

# 2010年度 第2四半期決算説明会資料

2010.11.10



- ◆ 2010年度 上半期トピックス
- ◆ 2010年度 上半期決算報告
- ◆ 経営戦略
- ◆ (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。

# 2010年度 上半期トピックス

- ◇ 赤城自然園の運営を開始（4月）
- ★ 「YMセゾンカード」第2回地域貢献寄付を実施（5月）
- ◇ アメリカン・エクスプレスとの提携関係の強化を発表（6月）
- ◇ 6月18日、貸金業法の完全施行の実施（6月）
- ◇ 事業者のヤフーへの出店料等の代金収納サービスを開始（6月）
- ◇ プリペイドカード事業に参入、「ユニクロオンラインギフトカードを発行開始（8月）
- ◇ 「永久不滅.com」関連サービスを16歳以上のすべての 方々に開放（9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締結（9月）
- ◇ ウォルマートグループとの新提携カード、ウォルマートカード誕生（9月）

★ は関連会社のトピックス

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. 貸金業法完全施行の影響・債権リスク
6. 財務指標
7. 通期業績予想修正



# 1.経営成績

(単位:億円、%)

連結		2009年度 第2四半期	前年比	2010年度 第2四半期	前年比	2010年度 (計画)	前年比
	営業収益	1,567	91.5	1,452	92.7	2,850	92.9
	経常利益	191	66.7	176	92.0	245	62.6
	当期純利益	86	55.4	99	115.1	120	64.2
	1株利益(円)	47.80	55.1	54.27	113.5	65.35	63.8

単体	営業収益	1,310	98.1	1,224	93.4	2,410	93.4
	経常利益	163	73.6	131	80.2	210	62.2
	当期純利益	73	49.7	64	88.9	85	52.7

## 2.セグメント別業績概況

(単位:億円、%)

	営業収益			営業利益		
	2009年度 第2四半期	2010年度 第2四半期	伸び率	2009年度 第2四半期	2010年度 第2四半期	伸び率
クレジットサービス	1,267	1,180	△6.8	123	69	△43.7
ファイナンス	150	150	△0.2	32	58	81.1
不動産関連	88	58	△34.2	14	△1	—
エンタテインメント	75	71	△5.6	11	10	△2.9
計	1,581	1,460	△7.6	181	136	△24.5
セグメント間取引	△14	△7	—	△1	△0	—
連 結	1,567	1,452	△7.3	179	136	△23.9

# 3.連結会社の貢献概況

## 経常利益の連単差

## 連結会社の貢献状況

	単 体	連 結	連単差
経常利益	131億円	176億円	45億円

主な連結子会社	経常利益 貢 献
<b>アトリウムG</b> ・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	5億円
<b>セゾンファンデックスG</b> ・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）	11億円
<b>コンチェルト</b> （アミューズメント業）	16億円
<b>JPNホールディングス</b> （サービサー業）	2億円

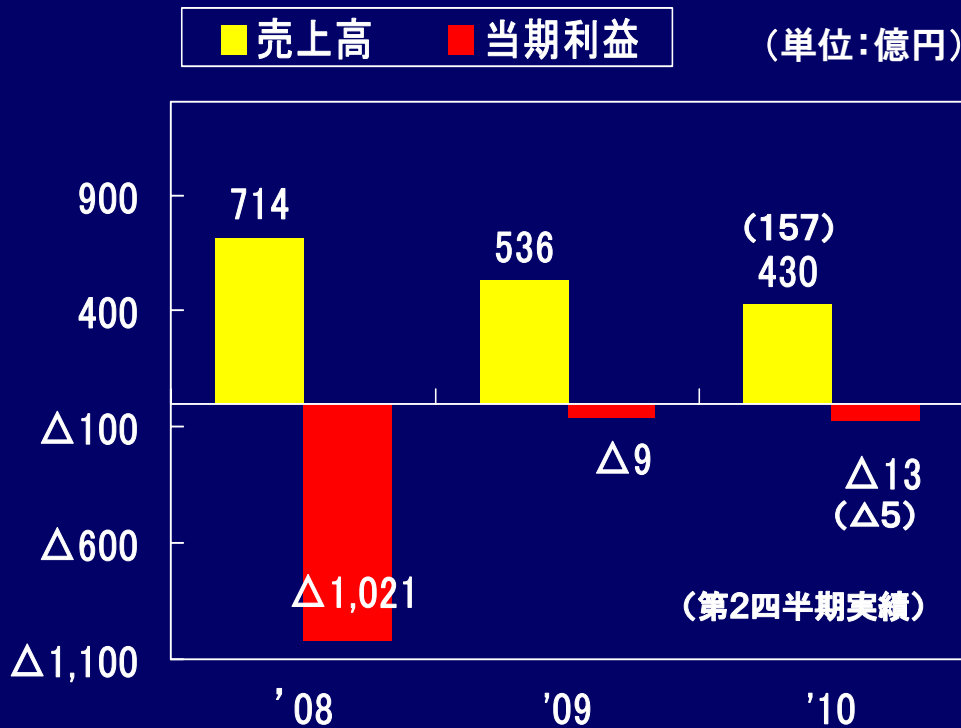
主な持分法適用会社	経常利益 貢 献
<b>出光クレジット</b> （クレジットカード業）	5.5億円
<b>セゾン情報システムズ</b> （情報処理サービス）	2.5億円
<b>りそなカード</b> （クレジットカード業）	2.4億円
<b>高島屋クレジット</b> （クレジットカード業）	0.4億円

