スーパーファミコン®

SUPER Famicom
LICENSED BY NINTENDO

マネジメント・タスク



取扱説明書

KOEI

トップマネジメントII

SHVC-QC

使用上のご注意

●ご使用後は、ＡＣアダプタをコンセントから必ず抜いておいてください。
●テレビ画面からできるだけ離れてゲームをしてください。
●長時間ゲームをする時は、健康のため、１時間ないし２時間ごとに10分～15分の小休止をしてください。
●精密機器ですので、極端な温度条件下での使用や、保管および強いショックを避けてください。また絶対に分解しないでください。
●端子部に手を触れたり、水にぬらすなど、汚さないようにしてください。故障の原因となります。
●シンナー、ベンジン、アルコール等の揮発油でふかないでください。
●スーパーファミコンをプロジェクションテレビ（スクリーン投影方式のテレビ）に接続すると、残像現象（画面ヤケ）が生ずるため、接続しないでください。

健康上の安全に関するご注意

疲れた状態や、連続して長時間にわたるプレイは、健康上好ましくありませんので避けてください。また、ごく稀に、強い光の刺激や、点滅を受けたり、テレビ画面等を見たりしている時に、一時的に筋肉のけいれんや、意識の喪失等の症状を経験する人がいます。こうした症状を経験した人は、テレビゲームをする前に必ず医師と相談してください。また、テレビゲームをしていて、このような症状が起きた場合には、ゲームを止め、医師の診察を受けてください。

トラブルについて

お買い上げいただいた製品が動作しない場合や、何回か遊んだだけでゲームができなくなってしまった場合などは、ゲームカセットに、故障内容を書き添えて、下記の当社係あてにお送りください。検査の上、次のように処理させていただきます。

１．製造段階での問題など、当社の責に帰すべき事由による動作不良の場合は、完動品と無償交換いたします。
２．お客様の不注意による故障や、長期の使用による故障など、当社の責に因らない事由での動作不良の場合は、3,000円にて有償交換いたします（事情により、有償交換価格を変更することがあります。ご了承ください）。
３．お客様の不注意でカセットを破損した場合は、有償交換いたしません。ご了承ください。

●不良品の検査・交換などには、多少時間がかかる場合があります。また、故障内容をお書き添えにならないと、症状の判定に時間がかかり、処理が遅れることがあります。
●通常の封筒・小荷物などに現金を同封すると、郵便法に触れます。交換手数料は郵便小為替にてご同封ください。また、万一の郵便事故による紛失、破損などについては当社では保証できませんので、できる限り「簡易書留郵便」でお送りくださいますようお願い申し上げます。

〒223　横浜市港北区箕輪町1-23-3
株式会社　光栄
スーパーファミコン版『トップマネジメントⅡ』ユーザーサポート係
電話 045-561-6861（月～金　10:00～12:00　13:00～17:00）
※ゲームの攻略法やデータなど、内容に関するご質問は、誠に勝手ながらお受けいたしかねますので、ご了承ください。

はじめに

ビジネスの世界では「明日」は常に不確実です。経営者は、その不確実な状態の中で、経営目標を達成するために、未来を予測し、方針を定め、努力しなければなりません。未知の状況のもとで決断し、多くの人々が会社を動かして成長させていく。わたしはここにドラマがあると思いました。そのドラマをゲーム上で再現したいと思って作り上げたのが、1985年に発売された『トップマネジメント』でした。

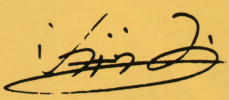
『トップマネジメント』は、幸いにもご好評をいただき、多数の方々から続編を望む声、ご意見などが寄せられました。そんな皆様の声にお応えして、ここに『トップマネジメントⅡ』をお届けいたします。

『トップマネジメントⅡ』の面白さは経営の面白さにあります。そして、自動作成される財務諸表を始めとした経営資料や、グラフ化した資料で、会社の経営状態をつかみやすくして、手軽にプレイできるように工夫しました。

また、『トップマネジメント』から引きついだ対話式のゲーム進行に、的確なヒントを盛り込んだ助言機能を加え、グラフィック、サウンド、スピード、操作といったあらゆる点を見直し、シナリオの面でも、よりリアルなゲーム展開を楽しめるようになりました。実際の景気の動きをとり入れ、社会状況の変化にしたがって経営環境も変化していくのです。また、市場全体に影響を与える多彩なイベントを用意し、社会の動きがダイナミックに反映されるようになりました。

『トップマネジメントⅡ』は、あなたが社長となって会社を経営するゲームです。会社が倒産するも、大企業へと成長するも、すべてはあなたの経営手腕にかかっています。ぞんぶんに腕を振るってください。

シブサワ・コウ



目次

ゲームを始める前に---- 4
コントローラの使い方／開始と終了／プレイ環境の設定

『トップマネジメントⅡ』とは---- 11
ゲームの目的／会社のしくみ

コマンド解説---- 15
期首の仕事／月初の仕事／週の仕事／月末の仕事／
期末の仕事

イベント解説---- 33
定期イベント／ランダムイベント

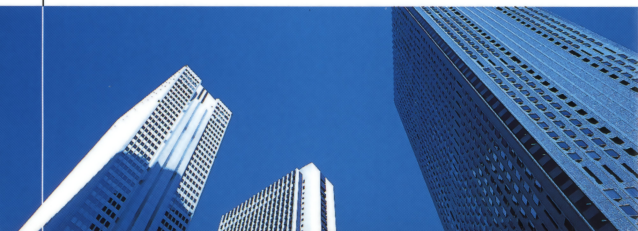
データ解説---- 36
損益計算書／貸借対照表／製造原価表／会社情報／
製品情報／販売情報／景気情報／シェア情報／
売上推移／生産状況／報告書

ゲームのヒント---- 49
新任社長へのアドバイス／売上を伸ばすには
経費を削減するには

シナリオ解説---- 56
1978～1982　第二次オイルショック
1982～1986　半導体景気＆円高不況
1987～1991　平成景気

コマンドリスト---- 59

索引---- 61

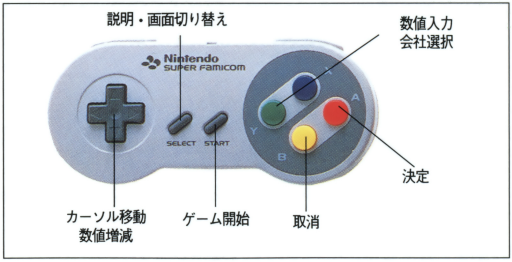


ゲームを始める前に

ここでは、コントローラの使い方と、ゲームの開始、終了、プレイ環境の設定について説明します。

コントローラの使い方

基本操作



✚ボタン：カーソルの移動や、数値の増減をします。
Aボタン：項目の選択を決定します。
Bボタン：コマンドを取り消します。
Yボタン：数値入力で使います（→5ページ）。また、初期設定で会社を選択するときに使います。
Lボタン：数値入力で最大値を入力するときに使います。
Rボタン：数値入力で最小値を入力するときに使います。
SELECTボタン：コマンドやアイコン・用語の簡単な説明を表示します。また、画面やデータ表示を切り替えます。
STARTボタン：ゲームを開始します。

項目の選択

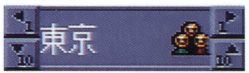
コマンドや、項目を選択するときの操作です。
✚ボタンでカーソルを移動し、Aボタンで決定します。
数値を入力するときにAボタンを押すと、数値入力ボックスが表示され、数値入力になります。
Bボタンを押すと、項目の選択を中止します。コマンド選択時にはそのコマンドの終了となります。

Y／Nの選択

Yを選んでAボタンを押すとYES、Nを選んでAボタンを押すとNOになります。

地区（支社）の選択

FREE MODEの初期設定で、本社・支社の地区を変更（→8ページ）する場合、新しく支社を開設する場合、あるいは週に地区別のデータを見る場合、日本地図と地区選択のボックスが表示されます。



人口マーカー


多い


普通


少ない

✚ボタンで地区選択ボックス内の地区を切り替えます。⬅を押すと地区の番号が１増え、➡を押すと１減ります。同様に⬆⬇を押すと地区番号が10ずつ増減します。

ボックス内にその地区の人口を表す人口マーカーを表示します。日本地図上では、本社・支社の地区を示すカーソルが移動します。地区を選び、Aボタンを押して決定します。

数値の入力

数値を入力する場合は、数値入力ボックスが表示されます。



✚ボタンの⬅を押すと数値が１増え、➡を押すと１減ります。同様に⬆⬇を押すと数値が10ずつ増減します。

Aボタンで決定します。✚ボタンを押したままにすると、連続的に数値が増減します。

Bボタンを押すと、数値の入力を中止します。

Lボタンを押すと入力できる最大値に、Rボタンを押すと最小値になります。Yボタンを押すと、同じ項目で前回入力した数値（増減を入力する場合は増減なし）、またはゲーム内であらかじめ用意された数値になります。

共通のコマンド

次のコマンドは、さまざまな仕事で共通に使用します。

●説明●　コマンドアイコンや情報アイコンと共にこのアイコンが表示されているときに、SELECTボタンを押すと、カーソルのあるアイコンの説明を表示します。



●意見●　各種の場面で、各担当の部長から意見を聞くことができます。各部長は、指示を出す前の状況を見て助言しますので活用してください。なお、助言者はそれぞれの立場からしか判断していません。



