

ソニー生命保険株式会社

〒100-8179 東京都千代田区大手町1-9-2
大手町フィナンシャルシティ グランキューブ
<https://www.sonymlife.co.jp/>

2022年4月20日
ソニー生命保険株式会社

ブランドプロミスの制定について

ソニー生命保険株式会社（社長：萩本友男、以下「当社」）は、中長期的に実現を目指す「ありたい姿」として、ソニーフィナンシャルグループの一員である当社の特徴や提供価値を明確化した以下の「ブランドプロミス」を制定しましたのでお知らせします。

ライフプランナーにしかできないことを。 私たちソニー生命にしかできないことを。

生命保険が変わる。ライフプランナーが変わる。

「世界中どこにもない理想的な保険会社をつくる」
そんな想いと決意を胸に、私たちソニー生命は誕生しました。

それは、「夢や希望を持って、前向きに人生を歩んでいきたい」という誰もが抱くその願いを、自身に万一のことがあっても実現できるようにすること。残されたご家族が安心して暮らしていけるようにすること。そして、どんなに時代が変わっても、いつもいきいきと自分らしく人生を歩んでいけるようにすること。

今も変わることのないこの信念とともに、
“きょうから生命保険が変わる。ライフプランナーが変わる。”
というメッセージを掲げて、1981年、私たちは営業を開始しました。

以来今日に至るまで、私たちは、変わり続ける時代のなかで常に“お客さまにとってよりよいサービス”を追求し続け、社会のニーズに応える商品開発とより質の高いサービスの提供に挑み続けています。

3つの価値を、お客さまと社会へ。

お客さまにより豊かな人生を安心して生きていただくために。
企業とその従業員のみなさまを確かに守り守りしていくために。
生命保険、そして、ライフプランナーが持つ力を最大限に発揮して、
お客さま一人ひとりの、その一つひとつの課題や不安を解消すること。

人々と社会を支える公器として、
私たちソニー生命は、3つの価値を提供していきます。

LIFEPLANNER VALUE.

ライフプランナーバリュー

想いを「聴き、形にする」

まずは、お客さまがどのような未来を想像されているのか、夢や希望、ビジネスプランをライフプランナーがしっかりと聴き、お客さまとともにライフプランやビジョンを描きます。

なによりも、お客さまの守りたい未来のために、そして、万一のことがあってもなくとも、お金の不安を解消していくために、将来の経済的リスクのシミュレーションと分析を通し、オーダーメイドの保障を設計することで、お客さまの想いを形にします。

想いに「寄り添い続ける」

生命保険がいざというときにきちんとお役に立てるよう、どんなことでも真っ先にお客さまからご相談いただけるよう、社会、環境、暮らしなどの時代とお客さまのニーズの変化を捉えながら、ご契約後もライフプランナーが定期的にライフプランや保障の点検とアドバイスを行います。

そして、万一の際は保障を確実にお届けするために、ライフプランナーが迅速に対応します。生命保険に込められたお客さまの想いをご家族にお伝えして、その後もご家族に寄り添い続けます。

想いを「支え続ける」

お客さまにご提供する価値の幅を広げていくために、そして、その価値がいつもお客さまの想定以上のものであるために、ライフプランナーは絶えず能力や人格の研鑽に励みます。生命保険以外にも、住まいや子育て、介護、資産運用やシニアライフなど、お客さまが生きていくうえで必ず訪れるさまざまな場面においてしっかりと情報をご提供します。

人生と社会に関わるさまざまなご相談や課題にお応えすることで、「人生の伴走者」としてお客さまと社会を支え続けます。

これまででも、これからも、ずっと。

“どう生きるか”をコンサルティングする「ライフプランナーの力」
イノベーションを生み出す「テクノロジーの力」
多様性に富んだ「ソニーグループの力」

この3つの力を結集して、私たちソニー生命は、人のやらないことに挑戦し、社会に貢献することで、人生100年時代を生きる一人ひとりを力強く支えていきます。

本ブランドプロミスは、創業時から現在までの変わらない想いをベースに、当社の提供価値やこれからへ向けた決意を表現したものです。

コーポレートスローガンである「LIFEPLANNER VALUE.」を

- ・想いを「聴き、形にする」
- ・想いに「寄り添い続ける」
- ・想いを「支え続ける」

この3つの価値と定義し、これらを追求・提供していくことで、生命保険、そしてライフプランナーが持つ力を最大限に発揮し、加えてソニーグループの一員としてテクノロジーの力も大いに活用し、お客さま一人ひとりの課題や不安を解消するという当社の姿勢を、「ライフプランナーにしかできないことを。私たちソニー生命にしかできないことを。」というメインコピーとともに表現しています。

本ブランドプロミスは、当社ブランド戦略の核・根幹に据え、企業ビジョン・企業姿勢を示す場面を中心に活用してまいります。

また本ブランドプロミスを社会に対し広く発信していくために、公式サイト内に[特設サイト](#)（※）をリリースしました。創業時から変わることのない熱い想いと決意を胸に、前を見据える多種多様なライフプランナーおよび社員15名を配置するメインビジュアルとしています。



加えて特設サイト内では、実際のライフプランナーから寄せられた「自身にとってのLIFEPLANNER VALUE.」を紹介するブランドムービーを掲載しています。

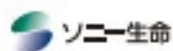
リアルな「ライフプランナーにしかできないこと」を知っていただくことで、より具体的に当社ならではの提供価値を多くの方にご理解いただきたいと考えております。

（※）特設サイト URL：<https://www.sonylife.co.jp/land/brandpromise/>

ブランドプロミスとは、当社から社会への宣言であり、お客さまとのお約束です。私たちソニー生命は、人々と社会を支える公器として、今後も人のやらないことに挑戦し社会に貢献することで、人生100年時代を生きるお客さま一人ひとりを強く支えていくことを目指します。

以上

■ご参考：ブランドプロミス（短縮版）



ライフプランナーにしかできないことを。
私たちソニー生命にしかできないことを。

お客さまひとりひとりの夢や想いを、「聴き、形にする」「寄り添い続ける」「支え続ける」こと。
課題も不安も分かちあい、解消しながら、どこまでもともに歩み続けていく「人生の伴走者」であること。

そして、より豊かで信じられる未来を一緒にかなえていくこと。

そのために、ライフプランナーの力、ソニーグループの力、持てる力を結集して、
お客さまの人生と社会に貢献していくこと。私たちソニー生命の挑戦は続きます。

LIFEPLANNER VALUE.



SONY

「ライフプランナー」および「LIFEPLANNER VALUE.」は、ソニー生命保険株式会社の登録商標です。