

CONTENTS

未来に向けた取り組み

- 1 目次
- 2 経営理念／編集方針
- 3 事業変革と価値創造のあゆみ
- 4 価値創造プロセス
- 6 会長メッセージ
- 8 社長メッセージ
- 12 副社長メッセージ
- 14 事業ポートフォリオ変革
- 15 中期経営計画1年目の振り返り
- 17 中期経営計画2年目：持続的成長へ向けた実行と検証
- 18 人事戦略 | 担当役員インタビュー
- 22 CSDX戦略 | 担当役員インタビュー
- 24 AIによる業務変革に向けて
- 25 サステナビリティ
- 25 【特集】「SAISON CARD Digital for becoz」関係者インタビュー

中期的な戦略

- 28 財務資本政策 | 担当役員インタビュー
- 31 グローバル事業 | 担当役員インタビュー
- 35 ファイナンス事業 | 担当役員インタビュー
- 36 【特集】セゾンのスマート不動産投資 担当者インタビュー
- 38 スルガ銀行との取り組み状況
- 39 ペイメント事業 | 担当役員インタビュー

コーポレート・ガバナンス

- 41 社外取締役による座談会
- 44 新任社外取締役就任のご挨拶
- 45 コーポレート・ガバナンス
- 47 リスクマネジメント・コンプライアンス
- 48 取締役・監査役・執行役員
- 49 スキルマトリックス
- 50 株主・投資家の皆さまとの対話

パフォーマンスセクション

- 51 6カ年の要約財務データ
- 52 セグメントハイライト
- 53 6カ年の非財務データ
- 54 会社情報・投資家情報

知りたいポイントガイド

クレディセゾンが大切にしている価値観や
マネジメントの人柄、経営への想いを知りたい

中長期の成長戦略やグループの
事業ポートフォリオ、利益構造を知りたい

財務指標や資本政策、財務データを知りたい

各戦略の具体的な取り組みやKPIを知りたい

サステナビリティに関する考え方、
リスクへの対応や具体的な取り組みを知りたい

ガバナンス体制とガバナンスの実効性を
確認したい

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。

ロゴに込めた思い

CREDIT
SAISON

コーポレートカラーについて

〈セゾンブルー〉

「生活する人びとの幸福、希望」を象徴

〈セゾングリーン〉

「信頼、やすらぎ、文化性、先進性」を象徴

編集方針

当社では、お客様、株主・投資家をはじめとする幅広いステークホルダーの皆さまに対し、正確、迅速かつ公平な情報開示を行うことを最重要課題と位置づけています。

7回目の発行となる『Credit Saison Integrated Report 2025』は、「未来から語る統合報告書」をテーマに、2030年に目指す姿「GLOBAL NEO FINANCE COMPANY」からバックキャストして策定した中期経営計画の進捗や、戦略の詳細を分かりやすく表現することを意識して制作しました。創業当時から変わらないクレディセゾンのDNAを原動力に取り組んだトピックスを多数掲載することで、各戦略の具体的な取り組みが伝わるよう工夫したほか、社員の声を多く載せることで、取り組み姿勢や背景、関わる社員の想いを意識的にお伝えしています。

また、本レポートでは、ステークホルダーの皆さまの興味・関心から記事への遷移がしやすくなるよう、目次ページに「知りたいポイントガイド」を設置したほか、リンクを多数設置し、オンライン環境での閲覧性向上を図っており、当社が目指す「セゾン・パートナー経済圏」による価値創造について、より深くスピード感をもってご理解いただけることを目指しています。

編集にあたっては、IFRS財団が推奨する「国際統合報告フレームワーク」や経済産業省の「価値協創ガイダンス」を参考にし、信頼性と透明性を確保した統合レポート作成に取り組みました。

今後もステークホルダーの皆さまとコミュニケーションをさらに深めるために、読者の皆さまからの率直なご意見を頂戴し、適切な情報開示に努め、内容をより一層充実させていくよう取り組んでいきます。



見直しに関する注意事項

本レポートにある将来の業績予想・事業環境予測等に関する記述は、記述した時点で当社が入手できた財務情報に基づいたものであり、これらの予想・予測には不確実な要素が含まれています。また、これらの予想・予測を覆す潜在的なリスクが顕在化する可能性もあります。従って、将来の実際の業績・事業環境等は、本レポートに記載した予想・予測とは異なったものとなる可能性があることをご承知おきください。

報告対象期間

2024年度(2024年4月1日~2025年3月31日)について報告していますが、一部2025年度の活動についても掲載しています。

事業変革と価値創造のあゆみ

GLOBAL NEO FINANCE COMPANY

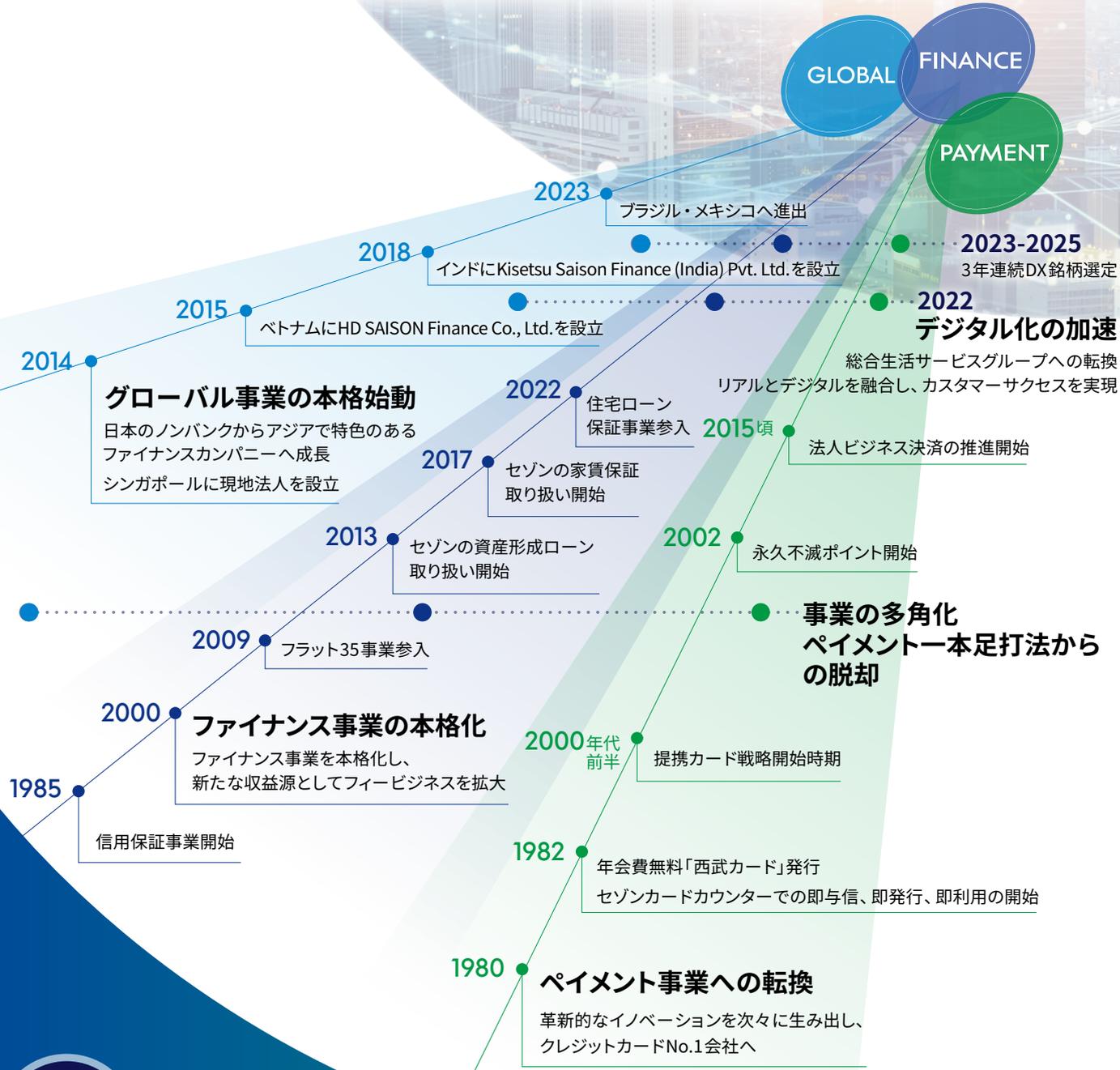
～金融をコアとしたグローバルな総合生活サービスグループ～

2030

GLOBAL

FINANCE

PAYMENT



1951



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(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、第2創業期を迎え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・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あります。



価値創造プロセス

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

経営理念

サービス先端企業

GLOBAL NEO FINANCE COMPANY

～金融をコアとしたグローバルな総合生活サービスグループ～

6つの資本

▶ P5

財務資本

社会・関係資本

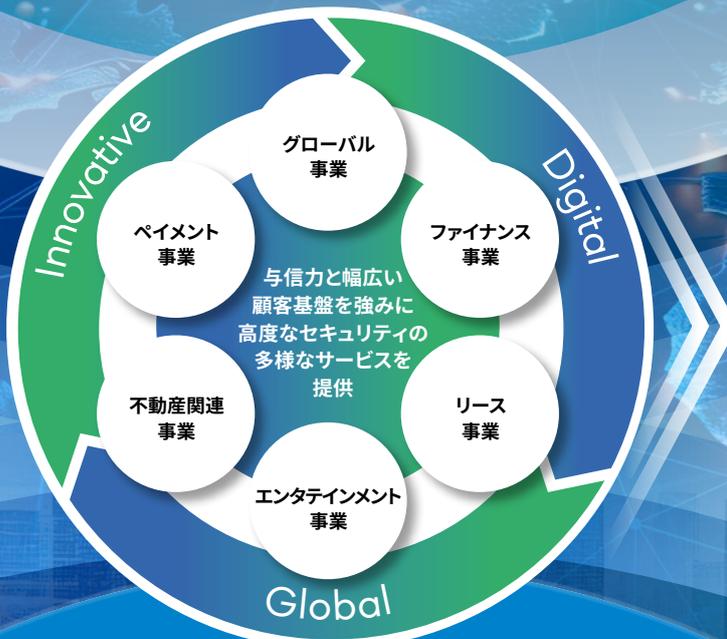
製造資本

知的資本

人的資本

自然資本

ビジネスモデル



ステークホルダー^{※1}
とともに創出する価値

財務成果

レジリエントな組織の実現

働きがいと多様な価値観の醸成

新事業・プロダクト開発

社会・環境課題解決力の強化

サステナビリティ重要課題 (マテリアリティ) ▶ P25

市場環境・社会からの要請

[社会的課題]

- 少子高齢化
- デジタル化
- 気候変動
- 資産形成ニーズの高まり
- キャッシュレス化進展

財務成果

ROE (自己資本利益率)	9.4% (前期11.2% ^{※2})
自己資本比率 (親会社所有者帰属持分比率)	15.1% (前期16.3%)
グループ事業利益の向上	936億円 (前期719億円)
配当金総額	180億円 (前期172億円)
株主総利回り	312.2% (前期239.1%)

