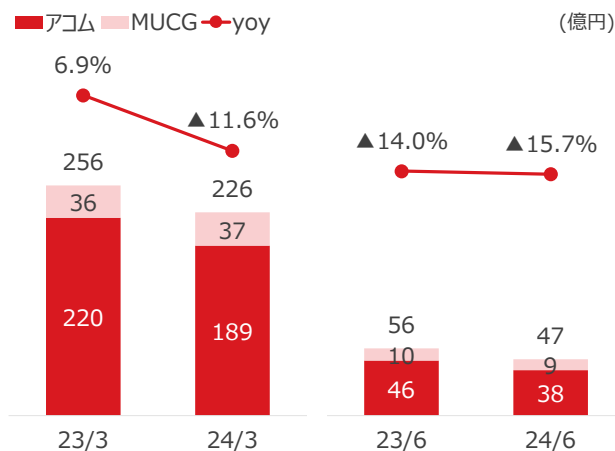
信用保証事業 | 業績

- 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、前年同期比+7.4%の182億円
- 営業利益は、貸倒関連費用の増加により、同▲15.7%の47億円

■ 営業収益



■ 営業利益



13

左側の営業収益は、アコム151億円、エム・ユー信用保証30億円、合計で182億円、前年同期比7.4%の増収となりました。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。

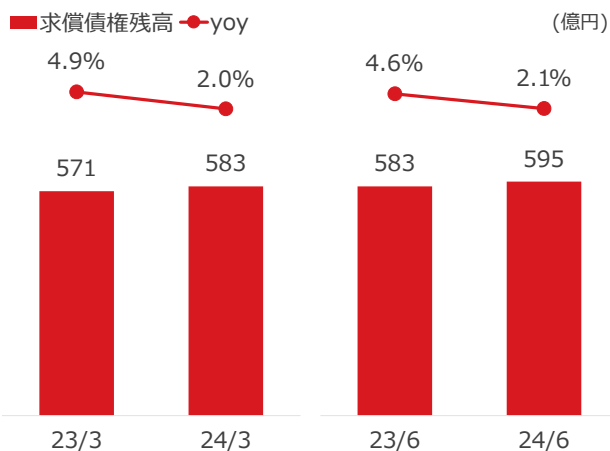
右側の営業利益は47億円、前年同期比15.7%の減益となりました。この主な要因は、貸倒損失額および貸倒引当金増減額が増加したことです。貸倒損失額が増加した要因は、業容拡大に伴い、貸倒発生率の高い取引期間の短いお客さまの構成比が上昇したことです。貸倒引当金増減額が増加した要因は、求償債権残高の増加および引当率の上昇と考えています。

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、14ページをお願いします。

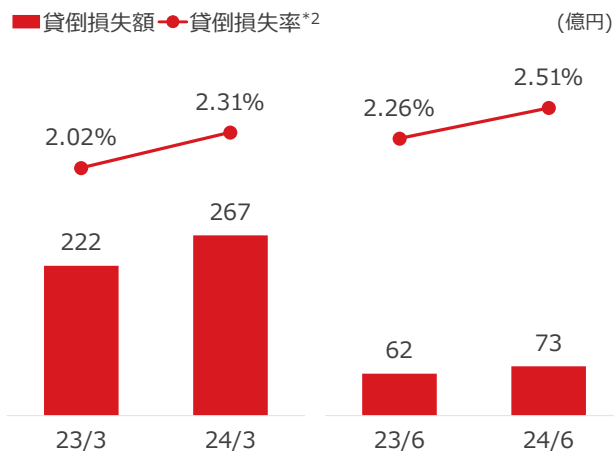
信用保証事業 | 求償債権・貸倒損失(アコム)

