

2012年3月6日

日本興亜損保・新企業テレビCM  
「街、人、暮らしを支え続ける・家路」篇  
～2012年3月6日（火）より全国でオンエア開始～  
復興支援メッセージを通じて、社会に貢献する保険会社を表明

日本興亜損害保険株式会社（社長：二宮 雅也）は、復興支援メッセージを通じて社会に貢献する保険会社であることを伝える企業テレビCMとして、「街、人、暮らしを支え続ける・家路」篇（15秒・30秒）を制作し、2012年3月6日（火）より全国でオンエアを開始します。

新テレビCMの内容

■CMコンセプト

当社の復興支援メッセージ「街、人、暮らしを、支え続ける」をスローガンに掲げ、保険会社としての社会的使命を果たすとともに、「安心・安全な社会」をつくるため、全力を尽くして取り組んでいくことを表明します。

■新テレビCMの内容

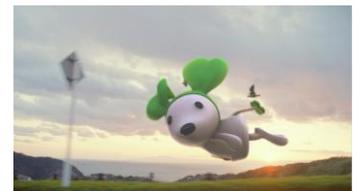
「街、人、暮らしを支え続ける・家路」篇

車で帰路に着くある家族。外は雨。  
子供が少し不安げな表情で窓の外をのぞくと、  
木の茂みからエコラッタが登場。

するといつの間にか雨は止み、やがてきれいな夕暮れに。  
遠くへ飛び立つエコラッタを眺めながら、微笑む子供・・・  
ドヴォルザークの「家路」に乗せて、  
家族の平穏な日常と、それを見守るエコラッタの姿を  
柔らかいタッチで描きます。

ラストシーンは、「街・人・暮らしを支え続ける」を象徴する、  
たくさんの人の生活の灯りがともる街の風景。

「平穏な日常」は、とてもしあわせなことで、  
それは誰かに支えられてできているんだ・・・  
そんなことに気づかされる、心温まるCMです。



## ■撮影エピソード

2月の冷たい風が吹く中、屋外で撮影は行われました。

しかし、どんなに寒くても、やっぱり「子供は風の子」。子役の男の子は、撮影場所を走り回って元気いっぱい。お父さん、お母さん役の方ともすっかり仲良くなり、撮影終了後、3人並んで記念写真をとる姿は、まるで本当の家族のようでした。

## ■エコラッタのプロフィール

名前	: エコラッタ
大きさ	: いろんな大きさになります
重さ	: たんぽぽの綿毛くらい
好きなもの	: 花のミツ
チャームポイント	: しっぽが四つ葉のクローバー、おなかのスコップは赤色です



日本興亜損保のキャラクター「エコラッタ」は地球によいことをすると、どこにでもあらわれ、かわいいエコダンスを踊ります。木を植えるために、おなかのポケットにはスコップを入れてあります。自分の耳を植えると葉っぱが生えてやがて木に育ちます（耳はすぐにもとどおりになります）。

## CM概要

タイトル	: 「街、人、暮らしを支え続ける・家路」篇 (15秒・30秒)
企画・制作	: 株式会社 東急エージェンシー
クリエイティブディレクター	: 高橋 宏之
コピーライター	: 矢谷 暁
アートディレクター	: 井出 聡子
プランナー	: 福井 徹
制作	: 株式会社 葵プロモーション
プロデューサー	: 清野 敏弘/吉田 宗太
チーフPM	: 江上 耕介
PM	: 武内 踐
演出	: 箱田 優子
撮影	: 田中 智仁
照明	: 根岸 謙

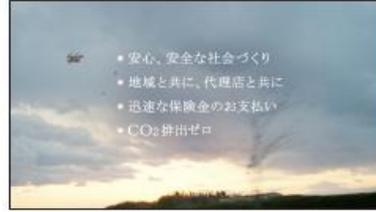
■CM カット 30 秒 「街、人、暮らしを支え続ける・家路」篇



♪  
(家路)



安心、安全な  
社会をつくること。



いま、出来ることを、  
ひとつずつ。



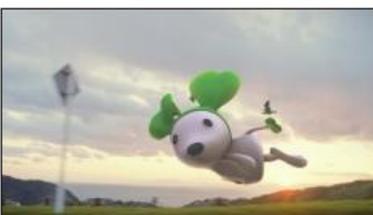
街、人、暮らしを  
支え続ける。



日本興亜損保。



(NA)  
私たちの仕事は、  
いざという時  
あなたをしっかり  
支えること。



そして