

投稿類別：各類議題

篇名：

「健」入佳境—花蓮民眾對健身房快速增加看法之研究

作者：

梁右靖。花蓮縣立自強國民中學。八年五班。

指導老師：

林慧貞老師

紀博三老師

壹●前言

一、研究動機

近年來，花蓮地區的健身房快速增加。從 2006 年開始的亞威運動休閒中心(亞緻會館)，到 2016 年相繼開張的數十家健身房。對於這個現象，我感到非常好奇，希望透過量化的問卷與質性的訪談，來了解花蓮地區民眾對於此現象的看法，以及健身產業的進駐對花蓮民眾帶來的影響。



圖一、自繪健身房地圖
(資料來源：研究者繪製)

二、研究目的

本研究的研究目的有以下五項：

- (一) 探討近年來花蓮地區健身房快速增加的原因。
- (二) 了解花蓮地區健身房消費族群的職業、性別與年齡層。
- (三) 研究花蓮地區健身產業可能產生的瓶頸或遇到的問題。
- (四) 了解花蓮地區民眾對於健身房的看法。
- (五) 探討花蓮地區健身房興起對花蓮民眾的影響。

三、研究對象與方法

本研究研究對象為花蓮地區民眾。利用文獻研究法，透過博碩士論文網、圖書館與網際網路蒐集文獻，統整分析以了解健身運動俱樂部的特性、概況等。也採用問卷調查法，以自編問卷對花蓮民眾施測，了解健身房的消費群、民眾看法以及影響。並以訪談調查法針對花蓮市區的健身房業者進行訪談，探討花蓮健身房快速增加的原因，並整理成逐字稿與編碼再分析。

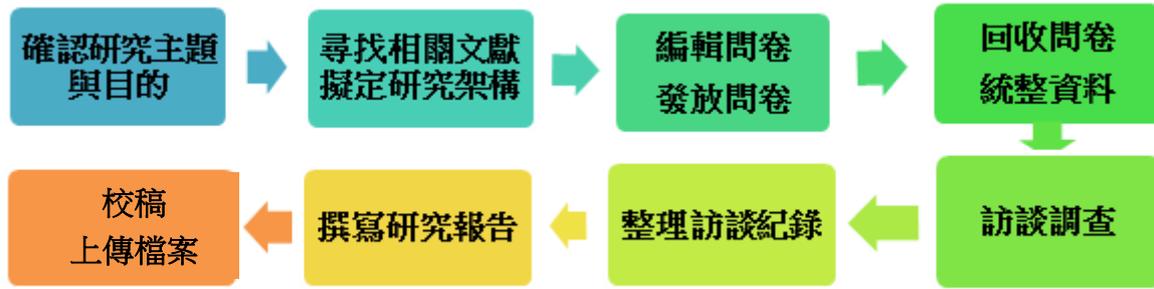


圖二、訪談教練 B1
(資料來源：研究者拍攝)



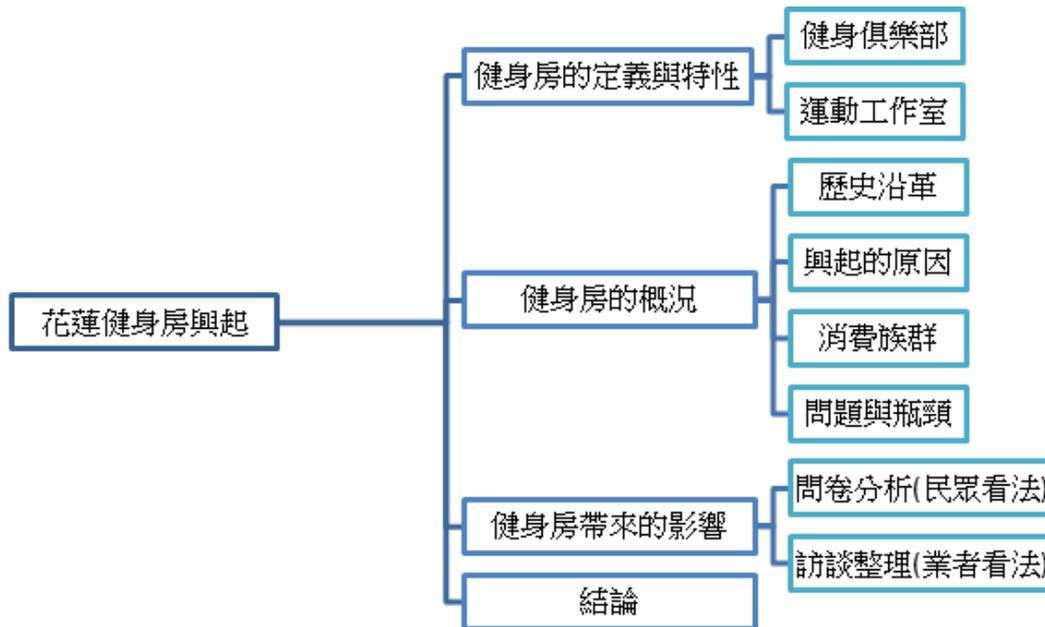
圖三、訪談教練 B2
(資料來源：研究者拍攝)