- 求償債権は、前年同期比+2.1%の595億円
- 貸倒損失率は、同+25bpsの2.51%

■ 求償債権残高*1



■ 貸倒損失額・損失率



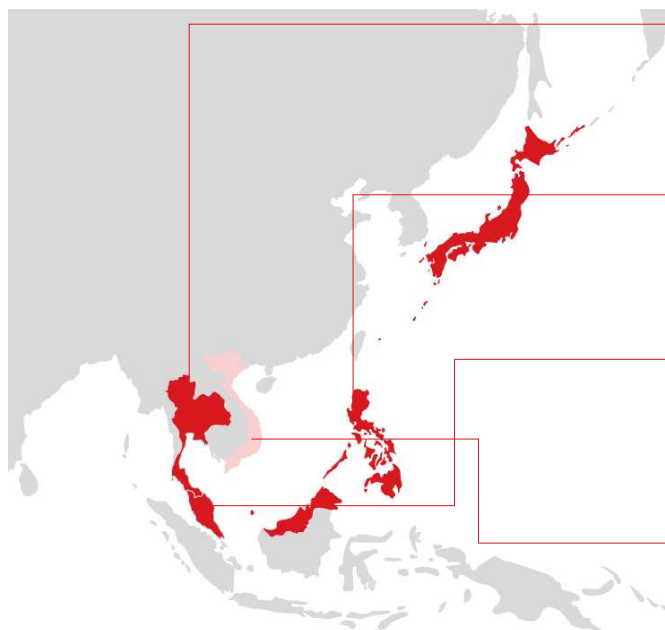
*1 求償債権残高とは、保証履行未償却債権残高 *2 貸倒損失率の23/6および24/6は年率換算

14

まず、左側の求償債権残高ですが595億円、業容拡大を主因に、前年同期比2.1%の増加となりました。右側の貸倒損失率は2.51%、前年同期比25bps上昇、貸倒損失額は73億円で10億円の増加となり、コロナ禍前の水準に戻りました。

続いて、海外金融事業の概況について説明しますので、スライドを1枚飛ばして16ページをお願いします。

海外金融事業 | 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

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

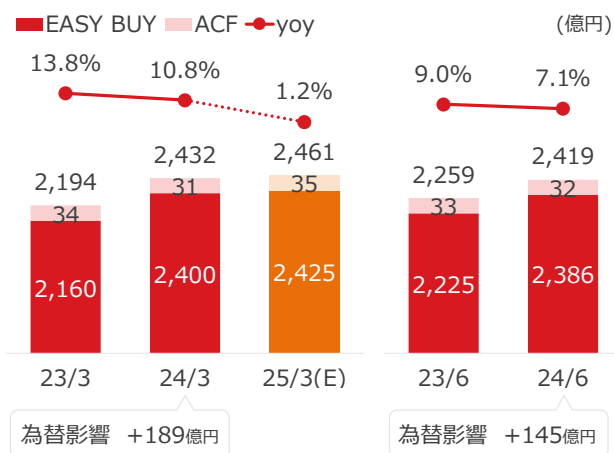
ベトナム社会主義共和国

ライセンス申請中

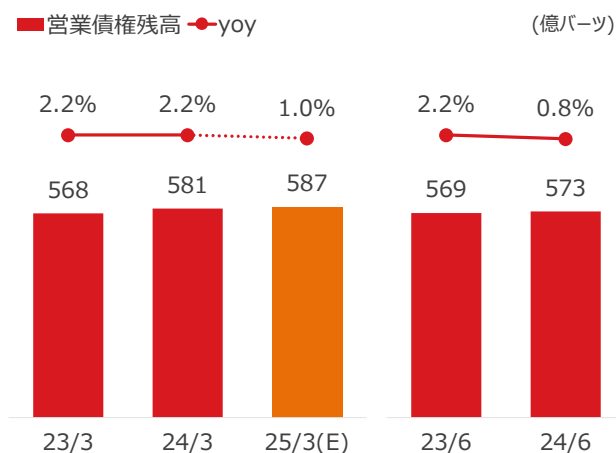
海外金融事業 | 営業債権残高*1

- 営業債権残高(円ベース)は、EASY BUYの業容拡大に円安の影響が加わり、前年同期比+7.1%の2,419億円
- タイ王国のEASY BUY(現地通貨ベース)の営業債権残高は、同+0.8%の573億バーツ

■ 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)：3.91円(23/6)、4.16円(24/6)、為替変動：+0.25円

16

海外子会社は12月決算のため、
当第1四半期決算の数値は、2024年3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、
2,419億円で、前年同期比7.1%の増加となりました。
この要因は、EASY BUYの業容拡大に加え、
円安の為替影響を受けて営業債権残高が145億円押し上げられたことです。

