

# 一般財団法人主婦会館

## 2024 年度事業計画書

(2024 年 4 月 1 日～2025 年 3 月 31 日)

1. 総務関係-----1
  - 1.1. 長期修繕計画の実施
  - 1.2. コンプライアンス研修の実施
  - 1.3. 安全管理等
  - 1.4. 人材の活用
  - 1.5. ベースアップの実施
  
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. 会議室需要への対応
  - 3.3. 宴会対応
  - 3.4. 機器・備品類の整備および人材対応
  - 3.5. 調理部の活動
  - 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. 総務関係

### 1.1. 長期修繕計画の実施

今まで見送ってきた長期修繕計画を積極的に実施する。

### 1.2. コンプライアンス研修の実施

各種ハラスメントへの注意喚起、気密情報・SNS の取り扱い、信頼を損なう振る舞い等、様々な問題を起こさないための研修を実施する。

### 1.3. 安全管理等

所管消防署主催の消防訓練にはできる限り積極的に参加し、消防設備等の知識を学び、有事の際に行動が起こせるような体制を整える。

### 1.4. 人材の活用

職員を採用し、人事異動を絡ませ人員の活性化を図り、より成長した会館運営を目指す。

### 1.5. ベースアップの実施

物価高の折、従業員の生活を守るべく、ベースアップを実施する。

## 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、2024年4月～2025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、食、環境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

消費者相談担当者の手配ができないため今年度は休止する。

#### 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、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”として開催する。

#### 2.2.3. 中高年シングル女性の交流カフェ（新規事業、1回/2ヶ月に開催）

中高年単身女性が気軽に参加できるグループ形式の相談会をわくわくシニアシングルの協力を得て行う。

#### 2.2.4. 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ヶ月に開催）

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。

##### 2.2.4.1. 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

##### 2.2.4.2. 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。

#### 2.2.5. 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。

#### 2.2.6. 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）

#### 2.2.7. 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）が主体として行う。

#### 2.2.8. 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 27 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2024（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 3 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適し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、2 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 10 人で開催。

#### 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. 「こころのケア講座」ファシリテーター養成講座（2025 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 回開催予定）

経済的・社会的に脆弱な立場になりがちなひとり親（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. シニアシングルスセミナー（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ル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. コロナ禍で閉館・建て替え休館した施設が利用できず溢れた顧客による多数の問い合わせが見込めるが宴会への参加人数の減小によりコロナ禍以前の状態に完全に戻るとの予想は難しい。ただ、会議に加えて件数では宴会需要が増えてくる事が見込まれるため、2018年の過去最高売り上げより高い売上目標を設定した。
- 3.1.2. これまでの方針通り、従業員の安全優先、体調管理および時宜に適った感染予防を徹底して、ご利用のお客様に向けた当館の安全性を積極的にアピールしていく。
- 3.1.3. 2022年度、2023年度に続き一部のお客様は、Webを使った会議やセミナーでの利用、また4年ぶりに開催の県人会や郷土会においては、着席での宴会の需要が見込まれ、これらの需要に対応した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、対面会議およびオンライン/ハイブリッド会議・セルフ配信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。

		2024年度			2023年度			2018年度		
売上		4億8,000万円	会議	2億2,500万円	4億7,012万円	会議	2億3,217万円	4億7,661万円	会議	2億2,073万円
			宴会	2億5,500万円		宴会	2億3,795万円		宴会	2億5,588万円
	比率	2018年比 100.7%			2018年比 98.3%					
粗利益		2億4,500万円			2億3,242万円			3億218万円		
	前年比	2018年比 81.1%			2018年比 76.9%					

(コロナの影響が少ない2018年度と比較した。)

### 3.2. 会議室需要への対応

- 3.2.1. コロナ禍で広がったオンラインによるWeb会議やハイブリット会議など利用件数全体の15%程度は今年度でも実施されると予測される。HPやDMによる運営面・コスト面の効果的な訴求により、料金改正を視野に入れて、各種ニーズに対応した通信プランを継続・強化販売する。
- 3.2.2. コロナ禍で閉鎖あるいは規模縮小した他社施設における顧客情報を収集して、DMやメールマガジンで当館利用を働きかけていく。
- 3.2.3. お客様に対して、利用人数に合わせたスペースの会場を提案・案内する。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. 数年ぶりに開催検討しているお客様からの問い合わせに対しては、利用の人数・時間の確認だけでなく、その他条件についてお客様の理解を得られる説明が必要となり、これまで以上に時間が長くなっている。このため利用情報や各種プランを案内するリーフレットを既存顧客や利用見込み客へ郵送して対応時間短縮と顧客の掘り起こしを図る。
- 3.2.5. 昨年リニューアルしたHPにおいて、お客様が問い合わせ時にフォーム入力してもらうことで、既存に加え新規顧客の企業/個人情報を収集し、本予約に繋げるため仮予約や予約前の状況に応じてメールマガジンやDM等での情報発信を行う。

