

2018年

NPO（特定非営利活動法人）MCEI 総会資料

東京支部 2018年6月12日（火） ホテルルポール麴町

大阪支部 2018年6月 7日（木） トップラン・フォーम्ズ株式会社

議事事項

1. 2017年度東京支部・大阪支部活動報告
2. 2017年度東京支部・大阪支部収支計算書
3. 2017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. 定款変更の件
6. 2018年度東京支部・大阪支部活動計画
7. 2018年度東京支部・大阪支部収支予算書
8. 2018年度 NPO・MCEI 事業計画書
9. 2018年度 NPO・MCEI 収支予算書



TOKYO / OSAKA

◆ MCEI 東京支部

〒102-0083 東京都千代田区麴町 3-10-6 メリーハウス 201

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鋸屋町 25 番地 つくるビル（株式会社 I S S O 内）

TEL : 075-352-1661

1. 2017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)

2017年度については以下の4つの基本方針のもと取り組みました。

①MCEIらしさ(理念)の実践

「協創」をベースに、MCEI 提供価値の充実

- ② 協創」の場をさらに創造していく(価値協創実践会)
- ③ 運営キーワード「不易流行」
- ④ 運営組織基盤の強化 「ネットワーク」の強化、拡大

結果は、

① MCEIらしさ(理念)の実践 ～「協創」をベースに、MCEI 提供価値の充実～

MCEIの理念を「協創実務家集団」と決めました。その実践に向けて理事会・委員会で議論を進め、提供価値を高めてまいりました。各種実践から様々な「協創パターン」も浮かび上がっております。「市場編」「スキル編」「情報編」「学習編」「ネットワーク編」などです。

② 「協創」の場をさらに創造していく(価値協創実践会)

先行して2016年5月に立ち上げた「価値協創実践会」・シニア市場戦略も継続的に開催、2017年度末時点で計12回開催、参加企業も11社と順調に推移しております。

第二弾の「SP系代理店同業種交流会」は4回トライ、さらに第三弾「(仮)感覚マーケティング実践研究会」も立ち上げに向けて議論を進めております。

次世代MCEI 発展形実現を目指しています。

③ 運営キーワード「不易流行」

それを推進するキーワードに「不易流行」をあげました。

この言葉の意味は、「不変の真理は守りつつ(不易)、世の中の変化に応じて変えるべきは変える(流行)」、それに挑戦してまいります。

次年度の重点「MCEI 東京支部 50周年」にもこの概念を基本に進めております。

④ 運営組織基盤の強化 ～「ネットワーク」の強化、拡大

MCEI の価値を上げるために運営面においても様々な工夫を行ってまいりました。活動内容の質と量での拡充、その為の会員の皆様方の知恵の結集、それが既存会員の活性化と新会員獲得につながることを目指しました。会員の皆様方の多彩な「協創」です。それが価値向上とともに会員充実、そして財務基盤の安定、その好循環が回り、より戦略的対応と組織基盤の強化につながります。持続的発展の基礎です。

<2017年度おもな活動内容>

4月: ホームページリニューアル

5月: 価値協創実践会第二弾「SP系代理店・同業種交流会」発足

6月: 総会開催 理事改選 EOY・MOYを選出・表彰

・EOY(前年度 MCEI 活動にご協力いただいた方の中で最も輝いていたエグゼクティブ

ネスレ日本株式会社

専務執行役員 チーフ・マーケティング・オフィサー マーケティング&コミュニケーションズ本部長 石橋 昌文氏

・MOY(MCEI 東京支部会員の中でマーケターとしての活動が顕著であったメンバー

ハウス食品株式会社 東京本社

事業戦略本部食品事業三部 ビジネスユニットマネージャー 栗本 宜長氏

7月: お客さま学研究会「働く女性を応援するプロジェクト・新機軸ワークショップ」プレ大会、本会3回実施

「協創」の実践についての活発な議論・各委員会活動との連携

8月: 定例研究会(見学会)

ヤマト運輸 羽田クロノゲート見学

9月: 第3回日台ビジネス交流会開催『マーケティング新潮流』

東京支部 7テーマ・台北支部 3テーマプレゼン

参加者 東京支部 42名 台北支部 18名 キリンビール本社会議室にて開催

第10期マーケティング初級講座開始 受講生 15名

第8期ダイヤモンド型営業戦略研究会開始 受講生 15名

11月: 価値協創実践会「シニア市場戦略」2016年5月開始・第10回目の開催

12月: 納会実施 2019年東京支部50周年事業立ち上げ宣言

百人百語 2018年発行 投稿者 102名

2018年理事長基本方針発表

定例研究会にて「価値協創実践会・シニア市場戦略」活動経過報告

*定例研究会は下記の通りの「チャレンジテーマ」を実施

次世代成功モデル・CSV・長期ビジョン・働き方改革・農業・AI

1月: 定例研究会は、ネスレ日本(株)専務執行役員 チーフ・マーケティング・オフィサー 石橋昌文氏でスタート

「ネスレ日本の成長戦略」

第18期ビジネススクール開始 受講生 25名

新年合同委員会開催

2月: 凸版印刷博物館見学会

「TOPPANの次世代パッケージ」

凸版印刷株式会社 生活・産業事業本部 BIC事業開発販促本部マーケティング部長 押谷光人氏

<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 お客さま学研究会 実施内容

10ページ 資料③ 同 第17期ビジネススクール 実施内容

資料④ 同 第18期ビジネススクール 実施内容

資料⑤ 同 第10期マーケティング初級講座 実施内容

資料⑥ 同 第8期ダイヤモンド型営業戦略研究会 実施内容

【2】各委員会の2017年度活動報告

(1)メンバーシップ委員会(竹内理事・成瀬理事)

・2017年度会員数(2017年4月～2018年3月)

[法人会員] 入会6社/退会7社/休会1社

[個人会員] 入会1名/退会6名/休会3名

[会員数 3/31時点] 法人74社/個人28名/ライフメンバー9名/顧問1名

<活動方針>

・会員同士がコミュニケーションしやすい環境を提供する。

・普段の研究会とは別に「交流の場」をつくり、既存会員の活発なMCEI参加を促す。そのニュースやレポートを随時公開して、新規会員の増加もはかる。

・「MCEI」のブランディングが必要。さまざまな企業が加入している団体であることをもっとアピールし、積極的に交流を持ってもらえるよう伝え続ける。

【「協創」をもとにした活動方針】

MCEI会員のネットワークを活用した「企業・組織・個人」の連携で会員同士が「新たな価値創造」を行うことにより、実務につながる関係を作るサポートをする。また、その特長を社外にアピールし、新規会員の開拓を行う。

<活動報告>

●メンバーシップ交流会

会員同士が業界を越えて交流できる場として今年も継続。「協創」を感じられるテーマやイメージ、環境を作り出すことでMCEIに参加する意義、成果が得られる場になるべく活動した。

・「新たな価値創造」を進めている会社を訪問

MCEIのテーマ「新たな価値創造」と連動させ、自社商品やブランドの「価値創造」を進めている会員企業を訪問。会員ならではの、普段体験できないような場所・企業の裏側を訪問し知見を深めた。

また申し込みの際、新会員への勧誘も兼ねて、会員以外の取引先を1名ご招待も可能とした。

【メンバーシップ交流会開催記録】

第14回 5月24日 DNP プラザ見学会 参加8社/10人

第15回 7月28日 キリン スプリングバレーブルフリー見学会 参加10社/13人

★総開催数:18回 ★のベゲスト社数:68社 ★のべ参加人数:89人

●MCEI会員のニーズを把握

メンバーシップ交流会参加者から聞いた要望など、委員会内で共有し次への課題とした。

(2)ミーティング委員会(深津常務理事・岩崎理事・是沢理事・仁藤理事・田中理事)

