



BUSINESS

33 イオングループの価値創造を支える金融事業の役割

36 セグメント概況

42 顧客とともにつくる、生活金融の価値



イオングループの価値創造を支える金融事業の役割



(株)イオン銀行
代表取締役兼社長執行役員

木坂 有朗

イオン(株)執行役
人事・サステナビリティ担当

岡田 尚也

イオンフィナンシャルサービス(株) 専務執行役員
決済事業 兼 ファイナンス事業担当

櫻庭 博文

特集

接点が広がる。信頼が深まる。 金融が生み出すグループ価値

イオングループのシナジー最大化によるイオン生活圏の実現に向け、生活圏創造を担うイオン(株)執行役と、国内の決済・ファイナンス事業、銀行事業の責任者が鼎談。金融事業の果たす価値創造について語ります。

イオン生活圏と、顧客接点を支える金融の役割

岡田 イオン生活圏とは、簡単に言えば、お客さまとイオングループが接するあらゆる接点を一体として捉える考え方です。小売、ショッピングモール、金融など、それぞれの事業を個別に見るのではなく、地域のお客さまの暮らし全体を支える仕組みとして見えています。私たちは「経済圏」ではなく

「生活圏」という言葉を使っていますが、それは地域ごとに異なる課題やニーズに寄り添い、その地域の暮らしそのものを豊かにすることを目指しているからです。

櫻庭 その中で金融、とりわけ決済は、お客さまとの最も頻繁な接点です。現在の決済は単なる支払い手段ではありません。人々の暮らしや地域経済を支える社会インフラとしての役割を担うとともに、データの活用や高度なセキュリティを通

じて新たな価値を生み出しています。イオンカードやコード決済AEON Pay、電子マネーWAONや共通ポイントWAON POINTは、お客さまとつながるだけでなく、自治体や加盟店ともつながり、その接点をイオン生活圏へ広げる役割も果たしています。

木坂 銀行は少し違った役割を担っています。決済が入口だとすると、銀行はお客さまと長期的で深い関係を築く基盤です。預金や資産形成、ローンなどを通じて、お客さまの人生に寄り添うことができます。イオン銀行は「銀行をつくること」が目的ではなく、お客さまの不便を解消したいという声から生まれました。そうした成り立ちが、いまでも私たちの原点です。

岡田 重要なことは、お客さまを「イオン銀行のお客さま」「AEON Payのお客さま」と分けて見ないことです。全て「イオンのお客さま」として捉え、多様なサービスを組み合わせることで、1+1+1を3ではなく4や5にしていける。それが生活圏の価値だと考えています。

決済によって接点が広がり、銀行によって関係が深まる。そして、その接点や信頼関係が小売やショッピングモール、その他のサービスへとつながることで、お客さまにより便利で豊かな体験を提供できるようになります。

イオン生活圏とは、単に多くの事業を持っていることではなく、それぞれの事業がお客さまを起点につなぎ合い、一体となって価値を生み出すことです。その意味で、金融は生活圏を支える重要な機能であり、今後さらに大きな役割を担っていくと考えています。

イオングループの期待する金融

岡田 グループが金融に期待することは、大きく2つあります。ひとつは、お客さまとの接点をさらに広げることです。

イオングループの成長を支える金融事業の役割

人口減少が進む国内では、従来と同じサービスを提供するだけでは成長が難しくなります。だからこそ、決済を起点に、より多くのお客さまと継続的につながることが重要です。もうひとつは、小売やショッピングモール、サービスとの連携を通じて、お客さまへの提供価値を高めることです。特に海外では、小売と金融を融合したモデルがグループ成長の大きな原動力になると考えています。

櫻庭 私たちもその期待を強く認識しています。岡田さんの言うように、国内ではお客さまとの接点をいかに広げ、深めていくかが重要であり、金融事業はイオングループとお客さまをつなぐ入口として大きな役割を担っています。

国内の有効ID数は約4,000万人ですが、次のステージではAEON Payを軸に6,000万人規模の顧客基盤を目指しています。目的は単なる会員数の拡大ではなく、これまで接点を持てていなかった若年層や首都圏にお住まいの方など、新たなお客さまとのつながりを広げることです。また、グループ共通のロイヤルティプログラムやデジタルサービスの整備を通じて、小売・金融・サービスが一体となった顧客体験の

提供を進め、お客さまの利用価値向上につなげていきます。

木坂 銀行は、お客さまとの関係をより深く、長くしていく役割を担っています。金利のある世界になり、銀行預金の価値が改めて高まっています。預金はグループ金融事業を支える重要な土台であり、決済や小売との連携によって、イオンならではの価値創造につながります。また、クレジットカード利用情報や銀行口座の情報、店舗で伺ったお客さまのリアルな声を組み合わせることで、お客さま理解を深め、一人ひとりに寄り添ったサービスの提供を目指しています。イオン銀行の最大の強みは、全国のショッピングセンターに出店する約180店舗の顧客接点だと考えています。お客さまの悩みや気づきを直接伺うことができ、そのデータをAIなどで活用することで、お客さまとの関係をより深くすることができると考えています。

岡田 AEON Pay会員の拡大についてはイオンフィナンシャルサービスグループだけの課題とは考えていません。イオングループ全体の経営課題です。お客さまとの接点が増えることで、金融だけでなく小売も含めた価値創造の可能性が広がります。

決済ビジネスと銀行ビジネスを兼ね備える イオンフィナンシャルサービスの価値

櫻庭 当社グループの強みは、決済と銀行の両方を持っていることです。近年はAEON Payを軸に決済と銀行の連携を改めて強化しています。営業体制も見直しました。従来は別々に行っていた会員募集や営業活動についても、両社一体で運営する体制へ移行しています。決済の先には、預金や資産形成などのさまざまな金融ニーズがあります。お客さまにとって分かりやすく、シームレスな体験を提供するため、



