

CREDIT SAISON

INTEGRATED REPORT

2022 統合レポート



クレディセゾンの新たな挑戦

金融サービスをコアとした、 お客様の「困りごと」を解決する 総合生活サービスグループへの転換

少子高齢化や女性活躍などの社会構造の変化、環境やジェンダーなどの意識や価値観の変化により、さらに消費者の価値観は多様化しています。お客様の多様なニーズにお応えするため、ファイナンスカンパニーの括りにとどまらない、総合生活サービスグループへと舵を切りました。生活の中で新たに生まれた課題・困りごとを解決することを志向し、便利でお得にとどまることなく、良い価値と体験を提供することを目指します。目まぐるしく変化する事業環境の中、これまで金融サービスで培ってきた事業基盤、顧客基盤を活かして、ステークホルダーと新たなイノベーションを共創し、持続可能な社会に貢献していきます。



総合生活サービスグループへの転換を加速する強み

創業当初から今まで、事業環境の変化に伴い変革を起こして数々の困難を乗り越えてきたのは、3つの強みがあったからです。これからも強みを活かし、第3の創業期として総合生活サービスグループを目指します。

1 クレディセゾンのDNA

創業当初から受け継がれる 挑戦と変革のDNA

クレディセゾンのDNA、それは、顧客本位の発想とパートナーシップによって新たなイノベーションを創出する「創造的破壊」、女性や若者のような社会的に制約のある立場の自由を確保する「制約を受ける人びとをエンパワーする」こと、新しく柔軟な発想のために「お客様に自ら近づいていく」ことです。

これらのDNAが創業当初から脈々と受け継がれ、現在の変革と挑戦につながっています。



セゾングループ創業者
堤 清二 氏

2 理念の浸透

一人ひとりが活躍する、 持続的な成長に向けた改革

オープンイノベーションによるパートナーシップを構築し提携先との共創に努め、事業を展開してきました。それらが現在の幅広い顧客基盤につながっています。

また、全員活躍の推進のため全社員共通人事制度を導入し、同一労働同一賃金を実現しています。さらに2022年、新人事制度に改定し、さらなる社員の挑戦・成長を後押しする仕組みづくりを行っています。



3 革新的なイノベーション

業界に変革をもたらした 革新的サービス

1980年代から、従来の常識を打ち破る即与信・即発行、サインレス決済、永久不滅ポイントなど、顧客本位のサービスを次々にリリースしました。

これからも顧客ニーズに沿った革新的な発想力で、金融サービス以外でもイノベーションを起こし続けます。



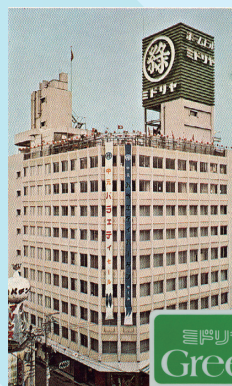
変革と挑戦のあゆみ

1951年 月賦百貨店(株)緑屋の創業

セゾングループの 思想と文化の始まり

1951年5月、商品を月賦で販売する月賦百貨店(株)緑屋として設立しました。70年代の経営悪化により西武流通グループ(後にセゾングループ)に入り、クレジットカード会社への業態転換をしました。

セゾングループの創業者である堤清二氏は、戦後、「衣食住」のニーズが充足した後の消費者ニーズを予見し、消費文化をリードしながら生活に関わるあらゆる領域に事業を拡大することで流通改革を推し進める“生活総合産業”を提唱していました。常にお客様を見つめ、新しいイノベーションを社会に提供していく—そんな思想がセゾングループの根底にはありました。



経営理念

私たちは、サービス先端企業として

「顧客満足主義の実践」「取引先との相互利益の尊重」「創造的革新の社風創り」の

3点を共通の価値観として浸透させ競争に打ち勝ち

お客様、株主の皆様、そしてすべての取引先の皆様の

期待に添うようにチャレンジを続け、社会的責任を果たしてまいります。

1980年 ペイメント事業への転換

革新的なイノベーションを次々に生み出し、 クレジットカードNo.1会社へ

1980年に(株)西武クレジット、1989年に(株)クレディセゾンに社名を変更してからは、業界のタブーを打ち破る即与信、即発行、サインレス決済、永久不滅ポイントなど、顧客本位のサービスを次々にリリースし、2002年には年間カード発行枚数、総会員数、年間カード稼動枚数、年間カード取扱高など4指標で業界首位を達成しました。

- 1982年 「西武カード」発行、セゾンカウンターでの即与信・即発行・即利用を開始
- 1988年 VISAおよびMasterCardとの提携により年会費無料の国際カード化
- 1990年 日本初の「サインレス取引」を開始
- 2002年 無期限ポイントプログラム「セゾン永久不滅ポイント」を開始
- 2003年 出光興産・りそなHD・高島屋などと合併方式で
- 2004年 資本・人材・ノウハウを提供するビジネスモデルを確立
- 2006年 ポイントサイト「永久不滅.com」(現セゾンポイントモール)の運営開始
- 2010年 アメリカン・エクスプレス社と世界初の「センチュリオン」デザインカードを発行



永久不滅
ポイント



※「アメリカン・エクスプレス」は、アメリカン・エクスプレスの登録商標です。
(株)クレディセゾンは、アメリカン・エクスプレスのライセンスに基づき使用しています。

2000年 事業構造の転換

ファイナンス事業の本格化と、 新たな収益源として フィービジネスを拡大

クレジットカード業界の再編活発化に伴い、2002年以降、マーケティングを強化するとともに、カードの付加価値を向上させる取り組みを推進し、2006年にはユーシーカード(株)(UC会員事業会社)と合併しました。

また、カード事業で培った経営資源を最大限活用し、リース、信用保証、ファイナンス関連など各事業を強化しました。ファイナンス事業では、事業者の設備投資計画に合わせたOA通信機器のリースや、金融機関と提携した個人ローンの推進、フラット35・家賃保証のサポートなど法人・個人向けに幅広くサービスを展開しています。

さらに、業界初のカードプロセッシング会社を設立するなど、新たな収益源としてフィービジネスの拡大に取り組みました。

CREDIT
SAISON



2014年 グローバル事業の加速

日本のノンバンクから アジアで特色のある ファイナンスカンパニーへ成長

キャッシュレス決済市場におけるNo.1カンパニーを目指し、独自の商品・サービスや提携パートナーとのコラボレーション経営を推進。

同時にグローバル事業を将来の収益基盤として位置付け、ASEANを中心として各国に即した金融ビジネスに参入しました。さらに、これらの商品・サービスを武器に、法人・個人を顧客化する複合営業体制を確立。変化に対応できるノンバンクとして、企業における各種決済や資金ニーズを取り込み、国内・アジアのあらゆる個人・法人のキャッシュレス機能を提供するビジネスモデルへ転換しました。



2022年 デジタル化の加速

総合生活サービスグループへの転換 リアルとデジタルを融合し、 カスタマーサクセスを実現

2019年以降進めてきたデジタル化を加速させ、ファイナンスカンパニーの括りにとどまることなく、「Neo Finance Company」として、総合生活サービスグループへの転換を図っています。リアルとデジタルを融合し、カスタマーサクセスを実現することをミッションステートメントとしています。さらに、2021年度に発表したCSDX戦略により、デジタル技術の活用によるビジネスの変革・転換を加速しています。

成熟社会で生まれるあらゆる「困りごと」に対してグループ全体でどこよりも親切かつ適切に素早く解消することで、お客様の満足度を高め、新たな価値創造を図っていきます。



価値創造ストーリー

当社は、1951年に月賦百貨店㈱緑屋として設立し、さまざまな困難の中、サービス先端企業としてチャレンジを続けてきました。過去から未来へと、「今よりもっと便利で豊かな持続可能な社会」の実現のために、当社だからこそできる社会・環境課題解決により、貢献していきます。

目指す社会像

今よりもっと便利で豊かな
持続可能な社会

ファイナンスサービスを軸に
お客様の「困りごと」を解決する
総合生活サービス
グループへの転換

ファイナンシャル・
インクルージョン※
の実現

社員

ステークホルダー
との
価値共創

パートナー

株主

地域・コミュニティ

お客様

少子高齢化

気候変動

デジタル化

社会・環境課題

キャッシュレス化進展

資産形成ニーズの高まり

※ ファイナンシャル・インクルージョン：金融包摂。誰もが金融サービスへアクセスでき、金融サービスの恩恵を受けられるようにすること。
金融包摂はSDGs達成のための重要な課題と認識されている。

社会・環境課題解決により、
今よりもっと便利で豊かな持続可能な社会創りに貢献

ファイナンスサービスを軸にした
総合生活サービスグループへの転換

あらゆる「困りごと」を起点に既存の
価値観を変革し新しい価値を創造する

リアルを融合させたデジタル化の推進で
顧客体験／社員体験を変革する



金融サービスという手段で
ファイナンシャル・
インクルージョンに挑戦する

お客様の生活を豊かに、
人生を自分らしく幸せに

パートナーとの共創を通じて、
よりよい社会をつくる

持続的成長の実現と健全な
企業経営による企業価値の向上

サステナビリティ重要課題
(マテリアリティ)

豊かな自然環境・人生を豊かにする
文化を守り、地域・コミュニティの人々を元気に

一人ひとりが自分らしく
活躍する人材・組織をつくる

クレディセゾングループのサステナビリティ > P22

主な経営資産

脈々と受け継がれてきた企業文化

すべてのステークホルダーとの共創意識

年齢、性別、学歴無用の能力主義

創造的破壊、失敗を許容する組織風土

行動指針「CSスタイル」

活力ある人材

全社共通人事制度*のもとで活躍する人材

連結社員数 **5,562名**

単体社員数 **4,084名**
(うち女性3,058名)

