

— A LEADING – EDGE
— SERVICE PROVIDER
— CREDIT SAISON CO., LTD.

2009年度 4－9月期
決算説明会資料

November 10, 2009



AGENDA

- ◆ 2009年度 第2四半期 決算報告
- ◆ 事業戦略
- ◆ (資料)国内カードマーケットの現状

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。

2009年度 第2四半期 決算報告

1. 経営成績
2. セグメント別業績概況
3. 連結会社の経営損益
4. 主要指標(クレディセゾン単体)
5. 債権リスク状況/利息返還損失の動向
6. 財務指標
7. 財務戦略
8. 調達構造

1. 経営成績

(単位: 億円、%)

		2008年度 第2四半期	前年比	2009年度 第2四半期	前年比	2009年度 (計画)	前年比
連結	営業収益	1,712	96.5	1,567	91.5	3,080	94.2
	経常利益	287	87.1	191	66.7	350	113.1
	四半期純利益	156	127.7	86	55.4	170	—
	1株利益(円)	86.72	127.5	47.80	55.1	92.63	—

単体	営業収益	1,335	94.8	1,310	98.1	2,600	96.0
	経常利益	222	107.3	163	73.6	330	102.4
	四半期純利益	146	115.2	73	49.7	165	—

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 第2四半期	2009年度 第2四半期	伸び率	2008年度 第2四半期	2009年度 第2四半期	伸び率
クレジットサービス	1,280	1,240	△3.1	169	142	△15.8
ファイナンス	227	166	△26.7	70	29	△58.1
不動産関連	158	88	△44.2	74	14	△80.7
エンタテインメント	80	75	△6.1	9	11	22.6
その他	9	10	5.6	6	7	8.5
計	1,756	1,581	△10.0	330	204	△38.0
セグメント間取引	(44)	(14)	△68.1	(25)	(25)	△3.3
連結	1,712	1,567	△8.5	304	179	△40.9

3.連結会社の経営損益

経常利益の連単差

連結会社の経営損益

	単体	連結	連単差
経常利益	163億円	191億円	28億円

主な連結子会社	経営損益	主な持分法適用会社	経営損益
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（サービス業） ・エー・アイ・シー（不動産流動化事業）等	9億円	セゾン情報システムズ （情報処理サービス業）	1.5億円
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（不動産開発分譲事業）	△4億円	ユーシーカード （情報処理サービス業）	0.9億円
コンチェルト （アミューズメント業） （会員制クラブ運営業） （不動産賃貸業）	14億円	りそなカード （クレジットカード業）	0.7億円
JPNホールディングス ・JPN債権回収（サービス業）	5億円	出光クレジット （クレジットカード業）	0.6億円

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

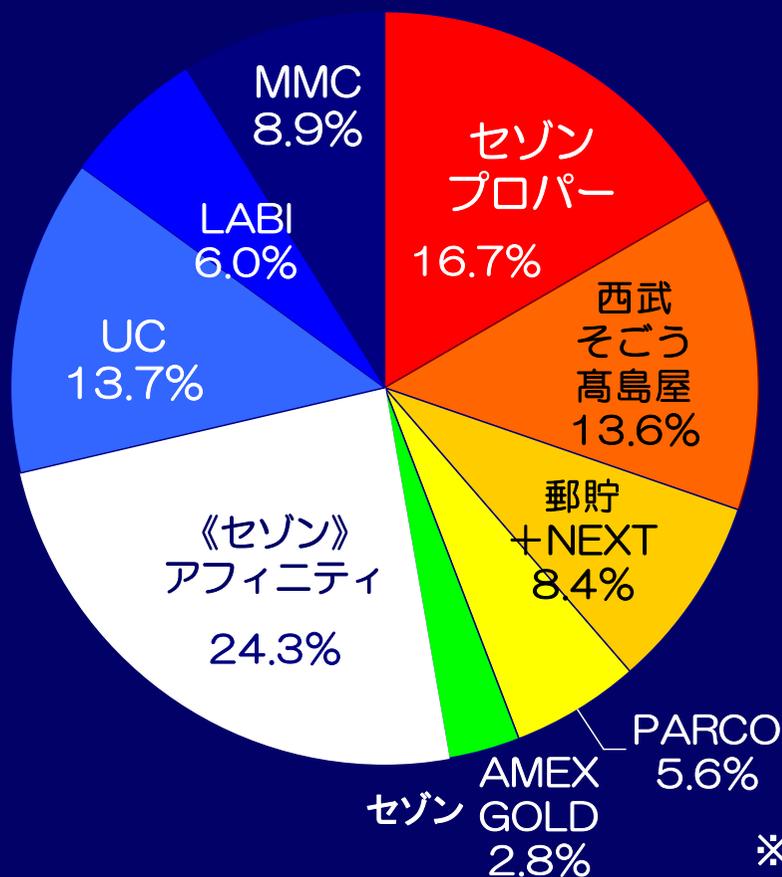
	2008年度		2009年度	
	第2四半期	前年比	第2四半期	前年比
新規開拓件数	135	77.1	156	115.6
新規発行枚数	123	86.0	131	106.5
総会員数	2,751 (+150万人)	107.3	2,796 (+39万人)	101.4
稼働会員数	1,367 (+45万人)	106.4	1,416 (+25万人)	101.8
カード取扱高	23,044	102.5	22,026	95.6
ショッピング	19,159	105.3	18,798	98.1
キャッシング	3,884	90.8	3,228	83.1

