

## 富裕層SNS「ゆかし」に集まるリアル・リッチ

日本初の富裕層限定のプライベートクラブと評判になっている「YUCASEE（ゆかし）」という会員制クラブがある。運営 running しているのは、富裕層ビジネス専門会社の「アブラハム・グループ・ホールディングス」という会社で富裕層知名度はNo.1という。しかも、代表 CEO は、なんと 34 歳と若い高岡壮一郎氏である。

高岡氏はすでに、アマゾンで 1 位を獲得した『富裕層はなぜ、YUCASEE（ゆかし）に入るのか』（幻冬舎、2008）という本を書き、その内容を一部公開しているが、聞くところによればご自身もニュー・リッチという。なんと、あの六本木ヒルズに住んでいる（living in Roppongi Hills!）というのだ。

もう、これは話を聞かせてもらえないと、さっそく会社にお邪魔することにした。

YUCASEE（ゆかし）は「純金融資産 1 億円以上の方だけが入会できる」となっている。しかも、「ご入会には審査がございます」となっているので、当然、私のような一般庶民は完全圏外 out of service。ここで提供される富裕層向けのハイクラスな情報にはアクセスできない。

いったいどんな情報があるのだろうか？

じつは、この取材をやってきたおかげで、すでに何人かの会員の方に出会っていた。

そのなかの 1 人の方はこんなふうに言っていた。

「ここがいちばん充実しているのは、投資情報。日本の金融は鎖国

状態にあるので、海外投資に関しては情報がなかなか入ってきません。だから、一般非公開の海外不動産やヘッジファンドの情報が充実している YUCASEE は貴重なクラブなんですよ」

もちろん、会員間の交流やコンシェルジュ・サービスのほうも充実していて、SNS だけに「東京大学コミュニティ」なんてものもつくられている。東大出身のニュー・リッチ同士が自由に交流 exchange でき、人脈 human network やビジネス・チャンスが広がるというわけだ。

いずれにせよ、私にはますます遠い世界だ。

「ひと口に富裕層といってもいろいろあるわけで、弊社の場合、ホンモノの富裕層の方に絞っています。たとえば、資産 1 億円としても負債が 1 億 5000 万円あったら、それは富裕層とは言えません」

と、高岡さんはソフトな口調 say softly で、まずこう切り出した。

会社の事業の柱である法人向けコンサルティング事業について聞くと、富裕層向けサービスを行っている企業に情報を提供 provide し、各種のコンサルティング提案 suggestion をしているという。

「日本企業はまだまだ富裕層を正確にとらえていませんね。また、外資も日本の富裕層をまだよくわかっていない」

それで、そうした企業と提携して、最高のサービスや商品を開発しているという。

たとえば、パリス・ヒルトンが大好きというスイスの高級時計ブランド・ミュラーの会員向け限定版をつくったり、F1 で人気のマクラーレンの工場を会員だけに特別に見学できるようにしたりするというから、驚いた。

## やはり最大のニーズはヘッジファンドへの投資

高岡さんが続ける。

「自力で資産を形成した新世代富裕層と、遺産相続で富裕層になった方は傾向が違うんですよ。弊社がメインにしているのは、新世代富裕層の方々に、この方々はみなさんインテリです。つまり、知識を武器に富を形成してきた人たち。ですので、インテリ・リッチの合成語でインテリッチと呼んでいますが、消費、投資意欲が旺盛で行動も早い点で、相続リッチの方々とは違うんです」

昔からの代々の富裕層 old money というのは、相続で富を譲り受けた人たちだが、この人たちは、消費意欲 motivation to spend money が低く、新しいことへのチャレンジ精神が少ないという。

それに対して、インテリッチは、ベンチャー企業関係者、オーナー企業家、医者・弁護士等の専門家、個人投資家が多く、よいものにはどん欲 hungry for good things で、彼らは一流のものには貪欲 hungry for good things で、コモディティ化されたものを嫌い、人脈構築 networking のモチベーションが高いという。

つまり、「ゆかし」というプライベートクラブは、こうしたニュー・リッチのヴァーチャルな社交場 community plaza と考えていいわけだ。

それにしても、このサイトには、「世界中でリゾート地を探している欧米の富裕層たちの間で最も流行しているのがカリブ海の島国セントクリストファーネービスです。賃貸でも年利7%以上が期待できる上に、セカンドパスポートの取得も可能なためかなりの人気リゾート地です」などという案内が載っている。

カリブ海といえば、私は『カリブの海賊』(Pirates of Caribbean)以外、カリブ海についてはなにも知らない。そんなところに、物件 real estate を買う人が日本にいるのだろうか。

高岡さんは、三井物産の出身である。物産時代は、企業買収プロジェクトや事業投資などを手がけていたというから、金融・投資 finance and investment には強い。

「これを見てください」と見せられたのは、富裕層の方たちの投資の実績チャート。

「サブプライム問題の影響で、株安、為替も円高になったりして、いま、日本の個人投資家は損をしている人がいっぱいいます。しかし、お金持ちの人というのは、こうしたなかでも確実に資産を増やしているんですよ。

たとえば、弊社で情報を提供しているヘッジファンドのなかには、サブプライム問題後に60%も上昇したものもあります」

ヘッジファンドというと、なにか“ヤバそう”(It's risky.) という感じがする。ハイリスク・ハイリターンではないのだろうか？

「それは誤解ですね。ヘッジファンドのヘッジはリスクをヘッジ(回避する)という意味ですから、じつは、確率的にいちばん確実な投資なんです。

みなさんの年金の一部はヘッジファンドで運用されています。ゼロクーポン債を利用した元本確保で14%程度で回るファンドは海外では普通です。経済産業省の調査によると、日本では8兆8000億円ものヘッジファンドが富裕層とプロ投資家に買われています。優秀なヘッジファンドは品薄なので、売り切れ前に自分だけは投資している方が多いのでしょうか。情報格差は即、経済格差につなが

りますよ」

なるほどと思ったが、富裕層も結局はおカネなのか？

「やはり、資産の運用はトッププライオリティです。しかし、富裕層の方が、おカネを運用しないで死蔵してしまうと、社会全体が豊かにならないんです。私たちは富裕層を活性化することで日本全体を活性化したいんです」

高岡さんは、いまの日本の若い世代 young generation が自分の人生に対して積極的 affirmative でないのを憂えていた。

「たとえば、NPO 法人政策過程研究機構のアンケート調査というのがあり、20代、30代の若者が『日本を良くするために政府に望むこと』のトップはなんと、大企業と富裕層に増税をすることだそうです。若いときから他人に嫉妬してどうするんでしょうか。いまの日本の若者はどこかおかしい。元気じゃないですよ」

たしかにそのとおりだ。私にはおカネがないが、その分、お金持ちはどんどんおカネを使ってもらいたい。

この取材をしたとき、高岡さんは新婚2カ月とポロリと言った。それで、アツアツなのかと聞くと「2人とも忙しくて毎日午前帰宅」とのこと。

富裕層のリクエストに寝るヒマもないということなのか？