

タイムシェア型住宅供給研究会 報告書

平成20年8月

タイムシェア型住宅供給研究会

目 次

1	はじめに	2
2	欧米におけるタイムシェア市場の動向	6
3	日本におけるリゾート関連市場の動向等	16
4	我が国におけるタイムシェア型居住の可能性及び促進の意義	20
5	消費者が安心して取得できるタイムシェア型住宅の供給に関するガイドライン	29
6	権利の保全等がされたタイムシェア型住宅供給のスキーム	31
7	タイムシェア市場の発展に向けた魅力ある商品の提供等	56
8	タイムシェア型住宅の供給促進に向け行政等に期待される役割	60
9	まとめ	61

(参考資料)

第1回研究会	森委員提出資料	63
第3回研究会	供給事業者ヒアリング資料	67
第3回研究会	森委員提出資料	88
第3回研究会	大澤委員提出資料	94

1 はじめに

単独で購入すると購入価格も維持費も比較的高価となるリゾート地域等の居住施設の住戸について、1年のうちの特定の期間に毎年利用することができる権利（例：501号室を毎年1月の第1週に利用することができる権利）を販売する「タイムシェア方式」の住宅供給は、米国を中心に、欧米諸国においてその普及が進んでいる。

このような方式の住宅供給は、マルチ居住の実現、地域の活性化、観光振興及び住宅投資の拡大に貢献するにつながるものと考えられることを踏まえ、我が国においてタイムシェア型居住を促進する意義、消費者が安心して取得できる枠組みのあり方等について検討することを目的として、タイムシェア型住宅供給研究会が別紙1のとおり委員構成により平成20年5月に設置された。本報告書は、以下のとおり、合計4回にわたり開催された本研究会におけるタイムシェア型住宅供給に関する議論をとりまとめたものである。

- 第1回 5月13日（火） 15－17時
タイムシェア市場の動向
我が国においてタイムシェア型の居住を促進する意義 等

- 第2回 6月12日（木） 15－17時
信託の活用による消費者が安心して取得できる枠組みのあり方
タイムシェア型居住に関連する法制度の整理 等

- 第3回 7月10日（木） 15－17時
タイムシェア型居住に関連する供給事業者からのヒアリング
タイムシェア型住宅をより魅力ある商品とするための方策 等

- 第4回 8月 8日（金） 10－12時
第1～3回の論点の整理
報告書のとりまとめ

タイムシェア型住宅供給研究会委員名簿

委員長	あさみ やすし 浅見 泰司	東京大学空間情報科学研究センター副センター長・教授
	いとう りょうすけ 伊藤 亮介	TMI 総合法律事務所 弁護士（日本国・ニューヨーク州・カリフォルニア州）
	おおさわ まこと 大澤 真	PwC アドバイザリー(株) マネージング ディレクター
	おおたに つよし 大谷 毅	信州大学繊維学部感性工学科教授
	おか まさあき 岡 正晶	梶谷総合法律事務所 弁護士（平成 20 年度第一東京弁護士会副会長）
	ティモシー カークウッド	カークウッドキャピタルアドバイザーズ（有） 社長
	きたむら なおたけ 北村 尚武	(株)楽帆 代表取締役CEO
	しまだ えいいち 島田 栄一	(株)リクルート住宅カンパニー住宅情報ディビジョン リゾートグループ ゼネラルマネジャー
	ちょうの あきら 丁野 朗	(社)日本観光協会総合研究所所長
	ところ たかひろ 所 崇弘	中央三井信託銀行(株)不動産投資顧問部部長
	なかがわ まさゆき 中川 雅之	日本大学経済学部教授
	もり はじめ 森 肇	(株)リプロジェクト・パートナーズ代表取締役COO
	まつお ひろし 松尾 弘	慶應義塾大学大学院法務研究科教授

協力委員	和泉 洋人	国土交通省住宅局長
	川本 正一郎	国土交通省大臣官房審議官
	佐々木 基	国土交通省大臣官房審議官 (※)
	井上 俊之	国土交通省住宅局住宅総合整備課長
	本東 信	国土交通省住宅局住宅総合整備課長 (※)
	石田 優	国土交通省住宅局住宅企画官
	中島 誠	国土交通省住宅局住宅政策課長
	住本 靖	国土交通省住宅局住宅生産課住宅瑕疵担保対策室長
	毛利 信二	国土交通省住宅総合政策局不動産課長
	海堀 安喜	国土交通省住宅総合政策局不動産課長 (※)
	花角 英世	国土交通省総合政策局観光事業課長
	石塚 孝	内閣官房地域活性化統合事務局参事官
	志村 努	経済産業省商務情報政策局参事官
	城福 健陽	経済産業省商務情報政策局参事官 (※)

(※) 第3回研究会より参加

供給事業者ヒアリング出席者

(株)東急ビッグウィークステーション代表取締役社長 角 俊三

(株)プリンスホテル代表取締役専務執行役員 水村 優

リゾートトラスト(株)秘書室室長 長谷川孝幸

(株)サンダンス・リゾート常務執行役員 山形 俊樹

2 欧米におけるタイムシェア市場の動向

1) 概要

(1) タイムシェアとは

タイムシェアとは、単独で購入すると購入価格も維持費も比較的高価となるコンドミニアムや別荘等居住施設の1住戸について、1年のうち特定の期間に毎年利用することができる権利（例：501号室を毎年1月第1週に利用することができる権利）を販売する供給方式である。

本方式は、1960年代にフランスアルプス地方で初めて導入された後、欧米で広く普及しているリゾート地等の居住施設及びその付帯施設の利用形態であり、特に近年は米国において人気を博している。

Interval International社によれば、世界の約100カ国で約5,400箇所ドタイムシェア方式のリゾート開発が行われ、2004年の世界の市場規模が118億ドルと推計されている。

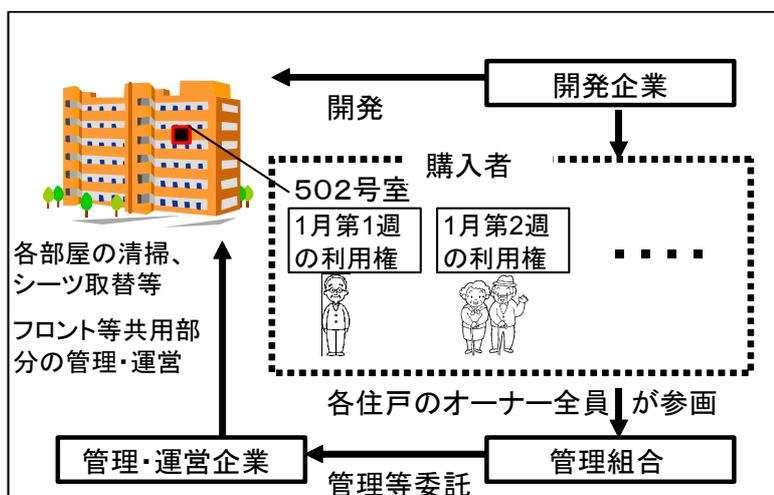
米国では、バケーションオーナーシップとも呼ばれている。

(2) 欧米におけるタイムシェア型住宅供給の一般的な枠組み

欧米におけるタイムシェア型住宅の一般的な供給の仕組みは以下のとおりである。（タイムシェアに係る権利の設定の方法や管理・運営の仕組みは国や開発企業により様々である。）

- ・ 居住施設（キッチン等を備えたプランが一般的である）とその付帯施設（プール等）を開発した開発企業が、購入者に対して、特定の住戸を特定の期間に使用できる権利を販売する。
- ・ 販売後の施設の運営は、開発企業があらかじめ指定した管理・運営企業が、タイムシェアに係る権利の取得者からなる組合等からの委託等に基づき、管理・運営を行う。
- ・ 管理・運営企業は、我が国のマンション管理会社が行っているような共用部分の清掃等のほか、フロント、プール等の共用施設の管理や専用住戸部分のハウスキーピング（清掃、シーツ等の交換）等を行う。

(図 1) 欧米におけるタイムシェア供給の枠組みの例



また、タイムシェアに係る権利の設定形態も以下のとおり、様々なものがみられる。本研究会においては、主に、FIXED WEEK の仕組みを念頭に検討を進めたが、施設の利用等について一定の柔軟性をもたせた FLOATING WEEK や POINT PROGRAM 等も普及している。

(参考 1) 欧米におけるタイムシェアにかかる権利の設定形態

○ FIXED WEEK

各取得者が優先的に使用できる日程があらかじめ特定されている典型的なタイムシェアの方式

(例：1年のうちのX番目の1週間)

○ FLOATING WEEK

一定の幅のある期間の中で、あらかじめ定められた日数について、改めて予約をとったうえで、取得者が使用する方式

(例：夏季期間(1年のうち22-36番目の週)のうち、希望する1週間))

○ POINTS PROGRAM(ポイント制)

与えられたポイントを所定のルールに従って使うことにより使用する期間を選択する方式(混雑時は必要となるポイントが多い。)

参考：米国リゾート開発協会

(3) タイムシェアの利用方法

タイムシェアに係る権利を取得した者が、当該権利を利用する方法も、国や開発企業により様々であるが、欧米では、以下のような仕組みのものが多くみられる。

① 権利保有者自身による利用

タイムシェアに係る権利を取得した購入者は、所定の期間に、所定の住戸を利用することができる。

② 第三者へのレンタル

購入者自身が、当該期間に当該住戸を利用しない場合、購入者は、知り合い等に利用させるほか、当該住戸を管理・運営企業を通じてレンタルする（他者に使用させてレンタル収入を得る）ことができる。

③ 交換プログラム

さらに、欧米では、タイムシェアに係る権利を保有する者の間で、その権利を国を越えて交換しあうプログラムが普及している。これらのプログラムは、交換市場を運営する企業（市場運営企業）により運営されており、市場運営企業の定めるクライテリアを満たし、あらかじめ提携した施設であれば、当該施設のタイムシェアに係る権利の購入者は、所定の料金を市場運営企業に支払うことにより、交換プログラムに参加することができる。

(参考2) 国際的な交換プログラムを運営する主要な企業

○Interval International

- ・ Interval International社は、インターネット関連ビジネスの企業であり、NASDAQにも上場しているIAC(InterActiveCorp)の傘下にある。
- ・ 1976年設立で、本社はフロリダ州のマイアミ
- ・ 2300箇所以上のリゾートと提携し、200万世帯近くがプログラムの会員となっている。
- ・ 日本の施設との提携はない。
- ・ ディズニー、フォーシーズン等の有名企業が運営する施設と提携

○RCI(RCI.LLC.)

- ・ RCI社は、世界的なホテルチェーンを運営し、ニューヨーク証券取引所に上場しているWyndham Worldwideの傘下にある。
- ・ 1974年設立で、本社はニュージャージー州のパルシパニー

- ・ 3700 箇所程度のリゾートと提携し、300 万世帯以上がプログラムの会員となっている本分野のトップ企業
- ・ 日本の 80 箇所のリゾートを交換プログラムに組み込んでいる。
- ・ ヒルトン、ウィンダム等の著名なホテルチェーンが加盟。

○TPI (Trading Places International)

- ・ TPI 社は、独立系のリゾート関連会社で、タイムシェア交換プログラムの運営のほか、リゾート施設の管理業務等をてがける。
- ・ 1974 年設立で、本社はカリフォルニア州のランゲーナ・ニゲル
- ・ 提携施設数等は不明であるが、日本の施設との提携はない。

※主要 3 社の概要をアルファベット順で表記

(4) タイムシェア施設

タイムシェア施設には、海沿いのリゾート地のプール付きリゾート、大都市の街なかのアパートメント、山間のゴルフ場併設型その立地により様々なものが存する。

また、タイムシェア施設の開発形態も、新規に建設する方法からホテル、コンドミニアムからのコンバージョンなど様々である。例えば、2003 年のハワイにおけるタイムシェア開発の 22%が新規開発、61%がコンドミニアム等の改修、17%がホテルからの業態転換となっている。

出典：月刊レジャー産業資料 2006 年 9 月号 中山たかし氏のレポート “ハワイにおけるタイムシェアビジネスの現状”

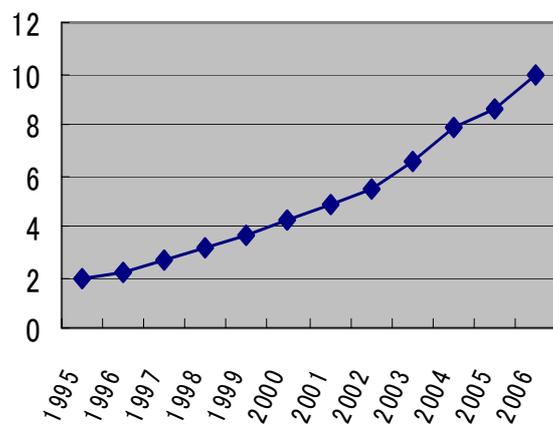
2) 米国におけるタイムシェア型住宅の供給

(1) タイムシェア市場の動向

米国は、世界で最もタイムシェアの仕組みが普及している国と考えられ、特に、近年は、下記のとおり、最近10年間で市場規模が約5倍になるなど、市場規模が急速に拡大している。

(図2) 米国のタイムシェア市場の規模 (タイムシェアに係る権利の新規売上)

(10億ドル)



○施設数等

- ・ タイムシェア施設は、全米に約1,600施設、17.6万戸存する。(2007年)
- ・ 2007年現在、全米世帯の4%(440万世帯)がタイムシェアに係る権利を保有
- ・ 2006年の新規供給は1.4万戸

○平均価格

タイムシェアに係る権利の平均価額は、1.85万ドル(2006年)

○購入単位

1週間:53%、隔年に1週間:31%、2週間以上:16%(2007年)

○平均宿泊数

8.6泊(2006年)

○タイムシェアの経済波及効果

920億ドル(2005年)

※出典: American Resort Development Association

(2) タイムシェアに係る権利の枠組み等

米国におけるタイムシェアの仕組みの最大の特徴のひとつは、大部分のタイムシェア施設において、タイムシェアに係る権利が、州政府の機関における登記により保全された権利 (deeded ownership) となっていることである。

このため、万が一、タイムシェア施設を開発し、権利を販売した企業が倒産したとしても、購入者が保有する権利には基本的に影響を与えない。タイムシェア施設の管理・運営の判断は、権利保有者からなる組合が基本的に行い、将来における当該土地を活用した建替えを行う権限も有することが一般的である。

タイムシェアに係る権利の販売については、本ビジネスの始動期において、消費者とのトラブルも発生したことを背景に、多くの州政府において、適切な取引を確保するための法制度が整備されている。

タイムシェア開発を行う企業による業界団体である米国リゾート開発協会では、モデル法令を策定したうえで、米国の各州政府に法制度の整備を働きかけている。

(参考3) 米国リゾート開発協会によるモデル法令の概要

① タイムシェア開発計画の登録

開発事業者は、タイムシェア開発に関する計画を州の担当部局に適切に登録するまでは、タイムシェアに係る権利を販売してはならない。

② 情報の開示

開発事業者は、州の法令で定められた事項を、契約前に購入予定者に開示したうえで、購入者に書面で受領の確認を要求すること

③ 抵当権執行からの購入者保護

開発事業者の資金借り入れに伴う抵当権の執行から、購入者の資産がまもられることが確保されていないといけない。

④ 広告宣伝

広告・宣伝は誤解を与えないものとし、免責事項を明記すること。

⑤ クーリングオフ期間

購入者は、購入に同意し又は必要書類を全て受け取ってから 5 営業日以内に書面でキャンセルを申し出れば解約できる。

3) ヨーロッパにおけるタイムシェア型住宅の供給

(1) タイムシェア市場の動向

タイムシェアの発祥地であるヨーロッパでは、1970年代以降、タイムシェア市場が拡大している。(近年、その伸びが停滞しているとの指摘もある。)

下記のとおり、国別にみると、施設はスペイン、イタリア、購入者は英国、ドイツに多い。

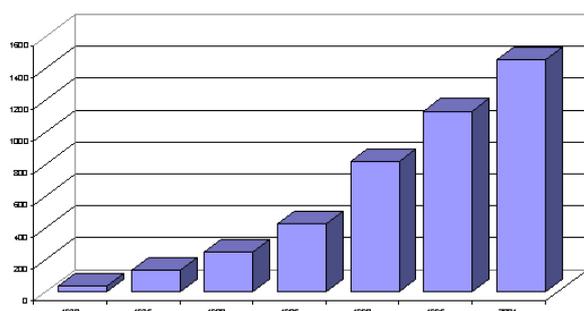
○市場規模

2001年におけるタイムシェア関連企業の売上の合計は、23.9億ユーロ

○施設数等

- ・ 2001年におけるタイムシェア施設数は、25カ国1,452施設
- ・ 合計の戸数は、8.3万戸（1施設の平均住戸数：57）
- ・ 140万世帯がタイムシェアに係る権利を保有

○施設数の推移



○ 国別のタイムシェア施設数

(表1) 国別のタイムシェア施設数（上位5カ国）

国名	施設数	ヨーロッパでのシェア
スペイン	512	35.3%
イタリア	186	12.8%
フランス	142	9.8%
イギリス	129	8.9%
ポルトガル	124	8.5%

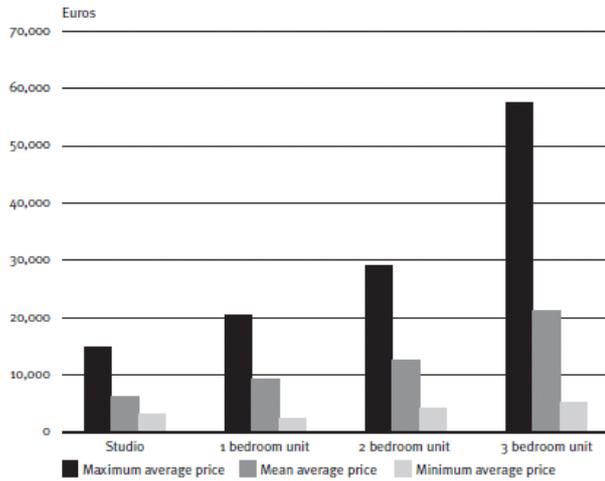
※スペインにおける施設数は、2005年時点で327まで減少との報告がある。

○平均価格

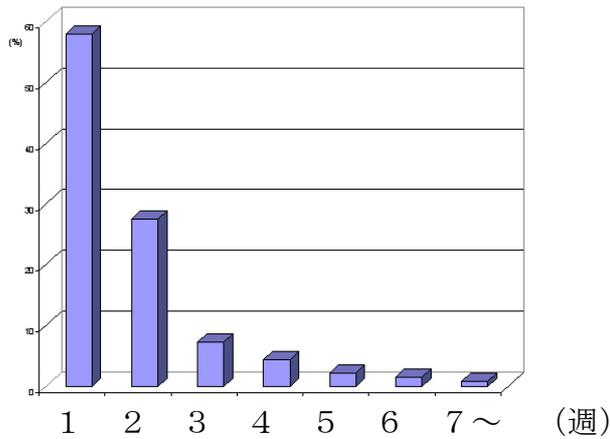
- ・ 2000年におけるタイムシェアに係る権利の平均価格は1寝室タイプで

1万ユーロ前後となっている。

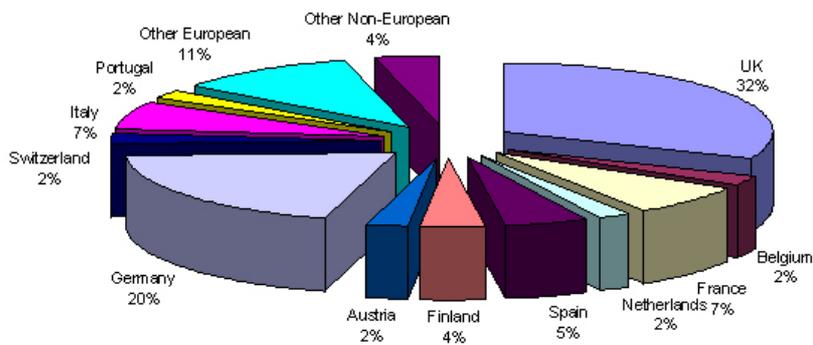
○ヨーロッパにおけるタイムシェアの平均価格（2000年）



○購入単位



○購入者の国籍



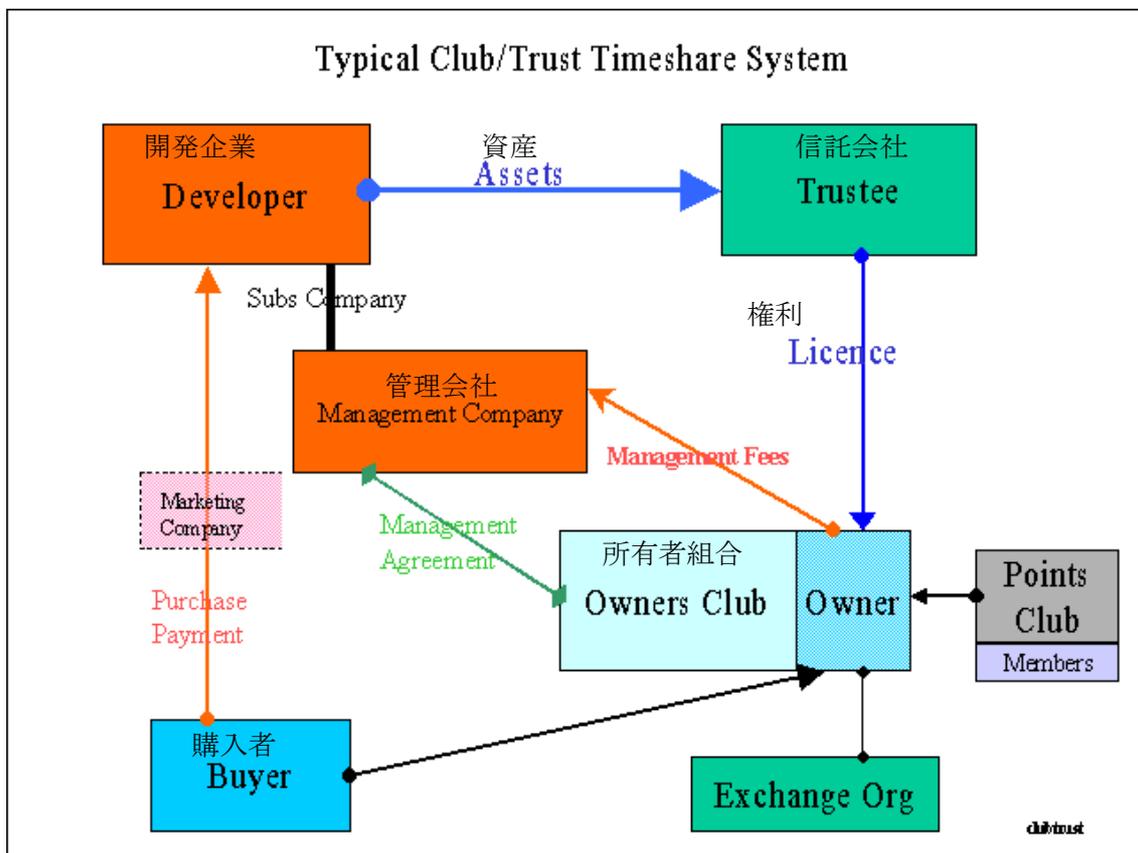
出典：The Organisation for Timeshare in Europe

(2) タイムシェアに係る権利の枠組み等

米国のようにタイムシェアに係る権利を登記で保全する法的枠組みは、スペイン、ポルトガル及びフランスに存し、一部で活用されているが、登記の枠組みに基づかずにタイムシェアに係る権利を販売する方式（right to use）も広く活用されている。こうした登記の枠組みを活用しない場合、開発企業の倒産時に権利関係が不安定になることから、一部で信託が活用されており、英国では広く活用されている。

米国と同様、本ビジネスの始動期において、消費者とのトラブルも発生したことを背景に、1994年にEUがタイムシェアに係る権利の販売に関する通達を発しており、全ての加盟国が、この通達に基づく法令を整備している。

(図3) 英国における信託を活用した枠組み



出典：Timeshare Consumers Association

(参考4) タイムシェアの販売に係るEU通達の概要(1994年)

EU加盟国は30ヶ月以内に以下のような規定を盛り込んだ法令を施行するものとする。

①情報の開示

タイムシェアの権利を創出、販売等する販売者は、施設の概要に加え、所定の情報を文書で開示しなくてはならない

②売買契約の内容

上記の情報開示事項並びに契約日及び権利の期間は、売買契約に盛り込まれなくてはならない。

③広告・宣伝

施設に関する広告には、上記の情報開示文書がどこで手に入るかの説明が含まれなくてはならない。

④解約

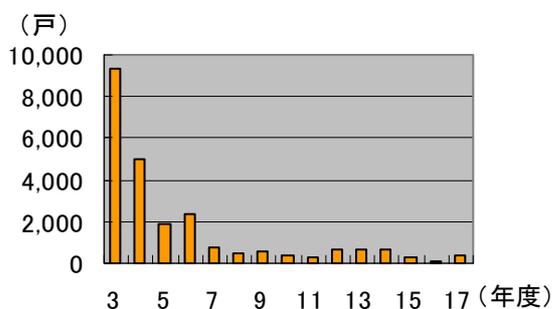
売買契約又は売買予約契約から10営業日以内であれば、購入者は解約する権利を有する。(必要な情報開示が行われなかった場合は、3ヶ月以内)等

3 日本におけるリゾート関連市場の動向等について

(1) 市場の概況

リゾートマンション、別荘といった従来型のリゾート居住関連の市場は、バブル崩壊後、長期間にわたり停滞が続いている。我が国では、欧米におけるタイムシェアに類似するものとして、ホテル等の1室を所定のルールに従って共同利用等する会員制リゾートクラブの業態が普及している。会員制リゾートクラブの市場は、比較的堅調に推移している。

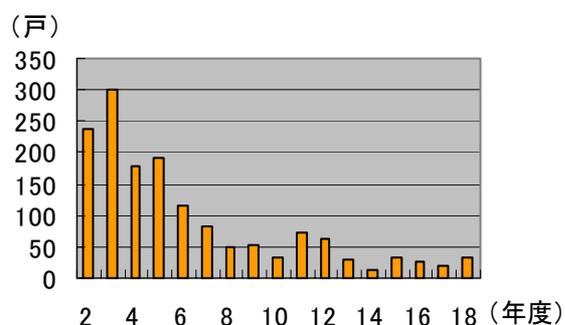
(図4) リゾートマンション販売戸数の推移



出典：(株)不動産経済研究所

※ 一定地域（熱海、軽井沢、御殿場、箱根、有馬温泉、和歌山マリーナシティ等）で発売された物件を新聞等を基にカウント。

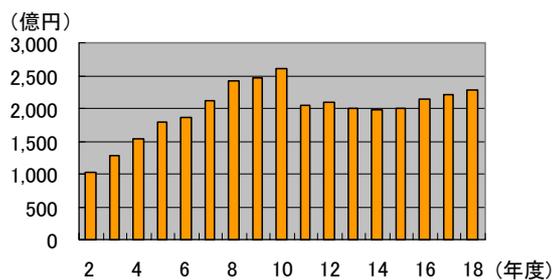
(図5) 建売別荘販売戸数の推移



出典：MRC

※ 新聞等を基にカウント

(図6) 会員制リゾートクラブの市場規模の推移



出典：(社)日本リゾートクラブ協会

※ 日本リゾートクラブ協会加盟の企業の売上を集計。

(2) 会員制リゾートクラブの類型

我が国の会員制リゾートクラブには様々なものがあり、米国のタイムシェアと同様に、特定の部屋を特定の期間に利用する権利を販売するものもある。た

だし、欧米におけるタイムシェア型住宅は、キッチン等を備え、住戸内のプランが通常の住宅と同様になっているのが一般的であるのに対し、我が国のリゾートクラブの居室は、キッチン等を備えず、ホテルの居室と同様のプランをもち、レストラン等を併設しているものが多い。

