

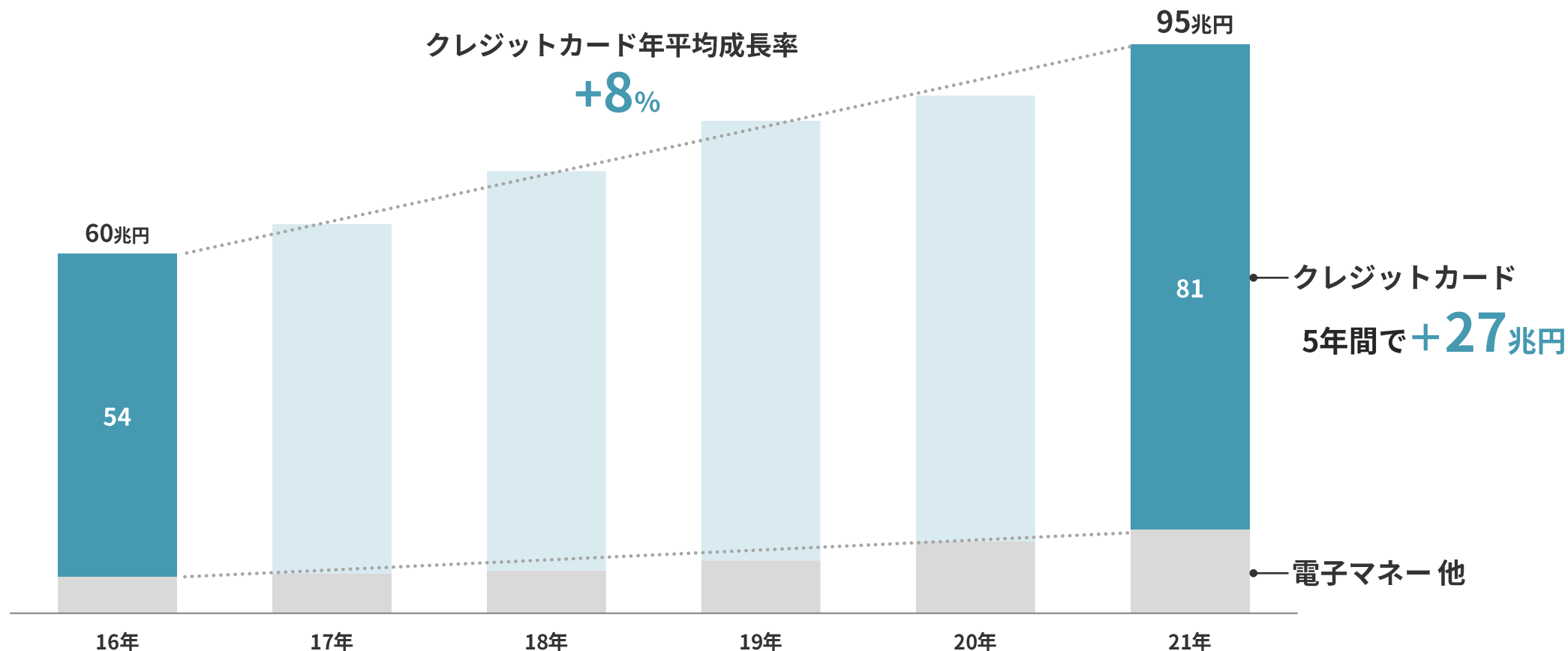
4

事業戦略：フィンテック



キャッシュレス化の進展により、クレジットカード市場は年率8%で成長

■ キャッシュレス市場の推移



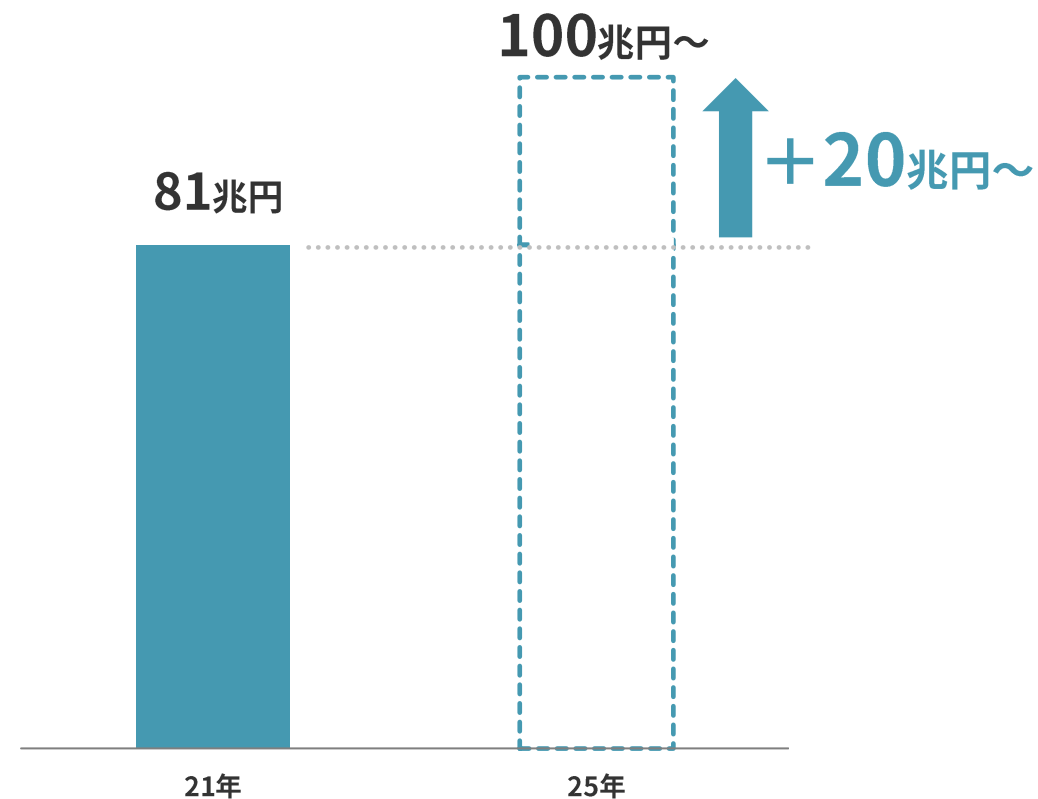
クレジットカード市場は2025年に100兆円を超える見通し

■ 各国のキャッシュレス決済比率

キャッシュレス比率

韓 国	95%
中 国	77%
オーストラリア	59%
イギリス	57%
アメリカ	47%
日 本	32%

■ クレジットカード市場の見通し



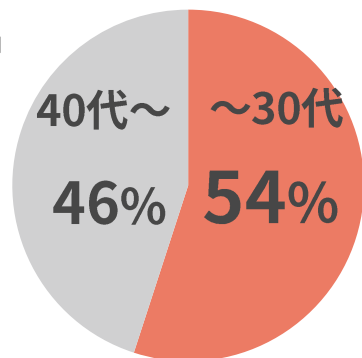
(出典) (一社)キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス・ロードマップ2021」
*日本は2021年、他国は2018年実績

フィンテックの強み：若い会員層

若者が多い会員構成により、高い収益性を実現

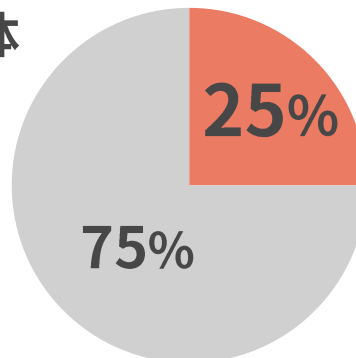
■年代別会員構成

丸井 G

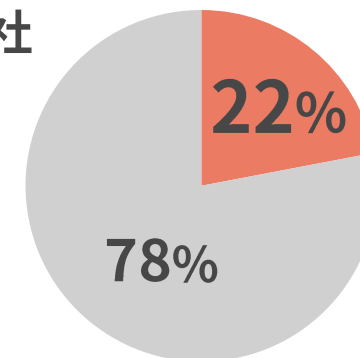


※稼働客をベースに算出

業界全体

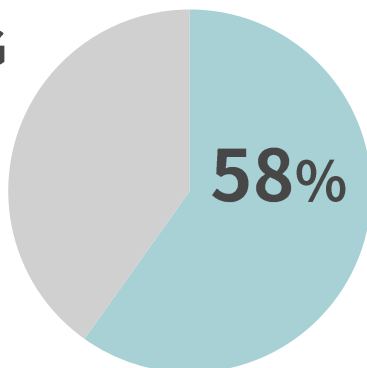


流通 A 社

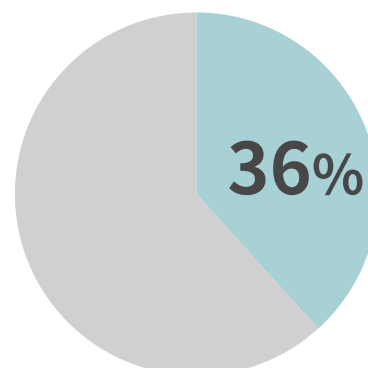


■割賦売掛金（流動化込）に占めるリボ・分割残高の割合

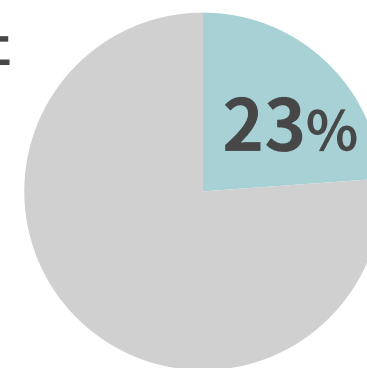
丸井 G



流通 A 社



流通 B 社

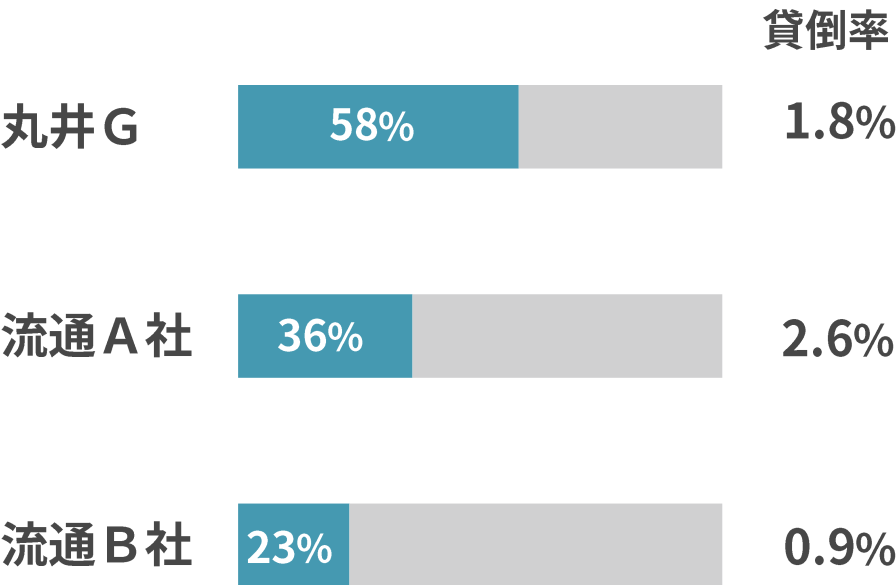


(2022年3月期)