今後も連携をさらに進化させていきます。

木坂 例えば「イオンカードセレクト」は、クレジットカード、銀行口座、電子マネーを一体化した商品です。カードをご利用いただくことで銀行預金が集まり、それが金融サービスの原資になります。従来は別々だった商品やサービスが、ひとつの体験として提供できることで、お客さまにとっても利便性が向上し、私たちにとってもより高い価値の提供につながることができています。今後もこういった金融サービスをワンストップで利用できる商品やサービス提供の形を考えていきたいです。

櫻庭 AEON Payの会員数や利用可能箇所は着実に増加しています。決済基盤が広がることで、お客さまとの接点も増えています。今後は、金融サービス全体をさらにシームレスにつなげることが課題です。

木坂 銀行も同様です。口座、決済、ローン、資産形成をお客さまから見てひとつの金融体験として提供する世界を目指しています。

岡田 決済と銀行の両方を持っていることはイオンフィナン



イオングループの成長を支える金融事業の役割

シャルサービスならではの大きな強みです。重要なことは、これが金融事業の中だけで完結しないということです。決済や銀行を通じて築かれたお客さまとの接点や信頼関係は、小売を含めたグループ全体の価値向上につながります。お客さまにとって価値があるのは、それらがひとつの体験としてつながっていることです。

私は、こうした接点の広がりと関係性の深まりが循環することで、イオン生活圏の価値はさらに高まっていくと考えています。

小売×金融が生み出す新たな価値

岡田 金融業界を取り巻く環境は大きく変化しています。デジタル化が進み、さまざまなプレーヤーが金融サービスへ参入しています。そのような環境下において、私は金融をグループ全体の価値創造エンジンのひとつだと考えています。金融にはお客さまとの関係そのものを深化させる力がある。さらにアジアでは、小売と金融を組み合わせたモデルが大きな

競争力になります。つまり、金融は顧客接点の拡大だけでなく、グループ全体の収益基盤強化にも大きく貢献しています。

櫻庭 私たちは長年クレジットカードの基幹システムの刷新に注力してきており、本年ついにシステムリリースを迎えました。今後の成長に向けては、このようなシステムやデジタル基盤への投資が欠かせません。ただ、私たちの競争優位はデジタル基盤だけでなく、やはりリアル店舗を持つことです。私が入社した30年前は、小売の現場と一緒に販促施策や企画を検討することが当たり前でした。現在はデジタル技術が進化していますが、木坂さんも言っていた通り、お客さまの暮らしに最も近い場所に店舗やショッピングモールがあり、リアルな声に触れられるという強みは変わりません。デジタルとリアルを融合しながら、小売との連携をさらに深めることで、イオングループならではの顧客体験を実現できるチャンスがあると考えています。

木坂 私たちは口座開設が起点ではなく、買物が起点です。お客さまはまずイオンに来店し、アプリや決済サービスを利用し、その延長線上で銀行ともつながります。この入口の広さがほかの銀行との大きな違いです。金融サービスのデジタル化が進み、ネットだけで完結するサービスも増えていますが、しかし、全てのお客さまがオンラインで金融商品を選ぶ訳ではありません。資産形成や住宅ローンなど、人生の節目に関わる相談では、実際に人に話を聞きたいというニーズも根強くあります。イオン銀行には全国の店舗があり、お買物のついでに気軽に立ち寄って相談できる環境があります。こうしたリアルな接点は、ネット専門の金融機関にはない強みです。デジタルの利便性と店舗での安心感を両立しながら、お客さま一人ひとりに寄り添った金融サービスを提供していきます。

イオンの金融サービスが描く次のステージ

岡田 今日の議論を通じて改めて感じたのは、イオン生活圏の価値をさらに高めていくうえで、金融の役割がますます重要になっているということです。イオングループが目指すのは、お客さま一人ひとりの暮らしに寄り添い続けることです。その実現に向けて、金融はますます重要な役割を担うと考えています。イオンフィナンシャルサービスには決済や銀行の枠を超え、お客さまとのつながりを起点に新たな価値を創出することを期待しています。

櫻庭 私たちは決済を通じて、より多くのお客さまとつながる基盤づくりを進めています。現在も、AEON Payを中心に、これまで接点を持ていなかった若年層のお客さまや、自治体、地域社会とのつながりも広がっています。今後は、こうした接点をさらに広げることに加え、そこから金融サービスやグループ各社のサービスへつなげていくことが重要になります。単に利用者数を増やすことではなく、日常生活のなかで自然に選ばれる存在となり、金融サービスへの入口としての役割を果たしていきたいと考えています。その先で、お客さま一人ひとりのニーズに応じた価値提供につなげていきたいですね。

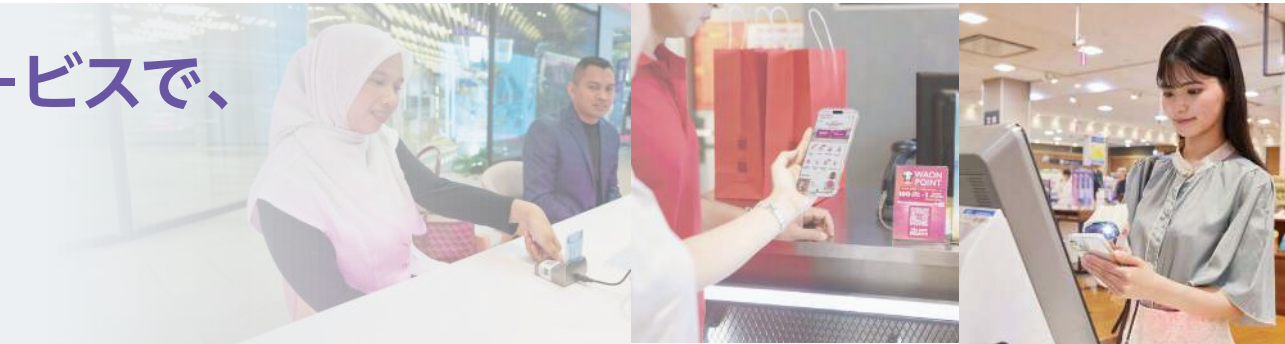
木坂 イオン銀行は創業以来、「お客さまの声から生まれた銀行」であり続けてきました。私たちが目指す姿は、単に預金やローンという機能を提供する銀行ではありません。預金や住宅ローン、資産形成など、ライフステージに応じたサービスを通じて10年、20年と信頼関係を築き、お客さまの人生に長く寄り添うことができる事業です。今後も決済や小売との連携を深めながら、お客さまの豊かな暮らしを支える存在であり続けたいと考えています。



