

株式会社北海道銀行が実施する アコム株式会社に対する ポジティブ・インパクト・ファイナンスに係る第三者意見

株式会社日本格付研究所（JCR）は、株式会社北海道銀行がアコム株式会社を実施するポジティブ・インパクト・ファイナンスに対し、第三者意見書を提出しました。

<要約>

本第三者意見は、株式会社北海道銀行がアコム株式会社（同社）に実施するポジティブ・インパクト・ファイナンス（本ファイナンス）に対して、国連環境計画金融イニシアティブ（UNEP FI）の策定した PIF 原則及び資金用途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク（モデル・フレームワーク）への適合性を確認したものである。株式会社日本格付研究所（JCR）は、PIF 第4原則で推奨されている評価の透明性及び客観性確保のため、独立した第三者機関として、(1) 同社に係る PIF 評価の合理性及び本ファイナンスのインパクト、並びに(2)北海道銀行の PIF 評価フレームワーク及び本ファイナンスの PIF 原則に対する準拠性について確認を行った。

(1) 同社に係る PIF 評価の合理性及び本ファイナンスのインパクト

同社は、1936年に丸糸呉服店として創業した大手消費者金融会社。株式会社三菱 UFJ フィナンシャル・グループ（MUFG）の連結子会社。ローン・クレジットカード事業、信用保証事業、海外金融事業などを手掛ける。2004年に MUFG 及び株式会社三菱東京 UFJ 銀行（現株式会社三菱 UFJ 銀行）とリテール分野における戦略的業務・資本提携を締結し、2008年に MUFG の連結子会社となっている。同社は「当社は、創業の精神である『信頼の輪』のもと、企業理念である『人間尊重の精神』、『お客さま第一義』、『創造と革新の経営』を通じて、社会課題解決と企業価値の向上を目指し、持続可能な社会の実現に貢献します。」をサステナビリティ基本方針とし、ESG 要素を中心として、マテリアリティを特定した上でサステナビリティに係る取り組みを推進している。

本ファイナンスでは、同社の事業活動全体に対する包括的分析が行われた。同社のサステナビリティ活動も踏まえ、インパクト領域につき特定のうえ (1) 環境に配慮した企業活動の推進、(2) 人間尊重の精神に基づくダイバーシティの推進、(3) お客さま第一義を追求した金融サービスの提供、(4) デジタルを活用した創造と革新の経営の追求、(5) ガバナンス分野の強化の5項目のインパクトが選定された。そして、各インパクトに対して KPI が設定された。これらはいずれも同社のマテリアリティに関する内容である。今後、これら5項目のインパクトに係る上記 KPI 等に対して、モニタリングが実施される予定である。

JCR は、本 PIF 評価における包括的分析及びインパクト特定の内容について、モデル・フレームワークに示された項目に沿って確認した結果、適切な分析がなされていると評価している。また、本 PIF 評価の KPI に基づくインパクトについて、PIF 原則に例示された評価基準に沿って確認した結果、多様性・有効性・効率性・追加性が期待されると評価している。当該 KPI は、上記のイ

ンパクト特定及び同社のサステナビリティ活動の内容に照らしても適切である。さらに、本 PIF 評価におけるモニタリング方針について、本 PIF 評価のインパクト特定及び KPI の内容に照らして適切であると評価している。従って JCR は、本 PIF 評価において、持続可能な開発目標 (SDGs) に係る三側面 (環境・社会・経済) を捉えるモデル・フレームワークの包括的インパクト分析 (インパクトの特定・評価・モニタリング) が、十分に活用されていると評価している。

(2) 北海道銀行の PIF 評価フレームワーク及び本ファイナンスの PIF 原則に対する準拠性

JCR は、北海道銀行の PIF 商品組成に係るプロセス、手法及び社内規程・体制の整備状況、並びに同社に対する PIF 商品組成について、PIF 原則に沿って確認した結果、全ての要件に準拠していると評価している。

以上より、JCR は、本ファイナンスが PIF 原則及びモデル・フレームワークに適合していることを確認した。

* 詳細な意見書の内容は次ページ以降をご参照ください。

第三者意見

評価対象：株式会社北海道銀行のアコム株式会社に対する
ポジティブ・インパクト・ファイナンス

2023年10月31日
株式会社 日本格付研究所

目次

<要約>	- 3 -
I. 第三者意見の位置づけと目的	- 5 -
II. 第三者意見の概要	- 5 -
III. 同社に係る PIF 評価等について	- 6 -
1. 同社の概要	- 6 -
1-1 同社の事業概況	- 6 -
1-2 沿革	- 6 -
1-3 事業活動	- 11 -
1-4 企業理念、経営方針	- 16 -
1-5 経営環境	- 19 -
2. サステナビリティへの取り組み	- 22 -
2-1 基本方針	- 22 -
2-2 サステナビリティマネジメント	- 22 -
2-3 マテリアリティ（重要課題）	- 23 -
2-4 マテリアリティ（重点領域）の特定プロセス	- 24 -
2-5 マテリアリティ（重点領域）の取組内容とその方向性	- 25 -
2-6 サステナビリティに関する実績	- 26 -
3. 包括的分析及びインパクト特定の適切性評価	- 28 -
3-1 包括的分析	- 28 -
3-2 JCR によるモデル・フレームワークに示された項目に沿う評価	- 32 -
4. 同社に係るポジティブ・インパクト・ファイナンスにおける KPI の決定	- 34 -
4-1 KPI 設定の概要	- 34 -
5. JCR による評価	- 70 -
6. モニタリング方針	- 74 -
7. モデル・フレームワークの活用状況評価	- 74 -
IV. PIF 原則に対する準拠性について	- 75 -
1. 原則 1 定義	- 75 -
2. 原則 2 フレームワーク	- 75 -
3. 原則 3 透明性	- 77 -
4. 原則 4 評価	- 77 -
V. 結論	- 78 -

<要約>

本第三者意見は、株式会社北海道銀行がアコム株式会社（同社）に実施するポジティブ・インパクト・ファイナンス（本ファイナンス）に対して、国連環境計画金融イニシアティブ（UNEP FI）の策定した PIF 原則及び資金用途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク（モデル・フレームワーク）への適合性を確認したものである。株式会社日本格付研究所（JCR）は、PIF 第 4 原則で推奨されている評価の透明性及び客観性確保のため、独立した第三者機関として、(1) 同社に係る PIF 評価の合理性及び本ファイナンスのインパクト、並びに(2)北海道銀行の PIF 評価フレームワーク及び本ファイナンスの PIF 原則に対する準拠性について確認を行った。

(1)同社に係る PIF 評価の合理性及び本ファイナンスのインパクト

同社は、1936 年に丸糸呉服店として創業した大手消費者金融会社。株式会社三菱 UFJ フィナンシャル・グループ（MUFG）の連結子会社。ローン・クレジットカード事業、信用保証事業、海外金融事業などを手掛ける。2004 年に MUFG 及び株式会社三菱東京 UFJ 銀行（現株式会社三菱 UFJ 銀行）とリテール分野における戦略的業務・資本提携を締結し、2008 年に MUFG の連結子会社となっている。同社は「当社は、創業の精神である『信頼の輪』のもと、企業理念である『人間尊重の精神』、『お客さま第一義』、『創造と革新の経営』を通じて、社会課題解決と企業価値の向上を目指し、持続可能な社会の実現に貢献します。」をサステナビリティ基本方針とし、ESG 要素を中心として、マテリアリティを特定した上でサステナビリティに係る取り組みを推進している。

本ファイナンスでは、同社の事業活動全体に対する包括的分析が行われた。同社のサステナビリティ活動も踏まえ、インパクト領域につき特定のうえ (1) 環境に配慮した企業活動の推進、(2) 人間尊重の精神に基づくダイバーシティの推進、(3) お客さま第一義を追求した金融サービスの提供、(4) デジタルを活用した創造と革新の経営の追求、(5) ガバナンス分野の強化の 5 項目のインパクトが選定された。そして、各インパクトに対して KPI が設定された。これらはいずれも同社のマテリアリティに関する内容である。今後、これら 5 項目のインパクトに係る上記 KPI 等に対して、モニタリングが実施される予定である。

JCR は、本 PIF 評価における包括的分析及びインパクト特定の内容について、モデル・フレームワークに示された項目に沿って確認した結果、適切な分析がなされていると評価している。また、本 PIF 評価の KPI に基づくインパクトについて、PIF 原則に例示された評価基準に沿って確認した結果、多様性・有効性・効率性・追加性が期待されると評価している。当該 KPI は、上記のインパクト特定及び同社のサステナビリティ活動の内容に照らしても適切である。さらに、本 PIF 評価におけるモニタリング方針について、本 PIF 評価のインパクト特定及び KPI の内容に照らして適切であると評価している。従って JCR は、本 PIF 評価において、持続可能な開発目標（SDGs）に係る三側面（環境・社会・経済）を捉えるモデル・フレームワークの包括的インパクト分析（インパクトの特定・評価・モニタ

リング) が、十分に活用されていると評価している。

(2) 北海道銀行の PIF 評価フレームワーク及び本ファイナンスの PIF 原則に対する準拠性
JCR は、北海道銀行の PIF 商品組成に係るプロセス、手法及び社内規程・体制の整備状況、並びに同社に対する PIF 商品組成について、PIF 原則に沿って確認した結果、全ての要件に準拠していると評価している。

以上より、JCR は、本ファイナンスが PIF 原則及びモデル・フレームワークに適合していることを確認した。

I. 第三者意見の位置づけと目的

JCRは、北海道銀行が同社に実施するPIFに対して、UNEP FIの策定したPIF原則及びモデル・フレームワークに沿って第三者評価を行った。PIFとは、SDGsの目標達成に向けた企業活動を、金融機関等が審査・評価することを通じて促進し、以て持続可能な社会の実現に貢献することを狙いとして、当該企業活動が与えるポジティブなインパクトを特定・評価の上、融資等を実行し、モニタリングする運営のことをいう。

PIF原則は4つの原則からなる。第1原則は、SDGsに資する三つの柱（環境・社会・経済）に対してポジティブな成果を確認でき、ネガティブな影響を特定し対処していること、第2原則は、PIF実施に際し、十分なプロセス、手法、評価ツールを含む評価フレームワークを作成すること、第3原則は、ポジティブ・インパクトを測るプロジェクト等の詳細、評価・モニタリングプロセス、ポジティブ・インパクトについての透明性を確保すること、第4原則は、PIF商品が内部組織または第三者によって評価されていることである。

本第三者意見は、PIF第4原則で推奨されている評価の透明性及び客観性確保のため、JCRが独立した第三者機関として、本PIF評価の合理性及び本PIF評価に基づくファイナンスのインパクト、並びに北海道銀行のPIF評価フレームワーク及び本PIF評価のPIF原則に対する準拠性を確認し、本PIF評価のPIF原則及びモデル・フレームワークへの適合性について確認することを目的とする。

II. 第三者意見の概要

本第三者意見は、北海道銀行が同社との間で2023年10月31日付にて契約を締結する、資金用途を限定しないPIFに対する意見表明であり、以下の項目で構成されている。

<同社に係るPIF評価等について>

1. 同社の事業概要
2. サステナビリティに関する戦略・方針及び活動実績
3. 包括的分析（含むインパクト領域の特定）
4. インパクトの内容及びKPIの設定
5. サステナビリティに関するガバナンス体制
6. モニタリングの頻度と方法

<北海道銀行のPIF評価フレームワーク等について>

1. 北海道銀行の組成する商品（PIF）が、UNEP FIのPIF原則及び関連するガイドラインに準拠しているか（プロセス及び商品組成手法は適切か、またそれらは社内文書で定められているかを含む）
2. 北海道銀行が社内ですら定めた規程に従い、同社に対するPIFを適切に組成できているか

Ⅲ. 同社に係る PIF 評価等について

本項では、同社に係る PIF 評価におけるモデル・フレームワークの包括的インパクト分析（インパクトの特定・評価・モニタリング）の活用状況と、本ファイナンスのインパクト（①多様性、②有効性、③効率性、④倍率性、⑤追加性）について確認する。

1. 同社の概要

1-1 同社の事業概況

表 1 事業概要¹

企業名	アコム株式会社	
従業員数	2,106 人（2023 年 6 月 30 日現在）	
売上高	273,793 百万円（2023 年 3 月期）	
本店所在地	東京都港区東新橋一丁目 9 番 1 号 東京汐留ビルディング	
主たる事業分野	<ul style="list-style-type: none"> ・ローン・クレジットカード事業 ・信用保証事業 ・海外金融事業 ・債権管理回収事業 	
主な関係会社 (連結子会社)	<ul style="list-style-type: none"> ■日本国内 ・エム・ユー信用保証株式会社 ・アイ・アール債権回収株式会社 ・GeNiE株式会社 ・エム・ユー・コミュニケーションズ株式会社 	<ul style="list-style-type: none"> ■海外 ・EASY BUY Public Company Limited ・ACOM CONSUMER FINANCE CORPORATION ・ACOM (M) SDN. BHD.

1-2 沿革

消費者金融の確立を目的とし、前身となるマルイト株式会社の 100%出資により 1978 年 10 月に設立された。なお、同社の歴史は非常に古く、1936 年に創業者が興した「丸糸呉服店」をルーツとして、その後、呉服商から質屋業へ、そして、消費者金融業界のリーディングカンパニーと変革の歴史を積み重ねてきた。

¹ 出典：同社 ウェブサイト

表 2 沿革²

西暦年	月	沿革
1936	4	兵庫県神戸市生田区(現・中央区)三宮に創業者・木下政雄が繊維製品卸小売業の「丸糸呉服店」を開業
1948	7	灘店(神戸市灘区)を開設し、質屋業を開始
1951	3	「丸糸呉服店」から「株式会社丸糸商店」に商号変更
1958	10	「株式会社丸糸商店」を繊維製品卸小売業の「株式会社丸糸商店」と質・金融業の「株式会社丸糸」に分離
1960	3	元町店(神戸市中央区)で勤人信用貸(サラリーマン金融)を開始
1965	2	「株式会社丸糸」から「丸糸株式会社」に商号変更
1967	8	東京に進出し、東京店(中央区八重洲)を開設
1970	5	日本初の現金自動販売機(貸付機)を開発し、梅田店(大阪市北区)に設置
1972	7	「丸糸株式会社」から「マルイト株式会社」に商号変更
1973	8	独自のCD(現金自動貸付機)を開発・設置し、年中無休・24時間稼動を開始
1975	10	創業40周年記念事業として、奨学金給付を目的とした「財団法人木下記念事業団(現・公益財団法人木下記念事業団)」を設立
1977	10	割賦購入斡旋、消費者金融業の「日本消費者金融株式会社」を設立
1978	10	東京都中央区日本橋に消費者金融業の「アコム株式会社(資本金5億円)」を設立
	12	「マルイト株式会社」及び「ジョイ株式会社」から消費者金融事業の営業権(営業店舗計69店と貸付債権)を譲り受け営業を開始
1979	7	レジャー用品、スポーツ用品、電気製品等のレンタル事業を開始
	12	業界初の年中無休・24時間稼動ATM(現金自動入出金機)を銀座店(中央区銀座)に設置
1980	4	「日本消費者金融株式会社」から「エヌエスケイ信販株式会社」に商号変更
1983	1	「ジェイ・エル・エイ株式会社」の全株式を取得
	12	「貸金業の規制等に関する法律」の施行に伴い、貸金業者として関東財務局に登録
1984	8	東京都千代田区富士見に本店所在地を変更
1986	3	ビデオ、CD等のレンタル事業を開始
	7	創業50周年記念事業として「財団法人家計経済研究所(現・公益財団法人家計経済研究所)」を設立
	10	生活経済に関する調査・研究をおこなう「株式会社生活経済研究所」を設立
	12	デラウェア(米国)に不動産賃貸業の「ACOM(U.S.A.)INC.」を設立(2015年12月解散)
デラウェア(米国)に不動産賃貸業の「ACOM INTERNATIONAL, INC.」を設立		
1989	8	CIの本格導入により、新しいMI(マインド・アイデンティティ)、VI(ビジュアル・アイデンティティ)を発表
1991	6	「株式会社東京シティファイナンス」と提携、CDネットワークの乗り入

² 出典：同社 ウェブサイト

		れを開始
1992	2	損害保険代理業の「有限会社アジャスト」を設立
	3	「エヌエスケイ信販株式会社」を吸収合併し、信販事業、ゴルフ会員権担保ローン、法人向け融資事業を同社に承継
1993	7	業界初の自動契約機「むじんくん」を新宿と博多に設置
	10	グアム（米国）に保養所賃貸業の「ACOM PACIFIC,INC.」を設立
1994	1	社会貢献活動として「アコム“みる”コンサート物語」の公演を開始
	12	東京証券取引所の市場第二部に上場
1996	3	不動産売買、賃貸及び斡旋業の「アコムエステート株式会社」を設立
	9	バンコク（タイ王国）にハイヤーパーチェス事業の合弁会社「SIAM A&C CO.,LTD.」を設立 東京証券取引所の市場第一部銘柄に指定
1997	7	「株式会社生活経済研究所」から「株式会社アコム経済研究所」に商号変更
	10	ビル総合メンテナンス業の「エービス株式会社」を設立
1998	3	ビデオ、CD等のレンタル事業の業務運営を担う「アプルス株式会社」を設立
	7	Mastercard Internationalのプリンシパルメンバー（発行資格人）としての承認を受け、発行ライセンスを取得
1999	4	Mastercard®の発行を開始し、クレジットカード事業に進出
	10	インターネットを利用した消費者ローン及びクレジットカードの顧客開拓を手掛ける合弁会社「イー・ネットカード株式会社」を設立 レジャー用品、スポーツ用品、電気製品等のレンタル事業を分社化し、「アコムレンタル株式会社」を設立
2000	6	台北（台湾）にハイヤーパーチェス事業の合弁会社「CHAILEASE ACOM FINANCE CO.,LTD.」を設立
	8	ケイマン諸島（英国領）に特別目的会社「ACOM CAPITAL CO.,LTD.」を設立
	10	「ジューキクレジット株式会社」の全株式を取得
	11	労働者派遣業及び各種事務処理受託業の「エイビーパートナー株式会社」を設立
	12	ビデオ、CD等のレンタル事業「アプルス株式会社」の財産及び営業権を譲渡
2001	3	「アイ・アール債権回収株式会社」へ出資し、サービサー事業に進出（現・連結子会社）
	5	「株式会社北海道銀行」が提供する無担保ローン商品を対象とした保証事業を開始
	8	株式会社東京三菱銀行（現・株式会社三菱UFJ銀行）「三菱信託銀行株式会社（現・三菱UFJ信託銀行株式会社）」「株式会社ディーシーカード（現・三菱UFJニコス株式会社）」「株式会社ジャックス」との共同出資で「株式会社東京三菱キャッシュワン」を設立 「イー・ネットカード株式会社」から「株式会社アスコット」に商号変更
	9	「ジューキクレジット株式会社」から「ジェイシーケイクレジット株式会社」に商号変更

2002	7	ケイマン諸島（英国領）に特別目的会社「ACOM FUNDING CO.,LTD.」を設立
2004	3	「株式会社三菱東京フィナンシャル・グループ（現・株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ）」と戦略的業務・資本提携
	4	「株式会社三菱東京フィナンシャル・グループ（現・株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ）」の持分法適用関連会社となる
		インターネットを利用した消費者ローン及びクレジットカードの顧客開拓を手掛ける合弁会社「株式会社アスコット」の全株式を売却
		「アコムレンタル株式会社」を存続会社とする吸収合併で「株式会社アコム経済研究所」を解散
12	東京都千代田区丸の内にて本店所在地を変更	
2005	1	「株式会社ディーシーカード（現・三菱UFJニコス株式会社）」の株式を一部取得
		「株式会社東京三菱キャッシュワゴン」の株式を一部取得し、同時に「株式会社DCキャッシュワゴン」に商号変更
		ケイマン諸島（英国領）の特別目的会社「ACOM CAPITAL CO.,LTD.」を解散
		「アプルス株式会社」の商号、定款を変更し、金融関連コールセンター受託事業等の「株式会社リレイツ」を設立
	3	「エムティービーキャピタル株式会社」の全株式を取得し、同時に「エーシーベンチャーズ株式会社」に商号変更
	4	「SIAM A&C CO.,LTD.」から「EASY BUY Public Company Limited」に商号変更（現・連結子会社）
	8	台北（台湾）のハイヤーパーチェス事業の合弁会社「CHAILEASE ACOM FINANCE CO.,LTD.」の全株式を売却
	9	中国の北京大学と「北京大学アコム金融情報研究所」を設立し、共同研究を開始（2010年7月 終了）
		ニューヨーク銀行を預託銀行とする、スポンサー付きADR（米国預託証券）プログラムを設立（2019年12月 廃止）
	10	「株式会社ディーシー債権回収」の全株式を取得
12	「ACOM（U.S.A.）INC.」を存続会社とする吸収合併で「ACOM INTERNATIONAL,INC.」を解散	
2006	1	「アイ・アール債権回収株式会社」を存続会社とする吸収合併で「株式会社ディーシー債権回収」を解散
	3	グアム（米国）の保養所賃貸業「ACOM PACIFIC,INC.」を解散
	7	ベトナムにおける金融事業の展開を視野にホーチミン駐在員事務所を開設
	8	中国における金融事業の展開を視野に北京駐在員事務所を開設
	10	「有限会社アジャスト」の損害・生命保険代理事業を「エイビーパートナー株式会社」に承継
2007	2	「ジェイシーケイクレジット株式会社」を存続会社とする吸収合併で「有限会社アジャスト」を解散
	3	ケイマン諸島（英国領）の特別目的会社「ACOM FUNDING CO.,LTD.」を解散

