

2024 年度第 1 四半期 決算電話説明会 原稿・質疑応答

開催日時：2024 年 7 月 11 日（木） 17:00-18:00

発表者：取締役 兼 常務執行役員 財務経理本部長 三藤 智之

2025年2月期 第1四半期

決算説明会

2024年7月11日



イオンフィナンシャルサービス

証券コード 8570(東証プライム・その他金融)

決算サマリ

企業価値向上に向けた“選択と集中”の効果が現れつつあり、業績は伸長
資産収益性・生産性の向上に成果

● 資産収益性

➢ 高利回り営業債権残高[※]が順調に拡大し、収益に貢献

※ 国内:8,117億円(YoY110%/期首差+346億円)、国際:9,571億円(YoY115%/期首差+515億円)

● 生産性

➢ 営業収益の拡大(YoY110%)に対し、営業費用の増加を抑制(YoY105%)し、

連結営業利益は152億円(YoY166%)に伸長

➢ 国内:決済を中心に取扱高拡大、市場環境の変化を捉えた銀行の収益拡大

販促費の費用効率向上(YoY△13億円)と貸倒関連費用の抑制により大幅増益

➢ 国際:マレー圏が先んじて回復し国際事業をけん引

貸倒関連費用は高止まり傾向にあるものの、与信・回収体制の強化を継続

- ・ 今回の決算のポイントについて説明する。

企業価値向上に向けた事業ポートフォリオの見直しにおける選択と集中による経営資源の再分配による効果が表れた。

ROE 向上にむけた資産収益性、生産性向上の取り組みも成果が出始めた。

- ・ まず、資産収益性についてである。

国内外にてキャッシングやローン等の利回りの高い営業債権残高が拡大した。

国内では、8,117 億円(前年同期比 110%)、期首差 346 億円増加。

国際では、9,571 億円(前年同期比 115%)、期首差 515 億円増と国内外いずれも、前年対比で 2 桁の伸びとなり、収益の拡大に寄与した。

- ・ 次に生産性についてである。

営業収益が前年同期比で 110%に拡大した一方、営業費用の増加率は 105%に抑えられたことで連結営業利益は前年同期比で 166%となる、152 億円に大きく伸長した。

- ・ 国内では決済を中心に取扱高が拡大し、銀行収益も拡大した。

一方で、販促費等の費用効率の向上・貸倒関連費用の抑制が図れた結果、国内営業利益は前年を大幅に上回る結果となった。

- ・ 海外では、マレー圏が先んじて回復し国際事業全体をけん引し増益となった。

各国、景気回復の遅れなどにより貸倒関連費用は高止まりしているものの、引き続き与信・回収体制の強化を図り、生産性の向上に取り組んでいく。

2025年2月期 1Q 連結業績ハイライト

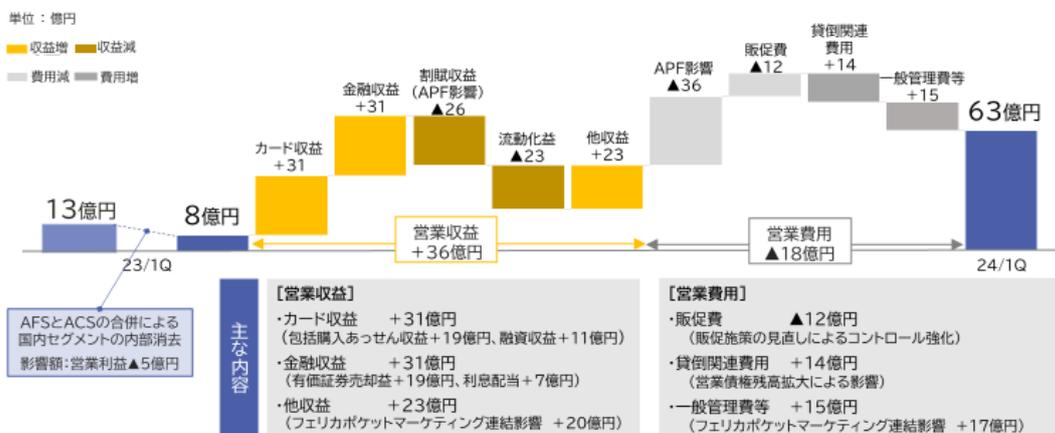
	連結		国内※		国際		24年度通期 連結見直し	進捗率
	YoY		YoY		YoY			
営業収益	1,279 億円	110 %	753 億円	105 %	531 億円	117 %	5,200 億円	25 %
営業利益	152 億円	166 %	63 億円	753%	87 億円	107 %	550 億円	28 %
経常利益	159 億円	167 %	-	-	-	-	550 億円	29 %
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	60 億円	169 %	-	-	-	-	210 億円	29 %

※23年6月実施の国内経営統合により、これまで調整額に計上していたイオンフィナンシャルサービス(株)の業績を国内セグメントに計上
なお、YoYは前年実績を変更後のセグメントに組み直し算出

- ・まず、2025年2月期 通期の連結業績については
 - 営業収益 1,279 億円、前年同期比 110%
 - 営業利益 152 億円、前年同期比 166%
 - 経常利益 159 億円、前年同期比 167%
 - 親会社に帰属する四半期純利益 60 億円、前年同期比 169%
 以上の実績となり、増収増益となった。
- ・連結営業収益は、第1四半期としては過去最高の実績となった。

【国内】1Q営業利益 前年同期差内訳

- ・ 子会社譲渡の影響がありつつも、カード収益の継続的な増加と金融収益の計上により増収
- ・ 債権残高の増加により貸倒関連費用が増加も、費用対効果を重視した販促費コントロールを継続



AEON Financial Service Co., Ltd.

4

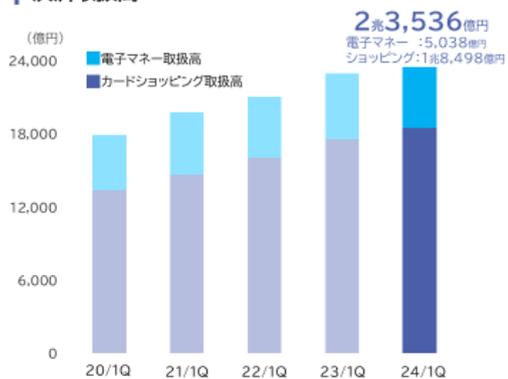
- ・ これは、国内事業の営業利益の前期差内訳を表したスライドである。
- ・ グラフ左でお示しのとおり、当社とイオンクレジットサービスの合併により、昨年第2四半期より、当社業績を国内セグメントに計上している。
前年度の営業利益8億円は、本年と同基準に組み替えて算出したものである。
- ・ 黄色い棒で表した営業収益は、3月に実施したイオンプロダクトファイナンスの事業譲渡により、個品割賦収益が26億円減となったが、カードショッピング取扱高の拡大による加盟店手数料の増加や、注力してきたショッピングリボやキャッシング債権残高拡大によるカード収益の増加に加え、有価証券運用による金融収益の増加などにより、前年同期と比較し36億円増収となった。
- ・ 一方、グレーの棒で表した営業費用については、債権残高の拡大に伴い貸倒関連費用が増加した一方で、事業譲渡による費用減36億円に加え、会員募集を中心に費用コントロールを強化し販促費は12億円減少、結果、営業費用は合計18億円の減少となった。
- ・ この結果、国内営業利益は54億円増の大幅増益となった。

【国内】クレジットカード、電子マネー

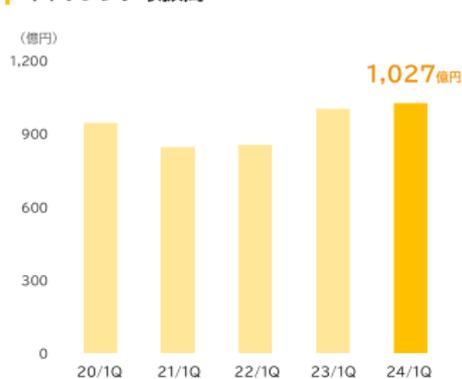
生産性
(収益拡大)

- ・ ゴールドカード限定特典開始やAEON Pay利用促進も貢献し、ショッピング取扱高はYoY105%
- ・ キャッシング取扱高はアプリ利便性の向上、アウトバウンドコール等の訴求強化でYoY102%

決済取扱高



キャッシング取扱高



AEON Financial Service Co., Ltd.

