

2007年2月期 決算説明会




PRIME

POCKET
ONLY ONE



クレジットカードサービスを創造する
CREATING CREDIT CARD SERVICES

 **ポケットカード** 株式会社

2006年度 総括

<i>Date</i>	<i>Topic</i>
06年3月	角川クロスメディアと提携 「P select store (ピ-セレクトストア)」をスタート
5月	カーエネクスイツモカードの新規会員獲得数が 累計で20万件を突破
6月	伊藤忠食品と提携 会員向け食品物販サービスを開始 コーナンカードの新規会員獲得数が累計で20万件を突破
7月	JCBブランドカードを発行 MasterCard、VISAと併せて3ブランド化を達成
9月	NTTドコモ、ヤフーら5社とポイントプログラムで提携
11月	コーナンカードの新規会員獲得数が累計で30万件を突破
12月	低金利ローンカード 「P-oneビジネスカード、P-oneマネーカード」を発行
07年2月	カーエネクスイツモカードの新規会員獲得数が 累計で30万件を突破 新基幹システム「P-sys (ピーシス)」稼動

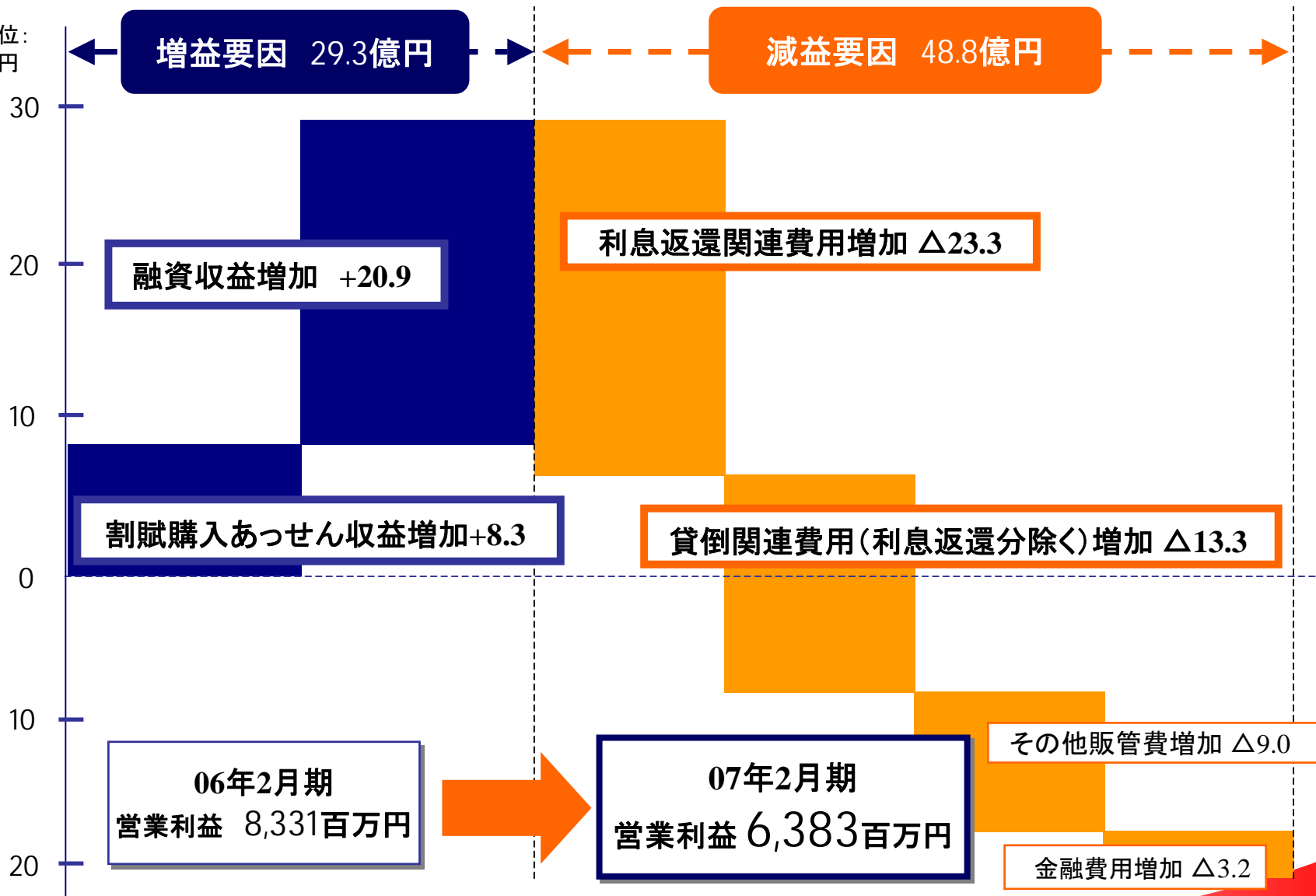
2006年度業績ハイライト

収入面は堅調に推移したものの、利息返還・貸倒関連の費用を特別損失に計上した結果、純利益では前期比で大幅にマイナス

	06年度実績	前期比	修正後公表値
営業収益	38,829 百万円	108.2%	39,000 百万円
経常利益	6,377 百万円	76.6%	6,600 百万円
当期純利益	1,248 百万円	27.9%	1,000 百万円
割賦購入あっせん 取扱高	2,118 億円	122.9%	—
キャッシング残高	1,397 億円	107.1%	—

