

■ 社団法人 日本ショッピングセンター協会認定 ■

# SC 経営士試験・一次試験(筆記試験)問題集

[平成15年度 (第12期)]

本試験の出題のおおよそは、協会の通信教育「SC開発」  
「SC管理」両講座のテキスト及び協会編集発行の「S  
C経営テキストⅠ・Ⅱ」に準拠しています。

社団法人 日本ショッピングセンター協会

〒104-0054 東京都中央区勝どき3-12-1 フォアフロントタワー13階

TEL(03)3536-8121 FAX(03)3536-8120

# SC経営戦略と意思決定

(時間 90分)

200点

〔第1問〕SCの社会的な役割について、下記に200字以内で、簡潔に述べなさい(20点)

〔解答例〕

SCは地域社会にビルトインされ、地域生活者の豊かな生活実現のための複合多機能商業施設と定義できる。地域社会に与える影響力は大きく常に社会的役割を意識しなければならない。その社会的役割は①豊かな生活実現のための商品・サービスの提供②地域コミュニティの核としての公共機能③地域開発および雇用の創出等の地域経済の発展に寄与する役割④地域生活環境への配慮等があげられる。常に企業市民としての自覚のもとに行動することが要求される。

〔第2問〕SC経営に関する次の文章のなかで、文中の空欄〔 〕に最も適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。(10点)

SC経営における〔 1 〕の重要性が叫ばれている。土地神話の崩壊と含み益にたよった経営が終焉し、単純な〔 2 〕による収益力の確保はもはや不可能になった。

SCは、地域生活者に対する日々の価値発揮によって売上と利益を上げていくほかはない。かつての土地の値上がりを期待する〔 3 〕経営から〔 4 〕重視の経営へと向かっている。

SCがどれだけの売上を生むか、一方で効率的な管理運営でどれだけの利益を創出できるかが、まさに問われている。そして、〔 5 〕などの管理運営の巧拙が、賃料アップにつながりSC事業の成否を決めるのである。

〔語群〕

- ア. ストック      イ. 含み益      ウ. 賃料収入      エ. キャッシュフロー      オ. 構造改革  
カ. 管理運営      キ. 建物価値      ク. 賃料アップ      ケ. テナントミックス

〔解答〕

1	2	3	4	5
カ	ク	ア	エ	ケ

〔第3問〕不動産事業のマネジメントに関する次の文章のなかで、文中の空欄〔 〕に最も適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。(30点)

不動産の企画開発から管理運営までを含めた事業マネジメントの変革が起こっている。〔 1 〕の進展とそれに伴う〔 2 〕の投資増加を契機として、不動産事業のマネジメントは、概ね2つの方向性に向かっている。

1つは、不動産事業における〔 3 〕と経営と〔 4 〕の機能分化である。市場の競争環境が厳しさを増す中で、これらの各領域における事業マネジメントに対するニーズが高度化・専門化しているため、分化した業務領域に経営資源を集中してリスク限定化する戦略を各企業が選択しているためである。

2つめは、不動産のライフステージ(企画開発～建設～竣工後の管理運営～売却)ごとに、最適なマネジメントと〔 5 〕を組み合わせることが指向されている。それらは、開発マネジメント、建設マネジメント、アセットマネジメント、プロパティマネジメントと呼ばれ、それぞれ専門化した業務領域として確立され始めている。

複数の不動産や金融資産など保有する資産の全体の保有・投資に係る〔 6 〕やキャッシュフローなどを管理するのが〔 7 〕であり、特定のオフィスビルや商業施設など個々の資産を管理運営するのが〔 8 〕と呼ばれる。不動産の収益性を追求し、ひいてはその〔 9 〕を維持・向上させることが、オーナーあるいは〔 10 〕に共通した期待だとすれば、これに十分対応する投資不動産の運営管理業務がプロパティマネジメントと位置付けられる。

〔語 群〕

- |           |            |               |                |
|-----------|------------|---------------|----------------|
| ア. 投資家    | イ. 外資系ファンド | ウ. 所有(投資)     | エ. プロパティマネジメント |
| オ. 不動産証券化 | カ. ポートフォリオ | キ. アセットマネジメント |                |
| ク. 管理運営   | ケ. 資産価値    | コ. ファイナンス方法   |                |