働きがいと多様な価値観の醸成

女性社員比率	73.7%
女性管理職比率 ^{※3}	25.1%
デジタル人材	約500名
有給休暇取得率	90.0%

新事業・プロダクト開発

新プロダクトリリース件数	約60件
NEXT SAISON ^{※4} 提案数と事業化数	提案数約1,100案件 実現数15案件以上

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を中心とした社会・環境課題取り組みの進捗
CDP「B」スコア認定
SBTI認定・第三者保証取得
社員によるCO₂排出量削減施策「セゾンエコチャレンジ」実施
株主・投資家との対話件数 391回
セキュリティ事故件数 0件

社会・環境課題解決力の強化

アジアを超えた全世界の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
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5.7万人

※1「ステークホルダー」お客様／パートナー／地域・コミュニティ／株主・投資家／社員など ※2 負ののれんを除く実績：8.3% ※3 3部課長職
※4 2024年度に、社内ベンチャープログラム「SWITCH SAISON」と、改善改革文化醸成のための「セゾンのカイゼン」、新規事業立案を行う「NEXT SAISON」の3制度を統合した社内提案制度にリニューアルしました。

6つの資本

クレディセゾンは社会や環境の変化がもたらす課題と機会を的確に捉え、持続的な企業価値の向上に取り組んでいます。その原動力となるのが6つの資本です。これらの資本を戦略的に活用・強化し、多様なステークホルダーとともに新たな価値を共創することで、私たちは「サービス先端企業」として、より良い未来の実現に貢献していきます。

6つの資本

クレディセゾンの強み

財務資本

- ・高い信用力に基づく多様な資金調達
- ・独立系ノンバンク最上位クラスの信用力

▶ P28

盤石な
営業基盤健全な
財務基盤

社会・関係資本

- ・すべてのステークホルダーとの共創意識
- ・業界トップクラスの会員数を誇る顧客基盤
- ・6つの事業で培った幅広い顧客基盤
- ・カード合弁・プロセッシング・サービサーの立体的な経済圏

▶ P26

製造資本

- ・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
- ・CSDX戦略により開発した社内外向けツールやアプリと内製開発力

▶ P22、
35活力ある
人材イノベーション
創出力

知的資本

- ・年齢、性別、学歴無用の能力主義
- ・創業70年超で培った与信ノウハウ

▶ P22

挑戦する
企業文化

人的資本

- ・ペイメント・ファイナンス分野に経験豊富な専門人材
- ・顧客戦略と生産性向上を成し遂げる人材ポートフォリオ
- ・創造的破壊、失敗を許容する組織風土
- ・全社員共通人事制度のもとで活躍する人材

▶ P18

自然資本

- ・気候変動をはじめとする環境負荷低減に取り組む事業展開

▶ P25

会長メッセージ

顧客ニーズを起点とした イノベーションで 人々の生活を豊かにする 社会インフラを構築していく

代表取締役会長CEO

林野 宏

変化のうねりの中で 武器となるのはイノベーション

世界は今、一党独裁・国益至上主義の政権が相次いで誕生するなど、これまで以上に地政学、政治経済、価値観での分断が進みつつあります。こうした変化のうねりの中で日本の立ち位置を考えると、独自の歴史や文化に基づく価値観を背景に、多国間での協調を図ることで存在感を発揮していくことが重要です。たとえ政治が機能不全に陥っていたとしても、民間企業の力で、分断の解消や各種社会課題の解決が図れるとの期待もあります。

日本経済に目を向けると、1997年以降の経済成長率は約1%程度と、成長力としては先進国で最下位の状況が続いてきました。高齢化社会の進行は、人口減少とあいまってネガティブに捉えられがちです。しかし一見ネガティブな高齢化社会も、それを逆手にとったサービスを設計し、包摂的な金融サービスを提供すれば、日本らしい、日本発のアイデアが生まれる可能性を秘めています。

企業の本質は競争ですが、そのための大きな武器となるのがイノベーションです。クレディセゾンはこれまで、絶えず創造的破壊を繰り返し、革新的な金融サービスを生み出し成長してきました。そして金融インフラと豊かさの両面から、日本独自の価値を世界に提供することで、経済成長にも貢献してきました。日本経済も、新しい価値観や視点を取り入れ、国内GDPの約6割を占める個人消費が拡大すれば、これまでとは異なる次元で成長できるでしょう。そのキーとなるのがDXとAIであり、当社の果たしうる役割は非常に大きいと考えています。

価値観の共有を軸に新たな経済圏の成長を目指す

今は、経済圏競争の時代です。当社は2030年に目指す姿「GLOBAL NEO FINANCE COMPANY」を標榜し、単なるファイナンスカンパニーの領域を超え、価値観を共有するパートナーと緩やかに連携した「セゾン・パートナー経済圏」の構築を目指していますが、この経済圏は、競合他社の進めるポイント競争を軸とした囲い込み型の経済圏とは異なります。むしろそれとは一線を画し、お客様ニーズを起点に、相互にギブ&テイクが成り立つ平等なイコールパートナーシップを軸に経済圏を成長させ、これをグローバルにも広げていきます。

会長メッセージ

注力するのは、BtoBビジネスです。日本国内のキャッシュレス決済比率は2024年に政府目標の40%を超え、その8割をクレジットカードが占める結果となりましたが、企業間決済におけるクレジットカードシェアは圧倒的にまだ低い状況です。見方を変えれば、それだけ企業間決済には大きな伸びしろがあるということ。「アメリカン・エクスプレス」ブランド力を活かすことで、その拡大を図ります。

また、三井不動産、東急不動産、大和ハウス工業との協業のほか、400近い金融機関との連携による信用保証事業も進めています。スルガ銀行との資本業務提携もそのような中で生まれました。今後もお客様の困りごとを起点に、バンクとノンバンクという両社のノウハウを融合させ、新たな金融サービスの創出を図ることで、金融分野の課題を解決し、持続可能な社会の発展に貢献していきます。

グローバル事業は着実にアジア市場の開拓を進めてきました。なかでも2018年に当社単独出資で立ち上げたインドの子会社Kisetsu Saison Finance (India) Pvt. Ltd.は、単なるリテールではなく、審査、貸付、回収までをすべて自前で行い、勢いのある成長を続けています。FinTech事業者との共同貸付を行うパートナーシップレンディングも手掛けており、アンダーサーブド層^{*}へのファイナンス手段の提供という金融包摂の観点からも、意義ある事業を展開しています。そのほか、SMEを対象とし、現地の中小企業の発展を支えている点で、地域経済の成長にも寄与しています。インドで成功したこのビジネスモデルを、ブラジル、メキシコなどにも本格的に水平展開していきます。

※ 適切な金融サービスが受けられない人々や企業



「夢中力」と「人間力」で未来を切り開く

私はこうしたイノベーションを生み出すために、失敗を恐れず、挑戦する人材を登用し企業風土の醸成に取り組んできました。クレディセゾンには「誰かがなんとかしてくれる」というマインドや内向き志向ではなく、自由な発想による行動を後押しする機会があふれています。経営の執行を水野社長に一任した今、私の仕事は、活躍できる人材の育成と、社員の意志を後押ししていくことです。企業のイノベーションと成長を加速するのは、多様な人材がもたらす異なる視点やアイデアです。そしてそうした自由な発想や新たな視点は、画一的な経歴からは生まれません。女性の活躍も、単に比率を高めるだけでなく、個の力を発揮しなければ組織として強くなれません。世界で「天才」として知られるような人の伝記を読むと、その裏ではとてつもない努力をしていることが分かります。それは努力というより、夢中になる力とも言えるでしょう。この「夢中力」を秘めた若手社員を積極的に登用することは、新しいエネルギーとダイナミズムを組織にもたらします。若い世代を信じて任せ、対話を重ねることが、イノベーションを生み出し続ける組織を次世代につなぐこととなります。

また次世代の人材には、経済的な繁栄だけでなく、精神的な豊かさも求められます。デジタル社会だからこそ、「人間力」の重要性が一層高まっています。多様性への理解はもちろん、リベラルアーツの素養に基づく倫理観や、社会課題に対する洞察力が不可欠です。そして、事業を通じて社会課題の解決を図るためには、「正解を出す力」も重要ですが、「問いを立てる力」がより重要になってくると考えます。

変革の先にある新たな成長へ向けて

経営理念「サービス先端企業」の「先端」や、「GLOBAL NEO FINANCE COMPANY」の「NEO」という言葉には、創造的革新をもって顧客価値を創出していくとの想いを込めています。社会に生じているギャップの中にこそ顧客ニーズがあり、私たちはそれを見極めることで数々のイノベーションを起こしてきました。スルガ銀行との資本業務提携も、それを象徴する一例です。私たちは、旧セゾングループ時代から継承してきたこのDNAを、クレディセゾングループのブランドとして、グローバルに広げていきます。

人々の生活を豊かにし、社会インフラとしての金融の姿を創ることこそが、クレディセゾンの社会的存在価値です。そして、これまで「信用」を創造するものだと定義されてきた「金融」を、データやサービスと融合させることで、人々の暮らしや豊かさを支え、より新しい形での社会インフラへと変革していきたいと考えています。

社長メッセージ

2024年度は過去最高益を達成 金利ある世界を迎えた今、 「選択と集中」で企業成長を加速する

代表取締役(兼)社長執行役員COO

水野 克己

GLOBAL NEO FINANCE COMPANYに向けて

クレディセゾンには、創業当時の挑戦と変革のDNAが今も受け継がれています。当社は今、海外で、適切な金融サービスが受けられない人々や企業(アンダーサブド層)に対してファイナンスサービスを提供するファイナンシャル・インクルージョンを進めていますが、この考え方は、当社が1980年代に国内で女性や若者に対し、年会費無料で即日カードを発行してきた当時の思想と通底しています。当時、上場企業に長年勤める男性くらいしかクレジットカードを持つことができなかった日本で、女性、特に主婦層への金融サービス開放を実現したことは当時のファイナンシャル・インクルージョンだったと自負していますし、当社は常に、お客様を起点に、その困りごとを解決することで価値を創出してきました。2024年5月に公表した2030年に目指す姿「GLOBAL NEO FINANCE COMPANY～金融をコアとしたグローバルな総合生活サービスグループ～」は、当時提唱していた「生活総合産業」をベースに、金融を軸にグローバルでも発展していくという想いも加えた、当社のDNAを受け継ぐビジョンとなっています。



2030年に目指す事業ポートフォリオ

2030年の事業ポートフォリオのイメージは、2021年の社長就任当初から変わらず、ペイメント：ファイナンス：グローバル：新規事業が「3:3:3:1」となるイメージを持っています。一方で、新規事業の「1」については、セゾンファンデックスなどの成長めざましい関係会社の事業拡大、あるいはM&Aのようなインオーガニックな成長によって「3:3:3:3」となる可能性も秘めています。ただ、新規事業に関しては、「総合生活サービスグループ」を目指すうえでさまざまな事業に挑戦したものの、お客様のお困りごとが金融から距離のある飛び地であったためうまくいかなかった反省点もいくつかあり、金融という軸がぶれないことが重要だと考えていますし、今後さらに事業が多角化しても、金融という軸さえ外れなければ、コングロマリットディスカウントは起きないと考えています。

