

ご一緒に、いい人生



リゾートトラストのビジネスモデル

(2025年5月)



「サンクチュアリコート金沢」 2029年3月開業

リゾートトラスト株式会社 (証券コード4681)

会員制事業のオンリー1企業（一生涯戦略）

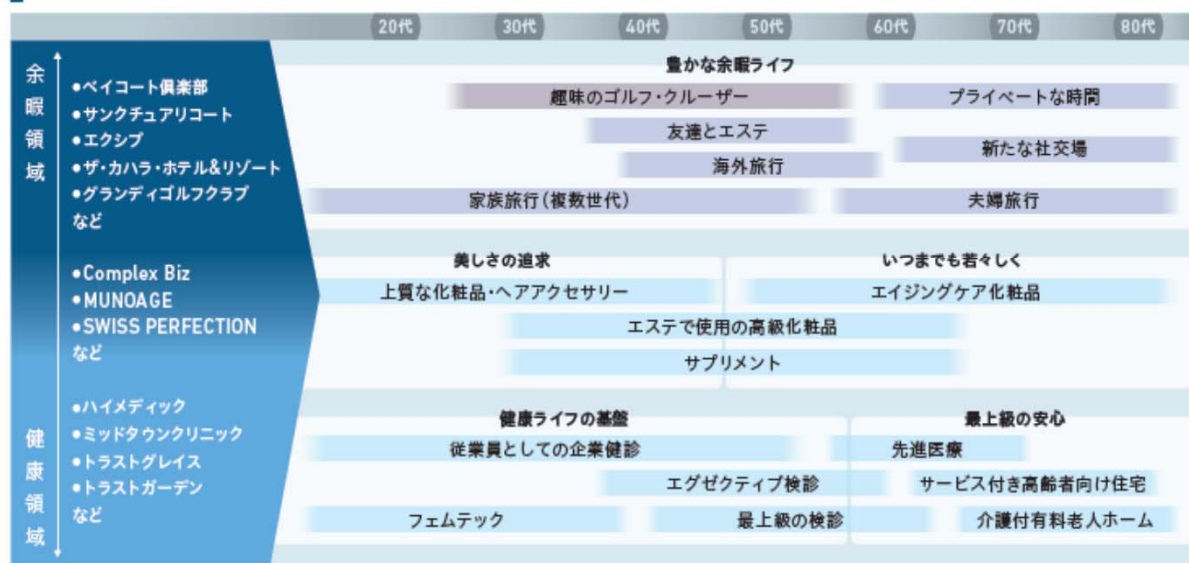
RESORTTRUST GROUP

リゾートトラストは創業以来、50年に渡り、「会員制」のビジネスにこだわって、成長をしてきました。今や会員数は14.5万人(20.5万口)を超えて、会員の配偶者や両親を含めれば70万人を超えるステークホルダーとのつながりがある日本で唯一無二の「会員制事業会社」であります。その会員皆さまの一生涯をより豊かにするために（ステークホルダー・ウェルビーイング）、リゾート事業だけでなく、医療や介護、サプリーなどの物販など、様々なコンテンツを提供しています。いわば、会員にとってのプラットフォームである「倶楽部」の価値をより高めることで、さらなる成長を目指します（経済価値、社会価値の創出）。会員制ビジネスは、会員のニーズに沿った商品を提供できれば、確実に購入していただけるため、これからも提供価値を増やしていきます。特にメディカル倶楽部は、会員数が3.3万人を超え、会員制リゾート倶楽部と同様に、日本でNo.1のポジションにあります。今後も、ナンバー1のフィールドを更に拡大し、お客様の一生涯に寄り添った商品・サービスの提供を行ってまいります（LTVの最大化）。

■ 事業領域と価値創造



グループブランド経営 お客様の一生に寄り添う商品、サービスを提供しています。



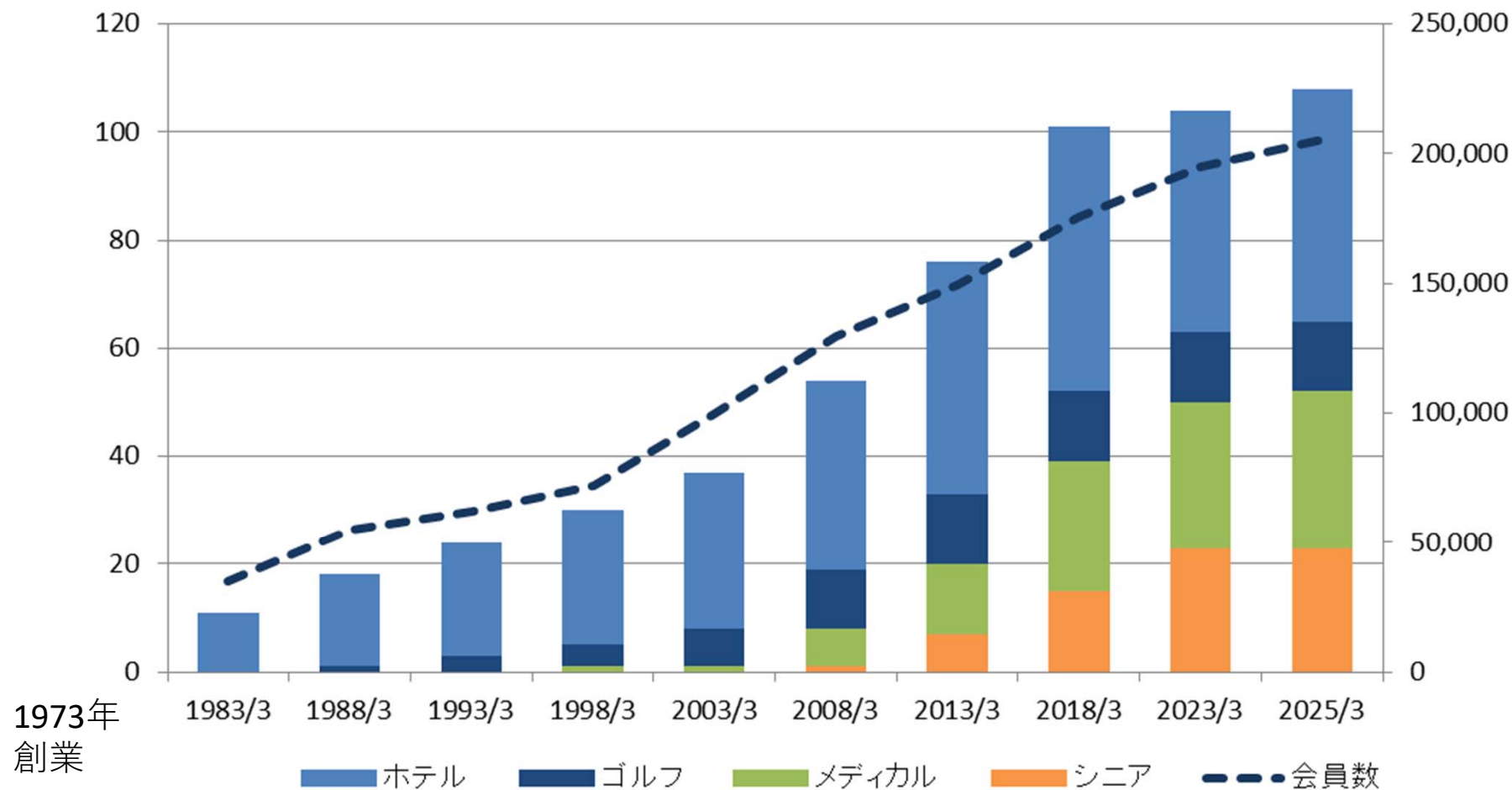
成長を牽引する運営施設と会員数の伸び

RESORTTRUST GROUP

(2025.3) 会員数: 20.5万、運営施設数: 108

運営施設数

会員数 (口)



施設数

成長を支える顧客層/富裕層の拡大

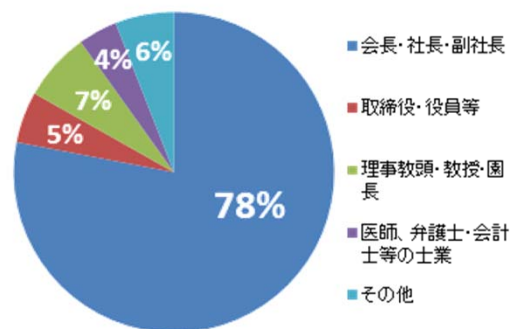
RESORTTRUST GROUP

＜グループ会員数の内訳＞

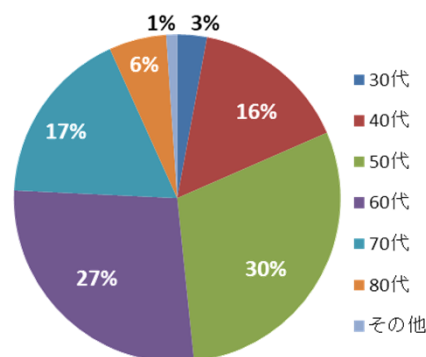
	サンチュアリコート	ベイコート	エクシブ	サンメンバーズ	ゴルフ	メディカル	クルーザー	カハラ	合計
2025年3月末	17,496	23,845	78,837	19,649	30,314	33,647	403	1,316	205,507

- ・会員数約20.5万人の内、重複保有を除いた実質の数は、約14.5万人(世帯ベース:13万世帯)
- ・超富裕層+富裕層の合計世帯(165万世帯)に対して約8%の保有比率

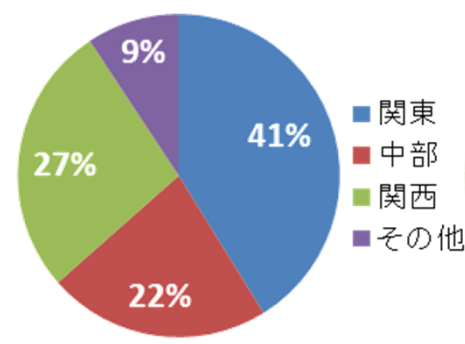
【属性】(XIV・BCC・SACの平均)



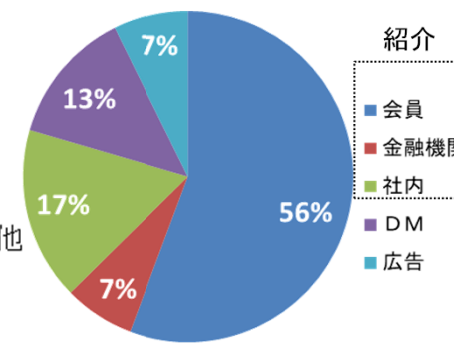
【年齢別】(XIV・BCC・SACの平均)



【地域別】(XIV・BCC・SACの平均)



【新規入会経路(ホテル会員)】

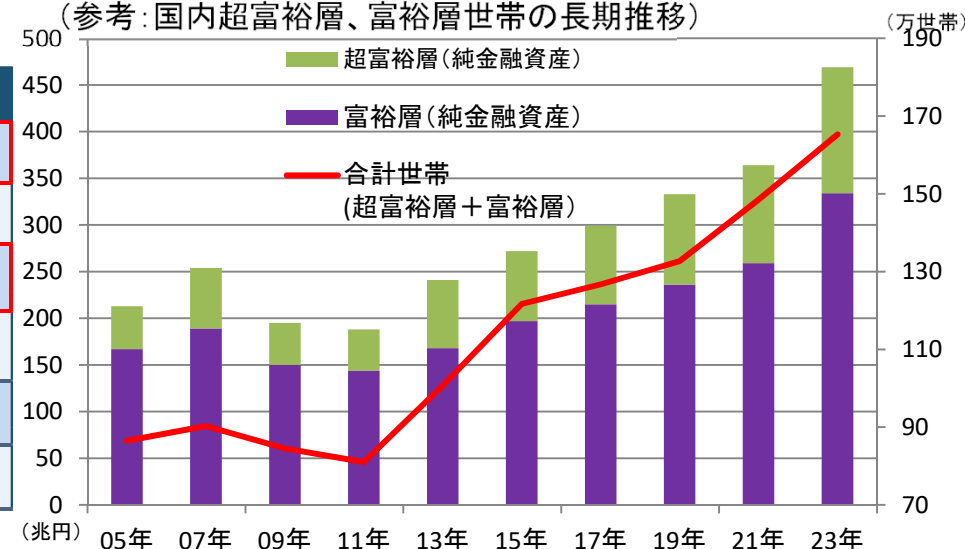


(参考:国内富裕層人口)

		2015年	2017年	2019年	2021年	2023年
超富裕層 (純金融資産5億円以上)	世帯数(万)	7.3	8.4	8.7	9	11.8
	金融資産(兆円)	75	84	97	105	135
富裕層 (1億円以上、5億円未満)	世帯数(万)	114.4	118.3	124	139.5	153.5
	金融資産(兆円)	197	215	236	259	334
準富裕層 (5千万以上、1億円未満)	世帯数(万)	314.9	322.2	341.8	325.4	403.9
	金融資産(兆円)	245	247	255	258	333

