

利用権を分割し、複数の人が期間を区切って一つの物件を共同で使う「タイムシェア型」の別荘やリゾートマンション。従来の別荘やリゾートマンションに加え、マリンスポーツを楽しむ施設を拡充して利用の幅を広げたり、利用権の価格を手頃（200万円）に抑えたりするなど、事業会社が新機軸を打ち出している。狙いは四十代の家族層や団塊世代の取り込みだ。

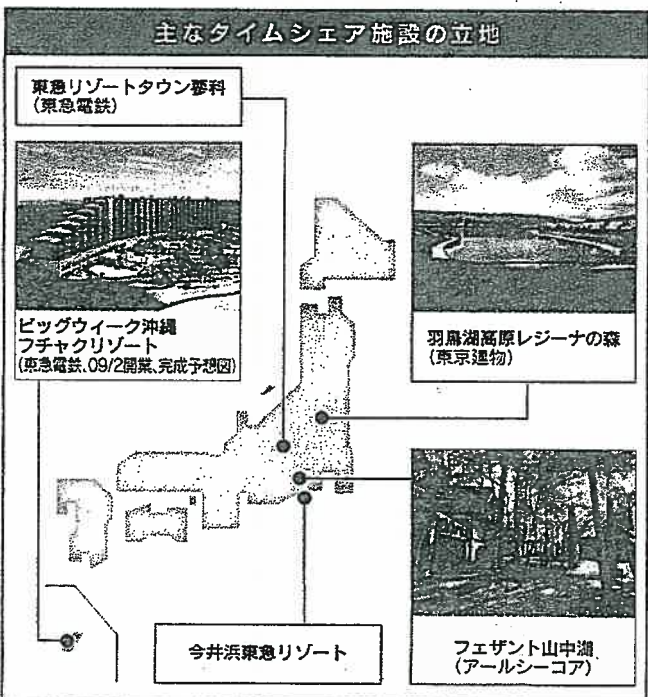
東京急行電鉄は二〇〇九年二月、沖縄県でリゾートマンション型のタイムシェア型別荘「ビッグウィーク沖縄フチャクリリゾート」を開業する。リゾートホテルが軒を連ねる沖縄本島では初のタイムシェア型施設だ。

各部屋の面積は約七十平方メートルと一般的なリゾートホテルの約二倍の広さを確保。海のリゾートを満喫できる立地を売り物に、現在五十一〜六十代が中心の顧客層を、四十代など比較的若い層にも広げることが狙いだ。

タイムシェア型別荘事業者が開発・整備した住宅の利用権を物件ごとに分けて販売する住宅。例えば、ある避暑地に十棟のログハウス別荘を建て、利用権を二十番目の別荘を七月の第三週だけ十年間利用する権利などを分けて販売する。顧客はその権利の購入費、五万円程度の年会費を払えば、一定期間だけその別荘のオーナーになれる。別荘一棟を購入する場合に比べ、安価で管理が不要などの利点がある。

# タイムシェア別荘手頃に

## 期間区切り共同利用



## 東急電鉄 権利交換 他施設も アールシーコア マンションに付属

東急電鉄は、東急建物の徳永千代田と提携し、新たな取り組みを始めた。山万に五月の大型連休を中心とした期間のログハウス利用権十二口を販売。山万がこのほど発売した分譲マンション「ヒョウウイング」ユーカリの丘（千葉県佐倉市）の付帯施設として入居者に活用してもらう考えだ。

タイムシェアの普及で先行するのは米国だ。国土交通省によると、〇七年で総世帯数の三・八%に当たる四百四十万世帯が関連する権利を保有していた。一方、日本ではリゾート会員権を含む関連権利を保有するのは二十八万世帯（〇五年時点）と総世帯数の〇・五七%にすぎなかった。

今年五月、国交省や経済産業省が中心となり、住環境の向上の一環として、タイムシェア型住宅を普及させるための研究会が発足した。「開発企業がなくなった場合に備え、消費者保護の仕組みが必要」（国土省住宅局の長谷川貴彦・住宅総合整備課企画専門官）と制度を整備する考えだ。

今後、企業を退職した団塊世代が増え、市場がさらに広がるの見方もある。様々な企業が消費者の余暇を巡る競争戦を繰り広げると、普及に弾みをつけられるが、事業会社の創意工夫は続きそうだ。（白田健太郎）

担当部長はこう話す。 「（内施設）だ。 原レジャーの森」内に建てられる。東急建物の徳永千代田と提携し、新たな取り組みを始めた。山万に五月の大型連休を中心とした期間のログハウス利用権十二口を販売。山万がこのほど発売した分譲マンション「ヒョウウイング」ユーカリの丘（千葉県佐倉市）の付帯施設として入居者に活用してもらう考えだ。

「今後開業する沖縄や提 設した六棟のログハウス 今年七月から始める。 「価格的にも期間的にも 購入しやすくなったま 今年七月から始める。 「価格的にも期間的にも 購入しやすくなったま 今年七月から始める。 「価格的にも期間的にも 購入しやすくなったま

「今後開業する沖縄や提 設した六棟のログハウス 今年七月から始める。 「価格的にも期間的にも 購入しやすくなったま 今年七月から始める。 「価格的にも期間的にも 購入しやすくなったま