

2020年度第2四半期決算電話説明会 原稿・質疑応答

イオンフィナンシャルサービス(株) 代表取締役社長 河原 健次

イオンフィナンシャルサービス(株) 専務取締役 経営管理担当 若林 秀樹



**2020年2月期第2四半期
決算説明会**

2019年11月13日



イオンフィナンシャルサービス

東京証券取引所市場第一部
証券コード: 8570

AEON Financial Service Co., Ltd.

(若林)

P. 1

連結・エリア別業容								
(単位: 億円)	国内				国際			
	クレジットカード①		商品割賦	住宅ローン ※1	クレジットカード		商品割賦	パーソナル ローン
	ショッピング	キャッシング			ショッピング	キャッシング		
取扱高	28,873	2,116	1,238	2,664	1,398	686	641	828
前年同期比	112%	104%	105%	119%	112%	101%	128%	113%
債権残高 ※2	11,846	4,971	6,826	21,804	994	1,016	1,827	2,386
期首増減	+1,340	+229	+459	+1,568	▲22	▲11	+88	+90

※1. フラット&、ワンルームマンションローンを含むイオン銀行の取高 ※2. 債権減損化を含む

(単位: 万人)	有効会員数④		
	連結	国内	国際
	実績	4,396	2,865
期首増減	+127	+25	+102

(単位: 万口座)	イオン銀行預金口座数		
	合計	クレジット 一体型	デビット 一体型
	実績	690	511
期首増減	+34	+25	+6

(単位: 億円)	イオン銀行預金残高			
	合計	普通	定期	外貨
	実績	36,369	27,947	7,728
期首増減	+1,535	+1,614	▲424	+338

①国内: クレジットカード
 >ショッピング取扱高: キャンパスカード(イオングループ内ポイント10倍、新規入会20%キャッシュバック等)をきっかけに、会員獲得および利用を促進。稼働会員数1,791万人(+42万人)
 >キャッシング取扱高: 利用者数132万人(+2万)、1人当たり残高33万円(+0.3万)

②国際: 商品割賦
 >マレーシアにおける自動車・バイクの取扱高拡大に加え、タイのオートローン等、他の展開国での商品割賦事業が拡大

③国際: パーソナルローン
 >タイでの商品割賦と信枠を用いた融資サービスやマレーシアでの中所得者向け個人ローンが拡大

④連結・国内・国際: 有効会員数
 デビットカード、銀行単体口座を含む国内口座数は3,044万人(+34万)
 >国内では、非稼働会員の解消とデジタル(Web会員)の獲得を推進。クレジットカード新規会員登録数は101万人(前年同期比130%)
 >国際では、中・高所得者層をターゲットとしたプレミアムカードを中心に増加

AEON Financial Service Co., Ltd. 1

- ・ 経営管理を担当しております若林でございます。何卒、よろしくお願いいたします。
- ・ それでは、連結およびエリア別業容についてご説明いたします。
- ・ 国内事業においては、イオングループ内でのポイント10倍企画や、新規入会者を対象とした最大20%キャッシュバック企画といったキャッシュレス推進施策の実施等により、クレジットカードショッピング取扱高は前年同期比109%となりました。
- ・ カードキャッシングについては、利用者数の増加により、取扱高は前年同期比104%、債権残高は期首差229億円増となりました。
- ・ 国際事業においては、マレーシアにおける自動車やバイクの取扱高拡大に加え、タイなどの他の展開国におけるオートローン事業の成長により、商品割賦取扱高は641億円、前年同期比128%、債権残高は1,827億円、期首差88億円増と、好調に推移いたしました。
- ・ また、タイにおける商品割賦と信枠を用いた融資サービスや、マレーシアにおける中高所得者層をターゲットとした個人ローンの利用が伸びたことで、パーソナルローン取扱高は828億円、前年同期比113%、債権残高は2,386億円、期首差90億円増となりました。
- ・ 連結有効会員数については、国内事業では入会キャンペーンを通じたクレジットカード新規会員101万名獲得したことに加え、WEB会員化に注力した一方で、カードの更新時に非稼働会員の解消を進めました。この結果、稼働率の改善を図ることができております。国際事業では、中・高所得者向けプレミアムカードや分割払い利用者を中心に会員数を伸ばし、顧客基盤の拡大に繋がっております。

連結・セグメント業績

(単位: 億円)	国内計			国際計			連結計	
	※1	リテール	ソリューション	※1	中華圏	メコン圏		マレー圏
営業収益	1,611	1,000	981	752	95	400	255	2,359
前年同期比	110%	106%	112%	112%	100%	114%	112%	111%
前年同期差	+153	+58	+104	+78	+0	+50	+28	+229
営業利益	125	51	91	133	30	67	34	249
前年同期比	80%	75%	82%	77%	84%	92%	55%	76%
前年同期差	△30	△17	△19	△40	△6	△6	△28	△78
営業利益率	7.8%	5.2%	9.3%	17.7%	32.3%	16.8%	13.6%	10.6%
前年同期比	△2.9pt	△2.2pt	△3.3pt	△8.1pt	△6.3pt	△4.2pt	△14.2pt	△4.8pt
※1 国内計及び国際計は、各事業に係るセグメント間取引における相殺消去後の数値							親会社株主に帰属する当期純利益	120
※2 本社・親会社および連結消去額を含んだ数値							前年同期比	67%

国内事業 主な増減要因	国際事業
【リテール】 ・カードショッピング (+39億円) ・有価証券利息配当 (+10億円) ・販売促進費 (+39億円) 【ソリューション】 ・カードサポート (+17億円) ・商品開発 (+3億円) ・販売促進費 (+8億円) ・支払手数料 (+9億円) ・カード発行費 (+5億円)	※為替影響: 営業収益+16億円、営業利益+4億円 ・香港は、厳しい経済環境下で収益を維持するも、貸倒費用が増加 ・タイおよびマレーシアは、取扱高および営業規模の高増により拡大し増収。一方で、前年同期のFFFS9適用の影響等により貸倒関連費用が増加。なお、マレー圏の業績には、フィリピンにおける不適切会計の影響を含む。

	国内	国際	中華圏	メコン圏	マレー圏
人件費/営業収益	15.1% (△1.0pt)	14.3% (△0.4pt)	13.3% (△0.2pt)	14.2% (△0.5pt)	15.0% (△0.3pt)
貸倒関連費用/営業収益	7.4%	29.6% (+7.4pt)	13.1% (+4.5pt)	31.4% (+7.0pt)	31.1% (+3.5pt)

