

第2号議案

平成29年度事業計画書

世界の状況は、政治的には、昨年の米国におけるトランプ大統領の誕生、英国における国民の Brexit の選択によって不確実性の時代に突入したと言われておりますし、今後のフランスその他の政局の行方で EU の存続も問われてきそうです。さらに、シリアや北朝鮮情勢も非常に不安定な状況が続き、米国、中国、ロシアの確執が表面化しています。また、韓国も現職大統領の逮捕という未曾有の事件もあり、日本とのぎくしゃくした関係も、慰安婦問題や領土問題も含め、注視する必要があるようです。

経済面からみると、米国のトランプ大統領の言動で振り回されており、不安定な状況です。アメリカでも FRB が再度の利上げに踏み切るとの観測もあり、なかなか読みづらい情勢です。イギリスにおける EU からの脱退の推移の影響も見守る必要があるようです。

一方、わが国では、昨年ついに日銀はマイナス金利政策の導入に踏み切りました。その効果のほどは現状未知数で、デフレ脱却には疑問符がついております。また、いわゆる「アベノミクス」も失速気味でその言葉自体最近はあまり新聞紙上でも見かけなくなっています。それに加え、安倍総理自身の「森友問題」や安倍内閣の閣僚の相次ぐ不適切発言が政局を不安定にしており、早期に安定化し成長に資する政策が望まれるところです。

観光、宿泊等のサービス産業関係は、株価の比較的高止まりや、団塊世代のアクティブシニアの貢献で活性化しており、さらに、中国を筆頭にインバウンド客の大幅な増加も業界を後押ししているようです。インバウンド客数の増加は、2016 年の最終集計で、2,404 万人と前年比 21.8%の増加でした。2020 年のオリンピックの年に 4 千万人という数字も現実味を帯びてきました。

リゾートクラブ産業は、超金融緩和の効果で、富裕層や中間層の懐が緩み、会員権の販売・流通、ホテルの稼働率も向上し、改善したことは事実です。会員制リゾートは、癒しやくつろぎを求める人々から大きく期待される分野です。特に、昨今はファミリー層を中心に活性化しているようです。今後は、海外インバウンド客の取り込みをどうするかが、現在リゾートクラブ業界が抱えている大きな課題ではないでしょうか。

こうした中で、協会の果たすべき役割は、リゾートクラブ産業の認知度及び信頼度のさらなる向上及び国民の皆様にも、親しみ、気軽さをもっていただけるような業界のイメージアップ戦略の遂行です。そのため、リゾート業界をさらに活性化していく手段として、次のような具体策を計画しました。

現在協会は、大谷理事のバックアップと会員各社の提案等により運営されております。会員各社、協会の外部も含め、あらゆる階層から幅広く意見を求め、よりユニークな発想で事業展開を図る必要があると思います。これらを推進していくことにつきまして、正会員ならびに関係者各位の今一層の力強いご理解とご協力をお願い申し上げます。

1 調査研究事業

リゾートライフ調査研究・情報提供

公益目的支出事業の継続事業として、リゾートライフ調査研究・情報提供事業を実施します。これは、国内リゾート地域の歴史、風土、文化及びその魅力等を調査研究し、リゾートクラブシステムを最大活用したその地域の楽しみ方を、ホームページに分かりやすく掲載・紹介していくことです。昨年度は、東京信用販売㈱の伊東パウエル・箱根パウエルにて実施しましたが、今年度も引き続き大谷理事のご協力のもと、今まで実施していない会員企業の1~2施設を目標に実施する予定です。それとともに、常務理事が共催イベントを含め旅した旅行先の紹介も続けていきます。

2 研修会・セミナー事業

(1) ホテルスタッフ・管理部門対象の研修会の開催

昨年度と同様、スタッフのキャリアアップを目的とした研修会を実施する予定です。

(2) 支配人・管理者研修会の開催

支配人及び管理者のマネジメント能力、掌握力、社会性を高めるため、支配人・管理者向けの研修会を昨年度に引き続き、開催する予定です。

3 情報の収集と提供事業

(1) 会員制リゾートクラブ事業者の情報収集

現在国内で営業を継続している会員制リゾートクラブ事業者（会員各社も）についての情報を収集し、様々な資料を収集していくことはもちろん、その集めた資料を、ホームページを使って発信していきたいと考えます。

(2) タイムシェア研究会の継続

調査研究事業の一環として、「タイムシェア型住宅供給の促進」補助事業（国土交通省）を実施しましたが、さらにこれを踏まえ研究を推し進めながら、今後は、情報収集・提供事業のなかで、「タイムシェア研究会」を継続し、発展させていくことが重要と考えます。

(3) ホームページによる情報の提供

当協会のホームページは、加盟クラブを主体としたリゾートクラブの包括的な

ホームページという特徴があり、情報媒体としての広告価値が高いものと考えております。大谷理事を中心に更新作業を実施しており、訪問数は着実に増加しております。今年度も関係者の意見を集約し、ページ内容を強化するとともに、常に最新性を保つよう随時更新して、魅力ある情報を発信し続けることとします。

(4) 新聞雑誌への広報等

新聞やテレビ・ラジオ等からの取材依頼についても積極的に対応し、会員制リゾートクラブの情報発信を続けていきます。毎年、日本生産性本部の「レジャー白書」への情報提供も続けております。

(5) 共催イベントの開催

より多くの人々にリゾートクラブの有用性を感じていただけるよう、加盟クラブと共同して、文化・趣味・健康・スポーツに関連するオープンなリゾートイベントを開催します。昨年度も紀州鉄道の企画だけでしたが、新たなリゾートのファンを呼び込むためにも他クラブの企画の紹介もお願いします。

4 消費者相談事業

公益目的支出計画の継続事業として、消費者情報提供事業を実施します。

事業の内容としては、

- ① 会員制リゾートクラブへの入会に関する注意点の照会・相談対応
- ② 会員権の売買や譲渡に関する相談対応
- ③ 個別のリゾート事業者についての照会・相談対応
- ④ リゾート会員権に関する相談の中から、ホームページを通じてトラブル情報の発信

また、消費者庁の国民生活センターとも情報を共有し、悪質な業者の排除に努めていきます。

5 相互利用事業

リゾネット事業

リゾネットは、協会加盟クラブの差別化策として、会員に大変好評で有意義なものであり、会員との結びつきを強化する事業となっております。本年度も昨年度と変更なく12社で27施設が参加し、リゾネット事業を行います。今後リゾネット協議会での提案を踏まえた改善策の実現、ホームページ活用による施設ごとのタイムリーな情報提供により、さらに利用の促進を図る計画です。

その他重点事項

(1) 会員組織の拡大策

業界全体からみれば正会員の加盟状況は少ないと思われませんが、新規に参入する企業も少なく、会員の増強は厳しい状況です。

その中で、未加入の健全な会員制リゾート事業者へのアプローチを続けることはもちろん、会員以外の会社に対して研修会等の行事に門戸を広げるなどの方策により、正会員、賛助会員の新規入会促進への活動を推進します。

(2) 委員会機能の強化

時代の流れが速く、種々の課題が発生することに備え、合同委員会や各種協議会の機能を強化し、それらにスピーディーに対応できる体制を構築します。

以上