

◆MCEI東京支部が総力を挙げてお贈りする特別企画◆

Afterコロナ時代の 企業課題と価値創出

MCEI東京支部

【10月 12月 2月 3回シリーズ定例研究会】

企業課題解決のヒントと顧客・社会に向けた新たな価値創出、 Afterコロナ時代に企業が目指すべき方向性を徹底議論！

MCEI東京ではWith・Afterコロナ時代のさまざまな企業課題とその解決策を、「SDGsアンケート」や会員各社への「企業課題ヒアリング」を通して探求して参りました。その結果、業界を超えて浮かび上がってきた共通の課題感や、会員協創で解決の糸口が見えてきた課題など、MCEI東京として今後取り組んで行くべき幾つかのテーマを見出すことができました。

今回、そうしたテーマの中から「社会課題解決」「企業の取組姿勢と実践例」「新たな価値観と生活者理解」の3点にフォーカスを当てて深掘りする定例研究会を3回シリーズで企画しました。

各研究会では、SDGsなど社会課題解決を企業の成長機会と捉えて全社を挙げて取り組む会員企業の事例や、専門家による最新情報の報告、実務担当者によるパネルディスカッションなどを用意。生活者の価値観や情報経路、市場そのものが大きくシフトしたAfterコロナ時代に、マーケティング実務家そして企業が目指すべき方向性と具体的な先行事例を共に学んで参ります。

VUCAの時代とも言われる予測困難な状況の中で会員各社の新たな指針策定の一助となれば幸いです。社内関係各所にお声掛けの上、奮ってご参加ください。

▼ こんな方におすすめ

SDGs、CSV、CSR推進部門／マーケティング部門／商品開発／
研究部門／営業企画部門／人事、総務、教育部門／DX部門
新規事業開発担当

	日時	内容
第1回	10月26日(火) 17:30~ 19:30	<p>＜問題提起＞社会課題解決</p> <p>①「社会・企業パーパス・顧客そして社員」 ～会員ヒアリングから見えてきた会員各社の企業課題～ 3回シリーズ全体の流れ MCEI事務局長 仁藤正平</p> <p>②基調講演「クオリティ企業への変革を目指した社会課題解決への取り組み」 MCEI東京支部理事長 広浦康勝（ハウス食品グループ本社（株））</p> <p>③社会意識の基盤となりつつある「SDGs」とその取組事例 TSUKURU(株) 辻吉彦氏</p> <p>④「気候変動に関する科学的知見の企業経営への活用」 一般財団法人日本気象協会 小楠智子氏</p>
第2回	12月21日(火) 17:30~ 19:30	<p>＜企業＞企業の取り組み姿勢と実践例</p> <p>①エシカル消費とブランド選択への影響～ SDGsに代表される社会課題への消費者の意識変化～(仮) (株) インテージ 田中宏昌氏</p> <p>②パネルディスカッション 社会課題を企業の成長機会として捉える取組姿勢（仮） パネラー：TSUKURU(株) 辻吉彦氏 カゴメ(株) 宮地雅典氏 ハウス食品グループ本社(株) 南俊哉氏 ほか、1社調整中</p>
第3回	2月22日(火) 17:30~ 19:30	<p>＜顧客・社員＞新たな価値観と生活者理解</p> <p>①Z世代研究 第2章 新たな顧客理解のセオリー (株) マイナビ コンテンツメディア事業部</p> <p>②パネルディスカッション Z世代に代表される、新しい価値観と情報経路を持った顧客層 そして社員が共感するコミュニケーション技術（仮） パネラー：TSUKURU(株) 辻吉彦氏 花王(株) 岩崎正樹氏 ハーゲンダッツジャパン(株) 黒岩俊介氏 (株) マイナビ ほか1社調整中</p> <p>③記念講演 Afterコロナの小売業の課題・未来 顧客接点最前線（仮） 全日本食品(株) 佐藤隆氏</p>

運営メンバー・開催概要

▼ ファシリテーター：仁藤 正平 (MCEI東京支部 常務理事／事務局長)

▼ 企画協力：辻 吉彦氏 (SDGs関連事業開発・Z世代人材育成 TSUKURU(株)代表)



▼ 形式：オンライン(Zoom)

▼ 定員：200名

▼ 参加費：MCEI東京支部会員 無料
一般の方 初回のみ無料参加可

▼ 参加申込: Peatix
申込ページは↓
[こちらをクリック](#)
QRコードからも
OK!