2009年度	
(予算)	前年比
340	116.0
280	111.1
2,800 (+43万人)	101.6
1,452 (+61万人)	104.4
44,930	96.5
38,930	100.0
6,000	78.4

(付録)カード別シェア

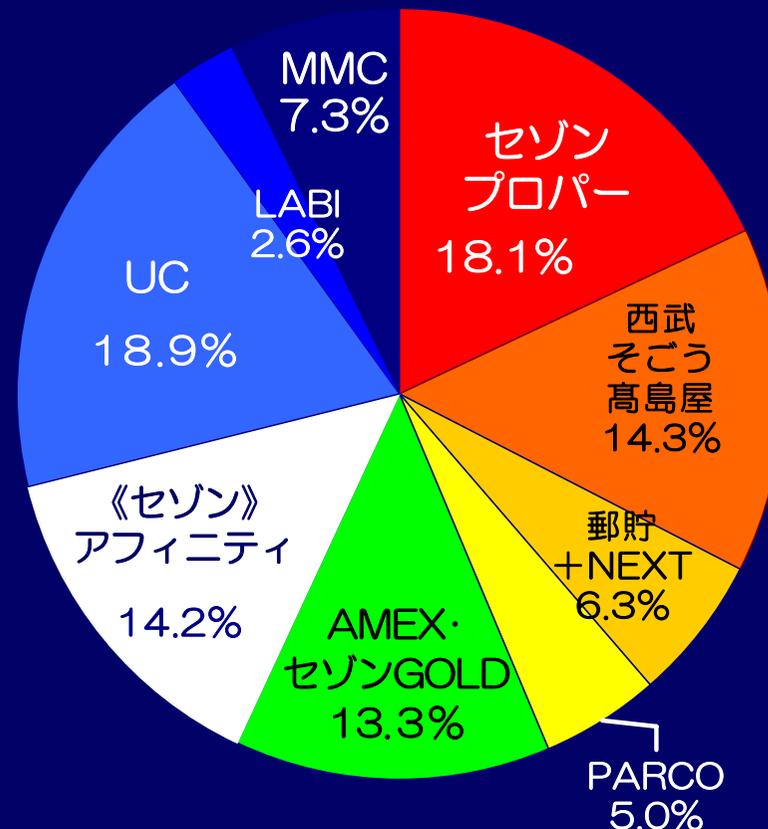
【会員数シェア】

(合計:2,796万人)



【ショッピング取扱高シェア】

(合計:1兆8,798億円)



※セゾンGOLDには提携GOLD・ROYALを含む

セゾンプロパーは新規発行の60%が年会費無料アメックスカードで高稼動プレミアムカードは一般カードの5倍以上の生産性

【参考】個人消費動向の変化

■2009年4-9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	
	業種	前年比	業種	前年比	業種	前年比
1	ETC	137.6%	通信	107.0%	教育	121.0%
2	家具	117.9%	教育	103.1%	通信	112.7%
3	教育	117.4%	医療	99.3%	公金・保険等	112.4%
4	公金・保険等	115.4%	宿泊	98.1%	医療	112.2%
5	カー用品	114.3%	公金・保険等	97.4%	ETC	107.3%
6	医療	113.1%	家電	96.7%	カー用品	105.4%
7	レジャー	110.3%	スポーツ	95.6%	通販	102.9%
8	通販	109.4%	通販	94.1%	家具	102.6%
9	衣料	106.5%	カー用品	92.2%	レジャー	100.2%
10	通信	105.4%	飲食	91.9%		
11	トラベル	105.3%	百貨店	91.2%		
12	ショッピングセンター	104.8%	ショッピングセンター	91.2%		
13	スポーツ	103.7%	レジャー	90.9%		
14	百貨店	100.8%	スーパー	90.6%		
15	スーパー	100.7%	衣料	90.0%		

※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

5.債権リスク状況

90日以上の延滞率		
連結	3.22%	前期末 +0.42 %
クレジットカード	3.25 %	前期末 +0.36 %
ショッピング	2.39 %	前期末 +0.29 %
キャッシング	4.60 %	前期末 +0.48 %