5

- ・ ここから、国内の業容について説明する。
- ・ 右上にお示ししているのは、期末にご説明した当社の ROE 向上に向けた考え方の中で、どの指標・取組に該当するかを示している。
- ・ まず、左のグラフでお示ししている、決済取扱高について、電子マネーWAON とカードショッピング取扱高の合計である当社の決済取扱高は 2 兆 3,536 億円となった。
- ・ 電子マネーWAON の取扱高は、昨年のマイナポイント実施によるご利用増の反動により、前年同期比 93%となった。
- ・ カードショッピング取扱高については、物価上昇による押し上げ効果があった一方、日常消費などでは節約志向の高まりによる買い控え傾向もみられる。
- ・ そのような中、ゴールド会員さまへの新たな特典の開始や AEON Pay の利用促進策などにより、ショッピング取扱高は 1 兆 8,498 億円、前年同期比 105%となった。
- ・ 右のグラフでお示ししているキャッシング取扱高についても、当社アプリ「イオンウォレット」の利便性の向上や、お客さまへのアウトバウンドコールを通じた継続した訴求により、1,027 億円と前年を上回って推移した。

【国内】 グループシナジーの拡大

生産性
(収益拡大)

- ・ イオンモールでのゴールド会員向け特典を開始 来店動機が高まり、利用人数・決済金額ともに増加
- ・ グループシナジー最大化に向け、今後もグループ特典の拡充を図る

イオンモールでの新特典開始(24年4月～)

イオンモールお客さま感謝デー
ゴールドカード決済状況
(前年同日・同規模比較)



利用人数 **+30%**

取扱高 **+60%**

イオンモール専門店での
お客さま感謝デー(毎月20日・30日)

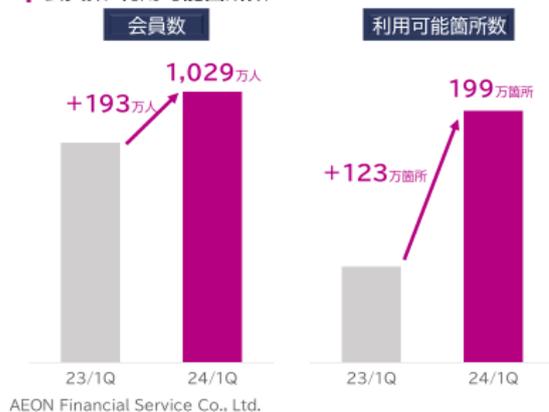
- ・ ショッピング取扱高に関しては、グループシナジーを高める新たな取り組みとして、ゴールドカード会員さまに対し、イオンモールの専門店です毎月20日・30日に5%割引となる「お客さま感謝デー」特典を、4月より開始した。
- ・ 開始後の4・5月度の4日間でのイオンモールにおけるゴールドカード利用状況は利用人数が、前年同日、同規模比較で30%増加し、決済取扱高については、60%増加と、上々の滑り出しとなった。
- ・ 本特典により、お客さまの来店動機につながることから、イオンモールと当社、双方にメリットある取り組みとなっている。今後、特典の認知が広がることにより、さらに大きな効果につながるものと考えている。
- ・ 今後も、イオングループ各社とのシナジーを最大化すべく、特典の拡充などの取り組みを強化していく。

[国内] AEON Pay

生産性
(収益拡大)

- AEON Pay会員数は1,000万人超となり、利用可能箇所数も順調に増加
- 日常シーンでの利用が進み、少額決済の取り込みにより1人当たり決済額の拡大に寄与

会員数・利用可能箇所数



AEON Pay会員 決済金額

対 AEON Pay未登録会員

+17,000円/月

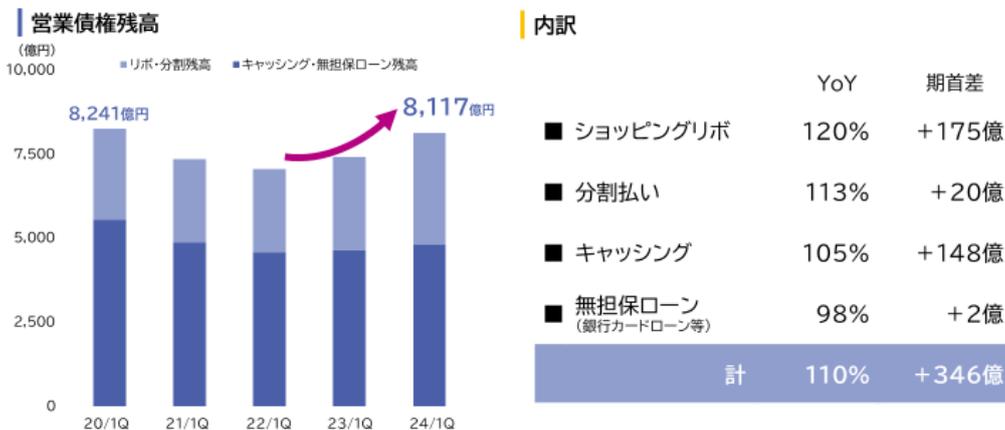


- コード決済「AEON Pay」について説明する。
- 5月末の会員数は1,029万人と、1千万人を突破した。利用可能箇所数も199万箇所となり前年同期比では100万箇所以上の増加となる。
- AEON Payは、これまでクレジットカードの利用がされにくかった少額決済での利用に寄与しており、利用頻度が高まることで、1人当たり決済額の拡大に寄与している。画面右に示している通り、AEON Pay会員のお客さまと、まだ未登録のお客さまでは、1ヶ月あたりのご利用金額に1万7千円の差が現れている。
- 今後もAEON Payを通じ、より当社の決済を日常的に使っていただけるよう取り組んでいく。

[国内] 営業債権残高

資産収益性
向上

- ・ YoYで110%の伸びが継続し、下期にはコロナ前水準への回復を見込む



8

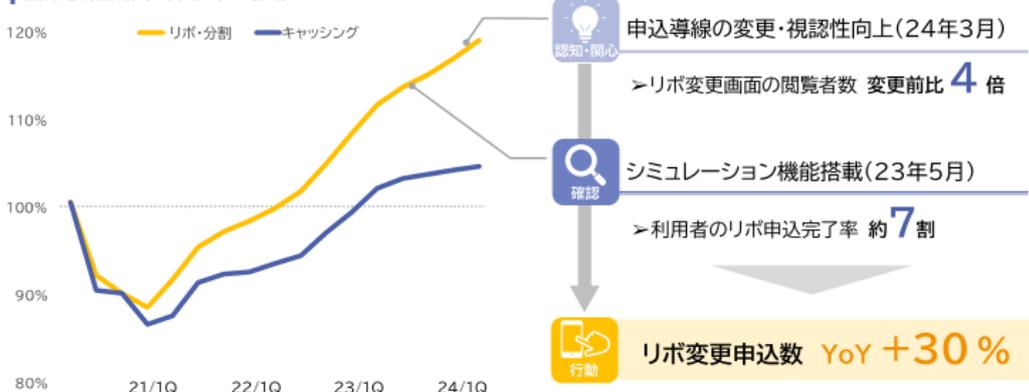
- ・このスライドは、ショッピングリボ・分割およびキャッシング・無担保ローン債権残高の推移を表している。
- ・棒グラフの、薄いブルーがショッピングリボと分割残高、濃いブルーがキャッシングと無担保ローンの残高を表している。
- ・第1四半期末の営業債権残高は8,117億円と、前年同期比で110%、期首差では346億円増加となり、第1四半期末の残高として過去最高であった、20年度の8,241億円に迫るまでに増加した。

[国内] アプリ改善によるUX向上

資産収益性
向上

- ・「イオンウォレット」の機能及び視認性向上により、リボ変更数が増加 リボ残高の増加に寄与

営業債権残高 伸び率の推移



AEON Financial Service Co., Ltd.