# (参考)アトリウム再建計画の進捗状況

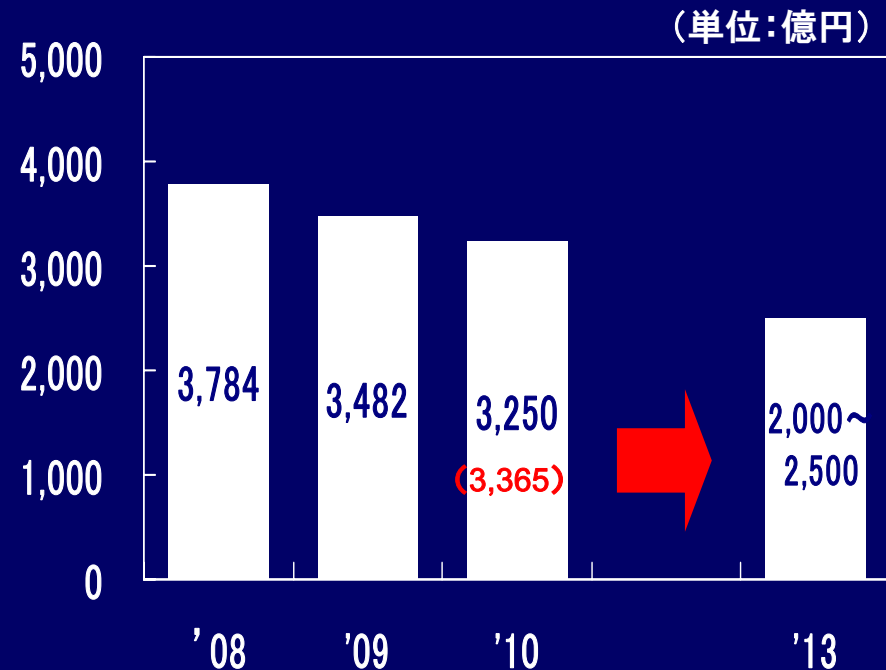
## 再建計画は計画線に沿って進捗

- ・中小型の物件を中心に売却を進め、資産を圧縮
- ・金融機関とのネットワークの再構築により、サービサー事業が計画上回る

### ■資産圧縮・業績の実績と計画



### ■不動産エクスポージャー (たな卸資産+求償債権+融資保証)



# 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

	2009年度		2010年度		
	第2四半期	前年比	第2四半期	前年比	
新規開拓件数	156	115.6	140	89.7	
新規発行枚数	131	106.0	111	85.1	
総会員数	2,796 (+39万人)	101.6	2,838 (+9万人)	100.3	
稼働会員数	1,416 (+25万人)	101.8	1,455 (+22万人)	101.6	
カード取扱高	22,026	95.6	21,700	98.5	
	ショッピング	18,798	98.1	19,497	103.7
	キャッシング	3,228	83.1	2,202	68.2

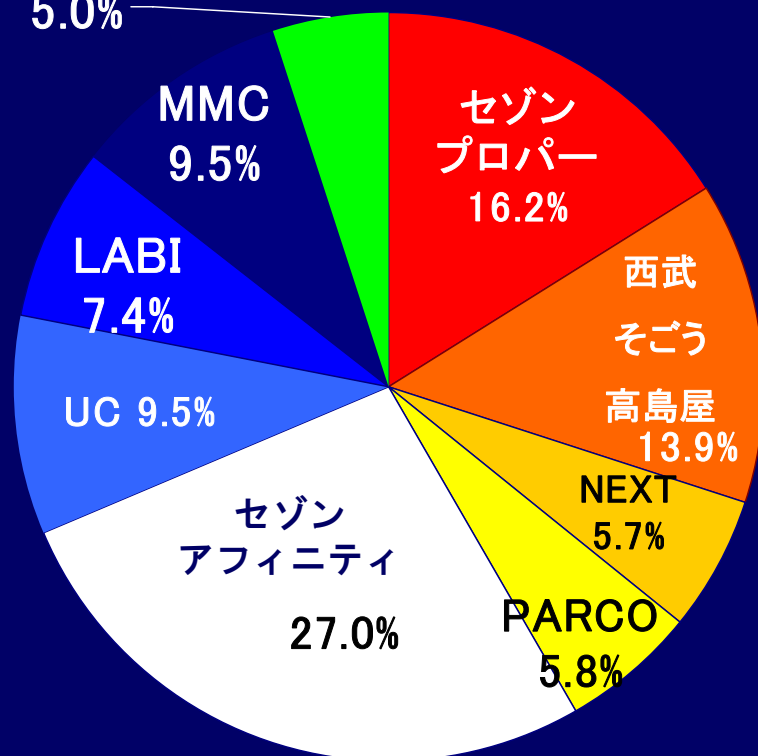
2010年度	
(予算)	前年比
300	98.4
250	96.5
2,870 (+41万人)	101.5
1,480 (+47万人)	103.3
43,530	97.8
39,700	103.3
3,830	63.4

