

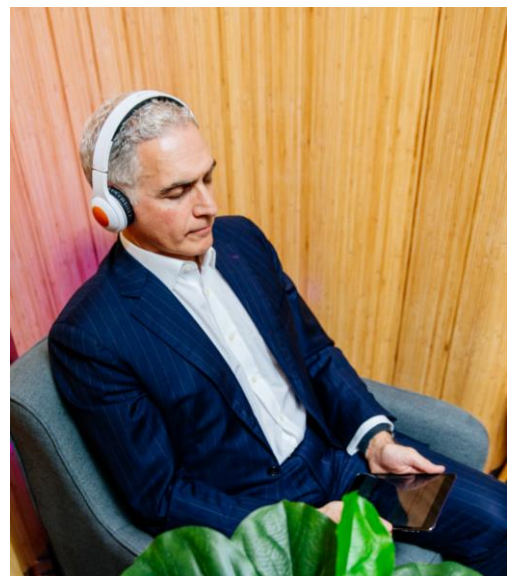
報道関係者各位

2020 年 1 月 17 日
ハイアット ホテルズ アンド リゾーツ

ハイアットと瞑想アプリのヘッドスペースがコラボレーションを発表 ～ウエルビーイングの推進を目的に、ハイアットのお客様と従業員に 瞑想とマインドフルネスを提供～

ハイアット ホテルズ コーポレーション (本社: 米国イリノイ州シカゴ、以下「ハイアット」) と ヘッドスペース (Headspace) は、現地時間 1 月 15 日、世界規模で行う両社のコラボレーションを発表しました。ヘッドスペースは、190 カ国に約 6000 万人のアプリユーザーを持ち、瞑想とマインドフルネスを牽引する企業であり、同コラボレーションは、今後数カ月以内に世界中のハイアットブランドのホテルで独占的に開始される予定です。

ヘッドスペースとのコラボレーションは、ハイアットの包括的なウエルビーイング戦略¹ に基づいており、仕事面と生活面の双方にプラスの影響を与えることを目的としています。ハイアットは有意義なマインドフルネス体験を提供することで、従業員とお客様の健康管理を向上させることができると考えています。



「ヘッドスペース」アプリで瞑想する
ハイアット CEO マーク・ホブラメジアン

コラボレーションによる具体例は以下のとおり。

- 従業員: 自身のメンタルヘルスとウエルビーイングをサポートする手段として、ヘッドスペースのアプリを無料で利用することが可能。
- 法人顧客: ハイアットでは、ミーティングなどのイベントコンテンツにウエルネスを取り入れることの重要性を強調しており、ヘッドスペースのコンテンツと体験をミーティングパッケージに取り入れることが可能。さらに、ミーティングやカンファレンスの参加者を対象に、瞑想体験を強化する新しいコンテンツを 2020 年後半にローンチ予定。
- 宿泊客: 客室のインルームコンテンツとして、ヘッドスペース・アプリへの無料アクセスが可能。多忙なスケジュールをこなすお客様のために、短い瞑想、安らかな睡眠を促す癒しのサウンド、元仏僧でヘッドスペースの創設者の一人あるアンディ・プディコム (Andy Puddicombe) によるガイダンスなどを提供。

¹ ハイアットでは企業理念である思いやりの精神を一步進め、お客様、取引先、従業員にウエルビーイングを推奨しており、FEEL (精神的な健康)、FUEL (健康を導く食と睡眠)、FUNCTION (健康を導く運動や機能) の三大要素について気づかうことを心がけています。

- ワールド オブ ハイアット会員： ヘッドスペースの会員特典を受けることが可能。ハイアットのロイヤルティプログラム「[ワールド オブ ハイアット](#)」のアプリを通じて、滞在中に瞑想やマインドフルネスのコンテンツを提供。

ハイアット ホテルズ コーポレーションの最高商務責任者(CCO)、マーク・ボンドラセック(Mark Vondrasek)のコメント：

「ウエルビーイングは、ハイアットの企業理念であるケアの精神—人を思いやると人は最高の状態になれる—を実現するものです。ヘッドスペースのようなウエルビーイング業界のリーダーとコラボレーションすることにより、私たちはケアの実践を深めることができます。すなわち、世界中のハイアットのホテルでお客様と従業員がそれぞれウエルビーイングを追求できるということは、お客様と従業員を思いやり、さらにケアすることにつながります」。

ヘッドスペースの創設者、アンディ・プディコム(Andy Puddicombe)のコメント：

「ヘッドスペースにおける私たちのミッションは、世界の健康と幸福を改善することです。今般のハイアットとのコラボレーションにより、人々が旅行中でもマインドフルネスにもっとアクセスできるようになるので、大変嬉しく思います。旅行をすると、いつもの生活から離れてしまうことが多いので、立ち止まって、自分自身を大切に作る時間に身を置くことが重要です。私たちは、ハイアットの従業員やお客様の日々の体験にウエルビーイングを取り入れるという共通のミッションにおいて、ハイアットのパートナーになることを楽しみにしています」。

ハイアットは、ウエルネスを核とするユニークなサービスを従来のホテルという枠を超えて拡大させています。2017 年の「ミラバル(Miraval)」および「エクスヘイル(Exhale)」ブランドの買収が、220 超の既存のスパ&ウエルネス拠点を増やし、ハイアットのポートフォリオを拡充しました。ハイアットではウエルビーイングへの包括的なコミットメントを実行し続けており、またワールド オブ ハイアット会員のお客様へより多くの価値を提供しています。