<活動方針>

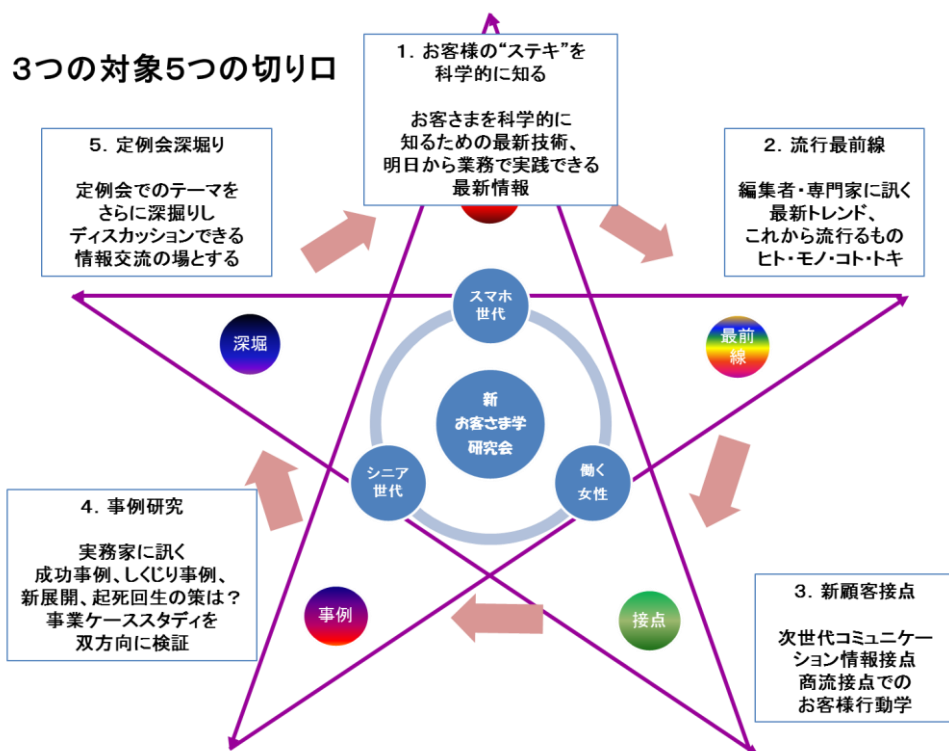
MCEI の理念「協創」は、お互いに刺激し合うことと考える。お客さま学研究会は、ワールドカフェスタイルのグループ単位で参加者同士が意見を出し合い刺激し合う「協創」に基づいており、「協創」をキーワードにこの形式を継続して活動を行う。

<活動報告>

●お客さま学研究会

11 年目を迎えたお客さま学研究会は、2012 年より、3 つのエLEMENTとキーワードをもとに、他の研究会、セミナーとの違い・特色を打ち出してきた。体系を見直し、今年度より新たな講座体系を展開。 ※年間実施内容は、9 ページ資料②を参照

■お客さま学研究会 新体系(2017 年度～)■



① 料金体系

研究会 3000 円、懇親会 1000 円→ 一律 4000 円に一本化。懇親会を行わない場合は、それぞれ参加料を分けた。

② 全体の一体感を高める工夫

グループごとのディスカッション・発表を通じて、参加意識度アップ、および参加者同士の自発的交流を促した。

③ 女性の参加促進

MCEI 基本理念の一つ「若手、女性により活躍、成長していただく:各委員会等の参加を通じて」を受け、まずは「働く女性」が MCEI に参加したいと思える環境を作るべく、ノーマンデーの多い水曜日にお客さま学研究会の開催日程を変更し、10 月より約 1 年試験実施。それ以前と比べ変化はほとんど見られなかったため、2018 年 2 月より元の「第 3 火曜日」に戻した。また、「働く女性を応援するプロジェクト」を立ち上げ、7 月にプレ大会、9 月～11 月にペルソナマーケティングのワークショップ。会員企業の協力を経て、他では得られない働く女性の実態と、生活に潤いを与える商品・サービスの提案に落とし込むまでを通して行うことで、このプロジェクトの価値観、MCEI のメリットを感じてもらえぬらいで実施。

④ 会員企業訪問

会員企業間の相互交流と経費削減を狙い、会員企業の会議室をお借りして研究会を実施。経費削減に加え、その企業の社員の方も多数参加され、MCEI の活動を知っていただけるというメリットもあり、今後も可能な範囲で継続する。

(3)コミュニケーション委員会(福崎常務理事・池澤理事・仁藤理事)

<活動方針>

MCEI 活動の情報配信、アンケートや寄稿などの協力によって「マーケティングに係わりを持つ実務家による、実務家のためのコミュニケーションネットワーク」としての役割を継続する。また、会員及び MCEI の関与者らが自ら参加し発信／受信することで互いに刺激し合い新たな価値を導きだす「協創」の場としての役割も担う。

さらに広報活動、機関誌、ホームページを立体的に連動させ、MCEI が「協創実務家集団として新価値創造を目指す」という活動方針の一層の理解を図りつつ、より一層の会員間の相互理解の促進を図ると共に、MCEI の諸活動を内外へアピールしていく。

<活動報告>

●広報

「開かれた広報&戦略的広報」として内外への情報発信・開示の強化を目指しコミュニケーション委員会全体で精力的に下記のテーマについて協議・検討しつつ実施した。

(1)実務家気まぐれアンケート【11～12 ページ資料⑦ 実務家気まぐれアンケート】参照

「実務家の生活感・生活実態」を浮き彫りに出来るアンケートを、専門家の意見と実態としての運用レベルを検討しつつ組上げ実施。結果の集計と共に、より関心を呼ぶ視点に留意しつつ分析を行った。

2017 年度は下記 2 つの「実感アンケート」を実施。

①『『プレミアムフライデー』で働き方は変わる？消費は拡大する？』

昨年より施行した「プレミアムフライデー」に関する実施実態と意識調査をテーマとした。

②「あなたにとっての働き方改革とは？」

こちらも政府が提唱している「働き方改革」の取り組み実態と意識調査をテーマとした。

(2)ニュースレター・メディア向けリリース配信

前出のアンケートをニュースレターにして MCEI 東京支部全会員、MCEI 会員以外で今までに研究会に参加経験のある方、研究会講師にメール配信。(約 1300 件)

同時に各メディアへの掲載を狙って、有料ニュース配信サービス「PR TIMES」を利用しネット配信し、情報拡散を図った。

2017 年度は、2016 年秋に実施した「ビジネスパーソンの『仕事』におけるスマホアプリ利用状況」アンケート結果の報告(MCEI ホームページ上にて)、および前出の『『プレミアムフライデー』で働き方は変わる？消費は拡大する？』『あなたにとっての働き方改革とは？』を配信。

「プレミアムフライデー」は、大阪日日新聞、テレビ朝日「スーパー J チャンネル」の 2 メディアでアンケート結果が取り上げられ、注目度の高い話題をタイミングよく発信できたことを実感。同時に「MCEI」の名前も記載してもらい、世間の目に触れることも狙った。

●ホームページ

広報の(1)～(2)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。また、各研究会の申込を簡単にして参加者増加を図るためと、よりタイムリーな研究会案内メールを配信できるようにするため、ホームページの改善・リニューアルを理事会承認の下に着手。4 月 25 日にリニューアルしたホームページをオープンした。掲載すべき情報を見直し、シンプルで分かりやすいページへと生まれ変わった。また、定例研究会、お客さま学研究会の申込を、告知メールのリンクから直接申込ページに入れるよう変更。ウェブ申込の割合が以前より増えて、ホームページ自体を見て、利用してもらう効果もあった。

●百人百語

通算 35 号目となる「百人百語 2018」を 12 月 12 日に発行。合計 102 人の提言を集めて予定通り配布することが出来た。
また、「創刊 35 号記念企画」を協議・作成して、巻末に下記特別ページを追加した。

- ◆過去展望：MCEI マーケティング年表／「百人百語」各号テキストマイニング／水口創設理事長講演アーカイブ
- ◆未来予想年表：課題解決先進国への道程(未来の年表 & イノベーションロードマップ 2030 を掲載)

●機関誌ブレティン

理事会における協議・決定を下に、制作費および配送費削減のため、月刊誌から隔月誌へ変更。さらに毎月の定例研究会講演録ページも内容を精査した抜粋版にして、より読みやすく分かりやすい誌面制作にシフトチェンジした。バックナンバーは引き続きデータ化して PDF ファイルとして閲覧可能。

.....