	4	「アコムエステート株式会社」を存続会社として「ジェイ・エル・エイ株式会社」及び「エービス株式会社」を吸収合併し、同時に「ジェイ・エル・エイ株式会社」に商号変更
		信販事業を「ジェイシーケイクレジット株式会社」に承継し、同時に「アフレッシュクレジット株式会社」に商号変更
	6	消費者向け無担保ローンの新規貸出上限金利を18%に引き下げ インターネット融資・返済サービスの一層の充実を目的に「イーバンク銀行株式会社（現・楽天銀行株式会社）」と業務提携
	11	「株式会社三菱東京UFJ銀行（現・株式会社三菱UFJ銀行）」が提供する個人向けカードローンの保証業務の取り扱いを開始
	12	「株式会社三菱東京UFJ銀行（現・株式会社三菱UFJ銀行）」との共同出資により、インドネシア共和国の「PT. Bank Nusantara Parahyangan, Tbk.」を買収
2008	2	「アイ・アール債権回収株式会社」の全株式を取得
	3	社会貢献活動の一環として業界初となるCO2排出権信託受益権を取得
	7	「スルガ銀行株式会社」が提供する事業者ローンの保証業務の取り扱いを開始
	9	「株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ」「株式会社三菱東京UFJ銀行（現・株式会社三菱UFJ銀行）」との戦略的業務・資本提携を一層強化することについて合意
	12	「アコムレンタル株式会社」「ジェイ・エル・エイ株式会社」の株式を「マルイト株式会社」に一部譲渡
2009	4	「株式会社三菱東京UFJ銀行（現・株式会社三菱UFJ銀行）」の子会社である「エム・ユー・コミュニケーションズ株式会社（現・持分法適用関連会社）」を存続会社とする吸収合併で「株式会社リレイツ」を解散
	5	同社を存続会社とする吸収合併で「株式会社DCキャッシュワゴン」を解散
2010	8	「アイ・アール債権回収株式会社」を存続会社とする吸収合併で「エイビーパートナー株式会社」を解散
2012	4	同社を存続会社とする吸収合併で「エーシーベンチャーズ株式会社」を解散
2013	9	信用保証事業の「エム・ユー信用保証株式会社」を設立（現・連結子会社）
2014	9	「アイ・アール債権回収株式会社」を存続会社とする吸収合併で「アフレッシュクレジット株式会社」を解散
2015	12	「エム・ユー信用保証株式会社」の全株式を取得
2017	7	フィリピン共和国に無担保ローン事業の合弁会社「ACOM CONSUMER FINANCE CORPORATION」を設立
2019	5	インドネシア共和国の「PT. Bank Nusantara Parahyangan, Tbk.」が、MUFJGの連結子会社である「PT Bank Danamon Indonesia, Tbk.」を存続会社として合併
2021	7	マレーシアに無担保ローン事業の「ACOM (M) SDN. BHD.」を設立
2022	4	エンベデッド・ファイナンス事業の「GeNiE株式会社」を設立
		東京証券取引所の市場区分の見直しによりスタンダード市場へ移行
	12	東京都港区東新橋に本店所在地を変更

1-3 事業活動

①事業分野と関係会社の取組み内容

同社は、MUFGの連結子会社である。なお、同社グループは、同社、子会社6社及び関連会社1社で構成されており、ローン事業、クレジットカード事業、信用保証事業、海外金融事業、債権管理回収事業を主要事業と位置付け、個人ローン市場におけるシェアの拡大に努めている。同社グループの事業における位置付け及びセグメントの関係は以下のとおり。

表3 事業区分と主な事業内容³

区分	会社名	主な事業内容
ローン事業 クレジットカード 事業	アコム	ローン事業及びクレジットカード事業
	GeNiE	エンベデッド・ファイナンス事業
信用保証事業	アコム	信用保証事業
	エム・ユー信用保証	
海外金融事業	EASY BUY Public Company Limited	タイ王国における無担保ローン事業及びインストールメントローン事業（個別信用購入あっせん事業）
	ACOM CONSUMER FINANCE CORPORATION	フィリピン共和国における無担保ローン事業
	ACOM (M) SDN. BHD.	マレーシアにおける貸金業サービスの提供及びその他の関連事業
債権管理回収事業	アイ・アール債権回収	サービサー事業（債権管理回収事業）
その他	エム・ユー・コミュニケーションズ	コンタクトセンターの請負及び人材派遣業務等

³ 出典：同社 ウェブサイト

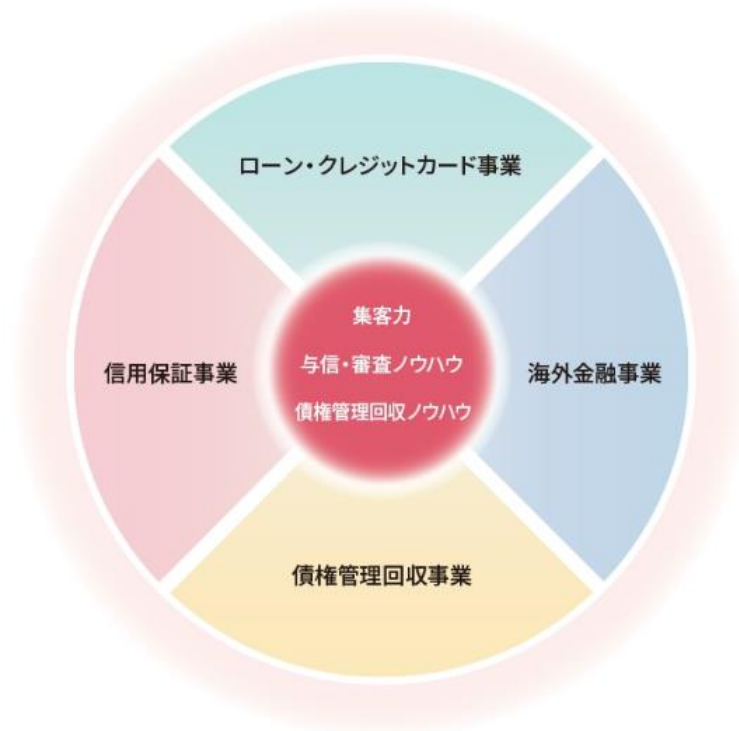


図1 同社の主な事業セグメント⁴

②各事業の主な概要

ア. ローン事業、クレジットカード事業

1960年3月、同社の前身である丸糸が、対人信用で融資する「サラリーマン金融（勤め人信用貸し）」への進出を果たした。ローン事業は、ユーザーの「信用」を担保に、主に個人を対象とした少額、無担保の現金融資を行うビジネスである。

同社は、1998年7月にMastercard®の発行ライセンスを取得し、クレジットカード事業に本格的に参入、クレジットカードの発行が、申込から最短30分で完了するなど、他社にはない付加価値を備えている。

ローン・クレジットカード事業の特性は、① Speed（即時性）② Simple（利便性）③ Secret（秘匿性）④ Safety（安全性）⑤ Self service（自己操作性）の5つのSで表す。同社は、消費者金融業界のリーディングカンパニーとして「5S」のビジネスモデルの確立に加え、先行・先端のサービス開発でマーケットの支持を集め、ノンバンク市場において、トップブランドの地位を維持している。

また、同社では、自動契約機による店舗ネットワークに加え、自社ATMのみならず、利用・返済のしやすさを考えたコンビニエンスストアや金融機関との提携による入出金チャ

⁴ 出典：同社 ウェブサイト

ネルを用意。また、パソコン、スマートフォンによるインターネットサービスや、コールセンター等の多面的な営業チャンネルを展開し、業界ナンバーワンのユーザー満足度を目指している。

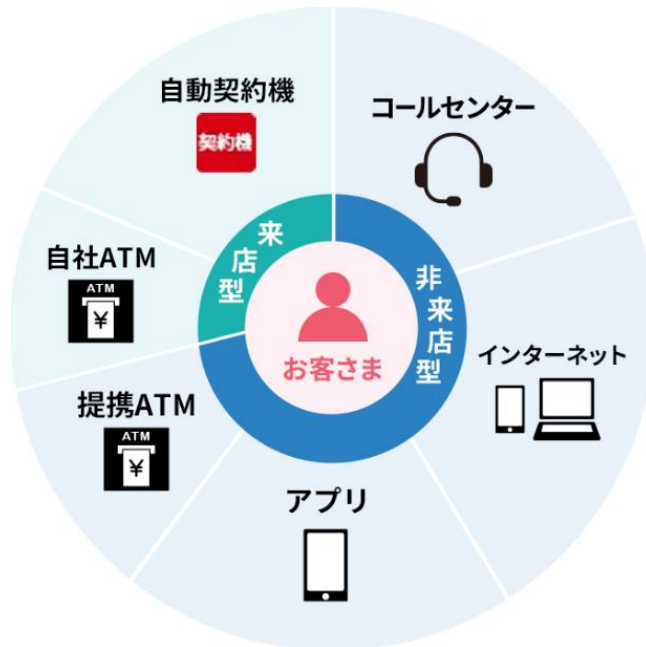


図2 同社の多面的な営業チャンネル⁵

イ. 信用保証事業

信用保証事業とは、提携先金融機関が販売するローン商品を利用するユーザーの債務保証をおこなうビジネスである。同社グループでは、同社と連結子会社であるエム・ユー信用保証の2社で信用保証事業を展開している。

これまでローン事業で培ってきた与信・審査ノウハウと債権管理回収ノウハウを活用し、2001年5月に同社が北海道銀行との最初の保証業務提携をスタート。以降、三菱UFJ銀行及び有力地方銀行を中心に提携ネットワークを拡げている。

また、三菱UFJ銀行、有力地方銀行及び流通系・ネット銀行との提携による個人向け無担保ローンの保証業務を受託しており、新たな提携先金融機関の開拓による提携ネットワークの拡大のほか、既存提携先における販売促進支援から債権管理に至るまで、提携先金融機関のニーズに応じたオーダーメイドの保証スキームを提供している。加えて、ローン事業で培ったノウハウをベースとした与信・審査システムの提供や業務に精通した人材を派遣するなど、一貫したインフラ・人員面でのサポートも行っている。

⁵ 出典：同社 ウェブサイト



図3 信用保証事業のスキーム⁶

ウ. 海外金融事業

同社は、リテール金融分野の成長が著しい ASEAN のマーケットに注目し、タイ王国やフィリピン共和国で金融事業を展開している。

1996年9月、最初の海外拠点となるタイ王国バンコクに、SIAM A&C CO.,LTD. (現・EASY BUY Public Company Limited) を設立、2005年4月には公開会社の認可を受けた。タイ王国では、日本国内で培った経験やノウハウを活用し、個人の方を対象に Umay+ (ユメプラス) ブランドで無担保ローン事業を、EASY BUY の営業ブランドでインストールメントローン事業 (個別信用購入あっせん事業) を展開しており、同社のノウハウをベースとした質の高いサービスで多くの支持を集めている。特に Umay+ブランドは、タイ国内のノンバンク市場において、トップブランドの地位を築いている。

2017年7月、成長著しいフィリピン共和国に伊藤忠商事株式会社との合弁会社 ACOM CONSUMER FINANCE CORPORATION を設立、2018年7月より同国内での個人向け融資事業を開始した。また、ベトナム社会主義共和国においても、事業参入に向けたライセンス申請をおこなっており、更なる成長に向け、その他 ASEAN への事業参入の可能性を引き続き調査している。

現在、同社における海外金融事業は、順調に拡大しており、海外金融事業の営業収益は、同社グループ全体の約 20% を占めるまでに成長している。

⁶ 出典：同社 ウェブサイト

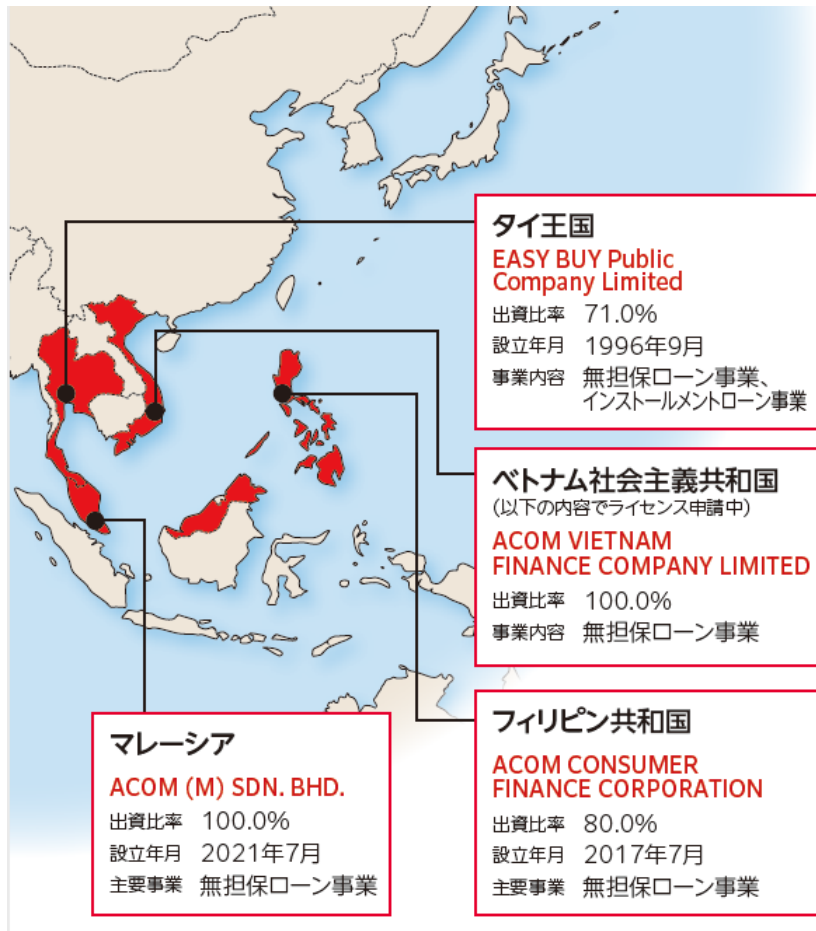


図4 海外への進出状況⁷

エ. その他の事業（債権管理回収事業）

債権管理回収事業とは、金融機関からの債権を買い取り、または回収の委託を受けて債権の管理、回収をおこなうビジネスで、債権の回収益や業務受託手数料が主な収入源となっている。同社は、2001年3月、アイ・アール債権回収に資本参加することで債権管理回収事業に進出、2006年1月にはディーシー債権回収を吸収合併し、個人向け債権回収のノウハウを強みに事業を展開している。

⁷ 出典：同社 統合報告書 2023

③事業系統図

「①事業分野と関係会社の取組み内容」に関する事業系統図は以下のとおり。

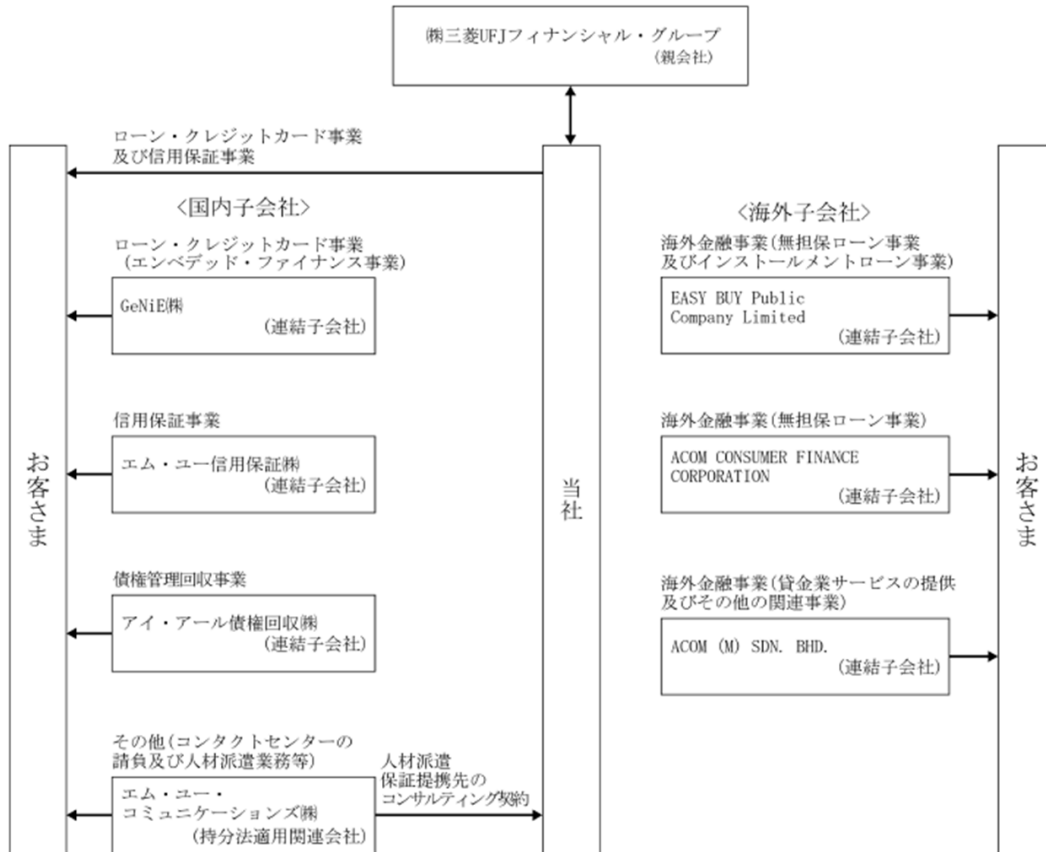


図5 事業系統図⁸

1-4 企業理念、経営方針

①企業理念

アコムは人間尊重の精神とお客さま第一義に基づき
創造と革新の経営を通じて
楽しく豊かなパーソナルライフの実現と生活文化の向上に貢献する

②経営方針

同社グループは、創業の精神である「信頼の輪」の下、企業理念として「人間尊重の精神とお客さま第一義に基づき、創造と革新の経営を通じて、楽しく豊かなパーソナルライフの

⁸ 出典：同社 有価証券報告書（2023年3月期）

実現と生活文化の向上に貢献する」ことを掲げ、ローン・クレジットカード事業、信用保証事業、海外金融事業の3事業を中核事業と位置づけ、「社会に信頼されるリーディングカンパニー」の実現を図っている。また、2023年3月期を初年度とする3カ年の中期経営計画において「ビジョン」を策定し、全てのステークホルダーへの約束をより明確化した。

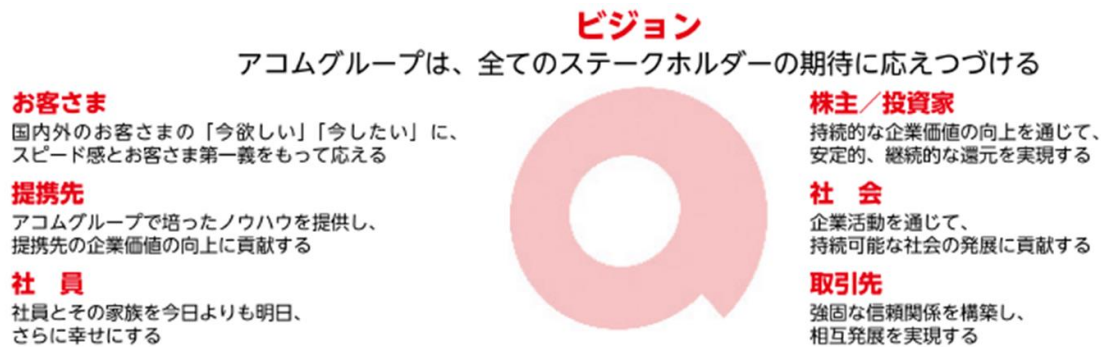


図6 アコムグループのビジョン⁹

③中長期的な経営戦略

同社グループを取り巻く経営環境については、少子高齢化をはじめとする社会構造の変化や新型コロナウイルス感染症拡大に伴う生活様式の変化に加え、競争環境が激化するなど引き続き厳しい状況が続く見通しである。