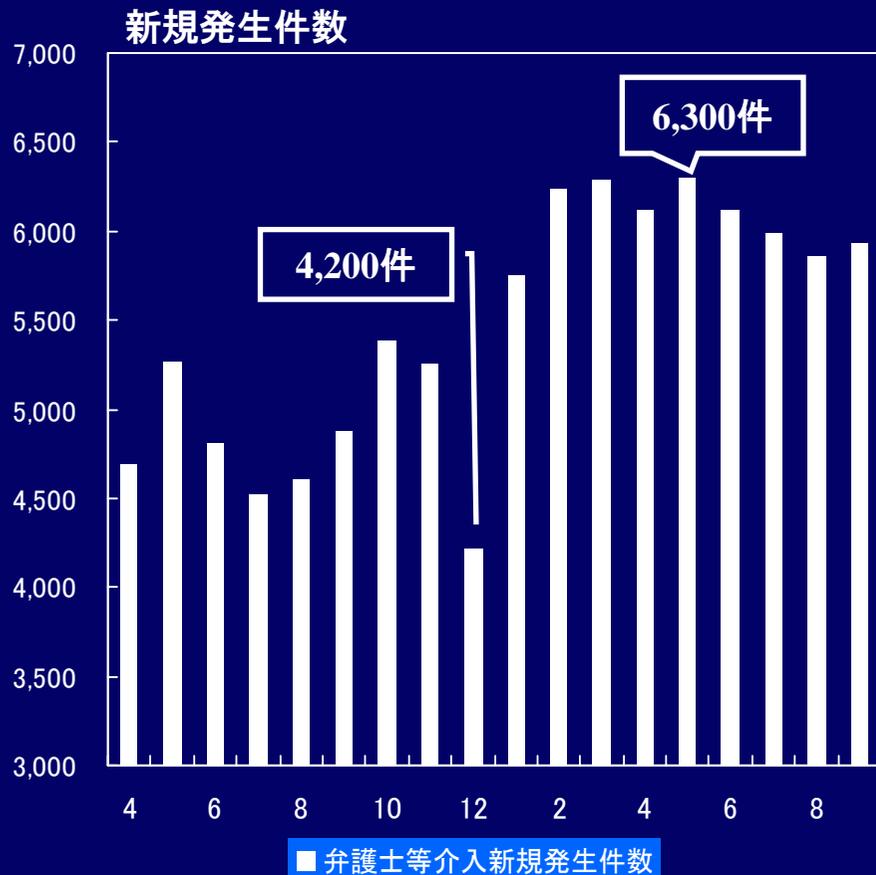
※延滞率＝債権残高全体に対して、90日以上延滞している債権残高の割合

	連結		単体	
貸倒コスト	354億円	前年 +35億円	320億円	前年 +67億円
内)利息返還コスト	42億円	前年 +12億円	37億円	前年 +10億円
貸倒引当金残高	1,271億円	前期末 +52億円	856億円	前期末 △502億円
利息返還損失引当金残高	390億円	前期末 △56億円	346億円	前期末 △50億円

利息返還損失の動向

弁護士等介入債権の新規発生は落ち着き、徐々に減少へ
利息返還損失引当金減少傾向

■ 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.財務指標

	連 結		単 体	
		前期末差		前期末差
自己資本額	3,267億円	+84億円	3,105億円	+63億円
総資産	2兆3,983億円	△86億円	2兆2,248億円	+40億円
自己資本比率	13.6%	+0.4%	14.0%	+0.3%

7.財務戦略

基本方針をベースに機動的・迅速な施策実施

調達の基本方針

流動性リスク対応

金利リスク コントロール

コスト コントロール

資産構造・収益構造・金融マーケット 環境に合わせた調達の実行

- ◆調達手法の多様化
- ◆取引金融機関との良好な関係維持
- ◆投資家作り
- ◆返済・償還金額の平準化
- ◆コミットメントライン

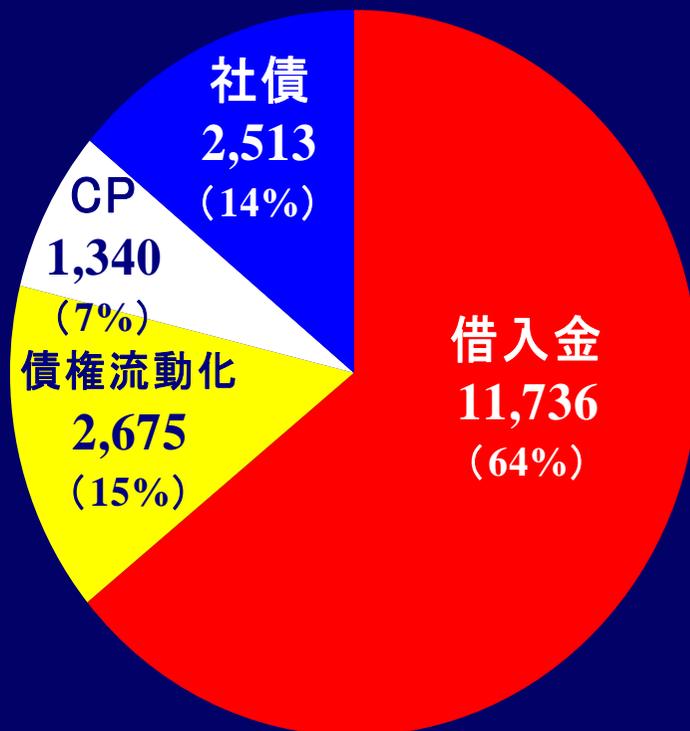
- ◆資産構造に合わせた
デュレーションコントロール
- ◆環境に合わせたヘッジ比率コントロール