*アルバイトを除く

イノベーション創出力

創業72年で培った与信ノウハウ

ペイメント・ファイナンス分野に
経験豊富な専門人材

ファイナンス分野でのサービス開発実績

変化に機動的に対応できるシステム基盤

盤石な営業基盤

業界トップクラスの顧客層

個人会員数 **約3,600万人**

法人カード発行先 **150,000社超**

健全な財務基盤

高い信用力に基づく多様な資金調達

連結総資産 **3兆6,107億円**

連結有利子負債 **2兆5,690億円**

独立系ノンバンク最上位クラスの信用力

高い信用格付 格付投資情報センター (R&I)
(1996年10月以降26年継続) **A+**

ステークホルダーとともに創出する価値



レジリエントな組織の実現

サステナビリティ推進委員会新設による
社会・環境課題取り組みの進捗

委員会・ワーキンググループ開催数 **計26回**
委員会7回/WG:気候変動10回/DE&I:9回

株主・投資家との対話件数 **196回**

セキュリティ事故件数 **0件**

働きがいと多様な価値観の醸成

女性社員比率 **74.9%**

女性管理職比率※2 **24.5%**

デジタル人材 **約260名**

有給取得率 **73.5%**

新事業・プロダクト開発

新プロダクトリリース件数 **約40件※1**

SWITCH SAISON提案数と事業化数
提案数約**1,000**案件 事業化**4**案件

社会・環境課題解決力の強化

カーボンニュートラル・循環型社会の構築を
目指した業務提携

環境保護活動(赤城自然園の運営) **来園者数約7.4万人**

募集業務のデジタル化による紙消費量削減

アジアを中心としたアンダーサーブド層への
ファイナンシャル・インクルージョン

財務成果

ROE(自己資本利益率) **6.5%** (前期7.1%)

自己資本比率(親会社所有者帰属持分比率) **15.6%** (前期15.6%)

グループ事業利益の向上 **523億円** (前期比8.2%増)

配当金総額 **86億円** (前期70億円)

株主総利回り(単体) **76.9%** (前期75.4%)

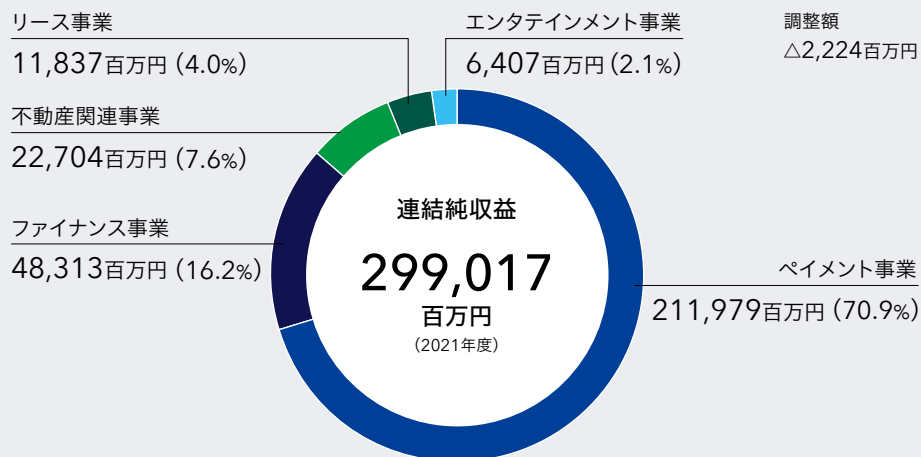
※ 2022年3月末現在を基準としていますが、一部2022年11月現在のものも含まれています。

※1 2021年4月～2022年3月までの商品・サービスを集計した件数

※2 部長職

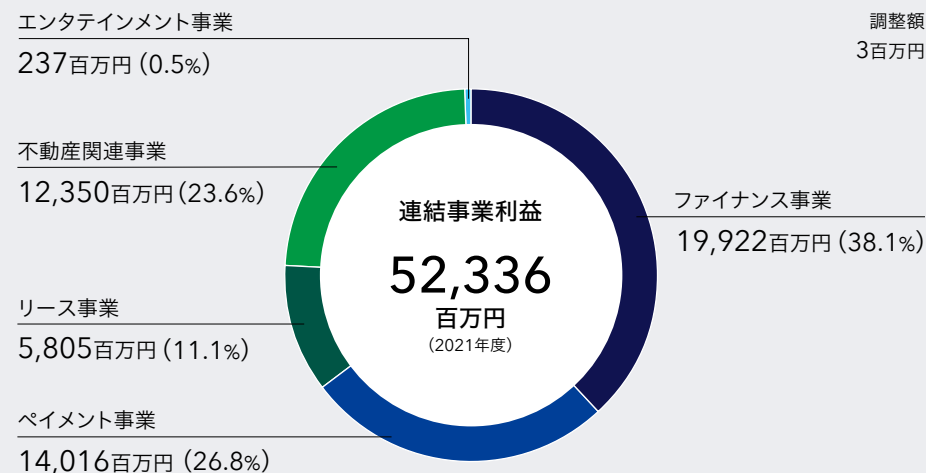
5つの事業

セグメント別純収益



※ () はシェア

セグメント別事業利益



ペイメント事業

クレジットカードに加えプリペイドカードやスマートフォン決済など、キャッシュレス社会の実現に向け、多様な決済サービスを提供しています。また、クレジットカード事業者などから業務受託するプロセッシング事業を、顧客のニーズに合わせてワンストップで提供します。

さらに海外では、アジアを中心に適切な金融サービスを十分に受けられない人々(アンダーサーブド層)や企業に対して、デジタル化・現地化された金融サービスを提供し、ファイナンシャル・インクルージョンを推進しています。



リース事業

OA通信機器を中心とした「ファイナンスリース」「事業用割賦」を、事業者の設備投資計画に合わせて展開しています。

キャッシュレス決済の拡大を捉えたPOSレジ周辺市場のようなビジネストrendへの対応に加え、環境商材をはじめとした成長分野にも挑戦しています。



ファイナンス事業

信用保証事業、ファイナンス事業から構成されており、「セゾンのフラット35」「セゾンの資産形成ローン」および「セゾンの家賃保証 Rent Quick」を中心に、住宅購入から賃貸まで、生活創造金融サービスを展開しています。



不動産関連事業

不動産事業、不動産賃貸事業およびサービス(債権回収)事業などを行っています。



エンタテインメント事業

アミューズメント事業などから構成されています。

過去中期経営計画の振り返り

2015年度
以前の
取り組み

□ ペイメント □ リース □ ファイナンス
■ 不動産関連 ■ エンタテインメント

2016年度～2018年度

中期経営計画



2019年度～2021年度

中期経営ビジョン
Neo Finance Company
in Asia

「ペイメント事業の復活」と「総合ノンバンク化」のさらなる加速

2015年度経営基本方針

法人営業の強化を通じた
5つのビジネスを組み合わせる
ビジネスモデル・チェンジ

競合他社を圧倒する
「アジアにおいて他にない
新たなファイナンスカンパニー」への挑戦

2014年度経営基本方針

法人営業力強化による
ビジネスモデル・チェンジへの挑戦

「変化に対応できるノンバンク」
への進化

2013年度経営基本方針

「戦略武器を活用した
コラボレーション経営」による
連結 이슈 No.1化、
ノンバンク化の加速、
アジア戦略具体化により
収益源のマルチ・コア体制の確立

基本方針

～イノベーションの実現とビジネスモデル・チェンジ～
新たなビジネスモデルへの挑戦
ストックビジネスとフィービジネスの拡大

戦略／施策

- 1 カードビジネスのモデル・チェンジへの挑戦
- 2 オープンイノベーションによる提携戦略
- 3 ファイナンスビジネスを中核とした多角的提携
- 4 広範なアジアエリアでの多様な事業展開

成果

共同基幹システムへの移行完遂

▶ 提携拡大・商品開発が可能な基盤の完成

多様な顧客ニーズへの対応

▶ 決済プラットフォーム拡充／ファイナンス事業拡大

グローバル事業の進出国拡大

MISSION STATEMENT

～お客様と50年をともに歩むファイナンスカンパニーへ～
お金に関する「安心」と「なるほど」を

戦略／施策

I ペイメント事業の成長戦略と構造改革

ペイメント事業

- 1 ショッピング取扱高の拡大<BtoC領域>
- 2 ショッピング取扱高の拡大<BtoB領域>
- 3 ショッピングリボ・キャッシングビジネスの拡大
- 4 新規ビジネスの創造とデジタルマーケティングの強化

II ノンバンクとしてファイナンス事業のさらなる拡大

リース&ファイナンス事業

1 提携先とのリレーション強化と新規アライアンス強化

ファイナンスビジネス

III 将来を見据えたグローバル事業の収益基盤拡大

グローバル事業

1 進出国事業における「種まき」から「収穫」期への移行

グローバルビジネス

成果

ペイメント事業は、営業時間の短縮や外出自粛などの影響を受けて
回復途上である一方で、第2の柱としてファイナンス事業は堅調に拡大、
第3の柱としてグローバル事業の利益貢献拡大の見通しが立つなど
事業の多角化に一定の目途がついた

※ 2021年度は将来を見据え、利息返還損失引当金を136億円計上しており、この影響を除いた実質的な事業利益は
650億円超と、中期経営計画に掲げた事業利益目標600億円は達成しています。

新中期経営計画の概要

基本方針

総合生活サービスグループへの転換 ～リアルとデジタルの融合でカスタマーサクセスを実現～

当社は、「総合生活サービスグループへの転換」を中期経営ビジョンとして掲げ、「Innovative」「Digital」「Global」を基本コンセプトとして、「リアルとデジタルの融合でカスタマーサクセスを実現」をミッションステートメントとする2022～2024年度までの中期経営計画を策定しました。中期経営計画の実現に向け、ファイナンスカンパニーの括りにとどまることなく、「NEOファイナンスカンパニー」として、成熟社会で生まれるあらゆる「困りごと」を、グループ全体で、どこよりも親切に適切に素早く解消し、お客様の満足度を高め、新たな価値創造に向け取り組んでいきます。これらの取り組みにより、計画の最終年度である2024年度において、連結事業利益700億円の達成を目指していきます。

