

タイムシェア事業の企画と交換システム

タイムシェア研究会 ①

(注)このスライドは本研究会で用いましたが、大谷*の私見であります。内容に対するご叱正やご意見をお寄せください。

*大谷毅 信州大学繊維学部教授
社団法人日本リゾートクラブ協会理事

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

1

T/S(3)

- ・最初のT/Sの欠点
 - 毎年同じ時期に同じプロパティの同じユニットに泊まる
 - ・⇒飽きる
 - ⇒自分のT/Sの権利をおなじクラブまたは他のクラブのT/Sの権利と交換
- ・交換の問題点⇒繁閑の差と価格の差
 - おなじグレードの同じ時期のT/Sと交換
 - ・たとえばHawaiiは年末年始が、Whistlerは冬が繁忙期
 - 繁忙期のT/Sは閑散期に比べて高い。
 - ・表示の例①Red White Blue、②Platinum Gold
 - RedはRedどおし、2BRは2BR相互に交換
- ・交換会社が設立された。
 - ⇒RCI(本社Carmel, Indiana:日本でも営業)、II(本社Miami)

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

4

T/S(タイムシェア)とは(1)

- ・T/SとはTimeshareの略。
 - もともとは「時分割する」こと。あらかじめ使う時間を決めておき、ひとつの財産を多数が共有する。むかしコンピュータはひじょうに高かったので、時分割りしてつかった。
 - ・転じて「リゾートのホテルやコンドミニアムの部屋を設定された期間使用できる権利を購入する制度またはその物件」をいう。(EIJIRO81から)
- ・プロパティとユニット・・・建物(棟)と部屋
 - 例:Club Intra West Whistlerというプロパティの305号室というユニット。T/Sとはこのユニットを、毎年・特定の1週間を利用する権利のこと。
 - 365日=7日 * 51W+8日=7日 * 52W+1日⇒51~52人で共有
 - (注)1日ないし8日は維持管理用に留保しておく。
 - ・その1/51または1/52の所有者⇒T/Sオーナー
 - ・ ⇒Vacation Ownerともいう。

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

2

T/S(4)

- ・融通の利くT/Sが発売された。
 - ビッグホテルチェーンの参入
 - 情報処理システムの発達&国際化 ⇒新方式の創案
 - ⇒Point System
 - 》Pointsの転用⇒チェーンメンバーの活用
 - ⇒Calendar方式
 - 》週単位にこだわらない⇒日本に多く見られる
- ・原点⇒ひとのユニットを52名が所有
 - 旺盛なセールスプロモーション
 - ・強引な売りこみ⇒80年代にScam事件が起きて社会問題に!
 - そこでマーケティングの追求
 - ・⇒プロパティ(棟)とユニット(室)の魅力
 - ・⇒フレキシビリティ(融通性)追求
 - 》⇒いまUSで有力な事業分野に。

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

5

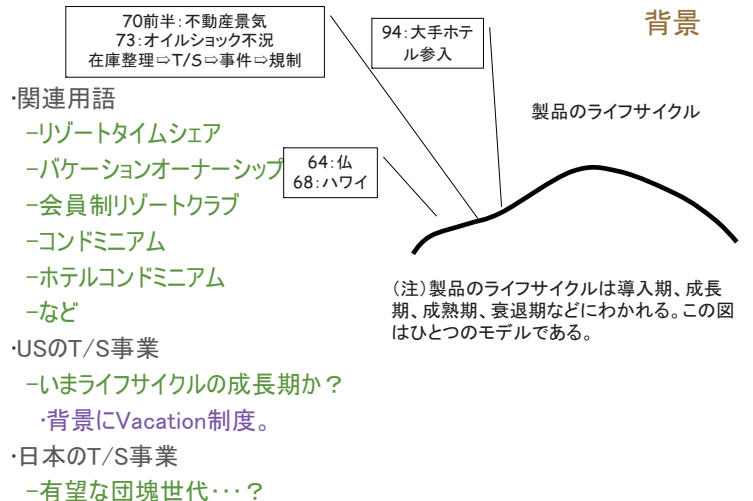
T/S(2)

