

2022年

NPO（特定非営利活動法人）MCEI 総会資料

東京支部 2022年6月15日（水） MCEI 東京支部事務局

大阪支部 2022年6月 9日（木） 天満橋レンタルルーム&セミナールーム『コクリ』

議事事項

1. 2021年度東京支部・大阪支部 活動報告
2. 2021年度東京支部・大阪支部 収支計算書
3. 2021年度NPO・MCEI 決算報告
  - (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. 2022年度東京支部・大阪支部 活動方針
7. 2022年度東京支部・大阪支部 収支予算書
8. 2022年度NPO・MCEI 事業計画書
9. 2022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鋸屋町 25 番地 つくるビル（株式会社ISSO内）

TEL : 075-352-1661

白 紙

## 1. 2021 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)

#### <2021 年基本方針振り返り>

2020年度末に中長期課題の整理を行い、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ました。

#### <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、水口先生に陶醉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イノベーター養给力強化

「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

##### ③MCEI 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。

2020年3月から続くコロナ禍において、活動がほぼオンラインに制限される中でも、下記の通り実施いたしました。

## I 2021年度活動振り返り

### 1 研究会、スクール

長引くコロナ禍で、昨年に引き続き全てオンライン開催。MCEI の魅力とも言えるリアルでの会員交流の場の提供は十分ではなかったが、延べ1071人が参加。(2021年4月～翌3月)  
【7ページ 2021年度研究会、スクール実施記録】

### 2 中長期課題を「独自価値作り&ファン層の育成」と設定

1)独自価値確立とファン層の形成

2)会員ヒアリング

3)「第2期イノベーターズワークショップ」の実施

4)若手有志による「SNS 情報発信プロジェクト」立ち上げ

### 3 未来委員会の設置

MCEI 永続発展を目指すべく中長期課題設定とその解決の方向性を議論し、理事会に諮問

<上記活動を通して見えてきたこと>

1) MCEI 会員の「実践力」こそ「MCEI 独自価値」の源泉 =会員企業の中に「答え」はある

2) 会員企業間の実ビジネスでの協創ニーズの存在

様々な業種業態のネットワークならではの独自価値・より効果的なソリューションが可能

3) 「MCEI が主体」の企画実践は独自価値にとって重要

4) MCEI ファン層は財産、そのリスト化と積極接点を持つことは重要

5) 「ベストプラクティスの宝庫・キーパーソンセンター」の新たな理解

MCEIの理念である「ベストプラクティスの宝庫・キーパーソンセンター」の理解が、時代の変化に沿って変わってきていることに気づきました。

【従来の理解】さまざまな成功事例・ケーススタディの学習とキーパーソンへのアクセスが可能な組織

↓

【現在の理解】さまざまな領域に専門性と得意分野を持った実務家が集まり、協創し、実践と検証を通して新たな価値(ベストプラクティス)を創出するマーケティング実務家(キーパーソン)の協創プラットフォーム

これらの気づきを重要ポイントと位置づけ、中長期課題に取り組んでまいりました。

## II 中長期課題進捗状況報告

### 1 独自価値確立とファン層の形成

ファン層候補 = 「ショートスピーチ参加者 35 名」「ヒアリング参加者 20 名」  
「イノベーターズワークショップ受講生とその上司(社内に影響力がある)50 名」  
「ビジネススクール受講生とその上司」「SNS 発信向上プロジェクト参加者」  
「MCEI 各種企画への積極的参加者」等

↓

ファン化深耕 ・GIVE & TAKE の実践 SNS 発信向上プロジェクト、もしエム等

↓

独自価値創出 多彩な業種の実務家ネットワークだから可能なテーマ・内容づくり

### 2 会員ヒアリング: 20 社に「After コロナの企業課題」をインタビュー

※会員各社の共通課題として「社会課題解決と企業成長」を抽出  
定例研究会で「After コロナ時代の企業課題と価値創出」テーマに 3 回シリーズ開催。  
さらに新プロジェクト「シン・Z世代研究会」の準備委員会を立ち上げ

### 3 「第 2 期イノベーターズワークショップ」の実施

25 名受講。今期は試験的に大学生も受講可とした。ケーススタディ「企業課題としてのSDGs」成果発表を 3 月定例会で開催

修了後も、卒業生を対象に「スキルアップ講座」を企画（その他有料スクール卒業生も含む）

### 4 若手有志による「SNS 情報発信プロジェクト」立ち上げ(イノベーターズ 1 期の成果)

同プロジェクト派生の社会貢献プログラム「もしエム」始動

## <2021 年度 主な活動内容>

4 月: 定例研究会『コロナ禍に生き残る！机上の実践とその報告』シリーズ第 7 回

6 月の第 9 回まで継続実施

6 月: 総会開催

7 月: 第 2 期イノベーターズワークショップ開講記念トークセッション&感性 AI(株)講演

8 月: 定例研究会『Z 世代インサイト 入門セミナー～定量・定性調査、トレンドから読み解く～』実施

9 月: 第 2 期イノベーターズワークショップ開講 3 月まで全 4 回 受講生 25 名

10月:定例研究会 5社協創による『日本初!AIロボットによる店頭販促実験報告 メーカー・小売業の協創による顧客接点力強化の試み』実施  
定例研究会 3回シリーズ『After コロナ時代の企業課題と価値創出』10月、12月、2月に開催。

12月:「百人百語 2022」発行

1月:定例研究会 ネスレ日本・石橋昌文氏講演『競争優位としてのサステナビリティの取り組み』  
第22期ビジネススクール開講 受講生 18名

2月:第4期感覚マーケティング実践研究会開講 受講生 6名

<参照> 7~9ページ 2021年度研究会、スクール実施記録

### Ⅲ 2021年度収支報告(仁藤事務局長)

【12ページ 東京支部 2021年度収支計算書】

## 【2】各委員会の 2021 年度活動報告

### (1) 未来委員会(向出理事・越智常務理事・斎藤常務理事・坂本理事・嶋司理事)

「理事会の諮問機関」として新設。MCEI 中長期課題の解決に向け、「MCEI の独自価値の構築と、会員構成の進化及び若手層のファン化の連携」について活動実施の提案を理事会にかけ活動を行った。

### (2) メンバーシップ委員会(越智常務理事・竹内理事・阿部理事)

会員の参加活性化および会員同士のコミュニケーションの場を提供する組織として、コロナ禍において出来る新たな活動案を模索。今後のMCEI会員の参加活性化にむけ、既存会員情報の整理と参加情報の分析に着手した。

### (3) ミーティング委員会(岩崎理事・角屋理事・木暮理事)

#### ●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、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」と決定。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、オンラインで実施した。

【実施記録 8ページ 参照】

### (4) コミュニケーション委員会(斎藤常務理事)

2021 年は「MCEI の大転換期」であり、MCEI から会員へ、会員から会員へのコミュニケーション方法をゼロベースから考える時ととらえ、新たな活動に着手した。

#### ●ホームページ

スマートフォンでも見やすいようにデザインを全面リニューアル。従来の研究会告知のほか、会員情報も積極的に掲載するなど、情報提供の場としての役割

#### ●広報

Twitter と Facebook を介して情報を発信。

MCEI の若手ファンを増やす試みとして、「SNS 活性化プロジェクト」を立ち上げ。若手会員から運営メンバーを選抜し、MCEI の周知活動・ファン獲得に向けた活動を開始。「楽しみながら活動すること」をモットーに、①Twitter での『百人百語』の投稿紹介 ②『もし MCEI 東京支部のマーケターたちがコロナ渦で困窮する企業・団体の課題をマーケティングの力で解決してみたら～略して「もしエム」』 ③企業のキャンペーンやプロモーション企画を選んで紹介する『マンスリーピックアップ 5』を展開中。

