

**MONDIAL ASSISTANCE 企業ロゴを一新 - 中心に人間の形を採用**  
思いやり - プロフェッショナリズム - 連携 - 積極性  
**MONDIAL ASSISTANCE 企業価値を表明**



2006年6月8日、パリー 旅行保険とアシスタンスサービスにおいて国際的リーダーである Mondial Assistance Group は、本日新しい企業ロゴマークを発表いたしました。この新しいグラフィックなトレードマークは、1974年の創業当時からのオリジナルロゴが持つ不可欠の要素をいくつか引き継いでいます。

緊急時対応というグループのビジネスを象徴する赤色と従来のグラフィックスタイルを継承する一方、新しいロゴはその中心に人間をモチーフにした形を組み込み、人がこれまでも増してグループ全事業の中心にいることを際立たせたものになっています。更に、”MONDIAL ASSISTANCE” マークに生き生きとしたモダンなイメージを与える新しい字体を採用しています。

また、この新ロゴマーク導入は、同社が将来的に目指している国際派としてのブランドイメージ構築へ踏み出す第一歩となるものでもあります。

#### ゆるぎない企業価値

MONDIAL ASSISTANCE への信頼は、積極的な姿勢・ネットワークと連携・最高品質のサービスとともに送り届けられる思いやりの心、といった社員の高いプロ意識と専門性に置かれています。MONDIAL ASSISTANCE ブランドが誇るこれらの価値観は、社員・クライアント・サービスプロバイダ・株主の皆様と同時に共有され、グループ会社全社及び世界中の至るところへも伝わっています。

グループ各社では、全社が順次新ロゴマークをそれぞれの広報資料に導入していく予定です。今日時点では、世界各国のグループ会社の大半のウェブサイトにも、この新しいロゴマークがアップされています。

「我社の新しいロゴには、人々のお役に立つ事こそがその真髄である、我々のビジネスにおける人との結びつきがとてもよく表現されています。そして、我々の企業価値は、顧客に提供するあらゆるサービスと可能性の原動力となる企業文化とも云うべき、会社のユニークな個性と特徴が込められています。」と Mondial Assistance Group 社長のクラウス・ダーコップ氏は明言しています。

#### **Mondial Assistance Group: an intervention every 3 seconds, anywhere in the world.**

Worldwide leader in assistance, travel insurance and personal services, today Mondial Assistance Group counts nearly 8,000 staff members speaking over 40 languages. They work throughout the world in collaboration with a network of 400,000 service providers and 240 correspondents. 250 million people, or 4% of the world population, benefit from the Group's services, which it proposes on 5 continents in over 25 countries. The Group mainly operates under its three international brands: ELVIA, Mondial Assistance and World Access.

Mondial Assistance Group is a member of the Allianz Group through AGF and RAS International, each holding a 50% capital stake. [www.mondial-assistance.com](http://www.mondial-assistance.com)

**Press contacts:**

**RUMEUR PUBLIQUE +33 1 55 74 52 00**  
Christian Giacomini / Amirouche Laïdi

**Mondial Assistance Group**  
Anne Marchegay Tel. : +33 1 53 25 53 65

Cautionary Note Regarding Forward-Looking Statements:

Certain of the statements contained herein may be statements of future expectations and other forward-looking statements that are based on management's current views and assumptions and involve known and unknown risks and uncertainties which could cause actual results, performance or events to differ materially from those expressed or implied in such statements. In addition to statements which are forward-looking by reason of context, the words "may, will, should, expects, plans, intends, anticipates, believes, estimates, predicts, potential, or continue" and similar expressions identify forward-looking statements. Actual results, performance or events may differ materially from those in such statements due to, without limitation, (i) general economic conditions, including in particular economic conditions in the Allianz Group's core business and core markets, (ii) performance of financial markets, including emerging markets, (iii) the frequency and severity of insured loss events, (iv) mortality and morbidity levels and trends, (v) persistency levels, (vi) interest rate levels, (vii) currency exchange rates including the Euro - U.S. Dollar exchange rate, (viii) changing levels of competition, (ix) changes in laws and regulations, including monetary convergence and the European Monetary Union, (x) changes in the policies of central banks and/or foreign governments, (xi) the impact of acquisitions (e.g. Dresdner Bank), including related integration issues, and (xii) general competitive factors, in each case on a local, regional, national and/or global basis. Many of these factors may be more likely to occur, or more pronounced, as a result of the event on, and following, September 11<sup>th</sup>, 2001.