四、研究流程



圖四、研究流程圖
(資料來源：研究者繪製)

五、研究架構



圖五、研究架構圖
(資料來源：研究者繪製)

貳●正文

一、文獻探討

(一)健身房的定義

本研究所指健身房中，包括健身俱樂部與私人運動工作室：

1、健身俱樂部

根據中華民國有氧體能運動協會（2002）對健身運動俱樂部（Sport & Health Club）的定義為：「採取會員制的經營方式，提供具健身器材之活動場地與專業指導人員服務之營利事業。」。健身運動俱樂部也能滿足消費者改善健康體適能及社交等目的，特定付費從事休閒健康相關活動的商業性運動服務事業（姜慧嵐，1999）。除此之外，健身俱樂部除了應具備健身功能外，更應具有休閒、社交的價值（萬哲睿，2016）。依照上述資料可得知，健身運動俱樂部是一具有健身、休閒與社交功能的會員制營利場所。

2、私人運動工作室

提供消費者客製化的課程，大多為一對一，並且針對消費者個人擬定訓練，屬於較精緻的健身訓練方式。stockfeel 股感知識庫提到：「近年來逐漸興起的私人小型運動工作室，以較高的收費額度為高消費族群打造精緻化的健康管理。」而這類型的運動工作室在北部是密集度較高的運動場所。

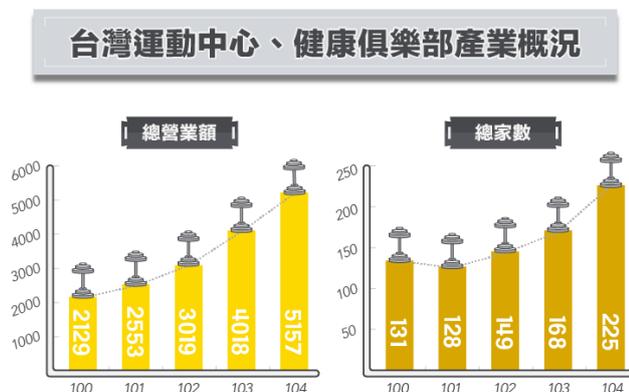
(二)台灣健身運動俱樂部概況

1、歷史發展

1980 年台灣第一家健身運動教室—克拉克健康俱樂部成立，引進美式健身俱樂部的訓練方法及營運方式，加入的會員以外商為主。1981 年佳姿韻律中心成立，開始設計專為女性量身打造的課程。

台灣健身運動俱樂部大幅增加於 1993 年，亞歷山大健康休閒俱樂部開拓健身運動俱樂部市場，並將原女性專屬的韻律中心逐漸轉型為全民體適能休閒俱樂部；而第一家百貨公司投資經營的健身中心，是中興百貨於 1986 年成立的中興健身俱樂部。

1990 年台灣建商與外商開始加入健身運動產業之列，興建大型現代化健身中心，引進美式經營理念，為台灣的健身運動俱樂部經營生態，注入一股新氣象。之後，健身房就開始蓬勃發展，總家數與營業額持續增加(如圖六)。



圖六、台灣運動中心、健康俱樂部產業概況
(資料來源：<https://www.stockfeel.com.tw/>)

