２０２１年

NPO（特定非営利活動法人）MCEI 総会資料

東京支部　２０２１年６月２１日（月）　MCEI 東京支部事務局

大阪支部　２０２１年６月　３日（木）　大阪府男女共同参画・青少年センター

議事事項

１．2020 年度東京支部・大阪支部活動報告
２．2020 年度東京支部・大阪支部収支計算書
３．2020 年度 NPO・MCEI 事業報告書
（１）事業報告書
（２）収支計算書
（３）貸借対照表
（４）財産目録
４．監査報告書
５．理事選任の件
６．監事選任の件
７．退任理事・監事
８．2021 年度東京支部・大阪支部活動方針
９．2021 年度東京支部・大阪支部収支予算書
１０．2021 年度 NPO・MCEI 事業計画書
１１．2021 年度 NPO・MCEI 収支予算書

Marketing Communications Executives International

TOKYO / OSAKA

◆ MCEI 東京支部
〒102-0083 東京都千代田区麹町 1-6-9　DIK 麹町ビル 4C
TEL：03-5276-6561　FAX：03-5276-6627

◆ MCEI 大阪支部
〒600-8108 京都市下京区五条通新町西入西錺屋町 25 番地　つくるビル（株式会社ＩＳＳＯ内）
TEL：075-352-1661

はじめに

2019 年度終盤より継続している新型コロナウイルスの影響によって、既存の秩序や常識が大きく変容しております。
一過性ではなく、中長期的に影響を及ぼし、人々の生活様式をも変えなければならない、この先も全く見通しが立たない危機的局面に、私たちは依然立たされています。
歴史的モノサシでの大きな、それも非連続な転換期の中にいます。
2021 年度も、MCEI としてその大きな環境インパクトに向けて積極的に対応し、MCEI ならではの役割を果たしていきます。
今を、「イノベーションの好機」と捉えて様々な取り組みを推進していきます。

1. 2020 年度 東京支部・大阪支部 活動報告

【1】 東京支部活動報告（広浦理事長）

＜2020 年基本方針振り返り＞

2020 年度方針は下記3つの基本方針で臨みました。

① 「アフターコロナ」においての対応力強化とそのリード
今の危機をチャンスと捉えて「新市場新価値開発」「働き方改革」「イノベーション力強化」などのテーマに取り組み、実践スキルの取得・共有・創出、そして発信していきます。
MCEI の注力テーマでもある「社会課題解決に貢献」も今後ますます加速すると思われます。
それらを協創の機会と場の提供を通して推進していきます。

② コミュニケーションの多様化の推進
今後加速化する「オンライン化」に積極的に取り組んでいきます。各種研究会への取り入れ、理事会委員会においての導入を行っていきます。
機関誌ブレティンにおいても新たな取り組みを行い、会員企業との接点、会員企業間同士の接点の強化を目指します。併せて我々が大切にしているアナログ要素との共存、そして MCEI らしさをより深めていきます。

③ 組織基盤強化
昨年の 50 周年を「スタート」と位置づけ、今後の永続的発展を目指す運営体制づくりを進めます。進行中の「緊急提言」、その実践のためのイノベーション力強化も取り入れていきます。予定している新プロジェクト「MCEI イノベーターズ」も早期スタートを目指し、スキル向上とともに、新たな視野との結びつきにも期待しております。
永続発展の成果尺度「一貫性のサイクル」などの活用、若手・女性のより多くの方々に運営への参画の議論も進めていきます。

結果として、2020 年 3 月以降、コロナ禍において通常の活動は全面ストップを余儀なくされ、2020 年度、そして 2021 年 6 月時点でもコロナ収束とはならず、先々の見通しが立たない状況におります。
・そうした中で、2020 年度の活動内容はすべて緊急対応、手探りの進行となりました。
・2020 年度の振り返りは、下記のとおり過去改革の歩みと 2020 年緊急対応、それからの「気づき」の整理としました。
・2021 年度およびそれ以降をまず「中長期課題」の整理、そして「2021 年度計画」につなげました。
※「中長期課題」「2021 年度計画」は、22 ページ：2021 年度東京支部活動・運営方針をご覧ください。

＜今までの経緯＞
＊理念の確立（2018 年 1 月）
MCEI は「協創実務家集団」です。
お客さまの“ワー！ウレシイ！アリガトウ！”の実現に向け、実務家の「協創」により、新価値創造を行う実務家の実務家のための「協創実務家集団」を目指します。
注力テーマとして、
・社会課題の解決に貢献していきます。
・新しい富の創造、新しい需要の創造、心の安心・楽しさ・満足が得られる暮らし、自然との共生、創造性の発揮、自己実現、社会との関わり、活動を通して人が育つ

＊50 周年記念出版「プロフェッショナル・マーケター」の意義・目的の確認（2019 年 12 月）
我々は今、歴史的モノサシでみて、非連続で大きな転換期を迎えています。それをブレークスルーする指針を示すことが使命であり、それを通して企業を取り巻く多くの困難を突破する役割と共に、その実践を担うプロマーケターを志す人たちの道しるべとなることを目的とします。
マーケティングのネットワーク MCEI の今後の成長の象徴として、多くの人に影響を与え、そして受け入れられるより強固な組織となることを目指します。

＊緊急提言「今の危機はチャンス」全 3 回の実施 2020 年 5 月～7 月
MCEI 活動の全面停止を受け、再開に向けての一歩
1回目：After コロナ時代、生き残りをかけた企業のイノベーション
2回目：With コロナの市場を勝ち抜くイノベーターの理論と実際
3回目：組織としてイノベーターを育成し、イノベーションにつなげる仕組み
【実施記録 9 ページ 資料②参照】

＊定例研究会「企業の実践とその報告」会員企業による 15 分間ショートスピーチ
オンライン形式にて 2020年 8 月～2021 年 4 月現在・延べ 34 社登場
「実務家集団 MCEI」らしさを強調

会員の皆様の知恵を集結、お互い共有し、それを自社での実践へ持ち帰り、そしてまた持ち寄り、このサイクルを繰り返してコロナを乗り越える多くの実践事例・MCEI ならではの内容を目指しました。

コロナを乗り切り、発展に向けての様々な分野の多くの知恵が生み出されています。

（例）戦略／新規事業／ビジネス新視点／コミュニケーション／社会課題解決型ビジネス／DX／コミュニケーション／営業革新／生活者インサイト／働き方改革／外国人人財活用　など

スピーチは継続して実施

【実施記録　9 ページ　資料①参照】

＊「MCEI イノベーターズ」第 1 期スタート　2020年 9 月～2021 年 3 月　全 4 回

今の窮地を生き延び、勝ち抜くには「イノベーション」と位置づけ、そのスキル養成講座。

激動する社会・市場において、新価値（商品・事業・プロセス・企画）を生み出し実現させる 「企業内起業家（イノベーターズ）」が集い、学びあい、協創し、そして自己・自組織・社会に　貢献する。それに挑戦する志の高い人材の成長の場を MCEI が提供します。

現状をブレークスルーすることに併せて、次世代 MCEI の推進を担う母体としても位置付ける。その仕掛けとして、最終アウトプット演習のお題目として「MCEI の発展のための提言」を行い、参加者から多くの示唆に富んだ提言をいただきました。

【実施記録　11 ページ　資料⑧参照】

＊50 周年記念特別フォーラム・流通経済研究所理事・根本重之氏の発言（2019 年 9 月）

初めに・・・MCEI 東京支部創設者・水口健次先生、ともに考え戦い続けてくれた人

終わりに・・・水口先生と同時代人の一人、流通経済研究所創設者・田島義博先生

ただし、我々はこれから水口先生、田島先生が見なかった世界を生き延びてゆかなければならない。

＜気づき＞

＊会員同士の実（じつ）ビジネスでの連携のニーズが多く存在している。

With コロナにおいての新ビジネスづくりには、企業間連携の必要性かつ重要性への認識を大にしています。会員に対してのショートスピーチ依頼に積極参加、事務局からの呼びかけにも積極的な反応を受けています。