※貸倒関連費用は引当金繰入額を除き、人件費は日基準を使用

AEON Financial Service Co., Ltd. 2

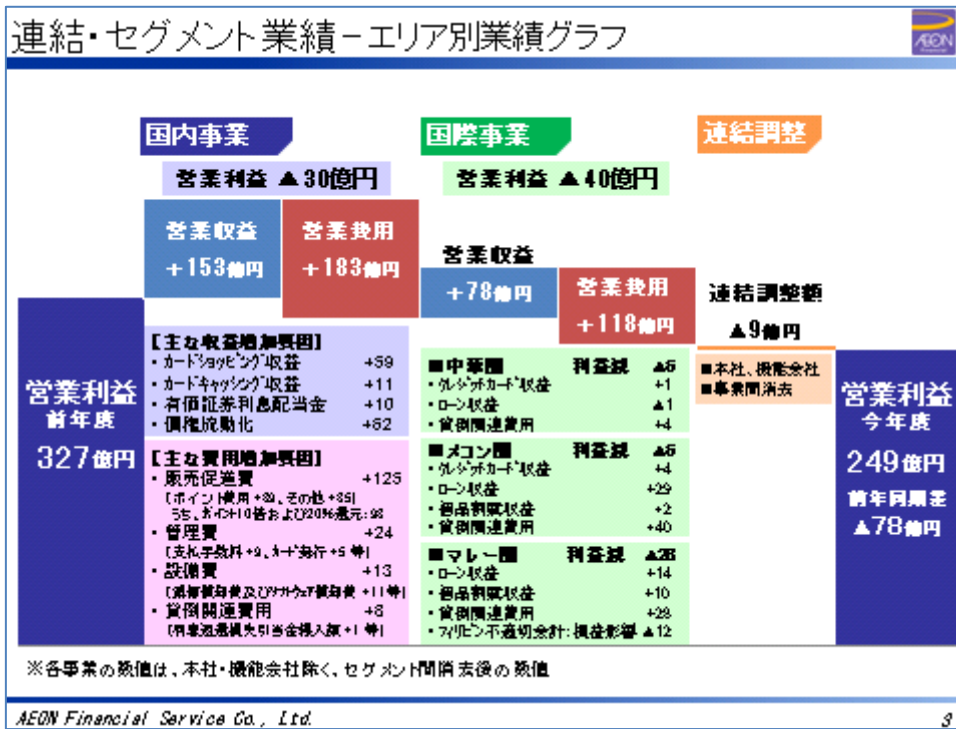
- ・次に、連結およびセグメント別業績でございます。
- ・図表上段右端の連結業績につきましては、第2四半期累計として8期連続の営業増収となった一方で、営業利益および親会社帰属の当期純利益は減益となりました。
- ・国内事業では、クレジットカードショッピングおよびキャッシング取扱高が順調に推移したことで、営業収益は前年同期比110%となりました。一方で、キャッシュレス推進施策を中心とした販売促進費の増加等により、営業利益は前年同期比80%の減益となりました。
- ・なお、キャッシュレス推進施策につきましては想定以上のご利用となりましたが、将来長い期間にわたってご利用が期待できる新規会員の獲得が順調に進んだものと認識しております。詳細については、後ほど河原よりご説明させていただきます。
- ・国際事業では、中華圏は米中貿易摩擦や香港デモの影響等により、営業収益の伸び率がフラットとなりましたが、メコン圏、マレー圏においては2ケタの増収となりました。一方、国際事業の営業利益は、貸倒関連費用の増加により、133億円、前年同期比77%と減益となりました。
- ・なお、マレー圏の業績には、11月1日に開示させていただきましたフィリピン子会社の不適切会計による影響を含んでおります。本件につきましては、投資家の皆さまにご心配、ご迷惑をおかけすることとなってしまう、大変申し訳ございません。この場を借りてお詫び申し上げます。
- ・不適切会計の概要について、詳細を説明させていただきます。内容は大きく3つです。
- ・まず、「割賦売掛債権の延滞認識の過小評価」につきましては、銀行手数料など少額の入金不足による延滞のお客さまについて、回収の手間と再振込みのコストを勘案して、不足額を次月請

求額に加算するという手順になっておりましたが、この不足額のルールを緩和する形で延滞度数の進行を一部止めるという事象が発生しました。一方で、延滞債権の償却はルール通り行われていました。この結果、昨年度よりフィリピン子会社では I F R S を導入していることから、損失率が低く見積もられてしまい、結果として貸倒費用が過少となってしまいました。この影響額が日本円で約 2 億円 (0.9 億ペソ (1.9 億円)) ありました。

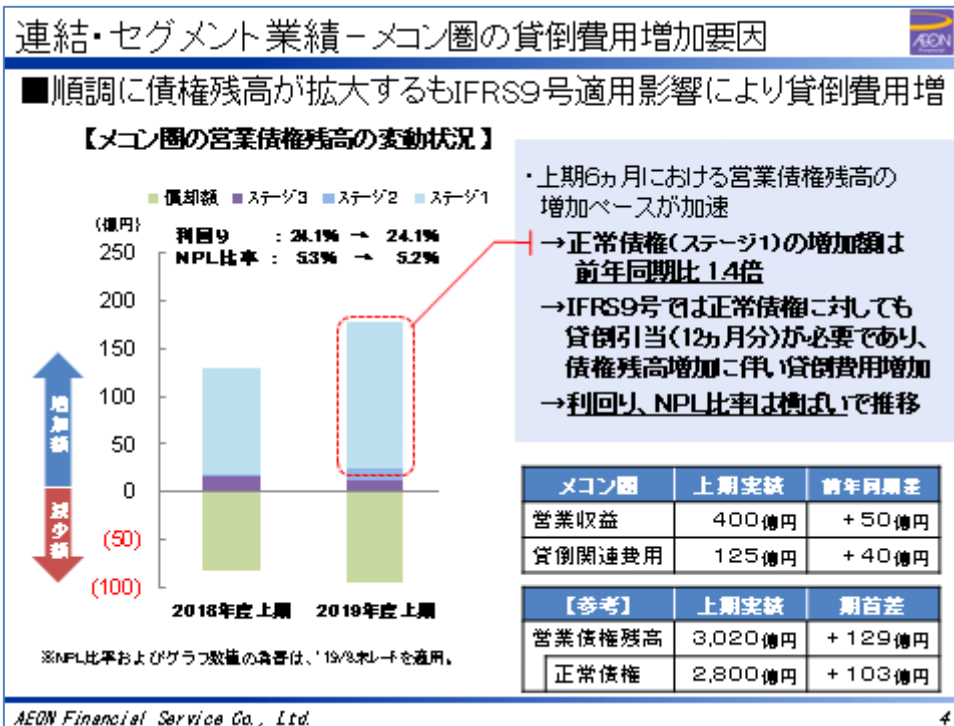
・次に 2 つ目として、「繰延割賦利益の前倒しによる取り崩し」による収益認識の誤りがありました。ハイヤーパーチェス取引は、契約時にハイヤーパーチェス契約全期間にわたる利息総額を未収収益として一括資産計上し、同額を繰延割賦利益として負債に計上、毎月請求の都度、割賦繰延利益より当月相当の利息額を取り崩して収益認識するという会計手法になっています。一方現地の経営陣が毎月想定する当月の収益見込み額と経理部門が月次決算で計上した収益額の間乖離があり、結果、経理部門ではその見通しに合わせて数字をあわせてしまうという方法をとってしまったために、前倒しで繰延割賦利益の取り崩しが発生し、過大な収益計上となりました。この影響額が日本円で約 7 億円 (3.5 億ペソ (7.4 億円)) ありました。

