2020年

NPO(特定非営利活動法人)MCEI 総会資料

東京支部 2020年6月16日(火) MCEI東京支部事務局 大阪支部 2020年6月 4日(木) 大阪府男女共同参画・青少年センター

議事事項

- 1. 2019 年度東京支部·大阪支部活動報告
- 2.2019年度東京支部·大阪支部収支計算書
- 3.2019 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
- 5.2020年度東京支部·大阪支部活動方針
- 6.2020年度東京支部·大阪支部収支予算書
- 7. 2020 年度 NPO·MCEI 事業計画書
- 8. 2020 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 年度終盤より始まった新型コロナウイルスの危機によって、既存の秩序や常識が大きく変容してしまいました。

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なのです。

2020 年度、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. 2019 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)

<2019 年基本方針振り返り>

2019 年度方針は下記三つの基本方針で臨みました。

① 50 周年の主旨の定着

実践した様々なことを手段・一過性ではなく、「本質」「目的」にて捉え、MCEI の永続発展を目指します。

②「協創」の深耕

様々な協創の「機会」と「場」を提供、各委員会・研究会で議論・導入、MCEI 価値強化の視点で確認していきます。

MCEI の注力テーマ「社会課題の解決」に貢献していきます。

③ 組織基盤強化

「協創」の視点で会員企業との接点の幅・奥行を広げることです。

- ・MCEI 各種企画への、より積極的な参加促進。
- ・委員会活動等への参画促進、会員企業それぞれのスキル(知・人・場など)を巻き込んだ運営を行っていきます。若手・女性の参加・活躍をさらに進めます。

以上を実現すべく、50 周年記念プロジェクトにおいて主に二つの大型プロジェクトに取り組みました。その意義と目的を確認します。

<50 周年プロジェクトの振り返り>

●9 月特別フォーラム&記念パーティ

~新たなマーケティングパラダイムを示唆する三氏の記念講演~

カルビー(株) 代表取締役社長兼 CEO 伊藤秀二氏

経営者の立場で今後のマーケティングの在り方を語る

企業理念と実践・顧客志向

流通経済研究所 理事 根本重之氏

歴史的尺度での大転換期の今をマクロ視点で展望

2020年代の時代認識・マーケティングの変化からの課題抽出

アスクル(株) 取締役マーチャンダイジング本部管掌 CMO 執行役員 木村美代子氏

今後のマーケティングパラダイムの実践事例

B2B×B2C・デジタル&インサイト 様々な協創

フォーラム、パーティには総勢 180 名が参加。大いに盛り上がりました。

●書籍出版

- ~ 今後を担うマーケターの指南的役割~
- ・我々は今、非連続ともいえる歴史的モノサシで大きな転換期に差し掛かっているとの認識の下、マーケティング視点でそれをブレークスルーするための指針となり、企業を取り巻く困難な状況を 突破させる役割と共に、それ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す る
- ・マーケティングのネットワークである MCEI、この 50 周年を新たなスタートと位置付け、今後の成長し続ける象徴として、大きな役割を発揮する。

定例研究会・お客さま学研究会については、キャッシュレス・SDGs・シニア・ダイバーシティ・デジタルスキルなど、社会課題解決型のテーマを中心に開催した。

【実施記録6ページ 資料①、②】参照

以上

<2019 年度 主な活動内容>

- 4 月: SNS 活性化企画会発足
- 6月:総会開催 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) 守口剛氏(早稲田大学商学学術院 教授)
 - ・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) 中島良彦氏
- 8月:定例研究会(見学会) キリンビール横浜工場見学
- 9月:50周年記念特別フォーラム/記念パーティ開催 180名参加 第12期マーケティング初級講座開講 受講生12名
- 10月:第2期感覚マーケティング実践研究会開講 受講生12名

12月:50周年記念出版『プロフェッショナルマーケター』上梓 出版特別定例研究会/納会開催 百人百語 2020発行(50周年記念号)投稿者 101名 「ワー!ウレシイ!アリガトウ!を創ろう会」第1回開催

1月:定例研究会 年始記念講演「AI 流通革命 3.0 とネットスーパー」大久保恒夫氏((株)リテイルサイエンス)

第20期ビジネススクール開始 受講生17名 『プロフェッショナルマーケター』電子書籍版発売開始 Facebook 広告および毎週の定期書籍情報配信開始

2月:定例研究会(見学会) 日本橋再生計画(三井不動産)

<参照>6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 7ページ 資料③ 同 第 19 期ビジネススクール 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 12 期マーケティング初級講座 実施内容 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 8ページ 資料⑦ 同 コミュニケーション委員会 広報活動実績

【2】各委員会の 2019 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)

●ワー!ウレシイ!アリガトウ!を創ろう会

会員同士が業界を越えて交流できる場「メンバーシップ交流会」をブラッシュアップしてリスタート 【実施記録】

第1回 12月17日「わが社ってこんなところ 100人(個)カイギ*」 参加9社/16名 第2回 1月29日「第2回わが社ってこんなところ100人(個)カイギ*」 参加9社/12人

(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

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

顧客を取り巻く環境変化を「3 つのシフト」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場とした。

- ・ライフシフト: 人生 100 年時代のお客さまの暮らしの変化
- ・デジタルシフト:デジタルエコノミーの進展にともなうコミュニケーション環境の変化
- ・ダイバーシティシフト:多様な働き方、職場環境進化を①生産性向上②イノベーション事例③多様 人材活躍の視点で紹介・提言・次なる打ち手の探求