「実ビジネスの連携・協創」について MCEI の役割において、「協創プラットフォーム整備」と「仲人役」の 2 つがあります。

＊MCEI 各種研究会の運営において独自性が必要

講師と参加、講師と講師、参加者同士、ツーウェイの関係強化

・参加者同士のコミュニケーションの有効性

・参加者質問の後日受付と回答

・講演中のチャットの活性化（講師からの質問に受講生が答える・受講生の途中質問に講師が答え

る・・）
・CX（顧客体験）的ストーリー・相互企業訪問など
・OMO（Online Merges with Offline）、その工夫

＊「プロフェッショナル」と「イノベーション」は今後の改革に向けた重要なキーワード
＊MCEI と若手層との間の認識ギャップと、結果として不整合
＊社会課題解決ビジネスは手段ではなく重要目的になっている
＊働き方改革も急速に進化している。DX、副業、テレワーク、・・・
＊デジタル技術は、今後のすべての施策において必要不可欠で重要
＊MCEI 構成員の高齢化　運営サイド・会員サイドともに

以上

＜2020 年度　主な活動内容＞

5 月：緊急オンラインセミナー『今の危機はチャンス』第 1 回実施
6 月：総会開催 『今の危機はチャンス』第 2 回実施
7 月：『今の危機はチャンス』第 3 回実施
8 月：定例研究会　オンラインで再開 『コロナ禍に生き残る！企業の実践とその報告』シリーズ開始
9 月：第 1 期イノベーターズワークショップ開講　受講生選抜 10 名
10 月：お客さま学研究会　オンラインで再開
12 月：百人百語 2021 発行
1 月：第 21 期ビジネススクール開講　受講生 10 名
2 月：第 3 期感覚マーケティング実践研究会開講　受講生 7 名

＜参照＞	9 ページ	資料①　東京支部　定例研究会　実施内容
		資料②　同　緊急セミナー　実施内容
	10 ページ	資料③　同　お客さま学研究会　実施内容
		資料④　同　第 20 期ビジネススクール　実施内容
		資料⑤　同　第 21 期ビジネススクール　実施内容
	11 ページ	資料⑥　同　第 2 期感覚マーケティング実践研究会　実施内容
		資料⑦　同　第 3 期感覚マーケティング実践研究会　実施内容
		資料⑧　同　第 1 期イノベーターズワークショップ　実施内容

＜MCEI 大阪 2020 年度活動報告、及び、収支報告＞

2020 年度は大阪支部創立 47 周年目の新たなスタートでした。年間テーマは、ここ数年同じテーマを深めるため、引き続き「きづく」として活動を進めてきました。しかし、2020 年度は新型コロナ感染拡大の影響で、MCEI 大阪も試行錯誤の一年となりました。

4 月、5 月は緊急事態宣言が発生されたため、定例会は延期となりました。実質、2020 年度のスタートとなった 6 月度定例会は、リアル会場とオンラインの併催とし、大阪ガスエネルギー文化研究所の池永寛明さんから「コロナ禍後の社会を考える」というテーマでお話いただきました。池永さんには 2020 年度を締めくくる 3 月にも“コロナ禍”をテーマにご登壇いただきました。コロナ禍の影響を大きく受けている最中、外食産業からは、ラーメン専門店「一風堂」でお馴染みの力の源ホールディングス、お好み焼の千房ホールディング。エンターテイメント業界からは、ビルボードライブを運営している阪神コンテンツリンクにご登壇いただき、各社からはコロナ対策と今後の展望など貴重な話に触れることが出来ました。実は、3 社とも、コロナ禍前に登壇のお約束をいただいた講師の方々でした。会員社からは 2 社、トッパンフォームズからは CX やマーケティングのトレンドに関して、キリンビバレッジはキリンレモン発売 90 周年のリポジショニングといった大変興味深い内容でした。毎年恒例となった日経 BP 品田英雄さんからは 2020 年のヒット商品振り返りと 21 年予測のお話。今年は過去ご登壇いただいたりそな総合研究所の藤原 明さんと JOYWOW の阪本啓一さんのお二人に再び登場いただきました。藤原さんからは「不確実性の高まる時代を拓く！新しい共有価値のツクリカタ」、阪本さんは、コロナ時代のマーケティング」のお話、その他、After コロナでオフィスはどうなるか、スタジオアリスが業界トップになった理由、話題となったビジネス書「大阪の逆襲」番外編など、この 1 年を振り返ってみると、実に多様な方にご登壇いただきました。

少人数ながら深い議論を重ねてきました水口ゼミナールは、前年度 3 月開催予定で延期にしていた「GMS はどんな夢を見たか」の第 2 回を 9 月に開催、前回に引き続き清水さんによる講演に加え、「GMS の果たした役割と、コロナ禍も踏まえたこれからの流通のあり方」についてパネルディスカッション形式で議論いたしました。

2020 年度の定例会の参加者数は一覧表をご参照ください。会員数においては前年度より個人会員の退会が続き、最終的に法人会員 9 社、個人会員 11 名（前期比 5 名減）シニア会員 1 名となりました。定例会参加者は、新型コロナウイルスの影響で 6 月からのスタートとなり、10 月から 12 月からは月2回の実施で昨年の不足分と合わせ 13 回の開催したこともあり年間 465 名、昨年比 104％と参加者数はある程度確保できました。内容としてはオンライン併催を継続したことで会員の参加が伸びました。一方、ゲスト参加者が全く伸びず、前期比 45％という結果となりこのことが大きく収支を悪化させることになりました。

続きまして、2020 年度の収支に関してご報告いたします。まず、期初から個人会員2名の退会があり、前述のようにゲスト参加が全く伸びなかったため、予定通りの収入を得ることができませんでした。一方支出は、前期より予約していた会場をキャンセルできなかったこと、また、無償会場を全く手配できなかったことも加えて支出を抑えることができず、結果的に大きな赤字を出すに至りました。そのため、今期、大きな運営改善を迫られる結果となりました。

【2】各委員会の 2020 年度活動報告

（1）メンバーシップ委員会（越智理事・竹内理事・成瀬理事）

会員同士が業界を越えて交流できる場として2019年より実施していた『ワー！ウレシイ！アリガトウ！を創ろう会』は、新型コロナウイルスの影響により開催停止を余儀なくされた。会員企業を訪問し、リアルな場での交流が特長だったが、コロナ禍でも開催できる交流会を考える必要がある。

（2）ミーティング委員会（岩崎理事・木暮理事・是沢理事・仁藤理事）

●お客さま学研究会

＜活動方針＞

・すべてのコストの負担者＝お客さまの「ワー!ウレシイ!アリガトウ!」を探求しお客さまの真の姿を参加者と共有。

・お客さま学研究会を通じて、会員企業の持つ課題解決に貢献する。

・MCEI へのエントランス部門と位置付け、未参加会員の参加促進および新規会員獲得の接点の役割を担う。

上記の方針をもとに、講演テーマを「ライフシフト」「デジタルシフト」「ダイバーシティシフト」の3つに分け、市場機会の探求とマーケティングチャンス発見を学ぶ研究会として実施してきたが、コロナ禍により開催中止を余儀なくされた。

委員会メンバーでのオンラインミーティングを重ね、10 月より再開。With／After コロナのマーケティングから講演していただく企業を招聘し、オンラインで実施してきた。

