2009年度　決算説明会資料

2010.5.18

AGENDA

- 2009年度　トピックス　…　1
- 2009年度　決算報告　…　2
- 経営戦略　…　15
- カードマーケットの展望　…　34
- 企業CSR　…　40

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定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。

2009年度　トピックス

◇　三井不動産ららぽーとマネジメントの13施設共通カード「Mitsui Shopping Park カードセゾン」募集開始（4月）

◇　地デジテレビ　「5年レンタルまるごとパック」で政府エコポイント相当分の還元サービス開始（8月）

★　アトリウム上場廃止　～　株式交換によりクレディセゾンの完全子会社化（8月）

◇　UCカード「アットユーネット会員」向けにもセゾンのネット会員専用のサービスを拡大（10月）

◇　公認会計士対象のプレミアムカード「CPAセゾンプラチナ・ビジネス・アメリカン・エキスプレス・カード」を募集開始（10月）

◇　JR九州と提携、JR九州グループ共通カード「JQ　CARD」発行　（10月）

◇　カード会員専用の小額補償サービス「SuperValuePlus」100万件突破を記念し、商品をリニューアル（10月）

◇　ヤマダ電機・全日本空輸（ANA）と提携し、「ヤマダLABI　ANAマイレージクラブカードセゾン」発行　（11月）

★　JPNホールディングス　子会社のコスモサポートが株式会社ヒューマンプラスを吸収分割により事業の一部承継（2月）

◇　セブン＆アイ・フィナンシャルグループとの包括的業務提携の基本合意（3月）

★ は関連会社のトピックス

2009年度 決算報告

1. 経営成績
2. セグメント別業績概況
3. 連結会社の貢献状況
4. 主要指標（クレディセゾン単体）
5. 債権リスク・利息返還の状況
6. 貸金業法完全施行の影響範囲
7. 財務指標
8. 配当の状況

1.経営成績

(単位：億円 、%)

		2008年度	前年比	2009年度	前年比	2010年度（計画）	前年比
連結	営業収益	3,270	94.6	3,068	93.8	2,880	93.9
	経常利益	309	53.3	391	126.3	210	53.7
	当期純利益	△555	－	186	－	90	48.2
	1株利益（円）	△308	－	102	－	49	48.0
単体	営業収益	2,709	97.5	2,579	95.2	2,440	94.6
	経常利益	322	88.1	337	104.9	180	53.3
	当期純利益	△449	－	161	－	65	40.3

2.セグメント別業績概況

（単位：億円、%）

	営業収益			営業利益		
	2008年度	2009年度	伸び率	2008年度	2009年度	伸び率
クレジットサービス	2,547	2,451	△3.8	256	277	7.9
ファイナンス	467	323	△30.7	105	81	△23.1
不動産関連	185	150	△19.0	6	18	198.0
エンタテインメント	155	146	△5.7	16	17	4.7
その他	19	20	7.0	13	15	14.8
計	3,374	3,092	△ 8.4	398	409	2.7
セグメント間取引	(103)	(23)	―	(52)	(47)	―
連結	3,270	3,068	△6.2	345	361	4.7

3.連結会社の貢献概況

経常利益の連単差

	単　体	連　結	連単差
経常利益	337億円	391億円	54億円

連結会社の貢献状況

主な連結子会社	経常利益貢　　献
アトリウムG ・アトリウム （不動産流動化事業） ・アトリウム債権回収サービス （サービサー業） ・エー・アイ・シー（不動産流動化事業）等	1億円
セゾンファンデックスG ・セゾンファンデックス （貸金業） ・ハウスプランニング （不動産流通業）	2億円
コンチェルト （アミューズメント業）	24億円
JPNホールディングス （サービサー業）	7億円

主な持分法適用会社	経常利益貢　　献
セゾン情報システムズ （情報処理サービス）	4.8億円
りそなカード （クレジットカード業）	3.7億円
出光クレジット （クレジットカード業）	3.6億円
ユーシーカード （加盟店事業）	1.1億円

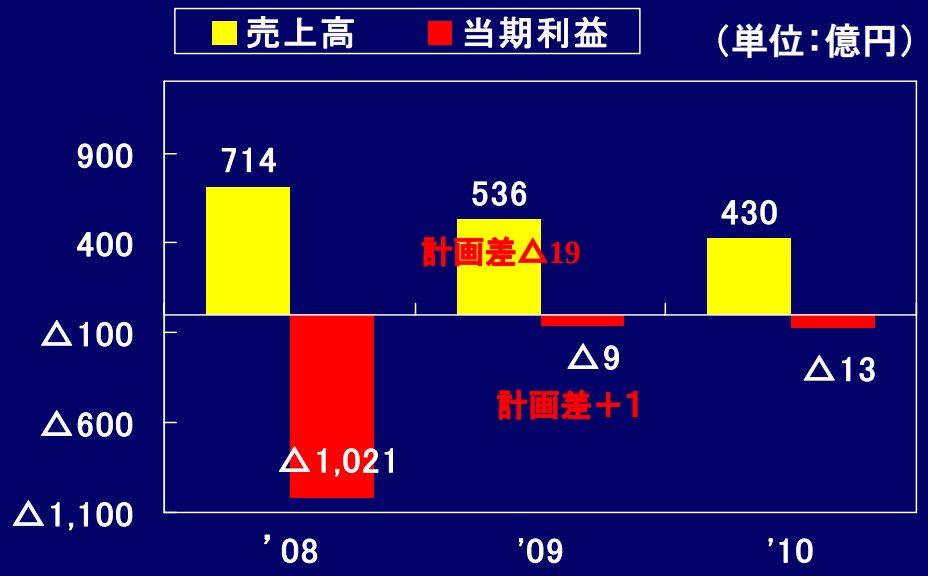
(参考)アトリウム再建計画の進捗状況

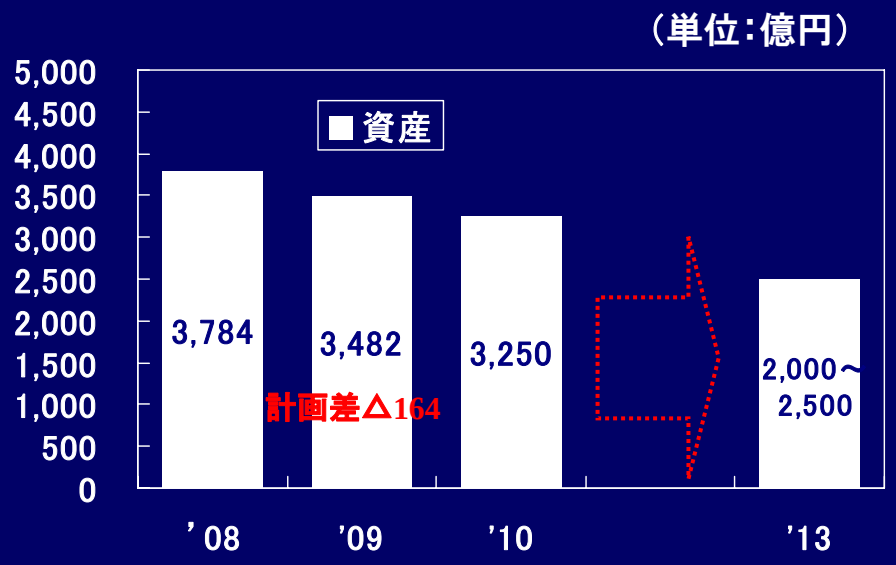
再建計画初年度は計画通りに進捗

■前年度実施策

- 財務支援～免責的債務引受、DES、株式交換により100%子会社化
- 不動産流動化事業とサービサー事業に特化
- 経営体制を刷新
- 希望退職等により人員体制を削減　650名→340名　人件費28億円(前比△35%)

■資産圧縮・業績の実績と計画





4.主要指標（クレディセゾン単体）

（単位：万枚、万人、億円、%）

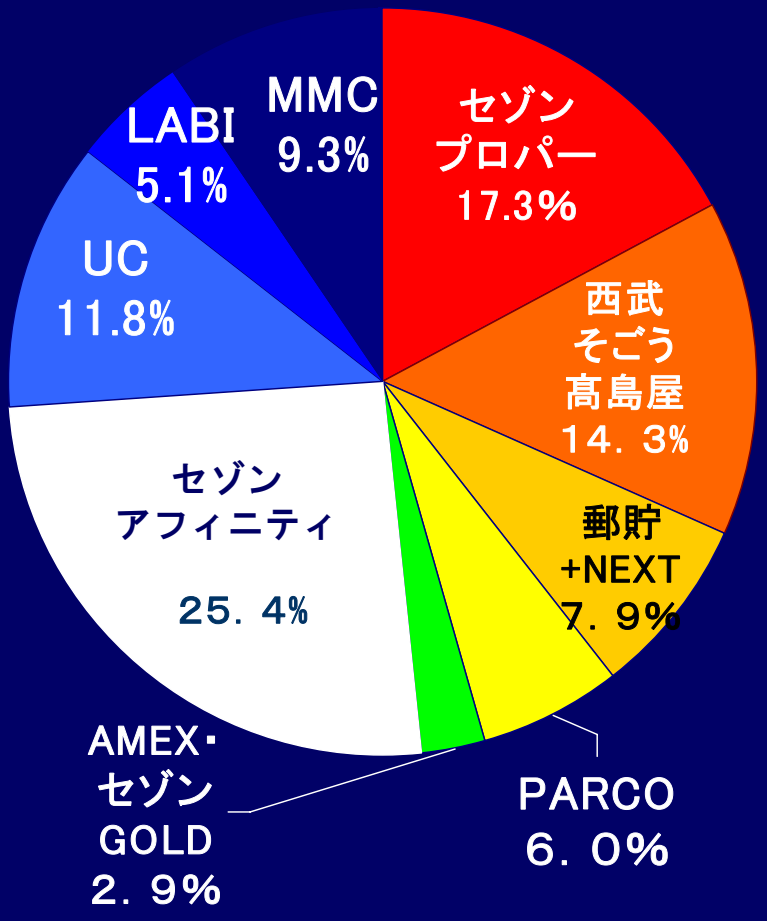
（　）は前期末差

	2008年度	前年比	2009年度	前年比	2010年度（予算）	前年比
新規開拓件数	293	86.7	305	104.1	300	98.4
新規発行枚数	252	88.7	259	102.9	250	96.5
総会員数	2,757（+156万人）	106.0	2,829（+72万人）	102.6	2,870（+41万人）	101.5
稼動会員数	1,391（+69万人）	105.2	1,433（+42万人）	103.0	1,480（+47万人）	103.3
カード取扱高	46,563	101.3	44,490	95.5	44,420	99.8
ショッピング	38,910	103.5	38,446	98.8	39,600	103.0
キャッシング	7,653	91.5	6,043	79.0	4,820	79.8