(4) ナレッジワーク委員会

<活動方針>

- 「実務家ならではのベストプラクティス」を提供し、優秀なマーケター育成の場」として各スクールを運営する。
「知識と実践」「参加者同士」の協創を重視した運営で、強化ポイントは
- ・知識の実践&知恵化
 - ・参加者同士の知恵の共有による視野の拡大
 - ・集団意思決定力強化
 - ・取りまとめ力&可視化力

●ビジネススクール・マーケティング初級講座（石川副理事長・市川常務理事・中島常務理事・伴理事）

<活動報告>

・ビジネススクール

- 第 17 期『価値革新』で 2017 年 1 月～7 月実施。受講生 27 名(昨年 30 名)
第 18 期『価値協創』で 2018 年 1 月～7 月実施。受講生 25 名(昨年 27 名)
このスクールも 15 年以上が経過、より価値アップの「今」と理解の上、「MCEI らしさ」をより明確化、その仕組みを上記の全体活動方針のもとに確実に実行することを目指し、そのために初回オリエン時に受講生にも伝授した。
前半の講演、後半の「気づきの時間」「グループディスカッション」にて上記通りの各種協創を実践。毎回レポートを受講生から提出してもらい、委員会メンバーが採点&コメント記入を通して指導した。
また、MCEI 諸活動との親和性を図るため、受講生の MCEI 各種研究会参加促進も毎回図った。
【実施記録 10 ページ資料③、④参照】

・マーケティング初級講座

- 第 11 期を 2017 年 9 月～11 月まで全 5 回実施。受講生 15 名(昨年 17 名)
ここ数年間の参加人数の低迷が課題となっているが、いずれのスクール受講者も 20 代・30 代、中でも女性が増えており、出席率もよく盛況で、参加者同士の輪が自然にできている。
上記のビジネススクールと同じスタンスで運営を実施。
【実施記録 10 ページ資料⑤参照】

●**ダイヤモンド型営業戦略研究会(松本理事)**

第8期を2017年9月～2018年3月全7回実施。受講数11社・15名(昨年12社・21名)

今後大きく変革が必要なメーカー営業のあるべき方向の戦略研究、整理・体系化を行った。

今期も前期に引き続き小売業各業態を掘り下げた。

業種・業態が新しい秩序形成に向かう中、その先々の方向性をいち早く取り入れることを目指した。加えて講演終了後、白鳥主任研究員(日本経済新聞社)によるまとめ・業態の現状整理と今後の動向を今期も継続した。

また、この委員会の実施報告を兼ねて2014年に出版した書籍『「考える営業」の教科書～サプライヤーが小売業と取り組む実践の方法～』(編著:MCEI 東京支部/早稲田大学教授 守口剛氏)をMCEIの対外的“顔”として、企業向けセミナーも実施。会員企業の教育のニーズにも対応した。

【実施記録 11 ページ資料⑥参照】

.....
(5)国際委員会(福崎常務理事)

国際組織としての世界レベルでの活動が、マーケティング・エクセレンスの中止など後退&停滞しているのが現状。そんな中、4月にジュネーブよりポール・ジェントン氏の後任として、国際本部新理事長にジェームズ・B・ビッセル氏が就任されたとの報告が入った。あわせて新理事長から2018～19年の国際大会の開催提案が、全世界の支部に配信された。東京支部としては、「主旨については賛成、協力したい。しかし日本からの出席人数は限定されるだろう。また、別途各支部間の情報共有は密に行いたい」旨を返信した。今後も引き続き連絡を取り合う。

●**恒例となった「第3回日台ビジネス交流会」を東京にて開催**

9月に台北支部から女性新理事長のヴァネッサ・ワン氏と共に20名が来日。9月26日の定例研究会に合流いただきウェルカムパーティを実施。翌27日には午前中に「GINZA SIX」を見学、午後からは「第3回日台ビジネス交流会」を～マーケティング新潮流～のタイトルで、キリンビール様のご協力をいただき、本社会議室にて開催。東京支部からは42名が参加し、6社がプレゼン。台北支部も3社がプレゼンを行い、充実した内容で盛況のうちに終了した。

●**世界支部への情報発信**

「百人百語」からセレクトされた10名の方の提言を、ウレマン氏のご協力をいただいて英訳し、全支部に発信。各支部から様々な感想や意見が寄せられた。

.....
(6)ブレイクスルー委員会(市川常務理事・滝委員・高田委員・松山委員)

2012年9月より「未来マーケティング」をテーマとし、既存のサービスが5年後10年後にはどうなっているか、そこへ向けてどうマーケティングを作り上げていくのかを議論する「未来マーケティング・セッション」。累計39回実施、のべ297人の方に参加していただいたが、2017年に入り、活動できる委員会メンバーも減り、定期的な活動が難しくなっており現在休止中。

(7) 価値創造実践会（高津理事）

●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 月に新委員会として発足、2018 年 3 月で全 12 回開催。

参加者：11 社（食品・飲料・日雑・情報・旅行・出版・通販・介護・物流）

9 月の日台ビジネス交流会にて東京支部の新プロジェクトとして発表。

12 月定例研究会の第一部で活動報告し、実践内容のお披露目や新たなる参加者を募集。

毎回の活動では、参加各社のコラボとしての実践が活発に行われており、既存会員企業の活性化・新規会員参加によって効果があることが実感できた。

●SP 系代理店・同業者交流会

5 月にトライアル発足・4 回活動。参加社 7 社。

現状は混とんの時代。潜在需要創出、それも一社完結型ではなく、複数（たとえ同業でも）対処型に挑戦することが重要であるとの認識のもと、参加各社の事業展開・新規商品サービスなどの情報交換を行った。

●感覚マーケティング実践研究会（仮）

感性マーケティングとは：消費者の感覚に訴えることによって、彼らの知覚、判断、そして行動に影響を与えるマーケティング（Krishna,2012）

上記「SP 系代理店・同業者交流会」の活動の中からヒントを得て、「感覚の見える化」をマーケティングとテクノロジーの連携で実現を目指そうと準備検討を行う。現在進行中で、今年度トライアル開始を目指している。

.....

(9) 表彰（広浦理事長）

<2017 年度表彰>

●EOY.(エグゼクティブ・オブ・ザ・イヤー) MCEI 活動にご協力いただいた方の中で最も輝いていたエグゼクティブ

寺田 直行氏 カゴメ株式会社 代表取締役社長

●MOY.(マーケター・オブ・ザ・イヤー) MCEI 東京支部会員の中でマーケターとしての活動が顕著であったメンバー

嶋司 貴裕氏 株式会社 TVC 常務取締役

<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
2017年	4月	小売りからメーカーや卸に求める事とECの現況と今後	信田 洋二氏 (Believe-UP)	89
	5月	カゴメの長期ビジョン	寺田 直行氏 (カゴメ)	97
	6月	この差で急成長 アイリスオーヤマ経営術	上野 光隆氏 (アイリスオーヤマ)	63
	7月	"働き方改革を「マーケティング視点・価値創造視点」でとらえよう！ 働き方改革コンサルが語る3つの提言"	坂本 崇博氏 (コクヨ)	52
	8月	ヤマト運輸 羽田クロノゲート見学会		26
	9月	CRM3.0～企業と顧客との強い絆づくり～	岡田 祐子氏 (エムズコミュニケーション)	45
	10月	スマート・テロワール (美しく強靱な農村自給圏)～農村消滅論からの大転換	松尾 雅彦氏 (カルビー)	44
	11月	2020年人工知能時代 僕たちの幸せな働き方	藤野 貴教氏 (働きごころ研究所)	59
	12月	"2017年:マーケティングの現在を考える。同時にリオ視察を踏まえた東京オリンピック私論も"	野口 恭平氏 (事業構想大学院大学)	71
2018年	1月	ネスレ日本の成長戦略	石橋 昌文氏 (ネスレ日本)	98
	2月	凸版印刷博物館見学会 講演「TOPPANの次世代パッケージ」	押谷 光人氏 (凸版印刷)	23
	3月	業界の垣根を超えた販売チャネル開拓と商品開発の新展開ーロジスティクス戦略を基点としたコーヒースステムズ事業にみる店舗運営支援の実例ー	杉浦 宜修氏 (三井倉庫ロジスティクス)	46
計 713 人 (1 研究会あたり 59.4 人) (昨年度:684 人)				

<資料②> 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
2017年	4月	タブーマーケットに笑顔をもたらせ！ 花のパワーでシニアマーケットを大胆に開拓する法	宮嶋 浩彰氏 (日比谷花壇)	13
	5月	お客さま学研究会 10 周年特別講演 「お客さま学」の第一人者・水野勝弘氏ご講演	水野 勝弘氏 (ビジネスサロン 365)	13
	6月	「世界のキッチンから」これまでとこれから	増本 洋希氏 (キリンビバレッジ)	24
	7月	迷ったら「お客さま」に訊け！！ 「お客さま学研究会」新機軸ワークショップ～働く女性の生の声から見つける自社商品・サービス・コンセプトの種～	MCEI ミーティング委員会、オノフ	17
	9月	働く女性を応援するプロジェクト ワークショップ<第1回> 「働く女性のペルソナを浮かび上がらせてみる」	MCEI ミーティング委員会、オノフ	17
	10月	働く女性を応援するプロジェクト ワークショップ<第2回> 「ペルソナから生活ストーリーを描く」	MCEI ミーティング委員会、オノフ	21
	11月	働く女性を応援するプロジェクト ワークショップ<第3回> 「ペルソナを応援する商品・サービスコンセプトづくり」	MCEI ミーティング委員会、オノフ	16
2018年	1月	いまさら聞けないデジタルマーケティング ～今・これからの SNS 事情、ユーザー接点としての活用法～	河本 孝行氏 (Ad Listing)	15
	2月	仮想通貨が拓く近未来マーケティング	江角 朋之氏 (BEAT MAN cube)	19
	3月	ロッテ「歯につきにくいガム<記憶力を維持するタイプ>」～開発とシニア層へのアプローチ	下 華奈子氏 (ロッテ)	19
計 174 人 (1 研究会あたり 17.4 人) (昨年度:204 人)				