- ・ユニットにいろいろなタイプ
 - HR:Hotel Room。ふつうのHotelの客室。One Room。
 - ・Sleeping Area(寝る場所)があるが、Kitchenがない。
 - ST:Studio Room。One Room。
 - ・Living兼Sleeping Area。おおむねKitchen付き(ないこともある)。
 - 1BR、2BR、3BR。BR:Bedroom。
 - ・例:2BR:1ユニットにTwin or DoubleのBedでBath付きのBedroomが2つある。
 - ・ユニットのLiving RoomにSofaが2つあれば、8名は宿泊可能になる計算。ユニットは一般に広い。
 - Lock Off(2Bなら2組の客が別々に1Bを使う)
 - ・そのかわり2W連続or1W単位で2回使える

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

3



2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

6

著名大手ホテルチェーンの参入

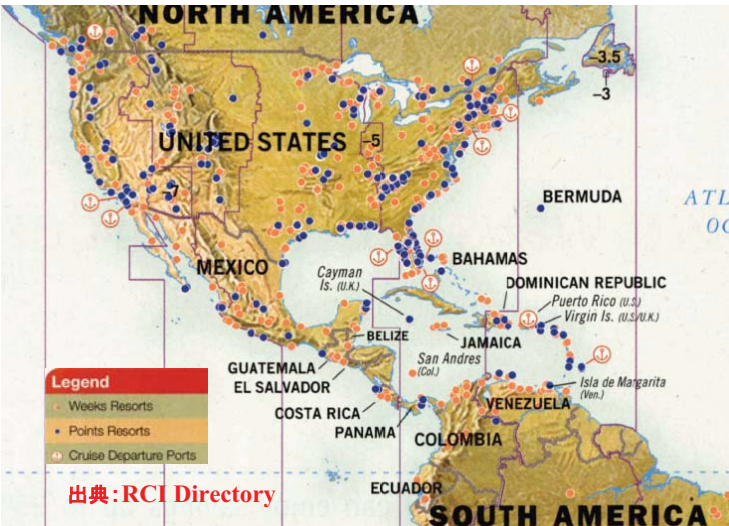
- ・80年代後半,大手ホテルチェーンの参入。以降、顕著に！⇒例
- マリオットホテル: Marriott Vacation Club International
- ウォルトディズニー: Walt Disney Vacation Club
- ヒルトンホテル: Hilton Grand Vacation Club
- ハイアットホテル: Hyatt Vacation Club
- ・ひとつのリゾート(しばしロケーションといわれる)の規模
- ユニット数⇒200から600に及ぶ。さらに800の例も。
- ・多岐にわたる立地

-①アメリカ: Orlando, Hilton head, San Diego, Las Vegas, Lake Tahoe, Hawaii, Vail ②カリブ: Bahamas, Dominica, Antigua, ③ヨーロッパ: Costa del Sol, Portuguese various coasts, Cote d'Azur, Islas Canarias, Alps, Northern Europe ④ラテンアメリカ: Cancun, Acapulco, Argentina ⑤オーストラリア: Gold Coast, Perth ⑥アジア: India, Malaysia, Bali, Thailand ⑦カナダ, ⑧南アフリカ, ⑨都市部: San Francisco, New Orleans, London etc.