出典:株式会社野村総合研究所ホームページ

(参考:国内超富裕層、富裕層世帯の長期推移)



「会員制」の強みを最大限に活かす方程式 ①×②

RESORTTRUST GROUP

＜持続的成長を牽引する方程式＞

① 顧客数(会員数)の増加

入会経路、チャネル、商品の充実、
契約数(契約高)、契約効率向上

⇒販売戦略、デジタル活用

+

対象顧客、展開エリア
の拡充(関東、海外)

⇒ブランド戦略、認知向上

＜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

満足

紹介

＜持続的成長＞

会員を中心とした、
リゾートトラストグループ
経済圏の最大化

1顧客あたりの利用期間、
サービス領域の拡大

⇒一生涯のお付き合い、クロスセル

+

1顧客あたりの利用頻度、
家族、従業員等周辺への拡大

⇒Connect推進、接点強化

② 1顧客(会員)あたり利用額の増加

会員基盤と利用者層の拡大（グループ経済圏の最大化）

RESORTTRUST GROUP

地域	富裕層世帯	23.3会員数	23.3浸透率	（潜在的余地）
関東	約65万世帯	約5万人	8%	20～25%目安 重点地域として 「関東」の他、 「その他」の 余地も大きい
中部	約23万世帯	約4万人	17%	
関西	約24万世帯	約4万人	16%	
その他	約37万世帯	約1万人	2%	

※統計数値及び会員データ等から当社推計(富裕層世帯を149万世帯と定義した時点での試算)

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70万人

LINE導入
約40万人

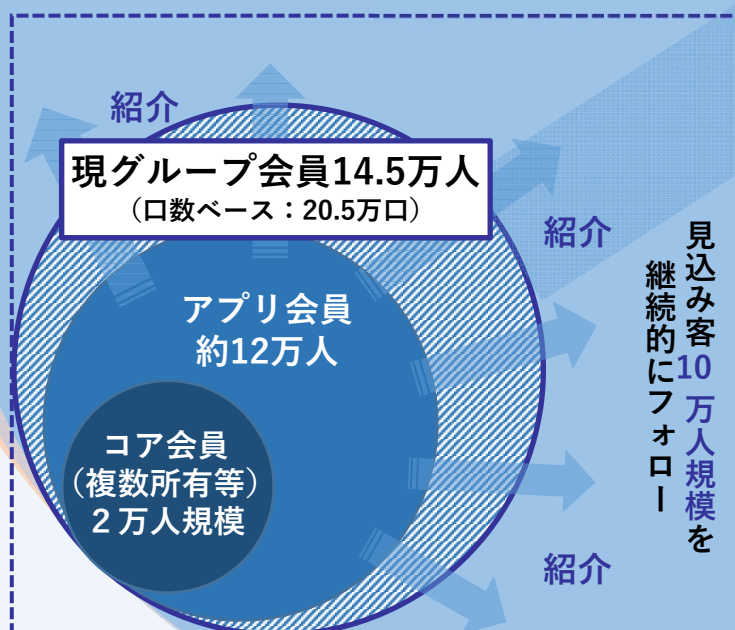
オーナー層からその周辺の利用者層まで
デジタルツールを活用し経済圏を活性化

国内富裕層(2023年)165万世帯 (2021年比11%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

グループ会員層の拡がり



中期経営計画 数値目標（2025.4～2030.3）

RESORTTRUST GROUP

連結営業利益

<2025－2028年度>
CAGR10%以上

<2029年度>
500億円以上

評価営業利益においては
毎期10%成長を目指す

ROE

中長期ターゲット:15%
(最終年度 16.5%)

ROE15%のターゲット、
及び利益成長率10%より
DOE 5 %程度の還元を目標

会員増加数(目安)
<5カ年販売口数>

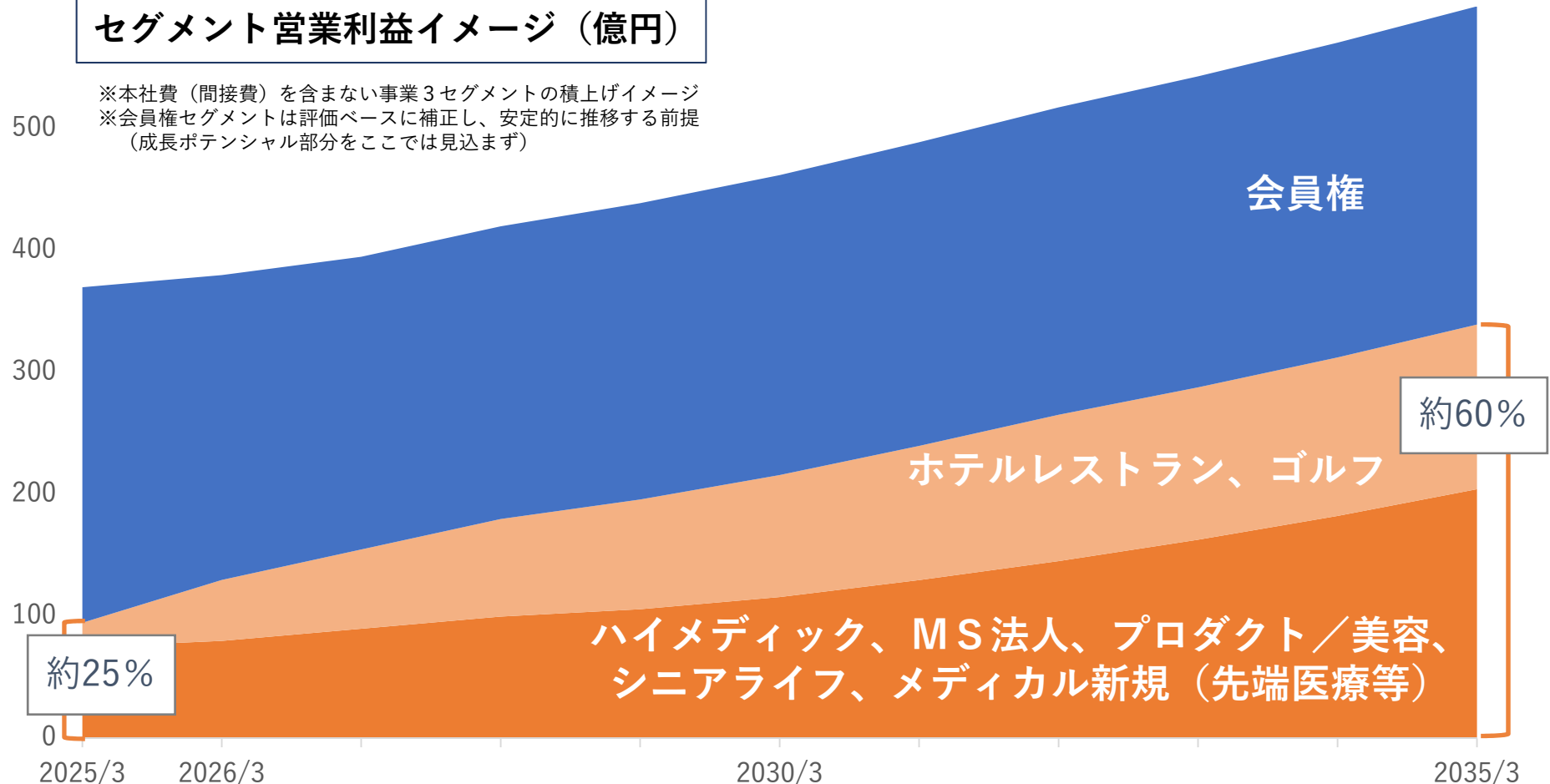
ホテル25,000口、メディカル15,000口

リゾートトラストの長期の利益成長イメージ（2025.3～2035.3）

■ 今後10年間の成長イメージ（メディカル+ホテル運営の比率が上昇し、より安定感のある成長ステージへ）

セグメント営業利益イメージ（億円）

※本社費（間接費）を含まない事業3セグメントの積上げイメージ
 ※会員権セグメントは評価ベースに補正し、安定的に推移する前提
 （成長ポテンシャル部分をここでは見込まず）



- ・ SAC 3 物件の開業
- ・ 価格改定等収益力強化
- ・ 人財、IT投資の強化
- ・ 営繕投資の強化
- ・ 新機軸の立ち上げ

- ・ 継続的な会員増加
- ・ 再投資物件の販売開始
- ・ 新機軸を収益化
- ・ XIV建替えモデル始動
- ・ メディカル100億突破

- ・ 会員制リゾート事業のサステナブル化
- ・ 会員数（口数）25万人の突破
- ・ HM会員4万5千人の突破
- ・ シニアレジデンス利用会員の増加
- ・ 海外、新機軸の拡大

主な商品・サービス価格改定の状況

RESORTTRUST GROUP

<会員権事業>

サンクチュアリコート
販売価格

2022年度

2023年度

2024年度

2025年度

<2023.6～> 高山、琵琶湖
<2023.9～> 日光
5%UP

ベイコート倶楽部
販売価格

<2023.6>
5%強UP

<2024.4～>
さらに10%UP

<2025.4～>
さらに5～10%UP

XIV販売価格
(うち期限付き商品)

<2023.6～>
10%UP (一部)

<2024.4～>
さらに10%UP (全体)

<2025.4～>
さらに10～20%UP

増収効果のイメージ
(各期の対前期の増収額)

… 2023年度20～30億規模
(一部2024年度にも寄与)

… 2023年度 5 億円規模
… 2024年度 5 ～10億円規模
… **2025年度 5 ～10億円規模**

… 2023年度 2 ～ 3 億円規模
… 2024年度 3 ～ 5 億円規模
… **2025年度 3 ～ 5 億円規模**

<ホテルレストラン事業>

ルームチャージ

<2022.11～>
10～15%UP

<2025.4～> 約30%UP
(東京ベイコートのみ)

夕朝食コース
提供価格

<2022.11～> 10%程度UP (夕食)
<2022.7～> 10%程度UP (朝食)

<2025.6～>
10%程度UP
※コース数は拡充

運営管理費
(年会費)

