

※米国本社で発表されたリリースの参考和訳です。

AIG は中核の保険事業における AIG ブランドの再活用と新しいブランド・プロミスを発表

アメリカン・インターナショナル・グループ・インク(ニューヨーク証券取引所銘柄: AIG) (「AIG」)は、グローバルに展開している損害保険事業のほとんどの地域において、損害保険マーケットにおけるプロモーションのためのブランドとして AIG を再び使用していくこと、生命保険およびリタイアメント事業を今後は AIG ライフ&リタイアメントという名前で展開していくことを発表しました。

ブランド再構築の一環として、AIG は新しいブランド・プロミス“Bring on tomorrow”も合わせて発表しました。AIG の社長兼 CEO のロバート・H・ベンモシエは以下のように述べました。“世界的な保険会社のブランドとして AIG が戻ってきました。AIG のブランド名としての再登場は私たちの会社にとって非常に重要な意味を持っています。“Bring on tomorrow”というフレーズは、問題を解決し、お客さまのために革新性を発揮し、強力なグローバルなチームとして働く我々の不屈の精神や志を示しています。これらは米国政府による公的支援に対し 150 億ドルを超える利益を出して返済を完了することができた要因でもあります。

私たちは自分たちの可能性に大きな期待を寄せています。世界中のお客様やコミュニティー、そして私たち自身のため、よりよい未来を築き、そして確固たるものにするための仕事が始まることに期待しています。これからも、AIG の価値の中心にある創作力と順応力が、お客さまが毎日の生活をより豊かに、有意義に過ごすにはどんなことをすればよいかを追求していく源になっていくと信じています。

2012 年 11 月 12 日から、AIG の損害保険事業は、AIG を会社の新しいロゴ、ブランド・プロミスをマーケティングや広告活動などで順次使用していくこととなります。VALIC、レキシントン・インシュアランス、アメリカン・ジェネラル、サンアメリカ、ウェスタン・ナショナルなどの関連会社におけるほかのブランドに関してはしばらくの間変更はしません。

AIG プロパティ・カジュアリティの CEO のピーター・ハンコックは以下のように述べました。“世界中のお客さまと AIG ブランドが持つ長い歴史とその強さを祝福できることを非常に嬉しく思います。我々は創造性あふれる精神を持って最新のデータテクノロジーへの投資をしていきます。それによって、お客さまが将来において課題に直面した際においても、しっかりとお役に立てると考えています。”

AIG ライフ・アンド・リタイアメントの CEO のジェイ・ウイントロブは以下のように述べました。“AIG という名前は、確固とした価値があること、お客さまのために懸命に働くこと、約束を守り続けるということを象徴しています。“Bring on tomorrow”というのはお客さまが輝かしい未来に向かっていくための保障や投資、収入に対する最善の手段を提供するリーディングカンパニーである私たちに合致するフレーズです。

米国政府による最大時には合計で 1,823 億ドルあった公的支援は完済され、米国財務省は AIG へ投資からこれまでに約 159 億ドルの利益を得ました。

以上