

## 事業計画書目次

1. 連携事業国際人教育
2. 義烏プラス
3. アジア民族文化村
4. 中国映像センター
5. 街頭 24H 映像
6. 総合ショッピングレジジャーモール

1. 連携授業国際人教育 事業計画書

目次

I. エグゼクティブサマリー

1. 事業主体
2. サービス内容
3. 事業体制
4. スケジュール
5. 投資額
6. 売り上げ
7. 通信利用

II. 事業コンセプト

1. 新規性
2. 市場性、成長性
3. 競合性

III. 事業計画

1. 利益計画
2. 実施計画
3. 設備投資経費計画
4. 人員計画

I. エグゼクティブサマリー

1. 事業主体

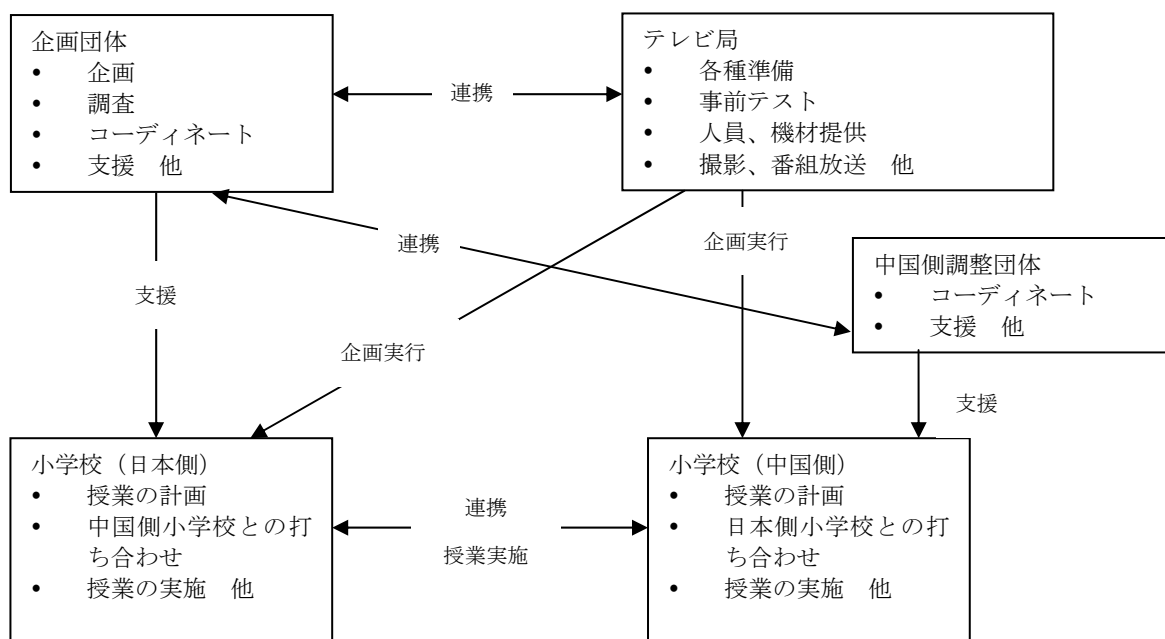
民間を主体とする。ただし、民間主体の企画団体の顧問としての役割を公が担う部分があるものとする。

2. サービス内容

- 1) 企画団体が、大連の小学校と北九州市の小学校との遠隔授業を企画し、実現に向けたリサーチ、交渉、コーディネート等を行う。企画は商業テレビ局にもっていき、商業テレビ局の番組として行う。
- 2) 遠隔授業においては、日中の小学校両方にテレビカメラとテレビモニターを置き相互に相手を映し出し、通訳を介しお互いの授業や質問と回答の発言をテレビ中継する。
- 3) 授業は一度きり実験的に行うというのではなく、一定期間継続的に行う。毎授業テーマを決めて、日中の2つのクラスがひとつのテーマについて話し合う。
- 4) テレビの番組としての放送は後日編集したものになるかもしれない。