<資料③> 東京支部第17期ビジネススクール 実施内容

テーマ:「価値協創」

1	サントリー この10年間のハイボール戦略	森本 昌紀氏(サントリースピリッツ)
2	コミュニケーション戦略・その本質 ～マーケティングとクリエイティブを融合し、「PEST→3C→STP→4P→CR」を一気通貫で～	鹿毛 康司氏(エステー)
	三井アウトレットパーク木更津 講演&見学 「&EARTH」人と地球がともに豊かになる社会を目指して	津山 憲毅氏(三井アウトレットパーク木更津)
3	「SEA BREEZE」のブランド戦略	伊藤 可緒梨氏/田中 里奈氏(エフティ資生堂)
4	機能するマーケティング 機能するCMO	富永 朋信氏(ドミノ・ピザジャパン)
5	百貨店のあくなき挑戦!～百貨店の過去・現在・未来～	大江 弘祥氏(京王百貨店)
6	地域コミュニティとの協創マーケティング ～なぜSMへ行くのか?商品開発から売り場づくり、そして接客コミュニケーションへと進化～	大給 近憲氏(光文社)
7	本質的解決策に迫るビジネス思考法	守口 剛氏(早稲田大学)

<資料④> 東京支部第18期ビジネススクール 実施内容

テーマ:「価値協創」

1	-18℃に込める、熱い思い～ニチレイフーズの商品戦略～	竹永 雅彦氏(ニチレイフーズ)
2	コミュニケーション戦略・その本質 ～マーケティングとクリエイティブを融合し、「PEST→3C→STP→4P→CR」を一気通貫で～	鹿毛 康司氏(エステー)
	三井アウトレットパーク木更津 講演&見学 「&EARTH」人と地球がともに豊かになる社会をめざして	津山 憲毅氏(三井アウトレットパーク木更津)
3	SEA BREEZE のブランド戦略 ～資生堂のブランド構築の秘訣、その育成及び成果について～	中石 尚吾氏(エフティ資生堂)
4	これがCMOの仕事だ!機能するマーケティング 機能するCMO	富永 朋信氏(ドミノ・ピザジャパン)
5	地域コミュニティとの協創マーケティング ～なぜSMへ行くのか?商品開発から売り場づくり、そして接客コミュニケーションへと進化～	大給 近憲氏(光文社)
6	百貨店のあくなき挑戦! ～キーワードは「新」「外」「異」「ネットワーク」「意志」～	大江 弘祥氏(京王百貨店)
7	本質的解決策に迫る ビジネス思考法	守口 剛氏(早稲田大学)

<資料⑤> 東京支部第10期マーケティング初級講座 実施内容

1	需要創造の戦い	小売業を取り巻く環境とその対応	大塚 明氏(コーネル大学 RMP ジャパン)
2	マーケティング 新潮流	異業種協業で新たな「コト消費」を生み出そう	大居 純人氏(クラブツーリズム)
3	ブランディング	ブランド活性化	森中 亮介氏(ハーゲンダッツジャパン)
4	マーケティング 4P	マーケティング 4Pのトータル理解	栗本 宜長氏(ハウス食品)
5	記念講演	ショッパーマーケティング	中村 博氏(中央大学ビジネススクール)

<資料⑥> 東京支部第8期ダイヤモンド型営業戦略研究会 実施内容

1	マーケティングの新しい潮流と展望	守口 剛氏(早稲田大学)
2	Change or Die	石辺 秀規氏(カルビー)
3	ホームセンター、進化の道～業態の今とこれから・他業態との差別化戦略・有力プレーヤーやその取り組みなど～	阿部 幸治氏(ダイヤモンド・リテイルメディア)
4	ドラッグストアの現状と今後～「街の健康ハブステーション構想」の実現に向けて～	宗像 守氏(日本チェーンドラッグストア協会)
5	雑貨の時代 ―今、雑貨が生活者の心をつかむ―	前川 睦夫氏(私の部屋リビング)
6	Digital 時代のマーケティング&ブランド戦略～オムニチャネル化する顧客との絆づくり～	奥谷 孝司氏(オイシックス)
7	スーパーマーケットの近未来対応 転換期の小売業～「モノ」から「コト」、そして「ヒト」へ～	大塚 明氏(コーネル大学 RMP ジャパン)

<資料⑦> 2017年度コミュニケーション委員会 広報活動実績 <実務家気まぐれアンケート ニュースリリース>

号	活動名	実施日	実施会	回収数
Vol.16	実務家気まぐれアンケート 「プレミアムフライデー」で働き方は変わる？ 消費は拡大する？あなたはどうか？	3月28日	定例研究会	28
		4月12日	第17期ビジネススクール	21
		4月19日	お客さま学研究会	11
		4月25日	定例研究会	59
		5月17日	お客さま学研究会	8
		5月23日	定例研究会	48
		6月8日	大阪定例研究会	31
		6月13日	定例研究会	43
			合計	249
Vol.17	実務家気まぐれアンケート あなたにとっての働き方改革とは？ ビジネスとして浸透・拡大する？	9月26日	定例研究会	14
		9月27日	日台ビジネス交流会	11
		10月17日	お客さま学研究会	19
		10月19日	MK 初級講座	14
		10月24日	定例研究会	29
		11月15日	お客さま学研究会	12
		11月28日	定例研究会	37
		12月12日	定例研究会	38
			合計	174

実務家気まぐれアンケート ニュースレター配信実績

号	活動名	実施日	発送先	発送数
Vol.16	どう見る？プレミアムフライデー 実務家の実感アンケート	9月1日	法人・個人会員	864
			非会員	391
			合計	1,255
Vol.17	「働き方改革」マーケティング実務家は どう実感している？	2月19日	登録会員	934
			非登録会員	405
			合計	1,339

実務家気まぐれアンケート PR TIMES 経由 ニュースリリース実績

号	活動名	実施日	発送先	発送数
Vol.16	どう見る？プレミアムフライデー 実務家の実感アンケート	9月1日	メディア各社	297
Vol.17	「働き方改革」マーケティング実務家は どう実感している？	2月19日	メディア各社	297

実務家気まぐれアンケート ニュースリリース 紹介サイト

Vol.16 プレミアムフライデー		Vol.17 働き方改革	
	媒体名		媒体名
1	Bizloop (ビズループ) サーチ	1	フレッシュアイ
2	Mart Community Blog	2	ニコニコニュース
3	Medical Tribune	3	ニコニコニュース
4	おたくま経済新聞	4	ジョルダンニュース!
5	ORICON NEWS	5	@DIME アットタイム
6	@DIME アットタイム	6	フレッシュアイ
7	MarkeZine (マーケジン)	7	産経ニュース
8	OKWAVE Guide	8	MarkeZine (マーケジン)
9	OLIVER	9	iza (イザ!)
10	Mart Community Blog	10	OKWAVE Guide
11	CREA WEB	11	エキサイトニュース
12	現代ビジネス	12	BIGLOBE ニュース
13	東洋経済オンライン	13	SEOTOOLS
14	フレッシュアイ	14	とれまが
15	PRESIDENT Online	15	PRESIDENT Online
16	JBpress (日本ビジネスプレス)	16	Cube ニュース
17	ダイヤモンド・オンライン (Diamond Online)	17	マピオンニュース
18	iza (イザ!)	18	STRAIGHT PRESS
19	eltha (エルザ)	19	財経新聞
20	CLASSY.ONLINE[クラッシー・オンライン]	20	JBpress (日本ビジネスプレス)
21	産経ニュース	21	東洋経済オンライン
22	Mart Community Blog	22	おたくま経済新聞
23	一個人	23	時事ドットコム
24	エキサイトニュース	24	NewsCafe
25	Number Web	25	現代ビジネス
26	JJnet	26	朝日新聞デジタル&M
27	SEOTOOLS	27	@nifty ビジネス
28	暮らしニスタ	28	Infoseek ニュース
29	30min. サンゼロミニッツ		
30	BEST TIMES (ベストタイムズ)		
31	とれまが		
32	STREET JACK		
33	ウレぴあ総研		
34	Cube ニュース		
35	財経新聞		
36	ジョルダンニュース!		
37	STRAIGHT PRESS		
38	@nifty ビジネス		
39	朝日新聞デジタル&M		
40	マピオンニュース		
41	時事ドットコム		
42	BIGLOBE ニュース		
43	Infoseek ニュース		
44	NewsCafe		

