



統合報告書

2025

INTEGRATED REPORT 2025



目次

01

イントロダクション



経営理念	2
社長メッセージ	3
社外取締役インタビュー	6
価値創造のあゆみ	8

02

価値創造ストーリー



価値創造プロセス	10
優先的に解決すべき重要課題	11
インプットとアウトカムの分析	12
長期Vision	13
中期経営計画	14
事業別概要	16
企業価値向上に向けた取り組み	25
財務・非財務ハイライト	27

03

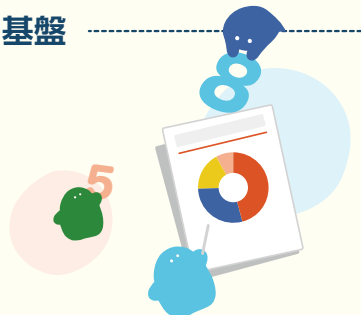
事業戦略



事業戦略1：M&A	30
事業戦略2：IT推進	33
事業戦略3：ブランディング	38
事業戦略4：人材	43
金融を通じた持続的成長サポート	50
気候変動への対応	53

04

経営基盤



コーポレート・ガバナンス	56
役員一覧	60
リスクファクター	61
財務データ	63
非財務データ	67
財務諸表等	68
グループ会社一覧	77
企業情報	78

編集方針

わたしたちはより多くのステークホルダーの皆さまにアイフルグループを正しく知っていただくために、タイムリーかつ公平な情報開示を積極的に行っています。

本統合報告書では、「中期経営計画2024」に基づき、持続的な企業の価値創造を明確に伝えることを目的に、アイフルグループのビジネスモデル・経営戦略・サステナビリティに関する情報変化を視覚的に示し、理解を深めていただけるよう努めます。

今後も適切な情報開示を行い、ステークホルダーの皆さまとの対話の機会につなげることを目指して取り組んでいきます。

対象読者	アイフルグループのすべてのステークホルダー
報告対象期間	2025年3月期（2024年4月1日～2025年3月31日） 一部対象期間前後の情報を含みます。
報告範囲	アイフル株式会社および国内外のグループ会社
参考にしたガイドライン	IFRS財団「国際統合報告フレームワーク」

本報告書に関する注意事項

本報告書の計画・方針等の記載はいずれも現時点においてアイフルグループが把握している情報に基づいて策定したものです。従って、リスクや不確実性を含んでおり、実際の業績は経済環境の変化や市場の動向等の様々な要因により、将来の見通し等と異なる可能性がありますのでご注意ください。



イントロダクション

経営理念

誠実な企業活動を通じて、社会より支持を得る

アイフルグループの変わることの無い根幹の考え方である経営理念「誠実な企業活動を通じて、社会より支持を得る」を2021年4月に再構築し、時代に即した達成目標として「VISION/MISSION/VALUE」を設計しました。



For Colorful Life.

自分の色が輝く社会に

生活にも仕事にも、自分らしさを。

私たちはひとりひとりの彩りで、社会をもっと輝かせていきます。

あらゆる人が、自分らしくいられる未来を創造していくために。

私たちは、その人らしい色を大切にします。

統合報告書のデザインコンセプトについて

CONCEPT

「わくわく、出会い広がる」

新しい挑戦を続ける
アイフルグループが魅せる
「広がり」や「未来への期待感」
を表現しました。

当社のデザイン室が
デザインしました!!



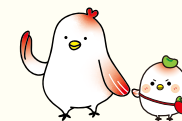
アイフルグループの仲間たち

ちいさきもの



アイフルグループのVMVを
象徴するキャラクター。
ひとりひとりが自分らしく
輝く、多様でポジティブ
なイメージの象徴。

(左) ぼっくん/ぼまめくん



アイフル公式キャラクター。
兄のぼっくんはのんびり
屋さん。弟のぼまめくんは
ちょっぴり恥ずかしがり屋
さん。

えーるくん



ライフカードの公式キャラ
クター。
スマートな大人に憧れる、
元気な頑張り屋さん。

(左) ロンくん/ライちゃん



ペット保険のFPCの公式
キャラクター。
ロンくんは穏やかで能天気。
ライちゃんはマイペースで
繊細。

リンク集

アイフルグループについて
<https://www.aiful.co.jp/group/>



IR情報トップ
<https://www.aiful.co.jp/group/ir/>



サステナビリティ
<https://www.aiful.co.jp/group/sustainability/>



アイフルグループが目指す会社の姿

Profile

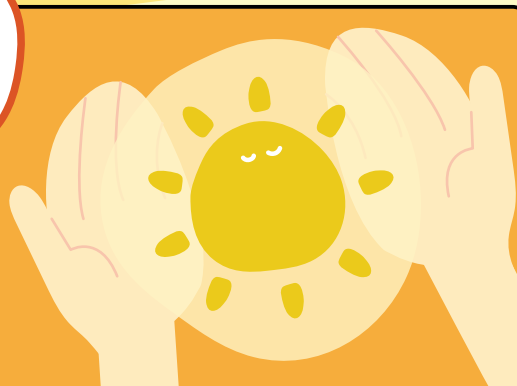
アイフル
代表取締役社長
福田 光秀



2003/4 大和証券㈱入社
2009/4 ㈱OGIキャピタル・パートナーズ入社
2011/3 当社入社
2011/6 当社執行役員
2012/6 当社取締役執行役員
2020/6 当社代表取締役社長執行役員（現任）

イソップ童話の
「北風と太陽」に出てくる
太陽のような会社に

1番大切な考え方として、
まずは**社員が楽しい**と
思える会社になりたい。



一緒に働いている社員が楽しいと思えることが重要！
その結果として…

アイフルに
入社したい！

一緒に
働きたい！

と周囲の人が思ってくれる会社になりたい。

強引に社員を抑えつける
北風のような会社は
いずれ限界がくる…



だから…

我々は**個性を尊重し、認め合い、**
自ら動き輝ける、
太陽のような会社を目指したい。



そのためには
自分たちがイケてると
思える会社であること

社会にどう見えるか、どう思われるかは、
最終的には社会が決めること。

他人の評価ばかりを気にする必要はなく、
自分たちらしさの方が重要です。



1番大切なのは、自分たちが

楽しい！
イケてる！

と考えることだと思います。

そして、
社員の給料が増え、
生活が豊かになること

しっかりと利益をあげられる
会社でなければならないし、

そのためには**良いサービス、良いプロダクト**を
自分たちで作り、それを提供できる会社でありたいと思っています。



その結果、社員の生活が
豊かになることを目指して
いきます。

アイフルグループが目指すものと今後の事業戦略

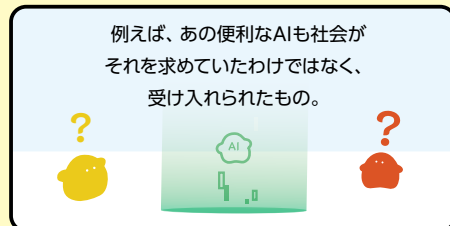
社会に「受け入れられる」
プロダクトを提供する



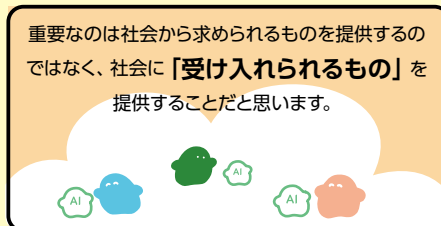
我々が社会から求められて
いるものはないと思います。



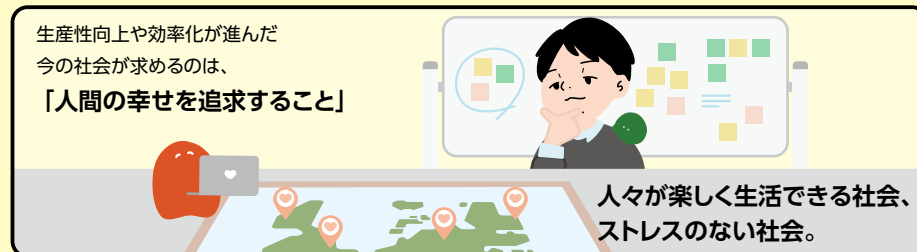
例えば、あの便利なAIも社会が
それを求めていたわけではなく、
受け入れられたもの。



重要なのは社会から求められるものを提供するの
ではなく、社会に「受け入れられるもの」を
提供することだと思います。



生産性向上や効率化が進んだ
今の社会が求めるのは、
「人間の幸せを追求すること」



人々が楽しく生活できる社会、
ストレスのない社会。

そんな社会で我々が――



「受け入れられる」サービスや
プロダクトを提供することが重要です。



本質的に利益が上げられる企業として、
商品の企画から製造、販売までの
全てを自社でやる



SPAを理想の
カタチとしています。

SPA...Speciality store retailer of Private label Apparel

ITやDXは手段でしかない。
SPAという理想の形態に向けて、



DXの推進やエンジニアの採用
など、手段を整えています。

私たちはいま必要なこと、やるべきことを見つけ、



それをサービスやプロダクトとして提供し、
社会に受け入れられる会社にしていきます。

また、会社として、
自分らしく働ける会社
を目指しており



口下手な人、人見知り、誰でも個性や良さを理解できる、
そしてその個性を認め合える会社でありたいと思っています。

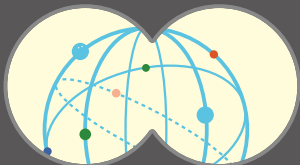
ホールディングス化による変化

「金融のアイフル」から
見え方が変わっていくことへの期待

ホールディングス化により、事業会社を並列に並べ、
ホールディングス会社が**全体最適の視点**で
経営を推進していきます。



また、グループ全体の組織構造が
変わること、私たちのグループの見え方が
変わっていくと思っています。



認知やブランドは維持しながら、



採用の観点や今後の事業展開、M&Aの推進では、
金融にとらわれないホールディングス体制が動きやすいと
考えています。

グループを会社単位ではなく



宣伝・分析などの機能単位に分け、
横断的に見ます。



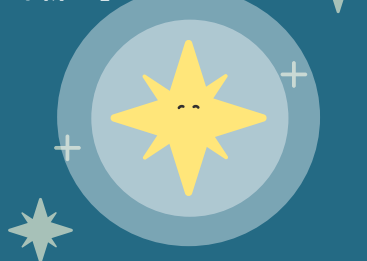
その結果、役割がシンプルになり、
ノウハウやナレッジの蓄積による
専門性、プロダクトのクオリティが
向上します。



意味を重視した
「ムニノバホールディングス」
という社名への変更

ムニの部分は、唯一無二や、ユニークといった点から、
「グループの核となる新しい場所」という想いを

ノバは、天文学での
「新星」を意味し



普段は目立たない星が突如として
強い輝きを放ち夜空に現れる現象を指し

誰もがもっている「ありのままの輝き」を
信じ、それを尊重しあうことで、ビジョンである



を実現していく思いを込めています。

- 成し遂げたい5つのこと -

- ① 国内外の利益比率を5：5にする
- ② フルスクラッチでシステムをつくる
- ③ 営業利益を最低でも1,000億円にする
- ④ イケてる会社、センスのいい会社にする
- ⑤ 川沿いで緑が多く大学キャンパスのような
低階層オフィスで働く

社外取締役インタビュー

名古屋グランパスの大ファンです！



アイフル 社外取締役
前田 真一郎

Profile

1992/4 株野村総合研究所 入社
2004/1 株野村証券 金融経済研究所
主任研究員・シニアアナリスト
2015/4 名城大学 経営学部
国際経営学科 教授
2022/6 当社社外取締役（監査等委員）（現任）
2025/3 九州大学 経済学研究院 教授（現任）

Interviewer



アイフル 経営計画部長
阿部 育生



アイフルグループの強みや競争優位性は
どういった部分でしょうか？



阿部



前田

強み・競争優位性は、
情報生産能力にあります。

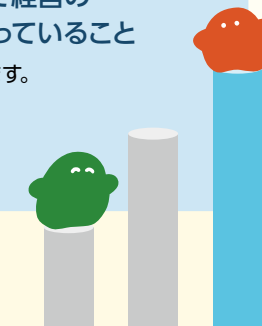
アイフルグループは、借り手の返済能力に関する情報を収集・分析・評価してきた歴史と経験があります。

アメリカにおけるリテール金融の歴史を見ても、最終的に与信力の高い企業が生き残っています。

アイフルグループは、データ分析等の能力を高めるべくITを内製化しています。このような経営判断ができたのも

独立系として経営の
自由度を持っていること

が背景にあります。



社外取締役就任に至った動機や背景についてお聞かせください。



阿部

昔と今でアイフルの見え方は変わりましたか？



阿部

ビジネスモデルの変化に
驚きました。

1990年代のアイフルは、広告宣伝を多用し、店舗および無人契約機を数多く揃えビジネスを展開していました。当時はブランドとブランチャが競争力の源泉でした。

それが今や顧客獲得の97%以上がウェブを通じたものになっています。情報生産能力が経営の基盤である点は不変ですが、

ITを駆使した企業へ
変貌を遂げています。

Before

After



私がアイフルと出会ったのは1993年。当時、証券アナリストの仕事をしており、ノンバンクの株式上場に携わっていました。ノンバンクの実態と投資家の見方とのギャップを埋めるべく、アナリストとして国内外の投資家に必死に説明を行ったことを覚えています。

その後、私はアカデミックな道に進みましたが、アイフル創業家とお話させて頂き、ご縁あってアイフルの社外取締役に就任することになりました。



前田



前田

社外取締役インタビュー

01 インタビュー

02 価値創造ストーリー

03 事業戦略

04 経営基盤



前田

社外取締役の役割をお聞かせください。



阿部

まずは社外の監査等委員として、社会全体の変化を踏まえた幅広い視野で、業務執行の監督をする役割があります。

私自身、証券アナリストの仕事を通じて投資の世界にも携わってきました。また日本のみならず、アメリカでの業務経験もあります。

マーケットとの対話を踏まえながら、グローバルな視点での経営を志向していければと考えています。

そのために、自ら情報収集を行い、リスクを把握し経営の本質を見分けられる能力を高めていきたいと思っています。

IR対応等で感じたことについてお聞かせください。



前田

現在の中期経営計画では、必要な自己資本を踏まえた上での、成長投資と株主還元への資本配分を資本政策として示しています。

アイフルグループは再び成長ステージにあり、積極的な投資を進める一方で、株主還元の拡充もしています。



前田

中期経営計画どおりに業績を向上させ、マーケットとの対話を深化させていく必要があります。

短期的のみならず長期的な信頼を再構築できるように、将来を見据えたIR活動を心掛けています。

今後のビジネスの変革や発展についてお聞かせください。

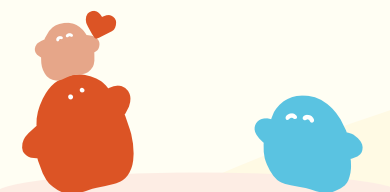


阿部

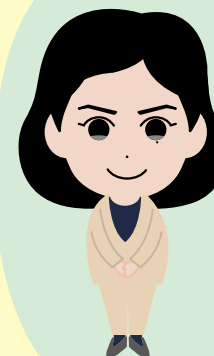
アイフルグループが金融業の枠を超えて成長を実現することです。

これまで金融は、ITの進展にともない変化してきました。2026年度からは、ホールディングス化へ移行します。金融業を長く営んできたアイフルグループが、金融業の枠を超えて情報を収集しながら成長していく姿を見せられればと思っています。

アイフルグループにしか示せない道があると考えています。



新任取締役メッセージ



アイフル 社外取締役
北澤 綾子

Profile

- 1997/4 リーマン・ブラザーズ証券会社入社
- 2000/3 メリルリンチ日本証券(株)(現BofA証券(株))入社
- 2012/2 (株)シンプレックス・アドバイザーズ入社
マネジングディレクター(現任)
- 2025/6 当社社外取締役(現任)

社外取締役に就任した北澤です。

アイフルグループの持続的成長と企業価値向上において、M&Aは極めて重要な戦略です。M&Aの真価は、買収後のPMI※、すなわち新たな人材・組織との融合プロセスでこそ問われます。アイフルの強みは、規制業種としての厳格な規律を基盤としながら、個々の人材がその能力を最大限に発揮し、多様な価値観を組織の活力へと転換させる企業文化そのものにあります。

この独自の企業文化を最大限に活かし、円滑なPMIを遂行することこそが、事業シナジーの創出とM&Aの成功を確実なものにすると思信しています。

社外取締役として、M&A戦略の成功はもちろんのこと、多様な個性が輝く組織の実現に向け、引き続き建設的な提言を続けてまいります。

※Post Merger Integrationの略称で、M&A成立後における経営の統合プロセスを指します。

価値創造のあゆみ

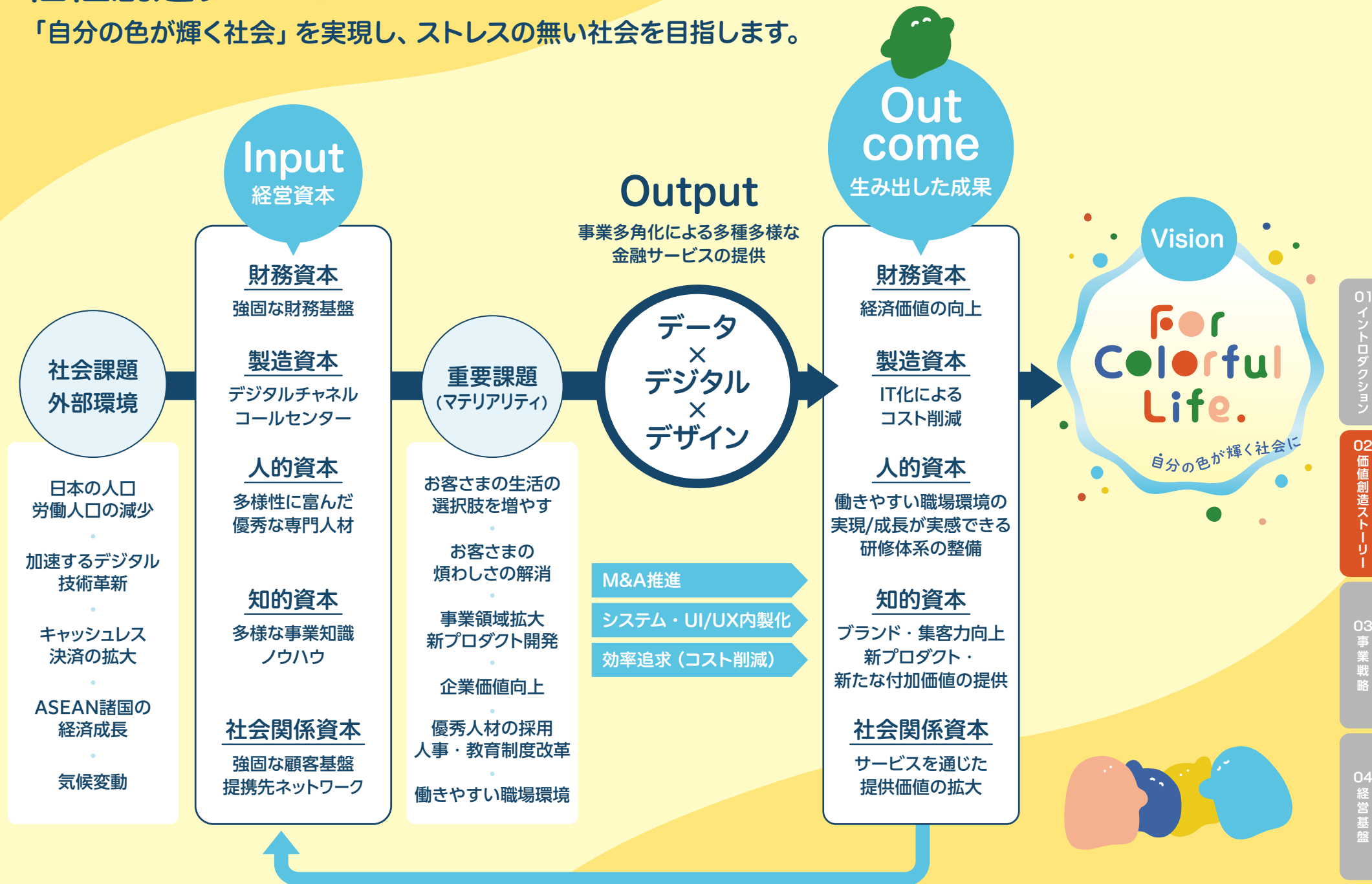


02 価値創造ストーリー

価値創造プロセス	10
優先的に解決すべき重要課題（マテリアリティ）	11
インプットとアウトカムの分析	12
長期Vision	13
中期経営計画	
中期経営計画2024	14
中期経営計画 1年目を終えて	15
事業別概要	
セグメントポートフォリオ	16
個人向けローン	17
事業者向けローン/ファクタリング	19
信用保証	20
クレジットカード	21
個別信用購入あっせん	23
海外展開	24
企業価値向上に向けた取り組み	
企業価値向上へのロジックツリー	25
市場との対話	26
財務・非財務ハイライト	27

価値創造プロセス

「自分の色が輝く社会」を実現し、ストレスの無い社会を目指します。



優先的に解決すべき重要課題（マテリアリティ）

For Colorful Life.

自分の色が輝く社会に

事業

プロダクト・サービスを通じて、
お客さまの「自分の色が輝く社会」を実現

重要分野1



お客さま

重要分野2



プロダクト

| マテリアリティ

● お客さまの生活の選択肢を増やす

今欲しいものが手に入らず、生活が物足りないと感じるお客さまの生活の選択肢を増やすため、利便性の高いサービス提供を安定的に行います。

● お客さまの煩わしさの解消

お客さまがサービス利用時に感じる煩わしさを解消するため、ITやデータを活用し、ストレスのないシームレスなサービスを提供します。

● 事業領域拡大と新プロダクト開発

多様なプロダクト・サービスの提供を通じて、お客さまの健全な消費活動や事業活動を様々な観点からサポートします。



経営基盤

持続的な企業価値の向上を通じて、
社員も「自分の色が輝く社会」を実現

重要分野3



財務基盤

重要分野4



人的資本

| マテリアリティ

● 企業価値向上

事業ポートフォリオ多角化・デジタル技術の駆使、積極的な成長投資によって、持続的成長を図っていきます。

● 優秀人材の採用／人事・教育制度の改革

国内外の優秀な人材を採用し、社員ひとりひとりが能力を最大限に発揮できる制度・環境を追求していきます。

● 働きやすい職場環境の実現

社員の多様な働き方の実現に向け、社内環境を整備し、社員のワークバランス向上を推進します。



インプットとアウトカムの分析

(2025/3 末)

資本分類	Input - 経営資本 -		Outcome - 生み出した成果 -	
財務資本	強固な財務基盤 ● 営業債権残高 ————— 1兆 3,397 億円 ● 株主資本 ————— 2,158 億円 ● 自己資本比率 ————— 15.0% ● 外部格付 (JCR) ————— A-	● 強固な財務基盤と好調な主力事業により営業債権残高は2桁成長 ● 安定した事業展開により信用力 (外部格付) も向上	経済価値の向上 ● 営業収益 ————— 1,890 億円 ● 調整後営業利益^{*1} ————— 416 億円 ● 経常利益 ————— 268 億円 ● ROA ————— 2.0% ● 実質ROE^{*2} ————— 8.2%	● 営業収益・利益、各指標は計画通りに進捗 ● 将来利益創出に向けたM&A推進やコスト構造改革も順調
製造資本	各事業デジタルチャネル/コールセンター ● 各種サービスを展開するデジタルチャネル ● コールセンター従業員数 ————— 約1,100人	● 内製化によるスピーディな改修で利便性の高いアプリをリリース ● コールセンターへ業務集約により効率的なオペレーション実現	IT化によるコスト削減 (2025/3-2027/3計画) ● 内製化によるコスト削減 ————— 15 億円 ● センター運営コストの削減 ————— 10 億円	● 社内エンジニアによるシステム開発の内製化により開発コストを削減 ● システム化によりセンター運営が変化、オペレーション効率も向上
人的資本	多様性に富んだ優秀な専門人材 ● 従業員数 — 5,003人 (うち連結従業員数 4,043人) ● IT専門部署の立ち上げ/SES事業のM&A ● デザイン専門部署の立ち上げ ● 女性役職者のロールモデル	● 持続可能な企業経営に向けた組織力の強化、人材の確保 ● 女性・外国人・様々な経験を持つ社員の採用・役職登用	働きやすい職場環境の実現/成長が実感できる研修体系の整備 ● 社内エンジニア ————— 327人 ● 社内デザイナー ————— 23人 ● 外国籍社員数 (現地採用含む) ————— 1,034人 ● 女性従業員比率 (単体) ————— 31.2%	● 成長が実感できる研修体系の整備や出産・子育て支援、オフィスカジュアル導入など職場環境が改善 ● 社内専門人材、外国籍社員や女性管理職が増加
知的資本	多様な事業知識/ノウハウ ● 事業多角化による多様なプロダクトの展開 ● 長年培ってきた与信力・審査力 ● ブランド力を活かした認知向上施策の展開	● 専門として培ってきた情報の収集/分析に基づく与信ノウハウと多様なプロダクト ● アイフル/ライフカードをはじめとした確固たるブランド力	ブランド・集客力向上/新プロダクト・新たな付加価値の提供 ● TVCM ————— 好感度 NO.1 (金融部門)^{*3} ● 個人向けローン新規獲得 ————— 32 万件	● TVCMは高い好感度を維持、グループ全体のブランド力はさらに向上 ● 安定したCPA (1件あたりの獲得単価) で効果的に新規顧客を獲得
社会関係資本	強固な顧客基盤/提携先ネットワーク ● グループ会社 ————— 20 社 (うち、連結子会社 8 社) ● BtoB 全国営業拠点 ————— 26 店 ● 海外進出国 ————— 3 国	● BtoB 営業を行う全国 26 の営業支店 ● 提携カードなど、ビジネスパートナーとの協業	サービスを通じた提供価値の拡大 ● ローン事業口座数 ————— 179 万件 ● クレジットカード会員数 ————— 503 万件 ● 個別信用購入あっせん口座数 ————— 17 万件 ● 保証事業提携先 ————— 254 先	● お客さまのニーズに応えるプロダクトをビジネスパートナーとに提供 ● グループ全体のお客様数は約 700 万人まで増加

※1 ①営業利益 + ②利益調整 (貸倒関連費用+利息返還関連費用+減価償却費-貸倒損失)+③M&A利益 (個社営業利益 (のれん償却未考慮))