<2025.1～>
平均で15%程度UP

… 2023年度以降 10～15億円
… **2025年度 5 億円規模**

… 2023年度 10～15億円規模
… **2025年度 10～15億円規模**

… 2024年度 約 4 億円(4Qのみ)
… **2025年度 約13億円**
＜通期寄与ベース約17億円＞

<メディカル事業>

ハイメディック
販売価格

<2023.12～新コースのみ>
8%程度UP

※従来商品に変更なし

ハイメディック
月会費

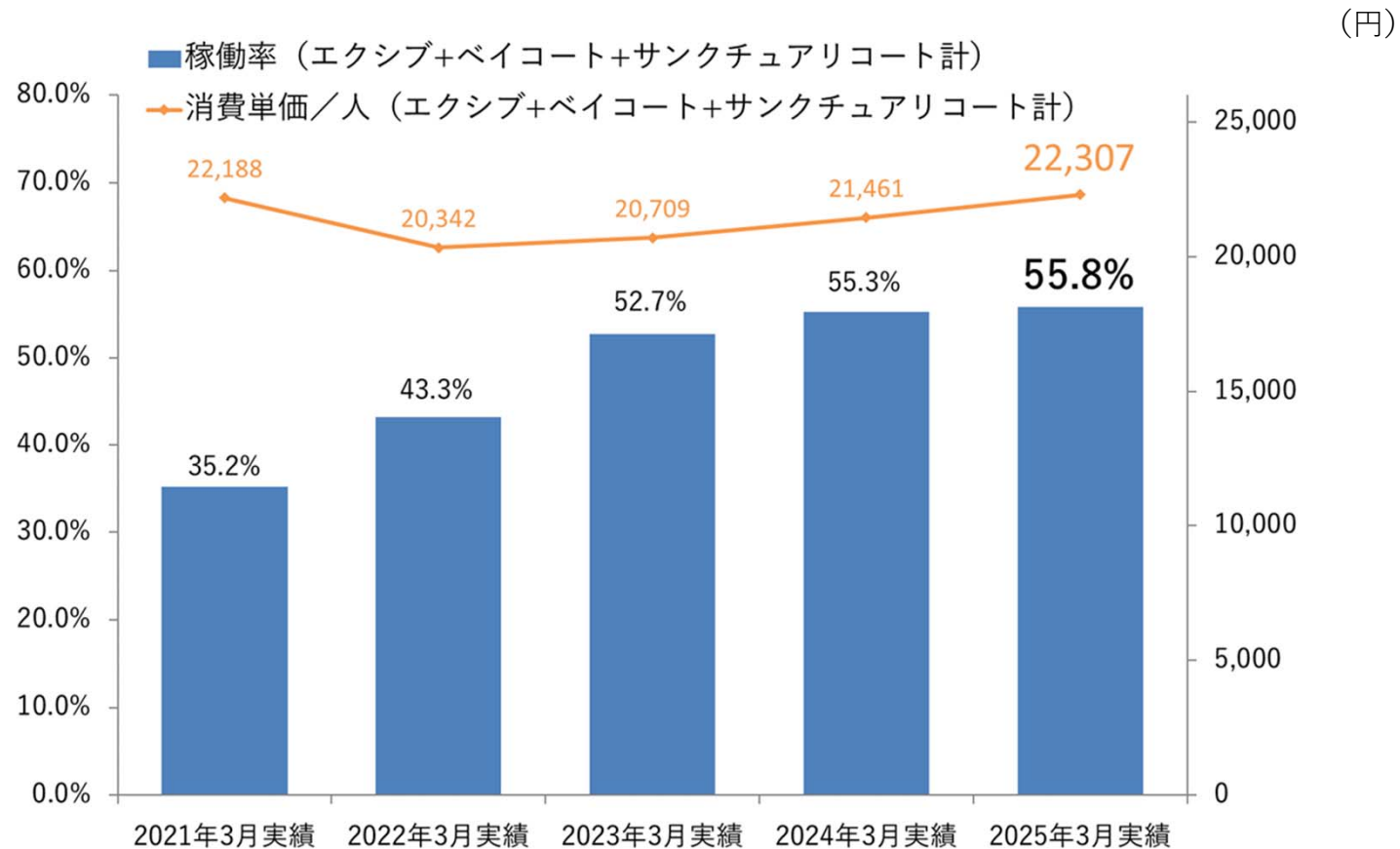
<2023.12～新コースのみ>
6%程度UP

※従来商品に変更なし

… 2023年度以降徐々に増加
(計上は8年按分のため徐々に増加)
8年後には年間5～6億円規模

… 2024年度以降に1億円規模
新規入会分について毎期

【年間累計 稼働率・単価（施設売上／宿泊人数）】



- ・ 会員制ホテルの稼働率はコロナ後にも上昇傾向を継続。2025年3月期上期には繁忙期における大規模な台風、大規模地震の臨時情報などの影響があったが、年間累計で対前年上昇を継続。
- ・ 単価も、2022年11月より実施した価格改定効果自体は一巡したものの対前年で順調に上昇。
(2021年3月期実績はコロナ禍における稼働低下に伴って単価が上昇していた傾向あり。)

※2021年3月期～2024年3月実績の消費単価は、当期の計算方法に合わせて再計算しております。

差別化された「会員制」を軸とした事業領域

RESORTTRUST GROUP

ホテル会員権等 販売<会員権セグメント>



・会員制ホテルの開発/会員権販売

- 「エクシブ」(郊外型リゾート)…ほぼ完売(再販)
- 「ベイコート倶楽部」(都市型リゾート)…完売(再販)
- 「サンクチュアリコート」(郊外型リゾート)
- ※2021年6月より新ブランド・主力商品として販売開始
- 「会員制ゴルフ倶楽部」
- 「ザ・カハラクラブ ハワイ」(海外)

ホテル及び付帯施設等運営<ホテルレストラン等セグメント>

・ホテル/レストランの運営(国内42カ所、海外1カ所)

(会員制)



(一般)



・会員制ゴルフ場の運営(13施設)



メディカル/シニアライフ<メディカルセグメント>



・会員制メディカル倶楽部の運営、会員権販売

…13施設 10コース



・一般向け医療施設の運営支援…18施設

・エイジングケア商品の開発/販売

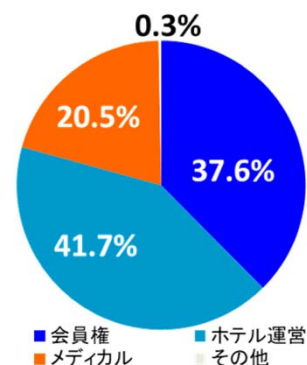
・がん治療の研究開発/機器販売

・介護付有料老人ホーム/サービス付高齢者住宅の運営

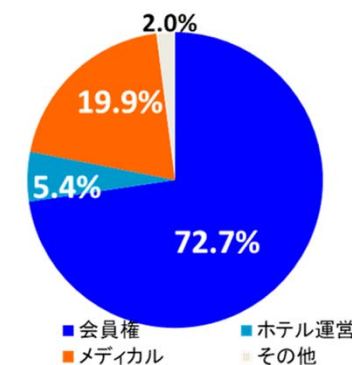
…23施設(2,092室)



売上高構成



利益構成(本社除く)



※円グラフは2025.3月期実績

(参考)セグメント別 売上高内訳(詳細)

RESORTTRUST GROUP

(赤:変動収入、青:固定収入)

区 分			金額(百万円)							
			※遡及修正 2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
			2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
会員権事業	ホテル 会員権	登 録 料 収 入	18,211	18,545	21,823	21,203	27,275	29,567	30,630	40,512
		不 動 産 売 上	29,631	39,765	11,962	38,541	10,723	2,586	23,770	49,165
	そ の 他		6,272	5,719	5,163	6,779	2,946	2,791	4,299	3,963
	小 計		54,114	64,029	38,948	66,523	40,946	34,945	58,701	93,642
ホテルレストラン等 事業	料 飲 売 上		26,861	27,364	26,604	21,020	25,070	31,601	34,224	37,370
	宿 泊 料 売 上		20,204	20,522	20,197	13,367	15,986	19,473	22,874	25,324
	施 設 付 帯 売 上		5,376	5,382	5,487	4,310	3,740	4,440	3,026	3,201
	運 営 管 理 費 収 入		7,124	7,694	8,449	8,895	9,520	9,611	9,615	10,761
	保 証 金 償 却 収 入		2,993	3,189	3,544	3,511	4,052	4,061	3,885	3,981
	海 外 ホ テ ル 売 上		8,207	8,260	7,998	2,484	5,646	9,631	10,850	12,401
	そ の 他		8,836	7,972	8,380	6,735	9,685	10,930	11,018	10,940
	小 計		79,601	80,383	80,659	60,322	73,699	89,747	95,492	103,978
メディカル事業	登 録 料 収 入		3,866	4,314	4,735	5,848	4,540	4,293	4,823	5,105
	年 会 費 収 入		7,138	7,996	8,827	9,718	11,512	12,715	14,031	15,928
	メディカルサービス法人収入		5,120	6,093	6,275	5,905	7,648	7,913	8,161	9,179
	エ イ ジ ン グ ケ ア 収 入		2,627	2,743	2,540	2,512	2,635	2,563	2,712	2,755
	シ ニ ア レ ジ デ ン ス 収 入		9,319	10,399	12,299	13,304	13,579	13,622	14,091	14,501
	そ の 他		2,920	2,933	4,191	2,735	2,518	3,316	3,081	3,533
	小 計		30,990	34,478	38,867	40,022	42,432	44,422	46,899	51,001
そ の 他	賃 貸 料 収 入		651	595	587	606	648	673	662	659
	そ の 他		56	55	82	64	55	40	47	51
	小 計		707	651	670	670	704	714	710	711
合 計			165,413	179,542	159,145	167,538	157,782	169,830	201,803	249,333

安定的なキャッシュフローを創出するビジネスフロー

RESORTTRUST GROUP

※1物件毎の目安は、
150～160室程度
のホテルを想定
(1室36人、5,000口規模を募集)

工事着工後、販売開始
※着工～開業まで約30カ月
※メディカル会員権は、開業の
半年程前から販売開始

会員権販売

＜総販売額(目安)＞
1物件毎:700億規模～

(会員権販売 による収入)
◎登録料 ○預り保証金
○不動産代金 ※30年間で定率償却

← ビジネスフロー
← - - - キャッシュフロー

◎ホテル、メディカル共通
○ホテルのみ

新施設への投資

リゾートトラスト

(運営管理費収入)
◎年会費

(利用料収入)
○ルームチャージ
○レストラン飲食
○付帯利用(スパ・エステ、
ショップ等)

施設の利用

企画開発

＜総事業費(目安)＞
1物件毎:300億規模～

施設運営

＜運営収入(年間)＞
1物件毎:30億規模～

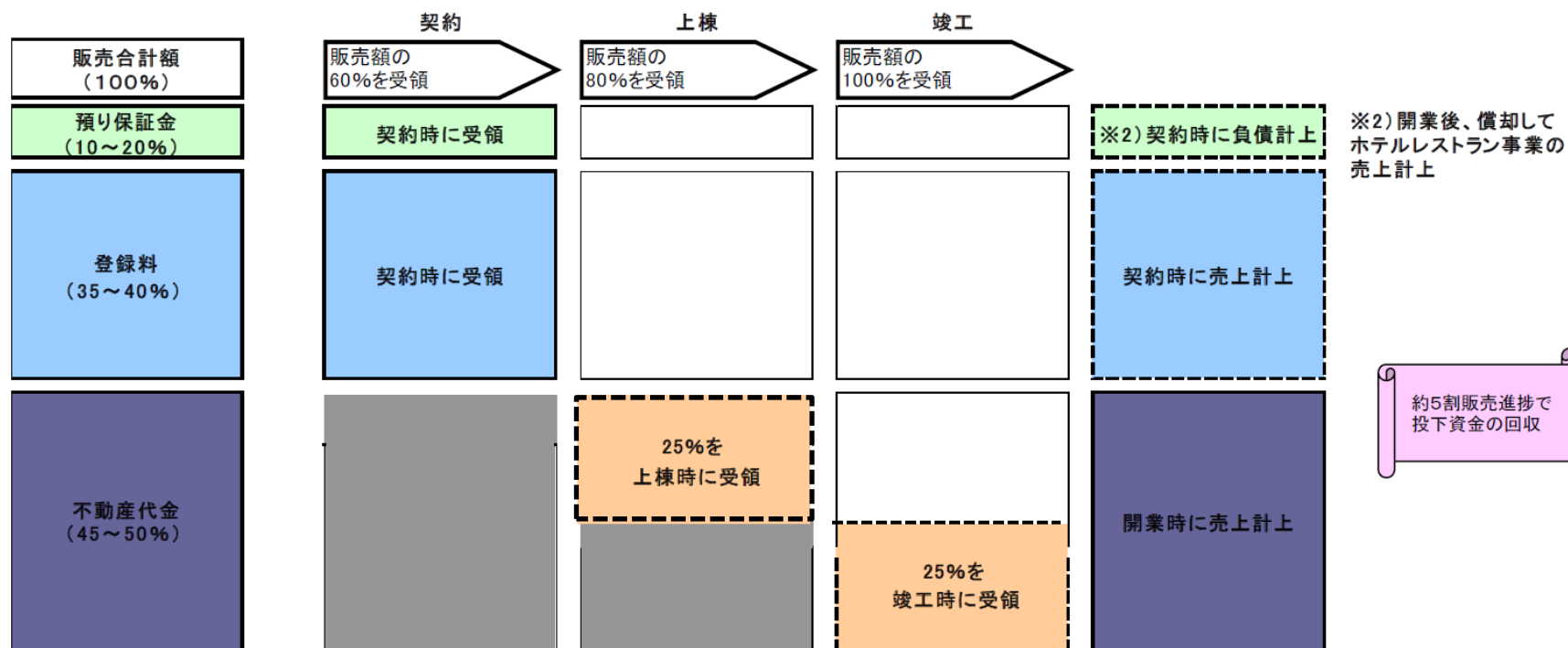
既存会員のニーズを反映

早期回収により安定した
キャッシュフローを実現

- ・事業費全体に対して、2.0～2.3倍程度の会員権販売総額を設定
- ・着工～開業(約30カ月)で約半分販売で回収、開業後2～3年で完売

未開業物件(ホテル)の計上方法

RESORTTRUST GROUP



(例) 会員権価格が1,000万円のケース

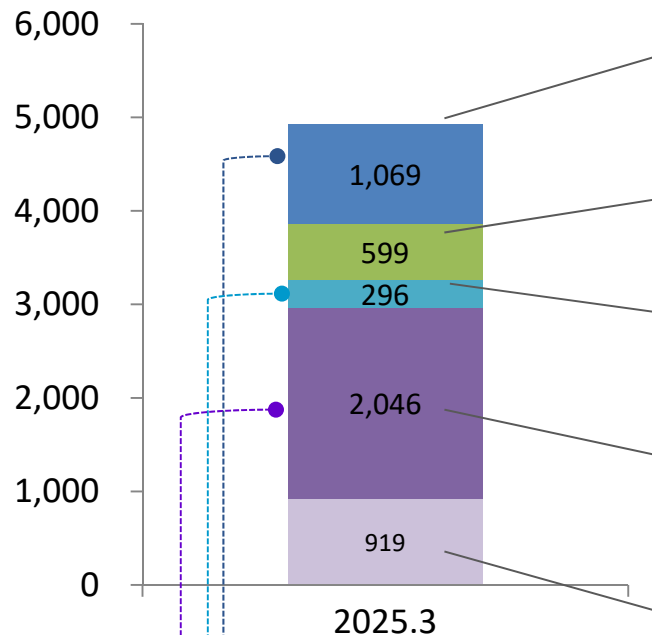
	契約	上棟	竣工	開業	収益計上
預り保証金 100万円	100万円				※2) B/S負債計上
登録料 400万円	400万円				売上計上(契約時)
不動産代金 500万円		(*) 250万円	(*) 250万円		売上計上(開業時)
契約高合計 1,000万円	600万円	250万円	250万円		
売上計上額	400万円	0万円	0万円	(※1) 500万円	
				売上原価 350万円	
				年会費 13万円	