・3 つ目が、「業務委託費用等の資産計上により利益が過大に計上された」ものです。この影響額が日本円で約 3 億円 (1.3 億ペソ (2.7 億円)) ありました。

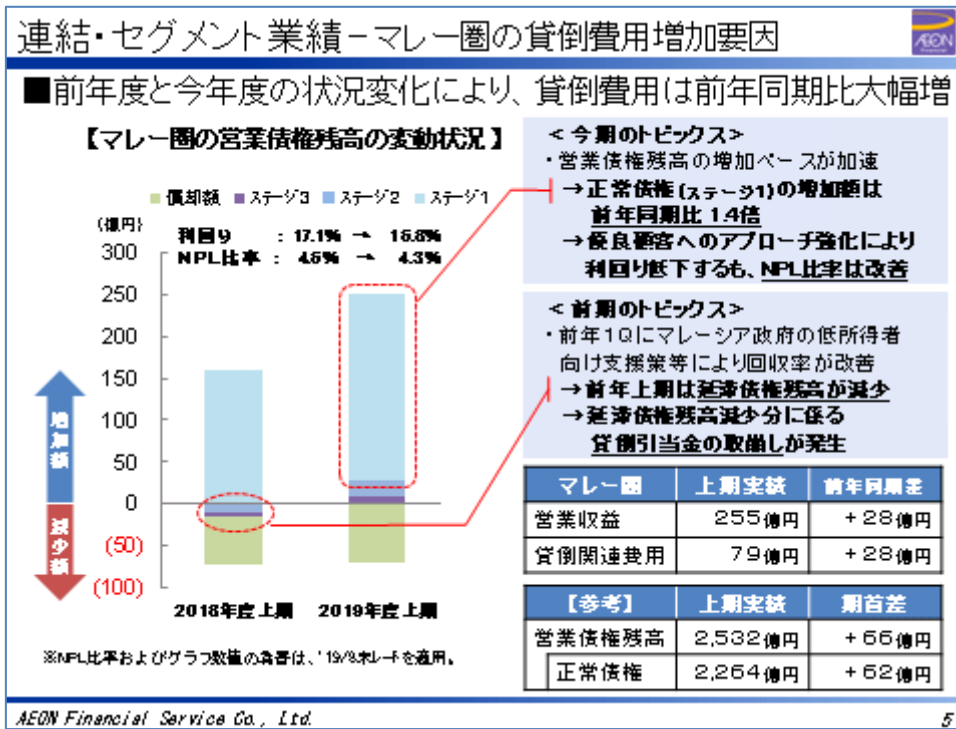
・この結果、合計 1 2 億円を修正として今期の損益に取り込みました。業況の悪化していることの認識が遅れてしまったことへの対応も含め、今後再発防止策をとってまいります。



- ・次に、国内および国際のエリア別業績グラフでございます。
- ・営業利益について、主な増減要因について示しております。主だった費用の増加要因として、国内では販売促進費が前年同期比125億円増加しておりますが、そのうち93億円が、キャッシュレス推進施策でございました。
- ・施策に関しては、施策そのものの魅力に加え、アイドルユニットを活用した宣伝効果により、世間的な注目度が高まったことで、想定以上にキャンペーン参加者が大幅に上振れ、費用が増加した一方で、これを機に顧客基盤の大きく拡大しました。
- ・なお、収益の増加要因として債権流動化62億円増とございますが、これは概ね、今回のキャンペーン費用の上振れ分の補填を目的とした、カードキャッシング債権の流動化によるものです。ショッピングリボやキャッシング利用が見込まれる顧客層を中心に獲得が図れており、今後は継続的なご利用を促進することで、投資回収が可能と考えております。
- ・国際事業では、先述の通り、メコン圏で40億円、マレー圏で28億円の貸倒費用の増加に加え、フィリピン子会社における不適切会計の損益影響12億円が主な減益要因でございました。



- ・次に、メコン圏の貸倒費用の増加要因について、ご説明いたします。
- ・こちらのグラフは、前年と今年の上期6ヵ月間におけるメコン圏の営業債権残高の増減額を比較したものです。
- ・今期では、前年同期に比べて正常債権を中心に債権残高の増加ペースが大きく、これに伴う貸倒関連費用の増加がございました。
- ・なお、表面利回りやNPL比率は横ばいで推移しております。
- ・今後現地でもIFRSが導入されます。これに備えて効率の改善を図ってまいります。



- ・次に、マレー圏の貸倒費用の増加要因について、ご説明いたします。
- ・前年上期では、IFRS 9 適用に伴い貸倒引当金の期首残高の調整を行いました。回収の環境におきまして、マレーシアにおいて、前期の第1四半期、政府による低所得者向け支援策等により、延滞債権の回収率の改善が見られました。これに伴い、当該延滞債権にかかる貸倒引当金の取崩し影響等により、貸倒関連費用の増加幅が抑制される結果となりました。
- ・一方、本年上期では、前年同期に比べて正常債権残高の増加が著しく、これに伴う貸倒関連費用の増加がございました。
- ・自動車やバイクといった比較的期間が長く、リスクの低い債権が増加したことで、表面利回りはやや低下したもののNPL比率は横ばいで推移しました。