【3】大阪支部活動報告(橋詰理事長)

MCEI 大阪支部は2017年度の年間テーマである「Marketing of the Future」＜実務者として多様な分野に眼を開き未来への予測に繋げること。＞に沿った活動を進めてきました。

本年度の定例会の内容について述べます。本会のメインテーマである、メーカーマーケティングを柱に据えながら、街づくりや都市の問題そして医療などの社会的テーマ、今注目すべきワーキングスペースや謎解きゲームまでトレンディでホットなテーマ、今関西で影響力のあるデザイナーによる方法論、難波を中心とする鉄道会社の取り組みまで、まさに多様な現場に取り組む実務家にとって役立つ内容であったと自負します。2017年度の定例会の参加者数は一覧表をご参照ください。

【実施記録 14 ページ 大阪定例研究会 実施内容参照】

会員数においては期初、法人会員個人会員ともに退会者や入会者の出入りがありましたが、運営検討委員の勧誘活動と定例会の内容の充実が奏功し、最終的には前年度よりも微減の法人会員8社(1社減)、個人会員19名(1名減)シニア会員2名となりました。

一方、2017年度定例会参加者は年間453名、昨年比111%となり、昨年度減少傾向にあった体験参加者が大幅に増えました。これはここ数年、テーマを定めて定例会の内容の充実を進めてきた効果がここに現れたと自負しております。

また、今年度も昨年度からスタートした水口ゼミナールを2回実施しました。開催の形、テーマや講師の選定など、試行錯誤しながら、水口創設理事長と同時代を実務の現場で過ごされた諸先輩の講演会を開催し、2回の開催ながら計36名の参加を得ました。水口ゼミナールは次年度も継続的に開催し、シニア世代と現役世代そして次世代へと経験と知識を繋ぐ開かれた場を目指します。

【実施記録 14 ページ 水口ゼミナール参照】

収支に関して、収入の部は予算に対して実績は18万円の増加です。これは体験参加者の増加と水口ゼミの収入増によります。支出に関しては予算にたいして実績は17万8千円の増加です。これは定例会充実のためより便利な会場の選定やより魅力的な講師の招聘を優先させたことが理由です。会場費、講師費ともに予算を上回りましたが、体験参加者の増収で賄った形になり、最終的に黒字を出すに至りました。このような、より魅力的な定例会実施運営のための投資は2018年度の会員増に繋がってきていると考えます。

【16 ページ 2017 年度大阪支部収支計算書 参照】

大阪支部定例研究会 実施内容

年	月	テーマ	講師	出
2017年	4月	和歌山県有田川町が挑むポर्टランド流まちづくり	有井 安仁氏 (PLUS SOCIAL)	31
	5月	古市庵 V 字回復の軌跡と秘訣	西浜 英彦氏 (古市庵)	27
	6月	ビール新時代～クラフトビールの広がり～	山田 精二氏 (麒麟ビール)	46
	7月	謎解きが世界を救う～クロネコキューブの戦略	岡田 充弘氏 (クロネコキューブ)	35
	8月	気づきに気づくデザインの発想法	三木 健氏 (三木健デザイン事務所)	54
	9月	「住宅過剰社会」からの脱却に向けて ～都市のスポンジ化を防ぐ都市政策とは～	野澤 千絵氏 (東洋大学 理工学部建築学科)	28
	10月	Game Changer Catapult 新規事業創出イニシアチブ～イノベーションの土壌と風土づくりの施策～	深田 昌則氏 (パナソニック Game Changer Catapult)	39
	11月	2017年のヒット商品を振り返り、18年を予測する	品田 秀雄氏 (日経 BP 総合研究所)	43
	12月	鉄道会社のまちづくりについて考える	和田 真治氏 (南海電気鉄道)	47
	2017年	1月	超高齢社会と人口減少の中での医療の未来～一歩先に広範囲にわたる保健・医療・福祉のトータルのヘルスケア体制の構築～	田口 義丈氏 (社会医療法人生長会)
2月		世界のコワーキングスペース事情 ～異業種・多職種が集まるワークスペース、その共創の仕掛けとつくり方～	小嶋久美子氏 (フリーランス)	41
3月		【野外研修】京都の老舗の新展開	亀屋良長、黄桜伏水蔵	27
計 453 人 (1 研究会あたり 37.8 人)				
(昨年度: 408 人)				

水口ゼミナール (第五回～第六回)

年	月	テーマ	講師	出
2017年	6月	水口健次氏への挑戦状そして、その後。	松田 安司氏 (元:味の素)	14
2018年	1月	KPO キリンプラザ大阪とその時代	栃内 三男氏 (麒麟ビール)	22
計 36 人				
(昨年度: 47 人 (但し、開催4回))				

<東京支部(2017年4月1日～2018年3月31日)>

収 入			
I. 一般会計			
		【'17実績】	【'17予算】
年会費	法人74社	13,170,000	12,600,000
	個人28名	1,620,000	1,980,000
特別会費	納会個人	330,000	350,000
	コミュニケーションサロン	420,000	500,000
事業収入	定例研ビジターフィー	3,000	0
	お客さま学研究会参加費	453,000	600,000
出版収入	百人百語販売	5,500	0
	プレティン広告費	0	0
大阪支部 (相殺)	百人百語代	26,000	20,000
	総会資料代	10,000	12,000
その他収入	オークション	194,000	200,000
	その他	0	0
		16,231,500	16,262,000
II. プロジェクト別会計			
	ビジネススクール2017(第18期)	4,050,000	4,050,000
	マーケティング初級講座2017(第10期)	1,620,000	2,160,000
	ダイヤモンド型営業戦略研究会2017(第8期)	1,350,000	2,000,000
	人材バンク	0	0
	ナレッジワーク出版及びセミナー	2,946,005	3,000,000
	価値協創実践会	120,000	100,000
		10,086,005	11,310,000
III. その他			
	国際マーケティング会議	105,000	100,000
	雑収入(未払金戻り)	117,950	0
	受取利息	144	0
		223,094	100,000
総計		26,540,599	27,672,000

【東京支部計算書の説明】

■収入の部

*会費収入 17年計画・法人70社、個人33名
17年実績・法人74社、個人28名

*プロジェクト収入 受講生増に全力
ビジネススクール：計画25名→実績25名
マーケティング初級講座：計画20名→実績15名
ダイヤモンド型営業戦略研究会：計画22名→実績15名

■支出の部

*租税公課

消費税対象年のため¥438,400
収入印紙代¥1,600

支 出			
I. 一般会計			
		【'17実績】	【'17予算】
納会		816,067	800,000
コミュニケーションサロン		684,487	600,000
理事会・委員会		298,132	200,000
定例研究会		2,204,894	2,000,000
お客さま学研究会		470,920	700,000
プレティン		835,827	1,000,000
百人百語		347,760	250,000
国際		0	0
広報		64,800	100,000
ホームページ		2,005,653	1,960,000
	小計	7,728,540	7,610,000
会維持・運営	旅費交通費	123,982	120,000
	事務用品費	76,877	100,000
	印刷費	467,839	400,000
	通信費	437,342	600,000
	税理士報酬	308,560	360,000
	雑費	44,280	50,000
	新聞図書費	56,063	50,000
	書籍購入費	6,696	0
	消耗品費	59,752	50,000
	賃借料(コピー機)	447,120	450,000
	会維持・運営小計	2,028,511	2,180,000
事務局費	法定福利費	691,374	700,000
	委託費	591,000	600,000
	交通費	491,451	500,000
	家賃(含水道光熱費)	3,387,117	3,400,000
	役員報酬	2,400,000	2,400,000
	給料	4,080,000	4,080,000
	事務局費小計	11,640,942	11,680,000
寄付金		100,000	100,000
租税公課		440,000	450,000
		21,937,993	22,020,000
II. プロジェクト別会計			
	ビジネススクール2016(第17期)	1,000	50,000
	ビジネススクール2017(第18期)	1,266,565	1,400,000
	マーケティング初級講座2017(第10期)	595,786	750,000
	ダイヤモンド型営業戦略研究会2017(第8期)	1,103,404	1,200,000
	人材バンク	0	0
	ナレッジワーク出版及びセミナー	1,933,305	1,800,000
	価値協創実践会	165,241	100,000
		5,065,301	5,300,000
III. その他			
	国際マーケティング会議	218,450	300,000
	ナレッジワーク出版事業	0	0
		218,450	300,000
IV. 予備費			
	予備費	0	0
		0	0
総計		27,221,744	27,620,000
収支差額		-681,145	52,000
前期繰越金		8,076,774	8,076,774
次期繰越金		7,395,629	8,128,774