2、地區分佈概況

姜慧嵐(1999)於「台灣健康體適能俱樂部產業之研究」中提到，目前健身運動俱樂部的地區性裡，北部的健身運動俱樂部數量是全國的 73.8%，其次是南部 (14.8%)，東部地區則是台灣數量最少的，僅有 1.6%。

(三)台灣民眾個人健康概況

根據行政院主計處 94 年度的個人健康統計報告指出：「國人近年來有關運動養生及促進健康的觀念普遍有略微提升。」約四成的民眾有持續或規律運動的習慣，且男性的比率大於女性。若以 BMI 值來分析，有 30%至 40%的國人有運動習慣，BMI 值在正常範圍的人中 40.80%維持運動習慣，重度肥胖也有 40.26%。

而自覺健康狀況的部份，約略 46%的國人認為自己健康狀況良好，且男性大於女性。但是比率較 90 年的統計結果少 2.78 個百分點。

二、研究器材

(一)紀錄工具：紙、筆、電腦、相機、錄音筆

(二)使用軟體：

Microsoft Office Word、Microsoft Office Excel、Microsoft Office PowerPoint

(三)自編問卷：花蓮市區健身房快速增加對花蓮區民眾影響與看法之問卷

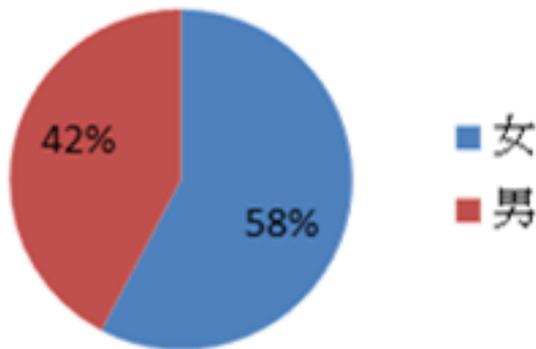
三、研究結果

本研究共發出 280 份問卷，回收 280 份問卷，其中有效問卷 280 份，無效問卷 0 份。訪談調查部分，共訪談兩位健身房老闆兼教練。

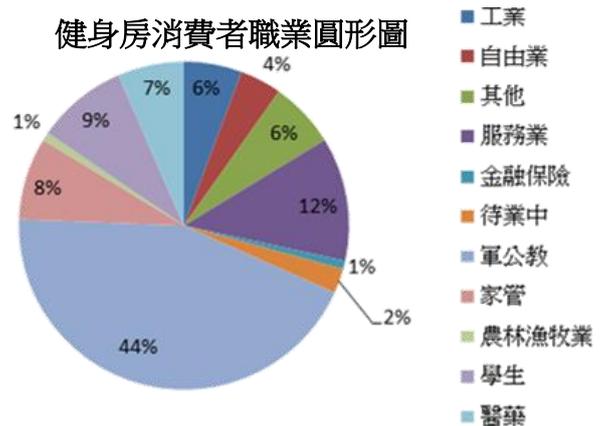
(一)花蓮健身房消費族群

1、問卷調查結果

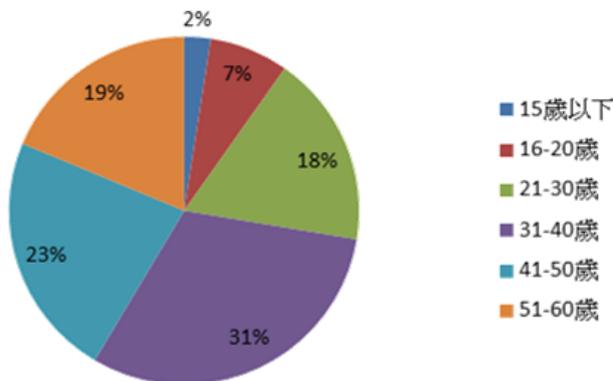
健身房消費者性別圓形圖



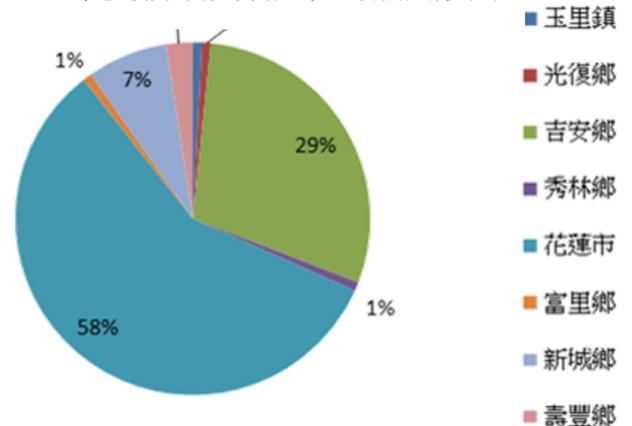
健身房消費者職業圓形圖



