



リゾートトラストグループ 経営理念

私たちリゾートトラストグループは新天地開拓を企業精神として
「信頼と挑戦」「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 お客様のしなやかな生き方に貢献します

リゾートトラストグループ
アイデンティティ

ご一緒に、いい人生
～より豊かで、しあわせな時間^{とき}を創造します～

ごあいさつ

サステナビリティと
ウェルビーイングの実現に向けて
積み重ねた成果を力に、
新たな成長ステージへ
踏み出します

代表取締役会長 CEO
伊藤 勝康



代表取締役
社長執行役員 COO
伏見 有貴



2024年度、リゾートトラストグループは3期連続の増収増益を達成し、業績および会員権販売契約高が過去最高となるなど、着実な成長を遂げました。これもひとえに、ステークホルダーの皆様の温かいご支援の賜物であり、心より感謝申し上げます。

当社は2023年度に開始した中期経営計画の数値目標を1年前倒しで達成できたことを受け、2025年度を初年度とする新たな5カ年計画『Sustainable Connect ～to wellbeing ～2.0』を策定しました。本計画では「会員制倶楽部の価値

向上」を主軸に据え、デジタル技術の活用、データマーケティングの深化、そして会員様との関係強化により、より柔軟かつ持続可能なサービス体制の構築を図ってまいります。

私たちは、創業から一貫して掲げてきた「信頼と挑戦」「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」の理念のもと、変化する社会やお客様の期待を先取りし、新たな価値を生み出してまいります。これからも「ご一緒に、いい人生」をアイデンティティとして、グループの成長と社会への貢献を両立し、次のステージへと歩みを進めてまいります。

CONTENTS

イントロダクション

ごあいさつ	
リゾートトラストグループ 価値創造の歩み	P.02
事業の全体像	P.04
財務・非財務ハイライト	P.05

価値創造ストーリー

社長メッセージ	P.06
メディカル事業×未来医療 座談会	P.12
リゾートトラストの価値創造プロセス	P.16
リゾートトラストグループの「会員制」ビジネスモデル	P.18
マテリアリティとリスク・機会	P.22

価値創造戦略

長期ビジョン達成に向けたロードマップ	P.24
従来中計期間2年間の実績	P.26
新中期経営計画	P.27
セグメント別 事業戦略	P.30
DX戦略	P.33
財務資本戦略	P.34
人財戦略	P.37

サステナビリティ

サステナビリティ経営	P.42
地球環境への取り組み	P.44
社会との共創価値の創造	P.49

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンス	P.50
取締役一覧	P.56

データ

財務・非財務サマリー	P.58
グループネットワーク	P.60
会社情報／株式情報／関係会社一覧	P.62

(注) 真正性表明は社長メッセージの末尾に掲載されています (P.11)

編集方針

当社グループの統合報告書は、報告対象期間(2024年4月1日～2025年3月31日)の実績と事業活動を財務・非財務の両面からご説明することを目的として制作しています。当社グループの歩みを振り返るとともに、目指す姿、ステークホルダーや社会との共創による価値の創造、競争優位性、経営戦略とその成果・分析、持続可能な社会を実現していくための在り方を、わかりやすくお伝えしています。なお、編集にあたっては、IFRS財団が推奨する「国際統合報告フレームワーク」、経済産業省の「価値協創ガイダンス」などを参考にしています。

見通し及び数値に関する注意事項

この統合報告書には、当社グループの将来についての計画や戦略、業績に関する予想及び見通しの記述が含まれています。これらの記述は過去の記述ではなく、当社が現時点で把握可能な情報から判断した仮定及び所信に基づく見込みです。また経済動向、業界における競争の激化、個人消費、市場需要、税制や諸制度に関わるリスクや不確実性を際限なく含んでいます。それゆえ実際の業績は、当社の見込みとは異なる可能性のあることをお含みください。

