

2016年度SC接客マイスター検定試験問題 模範解答

1. SCのビジネススキームについて (4点×5問=20点)

解答

【Q1】SCと自然発生の既存商店街のちがいについての次の記述のうち、適切な選択肢を一つ選びなさい。(回答は一つ)

正解

○

- ① かつてまちの顔でしたが、時代変化に対応した明確な特徴が打ち出せない商店街に対して、SCは地域生活者のニーズに応じた単一機能で、滞留時間向上も図ります。
- ② 地元商店主体で自然発生的な構成と配置がなされている商店街に対して、SCは効果的なテナントミックスの考え方を基にして、業種業態の計画的構成とゾーニングやテナント配置をします。
- ③ 専従事務局員がいるケースが少なく、統一運営体制が脆弱な商店街に対して、SCはテナント会によるSCの統一運営を図ります。
- ④ 歴史・文化等の地域資産が豊富で、地域密着性の低い商店街に対して、SCは積極的な販売促進策やマーチャンダイジング政策により、アミューズメントやサービス機能の付加価値の発揮をめざします。

解答

【Q2】SCと不動産賃貸業（オフィスビル）の違いについての次の記述のうち、適切な選択肢を一つ選びなさい。(回答は一つ)

正解

○

- ① オフィス賃貸業では、立地の利便性を最も重視し、賃借するテナントが企業活動を行いやすい場所を選定します。それに対してSCは、商圈エリアの十分な居住人口（商圈人口）があれば交通利便性に留意することはありません。
- ② オフィス賃貸業は主として事務所の賃貸市場をターゲットとし、そのアプローチ先は企業の総務部などです。SCは、テナント各店をターゲットとするものの、SCの売上の向上を目指し、最終消費者をターゲットとしたマーケティングを実施します。
- ③ オフィス賃貸業もSC事業も、テナントの営業管理は、常駐体制できめ細かく実施しています。
- ④ オフィス賃貸経営では、テナント売上高を重視します。SCは、DVの賃料収入に直結する空室率が最大の関心事となります。

解答

【Q3】SCの機能についての次の記述のうち、適切な選択肢を一つ選びなさい。
(回答は一つ)

- ① SCは地域生活者のニーズに合わせた多様な業態とテナントミックスにより、ショッピングやサービスの利便性を地域生活者へ提供しますが、ワンストップ・ショッピングを実現するものではありません。
- ② SCの提供する機能は、商業機能だけでなく、地域生活者をサポートする、銀行等各種サービス機能、広場等のコミュニティ機能、劇場・ホール等アミューズメント機能や文化機能も求められています。
- ③ 開発されたSC周辺での飲食・小売業の発展、利便性向上による宅地開発の促進、さらに地域の発展を、SCは特に意識する必要はありません。
- ④ DVの管理スタッフや、販売促進・施設管理等の専門企業、さらに各テナント等の、地域でのスタッフの採用は、地域活性化に寄与することはありません。

正解

○

解答

【Q4】SCの地域社会への貢献についての次の記述のうち、適切な選択肢を一つ選びなさい。(回答は一つ)

- ① SCはその営業活動が地域に密着しているため、与える影響も大きいのですが、地域社会への役割の発揮が、一般の企業ほどには問われていません。
- ② SCの出店は、騒音・クルマの排気ガスによる公害、その他SCから排出されるゴミ、匂い、下水等、地域への環境負荷は大きいといえます。しかし、SCの開発時に地域環境に配慮する必要はありません。
- ③ SCには、子どもから高齢者等まで多様なお客様が訪れ、利用します。買物だけでなく、SCに遊びや憩う場、学ぶ場を求める人々もいます。そうした地域生活者のコミュニティの場としての受け皿づくりは、地域貢献に不可欠です。
- ④ SCが地域の景観にとけこみ、まちの魅力を増幅し、地域のシンボルとなることは、SCの発展に寄与するだけで、まちを豊かにすることに貢献しません。

正解

○

解答

【Q5】我が国のSCの現状についての次の記述のうち、正しいものに○印、誤っているものには×印を記入しなさい。(各1点)