健身房消費者年齡圓形圖



健身房消費者居住鄉鎮圓形圖



根據上圖，健身房的消費者性別中，超過半數為女性(58%)；消費者職業部分，最多的是軍公教(44%)，其次是服務業(12%)，第三是學生(9%)；年齡部分，31至40歲佔31%，其次為41至50歲(23%)，第三則是21至30歲(19%)；消費者居住鄉鎮中，有58%的人居住於花蓮市，其次是吉安鄉(29%)。

2、訪談調查結果

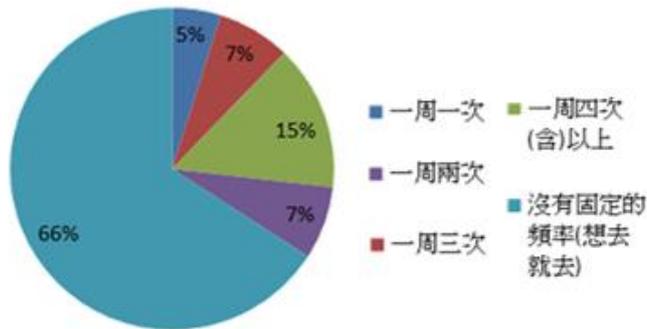
根據訪談結果指出，健身房消費者大多為女性，可能是因為女性較注重保養與身材，有的男性消費者覺得自己夠強壯，不需要健身(B1)，而性別不同，參加的

課程也不同，女性多參加有氧運動，男性多為重量訓練(B2)；消費者職業部分，因為健身房的費用較高，健身俱樂部一堂課大約五百元，運動工作室的市價大約一堂課 1200 至 1500 元，所以消費者通常是收入穩定，社經地位較高的，如公務員；消費者的年齡大部分介於 30 歲至 45 歲之間，因為此時邁入中年，身材開始走樣，收入也較穩定，所以這段年齡層的人到健身房運動的意願較高(B1、B2)。

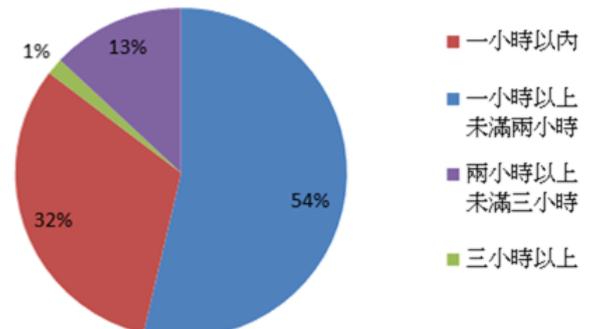
(二)花蓮地區健身房消費情形

1、問卷調查結果

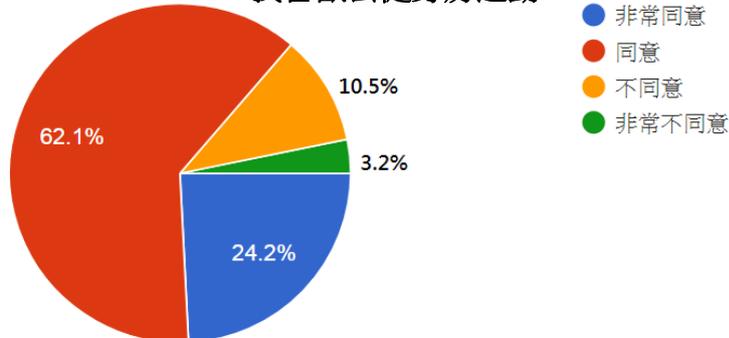
健身房消費者消費頻率圓形圖



健身房消費者單次消費時間圓形圖



我喜歡去健身房運動。



根據上圖，消費者一週內去健身房運動的頻率，有 66% 的人沒有固定時間，一週四次以上者有 15%；而單次消費的時間在一小時以上未滿兩小時的佔 54%，有 32% 是一小時以內。最後，對於「我喜歡去健身房運動。」的問題，有 85% 的民眾表示同意，僅 13.8% 持反面意見。

