

# 都市型ホテルをベースにしたスポーツプログラムの アクションリサーチ

伊藤 克広\*

山口 泰雄\*\* 山口 志郎\*\* 藤本晋一\*\*\* 兵頭拓朗\*\*\*

## 抄録

本研究の目的は、都市型ホテルにおいて展開されているスポーツ・健康増進プログラムを把握し、その現状と課題ならびに方向性を検討することであった。本研究では、質的方法と量的方法を用い、次の4つの調査を実施した。1つ目は、神戸市内の都市型ホテルにおけるスポーツ・健康増進プログラムの現状と課題を把握するために、2つの都市型ホテルを対象に半構造化インタビューを実施した。2つ目は、沖縄県のリゾートホテルにおいてどのようなスポーツ・健康増進プログラムが提供されているのかを把握するために、沖縄県のリゾートホテルに対する半構造化インタビューを実施した。3つ目に、都市型ホテルのスポーツ・健康増進プログラムへの参加意識等を把握するために、関西二府二県在住の20～69歳の成人を対象に、ネットリサーチを行った。4つ目に、神戸市中央区にある都市型ホテルにおいて展開されている健康増進プログラム参加者を対象に、スポーツ実施、スポーツ実施時間、参加満足度等に関して意識調査を実施した。

神戸市内の2つのホテルにおいてはスポーツや栄養に関する専門知識を有する人材確保、ランニングやウォーキング以外の新たなプログラムの開発、神戸市内にある他のホテルや他業種とのコラボレーションが課題であることが明らかになった。沖縄県のリゾートホテルでは、“ツール・ド・おきなわ”に協賛し、サイクリストを積極的にサポートするとともに今後はそのホスピタリティを活かし他のスポーツをサポートしていくことも検討していた。都市型ホテルのスポーツ・健康増進プログラムのネットリサーチにおいて、参加者はプログラムに参加することで「健康になれる」、「体力が向上する」ことを期待しており、「運動・スポーツを楽しむ」、「健康維持・増進」、「運動不足解消」といった目的で参加していた。健康増進プログラムに関する意識調査において、参加者は「健康維持・増進」、「ストレス解消」、「運動不足解消」などを目的に、「ヨガレッスン」、「岩盤レッスン」、「プールレッスン」、「スタジオレッスン」などに参加していた。ネットリサーチと意識調査から、参加者はプログラムに満足していることが明らかになった。神戸市の都市型ホテルではホテルの資源と周囲のスポーツ資源を有効活用したスポーツ・健康増進プログラムが適切であることが示唆された。

キーワード：都市型ホテル、スポーツ・健康増進プログラム、アクションリサーチ、神戸市

\* 兵庫県立大学国際商経学部〒651-2197 神戸市西区学園西町 8-2-1

\*\* 流通科学大学人間社会学部〒651-2188 神戸市西区学園西町 3-1

\*\*\* 神戸商工会議所〒650-8543 神戸市中央区港島中町 6-1

# An Action Research on Health and Sport Programs in Urban Hotels

Katsuhiro Ito \*

Yasuo Yamaguchi\*\* Shiro Yamaguchi\*\* Shinichi Fujimoto\*\*\* Takuro Hyodo\*\*\*

## Abstract

The purpose of this study was to examine the contents of sport and health promotion programs which has been provided in urban hotels and explore the issues and directions. We conducted four surveys using qualitative and quantitative research methods. First, to identify the issues of sport and health promotion programs, a semi-structured interview was conducted at two urban hotels in Kobe. Second, to understand the contents of sport and health promotion programs, a semi-structured interview was conducted at resort hotel in Okinawa. Third, to investigate the awareness of participants in sport and health promotion programs at urban hotels, an internet-based survey was carried out on adults aged 20-69 years old living in Kansai. Forth, to examine sport participation, levels of physical activity, satisfaction of program participation and so on, an internet-based survey and a questionnaire survey was conducted for participants in the health promotion programs offered at urban hotel in Kobe.