収益変動要因分析

単位:
億円

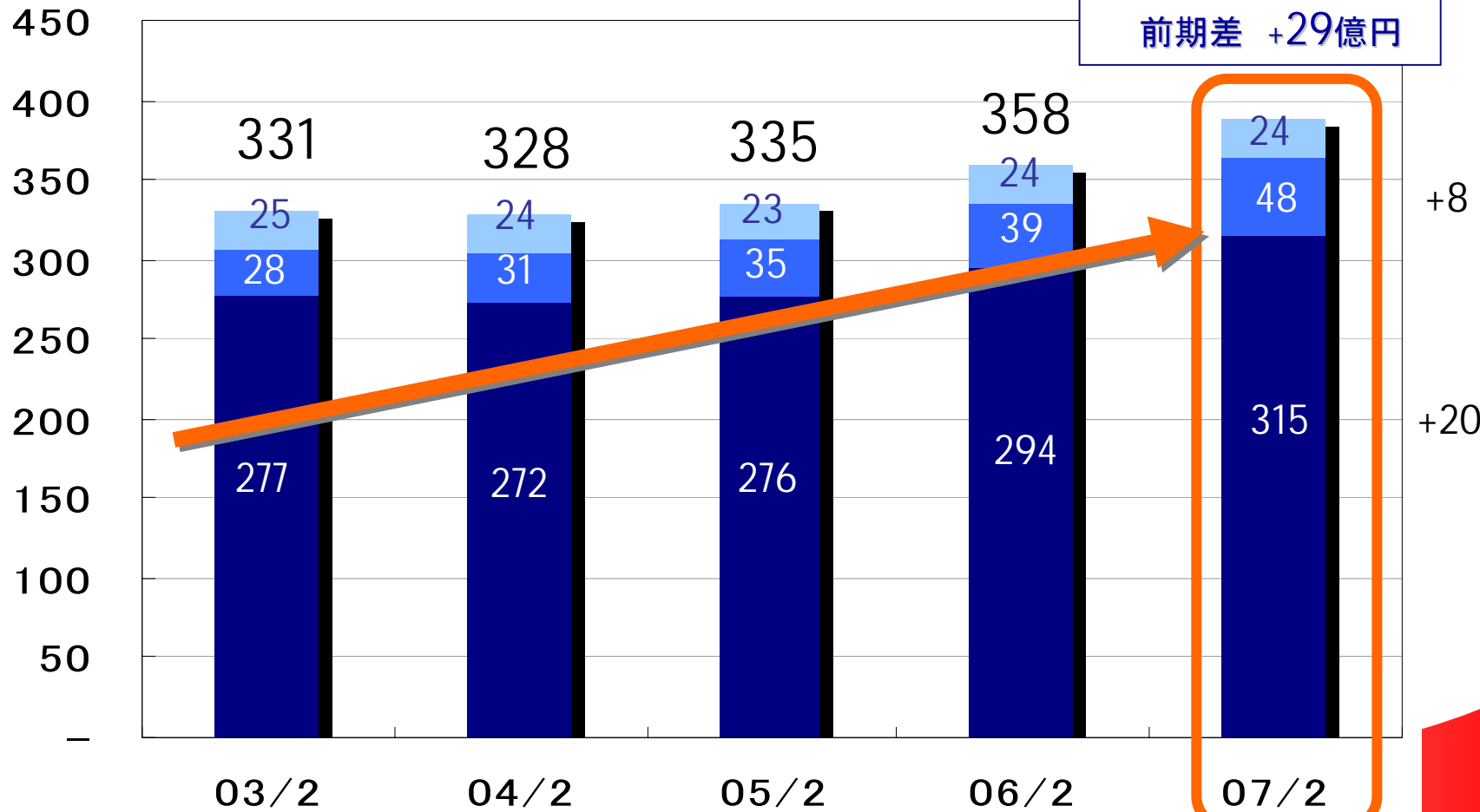


営業収益推移

◆ ショッピング、キャッシングの両面で好調に推移、
過去最高収益を達成！

単位：億円

■ 融資 ■ 割賦購入あっせん ■ その他



388億円
 前期比 +8.2%
 前期差 +29億円

+8
+20

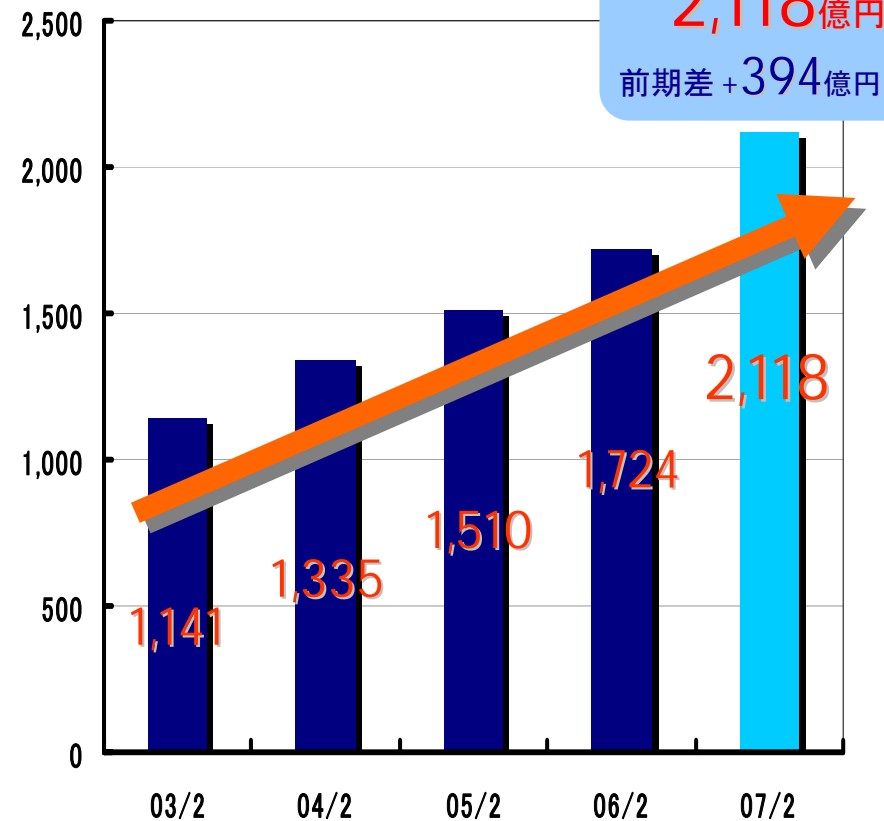
割賦購入あっせん取扱高・キャッシング残高推移

データベースマーケティングの強化により
利用頻度・利用金額が増加

機動的な与信施策・戦略の推進により
キャッシング残高は堅調に推移

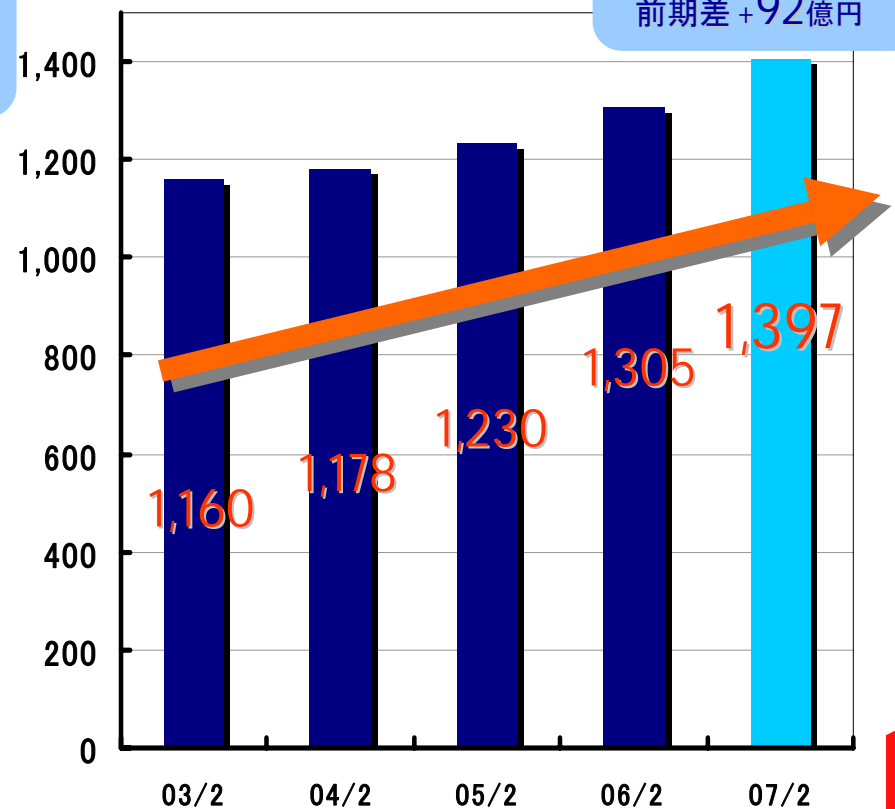
割賦購入あっせん取扱高

単位：億円



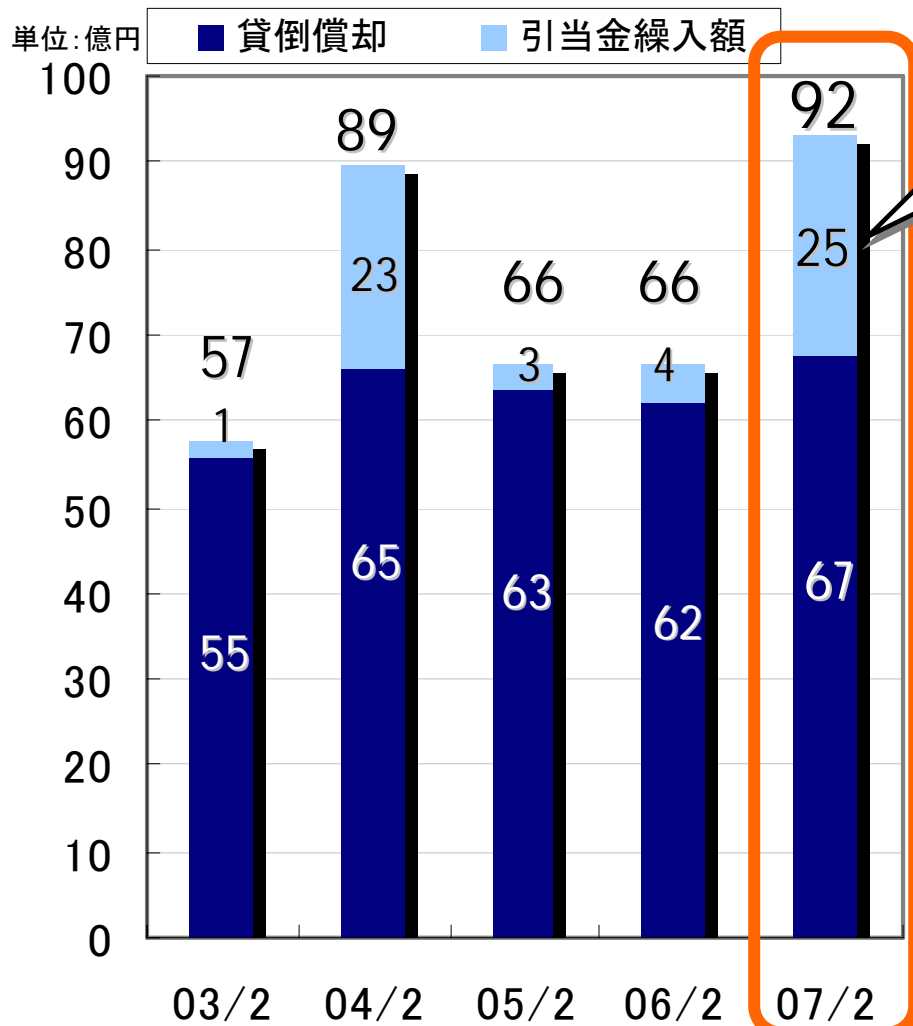
キャッシング残高

単位：億円



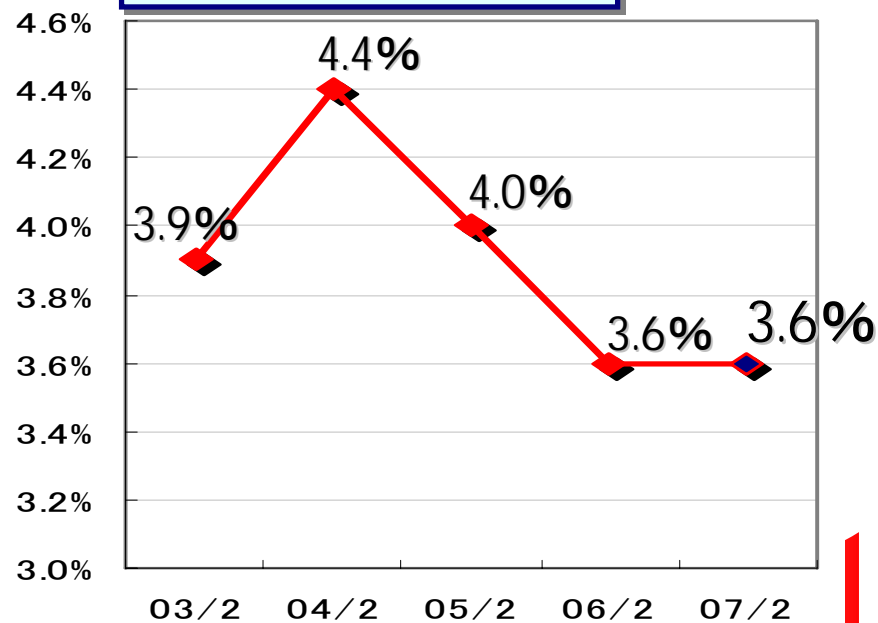
貸倒関連費用

貸倒関連費用推移