セグメント概況

国内外の地域密着型金融サービスで、持続的な成長を支える

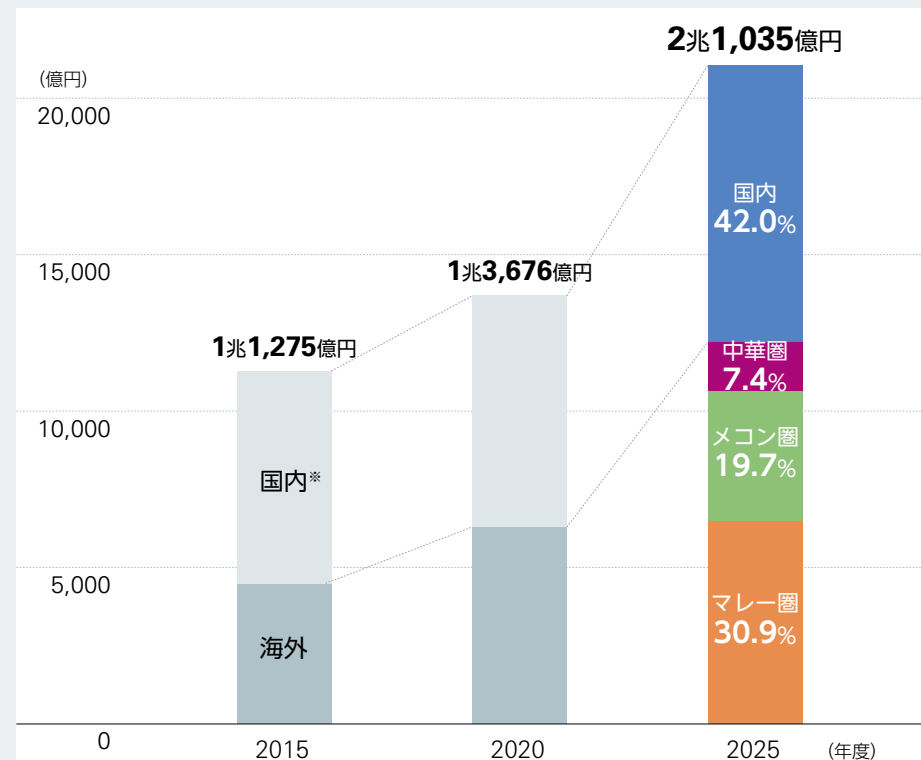
地域のニーズに応じた革新的なサービスを提供し、各地域の金融環境やお客さまのニーズに合わせた事業ポートフォリオを構築しています。



当社グループは、地域密着型の事業展開を通じて国内外で信頼を築き、グローバルに成長してきました。

決済や銀行を中心に幅広い金融サービスを展開する国内と、ノンバンクビジネスを軸に成長を続ける海外では、収益構造にそれぞれ特徴があり、地域特性に合わせた多様な事業モデルが当社グループの持続的な成長を支えています。

営業債権残高の推移



*国内営業債権残高は、高利回り債権残高(カードキャッシング、無担保ローン、ショッピングリボ・分割債権)の合計

セグメント別 営業収益・営業利益構成比

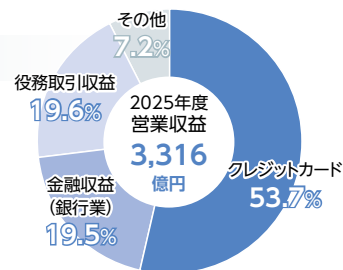


セグメント概況

国内

決済事業・ファイナンス事業

AEON Payを中心とした顧客接点の拡大と、融資サービスの成長により、収益基盤の強化と顧客生涯価値の向上を実現します。



入口

日常接点を広げるコード決済「AEON Pay」の拡大

AEON Payは、お客さまとの接点を広げるコード決済サービスとして成長を続けています。スマートフォンで手軽に利用できる利便性を強みに、従来のクレジットカード利用者に加え、これまで十分に接点を持てなかった若年層を含む幅広いお客さまとの新たな接点拡大に貢献しています。また、日々の決済を通じてお客さまと日常的なつながりを築くことで、カードや銀行口座、ローンなど多様な金融サービスへの入口としての役割も担っています。今後はグループ内外で利用シーンをさらに拡大し、誰でもどこでも利用できる環境づくりを推進します。2030年には6,000万人の顧客基盤構築を目指し、AEON Payを起点とした顧客接点の拡大と金融サービスの利用深化を進めていきます。

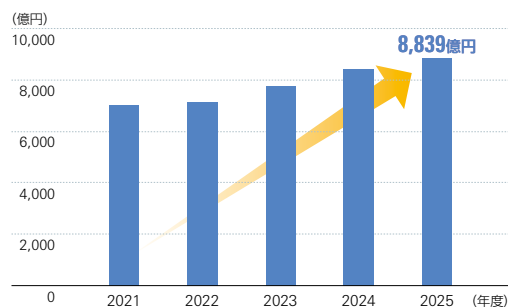


支える

多様な資金ニーズに応える融資サービスの拡充

キャッシュレス化が進展するなかでも、お客さまの資金ニーズは変わらず存在しています。当社はカードキャッシングをはじめとする融資サービスや、家計平準化ニーズに応えるショッピングリボ・分割サービスなどを通じて多様な資金需要にえています。今後はさらに利便性の高いサービスに向け、クレジットカード発行を前提としない、デジタルレンディングの展開を予定しており、少額利用や柔軟な返済ニーズにも対応していきます。より幅広いお客さまへの金融アクセスの実現により、融資残高の拡大を通じて、当社の重要な収益基盤のさらなる強化につなげていきます。

