



CORPORATE PROFILE 2026



SMBCコンシューマーファイナンス株式会社

〒135-0061 東京都江東区豊洲二丁目2番31号
TEL.03-6887-1274 (広報室)

<https://www.smbc-cf.com/>

2026.7



 SMBCコンシューマーファイナンス



お客さまに選ばれ続ける コンシューマーファイナンスNo.1ブランドの 実現を目指します

1962年3月の設立以来、当社は、お客さまの生活や暮らしの変化に合わせた資金ニーズにお応えべく、利便性・安全性が高く、安心してご利用いただける個人向けローン商品を開発・提供してきました。また、多様なご相談やご契約のお申し出等を承り、迅速にお応えできるサービス体制の強化・高度化にも努めてきております。

創立50周年の節目となる2012年4月、当社はSMBCグループの一員となりました。同年7月には、“プロミス”というサービスブランドを継続しつつ、「SMBCコンシューマーファイナンス株式会社」へと社名を変更し、グループの個人向けファイナンス事業を担う中核会社として、SMBCグループ各社との連携を深め、更なる成長の実現に取り組む体制へと移行しております。

また、2024年10月には、トップランナーとして日本のキャッシュレス決済市場を牽引する三井住友カードとの一体経営をスタートさせました。両社が持つノウハウ等の活用を通じ、各種サービスのレベルアップやお客さまへの提供価値を一段と高めてまいります。

近年、お客さまの価値観の多様化、デジタル化の進展や技術革新スピードの加速、異業種からのファイナンスビジネスへの参入等、当社を取り巻く環境は目まぐるしく変化しています。こうした事業環境の変化を踏まえ、今年度スタートした中期経営計画では、当社が目指す将来ビジョンの一つを「デジタルファイナンスカンパニー」と定めました。デジタルによるイノベーション創造を成長の中核に据え、生成AI等の新技術を積極的に活用した斬新で付加価値の高いサービス実現を強力に推進するとともに、従来以上にお客さまに寄り添い、お一人おひとりのニーズに合わせたサービス・サポートの提供を実行してまいります。

また、こうした積み重ねと並行して、健全なコンシューマーファイナンス市場の育成や、事業を通じた様々な社会課題の解決に向けても積極的に行動し、お客さま視点とプロフェッショナルとしての高い倫理観に裏付けられた誠実な取組姿勢を貫くことで、「お客さまに選ばれ続けるコンシューマーファイナンスNo.1ブランド」の確立を目指してまいります。

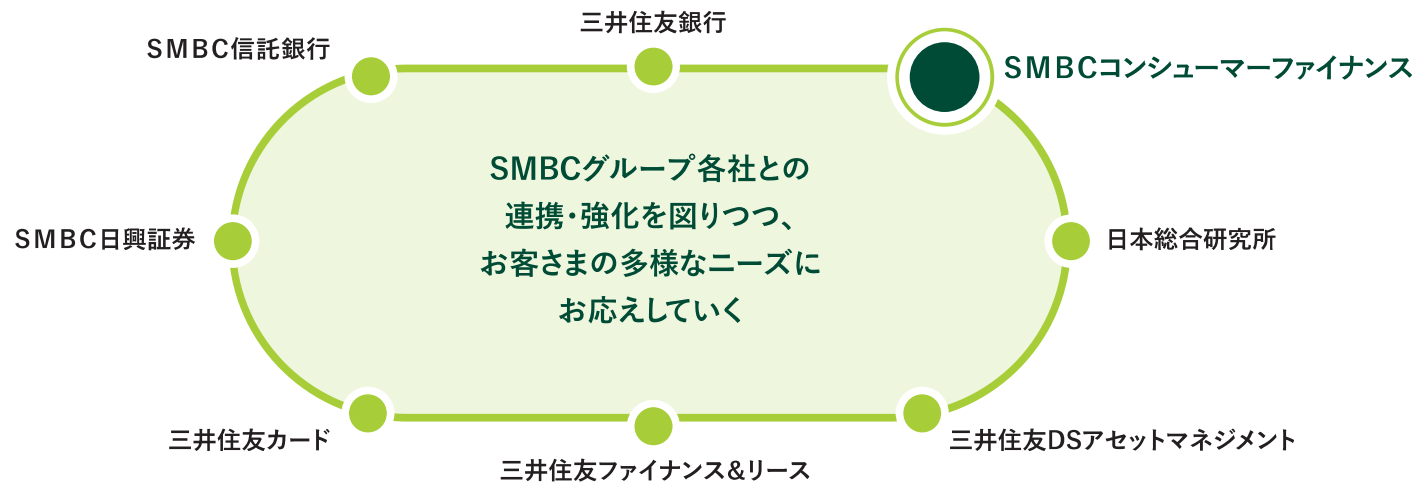
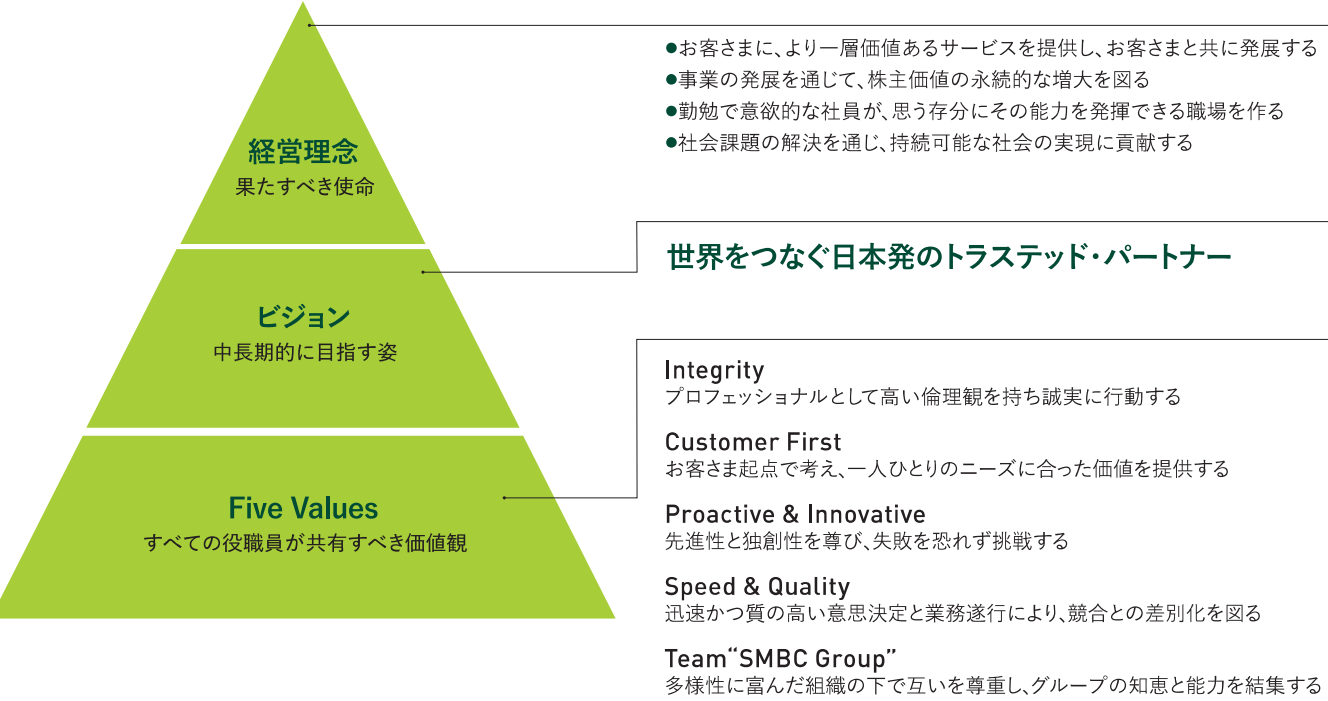
SMBCコンシューマーファイナンス株式会社
代表取締役社長