●終了●　コマンドを終了します。これを選ぶと、そのコマンドで選んだことを決定して終了します。Bボタンを押しても同様です。



●中断●　コマンド選択を取りやめます。これを選ぶと、このコマンドで選んだデータは捨てられます。



●切替●　データ表示などで、このアイコンが表示されているときに、SELECTボタンを押すと、2つの画面を切り替えて表示します。



●指示●　各部に指示を出します。指示を選ぶと、使用できるコマンドのリストが表示されます。



●情報●　各種情報を表示します。情報を選ぶと使用できるコマンドのリストが表示されます。



●終了●　コマンドを終了します。Bボタンを押しても同様です。

開始と終了

ゲームのセット

ROMカセットをスロットに差し込み、POWERをONにすると、タイトル画面と初期メニューが表示されます。

新しくゲームを始める

「NEW GAME」を選びます。

●ゲームモード●　ゲームモードを選びます。

[PRESENT MODE]　開始年があらかじめ決まっています。本社・支社の地区はランダムに設定されます。

[FREE MODE]　開始年を自由に設定できます（ロングシナリオを除く）。本社・支社の地区は、変更できます。

●シナリオ●　選べるシナリオはモードによって異なります。

[PRESENT MODE]　次の６つから選びます。

平成景気	1987～1991	期間５年
半導体景気～円高不況	1982～1986	期間５年
第２次オイルショック	1978～1982	期間５年
オイルショックからの脱出	1981～1990	期間10年
バブル経済の崩壊	1986～1995	期間10年
過去から未来へ	1978～1997	期間20年

[FREE MODE]　次の３つから選び、開始年を決めます。

ショートシナリオ（期間５年）
ミドルシナリオ（期間10年）
ロングシナリオ（1978年～1987年・期間20年）

景気変動グラフ上に開始年と終了年が２本のラインで表示されます。L／Rボタンでグラフを左右に動かし、ラインを開始したい年に合わせてAボタンを押します。

●会社担当●　３社のうち、どの会社を担当するか選びます。変更したい会社にカーソルを移動させて、Yボタンを押すと、「COM」と「MAN」が交互に切り替わります。３社の担当を決め終わったら、Aボタンを押します。



コンピュータが担当します。



プレイヤーが担当します。

3人まで同時にプレイできます。複数のプレイヤーでプレイするときは、それぞれの会社の担当を「MAN」にします。すべての会社の担当を「COM」にすると、コンピュータ同士のデモプレイとなります（デモプレイを終了するときは、リセットボタンを押します）。

●本社・支社地区変更●　FREE MODEでプレイするときは、本社・支社の地区を変更する会社を選び、本社→支社の順に配置する地区を決めます。

カーソルを変更したい会社に移動してYボタンを押します。

●会社名●　会社名を入力します。7文字まで入力できます。変更しない場合は、そのままBボタンを押します。



変更したい会社にカーソルを移動してYボタンを押します。

文字を選んでAボタンを押すと、その文字が入力されます。

Bボタンで、1つ前に入力した文字を消します。

SELECTボタンを押すと、文字の種類がアルファベット→カタカナ→ひらがなの順に切り替わります。

会社名を入力したら、ENDを選んでAボタンを押します。

何も入力せずにENDを選ぶと、入力を中止します。

●ゲームレベルの選択●　BEGINNER (1) →EASY (2) →NORMAL (3) →HARD (4) →PRO (5) の順で難しくなっています。
レベルを✚ボタンの⬆⬇で選んでAボタンを押します。

●初期設定の確認●　YESを選ぶとオープニングの後にゲームを開始します。NOを選ぶと、変更する部分をシナリオ、プレイヤー、本社地区、会社名、レベルから選んで決め直します。

データを保存（セーブ）する

月初（→19ページ）に、機能コマンドの「セーブ」を選びます。
セーブの場所は1カ所だけです。新しくセーブすると、以前にセーブしたデータは上書きされます。

ゲームを終了する

月初（→19ページ）に、機能コマンドの「終了」を選びます。

ゲームを再開（ロード）する

初期メニューから「CONTINUE」を選びます。または、月初（→19ページ）に、機能コマンドの「ロード」を選びます。
シナリオ名、ゲーム内の年月、会社名、ゲームレベル、プレイヤーの人数が表示されます。データをロードするときは、Yを選びます。

セーブデータを消す

初期メニューから「DELETE DATA」を選びます。
シナリオ名、ゲーム内の年月、各社の担当が表示されます。
データを消去するときは、Aボタンを押します。

サウンドモードを選ぶ

初期メニューから「BGM STEREO」または「BGM MONORAL」を選ぶと、サウンドがステレオとモノラルに切り替わります。

プレイ環境の設定

機能コマンド

月初に「機能」コマンドを選ぶと、プレイ環境の設定と、ゲームのセーブ・ロード・終了を行います。



それぞれのボタンを押すと、各コマンドを実行します。
Bボタンを押すと、機能コマンドを終了します。

●セーブ●　データを保存（セーブ）します。

●ロード●　途中からゲームを再開します。

●終了●　ゲームを終了します。

●BGM変更●　演奏するBGMを１～７から選びます。

●BGM　ON／OFF●　BGMを鳴らすかどうかを選びます。

●SE　ON／OFF●　効果音（Sound Effect）を鳴らすかどうかを選びます。

●アニメ　ON／OFF●　週の生産と販売、月初の材料購入、入札判定のアニメーションを表示するかどうかを選びます。

●メッセージ●　メッセージの表示時間を設定します。スイッチをF（Fast）側に動かすと速く、S（Slow）側に動かすと遅くなります。

『トップマネジメントⅡ』とは

ここでは、ゲームの目的（勝利・敗北条件）と、会社のしくみについて説明します。

ゲームの目的

勝利条件

定められた回数の事業計画（売上、利益、配当）を達成し、任期を終了するとプレイヤーの勝利となります。任期、事業計画の３つの目標金額と達成回数は、シナリオ、ゲームレベルによって異なります。

●事業計画達成回数●　社長の任期とレベルによる、必要な事業計画の達成回数は、以下のとおりです。

任期＼レベル	1	2	3	4	5
5年	2	2	3	3	4
10年	4	4	6	6	8
20年	8	8	11	12	16

敗北条件

以下のいずれかの場合に、ゲームオーバーとなります。

a.月末に現金不足のまま終了したとき
b.２年連続して無配当のとき
c.３年連続して経常利益が赤字のとき
d.４年連続して配当率が10%未満のとき
e.指示された回数の事業計画を達成できずに任期が来たとき

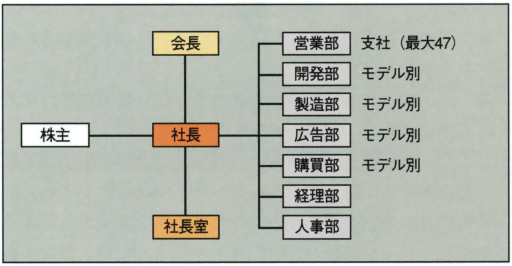
会社のしくみ

業界

パソコンメーカー３社が参入し、激しい競争を繰り広げています。それぞれ、ゲーム開始時の会社規模などがわずかに異なりますが、いずれも同じ年に設立された会社で、よく似た製品を製造・販売しています。

会社の組織

各会社は以下のような組織で製品を製造し、販売します。



●**社長**●　プレイヤーが就任し、会社全体の意思決定を行います。

●**社長室**●　情報収集・分析をして社長の意思決定をサポートします。

●**営業部**●　製品を販売します。営業部は各地区に開設された支社で営業活動を行います。

●**開発部**●　モデルごとに新製品を開発します。

●**製造部**●　モデルごとに製品を製造します。製造ラインの売買なども担当します。

●**広告部**●　製品の宣伝を行います。

●**購買部**●　製品の材料を仕入れます。

●**経理部**●　経理資料の作成、資金繰り・運用を行います。

●**人事部**●　採用と解雇、社員教育を行います。

製品

製品には「デスクトップ」型、「ラップトップ」型、「ノートブック」型の３モデルがあります。開発部、製造部、広告部、購買部は、それぞれモデルごとに仕事をします。


DTOP
デスクトップ


LTOP
ラップトップ


NOTE
ノートブック

●デスクトップ●　開発、製造ともに最も安い費用ですみます。販売価格が高く、利益が多くなります。

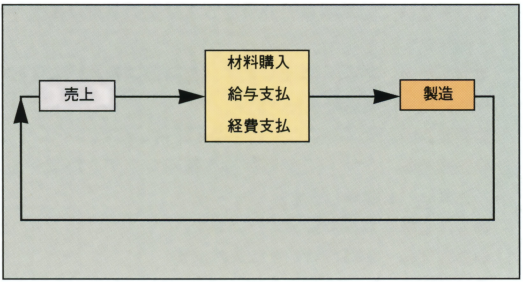
●ラップトップ●　開発、製造ともにデスクトップよりも費用がかかります。また、デスクトップよりも販売価格が低く、利益も少なくなります。

●ノートブック●　開発、製造ともに最も費用がかかります。販売価格も低く、利益も少なくなります。

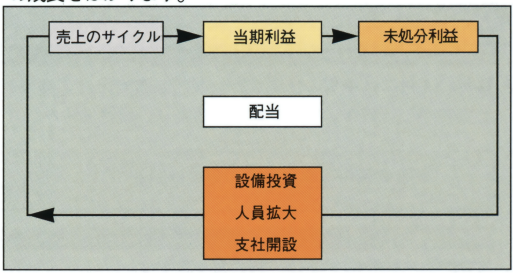
資金のサイクル

ゲーム開始時に持っている資金を元に会社経営を始めます。資金には、売上と成長の２つの大きなサイクルがあります。

●売上のサイクル●　会社の収入のほとんどは、製品を販売して得た売上です。この中から、材料を購入し、給与やその他の経費を支払います。

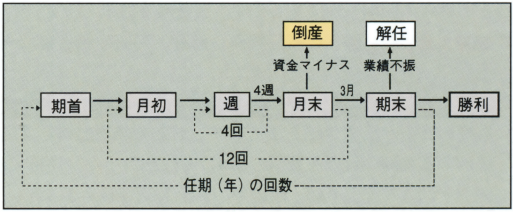


●**成長のサイクル**● 事業計画（勝利条件）は、売上、利益、配当の３点を満たさなければなりません。そのため、プレイヤーは、売上を伸ばすだけではなく、自社と株主の利益（当期利益）も確保しなければなりません。利益のうちの自社の取り分（未処分利益）は設備投資や人員の拡大にあて、会社の成長をはかります。