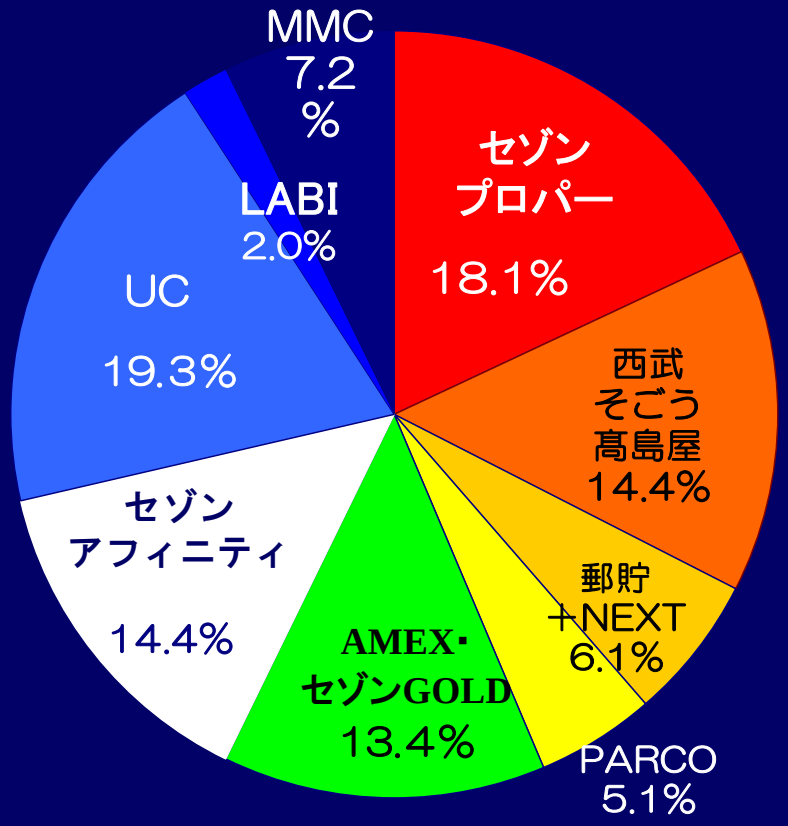
（参考）カード別シェア

プレミアムカードの取扱高/枚数はその他のカードの5.1倍

【会員数シェア】
（合計：2,698万人）



【ショッピング取扱高シェア】
（合計：3兆8,052億円）



※AMEXはBlue/Gold/Platiumカード、
セゾンGOLDには提携GOLDを含む

5. 債権リスク状況

単位：%

	90日以上の延滞率		償却率	
		前年差		前年差
連　結	3.54	+0.65	3.20	+0.23
クレジットカード	3.58	+0.69	3.84	+0.35
ショッピング	2.53	+0.43	2.10	+0.15
キャッシング	5.39	+1.27	6.80	+0.99

※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＝債権残高全体に対して、年間で償却した債権額の割合

単位：億円

	連　結		単　体	
		前年差		前年差
貸倒コスト	673	△98	614	△43
内)利息返還コスト	91	△57	86	△50
貸倒引当金残高	1,264	+46	860	△499
利息返還損失引当金残高	355	△90	323	△74

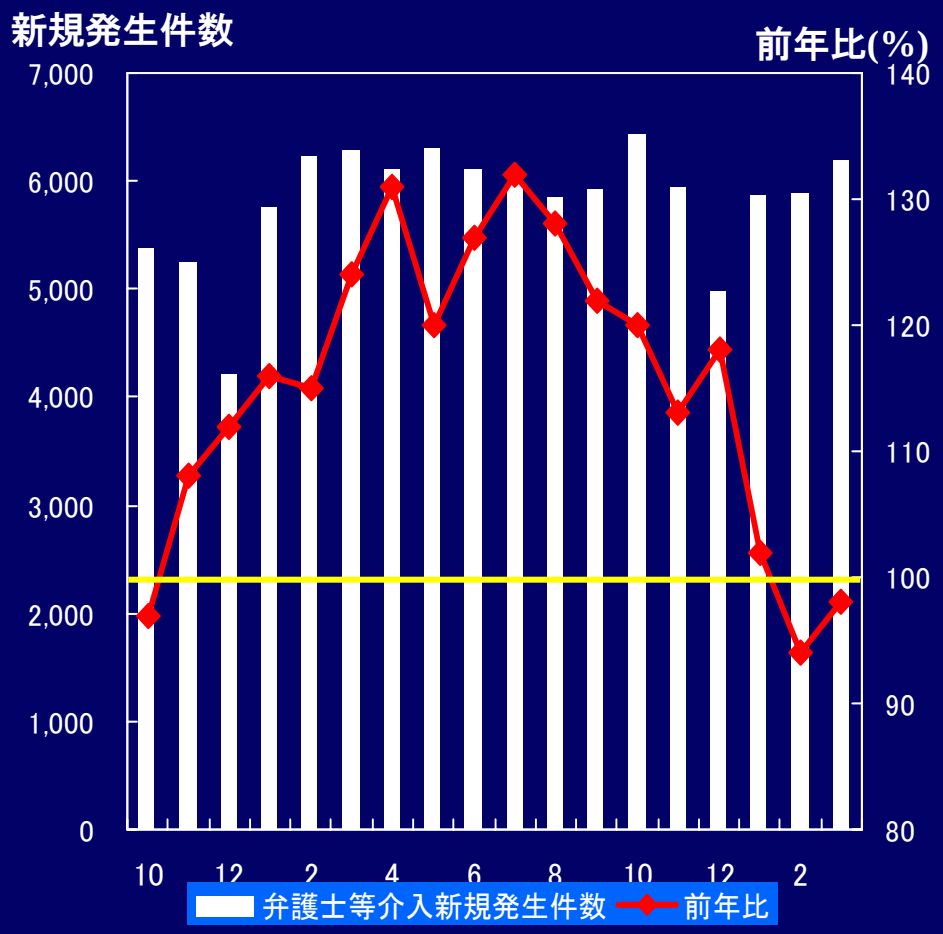
5. 利息返還損失の動向

新規発生は高止まりだが前年割れ

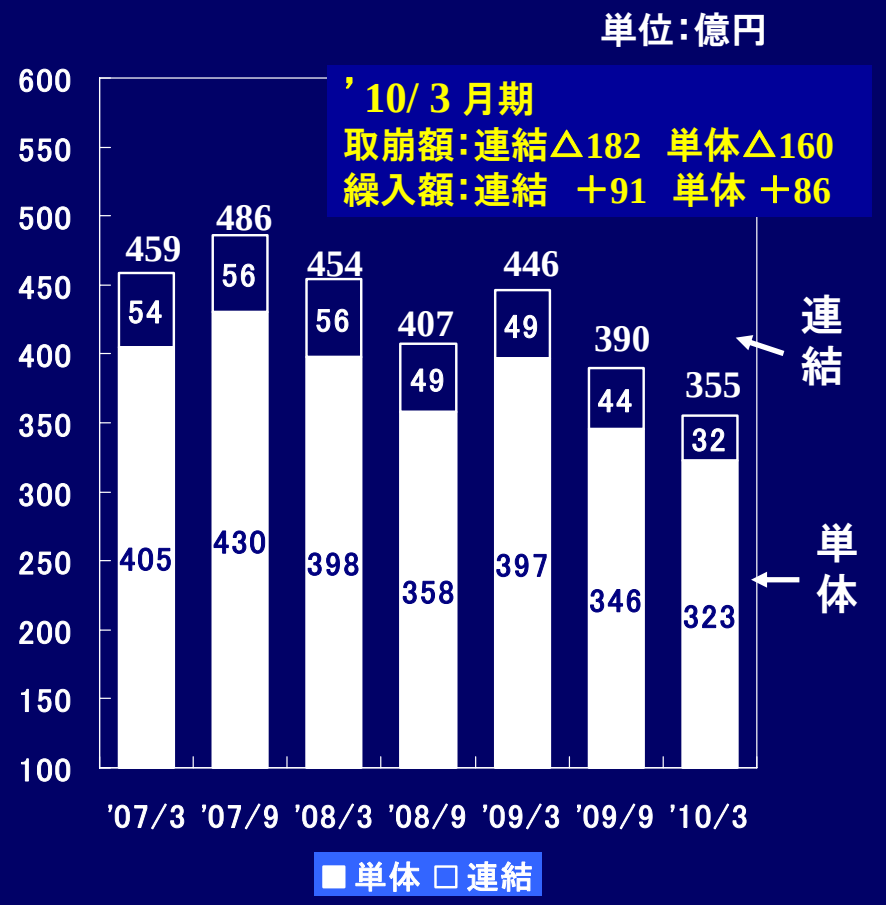
貸金業法規制の影響で一時的に増加することを見込む

利息返還損失引当金約40億円期末に積増し

■弁護士等介入の新規発生状況



■利息返還損失引当金推移



6.貸金業法完全施行の影響範囲

貸金業法の完全施行を控え、現段階で想定しうる影響を試算

■マーケット縮小と総量規制によりキャッシング取扱高・残高・収益が減少

（単位：億円）

【取扱高】		【残　高】		【収　益】	
6,043	4,820	5,340	4,640	865	719
	△1,223		△700		△146
09年度	10年度計画	09年度	10年度計画	09年度	10年度計画

