

アイフル株式会社
2025年3月期通期決算説明会
<質疑応答>

この質疑応答集は、2025年5月13日に開催した機関投資家向け決算説明会にて、
ご出席の皆様からいただいたご質問をまとめたものです。

【当社出席者】

代表取締役社長 社長執行役員	福田 光秀
常務執行役員 経営計画部担当	安藤 俊明
経営計画部部長	阿部 育生

【質疑応答カテゴリ】

- ✓ 2025年3月期の業績
- ✓ 2026年3月期の計画
- ✓ 中期経営計画 2024
- ✓ M&A
- ✓ ローン事業
- ✓ グループ会社
- ✓ 資本政策
- ✓ その他

【2025年3月期の業績】

- Q. 2025年3月期の決算の総括、特に利益が上振れた要因を伺いたい。
- A. 特に上振れたという認識はなく、計画に対してオンラインで着地したという認識。
3Q時点で親会社株主に帰属する当期純利益に懸念があったものの、アイフルの回収が安定したことが要因と捉えている。
- Q. 3Q説明会では最終利益の計画進捗に懸念があるという説明であったが、4Qではその懸念がなくなったということでしょうか。
- A. 懸念はあったが、初期回収などの回収面が安定化し、それが4Qになって数値に表れた。

【2026年3月期の計画】

Q. 2026年3月期計画300億円について、A&Aなどが下振れる中で当初の計画との内訳の変更点を伺いたい。

A. 主な変更は以下の通り。

(マイナス要因)

A&Aはリバイバルプランで筋肉質な経営への変化を目指しており、当初11億円の計画(経常利益)が、▲6億円程度赤字になり、17億円程度のギャップが生じる。またアイフルは10億円程度マイナス予定。

(プラス要因)

AGビジネスサポートの経常利益は10億円強のプラスを想定。

またAGペイメントサービスも当初計画31億円から40億円弱まで利益の増加が期待できると見ている。

Q. アイフル2026年3月期計画の経常利益について、当初計画よりも10億円ほど下回っているとの説明があったが、その要因は金融費用と人件費という認識で問題ないか。

A. 大きなところではその認識の通り。

Q. 2026年3月期計画について、2025年3月期の下期の回収状況を前提に策定しているのか、やや保守的に設定しているのかなどを伺いたい。

A. 足元のトレンドを踏まえて計画を策定しており、現段階で保守的な要素は織り込んでいない。

【中期経営計画2024】

Q. 2027年3月期計画の経常利益420億円の達成確度を伺いたい。

A. 十分達成できていると思っている。

Q. 中期経営計画最終年度の利益の達成確度について先ほど質問があったが、巡航速度での進捗だと余裕のある計画ではないという印象。アップサイドとリスクについて補足いただきたい。

A. 金融費用と人件費の増加は想定以上である。

そのため、店舗の廃店数を計画よりも増やすなど、金融費用と人件費の増加分を補ってコントロールしていく。

Q. コスト削減は順調な一方で、世の中的に様々なコストが上がっており、中期経営計画策定当初と比べると費用があがっていく可能性がある。更なるコスト削減が可能かを伺いたい。

A. 中期経営計画発表1年前、計画策定時から金利上昇と人件費の高騰は想定していたものの、実態としてインパクトがあったと実感している。

そのため、2025年3月期は達成できたが、上振れたという認識はなく、金融費用と人件費は今後も上がっていくと認識しているため、それ以外のコスト削減、具体的には無人店舗は更に廃店速度を上げ、廃店数も増やし、できる限りのことをやっていく。

【M&A】

- Q. M&A が 100 億円に留まった理由、例えば PMI を重視したため時間がかかっているのか、単純に時期的な問題なのか、この辺りの要因などを伺いたい。
- A. ビットキャッシュの M&A 以降、ビットキャッシュよりも大きい金額のディールを数本走らせていたが、最終的にクローズできなかったことは反省点と捉えている。
M&A600 億円を掲げ、様々なパイプラインは抱えている。我々として止めている訳でも進んでいない訳でもなく、懸命に取り組んでいるとご認識頂きたい。
- Q. プレゼン資料 P11 で、M&A について「バリューアップが見込める先」と表現しているが、これはバリューアップして何かの事業を売却しようとしているのか、それともバリューアップができるくらいバリエーションが低い企業をターゲットにしているのか、どちらの意味か。
- A. 過払いで危機に陥ったことがあり、自分たちで事業再生を行ってきたという自負がある。
コスト削減ができそうな企業をターゲットにしている。ロールアップして中間コストの削減を狙っている。
- Q. M&A のパイプラインの質は上がっているのか。買収意欲は上がっているため、良い案件が来っていると推察しているが、そのあたりはいかがか。
- A. 質については特に変わっていない。
自分たちで時間を掛けてディールを作っていくというのが M&A の本質と考えている。
10 案件のうち、良いのは 1 件程度。自分たちがターゲティングをした上で、関係会社や金融機関などに相談してディールを作っていくというのが、良いディールになっていくと考えている。