【実施記録 6ページ 資料②】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

「開かれた広報&戦略的広報」として内外への情報発信・開示の強化をめざし下記を実施

- ① 50 周年記念講演・イベント・企画・出版などの周年記念活動を告知する期間限定ニュースペーパー「Wow!通信」を発行(第7号まで発行)
- ② 50 周年記念出版『プロフェッショナルマーケター』12 月発売に合わせて「PR TIMES」からリリースを配信。

加えて、Facebook 広告発信と、同ページにてインタビューイー18 名の提言を 3 月末まで毎週配信。

【8ページ資料⑦】参照

③ SNS を活用した会員参加促進として、Twitter を利用した定例研究会講師への質問アンケートを実施。

●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 37号「百人百語 2020」を 12月 10日に発行(寄稿者 101名)。50周年記念特別企画として、創設理事長水口健次提言集、50年間のマーケティング年表、水口先生講演アーカイブ動画案内を掲載。

●機関誌ブレティン

50 周年プロジェクトのため一時休止。

(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 19 期『価値協創』で 2019 年 1 月~7 月実施。受講生 18 名

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~実施中。

受講生17名

【実施記録 7ページ資料③、④参照】

●マーケティング初級講座

第 12 期 2019 年 9 月~11 月まで全 5 回実施。受講生 12 名 【実施記録 7 ページ資料⑤参照】

(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~実施中。受講生12名【実施記録 7ページ資料⑥参照】
- 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。2019 年度は 2 回実施。

③ ダイヤモンド型営業戦略研究会 休会

(6)国際関連

東京支部 50 周年記念に際し、国際本部のビッセル理事長よりお祝いメッセージ、また台北支部からは 50 周年記念特別フォーラムに 20 名の参加があり、会を盛り上げていただいた。

(7)表彰

2019 年度 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、今年は現状を鑑み延期とした。

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
2019年	4月	サントリーが考えるリテールマーケティング	中村直人氏(サントリー酒類)	64
	5月	流通と消費の今を読む-愛され応援される企業の時代-		31
	6月	考える営業の現在、すすむバリューチェーン営業 〜バリューチェーン営業をすすめればPOSデータが揃ってなくてもトップを狙える〜	二俣桂介氏(二俣事務所) 佐藤純氏(アマタケ) 高島秀章氏(キリンビバレッジ)	61
	7月	アシックスのスポーツマーケティング	大谷忍氏(アシックス)	44
	8月	キリンビール横浜工場見学会		16
	9月	MCEI 東京支部創立 50 周年記念特別フォーラム ①『掘りだそう、自然の力。』カルビーの革新を支えるマーケティング ②消費と流通の今を捉え、先を読む 2019/09~2020 年代の展望と課題~ ③eコマースならではの新しい価値の共創	伊藤秀二氏(カルビー) 根本重之氏(流通経済研究所) 木村美代子氏(アスクル)	180
	10月	購買シーンを変えていくキャッシュレス決済~最新動向と今後の展望	山野憲輔氏(大日本印刷)	37
	11月	SDGsの実践的活用法	 石川淳哉氏(ドリームデザイン)	43
	12月	MCEI 東京創立 50 周年『プロフェッショナルマーケター』出版記念講演	守口剛氏(早稲田大学商学学術院) 榎本亮氏(日本電気) 清水俊明氏(ZOZO) 鹿毛康司氏(エステー) 富永朋信氏(Preferred Networks)	68
2020年	1月	AI流通革命 3.0 とネットスーパー	大久保恒夫氏(リテイルサイエンス)	39
	2月	日本橋再生計画(講演&見学会)		16
	3月		***************************************	

<資料②> 東京支部お客さま学研究会 実施内容

			講師	出席
2019年	4月	デジタルシフト部会~「TAP」の先にあるもの ~スマホ→店頭 送客システムで見えてきたお客さまの購買行動	山内宏記氏(コネクトム)	14
	5月	「ダイバーシティシフト部会 Pieces」第 3 回セッション 〜人生 100 年時代の真のダイバーシティ〜	坂本崇博氏(コクヨ)	24
	6月	顧客の信頼を生み出す、ハルメクの顧客接点戦略	山岡朝子氏(ハルメク)	13
	7月	デジタルシフト部会~DNPが実現するデジタル×リアルのパーソナライズド・コ ミュニケーション	岩本純一氏(大日本印刷)	12
	8月	「ダイバーシティシフト部会 Pieces」第4回セッション〜更なる女性活躍推進のために何が出来るか〜	坂本崇博氏(コクヨ)	25
	9月	ライフシフト〜今どきシニアは『オタクティブ』?〜新時代のシニア層攻略のヒン ト	稲葉光亮氏(ADK マーケティング・ソリュー ションズ)	15
	10月	デジタルシフト〜流通本部が欲しがる、デジタルデータ活用事例 明日から使える、BIG データ活用商談講座<第1回>	山内宏記氏(コネクトム)	11
	11月	「ダイバーシティシフト部会 Pieces」第 5 回セッション	坂本崇博氏(コクヨ)	10
2020年	1月	人生 100 年時代のシニアのインサイトの捉え方と価値創造〜インサイト視点で ライフシフトへの企業の対応を考える〜	大松孝弘氏(デコム)	17
	2月	ダイバーシフト部会 Pieces 第 2 期 「ダイバーシティのその先=多様性活躍による 新規事業開発・イノベーションを起こすには?」	坂本崇博氏(コクヨ)	9
	3月	新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止		

