

一般財団法人主婦会館

2020年度 事業計画書(自2020年4月1日 至2021年3月31日)

1.	事業計画(案)策定の前提と概要	1
2.	公益活動	1
2.1.	調査研究事業	
2.2.	相談事業	2.3.2. 上映会
2.2.1.	消費者相談	2.3.3. 講演会・シンポジウム
2.2.2.	ティーンズカフェ	2.3.4. 「健康／権利」エドゥケーター養成講座
2.2.3.	ほっとサロン・シングルマザー グループ相談会	2.3.5. こころのケア講座 in プラザエフ
2.2.4.	住まいの相談	2.3.6. ファシリテーター養成研修
2.2.5.	税務相談	2.3.7. ひとり親サポーター養成講座
2.2.6.	モラハラ相談	2.3.8. シニアシングلزセミナー
2.2.7.	法律相談	2.3.9. 消費者問題に関する展示
2.3.	各種研究会、講習会、展示会等 の開催事業	2.3.10. 奥むめお・主婦連合会に関する 展示および資料保存・管理
2.3.1.	消費者セミナー2020	2.3.11. 北ドイツ反原発アーカイブ
		2.3.12. 産直市
3.	収益事業(貸会議室、宴会、レストラン、カウンセリング)	3
3.1.	貸会議室、宴会の売上・利益目標	
3.2.	新型コロナウイルス感染予防対策を 意識したお客様対応サービス	3.5.2. 商品価値の向上と料理単価 および利益のアップ
3.3.	施設や設備・備品類への対応	3.5.3. 多様なニーズへの対応
3.3.1.	音響設備・映像	3.5.4. アイシングクッキーなどの販売
3.3.2.	空調機器の活用	3.5.5. 職員における技術面の向上
3.4.	新予約管理システムのデータ活用	3.6. レストランエフの運営
3.5.	新型コロナウイルス感染予防対策を 意識した料理作りおよび提供	3.7. 四ツ谷主婦会館カウンセリング室 の運営
3.5.1.	ブッフエスタイルの見直し、商品の 安全性確保	3.8. 付帯事業推進チームの展開
		3.9. 広報の充実と展開

1. 事業計画策定の前提と概要

2020年に確認された新型コロナウイルス(以下「コロナ」という。)による感染拡大が世界経済全体に大きな影響をもたらした。当館においても会議や宴会利用のキャンセルが相次ぎ、2020年度の開始早々から事業活動が制限された。そこでまず従業員の安全を確保した上でお客様が安心してご利用頂けるような対策をスピーディーに講じて可能な限り売上・利益を伸ばすことを目標とした。コロナの収束時期は見えないため、キャンセルによる売上や利益の減少を如何に抑えるかが最重要課題であり、今まで以上に経費削減および業務の効率化を図り、できる限り給付金等による資金調達を行い、必要に応じて借入れを行っていく。

まず、これまでの取引銀行に加え、日本政策金融公庫からの融資を進め、資金調達を行い、次に国(経産省、厚労省)および東京都への給付金の申請を進めている。具体的には持続化給付金(200万円)、雇用調整助成金(1,000万円の見込み)、テレワーク助成金(200万円)、業態転換支援事業(テイクアウト業務への助成金)を申請する予定である。また、経費削減を目的とした第2次ムダ追放プロジェクトによるコストの見直しを進めている。

施設・設備面では2020年5月に残っていた5、6階部分の空調設備の刷新も終えたことを踏まえ、お客様への快適な空間作りをさらに目指す。2019年度に取得した救命講習受講優良証を更にアピールして、お客様が万が一の場合でも安心して利用いただける施設とする。さらにコロナ感染拡大防止に対して国・自治体が要請する「新しい生活様式」を意識した施設・設備としてお客様に利用いただける機会拡大を図る。安全確保の視点から、当館で提供する料理・食材の管理に関し、HACCP制度を確実に運用していく。また、2019年度に導入を開始した予約システムを当館用にカスタマイズし、さらにお客様への迅速な対応を可能とする体制を整える。

従業員に向けては引き続き、会館の価値の向上につながる資格の取得や講座への参加を奨励していく。また、職員のみ対象だった評価制度をサービススタッフやパートタイマーに広げ、会館全体としての人事制度を確立する。今後の働き方の革新を見据え、また、終息が見えないコロナの感染予防対策として従業員の安全を担保するため本格的なテレワークの導入を模索していく。給与等では職員に対し夏季賞与を減額して支給し、8月の定期昇給については実施を見送り、冬季賞与の際に評価制度を加味して支給する予定である。