The results of the interview revealed that 1) secure human resources with expertise in sport and nutrition, 2) develop other new sport and health promotion programs, 3) collaborate with other hotels and other industries in Kobe, were issues at two urban hotels in Kobe. Resort hotel in Okinawa had been actively supported cyclists as one of the sponsors of “Tour De Okinawa”, and was considering to support other sport in the future. From the results of an internet-based survey, for the purposes of “enjoying sport”, “maintaining and improve health”, “improving lack of exercise” and so on, participants took part in sport and health promotion programs such as “yoga”, “strength training” and “stretching” provided in hotels. From the results of an internet-based survey and questionnaire survey, for the purposes of “being healthy”, “improving physical strength” and “releasing stress”, participants took part in health promotion programs such as “yoga”, “exercise and walking in the pool” and “studio-programs (aerobics, stretching and so on)”. It revealed that participants were satisfied with sport and health promotion programs. It was shown that sport and health promotion programs which made effective use of resources owned by hotels and sport resources around hotels were appropriate for urban hotels in Kobe.

Key Words : urban hotel, sport and health promotion programs, action research, Kobe

---

\* University of Hyogo 8-2-1 Gakuen-Nishimachi, Nishi-ku, Kobe, 651-2197

\*\* University of Marketing and Distribution Sciences 3-1 Gakuen-nichimachi, Nichi-ku, Kobe, 651-2188

\*\*\* The Kobe Chamber of Commerce and Industry 6-1 Minatojima-nakamachi, Chuo-ku, Kobe, 650-8543

## 1. はじめに

2019年から「ゴールデン・スポーツイヤーズ」(間野、2015)が始まり、インバウンドの増加が見込まれている。日本政府観光局(online)によれば、2019年10月の訪日外国人客数は249万7千人(推計値)であり、中でもラグビーワールドカップ出場国からの訪日外国人客数が8万1千人増加したと報告している。この報告からもサッカーやラグビーのワールドカップ、オリンピック・パラリンピックといったメガ・スポーツイベントは、交流人口・滞在人口の増加を生み出していくことがわかる。こうしたスポーツイベントへの参加や観戦を主目的とし、宿泊または24時間以上の滞在を伴う旅行者のことを「スポーツツーリスト」という(野川・工藤、1997)。山口(2019)は、第8回神戸マラソンに参加した外国人参加者を対象にプリ・ポスト調査(プリ調査; 配布数1,384票、回収数496票、有効回答数485票。ポスト調査; 配布数496票、回収数272票、有効回答数268票)を行ったところ、日本滞在日数は「10日以上」が20.2%(n=98)、神戸滞在日数は「3日」が31.8%(n=154)と最も高く、神戸マラソン前後の旅行予定先は「大阪」、「京都」、「奈良」の関西圏であったという。加えて、参加者の宿泊先としてはホテルが70.1%(n=370)と最も多かったと報告している。この報告からスポーツツーリストは、ホテルに宿泊しながらスポーツイベントへの参加や観戦に加え、開催地や周辺地域での観光行動等を行っていることがうかがえる。

スポーツ庁(2018b)は、20~60歳代の男女を対象に「日本国内において一般消費者のスポーツツーリズムの実施状況や国内で実施が可能な『する』・『みる』スポーツツーリズムへの関心・参加意向・消費意向などについて調査」を行っている。この調査によると、「する」スポーツに対するニーズとしては「着替えができる施設やシャワー・入浴施設」、「休憩スポット・トイレ」、「周辺の観光スポットや行事の案内」、「ロッカーや荷物預かりサービス」、「スポーツ・運動実施用ウェア・用品のレンタル」などが、「みる」スポーツに対しては「事前に観戦場所や座席を確保してくれるサービス」、「観戦・応援中に味わえるご当地グルメ」、「休憩スポット・トイレ」、「周辺の観光スポットや行事の案内」、「旅先でのスポーツ・運動実施場所までの送迎」などが、それぞれ上位を占めている。スポーツツーリストの消費ニーズは、これまでの訪日外国人に多くみられた商品やサービスを購入する「モノ消費」とは異なり、スポーツをする・みるという経

験・体験に付随する「コト消費」だといえる。今後、東京2020オリンピック・パラリンピック大会、2021年にはワールドマスターズゲームズ2021関西、神戸2021世界パラ陸上競技選手権大会が控えており、これらスポーツツーリストの「コト消費」ニーズに対応するために、ホテルに宿泊しながら行うことのできるスポーツ・健康増進プログラムの展開が求められている。

