

秋川溪谷瀬音の湯の管理運営の状況について

1 公の施設の概要について

施設の概要	名称	秋川溪谷瀬音の湯
	所在地	あきる野市乙津565番地
	所管課	環境経済部商工観光課観光推進係（内線）2533
指定管理者	名称	新四季創造株式会社
	所在地	東京都あきる野市乙津671番地
	業務内容	①温泉事業に関すること ②宿泊事業に関すること ③レストラン事業に関すること ④委託事業に関すること
ホームページ URL		http://www.seotonoyu.jp
指定期間		平成19年4月1日～平成24年3月31日

2 施設の利用状況等について

項目	平成19年度
利用者数（人）	416,021
前年度比（人）	
前年度比（%）	
利用料金収入（円）	391,406,344
前年度比（円）	
前年度比（%）	

3 施設の収支状況について (単位：円)

項目		平成19年度
収 入	指定管理料	0
	利用料金	391,406,344
	その他の収入	14,235,891
	計	405,642,235
支 出	人件費	146,468,502
	維持管理経費	120,214,234
	市への納付金等	0
	その他	101,868,368
	計	368,551,104
収支合計		37,091,131

4 利用者からの苦情・意見等とその対応状況について

意見等の概要	対応状況
平成19年4月15日のオープン後、多くの利用者から畳の部屋でゆっくりくつろげるスペースが必要であるという意見が数多く寄せられた。	利用者の利便性を図るため、研修室を改良し、28畳の和室の仮眠所を整備した。(市対応)
利用者から足湯の屋根の設置についての要望が寄せられた。	利用者の要望に応えるため、足湯の屋根を設置した。(市対応)
瀬音の湯の従業員の接客態度が悪いという意見が寄せられた。	直接社員が指導にあたり、各セクションにおいてミーティングを行い、改善した。
レストランのメニューが少なくかつ金額が高い。丼物やカレーライス、ラーメンなどの食べ物をおいてもらいたい。	新たなメニューとして、そば(田舎そば、野菜せいろ)を増やした。また、丼物やカレーライス、ラーメンなどについては、厨房の大きさから対応できない。
施設面では、要望の多くは脱衣所が狭いことと休憩所が少ないこと。	脱衣所については、ロッカーの配置を変えるなど工夫した。また、休憩所についても、縁側ギャラリーや森のテラスにベンチ等を配置するなど対応した。

5 利用者満足度の把握について

把握方法	アンケート調査
調査結果	アンケート調査により、上述のとおり、改善できる点については改善し、利用者の利便性を図っている。

6 利用者サービスの向上又は経費の削減等に向けた取組について(実績・予定、効果等)

取組の内容	効果等
瀬音の湯独自でギフト用として温泉招待券の販売を行った。	温泉招待券678枚販売し、3月末までに34枚の利用があった。
宿泊者には、滞在中何度も温泉を利用できるというサービスを行っている。	宿泊者の約8割の方が複数回温泉を利用している。
縁側ギャラリーに、地元の人が描いた絵画等を掲出し、また、地元の小学生による書道作品の展示や市内の保育園児が作ったクリスマスツリーの展示を行い、多くの人の目を喜ばせてくれた。	
化石燃料費の高騰から、極力木質燃料で対応し、木質燃料が不足する状況のときには、社員自らが木材を調達し、経費の節減を図っている。	バイオマス燃料は全体の7割を占め、燃料費を抑えている。社員が運搬している木材により、1週間のうち1日分はその燃料で賄っている。

7 総合評価

指定管理者の評価

(次年度以降における業務改善につなげていくための総括又は自己評価)

平成19年度は、予想を上回る多くのお客様にご来館いただき、売上げも予想以上であった。しかし、多くの利用者から厳しい意見もいただき、その中で対応できる事項は、最大限対応したが、すぐには取り組めない事項も多くあり、特に、ハード面に対しては、今後の経営状況を考慮し、最大限取り組んでいかなければならないと考える。

会社の置かれている立場を十分認識し、地域活性の拠点となるよう、顧客第一主義を一番に考え、サービスの充実化、経営的施設運営を行っていきたい。

設置者（所管課）の評価

(次年度以降における業務改善につなげていくための指定管理者の管理に係る括的な評価)

オープン1年目ということで、オープン人気も伴い来館者数の目標19万人を大きく上回る約24万6千人の方に温泉を利用していただいた。オープンの準備期間がなかったことから、オープン当初は、市に対してもあらゆる面で苦情が殺到し、その対応に追われたが、日が経つにつれ従業員も慣れ、業務の運営については苦情が徐々に減ってきた。

アンケート調査の結果を見てみると、脱衣場の大きさや休憩室がないなど、ハード面においては物理的に無理な内容のものが多く、ソフト面においては接客態度やレストランのメニューなど、改善できる点については改善されており、業務の運営に際して前向きに取り組まれた。

また、泉質がよいことやロケーションがよいことなどからお褒めの意見も多く、アンケート調査結果から、すでにリピーターも多いことが伺える。

平成19年度は、上述のとおり、オープン人気もあり多くの人に利用していただき試行錯誤して運営してきたが、平成20年度においては、19年度ほどの利用者は見込めないと考えており、いかに経費を抑制し利益を生み出すような業務改善が必要である。