3. 事業体制

上記サービスをテレビ局と協力し実行する企画団体を設立する。北九州市の人員にこの団体の顧問として就任してもらう。当団体では、企画の決定、企画実現に向けた各種リサーチ、テレビ局との交渉・打ち合わせ、スポンサー（寄付）の獲得のための営業活動、日程調整、中国側との調整などの業務を行う。また、中国側の提携・協力先（例：広告関連あるいはテレビ関連の企業・団体）を探し、日中間の調整を行う。



4. スケジュール

計画開始から初回中継開始まで10ヵ月を目途とする。

5. 投資額

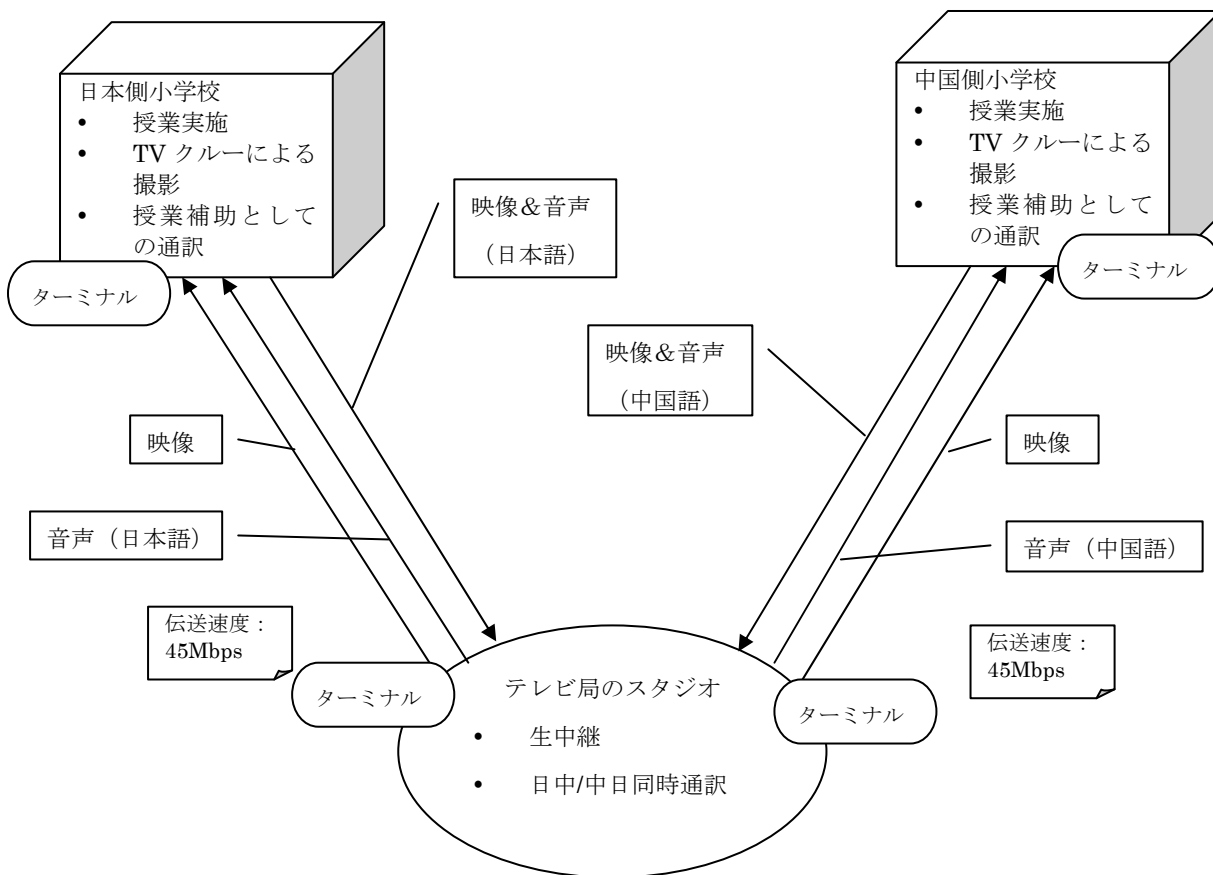
企画団体の経費は、民間からの寄付5000千円と、TV会社のプログラム実行によってまかなう。