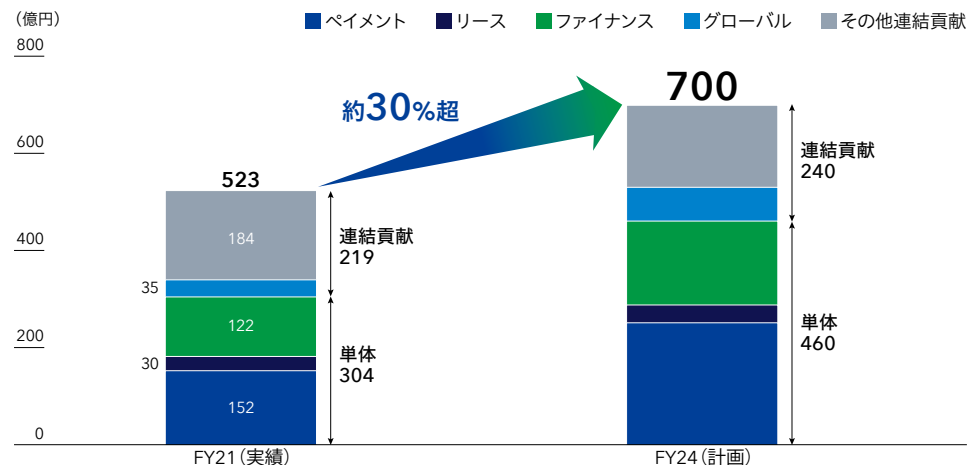
基本コンセプト

これまでの3つのコンセプトを継続し、浸透させ、各事業のドライブを加速させる

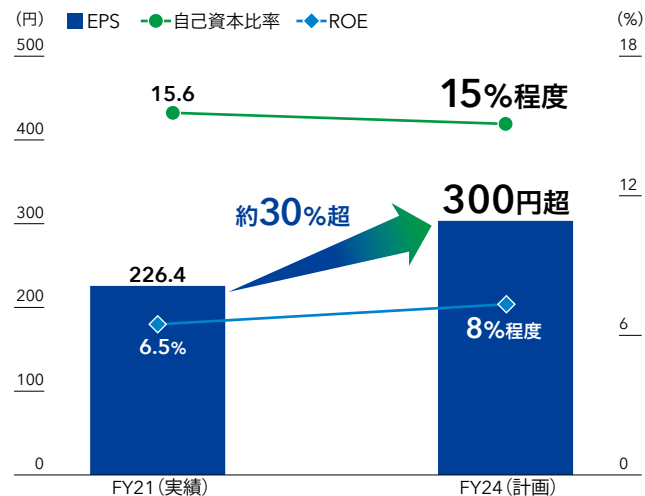


経営目標

事業利益目標



主要経営指標



中長期的な経営目標

自己資本比率：15%程度

メルクマールどおり進捗

ROE：10%超

本中期(～FY24)で8%程度、次期中計以降(FY25～)で達成を目指す



ペイメント、ファイナンス、不動産関連といったそれぞれの金融事業で存在感の強いノンバンクになるために、既存の提携先に加えてグループ各社とのシナジーを追求し、「セゾン・パートナー経済圏」の確立を図ります。具体的には、当社グループが持つ約3,600万人の顧客資産を、既存提携先のパートナー企業でも活用いただける取り組みを積極的に推進し、グループ連携を

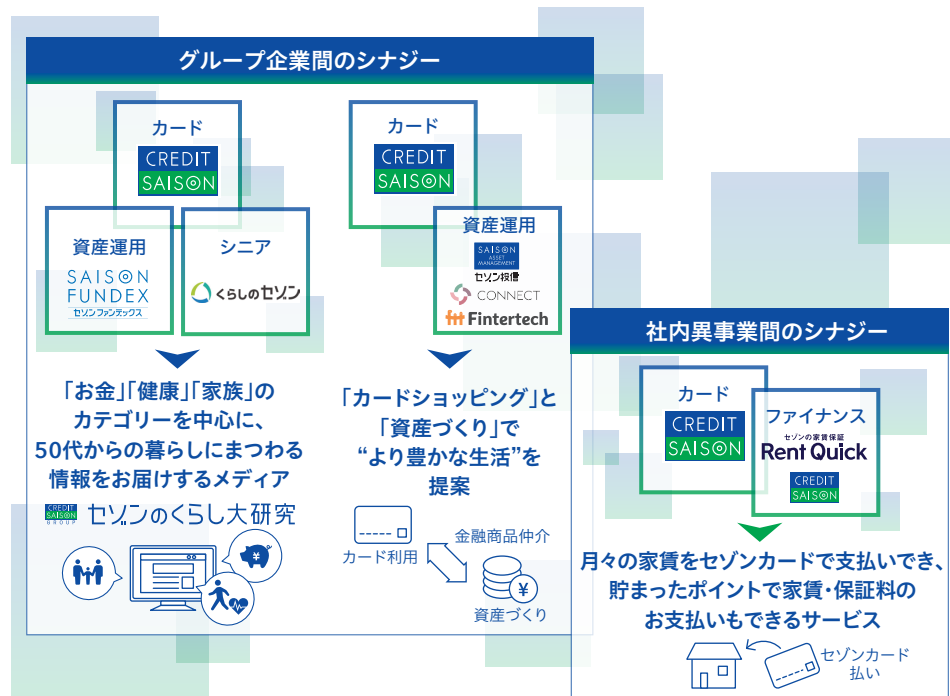
10 |

「セゾン・パートナー経済圏」の確立とグループ間の事業連携の強化

グループ各社の経営についてはブランドや資本関係で括ることなく、自主独立性の強いスタイルを採ってきました。今後もこうしたグループ各社での経営の自主独立性は維持しつつも、「セゾン・パートナー経済圏」という緩やかな横のつながりの経済圏の中で、お客様を基点に、一人ひとりのお客様に対してグループ商材の連携をより強化することで、他社との差別化を図り、お客様にとって最も利便性の高い「総合生活サービスグループ」の確立を目指します。そのために、下記に示したこれまでの取り組みも含め、グループ企業間、社内異事業間のシナジーの創造をより一層振興していきます。

▶ 主な関係会社についてはP24をご覧ください。

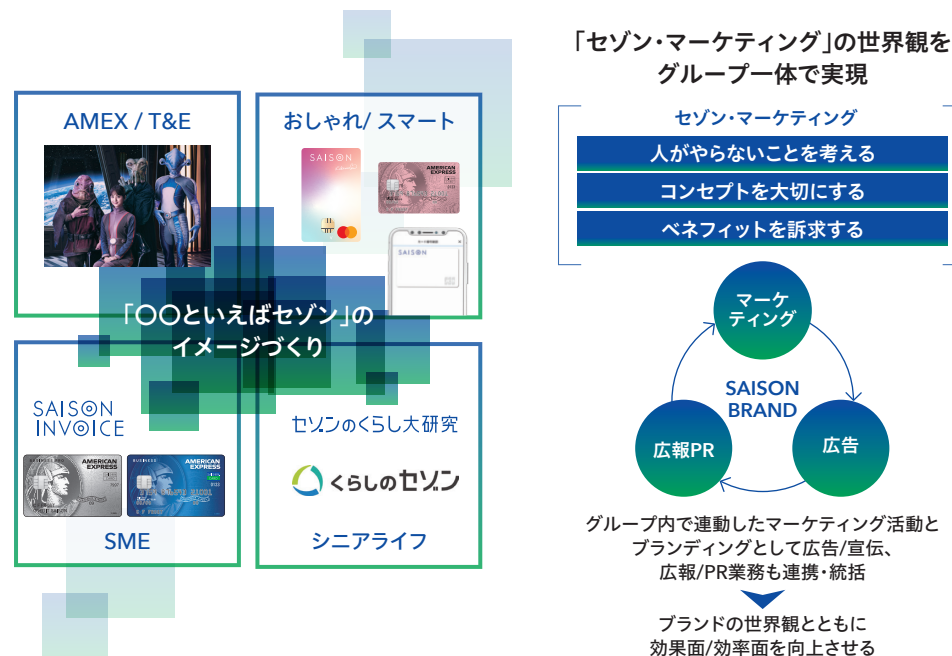
グループ企業間または社内異事業間のシナジーで価値を創造



ブランディング戦略

ブランディング戦略においては、旧セゾングループの思想、すなわち、新たな消費者ニーズを予見し、消費活動・消費文化をリードしながら、生活に関わるあらゆる領域で事業拡大をすることで流通革命を推し進める思想にもう一度立ち戻り、「セゾン」というブランドをこれまで以上に前面に出すことを戦略の柱に据えていきます。提携戦略を進めてきた中で、これまではサブブランド的に連携されてきたセゾンブランドを、セゾンマーケティングというコンセプトのもとで、当社グループが一体となって相互に連携を図りながら、至る所でお客様の目を引くブランドへと展開を図っていきます。

顧客における想起率を引き上げることで、グループ企業の顧客間におけるサービスの相互利用を促進する

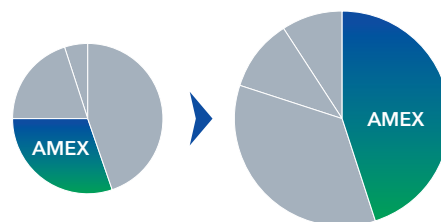


成長戦略 ② ペイメント事業の再生

AMEX戦略

ペイメント事業の再生に向けては、AMEXブランドの有効活用をさらに推し進めていきます。AMEX社と提携して約25年が経ち、2022年以降は、当社においてAMEXブランドの取扱高が、他の国際ブランドを抜いてNo.1となる状況が続いています。AMEXブランドを活用したSAISON AMEXの上位化や、プロダクトの確立に向けた「AMEX戦略」を推し進めることで、2026年度には、当社におけるAMEXブランド単独でのショッピング取扱高が3兆円を超えることを目指します。そして、個人、SME、富裕層といった顧客層の会員獲得ならびにAMEXカードの利用活性化を図っていきます。

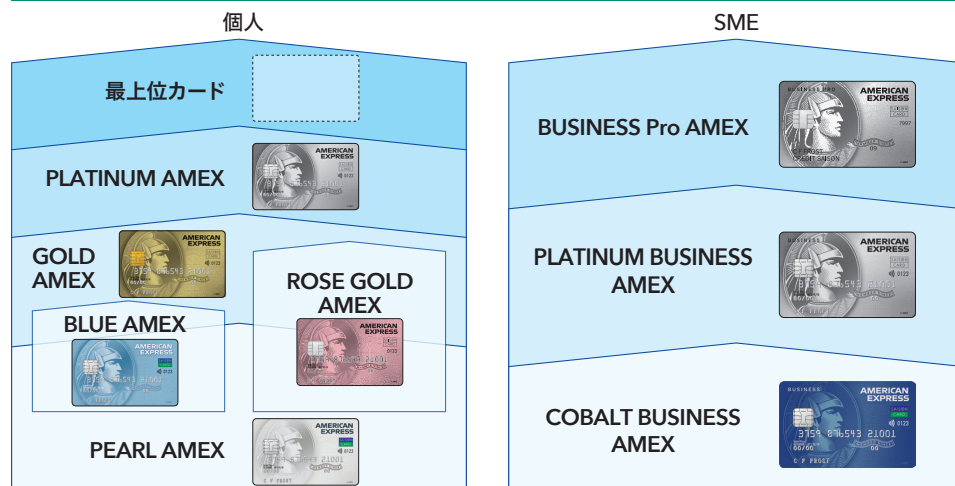
当社のショッピング取扱高における
ブランド別シェア（イメージ）



AMEXブランドが、当社の月次取扱高で
No.1になる
“SAISON=AMEX”のイメージが浸透

「AMEX戦略」と「新GOLDカード戦略」を中核に、新たなモデルを確立

AMEX戦略



新GOLD戦略

新たなロイヤリティサービス「SAISON GOLD Premium」にてメインカード化を推進

これからのクレディセゾン

「GOLDの特別感」+「日々利用したくなる特典」により、お客様から選ばれるメインカードへ

SAISON GOLD Premium



日本初「METAL SURFACE CARD™
(メタルサーフェスカード)」を採用

主な特典

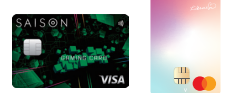
- 映画鑑賞料金が1,000円(税込)
- コンビニ・カフェで最大5%ポイント還元
- 空港ラウンジサービス・旅行傷害保険など旅行でのサポートも完備
- 年間50万円以上のご利用でポイント2倍