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

7



2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

8

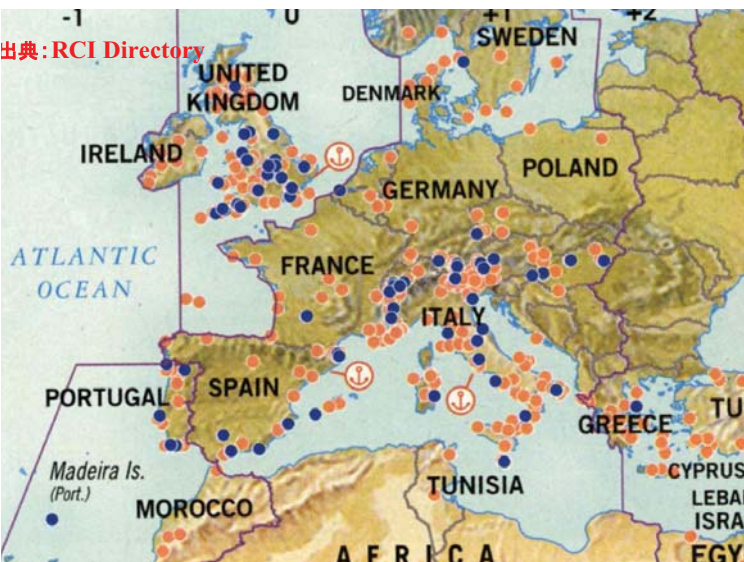
T/Sの権利と組み立て方

- ・所有権方式。持ち分共有。オーナーシップ
 - 1/51を単位とする持ち分所有。
 - ・アメリカで主流の方法。登記。明確な持ち分数。譲渡可。
 - 完売後は,オーナー全員がHOAを設置。HOAが,運営会社を使って,施設の運営。オーナーは分担して維持管理費を支払う。期間は,建物が使える限り続くと想定。(注)HOA: Home Owner's Association⇒近隣の住民で結成する組織。日本の集合住宅の管理組合に類似する。
- ・利用権方式。預託制。メンバーシップ
 - 1/51の利用期間だけ資金を預け退会時返還。
 - ・ヨーロッパや東南アジアで多い。法的には未整備。事業者の倒産。オーバーセール。第三者に対抗できない。
 - T/Sの組み立て・事業化容易。耐用年数が進み大改装時に,所有権方式に比べて容易。期間はあらかじめ20年とか30年というように設定。日本の会員制ゴルフ場に多く見られた。

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

11



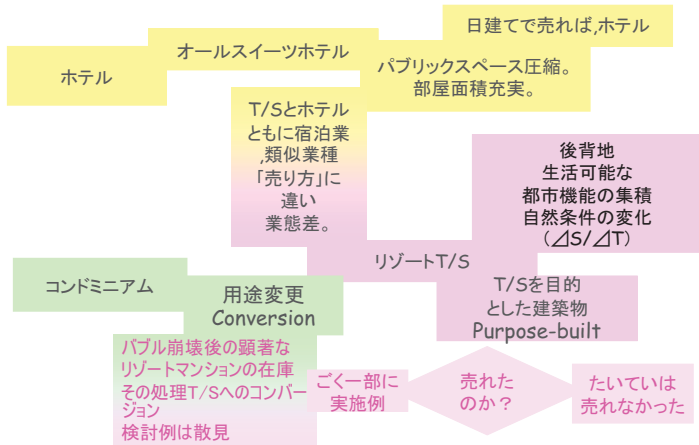
- ## T/Sのさまざまな方式
- ①Basic: 毎年,特定の週を利用する固定。⇒T/Sの当初のかたち
 - ②Floating: 条件付で利用したい週を選択。
 - ③Mix: タイムシェアとホテル・リゾートマンション・戸建てなどを組み合わせる。
 - ④Fractional: 1ユニットを4人共有(年間13週/人)⇒クォーターシェアなど。
 - ⑤Point: 一定ポイント範囲で期間・ユニットタイプを選べる。
 - ⇒かなり普及してきている。
 - ⑥チケット: 権利日数をチケット化して宿泊は先着順。トップシーズンは抽選。
 - ⑥Calendar: 特定の「日にち」を割り当てる。(注)曜日が変わるが,利用者の意味ある日や,国民の祝日やゴールデンウィーク・年末年始の利用は輪番で確保できる。独自にT/Sカレンダーを作成。通常は月あたり「2-3日」を割り当てる。
 - ⇒日本で普及。
 - ・日本のカレンダー方式の国際規格への翻訳
 - 利用権交換にあたっては,希望者が持っている権利をまとめ,「1週間」という国際規格にあうように「換算」して交換。