このような環境下において、同社グループは、これまで培ってきた国内外のコンシューマーファイナンスビジネス、業務の集中化などローコストオペレーション等のノウハウをベースに、ローン・クレジットカード事業においては **Credit as a Service** 型のエンベデッド・ファイナンス事業による業容の拡大、信用保証事業においては事業会社との保証提携実現、並びに海外金融事業においてはアジア地域での金融事業の規模拡大を図っていく。また、以下の中期方針に基づき、ステークホルダーとの相互信頼を深めるとともに、ダイバーシティや健康経営の推進等、SDGs で掲げられた社会課題の解決に向けて取組み、社会とともに発展していく。

⁹ 出典：同社 有価証券報告書（2023年3月期）



図7 アコムグループの中期方針¹⁰

④中期重点テーマ／事業戦略・機能戦略

表4 戦略区分と重点テーマ¹¹

戦略区分	テーマ
-	・コンプライアンス・カルチャーの醸成
事業戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・パーセプションの再構築によるブランド力向上 ・「ヒト」と「デジタル」の最適化による良質な顧客体験の提供 ・次期成長に向けた新規事業・新サービス創出への挑戦 ・金融機関との保証提携拡大・事業会社との保証提携実現 ・既存保証提携先との更なる連携強化 ・新たな国への進出実現 ・既存進出国での事業基盤拡充
機能戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・環境変化に柔軟かつ迅速に対応できるシステム基盤の構築 ・採用・育成・定着の強化による人材基盤の確立 ・ビジョン浸透による社員のエンゲージメント向上 ・サステナビリティ推進に向けた体制強化・取り組み拡充 ・リスク管理の高度化によるガバナンスの強化 ・業務効率化による生産性の高い業務環境の構築 ・調達手段の最適化による安定性維持・コスト効率向上

¹⁰ 出典：同社 有価証券報告書（2023年3月期）

¹¹ 出典：同社 ウェブサイト

1-5 経営環境

①外部環境

消費者金融業界は主に個人の顧客に対して、無担保による少額融資を手がける企業を対象としており、メガバンク等の銀行傘下と独立系に分かれて営業している。上限金利は20%になっており、収益源としては直接顧客に対する貸し付けのほか、銀行やクレジットカード会社のカードローンなどへの保証業務の2つに大きく分かれる。

金融庁によると消費者向け貸付残高は9年連続で落ち込み、2015年3月末にはピーク時の2006年3月末の約3割の水準になった。しかし、2022年3月末の消費者向け貸付残高は前年度比1.1%増の7兆1,720億円と持ち直し傾向が鮮明になっている。

コロナ影響の収束とともに外食・レジャーをはじめとしたいわゆる「リベンジ消費」が盛り上がる中で、需要の旺盛な若年層を主要顧客とする専門大手の営業貸付金は強い伸びを示し、営業収益は増加している。当面はコロナ下の3年間で抑制されてきた資金需要が回復し、各社とも営業基盤は拡大する見通しではあるが、総量規制のもとで国内市場の成長性は低いことに加え、日本国内での限られたパイを巡り競争は激化しており、収益力改善の重荷にもなっている。従来のプロパーローンや金融機関への信用保証にとどまらず、豊富な顧客基盤を抱える事業会社や親会社グループと連携し、効率的な顧客開拓を狙う動きが強まっていく。今後、長期的には国内に比べて成長性・収益性の高い海外事業の重要性がより一層高まっていくと推測される。

その一方で、同社はリスクシナリオの蓋然性と業務への影響度に基づき、その重要性を判定しており、同社を取り巻く経営環境において、将来に亘って、事業に重要な影響を与える可能性があるとして経営が認識したリスクをトップリスクとして選定している。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っている。また、リスクが顕在化した場合においても、迅速に対応する体制を整備しており、トップリスクは毎期、リスク委員会において審議され、経営会議にて決議している。なお、同社が認識しているトップリスクは以下のとおり。

表5 同社が認識しているリスク事業とリスクシナリオ¹²

リスク事象	リスクシナリオ
事業収益の低下	<ul style="list-style-type: none"> ・ローン・クレジットカード事業、信用保証事業、海外金融事業における収益の低下 ・顧客ニーズに適したITサービスが提供できないことによる競争力の低下
与信費用の増加	<ul style="list-style-type: none"> ・ローン・クレジットカード事業、信用保証事業、海外金融事業における貸倒関連費用の増加

¹² 出典：同社 ウェブサイト

IT リスク	<ul style="list-style-type: none"> ・重要なシステム案件の企画及び開発の遅延により事業継続に影響を及ぼす事態の発生 ・サイバー攻撃による顧客情報の漏洩、及び顧客サービス等の停止 ・システム障害による顧客取引への重大な影響を及ぼす事態の発生
外的要因により影響を及ぼす事態	<ul style="list-style-type: none"> ・感染症、自然災害、テロ等により、業務遂行に重大な影響を及ぼす事態の発生
利息返還金の増加	<ul style="list-style-type: none"> ・想定を超える利息返還金による利息返還損失引当金繰り入れの発生
コンダクトリスク	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者保護や市場の健全性維持等の観点において、ステークホルダーに重大な影響を及ぼす事態の発生
資金調達	<ul style="list-style-type: none"> ・市場金利の上昇、同社の業績悪化、格付の低下等による資金繰りの悪化
人材の不足	<ul style="list-style-type: none"> ・必要な人材の不足による競争力の低下

同社グループの主たる事業は、前述のとおり「ローン・クレジットカード事業」、「信用保証事業」、「海外金融事業」を中核 3 事業と定め、事業収益を安定的・持続的に拡大させるべく、以上の外部環境を踏まえ、今後の成長に向けた各種の施策に取り組んでいる。

表 6 中核 3 事業の事業分野と今後の取組事項¹³

主たる事業分野	主な取組み内容
ローン・クレジットカード事業	<p>ローン・クレジットカード事業収益は、顧客口座件数の増減や顧客口座 1 件あたりの残高の増減、顧客から受領する約定金利等に伴って変動することから、これらに関連する様々な外的要因により、同社の業績に影響を及ぼす可能性がある。また、顧客のニーズに適した IT サービスが提供できないことにより、競合他社との競争力が低下し、同社の業績に影響を及ぼす可能性もある。外的要因の例としては、消費者金融業界に係る司法判断や法的枠組みの変更、競合他社との競争環境激化や新たな企業の参入、大規模な事故・災害・感染症拡大等に伴う個人消費の減退等がある。なお、ローン・クレジットカード事業は、営業収益全体の 53.0% を占めており、当該事業の収益が低下した場合の影響は大きいことから、新規集客の増加、商品・サービス機能の向上等に取り組むことに加え、営業貸付金利息の計画比推移等を定期的に管理・分析</p>

¹³ 出典：同社 有価証券報告書（2023 年 3 月期）

	<p>し、各種対策を含めリスク管理報告会やリスク委員会等へ報告する態勢により、適切にリスクコントロールを実施している。</p>
信用保証事業	<p>信用保証事業収益は、保証口座件数の増減や保証口座1件あたりの残高の増減、提携先から受領する保証料率等に伴って変動することから、これらに関連する様々な外的要因により、同社及びエム・ユー信用保証の業績に影響を及ぼす可能性がある。外的要因の例としては、銀行等金融機関に係る司法判断や法的枠組みの変更、大規模な事故・災害・感染症拡大等に伴う個人消費の減退等があげられる。</p> <p>なお、信用保証事業は、営業収益全体の24.2%を占めており、当該事業の収益が低下した場合の影響は大きいことから、同社及びエム・ユー信用保証は、信用保証事業において、提携先との連携強化に取組み、適正な審査を継続するとともに、債権内容や広告の効果等に関する分析結果の提供、及び提携先の業績向上や安定成長に向けた各種支援を実施していることに加え、信用保証事業収益の計画比推移等を定期的に管理・分析し、各種対策を含めリスク管理報告会やリスク委員会等へ報告する態勢により、適切にリスクコントロールを実施している。</p>
海外金融事業	<p>海外金融事業収益は、顧客口座件数の増減や顧客口座1件あたりの残高の増減、顧客から受領する約定金利等に伴って変動するため、これらに関連する様々な外的要因により、タイ王国のEASY BUY Public Company Limited (EASY BUY) 及びフィリピン共和国のACOM CONSUMER FINANCE CORPORATION (ACF) の業績に影響を及ぼす可能性がある。外的要因の例としては、国家間対立やこれに起因する経済制裁等の影響、進出国における司法判断や法的枠組みの変更、競合他社との競争環境激化、大規模な事故・災害・感染症拡大等に伴う個人消費の減退、為替レートの変動等があげられる。なお、海外金融事業は、営業収益全体の20.6%を占めており、当該事業の収益が低下した場合の影響は大きいことから、EASY BUY 及び ACF の2社において、新規集客の増加、商品・サービス機能の向上等に取組んでいる。また、海外金融事業における最大の連結子会社である EASY BUY の営業収益の計画比推移等を定期的に管理・分析し、各種対策を含めリスク管理報告会やリスク委員会等へ報告する態勢により、適切にリスクコントロールを実施している。</p>

2. サステナビリティへの取り組み

2-1 基本方針

2022年2月に社会の課題解決と企業価値の向上を両立させることを目指し、以下の基本方針を策定した。

当社は、創業の精神である『信頼の輪』のもと、
企業理念である「人間尊重の精神」、「お客さま第一義」、「創造と革新の経営」を通じて、
社会課題解決と企業価値の向上を目指し、持続可能な社会の実現に貢献します。

2-2 サステナビリティマネジメント

2022年4月、持続可能な社会の実現に貢献する経営を推進するため、「経営企画部」の下部機構に「サステナビリティ推進室」を新設した。マネジメント体制及び、主な分野における取組み方針は以下のとおり。

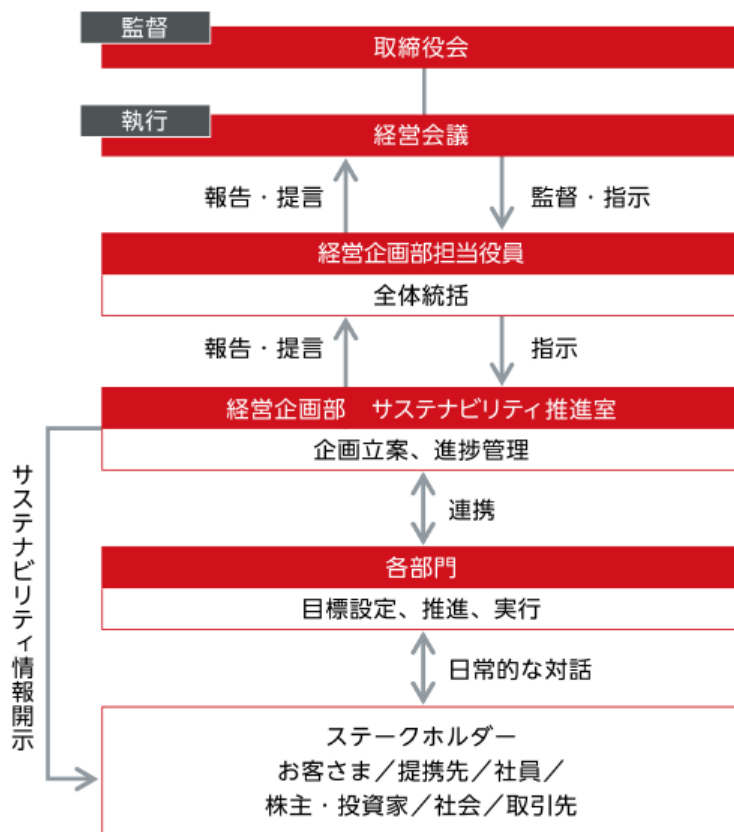










図8 サステナビリティマネジメント体制¹⁴

¹⁴ 出典：同社 有価証券報告書（2023年3月期）


2-3 マテリアリティ（重要課題）

同社が企業活動を行う上で、最も大切にすべき普遍的価値観である企業理念と、社会課題への取り組みに対するステークホルダーからの期待を踏まえ、同社だからできる課題の解決や社会の発展に貢献すべく、以下5つのマテリアリティ（重点領域）を選定した。

表7 マテリアリティ¹⁵

マテリアリティ （重点領域）	主な取り組み方針	対応する SDGs
環境に配慮した 企業活動の推進	近年、地球温暖化などの問題が深刻化しており、CO ₂ をはじめとした温室効果ガスの削減など、環境に配慮した企業の取り組みが求められている。このため、同社は社会の一員として、限りある資源を有効に活用し、企業活動による環境負荷を低減するだけでなく、社会貢献活動としての環境保全活動にも積極的に取り組む。	   
人間尊重の精神 に基づくダイバー シティの推進	全ての人の基本的人権を尊重することを行動の基本とし、性別、年齢、障がい、婚姻、国籍などのさまざまな違いをお互いが尊重し、認め合い、受容することで、あらゆる人々が能力を最大限に発揮し、活躍することを推進する。	   
お客さま第一義 を追求した金融 サービスの提供	顧客の資金ニーズの先には「欲しい商品を手に入れたい」「そのサービスを受けたい」という想いがある。同社はその顧客の想いに、安心、安全な金融サービスを提供することで対応する。また、同社グループの金融サービスが日本国内はもとより、ASEANを中心とするアジア経済を支える重要な役割を担っていることを認識し、その社会的使命を果たしていく。	 
デジタルを活用 した創造と革新 の経営の追求	社会全体でデジタル化が進む中で、この変化に対応するだけではなく、データとデジタル技術を駆使して新たな価値を産み出すことが求められている。同社は、消費者信用市場のリーディングカンパニーとして、業界初の自動契約機「むじんくん」の開発やクレジットカード事業の開始など、常にイノベーションを起こしてきた。既成概念にとらわれず、「昨日のアコムを超える」という意識で、新たな価値を提供する。	

¹⁵ 出典：同社 有価証券報告書（2023年3月期）

<p>ガバナンスの強化</p>	<p>同社は、ステークホルダーの期待に応え、さらなる信頼関係を構築するため、コーポレート・ガバナンスの充実を経営の重要事項に位置付け、経営の健全性、透明性及び効率性を確保し、継続的な株主価値の向上を図る。また、適正なコーポレート・ガバナンス体制の構築には、有効な内部統制システムが不可欠であるとの認識に基づき、経営のリーダーシップのもと、組織内のすべての構成員が内部統制システムの構築及び実効性の確保にあたり、内部統制システムの有効性を常に評価、検証し、継続的に改善していく。</p>	
-----------------	--	---

2-4 マテリアリティ（重点領域）の特定プロセス

同社のマテリアリティの特定のプロセスと各ステップでの具体的な取組み内容は以下のとおり。

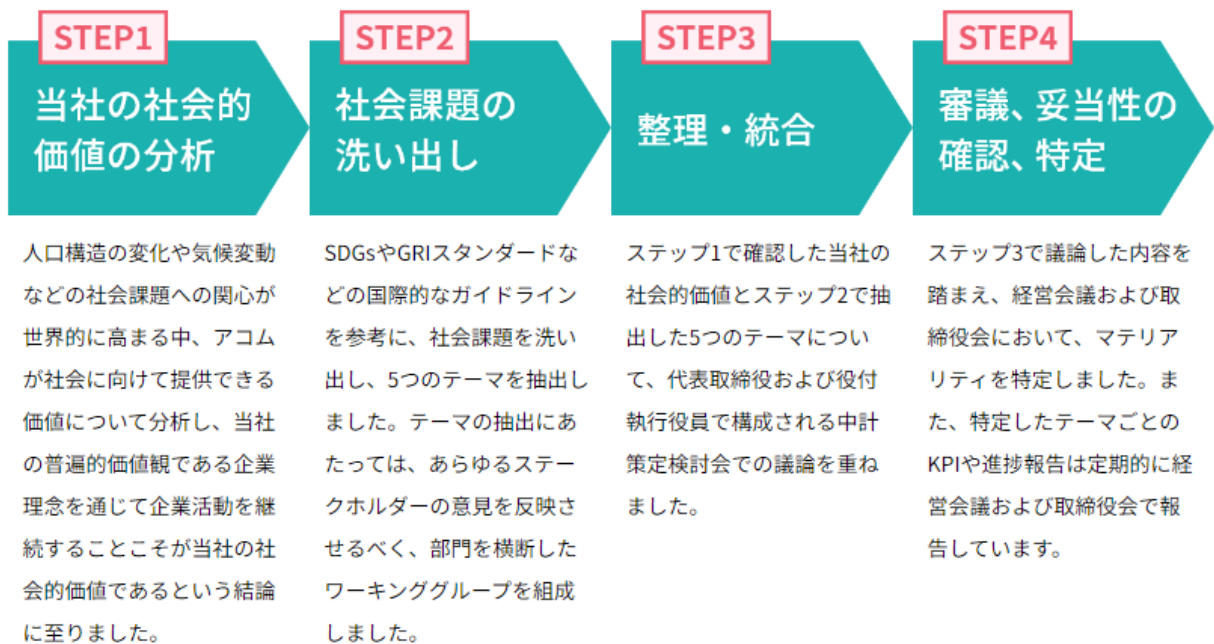


図9 マテリアリティ特定プロセス¹⁶

¹⁶ 出典：同社 ウェブサイト

2-5 マテリアリティ（重点領域）の取組内容とその方向性

表 8 マテリアリティの取組内容とその方向性¹⁷

マテリアリティ （重点領域）	主な取り組み内容	目標及び取り組みの方向性
環境に配慮した企業活動の推進	再生可能エネルギーの導入	2022 年度中に自社で契約する使用電力を再生可能エネルギーへ切替
	自社 GHG 排出量ネットゼロへの取組み	2030 年までに自社GHG排出量ネットゼロ
	ATM・電飾看板等の消費電力削減対応	エネルギー使用に係る原単位 対前年度比マイナス1%
	環境への負荷ができるだけ少ないものを選んで購入する「グリーン購入」の継続実施	物品の購買時には環境負荷を考慮し負荷の少ない商品の購入を推進
	地域清掃活動への参加	同社拠点のある地域で開催されている清掃活動への参加
	森林保全活動の実施	森林保全活動「アコム森」の開催
人間尊重の精神に基づくダイバーシティの推進	働きやすい職場環境づくり（健康経営の推進、多様な働き方の検討）	長時間労働者数（月間残業 80 時間超） 2024 年度末 0 名
	女性社員の活躍推進（ダイバーシティ推進）	女性管理職比率の向上
	障がい者支援	障がい者雇用率（法定率の遵守）
	エンゲージメント向上のための「ビジョン浸透プログラム」の実施	社員意識調査スコアの向上
	文化・芸術支援	アコム“みる”コンサート物語を継続開催
	はじめたいこと、はじめよう！プロジェクトの実施	「はじめて応援キャンペーン」を 2024 年度までに 3 回実施
お客さま第一義を追求した金融サービスの提供	CS 経営の推進	CS（お客さま満足）マインドの向上
	お客さまの声の反映	CS 改善提案カードに基づく改善活動の継続実施 お客さまの声検討会の継続実施
	効率的・効果的な集客の実施	2024 年度末のローン・クレジットカード事業残高 9,842 億円、新規貸付数 78 万人
	信用保証事業を通じた地域の活性化への対応	新規保証提携拡大、既存提携先の活性化により 2024 年度末の連結保証残高 1 兆 3,194 億円
	ASEAN を中心とするアジア経済への貢献	2024 年度末の海外金融事業残高 2,038 億円 新たな国への進出

¹⁷ 出典：同社 ウェブサイト

デジタルを活用した創造と革新の経営の追求	キャッシュレス決済への対応	スマートフォンによる決済への対応
	金融サービスを「as a Service型」で提供する新規事業の実現	新規事業の開始時期に向け検討中 (システム開発中)
ガバナンス分野の強化	コーポレート・ガバナンス、コードへの対応の高度化	コーポレート・ガバナンス、コードへの的確な対応 組織・会議体の整備
	リスク管理	リスクカルチャー醸造のための全社的活動の実施 リスクオーナーシップに基づくリスク管理の実践
	コンプライアンス	コミュニケーション活性化施策の実践 ノーハラスメントの全体浸透に向けた施策の推進