インベーション=“特別感の演出”

これまでのクレディセゾン

さまざまなアライアンス先の幅広い顧客層へアプローチ

コンセプトカード



プロパーカード



提携カード



ペイメント事業の再生に向けたもうひとつの中核戦略が新GOLD戦略です。これまで拡充してきた幅広い層の顧客基盤に向けて、2022年7月以降、新たなロイヤリティプログラムとして、ご利用金額に応じた特典を付与する新GOLDカード「SAISON GOLD Premium」をリリースし、お客様のメインカード化を推し進めています。プロパーカードを保有の優良顧客は、GOLD AMEXに切り替えた後の顧客単価が一般会員の3倍に伸びているほか、「SAISON GOLD Premium」会員の顧客単価もカード発行後、継続的に伸びており、GOLD会員獲得に向けた施策が早くも成果を見せています。

BtoB領域の事業拡大

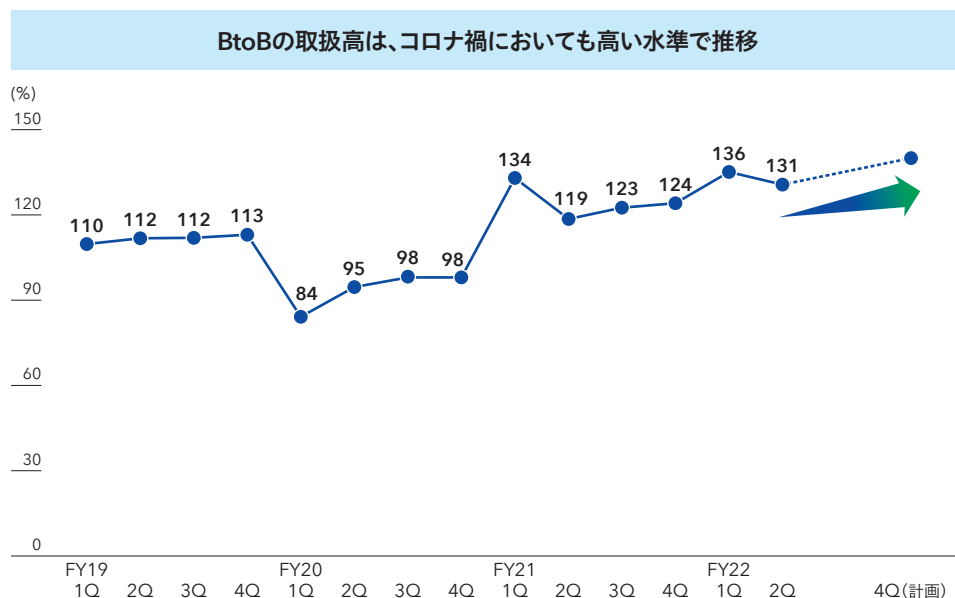
ペイメント事業の再生に向けては、BtoB領域の事業拡大も図ります。2021年度に、全国の営業体制を、従来の個人向け営業から法人向け営業へと大きくシフトチェンジを図り、BtoB市場の攻略に向けた人的リソースの体制構築が整いました。2022年度以降は、AMEXブランドを中心に、Fintech企業はもちろん、Fintechの中でもBtoB決済を進めるSaaS提供企業などとも連携を取りながら、「非カード決済領域のプロダクト」「SMEチャネル」「営業における顧客コミュニケーション」のそれぞれを強化しながら、BtoB決済市場でのシェア拡大を図っていきます。

「非カード決済領域」「SMEチャネル強化」「顧客コミュニケーション強化」をテーマに資源を投下
BtoB領域でのシェア拡大を図る

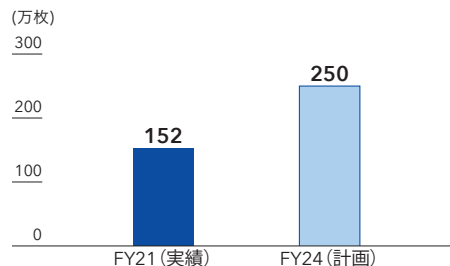


ペイメント事業の主要指標

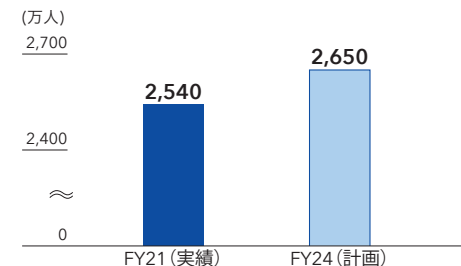
BtoBにおけるショッピング取扱高前年比



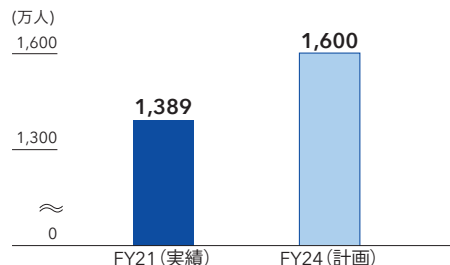
新規発行



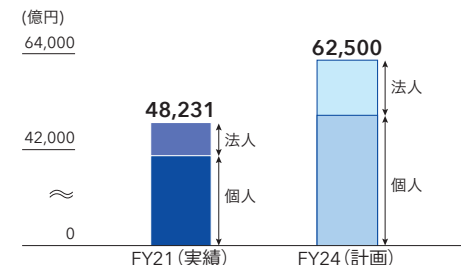
総会員数



稼働会員数



ショッピング取扱高



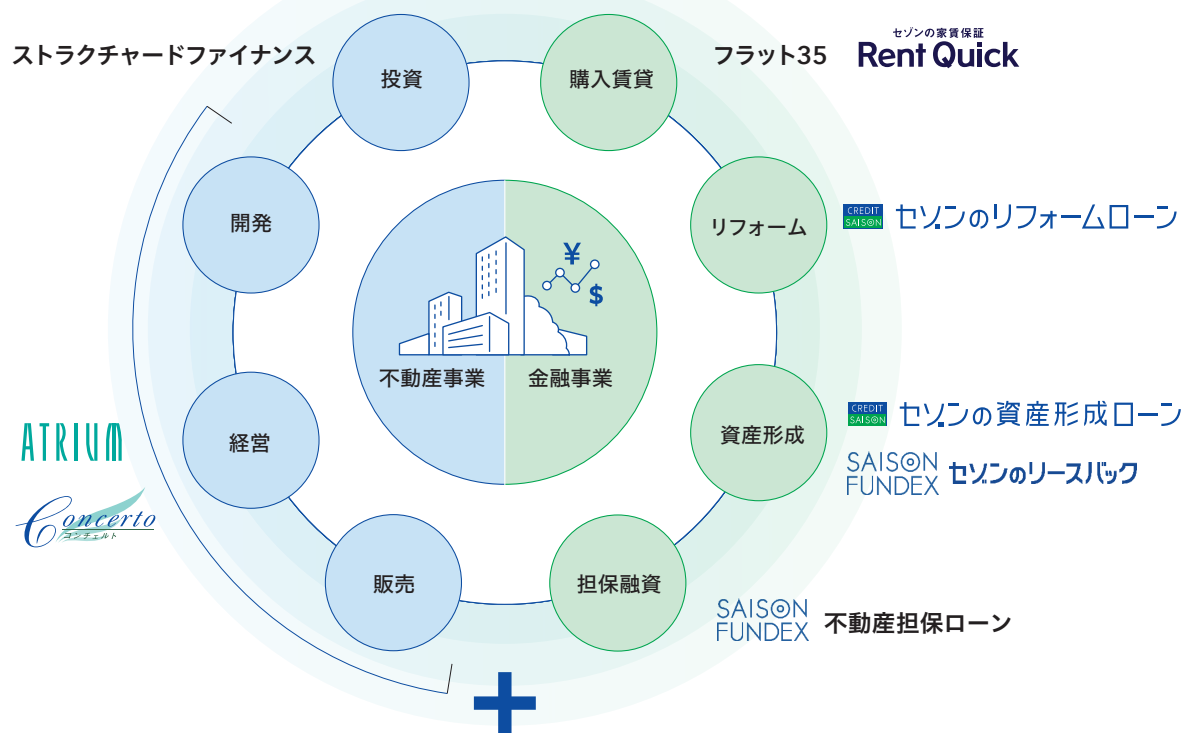
成長戦略 ③ ファイナンス事業の健全な成長と新たな事業領域への進出

ファイナンス事業の5大構造改革骨子

ファイナンス事業では、現在の好調な市況に甘んじることなく、資産効率のさらなる改善に努めていきます。不動産関連事業におけるグループ各社の強みを活かした役割分担を明確にし、また、提携先との連携をより深めながら、資産効率の改善、法人営業力の強化、ストラクチャードファイナンスの強化、DXの推進、富裕層向け新規商材の開発の5つを軸とした構造改革を推し進めていきます。

そして、リスクについては十分留意しつつ、アトリウム、コンチェルト、セゾンファンデックスといったグループ企業や提携先との連携をさらに強化し、グループ全体でファイナンスビジネスの健全な成長につなげていきます。