▶ 中期経営計画

<https://corporate.saisoncard.co.jp/business/management/>

社長メッセージ

GLOBAL NEO FINANCE COMPANYに向けて

2024年度から新たな中期経営計画がスタートしています。初年度を振り返ると、連結事業利益は936億円と過去最高益を更新し、ROEは9.4%となりました。事業利益については、コロナ禍での特別引当金の取り崩しという一過性の要因を取り除いた840億円が本来の実力値だと考えていますが、数年前まではこの水準もかなりチャレンジングな目標だったことを考えると、確実にクリアできたことは大きな自信にもつながり、十分評価できる結果だったと捉えています。

中計最終年度である2026年度には、事業利益1,000億円超を目指していますが、あくまで私の個人的な想いとしては、2030年度までに2,000億円の事業利益を出せる企業体に変えていきたいと考えています。その理由の一つは、金融機関や通信キャリアなどの国内競合他社が独自の経済圏構想を打ち立てる中、緩やかなパートナーシップで「セゾン・パートナー経済圏」を形成する当社が、しっかりとした財務基盤を確立していることは、

重要な選定基準になると考えるからです。国内で「稼ぐ力」があることはとても重要になってきます。そしてもう一つは、後述するように、創出した利益を株主に加えて社員にもしっかりと還元していきたいからです。



中計では4つの重点テーマを掲げています。1つ目の「国内事業の徹底的な筋肉質化」は、ペイメント事業の構造改革も進み、進捗したと評価しています。またここ数年注力してきたDXの効果も非常に大きく、ファイナンス事業を含む社内のさまざまなオペレーションやワークフローがIT化・デジタル化されペーパーレス化が進んだほか、お客様と接する現場においても審査のスピードアップや報告のデジタル化など、ユーザビリティの面でも格段と向上しました。

2つ目の「各事業を加速させる銀行機能の活用と金融機能の増強」については、スルガ銀行との提携が進み、コラボレーションローンの実績数値が積み上がっているほか、人的交流も進んでいます。当社の社員がスルガ銀行の営業・審査部門に入り、銀行の手法を学ぶなど、双方にとってWin-Winの関係が築けています。2025年4月からは、ペイメント分野での連携加速に向け、人材の派遣や、当社の顧客基盤を活用したスルガ銀行口座との連携を進めるための議論がスタートしています。

3つ目の「インドを起点としたユニークなグローバル展開の進化と、国内・海外の双方向の融合」については、2024年度に全役員がインドに赴いてオペレーションやリスク管理を視察するとともに、現地メンバーとの意見交換を行いました。インド事業の成長を肌で感じられたことは大きな刺激になりましたし、本社とインド現地のメンバー間での交流を通じて相互理解がさらに深まりました。インドでのビジネスモデルの水平展開についても、中計期間中にはブラジルなどでさらに進捗できるよう、リソースを投下していきます。

4つ目の「事業戦略と連動した社員の成長と経営基盤の強化」に関しては、チャレンジする風土が強化されたと実感しています。例えば飛び級で課長職や部長職を目指す社員や、自らの環境を変えようと関係会社等への出向に手挙げして挑戦する社員も増えています。証券外務員やITパスポートなど、座学での資格取得も積極的に推奨しており、自ら学ぶ文化も醸成されつつあります。

課題認識

2024年度は大変好調な業績となりましたが、その一方で、事業環境の変化に対応する必要性も感じています。

大きな環境変化の一つは、金利のある世界が戻ってきたことです。金利に関しては、長年ゼロ金利が常態化する中でビジネスを続けてきた当社にとっては、金利の上昇で資金調達環境が大きく変化しており、年間、数十億～百数十億円のコストアップ要因になります。しかし、当社にプロパーで入社した私から見ると、これより桁が一つ違うほど大きな経営危機を乗り越えて18年前に出した最高益を上回る利益成長を遂げているわけですから、現在の強靱な経営基盤を強みに十分対応していくことができると自信を持っています。

社長メッセージ



もう一つの大きな変化が、ここ数年のAIの日進月歩での進化です。当社はデジタル化を先行して進めてきましたが、急速に新たな技術が世に広がり、AIの精度も格段に向上した今、これらの新しい技術をどのように経営に実装していくかは大きな課題です。経営政策のど真ん中にデジタルを据えるような考え方で取り込まなければ生き残っていけない。それくらいの危機感を抱いています。特にさまざまな部門からデータを集約し管理するコーポレート部門のDX推進は、部門ごとに課題も違い事業部に比べて実装が遅れ気味のため、データドリブンな意思決定や経営を加速したいと考えています。

また2024年度は、グローバル事業におけるインベストメント事業で、出資先の評価損計上や、海外での急な法制度の変更等によるリスクが顕在化しました。新興国ではこうした不測のリスクを踏まえて事業運営をしていくことがビジネスの肝だと感じています。

2025年度の方針

2024年度は構造改革が一段と進みましたが、2025年度は、金利ある世界への対応を進めながら、資産の見直しを図り、アセットが生み出す利益水準についても、一定の水準に達しないものはリサイクルを検討していきます。その意味では、2025年度は、どこに経営資源を集中させ、どれをやめていくのか、将来性やマーケット環境などを勘案しながら「選択と集中」を進めていきます。こうした見直しをすることが、将来の利益成長に向けた足場固めになると考えます。

組織風土と人的資本経営

人材、そして人材が生み出す当社の企業文化は、数値化できないものの大きな価値を生み出しています。ペイメント事業一本足打法の時代とは異なり、ファイナンスやグローバルなど事業領域が拡大したのに伴い、当社の人材も多様化が進んでいます。ここ数年は人材採用も全体の3分の1が新卒入社で、残りはテック系やファイナンス系を中心としたキャリア人材です。外から流入する異質な価値観を排除するのではなく、相互に価値を認め合うことで、当社の強さに磨きがかかっています。私も新しく中途入社する社員とは必ず面談し、「前の価値観を捨てないでほしい。以前の会社はこうだったよ、とどンドン言ってほしい」とお願いしています。当社が脈々と受け継いできた大切な企業風土の良さはそのままに、市場や環境変化に伴って変えていくべき部分もあるはずで。

また人材の多様性は、当社の取締役会を見ても明らかです。当社にプロパーで入社したのは私しかいませんし、取締役会では侃々諤々と、皆が自由に発言をする中で、多面的な見方の中から最適解を見出すことができている。

社員との対話は、ここ数年特に私が注力してきたことの一つです。経営と現場の距離を縮め、年数十回、経営課題や中期で目指す方向性などを直接私が伝える機会を設けてきました。もちろん、各担当役員や事業部長からも同じ目線で内容を伝えてもらっており、社内では経営課題や目指す方向性が共有できていると手応えを感じています。例えば、今の経営課題を問えば、誰もが「金利の上昇」と答えるほど、現場との一体感が醸成されており、これは会社の大きな強みです。

当社の事業基盤を支えているのは人材です。私は将来的に、株主に加えて社員に対する還元も、処遇の改善という視点で拡充したいと考えています。2024年度は全社員に一律100万円弱の決算賞与を支給しました。決算賞与があることで、多くの社員が業績に注目するようになっているのは良かったと思いますし、100万円という数字は社内外ともにインパクトがあったと思います。次なる施策はベースアップです。2025年の新年挨拶では、林野会長から社員に向けて「平均年収を1,000万円にしたい」という発言があったのですが、私も将来的にはその水準を実現したいと考えていますし、特に努力して頑張っている社員に厚く還元できるような制度にしたいと考えています。



社長メッセージ

ガバナンス体制の強化

当社の取締役会では、各執行役員の説明に対してさまざまな観点から指摘や質問が入り、多様なメンバーが闊達に議論をしています。2025年からは取締役会のメンバーも一部変わりましたが、取締役会の実効性は高まっていると感じます。

コーポレート・ガバナンスは、日々取り組むことが重要であり、ゴールがありません。林野会長と私による体制については、一部の機関投資家からご意見をいただいておりますが、私としてはこの体制だからこそうまく機能している部分大きいと感じていますし、執行は私に一任されています。当社の歴史を直接知る唯一の立場としての助言や、林野会長だからこそ築けてきたネットワークなどから得るものも多くあり、それらを企業価値として維持していきたいと考えています。

ステークホルダーへのメッセージ

2024年度に当社が過去最高益を達成できたことは、かつてのペイメント事業一本足打法だった時代から、大きくポートフォリオ変革ができていることの表れです。しかし私には、まだ当社は成長の途上にあるという想いが強くあります。特に成長著しいグローバル事業には、無限の可能性があると期待しています。そのグローバル事業も、約10年前から準備をしようやく今、形になってきたものです。これからの10年間は、さらに成長を加速していけると確信しています。

一方で、当社のPBRは現状1倍を割っており、解散価値を下回っています。構造改革や資本戦略を着実に進めた結果、中計で掲げた最終年度の目標である事業利益1,000億円、ROE9.5%の水準には、初年度から大きく近づくことができている。PBRについても当社の内部努力でコントロールできる部分については着実にやり遂げていくことで目標に近づいていきたいと思っております。

ステークホルダーの皆様にはぜひ、長期目線で当社の今後の成長にご期待いただき、引き続き、ご支援賜りますようよろしくお願い申し上げます。



副社長メッセージ

必要なピースを一つずつ組み上げ、 持続的な企業価値向上へ

代表取締役(兼)副社長執行役員CHO

高橋 直樹



GLOBAL NEO FINANCE COMPANYに向けて

当社は2030年に目指す姿として「GLOBAL NEO FINANCE COMPANY」を掲げていますが、この実現に必要なピースを暫時確保しつつあり、目指す姿を山の頂とすると4~5合目辺りに到達した印象です。

リテール向けノンバンクとして成長してきた当社が確保したいピースの一つが、銀行機能です。ファイナンスには、銀行法に基づく「バンク」と、貸金業法に基づく「ノンバンク」があり、それぞれ得意領域が異なります。

お客様の利便性を考えると、バンクとノンバンクが連携し、ワンストップでスピーディにサービスを提供できる体制が理想です。そうした観点から、リテール分野に強みを持つ当社は、同じくリテールに強みを持つスルガ銀行と2023年5月に資本業務提携を結びました。国内では一般的にバンクがノンバンクに出資するケースが多い中、ノンバンクである当社がバンクに出資するのは国内初の取り組みでした。また、提携にあたっては過去の不正融資問題も含め、スルガ銀行のガバナンス体制や財務健全性などを慎重に精査しました。その結果、とりわけ、同行の財務は非常に堅固であると判断でき、バンク機能を確保するメリットは、レピュテーションリスクを大きく上回ると判断しました。

