

## 2015年度 事業計画書

(2015年4月1日～2016年3月31日)

### I. 事業計画

#### 2015年度 活動テーマ

「社会の変化をとらえ、企業の中から社会へ」  
—生活者視点で学び、考え、行動し、発信する—

昨年度は、消費者フォーラムや学校などでの消費者教育活動、お客様対応基礎講座の実施、消費者庁や消費者委員会との連携など、社会への発信に積極的に取り組んだ。

2015年度は、それらをさらに深めるために「社会の変化をとらえ、企業の中から社会へ—生活者視点で学び、考え、行動し、発信する—」をテーマとする。

4人に1人が65歳以上の高齢者という人口構造の変化に伴い、企業に寄せられるお客様の声は質・量ともに年々変化し、その対応にも変革が求められている。高齢者対応が多く企業において不可避的な課題となる中、企業と生活者の両方に軸足を置き、双眼をもって考え、行動できる日本ヒーブ協議会がこれらの課題に向き合うことに対するニーズは大きい。

日本ヒーブ協議会は、設立30周年にて「日本人の生活力を考える」をテーマに「生活者と企業のギャップ」について研究を行った。さらに設立35周年には、その発展形として「お客様の声を活かした取り組み55事例」の作成に取り組んだ。本年度は、社会の変化（超高齢社会の課題）について研究会や分科会を通じて考え、その成果を会員企業や行政をはじめとした社会に向けて発信したい。あわせて、今の時代に求められる生活者視点・ヒーブ視点とは何かを追求し、会員が自社で活かせる学びの機会を積極的に創出し、会員一人ひとりのキャリアアップを図りたい。

日本ヒーブ協議会の活動基本方針の柱である「社会への情報発信」「会員の能力・資質の向上」に改めて主眼をおき、会員のニーズに応じた新しい取り組みにもチャレンジしつつ、組織の活性化を図り、企業・社会への貢献ができる活動を全力で推進する。

#### 【活動方針】

- ① 今の時代に必要とされる知識やスキルを学ぶことで、会員の能力・資質向上を図るとともに、それらの知識やスキルを企業で活かし、社会に貢献する活動を行う。
- ② 会員間および、生活者・企業・消費者（関連）団体や先輩ヒーブ会員との連携を深めて、生活者視点・ヒーブ視点を掘り下げ、超高齢社会などの社会の変化による矛盾やひずみといった課題への解決策を提案する。
- ③ 消費者関連行政機関や学校などの情報提供の場に参画して、研究成果の情報発信を行い、日本ヒーブ協議会の活動の広報を積極的に行う。
- ④ 女性活躍推進を見据え、魅力ある活動を企画・実施し、会員・賛助会員の確保、および組織運営の活性化に取り組む。

2015年4月17日

2015年度代表理事 川口徳子

## 企画グループ

### 活動目標

- ・生活者と企業のパイプ役として、会員がより良い仕事をするための能力向上を図る。
- ・会員が、業種、職種、年齢を超えたヒーブのネットワークを活用できるようサポートする。
- ・会員一人ひとりがヒーブとしての活動目標を持ち、積極的に使命を果たせるようサポートする。
- ・日本ヒーブ協議会（以下協議会とする）の認知度を高め、広く活動内容を公開し、様々な分野との交流を深める。
- ・会員拡大に取り組み、活力ある組織運営を図り、有意義な活動を継続的に行うことにより、ヒーブとしての責任を果たす。

### 1. 活動目的

- (1) 代表理事の諮問機関として、代表理事を補佐し協議会運営が円滑に行われるよう努める。
- (2) 各支部が活動テーマを踏まえ、地域性を活かしながら運営できるよう支援するとともに、連携することにより相互の資質の向上を図る。
- (3) 協議会の代表として、他団体、行政、オピニオンリーダー等との交流を積極的に行い、情報交換に努めるとともに、協議会の存在・活動を社会にアピールする。
- (4) 協議会を中長期に展望し、今後の活動方向を検討し改革を推進する。
- (5) 優れたヒーブ会員の育成を図るため、自主的な研究活動を支援する。また、ヒーブの働きを社会にアピールする。
- (6) 協議会のシンクタンクとしてテーマを定めた基礎研究を進め、情報の蓄積を図り、その成果を継続的に社会に発信する。