不動産関連事業におけるグループ各社の強みを活かした役割分担でマーケットをカバー 不動産金融における「機会」と「リスク」を捉えたバランス&積極推進



当社と提携先の資産を活用した、富裕層向けの商品開発に挑戦

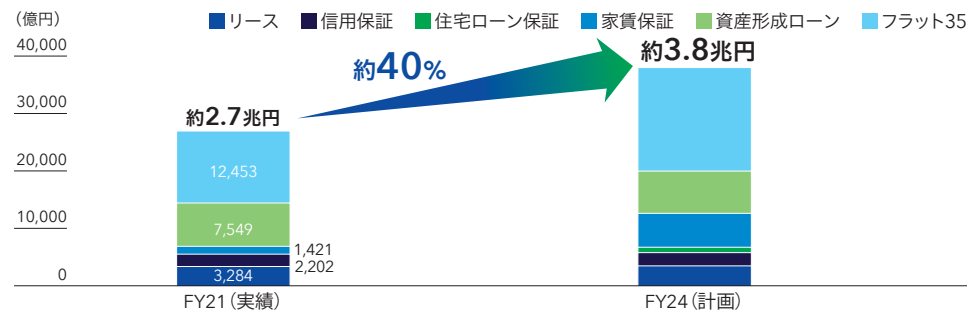
5大構造改革骨子

- 資産効率の改善**
 ～資産形成ローンの債権売却や
 富裕層向けビジネスへの挑戦～
- 法人営業力の強化**
 ～30万を超えるリース先への営業推進～
- ストラクチャードファイナンスの強化**
- DXの推進**
 ～コスト削減および生産性向上～
- 富裕層向け新規商材の開発**
 ～不動産融資を軸とした取り組み～

機会とリスクを捉えた成長戦略

資産効率の改善に向けては、資産形成ローンの債権売却や不動産融資を軸とした富裕層向けの新たな商品チャネルの開発や商品そのものの開発・企画などに挑戦していきます。法人営業力については、30万社を超えるリース先への営業を推進することで強化していきます。こうした施策に付随するストラクチャードファイナンスやDXの推進においては、ローコストで多角的な事業が展開できるよう、生産性向上も意識した体制づくりを進めていきます。不動産金融における機会とリスクを捉えたバランスを重視しながら、新たな事業領域への進出を積極的に進めていきます。

リース/ ファイナンス関連事業 商品残高(オフバランス含む)目標



ペイメント事業×ファイナンス事業の融合

ファイナンス事業の「個人顧客」「法人顧客」に対するペイメント関連商材の拡販



成長戦略 ④ グローバル事業の展開加速

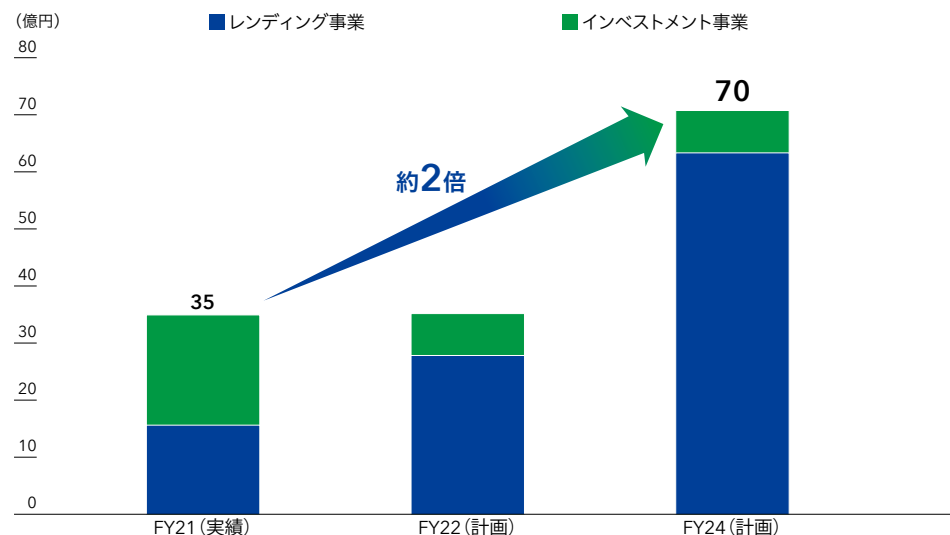
現在、インド・東南アジアの5カ国に事業会社を設立し、アジア地域におけるレンディング事業の展開を加速しています。コロナ禍による影響を受けつつも、現地主導による堅実なリスク管理のもと、インド・ベトナムを中心に順調に事業拡大を続けています。

また、海外コーポレートベンチャーキャピタル(CVC)事業によるFintech事業者への投資や先端領域への投資を通じ、新たなビジネスの可能性を模索しつつ、既存ビジネスとのシナジー効果の創出にも注力しております。

これらの取り組みを通して、第3の柱として当社グループの成長を支え、またグローバルにおける持続可能な社会の実現に向けた取り組みに貢献すべく、事業を促進してまいります。

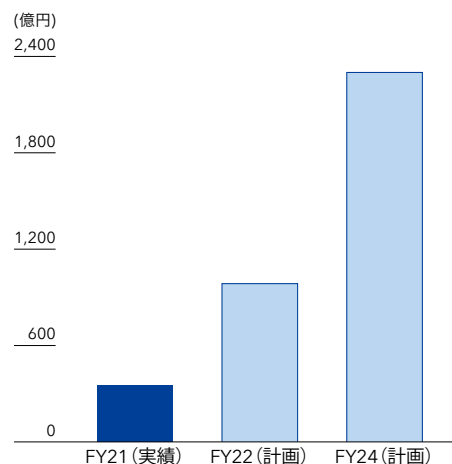


事業利益目標(各国事業における利益積上額)

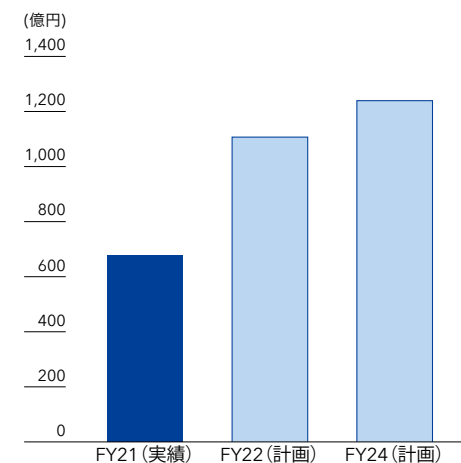


グローバル事業の主要指標

Kisetsu Saison Finance (インド) 貸付残高



HD Saison Finance (ベトナム) 貸付残高



レンディング事業

インド事業の躍進

事業開始から3年、独自の戦略で順調に事業を拡大

インドでは、Kisetsu Saison Finance (India) Pvt. Ltd.にて現地のアンダーサーブド層向けの貸付を行っています。

2019年の事業開始以来、事業・組織ともに順調に規模を拡大しており、2022年度9月末時点の貸付残高は600億円強、上期の連結貢献利益もベトナムに次ぐ8.6億円にのぼるなど、約3年で当社グローバル事業の主力のひとつに成長しました。

同社による貸付は、主に現地のノンバンクに対する融資（ホールセールレンディング）と、Fintech事業者との提携を通じた個人、中小企業向け融資があります。現地の提携先ノンバンクやFintechのノウハウを活用することで、途上国でのファイナンスにおいて大きな課題である与信や回収の問題を解決しながら、同社における人材の確保、システム開発などの基盤を固めることで、着実に提携先・顧客を増やしてきました。

■ インドにおける成功戦略

同社による貸付は、顧客の貸し倒れや提携先の破綻に際し弁済順位の高い、いわゆる「シニアローン」に位置しており、リスクをより抑えた市場参入に成功しています。また、2021年度末より、これまでに蓄積したノウハウや顧客基盤を活かした独自のレンディング事業（BtoCモデル）を開始し、より利益性の高いビジネスモデルへの発展を図ります。

これらの成長戦略を支えているのが、優秀な人材の現地登用です。CEOをはじめ、300名超の社員のほぼすべてが現地スタッフで構成され、急速に変化する現地のトレンドや規制変更などへの迅速な対応を可能にしています。

Kisetsu Saison Finance (India) CEOインタビュー

インドの“レンディング・ジャイアント”を目指して

Q インドのアンダーサーブド層やレンディング市場に対してKisetsu Saison Finance (India) Pvt. Ltd.はどのように貢献していると考えますか？

大きなビジネスチャンスであるインドで、当社は安定的かつ長期的なレンディング事業者としてさまざまな形で顧客のニーズを満たすことを目指しています。銀行から融資を受けられない中小企業や顧客に対して、直接・間接を問わず十分な融資が受けられるよう支援することを事業の中核に据え、「パートナーシップ」と「テクノロジー主導」アプローチによるインド初のネオ・レンディング・エコシステム構築というビジョンを達成したいと考えます。

Q 数あるレンディング事業者の中で、Kisetsu Saison Finance (India) Pvt. Ltd.が持つ強みは何だと考えますか？
また、それを活かした今後の成長戦略を教えてください。

当社のFintech提携レンディング事業の月間貸付額は直近1年で約10倍にまで伸長しました。AAAの格付による資金調達コストの優位性と、パートナーとのシステムインテグレーションで他社と大きな差別化が図れたことで、当社は同業他社の中でもパートナーに「選ばれるレンダー」となれたことが要因です。現在の融資残高は600億円強ですが、その先の軌道上にはすでに1,000億円が見えてきました。当面はBtoBモデルを拡大し続けることに注力しつつ、今後“インドのレンディング・ジャイアント”となるために、この利益をBtoCモデルの基盤構築に活用し、さらなるスケールアップを目指します。



Kisetsu Saison Finance (India) Pvt. Ltd. CEO Presha Paragash (右)

インベストメント事業 海外CVC事業

Saison Capital Pte. Ltd.では、東南アジアのFintech事業者を中心としたスタートアップ企業・ファンドへの投資を行っています。2021年度は初のイグジットを達成し、さらに2022年にはCB Insightsの選出するCVC TOP10※に選出されるなど、名実ともに実績を上げています。

また、投資事業におけるさらなる発展と、事業の「次の柱の創出」を目指し、既存の投資領域に加え、Web3領域への投資も積極的に行っており、今後はリターンの追求とともに、将来的な既存ビジネスとの融合も模索していきます。

※ 世界で最も優れたベンチャーキャピタルパートナーのランキング上位10社



事業拡大の基盤構築

■ シンガポールにIHQを設置、事業拡大加速に向けた基盤を構築

今後の事業拡大を支えるべく、シンガポールのSaison International Pte. Ltd.※にIHQを設置しました。今後、海外の各関連会社の株式を同社に順次移管し、より迅速な意思決定や横断的な組織設計を行うことで、グローバルに戦える体制に移行していきます。

