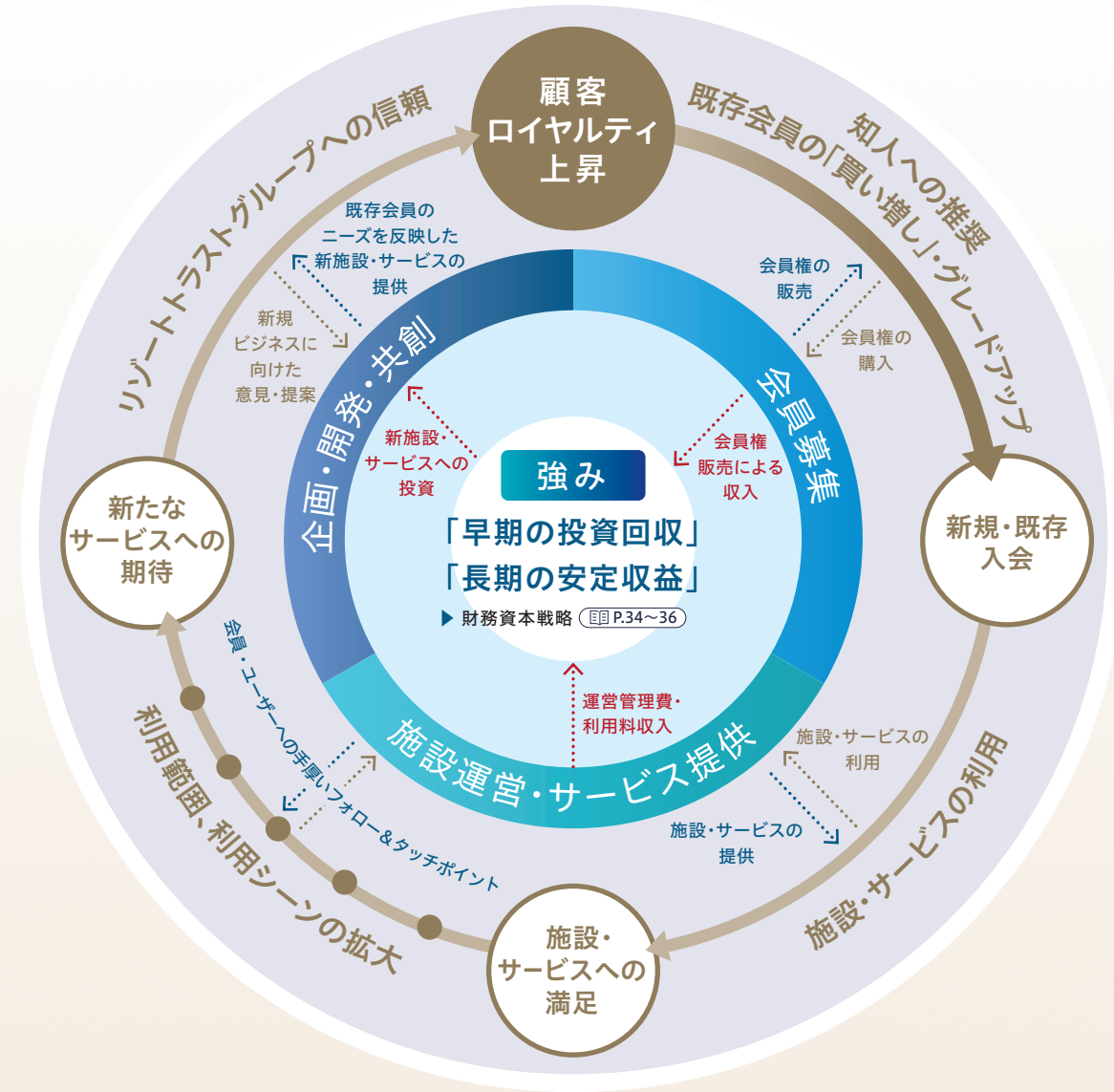


リゾートトラストグループの「会員制」ビジネスモデル

人生を豊かにする会員制ホスピタリティ・エコシステム

当社は50年以上にわたり、「会員制」ビジネスにこだわり成長してきました。会員の皆様の一生涯をより豊かにするため、リゾート事業から、メディカル・シニアライフ、サプリメントなどのプロダクトの開発・販売まで、お客様の人生に寄り添った多様な商品・サービスを提供しています。会員様にとってのプラットフォームである「倶楽部」の価値を一層高めることで、さらなる成長を目指します。