- ◆積極的なディスクロージャー(Debt IR等)
- ◆格付の維持・向上

8. 調達構造

【連結】

残高計 18,265

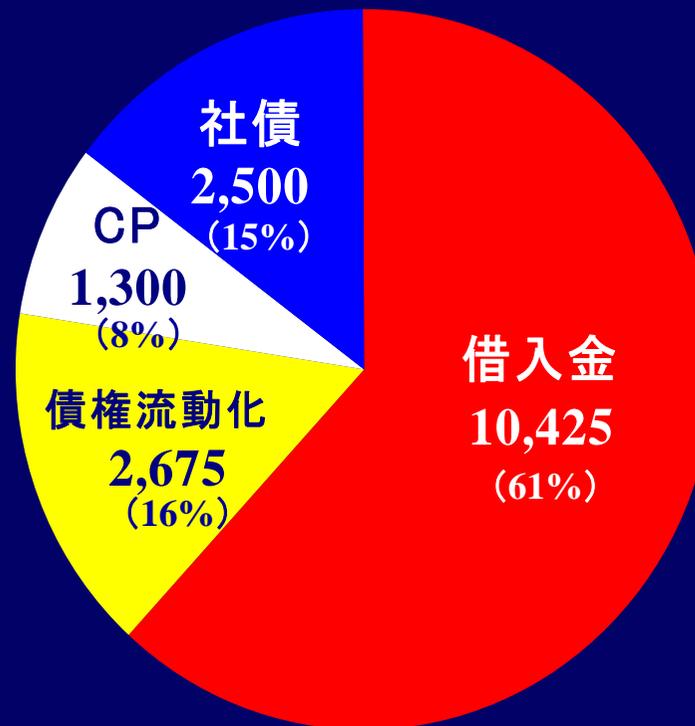


長期比率: 75%

【単体】

(単位: 億円)

残高計 16,900



長期比率: 77% 固定比率: 69%

【格付】

R&I A⁺

《勝手格付》 Fitch BBB⁺



事業戦略

- I. 当社の特性・優位性
- II. 当社の強みを活かした事業戦略
- III. 2009年下期の営業重点施策

I. 当社の特性・優位性

(1) 3,500万人の顧客基盤

SAISON・UCという2つのブランドを有し、業務代行受託を含めた3,500万人の与信・オペレーション実績と属性・エリア・消費性向など高価値な顧客基盤

(4) 与信・回収力

お客様の利用スタイルに合わせた与信、営業現場(カードカウンター)やATMを活用した随時のご入金受付

(2) クライアント理解力

流通系カード会社として培ったお客様のニーズを追求し、クライアントの立場で共に考えるマーケティング力と企画力

(5) 提携ネットワーク

系列にとらわれない 流通・金融・通信・交通・各種サービス業等、多種多様な優良企業とのアライアンスネットワーク

(3) 現場営業力

セゾンカウンターに代表されるような、「小売の現場と一体」となった女性中心の明るく元気な現場営業力

(6) AMEXブランド

カードブランドの中で、ステータス性の高い「AMEXブランド」の4種類のカードの国内独占的使用権を活用

II. 当社の強みを活かした事業戦略

クレジットカード事業

- ・将来を見据えた高稼働カードの拡大や、次期システム開発への投資。
- ・提携先との経済条件見直し、キュービタスの運営効率化など、収益性改善を実施。
- ・カード収益を安定的に成長させるため、大型小売と連携し「ショッピング取扱高拡大」「リボ残高の安定的拡大」施策に取り組む。

カード会員の顧客基盤とWEBを活用した収益事業

- ・WEBを活用したカード事業のオペレーション改革を継続推進し、コスト削減を図る。
- ・「永久不滅.com」を始めとするネット会員向けのサービス強化、およびWEBを利用したフィービジネスにより、利益拡大と他社との差別化を図る。

ファイナンス事業

- ・収益源のマルチコア化を目指し、リース・レンタル事業を中心に、カード事業の営業ネットワークを活用した事業者向けファイナンスを強化する。
- ・総合リスクコントロール体制を整備する。

グループ経営

- ・コンプライアンス、内部統制、システム・オペレーションリスク、債権リスク、など総合リスク管理体制の徹底し、グループ全体の利益最大化を図る。



Ⅲ. 2009年下期の営業重点施策

1. カードビジネス収益拡大策 ①～④
2. キャッシング・ローン戦略
3. WEBを活用した利益拡大施策
4. ファイナンスビジネスの展開
5. コスト削減の徹底

1. カードビジネス収益拡大策 -1

施策① 「大型小売業との提携」「エリア活性」「リボ強化」をキーワードにしたカード収益拡大

■セゾン・UCカード会員＋代行受託カード会員(3,500万人)を全国の提携先へ

- ・提携百貨店で、「オールSAISON&UCカード優待企画」実施
- ・首都圏店舗から、九州・中国・東北など地域百貨店へ同様施策を拡大

■カードをメディアとした、同一エリア内異業態小売の共同販促企画実施

- ・「池袋東口フェスタ」(10～11月)開催中
池袋西武、池袋パルコ、ヤマダ電機、ISP、サンシャインシティ、MUJI、Loft、西友
- ・その他、東京・横浜・大阪・名古屋・仙台・広島等、各エリアで同企画を計画中

