

平成 29 年度

事業計画書
収支予算書

平成 29 年 1 月 25 日

公益財団法人 流通経済研究所

I. 平成 29 年度 事業計画の基本方針

平成 29 年度のわが国の経済については、企業部門でオリンピック関連需要による設備投資等の拡大が予想されており、家計部門でも雇用者所得の改善による緩やかな回復が進むことが期待されています。

そうした中、流通分野では、後期高齢者の増加や女性就業率の上昇等に伴い消費者購買行動が変化し、小型店業態やネット通販が伸長する等の小売構造変化が進んでいます。また地域商圏・商品カテゴリーごとの競争はより厳しさを増しています。このため流通関係事業は勝ち残りに向けて新たな価値の提案や効率化・生産性を高めることが必要となっています。

公益財団法人流通経済研究所の平成 29 年度事業計画では、社会・経済の環境変化を踏まえつつ、消費と流通のこれからを展望するとともに、産業界・政府にとって有効な施策を提案したいと考えています。

研究開発事業では、研究開発・研究会・戦略セミナー等の事業において、流通専門研究機関としての研究調査・分析活動を行い、製・配・販の流通関係事業者の採るべき戦略・アクションを提案してまいります。

政策調査事業では、政府等の流通政策・産業政策の立案と推進に貢献するべく、積極的な事業提案を行います。

情報サービス事業では、機関誌「流通情報」を隔月発刊するとともに、各種研究レポートやホームページ等により、研究成果を幅広く広報・情報発信いたします。

人材開発事業では、流通ビジネススクールとして、受講者の階層に応じて教育プログラムの体系的な整備・拡充を図るとともに、製配販それぞれの企業が有している人材面での課題やニーズに応える形で個別の人材育成支援を提案・展開していきます。

コンサルティング事業では、研究活動で蓄積したノウハウを活用し、個別企業の課題に対応した、営業・取引・物流に関わるコンサルティング・調査・実験・教育活動を実施いたします。

平成 29 年度は以上の基本方針に基づいて活動を強化し、流通・マーケティング分野において産業界・政府の活動に貢献する所存です。関係各位には従前に増してのご支援、ご指導をお願い申し上げます。

Ⅱ.平成 29 年度 事業計画の内容

1.研究開発事業

(1)店頭研究開発事業

店頭研究開発事業では、製配販の共同研究として実施している「Shopper and Merchandising Development : SMD共同研究機構」において、ショッパーの理解を深めマーケティング/マーチャンダイジングの革新に貢献するための研究を行います。

①研究テーマ1：ショッパーの購買行動に関する研究

ショッパーの購買行動は、従来の店舗業態に加えてECの利用機会が広がるなど変化を続けています。また、高齢層や若年層などのセグメント別にショッパーの購買行動が異なり、多様化しています。このようなショッパーの購買行動をとらえるため、従来の調査手法に加えて、リテールテクノロジーを積極的に活用して研究に取り組み、小売業のマーチャンダイジング、メーカー、卸売業の営業政策に役立てる知見を研究します。あわせて、共同研究に参画する製配販の企業での活用が進むよう、商品カテゴリー、ブランドに適用する知見の開発にも取り組みます。

②研究テーマ2：VMD・ISMに関する理論体系化の研究

インスタ・マーチャンダイジング（ISM）研究の領域を広げ、ヴィジュアル・マーチャンダイジング（VMD）に関する研究に取り組んでいます。売場生産性を高めるISMの手法に売場価値を高める手法としてVMDを取り入れるべく、関係理論の整理・体系化を進めます。また、ショッパーの購買行動に関する研究で得られた知見を用いてISM理論を高度化させる研究にも取り組みます。

③研究テーマ3：『話題+購買』を軸にした研究「WADA Iプロジェクト」

平成29年度から新たな研究テーマとしてSNSにおける消費者間の話題を高めることで需要拡大を生み出すことを目指した研究に取り組みます。国内市場が縮小する中で最寄品小売業は、これまでのように特売依存で売上拡大を目指すのではなく、消費者の話題となる店頭施策等で既存店を活性化することが重要になると考えられます。

本研究テーマは、SMD共同研究機構のサブプロジェクトとして、参画企業を募り推進します。

④研究テーマ4：ID-POS活用戦略研究会

小売業による開示が進むID-POSをショッパー理解のために活用し、メーカー、卸売業がMD提案や商談にID-POSデータを効果的かつ効率的に活用するための定石と新しい切り口について、実際のID-POSデータを用いた研究、報告をSMD共同研究機構のサブ研究会として、開催します。