権利の取り扱いについては、不動産の共有持分を会員権と一体的に販売し、当該持分に係る取得者の所有権を登記する「共有制」のものがあるが、登記等の仕組みの違いにより、米国のようなかたちでタイムシェアに係る権利を登記することは我が国では困難であり、また、信託の活用については、英国の信託を活用したものが1社みられるのみである。

我が国の会員制リゾートクラブの会員権は約28万口程度と推計されている。

(参考5) 会員制リゾートクラブの類型

○運営方式による類型

①タイムシェア制

1室の特定の期間の利用権を購入する仕組み。利用権をもつ期間は予約なしで優先的に利用できる。

②ポイント制

会員は購入した年間ポイント数の範囲内で、希望する期間に希望する部屋を先着順で利用できる。部屋や時期により利用ポイント数は異なる。

③チケット制

年間一定枚数の無料利用チケット等が会員に配布され、利用ごとにチケットを使用する。

④記名カード式

会員が記名式のメンバーズカードを提示することにより、複数の施設を優待料金で利用できる。

○入会の手続き等による類型

①共有制

1室の不動産所有権（土地分も含む）の共有持分を所有する者が会員となる方式。共有持分の不動産登記がされ、会員が固定資産税を負担する。

②預託金制

入会時に預託金をクラブに預け、運営の原資に充てる。預託金は退会時に返却される。一般に、共有制に比べ入会時の費用は低額。

③入会金制

入会時に入会金又は登録料のみを支払う。会員期間が短く、休前日の利用が制限されているケースもあるが、入会金は一般的に最も低額である。

④入会保証金制

入会時に入会保証金をクラブに預ける。保証金は、会員期間内で低額償却され期間終了時にはゼロになる。途中退会時には償却残額が返還される。

※参考資料：月刊レジャー産業資料 2007年10月号「会員制リゾートクラブの基礎知識」

上述①の「タイムシェア制」は、「カレンダー方式」とする呼称もある。これらの類型を併用するものもある。

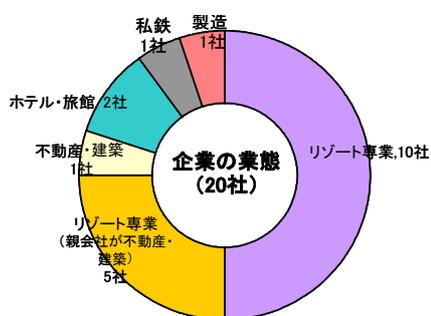
(参考6) 日本におけるリゾートクラブ会員権口数の推計

(社)日本リゾートクラブ協会は、合計28万口程度と推計(2005年)

(3) 会員制リゾートクラブの供給主体

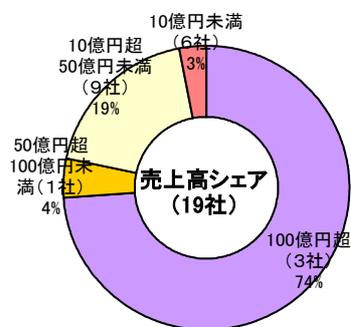
リゾートクラブ事業を実施する企業の業態は、様々なものがあるが、売上規模上位数社が売上高シェアの大部分を占めている。

(図7) リゾートクラブ事業を実施する企業の業態・売上規模別売上高シェア



出典: (社)日本リゾートクラブ協会

※事業を実施する56企業へのアンケート調査(回答数20)に基づく。(対象施設数280カ所、客室数14,729室)



出典: (社)日本リゾートクラブ協会

(表2) 会員制リゾートクラブ事業を推進する主要な企業

会社名	最新期の売上高
リゾートトラスト	85,168 百万円
リゾートソリューション	21,204 百万円
東急リゾートサービス	20,835 百万円
森観光トラスト	14,843 百万円
セラヴィリゾート泉郷	9,891 百万円
ダイヤモンドソサエティ	6,919 百万円
パルアクティブ	5,880 百万円
鴨川グランドホテル	5,297 百万円
コーユーコーポレーション	4,400 百万円
紀州鉄道	3,424 百万円

出典: 月刊レジャー産業資料 2007年10月号

(4) 米国のタイムシェアとの比較

日本のタイムシェア方式のリゾートクラブと米国のタイムシェアにおけるタイムシェアに係る権利の販売の方式を比較すると、前述のとおり、米国のような登記の枠組みが我が国に存しないこともあり、開発企業が倒産した場合における権利の保全の枠組みに大きな違いがある。また、日本におけるタイムシェア方式のリゾートクラブの国際的な交換プログラムとの連携については、米国に比べると、活用件数が少ない。

(表3) 米国の一般的なタイムシェアと日本のタイムシェア方式のリゾートクラブの比較

	米国	日本（共有持分制）
購入者の権利の保全の枠組み	特定の部屋を特定の期間に利用する権利が登記されている。	特定の部屋の共有持分のみが登記されている。（開発企業と購入者との契約に基づき利用日調整）
開発企業の倒産	開発企業が倒産した場合も権利は保全される。	開発企業が倒産した場合、共有持分のみが保全される。
権利の譲渡	自由に譲渡できる。	開発企業の承認等が通常必要である。
取得資金の借入れ	取得資金に対するローンの利用も可能	取得資金に対するローンは一般的でない。
交換市場の活用	国際的な交換市場を運営する企業との連携で、他の施設の利用権との交換が広く行われている。	国際的な交換市場との連携による交換プログラムの活用件数が少ない。

4 我が国におけるタイムシェア型居住の可能性及び促進の意義について

(1) タイムシェア型居住の潜在的需要

米国におけるタイムシェアに係る権利を保有する世帯の全米世帯に対する割合は、3.8%に達している。日本の会員制リゾートクラブのうちタイムシェア方式のものの権利保有者数等に係る統計はみあたらないが、(社)日本リゾートクラブ協会によるタイムシェア方式以外のものも含めたリゾートクラブ会員権の総口数28万口が全てが米国のタイムシェア型住宅と類似のものであり、かつ、1つの世帯が複数の会員権を保有していることがないと仮定したとしても、日本におけるタイムシェア型住宅に係る権利の保有世帯の割合は、0.57%と米国における普及率の1/7にも満たない。

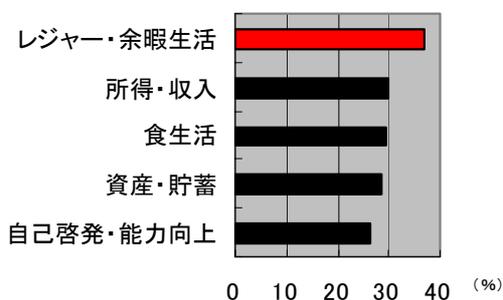
このように米国と比べ市場が極めて未発達であることに加えて、各種の調査において、我が国の国民の間でレジャー・余暇生活を重視する傾向が強まり、また、都市生活者の間で二地域居住を志向するものが相当割合存することが示されていることを踏まえれば、我が国におけるタイムシェア型居住に対する潜在的需要は大きいものと考えられる。

(表4) 日米の総世帯数に対するタイムシェアに係る権利の保有世帯数の割合

	米国	日本
権利の保有世帯数 (A)	440万 (2007年)	28万 (2005年)
総世帯数 (B)	1億1,438万 (2006年)	4,906万 (2005年)
割合 (A/B)	3.8%	0.57%

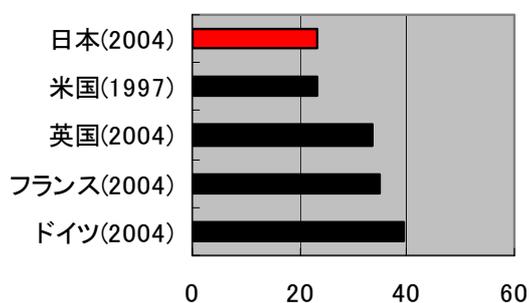
※日本の権利の保有世帯数は、上述の仮定のもとでの(社)日本リゾートクラブ協会による会員権口数の推計(2003年)

(図8) 今後の生活の力点



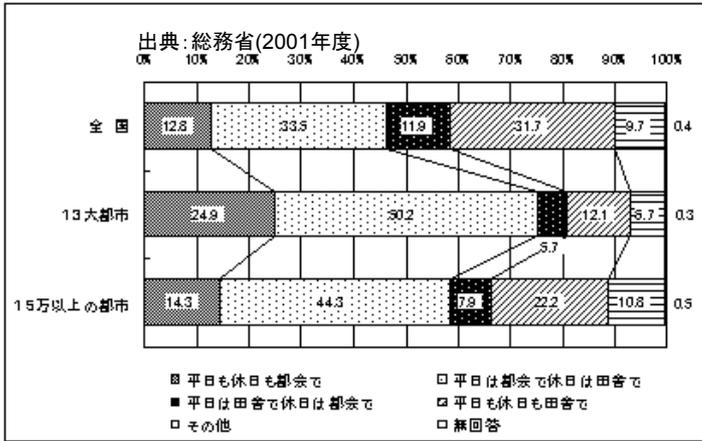
出典:内閣府(H18)

(図9) 土日以外の年間休日数の国際比較



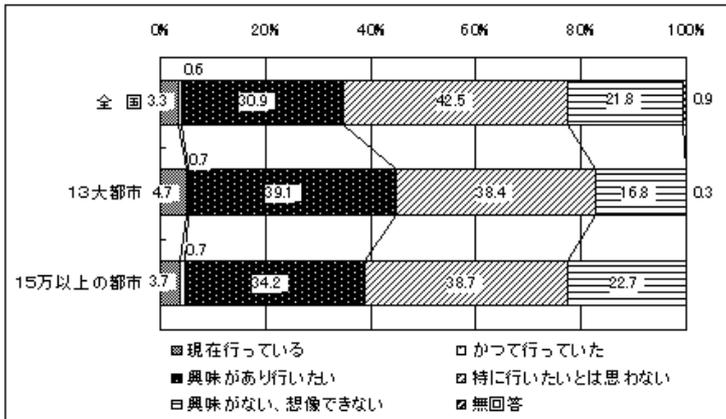
出典:厚生労働省等

(図10) 都市生活者が希望する生活スタイル



出典:総務省(2001年度)

(図11) 都市生活者のマルチ居住のニーズ



出典:総務省(2001年度)

(2) 欧米における経験の示唆

欧米とも、上述のとおり、長年にわたりタイムシェア市場が拡大してきたが、こうしたタイムシェアの普及には、消費者からみた信頼性の確保及び交換市場の活用が大きく貢献したと考えられる。

例えば、米国におけるタイムシェア購入者に対するアンケート調査によれば、購入者が購入決定時に「とても重要」と考えた点として、73%が「信頼性」と回答しているほか、多くの回答者が「全体の柔軟性」「外部との交換プログラム」「内部との交換プログラム」をあげている。

また、ヨーロッパでも、タイムシェア市場に関する消費者団体（Timeshare Consumers Association）が、「米国においては、業界団体の努力による消費者保護のための法律の整備などにより、消費者の信頼が形成されており、これが（近年のヨーロッパにおける市場の停滞とは対照的に）市場の発展につながっている。」との指摘を行っている。

(表5) 米国のタイムシェア購入者が購入決定時に「とても重要」と考えた点

	「とても重要」と考えた購入者の割合
全体の柔軟性	88%
質	82%
信頼性	74%
外部との交換プログラム	73%
内部での交換プログラム	73%
施設や住戸を気にいった	68%
リゾートの立地	68%
出費を節約できる。	67%

出典：Resort Timeshare Consumers 2006年

(3) 我が国におけるタイムシェア居住の促進について

上述のように、我が国におけるタイムシェア居住に対する潜在的需要は大きいと考えられること及びタイムシェア居住の普及には信頼性の確保が重要であるとする欧米の経験の示唆を踏まえれば、我が国においても、消費者が安心して購入できる環境の整備等を推進することを通じ、タイムシェア型居住を現在以上に普及させることが可能と考えられる。

この際、以下のような課題への対応が、タイムシェア居住の促進に重要と考えられる。

- ・ 休暇を取得する時期が集中する傾向がある中で、我が国における欧米型の

タイムシェア居住の需要がどの分野に存するのかの分析を踏まえ、市場において魅力あるタイムシェア型居住に係る商品が供給されること

- ・ 長期間の余暇をとりやすくする環境が整備されること
- ・ 商品の内容について消費者からわかりやすいデファクトスタンダードができること

なお、第3回研究会における供給事業者ヒアリングにおいて、我が国のタイムシェア市場の今後の展望及び課題について意見聴取等した結果は、以下のとおりであった。

<我が国のタイムシェア市場の今後の展望>

- ・ 単独で別荘等を保有するのに比べて、コスト面が割安で管理も手間がかからないタイムシェアの市場は今後とも拡大していくのではないかと見られる。
- ・ ホテルは利用状況に波があるが、これを解消する方法として、タイムシェアは有力な方法である。
- ・ 長期滞在を希望する旅行者の需要の受け皿として有力な商品である。
- ・ 団塊世代の大量退職に伴うアクティブシニアの増加等を踏まえれば、タイムシェア市場は今後拡大していくと予想される。
- ・ 50代、60代が現在の需要の中心であり、団塊世代のリタイアにより今後も有望な市場である
- ・ 社会の成熟化に伴い、自分の時間に関係するインフラへの志向が高まるため、タイムシェア市場のポテンシャルは高い。

<我が国のタイムシェア市場の課題>

- ・ 我が国は諸外国に比べ、長期休暇がとりにくい点が諸外国に比べて市場拡大の制約になっているのではないかと見られる。
- ・ 利用者側の環境整備と供給者側の環境整備の両方が重要ではないかと見られる。
- ・ リゾート業界にマイナスのイメージもあるので、国の支援でタイムシェアの促進が図られれば、市場全体の信頼が得られるのではないかと見られる。
- ・ 長期休暇がとりにくく、需要が盆、正月、GW等に集中し、タイムシェアしにくい。
- ・ リゾート業界のイメージがそんなに高くなく、信頼性確保が最大の課題である。
- ・ リゾート会員権の商品性に統一性がないので、消費者にわかりづらくなっている面がある。
- ・ 信頼性確保のために、消費者権利の保護の枠組みが不可欠である。

- ・ タイムシェア購入者へのファイナンスが充実することが望ましい。

(4) タイムシェア型居住の促進の意義

欧米で普及しているタイムシェア型住宅は、単独で所有した場合、1年を通じて利用することが容易でないリゾート地域等の居住施設を、期間を分けて、複数の者により利用することにより、当該住戸の利用に係る経済的効率性の向上につながると考えられる。

また、欧米におけるタイムシェアの供給をモデルとし、消費者が安心して購入できる環境の整備等を通じて、タイムシェア型居住を促進することは、以下のような政策目標の実現に寄与するものと考えられる。

① マルチ居住の実現

マルチ居住の実現は、H18年に閣議決定された住生活基本計画においても、基本的施策として位置づけられているところであるが、諸外国と比べ、我が国はセカンドハウスを保有する世帯の割合が低いなど、十分に普及が進んでいない。マルチ居住の普及を阻害している要因としては、金銭的な負担が主たる制約のひとつとなっていると考えられる。

こうした状況の中、米国においてタイムシェアに係る権利の取得が実際に余暇生活の充実等につながっていること等を示す調査結果が存すること等も踏まえれば、通常の別荘等に比べれば、比較的低コストでセカンドハウスの”オーナー”となることを可能とするタイムシェア型住宅の供給促進は、豊かなマルチ居住の実現に大きく寄与すると考えられる。

(参考6) 住生活基本計画(全国計画)抜粋 (H18年9月19日閣議決定)

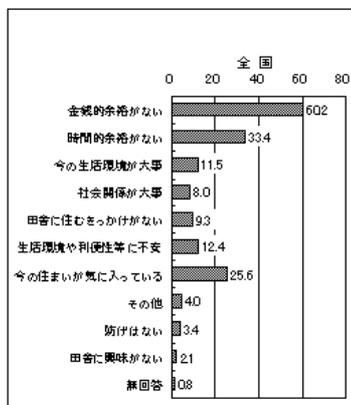
第2 住生活の安定の確保及び工場の促進に関する目標並びにその達成のために必要な基本的な施策

3 多様な居住ニーズが適切に実現される住宅市場の環境整備

(基本的な施策)

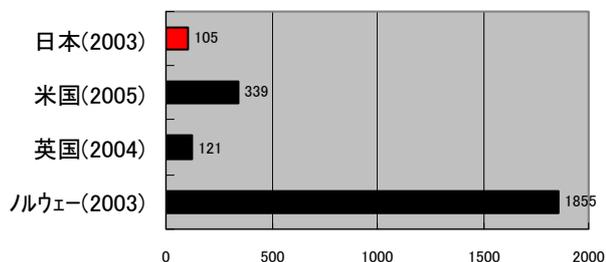
- ライフスタイルやライフステージの変化に応じた多様な居住ニーズに応えるとともに国土を適切に維持管理していく観点から、郊外・田園居住や二地域居住等のマルチハビテーションの実現に向けた情報提供等を行う

(図12) マルチ居住の阻害要因



出典：総務省(2001年度)

(図13) 1万世帯当りセカンドハウス



注)英国は、イングランドの1万世帯当りのイングランド内にセカンドハウスを所有する世帯の割合

(表7) 米国におけるタイムシェアに係る権利の保有による効果
(アンケート調査：2005年)

	回答率
余暇をとるのが楽みになった	75.7%
バカンスに費やす時間が増えた	68.4%
何かを学ぶ機会が増えた	66.4%
健康や幸福感が増した	52.8%
家族のコミュニケーションが増えた	34.7%

※出典：米国リゾート開発協会

②地域の活性化

タイムシェア型住宅供給の促進は、地域の活性化にも貢献すると考えられる。

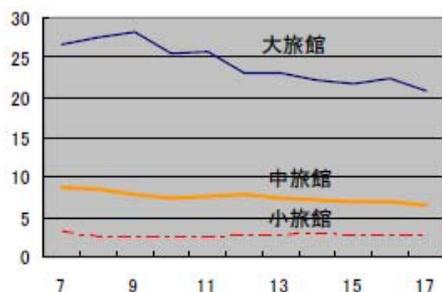
欧米のように、タイムシェアに係る権利の保全が確実に行われた方式で供給する場合、タイムシェア施設を開発し権利を販売する企業が高い知名度・信用力をもつ必要性が比較的低いと考えられることから、各地域における知名度の低い企業も含め様々な主体によるタイムシェアの開発についても一定の可能性があると考えられる。

例えば、近年、経営状況が悪化しているものも多い地方の温泉旅館等をタイムシェアへとコンバージョンすることによる温泉街等の活性化や地方の不良債権処理への寄与、各地域における企業の保養所の活用、各地域の風土に根ざした古民家のタイムシェア施設としての再生を通じた関連コミュニティビジネスの振興による地域活性化等が、タイムシェア開発にあたり必要となる様々な条

件が整備された場合の活用事例として、想定されうる。

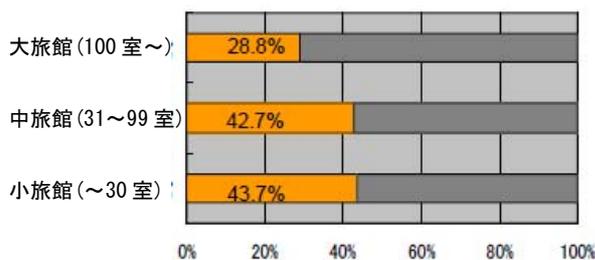
また、欧米で普及している国際的な交換プログラムを活用することにより、海外における余暇需要と各地域とをつなぐ開発が可能になり、地域の活性化に貢献すると考えられる。

(図 1 4) 旅館 1 軒当りの総売上高の推移



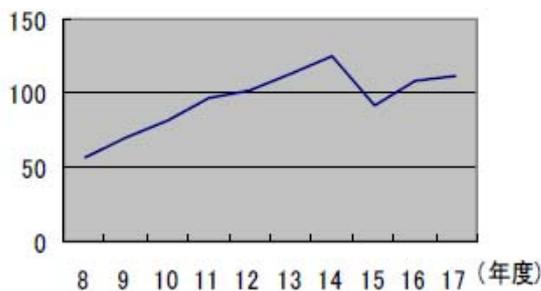
出典：(社) 国際観光旅館連盟

(図 1 5) 赤字旅館の割合



出典：(社) 国際観光旅館連盟 (2006 年)

(図 1 6) ホテル・旅館等の倒産



出典：東京商工リサーチ

③観光の振興

タイムシェア型居住の促進は、観光立国推進戦略会議報告書においても「タイムシェアリング商品の開発」が提言されるなど、観光振興を図るうえでも重要と考えられる。我が国は、諸外国に比べて、宿泊旅行にホテル等を活用することが多い一方で、1回の旅行の平均泊数は短く、リゾートに長期滞在する欧米型のバカンスを楽しむ者が少ない。タイムシェア型住宅は、こうした欧米型のバカンス需要の受け皿となり、国内の宿泊旅行の長期化に寄与するものと考えられる。

また、海外におけるタイムシェアに係る権利の保有者の間に、交換プログラムを活用して日本を訪問したいとの要望が強いとの指摘があることも踏まえれば、タイムシェア型住宅の供給の促進は、国際的な交換プログラムを通じた訪日旅行者数の増加にも貢献するものと考えられる。

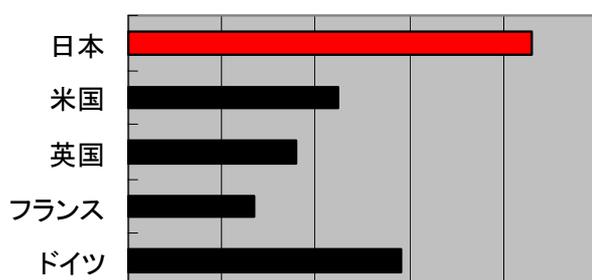
(参考7) 観光立国推進戦略会議報告書 (平成19年6月1日) 抜粋

2. システム改革による観光消費の拡大

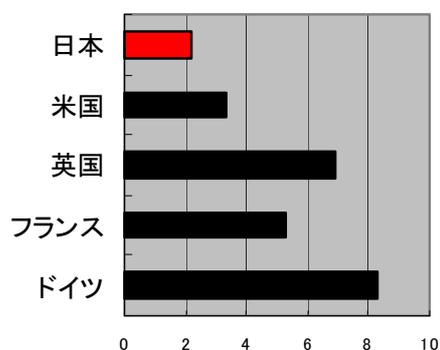
【今後の具体的提言】

○宿泊産業は、多様な食を楽しめるよう、泊食分離等を推進し、その定着を図るとともに、別荘等の所有のタイムシェアリング商品の開発等消費者ニーズの多様化を踏まえた新たなビジネスモデルの構築を進める。

(図17) 宿泊旅行にホテル等を利用する割合 (2005年)



(図18) 一回の旅行の平均泊数 (2005年)



出典：リゾート事業協会

(表8) 米国タイムシェア保有者の権利取得前後のリゾート滞在状況

	取得5年前	取得5年後	増減率
訪問回数	1.2	1.9	+58%
1回当たりの泊数	3.3	5.1	+55%
合計泊数	3.9	9.6	+146%

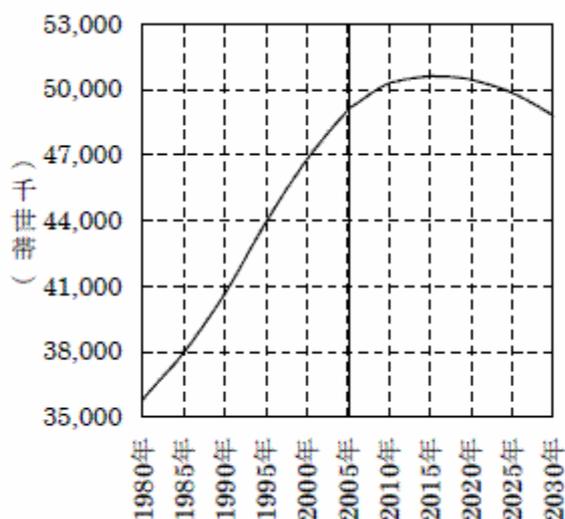
出典：RCI (2003年)

④ 住宅投資の拡大等

タイムシェア型住宅は、単独で別荘等を購入するのが困難な所得層が、セカンドハウスに投資することを可能とするため、我が国の世帯数の減少が中長期的に予測される中、住宅投資の拡大に貢献するものと考えられる。

また、タイムシェア施設の管理・運営には、通常、管理・運営等のオペレーションを担う主体が必要になることから、居住施設のオペレーションを担う産業の創出にもつながるものと考えられる。

(図 19) 我が国の世帯数の将来推計



出典：国立社会保障・人口問題研究所（2008）

⑤その他

タイムシェア型住宅の供給の促進は、特定の不動産を、時間を分けて複数の者が利用することにより、より効率的な活用を実現のひとつのモデルを提示することとなり、タイムシェア型住宅以外の不動産にも当該モデルを適用することにより、不動産市場の効率性の向上に広く寄与する可能性があると考えられる。

5 消費者が安心して取得できるタイムシェア型住宅の供給に関するガイドライン

欧米で普及している方式をモデルとし、我が国においてタイムシェア型住宅に関する権利を消費者が安心して取得できる環境整備を進めるためには、以下のガイドラインを満たす枠組みのもとでタイムシェア型住宅が供給されることが必要と考えられる。

(1) 倒産隔離等による権利の保全

消費者が購入したタイムシェア型住宅に係る権利が、販売者の倒産等に関わらず、長期間にわたり確実に保全されること

※例えば、以下のような事態が発生する可能性がある限り排除されること

- ・当該権利を販売した企業の経営破綻等により、購入した権利（特定の住戸を特定の期間に利用する権利）が保全されずに不安定な状態となる。
- ・同一住戸・施設に係る他の権利保有者の意向により、購入した権利の内容が変更されてしまう。

(2) 譲渡性の確保

タイムシェア型住宅に係る権利を購入した者が、居住ニーズの状況等に応じて、当該権利を他の者に円滑に売却することができること

(3) 適切な管理・運営の枠組み

タイムシェア施設が、長期間にわたり適切に管理・運営されること

※例えば以下のような事態が発生する可能性をできる限り排除されること

- ・管理・運営を行う主体が、適切な管理・運営を行わずに、ストックの老朽化等が進行する。
- ・権利保有者が負担する管理・運営の費用が、権利保有者との合意がないまま、いたずらに引き上げられる。
- ・一部の権利保有者による管理・運営費用の滞納により、適切な管理・運営ができない状態に陥る。
- ・管理・運営を行う主体が経営破綻し、長期間にわたり利用できない状態が継続する。
- ・老朽化や災害の発生等に伴い必要となる大規模修繕工事、改修工事、建替え工事等のストック更新が円滑に行われず、老朽化に伴い機能低下す

- る。
- ・老朽化等により施設の利用に支障が出ているにも関わらず、権利の保有者が管理・運営の費用の負担のみを求められ続けられる。

(4) 安全な取引のための環境整備

消費者が、十分な情報提供等により、安心してタイムシェアに係る権利の取引ができる環境が整っていること

※例えば、以下のような措置がとられていること

- ・消費者が、権利を購入する際に、権利の内容等について、十分な情報が提供されること
- ・クーリングオフ期間の設定、前払い金の保全等が適切に措置されていること

6 権利の保全等がされたタイムシェア型住宅の供給スキームについて

前章で整理された権利の保全等の条件を満たすタイムシェア型住宅の供給を我が国で実現するためには、倒産隔離機能を有する信託を活用して供給する方式と信託を活用せず、区分所有権・賃借権の枠組みを活用して供給する方式とが想定される。