※2 実効税率を 30%とした「親会社株主に帰属する当期純利益」をベースに算出

※3 CM総合研究所調査 (2024/7~2025/3の9か月連続1位)

01 イントロダクション

02 価値創造ストーリー

03 事業戦略

04 経営基盤

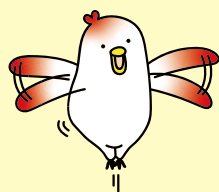
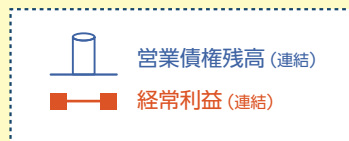
長期Vision

IT企業への変革
~100年続く企業を目指す~

成長戦略

- 主力事業の残高成長・効率追求による、グループ利益水準の引き上げ
- 主力事業から得た利益を「顧客基盤の拡大、新ビジネスモデルの獲得」等を目的としたM&A等へ投下
- システム・UI/UXの内製化によりお客さまニーズに柔軟に対応

2兆円以上



5,455億円

68億円

2016/3 2017/3 2018/3 2019/3 2020/3 2021/3 2022/3 2023/3 2024/3 2025/3 2026/3(E) 2027/3(E) めざす姿

1兆3,389億円
1兆4,930億円
1兆5,900億円

420億円

300億円

268億円

1,000億円

中期経営計画 2024 (2025/3~2027/3) 概要／進捗

基本方針

3年累計

M&A推進 投資額最大 **600** 億円

コスト構造改革 コスト削減トータル **50** 億円以上

経営指標

ROA **2** %超

実質ROE※ **10** %超

自己資本比率 **15** %以上

株主還元

総還元性向 **20** %程度

2027/3(E)

利益指標

	2024/3	2027/3(E)
営業債権残高	1兆 1,789 億円	1兆 5,900 億円
営業収益	1,631 億円	2,180 億円
経常利益	220 億円	420 億円

2025/3進捗

M&A推進 **100** 億円

コスト構造改革 **8** 億円

ROA **2.0** %

実質ROE※ **8.2** %

自己資本比率 **15.0** %

総還元性向 **11.0** %

(26/3(E) 24.1%)



営業債権残高 1兆**3,397** 億円

営業収益 **1,890** 億円

経常利益 **268** 億円

※ 実行税率を30%とした「親会社株主に帰属する当期純利益」をベースに算出したROE

中期経営計画 2024



アイフル
経営計画部長
阿部 育生

中期経営計画 1年目を終えて

アイフルグループでは、「中期経営計画2024」（2025年3月期～2027年3月期）を策定し、「Try Harder ～あらたな成長ステージに向けて～」を経営テーマに企業価値の向上に取り組んでいます。主力事業の成長に加え、『M&A推進』、『コスト構造改革』が基本方針としています。本計画の初年度を終え、アイフルグループの取り組みと今後の展望について、ご報告します。

2025年3月期は、主力事業である個人向けローン・事業者向けローン・信用保証・個別信用購入あっせん、いずれも計画通りに業績を上げ、事業戦略の順調な進展を実感しています。また、M&Aやコスト構造改革も同様に順調であり、本計画の達成に手応えを感じています。

業績面に加え、IT化の推進や採用・人材育成といった非財務面での取り組みも進めています。技術革新や消費者行動の変化など、急速に変化するビジネス環境の中で、IT化は業務効率と顧客サービスの質を向上させる重要な要素となっています。また、持続的な成長には、スピードと柔軟性が不可欠です。

100年続く企業を目指して

当社は「100年続く企業を目指す」を長期Visionに掲げ、持続的成長を追求するため、3つの成長戦略に基づいて取り組んでいます。

第一に、主力事業の残高成長による安定した収益基盤の確保・スケールメリットやIT化などによる効率化の追求により、アイフルグループ全体の利益水準の向上を図ります。第二に、主力事業で得た利益を活用し、顧客基盤拡大や新たなビジネス展開など、将来利益創出に向けたM&Aを推進します。これにより、競争力を高め、新たな市場機会を捉えてまいります。第三に、システム開発の内製化を進め、お客さまニーズに迅速に応える体制を構築し、UI/UXの進化・顧客満足度の向上と併せて業務効率化を図り、より良いサービスを提供してまいります。

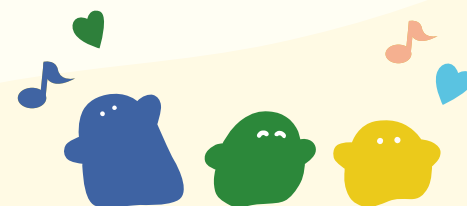
私たちはこれらの戦略を通じて、長期Visionの実現に向けた基盤を築き、持続可能な成長を追求していきます。

アイフルグループはさらに競争力を高め、主力事業の深化と将来利益の創出を両立させ、また常に変化を恐れず、挑戦し続ける姿勢を大切にまいります。



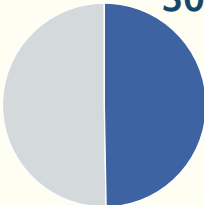
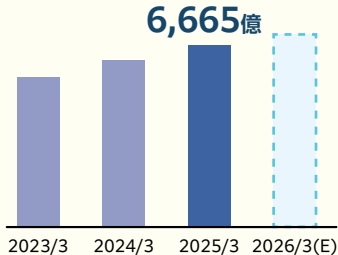
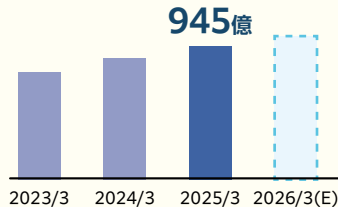
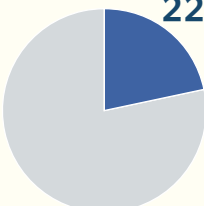
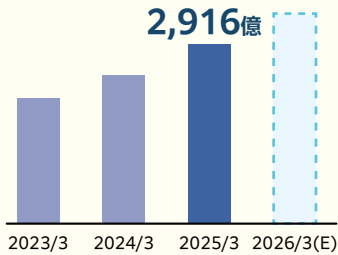
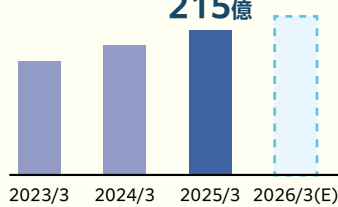
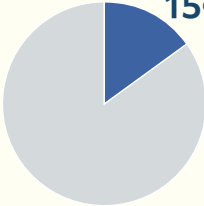
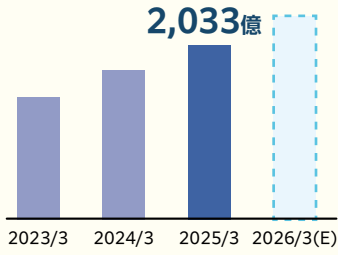
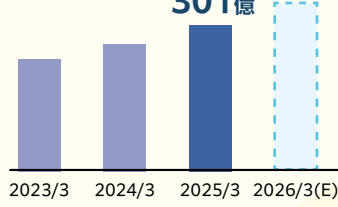
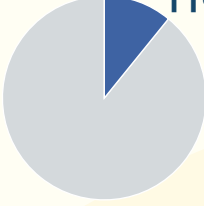
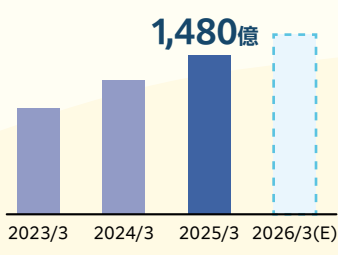
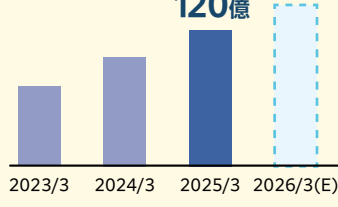
私たちの目指す未来に向けて、全社員が一丸となり、挑戦し続ける姿勢を持ち続けていきます。

最後に、株主・投資家の皆さまはもちろん、この計画の推進に尽力している社員、全てのステークホルダーの皆さまに心より感謝申し上げます。今後とも変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。



セグメントポートフォリオ



事業	主要会社	ポートフォリオ (2025/3末)	営業債権残高	営業収益
個人向けローン 	- アイフル - AIRA&AIFUL (タイ王国)			
信用保証 	- アイフル - ライフカード			
クレジット/ペイメント 	- ライフカード - AGペイメントサービス - ビットキャッシュ			
事業者向けローン/ 有担保ローン 	- AGビジネスサポート - AGメディカル			

特徴

- 最短18分のスピード融資
- ご利用はスマホで完結（カードレス）
- UI/UXを追求したスマホアプリ

事業内容

- 個人向けローン

グループインタビュー

個人向けローン事業の変化

個人向けローンのマーケットについて、お聞かせください



飯田さん コロナの影響で資金ニーズは一時的に停滞し、マーケットは縮小していましたが、コロナが明けて資金ニーズは回復基調。アイフルも2024年3月期、2025年3月期いずれも30万件を超える新規顧客獲得件数と、マーケットは引き続き拡大すると見えています。

飯田さん コロナが終わってポジティブな行動が増えたことでお客さまの利用ニーズも高まった印象です。

飯田さん 足元では給与水準が顕著に上がってきていますし、総量規制で収入の3分の1までしか貸付ができないため、収入が増えるとマーケット拡大の大きなドライバーになるとみえています。



アイフル
営業推進部長
飯田 純平

2005年にライフカードに入社し、人事部や社長秘書を経て、2024年に現在の営業推進部に着任。「健全なる精神は健全なる身体に宿る」をモットーに、筋トレははじめました。

アイフル
コンタクトセンター1部
渡邊 碧唯

2023年にアイフルに入社、現在はコンタクトセンター1部でWEB申込の審査業務を担当。MBTIはINTJで、旅行は計画的に行動するタイプです。

アイフル
コンタクトセンター2部
矢野 詩人

2023年にアイフルに入社、現在はコンタクトセンター2部でおまとめローンの販売業務を担当。早く昇進して約束通り、飯田部長の眼鏡をもらいます。

アイフル
営業推進部（営業推進課）
濱田 蒼一郎

2019年にアイフルに入社、現在は営業推進部でコンタクトセンターを中心に営業サポートを担当。同期の結婚ラッシュに焦りを感じ始めてきた今日この頃です。

アイフル
営業推進部（営業DX推進課）
松村 泰志

2019年にアイフルに入社、現在は営業推進部で勘定システムやWEBのDX企画を担当。最近、滋賀の草津センター周辺のお店が賑わってきて、ランチに出かけるのが楽しみです。

アイフルの2025年3月期の業績は？

濱田さん 新規顧客獲得が堅調に推移した結果、ローン残高も順調に拡大しています。新規のご利用単価は15万円前後で、その後に追加利用いただくことでご利用単価が上がっていきます。ローン残高の拡大は、新規獲得に加え、追加利用が好調に推移した結果です。

飯田さん 追加利用が好調な背景には、限度額の確保があげられます。私たちは適正与信（特許取得済み）で、お客さまに対し、常に最適な限度額を提供し続けることが出来るので、必要な時にご利用いただけるのだと思っています。

松村さん 最適な限度額の提供に関しては収入証明書を頂くことも重要です。毎年1月～3月に収入証明書の提出キャンペーンを行っており、2024年3期、2025年3期、どちらも好調でした。アプリを改修して

ご提出いただけるように努力をしており、それが功を奏したと感じています。

矢野さん 残高拡大という目線では、おまとめローンも残高成長に寄与しています。おまとめローンは、複数の借入を一つにまとめられる・金利優遇のメリットがあります。





お客様のニーズに変化はありますか？

渡邉さん お客様のニーズは利便性にご利用までのスピードで、アイフルでは最短18分でご融資可能です。

松村さん 店舗中心からWEB中心に移行したことも大きな変化で、申込の97%がWEB申込です。わざわざお店に行かなくてもWEBで完結できる利便性は非常に重要、申込フォームやアプリの使いやすさはもっと重要です。

飯田さん デジタル推進部とデザイン室があって、社内でアプリを内製化しているのが、アイフルの強みです。自分たちで改修ができるので、もっとこうした方が使いやすい、試してみようという雰囲気で活発に意見がでます。2025年新卒社員の提案が既に2件も採用されていて、こんなにアプリの改修要望がくる組織は珍しいと思います。まあ、検討する



部署はちょっと大変ですけど(笑)。

渡邉さん お客様からの問合せも電話からチャットに変わりました。FAQも充実させたりして、お客様自らが自己完結できるようなサービスになりました。FAQの改修権限も現場が持っているので、タイムリーに変えて、お客様のニーズに応えられるようにしています。

飯田さん あとは女性のお客様が増えました。働く女性が増えたということもありますし、WEB申込で完結できる利便性やカードローンに対するイメージの変化もあると思っています。



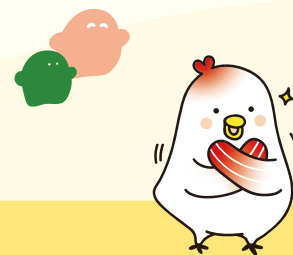
コールセンターの様子はですか？

松村さん たくさんの人が働いて、電話がいっぱい鳴って、コミュニケーター(非正規雇用社員)がお客様と話したり、事務作業をしたりという昔のセンターのイメージとは少し違います。



矢野さん 私の部署は営業から契約まで一人に対応していましたが、今は分業制になり、早期に活躍できるようになっています。一方で組織ごとに繁忙度合いが目まぐるしく変わるため、人員配置にとっても苦労していましたが、Salesforceを導入したことで、様々なデータが可視化され、効率的な人員配置が可能になりました。

渡邉さん コンタクトセンターでは、300人以上の学生バイトさんが活躍してくれていて、非常に明るい雰囲気です。近くに大学があることも理由ですが、何よりアイフルのイメージが変わってきたのだと感じています。毎年3月に卒業するバイトさんへ、感謝を込めた卒業セレモニーをしたり、そのまま4月に入社してくれる子もいます(笑)。



飯田さん 源泉徴収が発行される12月以降は忙しいです。そんな時に学生バイトさんがいてくれて、本当にありがたいです。

濱田さん センターも自動化が進んだことで、正社員からコミュニケーター中心の運営ができるようになってきています。閑散期と繁忙期の差が激しい事業でもあるので、労働力がフレキシブルであることもアイフルの強みだと思います。センター運営は今後もどんどん変化していくと思っています。

飯田さん オリコンの顧客満足度ランキングで総合No.1*を初めて獲得できました。

私たちの努力が評価され、とても嬉しいです。今後もお客様に受け入れられるサービスを提供してまいります。

※申込手続、審査対応、借入サポート、返済のしやすさ、サポートサービスの項目で1位獲得



事業者向けローン/ファクタリング



AG ビジネスサポート

事業内容

- 事業者向けローン
- ファクタリング

特徴

- 最短即日融資
- 申込から融資まで来店不要

事業者向けローンも、WEB申込・利用が主流に、
お客さまのニーズに真摯に向き合い、最適なソリューションを提供

事業者向けローンのマーケットについて教えてください。

コロナの影響で実施された「ゼロゼロ融資※」により、一時的に資金需要は低下しましたが、現在は回復し、事業者向けローンの需要は今後も増加する見込みです。

特に無担保の事業者向けローン市場は、ノンバンクの大手競合が少ないため、当社は独自のポジションを築くチャンスがあると考えています。

事業者向けローンでも何か変化はありましたか？

事業者ローンも、WEBでの申込・利用が主流になりつつあります。特に事業者向け無担保ローンは、WEBアプリの内製化を進めており、現在ではWEB申込が90%以上を占めています。

また、WEB完結での利用も可能となり、利便性は大きく向上しています。この流れは今後も続くと考えています。



※売上が大きく減少した中小企業に対して、政府が導入した資金繰り支援策（実質無利子・無担保で融資する制度）

不動産担保ローンが伸びている背景や今後の見通しを教えてください。

従来の「不動産担保ビジネスローン」に加え、最近では「販売用不動産ローン」と「不動産投資用ローン」の2つの商品の販売強化を進めています。

販売用不動産ローンは、都市部の需要が増加しており、全国対応の柔軟な融資体制が功を奏して残高が拡大しており、不動産宅建業者の仕入資金需要にも対応しています。

不動産投資用ローンでは、旺盛な資金需要の中で、特に地方の中古物件への取り組みが成長要因となっています。

最近注力しているファクタリングについても教えてください。

ファクタリングはお客さまが売掛金を当社に売却し、資金を得る資金調達手法で、当社は売掛先への通知・同意が不要な2社間ファクタリングの販売を強化しています。

「資金繰りに困っていると思われたくない」「信頼関係を守りたい」という企業の声に応える資金調達手法として、今、注目を集めています。

また、信用力が低い、赤字決算などで、融資が受けにくい中小企業・個人事業主の資金ニーズにもマッチしており、柔軟な審査かつスピードも早く、即日資金化も可能な商品となっています。

ファクタリングの買取・顧客管理システムを開発した目的を教えてください。



拡大するファクタリングのニーズに対応するため、グループのエンジニアたちと共同でシステム開発を進めました。内製化なので開発は進めやすかったです。

内製化により、顧客の利便性を向上させるだけでなく、生産性向上や機能拡充をスムーズに行うことが可能となり、より迅速で効率的なサービス提供が実現できることを目指しています。

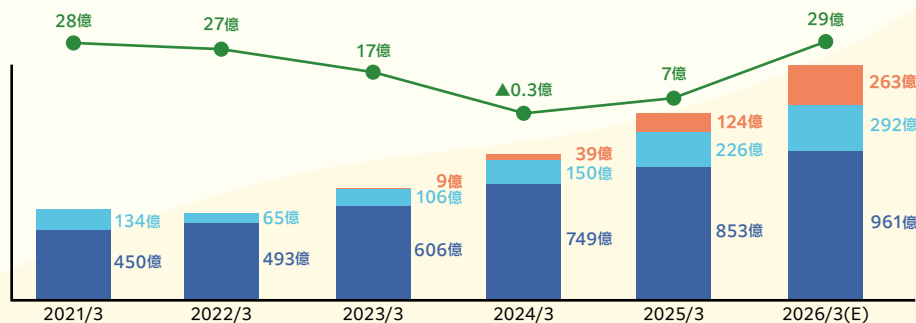
お客さまのニーズに真摯に向き合い、AIによるスコアリングやリスク分析、さらに低コストなオペレーションの追及等により、最適なソリューションを提供できるよう努めてまいります。

AGビジネスサポート
常務取締役
中澤 嘉博

前職にて事業性ローン（無担保・不動産）を経験、2012年にアイフルグループに中途入社。アイフル法人営業推進部、ライフカード営業三部を経て、2023年からはAGビジネスサポートに着任し、一貫してBtoB分野の業務を担当しています。



営業利益
ファクタリング買取額（年度累計）
不動産担保ローン残高
事業者ローン残高



アイフルグループならではの多様な商品性と与信力を活かして
全ての金融機関の期待を越え続ける

アイフル
保証営業第2部長
保坂 寿三重

2005年にシティズへ入社し、管理、法人営業、営業スタッフを経て、保証営業第2部に着任しました。西日本の金融機関を担当していますが、各県色々な特色があり、面談での会話を通じて、日々刺激をもらっています。

保証事業のビジネスモデルについて教えてください。

保証事業とは、金融機関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、その保証に対しての保証料をいただくビジネスです。各金融機関の地域でのブランド力と、アイフルの与信ノウハウを融合しローンを展開していく協働事業となります。

金融機関のメリットは、貸倒リスクの軽減、与信判断の補完。アイフルグループでは与信ノウハウを活用したフィービジネスによる収益拡大がメリットとなります。

提携先の金融機関はどういった先か、教えてください。

全国の銀行や信用金庫、信用組が提携先となります。昨年はメガバンクとの提携も開始しています。

提携先に選ばれる理由をお聞かせください。

まずは、豊富な商品ラインナップです。ニーズやステージに合わせて提携商品を選択いただいています。独立系企業としての柔軟性を活かし、カスタマイズもストレスなく対応できることが利点です。

また、アイフルグループが培ってきた推進力を活かし、金融機関のローンセンターの業務支援をセットすることで提携先から高い評価を得ています。

保証残高拡大の背景を教えてください。

金融機関のローンセンター業務支援としてアイフルグループ社員が出向し、現在は30を超える金融機関で日々ローン推進に携わっています。まさにこのメンバーの高い目標達成意欲の成果と言えます。また、近年は不動産担保ローンの保証をスタートし、好調に残高を伸ばしています。アイフルグループの独自性を全面に活かした部分が評価されていると捉えています。



特徴

事業内容

● 信用保証
(ローンの債務保証)

● 金融機関のニーズに沿った商品提供
● ローンセンター業務支援



今後の目標についてお聞かせください。

2025年6月に、保証残高3,000億円に到達しました。

今後も保証残高を成長させ、収益を拡大することが目標です。そのためには、金融機関と更にコミュニケーションを深め、ニーズに沿った商品の開発を継続させる必要があります。

アイフルグループの独自性を最大限に発揮し、多くの金融機関、お客さまにサービスを提供できる保証会社として、存在価値を高めていきたいと考えております。

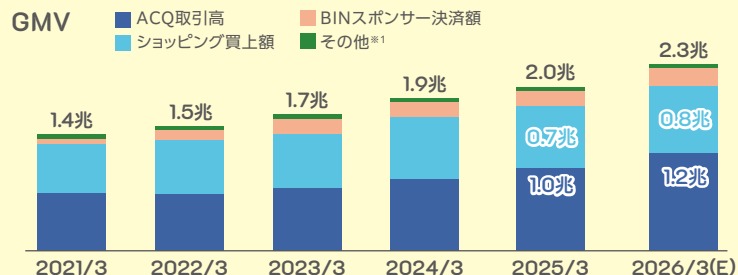


クレジットカード



グループインタビュー

GMV（流通取引総額）の拡大に向けて



※1 その他にはキャッシング買上額、Vプリカ発券金額、サポートローン純貸付額を含む

キャッシュレス市場とライフカードの取り組みについて教えてください

岡野 勇貴 政府主導でキャッシュレスが推進され、日本国内のキャッシュレス比率は40%を超えました。将来的には、キャッシュレス比率80%を目指すとしており、クレジットカードの取扱高も順調に拡大しています。ライフカードでは、GMV（流通

取引総額）の拡大を最優先課題として、広告関連コストの投下による認知の向上や営業の強化に努めています。ライフカードではたくさんの社員が営業強化に取り組んでいますので、各部の取り組みを紹介します。

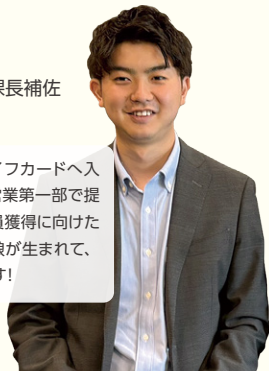
ライフカード
執行役員 営業本部
岡野 勇貴

1991年にアイフルへ入社し、保証事業部やライフカード営業部長を経て、2025年に現在のライフカード執行役員に就任。人生は短い。だからこそ、明るく笑って、じっくり耐えて、絶対に諦めない。そうすれば、どんな困難も「いい思い出」に変わると信じ日々精進しています。



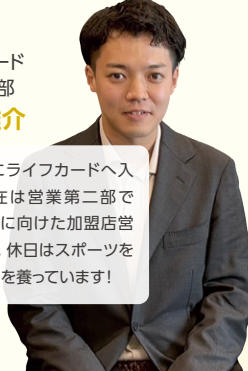
ライフカード
営業第一部 課長補佐
佐藤 太一

2020年にライフカードへ入社し、現在は営業第一部で提携カードの会員獲得に向けた営業を担当。娘が生まれて、育児奮闘中です！



ライフカード
営業第二部
福岡 雄介

2021年にライフカードへ入社し、現在は営業第二部でACQ拡大に向けた加盟店営業を担当。休日はスポーツをして、体力を養っています！



ライフカード
営業第三部
久田 弦汰

2023年にライフカードに入社し、現在は営業第三部で法人カード営業の獲得と取扱高の拡大に向けた営業を担当。2025年の目標は彼女をつくることです！



ライフカード
営業第四部 課長補佐
藤森 練

2021年にライフカードへ入社し、現在は営業第四部でVプリカの営業を担当。地元長野のリアルジャングルからコンクリートジャングルへ…、早く銀座に見合う男になりたいです。



事業内容

- クレジットカード
- アクワイアリング (ACQ)

特徴

- 年会費無料のおトクなカード
- 業界最高水準のポイントプログラム
- 多様な提携カード

佐藤さん 私はカード会員の獲得強化に向け、新たな提携カードの発行や提携カード会員の獲得プロモーションを担当しています。提携カードではスーツの青山商事(株)（洋服の青山）さまとのAOYAMAカードやアムウェイさまとのClub Amway Cardなどを発行しています。他にもHYDEさんとコラボしたHYDE CARDやソードアート・オンラインカードなどのエンタメカードを発行しています。

岡野さん お客さまにライフカードを利用いただくには、そのカードがお得かどうか、そのカードが好きかどうか重要です。提携カードではお得を、エンタメカードでは好きを軸に、提携カードの拡大を図っています。

佐藤さん 提携カードは提携先への営業、交渉、発行準備をしようやくリリースし、リリース後は獲得、利用拡大に向けたプロ

モーションを行っています。提携先は自社顧客を持つ大型店、エンタメ系ならSNSのフォロワー数などを見ながら検討しています。あとは、最近のトピックスとしてAOYAMA Pay*をリリースしました。審査は最短5分でその場でご利用いただけるのが特徴です。

※洋服の青山でご利用いただけるキャッシュレス決済サービス



ついにライフカードの アクワイアリング (ACQ) の 年間取扱高が1兆円超え

他にGMV拡大に向けた取り組みについて教えてください

福岡さん 私は、お客さまがカード決済ができるように、各加盟店に対して営業を行っています。今やクレジットカード等のキャッシュレス決済は社会的インフラになっており、お客さまには利便性、加盟店さまには販売機会を提供することができています。

岡野さん 昨年は初めてアクワイアリングの年間取扱高が1兆円を超え、いまライフカードで力を入れている分野の1つになっています。

福岡さん 営業先はECとリアルに分かれていて、ECは決済代行会社、リアルはAGペイメントサービスとの連携を活かして美容医療をターゲットに営業を展開しています。アイフルグループは全国の主要都市に26店の支店（法人営業組織）があり、リアルの営業は支店が中心となって行っています。リアル決済のみだった加盟店に対して、オンラインで決済可能なメールリンク決済を導入するなど、加盟店のニーズに沿った提案をしています。