- ①利息返還及び法的介入債権 15億円
- ②特殊要因 5億円
- ③その他一般債権 5億円

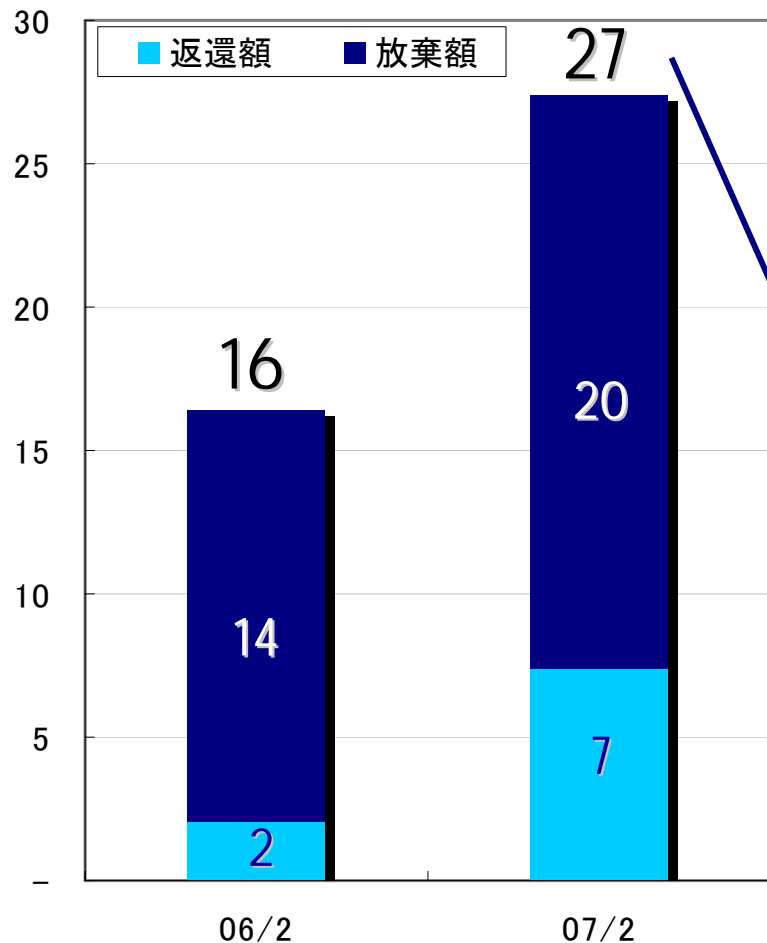
貸倒償却率推移



利息返還関連費用

利息返還関連費用

単位: 億円

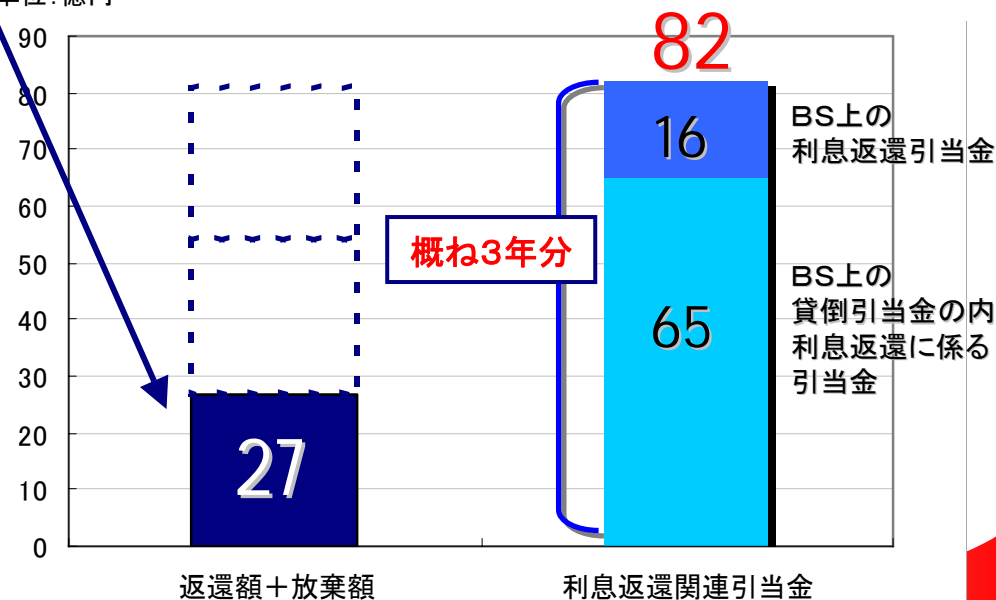


単位: 億円

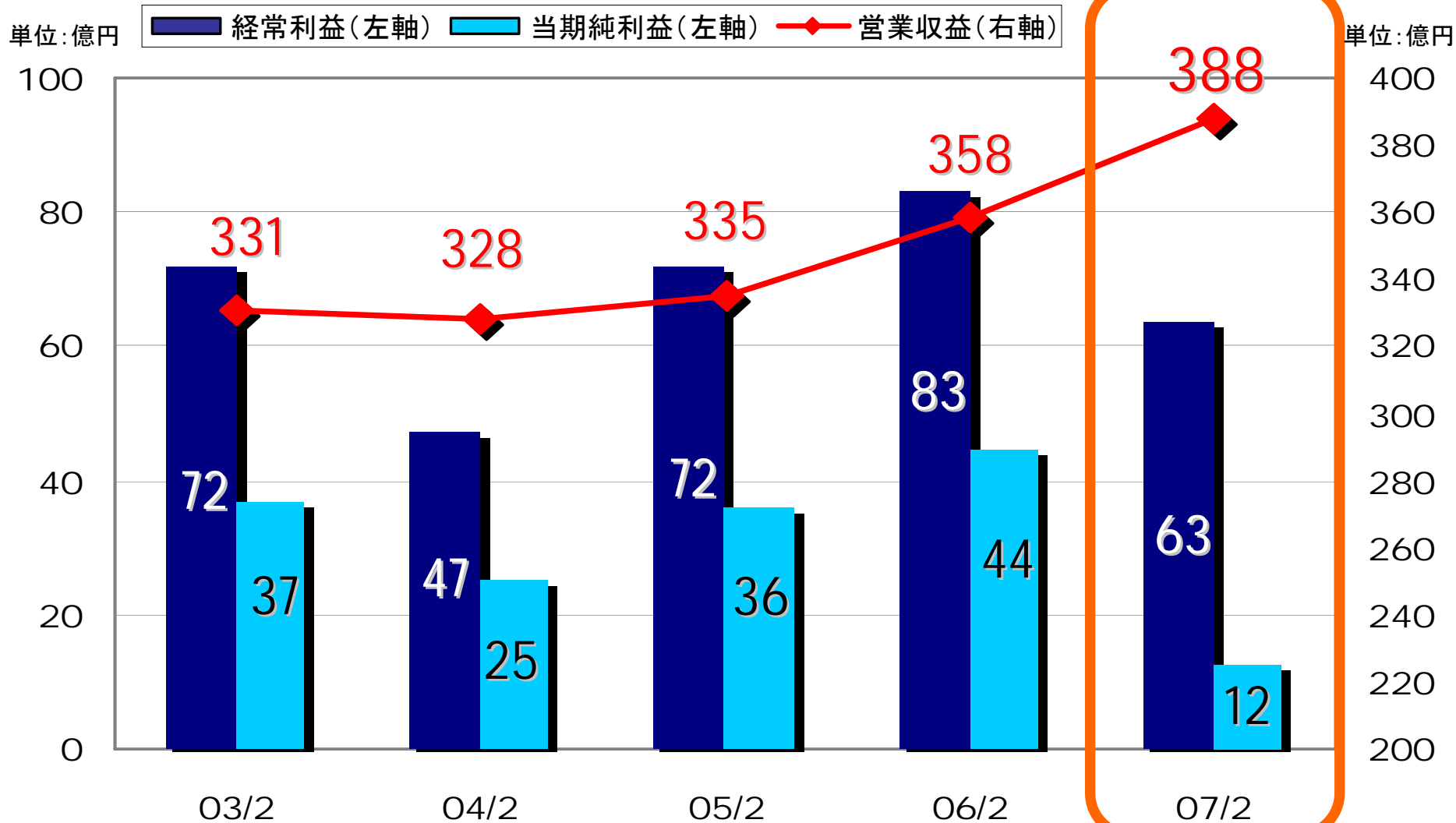
	06/2期	07/2期	前期差
返還額	2.1	7.4	5.3
放棄額	14.3	20.0	5.7
利息返還関連引当金	30.4	82.2	51.8

利息返還引当金状況

単位: 億円



業績推移

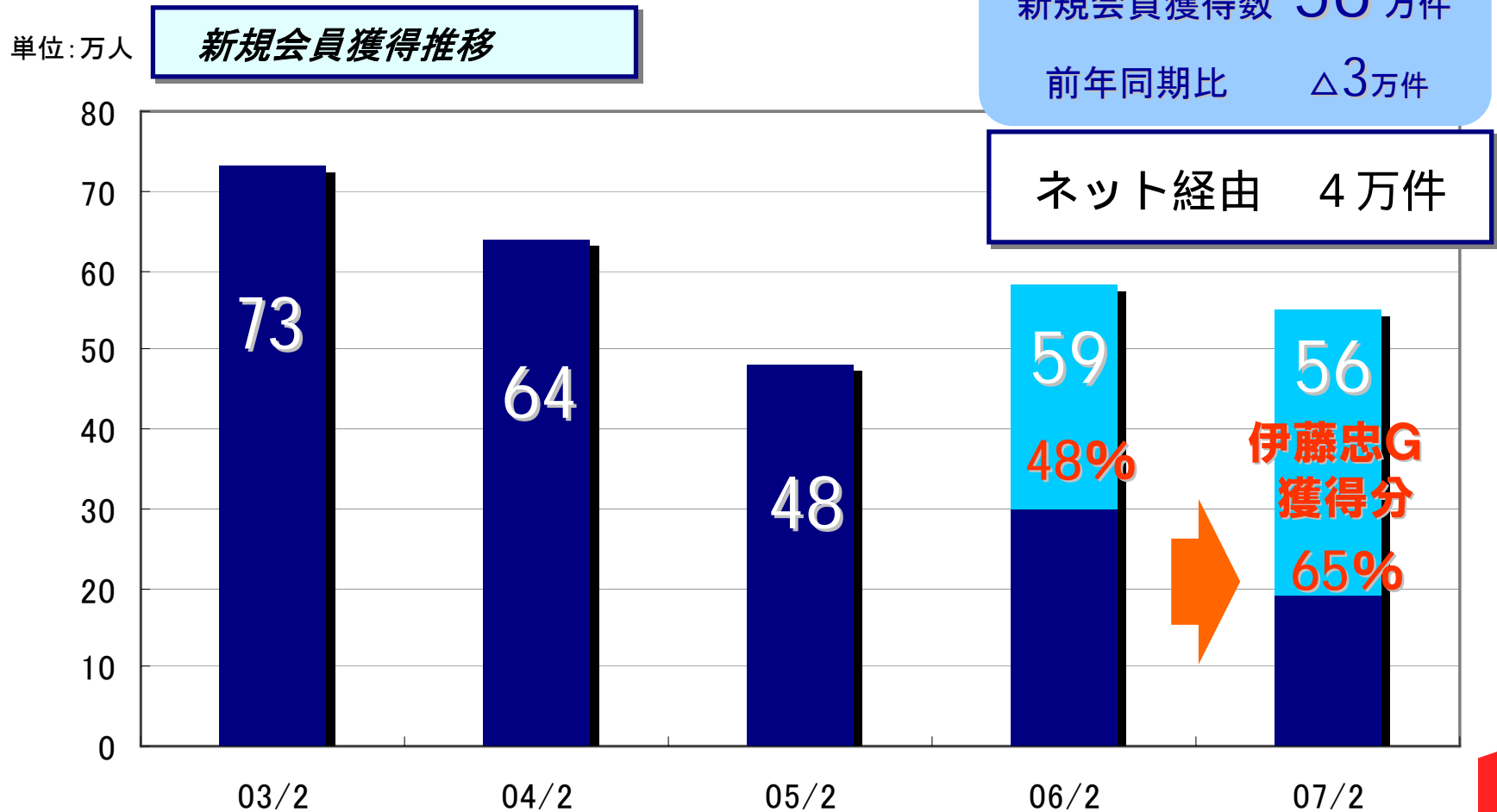


営業数値ハイライト

	<i>06年度実績</i>	<i>前期差</i>
新規会員獲得	56 万件	3万件
有効会員数	402 万人	+8万人
利用会員数	138 万人	+5万人
利用率（年間）	34.8 %	+0.2%
月間利用率	17.7 %	+1.7%

