

第54期決算説明会

May 20, 2004



Credit Saison Co., Ltd.

本資料のうち、業績見通し等に記載されている各数値は、現在入手可能な情報での判断および仮定に基づき予測算定しております。この当社判断や仮定による不確実性および今後の事業運営や経済環境など、内外の状況変化による変動可能性如何によっては、実際の業績などが見通しの数値と大きく異なる可能性があります。

AGENDA

2003年度決算報告

- 2003年度決算の主要指標
- 債権リスク状況
- 連結決算の概況
- 財務指標

経営戦略

- 未来戦略
- 事業戦略
- 調達・人事戦略

2003年度決算報告

2003年度のトピックス

2004.4

高島屋とカード事業の戦略的提携に基本合意
西武ドームと提携し、日本初球場内の立売りビールをカード決済

2004.3

オリックスと個人向け自動車リース事業で業務提携
ポイントプログラム名称を「(セゾン)ドリーム」から「(セゾン)永久不滅ポイント」へ

2004.2

りそな系カード会社と資本・業務提携
丸井グループゼロファースト(新宿西口店)での(セゾン)カード即日発行開始

2004.1

新生出光クレジット、新体制発表

2003.11

日比谷花壇と提携「(セゾン)フラワーサービス」の拡充、専用のWebサイトとデスクを設置

2003.10

損保ジャパン・セゾン自動車火災との業務提携商品「Super Value Plus」発売
出光興産との合併会社 新生「出光クレジット」誕生

2003.9

「ゴールドカード(セゾン)」の優待サービス拡充
カードのスピード発行「Saison Card Express」サービス拡充

2003.8

出光興産(株)とのカード事業部門における包括提携

2003.7

新ツアーカタログ「(セゾン)旅物語」創刊

2003.6

JTBとトラベル・サービス業務で提携

2003.5

関西電力の料金決済開始

2003.4

「ベビーザラス・カード(セゾン)」発行

2003年度決算の主要指標-1

()は前年同期比

	03年度実績		04年度目標
新規開拓枚数	211万件(85%)		200万件
新規発行枚数	186万件(82%)		180万件
総会員数	1,587万人(+97万人)		1,670万人
稼働会員数	841万人(+34万人)		870万人
取扱高	2兆4,086億円(103%)		2兆6,430億円
内)ショッピング	1兆9,122億円(106%)		2兆950億円
内)キャッシング	4,964億円(93%)		5,480億円

2003年度決算の主要指標-2

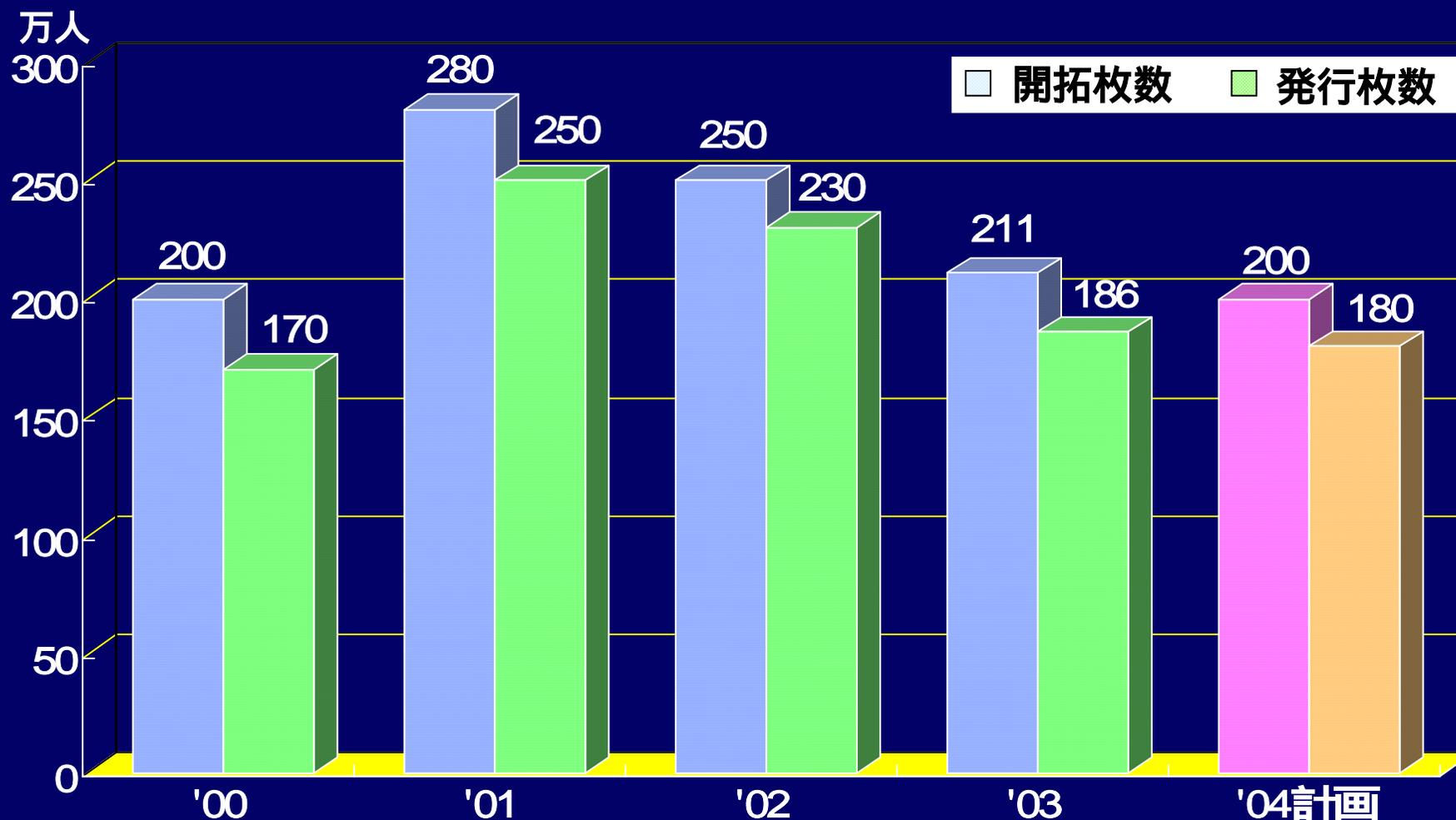
()は前年同期比

単 体 連 結

		単 体	連 結
営業収益	03 実績	1,757億円(102%)	2,203億円(104%)
	04 目標	1,890億円(107%)	2,370億円(107%)
経常利益	03 実績	450億円(102%)	529億円(104%)
	04 目標	465億円(103%)	555億円(104%)
当期 純利益	03 実績	243億円 ()	224億円 ()
	04 目標	270億円(111%)	315億円(140%)