## 2. 目的

本研究の目的は、都市型ホテルにおいて展開されているスポーツ・健康増進プログラムを把握し、その現状と課題ならびに方向性を検討することである。

## 3. 方法

本研究では、神戸市における都市型ホテルにおけるスポーツ・健康増進プログラムのアクションリサーチに向けた参加者の意識調査を、ホテル担当者と協働で行った。本研究の対象は、神戸市の都市型ホテルと沖縄県のリゾートホテルであり、質的方法と量的方法を用い、次の4つの調査を実施した。

### 3. 1. 神戸市内にある都市型ホテルに対するインタビュー調査(質的方法)

本調査は、神戸市内のホテルにおけるスポーツ・健康増進プログラムの現状と課題を把握するために実施した。第1に、2019年8月14日(水)にAホテルにおいて、総支配人、総支配人室付広報PR・コミュニケーションディレクターを対象に半構造化インタビューを実施した。第2に、8月20日(火)にBホテルにおいて、副総支配人兼総支配人室長を対象に半構造化インタビューおよびフィールドワークを実施した。インタビュー時間はそれぞれ約80分であった。調査内容はスポーツ関連施設・設備に関する「ハードウェア」、スポーツ・健康増進プログラムに関する「ソフトウェア」、スポーツに携わる人材に関する「ヒューマンウェア」であった。調査依頼に際して、調査の主旨・目的、質問内容を事前に送り、調査時には再度調査の主旨と目的、守秘義務、調査結果の公表について説明した。そして、同意を得た上でICレコーダーに録音した。

### 3. 2. 沖縄県Cホテルにおけるインタビュー調査(質的方法)

本調査は、我が国における有数のリゾートである沖縄県にあるホテルにおいてどのようなスポーツ・健康

増進プログラムが提供されているのかを把握するために実施した。2019年9月27日（金）に沖縄県国頭郡にあるCホテル・スポーツツーリズムマネジャーと同ホテルグループのタラソセラピー施設支配人を対象に、半構造化インタビューならびにフィールドワークを実施した。インタビュー時間は約70分であった。調査内容はスポーツ関連施設・設備に関する「ハードウェア」、スポーツ・健康増進プログラムに関する「ソフトウェア」、スポーツに携わる人材に関する「ヒューマンウェア」であった。調査依頼に際して、調査の主旨・目的、質問内容を事前に送り、調査時には再度調査の主旨と目的を説明し、守秘義務ならびに調査結果の公表について説明した。そして、同意を得た上でICレコーダーに録音した。

### 3. 3. ホテルにおけるスポーツ・健康増進プログラム参加者の意識調査（量的方法）

都市型ホテルのスポーツ・健康増進プログラムに対する参加意識等を把握するために、2019年12月11日（水）から13日（金）にマクロミルに登録されている関西二府二県在住の20～69歳の成人310名を対象に、ネットリサーチによる質問紙調査を行った。調査項目は先行研究（山口ら、2015；秋吉、2017；Albayrak et al.、2017；厚生労働省、2018）を参考に、健康状態、スポーツ実施率、スポーツ実施時間、ホテルのスポーツ・健康増進プログラム参加、参加満足度、食習慣、生活満足度、個人的属性（性別、年代、職業、居住地、婚姻状況）などである。分析方法は、単純集計、クロス集計を行った。分析には、IBM SPSS statistics version20を用いた。

### 3. 4. 神戸市内にある都市型ホテルにおける健康増進プログラム参加者の意識調査（量的方法）

本調査は、神戸市中央区にあるDホテルを対象に、健康増進プログラムの参加者の意識等を明らかにするために実施した。Dホテルは、温泉を利用した健康づくりを行うことができる「温泉利用型健康増進施設」である。まず、2019年11月7日にDホテル総支配人を対象に半構造化インタビューとフィールドワークを行った。次に、2020年1月6日（月）から2月15日（土）にDホテルにおいて展開されている健康増進プログラム参加者を対象に、インターネットならびに直接配布・回収による質問紙調査を実施した。調査方法は、グーグルフォームにて質問紙を作成した後、QRコードを作成し、ホテルの協力の下プログラム参加者にQRコードが印刷された用紙を配布し、スマートフォ

ンにて読み取ってもらい、回答を求めた。加えて、スマートフォンを有していない参加者には印刷した質問紙を配布し、回答を求めた。調査項目は先行研究（山口ら、2015；秋吉、2017；Albayrak et al.、2017；厚生労働省、2018）を参考に、健康状態、スポーツ実施率、スポーツ実施時間、プログラム参加、参加満足度、食習慣、生活満足度、個人的属性（性別、年齢、職業、会員状況、居住地、婚姻状況）などであった。分析方法は、単純集計、クロス集計を行った。分析には、IBM SPSS statistics version20を用いた。