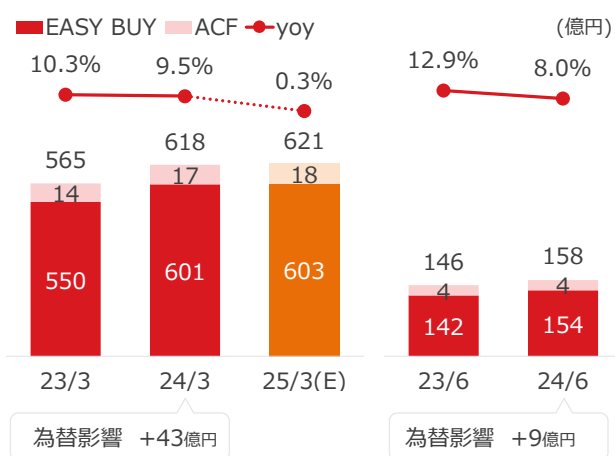
右側にはEASY BUYの営業債権残高を現地通貨ベースで記載しておりますが、
こちらは573億バーツで、前年同期比0.8%の増加となりました。

17ページをお願いします。

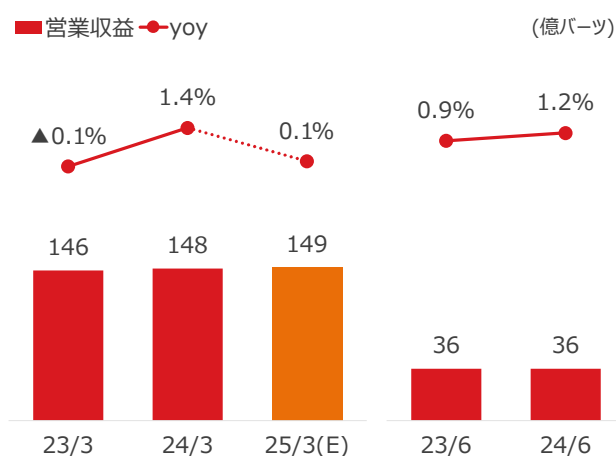
海外金融事業 | 営業収益

- 営業収益(円ベース)は、EASY BUYの業容拡大に円安の為替影響が加わり、前年同期比 + 8.0%の158億円
- EASY BUY(現地通貨ベース)の営業収益は、同 + 1.2%の36億バーツ

■ 海外金融事業(円ベース)*1*2



■ EASY BUY(現地通貨ベース)



*1 報告セグメント別の営業収益 *2 為替レート(バーツ) : 3.91円(23/6)、4.17円(24/6)、為替変動 : +0.26円

17

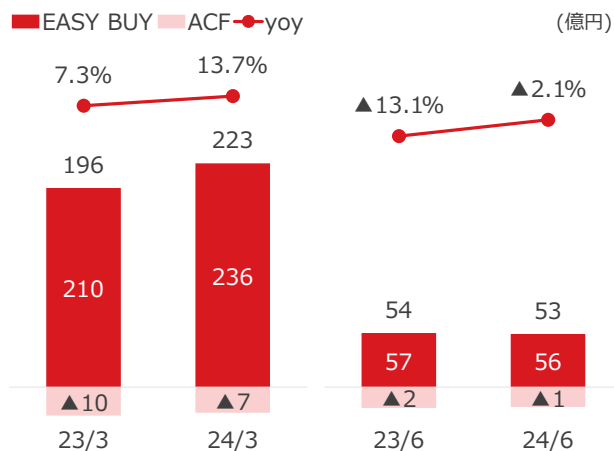
左側の海外金融事業の営業収益は158億円、業容拡大に円安の為替影響が加わり、前年同期比8.0%の増収、右側のEASY BUYの営業収益は36億バーツ、現地通貨ベースで1.2%の増収となりました。

18ページをお願いします。

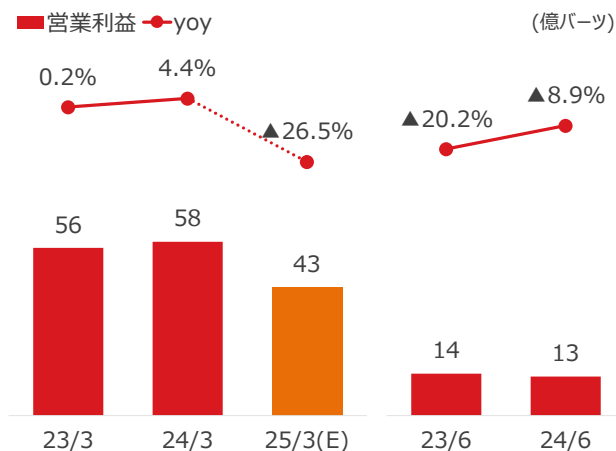
海外金融事業 | 営業利益

- 営業利益(円ベース)は、前年同期比▲2.1%の53億円
- EASY BUY(現地通貨ベース)の営業利益は、貸倒関連費用の増加を主因に、同▲8.9%の13億パーツ