2021 年からはテーマを「コロナ環境下のお客さまの変化と、その先に見える DX 新時代」にシフト。オンラインで開催を継続した。

【実施記録　10 ページ　資料③】参照

（3）コミュニケーション委員会（福崎常務理事・斎藤理事・仁藤理事）

●広報

コロナ禍において MCEI の活動が制限されたため、内外への発信も減少してしまった。

東京支部 50 周年記念出版『プロフェッショナルマーケター』が日本マーケティング学会員が選ぶ「日本マーケティング本 大賞 2020」にノミネートされた際は、会員へのメール配信および「PR TIMES」からリリースを配信した。

●ホームページ

広報の内容をメール配信と同時にホームページでも情報を公開し、より詳細な内容を閲覧できるようにした。

●百人百語

通算 38 号「百人百語 2021」を 12 月 25 日に発行。コロナ禍において集稿は例年になく厳しく、発行も危ぶまれたが、多くの方々の協力のもとに刊行できた。

●機関誌ブレティン

コロナ禍における活動制限の中、2 誌発行。

（4）ナレッジワーク委員会（石川副理事長・市川常務理事・伴理事）

●ビジネススクール

第 20 期『市場が変わる・顧客が変わる～変革と転換のマーケティング』で 2020 年 1 月～9 月実施。（3 月～6 月中断） 受講生 17 名

第 21 期『withコロナを勝ち抜くイノベーションとプロフェッショナル』で 2021 年 1 月～実施中。受講生 10 名

【実施記録 10 ページ資料④、⑤参照】

●マーケティング初級講座

コロナ禍の影響により休会

（5）研究会委員会（嶋司理事、高津理事、畑中理事）

① 感覚マーケティング実践研究会

第 2 期 2019 年 10 月～2020 年 10 月実施（11 月～9 月中断）。受講生 12 名

【実施記録 11 ページ資料⑥参照】

第 3 期 2020 年 2 月～4 月実施。受講生 7 名

【実施記録 11 ページ資料⑦参照】

② 価値協創実践会

・シニア市場戦略

MCEI の理念・「協創」をより深める仕組みとして 2016 年 5 月発足。2020 年度は 10 月に会合を実施。

③ ダイヤモンド型営業戦略研究会

休会

（6）国際関連

コロナ禍において日台ビジネス交流会も休止を余儀なくされた。

（7）表彰

毎年 EOY（エグゼクティブ・オブ・ザ・イヤー）、MOY（マーケター・オブ・ザ・イヤー）は、通常 6 月定例研究会にて発表・表彰を行うが、今年度もは現状を鑑み昨年同様延期とした。

以上

＜資料①＞　東京支部定例研究会　実施内容

年	月	テーマ	講師	出席
2020 年	4 月	新型コロナウイルスの影響により中止		
	5 月	新型コロナウイルスの影響により中止		
	6 月	新型コロナウイルスの影響により中止		
	7 月	新型コロナウイルスの影響により中止		
	8 月	コロナ禍に生き残る！企業の実践とその報告＜第１回＞	市川英次氏（ヤクルト本社） 大給近憲氏（光文社） 舟久保竜氏（ドゥ・ハウス） 辻本美紀氏（カゴメ） 嶋司貴裕氏（TVC）	60
	9 月	コロナ禍に生き残る！企業の実践とその報告＜第２回＞	酒井可奈子氏(ﾊｳｽ食品ｸﾞﾙｰﾌﾟ本社) 大江弘祥氏（京王百貨店） 今泉陽介氏（ネオマーケティング） 越智由香子氏（大日本印刷）	50
	10 月	コロナ禍に生き残る！企業の実践とその報告＜第３回＞	大武みなみ氏(ｼﾞｪｲｱｰﾙ東日本企画) 有賀収氏（市場開発研究所） 稲葉光亮氏(ADK ｸﾘｴｲﾃｨﾌﾞ・ﾜﾝ) 本田健氏（カルビー）	85
	11 月	コロナ禍に生き残る！企業の実践とその報告＜第４回＞	阿部学氏（キリンビール） 香山俊巳氏（ケイズビュー） 荒井行正氏（千修） 松尾哲哉氏（ニチレイフーズ）	76
	12 月	流通構造の転換期の小売戦略～製・配・販・顧客の「協創」で勝ち抜こう～	大塚明氏（ｺｰﾈﾙ大学 RPM ｼﾞｬﾊﾟﾝ）	54
2021 年	1 月	2020 年 Yahoo！ JAPAN のマーケティング事例	石丸遥香氏（ヤフー）	69
	2 月	コロナ禍に生き残る！企業の実践とその報告＜第５回＞	嶋司貴裕氏（TVC） 佐々木治氏（ﾏｰﾁｬﾝﾀﾞｲｼﾞﾝｸﾞ・ｵﾝ） 小田力氏（京王プラザホテル） 田中浩子氏（立命館大学）	47
	3 月	コロナ禍に生き残る！企業の実践とその報告＜第６回＞	伊藤景太氏（伊藤景パック産業） 藤枝ﾃｯﾄﾞ和己氏(西川ｺﾐｭﾆｹｰｼｮﾝｽﾞ) 高津尚子氏（日本製紙クレシア） 安宅正晴氏（オノフ）	45
※開催はすべてオンライン		計 486 人(昨年度:589 人)　1 研究会あたり 60.8 人(昨年度:53.5 人)		

＜資料②＞　東京支部緊急セミナー　実施内容

年	月	テーマ	講師	出席
2020 年	5 月	今の危機はチャンス（第１回）～After コロナ時代、企業の生き残りをかけたイノベーション	坂本崇博氏（コクヨ/ SSIN）	84
	6 月	今の危機はチャンス（第２回）～With コロナの市場を勝ち抜くイノベーター理論と事例	坂本崇博氏（コクヨ/ SSIN）	54
	7月	今の危機はチャンス（第３回）～組織としてイノベーターを育成しイノベーションにつなげる仕組み～	坂本崇博氏（コクヨ/ SSIN）	44
※開催はすべてオンライン		計 182 人　1 研究会あたり 60.6 人		

＜資料③＞　東京支部お客さま学研究会　実施内容

年	月	テーマ	講師	出席
2020 年	4 月	新型コロナウイルスの影響により中止		
	5 月	新型コロナウイルスの影響により中止		
	6 月	新型コロナウイルスの影響により中止		
	7 月	新型コロナウイルスの影響により中止		
	8 月	新型コロナウイルスの影響により中止		
	9 月	新型コロナウイルスの影響により中止		
	10 月	ニューノーマルの消費者視点から導き出す、メーカーによる飲食店支援の切り口	大松孝弘氏（デコム）	30
	11 月	シェフ派遣サービスのパイオニアが提案する ニューノーマル時代を生き抜くビジネス成功の 7 つの鍵！	奥山泰久氏（シェフの友）	32
2021 年	1 月	すべての営業キーマンに贈る　オンライン営業システム『ベルフェイス』に学ぶ　リモートならではの営業革新の DX＝セールストランスフォーメーションの実際	牛嶋洋之氏（ベルフェイス）	24
	2 月	物流業界の黒船「ハコベル」が展開する物流 DX 支援の実際　～ネスレ日本の先行事例に学ぶ、営業-生産-物流一元管理の新物流体制～	齋藤祐介氏（ラクスル）	25
	3 月	顧客コミュニケーションの DX―圧倒的な費用対効果を実現する最先端の戦略 PR 手法とは？―	中島謙一郎氏（ベクトル）	30
※開催はすべてオンライン		計 141 人(昨年度:150 人)　　1 研究会あたり 28.2 人(昨年度:15.0 人)		