●百人百語

通算 39号「百人百語 2022」を 12 月 27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

コロナ禍における会員企業の働き方の変化において最適な機関誌発行を模索するため、今期は休止となった。

(5)ナレッジワーク委員会(市川副理事長・町野理事)

●ビジネススクール

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～7月実施。受講生 10名

第 22期『with コロナを生き残るイノベーションとプロフェッショナル』で 2022年 1 月～7月まで実施中。受講生 18名

【実施記録 8～9ページ 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

(6)研究会委員会(嶋司理事・高津常務理事・楠見理事)

① 感覚マーケティング実践研究会

第3期 2021年2月～4月実施。受講生7名

第4期 2022年 2 月～5月実施。受講生6名

【実施記録 9ページ参照】

② 価値協創実践会

・シニア市場戦略

コロナ禍における活動制限のため休止中。

③ ダイヤモンド型営業戦略研究会

休会

(7)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。

(8)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、今年度も現状を鑑み昨年同様延期とした。

以上

# MCEI 東京支部 2021 年度研究会・スクール実施記録

## 定例研究会

月	テーマ	会社名・所属名	講師	出席
2021年 4月	コロナ禍に生き残る！企業の実践とその報告 <第7回>	千匯合同会社 代表取締役 ハーゲンダッツジャパン(株)ブランド戦略本部 全日本食品(株)IT・マーケティング本部 (株)萌企画 代表取締役社長	張亞南氏 黒岩俊介氏 増田隆行氏 伯井裕子氏	62
5月	コロナ禍に生き残る！企業の実践とその報告 <第8回>	ハウスウェルネスフーズ(株) 機能性事業本部事業開発部 キーズ・コンサルティング(株) 代表取締役社長 (株)ネオマーケティング カスタマードリブンディビジョン (株)Believe-UP 代表取締役	栗本宜長氏 近藤敬氏 松田和也氏 信田洋二氏	45
6月	コロナ禍に生き残る！企業の実践とその報告 <最終回>	カゴメ(株) 経営企画室 広報グループ (株)ハルメクホールディングス 法人営業部 大日本印刷(株) コーポレートコミュニケーション本部	菅史乃氏 後藤昭人氏 越智由香子氏	44
7月	第2期イノベーターズワークショップ開講記念 トークセッション&感性AI(株)講演	コクヨ(株) 働き方改革プロジェクト/合同会社 SSIN (株)京王プラザホテル 営業戦略室 企画広報 富士電機(株) 食品流通事業本部 事業統括部 大日本印刷(株) 情報イノベーション事業部 感性AI(株) COO	坂本崇博氏 川嶋慶子氏 野田莉佳氏 森下裕介氏 坂本真樹氏	38
8月	Z世代インサイト 入門セミナー～定量・定性調査、 トレンドから読み解く～	(株)マイナビ コンテンツメディア事業本部	桑野好絵氏 山崎珠里氏	97
10月	日本初！AI ロボットによる店頭販促実験報告 メーカー・小売業の協創による顧客接点力強化の試み	カゴメ(株) 執行役員 野菜をとろうキャンペーン担当 兼 経営企画室広報グループ キングソフト(株) AI 事業 Div. 全日本食品(株)IT・マーケティング部 (株)リパティープロ 代表取締役社長 (株)TVC 常務取締役	宮地雅典氏 吉田琢氏 増田隆行氏 福森真二氏 嶋司貴裕氏	50
10月	After コロナ時代の企業課題と価値創出【第1回】<問題提起>社会課題解決	ハウス食品グループ本社(株) 専務取締役 TSUKURU(株) 代表取締役 一般社団法人日本気象協会 事業本部 環境・エネルギー事業部 環境解析課 調査第2グループ	広浦康勝氏 辻吉彦氏 小楠智子氏	109
11月	コーヒーシステムズ事業を始めとした新事業 開発～DX 時代 社会インフラを支えるロジスティクスの展望～	三井倉庫ロジスティクス(株) 執行役員 ビジネスソリューション統括	松川 健一氏	25
12月	After コロナ時代の企業課題と価値創出【第2回】<企業>企業の取り組み姿勢と実践例	(株)インテージ カスタマー・ビジネス・ドライブ本部 事業デザイン部 生活者研究センター カゴメ(株)執行役員 野菜をとろうキャンペーン推進室 サントリーホールディングス(株) サステナビリティ経営推進本部サステナビリティ推進部 ハウス食品グループ本社(株) コーポレートコミュニケーション本部 CSR 部 TSUKURU(株) 代表取締役	田中宏昌氏 宮地雅典氏 北村暢康氏 南俊哉氏 辻吉彦氏	78
2022年 1月	競合優位としてのサステナビリティの取り組み	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 マーケティング&コミュニケーションズ本部	石橋昌文氏	123
2月	After コロナ時代の企業課題と価値創出【第3回】顧客・社員>新たな価値観と新・生活者理解	(株)マイナビ コンテンツメディア事業部 コンテンツメディア事業本部 ライフ編集統括部編集課 花王(株) MK リサーチ部 ハーゲンダッツジャパン(株)マーケティング本部 TSUKURU(株) 代表取締役	桑野好絵氏 杉田穂南氏 岩崎正樹氏 黒岩俊介氏 辻吉彦氏	81
3月	「第2期イノベーターズワークショップ」 卒業生成果発表会&トークセッション	コクヨ(株) 働き方改革プロジェクト/合同会社 SSIN イノベーターズワークショップ第2期生の皆さん	坂本崇博氏	32
※開催はすべてオンライン		計694人(昨年度:8回開催・486人) 1回あたり57.9人(昨年度:60.8人)		

## お客さま学研究会

### 2021年テーマ「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」

月	テーマ	会社名・所属名・役職	講師	出席
2021年 4月	コロナ禍1年総括 ニューノーマルの消費者視点の変化と今後の動向	(株)デコム 代表取締役	大松孝弘氏	21
5月	マーケティング領域における AI 活用事例と人材育成の重要性	スキルアップ AI(株) 代表取締役	田原眞一氏	12
6月	1年間で100万人を集めるメディアプラットフォームの作り方	(株)ZUU 取締役	原田佑介氏	18
7月	SDGs 事業開発の実践事例・実践知・人材育成～新卒大企業経験と、ベンチャー立上げ、双方約10年の実践知から学ぶ～	TSUKURU(株) 代表取締役	辻吉彦氏	21
8月	ポスト Cookie 時代に向けたデジタルマーケティングの進化について	(株)インティメート・マージャー 代表取締役社長	築島亮次氏	27
9月	東芝データが手掛ける、顧客共創 DX	東芝データ(株) データ事業部 営業担当	松浦昌美氏	19
10月	結果の出る DX の進め方と自走できる組織づくりについて ～BLAM が目指すマーケティング DX の形	(株)BLAM 執行役員	宮本舜氏	9
11月	繁盛レシピメディアの作り方～コロナ禍で変わったレシピサイト検索の常識～	(株)AViC 執行役員	幸田涼佑氏	14
12月	お客さまと長期的な関係を築くファンマーケティングとは？	(株)Asobica 取締役 CCO ” フィールドセールス チームリーダー ” アライアンスセールス 責任者	小父内信也氏 佐藤頌太氏 遠藤卓氏	6
2022 年1月	AI 分析ツール「YOSHINA」で読み解く「水口語録」&ワークショップ	(株)レトリバ YOSHINA 事業部 プロジェクトマネージャー	山川訓司氏	14
2月	マス広告に頼らないブランディングの技術～ミレニアル世代が伝授するターゲット別 SNS 活用術～	株式会社 Journey 代表	木澤あおい氏	11
3月	<ハワイからライブ配信！>米国小売最新情報アプリによる顧客接点の創造	株式会社 Dash CEO	本村優揮氏	14
※開催はすべてオンライン		計 186 人(昨年度:5回開催・141人) 1回あたり15.5人(昨年度:28.2人)		