×

① 2014年、日本のSC総売上高の全国の小売業総売上高に占めるシェアは、40%を超え、1979年の小売業総売上高に占めるシェアと比較すると、2倍強になります。

○

② SCのような大規模な商業施設は、地域社会に対する環境負荷も大きく、その対策を講じることが特に要求されています。

○

③ 2005年個人情報保護法が施行されました。SCやテナントは、顧客の個人情報を扱うので、対応すべき重要な法律です。個人情報の流出は、大きな社会問題にまで発展する可能性があり、その対応が不可欠となっています。

○

④ 東日本大震災によって、SCに働く人々はお客様の安心安全を考えたりスクマネジメントが大変重要であることを再認識させました。

2. DVとテナントについて (4点×5問=20点)

解答

【Q1】DVの役割についての次の記述のうち、適切な選択肢を一つ選びなさい。
(回答は一つ)

- ① DVはテナントミックスや品揃えをはじめ、サービス内容、駐車場のあり方などをSCの戦略として打ち出し、SC全体をコントロールしますが、営業時間帯は、テナントが独自に決定します。
- ② DVは、競合施設にはない強みや自分のSCの特徴、イメージを、地域生活者にアピールし、SCイメージの向上とSCへの動員に努めますが、SCの需要の喚起はテナントの役割です。
- ③ DVが行うSCの施設管理は、単なる建物の修繕・保全ではありません。お客様が買物やサービスを楽しむことができる商業空間を、常に新鮮で魅力ある空間として維持・更新していくことにあります。
- ④ DVは、お客様へのサービスの質を落とさず、むしろ質と密度を高めながら、SCの収益の最大化と適切なコスト管理を行います。テナントの収益増はテナント独自の課題です。

正解

○

解答

【Q2】テナントの役割と責任についての次の記述のうち、適切な選択肢を一つ選びなさい。(回答は一つ)

- ① テナントが商品やサービスの販売を通じて、地域生活者の利便性を提供することは、SC全体の価値向上につながるものではありません。
- ② 販売する商品の鮮度や品質はもとより、安全性や快適性の問題、虚偽の表示や誇大広告、お客様の期待と満足を裏切る接客等は、お店の問題であり、SCに責任はありません。
- ③ テナントは、DVとの契約を行うが、SCの経営安定と発展は、DVの問題である。
- ④ テナントがいくら魅力的であっても、DVの指導に従わず、テナント間の協調性を欠くことは、SCの発展を妨げます。

正解

○

解答

【Q3】DVとテナントの関係についての次の記述のうち、適切な選択肢を一つ選びなさい。(回答は一つ)

- ① DVとテナントは、大家のDVに対して、テナントは店子という関係です。
- ② SC事業において、DVとテナントは、SCの共同事業パートナーではなく、SCの独自の事業体と理解すべきです。
- ③ DVは、SC全体の明確なビジョン・戦略を掲げ、それに賛同したテナントは、お客様のフロントラインに立ち、自店の誇りとする商品やサービスを提供する関係です。
- ④ SCの持続的な繁栄をめざすには、DVとテナントの間に共同意思を醸成する必要があります。そのためには開業以降は、それぞれの繁栄を目指しDV/テナント相互に積極的にコミュニケーションを取ることはさほど重要ではありません。

正解

○

解答

【Q4】SCのテナントの活動規範についての次の記述のうち、適切な選択肢を一つ選びなさい。(回答は一つ)

- ① テナントは、DVの設定するSC全体の戦略と方針とは異なっても、独自の営業活動を行うべきです。
- ② テナントは、DVと出店契約しているので、DVに対してだけ責任を負っています。
- ③ さまざまなテナントの存在は、SCの魅力を形づくっています。それぞれのお店が持つSCにおける独自性、役割、機能についても理解し、SCの中での存在価値を理解して営業活動を行います。
- ④ テナントはお店の積極的な営業活動のために、DVが保有している、地域のマーケット情報、SC全体の営業成績、業種別・フロア別の営業動向などの情報をお店の営業活動に活用する必要はありません。

正解

○

解答

【Q5】SCのテナント同士の関係についての次の記述のうち、正しいものに○印、誤っているものには×印を記入しなさい。(各1点)

- ① SCの発展に責任があるということは、DVに対すると同時に、同じSC内のテナントに対しても責任があります。
- × ② SCにおいては、テナント同士の競争は一切禁止されます。
- × ③ テナント同士のコミュニケーションは、テナントの問題で、DVは関与しません。
- × ④ DVは、テナントのMDに関しては、他のお店とバッティングしていても一切口出しはしません。