＜資料④＞　東京支部第 20 期ビジネススクール　実施内容

テーマ:「市場が変わる、・顧客が変わる～変革と転換のコミュニケーション」

2020 年	1 月	カゴメのマーケティング戦略	宮地雅典氏(カゴメ)
	2 月	小売からメーカー・卸に求めること	信田洋二氏(Believe-UP)
		AM:グループディスカッション＆発表・講評 PM:三井アウトレットパーク木更津　講演＆見学	信田洋二氏(Believe-UP) 鈴木雅彦氏(三井アウトレットパーク木更津)
	7 月	SNS／ビッグデータなどの情報化社会の中で直接『消費者』へどう働きかけるべきか？ ※新型コロナウイルス感染拡大防止のため日程変更	大給近憲氏（光文社）
	8 月	SEA BREEZE のブランド戦略　※新型コロナウイルス感染拡大防止のため日程変更	佐藤小百里氏（資生堂ジャパン）
	8 月	百貨店のあくなき挑戦！百貨店の過去～現在/コロナ禍の現状　アフターコロナに向けて　※新型コロナウイルス感染拡大防止のため日程変更	大江弘祥氏（京王百貨店）
	9 月	ヤクルトの新商品展開事例　※新型コロナウイルス感染拡大防止のため日程変更	金谷範人氏(ヤクルト本社)
	9 月	本質的解決策に迫る ビジネス思考法　※新型コロナウイルス感染拡大防止のため日程変更	守口剛（早稲田大学商学学術院）

＜資料⑤＞　東京支部第 21 期ビジネススクール　実施内容

テーマ:「with コロナを勝ち抜くイノベーションとプロフェッショナル」

2021 年	1 月	カゴメのマーケティング戦略	宮地雅典氏(カゴメ)
	2 月	小売からメーカー・卸に求めること	信田洋二氏(Believe-UP)
	3 月	SEA BREEZE のブランド戦略	佐藤小百里(資生堂ジャパン)
	4 月	SNS/ビッグデータなどの情報化社会の中で直接「消費者」へどう働きかけるべきか？	大給近憲氏（光文社）
	5 月	ヤクルトの新商品展開事例	金谷範人氏(ヤクルト本社)
	6 月	百貨店のあくなき挑戦！ 百貨店の過去～現在/コロナ禍の現状　アフターコロナに向けて	大江弘祥氏（京王百貨店）
	7 月	本質的解決策に迫るビジネス思考法	守口剛（早稲田大学商学学術院）

＜資料⑥＞　東京支部第 2 期感覚マーケティング実践研究会　実施内容

2019 年	10 月	感覚マーケティングで解き明かす「何となく」の生む効果	石井裕明氏(成蹊大学)
	11 月	感性データに基づく訴求は購買行動を促すか？ ～自社商品の魅力アップにつながります～	早坂浩史氏(味香り研究所)
	12 月	感性脳情報科学～ヒトの脳のクセを知らないともったいない～	岡嶋克典氏(横浜国立大学大学院)
2020 年	2 月	人の感情をマーケティングの更なる価値向上に活用 ～ヒトの感情を捉え・ひも解き・デザインする～	額田康利氏(SOOTH)
	10 月	・仮説検証実験結果考察　・第二期まとめ・時期に向けて ・参加者からの提案タイム　※新型コロナウイルス感染拡大防止のため日程変更	

＜資料⑦＞　東京支部第3期感覚マーケティング実践研究会　実施内容

2021 年	2 月	JINSの挑戦・「Think　Lab」	井上一鷹氏（Think Lab）
	3 月	ニューロマーケティングの実践～脳を計り人を知る～	長谷川清氏（NeU）
	4 月	聴覚マーケティングの実践	鈴木創氏（日本音響研究所）

＜資料⑧＞　東京支部第1期イノベーターズワークショップ　実施内容

2020 年	9 月	イノベーター理論を学ぶ 「熱くなろう」	坂本崇博氏（コクヨ/ SSIN）
	11 月	新規事業開発ノウハウを学ぶ 「クールになろう」	坂本崇博氏（コクヨ/ SSIN）
2021 年	1 月	ケーススタディ「MCEI 新規事業・ PJ への提言」	坂本崇博氏（コクヨ/ SSIN）
	3 月	ケーススタディ結果発表・振り返り	坂本崇博氏（コクヨ/ SSIN）

大阪支部定例研究会　実施内容（2020 年度開催13回）

年	月	テーマ	講師	出席者数	
				第 1 部	第 2 部
2020 年	4 月	延期			
	5 月	延期			
	6 月	コロナ後社会を考える	池永　寛明氏（大阪ガス株式会社 エネルギー・文化研究所）	68	0
	7 月	一風堂の海外戦略とコロナ後の展開	山根　智之氏 （株式会社力の源ホール　ディングス）	40	0
	8 月	経営は終わりのない駅伝	中井　寛二氏 （千房ホールディングス　　株式会社）	32	0
	9 月	不確実性の高まる時代を拓く！新しい共有価値の ツクリカタ	藤原　明氏 （りそな総合研究所株式会社）	30	0
	10 月 ①	著書「billboard を呼んできたサラリーマン」で 説明する大企業で新規事業を成功に導く方法	北口　正人氏 （株式会社阪神コンテンツリンク）	35	0
	10 月 ②	CX とナッジと人間中心設計（HCD）	指澤　竜也氏/田代　良太郎氏 （トッパン・フォームズ株式会社）	32	0
	11 月 ①	2020 年のヒット商品を振り返り、21 年を予測 する	品田　英雄氏（日経ＢＰ総研 マーケティング戦略ラボ）	49	0
	11 月 ②	どうなる？ After コロナオフィス ～オフィスの 新たなる展開～	小出　暢氏 （パワープレイス株式会社）	26	0
	12 月 ①	キリンレモン 90 周年　リポジショニング事例と現在の 取り組み	宮本　諭氏 （キリンビバレッジ株式会社）	35	0
	12 月 ②	スタジオアリスが業界トップ企業となった理由	伊貝　武臣氏(名古屋大学大学院)	24	0
2021 年	1 月	コロナ時代のマーケティング	阪本　啓一氏（株式会社 JOYWOW）	32	0
	2 月	「大阪の逆襲」番外編：コンセプトを嫌う街のコンセプトを探る	杉田　英樹氏 （ゼータコンサルティング株式会社）	31	0
	3 月	『これから本当のコロナ禍となる。どうする―2020 年はコロナ激変緩和。2021 年はコロナ禍の本当の姿が顕れる』	池永　寛明氏（大阪ガス株式会社 エネルギー・文化研究所）	31	0
計 465 人（1 研究会あたり 35.8 人）　（昨年度：449 人<40.8 人>）					

水口ゼミナール（第 11 回）

年	月	テーマ	講師	出席
2021 年	9 月	「GMSはどんな夢を見たか ～日本の流通イノベーションの今、その光と影と 未来は～」	大和商業研究所　代表　清水　正博氏 パネラー（橋詰　仁氏、三木　康司氏、舘岡　成 之氏）	10
計 10 人（開催1回）　（昨年度：25 人/<12.5 人>）				

2. 2020年度MCEI東京支部・大阪支部　収支計算書

*MCEI内部では使い慣れた西暦を使うが、官公庁提出用には元号を使う。

＜東京支部（2020年4月1日～2021年3月31日）＞

収　　入

Ⅰ. 一般会計

		【'20実績】	【'20予算】
年会費	法人60社	10,755,000	11,700,000
	個人17名	935,000	1,140,000
特別会費	納会個人	0	250,000
	コミュニケーションサロン	0	200,000
事業収入	定例研ビジターフィー	0	0
	お客さま学研究会参加費	0	0
出版収入	百人百語販売	2,500	0
	プレティン広告費	0	0
大阪支部（相殺）	百人百語代	22,500	20,000
	総会資料代	0	10,000
その他収入	オークション	0	150,000
	その他	0	0
		11,715,000	13,470,000