(1) 信託を活用した方式

a. 信託を活用した方式の概要

欧米におけるタイムシェア型住宅の供給状況を踏まえれば、前章の消費者保護の観点から望まれる条件整備のうち特に重要と考えられるのが販売者の倒産時における権利の保全であり、このため、購入者の保有する権利が、販売者の経営破綻から倒産隔離されていることが必要となる。

こうした倒産隔離を実現するための一つの手法として、倒産隔離機能を有する信託の活用が考えられ、消費者保護の観点から望まれるその他の条件も踏まえれば、以下のようなスキームが想定される。(別紙2参照)

<当初の開発段階>

- ・ タイムシェアに係る権利を販売しようとする開発企業は、タイムシェア施設の建設等を行う。
- ・ 開発企業は、以下のような内容の信託契約を信託銀行や信託会社と締結し、リゾートマンション等のタイムシェア施設（抵当権が設定されていないもの）を信託する。
 - 信託銀行等は、所定の期間（例：20年間）に特定の住戸を毎年特定の期間に利用することができる権利に係る受益権（利用権受益権）と所定の期間経過後等に当該施設の所有権を受け取る権利に係る受益権（将来所有権受益権）を開発企業に発行する。
 - 信託の期間及び利用権受益権の期間は、後述の手続きにより、延長することができる。
 - 各利用権受益権の権利の内容については、利用権受益権者の全員の合意等がない限り変更することはできない。
 - 利用権受益権を保有する者は、毎年、所定の額（管理・運営費用、公租公課、信託フィー、修繕積立金等）を信託銀行等に支払わなくてはならない。
 - タイムシェア施設の管理・運営は、開発企業が指定した管理・運営企業に信託銀行等が委託する。
 - 管理・運営企業の変更等管理・運営に係る重要な事項に関する指示は、受益者集会における利用権受益権者の決議により行う。
 - その他の管理・運営に関する事項については、受益者集会で選ば

れた受益者代理人の指示による。

- 利用権受益権者が、一定期間管理費等の滞納をした場合、受託者が当該受益権が表示する権利を引継ぎ、滞納された費用の回収等のために活用できる。
 - 利用権受益権者の相当割合が管理運営費用等を滞納する、災害により施設が全壊する等所定の要件を満たす場合、信託銀行等は、信託契約の終了手続きを開始し、所定のルールに従って手続きを行う。
 - 管理運営企業が倒産した場合、管理運営の委託はあらかじめ開発企業がバックアップとして指定した主体に当面委託する。
 - 近接する施設をタイムシェア施設の共用施設として信託財産に組み込む場合はその内容及び使用ルール
- ※なお、本年秋季以降は、改正信託法に基づき、開発企業自身が自己信託する方法も想定される。
- ・ 開発企業は、利用権受益権を、消費者等に販売する。
 - ・ 将来所有権受益権は、当初開発企業に発行されるが、開発資金の早期回収のために、当該受益権を他の企業等に売却することも想定される。

<管理・運営段階>

- ・ 利用権受益権の購入者は、当該受益権の表示する権利に基づき、所定の住戸を所定の期間利用する。また、所定のルールに応じ、利用権受益権者自らが利用しない場合には、管理・運営企業を通じたレンタルや交換プログラムを活用する。
- ・ 利用権受益権者は、所定のルールに則り、毎年、管理運営費用等を信託銀行等に支払う。
- ・ 信託銀行等から管理・運営の委託を受けた管理・運営企業は、タイムシェア施設の管理運営を行う。我が国の分譲マンションの管理会社のように、共用部分の清掃等を行うほか、フロント、プール等の共用施設の管理や各住戸の清掃、シーツ交換等ハウスキーピングサービスを行う。また、所定のルールに基づき、利用権受益権者が利用しない場合のレンタルのサポート等も行う。
- ・ タイムシェア施設の管理・運営については、機動的な対応が確保されるよう、我が国の分譲マンションの管理における管理組合の総会との理事会との役割分担と同様に、信託契約に基づき、受益者集会と受益者代理人とがそれぞれ管理・運営に関する重要事項とそれ以外の事項について判断する権限をもつものとする。
- ・ 受益者集会の議決による事項としては、例えば、管理・運営企業による業務が適切に行われていない場合に、当該企業と信託銀行等との委託契約を打ち切り、他の管理・運営企業と委託契約を結ぶよう信託銀行等に指示するか否かの判断等が想定される。

<信託期間の延長に係る手続きについて>

- ・ 期間の延長は、将来受益権者と受託者の合意のみで行えることとする。
- ・ 将来受益権者は、利用権受益権の期間の延長についての条件を設定し利用権受益権者に提示する（延長期間、将来受益権者に支払う延長費用）
- ・ 利用権受益権者のうち、延長を希望するものは、その旨将来所有権受益権者に申し出る。
- ・ 将来受益権者は、申し出のあった利用権受益権者に係る受益権の期間の延長を受託者に指示し、期間の延長が行われなかった利用権受益権に係る住戸・利用期間については、延長された期間における権利を表示する新たな利用権受益権を将来受益権者に交付する。
- ・ 将来受益権者は、新たな利用権受益権を販売する。

<所定の信託の期間の終了後>

- ・ 信託の期間の延長がされない場合、信託契約に定められた所定の期間の経過に伴い、信託銀行等は、管理・運営企業への委託等を終了する。
- ・ 利用権受益権は、当該受益権が表示していた利用権の期間を終了するため、実質的に効力が終了する。
- ・ 信託銀行等は、将来所有権受益権を保有する者に対して、タイムシェア施設の所有権を返還する。

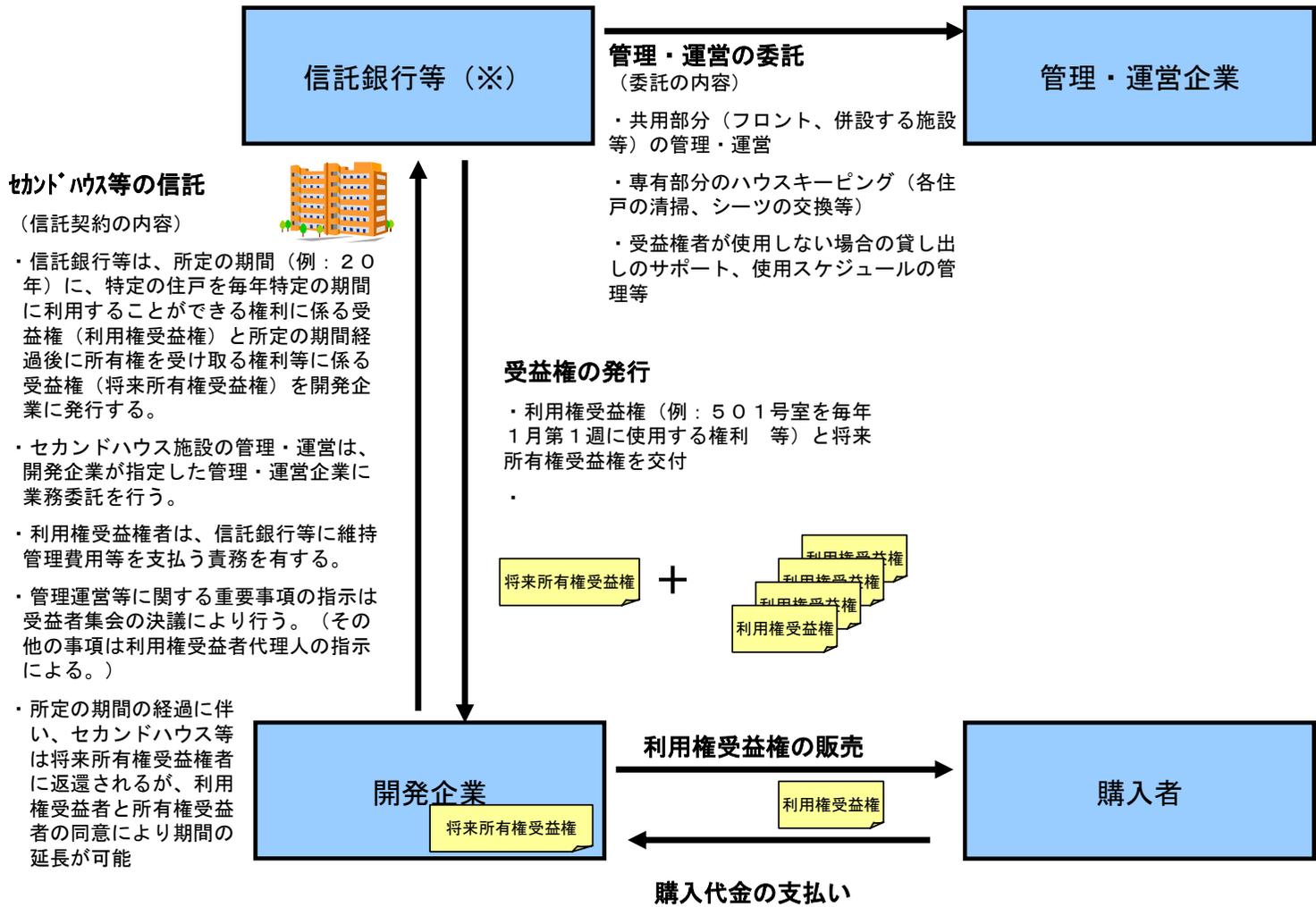
<所定期間経過前に信託契約終了の手続きが開始される場合>

- ・ 信託契約にあらかじめ定められた信託契約終了の手続きの開始に係る要件（例：相当割合の利用権受益権者が管理運営費用の支払いを停止、タイムシェア施設が災害等により全壊）が満たされた場合、信託銀行等は当該手続きを開始する。
- ・ 信託契約に基づき、上記手続きの開始に伴い、利用権受益権は効力を失い、信託銀行等は管理・運営企業との委託契約等を終了する。
- ・ 信託契約に基づき、信託銀行等は、タイムシェア施設の所有権を将来所有権受益権を保有する者に返還する。
- ・ 信託契約に基づき、将来所有権受益権者は、タイムシェア施設を所定のルールに基づき売却し、売却益を、信託契約に定められたルールに則り、受益権者等に分配する。

※上述のような方法のほか、信託契約終了の手続きの開始を受け、信託銀行等が、タイムシェア施設を売却し、売却益を受益者等に所定のルールに基づき分配する方法も想定される。

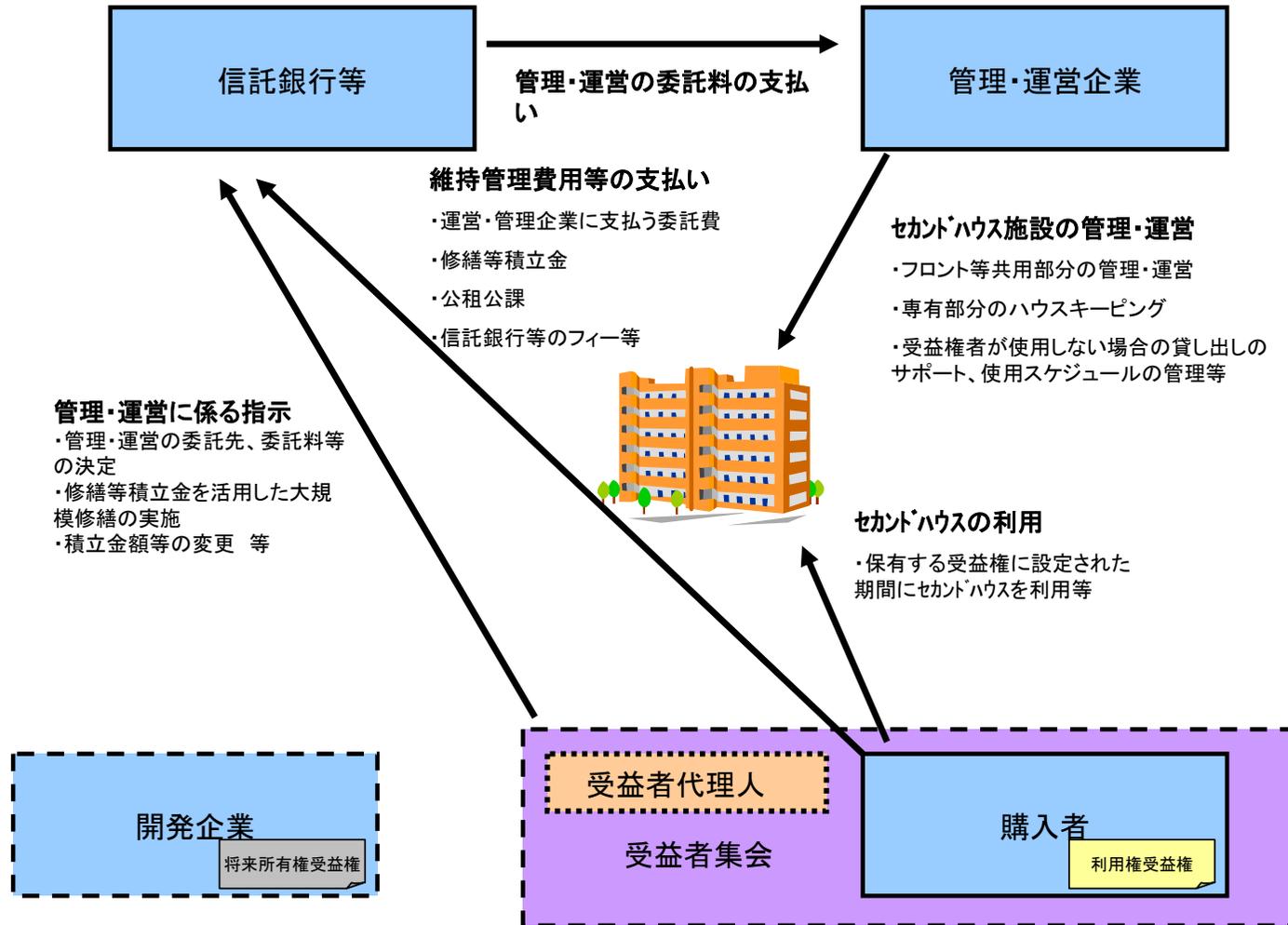
信託を活用したタイムシェア型住宅供給 のイメージ

信託方式によるタイムシェア型住宅供給(建設・販売段階)



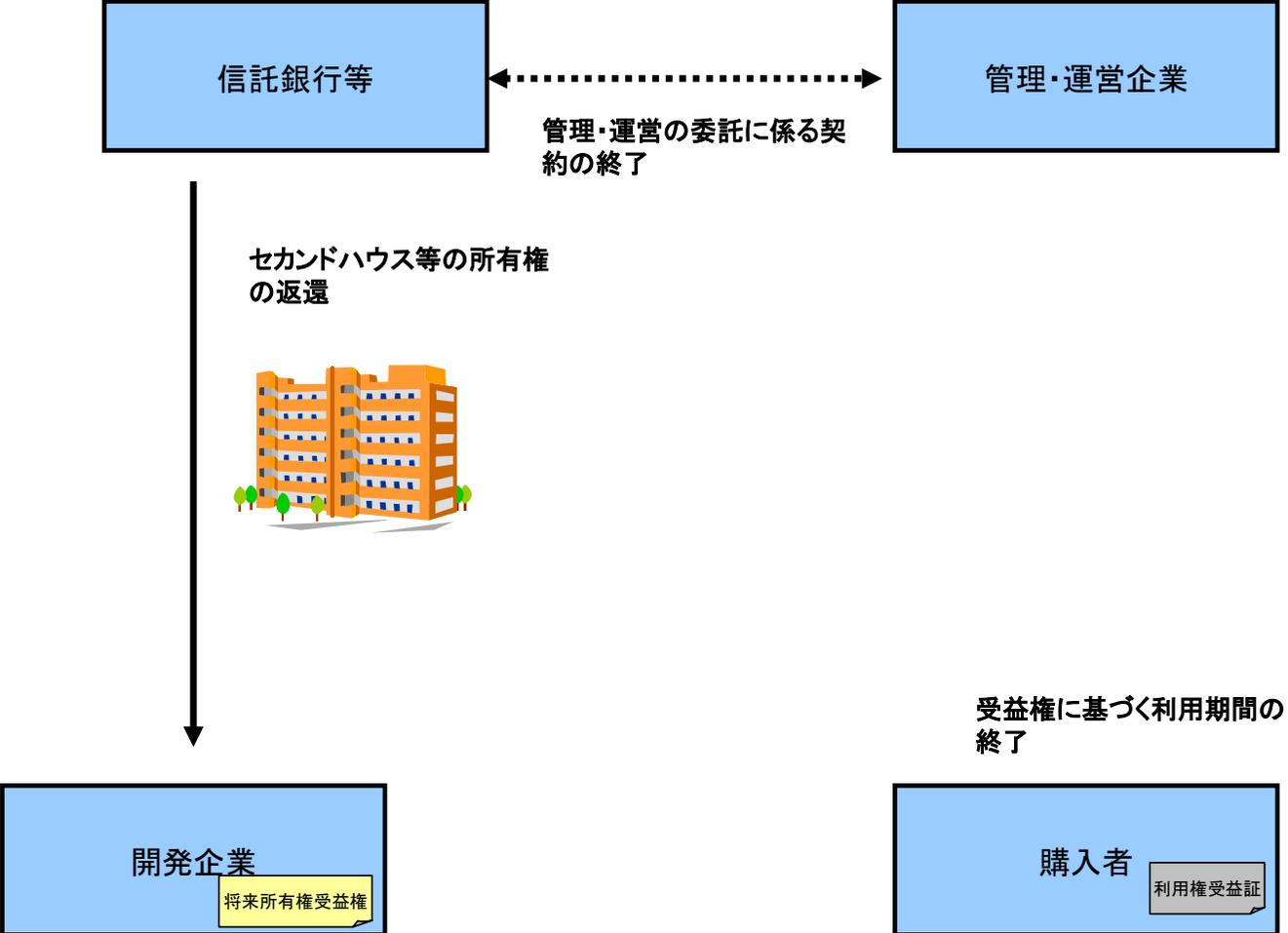
※本年秋以降は、開発企業による自己信託も想定される。

信託方式によるタイムシェア型住宅供給(管理段階)



※受益者集会及び受益者代理人が、分譲マンションにおける管理組合及び理事会に類似した役割を担う。

信託方式によるタイムシェア型住宅供給(管理段階・所定の年数経過後等)



※仮に開発企業が倒産している場合は、将来所有権受益権を引き継いだ者が返還を受ける。

信託方式によるタイムシェア型住宅供給（滞納の増加等に伴う信託の終了）

②信託契約の終了
手続きの開始
信託契約の定めに基づき、信託銀行等は、信託契約の終了手続きを開始する。



③管理・運営の委託に係る
契約の終了

③信託財産の返還
信託されていたセカンドハウス等は、将来
所有権受益者に返還される。



⑤信託契約の解除
残余財産の分配が終
了した時点で、信託契
約の定めに基づき信
託契約が解除される。

①維持管理が困難な状況の発生
利用権受益権者が支払う責務を有す
る維持管理費用等について相当程度
の不払いが発生等

③利用権受益権の
効力の停止
利用権受益権に基
づきセカンドハウス
等を利用する権利
は消滅する。

④残余財産の売却・売却益の分配
将来所有権受益権者は、信託契約に定
められたルールにのっとり、セカンドハ
ウス等を売却し、その売却益の一部を
利用権受益権者に分配する。



※仮に開発企業が倒産している場合は、将来所有権受益権を引き継いだ者が返還を受ける。
※セカンドハウス等の売却及び売却益の分配を信託銀行等が行う方法も想定される。

b. 消費者保護の観点から望まれる条件整備との関係について

上述の信託を活用したスキームは、以下のとおり、第 5 章で整理された消費者保護の観点から望まれる条件を基本的に満たすものと考えられる。

項 目	条件	必要となる条件整備
権利の保全	<p>消費者が購入した権利が、販売者の倒産等に関わらず、長期間にわたり確実に保全されること（※例えば以下のような事態を排除）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 当該権利を販売した企業の経営破綻等により、購入した権利（特定の住戸を特定の期間に利用する権利）が保全されずに不安定な状態となる。 ・ 同一住戸・施設に係る他の権利保有者の意向により、購入した権利の内容が変更されてしまう。 	<p>セカンドハウス等（抵当権が設定されていないもの）を信託し、倒産隔離を行ったうえで、利用権受益権を販売する方式をとることにより、開発企業の経営破綻等が購入者の権利に直接の影響を与えないものとする。</p> <p>信託契約の中で、例えば受益権者全員の合意を受益権の内容の変更の要件とする等の規定を盛り込み、利用権受益権の大部分を同一の者が保有する等の状態になっても、保有者の意向に反する権利内容の変更を防ぐ。</p>
譲渡性	<p>タイムシェア型住宅に係る権利を購入した者が、居住ニーズの状況等に応じて、当該権利を他の者に円滑に売却することができること</p>	<p>受益権の譲渡は、信託会社等の承諾が必要であるが、承諾の拒否要件等をあらかじめ信託契約においてできる限り明確化する。（利用権受益権者に関する情報が確実に管理されることにつながり、適切なストック管理等にも貢献）</p>

項目	条件	必要となる条件整備
適切な管理運営	<p>タイムシェア施設が、長期間にわたり適切に管理・運営されること (例えば以下のような事態を排除)</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 管理・運営を行う主体が、適切な管理・運営を行わずに、ストックの老朽化等が進行する。 ・ 権利保有者が負担する管理・運営の費用が、権利保有者との合意がないまま、いたずらに引き上げられる。 	<p>信託契約において、管理・運営を行う企業の変更等の重要事項の決定は、利用権受益権を保有する者の意思（受益者集会の議決）により行う旨等を規定する。（その他の管理・運営に関する事項の決定は受益者代理人が行う）</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 一部の権利保有者による管理・運営費用の滞納により、適切な管理・運営ができない状態に陥る。 	<p>信託契約において、一定期間管理費用等の滞納をした利用権受益権者については、保有する権利を受託者が引継ぎ、当該権利を活用した収入を滞納の補填等に充てることができる旨等を規定する。</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 管理・運営を行う主体が経営破綻し、長期間にわたり利用できない状態が継続する。 	<p>信託契約において、管理・運営を担う会社が倒産した場合に、当該業務の引継ぎを依頼するバックアップ管理・運営会社をあらかじめ指定する。</p>
	<p>老朽化に伴い必要となる大規模修繕工事、改修工事、建替え工事等の実施によるストック更新が円滑に行われ、老朽化に伴い機能低下する。</p>	<p>長期修繕計画を策定のうえ、信託契約において、以下の規定を盛り込む。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 当初の利用権・信託の期間（例：20年間）における性能維持に直結するものは利用権受益権者が、より長期の性能維持に直結するものは将来所有権受益権者が修繕積立金を積み立て、受益権者の判断（受益者集会議決）で活用。

項 目	条件	必要となる条件整備
適切な管理 運営	<ul style="list-style-type: none"> ・老朽化等により施設の利用に支障が出ているにも関わらず、権利の保有者が管理・運営の費用の負担を求められ続ける。 	<p>相当割合の利用権受益権者が維持管理費用の支払いを滞納するに至る、災害等により施設が全壊する等の場合は、所定のプロセスで信託契約を終了することを信託契約に定める。</p>
安全な取引	<p>消費者が、十分な情報提供等により、安心してタイムシェアに係る権利の取引ができる環境が整っていること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者が、権利を購入する際に、権利の内容等について、十分な情報が提供されること ・クーリングオフ期間の設定、前払い金の保全等が適切に措置されていること 	<p>権利の販売にあたり、売主が権利の内容等について適切な説明を買主に対して行うとともに、クーリングオフ期間の設定、前払い金の保全措置等を取り、契約の中でも明確化する。</p> <p>※販売時の情報提供等については、金融商品取引法、消費者契約法等の適用が想定される。</p>

c. 今後の検討課題

本信託方式は、消費者保護の観点で望まれる条件を、基本的に満たしており、消費者が安心してタイムシェアに係る利用権を購入できる環境整備を進めるうえで有効なスキームのひとつになりうると考えられる。

ただし、今後、より具体化したスキームの検討を行うにあたっては、今後以下の課題について検討を進めることが必要になると考えられる。

- ・ 信託に係るコストが、事業採算性に見合う水準におさまられるかについての検証を行うこと
- ・ 信託契約の内容について、購入者に正確な情報の開示が行われる枠組みを整備すること
- ・ 信託方式によるタイムシェアについて、契約内容の標準化の促進を図ること
- ・ 商品設計の柔軟性を確保できるような工夫を加えること
- ・ 他の利用権受益権者の滞納に起因して受益権の効力が停止するような事態をできるだけ避けるため、一部に滞納が発生した場合に、確実に上述のような対応が行われるよう枠組みを整備すること
- ・ 本研究会で主に想定したフィックスドウィークの方式でなく、近年、欧米で普及が進んでいるフローティングウィークやポイントシステムの方式を用いる場合に、信託方式を円滑に活用する方策を検討すること
- ・ ホテル等他の用途とタイムシェア型住宅を同一の建物の中で供給する場合に、適切な管理・運営の確保するための方策を検討すること
- ・ タイムシェアに係る権利を購入した者に対して、適切な管理・運営を行うことにより資産価値の向上を行うインセンティブを与える観点から、長期の信託期間を設定するための方策や、SPCを活用する方式も含め、所有権と利用権とを分割しない信託の活用方式について検討すること
- ・ 受益権を担保としたファイナンス等開発事業者の資金確保のあり方について検討すること

また、本方式を活用した場合の関係法令の適用は、別紙3のとおり整理されるが、具体のスキームの詳細が明確になっていないため、関係法令の適用を現段階で整理することは一定の限界がある。今後のスキームの具体化にあわせて、国立公園における立地規制も含め、関係法令の適用の整理を進めることも重要である。

なお、第3回研究会における供給事業者ヒアリングにおいて、上述の信託を活用したスキームについて意見聴取等した結果は、以下のとおりであった。

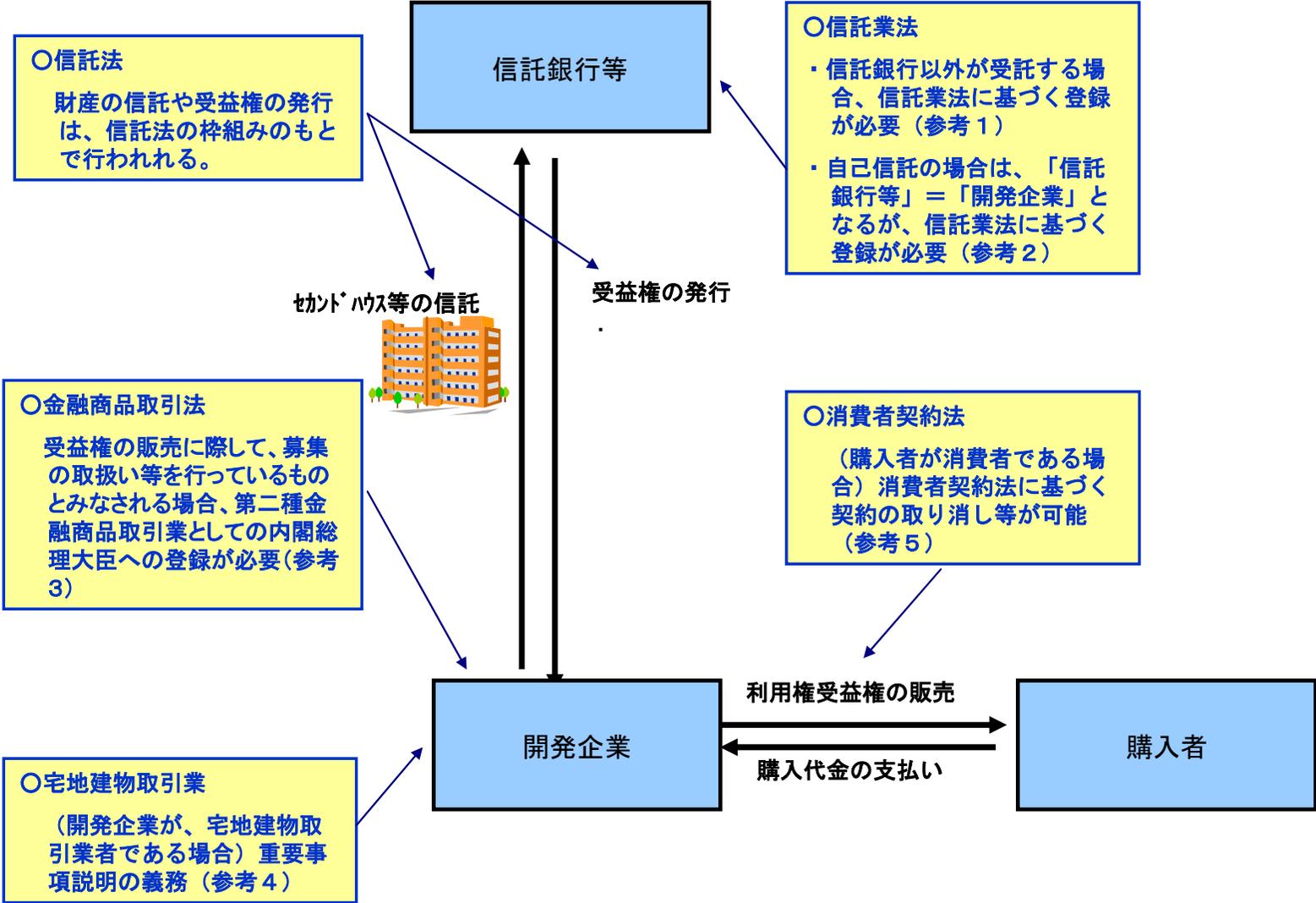
- ・ 消費者保護の観点で優れた仕組みであるが、コストが低く抑えられるのかという点とホテルの一部をタイムシェアにする場合の活用方法が課題ではないか。

