

平成 30 年度 運営・取組状況について (報告書)



指定管理者社会福祉法人 加東市社会福祉協議会

も く じ

I 運営・取組状況について

1. 各種イベント及び大きな出来事		P2
2. 入浴者数の状況		P3
3. 入浴者増加への取組状況		P5
4. 収支状況		P11
5. 収支改善への取組状況		P13
6. お客様意見箱から		P14
7. 運営状況の分析について		P15

I 運営・取組状況について

1. 各種行事及び大きな出来事など

1 各種イベント及び大きな出来事

平成30年度の各種行事及び大きな出来事については、下記のとおりです。

月 日	内 容
4月	ホームページのリニューアル
6月24日	カラオケ大会（1回目）、（神戸新聞掲載、KCV放送）
7月	癒し空間の設置（ペット自慢、ミニ盆栽など）
7月7日	台風により入浴部門休止
7月19日	フェイスブックの開設
8月	サマーキャンペーン
//	ジェット水流の再稼動（低温浴風呂）
9月4日	台風により入浴部門休止
9月15日	国際ソロプチミストから木製ベンチ椅子（2基）の寄贈
9月26日 ～10月3日	浴槽の天井の一部修繕工事のため、6日間入浴部門休止（休館日含まず）
9月30日	三田温泉 熊野の郷が閉店
10月	JAF情報誌（割引券）への掲載開始
//	オータムキャンペーン
//	ネスタリゾート神戸が近隣市の利用者に対する割引き廃止
10月28日	カラオケ大会（2回目）（神戸新聞掲載、KCV放送）
11月11日	劇団自由人会による「さるかに合戦」の公演（KCV放送）
11月25日	まぐろ解体ショー（東条ミニ文化祭と合同開催）
12月	入浴券と成山の海鮮丼のセットを限定販売
12月29日 ～1月3	年末年始の営業（14時～21時）
1月9日	藤原清洞氏の関係者から墨象3点の寄贈
1月13日	和太鼓であったかinとどろき荘
2月25日 ～3月27日	源泉施設移設工事及び浴室の天井修繕工事のため、26日間（休館日含まず）入浴部門休止
定期的に実施したもの	① 毎月、第1・3土曜日にまちづくりカフェ、第2・4土曜日にとどろきカフェを開催（12月から防災行政無線によるカフェの案内開始により、参加者が20%増える。） ② 回数券促進販売キャンペーン（お得な回数券。3回）の実施 ③ 地域情報誌への掲載・割引券（3回）

2. 入浴者数の状況

- ① 年間入浴者数7万人を目標として、各月の目標入浴者数を定め（平成28年度の月毎の入浴者の変動数を基準とした補正係数による）、月ごとに達成状況を管理しました。
- ② 4月から5月までの入浴者数は、いずれの月も達成率は目標の70%台となりました。6月以降は80%台と増加傾向にあり、これは3月以降に配布した割引券や、各事業の取組み効果が出始めた結果だと考えています。

9月下旬から10月上旬にかけて、浴室天井の一部に落下の危険性が発見されました。そのため、修繕工事（市施行）を行うために6日間（休館日含まず）入浴部門を休止したことにより入浴者数が減少しました。