新規会員獲得

エネクス・コーナでのカード募集が堅調に推移
 下期は効率募集を実施した結果前期比では若干のマイナス



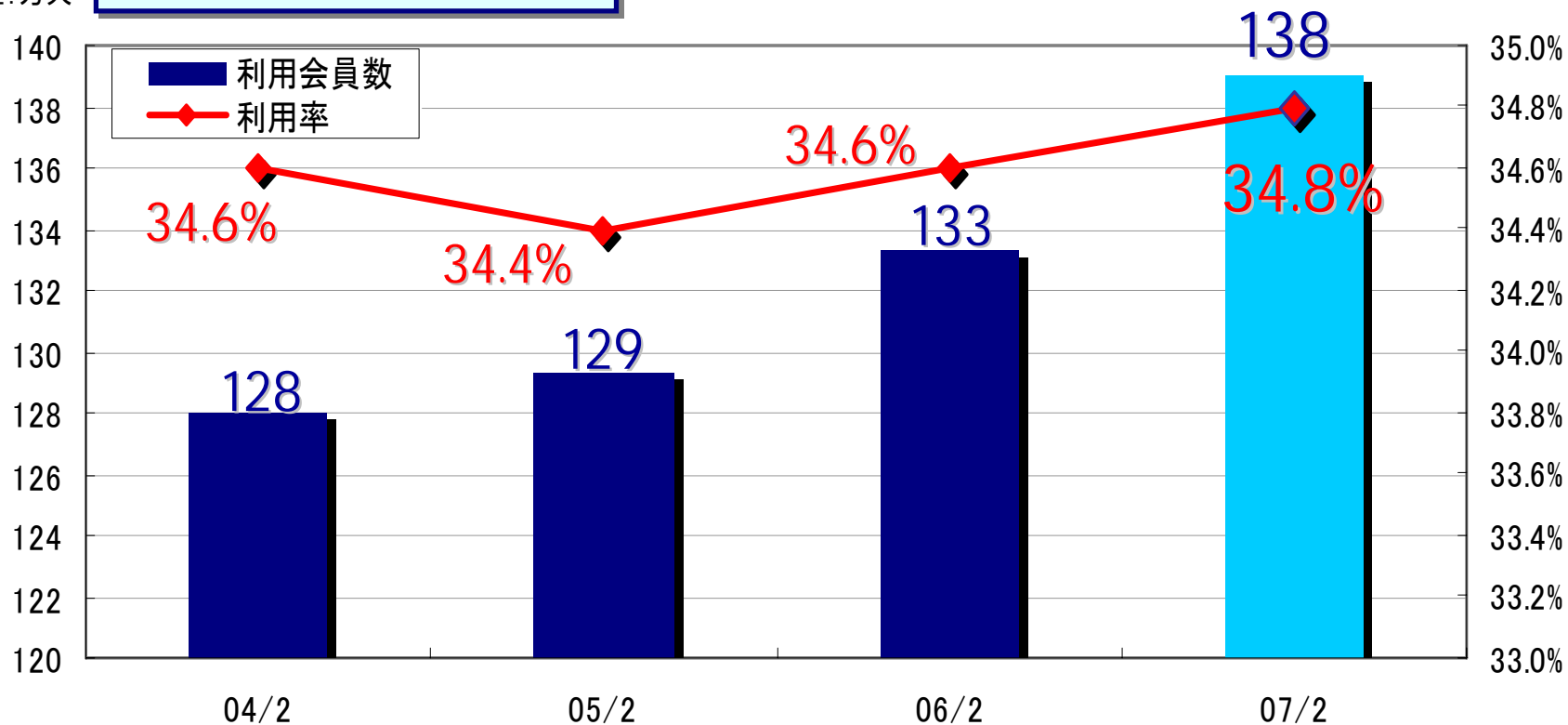
利用会員数・利用率推移

利用会員数は138万人を突破、利用率も微増

	実績	前期比
利用人数	138万人	+5万人
利用率	34.8%	+0.2%

利用会員／年間利用率

単位：万人

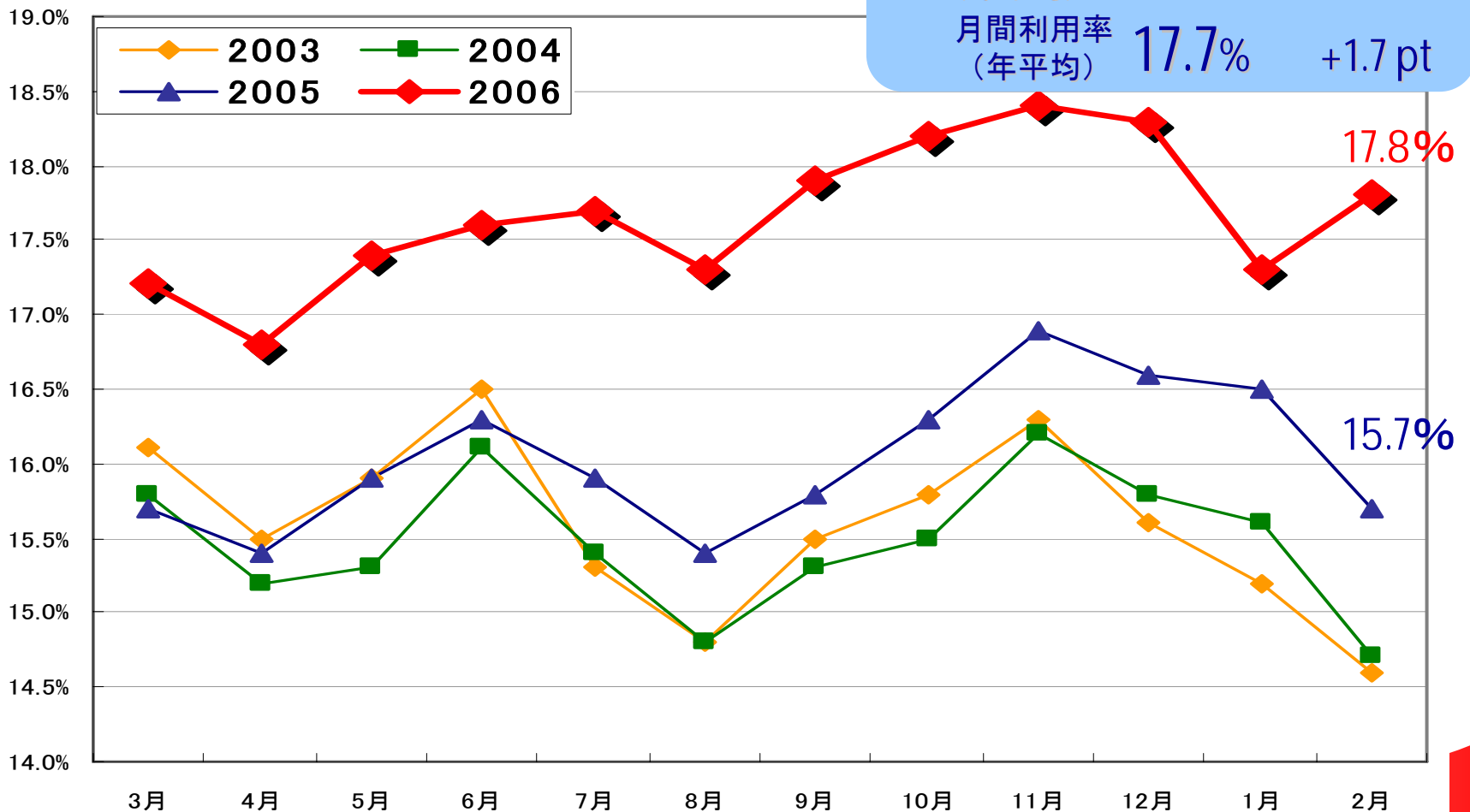


月間利用率推移

月間利用率は2005年度を常に上回る水準

	実績	前期比
月間利用人数 (年平均)	70.6万人	+8.5万人
月間利用率 (年平均)	17.7%	+1.7 pt

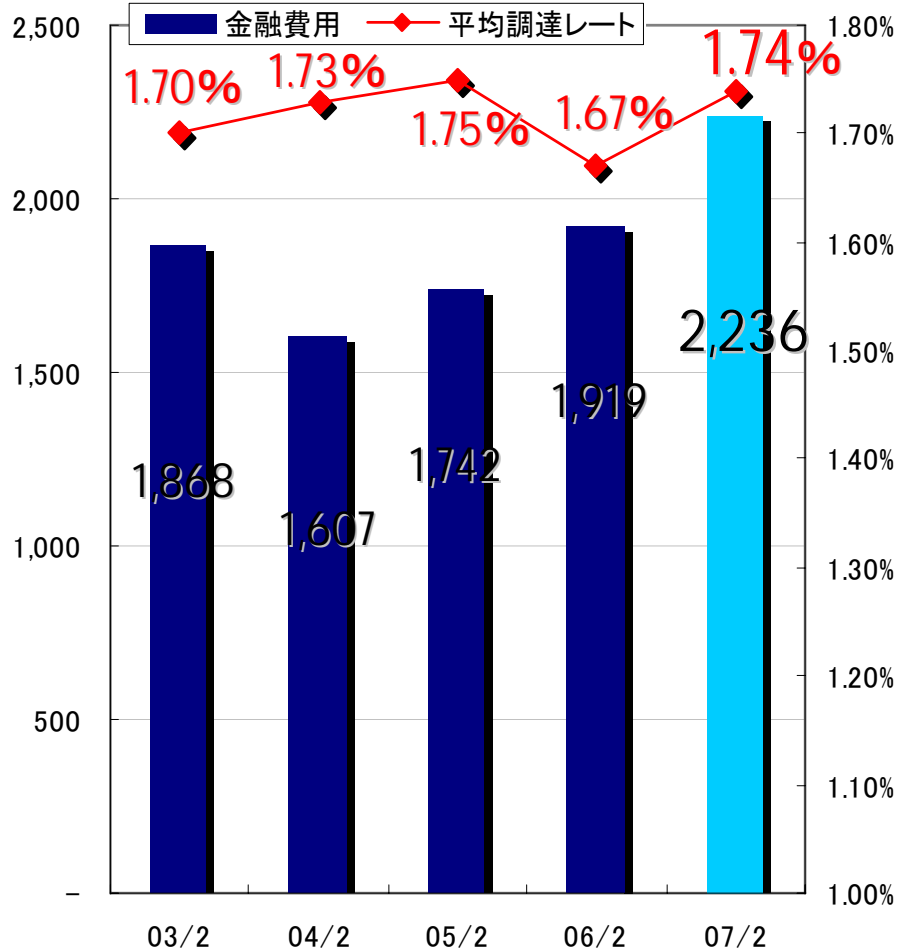
月間利用率推移



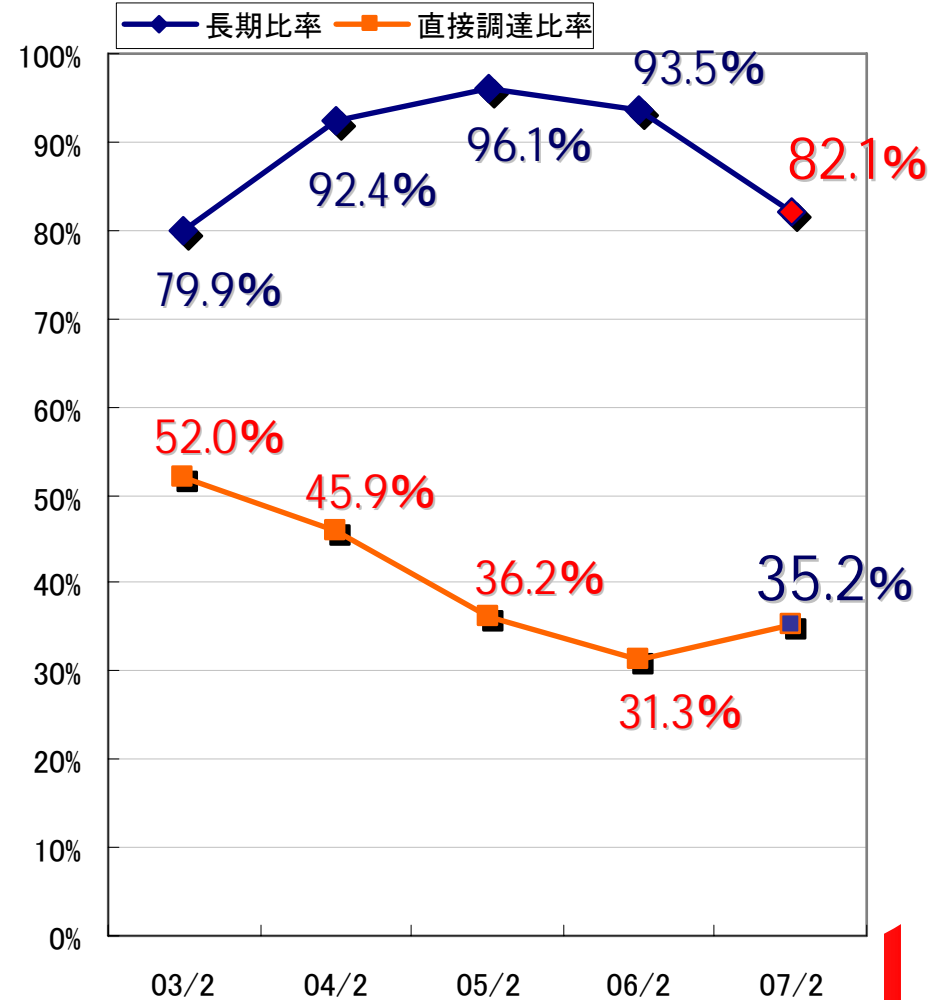
財務状況

金融費用・平均調達レート

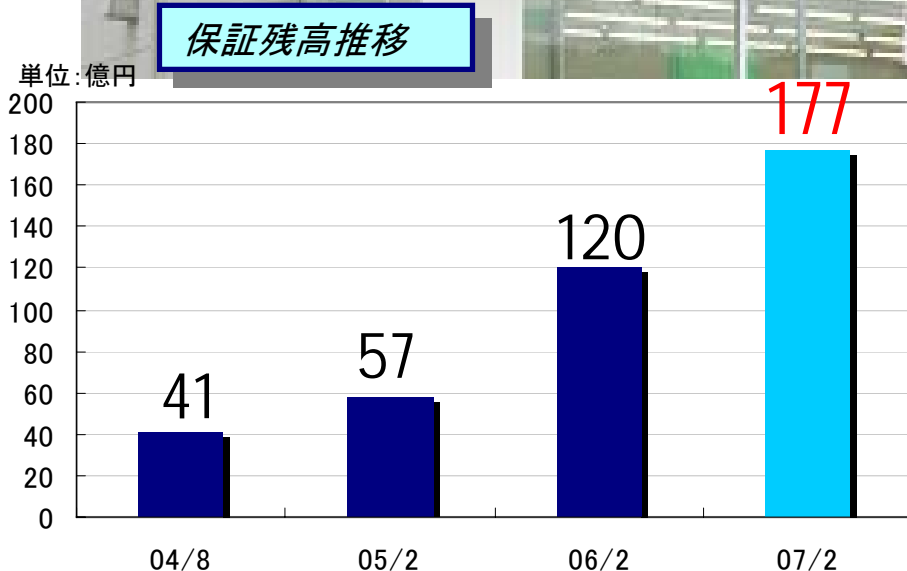
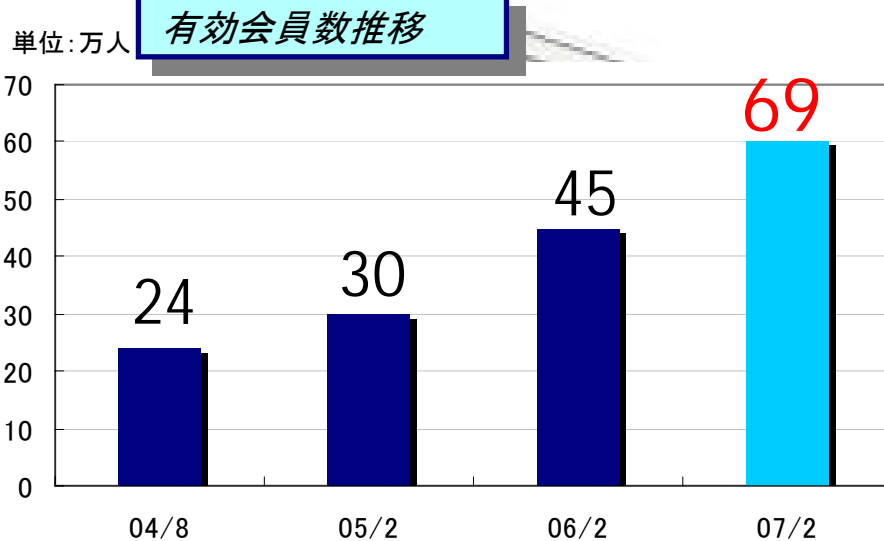
単位:百万円