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

12

建築や設備,施設の類型



2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

13

USの不動産不況とT/S

- ・70年前半
 - 不動産ブーム。
 - ・主流はコンドミニアム。
- ・73年:
 - オイルショック不況。不動産不況。
 - ・膨大なコンドミニアム在庫。
 - T/Sの検討。
- ・T/SのUS市場への浸透⇒合理的なUS人にアピール
 - 使いたい週のみを購入。
 - 別荘を所有することに比べ安価。
- ・しかしながらコンバージョンに難点。
 - 使い勝手がわるい。
 - 同じプロパティのユニットにフル所有者と1/51所有者が混在する。
 - 交換しにくく他の施設を利用しにくい。

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

16

USのT/Sの販売方法(1)

- ・規制⇒州レベルでの法的整備。業界団体による自主規制。
- ・1)オンサイト(on-site)販売
 - ①ダイレクトメール 49.4%
 - ②ミニパッケージ
 - ・販売側が3泊ないし4泊の安価なパッケージ旅行を設定し、募集するもので、リゾートを体験させて購入を促す。現地でのプレゼンテーションへの出席が義務づけられる。夫婦単位での参加を旨とし、事前に参加者の購買能力を判定し、可能性のないものは参加させない。
 - ③OPC (off-premise personal contact) 48.7%
 - ・agentと呼ばれる販売員が、街行く人々にテーマパークなどの景品の提供と引き換えに、リゾートに見込み客として連れる。連れてきた客は、セールスマンがリゾートの中を案内するなどして成約に持ち込もうとする。
 - ④インハウス(in-house)セールス 79.2%

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

14

UST/S発展の3大問題

- ・T/Sの発展に必要な事項
 - 1: コンバージョンではなくて、本来のT/Sに適した建物を建築。
 - ⇒カナリア諸島で英向T/S開発⇒独・仏・北欧・東欧に販売
 - 2: 何らかの程度に選択を確保しうる仕組み
 - ⇒交換会社の登場
 - 3: T/S販売の正常化
 - ⇒80年代: タイムシェア法制定や業界団体ARDA (American Resort Development Association) 結成。
- ・80年代後半から90年: アメリカ経済も徐々に回復。
 - Marriott Corp, Disney, Hilton, Embassy sweets, Hyatt, Ramada Inc, Westin, Inter Continentalなど一斉参入。
- ・90年代後半
 - 国内リゾートなきロシア人T/S所有者が13,000名。ロシア人が地中海やタイのT/Sを買う。⇒フィンランド・ハンガリー・インドのT/Sなどにも注目した。
 - ・Takeoff傾向?

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

17

USのT/Sの販売方法(2)

- ・2)オフサイト販売(off-site)
 - ・off-site販売とは当該リゾートの外で販売することをいう。
 - ⑤ダイレクトメール 49.4%
 - ⑥テレマーケティング 69.5%
 - ⑦訪問販売、
 - ⑧説明会販売
 - ⑨紹介販売 87.4%
 - 数字は実施率。出典: "RCIPerspective,RCIConsulting" Jul/Aug,1997.
- ・販売費・クロージング率とキャンセル率
 - 売上の39%,クロージング率13%,その後のキャンセル率15%
 - 出典: "US Timeshare Executive Summary", RCI Consulting,May,1997.

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

15

T/Sの交換

- ・①デベロッパー,② T/Sオーナー,③交換会社
- ・①は② に対し,T/Sという商品を販売
- ・②は① に対して,購入代金のほか維持管理費を支払う。
- ・②は①の提供する施設を,例年,特定の週を利用する権利がある。
- ・①が開発販売する施設を,交換会社③の交換対象として登録。
- ・③はスペックにあっているかどうかの審査後登録。
- ・①は②に対し,交換が可能な施設である旨を,顧客に訴求。
- ・交換は①の②に対する販売促進の材料。
- ・②は①の商品を購入しかつ,③を通じて交換。
- ・②は③に年会費を支払い,③の会員になり交換を希望。
- ・その前提として①は③の審査を受けて会員になる。
- ・①が③の会員になっていない限り,②は③の会員にはなれない。
- ・交換が成立すれば,②は③に交換料を支払う。

少々わかりにくいです。

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

18

交換会社

おもな交換会社

- RCI(旧Resort Condominiums International) L.L.C.の略
- ・加盟数3,782,会員数273万人,年間交換数184万件。

