

2024年

NPO（特定非営利活動法人）MCEI 総会資料

東京支部 2024年6月24日（月） ビジョンセンター赤坂（永田町）

大阪支部 2024年6月13日（木） RENTAL SPACE min-pack pack01

議事事項

- 議案1. 2023年度東京支部・大阪支部 活動報告
- 議案2. 2023年度東京支部・大阪支部 収支計算書
- 議案3. 2023年度NPO・MCEI 決算報告
  - (1) 事業報告書
  - (2) 活動計算書
  - (3) 貸借対照表
  - (4) 財産目録
- 議案4. 監査報告書
- 議案5. 年会費規定の改定について
- 議案6. 監事の交代について
- 議案7. 2024年度東京支部・大阪支部 活動方針
- 議案8. 2024年度東京支部・大阪支部 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

## 議案 1. 2023 年度 東京支部・大阪支部 活動報告

### [1] 東京支部活動報告

#### ①2023 年度基本方針の振り返り

<下記四項目を計画しました>

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
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
3. 若年層との接点拡大
4. 中期方針の策定と実行

<振り返り>

#### 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

6 月に「2023 年度 MCEI 提言」を実施、その後多くの会員企業の企業課題について個別ヒアリングを行いました。その結果のまとめを軸として、下期の定例研究会に「企業課題実践事例特集」連続 6 回実施いたしました。

#### 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

10 月からの定例研究会をすべてリアル開催としました。

やはりリアル開催は盛り上がることを実感しております。

終了後のコミュニケーションサロンも多くの参加者があり、参加者と講師、参加者同士の活発なコミュニケーションが行われております。

また、毎月定例の理事会も 2 月から主としてリアル開催としました。

【実施記録 5 ページ参照】

#### 3. 若年層との接点拡大

SNS 発信向上 PJ、サロン会など実施しました。

活動は活発に行われていますが、目的や成果について、より充実に向けて進めております。

#### 4. 中期方針の策定と実行

中期方針は完成しました。

より充実した実践そして成果に向けて、次年度さらにしっかり活動してまいります。

## [2]各委員会の振り返り

### (1) 未来委員会

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ました。

23 年度は、「MCEI 提言」のテーマ選定の立案を行い、総会決定後は、「中長期プラン策定チーム」「情報システム構築チーム」「理事・委員会の役割明確化チーム」に分かれて活動を行いました。

また、定例研究会の活性化についても具体案を出し、実施を推進しました。

### (2) 価値協創実践研究会

#### ・シン・Z 世代研究会

「Z 世代調査」第 1 回アンケートを実施。567 名の回答を得て調査結果を 4 月定例研究会で発表しました。

また、特に回答の違いが顕著にみられた学生 Z 世代への「テレビ視聴について」のデプスインタビューも実施しました。

#### ・シニア市場戦略研究会

第 2 期始動に向けて準備委員会を設置しました。

#### ・お客さま学研究会

4 月に「MCEI イノベーターズ 2022」卒業生成果発表会 & トークセッションとして実施後、休会となりました。

【実施記録 6 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 23 期を 2023 年 1 月～8 月まで実施。受講生 16 名。

第 24 期のプログラムを決めるにあたり、委員会内で内容を見直し、講義の他にグループワークとして PBL（課題解決型学習）を新たに採用しました。

第 24 期を 2023 年 12 月（プレ講座）～2024 年 8 月まで実施中。受講生 18 名。

【実施記録 6 ページ参照】

#### ・感覚マーケティング実践研究会

第 5 期 2023 年 2 月～4 月座学、5 月店舗実験実施。受講生 10 名。

店頭実験報告を 10 月定例研究会で発表しました。

【実施記録 7 ページ参照】

#### (4) エンゲージメント向上委員会

- SNS を通じて MCEI の諸活動の告知、報告を発信しました。また、講師にプレスリリース連携依頼、定例会担当理事からの積極参加発信などを行いました。

- SNS 発信向上プロジェクト

MCEI 会員の精鋭メンバーで構成。前年度に引き続き、プロボノ型プロジェクト「もしエム」第2弾を実施。

今回は WAnocoto 社の会員拡大策、実利益につながるアクション案についてアドバイスを行いました。

また、第1弾のインブルーム社コンサルティングに関する発表を、7月定例研究会で実施しました。

その他、MCEI の SNS 活用策やファン獲得案についても定期的に会議を行い、発信を行いました。

- 百人百語

第41号はトライアル的に短文コース、長文コースの2パターンで集稿を行い、1月に発行いたしました。

#### (5) イノベーターズ

22年度に行った第3期イノベーターズ・ワークショップのグループワーク発表を、「MCEI イノベーターズ 2022 卒業生成果発表会 & トークセッション」として4月に実施。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公開しました。

【実施記録 7ページ参照】

#### (6) MCEI サロン

高津副理事長が中心となり、定例研究会やセミナーとは違う雰囲気、MCEI 会員同士が語り合える場として毎月開催しました。

1月からは、前月の定例研究会の講師をゲストに迎え、その日決めたテーマを深掘りしたり、各社の課題を共有、アドバイスし合う会として行いました。

(7) 表彰

<2023 年度表彰>

昨年度設立の「イノベーター・オブ・ザ・イヤー (I.O.Y.)」第2回の受賞者を決定しました。協創・働き方改革・副業(複業)など、様々な価値観の中から真のリーダーが生み出さ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です。