■ 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

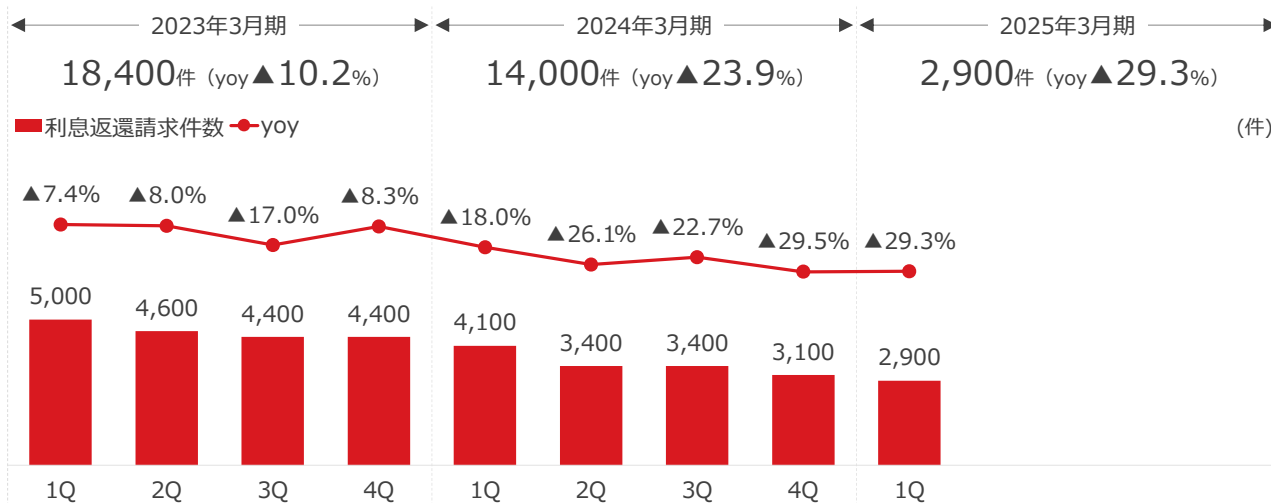
18

海外金融事業の営業利益は53億円、前年同期比2.1%の減益、
右側のEASY BUYの営業利益は13億パーツ、
現地通貨ベースで8.9%の減益となりました。
EASY BUYが減益となった要因は、貸倒関連費用が増加したことです。
EASY BUYの増加要因については、後ほど説明いたします。

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、19ページをお願いします。

利息返還請求件数*

- 当第1四半期の請求件数は、前年同期比▲29.3%の2,900件
- 2025年3月期の請求件数は、前期比▲25%程度を予想



* 利息返還請求件数は、弁護士・司法書士受任債権発生件数のうち、当社が利息制限法に基づいて再計算した結果、利息返還金が発生する件数(再受任分を含む)