2-6 サステナビリティに関する実績

同社のサステナビリティの取組みに関する目標・運用状況・実績の詳細は、統合レポート・サステナビリティレポート・ウェブサイト等の各種媒体を通じて確認することができる。

①第三者評価・外部認証等

同社グループの第三者評価・外部認証等の実績は以下のとおり。

表9 アコムグループ 第三者評価及び外部認証一覧¹⁸

受賞・評価取得等	「健康経営優良法人2022」の認定	従業員の健康維持・増進を支援するためのさまざまな取組みが評価され、経済産業省と日本健康会議が進める健康経営優良法人認定制度において、「健康経営優良法人2022」の認定を受けた。
	「ハタラクエール2022」で優良福利厚生法人の受賞	福利厚生の活用・充実に意欲的に取り組む法人を称える表彰制度「ハタラクエール（正式名称「福利厚生表彰・認証制度）」において、特に優れた取り組みをおこなう「優良福利厚生法人（総合）」として同社が表彰された。
	「くるみん」認定の取得	2020年「次世代育成支援対策推進法」に基づく基準適合一般事業主として、厚生労働省東京労働局より認定を受け、次世代認定マーク「くるみん」を取得した。
	「ベストモチベーションカンパニーアワード2022 大手企業部門」9位受賞	2021年に株式会社リンクアンドモチベーションが従業員エンゲージメント調査を実施した全1,350社の企業の中から、最も「エンゲージメントスコア」（企業と個人の相互理解・相思相愛

¹⁸ 出典：同社 ウェブサイト

		度合いを偏差値化したもの) の高い 10 社が選出・表彰された。
	「ベストモチベーションカンパニーアワード 2020 大手企業部門」2位受賞	2019 年にリンクアンドモチベーションが従業員エンゲージメント調査を実施した全 1,568 社の企業の中から、最も「エンゲージメントスコア」(企業と個人の相互理解・相思相愛度合いを偏差値化したもの) の高い 10 社が選出・表彰された。

3. 包括的分析及びインパクト特定の適切性評価

3-1 包括的分析

同社について、事業セグメント、エリア、サプライチェーンを含めたステークホルダー全体から、インパクトを生み出す要因がグループ全体で包括的に検討された。

(1) セグメント、営業収益、エリア

セグメントについては、ローン・クレジットカード事業（2023年3月期営業収益比率：53.0%）、信用保証事業（同：24.2%）、海外金融事業（同：20.6%）、債権管理回収事業（同：2.1%）となっている。各セグメントの営業収益の動向は以下のとおり。

なお、本評価書において、同社の事業を国際標準産業分類における「その他の信用供与機関」として整理した上で、事業活動を行っている日本、タイ、フィリピンを分析の対象とした。

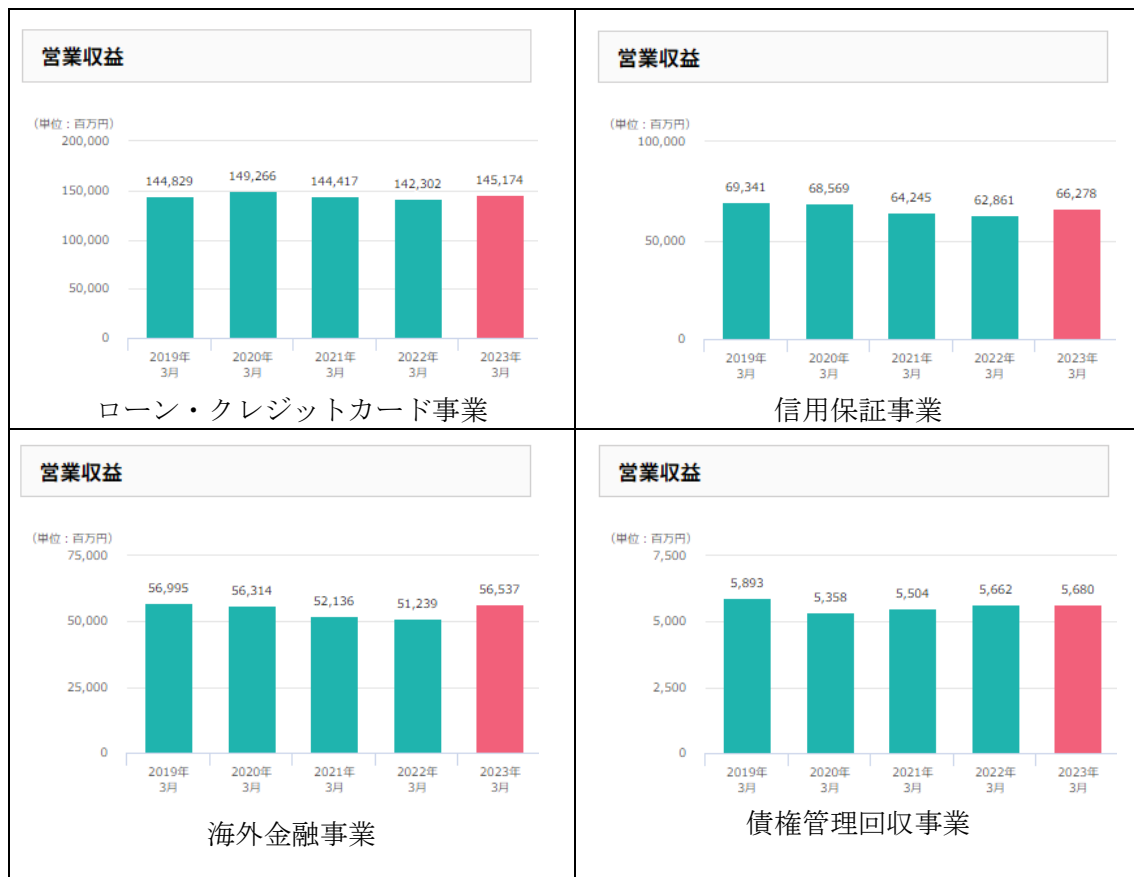


図 10 各種セグメント営業収益¹⁹

¹⁹ 出典：同社 ウェブサイト

(2) サプライチェーン

同社は、品質・価格・納期のみならず、環境や人権・労働等の社会側面にも配慮した、責任ある調達活動を推進している。また、調達等に関する考え方を「パートナーシップ構築宣言」に定め、パートナー企業と共に取り組んでいる。

表 10 パートナーシップ構築宣言²⁰

「パートナーシップ構築宣言」(2023年3月15日)

当社は、サプライチェーンの取引先の皆様や価値創造を図る事業者の皆様との連携・共存共栄を進めることで、新たなパートナーシップを構築するため、以下の項目に重点的に取り組むことを宣言します。

1. サプライチェーン全体の共存共栄と規模・系列等を超えた新たな連携 直接の取引先を通じてその先の取引先に働きかける(「Tier N」から「Tier N+1」へ)ことにより、サプライチェーン全体での付加価値向上に取り組むとともに、既存の取引関係や企業規模等を超えた連携により、取引先との共存共栄の構築を目指します。(個別項目) 当社は、「全てのステークホルダーの期待に応えつづける」ことを「ビジョン」に掲げております。その中で「取引先」については、強固な信頼関係を構築し、相互発展を実現することを約束しており、信頼されるパートナーとして幅広く企業間の連携を行うことで共存共栄の構築を目指します。
2. 「振興基準」の遵守 親事業者と下請事業者との望ましい取引慣行(下請中小企業振興法に基づく「振興基準」)を遵守し、取引先とのパートナーシップ構築の妨げとなる取引慣行や商慣行の是正に積極的に取り組みます。

①価格決定方法

不合理な原価低減要請を行いません。取引対価の決定に当たっては、下請事業者から協議の申入れがあった場合には協議に応じ、労務費上昇分の影響を考慮するなど下請事業者の適正な利益を含むよう、十分に協議します。取引対価の決定を含め契約に当たっては、親事業者は契約条件の書面等による明示・交付を行います。 ②手形などの支払条件

下請代金は可能な限り現金で支払います。手形で支払う場合には、割引料等を下請事業者の負担とせず、また、支払サイトを60日以内とするよう努めます。

③知的財産・ノウハウ

知的財産取引に関するガイドラインや契約書のひな形に基づいて取引を行い、片務的な秘密保持契約の締結、取引上の立場を利用したノウハウの開示や知的財産権の無償譲渡などは求めません。

④働き方改革等に伴うしわ寄せ

取引先も働き方改革に対応できるよう、下請事業者に対して、適正なコスト負担を

²⁰ 出典：同社 ウェブサイト

伴わない短納期発注や急な仕様変更を行いません。災害時等においては、下請事業者取引上一方的な負担を押し付けないように、また、事業再開時等には、できる限り取引関係の継続等に配慮します。

3. その他（任意記載）

当社は、コンプライアンスを実践するにあたっての「基本的な価値観・方針」「遵守すべき行動のあり方」を示した「アコムグループ倫理綱領」「行動基準」において、「いかなる場合も『人間尊重の精神』を忘れず、良識ある行動をとること」「企業活動にあたっては、公正かつ自由な競争の意義を尊重し、公正な市場ルールと適正な商慣習に従うこと」を定めております。

当社役職員の一人ひとりが、これらの定めを遵守し適切な行動を実践することにより、取引先の皆さまとの信頼関係・協働関係を築き、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に努めてまいります。

(3) 業種別インパクトの状況

PIF 原則及びモデル・フレームワークに基づき、インパクト評価の手続きが実施された。

まず、UNEP FI が定めたインパクト評価ツールを用い、ポジティブ・インパクトが発現するインパクト・カテゴリーとして、「雇用」、「包摂的で健全な経済」を確認した。一方、ネガティブ・インパクトが発現するインパクト・カテゴリーとして、「雇用」、「廃棄物」を確認した。なお、標準値からの追加及び削除項目は以下のとおり。

追加項目	ポジティブ・インパクト	「経済収束」	信用保証事業を通じた地域の活性化への対応のほか、同社グループの金融サービスが日本国内はもとより、ASEAN を中心とするアジア経済を支える重要な役割を担っているため
	ネガティブ・インパクト	「人格と人の安全保障」	ノーハラメントの全体浸透に向けた施策を推進しているため
		「強固な制度、平和、安定」	コーポレート・ガバナンス、コードへの的確な対応のほか、組織・会議体の整備を進めているため
		「気候」	自社GHG排出量ネットゼロの取組みを図っているため

各インパクト・カテゴリーに対して、ネガティブ・インパクトとその低減策、ポジティブ・インパクトとその向上に対する同社の活動をプロットし、更に SDGs のゴール及びターゲットへの対応関係についても評価した。なお、事業の所在地は主として国内であり、事業別に UNEP 分析ツールによりポジティブ、ネガティブな項目を判定したものが以下になる。

<特定したインパクト一覧>

	ポジティブ	ネガティブ	項目	ポジティブ・インパクトの向上	ネガティブ・インパクトの低減
水（入手可能性）	0.0	0.0			
食糧	0.0	0.0			
住居	0.0	0.0			
保健・衛生	0.0	0.0			
教育	0.0	0.0			
雇用	1.0	1.0	雇用	●	●
エネルギー	0.0	0.0	人格と人の安全保障		●
移動手段	0.0	0.0			
情報	0.0	0.0			
文化・遺産	0.0	0.0	強固な制度、平和、安全保障		●
人格と人の安全保障	0.0	1.0			
正義・公正	0.0	0.0			
強固な制度、平和、安全保障	0.0	1.0	気候		●
水（質）	0.0	0.0			
大気	0.0	0.0	廃棄物		●
土壌	0.0	0.0			
生物多様性と生態系サービス	0.0	0.0	包摂的で健全な経済	●	
資源効率・安全性	0.0	0.0			
気候	0.0	1.0	経済収束	●	
廃棄物	0.0	1.0			
包摂的で健全な経済	1.0	0.0			
経済収束	1.0	0.0			
その他	0.0	0.0			

3-2 JCRによるモデル・フレームワークに示された項目に沿う評価

JCR は、本ファイナンスにおける包括的分析及びインパクト特定の内容について、モデル・フレームワークに示された項目に沿って以下のとおり確認した結果、適切な分析がなされていると評価している。

モデル・フレームワークの確認項目	JCRによる確認結果
事業会社のセクターや事業活動類型を踏まえ、操業地域・国において関連のある主要な持続可能性の課題、また事業活動がこれらの課題に貢献するかどうかを含めて、事業環境を考慮する。	事業セグメント・エリア、サプライチェーンの観点から、同社の事業活動全体に対する包括的分析が行われ、インパクト領域が特定されている。
関連する市場慣行や基準（例えば国連グローバル・コンパクト10原則等）、また事業会社がこれらを遵守しているかどうかを考慮する。	同社は、SDGsやGRIスタンダードなどの国際的なガイドラインを参考に、社会課題を洗い出し、マテリアリティを特定している。また、同社に関連する市場慣行や基準、それらの遵守状況が確認されている。
CSR報告書や統合報告書、その他の公開情報で公に表明された、ポジティブ・インパクトの発現やネガティブ・インパクトの抑制に向けた事業会社の戦略的意図やコミットメントを考慮する。	統合報告書及びウェブサイト等において公表されている内容等を踏まえ、インパクト領域が特定されている。
グリーンボンド原則等の国際的イニシアティブや国レベルでのタクソノミを使用し、ポジティブ・インパクトの発現するセクター、事業活動、地理的位置（例えば低中所得国）、経済主体の種類（例えば中小企業）を演繹的に特定する。	UNEP FIのインパクト分析ツール、グリーンボンド原則・ソーシャルボンド原則のプロジェクト分類等の活用により、インパクト領域が特定されている。
PIF商品組成者に除外リストがあれば考慮する。	同社は、北海道銀行の定める融資方針等に基づく不適格企業に該当しないことが確認されている。
持続可能な方法で管理しなければ、重大なネガティブ・インパクトを引き起こし得る事業活動について、事業会社の関与を考慮する。	同社の事業で想定し得る重要なネガティブ・インパクトとして、人権問題、廃棄物が特定されている。これらは、同社のマテリアリティやESG・サステナビリティに関する主要方針等で抑制すべき対象と認識されている。

<p>事業会社の事業活動に関連する潜在的なネガティブ・インパクトや、公表されている意図と実際の行動（例えばサプライチェーンの利害関係者に対してや従業員の中での行動）の明らかな矛盾を特定するため、考え得る論点に関する利用可能な情報を検証する。</p>	<p>北海道銀行は、原則として同社の公開情報を基にインパクト領域を特定しているが、重要な項目に関しては、その裏付けとなる内部資料等の確認により、手続きを補完している。なお、JCRは北海道銀行の作成したPIF評価書を踏まえて同社にヒアリングを実施し、開示内容と実際の活動内容に一貫性があることを確認している。</p>
--	---

4. 同社に係るポジティブ・インパクト・ファイナンスにおける KPI の決定

4-1 KPI 設定の概要

本ファイナンスでは、包括的分析によるインパクト特定及び同社のサステナビリティに関する取組を踏まえ、4 項目のインパクトが特定されている。

本ファイナンスにおけるインパクト項目と関連するマテリアリティ

インパクト	特定したインパクト項目
環境に配慮した企業活動の推進	〈廃棄物〉、〈気候〉
人間尊重の精神に基づくダイバーシティの推進	〈雇用〉、〈包摂的で健全な経済〉
お客さま第一義を追求した金融サービスの提供	〈包摂的で健全な経済〉、〈経済収束〉
デジタルを活用した創造と革新の経営の追求	〈経済収束〉
ガバナンス分野の強化	〈強固な制度、平和、安定〉、〈人格と人の安全保障〉

(1) 環境に配慮した企業活動の推進

項目	内容		
インパクトの種類	NI の低減		
インパクト・カテゴリー	NI : 〈廃棄物〉、〈気候〉、		
影響を与えるSDGsの目標	   		
内容	<p>近年、地球温暖化などの環境問題が深刻化しており、CO₂をはじめとした温室効果ガスの削減など、環境に配慮した企業の取り組みが求められている。同社は社会の一員として、限りある資源を有効に活用し、企業活動による環境負荷を低減するだけでなく、社会貢献活動としての環境保全活動にも積極的に取り組む。</p>		
毎年モニタリングする目標とKPI	対応方針	指標	目標
	環境に配慮した企業活動の推進	再生可能エネルギーの導入 自社 GHG 排出量ネットゼロへの取り組み	2030 年までに自社 GHG 排出量ネットゼロ
		ATM・電飾看板等の消費電力削減対応	エネルギー使用に係る原単位 対前年度比マイナス1%
		環境への負荷ができるだけ少ないものを選んで購入する「グリーン購入」の継続実施	物品の購買時には環境負荷を考慮し負荷の少ない商品の購入を推進
<p>※設定した KPI のうち目標年度に達したものについては、再度の目標設定等を検討</p>			

①環境に配慮した企業活動の推進

NI：〈廃棄物〉、〈気候〉

ア. 2030年までに自社 GHG 排出量ネットゼロの取組み

(ア) 再生可能エネルギーの導入

CO₂をはじめとした温室効果ガスの削減など、環境に配慮した企業の取組みが求められていることから、再生可能エネルギーの導入を実施している。2022年度中に、自社で契約する使用電力を再生可能エネルギーへ切替ることを目標としていたが、2022年6月末までに自社契約先全てにあたる大型拠点3ヶ所及び自動契約コーナー約630ヶ所において、使用電力を再生可能エネルギーに切り替えた。今後も、再生可能エネルギーの導入をはじめ、省エネルギーへの取組み等、環境に配慮した企業活動を推進し、社会的な環境リスクの低減に努める。

※参考資料

 表 11 エネルギー資料量に関するデータ²¹

	単位	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
直接的エネルギー消費(単体)						
A重油	kl	—	—	—	—	0
間接的エネルギー消費(単体)						
電力	千kWh	21,830	19,368	18,230	16,715	16,668
蒸気・温水	GJ	843	958	1,032	1,607	1,355
冷水	GJ	2,447	2,299	2,316	2,857	2,977
A重油	kl	0	1	0	0	0
エネルギー使用量(合計)原油換算※1	kl	5,731	5,097	4,807	4,457	4,440
延床面積	m ²	102,268	98,545	89,152	91,149	84,103
エネルギーの使用に係る原単位の対前年度比※2	%	98	100	96	91.4	107
使用電力に占める再エネ使用率	%	0	0	0	0	49.8

※1 「エネルギーの使用の合理化及び非化石エネルギーへの転換等に関する法(省エネ法)」に基づき、使用した燃料・熱・電気ごとの年度使用量を集計し、換算係数を乗じて、それぞれの熱量[GJ(ギガジュール)]を算出。算出した熱量[GJ]を合計し、合計使用熱量[GJ]に0.0258(原油換算係数)を乗じて、1年間のエネルギー使用量(原油換算値)を算出

※2 「省エネ法」の報告基準明確化に伴い、テナントとして利用しているデータセンターのエネルギー使用量を2022年度より算入

(当該データセンターの電気使用量を算入しなかった場合、2022年度の原単位前年度比は98.6%)

²¹ 出典：同社 ESG データ

(イ) 自社 GHG 排出量ネットゼロへの取組み

同社の自社主体の事業では燃料を使用することがなく、Scope1²²の排出もないため、Scope2²³の排出量削減に注力している。前述のとおり、2022年6月末までに、電力会社と同社が直接契約している店舗・拠点（約630店舗・3拠点）の使用電力を再生可能エネルギーに切り替えた。現在は、管理会社が電力契約を行っている店舗や拠点についても順次、再生可能エネルギーに切り替えていく。なお、Scope3²⁴の排出量については、開示できるよう算出に向けた準備を行っている。

