

News Release

報道関係者各位
2020年6月1日

マニユライフ生命、公式ウェブサイトをより見やすくリニューアル

- グローバルで統一された視覚的にわかりやすいデザインを採用
- テキスト文字をより大きく、表示までの時間を短く、操作性を改善

マニユライフ生命保険株式会社(取締役代表執行役社長兼 CEO: 吉住公一郎、本社: 東京都新宿区、以下「マニユライフ生命」)は、公式ウェブサイトのマニユライフ・グループのグローバル統一デザインへとリニューアルし、本日より公開しました。

今回のリニューアルは、2015年にスマートフォンからの閲覧を容易にするレスポンシブ・デザインに変更して以来の全面的な改定であり、マニユライフ・グループのブランド刷新の一環です。当社は、デジタルとお客さま中心主義のリーディング・カンパニーとして変革し続けることを目指し、2018年に新しいグローバルブランドを導入しました。情報の複雑化が進む社会において、「物事をよりシンプルでわかりやすくすること」でお客さまがより簡単に、より明確に判断し、より良い日々を送れるようお手伝いすることに注力しています。

新しいウェブサイトのデザインにおいても、「わかりやすさ」を追求しています。ナビゲーションは、以前に比べて大きな文字を採用することにより、見やすかつ目的のコンテンツを探しやすくする工夫を加えました。また、以前よりもページ表示までの時間が短縮され、クリック可能なエリアも大きくなり、操作性が改善しました。加えて、新デザインの大きな特徴である、視覚的な写真イメージを使用したバナーや、シンプルなピクトグラムのアイコンの採用により、最新かつ重要な情報が目に留まりやすくなっています。

公式ウェブサイトを訪れる多くのユーザーが利用する「保険商品ページ」については、一般消費者の方々へのアンケートなどで得た知見をもとに、従来複数ページあった情報を、コンパクトに1ページにまとめ、お客さまが知りたい情報が一目でわかるように改良を行いました。

マニユライフ生命は、自分らしい、これからの生き方「Life 2.0」(ライフ 2.0)を提唱しています。ウェブサイトでは、そのような生き方を体現しているプロフェッショナル・ランナー大迫傑選手の動画を公開しています。今後もマニユライフ生命は、皆さまが自ら積極的に行動し、未来を切り拓いていくことを応援していきます。

マニユライフ生命 公式ウェブサイト: www.manulife.co.jp

下記 QR コードからもアクセスが可能です。



<マニユライフ生命 公式ウェブサイト画面>

※画面は開発中のため、変更になる場合があります。

「Life 2.0」とは

人生 100 年時代と言われる、生き方や働き方が多様化する現在において、マニユライフ生命は、皆さまが自ら積極的に行動して未来を切りひらいていくことを応援していきたいと考えています。そして、自分らしい、これからの生き方を「Life 2.0」(ライフ 2.0)と名付けました。「Life 2.0」のかたちは、人それぞれです。マニユライフ生命は、保険会社ならではの多面的な発想と先を見通すプランニングで、皆さまの健康で豊かな「Life 2.0」の実現をお手伝いします。

マニユライフ生命について

マニユライフ生命は、カナダを本拠とする大手金融サービスグループ、マニユライフ・ファイナンシャル・コーポレーション(マニユライフ)のグループ企業で、2019 年、設立 20 周年を迎えました。プランライト・アドバイザー(自社営業職員)、金融機関、代理店の 3 つの販売チャネルを通じて、法人ならびに個人のお客さまへ、先進的な商品と質の高いサービスを提供しています。詳細はウェブサイト(www.manulife.co.jp)をご覧ください。