## 4. 結果及び考察

### 4. 1. 神戸市内にある都市型ホテルに対するインタビュー調査結果

Aホテルは、現在スポーツ・健康増進プログラムの展開はしていないものの、ホテルの周辺にはランニングやウォーキングに適した資源が存在しており、その資源を有効活用するためにもスポーツメーカー等とコラボレーションをしながらプログラムを展開していきたいという希望を有している。実際に宿泊者からランニングコースやウォーキングコースに関する問い合わせがあるが、現時点では観光マップを手渡し案内するに止まっている。今後の展開については、神戸におけるゴルフのポテンシャルにも注目しており、ゴルフツーリズム協会に所属し、インバウンドの呼び込みに力を入れている。これまでの韓国、中国に加え、今後はオーストラリアからのインバウンド増加を狙っている。また、兵庫県にはゴルフクラブやアイアンの生産地として有名な町があるため、そこで生産されたゴルフクラブやアイアンのヘッドをホテル内の売店で展示し、その町での購入に繋がりたいという。このような展開を通して、神戸だけではなく近隣の市町の発展・活性化にも貢献していきたいという希望を有している。

Bホテルの周辺にある1周5kmのグリーンベルトを活用し、これまでに3回スポーツメーカーとコラボレーションし、ランニングセミナーを実施している。第1回目と第2回目は初心者を対象としたランニング教室、第3回目はランニング愛好家を対象に、仕事後にランニングを行うナイトラン・プログラムを実施してきた。ホテルには8つのレストランがあり「食」を飽きさせない、「温泉（源泉掛け流し）」がありランニング後にリフレッシュできる、という強みを活かして今後もランニングセミナーを継続していきたいとしている。ホテルならではのプレミアム感をPRし、「ランニングのために宿泊する」、「ホテルに宿泊したらラン

ニングする」といったワンランク上のランニング・ステーションを目指している。Bホテルがある人工島にはグリーンベルトの他、テニススクエア、プール施設、フットサルコートなど多彩なスポーツ資源があるが、施設同士の繋がりがない状況である。そこでBホテルが中心となり、これらスポーツ資源を有機的に繋げていくための方策を検討中である。

AホテルとBホテルの共通の課題として、スポーツ、栄養、食に関する専門知識を有する人材確保、ランニングやウォーキング以外の新たなプログラムの開発、神戸市内にある他のホテルとの連携、他業種（スポーツ関連企業、食・栄養等）とのコラボレーション、があげられる。

#### 4. 2. 沖縄県Cホテルにおけるインタビュー調査結果

Cホテルは設立55周年を迎え、“ツール・ド・おきなわ”に協賛しサイクリストを積極的にサポートしている。そのきっかけは社長の自転車好きである。しかしながら、協賛し始めた頃のホテルスタッフは自転車に関する知識が不足しており、それを補うために自転車競技を行っていたスポーツツーリズムマネジャーに声がかかった。スポーツツーリズムマネジャーによれば、Cホテルが“ツール・ド・おきなわ”を軸にビジネスを広げ始めたのはこの2年ほどだという。Cホテルでは、サイクリストはホテル内、客室に自転車を持ち込め、フィットネスジムにトレーニング用バイクが置かれていることが大きな特徴である。さらには、コインランドリーだったスペースをサイクルルームに改修し、自転車用ラック、整備用スタンド、トレーニング用バイクを設置している。スポーツツーリズムマネジャーは、将来的には自転車だけではなく陸上競技、ラグビー、ウィンタースポーツなどもサポート対象にし、Cホテルの満床率を上げることを目指している。

Cホテルグループのタラソセラピー施設は、自治体所有の施設を指定管理者として運営し、タラソセラピーをはじめとしたカヤック、ヨガ、SUPなどのウェルネスプログラムを提供している。“ツール・ド・おきなわ”にはエイドステーションとしてサポートしており、レース時には足湯を提供し、サイクリストの疲労回復に努めている。本施設支配人によれば「タラソを研究する中で、ツール・ド・フランスの覇者がタラソセラピーセットをつくっているというところで、やはり親和性が自転車とあるなと思ったので、タラソの効果をPRするためにも、サイクルって分かりやすいのかな」と考えていたという。そうしたところにスポーツツーリズムマネジャーがCホテルに着任し、それをきっか

