Saturday マネー道場

ソーシャル融資 浸透

利回り魅力、リスクに注意

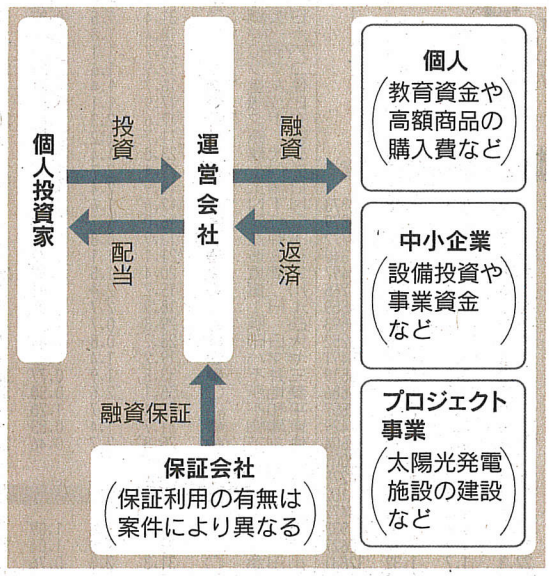
インターネットなどを通じてお金を貸したい投資家と借りたい人を仲介する「ソーシャルレンディング」が日本でも浸透してきた。投資利回りは年5％前後と、銀行預金や個人向け国債などに比べて高いのが特徴だ。

ソーシャルレンディングは2005年に英国で登場し、欧州やアジアなどに広がってきた。製品開発や事業の運営資金をネット上で募るクラウドファンディングの一種で、「貸付型」と位置づけられる。金銭などの対価を求めない「寄付型」、投資対象となった商品やサービスを受け取る「購入型」に比べて投資の色彩が特に濃い。

日本でのソーシャルレンディング運営の草分け的存在とされるmaneo（東京・千代田）は投資家から集めた資金でファンドをつくり、企業に投資している。利回りは案件によって異なるが、5～8％のものが多く、1万円から投資することができる。貸出先は銀行からの融資が受けにくい中小企業やベンチャー企業が中心だという。

例えば店舗の移転リニューアルを計画している都内の飲食店チェーンへの融資案件では個人投資家から35口750万円を集め、年利換算で8％の配当を分配している。太陽光発電施設の整備を進めている企業には52口3505万円を融資し、投資家に年5～6％を配当する。

ソーシャルレンディングの流れ



事業モデルは運営企業によって異なるが、個人投資家がファンドに出資する方式が一般的だ。運営企業は投資家から集めた資金を企業や個人に貸し出す。融資先からの返済金を原資として分配金を定期的に支払う。延滞や貸し倒れのリスクを軽減するため、保証会社を利用するケースもある。借り手には銀行では借りにくい短期、少額の資金を調達しやすい利点がある。

日本クラウド証券（東京・港）の「クラウドバンク」も個人投資家から集めた資金をベンチャー企業などに貸し出す。1つのファンドで複数の企業やプロジェクトなどに融資し、リスクを分散。投資利回りは平均5・2％を掲げている。

企業だけでなく、個人も融資対象になる。ソーシャルレンディングサービス「AQUSH（アクシュ）」を展開しているエクスチェンジコーポレーション（東京・港）によると、子供の進学費用や高額商品の購入資金などお金を借りる人の調達目的は多岐にわたる。同社は借り手を5段階で格付けして、リスクの違いを投資家に説明している。

事業基盤が盤石でないケースもあり「投資家はリスクがあることを理解しておく必要がある」（maneo代表取締役の滝本憲治氏）。投資対象の企業などについては財務内容や事業状況を分析し、経営者とも面談して融資するかどうかを決めるという。投資家には融資先ごとの金利や貸出期間、資金調達目的などの詳細な情報を明示し、リスクについて個別に判断してもらう。

国内のソーシャルレンディングの市場規模は拡大しており、累計融資額は300億円程度とみられる。「アクシュの投資家はおよそ9割が会社員」（エクスチェンジコーポレーション）と一般の人にも浸透しつつある。

運営企業も数社程度だったが、3月には伊藤忠商事が提携企業を通じて参入を表明するなど、ビジネスとしての注目度も高まっている。

ただ、手軽さと利回りの高さは魅力的だが、運営会社がどれほど貸し倒れ対策を講じても融資が焦げ付くリスクは常につきまとう。期待した利回りが得られないどころか、投資した全額が返ってこない可能性もある。滝本氏は「投資は余裕資金の範囲内にとどめ、資金を1つの案件に集中させないことがコツだ」とアドバイスしている。

（下村恭輝、山田彩未）