

一般財団法人主婦会館

2023 年度事業計画書

(2023 年 4 月 1 日～2024 年 3 月 31 日)

1. 事業計画の概要-----1

- 1.1. 会議・宴会需要への対応
- 1.2. レストランでのメニュー展開
- 1.3. 新規販売品の企画・開発・販売
- 1.4. 人材の活用
- 1.5. 施設運営
- 1.6. 『一日 150 万円計画』

2. 公益活動-----2

- 2.1. 消費者問題に関する調査研究事業
- 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
- 3.3. 「コロナ」禍に対応した宴会対応
- 3.4. お客様対応、施設や機器・備品類の整備および有効利用
- 3.5. 「コロナ」対応と「コロナ」後を想定した料理の提供
- 3.6. レストランエフ
- 3.7. 四ッ谷 主婦会館カウンセリング室
- 3.8. dX チーム
- 3.9. 付帯・新規事業推進チーム
- 3.10. 広報・宣伝活動

1. 事業計画の概要

1.1. 会議・宴会需要への対応

2020年初めの感染確認以降、4年目となるコロナ感染の勢いは2023年3月にはマスクの着用を個人判断とする政府見解が契機となり、世の中の風潮としてはやや落ち着いてきた感が広がっている。さらに5月にコロナは第5類へ分類変更となり、第9波の懸念もあるが「with コロナ」から「after コロナ」の基調へ変わって来ている。会議においては感染拡大期にオンラインでの会議運営が注目されていたが、昨年後半からはオンラインと共に直に「集まること」を前提とした会議へ移行する例が増えてきている。当会館としては、会議スタイルの多様性を踏まえWeb会議の需要にも対応するべく引き続き関連機器の整備・設置を充実させていく。一方、宴会では、過去3年我慢してきたがそろそろ集まる機会を設けたいとの問い合わせが増えてきており、着席ではなく立食での実施、アクリルパネルを置かないスタイルも徐々に増えてきており、会館としてはマスク着用での利用を要望しつつ、お客様のご要望に応えた運営に努めていく。

1.2. レストランでのメニュー展開

2022年度での感染予防対策がお客様の理解を得て、来客数の増加・安定が売上アップにつながった。売り上げ増には新メニューや各種イベントなどの寄与があったが、4月からのメニューおよび価格変更へのお客様の反応を見極め、各種対策を打ち更なる売上増を目指す。

1.3. 新規販売品の企画・開発・販売

外部機関が企画する神田カレグランプリなどの事業に参加することを含め、新たな視点に立った会館ブランドの新製品を企画・開発・販売していく。

1.4. 人材の活用

人手不足への対応および若年層増員のため中途採用を実施する。また、業務に真剣に取り組む優秀な人材の管理職への積極的登用を図る。さらに部署間異動を行うことで相互を刺激させ、新たな発想が生まれるような人材の活用を図る。

1.5. 施設運営

銀行融資による資金調達の日処がついたことにより、コンピューターによる予約管理基幹システムの更新およびホームページ（以下、HP）リニューアルの効果を高めるため継続的メンテナンスに積極的に取り組む。また、インターネット環境および会館施設で肝となる施設関連課題に取り組んでいく。出来得る限り経費を最小限に抑えるため内製化を優先させる。会館の従業員には利用者にとって安心・安全を担保するため、救命講習の新規受講と更新を実施させ、会館内でのケガや病気などの不測の事態にも対応できる施設としてアピールしていく。

1.6. 『一日 150 万円計画』

上記の事業、ヒト、モノ、カネに関連する諸活動を通じて、「コロナ」禍における会館ビジネス復活目標として掲げた『一日 150 万円』（=最盛期売上 540 百万円）を確実に進めるべく、<ひと>、<もの>、<かね>の強化を通じた活動により予算達成を目指す。

2. 公益活動

2.1. 消費者問題に関する調査研究事業（継続事業、2023 年 4 月～2024 年 3 月）

社会への発信や政策提言につなげる調査研究として、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している。

2.2. 相談事業

2.2.1. 消費者相談（継続事業、週 2 回）

主婦連事務局（消費者相談員）が受け付け、住宅関連の相談では一級建築士も相談対応する。

2.2.2. ティーンズカフェ〔女の子のためのからだと心の相談室（継続事業、随時）〕

堀口雅子医師に委嘱し、開催。10 代の女の子のからだ・心・性に関する悩みに相談できる“保険証のいらない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、1 回/2 か月に開催）

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を 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：（継続事業、1 回/2 か月に開催） 予約制

2.2.3.2. 教育資金準備のためのセミナー（年 1 回実施）

子どもの教育資金準備のノウハウ、奨学金等の各種支援制度、返済等を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（8 月予定）（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を得て、無料税務相談（毎月第一金曜日を原則）、確定申告無料相談会を開催する。（2 月もしくは 3 月に連続で開催）