けに観光客向けツアーの企画等をしているということであった。本施設には自転車を約300台収容できる専用ラックが設置され、「時速15kmのスローツーリズムとタラソセラピーの融合」をキーコンセプトにした「おきなわシクロツーリズム」が展開されている。本プログラムは、初心者、中級者、上級者を対象にしており、競技経験を有する指導者がレベルに合わせてコーディネートしてくれる。



写真1. サイクルルーム



写真2. フィットネスジム

そして、Cホテルでは新たな商品として「チームビルディング」を企画しており、これまでも実際に中国からのインバウンドを対象にチームビルディングを実施した経験がある。今後は、チームビルディングを新入社員の研修旅行や合宿で行えるよう、ビジネス化に向け旅行エージェントと共同で計画・立案を行っている。

以上、Cホテルでは自転車を中心にスポーツ・健康増進プログラムを展開していることが明らかになった。その背景には、“ツール・ド・おきなわ”をサポートすることで育まれてきたCホテルのホスピタリティが強み・特色になっていることがうかがえる。

#### 4. 3. ホテルにおけるスポーツ・健康増進プログラム参加者の意識調査結果

サンプルの個人的属性は、男性・女性とも 50.0% (n=155)、年代は各年代とも 20.0% (n=62) となっている。職業は、「会社員」39.7% (n=123)、「パート・アルバイト」19.4% (n=60)、「主夫・主婦」15.2% (n=47) の順である。婚姻状況については、「既婚」61.9% (n=192)、「未婚」38.1% (n=118) と既婚が約 6 割であった。

ホテルでのスポーツ・健康増進プログラムへの参加について、「ある」と回答した割合は 4.2% (n=13) であった。その属性について、性別は「男性」61.5% (n=8)、「女性」38.5% (n=5)、年代は「20 代」38.5% (n=5)、「30 代」23.1% (n=3)、「40 代」0.0% (n=0)、「50 代」15.4% (n=2)、「60 代以上」23.1% (n=3)、職業は「会社員」61.5% (n=8)、「自営業」7.7% (n=1)、「自由業」7.7% (n=1)、「主夫・主婦」7.7% (n=1)、「パート・アルバイト」15.4% (n=2) となっている。「ある」と回答した人に対して参加したプログラムの種類(複数回答)を尋ねたところ「プールレッスン」が 46.2% (n=6) と最も高く、以下「ヨガ・ピラティス」30.8% (n=4)、「筋力トレーニング」、「ストレッチ」、「ウォーキング」23.1% (n=3) となっている。プログラムへの参加頻度については「年に数日」が 46.2% (n=6)、プログラム参加にかかるホテル滞在時間については「1~2 時間未満」が 46.2% (n=6) であり、年に数日 1~2 時間程度のプログラムに参加していることが推察される。プログラムへの参加期間について、「1 ヶ月未満」と「半年~1 年未満」が 23.1% (n=3) と最も高い割合であった。プログラムへの参加目的(複数回答)は、「運動・スポーツを楽しむ」が 46.2% (n=6) と最も高く、以下「健康維持・増進」、「運動不足解消」、「体力保持・増進」、「友人・知人との交流」30.8% (n=4)、「ダイエット」23.1% (n=3) の順であった。プログラム参加による効果への期待について、「健康になれる」、「体力が向上する」が 46.2% (n=6)、「日常生活が充実してくる」38.5% (n=5)、「若々しくなる」、「ストレスが発散できる」30.8% (n=4) であった。プログラムへの参加満足度については、「満足している(「満足している」+「まあ満足している」)」が 53.9% (n=7) であり、約半数が満足している。

プログラム参加者は、運動・スポーツを楽しみつつ、健康維持・増進、運動不足解消、体力保持・増進などを目的として、健康・体力の向上、日常生活の充実などを期待しながら参加していることが明らかになった。