9

- ・特に伸びの大きいショッピングリボの残高拡大に寄与した施策についてのご紹介となる。
- ・左のグラフは、黄色い折れ線がリボ・分割、青い折れ線がキャッシング残高の、前年同期比での伸び率推移を示している。どちらも前年同期比で債権残高を伸ばすことができているが、特に伸び率の高いショッピングリボ・分割払い残高に対しては昨年から継続して行っている当社のイオンウォレットアプリのUI・UXの改善が寄与している。
- ・昨年5月に導入したリボ変更後のお支払額が確認できるシミュレーション機能がお客さまの安心感につながり、この機能をご利用いただいた方の約7割が、リボ変更される結果につながっている。
- ・本年3月には、アプリ内でのリボ申込の導線を変更し、視認性の向上を図ったことで、リボ変更のページ閲覧者数が変更前の4倍に増加した。
- ・これら、認知を高め、安心してご利用いただける環境を整えたことで、リボ変更の申込数は前年同期比で30%増加し、残高の増加、粘着性の向上につながっている。UI・UXの改善は、一見小さな工夫でも大きな効果につながるものであり、今後もお客さまの目線にたった利便性向上を図っていく。

[国内] 貸倒関連費用のコントロール

生産性
(費用コントロール)

- ・ 営業債権残高に対する貸倒関連費用の比率は低位で推移

貸倒関連費用率の四半期推移

※リボ・分割、キャッシング、無担保ローンの合計残高に対する貸倒関連費用率



AEON Financial Service Co., Ltd.

債権回収の生産性向上



お客さま情報の最新化

アウトバウンドコールでの
住所・連絡先等の登録情報
メンテナンスの推進



SMSを活用した案内効率化

架電後、お手続き内容確認の
SMSを送信
ご案内の正確性向上

- ・ 次に、費用コントロールについての説明をする。
- ・ まず、貸倒関連費用については前年同期比で金額は増加しているものの、左のグラフでお示しのとおり、債権残高に占める貸倒関連費用の比率は低位で推移している。
- ・ 貸倒関連費用のコントロール強化にむけては、お客さまへのアウトバウンドコールを通じて登録情報の最新化を進めるとともに、債権回収においては架電後にご案内した内容の確認をSMSで送信するなど、効率的かつストレスの少ない取り組みを行っている。

[国内] 獲得効率の改善

生産性
(費用対効果)

- ・店頭及びインターネット募集の運用見直しにより、獲得効率が改善

1会員あたり獲得コスト



AEON Financial Service Co., Ltd.

生産性向上



活用チャネルの見直し

獲得効率に加え
入会後の継続利用率・収益性の高い
チャネルでの獲得シェアの拡大



グループとの連携強化

ウエルシア等の独自特典の訴求や、
小売企画と連動した
募集体制の強化

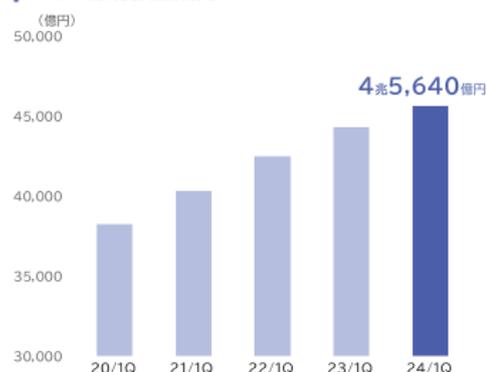
11

- ・次に、カード会員獲得の効率改善についての説明をする。
- ・昨年は、上期にインターネット経由でのカード会員獲得へ多くの費用を投下したことにより、販促費が増加したが、昨年下半年よりインターネット募集の方法や企画内容の見直しを図り、費用対効果の高い施策への絞り込みを行った。
その結果、今期は左の図の通り、1会員当たりの獲得コストを約20%削減することができている。
- ・さらに、インターネット経由の募集においては、よりご利用可能性の高いお客さまを獲得できるチャネルを強化するなど、生産性の向上を図っている。
- ・店頭募集においてもグループとの連携を強化してきた。例えば昨年発行を開始したウエルシアカードでは、毎月10日にWAON POINTを10%還元する新特典とあわせた訴求強化やイオングループ各社での企画とあわせ募集体制の充実を図っている。

[国内] 銀行預金

- ・ 預金残高は定期預金キャンペーン等によりYoYで103%、期首差246億円増
- ・ 取引状況に応じた優遇制度(Myステージ)の拡大により、さらなる預金獲得につなげる

イオン銀行預金残高



AEON Financial Service Co., Ltd.

円普通預金の金利改訂(24年5月1日)

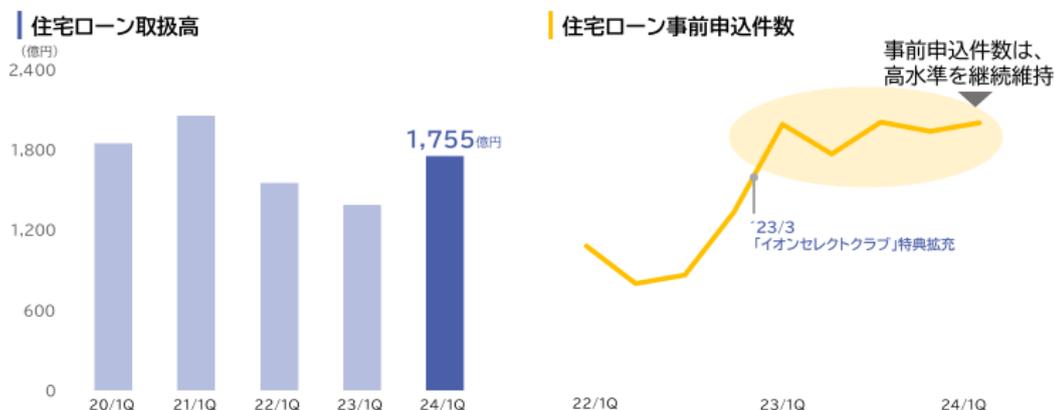


- ・ このスライドでは、イオン銀行の預金についての説明をする。
- ・ 金利が上昇する中で、イオン銀行の預金による資金調達力は大きな競争優位を發揮することから預金残高の拡大に取り組んでいる。
- ・ 預金残高は、春の定期預金キャンペーンなどにより、前年同期比で103%、期首差246億円増となった。
- ・ 5月1日より、円普通預金の金利を改定した。
イオン銀行では、お取引内容に応じた優遇制度である“Myステージ”を通じ、クレジットカードなどのご利用金額やローンのご利用、NISA口座の開設など、お取引の内容に応じて高めの普通預金金利を提供してきた。
今回の金利改定では、最もお取引の多いプラチナステージのお客さまの預金金利を多めに引き上げることで、預金獲得の強化とあわせ、当社サービスを幅広く使っていただけるお客さまの拡大を図っていく。

[国内] 住宅ローン

生産性
(収益拡大)

- ・「イオンセレクトクラブ」の継続した告知強化により、住宅ローン取扱高はYoY 126%
- ・なお、5/1より既存の変動金利型住宅ローンの店頭表示利率を0.10%引き上げ



AEON Financial Service Co., Ltd.