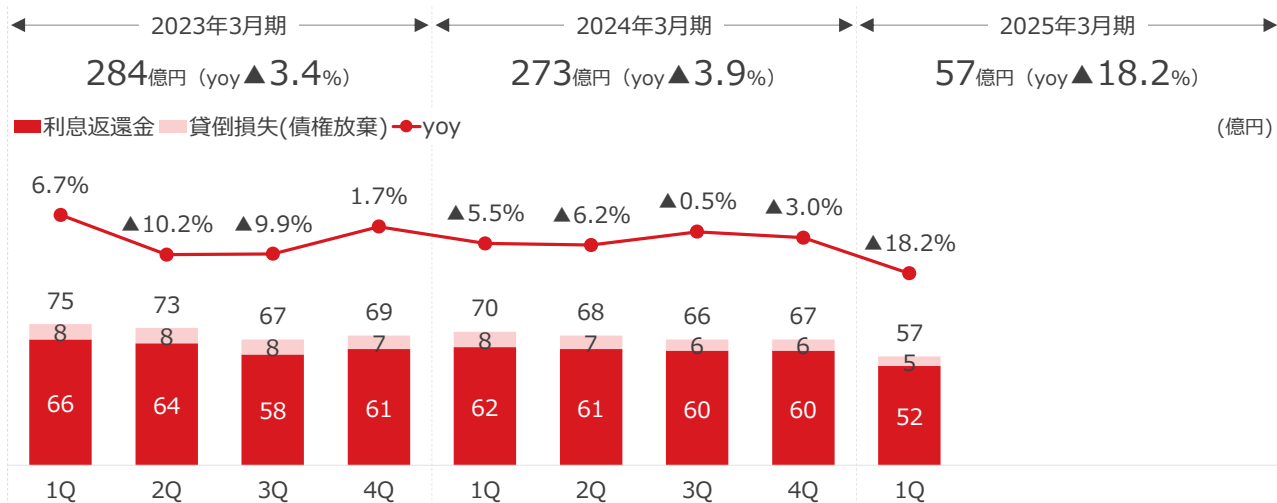
19

当第1四半期の利息返還請求件数は2,900件、前年同期比29.3%の減少となりました。
 通期の請求件数は、前期比25%程度の減少を予想しており、期末に向けてもこの水準が続くことを期待しています。

20ページをお願いします。

利息返還損失

- 当第1四半期の取崩しは、前年同期比▲18.2%の57億円
- 当第1四半期における追加繰入れはなく、引当金残高は245億円
- 2025年3月期の取崩額は、追加繰入時に想定したシナリオでは前期比▲15%程度を予想



20

次に利息返還損失について説明いたします。

当第1四半期の利息返還損失引当金の取崩額は57億円、

前年同期比18.2%の減少となりました。

通期における取崩額は、前期比15%程度の減少を予想しております。

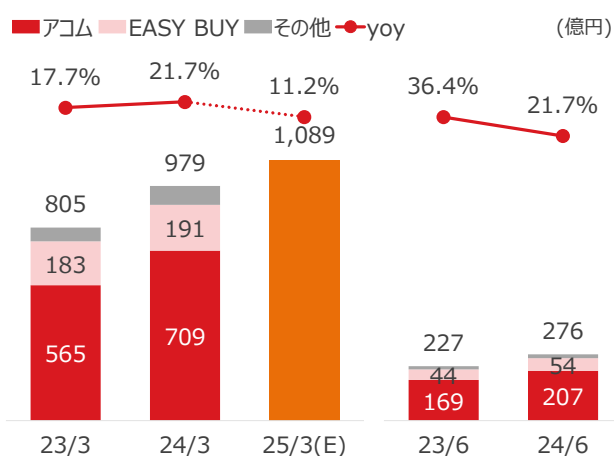
利息返還請求の動向は、外部環境の変化等の影響を受けやすいことから、今後も引き続き、四半期毎に引当金残高の見込値と実績額の乖離幅を検証し、引当金の妥当性・十分性を評価してまいります。

続きまして、貸倒関連費用について説明いたしますので、21ページをお願いします。

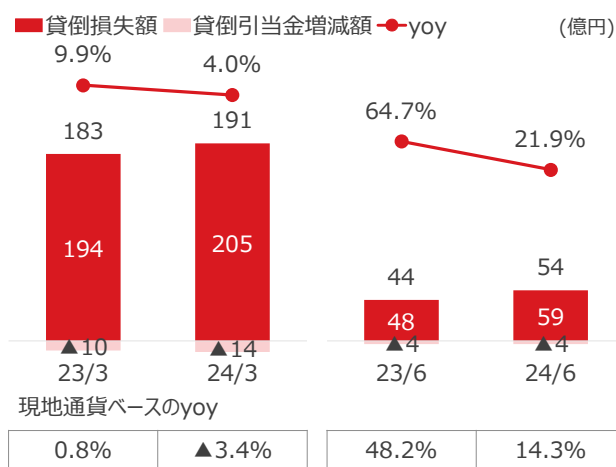
貸倒関連費用

- 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、前年同期比+21.7%の276億円
- EASY BUYの貸倒関連費用は同+21.9%の54億円

■ 貸倒関連費用(連結)



■ 貸倒関連費用(EASY BUY)



21

左側の連結貸倒関連費用は276億円、アコム単体およびEASY BUYの増加を主因に、前年同期比21.7%の増加となりました。アコム単体の増加要因は次のページで説明いたします。