その後、11月以降は80%台で推移し、12月には90%近くまで増加しました。

2月下旬から3月下旬にかけて源泉施設の移設工事等に伴い、26日間（休館日含まず）入浴部門を休止したことで再び入浴者数が減少しました。

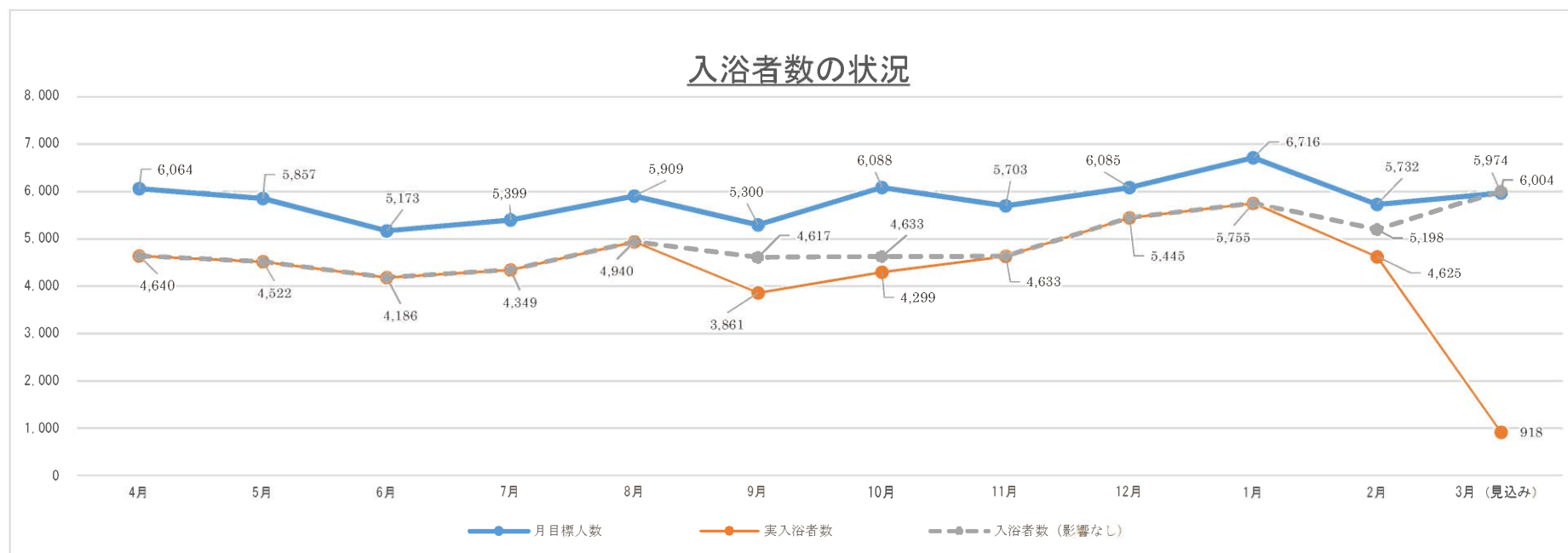
年間の入浴者数は、目標の70,000人に対し52,173人（74.5%）の見込みとなりましたが、工事に伴う入浴部門休止がなかったとすれば、入浴者数は58,922人（9月～10月で約1,090人。2月～3月で約5,659人）で達成率は84.2%であったと推測されます。

(単位：人)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月 (見込み)	計
月目標入浴者数	6,064	5,857	5,173	5,399	5,909	5,300	6,088	5,703	6,085	6,716	5,732	5,974	70,000
実入浴者数	4,640	4,522	4,186	4,349	4,940	3,861 (4,617)	4,299 (4,633)	4,633	5,445	5,755	4,625 (5,198)	918 (6,004)	52,173 (58,922)
達成率 (%)	76.5%	77.2%	80.9%	80.6%	83.6%	72.9% (87.1%)	70.6% (76.1%)	81.2%	89.5%	85.7%	80.7% (90.7%)	15.4% (100.5%)	74.5% (84.2%)

※ 70,000人/12ヶ月=5,833人(月平均人数)。 月目標入浴者人数は、5,833人×(H28の月補正係数)

※ 実入浴者数、達成率(9月・10月・2月・3月)の下段()は、工事に伴う入浴部門休止がなかった場合の推測数値



3. 入浴者増加への取組状況

第1回運営審議会で示した入浴者増加への取組（12項目）について効果及び課題を下記のとおりまとめました。

① とどろき荘をPRできるイベントを積極的に新聞社等へ掲載依頼します。

取組内容	・とどろきカフェで開催したイベント内容の新聞掲載やKCVでの放送 ・カラオケ大会開催の新聞掲載（事前周知） ・劇団自由人会の公開稽古（「さるかに合戦」）のKCV放送 ・ソロプチミストより椅子を頂いたことの新聞掲載 ・藤原清洞氏の関係者から墨象を頂いたことの新聞掲載 ・奇数月に発行する社協便りにイベント内容を掲載
効果	・とどろきカフェの参加者の増加（平均60人から80人）や、その他の事業への参加者が増加したことから入浴者の増加につながった。 ・また、同時にみやげ物販売の売上増加につながった。
課題	・イベント以外の泉質等を掲載してもらう工夫が必要である。