## 第 21 期ビジネススクール 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	テーマ	会社名・所属名・役職	講師名 敬称略
1月	CSV 視点のマーケティング	日本製紙クレシア(株)取締役 営業推進本部長 兼 マーケティング部長	高津尚子氏
2月	コロナ禍に於いて消費者がどう変わったか？～小売店の視点から～	(株)Believe-UP 代表取締役	信田洋二氏
3月	SEA BREEZE のブランド戦略	資生堂ジャパン(株)ライフスタイルブランド事業本部 メンズ・ヘア・ボディマーケティング部 バイスプレジデント	佐藤小百里氏
4月	個人情報保護規制で顧客との接点が問われるなかで消費者とのコミュニケーションをどう考えるべきか	(株)光文社 取締役 メディアビジネス局 局長	大給近憲氏
5月	ヤクルトの新商品展開事例	(株)ヤクルト本社 管理本部 人材開発センター 次長	金谷範人氏
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	(株)京王百貨店 取締役 販売促進部長	大江弘祥氏
7月	本質的解決策に迫る ビジネス思考法	早稲田大学商学大学院 教授	守口剛氏

## 第22期ビジネススクール テーマ「with コロナを生き残るイノベーションとプロフェッショナル」

2022	テーマ	会社名・所属名・役職	講師名 敬称略
1月	コロナ禍における営業活動と今後の機会について	キリンビール(株) 流通営業本部 セールスサポート部 部長	阿部学氏
2月	2020 東京五輪・パラ五輪・コロナで消費者心理がどう変わったか?～小売店の視点から～	(株)Believe-UP 代表取締役	信田洋二氏
3月	ハーゲンダッツのブランド戦略	ハーゲンダッツ ジャパン(株) マーケティング本部 マネージャー	黒岩俊介氏
4月	個人情報保護規制が厳しくなるなかで消費者とのコミュニケーションをどう考えるべきか	(株)光文社 取締役 メディアビジネス局 局長	大給近憲氏
5月	百貨店のあくなき挑戦!～アフターコロナの新たな百貨店に向けて	(株)京王百貨店 取締役 販売促進部長	大江弘祥氏
6月	ヤクルトの新商品展開事例	(株)ヤクルト本社 管理本部 人材開発センター 次長	金谷範人氏
7月	本質的解決策に迫る ビジネス思考法	早稲田大学商学大学院 教授	守口剛氏

## 第3期感覚マーケティング実践研究会

2021	テーマ	会社名・所属名・役職	講師名 敬称略
2月	JINSの挑戦・「Think Lab」	(株)Think Lab 取締役	井上一鷹氏
3月	ニューロマーケティングの実践～脳を計り人を知る	(株)NeU 代表取締役 CEO	長谷川清氏
4月	聴覚マーケティングの実践	(有)日本音響研究所 代表取締役	鈴木創氏

## 第4期感覚マーケティング実践研究会

2022	テーマ	会社名・所属名・役職	講師名 敬称略
2月	仕掛学:人を動かすアイデアのつくり方	大阪大学大学院 経済学研究科 教授、博士(工学)	松村真宏氏
3月	行動観察の実践	(株)オービス総研 行動観察リフレーム本部 コンサルティング企画開発部長	保手浜勝氏
4月	マーケティングを脳科学から見つめなおす	(株)NTT データ経営研究所 アソシエイトパートナー 兼 VIE STYLE(株)最高脳科学責任者	茨木拓也氏
5月	消費者の感覚・感性に働きかける「ネーミング」「キャッチコピー」「パッケージ」とは?	感性 AI(株)取締役 COO 兼 電気通信大学副学長	坂本真樹氏

## 第1期イノベーターズワークショップ

月	テーマ	会社名・所属名・役職	講師名 敬称略
2020年9月	イノベーター理論を学ぶ「熱くならう」	コクヨ(株) 働き方改革プロジェクトアドバイザー /合同会社 SSIN 代表	坂本崇博氏
11月	新規事業開発ノウハウを学ぶ「クールにならう」		
2021年1月	ケーススタディ 「MCEI 新規事業・PJへの提言」		
3月	ケーススタディ結果発表・振り返り		

## 第2期イノベーターズワークショップ

月	テーマ	会社名・所属名・役職	講師名 敬称略
2021年9月	イノベーター理論を学ぶ「熱くならう」	コクヨ(株) 働き方改革プロジェクトアドバイザー /合同会社 SSIN 代表	坂本崇博氏
11月	新規事業開発ノウハウを学ぶ「クールにならう」		
2022年1月	ケーススタディ 「After コロナ時代における企業課題」		
3月	ケーススタディ結果発表・振り返り		

<MCEI 大阪支部 2021 年度活動報告、及び、収支報告>

2021 年度は大阪支部創立 48 周年目の新たなスタートでした。年間テーマは、引き続き「きづく」として活動を進めてきました。しかし、2021 年度は前年から続く新型コロナ感染拡大の影響で、当会もかなり厳しい運営を迫られる一年となりました。

昨年に引き続きリアル会場とオンラインの併催を開催すべく準備をしておりましたが、今年は非常事態宣言やまん延防止措置の実施もあり、5 月 6 月と 8 月から 10 月さらに 12 月の計 6 回をオンラインのみの開催といたしました。

4 月は京つけもののもりのニッチな市場を生き抜く知恵を、5 月はコロナ下でさらに話題のグランピング。6 月は久しぶりの試みとして会員 3 社によるプレゼン大会を開催、7 月は宝塚歌劇団のマーケティング、8 月はコロナ下での今どきママのインサイトの変化をお伺いしました。9 月 10 月はそれぞれ会員社から発表をお伺いしました。キリングループのオウンドメディアとカルビーの Calbee Future Labo の取り組みを。11 月は恒例となった品田英雄さんからの 2021 年のヒット商品振り返りと 22 年予測のお話。12 月は長く大阪支部の課題としていた「食品ロス」の話題を。1 月は CEMENT PRODUCE DESIGN の金谷さんに「強みをデザインする商品開発」のお話、2 月はこちらも会員の清水さんに SDGs の考え方はすでに江戸時代に石門心学にあったというお話をさせていただきました。

そして、3 月はコラボレーション企画として、日本マーケティング・リサーチ協会 西日本コラボレーション研究会に「デジタルトランスフォーメーション(DX)時代のマーケティングリサーチの新潮流」と題してプレゼンテーションとパネルディスカッションをお願いしました。

5 年に渡り議論を続けてきた水口ゼミナールは、コロナ下であることと、予算確保が非常に厳しくなってきたこともあり、2021 年度は開催を見送りました。ただし、活動を全く止めるのではなく、水口リレーコラムという形で活動を繋げ、今年度新たな形での開催を模索いたします。

2021 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法人会員の退会が続き、最終的に法人会員 6 社(前年度比 3 社減)、個人会員 11 名(前期同)シニア会員 1 名となりました。定例会参加者は、会員数の減もあり、前年と比べ、1 回あたりの平均参加者を約 4 名ずつ減らす状況となりました。

続きまして、2021 年度の収支に関してご報告いたします。ゲスト参加が予算に達していなかったものの、会場の工夫やオンラインのみの開催の増加もあり、支出を削減することに成功し、わずかですが繰越金をつくることができました。ただ、まだまだ厳しい運営は続きます。今年度も引き続き運営改善を続けてまいります。

以上

大阪支部定例研究会 実施内容(2021年度開催12回/第2部は開催なし)