仕事のサイクル

４月から翌年の３月までの１期（１年間）を１つのサイクルとして会社を経営します。



●**指示（コマンド）と指示の実行**● 各部門に指示を出しおわり、「終了」を選ぶと、その後に各部門がその指示を実行し、報告をします。

コマンド解説

ここでは、コマンドについて解説します。
１年間の仕事のサイクルにしたがって、「期首の仕事」、「月初の仕事」、「週の仕事」、「月末の仕事」、「期末の仕事」の５つに分け、それぞれのコマンドについて説明します。

期首の仕事

期首の仕事とは

毎年、４月には期首の仕事を行います。会社全体の事業計画と各部門の計画を立て、予算を決めたり、設備投資をします。

期首の報告→事業計画の策定→期首のコマンド

期首の報告

各部門からの報告を受け、報告書を見ます。

●製造ラインの廃棄●　耐用年数（購入後５年）がすぎたラインは自動的に廃棄されます。廃棄ライン数を表示します。

●持ち株配当金の入金●　前期末に株式を所有していると、その株式の配当金が入金します。入金額を表示します。

●報告書を見る●　広告、開発、営業、製造の報告書（→47ページ）を見ます。

事業計画

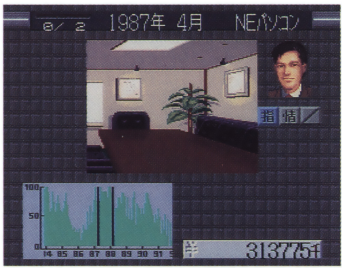
当期の売上と配当目標を決めます。前期の経営結果と会長の提示する当期の目標を表示します。SELECTボタンを押すと、売上・利益と配当金額・配当率の表示を切り替えます。

・了承　会長の提示した事業計画を受け入れます。

・提示　売上目標の金額を修正して提示します。80～120%の間で修正率を入力します。利益・配当の目標は自動的に決定します。提示は受け入れられると、事業計画となります。ゲームレベルが「BEGINNER」の場合、ゲーム開始初年度、前年度の経営業績が悪いときには、「提示」はできません。

期首のコマンド

社員の募集人数、広告予算の変更と新製品開発、設備の増設などの指示を出したり、情報を見ます。



期首の情報

次の６つのデータを表示します。

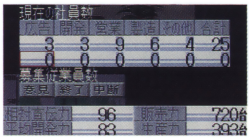
報 報告書（→47ページ）
景 景気情報（→45ページ）
会 会社情報（→44ページ）
損 損益計算書（→36ページ）
貸 貸借対照表（→40ページ）
製 製品情報（→44ページ）

期首の指示

募

●募集（人事部）●

社員を募集します。広告、開発、営業、製造部ごとに募集数を入力します。その他の部門（購買、人事、経理、社長室の４部門）の募集人数は自動的に決まります。募集には、１人あたり10～20千円の費用がかかります。景気がよい時は、募集数だけ採用できないこともあります。採用すると、その部のモラル（→52ページ）が下がります。





●解雇（人事部）●

社員を解雇します。広告、開発、営業、製造部ごとにそれぞれ解雇する人数を入力します。解雇には、１人あたり500～1,000千円の費用がかかります。解雇すると、その部のモラル（→52ページ）が下がります。



●広告予算（広告部）●

当期の広告予算を決めます。モデル別に新しい広告予算を基本金額に対する比率で入力します。

基本金額は次の通りです。

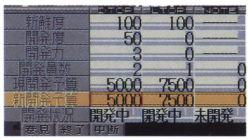


基本金額	
DTOP：	100,000
LTOP：	7,500
NOTE：	5,000



●新製品開発（開発部）●

当期の開発予算を変更します。変更するモデルを選び、新しい開発予算を、基本金額に対する比率で入力します。基本金額は次の通りです。



基本金額	
DTOP：	5,000
LTOP：	7,500
NOTE：	10,000



●ライン購入●

製造ラインの購入数を指示します。購入数を入力します。１ライン購入すると5,000千円かかります。１ラインあたり、１週間に20台の製品を製造できます。





●ライン売却●

製造ラインの売却を指示します。残り耐用年数別に、ライン売却数を入力します。製造ラインの耐用年数は5年です。

残り耐用年数	5	4	3	2	1
ライン売却価格（千円）	4,000	3,280	2,560	1,840	1,120

指示の実行

各部が指示を実行します。

●解雇●　解雇した人数を表示します。製造部と開発部では各モデルから同じ人数ずつ解雇します。営業部では本社と各支社から同じ人数ずつ解雇します。

●採用●　新規に採用した社員は、製造部と開発部では自動的にモデル別にふりわけられます。営業部の採用人員は、すべて本社に配置されます。

●広告予算の再編成●　広告予算、宣伝員数、旧宣伝力（予算変更前の他社と比較した宣伝力）、新宣伝力（予算変更後）をモデル別に表示します。

●開発体制の変更●　開発予算、開発員数、旧月間開発力（予算変更前の1カ月あたりの開発力）、新月間開発力（予算変更後の1カ月あたりの開発力）、開発度をモデル別に表示します。

●ラインの売却●　製造ラインを売却して得られた金額を表示します。残ったラインについて、モデル別に、ライン数、製造員数、生産力、最大生産力を表示します。

●ラインの購入●　購入した製造ラインをモデル別にふりわけます。ラインを配置した後、モデル別に、ライン数、製造員数、生産力、最大生産力を表示します。

月初の仕事

月初の仕事とは

月初には各部員の配置変更、新製品の発売、支社開設、合理化などの指示を出します。

新製品発売→支社開設の報告→月初のコマンド

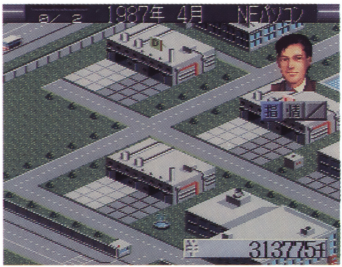
新製品発売と支社開設

●新製品発売●　新製品発売の指示を出すと、翌月の「月初の仕事」の前に新製品の発売を行います。このとき、旧型の製品と材料はすべて処分されます。

●支社開設の報告●　支社開設の指示を出すと、営業開始時に報告があります。指示を出してから、営業を開始するまで、３カ月かかります。

月初のコマンド

中途採用の社員の募集、社員の解雇、社員教育、宣伝員・ライン・開発員・製造員のモデル別配置変更、合理化、支社開設、取引条件を指示し、また情報を表示します。



月初の情報

次の９つのデータを表示します。

事 事業計画（→45ページ）
製 製品情報（→44ページ）
貸 貸借対照表（→40ページ）
取 取引条件（→44ページ）
生 生産状況（→46ページ）
売 売上推移（→46ページ）
損 損益計算書（→36ページ）
開 開発状況（→46ページ）
シ シェア情報（→45ページ）

月初の指示

募 **●社員募集（人事部）●**

中途採用の社員を募集します。採用すると、その部のモラル（→52ページ）が下ります。期首の新規採用よりモラルの下がりかたは小さくなります。

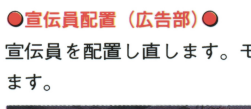
社員募集には１人あたり100～200千円の費用がかかります。モラルと費用以外は期首の仕事と同様です。

解 **●社員解雇（人事部）●**

社員を解雇します（期首の仕事→15ページ）。

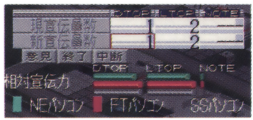
社 **●社員教育（人事部）●**

社員教育を行います。社員教育を行うとモラルが上ります。社員教育は500～1,000千円の費用がかかります。「教育する」を選ぶと、費用を表示します。



宣 **●宣伝員配置（広告部）●**

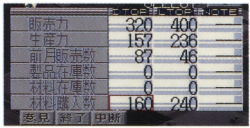
宣伝員を配置し直します。モデル別に人数を入力します。





●材料購入（購買部）●

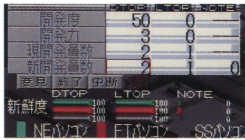
製造部へ納入する材料の購入を指示します。モデル別に材料購入数を入力します。





●開発員配置（開発部）●

開発部員を配置し直します。モデル別に人数を入力します。





●新製品発売（開発部）●

新製品の発売を指示します。指示を出した翌月の初めに新製品を発売します。新製品を発売すると、同じモデルの旧型の製品と材料は処分されます。





●支社開設（営業部）●

支社を新設します。地区選択ボックスで支社を開設する地区を選びます。支社が開設できる地区は本社または支社がある地区の隣りです。リストでは、すでに支社がある地区は白で、支社を開設できる地区は緑で、開設できない地区は赤で表示されます。地区を選ぶと、

開設費用を表示します。費用は地区の人口と開設する年によって異なります。開設準備に３カ月間かかり、開設するまで次の支社の開設準備にはかかれません。

取

●取引条件（営業部）●

売上のうち、現金での受取りの比率を変更します。

取引条件を入力します。

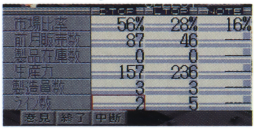
売上は手形か現金のいずれかで受け取ります。現金の比率を下げ、手形の受入比率を高めると、売上は伸びます。そのかわり、商品が売れてから４カ月間は現金にならないので資金的には苦しくなります。手形の一部は不渡りになることがあります。