6. 売り上げ

本事業は一定の明確な売上を目的としたものではないが、費用対効果として、参加団体のイメージや認知度のアップなどのメリットがある。また、当企画内容に賛同してもらえるスポンサー（例：私学、塾、出版社など）を獲得する。

7. 通信利用

通信利用としては、映像・音声のための専用線（45M。テレビ中継）の借用が必要であり、以下に、遠隔授業のシステム図を示す。



## II. 事業コンセプト

### 1. 新規性

高度な通信技術を用いた日本（北九州市）と中国（大連市）の小学校を繋ぐ遠隔授業を通じ、お互いの国の小学生が他国の文化を理解するとともに、自国の文化を再認識し、相互に交流を深めるきっかけとし、日中学生間の異文化交流の促進および早期国際人養成に役立てる。また、北九州市と大連市は友好都市であり、当交流を通じて両都市のより密な連携とさらなる地域振興に役立てる。

当連携授業では 45Mbps の専用線を用いて高画質の映像が相互にリアルタイムに流れるようにすることで、臨場感のある授業や相互の連帯感がネットワークを介して生まれる。

### 2. 市場性、成長性

北九州は、中国をはじめとするアジア諸国に地理的に近接している。今後はグローバル化がさらに進み、国際感覚を身に付けた若い世代が活躍できる機会がますます増えるであろう。幼少期に国際感覚を養うことは、その後の活躍の非常な糧となるものである。また、世界におけるアジアのプレゼンスが高まっており、中でも中国は最も強大になると考えられる。その中国の隣国である日本は、良好な日中関係を必要としている。

このようなことから、今後国際間の遠隔授業を通じた国際人養成の重要性は増していくと予測される。しかし、大容量通信技術を用いたクラス単位でのリアルタイムの交流は、未だ実験の域をでていない。北九州と大連とを繋ぐ連携授業の様子をテレビ番組として特集し、北九州市をこのような交流のモデルとしてアピールし、全国に向けて放送することは、大変インパクトがあり意義も大きい。

### 3. 競合性

国際交流、国際教育という観点でいうと、物理的に交流する留学プログラムや交換プログラムが同じテーマに属すると考えられる。このようなプログラムの提供先には、経験・実績もあり、競合するのではなく協力していくことも考えられる。また、留学・交換プログラムをすでに実施している小学校においては、教師を含め支援体制が整っていることから、日中間での調整がより円滑に進むものと思われる。

### III. 事業計画

#### 1. 利益計画

##### 1) 参加団体のメリット

前述の通り、本事業は一定の明確な売上を目的としたものではないが、費用対効果として、参加団体のイメージや認知度のアップを含め、以下のようなメリットがある。

##### i) 地域、参加小学校

- 地域および参加小学校の認知度の向上
- 日中両国（両地域）により密な連携が生まれ、両国の地域振興に貢献できる
- 教師、学校としての経験
- ノウハウの蓄積

##### ii) 企画団体

- ノウハウの蓄積
- 同様のイベントへの転用、実績づくり

##### iii) テレビ局

- 企画としての新規性やインパクトが大きい
- 授業の放送に加え、通年の企画（例：計画～準備～実施までをドキュメンタリーとして追う）としての番組放送

##### 2) マーケティング戦略

企画をテレビ局が自身の番組として放送することを決定してもらうまでのマーケティングとして次のものが挙げられる。以後のマーケティング（例：視聴率、宣伝）はテレビ局の範疇とする。

