

VALUE 守るべき価値観

# ひと肌のおもてなしを

私たちはひと肌に近いぬくもりで、お客様はもちろん関わる人すべてに満足と感動を感じられる生きた「おもてなし」を提供します。

バリュー体现のための行動指針



安全環境の徹底

レジオネラ菌の発生や、食中毒などを未然に防ぎ、お客様への安全環境づくりを徹底します。

清掃・設備管理の徹底

温浴施設の敷地内のすべての箇所に対し、お客様が気持ちよく、継続的に利用していただくための清掃管理、設備管理を徹底します。

接客の徹底

お客様が楽しく、快適に過ごしていただくためにも、明るく元気に接客、挨拶することを徹底します。

感動



発信強化

多くのお客様に「きたい」と思ってもらうためにも SNS を中心として、会社の情報、魅力を発信を強化していく必要があります。

情報収集

常に新しい価値をお客様に提供するために、温浴業界の他社の情報、他業界でも、自社で活かせる情報は積極的に取りに行く意識が必要です。

一言運動

いつもの言葉に一言付け加え、お客様との繋がりを強くし、寄り添った接客を実現しましょう。

「いらっしゃいませ。」

→ 「いらっしゃいませ。季節限定のお風呂があるのでぜひお試しください。」

「ありがとうございました。」

→ 「ありがとうございました。湯加減いかがでしたか?」

仲間とつくる3つの文化

- 一、共に意見を出し合おう。
- 二、良いことも悪いことも共有しよう。
- 三、そして、互いに成長しよう。

仕事上での良いことだけでなく、悪いことも含めて想いや感情を共有し、共に前を向き成長していける。

そんな、会社という大きな家の中の家族のような関係。プライベートも含むすべてを共有しなければいけないというものではありません。

MISSION 存在意義

# 「きたい」をつくる

「きたい」の連鎖で、「またきたい」をつくる。

越のゆグループの「きたい」とは?

「お客様に満足を提供するのは当たり前。満足を超えたプラスαの感動を提供する。」

→ この連鎖が「またきたい」をつくりだす。



越のゆグループの「きたい」をつくり出す思考

※それぞれ5個以上を満たすことが条件

たもつ

施設をたもつ

×

みたす

心身をみたす

||

きたい

- ① 世界観
- ② 美化
- ③ 快適さ
- ④ 売上
- ⑤ コスト
- ⑥ 設備
- ⑦ 安心
- ⑧ 人命
- ⑨ 公平性
- ⑩ ルール

- ① 非日常
- ② 笑顔
- ③ 挨拶
- ④ 会話
- ⑤ 寄り添う
- ⑥ リラックス
- ⑦ 爽快感
- ⑧ 健康
- ⑨ 楽しさ
- ⑩ おいしさ



越のゆグループの「お風呂」とは?

越のゆグループにおける「お風呂」の定義は、ただの浴槽という訳ではありません。

浴槽 + 施設 + スタッフ この3つの要素が掛け合わさることで、初めて「お風呂」になると考えています。

VISION 目指すべき将来像

# 日本一番ぶろ

お風呂の総合プロモーションカンパニーとして、日本で一番「またきたい」を生み出す温浴施設を目指す。

「一番ぶろ」実現に向けたメイン戦略

またきたいの強化戦略

新規顧客のまたきたい + 常連客のまたきたい

ビジョン実現のためには、新規の来店客数の強化だけではなく、常連のお客様の来店客数を強化し、来店頻度を増やしていく戦略が必要不可欠。

新規顧客の獲得戦略

お風呂×〇〇

これまでのお風呂屋の概念に縛られるのではなく、「お風呂×〇〇」という新しい概念づくりに挑戦し、新規の顧客の獲得につなげていきます。

MEDIUM-TERM VISION 五カ年中期ビジョン

# 地域一番ぶろ

地域で一番「またきたい」を生み出す温浴施設。

【なぜお風呂屋なのか?】

近年、日本のお風呂業界は右肩下りの傾向にある。その中で、越のゆは平成7年に設立され、日本のスーパー銭湯のパイオニアとして礎をつくり続けてきた。そんな越のゆだからこそサービス業の原点であり、すべての世代に「癒し」を提供することが出来る貴重なお風呂事業を守りたい。それこそが、日本のお風呂文化そのものを守ることだと信じているから。

【越のゆグループにとっての「お客様」】

お店を想い、ファンになってくれるすべての人たち。ルールやマナーを破り、他のお客様やスタッフに迷惑をかけ続ける人から本当のお客様を守らなければならない。

# MEDIUM-TERM VISION 五カ年中期ビジョン 地域一番ぶろ

## 一 地域一番ぶろのスタッフ

- グーグルマイビジネス、SNS、問い合わせ、電話、アンケートで指名されて、お褒めの言葉を各店舗年に2件以上いただく
- 入社1年以内の離職率を10%以下にする
- 他の施設から年に1回以上アウフギーサーとして全社員で3名以上呼ばれる
- 月1回以上の社員主催の勉強会の実施

## 二 地域一番ぶろの施設

- じゃらん・楽天トラベル(宿泊系施設)、グーグルマイビジネスでの口コミを4.5以上にする
- サウナイキタイでランクイン **福井県上位3店舗** **滋賀県1位** **富山県1位**
- 全店舗がお客様、従業員、取引業者からのアンケート、覆面調査での9割以上の評価を受ける
- ポイントカードの回収率が昨対比3%以上UP

## 三 地域一番ぶろの発信力

- コラボの依頼(全社で年間5件以上)  
**インスタグラマー(5,000人以上)** **YouTuber(1万人以上)** **TikToker(10万人以上)**
- 各店舗、年に1回以上メディア、雑誌で特集される
- 各店舗のスタッフがメディア(TV、雑誌)に1回以上出演する
- 各店舗のSNSの総フォロワー(Twitter、Instagram、TikTok、YouTube)数が1万人以上
- 各店舗3人以上がSNSの個人アカウントを運用  
**Twitter** **Instagram** **TikTok** 累計1万人以上のフォロワー

## 四 地域一番ぶろの働き甲斐

- ホワイト企業アワード受賞
- 社員満足度調査で、全店舗平均4.5以上の獲得(5点が満点)
- 正社員女性比率を全体の6割以上を目指す(フルタイム含めて)
- 社内の託児所の設置 ※提携施設も含む
- 選考倍率が10倍以上 ※パート、アルバイトも含めて
- 他府県からの応募者が5割以上
- 社員制度の拡充(表彰制度、教育制度) **例** MVP制度の策定 ※たもつ賞、みたす賞、きたい賞
- 役職評価制度を設ける
- 提案制度を設け、社員からの提案が年に5回以上ある
- 店舗内起業(店舗内でやる新事業)1名以上排出
- 新卒社員限定(3日間)初年度に特別有給休暇(にゅーよーくバケーション)  
※配属エリアにまつわる場所でレポートを提出で付与される

## 五 地域一番ぶろの社長

- テレビ出演(次の4つ中で1つ以上出演する) **カンブリア宮殿** **プロフェッショナル** **ガイアの夜明け** **情熱大陸**
- SNSの総フォロワー数1万人以上  年間3回以上、講演会、学校の講師を行う
- 地元のラジオやテレビ番組に年1回以上出演する

地域で一番「またきたい」を生み出す温浴施設。