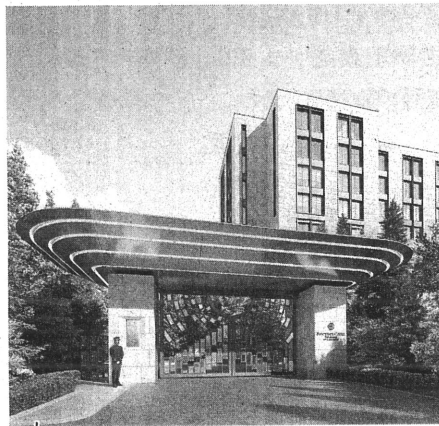
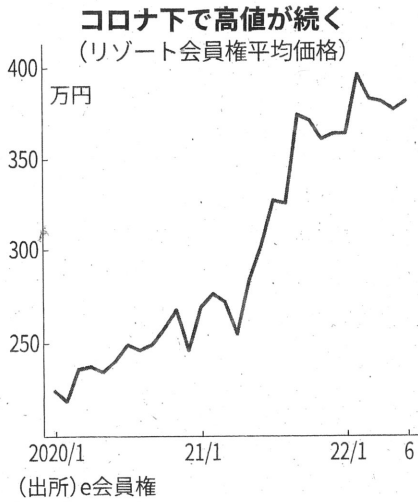


リゾート会員権 滞在型が下支え

6月1%高館内設備充実で人気



滞在目的型のリゾート施設も増える (リゾートトラストのサンクチュアリコート高山)

型連休中に手ごころなリゾート施設を利用した消費者が買い求める動きがあったが、一部で品薄となり取引が減った。300万円以上のものは先月と変わらず27%だった。

新型コロナウイルス前は、会員権を選ぶ際に立地の良さや周辺観光地などを重視する傾向が強かった。感染の広がりで密を避ける生活様式が定着した結果、リゾート施設の海外旅行に流れる可能性は減った。

円安にコロナの感染再拡大、物価高や燃料高もあり、消費者は海外旅行に依然として及び腰だ。海外渡航のハードルが下がれば、リゾート会員が海外旅行に流れる可能性はある。

6月の価格を押し上げたのは、100万円以上300万円未満の中価格帯の人気だ。価格帯別の占有率で見ると、100万円以上300万円未満の中価格帯が最多の37%で、前月比5%増えた。

泉などの館内設備を充実させた施設が多い。100万円未満は6割減って35%になった。大

リゾート会員権の取引価格が高止まりしている。販売仲介のe会員権

(横浜市)がまとめた6月の平均価格は381万円と、前月に比べて1%上がった。新型コロナウイルス禍や円安で海外旅

行が難しいなか、充実した国内の滞在型リゾートを求める消費者が価格を下支えしている。

リゾート会員権は専用施設を毎年一定泊数使える権利だ。平均価格はe会員権が仲介する売買を

対象にしている。2019年までの平均価格はお

おむね200万〜250万円を推移していたが、コロナ下で上昇基調が強まり、22年2月にリーマン・ショック後の最高値をつけた。3月以降はウクライナ危機による消費者心理の冷え込みなどで小幅に下がったが、なお高水準を保つ。

大半はリゾートトラストが運営する「エクシブ」で、グレードの比較的高い会員権は割安感が出るという。会員権の天井値は21年6月、新ブランドの施設「サンクチュアリコート高山(岐阜県高山市)」を売り出した。広いガーデンテラスや美術館を備え、滞在の可能性が「ある」と話す。