

保険という枠を超えて、総合ライフサポート企業へ 「メモリード・ライフ」ロゴリニューアルのお知らせ

株式会社メモリード・ライフは、企業理念の再確認（ブランディング）を行い、「お金を理由にライフイベントを諦めて欲しくない」「お客さまへの最高・最大のサービスの提供」という思いを原点に、ブランドプロミスを制定しましたのでお知らせします。

また、併せてブランドロゴのデザインを刷新し、人生の節目に寄り添う総合ライフサポート企業へと進化していきます。



ブランドプロミス

一緒にかなえる、人生の「やりたい」

ポジティブな共感と選択の自由

「やりたい」という言葉は、社員もお客さまにも共感いただけるポジティブなメッセージ。「できる」ではなく「やりたい」に焦点を当て、**未来への選択肢と自由**を表現しています。

「一緒に」の意味

メモリード・ライフは**お客様に寄り添う存在**であり、共に歩み、人生のパートナーとなることを約束。単なるサービス提供者ではなく、お客様の人生の節目と一緒に実現する**伴走者**です。

言葉に込めた思い

人生の様々な節目での「やりたい」という思いを大切にし、その思いや社会の実現を目指す企業姿勢を凝縮したメッセージです。

ブランドストーリー

「ありがとう」「いってらっしゃい」「またね」
何気ない言葉の奥には、
誰かを想う祈りや願いが、そっと息づいています。

言葉に出す勇氣。
言葉にできない想い。
そのすべてが、人と人の時間をあたためています。
はじまりとおわり、出会いと別れ。
人生の節目には、必ず“想い”が寄り添っています。

私たちメモリード・ライフは、
その想いに耳を傾け、言葉にし、
かけがえのない「やりたい」を一緒に実現していきます。

一緒にかなえていきたい、
人生の「やりたい」を、これからも。
メモリード・ライフ。

ロゴデザイン



デザイン要素	特徴	意図と効果
新しさの表現	シンプルかつ視認性の高いデザイン構成。 「誰が見ても新しくなった」と分かる刷新感。	コーポレートブランドの進化を視覚的に示し、新しいブランドプロミスとの親和性を高めています。
メモリードDNAの継承	従来の「青と赤」を基調としたカラーパレット。 安定感と信頼性を視覚的に表現。	これまでのメモリード・ライフの歴史と価値観を大切にしながら、新しい時代への挑戦を象徴しています。
認知性と親和性	単独使用でも認知できるシンプルな構成と、ブランドプロミスを象徴する赤色のアクセント。	『一緒にかなえる、人生の「やりたい」』というブランドプロミスの温かさと情熱を視覚的に表現しています。