

2023年

NPO（特定非営利活動法人）MCEI 総会資料

東京支部 2023年6月27日（火） アリス東京日本橋

大阪支部 2023年6月 8日（木） エブリグランド新大阪

議事事項

1. 2022年度東京支部・大阪支部活動報告
2. 2022年度東京支部・大阪支部収支計算書
3. 2022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. 2023年度東京支部・大阪支部活動方針
9. 2023年度東京支部・大阪支部収支予算書
10. 2023年度NPO・MCEI事業計画書
11. 2023年度NPO・MCEI収支予算書



TOKYO / OSAKA

◆ MCEI 東京支部

〒103-0023 東京都中央区日本橋本町 3-10-3 丸宗ビル 4階

TEL : 03-6661-1013 FAX : 03-6661-1012

◆ 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

## 1. 2022年度 東京支部・大阪支部 活動報告

### 【1】東京支部活動報告

#### <2022年基本方針振り返り>

2020年度末に行った中長期課題の整理をもとに、その達成プロセスである2022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。

#### <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

・会員企業を主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

①SNS 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 年計画を実行

・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 事務所移転(7月に日本橋に移転)、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。

2020年3月から続くコロナ禍も少しずつ収束に向かってきたタイミングで、一部活動をオンライン+オフラインのハイブリッド開催に切り替え、下記の通り実施いたしました。

### <2022年度活動振り返り>

#### 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  
→ 会員企業16社のキーマンとヒアリングを実施
- 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  
→ インブルーム×ココヨ、ニチレイフーズ、エステー等、コラボ事例が進行中
  - ② 「シン・Z世代研究会」のスタート 10月25日キックオフ  
参加企業(順不同): ロッテ、サントリー、ハーゲンダッツジャパン、オノフ、市場開発研究所、感性AI、ハウスウェルネスフーズ、日本製紙クレシア また、MCEI大阪支部も参加
  - ③ 「シン・Z世代研究会」に続く協創テーマ開発として「シニア市場戦略」再起動。準備委員会をスタート

#### II MCEIファン層の充実・拡大/関与度アップ ☆GIVE&TAKEの実践

- 1) ファン候補者への積極発信 接点作り、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」: 応募企業を1社選定し、3か月間コンサルティングを実施。メンバー定例会議は毎週継続中。
  - ② 「MCEIイノベーターズ2022」: 9月~3月(隔月)および4月に発表会実施。  
受講生22名(内、大学生6名)
  - ③ 「スキルアップ講座」2回実施。  
第1回: 日本経済新聞 白鳥和生氏「新聞記者式伝わる文書術」  
第2回: MCEI事務局長 仁藤正平「実録 人生年表の作り方」

#### 2) コンテンツ活用

まずは各有料スクール受講生を中心に、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実施中。

#### III 定例研究会等、研究会の魅力強化

- 1) 7月 新理事長就任記念フォーラム 初のスタジオ録画スタイルで開催。100名を超える参加を

得て好評のうちに終了。

2)2月～4月 企業課題を抽出したテーマ「不確実な時代の企業課題と価値創出」定例研究会3回シリーズを実施。

#### 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2023」1月発行 103名投稿 重要なPR ツールとして活用
- 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を検討中
- 4)事務局のサロン化計画 「MCEI サロン」12月より開始。基本月1回継続中。

#### V 収支バランス再構築

- 1)会員増強 2022-2024年 3か年計画を実行  
目標:法人55社に対し、53社(達成率96%)  
個人25人に対し、18人(達成率72%)
- 2)経費削減 事務局移転、諸経費見直しで対応

#### VI 委員会再編成

コミュニケーション委員会とメンバーシップ委員会を統合し、エンゲージメント向上委員会を創設。

##### <2022年度 主な活動内容>

- 5月:定例研究会ショートスピーチ回『シン・コミュニケーション戦略 会員企業の挑戦～NEXT NORMAL 時代の最先端マーケティング～』実施
- 6月:総会開催  
定例研究会 サンキュードラッグ平野社長講演『変化するドラッグストア・進化するコミュニケーション～リアル店舗がつくる、お客さまとメーカーの新たな関係～』実施
- 7月:宮地新理事長就任記念フォーラム「ニューノーマル時代の新市場創造～不確実な時代にマーケティング実務家が目指すべきこと～」実施
- 8月:定例研究会『MCEI イノベーターズ 2022 開講記念 緊急セミナー「世の中の変化で生まれたイノベーションのタネーあなたならどう挑む!? 社会課題100 連発一」』実施
- 9月:MCEI イノベーターズ2022 3月まで全4回 受講生22名  
定例研究会ショートスピーチ回『円安・コロナ禍・原料高。三重苦の逆境下でも元気な企業とは? 暗い時代に、マーケターが元気になる明るい話』実施
- 10月:定例研究会『悩んだら本人に聴け! シン・Z世代研究会 キックオフ ～10年後の消費の主役・Z世代に直撃インタビュー～』初のハイブリッド開催にて実施(これ以降ハイブリッド開催が定番となる)
- 11月:定例研究会 ジェイアール東日本企画 村井吉昭氏講演『生活者とウェルビーイングを共創する地域拠点』としての商業施設』実施
- 12月:MCEI サロン MCEI 事務局にて実施(以降毎月開催)
- 1月:「百人百語 2023」発行

定例研究会 TOUCHTOGO 阿久津智紀氏講演『TOUCH TO GO(無人決済店舗システム)  
が切り開く、マーケティング戦略の未来』実施  
第 23期ビジネススクール開講 受講生 16名  
2月:第5期感覚マーケティング実践研究会開講 受講生10名

<参照> 9~11 ページ 2022年度研究会、スクール実施記録

### Ⅲ 2022年度収支報告

【14ページ 東京支部 2022年度収支計算書】

## 【2】各委員会の 2022年度活動報告

### (1) 未来委員会

「理事会の諮問機関」として2021 年度に設立。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」について毎月会議を行い、具体的な実施策、解決策の提案を理事会にかけてきた。併せて各委員会への実践プロジェクトを推進した。

- ・事業戦略に合わせた組織体制づくりと情報システムの再構築を提案
- ・MCEI の目玉企画の企画立案

上期:「MCEI 提言」 毎年総会月に MCEI からの提言を内外に発信する

下期:「3 回シリーズ」 会員ヒアリングから課題を抽出し、価値創出につなげる研究会を実施

### (2) ミーティング委員会

#### ●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。

上記の方針をもとに、22 年度テーマを「SDGs と企業／お客さまにとってのメリット」に選定。講師候補を探したが、なかなか見つからずテーマが保留となった。その間は新会員候補に登壇してもらうスタイルで実施した。

【実施記録 10ページ 参照】

### (3) ナレッジワーク委員会

#### ●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』をテーマに 2022年 1月～7月まで実施。受講生 18名

第 23 期『予測困難な時代を生き抜くイノベーションとプロフェッショナル』をテーマに 2023年 1月～7月まで実施中。受講生 16名

【実施記録 10ページ 参照】

#### ●感覚マーケティング実践研究会

第4期 2022年 2月～5月実施。受講生6名

第5期 2023年 2月～4月座学、5月店舗実験実施。受講生10名

「感覚マーケティング×非接触ロボット」をテーマに 3 回の座学の他、ロボット実機を使った店舗実験を企画。

【実施記録 11ページ参照】

#### (4) 価値協創実践委員会

##### ●シン・Z 世代研究会

会員企業 8 社 + MCEI 大阪支部理事メンバーが集結し、10 月 25 日定例研究会にてキックオフ。Z 世代に代表される新しい価値観を持つ人と企業とのコミュニケーション・接点・ツール・手法を探求。毎月の定例会議で各社の課題や探求テーマを出し合い、調査～分析～発表を実施。第 1 回 Z 世代・ミレニアル世代調査を 3 月実施、4 月定例研究会で発表を行った。

##### ●シニア市場戦略研究会

コロナ禍における活動制限のため休止していたが今期再始動。具体的活動に向けて準備委員会を設置しミーティングを行った。

#### (5) イノベーターズ

イノベーターとしての素養を学び、「越境×学び×アウトプット」の体験を積むプログラムを提供。第 3 期にあたる「MCEI イノベーターズ 2022」を 9 月～翌 3 月まで全 4 回実施。最終日に発表した新規事業提案を、翌 4 月お客さま学研究会にて MCEI 会員に向けプレゼンした。