② サマーキャンペーン（7月5日～8月末）企画として、協賛店の協力を得ながら、スタンプカードによる景品プレゼント（精肉、酒、飲食店割引券、マッサージ割引券等）を実施します。また、その成果をみながらキャンペーンの内容や継続を検討します。

取組内容	新たな顧客獲得に向け、季節ごとにキャンペーンを実施した。 （内容は、4回の入浴で1回応募ができ、抽選で商品が当たるもの） ・サマーキャンペーン（8・9月実施）→申込み1,138件 ・オータムキャンペーン（11・12月実施）→申込み918件 ・ウインターキャンペーン（2・3月実施）は、工事のため未実施 ・回数券販売キャンペーンを、3回実施（3月は未実施）
効果	・各キャンペーンにより客離れを防ぎ、利用者の定着につながった。 ・回数券販売キャンペーンでは、毎回約100万円売上がある。

課題	・各キャンペーンでは、常連客の利用が目立ち、大きな顧客獲得には繋がらなかった。 ・広告方法やターゲットの絞り込みが必要である。
	

③ 新しいデザインの割引券の配布

取組内容	・市内外 30 箇所配布（12,600 枚配布）→約 20%利用 ・各自主事業、社協事業で配布（4,215 枚配布）→約 18%利用 ・市事業で配布（2,000 枚配布）→約 1%利用 ・地域情報誌で配布（24,000 枚配布）→約 2%利用
効果	・常連客の定着につながっている。
課題	・特定の利用者が大量に持ち帰っており、新規顧客の確保にはつながっていないことから、配布方法・場所を検討する必要がある。
	

④ JAF 会員への優待入浴（7月から）

取組内容	・新しい顧客確保のために7月からJAF会員情報誌での優待割引を開始した。（JAF会員証の提示で100円割引）
効果	・一部に新しい顧客獲得の効果があつた。
課題	・常連客の多くもJAF会員優待での入浴者と分かった。 ・優待利用が増えると入浴利用料単価が下がる傾向がある。

⑤ とどろきカフェやカラオケ大会のほか、多目的ホールを活用した入浴客誘致イベントの実施

取組内容	入浴客や土産の販売の促進のため、下記のイベントを開催した際に、割引券を配布して、次回の入浴促進につなげた。 ・毎月2回、まちづくり協議会と合同で「とどろきカフェ」を開催 2回/月（計 1,334 人） ・カラオケ大会 6月（190 人）、10月（220 人） ・劇団自由人会（さるかに合戦）による公開稽古（20 人） ・歴史講座（計 18 人）。マグロ解体ショー（102 人） ・和太鼓であったか in とどろき荘（200 人） 合計 2,084 人
効果	・イベント開催日は、みやげものの売上が 1.5～2 倍となり、入浴料収入の補填となった。（物販全体の年間売上額見込み 550 万円）
課題	・イベント開催日は売上が上昇するが、その効果は限定的である。 ・配布した割引券が常連客の手に渡り、新たな利用者確保への効果は少なかったが、常連客の流失は防いでいる。



⑥ 地元出身の書道家の作品コーナーの設置

取組内容	・書道家岸本太郎氏（岡本出身）の既存の作品展示コーナーに、その師匠である藤原清洞氏（栄枝出身）の関係者から3点の寄贈があり、作品の充実につながった。 【作品】昂（すばる）、寿康（じゅこう）、川怒移（つどい）
効果	・東条地域にゆかりのある方の作品展示や神戸新聞への掲載により遠方から作品を目当てに足を運ばれる方もおり、PRや集客につながったとともに、さらにとどろき荘へ愛着をもってもらうことへ繋がった。