※参考資料

表 12 温室効果ガス排出量に関するデータ²⁵

	単位	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
合計(連結)	t-CO ₂	—	—	—	—	6,088
Scope1 直接的なCO ₂ 排出量	t-CO ₂	—	—	—	—	1,193
A重油	t-CO ₂	—	—	—	—	1
ガソリン	t-CO ₂	—	—	—	—	1,103
軽油	t-CO ₂	—	—	—	—	89
Scope2 間接的なCO ₂ 排出量	t-CO ₂	—	—	—	—	4,895
電力	t-CO ₂	—	—	—	—	4,623
蒸気・温水	t-CO ₂	—	—	—	—	102
冷水	t-CO ₂	—	—	—	—	171
A重油	t-CO ₂	—	—	—	—	0
合計(単体)	t-CO ₂	11,552	9,959	9,061	8,250	80,085
Scope1 直接的なCO ₂ 排出量	t-CO ₂	0	0	0	0	18
A重油	t-CO ₂	—	—	—	—	1
ガソリン	t-CO ₂	—	—	—	—	17
Scope2 間接的なCO ₂ 排出量	t-CO ₂	11,552	9,959	9,061	8,250	3,379
電力	t-CO ₂	11,364	9,773	8,870	7,995	3,107
蒸気・温水	t-CO ₂	48	55	59	92	102
冷水	t-CO ₂	139	131	132	163	171
A重油	t-CO ₂	0	1	0	1	0

※2018年度から2021年度の算出方法：蒸気・温水、冷水、A重油は「温対法」に基づく係数を使用して算出。電力は「地球温暖化対策の推進に関する法律（温対法）」に基づく「温室効果ガス排出量算定・報告・公表制度」における電気事業者ごとの基礎排出係数によるもので、電力会社が京都メカニズムクレジットや国内認証排出削減量等を反映していない「基礎排出係数（調整前排出係数）」による算定結果

※2022年度の算出方法：Scope1,2の蒸気・温水、冷水、A重油、ガソリン、軽油は「温対法」・「GHG プロトコル」に基づく係数を使用して算出しており、電力は「温対法」に基づく「温室効果ガス排出量算定・報告・公表制度」・各国法令等に定められている係数を使用して算出（マーケット基準：電気事業者

²² スコープ1：燃料の燃焼などの直接排出量

²³ スコープ2：自社で購入した電気・熱の使用に伴う間接排出

²⁴ スコープ3：スコープ1・2以外の間接排出量（サプライチェーン排出量）

²⁵ 出典：同社 ESG データ

ごとの調整後排出係数（メニュー別）、ロケーション基準：代替値（国際エネルギー機関の定める国別排出係数等）

イ. 消費電力削減に向けた取組み

地球温暖化防止に向けた対応の一環として、店舗に設置している ATM は、低消費電力の機種や省エネモードを採用し、店舗等に設置している看板については、一部 LED を導入するなどして排出される CO₂ や消費電力の削減を図っている。また、空調機器、事務機器など電気使用設備の買い替えや新規導入時には、エネルギー効率を考慮した機器・設備の導入を検討・実施している。

※参考資料

表 13 同社における CO₂ 排出量²⁶

項目	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
CO ₂ 排出量（t-CO ₂ /年）	9,959	9,061	8,250	3,397

※Scope1（直接的な CO₂ 排出量）と Scope2（直接的な CO₂ 排出量）を合算したもの

ウ. 環境負荷低減に向けた取組み

（ア）ペーパーレス化等の対応

交付書面の一部をペーパーレス化（電子化）することで、ユーザーの利便性の向上を図るとともに、資源の使用量を抑制している。交付書面を電磁的な方法で受け取ることを希望するユーザーは、契約関連書類や取引に伴う各種明細書を会員サイトからのダウンロードにより受け取ることができる。社内においても、各種申請手続き、給与明細書、社内広報誌、取引先と締結する契約書などの電子化に取り組んでおり、資源の使用量を抑制しているとともに、効率的な会議運営と環境保護を目的に、各種会議体のペーパーレス化を推進している。

また、ペーパーレス化の推進とともに、物品の購買時には環境負荷を考慮した負荷の少ない商品の購入（グリーン購入）のほか、文房具やコピー用紙については、原則環境ラベルの付いた物品を購入（例：コピー用紙は FSC ロゴ）する等、省資源を徹底し、環境負荷軽減に努めている。

（イ）ペーパーレス化等の対応

地球温暖化等の環境問題が深刻化していることから、同社は、商品・サービスを通じた環境負荷の低減に取り組んでいる。2021 年 10 月には、公式スマホアプリをアップデートしたことにより、ユーザーはクレジットカードをアプリ上でバーチャルカードとして発行、カードレスによるショッピングが可能となった。また、カードローンでは、セブン銀行の ATM

²⁶ 出典：同社 ウェブサイト

に表示される QR コードをアプリで読み込むことにより、カードレスで入出金が可能となった。本機能により、プラスチック使用量の削減に貢献している。今後も、ユーザーの利便性の向上を図るとともに、限りある資源の使用量抑制にも取り組んでいく。

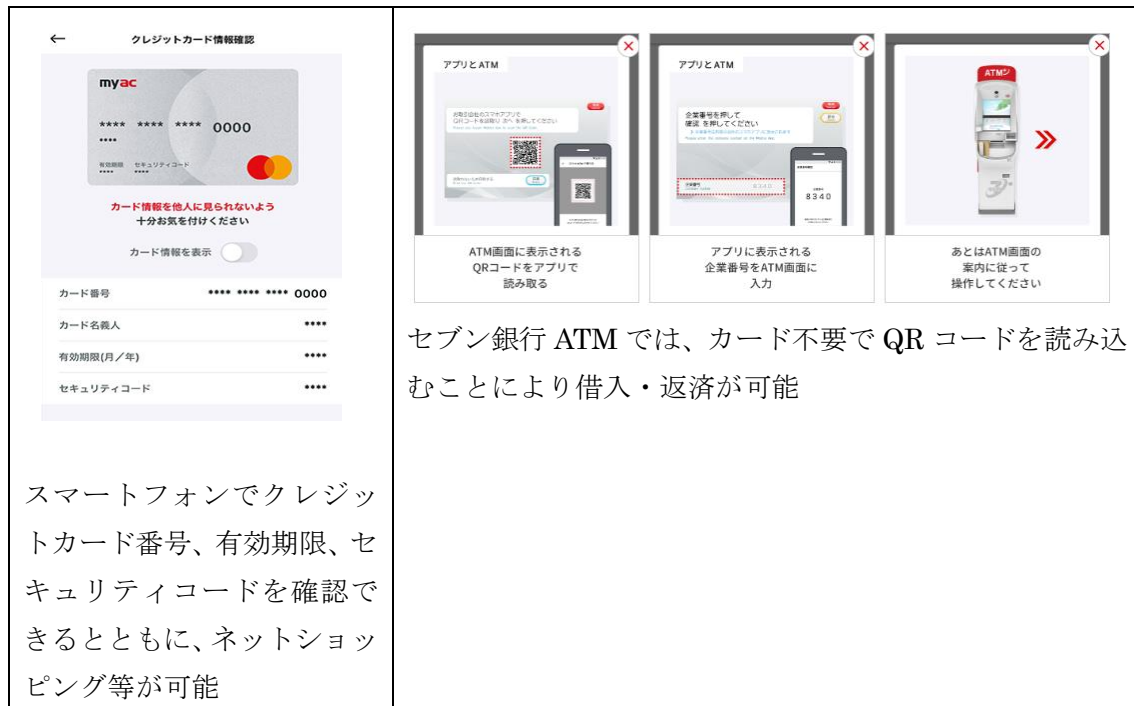


図 11 カードレス取引機能の例²⁷

エ. その他

(ア) 森林保全活動「アコムの森」

同社は、社会の一員として、限りある資源を有効に活用し、企業活動による環境負荷を低減するだけでなく、社会貢献活動の一環として、従業員参画型の森林保全活動を実施することで、環境保全に貢献するとともに、従業員の社会貢献への参画意識や環境への関心の醸成を企図している。

具体的な活動として、温室効果ガスの削減、生物多様性保全などを目的として、森林保全活動「アコムの森」を開始した。本活動は、「企業の森づくりサポート制度」²⁸を利用して、同社のコンタクトセンターのある神奈川県、大阪府とそれぞれ協定を締結、社員ボランティアが間伐や枝打ちなどの森林の整備をおこなうことで、健全な森林の整備・保全に貢献しており、2022年6月には、神奈川県において、同社社員約20名が木々の枝打ちを行った。これらの活動を通じて、神奈川県や大阪府の環境整備・保全をおこなうとともに、社員の環境意識の醸成に取り組んでいる。

²⁷ 出典：同社 ウェブサイト

²⁸ 企業・団体が自社で所有していない国・公有林や民有林で行う森づくりをサポートする様々なしくみの総称

※参考資料

「神奈川県における森林保全活動「アコムの森」について」

同社は、「かながわ森林再生 50 年構想」の趣旨に賛同し、森林再生パートナーとして、森林づくりボランティア活動に参加している。

協定者	神奈川県・同社
協定期間	2021年4月16日から2026年4月15日（5年間）
活動場所	県立 21 世紀の森（南足柄市）



2022年6月5日、同社従業員約20名が木々の枝打ちを行った。

図 12 「アコムの森」活動の例²⁹

(イ) 地域清掃活動の実施

地域貢献活動の一環として、同社は地域の清掃活動に積極的に取り組んでいる。社員が多く在籍する拠点周辺（東京都港区・千代田区・中央区、大阪市、横浜市）での地域清掃活動に延べ 100 名が参加し、地域社会への貢献とともに、地域とのコミュニケーションや地域環境の美化に努めている。







図 13 地域清掃活動の例³⁰

²⁹ 出典：同社 ウェブサイト

³⁰ 出典：同社 ウェブサイト

(2) 人間尊重の精神に基づくダイバーシティの推進

項目	内容		
インパクトの種類	PI の向上、NI の低減		
インパクト・カテゴリー	PI : 〈雇用〉、〈包摂的で健全な経済〉 NI : 〈雇用〉		
影響を与える SDGs の目標	   		
内容	<p>全ての人の基本的人権を尊重することを行動の基本とし、性別、年齢、障がい、婚姻、国籍などの様々な違いをお互いが尊重し、認め合い、それを受容することによって、あらゆる人々が能力を最大限に発揮し、活躍することを推進する。</p>		
毎年モニタリングする目標と KPI			
	対応方針	指標	目標
	人間尊重の精神に基づくダイバーシティの推進	働きやすい職場環境づくり（健康経営の推進、多様な働き方の検討）	
女性社員の活躍推進（ダイバーシティ推進）			係長以上の役職に占める女性労働者の割合を 2025 年 3 月末までに 25.0% 管理職に占める女性労働者の割合を 2025 年 3 月末までに 9.0%
※設定した KPI のうち目標年度に達したものについては、再度の目標設定等を検討			

①人間尊重の精神に基づくダイバーシティの推進

PI : 〈雇用〉、〈包摂的で健全な経済〉

NI : 〈雇用〉

ア. 働きやすい職場環境づくりに向けた各種取組み

(ア) 長時間労働の是正

同社では、過重労働を防止するため、管理監督者を含む労働時間管理（時間外労働時間を毎月調査）及び管理職を対象とした労務管理教育を実施している。

また、同社では事業戦略や機能戦略における環境変化への対応、次期成長を図るための土台づくりのため業務効率化に取り組んでいる。業務の簡素化だけでなく、デジタルツールの活用を推進している。2022年6月より各部室に業務改善推進責任者及び業務改善推進担当者を配置、全社的に業務改善活動の推進を図っている。

2022年度は業務削減目標を60,000時間に対して、90,000時間以上の業務削減の実績であった。今後より一層推進していくために、研修を開催する等、社外の知見に触れることでDX推進を含めた幅広い視点に立って業務改善活動に取り組んでいく。

平均残業時間
(時間)

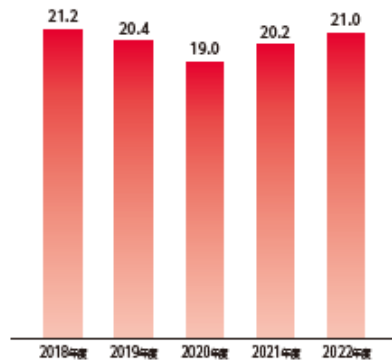


図 14 平均残業時間³¹

(イ) 健康経営の推進

同社は、従業員が心身ともに健康であることが従業員の幸福と企業の発展につながると考え、2021年10月に「健康経営宣言」を制定し、従業員が「幸せに生き働き働ける」環境づくりに取り組んでいる。2022年3月には、従業員の健康維持・増進を支援するためのさまざまな取り組みが評価され、経済産業省と日本健康会議が共同で選定する「健康経営優良法人2022」の認定を受けた。引き続き、従業員とその家族が生き活きと過ごせるよう「今日よりも明日幸せになれる」環境づくりに取り組んでいる。

同社では、代表取締役社長の健康経営に対する方針（健康経営宣言）のもと、人事部担当役員、人事部、衛生委員会、産業医、健康保険組合等が連携して健康経営推進体制を整備するとともに、定期健康診断、ストレスチェック、社員意識調査のデータ等に基づいて社員の健康増進に効果的な施策を推進している。

³¹ 出典：同社 統合報告書 2023

※参考資料

健康経営宣言

当社は「人間尊重の精神」「お客さま第一義」「創造と革新の経営」を企業理念に掲げており、その実現のためには、役職員全員が心身ともに健康でやりがいと高いエンゲージメントを持って業務に邁進することが重要と考えます。役職員およびご家族が生き生き過ごせるよう『今日よりも明日幸せになれる』環境づくりに取り組んでまいります。

2021年10月20日 制定
 アコム株式会社 代表取締役社長
 木下政孝

(ウ) 健康経営の推進に向けた各種取組み

同社における健康経営の推進に向けた各種取組みは以下のとおり。

表 14 健康経営の推進に向けた取組み³²

健康診断の受診促進	同社は、社員が健やかに働ける環境づくりに取り組んでおり、定期健康診断においては、例年ほぼ 100%に近い受診率を維持している。
メンタルヘルスのケア	各階層別研修にメンタルヘルスに関するカリキュラムを組み込み、その構造や注意点等を周知することにより、社員が働きやすい職場環境の維持に努めている。また、社員がメンタルヘルスの不調となることを未然に防止することを目的としてストレスチェックを実施していることに加え、不安を抱える社員については、産業医や職場・上司と連携し、社員の健康に関する相談へ迅速に対応できる体制を確立している。また、必要に応じて健康保険組合の保健師や臨床心理士とも連携し、メンタルヘルスケアに関するフォロー体制づくりにも努めている。
過重労働防止の取組み	過重労働を防止するため、管理監督者を含む労働時間管理（時間外労働時間を毎月調査）及び管理職を対象とした労務管理教育を実施している。
従業員の喫煙率低下及び受動喫煙対策	喫煙率低下及び受動喫煙対策として、就業時間中及び事業所での喫煙を全面禁止している。社員に向けた取組みとしては、禁煙者と非喫煙者に定期的なインセンティブ付与を行っている。

³² 出典：同社 ウェブサイト

イ. ワークライフバランスに向けた各種取組み

(ア) 育休取得推進に向けた取組み

同社では、性別にかかわらず育児・家事を行う社員をサポートする制度やプログラムを用意している。また、男性の育児参画を促進することにより、全社員が仕事の効率や生産性を意識したメリハリある働き方を実践できることに加え、ハラスメントの要因となる固定的な役割分担意識をなくし、男女ともにより長く働き続けることのできる職場風土の醸成に取り組んでいる。

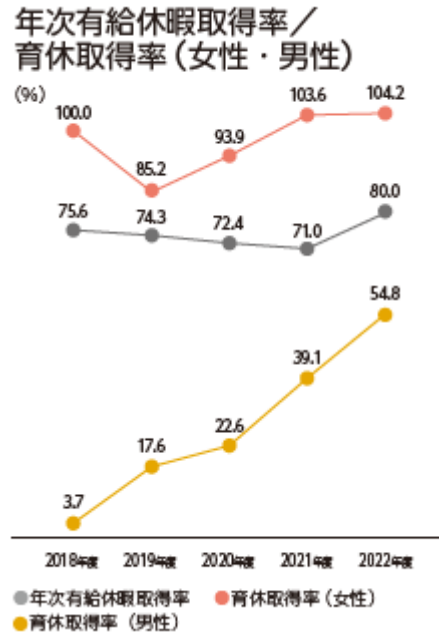


図 15 年次有給取得率・育休取得率³³

(イ) 福利厚生

「人間尊重の精神」を企業理念の一つとしている同社では、社員一人ひとりのライフプランを実現するための環境を整備している。ライフプラン実現の基礎である健康管理や休暇制度はもちろんのこと、結婚・妊娠・出産・育児や住居などに関する、多様な福利厚生制度を揃えている。

また、2022年には、福利厚生表彰・認証制度「ハタラクエール」※1で「優良福利厚生法人(総合)」を受賞、2021年の「福利厚生推進法人」の認証に続き、2年連続となった。今後も、社員一人ひとりが「今日よりも明日、さらに幸せになれる会社」を目指し、環境改善への取組みを継続する。

※1「ハタラクエール」

ハタラクエール(福利厚生表彰・認証制度)は、福利厚生の充実・活用に力を入れる企業・団体・自治体(以下、法人)を表彰する制度。福利厚生の一層の普及・発展を目的に、優れた福利厚生を実施する法人、及びこれから福利厚生の充実を図ろうとする意欲ある法人を表彰・認証、これまでに延べ252法人が表彰・認証されている(2023年9月末現在)。



³³ 出典：同社 統合報告書 2023

(ウ) 育児・介護との両立支援の取組み

ワークライフバランスの推進一環として、育児や介護を行っている社員を支援するために、育児・介護支援制度の充実に取り組んでいる。社員の仕事と生活の両立を支援することによって、育児や介護といったライフイベントによって社員が離職することを防ぐ等の職場環境整備を図るとともに、これらのワークライフバランスの推進によって社員のモチベーションの向上や生産性向上も図っていく。

※参考資料

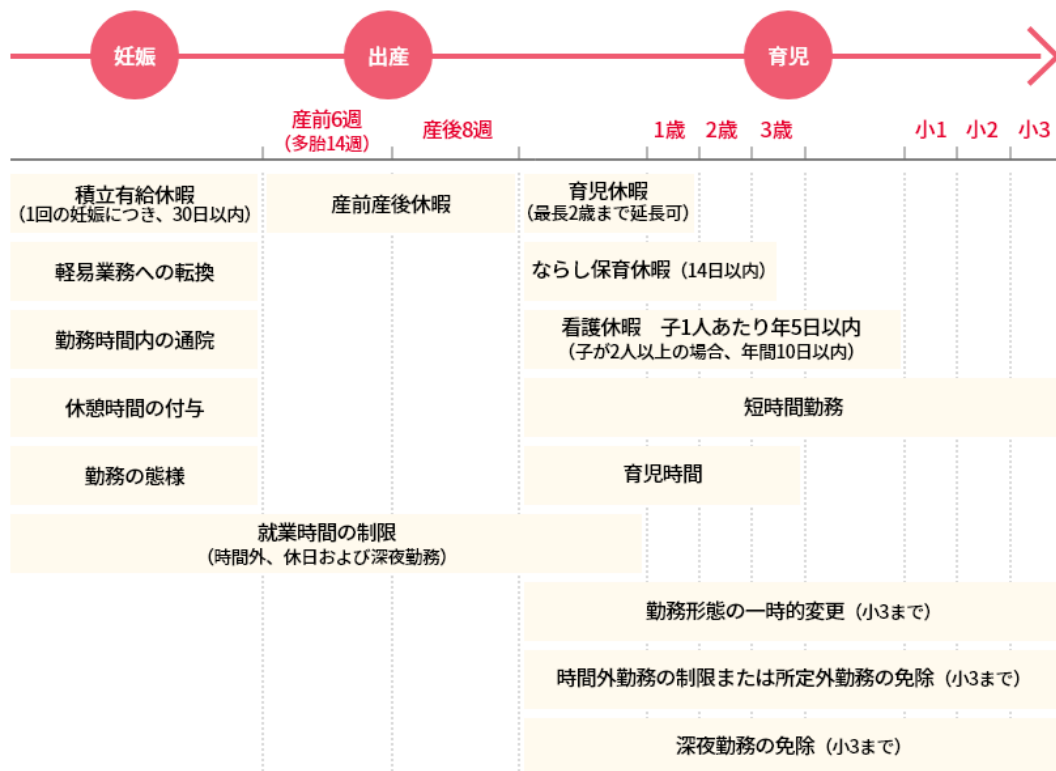


図 16 同社における育児支援の取組み³⁴

³⁴ 出典：同社 ウェブサイト

(エ) 次世代育成支援プログラムの取組み

同社は、「次世代育成支援対策推進法」に基づく基準適合一般事業主として、厚生労働省東京労働局より認定を受け、次世代認定マーク「くるみん」を取得した。同社では、社員が仕事と子育てを両立させることができる働きやすい環境を作ることによって、すべての社員がその能力を十分に発揮することを目標に、今後も安心して仕事ができるよう「仕事と育児の両立支援」を図っていく。