高橋 照正

SMBCグループの一員として

SMBCグループでは、2017年4月から新たなグループ経営体制をスタートさせ、グループ一体でのお客さま対応力の更なる強化に向け、事業部門制を導入しました。また、2018年4月には、グループのマスターブランドを「SMBC」と定め、新たなグループ呼称およびグループロゴの設定に加え、グループ各社の社名ロゴを統一する等、グループ各社とともにグループブランドの浸透、ブランド価値の向上に努めています。また、企業活動を行う上での拠り所である経営理念に、ステークホルダーに対し果たすべき使命を掲げ、中長期的に目指す姿である「ビジョン」、すべての役職員が共有すべき価値観である「Five Values」と併せ、SMBCグループの理念体系として制定しています。

SMBCグループの理念体系



SMBC SMBCコンシューマーファイナンス

着実な前進と、更なるチャレンジ

当社は消費者金融のパイオニアとして、安全性、利便性の向上に向けたサービスの開発や提供に取り組むとともに、ノウハウを活かした各事業の推進によりお客さまの多様な資金ニーズにお応えしていきます。

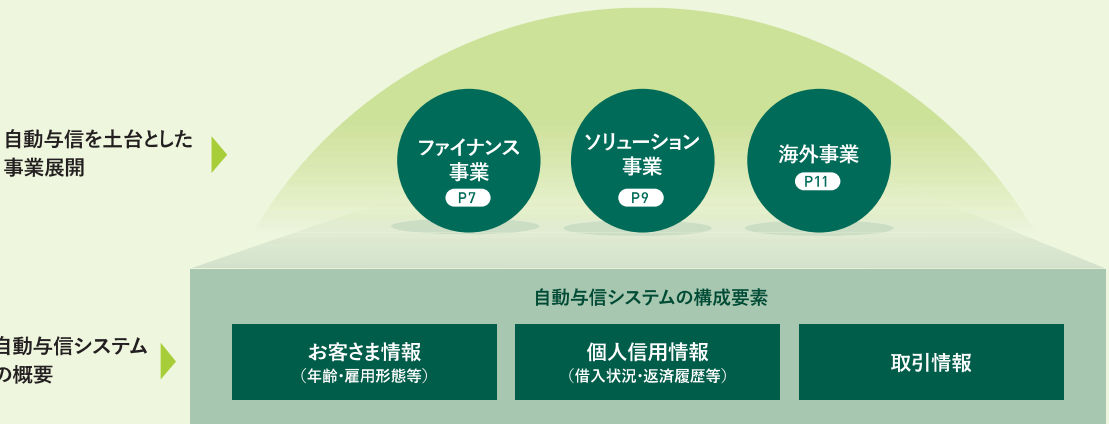
■ 4Sに基づいたサービスの提供

消費者金融事業の特性は4つの「S」(Speed/迅速性、Simple/利便性、Secret/秘匿性、Safety/安全性)で表現され、当社はこの「4S」に基づきお客さまが安心してお金を借りることができるサービスの提供を行っています。



■ パイオニアとして築き上げたノウハウ

1962年3月20日大阪市都島区に無担保小口貸付に特化した消費者金融業を開業しました。1983年8月には業界に先駆けて「自動与信システム」を導入しました。「自動与信システム」とは、創業以来、蓄積してきたお客さまの属性や取引データをもとに、審査時に聴取したお客さまの情報と信用情報機関への照会で得た情報から与信額を自動で設定できるシステムのことです。当社の事業展開において要となっているのは、与信ノウハウです。ご契約時の審査のみならず、ご契約後も定期的に信用情報機関への照会を行い、変化するお客さまの状況を把握するとともに、一つひとつのお取引を確認しながら無理なくご利用いただけるようにしています。



消費者金融事業で培った「4S」を強みとしたビジネスモデルと与信ノウハウを活かして、金融機関との保証業務提携の推進、台湾・香港・タイ・中国本土・ベトナムでの海外事業の展開、サービサー事業の推進等、事業の拡大を図っています。

時代の変化に応じた 社会におけるデジタル化の変遷

デジタル化の進展に伴いお客さまと当社の接点やコミュニケーションの在り方は大きく変わりました。スマートフォンやインターネットの急速な普及により、かつては店頭や自動契約機等、対面での取引が中心でしたが、今ではWebサイト、アプリ等デジタルチャネルでのサービスの提供が中心となっています。