フィンテックの強み：業界最低水準の貸倒率

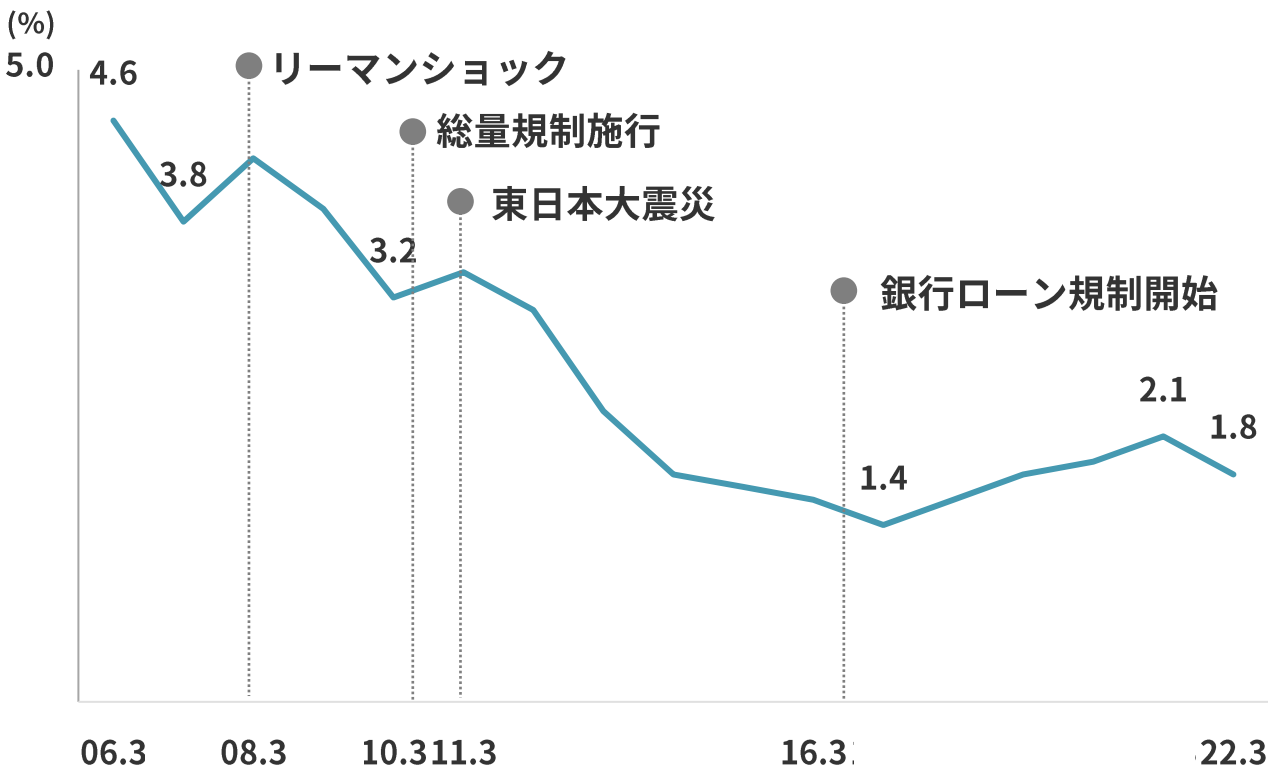
割賦売掛金に占める分割・リボ残高は58%ながら貸倒率は1.8%、
大きな環境変化の下でも債権の健全化が進み、貸倒率は業界最低水準で推移

■割賦売掛金（流動化込）に占める
分割・リボ残高の割合と貸倒率



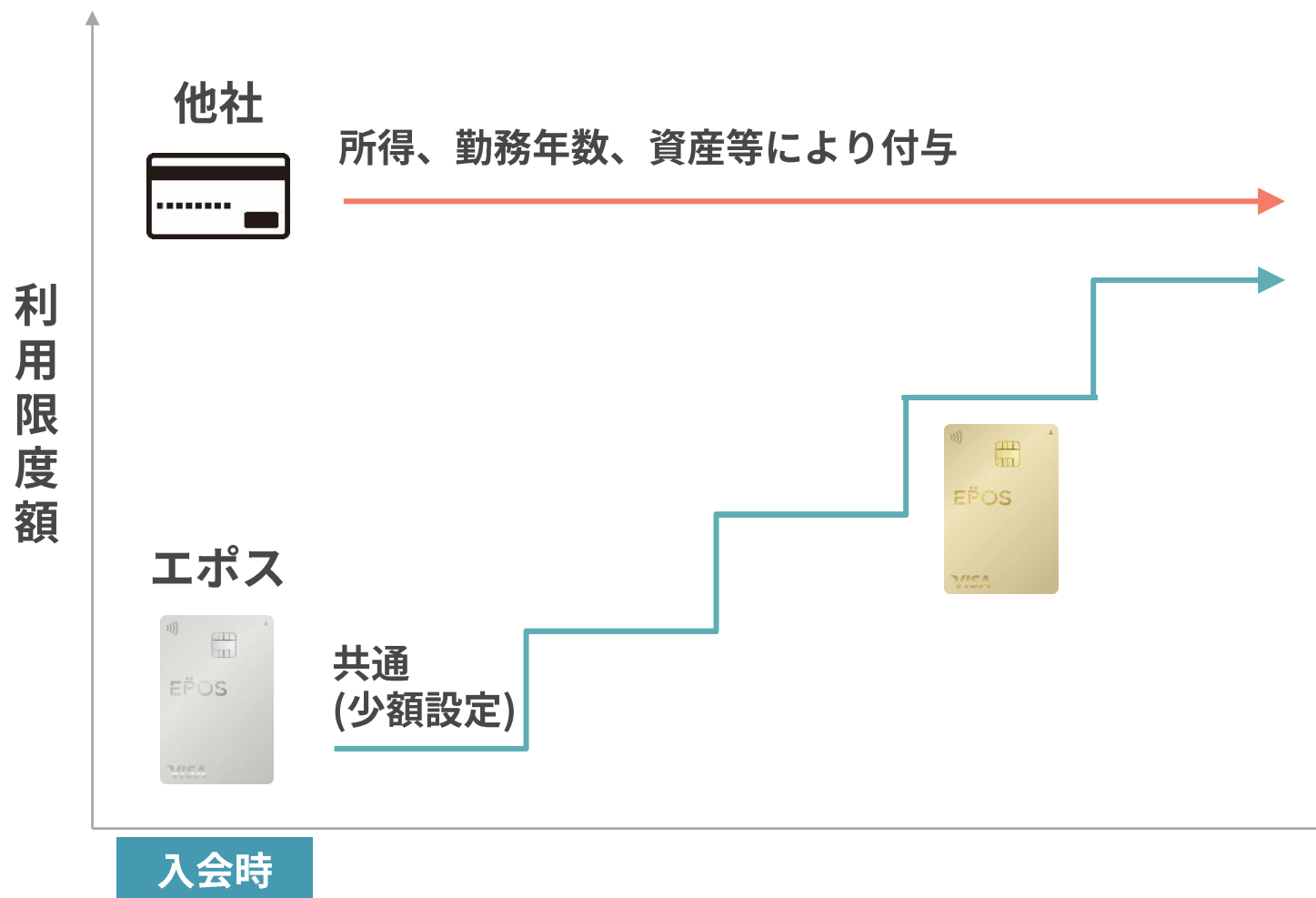
(2021年3月期)

■貸倒率の推移



フィンテックの強み：独自の与信ノウハウ

創業以来のノウハウとITの活用により、独自の与信システムを確立

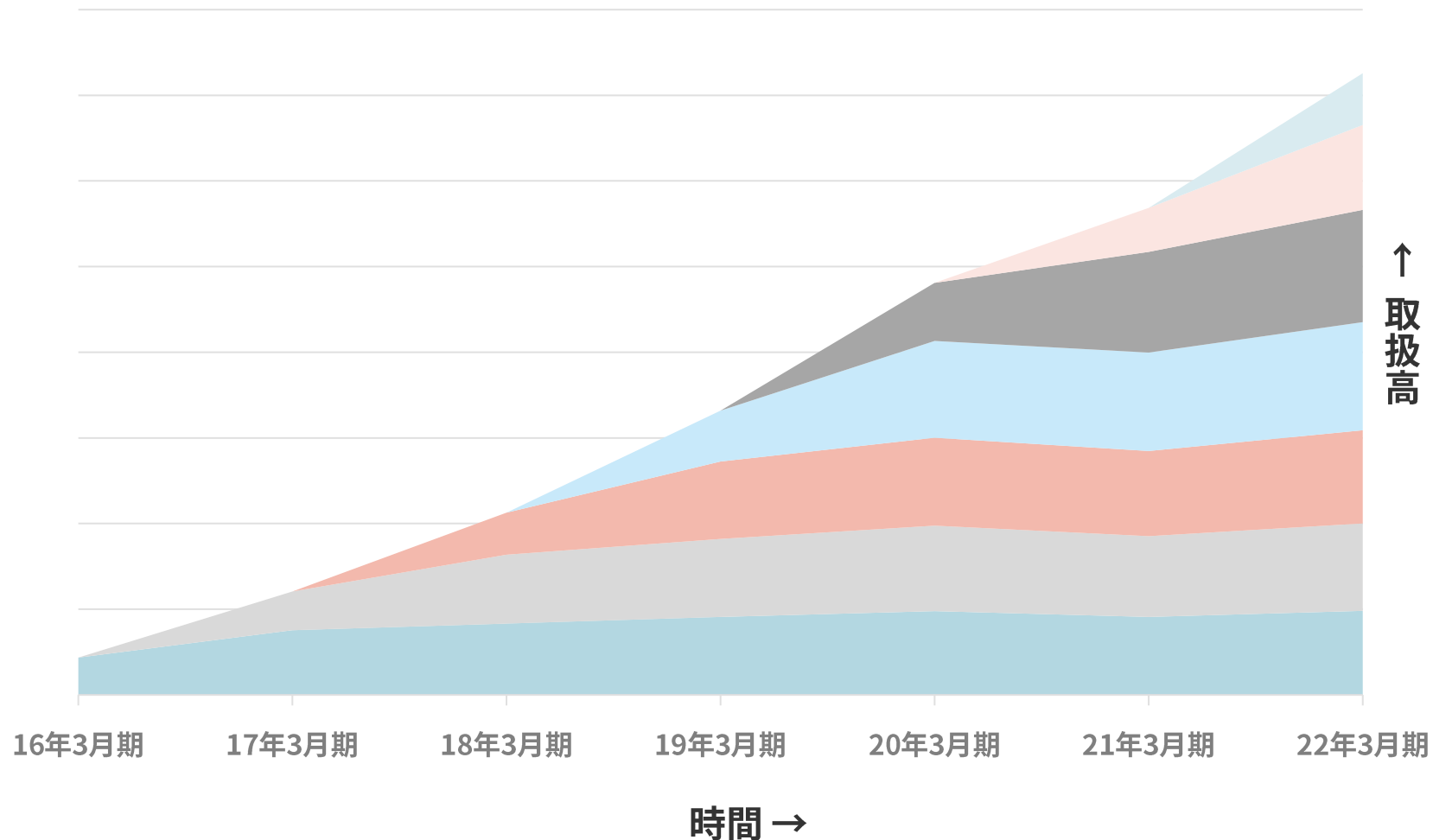


■利用限度額 他社比較

	入会時	ゴールド
エポス	50万円	150万円
A社	200万円	500万円
B社	100万円	200万円

フィンテックの強み：取扱高の安定成長

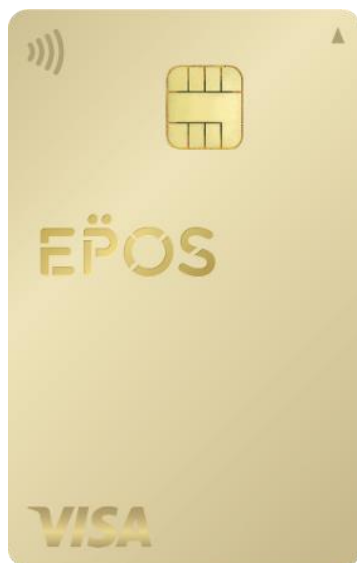
過去入会者の取扱高は入会翌年度以降も継続的に増加するため、安定的な収益拡大を実現