2. 公益活動

2.1 調査研究事業

消費者問題に関する調査研究(継続事業、テーマは新規 2020年4月～12月)

テーマに応じた手法を選択して調査研究を行う。結果は主婦連合会を通じて社会への発信や政策提言につなげる。テーマ案はリコール情報伝達、携帯電話等の契約に関する消費者問題を予定する。

2.2 相談事業

2.2.1. 消費者相談(継続事業 週2回火・木実施)

電話または来所により幅広く消費者相談員が受け、消費者共通の利益のために役立てることを目指す。住宅のリフォーム・修繕・住宅機器の相談については、一級建築士も相談対応を行う。

2.2.2. ティーンズカフェ(継続事業 思春期の女子のこころとからだの相談室)

思春期の多感な女子が自分のこころとからだについて思い悩み、困っているときにためらわずに相談に来られる場所、“保険証のいらぬ無料のプレクリニック”として開設する。

2.2.3. ほっとサロン・シングルマザーグループ相談会(継続事業)

シングルマザーが気軽に参加できるグループ形式の相談会で暮らしや雇用、子供の教育や将来への不安など、互いに思いを共有し、ファシリテーターと共にグループで問題を考え、子どもとともに安心して生活で

きるように支援を目的として開設する。NPO 法人しんぐるまざあず・ふぉーらむの協力を得て開催する。保育を提供する。

2.2.3.1. シングルマザー定例グループ相談会:予約制(2か月に1回開催 第3土曜日)

2.2.3.2. 教育資金準備ためのセミナー

ひとり親家庭の大きな悩みのひとつ、子どもの教育資金に焦点を当てたセミナーで教育資金準備のノウハウや奨学金等の各種支援制度、その返済等について学ぶ機会を提供する。(コロナにより延期)

2.2.4. 住まいの相談(継続事業)

マンション維持管理講座・公開相談会(2020年12月 開催予定)

維持管理や高層化・高経年化・修繕・改修・建替え等の課題を抱える管理組合・区分所有者に対し、正確な情報と提案を含む講座を開催する。公開相談会も行う。(株)象地域設計の協力を得て開催する。

2.2.5. 税務相談(継続事業)

2.2.5.1. 無料税務相談(毎月第一金曜日)、東京税理士会麹町支部の協力を得る。

2.2.5.2. 確定申告無料相談会(2021年2月開催)

2.2.6. モラハラ相談(新規事業、年度内3回予定)

家庭内でのDV被害者に対しDVに詳しく実務経験のある専門家がピンポイントで避難方法等をアドバイスする。オフィススインド(モラルハラスメント被害者同盟)の協力で座談会形式の相談会を開催する。

2.2.7. 法律相談(継続事業)

女性弁護士による有料法律相談を日本女性法律家協会の協力で、週2回の予約制で実施する。

2.3. 各種研究会、講習会、展示等の開催事業

2.3.1 消費者セミナー2020(継続事業、内容は新規)

広く一般消費者を対象に、時宜に適ったテーマを選び5回のセミナー(勉強会)を開催する。テーマ案は国際標準化への消費者参加、通信と消費者問題、食品リサイクル等を予定している。

2.3.2. 上映会(継続事業、内容は新規)

時宜に適ったテーマで上映会を年3回程度、開催する。

2.3.3. 講演会・シンポジウム(継続事業、内容は新規)

時宜に適ったテーマで一般の方を対象に年度内に1~2回、講演会・シンポジウムを開催する。

2.3.4. 「健康／権利」エデュケーター養成講座(継続事業、全17回の開催)

小、中、高等学校の生徒たちと年齢も近い若い看護学校の学生(男・女、6人~12人程度)を対象に、「命の大切さ」、「人権としての性」の視点に立った性教育の講師となれるように養成する講座を開催する。

2.3.5. こころのケア講座 in プラザエフ(継続事業 毎月第3土曜日)

暴力等の被害を受け心身を傷つけられた状態の女性たちに、新しい自分の姿を見つめ直し、立ち直ることへの手助けをすることを目的にNPO法人レジリエンスの協力を得て開催する。被害者、支援者、家族の問題を抱えている人、教育関係者等(女性に限定)を対象に1回約20人で開催する。