i) 国際交流・教育、留学、語学学習などに関心を持つ機関、親がどれぐらいいるかの市場調査。

ii) 業種別のスポンサーの調査・獲得など、事業ベースに乗せるためのマーケティング。

#### 2. 実施計画

##### i) 計画段階

- 企画を作成する。
- テレビ局との交渉を行う。
- 北九州側学校の選定を行う。
- 中国側組織を選定し、案件交渉を行う。
- 中国側小学校の選定を行う。

- 授業内容、課題、進行方法を検討する。
- カメラ設置場所を小学校教室とするか他所とするか決定する。
- 経費の積算、必要機器、必要人員の算定を行う。

ii) 実施後

- 授業の様子・成果の報告を行う。
- 検証をし、次回にむけた修正を行う。

3. 設備投資経費計画

1) 企画団体

コーディネート費	初回	2000 千円
	次回より	1000 千円/回

これらを当初の寄付金でまかなう。

2) 事業会社（テレビ局）

テレビ局の基本的な撮影伝送以外のイニシャルコストの予測は次の通りである。

i) 回線	45M(1 週間借用)	大連／北九州	5000 千円
	DC への分岐		1000 千円
ii) 通訳 (1 イベント)			1000 千円
iii) 教室用テレビモニターセット設置借用合計 (両側)			2000 千円
	合計		9000 千円

基本的にこれらはプログラム制作費用の一部として TV 局が負担する。

4. 人員計画

1) 企画会社

人件費は無償とする。

以上

## 2. 義烏プラス 事業計画書

### 目次

#### I. エグゼクティブサマリー

1. 事業主体
2. サービス内容
3. 事業体制
4. スケジュール
5. 投資額
6. 売り上げ
7. 通信利用

#### II. 事業コンセプト

1. 新規性
2. 市場性、成長性
3. 競合性

#### III. 事業計画

1. 販売計画
2. 購入計画
3. 設備投資経費計画
4. 人員計画

#### IV. 財務計画

1. 損益計画
2. 資金計画



## I. エグゼクティブサマリー

### 1. 事業主体

民間。ただし、場所の提供、広報などに公が便宜を図る部分があるものとする。

### 2. サービス内容

- 1) 32万種もの商品を扱っている世界最大の卸売市場である中国義烏等の複数の出先店の集合を北九州（AIMビル内）に設置する。
- 2) 販売品は中国産品に+ $\alpha$ を施し日本人顧客のテイストに合致する産品を目指す。
- 3) 小売から市場に参入するが、次の段階で卸売りを主とする形態を狙う。
- 4) 国内外からのバイヤーの足を集め、アジア産品の卸売り市場とすることを狙う。

### 3. 事業体制

出資を募り会社（仮称、義烏プラス株式会社）を設立する。

当初は企画会社とし、収益性ありとの判断が得られた時点で事業会社に切替える。

店舗販売部門、web販売部門、卸売部門などの部門を設置し、これらを管理部門が統括する。

義烏側に現地拠点機能を置き、義烏側へのコンタクトをつかさどる。

### 4. スケジュール

半年から1年で事業化企画調査を行い、収益性を確認して事業会社に切替える。

事業会社の1年目は小売とWeb販売を行う。

2年目より卸売りをを行う。

### 5. 投資額

- 1) 義烏プラス株式会社への出資金は企画段階で1口10万円（100口）
- 2) 事業化に際し1口90万円（合計100口）
- 3) 企画調査時費用（人件費、光熱費、宣伝費、テナント料（AIM借室料）等）
- 4) 資本金を超える必要事業費は銀行借入れ

### 6. 売り上げ

- |          |       |    |        |
|----------|-------|----|--------|
| 1) 初年度   | 5店舗試行 | 年間 | 100百万円 |
| 2) 2年度   | 10店舗  | 年間 | 300百万円 |
| 3) 3年度   | 20店舗  | 年間 | 600百万円 |
| 4) 4年度以降 | 20店舗  | 年間 | 620百万円 |

店舗売り上げの中には、小売のほかWEB売り上げ、卸売り上げを含めている。

7. 通信利用

- 1) インターネットによるWEB販売。
- 2) 義烏現地拠点との間でインターネットにより、常時商品情報の交換、受発注を行う。
- 3) 北九州に出展していない義烏商品の照会、受発注を可能とするシステムも検討。
- 4) 中国側現地拠点に加え、義烏側で取引量の多い店舗を何箇所か選び、そこにも端末を設置。