課題	作品には盗難防止器具を取付けているが、作品が高額なため管理に配慮する必要がある。
   	

⑦ 新パンフレットの作成・配布

取組内容	3月の営業再開を期にデザインを刷新し、2万部作成した。(17,000部配布、遠方では多可町、神戸市で配布) - 館内数箇所に温泉水のスプレーを置き、手にとってもらうことで、利用者へ泉質をアピールした。
効果	- これまでのパンフレットでPRできなかったとどろき荘の特徴である、①美人の湯 ②熱の湯 ③体に浸透しやすい温泉の泉質アピールができた。 - 館内にスプレーを設置し、入浴者以外にも泉質がPRできた。
課題	- パンフレットと割引券をセットで置いていたが、割引券のみ持ち帰られる事象が目立った。 - 割引券の配布方法を検討する必要がある。
 	

⑧ 学生アルバイトの積極的な採用による、施設のイメージチェンジ

取組内容	フロント対応の職員の年齢層が約60歳であり高齢化していたため、積極的に大学生等の若い世代を採用した。(5人採用)
効果	高齢の利用者と若いアルバイトとの会話がはずみ、館内の雰囲気が和やかになった。
課題	学生アルバイトは学業優先のため固定シフトが難しく、フロント従業員全体の4割に満たなかった。

⑨ 癒しスペースの設置（写真展、熱帯魚コーナー等）

取組内容	・家庭で飼育されているペット自慢の写真展を常設した。 ・熱帯魚コーナーでは、熱帯魚、メダカ、観葉植物が一体化した水槽を設置した。（地域住民からの寄贈） ・グラスを使っのての盆景の設置。（地域住民からの寄贈）
効果	・利用者の目につく場所に設置しているため、利用者同士の会話のきっかけとなり、癒し効果を与えた。 ・地域住民からの寄贈が増え、住民ととどろき荘の距離が近くなっている。 ・中には販売を求められる物もある。
課題	・販売の検討
 	

⑩ 低温浴風呂の利用促進に向けたPR

取組内容	・「夏場は、熱せられた体をクールダウンし夏バテ予防」「冬場は寒さで固くなった体をほぐす」などを記載したチラシを掲示し、低温浴風呂（温泉）の利用促進に向けたPRを行った。
効果	・「他施設では低温浴槽が狭いが、とどろき荘は広くて快適」との意見が多数あり、浴室内で一番人気の浴槽である。 ・低温浴を主にした入浴方法をPRしたことで、ヒートショックによる入浴事故が減少した。
課題	・低温浴をPRし、入浴客を増やすための取組。

⑪ フェイスブックやInstagram等SNSでのPR

取組内容	・とどろき荘をPRするために7月からフェイスブックを立ち上げ、開催イベント等を定期的に広くPRした。
------	--

効果	・フェイスブック利用者に限られるが、広範囲に広報できイベントの告知がリアルタイムに行えた。 ・日々の出来事や温泉雑学等を 93 件投稿した。66 人の登録者があり、今後この広がりによる効果が期待される。
課題	・インスタグラムやツイッターも試みたが、フェイスブックほど反応がなく、PR 媒体の検討が必要である。 ・イベント開催時にフェイスブックで招待するが反応がなく、参加には繋がりにくい。 ・フェイスブック登録者を増やす工夫が必要である。

⑫ 従業員（社協全職員）が自ら入浴し、また、PRすることで100人/月の入浴者を目指します。

取組内容	・毎月、職員 80 人に自らの入浴・PR のための割引券を配付することで 100 人/月の増加を目指した。
効果	・回収率は約 20%と低い結果となったが、わずかながら入浴者の確保につながった。
課題	・強制ではないため、他部署の職員には浸透しにくい。

4. 収支状況

（収入）

第1四半期（4月～6月）は、入浴者数が各月の目標人数を大きく下回りました。5月には、回数券販売促進キャンペーンを行い、若干の収入増となりましたが、これまでのキャンペーンを実施した際のような効果は出ませんでした。

第2四半期（7月～9月）は、入浴者数は回復傾向にありました。9月末からの浴場天井工事の影響があったものの、回数券販売促進キャンペーンを実施したことから一定の赤字額で止まりました。

