



金融とエンタメ ～推しが金融を変える～

吉本興業はグループ会社の「FANY」を通じて、「FANY BANK」という日本一“遊び心”のある銀行サービスを2025年12月から開始しました。住信SBIネット銀行のプラットフォームを活用し、「楽しく貯める」「楽しく使う」「楽しく借りる」をコンセプトに、芸人（ジミー大西や野性爆弾くっきー！）がデザインしたデビットカードの採用、住宅ローン3,000万円以上の契約者には芸人による新居の手伝い（掃除・家電提案など）実施、口座開設で「FANY BANK限定よしもとコレカ」プレゼントキャンペーンなど、吉本興業ならではのユニークな金融サービスを提供しています。

ターゲットは若者や女性中心で、吉本興業経済圏の拡大を図りたいとしています。内容を見るだけでワクワク感がありますよね。

26年は、こうした金融×エンタメがバズると考え、結心会では手始めとして「元タカラジェンヌを活用したマーケティング」を推し進めています。

宝塚歌劇団の団員であるタカラジェンヌは、多くは30代で退団しますが、トップスター以外は芸能界で活躍する訳ではなくセカンドキャリアを求めています。「STLogue」（セントローク、東京都港区）社は、元タカラジェンヌの次の物語（Logue）を創出し、新たな舞台での活躍をサポートする会社です。当社は、ここと提携して新たな保険のマーケットを創りたいと動いています。ポイントは彼女たちを「推す」人々です。タカラジェンヌのトップスター、中堅団員のファンクラブには、40代から80代までの富裕層の女性を中心とした約1万人が所属すると言われています。彼女たちが持つ品格、清潔感、ブランドイメージは、プロモーションに高い信頼性とインパクトを与えます。例えば、保険の推進では「保険代理店のYouTubeに登場して保険を語る」、「保険ショップの1日店長になる」、「保険代理店のマネーセミナーに登壇してもらう」等々、取り組み方は色々あると考えています。彼女たちが発信するあらゆる情報をファンは確実に受け取ってくれます。まつ毛美容液の販売に彼女たちを起用した企業は爆発的に販売が伸びたという実績もあります。富裕層の女性を取り込めるのであれば金融として動かない手はないですよ。

最近コンサート会場では「デジタルボイスカード」がグッズとして売られています。これは、音声メッセージを録音・再生できる、カード型

のデジタル機器またはメッセージカードの総称で、このボイスカードにはNFC（Near Field Communication：数センチメートル程度の近距離で無線通信を行う技術規格で、スマホをかざすだけで決済やデータ交換ができる仕組み）チップが入っており、スマホを近づけると「推し」からのメッセージが聞けるといいます。ある韓国人男性アーティストのコンサートでは1枚880円のカードが飛ぶように売れました。彼らのファンも富裕層の60代女性が軸なので金融と相性は良いと思います。動画配信となると服装や化粧等の準備が必要ですが、デジタルボイスカードは、声だけの収録ですので、どんな格好をしていても、移動中でも録音することが可能です。これを運営会社にデータで送ってNFCデータを変えれば、例えば週替わりに新しいメッセージを聞くこともできます。毎週メッセージが聞ければ、推しとの一体感が上がり、ファンは手放せなくなりますね。アーティストに保険に関するメッセージ等を録音してもらってファンに聞いてもらえれば、大きなマーケティングになると考えています。こちらは「CoDaMa」（東京都港区）と提携して推進しています。

何かワクワク感がありませんか。有名な声優を起用し展開すれば膨大なアニメファンが動きます。カードだけでなくアーティストのぬいぐるみを作り、首から下げたネックレスにチップを入れれば、ネックレスにスマホを近づけて声が聞けます。保険募集人が自分のぬいぐるみを作り、お客さまに配布して、いつでも募集人からの情報が聞けるといふ展開も面白いと思われませんか。

インフルエンサーやAI（人工知能）など、誰しもに新たな付加価値を付与するものがあふれかえる現代。「ファンが欲しがるもの」を的確に与えられれば、「群がるファン」をマーケットに変えられます。「買えないものを買う」「ここでしか得られない体験」が何かを考え提供できれば一気にシェアを変えることができます。元タカラジェンヌ1人を推すファンが1万人いれば、100人の元タカラジェンヌを使って100万人のマーケットとつながることができるのです。

「推し」が金融を変える！ もっと色々な商材も探索中ですので、関心ございましたら結心会までご一報下さい。

（保険健全化推進機構結心会 会長 上野直昭）