ラ

●ライン配置（製造部）●

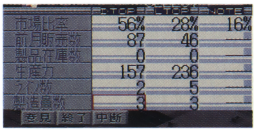
製造ラインを配置し直します。モデル別にライン数を入力します。



製

●製造員配置（製造部）●

製造員を配置し直します。モデル別に人数を入力します。





●合理化投資（製造部）●

製造ラインを合理化します。合理化投資をしないと、合理化度は徐々に下がります。合理化投資をすると、ライン維持費と製造に伴う経費が減少します。





●機能●

セーブ、ロード、終了、ＢＧＭ等のプレイ環境設定をします（→10ページ）。

指示の実行

各部が指示を実行します。

●解雇●　解雇した人数を表示します。製造部と開発部では各モデルから同じように解雇します。営業部では本社と各支社から同じように解雇します。

●採用●　採用した社員は、製造部と開発部では自動的にモデル別にふりわけられます。営業部の人員は、すべて本社に配置されます。

●社員教育●　社員教育を行う前と後のモラルを表示します。

●宣伝員配置●　モデル別に宣伝員数と宣伝力を表示します。

●材料購入●　購入した材料の個数と在庫数を表示します。

●開発員配置●　モデル別に開発員数と月間開発力を表示します。

●取引条件●　変更後の取引条件を表示します。

●製造ラインの配置変更●　モデル別にライン数と製造部員数、製造能力を表示します。

●製造員の配置変更●　モデル別にライン数と製造部員数、製造能力を表示します。

●合理化投資●　合理化投資を行う前と後の合理化度を表示します。

週の仕事

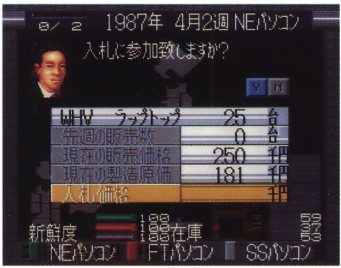
週の仕事とは

週ごとに製品を販売し、製造します。また、入札で大口の顧客と取引します。週の仕事を４回行うと、月末になります。

入札　→　週のコマンド　→　入札結果表示

入札

入札は、週の仕事の前に行います。製品在庫が不足している場合は、入札に参加できません。入札に参加するかどうか選びます。参加するときは、入札価格を入力します。

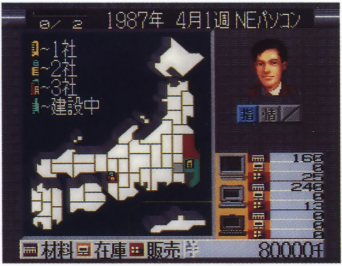


●入札価格●　入札での販売価格を決めます。入札販売分の製品は取り置きされ、一般市場での販売分から除かれます。入札市場での販売は、一般市場での販売終了後に行います。落札すると、取り置き分から製品を納品します。落札できなかったときは、在庫として次週に繰り越されます。

●入札での販売●　参加社の中で最もコストパフォーマンスの良い製品を提示した会社が落札します。コストパフォーマンスは価格と新鮮度から求められます。コストパフォーマンスが同じときは、入札価格が最も低い会社が落札します。

週のコマンド

営業員の配置、販売価格の変更、販売ウェイトの変更、生産調整などの指示を出し、情報を見ます。



週の情報

次のデータを表示します。

販 販売状況（→45ページ）　生 生産状況（→46ページ）

週の指示

営 **●営業員配置（営業部）●**

各支社に営業員を配置します。支社のリストが表示され、支社ごとに人数を入力します。営業員は、地区別に適正な人数があります。営業員の数が多すぎる支社名は緑で、少なすぎる支社名は赤で表示されます。



支社が１画面に収まらなくなると、次のアイコンで表示するページを切り替えます。

 前ページ　 次ページ



●販売価格（営業部）●

各モデルの販売価格を変更します。各社の価格と販売数を表示します。新しい販売価格を入力します。



●販売ウェイト（営業部）●

各モデルを担当する営業員数を変更します。
モデル別に担当人数を入力します。



●生産調整（製造部）●

各モデルの生産数を変更します。自社の販売力、生産力、製品と材料の在庫数を表示します。新しい生産数を最大生産数に対する比率で入力します。

指示の実行

各社の週の仕事が終了すると、営業部が製品を販売し、その後に製造部が製品を製造します。

月末の仕事

月末の仕事とは

月末にはその月の収支が報告され、資金繰りや、余裕資金の運用を行います。

シェア表示→各種の支払、受取の報告→販売結果表示
→資金繰り→経営結果報告

資金繰りの時、現金（当座預金）が赤字のままで終了すると、ゲームオーバーです。月末の仕事を終了すると、翌月の月初の仕事、あるいは期末の仕事へ進みます。

シェア表示

シェア情報（→45ページ）を表示します。Bボタンを押すと終了します。

支払と受取の報告

受取手形の入金、法人税、支払手形の支払いと、今月の売上、経費、利益を表示します。

販売結果表示

今月の売上、経費、利益、経営計画達成回数、経常利益累計を表示します。

会社の順位は、経営計画達成回数と、経常利益の累計額によります。

●経営計画達成回数●　事業計画を達成した回数です。

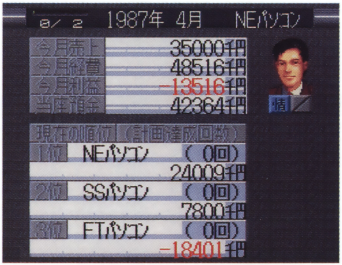
●経常利益累計●　会社設立時から当月末までの経常利益の累計額です。

●情報●　情報コマンドで８つのデータを表示します。

製 製品情報（→44ページ）　事 事業計画（→45ページ）
会 会社情報（→44ページ）　売 売上推移（→46ページ）
収 損益計算書（→36ページ）

※資金繰り前のため、営業外収益以降の部分は未確定です。

貸 貸借対照表（→40ページ） 生 生産状況（→46ページ）
原 製造原価表（→42ページ）



資金繰り

資金繰りや、資金運用など財務的な仕事を指示します。定期預金の預け入れ、引出し、買掛金の手形決済、株の売買、受取手形の割引、借金を行います。



下の列の３つのボタンで、データ表示を切り替えます。



●銀行●

銀行に関するデータを表示します。借入限度額、定期預金、受取手形とそれを割引きした場合の金額を表示します。



●材料●

買掛金の金額を表示します。



●証券●

当月の株の売却額、電子、鉄鋼、自動車、サービスの各産業の持株数を表示します。

資金繰りの指示

指示を選ぶと、次の８つのコマンドが使えます。



●定期引き出し●

預け入れた定期預金を途中解約して引き出します。途中解約した場合には、利率は年３％になります。解約する口座を選びます。



●受取手形割引●

残り月数が１～４カ月の受取手形を銀行で割り引いて現金化します。15％の割引手数料を差し引いた金額が現金となります。割り引く手形を選びます。



●買掛金手形決済●

材料の代金支払いを支払手形にして、支払いを４カ月先に繰り延べます。手形にしたい金額を入力します。



●株売却●

手持ちの株式を売却します。購入時の株価が表示され、売却したい株式を選び、売却数を入力します。



●ライン売却●

製造ラインを売却します。残っている耐用年数別にライン数が表示されます。売却するラインを選びます。ライン売却価格は、毎月徐々に下がっていきます。各月のライン売却価格は以下の通りです。

残耐用年数		5	4	3	2	1
価格	4月	3,940	3,220	2,500	1,780	1,060
	5月	3,880	3,160	2,440	1,720	1,000
	3月	3,280	2,560	1,840	1,120	※ ―

※耐用年数が１年の場合、３月にはラインは売却できません。



●借入金申し込み●

銀行に借金を申し込みます。借入金限度額は１口につき30,000千円まで、最大４口まで借り入れられます。借金は、期日の一括返済で途中返済はできません。借り入れたい期間と金額を入力します。利息は１年経過ごとに支払います。借入金利は以下の通りです。

借入期間（年）	1	2	3
利息（%）	8	9	10



●定期預け入れ●

定期預金に現金を預け入れて運用します。１口につき60,000千円まで、４口まで預けられます。預ける期間と金額を入力します。定期預金利は以下の通りです。

預入期間（年）	1	2	3
利息（%）	5	6	7



●株購入●

電子、鉄鋼、自動車、サービスの各産業の会社の株を購入します。最近5カ月の株価の動きがグラフで表示されます。株を持っていると、期末に配当を受け取ります。購入したい株式の種類と株数を入力します。



●終了●

資金繰りを終了します。このとき、現金がマイナスだと、倒産してゲームオーバーになります。

経営結果報告

事業計画と今月までの経営結果の対比とコメントを表示します。当月の売上、経常利益額を表示します。SELECTボタンを押すと、配当金額と配当率を表示します。この表示はＢボタンを押すと終了し、次の画面に進みます。今月の売上、経費、利益を表示します。

次の８つのデータを表示します。


事業計画

会社情報

売上推移

製品情報

損益計算書

貸借対照表

生産状況

製造原価表

期末の仕事

期末の仕事とは

3月の月末の仕事が終わると、期末になります。
当期の経営結果を確認して配当率を決め、株主総会を行います。ここで任期を満了するとゲームは終了します。また、経営結果が思わしくないと、解任されることがあります。それ以外の場合は期首の仕事へ進みます。

経営結果

当期の経営活動の結果を表示します。
経営計画達成回数と経常利益累計を表示します。SELECTボタンを押すと、当期の売上、経常利益額とモデル別の販売数を切り替えて表示します。
事業計画と今月までの経営結果の対比とコメントを表示します。当月の売上、経常利益額を表示します。SELECTボタンを押すと、配当可能額と配当率の最大値を切り替えて表示します。この表示はBボタンを押すと終了し、次の配当率入力に進みます。

期末の指示

今期の売上、経費、利益を表示します。



●情報●

配当決定に必要なデータを表示します。次の4つがあります。

会社情報（→44ページ）

売上推移（→46ページ）


損益計算書（→36ページ）


貸借対照表（→40ページ）



●配当率決定●

株主に支払う配当率を決めます。配当率は、株主から払い込まれた資本金に対して何%の配当を支払うかを表わします。

株主総会

当期の経営の結果を会長に報告したあとで、株主総会を開催します。株主が当期の経営の評価をします。利益や配当が低いと、解任されてゲームオーバーになることがあります。



●**増資**●　経営成績がよいと、株主が増資を引き受けてくれることがあります。増資は現金で入金され、その分資本金が大きくなります。増資したい金額を入力します。

●**任期の終了**●　社長の任期が来ると、それまでの経営業績の評価を受けて、ゲーム終了になります。

●**仕事のサイクル終了**●　株主総会が終了すると、１年間のサイクルが終了し、次期の「期首の仕事」へ進みます。

イベント解説

ここでは、ゲーム中に発生するイベントについて解説します。イベントには、毎年同じ時期に発生する定期イベントと、ランダムに発生するランダムイベントがあります。

イベントの種類

イベントは、自社の経営に関係する「会社イベント」、市場と業界全体に需要に影響を与える「市場イベント」、地域的な需要に影響を与える「地域イベント」、それ以外の「その他のイベント」があります。