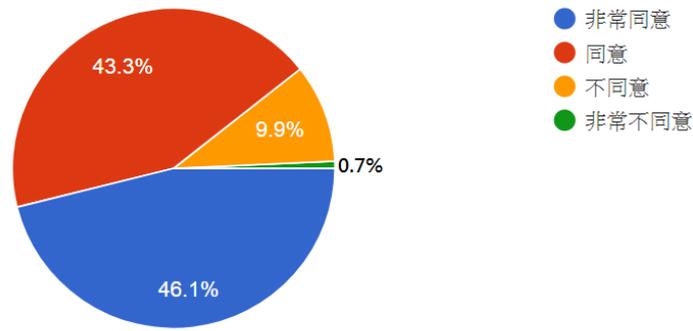
2、訪談調查結果

根據訪談結果，教練認為到健身房運動適合的頻率是一週兩次，消費時間視課程而定(B1)。

(三)民眾對健身房增加的看法(問卷調查結果)

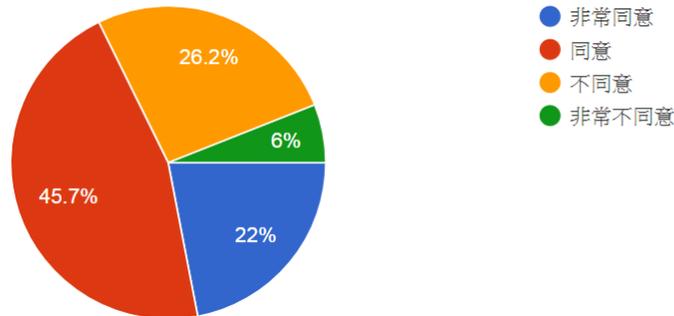
1、問題一：我感覺花蓮地區的健身房在 2 年內有快速增加。

「健」入佳境—花蓮民眾對健身房快速增加看法之研究



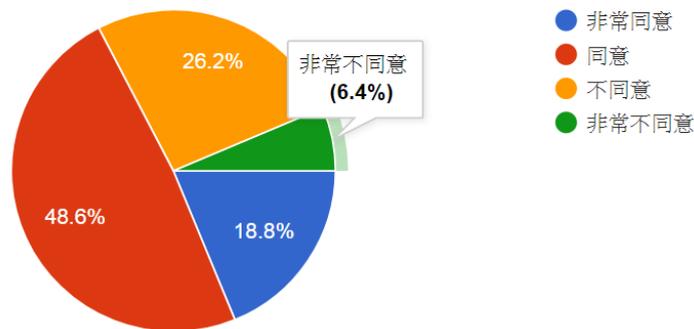
根據上圖得知，有 89.4% 的民眾有感覺健身房在 2 年內有快速增加，不覺得健身房有增加的人有 10.6%。

2、問題二：我覺得健身房的增加，讓我開始注意個人健康。



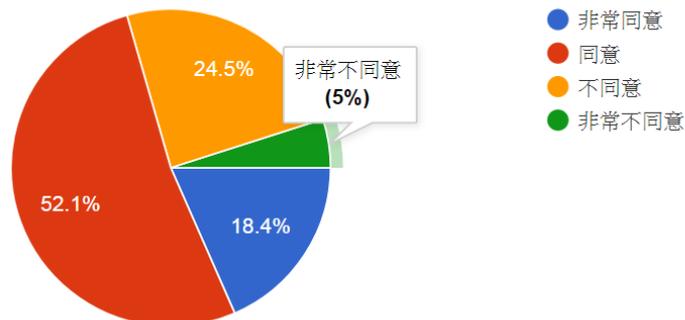
根據上圖得知，因健身房的增加而開始注意個人健康的人達 67.7%，而問卷中選擇不同意的有 26.2%，非常不同意有 6%。