【実施記録 11ページ参照】

#### (6) エンゲージメント向上委員会

コミュニケーション委員会とメンバーシップ委員会を統合し、22 年度に新設。会員満足と維持拡大、会員内外への情報発信を主な目的とする。

具体的には、課題ごとにチームを編成し活動した。

・チーム A (アナリティクス): 会員の各研究会参加状況分析、施策展開のベース作成  
直近 4 年間の出席者データを集め、分析方法を模索中。

・チーム B (ブレティン): 各活動の情報発信、「百人百語」発行  
各講演録のアーカイブ発信方法について議論。ホームページのデザイン見直しにもつながる、いくつかの発信具体例を検討中。

・チーム C (コミュニケーション): 会員間コミュニケーションの活性化。SNS 発信向上プロジェクトを傘下に持つ。

今期は SNS メンバーの奮闘で、会員内外に向けた MCEI の活動を発信できた。

##### ●SNS 発信向上プロジェクト: MCEI の魅力発信、および魅力あるコンテンツの作成、実施

「もしエム」: 会員企業のマーケティング実務家が、企業の枠を超えてチームを結成。マーケターとしての実力を発揮しながら、新たな経験や参加者同士の交流を通じて自己成長と発見の機会を獲得するプロボノ型プロジェクト。

第 1 弾として、インブルーム社様の EC サイト立上げに向けたコンサルティング 3 か月にわたって実施。メンバーの知識やノウハウを最大限に活かし、1 月のサイトオープンに全面協力、成果を達成。

・チーム E (イベント): エンゲージメントを高めるためのイベントを企画。今期は未着手。



### (7)スキルアップ講座

MCEI の有料スクール卒業生を対象に、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。

今期は 2 回実施。【実施記録 11ページ 参照】

以上

.....

### (8)表彰

<2022 年度表彰>

1993 年度より実施してきた「エグゼクティブ・オブ・ザ・イヤー」「マーケター・オブ・ザ・イヤー」の表彰制度を休止し、「イノベーター・オブ・ザ・イヤー」を新設。

協創・働き方改革・副業(複業)・・・様々な価値観の中から真のリーダーが生まれていく現代において、世の中にイノベーションを起こし、実践した人財を讃える賞。

#### ●第 1 回受賞者(2 名)

阿久津智紀氏

株式会社 TOUCH TO GO 代表取締役

JR 東日本スタートアップ株式会社 マネージャー

坂本崇博氏

コクヨ株式会社 ワークスタイルイノベーション部 働き方改革プロジェクト アドバイザー

合同会社 SSIN 代表

宮城学院女子大学 非常勤講師

以上

# MCEI 東京支部 2022 年研究会実施記録

◆定例研究会◆				
月日	テーマ	会社名・所属名・役職	講師	出席
2022年 5/11	シン・コミュニケーション戦略 会員企業の挑戦～NEXT NORMAL 時代の最先端マーケティング～	ココヨ(株) 在宅百貨プロジェクト (株)ドゥ・ハウス 上席執行役員 (株)ワロップ放送局 代表取締役社長	城間健市郎氏 舟久保竜氏 頃末敬氏	22
6/29	変化するドラッグストア・進化するコミュニケーション～リアル店舗がつくる、お客さまとメーカーの新たな関係～	(株)サンキュードラッグ 代表取締役社長 兼 CEO	平野健二氏	44
7/27	宮地新理事長就任記念フォーラム 「ニューノーマル時代の新市場創造～不確実な時代にマーケティング実務家が目指すべきこと～」	東京支部理事長(カゴメ(株) 執行役員 野菜を取ろうキャンペーン推進室長) 早稲田大学商学学術院 教授 東京支部副理事長(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) 理事(ココヨ(株)ワークスタイルイノベーション部 働き方改革 PJ アドバイザー 一般社団法人 日本健康企業推進者協会 顧問 合同会社 SSIN 代表助言家)	宮地雅典氏 守口剛氏 高津尚子氏 坂本崇博氏	190
8/9	MCEI イノバーターズ 2022 開講記念 緊急セミナー「世の中の変化で生まれたイノベーションのタネーあなたならどう挑む!? 社会課題 100 連発一」	ココヨ(株)ワークスタイルイノベーション部 働き方改革 PJ アドバイザー 一般社団法人 日本健康企業推進者協会 顧問 合同会社 SSIN 代表助言家	坂本崇博氏	16
9/27	円安・コロナ禍・原料高。三重苦の逆境下でも元気な企業とは? 「暗い時代に、マーケターが元気になる明るい話」	(株)マクロミル グローバルリサーチ本部 上席執行役員 ビルコム(株) プロデュース局 シニアコンサルタント (株)ハルメク・エイジマーケティング 執行役員 営業局長	小池直氏 中島美華氏 後藤昭人氏	47
10/25	悩んだら本人に聴け! シン・Z 世代研究会キックオフ～10年後の消費の主役・Z 世代に直撃インタビュー	(株)オノフ 代表取締役 (株)超十代 代表取締役 <パネリスト> Z 世代インフルエンサー3名 <ファシリテーター>ココヨ(株)ワークスタイルイノベーション部 働き方改革 PJ アドバイザー 一般社団法人 日本健康企業推進者協会 顧問 合同会社 SSIN 代表助言家	安宅正晴氏 平藤真治氏 坂本崇博氏	47
11/22	「生活者とウェルビーイングを共創する地域拠点」としての商業施設	(株)ジェイアール東日本企画 「未来の商業施設ラボ」プロジェクトリーダー/シニアストラテジックプランナー	村井吉昭氏	20
2023年 1/24	「TOUCH TO GO(無人決済店舗システム)」が切り開く、マーケティング戦略の未来	(株)TOUCH TO GO 代表取締役社長 JR 東日本スタートアップ株式会社 マネージャー <対談>ココヨ(株)ワークスタイルイノベーション部 働き方改革 PJ アドバイザー 一般社団法人 日本健康企業推進者協会 顧問 合同会社 SSIN 代表助言家	阿久津智紀氏 坂本崇博氏	28
2/28	不確実な時代の企業課題と価値創出【第1回】 課題先進地・北海道の企業に学ぶ、逆境を味方にする新時代経営	日本経済新聞社 調査担当部長 コープさっぽろ 理事長	白鳥和生氏 大見英明氏	37
3/28	不確実な時代の企業課題と価値創出【第2回】 明日を切り開く先進企業の実践事例	(株)アキレスリテール エグゼクティブアドバイザー (株)ニチレイフーズ マーケティング部 マーケティンググループリーダー (株)ヤクルト本社 業務部 企画調査課 課長	山岸守氏 田口祐二氏 金安輝起氏	34
	計 10 回 (昨年12回) ※4 月、12 月は休会 ※10 月以降は、オンラインとオフライン同時開催	参加合計485人 1 回平均 48.5 人 (昨年度:694 人 1 回平均57.9人)		

◆お客さま学研究会◆

月日	テーマ	会社名・所属名・役職	講師	
4/22	『生活者のウェルビーイングのために企業は何ができるか？インサイトマーケティングの先駆者とともに読み解く、「幸福・ウェルビーイング」』	(株)デコム 代表取締役	大松孝弘氏	11
5/31	香川から世界へ！クラウドに依存しない安心・安全なデジタルマーケティング技術	(株)グッドクリエイト 代表取締役社長	山本真大氏	15
11/15	小売業の実践 SDGs 経営	東京大学 医学部附属病院 口腔顎顔面外科 特任講師 慶應義塾大学 商学博士 主任研究員 リンジーアドバイス(株) 代表	渡辺林治氏	14
12/20	非IT人材でもDX推進できるkintone(キントーン)活用法	サイボウズ(株)ビジネスマーケティング本部 コーポレートブランディング部 製品広報	森信一郎氏	16
1/26	原材料高騰の苦しい時代にこそ見直すべき商品、価格の考え方は？	プライシングスタジオ(株) 取締役 COO	相関集氏	14
2/24	うちの会社もそうかも！？ダメ事例から見る DXを阻む3つの元凶とは？	(株)DPLUS 代表取締役社長 CEO 情報経営イノベーション専門職大学 客員教授	宮崎善輝氏	8
	計6回(昨年12回)オンライン開催 ※6月～10月、3月は休会	参加合計 78人 1回平均13人 (昨年度 186人 1回平均15.5人)		

