

# 経営統合がもたらす 相乗効果と 新生Chubbブランド について

2016年1月、親会社であるエース・リミテッドのチャブ・コーポレーション買収に伴い、チャブ・グループの一員となった私たちエース保険は、チャブの日本支店であるフェデラル・インシュアランス・カンパニーとの経営統合に向け準備・手続を進めております。関係当局の認可を前提に、2016年下期より Chubb 損害保険株式会社 (略称:チャブ保険) へと社名を変更する予定です。

## Chubb 損害保険株式会社

略称      **チャブ保険**

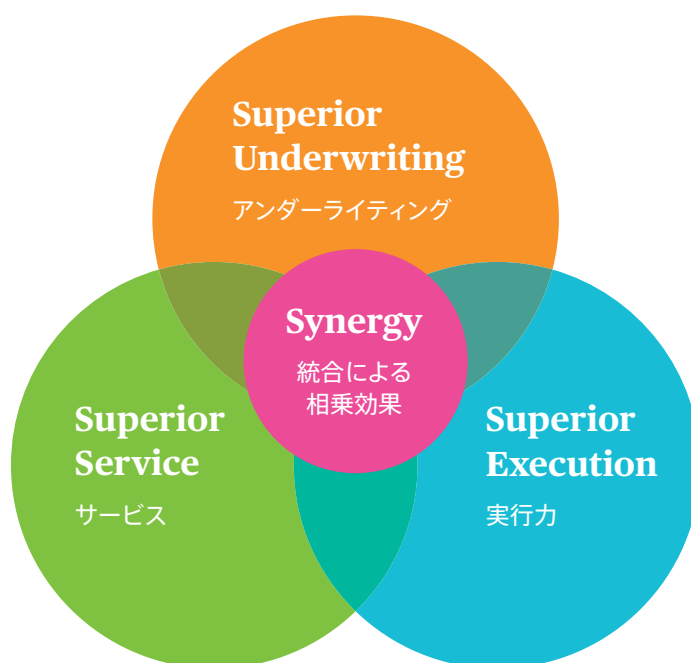
英文社名   **Chubb Insurance Japan**

2016 年下期より社名変更の予定

## 経営統合がもたらす 3つのシナジー

エースとチャブ、この両社の統合にはプラス面のシナジーが大いに期待できません。そもそもエースとチャブの両社は、ともに共通の価値観を有しています。社長メッセージでも触れましたが、第一にアンダーライティングの経験と知識に対する誇り、最高の保険引受を追求する情熱を共有しています。第二に契約者や代理店、そしてブローカーの皆様には最高の保険サービスを提供することを信条としています。チャブはこの点で特に秀でており、卓越した損害サービス体制を備えています。第三は規律を遵守しつつ、卓越した実行力をもって仕事を成し遂げることです。

社内におけるエースのモットーは“CAN DO”の姿勢で、常に迅速な対応を皆様にお届けすることです。このモットーを礎に高品質のアンダーライティング、サービス、そして実行力というより一層パワーアップした3つのシナジーを得ることができました。これらのシナジーは保険を生業とする私たちにとっての最高の経営資産であり、チャブ・グループで働くすべての人々にとってクラフトマンシップを標榜するうえでの基盤であり自信となっています。



## 人的資産に求められる クラフトマンシップ －職人技－

確かなマネジメントを前提に、保険はある意味緻密な技術に裏づけられた職人技をもって成立するビジネスと言えます。私たちは、人的資産に求められる実相としてクラフトマンたるべきいくつかの理想にこだわっています。

### 自らに厳格な技術的向上を求めます。

顧客に対し保険金を素早く公正に支払い、代理店やブローカーに対してはビジネス上の機微といった細部までこだわりつつ、彼らのビジネスを成長させることにより信頼を得られるような技術的向上を図ります。

### 絶え間ない改善により組織の成長を促します。

私たちは、常日頃からの改善によりそのスキルを磨いています。より良い決断をするために可能な限りデータを収集し、そのデータに裏づけられた先見性を武器に絶え間ない改善に取り組んでいきます。

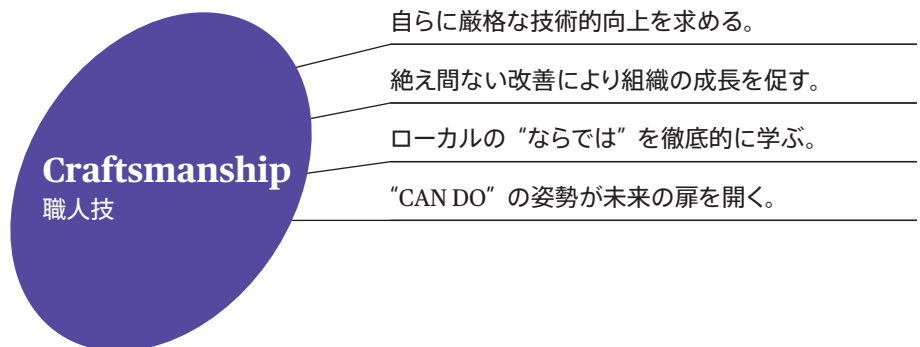
### ローカルの“ならでは”を徹底的に学びます。

私たちは、そのクラフトマンシップを世界中に適応させつつも文化、歴史、地理的な違いを理解することこそ第一義と考えています。そして、グローバル企業としてのスケールメリットを背景にさまざまな顧客、市場、販売網に寄り添い対応できるよう努めています。

