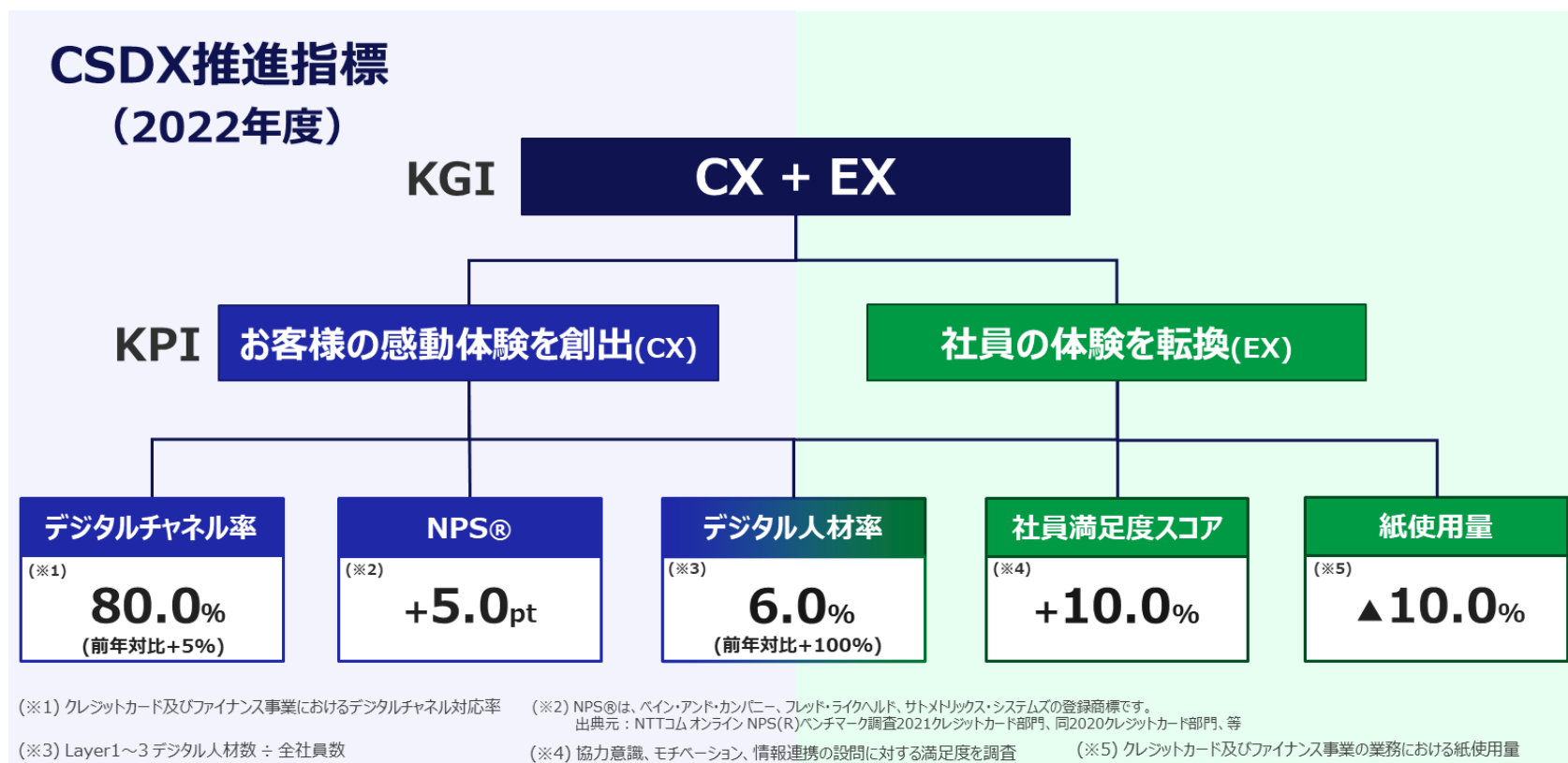

数字で見る

CSDX

CREDIT SAISON Digital Transformation

2022年度のCSDX推進指標として、“お客様体験の創出と社員の体験を転換の進捗度”をKGIとし、
 ①デジタルチャネル率、②NPS、③デジタル人材率、④社員満足度スコア、⑤紙使用量の5つのKPIを設定