高利回り債権残高*



*カードキャッシング、無担保ローン、ショッピングリボ・分割債権の残高合計

責任者メッセージ

決済を入口に、金融サービスをもっと身近に

イオンフィナンシャルサービス(株)
専務執行役員
決済事業 兼 ファイナンス事業担当

櫻庭 博文 (Hirofumi Sakuraba)



当社を取り巻く環境は、キャッシュレス決済の浸透、デジタルやAIの進化、多様化するライフスタイルに加え、「金利のある世界」への移行など大きく変化しています。これらは金融サービスへの期待を高めると同時に、当社の新たな成長機会でもあります。

当社の強みは、イオングループの強固な顧客基盤と、決済・銀行の両機能を持つ独自性にあります。「AEON Pay」を起点に、日々のお買物から生活を支える金融インフラとして、カード、口座、融資、保険などをシームレスにつなぎ、便利で快適な体験を提供します。日常の接点から得られる決済、購買、預金などのデータを一元管理・活用することで顧客理解を深め、一人ひとりのライフステージに応じた最適な提案を行い、他社にはない価値を生み出していきます。

「高齢化」が課題とされることもありますが、かつてのクレジットカード事業単体での評価(顧客が生涯でもたらす利益の視点)とは異なり、現在は銀行口座と紐付けることで、年金受給や資産運用といった新たな金融ビジネスへの展開が実現しています。

2030年に向けては、AEON Payを起点とした顧客基盤の拡大、データ・AI活用によるパーソナライズ、そして生活密着型の総合金融サービスへの進化を目指します。その第一歩として、2026年4月に「イオンウォレット」を「AEON Pay」アプリへ刷新し、決済を中心としたUI・UXへとりこみリニューアルしました。

今後も「AEON Pay」を起点にお客さまへグループの強みを最大限に活かしたサービスを提供し、「金融をもっと近くに」の実現と企業価値の向上に邁進してまいります。

セグメント概況

国内

銀行事業

安定した預金基盤を強みに、決済から資産形成までワンストップで提供。
お客さまとの継続的な関係構築を通じて持続的な成長を実現します。



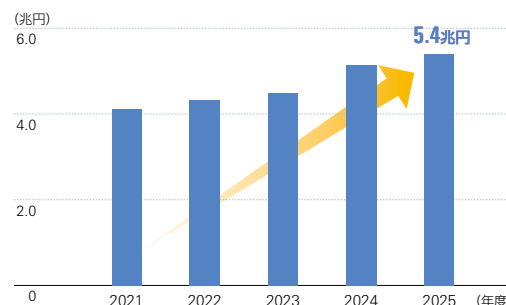
広がり

決済とつながる生活口座の推進

イオン銀行では、AEON Payやイオンカードと連携した口座利用を推進し、お客さまの日常生活を支える「生活口座」化を推進しています。給与受取や各種決済の設定などによる日常的な利用機会の拡大に加え、「イオン銀行 Myステージ」や「定期預金ポイントプラス」など、小売業から誕生したイオン銀行らしい、生活者の視点に立った独自のサービスを提供しています。

こうした取り組みを背景に預金残高は順調に拡大しており、金利上昇局面においても、預金による安定的かつ低利な資金調達は当社グループの強みとなっています。

円預金残高推移



繋がり

ライフステージに寄り添う金融サービスの提供

お客さまのライフステージに応じた総合金融サービスを提供することで、長期的な関係構築を進めています。住宅ローンをはじめとする各種ローンや保険、資産形成・資産運用に関する相談など、多様な金融ニーズにワンストップで対応できる体制を整えています。人生の節目ごとに発生するさまざまな課題や不安に対し、対面とデジタルを組み合わせたサポートを通じて、お客さまに寄り添った提案を実施しています。決済や預金を起点に築いた関係を、将来にわたる金融取引へつなげることで、お客さまの暮らしを支えるとともに、当社グループの収益機会の拡大と企業価値向上を実現していきます。



責任者メッセージ

暮らしに寄り添い、
生涯にわたる金融パートナーへ

(株)イオン銀行
代表取締役 兼 社長執行役員

木坂 有朗 (Yuro Kisaka)

イオン銀行はお客さまの声から生まれた銀行です。創業以来、「イオンのお客さまの気持ちに一番近い銀行」「毎日の生活に一番近い銀行」を目指し成長してきました。来年20周年を迎えますが、その原点は今も変わりません。私たちは、お客さまの暮らしに寄り添い、お客さま満足を追求することこそが、持続的な成長につながると考えています。

日本は「金利のある世界」への転換に加え、キャッシュレス化やデジタル化が急速に進んでいます。私は、この変化を大きな成長機会だと捉えています。なぜなら私たちは、小売と金融が融合した独自の事業基盤を通じて、お客さまの購買、決済、資産形成、資金ニーズに至るまで幅広い接点を有している、日本でも数少ない銀行だからです。

これまでの銀行は、口座を起点にお客さまとつながるモデルが中心でした。一方で私たちは、日々の決済を起点に、お客さまとのつながりを広げています。給与受取やローン、資産形成、保険など、人生のさまざまな場面で生まれる金融ニーズの一つひとつに寄り添い、長期的な信頼関係を築いていきたいと考えています。

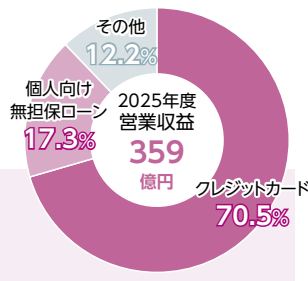
当社グループの強みは、店舗網や顧客基盤、決済や銀行、小売のデータ、そして店舗で直接頂くお客さまの声です。これらにより、イオン銀行はお客さまを最も深く理解できる存在になると考えています。今後はAIも活用しながら、お客さま一人ひとりに最適な提案や課題解決を実現し、金融をより身近なものにしていきます。