第2回受賞者(2名)

久保田達之助氏

ピップ株式会社 取締役 CMO マーケティング本部、海外事業部、EC 企業部担当

増田隆行氏

全日本食品株式会社 IT・マーケティング本部 情報企画部 部長

以上

# MCEI 東京支部 2023年度研究会実施記録

## ◆定例研究会◆

月日	テーマ	会社名・所属名・役職	講師	出席
2023年 4/25	不確実な時代の企業課題と価値創出【第3回】逆境に咲く、若手社員の本音。「やる気のスイッチと生産性」(ハイブリッド)	MCEI シン・Z 世代研究会・(株)市場開発研究所 ランスタッド(株) 人事部 タレントアトラクション部長 カルビー(株) 人事・総務本部 戦略総務部長 兼 全員活躍推進室長 日本製紙クレシア(株) 取締役 営業推進本部長	有賀収氏 西野雄介氏  石井信江氏 高津尚子氏	44
5/30	Beyond COVID-19 ～ リンクする新しい日常と新しいマーケティング(ハイブリッド)	(株)インテージ 生活者研究センター センター長	田中宏昌氏	27
6/27	特別講演&懇親会「MCEI 提言 2023」 ～ 混迷の「新時代」。マーケティングの力で新価値創造に挑戦しよう～ 【第1部】特別講演「混迷の『新時代』にマーケティングができること」 【第2部】MCEI 提言「マーケティングの力で新価値創造に挑戦しよう」(ハイブリッド)	早稲田大学 商学大学院 教授  MCEI 東京支部 理事長 (カゴメ(株)執行役員)	守口剛氏  宮地雅典氏	165
7/25	若手マーケターが本気出してみた。企業横断プロジェクト「もしエム」の軌跡<マーケティングのチカラシリーズ第1弾>(ハイブリッド)	MCEI SNS 発信向上プロジェクト「もしエム」チーム インブルーム(株) ほか		31
8/18	既に始まっている「近未来」を体験する夏 2023 (講演・見学・交流会)(リアル)	(株)TOUCH TO GO 代表取締役社長 コクヨ(株) 働き方改革プロジェクトアドバイザー (株)VARREL 代表取締役 合同会社グラヴィス 代表	阿久津智紀氏 坂本崇博氏 鈴木文雄氏 青沼広己氏	23
9/26	マーケターはデジタル上の氾濫する情報とどのように向き合うべきか(ハイブリッド)	スローニュース(株)代表取締役 一般社団法人インターネットメディア協会代表 理事	瀬尾傑氏	28
10/31	未来マーケティングコミュニケーションの提言 ～メーカー×テクノロジー×小売業との協創で新価値創造を目指します～ (感覚マーケティング実践研究会 店頭実験発表)(ハイブリッド)	奈良先端科学技術大学院大学 特任准教授 カゴメ(株)東京本社 マーケティング本部 広告部 野菜をとうろくキャンペーン推進グループ担当課長 全日本食品(株) IT・マーケティング本部 情報企画部 部長 (株)TVC 常務取締役	進藤裕之氏  増田大二郎氏 増田隆行氏 嶋司貴裕氏	43
11/21	冷凍食品マーケット拡大に向けた、ニチレイの取り組み(リアル)	(株)ニチレイフーズ マーケティング部長	奥村剛飛氏	50
12/12	どうやったら育つ?企業内イノベーター ～育った4人が語ります～企業内起業家のイノベーション実践特集(リアル)	(株)日経 BP ソリューションユニット プロデューサー パナソニック(株) Make New Culture Wave カルチャー改革チーム主幹 (株)イブキ ヘルスケア事業部部長/ライオン(株) 研究開発本部戦略統括部イノベーションラボ 室長 コクヨ(株) 働き方改革プロジェクトアドバイザー	勝部浩司氏  大江良尚氏  牧利一氏 坂本崇博氏	24
2024年 1/23	掛け算から生まれるイノベーションとマーケティング(リアル)	ビップ(株) 取締役 CMO マーケティング本部、海外事業部、EC 企業部担当	久保田達之助氏	29
2/20	キングジムの独自価値創造力～新たな時代の文化づくり・その開発と実践～	(株)キングジム 取締役 常務執行役員 開発本部長 執行役員開発本部 副本部長	木村美代子氏 立石幸士氏	33
3/12	マーケターの能力を 200%引きだす職場づくりとは? ～エンプロイヤー/インターナル・ブランディング～	ランスタッド(株) マーケティング&ブランドコミュニケーション本部 コミュニケーション室 シニアマネージャー (株)ロッテ ブランド戦略部部長	斎藤潤子氏 古市丈二氏	34
	計 12回 (昨年10回) 4月～10月 オンラインとオフラインの同時開催 11月以降は、オフライン(リアル会場)のみで開催	参加合計531人 1回平均 44.3人 (昨年度:485人 1回平均 48.5人)		