連結・セグメント業績－連結貸借対照表



連結(単位:億円)	上期実績	期首増減	主要増減内容 ※○内は期首増減
現金預け金	7,121	+675	・国内残高:6,715億円(+643億円)※本社を含む →有価証券の売却や債権流動化により増加
営業貸付金	8,501	△3	【営業貸付金および銀行業における貸出金】
銀行業における貸出金	1兆7,183	+1,333	・流動化を含む残高:3兆9,708億円(+2,074億円) 内、国内残高:3兆8,329億円(+1,970億円) 内、国際残高:3,403億円(+78億円)
割賦売掛金	1兆6,229	+1,697	・オフバランス残高(国内のみ) :1兆4,023億円(+744億円)
貸倒引当金	△1,116	△88	
その他	6,331	+150	・流動化を含む残高:2兆1,558億円(+1,851億円) 内、国内残高:1兆8,673億円(+1,799億円) 内、国際残高:2,822億円(+61億円)
資産合計	5兆6,483	+3,942	・オフバランス残高(国内のみ) :5,329億円(+154億円)
預金	3兆6,350	+1,658	・コールローン:526億円(+221億円)
有利子負債 (税金除く)	1兆0,744	+2,176	【イオン銀行預金】
その他	4,938	+144	・普通預金:2兆7,947億円(+1,614億円) ・定期預金:7,728億円(△424億円) ・外貨預金:656億円(+338億円)
負債合計	5兆2,033	+3,979	・国内残高:5,996億円(+1,900億円) →社債:1,800億円(+800億円) ・国際残高:4,746億円(+275億円)
純資産合計	4,450	△36	※国内および国際の数値には、本社・機能会社を含む
負債及び純資産合計	5兆6,483	+3,942	※専売会社に伴い、支払取扱費(資産)および支払取扱(負債)は別表

AEON Financial Service Co., Ltd.

8

- ・次に連結の貸借対照表です。
- ・現金預け金は、本社への調達機能の集約化に伴う借入や有価証券の売却、債権流動化の実施等により、期首差675億円増となりました。また、銀行業における貸出金が1,333億円増加し、資産合計は5兆6,483億円、期首差3,942億円増となりました。
- ・負債においては、国内での社債発行の他、クレジットカードやデビットカード一体型キャッシュカードの増加による決済口座としての利用が進んだこと等により、普通預金を中心に預金が1,658億円増加し、負債合計は5兆2,033億円、期首差3,979億円増となりました。
- ・利息返還損失引当金については、7億円の繰入を行い、取崩し額は、前年同期差1億円減の10億円となったことで、期末残高は38億円、期首差3億円減となりました。
- ・これら資産および負債の増減により、純資産は、4,450億円、期首差36億円減となりました。
- ・私からの業績説明は以上となります。ご清聴ありがとうございました。



上期の取り組み内容

- ・それでは、まずはじめに2019年度上期までの振返りについて、ご説明させていただきます。

上期の取り組み－新規ID獲得および利用促進



■キャンペーンや新規カード発行等を通じたキャッシュレス化の推進

【カード入会・ご利用施策】

イオングループときめきポイント10倍キャンペーン



【新規カード】

イオンカード
【トイ・ストーリーデザイン】



マルエツカード



カード利用代金最大20%キャッシュバック



【スマートフォンアプリへのクレジットカード
即時発行機能の追加】

イオンウォレット



- ・カード入会申込み及び即時発行が可能
- ・クーポンやキャンペーン情報をダイレクトにお届け

- ・国内事業においては、顧客基盤の拡大やカード利用の促進を後押しする販売促進企画を上期に重点的に実施してまいりました。
- ・主な施策として、イオングループ店舗でのポイント10倍キャンペーンや、新規入会者を対象とした最大20%キャッシュバックキャンペーンを7月より実施いたしました。
- ・また、新たに「イオンカード（トイ・ストーリー デザイン）」と「マルエツカード」の発行を開始しております。
- ・イオンカード（トイ・ストーリー デザイン）は、2014年の発行開始以来、ご好評いただいているミッキーマウスデザインに次ぐ、ディズニーキャラクターデザインのカードで、若年層のお客さま、及びファミリー層のお客さまに大変ご好評いただいております。
- ・マルエツカードは、首都圏を中心にスーパーマーケットを約300店舗展開しているマルエツとの提携カードで、イオンカードの特典に加えて、マルエツカードオリジナルの特典を付帯したカードとなっております。これにより、首都圏会員の強化につなげていきたいと考えております。
- ・さらに、スマートフォンアプリ「イオンウォレット」の機能を強化し、カード入会申込み及び即時発行を開始いたしました。

上期の取り組みーキャッシュレス推進施策の効果①



- カード新規会員獲得数は、20～30代を中心に好調に推移
- 施策終了後の継続利用につながる利用動向を確認

【第2四半期(7月～9月度)の会員獲得状況】

新規会員数	59万人	前年同期比	1.5倍
(参考)上期実績	101万人	前年同期比	2.1倍
イオン銀行 口座引落設定率	41%	前年同期比	2.1倍
20～30代 構成比	37%	全会員ベース比	2.1倍

【新規入会者限定 最大20% キャッシュバックキャンペーンの状況】

キャッシュバックキャンペーンの状況

- ・新規入会者数(=還元対象者)やイオン銀行口座設定率(=還元率20%)は想定以上に増加
- ・還元対象期間内(全21日間)は高額品を中心に想定以上のご利用
- ・還元対象期間外(=通常利用)稼働率は、還元対象期間内と同水準