## II. 事業コンセプト

### 1. 新規性

ここに来れば食品を除く消費者用中国産品のなんでも揃うというキャッチフレーズをターゲットとする。更に商品を日本の消費者のテイストに合わせたものとし、百円ショップのマーケットとは異なるマーケットを目指す。

### 2. 市場性、成長性

日本で消費される雑貨のうち高級品は日本製または西洋製であろうし、デザインと機能を日本で考え中国で生産する物件は中級品では通常のプロセスであろう。

これに対し本事業では、中国がオリジナルを考え日本側が日本向けにテイストをつけた物を日本市場に販売することを考える。

消費者においては、超高給品を購入する対象となる層は常に存在するであろう。一方日用品やそれなりの中級品までは同じ品質ならば安く購入しようという意識は、どの様な経済状態でも続いていくと思われる。

日本人の品質に対する要求はかなり強く、このあたりを満たすには、百円ショップ用商品でも日本市場への品目は選択されている。日常の中級品を狙う本事業においては、デザインと品質はポイントであり、これを意識した市場はそれなりの存在があると信じられる。

### 3. 競合性

北九州の消費者規模は東京のそれよりずっと小さいので、やはり小売と卸売りを兼ねたものにならなければと考える。それには、

- 1) 店頭売りだけでなく web でのレスポンス、
- 2) 来店したバイヤーに示すことの出来る商品サンプル、リスト、商品にプラスをできる可能性などを的確に示すことの出来る必要がある。
- 3) 近隣の中国産品を販売している既存の店舗に対しては、その商品が似通っている場合、本事業への参画を呼びかける。

## III. 事業計画

## 1. 販売計画

## 1) 事業会社出店計画および売上高計画額

Web 販売、卸販売は各店舗ではなく中央管理部門がまとめて行う。

初年度販売	5 店舗	10,000 千円／店舗	合計 100,000 千円
	Web 販売	50,000 千円／全体	
2 年度	10 店舗	15,000 千円／店舗	合計 300,000 千円
	Web 販売	100,000 千円／全体	
	卸販売	50,000 千円／全体	
3 年度	20 店舗	15,000 千円／店舗	合計 600,000 千円
	Web 販売	200,000 千円／全体	
	卸販売	100,000 千円／全体	
4 年度	20 店舗	15,000 千円／店舗	合計 620,000 千円
	Web 販売	220,000 千円／全体	
	卸販売	100,000 千円／全体	

## 2) マーケティング戦略

- i) 各出店はなるべく扱う商品を異なるものとする。事業会社がこれを調整するものとする。
- ii) 価格設定は、市場の同等品との競争またブランド戦略をとるか否かによって異なるが、平均販売単価を 2000 円、卸販売平均単価を 500 円と予測する。
- iii) 販売チャネルは、店舗と web 経由を大体 40%、60%と計画する。
- iv) プロモーションについては web とマスメディアへの露出を考える。
- v) 中国の商品イメージを前面に押し出すか、ブランド戦略をとるか、商品分野によって考える。
- vi) 現地代理店の活動がキーである。どのような商品にどのようにプラスをして日本のテイストをつけるか、商品の選択がすべてである。
- vii) 企画段階で売れ筋を読んで販売を拓げる、消費者やバイヤーへの足がかりをつかむ、などを心がける。

