

2026 年 10 月 5 日

報道関係者各位

マニユライフ生命保険株式会社

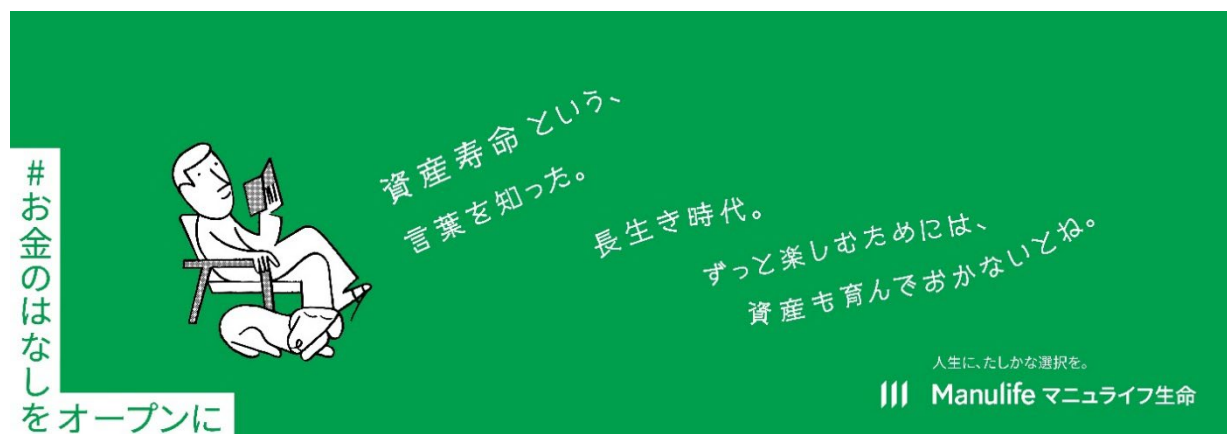
マニユライフ生命 新ブランドキャンペーン 開始
「#お金のはなしをオープンに」
望む未来を考え、長い人生に向けた経済的な備えを後押し

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：ライアン・シャーランド、本社：東京都新宿区、以下「マニユライフ生命」）は、2026 年 10 月 5 日から、新たなブランドキャンペーン「#お金のはなしをオープンに」を開始します。本キャンペーンは、一人ひとりが望む未来について考え、お金についてよりオープンに話ができることの後押しを目指しています。

私たちは今、人生 100 年時代ともいわれる、かつてない長寿社会を迎えています。人生が長くなるなか、どのように生きたいか、どのように自立を保ち、将来に備えるかは、これまで以上に重要なテーマとなっています。一方でその選択を支えるお金のことは、必ずしも率直に話しやすいものではない、という隔たりがあることを認識しています。

人生を自分らしく歩み続けるためには、健康、家族、仕事、介護、そしてお金について、長期的な視点で考えることが大切です。健康寿命だけでなく、望む生き方を経済的に支えられる期間である「資産寿命（ウェルスパン）」を延ばしていくことも重要になります。マニユライフ生命は、資産寿命を人生とお金が長期にわたって歩調を合わせ、一人ひとりが自分らしい選択を続けられる期間と捉えています。

マニユライフ・グループが 2026 年 2 月から 3 月に日本を含むアジア 9 市場で実施した「アジア・ケア・サーベイ 2026（アジア健康長寿調査）」によると、日本の回答者の 80%が、できるだけ長く自立を保ち、他人の負担にならないことを望んでいる一方、75%が老後に必要となる介護費用に不安を感じています。しかし、ファイナンシャル・プランナーなどの専門家に相談した経験がある人は、わずか 6%にとどまりました。これらの結果から、自分らしく生きたいという願いがありながら、それを具体的な備えや行動につなげることの難しさがうかがえます。また日本では、お金について話すことに気まずさやためらいを感じ、家族や身近な人との間でも話題にしにくい傾向があります。



「#お金のはなしをオープンに」は、資産や金融商品だけに焦点を当てるのではなく、長い人生を歩むなかで、一人ひとりが大切にしたい希望や価値観、選択に光を当てるブランドキャンペーンです。普段はなかなか言葉にできないお金についての率直な思いを、共感を呼ぶ表現で描いています。一人ひとりが「資産寿命」すなわち望む人生を経済的に支えられる期間を築き、守ることを支援するというマニユライフ生命の考えを反映しました。人生のステージが変わり、優先したいことや置かれた状況が変化しても経済的な備えは、その時々に応じた選択を支えます。

マニユライフ生命 チーフ・マーケティング・オフィサー（CMO）のカーラ・ハートライトは、次のように述べています。「人生が長くなるなか、多くの人が自分らしい生き方を選び、望む未来を実現したいと考えています。一方でそれを支えるお金のことは必ずしも話しやすいものではない、とお客さまとの対話を通じて認識しています。『#お金のはなしをオープンに』は、お金についての会話を、難しく特別なものではなく、自分の人生について本当に望んでいることに気づくための自然な対話にしていきたいという思いを込めています。本キャンペーンを通じて、一人ひとりが自分にとって大切なことを見つめ、資産寿命を築き、守ることが、望む人生を支える力になると感じていただければと思います。」

キャンペーン展開とクリエイティブ

キャンペーンは、2026年10月5日から交通広告、デジタル広告、動画などを通じて展開します。親しみやすくシンプルなクリエイティブで、普段はなかなか口にしないお金についての思いを表現し、お金を日々の暮らしや将来について考えるための自然な対話の一部として描いています。

キャンペーン名	「#お金のはなしをオープンに」
キャンペーン期間	2026年10月5日～12月15日
主な展開媒体	交通広告、デジタルバナー、YouTube、Amazon Prime Video、TVer など
主な交通広告展開エリア	渋谷、新宿、品川を含む首都圏の主要駅・路線

クリエイティブバリエーション



マニユライフ生命は、保障、資産形成、退職後の生活設計、資産承継にわたるソリューションの提供を通じて、お客さまが人生のさまざまなステージで資産寿命を築き、守り支援していきます。

※アジア・ケア・サーベイ 2026（アジア健康長寿調査）：日本を含むアジア9市場でマニユライフが実施した健康長寿調査

マニユライフ生命について

マニユライフ生命は、カナダに本拠を置く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・コーポレーションのグループ企業です。ブランドメッセージ「人生に、たしかな選択を。」のもと、生命保険による保障、退職後の生活設計、資産形成など、お客さま一人ひとりに合わせたソリューションを通じて、より良い未来に向けた選択を支援しています。当社は、長期的な経済的ウェルビーイングの実現に向けて、グローバルな専門性と日本市場に根差した知見を融合し、保障、資産形成およびその継承をサポートします。

公式ウェブサイト (<https://www.manulife.co.jp>) LinkedIn (<https://www.linkedin.com/company/manulife-japan/>)

出典

【マニユライフ、アジア・ケア・サーベイ 2026 調査概要】

- 調査期間：2026 年 2 月～3 月
- 調査対象：日本、中国、香港、台湾、ベトナム、フィリピン、シンガポール、マレーシア、インドネシアの 9 つの市場での 18 歳以上、男女計 9,132 名（うち日本 1,000 名）
- 調査方法：インターネット調査

※ 調査結果および日本の生活者の実際の声は当社公式 Web サイトにも掲載しています。詳しくは[こちら](#)をご覧ください。