

リゾートクラブ会員権の問題点とトラブルの状況

武藤 眞佐雄

近年、リゾート法の制定によるリゾート開発の推進や週休二日制の定着による自由時間の増大、生活様式の多様化などにより、余暇利用に関する国民の関心が高まるのに伴って、リゾートクラブ会員権の取引や利用をめぐる様々な問題が生じて来ている。

当機構においては、これらの問題に関し、平成二年度以来、建設省建設経済局から委託を受けて、リゾートクラブ会員権取引の適正化を目的とした調査研究を実施しているところであり、千葉大学教授 丸山英気先生を会長とするリゾートクラブ会員権問題研究会において、先般「リゾートクラブ会員権問題研究会報告書」をとりまとめたので、この機会に、この報告書の内容にそって、御紹介しておく。なお、ここで、リゾート会員権とは、その会員権を取得することによって、優先的、典型的に宿泊施設、テニスコート、ゴルフ場等の各種リゾート施設及びそれらの付帯施設を利用し、又はリゾートに関するその他各種の

役務の提供を受けることのできる権利をいう。

これに似たものとしてレジャークラブ会員権があるが、一般的に自社施設を保有せず、提携する宿泊施設、スポーツ施設の割引利用や、映画鑑賞、海外旅行の優待等を内容とし、会員権価格も低額に止まる点、リゾートクラブ会員権と性格を異にする。

一、リゾートクラブ会員権の歴史と特性

我国のリゾートクラブ会員権の歴史は、一九六五年の藤田観光の「藤田グリーンメンバーズ」に始まるといわれているが、一九七一年七三年の別荘地ブームで普及し、まず預託金制リゾートクラブが登場した。

しかし、第一次石油危機後の預託金の返還請求で倒産が続出し、資産の保全性を打ち出した共有制の会員クラブが登場した。

その後全国共通型リゾート施設で、会員数が膨れ上がり、優先利用のメリットがないと

いう苦情が多発して、フランチャイズ方式の会員制リゾートクラブが登場した。

また、一九八〇年代後半からは、大手資本がその信用力を背景として、預託会員制による高級会員制リゾート業務へ参入することが多く見られるようになっていく。

リゾートの利用にあたっては、リゾートクラブ会員権のほか、リゾートマンションによるものもある。リゾートマンションは、リゾート地に建てられたマンションの一室を購入するものであるから、いつでも自分の好きなときに利用できる便利はあるが、反面価格が高く、購入が難しくなっている。加えて、我国では未だ二泊三日程度の短期滞在型の利用である。あらかじめ予約がとれば、なにも購入する必要はなく、むしろ管理の煩わしさに悩まされることもない。しかも、低額の利用料金で様々の施設を利用できる。このような事情から、最近リゾートクラブ会員権の人氣が高まっている。

二、リゾートクラブ会員権の実態等

(一) 三和総合研究所の調査によると、リゾートクラブ会員権の市場規模は、年間売上高約一、二〇〇億円、会員権販売口数約二五万口、事業者の主なものおよそ九二社（共有制二六社、預託制五二社、併用制八社、その他六社）と見込まれている。

(二) その会員権の実態について、一九九〇年に当機構で行った調査によると、次のとおりである。

① 販売方法については、最初のアプローチとしてはDMによるものが多いが、反響は悪い（一〜二％程度）。成約は、共有制については広告、預託制、併用制については紹介によるものが多い。

② 一室あたり、口数は八〜一六口、会員権価格は三〇〇〜一〇〇〇万円のものが多い。

③ 施設の稼働率は、三〇％台が最も多く、五〇％未満が大半である。季節変動や平日と週末の差による繁閑の差が大きい。

④ 予約方式は、現在はオープン予約方式（先着順受付）が主流であるが、タイムシェアリング方式（各会員ごとに一年間のうちの占有日をあらかじめ設定し、会員の公平な利

用を保証したシステム）の採用が増える傾向にある。

⑤ 運営状況の情報開示は、まだ低い。会員に對して行っているところは半数にみたない。クーリングオフと重要事項の説明は、何らかの形で実施しているが、重要事項の説明の内容は、必ずしも通達どおりではない。

⑥ 譲渡、転売は、すべて可能であり、共有制の半分は買い取りに応じている。しかし、据置期間を設けたり、入会審査を行う等実際には容易ではない。

また、名義変更料は、すべて徴収しており、その額は、二〜一〇〇万円とばらつきがある。

(三) リゾートクラブ会員権の多種多様なシステムの複雑さ（会員と事業者の関係、施設の利用形態、クラブの運営方法等）が取引市場形成のネックとなっているほか、非流通型の会員権（資格審査を厳密に行うもの）の存在が取引市場を複雑なものとしている。

三、リゾートクラブ会員権

に対する規制の現状

共有制リゾートクラブ会員権については、宅地建物取引業法の適用をうける。建設省に

おいては、平成元年九月と平成二年七月の二度にわたり、通達を出して、重要事項説明の具体化、手付金等保全措置、報酬額、誇大広告の禁止、クーリングオフ制度の徹底等を指示しているところである。