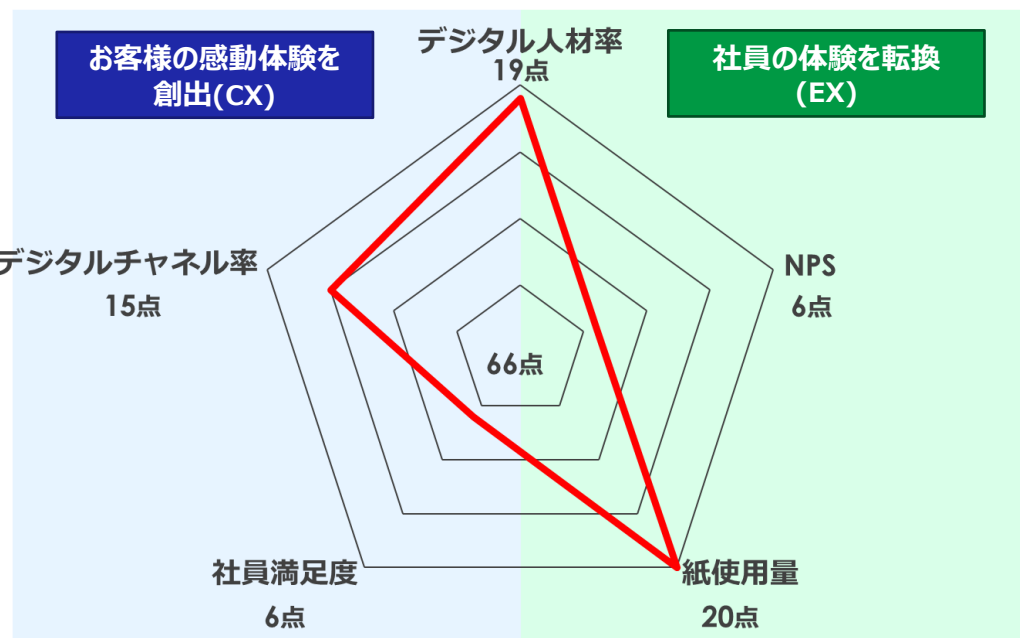


CSDX推進指標 達成状況

- 紙使用量は目標を達成。デジタルチャネル率、デジタル人材率は伸長するも目標を達成できず。
- NPS、社員満足度スコアについては目標を大きく下回る結果となった。

CSDX推進指標 評価グラフ

CSDX推進指標 達成状況



CSDX 推進指標	目標	結果	達成率
デジタルチャネル率	80.0%	76.7%	△ 95.8%
NPS	+5.0%	+1.7%	× 34.0%
デジタル人材率	6.0%	5.6%	△ 93.3%
社員満足度スコア	+10.0pt	+2.9pt	× 29.0%
紙使用量	▲10.0%	▲13.7%	○ 137.0%

デジタルチャネル率

デジタルチャネル率 76.7% (達成率95.8%)

NPS

NPS +1.7pt (達成率34.0%)

デジタルカウンターを設置拡大

提携先施設に専用のタブレット端末を設置し、カードの申込や手続きが完結するデジタルカウンターの設置を拡大。

デジタルカウンター



自動応答チャットサービスの利用拡大

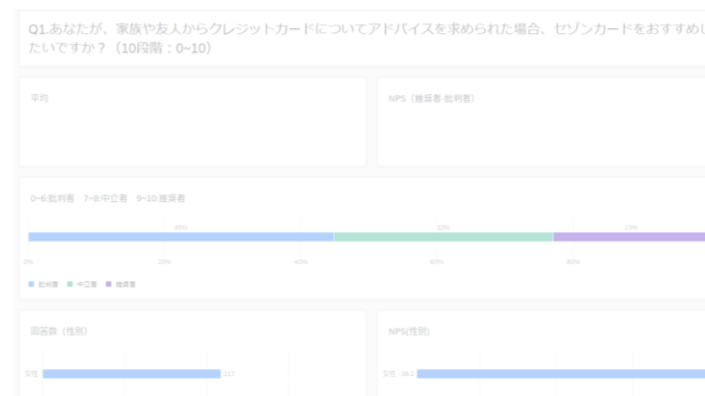
お客様からの“よくある問い合わせ”に対する回答内容をチャットによる回答を提示。

チャットボット



NPSツールによるロイヤリティ調査の拡大

クアルトリクス社の提供するNPSツールの利用を開始。お客様のサービスやプロダクトに対するNPSを調査し、サービス改善に反映する取り組みを開始。



デジタル人材率

デジタル人材率

5.6% (達成率93.3%)

オープンチャレンジ

全社員を対象にデジタル部門への異動希望者を募集し、ゼロからデジタルスキルの醸成による人材育成を実施。



CSアカデミー

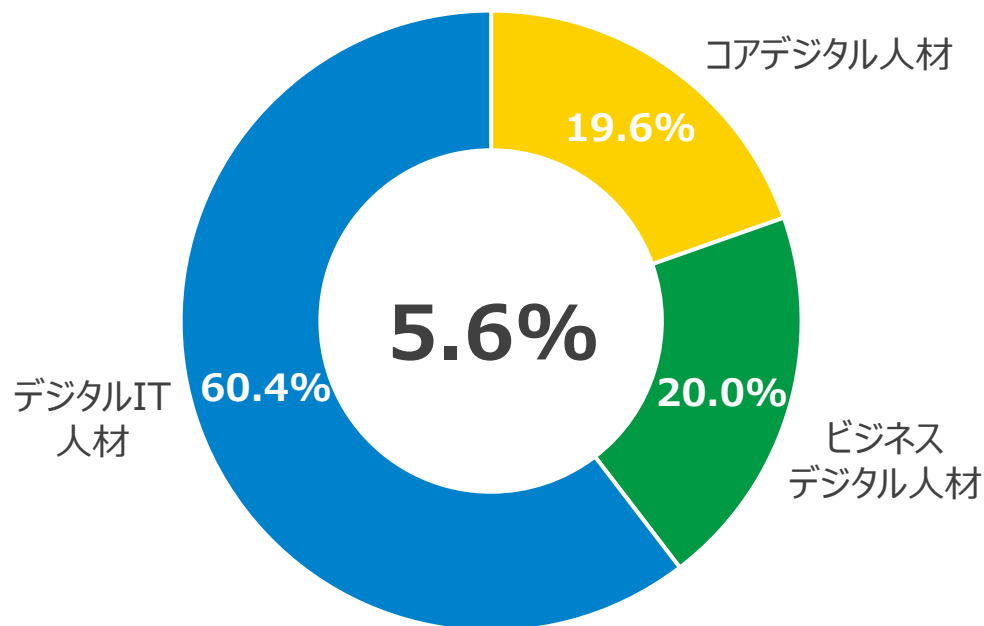
エンジニアによるプログラミング体験などデジタルスキルの体験を社員が講師となるアカデミーを開講。