長期比率・直接調達比率

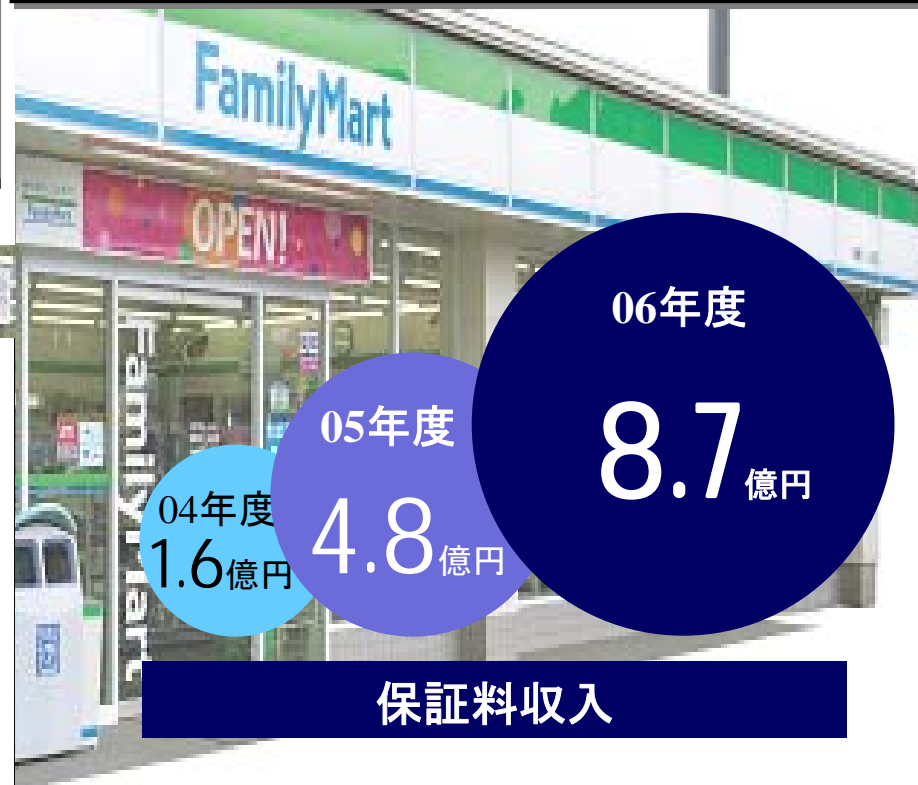


保証事業 -ファミマクレジット-



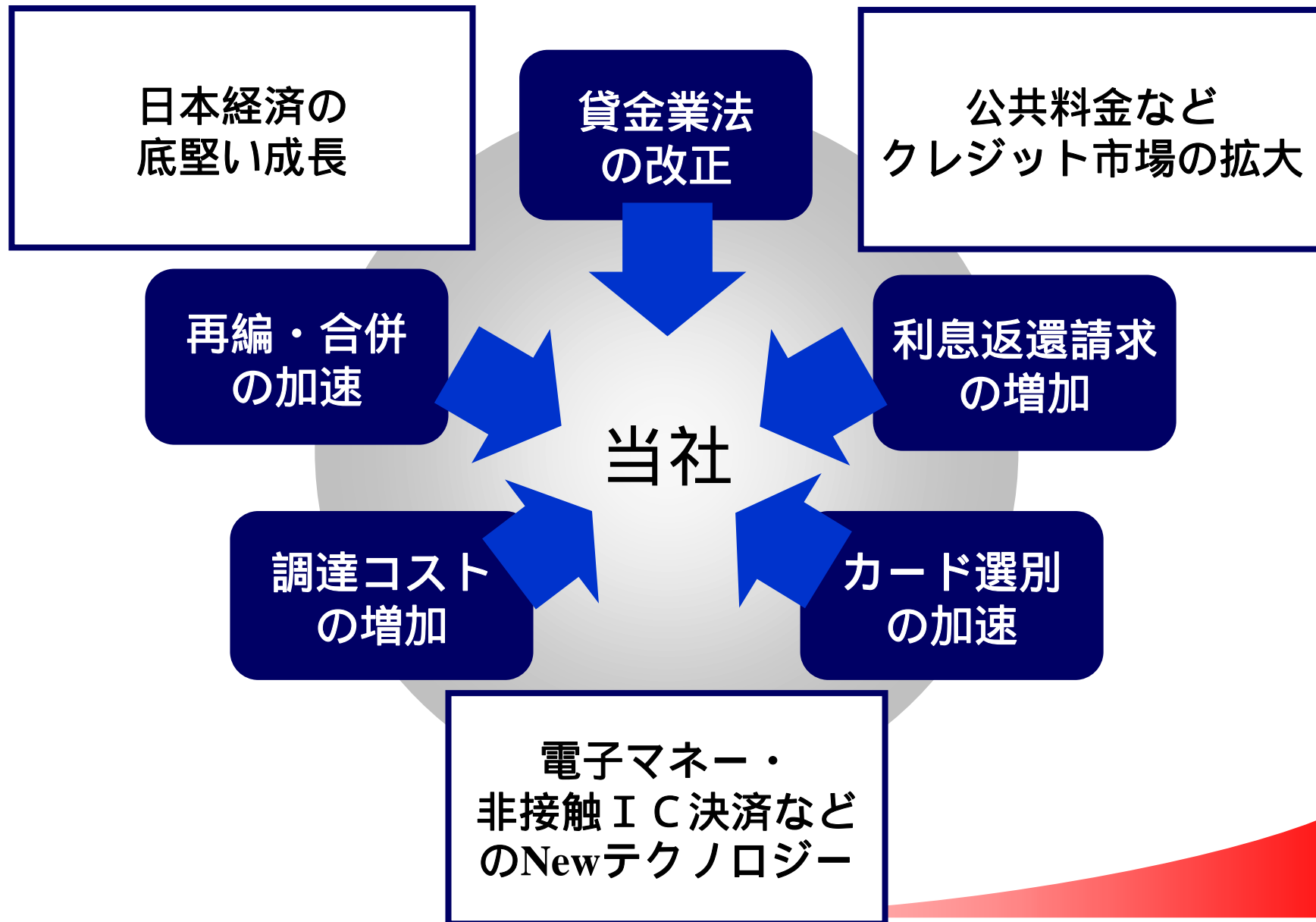
保証事業においても貸金業法改正への対応が必要

ファミマクレジットとの関係を強化し、
同社との事業のさらなる拡大を図る

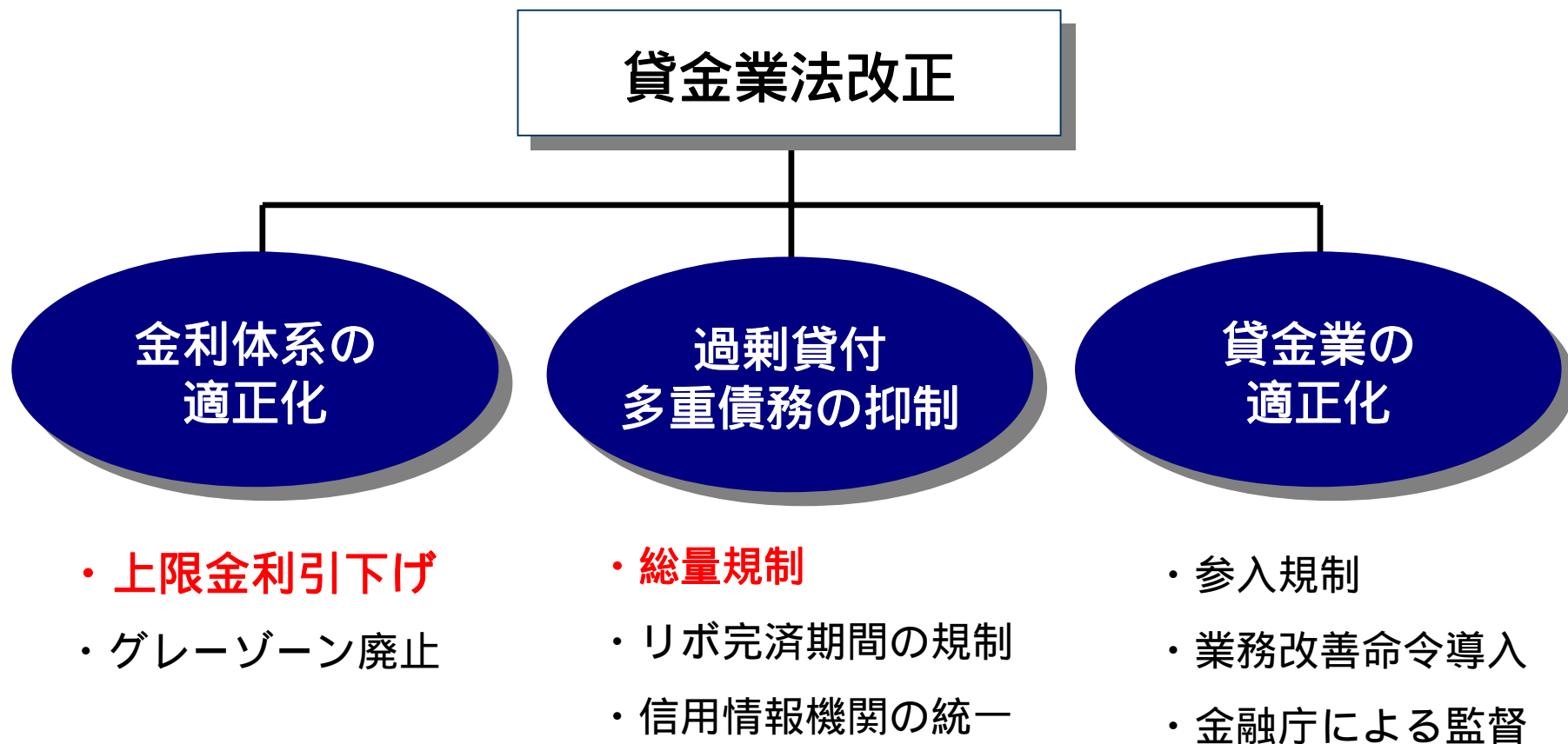


2007年度 経営方針

当社を取り巻く環境



ノンバンク業界全体に対する大きな変革の波が到来



タイムスケジュール

2007年

2008年

2009年

貸金業
関連 3 法

06/12
公布

07/6頃
施行

約2年半

- ・ 上限金利引下げ
- ・ 総量規制

当社
対応

< ビジネスモデルの変革 >

- ・ 収益モデル改革
- ・ ローコスト改革
- ・ 営業体制改革
- ・ 新規ビジネス
- ・ 提携、アライアンス

新ビジネスモデル
への移行完了

新金利への対応

新貸金業法へのシステム対応

中期経営計画～2007(第26期)-2009(第28期)年度～

・中期経営目標

Only One 企業の創造

・基本戦略

- ・差別化、集中と選択による競争優位性の発揮
- ・ローコストオペレーションを基盤にした効率経営

重要課題

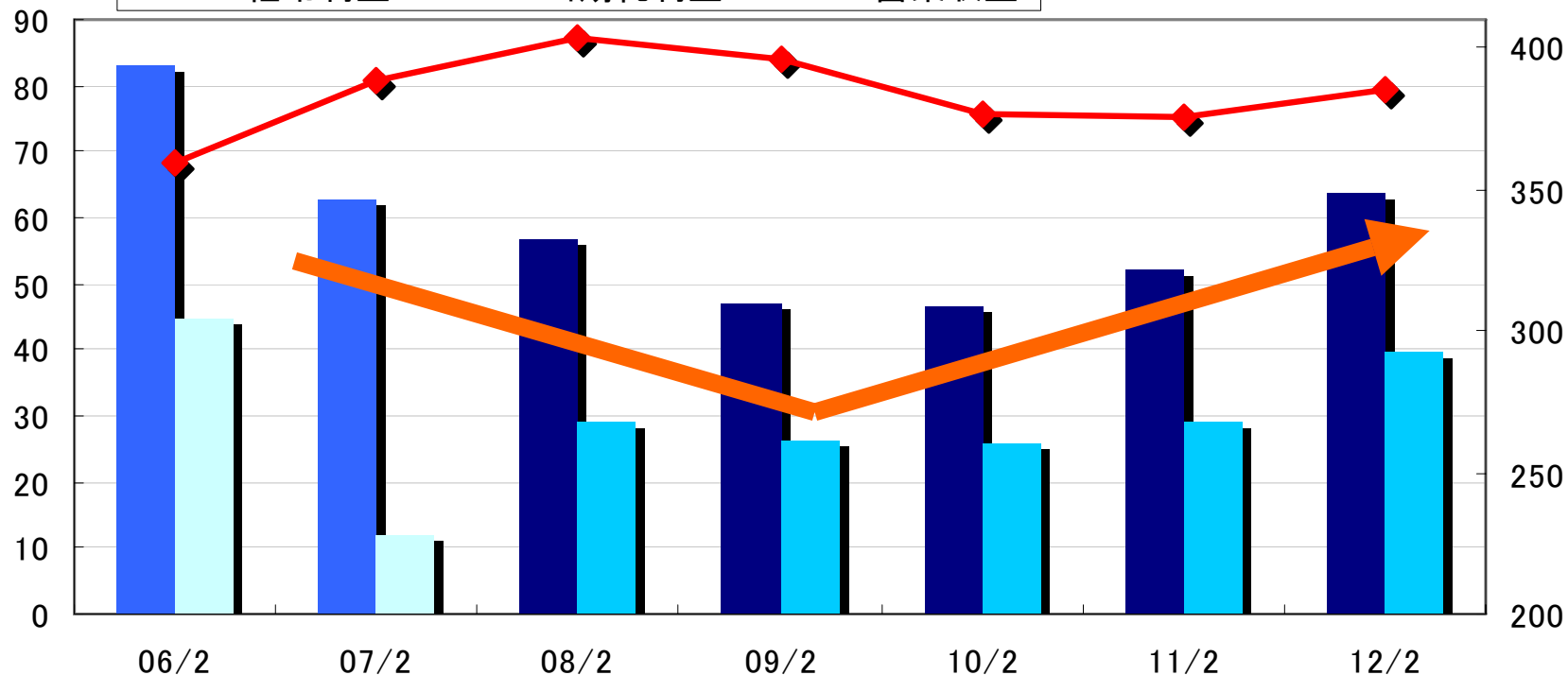
1. 収益モデル改革
2. コスト構造改革
3. ニュービジネスの創造
4. 商品・サービス品質の向上
5. コンプライアンス管理と内部統制の強化

収益計画

単位: 億円

■ 経常利益 ■ 当期純利益 ◆ 営業収益

単位: 億円



単位: 億円

	06/2	07/2	08/2	09/2	10/2	11/2	12/2
営業収益	358	388	403	395	376	375	385
経常利益	83	63	57	47	46	52	63
当期純利益	44	12	28	26	25	29	39

収益構造変革効果

5カ年の構造変革効果 (07/2期-12/2期)

各種費用減 +19億円

保証料等収益増
+26億円

Sリボ拡大等による
割賦収入の増加
+54億円

上限金利引下げ
による融資収益減
△83億円

金融費用増
△15億円

63億円

**各種施策により融資収益減等をカバー、
現在の利益水準に回復**

2007年2月期
経常利益
63億円