■規制強化により、貸倒が短期的に急増することを想定し、前期末に追加引当実施

（単位：億円）

	09年度		10年度計画	前差
貸倒コスト	614		650	+36
内利息返還コスト	当初計画 44 ＋ 期末追加引当 42	86	46	△40

7.財務指標

	連　結		単　体	
		前年差		前年差
自己資本額	3,389億円	+206億円	3,197億円	+154億円
総資産	2兆3,741億円	△329億円	2兆2,004億円	△203億円
自己資本比率	14.3%	+1.1%	14.5%	+0.8%
※ROE（調整）	7.1%	+1.8%	6.5%	+0.7%
ROA（経常利益ベース）	1.6%	+0.3%	1.5%	±0%

※特別損益を控除し、税率40%と仮定した場合の当期純利益（経常利益×（1-0.4））ベース

8.配当の状況

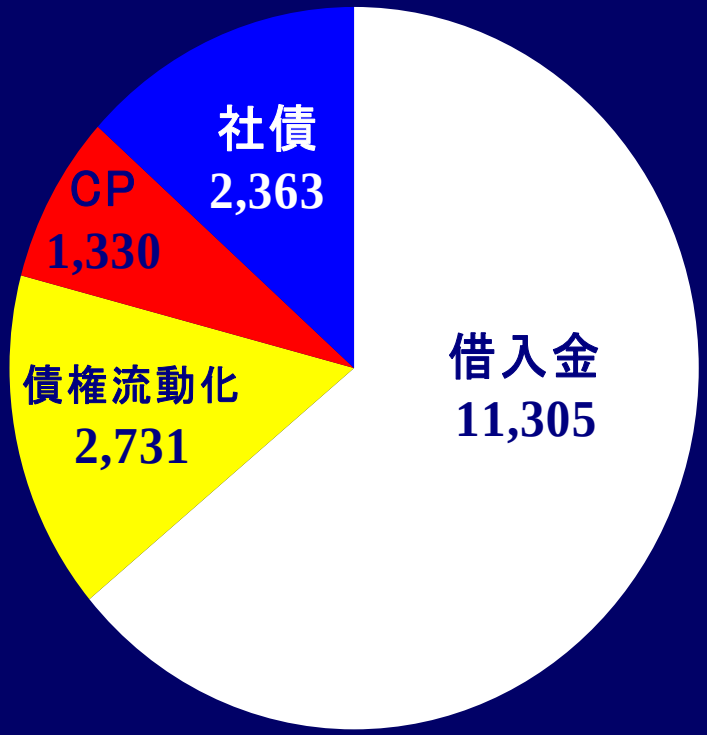
	2008年度	2009年度	2010年度予想
1株当り配当金	30円	30円	30円
配当金総額	54億円	55億円	55億円
連結配当性向	―	29.3%	61.2%

（参考）調達構造

（単位：億円）

【連　結】

残高計 17,730

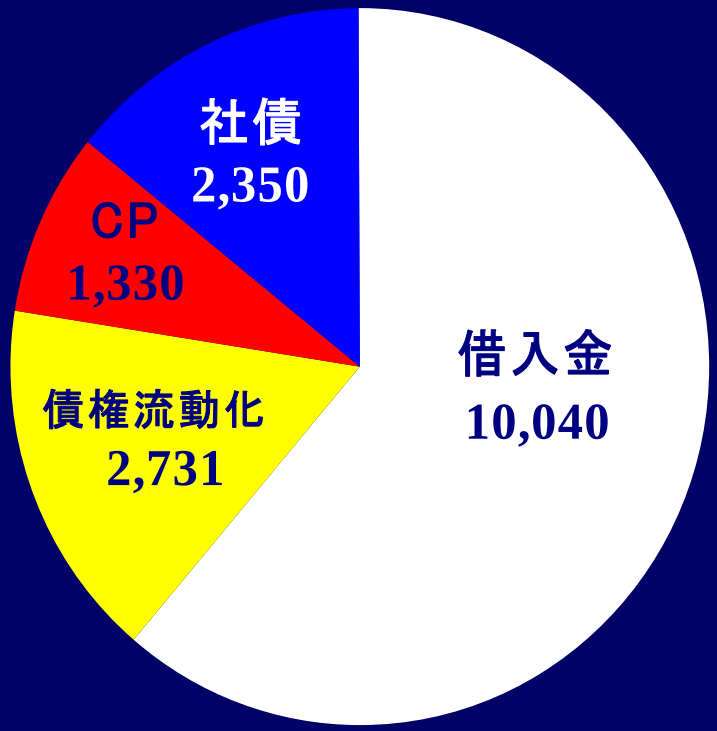


長期比率：76%

【格付】
R&I　A+

【単　体】

残高計 16,452



長期比率：78%　固定比率：67%

社債・長期借入金残高10,017億円
平均残存期間3.5年

経　営　戦　略

Ⅰ．経営環境変化と当社・業界へのインパクト

Ⅱ．消費環境の変化

Ⅲ．クレディセゾングループの経営戦略

Ⅳ．2010年度の重点施策

Ⅰ．経営環境変化と当社・業界へのインパクト

■外部環境の変化

・世界的金融危機は最悪期を脱し、景気の二番底の懸念は和らぐ

・日本では雇用改善やデフレ脱却に時間がかかり、個人消費が冷え込むなか、消費はモノからコトへ、リアルからネットへシフト

■当社事業環境

・貸金業法、割賦販売法等の規制強化と、貸倒コスト及び利息返還コストの高止まりによるカードビジネス収益力が大幅に低下

・デフレによるカード利用単価の下落、主要クライアントである百貨店・GMSの売上低迷や店舗閉鎖等によるショッピング取扱高の低迷

・競合他社は銀行傘下・合併・事業縮小により相次ぐリストラ厳しい経営状態に陥り、カード・貸金業界における淘汰が進む

規制強化・個人消費不振を背景に、「カード事業の構造改革」および「インターネット社会の進展」が進む中

顧客基盤の活用による「サービス先端産業化」を目指す

チャート(1) 消費市場の構造変化

■ 国内家計最終消費支出の消費項目別推移

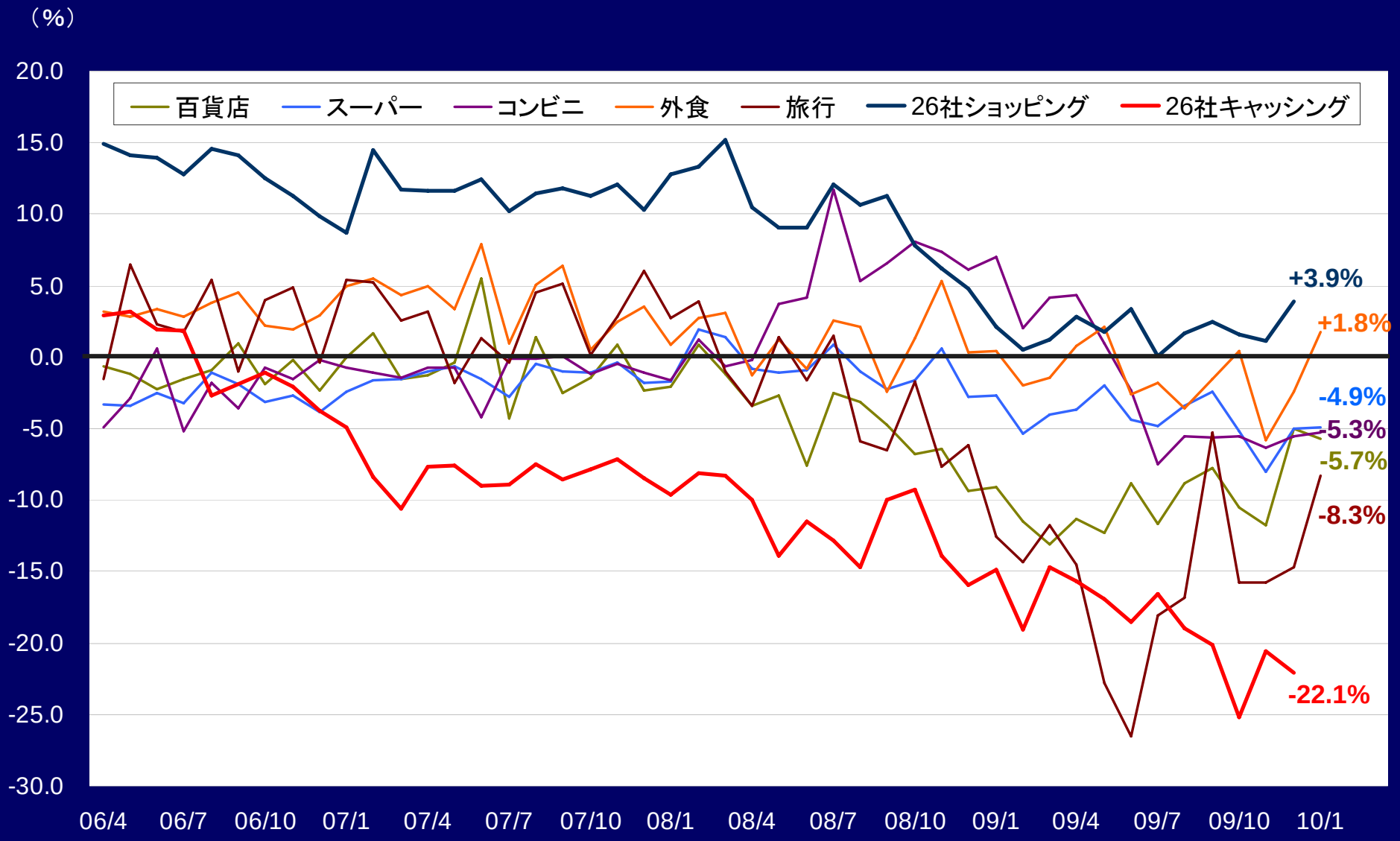
		支出の目的	1998年度	2008年度	10年前比
ベスト	1位	娯楽・レジャー・文化	27.7兆円	58.0兆円	209.3%
	2位	通信	5.7兆円	10.5兆円	183.6%
	3位	保健・医療	9.3兆円	12.7兆円	136.0%
	4位	住居・電気・ガス・水道	61.6兆円	74.1兆円	120.2%
	5位	家具・家庭用機器・家事サービス	12.3兆円	14.7兆円	119.5%
ワースト	1位	被服・履物	15.2兆円	10.0兆円	65.7%
	2位	アルコール飲料・たばこ	9.6兆円	7.8兆円	81.1%
	3位	教育	6.2兆円	5.8兆円	94.6%
	4位	その他	31.3兆円	30.1兆円	96.0%
	5位	食料・非アルコール飲料	43.1兆円	41.6兆円	96.7%
国内家計最終消費支出(実質)			271.3兆円	315.9兆円	116.4%
クレジットカード ショッピング信用供与額			19.0兆円	42.4兆円	223.2%
(家計最終消費支出に対するシェア)			7.0%	13.4%	＋6.4P