2.2.6. モラルハラスメント相談（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座談会形式の相談会をオフィスウインド（モラルハラスメント被害者同盟）の協力を得て行う。

2.2.7. 法律相談（継続事業）

日本女性法律家協会や全国女性税理士連盟の協力を得て実施。

有料法律相談（週 2 回の予約制で実施）、無料法律相談（4 月 22 日実施）

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2023（継続事業）

一般消費者を対象に、消費者に関する問題の中から時宜に適ったテーマを選び、セミナー（勉強会）を年間 5 回程度、開催する。

2.3.2. 上映会（継続事業、年度内 2 回程度、内容は新規）

一般の方を対象に時宜に適ったテーマで開催する。

2.3.3. 講演会・シンポジウム（継続事業、年3回程度実施）

一般消費者を対象に、消費者に関わる時宜にあったテーマで開催する。

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

看護学校の学生を対象に、性教育講師を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、1回/月開催）

暴力等の被害を受け、心身を傷つけられた女性たちに新しい自分を見つめ直し立ち直ることへの手助けを目的に、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（女性限定）等を対象に1回約20人で開催、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の養成講座を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）

2.3.6.2. 「デートDV」（12月）ファシリテーター養成講座、約40人を対象。

2.3.6.3. 「こころのケア講座」ファシリテーター養成講座（2024年1月～3月で計6回）
約40名を対象。

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لزセミナー（継続事業、年に2回開催）

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を、わくわくシニアシングلزの協力を得て開催する。

2.3.9. 展示活動（継続事業、2～3か月間の展示を4～5回/年予定）

環境問題、案内用図記号（ピクトグラム）、「税に関する作文」優秀作品の展示を予定。

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で常設展示を行う。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を得て開催する。

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

3.1.1. 当会館の会議室・宴会ビジネスは、2023年3月のマスク着用の緩和、5月以降のコロナ分類変更の影響を受けて予約利用増にプラスに働くと想定するも「コロナ」禍以前の状態に完全に戻れるとの予想は難しい。ただ、会議に加えて徐々にではあるが宴会需要が増えてくることが見込まれる。会議・宴会総計では前半は厳しさを見込んだ計画にならざるを得ない。

3.1.2. これまで同様、従業員の安全優先、体調管理および時宜に応じた感染予防を徹底し、お客様に当館の安全性を積極的にアピールしていく。

3.1.3. 一部のお客様において、Web を使った会議やセミナーでの利用、さらに立食よりは着席での宴会の需要が見込まれる。これらの需要を織り込んだ種々の対策を打って行く。

3.1.4. 各種の会議、セミナー、企業の研究会や学会など、リアルな会議およびオンライン/ハイブリッド会議の円滑な進行をサポートし、会館の知名度および再利用度のアップを図る。

		2023 年度		2022 年度		2018 年度	
売上		4 億 3,150 万円	会議 2 億 2,000 万円 宴会 2 億 1,150 万円	2 億 8,150 万円	会議 2 億 1,313 万円 宴会 6,792 万円	4 億 7,662 万円	会議 2 億 2,073 万円 宴会 2 億 5,589 万円
	比率	前年比 153.3%	2018 年比 90.5%	2018 年比 58.9%			
粗利益		1 億 8,000 万円		1 億 923 万円		3 億 218 万円	
	前年比	前年比 164.7%	2018 年比 59.5%	2018 年比 36.1%			

(「コロナ」の影響が無い 2018 年度と比較)

3.2. 「コロナ」禍に対応した会議室貸し出し

3.2.1. 「コロナ」禍で広がったオンラインによる Web 会議や LIVE 配信などは今年度においても利用件数全体の 2 割程度は実施されると予測されるので通信システムの導入を加味した会議プランを継続・強化販売する。

3.2.2. 「コロナ」禍で閉鎖あるいは規模を縮小した他社施設の顧客情報を収集し、DM やメールマガジンによって当館利用を働きかける。

3.2.3. 人が集まる機会を希望されるお客様に対して、(1) 適正な会場を提案・案内する、(2) こまめな換気を提案する。当館の会場数に限りがあるため、増加の見込まれる会議需要に対して、曜日や時間帯および利用人数に応じた会場の組合せ (ルームコントロール) の精度をアップしていく。

3.2.4. お客様からの利用問い合わせ時、利用の人数・時間を確認するだけではなく、「コロナ」の影響により、その他条件の説明に要する時間が長くなっている。より詳細な利用情報や各種プランを掲載した案内リーフレットを作成し、既存顧客や利用見込み客へ郵送することにより、対応に要する時間を短縮させると同時に新規顧客の掘り起こしを図る。