【入会年度別 22年3月期利用実績】

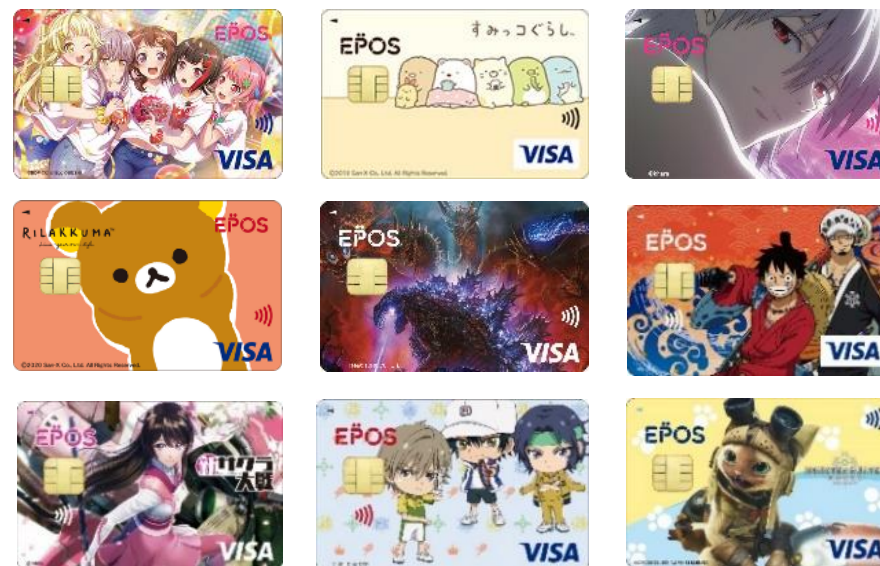
入会年度	21年3月期比 伸長率	CAGR
22年3月期	—	—
21年3月期	+ 93%	+ 93%
20年3月期	+ 12%	+ 39%
19年3月期	+ 10%	+ 29%
18年3月期	+ 9%	+ 22%
17年3月期	+ 8%	+ 18%
16年3月期	+ 8%	+ 14%

ゴールドカード



+

一人ひとりの「好き」を応援するカード (コンテンツカード)



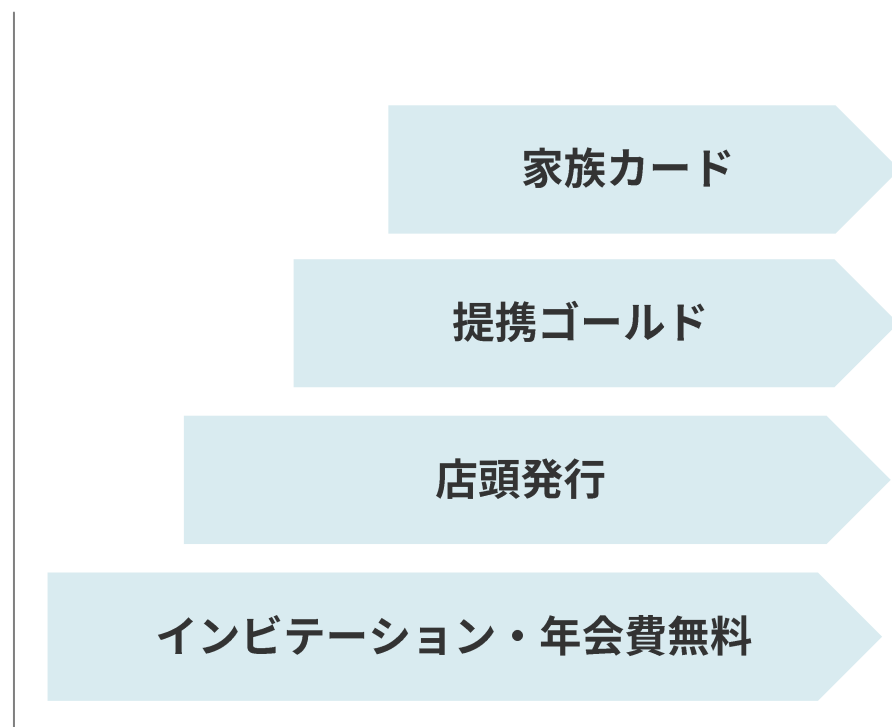
カード種類 100種

©BanG Dream! Project ©Craft Egg Inc. ©bushiroad All Rights Reserved.,
©2021 San-X Co., Ltd. All Rights Reserved., ©カラー, TM & © TOHO CO., LTD.,
©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション, ©SEGA,
©許斐剛/集英社・NAS・新テニスの王子様プロジェクト, ©CAPCOM CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

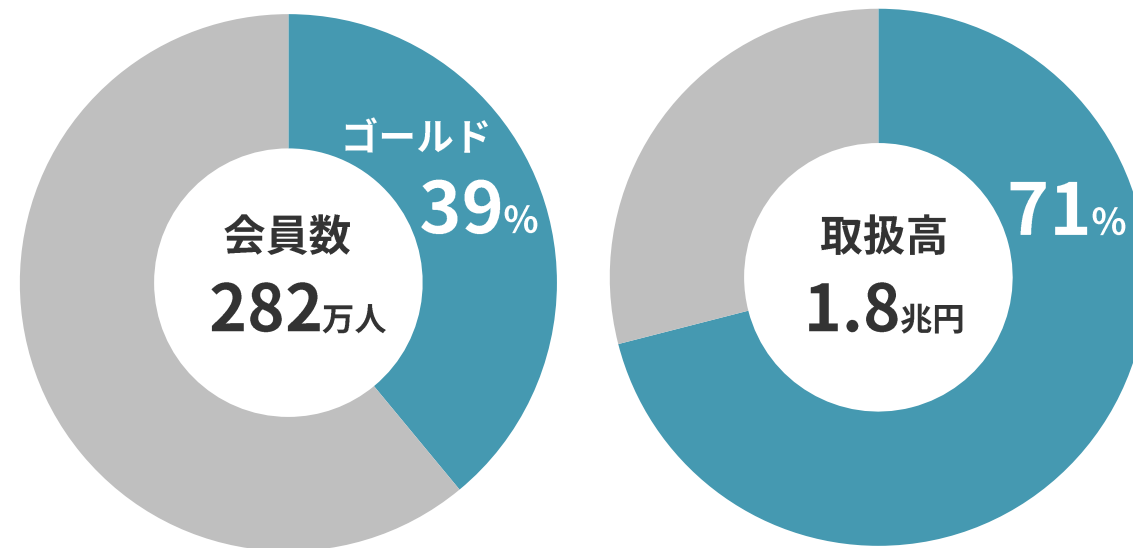
会員拡大にむけた独自の戦略：ゴールドカードの取り組み

ゴールドカードは会員数構成39%で取扱高の71%を占めるなど、エポスカードの成長を牽引

■ 独自の取組み



■ 会員数・取扱高シェア



会員拡大にむけた独自の戦略：一人ひとりの「好き」を応援するカード

店舗イベントや取引先との共創など、独自の取組みでロイヤルティの高い会員を拡大

■ アニメカードの取組み



期間限定出店「EVA STORE LIMITED」

店舗イベント



©2021 San-X Co., Ltd. All Rights Reserved.,

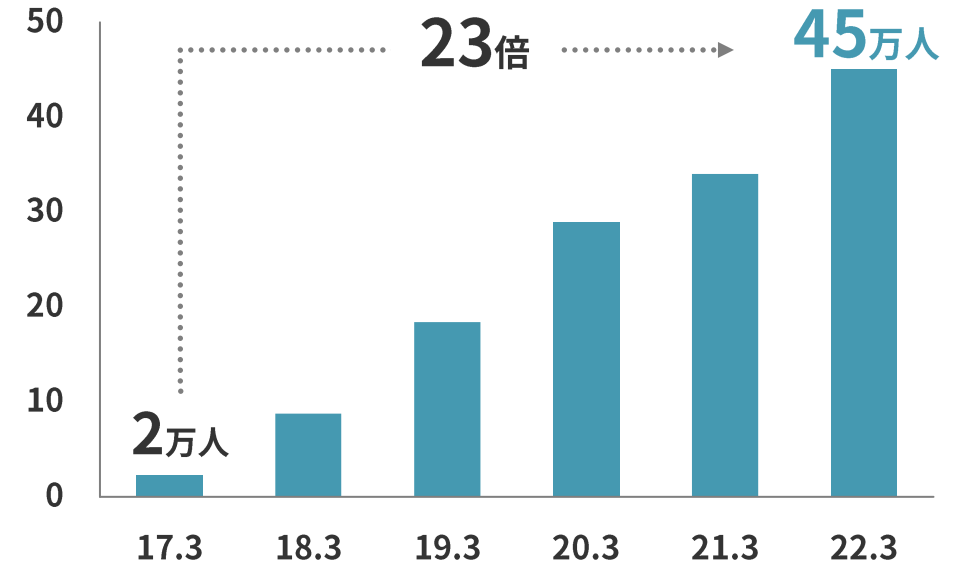
ファンクラブ
サイト



©カラー 『EVA-EXTRA』

メディア
連携

■ 会員数の推移



若者比率： **69%** (通常カード比 +14%)