ハイアットのウエルビーイングへの取り組みについては、以下のリンクをご覧ください。(英語のみ)

<https://about.hyatt.com/en/wellbeing.html>

以上

※ 本リリース中の「ハイアット」とは、ハイアット ホテルズ コーポレーションおよび(または)その関連会社を指す用語として使用されています。

ヘッドスペースについて

[ヘッドスペース](#)は、世界中の人々の健康と幸福度を向上させるという一つのミッションを掲げて設立されました。190 カ国で約 6000 万人のユーザーを保有するヘッドスペースは、世界初の瞑想アプリの一つであり、マインドフルネスとメンタルトレーニング分野を牽引し続けています。ヘッドスペースは、臨床的に検証された研究を通じてマインドフルネスの分野を前進させることに尽力しており、デジタルヘルスおよびウエルネス企業の中で最大規模の研究パイプラインを保有しています。また、B2B ビジネス(Headspace for Work)を運営しており、「Adobe」「GE」「Unilever」を筆頭に 500 社以上の企業へマインドフルネス関連の製品やサービスを提供。企業がより健康的で生産的な文化を築き、より高い業績を上げられるよう支援しています。ヘッドスペースは、「Apple」や「Amazon」など、多くの世界的な有名企業と提携しており、さらに「Nike」「NBA」「U.S. Women's National Soccer Team」などへはスポーツやムーブメントの

コンテンツを提供しています。2018 年には、ヘッドスペースのマインドフルネス体験をデジタル医療に取り入れる新しい方法を開拓するデジタル健康会社、Headspace Health を設立。ヘッドスペースは 2018 年から 2019 年にかけて、Webby Awards の健康とフィットネスのカテゴリーで五つの賞を受賞しました。また、Samsung Best of Galaxy Store Award 2019 では「Best App To Relax With」にも選ばれました。詳しくは www.headspace.com をご覧いただくか、[Facebook](#)、[Twitter](#)、[Instagram](#) をフォローしてください。

ハイアット ホテルズ コーポレーションについて

ハイアット ホテルズ コーポレーション(本社: 米国イリノイ州シカゴ)は、20 のプレミアムブランドを擁する世界有数のホスピタリティー企業です。2019 年 9 月 30 日現在、世界 6 大陸の 60 余りの国々で 875 以上の施設を展開しています。「人を思いやると、人は最高の状態になれる」という企業理念は、経営判断や成長戦略の礎であり、素晴らしい人材の確保から、顧客との信頼関係構築、株主のための企業価値創造に至るまで貫かれています。同社の子会社が開発、所有、運営、管理、フランチャイズ展開、ライセンス契約、サービス提供を行っているホテル、リゾート、レジデンス、タイムシェア型リゾートオーナーシップ施設、フィットネス&スパのブランドは、「Park Hyatt®」「Miraval®」「Grand Hyatt®」「Alila®」「Andaz®」「The Unbound Collection by Hyatt®」「Destination®」「Hyatt Regency®」「Hyatt®」「Hyatt Ziva™」「Hyatt Zilara™」「Thompson Hotels®」「Hyatt Centric®」「Caption by Hyatt」「Joie de Vivre®」「Hyatt House®」「Hyatt Place®」「tommie™」「Hyatt Residence Club®」「Exhale®」。また、ロイヤルティプログラム「World of Hyatt®」を展開し、顧客会員に魅力的な特典や会員限定サービスを提供しています。詳しくは www.hyatt.com をご覧ください。

将来予測に関する記述について

本プレスリリースに含まれる記述で歴史的事実でないものは、1995 年米国私募証券訴訟改革法(*Private Securities Litigation Reform Act of 1995*)が定める「将来予測に関する記述 (Forward-Looking Statement)」に該当します。かかる記述にある「かもしれない(may)」「可能性がある(could)」「期待する(expect)」「意向である(intend)」「計画している(plan)」「求める(seek)」「予想する(anticipate)」「考えている(believe)」「予測する(estimate)」「予想する(predict)」「潜在的(potential)」「続ける(continue)」「あり得る(likely)」「するつもりである(will)」「するかもしれない(would)」, その他これらに類する単語や類似的表現、またはその否定形の使用によって、当該文章が「将来予測に関する記述」であると判断できることがあります。このような「将来予測に関する記述」は、ハイアットおよびヘッドスペースによってその内容が妥当であると判断されていながらも、必然的に不確かな性質の予測および前提に基づくものです。「将来予測に関する記述」は、当社の実際の結果、業績、または達成内容を、当社の将来予測に関する記述で表現または示唆された内容と著しく異なるものとする可能性がある全ての重要な要因を含んでいるわけではありません。本プレスリリース配信日現在において発表された将来予測に関する記述に過度に依拠されることのないようご注意ください。当社は、適用法令によって義務付けられる場合を除き、実際の結果、新たな情報、将来の事象、前提条件の変化、その他将来予測に関する記述に影響を及ぼす要素の変化を、かかる記述に反映させるように将来予測に関する記述を公的に更新する義務を負いません。仮に、当社が将来予測に関する記述の一つまたは複数について更新した場合であっても、そのことから、その後、かかる記述または他の将来予測に関する記述に関してさらなる更新がなされることを意味するものではありません。

本件に関する報道関係者のお問い合わせ先

ハイアット ホテルズ アンド リゾーツ広報担当 早川

TEL: 03 3222 4088(直通) Email : chie.hayakawa@hyatt.com