

一般財団法人主婦会館

2021年度 事業計画書

(2021年4月1日～2022年3月31日)

1. 事業計画の概要	1
2. 公益活動	1
2.1. 調査研究事業	
2.2. 相談事業	
2.3. 各種研究会、講習会、展示等の開催事業	
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、宴会の売上目標	
3.2. 「コロナ」禍に対応した会議室貸し出し策	
3.3. DM、メールマガジンの定期発信	
3.4. 「コロナ」禍モデル事業化	
3.5. 施設や設備・備品類の整備および有効利用	
3.6. 「コロナ」感染予防を踏まえた料理の提供	
3.7. レストラン	
3.8. カウンセリング	
3.9. 各チームの活動	
3.10. 広報・宣伝活動	

1. 事業計画の概要

- ・2020年度初めに確認された新型コロナウイルス（以下「コロナ」という。）感染拡大の勢いは、2021年に入ってから衰えることなく第4波を迎えている。会館の主要ビジネスである会議室・宴会の需要が「コロナ」禍以前の状態に戻ることは難しく、昨年度に引き続き厳しい業績を見込んで計画を立てざるを得ない。このような状況下で、先ず従業員の安全確保を優先するため、時短勤務、時差通勤、自宅待機、テレワークを交え、出勤の抑制をはかり、最善の注意を払って会館を運営していく。そうすることで初めて会館運営の安全性をアピールしてお客様にご利用を働きかけていくことが可能となると考えている。また、今までのように「集まること」をメインとした会館の会議、宴会の運営が見直されている現状において、会館を維持、存続させていくためには業態の変更を視野に入れた検討が必要となる。Webを使った会議やセミナー等の浸透により、大きな会場を借りて沢山の人数を集めて行う会議を開催する必要性が無くなってきている。生き残りをかけ、新たな業態にも着手する。
- ・既存の会場スペースに縛られない大胆なレイアウト変更や構造の変更を可能にするため、補助金などを活用し、新たに配信用ブース、サテライトオフィス等といったスペースの運用を考えていく。
- ・会館ブランドの様々な新製品を生み出し、販売していく。
- ・人事、総務面では昨年は一部の従業員に適応できなかった人事考課制度を全従業員に広げ、査定を行っていく。その上で優秀な人材であれば男女の区別なく、管理職へ積極的に登用していきたい。また、4月改正の高齢者雇用安定法を鑑み、現在60歳で定年と定めている定年制の見直しを検討する。
- ・これまで主婦連合会と連携して運営してきた公益活動の一部を主婦会館主宰の公益活動と位置づけ企画運営する。
- ・施設においては、資金面での不足から棚上げしている長期修繕計画を区分所有者である日本生活協同組合連合会と連絡を取り合い可能な限り実行していく。また、インターネット環境を重視した案件が多くなっていることを踏まえ、ネットインフラを構築する。

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 2021年4月～12月）

テーマに応じて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、情報通信の契約に関する消費者問題等を予定する。

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る相談を消費者相談員、主婦連事務局が受け付け、消費者の共通の利益のために役立てることを目指す。住宅関連の相談については、一級建築士も相談対応する。

2.2.2. ティーンズカフェ（継続事業 ころとからだの相談室、堀口雅子元医師実施）

思春期の多感な女子がためらわずに相談できる場所、“保険証のいらない無料のプレクリニック”として開設しているが、利用を高めるように工夫する。

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NPO法人しんぐるまざあず・ふぉーらむの協力を得て行う。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. 教育資金準備のためのセミナー（年1回実施）

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。

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（2021年12月 開催予定）

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) 東京税理士会麹町支部の協力で行う。

2.2.5.1. 無料税務相談（原則：毎月第一金曜日）

2.2.5.2. 確定申告無料相談会（2022年2月開催）

2.2.6. モラハラ相談(継続事業 年度内3回予定)

家庭内でのDV被害を対象とした相談およびオフィスウインド(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) 日本女性法律家協会の協力で行う。

2.2.7.1. 有料法律相談（週2回の予約制で実施する。）

2.2.7.2. 無料法律相談（年度内1回実施予定）

全国女性税理士連盟の協力も得て実施する。法律的な観点だけでなく税金に関する問題・相続等にも対応する。

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2021（継続事業）

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。

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一般の方を対象に年度内3回程度、開催する。

2.3.3. 講演会・シンポジウム（継続事業、年3回程度）

2.3.4. 「健康／権利」エデュケーター養成講座（継続事業 全16回の開催予定）

看護学校の学生を対象に、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。保育を提供する。

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. 「解離に苦しむ当事者を支援するための養成講座」 12月に開催予定

性暴力などにより解離に悩む当事者を理解し、適切な対応ができる支援者を養成する研修。

2.3.6.2. 「デート DV」 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人、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

「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人、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。