デジタル化は今後も止まることなく急速に進んでいきます。当社はこれからも時代やお客さまのライフスタイルの変化に柔軟に対応しながら、デジタルを軸としたサービスの拡充に取り組んでいきます。

〔デジタル化の変遷〕

1962
創業より有人店舗を展開



1983
自動与信
システム稼働

1995
自動契約機導入



通信からネットワークへ
インターネット出現

1987
フリーダイヤル
サービス開始

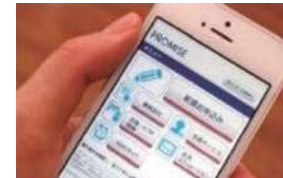
1998
インターネットでの契約受付開始／
コンビニエンスストアでの
入金収納代行サービスの開始

2004
インターネット返済の開始



常時接続が日常に
スマートフォンの普及

2013
スマホ専用アプリの導入



2011
スマホ専用
サイトの開設

2015
Web完結型
新規契約サービスの
導入

2018
生体認証機能の導入



2025
マイナンバー
カード認証
による本人確認
サービス開始

2026
キャッシュレス決済
アプリへチャージが
できるサービス開始

デジタルを前提とした
ビジネスモデルへの
スピーディな転換

〔当社の変遷〕

1962年3月
大阪市に
関西金融設立

1963年4月
PC(プロミス
チェック)
システムによる
消費者金融業
を開始

1974年6月
業界初の
コンピュータ
システム稼働

1980年1月
プロミスに
商号変更

1996年9月
東京証券取引所の
市場第一部に上場

2000年5月
三和銀行(現 三菱UFJ銀行)、
アプラス、プロミスとの合併
会社モビットを設立(同年9
月営業開始)

2004年6月
三井住友フィナンシャル
グループ(以下、SMFG)
と広範な業務提携およ
び資本提携で合意(契約
締結は同年9月)

2010年10月
三洋信販を吸収合併

2012年4月
SMFGによるプロミスの
完全子会社化

2012年7月
プロミスをSMBCコンシュー
マーファイナンスに商号変更

2014年3月
モビットを
完全子会社化

2023年7月
三井住友カードが
SMBCモビットを
吸収合併

2024年10月
三井住友カードによる
当社の連結子会社化

最も変化の激しい20年・Webとリアルでの顧客接点の変化

この20年の間にお客さまの新規申込チャネルは、来店が中心となるリアルチャネル(店頭窓口、自動契約機)からWebへ移行してきました。来店しなくてもWeb上で申し込みから契約手続まで可能となっており、この変化は利便性の向上だけにとどまらず、お金の借り方や返し方にも影響を与えています。

キャッシュレス決済の拡大により、お金は手に持つものから、画面上で管理・移動するものへと変化しました。プロミスの取引においても、カードやスマートフォンを使ってATMから借り入れ・返済する方法に加え、インターネットからの振り込みや返済、口座振替等、現金のやり取りを行うことなくWeb上で借り入れや返済が可能となっています。



より多くのお客さまに、 よりよいサービスを

お客さまの利便性を高めるサービス

当社が展開する「プロミス」では、個人のお客さまの様々な資金ニーズにお応えする「フリーキャッシング（リボルビング・ローン）」を中心に、自営者の事業資金としてご利用いただける「自営者カードローン」、お客さまのお借り入れに対する返済負担の軽減を目的とした「おまとめローン」等の商品を提供しています。近年では、プロミス公式アプリをプラットフォームとした「アプリローン」や、SMBCグループ共通ポイントサービスの「Vポイント」付与、三井住友カードのクレジット機能を付帯した「プロミスVisaカード」発行等のサービス導入を行ってきました。

2023年10月からは、サービスロゴやスローガンを一新し、みんなの生活を応援するという新しいブランドコンセプト（プロミス＝生活応援ブランド）の具現化に向け、新たな広告表現を開始しました。

2024年1月には、お客さまの資金ニーズにスピーディにお応えすることや利便性を高めるべく、お申込完了からお借り入れまでのプロセスを完全デジタル化した「デジタル審査」を導入しました。

さらに、2025年3月には、マイナンバーカード認証による本人確認のデジタル化、およびマイナポータルAPIを通じた所得情報の取得機能を導入し、更なる本人確認の強化と迅速な審査手続が可能になりました。

2026年3月には、お客さまのキャッシュレスへのニーズにお応えするため、お借り入れ時に直接PayPayにチャージできる機能を導入する等、お客さまの利便性向上に取り組んでいます。



プロミス公式アプリ画面



プロミスVisaカード



お客さまのニーズに応じて選べるチャネル展開

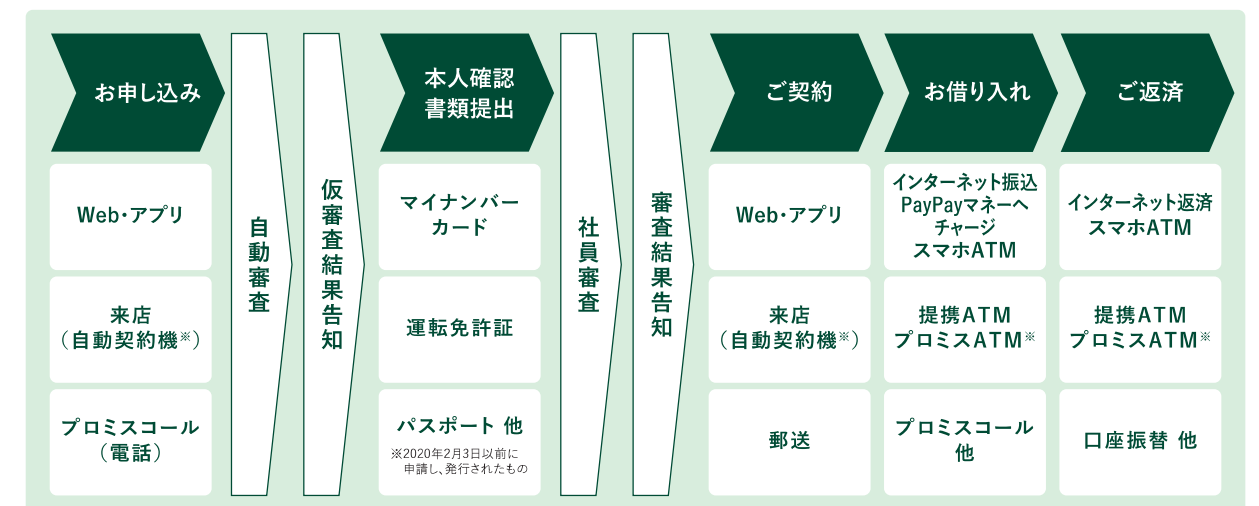
当社は、お客さまの「いつでもどこでも、便利に安心して利用したい」というニーズに加え、「お借り入れに不安がある潜在層の期待」「ご返済に関する相談」に速やかにお応えするため、様々なチャネルネットワークを整備しています。