2.3.6. ファシリテーター養成研修(継続事業)

DVに関するファシリテーターを養成する講座をNPO法人レジリエンスの協力を得て開催する。

2.3.6.1. 「フォローアップ講座」12月に開催予定

過去にレジリエンスのファシリテーター養成研修「こころのケア講座編」修了されている方、約30人を対象にしたフォローアップ研修。

2.3.6.2. 「デートDV編」12月に開催予定

「デートDV」のファシリテーターとなることを希望する方、約40人を対象にデートDVの問題を論理的に学ぶことにより、気づきと改善につながる講座を自ら行うことができるファシリテーターを養成する研修

2.3.6.3. ファシリテーター養成講座 1月から3月で計6回開催予定

「こころのケア講座」のファシリテーターとなることを希望する方、約40名を対象とした講座

2.3.7. ひとり親サポーター養成講座(継続事業 年に1~2回開催)

経済的・社会的に脆弱な立場にあるひとり親(シングルマザー・シングルファーザー)に対して、生活・仕事・子育て・教育・メンタルケア等の総合的支援を行うことができる人材を養成する。NPO 法人しんぐるまざあず・ふぉーらむの協力を得て開催する。ひとり親の支援に関わる方、母子・父子自立支援相談員、公的機関・支援団体等で相談を受けている方、この問題に関心のある方を対象に約40人 定員制

2.3.8. シニアシングلزセミナー(継続事業)

高齢単身女性の生活困窮・貧困を労働・社会保障制度から考えるセミナー。単身高齢者が、いかに生き延びるかの知恵を共有するセミナーとし、わくわくシニアシングلزの協力を得て開催する。

2.3.9. 消費者問題に関する展示(継続事業 4~5回予定で1回2~3か月展示)

消費者啓発を目的として、1F ロビーで広く消費者問題に関連する展示を行う。テーマ案はファッションで子どもを交通事故から守る!『高視認性安全服』、環境問題に関する展示、案内用図記号(ピクトグラム)の展示、「税に関する作文」優秀作品展示等を予定する。

2.3.10. 奥むめお・主婦連合会に関する展示および資料保存・管理(継続事業)

3階の展示スペース及び展示室において、主婦会館と主婦連合会の創設者である奥むめお、および主婦連合会の歴史についての常設展示を行う。年に1~2回、展示内容の一部更新を行う。資料類の保存、整理、管理を充実する。

2.3.11. 北ドイツ反原発アーカイブ(継続事業)

ドイツのゴアレーベン・アーカイブから寄贈された北ドイツの反原発ポスター類を、「北ドイツ反原発アーカイブ@プラザエフ」として主婦会館内で展示するほか、各地の大学、美術館、団体等への貸出、ホームページでのコンテンツ化等の事業を展開する。

2.3.12. 産直市(継続事業 年4回 各2日間予定)

全国各地からの産地直送の農作物、加工食品等を農民連ふるさとネットワークなどの協力で販売する。

3. 収益事業(貸会議室、宴会、レストラン、カウンセリング)

3.1. 貸会議室、宴会の売上・利益目標

コロナの感染拡大で先行きが見えない状況下にあつては、売上・利益とも大幅な減収減益が予想される。コロナ禍の働き方として広がったテレワークや自宅待機は、今後の会議室利用需要に大きな変化をもたらすと考えられるためWEB会議やLIVE配信のような通信システムを活用した新たな会議プランを提案していく。一方、人との接触を避ける風潮にはあるが、やはり実際に会って行う集まりを希望されるお客様に対して、これまでに培ってきたノウハウをもとに対応プランを提案する。国・自治体が求める「新たな生活様式」に対応したお客様接遇を打ち立てる。売上・利益等の予算に関しては当初の予算額からコロナ感染の影響を鑑み、大幅に修正した。

・今後の2波、3波を考慮して、これまでの売上比率を会議需要主体に見直した目標(1)

年間計:9,630万円=会議:6,880万円+宴会:2,750万円

(前年比 20.8%) (前年比 32.6%) (前年比 10.9%)

- ・上記目標(1)と達成に必要な支出および固定費等年間支出額(人件費、光熱水料、税金等、銀行返済)に考慮し、会館運営に必要な支出を賄うための追加目標額(2) 6,200万円
- ・(1)と(2)の合計を年間目標額とした。四半期および月次での目標を立て、確実な達成を目指す。
年間計:15,830万円=会議:11,185万円+宴会:4,645万円
(前年比 34.2%) (前年比 56.2%) (前年比 18.4%)

