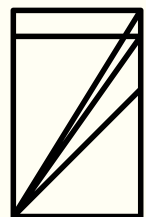


03 価値創造のための事業戦略

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

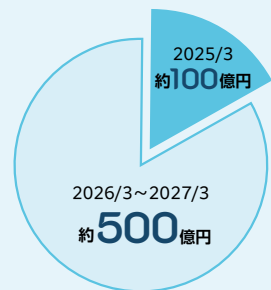
M&Aターゲット

- 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



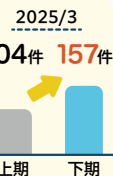
※ ㈱FPCとセブンシーズ㈱が2023/3、㈱リブブロックが2024/3、ビットキャッシュ㈱と㈱セイロップが2025/3にグループイン。

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

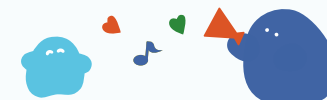
アイフルグループの印象はどうか？

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。

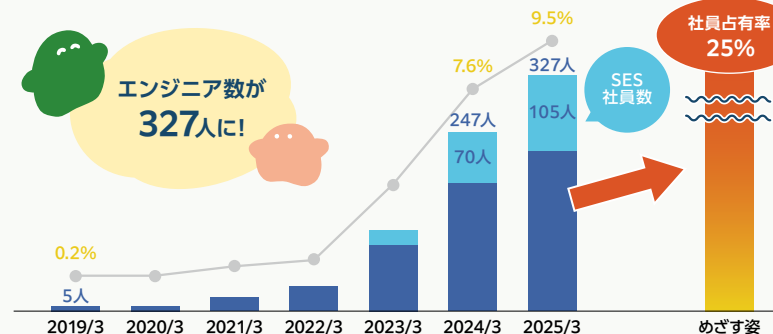
～内製化で磨く、新しい金融のかたち～

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

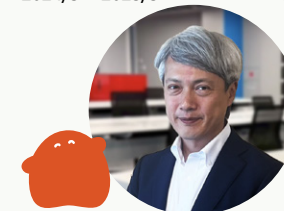
の波及効果など、当社としても内製化によって得られる付加価値の大きさを感念しています。今後も内製範囲を拡大し、ITを駆使してプロダクトの価値を高めることで、お客さまに長くご利用いただけるサービスを提供し続けていきたい。私たちは、そんな未来を描いています。



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。

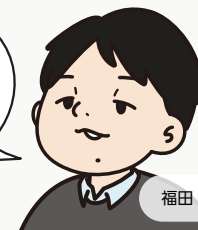
IT 推進戦略

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

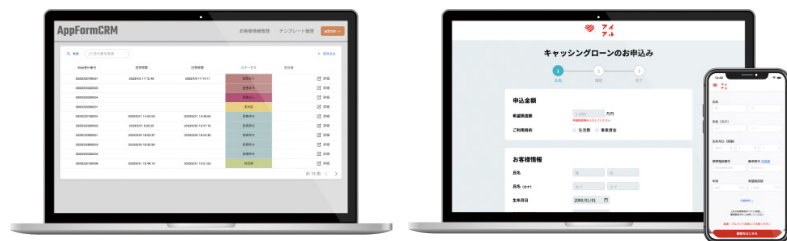
スマホユーザー向け融資申込WEB フォーム。

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

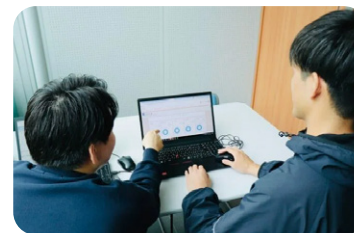
● Amazon Connect 導入 ～時代にあったお客さま対応～

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

Liblock 代表取締役社長
大塔 剛士

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。

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

セイロップ 代表取締役社長
福岡 清伸

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。

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

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 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 | <ul style="list-style-type: none"> ● 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。



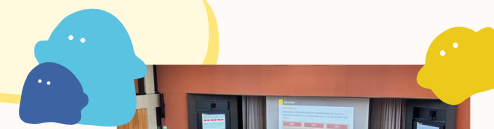
● 金融×テクノロジー教育

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

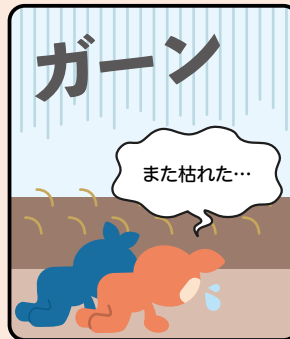
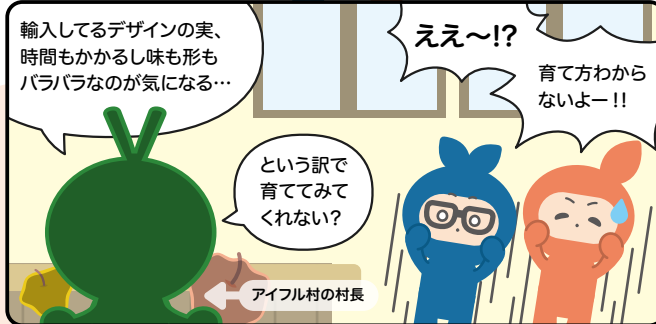
マンガでわかる