<資料③> 東京支部第19期ビジネススクール 実施内容

テーマ: 「価値協創」

2019年	1月	顧客創造 花王のブランド戦略 ~ロングセラーブランド "ビオレ"の事例~	岩崎正樹氏(花王)
	2月	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)
			鹿毛康司氏(エステー) 保木悠氏(三井アウトレットパーク木更津)
	3月	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(資生堂ジャパン)
	4月	デジタルマーケティング至上主義のいま、直接「消費者」働きかける意味とは?	大給近憲氏(光文社)
	5月	流通マーケ×メーカーマーケ=?	富永朋信氏(イトーヨーカ堂)
	6月	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)
	7月	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	AM:グループディスカッション&発表・講評		信田洋二氏(Believe-UP)
				信田洋二氏(Believe-UP) 鈴木雅彦氏(三井アントレットパークオ要単)
	3月			パーソナルケアブランド事業本部シーブリーズ G(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? ※新型コロナウイルス感染拡大防止のため延期	大給近憲氏(光文社)
	5月	ヤクルトのマーケティング戦略〜人も地球も健康に〜	※新型コロナウイルス感染拡大防止のため延期	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・未来~	※新型コロナウイルス感染拡大防止のため延期	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	※新型コロナウイルス感染拡大防止のため延期	守口剛(早稲田大学商学学術院)

<資料⑤> 東京支部第12期マーケティング初級講座 実施内容

2019年	9月	需要創造の戦い	モデルなき時代の近未来戦略	大塚明氏(コーネル大学)
	10月	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(ハウスウェルネスフーズ)
	10月	ブランディング		井上洋平氏(ハーゲンダッツジャパン)
	11月	人生 100 年時代のマー ケティング	健康生活支援マーケティング〜元気で前向き・人の世話にならない介護前を長くサポート〜	高津尚子氏(日本製紙クレシア)
	11月	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)
2020年	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)
	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)
	4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延期	

<資料⑦> 2019 年度コミュニケーション委員会 広報活動実績

<Wow!通信>

号	主な掲載記事	メール発信	配信数	紙媒体配布会場
Vol.1	50 周年プロジェクト開始、1 月特別定例会案内	1月22日	1372	定例会、ビジネススクール
Vol.2	50 周年フォーラム速報、1 月定例会レポ	3月19日	1460	定例会、お客さま学、ビジネスカール
Vol.3	50 周年記念 2 大事業、3 月定例会レポ	4月12日	1423	定例会、お客さま学、ビジネスカール
Vol.4	50 周年フォーラム続報、記念扇子、	6月28日	1449	定例会、お客さま学、ビジネスカール
Vol.5	50 周年フォーラム続報、7 月定例会レポ	8月19日	1476	定例会、お客さま学、MK 初級
Vol.6	50 周年フォーラム、キーパーソン交流会特集	9月27日	1532	定例会、お客さま学、MK 初級
Vol.7	50 周年記念出版情報、10 月定例会案内	10月2日	1562	定例会、お客さま学、MK 初級
Vol.8	50 周年記念出版続報、10 月定例会レポ	11月22日	1582	定列会、お客さま学、感覚MK
		合計		

<PR TIMES ニュースリリース>

タイトル	実施日	配信数	発送先
MCEI 東京支部創立 50 周年記念出版『プロフェッショナルマーケター マーケティング最先鋭の言葉』刊行	12月23日	231	メディア各社

<PR TIMES 経由ニュースリリース 主な紹介サイト>

@DIME(アットダイム)	時事ドットコム	@nifty ビジネス
フレッシュアイ	JBpress(日本ビジネスプレス)	ジョルダンニュース!
ORICON NEWS	現代ビジネス	財経新聞
BIGLOBE ニュース	Infoseek ニュース	マピオンニュース
PRESIDENT Online	エキサイトニュース	東洋経済オンライン
産経ニュース	朝日新聞デジタル&M	ほか 全28件

_<Facebook 広告>

告知タイトル	配信日	リーチ
2020年1月年始定例研究会開催	1月6日	10,476
『プロフェッショナルマーケター』電子書籍版リリース	1月16日	8,948
1月年始定例研究会告知	1月23日	15,148

< Facebook ページ告知『プロフェッショナルマーケター』>

PR TIMES ウェブトでリリース配信	12月23日	158
インタビューイー提言(1)	12月26日	607
インタビューイー提言(2)	12月30日	58
インタビューイー提言(3)	1月2日	1,491
インタビューイー提言(4)	1月9日	331
インタビューイー提言(5)	1月13日	68
インタビューイー提言(6)	1月20日	77
インタビューイー提言(7)	1月23日	65
インタビューイー提言(8)	1月27日	56
インタビューイー提言(9)	1月30日	58
インタビューイー提言(10)	2月3日	51
インタビューイー提言(11)	2月10日	47
インタビューイー提言(12)	2月17日	52
インタビューイー提言(13)	2月24日	801
インタビューイー提言(14)	3月2日	70
インタビューイー提言(15)	3月9日	63
インタビューイー提言(16)	3月16日	51
インタビューイー提言(17)	3月23日	56
インタビューイー提言(18)	3月30日	72