- ・ 消費者の財産の保全は重要であり、十分検討に値する。ただし、供給者側にかかるコスト負担について引き続き検討が必要ではないか。
- ・ 所有権を信託する方式以外にも、定期借家など別の手法も組み合わせたものを検討していく必要があるのではないか。
- ・ スキー場等の近隣施設の利用権を組み込もうとした場合に、信託の方式がなじむのか検討が必要ではないか。
- ・ その他既存の共有持分譲型の商品との比較検討、信託期間終了時のシナリオスタディ、大規模修繕の負担のあり方等について、今後検討が必要ではないか。
- ・ 信託を用いることによるコスト負担についての検討が必要ではないか。経費が大きくなった場合に、消費者側に費用が転嫁されたり、中小企業が事業継続できないケースも想定されるのではないか。
- ・ 海外に比べ、信託という概念が日本ではまだなじんでいないのではないか
- ・ 信託のコストが下がる環境整備が今後の課題ではないか。
- ・ 今後の業界の発展のためには、このような消費者権利の保護の枠組みが必要不可欠である。
- ・ 管理・運営に関して、メンバーの方がスムーズに意思決定できる枠組みが重要である。
- ・ 本研究会の検討の前提としている固定週方式だけでなく、フローティング週方式についても、今後検討が必要ではないか。

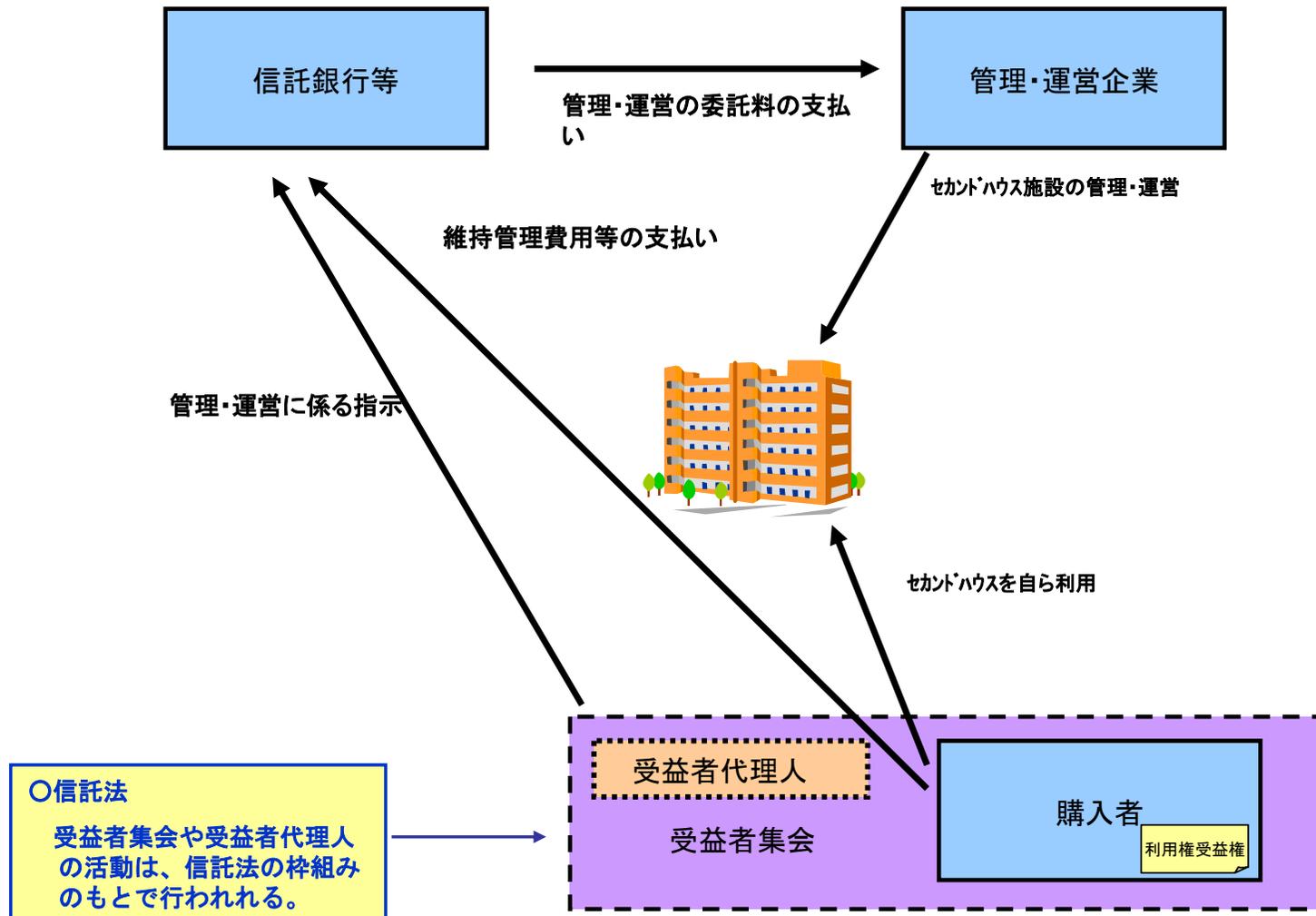
信託を活用したタイムシェア型住宅供給 における関連法令の適用

※本資料は、信託を活用したタイムシェア型住宅供給に関連する主要な関連法令の適用について、事務局において、基本的考え方を整理したものです。実際の各法令の適用については、個々具体の状況や各法令の実務を担う地方公共団体等の判断によるものと考えられます。

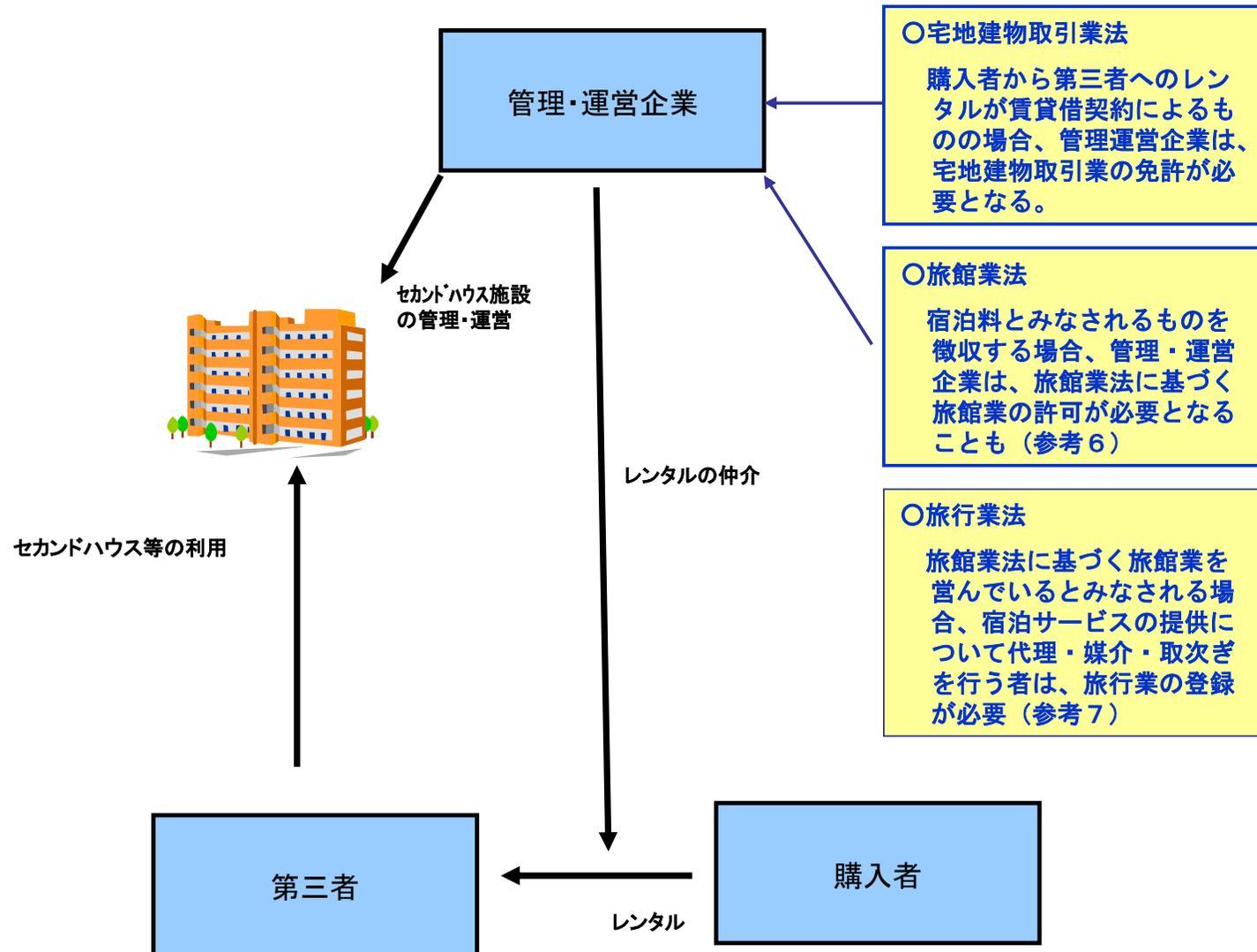
信託方式によるタイムシェア型住宅供給(販売段階)



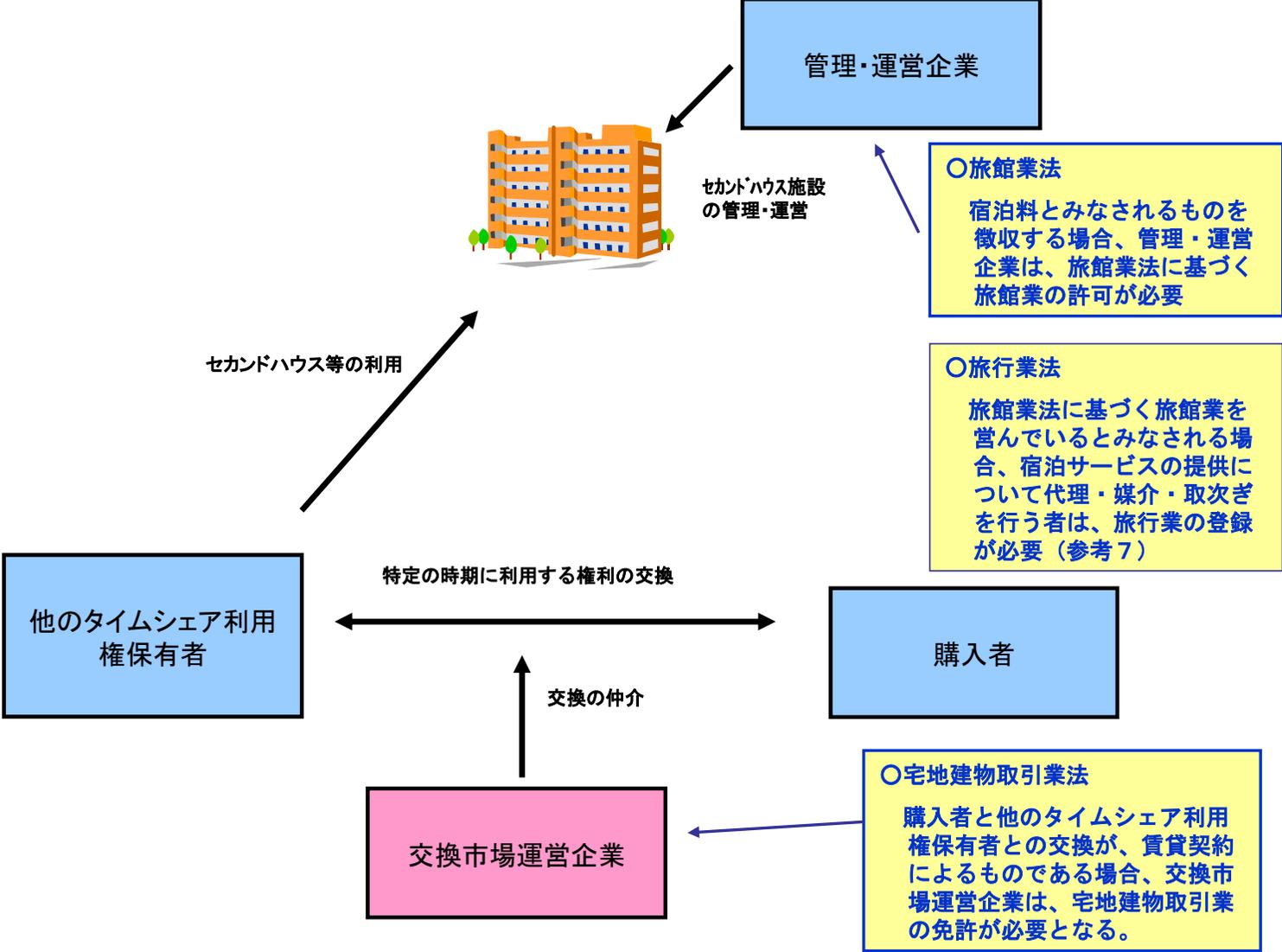
信託方式によるタイムシェア型住宅供給(管理段階・自ら利用)



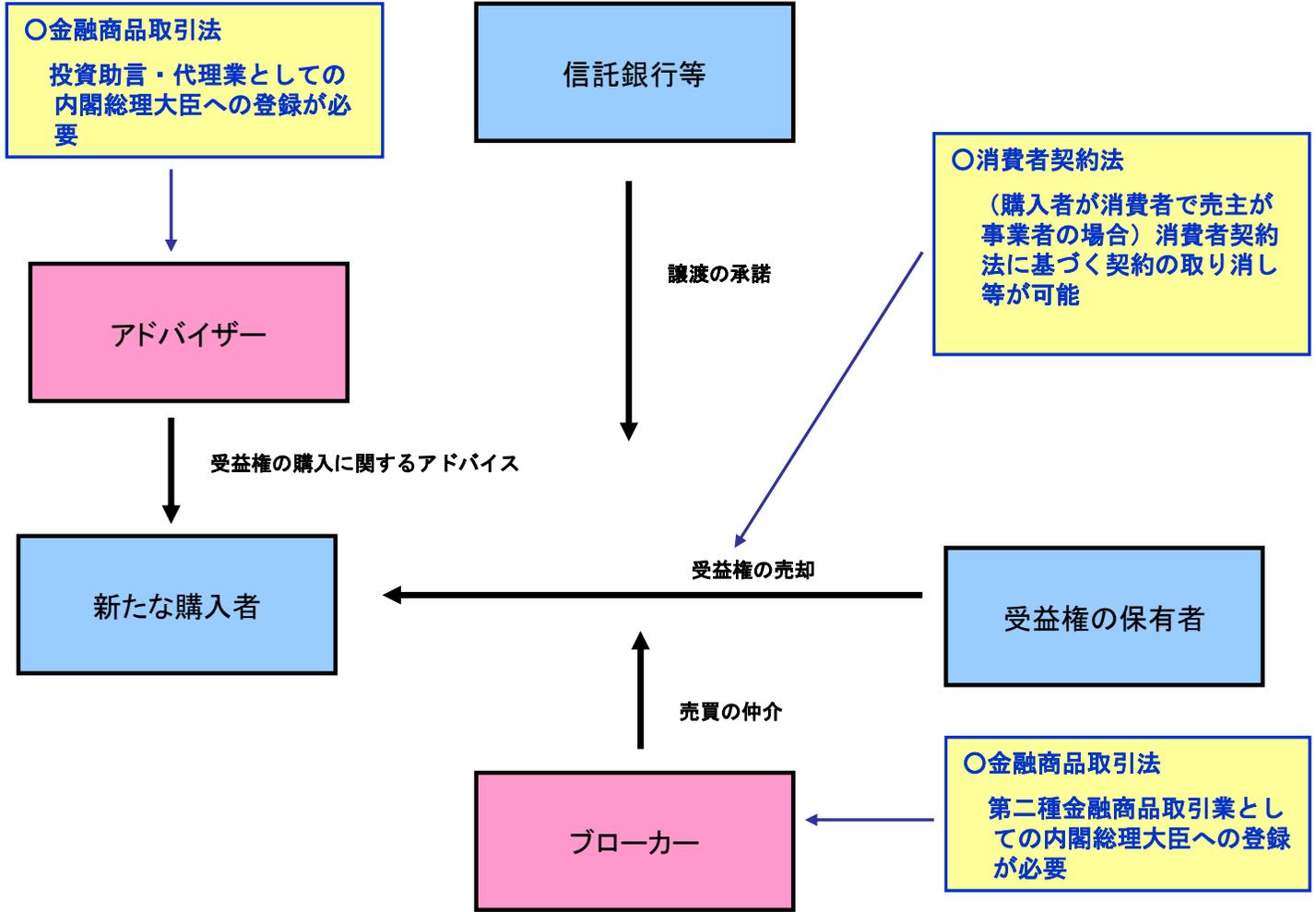
信託方式によるタイムシェア型住宅供給(管理段階・レンタル)



信託方式によるタイムシェア型住宅供給（管理段階・交換プログラムの活用）



信託方式によるタイムシェア型住宅供給(管理段階・受益権の売買)



信託方式によるタイムシェア型住宅供給(開発段階)



○建築基準法

竣工時における旅館業法適用の可能性及び具体の計画内容等を勘案し、「住宅」と「ホテル・旅館」のいずれかの規定を適用する。
(参考8)

開発

開発企業

(2) 信託を活用しない方式

信託を活用せずに、前章で整理された権利の保全等の条件を満たすタイムシェア型住宅の供給を実現する方策としては、区分所有権・賃借権の枠組みを活用して供給する方式が想定される。

こうした方式についての、メリット・デメリット等を分析したものが別紙4であるが、以下の課題も含め、具体化に向け、今後さらなる検討が必要と考えられる。

- ・ 時間単位の賃借権の設定について、現行の法制度の枠組みでどこまで可能であるかについて検討すること
- ・ 所有権を与える方式として、①建物の区分所有権＋敷地所有権 ②建物の区分所有権＋敷地借地権の2つについて検討すること
- ・ 預託金を活用する方式を補完する方法についても検討すること

区分所有権・賃借権を活用した場合の課題等について

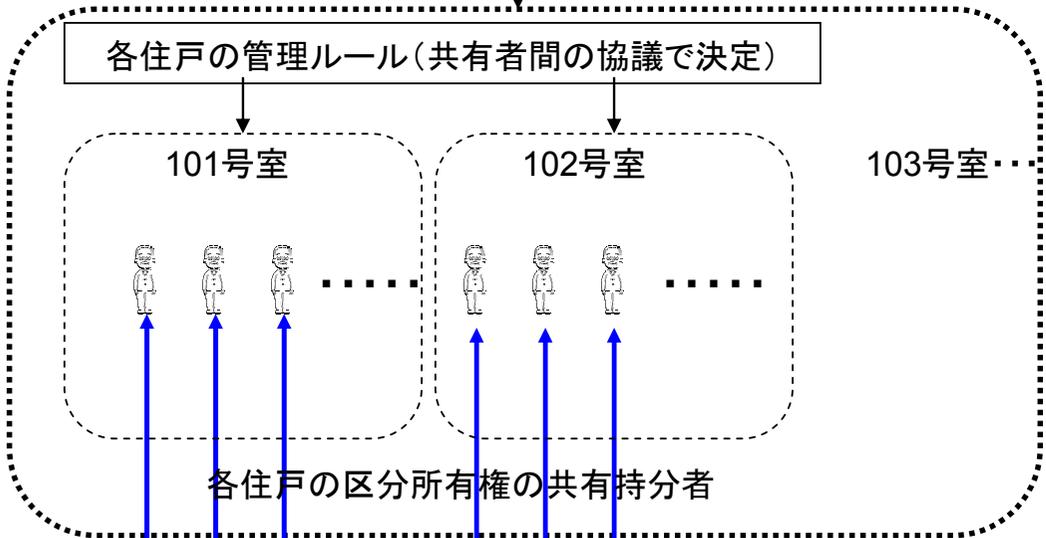
	区分所有権の共有	賃借権(※)		信託
		賃借権の準共有方式	時間単位の賃借権方式	
	◇例えば、区分所有建物の専有部分の共有持分権の販売とあわせて、区分所有建物以外の附属施設の利用権を販売するようなケース。	◇例えば、施設(の特定の部屋)の賃借権を、26人で準共有する方式(26人で、一つの賃借権を有する方式)。	◇例えば、施設(の特定の部屋)を、今後20年間、毎年〇月第〇週を賃借する契約を、各購入者が締結する方式(対象となる週は、各人で異なる)。	◇例えば、企業が施設を信託銀行等に信託し、施設の利用等を内容とする受益権を販売する方式。
評価の視点	<ul style="list-style-type: none"> □リゾート企業の倒産によって購入者の利益が害されないこと □時間単位の利用権であること □利用権の譲渡が可能であること □利用権を第三者に対抗することができること □他の権利者の意向により権利内容が変更されることのないこと 			
メリット	<ul style="list-style-type: none"> ①リゾート企業が倒産した場合でも、共有持分権は失わない(登記をしていれば、第三者に対抗できる。) ②専有部分の使用方法是、共有者間の協議により定めることが可能。 	<ul style="list-style-type: none"> ①対抗要件(賃借権の登記)を備えれば、施設の所有権等を取得した第三者に対抗できる。 ②リゾート企業が倒産した場合でも、対抗要件を備えていれば、管財人は契約を解除できない。 ③施設の使用法(交換等)は、賃借権の準共有者間の協議により定めることが可能。 ④賃借権の譲渡を許す旨の登記をすることができるため、新たに施設を取得した第三者に対しても、賃借権の準共有持分権の譲渡を対抗することができる。 ⑤③の準共有者間の合意を、準共有持分権の譲受人にも対抗できる。 ⑥維持修繕等は、所有者であるリゾート企業の責任と負担で行う。 ⑦賃借権という、現行法制度上も一般的な権利であることから、購入者にも理解しやすい。 	<ul style="list-style-type: none"> ①対抗要件(賃借権の登記)を備えれば、施設の所有権等を取得した第三者に対抗できる。 ②リゾート企業が倒産した場合でも、対抗要件を備えていれば、管財人は契約を解除できない。 ③賃借権の譲渡を許す旨の登記をすることができるため、新たに施設を取得した第三者に対しても、賃借権の譲渡を対抗することができる。 ④維持修繕等は、所有者であるリゾート企業の責任と負担で行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ①信託された財産は、受託者の名義となるが、受託者の固有財産とは区別して管理され、受託者の倒産からは隔離される。また、信託財産は受託者が所有することから、委託者(リゾート企業)からも独立した財産となる。 ②権利の内容が、契約によって定まる部分が多いため、様々なケースに対応できる。
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> ①区分所有建物以外の附属施設の利用などのサービス提供に関しては、別途、債権契約が必要。 ②区分所有法に基づく管理規約と、サービス提供に関する債権契約の関係が不明確になるおそれがある。 ③このため、タイムシェアの利用権の根拠が、共有持分権にあるのか、債権契約にあるのかが不明確となるおそれがある。 ④サービス提供と切り離された場合の、共有持分権の財産的価値が不透明である。 ⑤維持修繕等は、所有者である購入者の責任と負担で行わなければならない。 	<ul style="list-style-type: none"> ①賃借権の登記は、賃貸人・賃借人が共同で申請しなければならない。 ②賃借権を購入しようとしている第三者に、使用方法を公示する手段が必要。 ③サービス提供に関する債権契約と、賃貸借契約の関係を明確にする必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ①時間単位の賃借権の登記が可能か明らかでない。 ②賃借権の譲渡を第三者に対抗するためには登記が必要であるが、頻繁な権利移転を逐一登記することは、現実的でない。 ③賃借権の登記は、賃貸人・賃借人が共同で申請しなければならない。 ④サービス提供に関する債権契約と、賃貸借契約の関係を明確にする必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ①権利の内容が、契約によって定まる部分が多いため、購入者にとって分かりにくい面がある。 ②受益権の譲渡は、受託者への通知又は受託者の承諾がなければ、受託者その他の第三者に対抗できない。 ③受託者の存在が不可欠だが、(信託業を営む主体が拡大されたもの)実態としては、信託会社の数が少ない。 ④信託手数料がかかる。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ○少なくとも共有持分権の販売に関しては、宅地建物取引業法の規制対象となる。 ○区分所有者からなる管理組が管理事務を委託する場合には、マンションの管理の適正化の推進に関する法律に基づく登録を受けた管理者が行わなければならない。 	<ul style="list-style-type: none"> ①賃借権の存続期間は20年を超えることができないため、これより長期の賃貸借契約が求められる場合には、法制度の整備が必要。 ②賃料の設定方法等について検討が必要。 		<ul style="list-style-type: none"> ○受益権の販売に際して、金融商品取引法の規制対象となる。 ○信託期間終了後の所有権は、受益者(購入者)とすることも、リゾート運営企業(又は別途の第三者)とすることも可能

※ タイムシェアに関しては、借地借家法の適用はないという前提で整理を行った。

信託方式を用いない方式(区分所有権方式)

管理規約(区分所有建物等の管理又は使用に関する事項は規約で定める。)

利用権契約により定まる全体利用ルール



区分所有建物の専有部分の共有持分権の売買契約
(例: 101号室の1/52の共有持分)
+ 付属施設の利用権契約

リゾート企業

信託方式を用いない方式(賃借権の準共有方式)



全体利用ルール(利用権契約により定まる)

各住戸の使用ルール(準共有者間の協議で決定)

101号室

102号室

103号室...