◆お客さま学研究会◆

月日	テーマ	会社名・所属名・役職	講師	
4/13	ブランドリスクとサイバーセキュリティ 「ブランドを守る究極の施策」 「サイバーセキュリティとブランドリスクの実際」(オンライン)	(株)ブランドクラウド 取締役 LIBRUS(株) 代表取締役	叶野雄与志 鎌田光一郎氏	9
	計1回(昨年6回) オンライン開催	参加合計 9人 (昨年度 78人 1回平均13人)		

◆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 ～野菜をとりよう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 野菜をとりよう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	早稲田大学商学学術院 教授	守口剛氏

◆第24期ビジネススクール◆

月日	テーマ	会社名・所属名・役職	講師
12/13	24期ビジネススクールの概要+マーケティング基礎講座	日本大学 商学部専任講師	河股久司氏
1/24	本質的解決策に迫るビジネス思考法 フレームワークと思考法実践	早稲田大学商学学術院 教授	守口剛氏
2/14	健康寿命の延伸に向けた協創による新価値創出	MCEI 東京支部理事長 カゴメ(株)執行役員 野菜をとりようキャンペーン推進室長	宮地雅典氏
3/13	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
4/10	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
5/15	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 2024～	(株)Believe-UP 代表取締役	信田洋二氏
6/5	PBL 中間発表		
6/12	ファンコミュニティをマーケティングに生かす実践事例 ファンマーケティングの本質を編集者視点で探る	(株)Asobica 事業推進室室長 (株)光文社 取締役 メディアビジネス局・マーケティング局	佐藤頌太氏 大給近憲氏
7/17	ヤクルト 1000 の展開事例	(株)ヤクルト本社 業務部企画調査課担当課長	工藤洋介氏
8/21	PBL 発表会		

◆第5期感覚マーケティング実践研究会◆

月日	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 抒炅氏
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	



## [2]大阪支部活動報告

### <2023 年度活動報告及び収支報告>

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」をテーマに活動してまいりました。大阪支部創立 50 周年、また、水口健次創設理事長生誕 90 周年という節目の年でもありました。それを記念し、12 月には東京支部の宮地理事長に大阪までお越しいただき、「我々は水口先生から何を学び、何を未来へ繋ぐのか」というテーマでご講演いただき、また、大阪支部のメンバーとパネルディスカッションもしていただきました。

昨年度は 4 年目となるリアル会場とオンラインの併催を実施。コロナの 5 類移行もあり、オンラインのみの開催はなく、全てハイブリット開催。しかも全ての定例会で第 2 部を開催しました。

4 月は情報工房の宮脇さんにコンタクトセンターのお話を、5 月は「食から始まる地方創再生」の話をバルニバービの佐藤さんに、6 月はハナムラ チカヒロさんに 5 年ぶりにご登壇いただき「まなざしの革命」について、7 月は会員社の TOPPAN エッジ伏木さんに顧客中心のデジタルマーケティングのお話をお聞きしました。

8 月は新進の建築家として高名な東京藝大の藤村さんに登壇いただき、9 月はキャリア・ソリューションリストとして、多くの大学で学生と触れ合っている本田さんに Z 世代の考え方をお伺いしました。

そして、10 月には京都の京都服飾文化研究財団のギャラリーで 5 年ぶりの野外研修を実施。11 月は恒例となった品田英雄さんからの 2023 年のヒット商品振り返りと 24 年予測のお話。12 月は前述の 50 周年記念講演会。

1 月は京都国際マンガミュージアムのお話を伊藤さんに、2 月は会員のインテージ田中さんにアフターコロナで顕著になった賢(けん)堅(けん)消費についてお話いただき、3 月はオンライン処方サービス「スマルナ」を開発・運用するネクイノの石井さんにご登壇いただきました。

水口ゼミナールは、12 月に開催しました 50 周年記念講演会で併催し、その際宮地理事長よりご紹介いただいた同志社大学の高橋先生を囲んで本年 5 月に開催する運びとなりました。

2023 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あり、最終的に法人会員 4 社（前年度 2 者減）、個人会員 9 名（前年度 1 名減）シニア会員 3 名となりました。一方、定例会参加者は、会員数の減少があつたにも関わらず、前年比で、わずかながら平均参加者数が増える結果となりました。

続きまして、2023年度の収支に関してご報告いたします。ゲスト参加は予定を上回る集客でしたが、会員減と、予定外で一部講師の交通費が必要だったこともあり、最終的に5,121円の赤字となりましたが、ほぼ予算通りと考えてよいかと思えます。

【実施記録 10 ページ参照】

【収支計算書 12 ページ参照】

大阪支部定例研究会 実施内容(2023 年度開催 12 回)