年	月	テーマ	講師	出席者数	
				第1部	第2部
2020年	4月	京のつけもの屋の親父の独り言 —ニッチな市場を生き抜く知恵と工夫—	森 義治(株式会社もり)	32	0
	5月	アフターコロナでブレイクするグランピング事業とは?	吉村 司(株式会社 ABC Glamp&Outdoors)	33	0
	6月	総会&プレゼン大会	井出 裕介(株式会社インテージ) 増田 訓英(トッパン・フォームズ(株)) 井上 英司(石光商事株式会社)	29	0
	7月	宝塚歌劇団の経営学	森下信雄(阪南大学 流通学部)	34	0
	8月	”NO.1生活メディア『サンキュ!』が分析する ””今どきママ””のインサイトの変化とつかみかた”	山本 沙織 (株)ベネッセコーポレーション)	28	0
	9月	内と外でコミュニティ化するオウンドメディアの戦略について	平山 高敏 (キリンホールディングス株式会社)	37	0
	10月	一緒に新商品作りませんか?—Calbee Futute Laboの挑戦—	樋口 謹行(カルビー株式会社) 大塚 竜太(カルビー株式会社)	28	0
	11月	2021年のヒット商品を振り返り、22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	0
	12月	SDGs時代の食品ロス対策—フードサプライチェーンの質的調整—	小林 富雄(愛知工業大学 経営学部)	25	0
2022年	1月	強みをデザインする商品開発	金谷 勉 (CEMENT PRODUCE DESIGN Ltd.)	29	0
	2月	持続可能な成長のカギは石田梅岩の教えにあった—楽しいことより正しいことを大事にするマーケティング—	清水 正博(大和商業研究所)	21	0
	3月	デジタルトランスフォーメーション(DX)時代のマーケティングリサーチの新潮流—コラボ研メンバー各社の特徴的なメニュー幾つかを例に—	日本マーケティング・リサーチ協会 西日本コラボレーション研究会	43	0
計 379人(1研究会あたり 31.6人)					
(昨年度:465人<35.8人>)					

## 2. 2021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(2021年4月1日～2022年3月31日)>

### 収 入

I. 一般会計		['21実績]	['21予算]
年会費	法人50社	9,045,000	9,900,000
	個人15名	880,000	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	0	0
	プレティン広告費	0	0
大阪支部 (相殺)	百人百語代	13,000	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
一般会計合計		9,938,000	10,950,000

II. プロジェクト別会計		['21実績]	['21予算]
ビジネススクール(第22期)		2,376,000	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		0	0
価値協創実践会		0	0
イノベーターズワークショップ(第2期)		0	0
感覚マーケティング実践研究会(第4期)		264,000	350,000
プロジェクト別会計合計		2,640,000	2,330,000

III. その他		['21実績]	['21予算]
国際マーケティング会議		0	0
50周年記念出版		0	500,000
雑収入(未払金戻り)		9,904	0
雑収入		0	0
受取利息		154	0
その他合計		10,058	500,000

I～III総計	12,588,058	13,780,000
---------	------------	------------

#### 【東京支部計算書の説明】

\*会費収入 21年計画：法人55社、個人17名  
21年実績：法人50社、個人15名

#### \*プロジェクト収入

ビジネススクール：計画15名⇒実績18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：計画10名⇒実績6名

#### ■支出の部

理事会・委員会：3月合同理事会・委員会開催費  
ホームページ：スマホ対応改修費(1,045,000円)  
事務局費：パソコン購入(152,662円)

#### \*租税公課

消費税免税年

### 支 出

I. 一般会計		['21実績]	['21予算]
定例活動			
納会		0	0
コミュニケーションサロン		0	0
理事会・委員会		223,355	100,000
定例研究会		165,000	1,000,000
お客さま学研究会		0	0
プレティン		360,000	800,000
百人百語		209,000	200,000
国際		0	0
広報		0	100,000
ホームページ		1,620,300	1,820,000
定例活動合計		2,577,655	4,020,000

会維持・運営			
旅費交通費		21,882	100,000
事務用品費		233,451	100,000
印刷費		180,344	200,000
通信費		311,938	400,000
税理士報酬		314,268	310,000
雑費		86,070	50,000
新聞図書費		9,800	50,000
書籍購入費		0	20,000
消耗品費		18,139	50,000
賃借料(コピー機)		447,120	450,000
会維持・運営合計		1,623,012	1,730,000

事務局費			
法定福利費		701,018	700,000
委託費		4,000	100,000
交通費		252,316	250,000
家賃(含水道光熱費)		3,017,018	3,000,000
役員報酬		3,400,000	3,400,000
給料		4,080,000	4,080,000
事務局費合計		11,454,352	11,530,000

その他			
寄付金		0	0
租税公課		0	0
その他合計		0	0
一般会計合計		15,655,019	17,280,000

II. プロジェクト別会計		['21実績]	['21予算]
ビジネススクール(第21期)		47,583	10,000
ビジネススクール(第22期)		689,381	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		0	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3期)		66,333	0
感覚マーケティング実践研究会(第4期)		264,666	300,000
プロジェクト別会計合計		1,179,074	910,000

III. その他		['21実績]	['21予算]
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		0	500,000
その他合計		0	500,000

IV. 予備費		['21実績]	['21予算]
予備費		0	0
予備費合計		0	0

I～IV総計		16,834,093	18,690,000
収支差額		-4,246,035	-4,910,000
前期繰越金		11,092,278	11,092,278
次期繰越金		6,846,243	6,182,278

<大阪支部(2021年4月1日～2022年3月31日)>

収 入

I. 一般会計

	【実績】	【2021年予算】
年会費法人	900,000	900,000
年会費個人	580,000	580,000
ゲスト参加費	214,000	240,000
水口ゼミナール参加費	0	10,000
第2部参加費	0	0
受取利息	7	0
<b>総計</b>	<b>1,694,007</b>	<b>1,730,000</b>

【大阪支部収支計算書の説明】

■収入の部

①年会費 法人6社

個人11名(当初予定通り)

シニア1名

②ゲスト参加 54名(会場:一般5名 学生6名

OL:一般56名 学生4名)

③法人追加参加 会場1名 OL4名

■支出の部

①当初の予定よりオンラインのみの開催が多く結果的に  
わずかだが繰越金を残せる結果となった。

支 出

I. 一般会計

	【実績】	【2021年予算】
理事会・委員会	0	0
定例研究会	343,171	400,000
定例研究会会場費	81,528	88,000
講演録製作費	294,000	294,000
第2部費用	0	0
東京支部総会資料購入費	0	0
百人百語	13,000	20,000
広報		0
Web		0
会維持・運営		
通信費	7,208	5,000
交通費	50,000	55,000
事務用品費	8,187	1,000
印刷費	0	0
雑費	14,020	19,000
事務局費	790,000	798,000
委託費		
事務局/理事長		0
経理処理/Web等		0
予備費	0	0
次年度改修のためのプール		
<b>総計</b>	<b>1,601,114</b>	<b>1,680,000</b>
当期収支差額	92,893	50,000
前期繰越金	9,616	9,616
次期繰越金	102,509	59,616

### 3. 2021年度 NPO・MCEI 決算報告

#### (1)事業報告書

## 令和3年度事業報告書

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

マーケティング研究会、勉強会ならびに提言集など当初の予定通りの事業活動を行うことができた。情報誌については、講演録のまとめ及び保存は予定通り行った。ただし発行方針の見直しがあったため、紙での発行については一旦休止とした。

#### 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 26 回	首都圏・近畿圏を 中心に全国	25 人	東京 694 人 大阪 379 人 延べ 1,073 人	590
	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 186 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 70 人	737
	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 21 人	331
	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 100 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	記録 年 12 回 発行休止	首都圏と近畿圏	7 人	600 人	654
	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	209
	東京支部 50 周年記念本	年間を通じて	全国	7 人	0 人	0
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3年度特定非営利活動に係る事業会計収支計算書