お客様サービスセンターでは、インターネットや、自動契約機、電話といった非対面チャネルを通して、お申し込みの受付・審査、お借り入れ・ご返済に関するご相談、各種ご案内を行っています。

同センターでは、お客さま一人ひとりの声に真摯に耳を傾け、お客さまのニーズに合わせた最適な提案を追求し、期待を超える顧客体験価値の提供に努めています。

お客様サポートセンターでは、お客さまに寄り添った返済相談をはじめ、ファイナンス事業の延滞債権や提携事業の求償債権の管理・回収、法的対応等を行っています。お客さまの状況やニーズを把握した上で、ご返済に関する悩みに真正面から向き合い、その解決に向けたご提案やご案内を行う“真の返済相談”を追求することで、お客さまの「いま」と「未来」をサポートすることを目指しています。

申込～契約の流れ、借り入れ・返済の例



※自動契約機、プロミスATMは2026年9月に全廃予定

デジタル技術を通じて、 お客さまに最適なサービスを

ファイナンス事業推進部では、お客さまが当社にお申し込みいただく際に正確な審査かつスムーズなお手続きを実現するために、デジタル技術を活用した受付・審査システムの企画・推進を行っています。デジタル技術は時代とともに進化しており、それに伴ってお客さまに提供できるサービスの幅も広がっています。当社ではお申し込みからご利用までのプロセスにおいて、お客さまの声や各種取引データからニーズを的確に捉え、ご利用時の満足度を高めるための取り組みを続けています。お客さまがより便利に安心してお取引いただけるサービスを提供していくことが、私たちの仕事のやりがいにも繋がっています。



ソリューション事業

Solution business

幅広い資金ニーズにお応えするサービスを

ノウハウを活かしたソリューション事業の広がり

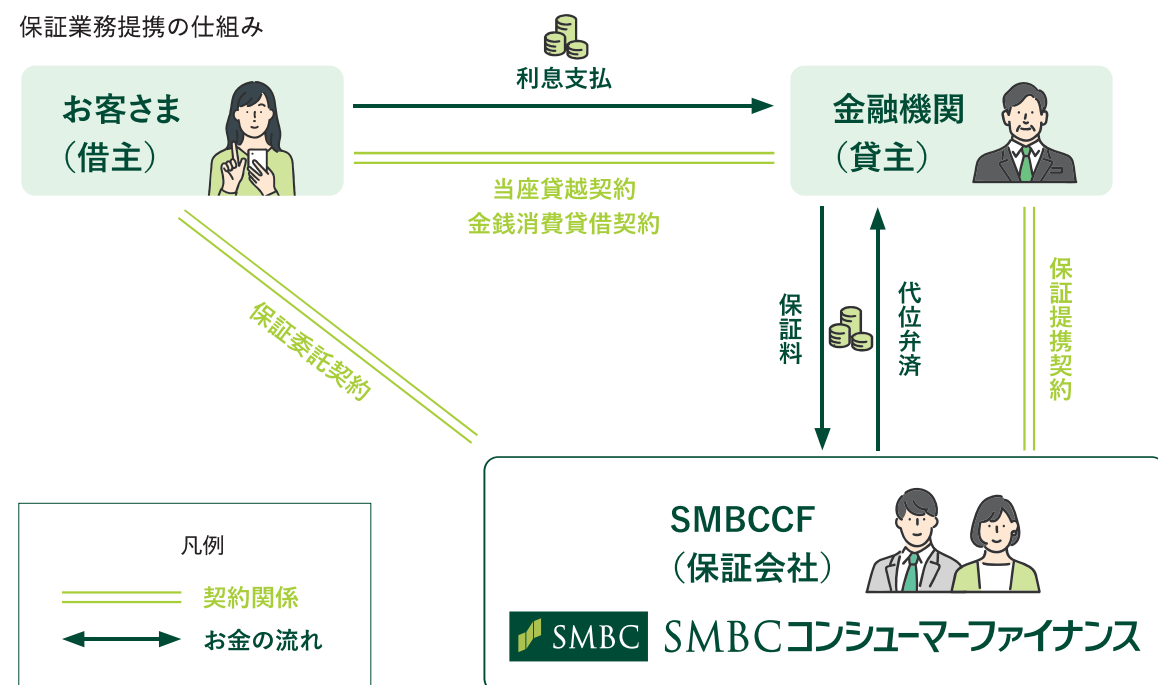
当社は、これまで培ってきた与信・債権管理等のノウハウを活かし、ソリューション事業を展開しています。そのうち保証業務提携では、金融機関にお客さまが個人向け無担保ローンのお申し込みをした際、金融機関における申込審査後に当社が保証会社として保証審査を行い、その結果を踏まえて金融機関がお客さまに融資を行っています。お客さまのご返済が難しくなった場合には、当社が金融機関に対してお客さまに代わり弁済を行う仕組みとなっています。

東京と福岡にある当社の保証センターは、提携金融機関が提供する個人向け無担保ローンの保証審査や受付業務の受託等を行っています。

※保証提携先数
189
(2026年3月末)