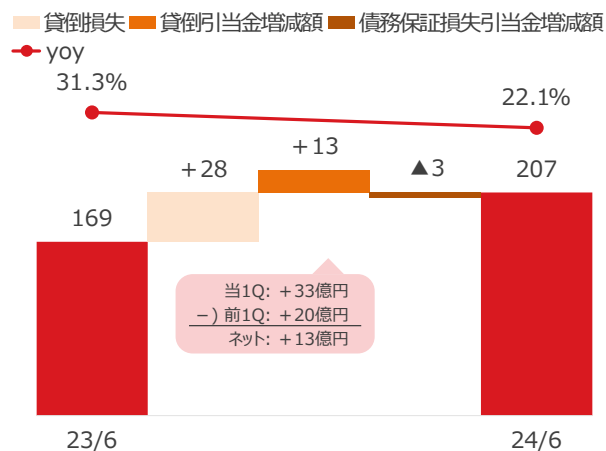
右側のEASY BUYの貸倒関連費用は54億円、前年同期比21.9%の増加となりました。この主な要因は、タイ王国におけるパーソナルローン市場全体のNPL率が悪化しており、その影響で、貸倒損失額が増加していることと考えています。背景には、タイ王国では、コロナの影響を受けたお客さまに対する救済措置として、2021年9月から2022年12月末までの1年4ヵ月の間、借入金融機関の上限件数を撤廃していました。この規制緩和時に、借入をを増やされた方々が増加したことと考えています。

22ページをお願いします。

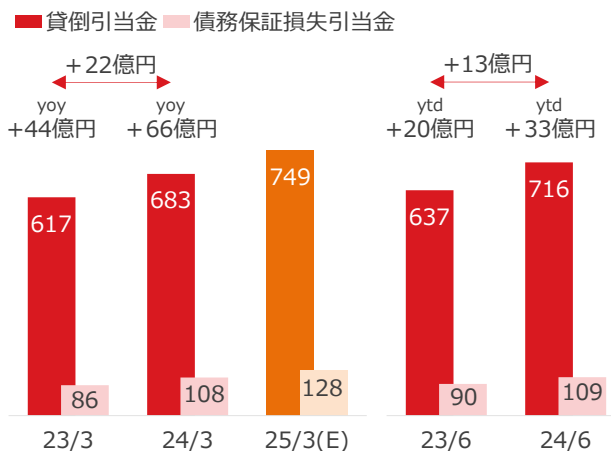
貸倒関連費用(アコム)

- 貸倒関連費用は、業容拡大を主因に、前年同期比+22.1%の207億円

貸倒関連費用 (億円)



貸倒引当金・債務保証損失引当金 (億円)



22

続きまして、アコム単体の状況を説明いたします。

左側の貸倒関連費用は207億円、前年同期比22.1%の増加、プラス37億円となりました。

その内訳は、貸倒損失額が28億円の増加、貸倒引当金増減額が13億円の増加、債務保証損失引当金増減額が3億円の減少となりました。

ここで、貸倒損失額と貸倒引当金増減額の増加要因について、説明いたします。

まず、貸倒損失額が増加した要因は、2つあります。

- 1つ目は、ローン・クレジットカード事業、信用保証事業ともに業容拡大したことです。
- 2つ目は、2024年3月期においても、コロナ禍前を上回る新客数を獲得したことで、貸倒発生率の高い取引期間の短いお客さまの構成比が上昇していることです。