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)	
<b>I 経常収支の部</b>		
1 会費・入金収入		
(1) 法人会員年会費・入金	9,945,000	
(2) 個人会員年会費	1,460,000	
(3) 特別会費	214,000	11,619,000
2 事業収入		
(1) 研究会・勉強会事業収入	2,640,000	
(2) 広報出版事業収入	0	2,640,000
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	10,065	10,065
経常収入合計		14,269,065
<b>II 経常支出の部</b>		
1 事業費		
(1) 研究会・勉強会事業費	1,768,773	
(2) 広報出版事業費	863,000	2,631,773
2 管理費		
(1) 給料手当(含む役員報酬240万円)	7,480,000	
(2) 家賃	3,017,018	
(3) 会議費	223,355	
(4) 広報費	1,620,300	
(5) 通信費	319,146	
(6) 事務用品費	241,638	
(7) 印刷費	180,344	
(8) 旅費交通費	324,198	
(9) その他運営費	2,284,345	
(10) 租税公課	0	
(11) 雑費	100,090	
(12) 寄付金	0	15,790,434
経常支出合計		18,422,207
経常収支差額		▲ 4,153,142
<b>III その他資金収入の部</b>		
その他資金収入合計		0
<b>IV その他資金支出の部</b>		
その他資金支出合計		0
当期収支差額		▲ 4,153,142
前期繰越収支差額		11,101,894
次期繰越収支差額		6,948,752

## (3)貸借対照表

## 令和3年度特定非営利活動に係る事業会計貸借対照表

令和4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	9,897		未払金	832,180	
普通預金	12,314,697		前受金	4,370,000	
未収金	0		預り金	110,942	
前払金	16,280		未払費用	79,000	
			未払消費税	0	
			流動負債合計		5,392,122
流動資産合計		12,340,874			
			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		5,392,122
固定資産合計		4,660,660			
			III 正味財産の部		
			前期繰越正味財産	15,762,554	
			当期正味財産増減額	▲ 4,153,142	
			正味財産合計		11,609,412
資産合計		17,001,534	負債及び正味財産合計		17,001,534

## (4) 財産目録

## 令和3年度特定非営利活動に係る事業会計財産目録

令和4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	9,897		
普通預金 (みずほ銀行麴町支店)	12,099,468		
普通預金 (みずほ銀行南船場支店)	215,229		
未収金(年会費)	0		
前払金 (大阪・定例会会場費)	16,280		
流動資産合計		12,340,874	
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			17,001,534
II 負債の部			
1 流動負債			
未払金 (会場費、通信費、機関誌制作費他)	832,180		
前受金 (東京・大阪支部年会費)	4,370,000		
預り金 (事務局・講師・税理士源泉所得税)	110,942		
未払費用 (大阪・事務局費)	79,000		
未払消費税	0		
流動負債合計		5,392,122	
2 固定負債			
固定負債合計		0	
負債合計			5,392,122
正味財産			11,609,412

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3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4年 5 月 18 日

監 事

福崎隆司 

## 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4年5月19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4年5月19日

監事 今井 知子



## 5. 定款変更の件

MCEI 東京支部事務所移転に伴い、特定非営利活動法人エムシーイーアイ定款の第 1 章第 2 条(事務所)、主たる事務所の所在地および第 1 章第 2 条の 2、従たる事務所の所在地を変更する必要がありますので、承認をお願いいたします。

(旧)第 1 章第 2 条(事務所)

この法人は、主たる事務所を東京都千代田区に置く。

(新)第 1 章第 2 条(事務所)

この法人は、主たる事務所を東京都中央区に置く。

なお、今回の定款変更は「軽微な事項」と定められており、所轄庁の認証を受ける必要はなく、所轄庁へは「定款変更届出書」の提出のみとなります。

## 6. 2022年度 東京支部・大阪支部 活動方針

東京支部理事長 広浦康勝の辞任に伴い、定款第 14 条の規定に基づき 2022 年 5 月 19 日(木)の理事会にて理事長および副理事長の互選を行い、理事全員の互選の結果、下記のとおり決定いたしました。また専務理事・事務局管掌 小野敏博の辞任についても併せて決定いたしました。

### 【東京支部】

氏名	新役職	旧役職	所属会社名
宮地 雅典	理事長	理事	カゴメ(株)
高津 尚子	副理事長	常務理事	日本製紙クレシア(株)
市川 英次	副理事長(継続)	副理事長	湘南ヤクルト販売(株)

尚、広浦康勝は新たに顧問に就任、小野敏博は新たに常任顧問(事務局担当)に就任いたしました。一同一層の MCEI の発展に精励いたす所存です。何卒ご高承のほどお願い申し上げます。

### 【1】2022 年度東京支部活動方針(宮地理事長)

中長期課題(1ページ)から、引き続き単年度の計画及びその検証と進化の積み重ねで中長期課題達成を目指していきます。

#### <2022年度計画>

##### I MCEI の独自価値作り

##### 1)ヒアリングによる会員ニーズの探索とコミュニケーション強化

- ① ヒアリング継続による会員ニーズ探索とタイムリーな研究会テーマ設定  
・会員企業を軸にヒアリングを継続(※一部非会員企業も) 3~4 回/月  
企業の現状や問題意識の収集→「企業課題」に整理→MCEI 独自価値を洞察  
→データを集約・蓄積し「研究会テーマ」「新プロジェクト開発」へ展開させる
- ② ヒアリングを通して、MCEI と会員企業の関係強化を図る

##### 2)協創推進(マッチングプラットフォームとして機能)

- ① 様々な会員企業のニーズとシーズを MCEI プラットフォームにてマッチング
- ② 「シン・Z 世代研究会」のスタート  
内容、役割分担、参加者のネットワーク活用、など準備会で議論・決定
- ③ 「シン・Z 世代研究会」に続く協創テーマ開発  
ヒアリングで抽出した、会員の関心度の高いテーマを展開させる  
(例)「メディアとしての店頭」「パーパス経営」「働き甲斐と生産性」「行動デザイン・仕掛け学」等

※価値協創実践会の「シニア市場戦略」をロールモデルとする

## II MCEI ファン層の充実・拡大／関与度アップ

### 1) ファン候補者への積極発信

接点作り、継続による蓄積を重視

### 2) 各種プロジェクトへの参加促進

① SNS 発信向上プロジェクト「もしエム」

② 「第3期 MCEI イノベーターズワークショップ」運営

③ 若手ファン候補対象「スキルアップ講座」準備委員会の立ち上げと推進

☆ GIVE & TAKE の実践

GIVE : 3-4 回/年の学習機会の提供

TAKE : MCEI 運営面での協力(新委員登用も視野に入れて)