(オ) 柔軟な働き方

社員のワークライフバランスの推進に向け、時間単位年休や一部の部室においてフレックスタイム制等を導入したほか、季節休暇を通年で取得可能にする等、社員の柔軟な働き方を支援する制度の充実を図っている。

(カ) 人材育成

同社では、企業理念である「人間尊重の精神」、「お客さま第一義」、「創造と革新の経営」を具現化できる社員を育成するために、入社員研修や昇進昇格をした社員に実施する「階層別研修」、業務に必要な知識を身につけるために実施する「テーマ別研修」のほか、将来の経営幹部候補人材及びDX人材を計画的に育成するための「選抜教育研修」など多様な研修を実施していることに加え、「eラーニング」、「通信教育」、「公的資格取得支援」、「ビジネススクール派遣」など、社員の自律的な成長を支援するための教育機会を提供している。なお、同社での人材育成の取組み内容は以下のとおり。

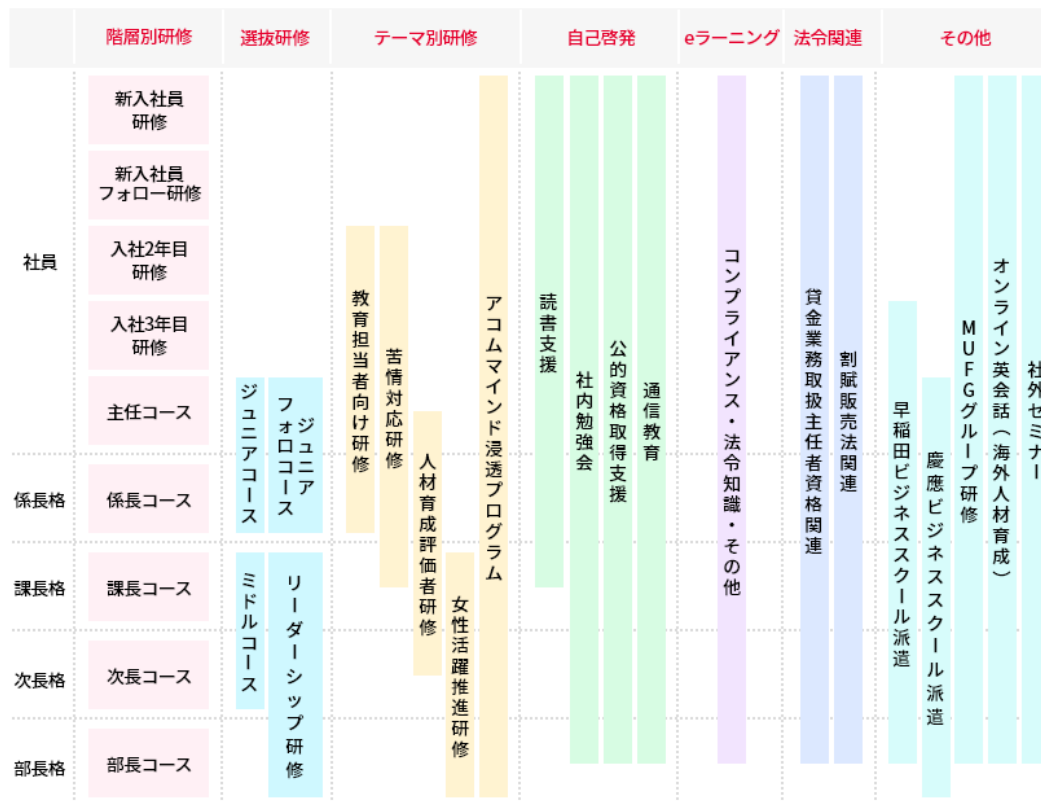


図 17 同社の人材育成の取組み³⁵

※参考資料

表 15 人材育成に関するデータ³⁶

	単位	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
研修費	百万円	135	150	82	175	191
うち、自己啓発、奨励金関連費用	百万円	12	13	15	20	27
貸金業務取扱主任者資格保有者数※	人	967	1,040	1,116	1,180	1,188
貸金業務取扱主任者資格保有者率※	%	53.3	56	58	62	63
選抜研修						
受講人数	人	39	43	40	58	62
総受講時間	時間	4,622	6,837	1,120	7,809	8,566
一人当たりの平均受講時間	時間	117	158	28	135	138

※正社員のみ

³⁵ 出典：同社 ウェブサイト

³⁶ 出典：同社 ESG データ

ウ. ダイバーシティの推進

同社では、多様な人材の能力、アイデア、価値観等を尊重して、一人ひとりが活躍できる環境を整備している。同社での主な取組みは以下のとおり。

表 16 ダイバーシティ推進の取組み³⁷

女性活躍推進の取組み	同社では従来から男女の区別なく活躍の場を用意し、出産や育児などライフイベントを支える制度を整備してきた。今後さらなる女性の飛躍に向け、女性管理職を増加させるための新たな目標を定める等、より魅力的な企業になるために、積極的にさまざまな取組みを推進している。また、制度だけでなく、結婚・出産といったライフイベントを踏まえて、自分らしく長く働き続けるために知っておきたい知識や考えておくべきことを学ぶ機会も提供している。
キャリアアップ支援の取組み	有期契約社員の正社員等への転換や、職務・勤務地等が限定された「限定職」から様々な職務・勤務地等を経験することを前提とした「総合職」へのコース転換を可能とすることにより、従業員のキャリアアップを支援している。
障がい者雇用の取組み	同社では、障がい者雇用を実施している（2022年度末 2.57%）。また、障がいのある社員に対する相談窓口を設置し、業務を行う上で困っていることや相談を受け付ける等、雇用継続率の向上にも取り組んでいる。
定年退職者雇用の取組み	社員のライフプランの多様化を踏まえ、継続勤務を希望する社員のセカンドライフ支援のために、定年により退職した社員をあらためて採用する再雇用制度を導入している。

※参考資料

表 17 多様な人材の活躍促進（女性活躍促進）³⁸

指標	目標	2022年度実績
係長以上の役職に占める女性労働者の割合	2025年3月末までに 25.0%	20.2%
管理職に占める女性労働者の割合	2025年3月末までに 9.0%	6.1%

³⁷ 出典：同社 ウェブサイト

³⁸ 出典：同社 有価証券報告書(2023年3月期)

表 18 女性登用に関するデータ³⁹

	単位	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
従業員数に占める係長級以上の割合	%	49.9	49.9	49.5	49.5	52.8
係長級以上に占める女性労働者の割合	%	15.0	16.3	18.3	18.4	20.2
従業員数に占める係長級の割合	%	25.3	25.5	24.7	24.5	24.9
係長級にある者に占める女性労働者の割合	%	21.9	23.2	25.4	27.0	29.3
従業員数に占める管理職比率	%	13.9	13.1	13.1	13.3	13.4
管理職に占める女性労働者の割合※	%	4.2	4.3	4.8	5.5	6.1
従業員数に占める部長職比率	%	1.3	1.4	1.3	1.4	1.5
部長職にある者に占める女性労働者の割合	%	0	0	3.6	3.1	3.1
役員に占める女性の割合	%	0	0	0	0	0
新規係長級登用者数	人	50	53	53	44	52
新規係長級登用数に占める女性の割合	%	34.0	34.0	37.7	36.4	50.0

※管理職とは、部下を持つ課長級以上の社員

エ. その他

(ア) エンゲージメントサーベイの実施

2019 年から、リンクアンドモチベーションが提供する従業員エンゲージメント調査⁴⁰を実施している。同社は、「期待度」と「満足度」のギャップが大きい項目を組織の課題として捉え、様々な改善を行っている。

2022 年 3 月には、リンクアンドモチベーションが主催する「ベストモチベーションカンパニーアワード 2022」※の大手企業部門（社員数 2,000 名以上）において、9 位を受賞した。同社では、「部下への支援行動」、「行動指針の共有」等に対する「期待度」と「満足度」の相互理解がとて高い水準となっており、この結果が受賞に結びついたと考えているため、今後もより働きがいのある職場環境の整備を推進していく。

※ 「ベストモチベーションカンパニーアワード 2022」

リンクアンドモチベーションが 2021 年に従業員エンゲージメント調査を実施した企業（1,358 社）の中からエンゲージメントスコア（企業と個人の相互理解・相思相愛度合いを偏差値化したもの）の高い企業が表彰される式典



³⁹ 出典：同社 ESG データ

⁴⁰ リンクアンドモチベーションが提供する独自の組織改善サービス。従業員エンゲージメントに影響を与える 16 領域 64 項目について、従業員の期待度・満足度を計測することで、組織エンゲージメント状態を可視化するだけでなく、7,800 社、180 万人のデータベースを基に、組織のエンゲージメント状態を「エンゲージメントスコア」として偏差値化したもの

(イ) ビジョン浸透プログラム

「全てのステークホルダーの期待に応えつづける」という同社のビジョンを全社員に浸透させるため、ビジョン浸透プログラムを実施している。

中期経営計画（2022~2024 年度）を策定する際、ビジョンの見直しを実施し、ステークホルダーごとへの約束をより明確にした。この新しいビジョンを業務に結びつけるとともに、日々の行動の判断基準を明確化にすることを目的に Vision Book を作成し、全社員に配布した。2022 年 9 月から Vision Book を活用しながら同社のビジョンについて考える「ビジョン浸透プログラム」を開催している。

本プログラムは、社員が当事者意識をもって自身の業務に取り組めるよう、役員がファシリテーターを務め、各回 20 名程度の社員と一緒に同社のビジョンと日常業務を結び付けている。以前は、役員が同社のビジョン体系について語る研修会を実施していたが、「ビジョン浸透プログラム」では、「役員からの伝達」ではなく「現場での対話」を重視している。

また、本プログラムは大きく 4 つのセクションで構成されており、①ビジョンの重要性、②ビジョン体系の内容理解、③ビジョンと業務のつながり、④ビジョン実現のためのアクションプランの決定、各業務の特性を踏まえた上で、役員と社員が相互に話し合うことでビジョン実現に向けたアクションを明確にしている。



ビジョン浸透プログラムの様子

(ウ) 文化・芸術支援活動の取組み

全国各地で地域市民を招待して「アコム“みる”コンサート物語」を開催している。1994 年に第 1 回目の公演を開催してから累計で 245 回、参加者は延べ 23 万人を超えている（2022 年 3 月末現在）。本コンサートは、同社の社会貢献活動方針に基づいて「誰かのために何かをしたい」、「多くの人の笑顔が見たい」、「地域社会と良好な関係を築きたい」という 3 つの思いからスタートした。本コンサート活動の特徴は以下のとおり。

表 19 同社のコンサート活動の特徴⁴¹

	<p>■「音」と「影絵」と「語り」の融合</p> <p>本コンサートは、生演奏の「音」、光を形にする「影絵」、影絵に生命の息吹を吹き込む「語り」という 3つの要素を融合させることで幻想的な世界を創る独創的な芸術である。手づくりの舞台の臨場感を味わうことで演じる側とお客さまが感動を共有し、心の交流を実感することができる。</p>
	<p>■運営の特徴</p> <p>「自主運営による手づくりのコンサートが特徴である。同社の社員だけでなく、受付やパンフレットの配付、車イスの誘導等、地域の市民ボランティアの協力を得て運営、ハード面では対応できないことを「できる人ができることをする」ことでカバーしている。このコンサートは全席無料で、参加者がゆっくり楽しめるように全席指定にするとともに、福祉施設等の利用者やその家族を優先的に招待している。</p>
	<p>■バリアフリーコンサート</p> <p>「世代を超えて楽しめるのはもちろん、ハンディキャップのある方にも楽しめるよう配慮をした「バリアフリーコンサート」をコンセプトに、舞台に手話通訳を取り入れるほか、車イス専用席を充実させる等、様々な工夫を行っている。</p>
	<p>■地域との協働</p> <p>同社社員だけでなく、地方自治体や地域の市民ボランティア等の協力を得て運営する等、地域との協働を図っている。</p>

⁴¹ 出典：同社 ESG データ



■福祉団体との共催

2010 年からは、神奈川県厚木市の福祉施設や医師会、教育団体から構成された「福祉の広場」実行委員会との共催公演を開催している。誰もが楽しめる場の提供という共通の思いのもと開催した本公演では、地域社会とより深い交流が生まれた。このように地域社会にとって身近な存在となるべく活動を継続することで、社会とのつながりの輪を拡げている。

(エ) はじめたいこと、はじめよう！プロジェクト

同社は長らく「はじめてのアコム」をキーメッセージとしてマーケティングを行ってきた経緯があるため、2021 年から明るい未来に向けた新しい一歩を踏み出す人々を応援し、誰もがやりたいことに挑戦できる社会を実現するために、「はじめたいこと、はじめよう！プロジェクト」を実施している。本プロジェクトでは、「新しいことに挑戦したい」と感じている参加者を募集、選考を通過した参加者に対しては、各領域のプロフェッショナルである「はじめてコーチ」を派遣、コーチと二人三脚で「はじめて」に挑戦する機会を提供する等のサポート活動を通じて、同社が目指す「誰もが生き活きとやりたいことに挑戦できる社会の実現」を表現している。





図 18 2021-2022 主なプロジェクト内容⁴²


※参考資料

同社の社会貢献活動方針

アコムは、経営の基本的な理念として、創業の精神に「信頼の輪」を、企業理念に「生活文化の向上に貢献する」を掲げております。社会貢献活動においても、この理念に基づいて、社会福祉、地域貢献等、さまざまな活動を通じて、地域社会と良好な関係を築きつつ、「身近なアコム」と「社会に調和した企業市民」を目指しております。

⁴² 出典：同社 ウェブサイト

(3) お客さま第一義を追求した金融サービスの提供

項目	内容		
インパクトの種類	PI の向上		
インパクト・カテゴリー	PI : 〈包摂的で健全な経済〉、〈経済収束〉		
影響を与えるSDGsの目標			
内容	<p>顧客の資金ニーズの先には「欲しい商品を手に入れたい」「そのサービスを受けたい」という思いがある。同社はその顧客の思いに、安心、安全な金融サービスを提供することで対応する。また、同社グループの金融サービスが日本国内はもとより、ASEAN を中心とするアジア経済を支える重要な役割を担っていることを認識し、その社会的使命を果たしていく。</p>		
毎年モニタリングする目標とKPI	対応方針	指標	目標
	お客さま第一義を追求した金融サービスの提供	CS (お客さま満足) 経営の推進	CS マインドの向上 (CS 改善提案カードに基づく改善活動の継続実施、お客さまの声検討会の継続実施)
		効率的・効果的な集客の実施	2024 年度末のローン・クレジットカード事業残高、9,842 億円、新規貸付数 78 万人
		信用保証事業を通じた地域の活性化への対応	新規保証提携拡大、既存提携先の活性化により、2024 年度末の連結保証残高 1 兆 3,194 億円
		ASEAN を中心とするアジア経済への貢献	2024 年度末の海外金融事業残高 2,038 億円、新たな国への進出

	※設定した KPI のうち目標年度に達したものについては、再度の目標設定等を検討
--	--

①お客さま第一義を追求した金融サービスの提供

PI：〈包摂的で健全な経済〉、〈経済収束〉

ア. CS（お客さま満足）経営の推進

(ア)「CS アワード」の開催

同社では、1936 年の創業以来、「お客様第一主義」に徹しており、1986 年には CS（Customer Satisfaction）経営の前身となる「QC（Quality Control）サークル活動」を開始、商品やサービスの品質向上を目指して、営業店の社員が中心となり業務改善活動を続けてきた。1992 年には、さらなる顧客満足度の向上を目指して、「QC サークル活動」を昇華させた「CS 経営推進委員会」を発足、その翌年には CS 経営の基盤となる CS 理念「私たちはより良いサービスをより快適に提供します。」を制定、今日まで顧客満足度の追及を図ってきた。

CS 経営の推進の一環として、同社では CS 対応の実践と研鑽する風土を醸成し、「創業の精神」や「企業理念」のさらなる浸透を図ることを目的に、社員の顧客対応力を評価、表彰する「CS アワード」を年 1 回開催している。「CS アワード」では、CS に関する優れた活動を共有して、会社全体で評価、表彰をしている。主なプログラムは以下のとおり。



プログラム名	概要
CS カードプレゼンテーション	CS 体験カード ⁴³ 、CS 改善提案カード ⁴⁴ のそれぞれ最優秀賞、優秀賞に選ばれた社員によるプレゼンテーション
CS 対応発表	顧客接点对応部署の社員による「お客様第一主義」を実践できた対応ログの共有
アコムビジョン×CS アワード	各ステークホルダーの担当部署の社員によるビジョンに関する取組み紹介

⁴³ 業務を通じて顧客に喜んでもらったことや、プライベートで体験した CS 事例などを共有するもの

⁴⁴ 顧客の要望や不満、日常業務を通じた課題をもとにさまざまな改善策を提案するもの

(イ) お客様の声の反映

コールセンター等で受けた、顧客等からの問い合わせや苦情等に関する情報について、コンピュータシステムに記録された内容を必要に応じて抽出できるシステムを導入している。全社的な集計や内容の把握・分析をすることで、サービス改善に活かすとともに、機動的な改善をおこなうため「お客様の声検討会」を毎月開催している。

また、「お客さまから寄せられたご要望」や「自分自身の体験」から気づいた同社の商品・サービスなどの改善事項を「CS 改善提案カード」として、「お客さまに喜んでいただいたこと」や「プライベートで体験した CS 事例」は「CS 体験カード」として、社員が提案する制度がある。提案された「CS 改善提案カード」や「CS 体験カード」は、それぞれ関連する部署が「CS カード検討会」を毎月開催し、改善や好事例の共有等をしている。

※参考資料

表 20 CS に関する各種対応等の実績⁴⁵

項目	2020 年度		2021 年度		2022 年度	
		うち改善・共有		うち改善・共有		うち改善・共有
CS カード	5,572	111	5,235	118	4,711	182
CS 改善提案カード	1,530	42	1,204	49	1,330	88
CS 体験カード	4,042	69	4,031	69	3,381	94

具体的な改善事例

- ・磁気不良によるカードの不具合を軽減するため、磁気ストライプ部分を改良した AC マスターカードの発行を開始した。
- ・利便性向上を図るため、一部のコンビニ ATM において AC マスターカードでの返済を可能とした。
- ・商品・サービスを理解できるよう、親しみやすいキャラクターを活用した説明アニメーション「はじめてのアコムのはじめ」を HP 等に掲載した。
- ・契約手続きをスムーズにするために、契約手続き専用の HP をより見やすく分かりやすいデザインに一新した。

⁴⁵ 出典：同社 ウェブサイト

イ. 効率的・効果的な集客の実施

国内のローン・クレジットカード事業においては、急速に変化しているデジタル環境を的確かつスピーディーに捉え、既存顧客に加え、新規集客の強化については SNS を活用した新規施策等に取り組んでいる。

また、近い将来、メタバースが店舗やインターネットに続く新たなチャネルとなり、オンラインサービスの主流となる可能性を見据え、顧客接点チャネルとしてのメタバースの有用性を検証するため、「バーチャルマーケット⁴⁶2022 Winter」に出展、消費者金融業界として初のバーチャルマーケットに出展した。

※参考資料

同社の SNS 公式アカウントは以下のとおり。

表 21 同社公式アカウント一覧⁴⁷

X(旧 Twitter)	https://twitter.com/acom_official
YouTube	https://www.youtube.com/user/acomchannel
Facebook	https://www.facebook.com/アコム株式会社-109995141261746
TikTok	https://www.tiktok.com/@acom.official



図 19 バーチャルマーケット 2022 Winter 出展の様子⁴⁸

⁴⁶ メタバース上にある会場で、アバターなどの 3D アイテムやリアル商品（洋服、PC、飲食物など）を売り買いできる世界最大の VR イベントで、2018 年より開催している。日本はもとより世界中から 100 万人を越す来場者を誇り、ギネス世界記録にも認定されたメタバースの先駆け的イベントである。「バーチャルマーケット 2022 Winter」は、企業出展会場を「パリ」、「札幌」、「名古屋」をパラリアル化した 3 会場で、2022 年 12 月 3 日(土)～18 日(日)の計 16 日間に亘って開催した。