【3】MCEI 大阪 2019 年活動報告

2019 年度は大阪支部創立 46 周年目の新たなスタートでした。年間テーマは、昨年に引き続き「きづく」を基調とした「きづく」パート 2 として活動を進めてきました。ひたすら生産性を求めた機械・技術の発展で「仕事」が大きく変化する中で、「機械にできない、人にしかできないことへの気づき」を基に、さらに大阪支部 45 年の歴史を背景に、ビジネス空間や場、そして都市へ、街へ、地域へと視点を拡張して活動を進めてきました。

今年も創設以来の MCEI の基本であるメーカーマーケティング、そして、そこに関わる実務者と 共創者に向けて多様で幅広いテーマを取り上げてきました。キリンビール(株)が展開するクラフトビール事業の SVB 京都での取り組み、現場の課題に気づき、解決へと導く「編集」という方法論の話、ミズノ(株)によるスポーツの業界の価値転換とその未来の話、2050 年を射程とした「みらいごはん-2050-」の食を支えるしくみの話、阪急うめだ本店の「うめだスーク」という新しい商業空間と売場の話など、多様な話を取り上げました。また、今年は、過去に登壇頂いた木田理恵さん、服部滋樹さんに再び登壇いただき、その後、お二人の取り組みがいかに進化・発展したかをお聞かせいただきました。

2016 年 7 月にスタートした水口ゼミナールについては、前年度も 2 回開催しました。6 月にはパナソニックが創業 100 周年を記念して開設したパナソニックミュージアムを見学。松下電器産業で創業者松下幸之助氏に知己がある川島康夫さんの熱い解説を聞きながら実施。11 月にはゼミ開設当初からテーマとして上がっていた「GMSの歴史と変遷を振り返りながら未来につなげる」という内容をスタート。3 回連続で実施予定でした。残念ながら、新型コロナウイルス感染拡大でこの水口ゼミと 3 月の定例会は延期を余儀なくされました。

2019 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、最終的には前年度より減少し、法人会員 9 社(1社増)、個人会員 16 名(6 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並びに、企業とのジョイント企画を前年度は実施しなかったこともあり、年間 449 名、昨年比 79%と減少しました。一方、ゲスト参加者は開催数が少ない中、2018 年度と同数の 119名となり、一定の参加者数を確保する形となりました。

収支に関しては、収入、支出共にコロナウイルス感染拡大で予定通りの定例会/ゼミの開催ができなかったことが最も大きな要因で予算との乖離が出ております。ですが、最終的に少額ですが 黒字を出すに至りました。

【実施記録 10ページ】

大阪支部定例研究会 実施内容

月 テーマ		出席者数	
テーマ	講師	第1部	第2部
女性マーケティングの現場から	木田 理恵 (女ゴコロマーケティング研究所)	60	39
スプリングバレーブルワリーがクラフトビールで拓く 未来とは	岸原 文顕 (スプリングバレーブルワリー)	40	31
これからの時代に必要な"編集力"のはなし	藤本 智士(りす)	54	34
スポーツ来し方行く末 〜時代の要請と役割の変化〜	神野 元宏 (ミズノ ライフ&ヘルス事業部)	25	17
スーク手前味噌トーク『スーク流働き方改革』クリエイ ティブの活かし方	宇野 新治(スークカンパニー)	43	21
街・人・チームを元気にするリレーションデザイン (拘る変態デザイナーたちの物語)	前田 昌利(パワープレイス)	45	23
南吹田で育まれる時空を超えたまちー南吹田琥珀街 プロジェクトー	川端寛之(川端組。) 柳原 充大(都市機能計画室)	30	17
2019 年のヒット商品を振り返り、20 年を予測する	品田 英雄(日経BP総研 マーケティング戦略ラボ)	40	27
みらいごはんー2050 年の食生活を支えるしくみ創 Jー	田中 浩子 (立命館大学 食マネジメント学部)	47	31
MBS「魔法のレストラン」の名物プロデューサーが仕 掛ける"Next 食ビジネス"	本郷 義浩(TOROMI PRODUCE/毎日放送制作局)	37	23
リサーチライティング-デザインの可能性と使い方-	服部 滋樹 (graf/京都造形芸術大学)	30	16
<u></u> 近期		0	0
 近期 		計 449 人(1 研究会あたり 40	

(昨年度:567人)(1研究会あたり47.3人)

水口ゼミナール(第9回~第11回)

年	月	テーマ	講師	出
2019年	6月	パナソニックミュージアム見学会	川島 靖男(元:パナソニック映像)	14
2019年	11月	GMS とは何か Vol.1	清水 正博(大和商業研究所)	11
2020年	3月	延期		

計 25 人 (昨年度:54人)