第3四半期（10月～12月）は、浴室天井工事の影響に伴う客離れのため、10月は入浴者数が伸びなかったが、年末には入浴者の増加や回数券販売促進キャンペーンにより増収となりました。

第4四半期（1月～3月）は、2月後半から3月後半にかけての源泉施設移設工事による入浴休止のため大きな減収となりましたが、3月に市からの入浴休止の補償金（9月の入浴休止を含む）2,007千円と土産物販売等の利益2,612千円等を収入としたことで黒字となりました。

（支出）

人件費では、6月・12月に賞与を支給したことと、8月・9月・3月に社会保険料の支出が上乗せとなったことから、通常月より支出が多くなりました。

事業費では、偶数月に上下水道料金の支払いのため奇数月より増加しています。光熱水費は、利用客の増加に比例しており、年末以降は増加しました。

事務費では、7月に男子脱衣場の空調設備の故障（市が施行）以外は、大きな修繕はありませんでした。しかし、小規模修繕では5月にサウナのガラスの取替（男女共びびが入った）、漏電感知器の交換及びボイラーの修繕等が大きな支出となりました。

1月では消費税の支払い、3月には年間保守料の支払費用が通常の支出に上乗せとなりました。

平成30年度は、1,525千円の赤字見込みとなりました

(収入)

(単位：千円)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月 (見込み)	計	予算	差引 (収入計－予算)
指定管理料	1,300	1,300	1,350	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	3,357	17,707	15,700	2,007
入浴料	2,103	2,620	1,701	1,707	2,066	2,336	1,579	1,846	3,216	2,128	1,699	400	23,401	33,425	▲ 10,024
その他	301	164	244	160	162	191	292	151	229	149	545	2,762	5,350	2,669	2,681
計	3,704	4,084	3,295	3,167	3,528	3,827	3,171	3,297	4,745	3,577	3,544	6,519	46,458	51,794	▲ 5,336

※ その他は、多目的ホール使用料、テナント料、自動販売機基本設置料等

(支出)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月 (見込み)	計	予算	差引 (収入計－予算)
人件費	1,117	1,259	2,826	1,228	1,495	1,979	1,130	1,150	2,873	1,429	1,339	2,162	19,987	22,469	▲ 2,482
事業費	1,520	1,178	1,914	938	1,885	1,139	1,724	965	1,966	489	2,300	740	16,758	16,884	▲ 126
事務費	924	1,419	626	792	618	1,716	540	373	664	1,670	603	1,293	11,238	12,441	▲ 1,203
計	3,561	3,856	5,366	2,958	3,998	4,834	3,394	2,488	5,503	3,588	4,242	4,195	47,983	51,794	▲ 3,811

収支差額	143	228	▲ 2,071	209	▲ 470	▲ 1,007	▲ 223	809	▲ 758	▲ 11	▲ 698	2,324	▲ 1,525	0	▲ 1,525
------	-----	-----	---------	-----	-------	---------	-------	-----	-------	------	-------	-------	---------	---	---------

5. 収支改善への取り組み状況

平成30年度第1回運営審議会で示した「収支改善への取り組み」について、下記のとおり取り組みました。（支出予算額に対し3,811千円の削減見込み）

- ① 人件費では、嘱託職員、アルバイト職員のシフトを見直し、アルバイトをスポット的な短時間勤務として配置し費用削減に取り組みます。

⇒ 通常営業時のシフトを見直し、人件費の削減に取り組みました。
全体では、2,482千円の削減となりました。

- ② 事業費では、電気代を抑えるための機器運転方法を研究し費用削減に取り組みます。

⇒ 電気代を抑えるため機器運転方法の研究に取り組みましたが、費用削減にはつながりませんでした。しかし、水道水に関しては浴室内で洗髪等に使用するカラン（蛇口）の節水（定量を出す設定）で約500千円を削減したが、塩素等の消耗品費の増加により、全体では126千円の削減となりました。