年	月	テーマ	講師	出席者数		
				第1部	第2部	
2023 年	4 月	損得軸より、役立ち軸 -コンタクトセンターの模索-	情報工房株式会社 代表取締役 宮脇 一 氏	23	13	
	5 月	食から始まる地方創再生の道	株式会社バルニバービ 代表取締役会長 CEO 兼 CCO 佐藤 裕久 氏	41	12	
	6 月	この時代にく溺れない>ための選択と思考法 -まなざしの革命-	大阪公立大学大学院 現代システム科学研究科 准教授 ハナムラ チカヒロ氏	25	15	
	7 月	顧客中心のデジタルマーケティングの実際 - TOPPAN が挑むデジタルビジネスの世界 -	TOPPAN エッジ株式会社 BI 本部 営業企画部 デジタルマーケ ティング T 伏木 芳房 氏	54	19	
	8 月	混迷の時代に都市に向き合う -1970 年代から 2020 年代にかけての都市の変 化から考える-	建築家・東京藝術大学准教授/ RFA 主宰 藤村 龍至 氏	26	16	
	9 月	Z 世代と創る授業 -コミュニケーションにおける質問の活かし方-	キャリア・ソリューションリスト 本田 勝裕 氏	25	13	
	10 月	【野外研修】 KCI(京都服飾文化研究財団)& 株式会社ワコール	公益財団法人京都服飾文化研究財団 学芸課 課長/キュレーター 石関 亮 氏	16	13	
	11 月	2023 年のヒット商品を振り返り、24 年を予 測する-コロナ前/後、消費行動はどう変わっ たのか-	日経 B P 総合研究所 客員研究員 品田 英雄 氏	42	18	
	12 月	【MCEI 大阪支部 50 周年記念講演会&第 12 回 水口ゼミナール】我々は水口先生から何を学び、 何を未来へ繋ぐのか	MCEI 東京支部 理事長 宮地 雅典 氏	27	15	
	2024 年	1 月	マンガビジネスの可能性と困難	京都精華大学 国際マンガ研究センター 特任准教授 伊藤 遊 氏	17	10
		2 月	「賢堅消費(けんけん消費)」と新しい暮らしの風景 ～賢く堅実な消費行動を捉え、マーケティングのヒ ントを見出す	株式会社インテージ 生活者研究センター センター長 田中 宏昌氏	22	13
		3 月	「誤解」への挑戦、 40 年分の負債をコミュニケーションの力で取 り戻せるか	株式会社ネクイノ 代表取締役 石井 健一 氏	27	17
計 345 人(1 研究会あたり 28.8 人) (昨年度:341 人<28.5 人>)						

議案2. 2023年度 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(2023年4月1日~2024年3月31日)>

収 入			
I. 一般会計		【'23実績】	【'23予算】
年会費	法人56社	9,240,000	10,170,000
	個人19名	955,000	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	443,713	110,000
	MCEIサロン	57,000	0
	感覚MK懇親会ほか	48,000	0
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
	ブレティン広告費	0	0
大阪支部(相殺)	百人百語代	13,000	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		10,756,713	12,275,000
II. プロジェクト別会計		【'23実績】	【'23予算】
ビジネススクール(第23期)		3,564,000	4,356,000
感覚マーケティング実践研究会(第6期)		0	935,000
価値協創実践会		0	0
プロジェクト別会計合計		3,564,000	5,291,000
III. その他		【'23実績】	【'23予算】
国際マーケティング会議		0	100,000
書籍収入(プロフェッショナルマーケット)		0	0
雑収入(未払金戻り他)		184,746	0
雑収入(事業復活支援金)		0	0
受取利息		109	0
その他合計		184,855	100,000
I~III総計		14,505,568	17,666,000

【東京支部計算書の説明】

\*会費収入 23年計画: 法人63社、個人25名  
23年実績: 法人56社、個人19名

\*プロジェクト収入

ビジネススクール: 計画22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: 休会

■支出の部

- ・納会中止 -100万円
- ・キーマンコンタクトレポート中止 -40万円
- ・委託費 通信費で処理。実質10万円支払い
- ・国際 予算外+11万円
- ・役員報酬 3か月間減額 -30万円
- ・ビジネススクール 質素に・支出を大幅カット -150万円

支 出			
I. 一般会計		【'23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		518,823	260,000
MCEIサロン		45,834	0
理事会・委員会		48,143	100,000
定例研究会		1,168,952	1,307,995
お客さま学研究会		32,115	0
ブレティン(キーマンコンタクトレポート)		0	400,000
百人百語		385,000	350,000
国際		110,300	0
広報		142,000	430,000
ホームページ		622,600	800,000
定例活動合計		3,073,767	4,647,995
会維持・運営			
旅費交通費		61,832	50,000
事務用品費		168,174	130,000
印刷費		328,387	300,000
通信費		472,630	320,000
税理士報酬		314,268	310,000
雑費		89,150	100,000
新聞図書費		18,000	30,000
書籍購入費		4,910	20,000
消耗品費		54,969	60,000
賃借料(コピー機)		194,580	225,000
会維持・運営合計		1,706,900	1,545,000
事務局費			
法定福利費		734,927	700,000
委託費		0	300,000
交通費		436,474	350,000
家賃(含水道光熱費)		1,865,174	1,836,000
役員報酬		2,100,000	2,400,000
給料		4,080,000	4,080,000
事務局費合計		9,216,575	9,666,000
その他			
寄付金		0	0
租税公課		74,100	0
その他合計		74,100	0
一般会計合計		14,071,342	15,858,995
II. プロジェクト別会計		【'23実績】	【'23予算】
ビジネススクール(第23期)		34,813	0
ビジネススクール(第24期)		993,910	2,391,111
価値協創実践会		0	100,000
イノベーターズワークショップ(第4期)		0	0
感覚マーケティング実践研究会(第5期)		40,948	0
感覚マーケティング実践研究会(第6期)		0	590,000
プロジェクト別会計合計		1,069,671	3,081,111
III. その他		【'23実績】	【'23予算】
事務所移転	保証会社初期費用	0	0
	敷金(新事務所)	0	0
	敷金戻り収入	0	0
	原状復帰・移転費用	0	0
国際マーケティング会議		0	300,000
50周年記念出版		193,600	0
ナレッジワーク出版事業		0	0
その他合計		193,600	300,000
IV. 予備費		【'23実績】	【'23予算】
予備費		0	500,000
予備費合計		0	500,000
I~IV総計		15,334,613	19,740,106
収支差額		-829,045	-2,074,106
前期繰越金		4,905,236	4,905,236
次期繰越金		4,076,191	2,831,130