各住戸の賃借権の準共有者

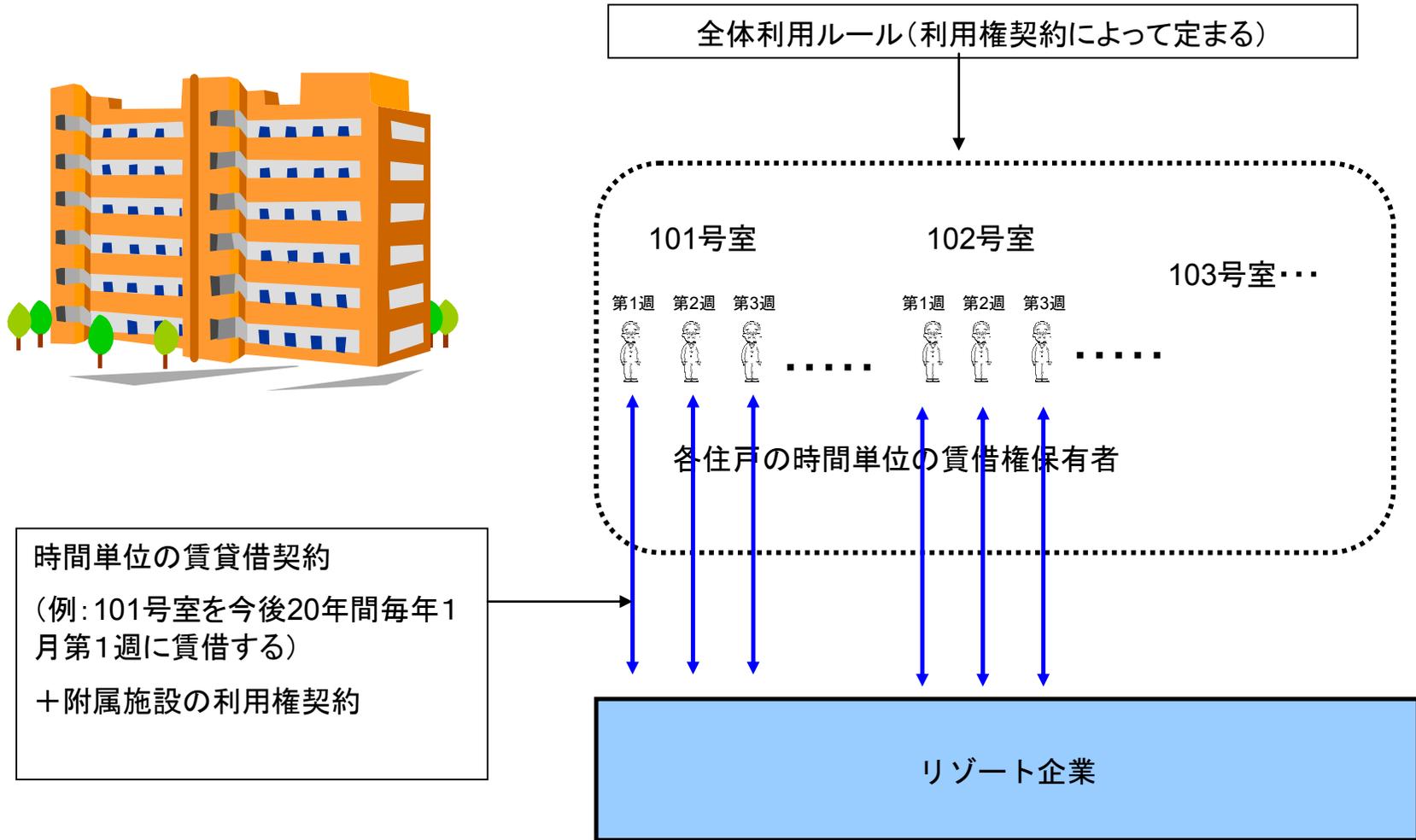
リゾート企業

準共有による賃貸借契約

(例: 101号室の賃借権の52人による
準共有)

+ 附属施設の利用権契約

信託方式を用いない方式(時間単位の賃借権方式)



6 タイムシェア市場の発展に向けた魅力ある商品の提供等

タイムシェア型住宅の供給を促進するためには、前章で論じられたような消費者が安心してタイムシェアに係る権利を購入できる環境の整備に併せて、以下のとおり、より魅力的な“タイムシェア商品”を市場に提供することなどの環境整備が重要である。

① 交換プログラムの活用について

欧米におけるタイムシェア型住宅の多くは、国際的な交換プログラムを運営する企業と提携して供給されており、権利購入者が希望すれば、交換市場運営企業の運営するプログラムに参加し、自らが保有するタイムシェアに係る権利と、他の権利保有者がもつ権利との交換が国境を越えて行うことが可能となっている。

我が国のリゾートクラブも同一企業の運営する施設内等での交換プログラムが幅広く行われているほか、一部のクラブが、こうした国際的な交換プログラムに参加しているが、欧米に比べると、国際的な交換プログラムの活用は進んでいない。

こうした交換プログラムは、仮にタイムシェアに係る権利を保有する者が、当該権利に係るスケジュールに当該住戸を活用できない、あるいは、活用を希望しないような場合でも、市場機能の活用により、タイムシェア施設の効率的な活用が確保され、個々のタイムシェアに係る権利の使用価値を高める効果をもたらすと考えられ、タイムシェアに係る事業を成立させるうえで大きなポイントになると考えられる。

米国においてタイムシェアに係る権利を取得した者に対するアンケート調査によれば、購入決定時に「とても重要」と考えたポイントとして「全体の柔軟性」をあげたものが全体の88%と最も高い割合を占め、また、「外部との交換プログラム」も73%を占めている。

こうした米国の状況を踏まえれば、今後の我が国におけるタイムシェア型住宅の供給においては、国際的な交換プログラムがより広く活用されることが重要と考えられ、海外の需要者の活用も視野にいたしたタイムシェア施設の開発の重要性が今後増していくものと考えられる。

こうした交換プログラムの活用が広まるためには、プログラムの活用が可能なタイムシェア施設が多く供給されることに加え、国内のタイムシェアに係る権利の保有者が海外の施設の利用を希望し、逆に海外のタイムシェアに係る権利の利用者が、我が国の施設の利用を希望する環境となること等が重要である。

なお、供給事業者ヒアリングにおいては、我が国のタイムシェア市場が一

定の発展を遂げた段階で、国際的な交換プログラムの活用を進めることが適当ではないかとの指摘があった。

また、グローバルな視点から、こうした交換プログラムの活用を促進する観点から、また、タイムシェア開発に係る資金調達を円滑化する観点から、タイムシェア施設を公正に評価する第三者機関の枠組みの整備を検討することも重要と考えられる。

(表9) 米国のタイムシェア購入者が購入決定時に「とても重要」と考えた点
(再掲)

	「とても重要」と考えた購入者の割合
全体の柔軟性	88%
質	82%
信頼性	74%
外部との交換プログラム	73%
内部での交換プログラム	73%
施設や住戸を気にいった	68%
リゾートの立地	68%
出費を節約できる。	67%

出典：Resort Timeshare Consumers 2006年

② ロックオフシステムの活用

1つの住戸を通常通り1部屋として活用するだけでなく、仕切りをすることにより、2部屋として活用可能なロックオフシステムもタイムシェア型住宅の商品性を高める方法のひとつとして注目される。本システムの活用により、例えば、家族が多い時期には全体の住戸を利用するが、子供が独立してからは、2部屋に仕切ったうえで、その1部屋のみを活用し、残りの部屋をレンタルする等権利利用の柔軟性が高まると考えられる。

③ 買取保証制度の活用について

上述①②のような、タイムシェアに係る権利の利用価値を高める取り組みに加え、当該権利の資産価値を安定させることも、商品の魅力を向上させるポイントのひとつと考えられる。

米国では、前述のとおり、タイムシェアに係る権利が登記の仕組みにより確実に保全されていることも背景として、流通市場が大きく発達し、売買が中古市場で活発に行われている。こうした流通市場が十分に発達していない日本の場合は、権利を販売した企業が所定の期間内は所定の価格で権利を買い取ることを保証する仕組みを活用することも、権利の資産価値を安定させ、タイムシェアに係る権利を消費者からみてより魅力的にする方法のひとつと考えられる。

④ 権利の購入に係るファイナンスの確保

タイムシェア型住宅を消費者からみて魅力あるものとし、我が国のタイム

シェア市場の拡大を図るうえで重要なポイントのひとつは、購入にあたっての購入者に対するローンの提供である。米国においては、タイムシェアに係る権利の保全が確実に行われ、また、中古市場も発達していることを背景として、タイムシェアに係る権利の担保価値を勘案したローン供給が行われている。これに対し、我が国では、こうしたタイプのローンは一般に提供されていない。前章において議論された、権利保全及び譲渡性が確保された供給スキームが成立すれば、金融機関からみれば、タイムシェアに係る権利の担保価値が向上すると考えられることから、米国のようなタイプのローンがより提供されやすい環境が整備されるものと考えられる。

8 タイムシェア型住宅の供給促進に向け行政等に期待される役割

タイムシェア型住宅の供給を促進するためには、市場に対する信頼性の確保が重要であると考えられることから、第6章で論じられた消費者保護の観点から望ましい条件整備がされたタイムシェア型住宅に係る権利を供給するスキームについて、本研究会で明らかになった様々な課題について、有識者や関連事業者等との連携のもと引き続き検討を進め、具体化の促進を図ることが必要である。

こうした消費者保護の観点から望ましい条件整備がされたタイムシェア型住宅の供給を促進するためには、関連事業者等の連携のもと、モデル的な取り組みが具体の事業として実際に行われ、そこから得られる教訓が広く共有されることが有効と考えられる。このため、こうしたモデル的な事業に取り組もうとする主体等に対して、必要に応じて、立ち上げのための支援を検討することが重要と考えられる。

また、今後の市場における具体的なタイムシェア型住宅の供給スキームの確立にあわせて、本研究会で整理された消費者保護の観点から望ましい条件整備を踏まえ具体の供給状況を検証し、必要に応じて、供給を支える様々な関連制度の見直し等を検討することも重要と考えられる。

なお、この他に、本研究会における供給事業者ヒアリング等や委員からのご指摘において、以下のような点について、行政の役割を期待するとの意見があった。

- ・ 住宅ローンと同じようなローンがタイムシェアにも活用できるような環境整備が望まれる。
- ・ 自然公園等における現行の規制について、柔軟な規制緩和が望まれる。
- ・ 消費者保護の枠組みが重要であり、ガイドライン策定等による啓蒙活動が重要ではないか。
- ・ 消費者が安心して購入でき、また、業者間の交換を円滑化するため、商品の標準化を進めるべきではないか。
- ・ 施設の管理・運営をブラックボックスとはせずに、その内容が開示され、運営会社のパフォーマンスが悪ければ交代もできる仕組みの整備が望まれるのではないか。
- ・ 欧米のようなクーリングオフや頭金の授受に関する消費者保護のルール整備も重要な課題である。
- ・ 消費者に対する情報提供や啓蒙が重要である。

9 まとめ

本研究会は、国の機関が設置するタイムシェア型住宅の供給のあり方を主要なテーマとする初めての研究会として、幅広い分野の有識者が委員として参加し、また、事務局である国土交通省に加え、内閣官房地域活性化統合事務局及び経済産業省の幅広い部局の担当が協力委員に加わり、タイムシェア型住宅の供給のあり方について、活発な議論が行われたが、本研究会における計4回の議論のポイントは、以下のとおり要約される。

○我が国におけるタイムシェア型住宅供給促進の可能性及び意義

- ・ 我が国においても、消費者が安心して購入できる環境の整備等を推進することを通じ、タイムシェア型居住を現在以上に普及させることが可能と考えられる。
- ・ 経済的効率性の高いタイムシェア型居住の促進は、マルチ居住の実現、地域活性化、観光の振興及び住宅投資の拡大等様々な政策的意義を有する。

○消費者が安心して取得できるタイムシェア型住宅の供給に関するガイドライン

- ・ 消費者が購入したタイムシェア型住宅に係る権利が、販売者の倒産等に関わらず、長期間にわたり確実に保全されること
- ・ 購入者が、購入したタイムシェア型住宅に係る権利を、居住ニーズの状況等に応じて、他の者に円滑に売却することができること
- ・ タイムシェア施設が、長期間にわたり適切な管理・運営が行われること
- ・ 消費者が、十分な情報提供等により、安心してタイムシェアに係る権利の取引ができる環境が整っていること

○権利の保全等がされたタイムシェア型住宅の供給スキームについて

- ・ 信託を活用した方式及び区分所有権・賃借権を活用した方式とが想定されるが、スキームの具体化に向け、引き続き検討が必要である。

○魅力あるタイムシェア商品の供給方策

- ・ タイムシェア型住宅をより魅力ある商品とするためには、国際的な交換プログラムの活用が重要と考えられる。また、タイムシェア施設を公正に評価する第三者機関の枠組みの整備を検討することも重要である。
- ・ この他にも、ロックオフシステム、買取保証制度等の活用の検討やより有利な購入者向けローンが提供される環境の整備も重要である。

○タイムシェア市場の発展に向け行政等に今後期待される役割について

- ・ 消費者保護の観点から望ましい条件整備がされたタイムシェア型住宅に係る権利を供給するスキームについて、本研究会で明らかになった様々な課題に

ついて検討を進め、具体化の促進を図ることが必要である。

- ・ モデル的な事業に取り組もうとする主体等に対して、必要に応じて、立ち上げのための支援を検討することが重要と考えられる。
- ・ 市場における具体的なタイムシェア型住宅の供給スキームの確立にあわせて、必要に応じて、供給を支える様々な関連制度の見直し等を検討することが重要と考えられる。

また、本研究会における議論は、タイムシェア型住宅の供給促進に向けて今後対応が必要となる様々な課題を明らかにしたと考えられる。本研究会の議論を契機とし、関係省庁、関係事業者、有識者等の連携のもと、これらの課題に対する対応が的確に行われ、我が国において健全にタイムシェア型住宅に係る市場が発展していくことが期待される。

豊かな生活のための投資構造型ライフスタイルのすすめ

2008年5月13日

1. コンセプト:投資構造型ライフスタイルへの転換

<日本人のライフスタイルの現状>

我が国の現在のライフスタイルは、居住の点でも、余暇の点でも、支出が豊かさの実現につながりにくい消費型構造となっている。
(受動的なライフスタイル)

居住:人生最大の買い物である住宅は、住宅ローン返済の完了時には、資産価値が大きく下落
余暇:休暇は、ヴァカンスと呼ぶには程遠く、週末やGWに、ホテルや旅館で短期間に集中的に支出

<日本人のライフスタイルの課題>

1. 欧米の長期滞在を希望する観光客の需要に対応できず、地域の活性化を制約している。
2. 働いて稼いだお金を、継続的な生活の豊かさにつなげる投資構造型のライフスタイルへの転換が必要。(能動的ライフスタイル)

<基本的方向性>

- ・住宅の超寿命化の推進により、住宅の資産価値を長期にわたり維持することが求められている。
- ・余暇と居住の接点となるマルチ居住の分野で投資型ライフスタイルへの転換が求められている。

<投資構造型マルチ居住を支える要素>

①サステナブルな資産価値の確保

- ・**メンテナンス/オペレーション**:自宅を始めとした巨樹運才資産価値を下落させない適切なメンテナンス、資産運用に係るオペレーション
- ・**美しい街並み**:メンテナンスが行き届くことで長い間に熟成

②セカンドハウス投資を成立させる枠組

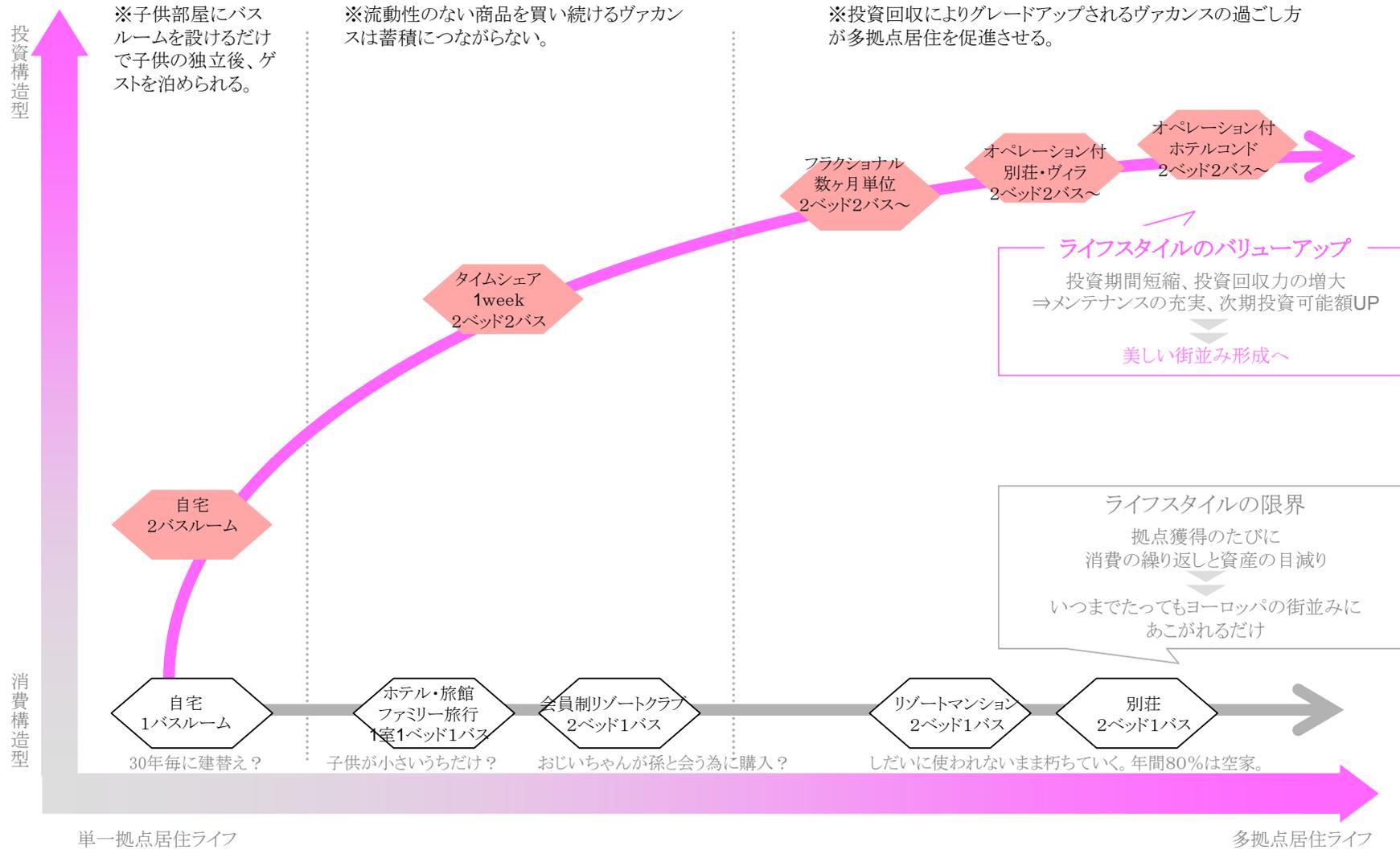
- ・**タイムシェアリング**:自ら使用しない期間の収益実現(複数のオーナーによる利用)
- ・小口化による円滑な資金調達
- ・**権利保全**:リスク最小化のための権利保全、流動性確保

③セカンドハウス資産活用の最適化

- ・**グローバル商品化**:国内需要だけでなく、海外からの長期滞在型インバウンド需要も視野にいれた資産活用。

セカンドハウス等の購入に際して消費者保護を確立し、我が国におけるタイムシェア供給を促進することにより、投資構造型多拠点居住を実現するとともに、豊かな街並みの形成にも大きく貢献する。

2. 投資型ライフスタイルによる生活のバリューアップ



3. 投資型ライフスタイルと消費型ライフスタイルのリゾート比較(例)

※モデル家族: 夫38歳、妻36歳、子供(10歳、6歳)または(子供1人、祖母1人)の4人家族が伊豆での休暇を楽しむ場合。

	タイムシェアリゾートを所有する場合	ホテル・旅館を使う場合
日程	MAX7泊8日	平均的に3泊4日がMAX
利用コスト	約140,000円(約2万円/泊)	約180,000円(約6万円/泊)
内訳	伊豆のタイムシェア2B2B1week(7泊):200万円 実際の利用権は1week/年で永久だが試算上30年と仮定、 200万円÷30年=約6.7万円/7泊/年 年間維持管理費:約5万円/年 6.7万+5万円=11.7万円 食材:3000円×7泊=2万1000円	伊豆のホテル1泊1室2名利用1人料金:15,000円 15,000円×2人×2室×3泊=180,000円 ※旅館の場合も2食付1泊1名15,000万円
食事	キッチン付・自分でスーパーで調達等	朝食・夕食付
広さ	約100㎡	約35㎡×2室
間取り	2ベッド2バス	1ベッド1バス×2室
その他	<ul style="list-style-type: none"> ゆったりとした室内で家族全員で過ごす楽しみがある キッチン付なので気分に合わせて、朝食は簡単に作ったり、夕食は外食したりとモチベーションに応じて変えられる。 	<ul style="list-style-type: none"> 基本的なホテルのスタンダードツイン。ベッドだけがある部屋の印象。 観光が中心となり、家を離れて家族で生活するという感覚は生まれ難い。(Home away from Homeという感覚は無い)
イメージ	 <p>約100㎡</p>	 <p>約36㎡</p>

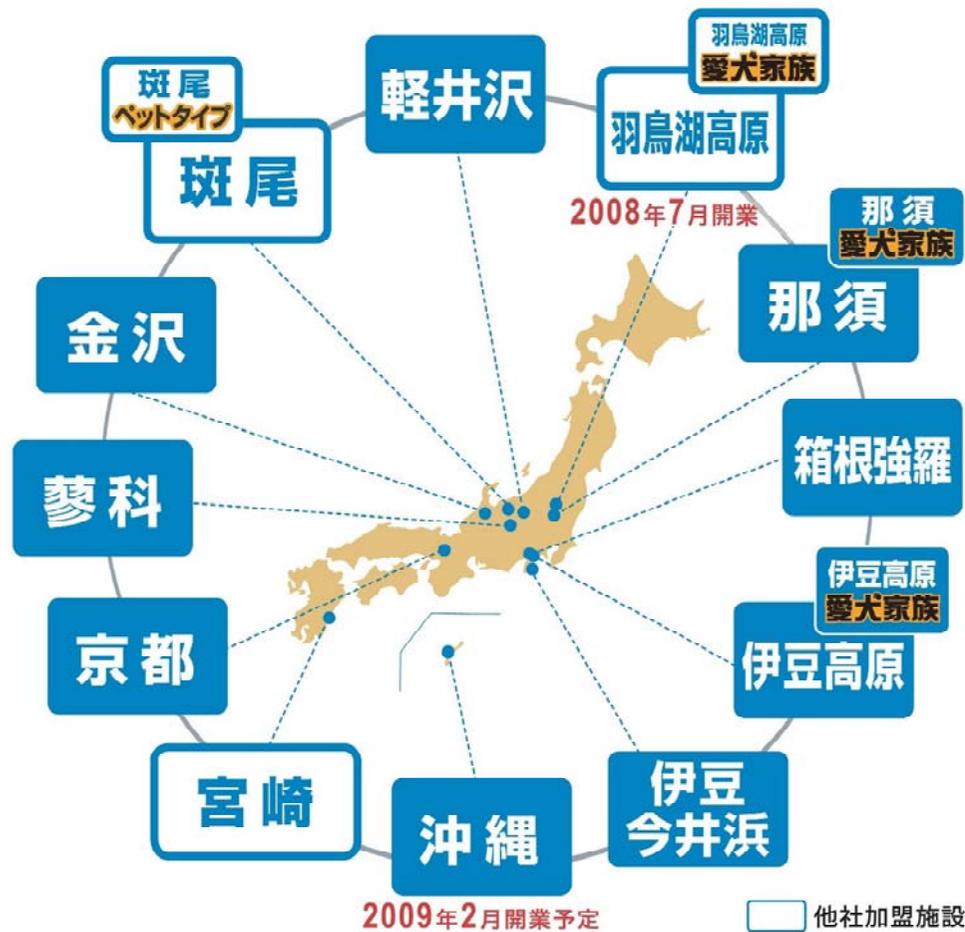
東急電鉄の会員制タイムシェアリゾート

「Big Week」



(東急電鉄における「リゾートタイムシェアリング事業」)

ビッグウィークの沿革(1)



(東急電鉄における「リゾートタイムシェアリング事業」)

商品の概要

1. マイウィーク

1週間単位のタイムシェアリング商品

あらかじめ定めた施設・週を一定期間(5年～10年間)必ず確保

2. 交換システム

- ① 1週間を他の施設に振り替える「施設交換」
- ② 「同じ施設」で違う週に振り替える「時期交換」
- ③ 1週間をウィークデイと週末に分割して交換利用する「ハーフウィーク交換」