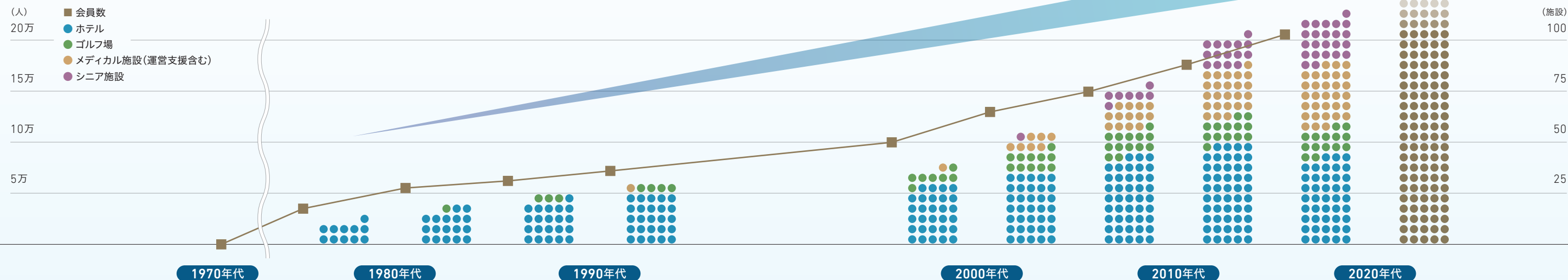
(注) 一部加工が施されている画像があります



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)

サンメンバースひろがの(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

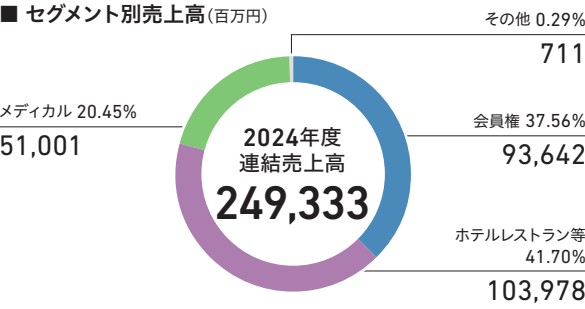
コロナ禍において改めて「会員制」に立ち返り、グループの存在意義として定めたグループアイデンティティは「一緒にします、いい人生」。変動性と不確実性の高い時代において、リゾートトラストは、会員制という持続性の高いビジネスモデルの強みを再定義し、ライフタイムに寄り添うサービス基盤の強化を進めています。そしてさらに、DXと強い信頼関係に基づく高付加価値なサービスを軸に、ウェルビーイングや、より豊かな人生を実現する「会員制プラットフォーム」の確立に取り組んでいます。



事業の全体像(2025年3月末時点)

会員制を主軸とした事業領域

当社グループは、会員制ビジネスという独自のビジネスモデルを中心として、お客様の一生に寄り添い、より豊かで幸福な社会の実現を目指した商品・サービスを共創する企業グループです。リゾートトラスト株式会社及び子会社24社並びに関連会社8社より構成されており、事業セグメントは、「会員権事業」「ホテルレストラン等事業」「メディカル事業」、その他(不動産賃貸等)です。



会員権セグメント ホテル会員権等販売事業

会員制リゾートホテルの開発と各種会員募集及びフォローを行う

リゾートトラストグループは、圧倒的な品質の高さと、訪れる方々に非日常を味わっていただける空間を追求し続けながら、会員制リゾートホテルを展開しています。また、自治体や地域との対話を大切に、地域の活性化にも資するリゾート開発を行っています。2021年、滞在自体が旅の目的となる地域密着型の「ディスティネーションホテル」である「サンクチュアリコート」シリーズを皮切りに販売が好調に推移しており、4期連続で過去最高の販売額を更新しています。

商品・サービス一覧

- 会員制リゾート「エクシブ」.....年間13泊商品・26泊商品
- 完全会員制リゾート「ベイコート倶楽部」.....年間12泊商品・24泊商品
- 完全会員制リゾート「サンクチュアリコート」.....年間10泊商品・20泊商品／年間8泊商品・16泊商品
- 「グランディ」ほか、各種ゴルフ会員権

ホテルレストラン等セグメント ホテル及び付帯施設等運営事業

独創的でホスピタリティあふれるホテル運営を行う

お客様のニーズを的確に捉え、心温まる時をお過ごしいただくため、それぞれの運営施設において、洗練された品質を備えた最高級のハードと最上のホスピタリティサービスを提供しています。

コロナ禍にはスマートチェックイン/アウト、WEB予約などのデジタル化による利便性の改善のほか、地域・顧客とのつながりを強化してきた結果、会員制リゾートホテルの需要はコロナ禍前を超えるほどまでに高まりました。今後はさらに、人的資本投資や事業の永続化に向けた取り組みに注力するとともに、顧客感動体験を創出するグループ独自の取り組みを活発に行っていきます。