久田さん 私は、法人カードの営業を担当しています。今や企業間取引もカードがないと利用できない場合もあるため、ビジネスカードのニーズは高まっています。ライフカードは通常のビジネスカードに加え、利用先を限定する代わりに高額の利用が可能な利用先限定ビジネスカードの発行をしています。

岡野さん ビジネスカードにもポイント還元や一部キャッシュバックキャンペーンなどを設けており、通常の請求書利用よりもお得にご利用いただけます。また、ビジネスカードを利用することでキャッシュフローの可視化と改善、コストの管理・削減など、メリットも多くあります。

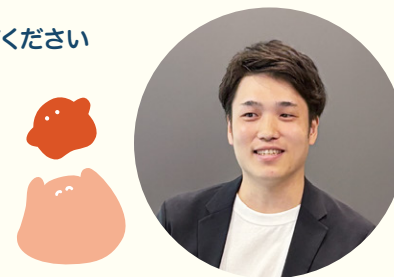
久田さん 法人カードの取引拡大のため、お客さまのニーズをしっかりと把握してより、便利で利用しやすいカードを目指しています。また、最近では住宅設備機器総合商社の㈱小泉さまと提携し、プロ職人の業務を支援するビジネスカード「Prostock Professional Card」を発行するなど、更なるカード獲得に取り組んでいます。

今年の新入社員には、 Vプリカギフト（「ちいさきもの」デザイン）をプレゼント

ライフカード特有の商品について教えてください

藤森さん 私はVプリカの担当部門にいます。Vプリカは、Visaプリペイドカードで、コンビニ等で手軽に購入でき、簡単に利用が可能です。2024年5月にこれまでのネット専用からリアル店舗でも利用可能にリニューアルしましたので、リアルでもVプリカを利用した方のニーズにも対応可能になりました。

岡野さん 若年層のデビットカード利用が増えているという話もあり、使い過ぎへの不安やセキュリティ面からもプリペイドには一定のニーズがあると感じています。



藤森さん あとは使い切りタイプのVプリカギフトもあり、そちらはギフトとしてご利用いただけます。企業のノベルティとしての需要もあります。今年の新入社員には、Vプリカギフト（「ちいさきもの」デザイン）をプレゼントし、非常に好評でした。

岡野さん 他にも決済手段の多様化やキャッシュレスのニーズを受け、BINスポンサー事業*にも注力しています。ライフカードはGMVの拡大に向け、多様な決済手段を提供してまいります。

※クレジットカードが発行できるように、国際ブランドのライセンスを企業に貸与するビジネス



個別信用購入あっせん

AG ペイメントサービス × アイフル (BtoB営業)

特徴

事業内容

● 個別信用購入あっせん

● 最短2分のスピード審査

● 確かな与信力による高い承認率

グループインタビュー

4年で10倍以上の残高成長

AGペイメントサービスが提供しているサービスについて教えてください。

柴田さん AGペイメントサービスでは、当社の加盟店をご利用いただくお客さまに対して、お支払いを分割払いでご利用いただけるAGショッピングクレジット（個別信用購入あっせん）を展開しています。

加盟店には販売機会と計画的な資金運用、未回収リスクの回避など、お客さまには分割払いで商品やサービスを受けられるといったメリットがあります。

AGペイメントサービス
常務取締役

柴田 亮治

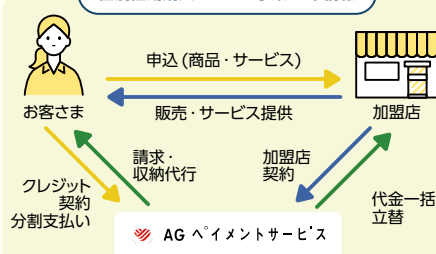
2002年にライフカードに入社し、提携推進部や財務部を経て、2025年に現在のAGペイメントサービスに着任。
趣味は料理、週末は家族に振舞っています。

アイフル
法人営業推進部長

椎奈 雅樹

2005年にライフカードに入社し、経営企画部や社長秘書を経て、2024年に現在の法人営業推進部に着任。休日は暑くても長袖で庭の手入れに奮闘中です。

個別信用購入あっせん事業 基本情報



残高急成長の背景を教えてください。

柴田さん AGペイメントサービスの割賦売掛金残高は、2021年3月期で80億円でしたが、2025年3月期は876億円となり、残高が4年で10倍以上に拡大しています。

これだけ大きく残高が拡大した理由は、アイフルグループが持つ与信力と審査スピードです。審査通過率は90%超、また審査スピードは通常審査なら最短2分で完了するなど、加盟店の販売機会をしっかりサポートしています。

椎奈さん また、AGペイメントサービスをご利用いただく、加盟店開拓もポイントの1つです。2021年3月末で約1,900店だった加盟店数は、2025年3月末で1.8倍の約3,500店まで拡大しています。残高成長には、加盟店開拓と加盟店に選んでいただける商品・サービスの両方が重要です。

どのように加盟店の開拓を行っていますか。

椎奈さん アイフルグループには全国の主要都市に、法人向け営業を行う支店があります。支店ではアイフルグループの様々な商材を取り扱っており、AGペイメントサービスの加盟店開拓もこの支店が行っています。

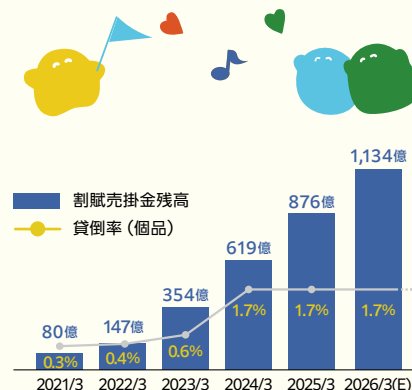
実は支店はアイフルの営業店舗でした。スマホ等が普及してアイフルのお客さまもWEB申込中心に切り替わっていく中で、営業店舗の新たな活用として、2019年に法人向け営業を行う組織としました。立ち上げ当初は、BtoB営業などの経験がない社員が多く、商材を覚えるのも大変で、どうすればアイフルグループの商材を受け入れてもらえるか、試行錯誤しながらのスタートでした。今では支店がAGペイメントサービスの加盟店開拓に加え、ライフカードの法人カード、ACQ取引など、様々な営業をしています。

エステや美容医療で倒産が増えていると聞きますが、どのようにリスク管理を行っていますか？

柴田さん 同業他社が積極的にエステや美容医療を開拓しなかった理由はリスク面と捉えています。

椎奈さん 当社は、仮に加盟店が倒産した場合でも、お客さまに別の加盟店をご紹介するなどして最後までサービスができる環境を維持できています。

柴田さん また、当社は新規加盟店の審査、途上与信等による取扱額の管理など、過去から培われた加盟店審査のノウハウを活用し、適切な事業リスクの範囲の中で運営しています。今後は、中期経営計画で掲げた残高1,400億円、そして更に教育関連のマーケットにも進出し、残高の拡大を目指します。

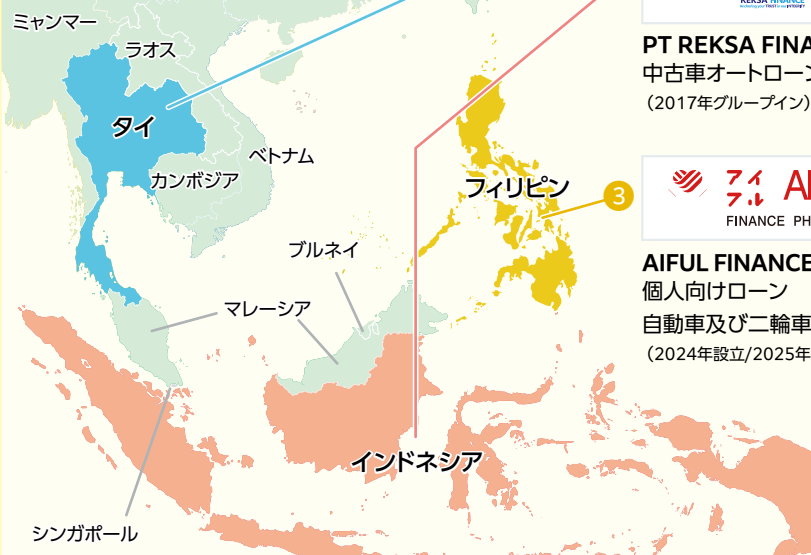


海外展開

長期的には国内事業・海外事業の利益比率
5:5を目指す

アイフル
グループ統括部長
中内 信

2006年にアイフルに入社し、
管理部門やAIRA&AIFUL出
向を経た後、2023年に現部門
に着任。



アイフルの海外進出状況について、
お聞かせください。

現在、3か国に進出しています。

1



AIRA & AIFUL
Public Company Limited
個人向けローン
(2014年設立)

2



PT REKSA FINANCE
中古車オートローン
(2017年グループイン)

3



AIFUL FINANCE PHILIPPINES INC.
個人向けローン
自動車及び二輪車担保ローン
(2024年設立/2025年営業開始予定)

現在の海外事業の状況は
どうでしょうか。

当社の海外事業、特にタイにおいては、
コロナの影響や経済環境の悪化により、
厳しい状況に直面しています。

そのため、人員体制の見直しや店舗網の
整理による固定費の削減に加え、回収強化
や貸付コントロールの徹底により利益水準
の向上を図っています。

こうしたコスト構造改革を通して、効率的
かつ強固な経営体制を構築することで、
外部環境の変化にも対応できる安定した
収益基盤の確立と持続的な成長を目指し
てまいります。



海外進出の目的を教えてください。

当社の海外進出の目的は、業績の拡大で
す。日本は人口減少が進み、出生率の低
下が顕著であり、国内市場の成長は頭打
ちになると考えています。

IT化の進展により、国内と海外の物理的
な距離がさらに縮まりつつあります。これ
に伴い、当社としてもグローバルなビジ
ネス展開が一層容易になることを期待し
ています。



今後、新規進出のターゲットとなる
国や業種を教えてください。

今後の新規進出のターゲット国としては、
人口増加や経済成長が著しい東南アジア
を中心とした新興国、特に金融途上国を
挙げております。この市場は、経済発展
に伴う個人消費の拡大から金融サービス
の需要が高まっており、将来的な規模の成長
が期待できるマーケットと捉えています。
業種・プロダクトについては、当社が国内
外で培ったノウハウを活かせる金融分野
での事業展開を考えています。各国の所
得水準や市場の成長ステージを見極め、
個人向けローンやオートローンなど、現地
ニーズに応じた金融サービスの提供に
より、地域経済の発展に貢献してまいり
ます。

長期的には国内事業と海外事業の利益
比率を5:5とすることを目指しており、海
外事業のポートフォリオを拡充し、グルー
プ全体の持続的な成長に寄与してまい
ります。



企業価値向上に向けた取り組み（企業価値向上へのロジックツリー）

8515



中期経営計画の各種施策を実現することで
ROEとPERの両指標を向上させる



1 収益力向上

- ローン/保証事業への成長投資と残高拡大
- フィービジネスの拡充

2 コストコントロール

- 固定費の削減（店舗削減・人員構成見直し）
- IT内製化によるシステム外部委託費用の削減

3 資本構成の最適化

- 適正水準の自己資本比率維持
- 株主還元向上

4 M&A

- 新たな利益の創出
- 事業ポートフォリオ変革

5 資本市場との対話促進

- 株主・投資家の皆さまとの積極的な対話
- IR強化

ROE向上

PER向上

企業価値向上
(PBR向上)

01 インフラ投資

02 価値創造ストーリー

03 事業戦略

04 経営基盤

企業価値向上に向けた取り組み（市場との対話）

株主・投資家との対話

対話実績（2025/3）

投資家・証券アナリスト面談

201回

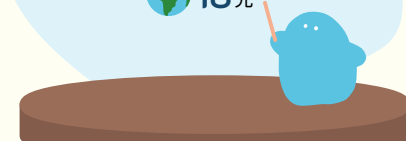
うちマネジメント出席回数
社長**8**回/役員**24**回



カンファレンス参加（国内外）

4回

18先



IR説明会開催実績（2025/3）

決算説明会（会場&オンライン）

3回



個人株主説明会

1回

参加者数 **42** 名



社内へのフィードバック

機会	頻度
株主・投資家・証券アナリストからいただいた意見を 経営会議で報告	各四半期決算前後および都度

株主・投資家からの主なご意見・ご要望

M&A方針

M&A方針やターゲット
などを示して欲しい

決算説明会

オンラインの説明会を
開催して欲しい

説明会の質疑応答を
開示して欲しい

連結子会社の業績

連結子会社の業績数値の
開示を充実させて欲しい

改善対応

M&A方針

M&Aターゲットを開示（2025年3月期末 決算プレゼンテーション資料）

連結子会社の業績

連結子会社の業績数値の開示拡充（2025年3月期末 データブック）

決算説明会

オンライン説明会開始（2025年3月期 第3四半期～）

質疑応答をIRホームページに開示（2025年3月期末 決算説明会～）

各種開示・公開データはこちら
<https://www.aiful.co.jp/group/ir/>



アイフル IRチーム

財務・非財務ハイライト

財務ハイライト

財務基盤

2021/3

2025/3

アセット

営業債権残高 (億円)	8,165	13,397
ローン事業	5,533	8,152
クレジット事業	1,087	2,033
信用保証事業	1,444	2,916

PL

営業収益 (億円)	1,274	1,890
ローン事業	740	1,065
クレジット事業	193	301
信用保証事業	145	215
経常利益 (億円)	193	268
親会社に帰属する純利益 (億円)	184	225

過払い

利息返還請求件数 (件)	12,500	2,600
利息返還取崩額 (億円)	130	33

調達

資金調達残高 (アイフル) (億円)	5,107	8,344
調達金利	1.38%	1.42%

社外評価

JCR	BB+	A-
R&I	BB	BBB+



非財務ハイライト

人的資本

2021/3

2025/3

社員数 (非連結含む)	4,005名	5,003名
外国籍社員数 (うち、日本国内)	989名 (10名)	1,013名 (78名)
正社員に占める女性の比率	23.1%	31.2%
若手管理職比率	5.0%	7.5%
女性管理職比率	3.0%	6.3%
3D人材 (データ・デジタル・デザイン)	48名	418名
リスキリング (プログラミング研修)	累計107名 (5年間)	

顧客基盤・ブランド

アプリ評価 iOS	2.1	4.6
アプリ評価 Android	3.7	4.7
グループ会社数	23社	26社
グループ顧客数 (千名)	6,833	7,003
1口座当たり入電率 (HP・アプリのUI/UX向上)	13%	11%
データ分析回数 (数)	80	294
内製デザイン案件数	756 (23/3)	990

ESG

社外取締役比率	22.0%	33.3%
決算説明会開催数 (回)	2	3
CO2排出量 (t-CO2)	7,729	5,672
学生アルバイト数	78名	381名

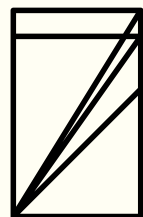
タウンホールミーティング (累計)	参加者数 522人 / 質問数 1,122 (1年間: 2024/6-2025/6)
ハッカソン開催数 (累計)	参加者数 633人 / 開催数 10回 (4年間)
金融教育セミナー開催数 (累計)	参加者数 1,652人 / 開催数 19回 (3年間)

※ROE (実質): 実効税率を30%とした「親会社株主に帰属する当期純利益」をベースに算出

03 価値創造のための事業戦略

ホールディングス体制へ	29
事業戦略1：M&A	30
事業戦略2：IT推進	33
事業戦略3：ブランディング	38
事業戦略4：人材	43
金融を通じた持続的成長サポート	
ソーシャルファイナンス・フレームワーク	50
事業と社会貢献	51
気候変動への対応	53

ホールディングス体制へ



Muninova

2026年4月1日

ムニノバホールディングスを持株会社とした
ホールディングス体制へ移行

現主力事業に偏重することなく、
適正なバランスを有した新ビジネスモデルを構築し、
グループ全体としてシナジーの最大化を目指す

NEXT 価値創造のための事業戦略



事業戦略1：M&A

P.30



事業戦略2：IT推進

P.33



事業戦略3：ブランディング

P.38



事業戦略4：人材

P.43

M&A 戦略

長期Vision

IT企業への変革 ～100年続く企業を目指す～

- 主力事業の成長&効率化
- 新たなビジネスモデルの構築

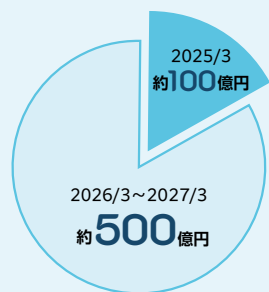
M&Aターゲット

- 親和性があり、ロールアップなどでバリューアップが見込める先
- 金融事業を主軸にグループのノウハウが活用できる先

	国内・海外	
M&A ターゲット	ノンバンク領域全般 ・ローン事業・保証事業 ・ペイメント事業 ・その他金融事業領域	既存ビジネスへの親和性 ・SES事業 ・不動産関連事業 ・その他親和性のある事業

投資額

最大600億円



～2025/3

前払い式電子マネー 保険



SES



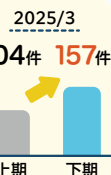
※ ㈱FPCとセブンシーズ㈱が2023/3、㈱リブブロックが2024/3、ビットキャッシュ㈱と㈱セイロップが2025/3にグループイン。

2026/3～

SES



金融機関等からの
M&A紹介
案件数が増加



将来利益創出に向け、 M&Aを推進

長期VISIONで掲げた「M&A推進（買収・提携・投資）によるグループ利益・企業価値の向上」を部門ミッションとし、2024年4月に経営戦略部を新設しました。中途採用者として銀行や証券会社出身者など、専門性の高いメンバーが加わり、M&Aを本格的に推進し、将来利益の創出に向けて取り組んでいます。



アイフル 経営戦略部長
田中 健太

メンバー数



● M&Aを推進する理由

アイフルグループは、中長期的に『ROE15%』『経常利益1,000億円』の実現を掲げています。今後の日本の人口動態を踏まえると、個人向けローン市場の成長は緩やかになると想定されます。

現状のアイフルグループは、利益に占めるアイフルのウェイトが大きく、事業領域の拡大・利益水準の向上のためには、M&Aの推進が必要不可欠と考えております。



東京&京都の
2拠点で活動

● 今後のM&A方針

① シナジーの最大化

ホールディングス会社がグループ全体を横断的に管理・監督し、既存ビジネスとの親和性が高いM&Aにより、グループシナジーの最大化とバリューアップを目指します。

② 新たなビジネスモデルへのチャレンジ

ノンバンク領域にとどまらず、当社が持つノウハウを活かせる新たなビジネスにチャレンジし、新たなビジネスモデルの獲得とグループ全体の発展・拡大を進めていきます。

M&A 戦略

グループ会社紹介



ビットキャッシュ 代表取締役社長
松浦 光太郎

経歴

大学卒業後、保険会社に入社しコーポレートローンに従事。30代でキャリアの転機を迎え、大手金融のファイナンス部門FP&Aで15年以上勤務の後、ビットキャッシュに取締役CFO兼COOとして2019年3月に入社。2020年1月より代表取締役社長に就任。

ビットキャッシュ株式会社



BitCash

オンラインサービスで利用できるプリペイドカードを提供しています。ビットキャッシュの購入から決済に至るプロセスにおいて、個人情報の入力が必要でプライバシーが守られるため、クレジットカード情報の入力に抵抗を感じる方や、セキュリティを重視する方からのニッチな需要を取り込んでいます。また、多くの加盟店様や販売店様とタイアップしたキャンペーンを実施することで、多くのファンを獲得しています。ビットキャッシュはコンビニやドラッグストアでの購入に加え、クレジットカード、ダイレクトバンキング、コード決済等多くの購入手段を提供し、利便性を向上させています。

事業内容

- プリペイド電子マネーの発行
- 電子決済サービスの提供

プリペイド電子マネーの特徴

- 使いすぎの心配がない
- プライバシーが守られる
- 情報漏洩の危険が低い
- コンビニ・ドラッグストアで購入可能



グループイン後について

アイフルグループの印象はどうでしたか？

グループインの前後で、アイフルに対する印象が大きく変わりました。一言で言うならば、組織としてのスキルと意識の高さが際立っています。例えば、KGIやKPIの説明責任の徹底、AI等新しい技術の積極的な導入、コスト効率の追求姿勢、IT企業のような考え方、高いコンプライアンス意識、オープンに意見が言える文化、そして現状に満足せず常により良いものを目指す姿勢など、挙げればきりがありません。アイフルは2009年のADR以降、今日まで驚異的な成長を遂げていますが、その理由がよく分かったと感じています。



どういった変化がありましたか？

グループインしたことで、営業力や戦略上の優位性の構築において大きなアドバンテージを得ることができました。例えば、強固な加盟店営業ノウハウをもつライフカードの強みをレバレッジすることにより、これまでにない大幅な営業力の改善がなされ、新しい市場における戦略上の優位性の構築がすでに幾つか実現しています。これまでビットキャッシュ単体ではできなかったことが達成できつつあり、現場は手ごたえを感じています。

課題と今後の展望を教えてください

業務改善の機会はまだたくさん残っています。最近、グループの業務改善チームのサポートを受け、全社的な業務改善の取り組みを新たに開始しました。この取り組みを通じて、ビットキャッシュの社員の業務改善手法の習得に努めます。グループのベストプラクティスをどんどん吸収し、競争が激しくなる市場においても選ばれる企業として成長していきます。ご期待ください。



M&A 戦略

グループ会社紹介



FPC 代表取締役専務
伊藤 進

経歴

1998年にアイフルへ入社。営業店やコンタクトセンターを中心に顧客対応部門に所属。2014年のAIRA&AIFUL立ち上げ以降は10年間タイにて勤務。2025年にFPC着任。



FPC 経営管理部長
コンプライアンス・リスク管理部長
藤田 正利

経歴

2009年より総合プラント建設業で総合事務職の仕事に7年従事。2016年にFPCへ入社。保険金支払業務や経理業務に従事し、2024年に経営管理部とコンプライアンス・リスク管理部の部長に着任。

株式会社FPC



FPCは犬と猫のペット向け保険を提供している会社です。2008年に広島県福山市で設立され、約150名の社員が在籍しています。前身は共済事業を展開していましたが、現代表取締役社長は自身の経験を通じて「ペット

も人間と同じように安心して暮らせる仕組みをつくりたい」という想いをもとに事業を発展させてきました。「ペット保険という社会インフラを構築し、誰もが気軽に動物病院を受診できる社会を実現する」というビジョンのもと、人とペットが心身ともに健やかに過ごせる世の中を目指しています。

保険商品

- フリーペットほけん
- ファーストほけん
- 入院・手術ペット保険スーパー
- ペットほけんフィット
- ペットほけんマックス など

FPCが選ばれる理由

- 免責金額の設定なし
- 入院補償に日数制限なし
- 全国すべての動物病院に対応
- 待機期間なし
- アプリで簡単に請求



グループイン後について

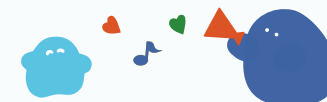
アイフルグループの印象はどうか？

2023年1月のグループイン以降、経営基盤の強化、業務プロセスの標準化など様々な面で大きな変化を実感しています。また、グループ全体でコンプライアンスやお客さま対応に対する意識の高さや、金融サービスを提供する企業としての責任と誠実さも強く実感しました。今後もグループシナジーをさらに高めるとともに、当社の強みを活かしてグループ全体の価値向上に貢献していきたいと考えています。



どういった変化がありましたか？

多角的に事業展開を行うアイフルグループのシナジーを活かし、着実に売上を伸ばすことができます。全国にあるアイフルの営業支店の協力を受け、サービスの認知拡大と販売強化を進めた結果、ペット保険の比較サイトにおいてお申込み件数でランキング1位を獲得しました。また、人事制度や教育体制などにおいても、グループから多くを吸収しています。今後は、制度面や職場環境の変化にも主体的に対応しながら、グループの方針を踏まえつつ、事業・組織の両面で柔軟かつ前向きに取り組んでいきたいと考えています。



課題と今後の展望を教えてください

グループインから約2年間で、働き方や体制面など、様々な変化がありました。社員ひとりひとりがより働きやすくなることで、サービス品質の向上にもつながっていく、それが私たちの理想です。これまでFPCが培ってきたものを大切にしつつ、グループのスケールメリットを取り入れ、FPC自らがグループの成長を支え、牽引していく存在となることを目指しています。そして、「ペット保険という社会インフラを構築し、誰もが気軽に動物病院を受診できる社会を実現する」という私たちのビジョン達成に向け、今後も実直に取り組んでいきます。

FPC公式キャラクター
犬の「ロンくん」と猫の「ライちゃん」



IT 推進戦略

長期Vision IT企業への変革 ～100年続く企業を目指す～

外部環境

顧客ニーズ

- IT化の浸透
- UX重視
- 非対面のニーズ

規制、市場

- 上限金利規制

収益圧迫

- 労働人口減少
- 賃金上昇

対応策

全社員の25%をエンジニアにし、
あらゆるプロダクトの内製化
(フルスクラッチ開発を目指す)

取り組み状況

人材確保

- 社内教育
- 国内外の専門人材の採用
- M&Aによる増員

内製化

- グループHPやアプリ
- WEBベンダー担当領域の内製化拡大
- 社内向けAIの導入

SES事業 ロールアップ

- SES事業の拡大
- 利益水準の向上(利益寄与)

ゴール

自社プロダクトの社内開発・改修による
業務改善や生産性向上、コスト削減による収益力向上

スピードと柔軟性で、 期待を超える。

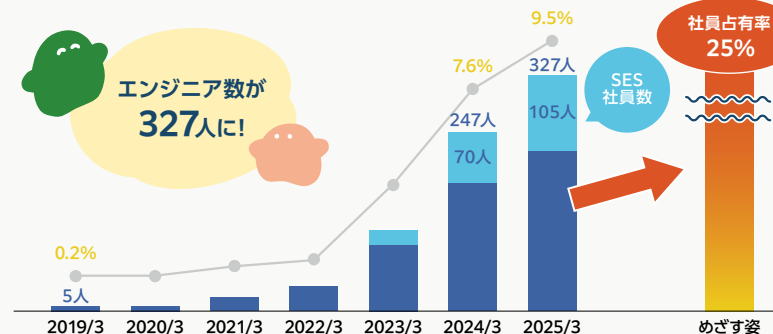
～内製化で磨く、新しい金融のかたち～

金融業界では、異業種を含め多くの企業が金融サービスを提供しています。その中でお客さまに選ばれるためには、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ます。アイフルグループでは、内製化によるシステムやUI/UXの改善を進めることで、お客さまのニーズにこれまで以上に柔軟かつスピーディーに応えていきたいと考えています。また、コスト効率の向上やナレッジの蓄積、さらには採用面へ