もう一つ重要なのはペイメント事業の強化です。ペイメント事業においては、金利上昇局面における調達コストの増加が収益を圧迫するという、構造的な課題が存在します。こうした課題を踏まえ、持続的に成長していくためには、ペイメント事業においてリボ払いや分割払いといったサービスを拡充し、手数料収入による利益の拡大を図ることが重要だと考えています。

同時に、景気変動に左右されにくい収益基盤を確立するためには、デット(貸付)だけでなく、エクイティ(投資)によっても収益を上げられる体制の構築が必要です。こうした考えのもと、当社は国内独立系ファンドと共同でファンド事業を開始しました。メインターゲットは、SME(中小企業)です。事業再生や、事業承継に問題を抱える企業に対し、ハンズオンで関与しながら支援を行い、再生ファンド事業としての展開を図ります。例えば過剰債務に陥った企業の再建支援や、後継者不足に直面する企業への事業承継などがその具体例です。

また、不況時には無担保・有担保を問わず不良債権が発生します。こうした状況にも対応できるように、有担保債権についてはセゾンファンデックスグループのサービサー事業、無担保債権についてはセゾンパーソナルプラスがそれぞれ引き受ける準備をし、景気停滞期にも対応できる体制を構築しています。

証券ビジネスも重要なピースの一つです。証券ビジネスを手掛けることは、当社の預り資産の拡大に寄与すると同時に、お客様のアセットを活用した手数料収入の機会にもなります。資産形成ローンに加え、会員の皆様の資産運用に資する幅広い金融商品の開発・提供にも注力していきます。

そして、これらの事業を展開する上で重要になるのがIFA事業(金融商品仲介業)です。米国では独立したFP(ファイナンシャルプランナー)が提供する資産運用アドバイスに対価を支払う文化が定着しています。日本におけるこの分野はまだ発展途上にありますが、当社の会員向けアンケートでは、資産運用アドバイスへの需要があることが確認できました。そこで当社は2022年に、独立系FPを多く抱えるブロードマインドと資本業務提携を締結しました。今後はセゾン投信の強化に加え、ブロードマインドを通じた将来的な手数料収益の拡大も目指します。

その他領域への参入も検討しており、これらのピースの一つひとつつめることで、「GLOBAL NEO FINANCE COMPANY」の実現を図っていきます。

副社長メッセージ

スルガ銀行との提携の成果

スルガ銀行とは、2023年度のファイナンス領域における連携開始以降、2025年6月末時点でコラボレーションローンの新規実行額が1,000億円を超えるなど順調に拡大しているほか、住宅ローン保証の残高も約250億円まで伸長しています。スルガ銀行の住宅ローンにはいくつかの特徴的な点があります。例えば、永住権を持たない外国人への融資が可能であること、最長50年の融資期間に対応していること、さらには2億円超の高額融資にも対応できる点などです。こうした強みを活かし、当社は2024年3月より、銀行代理店業務の形でスルガ銀行の住宅ローンの取次も開始しています。

さらに、両社の相互送客によるシナジーも生まれています。スルガ銀行で審査が通らなかった案件を当社が引き受ける一方で、自宅を担保とする貸出など、当社では対応が難しい案件はスルガ銀行に紹介するなど、互いの機能を補完し合う連携が進んでいます。

ペイメント領域においては、スルガ銀行に「粘着性の高い預金」を積み上げたいというニーズがある中、2024年度からスルガ銀行の預金者向けに当社のAMEXカードの共同展開を開始しました。スルガ銀行口座をカードの引き落とし先とすることで粘着性を高める商品として活用いただき、現在は3,000件弱まで拡大しています。

両社の提携は人的交流の活発化という面でも進展しています。資本業務提携を実のあるものとするには、統一したプラットフォーム上に多様なサービスを展開していくことが不可欠です。当社とスルガ銀行には全国規模の顧客基盤を持ち、リテールに注力しているという共通点があり、企業文化にも親和性があります。そうした中で、両社の社員一人ひとりが、資本業務提携のさらなる成果を目指し、部門の枠を越えた連携に取り組み、シナジー創出への意識も着実に高まってきていると感じます。

企業価値向上のための2つの課題

当社が今後さらに企業価値を高めていくためには、2つの大切な課題があります。

一つは、BS(バランスシート)を重視した経営への移行です。長年、カード事業を中心にPL(損益計算書)主体の経営を行ってきましたが、金利上昇が見込まれる今後は、RORAやROE、ROICといった資産効率やWACCの観点から、事業ポートフォリオを再構築していく必要があります。加えて、既存の各事業の定量化されたリスクの見直しを適宜・適切に実施し、それに基づいたリスクキャピタルの配賦を実現することで、既存の各事業の健全性を担保しつつ、新しい分野へ積極的に進出するため、当社の経営資源の再配分を機動的に実施していきます。

もう一つの課題は、社員の処遇改善です。業態転換を進める中では、従来のカード業界ではなく、金融業界や富裕層・SME向け事業を展開する企業との比較をもとに、処遇の適正化を進めていかなければなりません。2025年7月、ファントム・ストックを含めた決算賞与、約100万円を全社員に支給しましたが、優秀な人材を確保するにはなお不十分です。業態の変化に応じて人材像も変わるという認識のもと、既存社員の育成に加えて、中途採用のさらなる強化も図っていきます。

独自色の強い「緩やかな経済圏」

当社は、個人事業主や中小企業のオーナーといった富裕層・SME事業者をメインターゲットに、他の経済圏にはない独自の緩やかな経済圏を構築しています。これまでは会員層の拡大を目的に、多様な企業と幅広く提携を進めてきました。今後は、約3,300万人の会員基盤をさらに精査し、収益貢献度に応じて提供サービスにメリハリをつけることを検討しています。また、新たな提携先の開拓にあたっては、当社と同じターゲット層を持つ企業や顧客基盤を有しながらファイナンス機能を持たない企業に対して、バンクとノンバンクの両面からサービスを提供することで、双方にとってのWin-Winな関係を築いていきたいと考えています。

ステークホルダーの皆様へ

当社には、株主・投資家をはじめ、お客様、社員、地域コミュニティ、行政当局など、さまざまなステークホルダーがいます。いずれのステークホルダーに対しても大切なことは、当社が何を考え、何をどう進めているのかを、分かりやすく丁寧にお伝えしていくことです。

今後も、皆様との対話を大切にしながら、分かりやすいコミュニケーションに努めてまいります。引き続き、当社へのご理解とご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。



事業ポートフォリオ変革

2030年、そしてその先へと続く クレディセゾンの挑戦と変革のDNA

クレディセゾンは、創業以来続く「挑戦と変革のDNA」を原動力に、顧客本位の発想やパートナーシップによる絶え間ないイノベーションを生み出しながら、事業ポートフォリオ変革と成長加速を両立させています。プレミアム戦略を軸とするペイメント事業、信用保証・不動産ファイナンスを中心としたファイナンス事業、そしてインド・ブラジル・ベトナムを柱としたグローバル事業が事業変革を遂げるとともに、社員一人ひとりの挑戦と進化を促す人的資本の強化と、デジタル技術の活用によるビジネス変革・転換に取り組む「CSDX戦略」によって社員の成長と経営基盤の強化も図っています。変化を恐れず価値を創造する力で、「GLOBAL NEO FINANCE COMPANY」の姿を着実にかたちにしていきます。

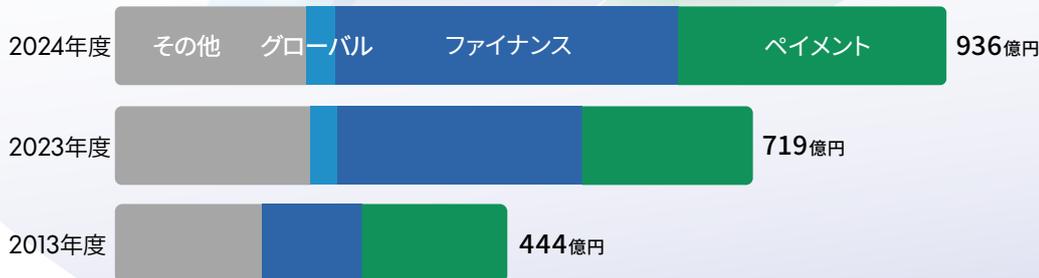
2030年に目指す姿

GLOBAL NEO FINANCE COMPANY

～金融をコアとしたグローバルな総合生活サービスグループ～



事業利益 成長の推移



クレディセゾンの強み

中期経営計画1年目の振り返り

中期経営計画3カ年の初年度である2024年度は
「GLOBAL NEO FINANCE COMPANY」への進化を目指し基盤強化に努めた1年に

▶ 決算関連資料 https://corporate.saisoncard.co.jp/wr_html/ir/data/jp/o3g2as00000001ff-att/o3g2as00000001h7.pdf

全体の振り返り

事業利益1,000億円超の達成に向け「稼ぐ力」の再定義と実装が果たされた1年

この1年間は、中期経営計画の初年度として、各戦略の基盤の強化に取り組みました。具体的には「国内事業の徹底的な筋肉質化」「各事業を加速させる銀行機能の活用と金融機能の増強」「インドを起点としたユニークなグローバル展開の進化と、国内⇄海外の双方向の融合」「事業戦略と連動した社員の成長と経営基盤の強化」の4つの重点テーマのもとにさまざまな戦略を展開してきました。国内事業であるペイメント事業、ファイナンス事業の着実な成長のほか、第3の主力事業であるグローバル事業の伸長など、各事業が堅調に推移した結果、連結事業利益は936億円となり、過去最高益を更新しました。

また、資本コストや株価を意識した経営実現に向けた考え方を公表し、PBR1倍超を目指した資本政策も進めています。中計3カ年の自己株式取得目標700億円のうち、500億円を初年度に取得。200億円も2年目に取得する方針を示したほか、政策保有株式を7割相当縮減する方針についても、堅調に推移しています。

成果

- ▶ ペイメント・ファイナンス・グローバルの主要3事業の堅調な成長
- ▶ 事業を支えるCSDX戦略による生産性の向上と3年連続DX銘柄選定
- ▶ 企業価値向上に向けた「資本コストや株価を意識した経営」の強化
- ▶ 中計初年度に500億円の自己株式を取得、政策保有株式も縮減中
- ▶ 決算賞与支給による平均年収10%増と、社員の業績・株価への意識の高まり

2024年度決算結果サマリー

過去最高益を更新

※特別引当金取崩しなどの特殊要因を除いた実力値
(840億円)でも過去最高益を更新

“稼ぐ力”

	2023年度連結実績	2024年度連結目標	2024年度連結実績
純収益	3,616億円	4,130億円	4,228億円
事業利益	719億円	770億円	936億円
当期利益	729億円	520億円 ^{※1}	663億円
EPS	332円 ^{※2}	319円	423円
ROE	8.3% ^{※2}	7.5%	9.4%
自己資本比率	16.3%	15%程度	15.1%