イオン銀行は2030年度に「決済を起点としたリテール金融パートナー」の実現を掲げています。お客さまから見れば、決済も銀行もひとつのサービスです。私たちは常にお客さま視点でサービスを再設計し、暮らしの中に自然に溶け込む金融モデルを創り上げていきます。今後も、お客さまの期待を超える価値を提供し、イオン生活圏の発展と企業価値向上の両立を実現していきます。

セグメント概況

中華圏

主要エリアである香港では、クレジットカードを中心としたファインビジネスを提供し、カード発行枚数でノンバンク業界をリード



Topics 1 小売×金融で実現するグループ顧客接点の拡大

AEON CREDIT SERVICE (ASIA) CO., LTD. (以下、ACSアジア)は、イオングループ各社との協働を中核戦略のひとつと位置付け、金融サービスと小売の顧客接点をつなぐ取り組みを推進しています。提供するスマホアプリ「AEON HK」は、カード・ローン申込、ポイント交換、キャッシング、eクーポン利用などを備えた重要なデジタル接点です。イオンストアーズ香港との協働販促を深化させる取り組みとして、同アプリにeクーポン引換機能を導入し、保有ポイントを時間や場所にとらわれずイオングループ店舗で利用できるeクーポンへ交換できるようになりました。今後もグループの連携領域を拡大し、戦略的な相互送客と価値共創を通じて、香港におけるグループシナジーの創出を進めてまいります。



Topics 2 S&P Global Sustainability Yearbookへの初選出

ACSアジアでは、国際的なESG基準対応とサステナビリティ経営の高度化を目的に、2025年にS&P Globalの企業サステナビリティ評価を初めて取得しました。評価対応を契機に、社内規程や運営プロセス、情報開示の強化を推進した結果、「総合金融サービスおよび資本市場」業界において世界の同業他社の80%を上回る評価を獲得。さらに2026年5月には「S&P Global Sustainability Yearbook (China Edition) 2026」に初選出され、大中華圏における業界上位15%のサステナビリティ・パフォーマーとして評価されました。今回の選定は、サステナビリティ経営が着実に前進していることを示すものと考えています。



AEON CREDIT SERVICE (ASIA) CO., LTD. 代表者メッセージ

小売と金融をつなぎ
データとAIで進化を続け
生活圏の新たな価値を創造

AEON CREDIT SERVICE (ASIA) CO., LTD.
Managing Director

魏 愛國 (Wei Aiguo)



当社は1990年に香港で事業を開始して以来、日本発の上場金融サービス会社として香港のお客さまに支えられながら成長を続け、設立から36年を迎えました。現在は、中国・深圳の子会社を含め、クレジットカード、個人向けローン、アクワイアリング、保険代理業など、地域のお客さまの多様な金融ニーズにお応えしています。

香港では、経済の先行き不透明感を背景に、消費環境が厳しさを増しているなか、お客さまの購買行動も変化しており、店舗・アプリ・ECを横断した顧客体験の提供へと競争の軸が移りつつあります。こうした変化を成長機会と捉え、当社はイオングループの強みである小売基盤と会員基盤を活かし、イオン生活圏の構築を加速しています。生活圏の拡大により蓄積されるデータとAI技術を活用し、お客さま一人ひとりのニーズに応じた最適な金融サービスの提供を目指してまいります。

2030年に向けて、お客さまからの信頼を基盤に、生活に身近な金融機関としての存在感を一層高めるため、以下の重点施策を推進しています。

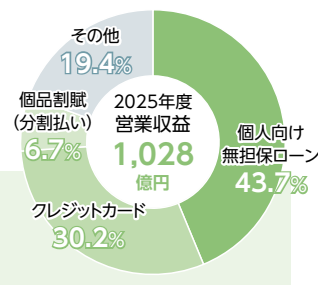
- イオン生活圏の構築に向けた共通ポイントプラットフォームの開発
- AIなどの先端技術を活用したオペレーションのデジタル化
- 若年層を中心とした顧客基盤の多様化
- 利益最大化とリスク最小化に向けたマネジメントの高度化
- お客さま・従業員双方に支持される企業づくり

これらの取り組みは、イオングループの基本理念に根ざしています。理念の実践と、組織全体への浸透をさせながら、環境の変化に応じて、進化と挑戦を続け、お客さま、株主、地域社会、そして従業員の皆さまが豊かさと笑顔を実感できる企業であり続けることが、私たちの目指す姿です。

セグメント概況

メコン圏

主要エリアであるタイでは、現地ノンバンク業界の中で個人向け無担保ローンやクレジットカードの高いシェアを誇る



Topics 1 デジタル化への取り組み

AEON THANA SINSAP (THAILAND) PLC.では、オンラインやスマホアプリを通じた取引ニーズの高まりに応えるべく、AI技術を活用したトークボットやチャットボットの導入を進めています。債権管理業務では、トークボットを活用したお支払いのリマインドコールを開始し、コールセンターの人員確保が難しい休日のご案内にも活用しています。

またスマホアプリやSNSアカウントにおいて、お客さまからの問い合わせに素早く適切なご案内ができるチャットボットの仕組みの導入も予定しています。

顧客利便性の向上に加え、定型業務の自動化による生産性向上や人的リソースの最適配置を進め、中長期的な収益性向上と持続的成長につなげていきます。



AIトークボット&チャットボット(みらいさん)

Topics 2 ファイナンス事業の展開を本格化

ベトナムでは、2025年2月に連結子会社化した現地ファイナンス会社のPMIを着実に推進してきました。これらの統合施策の進展を踏まえ、2025年10月、社名をAEON Consumer Finance Company Limitedへ変更し、当社グループとしてのブランドを明確化しました。ベトナムでは所得向上と個人消費の拡大を背景に金融サービス需要が高まるなか、現地で培った事業基盤と拡大するイオングループのネットワークを掛け合わせ、地域に根ざした金融サービスを提供します。グループシナジーの創出を通じて事業拡大を加速し、持続的な成長と企業価値向上を目指します。