### 3.3. 宴会対応

- 3.3.1. 宴会件数は増えてきているが、1件当たりの人数が減少傾向にあるため、予約時に人数確認（お客様の申告予定人数が最大人数か最少人数か）を行い利用人数にあったスペースの会場を案内する。
- 3.3.2. コロナ禍以降中心となっていた着席ブッフェや正餐、お弁当形式から立食パーティーの需要が増えて

きており、人数・趣向に応じた料理を提供するため調理スタッフと密に連絡を取り、お客様満足度並びにリピート率アップを図っていく。

- 3.3.3. お客様に接する GS（ゲストサービス）部による発信イベントや料理の提案による売上増を目指す。取引酒屋など仕入れ業者とのコラボレーションや内製品の販売やレストランでの提供に取り組む。

### 3.4. 機器・備品類の整備および人材対応

- 3.4.1. 宴会に限らず会議ご利用のお客様来館時に GS 部担当者が挨拶・名刺を手渡すことにより、名指しで予約をとれるように、営業活動に幅を持たせる。
- 3.4.2. 機器類はできる限り最新モデルへ変更し、お客様に納得いただけるサービスを目指す。
- 3.4.3. 保守契約した音響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、適時研修を実施する。
- 3.4.4. プロジェクターについて、光量（アンシルーメン）の違いをお客様から指摘をいただく事例が多く、新しい機種を優先して購入する（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. 施設や機器で老朽化が目立つものが増えているため、会館スタッフによりできる限り補修しているが、機器・器具については現状確認の上、順次、代替えをしていく。
- 3.4.6. 長年のテーマであるお客様接遇（フロント、サービス）スタッフの人員不足と高齢化問題に対応するため、業務内容の洗い出し、精査、再構築を行う
- 3.4.7. スタッフの過剰な時間外労働への対策、ルール決りを早急に行う。
- 3.4.8. 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すため、会館での音響、Web 専門スタッフを雇い超過勤務の削減を目指す。
- 3.4.9. スタッフがより良い環境下で働けるよう意見交換、改善の場として四半期ベースで GS 部のミーティングを行う。

### 3.5. 調理部の活動

- 3.5.1. 営業部、GS 部と連携して、お客様が選べるビュッフェプラン、懐石料理、会食プラン、小会席、レストランなどの料理を提供する。又、季節/時期に応じた宴会プランや懐石料理、会食プランの販売を行う。
- 3.5.2. HACCP（食品衛生管理システム）方式に則り、食品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に努め徹底する。
- 3.5.3. 新規メニューを開拓し、商品価値を高め、利益増を目指す。各種イベントを定期的で開催することにより、固定客の定着と新規顧客を開拓する。
- ・新規メニューの開拓：ヴィーガン料理やベジタリアン料理などに取り組む。
  - ・イベント開催：取引業者との提携によるイベント、神田カレーグランプリへの参加、企画イベントを定期に開催する。
- 3.5.4. テイクアウト、デリバリーを継続し、売り上げを伸ばす。
- 3.5.5. 人手不足で十分に取り組めなかった、会館オリジナルの手作りクッキーやアイシングラムネ、ドレッシングを継続販売する。
- 3.5.6. 他店舗・レストランの視察を通じて、盛り付け、流行の料理などを勉強し、調理部全員でランチ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。
- 3.5.7. 5 回目の参加となる「神田カレーグランプリ」など、イベント行事へ積極的に参加していく。また 23 年 3 月からの千代田区コラボ企画など、機会を捉えて積極的に参加していく。
- 3.5.8. 食材の高騰によるレストランのランチ価格の見直し（肉・魚・F カレー・パスタ）を行いたい。
- ・手作りパンやランチメニューの幅を広げて新たな顧客獲得を図る。
  - ・レストランランチコース（3,000 円・2,200 円）の販売を継続し、客単価を上げて売上をのばす。

・現在実績のない夜の時間帯でのレストランのディナープラン（5,000 円）を販売して、レストラン独自のパーティープランを売り込み、レストランを会館の顔として認知度アップを図る。