Ⅱ. プロジェクト別会計

ビジネススクール(第21期)	1,320,000	3,300,000
マーケティング初級講座(第13期)	0	0
ダイヤモンド型営業戦略研究会(第10期)	0	0
ナレッジワーク出版及びセミナー	26,400	0
価値協創実践会	0	0
イノベーターズワークショップ	0	0
感覚マーケティング実践研究会（第2期）	1,430,000	1,300,000
感覚マーケティング実践研究会（第3期）	269,500	0
	3,045,900	4,600,000

Ⅲ. その他

国際マーケティング会議	0	0
50周年記念出版	181,600	1,000,000
雑収入（未払金戻り）	203,226	0
雑収入（持続化給付金）	2,968,964	
受取利息	165	0
	3,353,955	1,000,000

総計	18,114,855	19,070,000

【東京支部計算書の説明】

■収入の部

*会費収入　20年計画・法人65社、個人19名
　　20年実施・法人60社、個人17名

*プロジェクト収入
ビジネススクール：計画20名⇒実績10名
マーケティング初級講座：休会
ダイヤモンド型営業戦略研究会：休会
感覚マーケティング実践研究会：実績7名
※実店舗での検証実施費用　1,430,000円（税込）

*その他収入
持続化給付金：2,000,000円
家賃支援給付金：968,964円

■支出の部

*プロジェクト別支出
感覚マーケティング実践研究会：
実店舗での検証実施費用　1,430,000円（税込）

*租税公課
消費税免税年

支　　出

Ⅰ. 一般会計

		【'20実績】	【'20予算】
納会		0	800,000
コミュニケーションサロン		0	200,000
理事会・委員会		157,080	200,000
定例研究会		133,332	1,000,000
お客さま学研究会		0	0
プレティン		385,030	1,500,000
百人百語		212,300	200,000
国際		0	0
広報		33,000	100,000
ホームページ		622,600	600,000
	小計	1,543,342	4,600,000
会維持・運営	旅費交通費	34,639	130,000
	事務用品費	63,044	100,000
	印刷費	98,882	400,000
	通信費	345,175	400,000
	税理士報酬	314,268	310,000
	雑費	64,020	50,000
	新聞図書費	49,000	60,000
	書籍購入費	0	20,000
	消耗品費	24,491	50,000
	賃借料（コピー機）	447,120	450,000
	会維持・運営小計	1,440,639	1,970,000
事務局費	法定福利費	701,642	700,000
	委託費	7,000	400,000
	交通費	269,637	450,000
	家賃（含水道光熱費）	3,012,966	3,000,000
	役員報酬	2,400,000	2,400,000
	給料	4,080,000	4,080,000
	事務局費小計	10,471,245	11,030,000
寄付金			100,000
租税公課		600	10,000
		13,455,826	17,710,000

Ⅱ. プロジェクト別会計

ビジネススクール(第20期)	12,320	10,000
ビジネススクール(第21期)	458,798	1,200,000
マーケティング初級講座(第13期)	0	0
ダイヤモンド型営業戦略研究会(第10期)	0	0
ナレッジワーク出版及びセミナー	21,120	0
価値協創実践会	0	0
イノベーターズワークショップ	111,111	0
感覚マーケティング実践研究会（第2期）	1,635,555	1,300,000
感覚マーケティング実践研究会（第3期）	123,200	0
	2,362,104	2,510,000

Ⅲ. その他

国際マーケティング会議	0	0
ナレッジワーク出版事業	0	0
50周年記念出版	549,120	1,000,000
	549,120	1,000,000

Ⅳ. 予備費

予備費	0	0
	0	0

総計	16,367,050	21,220,000
収支差額	1,747,805	−2,150,000
前期繰越金	9,344,473	11,092,278
次期繰越金	11,092,278	8,942,278

収支計算書
＜大阪支部（2020年4月1日～2021年3月31日）＞

収　　入

I. 一般会計

	【実績】	【2020年予算】
年会費法人	1,350,000	1,350,000
年会費個人	580,000	680,000
ゲスト参加費	199,000	650,000
水ロゼミナール参加費	9,000	40,000
第2部参加費	0	60,000
受取利息	11	0
総計	2,138,011	2,780,000

【大阪支部収支計算書の説明】
■収入の部
①年会費　法人9社
　　個人11名（当初予定13名、2名退会）
　　シニア1名
②有償ゲスト参加　54名（会場：一般19名　学生4名
　　OL：一般24名　学生7名）
③無償ゲスト参加　32名（会場：2名　OL:30名）
④水ロゼミナール（1回開催）　参加者10名　会場7名/OL3名

■支出の部
①前年度支払い済みの延期した3月定例会、第11回水ロゼミの会場費は今年度計上。
②急遽オンラインにした12月定例会①、1月定例会の会場費はキャンセルが効かず、支払うことに。
③有償のゲスト参加者が見込みを大幅に下回り前年比45%であったこと。個人会員2名の退会もあり収入が大幅に下がった。
④また、1月定例会以降はオンラインのゲスト参加を3000円に価格改訂を行なった。
⑤定例会費予算増は無償会場、低価格の会場確保ができなかったこと、オンライン併催のため、従来より会場準備に時間を要していることが要因。

支　　出

I. 一般会計

		【実績】	【2020年予算】
理事会・委員会		0	0
定例研究会		641,244	510,000
定例研究会会場費		475,596	384,000
講演録製作費	テープ起こし	390,000	360,000
第2部費用	（おつまみなど）	0	60,000
東京支部総会資料購入費		0	10,000
百人百語		22,500	20,000
広報			0
Web			0
会維持・運営	通信費	4,404	10,000
	交通費	97,080	100,000
	事務用品費	679	5,000
	印刷費	12,650	5,000
	雑費	18,040	20,000
事務局費	委託費	1,296,000	1,296,000
	事務局/理事長		0
	経理処理/Web等		0
予備費	次年度改修のためのプー	0	200,000
総計		2,958,193	2,980,000
当期収支差額		−820,182	−200,000
前期繰越金		829,798	829,798
次期繰越金		9,616	629,798

3. (1) 2020 年度　NPO・MCEI 事業報告書

令和２年度事業報告書

令和２年４月１日～令和３年３月３１日

特定非営利活動法人エムシーイーアイ

１　事業実施の成果

マーケティング研究会、勉強会ならびに情報誌、提言集などの当初予定通りの事業活動を行うことができた。

２　事業の実施に関する事項

（１）特定非営利活動に係る事業

事業名	事業内容	実施日時	実施場所	従業者の人　数	受益対象者の範囲および人数	支出額（千円）
研究会と勉強会	先進マーケティングの研究会	年間 25 回	首都圏・近畿圏を中心に全国	25 人	東京 668 人 大阪 475 人 延べ 1,143 人	1,250
	マーケティング戦略の研究会	年間 5 回	首都圏中心に全国	10 人	延べ 141 人	0
	マーケター養成の勉強会	年間 7 回	首都圏中心に全国	10 人	延べ 105 人	471
	マーケティング初級講座	休会		0 人	0 人	0
	メーカーと流通業の実践的取り組み研究会	休会		0 人	0 人	0
	感覚マーケティング実践研究会	年間 4 回	首都圏中心に全国	7 人	延べ 40 人	1,759
	イノベーターズワークショップ	年間 4 回	東京都内	5 人	延べ 40 人	111
広報出版	定例研究会報告とマーケティングの情報誌発行	年間 2 回	首都圏と近畿圏	7 人	延べ 600 人	775
	マーケティング提言集の発行	12 月	首都圏・近畿圏中心に全国	7 人	900 人	212
	東京支部 50 周年記念本	年間を通じて	全国	7 人	1,000 人	570
国際交流	日台ビジネス交流会	なし		0 人	0 人	0