収支計算書

<大阪支部（2023年4月1日～2024年3月31日）>

収 入

I. 一般会計

	【2023年実績】	【2023年予算】
年会費法人	600,000	600,000
年会費個人	515,000	515,000
ゲスト参加費	298,900	270,000
水口ゼミ参加費	0	20,000
第2部参加費	124,500	150,000
受取利息	5	0
<b>総計</b>	<b>1,538,405</b>	<b>1,555,000</b>

【大阪支部収支計算書の説明】

■収入の部

①年会費 法人4社

個人8名

シニア4名（うち期中参加2名）

②ゲスト参加 70名（会場：一般45名 学生1名

OL：一般24名 学生0名）

■支出の部

①会員など無償講師が3名、野外研修1件あり、講師謝礼は削減。会場も協力企業のおかげで削減できた。

②一部予定外の交通費が必要な講師があり

若干予算オーバーとなった。次年度解決できる。

支 出

I. 一般会計

	【2023年実績】	【2023年予算】
理事会・委員会	0	0
定例研究会（講師費用）	396,888	360,000
定例研究会会場費ほか	89,667	137,000
講演録製作費	96,000	96,000
第2部費用（おつまみなど）	102,331	110,000
東京支部総会資料購入費	0	0
百人百語	13,000	15,000
広報	0	0
Web	0	0
会維持・運営	2,680	4,000
通信費	93,000	90,000
交通費	9,240	1,000
事務用品費	0	0
印刷費	10,720	12,000
雑費	730,000	730,000
事務局費	0	0
委託費（事務局/理事長）	0	0
予備費	0	0
<b>総計</b>	<b>1,543,526</b>	<b>1,555,000</b>
<b>当期収支差額</b>	<b>-5,121</b>	
<b>前期繰越金</b>	<b>70,293</b>	<b>70,293</b>
<b>次期繰越金</b>	<b>65,172</b>	<b>70,293</b>

議案 3. 2023 年度 NPO・MCEI 決算報告

## 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

マーケティング研究会、勉強会ならびに提言集などの事業活動を行うことができた。

「感覚マーケティング実践研究会」「価値協創実践研究会」「イノベーターズワークショップ」は延期となった。

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

(事業費の総費用【13,020】千円)

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	東京 531 人 大阪 345 人 延べ 876 人	5,552
	世代別マーケティングの研究会	休会		0 人	0 人	0
	マーケット養成の勉強会	年間 7 回	首都圏中心に 全国	10 人	延べ 112 人	2,971
	感覚マーケティング実践研究会	休会		0 人	0 人	0
	価値協創実践研究会	休会		0 人	0 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	随時	冊子からネット 発信に切替	2 人	延べ 3,600 人	2,268
	マーケティング提言集の発行	2 月	首都圏・近畿圏を 中心に全国	3 人	900 人	2,229
国際交流	日台ビジネス交流会	なし		0 人	0 人	0

## 令和5年度 活動計算書（その他事業がない場合）

自令和5年4月1日 至令和6年3月31日 特定非営利活動法人エムシーイーアイ

(単位：円)