⁴⁷ 出典：同社 ウェブサイト

⁴⁸ 出典：PR TIMES8（株式会社 HIKKY）

ウ. 信用保証事業を通じた地域経済の活性化

同社グループは、三菱 UFJ 銀行、有力地方銀行等の、提携金融機関が販売するカードローン商品を利用している顧客の債務保証を行っている。その一方、既存の銀行等に加え、インターネット専業銀行を中心に提携ネットワークを拡大しているため、ローン事業で培ったノウハウを提供するだけでなく、各金融機関の実情やニーズに合わせたきめ細やかなサポートを行っている。

なお、地域経済は少子高齢化、人口流出等、様々な課題を抱えており、これらの課題に対して、同社は各金融機関と連携してカードローン商品を成長させるとともに、顧客ニーズやライフスタイルにあわせた商品の積極的な提供を図っていく。また、コロナ禍からの社会経済活動の正常化が進みつつある中、サービス消費を中心に回復の動きがみられることから、国内需要を下支えする資金需要回復にも対応すること等により、今後の地域経済の活性化に貢献していく。

エ. 海外金融事業を通じた ASEAN 経済発展への貢献

同社グループは、リテール金融部門の成長が著しい ASEAN のマーケットに注目しており、とりわけ成長が著しいタイ王国、フィリピン共和国においてローン事業を展開、ASEAN 経済を支える重要な役割を担っている。ASEAN は、急速に経済発展している一方で、銀行口座やクレジットカードを持たず金融サービスにアクセスできない人々がいる等の課題があるため、同社グループは、幅広いユーザーサービスを提供するとともに、ニーズに対応することにより ASEAN 経済の発展に貢献していく。

同社グループの強みとしては、日本国内における長年のローン事業の豊富な経験やノウハウに加え、タイにおいては個人向けローン事業を 25 年間に亘って営んできた結果、ノンバンク市場でトップシェアの地位を築くまで成長させた実績がある。新たな国での事業参入については、これらの事業経験やノウハウを活用することにより、比較的スムーズに事業基盤構築が可能である。

今後の市場環境・見通しについては、2022 年 12 月末におけるタイの個人向けローン市場は約 6,000 億バーツ（約 2 兆 5,000 億円）の規模があり、そのうちノンバンク業態の市場規模は約 3,000 億バーツ（約 1 兆 2,000 億円）となっており、ローン事業会社「EASY BUY」のシェアはノンバンク市場で 20%程度あるため、タイ国内でシェア No.1 のトップブランドの地位を築いている。2023 年度においても、実質 GDP 成長率の上昇が見込まれる



ため、ノンバンク市場においても引き続きプラス成長が期待される。

一方、フィリピンの個人向け無担保ローンの市場規模は約 3,500 億ペソ（約 8,500 億円）となっており、中所得者向けの無担保ローンを扱う銀行は限定的で、且つノンバンクも数社程度であるため、今後発展が見込まれる市場である。

オ. その他

(ア) 金銭教育の実施

2013 年より消費者の「保護」や「利益」を図り、個人向けカードローン市場の健全な発展を目的として、大学生や高校生向けに金銭教育の講義を実施している。2022 年度からは新入社員向けの講義も開催しており、若年層に対する金融リテラシー向上を支援している。

講義では、キャッシュレス決済の普及等、若年層にとって身近になりつつあるカードローンについて、実際にあった金銭トラブルの事例等を紹介することで注意喚起を促している。カードローン事業を担う企業の一員として、若年層が金融トラブルに巻き込まれないよう、このような事業を通じて取組みを図っていく。



※参考資料


表 22 金銭教育の実施状況⁴⁹

項目	単位	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
実施回数	回	6	7	6	11	26
受講者数※	人	930	1,620	588	663	1,757

※2018 年度及び 2019 年度は概算値

⁴⁹ 出典：同社 ESG データ

(4) コミュニティの活性化、持続可能なまちづくり支援

項目	内容								
インパクトの種類	PI の向上								
インパクト・カテゴリ	PI : 〈経済収束〉								
影響を与える SDGs の目標									
内容	<p>社会全体でデジタル化が進む中で、この変化に対応するだけでなく、データとデジタル技術を駆使して新たな価値を産み出すことが求められている。同社は、消費者信用市場のリーディングカンパニーとして、業界初の自動契約機「むじんくん」の開発やクレジットカード事業の開始など、常にイノベーションを起こしてきた。既成概念にとらわれず、「昨日のアコムを超える」という意識で、新たな価値を提供する。</p>								
毎年モニタリングする目標と KPI	<table border="1"> <thead> <tr> <th>対応方針</th> <th>指標</th> <th>目標</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>デジタルを活用した創造と革新の経営の追求</td> <td>金融サービスを「as a Service 型」で提供する新規事業の実現</td> <td>新規事業の開始時期に向け検討中（システム開発中）</td> </tr> </tbody> </table>			対応方針	指標	目標	デジタルを活用した創造と革新の経営の追求	金融サービスを「as a Service 型」で提供する新規事業の実現	新規事業の開始時期に向け検討中（システム開発中）
	対応方針	指標	目標						
	デジタルを活用した創造と革新の経営の追求	金融サービスを「as a Service 型」で提供する新規事業の実現	新規事業の開始時期に向け検討中（システム開発中）						
※設定した KPI のうち目標年度に達したものについては、再度の目標設定等を検討									

①デジタルを活用した創造と革新の経営の追求

PI：〈経済収束〉

ア．新規事業の創出・実現

エンベデッド・ファイナンス（組み込み型金融）事業を展開するため、2022年3月に Crezit Holdings 株式会社と業務提携契約を締結し、4月に同社100%出資のフィンテック企業 GeNiE（ジーニー）を設立した。株式会社が金融サービスの担い手となり Crezit 社が提供する「Credit as a Service Platform」⁵⁰を活用し、エンドユーザーを有する事業者とパートナーシップを組むことによって、パートナーのサービスを利用している顧客へ新しい体験の金融サービスを提供していく。



図 20 主なサービス概要⁵¹

※参考資料

Embedded Finance（エンベデッド・ファイナンス）⁵²

Embedded Finance とは、エンドユーザーが自ら金融事業者にアクセスせずとも、普段利用している非金融事業者の提供するサービスから利用できる金融サービスのことを指す。非金融事業者の提供サービス内に、金融サービスを埋め込む／組み込むということから、日本語では「埋込型金融」や「組込型金融」と訳される。

近年、小売企業や自動車メーカー、通信サービス企業等、さまざまな企業が金融サービスに参入しており、これらの企業が提供しているものが、Embedded Finance である。具体的には、銀行や証券会社といった金融機関が、API と呼ばれるインターフェースを

⁵⁰ 消費者信用事業や融資事業に参入したいあらゆる企業に対して、金融サービス構築に必要なシステム基盤やオペレーションを提供していくプラットフォーム。近年テクノロジー企業が自社の顧客基盤に対して、顧客データを活用した金融サービスを展開する流れが加速している。

⁵¹ 出典：GeNiE（ジーニー）ウェブサイト

⁵² 出典：三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社

通じて、非金融事業者に対して決済サービスや個人向けローンといった金融サービスを提供する。

具体的なサービスとしては、Uber が挙げられる。本サービスでは、ユーザーが車を呼び出し、目的地まで移動するが、事前にクレジットカード等の支払方法を設定しておくことで、降車時に支払・会計を行う必要がない。このように、非金融サービスを利用するなかで、金融サービスが埋め込まれているものである。

イ. その他

(ア) キャッシュレス決済等への対応

キャッシュレスニーズの高まりを受けて、アコムマスターカードにおいて 2022 年 4 月に Apple Pay、同年 5 月に Google Pay に対応した。スマートフォンの利用により、同社クレジットカードの利用が可能となった。



また、先述のとおり、カードレス取引の取組みも図っており、2021 年 10 月には、公式スマホアプリをアップデート、クレジットカードをアプリ上でバーチャルカードとして発行することで、カードレスでショッピングが可能となった。また、カードローンでは、セブン銀行の ATM に表示される QR コードをアプリで読み込むことにより、カードレスで入出金が可能となった。

(イ) 会員サイトのリニューアル

利便性をより一層高めるため、デジタルチャネルの UI/UX の高度化に継続して取り組んでいる。同社への申込みの約 9 割がインターネット経由であることから、2022 年 2 月には、視認性、操作性を高めることによるユーザビリティの向上を目的として、会員サイトのうち約 40 画面のデザインをリニューアルした。これらの取組みを実施した結果、2023 年 3 月の申込み完了率（申込フォームに到達した申込者が、申込を完了した割合）が同年同月比でプラス 7.8 ポイント改善した。引き続き、「新しい便利」を提供するべく、デジタルライゼーションの取組みを図っていく。



図 21 申込フォームの改善⁵³

(ウ) ビジネスコンテスト「DRIVE」の開催

「創造と革新の経営」を通じて同社グループのビジョンを実現すること、及び挑戦が奨励され失敗が許容される組織文化を定着させることを目的に、ビジネスコンテスト「DRIVE」を開催している。新規事業や既存事業、同社の変革に資する変革等、幅広く社内から募集して、書類選考を通過した応募者は外部パートナー企業のサポートにより最終ピッチに臨む。最終ピッチを通過した案件は、実現に向けてプロジェクトを立ち上げる。


通常業務を超えて、中長期的な視野や経営の目線から同社について考える機会を提供して、社員一人ひとりが当事者意識をもって「創造と革新の経営」を体現した組織を作り上げていく。



アイデアの考え方を学ぶワークショップ

⁵³ 出典：同社 統合報告書 2023

(5) ガバナンス分野の強化

項目	内容		
インパクトの種類	NI の低減		
インパクト・カテゴリ	NI : 〈強固な制度、平和、安定〉、〈人格と人の安全保障〉		
影響を与える SDGs の目標			
内容	<p>同社は、ステークホルダーの期待に応え、さらなる信頼関係を構築するため、コーポレート・ガバナンスの充実を経営の重要事項に位置付け、経営の健全性、透明性及び効率性を確保し、継続的な株主価値の向上を図る。また、適正なコーポレート・ガバナンス体制の構築には、有効な内部統制システムが不可欠であるとの認識に基づき、経営のリーダーシップのもと、組織内のすべての構成員が内部統制システムの構築及び実効性の確保にあたりるとともに、内部統制システムの有効性を常に評価、検証し、継続的に改善していく。</p>		
毎年モニタリングする目標と KPI			
	対応方針	指標	目標
	ガバナンス分野の強化	コーポレート・ガバナンス・コードへの対応の高度化	コーポレート・ガバナンス・コードへの的確な対応 組織・会議体の整備
コンプライアンス		コミュニケーション活性化施策の実践 ノーハラスメントの全体浸透に向けた施策の推進	
<p>※設定した KPI のうち目標年度に達したものについては、再度の目標設定等を検討</p>			

①ガバナンス分野の強化

NI：〈強固な制度、平和、安定〉、〈人格と人の安全保障〉

ア. コーポレート・ガバナンス・コードへの対応の高度化

同社は、ステークホルダーの期待に応え、さらなる信頼関係を構築するためコーポレート・ガバナンスの充実を経営の重要事項に位置付け、経営の健全性、透明性及び効率性を確保し、継続的な株主価値の向上を図っていく。また、利息返還訴訟に関しては、専門部署（審査第二部）を設け、司法書士・弁護士・裁判所等の対応を実施しており、利息返還を求める訴訟件数は年々着実に減少傾向にある。

適正なコーポレート・ガバナンス体制の構築には、有効な内部統制システムが不可欠であるとの認識に基づき、経営のリーダーシップのもと、組織内のすべての構成員が内部統制システムの構築及び実効性の確保にあたるとともに、内部統制システムの有効性を常に評価、検証し、継続的に改善を図っていく。なお、現状のコーポレート・ガバナンス体制及び内部統制は、以下のとおり。

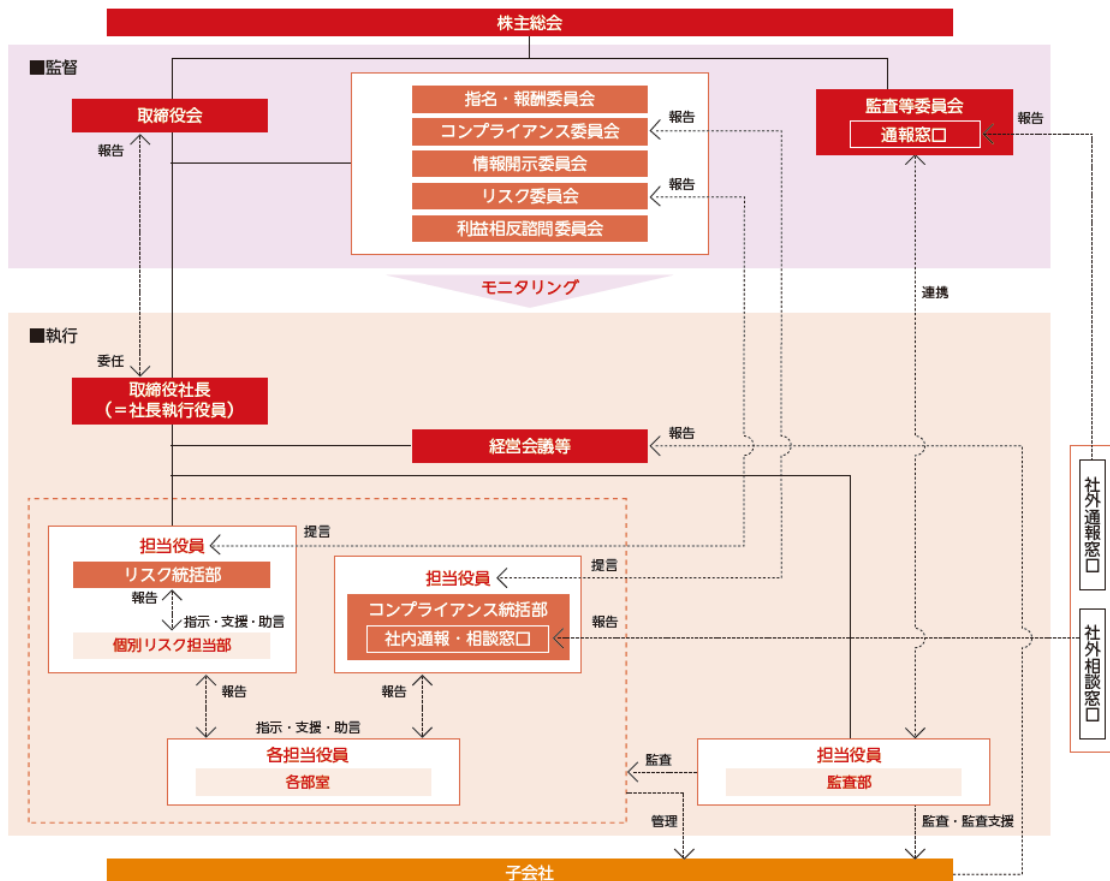


図 22 コーポレート・ガバナンス体制及び内部統制⁵⁴

⁵⁴ 出典：同社 統合報告書 2023

イ. コンプライアンス

同社は、コンプライアンスを経営の最重要事項のひとつとして位置づけ、1998年に業界に先駆けて「アコムビジネス倫理綱領（現：アコムグループ倫理要綱・行動基準）」を制定するなど、コンプライアンスの徹底と実践活動に早くから取り組んでいる。

同社のコンプライアンスを統括する部署として、コンプライアンス統括部を設置、コンプライアンス統括部では、法令等遵守に係る実践計画の策定・見直しやフォローアップ、遵守すべき法令等を取りまとめたコンプライアンス・ハンドブックの策定・更新・周知徹底、各種研修を通じた啓発活動などのほか、社員相談ホットラインを通じた役職員からの通報・相談の対応などを中心に行っている。また、営業本部・審査本部に「コンプライアンス推進室」を設置し、コンプライアンス統括部と連携して、より業務に則したコンプライアンスを推進する体制としている。

さらに、外部の有識者を中心に構成される「コンプライアンス委員会」を設置し、コンプライアンス体制の整備・強化のための重要な事項が審議される仕組みとすることで、コンプライアンスの実効性の確保を図っている。加えて、2023年度から「人間尊重の精神」に基づくコミュニケーションの充実やコンプライアンス人材の育成を図っている。このように同社では、コンプライアンス重視の企業風土を確立するための体制強化を継続するとともに、社員一人ひとりのコンプライアンス意識の更なる向上に努めている。

※参考資料

アコムグループ倫理綱領（2007年12月1日制定、2020年4月1日改定）

私たちアコムグループは、企業の社会的責任と使命を自覚するとともに、創業の精神である「信頼の輪」を堅持し、この精神に由来する「企業理念」に沿って行動することを決意し、ここに「アコムグループ倫理綱領」を定めます。

1. 私たちは、いかなる場合も「人間尊重の精神」を忘れず、良識ある行動をとります。
2. 私たちは、日々研鑽に努め、職務に関する法令等の趣旨をよく理解しこれを遵守します。
3. 私たちは、「お客さま第一義」に徹し、お客さまのニーズに応え、良質なサービスの提供に心掛けます。
4. 私たちは、職務上知り得たお客さまの秘密その他各種情報の管理を徹底します。
5. 私たちは、経営の透明性を確保するため、適時適切な企業情報の開示に努めます。
6. 私たちは、社会の一員として、事業活動や社会貢献活動を通じて、持続可能な社会の実現に貢献します。
7. 私たちは、市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体に対して毅然とした態度を貫くとともに、マネー・ローンダリングやテロ資金供与などの金融犯罪を防止します。

行動基準（2007年12月1日制定、2020年4月1日改定）

以下の行動基準（一部抜粋）は、「アコムグループ倫理綱領」を実践するにあたり、役職員が遵守すべき行動のあり方を示したものである。

人間尊重の精神	(1)行動の基本	<p>①お客さまをはじめすべての人の基本的人権を尊重することを行動の基本とし、常にアコムグループの役職員として恥じない行動をとるよう心掛けます。</p> <p>②名誉・信用の毀損、プライバシーの侵害等の人権侵害行為は行いません。</p>
	(2)公正な処遇	<p>役職員の公正な処遇を受ける権利を保護し、人種、国籍、信条、宗教、社会的身分、障がい、門地、婚姻、性別、性的指向、性自認などを理由として、処遇その他の人事管理の面で差別的な取扱いを行いません。</p>
	(3)働きやすい職場づくり	<p>①役職員一人ひとりの能力を最大限に発揮できる組織風土の実現を目指し、安全で衛生的な職場環境を整備するとともに、様々な就労ニーズに応えられるよう多用な雇用形態、就労形態を提供するなど、働きやすい職場づくりに努めます。</p> <p>②役職員は、お互いを仕事のパートナーとして尊重し、相互に報告・連絡・相談を行い、緊密なコミュニケーションを通じて職場内の融和を図ります。</p> <p>③セクシュアルハラスメントやパワーハラスメントなど役職員の人格を傷つけ勤労意欲を阻害する行為は、一切行いません。</p>
法令等の遵守	(1)法令等の遵守	<p>①企業の存立は、法令等を厳格に遵守するとともに、高い倫理観をもって公正・誠実に行動することで支えられていることを深く認識し、業務活動においてはいたずらに企業の収益性のみを追求することのないよう留意します。</p> <p>②個々の業務にあたっては、それがいかなる法令等の根拠に基づくものであるかを確認し、これに従って行動します。</p> <p>③法令等の規定は、平素の研鑽を通じて、その趣旨・目的を十分理解し、いたずらに規定の文言にこだわった独善的な解釈に陥ることなく、正しい解釈の下に運用します。</p>
	(2)公正な企業活動	<p>企業活動にあたっては、公正かつ自由な競争の意義を尊重し、公正な市場ルールと適正な商慣習に従います。</p>
	(3)資産の管理	<p>これまで積み上げてきた企業経営に関わる各種有形・無形の資産を適切に保全・管理するとともに、私的流用、その他これを毀損する行為を許しません。</p>
	(4)問題事象の報告・相談・通報	<p>①法令、社内規定などコンプライアンスに反する行為または反するおそれのある行為を発見した場合は、速やかに上席者に報告・相談、あるいは内部通報窓口に通報します。</p> <p>②内部通報制度の利用の如何を問わず、報告・相談・通報を受けた者は、その情報を厳格に取り扱</p>

		うとともに、当該報告等をした者に不利益が及ばないように対応します。 ③問題事象が発覚した場合には、その原因を究明して解決し、再発防止策を講じます。
--	--	--