3. デイプラン

全国12箇所の施設をホテル感覚で1泊単位でいつでも何泊でも利用可能

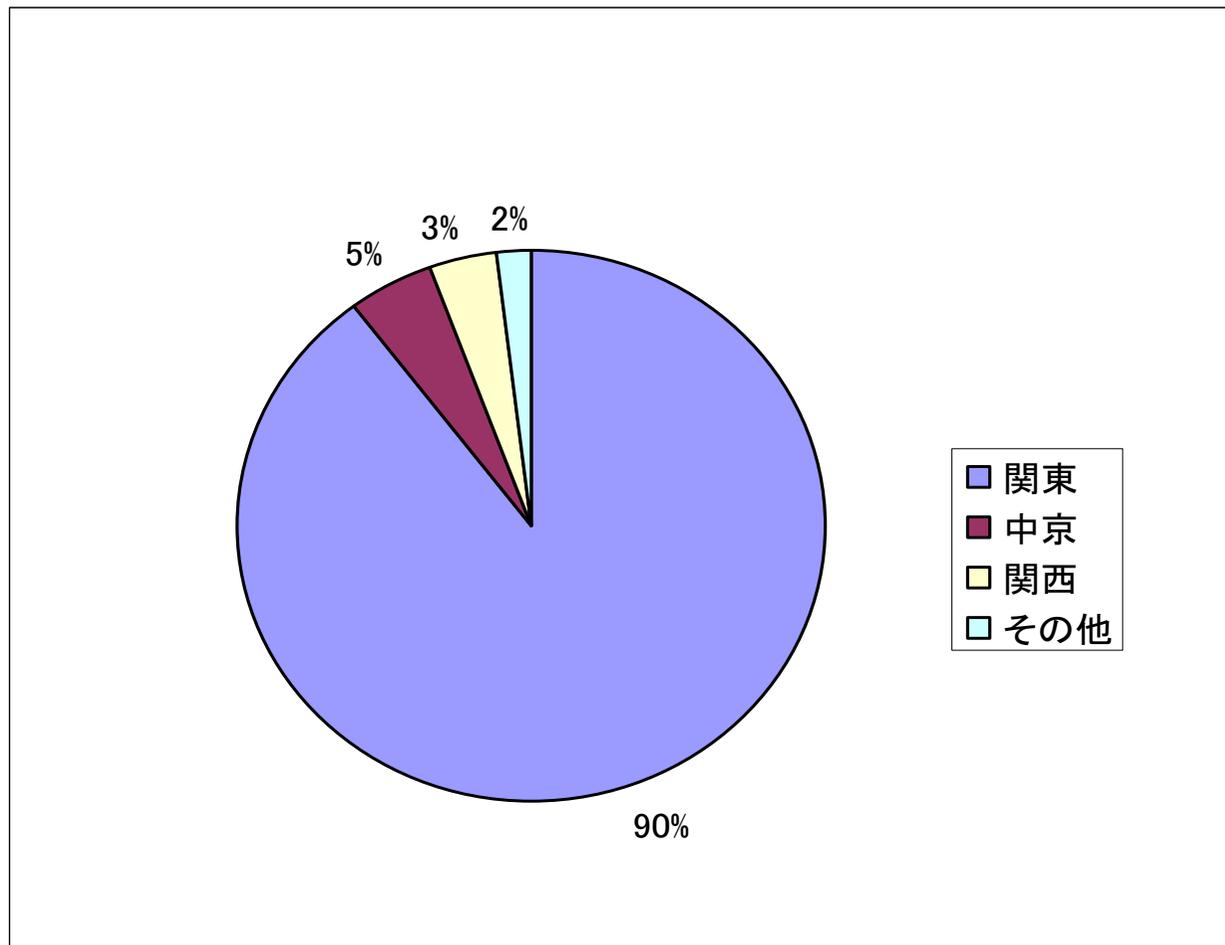
4. 客室

約70 m²以上の客室。

リビングを備えた滞在に必要な広さと、キッチン、家電製品も完備

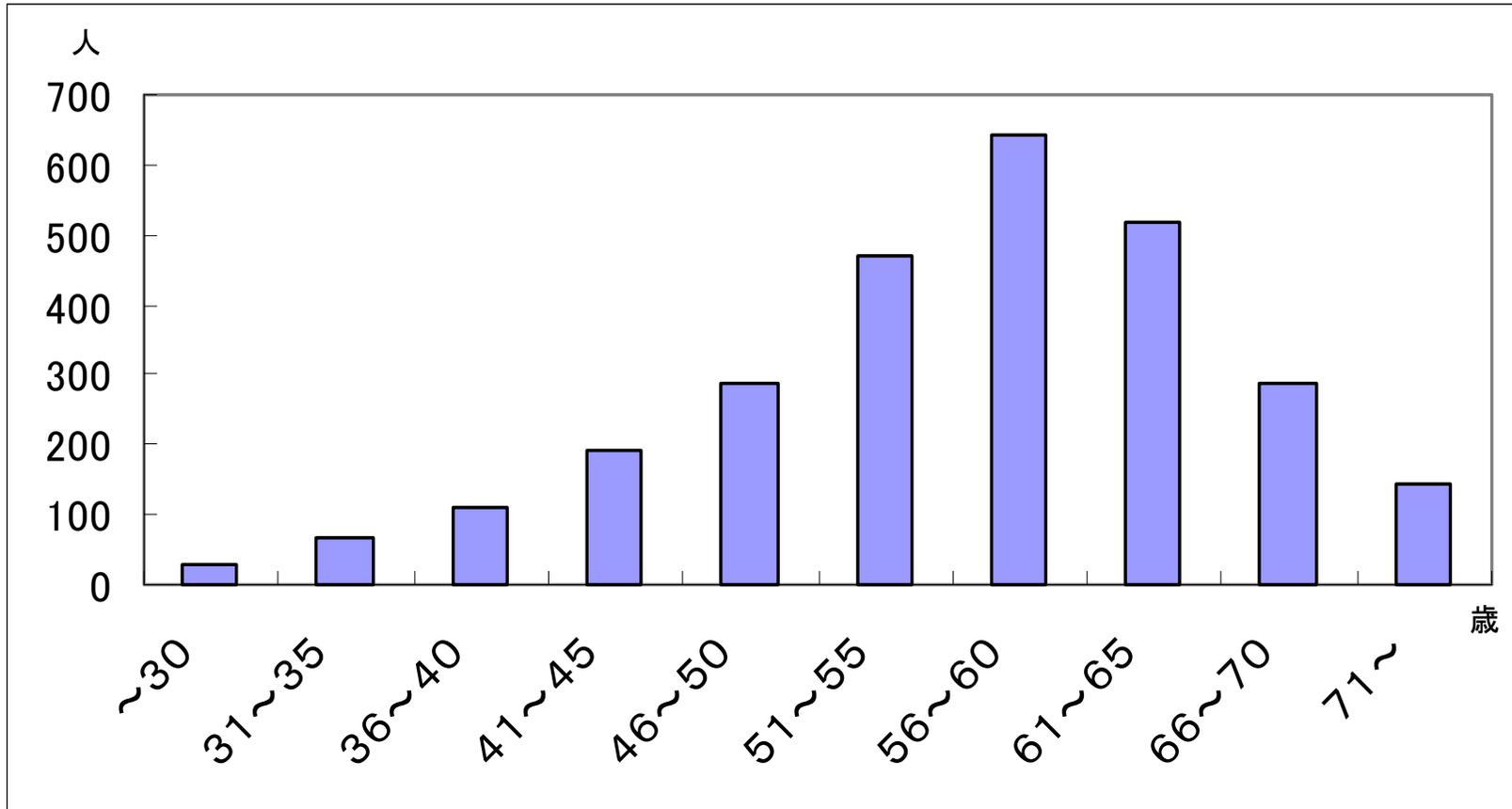
(東急電鉄における「リゾートタイムシェアリング事業」)

会員の属性(居住地域別)



(東急電鉄における「リゾートタイムシェアリング事業」)

会員の属性(年齢別)



禁複製 東急ビッグウィークステーション

(東急電鉄における「リゾートタイムシェアリング事業」)

お客様の使い方と楽しみ方

○マイウィーク利用

平均マイウィーク滞在泊数	4.1泊
平均マイウィーク利用人数	3.0人 (2007. 4~2008. 3実績)

○交換利用

交換率	74.9%	(2005年度)	
	79.6%	(2006年度)	
	78.9%	(2007年度)	交換率=交換件数/会員口数

○デイプラン利用

平均デイプラン滞在泊数	1.9泊 (1利用あたり)
平均デイプラン利用人数	3.4人 (2007. 4~2008. 3実績)
年間デイプラン延べ泊数	11,948泊・室 (2007年度実績)

タイムシェア市場について

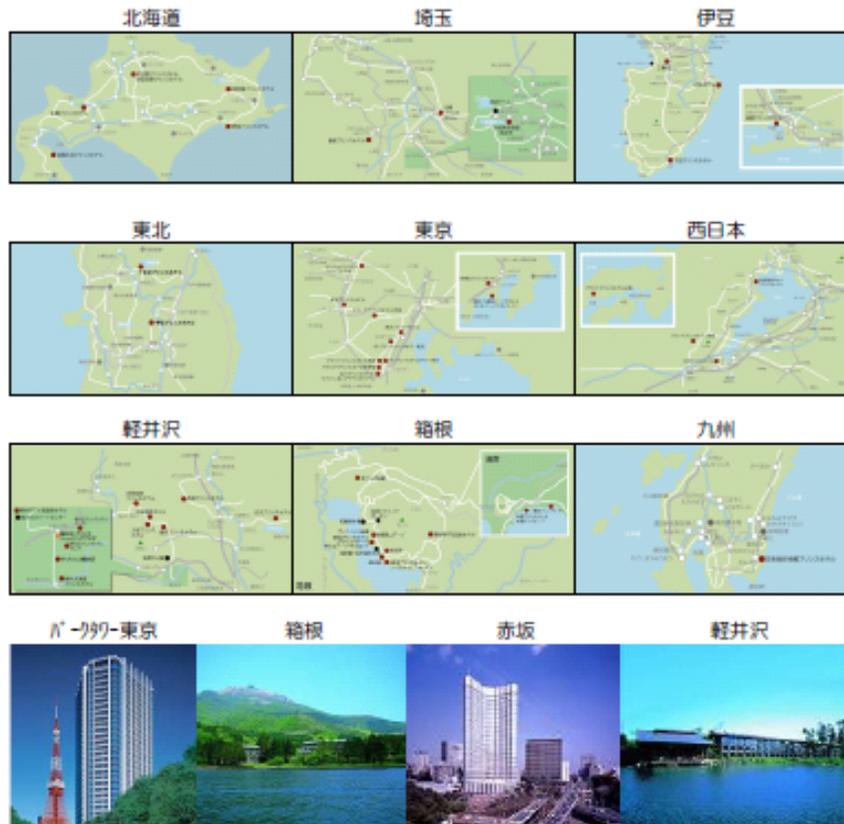
(第3回タイムシェア型住宅供給研究会資料)

平成20年7月10日



2008年7月現在、国内50ホテル、海外8ホテル、ゴルフ場30コースなどを運営

国内ホテル

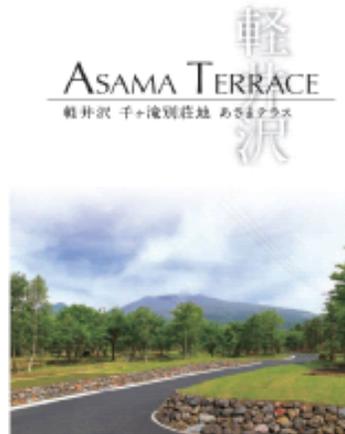


ゴルフ場・スキー場

- 北海道 (1スキー場・5ゴルフ場)
富良野スキー場/富良野ゴルフコース/上士幌ゴルフ場/女満別ゴルフコース/
北海道カントリークラブ 大沼コース
- 東北 (1スキー場・2ゴルフ場)
磐石スキー場/磐石ゴルフ場/岩手沼宮内カントリークラブ
- 上信越・日光 (7スキー場・7ゴルフ場)
万座温泉スキー場/苗場プリンスホテルゴルフコース/苗場スキー場/かぐらスキー場/
六日町 八海山スキー場/軽井沢プリンスホテルスキー場/軽井沢プリンスホテルゴルフコース/晴山ゴルフ場
/軽井沢72ゴルフ・東・西・南・北/軽井沢浅間ゴルフコース/馬越ゴルフコース/雄恋高原ゴルフ場/
志賀高原焼額山スキー場/妙高杉ノ原スキー場
- 関東 (5ゴルフ場)
久遠カントリークラブ/武蔵丘ゴルフコース/新武蔵丘ゴルフコース/西武園ゴルフ場/大原・御宿ゴルフコース
- 箱根 (3ゴルフ場)
大箱根カントリークラブ/箱根湯の花ゴルフ場/箱根園ゴルフ場
- 伊豆・東海 (2ゴルフ場)
川奈ホテルゴルフコース/西熱海ゴルフ場
- 近畿 (2ゴルフ場)
瀬田ゴルフコース/竜王ゴルフコース
- 九州 (1ゴルフ場)
日南半間ゴルフコース
- 『海外』 (3ゴルフ場)
ハワイプリンスゴルフクラブ/マケナゴルフコース/ハバナゴルフコース/マウナケアゴルフコース

リゾートマンション事業や別荘地分譲事業も長年行う

※参考：現在販売中の別荘地



物件概要	
所在地	長野県北佐久郡軽井沢町大字長倉字長倉山5827番地
交通	JR長野新幹線「軽井沢」駅より車利用約15分（約10km）
開発総面積	316,803m ²
総区画数	163区画
販売	2008/7/3より
土地面積	1,040.49m ² （314.74坪）～3,198.35m ² （967.50坪）
用途地域等	第一種低層住居専用地域
事業主・売主	株式会社プリンスホテル
販売代理	西武不動産株式会社

Plan for all the land
全坪区画図

LOCATION & ACCESS

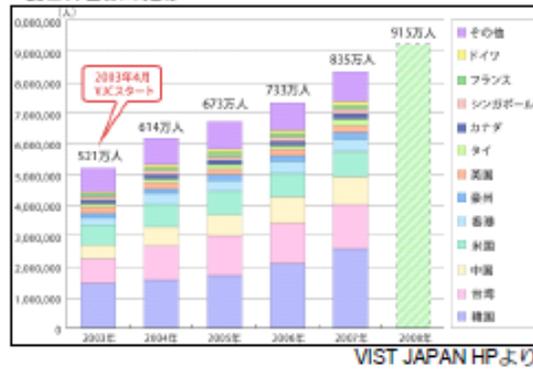


市場の見通し→拡大余地あり

今後成長が見込めるマーケット

- ・外国人旅行者
- ・団塊世代による新規ニーズ

訪日外客数の推移



従来のリゾート利用者

- ・ホテル
- ・リゾートマンション
- ・別荘
- ・リゾート会員権など

今後需要は伸びると考えられる



住宅（別荘）

- メリット
- ・オーナーが自由に利用可能
 - ・オーダーマイドの施設が利用可能
- デメリット
- ・イニシャル・ランニングコストにより一部の富裕層ニーズしか満たせない
 - ・利用地域が限定される

タイムシェア

- メリット
- ・高稼働で施設が有効利用される
 - ・交換制度による利用地域の選択
 - ・地域経済にも貢献
 - ・利用者にあわせたシーズン選択

ホテル

- メリット
- ・高稼働で施設有効利用が可能
 - ・利用地域の選択が可能
 - ・地域経済にも貢献
- デメリット
- ・宿泊コスト、設備面で長期滞在難しい
 - ・トップシーズンの利用難しい

市場拡大に向けた課題→供給環境の整備

環境整備：タイムシェアの位置づけ→法整備など

- ・新たなライフスタイルの提案
- ・利用者の利便、来訪外国人への対応
- ・観光、地域経済振興
- ・自然環境への対応

- 市場の縮小
- ・価格バランス
 - ・利用しづらい期間設定
 - ・魅力の薄い商品

環境整備による影響

商品供給

粗悪な商品の場合

供給事業者の判断
・利用者ニーズの把握
・市場の成長性など

良好な商品流通により、
市場が形成されると考える

利用者の選択・評価
・個々のライフスタイル
・商品価値の判断
・経済面での検討

良質な商品の場合
市場拡大へ

信託方式の検討について

■ 総論

- ・ 第三者的な信託受託者の介在や、法的に担保された信託財産の保全等、スキームのひとつとして検討の価値あり
- ・ 信託業法や金商法の規制下にも入り、供給時や運営時の体制整備等、各種負荷の発生も見込まれる
 - コスト負担者たる利用者にとってコストに見合うだけのメリットがあるのか、他の代替手段はないのか等、引き続き検討が必要
(定期借家権方式、建物譲渡型定期借地方式、それらと信託の併用などの検討も有益か)
- ・ 会員権には近隣他施設の利用権、国内外の他施設とのエクステンジ権などが含まれるが、これら権利をどう信託スキームの中で担保していくのか、についても検討も、魅力的な商品組成のために重要。

■ 資料4-1型について

- ・ 既存の区分所有権の共有持分譲型商品との詳細比較検討が必要
- ・ 信託の期間満了による終了時後に、受益者にとってどのようなことがおこるのか、などについてもシナリオスタディが必要

■ 資料4-2型について

- ・ 大規模修繕費の負担など、元本の受益者と利用権の受益者との間の利害調整のしくみづくりが重要で、もう一段の検討が必要
- ・ 利用権受益者の費用支払い状況如何によって、元本の受益者に対象資産の売却義務が生じるのはやや違和感を感じる。
- ・ 廉価な利用料を担保する為の、利用権販売者の信託スキームへの関与について検討必要。

行政に期待する役割①→規制・緩和を柔軟に対応

現在の用途ごとの法令適用例 (タイムシェアについては、関係省庁との協議は行っていないため当社における推測です)

建物用途	住宅	タイムシェア	ホテル
建築基準法 都市計画法	ほとんどの地域で建築可能	?	建築できない地域は多い 法改正により、既存ホテルある地域 でも建築できない場合ある
宅建業法	適用	不動産販売により適用と思われる	不適用
借地借家法	賃貸する場合は適用	賃貸する場合は適用	不適用
旅館業法	不適用	適用と思われる	適用
自然公園法	建築に許可必要	?	建築に許可必要 住宅より比較的厳しい

現行では住宅又はホテルで仕分けられ複雑

良質なタイムシェア商品が利用者に届くよう、規制・緩和を行ってほしい

- ・良質な商品—利用者にとっての立地・環境・個別商品性や、地域貢献、環境保全など
- ・行き過ぎた緩和は乱開発が予想される、個別の商品が評価できる環境が望ましい

2008年7月10日

(質問に対する回答)

- 我が国のタイムシェア市場の今後の見通し
 - ◎ 当社リゾートトラストは、主に富裕層といわれる方を中心に、会員制リゾートホテルを建設し、タイムシェア方式で販売しています。購入者(会員)数は下記の通り、販売開始以来、順調に増加しており国内マーケットにおける需要はあると見ています。また、余暇関連産業・市場の動向においては、団塊世代の大量退職に伴う「アクティブシニア」の増加や「ライフワークバランス」への意識の高まりを受け拡大傾向が続くものと予想され、当社会員数10万人に対し、富裕層マーケットは数百万人存在しており、まだまだ市場拡大の余地はあると考えています。
 - ◎ 富裕層以外のマーケットに関しても、会員制事業会社が会員募集をしていますが、近年の日本人の余暇を楽しむという意識が上がってきていることを考えると、まだまだ市場拡大の余地はあると考えています。
 - ◎ 近年、会員制リゾート業界の認知度も広がってきています。最近業界に対するイメージの悪さ(経営会社の破綻、強引な営業)は確かにありますが、今回のように、国策として検討を進めていただければ、市場自体の信頼が得られ、さらに市場は拡大する可能性はあると考えられます。

- 我が国のタイムシェア市場拡大に向けた課題
 - ◎ 我が国に於ける社会制度の仕組みから長期間休暇の取りにくさが挙げられます。一般的な休暇制度は特定時期(盆・正月・ゴールデンウィーク等)に集中するため、タイムシェアリングが成立しにくい面があります。リゾートトラストにおいては、創業時よりタイムシェアの概念を導入し取り組んできました。海外における週単位の利用形態では、わが国に中々浸透せず利用形態を研究開発した結果、年間26泊の14年間で一回りする極めて日本的なタイムシェアが定着しました。海外においても最近の傾向はポイント制と称して、基本的には週単位ですが内容に様々なバリエーションを付加したものが取り入れられています。
あとは会員制リゾート業界に対する認知度向上。
(仕組みが分かりにくい、強引な営業をされるのではないかなど)

- 本研究会における信託方式等の検討に対するご意見
 - ◎ 信託方式を採った場合、消費者保護は強化できる反面、事業者・消費者双方の必要な経費が大きくなった結果、事業者・消費者双方が不利益になる可能性があります。増加した費用を過度に消費者に転嫁し、結果として消費者が不利益を被るケースや、資金力のない中小企業が事業継続できないケースなども出てくるのが考えられます。信託方式を採用することによって追加で発生する費用をいかに抑えるかが重要になると考えられます。
 - ◎ 海外で信託方式が普及しているのは、もともと一般に信託という概念が普及していることが大きいと考えられます。翻って日本では、一部富裕層では広く使用されていますが、一般の方は信託の利用も少なく、知識があまりないと思われます。信託方式といわれても従来の分かりにくさが解消されなければ、安全性(権利の保全)についても理解が進まず、普及しない虞があるのではないかと考えます。

- ・ タイムシェア市場の健全な育成に向けて行政に期待する役割
 - ◎ 健全な市場を育成すると同時に、消費者に安心感のあるイメージを与える動きが重要ではないかと考えます。

(リゾートトラストのタイムシェアについて)

① タイムシェア商品「XIV」開発の経緯

- ・ 当社設立からサンメンバーズクラブという商品を販売していたが、宿泊権利を単純に販売しただけだったため、正月・お盆や週末に利用が集中し、予約が取りにくい会員権であり、会員からのクレームも多かった。また、1985年頃豊田商事事件の影響を受け、会員制事業社への信頼回復が必要でした。
- ・ そのような事情もあり、お客様により高い品質とサービスを提供するため、新商品「エクシブ」を開発。「エクシブ」は従来から要望の強かった「予約のとりにくさ」を改善するため、既に欧米で主流となっていたタイムシェア方式を導入。欧米のタイムシェアは、1週間単位が一般的ですが、日本の余暇環境を考慮し、2～3日のタイムシェアカレンダーを考案し、国内タイムシェア業者の先駆けとなりました。
- ・ 1986年に第一号ホテル「エクシブ鳥羽」の販売を開始、1987年に開業。その後、伊豆・白浜・軽井沢と施設展開を行い、他の施設を交換利用できる「エクステンジシステム」もあり、順調に販売を進めていきました。
- ・ 2008年3月末現在、21施設の開発に着手し、13施設約2,000室を完売し、会員数は57千人にのぼります。

② 「XIV」タイムシェアの特色

- ・ ホテルの1室を14人（または28人）で共有し、26（または13泊）泊/年の占有日を保証する。
- ・ 占有日は、会員が必ず利用できる日であり、その日にちはタイムシェアカレンダーによって管理される。
- ・ タイムシェアカレンダーは、14人の共有者が公平になるように配置されており、また、1年ごとにタイムシェアカレンダーの種類が交代することによって、14年間で、全ての共有者が1年の全ての日にちが占有日になるようになっている。
- ・ 事前に使用しないことが分かっている占有日は、スペースバンク（当社運営）に預け入れることによって、他会員の預け入れられた占有日と交換することができる。
- ・ 占有日の交換は、日にち・曜日によってグレードが分けられており、同等グレード以下の交換だけができる。

③ 会員数の推移

XIV ; 1室を14人で共有するタイプ

Ver. ; 1室を28人で共有するタイプ

TBCC ; 東京ベイコート倶楽部（お台場）1室を15人または30人で共有するタイプ

(単位：人)

年度	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
XIV	5,957	8,878	11,504	13,663	14,901	16,496	15,460	16,382	17,235	18,545
Ver.	—	—	—	—	—		2,530	3,716	4,467	5,129
合計	5,957	8,878	11,504	13,663	14,901	16,496	17,990	20,098	21,702	23,674

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
TBC	—	—	—	—	—	—	—	1,163	2,017	2,893
XIV	18,679	18,771	18,900	19,173	18,694	18,374	18,264	18,091	17,930	17,712
Ver.	6,959	10,430	13,908	16,562	19,867	23,145	27,277	30,820	34,968	39,433
合計	25,638	29,201	32,808	35,735	38,561	41,519	45,541	50,074	54,915	60,038

④ 「XIV」の権利スキーム

- ・ 会員は、ホテルの1室の1/14を区分所有し、登記が行われる。(共有制)
- ・ 万が一、当社が倒産した場合、不動産の権利が保全される。
- ・ 会員権の販売については、宅地建物取引業法他関連法規に従って行われている。

以上

第3回 タイムシェア型住宅供給研究会 資料

2008年7月10日

株式会社 サンダンス・リゾート

山形 俊樹

1. 我が国のタイムシェア市場の今後の見通し

- ・団塊の世代のリタイアに伴う利用の拡大 ⇒ 当社事例:2007年度の入会者の3分の2は50歳代・60歳代。
- ・ヒルトン社・マリオット社等のハワイのタイムシェア浸透によるタイムシェアの一般化
- ・日本社会の「戦後復興」⇒「高度経済成長」⇒「成熟化」に伴う、社会的需要の変化



日本のタイムシェア市場のポテンシャルは高い

2. 我が国のタイムシェア市場拡大に向けた課題

- ・業界の信頼性確保が最大課題(うさんくさい業界のイメージが残っている。70年代の米国に類似)
- ・各社商品に統一性がなく、消費者に分りづらい(⇒買いにくい商品)
- ・タイムシェアの大衆化(富裕層だけではなく、より広い顧客層への拡大)
- ・タイムシェア購入者へのファイナンスがない(⇒買いにくい)

3. 本研究会における信託方式等の検討に対する意見

- ・業界の発展のためには、ご検討いただいている様な「消費者権利の保護」の枠組みが必要不可欠と考えます
- ・スムーズな運営には、クラブメンバーの集合体である受益者集会と受益者代理人の役割および意思決定ルールの確定がポイントになると考えます
- ・米国のタイムシェアでは、使い勝手の観点から「固定週」よりも「フローティング週」が中心になっていると理解しています。「固定週」に加えて、「フローティング週」(例:501号室を毎年1週間使用する権利)を選択肢としてご検討いただくと、より消費者にとって使いやすい商品になると考えます

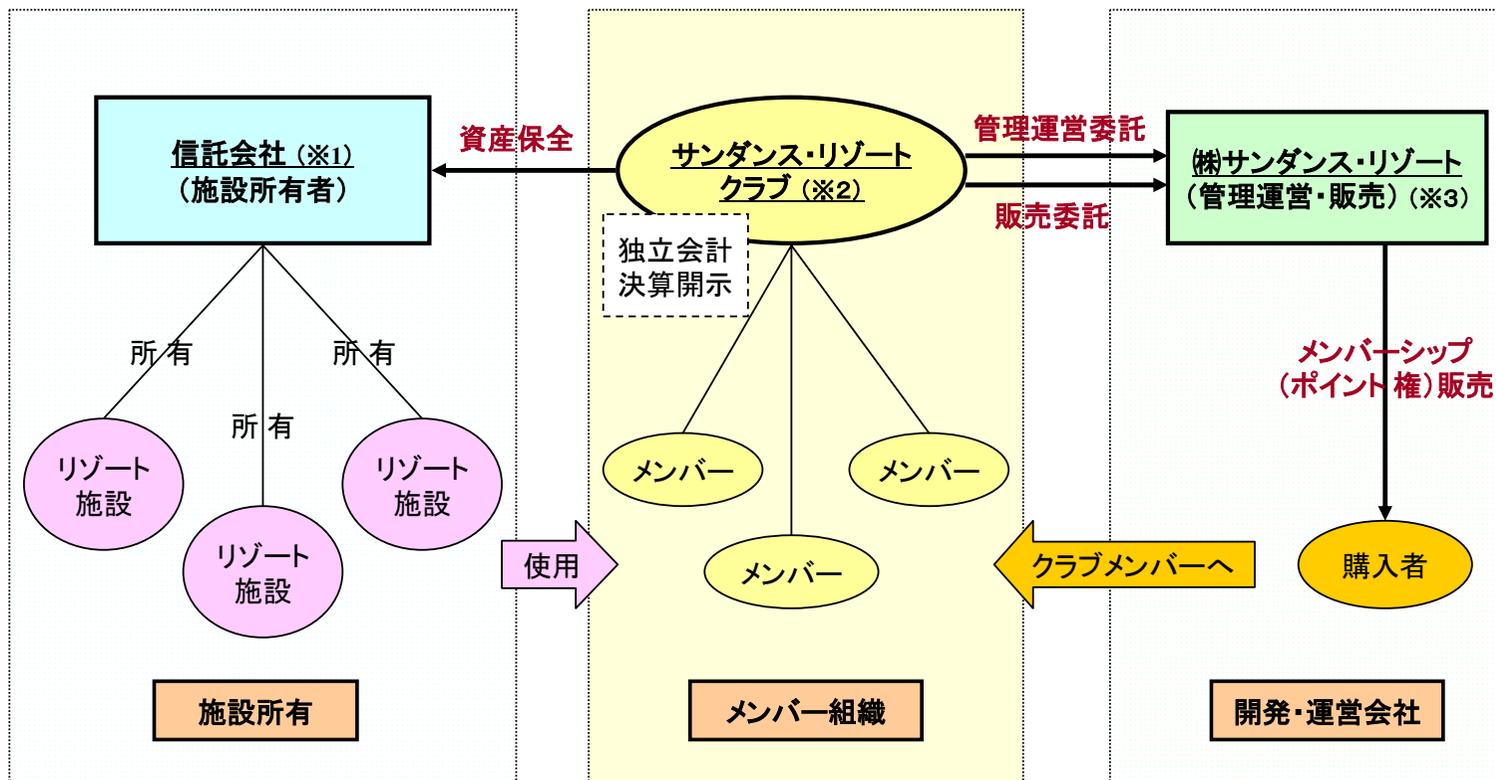
4. タイムシェア市場の健全な育成に向けて行政に期待する役割

- ・消費者権利保護の枠組み作り(法整備、または、ガイドライン策定による業界誘導・消費者啓蒙)
- ・タイムシェア商品の標準化推進(アイデアとして、消費者に分かり易い「推奨モデル」の提示や消費者保護の為に「購入時チェックポイント」の明示等が考えられます)
- ・具体的な権利保護の仕組みとして、「運営会社からの倒産隔離」と「メンバーの意思決定システムの確立」の推進