◆第22期ビジネススクール◆ 「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」

月日	テーマ	会社名・所属名・役職	講師
1/19	コロナ禍における営業活動と今後の機会について	麒麟ビール(株) 流通営業本部 セールスサポート部 部長	阿部学氏
2/16	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
3/16	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
4/20	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
5/19	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
6/15	ヤクルトの新品展開事例	(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
7/21	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23期ビジネススクール◆ 「予測困難な時代を生き抜くイノベーションとプロフェッショナル」

月日	テーマ	会社名・所属名・役職	講師
1/25	健康寿命の延伸に向けた競争による価値創出～野菜をとうろくキャンペーンの事例から～	MCEI 東京支部理事長 カゴメ(株)執行役員 野菜をとうろくキャンペーン推進室長	宮地雅典氏
2/15	課題先進地域に学ぶメーカーと小売業の価値協創～近未来日本の社会課題解決に向けて～	(株)Believe-UP 代表取締役	信田洋二氏
3/16	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 部長	前田卓哉氏
4/26	ファンビジネスで求められるコミュニケーションとは	(株)光文社 取締役 メディアビジネス局 局長	大給近憲氏
5/24	百貨店のあくなき挑戦！大きく変わる新宿西口の中で…	(株)京王百貨店 取締役 販売促進部長	大江弘祥氏
6/28	ヤクルト1000の展開事例	(株)ヤクルト本社 業務部企画調査課課長	金安輝起氏
7/21	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
2/24	仕掛学：人を動かすアイデアの作り方	大阪大学大学院 経済学研究科 教授、博士(工学)	松村真宏氏
3/23	行動観察の実践	(株)オージス総研 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
4/27	マーケティングを脳科学から見つめ直す	(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
5/25	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5期感覚マーケティング実践研究会◆

2023	テーマ	会社名・所属名・役職	講師
2/16	感動を測るー“何となく”の見える化手法ー	金沢工業大学 情報フロンティア学部 心理科学科教授 感動デザイン工学研究所 顧問	神宮英夫氏
3/16	最新のニューロサイエンスによる感覚マーケティングの再考	SixthFactor Pte Ltd Director	辻本悟史氏
4/12	「売れるにつなげるデザイン」を、画像解析で定量化	コニカミノルタ(株) プロダクションプリント事業部 PP販売促進部 新規印刷推進グループ	浦谷勝一氏 井上暁氏 姜 抒旻氏
4/19	非接触ロボット×マーケティング 店舗実験キックオフミーティング	<参加企業>カゴメ(株)、大和製罐(株)、全日本食品(株)、コニカミノルタ(株)、テクノホライゾン(株)、(株)オリイ研究所、プロモツール(株)、(株)TVC	
5/15 ~21	店舗実験 実施(茨城県内スーパー)		

◆MCEI イノベーターズ 2022(第3期イノベーターズワークショップ)◆

月日	テーマ	会社名・所属名・役職	講師
2022年 9/21	イノベーターの素養・イノベーション理論を学ぶ	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
11/16	アイデア出し力を学び、アイデア出し実践演習		
2023年 1/18	新事業開発ノウハウを学び、新事業を考える		
3/8	新事業アイデアプレゼン大会		
4/18	卒業生成果発表会&トークセッション 互いの企業の強みやリソースを活かした新事業協創アイデアを特別公開	イノベーターズ 2022 卒業生	

◆スキルアップ講座◆

月日	テーマ	会社名・所属名・役職	講師
6/20	新聞記者式伝わる文章術 数字・ファクト・ロジックで説得力をつくる	日本経済新聞社 編集総合編集センター調査グループ 調査担当部長	白鳥和生氏
11/16	実録 人生年表の作り方ー基礎編 性格傾向別『志』の見つけ方	MCEI 東京支部事務局長 / 日本橋経済新聞編集長	仁藤正平

<MCEI 大阪支部 2022 年度活動報告、及び、収支報告>

2022 年度は大阪支部創立 49 周年の年でした。3 年目となった新型コロナ感染拡大の影響はかなり運営を圧迫し、本年度も厳しい一年となりました。

昨年、一昨年に引き続きリアル会場とオンラインの併催を実施。本年度はオンラインのみの開催は 8 月のみで、後の 11 回は全てハイブリッド開催。しかも 3 月は 3 年ぶりに第 2 部を開催。11 名の参加を得ました。

4 月は買い物弱者対策を近畿大学高橋先生に、5 月は SDGs に必要なイノベーション起想方法を会員社である石光商事の井上さんに、6 月は同じく会員社のトッパン・フォームズ田代さんにダイレクトメールに関する調査のお話をお聞きました。

7 月は久しぶりに文美月さんにご登壇いただき、8 月は会員社キリンビバレッジ加藤さんに午後の紅茶のパーパスブランディングを、9 月は大阪・下町のシューズメーカーリゲッタの高本社長にお話をいただきました。10 月は関西成長戦略としてのアートのお話をアートローグの鈴木さんに、11 月は恒例となった品田英雄さんからの 2022 年のヒット商品振り返りと 23 年予測のお話。12 月は奈良の地場産業靴下メーカーニットウィン西口専務の新たな事業展開のお話。

1 月は大阪大学フォーサイト松波社長に「Foresight Creation」の実践のお話を、2 月は企業ミュージアムとインターナルコミュニケーションのお話を栗津さんに、3 月は北部九州で開催されているホームセンターグッデイの DX の取り組みのお話を、柳瀬社長を大阪にお迎えしてお伺いしました。

水口ゼミナールは、2022 年度は開催を見送りましたが、2022 年の年末に東京支部のメンバーと「水口オマージュ対談」をオンラインで実施、その様子は 2023 年に百人百語に掲載されました。

2022 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あり、最終的に法人会員 6 社(前年度比同数)、個人会員 10 名(前年度比 1 名減)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さらに約 3 名ずつ減らす状況となりました。

続きまして、2022 年度の収支に関してご報告いたします。ゲスト参加は予定通りの集客でしたが、会員減と、講師の交通費、充実したオンライン配信に対応するための会場費が増えたため、最終的に 32,216 円の赤字となりました。

大阪支部定例研究会 実施内容(2022年度開催12回/第2部は2023年3月から再開)

年	月	テーマ	講師	出席者数	
				第1部	第2部
2022年	4月	買い物弱者対策の種類と事例 ～商学は地域を救う、のか?～	近畿大学 経営学部 教授 高橋 愛典氏	30	0
	5月	SDGsに必要なイノベーション起想方法について	石光商事株式会社 事業改革推進本部 サステナビリティ推進チーム 本部 長補佐兼リーダー 井上 英司 氏	19	0
	6月	「ダイレクトメールに関する2021年調査」徹底解剖	トッパン・フォームズ株式会社 リージョン企画販売部 関西企画 G 田代 良太郎 氏	38	0
	7月	社会課題をビジネスで解決する ～食品ロス削減に挑む「ロスゼロ」の取り組み～	株式会社ロスゼロ 代表取締役 文 美月氏	28	0
	8月	午後の紅茶のパーパス・ブランディング ～CSVを基軸とするブランド戦略～	キリンビバレッジ株式会社 マーケティング部 ブランド担当 主査 シニアブランドマネージャー 加藤 麻里子 氏	32	0
	9月	楽しく歩く人をふやす ～大阪・下町のリゲッタが目指す企業像とは～	株式会社リゲッタ 代表取締役 高本 泰朗 氏	26	0
	10月	関西成長戦略としてのアート。万博を機に世界最大規模の「大阪関西国際芸術祭」開催に向けて	株式会社アートログ 代表取締役 CEO /Study:大阪関西国際芸術祭 創設者・総合プロデューサー 鈴木 大輔 氏	25	0
	11月	2022年のヒット商品を振り返り、23年を予測する～ひとつ先を読んで仕事を面白く!～	日経BP 総合研究所 客員研究員 品田 英雄 氏	31	0
	12月	NISHIGUCHI KUTSUSHITA しごとの話。	株式会社ニット・ワイン 専務取締役 西口 功人 氏	23	0
2023年	1月	新しい価値を生む方法論「Foresight Creation」の組織における実践	大阪大学フォーサイト株式会社 代表取締役社長 松波 晴人 氏	26	0
	2月	企業ミュージアムとインターナルコミュニケーション	一般社団法人 国際CCO 交流研究所 理事・主任研究員 粟津 重光 氏	24	0
	3月	GoDay X (グッデイエックス) 地方企業が挑んだ「人」のDX	嘉徳無線ホールディングス株式会社 代表取締役社長 柳瀬 隆志 氏	39	11
<b>計 341 人(1研究会あたり 28.5 人)</b> <b>(昨年度:379 人&lt;31.6 人&gt;)</b>					