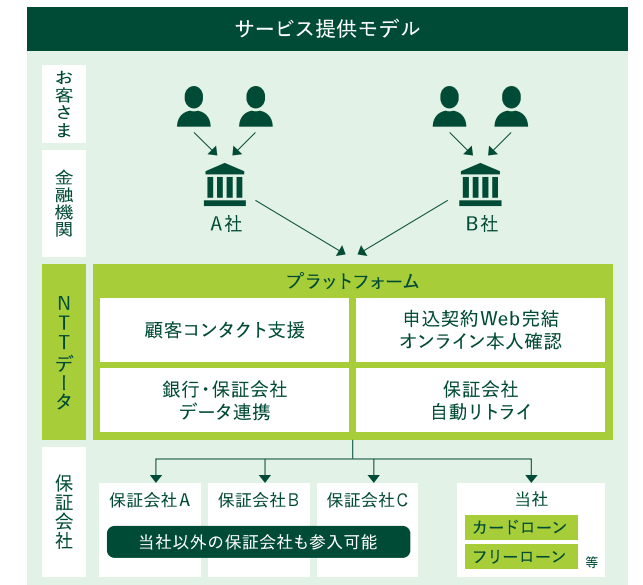
保証業務提携の仕組み



ソリューション事業領域の拡大と新たな事業・サービスの創出

当社は、NTTデータと協働でローン業務全般のデジタル化を支援するローンデジタルプラットフォームを構築し、金融機関への提供を開始しました。個人向けローンビジネスにおける金融機関および保証会社が抱える「システムコスト肥大化」「事務オペレーション煩雑化」といった課題をデジタルトランスフォーメーションの実現により解決し、金融機関および利用者に新しい価値を提供することで、個人向けローン市場の拡大に寄与し、業界のスタンダードとなることを目指しています。

また、これまで当社がコンシューマーファイナンスで培ったノウハウを活用することで、一般事業会社の本業活性化や事業多角化に貢献できる提携ローンを展開し、新たなビジネスモデルの構築を目指しています。



保証業務提携における共同広告の展開

提携金融機関におけるプロモーション効率の向上実現に向けた新たな広告手法を展開

2023年10月2日より保証業務提携において、当社で制作したクリエイティブを、複数の金融機関に提供し広告宣伝に活用いただくサービスを開始し、女優の松岡茉優さんを起用した広告展開を行っています。



ポスター

提携先の課題解決に向けて、当社の強みを活かした施策を提案

ソリューション営業部では、金融機関等へのローンデジタルプラットフォームの提供拡大や当社が保証している提携先のローン商品の販売促進に向けた施策立案、新規提携先の獲得に向けた営業の推進等、主にB to B（企業間取引）の業務を担当しています。特に新規提携においては、金融機関のニーズを的確に捉えた最適な提案に繋げていくために、社内外の多くの方々との調整や交渉が必要となります。当社のファイナンス事業で培ってきた強みやノウハウを活かした施策の提案により提携先金融機関の課題解決に繋げ、新たなローン商品の販売開始に至る過程は、大きな達成感を得られます。



グローバルに安心できる 金融サービスを

アジアで広がる消費者金融サービス

当社は国内で培ってきた与信、債権管理、業務運営、マーケティング等のノウハウを活かし、台湾、香港、タイ、中国本土に現地法人を設立し、事業を展開しています。

プロミス香港では、日本国内と同様に個人のお客さまに対し無担保・無保証による小口資金の融資を行っており、香港全土に有人店舗を12店舗^{*}展開しています。また、Web完結を導入する等、DX化を推進し利便性の高いサービスの提供に努めています。

タイでは、全土で受付拠点を約80カ所に展開し、テレビCMとインターネット広告による営業プロモーションの

強化に取り組みながら、身近なパーソナルローン会社を目指しています。

中国では「博民快易貸」というサービスブランドを使用し、営業担当による地域ネットワーク開拓とオンラインプラットフォームを通じた本人認証、契約書面のデジタル化等による顧客利便性向上に努め、各地域のお客さまに選ばれるサービスの提供を目指しています。

また、2021年にはSMBCグループのアジアマルチフランチャイズ戦略として、ベトナム消費者金融最大手FE Creditの持分49%を取得しました。

※2026年3月末時点

各地域での開業年



国内外の幅広い情報に触れ、多様な業務を遂行

海外事業統括部では、海外市場の調査を通じた新たな進出先の企画および海外現地法人のマーケティングや営業業務に関する企画を担当しています。

また、定期的に行われる海外現地法人の拠点長が集まる会議の運営や、海外現地法人の業務運営に関するルール整備や社内協議の調整を行っています。多様な地域の経済状況・商習慣・法制度等、取り扱う情報が多岐にわたり、「知らなかったこと」に日々触れる機会が多く、その環境が刺激的であり、仕事の魅力だと感じています。海外全体の動きを俯瞰して捉える業務も多いため、海外現地法人を支えている一員としての実感を持つとともに、海外事業の推進に貢献できていることにやりがいを感じています。

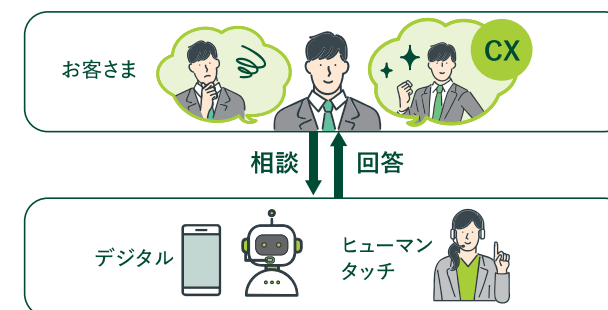


お客さまに選ばれるために

CX (Customer Experience)

カスタマーファーストを徹底したサービス向上への取り組み

当社は、お客さまに選ばれるための“4つのいいね”として「最短3分融資」「Web完結（郵送物なし）」「Vポイント」「30日間無利息」等、創業以来、お客さまの立場に立ったサービス提供を徹底し、CX向上に努めてきました。「常にお客さま起点で、一人ひとりのお客さまに寄り添い、期待を超える顧客体験価値を提供し続ける」を行動指針とし、全社一体となった実効性のあるCX活動を推進しています。今後も「デジタル」と「ヒューマンタッチ」の双方において、お客さま一人ひとりのニーズにあった、最高のサービス提供を目指します。