(2)収支計算書

令和２年度特定非営利活動に係る事業会計収支計算書

令和2年4月1日～令和3年3月31日

特定非営利活動法人エムシーイーアイ

科　　目	金　　額（単位：円）		
Ⅰ　経常収支の部			
１　会費・入会金収入			
（１）法人会員年会費・入会金	12,105,000		
（２）個人会員年会費	1,515,000		
（３）特別会費	208,000	13,828,000	
２　事業収入			
（１）研究会・勉強会事業収入	3,019,500		
（２）広報出版事業収入	210,500	3,230,000	
３　寄付金収入			
（１）寄付金収入	0	0	
４　その他の収入			
（１）雑収入	3,172,366	3,172,366	
経常収入合計			20,230,366
Ⅱ　経常支出の部			
１　事業費			
（１）研究会・勉強会事業費	3,591,156		
（２）広報出版事業費	1,557,570	5,148,726	
２　管理費			
（１）給料手当(含む役員報酬240万円)	6,480,000		
（２）家賃	3,012,966		
（３）会議費	254,160		
（４）広報費	655,600		
（５）通信費	349,579		
（６）事務用品費	63,723		
（７）印刷費	111,532		
（８）旅費交通費	304,276		
（９）その他運営費	2,839,521		
（１０）租税公課	600		
（１１）雑費	82,060		
（１２）寄付金	0	14,154,017	
経常支出合計			19,302,743
経常収支差額			927,623
Ⅲ　その他資金収入の部			
その他資金収入合計			0
Ⅳ　その他資金支出の部			
その他資金支出合計			0
当期収支差額			927,623
前期繰越収支差額			10,174,271
次期繰越収支差額			11,101,894

(3)貸借対照表

令和2年度特定非営利活動に係る事業会計貸借対照表

令和3年3月31日現在

特定非営利活動法人エムシーイーアイ

科目	金額(単位:円)		科目	金額(単位:円)	
Ⅰ　資産の部			Ⅱ　負債の部		
1　流動資産			1　流動負債		
現金	22,725		未払金	663,559	
普通預金	16,839,406		前受金	4,800,000	
未収金	300,000		預り金	513,478	
前払金	34,800		未払費用	118,000	
			未払消費税	0	
			流動負債合計		6,095,037
流動資産合計		17,196,931			
			2　固定負債		
2　固定資産					
敷金	660,660		固定負債合計		0
出版事業積立預金	4,000,000		負債合計		6,095,037
固定資産合計		4,660,660			
			Ⅲ　正味財産の部		
			前期繰越正味財産	14,834,931	
			当期正味財産増減額	927,623	
			正味財産合計		15,762,554
資産合計		21,857,591	負債及び正味財産合計		21,857,591

(4)財産目録

令和2年度特定非営利活動に係る事業会計財産目録

令和3年3月31日現在

特定非営利活動法人エムシーイーアイ

科　　目	金　　額(単位:円)		
Ⅰ資産の部			
1流動資産			
現金預金			
現金　現金手許有高	22,725		
普通預金 （みずほ銀行麹町支店）	16,346,590		
普通預金 （みずほ銀行南船場支店）	492,816		
未収金(年会費)	300,000		
前払金 （大阪・定例会会場費）	34,800		
流動資産合計		17,196,931	
2固定資産			
敷金（東京支部事務所）	660,660		
出版事業積立預金	4,000,000		
固定資産合計		4,660,660	
資産合計			21,857,591
Ⅱ負債の部			
1流動負債			
未払金 （会場費、通信費、機関誌制作費、ﾎｰﾑﾍﾟｰｼﾞﾒﾝﾃﾅﾝｽ費	663,559		
前受金 （東京・大阪支部年会費）	4,800,000		
預り金（事務局・講師・税理士源泉所得税）	513,478		
未払費用 （大阪・事務局費）	118,000		
未払消費税	0		
流動負債合計		6,095,037	
2固定負債			
固定負債合計		0	
負債合計			6,095,037
正味財産			15,762,554

4.　監査報告書

監　査　報　告　書

特定非営利活動法人エムシーイーアイの令和２年度における事業執行状況、収支決算並びに貸借対照表、財産目録について監査を行ったところ、いずれも適正に執行され過誤ないものと認めます。

令和３年　６月　４日

監　　事　　田島　慎一　㊞

監査報告書

特定非営利活動法人エムシーイーアイ大阪支部の令和元年度における事業執行状況、
収支計算ならびに貸借対照表について、令和３年５月７日に監査を行いました。
いずれも適正に執行され過誤無いものと認めます。

令和３年５月１２日

監事　今井 知子

5. 理事選任の件

2021 年 6 月 21 日の通常総会をもって、全理事が任期満了となります。つきましては、新たな理事の選任をお願いいたします。候補者は次の通りです。（五十音順）

{東京支部}

阿部 学（キリンビール）★
市川 英次（ヤクルト本社）
岩崎 正樹（花王）
越智 由香子（大日本印刷）
小野 敏博（MCEI 東京支部）
角屋 秀典（サントリー酒類）★
木暮 和樹（キリンビバレッジ）
斎藤 潤子（京王プラザホテル）
坂本 崇博（コクヨ）★
嶋司 貴裕（TVC）
高津 尚子（日本製紙クレシア）
竹内 仁孝（千修）
仁藤 正平（MCEI 東京支部）
畑中 康任（味の素）
広浦 康勝（ハウスウェルネスフーズ）
本田 健（カルビー）
町野 公彦（ジェイアール東日本企画）★
宮川 浩幸（ニチレイフーズ）★
宮地 雅典（カゴメ）
向出 光男（富士電機）

{大阪支部}

齋藤 秀雄（ISSO）
藤村 滋弘（BEYOND BORDERS/アートローグ）
増田 訓英（トッパン・フォームズ）★

以上が理事候補者です。6 氏が新任理事（★マーク）として、就任の手続きを行います。
他 17氏は再任となります。

6. 監事選任の件

2021 年 6 月 21 日通常総会をもって、全監事が任期満了となります。つきましては、新たな監事の 選任をお願いいたします。候補者は次の通りです。

{東京支部}

福崎 隆司★

{大阪支部}

今井 知子（今井広告研究所）

以上が監事候補者です。 1 名が新任監事（★マーク）、他 1 名は再任となります。
福崎氏は常務理事から監事への異動になります。

7. 退任理事・監事

2021 年 6 月 21 日通常総会をもって、任期満了により理事の石川勉氏、是沢宏佳氏、成瀬一義氏、伴憲一氏、保科稔氏、松尾哲哉氏、橋詰仁氏、監事の田島慎一氏が退任されます。
在任中のご功労に会員一同心より感謝申し上げます。

8. 2021 年度東京支部・大阪支部活動方針

【1】東京支部活動計画（広浦理事長）
・中長期課題の整理を行いました。
・次にその達成プロセスである単年度計画の実行及び、その検証と進化の積み上げで中長期課題達成を目指していきます。

＜中長期課題＞
＊「独自価値（旗）」の構築と、会員構成の進化及び若手層の MCEI ファン化の連携
50 年間の蓄積に加えて、「独自価値（旗）」の構築を進めるとともに、その価値と親和性の高い業種・会社へリーチする。 併せて既存会員の若手層にその価値を知らしめ、それを体験させることで MCEI ファン層を形成する。
（言葉を換えて言うと、水口先生に陶酔した層のリタイアは続く。これをカバーする会員構成の進化と次世代若手の MCEI ファン化。）