社内エンジニアによる
プログラミング体験



デジタル人材構成比

全社員を対象にデジタル部門への異動希望者を募集し、ゼロからデジタルスキルの醸成による人材育成を実施。



■ コアデジタル人材 ■ ビジネスデジタル人材 ■ デジタルIT人材

社員満足度スコア

社員満足度スコア

2.9pt (達成率29.0%)

コミュニケーションの円滑化

slackやzoomなどのデジタルツールの導入により、社員間コミュニケーションが円滑化。部門を超えた情報共有や、ディスカッションを実現している。



業務効率化の推進

RPAシステムの導入による手作業時間の削減や、ナレッジシステム構築によるマニュアル検索時間の削減などにより、業務の効率化を実現。

紙使用量

紙使用量

▲13.7% (達成率137.0%)

デジタル会員の拡大

デジタル券面のクレジットカードやデジタルチャネルからの申し込み拡大に伴い、Webによる請求書の利用が拡大。紙形式の請求書の利用の削減を実現。

セゾンカードデジタルなどのバーチャルカードを拡大












カード申し込み、諸変更業務のデジタル対応

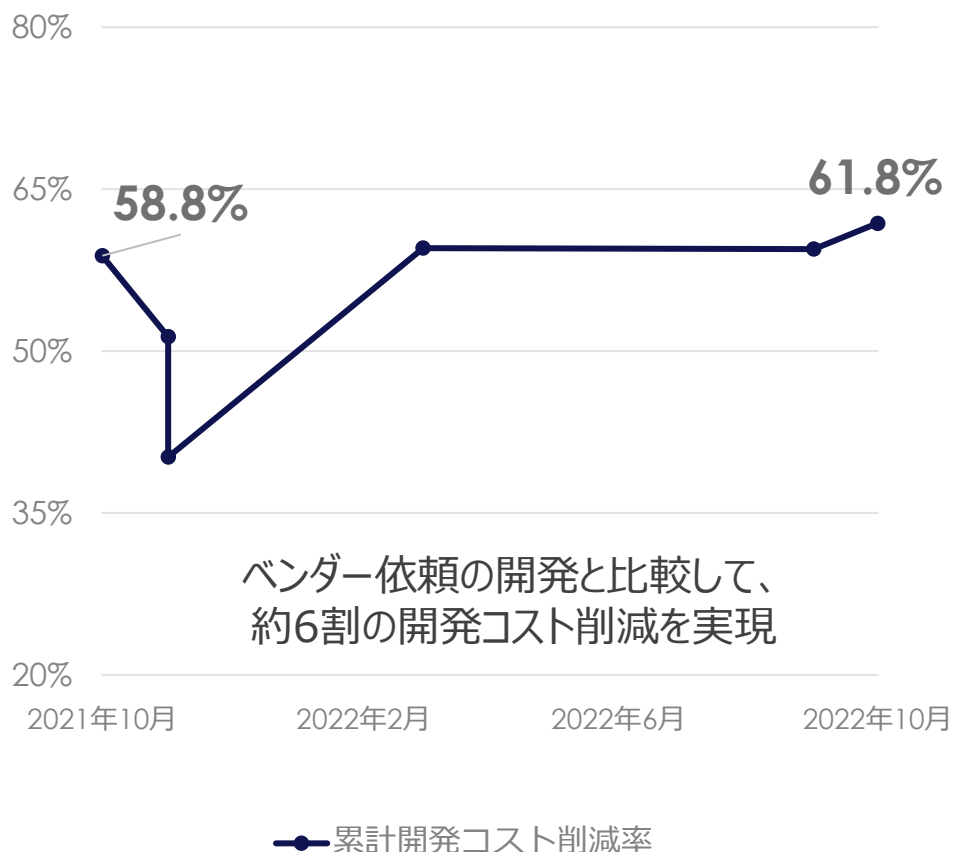
カードの申し込み、諸変更業務のタブレット対応による紙形式の申込書類の利用が減少により、紙使用量の削減を実現。