※出典:内閣府　国民経済計算

チャート（2） ネット通販と小売業売上高推移

業種	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	04→09年比
ネット通販	2.8兆円	3.6兆円	3.8兆円	4.9兆円	6.2兆円	6.5兆円	228.3%
（前年比）		125%	106.1%	129.3%	126.1%	105.6%	—
百貨店	7.8兆円	7.8兆円	7.7兆円	7.7兆円	7.3兆円	6.5兆円	83.6%
（前年比）		99.5%	99.1%	99.2%	95.8%	89.2%	—
スーパー	14.2兆円	14.1兆円	14.0兆円	13.9兆円	13.2兆円	12.8兆円	90.0%
（前年比）		99.5%	98.9%	99.7%	95.0%	96.7%	—
コンビニ	7.1兆円	7.2兆円	7.2兆円	7.3兆円	7.8兆円	7.9兆円	110.9%
（前年比）		101.3%	100.7%	101.3%	106.7%	100.6%	—

チャート（3） 関連業界とカード取扱高の推移（前年同月比）



※百貨店/スーパー/コンビニは既存店ベース1月実績、外食は全店ベース1月実績
※旅行は1月実績、26社ショッピング・26社キャッシングは12月実績

チャート(4) 個人消費動向の変化

■2009年4-2010年3月　加盟店業種別　取扱高前年比(SAISONブランド)

順位	利用件数		単価		取扱高	
1	ETC	136.1%	通　信	107.5%	通　信	113.9%
2	医　療	118.8%	家　電	100.8%	教　育	111.8%
3	家　具	113.5%	教　育	99.4%	医　療	109.6%
4	教　育	112.5%	宿　泊	96.5%	ETC	108.5%
5	レジャー	111.7%	スポーツ	95.8%	公金・保険等	106.0%
6	公金・保険等	111.0%	公金・保険等	95.5%	レジャー	104.7%
7	通　販	108.5%	通　販	94.6%	通　販	102.6%
8	ｼｮｯﾋﾟﾝｸﾞｾﾝﾀｰ	107.2%	レジャー	93.7%	家　具	101.5%
9	衣　料	106.2%	飲　食	93.3%	家　電	99.0%
10	通　信	106.0%	カー用品	92.6%		
11	トラベル	105.5%	医　療	92.3%		
12	スポーツ	102.9%	百貨店	92.0%		
13	カー用品	99.4%	スーパー	90.8%		
14	百貨店	98.8%	ｼｮｯﾋﾟﾝｸﾞｾﾝﾀｰ	90.2%		
15	スーパー	98.6%	衣　料	88.9%		

※スポーツ:フィットネスクラブ
・ゴルフ　など

※レジャー:テーマパーク・映画館
・チケット　など

※カー用品:ETC車載器含む

構造改革とイノベーションの具体化

(1)支店ネットワーク	① 法人営業(法人カード・リース・レンタル) ② 営業代行(加盟店開拓) ③ エリアマーケティング(提携店舗拡大)
(2)セゾンカウンター	① ハウスカード開拓は提携先主導化 ② カード切替・ネット会員の募集 ③ 保険募集・ハウスクリーニング・パーソナルリース等
(3)カード開拓	① WEB開拓(カード発行40万枚) ② タブレットPC開拓(福岡パルコ実験開始) ③ モバイル開拓(LABI店頭モバイル:発行21万枚)
(4)ネットビジネス	① 楽天・ヤフー・アマゾン・セゾン・セブン ② ネットビジネス企業とのコラボレーション機能多角化 ③ 勝ち組NET企業との会員相互活用
(5)カード機能	① プロパーカード＋提携ハウスカード化推進 ② キャッシング・ローン機能分化 ③ Debit・プリペイドとの融合、ギフトカード開発

(6)競争優位性	① 永久不滅.comの多機能化 ② 割引制度の普遍化 ③ カードブランドイメージ確立
(7)マルチ ファイナンシャル ビジネス化	① 信用保証ビジネスの改革と拡大 ② 不動産担保融資ビジネス・フラット35のイノベーション ③ 戦略投資事業の創造
(8)請求	① 請求書・カードニュース郵送の省略 ② 決済ネットワークの自社化 ③ 銀行口振業務の自社化
(9)回収	① NET・ATM入金化 ② コンビニ決済の経済条件改定 ③ カード事業以外の受託ビジネス
(10)システム開発	① 共同基幹システム(3社共同投資) ② プロセシングコスト削減 ③ ペーパーレス化
(特)環境問題メセナ	① 赤城自然園の運営体制準備 ② 赤城自然園へのポイント寄付勧誘 ③ 地域とのコラボレーション

Ⅳ. 2010年度の重点施策

１. カードビジネス収益拡大策

２. ファイナンスビジネス収益拡大策

３. 企業CSR（環境問題メセナ）

1. カードビジネス収益拡大策（1）

カード開拓「安定的なカード開拓数（300万枚）と開拓効率の向上」

■重点商品に関する開拓強化

・カード採算性を考慮した開拓強化商品の選定
・新規、既存提携カードの子カード化（プロパーカードに紐つくハウスカード）
・AMEXカード開拓強化

■構造改革によるコストコントロール

・タブレットPC導入による申込関連業務の効率化
→福岡パルコ実証実験（3月）後、三井・パルコ拠点を中心に6月より展開予定
（効果1）申込内容の端末入力作業の省略による業務量削減
（効果2）申込書（紙）の管理・送付作業の省略による業務量削減
・Web開拓強化による申込関連業務の効率化
→Web開拓シェアを現行から8%引上げ

1. カードビジネス収益拡大策（2）

提携戦略① 「ｾﾌﾞﾝ&ｱｲ･ﾌｨﾅﾝｼｬﾙ･ｸﾞﾙｰﾌﾟとの包括的業務提携」

■基本合意内容（具体的内容は本年夏を目処に両社で協議中）

- そごう･西武との提携カードイシュアー事業の合弁事業化
  提携カード事業の分割と合弁会社設立（出資比率　7&i51:ｾｿﾞﾝ49）
- セブン＆アイグループでのカード事業展開
  アイワイ･カード･サービスとの事業統合（2013年3月までを目処）
- 戦略的協業
  ネット等を活用したマーケティング連携による相互送客

セブン＆アイグループ

流通最大手の幅広い顧客基盤と顧客接点を活用した**カード事業を金融事業の中核として育成**

1,000万人規模のカード会員化
（「そごう･西武：300万人」+「ｱｲﾜｲｶｰﾄﾞ：300万人」+α）

クレディセゾン（CS）

マーケティング、プロセッシング等カード事業のノウハウを活用した**クレジットカード業界におけるプレゼンス拡大**

1. カードビジネス収益拡大策（3）

提携戦略②　AMEXブランドを活用した「新AMEXディール」の展開

■AMEXブランドによる取扱高の飛躍的拡大

- AMEXブランドを武器としたマーケティングプログラム
- AMEXのﾌﾞﾗﾝﾄﾞｲﾒｰｼﾞ（ｽﾃｲﾀｽ）とSaisonを融合させた差別化戦略の構築
- 日本No1のAMEX提携会社として圧倒的なﾏｰｹｯﾄｼｪｱ確立とﾌﾞﾗﾝﾄﾞｲﾒｰｼﾞ向上