2. 2019年度MCEI東京支部·大阪支部 収支計算書

<東京支部(2019年4月1日~2020年3月31日)>

	収	λ	
<u>I.一般会計</u>		N = 0 = 1/41	
左合曲	(>+ 1 < E+4	【'19実績】	【'19予算】
年会費	法人65社	11,565,000	12,600,000
	個人19名	1,140,000	1,500,000
特別会費	納会個人	230,000	300,000
	コミュニケーションサロン	272,000	400,000
	(,	,
事業収入	定例研ビジターフィー お客さま学研究会参加費	0	0
	お客さま学研究会参加費	12,000	100,000
出版収入		10,000	0
	ブレティン広告費	0	0
	(
大阪支部	√ 百人百語代	23,500	30,000
(相殺)	○ 総会資料代	10,000	10,000
その他収入	√ オークション	159,800	150,000
CVIDAXX	子の他	0	0
	C 47 15	13,422,300	15,090,000
		,,	,,
Ⅱ.プロジェク	<u> </u>		
ビジネススク-	ール(第20期)	2,805,000	3,720,000
マーケティング	ブ初級講座(第12期)	1,320,000	2,160,000
ダイヤモンド型	型営業戦略研究会(第10期)	0	0
人材バンク		0	0
	け出版及びセミナー	0	0
価値協創実践	_	0	100,000
感覚マーケテ	ィング実践研究会(第2期)	1,105,500	1,500,000
		5,230,500	7,480,000
Ⅲ. その他			
<u>皿. てい他</u>			
国際マーケテ	ィング会議	0	0
	寺別フォーラム	2,561,760	3,000,000
50周年記念と	出版	476,000	1,000,000
50周年記念品	1	67,300	
雑収入(未払会		50,108	0
44-14/2 (() () () THIE	(全戻り)	30,100	
受取利息	金戻り)	187	0
		•	0
受取利息		187	-
受取利息 敷金戻り収入		187 0	0
受取利息 敷金戻り収入		187 0 0	0
受取利息 敷金戻り収入		187 0 0	0

【東京支部計算書の説明】

■収入の部

*会費収入 19年計画·法人70社、個人30名 19年実績·法人65社、個人19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23名⇒実績17名 マーケティング初級講座: 計画20名⇒実績12名 ダイヤモンド型営業戦略研究会: 一年間休会 感覚マーケティング実践研究会: 計画22名⇒実績12名

*その他収入

50周年記念特別フォーラム: 有料参加者162名 50周年記念出版: 販売数238冊(20年3月末時点)

■支出の部

*50周年記念事業: 記念品製作費、パンフレット、クリアファイル増刷 *50周年記念特別フォーラム: 会場費、運営費、パンフレット代

*50周年記念出版:書籍制作費、書籍仕入費

*租税公課

消費税対象年 398,400円+収入印紙代1,600円

	支	出	
<u>I.一般会計</u>		以10中体】	[] 10
納会		【'19実績】 800,741	【'19予算】 800,000
コミュニケーションサ[לר	581,695	600,000
理事会・委員会		210,625	300,000
定例研究会		1,669,705	2,000,000
お客さま学研究会		37,887	100,000
ブレティン		584,391	1,000,000
百人百語		437,800	220,000
国際		0	0
広報		99,246	50,000
ホームページ	小計	638,040 5,060,130	5,670,000
	1		
会維持·運営	旅費交通費	133,413	130,000
	事務用品費	271,539	100,000
	印刷費	426,628 651,048	400,000
	通信費 税理士報酬	310,462	450,000 310,000
	#費	40,630	50,000
	新聞図書費	114,200	60,000
	書籍購入費	13,212	20,000
	消耗品費	44,561	50,000
	賃借料(コピー機)	447,120	450,000
	会維持・運営小計	2,452,813	2,020,000
事務局費	法定福利費	700,527	760,000
	委託費	340,500	600,000
	交通費	434,840	480,000
	家賃(含水道光熱費)	3,039,485	3,150,000
	役員報酬	2,400,000	2,400,000
	給料	4,420,000	4,420,000
	事務局費小計	11,335,352	11,810,000
寄付金		100,000	100,000
租税公課		400,000	350,000
		19,348,295	19,950,000
Ⅱ. プロジェクト別会記	±		
ビジネススクール(第1		9,000	10,000
ビジネススクール(第2		1,172,513	1,200,000
マーケティング初級講ダイヤモンド型営業戦		557,206 60,000	600,000
人材バンク	PHW1762A (X3 2743)	0	0
ナレッジワーク出版及	びセミナー	0	0
価値協創実践会		0	100,000
感覚マーケティング実	践研究会(第2期)	449,464	700,000
		2,248,183	2,610,000
Ⅲ. その他			
国際マーケティング会	議	0	0
国際マーケティング会 ナレッジワーク出版事		0	0
50周年記念事業	~	379,911	400,000
50周年記念等架	ーラム	1,808,570	1,500,000
50周年記念出版	-	1,789,800	1,000,000
事務所移転費		0	0
敷金支出		0	0
50周年繰入支出		0	0
		3,978,281	2,900,000
IV. 予備費			
予 備書		0	1 000 000
予備費		0	1,000,000
		U	1,000,000
662=1			04445
総計 収支差額		25,574,759	26,460,000
前期繰越金		13.111.077	110,000

13,111,077

9,344,473

13,111,077

13,221,077

前期繰越金

次期繰越金

<大阪支部(2019年4月1日~2020年3月31日)>

収	入

г	ᇝᄉᆜ	L
ι.	一版云司	

	【'19 実績】	【'19 予算】
年会費法人	1,325,000	1,200,000
年会費個人	805,000	830,000
ゲスト参加費	573,000	650,000
水口ゼミナール参加費	40,000	45,000
第2部参加費	130,000	240,000
受取利息	14	0
総計	2,873,014	2,965,000

91,986

【大阪支部収支計算書の説明】

■収入の部

①年会費 法人9社(当初8社、6月入会1社)

個人16名(当初予定16名うち1名半期に変更)