参考:20～30代(7月～9月度新規入会)の利用動向

ショッピングリボ利用人数	前年同期比135%
キャッシング利用人数	前年同期比120%

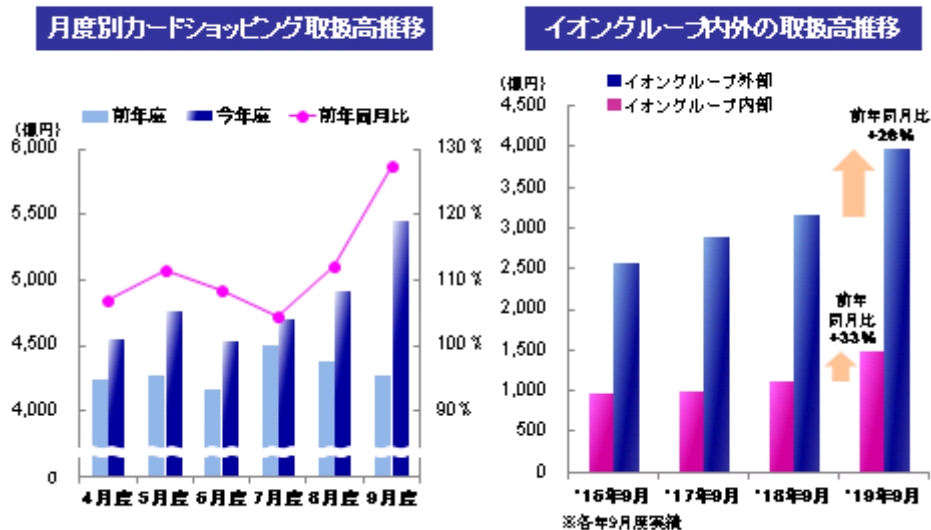
還元施策をきっかけに普段使いのカードとして利用が促進

- ・期初に、上期中に顧客基盤を整え、下期の消費増税に備えると申し上げておりましたが、我々の望んでいた実績となっていると認識しております。
- ・これらの取り組みにより、20代から30代のお客さまを中心にカード会員獲得数は順調に推移し、第2四半期の新規会員登録数は59万人、前年同期比約1.5倍となりました。
- ・また、新規入会者を対象とした最大20%キャッシュバックキャンペーンにおいて、イオン銀行口座引落しを設定された方の還元率20%に、そうでない方を10%に設定したこともあり、イオン銀行キャッシュカードが一体となり、クレジットカード以外の商品・サービスへのクロスユースに繋がりがやすいイオンカードセレクトの申込み比率の向上がみられております。
- ・さらに、第2四半期に新規入会された20代から30代のお客さまの動向として、ショッピングリボ利用人数は前年同期比135%、キャッシング利用人数は前年同期比120%と伸びており、利用の拡大に繋がりました。
- ・なお、キャッシュバックキャンペーンは、7月～9月のうち、各月1週間、のべ21日間の期間中におけるご利用分が還元対象となる施策ですが、還元対象期間外でのご利用がある程度みられたことで、引き続き、普段使いとしてのカードとしてご利用いただけるように訴求してまいります。
- ・今後さまざまなキャンペーン、宣伝を行い、利用を促進するインセンティブとしたいと考えています。

上期の取り組み－キャッシュレス推進施策の効果②



■カードショッピング取扱高はイオングループ内外で拡大



- ・続いて、イオンカードのメインカード化による取扱高の拡大についてご説明します。
- ・左のグラフでは、2018年度と本年上期の月度別カードショッピング取扱高の推移をお示ししております。特に第2四半期において、前年同月を大きく上回り、取扱高を拡大することができました。
- ・右のグラフでは、過去4年間における9月度のイオングループ内外の取扱高の推移をお示しています。
- ・ご覧の様に、9月度の取扱高はグループ内で前年同月比は+33%、グループ外でも前年同月比+26%と、販促施策の効果により、グループ内外とも取扱高は順調に伸ばいたしました。
- ・2016年6月にイオングループ店舗でのポイント2倍施策を開始して以来、イオンカードのメインカード化が進んできていると考えておりますが、今期のキャッシュレス施策により、より一層グループ内外でのご利用機会が増加しているものと考えております。

上期の取り組みーキャッシュレス推進施策の効果③



■キャンペーンや請求明細のWEBシフトを通じて、WEB登録やイオン銀行口座保有のカード会員が増加

	2019年 3月末	2019年 9月末	
稼働会員数	1,749万人	1,791万人	+42万人
WEB登録会員数	858万人	1,026万人	+168万人
WEB明細請求件数 WEB明細 / 全請求件数	約380万件 32% (5/7引落分)	約960万件 75% (11/5引落分)	2.5倍
イオンウォレット ダウンロード数	247万人	530万人	2.8倍
イオンカード セレクト会員数	486万人	511万人	+25万人

※イオンカードセレクト:イオン銀行キャッシュカード一体型クレジットカード

- ・続いて、キャンペーンの取り組みとともに進めたデジタル化の効果についてご説明いたします。
- ・今回実施の20%キャッシュバックキャンペーンをWEB経由でのエントリーとしたこともあり、WEB登録会員数はこの上期で168万人増加し、当初目標としていた1,000万人を超え、1,026万人となりました。この人数は10月以降も増えており、今は1,100万人を突破しております。
- ・また、イオンウォレットのダウンロード数も、9月末時点で前年度末の2.8倍と順調に伸長しており、本日までに600万人を超えております。
- ・さらに、請求書のペーパーレス化及びイオンウォレットの利用促進に取り組み、11月5日の引き落とし分の請求から、明細書の有料化を開始しました。
- ・これにより、WEB明細件数は、主に3月におけるご利用代金を対象とした5月7日の引き落とし時点の380万件から、半年後の11月5日引き落とし時点では960万件へと、2.5倍に拡大しており、全請求件数に対するWEB明細比率は、同期間で32%から75%にまで高まりました。
- ・このように、デジタル化を通じて、お客さまのニーズに沿った様々なサービスをダイレクトに提供しやすくなるということで、コスト削減と共に、お客さまに対する様々な適時適切な情報還元ができるようになり、サービスの向上にも繋がっております。
- ・加えて、銀行預金口座と連動したカード会員が増えたことで、資産形成サービス、その他の金融サービスの提供等、クロスユースのアプローチ先も拡大しております。



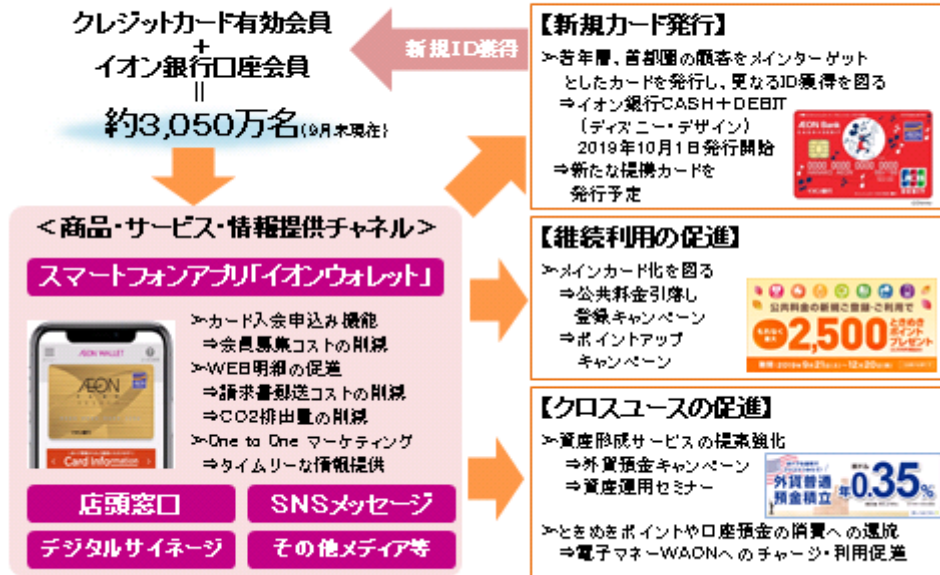
下期以降の重点実施事項

- ・ それでは、これより下期の重点実施事項についてご説明いたします。

下期以降の重点実施事項-国内



■会員へのWEB化を通じたアプローチ強化



・下期は、WEB登録会員を含めました国内カード会員及び銀行口座保有の方、約3,050万名の会員の皆さまに、様々なツールを利用してアプローチしてまいります。

・「イオンウォレット」等のデジタルツールを利用の皆さまに対しては、今まで以上にタイムリーに、One to Oneマーケティングを実践し、アプローチを強化してまいります。