定期イベント

会社イベント

自社の経営に影響するイベントです。毎年同じ時期に発生します。春闘、休暇、賞与の支払い、法人税・配当の支払いなどのイベントがあります。

●春闘●　4月になると春闘が行われ、当期の社員のベースアップと賞与支給率を決めます。



賞与支給率は、給与に対する比率で表示します。300%と表示された場合は、3カ月分という意味になります。

ベースアップ・賞与支給率が低いと、モラル（→52ページ）が低下したり、ストライキが発生したりすることがあります。当期のベースアップと賞与支給率を入力します。

●休暇●　会社には長期休暇の期間があります。この間は製品の製造ができず、生産調整の指示も出せません。

1月第1週（正月）、5月第1週（ゴールデンウィーク）、8月第2週（お盆）の3回があります。

●賞与支払い●　6月と12月には社員にボーナスを支払います。それぞれ、春闘で決めた賞与を半分ずつ支払います。

●法人税・配当支払い●　５月には、前年度の法人税と配当を現金で支払います。

ランダムイベント

会社イベント

●ストライキ●　ベースアップ・賞与支給率が低いと、ストライキが発生することがあります。
ストライキが発生すると、製造・販売ができなくなります。
ストライキは、交渉に成功するまで続きます。
発生時に対策を入力します。対策には次の３種類があります。

交渉　交渉する
ベースアップ・賞与支給率を決め直します。社員が納得すれば、ストライキは収まります。

説得　説得する
当月だけ、とりあえずストライキを中止するように説得します。費用はかかりませんが、成功するとは限りません。また、翌月に再びストライキが発生します。

無視　無視する
なにもしないで交渉を打ち切ります。ストライキが発生するのを放置します。

●退職者発生●　景気が良い時にベースアップ・賞与支給率が低いと、退職者が発生することがあります。退職者が発生した部の人数が減少します。

●欠陥発生●　発売中の製品や開発中の製品から欠陥が発見されることがあります。欠陥が発見されると、発売中の製品ならば新鮮度が、開発中の製品ならば開発度が下がります。

●ライン故障●　製造ラインが故障することがあります。故障したラインでは、その週の生産力が落ちたり、製造できなくなったりします。

●紹介記事●　新聞や雑誌に製品の紹介記事が掲載されることがあります。掲載後、２カ月間の売上が伸びます。

市場イベント

●新パーツの登場●
ることがあります。各社は新製品にそのパーツを投入するため、開発中の製品の開発度が上がり、発売中の製品の新鮮度が下がります。

●ＩＣ不足、ＬＳＩ不足●　材料部品が不足し、購買部が発注した部品の納入数が減ります。

●デスクトップ／ノートブック／ラップトップが人気●　各モデルがブームとなります。一時的にそのモデルの需要が拡大します。

地区イベント

●ショウ開催●　ビジネスショウ、ＯＡショウ、マイコンショウなどの展示会が開催されます。開催された地区での売上が一時的に伸びます。開催された地区に支社を持っていない場合には、影響がありません。

●パソコンの導入●　企業や学校がパソコンの導入を進めます。その地区の売上がその週から月末までの間だけ伸びます。

その他のイベント

●株高騰、暴落●　株価が高騰あるいは暴落することがあります。高騰は株売却の、暴落は株購入のチャンスです。

データ解説

ここでは「情報を見る」で表示するデータについて解説します。なお、ゲーム中で使用される「貸借対照表」、「損益計算書」、「製造原価報告書」はゲーム用に簡略化されており、実際の会計規則とは異なる部分があります。

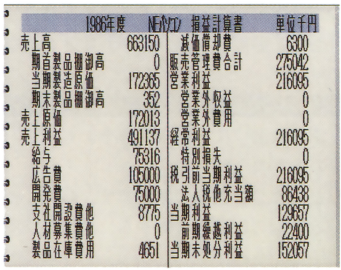
損益計算書（P／L）

損益計算書とは

損益計算書はその期間に発生した収益と費用を表し、利益（損失）を計算します。その期間の経営成績を示す資料です。月次と年次の２種類があります。

●年次損益計算書●　４月から翌年３月までの期間の損益計算書です。

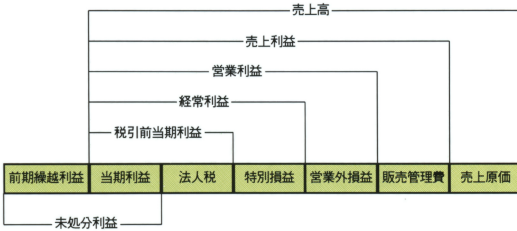
●月次損益計算書●　前月の月初から月末の期間の損益計算書です。



1986年度	NEW会社	損益計算書	単位千円
売上高	663150	減価償却費	6300
期首製品棚卸高	0	販売管理費合計	275042
当期製品製造原価	172365	営業利益	216035
期末製品棚卸高	352	営業外収益	0
売上原価	172013	営業外費用	0
売上利益	491137	経常利益	216035
給与	75316	特別損失	0
広告費	105000	税引前当期利益	216035
開発費	75000	法人税他充当額	86438
支払利息	8775	当期利益	129657
人材募集費	0	前期繰越利益	22400
製品在庫費用	4951	当期未処分利益	152057

※報告式の損益計算書です。画面では２列に表示されていますが、左の列の下から右の列に続いています。

損益計算書のしくみ

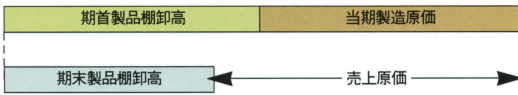


損益計算書には上のような６つの利益が記されています。
損益計算書は、売上高からさまざまな段階の費用を差し引いて、最終的なその期間の利益を求めます。売上利益から当期利益までの５つの利益は、この期間内に発生した利益を示します。
それに対して、１つだけ下に記されている未処分利益は、この期間に発生した利益と、前期から繰り越されてきた利益を合計して求めます。

経常利益を求める

●売上高●　まず、営業活動による利益を求めます。
期間内の３モデル分の売上の合計です。

●売上原価●　売り上げた分の製品の原価です。販売した製品は、期首の在庫分と当期の製造の合計から、期末の在庫分を引いて求めます。
売上原価＝期首製品棚卸高＋当期製造原価－期末製品棚卸高



・期首製品棚卸高　期首の製品在庫を金額で表したものです。
・当期製造原価　当期内に製品を製造するのにかかった費用です。製造原価表の製造原価の３モデル分の合計です。
・期末製品棚卸高　期末の製品在庫を金額で表したものです。製品の棚卸評価は、加重平均法で行います。

●売上利益●　製品を売って得た利益（あるいは損失）を示します。「売上高－売上原価」で求められます。「粗利」と言われることもあります。

●販売管理費合計●　販売活動と管理にかかった費用です。内訳は以下のとおりです。
・給与　製造に関する部門（製造部）を除いた社員の給与と賞与の合計です。
・宣伝費　全モデル分の宣伝費です。
・開発費　全モデル分の開発費です。
・支社開設費他　支社開設費、社員教育費の合計です。
・人材募集費他　社員募集と解雇にかかった費用です。
・製品管理費　製品を倉庫に預ける費用です。月末に残っている製品数分の管理費を支払います。製品管理費は各モデル共通で、１台につき10～15千円かかります。
・減価償却費　製造ラインは購入後時間がたつにつれ価値が減少します。この価値の減少分を費用として計上したのが減価償却費です。この費用は毎年３月に計上され、期間５年の定額法で行います。

●営業利益●　直接営業活動で得た利益を表します。売上高から売り上げた製品を製造する費用と販売・管理にかかる費用を引いたものです。
「売上利益－販売管理費合計」で求められます。

●営業外損益●　製品の販売以外の資金の調達や運用などで発生した損益です。営業外収益、営業外費用が含まれます。
・営業外収益　財務活動で得た利益と材料の評価替えで発生した評価益の合計です。財務活動で得た利益は、受取利息、

有価証券売却益（株を売って得た利益）、持株の配当金の合計です。

・営業外費用　財務活動で発生した費用、材料の評価替えで発生した評価損、新製品発売に伴って製品と材料を廃棄した分の損失、ラインを売却した時に発生した損失の合計です。財務活動の費用は、支払利息、支払割引料、株式の売却損の合計です。

●**経常利益**●　通常の企業活動で発生した利益を表します。「営業利益＋営業外利益－営業外費用」で求められます。

当期利益を求める

次に、当期に発生した利益の総額を求めます。

●**特別損益**●　会社の経営活動と関係なく発生した損益です。

・特別損失（不良債権）不渡りになった受取手形の損失です。

●**税引前当期利益**●　当期内に発生したすべての利益（あるいは損失）を示します。経常利益に特別損益を加えたものです。「経常利益－特別損失」で求められます。

●**法人税他充当額**●　期間内に発生した（税引前当期利益にかかる）法人税と株主に支払う配当金の合計です。

●**当期利益**●　当期内に発生したすべての利益（あるいは損失）を示します。法人税支払後の利益額です。

「税引前当期利益－法人税他充当額」で求められます。

未処分利益を求める

最後に、次期に繰り越す利益を求めます。

●**前期繰越金利益**●　前期から繰り越してきた利益です。

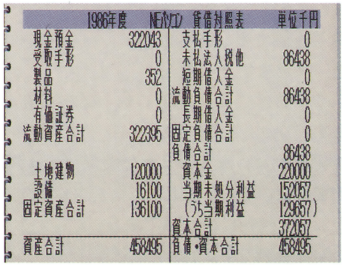
●**当期未処分利益**●　次の期に繰り越す利益です。「当期利益＋前期繰越利益」で求められます。