全社一体となった顧客体験価値向上の活動

当社に直接寄せられる「お客さまの声」や、従業員が日常業務の中で感じ取ったサービス向上や業務改善に繋がる社内提案から、日々課題や改善点を確認しています。

確認した課題や改善点は、お客さま対応部署と本社各部門の担当者が様々な視点からともに議論し、具体的な解決策を決定します。

お客さまの声に基づく改善対応や、サービス向上の進捗状況は、経営陣をはじめとする全従業員に、会議体やWeb社内報等を通じて共有し、決定した対応策は関係部署が協力のうえ、スピード感を持った実現に努めています。

お客さまの声を活かした改善事例は、ホームページにて公開しています。



<https://www.smbc-cf.com/voice/>

業務リデザイン[※]

全社横断的にリデザインを推進

当社は、顧客体験価値の向上と、他社との競争優位を実現するため、オペレーションサービス本部（オペレーションサービス統括部・イノベーションサポート推進部・リスクマネジメントサポート部）を設けており、会社全体の業務変革を推進しています。

※サービスやプロセスを見直し、改善するために再設計すること

デジタル化で新しいサービスを実現

各センターと連携した事務・業務のリデザインでは、AI-OCRの導入や審査業務の自動化等により、デジタル化・効率化・品質向上を推進し、お客さまへ最適なサービスを提供しています。また、社員によるRPA開発や生成AI等の活用を通じ、新たなサービスを実現することで持続的な企業成長に繋がっています。

業務リデザインによるCX実現の一例





当社のサステナビリティについて

当社は「SMBCグループ 社会的価値創造宣言」に基づき、持続可能な社会の実現に向けた活動に取り組んでいます。

SMBCグループ 社会的価値創造宣言

社会的価値創造のフロントランナーとして、人々の幸せがあふれる社会を次世代に受け渡す。

誰もがいきいきと輝き、幸福を感じられる社会をつくりたい。

それが、三井・住友の時代から長年に亘り受け継いできた、私たちSMBCグループの願いです。

しかし、急速な経済成長が求められてきた一方で、環境の悪化や少子高齢化、貧困・格差など、いま現代社会はさまざまな課題にも直面しています。

だからこそ私たちは、経済成長だけを追い求めるのではなく、地球や社会の課題もともに解決する「幸せな成長」を実現します。

緑豊かな地球。人々が希望を持って挑戦できる場所。そして、みんなが心豊かに暮らせる社会を次の世代につなげるために。

「社会的価値創造のフロントランナー」として、金融の力で世界をつなぎ、課題解決をリードすることで、お客さまとともに、社会的価値創造の輪を日本から世界へ広げていきます。

社会的価値創造宣言

社会的価値創造のフロントランナーとして
人々の幸せがあふれる社会を次世代に受け渡す。



寄付 輝く人々

従業員が社会貢献をより身近に考え参加できる仕組みとして社内募金制度「約束の杜」を導入しています。未来を担う子どもたちのため、児童養護施設助成事業（全国児童養護施設協議会）、児童自立生活援助事業（全国自立援助ホーム協議会）や聴導犬育成事業（社会福祉法人日本聴導犬協会）への支援を行っています。

また、SMBCグループ各社の役員を対象とした「SMBCグループライジング基金」による支援も行っています。



給付型奨学金 幸せな成長

未来を担う大学生を応援することで持続可能な社会の発展に貢献すべく、給付型奨学金「みらい応援奨学金」の提供をしています。

給付対象者には、経済的支援だけでなく、当社がこれまで培ってきた金融経済教育のノウハウを取り入れた教育プログラムを提供し、金融リテラシー向上の支援も行っています。

プロボノ 幸せな成長

従業員のボランティア活動の一環として、業務時間の一部を活用し、社会課題の解決に取り組むNPO等を支援するボランティア活動であるプロボノを導入しています。

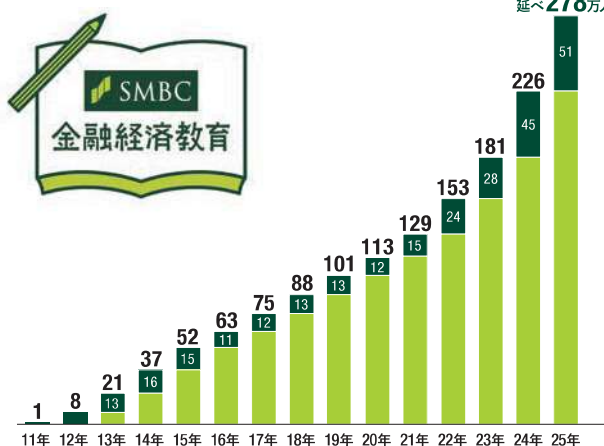
※プロボノ：ラテン語の「公共善のために(Pro Bono Publico)」に由来し、社会人が、営業・企画・開発・マーケティング・広報等業務を通じて培ったスキルや経験を活かし、NPOに不足しがちなビジネスの視点を持って支援を行うボランティア活動

金融経済教育活動 輝く人々

● 金融経済教育セミナー

SMBCグループは、誰もがお金に関する正しい知識を身に付け安心して暮らせる社会を目指し、グループ各社が有する知識やノウハウを活かした様々な金融経済教育活動を、幅広い世代に向けて提供しています。当社もSMBCグループの一員として、未来を担う学生や地域の方々の金融経済教育の普及に取り組んでいます。本活動は2011年より開始し、2026年4月までに280万人を超える方々に参加いただきました。また、当社が行う金融経済教育活動は「文部科学省後援」を取得するとともに、青少年の体験活動推進企業表彰にて「審査委員会奨励賞」を受賞いたしました。また、2022年からは大学での単位取得制の講座として体系的に金融知識を学べるカリキュラムを提供しており、2026年は約40大学にて実施しています。