※1 前年度のスルガ銀行の持分法適用会社化による負ののれん発生益相当額を持分法による投資利益として計上した反動により減益

※2 負ののれんを除く実績

▶ IR・投資家情報 <https://corporate.saisoncard.co.jp/ir/>

中期経営計画1年目の振り返り

GLOBAL

グローバル事業

- 主力のレンディング事業は着実に伸長、一方事業利益においては各国の規制やマーケット環境を踏まえた貸倒引当金の積み増しやインベストメント事業の出資先の評価損等により33億円で着地

インドのKisetsu Saison Finance (India) Pvt. Ltd.はリスクコントロールを実施しながら着実に債権残高を拡大。ベトナムが回復基調にあることに加え、「第二のインド」に向けたブラジルも着実に成長軌道にのりました。



FINANCE

ファイナンス事業

- クレディセゾンは不動産ファイナンス関連商品の拡充や、金利上昇に伴い変動金利商品の収益が拡大
- セゾンファンデックス、スルガ銀行の利益貢献拡大
これらの結果、386億円で着地

クレディセゾン、セゾンファンデックスにおける信用保証、不動産ファイナンス領域における債権残高は、提携先拡大等により堅調に増大。スルガ銀行との協業も順調に推移するなど、グループによる事業基盤拡大が着実に進んだ1年でした。



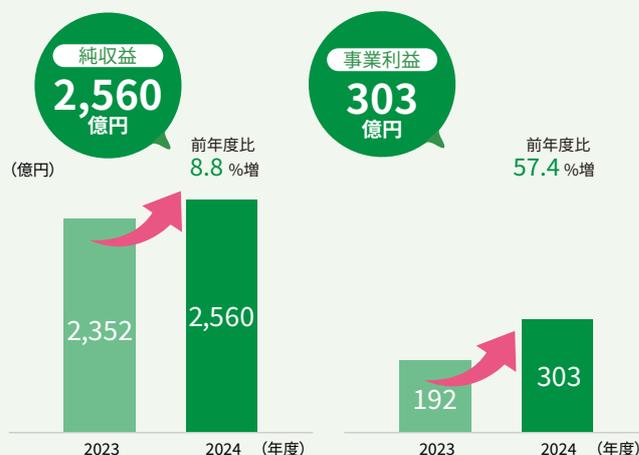
PAYMENT

ペイメント事業

- プレミアム戦略推進による顧客層の変化、リボ手数料率の引き上げや特別引当金取崩しの特殊要因も増益に寄与し303億円で着地

ペイメント事業は、年会費無料型カードからプレミアム層・SME向けカードへのシフトを明確に進め、収益性を重視する戦略が奏功しました。

セグメント利益は303億円と大幅増となり、プレミアム会員が稼働会員全体の約20%でありながら、利益の約45%を生み出す構造に変化するなど成果を残しています。



中期経営計画2年目：持続的成長へ向けた実行と検証

将来に向けた強靱な事業モデルと経営基盤への進化を目指し“持続的な成長力”を高めていく

2024年度は過去最高益を達成。2025年度は“実力ベースでの成長加速”を目指す年

2024年度は、特別引当金を除き本来の実力値と考える840億円で見ても連結事業利益は過去最高益を更新し、“稼ぐ力”の向上が感じられる結果となりました。2025年度は、前年度の特異要因の剥落や金利上昇影響を跳ね返しなが、連結事業利益960億円の達成を目指します。また、将来に向けた強靱な事業モデルと経営基盤への進化を遂げるため、中計最終年度とその先の未来も見据えた“持続的な成長力”の向上に努めます。

2025年度の進捗状況

2025年8月公表の第1四半期決算では、純収益1,089億円、事業利益229億円で増収増益となりましたが、スルガ銀行の株式一部売却に関連する損失計上により四半期利益は160億円で減益となりました。前期反動や特異要因等によりセグメントごとに強弱感のある結果となったためセグメント計画の見直しを図っていますが、通期の連結事業利益計画960億円は据え置き、達成に向け引き続き邁進しています。

中期経営計画 重点テーマ(P)

- 国内事業の徹底的な筋肉質化
- 各事業を加速させる銀行機能の活用と金融機能の増強
- インドを起点としたユニークなグローバル展開の進化と、国内⇄海外の双方向の融合
- 事業戦略と連動した社員の成長と経営基盤強化

2024年度の施策(D)

- グローバル：インド事業拡大とインドモデルの水平展開
- ファイナンス：グループビジネスによる利益拡大
- ペイメント：プレミアム戦略と構造改革による収益性向上
- 人事戦略：競争力の醸成
- CSDX戦略：全社員によるDX推進

2025年度の方向性(A)

- 2025年度計画 連結事業利益 960億円／ROE 9.4%

グローバル ▶P31

インド・ブラジルの事業拡大とリスク管理

ファイナンス ▶P35

新商品リリースによるペイメントとの融合
並びにグループビジネスの継続深耕

ペイメント ▶P39

プレミアム戦略を主軸とする収益性向上
DXによる収益性改善

人事戦略 ▶P18

CSDX戦略 ▶P22



2024年度の結果(C)

- グローバル：インド事業拡大とブラジルの着実な成長
- ファイナンス：不動産ファイナンス関連商品の拡充、スルガ銀行などグループ企業の利益貢献拡大
- ペイメント：プレミアム戦略推進、商品性の見直しによる収益性向上
- 人事戦略：平均年収+10%、エンゲージメントサーベイ実施
- CSDX戦略：DX銘柄3年連続選定、日本DX大賞2024ビジネストランスフォーメーション(BX)部門優秀賞受賞

資本政策

資本政策は、中計で掲げた各種取り組みを着実に推進しており、2025年7月末時点で、自己株式取得は615億円(進捗率87.9%)まで実施。政策保有株式の70%縮減は58.7%の進捗率まで推移しています。また、配当については安定継続配当の方針のもと、2025年度配当は5年連続増配となる1株当たり130円、5年前の約3倍の水準になる見通しです。配当性向30%以上を目指し、引き続き取り組みを進めていきます。

まとめ

当社は2030年に目指す姿「GLOBAL NEO FINANCE COMPANY」の実現に向け、中計最終年度である2026年度の連結事業利益目標1,000億円超の達成、ならびにPBR1倍超を目指し、企業価値向上に努めています。単なるファイナンスカンパニーの領域にとどまることなく、パートナーシップで創る「セゾン・パートナー経済圏」でグローバルにシナジーを発揮していく存在となれるよう、引き続き邁進していきます。

人事戦略

担当役員インタビュー

“夢中力人材”と
“組織”を“事業”につなぎ、
経営戦略を実現する

常務執行役員
総務部、戦略人事部 管掌
(兼) プロセシング営業部 担当

田畑 隆紀



「変化を楽しみ価値創造にチャレンジし続けられる多様な人材」を“夢中力人材”と定義しています。また、当社は2030年までに目指す姿として「GLOBAL NEO FINANCE COMPANY」を掲げ、常に新しい挑戦を続けています。経営戦略と人事戦略を連動させ、それを事業戦略につなげ、クレディセゾングループの発展に取り組んでいます。

ビジネスを創り拡大させる“夢中力人材”を増やす

当社には事業を通して人を育てる風土が根付いており、若手社員にも裁量権のある仕事を任せています。そして、企業文化である「オープン・フランク・イノベティブ」な社風の通り、失敗を恐れず挑戦できる成長機会を提供しています。社員が能力やスキルを取得するための学びを実践し、自身の強みを活かしながら自律的に次なるステップへと進んでいくことを後押しするための人材育成、成長への投資を行っています。

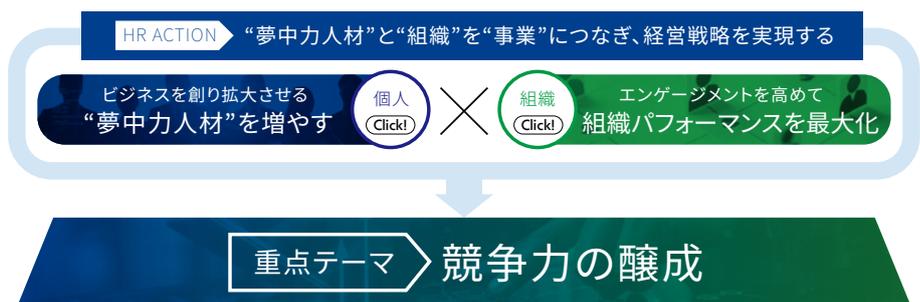
エンゲージメントを高めて組織パフォーマンスを最大化する

「サービス先端企業」として“新しい価値を創造し続ける”ためには、失敗を恐れず挑戦できるための組織風土改革を推進して、社員一人ひとりのパフォーマンスを最大化していくことが重要であると考えています。

戦略人事部内の「HRBP (Human Resource Business Partner)」は、各事業部門や関係会社の事業成長を人事面からサポートする役割を担っています。当社人事のミッションは「人」と「組織」を「事業」へつなぎ、双方の成長を実現することです。今後も社員の成長と事業戦略との連動を意識し、進化し続けるクレディセゾングループを目指して、人事の役割を果たしていきます。

— 中期人事戦略 (2024-2026年度)

クレディセゾンらしさを言語化した<人事ポリシー>を掲げ
より一貫性のある人事戦略を遂行



高い成果を出す社員に報酬で応えていく

中期経営計画2年目となる2025年度は「挑戦に報い、成果を正しく評価する文化を築き、組織全体の活力を高める」を重点テーマに掲げています。競争力ある組織風土を醸成するために、戦略人事部では高い成果を出す社員に報酬で応えます。「より高い役割(≒処遇)は、社員が自らの意思と行動でチャレンジして勝ち取るもの」という当社の処遇制度の基本方針に則り、成長機会の拡大や能力開発支援のための投資を重点的に進めています。これは結果として、社員の能力開発だけでなく、当社の市場価値を高めることにつながり、先が見通しにくい不確実な世の中において、本質的に社員を守ることにつながるものと考えています。

2025年4月には評価運用の見直しを行い、チャレンジした行動と成果の適切な評価も進めているほか、業績連動型の賞与制度によって実現した決算賞与との支給など、企業利益の達成を全社員で目指す組織風土の醸成や社員のモチベーションの向上を図るとともに、社員への利益還元も行っていきます。これからも人材投資の在り方を考え続け、経営戦略に連動した人事戦略を進めていきます。

人事戦略

「クレディセゾンの人事ポリシー」を策定

当社が人事において「何を大切に、どのような想いで社員に向き合っているのか」といった考えを明示するため、2024年9月に「クレディセゾンの人事ポリシー」を策定しました。「人事ポリシー」は一部の経営陣や管理職だけでなく、役職や年齢を問わず多数のメンバーで、経営陣の社員に対する想いや、当社が歩んできた歴史の中でぶれずに大切にしてきたことなど、「クレディセゾンらしさ」の言語化を目指して、複数回の協議や対話を重ねて作り上げました。このポリシーを根幹として、今後も社員の成長と経営戦略、事業戦略との連動を意識し、進化し続けるクレディセゾングループを目指して、人事の役割を果たしていきたいと思っています。

