

事業概要 Business Overview

個人向けローン事業

お客様利便性向上に向けたサービス拡充と
効果的かつ効率的な広告戦略を展開



公式サイトやスマホアプリ、申込フォームの改修等UI/UX向上に向けた取組みを実施し、ゆうちょ銀行とのATM提携や、セブン銀行ATMで国内初の「マイナンバーカードを利用した所得情報の提出」サービスの開始をしております。

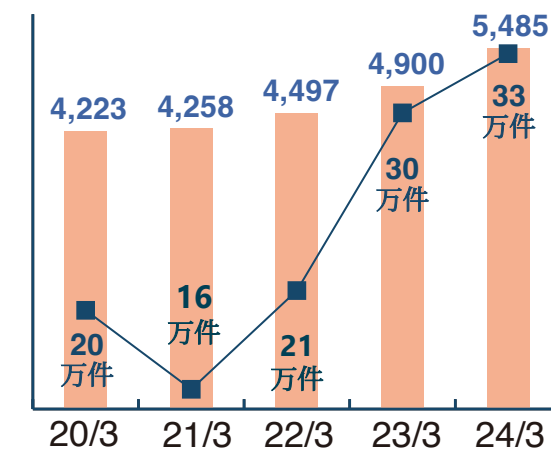
テレビCMやWEBを中心とした効果的かつ効率的な広告戦略により、新規獲得にかかるコストの抑制に努めております。

お客様の声をもとにサービス向上に継続的に取り組み、新規成約件数や営業貸付金残高の増加に努めております。

新規獲得・残高推移

コロナ禍からの資金需要の回復に加え、お客様利便性向上に向けたサービス拡充と効果的な広告戦略などにより、当期の新規獲得件数は、**33万8千件**(前期比12.4%増)当期末における無担保ローンの残高は**5,485億円**(同11.9%増)となりました。

■ 営業貸付金残高（億円）
■ 新規獲得件数



Voices from the Field: 個人向け無担保ローン事業



アイフル株式会社
宣伝部 部長 佐藤 夕雅

Q ローン事業のマーケット動向についてお聞かせください。

新型コロナウイルスの影響等からマーケットは縮小していましたが、コロナによる影響が落ち着くとともに消費ニーズの高まりや大手各社の積極的な広告宣伝等を背景にマーケットは再び、拡大基調に転じています。引き続き、好調なマーケットを背景として、2024年3月期のアイフルの新規獲得件数は33万8千件、前期比12.4%の増加となりました。

現在のお客様の申し込みは90%以上がスマホからの申し込みであり、申し込みのしやすさに加え、ローン事業のイメージの変化などもあり、新規顧客が増加しており、中でも女性からの申し込みも増えているのが最近の特徴です。

Q 好調な新規獲得について、宣伝部の取り組みをお聞かせください。

アイフルでは、ブランド力を活かした認知向上に努めており、大地真央さんと今野浩喜さんを起用したテレビCMはご好評いただいております。

また、広告宣伝においてはアフィリエイトによる獲得が多くを占めており、出稿先や出稿量は効率を意識し、1件あたりの獲得単価(CPA)を低位安定させながら、効果的な新規獲得に努めています。

また、アフィリエイトに頼らず、直接、当社のホームページに申し込めとキャッシュバックを行うキャンペーンやSEO・LPO実施により、更なるCPAの引下げを目指しています。

Q 各社新規獲得にかなりの広告宣伝費を投下していますが、こういった理由からでしょうか。

ローン事業のビジネスモデルはお客様に融資した残高に対して利息収入をいただくものであるため、残高拡大は非常に重要な要素となります。新規のお客様にご利用いただくことで、残高拡大に寄与するため、各社、新規顧客の獲得に力をいれています。