5. <参考資料> サンダンス・リゾートにおける信託利用の仕組み

- ・添付資料をご参照願います。

サンダンス・リゾートにおける信託利用の仕組み



※1: イギリスにあるタイムシェア専門信託会社。メンバーがリゾート施設を共同利用する為に設定された信託で、メンバーの権利保護が目的。所有施設には抵当権等の設定なし。運営会社から倒産隔離を実現。信託会社は、メンバー証書を新規メンバーに発行する。ただし、信託部屋数以上のメンバー証書は発行しない。

※2: クラブの会計を運営会社から独立させて運営。収入は、会員からの管理費と新規会員のクラブ登録料。支出は、ホテルスタッフ人件費等の施設維持費とクラブ運営費。毎年、収入・支出の決算を会員に開示。マンション管理組合のように理事会と総会を中心に運営。

※3: (株)サンダンス・リゾートは、クラブからメンバーシップの販売およびクラブの管理運営を受託。販売される権利(メンバーシップ)は、クラブの持分権に相当し、施設を使用する権利、重要事項の投票権、残余財産分配権から成り立つ。

1. 滞在型リゾートのセレクト

タイムシェア型住宅によって成熟するスマートなリゾートライフ

伝統的リゾート

- ①土地建物の所有権がある。不動産登記。
- ②行きたいときに気にせずいける。
- ③自分の好みのインテリアや設備にできる。
- ④再販可能。

●入手費用例

軽井沢/リゾートマンション 91㎡
区分所有権 6,790万円
管理費50,200円/月
修繕積立金6,800円/月
熱量基本料金2,940円/月
区費300円/月
管理準備金50,200円
修繕積立金450,200円
登記費用、固定資産税、家具設備費用等

タイムシェア

- ①家具などの設備が揃い、ターンベッドやリネンの交換などをオーナーの要望に応じて提供してくれる。
- ②保有するタイムシェアを世界中のタイムシェアリゾートと交換利用が可能。
- ③利用しない場合はレンタルし運用収益が見込める。
- ④管理費は必要だが、固定資産税、電気、ガス、水道、清掃、保険など面倒な手続きが不要。
- ⑤長期間所有すればするほど得。
- ⑥交換プログラムに加盟していることでタイムシェアの公正な評価がさだまり再販マーケットがある。
- ⑦利用権を信託することで倒産隔離し消費者保全する方向で検討中。

●入手費用例

ホノルル/タイムシェア 2B/2B 100㎡ 年間7泊永久権
利用権 約300万円
管理費 約80,000円/年
4年目よりExchange年会費 10,000円/年

会員制リゾート

- ①リゾート会員権を保有しているというステイタス性。
- ②グループ内での他施設の利用が可能。
- ③施設内で食事、シアター等利用が完結する利便性。
- ④共有名義で不動産登記可能。

●入手費用例

山中湖/会員制リゾート 年26泊永久保証 約120㎡
総額会員権 3,600万円
(不動産代金2,000万円、償却保証金200万円、登録料1,400万円)
管理費 約260,000円/年
ルームチャージ 25,000～29,000円/1泊
その他共有施設利用有料

※モデル家族: 夫38歳、妻36歳、子供(10歳、6歳)または(子供1人、祖母1人)の4人家族が伊豆/箱根での休暇を楽しむ場合。

	タイムシェアリゾートを所有する場合	ホテル・旅館を使う場合
日程	MAX7泊8日	平均的に3泊4日がMAX
利用コスト	約140,000円(約2万円/泊)	約180,000円(約6万円/泊)
内訳	伊豆のタイムシェア2B2B1week(7泊):200万円 実際の利用権は1week/年で永久だが試算上30年と仮定、 200万円÷30年=約6.7万円/7泊/年 年間維持管理費:約5万円/年 6.7万+5万円=11.7万円 食材:3000円×7泊=2万1000円	伊豆のホテル1泊1室2名利用1人料金:15,000円 15,000円×2人×2室×3泊=180,000円 ※旅館の場合も2食付1泊1名15,000万円
食事	キッチン付・自分でスーパーで調達等	朝食・夕食付
広さ	約100㎡	約35㎡×2室
間取り	2ベッド2バス	1ベッド1バス×2室
その他	<ul style="list-style-type: none"> ゆったりとした室内で家族全員で過ごす楽しみがある キッチン付なので気分に合わせて、朝食は簡単に作ったり、夕食は外食したりとモチベーションに応じて変えられる。 	<ul style="list-style-type: none"> 基本的なホテルのスタンダードツイン。ベッドだけがある部屋の印象。 観光が中心となり、家を離れて家族で生活するという感覚は生まれ難い。(Home away from Homeという感覚は無い)
イメージ	 <p>約100㎡</p>	 <p>約36㎡×2</p>

2. 世界をリードする米国のタイムシェア産業の概況

ややゆとりのある一般的なファミリー中心に浸透

□米国タイムシェア産業規模(2008年)

	2008年
タイムシェア・リゾートの数	1,641リゾート
ユニットの総数	180,158ユニット
1リゾートの平均サイズ	110ユニット
タイムシェア所有週数	650万weeks
タイムシェアオーナー数	470万世帯

※主要なリゾート地(州):

フロリダ(23%)、カリフォルニア(9%)、ハワイ(9%)、サウスカロライナ(7%)



□米国タイムシェア産業実績(2007年)

	2007年
売上高	US\$106億
販売期間数	551,457
1期間の平均販売価格	US\$19,216
ポイント平均購入額	US\$17,689
1週間の平均販売価格	US\$21,762
稼働率	80%
平均維持管理費	US\$575

*State of the U.S. Timeshare Industry: 2007 Summary

□オーナー・プロフィール

現在のオーナー(2003年、2006年)

- ・世帯主の平均年齢:53歳、52歳
- ・既婚者:84%、83%(18歳以下の子持ち31.4%)
- ・自宅所有者:95%
- ・平均世帯収入:85,000ドル、81,000ドル
- ・大学に通ったことがある者:46%
- ・大学院修了者、学位取得者:30%

タイムシェアに対する認識(2003年)

タイムシェアを所有していない米国国民の中で、

- ・タイムシェアの概念を聞いたことがある人:87%
- ・タイムシェアの概念に対して肯定的あるいは中立的な見解をもっている人:68%

**Ragatz Associates Resort Timesharing in the United States: 2003 Edition

□世界と米国のタイムシェア産業の比較(2002年)

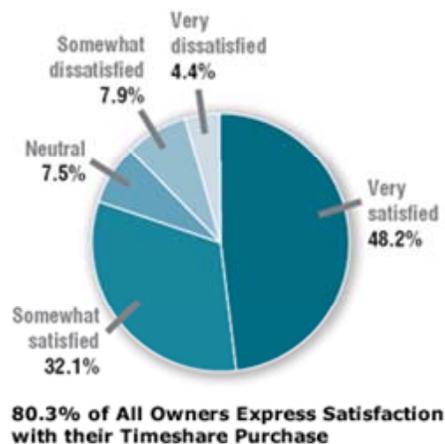
	世界	米国
リゾート数	5,425	1,590
リゾートのある国	95カ国	
売上規模	US\$94億	US\$55億
1週当たりの平均価格	US\$10,600	US\$14,500
平均管理費	US\$325	US\$385
タイムシェアオーナー数	670万人	300万人
タイムシェアオーナー在住国	270カ国	
所有されている週	1,070万週	490万週
リゾートの平均サイズ	60ユニット	83ユニット

* **Ragatz Associates Resort Timesharing Worldwide: 2003 Summary Edition

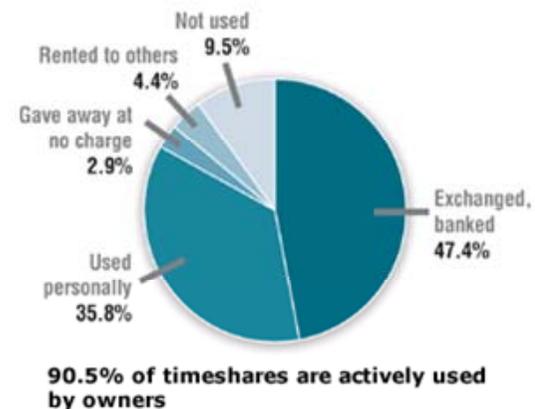
3. タイムシェアの価値はExchangeにある

交換することを前提にタイムシェアがセレクトされ、盛んに活用されている

●オーナーの80.3%がタイムシェア購入に満足している



●オーナーの90.5%がタイムシェアを活用し、その内53%がExchangeを利用！



*Resort Timesharing Consumers: Who They Are, Who They Buy, 2006 Edition (AIF)

●他のリゾートと交換できるかどうか大きな購入のポイント

米タイムシェアオーナーの購入動機 上位4位

1. 融通性<ロケーションや部屋のサイズ、時期の変更>(86%)
2. 有名交換会社加盟(86%)
3. 物件クオリティ(85%)
4. タイムシェア管理組合の信頼性(80%)

●Exchangeなしにタイムシェアリゾートは存在しない

米タイムシェアのリゾート交換会社提携状況 (N=625リゾート)

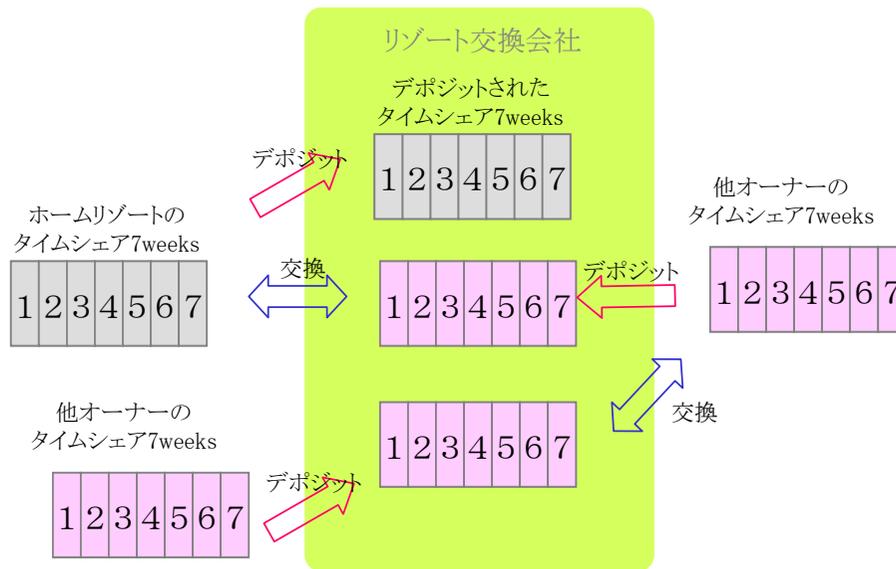
- ・主要なリゾート交換会社<RCIorII>の1つあるいは両方と提携(96%)
- ・独自の交換プログラムを保有(24%)
- ※独自の交換プログラムをもつリゾートはほとんどがリゾート交換会社のプログラムとも提携している。

*State of the Vacation Timeshare Industry: U.S. Study 2007, prepared by Ernest & Young for AIF

3. Exchangeプログラムとは

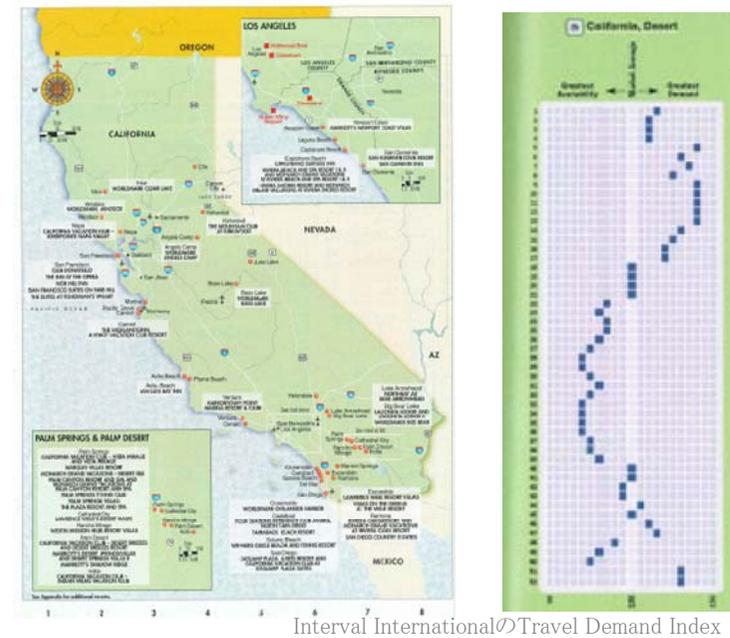
Exchangeは、交換会社の独自評価による“Like Kind”同士の交換のもとに成立

□Exchangeの構造



交換業者の評価において”Like kind”なもの同士が、手数料のみで交換利用可能。
年会費 US\$80~90/年
交換手数料は、US\$150前後

□タイムシェアの価値基準



代表的な交換会社であるInterval International、RCIは、いずれも、加盟するタイムシェアの価値を次の3つより評価し価値を定めている。
A:ユニットの定員
B:シーズン
C:物件のグレード

RCI 2003 Edition Summer Report

4. 世界の2大タイムシェア交換会社の比較

RCIとInterval Internationalは、世界中約6,000箇所のリゾートをネットワーク



□交換プログラムをグローバルに展開する主要2社

①Interval International

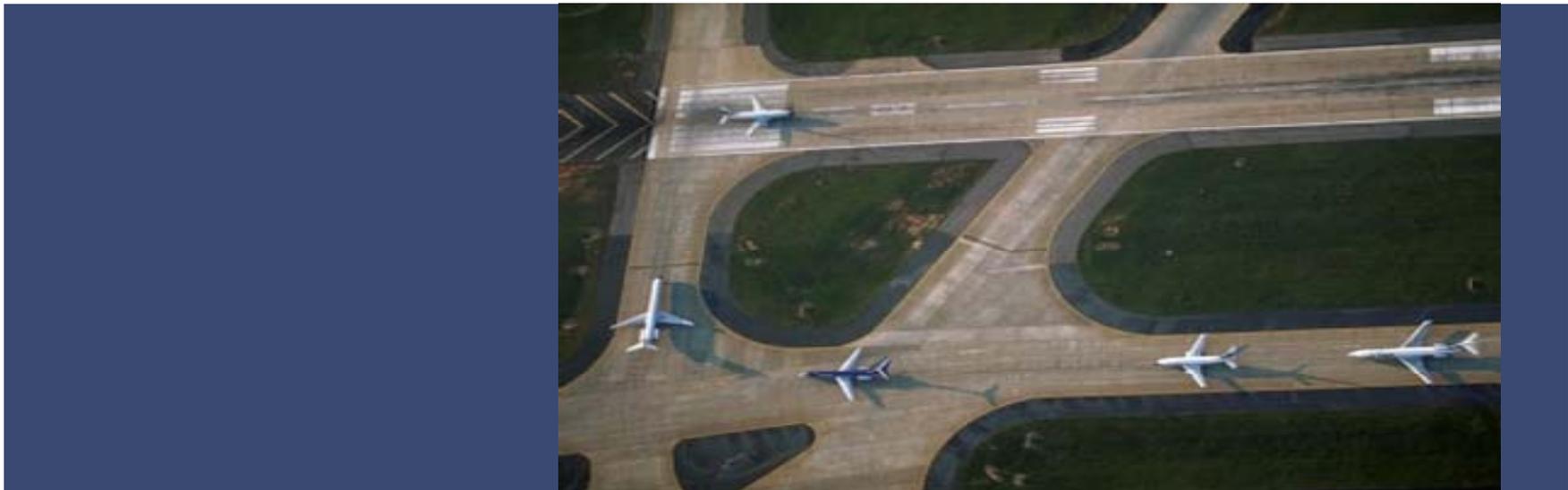
- ・インターネット関連ビジネス企業であり、NASDAQ上場のIAC (InterActiveCorp)傘下。
- ・1976年設立で、本社はフロリダ州マイアミ。
- ・2,300箇所以上のリゾートと提携し、200万世帯近くがプログラムの会員。
- ・現在日本との提携はない。
- ・ディズニー、フォーシーズン等が運営する施設と提携。

②RCI (Resort Condominiums International)

- ・RCIは、NYSEに上場しているWyndham World Wide傘下。
- ・1974年設立。本社はニュージャージー州パルシパニー。
- ・3,700箇所程度のリゾートと提携し、300万世帯以上がプログラム会員。
- ・日本の80箇所のリゾートを交換プログラムに組み込んでいる。(リゾートトラストと提携)

VO (vacation ownership) ビジネス発展のKSF*

PwCアドバイザリー株式会社
パートナー 大澤真



*connectedthinking





PwCアドバイザリー株式会社

〒100-0005
東京都千代田区丸の内1丁目6番6号
日本生命丸の内ビル20階

本提案書は、未刊行文書として日本国、米国及びその他各国の著作権法に基づき保護されております。本提案書には、プライスウォーターハウスクーパース所有の特定情報が含まれており、これら情報に基づく本提案書の内容は、提案先である企業の本件関係者以外の第三者に開示されること、また、本提案書を評価する以外の目的で、その一部または全文を複製、使用、公開することを禁止します。

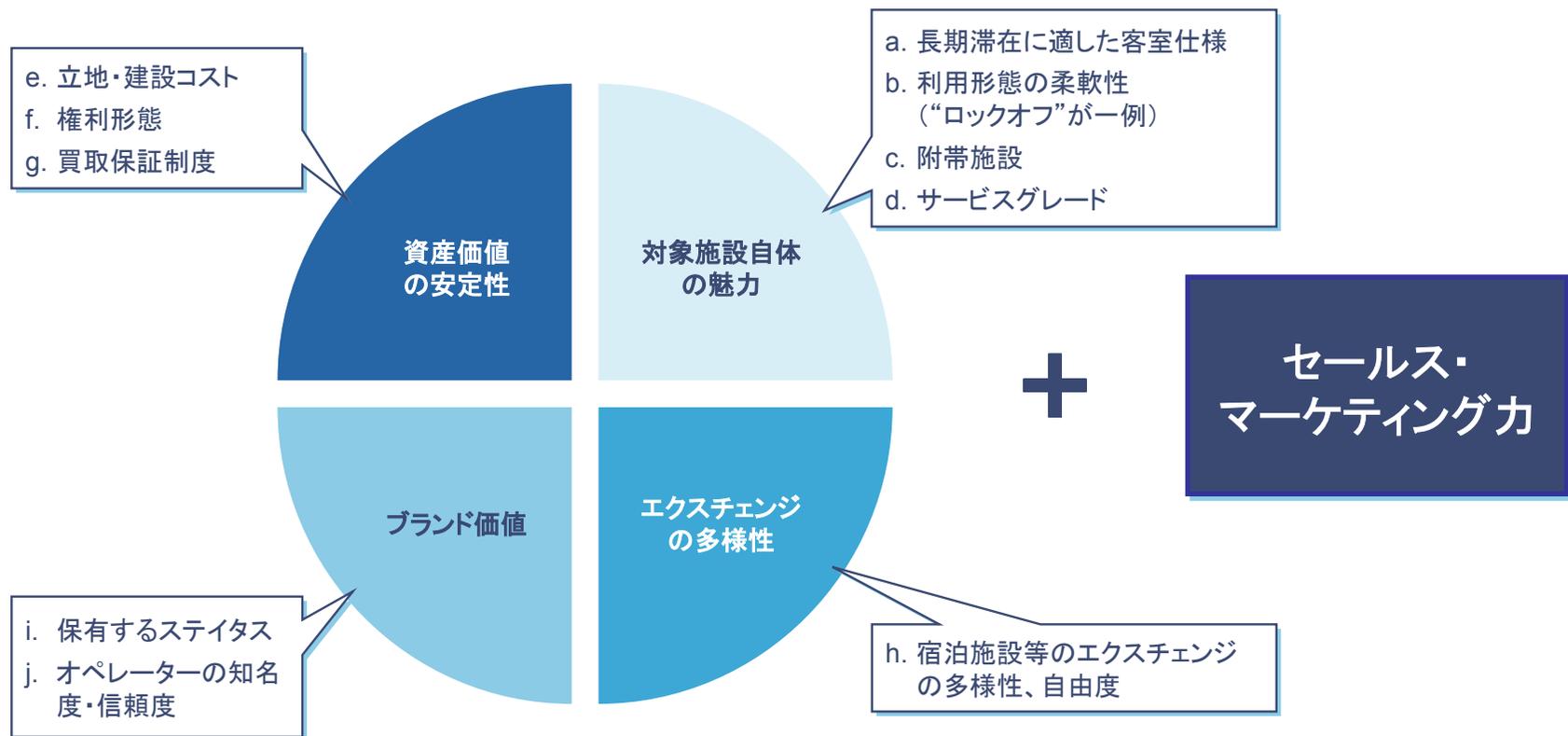
プライスウォーターハウスクーパースによる書面での許可なく、それら情報の一部または全文を複製、使用または公開することは、いかなる場合も禁じられております。

© 2008 PricewaterhouseCoopers./All rights reserved.

VOビジネスのKSF ～ 4つの会員権価値構成要素及び営業力 ～

会員権価値は、複合的要素により構成されている。事業戦略立案上、どの要素で差別化を図り、足りない要素をどのように補うかが重要。また、顧客に価値を伝え販売へと結びつけるセールス・マーケティング力も重要な戦略ポイント（米国では販売価格の約45%を占める＜大手VO業者の平均値＞）。

会員権価値の構成要素(イメージ)



保有することで感じられる価値 ← → 利用することで感じられる価値

ロック・オフ・システムの概要

典型的なVO客室は、2ベッドルーム、2フルバスルーム、6人まで宿泊可能な間取りとなっている。

【客室設備の一例】

- フルキッチン(冷蔵庫、食器洗い機、オーブン、電子レンジ、食器、調理器具、コーヒーメーカー等)
- ランドリー(洗濯機、乾燥機)
- ダイニング・エリア/リビングルーム
- ジャグジー : 最近では、利用が少ない為、改装時に取り外すケースもある。
- テレビ : 各部屋に1台とリビングルームに1台

【ロック・オフ・システム (Lock Off System)】

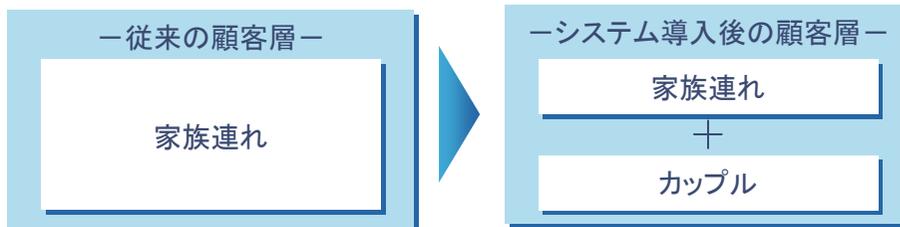
- ロック・オフ・システムとは、2ベッドルーム(マスター・ベッドルームとスモール・ベッドルーム)を完全に分けて、2部屋として使える仕組みである。(右図参照)

<利用方法>

- オーナーは1週間のタイムシェアを所有する場合、1週間はマスター・ベッドルームに滞在し、他の1週間をスモール・ベッドルームに滞在するという利用方法がある(計2週間利用可能)。又は、利用しなかったベッドルーム分をポイントに換算し、他の商品に交換することも可能。

<顧客層の変化>

- 本システム導入により、カップルの利用が増加した。



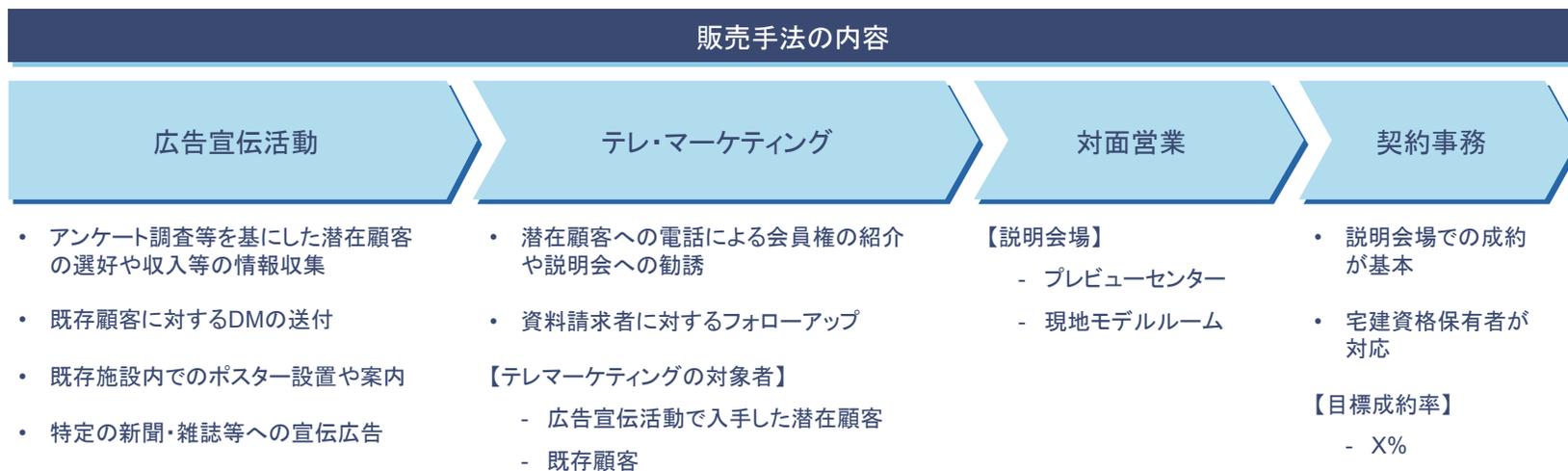
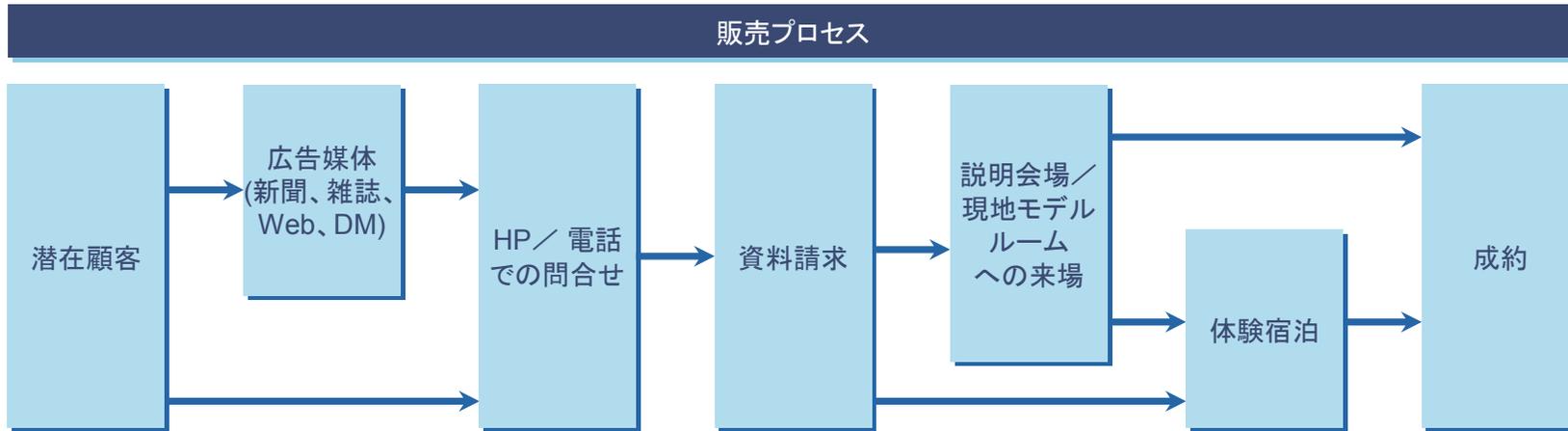
【ロック・オフ・システム】