科 目	金 額	小計・合計
<b>【A】 経常収益</b>		
1 受取会費		11,310,000
正会員受取会費	11,310,000	
2 受取寄附金		0
3 受取助成金等		0
4 事業収益		4,536,113
マーケティングの研究会や勉強会の開催	4,536,113	
マーケティングを普及させるための広報出版活動	0	
マーケティングの分野における国際交流	0	
5 その他の収益		184,860
受取利息	114	
雑収入	184,746	
経常収益計		16,030,973
<b>【B】 経常費用</b>		
1 事業費		
(1) 人件費		5,495,182
給料手当	3,857,240	
役員報酬	1,050,000	
退職給付費用	0	
福利厚生費	587,942	
(2) その他経費		7,525,333
会議費	0	
旅費交通費	154,832	
通信費	475,310	
事務用品費	177,414	
印刷製本費	328,387	
地代家賃	932,587	
コピー機賃借料	194,580	
人材育成セミナー	1,069,671	
租税公課	74,100	
定例マーケティング勉強会	3,651,103	
講演録原稿料	96,000	
会員向け広報誌（社内経費移動）	0	
マーケティング関係書籍出版	193,600	
新聞図書費・書籍購入費・消耗品費	77,879	
雑費	99,870	
事業費計		13,020,515
2 管理費		
(1) 人件費		2,161,295
役員報酬	1,050,000	
給料手当	964,310	
退職給付費用	0	
福利厚生費	146,985	
(2) その他経費		1,683,329
消耗品費	0	
水道光熱費	0	
通信運搬費	0	
地代家賃	932,587	
旅費交通費	436,474	
減価償却費	0	
支払報酬	314,268	
管理費計		3,844,624
経常費用計		16,865,139
当期経常増減額【A】－【B】・・・①		-834,166
<b>【C】 経常外収益</b>		
経常外収益計		0
<b>【D】 経常外費用</b>		
経常外費用計		0
当期経常外増減額【C】－【D】・・・②		0
税引前当期正味財産増減額①+②・・・③		-834,166
法人税、住民税及び事業税・・・④		0
前期繰越正味財産額・・・⑤		9,547,529
次期繰越正味財産額③－④+⑤		8,713,363

令和5年度特定非営利活動に係る事業会計貸借対照表  
令和6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)	
<b>I 資産の部</b>			<b>II 負債の部</b>		
1 流動資産			1 流動負債		
現金	34,158		未払金	1,082,432	
普通預金	6,844,126		前受金	2,290,000	
未収金	841,500		預り金	114,853	
前払費用	49,314		未払費用	66,550	
			未払消費税	73,900	
			流動負債合計		3,627,735
流動資産合計		7,769,098			
			2 固定負債		
2 固定資産			固定負債合計		0
敷金	572,000		負債合計		3,627,735
出版事業積立預金	4,000,000				
固定資産合計		4,572,000	<b>III 正味財産の部</b>		
			前期繰越正味財産	9,547,529	
			当期正味財産増減額	▲ 834,166	
			正味財産合計		8,713,363
資産合計		12,341,098	負債及び正味財産合計		12,341,098



令和5年度特定非営利活動に係る事業会計財産目録

令和6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	34,158		
普通預金 (みずほ銀行麹町支店)	6,582,404		
普通預金 (みずほ銀行南船場支店)	261,722		
未収金(年会費、受講料)	841,500		
前払費用 (通勤定期代)	49,314		
流動資産合計		7,769,098	
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			12,341,098
II 負債の部			
1 流動負債			
未払金 (会場費、通信費他)	1,082,432		
前受金 (東京・大阪支部年会費)	2,290,000		
預り金 (事務局・講師・税理士源泉所得税他)	114,853		
未払費用 (大阪・事務局費他)	66,550		
未払消費税	73,900		
流動負債合計		3,627,735	
2 固定負債			
固定負債合計		0	
負債合計			3,627,735
正味財産			8,713,363


議案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5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6年 6 月 7 日

監 事


福崎隆司 

#### 議案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大阪支部の令和5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6年4月26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6年4月26日

監事 井上  英司

## 議案 5. 年会費規定の改定について

東京支部では、これまで法人年会費 18 万円、個人年会費 6 万円で運営してまいりましたが、昨今のコストアップ、原材料費、人件費などの高騰、およびより良いサービスの提供の強化を視野に入れ、2025 年度より年会費を以下のように改定したいと思います。改定案は次のとおりです。

.....  
MCEI 東京支部の年会費を次のとおり定める。

### 【法人会員】

年間 20 万円（非課税）

期中途中入会の年会費は月割りとし、端数は切り上げとする。

期中途中退会の場合は返還しない。

### 【個人会員】

年間 6 万円（非課税）で据え置き

期中途中入会の年会費は月割りとし、端数は切り上げとする。

期中途中退会の場合は返還しない。

## 議案 6. 監事の交代について

東京支部担当監事の福崎隆司氏が 2024 年 6 月 24 日通常総会をもって退任されます。

在任中のご功労に会員一同心より感謝申し上げます。

また、昨年度総会后に大阪支部担当監事 1 名が着任となりました。

任期途中の交代となりますので、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。（五十音順）

井上 英司

本田 健（常務理事から監事への異動）

## 議案 7. 2024 年度 東京支部・大阪支部 活動方針

### [1] 東京支部活動方針

#### 1. MCEI 独自価値づくり

- ・実務家集団として、「実践」「協創」「リアル」を大切に展開します。
- ・「MCEI 提言」の更なる充実とその活用を促進します。
  - \* 提言づくりのプロセスに会員の智恵の結集を行います。
  - \* 提言内容の実践事例を、定例研究会を主な場として発信します(企業課題実践事例特集)。定例研究会の活性化と参加者数増加を目指します。
- ・協創プラットフォームの多様性の整備とマッチング & 実践を促進します。
  - \* 価値協創実践会の充実
  - \* 「ニーズ」と「シーズ」「場」の連携
  - \* リアルでの対話の「場」強化。サロン会など「各種コミュニティの場」づくり