<p>POLICY 01</p> <p>働く意義</p> <p>オープン・フランク・イノベティブな風土で経営理念を実現</p>	<p>POLICY 02</p> <p>人材像</p> <p>変化を楽しみ価値創造にチャレンジし続けられる多様な人材</p>	<p>POLICY 03</p> <p>採用</p> <p>多様な事業展開に対応できる人材と専門スキルを持った人材を掛け合わせ事業拡大へ機動的に対応</p>	<p>POLICY 04</p> <p>賃金</p> <p>期待する役割に給与を支給しチャレンジした行動と成果に賞与を支給</p>	<p>POLICY 05</p> <p>評価</p> <p>自らの意思でチャレンジした行動と成果を絶対評価</p>	<p>POLICY 06</p> <p>人材活用</p> <p>年齢、性別、職種など問わず個の強みを発揮できる人材活用</p>
---	--	--	---	---	---



重要指標

<p>全社員数</p> <p>3,624名</p>	<p>女性管理職比率</p> <p>25.1% ▶ 25.0%以上を維持 (2025年度目標)</p>	<p>男性育児休業取得率</p> <p>86.2% ▶ 100.0% (2025年度目標)</p>	<p>一人あたりの人材育成投資額</p> <p>177.9千円 (101.7%)</p>
<p>社内公募制度 (オープンチャレンジ) エントリー数</p> <p>88名 (135.4%)</p>	<p>関係会社への出向</p> <p>506名 (107.4%)</p>	<p>生活習慣病対策 定期健康診断受診率</p> <p>99.9%</p>	<p>メンタル対策 ストレスチェック実施率</p> <p>87.3%</p>

※2025年3月末時点/クレディセゾン単体/〈〉前年度比

社員の声

「男性育児休業を取得してみて」

育児休業は周りも取得している社員が多く、申請に対する心理的な抵抗も特になく自然に取得しました。業務の引継ぎも円滑に進めることができ、安心して育児に専念する環境を整えることができましたし、休業期間中は出産の立ち会いをはじめ、子どもと過ごす時間を多く持つことができ、非常に貴重な経験となりました。子どもの健やかな成長や日々の変化に喜びを感じながら、家族との時間を通じて得られた学びや気づきは大きく、育児休業を取得して良かったです。



セゾンAMEX営業部 田中 敦大

社内公募制度 (オープンチャレンジ)

社員の自発的な挑戦やキャリア自律を後押しし、当社や関係会社の組織の成果発揮を加速させることを目的に、社内公募制度 (オープンチャレンジ) を実施しています。2024年度の関係会社への公募案件数は20件 (前年度比200.0%) に増加しており、多くの社員が異動を実現させ、新しいフィールドで挑戦・活躍しています。

社員の声

「今までの経験を活かしながら新しい挑戦へ」

公募挑戦前は、コールセンターで業務をしていました。お客様から日々お声をいただく中で、より良いWeb系顧客サービスを作ることに携わりたいと思い、カードホルダー向けのサービスを担うデジタルシステム部の公募に挑戦しました。今までの経験を活かせるだけでなく、日々新しい学びがあり、社内公募制度に挑戦して良かったと感じています。



デジタルシステム部 中野 公美子

人事戦略

NEXT SAISON

2021年度から毎年開催している、経営戦略の実現に向け幹部がリーダーシップを発揮し、社員とともに新規事業立案を行う「NEXT SAISON」を、2024年度にリニューアルしました。全社員から同時多発的に提案・意見が飛び交う風土醸成を目指し、社内ベンチャープログラム「SWITCH SAISON」、改善改革文化醸成のための「セゾンのカイゼン」の制度を統合するリニューアルを実施し、2024年度は25件の提案がありました。



チャレンジ型登用制度

「NEXT SAISON」の提案から生まれたこの制度は、当社のDNAとして受け継がれる「創造的破壊」の精神を大切に、積極的なチャレンジを促す風土の醸成を目指し、雇用形態にとらわれず、全社員が自らの手挙げにより管理職に挑戦できる新制度です。2024年度は10名以上の応募があり、3名が希望のポジションを獲得しました。

組織

エンゲージメントを高めて
組織パフォーマンスを最大化



エンゲージメントサーベイ

パフォーマンスを最大化する組織風土の醸成を目的に、組織やチーム、個人の状態の“今”を可視化するため、現場のリアルな声を収集しています。エンゲージメントサーベイによって顕在化された課題は、HRBPの一環で各事業部門との対話に活用するなど、スコアをもとにした組織活性の取り組み検討・実施に使用されており、持続可能な企業成長を目指した職場環境の改善に役立てています。

エンゲージメントサーベイ×部門や業績を超えたコミュニケーション機会の創出

2023年4月、社内外の人脈を広げ、業務におけるコミュニケーション活性化を推進する「FOC (Full of Communication) 推進会議」を立ち上げました。飲食をしながら部門や会社を超えたコミュニケーション機会の創出に取り組んでおり、2025年2月には、「チームを“もっと”強くする」ことを目的に、課長職を対象とした「TGIF」を開催。エンゲージメントサーベイデータの活用方法や、各チームのエンゲージメント向上に向けた取り組みの共有などを行いました。

セゾン・レジリエンス

変化に強い「人」と「組織」を目指し、逆境において力強く組織を牽引する能力(レジリエンス)を高めるため、役員および部長職を対象にセゾン・レジリエンスを実施しています。2024年度には、対象範囲を関係会社の役員にまで拡大し、導入以来累計で40名が本プログラムに参加しています。

赤城自然園にて入社内定式を実施

2024年10月、2025年度入社予定の内定者に向けて、当社が運営する赤城自然園にて内定式を実施しました。「自然の中で実施する内定式」は、他社にはないユニークな形であり、文化的活動に重きを置く当社のDNAを体感してもらうことを目的として2023年から毎年実施しています。



「広報室全体の組織活性へ」

社員の声

健康面など個人単位での変化もありましたが、何よりもレジリエンスの本来の目的である「組織の行動変容」につながっています。緊急ではないが重要である「第二領域」に取り掛かるため、各個人の価値観にも触れながら、広報室全体で目標を設定し、PDCAを回す取り組みをしています。



広報室 室長
山邊 まり子

「自然がくれた自信とつながり」

社員の声

自然の中での内定式は、まるで小旅行のような特別な体験でした。モルックや焼きリンゴづくり、木漏れ日の中での講話など、自然を通じて仲間と自然に打ち解けました。新社会人になることに対し感じていた緊張がほぐれ、肩の力を抜いて一歩を踏み出す自信につながりました。



2025年度新入社員
信用保証部
浦田 壮一郎

人事戦略

Diversity, Equity & Inclusion

当社は「サービス先端企業」として新たな価値を社会に提供するため、多様な人材が自分らしく活躍できる組織づくりに取り組んでおり、2021年8月に設置した代表取締役(兼)社長執行役員COOも参画する「サステナビリティ推進委員会」の下部組織であるDE&I推進WG(ワーキンググループ)を中心に、制度整備と相互理解の促進を通じて、誰もが働きやすく能力を発揮できる環境づくりを進めています。



事業サポートチーム

障がい者の新たな就労場所の創出を目的として2024年4月に設立しました。社内定型業務を受託し、各部門の業務効率化とリソース創出に貢献しています。開始以来、社内から多くの反響があり、依頼も増加しました。チーム拡大に向け、メンバーを増員中であり、今後もより社内の業務効率化に貢献していきます。

多様性を力に変えようWEEK 2025

2025年3月、前年度に引き続きDE&Iに関する全社イベントを開催し、前年度より開催日数が少ない中、延べ300名が参加しました。専門家トークイベントや経営層・社員による座談会など、さまざまな切り口でDE&Iを考えることで、職場理解の浸透や一人ひとりの「多様性」への向き合い方を考えました。



全社員で企業価値向上を目指す組織風土づくり

TOPICS

全社員に約100万円の決算賞与を支給

当社では、社員全員が業績や株価を意識し資産形成にもつながる業績連動型報酬制度の導入により、業績目標の達成意欲や働くモチベーションの向上を図っています。(リリース情報は[こちら](#))

「決算賞与」では、期初計画を超過した単体経常利益の一定割合を社員に還元しており、支給額の2/3を現金、1/3をファントムストックで支給する仕組みを取っています。2025年7月には、全社員に一律約97.8万円*を支給しました。理論年収に対し、入社間もない若年層は23%程度、全体の2割超を占めるオペレーションなど定型業務を担う層は30%程度の年収上昇にもつながっています。

また、持株会制度の加入率は2025年3月末時点で53.8%、グループ持株会参画会社は6社まで拡大するなど、社員の企業価値(株価)や経営参画に対する意識向上につながっています。

*2024年度の現金支給分、2022年度・2023年度のファントムストック分を合計



社員の声

「株価を意識するきっかけに」

決算賞与を受け取ってから、株価や会社の業績について強く意識するようになりました。過年度のファントムストック分の支給も受けたことで、自身の業務が会社の成果に直結しているとより実感しました。事業利益に貢献できる人材として成長していくとともに、社会や経済の動向にも目を向ける必要があると感じています。今後はより広い視野で業務に取り組み、企業価値の向上に寄与していきたいと考えています。



ファイナンス企画部
池畑 祐希

CSDX戦略

担当役員インタビュー

CSAXへの挑戦

(Credit Saison AI Transformation)

取締役(兼)専務執行役員CDO(兼)CTO
グループDX戦略、CSDX推進部、
情報セキュリティ統括部、
カスタマーサクセス事業部 管掌

小野 和俊



2022年にChatGPTが社会に衝撃を与えて以来、生成AIによって従来の仕事や生活の仕方が劇的かつ急速に変化し続けています。当社では2019年よりDXに本格着手し、内製開発組織をゼロから立ち上げて200名規模にまで拡大しました。フロントエンドはもちろん、基幹系システムも含め、多数のシステムを内製開発してきました。内製開発という強力な武器を手に入れた私たちが現在目指しているのは、AIによる業務変革です。CSDXのPhase4として掲げるCSAXでは、「AIを前提として全社の業務を再設計する」ことを目指します。

例えば、コールセンターの業務を考えてみます。電話やスマホアプリ、メールなど、さまざまなチャネルを通じたお客様からの問い合わせ内容が受付を担当するAIによって解釈され、関連する各システムのAPIが呼び出され、その結果が生成AIによって要約され、オペレーターの最終確認を経てお客様に回答される——このようなコールセンターが実現すれば、事業の収益構造に大きなインパクトを与える可能性があります。このようなシステムを実現するには、既存システムが「社員が使える」だけでなく「システムからも使える(他システムからAPIで呼び出し可能)」である必要があります。現在、内製開発によってこうしたAPI化が着々と進んでおり、内製開発の取り組みとAI活用とが相互に結びつくことで、掛け算の効果を発揮することが期待できます。