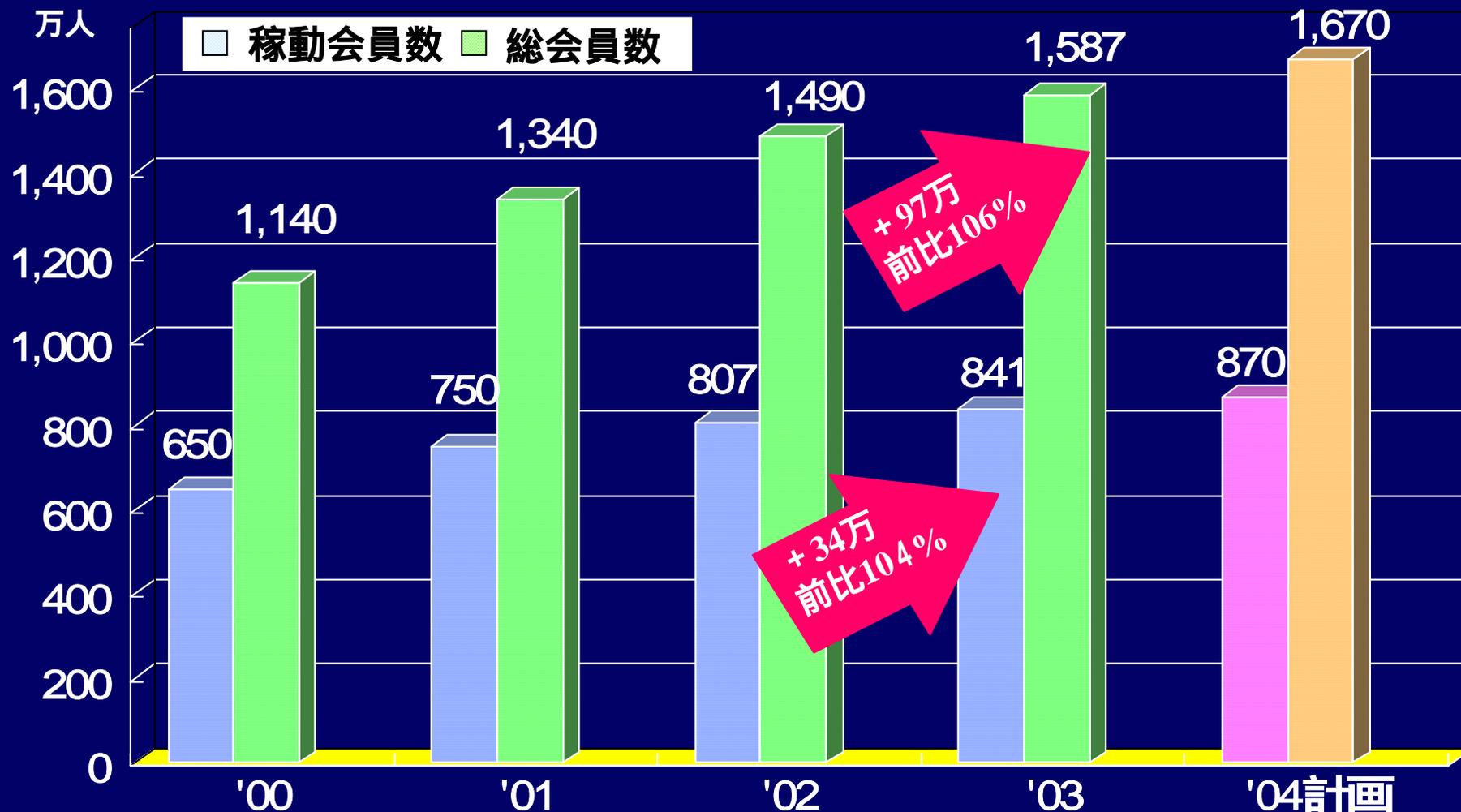
新規カード開拓枚数 及び 新規カード発行枚数

新規カード開拓数 200万枚を維持し、質の向上を図る



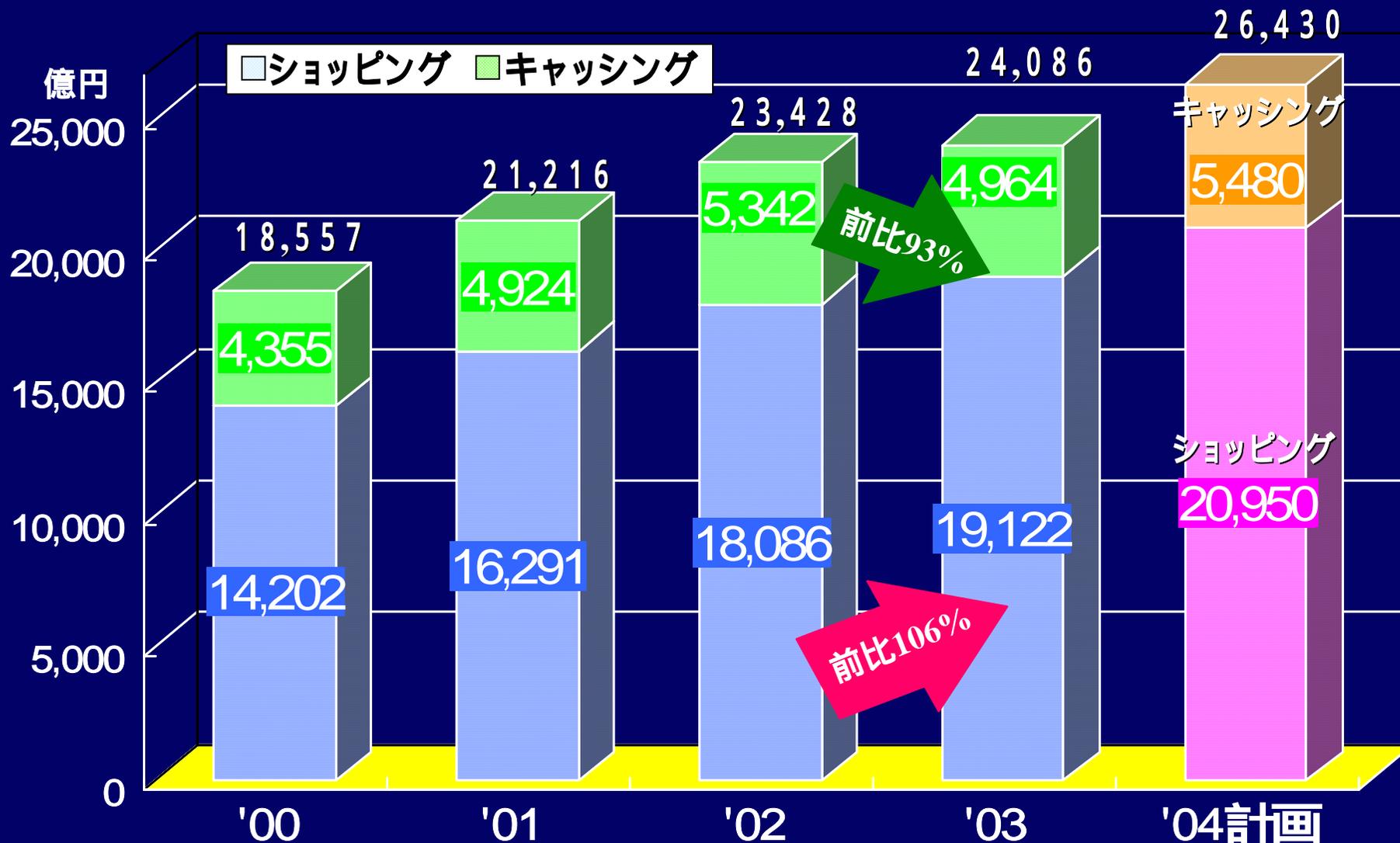
カード総会員数 及び 稼働会員数

総会員数1,670万人、稼働会員数870万人を目指す



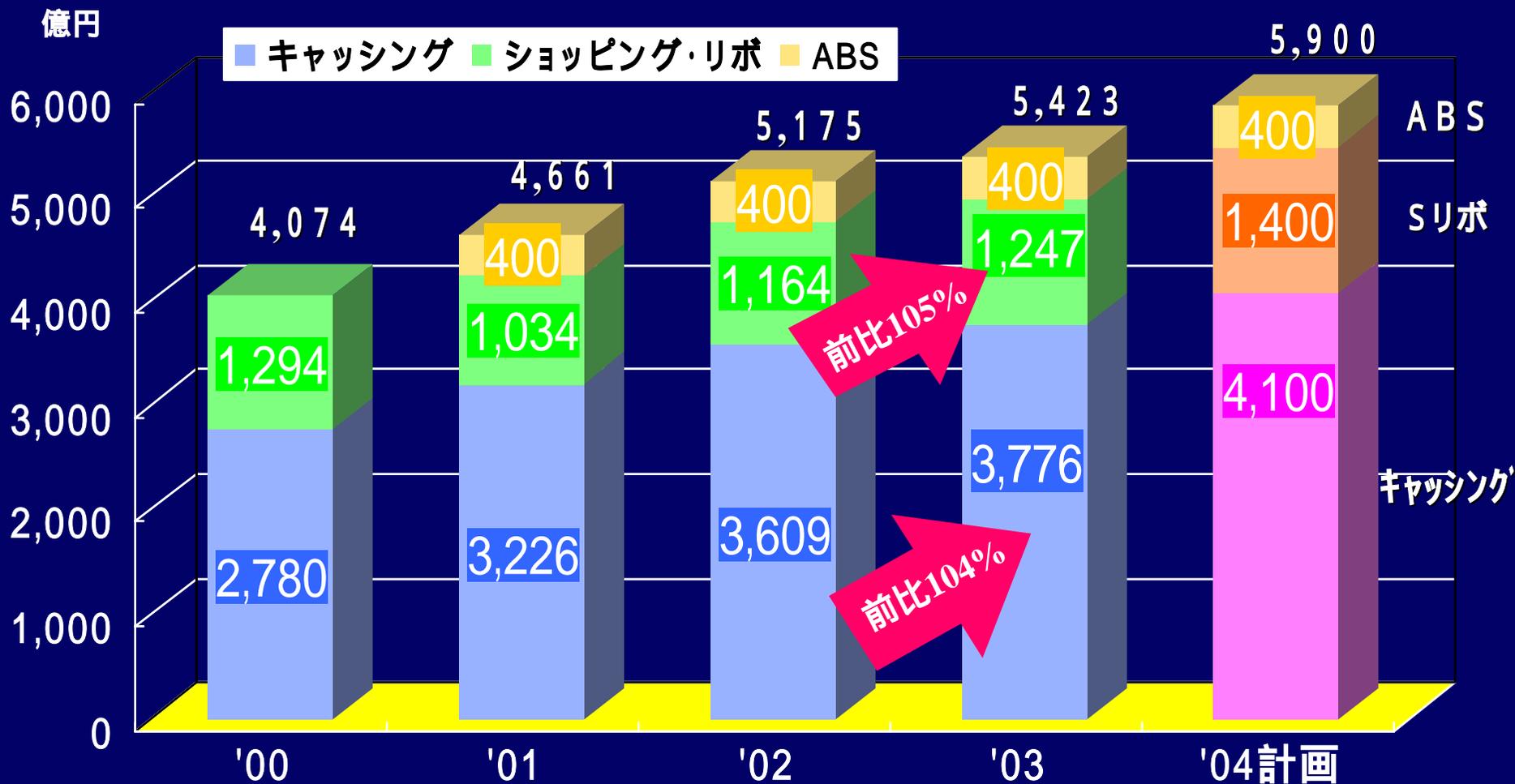
カード取扱高