3. SCのテナントの具体的業務について (4点×5問=20点)

解答

【Q1】SCにおけるテナント業務にあたっての心構えについての次の記述のうち、適切な選択肢を一つ選びなさい。(回答は一つ)

- ① お客様にとってお店は、SCの一部としてより、あくまで「テナントの独自商品を売る場所」として認識されています。
- ② お客様からSC館内の施設やフロアの内容について尋ねられたら、常にサービスカウンターで尋ねるように案内します。
- ③ お客様に対しては、テナントは気持ちのよい空間や上質な商品・サービスの提供はもちろんのこと、お客様との結びつきであるココロ(ソフト)のを意識します。
- ④ テナントは、自店のニーズを考えることが大切で、SC内の他店や地域の店舗のニーズまで意識する必要はありません。

正解

○

解答

【Q2】SCのテナント店長の業務についての次の記述のうち、適切な選択肢を一つ選びなさい。(回答は一つ)

- ① 店長に期待されている一番の仕事は、ショップの利益を増大させることで、顧客を増やし固定客を確保することは、DVの仕事です。
- ② 店長は、スタッフのレベルアップと、やる気を高めるための組織・ヒトのマネジメント力が必要とされますが、進む方向を示すリーダーシップは、テナント本部の役目です。
- ③ 店のスタッフ全員が納得して努力するような目標設定をし、月の販売目標や先月の実績等のスタッフ全員への情報共有は、テナント企業本部からの指示で、店長はそれに従います。
- ④ 店長には、SCのルール、会社の就業規則や検品の仕方などマニュアル的な業務のティーチングを行う必要があります。出来ている所は褒め、期待している事は伝えて、販売スタッフの成長につなげます。

正解

○

解答

【Q3】SCのテナントスタッフの業務についての次の記述のうち、適切な選択肢を一つ選びなさい。(回答は一つ)

- ① テナントスタッフにとっては、お客様との接客対応・商品の販売が基本の業務ですが、一度来店されたお客様に「また来ていただく」ためにはどうすれば良いかを考えるのは、店長の役割です。
- ② お客様のニーズに応えることは重要ですが、お客様の考えていることや関心事まで立ち入ることはありません。
- ③ お客様への挨拶は入店されたお客様のみに行い、モール通路のお客様には特段意識をする必要はありません。
- ④ お客様には、懇切丁寧な多くの説明の言葉より、質問にしっかり答えることができるかどうかにお客様の注意は注がれます。商品知識、使用方法、TPOの知識など日頃の勉強が生きてくるチャンスととらえます。

正解

○

解答

【Q4】SCのキャンペーン活動へのテナントの参画についての次の記述のうち、適切な選択肢を一つ選びなさい。(回答は一つ)

- ① SCのイベントやセールやフェアなどの実施は、DVの役割であり、その活動に共同で参画する必要はありません。
- ② DVのハウスカード等の会員カードやポイント制度は、DV独自の施策で、テナントの営業計画には活用できません。
- ③ シーズン・キャンペーンの季節感の訴求は、食品やファッション等の自己の業態に関連したもののみ積極的に参加します。
- ④ お買い上げ額に応じた駐車場サービスや無料ロッカー、ベビーカーや車椅子の貸し出しなどDVの行っている全館サービスは、テナントも情報を共有し、お客様に正確に情報提供します。

正解

○

解答

【Q5】SCのテナントの各種研修会についての次の記述のうち、正しいものに○印、誤っているものには×印を記入しなさい。(各1点)

- × ① テナントスタッフの教育研修では、SCの方針や政策の理解などの題材まで取り上げる必要はありません。
- × ② 店長研修の大きなポイントは、店舗を運営するうえで必要なマインド、ナレッジ、スキルなどを自ら身につけ、自ら実践することであり、スタッフの指導は、従業員研修で行います。
- × ③ テナントスタッフに対しては、SCにおける一般的なマナーや接客に関する基本項目のレクチャーが研修の中心で、VMD、ラッピング、固定客作り等は含まれません。
- ④ 研修には、ロールプレイングによる接客実践研修、事前に抽出しておいたテナントが抱えている課題を解決するための臨店指導や面談、覆面調査なども含まれます。

4. SCのテナントスタッフの接客&クレーム対応について (4点×5問=20点)

解答

【Q1】お客様満足実現のためにテナントスタッフがとるべき姿勢について、次の記述のうち適切な選択肢を一つ選びなさい。(回答は一つ)