## 2. 2022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(2022年4月1日～2023年3月31日)>

収 入			
I. 一般会計		['22実績]	['22予算]
年会費	法人53社	9,090,000	9,090,000
	個人18名	885,000	1,140,000
特別会費	納会個人	0	0
	コミュニケーションサロン	10,000	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	16,500	0
	プレティン広告費	0	0
大阪支部 (相殺)	百人百語代		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		10,001,500	10,260,000

II. プロジェクト別会計			
		['22実績]	['22予算]
ビジネススクール(第23期)		2,640,000	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
イノベーションズワークショップ(第3期)		0	0
感覚マーケティング実践研究会(第5期)		599,500	517,000
プロジェクト別会計合計		3,239,500	4,477,000

III. その他			
		['22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メーカー)		0	0
雑収入(未払金戻り他)		263,134	0
雑収入(事業復活支援金)		1,000,000	0
受取利息		118	0
その他合計		1,263,252	0

I～III総計			
		14,504,252	14,737,000

### 【東京支部計算書の説明】

#### ■収入の部

\*会費収入 22年計画: 法人55社、個人25名  
22年実績: 法人53社、個人18名

#### \*プロジェクト収入

・ビジネススクール: 計画24名⇒実績16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10名

#### \*その他収入

・雑収入(未払い金戻り他): ビジネススクールのリアル会場費、卒業パーティー代などに予算を充てていたが、コロナ感染状況を見てリモートに切り替えたため

#### ■支出の部

##### \*定例活動

・定例研究会: 10月よりハイブリッド開催に切り替えたため、会場費を加算  
・理事会・委員会: コロナ感染状況を見て会議をリモートに切り替え費用減  
・プレティン: 情報発信ツールとしての紙媒体使用を停止したため費用減  
・百人百語: 創刊40号記念号として特別企画を掲載したため費用増  
・広報: 有料PRサイトなどを使用しなかったため費用減

##### \*会維持・運営

・事務用品費、印刷費、通信費、消耗品費:  
理事長交代や事務所移転による住所変更連絡、封筒や名刺などの印刷、移転手続などで費用増

##### \*租税公課

消費税免税年

支 出			
I. 一般会計		['22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		18,036	0
理事会・委員会		73,152	200,000
定例研究会		538,971	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)		90,500	400,000
百人百語		401,500	300,000
国際		0	0
広報		0	500,000
ホームページ		622,600	730,000
定例活動合計		1,744,759	2,330,000
会維持・運営			
旅費交通費		30,930	20,000
事務用品費		126,515	100,000
印刷費		479,020	200,000
通信費		421,040	320,000
税理士報酬		314,268	314,268
雑費		92,450	50,000
新聞図書費		0	30,000
書籍購入費		0	20,000
消耗品費		59,549	20,000
賃借料(コピー機)		447,120	450,000
会維持・運営合計		1,970,892	1,524,268
事務局費			
法定福利費		706,301	720,000
委託費		0	0
交通費		343,015	380,000
家賃(含水道光熱費)		2,574,711	2,657,000
役員報酬		2,400,000	2,400,000
給料		4,080,000	4,080,000
事務局費合計		10,104,027	10,237,000
その他			
寄付金		0	0
租税公課		4,050	0
その他合計		4,050	0
一般会計合計		13,823,728	14,091,268

II. プロジェクト別会計			
		['22実績]	['22予算]
ビジネススクール(第22期)		0	0
ビジネススクール(第23期)		892,105	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)		0	0
スキルアップ講座		0	111,111
ミレニアル・Z世代 自主講座		0	0
イノベーションズワークショップ(第3期)		111,111	111,111
感覚マーケティング実践研究会(第4期)		100,000	0
感覚マーケティング実践研究会(第5期)		522,977	264,999
プロジェクト別会計合計		1,626,193	1,177,221

III. その他			
		['22実績]	['22予算]
事務所移転	保証会社初期費用	286,000	143,000
	敷金	449,964	572,000
	原状復帰	259,374	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		995,338	1,615,000

IV. 予備費			
		['22実績]	['22予算]
予備費		0	500,000
予備費合計		0	500,000

I～IV総計			
		16,445,259	17,383,489
収支差額		-1,941,007	-2,646,489
前期繰越金		6,846,243	6,846,243
次期繰越金		4,905,236	4,199,754

<大阪支部(2022年4月1日～2023年3月31日)>

収 入		
I. 一般会計	【実績】	【2022年予算】
年会費法人	900,000	900,000
年会費個人	530,000	580,000
ゲスト参加費	237,000	240,000
水口ゼミナール参加費	0	10,000
第2部参加費	10,500	0
受取利息	7	0
<b>総計</b>	<b>1,677,507</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10名(期初1名減)  
シニア1名
- ②ゲスト参加 61名(会場:一般28名 学生3名  
OL:一般29名 学生1名)
- 個人会員1名減により50,000円の収入減となる。

■支出の部

- ①会員など無償講師が5名あり、講師謝礼は削減できたが、会場費を予算内に抑えることができなかった。
- ②関西地区以外からの講師が2名となり、交通費が予算以上必要となり、結果的にその分が赤字となった。

支 出			
I. 一般会計		【実績】	【2022年予算】
理事会・委員会		0	0
定例研究会	講師謝礼など	387,775	495,000
定例研究会	会場費	140,424	80,000
講演録製作費	テープ起こし	288,000	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		16,500	13,000
広報			0
Web			0
会維持・運営	通信費	3,454	5,000
	交通費	81,920	50,000
	事務用品費	0	1,000
	印刷費	0	0
	雑費	11,650	15,000
事務局費	委託費	780,000	780,000
	事務局/理事長		0
	経理処理/Web等		0
予備費		0	0
<b>総計</b>		<b>1,709,723</b>	<b>1,727,000</b>
当期収支差額		<b>-32,216</b>	<b>3,000</b>
前期繰越金		102,509	102,509
次期繰越金		70,293	105,509



3. 2022年度 NPO・MCEI 事業報告書

## 令和4年度事業報告書

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

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。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 22 回	首都圏・近畿圏を中心に全国	25 人	東京 485 人 大阪 341 人 延べ 826 人	1,085
	マーケティング戦略の研究会	年間 6 回	首都圏中心に全国	10 人	延べ 78 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 126 人	892
	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 24 人	623
	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 88 人	111
	生涯学習支援	随時	首都圏と近畿圏	7 人	延べ 1,800 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	記録年6回 発行休止	首都圏と近畿圏	7 人	延べ 1,800 人	379
	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	401
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4年度特定非営利活動に係る事業会計収支計算書