②体験参加費 119名(一般115名学生4名)(前年同数、但し開催1回減) ③水口ゼミナール(2回開催)参加者計25名

■支出の部

①延期した3月定例会、第11回水口ゼミの会場費は次年度に 持ち越せたため、今年度では計上していない。

②定例会会場費が予算を上回ったのは、当初予定していた無償 会場が使えなかったことが要因。

③第2部は想定より参加者数が少なかったため、収入も支出も 少ない。

④一部、予算と実績の違いに、予算策定時に消費税増税を 考慮に入れていなかったため。

I. 一般会計 【'19 実績】 【'19 予算】 理事会·委員会 0 定例研究会 432,485 510,000 定例研究会会場費 432,050 360,000 講演録製作費 テープ起こし 330,000 360,000 第2部費用 (おつまみなど) 106,647 220,000 東京支部総会資料購入費 10,000 11,000 百人百語 30,000 23,500 広報 0 0 Web 会維持·運営 通信費 8,793 12,000 交通費 106,752 140,000 事務用品費 29,366 2,000 印刷費 0 25,000 雑費 18,326 21,680 事務局費 委託費 1,155,600 1,166,400 経理処理費 107,910 106,920 家賃 0 予備費 次年度改修のためのプー 0 300,000 総計 2,761,429 3,265,000 当期収支差額 111,585 -300,000 718,213 829,798 718,213 4<u>1</u>8,213 前期繰越金

次期繰越金

3. (1) 2019 年度 NPO·MCEI 事業報告書

令和元年度事業報告書

平成31年4月1日~令和2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)
	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	東京 589 人 大阪 474 人 延べ 1,063 人	5,922
	マーケティング戦略の 研究会	年間 10 回	東京都内	10人	延べ 150 人	39
	マーケター養成の勉強会	年間 6 回	首都圏中心に 全国	10人	延べ 106 人	1,183
研究会と 勉強会	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 60 人	560
	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	東京都内	7人	延べ 48 人	450
	価値協創実践会	なし		0人	0人	0
	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	7人	延べ 1,800 人	915
広報出版	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	1,000人	440
	東京支部 50 周年記念出版誌発行	12月	全国	7人	1,000人	1,800
国際交流	日台ビジネス交流会	なし		0人	0人	0

令和元年度特定非営利活動に係る事業会計収支計算書

平成31年4月1日~令和2年3月31日

科目	金	額(単位:	円)
Ι 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	12,890,000		
(2)個人会員年会費	1,945,000		
(3)特別会費	973,000	15,808,000	
2 事業収入			
(1)研究会·勉強会事業収入	8,076,260		
(2)広報出版事業収入	486,000	8,562,260	
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	277,409	277,409	
経常収入合計			24,647,669
Ⅱ 経常支出の部			
1 事業費			
(1)研究会·勉強会事業費	8,167,963		
(2)広報出版事業費	3,141,991	11,309,954	
2 管理費			
(1)給料手当(含む役員報酬240万円)	6,820,000		
(2)家賃	3,039,485		
(3)会議費	267,377		
(4)広報費	737,286		
(5)通信費	659,841		
(6)事務用品費	300,905		
(7)印刷費	873,748		
(8)旅費交通費	568,253		
(9)その他運営費	2,786,972		
(10)租税公課	400,000		
(11)雑費	58,956		
(12)寄付金	100,000	16,612,823	
経常支出合計			27,922,777
経常収支差額			▲ 3,275,108
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			
(1)50周年記念事業支出	379,911		
その他資金支出合計			379,911
当期収支差額			▲ 3,655,019
前期繰越収支差額			13,829,290
次期繰越収支差額			10,174,271

(3)貸借対照表

令和元年度特定非営利活動に係る事業会計貸借対照表 令和2年3月31日現在

科目	金額(単	单位: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	36,477		未払金	701,931	
普通預金	19,103,868		前受金	8,100,000	
未収金	200,000		預り金	91,506	
前払金	211,838		未払費用	86,075	
			未払消費税	398,400	
			流動負債合計		9,377,912
流動資産合計		19,552,183			
			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		9,377,912
固定資産合計		4,660,660			
			Ⅲ 正味財産の部		
			前期繰越正味財産	18,489,950	
			当期正味財産増減額	▲ 3,655,019	
			正味財産合計		14,834,931
資産合計		24,212,843	負債及び正味財産合計		24,212,843

令和元年度特定非営利活動に係る事業会計財産目録

令和2年3月31日現在

科目	2	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	36,477			
普通預金 (みずほ銀行麹町支店)	18,399,833			
普通預金 (みずほ銀行南船場支店)	704,035			
未収金(年会費)	200,000			
前払金(大阪·定例会会場費)	211,838			
流動資産合計		19,552,183		
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			24,212,843	
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、ホームページメンテナンス費他)	701,931			
前受金(東京·大阪支部年会費)	8,100,000			
預り金(事務局・講師・税理士源泉所得税)	91,506			
未払費用(大阪·事務局費)	86,075			
未払消費税	398,400			
流動負債合計		9,377,912		
2固定負債				
固定負債合計		0		
負債合計			9,377,912	
正味財産			14,834,931	

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元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2年 5月 29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2年5月8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。

令和元年5月8日

監事 今井 知子



5. 2020 年度 東京支部・大阪支部活動方針

【1】東京支部活動方針(広浦理事長)

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。

以上

【2】大阪支部活動・運営方針

2020 年度の MCEI 大阪支部年間テーマは、再度「きづく」です。前年度もこのテーマで活動してきたわけですが、運営検討委員会での議論の中で、本年度もこのテーマで引き続き考えを深めていく次第です。そして本年度は重ねて「見えないものに気付く」とします。「見えないチカラを形にする」「語れないものをカタチにする」という実務者が現場で使える方法論にまで繋げて、実務の現場へ定位して行きたいと考えます。