クレディセゾンの取り組んできたデジタル化

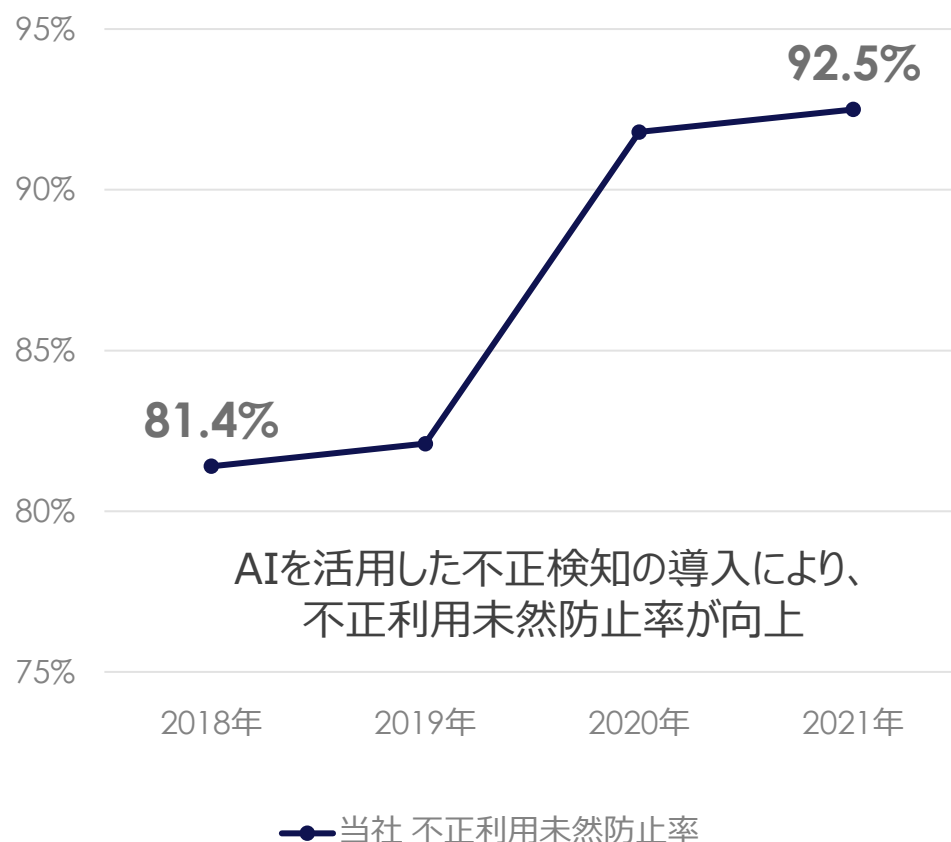
クレディセゾンでは“デジタルシフト”に対応するため、内製開発による開発コストの削減、ソフトウェアによる業務削減や、ネット/アプリ会員の拡大に向けた取り組みを実施

 <p>内製開発案件の 開発コスト削減率</p> <p>CX EX</p> <p>0% ▶ 61.8%</p> <p>※2021年度～2022年度累計（見込み）</p>	 <p>不正利用未然防止率</p> <p>CX EX</p> <p>81.4% ▶ 92.5%</p> <p>※2019年度→2021年度</p>	 <p>ソフトウェアによる 累計業務削減時間</p> <p>CX EX</p> <p>0時間 ▶ 73万時間</p> <p>※2019年度～2022年度累計（見込み）</p>
 <p>入会年度別 ネット会員比率</p> <p>CX EX</p> <p>75.8% ▶ 86.4%</p> <p>※2019年度→2022年度</p>	 <p>累計アプリ ダウンロード数</p> <p>CX EX</p> <p>550万件 ▶ 1,060万件</p> <p>※2019年度→2021年度</p>	 <p>デジタルカウンター 設置拠点割合</p> <p>CX EX</p> <p>1 拠点 ▶ 全67拠点</p> <p>※2019年度→2021年度</p>
 <p>デジタルチャネル率 (ペイメント事業)</p> <p>CX EX</p> <p>80.7% ▶ 87.6%</p> <p>※2019年度→2022年度</p>	 <p>SNSフォロワー数</p> <p>CX EX</p> <p>1.2万 ▶ 29.5万</p> <p>※2019年度→2021年度</p>	 <p>slack 週間 アクティブユーザー数</p> <p>CX EX</p> <p>178人 ▶ 3,199人</p> <p>※2018年度→2022年度</p>