# (参考)カード別シェア

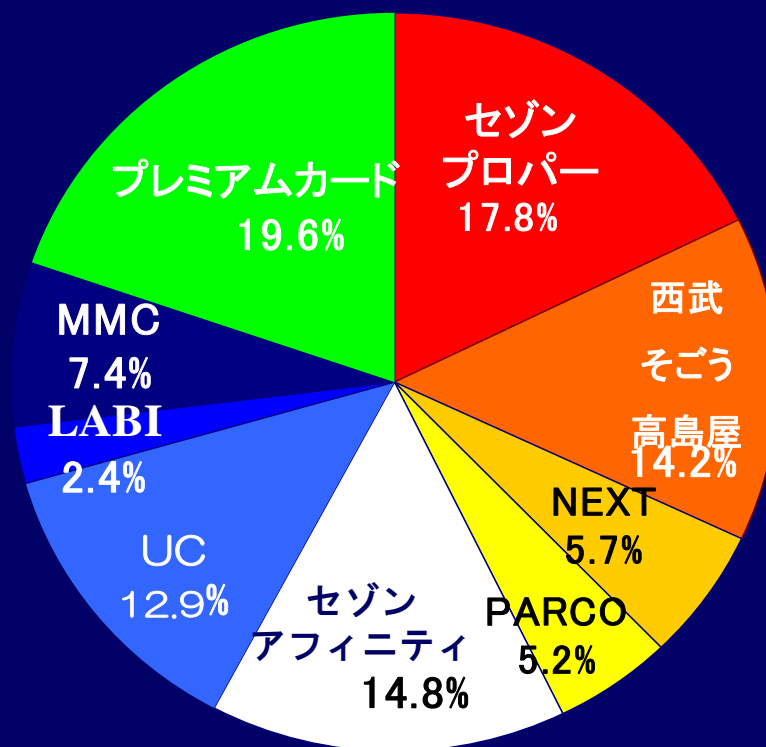
プレミアムカードの取扱高/枚数はその他のカードの約5倍

【会員数シェア】

プレミアムカード  
5.0%



【ショッピング取扱高シェア】



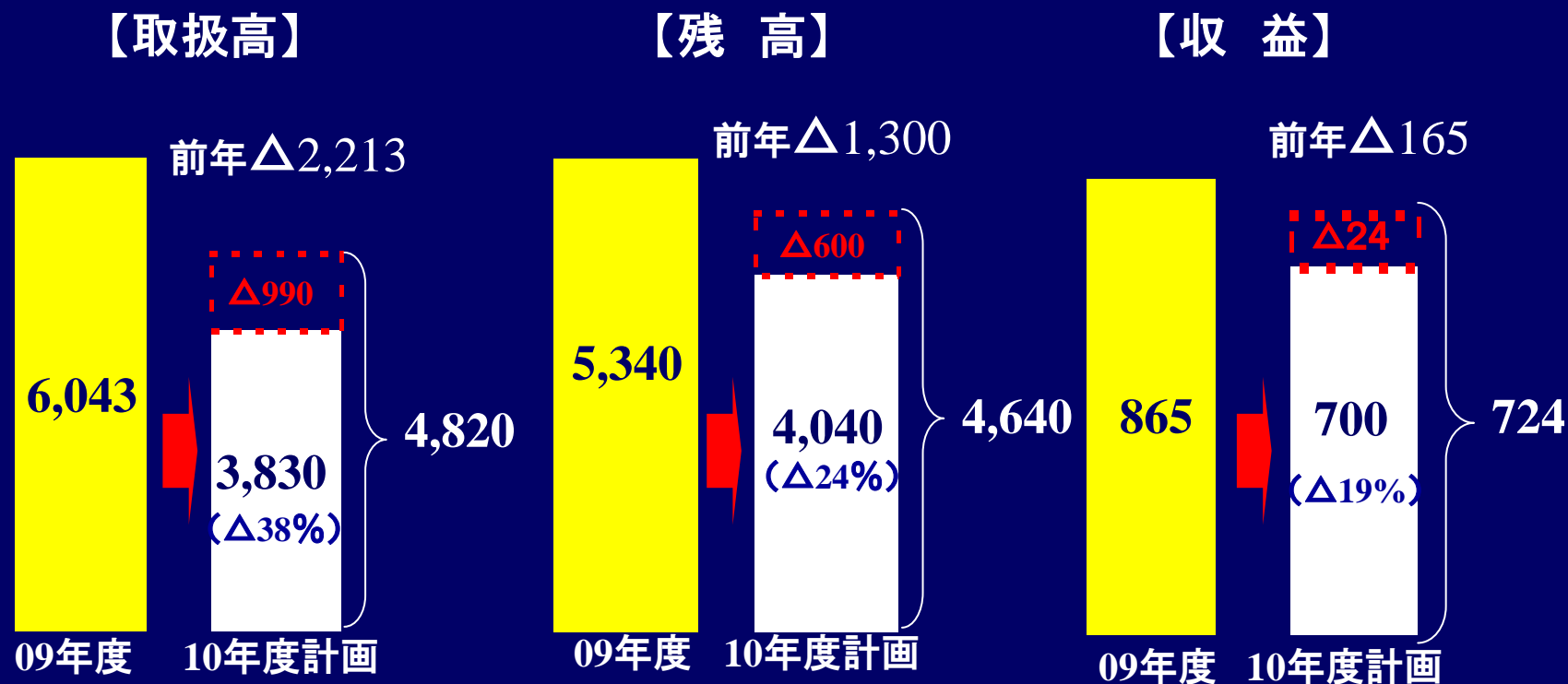
※プレミアムカードには、セゾン・UCのゴールド、プラチナ及びAMEXブルーカードが含まれています。

## 5(1)貸金業法完全施行の影響範囲

マーケット縮小と総量規制により、当初想定を上回る影響が見込まれる

### ■ キャッシング取扱高・残高・収益計画の修正

(単位:億円)