※ Credit Saison Asia Pacific Pte. Ltd.から商号変更

SAISON
INTERNATIONAL

サステナビリティ

当社初のソーシャルボンドを発行 アジアを中心としたアンダーサーブド層への貸付に充当

2022年6月、当社では初となるソーシャルボンド(企業や地方公共団体等が、社会的課題の解決に資する事業の資金を調達するために発行される債券)を発行しました。

調達資金は、インドのKisetsu Saison Finance (India) Pvt. Ltd.の増資金や貸付金、およびシンガポールのSaison Capital Pte. Ltd.への貸付金に充当されます。本社債の発行により、資金調達の多様化の実現と、既存の金融サービスにアクセスできないアンダーサーブド層への「ファイナンシャル・インクルージョン」を加速させ、社会の発展・課題解決に貢献していきます。

■ 多様な人材の活用支援

現在、海外拠点における社員は7,000名を超え(合併会社含む)、そのほとんどが現地採用であり多様な国籍のメンバーで構成されています。

また、経営陣についても、現地の優秀な人材を積極的に登用し、現地主導の事業運営を推進しています。



※ 2022年7月に開催された「SAISON GLOBAL SUMMIT 2022」の様子

グループ全体を支える基盤となるCSDX戦略

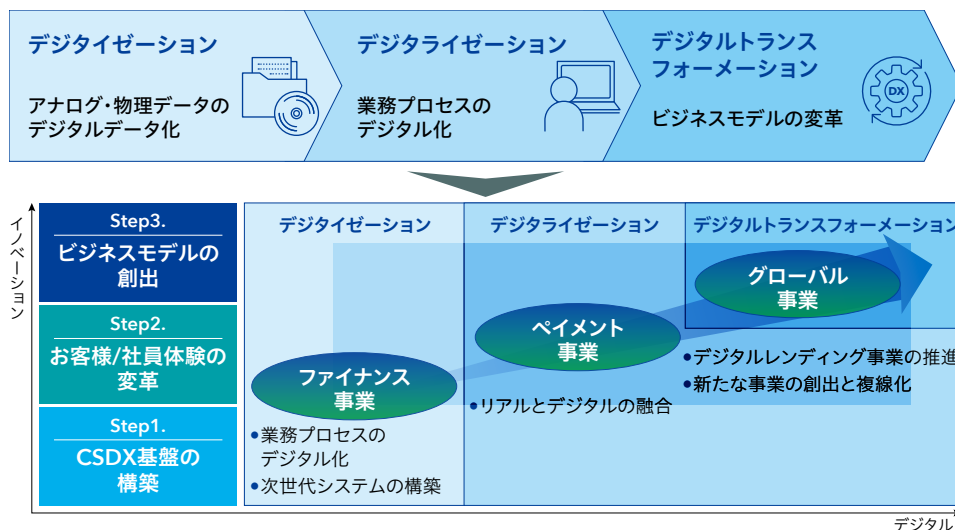
デジタル化への3つのステップ

現在、デジタルの活用による「新しい体験」を提供できる会社が勝ち残り、それができない会社は生き残れない時代になっています。

当社で掲げている「CSDX (Credit Saison Digital Transformation) 戦略」では、DX自体を目的とせず、その先にある「体験そのものの刷新」を目的とし、全社をあげてDXを推進しています。

各事業部のデジタル技術の活用状況を経済産業省で定義する“DX成功パターン”の3段階に整理しており、それぞれの事業部に合ったデジタル技術の活用を推進することで、お客様や社員の期待を超える感動体験を提供することを目指しています。

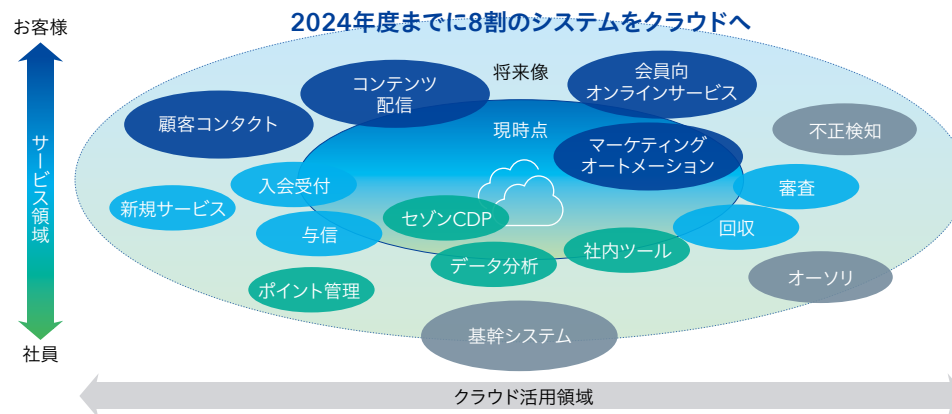
特にファイナンス事業ではFAXを使った書類のやり取りや、対面での営業が主流であるなどアナログ文化が根深く残っていました。しかし、コロナ禍の「リモートワーク」などがきっかけとなり、不動産会社に来られないお客様が増えたことで、インターネットを利用した集客方法が拡大し、デジタル化の対応を望む声が増えてきました。お客様のニーズの変化に合わせたデジタル技術を導入することで業務の自動化や効率化を実現し、お客様満足度の向上や、生産性の向上によるコア業務への集中を実現しています。



デジタル基盤

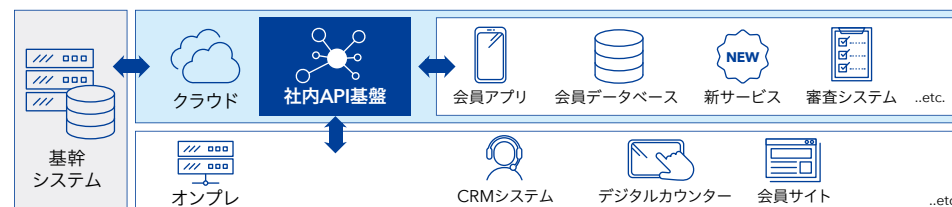
事業部のデジタル化を加速させていくためには、柔軟で拡張性の高いインフラが必要不可欠となります。そのため当社では積極的にAWSなどのクラウドサービスを活用し、新たなサービスを立ち上げる際はクラウドファーストで開発を推進しています。既存システムについても計画的にマイグレーションを実施し、2024年度までに8割のシステム移行を目指しています。

また、基幹システムと周辺システムをつなぐ社内API基盤を内製開発でマイグレーションしました。これにより、基幹システムに頼っていた機能を社内API基盤に移管することで、例えば基幹システムの負荷低減の実現や、周辺アプリの機能配置の最適化の実施などが可能となりました。



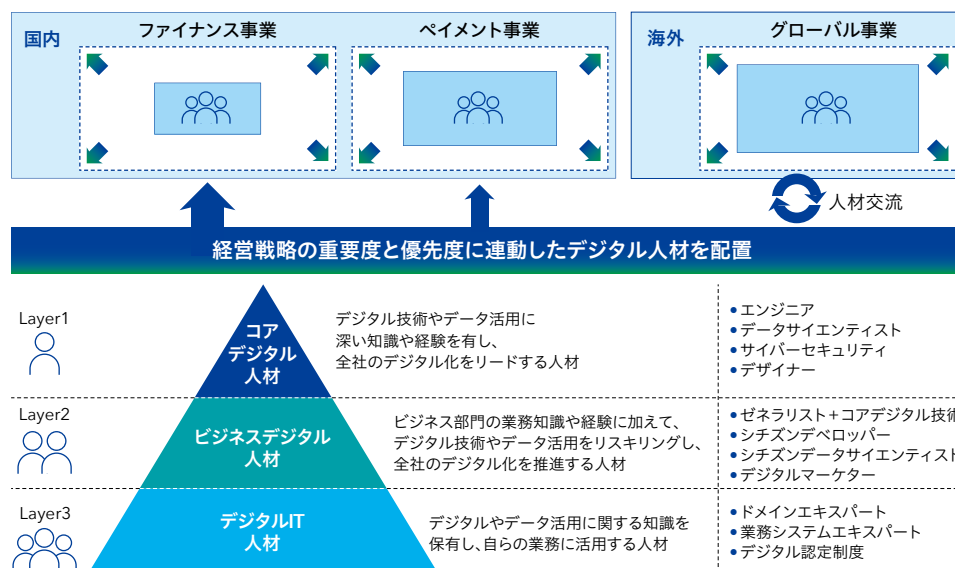
基幹システムと周辺システムをつなぐ社内API基盤のマイグレーションを実施

社内API基盤のクラウド化による柔軟化・拡張性の向上



デジタル人材

デジタル化を推進する人材の育成制度拡充や中途採用を積極的に実施し、経営戦略の重要度と優先度に連動した人材配置を行います。事業規模を拡大させているファイナンス事業を中心にデジタル人材を配置し、デジタル化を加速させていきます。また、インドなど先進的なデジタル技術を活用しているグローバル事業のデジタル人材との交流を通じ、国内のデジタル人材の発展も加速させていきます。

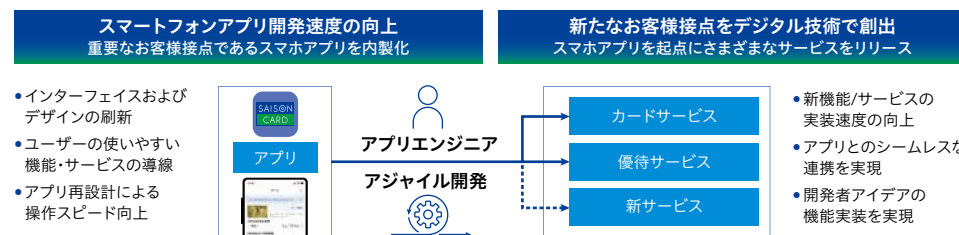


デジタル技術を保有するコアデジタル人材と、業務知識を保有するビジネスデジタル人材・デジタルIT人材が共創しながら、全社のデジタル化を推進していきます。また、希望制でデジタル部門への配置転換や、新規ビジネス・プロジェクトへの参画ができる人事制度(オープンチャレンジ)を制定しています。オープンチャレンジでは、エンジニアとデータサイエンティストへの転換を志望する人材を募集しており、選考に合格すると人事発令による配置転換が実施されます。研修やOJTを通じて、デジタル技術を習得し、ビジネス部門での経験と新たに得た技術を活かした全社のデジタル化を推進しています。

