# Brand

―― 新コーポレートブランド ――

**「新しいブランド戦略は単なるイメージ戦略ではありません。ブランドビジョンの『4つの先進の価値』を実現するために、サービス・営業のあり方、そして職員の意識・行動を変える企業変革プロジェクトです」**

## なぜ今、ブランド戦略なのか

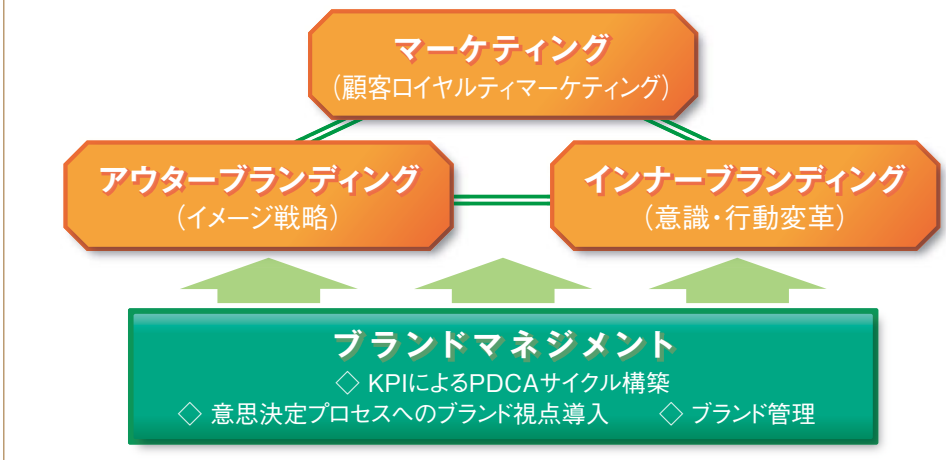
現在、超高齢社会の到来やお客さまニーズの多様化、新規参入拡大による競争激化など生命保険会社を取り巻く環境は、急激なスピードで変化しております。

変化こそ大きなチャンスであるという考えの下、当社はこれまでも、介護・医療・年金などの成長分野への取組みを強化し、同時に、専業営業職員体制の改革に挑んでまいりました。こうした動きを一層加速させ、**「お客さまから選ばれる生命保険会社」となるために、その象徴として新しいブランドを打ち出すことといたしました。**

これまで取り組んできた方向性を踏まえつつ、それぞれの取組みの徹底度合いとスピードを格段に進化させる。その決意をこのブランドでお約束するとともに、真の「お客さま中心主義」を行動レベルで徹底していくための取組みを推進してまいります。

## ブランド戦略の骨格

### ブランド戦略の骨格



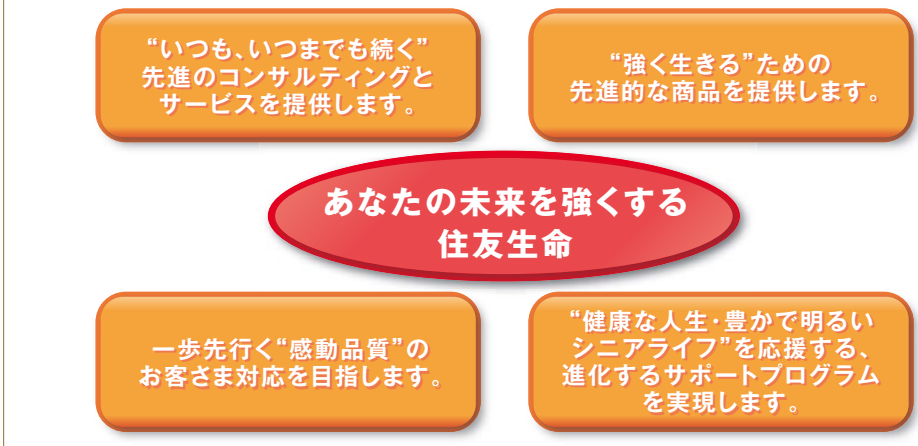

KPI：Key Performance Indicator

今回のブランド戦略は、お客さまと長期に亘る強い関係を構築する「顧客ロイヤルティマーケティング」、あらゆる接点において統一的な価値イメージをお伝えしていく「アウターブランディング」、宣言した価値を実現していくために当社の役職員一人ひとりがブランド理念を共有し、真のお客さま中心主義を具現化していく「インナーブランディング」、そして、この3つの取組みを継続的にレベルアップさせていくためのPDCAサイクルである「ブランドマネジメント」が一体となった企業変革プロジェクトです。

その中でも、顧客ロイヤルティマーケティングとそれを可能とするためのインナーブランディングを最重要課題として位置づけており、**当社の価値イメージ形成の担い手である職員一人ひとりの意識と行動をブランド戦略の名の下で変えていくことが、このプロジェクトの大きな狙いです。**

## ブランドビジョンにかかげる4つの先進の価値

### ブランドビジョン　4つの先進の価値




このブランド戦略においては、お客さまからご支持いただくために、**お客さまの未来を強くする「4つの先進の価値」を実現していくことをお約束しております。**

当社の役職員全員がこれらの価値をお客さまの前で実現することで、住友生命ならではの価値を実感していただく。そのようなお客さま対応を徹底し続けることができれば、お客さまの支持を高めていくことができると考えております。

この4つの先進価値に込めた想いをお客さまへのメッセージとして表したのが、**「あなたの未来を強くする」**というキャッチフレーズです。一人ひとりのお客さまの不安に真正面から向き合って、お客さまとご家族の人生を守り、支える。つまり「未来を強くする」。この生命保険の原点をしっかりと果たしてまいりたいと存じます。新しいブランドの下で、このメッセージを堂々と胸をはってお客さまに伝えることができる会社を目指してまいる所存です。