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・入会金収入			
(1) 法人会員年会費・入会金	9,990,000		
(2) 個人会員年会費	1,415,000		
(3) 特別会費	257,500	11,662,500	
2 事業収入			
(1) 研究会・勉強会事業収入	3,239,500		
(2) 広報出版事業収入	0	3,239,500	
3 寄付金収入			
(1) 寄付金収入	0	0	
4 その他の収入			
(1) 事業復活支援金	1,000,000		
(2) 雑収入	263,259	1,263,259	
経常収入合計			16,165,259
<b>II 経常支出の部</b>			
1 事業費			
(1) 研究会・勉強会事業費	2,711,399		
(2) 広報出版事業費	780,000	3,491,399	
2 管理費			
(1) 給料手当(含む役員報酬240万円)	6,480,000		
(2) 家賃	2,574,711		
(3) 会議費	73,152		
(4) 広報費	622,600		
(5) 通信費	424,494		
(6) 事務用品費	126,515		
(7) 印刷費	479,020		
(8) 旅費交通費	455,865		
(9) その他運営費	2,307,238		
(10) 租税公課	4,050		
(11) 雑費	104,100		
(12) 寄付金	0	13,651,745	
経常支出合計			17,143,144
経常収支差額			▲ 977,885
<b>III その他資金収入の部</b>			
(1) 敷金戻り収入	122,036	122,036	
その他資金収入合計			122,036
<b>IV その他資金支出の部</b>			
(1) 敷金支出	572,000		
(2) 事務所移転支出	545,374	1,117,374	
その他資金支出合計			1,117,374
当期収支差額			▲ 1,973,223
前期繰越収支差額			6,948,752
次期繰越収支差額			4,975,529

## (3)貸借対照表

## 令和4年度特定非営利活動に係る事業会計貸借対照表

令和5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	61,416		未払金	1,256,717	
普通預金	11,381,197		前受金	5,130,000	
未収金	64,500		預り金	100,804	
前払費用	53,747		未払費用	97,810	
			未払消費税	0	
			流動負債合計		6,585,331
流動資産合計		11,560,860			
			2 固定負債		
2 固定資産					
敷金	572,000		固定負債合計		0
出版事業積立預金	4,000,000		負債合計		6,585,331
固定資産合計		4,572,000			
			III 正味財産の部		
			前期繰越正味財産	11,609,412	
			当期正味財産増減額	▲ 2,061,883	
			正味財産合計		9,547,529
資産合計		16,132,860	負債及び正味財産合計		16,132,860

## (4)財産目録

## 令和4年度特定非営利活動に係る事業会計財産目録

令和5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	61,416		
普通預金 (みずほ銀行麹町支店)	11,063,094		
普通預金 (みずほ銀行南船場支店)	318,103		
未収金(年会費、受講料)	64,500		
前払費用 (通勤定期代)	53,747		
流動資産合計		11,560,860	
2固定資産			
敷金 (東京支部事務所)	572,000		
出版事業積立預金	4,000,000		
固定資産合計		4,572,000	
資産合計			16,132,860
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)	1,256,717		
前受金 (東京・大阪支部年会費)	5,130,000		
預り金 (事務局・講師・税理士源泉所得税他)	100,804		
未払費用 (大阪・事務局費他)	97,810		
未払消費税	0		
流動負債合計		6,585,331	
2固定負債			
固定負債合計		0	
負債合計			6,585,331
正味財産			9,547,529

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4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5年 6 月 6 日

監 事

福崎隆司 

## 5. 理事選任の件

2023年6月27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}

市川 英次(湘南ヤクルト販売)

岩崎 正樹(花王)

奥村 剛飛(ニチレイフーズ)★

越智 由香子(大日本印刷)

角屋 秀典(サントリー)

楠見 宏(味の素)★

木暮 和樹(キリンビバレッジ)

後藤 昭人(ハルメク・エイジマーケティング)★

斎藤 潤子(ランスタッド)

坂本 崇博(ココヨ)

嶋司 貴裕(TVC)

高津 尚子(日本製紙クレシア)

竹内 仁孝(千修)

中西 昇(富士電機)★

仁藤 正平(MCEI 東京支部)

船越 一博(ハウスウェルネスフーズ)★

本田 健(カルビー)

増田 隆行(全日本食品)★

町野 公彦(ジェイアール東日本企画)

宮地 雅典(カゴメ)

{大阪支部}

齋藤 秀雄(ISSO)

藤村 滋弘(BEYOND BORDERS)

増田 訓英(TOPPAN エッジ)

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

2023年6月27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。

福崎 隆司

以上が監事候補者です。

大阪支部を担当されていた監事が退任され、後任が現時点で確定していないことから、今総会での選任は1名となります。

## 7. 退任理事・監事

2023年6月27日通常総会をもって、任期満了により理事の阿部学氏、畑中康任氏、宮川浩幸氏、向出光男氏、監事の今井知子氏が退任されます。在任中のご功労に会員一同心より感謝申し上げます。

## 8. 2023 年度 東京支部・大阪支部 活動方針

### 【1】東京支部活動方針

中長期課題(1ページ)最終年度として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。

#### <2023 年度計画>

### 1. MCEI の独自価値を発揮した、他の研究会との明確な差別化

- ① 実務家集団としての、「共創」と「協創」
  - …共感して協力することで生まれるイノベーションの創造
  - ・協創機会の創出で会員間の協創事例を蓄積、広報活動強化で事例情報を発信
  - ・協創事例を増やすための、会員社ニーズのヒアリング＝繋ぎマッチング
  - ・実行-成功することで実受益者を増やす、その事例報告による正のスパイラル
- ② コンテンツの強化に向けた「選択と集中」による独自価値と差別化の明確化
  - ・MCEI 提言の定例化と内容の高度化
  - ・ビジネススクール、定例会 3 回シリーズ、感覚マーケティングの内容充実
  - ・各講座の聴講者満足度、聴講者感動度をあげるための施策検討
  - ・有料講座、無料講座の位置づけ再確認
  - ・強いコンテンツのための課題整理と対策立案
  - ・イノベーション、新しい事業アイデア、新しいテーマのコンテンツ開発
- ③ 海外ネットワーク、大阪支部との連携
  - ・台湾、大阪支部、その他グローバル地域との事例共有化による交流の活性化
  - ・海外での成功事例と失敗事例、流行、これから可能性の大きい領域の実態把握
- ④ MCEI 情報発信力強化
  - ・情報発信のためのコンテンツ拡充と情報発信ルートの開発(広報)

### 2. 会員各社との交流促進による MCEI の一体化とネットワークの強化

- ① リアル開催による、理事、会員社、会員社同士との交流の活性化
- ② 会員社が抱えている課題をテーマに共感する会員社との PBL 型セッション※  
※PBL=Problem Based Learning あるいは Project Based Learning

### 3. 若年層との接点拡大

- ① 過去の研修受講者とのネットワークづくり
  - ・テーマに基づく、交流会、オンラインサロン
- ② 産・学連携による関与者の増加
  - ・会員社の課題をテーマにした大学ゼミ生の「PBL 型ビジネス提案コンテスト」表彰など、実施に向け検討