さらに、この 2 月から私たちの社会生活を一変させた新型コロナウイルス。このコロナによって 私たちの社会活動や価値観はどのように変わるのか、そして、どのように順応しなければならな いか、With コロナ After コロナについてもテーマの中で取り上げ、考え続けて行きたいと考え ております。

本年度もこの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。水口ゼミナールもパワフルに継続いたします。

2020 年度の予算案については別表をご参照ください。残念ながら前年度末に複数の個人会員の退会があり、今年度もさらに厳しい予算運営になります。また、コロナウイルス感染拡大で、MCEI 大阪支部の運営方法も大きく変化しなければならない段階へ参りました。

今年度は構想しておりました Web サイトの改修を一旦休止し、まずは会員の皆様、ゲスト参加の皆様にオンラインで定例会に参加できる方法を確立し、リアルのセミナー開催とオンラインセミナーを併用して開催する形を早急に実施したいと考えております。そのための特別予算を計上しております。このオンライン化の流れは今後のMCEI大阪支部のみならず、日本のビジネスセミナーの大きな流れになると考えますので、私どもも、時代の流れに遅れぬよう、積極的に取り組んで参りたいと考えております。一方、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。

2020 年度の MCEI 大阪支部の活動にご期待ください。

6. 2020年度MCEI東京支部·大阪支部 収支予算書

<東京支部(2020年4月1日~2021年3月31日)>

	収 入		
[.一般会計			
		【'19実績】	【'20予算】
手会費	∫ 法人65社	11,565,000	11,700,000
	個人19名	1,140,000	1,140,000
特別会費	納会個人	230,000	250,000
NMAA	コミュニケーションサロン	272,000	200,000
	(1(11)	272,000	200,000
事業収入	定例研ビジターフィー お客さま学研究会参加費	0	0
	お客さま学研究会参加費	12,000	0
出版収入	百人百語販売	10,000	0
	ブレティン広告費	0	0
大阪支部	√ 百人百語代	23,500	20,000
(相殺)	総会資料代	10,000	10,000
その他収入	∫ オークション	159,800	150,000
	その他	0	0
		13,422,300	13,470,000
Ⅱ. プロジェク	사메스타		
<u>u. / L / L / L / L / L / L / L / L / L / </u>			
ビジネススク-	ール(第20期)	2,805,000	3,300,000
	ブ初級講座(第12期)	1,320,000	0
	型営業戦略研究会(第10期)	0	0
人材バンク	bullen est book	0	0
ナレッシリー? 価値協創実践	力出版及びセミナー	0	0
	云 ィング実践研究会(第2期)	1,105,500	1,300,000
E19E ())	100 XXXIIIIX (XICMI)	5,230,500	4,600,000
Ⅲ. その他			
国際マーケテ	ィング会議	0	0
	・2~2000 特別フォーラム	2,561,760	0
50周年記念出	出版	476,000	1,000,000
50周年記念品		67,300	0
雑収入(未払金	会戻り)	50,108	0
受取利息		187	0
		3,155,355	1,000,000
総計		21,808,155	19,070,000
東京支部予算	*************		
宋尔文品 179 《会費収入	² 音の説明』 20年計画・法人65社、個人19名		
kプロミジェクト	収入 受講生増に全力		
	収入 支票主項に主力 アール: 20名参加		
	グ初級講座:休会		
	型営業戦略研究会: 休会		
感覚マーケラ	ティング実践研究会: 休会		
※実店舗で	での検証実施費用 130万円		
*その他収入			
	:出版: 『プロフェッショナルマーケター』販売	分	
■士山小却			
■支出の部	nı+ıı		

*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 130万円

*租税公課

消費税免税年

	支	出	
	<u>×</u>	Щ	
<u>I.一般</u>	会計		
		【'19実績】	【'20予算】
納会		800,741	800,000
コミュニケーション	サロン	581,695	200,000
理事会·委員会 定例研究会		210,625 1,669,705	200,000 1,000,000
お客さま学研究会		37,887	0
ブレティン		584,391	1,500,000
百人百語		437,800	200,000
国際		0	0
広報		99,246	100,000
ホームページ		638,040	600,000
	小計	5,060,130	4,600,000
会維持·運営	旅費交通費	133,413	130,000
云椎19 足占	事務用品費	271,539	100,000
	印刷費	426,628	400,000
	通信費	651,048	400,000
	税理士報酬	310,462	310,000
	雑費	40,630	50,000
	新聞図書費	114,200	60,000
	書籍購入費	13,212	20,000
	消耗品費	44,561	50,000
	賃借料(コピー機)	447,120	450,000
	会維持·運営小計	2,452,813	1,970,000
事務局費	法定福利費	700,527	700,000
3-320-350	委託費	340,500	400,000
	交通費	434,840	450,000
1	家賃(含水道光熱費)	3,039,485	3,000,000
	役員報酬	2,400,000	2,400,000
	給料	4,420,000	4,080,000
	事務局費小計	11,335,352	11,030,000
寄付金		100,000	100,000
租税公課		400,000	10,000
	一般会計合計	19,348,295	17,710,000
Ⅱ.プロジェクト別:	会計		
レンドウフラカ U.C	\$\$10#B\	0.000	10.000
ビジネススクール(ビジネススクール(9,000 1,172,513	10,000
マーケティング初級		557,206	1,200,000
	戦略研究会(第9期)	60,000	0
人材バンク	(1)2-112-112	0	0
ナレッジワーク出版	及びセミナー	0	0
価値協創実践会		0	0
感覚マーケティング	ブ実践研究会(第2期)	449,464	1,300,000
		2,248,183	2,510,000
Ⅲ. その他			
国際マーケニ ハ・ケ	<i>"≏</i> :≆	^	^
国際マーケティング		0	0
ナレッジワーク出版 50周年記念事業	X 才未	0 379,911	0
50周年記念事業 50周年記念特別フ	フォーラム	1,808,570	0
50周年記念刊別		1,789,800	1,000,000
г		3,978,281	1,000,000
<u>IV. 予備費</u>			
予備費		0	0
- NIII JK		0	0
60=1		25	21 222
総計		25,574,759	21,220,000
収支差額 前期繰越金		-3,766,604 13,111,077	-2,150,000 9,344,473
		9,344,473	7,194,473
次期繰越金			

