

2018 4/20

■ 投信や株運用、対応6社に

クレジットカードで支払ったり、電子商取引(E-C)サイトで買い物をするなど、さまざまなポイント。このポイントで投資信託や株式などに投資できるサービスが相次いで登場している。クレディセゾン、楽天証券などが参入し、ブレイヤーは1年強で6社に増えた。相次いでポイント投資に乗り出す企業の狙いは何か。

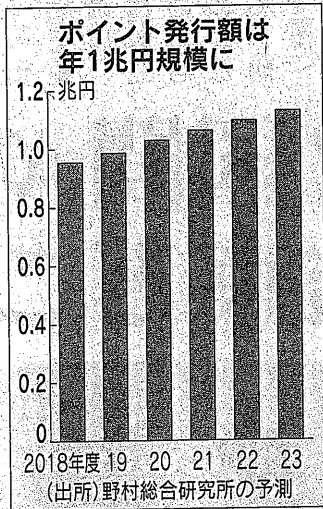
「前はポイントは航空マイルにして帰省などに使っていたけど、今はもっとばら『投資』に回す」と都内在住の自営業の男性(42)は話す。クレジットカードやECサイトでためたポイントで投信を購入し、ポイント運用額は2万円を超えた。これからもコツコツ投資したい」という。

こんな「ポイント投資家」が急増している。

4割初めて使用

2016年12月に国内

ポイント投資に思惑



ポイント運用参入企業

- クレディセゾン
- インヴァスト証券
- 楽天証券
- トラフィックポイント
- ストックポイント
- J R東日本

ポイント発行企業にとって、顧客がポイントを使うことは短期的には利益だが、未使用ポイントについては将来使われることとに備え、過去の実績などを考慮して引当金を積んでいくのが一般的だ。セゾンの「永久不滅ポイント」の場合、有効期限がないため、ポイント

で初めて、ポイント運用益圧迫要因になる。サービスを開始したクレディセゾンでは、利用者が3月に13万人を超えた。運用に回ったポイントの時価換算した額は3月末で約8億7千万円。運用を始めた人の40%弱は初めてポイントを使った会員だという。

ポイント発行企業にとり、顧客がポイントを使うことは短期的には利益だが、未使用ポイントについては将来使われることとに備え、過去の実績などを考慮して引当金を積んでいくのが一般的だ。セゾンの「永久不滅ポイント」の場合、有効期限がないため、ポイント

野村総合研究所によると、代表的な企業のポイント発行額は2020年度に1兆円を超える見込み。発行会社はポイントが使われると販売促進費などとして費用に計上するが、未使用ポイントについては将来使われることとに備え、過去の実績などを考慮して引当金を積んでいくのが一般的だ。

積み上がる「負債」に歯止め

が使われない限り同社は引当金を積み続けるしかない。バランスシートの「負債」に積み上がった引当金は17年末に1000億円を超えた。

ポイントとは本来、自社の次のサービスや商品の需要を喚起するための販促ツールのはず。大手監査法人は「売り上げに結びつかない、塩漬けポイントが負債に積み上がるのは財務諸表上、非効率」と指摘する。

楽天は「楽天スーパーポイント」の引当金を17年12月期で約700億円積みこんでいる。17年8月、楽天証券は楽天スーパーポイントで投信の購入費用に充当できるようにした。同社では投信のサポート購入が100円からできる。結果、「初めて購入した人の数が直近でポイント利用開始前の3倍に膨らんでいる」。

この動きが加速すれば楽天は負債を圧縮し、楽

天証券は新規顧客を獲得に言つかもされない。テスト段階だが、3月には少々異質な会社もポイント運用サービスを始めた。J R東日本だ。ロボットアドバイザー運用のお金のデザイン(東京・港)と組んで事業を始めた理由は「交通や買い物に続く新しい接点を顧客と持つため」(事業創造本部の佐野太課長)。

同社は資産運用の分野を通じて顧客のニーズや嗜好についての分析などを進めていく考えだ。約2週間で数千人がポイント運用を始めた。

ポイントには投資の入り口にはなるだろう。ただ参入企業が増え、運用対象の金融商品の中には比較的、高リスクな商品も登場している。ポイント制度に詳しいポイント探(東京・中央)の菊地崇仁代表は「自分の許容リスクや投資目的を吟味して選ぶ必要がある」と注意を促している。(堀大介)

真相深層