貸借対照表（B／S）

貸借対照表とは

貸借対照表は、会社が保有している資産と、支払うべき負債と資本を表示して会社の財政状態を示す資料です。

貸借対照表には月次と年次の２種類があります。



1986年度	MEMO	貸借対照表	単位千円
現金預金	322043	支払手形	0
受取手形	0	未払法人税他	86438
製品	352	短期借入金	0
材料	0	流動負債合計	86438
有価証券	0	長期借入金	0
流動資産合計	322395	固定負債合計	0
		負債合計	86438
		資本金	220000
土地	120000	当期未処分利益	152057
建物	16100	（うち当期利益	129657）
固定資産合計	136100	資本合計	372057
資産合計	458495	負債・資本合計	458495

貸借対照表のしくみ

貸借対照表は、一般に以下のような表で表されます。

借方		貸方	
資産	○○	負債	○○
		資本	○○

資産：会社の持つ財産と、売掛金や手形などの債権です。

負債：返済しなければならない債務のことです。

資本：資産から負債を引いた概念です。資本金と未処分利益が含まれます。左側（借方）には会社の保有する財産や権利を記載し、調達した資金をどのように使用しているかを示します。

右側（貸方）には会社が資金をどのようにして調達したかを示します。このとき、貸方と借方は常に等しくなっています。このため、貸借対照表はバランス・シートと言われます。

資産

●流動資産●　流動資産とは、決算日（期末あるいは月末）から１年以内に資金化できる（現金になる）ものをいいます。

・現金預金　現金（当座預金）と定期預金の合計です。

・受取手形　手形で受け取った製品の売上の代金です。

・製品　製品在庫を金額で表したものです。製品の棚卸評価は、加重平均法で行います。

・材料　材料の在庫を金額で表したものです。材料の棚卸評価は期末の材料価格によります。

・有価証券　保有している株式の評価額です。株の残高は購入時の価格によります。

●固定資産●　固定資産とは、資産のうちで短期（１年間以内）に資金化する予定のないものです。

・土地建物　会社の土地と建物の評価額です。

・設備　製造ラインの評価額です。

負債

●流動負債●　負債のうち、支払期限が１年以内のものです。

・支払手形　支払手形の残高です。

・未払法人税他　まだ支払っていない、前期の法人税です。

・短期借入金　銀行からの借入金のうち、支払期限が１年以内のものです。

●固定負債●　負債のうち、支払期限が１年以上のものです。

・長期借入金　銀行からの借入金のうち、支払期限が１年以上のものです。

●負債合計●　流動負債と固定負債の合計です。

資本

・資本金　会社運営のもとになるお金です。

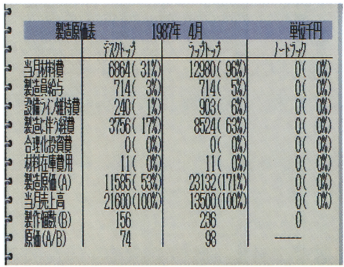
・当期未処分利益　前期からの繰越利益と当期利益の合計です。

●資本合計●　資本金と当期未処分利益の合計です。

製造原価表

製造原価表とは

製造原価表は、月次損益計算書の製造原価の内訳を詳しく示した資料です。



製造原価表	1987年 4月		単位千円
	ディストーク	ラッテトーク	ノートラーク
当月材料費	6864(31%)	12380(96%)	0(0%)
製造員給与	714(3%)	714(5%)	0(0%)
設備ガス/維持費	240(1%)	903(6%)	0(0%)
製造(人件)経費	3756(17%)	8524(63%)	0(0%)
合理化設備費	0(0%)	0(0%)	0(0%)
材料在庫費用	11(0%)	11(0%)	0(0%)
製造原価(A)	11585(53%)	23132(171%)	0(0%)
当月売上高	21600(100%)	13500(100%)	0(0%)
製作個数(B)	156	236	0
原価(A/B)	74	98	——

製造原価表のしくみ

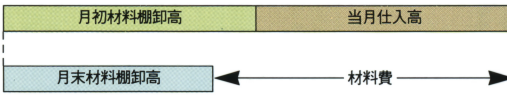
製造原価は、モデル別に求められます。

●当月材料費●　その月の製造に使用した材料費です。使用した材料は、月初の在庫分と当月の仕入れ分の合計から、月末の在庫分を引いて求めます。

また、材料単価は毎月評価替えをするので、評価替えにともなって発生する評価損益を除きます。

材料費＝月初材料棚卸高＋当月仕入高－月末材料棚卸高－評価損益

材料棚卸高＝材料個数×仕入価格（単価）



●製造員給与●　製造部員の給与です。各モデルに配置された人数によります。６月と12月には賞与も含まれます。

●**設備ライン維持費**●　製造ラインを保守点検し、維持するための費用です。モデルに配置されているライン数分だけの維持費がかかります。１ラインあたりの維持費はモデルごとに異なり、年々上昇します。合理化度によってある程度まで下げられます。

●**製造に伴う経費**●　製造に必要な工具、消耗品、エネルギーなど各種の費用の合計です。製造した台数に応じて費用がかかります。製品１台あたりの製造に伴う経費はモデルごとに異なり、年々上昇します。合理化度によってある程度まで下げられます。

	ライン維持費	製造経費
デスクトップ	100～300	20～60
ラップトップ	150～450	30～90
ノートブック	200～600	40～120

●**合理化投資費**●　当月にかけた合理化投資を、モデル別に配置されたライン数に応じて配分した費用です。

●**材料在庫費用**●　材料を倉庫に預ける費用です。月末に残っている材料数分の在庫費を支払います。材料在庫費用は各モデル共通で、１個につき２～３千円かかります。

●**製造原価**●　当月の製品を製造するのにかかった総費用です。材料費、製造員給与、製造ライン維持費、製造に伴う経費、合理化投資費、材料在庫費の合計です。

●**当月売上高**●　当月の各モデルの売上高です。

●**制作個数**●　当月の各モデルの製造台数です。

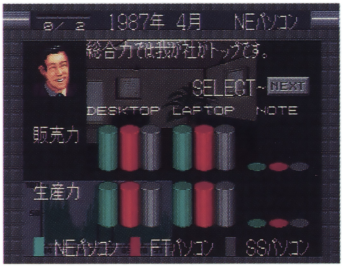
●**原価**●　製品１台を製造するのにかかった費用です。「製造原価÷製作個数」で求められます。

その他の情報



●会社情報●

各社の宣伝力、開発力、販売力、生産力をモデル別に棒グラフにして表示します。それぞれのグラフは、最も力がある会社との対比を示します。宣伝力、開発力と販売力、生産力はSELECTボタンで表示を切り替えます。





●取引条件●

前月の各社の取引条件、販売価格、販売数をモデル別に表示します。



●製品情報●

自社の製品についてのデータをモデル別に表示します。SELECTボタンを押すと、生産数、販売数と、売上高、利益高の表示を切り替えます。

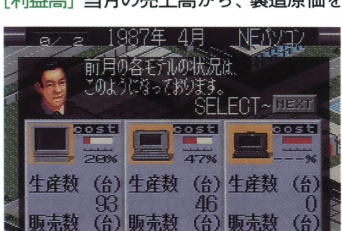
［コスト］販売価格に対する１台あたりの原価（→43ページ）の比率を示します。これが低いほど利益が出ていることを示します。

［生産数］当月の生産台数です。

［販売数］当月の販売台数です。一般の販売と、入札の販売の合計台数です。

［売上高］当月の売上高です。

[利益高] 当月の売上高から、製造原価を引いた額です。



●景気情報●

このグラフは、景気の見通しを表します。当期景気変動予想を表示します。当期景気変動予想は、景気指数のグラフのうち、当期の１年分を取り出したものです。

景気指数が、50より上ならば景気は拡大しつつあり、50よりも下ならば景気は縮小しています。

●シェア情報●

日本地図で、地区別にシェアの高い会社の色で塗ります。どの会社の支社もない地区はそのまま白く残ります。棒グラフは、全国の一般販売のモデル別の売上シェアを示します。



●販売状況●

地区別の販売状況を示します。地区選択ボックスで、地区を選びます。地名と人口マーカー（→5ページ）、前週に売れた台数、シェアをモデル別に表示します。



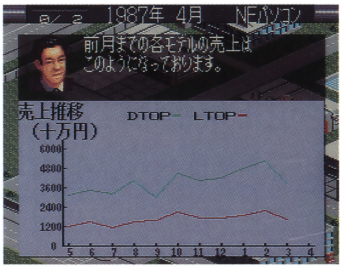
●事業計画●

当期の売上と利益の目標、当期の期首から当月までの売上高・経常利益の累計を表示します。SELECTボタンを押すと、目標の配当金額と配当率、配当として支払える金額と配当率に切り替えます。