アイフル デジタル推進2部長
吉野 元

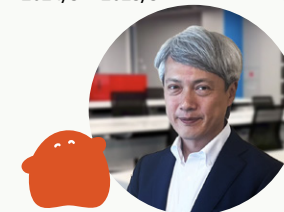
の波及効果など、当社としても内製化によって得られる付加価値の大きさを実感しています。今後も内製範囲を拡大し、ITを駆使してプロダクトの価値を高めることで、お客さまに長くご利用いただけるサービスを提供し続けていきたい。私たちは、そんな未来を描いています。



変化に応える、 価値を育てる。

～ロールアップで生まれる、新しい企業価値～

アイフルグループは、SES業界において、M&Aによる事業拡大に加え、経営を効率化するロールアップ戦略を基本方針としています。ロールアップ戦略は、M&AしたSES事業会社を各社の特徴や強みを活かしつつ、中間持株会社であるAGソリューションテクノロジーの配下へ移行することで、経営管理・バックオフィス等の経営効率を高めることを目的としています。



AGソリューションテクノロジー 代表取締役社長
山口 一郎

2025年8月現在、当社のSES事業会社は5社となっていますが、今後もグループインする会社を増やしていく予定です。引き続き、更なる事業効率の向上・利益水準の向上に努めてまいります。

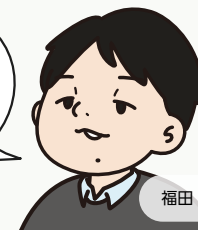
IT 推進戦略

内製化によるIT推進

アイフルグループの「内製化」による体制の変化や業務への影響、そしてUI/UX刷新の背景などのIT推進の取り組み



自分たちの
サービスだからこそ
自分たちの手で
作りたい！



福田 光秀 社長

① デジタル部門内製化の背景

業界特有の制約

金融業界は金利など条件面での差別化が困難

競争優位のカギはUI/UX

お客さまに分かりやすい・使いやすいサービスを提供し続け、プロダクトで差別化を

スピード感は内製化で実現

外注中心の開発スタイルから内製化へシフト

② 内製化の現在までの経緯

2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3	現在
● 内製化を進める方針決定 ● 初めてエンジニアを採用 ● 内製化の準備を開始	● アイフルのスマホアプリの内製開始 ● スクラム開発を導入（営業部門と一体開発） ● 服装基準を見直し、私服通勤が可能に	● CVRが10ポイント以上改善 ● アイフルスマホアプリのストア評価向上 ● エンジニア数が20人に	● グループ各社のアプリ・HP内製化が完了 ● エンジニア数が70人を突破 ● フレックス勤務や在宅勤務制度を導入	● Webベンダー担当領域の内製化を推進 ● エンジニア数が150人を突破 ● 部門を1部3課から2部5課体制へと拡大	● CCoE(クラウド活用推進組織)の設置により組織全体のセキュリティ対策・コスト最適化を推進 ● 部内研修制度の充実	● 2部10課体制へ拡大 ● アイフルグループのエンジニア数が327人に

③ 内製化での注力

ユーザー目線で大きく刷新されたUI/UX

UI/UXの刷新において、最も困難だったのは細部へのこだわりでした。特に、アプリ起動時のスプラッシュ画面などのアニメーション作成では、デザイン部門との緊密な連携が求められ、かなりの時間を要しました。

デザイナーが目指す完璧な動きを実現するため、アニメーションの持続時間や終了タイミングの微調整を何度も繰り返しました。その結果、ユーザーにとって印象的で洗練されたUI/UXを実現できました。

このプロセスを通じて、優れたUI/UXを構築するには、デザイナーと開発者の緊密な連携が不可欠であることを改めて認識しました。



急速な時代の変化に対応するために

私たちは、企業の成長と顧客満足度の向上を目指して、技術の急速な進化に対応するため、最新のトレンドや技術を積極的に取り入れています。

外部業者に依頼する場合と比較して、変更や修正が必要な際には即座に対応できるようになり、プロジェクトの進捗がスムーズに進むようになりました。

また、社内で蓄積された知識や経験は次のプロジェクトに活かされ、継続的な改善が可能となっています。

IT推進のプロジェクトは、単なる技術導入にとどまらず、企業文化の変革や新たな価値の創造を目指しています。この目標を達成するために、全力で取り組んでいきます。



IT 推進戦略

コンタクトセンターの効率化

お客さまのニーズに応えるべく、スマートフォン対応強化やDXを推進し、利便性の高いサービス提供

これまでお客さまからのお問い合わせは、電話で対応してきましたが、現在では、多くのお客様がスマホで自ら情報を収集し問題を解決したいという自己完結のニーズが高まっています。そこで、当社はチャット機能の強化、ウェブサイトやアプリのUI/UX改善、FAQの充実を進め、「お客さまが困ることのない」体制を整えています。

インバウンドとアウトバウンドの両面で

様々なツールを活用し、デジタルトランスフォーメーション（DX）を実現。また、お客さまの情報を一元管理し、必要な情報を適切なタイミングで提供する体制を整えています。

今後も、チャットやメール、アプリなど、お客さまとの多様な接点を用意し、スマホ完結や案内自動化に取り組むことで、より利便性の高いサービスの実現を目指して改革を続けてまいります。

内製開発システム

● 融資申込WEBフォーム

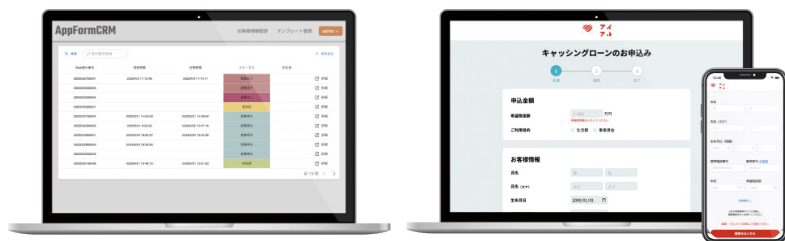
スマホユーザー向け融資申込WEB フォーム。

アイフルの与信・スコアリングシステムとAPI連動するスマホファーストで設計した申込フォーム。

● 申込ステータス管理ソフト

コールセンターの業務効率化を目的とした顧客ステータス管理ソフト。

「融資申込 WEB フォーム」での受付情報をもとに融資申込から審査までに生じるお客さまとのやり取りを一元管理できる社内向けプロダクト。



効率化施策

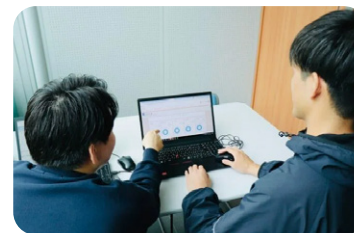
● Amazon Connect 導入 ～時代にあったお客さま対応～

受架電業務を削減するために Amazon Connect を導入し、業務効率化を実現しました。お客さまが「なぜ電話をしたのか」「いつ連絡があったのか」「オペレーターの稼働状況」など、情報を可視化し、その情報をもとにオートコールを運用した結果、1日の架電数は1,400件から2,900件に増加し、オペレーター1人当たり4時間/日の業務時間の削減となりました。また、誤架電リスクも軽減され、新しいスタッフも対応しやすくなっています。

● Salesforce Service Cloudの導入

アナログ業務が残るコンタクトセンターの課題を解決するため、Salesforce Service Cloudを導入、顧客情報の管理を効率化。

これにより、年間3,000万円相当の工数削減を達成し、オペレーターが付加価値の高い業務に集中できる環境を整えました。さらにオペレーターに最適な提案をリアルタイムに提示する、Einstein Next Best Actionを導入し、データ分析への主体的な取り組みを促進しました。アイフルグループは、業務の内製化を進め、社員の市場価値を向上させる取り組みを続けています。



※Amazon Connectは、米国その他の諸国における、Amazon.com, Inc.またはその関連会社の商標です

※Salesforce Service Cloud、Einstein Next Best Actionは、salesforce.com, inc.の商標です



IT 推進戦略

SES事業のロールアップ戦略

アイフルグループは、SES事業において持続可能な成長と競争力の強化を目指し、ロールアップ戦略を推進しています。この戦略は、複数のSES事業会社を統合し、シナジーを生み出すことで、より高品質なサービスを提供することを目的としています。

さらに、「IT企業への変革～100年続く企業を目指す～」の実現に向けて、私たちはSES事業の拡大やシステムの内製化、エンジニア人材の増加などを積極的に推進してまいります。

M&Aを通じてSES事業会社がグループに加わる中、その成長を支えるために新会社『AGソリューションテクノロジー株式会社』を設立しました。

AGソリューションテクノロジーは、M&AによってグループインしたSES事業会社の中間持株会社として、経営管理や営業資源の集中化を推進します。これにより、各事業会社の強みを活かしながら、より効率的な経営体制を構築することが可能となります。また、バックオフィス機能を担うことで、業務の効率化やコスト削減を図り、経営資源を最大限に活用することを目指します。

AGソリューションテクノロジーの設立により、SES事業各社の連携を強化し、M&Aを推進するための体制が整いました。これにより、各社の専門性を活かしながら、グループ全体のシナジーを最大化し、M&Aによる事業拡大を図るとともに、グループ全体の「IT企業化」に繋げていきます。また、SES事業単体の利益水準の向上を目指し、持続可能な成長を実現するための取り組みを進めてまいります。



グループ会社紹介

セブンシーズ株式会社



セブンシーズは、金融分野を中心とした開発を多く行っており、WEB・インフラ・テスト・汎用機の4分野を得意とするエンジニアが約50名在籍しています。パートナー企業やフリーランスも含めると約150名となるなど、幅広いエンジニアネットワークが強みです。



セブンシーズ 代表取締役社長
安藤 茂

経歴

高校卒業後、システム会社へ入社。2年間エンジニアとして在籍後、茨城県への転勤打診をきっかけにフリーランスとなる。3年ほどフリーランスを経験し、デジタルサイネージの広告営業へ転職。広告営業に5年間従事した後、セブンシーズに入社。エンジニアと営業の両方の経験を活かし営業業務、管理部業務を経て2021年4月社長就任

＼ M&Aを通じた成長期待・変化 / 安藤社長メッセージ

セブンシーズで業務を進める中、前任の代表から「M&Aによる引退を実現したい」という意向を聞かれ、セブンシーズのM&A検討が始まりました。前任の代表からM&A先の最終決定を一任され、BtoBサービス企業と悩みましたが、アイフルを選びました。カードローン事業をはじめ、多岐にわたる事業展開をしているアイフルグループであればWebシステム・Webアプリ、COBOLを使った勘定系シス

テム、オンプレ・クラウドインフラと幅広いニーズがあり、セブンシーズのエンジニアが様々なフィールドで活躍できるのではないかと考え、選択しました。



IT推進戦略

グループ会社紹介



株式会社Liblock

Liblockは、幅広い事業領域を基盤にシステム設計から開発・運用に至るまで、お客さまと密接に関わりながら一気通貫でサービス提供できることが強みです。在籍しているエンジニアは約40名。専門性の高い人材で構成された、柔軟かつ連携のとれたチーム体制により、質の高いサービスを提供します。



経歴

大学卒業後、大手SIerへ入社。4年間SEとして勤務。上司の退職がきっかけでフリーランスに転身。約2年間フリーランスとして働き、様々なコネクションを作ったのち友人と共に株式会社LifeBoxを設立。約8年間従事した後、2015年8月に株式会社Liblockを設立。

Liblock 代表取締役社長
大塔 剛士

アイフルグループのブランド力で成長を加速させる / 大塔社長メッセージ

Liblockがアイフルグループに加入することは大きな転機でした。Liblockとしての独自性を守りながら、大きな企業グループの一員になることで今まで以上のネットワークやリソースを活用して成長していきたいと思っています。AGソリューションテクノロジーが設立されたことにより、アイフルグループのSES会社の連携は益々強化されていき、採用や人材育成という部分で今後大きなシナジーが生まれてくると思います。アイフルグループの規模を活かして多くの優秀なエンジニアを採用・育成していく体制を整え、アプリケーション開発だけで

はなくインフラ構築も行っていけるようなオールインワンの企業を目指していきたいと思っています。そしてLiblock社員が増えたあかつきには、主要取引先を4社、5社と増やして、Liblockの更なる成長と、アイフルグループへの貢献ができればと思っています。



株式会社セイロップ

グループ会社紹介

株式会社セイロップ

セイロップは、アプリケーションやサーバーエンドの双方で開発ができるITエンジニアが約30名在籍しています。Googleが開発したモバイルアプリ用のフレームワーク「Flutter」でのアプリ開発を得意とし、豊富な開発実績を持っています。



経歴

社会人1社目の企業で作成した19の企画提案書すべてで社長賞を受賞。2社目ではシステムの価値創出について学ぶなどセイロップ設立の基盤を築きつつ、様々な企業でコールセンターシステムやデータベース移行、アプリ開発など多岐にわたるプロジェクトに従事。

セイロップ 代表取締役社長
福岡 清伸

アイフルグループとともに創り出すシナジーと 未来へのビジョン

福岡社長メッセージ

現在、営業やバックオフィスの採用・育成に課題があると考えており、アイフルグループとともに教育体制を整えていこうと思います。そして、エンジニアが安定して働ける環境を最優先に整え、アイフルグループ内でもともに成長していきたいですね。

セイロップの理念であるエンジニアが働きやすい環境を維持しながら、事業拡大を目指していきます。今後、アイフルグループとの連携を活かし、コスト削減や内製化を推進するアイデアもありますし、モバイルアプリ開発に強みを持つ部署と協力し、IT化を加速することで全体のシナジーを創出したいと考えてい

ます。将来的には、内製化の強化を図り、多角的な事業展開をサポートするとともに、SESだけでなく、プロジェクトをまとめる人材育成やITを活用した企業変革に貢献したいと考えています。



ブランディング戦略

長期Vision

IT企業への変革 ～100年続く企業を目指す～

現状

アイフルを中心とした事業活動

- 金融事業を中心に、従来のアイフルの個人向けローン事業が成長を牽引
- アイフルが全グループ会社を統括し、採用・M&Aなどの様々な面でアイフルカラーが強い
- 更なる成長に向けて、既存ビジネスの成長やITを中心とした他分野への事業展開を進める中で利益構造、ブランディング、グループ会社の統括に課題

取組状況

インナーブランディング



アウターブランディング

- オープン社内報 (note) による情報発信
- タウンホールミーティングによる経営層との対話
- 社内イベント・表彰制度の充実
- ブランドやデザインに関する社内研修の実施 など
- オープン社内報 (note) による情報発信
- SNS・テレビ等でのCM展開の強化
- ホームページ・アプリのUX向上
- 外部メディアを通じた情報発信
- 若年層向け金融教育セミナーの開催 など

今後

グループ統制機能の強化により多角化する事業環境への適応力を強化

ブランド価値の向上によるM&Aの促進、人材獲得の強化

ホールディングス体制移行により更なる効率化を実現



ブランドの『伝える力』と『魅せる力』を担う グループコミュニケーション部

グループコミュニケーション部はグループ全体のブランド力向上を目指し、広報とデザインの機能を併せ持つ組織です。グループコミュニケーション課とデザイン室を合わせ31名（2025年6月末時点）が在籍し、多角的なアプローチで情報発信とグループイメージの形成を行い、企業の「顔」としての役割を果たします。

ブランドを『伝える』

これまで各社で創り上げてきたブランド力を活かしながら、これからはグループ全体の広報として対外発信を強化しています。社内外コミュニケーションの統括を行い、持続可能で強固な企業ブランドの構築を目指します。なかでもオープン社内報としてnoteを活用した発信スタイルは、新たなグループブランドの創出と親しみやすさ向上を目指します。



アイフル
グループコミュニケーション部
(GC課) 課長
松尾 崇弘

ブランドを『魅せる』

グループ各社の個性を大切にしつつ、統一感と一貫性を追求する役割を担っています。企業の「らしさ」を視覚的に体現し、あらゆる接点でステークホルダーの皆さまに鮮明に伝わるデザインを目指していきます。多様なアウトプットを通じて、共感を生むデザインづくりを強化し、ブランドの価値を長期的にはぐむ基盤として、中核的な役割を果たすことを目指します。



アイフル
グループコミュニケーション部
(デザイン室) 室長
森本 真代

ブランドを重要視する理由

グループ各社が提供する製品やサービスを通して個社としての信頼を築いてきましたが、グループ全体として一貫性のあるブランディングメッセージを発信することを目的にグループコミュニケーション部が組成されました。

「ブランド」を顧客や社会、従業員などのステークホルダーの皆さまとの関係性として重要な経営資源と再認識し、ブランドこそが企業の信頼と成長を左右する要因と捉えなおしています。今後は、ブランドを長期的な信頼の土台として、持続的な企業価値向上を推進してまいります。

ブランディング戦略

ブランディング施策

魅力あるデザインや積極的な発信により、
『世間とのギャップを解消!』『ファンを増やす!』



noteでの情報発信 インナー アウター

アイフルグループの様子や状況をたくさんの方に
知っていただくため、noteを活用した情報発信。

タウンホールミーティング インナー

社長・会長が社員の声を聴き、課題解決を促す対面
形式のミーティング。

実施状況	対象(国内)	約 2,000人
	実績	約 26% (522人)

※2025年6月末時点

Aiful Best Player Award インナー

1年に1度、社員の功績を称え、
会社から賞が贈られる
Aiful Best Player Award
を開催。

「子供と出社」 ファミリーDay 社内イベント インナー

家族と一緒に職場を体験できるイベントをお子さま
の長期休暇の時期に合わせて実施。



テレビ・WEB CM展開 アウター

アイフル・ライフカードでは、テレビ/WEB CMを展開。
アイフルでは俳優の「大地真央」さん、ライフカード
ではタレントの「あの」さんをそれぞれメインキャラ
クターとして起用。

SNSの活用 アウター

X、InstagramなどSNSを活用した宣伝・採用活動。
TikTokでのショートドラマの配信など、幅広くSNS
を活用。

VI刷新 アウター



ホームページ・ 自社キャラクターデザイン アウター



金融教育セミナー アウター

金融リテラシー向上および金融トラブル防止に努め
ており、大学などで金融教育セミナーを実施。

ブランディング戦略

若年層を対象にした教育支援



● ハッカソン「aihack」の開催

アイフルグループは、ハッカソン「aihack」を通じて、理系・技術系の優秀な学生に当社のビジネスモデルへの理解を深めていただくとともに、認知度の向上を図り、健全なリテールファイナンスの発展に寄与したいと考えています。



2019年3月に後援を開始し、2021年には進出国であるタイで初の海外開催を実施、国内外で継続的にハッカソンを開催しています。2024年開催には200名以上の募集が集まるなど、学生の関心が集まっており、2025年からは予選・本選を全国規模で実施し、実践的かつ、高度な課題に挑戦する機会を提供しています。

国内外問わず、優秀な学生との交流の場であるとともに、アイフルグループを知り、入社いただいた学生もいます。教育支援及び優秀な学生との接点の機会として、今後も国内外での開催を継続してまいります。



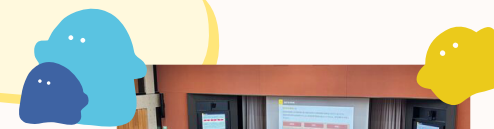
● 金融×テクノロジー教育

2023年より、当社デジタル推進部は、IT内製化を担う専門部署として、神戸学院大学にて「金融×テクノロジー」をテーマとしたセミナーを実施しています。



実務経験豊富なエンジニアが登場し、金融サービスにおけるデジタル技術の活用や、情報セキュリティの重要性について実践的に解説。学生が卒業後のキャリアを思い描きながら、金融への理解を深める機会となっており、高い評価をいただいています。今後も金融教育を通じて、誰もが安心して金融と向き合える社会の実現に貢献してまいります。

金融教育セミナー



● 金融教育セミナー

これから社会に羽ばたく高校生や大学生などの若年層が、自らの意思で安心して金融と向き合えるよう、「金融リテラシー向上セミナー」を実施しています。



近年では、起業・副業・投資詐欺など、若年層を狙った巧妙で悪質な金融トラブルが増加傾向にあります。アイフルグループでは、正しい金融知識を身につけていただくことで、こうしたトラブルの未然防止を図るとともに、若年層の健全な金融判断力の育成を目指し、金融教育に積極的に取り組んでいます。

● 金融リテラシー向上コンソーシアム



業界全体で金融トラブルの防止に取り組むべく、2023年6月には大手貸金業4社および貸金業協会と連携し、「金融リテラシー向上コンソーシアム」を設立しました。詐欺やトラブルの被害を未然に防ぐため、情報発信の強化や教育プログラムの充実を図っています。

2025年3月期には、約134回・10,317名を対象としたセミナーが実施され、当社もその活動に参画しました。

● noteでの情報発信開始



<https://aiful-group.com/>

アイフルグループは、金融業界の一般的なイメージとの“ギャップ”を埋めるため、2024年9月よりオープンな社内報として『note』で情報発信を開始しました。「採用」「IT」「デザイン」「経営戦略」など、多角的かつ鋭い視点から幅広い記事を展開し、社内外に愛される企業ブランドの実現を目指しています。特にIT内製化や若手のキャリア支援、職場環境の改善に関する取り組みは社外からも注目を集め、「意外性」の発信源としてステークホルダーとの新たな接点を創出。信頼と共感に基づくブランド構築を進めています。

ブランディング戦略

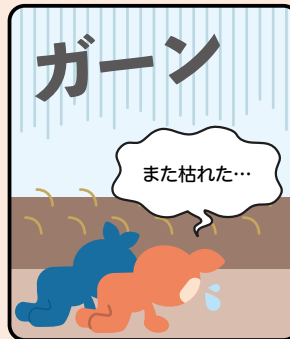
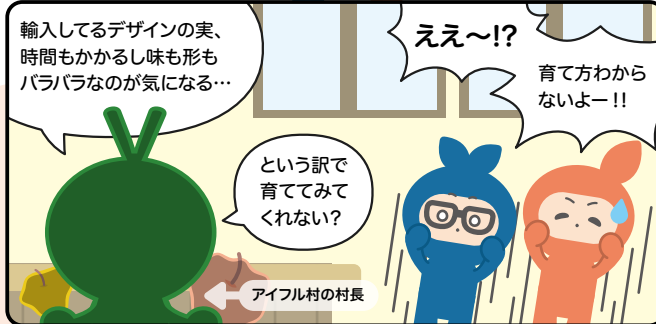
マンガでわかる

デザイン今昔物語

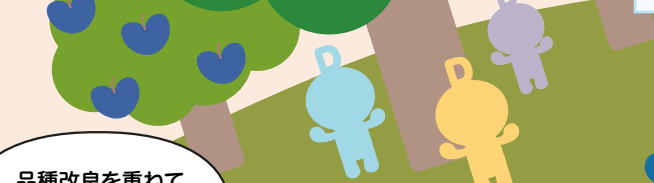
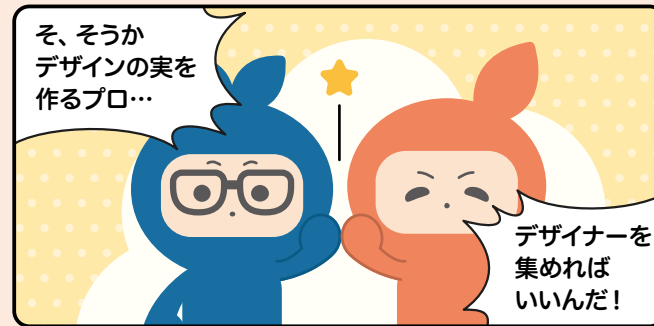
～デザインの実を求めて～



アイフル村育ちの若者
村の宣伝隊長
(左) いくみん & (右) クイシー



何をやっても
うまくいかない
もうどうしたら
いいんだ…



改良の日々は続く

ブランディング戦略

高速にPDCAを回せる組織へ

内製化により、

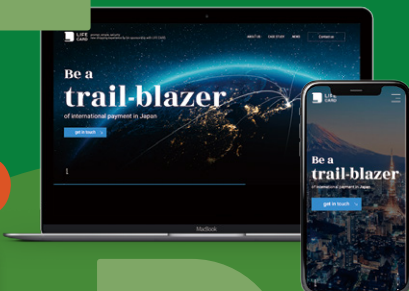
01 イントロダクション

02 価値創造ストーリー

03 事業戦略

04 経営基盤

Webサイト



印刷物



アプリ



カード券面



インナー
ブランディング



Graphic

Writing

キャラクター



広告バナー



動画

屋外広告



内製デザイン案件数
約 990 件
(2024/4~2025/3)

UI
Web

Research
Analytics

Concept
Making

Video/
Motion
Graphics

Branding

Project
Management

UX

ランディング
ページ



新しくエッジの効いた実もつけてみたいんだけど

なるほどやってみます！

あたらしい実ができたよ！

イケてる！

はい！

人材戦略

長期Vision IT企業への変革 ～100年続く企業を目指す～

今まで

業界環境の変化による事業規模の縮小の結果、新卒採用の見送り、人材の停滞・多様性に課題。

変化

社外

- 急速なテクノロジーの進化
- グローバル化
- 日本人口構成の変化

社内（アイフルグループ）

- 既存事業の拡大
- 事業の多角化
- ITを活用した事業拡大効率化

対応策

外部・内部変化への適応、更なるグループ成長を見据えた人事施策

採用

- 国内外での採用活動
- 従来の総合職に加え、専門職採用の強化
- 福利厚生充実、職場環境の快適化

育成

- 事業環境の変化に沿った人事育成制度へ見直し
- 自己選択・自己学習型のeラーニングを導入し自己啓発を支援

ゴール

環境の変化に左右されない競争力をもつ人材の確保により、
持続的な成長・価値創の向上に努め、
すべてのステークホルダーの期待に応え続ける企業であり続ける。

従業員が個性を発揮し、能力向上に努められる、やりがいを実感できる組織

人件費の適正配分により、企業競争力／生産性向上と社員の生活の安定を両立

変化に適応できるフレキシブルな人事制度設計で競争優位に立つこと

多様性と成長を力に、
次のステージへ。

アイフルグループの人材戦略について

長期Visionとして「IT企業への変革 ～100年続く企業を目指す～」を掲げており、優れた人材の確保・育成を継続することで、外部・内部の環境変化に左右されない競争力を備え、ステークホルダーの皆さまの期待に応え続ける企業でありたいと考えています。この実現に向けた人材戦略として、M&Aを通じたエンジニア等の多様な人材の獲得、人員構成の見直しや社内エンジニアの活用によるコスト構造の改革、若手や女性社員の管理職登用の推進といった施策を講じ、次の成長ステージに向けた体制整備を進めています。