（単位：億円）　AMEX　ショッピング取扱高計画

1. カードビジネス収益拡大策（4）

成長業種、非物販への取組み 「モノからコトへのシフト」

■エリア戦略

・池袋をはじめとする首都圏主要都市及び地方エリアでの業種横断キャンペーン（通販・家電・新生活など）

・県とのタイアップによるエリア送客施策の展開（例：大分県、群馬県など）

■非物販（ｻｰﾋﾞｽ）戦略

・世の中の消費の流れがモノからコトへシフトしている環境下に対応

・保育、介護、リフォーム、ペットトリミング、美容、冠婚葬祭、パーティーなどの加盟店強化とトータルサービスビジネスの構築

・プリペイド、Debitとの融合による新たなギフトカード市場開拓

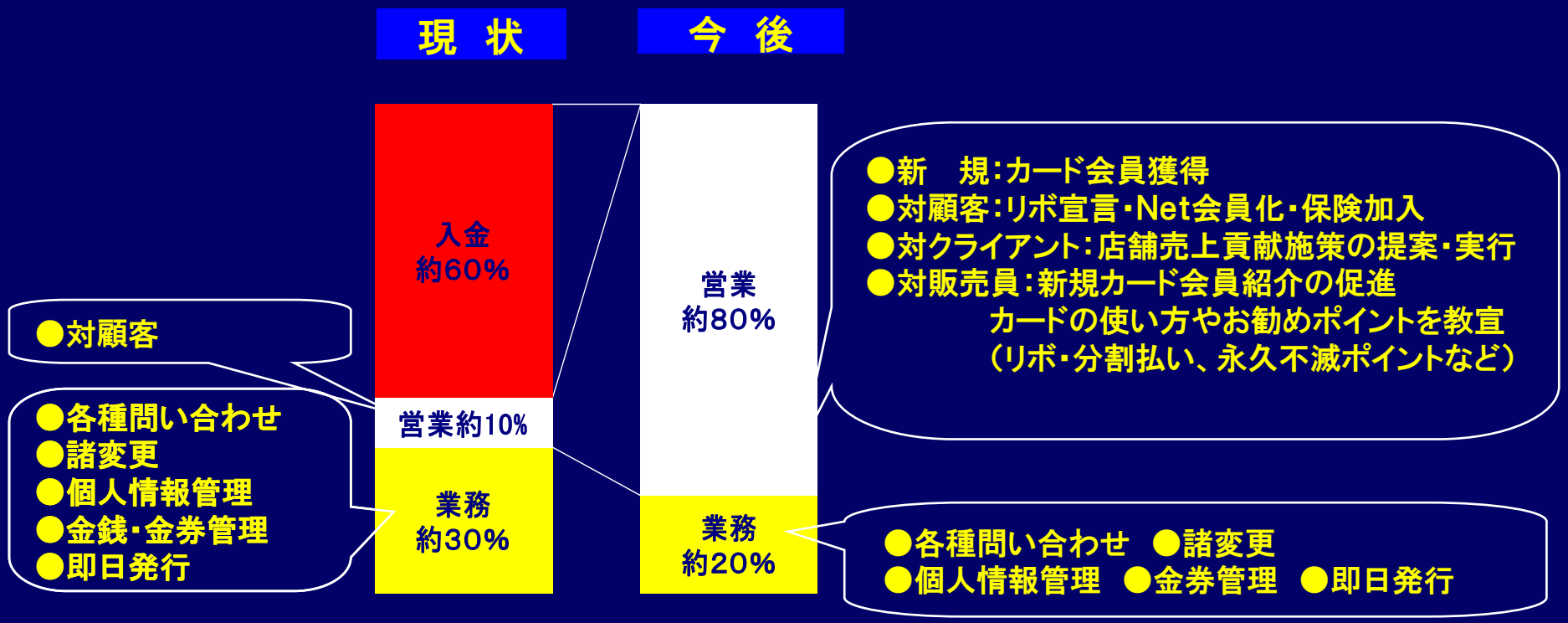
1. カードビジネス収益拡大策(5)

セゾンカウンターの業務構造改革 「お客様との接点強化」

■カウンター入金業務を廃止し、顧客との接点やクライアント営業を強化

・新型ATM設置(340台)による入金手続きの効率UP及び入金メニュー拡充

・顧客との接点を拡大し、サービス先端企業としてのお客様対応(営業)を強化



1. カードビジネス収益拡大施策（6）

ネット会員の拡充による
「カードビジネスの収益構造改革」「新規ビジネスのインフラ構築」

①ネット有力企業との連携によるネット会員拡大

・非カード会員への永久不滅. com関連サービス開放（＝ネット会員のオープン化）

②WEBを活用したローコストオペレーション

・WEB開拓、WEB明細、WEBマガジンによる各種経費のローコスト化推進

③2850万人のカード会員基盤活用によるフィービジネス

・フィー収益の創出（成功報酬、広告、コンテンツ、リサーチ、オークション、口コミ等）

2009年度実績
- ネット会員数：426万人
- WEB明細　：90万人
- 永久不滅.com取扱高：270億円（前比135%）
- 貢献利益　：12億円

→

2010年度計画
- ネット会員数：650万人
- WEB明細　：400万人
- 永久不滅.com取扱高：540億円（前比200%）
- 貢献利益　：35億円

→

2012年度目標
- ネット会員数：1,000万人
- WEB明細　：600万人
- 永久不滅.com取扱高：1,200億円
- 貢献利益　：70億円

[参考] ネットビジネス概略図

ネット会員
（Netアンサー・アットユーネット）

Profile化
適切な情報サービスを提供

カード会員

非カード会員

収益拡大
- アフィリエイト収益
- 広告収益
- WEBニース掲載収益
- ネット企業代理営業収益

コスト削減
- WEB明細
- WEBニュース
- WEBカード開拓
- 入金・口座／属性変更

ネット企業連携
- 有力ネット企業からのネット会員化

SNS、ブログ系
口コミ系
その他

ネット会員化

ネット会員化

カード会員化

カード会員
- 既存獲得チャネル
  - 通常申込（HP）
  - Webカード申込
  - 仮ID申込（カード台紙）
- 新規獲得チャネル
  - タブレットPC申込
  - モバイル申込
  - 提携先メール申込

永久不滅. Com　ー永久不滅関連サービスをサイト統合ー

永久不滅.com　永久不滅オークション　永久不滅クリック　永久不滅リサーチ　永久不滅コンテンツ　永久不滅WALKER　価格.com　SAISON CARD INTERNATIONAL　UC

1. カードビジネス収益拡大策(7)

コストコントロール 「事業構造改革による70億円のコスト削減」

■請求書コスト(削減額▲20億円)

・Web明細拡大、明細書はがき化推進、封書25g軽量化など

■開拓関連コスト(削減額▲12億円)

・新規開拓券種の選定、提携条件改定、カウンター入金業務廃止など

■プロセシング業務の合理化(削減額▲13億円)

・各種業務改善、EDP費削減

■ポイント費用(削減額▲5億円)

・交換促進、単価低減

■全体経費削減(削減額▲20億円)

・費用対効果の厳格化、外信単価交渉、その他経費削減

2. ファイナンス事業の収益拡大策（1）

リース＆レンタル事業 「レンタルビジネスの飛躍的拡大」

■レンタルビジネス・・・レンタル取扱高　前年比585．5%

・家電レンタル（地デジ需要）の未着手業種への拡大（医療施設、老人ホーム・介護施設、ウイークリー・マンスリーマンション等）
・省エネ法需要を中心としたECO関連商材の開発（LED、電動アシスト自転車等）
・パーソナルレンタル事業の新規展開

■リースビジネス・・・リース取扱高　前年比101．3%

・経済条件改定等による収益性向上と新規提携によるマーケットでのシェアUP（キャノンS＆Sとの提携を始めとして、メーカー系販社への営業を強化）
・小口大量処理ノウハウを活用した未着手マーケット（医療関連、厨房機器等）への進出

2. ファイナンス事業の収益拡大策(2)

融資事業 「フラット35の拡大による収益強化」

■フラット35の拡大

・10年度新規実行目標 2,000件(前年差 ＋1,500件)
・提携先からの受込案件比率8割を目処として営業エネルギーを集中
・日本住宅建設産業協会の活用
・新規戸建案件の推進
・「フラットつなぎ」の新商品リリース

信用保証事業 「リスクコントロールによる収益強化」

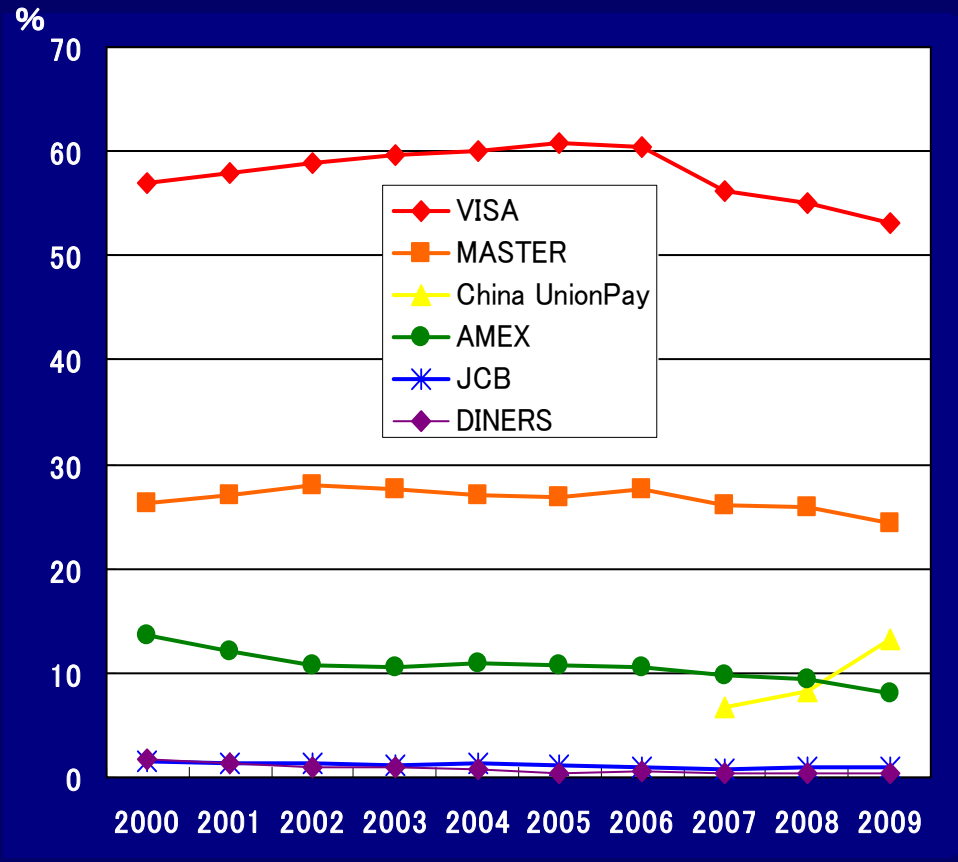
■保証残高の良質化

・09年度末 保証提携先 218金融機関 保証残高 1,721億円
・10年度新規保証提携先 30金融機関
・リスク度合いの低い地域密着型・渉外展開型金融機関との新規提携を促進
・代弁負担率と地域特性を組み合わせた提携先別審査判断基準の策定