### 2. 活動内容

- (1) 今年度のテーマに則り、協議会全体が効果的に活動できるよう推進する。
- (2) 時代にあった協議会運営ができるよう組織や運営についての改革を推進する。
- (3) 関西・九州支部の運営委員と適時会合をもち、支部活動の効率的な運営を図る。
- (4) その他、期中に発生する課題や提案に応えるための企画・支援を行う。
- (5) 生活者・企業・行政・消費者（関連）団体との「連携」と「協働」を目指し、社会の変化にあわせた積極的な活動推進を図る。

## 研究会推進グループ

### 1. 活動目的

- (1) 会員の能力向上  
働く女性として必要な「知識」「スキル」「感性」を磨き、その成果を会員・企業・社会にフィードバックできるような講演会やオープンセミナーを開催する。
- (2) 協議会活動への参加促進  
月例会の運営・企画に会員が積極的に参加できる運営を目指し、会員および会員企業のニーズに沿った月例会等を開催する。
- (3) 会員・会員企業・会員企業外とのコミュニケーションの促進・支援  
会員・会員企業間のネットワーク作りを支援するとともに、会員外企業への講師依頼や見学会を実施することで会員外企業との交流を図る。

### 2. 活動内容

- (1) 総会・記念講演会の運営
  - ・年1回開催する総会および記念講演会を企画・運営する。
- (2) 月例研究会・公開講座の運営
  - ・有識者・企業・行政等による講演会、企業見学会、オープンセミナーなどを中心に月例研究会を企画・運営する。
  - ・公開講座を企画・運営する月を適宜設け、協議会の対外的な認知を高める。
- (3) 開催スケジュール（予定）

記念講演会	4月
講演会（公開講座含む）	5月 6月 7月 8月 9月 12月 1月 2月 3月
オープンセミナー	10月
見学会	11月

## 組織の活性化を図るグループ

### 1. 活動目的

協議会の活性化を目的として、協議会の基盤整備を行い、会員自らが積極的に活動できるように支援する。

### 2. 活動内容

#### (1) 会員の管理と拡大

- ・会員数増加に向けた具体的な戦略活動を構築し、会員参加で取り組める積極的な活動を展開する。
- ・会員名簿活用事例の共有化を図り、会員メリットの再認識と会員満足度を高める。

#### (2) 諸規則の見直し

現状に則した内規類の見直しを実施する。

#### (3) グループ活動の推進

- ・会員が協議会運営に参加し、グループ活動内容の向上および会員活動の活性化につながるよう役割を明確化する。
- ・選挙管理委員会、プロジェクトを擁立する場合は、会員から募集を行い参画意識を高める。

#### (4) 交流会の開催

- ・より多くの会員と交流が図れるよう、月例研究会等にあわせて交流会を積極的に開催する。

#### (5) 会員へのガイダンス

- ・協議会に関する理解を深めるため、協議会活動について5月の月例研究会またはその前後で説明を実施する。

#### (6) 「理事会だより」のHP掲載

- ・理事会の議題の中からトピックスをまとめ、会員に報告する。

#### (7) 理事・監事選挙

- ・選挙管理委員会を組織し、選挙活動が滞りなく進むよう補佐する。

#### (8) 分科会・自主研究会活動の推進・運営

- ・2015年度は、社会の変化（超高齢社会の課題）を研究会や分科会を通じて考え、ヒーブ視点の情報発信ができる分科会活動に重点をおき、各グループの活動を支援していく。
- ・組織の活性化を図るグループとしてお客様対応を考える分科会グループと一体化し、月例研究会での分科会活動時間を増やして、活動を支援する。
- ・研究成果を会員に報告するとともに、企業や社会に対しての情報提供を支援する。
- ・開催スケジュール（予定）