AEON THANA SINSAP (THAILAND) PCL. 代表者メッセージ

金融アクセスの拡大で
地域格差の解消に挑み
タイ全土へ安全・安心を届ける

AEON THANA SINSAP (THAILAND) PCL.
Managing Director

島方 俊哉 (Toshiya Shimakata)



当社は1992年の会社設立以降、地域の人々の生活に根ざしたサービスをご提供し、お客さまの日々の暮らしをサポートするという使命を守り続けてまいりました。

今後もその使命を果たすべく、今回新たに策定した中期経営計画では、2030年までにグループマテリアリティを実現することを目的に4つの“High”コンセプトを掲げています。

タイで最も安全・安心な金融サービスの提供を目指す“**High Security**”、これまで金融サービスにアクセスできなかったお客さまにもサービスをお届けする“**High Acceptance**”、デジタルソリューションを活用した生産性向上を進める“**High Performance**”、タイの伝統文化や自然を守る“**High Contribution**”を柱に事業を進めてまいります。

2025年のタイ経済は、緩やかな成長を維持したものの、高い家計債務、製造業の競争力低下、観光客の回復鈍化などが成長の重荷となりました。特に地方での影響が大きく、バンコクエリアとそれ以外の地域での格差が広がっており、金融分野においても地方へのサービス提供がより強く求められていると認識しております。

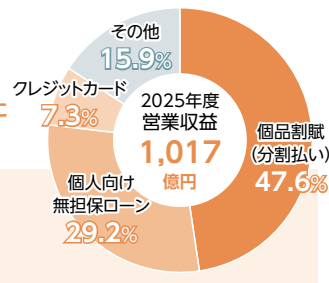
中期経営計画で掲げるHigh Acceptanceに関しては、地域のパートナー企業との提携を強化し、それぞれの地域に根ざしたサービスを提供すること、AIを活用し収入証明に頼らない審査を実現することでより多くのお客さまにサービスを提供することを掲げており、タイ全土において金融包摂を実現していくことが私たちの使命だと考えています。

今後もタイのお客さまニーズをいち早く捉え、お客さまの毎日の暮らしのお役に立てる金融サービスを提供し続けていくことで、「Our Purpose」を実践し、タイで最もお客さまに支持される企業を目指してまいります。

セグメント概況

マレー圏

マレーシアでは、グループアプリを中心にデータ・AIを活用した生活圏サービスの拡充が進む



Topics 1 会員プログラム「FinPlus」の開始

AEON CREDIT SERVICE (M) BERHADでは、2025年8月に会員プログラム「FinPlus」を開始しました。スマホアプリ上で事前に利用可能額を提示することで、お客さまの資金計画を支援するとともに、金融商品の申込手続きが円滑にできるようになりました。また、利用実績に応じた与信枠の拡大や手続きの簡略化などを通じ、顧客満足度と継続利用率の向上を図っています。当社にとっても、デジタルチャネルを通じた顧客接点の強化や即時審査の拡大、取引データを活用した与信精度の向上を通じた貸倒リスクの抑制につながる取り組みとして、収益性と債権クオリティの向上につなげています。



Topics 2 Islamic Finance News Awards の受賞

AEON BANK (M) BERHADは、イスラム金融業界で権威あるIslamic Finance News (以下、IFN) Awards 2025において、「Best Islamic Digital Bank (Global)」および「Best Islamic Digital Offering by a Bank (Malaysia)」を2年連続で受賞しました。マレーシア初のイスラム金融方式のデジタルバンクとして、デジタル技術やAIを活用した利便性の高い金融サービスの提供が評価されたものです。今後も、より多くのお客さまに価値ある金融体験を提供するとともに、2026年6月より開始した事業者向け融資の拡大などを通じてサービス領域を広げ、個人・事業者双方の多様な資金ニーズに応えることで、金融包摂の実現に貢献していきます。



IFN Awards 2025 授賞式



AEON CREDIT SERVICE (M) BERHAD

代表者メッセージ

小売と金融の融合から暮らしをつなぐ金融プラットフォームへ

AEON CREDIT SERVICE (M) BERHAD
Managing Director & CEO

前田 大輔 (Daisuke Maeda)



当社は1996年の創業以来、マレーシアの経済成長とともに、家電やモーターバイクの個品割賦(分割払い)を中心に、銀行サービスへのアクセスが限られるお客さまへ金融ソリューションを提供してまいりました。その後、お客さまのライフスタイルやニーズの変化に合わせ、クレジットカード、スマホアプリ「AEON Wallet」、保険代理業、そしてデジタルバンクへと事業領域を拡大し、総合金融グループへの進化を進めています。

近年、所得水準の向上、キャッシュレス化、AI技術の進展、異業種からの金融参入などにより、金融サービスに求められる価値は大きく変化しています。このような環境下、当社は既存事業の収益基盤強化とデジタル変革を推進し、デジタルバンクを営むAEON BANK (M) BERHADの創業期における成長投資を支えながら、将来に向けた新たな事業基盤の構築に取り組んできました。

2025年9月にはAEON CO. (M) BHD.との合併会社AEON360 SDN. BHD.を設立しました。小売・金融を横断したお客さまデータの活用、AIによるパーソナライズされたサービス提供、グループ共通ロイヤリティプログラムの強化を通じて、お客さま一人ひとりに最適な体験価値を提供してまいります。

2026年、当社は創業30周年を迎えました。これまで築いてきたお客さま・加盟店さまとの信頼を基盤に、2030年には「マレーシアの個人&リテールをつなぐ金融プラットフォーム」へ進化することを目指しています。AEON Walletを重要な顧客接点として進化させ、金融サービスの枠を超えた「未来のライフスタイル」を提供し、当社グループの成長と「金融をもっと近くに」というOur Purposeの実現に挑戦してまいります。