(注)Annual Security Report(2007年版)による

-<http://www.rci.com/RCI/>

-日本法人⇒<http://www.rci-japan.co.jp/>

-II(Interval Internationalの略)

- ・加盟数2,300,会員数98万人,年間交換数98万件。(注)HPIによる。

-<http://www.intervalworld.com/web/cs?a=5>

交換の重要性

- T/Sの購入動機の81.6%が交換(ある調査による)

・リゾートT/Sにおける交換機能はきわめて重要。

- 交換会社は新規交換対象リゾート(プロパティ)を査定。

・交換レートは各社ノウハウ。多次元・行列式で描き演算？

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

19

T/Sオーナーの交換思惑

・つぎのWhistler(23)とSanto Domingo(24)を比較しよう。(次頁参照)

- Whistlerカナダバンクーバーから約90分の大スキーエリア。
- Santo Domingo(Dominican共和国)カリブ海の著名保養地。

①WhistlerのVacation OwnerはRedで2BRのT/Sをもっていた。

②12月クリスマスの適当な時期に Santo Domingoに滞在を計画。

(注)Santo DomingoのPropertyは(24)のみ。Dominicanには(32)~(35)ある。

③交換にいたるWhistlerのVacation Ownerの優先順位

-Ownerはなにを優先して交換しようとするのか？

・比較要素: シーズン(気候)交通,プロパティ(立地や環境)ユニット(サイズ),日常性(生活のための買い物などなど)多岐にわたる。

(注)各Propertyの凡例は(25)その項目は(26)で解説。

④この交換の損得をほとんど考えたら結論はでないかもしれない。

⑤でも、それでも適当なところで判断して交換する。

⇒ポイント制のひとつの契機はここにあるかもしれない！

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

22

交換の手順(2社とも類似)

交換を希望する者の手順

- 交換会社のスペースバンクに預入⇒自分が所有するT/S(ホームリゾート)。リクエストロケーションとシーズン(日程)を第4希望まで。

交換における公平性の確保

- 同一ユニットグレード。⇒定員 交換会社基準。

・基準には、プライバシーと広さとバスルームとの距離が加味され、そのユニットの最大定員が決まる。国際基準では、布団はベッドとみなされない。

- 同一シーズングレード⇒3シーズン 希望でdowngradeは可。

傾向

- 人気の高いリゾートやユニットは交換が難しい。

・有利なT/S: 人気リゾート、ハイシーズン、広いユニットの預入が有利。

・預入スペースが第3者に交換されると、預入者の希望は優先。trading powerが働く。

-なお、情報ネットワークシステムが重要。

通説: 日本でT/Sが普及しない理由

- ①日本人のレジャー行動からみて週間滞在の習慣がない。②現在価格で将来のバージョンを購入する動機がない。③テロップのT/Sに対する投資意欲が乏しい。

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

20

出典: RCI Directory

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

23

HUALALAI RESORTの場合

・所在地: Queen Kaahumanu Highway, North 87, Mile Marker Ka'upulehu-Kona, HAWAII

・事業主体: Ka'upulehu Makai Venture

・運営: Hualalai Development Company

・<http://www.hualalaireort.com/index.cfm/fuseaction/ig.page/CategoryID/1>

顧客に対する訴求点

- 立地の選定
- 商品コンセプト
- 設計
- 価格帯
- 発売後1か年間の販売実績
- おもな顧客の所在地

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

21

出典: RCI Directory

RCI.com | 325

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

24

Resort ID Number A

Resort Name

REGION • MAP P. 000-E1

Resort Address, City, ST 00000
999/555-5555 Airport: 15M www.website.com

Check In/Out
Mon, Fri, Sat 3 pm/11 am

Deposits/Fees-D, F

All-Inclusive-M

Units Max/Priv
HU 4/2, ST 4/2, 1BR 10/4

Unit Amenities
Air Cond.-A, Telephone-A

On-Site Amenities
Auto Rental, Beach, Child Care, Child Pool, Conf. Fac., Elevator, Exer. Equip., Games Room, Hairdresser, Laundry, Live Enter.,