分科会	5月	6月	7月	8月	9月	11月	12月	2月	3月
自主研究会	随時								

## 広報グループ

### 1. 活動目的

- (1) 協議会の存在及びその活動を広く外部に報せ、理解促進および認知度向上を図る。
- (2) 生活者と企業のパイプ役を果たす場を支援し、生活者と直接交流を図る活動を促進する。

### 2. 活動内容

#### (1) 情報発信

- ・ 社会に向けて協議会の活動を積極的に発信し、協議会の認知および理解を高めるとともにマスコミからの問い合わせに対応する。
- ・ 会員及び会員企業に対し、協議会の活動を効果的に知らせ、理解を高めることにより活動の促進を図る。
- ・ 関西消費者協会「消費者情報」掲載記事管理およびフォーマット内容を検討する。

#### (2) パンフレットの作成

協議会の活動目的と活動内容および参加企業を広く紹介するためのツール「What is HEIB?」と機関誌「レポートヒーブ」の合本を検討し、年1回作成する。

#### (3) ホームページの運営

- ・ 外部へ協議会活動をタイムリーに発信するために情報収集を行い、充実した魅力あるページづくりを目指す。
- ・ 「メンバーズオンリー」ページにて月例研究会の案内や活動状況など会員への情報提供を迅速に行い、会員間のコミュニケーションや情報収集に役立つページとして充実させる。

#### (4) 生活講習等

- ・ 講師の派遣等を通じて生活に役立つ生活情報を提供し、協議会の社会的認知度を高める。

## 調査グループ

### 1. 活動目的

- (1) 協議会の活動に沿い、社会や会員企業に役立つ生活者情報を収集・分析し、会員ないし会員企業の業務に役立てる。
- (2) 働く女性のリーディング集団として実施してきた「働く女性と暮らしの調査」について、中長期的ビジョンを探りつつ、調査方法とアウトプットの方法を抜本的に見直す。
- (3) 調査結果のPRを通じて協議会の社会的認知度の向上に繋げる。
- (4) 社会調査や分析手法、結果の表現方法など、会員の調査に関するノウハウの向上に努める。

### 2. 活動内容

- (1) 「第10回 働く女性と暮らしの調査」の具体的な調査方法と発信方法について、企画を検討する。
- (2) 消費者力支援研究所との連携を図り、高齢者をテーマとする冊子作成のマネジメントを行う。
- (3) 2015年度にヒープ内で必要とされる調査（例：会員満足度調査、セミナー後の来場者アンケート調査等）について実務的な側面を担う、もしくは関連のチームに必要な情報・アドバイスを提供する。
- (4) 社会調査や分析手法、結果の表現方法などについて情報を収集し、時代や内容に応じた調査について対応ができるよう備える。

## 関西支部

### 1. 活動目的

- (1) 月例研究活動を通じて、会員一人ひとりがヒーブに求められている資質である現状認識から問題提起し、解決に至るまでのプロセス管理、またそれを発信するプレゼンテーション力など様々な能力向上を目指し活動を行う。また、活動を通じ会員相互のコミュニケーションを深めることで相互に影響し合える関係を構築しさらなるレベルアップを図る。
- (2) 会員一人ひとりが上記の内容を実践し、その成果を会員自らの企業へ持ち帰り情報や成果の共有を図り、ヒーブの存在価値を高める。
- (3) 合同月例研究会を通じて、支部を超えた会員相互のコミュニケーションを図るとともに地域で躍進する企業と生活者のよりよい関係性を学ぶ。

### 2. 活動内容

- (1) 月例研究会活動
  - ・会員の資質向上のみならず、業務へのフィードバックができる内容にし、会員・会員企業にとって役立つ研究会活動を目指す。
  - ・会員・会員企業への満足度アップに繋がるよう、ヒーブならではの企画を立案する。
  - ・公開・セミ公開講座を開催し、会員企業への貢献度 および 協議会の認知度を高める。
  - ・会員全員が研究会の運営に参画し、組織運営のスキルを身に付けるとともに会員同士のネットワークを強化する。
- (2) 広報活動
  - ・関西消費者関連4団体（ACAP/NACS/全相協/ヒーブ）合同の月例研究会、行政・大学等との交流によりヒーブの認知度を高める。
  - ・ヒーブ視点での情報発信を積極的に行い新規会員の獲得に努める。
- (3) 組織活動
  - ・会員の協議会に対する理解を深め、積極的に会員活動が行えるよう、ガイダンスミーティング、ふれあいミーティング（ランチ・ディナー）を継続して行う。
  - ・協議会活動は会員一人ひとりの参加からなることを認識し全員参加型の活動を実践する。
  - ・会員間の業種・職種を超えた“ネットワークづくり”を促進する。