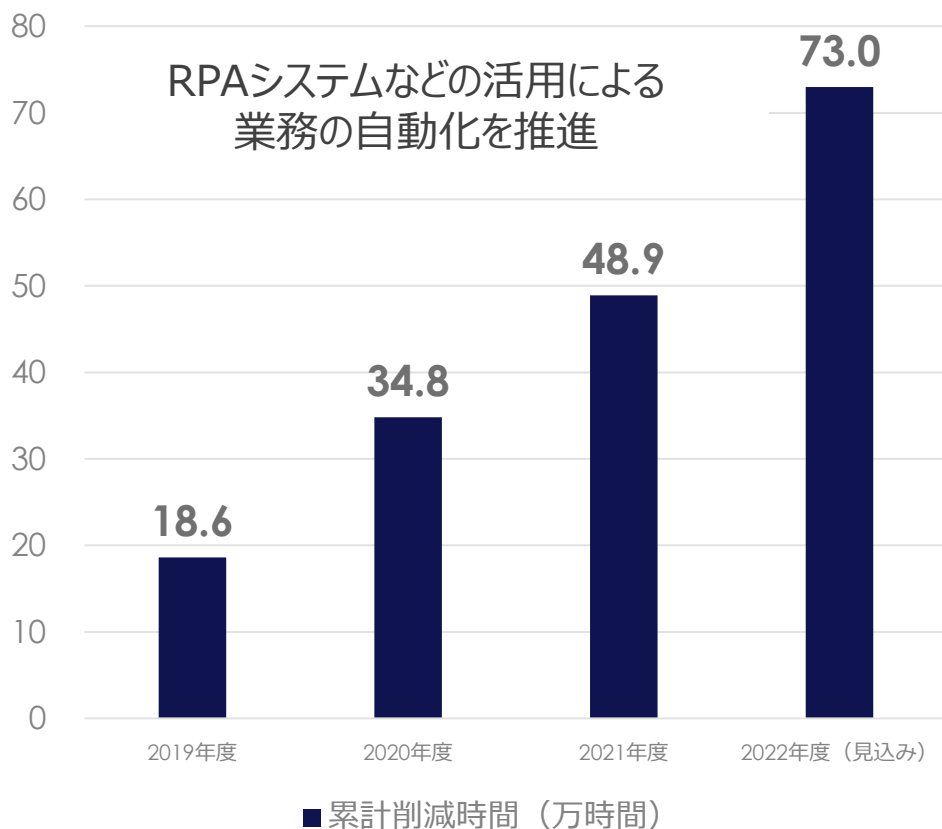
内製開発案件の開発コスト 累計削減率



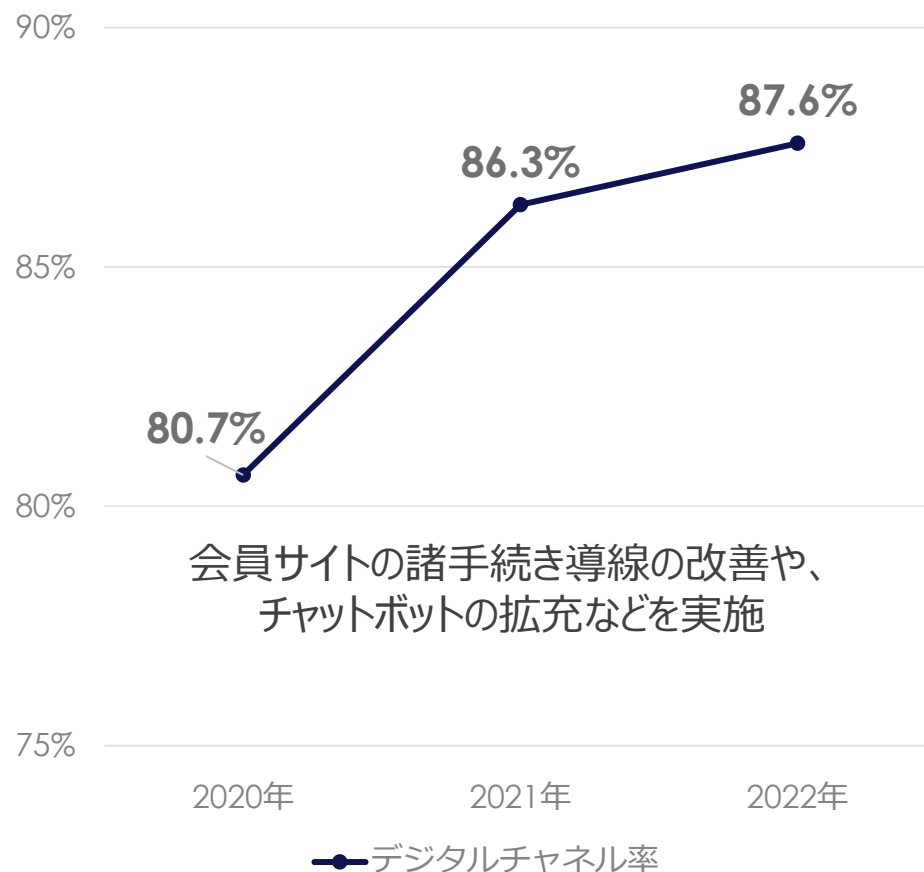
不正利用未然防止率推移



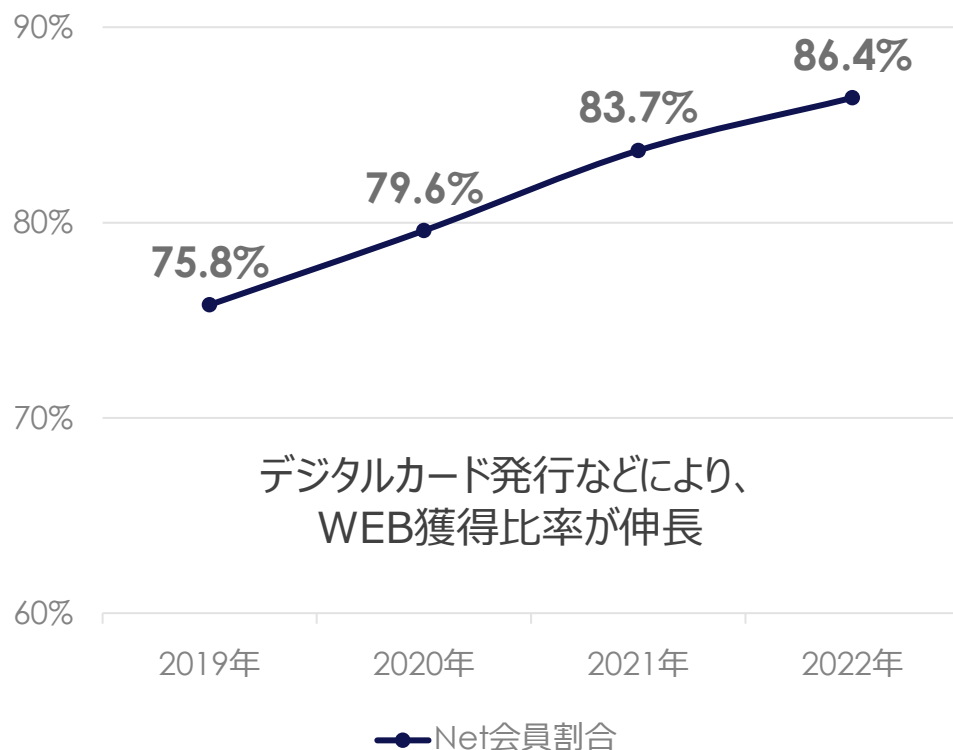
ソフトウェアによる作業時間削減



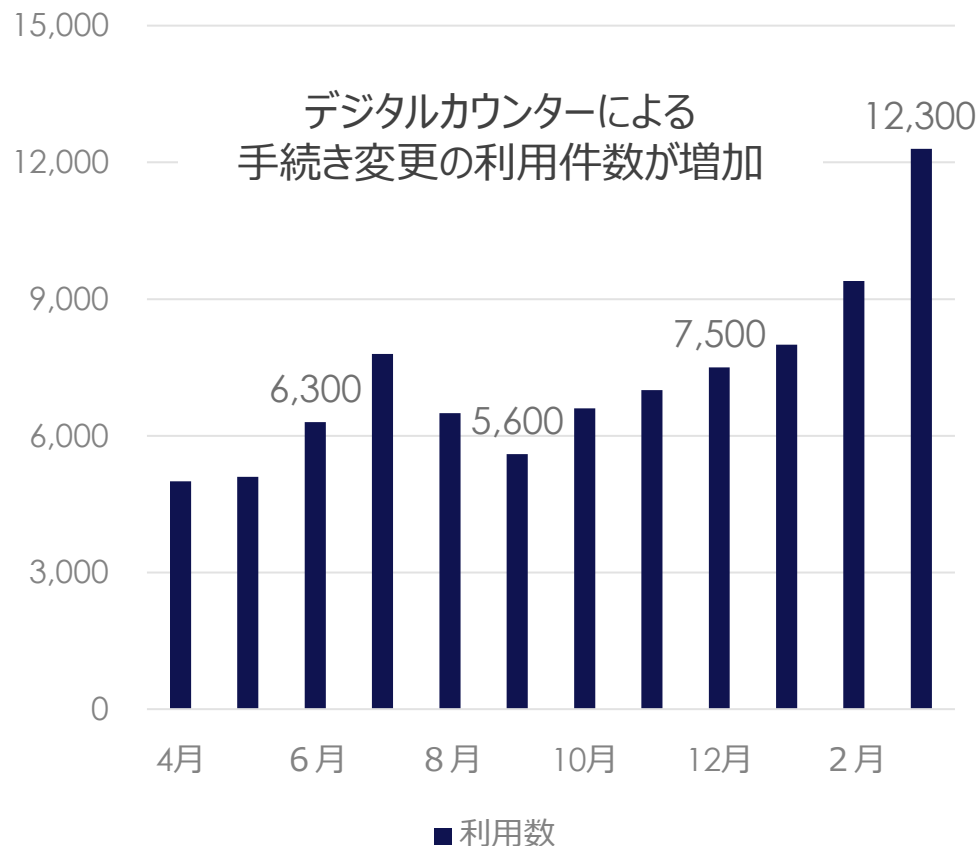
ペイメント事業 デジタルチャネル率