アイフルは銀行系の同業他社と比較して資金力には及ばない部分もあるため、いかに効率的・効果的に新規顧客を獲得するかを常に考えています。

事業者ローン・有担保ローン事業

アイフルグループの事業者向け与信ノウハウを最大限に活かした事業を展開

AG ビジネスサポート

事業者ローン事業を中心に、今後も成長が期待できる不動産担保ローンやファクタリング事業など、事業者向けの商品を展開しております。

事業者ローンにおいては、長年に渡り蓄積した事業者向け与信ノウハウを活かして、中小企業をはじめとする事業者の資金ニーズにお応えし、残高成長を続けております。

AG Medical

2021年7月より、主力事業の1つとして注力しておりました診療報酬等担保ローン事業を分社化し、ヘルスケア業界向け金融サービス事業をより強化しております。

今後も、創業間もない時期の運転資金や事業上の様々な用途に応じた融資提案、計画的な返済プランを提案することで、事業者への資金面でのサポートを行って参ります(AGメディカルは、AGビジネスサポートより診療報酬等担保ローン事業を承継)。

残高推移

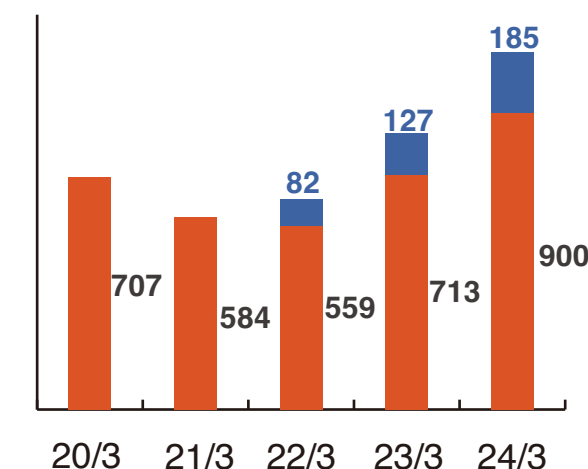
AG ビジネスサポート：

資金需要の回復により新規獲得が順調に推移し営業貸付金残高は900億円(前期比26.1%増)となりました。

AG メディカル：

好調な新規獲得を背景に、営業貸付残高は185億円(前期比44.8%増)となりました。

■ AGビジネスサポート
■ AGメディカル
(億円)



信用保証事業

個人及び事業者の与信ノウハウや独立系の強みを活かした事業を展開



アイフルグループの主力事業の1つとして、アイフルブランドとライフカードブランドの両面で金融機関との提携を進めております。

個人向けの無担保カードローン・おまとめローンの保証や事業者向けの無担保ローンの保証を行っております。

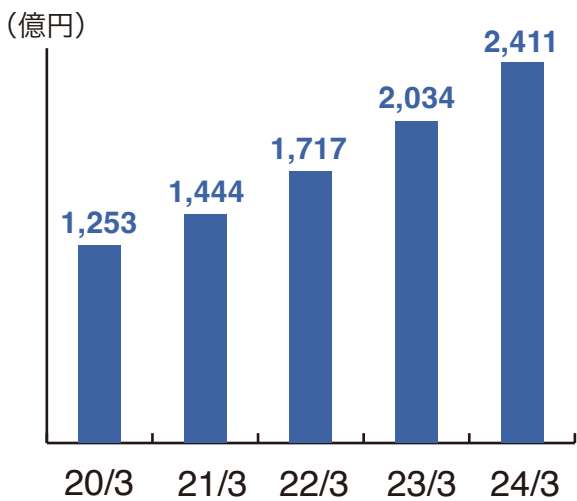
一般的な個人向けの無担保カードローン保証のほか、独自性の強い個人向けのおまとめローン保証、事業者向け保証を取り扱っており、数多くの保証提携先からご支持頂いております。



残高推移

個人及び事業者の与信ノウハウや独立系の強みを活かし、保証残高拡大に向けた商品の多様化や新規保証提携の推進に取り組んだ結果、信用保証残高は2,411億円(前期比18.5%増)となりました。

■ 連結信用保証残高



Voices from the Field:

Q 保証事業のビジネスモデルについて教えてください。

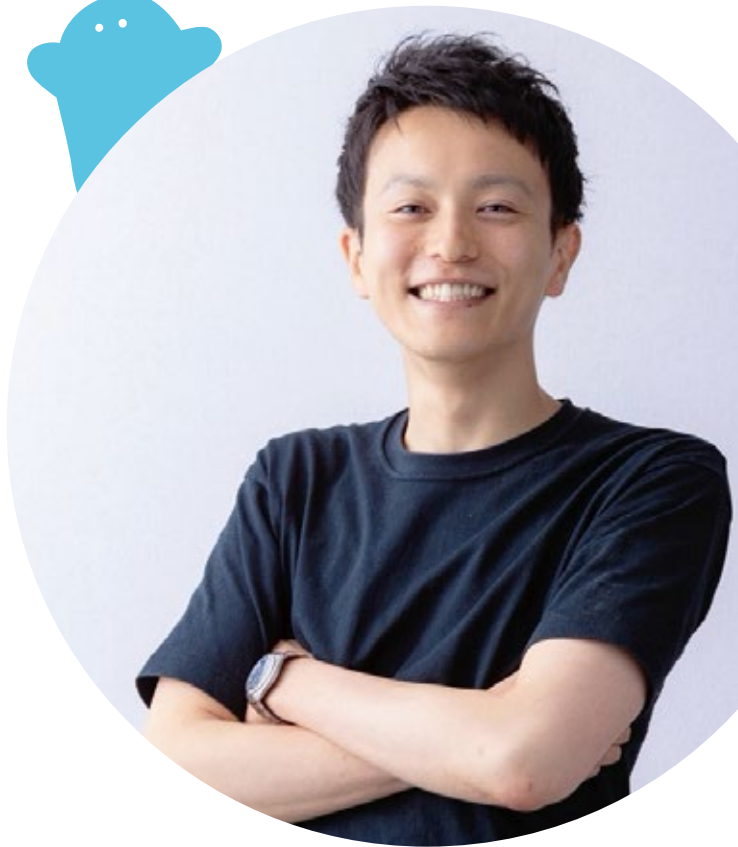
金融機関が個人または事業者へ融資する際にアイフルグループが持つ与信ノウハウを活用した与信サービスを金融機関に提供し、保証料をいただくフィービジネスになります。資金を使わず、自社のもつ与信ノウハウが活用できる、アイフルグループの主力事業の1つです。

Q アイフルの保証事業の強みや他社との違いを聞かせてください。

アイフルグループは個人向けのみならず事業者向けの与信ノウハウも有していることが同業他社と比較しての強みであり、その強みを活かして新規提携先の拡大に努めています。

特に個人向けに関しては、アイフルが培ってきたおまとめローンの営業ノウハウを提携先金融機関様に共有させていただくことで、おまとめ残高を積み上げ、お客様の返済負担軽減・提携金融機関様の金利収入増加の両面に寄与できることを強みと考えています。

また、新しく不動産向けローンの保証も開始し、多様な商品ラインナップを揃えていることも強みです。2024年3月期時点でアイフルグループの保証残高は2,411億円、提携先金融機関は247先と順調に拡大しています。



アイフル株式会社
保証事業部 課長補佐
泉 裕二郎

Q 保証事業部に異動して数か月とのことですが、現在の泉さんの業務を教えてください。

私は金融機関との提携拡大に向けた新規営業や既存先の新商品の拡充等、金融機関に対する窓口として営業を行っています。新規提携先の拡大や新商品の拡充により保証残高の積み上げと保証料収益の拡大に向けて取り組んでいます。