金融経済教育セミナー累計受講者数



● 金融リテラシー検定の企画協力、およびテキスト協同制作

計画的な資産形成や金融トラブルの回避等、生活の中で実用的に活かせる金融知識（金融リテラシー）の習得を目的とした検定です。

本検定は、高等学校の学習指導要領の金融分野を参考としており、金融機関におけるFP技能検定等の専門家である一般社団法人金融財政事情研究会が制作・運営しています。

当社は、本検定に係る企画協力を行い、テキストを協同制作しています。



金融経済教育の普及を通じて、社会全体を豊かに

社会的価値創造推進部では、全国で開催している金融経済教育のセミナー講師、学校・企業等に対するセミナー開催の提案、セミナーを協働で開催するSMBCグループ各社や地域金融機関等との各種調整を行っています。セミナー内容は、「生活設計・家計管理」「ローン・クレジット」「金融トラブル」等のラインナップがあるため、自分自身の金融知識を高める必要がありますが、受講生から「とても勉強になりました。ありがとうございます!」と直接言われると、社会の役に立っていることを実感できます。

若い世代を中心に金融経済教育を普及していくことで、人生に対する選択肢や可能性を拡げていくことに今後も貢献していきます。



● SNS(公式Xアカウント)上で お金の情報発信

より幅広い方の金融リテラシー向上へ寄与すべく、2024年6月から、SNS(X)「お金の先生リテ子さん | S M B C コンシューマーファイナンス公式」を通じて継続的にお金の情報発信をしています。金融経済教育セミナーの講義をわかりやすく解説したり、お金に関する身近な豆知識等をお伝えしています。





従業員への取り組み

ダイバーシティへの取り組み

当社では、従業員一人ひとりが能力を発揮でき、働きがいを感じられるような職場環境の構築を目指した、ダイバーシティ推進に取り組んでいます。例えば、育児と仕事の両立を支援する地域限定職制度や時短勤務制度の導入、女性・シニア活躍促進のための研修実施、LGBTQへの理解浸透等、様々な施策に取り組んでいます。また各部署へエンゲージメントアンバサダーを設置し、従業員の意識改革や働きがいのある職場環境の整備を実施しています。こうした取り組みを通して、多様な人財が働きやすく、仕事へのやりがいを持てるような環境の構築を目指しています。



従業員満足度向上に向けた取り組み

当社はお客さま満足度の向上だけでなく、従業員満足度の高い職場環境の実現に向けて取り組んでいます。産休・育休等ライフイベントと仕事の両立支援を通じたワークライフバランスの実現、資格取得やスキル向上を支援する通信講座の提供、年度表彰制度やサンクスカードアプリの活用、メンター制・社内インターン・公募といった自律的なキャリア支援、ライフスタイルに合わせ

て利用できるカフェテリアプランの導入※、産業保健スタッフとの連携・保健室設置といった従業員支援プログラムの強化等、多様な活動を展開しています。



※加入対象となる従業員に毎年ポイントを付与し、付与されたポイントの範囲内であらかじめ定められたメニューを選択利用できる福利厚生運用方式

健康経営の取り組み

当社では、経営基盤を支える従業員とその家族の健康保持および増進を図るため、代表取締役社長を健康経営最高責任者として選任し、「健康経営宣言」に基づき、健康経営を推進しています。また経済産業省・日本健康会議が共同で主催する「健康経営優良法人2026(大規模法人部門)ホワイト500」に2024年から3年連続で認定され、「健康経営優良法人」への選定は7年連続となります。



一人ひとりの強みを引き出し、働きがいのある職場環境へ

戦略人事部では、従業員の心と体の健康を保ちながら、働きがいのある職場環境を目指し、エンゲージメント向上施策や全社の能力開発を推進しています。急速なデジタル化や価値観の多様化が進む中で、主体性と実行力を持った従業員の育成を目指し、性別や年齢に関わらず、それぞれの強みを発揮できるように教育機会の提供や研修の企画・運営を行っています。研修企画の検討では、意見調整や課題解決に苦勞することもあります。上司や同僚と連携し、試行錯誤を重ねることで視野や対応力が広がりました。従業員が学びを通じて前向きに成長し、いきいきと働く姿を見ることが大きなやりがいです。



コーポレート・ガバナンス(コンプライアンス・リスク管理体制)

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社および当社グループ各社が信頼される企業市民として社会と共存共栄していくためには、コーポレート・ガバナンスの強化が必要不可欠と考えています。そのため、コンプライアンス(倫理・法令遵守)を柱として、経営機能の強化ならびに内部統制・監査体制の整備を行うとともに、企業情報の迅速かつ公正な開示により、経営の効率性・健全性・透明性の更なる向上に努めています。

リスク管理

当社および当社グループ各社を取り巻く様々なリスクを適切に管理・コントロールし、当社の組織運営の健全性および適切性を維持し、継続的に企業価値を向上させるべく、経営陣の積極的な関与の下リスク管理態勢の強化に取り組んでいます。当社は、コンプライアンス・リスク管理委員会を設け、リスク・コンプライアンスを一元的に把握し適切に対応するとともに、リスクが顕在化した場合に全社横断的に機動的な対応を実施することにより、健全な経営の維持、管理を図る態勢を整備しています。また、収益力向上のために許容するリスクの種類と量(リスクアベタイト)を明確にし、グループ全体のリスクをコントロールすることを目的に、SMBCグループ共通の枠組みであるリスクアベタイト・フレームワークを導入し、経営管理の高度化を推進しています。

コンプライアンス

当社は、コンプライアンスの徹底を経営の最重要課題の一つと位置付け、プロフェッショナルとして高い倫理観を持ち誠実に行動するIntegrityの精神を旨とし、社会規範を含む、広く社会から支持される行動を確保するため、社内規程や組織体制の整備、社内教育や継続的な啓蒙活動を通じて、コンプライアンス態勢の充実と強化、カルチャー醸成・浸透に取り組んでいます。

組織体制としては、コンプライアンス統括部署であるコンプライアンス統括部をはじめ、業務部門の内部管理を推進するコンプライアンス推進部署、また各部署においてはコンプライアンスオフィサーが適切な法令等遵守態勢を維持するために活動しています。これらの態勢および活動については、独立的な立場から監査部が定期的に監査を行い、適切性の検証を行っています。

さらに法令等に違反する行為を早期に発見・是正することにより、自浄作用を高めることを目的として、社内外に相談窓口を設置し、公益通報者保護法を踏まえた内部通報体制の充実を図っています。

反社会的勢力への対応

当社では、反社会的勢力に対する基本方針※を定め、反社会的勢力との関係を遮断する態勢を整備し、当社に対する公共の信頼の維持および適切な業務運営の確保に取り組んでいます。