デザイン今昔物語

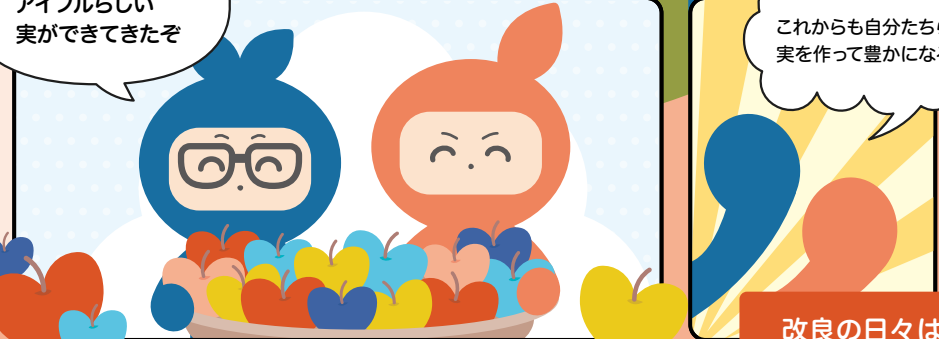
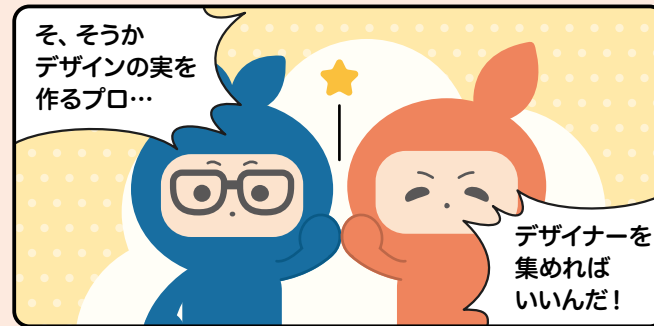
～デザインの実を求めて～



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、

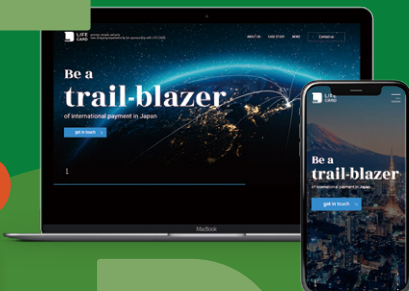
01 イントロダクション

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



広告バナー



Graphic



インナー
ブランディング



Writing

キャラクター



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
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essler

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。



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。



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、人間関係も築けました。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

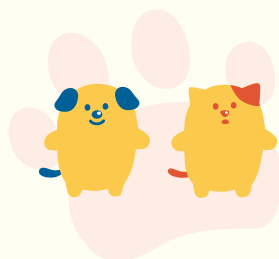


保険を通じたペットの健康維持と 持続可能な社会づくりへの貢献

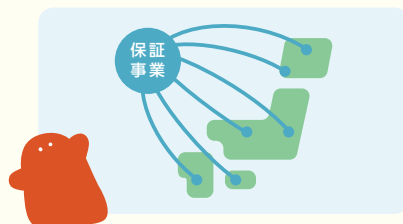


FPCは、少額短期保険事業（ペット保険）を展開し、ペットの健康維持と安心して暮らせる毎日の実現を目指しています。

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。ペットの病気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	STARK	LPIXEL	movus	JPYC	CODE 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 SMART SALON	RUNTEQ	Paytner	Overflow	Overflow
HH Active and Company	Toyosub	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

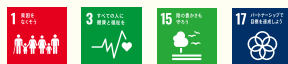


金融を通じた持続的成長サポート

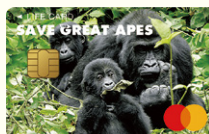
事業と社会貢献



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「カミリアンホーム」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

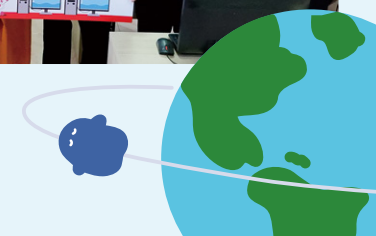


ペットボトルからTシャツを製作し、子どもたちに届ける「A money × Teijin Buddy」プロジェクトは4年目を迎え、地域の学校でリサイクル教育を兼ねた啓発活動を行っています。また、プラスチックキャップをアップサイクルして生活雑貨へと再生する「A money × PPB Buddy」も展開しています。



● 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。

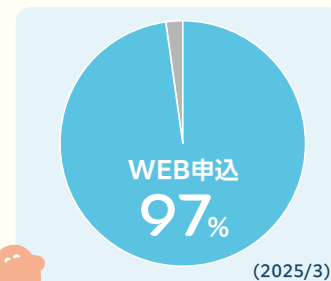
指標及び目標

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



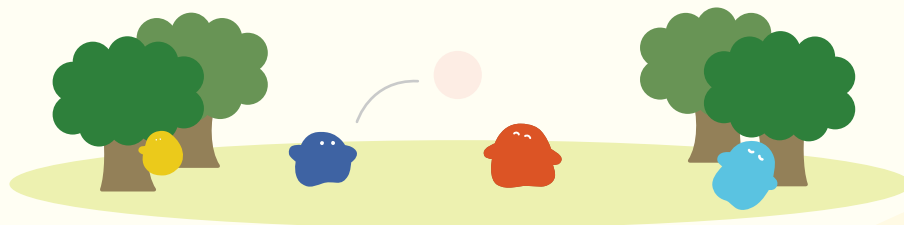
	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
アイフル無人店舗(店)	835	828	817	776	625
自社ATM(台)	441	436	249	0	0

● 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

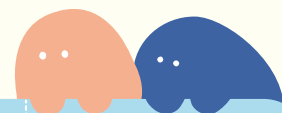


● 照明機器のLED化



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