■リボ取扱高拡大に向けた顧客アプローチ

- ・DM+電話による見込み顧客へのアプローチ
*上期アウトバウンドはセゾン会員12万人、下期はUC会員も含めて実施
- ・大型小売加盟店店頭・セゾンカウンターでのリボ訴求

リボ払い

利用会員：98万人
(09年3月比109.8%)
残高単価：28.4万円
(09年3月比96.3%)

09年目標リボ残高 3,180億円(前比108%) ※期首計画から△2%

1. カードビジネス収益拡大策 -2

施策② 流通・サービス「新業態企業」との取り組み

■顧客支持の高いSPA(製造小売業)へのアプローチ

- ・大規模SPA企業(ニトリ、ユニクロ、ZARA、H&M等の業種)を対象に
セゾン・UC会員の送客施策展開、提携カード提案など
総合的な営業活動を展開

■「コト」加盟店

- ・個人消費のモノからコトへの移行を受け、サービス業種の取り組み強化
- ・【主な加盟店例】 理容・美容や冠婚葬祭でのカード決済促進 など

■支店営業力を活用した新たな収益モデル

- ・ネット企業、通信事業者等の「法人代理営業」
 - * 有力eコマース事業者の、モール出店法人募集代行事業
 - * ソフトバンクテレコム法人向け通信回線幹旋営業 など
- ・ネット会員向けニュース「WEBマガジン」の広告募集営業

3年後収益目標
(法人代理営業)
5億円
(広告事業)
2億円

1. カードビジネス収益拡大策 -3

施策③ AMEX社との共同販促による国内AMEXシェア拡大

①年会費無料のAMEXカードの募集強化

- ・プロパーセゾンカードの主力として、西友等で募集(新規の約60%のシェア)
- ・コブランドを含む全ての新規募集セゾンカードの21%がAMEXブランドカード

②アフィニティカードのAMEXコブランド発行拡大

- ・三井ショッピングパーク(5月より)、ヤマダ電機(12月より)
ユナイテッド航空マイレージプラス(11月より) など

③カード機能・サービスの充実による利用活性

- ・ゴールドAMEX、プラチナAMEXのカードデザイン刷新(予定)
- ・AMEX社とのタイアップによる大規模なキャンペーン展開予定

2009年(12月末)見込

- ・会員数 CS-GOLD : 43万人
UC-GOLD : 35万人
AMEX : 120万人
- ・S取扱高 8,600億円(前比:101.1%)