※「反社会的勢力排除規程」を制定し、基本方針を宣言しています

マネロン・テロ資金供与への対策および金融犯罪への取り組み

当社では、FATF※等の国際機関や関係国の要請、国内および各国の法令等に基づき、マネー・ローンダリングやテロ資金供与に関する規制違反を防止し、適切な業務運営の確保に努めています。また、巧妙化する金融犯罪に対し、全社横断による態勢を整備し、外部関係機関等と連携しつつ、各種対策を実行・高度化しています。

※金融活動作業部会(Financial Action Task Force)の略

BCP(業務継続計画)の制定

当社では災害発生時等の緊急時に迅速かつ適切な対応を行うため、緊急時対策に関する規程類を整備しています。また、災害時における業務継続あるいは早期復旧を図るため「BCP(Business Continuity Plan)」を制定しています。なお、定期的を実施している「大規模災害訓練」では大規模災害(地震等)が発生した際の初動対応をはじめとする各種訓練を実施し、そこで明らかになった課題に対する改善策を検討しながら、緊急時対策態勢の高度化を行っています。

会社概要



本社内観

商 号	SMBCコンシューマーファイナンス株式会社 (英訳名 SMBC Consumer Finance Co., Ltd.)
設 立	1962年(昭和37年)3月20日
資本金	140,737百万円
株主	三井住友カード株式会社
決算期	毎年3月 年1回
本社所在地	〒135-0061 東京都江東区豊洲二丁目2番31号 SMBC豊洲ビル TEL.03-6887-1515 交通:地下鉄有楽町線「豊洲」駅(2b出口地下直結) ゆりかもめ「豊洲」駅北口徒歩約1分
事業内容	貸金業・保証業
従業員	1,959名
平均年齢	44.3歳
加盟団体	・日本貸金業協会 ・(社)日本クレジット協会 ・(社)日本経済団体連合会
店舗	店舗100店 ※自動契約機店舗(無人)のみ。2026年9月に全廃予定

2026年3月末時点



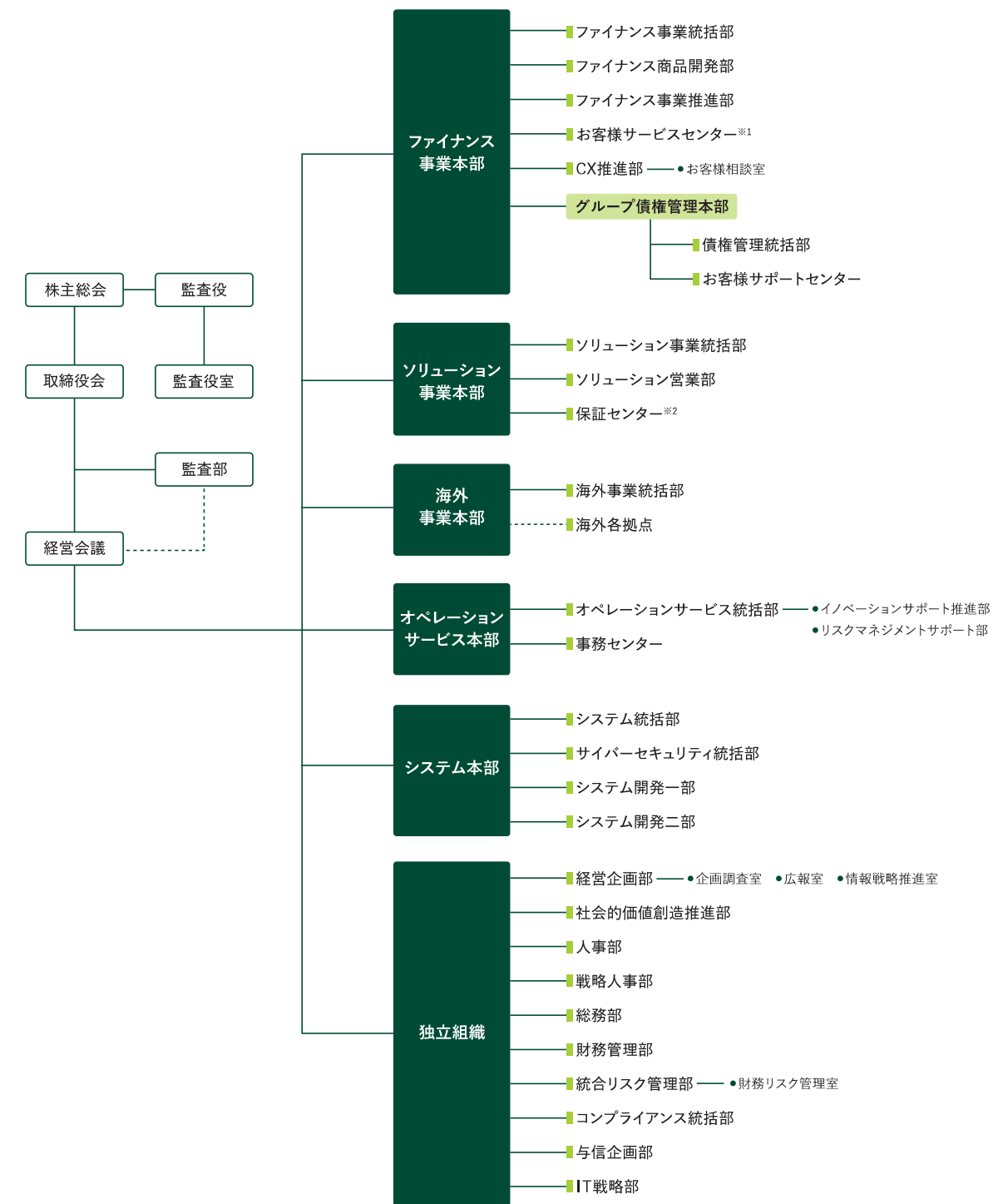
本社外観

グループ会社拠点図 (2026年3月末時点)



組織

Organization



※1 東日本・西日本お客様サービスセンターの2センター

※2 保証センター(東京・福岡)の2センター

(2026年4月1日現在)