## 2. 購入計画

## 1) 企画会社活動

企画会社の活動段階でどのカテゴリの製品をどの数量どの様にカスタマイズして仕入れるかを決定する。その後も常時これらの内容を販売実績と照らし合わせ修正する。

## 2) 事業会社仕入れ方法

義烏における現地拠点からの通信による情報を考慮してカスタマイズ、購入を指示する。また義烏の端末を持った商店に対しても同様とする。

## 3) 事業会社仕入計画

平均仕入れ価格： 平均 150 円／個。（内カスタマイズ費用平均 50 円／個）。

## 3. 設備投資経費計画

## 1) 企画会社

## i) 経費

a) 事務所、事務経費年間 4000 千円

b) 調査費年間 5000 千円

## ii) 設備投資

なし。

## 2) 事業会社

管理部門、店舗販売部門、web 販売部門、卸売部門を含む。

## i) 経費、

## a) 事務所、事務経費

初年度： 店舗造成費借用費 39,000 千円

2 年度： 店舗造成借用費 54,000 千円

3 年度： 店舗造成費借用費 99,000 千円

4 年度： 店舗造成費借用費 69,000 千円

b) web 製作運用費年間 4,000 千円

c) 宣伝、営業費等年間 5,000 千円

## ii) 設備投資

なし。

4. 人員計画

1) 企画会社

年間 18,000 千円

2) 事業会社

管理部門： 年間 23,000 千円

卸販売部門： 年間 15,000 千円

店舗販売部門： 年間 11,500 千円／店舗

Web 販売部門： 年間 23,000 千円

義烏仕入れ部門： （管理部門＋）業務委託。 年間 6,000 千円

## IV. 財務計画

## 1. 損益計算書

		0	5	10	20	20	
		2. 義烏プラス損益計算書					単位千円
Gi		企画会社		事業会社			
年度		1	2	3	4	5	
売上高		0	100,000	300,000	600,000	620,000	
	(店舗小売)		50,000	150,000	300,000	300,000	
	(web通販)		50,000	100,000	200,000	220,000	
	(卸売り)		0	50,000	100,000	100,000	
	売上原価	0	7,500	33,750	67,500	69,000	
	売上総利益	0	92,500	266,250	532,500	551,000	
	販売費&一般管理費	27,000	163,500	236,000	396,000	366,000	
	営業利益	-27,000	-71,000	30,250	136,500	185,000	
	営業外収益						
	営業外費用		1,000				
	経常利益	-27,000	-72,000	30,250	136,500	185,000	
	特別利益						
	特別損失						
	税引き前当期利益	-27,000	-72,000	30,250	136,500	185,000	
	法人税等	0	0	0	27100	74000	
	当期利益	-27,000	-72,000	30,250	109,400	111,000	
	株主配当					25,000	
	累積損益	-27,000	-99,000	-68,750	40,650	126,650	

## 2. 資金計画

2. 義烏プラスキャッシュフロー計算書					単位千円
年度	企画会社	事業会社			
	1	2	3	4	
営業CF					
税引き前利益	-27,000	-72,000	30,250	136,500	185,000
減価償却費					
流動資産増加					
流動負債の増加					
支払い利息		1,000			
受け取り利息					
運転資本増加					
法人税	0	0	0	27,100	74,000
株主配当、内部留保	0	0	0	0	25,000
計	-27,000	-71,000	30,250	109,400	86,000
投資CF					
固定資産取得					
固定資産売却					
有価証券取得					
有価証券売却					
計	0	0	0	0	0
財務CF					
借入金	20,000				
借入金返済		20,000			
利子支払い		1,000			
株式の発行	10,000	90,000			
計	30,000	69,000	0	0	0
現金および現金同等物の増減	3,000	-2,000	30,250	109,400	86,000
現金および現金同等物の期首残高	0	3,000	1,000	31,250	140,650
現金および現金同等物の期末残高	3,000	1,000	31,250	140,650	226,650



### 3. アジア民族文化村 事業計画書

#### 目次

#### I. エグゼクティブサマリー

1. 事業主体
2. サービス内容
3. 事業体制
4. スケジュール
5. 投資額
6. 売り上げ
7. 通信利用

#### II. 事業コンセプト

1. 新規性
2. 市場性、成長性
3. 競合性

#### III. 事業計画

1. 販売計画
2. 設備投資経費計画
3. 人員計画

#### IV. 財務計画

1. 損益計画
2. 資金計画

## I. エグゼクティブサマリー

### 1. 事業主体

民間。ただし、場所の提供、広報などに公が便宜を図る部分があるものとする。

### 2. サービス内容

- 1) アジア民族の文化、生活様式、料理などを紹介すべく、民族建築物、レストラン、観光センターなどを設置する。
- 2) 民族建築物内では民族特産品を販売、レストランでは民族料理を提供、観光センターでは、現地へのツアー、宿泊、現地情報などを取り扱う。
- 3) イベントとして、各民族の舞踊公演、日本の祭りなども開催する。
- 4) 現地のリアルタイムのカメラ映像を放映して、その場で交流を図る。本国の民族的な催し物を中継放映する。