<大阪支部(2017年4月1日～2018年3月31日)>

収 入

I. 一般会計

	【実績】	【予算】
年会費法人	1,187,500	1,187,500
年会費個人	959,166	955,000
体験参加費	495,000	350,000
費	56,000	25,000
受取利息	11	0
総計	2,697,677	2,517,500

【大阪支部収支計算書の説明】

■収入の部

- ①年会費 法人8社(途中入会1社)
個人19名(当初予定17名、3名途中入会、1名退会)
シニア2名
- ②体験参加費 一般91名(前年比35名増)
- ③水口ゼミナール(2回開催) 参加者計36名

■支出の部

- ①定例研究会費ならびに会場費が予算を上回っていますが、これは、定例会の一部ならびに水口ゼミナールの参加者増にあわせ、会場ならびに企画を変更したことによる。
- ②印刷費の増は、大阪支部理事が他の会への参加を行い名刺を積極的に配布するため、名刺を増刷したことによる。
- ③委託費の差異は4月分を減額前の金額で支払済だったことによる。

支 出

I. 一般会計

	【実績】	【予算】
理事会・委員会	0	0
定例研究会	492,989	444,440
定例研究会会場費	353,953	195,000
ブレティン	0	0
購入費	0	0
テーブル起こし	360,000	360,000
東京支部総会資料購入費	10,000	12,000
百人百語	26,000	26,000
広報	0	0
Web	0	0
会維持・運営		
通信費	7,486	15,000
交通費	107,590	180,000
事務用品費	1,129	10,000
印刷費	47,196	4,000
雑費	20,628	16,940
	(振込手数料など)	
事務局費		
委託費	1,162,200	1,147,200
経理処理費	106,920	106,920
家賃	0	0
予備費	0	0
総計	2,696,091	2,517,500
当期収支差額	1,586	0
前期繰越金	247,177	247,177
次期繰越金	248,763	247,177

3. 2017年度 NPO・MCEI 事業報告書

(1)事業報告書

平成 29 年度事業報告書

平成 29 年 4 月 1 日～平成 30 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 28 回	ホテルルポール 麹町その他	25 人	東京 713 人 大阪 453 人 延べ 1,166 人	4,552
	マーケティング戦略の 研究会	年間 10 回	ホテルルポール 麹町その他	12 人	延べ 174 人	471
	マーケット養成の勉強会	年間 7 回	首都圏中心に全国	10 人	延べ 175 人	1,268
	マーケティング初級講座	年間 5 回	首都圏中心に全国	10 人	延べ 75 人	596
	メーカーと流通業の 実践的取組み研究会	年間 7 回	首都圏中心に全国	7 人	延べ 105 人	1,103
	価値協創実践会	年間 10 回	東京都内	5 人	延べ 80 人	165
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 6 回	首都圏と近畿圏	5 人	延べ 1,730 人	1,196
	マーケティング研究書の セミナー	年間 8 回	東京都内	5 人	延べ 240 人	1,933
	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	348
国際交流	日台ビジネス交流会	9 月	東京都内	10 人	70 人	218

(2)収支計算書

平成29年度特定非営利活動に係る事業会計収支計算書

平成29年4月1日～平成30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	14,357,500		
(2) 個人会員年会費	2,579,166		
(3) 特別会費	1,004,000	17,940,666	
2 事業収入			
(1) 研究会・勉強会事業収入	7,998,000		
(2) 広報出版事業収入	2,951,505	10,949,505	
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	312,105	312,105	
経常収入合計			29,202,276
II 経常支出の部			
1 事業費			
(1) 研究会・勉強会事業費	8,373,756		
(2) 広報出版事業費	3,476,892	11,850,648	
2 管理費			
(1) 給料手当(含む役員報酬240万円)	6,480,000		
(2) 家賃	3,387,117		
(3) 会議費	405,722		
(4) 広報費	2,070,453		
(5) 通信費	444,828		
(6) 事務用品費	78,006		
(7) 印刷費	962,155		
(8) 旅費交通費	615,433		
(9) その他運営費	2,982,565		
(10) 租税公課	440,000		
(11) 雑費	64,908		
(12) 寄付金	100,000	18,031,187	
経常支出合計			29,881,835
経常収支差額			▲ 679,559
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			▲ 679,559
前期繰越収支差額			8,323,951
次期繰越収支差額			7,644,392

(3)貸借対照表

平成29年度特定非営利活動に係る事業会計貸借対照表

平成30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	67,431		未払金	1,251,010	
普通預金	18,014,753		前受金	8,820,000	
未収金	210,501		預り金	94,333	
前払金	69,960		未払費用	114,510	
			未払消費税	438,400	
			流動負債合計		10,718,253
流動資産合計		18,362,645			
			2 固定負債		
2 固定資産					
敷金	1,109,940		固定負債合計		0
ダイヤモンド型出版事業積立預金	2,000,000		負債合計		10,718,253
固定資産合計		3,109,940			
			III 正味財産の部		
			前期繰越正味財産	11,433,891	
			当期正味財産増減額	▲ 679,559	
			正味財産合計		10,754,332
資産合計		21,472,585	負債及び正味財産合計		21,472,585

(4) 財産目録

平成29年度特定非営利活動に係る事業会計財産目録

平成30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	67,431		
普通預金 (みずほ銀行麴町支店)	17,421,440		
普通預金 (みずほ銀行南船場支店)	593,313		
未収金 (年会費他)	210,501		
前払金 (大阪・定例会会場費)	69,960		
流動資産合計		18,362,645	
2 固定資産			
敷金 (東京支部事務所)	1,109,940		
ダイヤモンド型出版事業積立預金	2,000,000		
固定資産合計		3,109,940	
資産合計			21,472,585
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、ホームページ制作費他)	1,251,010		
前受金 (東京・大阪支部年会費)	8,820,000		
預り金 (事務局・講師・税理士源泉所得税)	94,333		
未払費用 (大阪・事務局費)	114,510		
未払消費税	438,400		
流動負債合計		10,718,253	
2 固定負債			
固定負債合計		0	
負債合計			10,718,253
正味財産			10,754,332

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平成29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、平成30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。

平成30年5月7日

監事 網島 婦貴



監 査 報 告 書

特定非営利活動法人エムシーイーアイの平成 29 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。

平成 30 年 5 月 29 日

監 事

田 島 真 一



5. 定款変更の件

特定非営利活動促進法が、平成 30 年 10 月 1 日以降「貸借対照表の公告」が義務付けられることになりました。

そのために MCEI 定款 53 条を下記のとおり改訂いたします。承認をお願いします。

新	旧
<p>(公告の方法)</p> <p>第 53 条 この法人の公告は、この法人の掲示場に掲示するとともに、官報に掲載して行う。ただし、法第 28 条の 2 第 1 項に規定する貸借対照表の公告については、この法人のホームページにおいて行う。</p>	<p>(公告の方法)</p> <p>第 53 条 この法人の公告は、この法人の掲示場に掲示するとともに、官報に掲載して行う。</p>

8. 2018年度 東京支部・大阪支部活動計画

【1】東京支部活動方針・計画(広浦理事長)

引き続き「MCEI 理念」の具現化に向けて注力してまいります。

特に2019年 MCEI 東京は50周年を迎えます。それを契機に、過去の経験・その資産を十分活かすと共に、その後の永続的成長に向けて様々な議論を積立て、その実現を目指してまいります。2018年度においては以下4つの基本方針で取り組みます。

(1) 東京支部50周年企画の計画づくり・その実践

1. 基本方針「不易流行」 過去・現在・未来への永続的発展
 - ・不易 創設理事長・故水口健次氏の本質発言再確認
 - ・流行 「協創」を通して、新価値リード・新市場リーチ
2. 基本方針の具現化に向けた各委員会での議論・方向決め(2018年中)
3. 既存会員重点に、MCEI の価値を認知・理解を広め・深める。
 - そして新規会員獲得にもリーチ
4. 各種記念行事の具体化
5. 理事会・委員会の活性化

準備委員会の答申をベースに理事会・委員会で議論を深め、その解決策の具体化・その実践を行ってまいります。

(2) MCEIらしさ(理念)の実践 【資料 次の24ページ】

「協創」をベースに、MCEI 提供価値を高める

色々なトライ&エラーを通して、多くの協創パターンを体験・整理、さらに新たな経験を積み立てて、結果として提供価値を高めてまいります。

(3) 「協創」の輪をさらに広げ、MCEI 活動シナジーを向上させる

(価値協創実践会、委員会活動、他)