(※1) 不動産代金については、開業するまで繰り延べられ、開業時に売上計上。

会員制ならではの強固なバランスシート

RESORTTRUST GROUP

資産(億円)



営業貸付金/割賦売掛金

会員権のローン契約(3~5年等)の債権
(2022.3までの貸付は「貸付金」、以降は「割賦売掛金」科目を使用)

その他流動資産

現金、有価証券 等

販売用不動産/仕掛販売用不動産 ⇒ 将来、原価に計上

開業済ホテルの在庫 ⇒ 販売時にPL計上
仕掛は未開業の在庫への支出 ⇒ 開業時に一括PL計上(販売済分)

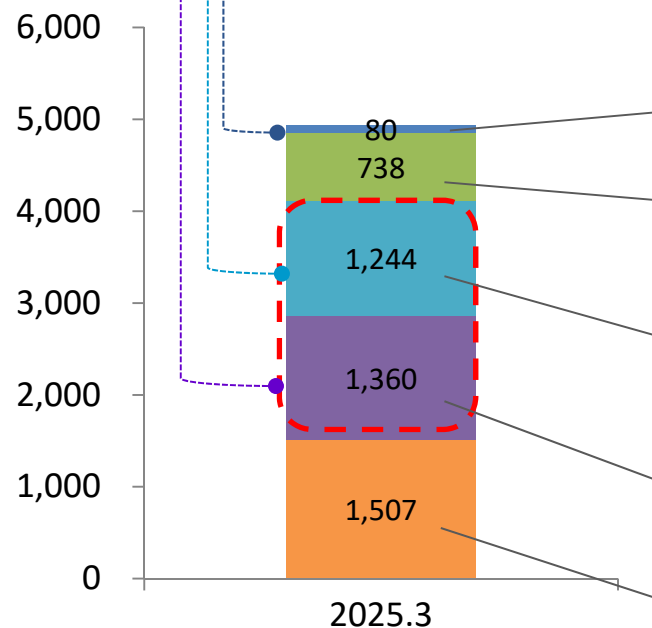
有形固定資産

会員制施設 1,400(ホテル内レストラン等、メディカル、ゴルフ、取得済用地)
非会員制 600(カハラ+トラスティ、シニア、賃貸不動産 他)

その他固定資産

繰延べ税金資産、投資有価証券 等

負債・純資産(億円)



有利子負債

借入金、社債

その他負債

未払金、リース債務等

前受金/前受収益 ⇒ 将来、売上に計上

前受金・・・未開業ホテル不動産部分550(開業時一括)、HM登録料・シニア入居金450
前受収益・・・年会費、保証金の経過勘定 ⇒ 期中にPL計上

預かり保証金(償却型) ⇒ 将来、売上に計上/(非償却型)

(償却型) 1,070 ※2000年頃以降の商品 ⇒ 30年or50年かけて売上に計上
(非償却型) 290 ※2000年頃以前の商品 ⇒ 退会時に返還等、徐々に減少

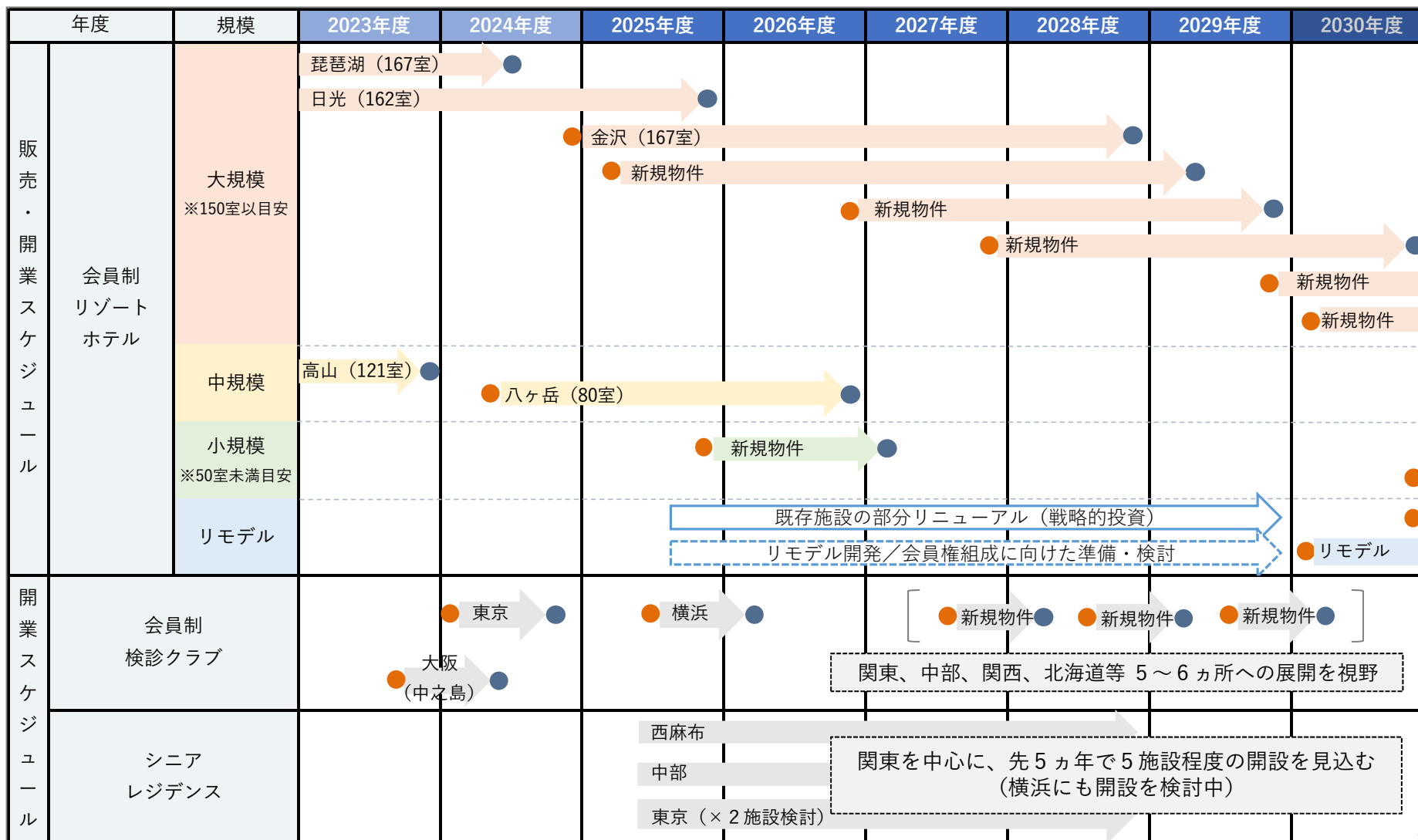
純資産合計

本中計期間(2025.4～2030.3) 開発スケジュール

- ホテルは2025年度以降も概ね1年間に1～1.5施設のペースの開発を予定（2025年度以降で9ヵ所以上の新規候補地を検討中）
- 5ヵ年ホテル事業投資額2,500億規模（分譲部分含む）のほかメディカル事業でも積極的な投資を予定
- ハイメディックは2026年度に1ヵ所の開業を予定し、その後も2030年度までを目途に現状6ヵ所を候補地に拡充を検討

<販売および開業スケジュール> ※今後変動の可能性あり

●販売開始 ●開業・取得



新商品「サンクチュアリコート」(ハケ岳・金沢) RESORTTRUST GROUP

●「サンクチュアリコートハケ岳 レジデンシャルリゾート」施設概要

会 員 権 販 売 開 始	2024年8月22日
開 業 予 定	2027年 3月(予定)
総 客 室 数	80室
付 帯 施 設	ビストロ、鉄板焼、バーベキューサイト、ラウンジ&バー、ブティック、ドッグラン等
会 員 権 価 格	820万円～3,775万円 (10泊タイプor20泊タイプ、各3グレード)



全景



客室(ロイヤルスイート)

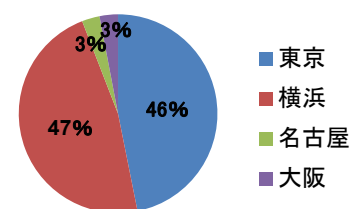
●「サンクチュアリコート金沢 ホテル&ゴルフ スパリゾート」施設概要

会 員 権 販 売 開 始	2025年3月21日
開 業 予 定	2029年 3月(予定)
総 客 室 数	167室
付 帯 施 設	日本料理レストラン、イタリア料理レストラン、ラウンジ、メンバーズバー、スパ(内風呂、露天風呂、サウナ)、トリートメントサロン、ボールルーム、エグゼクティブルーム(ゴルフシミュレータールーム、ミュージックルーム)、ブティック等
会 員 権 価 格	820万円～3,775万円 (8泊タイプor16泊タイプ、各3グレード)

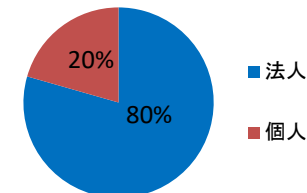
◆2025年3月末の契約状況 (ハケ岳)

- ・総販売口数: 2,880口 (全て10泊商品で販売した場合)
- ・販売口数: 2,697口 (2024/8/22～2025/3/31)

＜地域別(支社別)の販売比率＞



＜入会主体別＞



●「サンクチュアリコート」商品概要

会員期間 権利形態

- ・会員期間は、ホテル開業から50年間
- ・土地: 一般定期借地権、建物: 区分所有もしくは民法上の共有

権利泊数

- ・年間20泊(18名の会員で共有)、年間10泊(36名の会員で共有)
- ・年間16泊(22名の会員で共有)、年間8泊(45名の会員で共有)

占有日の交換 利用

- ・会員制リゾート「エクシブ」「ベイコート倶楽部」とも相互に交換可能

フローティング 時権利未 消化(上限あり)

- ・自施設の利用に限り、自施設のフローティング利用一定泊数を権利未消化でご利用可能。
(例: 10泊タイプは月5泊、8泊タイプは月7泊)



外観



レセプション

メディカル事業の展開(ハイメディック開業／事業提携検討)

RESORTTRUST GROUP

【ハイメディック大阪中之島コース 7/31 開業】

販売開始：2023/12/ 8

募集口数：5,760口（2025/3末会員数 2,149口）

大阪府と民間企業などで設立した未来医療推進機構が拠点形成を進める未来医療の産業化拠点「Nakanoshima Qross」（中之島クロス）内の「未来医療MEDセンター」に開設。ウェルビーイング検診を充実。



【ハイメディックミッドタウンイーストコース10/28 開業】

販売開始：2024/ 4 / 8

募集口数：4,950口（2025/3末会員数 1,167口）

立位CT、頭部・乳房用 PETを初導入。
※当社グループで初めて、アルツハイマー型認知症の兆候などを調べる頭部PET検査を実施。



立位CT検査イメージ

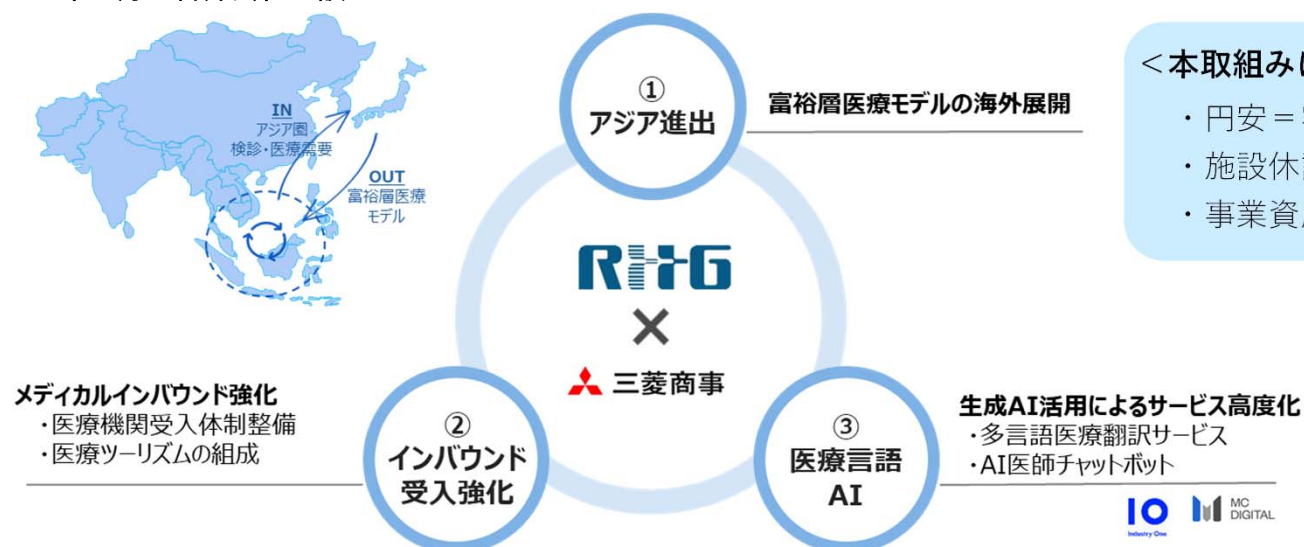


頭部・乳房用PET
(頭部撮像モード)