### 4. 中期方針の策定と実行

- ① 3 年、5 年後のありたい姿、中期計画の策定、ロードマップ、KPI の設定
- ② MCEI の独自価値の明確化と徹底化に向けた方針の策定と実行

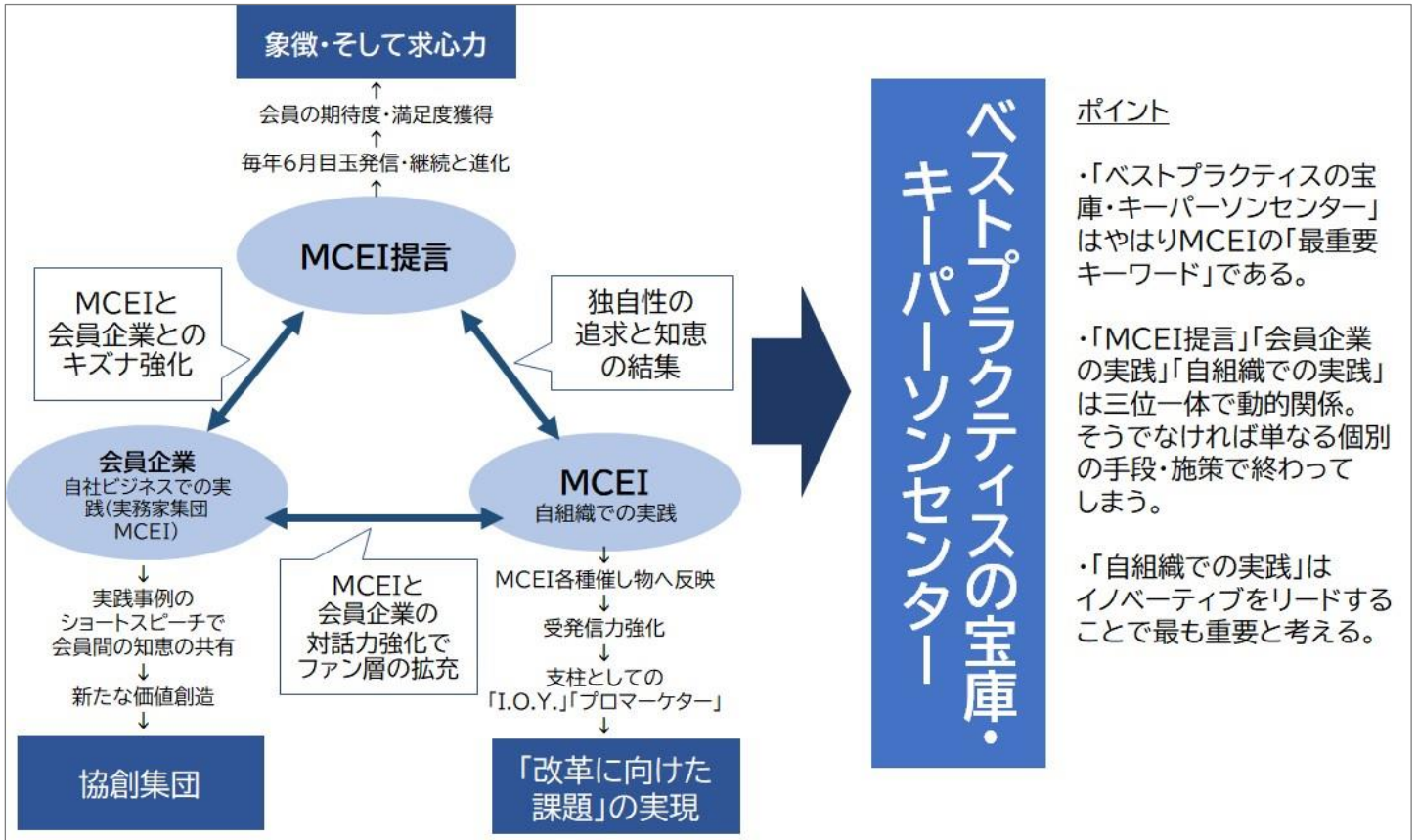
<2023 年度計画達成のためのアクションプラン>

I 「MCEI 提言」

- 1 無限に広がる「協創」が生み出す新たな「市場と価値」は魅力的だ
- 2 未来を予測するな、想像して創造しよう
- 3 生産から消費は、「感動の掛け算」で繋がっている

提言を求心力に会員間の協創機会創出、MCEI と会員の関係強化を図る

これからの MCEI





世代・嗜好・ライフスタイルなど多様な切り口で捉える「顧客研究 & 協創実践」に重点を置き「シン・Z 世代研究会」や「シニア世代研究会」によって得た知見発信や実践展開事例先行研究事例共有の場とする。

組織的にはお客さま学研究会を傘下に編入し、ミーティング委員会メンバーは各々の希望に応じて「Z 世代研究」・「シニア世代研究会」に編入するものとする。

② シン・Z 世代研究会

2023 年 9 月までの第 1 期の活動期間とし、その総括を「お客さま学研究会」の場で行う。10 月以降、引き続き Z 世代研究に寄与する内容のテーマで講演会運営を行う。

③ シニア世代実践研究会

6 月より参加企業を募集。10 月キックオフ。

## 2 ナレッジワーク委員会

### ① ビジネススクール

イノベーターズワークショップを吸収し、有料化してビジネススクールとプログラムを統合。期間限定で「ビジネススクール(BS)革新委員会」を編成し、現状の課題を整理しながら、ユーザー視点も踏まえた新たな価値創出に向けて議論・推進する。

#### 【BS 革新委員会】

メンバーイメージ: 宮地理事長を中心に 40 代の決定権のあるプロマーケターを組織

実施期間: 6 月～8 月。9 月まとめ、10 月に第 24 期受講募集開始 1 月開講。

### ② 感覚マーケティング実践研究会

実施時期を早め、11 月第 6 期開講を目指す。3 月店舗実験、4 月レビューとする。

## 3 エンゲージメント向上委員会

22 期の活動状況を見直し、課題ごとに分けていた 4 チーム(分析ワーク、出版&広報、会員コミュニケーション、イベント)の編成を見直し、より効果的かつスピード感を持って進められる体制に再編成する。

## 4 事務局

会員企業ヒアリングを継続し、各社の課題解決のヒントとなるテーマを抽出、研究会開催につなげる。

また、各委員会の運営支援や会員間ビジネスマッチングの場づくりにも尽力する。

経費見直しも引き続き推進する。(ウェブサーバーコスト見直し、複合機リースアップ等)

## Ⅲ 2023 年度収支予算案

【30ページ 東京支部 2023 年度収支予算書】

以上

## 各委員会の 2023 年度活動方針・計画

22ページの「2023 年度東京支部活動方針」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

#### <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。

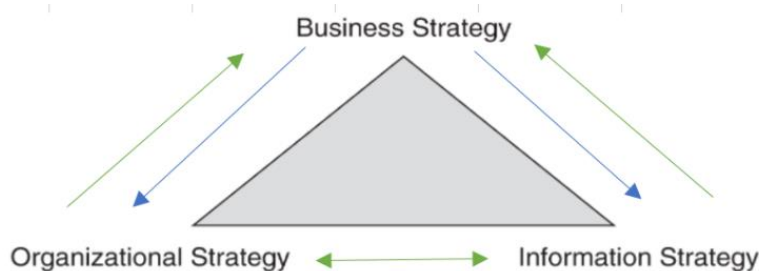
提案項目：組織改革・方向性提示・情報インフラ整備・収支改善・会員増強・有償企画集客など

#### ●新たな情報システム(IS)の構築

昨年度掲げたテーマに再チャレンジ。マーケティングの実践を標榜する組織として、世の中の変化に最適な対応をするため、ついでには MCEI の 2023 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)の構築を図る。

#### I 主旨

- ① 2023 年度の事業戦略(独自価値の創造、他研究会との差別化、MCEI のネットワークの強化)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、エンゲージメント向上委員会と連携して実施にあたる。早急な対応を実現するため、外部有料サービス使用も検討。2023 年度中に正式運営開始を目指す。

#### ●理事会、委員会の役割明確化

MCEI 提言を求心力に会員間の協創機会創出、MCEI と会員の関係強化および理事会、各委員会の結束、実行力の強化を図る。さらに理事会、各委員会の活動をホームページや SNS を通じて発信し、MCEI の改革を誰にでもわかるように伝える。

・理事会の関与度のアップを提案。具体的には定例研究会の運営面で、MCEI 提言 8 つのキーワードをテーマにした講師交渉、毎月の司会進行、講演レポートの担当制など、ルールとスケジュールを決めて進めていく。

## (2) 価値協創実践研究会

### ① シン・Z 世代研究会

2023 年 9 月までの第 1 期の活動期間とし、その総括を「お客さま学研究会」の場で行う。  
10 月以降、引き続き Z 世代研究に寄与する内容のテーマで講演会運営を行う。

### ② シニア世代実践研究会(仮)

「シニア」という名称から、もっと時代に合った名称に変更予定。  
6 月より参加企業を募集。10 月キックオフ。研究会名は再考する。

### ③ お客さま学研究会

上記 2 部門の活動で得た知見発信や実践展開事例、先行研究事例を共有する場とする。年に 2  
~3 回開催予定。また、「世代論」を総体的に学べる場として年 1 回の講演も計画する。

## (3) ナレッジワーク委員会

### ① 新ビジネススクール(仮)

24 年 1 月開講・第 24 期からの内容革新に向けて 6 月に「ビジネススクール(BS)革新委員会」  
を発足。

宮地理事長を中心に、40 代の決定権のあるプロマーケターで組織し、ビジネススクールの内容  
の革新を進める。

<実施案>

現行	24 期(案)
ビジネススクール:年 7 回 165,000 円 イノベーターズ :年 4 回 無料	①基礎コース :年 6 回 偶数月 120,000 円 ②スキルアップコース:年 6 回 奇数月 120,000 円 ①+②通期コース :年 12 回 200,000 円

