

文=瀧本憲治 (UBI株式会社副社長)

証

券化と言うと以前よくあった、ホール企業の旗艦店をいわゆるSPC(特定目的会社)に移し、S銀行やノンバンクその他外資系金融機関からSPCが借入を起し、トリガーを設定され、キャッシュフローを管理された……という証券化を想起する方もいるだろう。この資金調達手

この法律を使ってホール店舗を実際に証券化した事例を紹介しながら、理解を深めていただきたい。

まず、前回の振り返りから。不特法は、不動産会社が資金調達に使っている手法。役所に申請して、不動産特定共同事業の営業者となることができる。営業者になると、一般の個人投資

業者となれば、新しい店舗の取得の際の資金調達手段として使える。また、すでに所有している店舗のオフバランス(バランスシートからはずして、キャッシュフローを改善すること)が可能になる。

もう金融機関に頼るのではなく、個人投資家を自社の出資者として、自社のファン創りを企図するこの方向性を実現したホール企業こそが、「統制経済」に近い昨今の金融大緊縮を打破し、むしろ次代に向けて大きな力を蓄える可能性が高いと考えるのである。

900万円は一般の個人から集めたが、この方たちへの年間配当は7%。営業者である当社は、劣後出資者であり、37%の配当利回りを実現している。

保有期間は5年である。5年後には売却するが、1150万円程度で売却する計画である。このキャピタルゲイン(売却益)(IRR)で年利回り48%となる(内部収益率は投資の意思決定の際に用いる指標)。

一方、売却時に計画通りに行かず、900万円での売却となった場合、劣後出資者の出資分が毀損し、キャピタルロス100万円となる。しかし、この場合でも優先出資者である個人投資家の出資分900万円は全額償還され、5年間は7%の利回りを受けていたことになる(実はこの場合でも劣後出資者はIRR24%とパフォーマンスが低下したにすぎない)。

優先出資者も損をするのは、物件の売却が900万円未満になったときである。たとえば810万円で売却となった場合、劣後出資者の出資分100万円

実際にホール店舗を証券化してみた!

不動産特定共同事業法による直接金融

段で多くのホール企業がキャッシュフローの悪化に苦しめられたため、「証券化」や「SPC」と聞くと、否定的なアレルギー反応を示す経営者が多いようだ。しかし、前回お伝えした不動産特定共同事業法(以下「不特法」)による資金調達という手段は、これとは全く異なる。今回は、前回の振り返りをしながら、

家などから出資を広く公募することができる。不動産会社と一般の投資家が、特定の不動産に対し、共同で投資事業を行う。不動産会社から見た場合、一般の個人投資家に出資を公募できるハードルの低い法律である。前回は、この資金調達のスキームなどをご紹介した。ホール企業もこの営

パチンコ業界の専門誌に連載させて頂いているので、論評ばかりではなく、弊社が実際にホール店舗を1つ購入してみた。図を見てもらいたい。

1000万円の店舗を取得して、900万円を公募によって集めたという図だ(説明のために分かりやすい金額にしている)。

が償還されないばかりか、優先出資者もその出資割合に応じて損をすることになる。810万円で売却となった場合は優先出資者の出資総額900万円の10%が毀損し、額面の90%が償還されることとなる。

「元本安定型運用商品」などという言い方をしているのは興味深い。

②この投資の意味と安全性をアピールして、③メルマガジンなどを通じて、公募してみた。ホール企業の中には、経営理念がしっかりしていて、社員教育に熱心で勉強好きな社風、管理も行き届いており、業績の良い会社も多い。しっかりと戦略を立てて、準備をし、①誰に、②何を、③どのように、伝えるかを明確にして実践すれば、相当の金額を直接投資家から調達できると筆者は考えている。

お客様から募る場合は、1口の金額を低めに設定した方が良さだろう。例えば、1口10万円とか、20万円とか小口しておく。筆者個人的には、なるべく小口の出資者を集めないほうが良いと思う(対応や管理が煩雑になるため)が、なかなかお客様との接点が少ないホール企業にとっては、出資者の住所やその他、様々な情報が取れる利点もあるだろう。

では、具体的にどのように自社の信用を積み上げるか。これは一言で言って、「自己開示」が何より大事。英語でクローズの反対の「ディスクローズ」というのが、自社の理念・社長個人の考え方・社風・会議風景・財務内容・人材育成計画・その他、を伝えるのだ。



「優先出資者の元本が保全される」などと謳って公募してはな

①お客様から募る
普段、店舗で遊技してくれるお客様に、例えば「パチンコ共同経営」的な文句を使って募るのも良いだろう。1日に何百人もお客様が来店する店舗で宣伝するのはすぐに着手できることだろう。例えば、この投資スキームをマンガで説明した小冊子を手渡し、説明会セミナーを開き、そこに来てもらう仕組みにするのもよい。こうした多人数を相手にすると、説明会に来た人が、まずは自らが出資してみ、少し経ったところで親戚や関係者を紹介してくれるという利点がある。筆者の会社も1人の投資家が他の投資家を紹介してくれるという例がある。

②富裕層から募る
大口とは言わないまでも、1口100万円程度からの商品にすることもできる。筆者の属する会社は、最低1口500万円以上としているが、500万円以上となると対象の相手が限られてしまうかもしれない。ちなみに、大手不動産会社は1口100万円〜300万円としている会社が多い。

こうしたディスクローズを積み重ねていけば、必ず会社に興味をもつ人々ができる。その方が支援者、そして出資者となってくれるはずだ。

実際に店舗を買ってみた!

不動産特定共同事業者 (UBI株式会社)

匿名組合出資

富裕個人や遊技客

UBI(株)

優先出資 90% 900万円

劣後出資 10% 100万円

売りに出されたホール店舗

購入

賃料収入	+100万円
優先出資者への配当	△ 63万円 ← 900万円の7%
劣後出資者への配当	37万円 → 利回り37%

たきもと・けんじ
UBI株式会社 取締役副社長。慶應義塾大学卒業後、大手コンビニ本部勤務を経て、中小企業の2代目候補として両親の創業した会社で働くも挫折。後継に臨む次代の経営者に貢献したいと同社の企業再生事業に参画。上場ファンドからの10億円の出資や私蓄による資金調達、不動産のオフバランス支援投資を行う。現在、不動産特定共同事業法を活用した直接金融に取り組んでいる。中小企業診断士・米国内公認会計士・宅地建物取引主任者。