(2) 流通テーマ別研究会事業

流通テーマ別研究会は、研究員の調査研究、専門家・実務家の事例報告を通じて、流通・マーケティングの実態／問題を分析し、今後のあるべき方向を提示してまいります。

① ショッパー・マーケティング研究会

本研究会は、ショッパーの購買行動や心理・意識に焦点を当て、有効なアプローチを考察します。小売業による対ショッパーに向けた戦略動向もカバーし、メーカー・卸売業がマーケティング施策を企画立案する上で、有効な情報を提供します。

1) ショッパー視点の売場作り・プロモーション事例の研究

- ・ 注目ショッパーの動向と効果的な売場づくり
- ・ スマートデバイスやインターネットの活用を通じた販促・コミュニケーション

2) 注目の流通新業態・新店事例の研究

- ・ ショッパーの支持を集める注目店舗の売場作り
- ・ 新規出店や店舗改装を通じた主要小売チェーンの販売・マーケティング戦略の方向
(品揃えや陳列方法、価格政策、プロモーション手法、売場の雰囲気作り)
- ・ ネットスーパーやECサイトでの購買行動の特徴、それを踏まえた販促戦略の方向

3) ショッパーの店舗選択、業態選択行動の研究

- ・ ショッパーによる業態・店舗選択時の基礎的な行動特徴の把握
- ・ ショッパーの業態・店舗選択行動の変化に対応した売場作りへの課題抽出
- ・ タイプ別（専業主婦、有職女性など）の買物意識の傾向・特徴の把握

② 量販チェーン政策研究会

本研究会は、人口や世帯の構造、制度や公的規制、また情報通信技術などのマクロ的な変化を中長期的な視点を持って捉えつつ、消費、流通の変化を見通し、メーカーの事業戦略、営業政策のあり方を検討し、提案します。

本年度は、ディープな高齢社会の開幕による消費・流通の変化、ネット勢も含め激化する小売業態間競争、ICTやロボットなどの活用によるマーケティングと小売オペレーションの革新、そしてTPP、オリンピック、その後の超高齢社会に向けて、どのような準備をすべきか考えます。

1) 制度：成長戦略として展開される各種制度変更への対応

2) 市場の変化：人口減少・高齢化の深まりと国内市場開拓

3) 流通の変化：GMS、SM、CVS、ドラッグストア、HC、ネット通販企業、宅配事業者、介護事業者などの新たな展開と経営状況と小売業態間競争

4) 情報通信技術の変化：街、店舗、家の情報空間化による消費者のチャネル選択、買物行動、プロモーションの変化、サービス、物流分野へのロボット技術の導入など

③情報連携ワークショップ・ワーキンググループ

流通における情報連携をテーマに、参加会員間での意見交換や議論を目的とするワークショップ、ワーキンググループ活動を実施します。

1) 流通の未来とITを考えるワークショップ

「流通の未来とITを考える」をテーマに、製配販の中堅・若手が議論を行う場として開催します。各回検討テーマを設定し、具体的な課題の抽出や対応の方向性について意見交換を行います。

2) 効果的な情報連携にむけたEDI検討ワーキンググループ

製配販における情報連携をテーマに、より効果的に情報連携を促すための流通モデルや手法の研究とその実現に向けた検討を行うワーキンググループです。1年間継続的に議論し、各種官庁や団体との意見交換を行いながら提言などの成果を出すことを目的に開催します。

④消費構造・小売構造の将来予測プロジェクト

本プロジェクトは家計消費と小売販売に注目し、定量データを用いて近年のトレンドを分析するとともに将来予測を行います。家計消費については品目別・世代別の分析・予測を、小売販売については業態別・地域別の分析・予測を行う計画です。

1) 家計消費構造のトレンド分析と将来予測

2) 小売販売構造のトレンド分析と将来予測

⑤ヘルスケア産業・流通研究プロジェクト

本研究プロジェクトでは、高齢化にともなう健康ニーズの高まりや、セルフケアを推進していこうとする政策転換を新たな産業機会と市場機会を創出するチャンスと捉え、流通の立場から広く貢献できる領域や課題、可能性について調査・研究・提言を行います。

