

2016年度 事業計画書

(2016年4月1日～2017年3月31日)

2016年度 活動テーマ

働く女性の「三方よし」 － “自分よし・企業よし・社会よし” の視点で生活者を考える－

当協議会は、生活者と企業をつなぐ場や機会を展開するとともに、消費者教育や消費者対応にかかわる人材育成、行政・他団体と連携した社会への情報発信などの活動を行っている。2015年度に作成した冊子「超高齢社会における企業の消費者対応」は、生活者と企業をつなぎ、相互理解を促進する役割を体現したものである。これは2013年に作成し、消費者教育の一助を担う「お客様の声を活かした取り組み 55 事例」の続編的冊子と位置づけられる。本冊子では、企業が高齢消費者に向き合うことの意義や企業・社会への影響について、大学や外部団体とも連携して考察した。また、当協議会ではお客様対応基礎講座や各種セミナーを通じ、会員が消費者と向き合う上で不可欠なコミュニケーション能力や視点、スキルの向上にも尽力したほか、消費者団体・事業者団体・行政機関とも連携を図りつつ、よりよい消費社会の構築を目指して活動している。

女性活躍推進法施行年の2016年度テーマは「働く女性の『三方よし』－ “自分よし・企業よし・社会よし” の視点で生活者を考える－」とした。「働く」ことは、生活や企業のためのみならず、自己の成長機会のひとつとなり、さらに社会のためでもある。「売り手よし・買い手よし・世間よし」の三方よしの企業活動が見直される中、自らの仕事が自分・企業・社会のそれぞれにプラスとなるとの意識を持ちつつ、会員がこれまで培ってきた生活者視点と企業視点の双眼を以ってこれまでの活動を発展させたい。当協議会の活動に参加することで、会員にも企業にもメリットとなる情報・スキル・ネットワークを提供し、自分の能力向上と企業や社会への貢献を両立できる活動を目指しつつ、生活者・企業・行政の円滑なコミュニケーションと相互理解に寄与したい。

【2016年度の活動方針】

- ① 「超高齢社会における企業の消費者対応」のプロモーションを通じ、消費者・企業のコミュニケーションの重要性について情報発信する。企業関係や消費者関連の領域にとどまらず、学校等の消費者教育関連の場や学会活動なども通じて、幅広い領域での発信を目指す。
- ② 高齢者対応を含む消費者対応スキルに加え、プレゼンテーション能力を中心とする「発信力」に重点を置いたコミュニケーション能力の向上や、消費者関連の専門知識や最新情報・動向についての学習機会を積極的に創出し、会員の資質と意識の向上に努める。
- ③ 会員間および先輩ヒープ会員との連携、他団体や行政関係との積極的な交流や合同イベントなどを行うことで、会員のネットワークと視野の拡大の機会を増やす。
- 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・賛助会員の満足度向上と新規会員の獲得に尽力する。また、引き続き組織運営の見直しと活性化に取り組む。

2016年度代表理事 宮木由貴子

I. 2016年度事業計画

【東京本部・グループ活動】

1. 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宜会合を持ち、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・事業者団体との「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。

2. 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月例研究会等を開催する。

② 協議会活動への参加促進

月例研究会の運営・企画や分科会活動、自主研究会活動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研究会等を開催する。

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 分科会・自主研究会活動の推進・運営

・グループ活動・分科会活動を再編し、「月例会企画・運営分科会」「広報分科会」「調査・消費者関連情報分科会」「お客様対応を考える分科会」「商品・サービス研究分科会」の5つの分科会で活動を行う。
・分科会活動を通じて知識面・実践面で即戦力となるスキルの向上を目指し、各分科会の活動を支援していく。
・月例研究会での分科会活動時間を効果的に確保し、活動を支援する。
・研究成果を会員に報告するとともに、企業や社会に対する情報提供を支援する。

【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 11月 12月 2月 3月
見学会	1月
分科会活動	5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 2月 3月
自主研究会	随時

3. 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。
- ・会員名簿を更新し、会員の業務に活かせるネットワークの促進を図る。

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 会員活動の推進

- ・会員が協議会運営に参加し、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」のホームページ掲載

- ・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。

4. 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」をそれぞれ年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 ヒーブ講座等

- ・ヒーブ会員が講師となり、その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。

5. 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、会員及び会員企業の業務に役立てる。
- ② 消費者関連情報の収集、消費者関連法等の研究を通じて、会員の知識向上を図る。
- ③ 情報収集・分析・活用といった情報リテラシー力を高めるとともに、調査ノウハウを習得し、実務に活かせるように取り組む。
- ④ 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」の再検討及び今後の方向性を明確にする。

(2) 活動内容

- ① 消費者関連情報の学習、研究
 - ・消費者支援研究所との連携を図り、消費者関連法他、消費者関連情報の収集研究を行う。
- ② 社会調査や分析手法、結果の表現ノウハウの習得
 - ・官公庁データ等の情報ソースや情報収集方法についての勉強会を実施する。
 - ・調査・分析手法について学び、会員調査に活用、実践する。
(会員満足度調査、来場者アンケートなどの作成、分析)
- ③ 会員及び会員企業への情報発信、サポート
 - ・会員の業務、企業に活かせる成果物を検討し、収集・加工・共有化を図る
 - ・本年度の各月の分科会での取組内容を事前に計画することで、活動の全体像を明確にし、参画効果・メリットを可視化する。