#### 2. MCEI ファン層の拡充

- ・顔の見えるコミュニケーション
  - \* 全催し物は基本リアルで行い、参加者同士の対話を促進します。
  - \* 個別コミュニケーションを多用 キーパーソンに対しては「1on1」アプローチ
- ・エンゲージメント度の設定とそのステップアップ策の実行
  - \* 未入門者・入門者層→ファン候補者層→ファン層→キーマンファン層へとステップアップ・KPI として進捗管理の徹底
  - \* 会員会社の MCEI に求める「期待」は多様。それを理解し、コミュニケーションをとる。「学び」「協創」「外部接点」「キーマンとの出会い」「成長実感」「イノベーション力」など
- ・結果として、MCEI 諸活動への参加者数拡大
  - まずは自ら積極参加、そして社内の仲間への MCEI 諸活動への参加声掛け促進
- ・結果として、新会員数拡大
  - ファン会員から自身の外部個人ネットワークへの働きかけ強化

#### 3. 情報発信強化

MCEI 東京の活動の結果の概要報告の発信強化

- ・各研究会や催し物の結果・理事会や委員会の概要報告
- ・ホームページ、フェイスブック、SNS などの連携
- ・MCEI の活動について「何をしているの」「活発だね」とまず知ってもらうことで、発信頻度アップを優先

#### 4. 中長期計画の実践と成果

中長期計画は完成しました。今年度はこの実践と成果に一丸となって挑戦します。  
上記三つ、「独自価値づくり」「ファン層拡充」「情報発信強化」の実践とステップアップと  
その成果出しです。毎月の理事会で議論を深めます。

#### [2]各委員会の活動方針

##### (1) 未来推進委員会

###### メンバー拡充

中長期計画の成果に向けた実践シナリオをつくり、そのP-D-S回しを理事会に  
答申します。

- ・ MCEI 提言の活性度——作成プロセス・実践事例収集など
- ・ 定例研究会の活性化——コンテンツ充実・参加者広がり
- ・ 協創プラットフォームの整備と充実——協創事例収集など
- ・ エンゲージメントステップアップ——その仕組とファン層の拡大  
シナリオづくり
- ・ 新会員獲得——その方策・アプローチ
- ・ 情報発信強化——コンテンツづくり・頻度や活性度など

##### (2) 価値協創実践研究会

###### ①シン・Z世代研究会

調査活動は一旦終了。MCEI 会員間で出来る活動を再構築します。

###### ②シニア市場戦略研究会

第2期 新メンバーで実施の予定

###### ③新研究会立ち上げ検討

##### (3) ナレッジワーク委員会

###### ①ビジネススクール

25名参加を目標とします。

現在の24期の結果を踏まえて内容充実・PBLの継続なども要検討

###### ②感覚マーケティング実践研究会

##### (4) コミュニティ（会員の自主活動）

目的は、「会員各位の様々な期待とMCEI機能とのマッチング、および  
会員間のコミュニケーションの活発化」

- ・ 会員主導の自主運営。事務局はお手伝い

- 参加者のリーダーシップで運営。
- 事務局はその補佐と結果の発信
- サロン会・SNS 発信チーム・会員リレー訪問・新入会員企業会など
- テーマは自然発生的にし、活動期間などは自由度を高める

以上

## [2]大阪支部活動方針

＜2024年度 活動方針、テーマ、及び、予算について＞

MCEI 大阪支部の2024年度活動方針を「交流」とします。

今こそ会って話すという基本的な行動を重視し、MCEI 大阪の認知拡大、定例会参会者増、会員増につながるように注力します。

- ・ MCEI 大阪会員、ゲスト参加者間の交流
- ・ 東京支部、大阪支部との交流
- ・ 異業種、世代間の交流

今こそ会って話すという基本的な行動を重視し、そこから新たな知見に気付くことを期待します。また、MCEI 大阪の認知拡大、定例会参会者増、会員増につながるように注力します。

2024年度のテーマを「時代に挑む。」とし、活動してまいります。

- ・ 先が読めない時代、それでも私たちは前に進む。
- ・ 複雑な時代、それでも私たちは予測する。
- ・ 今こそ、集い学び、新たな時代の新たな価値を創造する

そして、これらの3つのことを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、探究してゆこうと考えております。それこそが、さらに今期、MCEI 大阪支部が果たさなければならない役割ではないかと考えます。

2024年度の予算案については別表をご参照ください。今期も残念ながら個人会員の退会があり、厳しい運営が続きます。ただし、今期は情報工房様から多くの月で会場を無償でご提供いただけることになりました。心から感謝申し上げます。おかげで運営的にはかなり楽になりました。あわせて、今期は新たな参加者が増えるよう、積極的に活動をしてゆきたいと考えます。会員の皆様もぜひご協力いただければ幸いです。

また、引き続き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、講演録制作の休止を続けます。

取り巻く環境が厳しい状況はまだですが、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。

2024年度のMCEI 大阪支部の活動に、どうぞご期待ください。



議案8. 2024年度 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(2024年4月1日～2025年3月31日)>