LTV： **2~4倍**

*比差・倍率は一般カード対比

■ 今後の拡がり

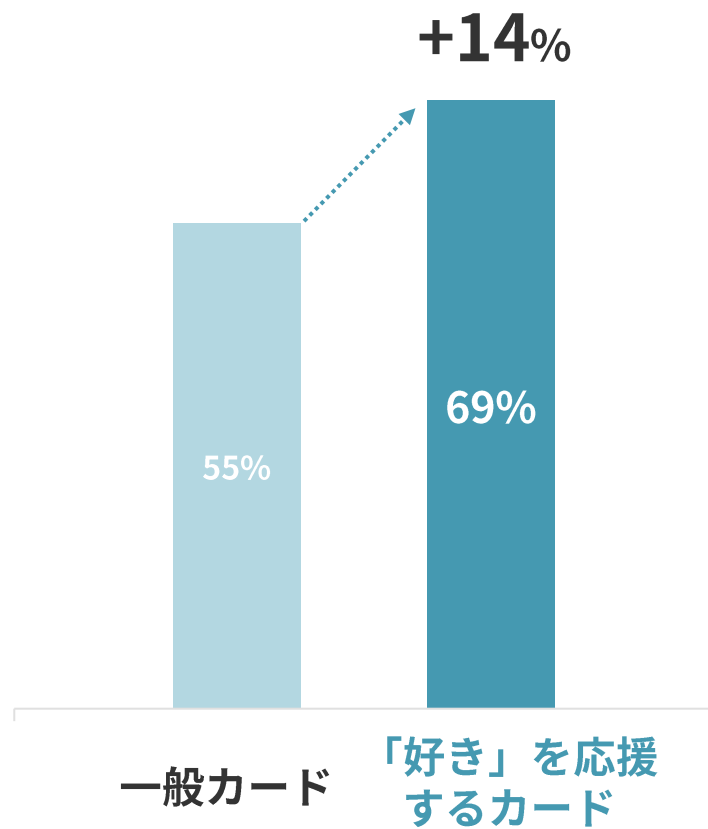
パン、ヴィーガン、Kコスメなど新規事業との連携を強化



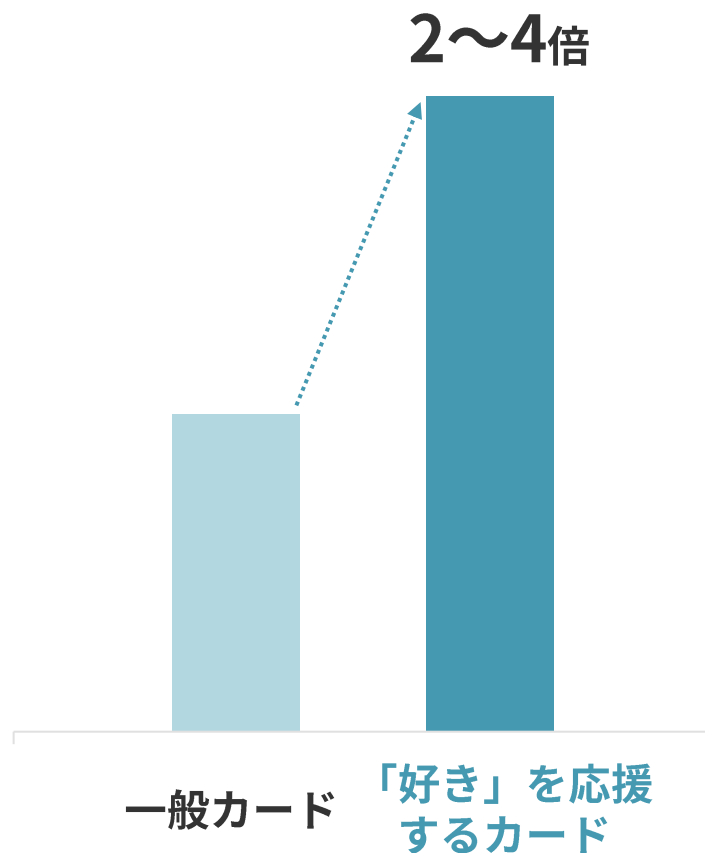
KOREAJU

「好き」を応援するカードの状況

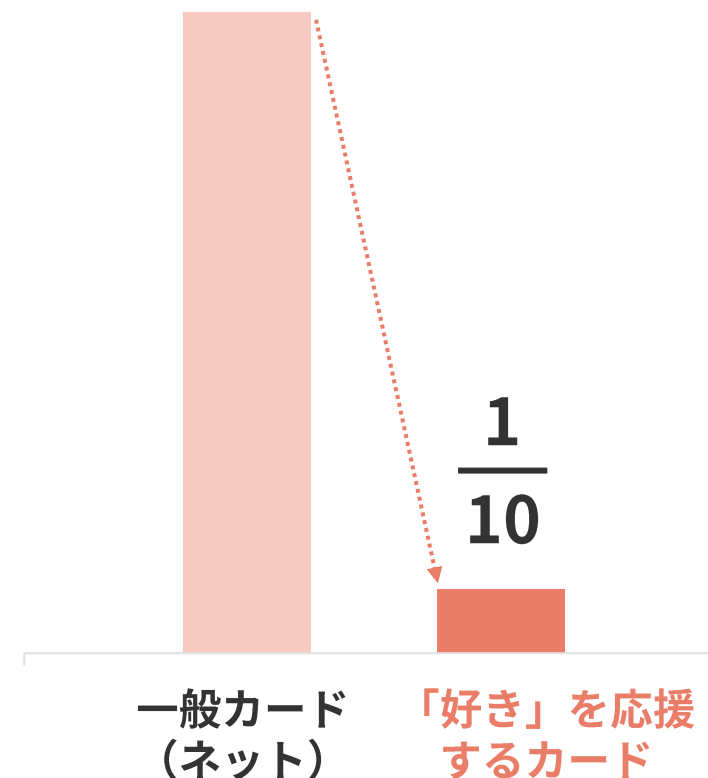
■ 若者比率（～39歳）



■ LTV



■ 1枚当たり獲得コスト

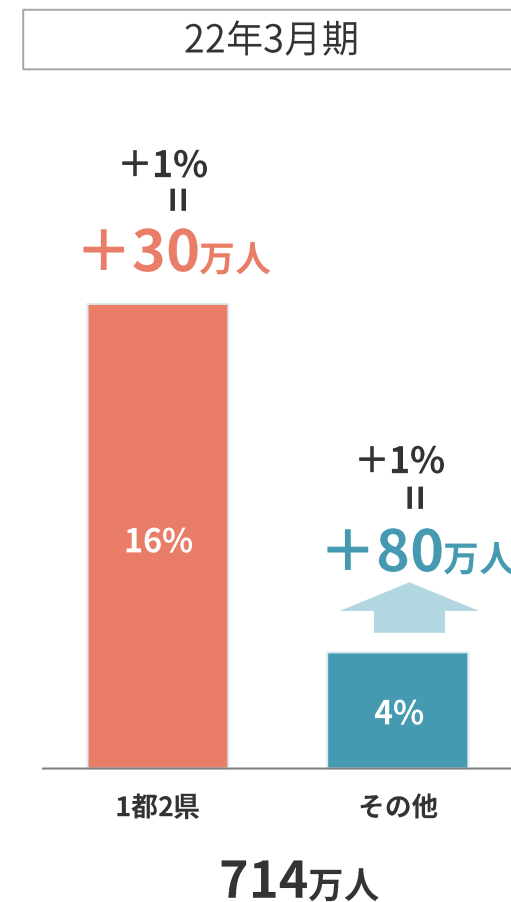
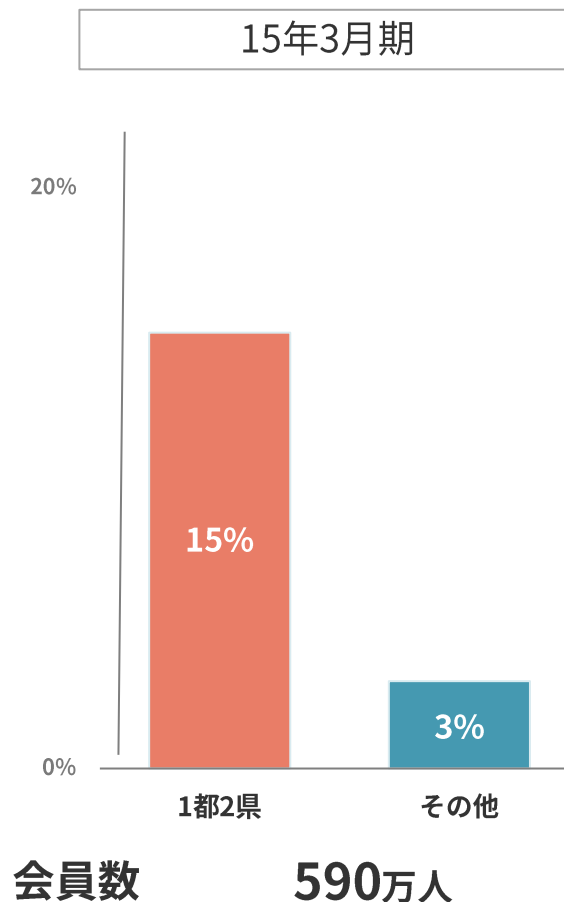
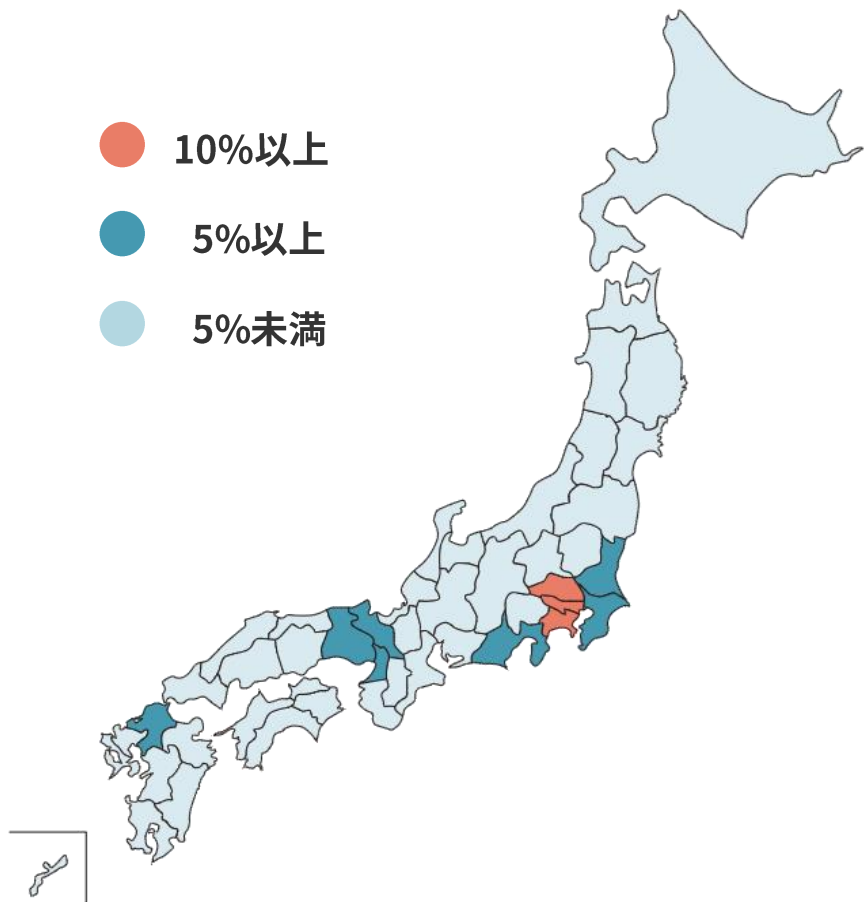