【三菱商事株式会社とのメディカル事業の海外展開】

三菱商事株式会社と、同社の海外ネットワークおよび保有テクノロジーを活かしたメディカル事業の海外展開を行うための合併会社を設立し、アジア圏を中心に当社グループが強みを有する「日本人向け富裕層医療モデル」の海外展開を推進して参ります。

<2025年 1 月に合併会社を設立>



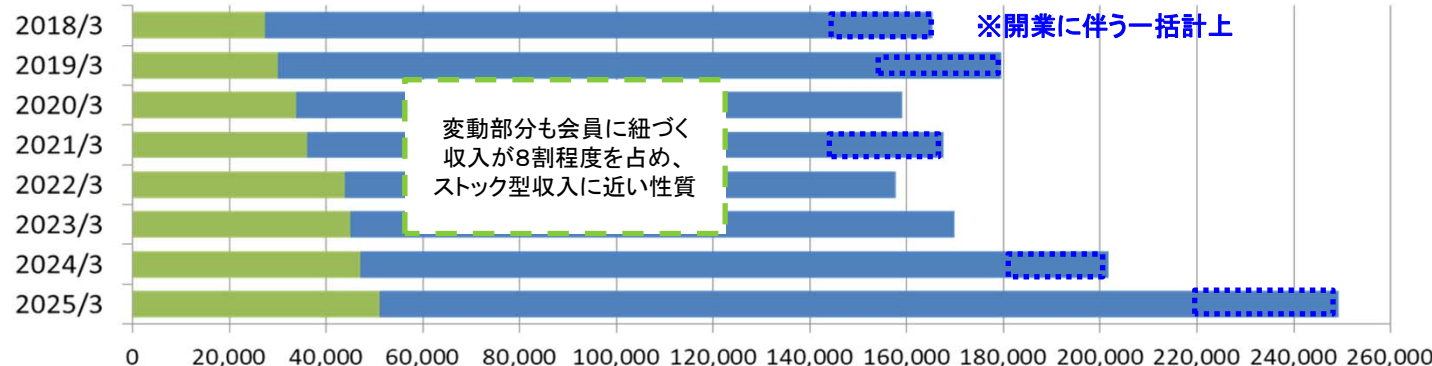
<本取組みによる当社グループのメリット>

- ・円安＝客単価向上期待
- ・施設休診日の活用＝施設稼働率向上
- ・事業資産の収益性向上に大きく寄与

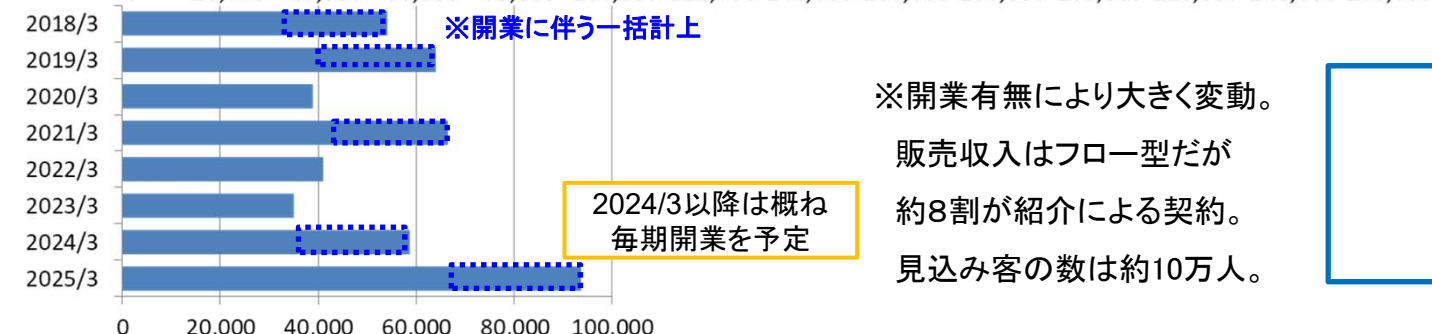
セグメント別 売上高内訳

RESORTTRUST GROUP

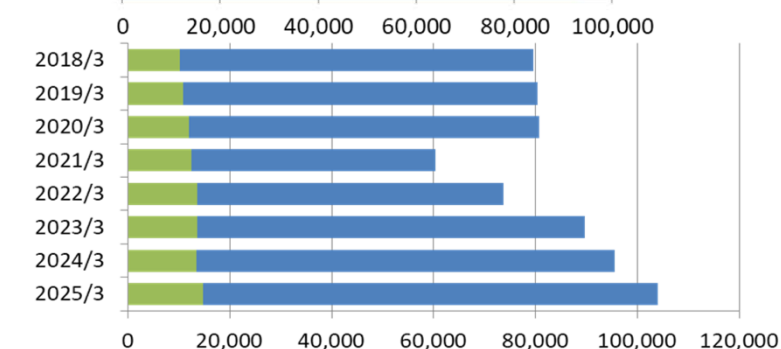
連結全体



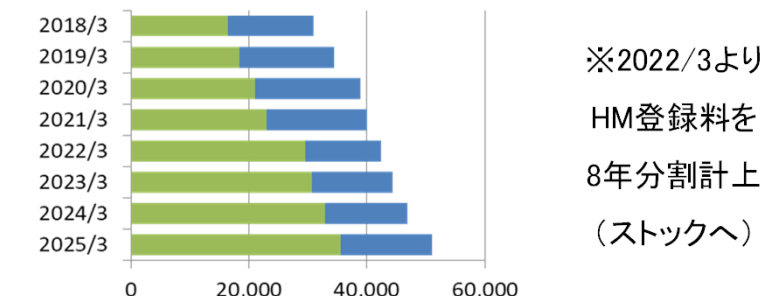
会員権



ホテル運営



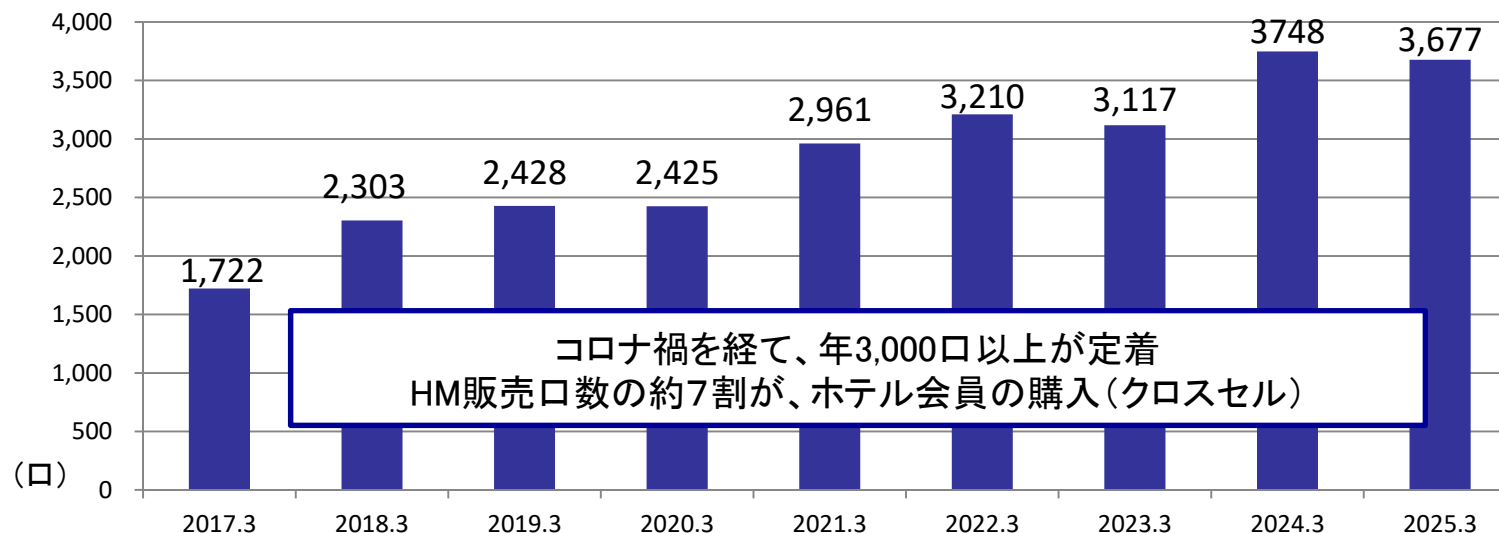
メディカル



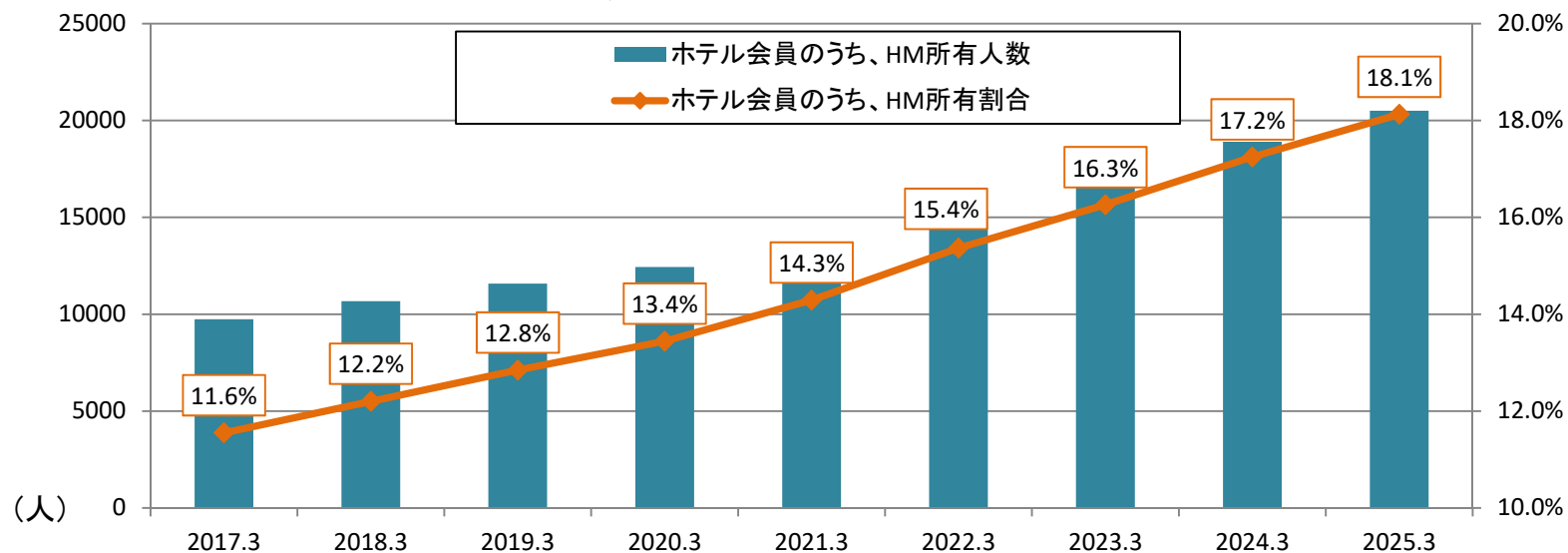
ホテル事業とメディカル事業のシナジー

RESORTTRUST GROUP

ハイメディック販売口数＜単年度実績＞



ホテル会員権所有者の内、ハイメディック所有者の割合



メディカル事業のポートフォリオと、新規投資による拡大

MS法人事業：利益率15～20%

(5ヵ年通常投資：50～100億規模+戦略的投資)



一般健診施設数：18施設
健診数：年60万件⇒目標70万件、読影105万件
⇒新規複合型施設開発、インバウンド本格化
主なパートナー：全国の医療機関（業務受託）、三井物産(株)（遠隔画像診断）、オリックス(株)