【ローン事業】

- Q. 新規獲得は変わらず堅調、コロナのペントアップも過ぎた中で業界各社が 30 万件獲得できる背景を伺いたい。
- A. マーケット全体の広告宣伝費が上がったことが要因だと思っている。
以前は各社の広告宣伝費が 120 億円前後だった中で、当社が効率的に獲得できるようになり、そこで他社も徐々に広告宣伝費を上げて、マーケット全体の広告宣伝費が上がった。
業界的に獲得実績に応じたフィーを払うアフィリエイト広告が多いため、ダイレクトに数字として表れている。
また、個人的な見解だが、銀行カードローンや異業種の新規参入でプレイヤーが増え、社会的な認知が上がったことも一因だとは思う。
- Q. 広告宣伝費を上げて CPA に大きな変化は無いとすれば、以前から広告宣伝費をもっと投下すればよかったという考え方はないか。
- A. 当社は過払いがあり、広告宣伝費を十分に掛けられなかった。
当社が他社の広告宣伝費の水準を追いかけ、結果として他社が更に宣伝費を上げ、また追いかけていった結果、今の CPA 水準に至っているため、CPA を狙って作りに行くことは難しい。
例えば、今の当社の利益水準で広告宣伝費を 200 億円まで上げれば、利益化は 5 年程度後ろ倒しになるため現実的ではなく、また体力的にも今の水準が限界だと考えている。

Q. 新規獲得について、2025年3月期は少額テスト貸付を除くと前期比若干プラスで順調だった認識だが2026年3月期の獲得件数とローン残高が前期比マイナスと保守的になった背景を伺いたい。

A. 2Q以降、新規獲得計画が達成できなかった月が2回ほどあった。
指定信用情報機関などの登録件数を確認してもコロナ以前まで戻っており、アクセルを踏んでもそこまで獲得は難しいだろうという判断で計画を策定している。
一方で直近4月は獲得できており、我々もマーケット状況を今後も確認していく必要がある。

Q. 4Qは既存顧客の貸付量が強かったと思うが、資金需要の変化、需要の高まりなどの兆しはあるか伺いたい。

A. 特段そのような認識はない。
他社と比較して、残高に対する新規の占有が高いため、まだ平均顧客単価は上がっていないが、貸出余地のある顧客を多数抱えている。新規契約後、トラックデータを踏まえて増枠するため、今後も段階的に増枠できる平均顧客単価が上がっていく構造になっている。

Q. 人件費の上昇は広範なインフレでもあると捉えている。コストのコントロールは難しいが、貸付金残高が増えるなど、インフレによるポジティブな影響についてどのようにお考えか。

A. 仰る通りだが、計画は足元の数字に基づいて設定しており、インフレによる影響は織り込んでいない。
過去にもそのような動きはあったが、ローン残高への影響は徐々に出てくるだろう。

【グループ会社】

Q. A&Aとライフカードの今後をどう考えているか伺いたい。

A&Aはリバイバルプランで中計最終年に黒字化できなかった場合、抜本的な判断を下す可能性はあるか。
社長が就任して5年経過し、ライフカードにもリソースを投下してきたと思うが、今年度の利益計画は残念に感じており、撤退の判断基準等を含めて考えを伺いたい。

A. 利益の出ない子会社の撤退を含めた対応は常に意識している。
ライフカードはマーケット自体が伸びているため、GMV（流通取引総額）が上がるか否かが判断になる。
A&Aはリバイバルプランで、人件費など相当なコストカットを行ったので問題ないと思うが、これで利益が出なければ、撤退するという事は社内にも伝えている。
経営として、ポートフォリオの入替という観点で子会社を見ていく必要があると考えている。