### 3) コンテンツ活用

研究会の配信や MCEI のアーカイブ資料等、会員企業限定でコンテンツが閲覧できるよう整備し、社員教育等での活用を促進する

## III 定例研究会等、研究会の魅力強化

### 1) 「企業課題解決特集」「ショートスピーチシリーズ」の定期開催

### 2) 新機軸の検討(例:リモートによる国際大会等)

### 3) 司会進行役の若手起用

・司会進行は若手委員が持ち回りで担当し、若手会員も参加、発言しやすい雰囲気を作る

・ブレイクアウトルームの活用で、リモートでも参加者同士が交流可能な構成にする

## IV 会員企業間のコミュニケーションの充実

### 1) デジタルコミュニケーションの強化(SNS プロジェクトに重点化)

### 2) 提言集「百人百語」重要なツールの活性化 本来の目的・内容・配布先・配布方法を再検討

### 3) 機関誌「ブレティン」の再定義 キーマン向けコミュニケーションツールとして再構築

(例) スクール受講生派遣の権限を持つ上司等キーマンを対象とした「キーマン・コンタクトレポート」の発信

## V 収益バランス再構築

### 1) 会員増強

・2022-2024年 3 年計画を執行

・新会員制度の検討 (例) U-39 会員等

### 2) 新たな収入源の検討

有償スクール増設

### 3) 経費削減

事務局移転、諸経費見直し

**VI 委員会再編成**

上記2022年度計画の遂行、および中長期課題達成を目指すべく、委員会組織を再編成。  
担当理事・委員は各自の目的、方針、役割を共有し計画遂行を目指します。

【28 ページ MCEI 東京 委員会・研究会 2022年度再編整理計画】

**VII 2022年度収支予算案(仁藤事務局長)**

【30 ページ 東京支部 2022年度収支予算書】

以上

## 【2】各委員会の 2022年度活動方針・計画

28 ページの「MCEI 東京 委員会・研究会 2022年度再編整理計画」の委員会編成をもとに、新たな委員会活動方針・計画を提案します。

### (1) 未来委員会(向出理事・越智常務理事・斎藤常務理事・坂本理事・嶋司理事・岩崎理事)

#### <活動方針>

「MCEI 東京支部が、創立 100 周年を迎える時に日本のマーケティング界へどのような影響を与えているか？」を視野に入れながら、MCEI 東京のあるべき姿を中長期視点で検討。

各委員会を横断し調整しながら、課題の設定、解決策の提言、仕組みの構築と実践プロジェクトの推進をリードする。

#### <活動計画>

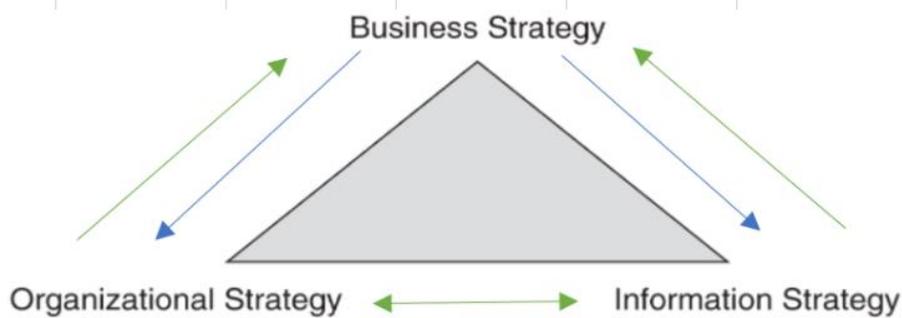
創設メンバーに各委員会の代表者が加入して組織を強化。MCEI の組織改革・方向性提示・情報インフラ整備・収支改善・会員増強・有償企画集客を提案する。

### ●新たな情報システム(IS)の構築

コロナ禍による新たな働き方の浸透、DX 推進といった世の中の変化にマーケティングの実践を標榜する組織として最適な対応が求められている。については MCEI の 2022 年度事業戦略を実現するため、下記のとおり情報システム(IS)の構築を図りたい。

## I 主旨

1) 2022 年度の事業戦略(独自価値の創造、ファン層拡大、会員間コミュニケーションの充実、収益バランス)の実現を支える情報システムを構築することで MCEI の発展を目指す。



2) 理事、委員をはじめとする会員間の情報の共有化を大きく加速させることで、一人ひとりが自ら考え、発信し、協議し、実際に施策を実施していけるようにする。

3) 若年層や新任の委員・理事の MCEI へのエンゲージメントを高める。

4) 事務局の業務効率化を図り、より戦略的業務に傾注できるようにする。

## II 情報システムの設計

【データ管理】と【コミュニケーション】の 2 軸でそれぞれ独立した目的と管理によるインフラを整える。

以上について、実行メンバーの確定・データ整備・試験運用を年末までに実施し、2023 年明けに正式運営開始を目指す。

MCEI の中長期課題の進捗を常にウォッチし、MCEI の諮問機関としての役割をまっとうする。

## (2)ミーティング委員会(岩崎理事・角屋理事・木暮理事)

### ●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!」を探索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。

#### <活動計画>

2022 年度のお客さま学研究会は「SDGs」を取り上げ、消費者の意識、企業の取り組み、実態・実践・今後の展望など、SDGs17の項目に結び付けたテーマを取り上げる。

その他、旬なテーマ、リクエストの多いテーマなども取り上げ、お客さまを知るヒントを提供する。

また、MCEI へのエントランス部門として、参加者へのフォローの仕方についても再度検討し、ファン層獲得、リピーター定着を目指す。

## (3)ナレッジワーク委員会(市川副理事長・奥村理事・田中理事・本田理事・町野理事・楠見理事)

#### <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 marketer 育成の場」として、また「知識と実践」「参加者同士」の協創を重視して各スクールを運営する。

### ●強化ポイント

- ・知識の実践&知恵の蓄積
- ・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&可視化力強化

#### <活動計画>

### ●ビジネススクール

第22期『with コロナを生き残るイノベーションとプロフェッショナル』が 2022年 1月～7月まで実施中。参加者 18 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。

第 23期についても 2023年 1月スタート予定。

## ●感覚マーケティング実践研究会

第5期を2023年2月にスタート予定。消費者の感覚に訴えかけることで行動に影響を与える「感覚マーケティング」の最新技術と事例を、専門家から直接学び実践できる場として、より多くの受講生を迎えられるよう、プログラムを構成する。

## (4) 価値協創実践委員会(高津副理事長・嶋司理事)

### <活動方針>

多様な業種・業態の企業が、それぞれのスキルやノウハウ共有を共有し、実務コラボを展開できる場。また、各自のネットワークを活用で新規会員獲得を目指す。

### <活動計画>

#### ① シニア市場戦略研究会

シニア市場にお客さまを持つ企業や参入したい企業が有志で参加。

コロナ禍でリアルな場での会合がストップしていたが、再開に向けた準備を行う。

#### ② シン・Z世代研究会

会員ヒアリングから多く出た「Z世代をもっと知りたい」というニーズをもとに今期始動。

Z世代・ミレニアル世代を主な対象としたお客さま研究、社員研究、市場研究を、会員有志で行い、実際に仮説を立てて検証→報告(メディア発信)までを目標として活動する。

## (5) イノベーターズ(坂本理事)

### <活動方針>

会員及び推薦企業の社員を対象に、新規事業開発力を醸成

### <目的>

with コロナの時代、組織は時代変化に適応すべく製品やプロセスの「創新普及(イノベーション)」を出し続けることが重要であり、その実現に向けたリーダーシップを持つ人材を MCEI から輩出する。

### <活動計画>

第3期 2022年9月～2023年3月実施予定。

第1期、2期卒業生にもアドバイザーとして参加してもらい、期を超えたつながりを形成、ともにブラッシュアップし成長する場を作る。

## (6) エンゲージメント向上委員会(越智常務理事・斎藤常務理事・竹内理事)

メンバーシップ委員会とコミュニケーション委員会を統合。会員満足と維持拡大、会員内外への情報発信を主に目的とし、活動を行う。SNS 発信向上プロジェクトを傘下に置く。

### <活動方針>

1)会員の研究会・イベント等への参加率を向上させる施策を実施する

2)会員にMCEIのビジョンを共有するとともにMCEIの活動内容や価値を積極的に発信する。

3)会員間コミュニケーションを活性化させ、会員が嬉しい楽しいワーオと思えるようにする。

4)会員のスキルアップや経験の幅を広げることに貢献する。

<目的>

- ・会員一人一人のエンゲージメントを高めMCEIの活動を活性化する。
- ・会員に提供できる価値を高め、会員の満足度向上、定着率と新規入会を増加させる。

<活動計画> ※新委員会メンバーで、詳細は継続的に検討する

・**会員活性化**

会員の現状把握を行い、参加促進策や退会の減少対策などを行う。

・**コミュニケーション**

SNS やオフライン(紙媒体など)での発信を積極的に行っていく。会員間の交流なども積極的に計っていく。

●**SNS 発信向上プロジェクト**

若手会員を中心に推進。MCEI の周知活動・ファン獲得に向けた活動を中心に行う。

●**オフライン(紙媒体など)での発信活動**

1)機関誌の発行 プレティン(キーマンコンタクトレポート)