国内の会員シェアの状況

1都2県に比べ、伸びしろが大きいエリアにおける会員シェアを高める

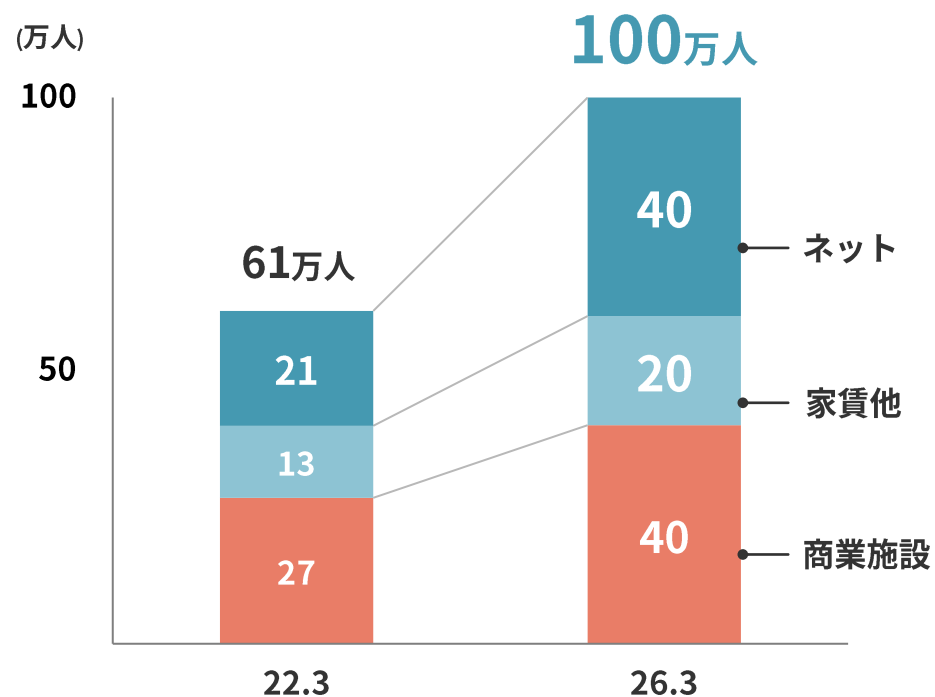
■ カード会員シェア

- 10%以上
- 5%以上
- 5%未満

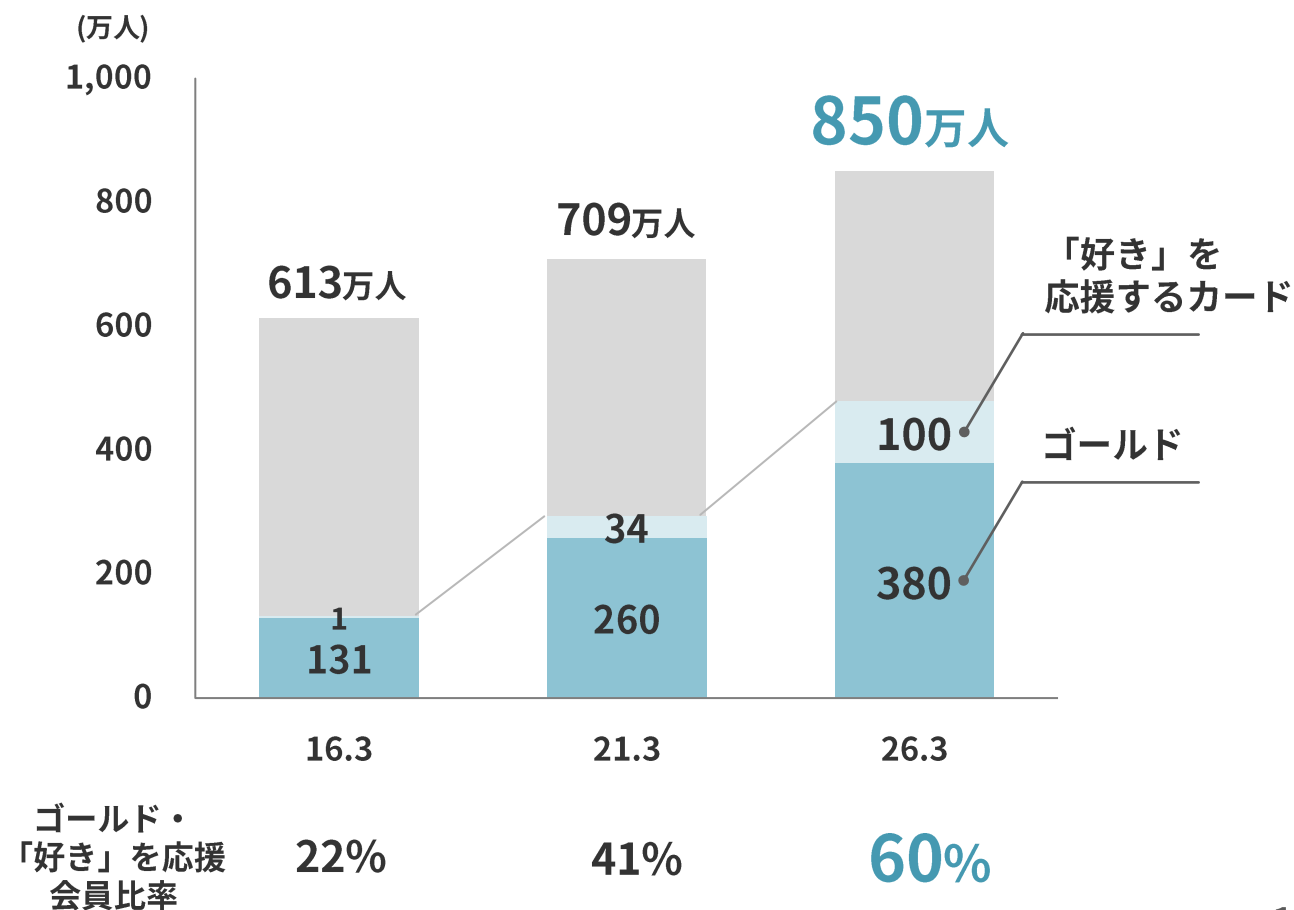


ネット入会を2倍に拡大し、26年3月期に新規カード100万人、会員数は850万人を目指す

■ 新規カード



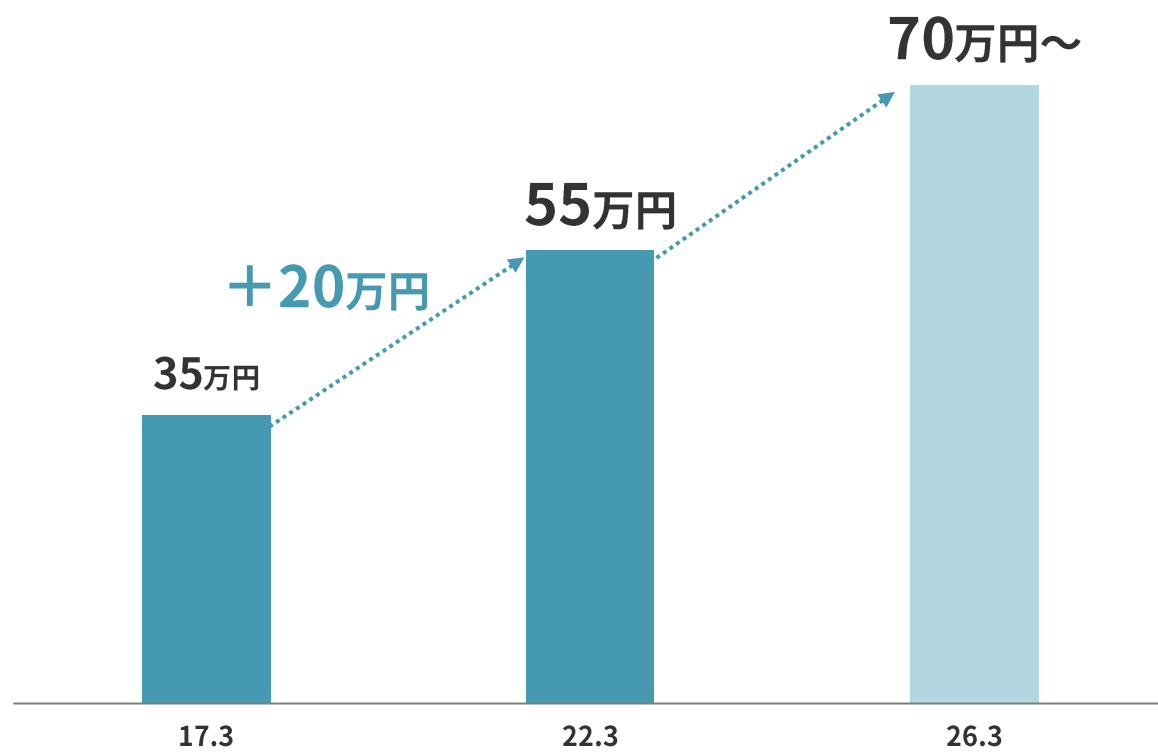
■ カード会員数



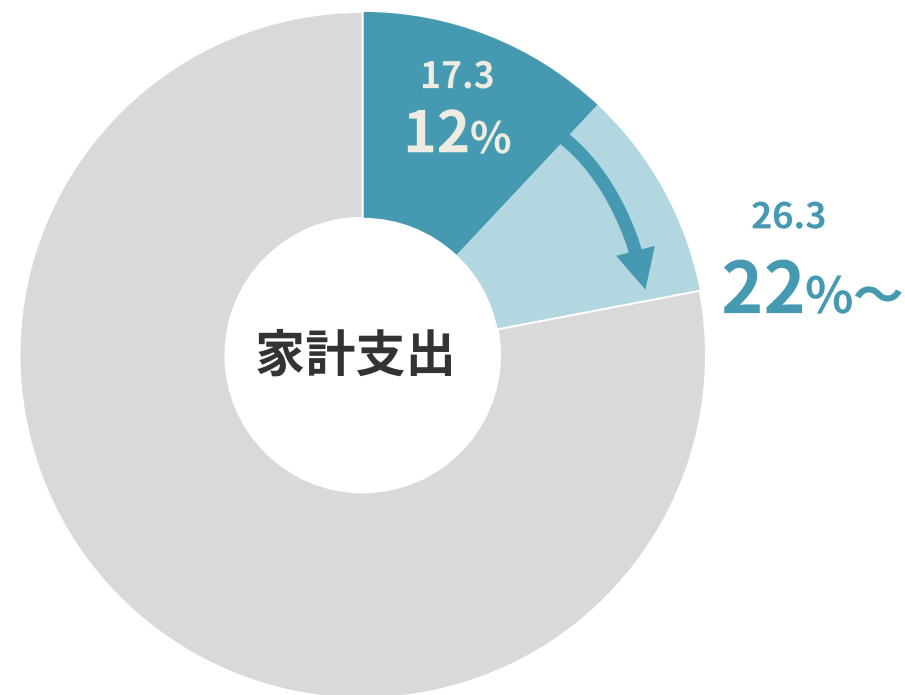
取扱高拡大にむけた独自の戦略：家計シェア最大化