#### 4. 4. 神戸市内にある都市型ホテルにおける健康増進プログラム参加者の意識調査結果

回収数は、インターネット調査が 47 票、直接配布・回収が 16 票の計 63 票であった。まずはサンプルの個人的属性についてである。性別は「男性」22.2% (n=14)、「女性」77.8% (n=49)、と女性が約 8 割であった。年代は、「20 代」5.4% (n=3)、「30 代」10.7% (n=6)、「40 代」23.2% (n=13)、「50 代」33.9% (n=19)、「60 代」14.3% (n=8)、「70 代以上」12.5% (n=7) と 50 代が最も高い割合であった。職業は、「会社員」36.5% (n=23)、「主夫・主婦」17.5% (n=11)、「経営者」14.3% (n=9) の順であった。メンバーは、「日帰りゲスト」57.1% (n=36)、「健康増進メンバー」36.5% (n=23)、「宿泊ゲスト」6.3% (n=4) となっている。居住地は、「神戸市長田区・兵庫区・中央区」33.3% (n=21)、「兵庫県内」19.0% (n=12)、「兵庫県外」15.9% (n=10) の順であった。表 1 は、職業とメンバーのクロス集計である。「健康増進メンバー」では「経営者」が 34.8% (n=8) と最も高い割合であった。

表 1. 職業とメンバー

	健康増進メンバー	宿泊ゲスト	日帰りゲスト
経営者	34.8% (n=8)	0.0% (n=0)	2.8% (n=1)
専門職	0.0% (n=0)	0.0% (n=0)	8.3% (n=3)
会社員	17.4% (n=4)	75.0% (n=3)	44.4% (n=16)
公務員	4.3% (n=1)	0.0% (n=0)	13.9% (n=5)
自営業	4.3% (n=1)	0.0% (n=0)	5.6% (n=2)
自由業	0.0% (n=0)	0.0% (n=0)	0.0% (n=0)
主夫・主婦	26.1% (n=6)	25.0% (n=1)	11.1% (n=4)
パート・アルバイト	0.0% (n=0)	0.0% (n=0)	5.6% (n=2)
学生	0.0% (n=0)	0.0% (n=0)	0.0% (n=0)
無職	8.6% (n=2)	0.0% (n=0)	5.6% (n=2)
その他	4.3% (n=1)	0.0% (n=0)	2.8% (n=1)

「健康」について、「健康である」(「健康である」+「どちらかといえば健康である」)が 87.3% であった。「運動・スポーツ実施頻度」について、「週 1 日以上」が 65.1% (n=41) と最も高く、以下「月に 1~3 日」12.7% (n=8)、「3 ヶ月に 1~2 日」9.5% (n=6) となっている。「運動・スポーツ実施時間」について、「週に 150 分以上」が 38.1% (n=24)、「週に 30~149 分」が 41.3% (n=26)、「週に 30 分未満」が 20.6% (n=13) であった。Sport England (2019) では「週に 150 分以上」を「Active」、「週に 30~149 分」を「Fairly Active」、「週に 30 分未満」を「Inactive」と定義しており、この定義に基づく本プログラム参加者層は、実施頻度・実施時間も高く、「Active」だといえる。表 2 は職業と運動・スポーツ実施時間のクロス集計である。「150 分以上」の Active 層は「経営者」、「主夫・主婦」であることが分かる。

表 2. 職業と運動・スポーツ実施時間

	150 分以上	30~149 分	30 分未満
経営者	25.0% (n=6)	7.7% (n=2)	7.7% (n=1)
専門職	4.2% (n=1)	7.7% (n=2)	0.0% (n=0)
会社員	12.5% (n=3)	42.3% (n=11)	59.2% (n=9)
公務員	4.2% (n=1)	11.5% (n=3)	15.4% (n=2)
自営業	12.5% (n=3)	0.0% (n=0)	0.0% (n=0)
自由業	0.0% (n=0)	0.0% (n=0)	0.0% (n=0)
主夫・主婦	25.0% (n=6)	19.2% (n=5)	0.0% (n=0)
パート・アルバイト	4.2% (n=1)	3.8% (n=1)	0.0% (n=0)
学生	0.0% (n=0)	0.0% (n=0)	0.0% (n=0)
無職	12.5% (n=3)	3.8% (n=1)	0.0% (n=0)
その他	0.0% (n=0)	3.8% (n=1)	7.7% (n=1)