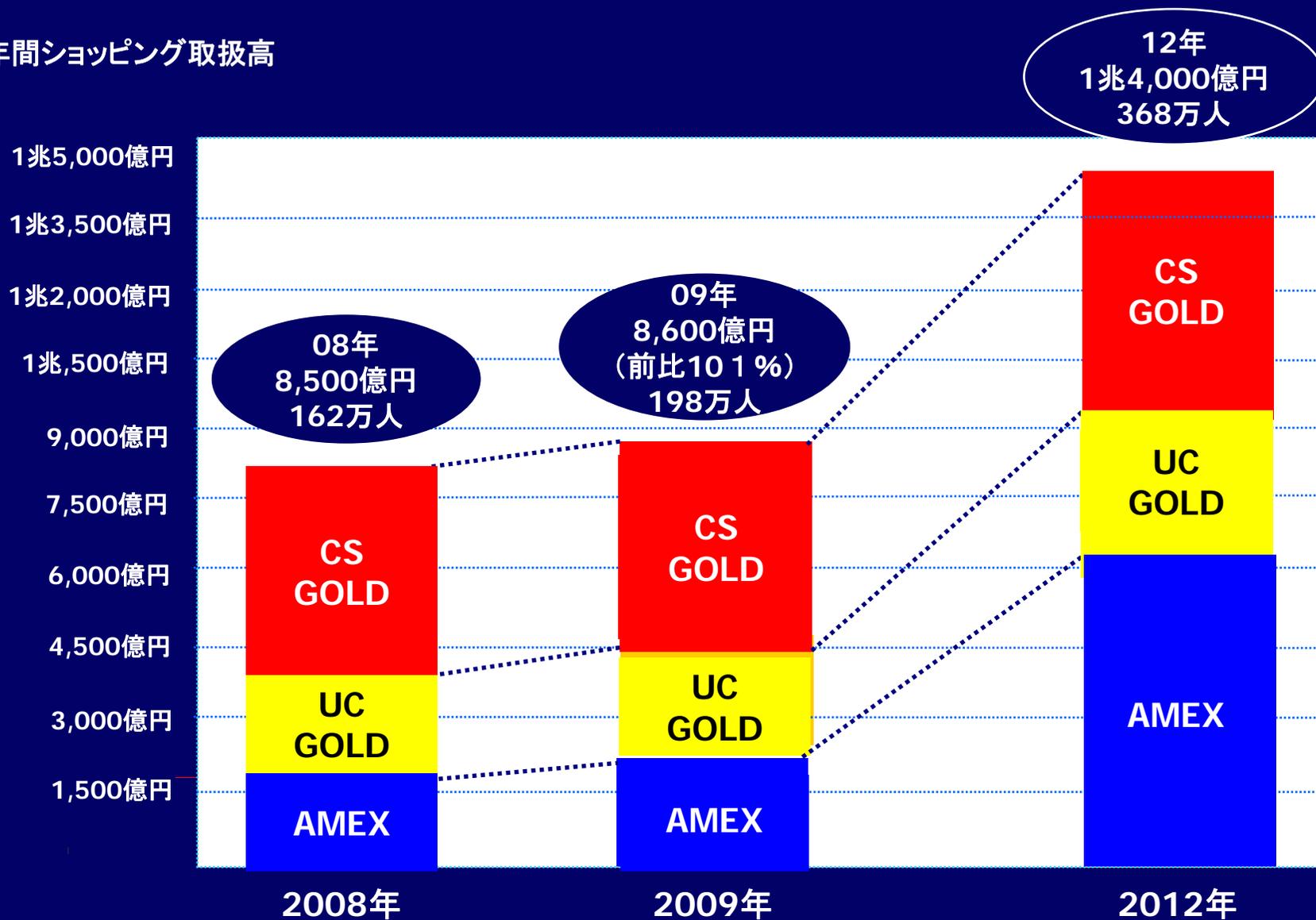


2012年(12月末)目標

- ・会員数 CS-GOLD : 48万人
UC-GOLD : 37万人
AMEX : 283万人
- ・S取扱高 1兆4,000億円(09比:162.8%)

[参考] 09~12年 AMEX+GOLDカード計画

年間ショッピング取扱高



※AMEXは代行含む全AMEXカード ※CSゴールドは、全GOLDカード ※UCゴールドは個人カードのみ

1. カードビジネス収益拡大策 -4

施策④ 大型提携カードの取扱高拡大

①MMCカード発行の拡大

- ・ 銀行新規口座開設時のMMCカード同時獲得
- ・ 機能型カード(ANA提携、Suica提携など)やポイント制度の改訂により稼働率UP

②ヤマダLABIカード

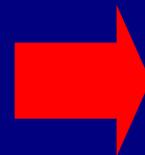
- ・ 機能充実カード(Amexコブランドなど)追加
- ・ QRコードを活用し、ヤマダ電機店頭でのモバイル入会スタート

③三井ショッピングパーク・アウトレットパークカード

- ・ 5月より「Mitsui Shopping Parkカード」発行
- ・ アウトレットと併せ全国15施設で展開(全21施設へ順次拡大予定)

■09年度開拓目標

MMC	30万枚
LABI	70万枚
MSP/MOP	15万枚



年間ショッピング取扱高
合計:5,000億円へ
(上期実績:約2,000億円)

2. キャッシング・ローン戦略

① キャッシング利用の現状

- ・キャッシング利用者(期末残高保有者) ⇒ 173万人(前期末比98.3%)
- ・キャッシング利用単価(上期平均) ⇒ 4.4万円(前年比87.3%)

② 既存会員の継続利用(残高確保)と流出防止に向けた取り組み

- ・カウンター、DM、電話等、当社チャネルを最大活用した「所得証明・所得申告書類」の取得・確認アプローチ
- ・WEBを活用した最新顧客情報取得(静態属性)

取得目標:60万件
確認済数:32万件

③ 個人事業者を対象としたカードローン販促強化

- ・実質的な年収(可処分所得)が不明な会員向けサービス
- ・総量規制対象外の「極度型例外貸付商品」の適用

対象残高(09年9月末)
500億円

※「貸金業法」見直しが論議される可能性もあるが、当面方針を変更せずに法対応の準備を進める。

キャッシング+ローン残高(単体)

09年3月末:5,939億円(前比100.4%) ⇒ 09年9月末実績:5,731億円(前比96.5%)
⇒ 10年3月末見込:5,450億円(前比91.7%)

3. WEBを活用した利益拡大策

①WEBを活用したローコストオペレーション

- ・WEBカード開拓、WEB明細、WEBマガジン(8月より)による人件費、広告宣伝費、通信費等の大幅なコスト削減
- ・1月より、原則全ネット会員へWEB明細配信開始

2009年度
削減コスト
15億円

②2,800万カード会員基盤活用による「永久不滅.com」などのフィービジネス

- ・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、クリック等)
- ・「amazon.com」の復帰等による「永久不滅.com」取扱高の伸長(10月度25億円)

③ネット会員を対象に、「永久不滅ポイント」のショッピング債権充当サービス開始(11月)