・また、引き続き、継続してご利用いただけるよう、毎月発生する公共料金等の引き落とし用のカードとして登録を促進するキャンペーンや、カードショッピング利用時のポイントアップのキャンペーン等を実施し、メインカード化を図ってまいります。

・さらに、資産形成サービス等の銀行商品・サービスの提案や、還元されたポイント等を電子マネーWAONへチャージし、ご利用いただくなど他の金融サービスへのクロスユースの促進に繋げてまいります。

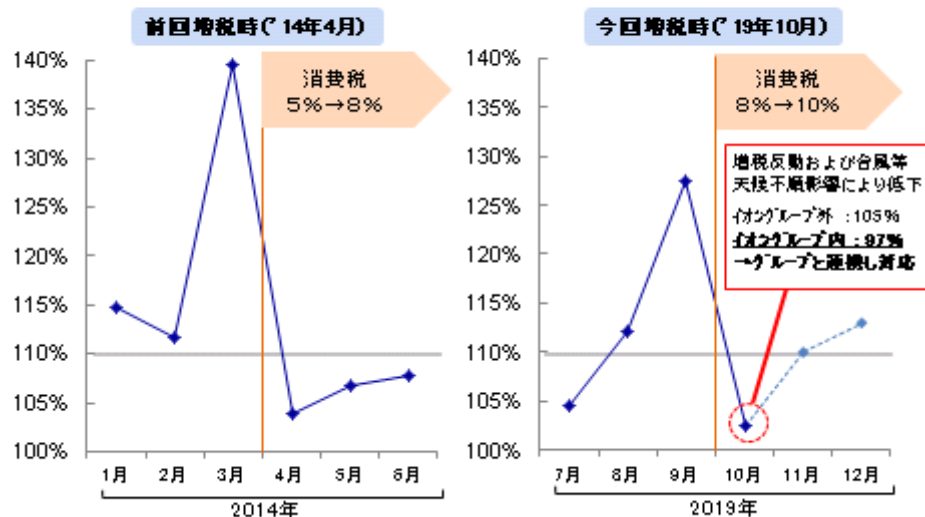
・加えて、アプリからのカード申込みおよび即時発行サービス等を活用し、今後発行予定の若年層、首都圏の顧客をメインターゲットとした新規カードの申込みを促し、更なる会員IDの獲得を図るといった循環により、当社のエコシステムの構築に繋げてまいります。

下期以降の重点実施事項-国内



■消費増税反動減や天候不順の影響から早期回復を図る

【カードショッピング取扱高前年同月比の推移】



- ・こちらのグラフは、2014年の消費増税時及び、本年のカードショッピング取扱高について、前年同月比の推移をお示したものです。
- ・今回の10月開始の消費増税に対する直前の駆け込み需要は、前回ほどの伸びではなかったため、反動減も大きくはなかったものの、本年10月は台風の影響もあり、カードショッピング取扱高は103%となりました。
- ・主に、物販での利用の落ち込みが見られており、小売と連携して対応し、取扱高の回復を図っていく予定です。
- ・11月以降は、先ほど申し上げた施策等の実施により、前回増税時より早期に取扱高を2ケタ成長まで回復させ、さらに伸ばしていく見込みでございます。
- ・そのために、販促を上期に集中して実施し、会員の基盤を上期中につくりあげたということが我々の目的でございます。



■新たな事業展開

ワランティサービス(取扱店募集開始)※

健康増進型の商品・サービスの開発(予定)

データを活用した地域連携ソリューション(予定)

※商品に対する品質・性能の保証事業

- ・次に、事業会社化に伴う、国内での新たな事業展開でございます。
- ・期初来、皆さまにも発表できる段階になりましたらご説明申し上げます、と説明してまいりましたが、現在開始したものはワランティサービスです。これは、マイカーローンにワランティサービスを付帯することでお客さまの利便性を高めるものです。
- ・今後、健康増進型商品・サービスの開発や、データを活用した地域連携ソリューションの提供の開始を進めてまいります。
- ・これらの事業サービスにつきましては、現時点でまだこれ以上ご説明できないものであり、ご報告できる段階となりましたら、順次お伝えさせていただきます。

下期以降の重点実施事項-国際



■イオングループの小売事業との連携強化

事業の展開状況	中華圏		メコン圏				マレー圏				
	香港	中国	タイ	カンボジア	ベトナム	ミャンマー	ラオス	マレーシア	フィリピン	インドネシア	インド
イオンの展開 (水光店舗)	●	●	●	●	●	●		●		●	
クレジット カード	●		●	●				●		●	
パーソナル ローン	●	●	●	●		●		●	●		●
商品割賦		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
電子マネー （プリペイド）				●				●			
保険代理	●	●	●					●			
ポイントカード				●				●			

【マレーシアの取り組みを他国へ展開】



- ・次に、国際事業における、モバイル端末を軸とした、IDの拡大についてご説明いたします。
- ・当社グループは、海外において10か国・地域に展開しています。ご覧のとおり、一部を除きますが、当社はイオンの小売店舗が展開している地域を中心に、クレジットカード、パーソナルローン、商品割賦、電子マネー、保険代理、ポイントカードなどあらゆる商品・サービスを提供しており、これらサービスの全てをモバイルアプリで提供したいと考えています。
- ・また、イオンの小売店舗が進出しているマレーシアでは、現地では、イオンマレーシア、イオンビッグマレーシアの約400万枚のポイントカード事業を受託し、当社の既存メンバー200万人と合計した600万人のメンバーをアプリへ集約することで、IDの共通化を図り、電子マネーによる決済サービスの提供に加え、お客さまの購買情報等と連動させたデータベースマーケティングが可能となりました。
- ・このように、イオンの小売店舗と連携したポイントサービスについても、インドネシア、ベトナム、カンボジア等、他国に展開していく予定で準備を進めております。