50周年に向けて、理事会・委員会でしっかり議論を進めてまいります。

(4) 運営組織基盤の強化

内外含め「ネットワーク」の強化、拡大

活動を通じ、「人が育つ」ネットワークづくりを目指します

【東京支部活動方針(2)資料】 MCEI の理念・展開の基本方針

<MCEI の理念>

- MCEI は、「協創実務家集団」です。
- お客様の“うれしい、ありがとう”の実現に向け実務家の「協創」により、新価値創造を行う、実務家による、実務家のための「協創実務家集団」を目指します。

<MCEI 提供価値の充実>

新しい価値を産み出すための、マーケターの協創プラットフォームです

- 1)実務のベストプラクティスからの学び
- 2)マーケティングスキルを持った実務家の育成
- 3)マーケティング情報の受発信
- 4)若手メンバー中心の自発的小集団活動
- 5)匠のナレッジ、ノウハウ展開
- 6)国際機関としての活動

<「協創」具現化 MCEI の注力テーマ(基本となる考え方)>

- 社会課題の解決に貢献していく
- ⇒・新しい富の創造へ
- ・新しい需要の創造へ
- ↓
- 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)

<「協創」具現化 MCEI の注力テーマ>

ベース: お客様の変化を着実に捉え、理解し、新しい需要創造のヒントを得る、
実務家による新しいビジネスモデル、ヒット商品開発事例研究継続

- 高齢化・人口減社会に対する新価値提供を、「健康」視点で深堀していく
- デジタル技術(AI,IoT,ビッグデータ)の有効活用事例を研究すると共に、生活者個人を深く理解する、N=1 研究も両輪として行っていく
- 新しい営業のあり方と顧客接点戦略の研究を継続する
- 地方創生、中小の力を視点とした戦略の立案事例を研究する
- 新たな「価値、市場の創出」の視点で、世の中の変化を先取りしていく

【2】各委員会の2018年度活動計画

(1)メンバーシップ委員会(竹内理事・廣瀬理事)

会員同士が業界を越えて交流できる場として「メンバーシップ交流会」を今期も継続。さらに MCEI の認知度アップ、また MCEI の各研究会への参加促進の役割も担う。

MCEI のテーマのひとつ「新たな価値創造」と連動させ、自社商品やブランドの「価値創造」を進めている会員企業を訪問・見学する。会員ならではの、普段体験できないような場所・企業の裏側を訪問し知見を深める。また申し込みの際、新会員への勧誘も兼ねて、会員以外の取引先を1名ご招待も可能とする。

.....

(2)ミーティング委員会(深津常務理事・岩崎理事・是沢理事・仁藤理事・田中理事)

MCEI 東京支部 50 周年に向けたテーマのひとつ『不易実行』(水口先生の教え)をベースに「お客さま学研究会」を継続。研究会の従来の目的「全てのコストの負担者＝お客さまを、世代・嗜好・特性、あらゆる側面から解体し再認識」は継続しながら 12 月までは継続する。会場は、会員企業に協力を仰ぎ会議室などで開催を進める。会員企業で直接開催することで、あまり MCEI に参加したことのない方への認知度と参加度アップを目指す。

来年の「50 周年イヤー」から新たな価値創造を作り出す“新・お客さま学研究会”をスタートさせる。

- ・参加対象者はビジネススクール卒業生(第 15 期～17 期) をメインとする。MCEI で学んだことをより深く理解・自身の業務におとしこみ、スクールで切磋琢磨した同期と次なるステージへステップアップを目指せる内容とする。

そのため、受講を勧めたい会員企業のキーマンから「社員に求めるスキル」をヒアリングし、テーマ選定のヒントとする。

- ・年間プログラムのパンフレットを作成し、会員企業のキーマンへ直接積極的な参加を促す。

- ・参加料は試験的に 1 年間無料とし、MCEI 認知度と参加度アップのための入門の場と位置付ける。

.....

(3) コミュニケーション委員会(福崎常務理事・池澤理事・仁藤理事)

広報、ホームページ、百人百語、機関誌プレティンの各領域に関して昨年度からの活動の方向は基本的に継続する。その中で MCEI 東京支部 50 周年に向けた、準備委員会からの各提案を受けて、内外に向けた広報活動について発信の内容を検討する。あわせてその他の領域に関しても MCEI の価値をより高める活動を計画し展開していく。

「百人百語 2019」は通巻 36 号となる。今年も集稿は 100 名以上を目標に 12 月の発刊を目指す。「協創」を念頭に置きながら今まで寄稿の経験の無い会員にも気兼ねなく書いてもらえるよう集稿工夫しつつ、魅力ある「百人百語」作りを目指す。

.....

(4)ナレッジワーク委員会

●ビジネススクール(石川副理事長・市川常務理事・中島常務理事・伴理事)

第 18 期『価値協創』が 1 月 11 日スタート、7 月まで実施予定。参加者 25 名新たに開始した改良点をさらに充実させ、MCEI らしさ・価値向上を目指す。他の MCEI 諸活動との協創により、全体最適化も図っていく。

●マーケティング初級講座(石川副理事長・市川常務理事・中島常務理事・伴理事)

第 11 期が 9 月スタート予定。第 18 期ビジネススクールで改良・効果的だった内容を、同様に取り入れていく。

●**ダイヤモンド型営業戦略研究会(松本理事)**

第9期が7月よりスタート。研究会の特長として下記の通り実践する。

- ・メーカー営業のあり方と顧客接点の研究
- ・メーカーと流通の取り組みの効果的な進め方
- ・流通業・各業態の先進的取り組みの理解
- ・「コト消費」「リアル店舗でのデジタル活用」などの実践的把握
- ・参加者同士の情報共有による視野の拡大

.....

(5)国際委員会(福崎常務理事)

MCEI 東京支部 50 周年に向けて、準備委員会からの提案も受けながら、数年来の課題である国際組織としての活性化について議論、解決策を模索していく。

●ビッセル新国際理事長の就任で、国際本部の指導力の発揮を期待するとともに、国際組織としての活性化に期待。理事会に報告済みの「国際会議」に関する打診や、「国際アワード」の復活へ今後動きがあるのか、または別の形での動きがあるのかなどを注視し、出来る限りの協力の体制を検討していきたい。

●国際組織としての MCEI の再活性、価値創造に向けて

新国際理事長には全面的に協力していくことにあわせて、国際組織活性化に向けて、各支部への呼びかけ強化、具現化を模索していく。また世界各支部への発信のために、ライフメンバーのウレマン氏には引き続き多大なご協力をお願いしたい。さらに成長エリアであるアジアの1支部として、新体制となった台北支部との更なる連携強化も模索していきたい。

.....

(6)ブレイクスルー委員会(市川常務理事・滝委員・高田委員・松山委員)

MCEI 東京支部 50 周年にむけ、準備委員会の提案も受けながら活動の見直しを図る。

.....

(7)価値創造実践会 (高津理事)

●**シニア市場戦略**

発足から2年間にわたる活動経過から基盤は確立されつつあり、今後より内容を深めていく。この MCEI のプラットフォームが社会に対し影響・貢献、その価値を求めて新たな仲間が参加する、協創の場のさらなる価値 UP を目指す。

●**委員会全体として**

MCEI の理念「協創」実現の旗振り役としての使命をもって進め、MCEI 注力テーマを掘り下げて活動する。

- ・50 周年記念新事業候補としての、「感覚マーケティング実践研究会(仮)」の発足を目指す
 - ・既存会員・休眠会員の参加活性化、また新規会員勧誘としても効果的な活動との認識で進める
 - ・MCEI の目指す「新価値をリード&新市場リーチ」、結果としての組織基盤強化、を目指す
- 会員の皆様の多彩なネットワークで参加促進をお願いいたします。

【3】大阪支部活動方針・計画(橋詰理事長)

MCEI 大阪支部45周年である2018年度は年間テーマ「きづく」です。これは4月定例会でご説明しましたが、改めて簡潔にご説明します。

私たち MCEI 大阪支部は「見えないものに気付く感性を育む」ことこそマーケティングの根本的な所作だと考えています。見えている、見ているつもりでも実は見えていないコトはマーケティングの実践現場では多く在ると思います。現場で当たり前前であると決めつけてしまっていることに、敢えて疑問をはさみ、より深く考えてみる、そのために「きづく」は大切な所作<振る舞い・身のこなし・仕事>となるはずで、す。気づきに気付いてそれらを繋げて、編集し、新しい気づきから築きへ、マーケティングを実践するなかでより良い人間関係の築きへ、より良い人間の行動へ結び付けていきましょう。

また、今年では設立45周年にあたります。6月に水口ゼミナールと共催の記念講演会も予定しており、メーカーマーケティングから、デザイン分野に至るまで幅広い講演内容を企画してまいります。

