

## ● トップメッセージ

# お客様の“かなえる”のために、進化し続ける

### 新型コロナウイルスの危機下において 私たちにできること

今、新型コロナウイルスの感染拡大が、あらゆる産業、社会生活に甚大な影響を及ぼしています。新型コロナウイルス感染症に罹患された皆さま、感染拡大によって生活に影響を受けられた皆さまに心よりお見舞い申し上げます。

この世界的な危機下において、当社もできる限りの対応を講じています。例えば、当社をご利用いただいているお客さまに対しては、お支払いに関する相談窓口を設置し、お客さまからのお問い合わせやお申し出に対応しています。また、在宅勤務や時差出勤、与信業務の自動化などに取り組むことによる必要最小限の人員での対応や、職場内におけるソーシャルディスタンスへの配慮なども徹底しています。

厳しい状況の中でスタートした2020年度は、感染拡大を抑制しながら事業継続に努めるのと同時に、世界的なウイルス拡大がいつ収束するかという見極めが重要なポイントとなります。私は“アフターコロナ”の世界は以前の日常には戻らないだろうと推測しています。消費構造や生活様式が変わり、Webショッピングのさらなる増大や、店舗での非接触型接客サービスの普及など、さまざまな変化が想定されます。そうした中で決済手段を提供する当社の役割は重要な意味を持ちます。中期経営方針やもう少し長い視点の戦略の中には、取り組みの加速が必要なものや従来とは全く違う発想のビジネスを立ち上げる必要性が生じるものがあるかもしれません。そうしたことも踏まえて、今後の環境変化をしっかりと見極めながら事業を進めていく所存です。



代表取締役社長

飯盛徹夫

## 独自の強みを再認識し、新しい価値創造を

一方、当社の事業環境に目を向けると、昨今、AIやRPA<sup>\*1</sup>などのデジタル技術が想像を超えるスピードで進展し、金融業界にもデジタル技術を武器としたさまざまな企業が参入してきています。こうした環境変化に対応できない企業は生き残れない、という厳しい側面がある一方、こうした変化を活用し、社会に新しい付加価値を提供していくことで大きく成長するチャンスも秘めています。

2019年度については、中期経営方針に掲げた6つの基本戦略の取り組みはいずれも着実なスタートを切ることができました。引き続き、基本方針である「Innovation for Next Orico」、すなわち“新時代のオリコ”に向けた重要施策をしっかりやり切っていきたいと思えます。その原動力として強みとなるのが、約83万店の加盟店さま、約1,100万人のカード会員さま、560以上の地域金融機関さまなどのネットワークです。これら独自の強みを再認識するとともに最大限に生かすことで、新しい価値を創造し、持続的な成長を実現していきます。

当社の強みを生かしていく方法は大きく2つあります。一つは、社内の部署間の連携強化です。各部署がサイロ化することなく、顧客や取引先などの情報を共有することで新サービスの創出を図ります。もう一つは、みずほフィナンシャルグループとの連携の高度化です。グループネットワークを生かすことで、個品割賦やクレジットカードといった既存事業にとどまらず、B2Bなどの新しいビジネスも推進していきます。そのカギとなるのが、デジタル技術の活用です。AI OCR<sup>\*2</sup>、RPAなどを使って紙ベースの業務をデジタルベースに変えたり、各部署が持っているデータを相互に活用できるようにしたりすることで、ビジネスプロセスを変革していきたいと思えます。

<sup>\*1</sup> RPA: Robotic Process Automationの略。ソフトウェアロボット概念に基づく事業プロセス自動化技術の一種。

<sup>\*2</sup> AI OCR: 手書きの帳票などを読み取りデータ化するOCR(光学的文字認識)にAI(人工知能)を取り入れた新たな技術。

## 従業員一人ひとりにサステナビリティの実践を

中期経営方針の基本戦略の一つに「サステナビリティ取り組み強化」を掲げています。サステナビリティの価値は非財務資本において大きな役割を果たし、結果的に株主資本コストの低減につながるため、経営者として特に重視すべきものと考えています。このたびのコロナ禍において、サステナビリティ

の重要性は、さらに高まってきていると認識しています。

当社では、サステナビリティ活動を推進するにあたって、「成長をめざす」と「成長を支える」という2つの切り口で5つの重要テーマを特定しています。それらの重要テーマについて、2019年度は、ほとんどの取り組みが計画通りに進捗しました。KPIを設定している「クレジットカードの利用拡大」「東南アジアにおけるオートローンなどの利用拡大」「多様な人材が活躍できる環境の整備」についても、目標に対してほぼ計画通りの進捗となっています。

また、この1年間、社内においてサステナビリティの理解浸透と全役職員の意識変革に取り組んできました。その結果、サステナビリティが従業員一人ひとりにとって“自分ごと”になり、“当社の成長に不可欠なもの”という理解が深まった手応えを感じています。

アフターコロナの世界は予測困難です。そのような中、企業としていかにお客様に寄り添い、持続可能な社会に必要な不可欠な存在になれるか、そのために何ができるかを考えそして体現していく。こういったことに全社一丸となって取り組んでいきたいと考えています。

## 10年後もお客さまから選ばれる企業へ

当社の使命は、基本理念にある通り、「お客さまの豊かな人生の実現を通じて社会に貢献する」ことです。この普遍の理念の下に、ビジネスモデルを進化させていかなければならないと考えています。お客さまの豊かな人生を実現するためには、金融の枠に縛られることなく、さまざまな業種の企業とも連携し、お客さまの“かなえない”という思いに応えていくことが肝要です。極論すれば、「お客さまが欲しいものは何でも提供できる会社をめざしたい」ということです。

そこで大切なのは「現場重視」の考え方です。なぜなら、お客さまのニーズは現場にあり、イノベーションの起点は現場にあるからです。幸い、当社には数多くの加盟店さま、提携地域金融機関さま、カード会員さまをはじめとする多様な顧客接点があります。この接点を最大限に生かしてお客さまの望むことを的確に把握し、柔軟な発想でイノベーションを実践することで、これまで以上に付加価値の高いビジネスを生み出していくことができると確信しています。

私たちは、金融を核とした信頼関係をベースに、お客さまのニーズにトータルに応え続け、10年後も「お客さまに選ばれる会社」になれるよう努力を重ねてまいります。