13

- ・次に、住宅ローンの取扱高の状況についての説明をする。
- ・取扱高は1,755億円、前年同期比126%と、大きく増加した。
- ・前年上期は住宅ローン取扱高が低迷したが、昨年3月に、住宅ローンをご契約頂いたお客さまがイオンの店舗でいつでも割引を受けられる「イオンセレクトクラブ」の特典を拡充し、本特典の訴求に継続して取り組んでいる。
- ・右にお示ししている折れ線グラフは、住宅ローンの事前申込件数の直近2年の推移を表している。事前申込の件数は、その後の取扱高につながる一つの指標と捉えているが、イオンセレクトクラブの特典を拡充した23年3月以降、事前申込件数は高水準で推移している。金利だけではなく、当社独自の付加価値をお客さまにご支持いただけている結果と考えている。
- ・なお、5月より既存の変動金利型住宅ローンの店頭表示利率を0.1%引き上げており、金利引き上げによる収益の拡大も見込んでいる。

〔国際〕 セグメント別 業績ハイライト

- ・ 貸倒関連費用が増加も、マレー圏がけん引し国際事業で増収増益

	国際事業		中華圏		メコン圏		マレー圏	
		YoY		YoY		YoY		YoY
営業収益	531 億円	117 %	86 億円	128 %	231 億円	107 %	214 億円	127 %
営業利益	87 億円	107 %	19 億円	91 %	25 億円	96 %	42 億円	128 %
<参考> 貸倒関連費用	170 億円	114 %	23 億円	196 %	88 億円	104 %	59 億円	113 %

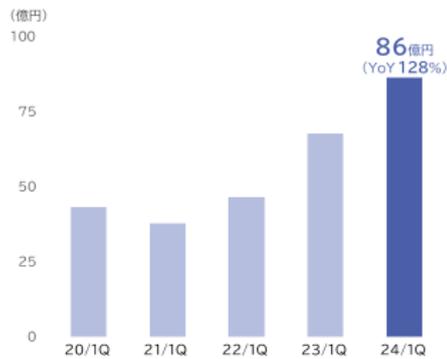
期中平均レート ※()内は前年同期差
HKD : 19.67円(+2.34円) THB : 4.21円(+0.27円) MYR : 32.48円(+2.16円)

- ・ ここから、国際事業の説明となる。
- ・ ご覧頂いている通り、営業収益は、中華圏・メコン圏・マレー圏、3エリアともに増収となったが、経済回復の遅れによる貸倒関連費用の増加等により中華圏とメコン圏は減益となった。
- ・ しかしながら、マレー圏では、収益、利益ともに大幅に増加することができており、国際事業全体では
 - 営業収益 531 億円、前年同期比 117%
 - 営業利益 87 億円、前年同期比 107%と増収増益となった。

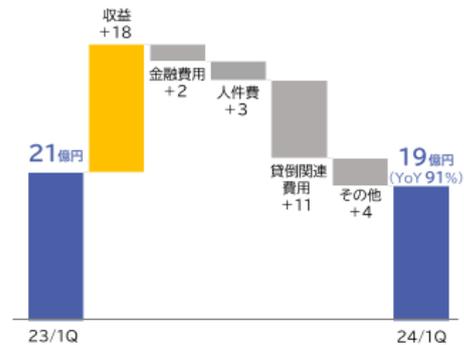
〔国際〕 中華圏の業績ハイライト

- ・ カードキャッシング利用や個人ローンの申込増加により債権残高が増加し、収益は過去最高を更新
- ・ 個人破産件数増に伴う貸倒増加が継続 破産予測スコアを活用し、審査厳格化・途上与信を強化

営業収益



営業利益前期差内訳



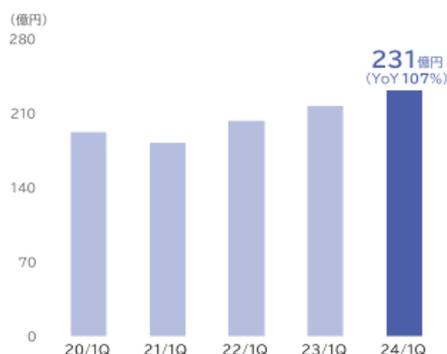
まず、中華圏の説明とする。

- ・ 営業収益では、訪日や訪中ニーズにあわせた利用促進企画やスマホ決済の利用拡大によるショッピング取扱高の拡大に加え、キャッシング、個人ローンの申込増加により債権残高が増加し、営業収益は過去最高であった前年を更新し、86 億円となった。
- ・ しかしながら、昨年下半年より景気の悪化や物価の上昇、住宅ローン金利の上昇などに伴い、香港全体で個人破産件数が増加しており、当社においても貸倒関連費用が増加している。
- ・ 結果、営業利益は 19 億円と前年を下回った。
- ・ 貸倒関連対策としては、破産予測スコアを導入した審査の厳格化や突発的な破産リスクの予防措置として、早期にリストラクチャリング契約の打診を行うなどの途上与信の強化を実施している。引き続き、貸倒関連費用のコントロールを図り営業利益の再拡大を図っていく。

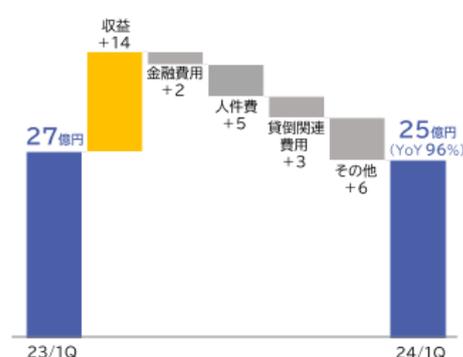
【国際】 メコン圏の業績ハイライト

- ・ 休眠会員に向けたプロモーションにより、キャッシング・個人ローンともに取扱高拡大
- ・ 経済環境の低迷が長期化しており、貸倒関連費用は引き続き高水準

営業収益



営業利益前期差内訳



AEON Financial Service Co., Ltd.

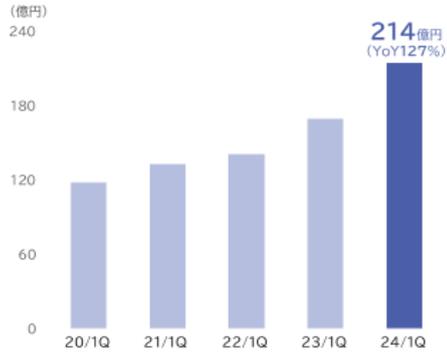
16

- ・メコン圏では、営業収益 231 億円と、円ベースで収益は増加しているが、為替影響を除くとタイでの約 1 年半にわたる与信厳格化による債権残高の減少により収益は昨年とほぼ同程度となった。
- ・経済低迷の長期化により、貸倒関連費用も高い状況が続いており、営業利益は 25 億円と減益となった。
- ・タイでは、休眠会員に向けた販促強化や、自動車を対象とした担保ローンの提供開始等により、取扱高は増加している。
また、今年発行を開始した完全カードレスのデジタルクレジットカードは、ターゲットである若年層を中心に足元で申込・利用ともに好調に推移するなど、基盤拡充が進んでいる。
- ・タイの経済の回復には一定の時間を要すると考えており、債権残高とクレジットコストのバランスを慎重に見極めつつ、ボトムラインの最大化を図っていく。