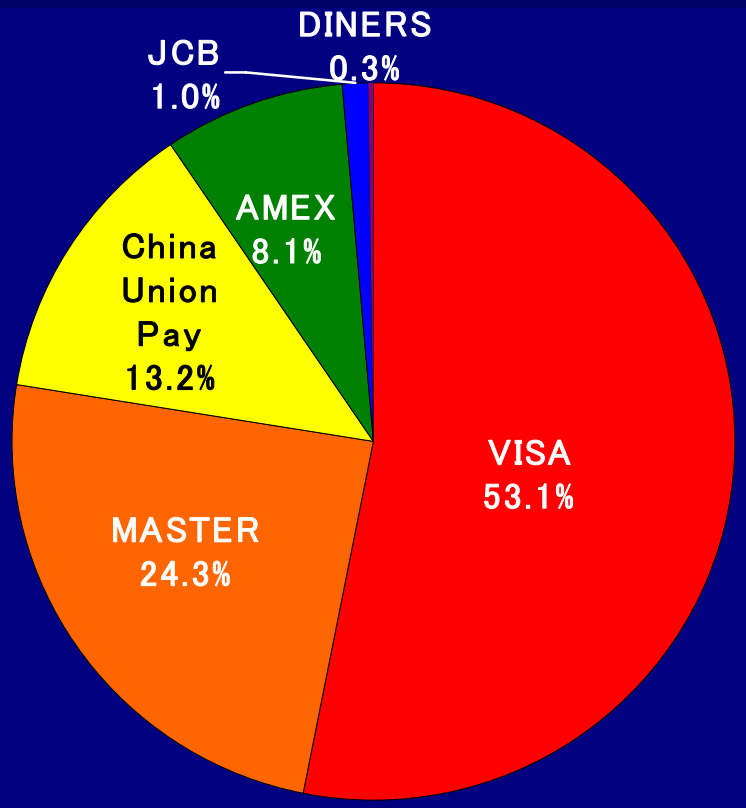
（参考）カードマーケットの展望

（1）グローバル・マーケットにおけるブランド別シェア

■ 国際ブランド別取扱高シェア推移



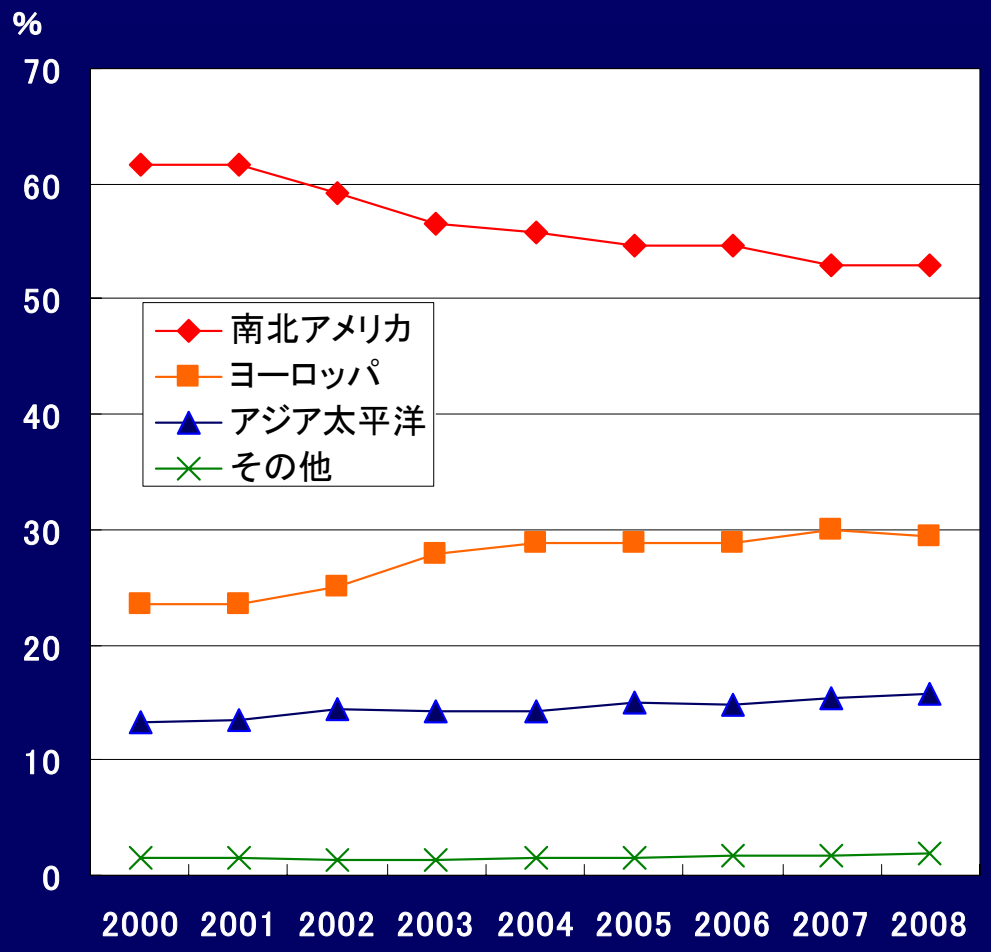
＜2008年グローバル取扱高シェア＞



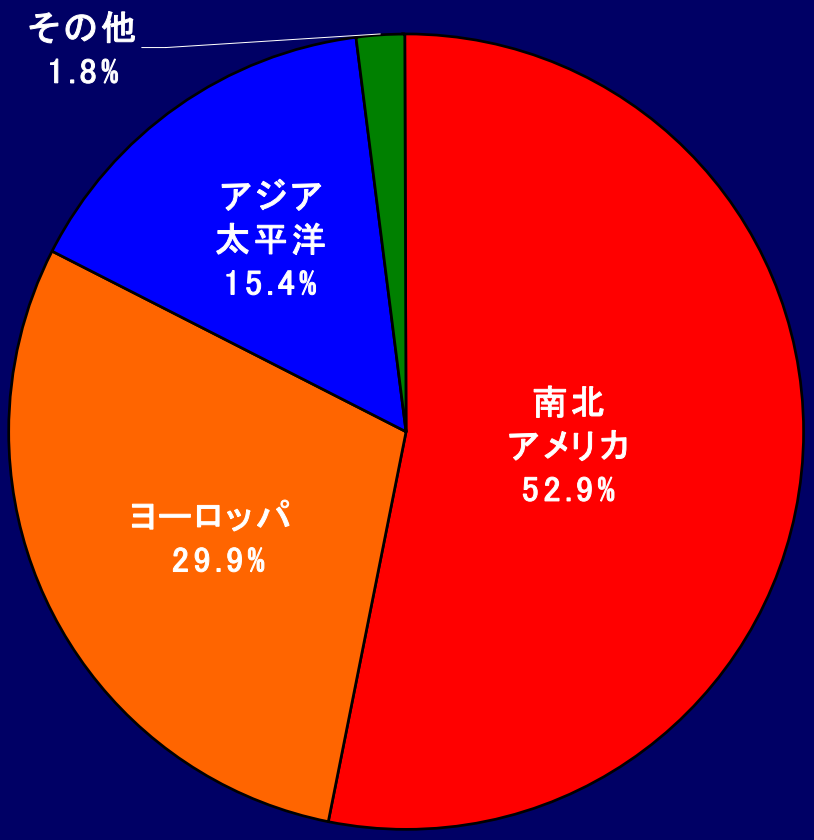
※出典：NILSON REPORT
※VISAとMASTERはクレジット及びデビットの合算。それ以外はクレジットのみ。

（2）エリア別シェアと成長性

■ エリア別シェア取扱高推移



＜2008年エリア別取扱高シェア＞

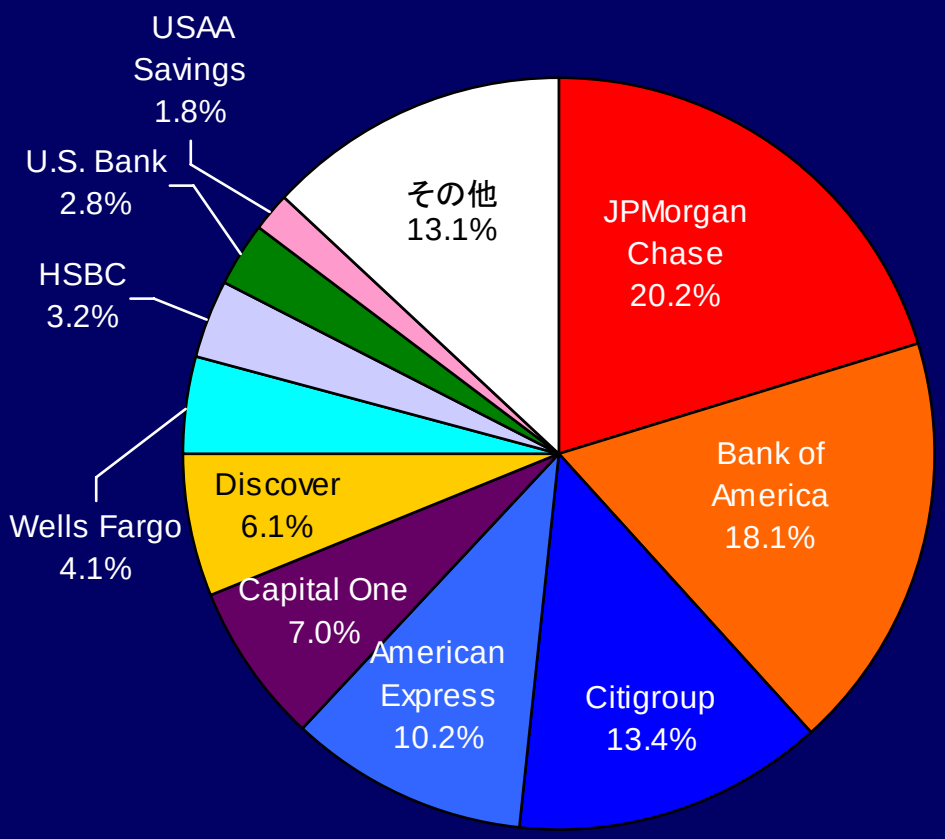


※出典：NILSON REPORT
※国際ブランドのクレジット及びデビットの合算。

（3）米国のマーケット･シェアの変化

米国における2009年のクレジットカード債権残高は、前年比▲10.5%の7,721億ドル。
各社取扱高が減少する中、Wachoviaを買収したWells Fargoが取扱高6%増。

■ イシュアー別債権残高シェア



■ カード発行枚数ランキング（万枚）

順位	イシュアー名	発行枚数
1	JPMorgan Chase	9,380
2	Citigroup	7,960
3	Bank of America	5,770
4	Discover	4,430
5	American Express	4,270