キャッシングは与信厳格化を継続しながらも、ショッピングとともに二桁成長を目指す



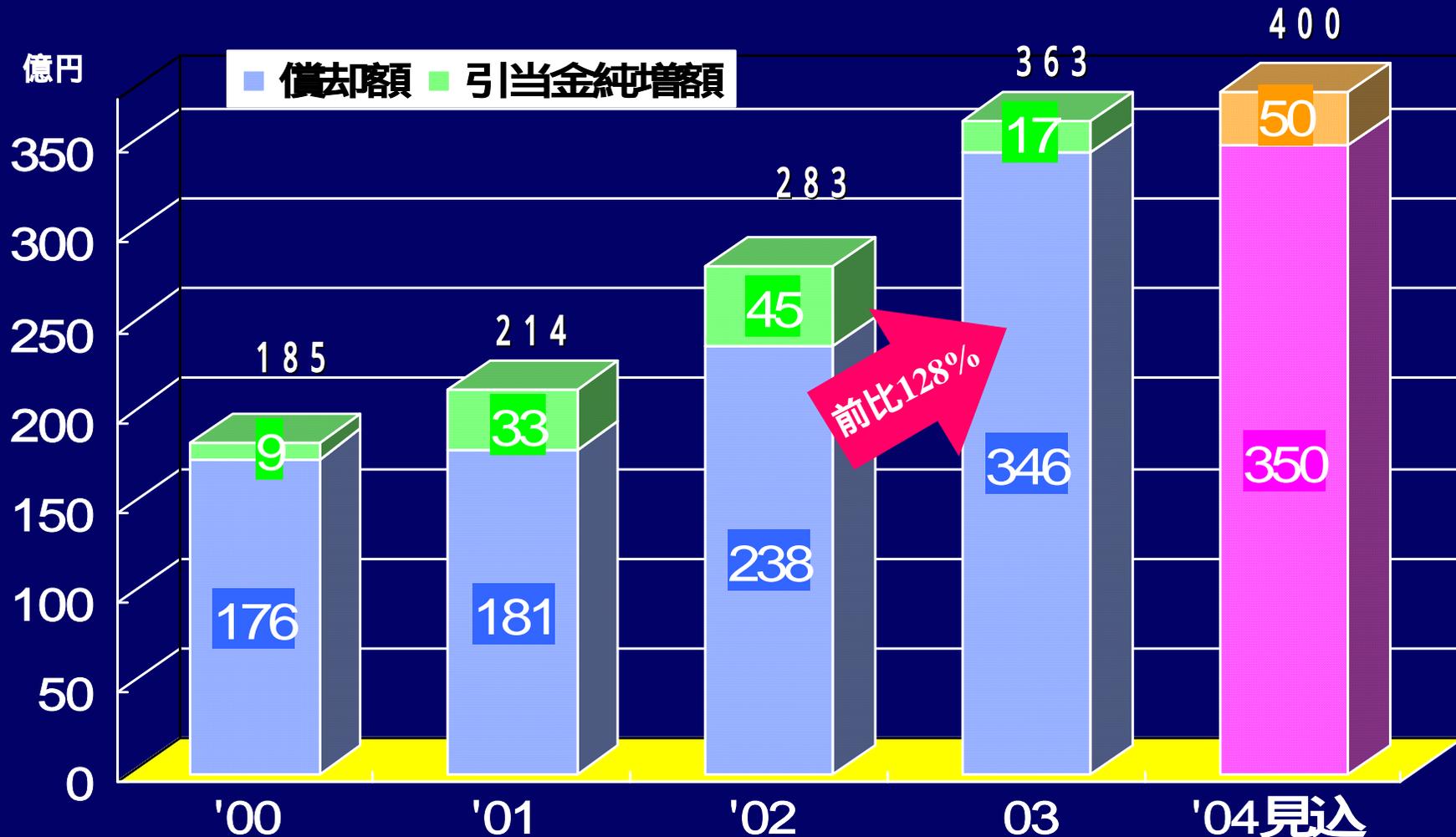
カード残高

リスクとプロフィットのバランスを重視し、優良な債権の積み増しを推進 (04年度:ショッピングリボ+9.2%、キャッシング+8.5%)



貸倒コストの推移

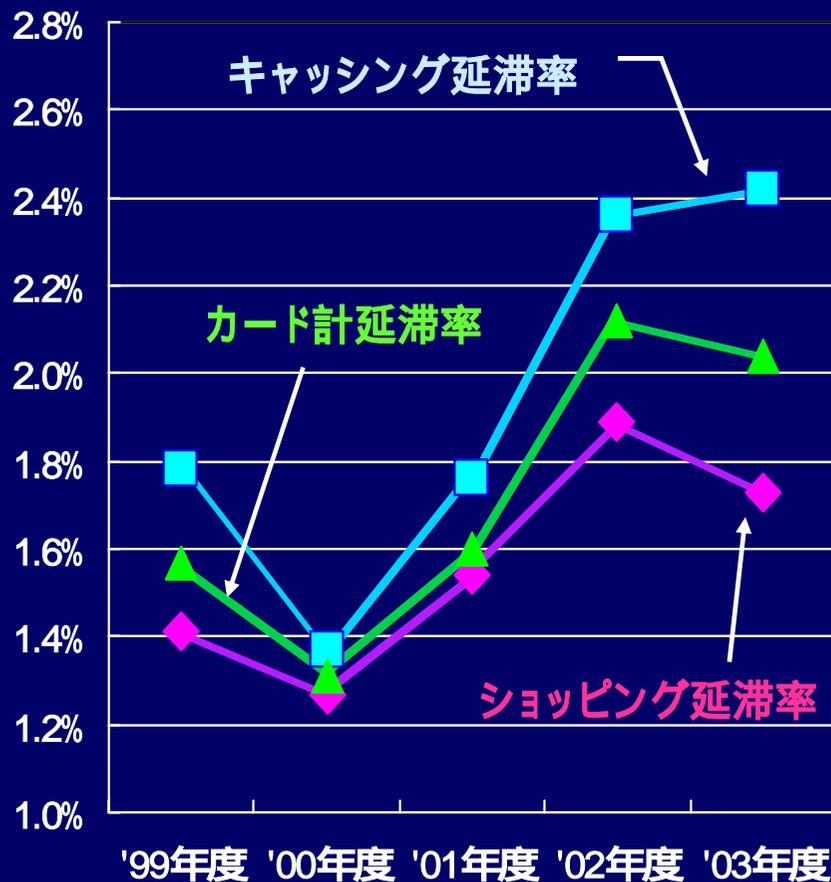
引当率(過去3年間実績)上昇等に伴い、絶対額では増加するものの増加率では低下を見込む(+10%増)