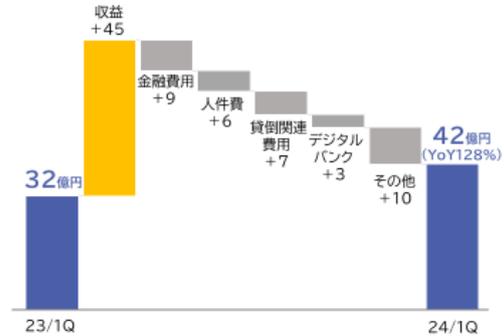
〔国際〕 マレー圏の業績ハイライト

- 個品割賦に加え、個人ローンのデジタル完結・審査時間短縮など利便性向上により残高が増加
- AIスコア等を活用した与信精緻化により貸倒関連費用は安定 デジタルバンクの費用増を吸収し増益

営業収益



営業利益前期差内訳



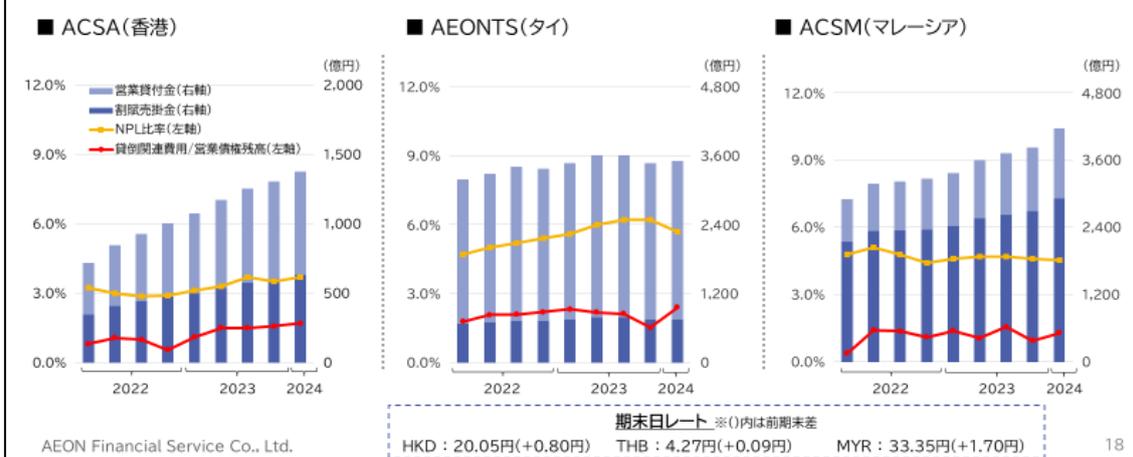
AEON Financial Service Co., Ltd.

17

- マレー圏の状況を説明する。
- マレーシアでは、個品割賦において引き続き好調な二輪に加え、中古車が伸長した。また、個人ローンも手続きのデジタル化と審査時間短縮などにより利便性が向上したことで、営業収益は前年同期比 127%の 214 億円と過去最高となった。
- 営業利益もこれらの増収効果に加え、与信・債権回収体制の高度化により貸倒関連費用は安定して推移、5月に開業したデジタルバンクのコストを吸収し前年同期比 128%となる 42 億円となった。
- マレーシアでは、強固な地盤を持つ個品割賦では、バイクに加えて中古車の取り扱いが増えており、個人ローンではデジタル化により取扱高も高水準で推移している。デジタルバンク事業と合わせて今後も現地に根差したさらなる成長を図っていく。

【国際】 上場子会社の債権残高およびNPL推移

- ・ マレーシアは債権残高の積み上げが加速するも、NPL比率は安定
- ・ 香港、タイではトップライン強化と与信管理のバランスを見極め、ボトムラインの最適化を図る



- ・ 海外上場3社の債権残高およびNPL比率の四半期推移について説明する。
- ・ グラフは、薄いブルーが営業貸付金、濃いブルーが割賦売掛金、黄色い折れ線がNPL比率、赤い折れ線が債権残高に対する貸倒関連費用の比率を表している。
- ・ ACS アジアでは、債権残高は拡大基調が継続し、貸倒関連費用もそれに伴い増加しているものの、残高に対する費用率は大幅に増加することなく推移している。
 今後も引き続き、与信コストとバランスを取りつつ債権残高拡大を図っていく。
- ・ 次に、中央のグラフ、イオンタナシンサップの状況である。
 タイでは市場全体でもNPL比率が高い状況が続いている。タナシンサップにおいては、債権残高は減少しているが足元の貸倒関連費用は償却額の高止まりや、昨年4Qに実施した引当率計算の改訂の反動により増加している。
- ・ 右のグラフのACSマレーシアでは、営業債権残高の積み上げが加速している。
 貸倒関連費用においては、これまでの取り組みが奏功し、NPL比率も安定して推移しており、残高の増加に対し適切なコストコントロールにつなげることができている。

- ・ AI技術の活用や新たなスコアリングモデルの導入による、与信・回収精度を向上
- ・ 各国への技術、ノウハウの共有・水平展開により、AFSグループ全体での体制強化を図る

マレーシア



AIやデジタル技術を活用した与信・回収体制の高度化と
データ分析をもとにした営業施策の実行サイクル

・海外各国では、景気回復の遅れにより貸倒関連費用の増加が利益を圧迫する状況となっているが、与信の精緻化や回収体制の強化に継続して取り組んでいく。

・マレーシアでは、個品割賦や個人向けローンにおいて申込時の e-KYC の徹底による本人確認の強化や審査・債権回収における AI スコアリングの導入による与信精緻化、回収リソースの適正配分を推し進めている。

さらに、審査・回収実績をもとにしたデータ分析を強化し、結果を営業施策へフィードバックすることで債権ポートフォリオのクオリティを維持・向上させるサイクルを回している。

・このような各国での好事例や技術、ノウハウは AFS グループで共有し、各国の状況にあわせて活用されており、グループ全体での体制強化に貢献している。

[国際] デジタルバンク開業(マレーシア)

- ・マレーシアで初となるイスラム金融方式でのデジタルバンクを5月26日に開業
- ・イオン生活圏におけるデジタルサービスの中心として拡大を図る

5/26 AEON BANK(M)開業



銀行預金 デビットカード
コード決済 ポイントカード

AEON Financial Service Co., Ltd.



20

- ・マレーシアでのデジタルバンクが5月26日、ついに開業を迎えた。
- ・マレーシアで初となるイスラム金融方式でのデジタルバンクであり、個人預金やデビットカードの発行等のサービスから開始し、今後、各種ローンの提供などサービスを拡充していく。
- ・イオンバンク（マレーシア）では、個人のお客さまに加え、イオングループ各社や、加盟店・サプライヤーなどの法人のお客さまへも金融サービスを広げていく計画であり、アプリを中心にお客さま、イオングループ、お取引先や加盟店を金融サービスでつなぎ、イオン生活圏を拡大していく新たな形のビジネスモデルの、早期の確立を目指していく。

〔国際〕 デジタルタッチポイントの拡大

生産性
(収益拡大)

- ・ 各国にてスマホを中心としたデジタル金融サービスを拡充 利便性向上と新たな顧客層を拡大

■ 中華圏(ACSA)



自社アプリの銀聯QRやNFC
決済対応による決済機会の拡大

■ メコン圏(AEONTS)



完全デジタルのクレジットカード
「Next Gen」の新規発行

■ マレー圏(インドネシア)



アプリ上で本人確認・契約・決済が
完了するBNPLの提供

AEON Financial Service Co., Ltd.

