



CASESTUDY

国内勢の「商品戦略」

## ディア・ライフ/SBIマネープラザ 個人向け小口化商品 都心・小型マンションに成長余地

### SBIマネープラザと協業 地方富裕層のニーズ見込む

収益不動産の投資・開発や、不動産業界向けの人材派遣業を手がけるディア・ライフは2018年3月、資産運用コンサルティング会社のSBIマネープラザと共同で不動産小口化商品の取り扱いを開始した。

第一弾は、ディア・ライフが開発した30戸の新築賃貸マンション「DeLCCS両国」(東京都墨田区)をSPCに売却、信託受益権化しSBIマネープラザの拠点網で個人投資家向けに販売するもの。2口1,000万円から募集し、総額は10億3,000万円。運用期間は10年で、ネットの配当利回りは2.5~2.8%を予定する。

ディア・ライフは、企業の社宅、あるいはファンドや販売会社向けのマンション開発、一棟卸を得意とするが、ここに個人投資家向け商品を加えることで売却先を広げる戦略だ。「デベロッパーのなかには、不動産特定共同事業法や金融商品取引法の認可を取得する企業が増えているが、当社ではあえて取得しない方針。本業である不動産投資・開発に人的リソースを振り向け、より効率的な事業展開を行いたいからだ。SBIマネープラザをはじめ、全国規模の販売網をもつ協力会社の力を借りることで、地方の個人投資家など新しい顧客を開拓でき、企業の知名度アップにも期待で



阿部幸広 氏  
代表取締役社長

小口化商品第一弾の賃貸マンション  
「DeLCCS両国」



きる」と、代表取締役社長 阿部幸広氏は協業の狙いを話す。

3月の取り扱い開始以後、販売は好調に進んでおり、第2弾以降の組成も検討中。東京都内の物件は地方の個人投資家にも認知されやすく、信託受益権の小口化商品は実物不動産と同様、相続税の圧縮や贈与対策が容易である点も人気の理由だ。

### 企業の福利厚生強化の流れ 城東、新宿区エリアに注力

都心のマンション市況に過熱感がみられるなか、今後の投資余地はどこにあるのか。阿部氏は「独身やDINKS向けのコンパクトマンションは成長余地が

残されている。職住近接、あるいは若手社員向けの福利厚生強化の流れで企業の家賃補助も手厚くなっている」と話す。

こうした背景のもと同社では、門前仲町や清澄白河などの城東エリア、神楽坂や早稲田などの新宿区北東エリアを主軸に、主要駅から徒歩10分圏内のマンション適地を厳選し開発を手がける。案件規模は出来上がりで7~20億円をターゲットにおく。

賃貸マンション以外のアセットタイプにも着目している。大田区のように特区民泊の制度を活用できるエリアで投資ニーズを見込むほか、子会社のパルマが手がける個人向けセルフストレージの分野でも、立地情報の提供など新規投資のサポートを行っていくという。