AEON360 合併設立調印式

顧客とともにつくる、生活金融の価値 Topics 1

NCXホンダ×ASBカンボジアの 強固なパートナーシップ ～お客さまの夢の実現を支える協業モデル

カンボジアは高い経済成長率、若年層中心の人口構成、中間層の所得拡大を背景に、今後さらなる成長が期待される市場です。AEON SPECIALIZED BANK (CAMBODIA) PLC. (以下、ASBカンボジア)は2011年に設立以来、クレジットカード、個品割賦、パーソナルローンなどの金融サービスを展開し、現地のお客さまの利便性向上に貢献してきました。

販売店と築く協業の力

ASBカンボジアは2012年よりN.C.X. Co., Ltd. (以下、同社)との提携を開始し、Honda二輪車をご購入されるお客さまへ、安心して便利なオートローンサービスを提供してきました。

二輪車は、カンボジアにおいて生活や仕事を支える重要な移動手段です。このオートローンの金融サービスを通じて、より多くのお客さまの生活向上に貢献できることから、ASBカンボジアは、同社と「お客さまにより良い価値を提供するパートナー」として長年にわたり強固なパートナーシップを築いています。現在では、同社の81店舗の販売店でASBカンボジアのオートローンサービスをご利用いただいています。

近年では、販売店へのASBカンボジアスタッフの配置や審査時間の短縮、定期的な情報共有、共同販促など、両社一体となった取り組みを推進しています。また、販売店の現場から寄せられる意見を取り入れ、審査プロセスやオペレーションを改善することで、お客さま満足度と販売店の利便性向上を実現しています。

2026年には協業をさらに発展させ、「短時間審査」や「頭金ゼロ(適用条件あり)」を訴求する店頭プロモーションや共同販促を実施し、販売機会の拡大とお客さまの利便性向上に取り組んでいます。



安全運転スキル向上に向けたミニトレーニングの風景

N.C.X. Co., Ltd.がASBカンボジアに期待すること

ASBカンボジアは、お客さま目線を大切にしながら販売店とも密接に連携し、販売現場への支援にも積極的に取り組む信頼できるビジネスパートナーです。

また、これまで、審査プロセスの改善や販売店への支援体制の強化などを通じて、お客さまの利便性向上と販売店へのサポートに取り組んできたことを高く評価しています。

今後は、デジタル技術やデータを活用した、より迅速で利便性の高い金融サービスの提供や、お客さまのニーズに応じたサービスの充実に期待しています。加えて、さらなる審査スピードの向上や、販売店との情報共有・営業支援の充実などについても取り組んでいくことを期待しています。

ASBカンボジアを単なる金融機関ではなく、お客さま満足度の向上をともに目指す長期的なビジネスパートナーと考えています。今後も両社がそれぞれの強みを活かしながら協業を深めてまいります。

N.C.X. Co., Ltd. 会社概要

- カンボジアにおけるHonda二輪車の輸入・販売会社
- Hondaブランドの二輪車を中心に、輸入、組立、主要部品の製造、販売を実施



私たちの ありがたい姿

ともに顧客満足度を高める

ASBカンボジアは同社とのパートナーシップをさらに深化させ、お客さまへより安心・便利な金融サービスを提供するとともに、デジタル技術やAIを活用した迅速でシームレスなローンサービスの実現を目指しています。また、販売店とのデータ連携や営業支援をさらに強化し、お客さま一人ひとりに最適な金融サービスを提供できる体制を構築していきます。

今後同社とともに、お客さまの豊かなモビリティライフを支え、金融を通じてカンボジア社会の持続的な発展に貢献してまいります。

顧客とともにつくる、生活金融の価値

Topics 2

さいたま市と育てる
デジタル地域通貨

～デジタルを活用した地域コミュニティ活性化に向けて

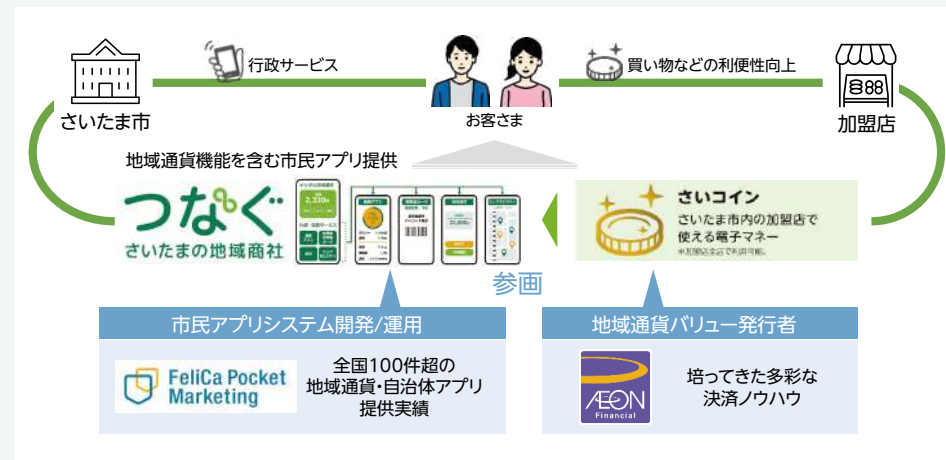
当社グループは、事業活動の中で地域社会の発展やお客さまの生活の向上に貢献することを通じて、持続的な成長に取り組んでいます。

地域との連携において、当社とフェリカポケットマーケティング(株)、他民間企業など計11社が、さいたま市のデジタル地域通貨機能を含む市民アプリの運用を担う地域商社「(株)つなぐ」に参画し、デジタル地域通貨発行や、地域通貨事業の経験とノウハウの提供、市民アプリの開発を通じ、地域活性化ならびにキャッシュレスなどの利便性向上に努めています。