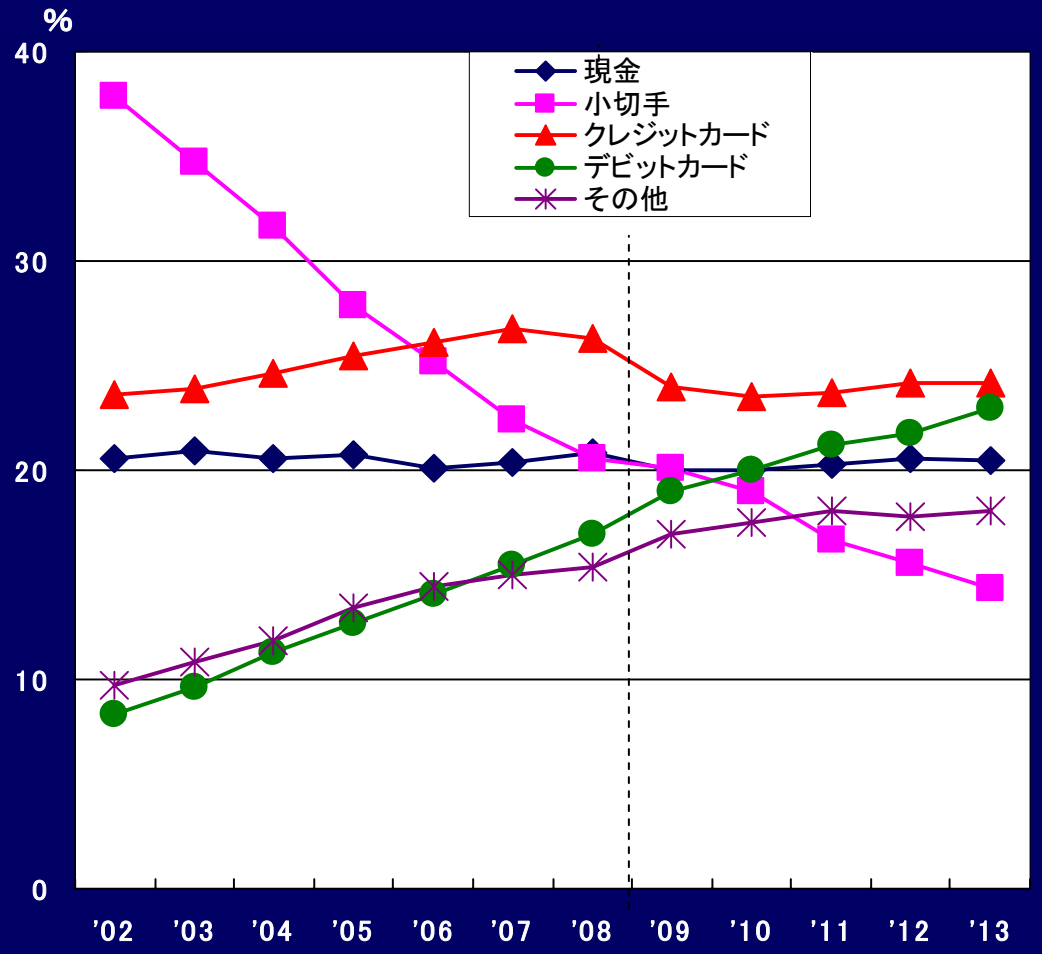
■ショッピング取扱高ランキング（億ドル）

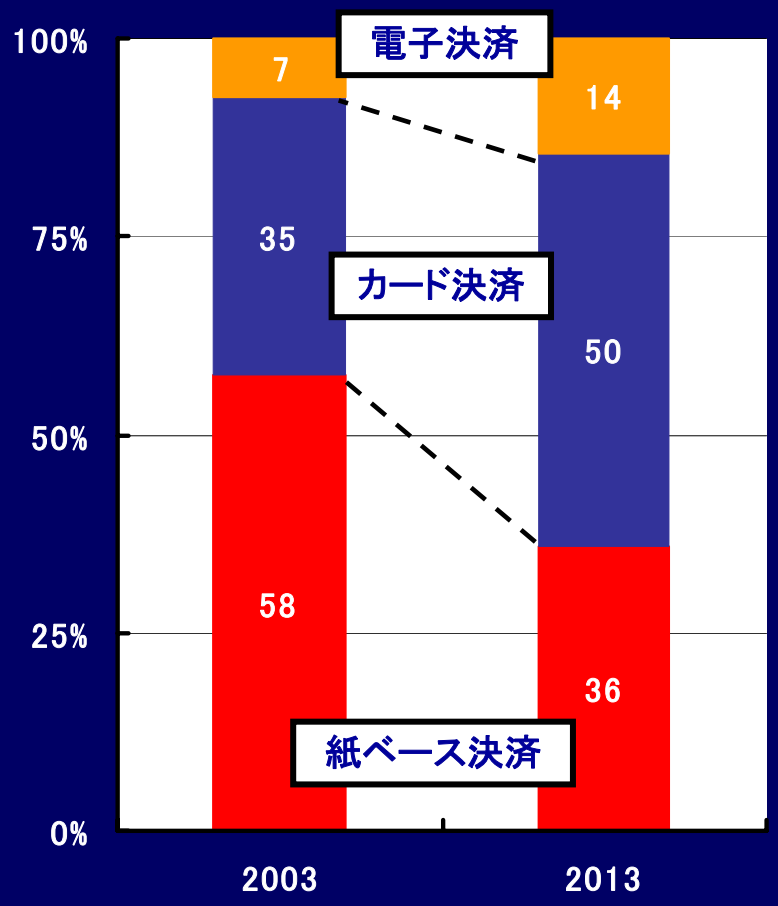
順位	イシュアー名	取扱高
1	American Express	4,099
2	JPMorgan Chase	3,244
3	Bank of America	2,268
4	Citigroup	1,885
5	Capital One	935

※出典：NILSON REPORT（汎用カードにおける2009年実績、一部推計）

（4）米国の決済手段の変化と予測

■ 家計消費に占める主要決済手段のシェア推移　【 2003－2013年比較 】





【 2008年実績 】

現金	小切手	クレジットカード	デビットカード	その他（口振・振込等）
20.9%	20.5%	26.3%	17.0%	15.4%

※電子決済：　口座振替／振込等
※カード決済：　クレジット／デビット／プリペイド等
※紙ベース決済：　現金／小切手／郵便為替／トラベラーズチェック等

出典：　NILSON REPORT（2009年以降は予測）

（5）国内クレジットカード業界の再編

みずほFG
- Orico オリコ
- AEON イオンクレジット

クレディセゾン
- SAISON CARD INTERNATIONAL
- UC
- 出光クレジット
- 高島屋クレジット
- YAMADA ヤマダフィナンシャル
- 静岡銀行 静銀セゾンカード
- 大和ハウスフィナンシャル
- YMFG YMセゾン

りそなHD
- RESONA りそなカード

ゆうちょ銀行

JCB
- JCB

三井住友FG
- 三井住友カード 三井住友カード
- Cedyna OMC CF QUOQ セディナ
- プロミス
- ORIX オリックスクレジット
- 三洋信販
- アットローン アットローン
- ポケットカード ポケットカード