3.2. 新型コロナウイルス感染予防対策を意識したお客様対応サービス

新型コロナウイルス感染拡大防止のため、国・自治体が求める「新たな生活様式」に対応したサービス方針に基づくお客様接遇の案内リーフレットを作成してお客様に積極的に案内する。

①広めの会場の提案、②換気可能な会場の用意、③1F玄関に空気清浄機の設置・各フロアに除菌剤の配置、④定期的な消毒・除菌の実施、⑤飛沫感染防止シートの設置、貸出、⑥エレベーター内の密防止対策、⑦従業員の検温、手洗い、うがいの励行、マスク着用。

3.3. 施設や設備・備品類への対応

設備・備品類の新規購入および設備投資を極力控え、コロナ感染予防に対する備品購入等に充てることでお客様のご要望に応えられるようにしていく。

3.3.1. 音響設備・映像機器対策

これまでに刷新した音響設備・映像機器の使用 방법에習熟できるようゲストサービス部(GS)スタッフのレベルアップを図る。

3.3.2. 空調機器の活用

窓開け換気を行う場合でも快適な空間を維持できるよう、空調機をこまめに操作する運用を行う。なお、クラルテ(B2F)は、窓のない会場であり換気は空調で行うのだがお客様によっては空調のみの換気に不安を感じている場合があるため、管理室、GSと連携して排風機による換気を同時に行う。

3.4. 新予約管理システムのデータ活用

2019年度に本格導入した新予約管理システムにより、これまでの顧客データを活用して、現在の受注状況・仮予約を含めた受注額を正確に予測できるようになっている、これにより、①営業部員の予約件数およびその規模を鑑みて均等に割り振り、業務の平均化を図る、②利用規約の事前取り交わしを徹底する、③顧客管理データを活用し、DMとメールの発信を強化する、④利用者の声や満足度を今後の予約に反映させる。

3.5. 新型コロナウイルス感染予防対策を意識した料理作りおよび提供

3.5.1. ブッフェスタイルの見直し、商品の安全性確保

これまで宴席は立食やブッフェスタイルが主流であった。コロナ感染予防のため、小分け提供形式および調理スタッフによる取り分け形式を加えて提案する。2020年から義務化されるHACCP(食品衛生管理システム)方式を安全対策の基本として、食材の仕入れから料理提供までの工程管理を行い各種ウイルス感染および食中毒等の事故を防止する。

3.5.2. 商品価値の向上と料理単価および利益のアップ

宴会料理の卓上レイアウト、食器、部屋の景観を見直し、ゲストルームとして的高级感を出し、付加価値を高める。お客様のご利用状況や要望に応じて臨機応変に対応する。

3.5.3. 多様なニーズへの対応

①オプションメニューを見直し、お客様がオーダーしやすい注文単位へ変更する、②お客様へのアピールとして料理実演などを提案する、③食物アレルギーに可能な限り対応する、④季節のリーフレットに新

型コロナウイルス対策として、buffetに加え会席、会食、コース料理等も掲載する、⑤会議利用の仕出し弁当をお客様へアピールしお客様の選択肢を広げて販売展開していく。

3.5.4. アイシングクッキーなどの販売

会館オリジナルの手作りクッキーを継続して販売し、新規商材としてドレッシングなどを開発販売する。

3.5.5. 職員における技術面の向上

各担当スタッフのスキルアップのため、知識や技術を学ぶ講座等に積極的に参加する。また、料理やメニューに関するコンテスト等に参加し、スタッフ個々の実力を向上させ、料理メニューへの反映を図る。

3.6. レストランエフの運営

長年レストランで提供してきたバイキングスタイルの料理形式を利益、食材の廃棄などの観点から見直し、2019年9月から肉/魚の一品料理を提供するスタイルへ変更した。変更後は料理メニューに対しての高評価、新規顧客の獲得、食材ロスの減少、人件費見直しにより、若干ではあるが利益が見込めるようになってきたがコロナのため、今年度開始早々から休業せざるを得なかった。6月からコロナ感染状況を見つつ、感染予防のガイドラインに沿って店内レイアウト、料理の提供方法を変更してお客様を受け入れる体制を整えた。また、コロナ感染を懸念し、店内での食事に抵抗のある方や周辺オフィス勤務者をターゲットにした弁当のテイクアウトを開始、さらに、千代田区観光協会等の外部機関との協力体制を維持し、特定野菜を使った料理の提供や神田カレグランプリ等のコンクールへの参加など、各種イベントの企画や実施により話題性を高め、集客アップを図る。なお、レストランでの宴会売上を営業部管轄として、営業部の方針に沿ったお客様サービスを目指す。