3、問題三：我覺得健身房的增加，會增加我運動的動機。



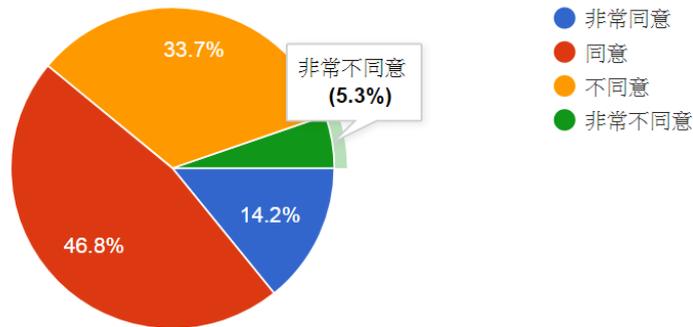
根據上圖得知，有 67.4% 的人因健身房數量的成長而增加運動動機，覺得沒有增加運動動機的人有 32.6%。

4、問題四：我覺得到健身房運動，會讓我和別人有更多社交的互動。



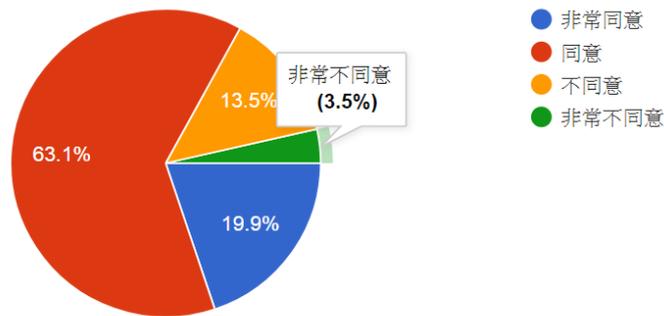
根據上圖得知，覺得到健身房運動能增進社交互動的人有 70.5%，持反對意見的人有 29.5%。

5、問題五：我覺得到健身房運動，會很有成就感。



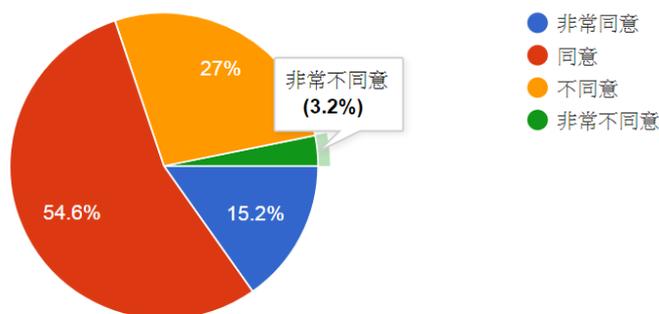
根據上圖得知，覺得到健身房運動能獲得成就感的人有 61%，但也有 39%的人不覺得能獲得成就感。