2018年度の予算案については別表をご参照ください。今年度も余裕のある予算運営になるとは思われませんが、定例会を充実させてゆくことで、多くの人に広く MCEI の活動を周知いただき、参加者数の拡大に努めてゆきたいと考えます。

一方、無駄が無く効率的な予算運営を進めるべく、交通費をはじめとした各種経費の削減、委託費の減額ならびに無償会場の確保は引き続き進めて参ります。

本年度も MCEI 大阪支部は引き続きパワフルに活動を続けてまいります。加えて、大学や他団体との連携も継続的に進め、幅広い世代に向けて広く開かれた運営を目指して行きたいと考えますので、会員の皆様にも参加者の拡大にご協力いただければ幸いです。

2018年度の MCEI 大阪支部の活動にご期待ください。

6. 2018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、官公庁提出用には平成を使う。

<東京支部(2018年4月1日～2019年3月31日)>

収 入		
I. 一般会計		
	【'17実績】	【'18予算】
年会費		
法人70社	13,170,000	12,600,000
個人30名	1,620,000	1,800,000
特別会費		
納会個人	330,000	350,000
コミュニケーションサロン	420,000	500,000
事業収入		
定例研ビジターフィー	3,000	0
お客さま学研究会参加費	453,000	500,000
出版収入		
百人百語販売	5,500	0
プレティン広告費	0	
大阪支部 (相殺)		
百人百語代	26,000	20,000
総会資料代	10,000	10,000
その他収入		
オークション	194,000	
その他	0	
	16,231,500	15,780,000
II. プロジェクト別会計		
ビジネススクール2017(第18期)	4,050,000	4,050,000
マーケティング初級講座2017(第10期)	1,620,000	2,160,000
ダイヤモンド型営業戦略研究会2017(第8期)	1,350,000	1,800,000
人材バンク	0	
ナレッジワーク出版及びセミナー	2,946,005	0
価値協創実践会	120,000	100,000
新規プロジェクト		1,000,000
	10,086,005	9,110,000
III. その他		
国際マーケティング会議	105,000	0
雑収入(未払金戻り)	117,950	0
受取利息	144	0
	223,094	0
総計	26,540,599	24,890,000

【東京支部予算書の説明】

■収入の部

*会費収入 18年計画・法人70社、個人30名

*プロジェクト収入 受講生増に全力

ビジネススクール: 計画25名

マーケティング初級講座: 計画20名

ダイヤモンド型営業戦略研究会: 計画20名

■支出の部

予備費1,000,000円計上 50周年企画

支 出		
I. 一般会計		
	【'17実績】	【'18予算】
納会	816,067	800,000
コミュニケーションサロン	684,487	600,000
理事会・委員会	298,132	300,000
定例研究会	2,204,894	2,100,000
お客さま学研究会	470,920	500,000
プレティン	835,827	1,000,000
百人百語	347,760	250,000
国際	0	0
広報	64,800	50,000
ホームページ	2,005,653	600,000
小計	7,728,540	6,200,000
会維持・運営		
旅費交通費	123,982	120,000
事務用品費	76,877	100,000
印刷費	467,839	400,000
通信費	437,342	450,000
税理士報酬	308,560	360,000
雑費	44,280	50,000
新聞図書費	56,063	50,000
書籍購入費	6,696	10,000
消耗品費	59,752	50,000
賃借料(コピー機)	447,120	450,000
会維持・運営小計	2,028,511	2,040,000
事務局費		
法定福利費	691,374	700,000
委託費	591,000	600,000
交通費	491,451	500,000
家賃(含水道光熱費)	3,387,117	3,150,000
役員報酬	2,400,000	2,400,000
給料	4,080,000	4,080,000
事務局費小計	11,640,942	11,430,000
寄付金	100,000	100,000
租税公課	440,000	350,000
	21,937,993	20,120,000
II. プロジェクト別会計		
ビジネススクール2016(第17期)	1,000	10,000
ビジネススクール2017(第18期)	1,266,565	1,300,000
マーケティング初級講座2017(第10期)	595,786	600,000
ダイヤモンド型営業戦略研究会2017(第8期)	1,103,404	1,100,000
人材バンク	0	0
ナレッジワーク出版及びセミナー	1,933,305	0
価値協創実践会	165,241	100,000
新規プロジェクト		500,000
	5,065,301	3,610,000
III. その他		
国際マーケティング会議	218,450	0
ナレッジワーク出版事業	0	0
	218,450	0
IV. 予備費		
予備費	0	1,000,000
	0	1,000,000
総計	27,221,744	24,730,000
収支差額	-681,145	160,000
前期繰越金	8,076,774	7,395,629
次期繰越金	7,395,629	7,555,629

<大阪支部(2018年4月1日～2019年3月31日)>

収 入		
I. 一般会計	【'17実績】	【'18予算】
年会費法人	1,187,500	1,337,500
年会費個人	959,166	1,130,000
体験参加費	495,000	360,000
水口ゼミナール参加費	56,000	60,000
第2部参加費	0	120,000
受取利息	11	0
総計	2,697,677	3,007,500

【大阪支部収支予算書の説明】

■収入の部

- ①年会費は法人9社(1社途中入会)、個人22名、シニア1名
- ②第2部参加費を今期より計上
- ③定例研究会予算は講師謝礼10名分+定例会費。
他の講師は会員および無償で講師調達予定。
- ④定例研究会会場費は8会場分+水口ゼミ分2会場分
- ⑤会維持・運営費について
・交通費は講師移動費含む。
- ⑥事務局費について
・委託費は理事長・(株)ISSOへの支払
・委託費は減額のまま。
・経費処理費はTMB派遣費

支 出			
I. 一般会計		【'17実績】	【'18予算】
理事会・委員会		0	0
定例研究会		492,989	560,000
定例研究会会場費		353,953	410,000
講演録製作費	テープ起こし	360,000	360,000
第2部費用	(おつまみなど)	0	110,000
東京支部総会資料購入費		10,000	13,000
百人百語		26,000	29,000
広報		0	
Web		0	0
会維持・運営	{ 通信費	7,486	12,000
	{ 交通費	107,590	180,000
	{ 事務用品費	1,129	2,000
	{ 印刷費	47,196	35,000
	{ 雑費	20,628	22,380
事務局費	{ 委託費	1,162,200	1,147,200
	{ 経理処理費	106,920	106,920
	{ 家賃	0	0
予備費		0	20,000
総計		2,696,091	3,007,500
当期収支差額		1,586	0
前期繰越金		247,177	248,763
次期繰越金		248,763	248,763

8. 2018年度 NPO・MCEI 事業計画書

平成 30 年度事業計画書

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

平成 29 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 24 回	ホテルルポール 麹町その他	25 人	延べ 1,500 人	5,080
	マーケティング戦略の 研究会	年間 10 回	ホテルルポール 麹町その他	11 人	延べ 270 人	500
	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 175 人	1,310
	マーケティング初級講座	年間 5 回	首都圏中心に 全国	10 人	延べ 100 人	600
	メーカーと流通業の 実践的取り組み研究会	年間 7 回	首都圏中心に 全国	8 人	延べ 150 人	1,100
	価値想像実践会	年間 10 回	東京都内	5 人	延べ 100 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 6 回	首都圏と近畿圏	5 人	延べ 1,800 人	1,360
	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	10 人	900 人	250
国際交流	日台ビジネス交流会	なし		0 人	0 人	0

9. 2018年度NPO・MCEI収支予算書

平成30年度特定非営利活動に係る事業会計収支予算書

平成30年4月1日～平成31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・入金収入		
(1) 法人会員年会費・入会金	14,937,500	
(2) 個人会員年会費	2,930,000	
(3) 特別会費	990,000	18,857,500
2 事業収入		
(1) 研究会・勉強会事業収入	9,010,000	
(2) 広報出版事業収入	0	9,010,000
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		27,897,500
II 経常支出の部		
1 事業費		
(1) 研究会・勉強会事業費	8,690,000	
(2) 広報出版事業費	1,610,000	
(3) 国際交流事業費	0	10,300,000
2 管理費		
(1) 給料手当(含む役員報酬240万円)	6,480,000	
(2) 家賃	3,150,000	
(3) 会議費	480,000	
(4) 広報費	692,000	
(5) 通信費	462,000	
(6) 事務用品費	102,000	
(7) 印刷費	885,000	
(8) 旅費交通費	620,000	
(9) その他運営費	3,024,120	
(10) 租税公課	350,000	
(11) 雑費	72,380	
(12) 寄付金	100,000	
(13) 予備費	1,020,000	17,437,500
経常支出合計		27,737,500
経常収支差額		160,000
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		160,000
前期繰越収支差額		8,323,951
次期繰越収支差額		8,483,951



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2001年にNPO法人を設立しました。