家賃・定期払い・E Cのカード利用を促進し、一人当たりの利用金額を高め、家計シェアを拡大

■一人当たりの年間利用金額



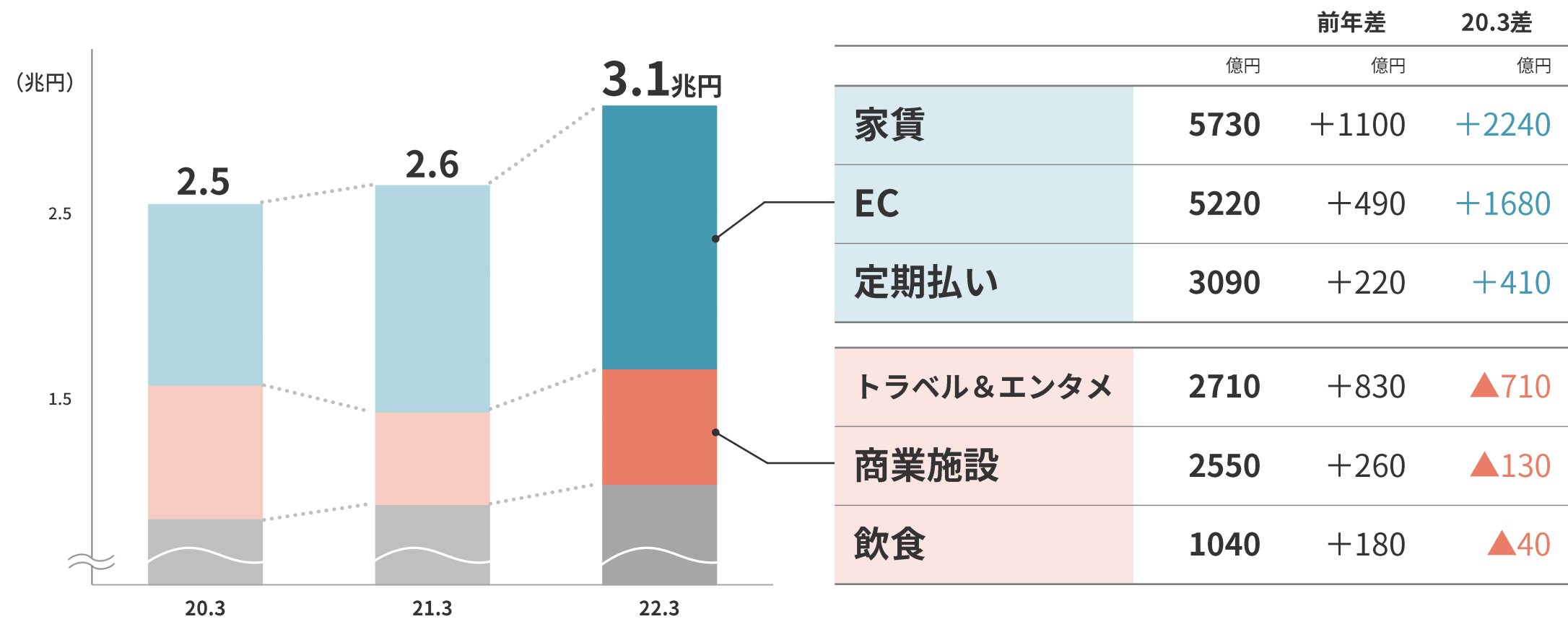
■家計シェア



収益の安定化

カードクレジット取扱高は3.1兆円（前年差+4300億円）

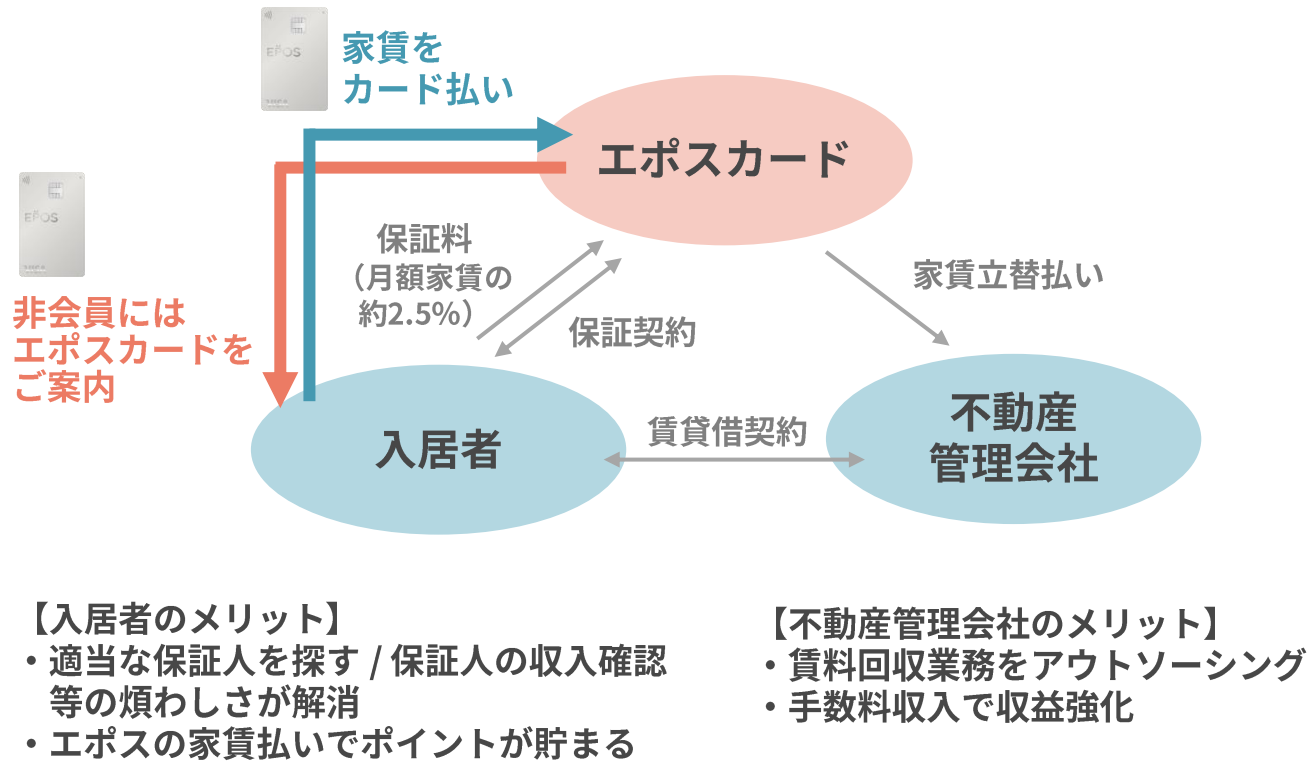
■ 取扱高推移



家計シェア最大化：家賃保証拡大による家賃のカード払い推進

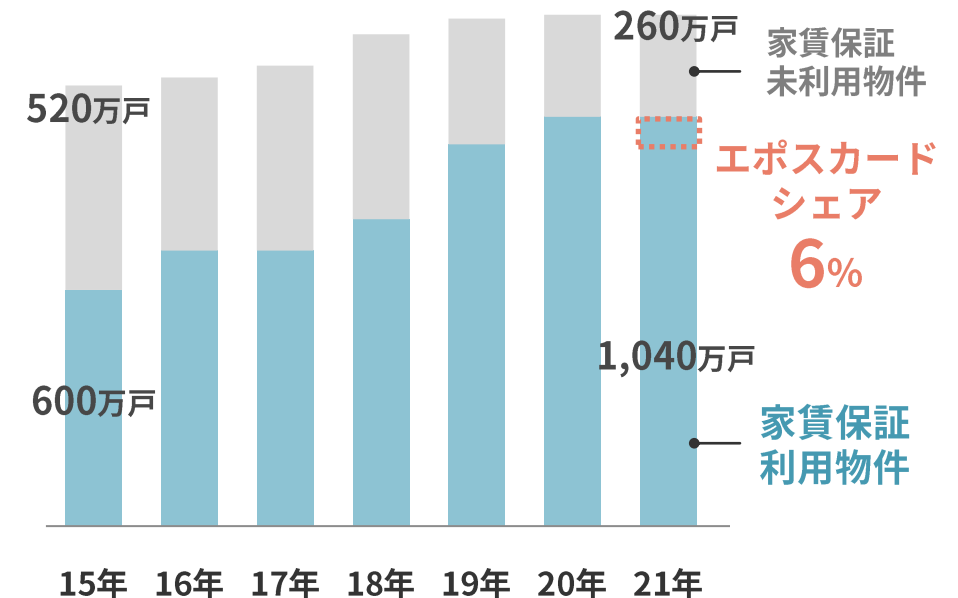
家賃保証（エポスカードが賃貸物件入居者の連帯保証人となるサービス）を通じ、家賃のカード払いを実現