内製開発

当社では外部のベンダー各社に委託していたITシステム開発の一部を自社で行えるような内製開発体制を構築しています。

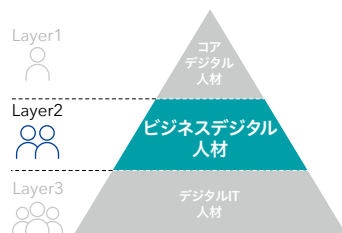
内製化を進めることで、大幅なコストダウンやアジャイルな開発が可能になるとともに知見を積み上げることも実現しています。内製開発はお客様との重要な接点となるスマートフォンアプリと、社内システムの内製化を重点的に推進しています。スマートフォンアプリの内製開発では、お客様視点に立った使いやすい機能やサービスの実装をデザインから内製で構築しています。また、新機能やサービスの提案も開発者から行い、ビジネス部門を巻き込むことで従来では思いつかなかったアイデアの機能実装などを実現しています。



社内システムの内製化については、デジタル人材とビジネスサイドの人材が「伴走」しながらシステム開発することを目指しています。デジタル人材がビジネス部門の現場へと足を運び、そこでの課題を直接見聞きしながら、課題解決につながるシステム開発を進めています。社内での簡単なプロトタイプを作り、ビジネス側からのフィードバックを受けながら改善していく開発体制を実現しています。

作る側 と、望む側 が完全に融合した開発 = 伴走型内製開発
(デジタル部門) (ビジネス部門)





各事業におけるCSDX戦略推進に欠かせないデジタル人材の育成は、オープンチャレンジ(公募)の仕組みを通じて拡大しており、CSDX戦略初年度である2021年度に自ら手を挙げビジネスデジタル人材として配置転換したメンバーも、社内システムやポータルアプリの内製化、BIツール※によるダッシュボード構築などさまざまな領域で活躍しています。

オープンチャレンジ 異動メンバーの活躍一例



平田 峻
2016年入社
異動前所属：
ファイナンス事業部

Q これまでどのような案件で力を発揮してきましたか？

バックオフィス業務の問い合わせで使用する社内FAQシステムを構築しました。自分も一社員であるため、使われ方の想定や、どううことが検索されるかなどをイメージしやすく、ユーザー部門と開発部門が伴走する形でシステム開発を行いました。

Q なぜオープンチャレンジに応募しましたか？

カード会員の方や取引先の方の要望に応えられず、もどかしさを感じていたことがきっかけです。要望に応えるべくシステム改修の相談をするも、高額なベンダー開発費を理由に断念せざるを得ませんでした。自ら内製開発に関わることで、高額なベンダー開発費を理由にした「諦め」をなくし、お客様や社員のさまざまな要望に応じていきたいと思い応募に至りました。



南雲 梨香子
2015年入社
異動前所属：
東京インフォメーション
センター

Q これまでどのような案件で力を発揮してきましたか？

お客様対応時にマニュアルを検索するシステムである、ナレッジシステム『COMPASS』の開発に携わりました。私を含め、インフォメーションセンターやプロセシング部門での勤務経験があるメンバーの意見を画面設計に取り入れるなど、それぞれの経験を活かして開発を進められました。

Q スキルアップのためにしていることを教えてください。

公募メンバー間で学んだ内容の振り返り会を実施し、お互いにわからないことを聞いたり教え合ったりすることで知識を定着させていきました。実際のシステム開発においては書籍を用いて勉強しています。また、テクノロジーセンター主催で不定期にIT技術や他部署の業務を紹介する勉強会が開催されていて、普段の業務では関わらない分野についても幅広く情報を得ています。



衣笠 雅也
2005年入社
異動前所属：
基幹システム開発部

Q これまでどのような案件で力を発揮してきましたか？

社内API基盤の開発に携わりました。この案件を通して、モダンなフレームワークやテスト手法、アーキテクチャを学ぶとともに、情報システム部門での経験を活かして、接続する社内システムとのシステムテストや移行タイムチャートの調整などを担当しました。

Q 今後、どのような活躍をしたいですか？

情報システム部門に所属していた時に、ベンダー開発による開発コストの高さと開発期間の長さで課題を感じており、自らエンジニアとしてモノづくりに携わることを希望しました。今後は、多くの案件対応を通して、スキルを身に付けつつ、よりスピード感を持ってシステム対応を進めることで当社のビジネスに多くの貢献をしていきたいです。

クレディセゾングループのサステナビリティ

基本的な考え方

「サービス先端企業」という経営理念のもと、当社独自のノウハウ、経営資源、そして社員一人ひとりの経験を活かし、クレディセゾングループだからこそできる社会の発展・課題解決に向けて、日々の事業を通じて貢献することで、今よりもっと便利で豊かな持続可能な社会をつくっていきます。

ステークホルダーとの価値共創

社会から必要とされる企業であり続けるためには、ステークホルダーから「何が求められているか」を理解し、企業活動に反映させていくことが重要です。ステークホルダーからの意見を常に真摯に受け止め、当社の企業価値の向上と持続的成長に結び付けていきます。

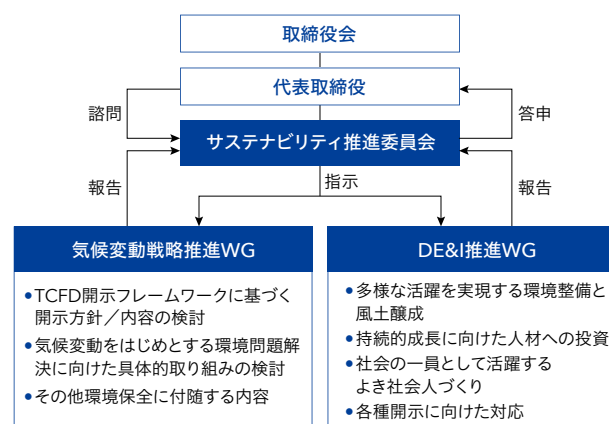
サステナビリティ推進体制

2021年8月、サステナビリティ活動に関する代表取締役の諮問機関としてサステナビリティ推進委員会を設置しました。持続可能な社会の実現に向けて、グループ全体で事業を通じた社会・環境課題解決への取り組みを強化しています。

代表取締役(兼)社長執行役員COOを委員長とし、社内外、男女、またグローバル視点を持ったメンバーで構成し、多様な意見の交換を図っています。

2021年度において本委員会は7回開催しており、定期的にグループ全体を通じたサステナビリティ戦略および取り組みを代表取締役に答申のうえ、必要に応じて取締役会に報告しています(2021年12月、2022年6月 取締役会に報告)。

サステナビリティ推進委員会体制図



サステナビリティ推進委員会メンバーのポイント

- 委員長は、代表取締役(兼)社長執行役員COOであること
- 経営企画部、リスク統括部、財務経理部、戦略人事部、営業推進事業部、グローバル事業部をはじめとする多様な部門を担当する執行役員以上であること
- 男女比率は概ね50:50であること
- 客観的・中立的な立場で意見をいただくために、社外取締役も委員会メンバーであること
- 専門分野において助言や提言をいただくために第三者機関にも参画いただくこと

サステナビリティ推進委員会メンバー	
委員長	水野 克己 代表取締役(兼)社長執行役員COO
副委員長	馬場 信吾 常務執行役員CFO
委員	森 航介 取締役(兼)専務執行役員
	安森 一恵 常務執行役員
	嶋田 かおり 執行役員
	大槻 奈那 社外取締役

今よりもっと便利で豊かな持続可能な社会の実現

SDGs目標達成への貢献

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS



ステークホルダーの期待・ニーズ

重要課題への取り組み

お客様



お客様の生活を豊かに、
人生を自分らしく幸せに

社員



一人ひとりが
自分らしく活躍する
人材・組織を
つくる

サステナビリティ
推進委員会

パートナーとの
共創を通じて、
よりよい社会を
つくる

パートナー



持続的成長の
実現と健全な
企業経営による
企業価値の向上

豊かな自然環境・
人生を豊かにする
文化を守り、
地域・コミュニティの
人々を元気に

株主



地域・コミュニティ



社会・環境課題

少子高齢化

気候変動

デジタル化

キャッシュレス化進展

資産形成ニーズの高まり

サステナビリティ重要課題(マテリアリティ)と取り組み

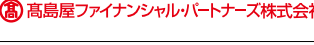
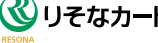
重要課題	内容
お客様の生活を豊かに、 人生を自分らしく幸せに	- 安心・安全・便利な社会作り - 金融サービスをコアとした個人・法人の困りごとの解決
パートナーとの共創を通じて、 よりよい社会をつくる	- 取引先・協業先などとの新たな価値の提供 - アジアも含めたファイナンシャル・インクルージョンの実現
一人ひとりが自分らしく 活躍する人材・組織をつくる	- 多様な活躍を実現する環境整備と風土醸成、人材への投資 - 社会の一員として活躍するよき社会人づくり
豊かな自然環境・人生を 豊かにする文化を守り、 地域・コミュニティの人々を 元気に	- 地球環境への配慮、文化・スポーツの活動支援 - 行政・地域社会・コミュニティとの共創
持続的成長の実現と 健全な企業経営による 企業価値の向上	- コーポレート・ガバナンスの強化 - グループ成長戦略とサステナビリティ活動の融合強化

主な関係会社 (2022年10月1日現在) ※50音順

主な連結子会社

	株式会社アトリウム	不動産事業・不動産賃貸事業
	株式会社オムニバス	インターネット広告代理業・マーケティングコンサルティング業
	株式会社カサラゴ	生活雑貨の輸入販売
	株式会社くらしのセゾン	清掃・警備・設備保守
	株式会社コンチェルト	アミューズメント運営事業・不動産賃貸事業
	セゾン投信株式会社	投資信託の設定、運用ならびに販売
	株式会社セゾンパーソナルプラス	人材派遣事業・業務請負事業
	株式会社セゾンパートナーズ 主な事業会社: ジューピーエヌ債権回収株式会社	サービサーなど事業子会社の経営管理、その他それに付帯する業務
	株式会社セゾンファンデックス	不動産金融事業・信用保証事業・個人向け融資事業
	株式会社セゾン・ベンチャーズ	ベンチャー企業の発掘および投資
株式会社セゾン保険サービス	株式会社セゾン保険サービス	損害保険代理業・生命保険媒介業
	株式会社脳活性総合研究所	「脳活性度定期検査」の開発・提供
	モーションピクチャー株式会社	オンラインチケットシステムの提供およびそれに伴う決済サービスの提供
	ワインアンドワインカルチャー株式会社	“SAKURA” Japan Women's Wine Awardsの運営、ワイン普及のための教育業務
	Kisetsu Saison Finance (India) Pvt.Ltd.	インドにおけるデジタルレンディング事業
	PT. Saison Modern Finance	インドネシアにおけるデジタルレンディング事業・リース事業
	Saison Capital Pte. Ltd.	海外のスタートアップ企業への投融資
	Saison International Pte. Ltd.	海外事業開発・統括管理
	Saison Investment Management Pte. Ltd.	海外におけるインパクト投資事業