「-----」 期初からの修正額 ( ) 前比

## 5(2)弁護士等介入債権の発生見通し

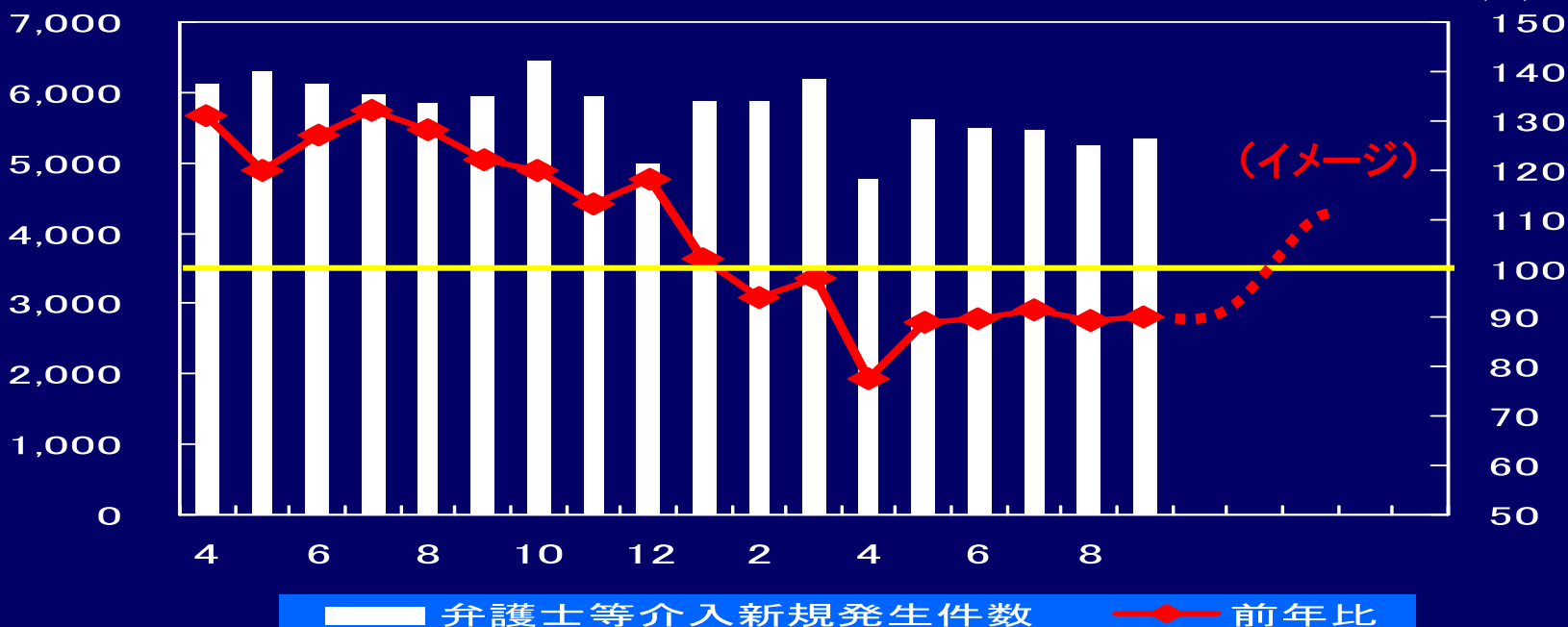
上期の新規発生件数は沈静化し、  
前年を10%程度下回って推移

下期は総量規制と大手消費者金融  
の会社更生法申請の影響で増加

### ■ 弁護士等介入の新規発生状況

新規発生件数

前年比(%)



利息返還損失の将来発生するリスクに対し、80億円追加的に引当

# 5(3)貸倒コスト・利息返還損失引当金

利息返還損失の引当水準を維持しつつ、貸倒コスト全体を削減

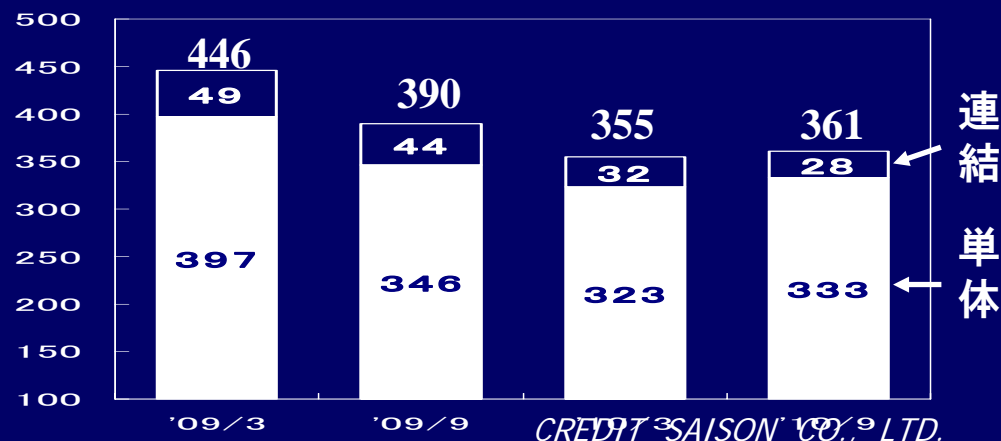
## ■貸倒コストの実績と計画

(単位:億円)

		通期計画		
		当初計画	修正計画	計画差
貸倒コスト	上期実績			
	331	650	630	△20
内利息返還コスト	実績 18 + 追加引当 80	46	132 (追加引当80億円含む)	+86
	98			