■ 家賃保証のビジネスモデル



*2020年4月 民法改正により、連帯保証人の保証上上限額（限度額）の提示が必要となり、連帯保証人の代替としての保証会社の需要はここ数年で大きく伸長

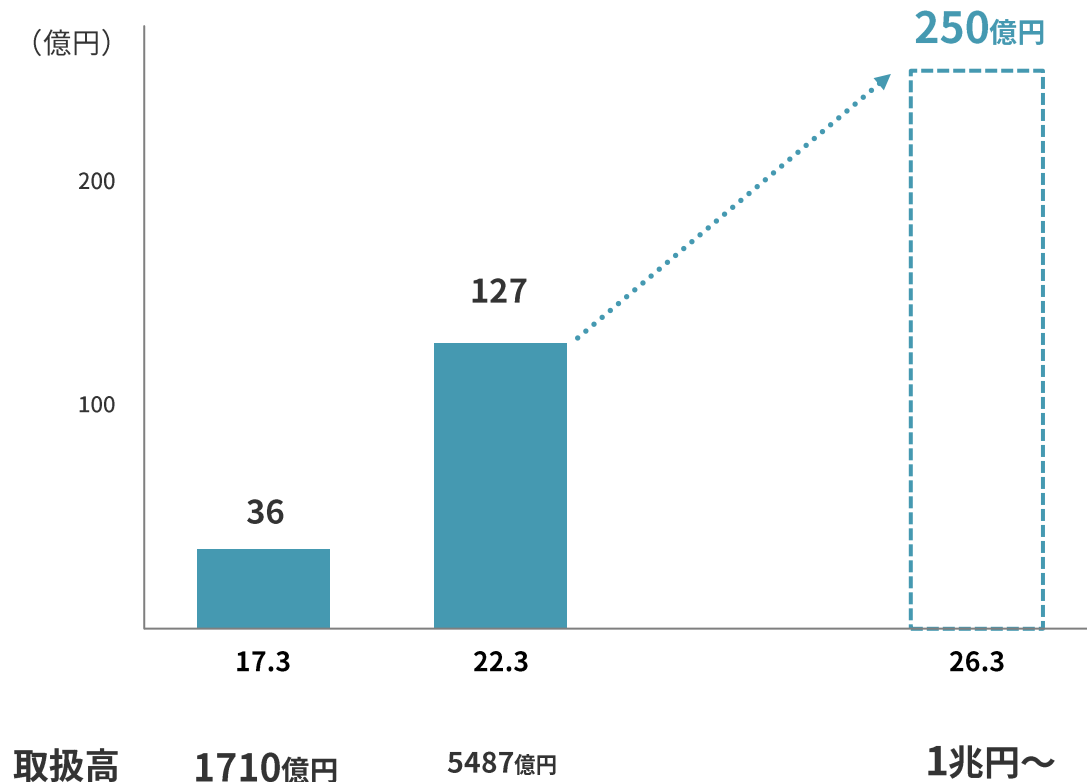
■ 家賃保証マーケット推移



*総務省「住宅・土地統計調査」、国土交通省「賃貸住宅管理業者数の推計」、国土交通省 住宅局 安心居住推進課「家賃債務保証業者登録制度の現況について」より当社推計

家賃保証は5年で3倍以上に拡大、大手提携先の開発や事業領域の拡大で26年3月期には250億円を目指す

■ 売上収益・取扱高の計画



■ オフィス・テナント家賃保証

売上単価： オフィス・テナント >> 個人
*20～30倍



野村不動産「H¹O」

大手不動産会社との協業を推進

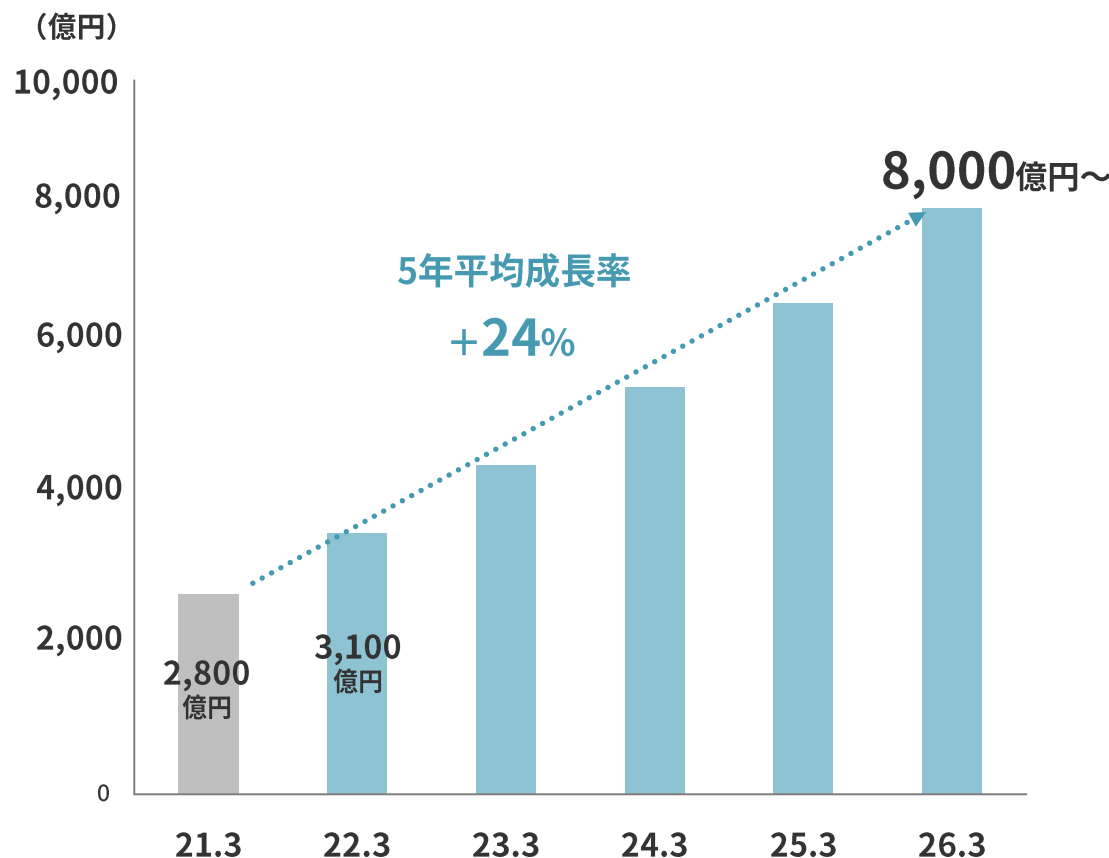


Coaska Bayside Stores

外部提携施設での導入を開始

「共創」×「デジタル化」によって、定期払いの更なる拡大を目指す

■ 定期払いの計画



■ 具体的な取組み

- 1 みんな電力との取組みを中心とした公共料金利用の拡大
みんな電力 利用客数 **50万人**
- 2 大手企業とのシステム連携・業務提携
- 3 新アプリ（ライフスタイルアプリ）での訴求