ハイメディック事業：利益率25～30%

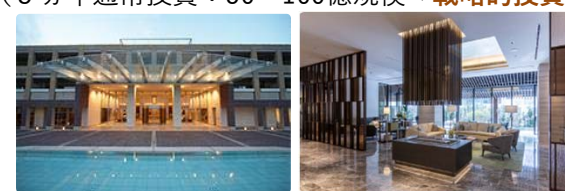
(5ヵ年通常投資額：150～200億規模)



現検診施設数：10コース13施設
会員数：3.3万人⇒2029年度には4.5万人規模へ
主なパートナー：国内著名大学病院（共同研究や寄付講座設置＝強固な連携体制を構築）等
グループ医療戦略の中心事業であり、研究開発(R&D)機能強化、シニアライフ・MS法人・海外展開への強い影響力を持つ

シニアライフ事業：利益率5～10%＞

(5ヵ年通常投資：50～100億規模⇒戦略的投資)



現施設数：23施設2,100室⇒入居率目標92%
新たな事業形態のレジデンス・介護施設拡充、ロボティクス、DX、ケア研究にも注力。
(新規開業施設は10%以上の利益率を想定)
主なパートナー：三菱地所レジデンス(株) 他
自立型レジデンス開発は戦略投資に含まず※詳細次頁

事業間シナジーのイメージ

RT：物販
クロスセル

人財/人脈/医療機器/
ノウハウ/ネットワーク

インバウンド美容/先端医療

DX・AI基盤構築＜加速度成長の挺子＞

パートナー企業との連携の元、遠隔読影等を含めた新しい医療DX、CRMプラットフォームづくり
主なパートナー：(株)DeNA (JV:ウェルコンパス)

医療人財/ノウハウ/安心感

RT：会員権クロスセル

RT:ホテルレストラン人財/
サービス品質

RT:インバウンド宿泊/飲食

プロダクト/美容 利益率10～15%

(5ヵ年投資額：未算入⇒戦略的投資)



プラズマローゲン、エクオール等のサプリメントや、再生医療化粧品等の開発・販売を行う事業。大阪での新拠点に美容/再生医療を設置予定。
主なパートナー：クリニック医師
グループ全体の各事業とのシナジーの中で商品を開発・展開

先端医療/国内及び海外：利益率20%程度想定（現時点の概算見込み）

(5ヵ年通常投資額：未算入⇒戦略的投資)



◆国内主要都市（東京に加え、大阪・横浜・名古屋等、他医療機関とのアライアンス含む）及び東南アジア（ベトナム、インドネシア、フィリピン、タイ、マレーシア等）への展開で、最先端高度医療センター（がんセンター+長寿医療センター）を構築

概算事業費(例)：1センター約200億円程度、5施設で約1,000億円等
※国際提携やアライアンスを元に、出資としてはマイナーを想定

・がんセンター機能（がん検診、免疫細胞療法、BNCT、陽子線治療など）
・長寿医療センター機能（アンチエイジング医療、予防医療、高度検診）

◆インバウンド対応の強化(国内施設活用)⇒言語対応によるサービス高度化

・多言語医療翻訳サービス、AI医師チャットボット

主なパートナー：三菱商事(株)、国立がん研究センター(BNCT開発) 他

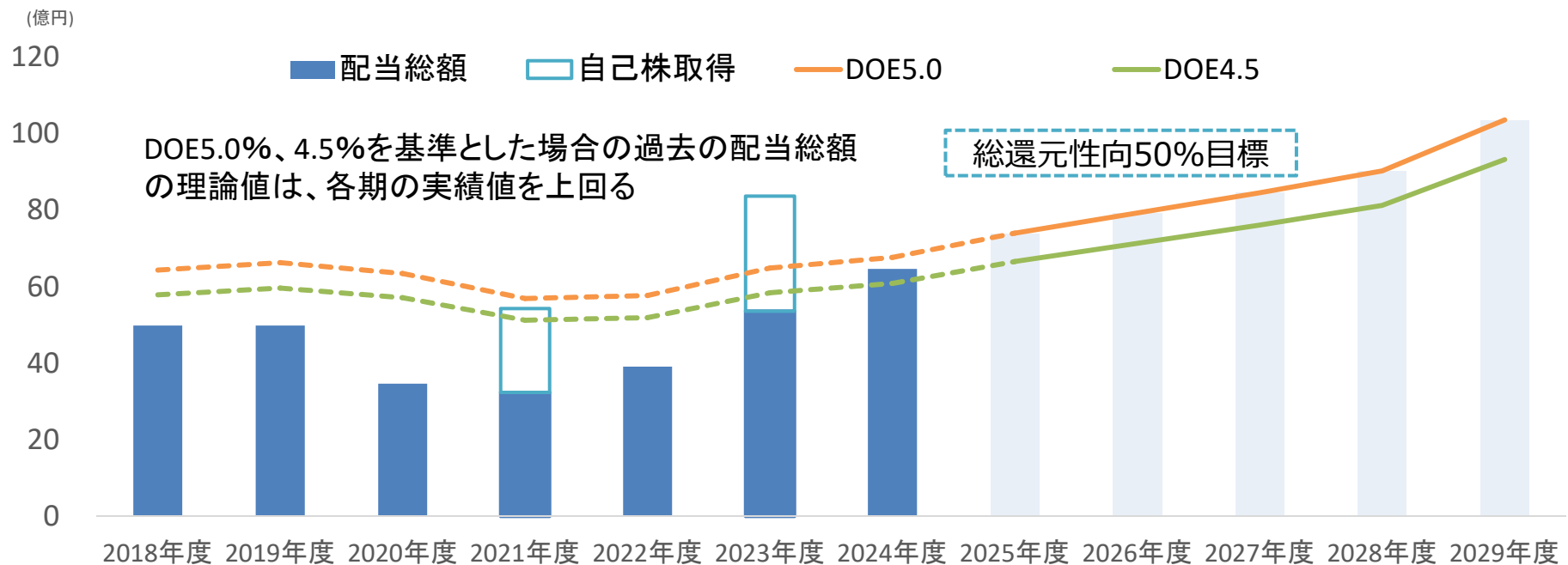
全体の事業リソースが結実（顧客基盤、研究成果、ブランド）

本中計期間（2025.4～2030.3）株主還元強化

- 繰延べ実現の影響を受ける従来の配当性向による方針に対し、DOEを採用することでより安定的且つ累進的な配当を見込む
- 還元額で従来水準以上のDOE基準を設定することで全体を底上げし、且つ、先3年は特に還元強化に注力する

株主還元方針<2025-2029年度>

- ・DOE4.5%を下限、5%を目標
- ・先3年間（2025 - 2027）の総額は総還元性向50%を目指す
※会計上の営業利益を評価営業利益（営業上の実力値）が上回る期において、重点的に追加の還元策を検討



(参考)リゾートトラストグループネットワーク

RESORTTRUST GROUP

リゾートトラストグループネットワーク

(2024年8月31日現在)

- サクチュアリコート 4施設 (3物件開発中)
- カハラ 2施設
- ベイコート倶楽部 4施設
- エクシブ 26施設
- サンメンバーズ 7施設*
- ホテルトラスティ 3施設*
- ゴルフ場 13カ所
- スキー場 1カ所
- ハイメディック10コース (1物件開発中)
- シニアレジデンス 23施設
- 運営支援医療機関 20施設



米国ハワイ州 オアフ島

ホテル施設

	運営開始年	部屋数
● サクチュアリコート		476*
栃木県		
サクチュアリコート日光	2026(予定)	162
山梨県		
サクチュアリコート八ヶ岳	2027(予定)	26*
岐阜県		
サクチュアリコート高山	2024	121
滋賀県		
サクチュアリコート琵琶湖	2024(予定)	167
● カハラ		484
米国ハワイ州 オアフ島		
ザ・カハラ・ホテル&リゾート	2014	338
神奈川県		
ザ・カハラ・ホテル&リゾート 横浜	2020	146
● ベイコート倶楽部		824
東京都		
東京ベイコート倶楽部	2008	292
神奈川県		
横浜ベイコート倶楽部	2020	138
愛知県		
ラグーナベイコート倶楽部	2019	193
兵庫県		
芦屋ベイコート倶楽部	2018	201
● エクシブ		3,613
福島県		
エクシブ那須白河	2005	58
山梨県		
エクシブ山中湖	1993	252
エクシブ山中湖 サクチュアリ・ヴィラ	2009	28

*数字の地・上・下等の区分別の建物(建築確認完了)の建築を予定

	運営開始年	部屋数
長野県		
エクシブ軽井沢	1990	200
エクシブ軽井沢 パセオ	2012	32
エクシブ軽井沢 サクチュアリ・ヴィラ	2004	40
エクシブ軽井沢 サクチュアリ・ヴィラ ムセオ	2012	16
エクシブ蓼科	1999	230
神奈川県		
エクシブ湯河原離宮	2017	187
エクシブ箱根離宮	2010	187
静岡県		
エクシブ初島クラブ	2000	200
エクシブ伊豆	1988	227
エクシブ浜名湖	2004	193
三重県		
エクシブ鳥羽	1987	207
エクシブ鳥羽アネックス	1991	198
エクシブ鳥羽別荘	2016	121
滋賀県		
エクシブ琵琶湖	1997	268
京都府		
エクシブ京都 八潮離宮	2006	210
和歌山県		
エクシブ白浜	1989	104
エクシブ白浜アネックス	1993	144
兵庫県		
エクシブ六甲 サクチュアリ・ヴィラ	2018	48
エクシブ有馬離宮	2011	175
エクシブ淡路島	1992	109
徳島県		
エクシブ鳴門	2001	135
エクシブ鳴門 サクチュアリ・ヴィラ	2003	22
エクシブ鳴門 サクチュアリ・ヴィラドゥーエ	2005	22

	運営開始年	部屋数
● サンメンバーズ		633*
静岡県		
リゾートピア熱海	1983	206
京都府		
リゾートピア久美浜	1984	57
サンメンバーズ京都嵯峨	1980	67
大分県		
リゾートピア別府	1984	57
岐阜県		
サンメンバーズひるがの	1974	36
愛知県		
サンメンバーズ名古屋白川	1974	105*
鹿児島県		
サンメンバーズ鹿児島	1980	105
● ホテルトラスティ		507*
東京都		
ホテルトラスティ東京ベイサイド	2008	200
愛知県		
ホテルトラスティ名古屋 白川	2016	105*
大阪府		
ホテルトラスティ大阪 阿倍野	2012	202

★サンメンバーズ名古屋白川(ホテルトラスティ名古屋 白川内)を含む

	ホール数
● ゴルフ場	
福島県	
グランディ那須白河ゴルフクラブ	36
山梨県	
メイプルポイントゴルフクラブ	18
長野県	
グランディ軽井沢ゴルフクラブ	18
静岡県	
グランディ浜名湖ゴルフクラブ	18
岐阜県	
スプリングフィールドゴルフクラブ	18
バインズゴルフクラブ	18
愛知県	
セントクリークゴルフクラブ	27
ザ・トラディショナルゴルフクラブ	18
三重県	
グレイスヒルズカントリー倶楽部	18
滋賀県	
ザ・カントリークラブ	18
兵庫県	
関西ゴルフ倶楽部	18
奈良県	
オークモントゴルフクラブ	27
徳島県	
グランディ鳴門ゴルフクラブ36	36

	運営開始年
● スキー場施設	
福島県	
グランディ羽鳥湖スキーリゾート	2004

※営業休止中

	開業年
● ハイメディック(検診コース)	
山梨県	
ハイメディック山中湖コース	1994
東京都	
ハイメディック・東大病院コース	2006
ハイメディック・ミッドタウンコース	2013
ハイメディック東京ベイコース	2015
ハイメディック東京日本橋コース	2020
ハイメディック・ミッドタウン・イーストコース	2024(予定)
愛知県	
ハイメディック名古屋コース	2016
京都府	
ハイメディック京大病院コース	2016
大阪府	
ハイメディック大阪コース	2005
ハイメディック大阪中之島コース	2024

	部屋数
● シニアレジデンス施設	2,093
東京都	
トラストガーデン杉並宮前	99
トラストガーデン南平台	41
トラストガーデン桜新町	86
トラストガーデン用賀の杜	128
トラストガーデン等々力	57
トラストガーデン東横町	32
トラストガーデン本郷	118
トラストガーデン常磐松	50
クラシックガーデン文京根津	51
トラストガーデン荻窪	50
フェリオ多摩川	68
フェリオ成城	65
神奈川県	
トラストガーデン横浜ベイ馬車道	73
愛知県	
トラストグレイス白壁	72
モーニングパーク主税町	41
滋賀県	
アクティバ琵琶湖(自立棟/介護棟)	384
京都府	
トラストガーデン四条烏丸	54
兵庫県	
トラストガーデン宝塚	89
トラストグレイス御影(一般棟)	217
トラストグレイス御影(介護棟)	63
福岡県	
フェリオ天神	95
フェリオ百道	98
レジャース百道	62

