

The マネー分岐点

特別編

億万長者たちのSNS

二極化といわれる現代においては、若くして成功を取めた富裕層も数多い。そんな彼らの間で注目される「YUCASEE」。



アブラハム・グループ・ホールディングス 代表取締役社長 高岡 壮一郎さん

成長著しい富裕層ビジネスの最前線に迫る

金融資産1億円以上の人々が交流する、富裕層限定のSNS



入 会希望者の約9割が入会を断わられてしまう。そんな厳格な審査基準を設けたSNS（ソーシャル・ネットワークキング・サービス）が存在する。昨年11月からスター

トした、富裕層限定のSNS「YUCASEE（ゆかし）」だ。主に30〜40代の経営者を中心に、外資系投資会社の社員や開業医などが参加して独自のコミュニティを構築している。ここで求められているのは「同じレベルで投資や消費についての情報交換ができ、知り合いを増やせる場所」。これはいわば、最低でも純金

融資産1億円以上という会員基準を満たす、日本最大級の社交クラブなのだ。

この「YUCASEE」のなかでは、どのようなことが行なわれているのか。一例を見てみると「海外のコンサートホールの命名権を25億円で」あるいは「一般非公開の鎌倉の豪華別荘5億円」などなど。一般には出回らないサービス

自分が欲しい情報にアクセスするための場所を作りたかった



こ の「YUCASEE」はどうやって誕生したのか。サイトを管理・運営するアブラハム・グループ・ホールディングス株式会社代表取締役社長の高岡壮一郎さんに聞いた。

「もともと、ビジネスというよりもむしろ、自分自身が欲しい商品やサービスの情報や、自分と同じレベルで考えたり感じたりする人にアクセスできる場所が欲しい、と考えたことがきっかけだったんです」と高岡さん。大手商社での経験をもとに「知恵の総

合商社」を掲げ、個人を対象としたさまざまなサービスを提供するアブラハム・グループ・ホールディングスを立ち上げた高岡さん。彼は、自分の周囲にいる富裕層にヒアリングしたうえで、これまで存在していなかった30〜40代現役世代の富裕層だけのコミュニティを作り上げた。入会審査を厳格にしたのも、富裕層が本当に必要としている情報だけを流通させるためのサービスの一環だ。

「自分が欲しい、と感じたことが最大のキッカケですが、そういった安心できる、安全なコミュニティに対する要望はとても高いと感じました。例えば富裕層にとってスイスのプライベートバンクに口座を持つのは当たり前のこと。それがメディアを介すると極端にデフォルメされてしまいます。そのような話題を自由に情報交換できる場が必要とされている、と感じたのです。時間や場所に拘束されないインターネットを媒介としていますが、審査が厳格であるぶん、お互いに顔が見える安全なサービスを提供できています」

投資から趣味まで、幅広い話題が展開されるコミュニティ



メ リルリンチ日本証券の調査によると、住居以外に100万ドル（約1億1000万円）以上の資産を持つ国内の富裕層は、147万人以上。それらの人々を結びつける「YUCASEE」の登場によって、今までにないさまざまな展開が見えてきた。「情報交換や商品の売買だけでなく、ビジネスでもブラ

イイベントでも、さまざまな展開が始まっていると感じます。例えばある外資系企業が日本へ進出する際に、株主を募集することなどもあります。富裕層にしか響かない情報に限定したことが奏功していますね」

サイト内で展開されているのは、投資情報や企業の買収などの社大なビジネスに関する話題から、ワインやクルマなどの趣味の話題まで幅広く。会員や参加企業はサイト内にコミュニティを開き、情報の発信や商品の売買を行な

社会貢献をしたり、自己実現できる人をもっと増やしたい



現 在、「YUCASEE」では、前述のコンサートホールの命名権や鎌倉の別荘といった富裕層をターゲットとした商品やサービスなどに関する情報発信に加えて、富裕層の生の声を取り入れたマーケティングやコンサルティング、商品やサービスの共同開発などの依頼が増えている。「ただ単に高額な商品やサービスではない、富裕層が本当に求めているもの、彼らの心に届くものを提供したいと考えています。「YUCASEE」を介することで、富裕層の本当のニーズを企業へフィードバックし、会員も企業も、お互いに喜んでいただける商品やサービスを提供できれば嬉しいですね」

は、いったいどのような想いが込められているのだろうか。「アブラハム・マズローという学者は、人間の欲求を階層化したことで知られています。その最上部に位置しているのが自己実現や社会貢献です。弊社の社名には、そんな自己実現を目指す階層の人々を、もっと増やしたいという願いを込めているのです。この「YUCASEE」をきっかけにして、自己実現や社会貢献をする人たちが増えるような、生き方を築ける社会にしていきたいですね」



提供されている情報はもちろん、サイト内全体に漂う雰囲気までもが「富裕層向け」なことに驚く。内部では、今後の日本経済を支える若き億万長者が集い、クオリティの高いコミュニケーションを繰り返している。

アブラハム・グループ・ホールディングスの「アブラハム」とは、人間の自己実現を研究し、人間性心理学の生みの親といわれる心理学者のアブラハム・マズローにちなんで、と語る高岡さん。そこに