下期以降の重点実施事項-国際



■フィンテックによる商品・サービスの利便性向上

モバイルアプリを活用したサービス強化

【香港:オンライン完結型ローン】

- ・申込みから審査までモバイルアプリで完結
- ・銀行口座への送金を即日実施



【インドネシア:即時審査アプリ「AEON FAST」】

- ・即時審査アプリの導入により利用可能額の審査時間を短縮
- 利便性向上及び取扱高の拡大



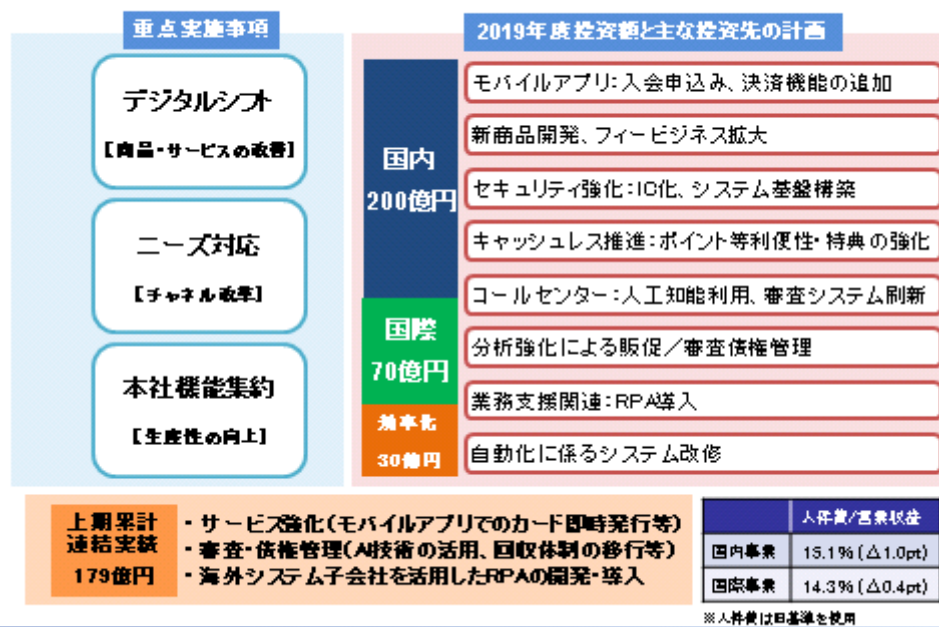
IoTを活用したオートローン事業の展開

- ・IoTデバイスによるエンジン遠隔制御により信用力を創出
- 支払能力はあるが審査に落ちる層 (アンバンク層) への商品提供



- ・各国の既存のサービスにおいては、モバイルアプリの活用にご注力しております。
- ・香港では、モバイルアプリで申込みから審査まで完結できるオンライン完結型ローンの提供を開始しました。
- ・また、インドでサービスを開始した即時審査アプリ「AEON FAST (イオン ファスト)」をインドネシアでも導入しました。これにより、審査時間の短縮することができ、お客さまの利便性向上、及び優良顧客の獲得、取扱高の拡大に繋がっております。
- ・さらに、雇用の創出と所得増加をキーワードとして、フィリピンで開始したIoTデバイスを活用したトライシクルドライバー向けのローンを皮切りに、2018年度には、インドネシアの四輪タクシー向けに提供を開始しました。
- ・今年度は、ベトナムでの小型トラック向けローン、並びにインドでの四輪タクシー向けローンの提供を進めており、各国に水平展開を図ってまいります。

システム(IT)/デジタル化投資の状況



AEON Financial Service Co., Ltd.

18

・続いて、システム・IT投資の進捗および今年度の計画並びに上期の投資内容についてご説明いたします。

・今年度は、商品・サービスのデジタル化や審査・債権管理の強化、バックオフィスの集約化及び自動化を進めるため、総額300億円の投資を計画しております。

・上期の実績として、国内では主に、スマートフォンアプリ「イオンウォレット」へのカード入会機能の追加および即時発行サービスを開始したことに加え、加盟店管理システムやデータベースの整備等、サービス強化に関する投資を実施しました。デジタルシステムに対するアクセス集中の負荷を軽減するシステムも導入しています。

・海外では、モバイルアプリでのサービス強化やAI技術を用いた審査・債権管理システムの導入、債権回収体制の移行等、基盤整備に関する投資を実施し、連結の投資額は179億円となりました。

・当社では、資料右下に記載の通り、営業収益に対する人件費率をIT投資のKPIの一つに設定し、生産性の向上に取り組んでおり、この数字をもっと低下させていきたいと考えております。

2020年2月期 連結業績予想



■業績予想は変更なし

業績予想※1	2020年2月期 (2019年4月1日～2020年2月29日)	
	通期 (11ヶ月間)	(参考※2) 12ヶ月間換算数値
営業収益	4,300億円	4,700億円
経常利益	700億円	730億円
親会社株主に帰属する 当期純利益 (1株当たり当期純利益)	380億円 (176円11銭)	400億円 (185円38銭)

	第2四半期末		期末		年間		配当性向※1	
	実績	前期比	予想	前期比	予想	前期比	予想	前期比
配当予想	29円	±0円	39円	±0円	68円	±0円	38.6%	+3.8%

※1 業績予想および配当性向は、決算期変更後の2020年2月期(11ヶ月間)の数値

※2 通期業績予想を12ヶ月間(2019年4月～2020年3月)に調整した数値

・最後に、2020年2月期の連結業績及び配当予想でございます。内容につきましては、既に公表している数値より変更はございません。

・なお、先ほど若林のパートでも業績影響についてご説明させていただきましたが、11月1日に公表させていただいておりますフィリピン現地子会社の不適切会計につきましては、皆さまにご心配をお掛けし、大変申し訳なく思っております。親会社として大変重大な責任を感じているところです。

・本件事案の全容解明、調査につきましては最終段階にきており、再発防止策も含めて検討しているところでございます。

・当社は、2013年にも台湾の現地子会社における不適切会計があったことは皆さまご承知の通りです。以来、我々は128項目に及ぶ再発防止策を構築し、再発防止に取り組んでまいりました。その中で一部対応に時間がかかっているもの、或いは対応すべきものが形骸化していたことよって、今回の事案を発見できなかったと考えております。また、現地のマネジメントが現場のプロセスになかなか入っていかなかったことも大きな原因のひとつと考えております。このようなことも含めて、ガバナンス体制をもう一度見直して、二度とこのようなことが起こらないように体制を構築してまいりたいと思っております。皆さまには本当にご迷惑をおかけしました。あらためてお詫び申し上げます。

私からの説明は以上です。

以上、ご清聴ありがとうございました。

質疑応答

■大和証券 渡辺アナリスト

Q：海外の貸倒費用比率について、今回29.6%まで上昇した。営業債権の増加が理由とされていたが、営業債権の残高は去年の上期・下期とも拡大しており、また、IFRS も導入していたはずだが、なぜ今期これだけ伸びたのか。これは来期以降も高いグロースが続く場合は貸倒費用比率の高止まりが続くものなのか。