運営支援医療機関

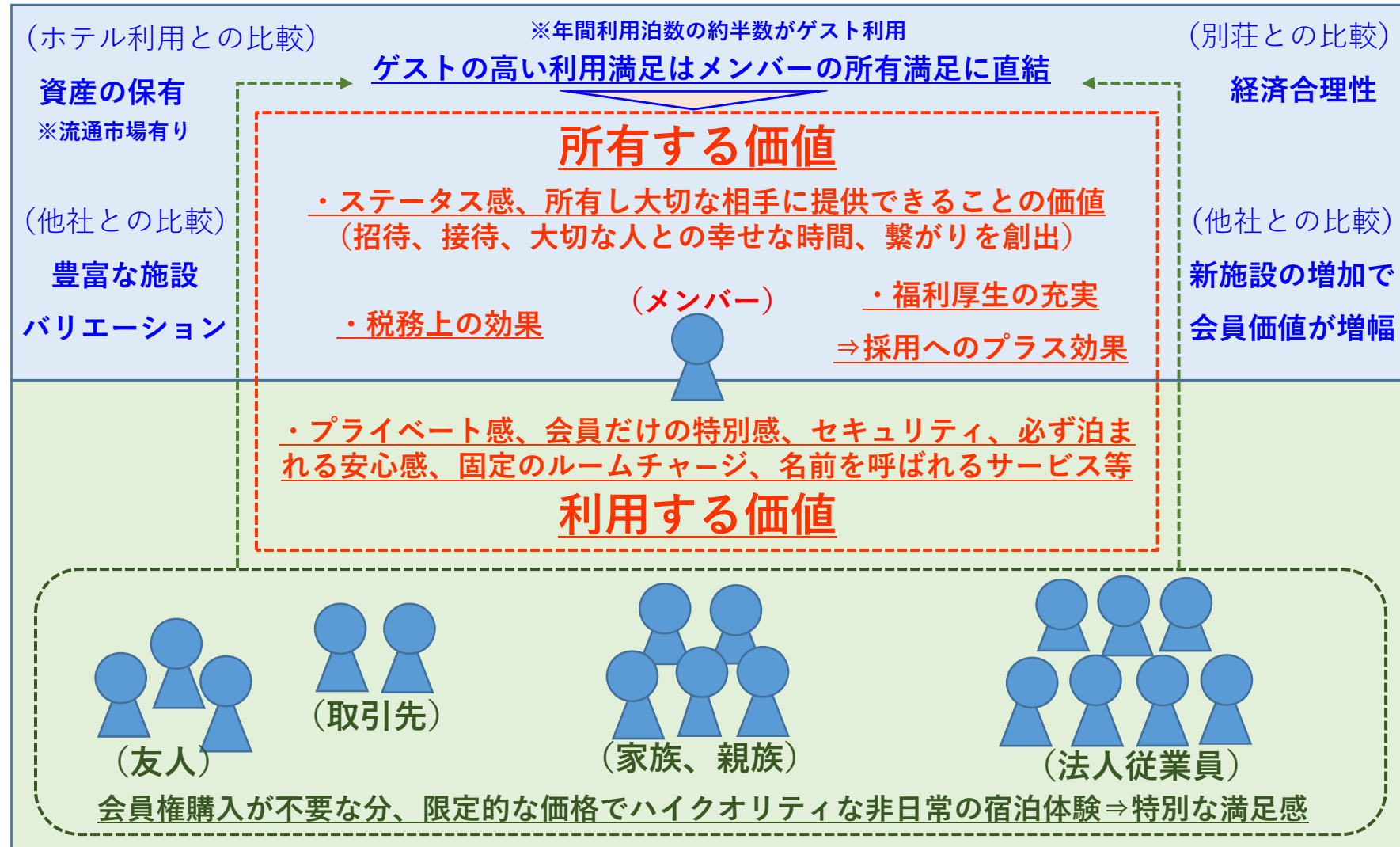
北海道
札幌フジクリニック
宮城県
せんだい総合健診クリニック
東京都
東京ミッドタウンクリニック
東京ミッドタウン皮膚科形成外科Noage
東京ミッドタウンデンタルクリニック
東京ミッドタウンクリニック健診センター
ミッドタウンクリニック東京ベイ
ミッドタウンクリニック有明
東京ミッドタウン先端医療研究所
東京ダイヤビルクリニック
浜松町ハマサイトクリニック
進興クリニック
進興クリニックアネックス
オーバルコート健診クリニック
セラヴィ新橋クリニック
立川北口健診館
東プラ健診クリニック
浜町公園クリニック
日本橋室町三井タワー ミッドタウンクリニック
愛知県
ミッドタウンクリニック名駅

参考資料: リゾートトラストの価値創造モデル

リゾート会員権の購入価値（購入動機等を基にしたイメージ）

Q.何故、敢えて「会員権」購入という選択肢を選んで頂けるのか？

一般的な高額消費（例：高級車等）と比較した場合に『周囲にまでその価値が及ぶか』に大きな違いがある。



一般のホテルを予約し予めお金を払い『泊まってきていいよ』は考えにくい。代替できる商品は殆どない。

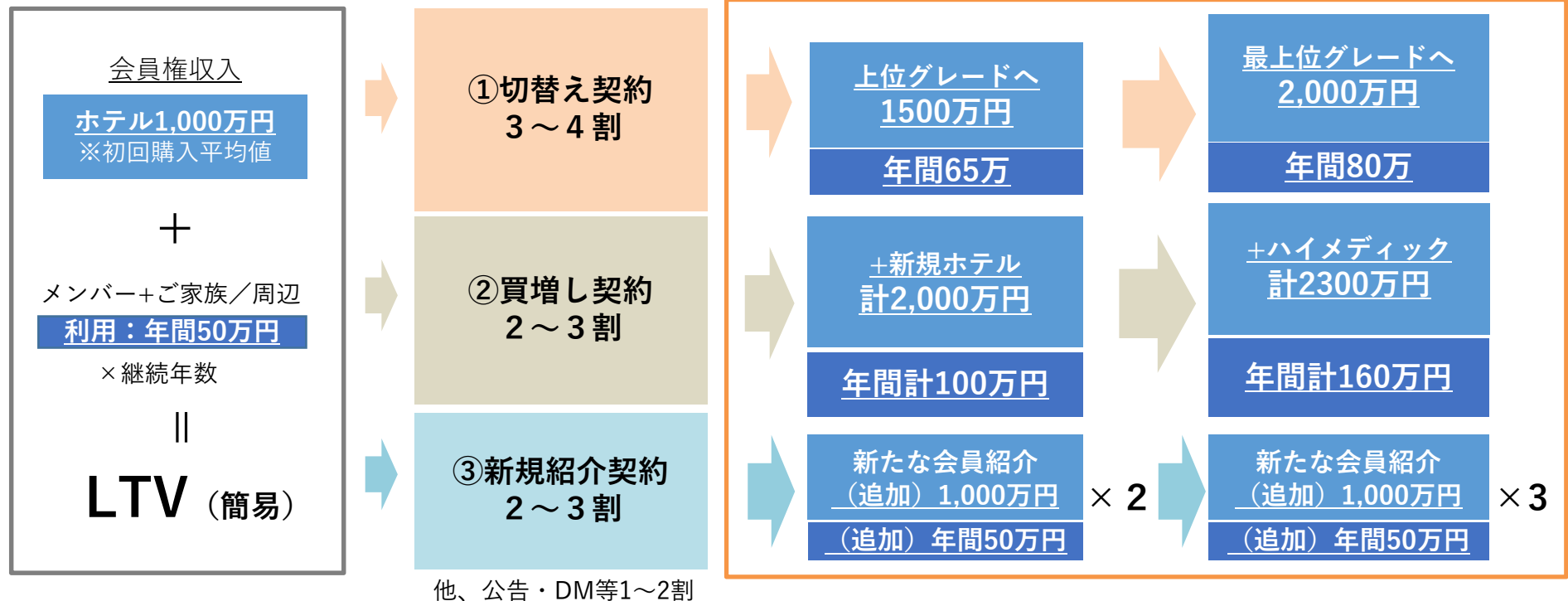
メンバーとの強い関係性に基づく事業の拡張

会員権販売事業はフロー型の収益と捉えられやすいが、
毎年の契約件数の8割以上が、ストックである14.5万人の既存顧客を起点とした契約

<会員数：14.5万人>

<年間契約：約1万件>

<既存顧客に由来する収益・価値拡大（イメージ）>



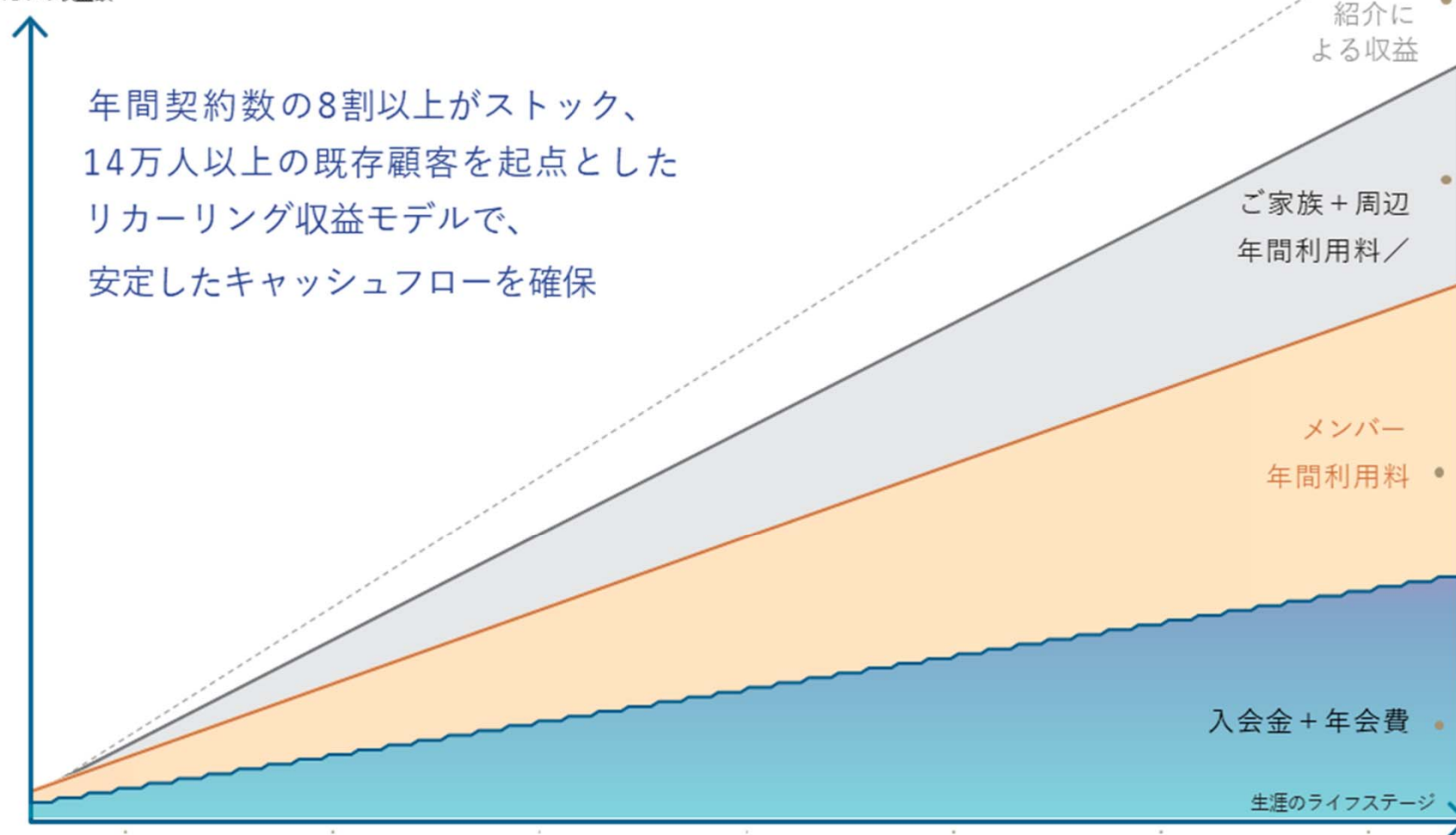
<約2万人のコア顧客> RTTGポイントクラブ上位2ステージの会員利用状況

ゴールド会員 (約5,000人)	会員権：4種保有 or総額5000万円	年平均利用額268万	左記の利用総額で 全ポイント会員 約10万人利用額 の6割程を占める
シルバー会員 (約20,000人)	会員権：3種保有 or総額2500万円	年平均利用額108万	