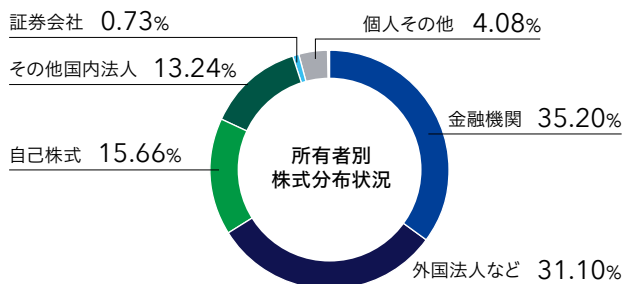
主な持分法適用会社

	株式会社イープラス	入場券・チケット販売
	出光クレジット株式会社	クレジットカード事業・プリペイドカード事業・ファイナンス事業
静銀セゾンカード株式会社	静銀セゾンカード株式会社	クレジットカード事業・信用保証事業・プリペイドカード事業
	株式会社セゾン情報システムズ	システム構築・運用事業
	株式会社セゾンビジネスサポート	ペイメント・ファイナンス商材の販売代行情報セキュリティ、オフィス防災関連サービスなどの販売
株式会社セブンCSカードサービス	株式会社セブンCSカードサービス	クレジットカード事業
	大和ハウスフィナンシャル株式会社	クレジットカード事業・ローン事業・キャッシュレス推進事業
	高島屋フィナンシャル・パートナーズ株式会社	クレジットカード事業、保険・投資信託・信託事業
	株式会社ヤマダフィナンシャル	クレジットカード事業
	株式会社リ・セゾン	資産の引揚、販売、マテリアルリサイクルを通じた再循環・再資源化
	りそなカード株式会社	クレジットカード事業・信用保証事業
	株式会社CASM	カード決済データなどを活用したマーケティング事業
	Fintertech株式会社	ローン事業(暗号資産・不動産担保)、クラウドファンディング事業、投げ銭SaaS事業
	STOCK POINT株式会社	株価連動型ポイント運用システム開発・サービス事業
	HD SAISON Finance Company Ltd.	ベトナムにおけるリテールファイナンス事業
	Siam Saison Co., Ltd.	タイにおけるデジタル与信・決済サービス事業

会社情報・投資家情報 (2022年9月30日現在)

株式の状況

発行可能株式総数	300,000,000株
発行済株式総数	185,444,772株
株主数	19,039名



大株主(上位10名)

株主名	出資状況	
	持株数 (千株)	持株比率 (%)
日本マスタートラスト信託銀行(株)(信託口)	37,555	24.01
(株)日本カストディ銀行(信託口)	18,071	11.55
(株)大和証券グループ本社	8,050	5.15
(株)シティインデックスイレブンス	7,543	4.82
HSBC BANK PLC A/C M AND G (ACS)	6,679	4.27
BNYMSANV AS AGENT/CLIENTS LUX UCITS NON TREATY 1	6,381	4.08
(株)みずほ銀行	3,000	1.92
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505103	2,514	1.61
JP MORGAN CHASE BANK 385781	2,069	1.32
(株)セブン&アイ・ホールディングス	2,050	1.31

※ 当社は、自己株式を29,037,748株保有しておりますが、上記大株主からは除外していません。

※ 持株比率は、自己株式を控除して算出しています。

株主メモ

事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	毎年6月開催
基準日	定時株主総会・期末配当 毎年3月31日 その他必要がある場合は、あらかじめ公告します。
株主名簿管理人および 特別口座の口座管理機関	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社
株主名簿管理人 事務取扱所	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
(郵便物送付先)	〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目 8番4号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
(電話照会先)	0120-782-031 (9:00 ~ 17:00 土日休日を除く)
(インターネット ホームページURL)	https://www.smtb.jp/personal/procedure/agency/
公告の方法	電子公告(当社ホームページに掲載) https://corporate.saisoncard.co.jp/public_announcement/
上場証券取引所	東京(プライム市場)
証券コード	8253

【株式に関する住所変更などのお届出およびご照会について】証券会社に口座を開設されている株主様は、住所変更などのお届出およびご照会は、口座のある証券会社宛にお願いいたします。証券会社に口座を開設されていない株主様は、上記の電話照会先にご連絡ください。

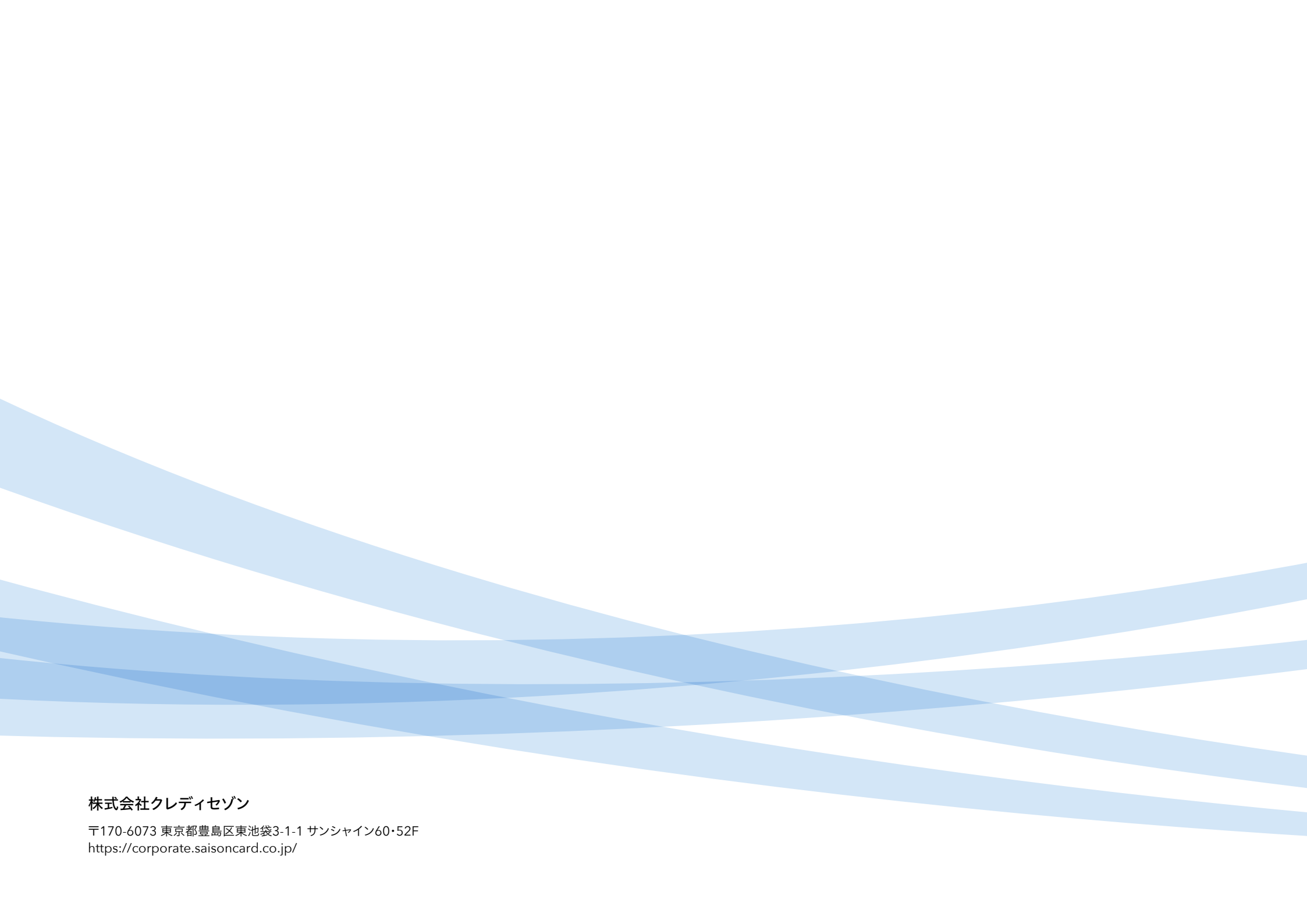
【特別口座について】株券電子化前に「ほふり」(株式会社証券保管振替機構)を利用されていた株主様は、住所変更などのお届出およびご照会は、口座のある証券会社宛にお願いいたします。株券電子化後に「ほふり」を利用されている株主様は、住所変更などのお届出およびご照会は、上記の電話照会先にご連絡ください。

【単元未満株式の買増・買取制度のご案内】当社では、100株未満の単元未満株式をお持ちの株主様が、100株に足りない数の株式を市場価格にて買増していただける制度(買増制度)および単元未満株式を当社へ売却する制度(買取制度)を設けております。特別口座に記録された単元未満株式については上記の電話照会先に、証券会社にお預けの単元未満株式については口座のある証券会社にお問い合わせください。

会社概要

商号	株式会社クレディセゾン
英文表記	Credit Saison Co.,Ltd.
会社設立	1951年5月1日
本社所在地	〒170-6073 東京都豊島区東池袋3-1-1 サンシャイン60・52F
代表者	代表取締役会長CEO 林野 宏 代表取締役(兼)社長執行役員COO 水野 克己 代表取締役(兼)副社長執行役員CHO 高橋 直樹
主要な事業内容	① ペイメント事業(クレジットカード事業および サービサー(債権回収)事業など) ② リース事業(リース事業) ③ ファイナンス事業(信用保証事業および ファイナンス関連事業) ④ 不動産関連事業(不動産事業、不動産賃貸事業 およびサービサー(債権回収)事業など) ⑤ エンタテインメント事業 (アミューズメント事業など)
資本金	759億29百万円
社員数(単体)	4,066名

(注) 上記社員のほかに、嘱託、パート、アルバイトおよび派遣社員を雇用しており、その期中平均雇用人数は1,692名(1日7.5時間換算)となっています。



株式会社クレディセゾン

〒170-6073 東京都豊島区東池袋3-1-1 サンシャイン60・52F
<https://corporate.saisoncard.co.jp/>