2.3.8. シニアシングルズセミナー(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。わくわくシニアシングルズ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）

テーマ案は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階の展示スペースおよび展示室において、常設展示を行う。年に1～2回、展示内容の一部更新を行う。古く貴重な資料類の保存、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)

「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）

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、宴会の売上目標

・「コロナ」収束が予想できないので「コロナ」の影響の少なかった2019年の実績も踏まえ、売上目標を設定する。前年度に引き続き2021年度も会議需要を主体として、年間計：1億6,350万円（前年実績比163.9%、前々年比39.8%）、会議：1億4,850万円（前年比157.0%、前々年比78.4%）＋宴会：1,500万円（前年比289.6%、前々年比6.8%）の達成を目指す。（参考：2020年度は年間計：1億5,830万円、会議：1億1,185万円、宴会：4,645万円を計画した。）

3.2. 「コロナ」禍に対応した会議室貸し出し策

「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などが会議室利用需要に大きな変化をもたらした。Web会議やLIVE配信のような通信システムを加えたプランを販売する。「コロナ」禍にあっては依然、人との接触を避ける風潮にはあるが、実際に人と人が集まる機会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、1) 密にならないように広めの会場を案内する、2) こまめに換気し案内することにより安全・安心できる会議室を提供する。国・自治体が求める「新たな生活様式」をお客様自身が主婦会館に求められることが予想される。これに対応した接遇を講じる。

3.3. DM、メールマガジンの定期発信

DM、メールマガジンの発信により当館としての取り組み知ってもらうリーフレットを作成し、予約管理システムのデータを活用してメールマガジンで適宜、案内する。会館ホームページとリンクさせて定期的にお客様へ情報を発信する。

新たなプランとして当館主催でZoomオンラインセミナーを案内する。まずは、既存顧客に対してオンライン等での会議に当館が十分対応可能であるとのアピールを行う。

3.4. 「コロナ」禍モデル事業化

2021年3月に経産省から、特に中小企業向けに「コロナ」禍に対して「企業の思い切った事業再構築を支援する補助金」制度が正式公表された。会館を挙げてモデル事業化を検討し補助金の取得を計る。自らの手で事業再構築し、認められれば最大1億円規模の2/3の補助を得る今回創設された制度であり、かなり難易度の高いものであるが好機と捉え挑戦する。

3.5. 施設や設備・備品類の整備および有効利用

- ・「コロナ」感染予防に対する備品購入等を優先してお客様の要望に応えられるようにする。
- ・スタッフの取扱い熟練度を高める。
- ・限られた予算内で抑えるため、設備・備品類の購入および設備投資を控え、効率的に使用していく。

3.5.1. 音響設備・映像機器対策への習熟

- ・ゲストサービス部スタッフの設備・機器類に対する知識レベルのアップを図る。
- ・特にオンライン関連機器の使用法の習熟を図る。
- ・お客様からの要望やこれまでのトラブル事例などを踏まえ、操作方法を再確認する。

3.5.2. 空調機器の活用

- ・空調機をこまめに操作する運用を徹底する。窓がついていない会場であるクラルテ（B2F）については、ホームページの換気実験動画を案内し、お客様の不安軽減を図る。
- ・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にする。

3.6. 「コロナ」感染予防を踏まえた料理の提供

3.6.1. ブッフェスタイルの見直しとお客様の安全性確保

「コロナ」禍前には立食やブッフェスタイルの宴席が主流であったが、感染予防のため、料理を小分けして提供する形式および会席料理の二の膳形式などへ切り替えて、お客様同士が密になる時間を出来るだけ短縮する。また、営業部やゲストサービス部、調理部は相互にお客様情報を共有して、感染予防を意識した料理を提供する。2020年から義務化された HACCP（食品衛生管理システム）方式に則り、食材仕入れから料理提供までの工程を管理し、ウイルス感染および食中毒等の未然防止を徹底する。

3.6.2. 商品価値の向上と料理単価及び利益のアップ

- ・「コロナ」禍がある程度収束して宴会需要が戻る場合を想定して、1) 宴会料理の卓上レイアウトや部屋の景観に応じた食器類を見直す。2) ゲストルームとして高級感を出して付加価値を高める。
- ・テイクアウト、デリバリーにも力を入れる。
- ・お客様へのアピールとして名のある取引業者と提携したイベントを計画する。
- ・食物アレルギーに可能な限り対応していることを広報する。
- ・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。

3.6.3. 「神田カレーグランプリ」、百貨店での食材イベントなどに積極的に参加する。

3.6.4. 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アイシングクッキーおよびオリジナルドレッシングを継続販売する。
- ・新規商品として各種デザインのアイシングラムネを販売する。