預託制リゾートクラブ会員権については、昭和六三年訪問販売法の一部改正により、同法の適用を受けることとなったが、訪問販売以外のものには適用がなく、また、同法の適用を受けるとしても、販売口数の設定変更に對する規制がなく、適正利用数の確保に欠ける点及び会員権対価の保全について法的保護が薄いという問題点がある。

併用型リゾートクラブ会員権については、共有制を基本としつつ、保証金（預託金）も取り入れるもので、ベースは共有施設である不動産の取得であるから、宅地建物取引業法の適用を受ける。

四、リゾートクラブ会員権

をめぐるトラブルの状況

リゾートクラブ会員権の普及に伴い、トラブルも増大している。建設省で行った調査（都道府県業法所管課、消費者センター等において、平成元年度、二年度の両年度受け付けた

リゾートクラブ会員権に係わる苦情相談の件数と内容)によると、次のとおりである。

(一) リゾートクラブ会員権取引に係わる苦情相談の件数は全国で二年間に一二〇件もあり、その内訳は、販売勧誘に係わるもの三四件、契約内容に係わるもの二二件、契約の解除に係わるもの五四件、譲渡販売に係わるもの一〇件であった。

年度別苦情・相談件数 (元～2年度)

	元年度	2年度	合計
販売勧誘	7	27	34
契約内容	5	17	22
契約解除	30	24	54
譲渡・転売	5	5	10
その他	0	0	0
合計	47	73	120

注: 1) 2年度の契約解除に係わる24件のうち1件は、倒産によるものであり、これにより200件に及ぶ苦情・紛争がもちこまれているが、これについては1件として算定した。
2) 建設省調査による

最近五年間の苦情相談件数は次のとおりである。

過去5年間の苦情相談件数 (昭和61年～平成2年)

単位: 件数 %

	61年度	62年度	63年度	元年度	2年度	合計
販売勧誘	19 (12.3)	6 (5.8)	7 (7.7)	7 (14.9)	27 (37.0)	66 (14.1)
契約内容	18 (11.7)	19 (18.4)	7 (7.7)	5 (10.6)	17 (23.3)	66 (14.1)
契約解除	90 (58.5)	50 (48.6)	54 (59.3)	30 (63.9)	24 (32.9)	248 (53.0)
譲渡・転売	18 (11.7)	17 (16.5)	18 (19.8)	5 (10.6)	5 (6.8)	63 (13.5)
その他	9 (5.8)	11 (10.7)	5 (5.5)	0 (0)	0 (0)	25 (5.3)
合計	154 (100)	103 (100)	91 (100)	47 (100)	73 (100)	468 (100)

注: 建設省調査による

(二) また、リゾートクラブ会員権のトラブルの具体的な事例とその傾向を原因別に挙げると次のとおりとなる。

① 販売勧誘に関するトラブル

(イ) 病氣療養中に転売できるからと長時間勧誘され断っていたが、疲れて契約してしまった。一人暮らしで今後に不安があり、転売してほしい。

(ロ) 五年で五〇〇万円にする、自由に売買できると説明され、リゾートクラブ会員権を契約した。最近値上がりしないことがわか

った。

リゾートクラブ会員権の販売勧誘におけるトラブルの内容をみると、執拗かつ強引な勧誘、会員権の値上がりによる利殖制や譲渡換金の容易さを強調する勧誘、施設の豪華さや利便制のみを強調し、予約がとりにくいなどのデメリットを告げない勧誘等がその代表例である。

② リゾートクラブの運営、施設の利用に関するトラブル

(イ) 一泊千円で泊まれるとのこととリゾートクラブ会員権を購入したが、四月から五千円といってきた。話が違う。

(ロ) 甥に勧められて会員権を買った。旅館は簡易旅館だった。また、ゴルフ場も当初の説明と話が違う。解約したい。会社の対応も悪い。

(ハ) リゾートクラブ会員権を契約したが、希望の日にホテルがなかなか利用できないので解約したい。どうしたらよいのか。

リゾートクラブの運営等をめぐるトラブルはリゾートクラブ会員権に関するトラブルの中でも比較的大きな比重を占めており、その内容は、思うように利用できない、名義変更料や年会費、利用料を一方的に値上げされ、また、預託金の据置期間を延長された等がそ

の典型的なものである。

③ リゾートクラブ会員権の契約解除、譲渡・転売に関するトラブル

(イ) 会員権を友人に売ったが、名義変更手続きが複雑で手間がかかる。推薦保証人、友人と自分の三人が揃って事業会社に行かなければならない。

(ロ) いつでも転売あっせんするといわれリゾートクラブ会員権を契約した。予約がとれないので転売を申し出たが応じない。

(ハ) 八年後に売れるというので契約したリゾートクラブ会員権。現実には少しも売れず、納得できない。

リゾートクラブ会員権の譲渡・転売をめぐるトラブルの内容は、解約できない、譲渡・転売できないという問題がほとんどであり、譲渡・転売できないものの中には名義変更手続きが面倒であったり、名義変更料が高額である、転売価格が希望どおりの額でないというものが多い。また、預託金の据置期間が長期であるため事実上解約できないというものもあった。

