

成長戦略②会員基盤と利用者層の拡大（グループ経済圏の最大化）

■ 国内富裕層は増加を継続。独自の強みを発揮できる「グループ経済圏」の拡大余地は、まだまだ大きい。

地域	富裕層世帯	現会員数	23.3浸透率	20万人時点推計
関東	約65万世帯	約5万人	8%	14%
中部	約23万世帯	約4万人	17%	21%
関西	約24万世帯	約4万人	16%	20%
その他	約37万世帯	約1万人	2%	3%

※統計数値及び会員データ等から当社推計(富裕層が149万世帯のまま推移した場合の概算)

グループ経済圏(利用者層)の拡がり

グループ施設
利用者層

会員の家族親族、
ゲスト利用者、
法人従業員の
福利厚生／健診
(数百万人規模)

外国人
(富裕層中心)

国内中小企業
のオーナー数
凡そ350万法人
(法人需要増加)

アプリ会員
約40万人

LINE導入
約20万人

国内富裕層(2021年)149万世帯
(2019年比12%増)

純金融資産：364兆円

※(株)野村総合研究所 推計データより
※富裕層の定義:純金融資産1億円以上保有

先10～15年程を視野にした
グループ会員層の拡がり

(将来)グループ会員
20万人規模へ

現グループ会員14万人
(口数ベース：19.5万口)

アプリ会員
約10万人

コア会員
(複数所有等)
2万人規模

見込み客8万人規模を
継続的にフォロー

◎国内富裕層の世帯数は2013年以降、
一貫して増加を継続

◎関東は勿論、中部圏も更に開拓可能
(2019年時点での中部の推定浸透率は一時20%
を超えており、その後も会員増加は継続。
→直近では、会員増加よりも富裕層拡大の速度
が加速したため率が低下したが、蓋然的に20%
を上回る浸透率が将来には見込まれる。)

◎見込み客(8万人)は現状の営業体制で
フォロー可能な最大人数で常に循環
(ターゲット件数は159万件を保有)

※潜在的には150世帯×20%＝30万程度まで拡大
余地あり(富裕層規模が拡大すればさらに増加)