### 3. 事業体制

出資を募り会社（仮称、アジア民族文化村株式会社）を設立する。

当初は企画会社とし、経営が成り立つとの判断が得られた時点で事業会社に切替える。アジア民族文化村は、テーマパークであり、アジアの特徴ある諸民族をいくつか選定して、それらを順次「民族文化村」として開設してゆく。「村」の一つ一つを子会社的なユニットと考えることができる。

### 4. スケジュール

半年から1年で事業化企画調査を行い、収益性を確認して事業会社に切替える。

事業会社の初年度には、二つの「村」の開設を行い、数年内に5ユニット以上の規模にまでもって行く計画とする。

### 5. 投資額

企画会社段階の必要資金は4千万円を予定する。

事業会社の必要資金は当初2.2億円を予定する。

当初2ユニットを開設するとして4億円が必要となるが、当初の所要資金は出資と銀行借り入れと約50/50で考える。

6. 売り上げ

初年度	1 億円	入場料、物品売上、レストラン売上合計
2 年度	2.5 億円	
3 年度	5 億円	

7. 通信利用

現地との間に 4 5 M 専用線 2 本を、企画段階で選択した国に 1 本ずつ開設する。

## II. 事業コンセプト

### 1. 新規性

テーマパークは、東京のディズニー、長崎のハウステンボス、大阪のユニバーサルスタジオなど欧米文化系が主流となっている。今後、世界は非欧米すなわちアジア回帰の流れが強まると思われ、多様なアジア民族文化を体験できる施設は新規性があり時代の要請に応えるものといえる。

### 2. 市場性、成長性

テーマパークを訪れる観光客は、国内からと海外からの両者を対象に考える。北部九州の観光の一環として、人々を引き付ける施設に育成してゆくことを狙い、小倉、門司等の観光資源や義烏プラス（ショッピングセンター）などとも連携を図ることとする。アジアの少数民族の生活には資源リサイクルの節約型の教材が多くみられることを生かし、特徴的な施設とすることで注目を集めることができよう。民族文化村の「村」（ユニット）の数を増やす都度、人気が高まりレピーターも増え、成長性を確保することができよう。

一方、北部九州は、韓国および中国、台湾からの観光客が多く、これらのアジア人観光客にとっても魅力があるスポットとするため、早い時期（3年度）に開設する「村」の一つに日本村を予定し、また日本の食文化を楽しんでもらうため、和食レストランは初年度からオープンする。日本村に併設して日本の衣食住の博物館の開設も検討する。

アジア民族村の敷地をどこに選ぶかは、企画会社が決めることになるが、元の北九州空港跡地、門司港レトロ街との一体化、八幡地区スペースワールドとの一体化などを候補地とする。ことに、スペースワールドの隣接地であれば宿泊施設などの利便性を共有化できるメリットが考えられる。

### 3. 競合性

観光地、長崎を近くに有するハウステンボスの存在は多少競合するとも思えるが、民族文化村は、アジアらしさを特徴とすることで十分独自性を発揮できるものと思われる。

### III. 事業計画

#### 1. 販売計画

##### 1) 売上高計画額

初年度	2「村」	100,000 千円
	(入場料、物品販売、レストラン売上計)	
2年度	2「村」	250,000 千円
3年度	4「村」	500,000 千円
4年度	5「村」	900,000 千円

##### 2) マーケティング戦略

日本人観光客とアジア人観光客双方にとって魅力あるスポットとすることにより、国際交流の場が実現され、これが集客上プラス効果を生むことを期対する。

(II. 2. 市場性、成長性の項を参照のこと。)