### “CAN DO”の姿勢が未来の扉を開きます。

顧客やビジネスパートナーへ誠意を尽くすために、最高のスピードとエネルギーで相対する熱意を持っています。情熱をもって仕事に取り組むことで、人的資産そのものの成長と持続的な経営戦略を携えながら未来の扉を積極的に開いていくことができます。

これらが求められるクラフトマンシップの条件であり、新生 Chubb を支えるうえでの誇りであると同時に永く追いつける課題と言えます。



## クラフトマンシップを 自負する私たちの証

企業のお客様を対象とした保険、そして個人のお客様やそのご家族を対象とした保険など幅広い商品をご提供します。基本的なリスクだけではなく、より複雑で想定外のリスクからも身を守ることができるよう個々の細かいニーズにも対応する保険をご提案する、そのためには何にも増してクリエイティブな能力が必要です。それはまるで、正確な技術と知識に裏づけられたクラフトマンシップが織りなす仕事にも似ており、命を吹き込むための無限の創造性が欠かせないのです。さらにもうひとつ欠かせない能力として、人と人とのつながり・絆を大切に作る心があります。私たちのクラフトマンシップには、顧客やビジネスパートナーにより大きな安心感を抱いていただけ、この心があるということが肝心です。

人とのリレーションシップが、商品と同じくらい重要であることを私たちは熟知しています。結びつきなくして最高のソリューションを生み出すことはできず、私たち一人ひとりが自身に厳格な基準を課さなければいけません。最高の仕事をするのがクラフトマンのこだわりであり、そこにいい加減さが入り込む余地などありません。だからこそクラフトマンは自らの仕事に責任を持つとともに、多くの場合署名を残します。すべてのチャブ・グループの社員は自らの仕事に誇りを持ち、自身の仕事にサインを残すくらいの矜持を保ち続けなければなりません。Chubb で創り上げたすべてのものの最後には“Chubb. Insured.”というサインが入ります。これは、キャッチフレーズやロゴではありません。私たちの署名、クラフトマンとしての証なのです。

# CHUBB®

## 新たな道としての リブランディングの 選択

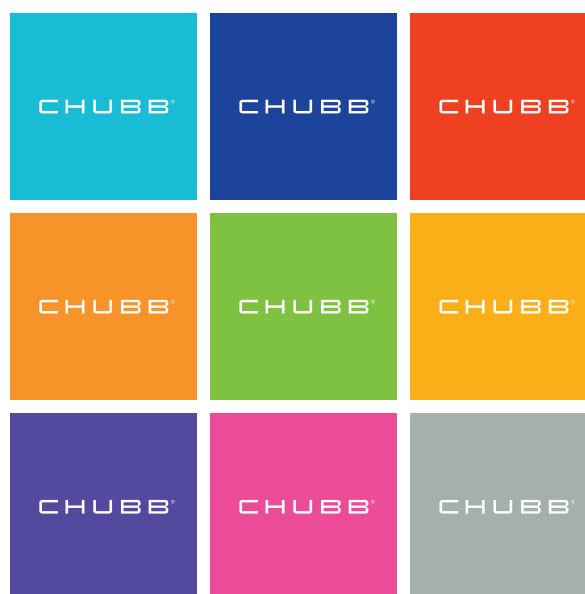
私たちは新しい会社となります。過去は実体価値として資産となるべきですが、足かせになってはいけません。エースとチャブ、どちらの会社にも長く使用してきたロゴがありました。私たちは新たな道を歩んでいくことにしました。新しいビジョンを果敢に追求していくために、あえて日本においては未だネームバリューの確立されていない Chubb の名を冠することにしました。Chubb の名称自体は世界ブランドであっても日本のマーケットにおいて知る人は決して多くありませんが、このダイナミックな変革期を大きなチャンスと捉え一層の飛躍をめざす

ことにしたのです。その手始めに私たちは、Chubb ブランドに魂を込めるための新たな表現を創り出す必要がありました。今までのエース保険からのリブランディングにより、私たちが保険のクラフトマンであることを世に知らしめる表現を、なおかつユニークでモダンな躍動感のある新しい表現を創造する必要があったのです。私たちの約束を象徴するロゴは、実にシンプルで無用なシンボルを使うようなことはしません。Chubb 自体をロゴ化した上品でモダンな表現を心がけ、上質な品格を想起させるものとなりました。

## 常識にとらわれない 新たなスタンダード としてのChubb

ロゴのシンプルさとバランスをとるため、色彩に関しては常識にとらわれないアプローチを行うことにしました。既成の概念を払拭し、私たちをより自由にし、ブランドに遍在性をもたらす画期的なアプローチです。新しい Chubb ブランドを表すのは、青や赤といった決められた1色ではありません。紫やオレンジ等、全部で9色です。これらすべてが、私たちのカラーであり個性です。

Brand Colors



9つの色は私たちの文化、考え方、グローバルなステージ、サービスを提供しているさまざまな顧客、たくさんの商品の多様性や力強さを反映しています。しかしそのすべての色彩は、ひとつのパレットでつながっています。同時にこの多様性は変わり続ける保険の世界と、それに追従するだけでなくそれを予測し変革を促していく私たちの情熱を表しています。

私たちの新しいアイデンティティは、鮮やかで生き生きとしています。それは過去ではなく、私たちの未来に向けられています。実体価値に甘んじることなく、Chubb ブランドから始まる新たな期待価値の創造を。今後とも経営資源の戦略的な選択と集中により、日本のマーケットでの個性的でサステイナブルな経営をめざしたいと考えます。