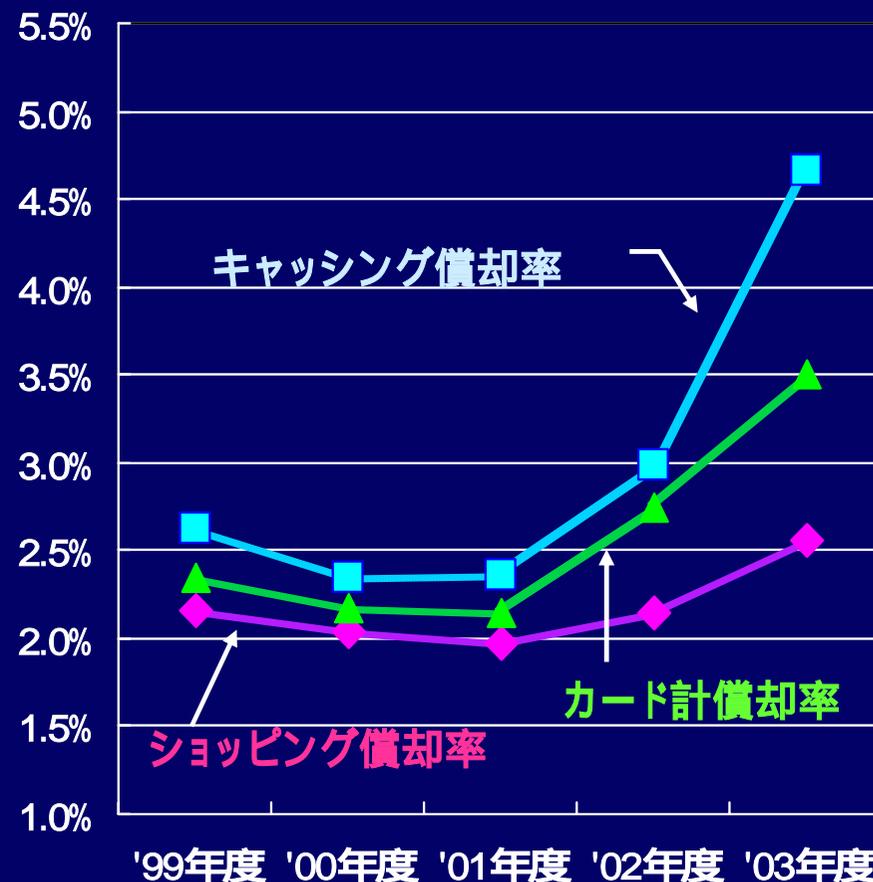
延滞・償却の推移

延滞率 = 債権残高全体に対して、90日以上延滞している債権残高の割合
 償却率 = 期末債権残高に対して、年間で償却した債権額の割合

【90日以上延滞状況】

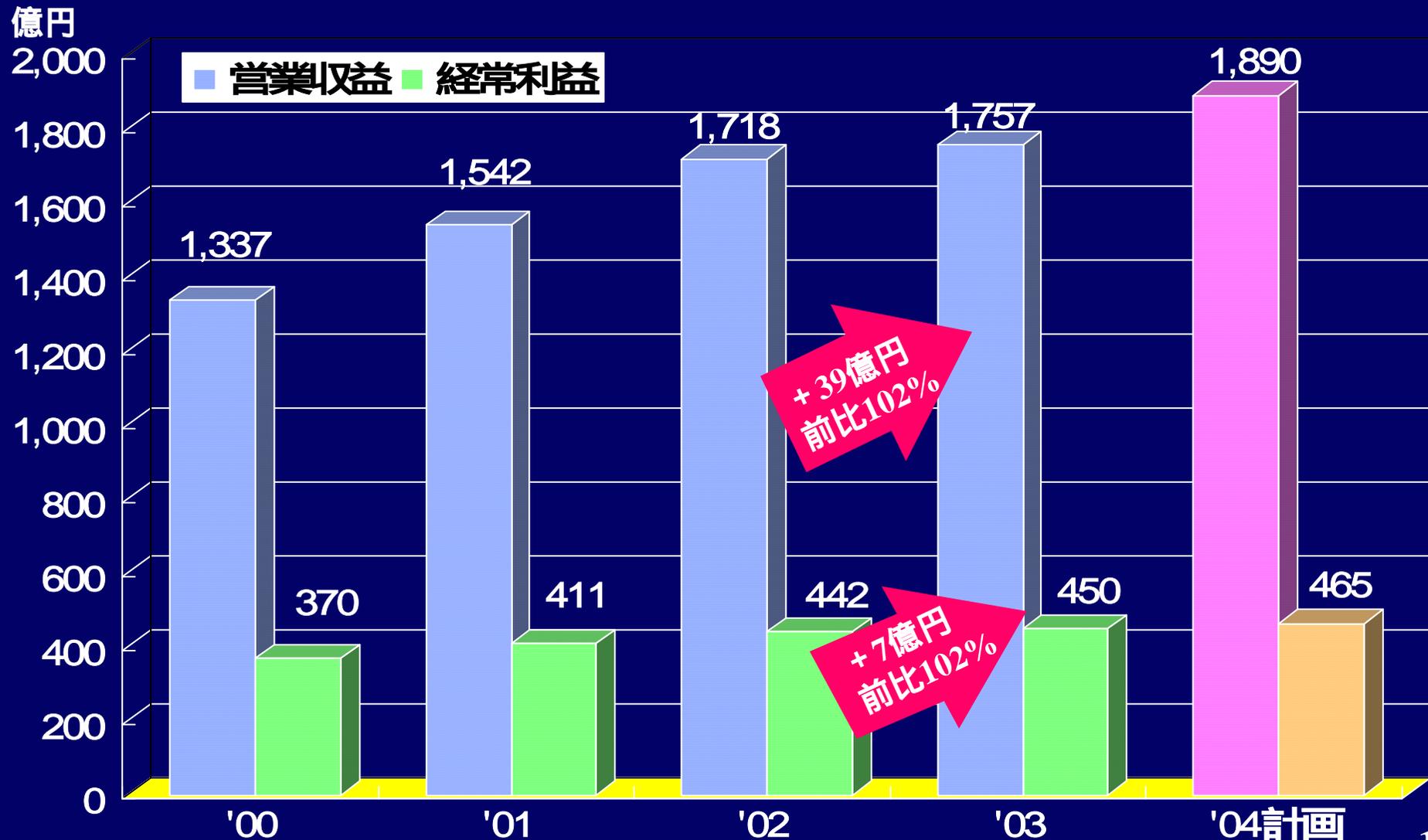


【償却状況】



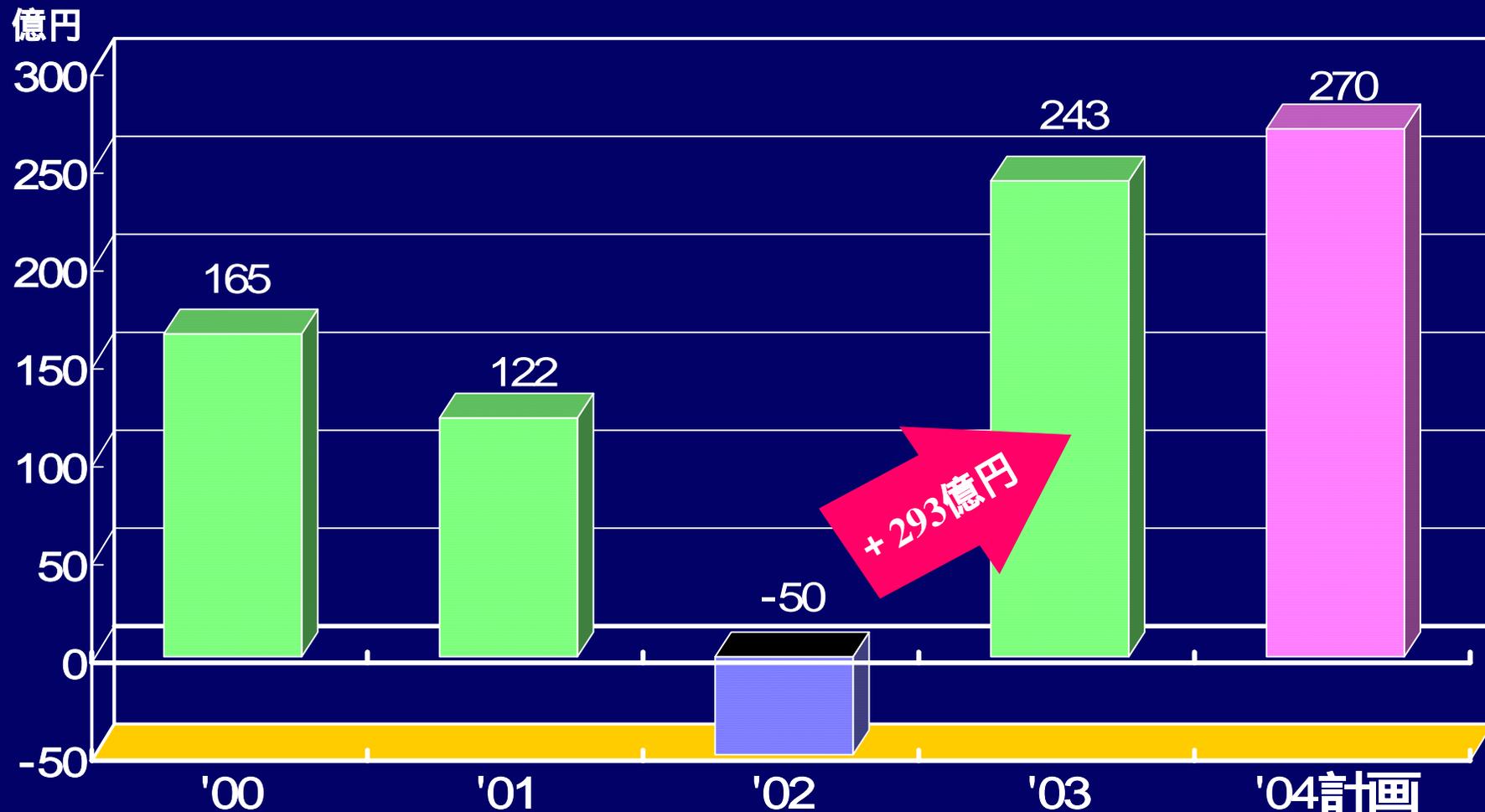
営業収益 及び 経常利益 (単体)

カード取扱高の拡大による営業収益の増加と、コストコントロールの徹底により04年度も増収増益を確保



当期純利益 (単体)

03年度は固定資産の減損会計早期適用により、目標未達も、04年度は増益の270億円を目指す



連結決算の概況

連結子会社(03年度)

(株)セゾンファンデックス	賃貸業・抵当証券業
(株)アトリウム	不動産流通業
(株)アトリウム債権回収サービス	債権回収代行業
(株)ヴィーヴル	アミューズメント業
(株)ノア企画	コンサルタント業
(株)ハウスプランニング	不動産流通業
(株)セゾンドイレクトマーケティング	通信販売業
ジェビーエヌ債権回収(株)	債権回収代行業
(株)エイ・アンド・エイ	アミューズメント業
(株)ヘルスパーク	会員制クラブ運営 及び 不動産賃貸業

持分法適用関連会社(03年度)

セゾン自動車火災保険(株)	損害保険業
(株)セゾン情報システムズ	情報処理サービス業
(株)ローソン・シーエス・カード	クレジットカード業

連結状況

	'02 期末	'03 期末	04 計画
経常利益	510億円	529億円	555億円
当期純利益	60億円	224億円	315億円
連単倍率	1.20倍	0.92倍	1.16倍
連結株主資本比率	18%	19%	

財務指標

【株主資本比率】

	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度
単体	23.6	22.5	23.0	21.9	22.7
連結	12.0	13.1	19.3	18.4	19.1

【ROE (自己資本利益率)】

	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度
単体	6.8	7.3	5.2	- 2.1	9.8
連結	8.5	6.2	7.8	- 2.5	9.1

【ROA (総資産利益率)】

	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度
単体	1.6	1.7	1.2	- 0.5	2.2
連結	1.0	0.8	1.2	- 0.5	1.7

經營戰略

CONTENTS

・未来戦略

・事業戦略

・調達・人事戦略

. 未来戦略

[1] 業界再編

[2] 顧客戦略

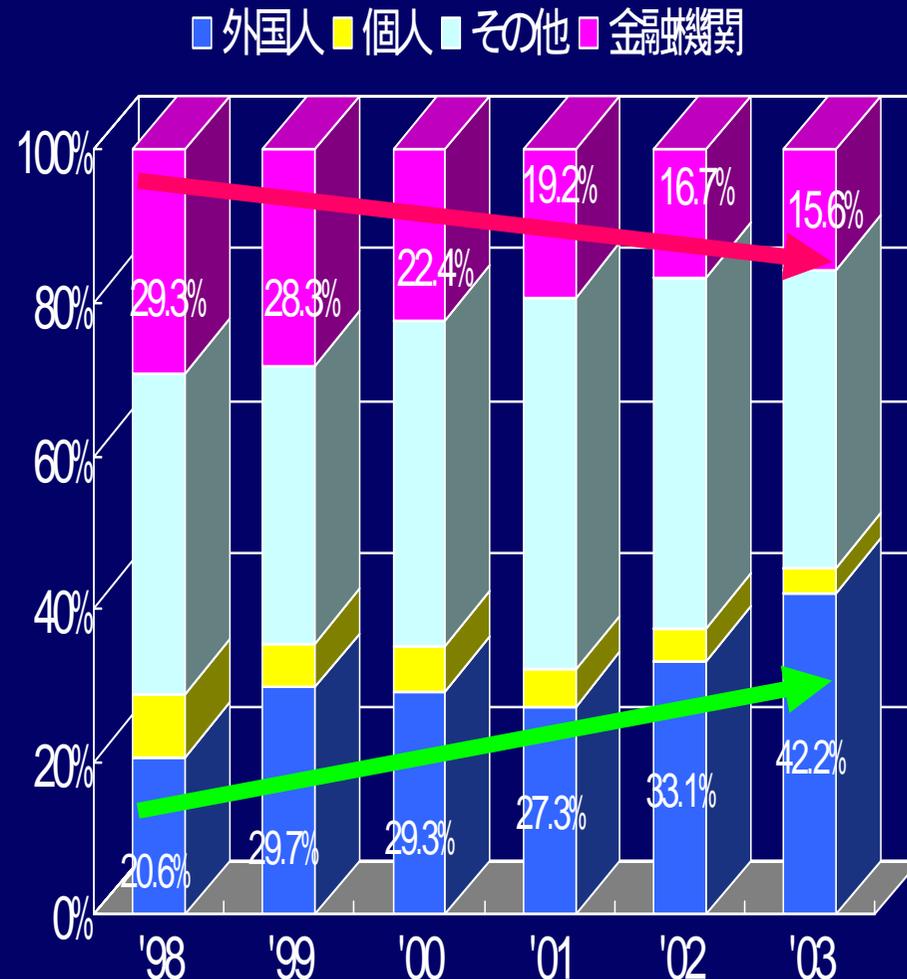
[3] 提携戦略

【外国人持ち株比率が高い企業】

企業名	03.3	04.3
クレディセゾン	33.2%	42.2%
オリックス	39.3%	50.7%
キャノン	46.1%	49.9%
H O Y A	38.1%	50.5%
ヤマダ電機	40.3%	50.1%
ローム	40.7%	(48.1%)
富士写真フィルム	40.3%	(44.4%)
塩野義製薬	39.4%	(43.5%)
東京エレクトロン	30.6%	(41.1%)
日東電工	26.6%	(41.1%)
山之内製薬	37.4%	(40.6%)