総合職社員の日々の業務についても、AI活用により大きな効果が見込めます。すでに社内向けにリリースされている「SAISON ASSIST」(社内用ChatGPT)には毎月社員から6万件近い相談が寄せられていますが、SAISON ASSISTには新卒の社員1名分程度のコストしかかかっていません。現在、生成AIの活用コンテストを開催するなどして業務改善事例を収集していますが、多くの業務にAIによって改善できる余地があると感じており、「AIを前提として全社の業務を再設計する」ことで全社の業務効率を劇的に改善していくことを目指します。

2024年度の振り返り

2024年度も様々な活動に取り組んできましたが、中でも特筆すべき活動が2つありました。

ひとつは、以前から推進していた手作業業務の自動化が一段と進み、DXに本格的に着手した2019年と比べて、160万時間(社員800名分)の業務が自動化されたことです。

もうひとつは、クレジットカード事業基幹システムの外販に成功したことです。当社のクレジットカード基幹システムは2018年に完成し、小さな障害はありつつも基本的に安定稼働してきました。さらに、2022年にはこの基幹システムを包み込む社内API基盤であるオープンGWの内製化とクラウド化に成功したことで、迅速な機能追加や修正、クラウドならではの伸縮性の高いシステムリソースの調整が可能になりました。このように安定性とスピード感の両立(当社が掲げているバイモーダル戦略)が実を結び、案件受注と受注システムの完成に至ったことは大きなトピックだと考えています。



CSDX戦略

生産性を向上させるCSDX戦略

内製開発組織であるテクノロジーセンターを立ち上げた2019年以降、私たちはお客様の新たな体験を創出すること(CX: Customer Experience)と、社員の体験を転換すること(EX: Employee Experience)を目的にCSDX戦略を策定し、DX推進に取り組んできました。

2024年度にはCSDX戦略はPhase3を迎え、業務プロセスの完全デジタル化を目標に取り組んだ結果、業務削減時間161万時間(2019～2024年度累計)、紙削減102トン(2019年度比)を達成することができました。

2025年度は、CSDX戦略をPhase4に進め、AIを成長エンジンとして価値創造を加速させていきます。これまでのAI活用事例としては、全社員が利用可能な社内専用ChatGPT、社内問い合わせSlackチャットボット、議事録作成システムなどを内製開発し、EX向上に努めてきました。

今後はこれをさらに飛躍させるため、お客様との接点に近いコールセンター業務を支える音声基盤システムの内製化に取り組み、すべてのチャネルからのお客様対応をシームレスに集約するとともに、高度な生成AI技術の導入により、より実践的な効果を上げることに注力していきます。

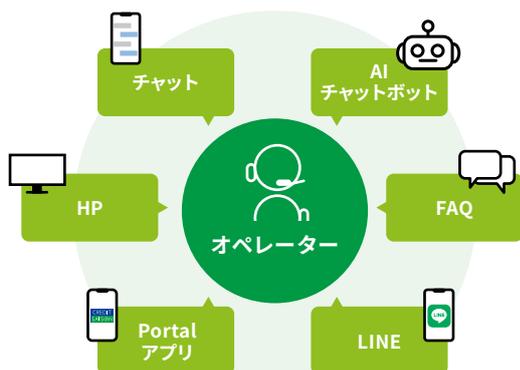
AIを成長エンジンとして価値創造を加速させる



CSDXをさらに加速
AIを活用した構造改革へ

お客様体験
(CX)

すべてのチャネルから
お客様対応をシームレスに集約



オペレーターの対応速度の向上を目指す

社員体験
(EX)

音声基盤システムの統合による
一元管理



音声基盤の管理を次世代クラウド音声基盤に
統合し、一元管理の実現を目指す

事例：音声基盤のクラウド化と更改に本格着手

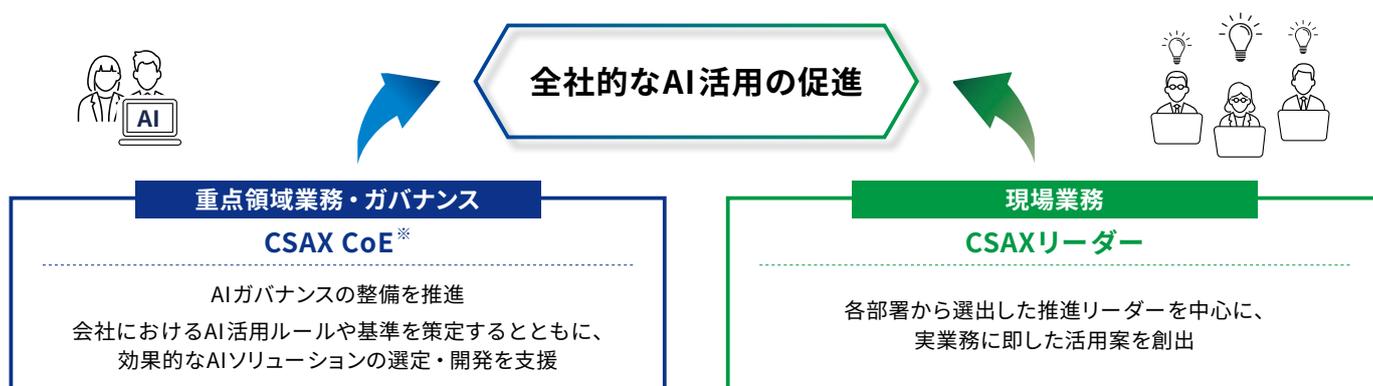
AIによる業務変革に向けて

■ 生成AI推進のためのCSAXプロジェクトの立ち上げ

当社は生成AIの全社的な活用を推進するため、2025年4月に「生成AI推進プロジェクト」を立ち上げました。本プロジェクトでは、トップダウンによる重点領域へのAI導入の加速と、ボトムアップによる現場主導の活用促進という、2つのアプローチを並行して進めています。

まず、重点領域へのAI導入では、内製開発部門とAI事務局が連携し、組織横断で業務プロセスの改革に取り組んでいます。経営層と協議の上、選定した領域において、生成AIを前提とした業務への転換を推進します。また、セキュリティルールなどを整備し、安全かつ安心してAIを活用できる環境を構築します。一方、ボトムアップによる現場主導のAI活用の推進では、各部門から選抜したリーダーを中心に、自部門の課題解決を目標とした業務に適したユースケースを実装していきます。それらをAI事務局が収集し、特に有効な取り組みについては、テンプレート化して横展開します。また、必要な知識やスキルに合わせた学習コンテンツやハッカソンなどを開催し、スキル向上とAI活用文化の醸成を後押ししていく予定です。

トップダウンとボトムアップの両面から推進することで、AIを企業変革の中核に据え、持続的な成長を目指していきます。



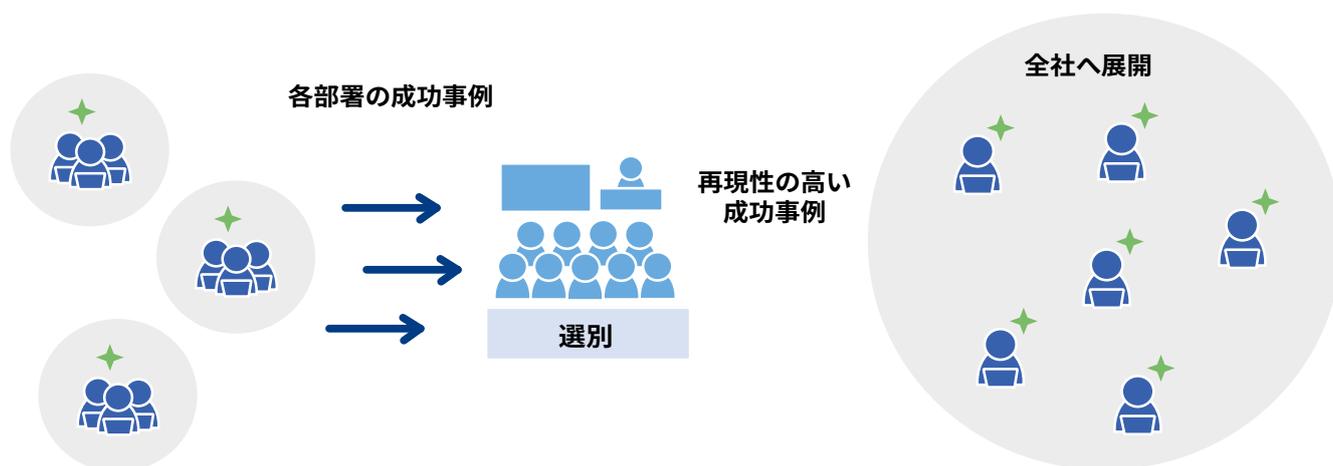
※ CoE (Center of Excellence)：特定分野の知識やスキルを集約し、全社的に展開するための専門組織

■ 全社員によるAIワーカー化

ボトムアップによる推進体制を強化するため、現場での活用をより深め、組織全体へと波及させるための新たな取り組みを展開します。生成AIツールの活用においては、これまで個人レベルでの業務効率化にとどまることが多く、チーム単位での活用や、優れた事例の全社展開が進みにくいという課題がありました。

そこで、新たに少人数チームによる「生成AIワークショップ」を導入し、個々のノウハウを共通のユースケースへ集約する仕組みを構築します。具体的には、各チームが自部門の業務を対象に、1か月間～数か月間の期間を設定して、「企画 → 実装 → 検証」のサイクルを実行していきます。AI事務局はその取り組みの中から削減時間の効果性の高い案件や、組織横断で展開が可能な再現性の高い成功事例を選定し、テンプレート化して社内に展開していきます。

このように、これまで個人単位で散在していた生成AIの活用を、チームによる協働と仕組みによる標準化によって体系化し、組織全体の生産性向上を実現していきます。



サステナビリティ

～当社が抱える課題と、未来と社会の期待に応えるための取り組み～

■ サステナビリティに関する基本的な考え方

「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。

特集

決済データから個人のCO₂排出量を可視化する「SAISON CARD Digital for becoz」 カーボンニュートラル実現に向けたサポートを継続中



システム企画部
高橋 陽子

財務経理部
部長
田中 裕明

サステナビリティ推進部
部長
若松 夕香

「SAISON CARD Digital for becoz」(以下、becoz card)は、CO₂排出量の可視化を実現する国内初のクレジットカードとして2022年6月に発行開始し、今年で3周年を迎えました。



becoz cardはプラスチックカードを発行しないデジタルカード形式で、専用アプリ上でクレジットカード利用履歴に基づくCO₂排出量を可視化することができます。個人の生活に“環境価値”という新しい判断基準を提案し、カーボンニュートラルなライフスタイルを送りたいと考える生活者を応援しています。

becoz card関係者インタビュー

若松: becoz cardは田中さんが経営企画部時代にサービスリリースされました。誕生までの背景や周囲の反応はいかがでしたか。



田中: 2021年に、現在の事業パートナーであるDATAFLUCT社の新聞掲載記事を社長が目にしたことがきっかけで検討を開始しました。

DATAFLUCT社と協業することで、当社のビジネスとつながりがあるお客様と一緒にCO₂排出削減に向けた取り組みができないかとサービスの開発を進めましたが、社内では時期尚早という意見もあり、なかなか協力を得られる状況ではなく、プロジェクトの道りは決して平坦ではありませんでした。さまざまな難局を乗り越え、2022年6月にサービスをリリース後、「NIKKEI脱炭素アワード2022」(プロジェクト部門)の大賞と「Japan Financial Innovation Award 2023」での大賞受賞により、社会的な評価を得ることができました。メディア取材の増加など認知度が向上し、持続可能な社会を実現するための一歩を踏み出すことができました。