## 九州支部

### 1. 活動目的

- (1) 本年度の九州支部は『社会で、企業で、いま必要なスキルとは？体験から学ぶリアルな1年』というテーマのもと、働く女性に必要なスキルとは何かを探り、それを研究し、習得することを目指す。なかなか定着しない若手社員を伸ばす方法・アイデアに立脚し、会員企業との連携も図りたい。
- (2) 「スキルアップ」、「広報力」、「コミュニケーション」の3点に力を入れ、九州支部の個性を確立すべく、運営について研究を深め、実施する。
- (3) 九州支部初の分科会「ビジネス英会話」を始動。ヒーブらしい運営は何かを研究しながら、効果的・継続性を持って社会に発信するツールに育てたい。

### 2. 活動内容

- (1) 月例研究会活動
  - ・会員全員が運営に携わりつつも、「スキルアップ」、「広報力」、「コミュニケーション」の3つの学びを果たしながら、役割を分担する。
  - ・年間活動テーマのもと、少人数の会員数でできるよう公開講座1回、月例研究会を具体的な「スキルアップ(広報力、コミュニケーションを含む)」の講座として開催。会員の能力・資質の向上を目指す。また、回数を増やすことで会員同士の交流を深める。
  - ・マスコミや企業が注目するヒーブ活動を研究。月例や分科会として推進したい。
- (2) 広報活動
  - ・ヒーブのOB会員との連絡網を見直し、交流の機会を確立する。
  - ・県や市の男女共同参画担当者やマスコミ、そして活動したい女性たちとのネットワーク化を図るために、発信ツールとしての「WEB活用」を検討、情報発信力を高める。
  - ・マスコミや企業が注目するヒーブ活動を研究、広報やコミュニケーションを行う。
- (3) 組織活動
  - ・新入会員への「ガイダンスミーティング」の実施や、個人会員にも活動内容、手順等の説明を確実に言い、積極的な参加を促す。
  - ・社会的な活動を行うヒーブと九州支部の存在を知らせ、会員企業のヒーブに対する理解を高め、興味を抱ける内容を研究していきながら、上司、同僚の参加も呼び掛ける。



## Ⅱ. 予算

### 1. 一般会計

#### <収入の部>

(単位：円)

科 目	金 額
前 期 繰 越 金	3,465,399
会 費	
正 会 員           87 名	5,220,000
個 人 会 員       11 名	198,000
小 計	5,418,000
入 会 金	
正 会 員           9 名	270,000
個 人 会 員       1 名	5,000
小 計	275,000
賛 助 会 費           29 口	1,450,000
雑 収 入	
預 貯 金 利 息	1,000
特 別 例 会 費	694,000
そ の 他	162,000
小 計	857,000
収 入 合 計	8,000,000
総 合 計	11,465,399

<支出の部>

(単位：円)

科 目	金 額	
活動費（東京・関西・九州合計）	3,765,000	
東京	2,845,000	
企画活動	880,000	
研究会推進活動	1,190,000	
組織の活性化を図る活動	200,000	
広報活動	375,000	
調査活動	200,000	
関西	640,000	
九州	280,000	
運 営 費		
地代家賃	800,000	
人件費	1,500,000	
コンサルタント費	360,000	
運賃・通信費	340,000	
交通費	280,000	
会議費	10,000	
消耗品費	100,000	
保守料	100,000	
支払手数料	21,000	
水道光熱費	40,000	
交際費	10,000	
賃借料	420,000	
租税公課	82,000	
雑費	172,000	
小 計		4,235,000
支 出 合 計		8,000,000
当期利益		0
次期繰越金		3,465,399
総 合 計		11,465,399