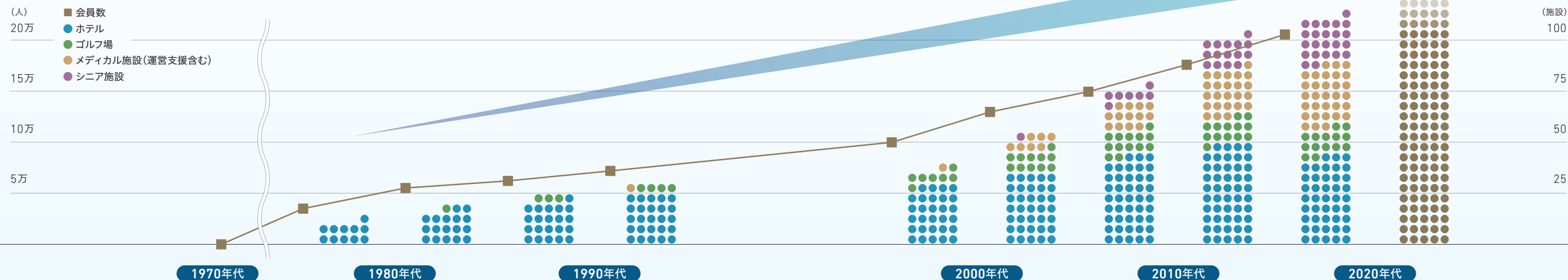


リゾートトラストグループ 価値創造の歩み

リゾートトラストグループは創業以来、会員権事業を核に、幅広い領域で事業を展開するホスピタリティ企業へと成長してきました。「ハイセンス・ハイクオリティ」「エクセレントホスピタリティ」を追求し、人々の健康長寿、ウェルビーイングに貢献することで、これからの50年も、築き上げた唯一無二のブランドをしっかりと守りながら、会員様、社員、社会とともに価値を共創し、より豊かな人生の実現を目指しています。

リゾートトラストの会員数・運営施設数推移



社会的要請／外部環境の変化

- 高度経済成長の余韻と所得増加
- 交通インフラの整備
- オイルショックを通じた「実利用価値」への関心の高まり

・バブル景気

・バブル崩壊

- レジャー市場の成熟
- デジタル・ITの革新
- 高齢化社会の進行
- リーマンショック

- デジタル化・オンライン化の加速
- コロナパンデミック

- 家族や社員のウェルビーイング、健康に対する意識の高まり
- 高齢者向けインフラ需要増

創出価値

リゾートトラストグループの歩み

非日常の空間提供・新たな余暇の過ごし方を提案

高度経済成長の余韻が残る1970年代、働き方や余暇の過ごし方に対する価値観が変化する中、「日本の余暇文化の創造」を志し、1974年に会員制リゾート事業を開始。初期投資を抑えながら、欧米の一流リゾートに比肩する上質なサービスを提供するため、利用権に基づく会員制ホテルの仕組みを考案しました。旅先の各所で別荘のようにリゾートを楽しむ形式は、新たな余暇消費のスタイルとして注目を集め、着実な成長を遂げました。



ヴィア白川(1974年開業)

サンメンバースひるがの(1974年開業)

タイムシェアリングシステムで「完全利用日保証」を実現

会員数が増加する一方、「会員権を持っても泊まりたい日に人気集中して泊まらない」といった利便性の課題に直面しました。また、当社とは無関係ながらも、世の中の会員権に対する信用が大きく揺らぐ事象*が発生。リゾートトラストは「実体ある資産」としての安心感に加え、区分所有をもとに「タイムシェアリングシステム」の考え方を明確に打ち出した会員権「エクシブ」を商品化。1987年に「エクシブ鳥羽」を開業した後、市場の信頼を獲得したことで大きくシェアを拡大。会員制事業の飛躍的成長へとつなげました。



エクシブ鳥羽(1987年開業)

※会員権や有価証券の販売を通じた詐欺事件「豊田商事事件」が発生

メディカル×ホスピタリティで高精度検診を提供

事業規模の拡大に伴い、グループの持続的成長に向けて新たな戦略の柱が求められる中、既存会員へのヒアリングを重ねた結果、最も強いニーズが「健康管理」であることが明らかに。1994年、初の会員制検診施設「ハイメディック山中湖」を開設し、予防医療における新たな選択肢を開拓しました。さらに、2006年に高齢化社会を背景としてシニアレジデンス事業を開始、2008年には完全会員制の都市型リゾート「東京ベイコート倶楽部」を開業するなど、積極的に事業を拡張しました。



「ハイメディック山中湖」開設記者会見(1994年)



クラシックガーデン文京根津／介護付き有料老人ホーム(2006年開業)

安心・安全が徹底された「会員制」の価値が改めて浸透

コロナ禍では、観光・医療の両分野でかつてない環境変化が生じました。衛生管理体制の徹底や非接触型サービスの導入を進める中、顧客の安心・安全を最優先に対応。特に、これまでに培ってきたメディカル事業の知見は、サービスの信頼性向上に貢献しました。プライベート空間が確保される会員制ホテルは、安心して過ごせる別荘としての価値が再認識されたほか、福利厚生などの新たな法人ニーズに対応した新商品「サンクチュアリコート」の契約が大きく伸び、会員制ビジネスの強みが浮き彫りとなりました。



サンクチュアリコート高山(2021年会員権販売開始)

お客様のウェルビーイングと潜在的なニーズ、夢の実現へ

コロナ禍において改めて「会員制」に立ち返り、グループの存在意義として定めたグループアイデンティティは「一緒にします、いい人生」。変動性と不確実性の高い時代において、リゾートトラストは、会員制という持続性の高いビジネスモデルの強みを再定義し、ライフタイムに寄り添うサービス基盤の強化を進めています。そしてさらに、DXと強い信頼関係に基づく高付加価値なサービスを軸に、ウェルビーイングや、より豊かな人生を実現する「会員制プラットフォーム」の確立に取り組んでいます。