## ■利息返還損失引当金残高推移

第2四半期実績	単体	連結
取崩(発生)額	△88	△95
繰入額	+98	+101
残高増減	+10	+6





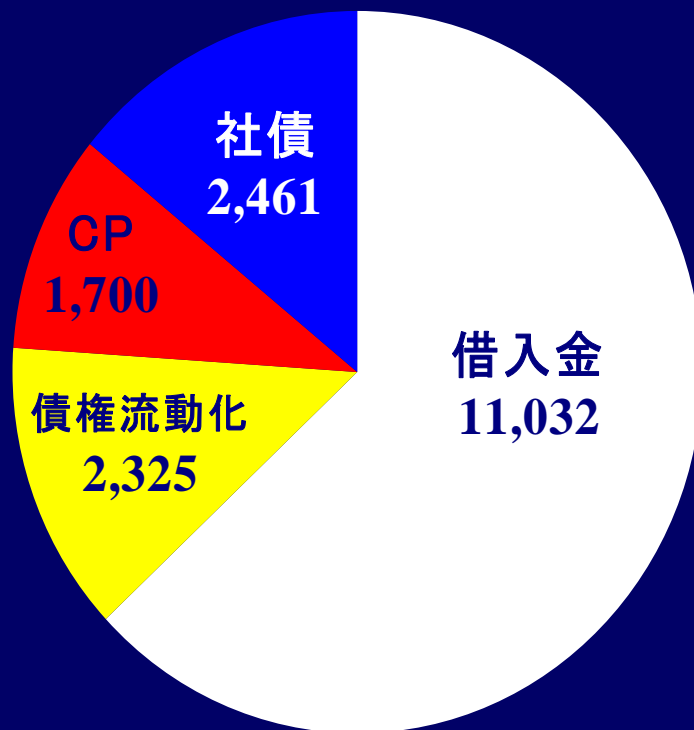
## 6.財務指標

	連 結		単 体	
		前期末差		前期末差
自己資本額	3,397億円	+7億円	3,168億円	△28億円
総資産	2兆3,219億円	△521億円	2兆1,552億円	△451億円
自己資本比率	14.6%	+0.3%	14.7%	+0.2%

# (参考) 調達構造

## 【連結】

残高計 17,518



長期比率: 74%

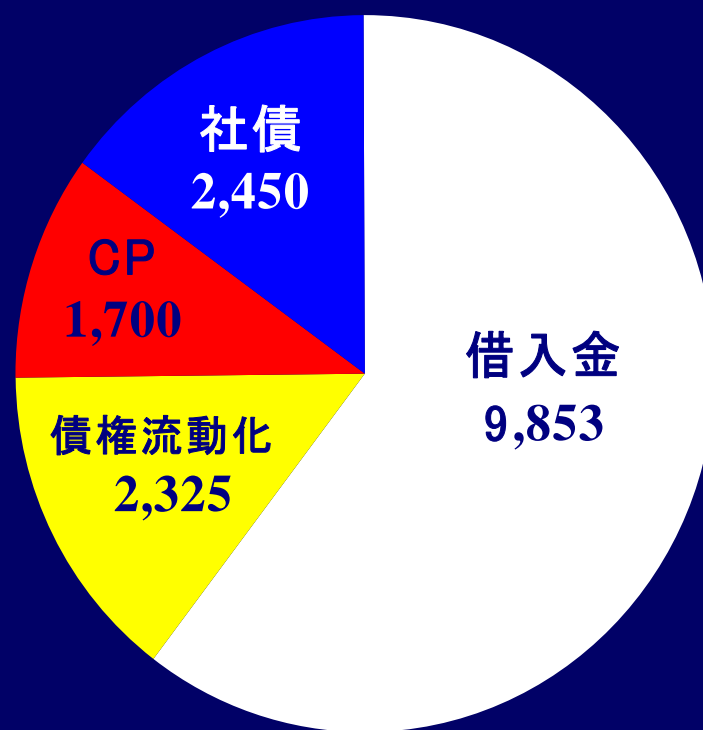
【格付】

R&I A<sup>+</sup>

## 【単体】

(単位: 億円)

残高計 16,329




長期比率: 75% 固定比率: 62%

直接比率: 40%

# 7.通期業績予想修正

		前回発表予想 (5月14日 公表)(A)	今回修正予想 (B)	増減額 (B-A)	主な増減理由
連 結	営 業 収 益	2,880	2,850	△30	<ul style="list-style-type: none"> <li>・総量規制の影響等によりキャッシング収益が減少</li> <li>・債権リスクコントロールにより貸倒コストを期初計画から△20億円削減</li> </ul>
	経 常 利 益	210	245	+35	
	当 期 純 利 益	90	120	+30	
単 体	営 業 収 益	2,440	2,410	△30	<ul style="list-style-type: none"> <li>・金融費用は約△10億円削減</li> </ul>
	経 常 利 益	180	210	+30	
	当 期 純 利 益	65	85	+20	



# 経営戦略

- I. クレディセゾンの経営戦略
- II. 2010年下期の重点施策

# 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

## (2) 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

# I. クレディセゾンの経営戦略

## ■クレジットカード事業

会員及び取扱高の強化等、中長期的な収益拡大への先行投資

- ・営業現場での安定的なカード開拓
- ・ショッピングリボ取扱高拡大施策の実行
- ・キャッシング取扱高拡大施策の実行
- ・アメリカン・エクスプレス・ブランドの拡大施策
- ・大型小売企業との提携強化による会員、取扱高増強

