

那須、八ヶ岳・蓼科、軽井沢、富士山麓・箱根、伊豆、房総、湘南…etc.

リゾート ほしいリゾート 特別編集 事例セレクション

by SUUMO↑

大海原を眺める、温泉を楽しむ

見せます! 海の家・山の家。

別荘より気軽に。ホテルより快適に。
「リゾート会員権」という
定宿を持つ

定住特集

子育てファミリー&リタイア世代
リゾートに住むということ

趣味にひたれる大人の秘密基地、
“四角い箱”でハーバービューを楽しむ、ゴルフコースにセカンドハウス、
利用していない時は賃貸へ

所有と過ごし方の発想が広がる

コンセプトチュアル リゾート

定価980円
RECRUIT MOOK



RECRUIT

Members Resort Club

リゾートを手に入れるひとつの形が会員制リゾートクラブ。
別荘より手軽で、ホテルよりくつろぎ感があるところが魅力のようだ。
近年システムなどが多様化され、利用しやすくなったり無理のない金額で
購入できるクラブも増えたことなどから、バブル期以来、再び注目を集めている。
今回、会員制リゾートクラブの現況をふまえて、
その多彩な姿をわかりやすくレポートした。
自分のライフスタイルに合ったクラブ選びに役立ててほしい。

構成・取材・文／とがみ淳志(日本旅のペンクラブ) 撮影／清水知成 写真協力／PANA通信社

別荘より気楽に。ホテルより快適に。

リゾートという定宿を持つ



多彩なスタイルで 利用者のニーズに応えはじめた 会員制リゾートクラブ

旅に出かける、別荘を所有するといったように、「リゾート」と接点をもつ術のひとつが会員制リゾートクラブだ。半世紀ほど前、日本でこのシステムが誕生してから現在に至るまで、利用者のニーズに応じてきた

結果、スタイルや運営方式、施設のバリエーションも豊かになった。こうした業界の努力もあって、「2000年代に入って販売は堅調でした。確かにリーマンショックの影響で、

08年はやや陰りが見えましたが、昨年あたりから、盛り返しているようです」(日本リゾートクラブ協会常務理事・今泉陽二氏)。実際に「昨年のゴールデンウィーク明けごろから、市場は活性化していますね」(東急ハーヴェストクラブ販売促進グループ部長・小澤陽子氏)。(グレンフィールド企画室シニアマネージャー片野栄太氏) や、「リーマンショックの影響で、伸びがマイナスに転じたことはなかったです」(ヒルトン・グラランド・バケーション・クラブマネージング・ディレクター・高橋謙

氏) (サンダンス・リゾート代表取締役・山形俊樹氏) など、その順調さがうかがい知れる。

日本人の休みに配慮 進化させたクラブ

さて、その人気の背景には何があるのだろうか。「欧米人は、ステイ型でゆっくりリゾートを楽しみますが、長期休暇が難しい日本人は、ツアー型で観光が中心。いろんなエリアに行きたいという志向も強い。日本の会員制リゾート施設の多くは、大都市圏から片道3時間以内で立地行きやすく、リゾートしやすいという特徴があります。さらに多くの施設が相互利用(国内および海外)できたりと、日本人にフィットする点で、購買層の幅も広がってきたと考えます」(今泉氏)。タイムシェアでは、年間あたりの1週間を分割利用できるなど、クラブが柔軟に対応しはじめたことが、功を奏しているようだ。また別荘を所有するイニシャルコストやランニングコストなど

会員制リゾートクラブの 主な利用方式

タイムシェア制

1室の利用権・所有権を1週間単位で購入するシステム。通常年間52週のうち、1、2週をメンテナンスにあて、50週を販売。購入週は毎年優先的に利用できる。ほかに2泊3日を基本とした予約システムも。近年、週の交換や分割、施設の相互利用などフレキシブルな利用も可能に。

ポイント制

会員は任意で購入した年間ポイント数の範囲内で、希望する施設の部屋を利用できる。施設や部屋のグレード、時期などによって利用ポイント数が異なるのが特徴だ。入会後のポイントの買い増し、翌年への繰り越しも可能。予算に応じて購入ポイントを決められる。

チケット制

年間一定枚数の無料利用チケットか優待利用チケットが配布され、利用するごとにチケットを使用するシステム。多くのクラブはチケットがあれば、オーナーが不在でも利用でき、複数の仲間を使うのに適している。ハイシーズン利用の場合は抽選などになるケースも。

記名カード式

オーナーが記名式のメンバーズカードを提示するシステム。複数の拠点を優待料金で利用できる。ビジターはオーナーの同行での利用が原則。予約は先着順が一般的。年末年始、ゴールデンウィークなどハイシーズンは抽選で利用者を決定するリゾートクラブもある。

会員制



利用者の権利を 保全する動きが活発に

会員権の購入にあたり、気になるのが権利保証の確保である。「破綻などがあった歴史に学び、退会時に預かったお金を返還する預託金制のスタイルは減ってきています」（今泉氏）と、運営方法にも見直しがある。一方で2008年5月国土交通省は、タイムシェア型居住を促進、利用者が安心して購入できる枠組みを検討するため、タイムシェア型住宅供給研究会を設置。昨年はその事業スキームを公募した。そこで採択されたひとつ、シェアグループ代表の森肇氏は、「米国はきちんと法整備を行い、権利を守ったことがタイムシェアの拡大につながりました。私たちは日本の賃貸借権を活用して、消費者保護を確実にしたい。それが目指すべきグローバルな展開には不可欠だと考えます」と話す。サンダンス・リゾートの信託制度も画期的。これはクラブの施設を信託会社が持つことで、もし運営会社が破綻しても会員は運営先を新たに探すことや換金することもできる。今後の権利保証の動きにも注目したい。

を熟慮した結果、セカンドハウスからの転向オーナーも依然存在する。
**価値観や志向に合った
クラブを選ぶ時代に**

そして今、「お気に入りの場所に定宿」の一方、「いろんなエリアで、毎回新鮮に過ごしたい」という人々、また「ゲストハウスとして活用したい」「趣味やスポーツを楽しむための拠点」「家族のコミュニケーションの場」など価値観の異なる人々が自分に合ったクラブを見つけられるようになってきています」（e会員権代表取締役・川口昇一氏）。昔は高級感ばかりが前面に出てきてしま

い、富裕層だけがメンバーという印象が強かったが、今はその先入観にとらわれず、各自のライフスタイルに合わせて購入されていることは、「今伸びが顕著なのは、200万円以下のリーズナブルなもの」（今泉氏）「仲介市場では、100万円以下と、300万円以上と人気が二極化しています」（川口氏）と、相場からも裏付けられる。リゾートを手に入れる手段として、会員制クラブは、身近になってきたといえよう。

次ページからは、ライフスタイルや志向に着目、現在ならでの「ママイクラブ」選びを提案していこう。