戦略目標
3

既に融合しつつある金融生態系とデジタルスペース生態系にネオメディア生態系を新たに構築・融合し、国内外でグループ顧客基盤の飛躍的拡大を企図

2025年、SBIグループはメディア事業に参入しました。ネオメディア生態系の構築を通じ、SBIブランドの一層の浸透と新規顧客の創出を図るとともに、メディア・データを活用した商品・サービス開発やマーケティング機能を強化し、グループの持続的な成長に繋げていきます。

メディア領域へ進出する意義

近年、SNSや動画配信プラットフォームの普及、生成AIの急速な進化等に伴い、メディアは単に情報を発信する場ではなく、人々の共感や信頼を醸成し、継続的な関係性を構築するプラットフォームへと進化しています。こうした変化に伴い、企業にとっては顧客との接点をどれだけ深く、長く持ち続けられるかが重要な競争力の根源となりつつあります。

SBIグループでは、こうした変化を顧客基盤拡大と新たな成長機会の創出に繋がる重要な潮流と捉え、ネオメディア生態系の構築を進めています。2026年6月1日時点で24社が参画するネオメディア生態系は、IP、コンテンツ制作、SNS・マーケティング、プラットフォーム、イベントなど多様な機能を有する企業群によって構成されており、将来の顧客となり得るZ世代を中心とする若年層（10代から30代前半）を起点に顧客との接点創出から関係性の深化までを一気通貫で担います。

また、これらの企業群を束ねる中核組織としてSBIネオメディアホールディングス（SBI NMH）を設立しました。SBI NMHは、ネオメディア生態系内の企業間、および既存生態系との間でのシナジー創出を促進するとともに、グループ横断での事業・マーケティング戦略を推進する司令塔として、ネオメディア生態系の価値最大化を牽引します。更に、メディア・エンターテインメント業界を代表する有識者や経営人材を役員として招聘し、豊富な業界知見とネットワークを取り込むことで、生態系の成長を加速させる体制を整えています。

ネオメディア生態系の構成企業・提携パートナー※

★ 上場会社

会社名	主な事業内容	提携形態
gumi★	モバイルオンラインゲーム事業、ブロックチェーン事業	持分法適用関連会社化
マイナビ	人材サービス、情報メディア運営	持分法適用関連会社化
BLISSOO	IPプロダクション	提携
TWIN PLANET	IP・タレントマネジメント	持分法適用関連会社化
CoinPost	Web3メディア	連結子会社化
ブランジスタ★	電子雑誌メディア・EC支援・プロモーション支援	資本業務提携
Ridge-i★	AIソリューションの提供	持分法適用関連会社化
THE CORE	3DCG制作・ゲーム開発	持分法適用関連会社化
SBI MUSIC CIRCUS	イベント企画・運営	連結子会社化
Hawk Group	eSports、ゲーミング関連事業	提携
SBI LuaaZ	インフルエンサー・SNSマーケティング	連結子会社化
リンクタイズホールディングス	経済メディア運営・出版	持分法適用関連会社化
インクストゥエンター	音楽制作・クリエイターマネジメント	持分法適用関連会社化
カルチュア・エンタテインメントグループ	総合エンタテインメント事業	持分法適用関連会社化
Startale Group	グローバルフィンテック企業	持分法適用関連会社化
W TOKYO★	イベント企画	資本業務提携
スターミュージック・エンタテインメント	音楽事業・SNSマーケティング支援	連結子会社化
セカンドキャリア	アスリートマネジメント	持分法適用関連会社化
東急不動産ホールディングス★	都市開発、不動産流通事業	資本業務提携
Brave group	IPプロダクション	提携
モイ★	ライブ配信サービス	持分法適用関連会社化
ミンカブ・ジ・インフォノイド（ライブドア）	ニュース・ブログ・情報ポータル	資本業務提携
ツインエンジン	アニメIP製作	持分法適用関連会社化
電通／電通デジタル	総合広告業	提携

※2026年6月1日時点の公表情報に基づく。提携形態には今後実施予定のものを含む。

メディア・IT・金融の融合による「感情経済圏」の構築

SBIグループでは、人の経済行動は必ずしも完全に合理的ではなく、感情や心理によっても大きく左右され得ると考えています。ネオメディア生態系は、アニメ、音楽、スポーツ、タレントなどのIPを起点に共感や熱狂を生み出し、SNSやメディア、イベント等を通じて顧客との継続的な接触機会を創出します。こうした接点はコミュニティ形成や習慣化を促し、顧客との関係性をより深く、より長期的なものへと発展させていきます。当社グループではこの感情の循環から生まれる新たな経済基盤を「感情経済圏」と定義しています。