収 入			
I. 一般会計		【'23実績】	【'24予算】
年会費	法人55社	9,240,000	10,000,000
	個人19名	955,000	1,000,000
特別会費	納会個人	0	0
	コミュニケーションサロン	443,713	400,000
	MCEIサロン	57,000	100,000
	感覚MK懇親会ほか	48,000	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	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	15,000
	総会資料代	0	0
その他収入	オークション	0	0
	その他	0	0
一般会計合計		10,756,713	11,515,000

II. プロジェクト別会計		【'23実績】	【'24予算】
ビジネススクール(第25期)		3,564,000	3,960,000
感覚マーケティング実践研究会(第6期)		0	0
価値協創実践研究会		0	0
プロジェクト別会計合計		3,564,000	3,960,000

III. その他		【'23実績】	【'24予算】
国際マーケティング会議		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)		184,746	0
雑収入(事業復活支援金)		0	0
受取利息		109	0
その他合計		184,855	0

I～III総計	14,505,568	15,475,000
---------	------------	------------

【東京支部予算書の説明】

■収入の部

\*会費収入 目標：法人60社、個人20名

\*特別会費、事業収入

・コミュニケーションサロン、MCEIサロン、一人1000円

\*プロジェクト収入 受講生増に全力

・ビジネススクール25期 目標22名

・感覚マーケティング実践研究会(第6期)

■支出の部

\*租税公課

消費税納付

支 出			
I. 一般会計		【'23実績】	【'24予算】
定例活動			
納会		0	0
コミュニケーションサロン		518,823	150,000
MCEIサロン		45,834	50,000
理事会・委員会		48,143	100,000
定例研究会		1,168,952	1,560,000
お客さま学研究会		32,115	0
プレティン(キーマンコンタクトレポート)		0	0
百人百語		385,000	350,000
国際		110,300	0
広報		142,000	0
ホームページ		622,600	650,000
定例活動合計		3,073,767	2,860,000
会維持・運営			
旅費交通費		61,832	50,000
事務用品費		168,174	150,000
印刷費		328,387	300,000
通信費		472,630	350,000
税理士報酬		314,268	315,000
雑費		89,150	100,000
新聞図書費		18,000	30,000
書籍購入費		4,910	30,000
消耗品費		54,969	60,000
賃借料(コピー機)		194,580	100,000
会維持・運営合計		1,706,900	1,485,000
事務局費			
法定福利費		734,927	740,000
委託費		0	0
交通費		436,474	350,000
家賃(含水道光熱費)		1,865,174	2,000,000
役員報酬		2,100,000	1,200,000
給料		4,080,000	4,080,000
事務局費合計		9,216,575	8,370,000
その他			
寄付金		0	0
租税公課		74,100	100,000
その他合計		74,100	100,000
一般会計合計		14,071,342	12,915,000

II. プロジェクト別会計		【'23実績】	【'24予算】
ビジネススクール(第23期)		34,813	0
ビジネススクール(第24期)		993,910	900,000
イノベーターズワークショップ		0	0
感覚マーケティング実践研究会(第5期)		0	0
感覚マーケティング実践研究会(第6期)		40,948	0
価値協創実践研究会		0	0
プロジェクト別会計合計		1,069,671	900,000

III. その他		【'23実績】	【'24予算】
国際マーケティング会議		0	0
50周年記念出版		193,600	0
ナレッジワーク出版事業		0	0
その他合計		193,600	0

IV. 予備費		【'23実績】	【'24予算】
予備費		0	1,000,000
予備費合計		0	1,000,000

I～IV総計	15,334,613	14,815,000
収支差額	-829,045	660,000
前期繰越金	4,905,236	4,076,191
次期繰越金	4,076,191	4,736,191

収支予算書

<大阪支部（2024年4月1日～2025年3月31日）>

収 入

I. 一般会計

	【2023年実績】	【2024年予算】
年会費法人	600,000	600,000
年会費個人	515,000	470,000
ゲスト参加費	298,900	270,000
水口ゼミ参加費	0	20,000
第2部参加費	124,500	130,000
受取利息	7	0
<b>総計</b>	<b>1,538,407</b>	<b>1,490,000</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7名、シニア4名

■支出の部

①定例研究会予算は講師謝礼12名分

②定例研究会会場費4会場分

8会場は協力企業会場あるいは野外研修

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。

④講演録作成は今年度休止。

支 出

I. 一般会計

	【2023年実績】	【2024年予算】
理事会・委員会	0	0
定例研究会	396,888	399,996
定例研究会会場費ほか	89,667	60,000
講演録製作費	96,000	0
第2部費用 (おつまみなど)	102,331	120,000
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		
通信費	2,680	4,000
交通費	93,000	100,000
事務用品費	9,240	10,000
印刷費	0	0
雑費	10,720	12,000
事務局費		
事務局委託費	730,000	660,000
理事長委託費		60,000
予備費	0	51,004
<b>総計</b>	<b>1,543,526</b>	<b>1,490,000</b>
当期収支差額	-5,119	0
前期繰越金	70,293	65,174
次期繰越金	65,174	65,174



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。