3.7. 四ツ谷主婦会館カウンセリング室の運営

2020年4月1日から主婦会館クリニックから独立した四ツ谷主婦会館カウンセリング室を開設した。新たなカウンセラーを採用し、事業を広げる予定であったがコロナの影響を受け、採用への取り組みを中断している。現状(火)、(木)、(金)に開催している。これら以外の曜日で稼働を広げられるように新しいカウンセラーの獲得を目指す。主婦会館が与える安心感を武器にカウンセリング室を拡大させる。また、カウンセリングの形態について、新にWebによる相談ができるようにする。また、企業の福利厚生を請け負っている業者へアプローチし、福利厚生の一環としてのカウンセリング利用を実現したい。

3.8. 付帯事業推進チームの展開

貸しスペース、レストラン以外の収入源(売り上げ比率 4%)の増収を図るため、昨年度末に付帯事業推進チームを発足させた。これまで各部門で取り組んでいた、また取り組みたい案件を取りまとめ収益増の具体化にむけて下記に取り組む。①3月から発売している除菌剤の販売を継続する、②駐車場の料金の見直す、③オリジナルドレッシングを販売する、④レストランメニューと連動した弁当のテイクアウト事業を開始し、外部のデリバリーサービスの導入も視野に入れる、⑤運動教室の展開、なお、アイシングクッキーの認知度向上の為のイベントを企画の準備を進めていたが、コロナ感染拡大の影響を受け、当面中止とする。

予算①物品販売(アイシングクッキー、ドレッシング、テイクアウト、入浴料、フロント販売)268万円、②施設販売(駐車場、自動販売機、教室利用)211万円、③施設貸し(携帯基地局)193万円 合計673万円。

3.9. 広報の充実と展開

主婦会館およびその創設基盤である主婦連合会(主婦連)の各種活動およびそれを支える収益事業に対する消費者や会館利用者への認知度アップを図ることにより、会館の存在に社会的な意味を持たせることになる、との基本的な考え方で広報活動に取り組む。

- ①主婦連事務局と連携して進めている相談事業や各種の会館内展示、セミナー、講演会などに対して会館および主婦連ホームページ(以下「HP」という)での告知、ポスター掲示での案内を継続していく。四ッ谷に来れば安心して相談できる、求めるものに出会えるという消費者の期待に応える活動を支援することを基本とする。
- ②会館独自の収益事業については、会館 HP での告知だけでなく、インターネットを活用した活動を増強する。特に、今回のコロナ感染の影響を踏まえ、会議や宴会の利用者にとって安全で安心して申し込み利用できる態勢を伝える。社会の変化を柔軟捉え、その時に適したパンフレットをより早く制作し、顧客へのDM 発送を行うことでキャンセルされたお客様を呼び戻す活動を加速させる。
- ③HP や紙媒体の充実と共に、電磁媒体を活用することにより当館の諸活動を周知させる。会館を想起させる検索でアクセスにつながる「ランディングページ」の導入により、新規の見込みを獲得するとともに来訪者の離脱率を低減させる。また「レスポンス広告」の活用により、これまで以上に幅広い箇所に掲載されるようになり、集客率や注目度を上げ、問い合わせ層の拡大を狙う。併せて LINE 利用者が登録する「LINE @」を積極的に活用し、個人利用者、団体利用者へ情報発信を行う。
- ④主婦会館の知名度や売上アップの施策の一つとして、千代田区観光協会との連携による桜まつりイベントや神田カレグラランプリなど、マスメディアが注目するような大きな地域活性化イベントに参加し、主催者側による公式ガイドブック、公式ホームページへの掲載を通じて、お客様に会館に足を運んでもらう仕掛け作りを図る。
- ⑤会館正面入り口を中心としたスペースを会館の顔(ファサード)として捉え、認知度・好感度アップを図るために見直しを検討する。規模・費用の面から数年計画として取り組む。

以上