クレジットカード事業

多様な商品ラインナップによる決済事業を展開



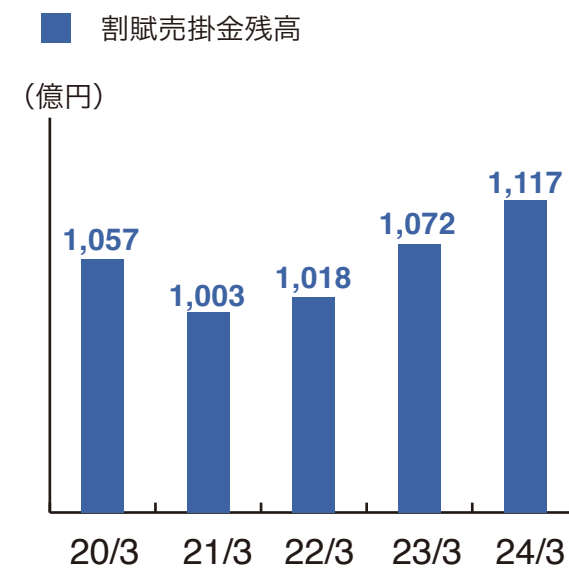
ライフカードは、「Be Unique!」をコンセプトに、枠にはまることのない斬新な発想で独自のユニークな商品・サービスを提供することでお客様のニーズにお応えすべく、クレジットカード事業を中心に、プリペイドカード事業、集金代行業など様々な決済事業を展開しております。

また、主力商品であるAOYAMAカードの獲得推進のほか、プリペイド機能を搭載した地域商店街の振興を目的とした提携カードなど、多種多様な業種・業態との提携を積極展開しております。



残高推移

個人消費の回復に加え、キャッシュレス決済の拡大、コロナ禍の新しい生活環境に応じたカード利用の定着等により、当期の買上実績が7,687億円(前期比3.8%増)、割賦売掛金残高は1,117億円(同4.2%増)となりました。



Voices from the Field:



ライフカード株式会社
営業第一部 課長 今井 健志

Q ライフカードについて教えてください。

ライフカードではクレジットカード事業や前払い式のプリカ事業など、多様な決済サービスを提供しています。

「Be Unique!」をコンセプトに、「機能的価値から情緒的価値へ」というテーマのもと、お客様一人ひとりに向き合ったさまざまな金融サービスの開発に取り組むことで顧客ロイヤルティを高め、情緒的価値への共感をもって「ファーストカード」に選ばれることを目指し、取り組んでいます。

Q ライフカードの新たな取り組みについて聞かせてください。

ライフカードではLTVの向上に向けた様々な取り組みを行っています。収益性の向上やコスト削減を進めた結果、稼働会員ベースでの将来LTVは70千円まで向上しました。今後も利益水準の向上を図るとともに積極的なプロモーションによって新規稼働会員の獲得を強化していきます。

また、2024年5月にVプリカをリニューアルしました。これまでのネット専用からリアルカードを発行することでリアルでも使えるようになったほか、カード番号はそのままにチャージして繰り返し使える機能を追加しました。ライフカードでは多様な決済サービスの提供に努めていきます。

個別信用購入あっせん事業

決算手段を増やすことで事業者にも
消費者にも快適なショッピング体験へ

AG ペイメントサービス

ライフカード株式会社の前身である株式会社ライフ時代より蓄積した加盟店契約・審査・管理のノウハウを活かした個別信用購入あっせん事業やBNPL事業を展開しております。

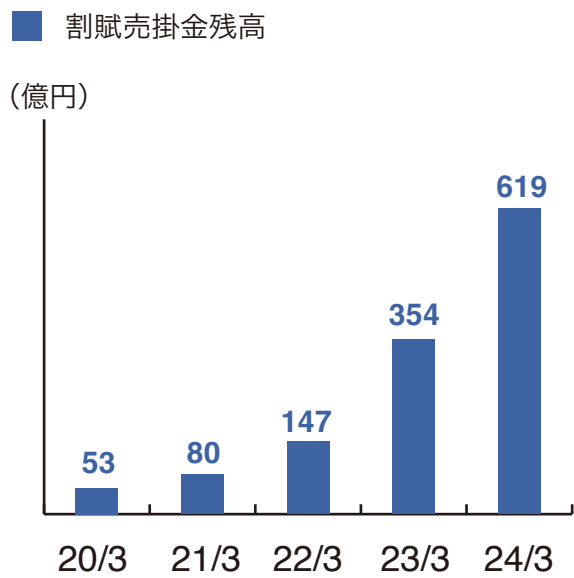
主力事業である個別信用購入あっせん事業は、エステ・美容医療分野の加盟店開拓を積極的に行っております。