## ■WEBを活用した収益事業

「永久不滅.com」のサービス強化によるネット事業の収益増強

- ・アフィリエイト収益、広告収益等の増強
- ・有力ネット企業との提携によるネット会員増強
- ・Web明細の拡大によるコスト削減

## ■ファイナンス事業

新商品の拡大による新たな収益基盤の構築

- ・レンタル事業の拡大
- ・フラット35の拡販

## 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)<br>② 営業代行(加盟店開拓)<br>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<br>② カード切替・ネット会員の募集<br>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<br>② タブレットPC開拓<br>③ モバイル開拓                                   |
| (4)ネットビジネス  | ① 永久不滅.comのオープン化<br>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<br>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<br>② キャッシング・ローン機能分化<br>③ カードを軸にした決済プラットフォームの構築 |

## (6)競争優位性

- ① 新セゾン・アメリカン・エクスプレス・カード
- ② ウォルマートカード セゾン
- ③ セブン&アイグループとの合併会社設立

## (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 プロセッシングコスト削減
- 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

## Ⅱ. 2010年下期の重点施策

### カード開拓及びショッピング取扱高の拡大

#### ■安定的なカード開拓数(300万枚)

- ・カード採算性を考慮した開拓強化商品の選定
- ・アメリカン・エクスプレス・カード開拓強化
- ・提携先との提携強化による開拓効率の向上

#### ■ショッピング取扱高の拡大

##### ・大型小売業と提携

提携百貨店やGMS等と連携した「オールセゾン&UCカード優待企画」の実施

##### ・エリア活性企画

主要都市での業種横断キャンペーンや県とのタイアップによるエリア送客の実施

##### ・ショッピングリボ取扱拡大

- ①大型小売加盟店の店頭やセゾンカウンター等での「リボでまとめ買い」訴求
- ②ネット会員向けe-DMやアウトバンド(電話)による「後リボ」訴求

【2010年度リボ残高目標】 3,060億円(前年比+2.6%)

## 提携戦略①アメリカン・エクスプレスとの提携強化(2010年7月～)

### ■ステータスカード(年会費有料)の強化

#### ・カードデザインの変更

アメリカン・エクスプレスの象徴であるセンチュリオン(古代ローマの百人隊長)のイメージを使用したカードを4券種発行。アメリカン・エクスプレスのブランドイメージ(ステイタス)とSaisonを融合させた差別化戦略を構築。

#### ・カードサービスの強化

T&Eに強いカードとして、新たにサービスを強化し、年会費に見合うサービスを実現。(サービス概要については次ページを参照願います。)

#### ・圧倒的なマーケットシェア確立

日本におけるアメリカン・エクスプレス・ブランドで圧倒的N01を確立。

**【2014年目標】** アメリカン・エクスプレス・ブランドのショッピング取扱高  
1兆円達成(09年度比470%)

# Saison American Express® Card 【主要サービス】

★...NEW

## Saison Platinum American Express® Card



年会費  
21,000円  
(税込)

永久不滅ポイント(1,000円=1ポイント/無期限) : 海外2倍 / 国内1.5倍  
コンシェルジュ・サービス : 24時間・365日対応  
プライオリティパス : 無料ご登録 (通常年会費399米\$)  
手荷物無料宅配サービス : 往復サービス★  
プレミアムゴルフサービス : 年会費10,500円★  
ご優待 : プレミアムホテルプリビレッジ★ / entrée(オントレ) / SELECTS  
トラベル・サービス拠点(140余力国) : 利用可能  
オンライン・プロテクション : 補償あり

## Saison Gold American Express® Card



年会費  
10,500円  
(税込)

永久不滅ポイント(1,000円=1ポイント/無期限) : 海外2倍 / 国内1.5倍  
プライオリティパス : 登録制(別途費用あり)★  
手荷物無料宅配サービス : 復路サービス★  
ご優待 : SELECTS  
トラベル・サービス拠点(140余力国) : 利用可能  
オンライン・プロテクション : 補償あり

## Saison Blue American Express® Card



年会費  
3,150円  
(税込)

永久不滅ポイント(1,000円=1ポイント/無期限) : 海外2倍  
手荷物無料宅配サービス : 復路サービス★  
ご優待 : SELECTS  
トラベル・サービス拠点(140余力国) : 利用可能  
オンライン・プロテクション : 補償あり

## Saison Pearl American Express® Card



年会費  
1,050円  
(税込)  
初年度無料  
2年目以降条件付き無料

年会費 : 1年間で1回以上の利用で次年度無料  
永久不滅ポイント(1,000円=1ポイント/無期限) : 海外2倍  
ご優待 : SELECTS  
トラベル・サービス拠点(140余力国) : 利用可能  
オンライン・プロテクション : 補償あり★

## 提携戦略② 「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」

### ■包括的業務提携契約の締結(2010年9月10日)

#### ・当社イシューア事業(そごう・西武との提携カード)の合併事業化

- ①2010年9月17日、当社100%出資の準備会社(株式会社セブンCSカードサービス  
:代表取締役社長:山本敏晴(クレディセゾン)を設立。
- ②2011年4月1日(予定)、上記準備会社に当該カード事業を吸収分割により承継し、  
合併会社の営業開始。(出資比率 セゾン49%)

#### ・セブン&アイグループでのカード事業展開

- ①株式会社セブン・カードサービスとのカード事業統合(2013年3月までを目処)
- ②セブン&アイグループ内共通ポイント導入(今後詳細を検討)

