

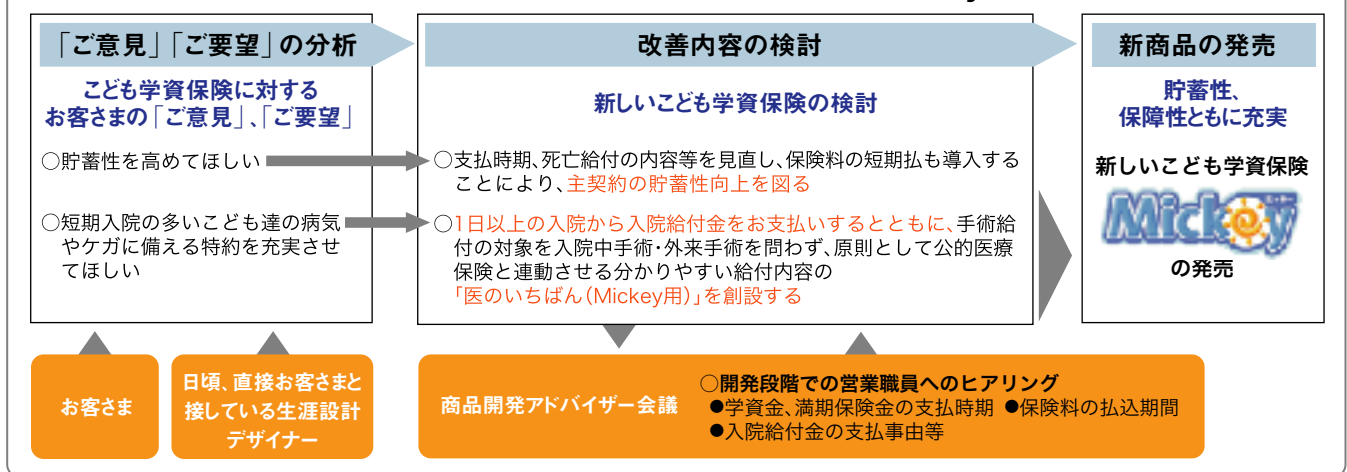
「生涯設計」を支える商品

お客さまの声に耳を傾け「生きていくための保障」を重視しました

少子高齢化の進展、社会保障のスリム化、消費者意識の変化などを背景に、生命保険においては「万一の保障（遺族の生活資金）」に加え、老後や医療・介護への備えなど「生きていくための保障」という役割が一層重視されています。「エコシステム」(39ページご参照)で「お客さまの声」を広く収集し、社内でも「商品アイデアコンクール」や「商品アドバイザー会議」などを通じて直接お客さまと接する「職員の声」を吸い上げる仕組みを確立。「声」を反映したより良質な商品の開発・提供に努めています。平成20年1月に発売した「Mickey」も、このような「お客さまの声」をもとに開発した商品です。



開発プロセス [新しい子ども学資保険「Mickey」]



the Voice

商品事業部 商品開発グループ川崎 涼子

開発にあたり、「お客さまに最適な備え方を提供できるよう、お客さまの視点に立って考える」のが、最も重視した点です。そのために、お客さまの声を多く集めたうえで、改善内容の検討を行いました。



上記は商品の概要を説明したものであり、ご契約にかかるすべての事項を記載したものではありません。ご検討にあたっては専用のパンフレットおよび「保障設計書（契約概要）」など会社所定の資料を必ずご覧ください。また、ご契約の際には「重要事項説明書（注意喚起情報）」「ご契約のしおり—定款・約款」を必ずご覧ください。