6、問題六：我覺得上健身房運動，更能給我正確的運動健身概念。



根據上圖得知，覺得健身房可以帶給消費者正確健身觀念的人達 83%，有 17%的人持反對意見。

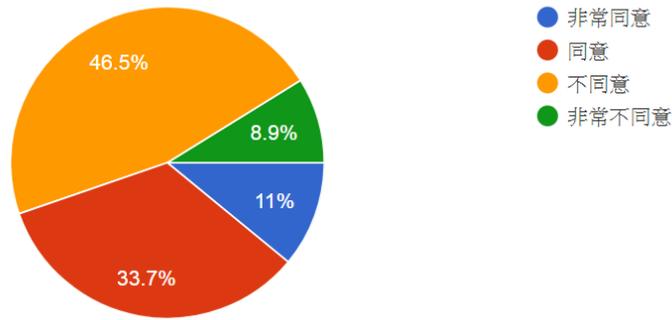
7、問題七：我覺得花蓮地區健身房數量增多，有助於提升花蓮人的就業機會。



根據上圖得知，認為健身房的增加能提升花蓮人就業機會的人有 69.8%，覺得不會增加工作機會的人有 30.2%。

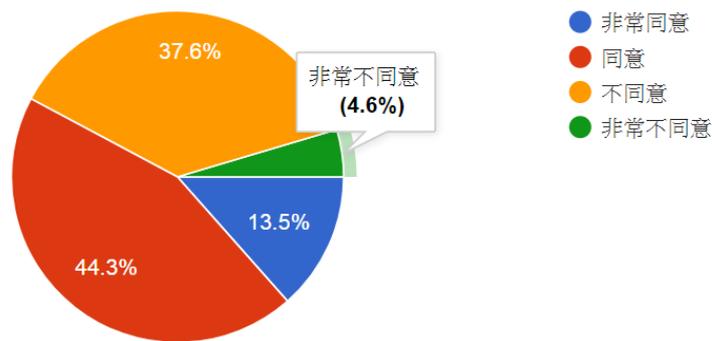
8、問題八：我覺得健身房數量增加，有助於花蓮人跟得上北部等大都市的生活型態。

「健」入佳境—花蓮民眾對健身房快速增加看法之研究



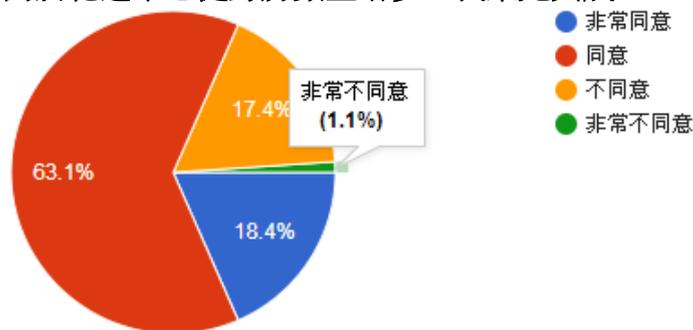
根據上圖得知，超過一半(55.4%)的人認為健身房數量的增加，沒有讓花蓮人跟得上大都市的生活型態，但也有 44.7%的人覺得健身房增加是有助於花蓮人跟得上大都市的生活型態的。

9、問題九：我覺得健身房數量增加是流行的趨勢之一，可以表示花蓮日漸進步與繁榮。



根據上圖得知，有 57.8%的人認為花蓮健身房增加是流行的趨勢，但也有的人 42.2%持反面意見。

10、問題十：對於花蓮市區健身房數量增多，我樂見其成。



根據上圖得知，樂意看到健身房繼續發展的民眾有 81.5%，而持反對意見的僅佔 18.5%。

(四)健身房業者對於健身房增加的看法(訪談調查結果)

1、花蓮健身房興起的原因

(1)花蓮健身產業的商機在於健康意識的抬頭，過去從歐美一直傳到台北的健身風氣，也漸漸到了花蓮(B1、B2)。

(2)健身房有教練也可以指導運動健身的觀念以及營養的攝取(B1、B2)。

- (3)花蓮在這之前沒有健身俱樂部或運動工作室，花蓮消費者基於好奇的心態可以帶來商機(B1)。
- (4)長久以來的直銷市場遇到瓶頸，因此有部分業者利用健身房做直銷，這樣的風氣從北部引進，這也可能是興起的原因之一(B2)。

2、花蓮健身房的現況與問題

- (1)教練均認為，現在的花蓮就像五年前的台北，愈來愈多的健身房進駐，每一家都有自己的特色(B1)。
- (2)花蓮健身產業是有潛力，會繼續成長的，也代表花蓮逐漸進步(B1)。
- (3)因為目前沒有明文規定健身教練需要證照，沒有經驗的人也可以當教練，這會造成消費者的權益受損(B1)。
- (4)健身房愈開愈多，但花蓮市區人口僅有大約 20 幾萬，各家健身房會賺不到錢，而最近有家世界連鎖知名品牌健身房進駐花蓮，可能也會集中客源，讓較小家的健身房沒有市場，目前就有健身房產生退會員的現象(B1、B2)。因為健身房飽和的發展，也許三到五年後就有倒閉關店的情形產生(B1)。

3、健身房對花蓮的影響

- (1)運動健身方面：健身房會帶動民眾運動的習慣，也能帶來正確的健身觀念(B1、B2)
- (2)工作機會方面：並不會帶來很多工作機會，因為健身房大部分不會需要很多員工，而且有的健身房會請北部的老師來花蓮上課，所以在就業上並不會有很大影響(B1)。
- (3)其他產業方面，幾乎不會造成衝擊，可能會帶動健身器材專賣店，賣保健食品的店家，甚至是像台北一樣的物理治療診所都會增加(B1)。