続きまして、貸倒引当金増減額について説明します。

当第1四半期においては、営業債権残高が増加したこと、

また、求償債権残高が増加し引当率も上昇した結果、

引当金残高は期末比で33億円増加しました。

前第1四半期においては、営業債権残高および求償債権残高が増加したことを主因に、引当金残高は期末比で20億円増加しました。

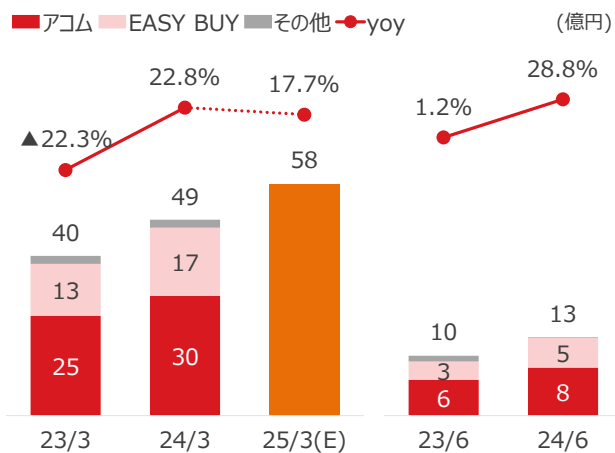
以上の結果、貸倒引当金増減額は13億円の増加となりました。

最後に、金融費用について説明いたしますので、23ページをお願いします。

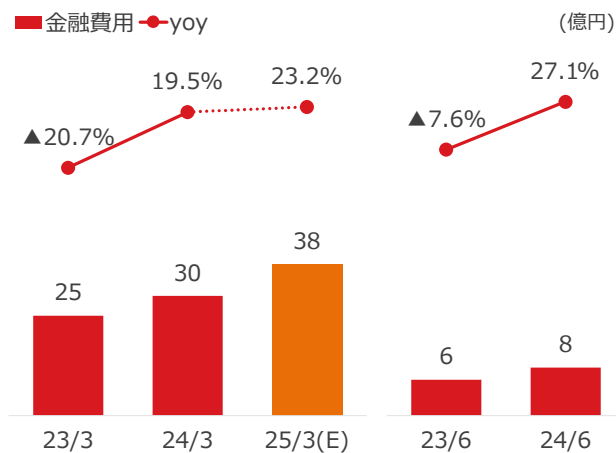
金融費用

- 金融費用(連結)は、前年同期比 +28.8%の13億円
- 金融費用(アコム)は、同 +27.1%の8億円

金融費用(連結)



金融費用(アコム)



23

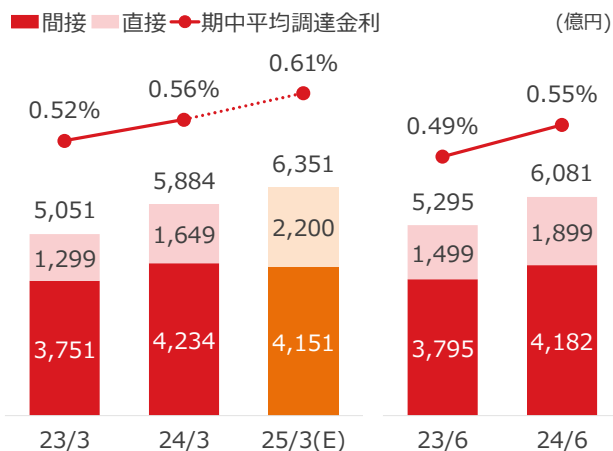
左側の連結金融費用は13億円で、前年同期比28.8%の増加となりました。
右側に移りまして、アコム単体の金融費用は8億円で、
前年同期比27.1%の増加となりました。

24ページをお願いします。

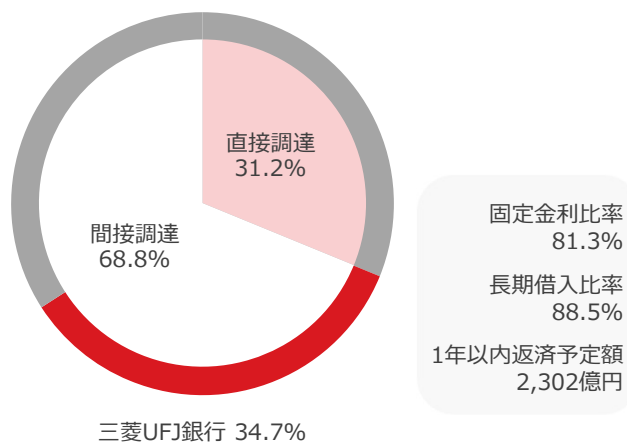
金融費用 | 資金調達残高(アコム)

- 資金調達残高は前年同期比 +785億円の6,081億円
- 期中平均調達金利は、同+6bpsの0.55%

■ 資金調達残高



■ 借入先別構成比



左側の資金調達残高は6,081億円で、前年同期比785億円の増加、折れ線グラフで記載の期中平均調達金利は、0.55%で6bpsの上昇となりました。

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31.2%、間接68.8%、三菱UFJ銀行からの調達比率は34.7%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81.3%、長期借入比率は88.5%となっております。

25ページ以降には、個人向けカードローン市場の規模推移、中期経営計画などを掲載しておりますので、ご参考にいただければと思います。以上が2025年3月期 第1四半期決算の報告です。

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。ご静聴ありがとうございました。

質疑応答

Q1: 6月の新客数が前年同月比で減少した要因は？

A1: ○要因は、①前期の新客獲得が例年になく好調だったこと、②資金需要月ではない6月の広告宣伝を戦略的に抑制したことである。

○戦略的に広告宣伝費を抑制したことで、新規獲得単価は、4万円程度と非常に低位で推移しており、効率的に新規のお客さまを獲得できている。

○6月の新客数は前年同月比で減少しているものの、4、5月は好調に進捗し、第1四半期の計画に対しては上振れしている状況である。8月以降の資金需要月においては、引き続きしっかりと新規獲得をしていきたい。

