

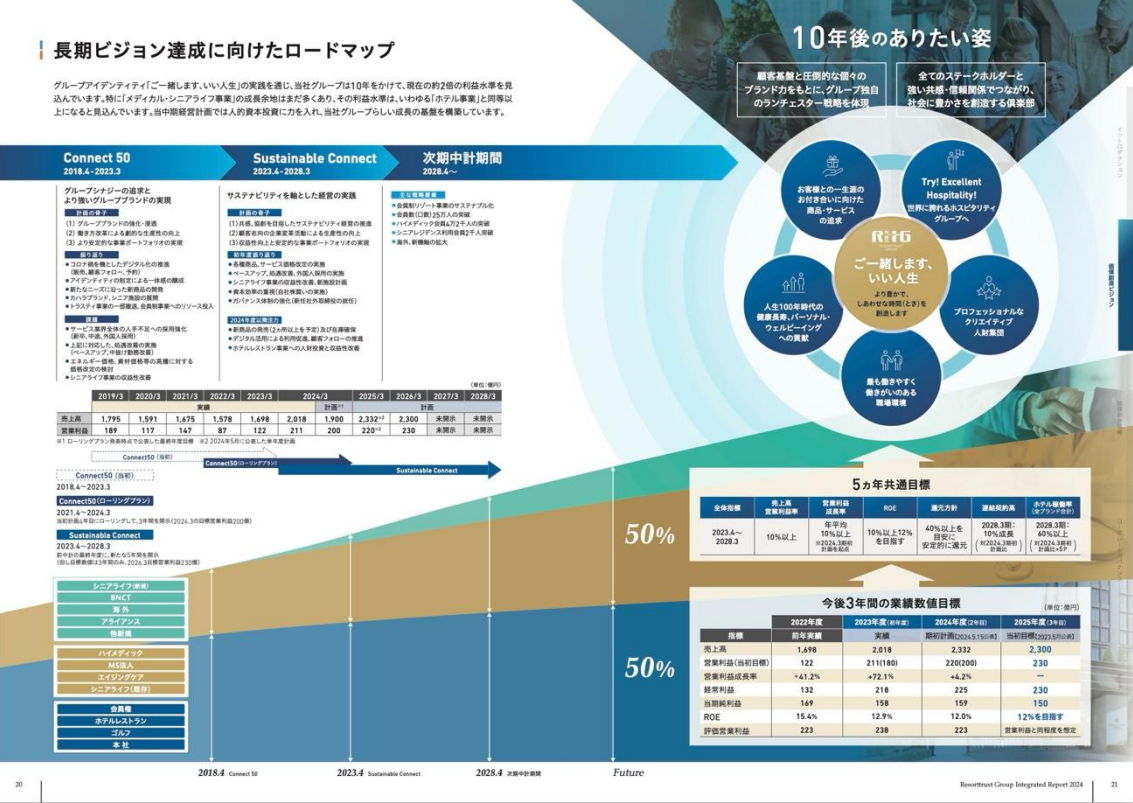
企業名： リゾートトラスト

レポート名： 「2024 年統合報告書」

1. この会社が目指す姿が理解できるか（将来）

理解できる。

この統合報告書の構成として、10 年後のありたい姿を掲げ、そこに向けた 5 ヶ年共通目標・今後 3 年間の業績数値目標が記載されており、さらにその数値目標に向けた具体的な施策も述べられているため長期的な成長曲線を容易に想像できる。



環境課題（GHG 排出量削減、プラスチック・食品ロス低減、生物多様性保全）や社会課題（人財育成、ダイバーシティ＆インクルージョン）への取り組みを強化するサステナビリティ経営についても述べられている。

2. この会社の競争優位性が理解できるか（現在）

理解できる。

競争優位性はいくつかの点から理解できる。一つ目は強固な会員基盤と紹介制度である。約 20 万人に及ぶ会員数は圧倒的な強みであり、新規入会の約 8 割が既存会員からの紹介であ

るという点は、高い顧客満足度と強固な信頼関係を物語っている。これは他者には模倣困難なビジネスである。二つ目は独自の事業領域である。会員制リゾートホテルのみならず、メディカルやシニアライフといった幅広い事業を提供しており、顧客の一生涯のニーズに応えられる「ライフタイムバリューの最大化」を図っている。ただ、個別の事業単体では売上高が会員権事業の 100 分の一以下になってしまっている点は懸念である。三つ目は安定した財務基盤である。会員権販売による早期の資金回収と固定収入（年会費、保証金償却収入）のリカーリングモデルにより、健全な財務体質を維持しており、これにより新規ホテル・新事業など積極的な投資を促している。

3. その競争優位性に持続性があるかどうか理解できるか（変化）

理解できる。

前述したが、強固な会員基盤と紹介による新規顧客獲得モデルは、一朝一夕で築けるものではなく、長年の信頼と実績の上に成り立っており、類似のサービスを展開しようとしてもこの規模の顧客基盤とブランド力を構築するのは非常に難しいと考えられる。また、ホテル・メディカル・シニアライフの各分野で専門性を持ちながら、融合させ、シナジーを生み出すことは単一事業の企業では難しい。

4. この会社で自身の人的資本の価値向上を達成できると思うか

（もしこの会社に就職したらどんな能力を高められるか？）

達成できると考えられる。

リゾートトラストに就職した場合、同社が「ご一緒します、いい人生」というグループアイデンティティを掲げ、お客様の一生涯に寄り添うことを目指しているため、顧客の潜在ニーズを察知し、質の高いサービスを提供するホスピタリティスキルと提案力を磨くことができると考えられる。また、人財戦略を述べている項があり、そこではリスクリング（研修）やエンゲージメントサーベイの活用が挙げられており、これらの点からも人的資本の価値向上を達成できると考えられる。