具体的には「ドラッグストアに対する消費者のニーズと健康をはじめとした情報・付加価値訴求のあり方」「消費者のヘルスケアニーズ・情報提供に関する調査研究」「健康食品市場の将来見通しと現状の課題解決に向けての提案」等を軸に、ドラッグストアチャンネルやヘルスケア産業・流通に対する商品戦略や販売戦略に資する研究と提言を行います。

1) ドラッグストア戦略セミナー

2) ヘルスケア産業・流通セミナー

(3) 戦略セミナー

①戦略ビジョンセミナー「流通大会」

「流通大会」は、年に1回、流通とマーケティングの変化と行方を展望し、そのときに適切な政策ならびに戦略の方向を提言することを目的としたセミナーです。第

一線で活躍する経営者・実務担当者からの報告・提言をいただくとともに、弊研究所の研究成果を集中的かつ統合的に整理し、流通・マーケティングの中期的なビジョンを提言します。

②戦略テーマ研究セミナー

流通・マーケティング分野における特定の先進的テーマ・戦略的テーマに焦点をあて、深く掘り下げた調査・研究をセミナーとして実施します。本年度は、次のようなテーマをはじめとしたセミナーを予定しております。

- 1) デジタル動向／実店舗の今後のあり方に関する調査研究セミナー
- 2) 中国EC市場分析シリーズセミナー

(4) 製・配・販連携協議会

経済産業省の支援の下、平成 22 年より消費財の製・配・販の企業による流通効率化の取組みを一般財団法人流通システム開発センターとの共同事業として実施しています。「加工食品WG」「日用品WG」にて議論を行い、取組み方策を取りまとめるとともに、対外的な報告を行います。7 月に平成 28 年度の成果を発表するフォーラムを開催することを予定しています。

2. 政策調査事業

(1) 流通政策・産業政策調査

政府等公的機関からの委託調査事業として、各分野の流通政策・産業政策に関する調査研究等について、中立的立場からの提案を実施していく計画です。

- ① 食品ロス等削減のための事業者間連携政策
- ② 製・配・販の情報共有に基づくサプライチェーン効率化政策
- ③ ヘルスケア産業・流通のあり方の検討
- ④ 商業・福祉・行政の連携による買物弱者への対応
- ⑤ 災害発生時の流通・物流のあり方検討

(2) 海外流通政策・産業政策調査

政府等公的機関からの委託調査事業として、国際関連分野の政策調査を提案してまいります。

- ① 米国・欧州・アジア等海外の産業調査（流通・消費財）
 - 1) 食品ロス削減に向けた欧米の取組
 - 2) 製・配・販の連携・データ共有に向けた取組
- ② 米国・欧州・アジア等海外の流通政策・規制に関する調査

(3) 農産物流通・地域活性化に関する政策調査

政府・地方自治体等公的機関からの委託調査事業として、農業経営・農産物流通や地域活性化をテーマした政策調査を提案してまいります。

- ① 農産物流通の高度化に向けた取組・実行支援
- ② 地域ブランド構築に向けた取組・実行支援
- ③ 地域活性化の効果的方策の立案・実行支援

3. 情報サービス事業

情報サービス事業は、国内外の流通・マーケティングに関する各種情報を収集するとともに、それらを情報提供する事業を実施いたします。また、研究開発事業の成果を、機関誌の「流通情報」をはじめとした各種のレポート・書籍等の出版やホームページ等を通じて、広く公表する事業を実施してまいります。

(1) 機関誌「流通情報」

機関誌「流通情報」の発刊を通じて、研究開発した成果を論文・資料等として公表するとともに、外部の研究者・実務家等の執筆する論文等を加えて、最新の研究に関する情報を提供いたします。

(2) 研究レポート・資料

研究開発の成果を分野別・テーマ別に書籍、研究レポート、資料等として出版するとともに、ホームページ等を通じて広く情報を発信してまいります。

- ① 消費者購買行動年鑑 2017（スーパーマーケット編、ドラッグストア編）
- ② カテゴリー・ファクトブック 2017
- ③ アメリカ流通概要資料集
- ④ 流通統計資料集
- ⑤ 消費者の業態・店舗選択とチェーン評価に関する調査報告書