Q2: 信用保証事業が減益となった要因は？

A2: ○主な要因は、貸倒関連費用が増加したことである。

○信用保証事業における貸倒損失額は、当第1四半期においてコロナ禍前と同水準となったと認識している。2024年3月期において、新規獲得が好調だったことから、引き続き貸倒損失額は高止まりすると考えている。また、貸倒引当金は、業容拡大に加え、引当率が上昇したことで求償債権に対する引当率が上昇した。

Q3: 求償債権に対する引当率が上昇したとあるが、保証料率の上昇圧力になるのか？また、お客さまの属性に変化はあるのか？

A3: ○提携先から債権を買い取る保証履行が前年同期比で増加していることから、今後の契約更新のタイミングで保証料率が上昇する可能性がある。

○一方で、コロナ禍前と比較しても、現時点において、お客さまの属性に変化は見られない。

Q4: 業績の計画に対する進捗状況は？

A4: ○当第1四半期においては、増収増益で着地でき、第1四半期の計画に対しても上振れしている状況であることから、非常に良い結果だと認識している。

○セグメント別でみると、ローン・クレジットカード事業は業容拡大により、営業収益も上振れた。コスト面においては貸倒関連費用が増加しているものの、概ね計画通りの進捗である。その結果、営業利益は計画を上振れて着地した。

○信用保証事業は、信用保証残高が計画を上回って着地したことから、営業収益も上振れた。一方で、貸倒引当金への繰入が想定を上回ったことから、営業利益は若干計画を下回って着地した。

○海外金融事業は、EASY BUYが苦戦しているものの、円安の為替影響もあり、営業債権残高は概ね想定通りで着地した。営業利益は、EASY BUYの貸倒関連費用が想定よりも増加しなかったことから、計画を上回って着地できた。

Q5: 1口座当たりの貸付単価が 49 万円となっているが、底打ちしたという理解で良いか？

A5: ○現時点においては底打ちしたとは言い難い。補足すると、第2四半期以降の新客数が好調であれば、貸付単価は 49 万円を下回って推移する可能性がある。一方で、新客数が当初想定通りの 37 万5千件で着地すれば、貸付単価も底を打つ可能性があると考えている。

Q6: 貸倒実績率は、今期がピークという理解で良いか？

A6: ○新客数が計画である 37 万5千件で着地するのであれば、貸倒実績率は今期がピークとなると考える。一方で、新客数が 37 万5千件を上回るようであれば、貸倒実績率のピークアウトは来期以降にずれ込む可能性はある。

Q7: 広告宣伝の投下について、閑散期は広告投下を抑制していく方針か？

また、その分、需要月に大きく、例年以上に費用を投下するという考え方もあるのか

A7: ○6月については、需要月でないこともあり、戦略的に広告投下を抑制した。需要がない月については、今後も同様に広告投下を抑制する可能性が高い。

○一方で、新規の獲得が好調であれば、抑制した費用を需要月に回す可能性も十分にあると考える。新客数の状況を見ながら、対応していきたい。

○新規獲得単価が4万円程度で推移しているので、この水準を維持できるように対応していきたい。

Q8: 無担保ローンの貸倒引当率に変化はあるか？

A8: ○コロナ禍前の引当率(貸倒引当金残高／ローン・クレジットカード残高)は7%程度だったと認識している。当第1半期においても7%程度で同水準である。貸倒発生率の高い新規のお客さまの獲得が好調であれば、一時的に引当率が7%を上振れる可能性はあるものの、7%前後で推移していくと考えている。

Q9: 今回 36 ページにROEや自己資本比率に対する考え方を新たに追加したが、このページについて解説して欲しい？

A9: ○過去からの自己資本比率、ROE、配当額についての経緯を掲載した。当社においては利息返還請求による自己資本の棄損についても時系列で理解できるようにした。

○今後においては、ROE、自己資本比率といった資本政策について議論を進め、次期中計経営計画で示したいと考えている。

Q10: 他社が新規集客に力を入れることによる獲得効率への影響は？

A10: ○広告宣伝を各社が増やすタイミングは、いわゆる需要が強いタイミングだと認識している。各社が揃って広告宣伝を行うことで、お客さまにとってもその広告を見る機会が増えることから、相対的に新規の獲得は効率よくできると理解している。

以上