3.2.5. リニューアル中の HP において、お客様が問い合わせ時に直接フォームに情報を入力してもらうことにより、対応時間の短縮と共に、新規・既存顧客の企業/個人情報収集し、メールマガジンや DM 等でのよりの確な情報発信を行う。

3.3. 「コロナ」禍に対応した宴会対応を継続

3.3.1. 「コロナ」が 5 月から 5 類に分類されるが、緩和に対して抵抗のあるお客様は少なからずいることを予測し従来からの対応 (テーブル除菌、消毒、こまめな換気) を継続して安全、安心な対応を提供する。

3.3.2. 「コロナ」禍での宴席は着席ブッフェ、アクリルパネル設置、人数の制限ありとしていたが、今後、立食パーティーで料理を提供する等、お客様に満足を得ていただき、リピート率の向上を図る。

3.3.3. お客様に接する機会のある GS (ゲストサービス) 部発信のイベントや料理の提案によって新規売上向上を図る。仕入れ業者との連携、例えば取引酒屋とのコラボレーションによってドリンクキャンペーンや内製によるシフォンケーキの販売およびレストランでの提供などに取り組む。

3.4. お客様対応、施設や機器・備品類の整備および有効利用

- 3.4.1. お客様来館時に GS 部担当者が挨拶・名刺を手渡すことにより、次回、名指しで予約を取れるようにし、営業活動の幅を広げる。
- 3.4.2. 機器類は常に進化に対応した最新のモデルへ変更し、お客様に納得いただけるサービスを目指す。
- 3.4.3. 外部の WEB 専門業者と最新動向や便利な機材について情報を交換し、時宜に応じた技術研修を実施する。
- 3.4.4. 映像機器、特にプロジェクターでは解像度の進化スピードが早く、お客様持参の機種と当館の機種との性能差についてご指摘をいただく事例があり、新しい機種の他の器具より優先して購入する（特に 9 階、7 階、地下 2 階の天井設置型プロジェクター）。
- 3.4.5. 機器の接続を外部の専門業者任せから会館スタッフの直接対応を増やし、外部への支払いから会館売上げにつなげる。また、最新機材を導入し、スタッフの習熟による設営時間の短縮、超過勤務の削減を目指す。
- 3.4.6. 会館は長年の使用による老朽化が目立つようになっている。会館スタッフの手で出来る修繕を行う。会議・宴会用椅子が老朽化によって使用上の危険が予知されることにより早急に新規購入し、交換する。
- 3.4.7. 会館でのサービススタッフの人員不足・高齢化への対策をこれまで以上に検討する必要がある。そのための業務内容の洗い出し、精査、再構築を行う。

3.5. 「コロナ」対応と「コロナ」後を想定した料理の提供

- 3.5.1. お客様の好みや予算に応じて選べるビュッフェプラン、懐石料理、会食プラン、「コロナ」禍から売り出した小会席などの料理を引き続き提供する。
- 3.5.2. これまで実績のあるヴィーガン料理に新メニューを追加する。また時期や季節に応じた新規メニューを開拓する。さらに定期的にイベントを開催して固定客の定着と新規顧客開拓を目指す。
- 3.5.3. ランチメニューを宴会メニューとは一線を画したものと位置づけ、通常価格と異なる高単価の新メニューや夜の時間帯でのコースメニューなどに取り組み、レストランを会館の顔として認知度アップを図る。
- 3.5.4. 取引業者との提携によるイベントや過去 3 年の実績を積み上げた「神田カレーグランプリ」へ継続参加する。
- 3.5.5. 「コロナ」禍で固定客を獲得したテイクアウト、デリバリーを継続するとともに、メニューを工夫して新たなお客様へのアピールを図る。
- 3.5.6. 会館オリジナルの手作りクッキーやアイシングラムネ、シフォンケーキ、ドレッシングを継続販売する。
- 3.5.7. 調理部全員でランチメニューや宴会メニューを考案して知識や調理技術を高めていく。

3.6. レストランエフ

- 3.6.1. 4 月 3 日より価格帯・メニュー内容をリニューアルし、従来の「肉/魚の日替わりランチ」「南極シェフの特製エフカレー」を 1,100 円⇒1,300 円に値上げ、新たにパスタランチ 1,100 円を導入する。これまで提供していた「ドリンクバー・アイスクリーム食べ放題」を廃止し、代わってコーヒー付きとし、また、サラダバーの内容を変更する。昨年来値上げが一般的となってきたが、お客様の反応を確認しつつ、売上および利益の確保を目指す。
- 3.6.2. 喫茶タイムにはシフォンケーキやケーキセットを販売して売り上げを伸ばしていく。