顧客との一生涯の関係構築によるLTV最大化①

既存会員を起点に、ご家族+周辺利用と紹介による新たな成長を創出

1会員あたりの収益額



初期収益だけではない継続収益

会員権の販売だけでなく、会員が継続的に支払いをする仕組みを作ること、安定した収益を確保。

一生涯にわたり顧客に寄り添える

多様な事業展開

ファミリーからシニア世代まで、それぞれのライフステージに応じたサービスを提供することで、一生涯にわたる関係を構築。利用ごとに追加収益が発生。

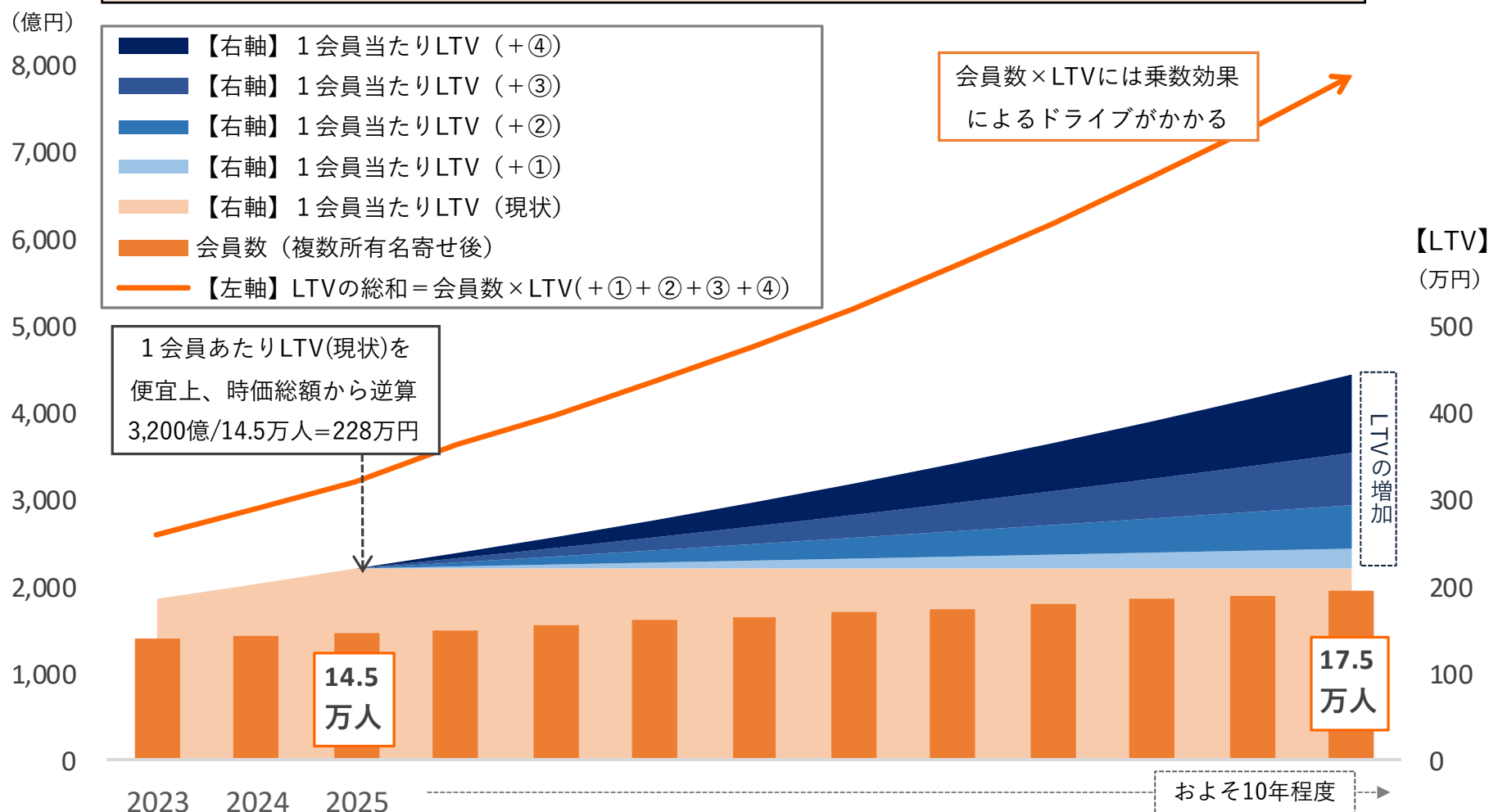
家族や知人、法人経由での

紹介拡大

既存会員のネットワークを活用し、家族・知人・法人経由での信頼性の高い新規会員獲得と継続的な利用促進に注力

顧客との一生涯の関係構築によるLTV最大化

LTV最大化×会員数増加の乗数効果によって成長を加速



1会員あたりLTVの増加ドライバー

$$\textcircled{1} \times \textcircled{2} \times \textcircled{3} \times \textcircled{4} \div 2.0$$

※先10年程度を目安

①利用頻度 (回) × 1.1
 (登録数 / 利用者数)

- ・顧客との関係性の深化
- ・複数登録制度の浸透
- ・働き方改革、休日数増

②利用単価 (円) × 1.2
 (アップグレード)

- ・高付加価値サービスの拡充
- ・物価上昇に伴う価格設定
- ・人によるサービスの希少化

③継続期間 (年) × 1.2
 (一生涯向け商品)

- ・健康寿命の延伸
- ・高齢者向けサービス拡充
- ・エンゲージメント向上

④購入本数(商品数) × 1.25
 (買増・クロスセル)

- ・クロスセル機能の強化
- ・商品のイノベーション
- ・富裕層可処分資産の増加

会員制ビジネスモデルの3つの特徴まとめ

①「一生涯」の多様な潜在ニーズ、富裕層の購買余力

「メンバー+ご家族・周辺」の一生涯に対して多様な価値提供が可能。
インフレや経済不安に強く、その中でも拡大を続ける国内富裕層の
購買余力のもと、「規模の拡大と単価の向上」両面での成長が可能。

②メンバーとの「継続的な関係」に基づく事業の拡張

メンバー自身が追加購入やより高グレードの商品へ買い替えを行い、
さらに、優良な新規顧客の紹介により規模が拡大する強固なメンバー
シップモデル。頂いたお声から商品を開発する固いマーケティング。

③「早期の投資回収」と「長期の安定収益」の両立

投資フェーズ（顧客の入会時）でキャッシュインが先行し、且つ、
長期のリカーリング収入が安定成長を可能にする独自の収益構造。

会員制モデルのキャッシュ・フローの特徴

「早期の投資回収」と「長期の安定収益」の両立

一般的な販売モデル (マンション、一般ホテル等)

- ・販売時の収益がトータルの収支となるため、綿密なマーケティング、値付け等の商品設計が極めて重要。
- ・販売後にユーザーとの関係性を保つための接点を保ちづらく、収益の継続性に課題。

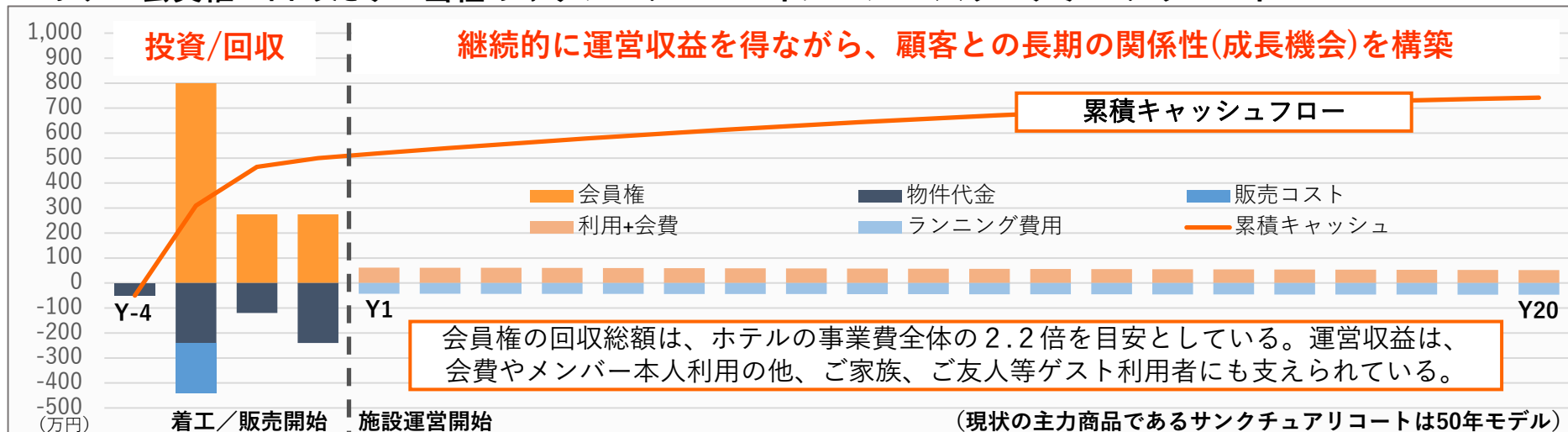
一般的なリカーリングモデル (サブスクリプション等)

- ・イニシャルでは大きな収益が計上できないため、投資に対しての回収期間が長くなる。
- ・ユーザーの離脱を防ぎながら、アップグレード、アップセルに向けた高付加価値メニューの創出と提案が、収益向上には不可欠。

リゾートトラストの 会員制ビジネス

- ・会員権収入により、開業前に投資回収を終え、販売利益を計上。
- ・ご利用の都度人対人の接点を持ち、担当営業より継続的に提案・フォロー。ご家族・周辺を巻き込みながらロイヤリティを醸成。
⇒アップセル/クロスセルが機能

<ホテル会員権一口あたりの当社キャッシュフローのイメージ> ※サンクチュアリコート



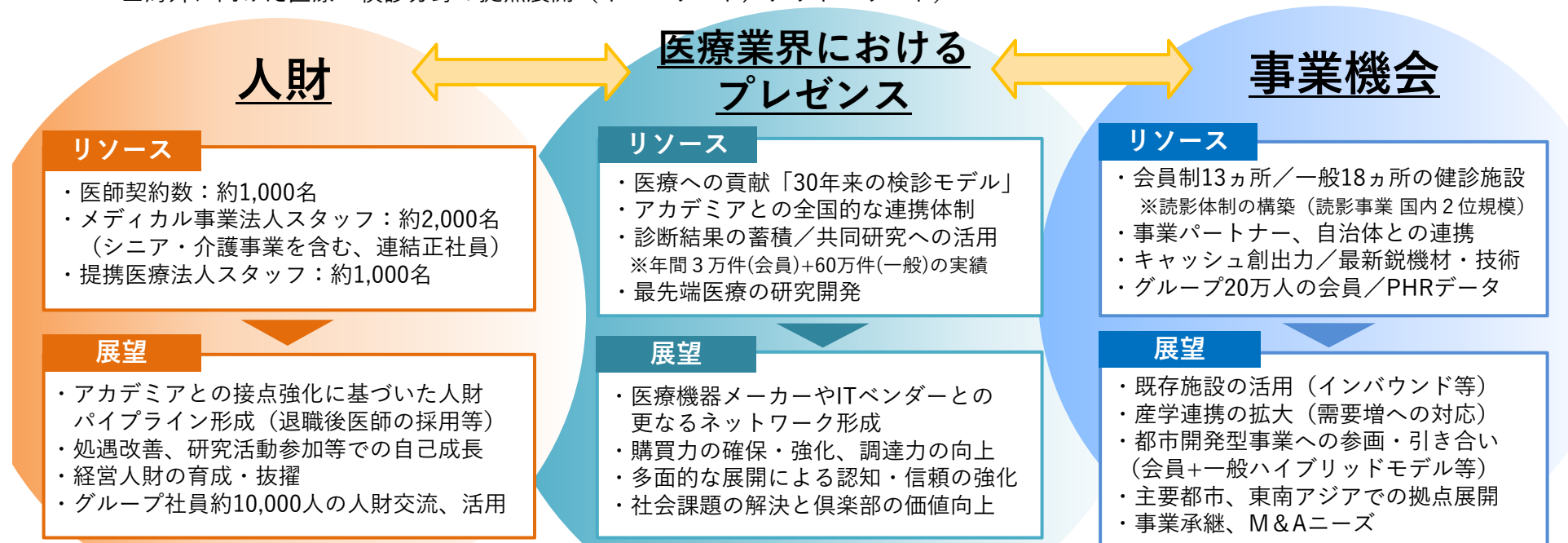
リゾートトラストグループメディカル事業の環境

成長領域

- 医療／検診／介護需要の高まり、受け皿の不足、事業承継ニーズ
- グループ会員+ご家族・従業員等の潜在需要の取込み、法人の健康経営
- 経営者層／富裕層の資産増加、不動産等のニーズの高まり
- 海外に向けた医療・検診分野の拠点展開（インバウンド／アウトバウンド）

中長期的な課題

- 人材の確保 及び生産性の拡大
- 建築、機材、各種コスト上昇



法人を軸とした健康経営における社長・社員・家族という「エコシステム」の中で、バランスの取れたサービス体系を提供