●売上推移●

各モデルの売上高を折線グラフで表示します。





●生産状況●

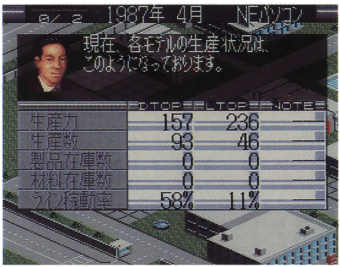
月初には前月の、月末には当月のモデル別生産状況を表示します。

［生産力］ライン数と製造部員数から算出された１カ月の生産力です（→53ページ）。

［生産数］月の生産数です。

［製品・材料在庫］現在の材料と製品在庫の数です。

［ライン稼働率］生産力に対する生産数の比率を示します。





●開発状況●

新鮮度、開発度、月間開発力、開発期間をモデル別に表示します。

報告書

●広告部の報告書●

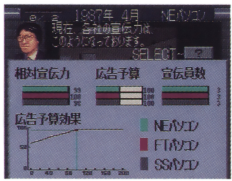
広告部の報告書です。

・相対宣伝力　他社と比較した宣伝力です。この数字は最も宣伝力の大きい会社を基準（100）として表されます。

・広告予算　他社と比較した広告費です。

・宣伝員数　他社と比較した宣伝員数です。

・広告予算効果　広告予算が相対宣伝力に与える効果です。

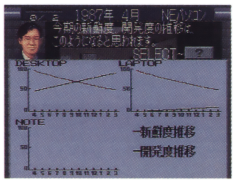


●開発部の報告書●

開発部の報告書です。

・開発度　開発の進行の度合です。「新製品発売」をすると、この値が新製品の新鮮度になります。

・新鮮度　製品が市場に与える目新しさです。高いほど製品はよく売れます。





●営業部の報告書●

営業部の報告書です。

・支社数　支社の数を示します。

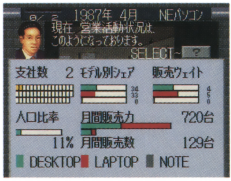
・モデル別シェア　製品のモデル別の全国シェアです。

・販売ウェイト　モデル別の販売力のふりわけです。

・人口比率　本社・支社の販売網でカバーしている人口の全国の人口に対する比率です。

・月間販売力　１カ月間に売れる最大数です。

・月間販売数　前月の販売台数です。





●製造部の報告書●

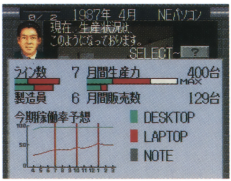
製造部の報告書です。

・ライン数　製造ラインの数です。

・製造員数　製造員の数です。

・月間生産力　1カ月に生産できる最大数 (→53ページ) です。

・今期稼働率予想　景気予想にしたがって計算されたラインの稼働率の予想です。



ゲームのヒント

ここでは、実際のプレイに即してプレイ上の注意点をあげてみます。どうしてもうまくいかないときに参考にしてください。

新任の社長へのアドバイス

シナリオ・会社の選び方

迷わず「PRESENT MODE」のショートシナリオ「平成景気」を選びます。この時期はバブル景気の時代ですから、新任の社長には絶好のチャンスです。会社はできるだけ人口の多い地区に本社・支社を持っているところを選ぶのがコツです。ただし、他社と競合している地区は避けたほうがよいでしょう。競合地区では、相手に売上を奪われて売上が半減するからです。

ゲームを開始したら、まず情報

ゲームを開始したら、「情報」コマンドで、現状を確認してください。ゲーム開始時のデータは毎回異なります。自社の経営状態を知らなくては、どんな優秀な経営者でも指示は出せません。

経営状態を確認したら、経営方針を決めます。ここでは例として、営業力の強化にポイントを絞った経営をしてみましょう。

方針が定まったら、次に人員の確保です。製造能力と比べて、販売台数が少ないはずなので、営業力を強化します。そのためには最低５人は必要です。この時期は非常に景気がよいだけに、応募人数が少なくなります。そこで、少し余裕を見て7〜８人募集します。

月初にすること

月初の仕事では、業務の効率を見直します。

営業部について調べると、どの支社も営業員が多すぎることがわかります。営業力を強化する必要があり、支社あたりの営業員が多すぎるということは、支社の数が少なすぎるということです。そこで、支社を新しく開設します。人口の多い

地区に開設したいところですが、他社と競合しては意味がなくなってしまいます。他社は人口の多い順に開設する傾向がありますから、その地区を避けるとよいでしょう。
材料の購入数は、材料と製品の在庫を調べ、前月の販売数よりいくらか多い程度にしておきます。
また、取引条件が「100%」（すべて現金決済）となっているので、とりあえず、80%程度に引き下げます。売上を考えると、もっと大幅に下げたいところですが、急激に下げると資金繰りが悪化するので、毎月徐々に下げていくようにします。
以上の指示を出したら、いよいよ実際の業務の始まりです。

週にすること

販売価格は、高めに設定するようにします。この時期は好景気なので、多少高くても製品はどんどん売れます。値段を下げても、思ったほどには売れ行きは伸びないうえ、利益の低下が経営を圧迫します。
地区別の営業員配置は、他社と競合している人口の多い地区に重点的に配置するようにします。

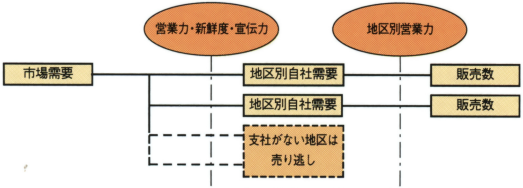
資金繰りのコツ

ゲーム開始時には余裕のある資金も、初期投資の後、売上が伸び始めるころには苦しくなります。資金繰りにはいろいろな方法がありますが、まずお勧めなのは借金です。返済までの期間が長い借金以外は、すぐに資金が詰まってくるので「資金に詰まる→資金繰り」の悪循環を繰り返しがちです。
以上のことを守れば、とりあえず売上が伸びて、会社は続くはずです。でも、それ以上を目指すならば、開発、生産、広告も無視してはいられません。また、景気の悪い状態のシナリオもあります。これから先は、あなたの経営手腕にかかっています。続く「売上を伸ばすには」や「経費を減らすには」なども参考にして、会社を経営してください。

売上を伸ばすには

売上が決まるまで

製品の売れ行きは、市場のパソコンに対する需要、会社とその製品の競争力、および最終的に製品を売る地区別の営業力によって決まります。



●総需要と景気変動●　市場の景気に伴い、総需要は毎月変動しています。総需要は、大きな景気の流れと、パソコンという商品の魅力によって決まります。大きな景気の流れは、ほぼ実際の景気にそった形で変化します。

●競争力●　各社の競争力は、「会社の販売力」と「製品の競争力」によって決まります。

総合販売力を上げるには

会社の総合販売力は、宣伝力、営業力、モラルによって決まります。

各競争力は、モデル別に決まります。他社と比較した競争力などの状況は「会社情報」（→44ページ）で見られます。

●宣伝力を上げるには●　宣伝力は広告部の人数、給与、広告予算によって決まります。

宣伝には、売上を何割かアップさせる効果があり、大量に売れるモデルに行うと効果的です。

10台しか売れない製品を大々的に宣伝し、２倍の売上げになっても20台にすぎません。それよりも、200台売れる商品の売上を10%アップさせたほうが効果的です。売上規模があまり大きくないときは、他社と同程度の宣伝で十分です。ただ

し、他社よりも小さくならないようにしてください。

●営業力を上げるには●　営業力は取引条件、営業部員数、販売ウェイトによって決まります。

・取引条件の引き下げ　取引条件を下げると、一時的に資金が苦しくなりますが、売上は伸びます。取引条件は徐々に下げて、最低の10%になるようにします。

●モラルを上げるには●　モラルは、社員のやる気を示し、各部ごとに異なります。人数が多く、予算をかけても、モラルが低いと、全体に活気がなくなり、生産力、販売力、開発の進行にも悪影響を及ぼします。

モラルは、給与・賞与に関係しています。ベースアップ、賞与率が低いと、モラルは下がります。また、社員の採用や解雇を行うと下がります。社員教育を行うと、モラルは一時的に上がり、再び徐々に下がっていきます。

給与・賞与を高くすると、モラルは下がりにくくなります。人件費がかかりすぎるときは、毎月社員教育を行うとよいでしょう。

製品競争力を上げるには

製品競争力は販売価格と新鮮度によって決まります。

●販売価格の設定●　販売価格を下げると、売上台数は伸びるかわりに、１台あたりの利益率は下がります。

工場がフル生産しているときは、販売価格を上げます。

在庫がたまって整理したいときは、価格を下げて売ってしまいます。それ以外のときは、他社と同じくらいの価格に設定します。

●新鮮度●　そのモデルの目新しさを示します。

●新製品の発売●　短いサイクルで開発度の高い新製品を発売します。開発サイクルを短くするには、月間開発力を高くします。開発したいモデルに開発員や開発費を集中的に回します。

地区別の営業力を上げるには

●支社の開設●　支社を開設すると、その県の売上が積み増しされます。とくに、支社数が少ない時には、大幅に売上が伸びます。支社は人口の多い地区に開設します。また、支社がある地区の隣接地区にしか開設できないので、関東や関西の人口の多い地帯に開設すると有利です。

●支社営業員数●　営業員は支社ごとに配置されます。支社には、各地区の人口などによって必要な営業員の数が定まっています。必要な人数よりも少ないと、その支社での売上は伸びません。

また、競合のある地区では、より多くの人数を配置しないと、競争に負けて売上が伸びません。

生産力

景気がよく、強力な宣伝と営業で、自社の製品に需要があっても、製品がなければ売ることはできません。

生産力は販売台数よりも少し余裕がある程度にしておきます。１つの製造ラインで、１週間あたり20台の製品を製造できます。ラインの数が多いほど、多くの製品を製造することができます。また、ラインには製造員がついて製品を製造します。１ラインあたり１人の製造員が必要です。製造員がいないラインでは、製品を製造できません。

経費を減らすには

人事部の費用

人事部の費用には、人件費と人材募集費用があります。

●**人件費**●　人件費は、会社の費用のうち、大きな部分を占めます。とくに、6月と12月には全社員に賞与を支給するため、通常の月に比べてかなり大きな金額になります。

給与、賞与を低くすると、ストライキが発生したり、社員のモラルが低下することがありますが、社員のモラルが極端に低くなければ、給与、賞与を適当な水準で押さえておいたほうがよいでしょう。また、各部門に必要以上の人員を配置していないかチェックすることが必要です。

●**人材募集費用**●　募集費用は、社員の募集と解雇にかかる費用です。社員を必要以上に募集すると、人件費だけでなく、募集費用がかかります。

社員の解雇には、最低でも500千円の費用がかかります。社員を多く採用しすぎたからといって解雇すると、かえって資金繰りが苦しくなります。人員計画は慎重に行ってください。

製造部の費用

製造部の費用は、人件費以外に、材料費、製造に伴う費用、製品・材料の在庫費用などがかかります。

●**材料費**●　材料費は毎月変動しています。材料の在庫費用はどのモデルも1個につき2～3千円ですから、これ以上の材料価格の上昇が見込まれるときは、翌月の分の材料を購入することも考えられます。

●**製品・材料の在庫費用**●　製品の在庫費用は10～15千円、材料の在庫費用は1台あたり2～3千円かかります。常にある程度の在庫をもっていることは必要ですが、過剰な在庫は利益を圧迫します。