クレジットカードを軸とし、電子マネー・ポイントサービスを複合的に提供するセブン&アイグループ全体の顧客マーケティングの一翼を担う金融サービス会社を志向する。

**【将来目標】**会員数1,000万人/ショッピング取扱高2兆円

## 提携戦略③ ウォルマートとの提携強化(2010年9月～)

### ■「ウォルマートカード セゾン」の発行目的

#### ・提携戦略の見直し

##### ①ウォルマート・ジャパン及び西友の顧客戦略へ貢献

EDLP(毎日お買得)の強化による新規顧客及び買い上げ点数の向上。

##### ②顧客マーケティングの実践

顧客情報や購買情報を活用したマーケティングツールとして活用。

##### ③カードデザイン変更によるウォルマートブランドの日本における認知度向上

#### ・ファーストカード化による売上及び収益の拡大

毎日の生活必需品を購入するスーパーでのカード利用頻度を向上させ、メインカード化を図り、両社の収益拡大を狙う。



#### 【商品性】

- ・年会費無料
- ・全国の西友で毎日、いつでも1%割引、さらに5日・20日は5%割引
- ・永久不減ポイント=1,000円で1ポイント(海外利用は1,000円で2ポイント)  
※西友での5日・20日5%OFFのご利用はポイントを付与(それ以外は対象外)

## ネット戦略 永久不滅ポイントのセゾン・UC会員以外への開放(2010年9月～)

### ■永久不滅.com(ネットショッピングモール)を通じた「永久不滅ポイント」の開放

- ・16歳以上であれば誰でも「永久不滅.com」が利用でき(ネット会員登録要)、永久不滅ポイントを貯めることが可能。
- ・別サイトで運営していた永久不滅ポイント関連サービスを「永久不滅.com」に統合(永久不滅リサーチ、永久不滅オークション、永久不滅コンテンツ、永久不滅ウォーカー、検索など)

### ■ネット会員向け「永久不滅ポイント」交換アイテムの充実

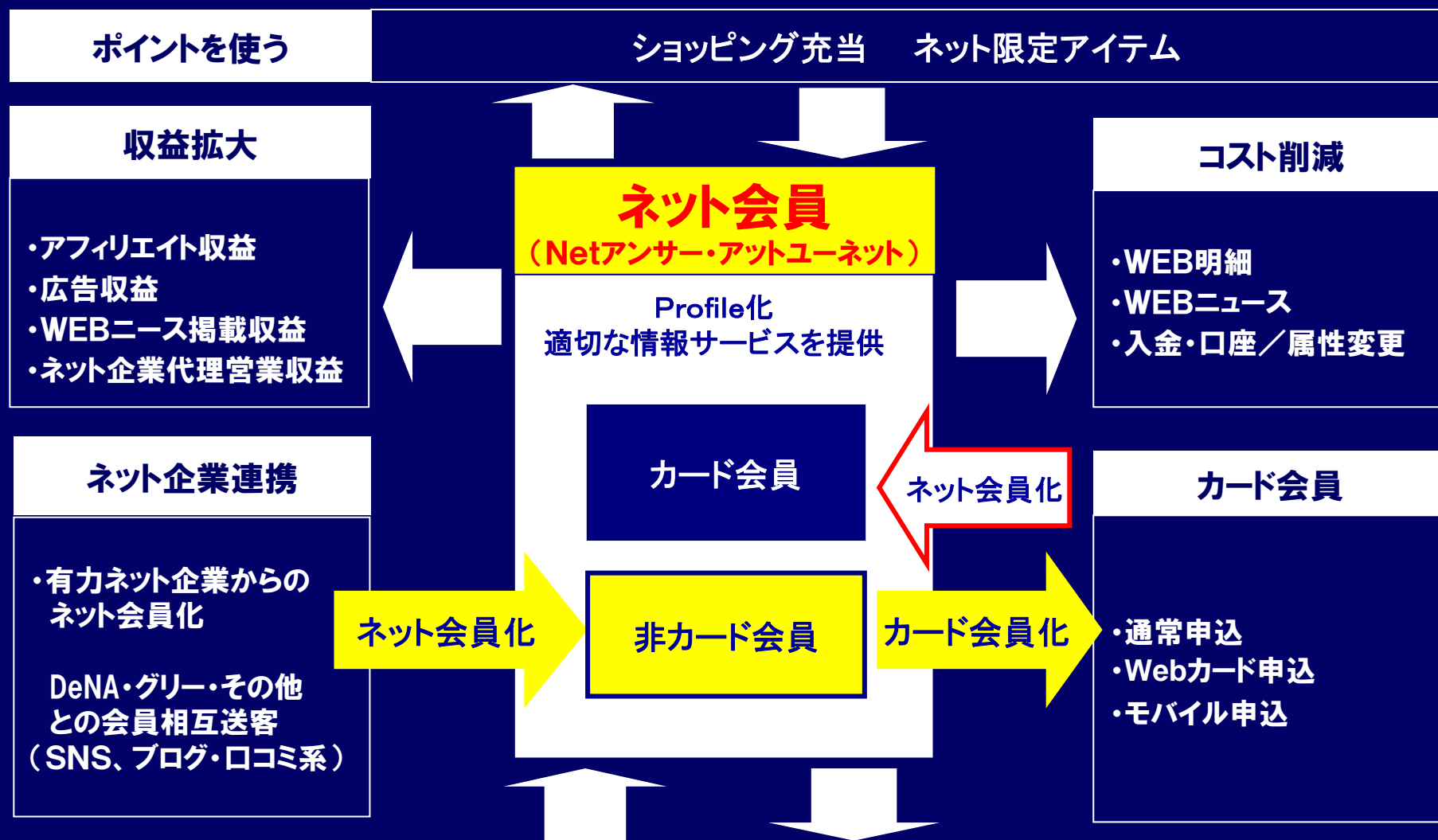
- ・毎月のカードショッピングのお支払いに充当
- ・「Amazonギフト券(電子ギフト)」や「Web Money」との交換