參●結論

一、探討近年來花蓮地區健身房快速增加的原因

(一)運動與健身風氣的引入

在質性訪談的結果中得知，現代人愈來愈注重身體保健，加上北部地區運動健身風氣漸漸傳至東部地區，因而有了健身產業的發展。

(二)直銷產業經營模式的改變

透過資料蒐集與訪談結果，得知無論是外縣市或花蓮地區的健身房，部分是與直銷產業合併經營的，顯示近年來各地健身房增加的原因之一，與直銷產業經營模式的改變有關。

二、了解花蓮地區健身房消費族群的職業、性別與年齡層

根據問卷結果分析得知，花蓮地區健身房消費族群的性別多為女性，職業多為軍公教，年齡層大都位於 30 至 45 歲之間，透過質性訪談業者與問卷數據分析，可了解到女性通常比較注重身材與保養，所以相對於男性方面是比較重視健身運動的，而健身房消費價位較高，因此在花蓮地區的消費族群，便以經濟能力較穩定的軍公教民眾為多。

三、研究花蓮地區健身產業可能產生的瓶頸或遇到的問題

(一)花蓮地區人口總數不多，健身房數量已達飽和

透過質性訪談的過程中，可得知近年來花蓮地區健身產業迅速增長，以花蓮地區人口數來說，健身房數量已供過於求，加上今年開業的全國知名連鎖健身房，更可能加速部分經營不利的業者產生關店的情形。

(二)健身教練素質參差不齊

透過質性訪談的過程中，可得知花蓮本地擁有合格健身教練證照者並不多，隨著健身房快速增加，健身會員數量也隨之增多，許多健身業者只能選擇「差不多教練」進駐，此現象可能會影響花蓮地區消費民眾的權益。

四、了解花蓮地區民眾對於健身房的看法

透過問卷結果可歸納出花蓮地區民眾的幾項看法：

(一)超過六成以上的民眾認為，透過到健身房運動，可以增加運動動機，並帶來正確的運動觀念。

(二)將近七、八成以上的民眾認為，到健身房運動能增進社交能力、獲得成就感。

(二)近七成民眾認為，隨著健身房數量的增加有助於提升就業機會。

(三)約五成八的民眾認為健身房的增加是一種流行趨勢，但有五成五的民眾覺得此現象並不表示花蓮人的生活型態跟上了大都市。

(四)對於健身房數量增加的趨勢，有超過八成的民眾是樂見其成，足以見得此產業在花蓮地區迅速成長，是有得到花蓮民眾支持的。

五、探討花蓮地區健身房興起對花蓮民眾的影響

透過量化的問卷，可以了解到健身房的增加，有助於花蓮民眾對於個人健康與運動健身觀念的提升，經由質性的訪談，可以看到健身產業對花蓮地區帶來的經濟效益，也能預期花蓮產業結構或商家的經營模式，也可能因此現象而漸漸有所轉變。

肆●引註資料

一、黃亦筠(民 94 年 9 月)。健身英雄，穩健崛起。天下雜誌，330。取自

<http://www.cw.com.tw/>

二、姜慧嵐(1999)。台灣健康體適能俱樂部產業之研究。中國文化大學。

三、潘家玉(2011)。健身房會員持續參與團體運動課程之因素探討。國立台北護理健康大學。

四、詹青艷(2012)。連鎖運動健身俱樂部創新營運模式之研究。國立體育大學。

五、萬哲睿(2016)。健身房使用者之個人身體自尊對生活滿意度之影響。臺北市立大學。

六、戴士晉(2016)。學校健身房服務品質、健身運動參與動機、轉換成本對學生忠誠度影響之研究—以國立屏東大學為例。國立屏東大學。

七、姜慧嵐(民 90)。健身房(體適能中心)設施及管理之研究。行政院體育委會委託研究。

八、行政院主計處-94 年度。於 2017 年 8 月 13 日取自

<http://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=16231&ctNode=3293&mp=1>

八、中華民國有氧學會。於 2017 年 8 月 25 日取自 <http://www.afha.org.tw/>

九、stockfeel 股感知識庫。於 2017 年 9 月 2 日取自 <https://goo.gl/gTU3Mr>