2009年度中間期実績

- ・ネット会員数:370万人
- ・WEB明細 : 52万人
- ・永久不滅.com取扱高 : 110億円(前比120%)
- ・貢献利益 : 7億円

2009年度計画

- ・ネット会員数:500万人
- ・WEB明細 : 300万人
- ・永久不滅.com取扱高 : 360億円(前比180%)
- ・貢献利益 : 20億円

2011年度(3年後)目標

- ・ネット会員数:800万人
- ・WEB明細 : 500万人
- ・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



ショッピング以外のメニューも豊富



4. ファイナンスビジネスの展開

営業ネットワークを活用したファイナンス事業の拡大

①リース&レンタル事業(事業者向)

- ・支店営業網を活かした事業者向け商品のクロスセル
- ・レンタルビジネスは営業代理店の拡大と
新商品「5年レンタルまるごとパック」の活用による積極推進
- ・ベンダーリース新規加盟店(販売店)の積極拡大

**ベンダーリース
取扱高**
 上期実績: 530億円
 年間目標: 1,070億円

②フラット35(2009年3月より取扱い開始)

- ・「審査スピードの速さ」「土日契約受付」「カード会員優待」
などの充実サービスで、確実な実績計上
⇒09年10月末現在、契約件数232件(内、実行件数149件)
- ・融資事業におけるメインビジネスへ育成

**「フラット35」
実行件数**
 初年度目標: 300件以上

	09年3月末	09年9月末	10年3月末見込
リース&レンタル残高	2,493億円	2,578億円(前比107%)	<u>2,686億円</u> (前比108%)
信用保証残高	1,753億円	1,729億円(前比104%)	<u>1,753億円</u> (前比100%)
融資残高	1,296億円	345億円(前比 16%)	<u>172億円</u> (前比 13%)

※この残高は営業部門の管理数値であり、決算資料(数値編)の数値とは異なります。
 ※融資事業は保証付不動産担保融資の新規取扱い中止による残高が減少しています。

5. コスト削減の徹底

上期販売管理費 [連結] 1,266億円(前差△25億円、前比 98.0%)
[単体] 1,053億円(前差 18億円、前比101.7%)

【コスト削減重点項目】

- ①カード事業の経済条件見直し、更新基準変更による支払手数料等のコスト削減(前差▲35億円)
- ② WEB明細化や顧客チャネルのWEB化推進によるオペレーションコスト削減(前差▲25億円)
- ③途上与信、早期回収体制の強化による貸倒コストの抑制(前差▲20億円)
- ④プロセッシング業務の合理化(前差▲10億円)

- ◆ 上記【削減重点項目】をメインに、コスト削減は順調に進捗
- ◆ 業務委託先への支払手数料は条件変更の交渉等により大幅に縮小

09年度通期目標

販売管理費[単体]:2,070億円

(前年差△137億円、前年比93.8%)

※前期末に利息返還引当金100億円積み増し

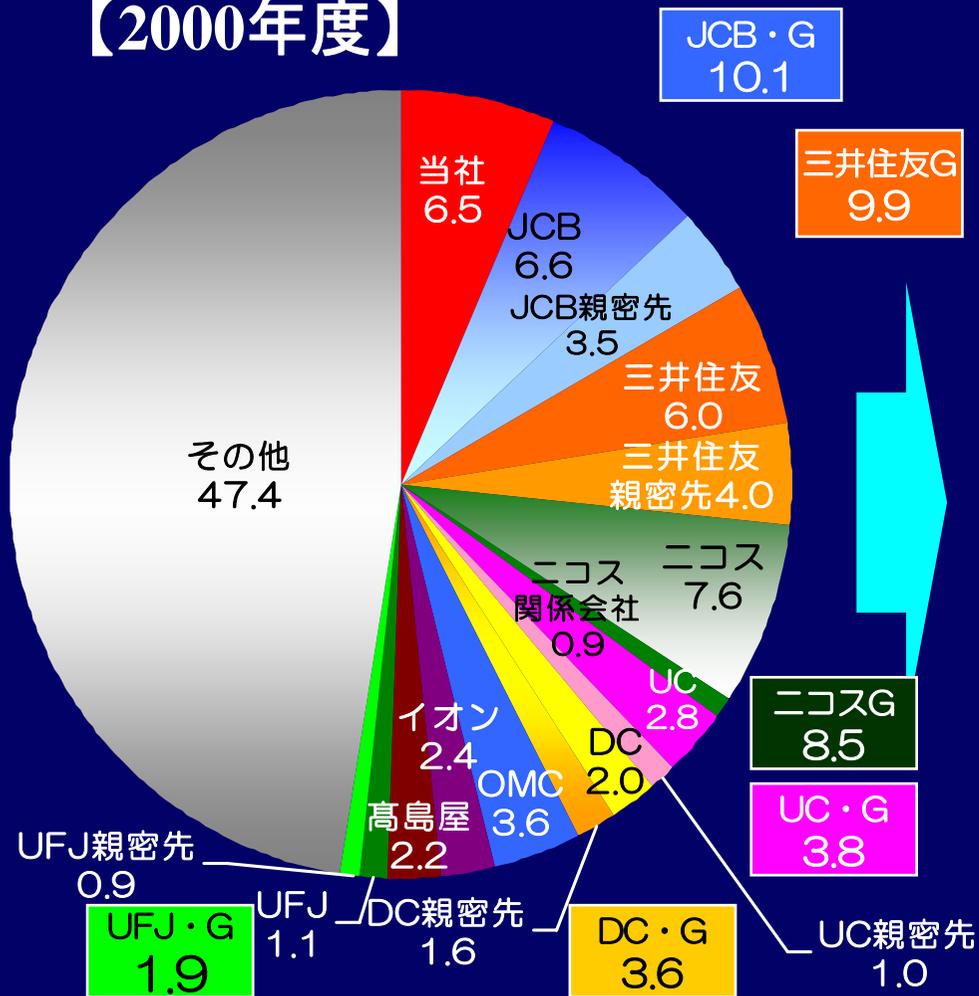
■ 上期販売管理費内訳[単体]