### ② 感覚マーケティング実践研究会

消費者の感覚に訴えかけ、行動に影響を与える「感覚マーケティング」を学び実践する会として、第  
6 期を 11 月スタート予定。感覚マーケティングにおける最新技術と事例を座学で学び、さらにそ  
れらを活用した店舗実験、効果測定まで一気通貫で行う。マーケティング実務や商品販促に直接生  
かせる、学びの多い研究会を目指す。

## (4) エンゲージメント向上委員会

1)MCEI の認知度向上、2)実務家集団らしい生き活きとした活動状況の発信、3)会員同士の相  
互交流の促進 の3つを重点課題ととらえ傾注する。他の業務については効率化をはかりアウトソ  
ーシングや工数削減に努める。

### 1)MCEI の認知度向上

①MCEI 提言に基づいた定例研究会の開催告知方法を増やす。

具体案)

・定例会の 3 週間前には毎回 PR タイムスで発信する。

- ・定例会登壇企業との共同リリースを依頼する。
- ・定例会担当理事からの集客依頼
- ・MCEI の SNS グループでの告知

②委員会内での、認知度向上にむけた話題作りの議論活性化

2)実務家集団らしい生き活きとした活動状況の発信

- ①定例会には、理事が 2 名以上持ち回りで参加することとし、感想を MCEI の SNS で発信する。
- ②定例会の記録については、幅広い世代に活用してもらいやすい形式と発信方法で毎回着実に実施する。
- ③委員会や会員同士の交流を実施した際はなるべく写真を貼付し、SNS で発信する。
- ④百人百語は年末を待たずに文章の募集を開始し、SNS で随時発信していく。  
6 月～11 月の半年間で集まったものを年末に冊子として発行する

3)会員同士の相互交流の促進

- ①定例会への理事、委員の参加率を高める。
- ②MCEI サロン  
高津副理事長が中心となり毎月 1 回開催。毎回テーマを決めて「学びの場」を設定。MCEI らしい、ざっくばらんな雰囲気の中、テーマに沿った議論の場とする。
- ③会員限定 SNS グループの立ち上げ  
まずは理事、委員が入り、お互いの意見交換や委員会実施報告を行う。

4)その他

- ①分析ワーク  
事務局のリソース不足で中断している会員参加者分析基礎資料は予算化して、外注または学生アルバイトなどの力を借りて完成させ、分析作業に入る。
- ②停止しているブレティンの役割の着実な移行  
定例会の記録、会員同士の交流、キーパーソンへのセールスという 3 つの目的が存在  
・定例会の記録については、録画と自動文字起こしのファイル保存を持って記録とする。  
・会員同士の交流は上記3)に吸収する。  
・キーパーソンへのセールスは、ウェブでの発信内容を添付して年数回メール発信を行う。
- ③SNS 発信向上プロジェクト  
・ミーティング回数見直し 通常業務の負担になりすぎない隔週に変更  
・「もしエム」第 2 期実施
- ④スキルアップ講座は 23 年度は休止

以上

# MCEI東京 委員会・研究会 2023年度再編整理計画

## 理事会

### 未来委員会

各委員会の代表者で構成  
MCEI運営課題解決と中長期計画策定に関与

・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

宮地・高津・越智・斎藤・坂本・嶋司・岩崎・有賀・後藤

### 価値協創実践委員会

多様な業種業態の参加者によるクロードの会・参加企業のスキル・ノウハウ共有&実務コラボ展開。ネットワーク活用で新規会員獲得

#### シニア世代研究会

有賀・鈴木(亮)・安宅・松久・鈴木(理)・竹村・田原・平野・日野・中村・清水・荒川・齋藤・藤村

#### シニア市場戦略研究会

高津・後藤

【旧ミーティング委員会】  
岩崎・角屋・木暮・宮林・青木・クラコフ

#### お客さま学研究会

すべてのコストの負担者である「お客さま」を世代、クラスなど時代に合致した切り口で分析、研究し、その成果を発信する場。  
23年度は、Z世代、シニア研究の発信の場とする。

### ナレッジワーク委員会

ビジネススクール・マーケティング初級講座、感覚マーケティング実践研究会等の有償セミナーの企画・運営

#### BS革新委員会 (期間限定)

宮地・奥村・坂本・古市・船越・金安・前田

#### 新ビジネススクール(仮) (イノベーターズを吸収)

【基礎部門】  
市川・有賀・中島・町野・本田・奥村・船越・楠見

【スキルアップ部門】  
坂本

#### 感覚マーケティング実践研究会

嶋司・増田・石川

#### 収入拡大

有償スクール  
企画・集客

会員増強

### エンゲージメント向上委員会

・会員同士の交流促進  
・新規会員獲得  
・会員維持  
・会員コミュニケーション  
・MCEI情報発信

越智・斎藤・竹内・池澤・佐志田・宮野鼻・八頭司

#### SNS発信向上PJ

・SNSによる情報発信  
・MCEIのブランディングに貢献  
・「もしエム」:若手マーケターによる社会貢献活動

城間・中島・北條・川嶋・樋本・松尾・木澤・鈴木(理)・鈴木(良)・伊坪

#### MCEIサロン

マーケティングの枠を超えた、会員同士のリアル交流の場  
高津

### 事務局

・会員ヒアリング  
・各委員会運営支援  
・ビジネスマッチング支援  
・経費削減

#### スキルアップ講座

BS・イノベーターズ・感覚MK・ダイヤモンド営業研・MK初級卒業生を対象に、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。(2023年度は休止)

### 独自価値の確立

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

### 会員満足維持・拡大

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

### 収支構造の改善・再構築

5 収益バランス再構築

## 2023年度重点課題

## <MCEI 大阪支部 2023 年度 運営方針、及び、予算について>

2023 年度は、「新たな時代への挑戦―混迷の時代を生き抜くために―」というテーマを決め、活動してまいります。

3年間以上続いたコロナ禍からの回復、そしてそれ以前から続く VUCA の時代を生き抜くために、我々はどのように動かなければならないのか。そして、マーケティングの実践の場で、能動的にかつ具体的に行動するために、何をみつめ、何を突き詰めなければならないかを深く議論し、探究してゆこうと考えております。それこそが、特に今期、MCEI 大阪支部に課せられた使命ではないかと考えます。

また、今年度は MCEI 大阪支部創立 50 周年であり、水口健次創設理事長生誕 90 周年にあたります。その節目の年を記念する講演会の開催を予定しています。会の活動をより充実したものにするのは当然のことですが、それに加えて、会を広く認知していただき、ファンになって頂くために積極的に活動したいと考えます。

2023 年度の予算案については別表をご参照ください。今期も残念ながら法人会員・個人会員の退会があり、厳しい運営が続きます。運営方法を細かく見直ししながら、改善を続けていきたいと思っております。幸い、本来あるべきリアルな場での交流が出来るようになり、今期、4月、5月では、定例会のゲスト参加者が増え、個人会員も2名増となりました。

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、理事長委託費の減額を続けます。さらに、ここ数年、課題であった Web サイトの充実を図り、より MCEI 大阪支部の広報活動に予算を割くために、7月以降の講演録制作を一旦休止いたします。ただし、ZOOM をはじめ、記録動画を残すなどして、補完できる体制を整えます。そして、さらに快適なリアルとオンラインのハイブリッド運営をするために、新たな会場の模索も続けてまいります。

取り巻く環境が厳しい状況はまだありますが、知恵と工夫をこらし、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。

2023 年度の MCEI 大阪支部の活動に、どうぞご期待ください。

9. 2023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(2023年4月1日~2024年3月31日)>