※2024年1月にAGギャランティー（個別信用購入あっせん事業）は、BNPLを取り扱うAGミライバライと合併、AGペイメントサービスに名称を変更しております。



残高推移

自社での営業活動に加え、2019年4月より実施しているアイフルの有人店舗の営業組織化に伴う個別信用購入あっせんの積極的な加盟店営業により、当期の割賦売掛金残高は619億円（前期比74.4%増）となりました。



Voices from the Field:

Q 天宮さんはアイフルの方なのになぜ当サービス商品の営業をしているのか聞かせてください。

インターネット環境の普及によって、アイフルの無担保ローンはWEB申込・契約が主流となり、従前の対面での商品販売や接客を行っていたアイフルの有人店の在り方を見直し、2019年4月より全国各地の有人店をグループ会社の商材を販売する法人営業組織化を進めています。

私はその有人店に所属しており、法人営業を通じて、AGペイメントサービスが取り扱う個別信用購入あっせんやライフカードが取り扱うクレジットカードなど、グループ各社の商材の販売を行い、グループシナジーの最大化に努めています。

Q 個別信用購入あっせんのビジネスモデルについて教えてください。

お客様が購入した高額な商品・サービスに対して、AGペイメントサービスがお客様の購入代金分を加盟店（販売会社）に立替し、その後お客様へ分割払い請求する決済サービスです。

例えば、お客様が商品を購入する際、その商品を購入するためのクレジット申込をして審査を受け利用し、個別信用購入あっせん業者（AGペイメントサービス）は加盟店（商品の販売業者）にその購入代金を支払い（立替払い）、手数料含めた代金をお客様より受け取ることで利益を得ます。



アイフル株式会社
東日本営業部東京支店
支店長 天宮 雅子

Q 具体的にはどんなところに営業をしているのでしょうか。

AGペイメントサービスは、エステ・美容医療の加盟店獲得に力を入れています。サービスの提供を通じて、綺麗になりたい方を影ながらサポート出来るのでやりがいを感じています。

2024年3月末時点のエステ・美容医療の割賦シェアは18%程度ですが、5年後（2029年3月期）の割賦シェア30%を目指しています。

海外事業

ASEAN を中心とした海外に進出し、新たな市場の開拓
ならびに当社グループの事業ポートフォリオを多角化



2014年12月にタイ王国の現地法人であるアイラキャピタルと合併で「AIRA & AIFUL Public Company Limited」を設立し、2015年9月より消費者金融事業を展開しております。

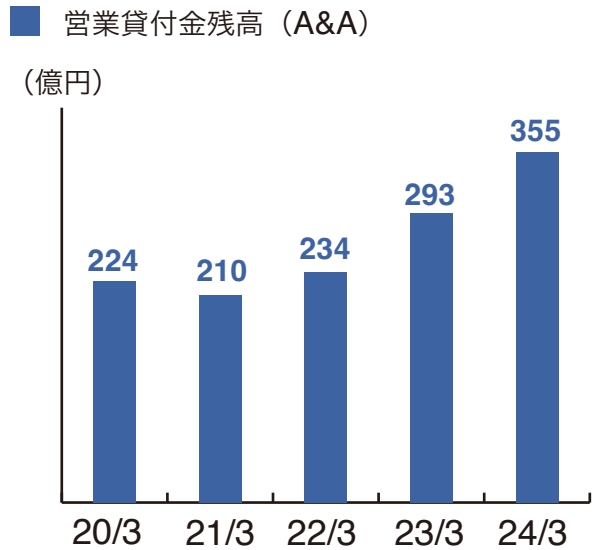
2021年1月には銀行自動引落を開始、3月には「eKYC」(オンラインの本人確認)の認可、4月には入出金のカードレス化を開始し、非対面で与信から入金まで実施することが可能となりました。今後は日本と同様WEB完結が主流になると予想されることから、引き続き日本で培った消費者金融事業のノウハウを活用し事業の拡大と安定化を図ってまいります。



