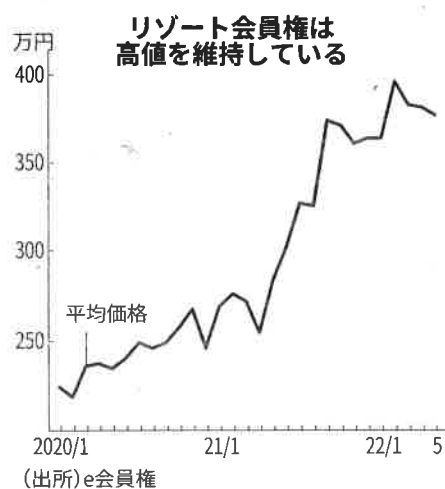


リゾート会員権、2年で5割高

コロナ受け需要、平均377万円



日常使い、滞在楽しむ

余暇の選択肢として国内のリゾートホテルの存在が高まっている。海外旅行の代わりに利用した人が快適さなどを実感し、より高いサービスを求めて会員制リゾートホテルに目を向けるようになってきている。リゾート会員権の直近の平均価格は370万円を上回り、新型コロナウイルス禍前よりも5割程度高い水準を維持している。

リゾート会員権は施設を毎年一定泊数利用できる権利だ。別途、管理費や土地賃借料など毎年支払う場合もある。リゾート会員権の販売を仲介するe会員権(横浜市)によると、5月の会員権の平均価格は377万円と

9カ月連続で350万円を超えた。コロナ前の18〜19年は250万円前後で推移していたが、コロナ下で値上がりし、高価格帯を維持している。特に5月は100万円未満の低価格帯の会員権の取引数が全体の41%と、4月から7割上昇したのが特徴だ。4月末、5月上旬のゴルフデンウィークの大型連休は、3年ぶりにコロナ対策の行動制限がなかった。海外旅行が難しい中、リゾートホテルなどを利用した人も増加したという。こういったリゾート施設の快適さを知ったことで、頻繁に利用できる会員権の購入に関心を持ったようだ。



サンクチュアリコート高山は滞在自体を楽しむつらえだ(客室のイメージ)

e会員権の涌井智子代表によると「いまのところに大きな相場の下落はなく、需要の底堅さが確認できた。売りに出る会員権があれば、取引件数自体もさらに増加していくだろう」と話す。

食品など生活必需品の価格が軒並み上昇している。ロシアによるウクライナ侵攻などもあり、景気の先行き不透明感はあるが、「コロナの長期化で生まれた心理的なモヤモヤ感を解消するための高額消費先としてリゾート会員権の存在感が高まっている」(涌井代表)という。

会員制リゾートホテル大手のリゾートトラストは、余暇としてホテル滞在自体の楽しさを訴求した新たなホテルブランド「サンクチュアリコート」を立ち上げた。コロナ下でホテルを訪れても観光などの外出を極力控える休暇スタイルが定着したことに対応し、レストランやスパなどの温浴施設、大きなガーデンテラスなどを備えている。

24年3月に岐阜県高山市に開業予定の同ブランドの施設は美術館も併設する。会員権は21年6月下旬に発売した。高山の施設が人気だったこともあり、「22年3月期の会員権販売額は過去最高になった」(同社)という。

コロナ下で定着しつつある新しい余暇のスタイルに対応したサービスをいかに機動的に展開できるかが、国内リゾートの人氣を持続させる上で欠かせない。(佐伯太郎)