2012年2月期
経常利益
63億円

増益要因 99億円

Sリボ拡大等による割賦収入の増加 +54億円
保証料、保険収入等の増加 +26億円
各種コスト削減効果 +19億円

減益要因 98億円

上限金利引下げによる融資収益減 83億円
金利上昇に伴う金融費用増 15億円

06年10月開催の中間決算発表での表明方針

償却率の低下	・ <u>ローリスク顧客へのシフトによる償却の抑制</u>
発行率の向上	・ <u>発行スキーム改善による発行率の改善</u>
年会費収入拡大	・ <u>年会費徴収の一般化とゴールドカード等販促へ</u>
その他収益拡大	・ <u>カード再発行・利用代金再引落とし等々値上げ</u> ・ <u>既存会員資産活用によるクロスセル拡大</u>
効率的会員獲得	・ <u>販促費・人件費見直しによる獲得コストの低下</u> ・ <u>稼動するカードの獲得による利益率の向上</u>
業務改善	・ <u>事務センター構築によるオペレーションの集約化</u>

収益構造変革の進捗

前期実施済みの施策

- ・フィジカル店の拡大 角川知ステイアとのネット通販、伊藤忠食品とのカタログ販売
- ・効率的会員獲得 年間60万枚の獲得目標を55万枚に修正
- ・ローコストオペレーション マイル交換等、特典及びサービスの見直し
- ・手数料収入拡大 カード再発行・利用代金再引落手数料等々値上げ
- ・低金利ローン&ビジネスローン導入（P-one マネー&ビジネス）
- ・保険代理店業務店頭販売開始（さくら野百貨店）

今期実施予定の施策

- ・事務センター構築によるオペレーションの集約化（4月）
- ・大手証券会社との証券仲介業務提携（5月予定）
- ・次期システムカットオーバー（2月）によるプロセッシング業務の受託開始準備
- ・インターネット事業の推進（各種提携の強化）

収益構造変革の進捗

新貸金業法への対応

上限金利引下げ

2006年 4月	優良会員向け 14.0%の低利優遇金利提供開始
2006年12月	実質年率15.0%のP-one マネー&ビジネスの発売
2007年 3月	P-oneゴールドの金利を15%に引き下げ
2007年11月	新規利用分を18%以下に一斉金利引下げ

総量規制

与信厳格化……………外信情報の全件取得、スコアリングモデルの精緻化・マルチ化
年収の確認重視…当社会員平均年収450万円により150万円以下の与信が適正水準
＜参考＞利用会員平均残高(07/2末) 43.9万円
初期与信は10万～最大で50万円