プログラムへの参加状況について、「参加プログラム」は「岩盤ホットヨガ」53.6% (n=37)、「スタジオヨガ」13.0% (n=9)、「ウェルネスウォーキング」10.1% (n=7)の順であった。「参加目的」は「健康維持・増進」21.7% (n=46)、「運動不足解消」15.6% (n=33)、「ストレス解消」13.7% (n=29)であった。「参加頻度」については「週に3日以上」22.2% (n=14)、「初めて」19.1% (n=12)、「週に1~2日」17.5% (n=11)となっている。「滞在時間(宿泊を除く)」については「5時間以上」が30.2% (n=19)と約3割を占めている。性別と参加プログラムをみると、男女とも「岩盤ホットヨガ」が40.0% (n=6)、50.0% (n=32)と最も高い割合であった。メンバーと参加プログラムについては、「健康増進メンバー」、「宿泊ゲスト」、「日帰りゲスト」のいずれにおいても「岩盤ホットヨガ」がそれぞれ48.4% (n=15)、60.0% (n=3)、46.5% (n=20)と最も高い割合であった。プログラムへの参加満足度は、「満足している」「満足している」+「まあ満足している」が96.9% (n=61)と9割強が満足している。

プログラム参加者は50代・会社員でリピーターが多く、ホテルに5時間以上滞在し、健康維持・増進運動不足・ストレス解消を目的にヨガを中心としたプログラムに参加しており、参加満足度も非常に高いことが明らかになった。また、健康増進メンバーでは経営者が多く、Activeであることが分かった。

## 5. まとめ

本研究の目的は、都市型ホテルにおいて展開されているスポーツ・健康増進プログラムを把握し、その現状と課題ならびに方向性を検討することであった。4つの調査を実施し、分析した主な結果は次のようにまとめられる。

1. 神戸市内の都市型ホテルでは、ホテルが有する資源(ハード、ソフト)と周囲のスポーツ資源とを有効活用できる方策を求めている。
2. 神戸市内の都市型ホテルでは、人材確保、新たな運動・スポーツプログラム開発、他のホテル、他の業種との連携が課題である。
3. Cホテルでは、“ツール・ド・おきなわ”へのサポートを軸にビジネスをはじめ、新たなサイクルプログラムとして「沖縄シクロツーリズム」を展開している。
4. 都市型ホテルでは、健康維持・増進、運動不足解消、ストレス解消を目的に、ヨガ、トレーニング、ウォーキングといった種目を中心とした長時間滞在できるプログラムが適切であることが確認された。

以上から、神戸市の都市型ホテルではホテルの資源と周囲のスポーツ資源を有効活用した健康増進プログラムが適切であることが確認された。今後は、新たに自転車を活用した健康増進プログラムをホテル担当者と計画・立案し、実施を検討していくことが方向性として提示される。

## 【参考文献】

- 秋吉遼子(2017) 指定管理者制度が導入された公共スポーツ施設のサービス・クオリティに関する研究. 神戸大学大学院人間発達環境学研究科博士論文.
- Albayrak, T., Caber, M., & Öz, E. K (2017) Assessing Recreational Activities' Service Quality in Hotels : An Examination of Animation and Spa & Wellness Services. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*18(2):218-234.
- 厚生労働省(2018) 厚生労働白書.
- 間野義之(2015) 奇跡の3年2019・2020・2021 ゴールデン・スポーツイヤーズが地方を変える. 徳間書店: 東京.
- 日本政府観光局(online) 訪日外客数(2019年10月推計値). [https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/data\\_info\\_listing/pdf/a6sb87000002kton-att/191120\\_monthly.pdf](https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/data_info_listing/pdf/a6sb87000002kton-att/191120_monthly.pdf) (2019年12月5日最終確認)
- 野川春夫・工藤康宏(1997) スポーツ・ツーリストのイベント参加を規定する要因に関する研究-Push factor と Pull factor に着目して-鹿屋体育大学学術研究紀要 17: 65-72.
- スポーツ庁(2018a) スポーツツーリズム需要拡大戦略.
- スポーツ庁(2018b) スポーツツーリズムに関する国内マーケティング調査報告書.
- Sport England (2019) Active lives adults survey: May 18/19 report.
- 山口志郎(2019) 神戸マラソンインバウンド調査報告書. 流通科学大学人間社会学部スポーツマーケティング研究室.
- 山口志郎、秋吉遼子、山口泰雄(2015) スポーツツーリズムの社会的効果に関する実証的研究: 沖縄県名護市における地域住民の性別比較. 体育・スポーツ科学 24: 19-29.
- この研究は笹川スポーツ研究助成を受けて実施したものです。