

平成16年7月20日

各 位

京都市下京区烏丸通五条上る高砂町381-1
アイフル株式会社
代表取締役社長 福田 吉孝
(コード番号 8515)
(上場取引所 東証第1部・大証第1部)
決算期 3月
問い合わせ先 広報部長 香山 健一
TEL 03-3274-3560(広報部)
03-3272-8031(IR室)
FAX 03-3274-4581

アイフルブランドステートメント制定について

アイフル株式会社(本社:京都市 代表取締役社長:福田 吉孝)は、このたび新たに、ブランドステートメント「With Heartful Communication」(ウィズ ハートフル コミュニケーション)を制定いたしました。今後様々なコミュニケーション活動にて統一的に展開し、社会での効果的な浸透とアイフルブランドの向上を図ってまいります。

<1>ブランドステートメント全文

With Heartful Communication

私たちが目指す企業像は、キャッシングという形で様々な人のライフシーンに役立つ存在。そして社会の中で、今まで以上にスタンダードな存在となること。そのために私たちは次のことを約束し、誠実かつ真摯な姿勢でお客様や社会に接し続けます。

私たちは、お客様への親身なコミュニケーションを大切にします。

- お客様の声にしっかり耳を傾けること
- お客様のニーズをしっかり理解すること
- お客様に懇切丁寧に伝えること

私たちは、お客様との信頼関係を築くために、当たり前のことを当たり前に行います。

- 徹底した確認により、常に正確を期すこと
- 個人情報に対する管理責任を強く自覚し、その責任を全うすること
- お客様をお待たせしないように常に機敏であること
- 常に清潔で快適な環境であること

私たちは、お客様へはもちろん、一企業市民として社会に対しても感謝の念を忘れません。

- 総合金融企業としてより多くの人々への貢献を目指すこと
- 私たち一人ひとりが社会への貢献意識を持って存在すること

< 2 > ステートメントのポイント

アイフルのブランドステートメント『With Heartful Communication』には、お客様や消費者に対してどのような価値を提供していくのか、どういう存在であるべきなのかといった、アイフルブランドとしての独自の価値観が込められています。

まず、前文3行では、当社の「こうありたい」という意思を込め、具体的な約束事については、次からの3項目に凝縮させました。

私たちは、お客様への親身なコミュニケーションを大切にします。

『With Heartful Communication』にもあるように、「コミュニケーション」をテーマにし、当社がお客様へ提供する価値観を具体的に約束しています。

私たちは、お客様との信頼関係を築くために、当たり前前のごことを当たり前前に行ないます。

当たり前前のごことこそ強い意識を持って臨むというコンプライアンス遵守の精神を込め、お客様の視点に立った「顧客第一主義」行動を約束します。

私たちは、お客様へはもちろん、一企業市民として社会に対しても感謝の念を忘れません。

経営理念である『社会より支持を得る』ことを常に意識すべき点として、社会全体への価値の提供を約束します。

従って、この『With Heartful Communication』は、ブランドコンセプト『安心・創造企業』(*後述)の達成や、経営理念である『社会より支持を得る』を達成するための指針としての役割を持っています。当社は、このブランドステートメントの策定により、従業員のブランド意識の統一、ひいてはブランド向上を目指していきます。

< 3 > ブランドコンセプト

安心・創造企業

当社はブランド戦略を開始した当初より、そのコンセプトとして「安心・創造企業」を掲げ、社内への浸透活動により全社的なブランド戦略の土台作りを行ってまいりました。このコンセプトは、アイフルブランドの在りたい姿を概念的に表したものであり、あらゆるステークホルダーに向けたブランドマネジメントの基盤となるものです。

『安心・創造』の基本観は次の通りです。

安心	・・・	「顧客、株主、社員の三者に安心して頂ける企業」としてのイメージを定着、向上させること
創造	・・・	「常に新しい取組みを創造する企業」としてのイメージを定着、向上させること

< 4 > アイフルのブランド戦略

当社は、今後ますます競合が激化する消費者信用市場において、「コーポレートブランド」が、経営理念である『社会より支持を得る』を実現するための重要なファクターと考えています。このような考えに基づき、1999年10月より部門横断的な組織としてブランド戦略プロジェクトを発足させ、経営に対し「ブランド」の観点を積極的に取り入れてまいりましたが、2003年4月からはこの体制を刷新し、社長をはじめとするトップマネジメント直轄の重要プロジェクトとして新たに動き始めています。

この新しいブランド戦略プロジェクトでは、ブランド向上の活動ターゲットを、CS(顧客満足)向上、ES(従業員満足)向上による企業価値の向上に置き、これによりIS(投資家満足)向上をも実現させていきたいと考えております。

今後、当社は、今回制定したブランドステートメントと連動した企業活動を推進するとともに、テレビCM、ポスターなど各種広告媒体へロゴを挿入、ホームページでのブランド専用ページの作成など、新たなブランドコミュニケーションを行ってまいります。

当社は、これらの活動を通じ、アイフルに関わる全ての方々に、これまで以上の「安心」を提供していきたいと考えております。