### ■有力ネット企業との提携によるネット会員の拡充

- ・モバゲータウン(DeNA)(11月～)、グリー(12月～)との会員相互総客提携

- 【2012年度目標】
- ・ネット会員数1,000万人(09年度実績426万人)
  - ・「永久不滅.com」取扱高1,200億円(09年度実績270億円)
  - ・貢献利益70億円(09年度実績12億円)

# [参考] ネットビジネス概略図



永久不滅.Com - 永久不滅関連サービスをサイト統合 -



検索で  
貯める

価格.com



## 事業構造改革による2010年度70億円のコストコントロール

### ■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

### ■プロセッ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

## リース&レンタル事業 「レンタルビジネスの飛躍的拡大」

### ■レンタルビジネスの拡大

- ・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、ウィークリー・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

## 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

- ・2010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

# (参考) 国内クレジットカード業界の再編

みずほ  
FG



クレディセゾン



りそな  
HD



三井住友 FG



NTTドコモ



楽天



JRグループ



三菱UFJ FG



JA CARD

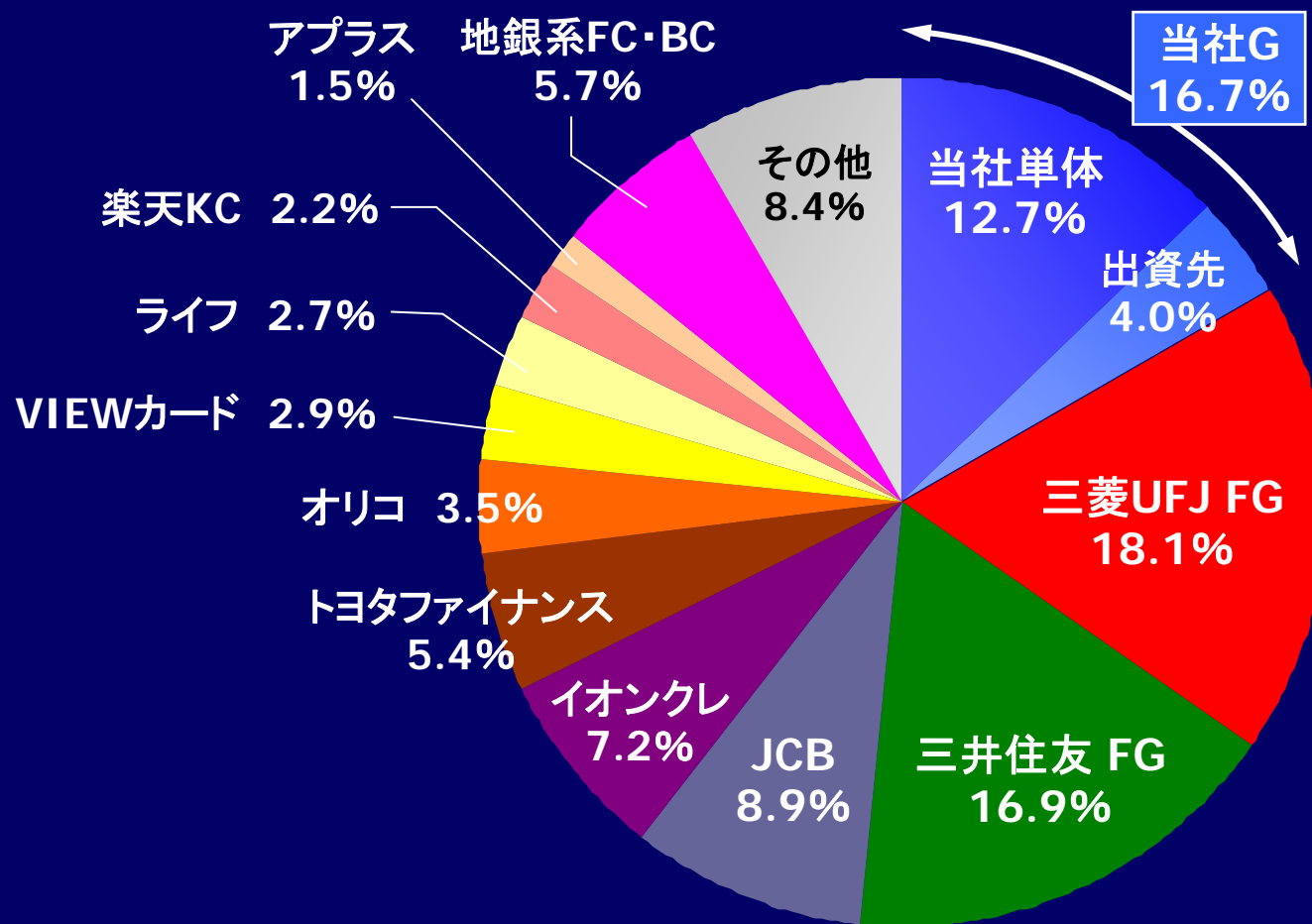


その他



# (参考) 国内マーケット・シェア (ショッピング取扱高)

## ■ カードショッピング取扱高 (イシューベース) 【2009年度】



2009年度取扱高

: 約 30.2兆円

※出典: 経済産業省

※各社公表計数等をベースに、当社独自推計方法により算出

※各社原則 単体数値 (海外カード会員分除く)、各ブランド会社のFC・BC (120社超) は「地銀系FC・BC」として集計

※当社出資先: 出光クレジット、リそなカード (セゾンブランド分)、高島屋クレジット、静銀セゾンカード、大和ハウスフィナンシャル