商品・サービス一覧

- 会員制リゾート「エクシブ」.....26施設
- 完全会員制リゾート「ベイコート倶楽部」.....4施設
- 完全会員制リゾート「サンクチュアリコート」.....2施設
- 一般向けラグジュアリーリゾート「ザ・カハラ・ホテル&リゾート」.....2施設
- 一般・会員制のハイブリッド施設「サンメンバーズ」.....7施設
- 一般向けホテル「ホテルトラスティ」.....3施設
- 会員制ゴルフクラブ「グランディ」ほか.....13カ所
- 上記付帯のレストラン、ラウンジ、その他レストラン運営
- ヘアアクセサリー等「Complex Biz」・エステ運営

メディカルセグメント メディカル事業

会員制総合メディカル倶楽部の会員募集及び運営に加え、一般向け医療施設の運営支援事業やプロダクトセールスを行う

会員制総合メディカル倶楽部の会員募集及び運営に加え、一般向け医療施設の運営支援事業等を行っています。PET検査を日本で初めて導入した検診プログラムは好評をいただいており、最先端技術を取り込んだ新たながん治療や、AIを活用したお客様向けパーソナライズサービスを提供するための研究開発を進めています。また、エイジングケア・ウェルビーイングにつながる化粧品や医師監修のサプリメントなど、プロダクトの開発・販売も手掛けています。

商品・サービス一覧

- 会員制総合メディカル倶楽部「グランドハイメディック倶楽部」.....10コース13拠点
- クリニック運営支援事業の受託施設による健康診断「ミッドタウンクリニック」「進興会」.....20施設
- エイジングケア化粧品「MUNOAGE」「SWISS PERFECTION」「SUNOT」「estre」
- エクオールサプリメント、プラズマローゲンほか
- がん治療の研究開発、機器販売

メディカルセグメント シニアライフ事業

シニア層に向けたハイエンドの有料老人ホームや住宅施設の運営、介護サービスの提供を行う

ハイエンド有料老人ホーム「トラストガーデン」や、サービス付き高齢者向け住宅「トラストグレイス」ほかの運営、介護サービスの提供を行っています。「人生100年時代」を迎える中、健康に配慮した食事や、専門的で質の高い医療サポート、余暇サービスなどを充実させています。