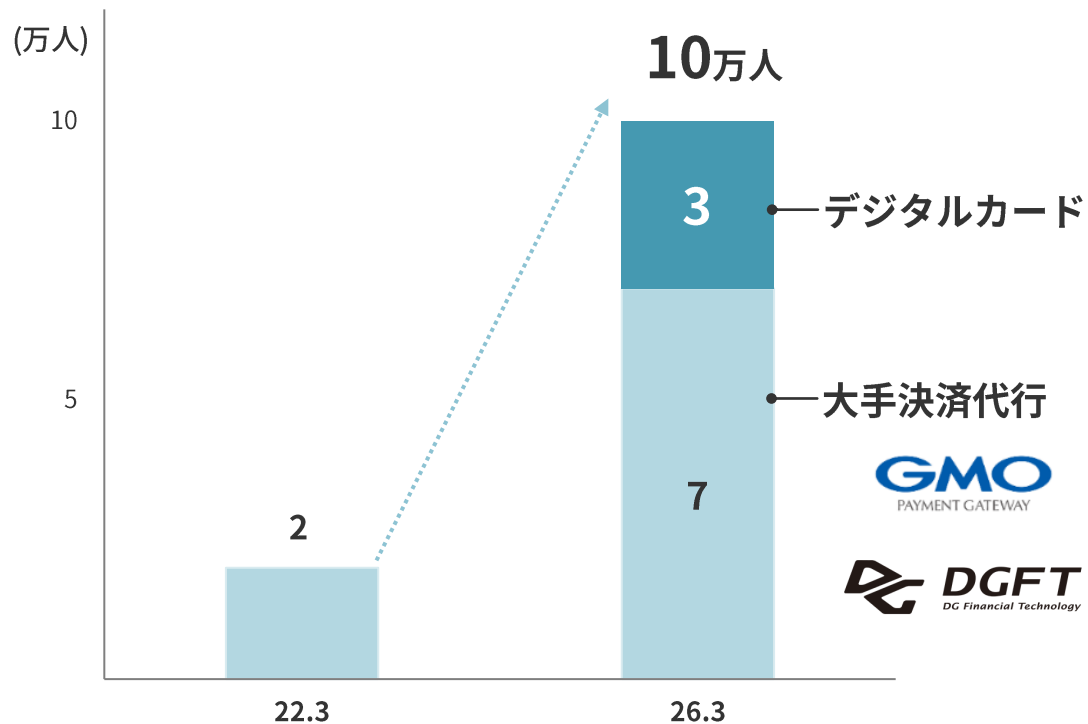
家計シェア最大化：デジタルカードによるEC利用の促進

デジタルカードの導入と決済代行企業との協業を強化、26年3月期は10万人の入会を見込む



- ・ECでの即時発行・即時利用ニーズに対応
- ・24時間申込受付、カード券面も選べる独自のカード

■新規カード



提携数

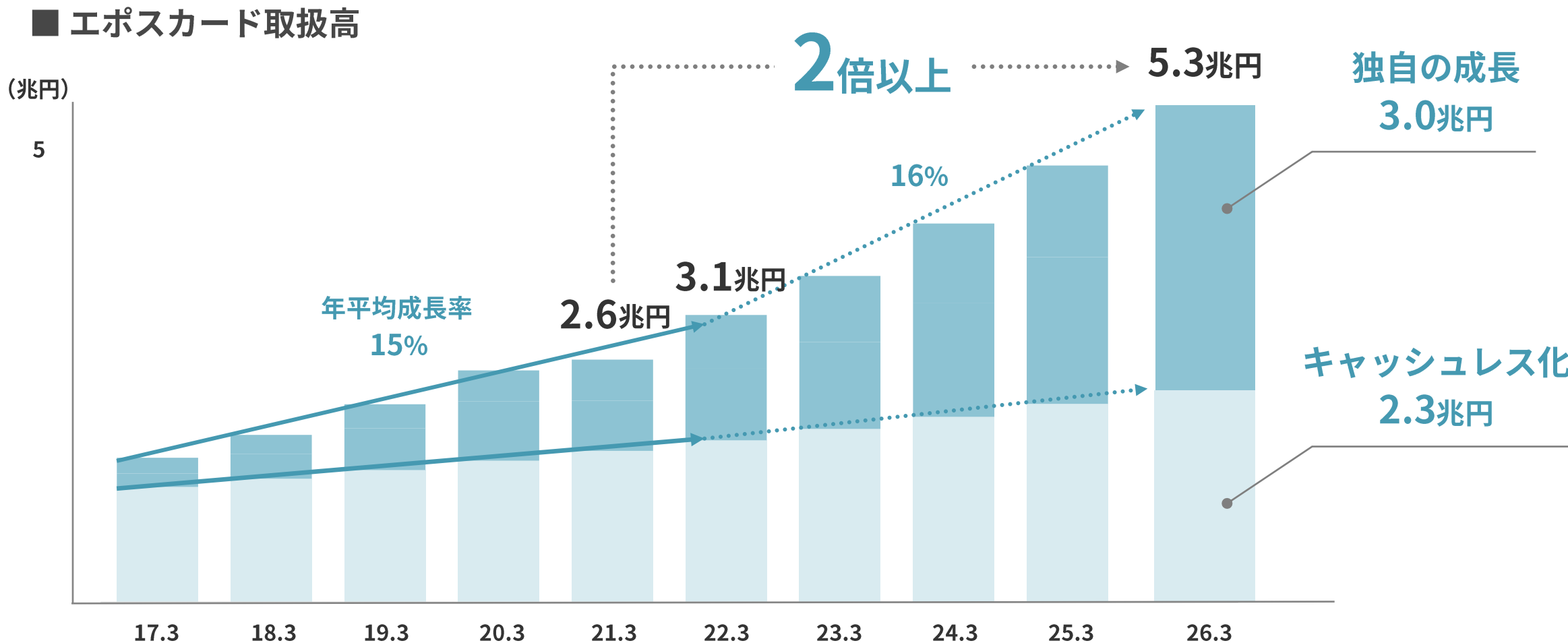
60



200サイト

今後の取扱高見通し

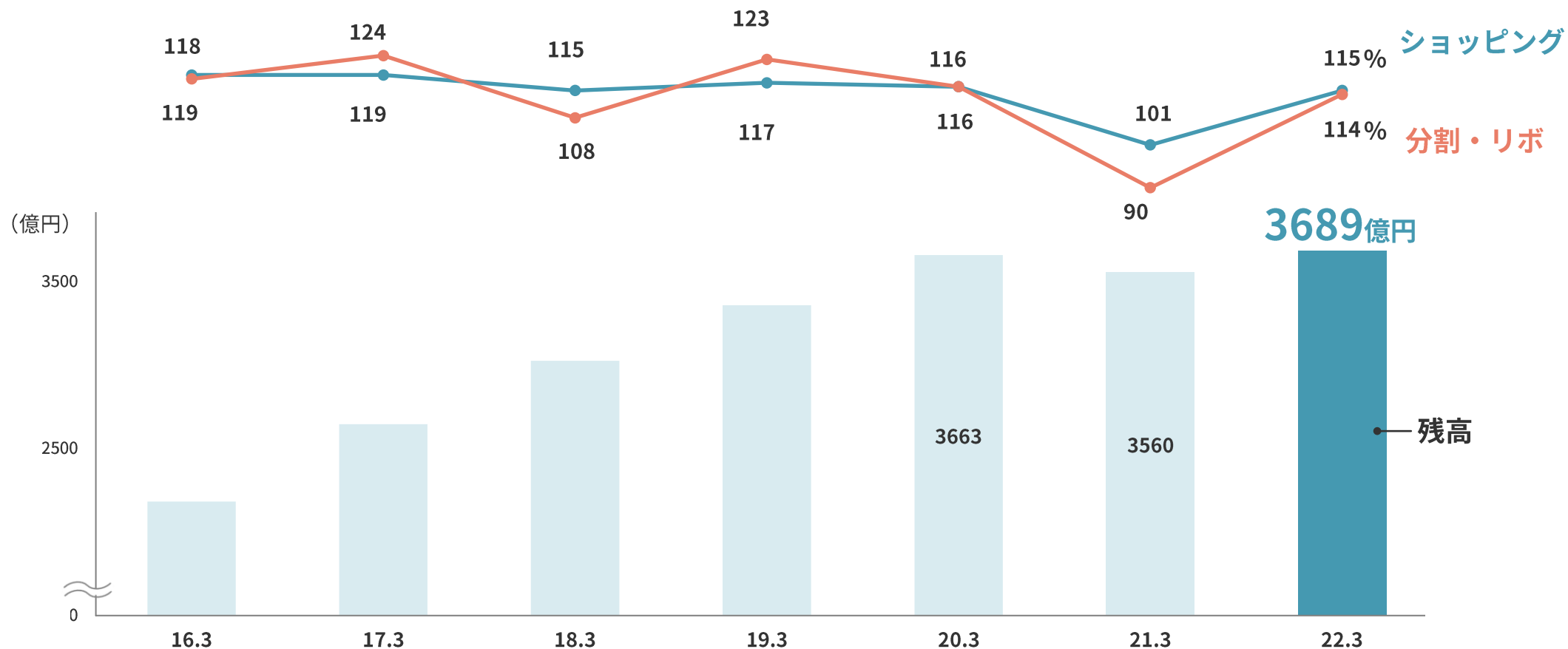
独自戦略の展開で取扱高は5年後に2倍へ



*エポスカード取扱高＝ショッピング＋家賃

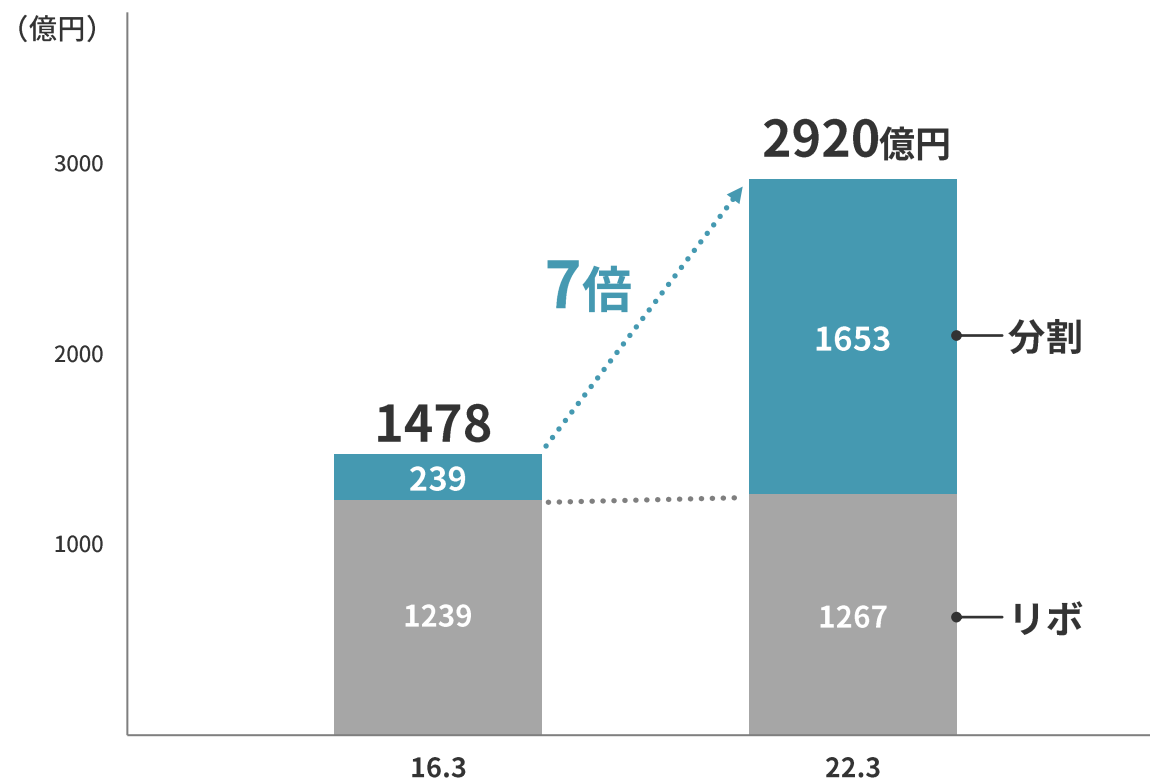
取扱高はショッピングの伸びと同水準で推移、期末残高は過去最高を更新

■ 残高・取扱高前年比の推移

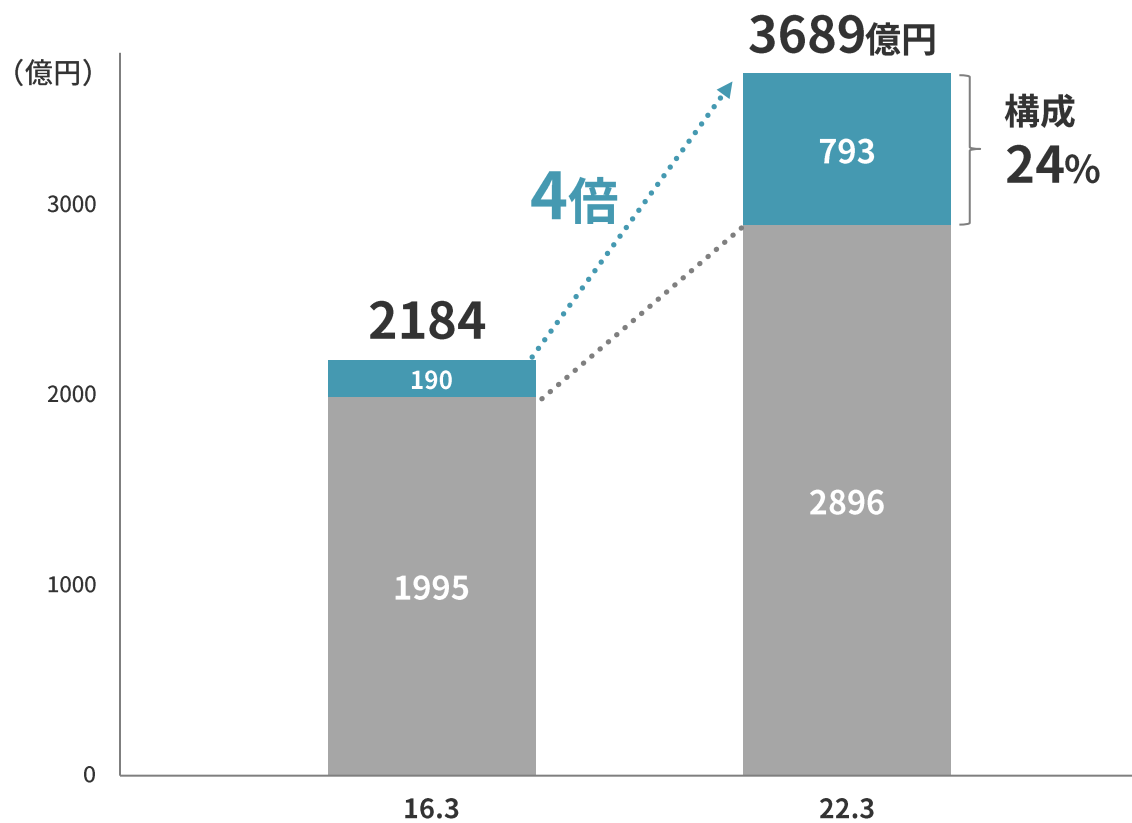


分割は強化前に比べ取扱高が7倍、残高は4倍に拡大

■ 取扱高



■ 残高



1. 分割は支払期間が短く、カードの再利用を促進
⇒資金回転が早い

2. 加盟店手数料の増加、貸倒率も2分の1



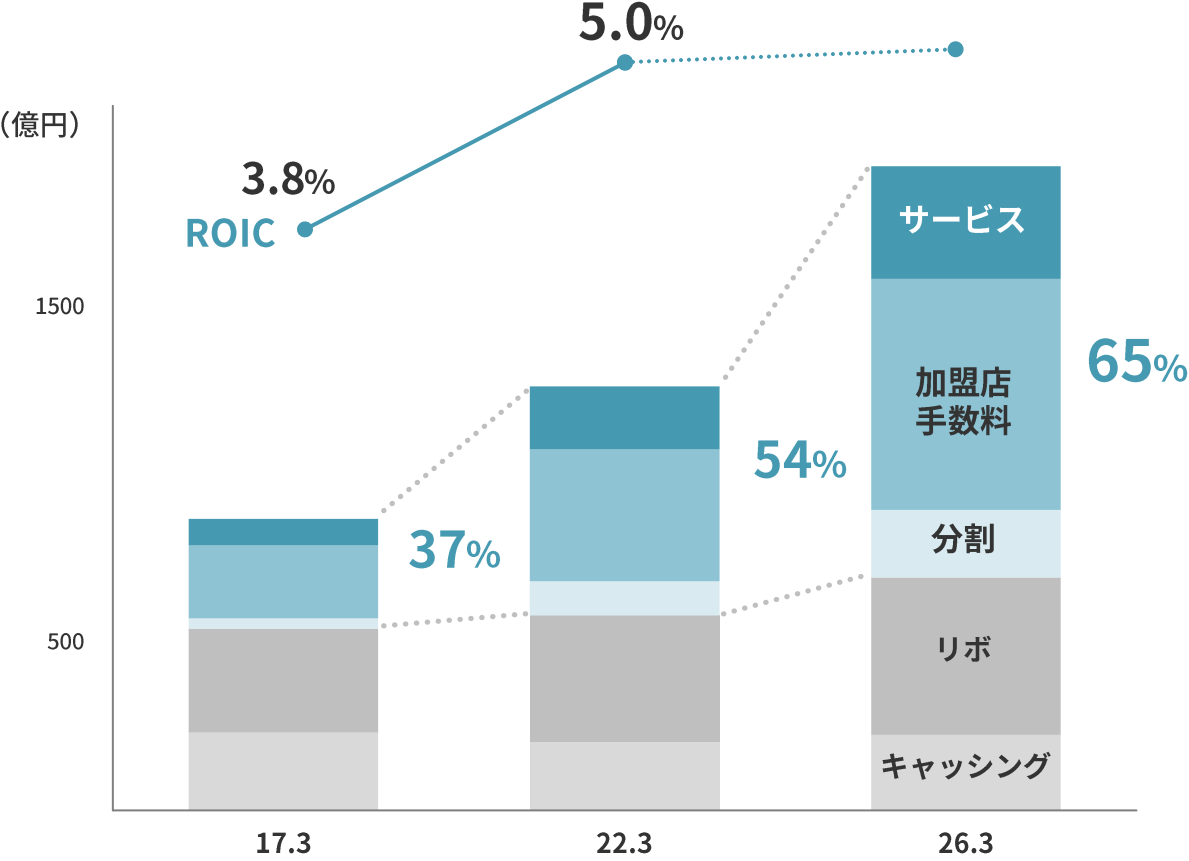
ROIC向上に貢献

■22年3月期実績

	分割	リボ
	億円	億円
平均残高 (投下資本)	589	2945
割賦手数料	102	377
加盟店手数料	25	20
貸倒費用	9	58
ROIC	5%	> 2%

収益性と資本効率のバランスのとれた取り組みで、企業価値を向上

売上収益の推移



カード各社の指標

	ROIC	ROE (参考)
丸井グループ フィンテック	5.0%	45%
A社	1.6%	14%
B社	1.6%	7%
C社	1.2%	7%

*他社数値は開示情報より当社推計

フィンテック：営業利益・ROICの計画

中期経営計画最終年度の営業利益は530億円、ROICは4.7%を計画