【支部活動】

1. 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って情報や成果の共有を図ることで、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・実践する。
 - ・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。
 - ・効率のよい円滑な運営ができるよう、誰がいつ何をやるかの役割と期日を明確にする。
- ② 広報活動
 - ・ACAP との合同の月例研究会、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、情報交換会（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。

【スケジュール（予定）】

5月26日（木）支部大会	継続する会員で準備
6月 月例研究会	情報交換会（ランチミーティング）、会員のお仕事紹介、月例運営の説明・グループミーティング
7月 月例研究会	企業見学会
8月 月例研究会	スキルアップセミナー
9月 月例研究会	お客様の声を生かした活動 ※外部講師による勉強会
10月 ヒーブセミナー	公開講演会、情報交換会
11月22日（火）	ACAP・日本ヒーブ協議会合同月例研究会
12月 月例研究会	企業見学会
1月 月例研究会	情報交換会（ランチミーティング）、2016年度の振り返り
2月 月例研究会	スキルアップセミナー
3月 月例研究会	企業研究会

2. 九州支部

(1) 活動目的

- ① 本年度の九州支部は『人間力を高める』というテーマのもと、企業においても、自身の成長においても、それぞれが人間力を高める1年をめざす。
- ② 「ヒーブとは何か」を、一言では表現できない、説明しづらいと言う、長きにわたるジレンマ解決のため、ヒーブ会員が指針を持って活動する「ヒーブのクレド」を作成。
この方針を内外に定着&アピールして、団体認知を高めていく。
- ③ 九州支部初の分科会「ビジネス英会話」を継続。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
 - ・会員運営の活性化をはかる。役割を分担しながら、それぞれの成長に役立てる。
 - ・ヒーブ活動をして、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満足度を高め、互いの交流を深める。
- ② 広報活動
 - ・随時、Facebookによる発信を行う。
 - ・福岡・九州でのヒーブ活動を広く告知するための方策を練る。
- 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、個人会員との連携を深め、積極的な参加を促す。
 - ・会員企業のヒーブに対する理解を高める活動を、上司に向けて行う。興味を抱ける研究会活動を企画。OB、上司、同僚の参加を呼び掛けて、巻き込んでいく。

【スケジュール (予定)】

6月3日 支部・大会公開	ファシリテーション「人間力」とは、何か
6月 分科会	ヒーブ視点の英会話
7月 月例研究会	動物占いと自己発見プログラム
9月 分科会	ヒーブ視点の英会話
10月 合同	シニアタウンとの共催公開講座「33事例発表イベント」(予定)
11月 月例	女性としての人間力を高めるコミュニケーション講座
1月 月例	ACAP・日本ヒーブ協議会合同月例研究会
3月 公開講座	「人間力」関連発表

【九州支部 ヒーブのクレド (ヒーブ紹介のミニリーフ作成、会の始まりに唱和予定)】

- 人間力のある企業とは何かを考え、そのために行動します。
- 人間力あふれる地域の生活者として、考え、行動します。
- 一人の女性として、人間力を高めるために行動します。

Ⅱ. 予算

1. 一般会計

<収入の部>

(単位：円)

科 目	金 額
前 期 繰 越 金	94,433
会 費	
正 会 員 84 名	5,040,000
個 人 会 員 10 名	180,000
小 計	5,220,000
入 会 金	
正 会 員 4 名	120,000
個 人 会 員 3 名	15,000
小 計	135,000
賛 助 会 費 29 口	1,450,000
雑 収 入	
預 貯 金 利 息	1,000
特 別 例 会 費	629,000
そ の 他	265,000
小 計	895,000
収 入 合 計	7,700,000
総 合 計	7,794,433

<支出の部>

(単位：円)

科 目	金 額	
活 動 費 (東京・関西・九州合計)	3,297,480	
東京	2,307,480	
企画活動	80,000	
研究会推進活動	1,600,000	
組織の活性化を図る活動	120,000	
広報活動	507,480	
調査活動	0	
関西	590,000	
九州	400,000	
運 営 費	3,902,520	
地代家賃	666,080	
人件費	1,600,000	
税理士報酬	360,000	
運賃・通信費	340,000	
交通費	490,000	
会議費	10,000	
消耗品費	200,000	
保守料	100,000	
支払手数料	21,000	
水道光熱費	0	
交際費	10,000	
賃借料	0	
租税公課	82,000	
雑費	23,440	
事業活動積立金	500,000	
40周年記念事業費	100,000	
ホームページ構築費	200,000	
調査報告書費	200,000	
支 出 合 計	7,700,000	
当期利益	0	
次期繰越金	94,433	
総 合 計	7,794,433	

2. 特別会計

<収入の部>

(単位：円)

科 目	金 額
ホームページ構築積立金	1,200,000
収 入 合 計	1,200,000

<支出の部>

(単位：円)

科 目	金 額
ホームページ構築費	1,080,000
支出合計	1,080,000
ホームページ構築積立金残高	120,000