発信頻度:月1回 A4 判1~2ページ PDFで作成

2)百人百語 2023

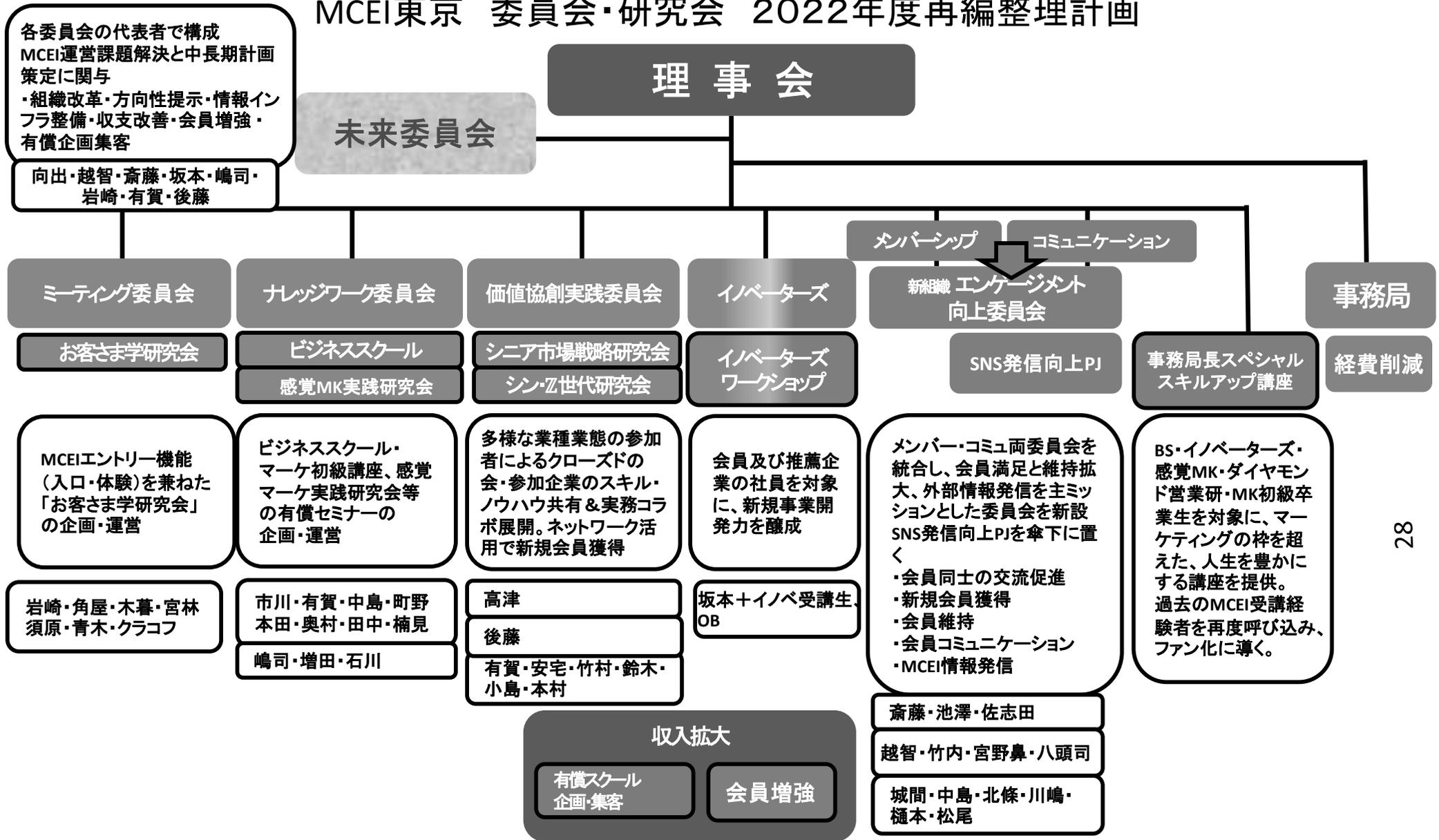
今期で創刊 40 号。記念企画等検討中。12 月発行予定。 など

(7)事務局長スペシャルスキルアップ講座

MCEI の有料スクールの卒業生(ビジネススクール・イノベーターズ・感覚マーケティング実践研究会・ダイヤモンド営業研・マーケティング初級講座)を対象に、マーケティングの枠を超えた、人生を豊かにする講座を提供。過去の MCEI 受講経験者を再度呼び込み、ファン化に導く。

以上

# MCEI東京 委員会・研究会 2022年度再編整理計画



28

## 独自価値の確立      会員満足維持・拡大      収支構造の改善・再構築

- 1 独自価値作り (MCEIの魅力づくり)  
・MCEIが主語  
・参加者同士の実ビジネス  
・会員企業の課題把握・整理を通して
- 2 定例研究会等の提供コンテンツ力強化
- 3 MCEIファン層充実・拡大/関与度アップ
- 4 会員企業間コミュニケーションの充実
- 5 収益バランス再構築

### 2022年度重点課題

<大阪支部 2022 年度 運営方針、及び、予算について>

2022 年度は、特に年間のテーマを定めず、2 年以上続くコロナ禍、不安定な国際情勢によって、目まぐるしく変わる社会情勢に対してよりフレキシブルに対応しつつ、毎回の定例会の課題を選んでいきたいと考えます。

時代が大きく変わり、今まさにマーケティングは、より本質的なものに回帰しているような気がします。故水口健次創設理事長の言葉に「マーケティングは愛だ」という名言がありますが、今こそ、生活者への愛、商品やサービスへの愛のないマーケティングは通用しなくなってきています。まだまだ続く With コロナ時代に奮闘する各界の方々をお招きし、議論を続けて参りたいと考えます。

2022 年度の予算案については別表をご参照ください。今期も残念ながら収入の回復は見込めませんが、運営方法を細かく見直しながら、改善を続けていきたいと思えます。

今年度も、原則としてリアル会場とオンラインの併催を続けるべく工夫をしながら運営して参ります。また、一時的な事務局委託費、理事長委託費、講演録作成費の減額を続けます。快適なリアルとオンラインのハイブリッド運営、そして会場費を極力抑えるため、新たな会場の模索も続けてまいります。

来年、MCEI 大阪支部は 50 周年を迎えます。取り巻く環境が厳しい状況は続きますが、知恵と工夫をこらし、新しい時代の新しいテーマを取り上げ、ご参加いただく皆様の日々の仕事に役立てる定例会運営を目指してゆきたいと考えております。

2022 年度の MCEI 大阪支部の活動に、どうぞご期待ください。

以上

7. 2022年度MCEI東京支部・大阪支部 収支予算書  
 <東京支部(2022年4月1日～2023年3月31日)>

\*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。

収 入

I. 一般会計		['21実績]	['22予算]
年会費	法人55社(現状50社+5社増強)	9,045,000	9,090,000
	個人25名(現状15人+10人増強)	880,000	1,140,000
特別会費	納会個人+法人追加@10000	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	0	0
	プレティン広告費	0	0
大阪支部(相殺)	百人百語代	13,000	20,000
	総会資料代		10,000
その他収入	オークション	0	0
	その他	0	0
一般会計合計		9,938,000	10,260,000