- ③ 事務費では、軽微な修繕は機械設備担当者職員で対応することで費用削減に取り組みます。

⇒ 修繕費については、取り組み目標どおり、軽微な箇所の修繕は、一定の削減につながりましたが、ポンプ・弁関係の恒常的な修繕が重なったため、費用が増加しました。
しかしながら、委託料ではシフト調整により、シルバー人材センターへの委託料（受付や清掃）が削減できたことから、全体で1,203千円の削減となりました。

6. お客様意見箱から

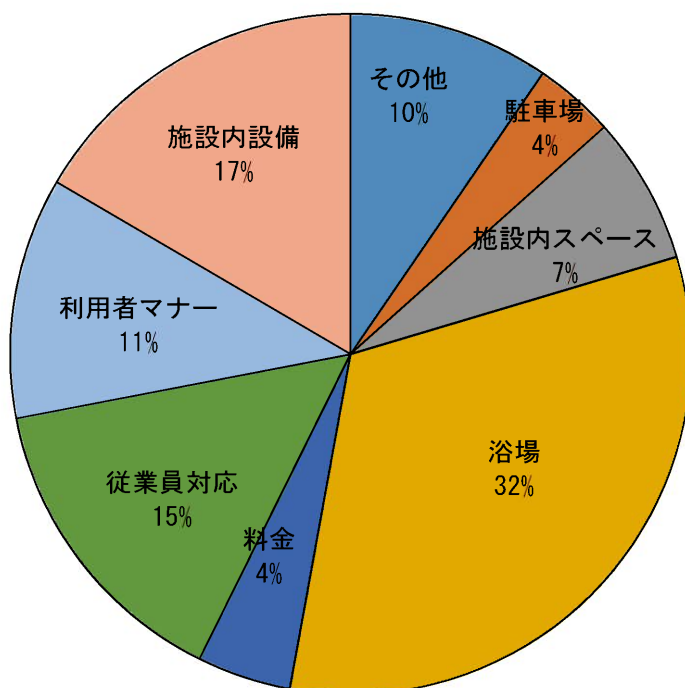
① 平成30年3月の営業再開後から館内にお客さま意見箱を設置して、2月末までに計157件の意見がありました。

当初の3ヶ月間は、「露天風呂がない」「ジャグジー風呂が無くなり閑散となった」等の浴場に関する内容が60%を越えて一番多くありましたが、それ以降は「施設内の設備」「利用者のマナー」「従業員の対応」等ソフト面の意見が増えてきました。

2月に入り隣接する公民館の取壊工事が始まり、利用者の駐車場が制限（館の正面駐車場を利用できないため、遠方の駐車場を利用しないといけない）されたことから、駐車スペースへの苦情や度重なる入浴休止への意見が多くなりました。

これらについては、適時対応しました。

② 2月末までの意見を次のとおり集約しました。



7. 運営状況の分析

(1) とどろき荘の営業再開後12ヶ月が過ぎ、入浴者は予想を下回り、目標達成率は約75%となりました。大きな要因は、2回の工事による入浴休止の影響によるものです。しかしながら、通常営業をしていれば直近の入浴者数からすると約84%となっていたと推測されます。

各種事業や周辺施設への100円割引券の配布・回収状況、定期的を開催しているカフェなどの参加者の増加、また、若い世代の利用者が目立つようになってきことから、平成30年度の実施の効果が年末ごろから現れ始めたと分析します。

支出については、あらゆる努力により、3,811千円の費用が削減できましたが、入浴料収入の減少を穴埋めするまでには至りませんでした。

常連客から「とどろき荘はほかの施設に比べ低温温泉風呂が広いし、ゆっくり入れる」という、うれしい声がよく聞こえるようになってきています。

このようなことから、少しずつではありますが、親しまれる施設になっているように感じられます。

しかしながら、常連客の多い当施設においては、一旦、入浴休止をすると入浴客は離れ、すぐに元の状況に戻らず、回復には一定の期間が必要となるのも事実です。

年末から利用客が増加してきた現状において、3月の長期の休止期間の影響が4月以降いつまで続くのかが、翌年度の経営に大きく影響するものと考えます。