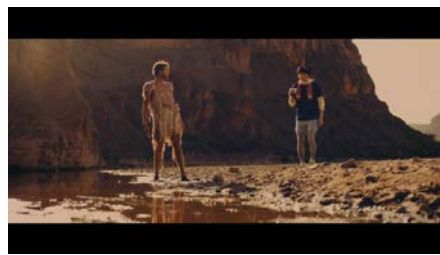


新商品“住友生命「Vitality」”新CM

壮大なスケール感の中、瑛太さんが古代ギリシャ“走れメロス”の世界に登場！
メロスの問いかけに対し、瑛太さんが出した驚きの回答とは！？

<新CM『Vitality ついに、上陸』篇 2018年7月17日(火)より全国にて放映開始>



「Vitality ついに、上陸」篇(30秒)

住友生命保険相互会社(社長:橋本 雅博、以下 住友生命)は、新商品“住友生命「Vitality」”という健康増進型保険の発売に伴い、CMキャラクターとして瑛太さんを起用し、新CM「Vitality ついに、上陸」篇を2018年7月17日(火)より全国で放映いたします。今回のCMはテレビでの放映に加え、一部の映画館でも放映いたします。

「Vitality」は、南アフリカの金融サービス会社 Discovery Ltd.(以下、ディスカバリー)が開発し、世界17の国と地域(日本含む)で提供されグローバルに評価を得ている健康増進プログラムであり、当社の“住友生命「Vitality」”発売により日本初上陸となります。

※ディスカバリーは1国1社の生保会社と提携し各国で Vitality を導入しており、日本では当社が独占契約を締結しています。

“住友生命「Vitality」”は、「加入時またはある一時点の健康状態を基に保険料を決定し、病気等のリスクに備える」という従来の生命保険とは一線を画し、「加入後毎年の健康診断や日々の運動等、継続的な健康増進活動を評価し、保険料が変動する」ことにより、「リスクそのものを減少させる」ことを目的とした商品です。

このたび放映を開始するCM、「Vitality ついに、上陸」篇は、「世界的に評価されている Vitality の壮大なスケール感を出すこと」「今まで経験したことがない発想の新鮮さを伝えること」を同時に、かつシンプルに伝えるため、壮大なスケール感ある荒野を舞台に、おそらく日本で最も有名と思われるランナー「メロス」に登場してもらいました。

瑛太さん演じる現代的な青年がランニング途中にメロスと出会い、お互いの「走る理由」を尋ね合う中で、健康に関する活動を続けることで保険料そのものが割引になったり、様々な特典を楽しめるという Vitality の商品特徴をメロスの感じた驚きと共に、紹介しています。

CM関連情報は住友生命公式ホームページ、公式 Facebook ページ、などでも公開しています。

- ◆“住友生命「Vitality」”スペシャルサイト : <http://vitality.sumitomolife.co.jp/>
- ◆住友生命公式ホームページ : <http://www.sumitomolife.co.jp/>
- ◆住友生命公式 Facebook ページ : <http://www.facebook.com/sumitomolife>
- ◆住友生命 YouTube 公式チャンネル : <http://www.youtube.com/user/SumitomolifeOfficial>
- ◆“住友生命「Vitality」”公式 Twitter : https://twitter.com/sumitomolife_v

■CMストーリー 「Vitality ついに、上陸」篇(30秒)

古代ギリシャ世界の広大な荒野。

そこまでの過酷な道のりを物語っているかのように、ボロボロになりながらも一人の男が必死に走っています。身代わりの友、セリムティウスを救うために…。その男の名はメロス。

心身ともに疲労困憊の中、ようやく見つけた水辺で水を汲むメロスでしたが、ふとなにかの気配に気づきます。振り向くとなぜか現代的な格好をしたジョギング途中のひとりの青年がメロスを見えています。