(3) 市場POSデータサービス

- ① 市場POSデータ分析サービス（NPI Report）：全国のスーパーマーケット約500店の単品別POSデータの分析ツールをクラウド環境で提供します。
- ② 市場POSデータの販売：NPI Reportで収集したPOSデータを統計や学術研究目的で利用する公官庁や大学などに向けて加工して提供します。
- ③ 商品マスタ（IFDB）の販売：JICFS分類体系による商品マスタを提供します。

(4) 資料情報センター

資料情報センターでは、国内外の専門書・各種資料を収集・所蔵して開架式の専門図書館としてのサービスを提供するとともに、流通・マーケティングに関する専門誌・雑

誌等の情報をデータベース化して、流通情報データベースを構築して情報検索サービスを実施します。

4. 人材開発事業

人材開発事業は、流通・マーケティングの専門調査研究機関としての知識・ノウハウと、専門スタッフ・外部の専門家ネットワークを活用して、流通ビジネスに携わる人材の能力向上に向けて、公開講座として「流通ビジネススクール」を冠して提供します。

「流通ビジネススクール」で提供する講座は、受講者のスキルや業務レベルに合わせて階層別に設計し、内容テーマについては、消費者・店頭開発に関する教育及び流通開発・営業系の教育の2系統を整備する予定です。なお、資格認定制度を視野に入れたプログラムの整備を進めます。

(1) 消費者・店頭開発系講座

<基礎レベル>

① インストア・マーチャンダイジング基礎講座（年2回・半日間）：短時間で消費者視点に基づく売場づくりの定石（インストア・マーチャンダイジング＝ISM）を身につけるための講座です。メーカー・卸売業の若手営業パーソンや小売業の店舗、商品系の業務に携わる若手を対象とします。

- 1) 消費者購買行動の基礎
- 2) 定番売場づくりに関する理論と体系
- 3) 販売促進に関する理論と体系

② 売場観察力育成講座（年2回・1日間）：提案型営業活動の前提として求められる売場の実態把握や課題発見のスキルを身につけるための講座です。売場を見て評価する視点を講義と演習を通じて学ぶプログラムです。

- 1) 売場を見る視点や評価方法についての考え方
- 2) 売場や顧客を理解した提案営業活動のポイント

<実践専門レベル>

③ 店頭マーケティングアナリスト養成講座（年2回・7日間）：店頭マーケティングの理論とPOSデータやID-POSデータを活用し、量販チェーンにおけるカテゴリー・マネジメントで質の高い売場提案ができる人材を育成する応用講座です。講義とデータ分析演習を通じ、製配販による店頭提案活動を主導することができる能力を育成します。

- 1) マーケティングデータの分析・評価

- 2) 店頭マーケティング施策を立案・実行・指導するプロセス
- 3) リテールサポートのための体系的マーケティング知識

④提案型営業力育成講座（年3回・1日間）：小売業が提案型営業に求めることを整理し、提案内容の品質向上と業務効率化に向けたノウハウの習得を図るための応用講座です。基礎的な知識を有する営業パーソンが、講義と演習を通じて提案の実行力を高める能力を育成します。

- 1) バイヤーに伝わる提案資料に求められる考え方
- 2) POSデータ分析の定石
- 3) 限られた時間で資料を作成するための業務効率化のポイント

⑤データとISM理論に基づく棚割作成講座（年3回・半日間）：POSデータとISM理論を用いて「根拠のある」棚割を作成するスキルを身につけるための専門講座です。講義と演習を通じて、棚割作成手順を学ぶプログラムです。

- 1) 棚割作成に関する知識
- 2) POSデータ分析結果の読み取りから棚割表作成までの演習

⑥店頭プロモーション企画立案講座（年2回・半日間）：ISM理論と価格に関する理論を理解し、効果的な店頭プロモーション企画を立案するスキルを身につけるための専門講座です。講義と演習を通じて、店頭プロモーションの企画立案と効果検証のPDCAの手順を学ぶプログラムです。

- 1) 店頭プロモーションに関する知識
- 2) 価格弾力性と販促効果係数の活用
- 3) 企画の評価と改善手法

⑦ID-POSデータ活用基礎講座（年3回・半日間）：ID-POSデータに関する基礎的な知識と協働MDにおけるID-POSデータ活用の基礎を身に付けるための講座です。講義と演習を交えたプログラムにより、データ活用の知識だけでなく、実践力の養成を図ります。