2017年5月にはインドネシアで中古車オートローン事業を営むREKSA FINANCEの株式を取得し、経営に参画しております。優良債権の獲得に努めつつ、営業アセットの拡大に取り組んでおります。

残高推移

新規獲得が好調に推移し、当期の営業貸付金残高は355億円(前期比21.1%増)となりました。



※A&Aは12月期決算のため、通期累計期間は1月～12月の実績
※為替レート(タイバーツ)
19年度 3.63円、20年度 3.42円、21年度 3.44円、22年度 3.75円、23年度 4.04円



Voices from the Field: デジタル施策について

Q 長期ビジョンとしてIT企業への変革を掲げていますが、具体的にはどのようなことをイメージされていますか。

金融業界は異業種を含めた様々な企業がサービスを提供しており、目まぐるしいスピードで技術もニーズも変化しています。その中でお客様に選んでいただくためには変化に対応し、高い顧客利便性を実現していくことが求められています。
アイフルグループではその一つの解としてシステム・UI/UXを内製化し、お客様のニーズへこれまで以上に柔軟に、かつスピーディーに応えていきたいと考えました。プロフェッショナルな人材の採用・育成を強化し、ITを駆使してプロダクトの価値を高め、お客様に長くご利用いただけるサービスを提供し続けたい。そんな未来を描いています。

Q 部門(グループシステム本部)の体制と人数、役割について教えてください。

システム部は全社向けのセキュリティやシステム企画、基幹系を中心としたシステムの開発・運用・保守などを担っており、約150名が在籍しています。私がいるデジタル推進は1部と2部に分かれ、HPやアプリなどの改修を担っています。1部はアイフル営業サイトや申込フォーム、社内向けシステムの担当で約120名、2部はアイフル・ライフカードのアプリをメインにグループ会社のHPも担当しており、約50名が在籍しています。デジタル推進は中途社員が多くいますが、経験者や海外人材の他に京都大学の学生アルバイトなど多様な人材が在籍しています。



アイフル株式会社
デジタル推進2部
部長 吉野 元

Q どのようなプロダクトを内製しているのか。また、方針を教えてください。

アイフルの営業サイトやスマホアプリをはじめ、顧客接点を優先して内製化を進めてきました。55個のプロダクトをこれまで内製化しましたが、いずれもお客様満足度やコンバージョンレートの向上、手続き時間やコストの削減など高い効果が確認できています。一例をあげると、アイフルスマホアプリのストア評価は内製化前と比較して、極めて高い評価をいただけるようになりました。

	2020/3	2024/3
iOS	2.6pt	4.6pt
Android	3.7pt	4.7pt

今後はよりクリティカルなシステムへと、内製範囲を拡大していきたいと考えています。

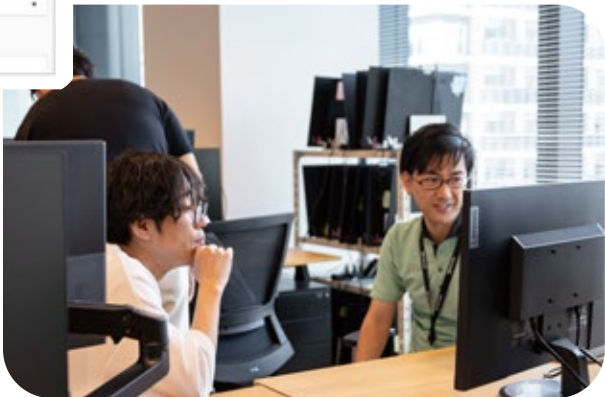
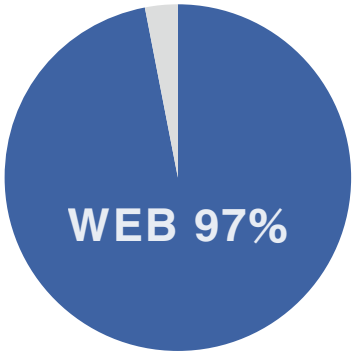
申込フォームの改善