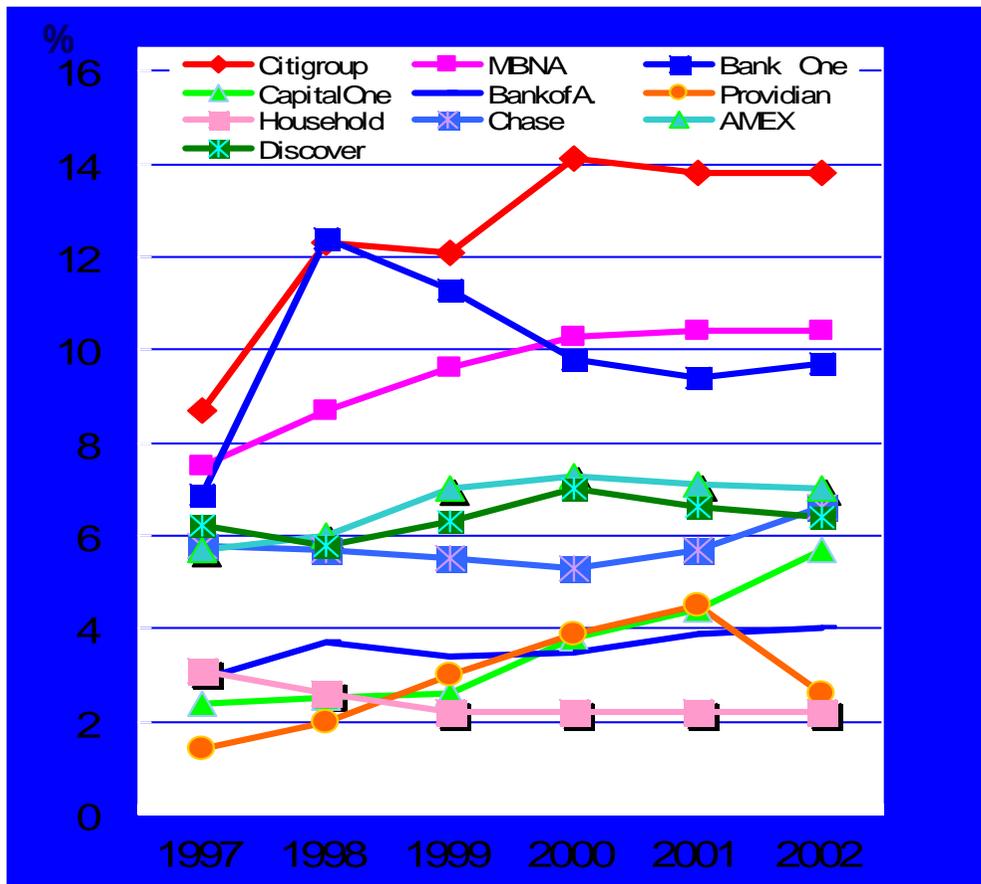
『日本経済新聞』 2003年11月27日、2004年4月21日、2004年5月7日記事より抜粋。表のうち()内は、2003年9月数値。

【当社株主構成の推移】

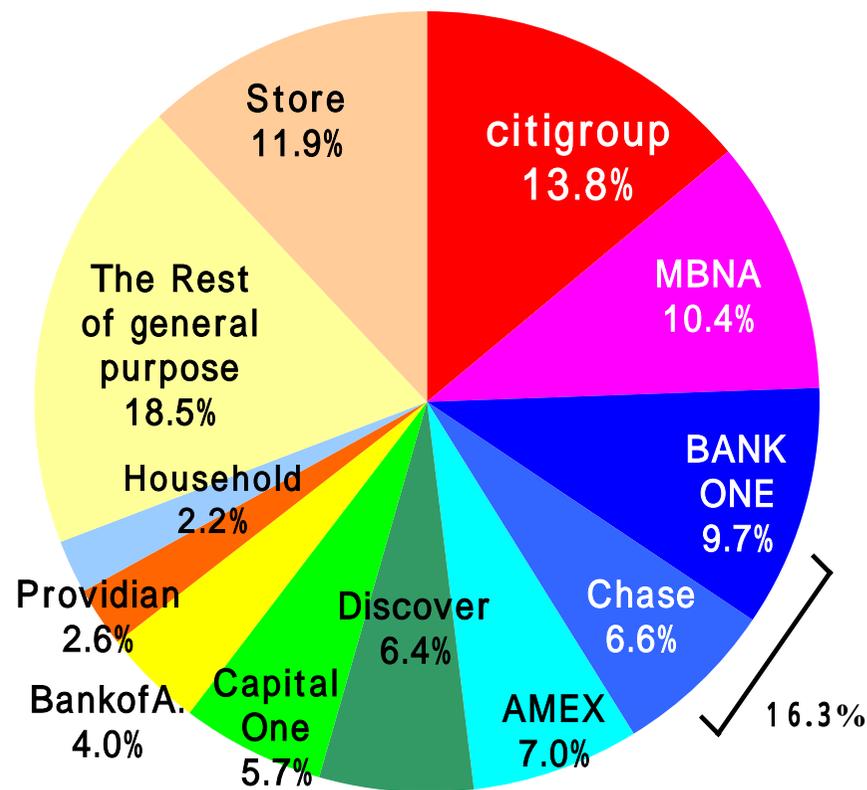


[1] 業界再編： 米国シェア

汎用クレジットカード残高上位10位の
クレジットカード業界に占めるシェア推移



米国のクレジット業界残高シェア比較
(2002年度推計値)



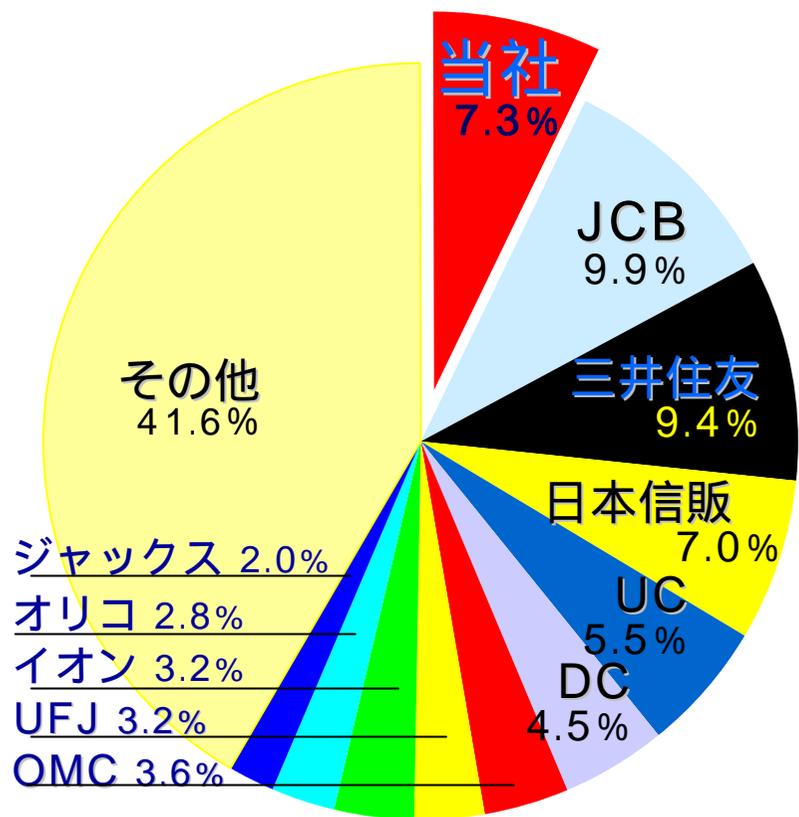
citigroup	MBNA	BANKONE	AMEX	CHASE	Discover	Capital One	Bank of America	PROVIDIAN	Household
13.8%	10.4%	9.7%	7.0%	6.6%	6.4%	5.7%	4.0%	2.6%	2.2%

NILSON REP.678,684,705,708,726,732,751,756,772,780,797から出典。(ただし、1997年については1998年の前年比データより逆算)
両グラフのうち Citigroup、MBNA、Bank One、AMEX、Capital One、Chase、Discover、Bank of America、Providian、Household分は汎用カード分のみ

≡ [1] 業界再編：国内シェア

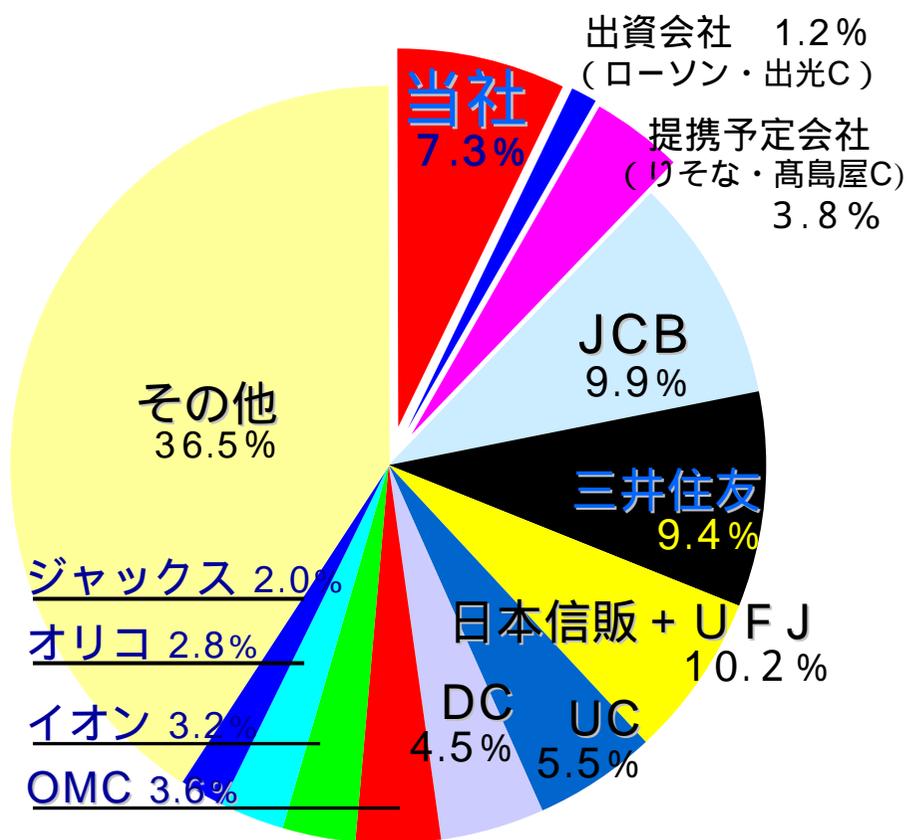
長期的なシェア獲得目標30%

【2002年度単体取扱高シェア】



【2002年度関係会社シェア】

(LCS、出光、りそな、高島屋)