II. プロジェクト別会計		['21実績]	['22予算]
ビジネススクール(第23期)		2,376,000	3,960,000
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		0	0
価値協創実践会		0	0
スキルアップ講座(ファン層育成)		0	0
シン・Z世代研究会		0	0
イノベーターズワークショップ(ファン層育成)		0	0
感覚マーケティング実践研究会(第5期)		264,000	517,000
プロジェクト別会計合計		2,640,000	4,477,000

III. その他		['21実績]	['22予算]
国際マーケティング会議		0	0
書籍収入(プロフェッショナル marketer)		0	0
雑収入(未払金戻り)		9,904	0
雑収入(持続化給付金)		0	0
受取利息		154	0
その他合計		10,058	0

I～III総計	12,588,058	14,737,000
---------	------------	------------

【東京支部予算書の説明】

- \*会費収入 法人55社、個人25名  
現状法人50社 個人15名
- \*プロジェクト収入 受講生増に全力  
ビジネススクール: 18名参加  
感覚マーケティング実践研究会: 10名参加

3年間増強目標:  
 法人 15社増=65社  
 個人 30人増=45人  
 又は  
 個人30+U39会員 ×100人  
 ※U39募集は2023年以降

- 支出の部  
事務所移転費用 1,615,000円

- \*租税公課  
消費税免税年

支 出

I. 一般会計		['21実績]	['22予算]
定例活動			
納会		0	0
コミュニケーションサロン		0	0
理事会・委員会		223,355	200,000
定例研究会		165,000	200,000
お客さま学研究会		0	0
プレティン(キーマンコンタクトレポート)		360,000	400,000
百人百語		209,000	300,000
国際		0	0
広報		0	500,000
ホームページ		1,620,300	730,000
定例活動合計		2,577,655	2,330,000
会維持・運営			
旅費交通費		21,882	20,000
事務用品費		233,451	100,000
印刷費		180,344	200,000
通信費		311,938	320,000
税理士報酬		314,268	314,268
雑費		86,070	50,000
新聞図書費		9,800	30,000
書籍購入費		0	20,000
消耗品費		18,139	20,000
賃借料(コピー機)		447,120	450,000
会維持・運営合計		1,623,012	1,524,268
事務局費			
法定福利費		701,018	720,000
委託費		4,000	0
交通費		252,316	380,000
家賃(含水道光熱費)		3,017,018	2,657,000
役員報酬		3,400,000	2,400,000
給料		4,080,000	4,080,000
事務局費合計		11,454,352	10,237,000
その他			
寄付金		0	0
租税公課		0	0
その他合計		0	0
一般会計合計		15,655,019	14,091,268

II. プロジェクト別会計		['21実績]	['22予算]
ビジネススクール(第22期)		47,583	0
ビジネススクール(第23期)		689,381	690,000
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		0	0
価値協創実践会		0	0
新プロジェクト(9月スタート)			
スキルアップ講座			111,111
ミレニアル・Z世代 自主講座			0
イノベーターズワークショップ		111,111	111,111
感覚マーケティング実践研究会(第3期)		66,333	0
感覚マーケティング実践研究会(第5期)		264,666	264,999
プロジェクト別会計合計		1,179,074	1,177,221

III. その他		['21実績]	['22予算]
事務所移転	保証会社初期費用		143,000
	敷金		572,000
	現状復帰・移転費用		900,000
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
その他合計		0	1,615,000

IV. 予備費		['21実績]	['22予算]
予備費		0	500,000
予備費合計		0	500,000
I～IV総計		16,834,093	17,383,489
収支差額		-4,246,035	-2,646,489
前期繰越金		11,092,278	6,846,243
次期繰越金		6,846,243	4,199,754

<大阪支部(2021年4月1日～2022年3月31日)>

収 入		
	【2021年実績】	【2021年予算】
I. 一般会社		
年会費法人	900,000	900,000
年会費個人	580,000	580,000
ゲスト参加費	214,000	240,000
水口ゼミナール参加費	0	10,000
第2部参加費	0	0
受取利息	7	0
<b>総計</b>	<b>1,694,007</b>	<b>1,730,000</b>

【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9名分

②定例研究会会場費は水口ゼミとあわせて10会場分  
最低2回はオンラインのみの開催の予定

③事務局費について

・委託費は理事長・(株)ISSOへの支払

・委託費の減額は継続する

支 出			
		【2021年実績】	【2022年予算】
I. 一般会社			
理事会・委員会		0	0
定例研究会		343,171	495,000
定例研究会会場費		81,528	80,000
講演録製作費	テーブル起こし	294,000	288,000
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		13,000	13,000
広報			0
Web			0
会維持・運営	<ul style="list-style-type: none"> <li>通信費</li> <li>交通費</li> <li>事務用品費</li> <li>印刷費</li> <li>雑費</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>7,208</li> <li>50,000</li> <li>8,187</li> <li>0</li> <li>14,020</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>5,000</li> <li>50,000</li> <li>1,000</li> <li>0</li> <li>15,000</li> </ul>
事務局費	<ul style="list-style-type: none"> <li>委託費</li> <li>事務局/理事長</li> <li>経理処理/Web等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>790,000</li> <li></li> <li></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>780,000</li> <li>0</li> <li>0</li> </ul>
予備費		0	0
<b>総計</b>		<b>1,601,114</b>	<b>1,727,000</b>
当期収支差額		92,893	3,000
前期繰越金		9,616	102,509
次期繰越金		102,509	105,509

8. 2022年度 NPO・MCEI 事業計画書

## 令和4年度事業計画書

令和4年4月1日～令和5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3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	0
	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 300 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 210 人	0
	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	0
	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 100 人	111
	スキルアップ講座	年 4 回	首都圏中心に全国	3 人	延べ 800 人	111
	生涯学習支援	随時	首都圏中心に全国	10 人	延べ 300 人	0
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 6 回	首都圏と近畿圏	7 人	延べ 1,800 人	
	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	
国際交流	日台ビジネス交流会	なし		0 人	0 人	0

## 9. 2022年度NPO・MCEI収支予算書

## 令和4年度特定非営利活動に係る事業会計収支予算書

令和4年4月1日～令和5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)	
<b>I 経常収支の部</b>		
1 会費・入金収入		
(1) 法人会員年会費・入会金	9,990,000	
(2) 個人会員年会費	1,720,000	
(3) 特別会費	250,000	11,960,000
2 事業収入		
(1) 研究会・勉強会事業収入	4,477,000	
(2) 広報出版事業収入	30,000	4,507,000
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	0	0
経常収入合計		16,467,000
<b>II 経常支出の部</b>		
1 事業費		
(1) 研究会・勉強会事業費	1,952,221	
(2) 広報出版事業費	988,000	
(3) 国際交流事業費	0	2,940,221
2 管理費		
(1) 給料手当(含む役員報酬240万円)	6,480,000	
(2) 家賃	2,657,000	
(3) 会議費	200,000	
(4) 広報費	1,243,000	
(5) 通信費	325,000	
(6) 事務用品費	101,000	
(7) 印刷費	200,000	
(8) 旅費交通費	450,000	
(9) その他運営費	2,334,268	
(10) 租税公課	0	
(11) 雑費	65,000	
(12) 寄付金	0	
(13) 予備費	500,000	14,555,268
経常支出合計		17,495,489
経常収支差額		-1,028,489
<b>III その他資金収入の部</b>		
その他資金収入合計		0
<b>IV その他資金支出の部</b>		
(1) 礼金支出		143,000
(2) 敷金支出		572,000
(3) 現状復帰・移転費用		900,000
その他資金支出合計		1,615,000
当期収支差額		-2,643,489
前期繰越収支差額		6,948,752
次期繰越収支差額		4,305,263



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續ならしめるため、大阪支部と一緒に2001年にNPO法人を設立しました。