・支払手数料	314億円(前比91.9%)
・通信交通費	64億円(前比92.2%)
・人件費	109億円(前比95.4%)
・広告宣伝費	150億円(前比98.3%)
・減価償却費	40億円(前比107.7%)
・貸倒償却	311億円(前比116.8%)

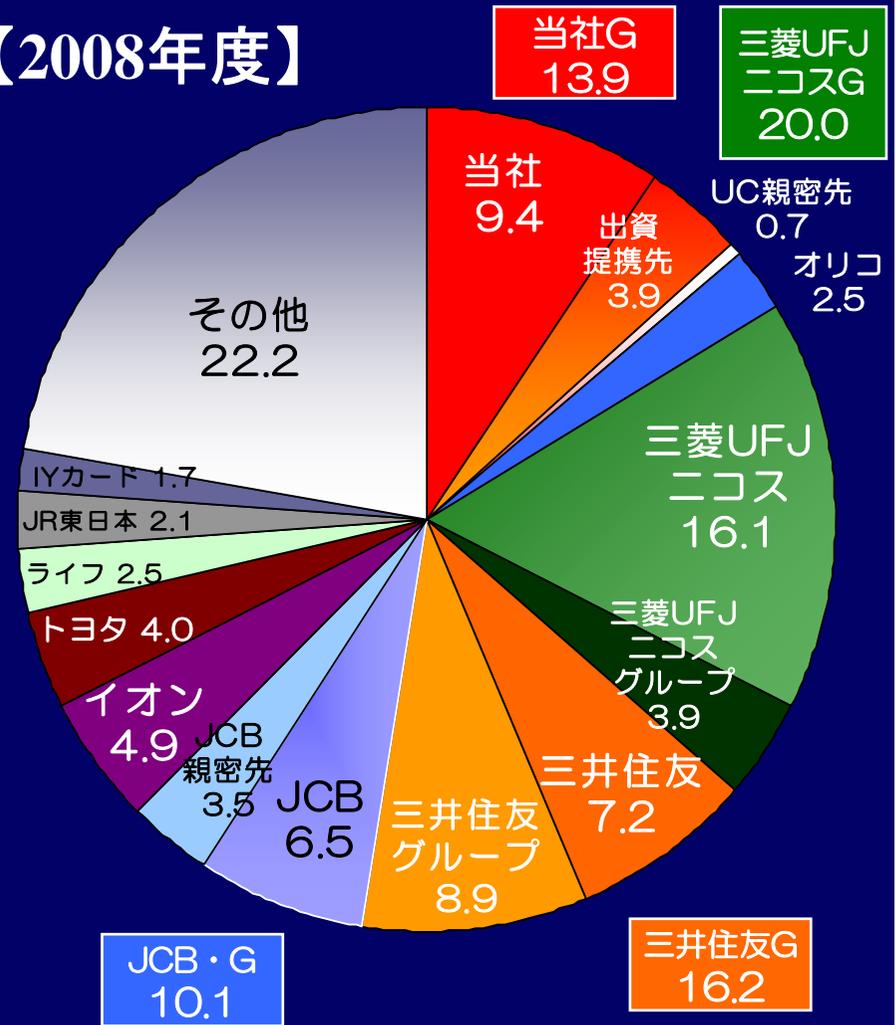
※減価償却費は主にシステム経費

[参考] 国内マーケット・シェアの変化(ショッピング取扱高)

【2000年度】



【2008年度】



※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
 ※当社独自推定による算出

**2008年度取扱高
:約41.5兆円**

[参考] 国内カード業界の再編

みずほ FG



オリコ



イオンクレジット

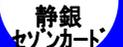
クレディセゾン







ヤマダファイナンス



YMセゾン

りそな HD



りそなカード

ゆうちょ銀行



三井住友 FG



三井住友カード





セディナ




オリックスクレジット




アットローン



ポケットカード

NTTドコモ




楽天




JRグループ



ビューカード










三菱UFJ FG






JA CARD



ジャックス



JALカード



アコム



キャッシュワン



モビット

その他



トヨタ



アプラス



シティロップカード



ライフ



アイフル



ダイナース



ディック



ソニーF



シンキ



武富士