メロスが心の声で尋ねます。

「おまえは、なぜ走っている…？」

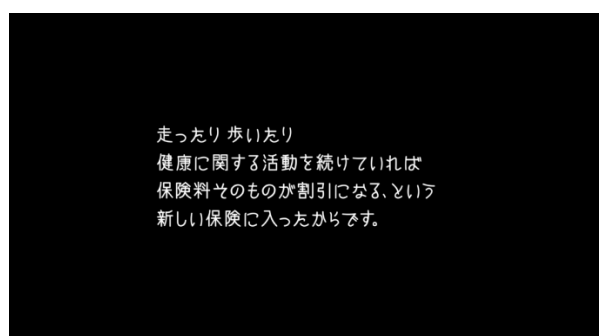
青年も心の声で答えます。

「僕は…走ったり歩いたり健康に関する活動を続けていれば保険料そのものが割引になる、という新しい保険に入ったからです。特典もあります。」

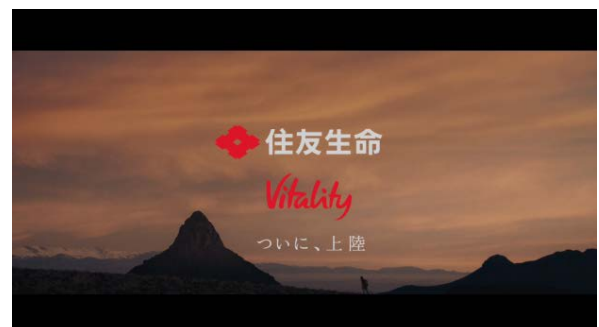
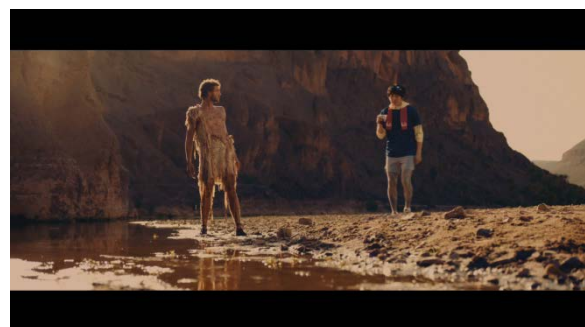
涼しげな表情でコーヒーをすする青年。

啞然とするメロス。

束の間の交流後、青年は走り去り、メロスも再び走り出したのでした。



※保険料の変動(割引・割増)や特典の利用(利用料含む)等、ご契約時に詳細をご確認ください。



■新CM概要

- ◆タイトル : 新商品“住友生命「Vitality」”新CM『Vitality ついに、上陸』篇(30秒)
- ◆出演者 : 瑛太
- ◆放映開始/エリア : 2018年7月17日(火)より全国でオンエア
- ◆広告主 : 住友生命保険相互会社

■撮影エピソード

今回の作品の撮影にあたり、最もこだわったのがロケーションです。

「世界的に評価されている『Vitality』の壮大なスケール感を出すこと」「今まで経験したことがない、この商品の発想の新鮮さが伝わること」を目的に選定いたしました。

最終的に選ばれたロケ地は「モロッコ ワルザザード」。サハラ砂漠の玄関口にあたる街で、数々の著名なハリウッド作品も撮影された映画の聖地です。

3月中旬、寒暖激しい砂嵐が吹き荒れる過酷な環境下、日本とヨーロッパから選りすぐりのスタッフが集められ、今回の撮影は行われました。撮影期間中の移動距離は約1000キロにもおよび、早朝から夜半まで連日撮影が続きました。

荒涼とした起伏の激しい砂漠、そそり立つ岩山、せせらぎが美しい砂漠のオアシス、歴史と風格を感じさせる古代ギリシャ風の要塞都市。ありとあらゆるシチュエーションの中、薄い衣装で裸足同然のメロスは、石だらけの悪路を黙々と走りつづけました。

モロッコでの撮影に続いて、今度は都内のスタジオ。

古代ギリシャ世界に登場する現代的な青年という設定の瑛太さんはカラフルなランニングウェアの衣装で撮影に臨みました。

古代ギリシャ世界の場面の撮影シーンでは、先行してモロッコで撮影をした映像にあわせ、グリーンバックを背景に演技をするという難しい撮影でしたが、合成を確認しながら監督と入念に打ち合わせを行い、撮影は順調に進みました。

メロスと見つめ合うシーンでは無表情、シニカルなど様々なパターンの表情を見せてくれた瑛太さん。その表情の豊かさにスタジオは時折笑いに包まれ、終始和やかな撮影現場となりました。

■“住友生命「Vitality」”スペシャルサイト

7月17日(火)の放映開始に伴い、“住友生命「Vitality」”スペシャルサイトをリニューアルします。

本サイトでは、“住友生命「Vitality」”に関する詳細のほか、Vitalityを身近に感じていただくための「Enjoy! Vitality Life」、CMギャラリー、浅田真央さん・舞さんによるアンバサダーレポートといったコンテンツを掲載しております。

また、Vitalityの魅力を知っていただくコンテンツとして、瑛太さん、片桐仁さんらが登場するWEB動画「-4種類の男- 4Types of Men」を新たに制作いたしました。「どんなことにも保険をかけておきたいAさん」、「健康増進に余念がないが保険には加入していないBさん」、「損ばかりしてきたCさん」など、タイプの異なる男性たちを通して、「日々の健康増進活動で、保険料が割引になったり様々な特典も受けられる新しい保険」という“住友生命「Vitality」”の商品特徴を、CMとは別の側面から訴求しています。

◆住友生命「Vitality」スペシャルサイト：<http://vitality.sumitomolife.co.jp/>

(WEB限定の60秒CM、90秒CMも公開しております。)

“住友生命「Vitality」”スペシャルサイト



WEB 動画「-4種類の男- 4Types of Men」



浅田真央さん・舞さんによるアンバサダーコンテンツ



■“住友生命「Vitality」”公式Twitter、公式Instagram

“住友生命「Vitality」”についてTwitter、Instagramでも随時情報発信を行っております。Twitter、Instagramならではの情報発信を通して、「健康になるための活動を行う楽しさ」を感じていただけるようなコンテンツを配信してまいります。

◆“住友生命「Vitality」”公式Twitter



https://twitter.com/sumitomolife_v

◆“住友生命「Vitality」”公式Instagram



https://www.instagram.com/sumitomolife_vitality/

以上