3.6.5. スタッフのスキル向上

- ・各種知識や技術習得のため関連講座等を受講することにより、スタッフのスキルを向上させる。

- ・全スタッフがランチメニューの考案に参加し技術を高めていく。
- ・調理師学校との挨拶や連絡を取り会館に有益な人材の発掘を図る。

3.7. レストラン

- ・年間売上を 11,406 千円、2020 年度比 128.3%、2019 年度比 42.0%を目標として挑戦する。
- ・店内での営業は、昨年から実施している「コロナ」感染予防対策を引き続き実施し、レイアウトを見直すことを含め、お客様に安心していただくように工夫する。
- ・「神田カレーグランプリ」へ昨年に引き続き参加する。
- ・季節に応じたメニューや取引業者と提携した特製メニューを取り入れてイベントとして打ち出す。
- ・レストランエフの基本コンセプトを健康志向とする。これに向けて、提供する料理のみならず、サラダバー、ドリンクバーの材料を再構築する。
- ・テイクアウト事業の幅を広げていく。テイクアウトアプリ「MENU」に続き新たに「UberEats」を導入する。これに伴い「南極シェフ監修鶏から揚げ弁当」など新メニューを販売する。
- ・休業中の土曜・日曜の再営業、開店時間を拡大し、売上増を図る。

3.8. カウンセリング

- ・主婦会館が持つ特有の安心感を売り出し、利用者を増やしていく。広報と連携し、ホームページやLINE等を駆使し、カウンセリングをアピールし予約確保につなげる。そのために必要なカウンセラーの増員を図るべく、募集を行い、火、木、金以外の曜日もしくは同じ曜日であっても異なる時間帯でも受けられるようにする。
- ・オンラインカウンセリングをアピールし、遠方の患者や移動することが身体的に困難な患者の誘致を図る。
- ・相談事業で共催している日本女性法律家協会と提携し、相談者が被害を受けている場合等で法的な問題が絡んでくるケースにも対応できる体制を強化する。

3.9. 各チームの活動

3.9.1. dX チーム

会館における業務推進を高効率化・可視化し、変化する事業環境に柔軟に対応できる体力をつける。このため、実行可能性を検証し、会館の持つ強みの強化と新たな事業展開のためのビジョンを描いていく。段階的に活動範囲を広げて実行するため具体的には

- ・新規担当顧問の下、専任担当者を設ける。
- ・館内各部における業務の棚卸を行い改善点の抽出と必要・可能部分のデジタル化を進める。
- ・レストランダッシュボードなどによる売上・利益・客層等をデータ化し分析する。
- ・社内ポータルサイトなどの構築により情報を共有化し活用する。
- ・紙ベースで行われている報告書等のデジタル化により時間・資源の削減と迅速化を図る。

3.9.2. 付帯・新規事業推進チーム

・物販に関しては今まで季節に合わせて企画していたアイシング商品を通年で販売できるように、「感謝、御礼」をコンセプトにしたラムネを販売していく。第一弾として「ありがとう、プレゼントマーク」などを混ぜたあわせたもの、第二弾として外国語の「ありがとう」をテーマにしていく。今年2回目となるおせち販売の予約受付を8月に始める。

- ・物販、教室ともに売上を伸ばすためにネットを活用した予約、販売を進める。将来的にはオンラ

インによるワークショップを検討する。

・売上目標：470万円（前年比124%）

内訳：物販・180万円(前年比129%)、施設・250万円（同左116%）、教室・40万円（同左160%）

3.9.3. 第2次ムダ追放プロジェクト

光熱水費の削減、廃棄物処理費の削減、経費の削減に継続的に取り組むと共に、業務上のムダ削減を新たな目標とする。具体的には、ムダの際たるものである時間を節約することにより、無理のない時間短縮を図る。現在の各種契約内容の確認及び、削減へ向けて館内へ呼びかけを徹底する。引き続き館内の見回りを行い、電気の消し忘れなど確認作業を行い館内全員の意識向上を働き掛ける。

3.10. 広報・宣伝活動

主婦会館と創設基盤である主婦連合会（主婦連）の公益活動、こ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向上を基本方針として取り組む。

・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、講演会などの公益活動に関する当会館および主婦連のホームページでの告知やポスター掲示を継続していく。

・会館独自の収益事業について、会館ホームページ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。長引く「コロナ」の影響に対して、会議や宴会を安全で安心して利用いただける態勢を伝える。社会の変化に対応した情報提供（パンフレット制作、顧客へのDM発送など）を行う。

・LINE利用者が登録する「LINE@」を積極的に活用し、個人や団体利用者へ情報発信を行う。

・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各種イベント、「神田カレーグランプリ」や百貨店での食材イベントなどの地域活性化イベントへの参加により、お客様に会館に足を運んでもらう仕掛け作りを図る。

・付帯・新規事業推進チームが進める物販でのネット活用を支援する。

・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見直し検討に数か年計画として取り組む。

以上