- 1) 店頭施策の立案におけるID-POSデータの役割
- 2) ID-POSデータを用いた購買指標の整理
- 3) ID-POSデータ集計結果の読み込みと施策立案

⑧ID-POSデータ活用基礎講座（応用編）（年2回・半日間）：ID-POSデータを通じてショッパーや消費者を理解し、商品改良や売場提案に活用するための集計・分析のバリエーション、留意点、アウトプットの見方などを、数多くの事例を通じて習得することを目的としたプログラムです。

- 1) ID-POSデータの活用範囲

- 2) 目的別集計パターン
- 3) 各集計結果の読み取りの視点

<マネージャー向けレベル>

- ⑨ 流行心理ゼミナール（年2回・5日間）：メーカーにとって重要な新商品の定番化に向けて、心理学や流行に関する理論や事例研究に基づき、消費者インサイトを発掘するスキルを身につける講座です。少人数のゼミナール形式で学ぶプログラムです。
 - 1) 流行パターン、定番化の事例研究
 - 2) 流行を採用する消費者インサイトの研究と理解
 - 3) 商品開発や新商品販促の具体的な施策検討

(2) 流通開発・営業系講座

<基礎レベル>

- ① 小売業入門講座（年1回・半日間）：チェーンストアの業態別の営業特性、損益構造、組織・機能体系、情報・物流システムなど、チェーンストアの基礎的な知識を学ぶ講座です。

- ② 女性営業ステップアップ講座（年1回・5日間）：消費財営業部門の若手女性が、営業という仕事に意義ややりがいを見出し、明確な目標やキャリアプランを立てられるようになること、そして次代の若手のよき先輩、ロールモデルとなりうる人材に育つことを目指した講座です。

<実践専門レベル>

- ③ 小売業態動向講座（年1回・2日間）：企業決算情報などの基礎データと直近の動向をもとに、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ドラッグストア等の主要小売業態に関する「現在」を学ぶ講座です。

- ④ 卸売流通動向基礎講座（年2回・1日間）：食料品・日用品卸売業各社の決算情報と戦略の動向をもとに卸売流通に関する「現在」を学ぶ講座です。

<マネージャー向けレベル>

- ⑤ 流通チャネル・取引制度設計講座（年1回・2日間）：流通構造が大きく変化することにともない、メーカーのチャネル戦略の再構築が必要となっています。流通チャネル戦略を企画する担当者を対象に、小売業・卸売業のチャネルの設計とチャネルのプレイヤーをマネジメントするための取引制度のあり方・設計について学ぶ講座です。

5. コンサルティング事業

(1) 店頭研究関連分野

店頭研究の成果・アプローチに基づいて、個別企業のニーズに応じた調査コンサルティング活動を実施する計画です。

- ①小売店頭における消費者の購買意志決定・購買行動の調査
- ②店頭販促の売上拡大効果の実験・調査
- ③ショッパー・マーケティング／カテゴリー・マネジメントの導入・体制整備
- ④消費者調査・購買履歴に基づく商品分類体系の構築
- ⑤価格マネジメントに関するコンサルティング
- ⑥店頭起点のブランド育成の調査・コンサルティング
- ⑦消費者購買履歴データの分析・データマイニングなど

(2) 流通研究関連分野

主にメーカー・卸売業の営業・流通チャネル戦略について、研究会等の研究成果・アプローチを踏まえて、個別企業のニーズに応じた調査コンサルティング活動を実施する計画です。

- ①小売業態構造の将来予測に関する調査コンサルティング
- ②流通チャネル・営業体制の改革・整備に関する調査コンサルティング
- ③取引制度・価格制度の設計に関する調査・コンサルティング
- ④流通サプライチェーン効率化のための調査・コンサルティング

(3) 国際流通関連分野

国際流通関連分野について、研究会等の研究成果・アプローチを踏まえて、個別企業のニーズに応じた調査コンサルティング活動を実施する計画です。

- ①米国・欧州・アジア等海外の産業調査（流通・一般消費財）
- ②米国・欧州・アジア等海外の流通政策・規制に関する調査
- ③中国・東南アジアの消費者・店頭マーケティングに関する調査
- ④海外企業・団体に向けた日本市場参入のための流通・産業調査