コンプライアンス関連の研修実績

コンプライアンス並びにハラスメントの定義や注意点、通報に対する取扱い等について、eラーニング等を用いて継続的に以下の研修を実施している。

表 23 コンプライアンス関連の研修実績(一部抜粋) ⁵⁵

項目	単位	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
ハラスメントに関する eラーニング	人	2,294	2,293	2,247	2,174	2,213
MUFG グループ・同社グループの倫理綱領及び行動基準に関する eラーニング	人	2,246	4,543	4,604	4,542	4,484

⁵⁵ 出典：同社 ESG データ

5. JCR による評価

JCR は、本ファイナンスの KPI に基づくインパクトについて、PIF 原則に例示された評価基準に沿って以下のとおり確認した結果、多様性・有効性・効率性・追加性が期待されると評価している。当該 KPI は、上記のインパクト特定及び同社のサステナビリティ活動の内容に照らしても適切である。

① 多様性:多様なポジティブ・インパクトがもたらされるか

本PIF評価に基づくファイナンスは、同社のバリューチェーン全体を通して、多様なポジティブ・インパクトの発現及びネガティブ・インパクトの抑制が期待される。

4項目のインパクト、以下のとおりそれぞれ幅広いインパクト領域に亘っている。

(1) 環境に配慮した企業活動の推進

「廃棄物」、「気候」に係るネガティブ・インパクト

(2) 人間尊重の精神に基づくダイバーシティの推進

「雇用」、「包摂的で健全な経済」に係るポジティブ・インパクト、「雇用」に係るネガティブ・インパクト

(3) お客さま第一義を追求した金融サービスの提供

「包摂的で健全な経済」「経済収束」に係るポジティブ・インパクト

(4) デジタルを活用した創造と革新の経営の追求

「経済収束」に係るポジティブ・インパクト

(5) ガバナンス分野の強化

「強固な制度、平和、安定」「人格と人の安全保障」に係るネガティブ・インパクト

また、主要業務を通じた国内外の顧客、自治体への便益の提供、子会社を通じた付加価値の提供等により、バリューチェーン全体に亘るインパクトが期待される。

② 有効性:大きなインパクトがもたらされるか

本ファイナンスは、大きなポジティブ・インパクトの発現及びネガティブ・インパクトの抑制が期待される。

2023年3月期の同社の営業収益は6,547億円、総資産は1兆2,973億円で、国内消費者金融業において、営業収益ベースで2位と上位を占める。

ローン・クレジットカード事業では、消費者向け無担保ローンやMastercardブランドのクレジットカードを提供しており、営業資産残高は単体ベースでは業界首位である。

TVCM等を通じた認知力による高いブランド力があり、大きなインパクトがもたらされると考えられる。

海外金融事業では、タイとフィリピンで事業展開している。タイでは、EASY BUYを1996年に設立し、他社に先駆けて業容を拡大してきた。現地における知名度は高く、タイの消費者向け無担保ローンではノンバンクとしてシェアが首位である。

一方で、目標の中には短期目標や定性目標の設定にとどまるKPIも多く、今後さらなる中長期的な定量目標の設定が望まれる。

③ 効率性: 投下資本に比して大きなインパクトがもたらされるか

本ファイナンスは、効率的なポジティブ・インパクトの発現及びネガティブ・インパクトの抑制が期待される。

同社は、環境・社会分野を中心にマテリアリティ（重点領域）を特定しており、サステナビリティに係る取り組みを推進している。マテリアリティそれぞれには主な取り組み内容及び目標が定められており、具体的な施策が開示されている。

本ファイナンスの各KPIが示すインパクトは、同社の上記マテリアリティの主要な項目に係るものであり、本ファイナンスの後押しによってインパクトの効率的な発現・抑制が期待される。

④ 倍率性: 公的資金や寄付に比して民間資金が大きく活用されるか

各KPIが示すインパクトについて、本項目は評価対象外である。

⑤ 追加性: 追加的なインパクトがもたらされるか

本PIF評価に基づくファイナンスは、以下にリストアップしたとおり、SDGsの17目標及び169ターゲットのうち複数の目標・ターゲットに対して、追加的なインパクトが期待される。

(1) 「環境に配慮した企業活動の推進」に係る SDGs 目標・ターゲット



目標 7: エネルギーをみんなに そしてクリーンに

ターゲット 7.2 2030 年までに、世界のエネルギーミックスにおける再生可能エネルギーの割合を大幅に拡大させる。



目標 12: つくる責任、つかう責任

ターゲット 12.2 2030 年までに天然資源の持続可能な管理及び効率的な利用を達成する。

ターゲット 12.5 2030 年までに、廃棄物の発生防止、削減、再生利用及び再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する。



目標 13: 気候変動に具体的な対策を

ターゲット 13.1 全ての国々において、気候関連災害や自然災害に対する強靱性(レジリエンス)及び適応の能力を強化する。



目標 15: 緑の豊かさを守ろう

ターゲット 15.1 2020 年までに、国際協定の下での義務に則って、森林、湿地、山地及び乾燥地をはじめとする陸域生態系と内陸淡水生態系及びそれらのサービスの保全、回復及び持続可能な利用を確保する。

(2) 「人間尊重の精神に基づくダイバーシティの推進」に係る SDGs 目標・ターゲット



目標 3: すべての人に健康と福祉を

ターゲット 3.d すべての国々、特に開発途上国で、国内及び世界で発生する健康リスクの早期警告やリスク軽減・管理のための能力を強化する。



目標 5: ジェンダー平等を実現しよう

ターゲット 5.1 あらゆる場所における全ての女性及び女兒に対するあらゆる形態の差別を撤廃する。

ターゲット 5.5 政治、経済、公共分野でのあらゆるレベルの意思決定において、完全かつ効果的な女性の参画及び平等なリーダーシップの機会を確保する。



目標 8:働きがいも 経済成長も

ターゲット 8.2 高付加価値セクターや労働集約型セクターに重点を置くことなどにより、多様化、技術向上及びイノベーションを通じた高いレベルの経済生産性を達成する。

ターゲット 8.5 2030 年までに、若者や障害者を含む全ての男性及び女性の、完全かつ生産的な雇用及び働きがいのある人間らしい仕事、並びに同一労働同一賃金を達成する。



目標 10:人や国の不平等をなくそう

ターゲット 10.2 差別的な法律、政策、及び慣行の撤廃、ならびに適切な関連法規、政策、行動の促進などを通じて、機会均等を確保し、成果の不平等を是正する。

(3) 「デジタルを活用した創造と革新の経営の追求」に係る SDGs 目標・ターゲット



目標 11:住み続けられるまちづくりを

ターゲット 11.1 2030 年までに、全ての人々の、適切、安全かつ安価な住宅及び基本的サービスへのアクセスを確保し、スラムを改善する。

(4) 「お客さま第一義を追求した金融サービスの提供」に係る SDGs 目標・ターゲット



目標 9:産業と技術革新の基盤をつくろう

ターゲット 9.1 全ての人々に安価で公平なアクセスに重点を置いた経済発展と人間の福祉を支援するために、地域・越境インフラを含む質の高い、信頼でき、持続可能かつ強靱(レジリエント)なインフラを開発する。

(5) 「ガバナンス分野の強化」に係る SDGs 目標・ターゲット



目標 16:平和と公正をすべての人に

ターゲット 16.7 あらゆるレベルにおいて、対応的、包摂的、参加型及び代表的な意思決定を確保する。

6. モニタリング方針

北海道銀行は、同社の事業活動から意図されたポジティブ・インパクトが継続して生じていることや重大なネガティブ・インパクトが引続き適切に回避・低減されていることにつき継続的にモニタリングを行う。また、本ファイナンスの契約期間は2029年10月31日までであるが、契約期間中に目標年を迎えるKPIは継続する目標の設定状況について、目標年が契約期間を超えるKPIは目標達成に向けた進捗状況と契約期間後の対策について、それぞれモニタリングが実施される。

同社は、統合報告書及びウェブサイト等でサステナビリティに関する定性的・定量的な情報を開示しており、北海道銀行はそれらの開示情報やその他の各種公開情報を確認することにより、達成状況等をフォローアップすることが可能である。本ファイナンスの実行にあたり、インパクトを生み出す活動やKPI等に関し、継続的、定期的、かつ必要に応じて適時情報開示することを同社に要請している。

なお、モニタリングの結果、同社のサステナビリティ活動に重大な影響を与える事象（同社の基本方針・推進体制の変更、マテリアリティの変更等外部環境の重大な変化等）が認められ、本ファイナンスで特定されたインパクトに変更が生じた場合、あるいは当該インパクトに係る目標・KPIに変更が生じた場合、北海道銀行は本ポジティブ・インパクト評価の内容について更新を行う。以上がモニタリング方針である。

7. モデル・フレームワークの活用状況評価

JCRは上記3～6より、本PIF評価において、SDGsに係る三側面（環境・社会・経済）を捉えるモデル・フレームワークの包括的インパクト分析（インパクトの特定・評価・モニタリング）が、十分に活用されていると評価している。

IV. PIF 原則に対する準拠性について

JCR は、北海道銀行の PIF 商品組成に係るプロセス、手法及び社内規程・体制の整備状況、並びに同社に対する PIF 商品組成について、PIF 原則に沿って以下の通り確認した結果、全ての要件に準拠していると評価している。

1. 原則 1 定義

原則	JCR による確認結果
PIF は、ポジティブ・インパクト・ビジネスのための金融である。	本ファイナンスは、北海道銀行が同社のポジティブ・インパクト・ビジネスを支援するために実施する PIF と位置付けられている。
PIF は、持続可能な開発の三側面（経済・環境・社会）に対する潜在的なネガティブ・インパクトが十分に特定・緩和され、一つ以上の側面でポジティブな貢献をもたらす。	本ファイナンスでは、経済・環境・社会の三側面に対するネガティブ・インパクトが特定・緩和され、ポジティブな成果が期待される。
PIF は、持続可能性の課題に対する包括的な評価により、SDGs における資金面の課題への直接的な対応策となる。	本ファイナンスは、SDGs との関連性が明確化されており、当該目標に直接的に貢献し得る対応策である。
PIF 原則は、全カテゴリーの金融商品及びそれらを支える事業活動に適用できるよう意図されている。	本ファイナンスは、北海道銀行の同社に対するローンである。
PIF 原則はセクター別ではない。	本ファイナンスでは、同社の事業活動全体が分析されている。
PIF 原則は、持続可能性の課題における相互関連性を認識し、選ばれたセクターではなくグローバルなポジティブ及びネガティブ・インパクトの評価に基づいている。	本ファイナンスでは、各インパクトのポジティブ・ネガティブ両面が着目され、ネガティブな側面を持つ項目にはその改善を図る目標が、ポジティブな側面を持つ項目にはその最大化を図る目標が、それぞれ設定されている。

2. 原則 2 フレームワーク

原則	JCR による確認結果
PIF を実行するため、事業主体（銀行・投資家等）には、投融資先の事業活動・プロジ	北海道銀行は、ポジティブ・インパクトを特定しモニターするためのプロセス・方法・

<p>エクト・プログラム・事業主体のポジティブ・インパクトを特定しモニターするための、十分なプロセス・方法・ツールが必要である。</p>	<p>ツールを開発した。また、運営要領として詳細な規程を設けており、職員への周知徹底と評価の一貫性維持に有効な内容となっている。一方、今後案件数を重ねる中で、融資判断の参考となるポジティブ・インパクトの尺度、ガバナンス体制の評価項目につき具体的な基準を検討していくことで、PIF としてより効果的な融資を実行し得るものと考えられる。</p>
<p>事業主体は、ポジティブ・インパクトを特定するための一定のプロセス・基準・方法を設定すべきである。分析には、事業活動・プロジェクト・プログラムだけでなく、子会社等も含めるべきである。</p>	<p>北海道銀行及び道銀地域総合研究所は、モデル・フレームワークに沿って、ポジティブ・インパクトを特定するためのプロセス・基準・方法を設定しており、子会社等を含む事業活動全体を分析対象としている。</p>
<p>事業主体は、ポジティブ・インパクトの適格性を決定する前に、一定の ESG リスク管理を適用すべきである。</p>	<p>北海道銀行及び道銀地域総合研究所は、ポジティブ・インパクト分析に際し、UNEP FI から公表されているインパクト・レーダー及びインパクト分析ツールを活用している。</p>
<p>事業主体は、金融商品として有効な期間全体に亘り意図するインパクトの達成をモニターするための、プロセス・基準・方法を確立すべきである。</p>	<p>北海道銀行は、モニタリングのためのプロセス・基準・方法を確立している。</p>
<p>事業主体は、上記のプロセスを実行するために、必要なスキルを持ち、然るべき任務を与えられたスタッフを配置すべきである。</p>	<p>北海道銀行には、上記プロセスを実行するために必要なスキルを持つ担当部署・担当者が存在している。</p>
<p>事業主体は、上記プロセスの導入について、必要に応じてセカンド・オピニオンや第三者による保証を求めるべきである。</p>	<p>北海道銀行は、今般 JCR にセカンド・オピニオンを依頼している。</p>
<p>事業主体は、プロセスを随時見直し、適宜更新すべきである。</p>	<p>北海道銀行は、社内規程によりプロセスを随時見直し、適宜更新している。本第三者意見に際し、JCR は 2023 年 9 月制定の同行社内規程を参照している。</p>
<p>ポジティブ・インパクト分析は、例えば商品・プロジェクト・顧客に関する研修や定</p>	<p>北海道銀行及び道銀地域総合研究所は、ポジティブ・インパクト分析に際し、参考と</p>

<p>期的なレビューの際、既存のプロセスと同時に行うことができる。ポジティブ・インパクト分析は、一般に広く認められた既存のツール・基準・イニシアティブがあれば、それらを有効に活用することができる（例えばプロジェクト・ファイナンスでは、赤道原則は一般に広く認められたリスク管理基準である）。</p>	<p>なる基準等が明記された UNEP FI のインパクト・レーダー及びインパクト分析ツールを活用している。</p>
--	--

3. 原則 3 透明性

原則	JCR による確認結果
<p>PIF を提供する事業主体（銀行・投資家等）は、以下について透明性の確保と情報開示をすべきである。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ポジティブ・インパクトとして資金調達する活動・プロジェクト・プログラム・事業主体、その意図するポジティブ・インパクト（原則 1 に関連） ・適格性の決定やインパクトのモニター・検証のために整備するプロセス（原則 2 に関連） ・資金調達する活動・プロジェクト・プログラム・事業主体が達成するインパクト（原則 4 に関連） 	<p>本ファイナンスでは、本第三者意見の取得・開示により透明性が確保されている。また、同社は KPI として列挙された事項につき、サステナビリティレポート及びウェブサイト等で開示していく。当該事項につき、北海道銀行は少なくとも年に 1 回、定期的に達成状況を確認し、必要に応じてヒアリングを行うことで、透明性を確保していく。</p>

4. 原則 4 評価

原則	JCR による確認結果
<p>事業主体（銀行・投資家等）の提供する PIF は、実現するインパクトに基づいて評価されるべきである。</p>	<p>北海道銀行は、PIF の実施にあたり、PIF 第 4 原則に掲げられた 5 要素（①多様性、②有効性、③効率性、④倍率性、⑤追加性）に基づき評価している。JCR は、本ファイナンスのインパクトについて第三者意見を述べるに際し、十分な情報の提供を受けている。</p>

V. 結論

以上より、JCR は、本ファイナンスが PIF 原則及びモデル・フレームワークに適合していることを確認した。

(担当) 川越 広志・菊池 理恵子

本第三者意見に関する重要な説明

1. JCR 第三者意見の前提・意義・限界

日本格付研究所（JCR）が付与し提供する第三者意見は、事業主体及び調達主体の、国連環境計画金融イニシアティブの策定したポジティブ・インパクト金融（PIF）原則への適合性に関する、JCR の現時点での総合的な意見の表明であり、本 PIF がもたらすポジティブなインパクトの程度を完全に表示しているものではありません。

本第三者意見は、依頼者である調達主体及び事業主体から供与された情報及び JCR が独自に収集した情報に基づく現時点での計画又は状況に対する意見の表明であり、将来におけるポジティブな成果を保証するものではありません。また、本第三者意見は、本 PIF によるポジティブな効果を定量的に証明するものではなく、その効果について責任を負うものではありません。本 PIF における KPI の達成度について、JCR は調達主体または調達主体の依頼する第三者によって定量的・定性的に測定されていることを確認しますが、原則としてこれを直接測定することはありません。

2. 本第三者意見を作成するうえで参照した国際的なイニシアティブ、原則等

本意見作成にあたり、JCR は、国連環境計画金融イニシアティブが策定した以下の原則及びガイドを参照しています。

ポジティブ・インパクト金融原則

資金使途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク

3. 信用格付業にかかるとの関係

本第三者意見を提供する行為は、JCR が関連業務として行うものであり、信用格付業にかかるとは異なります。

4. 信用格付との関係

本件評価は信用格付とは異なり、また、あらかじめ定められた信用格付を提供し、または閲覧に供することを約束するものではありません。

5. JCR の第三者性

本 PIF の事業主体または調達主体と JCR との間に、利益相反を生じる可能性のある資本関係、人的関係等はありません。

■留意事項

本文書に記載された情報は、JCR が、事業主体または調達主体及び正確で信頼すべき情報源から入手したものです。ただし、当該情報には、人為的、機械的、またはその他の事由による誤りが存在する可能性があります。したがって、JCR は、明示的であると黙示的であるとを問わず、当該情報の正確性、結果、的確性、適時性、完全性、市場性、特定の目的への適合性について、一切表明保証するものではなく、また、JCR は、当該情報の誤り、遺漏、または当該情報を使用した結果について、一切責任を負いません。JCR は、いかなる状況においても、当該情報のあらゆる使用から生じうる、機会損失、金銭的損失を含むあらゆる種類の、特別損害、間接損害、付随的損害、派生的損害について、契約責任、不法行為責任、無過失責任その他責任原因のいかんを問わず、また、当該損害が予見可能であると予見不可能であるとを問わず、一切責任を負いません。本第三者意見は、評価の対象であるポジティブ・インパクト・ファイナンスにかかる各種のリスク（信用リスク、価格変動リスク、市場流動性リスク等）について、何ら意見を表明するものではありません。また、本第三者意見は JCR の現時点での総合的な意見の表明であって、事実の表明ではなく、リスクの判断や個別の債券、コマーシャルペーパー等の購入、売却、保有の意思決定に関して何らの推奨をするものでもありません。本第三者意見は、情報の変更、情報の不足その他の事由により変更、中断、または撤回されることがあります。本文書に係る一切の権利は、JCR が保有しています。本文書の一部または全部を問わず、JCR に無断で複製、翻案、改変等を行うことは禁じられています。

■用語解説

第三者意見：本レポートは、依頼人の求めに応じ、独立・中立・公平な立場から、銀行等が作成したポジティブ・インパクト・ファイナンス評価書の国連環境計画金融イニシアティブのポジティブ・インパクト金融原則への適合性について第三者意見を述べたものです。
事業主体：ポジティブ・インパクト・ファイナンスを実施する金融機関をいいます。
調達主体：ポジティブ・インパクト・ビジネスのためにポジティブ・インパクト・ファイナンスによって借入を行う事業会社等をいいます。

■サステナブル・ファイナンスの外部評価者としての登録状況等

- ・国連環境計画 金融イニシアティブ ポジティブインパクト作業部会メンバー
- ・環境省 グリーンボンド外部レビュー者登録
- ・ICMA (国際資本市場協会に外部評価者としてオブザーバー登録) ソーシャルボンド原則作業部会メンバー
- ・Climate Bonds Initiative Approved Verifier (気候債イニシアティブ認定検証機関)

■その他、信用格付業者としての登録状況等

- ・信用格付業者 金融庁長官（格付）第1号
- ・EU Certified Credit Rating Agency
- ・NRSRO：JCR は、米国証券取引委員会の定める NRSRO (Nationally Recognized Statistical Rating Organization) の5つの信用格付クラスのうち、以下の4クラスに登録しています。(1)金融機関、ブローカー・ディーラー、(2)保険会社、(3)一般事業法人、(4)政府・地方自治体。米国証券取引委員会規則 17g-7(a)項に基づく開示の対象となる場合、当該開示は JCR のホームページ (<http://www.jcr.co.jp/en/>) に掲載されるニュースリリースに添付しています。

■本件に関するお問い合わせ先
情報サービス部 TEL:03-3544-7013 FAX:03-3544-7026

株式会社 日本格付研究所

Japan Credit Rating Agency, Ltd.
信用格付業者 金融庁長官（格付）第1号

〒104-0061 東京都中央区銀座 5-15-8 時事通信ビル