

## 第116回 最近注目される「会員制ホテル」とは 三つの時代で読み解く「所有」の進化

インターネットの普及とデジタルデバイスの進化によって、投資対象としての会員制ホテルは現代のライフスタイルに合致したものへと変化している。かつてはマネーゲームの舞台ともなった会員制ホテルは、今どのような存在となっているのか。

近年、「NOT A HOTEL」に代表される会員制ホテルや新幹線の普及、1970年の大阪万博などが背景に、余暇需要が爆発的に拡大し、この新しい宿泊モデルは、どのように進化してきたのでしょうか。実は、ホテル会員権の歴史をたどると、そこには日本人の余暇観と所有観の変遷が刻まれています。この記事では、三つの時代を通して、その変化の軌跡をたどります。

【ver1.0】預託金方式——昭和の実需型リゾート

最初のモデルは、高度経済成長期に登場した「預託金方式」です。会員が多額の預託金を支払い、その資金でホテルを建設。退会時に返金を受けるという、

【ver2.0】所有権型——平成のブランド型リゾート

次に登場したのが、バブル期を象徴する「所有権型」です。不動産としてホテルの共有持分を販売し、会員が登記可能な「オーナー」となる仕組みで、リゾートトラストの「エクシブ」などが代表例です。販売時に収益を計上でき、返還義務もないため、事業者にとっては安定的な資金調達モデルとなりました。1980年代の日本は、「持つこと」に価値があった時代です。ブランド品、高級車、別荘、ゴルフ会員権など、会員制ホテルも社会的ステータスを示す象徴でした。会員は単なる宿泊者ではなく、選ばれたオーナーとしての誇りを得ます。資産性とブランド性を融合させたver2.0は、まさにパブル文化の結晶といえます。ただし、譲渡や再販売の難しさ、維持費の高さなどの課題も残りました。「所有」が重荷となり始めた時代

でもあり、ここに次の価値観への転換の萌芽がありました。

【ver3.0】SLH共有方式——令和の아트型リゾート

そして令和となり、コロナ禍を経て価値観が大きく変化し、登場したのが「NOT A HOTEL」に代表される新しいモデルです。アプリでの予約・管理、使わない期間の貸出による収益化など、デジタル基盤とシェアリングの思想を融合したライフスタイル投資として注目されています。対象は小規模で個性的な宿泊施設で、重厚なサービスよりも、プライバシーや建築美を重視します。「所有」ではなく、「共感と美意識」でつながる世界。富裕層は「モノから美意識へ」、若者は「所有からシェアへ」——この二つの潮流が交差して生まれたのがver3.0です。NOT A HOTELは、模倣不可能な建築をアートとして楽しみ、使わないとき

は他者と分かち合う。そこには、侘び寂びの精神と現代のパトロネーシユ（芸術支援）が息づいています。海外で主流の「タイムシェア」が固定的な週単位利用であるのに対し、日本のver3.0は柔軟な運用と高い自由度、そして建築の芸術性で独自の発展を遂げました。

会員制ホテルは文化の鏡

会員制ホテルの変遷は、単なる不動産スキームの進化ではありません。それは、日本人の余暇と所有の価値観の変化を映し出す文化の鏡です。「実需としてのリゾート」から、「アートとしてのリゾート」へと。形は変われど、「自分の理想の時間と空間を持ちたい」という欲求は普遍です。会員制ホテルは、その時代ごとの理想を映し出しながら、「所有の意味」を静かに問い続けているのです。

### 今月の筆者

#### ●プロフィール

不動産・金融ビジネスに関する法務・経営コンサルティングを専門とする。国土交通省の有識者会議「FTKの多様な活用法検討会」総括会委員、一般社団法人不動産特定共同事業者業協議会・不動産クラウドファンディング協会理事を務める。主な著書に「民泊のすべて」(2017年日本不動産学会著作賞受賞)などがある。



日本橋くるみ行政書士事務所  
代表行政書士  
**石井 くるみ**

### コラムのご感想・ご意見は下記まで！

一般社団法人不動産ビジネス専門家協会  
東京都千代田区神田東松下町28番地  
小林ビル101 (☎03-3527-1876)  
<http://www.fudosan-pro.biz/>