### 3.6. レストランエフ

- 3.6.1. 主婦会館の顔として、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。レストランを会場にした宴会を獲得し売り上げを確保する。また、喫茶タイムにはデザート等のセットメニュー、季節のドリンク類を販売する。
- 3.6.2. 老朽化した店内の修繕、季節ごとの飾りつけ、テーブルや椅子の交換で店内のイメージアップを図り、立食、着席パーティーなどに対応する。
- 3.6.3. サービス技術だけではなく、料理、飲み物のトレンドを知るため、展示会に積極的に参加する。時には研修のため他店で料理、雰囲気、サービスを知って、厨房とコミュニケーションをとりながら新たなレストランエフへと進化させる。
- 3.6.4. 昨年4月にランチ料金を改定したが、その後も続いている原材料費、人件費、その他費用の高騰に対して現在の料理の提供方法、価格、営業日について先を見据えて協議していく。
- 3.6.5. レストラン人員不足のためスキマバイトではない専属のスタッフを確保する。
- 3.6.6. レジシステムを更新しお客様の会計時の待ち時間を減らす。

### 3.7. 四ッ谷 主婦会館カウンセリング室

- 3.7.1. カウンセラー人員減  
カウンセラー1名が減員しており、そのことにより平日のうち水曜日が休診となる。
- 3.7.2. 産業カウンセラー契約の検討  
近隣企業へ働きかけを行い、会館所属のカウンセラーを近隣企業の産業カウンセラーとして契約ができるよう検討したい。
- 3.7.3. カウンセラーとのコラボ企画の開催  
会館の閑散期にカウンセラーによる講演会やセミナーを開催し、普段の会館運営上では利用しない方へ会館の存在を周知させ、今後の会場予約やカウンセリングにつなげていく。
- 3.7.4. 日本女性法律家協会との連携強化  
法的な助言が必要、あるいはそういった要望があるクライアントに対し、迅速且つ、的確な対応ができるように弁護士との連携を強化していく。定期的な会合を開き、難しい問題を抱えたクライアントへ適切な対応ができるよう意見交換をしていく。

### 3.8. dX チーム

- ・クラウド予約管理システム（ES システム）の機能拡充として、オンライン予約対応への試み、データ分析機能の強化に取り組む。
- ・社内業務のデジタル化を進めることでペーパーレス化、ワークフローの自動化を推進していく。
- ・データ分析による意思決定を確立し、パーソナライズされたサービス提供ができるよう営業・ゲストサービス部門のフォロー体制を確立していく。
- ・レストランでの業務改善としてレジシステムの効率化による会計時の待ち時間削減を目指す。
- ・現在 NAS で蓄積しているデータをクラウドサーバーに移行することで、以下のメリット獲得を図る。
  - ①データアクセス向上、②セキュリティ強化、③コスト削減、④業務効率化、⑤スケーラビリティ、⑥災害対策、⑦環境への配慮、⑧運用負荷軽減

このために現状分析、移行計画の策定、クラウドサービスの選定を進めて行く。

### 3.9. 付帯・新規事業推進チーム

3.9.1. 現行ビジネスの枠にとら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会館の閑散期に絵画展示及び即売会（絵画業界の若手育成支援）を検討。②和室とピラティスの利用の増加を目指す。③駐車場新規利用者の募集及び価格改定。④物販に代わり、以前から検討しているお菓子の自動販売機の設置を検討する。

3.9.2. 物販：24 万円(※概算 2023 年度比 167.8%)、施設：612 万円（同 112.2%）、教室：144 万円（同 110.0%）、合計 780 万円（同 113.0%）を年間目標とする。

### 3.10. 広報・宣伝活動

3.10.1. HP リニューアルに関し、HP 作成会社と保守契約を締結し安全な運用を行う。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

3.10.2. 諸活動を継続し、主婦会館への注目度アップを図っていく

※会議・宴会：Google ビジネスプロフィールの管理をし、検索順位の上位を目指す。各種の情報提供(DM,パンフレットなど)により会館や宴会の利用促進を訴求する。

※レストラン：イベントなどに関する宣伝のサポート（料理写真撮影、ポスター作製など）、新たなイベント参加に対する効果的な広報、宣伝活動のサポート

※カウンセリング、公益、その他：HP によるお知らせ等の更新、各種の告知や掲示のサポート

3.10.3. 複数年計画による会館正面、建物のファサード（顔）の見直しを検討していくこととし認知度、知名度のアップを図る。基本的に計画として遠くからでもプラザエフの存在を知らせるような作り、当会館前を通った方にプラザエフが目立つような作り（例：玄関周りに季節毎に合う絵柄フィルム、ガラス面へのスケルトンモニターの設置、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重点的な課題として検討していく。

以上