若松: 高橋さんは2024年度からエコビジネスタスクフォースに参加し、becoz cardに携わっていますね。

高橋: 以前から環境問題には関心があり、3年前「気候変動問題に向き合うカード」が発表されたときは心が躍りました、日頃からチェックしていた社内公募で今回のタスクフォースを見つけたときは迷わず応募しました。タスクフォース内にはいくつかテーマがあり、「様々な可能性を秘めているのにまだまだ認知が足りずもったいない」と感じたbecoz cardを選択しました。チームメンバーと関わるにつれ、自分とメンバーの想いが同じ方向を向いていることを実感しています。

田中: becoz cardの調査分析を進める中で、何か気づきはありましたか。

高橋: 興味深いのは、当社の他カードとは異なり、「30代以下の男性」に特に支持されていることです。若年層を含めた幅広い層の多様なライフスタイルに寄り添い、身近なツールであるカードを用いて環境への配慮を日常に取り入れていただくことは、意義深いと思います。

田中: 若松さんはサステナビリティ推進部の部長として、サステナビリティ推進委員会の事務局も務めていますが、今後はどんな展開をしていきたいですか。

若松: 環境問題に関心を持つ方が増える一方で、「何から始めればいいのか分からない」という声は今も変わらず聞こえてきます。becoz cardが3年前に誕生したのも、そうした方々の背中をそっと押して、行動を変えるきっかけを提供するためでした。「地球環境のために何か行動したい」という想いを支え続け、これからも一人でも多くの方とともに地球環境課題の解決に向け取り組んでいきます。



サステナビリティ

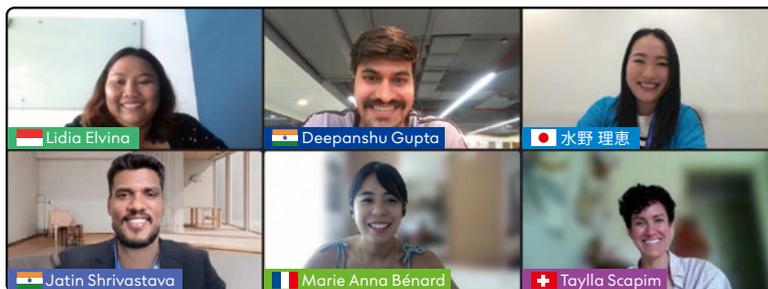
当社は、グローバルな視点と地域社会への貢献を両立しながら、次世代育成や多様性・包摂性 (DE&I) を重視した取り組みを推進しています。

ポジティブ・インパクト創出のための取り組み

当社グループが2021年に事業を開始したインパクト投融資。翌年に組成された当初2名のチームは、5国籍5ロケーション、6名のチーム(エキスパート2名含む)に成長しており、ファイナンシャル・インクルージョンの実現を目指し、ポジティブ・インパクトの拡大を日々進めています。

インパクト・ESG推進は持続可能な成長につながる

十分に適切な金融サービスが受けられない人々や企業(アンダーサーブド層)に金融サービスを提供するインパクト投融資。FinTech企業やマイクロファイナンス機関と連携しながら行うこの取り組みは、投融資先企業の持続可能な成長とESG強化の支援だけでなく、当社の成長にもつながります。情熱をもって社会変革を進める各国担当者が、取り組みへの想いを語ります。



Marie Anna: 私は各国のインパクト投融資業務を統括する立場として、これまではESGとインパクトの管理体制を築いてきました。ここからは、チームの人材育成と専門家の採用に注力するだけでなく、データに基づく意思決定による効率性向上や、変化する規制要件の管理、ビジネス戦略とクライアントニーズの両軸を満たす直接的な連携などを行い、インパクト創出に向けて真摯に取り組んでいきます。また近い将来、インパクト投融資の幅を広げ、業界内で私たちグループのリーダーシップを示したいとも考えています。昨年、社員の想いと企業文化の変化が映し出されたグローバル事業の共通の価値観「ミッション、ビジョン、パリュー (MVV)」を策定する際、「インパクト」を戦略的に組み込みました。インパクトが私たちの重要な柱の一つとなったことは、画期的だと感じています。

水野: 日本のインパクト市場は、資産運用額が1年で約2倍になり著しい変革を遂げています。私は、融資判断のためのデューデリジェンスにおいて、融資を通して人々の生活が変わることを目にするたび、インパクトは単なる指標ではなく、人生を変えるものだ実感します。女性起業家が初めての正式な資金調達を実現したり、私たちの支援で学校に通う子どもを見たりするたびに、ファイナンシャル・インクルージョンの力を感じています。

Lidia: 過去3年のインドネシアでのインパクト市場の変化は劇的で、ニッチな話題から国家課題として取り上げられるまでになりました。それに伴いプレーヤーも増え、国全体で盛り上がりを見せています。共感から始まり、好奇心を持ち続け、現状に挑戦すること。私はインパクトワークは理想と行動が交わる場所だと感じますし、同じ想いを持つ人がもっと必要です。今後もより強固なインパクトエコシステムを築いていきたいです。

Jatin: インドのインパクト市場は、規制環境が後押しをしていることもあり、グローバル市場を牽引しています。一方、多くの市場関係者にとってまだ比較的新しい概念であるため、その重要性を効果的に伝え、協力して取り組んでいくことは長い道のりです。戦略的なリスク管理ツールとして、長期的な価値創造のドライバーとしての重要な役割を認識してもらえよう日々働きかけています。

Deepanshu: Kisetsu Saison Finance (India) Pvt. Ltd.がインドのノンバンクセクターで融資を行う中、もともと私は融資を受ける企業側の立場でしたが、同社に入社し融資を行う側となった今、ファイナンシャル・インクルージョンが人々の生活とコミュニティに与える変革の力を目の当たりにしています。借り手が直面する現実を常に意識することを忘れず、財務上の慎重さと測定可能なインパクト創造の間の慎重なバランスを取ることを心掛けています。

Taylla: インパクトに取り組む意義を考えたとき、社会や環境へのポジティブな影響に反対する人はいないでしょう。当社グループの強みである現実的で投融資家目線に立ったフレームワークと、ビジネス成長と拡大への野心を活かしながら、若く先見性のあるメンバーと、日系企業でありながらグローバルにビジネスを行う企業をサポートできることは、素晴らしい機会だと感じています。

当社子会社による
融資実行額

3,700 億円

当社子会社による
融資実行件数

240 万件

当社提携金融機関が
融資した中小等細企業数
うち、女性起業家割合

2,800 万社
69%

当社提携金融機関が
融資した個人顧客数

2,800 万人

※2024年3月末時点

▶ インパクトレポート Saison-International-impact-report-28Oct-jp.pdf

サステナビリティ

TOPICS

ネットゼロ実現に向けて

持続可能な未来に向けて、企業活動における環境負荷の低減を加速するため「気候移行計画」を策定しました。

2050年度の温室効果ガス排出量ネットゼロの実現を目指して、取り組みを強化していきます。

- 2021年 サステナビリティ推進委員会新設
- 2022年 TCFD提言への賛同を表明
- 2023年 自社ビルを100%再エネ化
- 2024年 SBTi認定取得
- 2025年 気候移行計画策定、ネットゼロ宣言



▶ TCFD提言に沿った情報開示 <https://corporate.saisoncard.co.jp/sustainability/environment/tcfd/>

次世代に向けた取り組み

クレディセゾンは、これからの未来を担う子どもたちから学生などさまざまな方を対象に、国内外でCSR活動や金融教育を実施しています。また、次世代に自然を残す取り組みも、創業者の想いを引き継いで行っています。



CSR活動への積極的な取り組み
(インド)

インド子会社のKisetsu Saison Finance (India) Pvt. Ltd.では、収益の一定割合を社会的責任を果たすために寄付しています。

2024年度に寄付をしたうちの一つのNGOでは、高齢者や女性・子どもが安全に過ごすことができる施設を運営しており、寄付を通して、30名の子どもたちが衛生的な環境で、健康に、安全に過ごすサポートができました。この施設に来るまでは不安な毎日を送っていた子どもたちが、将来の夢を持てるようになったと語る姿は非常に印象的でした。今後も積極的に支援先を増やしていきます。



金融教育への取り組み
(日本・シンガポール)

当社は、日本のみならず、海外子会社も含め様々なステークホルダーに対し、次世代への金融教育を続けています。日本では、中高生向けに展開している「出張授業～SAISON TEACHER～」を中心に、当社社員が講師となる金融教育プログラムを提供しています(2025年3月末実績672回、受講者数約29,000名)。2024年度は有志が集まり、社員の子どもが職場訪問をする「ウェルカムキッズデー～おかねが成長するってホント?!～」を開催。小・中学生向けのオリジナルゲームを通して投資を体験することにより、お金を増やすことができる学びを提供しました。お金によって企業を応援できること、お金は成長していくことを体感したことで、参加者からは、子どもたちが投資に興味を持ったという感想も寄せられています。



赤城自然園
次世代に自然を残す取り組み(日本)

当社が運営する群馬県渋川市の赤城自然園は、雑木林を約40年かけて再生し、植生を整えながら生態系の維持に努めています。地下水を園内に配水して川や池を満たし森全体を潤すなど、生物多様性に配慮した森づくりと植物の保全、植栽を行っています。里山生態系が良好に維持されていることが調査結果からも確認され、生物多様性の保全にも貢献しています。森林セラピー基地にも認定されており、群馬県のネイチャーポジティブ推進プラットフォームのベストプラクティスにも選定されています。

▶ 赤城自然園 <https://akagishizenen.jp/>

人権に関する取り組み

当社では、「行動宣言・行動基準」を定め、人権の尊重を行動の原則の一つとしています。サービス先端企業という経営理念を実現するための基盤強化として、人権尊重の取り組みを進めながら、多様性を認め合う組織、社会づくりを目指しています。

2024年9月、課長職向けに「アンコンシャス・バイアス(無意識の思い込み)」について理解を深める研修を実施し、220名が参加しました。

2023年度には、全役員、部長職向けにも同内容の研修を実施しており、2025年度以降はその他の階層向けにも理解醸成に向けた施策を実施します。今後は社内向けの取り組みだけでなく人権デューデリジェンスを実施し、取り組みをより一層強化していきます。

▶ 人権 https://corporate.saisoncard.co.jp/sustainability/csr/human_rights/