＊デジタル技術活用がキー
・ハード（装備）とソフト（コンテンツ作成と運営面）で社内外の連携した「仕組み」を構築し実践する。
・情報の受発信機能に加えて、意見交換・議論できる機能を強化とその活発活用を促進させる。「MCEI＝実践スキルの宝庫」を目指す。
・研究会等の運営面では、オンとオフの良い面を融合したハイブリッドな取り組みの工夫。

＊上記課題解決に向けて、現余剰金を投資視点で投入し、5 年後以降の存在路線、成長路線の確立を図る。今はその貴重な時期。

＊運営面では「不易流行」のバランス取りが重要。
今までの蓄積の良い面はさらに深め、変化先取り対応とのバランスをとった運用、そして老若男女を問わずの協働を心がける。

＜2021 年度計画＞
① 会員同士のコミュニケーションの活発化を通してネットワーク力強化
・そのためのコンテンツづくりと運営面で、社内外を連携させた「仕組み」の構築
・実務家の実践スキルを自由に語り合える「場」の構築とその活発活用促進

② イノベーター養成力強化
「MCEI イノベーターズ」の発展的進行 第2期の開講
この参加者には、会員間コミュニケーションをリードいただく

③ MCEI 未来委員会の新設
MCEI を5年10年単位で語り、その成長を方向付ける諸課題の設定および、解決策を理事会に提案いただく。併せて、その実践プロジェクトの推進をリードいただく。

MCEI 若手ファン層形成と併せて

④ オンライン研究会の運営において、MCEI の独自性づくり

⑤ 会員同士の実(じつ)ビジネスでの連携強化

協創プラットフォームの整備と仲人役(マッチング＆出会いの場の提供)推進

⑥ 運営体制

5年後10年後を見据えた理事・委員の登用を進めます。

「活動を通して人が育つ」を体感させる運営(学び・成長・貢献)を心がけます。

事務局長の交代も進めます。

小野体制から、仁藤体制(候補)に移行期間を設けて行います。

移行期間中は、小野敏博 専務理事事務局管掌、仁藤正平 常務理事事務局長とし、直面している多くの困難を乗り越え、永続的成長路線を目指すべく強力な布陣で臨み、現行会員に対するサービス機能の維持・拡大、新規会員のさらなる獲得を図るとともに、新機軸の旗上げとその推進・次世代有志発掘と登用・・などを様々な課題を強力に推進します。

以上

＜2021 年度　運営方針、及び、予算について＞

2021 年度の MCEI 大阪支部年間テーマは、改めて「きづく」です。ここ数年、このテーマで活動してきていますが、運営検討委員会で議論し、本年度もこのテーマで引き続き考えを深めていきます。

コロナ禍で、これまでの前提が変わり元に戻りません。With コロナ時代では、多様な視点、異なる視点からの新たな「きづき」が重要となってきます。

本年度も「きづく」というテーマにそった各分野の講師をお招きし、幅広く多様な定例会を実施していきます。また、水口ゼミナールも継続いたします。

2021 年度の予算案については別表をご参照ください。残念ながら今期は法人会員 2 社の退会,1 社の個人会員への切り替え、1 名の個人会員の退会があり、大きく収入源となるため、今年度は今までと全く異なる予算運営をしていきます。そのため MCEI 大阪支部の運営方法も大きく変えざるを得なくなりました。

今年度も、原則、リアル会場とオンラインの併催を続けるべく努力をいたしますが、予算と新型コロナ感染拡大の関係で会場開催ができない場合は、オンラインのみの開催に踏み切ります。また、一時的に事務局委託費、理事長委託費、講演録作成費を見直します。

細かいところでは、会場費を極力抑えるため、今まで定例会と同時開催していた運営検討委員会を別日でかつオンラインのみの開催にします。また、定例会の開会時間も参加がよりしやすいように 7 月からは 18 時 30 分からの開催に変更します。

一方、懇親会がなかなか開催できない状況を踏まえ、会員の皆様の相互理解を深めるために、今月の定例会と同様、年間複数回、会員からのお話や会員プレゼン大会を開催します。あわせて、外部各団体、大学との交流も進めながら、効率的な予算運営を進めていきます。

「いま、一番知りたいテーマについて

いま、一番議論したい人たちと議論できる

マーケティングを学ぶ人々に広く門戸を解放した組織　それが MCEI」

この MCEI の原点を大切にして運営をしていきます。

2021 年度の MCEI 大阪支部の活動に、どうぞご期待ください。

9. 2021年度MCEI東京支部・大阪支部　収支予算書

*MCEI内部では使い慣れた西暦を使うが、官公庁提出用には元号を使う。

＜東京支部（2021年4月1日～2022年3月31日）＞

収　　入

Ⅰ. 一般会計

		【'20実績】	【'21予算】
年会費	法人55社	10,755,000	9,900,000
	個人17名	935,000	1,020,000
特別会費	納会個人	0	0
	コミュニケーションサロン	0	0
事業収入	定例研ビジターフィー	0	0
	お客さま学研究会参加費	0	0
出版収入	百人百語販売	2,500	0
	ブレティン広告費	0	0
大阪支部（相殺）	百人百語代	22,500	20,000
	総会資料代	0	10,000
その他収入	オークション	0	0
	その他	0	0
		11,715,000	10,950,000

Ⅱ. プロジェクト別会計

ビジネススクール(第22期)	1,320,000	1,980,000
マーケティング初級講座(第13期)	0	0
ダイヤモンド型営業戦略研究会(第10期)	0	0
ナレッジワーク出版及びセミナー	26,400	0
価値協創実践会	0	0
イノベーターズワークショップ	0	0
感覚マーケティング実践研究会（第2期）	1,430,000	0
感覚マーケティング実践研究会（第4期）	269,500	350,000
	3,045,900	2,330,000

Ⅲ. その他

国際マーケティング会議	0	0
50周年記念出版	181,600	500,000
雑収入（未払金戻り）	203,226	0
雑収入（持続化給付金）	2,968,964	0
受取利息	165	0
	3,353,955	500,000

総計	18,114,855	13,780,000

【東京支部予算書の説明】
*会費収入　21年計画・法人55社、個人17名

*プロジェクト収入　受講生増に全力
ビジネススクール：15名参加
マーケティング初級講座：休会
ダイヤモンド型営業戦略研究会：休会
感覚マーケティング実践研究会：10名参加

*その他収入

■支出の部
ホームページ改修費（スマホ対応）1,020,000円
同　保守費 800,000円

*租税公課
消費税免税年

支　　出

Ⅰ. 一般会計

		【'20実績】	【'21予算】
納会		0	0
コミュニケーションサロン		0	0
理事会・委員会		157,080	100,000
定例研究会		133,332	1,000,000
お客さま学研究会		0	0
ブレティン		385,030	800,000
百人百語		212,300	200,000
国際		0	0
広報		33,000	100,000
ホームページ		622,600	1,820,000
	小計	1,543,342	4,020,000
会維持・運営	旅費交通費	34,639	100,000
	事務用品費	63,044	100,000
	印刷費	98,882	200,000
	通信費	345,175	400,000
	税理士報酬	314,268	310,000
	雑費	64,020	50,000
	新聞図書費	49,000	50,000
	書籍購入費	0	20,000
	消耗品費	24,491	50,000
	賃借料（コピー機）	447,120	450,000
	会維持・運営小計	1,440,639	1,730,000
事務局費	法定福利費	701,642	700,000
	委託費	7,000	100,000
	交通費	269,637	300,000
	家賃（含水道光熱費）	3,012,966	3,000,000
	役員報酬	2,400,000	3,400,000
	給料	4,080,000	4,080,000
	事務局費小計	10,471,245	11,580,000
寄付金		0	0
租税公課		600	0
		13,455,826	17,330,000