さいたま市PRキャラクターつなぐ竜ヌウ

「さいたま市みんなのアプリ」のステークホルダー



さいたま市みんなのアプリ

さいたま市みんなのアプリは、デジタル地域通貨を通じて地域経済の活性化や市民サービスの向上を目指し、2024年7月にサービスを開始しました。当初は、「地域通貨を利用するメリットがわからない」「キャッシュレス決済に不安がある」という声も多く、利用者と加盟店の双方に理解していただくことが大きな課題でしたが、市報や駅ポスター、地域イベント、SNSなどあらゆる接点を活用することで、認知を拡大してきました。また、デジタル地域通貨「さいコイン」チャージ時のポイント付与や利用還元キャンペーンを実施し、使っていただく機会の創出に注力しました。

加盟店開拓においては、特に中小事業者の中には、新たな決済手段の導入に慎重な店舗も多く、商工会議所や商店会と連携し、店舗への個別訪問を通じて地域事業者の参画を後押ししました。

現在は、「誰ひとり取り残さないデジタル化」を目指し、高齢者などデジタル活用に不安を抱えている方々への支援にも注力するとともに、スマホ教室の開催や端末の無償貸与に加え、ATMやクレジットカード、郵便局窓口でのチャージ対応を進めるなどの利便性の向上に努め、幅広い世代が利用しやすい環境を整備しています。

普及活動と機能改善を積み重ねることで、本アプリは単なる決済サービスを超えて、市民・事業者・行政をつなぐ地域プラットフォームへ成長しています。

アプリ機能一覧(一部抜粋)



地域別のゴミ出しカレンダー を確認できます。	図書館利用者カード を読み取り、アプリでカードの利用・管理ができます。スマホ1つで本を借りることができます。
スマートフォンから申請・届出 ができる、「電子申請・届出サービス」を起動します。	シルバーカード 65歳以上のさいたま市民を対象とする、シルバーカードの表示ができます。
水道局アプリ を起動します。(インストールされていない場合は、アプリストアを開きます。)	行政給付受取登録 給付先となるユーザーアカウントを登録することができます。
医療情報ネット(ナビイ) を起動します。	貯めたポイントを商品と交換 できます。
「さいコイン」、「たまポン」が貯まる・使えるお店を地図やジャンルから検索 できます。	「さいコイン」の残高を個人間で送る・受け取る ことができます。

顧客とともにつくる、生活金融の価値

Topics 2

さいたま市と育てるデジタル地域通貨

SAILTANIA

Voice 1 共創が生み出す、持続可能な地域の未来

さいたま市みんなのアプリは、地域経済の活性化や地域コミュニティの醸成などの地域課題解決を目指し、官民共創で構築してきた取り組みです。

イオンフィナンシャルサービスグループ(以下、同グループ)には、構想段階から現在まで一貫して伴走いただきました。特に印象深いのは、官民がそれぞれの役割を果たし、同じ目標に向かって一丸となり、通常では実現困難なほどの短期間でサービスインを実現したことです。同グループの高い実行力と地域への深い理解が大きな支えとなりました。

アプリは開始から約2年で利用者約40万人、市民の3人に1人が利用するまでに成長し、市民生活や地域経済、行政をつなぐ地域のデジタルプラットフォームとして、地域DXの中核を担う存在となっています。

2026年7月に発足した「たまポン生活圈実現会議」では、市民満足度90%以上を目指す「CS90+運動」と「市民のウェルビーイング向上」を共通KGIに掲げ、官民の真の協働による新たな価値創出を目指しています。同グループには、実現会議メンバーとともにデータ活用や新サービスの共創を進め、この「さいたまモデル」を全国展開につなげていくことを期待しています。



さいたま市 経済局
商工観光部
地域活性化推進課 課長
(兼)都市戦略本部
未来都市推進部 副参事

有山 信之 氏

Voice 2 CS90+の実現に向け、官民共創で育む「さいたまモデル」

さいたまの地域商社「(株)つなぐ」は、市と地元商工団体や民間企業など計11社・団体が出資して2024年に設立され、官民の協働によりCS90+を達成することを目指しています。CS90+というのは、「さいたま市に住んで良かった!」と感じる市民満足度(Citizen Satisfaction)を90%以上にする取り組みです。

この目標達成のために、「さいたま市みんなのアプリ」と地域通貨「さいコイン」「たまポン」の3つのツールを利用して、行政サービスや民間サービスをワンストップで提供しており、今後もサービスの充実を図り、「日常生活にはなくてはならないアプリ」を目指します。

7月末時点で約40万人の利用者と3千店舗を超える加盟店は、市のインフラになりつつあり、この貴重なインフラを活かした広告モデルや人と人、人と企業の出会いを創出するマッチングサービスや地域情報をまるごと提供する地域情報ポータル機能など新しい収益モデルにチャレンジし、将来的にはこの「さいたまモデル」を他自治体に展開したいと考えています。

また、2026年7月に発足した市と民間企業約20社が参加する「たまポン生活圈実現会議」では、つなぐ社が事務局を務め、4つの地域課題(地域経済・コミュニティ・快適便利・安心安全)の解決に向けたサービスの社会実装を推進しています。



(株)つなぐ
代表取締役社長

納村 哲二 氏

私たちの ありがたい姿

次なる挑戦へ 官民共創で広げる「さいたまモデル」

「さいたま市みんなのアプリ」「さいコイン」「たまポン」を通じて、市民・事業者・行政をつなぐ地域デジタル基盤を構築してきました。今後は、その基盤を活用し、新たな価値を創出するフェーズへと進みます。これまでの取り組みはゴールではなく、地域の未来を創るためのスタートラインです。

2026年に発足した「たまポン生活圈実現会議」では、さまざまなステークホルダーが知見やノウハウを持ち寄り、地域課題の解決につながるサービスや仕組みの実装を加速していきます。当社も、中核パートナーとして、金融・決済の枠を超えた共創に取り組みながら、市民のウェルビーイング向上と地域経済の活性化に貢献していきます。そして、この官民共創の成果を「さいたまモデル」として確立し、全国へ広げていくことを目指します。



もっと身近に、
もっとしあわせに



たまポン生活圈実現会議 立上げ総会