

2009年6月4日

SBIホールディングス株式会社

**SBIグループ テレビCM****「不況に負けるな！『SBI家計防衛軍』登場」篇 オンエアを本格開始**

当社は2009年6月から、『SBI家計防衛軍』が「低コスト」で「便利」なインターネット金融サービスを武器に、“不況怪人”と闘うテレビCMのオンエアを本格的に開始します。

SBIグループは、インターネット総合金融グループとして、証券・銀行・損害保険・生命保険・カードなどの分野で、ネットならではの「低コスト」で「便利」なサービスを提供してまいりました。未曾有の不況が叫ばれ、節約や家計の見直しがいつになく真剣に考えられる中、インターネットを活用した低コストの金融サービスを利用して少しでも保険料や手数料を安くすることができれば、家計の大きな助けとなるのではないのでしょうか？

今回のCMを通じて、これまで何となく難しいと思ってネット銀行やネット生損保などを利用したことのなかった人々に、このような低コストなサービスを使えば家計の防衛につながる、と少しでも気付いていただければと願っております。

**CM コンセプト**

今回のCMは、ネット銀行やネット証券などをこれまで利用したことがなく、“SBI”の名前も聞いたことがない、という方々とのコミュニケーションを主要な目的としております。「金融」「インターネット取引」に対する「何となく難しそう」というイメージを払拭し、少しでも親しみを持っていただけるよう、SBIグループ各社を『SBI家計防衛軍』の隊員に置き換え、顔が見える各隊員が“格安手数料”や“業界最低水準の保険料”などの得意技で“不況怪人”と闘う、という構成にいたしました。

SBI家計防衛軍は、『SBIレッド(=SBI証券)』『SBIブルー(=SBI損保)』『SBIグリーン(=住信SBIネット銀行)』『SBIピンク(=SBIアクサ生命)』『SBIイエロー(=SBIカード)』により構成されております。インターネットで様々な金融サービスをワンストップで提供するSBIグループの総合力を、チーム力で仲間と共に不況と闘う、という一体感で表現しております。

また、同時に開設した『SBI家計防衛軍』公式ホームページ(<http://www.sbigroup.co.jp/sp/>)においては、それぞれのキャラクターの特徴や武器のディテールなどを紹介し、SBIグループのサービスを利用するとどのように家計が防衛できるのかを分かりやすく説明しつつ、ホームページだけでも楽しめる構成を目指しました。



今回のテレビCMを通じて、SBIグループの低コストなインターネット金融サービスを身近に感じていただき、少しでも多くの皆様の家計防衛の一助につながれば幸いです。

### TV-CM 概要

タイトル		「不況に負けるな！『SBI家計防衛軍』登場」 SBIグループ篇（30秒、15秒）／SBI証券篇（15秒）／住信SBIネット銀行篇（15秒）／SBI損保篇（15秒）／SBIアクサ生命篇（15秒）
スポンサー		SBIホールディングス株式会社
商品名		企業グループ広告
6月放映 予定 (確定分)	スポット CM	フジテレビ系列（6月5日～18日） 地区：東京・大阪・名古屋・福岡・北海道
	番組提供	TBS系列 はなまるマーケット（6月15、17、19、23、25、29日）チュー's DAY コミックス（6月23日）／テレビ東京系列 出没！アド街ック天国（6月13日）／テレビ朝日系列 やべっちFC（6月21日）（以下首都圏のみ）お試しかっ！（6月8日）美しき青木・ド・ナウ（6月15日） など

### TV-CM 制作

企画制作	株式会社釣りビジョン 株式会社円盤家
キャラクターデザイン	イチノミヤ モトヒロ 中村 弘行
代理店	株式会社 電通

### ウェブ制作

企画制作	SBIマーケティング株式会社
------	----------------

\*\*\*\*\*

本プレスリリースに関するお問い合わせ先：

SBIホールディングス株式会社 コーポレート・コミュニケーション部 03-6229-0126