アイフル 執行役員 人事担当
藤井 由大

人材育成制度

これまでの研修は「役職者※を対象とした研修」が中心でしたが、ビジネス環境の変化が加速する中、社員ひとりひとりが自ら考え行動し、変化に対応する力が求められます。「すべての社員の成長を後押しする研修」への転換が必要と判断し、以下のような取り組みを追加しています。

- 普遍的なビジネススキル（マナー、コミュニケーション、ビジネス文書、プレゼン、財務、マーケティング等）の段階的な習得を目指す「ビジネス基礎研修」の実施
- 自己啓発支援として、所属部署やキャリアプランに応じて「好きな時に」「好きなだけ」利用可能なeラーニングコンテンツの導入

今後も引き続き、社員ひとりひとりの成長を支援する制度の充実を図ってまいります。

人的資本分野の伸びしろについて

アイフルグループでは、人材戦略に則り、以下の主要指標を掲げております。

- 2030年3月までに女性管理職比率 20%（2025年3月末時点：6.3%）
- 2033年3月までにエンジニア比率 25%（同：9.5%）
- 2026年3月末までに若手役職者比率 30%（同：15.2%）

エンジニアの採用や若手役職者の登用については、計画に沿って着実に進捗している一方、女性管理職の登用に関しては目標との差が大きく、重要な課題です。この課題に対しては、女性社員がキャリアを継続・発展できる環境の整備に注力しており、具体的には、育成プログラムの充実、ロールモデルの明確化、柔軟な働き方の推進などを通じて管理職候補層の拡大を図り、目標達成に向けた取り組みを強化してまいります。

※「役職者」は管理職及係長職

人材戦略

女性活躍

女性の活躍を推進するため、2030年3月期までに女性管理職比率20%を掲げ、「行動計画」を策定・公表し、積極的な女性社員の採用拡大やプラチナくるみん認定取得、育成・役職登用等に取り組んでいます。

行動計画 2022年4月～2025年3月

数値目標	実績
1. (2025/3) 正社員採用に占める女性割合を 40%以上 とする※1	40%
2. (2025/3) 女性の役職者数を2022/3比 140%増加 する※2	233%
(1) 女性管理職の人数を2022/3比 140%にする	214%
(2) 女性係長職の人数を2022/3比 140%増加 する	238%

※1 アイフル雇用の正社員（グループ各社への出向者含む）に占める女性社員比率。

※2 アイフル雇用の女性役職者社員（グループ各社への出向者含む）。

社内制度

- 勤務エリア限定コースの部長職導入
- 女性役職者専用の役員メンター制度
- 時短勤務
(小学校6年生までの子を養育する社員)
- 不妊治療休暇制度
- ウェルネス有給休暇
(女性特有の体調不良休暇を月1日付与)
- 子育て応援休暇
(中学校就学までの子を養育する社員に毎年2日付与)

正社員に占める女性社員比率

実績	2021年3月末時点 23.1%	2025年3月末時点 31.0%
----	----------------------------	----------------------------

※アイフル雇用の正社員(グループ各社への出向者含む)に占める女性社員比率。

女性管理職比率

目標	2030年3月末までに 20%	
実績	2021年3月末時点 3.0%	2025年3月末時点 6.3%

※アイフル雇用の管理職社員(グループ各社への出向者含む)に占める女性管理職社員比率。

女性取締役数

実績	2022年6月末時点 0名	2025年6月末時点 1名
----	-------------------------	-------------------------

2025年6月の株主総会にて、北澤氏を女性取締役(社外)として初めて選任しています。



アイフル
人事部 課長
山岸 貴子

勤務エリア限定コースの部長職導入

子育てや介護など、さまざまな事情で勤務エリア限定コースを選ばざるを得ない社員もたくさんいます。そんな社員でも責任ある役職を目指す制度を作ること、多様な働き方の幅を広げたいと考えています。誰かの未来の選択肢を増やす第一歩の制度になれば嬉しいです。

役員メンター制度での学び

過去や現在の実績にとらわれず、リスクを取って判断・決断する重要性を学びました。また、困難な目標でも後悔しないよう最善を尽くす姿勢を持つようになりました。



ライフカード
カスタマーセンター 課長
佐々木 哲子

時短勤務で仕事と育児を両立

子育てと仕事は、時短勤務制度や同僚・家族の協力を得て両立しています。現在は週に1日、仕事に専念する日を設け、仕事がやりきれないモヤモヤを解消するようにしています。今後は業務知識とマネジメント力をさらに磨き、仕事と育児を両立するロールモデルになることを目指しています。

人材戦略

IT人材の増強

技術革新等による急速なビジネス環境の変化に対応するためにはIT化の推進やIT人材の育成・採用による拡充が必要不可欠となります。アイフルグループでは積極的なIT人材の採用や育成、SES事業会社のM&Aなどを通じてIT人材を拡充し、最適なサービスの提供と持続的な成長を目指します。

IT人材の確保

IT人材（ITエンジニア・データ分析人員・デザイナー）

目標	2031年3月末時点：25%	
実績	2021年3月末時点 1.8% (48名/2,634名)	2025年3月末時点 12.2% (418名/3,428名)

ITエンジニア

目標	2033年3月末時点：25%	
実績	2021年3月末時点 0.6%	2025年3月末時点 9.5%

データ分析人員数

実績	2021年3月末時点 0.9%	2025年3月末時点 2.0%
----	--------------------	--------------------

デザイン人員数

実績	2021年3月末時点 0.3%	2025年3月末時点 0.7%
----	--------------------	--------------------

※国内グループ会社（あんしん保証株式会社を除く）における従業員に占めるIT人材の比率。

社内制度

- 希望者を対象とした外部のプログラミング研修を導入。
2025年3月末時点では累計107名が研修を修了。
- デジタル部門対象の外部研修の導入（Udemy・PM研修・AWS研修など）
- 書籍購入支援制度の金額上限を1万円/年に引上げ。
- 専門職を希望する社員向けのコース制度整備。



アイフル
デジタル推進1部 課長
戸町 俊基

リスクリングにて営業部門からデジタル部門へ

自身の市場価値向上のため、外部プログラミング研修を受講しました。研修後にデジタル部門へ異動し、専門知識不足で苦労しましたが、周囲の支えもあり課長に昇進しました。新しいスキル習得が考え方や行動を変え、成果につながると実感しています。



アイフル
システム1部
謝 之晴

自己成長の機会・福利厚生に魅力を感じ入社

自己成長の機会が多く、福利厚生が充実している点に惹かれて入社しました。資格取得支援制度を活用しAWS資格を取得、現在もIT関連の勉強を続けています。また、研修制度が充実しており、会社が人材育成を重視していることを実感しています。福利厚生面では、有給取得の推奨やフレックスタイム制度により、プライベートの時間も大切にできています。

人材戦略

若手社員の積極登用

積極的な役職登用や管理部門への配置等により、
若手社員*を将来の幹部・専門知識を有した人材の候補として育成しています。

※2016年度以降入社した35歳未満の社員

若手役職者比率

目標	2026年3月末時点: 30%	
実績	2021年3月末時点 0%	2025年3月末時点 15.2%

※アイフル雇用の役職者社員（グループ各社への出向者含む）に占める、若手役職者社員比率。

2025年3月期の昇進者に占める若手社員の比率

実績	2021年3月末時点 0%	2025年3月末実績 49.1%
----	-------------------------	----------------------------

※アイフル雇用の正社員（グループ各社への出向者含む）の昇進者に占める若手社員比率。

社内制度

- リーダー制度
係長候補の社員育成制度として、一部部署でリーダーを任命しています。
係長の業務補佐を通じて係長に必要なスキルを身につけます。
- 大卒初任給30万円への改定
2025年4月から、新卒（全国転勤コース）の初任給を30万円に改定。
今後も優秀人材獲得に向けて必要に応じ見直しを実施します。



AIFUL FINANCE PHILIPPINES
取締役（課長職）
上谷 拓司



アイフル グループコミュニケーション部
課長補佐
足立 玲奈

20代で課長に、 現在は海外グループ会社の取締役

20代で課長職を拝命し、フィリピン事業進出に向けた海外プロジェクトに従事しました。現在はフィリピンの海外グループ会社取締役として、会社をまとめています。昇進は、自分の理想像を描き、実現に向けて行動し続けた結果だと思っています。今後もアイフルグループのファンを増やせるよう、成長を続けていきたいです。

「リーダー」を経験後に昇進、 現在は広報部門の課長補佐

リーダーの経験を経て、お客様対応部署の係長として1年半勤務した後、広報部門へ異動しました。異動当初は不安もありましたが、周囲の温かいサポートのおかげで業務を円滑に進められています。広報部門は会社の変革期にあり、その方向性を示せる人材になることを目指しています。

人材戦略

タウンホールミーティング

～社員の生の声が経営を変える～

タウンホールミーティングとは

社員が感じる会社に対する疑問・期待・改善要望などを募集し、社長・会長が対面形式で回答する取り組みを、2024年6月より開始しました。

社員の声により、見えにくかった課題が明らかになり、具体的な改善につながっています。2025年6月までの1年間で、522名が参加し、1,122個の質問や意見が寄せられました。

実際に改善に繋がった例

人材育成

- デジタル部門にUdemyアカウントを付与し外部研修を導入。
- 外国籍社員との円滑な連携を目的に、対象部署の管理職に英会話レッスンを実施。
- 実務に直結する研修ニーズに対応し、IT関連資格支援を100以上追加、高額書籍も支援対象に追加。

組織新設

- グループ全体のSEO強化を目的とし、専門部署を新設。

社内制度

- ウェルネス有給休暇を導入。

ファシリティ（京都本社为例）

- 会議室の床材を刷新。



外国籍社員とのタウンホールミーティング

改善検討に繋がった例

- 全国転勤の有無による手当・給与差の不公平感を受け、制度改革を検討。
- 入社時の業務検定資料について、英語版の作成を検討。
- 専門人材の評価制度を実態に即した制度設計に見直し中
- 妊娠期の働き方支援や職場環境づくりについて、当事者・経験者を交えて制度見直しを進行中。

AIFUL Best Player Award

社員の功績を称え、会社が賞を贈るAIFUL Best Player Award を開催しています。

様々な社員に受賞機会を与える多様な賞（一部賞を抜粋）

賞名	概要
MVP	アイフルグループで最も活躍した社員
Young MVP	若手社員で最も活躍した社員
New Comer	活躍した社員（異動または入社1年以内）
Best Defense	コンプライアンス遵守において、周囲を巻き込み活躍した社員
MIP*	準社員・嘱託社員・契約社員で活躍した社員
Heartwarming Episode	社内外問わず業務中に最も心温まる対応をした社員
Best Team	最も活躍した係・支店・タスクチーム

※ Most Impressive Player



受賞者の多くが20代

AIFUL Best Player Awardの過去4回の受賞者のうち、54%は20代です。2024年度は当時学生アルバイトであった有馬殿さんが、学生アルバイトのキャップとして学生たちを牽引しながら、高い生産性を維持したことが評価されMIP賞を受賞されました。



アイフル
コンタクトセンター1部*
有馬殿 眞叶

心温まる対応を評価し、価値観を共有する賞を新設

2024年度に新設されたHeartwarming Episode賞は、良い行動をした社員を表彰し、「アイフルグループの正しい価値観」を共有するための賞です。初年度は、細やかなフォロー営業で取引先から信頼を得た村山さんが受賞しました。



アイフル
東日本営業部*
村山 祐子

MVP受賞者の声

営業成績取り組み姿勢が評価され、MVPを受賞でき光栄です。加盟店様からの要望に迅速かつ真摯向き合い、信頼関係を構築できた結果だと考えています。社長の「やりたいことがあるなら手を挙げてやるべき」という言葉を胸に刻み、色々な挑戦をしていきたいです。



アイフル
東日本営業部 支店長補佐*
石川 拓歩

※所属及び役職は受賞当時

人材戦略

外国籍社員による座談会

— 多様な視点が企業の成長を導く —



アイフルグループに入社された理由・きっかけを教えてください！

朴さん 前職で身に着けた金融スキルや株式への知識が役立つ企業を探しており、上場企業で透明性を持ってビジネスをしているところに信頼感を感じ入社を決めました。

許さん 京都では珍しいインハウスデザイナーの求人を探していたところ、アイフルグループを知り入社しました。

金さん アジャイル開発に魅力を感じて入社しました。アジャイル開発のメリットは、各個人がフラットな関係で主体性を持ち業務に取り組めることで、実際に面接を通して

自分の認識と合致していることを確信し入社しました。

ゴーヤルさん 5年間、日本で自動車の研究開発をしていましたが、新たな分野で挑戦できる会社を探していたところアイフルグループを知り、ゼロからチームを作り始めていること、またデータドリブンな組織を目指していることを知りました。ゼロからの挑戦は失敗もあると思いますが、知識と成長が得られると感じ入社を決めました。

ドさん toC 向サービスを作っている自社開発系の企業を探しており、まさにアイフルグループがそれに合致しており入社を決めました。

働く中で感じた壁や、現在活躍できている理由を教えてください！

朴さん 入社当初は言語の壁を感じましたが、テレビやラジオを使い勉強し、1～2年かけてかなり上達しました。また当社独自の用語にも戸惑いましたが、周囲の丁寧なサポートもあり乗り越えられました。さらに現在活躍できているのは、社員の希望を尊重する柔軟な環境のおかげです。入社2年目に、新規事業やM&A業務を希望し、その後、経営企画部(M&A業務を担当)へ異動。現在に至るまで、同部門で業務に従事しています。

許さん ブランディングコンセプトについて協議する際、言語の壁を感じました。特に抽象的な内容は人によって捉え方が違い、認識を合わせるのが難しかったです。また流行語の理解にも苦労しましたが、同僚の協力もあり乗り越えられています。現在活躍できているのは、ブランディングにおい



て前職の知見が活かしていること、さらに業務改善の提案がしやすい環境のおかげだと思います。後者については実際に上司に提案し、2週間に1回スキルアップのためメンバーでデザインの改善点を議論する場を設けることになりました。

金さん 日本と韓国の文化は似ており大きな壁は感じませんでした。言語については、母国語ならより明確に表現できたと感じる場面もありましたが、資料化して伝えるなどし対応しました。現在活躍できているのは、アジャイルによる自由な開発環境のおかげです。フラットな関係性のチーム内で活発な意見交換ができ、また個別の領域だけでなく、全領域を見る必要があるのを知見やスキルの向上に繋がっています。



アイフル
経営戦略部 課長補佐
朴 盛範

韓国出身。
2016年入社。M&Aの
推進や支援を担当。



アイフル
デジタル推進部1部
チーフエンジニア
金 俊英

韓国出身。
2021年入社。スクラムマスターとしてチームビルディングとプロジェクト推進のサポート、全領域の技術指導、構築作業も担当。

アイフル
グループコミュニケーション部
(デザイン室)
許 芳予

台湾出身。
2022年入社。ブランディング
推進やデザイナー育成を担当。



アイフル
デジタル推進部1部
ド イェスル

韓国出身。
2023年入社。アジャイル形式のシステム開発を担当。

ライフカード
データアナリティクス部
ゴーヤル アマン

インド出身。
2023年入社。クレジット
スコアモデルの最適化や
限度額の設定を担当。



人材戦略

ゴヤルさん 技術的内容を日本語で伝えることに苦労しましたが、現在は役員や部長に加え英語を理解できる方が増え助かっています。

当社独自の用語にも苦労しましたが、質問を重ね理解を深め、人間関係も築きました。現在活躍できているのは、提案が実行に結びつく環境にあると考えており、実際に提案事項の半数は実行または検討段階にあります。

また、日本語力や部署に関係なく互いを尊重し協力できる関係性も活躍の支えです。

ドさん 金さんと同様に大きな壁は感じませんでした。韓国と日本の文化差は少なく馴染みやすいです。活躍できているのは相談や提案がしやすい環境があるからです。

デジタル推進部は新しい組織ですが、月1回の上司面談を実施するなどして、環境づくりに組織として力を入れています。

またそうした姿勢が社員に伝わり、気軽に意見を出せる雰囲気があります。自分の提案が会社の成長に繋がっている実感があり、モチベーションになります。



どんなところがアイフルの課題と感じますか？

朴さん 管理職のワークライフバランスが更に改善されれば良いと思います。優秀な人材を育成し長く働いてもらうには、管理職も有給を取りやすい環境が必要で、無駄な業務を大胆に削減することが重要です。

また、異動についても、本人の適性が活かせる部署で働ける仕組み化を検討して欲しいです。既にスペシャリストコースはありますが、会社側から、本人の適性に合わせて、同コースを案内するなど有効だと思います。

金さん プロフェッショナルな知識・技術を持つエンジニアが不足しています。内製化だけなら問題ありませんが、「IT企業」として事業展開するにはハイレベルな人材が必要で、報酬に加え成長環境の整備が定着率向上に重要です。また専門性が求められる組織では、管理職に経験者を配置し、実務担当者の異動も原則、同一の専門部署内で行うことが望ましいと考えます。

許さん 朴さんのワークライフバランスの意見に共感します。加えて、デザイン部門をはじめグループ全体で知見交換や交流の場を増やすことがグループの発展につながると感じています。



ゴヤルさん 優秀な人材の確保・定着には根拠に基づく行動と実行力重視の組織体制が重要です。また、性別・国籍・年齢に関係なくスキルで仕事を任せられ評価されることが求められます。管理職以外の専門人材にも責任と権限を与えるべきで、人材流出による知見喪失を防ぐため、社員のモチベーションを高め働き続けたいと思わせる組織づくりが必要です。

ドさん 管理職のワークライフバランスは重要です。退職理由には待遇面も含まれることがあり、入社2年目の自分は満足していますが、他の課題も踏まえ人材確保の観点から検討が必要だと考えています。



座談会を終えて

今回の座談会を通じ、アイフルグループの強みは、提案が歓迎され実行につながるフラットな文化にあり、立場や国籍に関係なく意見を交わし、行動に移せる風土が、社員の成長と組織の活力を支えていることを再確認できました。一方で、プロフェッショナル人材の採用や、管理職の働き方・専門性に応じた配置、グループ内の連携強化といった点には、今後の改善の余地も見えています。社員が意欲を持ち、長く活躍できる環境づくりを、今後もグループ全体で追求してまいります。

Interviewer



アイフル
経営計画部
ハリウナー

モンゴル出身。
2009年入社。IR担当。

金融を通じた持続的成長サポート

業界初： ソーシャルファイナンス・フレームワーク

アイフルグループはファイナンシャル・インクルージョンをコンセプトに商品開発へ取り組み、新たなチャレンジを行う企業へのサポートや国内の医療・福祉分野への事業支援、金融インフラが未成熟な新興国における金融サービスへのアクセスの提供など、社会に貢献すべく取り組んでいます。これらの取り組みを今後一層加速させていくため、消費者金融業界初となるソーシャルファイナンス・フレームワーク*を作成するとともに、ソーシャルボンドおよびソーシャルローンによる借入れを行いました。

ソーシャルボンドおよびソーシャルローンにより調達した資金は、グループ会社を通じて、以下の適格ソーシャルプロジェクトに関する新規支出またはリファイナンスに充当します。

※株式会社日本格付研究所（JCR）によるソーシャルボンド・フレームワーク評価結果
https://www.aiful.co.jp/group/sustainability/pdf/esg_finance/spo20250331.pdf



新興国での 金融サービスの提供



タイ王国では、金融インフラの整備が進んできているものの、銀行などの金融機関からの借入にアクセスできる方々はまだ限られており、無認可業者から借入れを行うケースも少なくありません。このように金融リテラシーが浸透していない新興国において、アイフルは2014年12月に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。個人向けローン事業を展開し、健全な金融システムの構築と消費活動に貢献します。

インドネシア共和国は急速に経済成長を遂げる一方で、都市部と地方部の経済格差や交通インフラの未整備といった課題を抱えています。[PT REKSA FINANCE] がオートローン事業を展開し、低・中所得層や中小企業が手頃な価格で自動車を取得しやすくなることで、個人や事業者の移動の自由度を高め、経済参加を促進し、地域の商取引活性化や雇用創出につなげる等、インドネシア共和国の持続的な経済発展を後押しします。



<適格ソーシャルプロジェクト>

プロジェクト カテゴリー	SBP* カテゴリー	適格プロジェクトの概要 プロジェクト	SDGs
中小企業 支援	中小企業向け 資金供給 雇用創出	事業の成長、継続のために資金を必要としている中小企業への事業資金支援 ● プロジェクト - 中小零細企業に対する事業資金サポートを行うAGビジネスサポートの事業者ローン - AGキャピタルを通じた、中堅・ベンチャー企業への成長資金投資 ● 対象となる方々 事業の成長、企業のために資金を必要としている中小企業	
医療・介護 施設支援	必要不可欠な サービスへの アクセス	病院・介護施設への事業資金支援 ● プロジェクト AGメディカルによる病院や介護施設等の医療、介護事業者への事業資金ローン ● 対象となる方々 医療・介護サービスを必要としている方々、医療・介護サービス維持・継続のために事業資金を必要としている事業者	
新興国の個人へ 金融サービスの 提供	必要不可欠な サービスへの アクセス	金融サービスが未成熟な新興国において、個人に対する金融サービスへのアクセスの提供を通じた金融リテラシーの向上 ● プロジェクト A&A(アイラ&アイフル)を通じた、タイ王国の方々への金融サービスへのアクセス提供 ● 対象となる方々 金融サービスが未成熟な国において資金調達が困難な個人	

※ソーシャルボンド原則（Social Bond Principles）

金融を通じた持続的成長サポート

事業と社会貢献

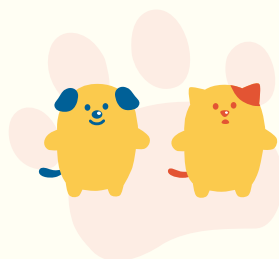


保険を通じたペットの健康維持と 持続可能な社会づくりへの貢献

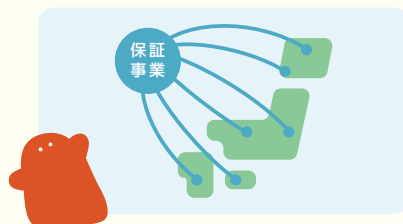


FPCは、少額短期保険事業（ペット保険）を展開し、ペットの健康維持と安心して暮らせる毎日の実現を目指しています。

ペットを「大切な家族の一員」として迎えるご家庭が増え、ペットと人との関係性も大きく変化しています。こうした社会の変化を受け、当社はペット保険を通じて、動物医療を支える社会インフラの整備を目指しています。ペットの病气やけがに対する経済的な備えを提供することで、飼い主の生活の質向上を支援し、ペットと人が安心して共に暮らせる社会づくりに貢献しています。



信用保証事業を通じた地域活性化



地方銀行や信用金庫などの地域金融機関と提携し、各金融機関にアイフルグループの与信ノウハウを提供することで、地域の中小企業や個人事業主の資金調達の支援を行っています。

2025年3月末時点で、全国222先の金融機関と提携しています。



診療報酬担保ローンを通じた 医療・介護業界のサポート



AGメディカルは、医療・介護を支える事業者に対して、運転資金やその他様々な用途に応じた融資ならびに、計画的な返済プランを提案しています。資金面のサポートを通じて、高齢化が進む日本の医療・介護業界の発展を支援しています。



ベンチャーキャピタルによるイノベーション 支援と持続可能な成長の推進



AGキャピタルは、成長性の高い中堅・ベンチャー企業への投資機会を提供することを目的に、1986年に第1号ファンドを設立。以来、21ファンド、累計出資金額は500億円を超え、数多くの企業の成長を支えてきました。単なる資金提供にとどまらず、経営支援や豊富なネットワークを活用し、企業の課題解決や価値創造、そして持続可能なビジネスモデルの構築を力強く後押ししています。

● 投資先例

unito	mento	STAR	LPIXEL	movus	JPYC	GOOSE VEEB ONLY	スマズル
Tie Ups	POCKETALK	POCKETALK	miwe	FOODCODE	Sharing Energy	SOCIAL INTERIOR	DELIPICKS
SPACE	chipee	KAUCHE	ROXX	PETOKOTO	LAMP	Brave group	Brave group
Kafe	CLUE	fufu	Radiotalk	SORABITO	LEADING MARK	クラウドローン	B/43
Volta	リノペル	blueBank	EMERADA	Biophila	採用係長	B/43	B/43
Bit Star	レスタス	DROBE	GO TODAY	RUNTEQ	Paytner	Overflow	Overflow
HH Active and Company	Togayobi	TORANOTEC	FAN-A-YOU	助太刀	ROVETA	Sligo	REGALI
REJECT	Refcome	LAFCOL	POCUS	Jiraffe	famlane	Asobica	Asobica
GOOPASS	LEAN BODY	SMat	HRBrain	TakeMe	よりそう	Asobica	Asobica



金融を通じた持続的成長サポート

事業と社会貢献



クレジットカードを通じた社会貢献



ライフカードでは、社会貢献型クレジットカードを発行し、その収益の一部を提携団体へ寄付しています。寄付を通じて、難病とたたかう子どもたちの「夢の実現」を応援、絶滅の危機にある野生動物の保護活動なども支援しています。



海外における社会貢献



～タイ現地法人 AIRA & AIFUL Public Company Limited の取り組み～

AIRA & AIFUL Public Company Limited (タイ) は、地域社会との共生を重視し、現地の課題解決に寄与するさまざまなCSR活動を展開しています。とりわけ、教育支援、障がい児支援、環境問題への取り組みを通じて、持続可能な社会づくりに貢献しています。

● 芸術を通じた障がい児支援

「Colors of Hope and Smiles」プロジェクトでは、社員がバンコク・ラートクラバンにある障がい児施設「カミアンホーム」を訪問し、子どもたちと一緒に絵画を描くワークショップを開催。創造力と表現力を育むとともに、食事の提供や教育奨学金の寄付も行い、学びの機会と生活の質の向上を支援しています。