1. 収益モデル改革—金利引下げへの対応—

2006年12月に18%以下キャッシング商品のいち早い投入

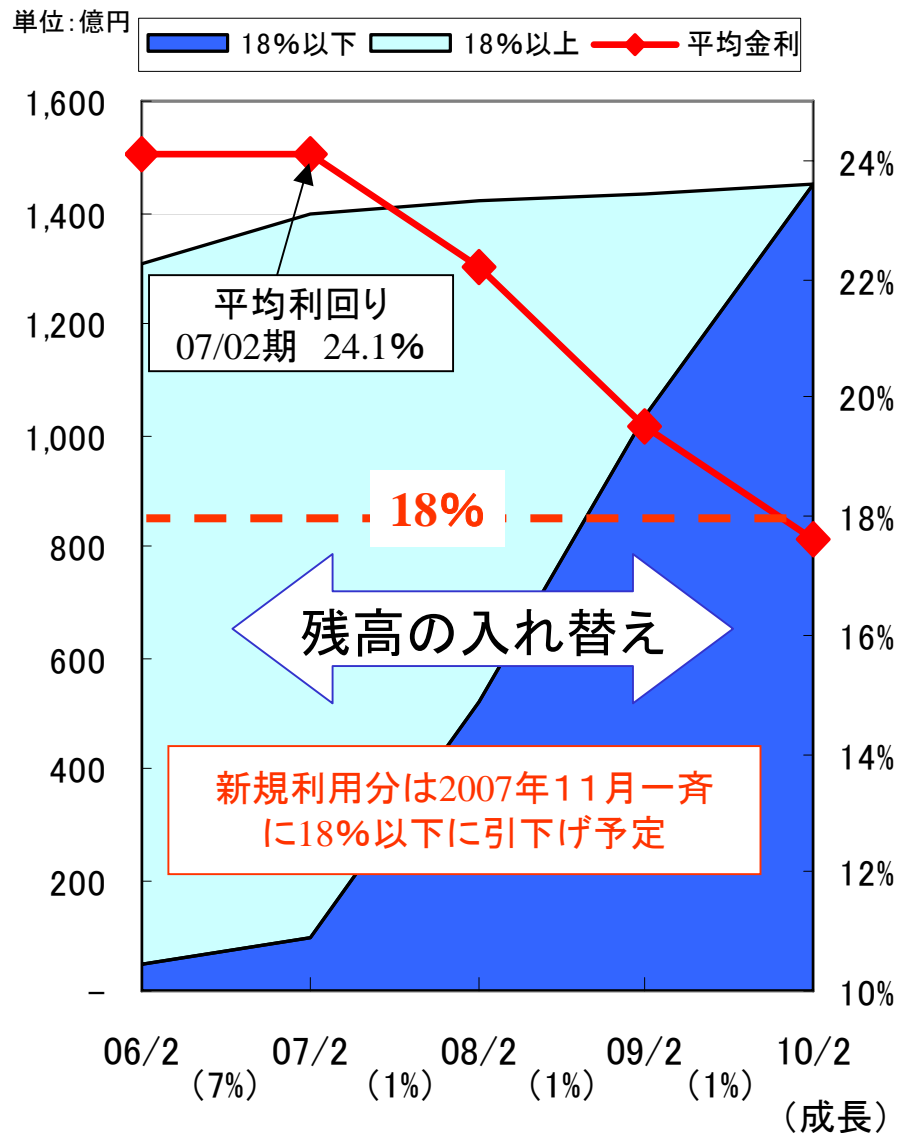
- 優良会員囲い込みへの早期取組み
- 事業者ローンへの取組み本格化へ

商品名	金利	ターゲット層	商品特性	08/02期 期末目標残高
P-one マネー 	年率 15.0%	低リスク 取引履歴良好な <u>既存優良会員</u> に DM等により訴求	限度額： 最大200万円 無担保・無保証	2商品合計 目標期末残 42億円
P-one ビジネス 	年率 15.0%	低リスク 取引履歴良好な <u>既存優良会員</u> <u>(事業主・法人代表)</u> にDM等により訴求	限度額： 最大300万円 無担保・無保証 BBネットファイナンス(株) 社と保証審査に基づく 債務保証で業務提携	

1. 収益モデル改革—金利引下げへの対応—

～優良会員の囲い込みと並行～

18%以下キャッシング残高入替え計画

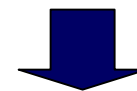


新型商品部分

P-one Money + P-one Business

2006年12月投入 年率 15.0%

08/02期 残高42億円



10/02期 残高140億円



既存商品部分

既存会員+新規会員

新規利用 年率18.0%以下

08/02期 残高340億円

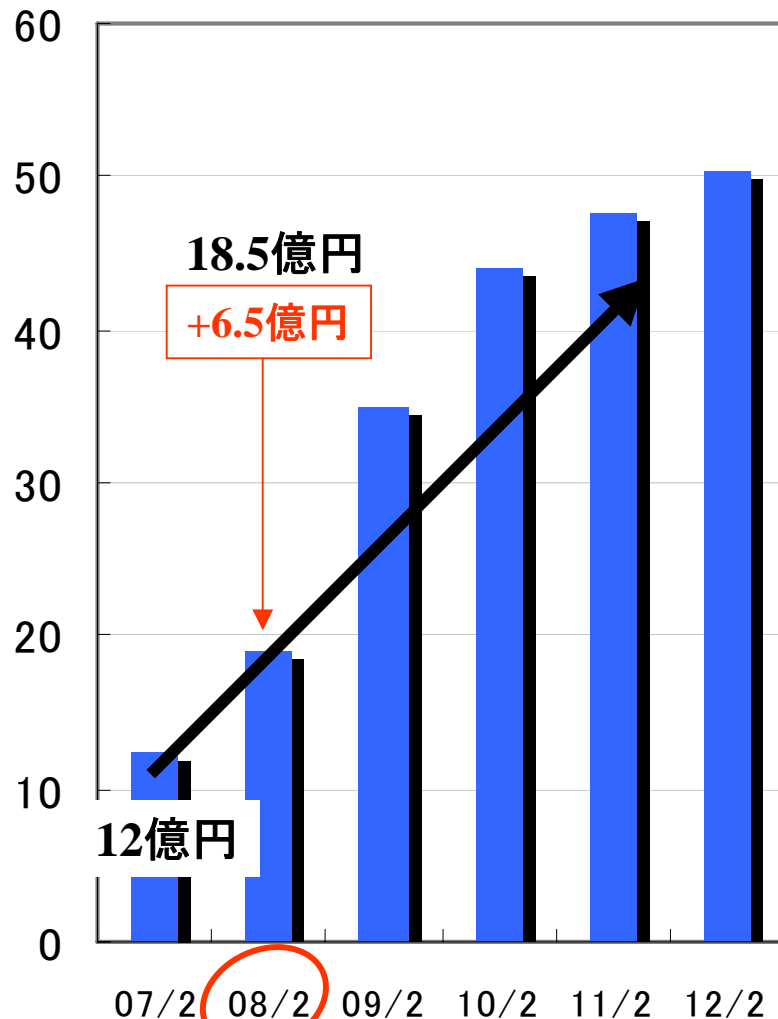


10/02期 残高1300億円

1.収益モデル変革ーショッピングリボ拡大ー

Sリボ 顧客手数料収入

単位:億円



ショッピングリボ拡大策

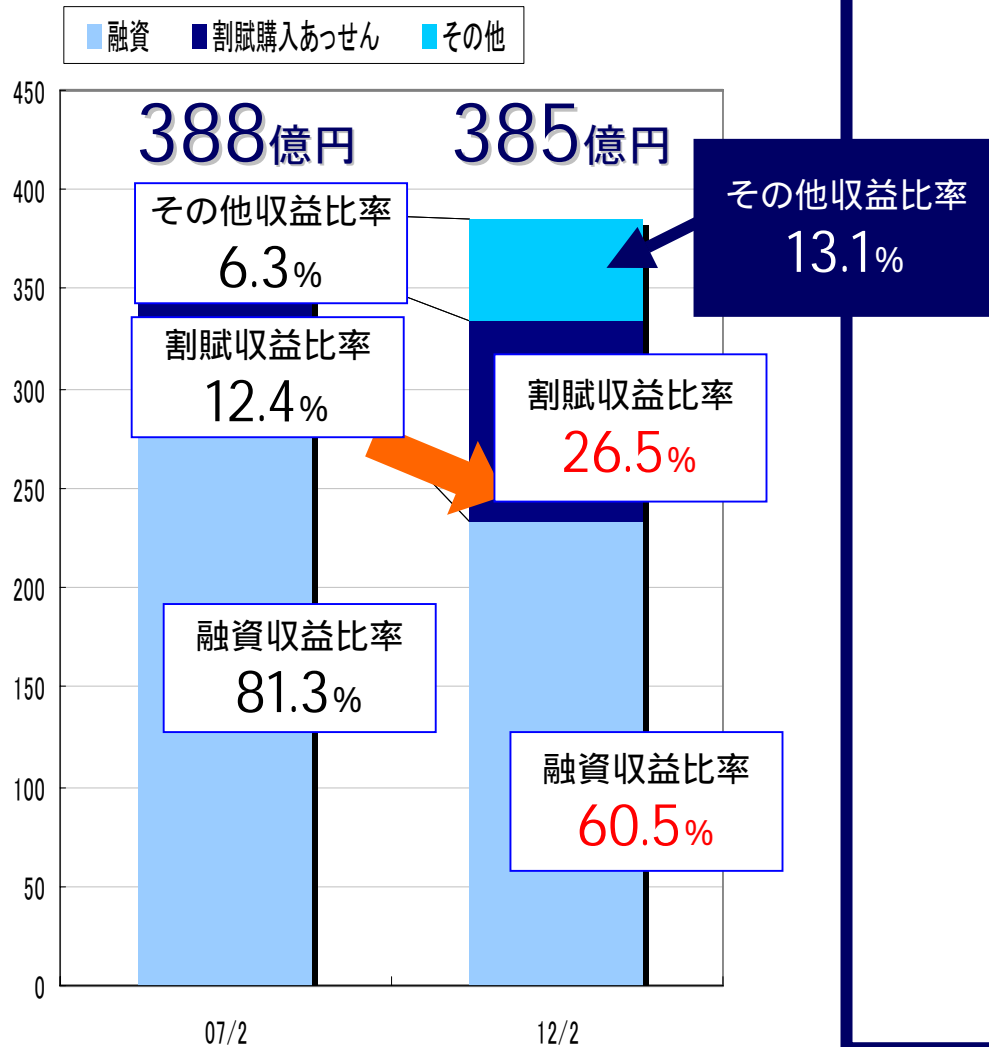
+6.5億円を実現する施策

- 施策1** リボ促進の与信戦略 + 3.0 億円
 - ・優良会員への与信枠の設定
 - ・若年層、購買意欲旺盛な顧客をターゲットにしたマルチ与信の強化
- 施策2** あとリボくん(1回払い⇒リボ払い) + 1.3 億円
 - ・明細書発行時の切替え誘導
 - ・アウトバウンド・インバウンドで販促
- 施策3** リボ宣言拡大(支払がリボ払い) + 1.2 億円
 - ・会員入会時の店頭での誘導
 - ・アウトバウンド・インバウンドで販促
- 施策4** リボ専用カード発行+新型リボ商品 + 1.0 億円
 - ・ネットチャネルでの商品ラインナップに追加
 - ・若年層、購買意欲旺盛な顧客をターゲット
 - ・自動リボ振替サービス

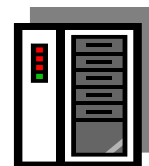
1.収益モデル変革—その他収益部分の拡大

収益内訳

単位：億円



ファミマカード保証事業



カードプロセッシング受託
(次期システム07年2月稼動)



年会費付カード販売拡大
(シルバー・ゴールドカード)



保険販売
(生損保)