ロックし、2部屋として
使用可能



VO会員権の販売プロセス

潜在顧客に対して、広告媒体やテレマーケティング等の宣伝活動を通じてVO商品の理解を深め、説明会や体験宿泊等の対面営業で成約に至る販売プロセス



VO市場の健全な発展を支える制度面での整備

— 下記は早急な整備が必要と思われる事項の例示 —

1. 購入者の権利保護

- 契約解除可能期間の設定、契約解除可能期間中の預かり金の保護、利用期間を通じた利用権の保護(不当な抵当権設定等を排除)

2. セールス・マーケティング活動の適切な運営

- 不適切な販促活動の禁止(sweepstake、ミニバケーション、店外販売員等)
- 開示・免責条項の規定

3. 契約条項に盛り込むべき事項の規定

4. 自然公園法上の公園事業(特定の団体又はその構成員等の使用を目的とするものではない宿泊事業)としての認可

- 自然公園は国土の約14%。このうち私有地は37%。
- 現状では明確な基準がないが、ホテルとのミックスユースやエクステンジを通じた非オーナーの利用可能性を勘案すれば、敢えてホテルと差別して規制する必要はないのではないか(特に不採算の既存ホテルをVOに転換するケース)。

1.1 背景

市場環境

- ベビーブーマー世代のリタイア
- Big 3 の参入
- オーナー保護の為の法制度の整備
- 会計ルールの整備、透明性の向上
- 税制上のメリット(ローン金利が控除可能)



法務・会計・税務面でのインフラ確立
商品認知度の向上

商品ラインアップの充実

- 商品の多様化、品質の向上
- 価格の低下(週単位での販売)
- レンタルプログラム
- エクスチェンジプログラム
(エクスチェンジ会社の登場)



選択肢の拡大
投資対象としての魅力

1.2 市場動向

【高い成長率】

- タイムシェアの販売高は過去10年間で年率16%で急成長。

【背景】

- タイムシェアが市場に出た当初(1960~70年)は、商品内容の理解が困難なことや、信用力の低いデベロッパーにより商品が販売されていたこと等により、タイムシェアの評判は悪かった。しかし、1980年代に入り、信用力の高いプレーヤーの登場や商業協会(ARDA)の強い働きかけを背景とする消費者保護法の制定等により、タイムシェアに対する評価・認知度が向上し、購入者数が上昇した。1990年代には、有名ホテルブランドの参入やエクステンジ制度の普及により、商品の幅が広がると共に高い品質のリゾートが増え、タイムシェアのイメージは向上し、近年、急成長を遂げている。

【リゾート数】

- 1,615 リゾート / 176,232 タイムシェア客室

【平均稼働率】

- 80.9%

【顧客層】

- 団塊世代・ニューリッチを中心に、今後、需要は拡大。
 - 2002年から2005年にかけて、60歳代の購入者の割合は、全体の14.8%から21.6%に上昇。
- 近年では、若年層の購入も上昇。
 - 1996年から2005年にかけて、30歳以下の購入者の割合は、全体の3.1%から6.8%に上昇。

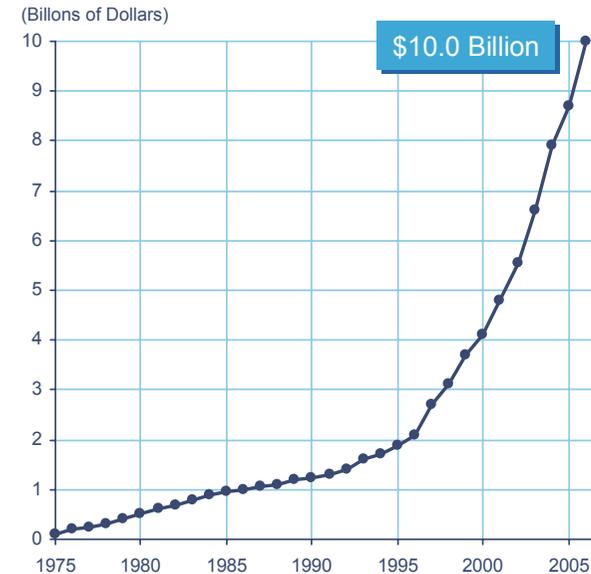
【平均購入期間】

- 1.4 週間

【平均価格】

- 18,502ドル

米国タイムシェアの売上高



売上統計	2003	2004	2005	2006
新規売上高	64億8千万ドル	78億7千万ドル	86億1千万ドル	100億ドル
販売数(1週間単位)	429,229	498,168	529,031	537,808
平均価格(1週間単位)	15,095ドル	15,789ドル	16,278ドル	18,502ドル
新規オーナー	約40万人	約47万人	約33万人	不明
オーナー世帯数	340万世帯	390万世帯	410万世帯	440万世帯

出所: Ragatz Associates, American Economics Group and AIFARDA、International Foundation Report, 2006 & 2007

1.2 市場動向／ Big 3

《Big 3》と呼ばれる大手ホテルグループ3社がVO業界をリードしている。

【ブランド戦略】

- 幅広い顧客ニーズに対応する為、顧客セグメント別に複数のブランドを展開。
 - マリオット (4ブランド)
 - スターウッド (3ブランド)
 - ヒルトン (2ブランド) — 【詳細 P9 参照】

【マーケットシェア】

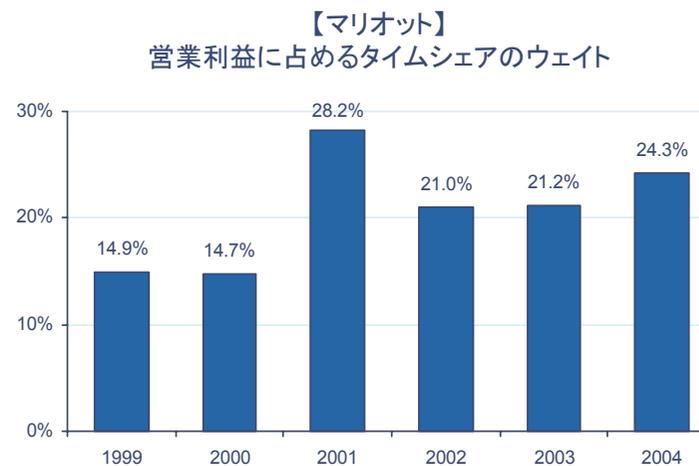
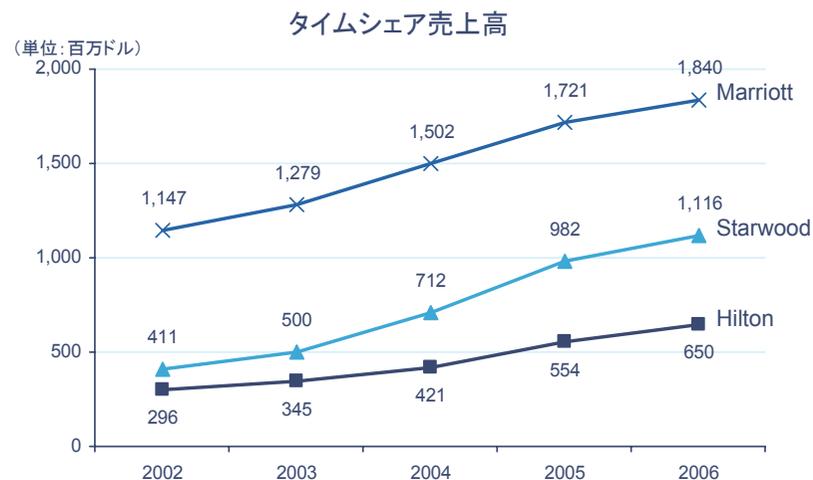
- Big3のタイムシェアの売上高は米国内のタイムシェア売上高の30%、世界規模では20%を占めると想定。

【高い収益性】

- Big3のタイムシェア売上高は年々上昇傾向にある。
 - マリオットの営業利益に占めるタイムシェアのウェイトは、過去5年間で(1999年～2004年)14.9%から24.3%まで上昇。

【Big3の事業の成功要因】

- 高品質なサービスを提供するブランドの魅力
- 広いネットワーク (インターナル・エクスチェンジ制度が充実)
- 財務力・信用力 (購入者ファイナンスの提供)



出所: Bear Stearns Report

1.2 Big 3のブランド / 顧客層

Big 3 の比較

グループ名	ブランド	グレード	形態	販売価格	年間運営管理費	顧客層	
						購入者所得	保有資産
Marriott	The Ritz Carlton Club	超高級	分割所有 【3～4週間の期間設定】	\$100,000～ \$400,000	\$7,500～ \$17,000	\$200,000-plus	\$3million-plus
	Marriott Grand Residence Club	高級	分割所有	\$100,000～ \$300,000	\$7,500～ \$31,000	\$175,000-plus	\$1million-plus
	Marriott Vacation Club	アップスケール	タイムシェア 【一週間の期間設定】	\$18,000	\$700	\$75,000～ \$200,000-plus	-
	Horizons by Marriott	低～中級	タイムシェア 【一週間の期間設定】	\$12,000	\$550	\$50,000～ \$90,000	-
Starwood	St. Regis	超高級	分割所有	\$195,000～ \$1.6million	na	\$150,000-plus	\$1million-plus
	Westin	アップスケール	タイムシェア 【一週間の期間設定】	\$13,000～ \$114,000	na	\$75,000-plus	\$150,000～ \$1million-plus
	Sheraton	アップスケール	タイムシェア 【一週間の期間設定】	\$8,000～ \$53,000	na	\$50,000-plus	\$75,000～ \$750,000
Hilton	Hilton Grand Vacations Company	アップスケール ～高級	タイムシェア 【一週間の期間設定】	\$24,000	na	\$105,000	na

*: ヒルトンには、Hilton Grand Vacations Club の他に The Hilton Club ブランドがあり、都市型タイムシェアで25年間の利用権(所有権無)を販売している。
出所: Susquehanna Financial Group Report & Bear Stearns Reportを参考にPwC作成

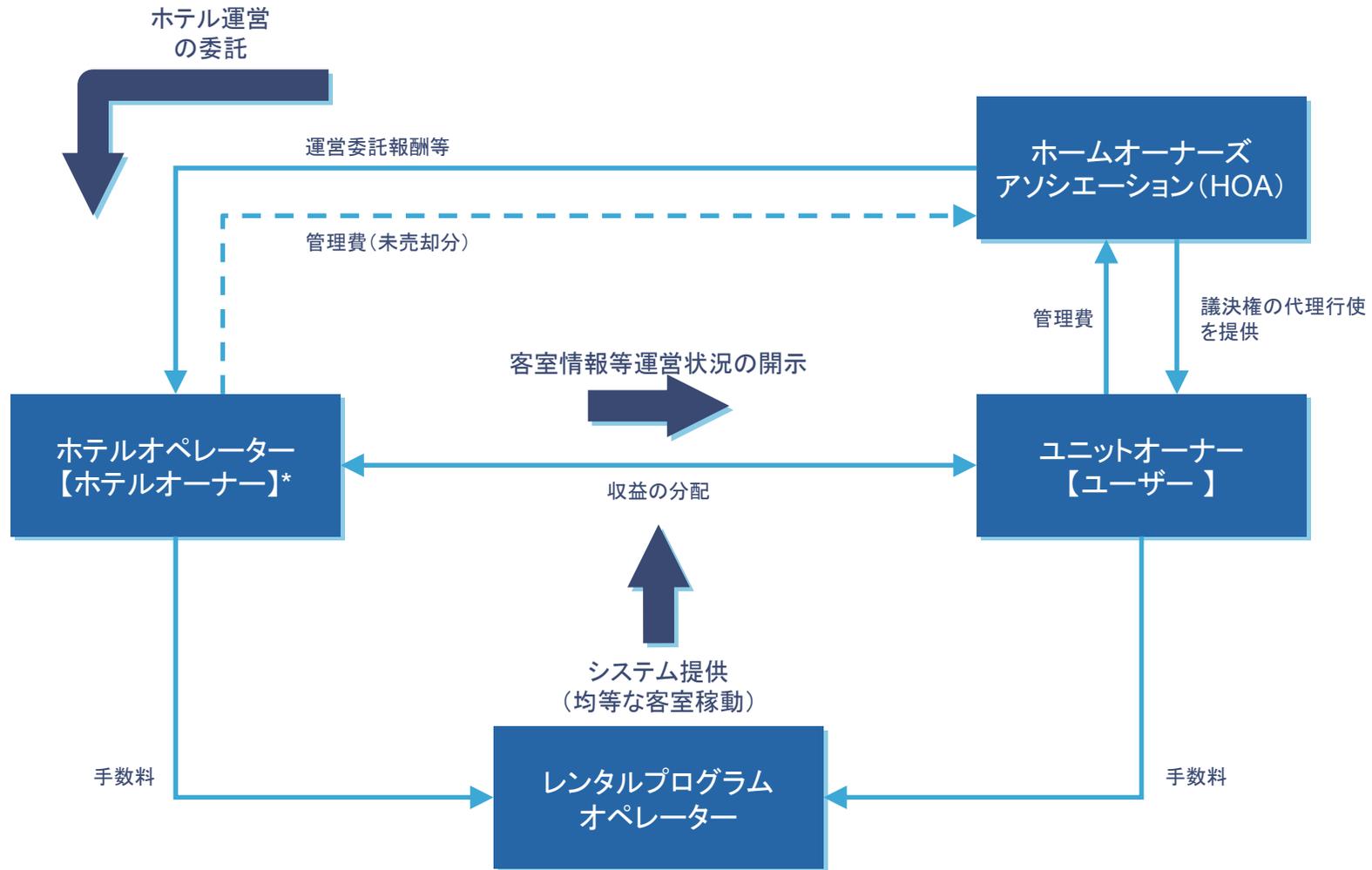
(出所:)

2.1 概要

バケーション・オーナーシップの種類【アメリカ市場】				
Vacation Home 別荘	Fractional Ownership 分割所有	Destination Clubs デスティネーション・クラブ	Timeshare タイムシェア	Condo Hotel コンドホテル
収益性の高い投資対象として評価されている	別荘を分割で所有する（一般的に期間は数週間）	一般に別荘のポートフォリオへのアクセス権を所有	一定期間の所有権を購入する（通常一週間）又は、ポイント制度を活用する	ホテル客室の一部が一般に売りに出されている
×	×	×	×	×
オーナーが自らメンテナンスを行うかまたはマネジメント会社を利用する	多くがラグジュリーホテルと提携している	ポイント制度	多くがホテル会社と提携している	一般的に所有権が譲渡される
×	×	×	×	×
	エクスチェンジオプションを提供する場合もある	ヴィラはマネジメント会社が運営する	主にエクスチェンジ会社と提携している	オーナーはバケーションハウス又は福利厚生施設として利用している
	×	×	×	×
幅広い別荘の選択	年間運営管理費を支払う	デスティネーション・クラブは幅広い旅行地の選択を強みとしている	年間利用料を支払う	一般的にレンタル・プログラムがホテルによって運営されている

出所：ARDA資料を参考にPwC作成

2.1 概要（レンタルプログラムを含むコンドホテルの事例）



*: ホテルオーナーとホテルオペレーターが同一のケース

2.2 レンタルプログラム

レンタルプログラムの概要

- レンタルプログラムとは、コンドホテルのオーナーが利用しない期間にホテルに客室運営を委託し、得られた客室売上から、一定の割合の収益配分をオーナーが受けるシステムのことをいう。
- 米国スターウッド社では各オーナーの客室の稼働状況に偏りが出ないように、予約システムを提供する外部オペレーターを利用。各オーナーは、所有する客室の稼働率、販売価格の状況等をホテルのウェブサイトで常に把握できる。
- コンドホテルの運営では、ホテルの売上高を最大限確保するため、繁忙期(新年、祝日、各種イベントの開催日等)は、オーナー利用が出来ない設定にする場合がある(『ブラックアウト・デイズ』の設定)。

リターンの配分方法(例)

	配分例	参考値	備考
総客室売上		10,000	• 総客室売上とは客室ルームレートのみ収入を指し、その他の付帯収入(ミニバー利用による収入等)は含まない。
• サービス料	10%	(1,000)	• サービス料とはレンタルプログラムの運営費用である。 (人件費、予約にかかる費用、旅行代理店手数料等を含む)
• FF&E積立金	5%	(500)	
		8,500	
ホテルオペレーターへの配分	50%	4,250	
オーナーへの配分	50%	4,250	• オーナーへの配分比率はオーナーによる客室の利用日数の設定によって変動するシステムになっている。

2.2 レンタルプログラム

商品設計

- 管理費用の配分方法（ホテル運営に必要な人件費の割り振り等）
- ブラックアウト・デイズの設定
- レンタルプログラムのオプションの設定
 - 利用期間の設定
 - 収益配分の設定

留意点

- 米国ではレンタルプログラムの販売に際し、当該商品が金融商品と看做されることで、SECの規制対象となる事態を回避するために、販売方法等で十分な注意がなされている。
- レンタルプログラムの加入者は、投資目的で物件を購入する場合も多く、費用負担に敏感である。従って、将来、管理費の値上げ等をする際、オーナーとのトラブルが発生しないよう、契約上の条件設定および、契約締結時における十分な事前説明が重要である。
- レンタルプログラムへの加入は、オーナーの任意。

2.3 エクステンジ・プログラム

概要

- エクステンジ・プログラムとは、オーナーが所有する一定期間の所有権をポイントとして換算し、他施設の利用権または他の特典に交換するシステムをいう。
- ポイントの交換例 …… 部屋のグレードアップ、他のホテルサービス(スパ等)、航空券、クルーズ券
- エクステンジ・プログラムは下記のように大別される。
 - ① グループ内における施設の相互利用(マリオット、スターウッド、ヒルトンが代表的)。
 - ② エクステンジ会社へ加盟し、そこに加盟する世界各国のVOリゾートと交換する。

主なエクステンジ会社

	Interval International (II)	Resort Condominiums International (RCI)
加盟リゾート数	2,200 リゾート以上	3,700 リゾート以上
会員数	190万人以上	287万人以上
国内リゾートの有無	無	有
主なホテルブランドの加盟例	マリオット、スターウッド、ハイアット、アコー、 ディズニー・パッケージン・クラブ	ヒルトン

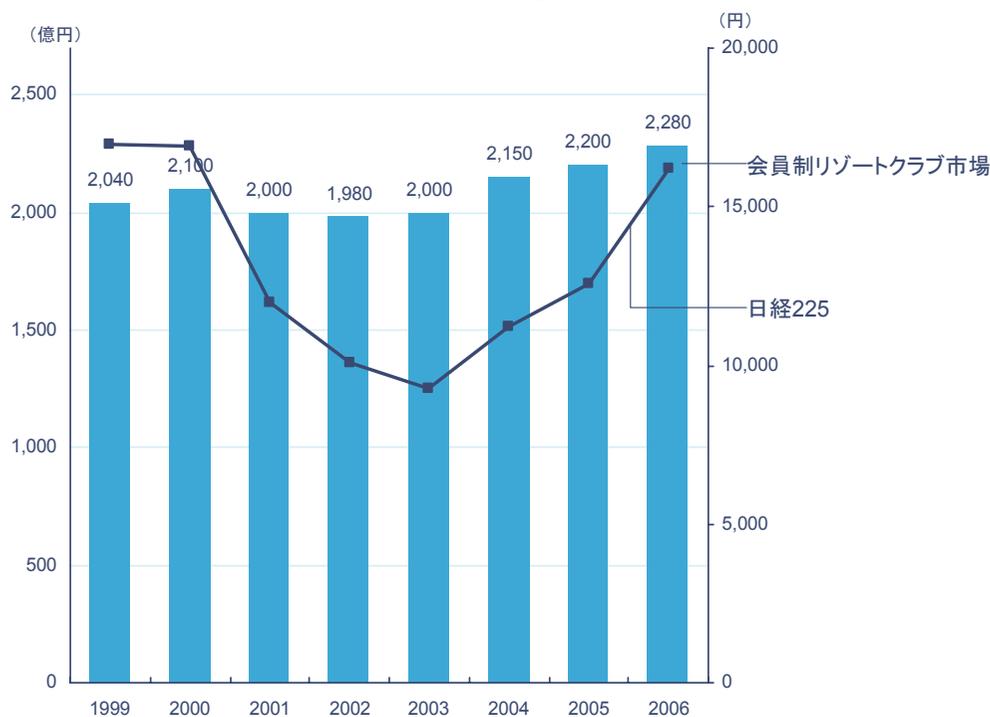
3.1 会員制リゾートクラブ市場の推移

近年、景気回復、中高年層の増加により、会員制リゾートクラブの市場は拡大傾向にある

市場動向

- 2006年の会員制リゾートクラブ市場は2,280億円。
- 会員制リゾートクラブ市場は景気(株価)にほぼ連動し、2002年を底に市場は拡大傾向にある。
- 大手3社で900億円(市場シェア4割)を占めている。
- また、市場拡大傾向の他の要因として、以下の事項があげられる。
 - 会員制リゾートクラブの主な顧客層である中高年(余暇を多く持つ団塊の世代)の増加。
 - 会員制リゾートクラブの商品の認知度の向上。
 - 低価格化の商品等の多様化が進展。

会員制リゾートクラブ市場の推移*



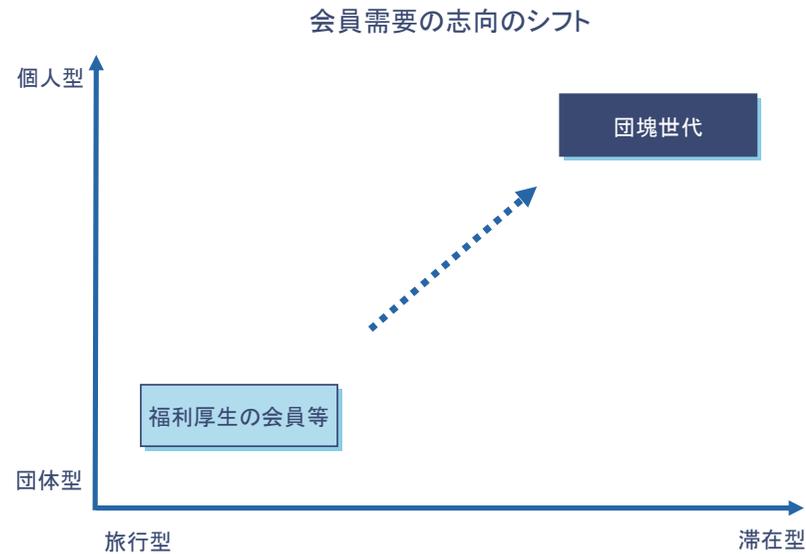
*: 市場規模は上記出所によるヒアリング調査に基づく。
 売上高市場規模の内訳は、①会員募集売上高②会費・管理費③施設運営費である。
 出所: 「レジャー白書2006」(財)社会経済生産性本部

3.2 会員制リゾートクラブの需要の傾向

リゾートの楽しみ方は、グループやツアー等による短期旅行型から、団塊世代による滞在型リゾートへとシフトしている

需要動向

- 従来のリゾートの楽しみ方は、企業の福利厚生の一環である会員制リゾートクラブの会員が、グループ(団体・ツアー)などで、短期(1・2泊)の観光や温泉を目的とした「旅行型」が中心であった。
- 近年では、時間と金銭に余裕ができた団塊の世代において、別荘感覚で心身ともにやすらぎを得られ、夫婦や家族の時間を共有する「滞在型」のニーズが高まっている。
- 今後の団塊世代の増加により、会員制リゾートクラブ市場のマーケットは拡大すると思われる。
 - 国立社会保障・人口問題研究所統計データによると、2024年の50歳以上の人口の割合は総人口の50%以上を超える推計となっている。



50歳以上の人口推計と割合

	1999年	2004年	2009年	2014年	2019年	2024年
50歳以上人口数	47,569人	52,468人	55,300人	57,143人	59,063人	61,488人
総人口数の割合	37.5%	41.1%	43.4%	45.4%	47.9%	51.2%

出所:総務庁統計局「人口推計資料」、国立社会保障・人口問題研究所統計データよりPwC作成

4.1 会員の権利形態

会員制リゾートクラブの権利形態は、会員に不動産を分譲する共有制と、会員から預託金を受け入れ利用権を付与する預託金制と、利用権を販売する利用権制の3分類が存在

	事業者	商品概要
共有制	<ul style="list-style-type: none"> リゾートトラスト 東急ハーヴェストクラブ（東急不動産） 	<ul style="list-style-type: none"> 対象となる不動産の所有権を会員同士で共有するタイプ。募集口数で割った持ち分を登記する。 通常の不動産を購入するときと同様に固定資産税等の諸費用がかかる。 退会するときは持ち分を売却する形になる（東急ハーヴェストクラブは買取保証制度あり）。
預託金制*1	<ul style="list-style-type: none"> 東急ハーヴェストクラブ（一部） ビッグウィーク（東急ビッグウィーク） ヴィラリゾート（リゾートソリューション） 	<ul style="list-style-type: none"> 保証金を預けると同時に入会金を払ってリゾートクラブの利用権を手に入れる商品。 最近は一定期間後に無利息で返還される保証金より、入会金の金額が多くなる傾向がある。 預託金の期間は、無期限・期限付（5年～20年程度）とがある。 据置期間終了後、無利息・無配当で全額返還する商品や、償却型が存在する。 東急ハーヴェストクラブは、共同事業主がいる施設は、共有制でなく預託金制を採用している。
利用権制*2	<ul style="list-style-type: none"> ドラマチックリゾート（リゾートソリューション） サンダンスリゾート 旅行クラブ型の運営企業 	<ul style="list-style-type: none"> 会員に施設利用権のみを付与する方式。 ポイントの追加購入、翌年繰越などが可能な商品。 低価格料金の商品が多い。

*1: 入会（利用）保証金等、事業主が償還義務を負う制度。

*2: 事業主の償還義務がない利用権等のみを販売する制度

4.2 利用形態

	事業者	商品概要	使い勝手	
タイムシェア方式	固定制	<ul style="list-style-type: none"> ビッグウィーク ヴィラリゾート 	<ul style="list-style-type: none"> 毎年同じ週(同じ施設)を利用する「固定週制」 予約なしで宿泊可能 交換システムにより占有週・施設以外の利用も可能 	予約の 確実性 予約の 自由度
	変動制 (カレンダー制)	<ul style="list-style-type: none"> リゾートトラスト 	<ul style="list-style-type: none"> タイムシェアカレンダーに基づく26日(13日)間割当 曜日等は共同保有者に均等となるように毎年変動 利用予定のない占有日(1日～)はシステムを通じ交換可能 	
	変動制 (シーズン制)	<ul style="list-style-type: none"> ビッグウィーク (固定制との選択) 	<ul style="list-style-type: none"> 特定のシーズンから毎年利用する週・施設を選ぶ 予約なしで宿泊可能 交換システムにより占有週・施設以外の利用も可能 	
ポイント(チケット)方式	チケット制 (ホームグラウンド型)	<ul style="list-style-type: none"> 東急ハーヴェストクラブ 	<ul style="list-style-type: none"> 事前割当日なし。事前予約要。 但し、所有施設の会員は他会員よりも優先的な予約が可能 	
	ポイント制 (複数施設共用型)	<ul style="list-style-type: none"> サンダンス・リゾート 	<ul style="list-style-type: none"> 事前割当日なし、事前予約要 シーズン・曜日・施設でポイント数が異なる。 	

* 上記タイムシェアは、米国のタイムシェアと異なり、占有日を事前に割り当てるシステムを指す
 出所:各社HP・パンフレットよりPwC作成

pwc.com

© 2008 PwC Advisory Co., Ltd. All rights reserved. "PricewaterhouseCoopers" refers to PwC Advisory Co., Ltd. or, as the context requires, the PricewaterhouseCoopers global network or other member firms of the network, each of which is a separate and independent legal entity.