● リサイクルによる環境・教育支援

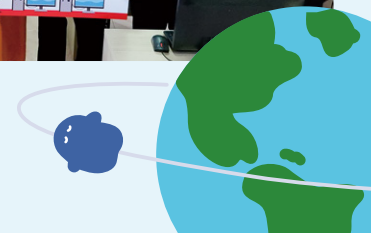


ペットボトルからTシャツを製作し、子どもたちに届ける「A money × Teijin Buddy」プロジェクトは4年目を迎え、地域の学校でリサイクル教育を兼ねた啓発活動を行っています。また、プラスチックキャップをアップサイクルして生活雑貨へと再生する「A money × PPB Buddy」も展開しています。



● 教育の機会格差の解消に向けて

2024年にタイ・アントン県のワットサーケオ学校（孤児や貧困家庭の子どもたちが在籍）へパソコン200台を寄贈。寄贈台数としては同校史上最多であり、情報教育の機会を大きく広げる結果となりました。



気候変動への対応

戦略

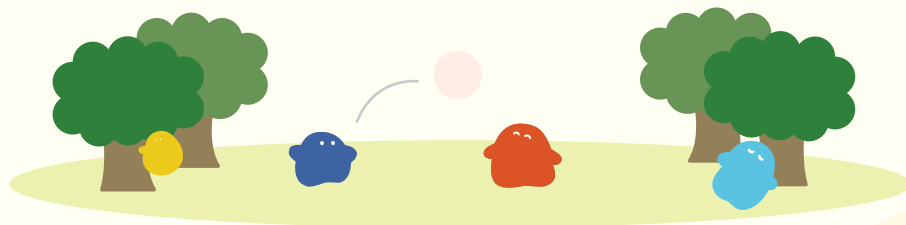
気候変動の顕在化は、アイフルグループの経済的損失やサービスレベルの低下につながります。省エネ施策やBCP対策の加速による事業インフラの強化は、お客さまの期待に沿うための事業機会の創出にもなり得るため、課題の解決に取り組んでまいります。

指標及び目標

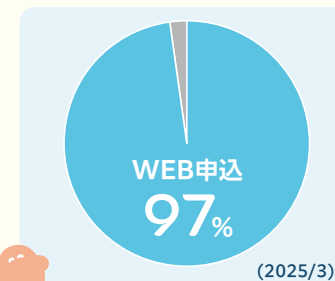
今後、TCFDの提言に則り、シナリオ分析等を進め、必要に応じ財務的影響の試算とその結果に基づく打ち手を検討し、指標及び目標を設定するよう努めてまいります。

環境負荷データ	2024/3	2025/3
A重油(KL)	0	1
都市ガス(m ³)	333,868	298,021
電力(千kwh)	12,687	11,163
CO2排出量(t-CO2)*4	5,798	5,672

- 注) 1. 集計範囲は、アイフル及び国内の連結子会社としております。
 2. 取得データの精度向上を目的とした算定方法の見直しに伴い、過年度データを遡及して修正しております。
 3. A重油は、小数点以下を切り捨てた数値を記載しております。
 4. 排出係数は、「地球温暖化対策の推進に関する法律」に基づく「温室効果ガス排出量算定・報告・公表制度」における該当係数を使用しております。



● ペーパーレス化の推進



個人向けローン申込の9割以上がWEB完結・新規契約の7割程度がカードレス契約となっているほか、クレジットカードのご利用代金明細書のWEB化、センター業務の帳票廃止により、ペーパーレスで環境に配慮したサービスを推進



● 無人店舗の廃店/自社ATMの廃止



	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
アイフル無人店舗(店)	835	828	817	776	625
自社ATM(台)	441	436	249	0	0

● クールビズ・ウォームビズ

服装規程にオフィスカジュアルを採用

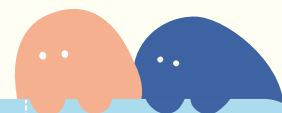


● 照明機器のLED化



気候変動への対応

TCFDにかかるアイフルグループのリスク内容



リスク項目			指標	リスク内容	評価	リスク対策案	機会
分類	大分類	小分類					
移行 リスク	政策・法規制	- 炭素税の上昇 - 省エネ政策 - GHG排出規制 - 再エネ価格の上昇	支出	インフラ稼働コストの増加	中	エネルギー使用量、CO2削減目標の設定	省エネ施策推進による事業活動コストの削減
	評判	社会、投資家の評判変化	資本	- お客さまからの支持低下 - ステークホルダーの不安増大、評判悪化 - 人材確保の困難性上昇、従業員の定着率低下 - 資本調達の困難性上昇 - 株価の下落	中	- 気候変動に関する取り組みの情報開示 - 投資家等への丁寧な説明	お客さま、株式・債権市場等からの適正な評価
物理的 リスク	急性	台風、豪雨による水害	支出 収益	- 公共交通機関の停止に伴う、従業員の出勤制限発生 - お客さまへのサービスレベルの低下 - お客さま罹災に伴う救済対象債権の増加 - 自社グループ設備等の物理的被害 - 直接的業績影響	中	- コンティンジェンシープランの更改 - お客さまが罹災された場合の相談窓口等の支援体制整備	- BCP対策によるインフラの強化 - お客さまへのサービスレベルの安定化促進
	慢性	- 平均気温の上昇 - 降水・気象パターンの変動	支出 収益	- 夏季の空調設備の運転コスト増加 - 従業員の生産性低下、出勤制限の発生、職場の快適性・安全性の劣化 - お客さまへのサービスレベルの低下	中	快適な職場環境の再構築	職場環境の改善による生産性向上

04 価値創造を支える経営基盤

コーポレート・ガバナンス	56
役員一覧	60
リスクファクター	61
財務データ	
11ヵ年財務データ	63
連結業績概要	65
アイフル業績概要	66
非財務データ	67
財務諸表等	
経営陣による財務報告	68
連結財務諸表	71
アイフル財務諸表	75
グループ会社一覧	77
企業情報	78

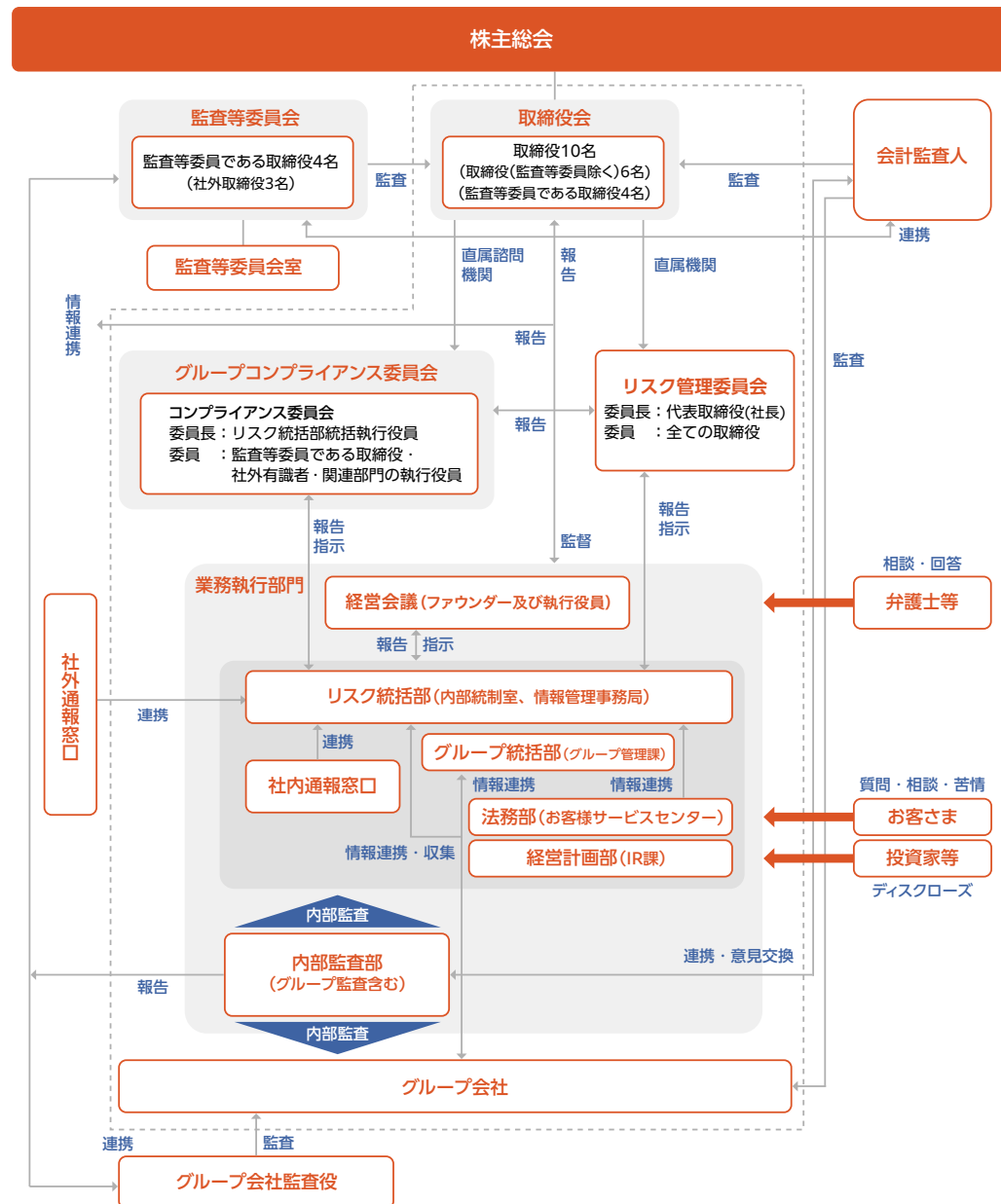
コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

当社グループは、「誠実な企業活動を通じて、社会より支持を得る」という経営理念のもと、コンプライアンスを前提とした企業活動を通じて経済社会の発展に貢献することで、各ステークホルダーをはじめ社会から信頼される企業となり、透明性・公正性・効率性を兼ね備えた企業経営を実現することをコーポレート・ガバナンスの重要な目的と認識しております。

当社は、コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方に基づき、透明・公正かつ迅速・果敢な意思決定等を通じて、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を図るべく、次のコーポレート・ガバナンスに関する基本方針に沿ってコーポレート・ガバナンスの充実に取り組んでまいります。

- ア. 株主様の権利を尊重し、また株主様の平等性を確保する
- イ. 株主様を含むすべてのステークホルダーの皆様との適切な協働に努める
- ウ. 財務情報や非財務情報等の会社情報を適切に開示し、透明性を確保する
- エ. 取締役会は、株主様への受託者責任を踏まえ、取締役会による業務執行の監督機能の実効性を確保するなどの役割・責務を適切に果たす
- オ. 持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するため、株主様との建設的な対話を行う



現状のコーポレート・ガバナンス体制の概要

当社は、取締役会の監督機能を強化し、コーポレート・ガバナンスの強化を図るため、2015年6月23日付にて監査役会設置会社から監査等委員会設置会社へ移行いたしました。

● 監査等委員および監査等委員である取締役

監査等委員会は、監査等委員である取締役4名（うち社外の監査等委員である取締役3名）で構成され、監査方針・監査計画等を決定するほか、監査に必要な事項について執行部門より適宜報告を受け検討を行うとともに、内部統制システムを用いて適法性及び妥当性の監査を実施しております。当該委員会は、原則として毎月開催され、必要に応じて臨時の監査等委員会を開催しております。監査等委員会は、内部監査部門及び内部管理部門並びに会計監査人より、定期的に報告聴取・意見交換の場を設けることにより、経営監視機能の充実に努めるとともに、関係会社の監査役と情報共有を図ることで、企業集団としての監査体制を整えております。

なお、監査機能の充実のため、監査等委員会の職務を補助すべき専属の部署として、執行部門から独立した監査等委員会室を設置しております。

● 取締役会および取締役

取締役会は、取締役（監査等委員である取締役を除く。）6名及び監査等委員である取締役4名の合計10名（2025年7月1日現在）で構成され、経営の基本方針や内部統制システムにかかる基本方針など法令又は定款の定めるところにより取締役等に委任できない事項及び取締役会規程に定める重要な業務執行として、経営計画、人事政策、資本政策などについて審議・決定しております。

また、取締役会は、取締役会で決議された方針に基づく業務執行、一定金額に満たない財産の処分等について、職務権限規程等に基づき執行役員等に適切な範囲で権限委譲し、その実施状況を監督しております。原則として月2回の開催とし、必要に応じて臨時取締役会を開催しております。

スキル項目	説明
企業経営	自社（子会社含む）及び他社において、業務執行取締役任に就任したことがある、又は、企業経営に関する専門的な知見が求められる業務を経験し、企業経営について知見・経験を有すると認められる者。
法務／リスク管理	法律・リスクマネジメントに関する高い専門性を有する者。又は、弁護士資格を有しており、法律・コンプライアンスに関して、知見・経験を有すると認められる者。
財務会計	財務・会計に関する専門性を有する者。又は、税理士資格やアナリスト経験を有しており、財務・会計に関して、知見・経験を有すると認められる者。
グローバル	海外事業展開の経験、海外子会社の役員経験、又は海外赴任の経験があり、グローバル環境でのマネジメントの知見・経験を有すると認められる者。

各取締役が保有する主要なスキル・経験

氏名	地位及び担当	性別	スキル・経験							多様性
			企業経営	法務 リスク管理	財務 会計	グローバル	人材 開発	与信 マーケティング	IT デジタル DX	
福田 光秀	代表取締役 社長執行役員	男性	○		○	○	○	○	○	○
福田 吉孝	代表取締役 会長	男性	○		○		○	○		
増井 啓司	代表取締役 副社長執行役員	男性	○		○			○		
佐藤 正之	取締役 副会長執行役員	男性	○		○	○	○	○	○	
神代 顕彰	取締役 副社長執行役員	男性	○	○	○		○	○	○	○
北澤 綾子	取締役（社外）	女性	○		○	○				○
志村 仁	取締役 監査等委員（社外）	男性		○	○	○				○
堤 貴也	取締役 監査等委員	男性	○						○	
鈴木 治一	取締役 監査等委員（社外）	男性		○						○
前田 真一郎	取締役 監査等委員（社外）	男性		○	○	○				○

（注）1. 「企業経営」の項目は当社及び他社において、業務執行取締役の経験が1年以上あることを表しています。

2. 「企業経営」以外の項目は、当社及び他社において、当該事業分野の部門長以上（又はそれに準ずる役職）の経験が1年以上あることを表しています。

● 社外取締役

取締役(監査等委員である取締役を除く。)(6名のうち1名及び監査等委員である取締役4名のうち3名(2025年7月1日現在)の計4名を社外取締役として選任しております(独立役員に指定される社外取締役は計3名)。また、コンプライアンス委員会をはじめとする重要な会議・委員会等に出席し、意見を述べられる体制を整えております。

● 執行役員

意思決定と業務執行の迅速化及び監督機能と執行機能の分離強化を目的として、執行役員制度を導入しております。取締役会は執行役員を選任し、業務分掌及び権限を定め業務を委嘱しております。

● 経営会議

全ての執行役員及びファウンダーで構成され、取締役会承認事項の事前協議及び業務執行上の重要事項に関する協議または決議を行い、取締役会で決議された方針に基づく課題及び戦略等について情報連携及び相互牽制を図り、意思決定・業務執行に齟齬が生じないように努めております。原則として毎週開催しております。

● コンプライアンス委員会

取締役会の直属諮問機関として、コンプライアンス委員会を設置しております。取締役会にて承認を得たリスク統括部統括執行役員を委員長とし、社外有識者、監査等委員である取締役及び関連部門の執行役員で構成され、コンプライアンス重視の企業風土作り・「企業倫理」の確立・コンプライアンスプログラムの推進等を目的として、コンプライアンスに係わる重要事項等の審議及び提言を実施し、必要に応じ取締役会への報告等を行っております。原則として年4回の開催とし、必要に応じて臨時委員会を開催しております。

● リスク管理委員会

取締役会の直属機関として、リスク管理委員会を設置しております。代表取締役社長を委員長とし、全ての取締役に構成され、適正なリスク管理体制の構築によるリスクの未然防止及び危機時の損失抑制を目的として、定期的にリスク状況の報告を受けて常時リスク把握を行うとともにリスク管理体制の不断の見直しを実施し、取締役への報告等を行っております。原則として四半期毎の開催とし、必要に応じて臨時委員会を開催しております。

現状の体制を選択している理由

当社は、監査等委員会設置会社を採用し、監査等委員である取締役4名のうち3名を社外取締役としております。監査等委員である取締役全員が取締役会に出席するほか、コンプライアンス委員会をはじめとする重要な会議・委員会等に出席し、また、監査等委員会への報告に関する体制を整備することで、監査の実効性及び独立性を確保いたします。その他、監査等委員会の職務を補助すべき専属の部署として監査等委員会室を設置し監査の充実性を確保しております。

また、当社は、執行役員制度を導入し、経営監督機能と業務執行機能の分離を図るとともに、社外有識者を委員とするコンプライアンス委員会及びリスク管理委員会等を設置し監督機能の強化を図っております。

経営の透明性・公正性・効率性を兼ね備えた企業経営を実現すべく、現状の体制を採用しております。

役員報酬の内容

当社は、役員の報酬等の額又はその算定方法の決定に関する方針を定めており、その内容は「誠実な企業活動を通じて、社会より支持を得る」という経営理念のもと、役割発揮に対する対価として機能させるほか、中長期的な会社業績向上及び企業価値拡大に対するインセンティブとして有効に機能させることを方針としております。具体的には、取締役(監査等委員である取締役及び社外取締役を除く。)(の報酬等については、固定報酬としての基本報酬、業績連動報酬等としての非金銭報酬等(譲渡制限付株式報酬)により構成し、社外取締役及び監査等委員である取締役の報酬等については、その独立性の観点から基本報酬のみで構成するものとします。

当社の役員の報酬等の額又はその算定方法の決定に関する方針の決定権限を有する者は取締役会、監査等委員会であり、その内容として、経営環境及び業績の状況等を踏まえ、必要に応じて報酬体系・報酬水準の見直しを図ることとし、各人への配分は、役職ごとの役割の大きさ、各人の事務委嘱や職務の内容及び責任範囲に応じて決定しております。

なお、取締役(監査等委員である取締役を除く。)(の報酬等については、2015年6月23日開催の第38回定時株主総会において、年額500百万円以内(ただし、使用人兼務取締役の使用人分給与を含まない。))と決議しております。また、2022年6月21日開催の第45回定時株主総会において、上記の報酬枠の範囲内にて、取締役(監査等委員である取締役及び社外取締役並びに国内非居住者を除く。))に対する譲渡制限付株式報酬として支給する金銭債権の総額を年額50百万円以内(ただし、使用人兼務取締役の使用人分給与を含まない。))、発行又は処分する普通株式の総数を年333,000株以内と決議しております。

また、監査等委員である取締役の報酬等については、2015年6月23日開催の第38回定時株主総会において、年額80百万円以内と決議しております。

コンプライアンス体制

コンプライアンス委員会を4回開催し、コンプライアンスプログラムを策定し、啓蒙・管理・検証を行い、取締役会に適宜状況報告を行っております。

また、グループコンプライアンス委員会を4回開催し、進捗報告及び情報共有を実施しております。

内部監査部門は、当社グループの各部門の内部監査を実施し、その結果を取締役会及び監査等委員会に報告するとともに、必要に応じて改善提案を実施しております。

法令・定款・社内規程違反その他重要な事実を発見等した場合の報告ルールを定め、また内部通報窓口を設置、内部通報者への不利益な取扱いを禁止する内部通報ルールを整備・周知し、発生予防及び早期発見に努めております。

反社会的勢力排除に関する基本方針を定め、これを公表するとともに、お客さまを含む取引先への事前審査、事後検証を実施しております。

アイフルグループの提供する金融サービスにおいて、マネー・ローンダリング及びテロ資金供与等の金融犯罪に利用されないよう、疑わしい取引を検知するモニタリングを実施しております。

反社会的勢力への対応

当社グループでは、経営理念である「誠実な企業活動を通じて、社会より支持を得る」を実現するための行動指針として定める「コンプライアンス行動規範」において、いかなる反社会的勢力とも一切関係を持たないことを明記しております。また、「コンプライアンス行動規範」の具体的内容を社内規則に定めております。

(1) 対応統括部署及び不当請求防止責任者の設置状況

反社会的勢力の対応統括部署を総務部とし、総務部統括執行役員の指揮のもと各関係部門と連携して調査・対処する体制を整備しております。

(2) 外部の専門機関との連携状況

警察関係機関、弁護士等への相談・報告を密に行う体制を整えております。

(3) 反社会的勢力に関する情報の収集・管理状況

外部団体の研修・会議等への参加及び外部団体への加入により情報を収集するとともに、社内リスクを早期に把握する機関としてリスク管理委員会を設置し、リスク情報の収集、一元管理を行っております。

(4) 対応マニュアルの整備状況

業務上の義務による対応として「反社会的勢力による被害防止規程」「反社会的勢力との取引判明後のグループ対応マニュアル」「反社会的勢力対応マニュアル」を定めるほか、反社会的勢力との関係を遮断するための各種マニュアルを整備しております。

アイフル取締役/執行役員

代表取締役社長/社長執行役員

Mitsuhide Fukuda
福田 光秀
リスク管理委員会委員長
兼 内部監査部統括
●ライフカード株式会社
代表取締役会長

代表取締役会長

Yoshitaka Fukuda
福田 吉孝
●ライフカード株式会社
取締役 相談役

代表取締役/副社長執行役員

Keiji Masui
増井 啓司
保証事業本部長
兼 法人営業本部長
●ライフカード株式会社
代表取締役社長執行役員
●ビットキャッシュ株式会社
代表取締役会長

取締役/副会長執行役員

Masayuki Sato
佐藤 正之
営業本部長
兼 管理本部長
兼 グループデータ
アナリティクス1部統括
●ライフカード株式会社
取締役

取締役/副社長執行役員

Akira Kamiyo
神代 顕彰
コンプライアンス委員会委員長
兼 経営企画本部長
兼 人事部・法務部・リスク統括部・
グループコミュニケーション部・
審査部統括
●ライフカード株式会社
取締役

取締役 | 社外

Ryoko Kitazawa
北澤 綾子

監査等委員である取締役

取締役 | 社外

Hitoshi Shimura
志村 仁

取締役

Takaya Tsutsumi
堤 貴也

取締役 | 社外

Haruichi Suzuki
鈴木 治一

取締役 | 社外

Shinichiro Maeda
前田 真一郎

グループ執行役員

アイフル 専務執行役員

Fumihiko Hirose
廣瀬 文彦
財務本部長

アイフル 常務執行役員

Shinichiro Okuyama
奥山 真一郎
グループデータ
アナリティクス2部統括
兼 グループデータ
アナリティクス1部担当

アイフル 常務執行役員

Kazuhiko Tsuda
津田 和彦
経理部統括

アイフル 常務執行役員

Atsushi Suda
須田 淳
法人営業副本部長
兼 総務部統括

アイフル 常務執行役員

Takayuki Nakata
仲田 貴之
グループシステム本部長

アイフル 常務執行役員

Akitaka Domoto
堂本 顕孝
経営戦略部・グループ統括部担当

アイフル 常務執行役員

Toshiaki Ando
安藤 俊明
保証事業副本部長
兼 経営計画部・審査部担当

アイフル 常務執行役員

Yuji Fukada
深田 裕司
●AGビジネスサポート株式会社
代表取締役社長
●AGメディカル株式会社
代表取締役社長
●AGキャピタル株式会社
代表取締役社長

アイフル 常務執行役員

Ikuo Yamauchi
山内 郁雄
財務副本部長
兼 経理部管掌
兼 グループコミュニケーション部担当

アイフル 常務執行役員

Hiroshi Azuma
吾妻 弘
営業副本部長

アイフル 常務執行役員

Yasuhiko Hashimoto
橋本 裕彦
●PT.REKSA Finance
取締役

アイフル 常務執行役員

Junichi Niizuma
新妻 純一
内部監査部・法務部・
リスク統括部担当

アイフル 常務執行役員

Etsushi Yamada
山田 悦司
管理副本部長
●AG債権回収株式会社
代表取締役社長

アイフル 執行役員

Yorihiro Fujii
藤井 由大
人事担当
●AGペイメントサービス株式会社
代表取締役社長

アイフル 執行役員

Ichiro Yamaguchi
山口 一郎
グループシステム副本部長

アイフル 執行役員

Jun Mitsuishi
三石 潤
経営企画部担当
兼 経営企画部長

アイフル 執行役員

Yuki Okano
岡野 勇貴
●ライフカード株式会社
執行役員

アイフル 執行役員

Kotaro Matsuura
松浦 光太郎
●ビットキャッシュ株式会社
代表取締役社長

ライフカード 取締役執行役員

Yasuo Hanashita
咄下 泰男

ライフカード 常務執行役員

Hisashi Shimojo
下條 尚

ライフカード 執行役員

Atsuki Inagaki
稲垣 篤紀

AIRA & AUFUL Public Company Limited
取締役CEO

Kimihiro Omori
大森 公裕



リスクファクター

当社のリスク管理体制

当社では2007年4月より、取締役会直属機関としてリスク管理委員会を設置し、各部署で発生するリスクないし企業活動を脅かすリスクを横断的に統括管理し、リスクの顕在化の未然防止及び危機発生時の体制整備をしております。