<大阪支部(2020年4月1日~2021年3月31日)>

収り

<u>I. 一般会計</u>		
	【'19 実績】	【'20 予算】
年会費法人	1,325,000	1,350,000
年会費個人	805,000	680,000
ゲスト参加費	573,000	650,000
水口ゼミナール参加費	40,000	40,000
第2部参加費	130,000	60,000
受取利息	14	0
総計	2,873,014	2,780,000

【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、個人13名、シニア1名
- ②定例研究会予算は講師謝礼9名分+定例会費。 他の講師は会員および無償で講師調達。
- ③定例研究会会場費は12会場分+水口ゼミ分1会場分
- ④会維持・運営費について
- ・交通費は講師移動費含む。
- ⑤事務局費について
- ·委託費は理事長・(株)ISSOへの支払
- ・フォーム費用(月額1600円X12)を追加
- ・委託費は減額のまま。
- ・従来の経費人員はISSOで再雇用したため、ISSOの委託費を増額。
- ⑥予備費はオンラインセミナーに要する費用を計上し 繰越金から活用。Webリニューアルは一旦延期。

		_	
I. 一般会計			
		【'19 実績】	【'20 予算】
理事会·委員会		0	0
定例研究会		432,485	510,000
定例研究会会場費		432,050	384,000
講演録製作費	テープ起こし	330,000	360,000
第2部費用	(おつまみなど)	106,647	60,000
東京支部総会資料購入	、費	10,000	10,000
百人百語		23,500	20,000
広報			0
Web			0
会維持·運営	通信費	8,793	10,000
	交通費	106,752	100,000
	事務用品費	29,366	5,000
	印刷費	0	5,000
	雑費	18,326	20,000
事務局費	委託費	1,155,600	1,296,000
	経理処理費	107,910	0
	家賃		0
予備費	オンライン化費用	0	200,000
総計		2,761,429	2,980,000
当期収支差額		111,585	-200,000
前期繰越金		718,213	829,798
次期繰越金		829,798	629,798

支

出

7. 2020 年度 NPO·MCEI 事業報告書

令和2年度事業計画書

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

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)
,	先進マーケティングの 研究会	年間 20 回	首都圏を中心に 全国	25人	延べ 1,000 人	2,954
	マーケティング戦略の 研究会	年内	首都圏中心に 全国	10人	延べ 100 人	0
	マーケター養成の勉強会	年間7回	首都圏	10人	延べ 140 人	1,210
研究会と 勉強会	 マーケティング初級講座 	休会		0人	0人	0
実践的取り組み	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	年内		7人	延べ 20 人	1,300
	 価値協創実践会 	年内	東京都内	5人	延べ 20 人	0
	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・近畿圏 中心に全国	7人	延べ 1,800 人	1,860
広報出版	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	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	1,000
国際交流	日台ビジネス交流会	なし		0人	0人	0

11. 2020年度NPO・MCEI収支予算書 令和2年度特定非営利活動に係る事業会計収支予算書

令和2年4月1日~令和3年3月31日

科目	金	額(単位:F	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	13,050,000		
(2)個人会員年会費	1,820,000		
(3)特別会費	1,000,000	15,870,000	
2 事業収入			
(1)研究会・勉強会事業収入	4,800,000		
(2)広報出版事業収入	1,000,000	5,800,000	
3 寄付金収入			
(1)寄付金収入	0	0	
4 その他の収入			
(1)雜収入	180,000	180,000	
経常収入合計			21,850,000
Ⅱ 経常支出の部			
1 事業費			
(1)研究会·勉強会事業費	5,464,000		
(2)広報出版事業費	3,060,000		
(3)国際交流事業費	0	8,524,000	
2 管理費			
(1)給料手当(含む役員報酬240万円)	6,480,000		
(2)家賃	3,000,000		
(3)会議費	300,000		
(4)広報費	730,000		
(5)通信費	410,000		
(6)事務用品費	105,000		
(7)印刷費	855,000		
(8)旅費交通費	580,000		
(9)その他運営費	2,836,000		
(10)租税公課	10,000		
(11)雑費	70,000		
(12)寄付金	100,000		
(13)予備費	200,000	15,676,000	
経常支出合計			24,200,000
経常収支差額			-2,350,000
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			-2,350,000
前期繰越収支差額			10,174,271
次期繰越収支差額			7,824,271



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。