Q. AGペイメントサービスの業績が堅調である一方で加盟店の破綻のニュースも増えているが、今後のクレジットコストへの影響や残高成長はどう考えているのか。

A. 我々がターゲットとしている美容医療・エステの関連の情報は常に社内でチェックしている。
破綻した加盟店顧客の受け入れ先は一定数あり、現状、破綻増加がクレジットコストに直接大きな影響を与えてはならず、大きな加盟店の破綻もない。
残高伸長も堅調だが、リスクも孕んでいるのではないかと社内精査もしている。
業界のポートフォリオに変化をつけていくことも取り組んでいきたい。
また、B to B to C（当社/加盟店/顧客）の“C”の部分に対してアプローチが十分にできていない部分もあるため、今期はその管理に力をいれ、クロスセルもできるような戦略を取っていきたい。

- Q. AG ペイメントサービスで新しい業界への個別信用購入あっせん展開も検討中とのことだが、具体的にどんな業界なのか。
- A. 教育など大きな業界、一例として、最近増えてきた自己学習などのスクール系などをイメージしている。高単価で信販会社などがあまりリスクを取っていないマーケットがあるため、弊社が培ってきた与信力を活かして取り得るリスクを取っていきたい。

【資本政策】

- Q. 今回の資本政策について、増配に至った背景や社内での議論について伺いたい。
- A. 我々のビジネスでリスクを加味した時の適正な自己資本比率を 15%と置いている。昨年度は外部機関格付が上がった中で自己資本水準を踏まえると、余剰額は 20 億円しかなかった。配当とした場合は 5 円配当（配当利回り 1 %程度）となるため、総還元性向で表現し、M&A 実施も踏まえて自己株式の取得を選択した。
- ただ、昨今のマーケットや他社の増配の動きを踏まえ、中期経営計画の達成確度が高まったこと、M&A をする上でも株価が重要であることなど、総合的に考えて増配に至った。増配は株価の下支えにもなり得るし、マーケットと経営、両方の観点から検討した結果。
- Q. 総還元性向 20%程度としているが、来期も配当を中心に考えているとの理解で相違ないか。
- A. 減配の予定はないが、増配・自己株式の取得等の来期の還元方針は、今は決まっていない。その時の経営環境やマーケット等を睨みながら総還元性向・金額規模含めて適切な手段を選んでいきたい。
- Q. 自己株式の取得は、割安な株価に対して安い際のメッセージ性がメインであり、EPS や ROE を押し上げる意図での取得ではないと認識している。
- 今後、余剰資金があった場合、この前提で自己株式取得を実施するという認識で良いか。
- A. 今後 10 年の成長を考えれば、今の株価は低いと思われるし、M&A を進めて様々な業種が入ってくればマルチプルの付き方も変わってくる可能性もある。
- 一概に安いだけで自己株式を取得する訳でもない。
- 2007 年頃に危機を背景として自己資本増強のために 1,200 億円の MSCB を発行した。
- その分がマーケットに流れているという認識もあり、その全てを自己株式取得するのかといえばそういう話ではない。個人的に思うところはあるが、それが配当か自己株式取得かの判断に影響することはなく、あくまでその時のマーケット状況などから判断していく。

【その他】

- Q. 福田社長が適正と考える株価の水準をお持ちであれば伺いたい。
- A. 現在 PER が 8 倍程度なので、東証の平均 15 倍程度までは持っていきたい。
とはいえ、今の株価はマーケットからの評価と認識しており、今後の利益成長をマーケットに信じてもらえるような会社にしていく。
- Q. IT 人材について、採用されたエンジニアはどのように貢献しているのか。
コスト削減の取り組みにどのような効果をもたらしているか。
- A. 社内にいる基幹システムの開発ベンダーが 300 人程度で、単価は 80~100 万円/月。
一方で、M&A をした SES 子会社の社員は年収が 4~500 万円なので、その結果、コスト削減に至る。
その他、スマホアプリなども内製化をしているので、開発スピードや生産性も高まっている。
- Q. システム開発の外注先を自社のエンジニアに置き換える際、質の面でも十分リプレイスできているのか。
- A. コーディングレベルは、AI なども活用しながら十分リプレイスできており、より効率的になっている。

以 上