具体的には、「リスク管理規程」に基づき、各部署で継続的に収集したリスク情報をもとにリスクを算定・評価し、回避策・軽減策を検討しております。

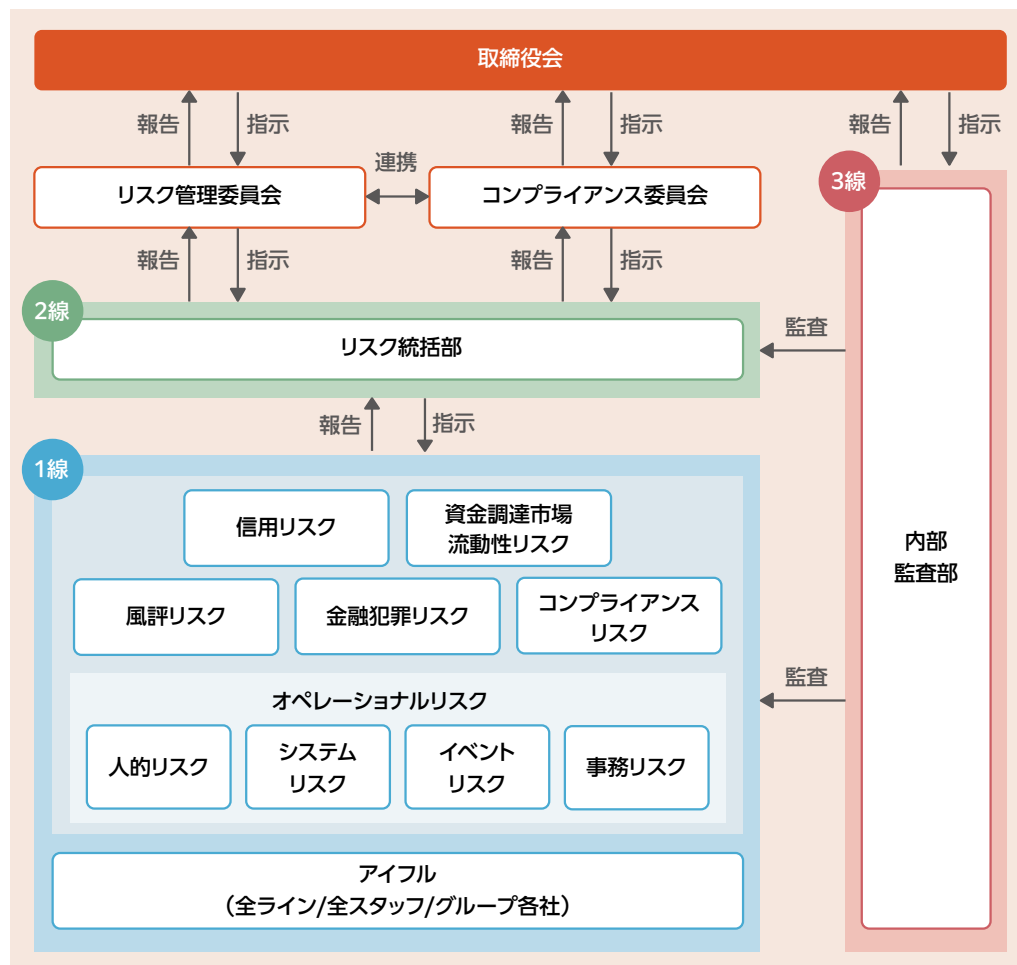
また、リスク統括部において、各部署より報告を受けたリスク情報を一元管理しております。

リスク管理委員会においては、リスクの定期的な把握及びリスク回避・軽減策の検討指示並びに危機時の陣頭指揮・各種対応指示などを行うとともに、リスク情報の収集、危機対策・対応などで、必要と判断した場合、対処方針・対処方法を策定し、取締役会にて承認を得ることとしております。

また、リスク情報のなかで、コンプライアンス委員会に関係する事案については、コンプライアンス委員会に随時情報共有しております。

しかしながら、これらの対応にもかかわらず法的規制の強化もしくは緩和も含めた経営環境の変化、競合の状況、景気の変動等によっては当社グループの財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があり、また、当社グループの戦略の見直しを余儀なくされる可能性があります。

【体制図】



1線 …各業務執行部門は、実際にリスク管理を行い、リスク発生抑止の方針に従い、必要に応じてリスク管理計画を策定し、また、業務遂行におけるリスクを把握・評価を行い、回避・リスクテイクの判断、顕在化した際のリスクコントロールを迅速に実行する役割

2線 …リスク統括部は、1線のカテゴリ別主管業務に加え、統合的リスク管理部署として、1線・カテゴリ別主管部署によるリスクコントロールの検証・指導・支援を行い、グループ全体のリスクガバナンス体制を構築する役割

3線 …内部監査部は、体制及びプロセスの有効性や適切性を1線・2線から独立した立場で検証する役割

リスクファクター

トップリスク

当社は2025年3月期より、リスクシナリオの蓋然性と業務への影響度に基づき、事業に重要な影響を与える可能性があると経営が認識したリスクをトップリスクとして選定しております。トップリスクは毎期、リスク管理委員会において審議・決定され、トップリスクに対しては、リスクの高まりや予兆等の評価を行い、必要な対策を講じることでリスクの抑制等を図ります。

リスク事象	リスクシナリオ	当社グループの対策	機会
① 法令違反や不適切な行為に関するリスク	従業員等が法令、社会規範に照らして正しい行為を行わないこと（ミスコダクト）により、ステークホルダーからの信頼を棄損するリスク	●企業倫理を共有し、当社グループ全体のコンプライアンス態勢を確立することを目的とした、グループコンプライアンス委員会を設置 ●内部統制機能として組織・制度を整備するとともに、システムによるオペレーショナルリスクに対応 ●3ライン（各業務執行部門・リスク統括部・内部監査部）による点検と継続的な改善活動	●コンプライアンス体制と長期的な組織強化・企業文化の改革 ●信頼回復によるブランド価値向上
② 競争力の低下リスク	お客さまの期待変化に対して適切に対応ができない等により市場での競争力が低下するリスク	●市場動向やお客さまの声の積極的な収集活動 ●UI/UX向上の取り組み強化など、デジタル技術の利活用による利便性の向上 ●事業の多角化や海外展開による事業ポートフォリオの分散	●新しいニーズをとらえた商品・サービス展開 ●技術革新による新サービスや新市場の創出
③ 貸倒関連費用の増加リスク	経済情勢の悪化により、支払いが困難となるお客さまが増加するリスク	●債権の健全性維持を目的として、お客さまの信用力について定期的に調査を行うなど、予兆を即座に把握できる体制の構築	●貸倒リスクの低下 ●債権ポートフォリオの良質化による収益構造の改善
④ 金利上昇リスク	市場環境等の変動の影響により調達金利が上昇し、当社経営に影響を及ぼすリスク	●調達金利の固定化、調達手段の多様化等による金利変動リスクの軽減 ●ALM（資産と負債の総合的な管理）による金利リスクの管理	●内部留保・自己資本活用型の資金調達への転換 ●資本効率指標（ROIC等）を重視した経営への転換
⑤ 資金流動性リスク	市場環境や当社の信用力低下により資金調達が困難になるリスク	●ALMによる資金流動性の管理 ●財務制限条項や早期償還条項の管理・報告 ●調達の多様化や新たな調達手法の検討、格付の向上に向けた取り組み	●キャッシュフロー改善・財務構造改革 ●調達手段の多様化
⑥ サイバー攻撃・システム障害リスク	人為的過誤、自然災害、外部からのサイバー攻撃及びこれに類する事象により、事業影響が生じるリスク	●基幹システムの冗長化、バックアップ体制整備等のインフラ強化 ●社内CSIRTによる業界内外の情報連携体制、コンピュータウイルスの排除、外部からのサイバー攻撃の監視、多角的な脆弱性診断などの継続 ●二段階認証の導入等具体的な対策や、定期的な社内対応訓練等による被害抑止	●レジリエンス・IT基盤の進化 ●社員のシステムリスクに対する意識改革促進
⑦ 人材不足による事業計画への影響発生リスク	人員・人材を確保できず、事業計画、プロジェクトの遂行ができなくなるリスク	●積極的な採用や従業員等に対する継続的な研修等による多様な人材の確保・育成 ●タレントマネジメントシステムの積極活用による採用・配置・評価の最適化 ●組織・職位への要件明確化による有効な人材育成 ●社内ロイヤリティの継続的な向上による、従業員満足度および定着率の向上	●外部からの多様かつ高度な人材獲得 ●組織の新陳代謝促進

11年連結財務データ (2015/3-2019/3)

会計年度 (百万円)	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3
営業収益	86,352	87,708	91,450	115,389	115,328
営業費用	125,914	81,032	84,440	112,897	112,297
金融費用	8,606	7,780	8,030	7,560	7,949
貸倒関連費	2,234	16,126	20,744	20,497	30,628
人件費	13,417	13,761	14,270	15,680	16,540
利息返還関連費用	-	2,897	-	12,384	11,501
営業利益(△損失)	△39,562	6,676	7,009	2,492	3,031
経常利益(△損失)	△36,498	6,860	7,399	2,823	4,110
税引前利益(△損失)	△35,853	6,860	7,399	3,527	3,420
当期純利益(△損失)	△36,499	7,044	7,276	2,945	8,183
親会社株主に帰属する当期純利益(△損失)	△36,499	7,044	7,276	3,958	9,346

会計年度末 (百万円)	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3
営業貸付金残高	350,017	376,224	412,649	472,018	521,823
不良債権額※	70,418	66,158	66,401	71,515	79,294
総資産	560,323	567,514	616,651	682,645	760,587
貸倒引当金	79,708	72,643	70,172	66,959	70,469
負債	462,848	463,263	505,002	563,238	632,570
有利子負債合計	226,955	249,059	300,222	365,836	418,708
純資産	97,475	104,250	111,649	119,407	128,016

1株当たりデータ (円)	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3
発行済株式数(株)	483,506,536	483,794,536	484,619,136	484,620,136	484,620,136
当期純利益(△損失)(EPS)	△75.74	14.59	15.05	8.18	19.32
純資産(BPS)	200.45	214.16	228.94	236.13	256.45

指標 (%)	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3
自己資本比率	17.3	18.2	18.0	16.7	16.3
自己資本当期純利益率(ROE)	△31.8	7.0	6.8	3.5	7.8
総資産経常利益率(ROA)	△6.4	1.2	1.2	0.4	0.6

※ 2022年3月31日「特定金融会社等の会計の整理に関する内閣府令」の「不良債権に関する注記」が改正されたため、2021/3より同府令の改正後の区分等によって実績を表示しています。

11年連結財務データ(2020/3-2025/3)

会計年度(百万円)	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
営業収益	127,038	127,481	132,097	144,152	163,109	189,054
営業費用	125,358	109,950	120,855	120,427	142,045	163,751
金融費用	7,522	7,248	7,041	7,068	7,246	9,512
貸倒関連費	35,277	38,818	27,918	36,004	52,546	56,904
人件費	16,853	16,902	16,704	17,386	19,095	21,697
利息返還関連費用	16,927	-	19,929	-	-	-
営業利益(△損失)	1,679	17,530	11,242	23,724	21,064	25,302
経常利益(△損失)	1,716	19,305	12,265	24,428	22,067	26,817
税引前利益(△損失)	1,569	18,149	12,265	23,959	21,493	24,240
当期純利益(△損失)	300	17,794	13,037	22,946	21,502	22,089
親会社株主に帰属する当期純利益(△損失)	1,390	184,375	12,334	22,343	21,818	22,516

会計年度末(百万円)	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
営業貸付金残高	573,080	553,389	582,349	648,760	738,676	815,259
不良債権額※	86,422	87,393	97,121	104,904	120,627	125,910
総資産	860,507	863,354	935,642	1,070,485	1,266,374	1,448,451
貸倒引当金	72,294	77,830	78,246	79,623	92,601	102,675
負債	731,576	715,662	779,116	890,892	1,064,962	1,227,054
有利子負債合計	475,893	457,639	480,401	561,236	664,905	789,617
純資産	128,931	147,692	156,526	179,593	201,412	221,396

1株当たりデータ(円)	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
発行済株式数(株)	484,620,136	484,620,136	484,620,136	484,620,136	484,620,136	484,620,136
当期純利益(△損失)(EPS)	2.88	38.12	25.50	46.19	45.10	46.91
純資産(BPS)	260.53	300.92	318.17	364.01	409.04	455.12

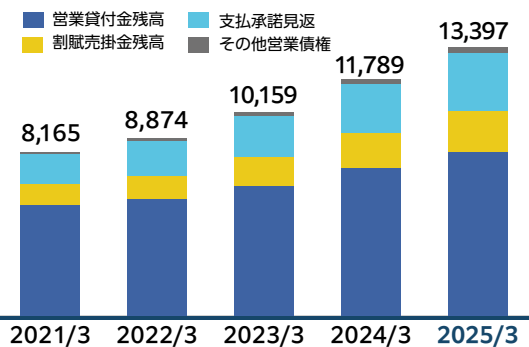
指標(%)	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
自己資本比率	14.6	16.9	16.4	16.4	15.6	15.0
自己資本当期純利益率(ROE)	1.1	13.6	8.2	13.5	11.7	10.8
総資産経常利益率(ROA)	0.2	2.2	1.4	2.4	1.9	2.0

連結業績概要

営業債権残高 (百万円)

	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
営業債権残高	816,579	887,407	1,015,910	1,178,983	1,339,705
ローン事業(営業貸付金残高)	553,389	582,349	648,760	738,676	815,259
個人向け無担保ローン	481,687	505,255	550,647	614,131	666,528
事業者向け無担保ローン	53,421	58,810	72,133	89,145	102,257
有担保ローン	18,281	18,282	25,979	35,399	45,794
クレジット事業(割賦売掛金残高)	108,714	116,780	142,899	173,790	203,332
信用保証事業等(支払承諾見返)	145,725	172,697	204,078	241,562	291,858
その他営業債権	8,749	15,579	20,171	24,953	29,254

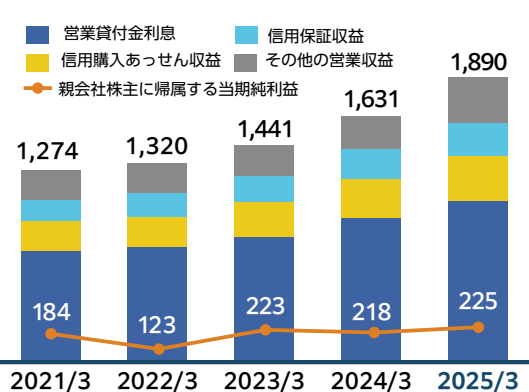
営業債権残高 (億円)



営業収益・当期純利益 (百万円)

	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
営業収益	127,481	132,097	144,152	163,109	189,054
ローン事業(営業貸付金利息)	74,041	76,332	83,230	95,400	106,590
個人向け無担保ローン	68,242	70,842	76,143	85,722	94,515
事業者向け無担保ローン	3,965	3,865	5,137	7,055	8,668
有担保ローン	1,834	1,624	1,949	2,622	3,406
クレジット事業(信用購入あっせん収益)	19,387	20,099	23,158	26,290	30,145
信用保証事業(信用保証収益)	14,524	15,730	17,030	19,408	21,526
その他の営業収益	19,528	19,934	20,732	22,010	30,791
営業費用	109,950	120,855	120,427	142,045	163,751
営業利益	17,530	11,242	23,724	21,064	25,302
親会社株主に帰属する当期純利益	18,437	12,334	22,343	21,818	22,516

営業収益・当期純利益 (億円)



口座数 (千件)

	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
ローン口座数	1,425	1,464	1,625	1,716	1,795
個人向け無担保ローン	1,387	1,425	1,582	1,666	1,739
事業者向け無担保ローン	33	35	40	46	52
有担保ローン	3	3	3	3	4
クレジットカード有効会員数	5,382	5,240	5,141	5,051	5,035
個別信用購入あっせん口座数	26	42	81	130	173

平均調達金利 (%)

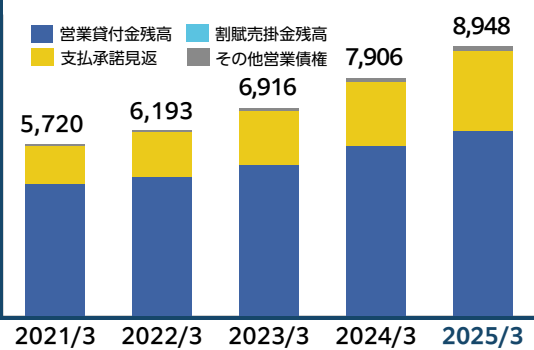
	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
平均調達金利	1.38	1.22	1.11	1.10	1.42
間接	1.54	1.39	1.27	1.20	1.57
直接	1.13	0.95	0.81	0.86	1.11
間接調達比率	59.6	62.0	66.2	68.4	66.7
直接調達比率	40.4	38.0	33.8	31.6	33.3

アイフル業績概要

営業債権残高 (百万円)

	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
営業債権残高	572,070	619,388	691,689	790,608	894,844
ローン事業(営業貸付金残高)	438,300	461,884	502,874	562,913	614,222
個人向け無担保ローン	425,848	449,747	490,096	548,554	597,976
事業者向け無担保ローン	7,638	8,635	10,275	12,522	14,860
有担保ローン	4,813	3,501	2,502	1,836	1,385
信用保証事業等(支払承諾見返)	125,984	148,475	177,303	213,333	263,788
クレジット事業(割賦売掛金残高)	268	226	185	162	140
その他営業債権	7,517	8,802	11,326	14,198	16,693

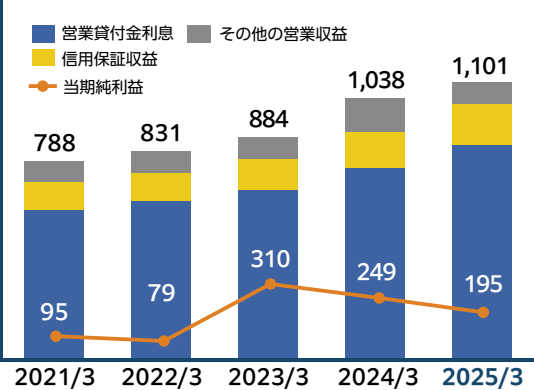
営業債権残高 (億円)



営業収益・当期純利益 (百万円)

	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
営業収益	78,826	83,117	88,449	103,867	110,158
ローン事業(営業貸付金利息)	59,732	63,071	67,596	76,323	85,603
個人向け無担保ローン	58,559	61,872	66,274	74,753	83,736
事業者向け無担保ローン	697	809	1,040	1,359	1,265
有担保ローン	475	388	281	210	146
信用保証事業(信用保証収益)	11,136	11,447	12,447	14,397	16,198
その他の営業収益	7,957	8,598	8,406	13,146	8,356
営業費用	68,352	78,359	69,322	79,527	89,766
営業利益	10,473	4,757	19,127	24,339	20,391
当期純利益	9,583	7,912	31,028	24,998	19,562

営業収益・当期純利益 (億円)



口座数 (千件)

	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
ローン口座数(残高あり)	933	980	1,115	1,256	1,348
個人向け無担保ローン	922	968	1,103	1,243	1,335
事業者向け無担保ローン	8	9	10	11	12
有担保ローン	2	2	1	1	0

平均利回り (%)

	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
実質平均利回り	14.3	14.4	14.3	14.5	14.6
個人向け無担保ローン	14.4	14.5	14.3	14.5	14.6
事業者向け無担保ローン	12.8	13.4	13.4	13.3	13.4
有担保ローン	8.1	9.4	9.4	9.7	9.1

新規獲得件数 (件)

	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
ローン事業新規顧客	161,186	210,104	301,262	338,783	325,676
個人向け無担保ローン	161,111	210,014	301,183	338,657	325,528

貸倒償却額/貸倒償却率

	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
貸倒償却額 (百万円)	22,457	1.22	1.11	1.10	1.42
貸倒償却率 (%)	3.9	3.3	3.2	3.1	3.2

非財務データ

人的資本

	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
社員数(全グループ)(人)	3,969	4,409	4,982	5,003
社員数(連結のみ)(人)	3,148	3,275	3,716	4,043
外国籍社員数(全グループ)(人)	892	928	993	1,034
障害者雇用数※1(人)	23	19	25	25
女性の育児休業取得率※1(%)	74	100	100	100
男性の育児休業取得率※1(%)	106.7	63.6	96.7	175.0
正社員の有給取得率※2(%)	73.4	77.8	74.3	68.2
平均勤続年数※2(年)	15.4	15.1	12.7	12.5
平均年齢※2(歳)	40.1	39.9	38.5	38.46
エンジニア数(全グループ)(人)	30	110	247	327
データアナリスト・データサイエンティスト数(全グループ)(人)	30	39	63	68
デザイナー数(全グループ)(人)	12	15	19	23

環境・社会・ガバナンス

	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
社内取締役(人)	6	6	6	6
社外取締役(人)	3	3	3	3
社外取締役比率	33.30%	33.30%	33.30%	33.30%
取締役会開催回数	43	42	39	31
IR説明会(決算説明・個人株主説明会)開催回数	3	3	3	4
コンプライアンス勉強会開催回数	4	4	4	4
クレジットカードを通じた寄付金額	1,192万円	592万円	487万円	946万円
合計(t-CO2)※3	6,767	6,545	5,798	5,672
Scope1 直接的なCO2排出量(t-CO2)	791	691	684	610
Scope2 間接的なCO2排出量(t-CO2)	5,975	5,854	5,114	5,061

顧客基盤・ブランド

	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
アプリ評価 iOS<アイフル>	4.6	4.6	4.6	4.6
アプリ評価 Android<アイフル>	4.5	4.6	4.3	4.7
1口座当たり入電率<アイフル>(HP、アプリ改修、QAの充実)	16%	16%	14%	11%
データ分析本数	133	168	239	294
内製デザイン案件数※4	-	756	948	990

※1 アイフル原籍

※2 アイフル単体

※3 2023年3月期より、取得データの精度向上を目的に、算定方法を見直しております。

※4 内製デザインプロダクト数は2023年3月期より集計開始。

① 連結経営成績

当連結会計年度における日本経済は、新型コロナウイルス感染症による行動制限が解除されたことを背景に社会経済活動の正常化が進み、緩やかな回復基調で推移しました。

しかしながら、日本銀行の金融緩和政策の変更による金利上昇や為替相場の変動、エネルギー・原材料価格の高騰を背景とした物価上昇など、依然として先行き不透明な状況が続いております。

当社グループを取り巻くノンバンク業界においては、活況な資金ニーズを背景として個人向けローン事業の新規成約件数が堅調に推移し、営業貸付金残高も引き続き増加しております。また、利息返還請求については、外部環境の変化等による影響等に一定の留意は必要なもの、着実に減少しております。

このような環境のもと、当社グループにおきましては、効率性を重視した広告宣伝費の投下や、お客さま視点でのUI/UXの追求により、営業債権残高及びトップラインの成長を目指しております。また、引き続きIT人材への投資によるDX及び内製化の推進により、コストの最適化と利益水準の向上に努めてまいります。

当連結会計年度における当社グループの営業収益は189,054百万円（前期比15.9%増）となりました。その主な内訳といたしましては、営業貸付金利息が106,590百万円（前期比11.7%増）、包括信用購入あっせん収益が22,891百万円（前期比5.9%増）、信用保証収益が21,526百万円（前期比10.9%増）となっております。

営業費用は、163,751百万円（前期比15.3%増）となりました。その主な内訳といたしましては、金融費用が9,512百万円（前期比31.3%増）、広告宣伝費が18,557百万円（前期比4.3%増）、貸倒引当金繰入額が56,904百万円（前期比8.3%増）となったこと等によるものであります。

また、連結子会社の増加により営業収益は保険収益4,728百万円、受取手数料3,127百万円、営業費用は保険費用3,582百万円がそれぞれ増加しております。

以上の結果、当連結会計年度における当社グループの営業利益は25,302百万円（前期比20.1%増）、経常利益は、26,817百万円（前期比21.5%増）となりました。また、親会社株主に帰属する当期純利益は、特別損失にシステム開発方針見直しによる減損損失1,582百万円、フィッシング詐欺被害による貸倒損失498百万円、子会社への貸付に対する貸倒引当金繰入額366百万円等を計上した結果、22,516百万円（前期比3.2%増）となりました。

② 事業別経営成績

● 無担保ローン事業

個人向けの無担保ローン市場は堅調な資金需要を背景に拡大基調が続いており、2024年12月時点で前期比4.3%増の9.9兆円となっております。そのうち、金融機関は前期比3.5%増の5.5兆円、消費者金融専門とクレジットカード会社の合計は前期比5.4%増の4.4兆円となっております。

ローン事業につきましては、テレビCMやWEB広告を活用した効果的かつ効率的な広告戦略のほか、公式サイトやスマホアプリ、申込フォームの改善等、デジタル分野の内製化による顧客ニーズに応じたスピーディな対応等、UI/UXを強化し、顧客満足度の向上に継続的に取り組んでおります。

当社グループにおける個人向けの無担保ローン残高は、前期末比8.5%増の666,528百万円、アイフル単体では前期末比9.0%増の597,976百万円となりました。

● 事業者ローン事業

中小事業者向けの事業者ローン市場におきましては、人手不足や原材料・資材、エネルギーなどのコストアップを要因として足元では企業倒産件数が増加しておりますが、コロナ以降の経済活動の再開以降、資金需要は引き続き、回復傾向にあります。

当社グループの事業者ローン残高は、前期末比14.7%増の102,257百万円となりました。そのうち、AGビジネスサポートが前期末比13.8%増の85,358百万円、アイフル単体では前期末比18.7%増の14,860百万円となっております。

経営陣による財務報告

● クレジットカード事業

クレジットカード市場は、個人消費の回復に加え、キャッシュレス決済の拡大や法人カードの普及などにより、取扱高が前期比11.1%増の101兆円となっており、今後も市場の拡大が見込まれます。

クレジットカード事業につきましては、新規提携・タイアップカードの発行、お客さまのニーズに応じたアプリ機能の追加や改善、優待サービスの拡充、新たな獲得販路の展開により新規会員の獲得及び稼働会員数の向上に努めております。

その結果、ライフカードの当連結会計年度における取扱高は771,942百万円(前期比4.1%増)、当連結会計年度末におけるクレジット事業に係る割賦売掛金残高は115,491百万円(前期末比3.4%増)となりました。

● 信用保証事業

信用保証事業につきましては、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でおります。

その結果、当連結会計年度末における当社グループの信用保証残高は291,858百万円(前期末比20.8%増)、そのうち、アイフルの信用保証残高が263,788百万円(前期末比23.7%増)、ライフカードの信用保証残高が28,926百万円(前期末比2.2%減)となりました。

③ バランスシートの状況

当連結会計年度末における資産は、前期末に比べ182,076百万円増加の1,448,451百万円(前期末比14.4%増)となりました。増加の主な要因は、営業貸付金76,536百万円、割賦売掛金29,546百万円、のれん9,707百万円の増加等によるものであります。

負債につきましては、前期末に比べ162,092百万円増加の1,227,054百万円(前期末比15.2%増)となりました。増加の主な要因は、金融機関等からの借入れによる資金調達関連の増加等によるものであります。