- 3.6.3. 主婦会館の窓口として、ランチ利用のお客様への宴会誘致を積極的に行い、営業への渡し役となる。またレストラン独自の料金プラン/メニューによりランチタイム・喫茶タイムに加えてレストランでの宴会を獲得していく。
- 3.6.4. 4 回目の参加となる「神田カレーグランプリ」や、2022 年度参加した千代田区「リラックマコラボ」のようなイベント行事へ積極的に参加していく。
- 3.6.5. 老朽化した店内の装飾などを修繕、季節ごとに飾りつけを変え、店内のイメージアップを図る。

3.7. 四ッ谷 主婦会館カウンセリング室

- 3.7.1. 現在の 5 名のカウンセラー以外に 2 名を増員し、より多くのクライアントの悩み・相談に応えられる体制とする。この増員により、月曜日から金曜日まで毎日クライアントを受け入れられる体制とする。
- 3.7.2. カウンセラーによる特別セミナーや講演会を開催し、クライアントを増やすとともに、普段会館を利用しない方を呼び込むことで会館の存在を周知し、今後の集客を狙う。
- 3.7.3. 日本女性法律家協会とのコラボレーションにより、法的に対応を伴うカウンセリングの案件は弁護士にも相談できる仕組みをさらに強化する。実際の運用では課題も多く、問題を一つ一つ取り上げて解決すべく、活発な意見交換を通じた強固な体制を目指す。

3.8. dX チーム

3.8.1. 新基幹システム

- ・現在の会館基幹システム「STAY（予約・顧客管理を行う集宴会システム）」が 2024 年 3 月に 5 年の保守契約が切れる。システム稼働に必要なサーバーやネットワーク機器、ソフトウェアを自社で保有して運用するため、クラウド移行することが必須である。
- ・また、2024 年 1 月から義務化される電子帳簿保存法により経理業務の複雑化・負担増が予想されるため、経理事務のデジタル化推進が必要となるので準備する。
- ・新基幹システム導入について昨年末からの情報収集、各部署の意見の取りまとめを経て、3 月にベンダーを絞り込んだ。10 月インボイス制度導入に対応すべく予約・顧客管理業務に沿ったシステム構築を進めて行く。
- ・新基幹システム導入や経理事務のデジタル化に必要なツールにはかなりの費用が掛かるため、国や自治体窓口の IT 関連補助金や助成金の仕組みや申請方法などを調査し適用できるようにする。

3.8.2. DX 業務の推進

- ・日々現場から寄せられる要望に対し、極力内製でシステム化できるよう更なるスキルアップを図り、各部署の効率化・簡素化を行う。
- ・属人化・分散している各部署内の保存データを新基幹システムにより一元化し、分析を行い業務の効率化を進める体制を確立する。

3.9. 付帯・新規事業推進チーム

- ・現行ビジネスの枠に捕われない新規事業の調査、企画を各部署へ提案する。物販、施設利用、教室などに加えて、(1) セミナーや講習会、ワークショップなどの主催、(2) 月極駐車場の募集、多目的利用の部屋貸し、(3) 有料ロッカーの設置（外部業者による）の検討、(4) 閑散期のアイシング商品の企画販売を検討する。

3.10. 広報・宣伝活動

3.10.1. 昨年度から取りかかった HP リニューアルを今年度初めに公開する。会館旧 HP では1つのサイトに全ての情報をまとめて公開していたが、会議・宴会、レストラン、カウンセリング、公益の独立した4サイトで運用していく。

- ・各サイトで Google ビジネスプロフィールの管理をする。
- ・各サイトに管理者を置く必要があり、担当者を決める。(4サイトの4人)
- ・公開後の不具合にはその都度修正作業を行い、業者による全体的なメンテナンスを年に1回行う予定。
- ・SNS を利用した広報活動を基軸と位置づけ、検索順位の上位を目指し、知名度を上げる。

3.10.2. 下記の活動を継続し、主婦会館への注目度アップを図っていく。

- ・主婦連合会事務局との連携で進めている公益活動(相談事業、各種の会館内展示、セミナー、講演会など)に関する当会館および主婦連の HP での告知やポスター掲示を進める。
- ・各種の情報提供(メールマガジン、パンフレット、DM など)により、会議や宴会を安全で安心して利用いただける態勢であることを訴求する。
- ・付帯・新規事業推進チームの活用。千代田区観光協会との連携による各種イベントや「神田カレグランプリ」に加え、新たなイベント参加に対する効果的な広報・宣伝活動を展開する。

3.10.3. 会館正面、建物のファサード(顔)の見直し、認知度、知名度のアップを図るための複数年計画を立て、やれることから取り組む。例えば玄関周りには季節に合う絵柄シールを貼る、ガラス面へのスケルトンモニターを設置、地元番町(麴町でもなく、四ッ谷でもない)の歴史・地理的な時代考証・背景を訴求する視点などを検討する。

以上