作成日 6月4日

収 入			
I. 一般会計		【'22実績】	【'23予算】
年会費	法人63社	9,090,000	10,170,000
	個人25名	885,000	1,410,000
特別会費	納会個人	0	300,000
	コミュニケーションサロン	10,000	110,000
事業収入	定例研ビジターフィー	0	120,000
	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	16,500	15,000
	総会資料代	0	0
その他収入	オークション	0	150,000
	その他	0	0
一般会計合計		10,001,500	12,275,000
II. プロジェクト別会計		【'22実績】	【'23予算】
新ビジネススクール(第24期)		2,640,000	4,356,000
感覚マーケティング実践研究会(第6期)		599,500	935,000
価値協創実践研究会		0	0
プロジェクト別会計合計		3,239,500	5,291,000
III. その他		【'22実績】	【'23予算】
国際マーケティング会議		0	100,000
書籍収入		0	0
雑収入(未払金戻り他)		263,134	0
雑収入(事業復活支援金)		1,000,000	0
受取利息		118	0
その他合計		1,263,252	100,000
I~III総計		14,504,252	17,666,000

【東京支部予算書の説明】

■収入の部

\*会費収入 23年計画: 法人63社、個人25名

\*特別会費、事業収入

- ・納会 12月に開催を予定
- ・定例会ビジターフィー 6月特別定例会 2,000円×60名
- ・コミュニケーションサロン MCEIサロン+定例会後の懇親会参加料
- ・オークション 納会時に開催

\*プロジェクト収入 受講生増に全力

・新ビジネススクール案:イノベーターズと合体

2コース198,000円(税込)×22名目標

①基礎コース 1月~奇数月 6回

②スキルアップコース 2月~偶数月 6回

・感覚マーケティング実践研究会

座学8社、実験5社目標

①座学コース 49,500円×10社

②実験コース 88,000円×5社

\*その他収入

・国際マーケティング会議

台北支部来日に合わせ日台ビジネス交流会開催を予定

■支出の部

\*定例活動

リアル開催を想定した会場費、懇親会費を加算

活動内容の広報活動にも予算を設け力を入れる。

\*事務局費

・委託費 データ整備、講演録作成など外部リソースを活用

\*プロジェクト費

・新ビジネススクール 講座7回→12回に増やした費用

イノベーターズの予算もこちらに加算

\*その他

・国際マーケティング会議 日台ビジネス交流会開催費

\*租税公課

消費税免税年

支 出			
I. 一般会計		【'22実績】	【'23予算】
定例活動			
納会		0	1,000,000
コミュニケーションサロン		18,036	260,000
理事会・委員会		73,152	100,000
定例研究会		538,971	1,307,995
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)		90,500	400,000
百人百語		401,500	350,000
国際		0	0
広報		0	430,000
ホームページ		622,600	800,000
定例活動合計		1,744,759	4,647,995
会維持・運営			
旅費交通費		30,930	50,000
事務用品費		126,515	130,000
印刷費		479,020	300,000
通信費		421,040	320,000
税理士報酬		314,268	310,000
雑費		92,450	100,000
新聞図書費		0	30,000
書籍購入費		0	20,000
消耗品費		59,549	60,000
賃借料(コピー機)		447,120	225,000
会維持・運営合計		1,970,892	1,545,000
事務局費			
法定福利費		706,301	700,000
委託費		0	300,000
交通費		343,015	350,000
家賃(含水道光熱費)		2,574,711	1,836,000
役員報酬		2,400,000	2,400,000
給料		4,080,000	4,080,000
事務局費合計		10,104,027	9,666,000
その他			
寄付金		0	0
租税公課		4,050	0
その他合計		4,050	0
一般会計合計		13,823,728	15,858,995

II. プロジェクト別会計		【'22実績】	【'23予算】
新ビジネススクール(第24期)		892,105	2,391,111
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(前々期)		100,000	0
感覚マーケティング実践研究会(第6期)		522,977	590,000
価値協創実践研究会		0	100,000
プロジェクト別会計合計		1,626,193	3,081,111

III. その他		【'22実績】	【'23予算】
事務所移転	保証会社初期費用	286,000	0
	敷金	449,964	0
	原状復帰	259,374	0
国際マーケティング会議		0	300,000
ナレッジワーク出版事業		0	0
その他合計		995,338	300,000

IV. 予備費		【'22実績】	【'23予算】
予備費		0	500,000
予備費合計		0	500,000

I~IV総計		16,445,259	19,740,106
収支差額		-1,941,007	-2,074,106
前期繰越金		6,846,243	4,905,236
次期繰越金		4,905,236	2,831,130

収支予算書

<大阪支部(2023年4月1日~2024年3月31日)>

収 入

I. 一般会計

	【2022年実績】	【2023年予算】
年会費法人	900,000	600,000
年会費個人	530,000	515,000
ゲスト参加費	237,000	270,000
水口ゼミナール参加費	0	20,000
第2部参加費	10,500	150,000
受取利息	7	0
<b>総計</b>	<b>1,677,507</b>	<b>1,555,000</b>

【大阪支部収支予算書の説明】

■収入の部

①年会費は法人4社、個人9名、シニア4名(2名途中入会)

■支出の部

①定例研究会予算は講師謝礼約9名分

最低3名は無償講師で実施。

7月以降(藤村龍至氏除く)は講師費用減額。

②定例研究会会場費8会場分

最低4回は無償会場あるいは野外で開催

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。さらに理事長委託費を

6月以降5,000円に減額する。

④講演録作成は7月以降休止。

ただし、50周年記念講演は実施。(年間4回)

支 出

I. 一般会計

	【2022年実績】	【2023年予算】
理事会・委員会	0	0
定例研究会	387,775	360,000
定例研究会会場費ほか	140,424	137,000
講演録製作費	288,000	96,000
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	0	0
百人百語	16,500	15,000
広報		0
Web		0
会維持・運営		
通信費	3,454	4,000
交通費	81,920	90,000
事務用品費	0	1,000
印刷費	0	0
雑費	11,650	12,000
事務局費	780,000	730,000
委託費		
事務局/理事長		0
経理処理/Web等		0
予備費	0	0
<b>総計</b>	<b>1,709,723</b>	<b>1,555,000</b>
当期収支差額	-32,216	0
前期繰越金	102,509	70,293
次期繰越金	70,293	70,293



10. 2023 年度 NPO・MCEI 事業報告書

## 令和 5 年度事業報告書

令和 5 年 4 月 1 日～令和 6 年 3 月 3 1 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 4 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	首都圏・近畿圏を 中心に全国	25 人	延べ 1,000 人	3,175
	世代別マーケティングの研究会	年間 3 回	首都圏中心に 全国	22 人	延べ 150 人	0
	マーケター養成の勉強会	年間 12 回	首都圏中心に 全国	16 人	延べ 260 人	2,391
	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 24 人	590
	価値協創実践研究会	年間 12 回	首都圏を中心に 全国	22 人	延べ 300 人	100
広報出版	定例研究会報告とマーケティングの 情報発信	年間 12 回	首都圏と近畿圏	17 人	延べ 1,800 人	496
	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	350
国際交流	日台ビジネス交流会	9 月以降	首都圏を中心に 全国	25 人	延べ 100 人	300

## 11. 2023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5年4月1日～令和6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・入会金収入			
(1) 法人会員年会費・入会金	10,770,000		
(2) 個人会員年会費	1,925,000		
(3) 特別会費	860,000	13,555,000	
2 事業収入			
(1) 研究会・勉強会事業収入	5,501,000		
(2) 広報出版事業収入	15,000	5,516,000	
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			19,071,000
<b>II 経常支出の部</b>			
1 事業費			
(1) 研究会・勉強会事業費	6,556,106		
(2) 広報出版事業費	846,000		
(3) 国際交流事業費	0	7,402,106	
2 管理費			
(1) 給料手当(含む役員報酬240万円)	6,480,000		
(2) 家賃	1,836,000		
(3) 会議費	100,000		
(4) 広報費	1,245,000		
(5) 通信費	324,000		
(6) 事務用品費	131,000		
(7) 印刷費	300,000		
(8) 旅費交通費	490,000		
(9) その他運営費	2,375,000		
(10) 租税公課	0		
(11) 雑費	112,000		
(12) 寄付金	0		
(13) 予備費	500,000	13,893,000	
経常支出合計			21,295,106
経常収支差額			▲ 2,224,106
<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			▲ 2,224,106
前期繰越収支差額			4,975,529
次期繰越収支差額			2,751,423



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。