(4) 個別企業向け教育事業

流通ビジネススクールの公開講座等の教育プログラムをベースに、各企業の要請にもとづき、綿密な打ち合わせのもと、ニーズに即したカスタマイズした研修を実施します。

- ①小売業向け研修：バイヤー向けのマーチャンダイジング手法講座のほか、データ分析スキルや、売場作りの定石等を習得します。
- ②卸売業向け研修：卸売業の立場に立った店頭サポート手法を学びます。
- ③メーカー向け研修：企業ニーズに添う形でカテゴリー・マネジメントや提案実務を教授するほか、新入社員に向けた基礎的な知識の習得・思考訓練を行います。

(5) 農業分野の経営者教育支援・コンサルティング事業

わが国の農業の未来を拓く次世代の農業経営者の育成に向けて、流通・マーケティング等に関する教育の企画・提案・講師派遣等を実施するとともに、日本の農業の発展に向けた各種コンサルティングを実施します。

- ① 農業経営者に向けた教育・セミナー等の教育・支援
- ② 農業分野の6次産業化に向けた各種のコンサルティング

6. その他

- (1) 政府・地方自治体等への委員の派遣
- (2) 大学への講師派遣

正味財産増減予算書

平成29年4月1日～平成30年3月31日

(正味財産増減予算書形式)

(単位:円)

科 目	予算額	前年度予算額	差額	備考
I. 一般正味財産増減の部				
1・経常増減の部				
(1) 経常収益				
① 事業収入	470,000,000	458,310,000	11,690,000	
② 雑収入	540,000	500,000	40,000	
受取利息	30,000	200,000	-170,000	
受取配当金	510,000	300,000	210,000	
経常収益計	470,540,000	458,810,000	11,730,000	
(2) 経常費用				
① 事業費	456,866,343	443,600,000	13,266,343	
給料手当	151,173,919	144,326,895	6,847,024	
賞与引当金繰入	12,477,304	11,450,000	1,027,304	
退職給付費用	5,264,000	1,420,000	3,844,000	
法定福利費	22,080,000	20,740,000	1,340,000	
福利厚生費	3,840,000	3,680,000	160,000	
交通費	21,126,000	21,000,000	126,000	
通信費	4,282,946	3,628,334	654,612	
事務用消耗品費	6,566,400	6,400,000	166,400	
業務委託費	54,831,958	53,442,454	1,389,504	
研究開発費	74,985,134	73,272,060	1,713,074	
会場費	16,051,863	14,000,000	2,051,863	
諸謝金	4,278,913	3,226,933	1,051,980	
資料費	5,237,368	4,368,252	869,116	
印刷費	11,709,236	15,241,614	-3,532,378	
家賃共益費	27,882,720	29,400,000	-1,517,280	
租税公課	480,000	460,000	20,000	
減価償却費	10,916,400	15,364,400	-4,448,000	
雑給	7,653,097	7,000,000	653,097	
雑費	16,029,085	15,179,058	850,027	
② 管理費	13,673,657	15,210,000	-1,536,343	
役員報酬	6,892,141	6,800,000	92,141	
給料手当	1,633,967	2,400,000	-766,033	
賞与引当金繰入	662,669	680,000	-17,331	
退職給付費用	336,000	80,000	256,000	
法定福利費	920,000	1,080,000	-160,000	
福利厚生費	160,000	200,000	-40,000	
交通費	160,000	180,000	-20,000	
通信費	120,000	180,000	-60,000	
事務用品費	80,000	160,000	-80,000	
業務委託費	148,000	250,000	-102,000	
家賃共益費	1,017,280	1,320,000	-302,720	
租税公課	20,000	40,000	-20,000	
減価償却費	83,600	120,000	-36,400	
雑給	180,000	200,000	-20,000	
雑費	1,260,000	1,520,000	-260,000	
経常費用計	470,540,000	458,810,000	11,730,000	
当期経常増減額	0	0	0	
2・経常外増減の部				
(1) 経常外収益	0	0	0	
(2) 経常外費用	0	0	0	
当期経常外増減額	0	0	0	
当期一般正味財産増減額	0	0	0	
一般正味財産期首残高	514,570,095	514,570,095	0	
一般正味財産期末残高	514,570,095	514,570,095	0	
II 指定正味財産増減の部				
当期指定正味財産増減額	0	0	0	
指定正味財産期首残高	136,250,000	136,250,000	0	
指定正味財産期末残高	136,250,000	136,250,000	0	
III 正味財産期末残高	650,820,095	650,820,095	0	