証券仲介

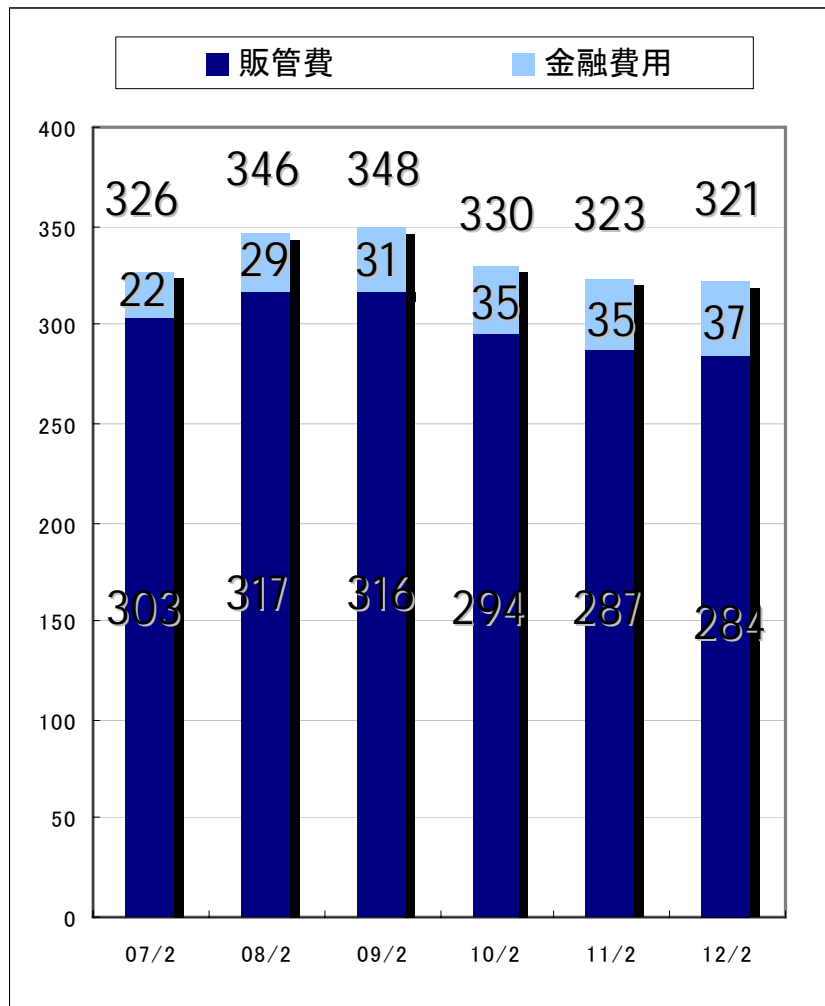


物販・クロスセル
サービス有料化
(ATM手数料等々)

2.コスト構造改革

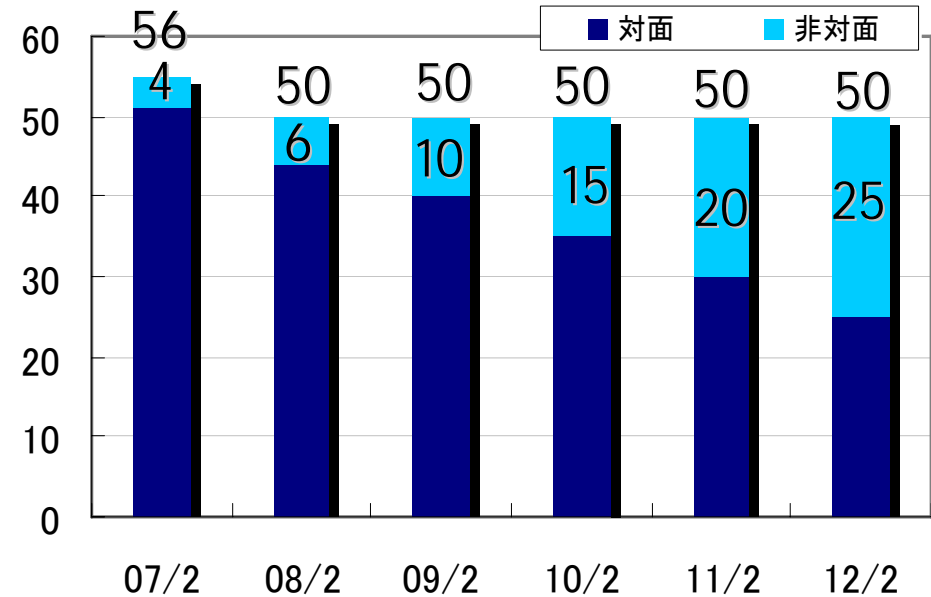
コスト推移

単位:億円



新規会員獲得数

単位:万人



<実施施策>

- ・発行スキームの改善による発行率の改善
- ・事務センター構築によるオペレーションの効率化
- ・各種特典、キックバックの見直し
- ・営業拠点集約によるコスト削減
- ・ネットを中心とした非対面募集の拡大による会員獲得採算性の向上

ネット系カード状況

チャンネル別会員特性比較

	対面チャンネル	オンライン
ターゲット	30-60代	20代 若年層
獲得コスト	3,000 - 6,000円/件	1,500 - 2,000円/件
月間利用率	15-20%	25 - 40%
ショッピング利用単価	50 - 60千円	60 - 70千円
リボ比率	10%以下	15%超
キャッシング需要	低 - 高	高

高生産性

単位: 万人

オンライン募集数

対面募集からオンライン募集にシフト



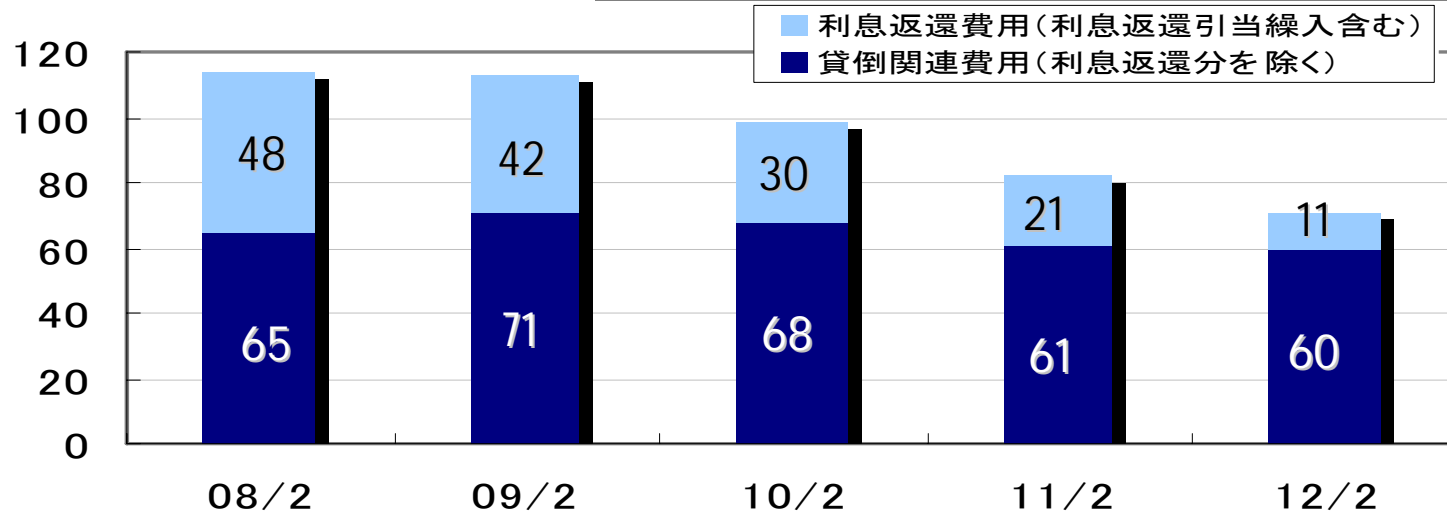
ネット系企業との提携拡大
モバイルでのカード募集開始

将来的には新型リボカードの開発や
プロセッシングの見直し、ネット会員に
特化した与信戦略等により、さらに
高い生産性の実現を目指す

2.コスト構造改革－貸倒・利息返還費用－

貸倒・利息返還費用

単位:億円



利息返還はこの一年が山

与信・債権管理体制の強化により、
環境変化に伴う貸倒関連費用の増加を抑制

< 与信管理 >

上限金利引下げに伴う与信モデルの
精緻化・厳格化

既存ハイリスク債権の圧縮

与信システムの高度化

< 債権管理 >

事務センター集約による効率性の向上

管理の細分化による回収体制の強化

カウンセリング体制の充実

法務部門の強化

3. ニュービジネスの創造

3つのリソースを活用して
新規ビジネスを開発・推進

New ビジネスの創造

ネット事業

マガシーク、Zozoに続くネット
企業との提携

インターネットを通じたカード募集
の強化

ネットチャネルにおけるカード
ビジネスモデルの構築



伊藤忠チャネル

会員資産



伊藤忠ブランド、プロダクト、ビジネス
ノウハウを活用した新たな提携の推進

ファミマクレジット、エネクス、コーナン
など既存提携事業の再強化・再構築

会員向けの新たなクロスセルビジネスの
拡大

加盟店ネットワーク、法人と連携した
新規サービス、新規事業の創出



4. 商品・サービス品質の向上

商品、マーケティング力の強化

データベースマイニングの深化による
マーケティング強化



電子マネー・携帯クレジットなど
新商品・サービスを開発

インバウンドコールの処理能力拡充、
対応レベルの向上



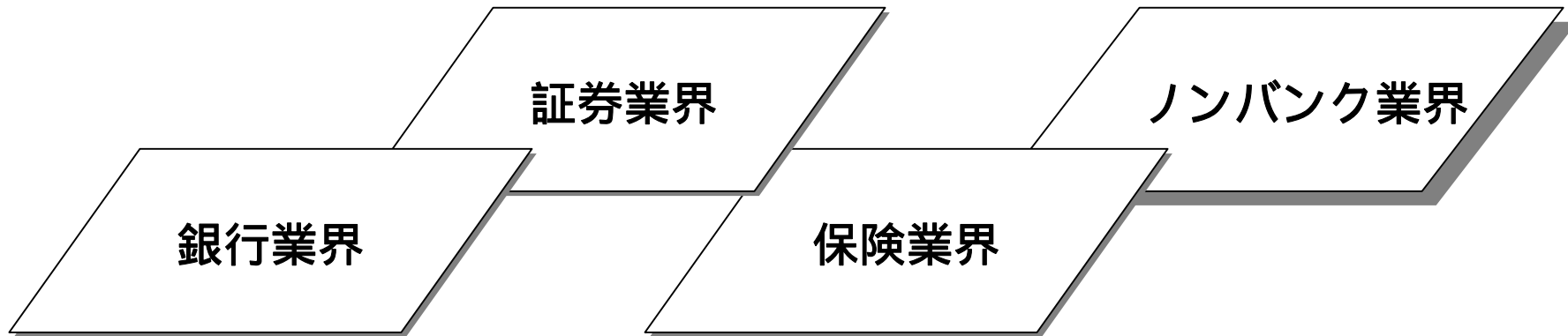
お客様満足度・
ロイヤリティの向上へ

販促部門と連携したCRMの推進

お客さま対応力の強化

5.コンプライアンス管理と内部統制の強化

金融庁から次々と出される各金融機関に対する処分・処罰



金融庁は消費者保護強化へ厳正な対応意向

**金融商品取引法
(日本版SOX法)
の施行**

**金融商品取引法（日本版SOX法）への
全社的対応**

コンプライアンス教育の再強化