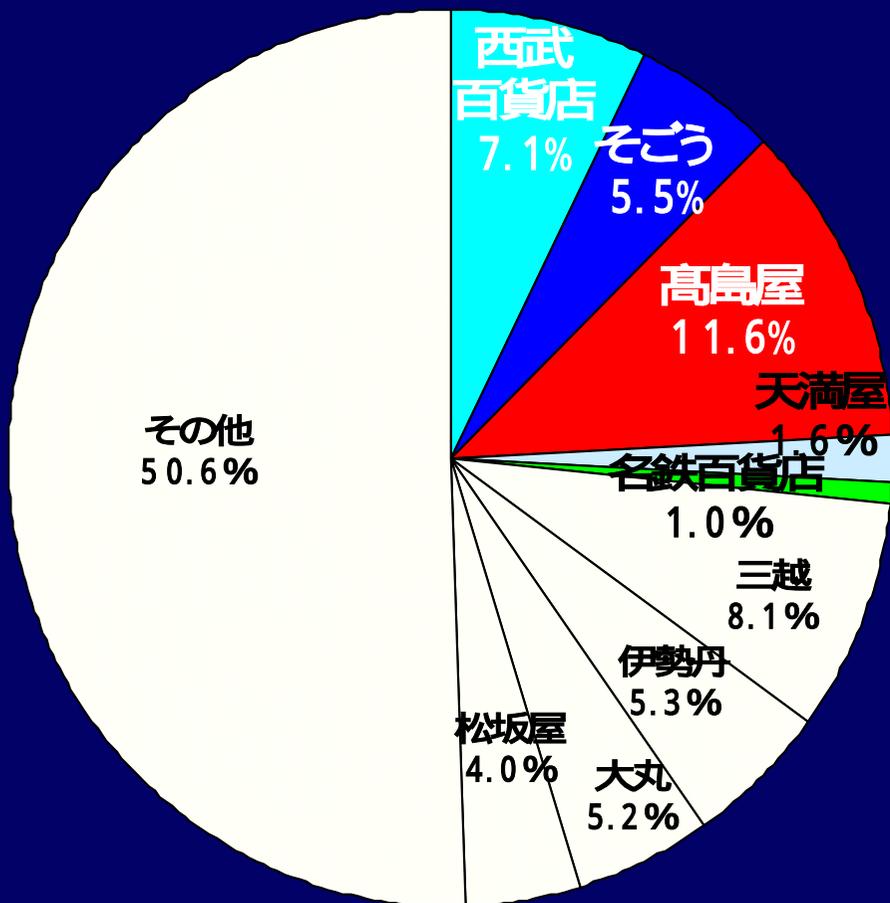


米国 = NILSON REPORT 656NOV.1997,706DEC.1999, 729DEC.2000 & 753DEC.2001 & 777DEC.2002から抜粋
 日本 = 日本の消費者信用統計(社団法人日本クレジット産業協会)から試算

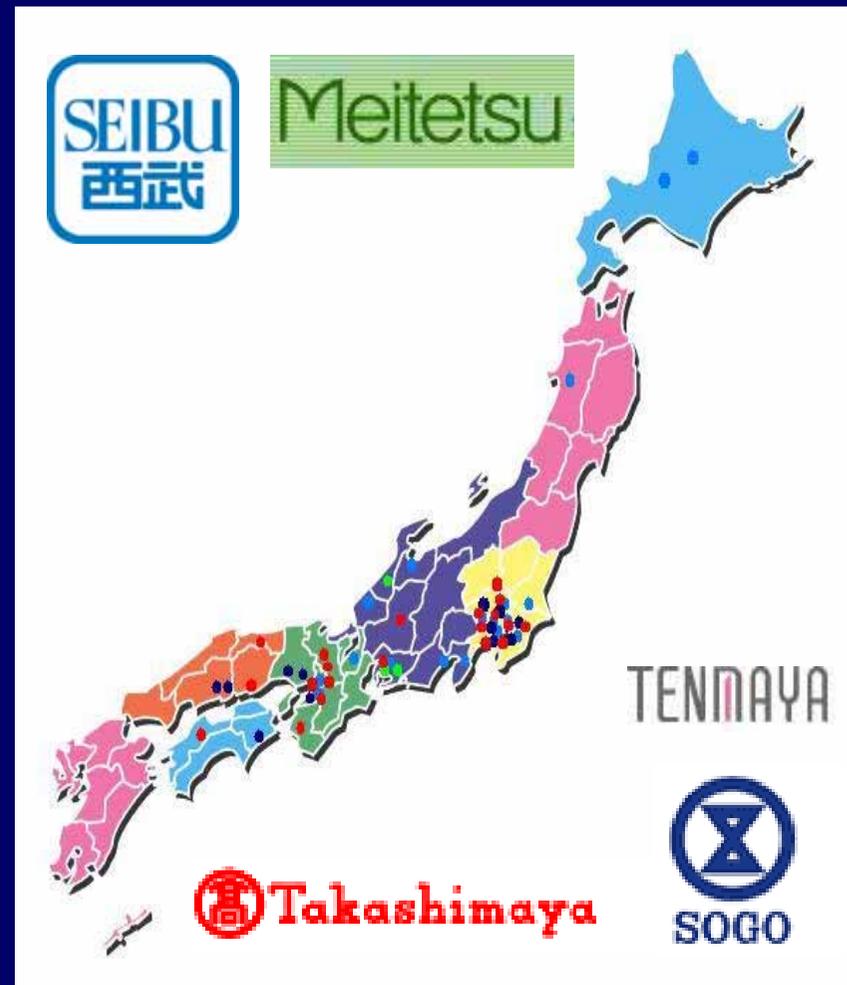
[2] 顧客戦略： 有力顧客組織化

百貨店ネットワークの約27%を獲得

【2002年度百貨店業界シェア】



高島屋の数値の中に、JR東海高島屋と伊予鉄高島屋は含まれておりません
 (『ストアーズレポート』2003年7月号から抜粋)



[2] 顧客戦略： 男性顧客組織化

若い女性へのアプローチを強化する一方、アクティブな男性層の獲得を目指す

【 当社カードホルダー構成比】



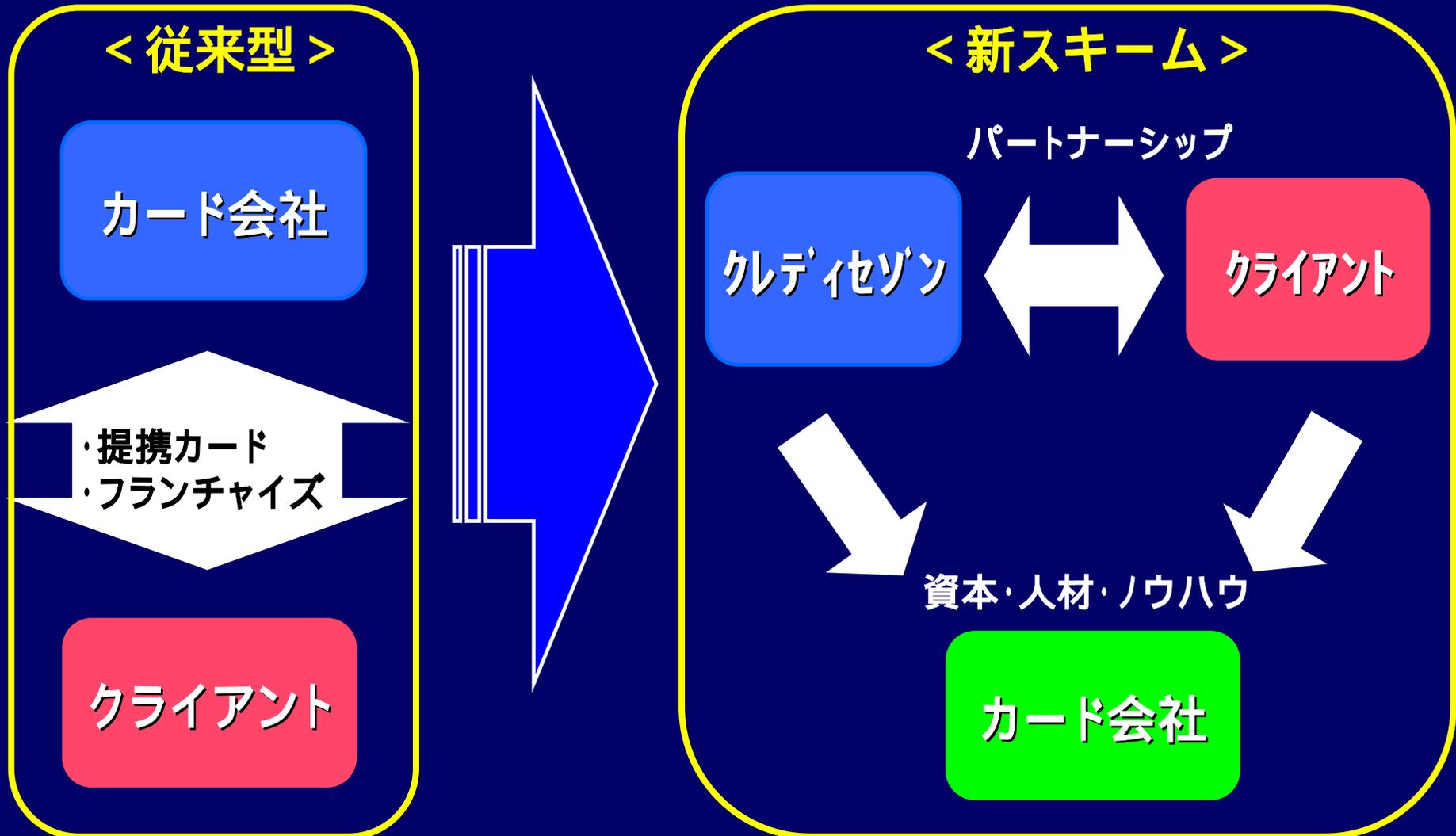
2004年4月現在

男性顧客入会促進

- ・ネット申込チャネル拡充
- ・SAISON CARD EXPRESS
- ・SAISON STATION
- ・出光カード
- ・ETCカード
- ・りそなカード
- ・ローソンカード