Ⅱ. プロジェクト別会計

ビジネススクール(第21期)	12,320	10,000
ビジネススクール(第22期)	458,798	500,000
マーケティング初級講座(第13期)	0	0
ダイヤモンド型営業戦略研究会(第10期)	0	0
ナレッジワーク出版及びセミナー	21,120	0
価値協創実践会	0	0
イノベーターズワークショップ	111,111	100,000
感覚マーケティング実践研究会（第2期）	1,635,555	0
感覚マーケティング実践研究会（第4期）	123,200	300,000
	2,362,104	910,000

Ⅲ. その他

国際マーケティング会議	0	0
ナレッジワーク出版事業	0	0
50周年記念出版	549,120	500,000
	549,120	500,000

Ⅳ. 予備費

予備費	0	0
	0	0

総計	16,367,050	18,740,000
収支差額	1,747,805	−4,960,000
前期繰越金	9,344,473	11,092,278
次期繰越金	11,092,278	6,132,278

収支予算書
＜大阪支部(2021年4月1日～2022年3月31日)＞

収　　入

I. 一般会計

	【2020年実績】	【2021年予算】
年会費法人	1,350,000	900,000
年会費個人	580,000	580,000
ゲスト参加費	199,000	240,000
水ロゼミナール参加費	9,000	10,000
第2部参加費	0	0
受取利息	11	0
総計	2,138,011	1,730,000

【大阪支部収支予算書の説明】
■収入の部
①年会費は法人6社、個人11名、シニア1名
■支出の部
①定例研究会予算は講師謝礼8名分
　機材搬入費は全面削減
②定例研究会会場費は水ロゼミとあわせて7会場分
　既支払い2会場分+最大5会場分のみ

支　　出

5/31修正箇所
I. 一般会計

		【2020年実績】	【2021年予算】
理事会・委員会		0	0
定例研究会		641,244	400,000
定例研究会会場費		475,596	88,000
講演録製作費	テープ起こし	390,000	294,000
第2部費用	(おつまみなど)	0	0
東京支部総会資料購入費		0	0
百人百語		22,500	20,000
広報			0
Web			0
会維持・運営	通信費	4,404	5,000
	交通費	97,080	55,000
	事務用品費	679	1,000
	印刷費	12,650	0
	雑費	18,040	19,000
事務局費	委託費	1,296,000	768,000
	事務局/理事長		0
	経理処理/Web等		0
予備費		0	0
総計		2,958,193	1,650,000
当期収支差額		−820,182	80,000
前期繰越金		829,798	9,616
次期繰越金		9,616	89,616

10.　2021 年度　NPO・MCEI 事業報告書

令和３年度事業計画書

令和３年４月１日～令和４年３月３１日

特定非営利活動法人エムシーイーアイ

１　事業実施の成果

令和元年度の事業を継続しつつ必要とされる事業を拡大する。

２　事業の実施に関する事項

（１）特定非営利活動に係る事業

事業名	事業内容	実施日時	実施場所	従業者の人数	受益対象者の範囲および人数	支出額（千円）
研究会と勉強会	先進マーケティングの研究会	年間 26 回	首都圏・近畿圏を中心に全国	25 人	延べ 1,000 人	1,488
	マーケティング戦略の研究会	年間 12 回	首都圏中心に全国	10 人	延べ 400 人	0
	マーケター養成の勉強会	年間 7 回	首都圏中心に全国	10 人	延べ 105 人	510
	マーケティング初級講座	休会		0 人	0 人	0
	メーカーと流通業の実践的取り組み研究会	休会		0 人	0 人	0
	感覚マーケティング実践研究会	年間 3 回	首都圏中心に全国	7 人	延べ 30 人	300
	イノベーターズ　ワークショップ	年間 4 回	東京都内	7 人	延べ 80 人	100
広報出版	定例研究会報告とマーケティングの情報誌発行	年間 3 回	首都圏と近畿圏	7 人	延べ 900 人	1,094
	マーケティング提言集の発行	12 月	首都圏・近畿圏を中心に全国	7 人	900 人	200
	東京支部 50 周年記念本	年間を通じて	首都圏・近畿圏を中心に全国	7 人	1,000 人	500
国際交流	日台ビジネス交流会	なし		0 人	0 人	0

11．2021年度NPO･MCEI収支予算書

令和3年度特定非営利活動に係る事業会計収支予算書

令和3年4月1日～令和4年3月31日

特定非営利活動法人エムシーイーアイ

科　　目	金　　額（単位：円）		
Ⅰ　経常収支の部			
1　会費・入会金収入			
（1）法人会員年会費・入会金	10,800,000		
（2）個人会員年会費	1,600,000		
（3）特別会費	250,000	12,650,000	
2　事業収入			
（1）研究会・勉強会事業収入	2,330,000		
（2）広報出版事業収入	500,000	2,830,000	
3　寄付金収入			
（1）寄付金収入	0	0	
4　その他の収入			
（1）雑収入	30,000	30,000	
経常収入合計			15,510,000
Ⅱ　経常支出の部			
1　事業費			
（1）研究会・勉強会事業費	2,398,000		
（2）広報出版事業費	1,794,000		
（3）国際交流事業費	0	4,192,000	
2　管理費			
（1）給料手当(含む役員報酬240万円)	7,480,000		
（2）家賃	3,000,000		
（3）会議費	155,000		
（4）広報費	1,940,000		
（5）通信費	405,000		
（6）事務用品費	101,000		
（7）印刷費	200,000		
（8）旅費交通費	400,000		
（9）その他運営費	2,448,000		
（１０）租税公課	0		
（１１）雑費	69,000		
（１２）寄付金	0		
（１３）予備費	0	16,198,000	
経常支出合計			20,390,000
経常収支差額			-4,880,000
Ⅲ　その他資金収入の部			
その他資金収入合計			0
Ⅳ　その他資金支出の部			
その他資金支出合計			0
当期収支差額			-4,880,000
前期繰越収支差額			11,101,894
次期繰越収支差額			6,221,894

Marketing
Communications
Executives
International

TOKYO / OSAKA

MCEI is people, MCEI is education, MCEI is information,
MCEI is recognition, MCEI is professionalism

いま、一番知りたいテーマについて
いま、一番議論したい人たちと議論できる
マーケティングを学ぶ人々に広く門戸を開放した組織
それが“MCEI”

MCEIとは

MCEIは、マーケティングを学ぶ国内及び海外の人々を支援する事業を行い、広く門戸を開放し、生涯学習教育に寄与し、人々の豊かな暮らしを実現することを目的とする組織です。
スイスのジュネーブに国際本部があり、世界各地の支部がマーケティングを通じて交流しています。

MCEIの歴史

MCEIの源は、1954年アメリカのニューヨークでセールスプロモーションの実務家が集まり、まだ体系化されていないノウハウの交流をはじめた組織に端を発します。
日本では、渡米研修した故・水口健次氏（元MCEI東京支部創設理事長）が、1969年東京支部を設立、以来約40年間非営利のマーケティング研究組織として、会員のボランティアにより運営されてきました。この間1972年には大阪にも支部を設立しました。
毎月の研究会開催、毎月の機関誌の発行、毎年会員の提言集「百人百語」の発行、海外からの留学生対象の懸賞論文募集と表彰、海外研修ツアーの実施、国際大会、アジア大会の開催・参加等幅広い活動を行い、マーケターの養成、国際交流に努めてきました。
東京支部は、設立以来このような活動を続け、世界の各支部から最もエキサイティングな支部と評価されています。
特定非営利活動促進法が施行され、この素晴らしい組織を永続ならしめるため、大阪支部と一緒になって2001年にNPO法人を設立しました。