Medical Fac., Playground, Pool-O, Restaurant, Sauna, Scuba Diving, Shopping, Snack Bar, Spa, Tennis, Whirl-H, Tub

Other Amenities
Golf-NB, Grocery-NB

● 6/24-9/2 12/2-4/29 ○ 4/29-5/27 9/2-9/30 ● 5/27-6/24 9/30-12/2

出典: RCI Directory

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

25

Point制の標準例

・Vacation Ownerは所有T/Sを利用する権利の表象として「A」点を持っている。

–「A」点は所有T/Sと同一ランクの同系T/S(内部)で交換が可能である。
・FixではなくFloatの場合に該当。あえて「A」と呼称しなくても良い。

–Vacation Ownerは「A」点を使わない場合、所有T/Sと異系(外部)の施設の利用と、交換会社を経由して交換できる。

–Vacation Ownerは「A」点を使わない場合、所有T/Sと同系(内部)の施設を使う「B」点に変えることができる。「B」点は年度を超えて使うことができる。

・同系に属する施設の格付けに応じて、費消すべき「B」点の量は異なる。Q系の場合、世界にあるQ関連のホテルは5つにランクされる。ハワイの4万ドルのT/Sの「B」点は、中堅ランクQホテルに8泊くらいできる。

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

28

8. Unit Type
This refers to the room configuration of the condominium:
HU=Hotel unit (one-room sleeping area, generally with no kitchen facilities)
ST=Studio unit (living and sleeping areas combined, often with some type of kitchen facilities)
1 BR=One-bedroom unit*
2 BR=Two-bedroom unit*
3 BR=Three-bedroom unit*
*These units generally have kitchen facilities.
Maximum Occupancy=maximum number of guests a unit will accommodate
Private Occupancy=number of guests a unit will accommodate allowing for two adults per separate sleeping area with private access to a bathroom.

9. Unit Amenities
This section lists amenities available at the resort. **S**=In some units; **A**=In all units.
Kitchens:
F=Full kitchen, including refrigerator, sink, and a conventional oven
M=Minikitchen, including same basic appliances as a full kitchen, but they may be smaller than standard
P=Partial kitchen, may not feature all the basic appliances found in a full kitchen
N=No kitchen.

10. On-Site Amenities
This section lists amenities that are available on the resort's property.
I=Indoor pool; **O**=Outdoor pool;
I/O=Indoor/Outdoor pool; and
Child=Children's pool on site.

出典: RCI Directory

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

26

WeeksからPointsに

・Points化による効果

–T/Sを評価する基準(スライド25および26)を単純化できる。また、交換手続きを簡略化できる。

・顧客側に

–比較の変数を圧縮させる。

・クラブ事業側に

–販売を促進!

・ただし、小規模T/S事業者には向かない?

–世界に多店舗展開...が前提。

・Synergy効果。

・むしろ内部の相互交換に交換会社はタッチしない。

–T/S本来の目的(宿泊)以外のへの交換が可能。

・クルージングはその好例。いろいろなかたちで応用可能。

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

29

Pahio Resort Kauai Hawaii

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

27

MARriott
マリオット・コオリナ・ビーチ・クラブ
Marriott's Koru Kohala Beach Club
92-141 Waipahoehoe Place, Hapoele, HI 96707

プラチナ・毎年価格(2ベッドルーム)			プラチナ・隔年価格(2ベッドルーム)			プラチナ・プラス・毎年価格(2ベッドルーム)		
ビュータイプ	価格	マリオット・リワーズ 交換ポイント	ビュータイプ	価格	マリオット・リワーズ 交換ポイント	ビュータイプ	価格	マリオット・リワーズ 交換ポイント
マウンテンビュー	\$32,800	85,000	マウンテンビュー	\$19,680	85,000	マウンテンビュー (51週目)	\$38,500	95,000
オーシャンビュー	\$42,500	110,000	オーシャンビュー	\$25,500	110,000	マウンテンビュー (52週目)	\$45,400	95,000
ベントハウス (マウンテンビュー)	\$36,500	100,000	ベントハウス (マウンテンビュー)	\$21,900	100,000	オーシャンビュー (51週目)	\$49,500	120,000
ベントハウス (オーシャンビュー)	\$54,500	125,000	ベントハウス (オーシャンビュー)	\$32,700	125,000	オーシャンビュー (52週目)	\$62,000	120,000
3ベッドオーシャンビュー (2週目)	\$59,800	125,000	3ベッドオーシャンビュー	\$35,880	125,000	オーシャンビュー-PH (51週目)	\$85,000	135,000
						オーシャンビュー-PH (52週目)	\$85,000	135,000