[3] 提携戦略： 新たな提携スキームの提案

資本・人材・ノウハウの提供により強固なパートナーシップを構築



[3] 提携戦略： プロセッシングビジネスの拡大

プロセッシングビジネスを拡大し、ショッピング・キャッシングに次ぐ収益の柱を構築

ローソン CS カード

コンビニネットワーク 7,600店舗



会員数:100万人
出資比率:30%

出光 クレジット

GSネットワーク 6,000店舗



会員数:120万人
出資比率:50%

りそな カード

有人店舗数 650店舗



会員数:230万人
出資比率:10%

平成16年7月1日
りそな系カード3社合併予定

出資、マーケティングサポートを含むカード事業における包括的提携

[3] 提携戦略： プロセッシングビジネスの拡大

新たなインフラセンターの構築により、サービスクオリティの向上と徹底した効率化によるコスト削減を推進

2005年春稼動

- ・システム装備による高水準の経常利益率
- ・他社のアウトソーシングを受託



【インフラコスト(収益比率)】



. 事業戦略

[1] 収益性向上施策

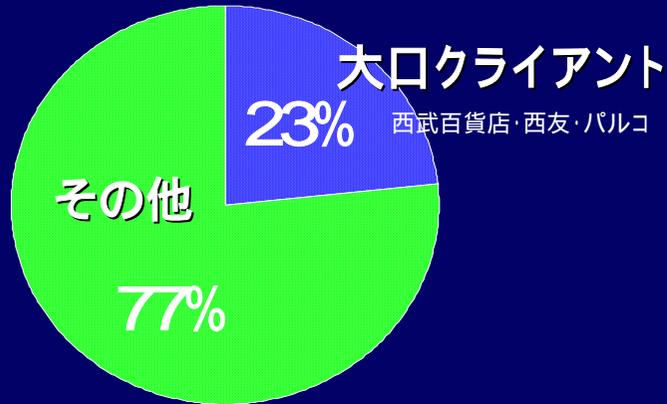
[2] 継続性向上施策

[3] 安全性向上施策

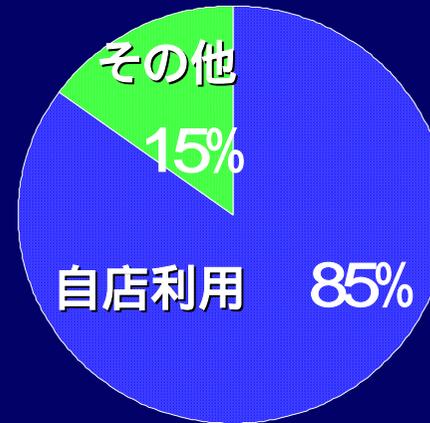
[1] 収益性向上施策： 新たなカードデザインの投入

顧客ニーズにマッチした汎用型カード戦略によって、
ハウスカードの壁を突破する

【(セゾン)カード】



【A社との提携カード】



壁を突破する

【従来型カード】



全面CIの
スタイルから
ロゴ中央へ

【新カードイメージ】



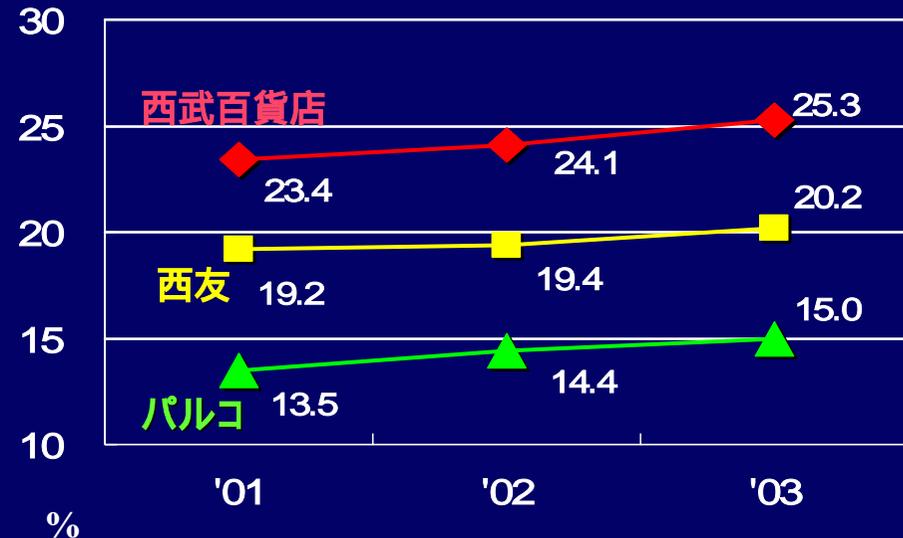
[1] 収益性向上施策： 共同プロモーションの強化

クライアントとの共同プロモーションを強力に推進し、
店内カード利用を促進する

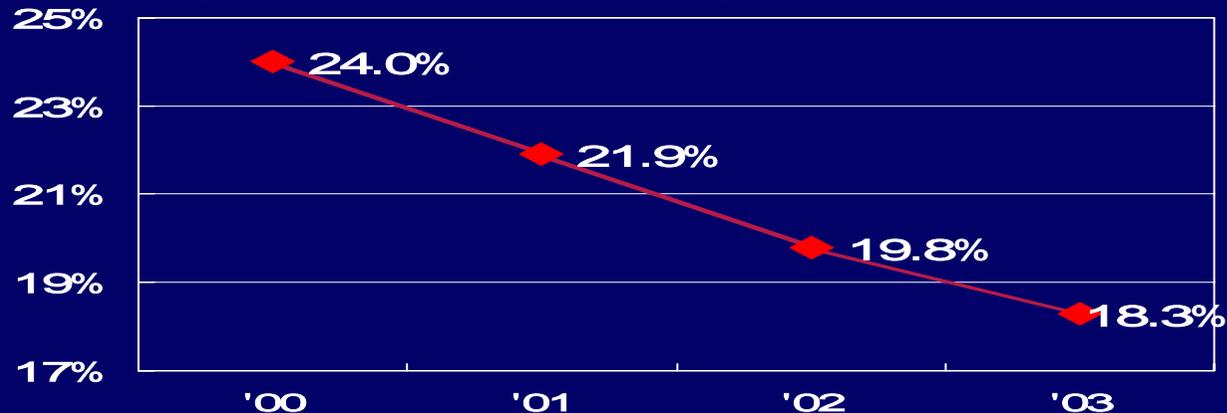
< 主な展開 >

- ・西武百貨店との「夢祭」
- ・プリンスホテルとの会員限定ワイン料理
- ・IHCとのブライダル関連プロモーション
- ・出光SSとのポイント3倍キャンペーン
- ・JTBツアーデスク利用ポイント4倍
- ・大手家電量販店とのプロモーション

【大口クライアントでのカード利用率推移】



< 参考 > 【大口クライアント依存度推移】



[2] 継続性向上施策： 継続決済の浸透

永久不滅ポイント浸透によるメインカード化への意識付け強化と公共料金・携帯電話料金・付帯型保険商品 (Super Value Plus) など恒常的決済機会の提供により、継続決済の浸透を促進

< ご利用チャネルの拡充 >

- ・公共料金 (関西電力・九州ガス)
- ・病院
- ・生命保険 (AIGエジソン生命)
- ・損害保険 (損保ジャパン・セゾン自動車火災)
- ・ETC決済
- ・携帯電話
- ・インターネットプロバイダー契約
- ・新聞購読代金

オリジナル加盟店に占める
継続決済比率推移



[2] 継続性向上施策： 永久不滅ポイント

永久不滅ポイントの効果と今後の展開

【ライトユーザーによるカード利用トレース】

2003年3月末までの利用状況

ポイント数	口座単価	利用頻度
~ 100	4.8万円	8回
101~200	15.1万円	19回
201~300	24.2万円	28回

1年後

2004年3月末までの1年間の利用状況

口座単価	利用頻度
9.3万円(+4.5)	13回(+5)
18.8万円(+3.7)	23回(+4)
26.4万円(+2.2)	31回(+3)