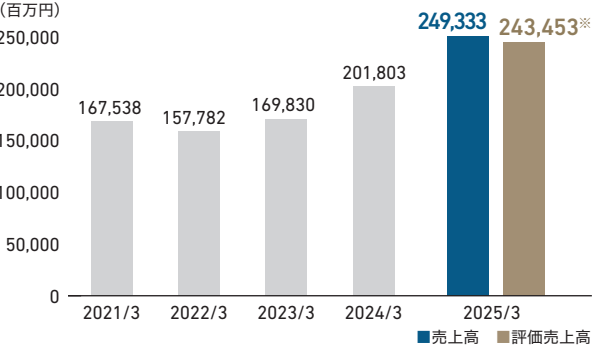
商品・サービス一覧

- 介護付有料老人ホーム「トラストガーデン」ほか
- サービス付き高齢者向け住宅「トラストグレイス」ほか.....合計23施設

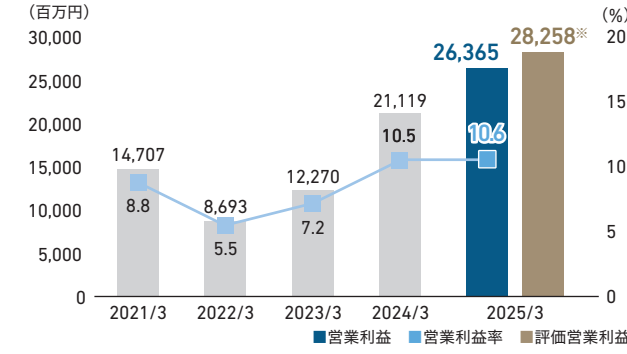
財務・非財務ハイライト

財務ハイライト

■ 売上高

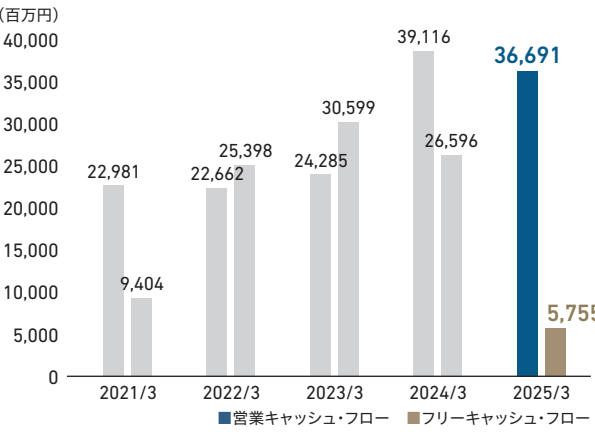


■ 営業利益／営業利益率



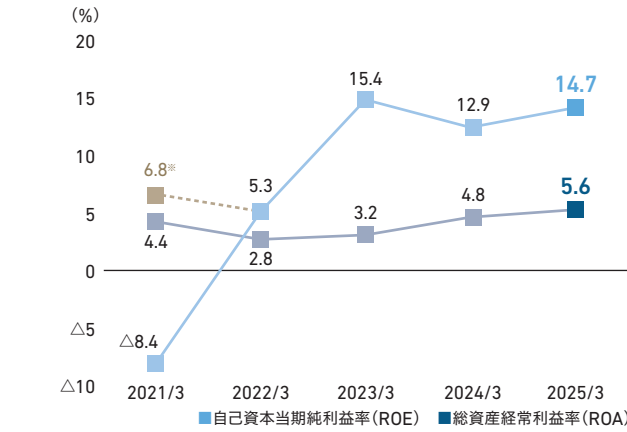
※「評価売上高」「評価営業利益」：未開業物件の不動産収益(開業時一括計上分)を販売時に加味する等、当期の営業力の実態を表した評価指標

■ 営業キャッシュ・フロー／フリーキャッシュ・フロー



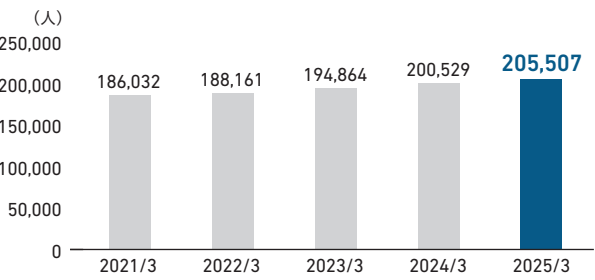
※「フリーキャッシュ・フロー」：「営業キャッシュ・フロー」－「投資キャッシュ・フロー」

■ 自己資本当期純利益率(ROE)／総資産経常利益率(ROA)

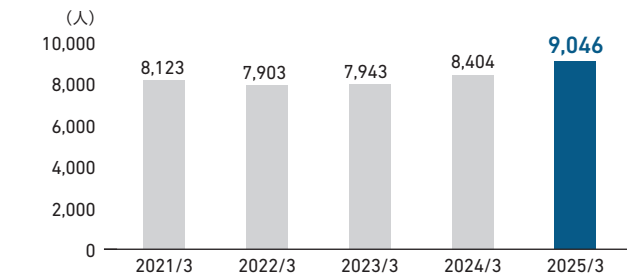


※減損損失220億円による親会社株主に帰属する当期純利益及び自己資本への影響額を控除した場合

■ 会員数

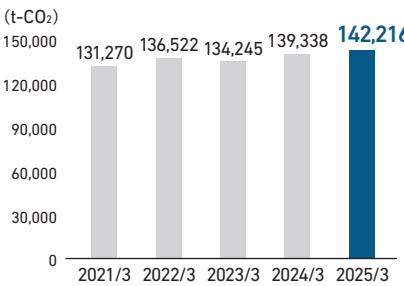


■ 従業員数(連結／正社員)

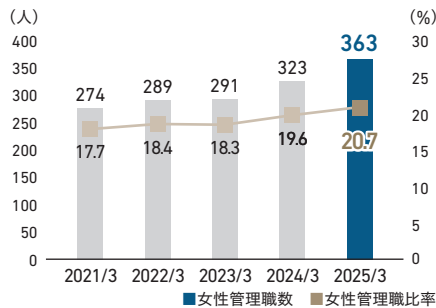


非財務ハイライト

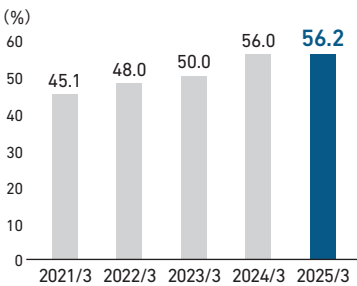
■ GHG排出量(Scope1,2)※1



■ 女性管理職数※1※2／女性管理職比率※1※2



■ 平均有給休暇取得率(日数ベース)※3



※1 グループ ※2 翌年度4月1日時点の数値 ※3 単体、正社員のみ