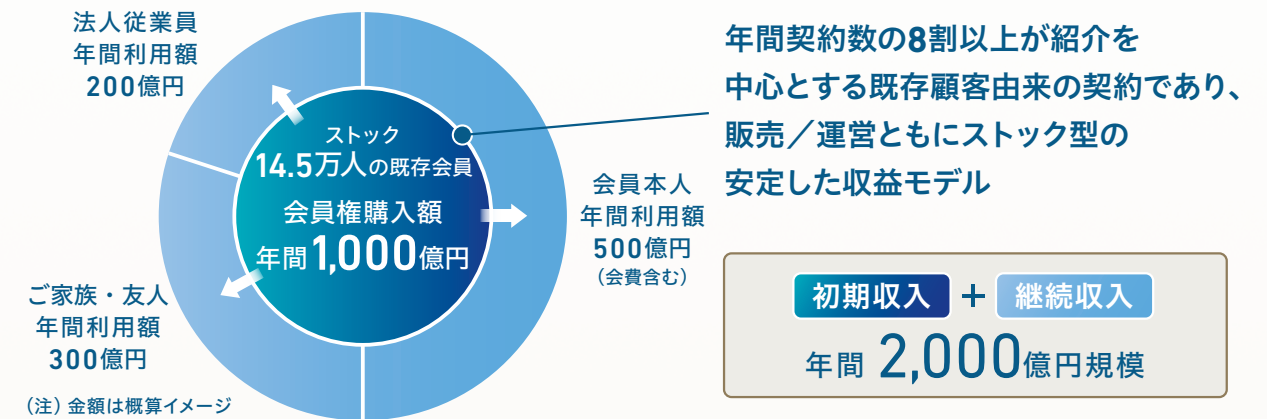
「早期の投資回収」と「長期の安定収益」の両立

会員権販売による初期収益

+

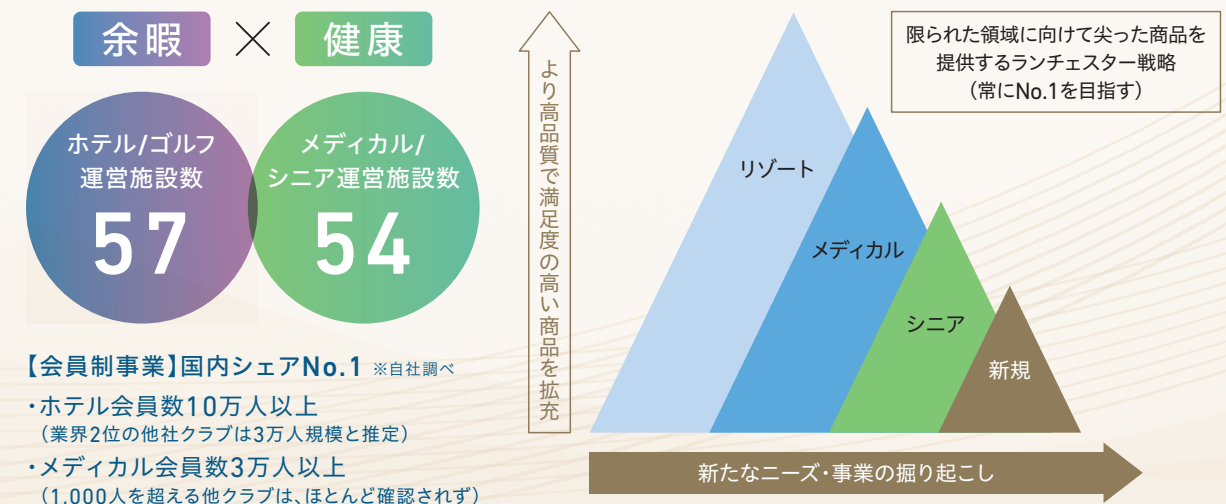
年会費・利用料による継続収益

会員権販売時に投資回収を完了し、その後の年会費・施設利用料で安定的な収益獲得。
1つの会員権を販売することで、長期にわたる顧客との関係が生まれ、
ご家族・友人、従業員を含めたご利用満足度が高まる中で、紹介の環が自律的に広がります。



築き上げた信頼関係による高い参入障壁

会員制ビジネスは、長く続けるほどに顧客との信頼関係が深まり、
ビジネスの選択肢や可能性が広がり、商品の付加価値が積み上がっていきます。
(新規施設・サービスの導入に伴い、既存会員権の所有価値も常にアップデートされていく)
当社は会員様と共に長期にわたって施設開発を継続し、常に新たなサービスを
探索してきた結果、徐々に競合が限定され、今では圧倒的なシェアを誇ります。



【会員制事業】国内シェアNo.1 ※自社調べ
・ホテル会員数10万人以上
(業界2位の他社クラブは3万人規模と推定)
・メディカル会員数3万人以上
(1,000人を超える他クラブは、ほとんど確認されず)

持続性

会員制×長期利用による
「安定したリカーリング収益」

- ・入会金+年会費+利用料の組み合わせ
- ・LTV(ライフタイムバリュー)の最大化
- ・高いスイッチングコスト

収益性

高付加価値サービスを活用した
「顧客単価・利益率向上」

- ・国内ハイエンド層の消費余力
- ・会員データの活用により、利用頻度・消費額の最大化
- ・高い価格競争力と参入障壁

成長性

高齢化・国内ハイエンド層市場を追い風にした
「持続的成長機会」

- ・国内ハイエンド層市場は拡大傾向
- ・企業の福利厚生・健康経営ニーズの高まり
- ・海外市場・インバウンド需要の取り込み

「会員制」を軸にした成長の循環



当社は、会員様とご家族・周辺の一生涯にわたる多様な潜在ニーズに応え、商品開発やサービス改善を徹底的に行うことで、追加購入や上位グレードへの買い替え需要とともに、顧客のロイヤルティを高めています。これにより、新規顧客の紹介も広がり、規模拡大と単価向上を同時に実現して強力なメンバーシップモデルを築いています。一方で、入会時の早期投資回収と長期にわたる安定的なリカーリング収益を両立させる収益構造を確立。さらに、「自律型ブランド人材」が高いホスピタリティでお客様の満足と信頼を支え、競争優位を生み出しています。こうした会員制プラットフォームの価値向上と、グループ経済圏の最大化という両軸を武器に、リゾートトラストは未来に向けてさらなる飛躍を目指します。