なお、このテーマパークが人気を得るには、当初からもう少し多くの「村」を開設するほうがよいかもしれず、企画会社にて検討を要する。

#### 2. 設備投資経費計画

##### 1) 企画会社

###### i) 設備経費

事務所、事務経費 年間 4,000 千円

###### ii) 設備投資

なし

###### iii) 調査費

年間 6,000 千円

##### 2) 事業会社

###### i) 設備投資

初年度：	2「村」建設	200,000 千円	(民族村民家建物2棟、売店2、レストラン1)
2年度：	設備費改善費	250,000 千円	
3年度：	2「村」追加建設	200,000 千円	
4年度：	設備費改善費	250,000 千円	

- ii) 宣伝、営業費等  
年間 各年度 5,000 千円
- iii) 運用保守費  
(国際回線代+委託費) + (設備保守代+電気代)  
(20,000 千円) + (15,000 千円から 30,000 千円。ユニット数に応じ)

### 3. 人員計画

#### 1) 企画会社

年間 18,000 千円

#### 2) 事業会社

管理部門：	年間	23,000 千円
「村」運用要員	年間(各ユニットごとに6名)	30,000 千円/ユニット

## IV. 財務計画

## 1. 損益計画

ユニット数	0	2	2	4	4
3. アジア民族文化村損益計算書 単位千円					
	企画会社		事業会社		
年度	1	2	3	4	5
売上高	0	100,000	250,000	500,000	900,000
売上原価	0	45,000	62,500	82,500	100,000
減価償却費		10,000	22,500	32,500	45,000
運用保守費		35,000	40,000	50,000	55,000
売上総利益	0	55,000	187,500	417,500	800,000
販売費&一般管理費	28,000	83,000	83,000	143,000	143,000
営業利益	-28,000	-28,000	104,500	274,500	657,000
営業外収益					
営業外費用		500	500	10,000	10,000
経常利益	-28,000	-28,500	104,000	264,500	647,000
特別利益					
特別損失					
税引き前当期利益	-28,000	-28,500	104,000	264,500	647,000
法人税等	0	0	19,000	105,800	258,800
当期利益	-28,000	-28,500	85,000	158,700	388,200
株主配当				25,000	25,000
累積損益	-28,000	-56,500	28,500	162,200	525,400

## 2. 資金計画

## 1) 資本金

企画会社を3千万円の資本金で発足させ、事業会社段階で資本金を2.5億円に増資する。資本金を上回る設備費、運用費は銀行借入れを予定する。

## 2) 資金繰り

事業会社の売上高、および設備費経費を各年度ごとに試算すると事業化3年目期末で単年度黒字化、同時に累積損を解消できる見込みである。

ユニット数	0	2	2	4	4
3. アジア民族文化村キャッシュフロー計算書					単位千円
	企画会社		事業会社		
年度	1	2	3	4	5
営業CF					
税引き前利益	-28,000	-28,500	104,000	264,500	647,000
減価償却費		10,000	22,500	32,500	45,000
流動資産増加					
流動負債の増加					
支払い利息		500	500	10,000	10,000
受け取り利息					
運転資本増加					
法人税	0	0	19,000	105,800	258,800
株主配当、内部留保				25,000	25,000
計	-28,000	-18,000	108,000	176,200	418,200
投資CF					
固定資産取得		200,000	250,000	200,000	250,000
固定資産売却					
有価証券取得					
有価証券売却					
計	0	-200,000	-250,000	-200,000	-250,000
財務CF					
借入金	10,000		200,000		
借入金返済			10,000		100,000
利子支払い		500	500	10,000	10,000
株式の発行	30,000	220,000			
計	40,000	219,500	189,500	-10,000	-110,000
現金および現金同等物の増減	12,000	1,500	47,500	-33,800	58,200
現金および現金同等物の期首残高	0	12,000	13,500	61,000	27,200
現金および現金同等物の期末残高	12,000	13,500	61,000	27,200	85,400