上記価格は全て2007年からの使用開始となっています
上記価格は2007年からの使用開始となっています

販売価格は毎月値上りしており、また予告なしに変更される場合がありますので、最新価格については、マリオット・バケーション・クラブにお問合せください。

上記価格は2006年からの使用開始となっています

2008/7/24

08xタイムシェア研究会①タイムシェア事業の企画と交換システム(大谷)

30



■ラグーンタワーグランドオープニング価格例

クラブポイント	シーズン	販売価格	部屋タイプ	年管理費	Hオーナーズ 交換ポイント
4,200	ゴールド (オープンビュース)	\$23,900	1LDKプラス	\$657.22	96,600
5,000	プラチナ (オープンビュース)	\$26,900	1LDK	\$657.22	110,400
5,000	ゴールド (オープンビュース)	\$26,900	2LDK	\$857.12	115,000
5,800	ゴールド (オープンビュース)	\$28,400	2LDKプラス	\$857.12	133,400
6,200	プラチナ (オープンビュース)	\$30,900	1LDKプラス	\$657.22	142,600
7,000	ゴールド (オープンビュース)	\$36,400	2LDKプレミア	\$657.22	161,000
7,000	プラチナ (オープンビュース)	\$32,900	2LDK	\$857.12	161,000
8,400	プラチナ (オープンビュース)	\$38,400	2LDKプラス	\$857.12	193,200
9,600	プラチナ (オープンビュース)	\$51,400	2LDKプレミア	\$857.12	220,800

■カリカタタワーグランドオープニング価格例

クラブポイント	シーズン	販売価格	部屋タイプ	年管理費	Hオーナーズ 交換ポイント
1,600	ゴールド	\$13,400	スタジオ	\$420.20	36,800
2,200	プラチナ	\$16,400	スタジオ	\$420.20	50,600
3,400	ゴールド (オープンビュース)	\$19,900	1LDK	\$668.15	78,200
4,800	プラチナ (オープンビュース)	\$24,900	1LDK	\$668.15	110,400
4,200	ゴールド (オープンビュース)	\$24,900	1LDKプラス	\$668.15	96,600
6,200	ゴールド (オープンビュース)	\$29,900	1LDKプラス	\$668.15	142,600

※定額、イベント課、隔年利用での購入の際の料金については、別途おたずねください。
(上記は2006年4月現在。最新価格、在庫は別途お問い合わせください)

おわりに

•リゾート開発のfeasibility study(事業化可能性調査)がらみでWaikiki, Orlando, Deer-Valley, Vail(US), La Plagne(France), Jeju(Korea)などなどをまわり、その余勢でT/Sを試論して10年も経過した。

-タイムシェアとホテルコンドミニアム,日本観光学会 日本観光学会誌(32):70-80, 1998(May), Author:安藤秀実,宮原博通,大谷毅。

•日本にはすでにカレンダー型T/Sが普及。US型週単位T/Sが定着するか? 安価な建築費・円、海外滞在経験者の増など世間は変わった。

- ①1週間滞在(4日間でも可)して飽まない街(Property)はあるか?
- ②前項の街が交換可能な数だけあるか?
- ③いかにカネがあってもホテルの食事は飽きるが・・・。
- ④ふだんの生活のワンランクうえの滞在ができる空間(Unit)とは・・・。
- ⑤ 100unitでも5100口(≒クルマ5100台)・・・その販売力があるか?
- ⑥そのうえで権利関係や販促マナーが的確・・・。

》なお、ご意見や反論・コメントなどどうぞお寄せください。