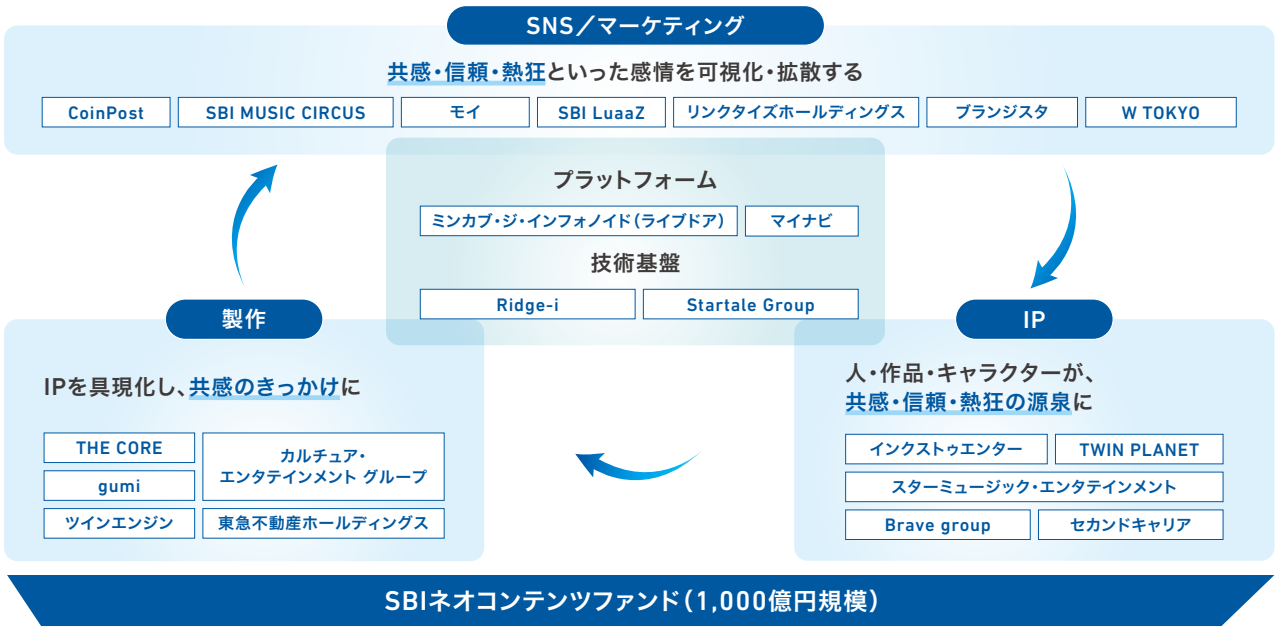
感情経済圏では、共感・信頼・熱狂といった感情の積み重なりを、メディア、イベント、コミュニティ等を通じて継続的な関係へと育てていきます。一度きりの接触や消費にとどまらず、顧客との関係そのものを価値の源泉とすることで、ブランド価値の向上や顧客生涯価値の最大化を図ります。既にブランド戦略の強化、地域活性化施策、口座開設プロモーションなど、様々な領域でシナジーが生まれていますが、今後はより一層既存生態系への顧客流入を促進し、グループ顧客基盤の更なる拡大に繋げていきます。

また、SBI NMHにグループ内の広告・マーケティング機能を集約し、インハウスエージェンシーとしてグループ横断でのブランド戦略および顧客接点の強化を推進しています。加えて、1,000億円規模のSBIネオコンテンツファンドを組成し、国際競争力を有する漫画、アニメ、ゲーム等のコンテンツ・IPへの投資を通じて、日本発コンテンツの成長支援とIP価値の最大化に取り組んでいます。更に、将来的にはグループ各社の金融サービスを統合するスーパーアプリ「SBI金融エージェント」にメディア機能を組み込み、情報収集から意思決定、金融取引、決済、資産形成、コンテンツ消費までをシームレスに繋ぐ顧客体験の実現を目指しています。

2026年6月には、SBI NMHと(株)電通および(株)電通デジタルとの戦略的業務提携を発表しました。本提携では、当社グループが有する国内最大級の金融データと、電通グループが有する多様な生活者データの融合を目指しています。両者の強みを掛け合わせることで、顧客理解の高度化やマーケティング精度の向上、新たな顧客体験の創出を通じて、感情経済圏の発展を加速させていきます。また、AIやブロックチェーン技術を活用した次世代型サービスの開発についても検討を進めています。

メディア・IT・金融の融合は、単なる顧客接点の強化にとどまらず、コンテンツや地域を新たな産業へと結び付け、発展させる成長戦略です。当社グループは、金融という枠を超え、顧客の人生に寄り添う企業へと進化していきます。

ネオメディア生態系は人々の共感、信頼や熱狂といった感情を可視化・拡散する感情経済圏を構築



TOPICS

SBIグループの新たなタグラインとして
「未来は、いつもSBIから」を策定しました。

未来は、いつもSBIから SBI GROUP