正解

○

- ① お客様が「インターネット内のバーチャルショップ」より、あなたのお店（リアルショップ）を選んでくださる理由はバーチャルショップにはない「顔の見える安心・信頼・人と人の温もり」があるからです。
- ② 顧客満足は、お客様が望むことを確実に応えることですので、テナントスタッフはそれ以上の余計なことはしないようにします。
- ③ お店での接客では「値引きサービス」を避けられない状況です。お客様は「価格重視で買い物をする傾向」があるため、常に価格対応を最優先にします。
- ④ どこで買っても同じ商品なら、顧客満足は提供することはできません。

解答

【Q2】お客様と信頼関係をつくるためのテナントスタッフの心構えについて、次の記述のうち適切な選択肢を一つ選びなさい。(回答は一つ)

正解

○

- ① お客様がお店を判断するのは、「品揃え」や「商品の善し悪し」に限られます。
- ② お客様の接客後の感想・評価が高いお店は、お客様とのコミュニケーションが良好で、テナントスタッフの接客スキルがあり信頼と安心を得ているからです。
- ③ お客様が「やっぱり良いお店だった！」と満足度を上げる要因は、テナントスタッフの「身だしなみ」と「言葉遣い」だけにあります。
- ④ お客様がお店のお得意様になっていただくには、低単価の商品を提供し購入しやすいお店にすることを心がければ十分です。

解答

【Q3】お客様の満足度を「継続的に実現」するための接客サービスについて、次の記述のうち適切な選択肢を一つ選びなさい。(回答は一つ)

- ① 小売業のすべての業種において、お客様に継続的に満足していただくためには、販売スタッフ1人ひとりが「フレンドリーな接客＝堅苦しくない言葉遣い」で話すことです。
- ② ホスピタリティは、すべてのお客様に対して、マニュアル通りに接することで達成できます。
- ③ 「ホスピタリティ力」を育てるための基礎となる「販売スタッフの基本」がきちんできているかどうかは、スタッフ個々で確認すれば十分です。
- ④ お客様の満足を得る「おもてなしの接客サービス」ができるためには、日頃から「ホスピタリティ力の向上」・「ロールプレイングでの技能訓練」・「お客様のお話を聴き取る習慣」などを身につけていくことです。

正解

○

解答

【Q4】接客サービスの5原則について、次の記述のうち正しいものを一つ選びなさい。(回答は一つ)

- ① 原則1：SC来館のお客様は「年代・性別・職業・人種・嗜好・来店目的」は、ほぼ同一です。
- ② 原則2：接客サービスは常に競争にさらされています。近隣店／他店及びネット販売も「競争相手」です。
- ③ 原則3：お客様の立場に立つことは、商品情報を提供することで十分です。
- ④ 原則4：自店に来られたお客様への気配りを優先することです。SCに来館されたお客様への気配りはあまり必要としません。
- ⑤ 原則5：お店を清潔に保つ行動は、時間に余裕のある時にのみ行えばいいのです。

正解

○

解答

【Q5】お客様からのクレームについて、次の記述のうち正しいものに○印、誤っているものには×印を記入しなさい。(各1点)

- × ① 「サイレントクレマー」とは「理不尽なクレマー」であり、クレームを言わずにはおれない不満足を感じたお客様のことです。
- ② 同じようなクレームが多発する場合は、店として大きな改善を必要としています。的確な改善は、結果としてS C、テナントの顧客満足度向上につながります。
- × ③ お客様のクレームには偏った情報もあります。わざわざおっしゃっていただいていることに感謝しますが、なかには改善へのご意見として対応できない場合もあることを申し添える必要があります。
- × ④ 対応の際の留意点として、クレームが発生したら、必ず責任者に対応してもらいます。お待たせすることがあってもやむを得ません。

5. 500 字レポート (20 点)

- 1. SCの一員としての私の心構えについて、自由にご自身の見解をお書きください。(字数は 500 字まで)

- 2. 「こんな対応・おもてなしでお客様に喜んでいただきたい」をテーマに、自由にご自身の見解をお書きください。(字数は 500 字まで)

- 3. 「こんなSCにしたい」をテーマに、自由にご自身の見解をお書きください。(字数は 500 字まで)

※ 500 字レポートはフリー記述のため、問題のみを掲載しております。