ストレスの感じないフォームを目指し、UI/UXを改善。



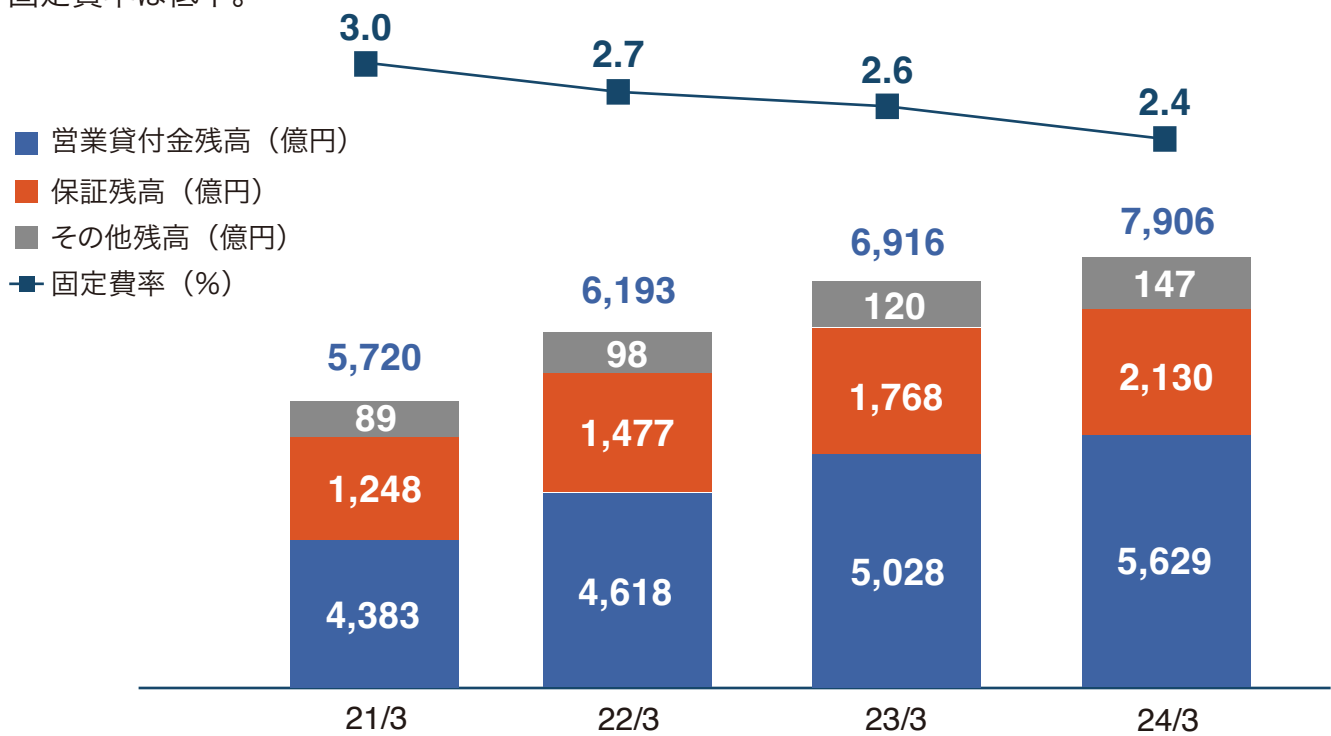
WEB申込率

WEBを通じた申込率は97%に。



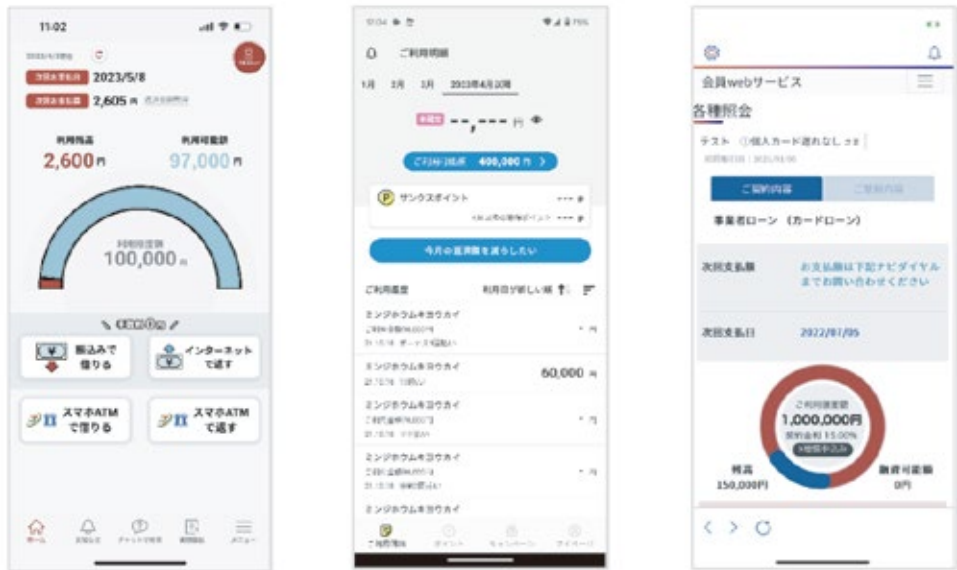
固定比率の低下

DXや内製化等の取組みにより固定費率は低下。

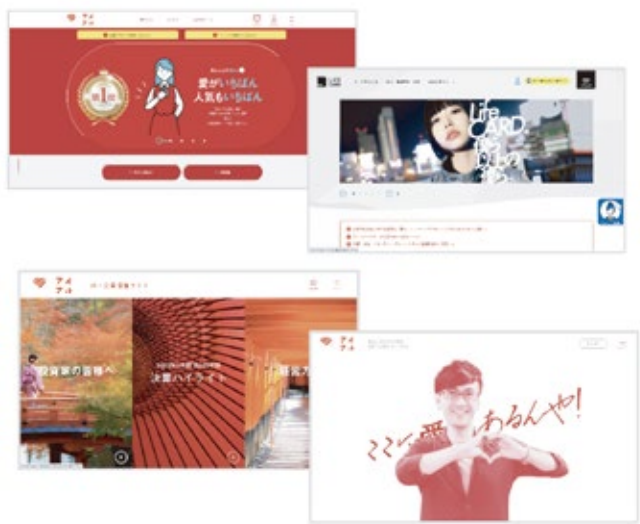


アプリの改修

アイフル・ライフカード・AGビジネスサポートのアプリ改修を内製化し、評価も向上。



HPの改修



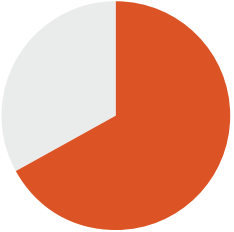
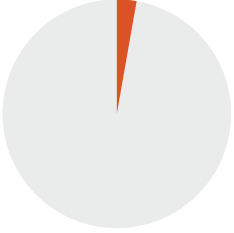
FAQの充実

アイフル HP 内の FAQ を拡充し顧客利便を高める。

現在200件以上

IT企業への変革。
100年続く
企業を目指す

セグメントポートフォリオ一覧

会社名	事業内容	営業債権残高の構成比 (2024年3月31日現在)	営業債権残高(億円)	営業収益(億円)
	- 無担保ローン - 事業者ローン - 信用保証	 67%	6,193 22/3 6,196 23/3 7,906 24/3	831 22/3 884 23/3 1,038 24/3
 AG ビジネスサポート	- 事業者ローン - ファクタリング	 8%	559 22/3 713 23/3 900 24/3	64 22/3 77 23/3 103 24/3
	- クレジットカード - プリペイドカード - 信用保証	 15%	1,641 22/3 1,704 23/3 1,753 24/3	323 22/3 357 23/3 377 24/3
 AG ペイメントサービス	- 自社割賦信用保証 - 個別信用購入斡旋 - 後払い決済	 5%	148 22/3 356 23/3 619 24/3	19 22/3 35 23/3 54 24/3
	無担保ローン事業	 3%	234 22/3 293 23/3 355 24/3	57 22/3 70 23/3 82 24/3