④ 預託金の返還に関するトラブル

現在、主にゴルフ会員権において問題となっているものであるが、会員権を取得したものの事業会社が倒産し、プレーができない。

預託金が返還されない等のトラブルが発生している。

このようなトラブルは、事例が少ないが預託リゾートクラブにおいても発生しており、また、共有制リゾートクラブ会員権においても、会員権対価の中に会員共有部分以外の施設利用のための預託金を会員権対価に含むものがあり、これらの会員権においては同様のトラブルが発生する可能性がある。

五、トラブル事例から見たリゾートクラブ会員権の問題点と今後の施策

(一) 上記のようなトラブルを踏まえて、前述した「リゾートクラブ会員権問題研究会報告書」では、会員権の問題として以下のように整理している。

① 販売勧誘に関する問題

リゾートクラブ会員権は、これを購入することによって提供される役務の範囲、内容、利用の難易など、消費者にとってそのシステムを理解し難い面があり、そのため会員権の販売の広告や勧誘の方法の如何によっては消費者が会員権の内容に関して誤解を生じる場合が多々ある。

リゾートクラブ会員権の販売については、

訪問販売法、宅地建物取引業法が適用されることとされているが、リゾートクラブ会員権の販売にあたって明示すべき重要事項について、その内容及び明示の方法等が事業者によって不十分であったり、異なっていること、また、預託制においては、訪問販売法の規制の対象とならない場合が多く、これが会員権の利殖性、譲渡換金の容易性、施設の豪華さ等の過度の強調、執拗かつ強引な勧誘等の不当な販売勧誘をもたらしている。

一方、購入者側においても会員権の基本的システムや流通市場の実態等の理解が十分でなく、都合の良い日にいつでも施設の利用ができるものと理解したり、なかには会員権が利用本位のものであるという性格を理解しないので利殖目的のみで購入するというケースもみられ、これらもトラブルの要因となっている。

② リゾートクラブの運営等における会員権権利の保護等に関する問題

リゾートの運営等においては、会員の再募集及びビジターの受入れ等による施設の過密利用、会費・施設利用料等の値上げ等が典型的なトラブルの例として挙げられる。

そのトラブルの多くは会員と事業者との権利・義務関係が必ずしも明確でないまま各個

別クラブにおいて多種多様な運営形態をとっており、それが会員に性格に理解されていないこと、また、クラブ運営の基本的事項についての意思決定にあたって、会員の参画や会員と事業者との意思疎通がなされていないことを原因とするものが多い。

③譲渡・転売に関する問題

リゾートクラブ会員権については、購入者のニーズの変化によりそれを手放す必要が生じ、会員権事業者に買い取ってもらったり、あるいは解約して預託金の返還を求めるケースや、他人の譲渡・転売を希望するケースが多くなっている。

会員権事業者においては、これらの会員の要求に応じて買取り、転売の斡旋等を行っているが、なかには解約等を拒否し、また名義変更にあたって高額の名義変更料を徴収し実質的に転売等を困難にしトラブルとなるケースも生じている。

④会員権対価の保全に関する問題

預託制のリゾートクラブ会員権においては、事業会社が倒産した場合、現状においては、会員は預託金を回収することは不可能である。共有性の会員権においても施設相互利用、共有部分以外の施設利用のための保証金等が会員権対価に含まれるのが一般的ことから、

これらの保証金等について同様の問題がある。

(二) 同報告書では、今後講ずべき施策として、次の施策を掲げている。

①情報開示の促進

契約段階における重要事項説明の適正な実施と標準的な重要事項説明書の検討、クラブ運営に関する情報開示のルール化の検討。

②会員の権利の明確化

会員権利の保護のため、契約書等に定めるべき会員の権利に係わる基本的事項の明確化と契約書等の標準化の措置。

③会員権対価の保全

保証機関による会員権対価の保全措置の検討。

④流通市場の整備

市場形成の進展に併せ、名義変更手続きの標準化、会員権の内容の情報開示の促進、会員権取引ルールの確立(媒介契約の書面化と標準化、重要事項説明書様式の標準化、報酬の適正化等)を図る。

⑤その他

悪質業者に対する指導・監督の強化、消費者の啓蒙、人材育成、事業者間の連絡強化。

六、おわりに

リゾートクラブ会員権は、今後一層普及するものと見込まれ、また、その適正な取扱いが急がれるものである。

去る五月一三日、「ゴルフ場等に係わる会員契約の適正化に関する法律」が成立した。この法律は、当面はゴルフ場を対象とするものであるが、逐時リゾートクラブ会員権についても適用することも考えられている。

関係者が協力して、リゾートの健全な発展を図るため、必要な施策を着実に積み上げて行くことが大事であると考ええる。

(調査研究部研究員)