300ポイントまでのライトユーザーにも
着実にポイントプログラムが浸透

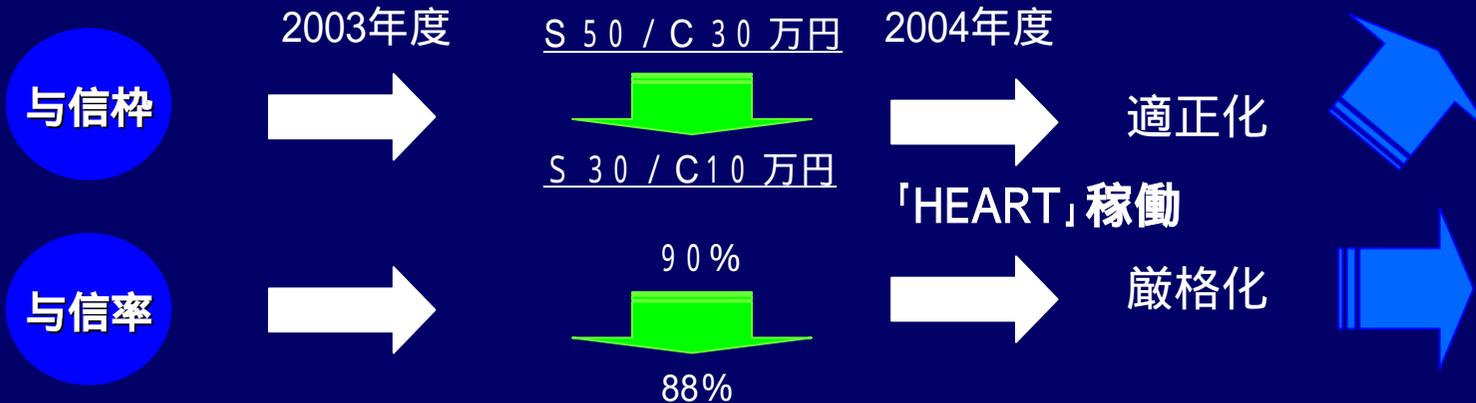
2004年度

『永久不滅ポイント』は誰にでも分かりやすく

入会動機や未稼動ホルダーを活性化促進

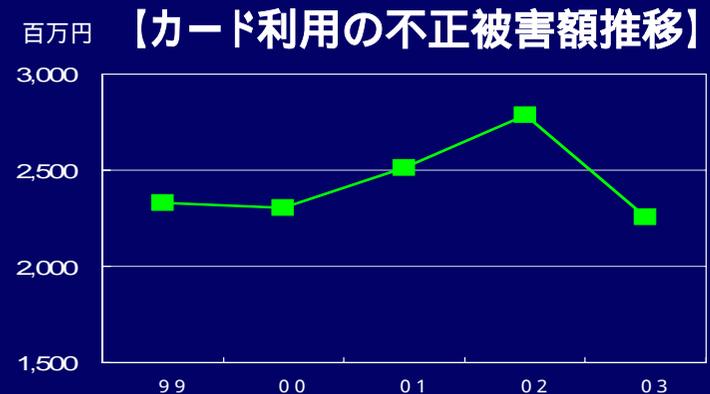
[3] 安全性向上施策: リスクマネジメント対応

初期与信



途上与信

- 利用枠
- ・優良顧客層への限度額UP
 - ・リスク層への限度額DOWN
- 不正
- ・システムによるリスク抑制
 - ・「ACE」、「FALCON」



債権回収

- 早期回収
- ・多重債務者のクラス細分化による早期回収アクション
 - ・コンタクトタイミングの適時化

・調達・人事戦略

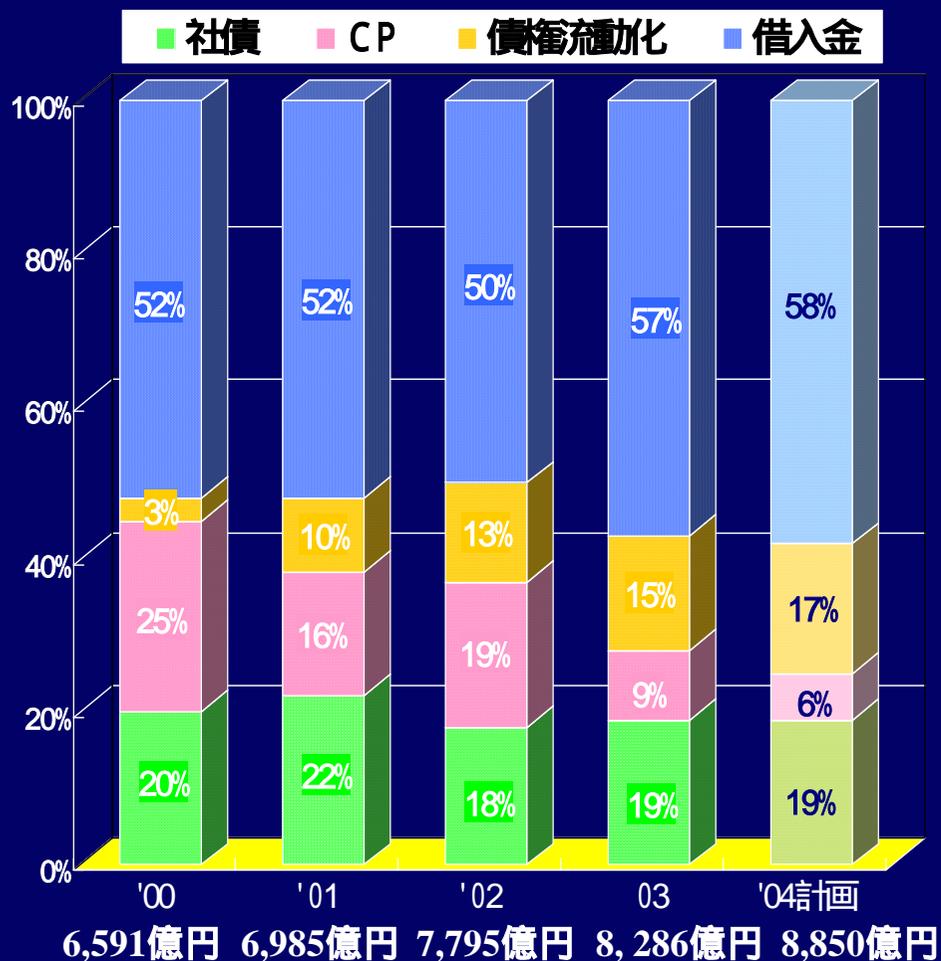
[1] 調達戦略

[2] 人事戦略

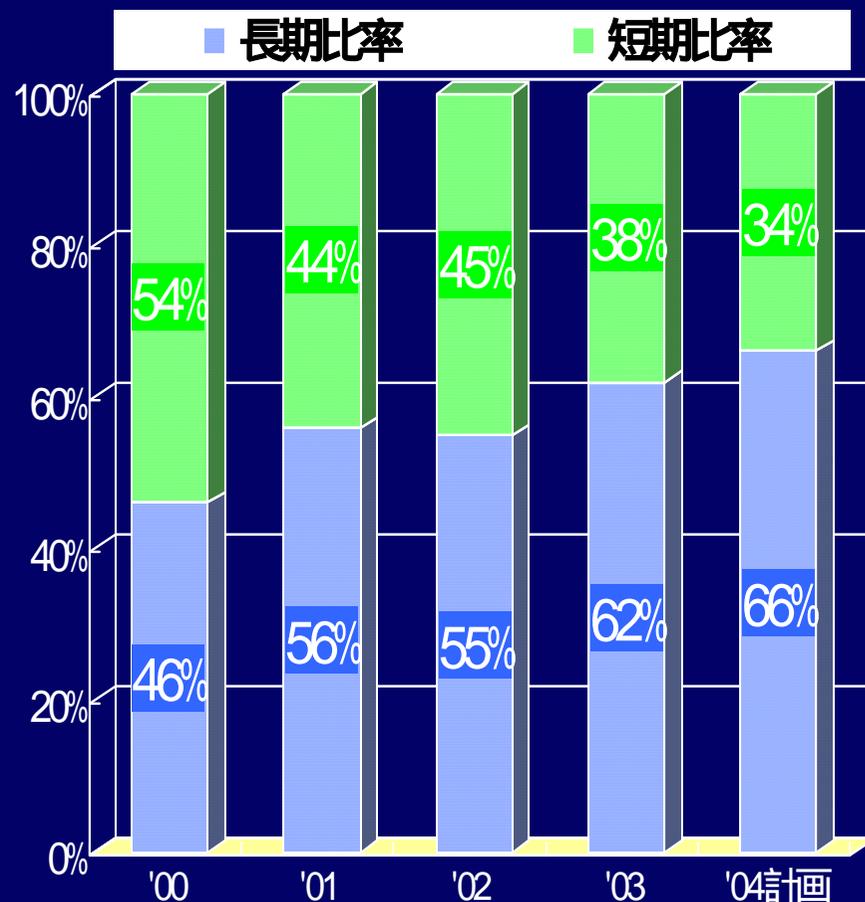
[1] 調達戦略

債権流動化等、多様な手法に取組み、マーケット環境に対応した安定的な資金の調達基盤を構築

【有利子負債の構成比】



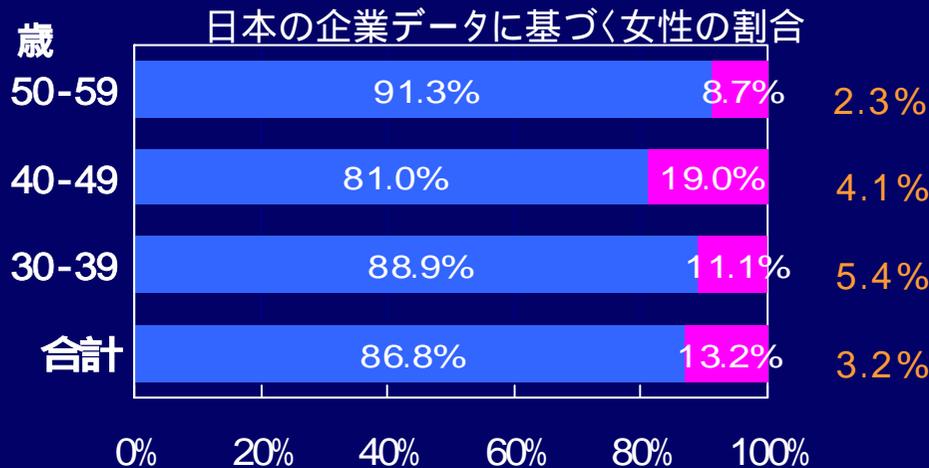
【長短比率の推移】



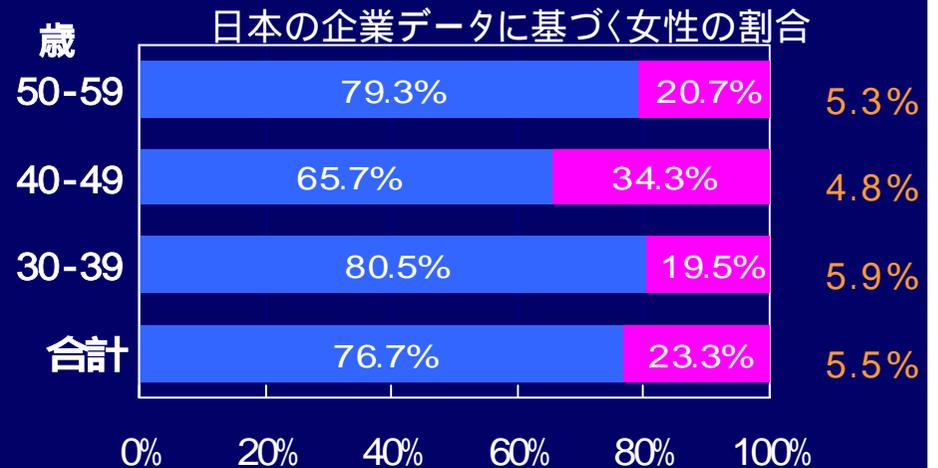
[2] 人事戦略

評価制度、ローテーション、女性の登用、抜擢人事

【部長相当職の男女比】



【課長相当職の男女比】



【係長相当職以上の年齢別分布】

