

# News Release

報道関係者各位  
2019年10月24日

## マニユライフ生命、外貨建て保険をわかりやすく解説する動画と冊子で、 最優秀賞にあたる「UCDA アワード」を受賞

- 窓口販売用商品のパンフレットでは、「情報のわかりやすさ賞」を受賞
- 5年連続、5度目の受賞

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」)はこのほど、一般社団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会(UCDA)が主催する「UCDA アワード 2019」の生命保険分野において、外貨建て保険をわかりやすく解説する動画と冊子のコミュニケーションデザインで、最優秀賞にあたる「UCDA アワード」を受賞しました。また、窓口販売用商品のパンフレットでも「情報のわかりやすさ賞」を受賞しました。「UCDA アワード」は、専門家と生活者の評価が総合的に高い企業・団体に贈られるものです。マニユライフ生命が当該アワードにおいて受賞するのは、5年連続5度目で、今年は初めて最優秀賞にあたる「UCDA アワード」の受賞となりました。

今般、「UCDA アワード」を受けた動画および冊子は、『なぜ? ナニ? ガイカ』という外貨建て保険の解説コンテンツです。動画では、外貨建て保険の仕組みや費用、リスク、外貨建て資産を持つことの意味などをわかりやすく解説しています。また、冊子では、動画と連携した内容で、動画の視聴方法についても説明するなど、動画を見慣れないお客さまにも配慮しています。

### 「UCDA アワード 2019」受賞理由

#### 生活者のタスクを支援する動画と帳票のコミュニケーションデザイン: UCDA アワード 『なぜ? ナニ? ガイカ』動画および冊子

- 動画と冊子の連携に優れ、外貨建て保険の説明補助ツールとしてわかりやすい
- 動画: 情報量を抑えた構成で、要点がわかりやすい映像である
- 冊子: レイアウトや配色が見やすく、用語説明などサポートも充実している

#### 窓口販売用商品のパンフレット: 情報のわかりやすさ賞 「未来につなげる終身保険」パンフレット

- 余白や行間を十分に確保しており、文章が読みやすい
- 配色や文字サイズの強弱が工夫され、注意喚起の誘目性が高い
- 情報量を抑制することで重要箇所を明確化

「第三者」による客観的な評価

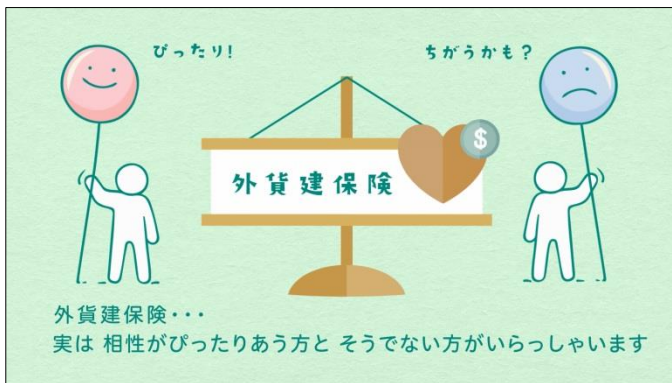


マニユライフ生命は、2017年に策定した「お客さまへの誓い」において、お客さまにわかりやすい説明と、わかりやすい資料の作成をお約束しています。今後もお客さまにとって、より見やすくわかりやすい資料作成のために、さらなる取り組みを行なってまいります。

## UCDA アワード：『なぜ？ なに？ ガイカ』

### <動画イメージ>

難しい表現や情報量を抑えた構成、軽快なアニメーションで要点がわかりやすい映像にしました。



### <冊子イメージ>

見やすいレイアウト・配色、丁寧な用語説明、コンパクトな紙面構成で理解のしやすさに配慮しました。