21

- ・ 当社グループはデジタルバンクだけでなく、各国においてスマートフォンを起点としたサービスの提供に継続して取り組んでいる。
- ・ アジア各国では、日本以上にスマートフォンを通じた金融サービスの利用が浸透しており、身近なタッチポイントでの利便性向上や新たなサービス提供による顧客層の拡充を目指していく。
- ・ 訪中ニーズが高まる香港では、昨年イオンクレジットサービス（アジア）のアプリに中国本土で普及する銀聯QRやNFC決済を搭載し、イオンタナシナップでは本年1月にプラスチックカードを発行しない完全デジタルのクレジット「Next Gen」を開始。
- ・ また、インドネシアではアプリ上ですべての手続きが完了するBNPLサービスを昨年度開始し、現地のお客さまの利用を伸ばすことができている。
- ・ 今後も、デジタルタッチポイントを活用し、各国のお客さまのニーズに合ったサービス提供による取扱高の拡大に取り組んでいく。



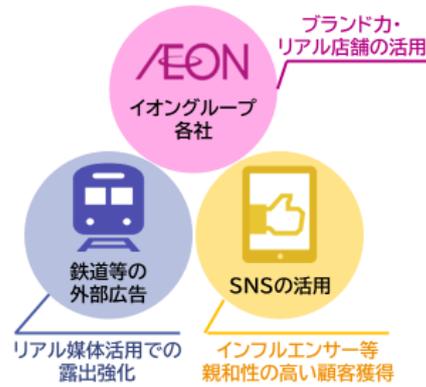
重点実施事項

- ・2024年度に取り組んでいる、重点実施事項について説明する。

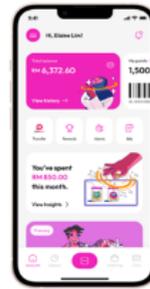
【国際/マレーシア】イオンバンク(マレーシア)認知向上

- ・イオングループ各社や外部媒体(リアル、デジタル)を活用しマレーシア全土での認知強化
- ・顧客組織化により、デジタルバンクを起点にイオン生活圏を構築

リアル・デジタルを活用した認知強化



イオンバンク(マレーシア)アプリを起点としたデータ活用によるパーソナライズド・マーケティング



グループとお客さま・
取引先をつなぎ
イオン生活圏構築



AEON Financial Service Co., Ltd.

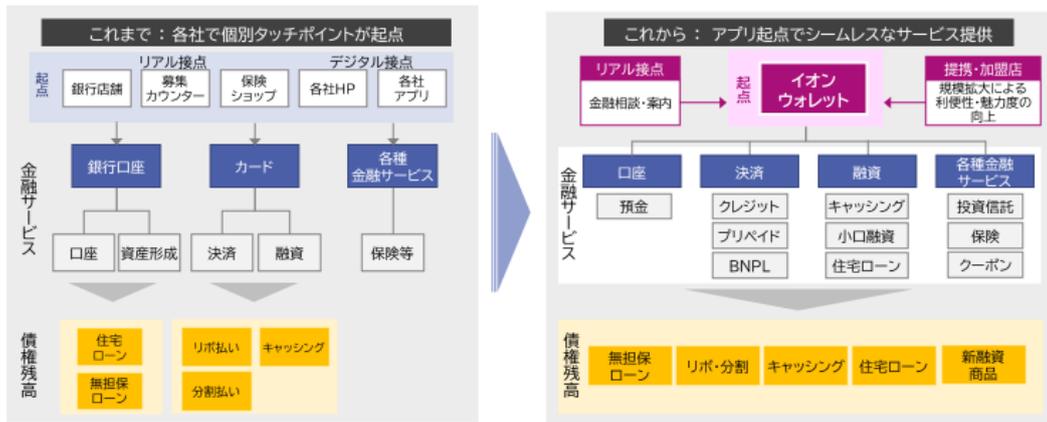
23

- ・当社は、経営環境を考慮しながらお客さまへの提供価値の最大化を目指し、事業ポートフォリオの見直しや、デジタルを活用した新たなビジネスモデルの構築などの変革に取り組んでいる。
- ・先ほどご説明のとおり、5月にイオンバンク（マレーシア）が開業を迎えた。
- ・新たなサービスの認知向上に向け、リアル店舗ネットワークを有するイオングループの強みに加え、当社が長年培ったノウハウを活かし、外部広告を活用した露出強化、SNSを活用したデジタルの親和性の高いお客さまへの訴求など、リアル・デジタルの両面を活かした販促強化に取り組んでいく。
- ・今後、イオンバンク（マレーシア）を入口に、お客さまをはじめとしたさまざまなステークホルダーの皆さまをイオン生活圏へつなげていく。
- ・なお、ベトナムで取得を決定したファイナンス会社についても今期中の取得完了を予定している。

タッチポイントの転換

2023年度 通期決算発表 再掲

- 身近な接点であるデジタルウォレット(スマホアプリ)を起点としたタッチポイントへ転換を図り、アプリから各金融サービスをシームレスに利用できる環境を構築 同時にリアル接点の利便性向上を図る



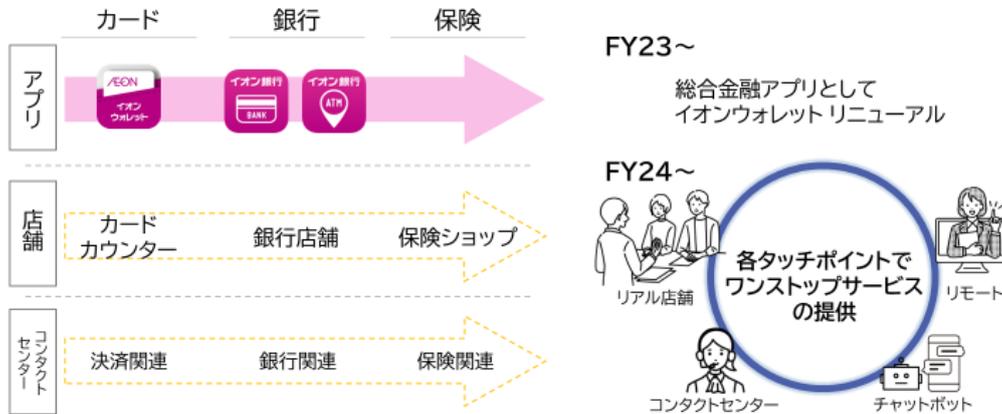
AEON Financial Service Co., Ltd.

24

- このスライドは、通期決算発表の際にお示した、イオン生活圏の拡大に向けたお客さまとの接点・タッチポイントの転換について説明する。
- これまで、カード、銀行、保険といった商品ごとにリアル店舗やアプリ等の複数のタッチポイントを持っており、お客さまにはそれぞれ個別にお手続きいただく必要があった。

[国内] タッチポイントの転換 <シームレスな顧客体験>

- サービスの分断を解消し、ワンストップでの金融サービス提供が可能な環境へ再整理



AEON Financial Service Co., Ltd.