A：海外メコン圏の話だが、前年の9月にタイにおいて、個人の累積債務が大きいということから規制が強化された。メンバーカード会員を数多く抱えているが、枠が基準に満たない小さな金額(1万5千バーツ以下)の人が多かった。優良顧客を中心に枠を拡大して、利用の促進を図ったところ、残高が大幅に拡大してきた。その中で一部、景況の悪化もあり今期に貸倒が出てしまった。ただし、正常債権の残高が非常に増えておりNPLが一定でとどまっているため、残高が伸びた分について今期に影響が出たという認識。したがって、今後、与信のモニターを強化していけば比率の部分はキープ出来ると考えている。来期以降タイでIFRSが導入されるので、そちらについては連動した形で審査・管理していき、採算の改善と効率化を図っていきたい。タイではオートローン(車)も始めており、バイクのデフォルトリスクを使用している。タイでは中古車のバリューが日本ほど落ちておらず、比較的高い金額で取引されているので、これに実績が乗ってくれば、比率は改善すると見られる。よって、現在のところは保守的にバッファを持っている状態。

Q：国内の販促費のかけ方について、今回大規模なキャンペーン施策を実施したが、良かった点・悪かった点を教えてほしい。また、今後の販促費のかけ方についても聞きたい。

A：当初から、上期に大きな販促費をかけて年度分の会員数を取りに行く戦略を立てており、今回初めて20%キャッシュバックのキャンペーンを打った。結果としては、予算を40億円強オーバーしてしまっただが、その分デジタル会員、そして特に若い層の会員を確保することができた。また、人数的にも当初見込んでいた数字以上の会員を獲得することが出来ており、ショッピングリボやキャッシングも利用してもらっている。「カード会員の稼働率を上げる」「若年層の会員数を増やす」「デジタル会員を増やす」という目標については達成できたものと認識している。今後も引き続きセールス活動は続けていく必要があるが、今回のような大きな販促の投入は今後予定していない。

■みずほ証券 佐藤アナリスト

Q：海外の他地域のクレジットコストの見通しについて。香港は現地情勢次第だと思うが、影響

を受けて悪化しているという状況か。また、マレーシアは2Qに貸倒引当金の繰入が急増しているがこれは一過性という認識で合っているか。

A: 香港については、加盟店がかなり大きな影響を受けている。ただ、イオンカードは他のカードと比較して普段使いが中心のカードであるので、相対的に影響が小さいように思われる。クレジットコストについては、香港についても前年度IFRSに移行したが貸出残高が増えなかったため、正常債権に対する引当もそれほど増加しなかった。これ以上の情勢悪化がないという前提に立てば、来期以降の与信コストの増加は限定的であると見ている。マレーシアについては前年度1Qに政府によるバラマキ政策があり、それを返済に回すことが出来たため、前年の1Qの回収率がかかなり良かったことの反動である。下期は貸出残高も積極的に伸ばしては行くが、引当率は悪くなってはいないので、これが大きくぶれることは想定していない。システム投資も進めているので中長期的には回収の効率化が進んでくるものと考えている。

Q: イオングループの方のポイント10倍キャンペーンの効果について。キャンペーン終了後の10月の取扱高を見ると、キャンペーン期間中の9月からの反動減がかかなり大きく、また、そもそもイオングループとしてキャッシュレス化比率を上げるという部分についてのコストを貴社が負担した格好に思われるが、貴社にとっての効果を教えて欲しい。

A: イオングループの店でカードを使ってもらおうという循環については、カードをデジタル化していく上で、非常に貴重な資産だと考えている。デジタル化されたプラットフォームに何度もお客様に来てもらうことによって、初めてこのプラットフォームに次の使い道が生まれてくる。プラットフォームをより価値のあるものにしていく為に、投資を進めているという状況。この9・10月はイオングループが強い力を持つ地域に台風が直撃したことで、売上はあまり良くない状況となっている。ただ、今回のようなイオングループとのポイントのやりとりについては、プラットフォームに付帯する価値によって回収していけるものと考えている。

■シティグループ証券 丹羽アナリスト

Q: 国内のカード事業について、ショッピングリボやキャッシングの利用者が増えたと言われていたが、単価はどのようになっているか、平均との比較も含め教えて欲しい。

A: 単価についてはかなり上がっている。20%キャッシュバックキャンペーンで入った方々なので、高い物を買って多くの還元を得るといった考え方の人が多い。新規会員の利用額は一人あたり3万7千円程度である一方、平均は3万4千円程度なので、単価については3千円程度上がったということになる。

Q: 国内事業について、銀行業界では地域金融機関との連携が始まっているが、貴社の銀行業務は貴社内で完結するものなのか、それとも地域との関わりを目指していくのか。

A: 銀行業務については、SBIがやっているような地方銀行とのコラボは現状検討していない。SBIは企業再生等の中小企業支援による地域活性を描いているが、我々の銀行業は基本的に法人

融資をしておらず地域の個々の顧客に対して金融サービスを提供しているので、ビジネスモデルが異なる。ただし、地域の活性化に貢献するということが我々の経営理念でもあるので、地方金融サービスは続けていくという強い覚悟は持っており、対個人顧客の部分のサービスの質の向上に注力していく。現状は具体的には明かすことはできないが、実際に地域とのつながりに向けた動きは考えている。

アプローチの仕方が SBI とは異なるということ。

■SMBC 日興証券 原アナリスト

Q：今回、益の出やすいキャッシング債権の流動化を行っているが、今後もコストが収益を圧迫した場合には、同様の方法で埋めていくと考えて良いのか。

A：通常は資金調達的手段として、資産の足の長さや回転という点を考えながら対応している。今回キャッシングを流動化したのは、過去に例の無い規模のキャンペーンを実施して当初よりもコストが上振れたという背景がある。期待される将来収益は、主にショッピングリボやキャッシングから獲得することが期待されるので、一部キャッシングの流動化を実施した。ただし、こちらについてはあくまで原則的ではなく例外的な対応。

Q：フィリピンの修正について。今回は過年度分で12 億円の修正となっているが、今年度の上期分はどの程度を想定していれば良いか。

A：上期については、収益を前取りしてしまったものは、今期の時間の経過とともに実現していくものもある。貸倒については、フィリピンの債権は非常に足が短く12 ヶ月程度。概ね半年が過ぎて延滞のままであれば償却。したがって相互の差額になるが、12 億円までいかない(おそらく10 億円)程度の影響があると認識。これから抜本的な対応を取っていくが、改善するまでの間の利益水準は従来見込んでいたものより小さくなってしまう。合計すると20 億円を超えるが、他のところで十分リカバリー可能と考えている。

以上