●**製造費用**●　製品を製造するためにかかる費用です。ライン維持費と製品の製造経費の合計になります。いずれの費

用も、合理化投資をすると下がります。合理化度が０の場合には、100の場合に比べて製造費用は２倍もかかります。
製造ラインは１台も製品を生産していなくても、維持費がかかります。必要なだけのライン数を確保し、スリムな経営を心掛けます。

●**廃棄する製品・材料**●　新製品発売の際には、旧モデルの製品と材料の在庫をすべて廃棄処分にします。新製品発売の前の月には在庫を残さないようにします。

営業部の費用

営業部の費用には、人件費と支社開設費用があります。

●**支社開設費用**●　支社を開設して営業員を配置すれば、売上は伸びますが、フル生産になっている場合は、それ以上の売上は望めず、支社を開設しても余計な費用がかかるだけになります。

●**人件費**●　各支社にはそれぞれ最適な人数があります。他社との競合がないときは、１つの支社に必要以上の人数をおいても、売上は伸びません。支社の営業員が足りないところに回すなどの対策をとってください。

経理部の費用

●**営業外損益**●　余裕資金があれば資金運用に回すのもいいことですが、株のようなリスクを伴うものには気をつけてください。利益のために株を買っても、資金繰りが苦しくなり、思わぬときに手放さざるを得ないこともあります。

シナリオ解説

ここでは、シナリオの時代の経済的背景を説明します。

第二次オイルショック［1978～1982］

オイルショック

「高度成長」の時代は、73年の「オイルショック」によって終わり、石油に大きく依存していた日本経済は大打撃を受けた。「戦後最大の不況」と言われ、大型の倒産が相次いだ。本格的な景気の回復期に入ったのは、危機が発生してから5年も後の、78年に入ってからであった。

そこに、78年末のイランの革命をきっかけとして「第二次オイルショック」が発生した。いったん落ち着きかかっていた物価は79年の夏ごろから再び上昇した。石油の節約が叫ばれ、5月からはガソリンスタンドの日曜休業が始まり、さらに6月には省エネルギー法が制定された。

また、石油輸入金額の大幅な増加によって国際収支は大幅に悪化し、物価が上昇する気配を見せ、インフレの発生が心配された。

そこで、政府は政策の重点を景気浮揚から物価安定に移し、厳しい金融引き締めを行なった。このため、80年の終わりから81年の初めには石油価格の上昇によるインフレは収まった。

しかし、その代償として、国内需要が落ち込み、不況に陥った。しかも、世界全体に不況が広がっていたため、それまで景気の下支え的な役割を果たしていた輸出が振るわず、不況は長引いた。

半導体景気＆円高不況［1982～1986］

半導体景気

世界不況が続く中で、アメリカでは80年にレーガン政権が誕生した。その「レーガノミックス」と言われる一連の経済政策によってアメリカの景気は息を吹き返した。「レーガノミックス」政策は、個人の貯蓄率を高めるために減税を行ったが、人々は減税で増えた収入を貯蓄に回さず、一層の消費に走り、その結果としてアメリカの内需が活性化して景気回復に向かった。

アメリカに対する輸出が拡大した結果、長かった日本の不景気も83年から好転に向かった。折りからのハイテク分野の発展で設備投資が行われ、いわゆる「投資が投資を呼ぶ」状態となり、景気回復のテンポは早くなった。「半導体景気」の始まりである。

円高不況

85年９月にＧ５（５カ国蔵相、中央銀行総裁会議）が開催され、各国の為替市場への協調的介入を決めた「プラザ合意」が出された。これは、為替市場が管理相場に変わることを意味し、同時にそれ以前のアメリカのドルを基調とした相場体制の終了も意味したのであった。

協調介入が始まると、ドルは下がり始めた。折りからの石油価格の値下げもあり、各国の思惑をはるかに越えた勢いでドルは下がり、日本には円高をもたらした。

円高は輸出産業に大打撃を与えた。日本のそれまでの好景気は、輸出の効果が大きかっただけに、一転して不況になった。これが円高不況である。

特に鉄鋼、造船などのダメージは深く、価格引き下げ、企業内の合理化、国内市場の開拓、海外現地生産への移行などの対応だけでは収まらず、一時帰休や賃金カットまで実施された。

平成景気［1987～1991］

ブラックマンデー

円高は輸出には打撃を与えた反面、輸入価格の低下などのメリットで内需が回復し、内需産業の設備投資が景気を刺激するサイクルで、急速に回復していった。

そうしたとき、87年10月、ニューヨークの株式市場で株価の大暴落「ブラックマンデー」が発生した。一時は世界大恐慌が再発生するのではないかと恐れられたが、杞憂に終わった。むしろ、日本では、内需が拡大して輸入が増え始めた。

平成景気

政府は、内需拡大策として、公定歩合の利下げを行なった。

金利の低下は、株価と地価の上昇を呼びおこした。普通ならば、金利が下がると内需が拡大し、景気拡大へと向かうのだが、この時点では内需が冷えきっていたため、資金だけが市場に出まわり、各社はその資金を「財テク」に回した。

土地や株式への投資は激化し、急速な値上がりを示した。これらの値上がり益による住宅の買い替えなどで、個人需要が加速された。「平成景気」の始まりである。

円高が続いていたおかげで、物価は安定したまま、急速に景気が拡大した。国民の生活水準は大幅に上がり、「豊かな日本」が実現された。この好景気は、いざなぎ景気に次ぐ、戦後２番目に長い好景気となった。

バブルの崩壊

需要が一巡した91年には景気は下落の方向に向かった。いったん景気が下り坂になると、値上がり期待の投資で高騰していた地価と株価が急落した。これが「バブルの崩壊」であり、投資に走っていた会社が相次いで経営危機に陥るなどの問題を発生させた。そして、景気は大幅にスローダウンし、不況に陥ったのである。

コマンドリスト

期首

指示



社員募集 ……16
社員解雇 ……17
広告予算 ……17
新製品開発 ……17
ライン購入 ……17
ライン売却 ……17

情報



報告書 ……47
景気情報 ……45
会社情報 ……44
損益計算書 ……36
貸借対照表 ……40
製品情報 ……44

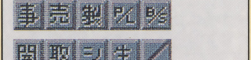
月初

指示



社員募集 ……20
社員解雇 ……20
社員教育 ……20
宣伝員配置 ……20
材料購入 ……21
開発員配置 ……21
新製品開発 ……21
支社開設 ……21
取引条件 ……21
ライン配置 ……22
製造員配置 ……22
合理化投資 ……22
機能 ……22

情報



事業計画 ……45
売上推移 ……46
製品情報 ……44
損益計算書 ……36
貸借対照表 ……40
開発状況 ……46
取引条件 ……44
シェア情報 ……45
生産状況 ……46

週

指示

営 価 ウ 生

営業員配置 ……25
販売価格 ……26
販売ウェイト ……26
生産調整 ……26

情報

販 生

販売状況 ……45
生産状況 ……46

月末情報

製 事 会 売 財 労 生 原

製品情報 ……44
事業計画 ……45
会社情報 ……44
売上推移 ……46
損益計算書 ……36
貸借対照表 ……40
生産状況 ……46
製造原価表 ……42

月末資金繰り

引 割 決 売 短 借 預 購

定期引き出し ……29
受取手形割引 ……29
買掛金手形決済 ……29
株売却 ……29
ライン売却 ……29
借入金申し込み ……30
定期預け入れ ……30
株購入 ……30

期末

配

配当率の決定 ……31



索引

あ

意見を聞く……6
イベント……33
売上……13
売上原価……37
売上高……37
売上利益……37
営業外損益……38
営業部……12
営業利益……38

か

解雇……17,18
会社情報……44
会社の組織……12
会長への報告……32
解任……14,32
開発サイクルの短縮……52
開発部……12,17,21,47
開発力……18
価格（販売価格）……26,50
稼働率……48
株主総会……32
期首……15
期末……14,31
休暇……33
給与……33,38
競争力……51
業界……12
繰越利益……39
経営結果……31
景気情報……45
経常利益……39
経費……13
経理部……12
月間生産力……46
月初……14,19
月初のコマンド……19
月初の仕事の流れ……19
月末……14,27
月末の情報……20
月末の仕事の流れ……27
ゲームモード……7
原価……43
広告部……12,47
購買部……12

さ

在庫費用……43,54
材料……21,42
材料費……42
シェア情報……45
事業計画……15,45
資金繰り……28
資金のサイクル……13
仕事のサイクル……14
資産……40
支社……21,25,49
支社開設……21
支社開設の報告……19

市場イベント ……35
シナリオ ……7,56
資本 ……40,41
社員募集 ……16,20
社長 ……12
社長室 ……12
週 ……24
情報……16,20,25,27,30,36
賞与 ……33
勝利条件 ……11
人件費 ……54
新製品発売 ……19,21
新鮮度 ……46,47,52
人事部 ……12,54
ストライキ ……34
制作個数 ……43
生産状況 ……46
生産数 ……46
生産力 ……53
製造 ……26
製造原価表 ……42
製造台数 ……43
製造に伴う経費 ……43
製造部 ……12,54
製造ラインの購入 ……17
製造ラインの廃棄 ……15
製造ラインの売却 ……18
成長のサイクル ……14
製品 ……13
製品在庫数 ……46
製品情報 ……44
設備ライン維持費 ……43
宣伝 ……47,51
増資 ……32
損益計算書 ……36

た

貸借対照表 ……40
退職者発生 ……34
当期利益 ……39
取引条件 ……22,52

な

入札 ……24

は

配当 ……15,31
敗北条件 ……11
販売価格の設定 ……26
販売状況 ……45
販売数 ……44
販売力 ……44
報告書 ……47
法人税 ……34
募集費用 ……38,54

ま

モデル ……13
モラル ……16,20,52

ら

利益 ……11,14,37



FOR SALE and USE IN JAPAN ONLY
本品の輸出、使用営業及び賃貸を禁じます。

スーパーファミコン® は任天堂の商標です。

株式会社 光栄
〒223 横浜市港北区箕輪町1-23-3
©1994 KOEI CO.,LTD. MADE IN JAPAN.