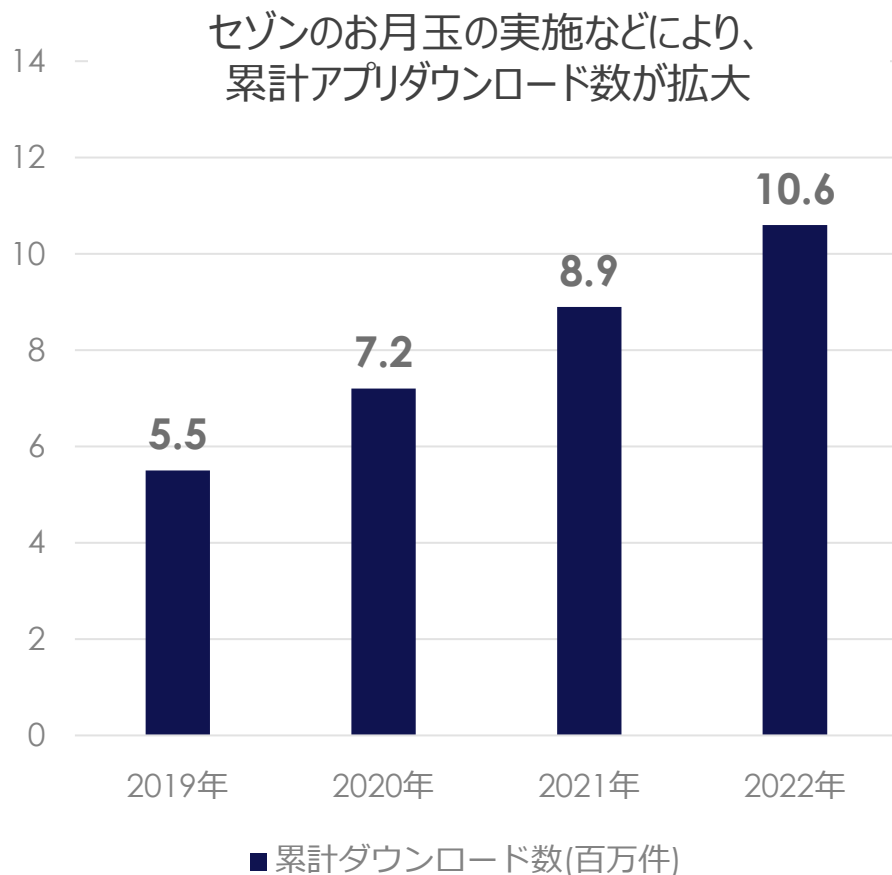
入会年度別Net会員割合



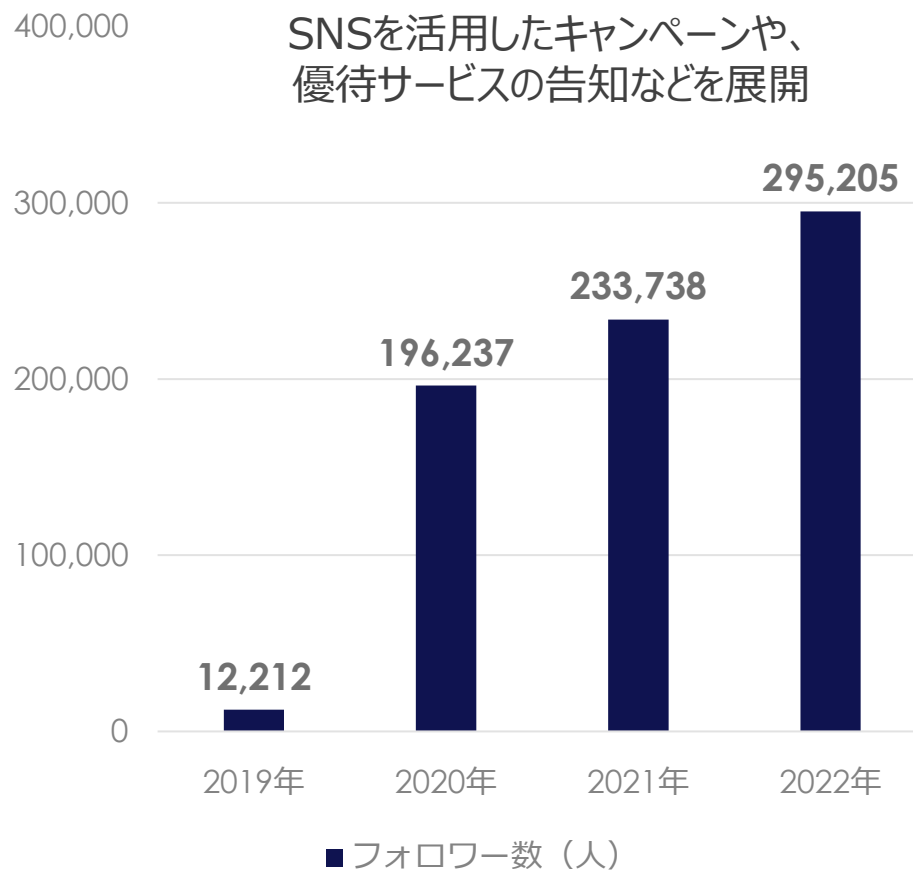
デジタルカウンター 利用件数



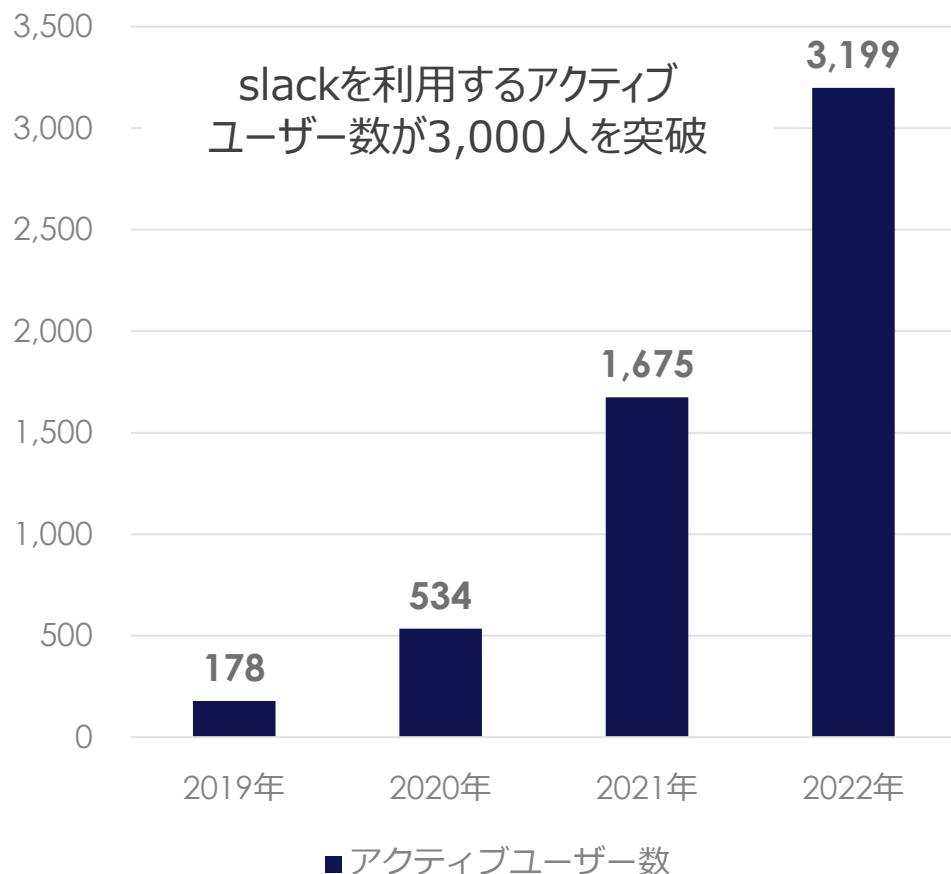
累計アプリダウンロード数



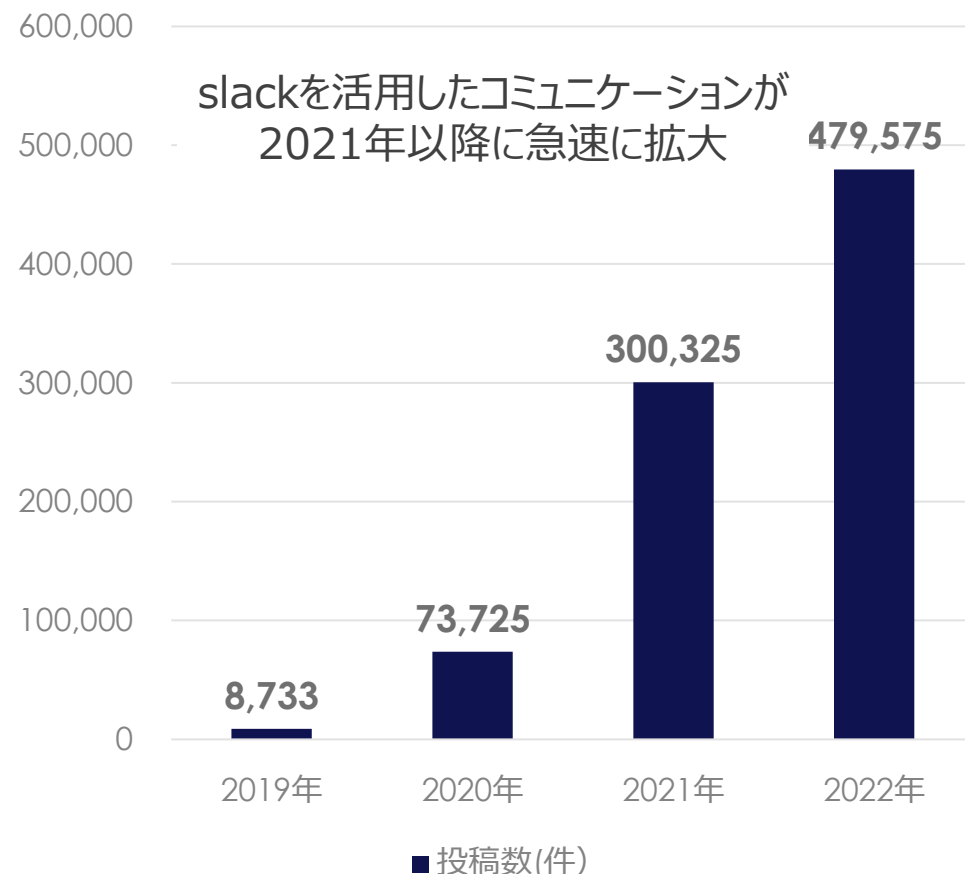
SNSフォロワー数 (公式Twitter, 公式Instagram)



slack アクティブユーザー数



slack 投稿数



2021年度のCSDX戦略

Step3.ビジネスモデルの創出

- ① ファイナンス事業におけるデジタル化に着手 (△)
- ② ペイメント事業における新たな事業創出に着手 (△)

Step2.お客様/社員 体験の変革

- ① 伴走型内製開発によるオペレーション業務の効率化を加速 (○)
- ② 一部業務のデジタル化が進むも社員満足度スコアの目標未達成 (×)
- ③ お客様体験の先行指標としているNPSの目標未達成 (×)

Step1.CSDX基盤の構築

- ① ビジネスデジタル人材の育成開始 (○)
- ② RPAシステムなどによる業務効率化の推進 (○)
- ③ slackによるコミュニケーションの活性化 (○)

人材育成やデジタル化を加速させるも、
事業構造の転換には至らず

進捗 △ 事業ポートフォリオの転換に着手

進捗 × お客様の感動体験の創出が未達成
× 社員体験の変革が未達成

進捗 ○ デジタル化を推進する人材の確保
○ 業務効率化などによる自動化を推進