25

- この問題の解決のために昨年度は、スマホアプリ「イオンウォレット」を総合金融窓口としてリニューアルした。
- 今年度は、アプリに続きカードカウンターや銀行、保険の店舗など、1つのショッピングセンターに複数拠点を有しているリアル店舗や、問い合わせ窓口である電話およびチャットボット等のコンタクトセンター機能についてもお客さまの視点に立ち、ワンストップでのサービス提供や様々なご相談が承れる環境の構築に取り組んでいく。

[国内] タッチポイントの転換 <総合金融アプリ イオンウォレット>

- ・用途に合わせた画面選択等の先進的なデザインが評価され、国際的なデザイン賞を受賞
- ・UI・UXの向上により、ローン等のクロスセル実績が向上



アプリ経由申込件数

銀行口座申込	5.6倍
カードローン申込	7.0倍
住宅ローン申込	2.6倍

※前年同月度比較

- ・こちらのページは、昨年度リニューアルした総合金融アプリ「イオンウォレット」についてである。
- ・タッチポイントの転換においてお客さまに身近な存在であるスマホを起点としたシームレスな顧客体験の構築が重要と考えている。
- ・「イオンウォレット」は多様化するお客さまのニーズに対応し、誰でも直感的な操作でお客さまの求めるサービスに遷移できるようになっている。
また、ホーム画面をお客さまの生活スタイルに合わせ選択できる等、先進的なデザインについて国際的な評価機関に次々と評価をいただいている。
- ・リニューアル後は、さまざまな金融サービスへのアクセシビリティが向上し、リニューアル前と比較するとイオンウォレットからの銀行の口座申込数は5倍超、カードローン申込数は7倍に増加するなど、クロスセルに大きく寄与している。
- ・分かりやすく、利便性の高いアプリを目指し、お客さまとのタッチポイントの強化を図っていく。

〔国内〕 地域連携の強化

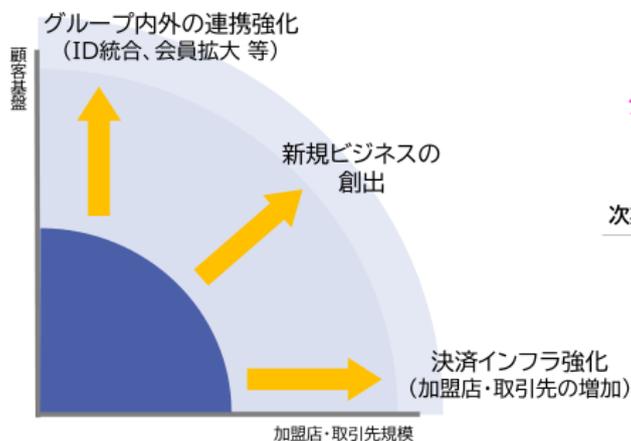
- ・自治体との協働実績を多数持つフェリカポケットマーケティングを中心に、地域社会との連携を強化
- ・地域経済の活性化を目的とする、さいたま市の地域商社「株式会社つなぐ」へ参画



- ・当社は、毎日の生活に欠かすことのできない、決済をはじめとした金融サービスを地域社会と強く連携しながら提供することで、お客さま、地域、加盟店等のお取引先、そしてイオングループをつなぐインフラの役割を担うことを目指していく。
- ・昨年連結子会社化した地域通貨や地域ポイント等の自治体向けソリューションを提供するフェリカポケットマーケティングは、これまで全国 100 件を超えるサービス提供実績を有しており、多くの経験、ノウハウにより地域社会との連携強化を図っている。
- ・その一環として、さいたま市の地域経済の活性化を目的とした市民アプリ等を提供する地域商社「つなぐ」へシステム開発および地域通貨のバリュエー発行者として参画することとなった。
- ・地域に密着したサービス提供に向け自治体との連携強化を図っていく。

【国内】システム基盤の増強

- ・ 規模の拡大を支える、盤石で機動性(開発期間の短縮、低コスト)の高いシステム基盤構築に向け、クラウド化を実施中
- ・ 次期クレジットカードシステムにおいても基盤クラウド化を実施 同時稼働によりトータルコストも削減



規模の経済を発揮すべく
システム基盤のクラウド化を実施

次期クレジットカードシステム クラウド化し稼働

稼働開始:2026年度

AEON Financial Service Co., Ltd.

28

- ・ 次に、現在取り組んでいるシステム及びシステム基盤の増強について説明する。
- ・ 当社は今後のさらなる成長に向けグループ内外との ID 連携強化による顧客基盤の拡大や、決済インフラ強化による加盟店等の増加、新規ビジネスの創出などに取り組み、顧客・加盟店規模の拡大スピードを加速させ、「規模の経済」を発揮することを目指している。
- ・ これら規模の拡大を支える、盤石で機動性の高い基盤を構築するため、システム基盤のクラウド化を進めている。
- ・ かねてより準備をすすめている次期クレジットカードシステムについても、基盤クラウド化を同時期に実施することとし、計画していた次期クレジットカードシステムの稼働時期を 2026 年度にすることとした。
- ・ 次期システムと、基盤クラウド化を同時期に行うことで、ランニングコストを含めた総投資額や移行リスクの低減が図れると判断している。



業績予想及び配当予想

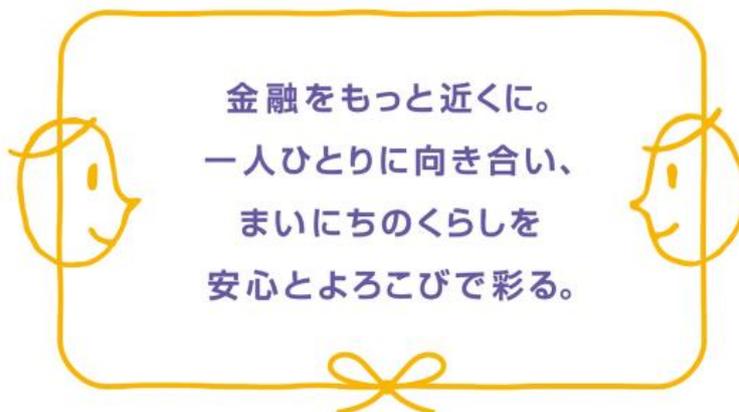
- ・最後に、業績予想および配当予想について説明する。

2025年2月期 業績予想及び配当予想

	連結		国内		国際	
		YoY		YoY		YoY
営業収益	5,200 億円	107 %	3,100 億円	105 %	2,100 億円	108 %
営業利益	550 億円	110 %	150 億円	129 %	410 億円	107 %
経常利益	550 億円	107 %	1株あたり配当金		配当性向	
親会社株主に 帰属する 当期純利益	210 億円	100 %	年間: 53 円	中間: 25 円	54.5 %	
				期末: 28 円		

- ・次期クレジットカードシステムの稼働時期見直しに伴い、当初織り込んでいた費用減少を見込むが、収益基盤の拡充、生産性向上につなげるため来期以降に予定していた戦略的投資を前倒し、早期化することとし、4月に発表した業績予想から変更はない。
- ・第1四半期は、トップライン、営業利益ともに国内、海外で順調なスタートが切れたものとする。
- ・国内では収益性の高いショッピングリボ、キャッシング債権の積み上げが図れており、第2四半期以降も拡大基調が続くものと見込んでいる。生産性向上策にも継続して取り組んでいく。
- ・海外では、貸倒関連費用の増加が継続しておりますが、マレー圏が回復してきた。中華圏、メコン圏においてもトップラインとクレジットコストのバランスを見極めながら回復を図っていく。

Our Purpose



- ・以上、2025年2月期第1四半期決算について、ご説明させていただいた。
- ・昨年度より進めている事業ポートフォリオの見直しでは、コア領域である決済インフラの強化や成長領域である海外での新規ビジネスの構築へリソース・投資を集中し、さらなる企業価値の向上を図っていく。
- ・当第1四半期では、その選択と集中によるリソース再配分の効果が現れつつあり、ROE向上に向け、資産収益性および生産性の向上につながってきていると考えている。
- ・今後も、より一層の経営努力を続けていくので、引き続き、ご理解ご支援の程をよろしくお願いしたい。

【質疑応答】

■みずほ証券/坂巻アナリスト

- ①システム基盤の増強について、クラウド化に伴いシステムの総投資額はどの程度増加する想定か。また、戦略投資としてはどのようなものに費用を投下する予定か。

(取締役兼常務執行役員 財務経理本部長 三藤 智之)

