

<金融業界初 4年連続受賞！> 「1UP」テレビCMシリーズがACCゴールド受賞

住友生命保険相互会社（社長：橋本雅博）は、「1UP」テレビCMシリーズが、一般社団法人 全日本シーエム放送連盟（All Japan Radio & Television Commercial Confederation 通称ACC）が主催する「2018 58th ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」において、ACC ゴールド（フィルム部門 A カテゴリー）を受賞いたしましたのでお知らせいたします。今回の受賞で弊社としては4年連続でのゴールド以上の受賞となり、金融業界で初の快挙となります。また、同カテゴリーにて「Vitality この夏、上陸篇」が、フィルム部門 B カテゴリーにて「4 Types of Man」がACCファイナリストに選出されております。

■ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS とは

「ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」は、1961年より開催されてきた広告賞「ACC CM FESTIVAL」を前身とし、名実ともに、日本最大級の広告賞として広く認知されています。

今回、フィルム部門（A カテゴリー）では、2017年7月1日～2018年6月30日の1年間に放映され、応募のあったCMの中から、「グランプリ（1作品）・ゴールド（9作品）・シルバー（10作品）・ブロンズ（21作品）・地域賞（7作品）・ファイナリスト（36作品）・ACC地域ファイナリスト（77作品）」が選出されております。

■「1UP」テレビCMシリーズについて

「1UP（ワンアップ）」は、病気やケガで働けなくなってしまった時に、ご自身やご家族の生活を強くサポートする「生活保険」という保険です。

この生活保険「1UP」を世の中に広めるために、CMではあえて詳細な商品内容を描くのではなく、「1UP」という訴求力のある商品名を伝えることに焦点を置いています。

お客さまからの好感度に加えて商品名の知名度も高く、2018年6月には「1UP」の累計販売件数が100万件を突破し、好調な売れ行きを継続しております。

■今後のCM展開について

2018年7月24日より健康増進型保険“住友生命「Vitality」”の発売を開始いたしました。本商品は、「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」ことを目的としています。

この“住友生命「Vitality」”を世の中に広めるため、「1UP」シリーズでおなじみの「上田一」が登場するCMを制作し、「1UP」との相乗効果により認知度を高められるような広告展開を行っております。

今後も“住友生命「Vitality」”の販売を通じ、「人生100年時代」と言われる現在の長寿社会において、お客さま一人ひとりの健康増進を応援することで、健康長寿社会の実現に貢献できるよう取り組んでまいります。

CM関連情報は以下の“住友生命「Vitality」”スペシャルサイトや住友生命公式ホーム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

■ 「1UP」テレビCMシリーズ紹介

審査対象期間（2017年7月1日～2018年6月30日）に放映された「1UP」テレビCMシリーズをご紹介します。

■ 妹が1UP 篇



■ 少年も1UP 篇



■ 秋だから1UP 篇



■ 里帰りで1UP 篇



■ 里帰りで妹も1UP 篇