NTTドコモ
- iD
- dポイント

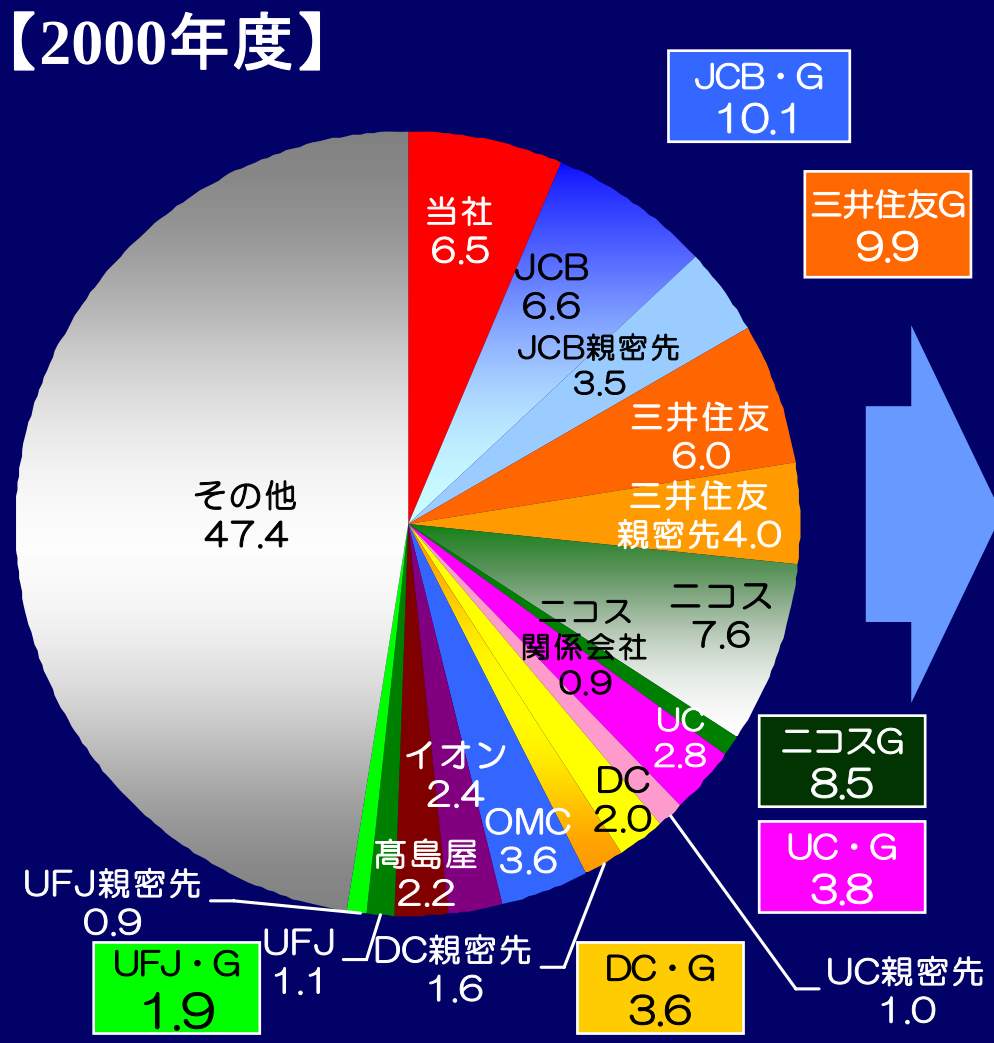
楽天
- 楽天 楽天
- Edy

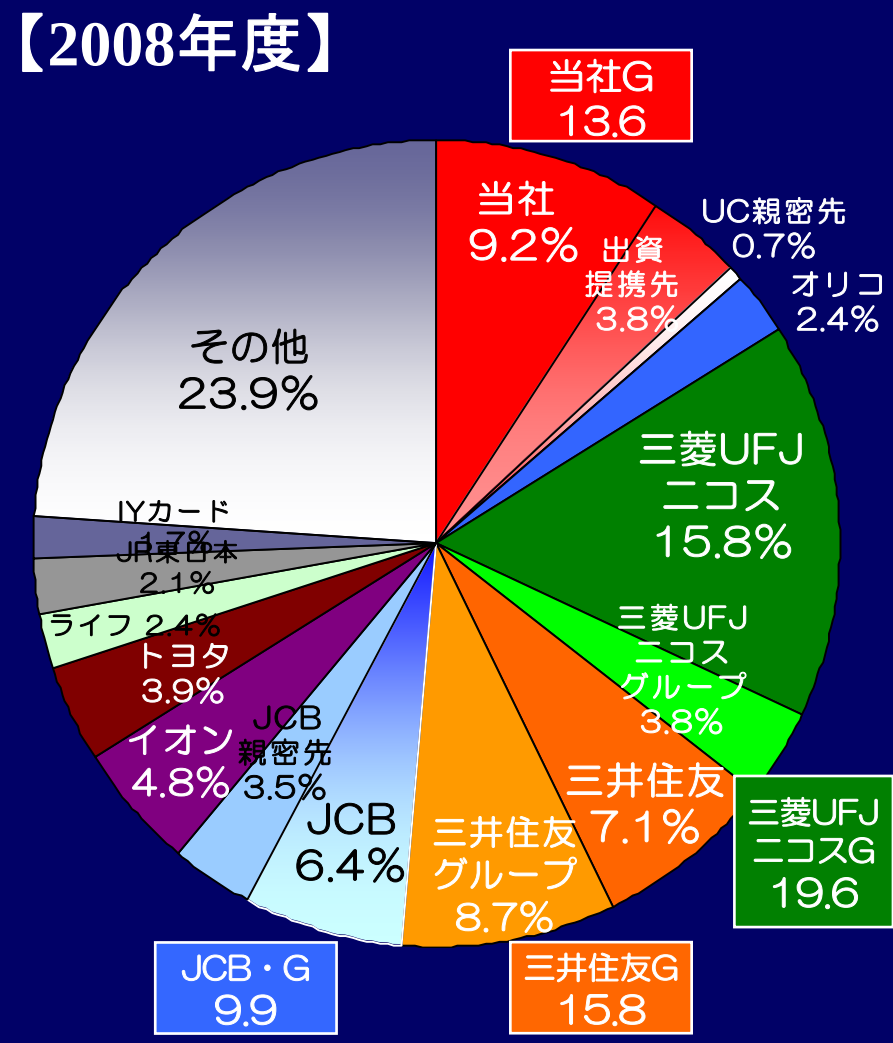
JRグループ
- view ビューカード
- Suica
- Kitaca ICOCA toica SUGOCA
- Smartplus
- QUICPay
- mo PASMO

三菱UFJ FG
- 三菱UFJニコス MUFG
- MUFG CARD
- DC
- UFJ Card
- NICOS
- JA CARD
- JACCS ジャックス
- JALCARD JALカード
- アコム アコム
- CASHONE キャッシュワン
- mobit モビット

その他
- TOYOTA FINANCIAL SERVICES トヨタF
- アプラス
- citi シティカード
- Life CARD ライフ
- IYカードサービス
- レイク レイク
- Diners Club International ダイナース
- アイフル アイフル
- Sony Finance ソニーF
- NOLOAN シンキ
- ディック ディック
- 武富士

（6）国内マーケット・シェアの変化（ショッピング取扱高）





※親密先：ブランド利用会社等（「グループ」は関係会社・出資提携先・親密先を全て含めたもの）
※三菱UFJニコスは連結子会社の実績含む
※当社独自推計方法による算出

2008年度取扱高
：約42.4兆円

3．企業CSR（環境問題メセナ）～赤城自然園のご紹介

赤城自然園　Akagi Nature Park

●特徴

「花を育てるのではなく、環境を整えることで植物が育つ手助けをしている」

という方針の下で整備された園内には、東洋有数のシャクナゲ園やスイセンなど美しく整備された花もあれば、自然の姿で咲いている野草も豊富。

ありのままの自然の姿を体験できる公園として120ヘクタールの広さを誇る敷地内では、北関東に生息する植物や昆虫のほとんどの種類を自然に近い形でみることができる。

人々に恵みと安らぎを与えてきた里山の自然を身近に触れることで、大人には癒し効果を、次代を担う子供たちには自然観察や自然学習の場を提供。

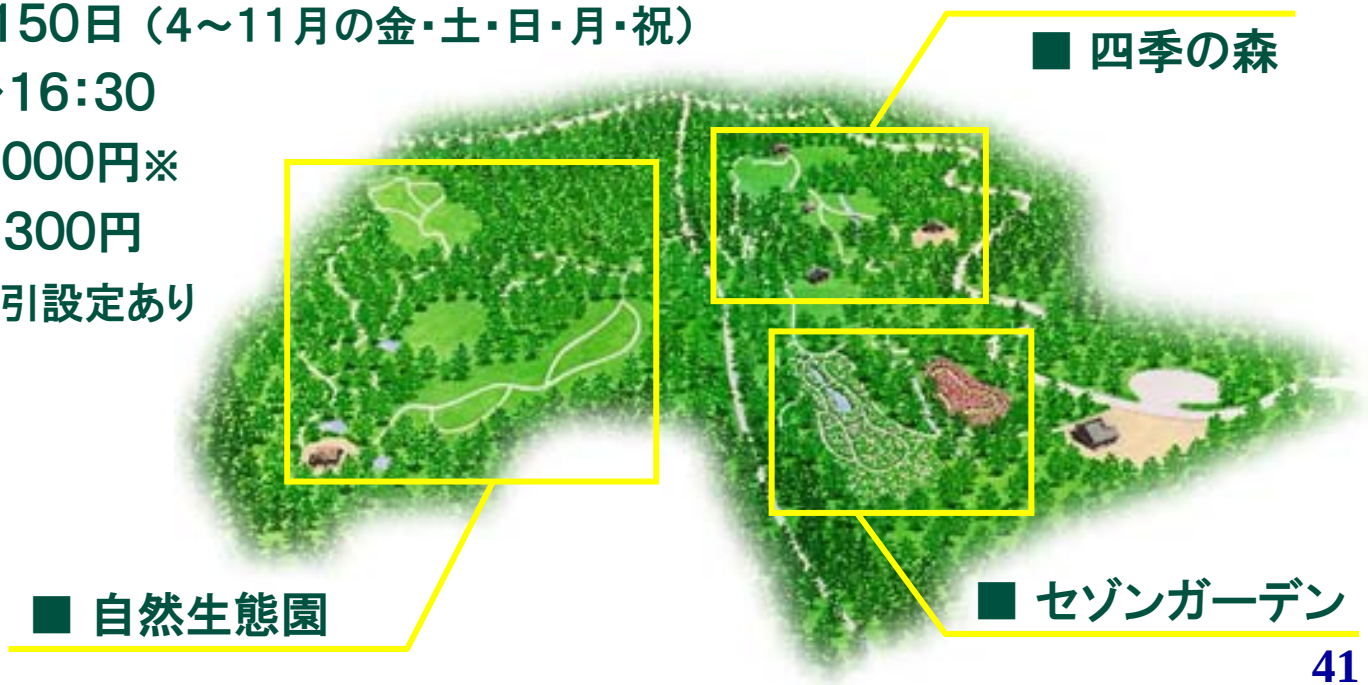
（1）赤城自然園とは

● 基本情報

- ・所在地　　群馬県渋川市赤城町南赤城山892
- ・面　積　　約120ヘクタール（約36万坪）　≒ 東京ドーム26個分
- ・標高・位置　600～700m　赤城山西麓
- ・アクセス　　JR上越線「渋川」駅よりタクシーで20分、関越自動車道「赤城」ICより車で10分

● 運営スケジュール

- ・開園日　　年間 約150日（4～11月の金・土・日・月・祝）
- ・開園時間　9:30 ～16:30
- ・入園料　　大人 1，000円※
  小人　　300円
  ※各種割引設定あり



（2）赤城自然園の四季

● 赤城自然園で確認された動植物

動物 ： 昆虫類1,810種、鳥類77種、哺乳類15種 ／ 植物 ： 木本類152種、草本類510種

Spring

Summer

Autumn

Winter

（3）運営体制について

オフィシャルスポンサー状況

※2010年5月14日現在

RHSJ
赤城自然園はRHSJの提携ガーデンです。

赤城自然園
Akagi Nature Park

SAISON CARD INTERNATIONAL
Credit Saison Co., Ltd.

赤城自然園の環境保全活動をサポートさせていただいております。

IBM
Ameba
AMERICAN EXPRESS
e+ イープラス
AIGエジソン
NTT DaTa 株式会社NTTデータ
KYODO PRINTING CO., LTD.
SAISON INFORMATION SYSTEMS CO.,LTD.
DNP 大日本印刷
PADI
PARCO
光通信グループ
FUJITSU
MIZUHO みずほ銀行
YAMADA
株式会社 良品計画

※50音順