純資産につきましては、前期末に比べ19,984百万円増加の221,396百万円(前期末比9.9%増)となりました。増加の主な要因は、利益剰余金の増加等によるものであります。

④ キャッシュフローの状況

当連結会計年度末における現金及び現金同等物(以下「資金」といいます。)は、前期末に比べ、3,993百万円増加の55,928百万円(前期末比7.7%増)となりました。

当連結会計年度における、各キャッシュ・フローの状況とそれらの要因は次のとおりであります。

● 営業活動

営業活動によるキャッシュ・フローは82,874百万円の支出(前期比11.7%増)となりました。これは主に、営業貸付金や割賦売掛金等の債権の増加による資金の減少等によるものであります。

● 投資活動

投資活動によるキャッシュ・フローは35,099百万円の支出(前期比175.0%増)となりました。これは主に、有形固定資産の取得による支出及び連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出等によるものであります。

● 財務活動

財務活動によるキャッシュ・フローは119,822百万円の収入(前期比18.7%増)となりました。これは主に、借入金等の収入が返済による支出を上回ったこと等によるものであります。

⑤ 資金調達の状況

当社グループは、金融事業を主たる事業としており、事業拡大に必要な資金は外部から調達しております。安全性の観点及び強固な調達基盤構築のため、市場の状況や長短のバランスを調整して、銀行借入による間接調達のほか、社債による直接調達によって資金調達を行っております。また、その時々々の調達環境を考慮したうえで当社グループにとって有利な調達手法を選択することで、資本コストの引き下げにも努めております。

当期末における当社グループの流動化によりオフバランスとなっている借入を含めた借入金残高は、834,482百万円(前期比17.6%増)となりました。間接調達による当期末の借入金残高は、556,580百万円となり、借入金全体の66.7%を占めております。間接調達金利は1.57%と、前期に比べ0.37ポイントの上昇となりました。

一方、直接調達による調達残高は277,902百万円となり、借入金全体の33.3%を占めております。内訳としては、コマーシャル・ペーパーが17,400百万円、普通社債が110,000百万円、流動化が150,502百万円となりました。直接調達金利は前期比0.25ポイント上昇の1.11%となり、直接・間接を含めた調達金利は1.42%と、前期に比べ0.32ポイントの上昇となりました。なお、当期末における短期借入金111,382百万円、長期借入金は723,099百万円となっております。

⑥ 不良債権

最高裁判所の司法統計によると、自己破産の件数は2000年代初頭をピークとして低下し、足元では未だ低位で推移している状況です。

当期における当社グループの不良債権合計額は、125,910百万円(前期比4.4%増)となりました。

そのうち、主力商品である無担保ローンの不良債権額は、100,540百万円(前期比4.8%増)、主に不動産担保ローンを中心とする無担保ローン以外の不良債権は、25,369百万円(前期比2.7%増)となりました。また、無担保ローンの不良債権のうち、占有率の高い貸出条件緩和債権は56,127百万円(前期比2.6%増)となりましたが、貸出条件緩和債権は回収可能性が高く、貸倒に直結するものではないと考えております。

不良債権4分類の状況

(百万円)

2024/3	営業貸付金及び破産更生債権等		その他	計
	無担保ローン	無担保ローン以外		
破産更生債権及びこれらに準ずる債権	660	12,854	582	14,098
危険債権	28,519	8,807	9,865	47,192
三月以上延滞債権	10,913	464	-	11,377
貸出条件緩和債権	55,820	2,587	6,725	65,133
正常債権	513,496	89,544	261,966	865,007
計	609,410	114,258	279,140	1,002,809

2025/3	営業貸付金及び破産更生債権等		その他	計
	無担保ローン	無担保ローン以外		
破産更生債権及びこれらに準ずる債権	841	11,142	733	12,716
危険債権	32,728	10,492	11,934	55,156
三月以上延滞債権	10,843	324	-	11,167
貸出条件緩和債権	56,127	3,410	7,435	66,972
正常債権	566,277	106,648	310,467	983,393
計	666,818	132,017	330,570	1,129,406

⑦ 貸倒償却

当期における貸倒償却額は、利息返還請求に伴う債権放棄額も含め、45,852百万円(前期比25.4%増)となりました。

利息返還請求に伴う債権放棄の償却額は、367百万円(前期比38.5%減)となり、引き続き減少傾向にあります。それ以外の通常の貸倒については、45,485百万円(前期比26.4%増)となりました。

貸倒償却率は営業債権全体で3.5%(前期比0.4ポイント増)と引き続き低位安定しております。

その結果、当期における貸倒引当金の繰入額は、56,904百万円(前期比8.3%増)となり、当期末における貸倒引当金残高は102,675百万円(利息返還請求に伴う債権放棄引当金の1,196百万円含む)となりました。

⑧ 配当政策

当社は、株主の皆様に対する利益還元を経営の重要課題の一つとして認識し、中長期的な利益成長を通じた株主価値の極大化を目指しつつ、安定的な内部留保を確保し、経営成績に応じた利益還元を行うことを基本方針としております。

当事業年度の期末配当につきましては、1株当たり1円とすることを決定いたしました。また、次期の配当につきましては、1株当たり年間12円(中間6円、期末6円)を予定しております。

内部留保金につきましては、2025年3月期から2027年3月期を対象とする中期経営計画に基づき、「自己資本比率15%以上の維持」、「総還元性向20%程度」を目標とし、将来利益の創出を見据えたM&A推進、及び安定的・継続的な株主還元により柔軟かつ効率的に活用してまいります。

	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3	2026/3 (予想)
年間配当(円)	-	1	1	1	1	1	12
中 間	-	0	0	0	0	0	6
期 末	-	1	1	1	1	1	6
自社株買い	-	-	-	-	-	19億	-
総還元性向	-	2.6%	3.9%	2.2%	2.1%	11.0%	24.1%

連結貸借対照表

資産の部(百万円)

2024/3

2025/3

流動資産		
現金及び預金	56,917	60,608
営業貸付金	709,137	785,674
割賦売掛金	167,753	197,300
営業投資有価証券	2,989	3,361
支払承諾見返	256,096	303,943
その他営業債権	16,573	19,376
買取債権	8,380	9,877
未収入金	23,570	18,090
その他	28,181	28,723
貸倒引当金	△79,021	△90,017
流動資産合計	1,190,579	1,336,938
固定資産		
有形固定資産		
建築及び構築物	23,730	26,667
減価償却累計額	△18,156	△17,881
建築及び構築物(純額)	5,574	8,786
機械装置及び運搬具	451	546
減価償却累計額	△315	△332
機械装置及び運搬具(純額)	136	214
器具及び備品	5,729	4,773
減価償却累計額	△4,786	△3,908
器具備品(純額)	942	865
土地	8,816	23,962
リース資産	4,564	4,657
減価償却累計額	△3,946	△4,434
リース資産(純額)	618	223
建設仮勘定	1,003	102
有形固定資産合計	17,092	34,154
無形固定資産		
ソフトウェア	6,728	7,890
ソフトウェア仮勘定	7,448	9,456
のれん	-	9,707
顧客関連資産	-	2,283
その他	173	164
無形固定資産合計	14,349	29,502
投資その他の資産		
投資有価証券	12,086	8,247
破産更生債権等	15,131	13,924
繰延税金資産	20,212	24,535
敷金及び保証金	3,979	1,830
その他	6,522	11,975
貸倒引当金	△13,579	△12,657
投資その他の資産合計	44,353	47,855
固定資産合計	75,794	111,512
資産合計	1,266,374	1,448,451

負債の部(百万円)

2024/3

2025/3

流動負債		
支払手形及び買掛金	68,069	60,961
支払承諾	256,096	303,943
短期借入金	101,627	84,894
関係会社短期借入金	959	488
コマーシャル・ペーパー	-	17,400
1年内償還予定の社債	30,000	15,000
1年内返済予定の長期借入金	233,660	252,042
未払法人税等	3,871	4,171
賞与引当金	1,671	1,858
株式給付引当金	58	70
割賦利益繰延	12,854	18,332
その他	38,728	30,306
流動負債合計	747,598	789,470
固定負債		
社債	50,000	95,000
長期借入金	248,657	324,792
繰延税金負債	107	343
利息返還損失引当金	11,760	8,772
保険契約準備金	-	1,868
その他	6,838	6,808
固定負債合計	317,364	437,584
負債合計	1,064,962	1,227,054

純資産の部(百万円)

2024/3

2025/3

株主資本		
資本金	94,028	94,028
資本剰余金	14,017	14,017
利益剰余金	90,345	112,319
自己株式	△2,655	△4,541
株主資本合計	195,735	215,824
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	1,283	813
為替換算調整勘定	890	1,285
その他の包括利益累計額合計	2,174	2,098
非支配株主持分	3,502	3,473
純資産合計	201,412	221,396
負債純資産合計	1,266,374	1,448,451

連結損益計算書

(百万円)	2024/3	2025/3
営業収益		
営業貸付金利息	95,400	106,590
包括信用購入あっせん収益	21,625	22,891
個別信用購入あっせん収益	4,665	7,253
信用保証収益	19,408	21,526
その他の金融収益	8	29
保険収益	-	4,728
受取手数料	2,942	6,966
その他の営業収益		
買取債権回収益	1,341	1,865
償却債権取立益	7,428	6,707
その他	10,290	10,495
その他の営業収益計	19,060	19,068
営業収益合計	163,109	189,054
営業費用		
金融費用		
支払利息	5,984	7,534
社債利息	568	853
その他	692	1,124
金融費用計	7,246	9,512
売上原価		
その他	332	355
売上原価合計	332	355
保険費用	-	3,582
その他の営業費用		
広告宣伝費	17,788	18,557
支払手数料	19,499	24,371
貸倒引当金繰入額	52,546	56,904
従業員給与手当賞与	13,673	15,609
賞与引当金繰入額	1,567	1,741
退職給付費用	520	519
福利厚生費	2,945	3,329
その他	25,925	29,268
その他の営業費用計	134,466	150,300
営業費用合計	142,045	163,751
営業利益	21,064	25,302

(百万円)	2024/3	2025/3
営業外収益		
貸付金利息	83	64
持分法による投資利益	63	31
為替差益	551	1,208
その他	342	259
営業外収益合計	1,041	1,563
営業外費用		
貸倒引当金繰入額	-	2
子会社清算損	-	20
その他	37	26
営業外費用合計	37	49
経常利益	22,067	26,817
特別利益		
固定資産売却益	79	-
特別利益合計	79	-
特別損失		
貸倒損失	-	498
減損損失	-	1,582
投資有価証券評価損	47	-
関係会社株式評価損	420	119
貸倒引当金繰入額	186	366
その他	-	10
特別損失合計	653	2,576
税金等調整前当期純利益	21,493	24,240
法人税、住民税及び事業税	5,007	5,989
法人税等調整額	△5,016	△3,838
法人税等合計	△8	2,151
当期純利益	21,502	22,089
非支配株主に帰属する当期純利益(△純損失)	△316	△427
親会社株主に帰属する当期純利	21,818	22,516

連結包括利益計算書 (百万円)	2024/3	2025/3
当期純利益	21,502	22,089
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	160	△470
為替換算調整勘定	594	793
持分法適用会社に対する持分相当額	0	△0
その他の包括利益合計	754	323
包括利益	22,256	22,412
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	22,274	22,441
非支配株主に係る包括利益	△18	△28

連結株主資本等変動計算書

前連結会計年度 (2023年4月1日-2024年3月31日)

(百万円)

	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
当期首残高	94,028	14,017	69,419	△3,110	174,354
当期変動額					
剰余金の配当			△483		△483
親会社株主に帰属する当期純利益			21,818		21,818
自己株式の取得				△0	△0
利益剰余金から資本剰余金への振替		409	△409		-
譲渡制限付株式報酬		(409)		455	45
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	-	-	-	-	-
当期変動額合計	-	-	20,925	455	21,380
当期末残高	94,028	14,017	90,345	△2,655	195,735

(百万円)

	その他の包括利益累計額				純資産合計
	その他有価証券評価差額	為替換算調整勘定	その他の包括利益累計額合計	非支配株主持分	
当期首残高	1,123	595	1,718	3,520	179,593
当期変動額					
剰余金の配当					△483
親会社株主に帰属する当期純利益					21,818
自己株式の取得					△0
利益剰余金から資本剰余金への振替					-
譲渡制限付株式報酬					45
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	160	295	456	△18	437
当期変動額合計	160	295	456	△18	21,818
当期末残高	1,283	890	2,174	3,502	201,412

当連結会計年度 (2024年4月1日-2025年3月31日)

(百万円)

	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
当期首残高	94,028	14,017	90,345	△2,655	195,735
当期変動額					
剰余金の配当			△483		△483
親会社株主に帰属する当期純利益			22,516		22,516
自己株式の取得				△2,000	△2,000
利益剰余金から資本剰余金への振替		58	△58		-
譲渡制限付株式報酬		△58		114	56
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	-	-	-	-	-
当期変動額合計	-	-	21,974	△1,885	20,088
当期末残高	94,028	14,017	112,319	△4,541	215,824

(百万円)

	その他の包括利益累計額				純資産合計
	その他有価証券評価差額	為替換算調整勘定	その他の包括利益累計額合計	非支配株主持分	
当期首残高	1,283	890	2,174	3,502	201,412
当期変動額					
剰余金の配当					△483
親会社株主に帰属する当期純利益					22,516
自己株式の取得					△2,000
利益剰余金から資本剰余金への振替					-
譲渡制限付株式報酬					56
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	△470	394	△75	△28	△104
当期変動額合計	△470	394	△75	△28	19,984
当期末残高	813	1,285	2,098	3,473	221,396

連結キャッシュ・フロー計算書

営業活動によるCF (百万円)

	前連結会計年度 (2023年4月1日- 2024年3月31日)	当連結会計年度 (2024年4月1日- 2025年3月31日)
税金等調整前当期純利益	21,493	24,240
減価償却費	3,913	4,347
減損損失	-	1,582
のれん償却費	-	775
保険契約準備金の増減額(△は減少)	-	△184
貸倒引当金の増減額(△は減少)	12,424	9,042
賞与引当金の増減額(△は減少)	112	161
役員賞与引当金の増減額(△は減少)	△44	-
株式給付引当金の増減額(△は減少)	7	12
利息返還損失引当金の増減額(△は減少)	△5,623	△2,988
受取利息及び受取配当金	△146	△98
為替差損益(△は益)	△551	△1,142
関係会社株式評価損	420	119
投資有価証券評価損益(△は益)	47	-
持分法による投資損益(△は益)	△63	△31
固定資産売却損益(△は益)	△79	-
子会社清算損	-	20
営業貸付金の増減額(△は増加)	△92,280	△72,152
割賦売掛金の増減額(△は増加)	△31,194	△29,546
買取債権の増減額(△は増加)	△1,394	△1,497
その他営業債権の増減額(△は増加)	△3,387	△2,803
未収入金の増減額(△は増加)	△9,291	9,217
預り金の増減額(△は減少)	10,157	△10,056
破産更生債権等の増減額(△は増加)	3,035	1,207
営業保証金等の増減額(△は増加)	△41	2,610
その他の流動資産の増減額(△は増加)	△8,036	△560
その他の流動負債の増減額(△は減少)	29,117	△8,024
その他	147	△1,840
小計	△71,260	△77,588
利息及び配当金の受取額	167	118
法人税等の還付額	54	84
法人税等の支払額	△3,169	△5,489
営業活動によるキャッシュ・フロー	△74,208	△82,874

投資活動によるCF (百万円)

	前連結会計年度 (2023年4月1日- 2024年3月31日)	当連結会計年度 (2024年4月1日- 2025年3月31日)
定期預金の預入による支出	△4,949	△4,646
定期預金の払戻による収入	5,332	4,949
有形固定資産の取得による支出	△2,296	△18,189
有形固定資産の売却による収入	175	-
無形固定資産の取得による支出	△7,806	△7,048
投資有価証券の取得による支出	△1,302	△1,504
子会社の清算による収入	-	1,242
長期貸付けによる支出	△2,354	△2,627
長期貸付金の回収による収入	137	210
連結の範囲の変更を伴う 子会社株式の取得による支出	-	△6,759
その他	301	△726
投資活動によるキャッシュ・フロー	△12,762	△35,099

財務活動によるCF (百万円)

	前連結会計年度 (2023年4月1日- 2024年3月31日)	当連結会計年度 (2024年4月1日- 2025年3月31日)
短期借入れによる収入	1,635,716	2,284,179
短期借入金の返済による支出	△1,605,238	△2,303,074
コマーシャル・ペーパーの発行による収入	184,400	273,200
コマーシャル・ペーパーの償還による支出	△196,400	△255,800
長期借入れによる収入	259,187	365,698
長期借入金の返済による支出	△210,131	△271,428
社債の発行による収入	35,000	60,000
社債の償還による支出	-	△30,000
配当金の支払額	△483	△483
自己株式の取得による支出	-	△2,000
その他	△1,119	△468
財務活動によるキャッシュ・フロー	100,929	119,822
現金及び現金同等物に係る換算差額	89	60
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	14,048	1,907
現金及び現金同等物の期首残高	37,885	51,934
新規連結に伴う現金及び現金同等物の増加	-	2,086
現金及び現金同等物の期末残高	51,934	55,928

アイフル貸借対照表

資産の部(百万円)

2024/3

2025/3

流動資産		
現金及び預金	21,141	29,515
営業貸付金	557,786	613,433
割賦売掛金	162	140
支払承諾見返	218,459	264,576
その他営業債権	14,198	16,693
前払費用	364	875
未収収益	3,840	4,834
その他	9,793	11,009
貸倒引当金	△45,930	△51,866
流動資産合計	779,817	889,212
固定資産		
有形固定資産		
建物	13,018	16,006
減価償却累計額	△8,959	△8,609
建物(純額)	4,059	7,397
構築物	739	664
減価償却累計額	△622	△576
構築物(純額)	117	88
機械及び装置	146	235
減価償却累計額	△141	△142
機械及び装置(純額)	5	92
車両運搬具	1	1
減価償却累計額	△0	△1
車両運搬具(純額)	0	0
器具備品	3,537	2,936
減価償却累計額	△3,067	△2,519
器具備品(純額)	470	416
土地	6,726	21,857
リース資産	1,194	1,194
減価償却累計額	△899	△1,073
リース資産(純額)	295	121
建設仮勘定	1,003	100
有形固定資産合計	12,678	30,076
無形固定資産		
ソフトウェア	2,241	2,034
ソフトウェア仮勘定	6,970	8,698
その他	73	66
無形固定資産合計	9,285	10,799
投資その他の資産		
投資有価証券	1,281	1,378
関係会社株式	25,660	35,329
関係会社長期貸付金	141,423	178,050
破産更生債権等	7,645	7,384
長期前払費用	231	1,781
繰延税金資産	12,088	14,136
敷金及び保証金	1,279	1,048
その他	347	750
貸倒引当金	△6,436	△6,467
投資その他の資産合計	183,521	233,392
固定資産合計	205,486	274,268
資産合計	985,303	1,163,481

負債の部(百万円)

2024/3

2025/3

流動負債		
支払承諾	218,459	264,576
短期借入金	36,800	15,800
関係会社短期借入金	959	488
コマーシャル・ペーパー	-	17,400
1年内償還予定の社債	30,000	15,000
1年内返済予定の長期借入金	222,002	240,475
リース債務	191	117
未払金	5,034	4,943
未払費用	770	952
未払法人税等	3,045	2,900
賞与引当金	1,598	1,776
株式給付引当金	51	63
資産除去債務	-	96
その他	661	789
流動負債合計	519,575	565,380
固定負債		
社債	50,000	95,000
長期借入金	237,222	308,381
関係会社長期借入金	-	2,300
リース債務	136	19
利息返還損失引当金	9,948	7,285
資産除去債務	2,397	2,322
その他	800	789
固定負債合計	300,505	416,098
負債合計	820,080	981,479

純資産の部(百万円)

2024/3

2025/3

株主資本		
資本金	94,028	94,028
資本剰余金		
資本準備金	52	52
資本剰余金合計	52	52
利益剰余金		
利益準備金	145	193
その他利益剰余金		
繰越利益剰余金	73,155	92,127
利益剰余金合計	73,300	92,321
自己株式	△2,655	△4,541
株主資本合計	164,726	181,861
評価・換算差額等		
その他有価証券評価差額金	496	140
評価・換算差額等合計	496	140
純資産合計	165,222	182,002
負債純資産合計	985,303	1,163,481

アイフル損益計算書

(百万円)

2024/3

2025/3

営業収益		
営業貸付金利息	76,323	85,603
その他の金融収益	0	8
その他の営業収益		
信用保証収益	14,397	16,198
償却債権取立益	6,128	5,523
その他	7,017	2,823
その他の営業収益計	27,543	24,546
営業収益合計	103,867	110,158
営業費用		
金融費用		
支払利息	4,053	5,460
社債利息	568	853
その他	684	1,078
金融費用計	5,306	7,392
その他の営業費用		
広告宣伝費	13,937	15,007
支払手数料	6,842	7,865
貸倒引当金繰入額	31,172	35,174
従業員給与手当賞与	7,327	8,201
賞与引当金繰入額	978	1,089
退職給付費用	315	307
福利厚生費	1,851	2,035
減価償却費	1,884	2,081
その他	9,911	10,611
その他の営業費用計	74,221	82,374
営業費用合計	79,527	89,766
営業利益	24,339	20,391

(百万円)

2024/3

2025/3

営業外収益		
貸付金利息	1,805	2,594
為替差益	417	541
受取配当金	37	23
その他	554	464
営業外収益合計	2,814	3,624
営業外費用		
貸倒引当金繰入額	-	2
敷金償却費	-	4
その他	6	7
営業外費用合計	6	19
経常利益	27,147	23,996
特別利益		
固定資産売却益	79	-
特別利益合計	79	-
特別損失		
貸倒損失	-	498
減損損失	-	1,582
関係会社株式評価損	420	697
貸倒引当金繰入額	186	366
特別損失合計	606	3,144
税引前当期純利益	26,620	20,851
法人税、住民税及び事業税	3,238	3,288
法人税等調整額	△1,617	△1,999
法人税等合計	1,621	1,289
当期純利益	24,998	19,562

01
イントロダクション

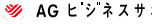
02
価値創造ストーリー

03
事業戦略

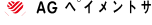
04
経営基盤

グループ会社一覧

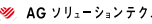
ローン

	アイフル株式会社	個人向けローン/信用保証
	AGビジネスサポート株式会社	事業者向けローン/ファクタリング
	AGメディカル株式会社	診療報酬等担保ローン

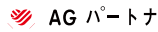
クレジット/ペイメントサービス

	ライフカード株式会社	クレジットカード/決済サービス
	AGペイメントサービス株式会社	個別信用購入斡旋/後払い決済
	ビットキャッシュ株式会社	プリペイド電子マネー発行/ 電子マネー決済サービス

SES

	AGソリューションテクノロジー株式会社	傘下SES子会社の経営管理
	セブンシーズ株式会社	システム開発/システム保守・運用/ ネットワーク・インフラ開発
	株式会社Liblock	システム開発/システム保守・運用/ アプリ開発
	株式会社セイロップ	システム開発/システム保守・運用/ アプリ開発
	株式会社テンプレート	システム開発/システム保守・運用
	スマートリンク株式会社	システムコンサルタント/システム設計/ プロジェクト管理・支援

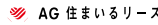
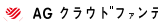
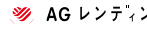
サービス

	AG債権回収株式会社	サービス
	AGパートナーズ株式会社	企業再生

海外

	AIRA&AIFUL Public Company Limited	個人向けローン (タイ王国)
	PT REKSA FINANCE	中古車オートローン (インドネシア共和国)
	AIFUL FINANCE PHILIPPINES INC.	二輪・四輪担保ローン (フィリピン共和国)

その他

	AGキャピタル株式会社	ベンチャーキャピタル
	AG住まいるリースバック株式会社	リースバック
	AGクラウドファンディング株式会社	貸付型クラウドファンディング
	AGレンディング株式会社	不動産担保ローン (ファンド)
	株式会社FPC	ペット保険 (少額短期保険)
	あんしん保証株式会社	家賃保証

会社概要

社名	アイフル株式会社
英語社名	AIFUL CORPORATION
代表者名	代表取締役社長 福田 光秀
本社所在地	京都市下京区烏丸通五条上る高砂町381-1
創業	1967年4月
資本金	940億28百万円
決算期	毎年3月31日
事業内容	個人向け無担保ローン、事業者向けローン、信用保証
業種分類	その他金融業
上場証券取引所	東京証券取引所 プライム市場
証券番号	8515
株主名義管理人	三井住友信託銀行株式会社
監査法人	有限責任監査法人トーマツ
社員数	5,003名 ※非連結子会社を含むアイフルグループで勤務する全社員数

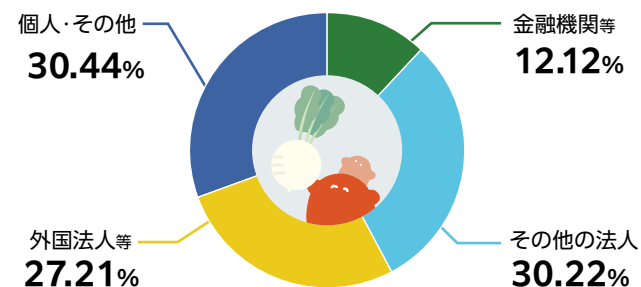
※2025年3月31日現在

株式情報

発行可能株式総数： 1,136,280,000
発行済株式総数： 484,620,136
株主数： 19,810

株主名	所有株数	所有比率
株式会社AMG	94,814千株	19.80%
福田 光秀	62,220千株	12.99%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	42,944千株	8.97%
株式会社丸高	24,543千株	5.13%
JP MORGAN CHASE BANK 385632	20,852千株	4.35%
MSIP CLIENT SECURITIES	14,759千株	3.08%
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	10,865千株	2.27%
MSCO CUSTOMER SECURITIES	6,896千株	1.44%
MLI FOR CLIENT GENERAL OMNI NON COLLATERAL NON TREATY-PB	6,024千株	1.26%
BOFAS INC SEGREGATION ACCOUNT	5,154千株	1.08%

所有者別株式分布状況



※2025年3月31日現在



本報告書に関するお問い合わせ

アイフル株式会社 経営計画部 IR課

〒104-0061

東京都中央区銀座1丁目6番2号 LIFE CARD 銀座ビル

✉ spokesperson@aiful.co.jp