総額は1割程度増える想定。戦略投資として、セキュリティの強化に加え、UI・UXを充実させるためのアプリへの投資などに使用する予定である。

- ②販促費の年間予算に対する進捗と、効率が良くなった時の今後の実額の増減についてはどうお考えか。

(取締役兼常務執行役員 財務経理本部長 三藤 智之)

販売促進費は、昨年第1四半期が非常に効率悪かったため、今期は低く見えている。絶対額の比較ではなく効率で考えていくべきであり、第1四半期の販売促進費については想定内。今年度はこの水準にすることを意図して取り組んできた。通期では実額ベースでは増加するが、増加する分は効果を見ながら進めていく。

■SMBC 日興証券/原アナリスト

- ①国内営業債権残高について。期初の見通しより上振れているように見える。要因はなにか。期末までにどの程度上振れる想定か。

(取締役兼常務執行役員 財務経理本部長 三藤 智之)

5月末時点では8,100億円を超過しているが、残高は季節性が強く、上下の波があることを想定している。8,100億円は超過するだろうと、期待はもっている。要因として、特にショッピングリボがよく伸びたこと、アプリUI・UXの改善により、申込件数や金額が増加したことと考えている。

- ②政策金利の引き上げに伴う金利改定は期初想定されていたものなのか。預金や金利の改定は業績にどの程度インパクトがあるか

(取締役兼常務執行役員 財務経理本部長 三藤 智之)

政策金利が上がることは想定していた。住宅ローンは変動金利を上げ、預金も若干金利を上げている。利益の面ではプラスに働く想定をしている。

■ゴールドマン・サックス証券/黒田アナリスト

- ①第1四半期は債権流動化益の計上がほとんどなかったが、今後の見通しはどうか。

(取締役兼常務執行役員 財務経理本部長 三藤 智之)

第1四半期は前年より減少した。昨年はイオンプロダクトファイナンスの債権も流動化していたため、減っているような見え方になる。今年度は昨年よりは若干少なめで予算を立てている。一方、営業債権の増加で稼いでいく計画である。

②海外の貸倒と業容について、社内計画と比較した評価をどう捉えているか。マレー圏は想定より強かったのではないか。

(取締役兼常務執行役員 財務経理本部長 三藤 智之)

各エリアでの貸倒の見立てについて、1Q時点では計画をオーバーしている状態ではない。若干費用が高かったエリアもあるが、今のところは想定を少し超えたところで留まっている。

業容の拡大について強弱はあるが、特にマレーシアは満足いく結果。一方、タイはミニマムペイメントが徐々に引き上げられている影響で、現地通貨ベースでは残高が増えている。タイはもう少し業容を広げなければいけない。貸倒のコストもあるため慎重にやっていく必要がある。香港は想定通りとなった。

■SBI証券 /大塚アナリスト

①獲得効率の改善について、具体的に何を行ったのかご教示いただきたい。テレビ広告の削減、ネット比率上昇等があれば教えてほしい。獲得単価やLTVの開示予定も併せて教えて頂きたい。

(取締役兼常務執行役員 財務経理本部長 三藤 智之)

去年の大きな反省として、インターネット募集での費用効率が良くなかった。今期は効率性の観点で削減が図れたことや、店頭募集に再注力した。テレビCMは店頭の募集に効果がある。獲得コストの実額は開示する予定はないが、LTVは検討していく。

②販売促進費と売上は連動すると思うが、効率性の持続可能性について教えて欲しい。

(取締役兼常務執行役員 財務経理本部長 三藤 智之)

現状では獲得件数は前年を大きく割り込んでおらず、効率が良くなるとみている。使いやすさや魅力付けを通じて獲得していく。使っていただける可能性の高いお客さまに使っていただき、今の件数は確保していきたい。

■JPモルガン証券 /若林アナリスト

①流動化益について、金利上昇を受けて流動化債権に対する投資家の需要減退は起きているか。前期より売却益が減るリスクについてどう見るべきか。

(取締役兼常務執行役員 財務経理本部長 三藤 智之)

需要減退は起きているが、金利上昇で投資家の目線は上がっているのは確かである。投資家側の目線が現状の金利に慣れてきているため、それなりのコストでやるのであれば需要はある。流動化益という意味では調達コストが上がるため、流動化する額の減少も含め、昨年よりは少なく見積もっている。債権の積み上げを頑張っていくことが今年の計画である。

■シティグループ証券 /丹羽アナリスト

- ①グループシナジーについて、ゴールドカードの新たな施策の効果について事前のイメージとの違いや評価を教えて欲しい。月次で見てもグループ取扱高の拡大に寄与しているように見えないが、今後、全体の取扱高に影響があると見てよいのか。

(取締役兼常務執行役員 財務経理本部長 三藤 智之)

新特典によるゴールドカードの決済増は、想定通りであった。まだ認知・浸透が道半ばであり、今後認知が進むことで全体の決済額を押し上げるのに相当程度寄与してくれると期待している。

- ②有価証券売却益はどのようなものだったのか。一過性であり、2Q以降はないと思っただ方が良いか。一方、評価損の処理について期中で予定しているものはあるか。

(取締役兼常務執行役員 財務経理本部長 三藤 智之)

株価の上昇に沿って投資信託を売却したことで19億円売却益が出た。一過性のものかどうかは、相場の話もあるためお答えしづらいところではあるが、毎四半期行う想定ではない。含み損については、概ねクレジットには懸念のない債券であり、どちらかというバイ&ホールドに近い形になるため、今のところ処理は想定していない。

■Millennium Capital Management Asia Limited/藤田アナリスト

- ①国内事業の構造について補足資料と説明資料の数値を比較すると、リボ残高の積み上げにより売上貢献があった一方、販管費が下がっているところは獲得効率の改善にリンクしているということか。定性的な理解を確認させていただきたい。

(取締役兼常務執行役員 財務経理本部長 三藤 智之)

ご理解の通り。収益はリボ、キャッシングなどの債権の増加により国内は前年同期比105%となった。費用は広告宣伝費を中心に下がっており、前年同期比97%となった。この差が8%あることが増益の要因となっている。1Qだけ抑えたということではなく、昨年から継続的に取り組んできていることの効果が出ている。収益に対する費用の割合はこのくらいを維持していけるのではないかと思う。

- ②金融収益と役務取引収益が上がっているのも増収要因に効いているかと思うが、役務取引が増加した要因について解説いただきたい。

(取締役兼常務執行役員 財務経理本部長 三藤 智之)

昨年2Qより、フェリカポケットマーケティングを連結化した影響で役務取引収益が増加しており、第1四半期はネットで3億円程度が利益に貢献している。一方、費用は役務取引費用ではなく、販管費で計上されている。

■モルガン・スタンレーMUFUG 証券/渡邊アナリスト

- ①イオンプロダクトファイナンスの売却影響について、1Qだけを切り取るとネットで10億円程度プラスの影響が出たように見えるがどうか。

(取締役兼常務執行役員 財務経理本部長 三藤 智之)

イオンプロダクトファイナンスの収益は、割賦収益のほか、流動化による収益増減にも含まれている。毎四半期でこの差が出るわけではないとご理解いただきたい。売却については、利益ベースでトントンくらいと見ている。人的リソースをリリースできたことで、決済やITシステムに人材を入れることができた。

② 人的リソースのリリースは、業務全体の効率性に寄与しているという理解でいいか。

(取締役兼常務執行役員 財務経理本部長 三藤 智之)

ご理解の通り。今後、トップラインの増加やシステム効率化に寄与してくると思う。

以 上