〔解 答〕

1	2	3	4	5
オ	イ	ウ	ク	コ
6	7	8	9	10
カ	キ	エ	ケ	ア

〔第4問〕SCの広義のプロパティマネジメントは、オーナー・投資家・アセットマネージャーなどへの対応、報告、方針承認の業務のもとに、主に下記の3業務に整理分類することができる。その3業務の内容を簡潔に述べなさい。(12点)

1. PM：プロパティマネジメント
2. LM：リーシングマネジメント
3. CM：コンストラクションマネジメント

〔解答例〕

1. PM：プロパティマネジメント

「SC（不動産物件）の収益を最大化するためには」の視点でのSCマネジメントのことである。具体的には①入居テナントとの窓口対応・各種交渉業務・契約管理②テナント営業指導③販売促進活動業務④施設管理・メンテナンス・清掃・警備の最適なレベルの維持業務⑤テナント売上・現金管理等を行う。また最適なコストコントロールを行う総合的管理計画の立案を行う。

2. LM：リーシングマネジメント

SC全体の売上拡大を目標に、最適なテナントミックス実現のため外部ネットワーク（賃貸仲介会社・商業コンサルタント・内装施工会社等）との連動のもと適正なMD構成やテナント候補の誘致、入退店戦略を進める。また、契約更新・解約手続きや、賃料改定交渉、入退店対応を行う。

3. CM：コンストラクションマネジメント

SCのハードとしての資産価値を維持・向上のため、個別の工事対応および長期修繕工事計画の立案と計画に沿った管理を行う。建設・施設会社と連動し工事内容の精査、工事費の査定をするとともにABC工事区分の範囲を明確にし適正な資産管理を行う。

〔第5問〕 中心市街地に関する次の文章のなかで、文中の空欄〔 〕に最も適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。(16点)

中心市街地は、我が国各地において古くから〔 1 〕として栄え、永く地域の最も賑わいのある場所として、商業や業務などさまざまな街の機能が集まり、長い歴史の中で独自の文化や伝統が育まれてきた。

しかし近年、〔 2 〕、人口減少と高齢化等によって、中心市街地の衰退・空洞化が進み、一方で郊外への人口や商業施設、都市機能の流出という問題が深刻化している。

中心市街地の衰退・空洞化を引き起こしているファクターとしては、以下のものが考えられる。

◇他の地域に比べて相対的に地価が高く、地権者ら権利関係が輻輳していることが多く、計画的な〔 3 〕が遅れてきた。

◇古くから街並みにさまざまな機能が密集したがゆえに、モータリゼーションの進展に伴う道路、〔 4 〕の整備の遅れをもたらし、利便性を急速に低下させた。その結果、郊外型商業施設に対抗しうる集客力・求心力を喪失してきた。かつては集客コアとなっていた〔 5 〕も集客力を失い、不況が追い打ちをかけて、閉鎖や郊外に移転することとなる。

◇中心市街地の中核を担ってきた〔 6 〕が、大型商業施設に対抗しうる魅力を失い、買い物客が郊外へと流出していった。また、経営不振、後継者難などから廃業していく店舗が増加する一方である。

◇新しい都市機能の受け皿となる〔 7 〕の供給が十分に行われず、都市としての魅力や機能を低下させてきた。

◇若い世代を含む多様な世帯の居住が可能となる、住宅供給等の要請に十分な対応ができず、古くから住む〔 8 〕が中心の場所となってきた。

こうした要因によって、中心市街地は、今後ますます衰退を余儀なくされる状況に置かれており、その対策が喫緊の社会問題となっている。

〔語 群〕

- |                 |                |            |             |
|-----------------|----------------|------------|-------------|
| ア. 高齢者世帯        | イ. 専門店         | ウ. 大型店     | エ. ファッションビル |
| オ. 駐車場          | カ. 城下町、宿場町、門前町 | キ. 都市基盤の整備 | ク. 地権者      |
| ケ. 土地や床         | コ. 商店街         | サ. 文化施設    | シ. ファミリー    |
| ス. モータリゼーションの進展 |                |            |             |

〔解 答〕

1	2	3	4
カ	ス	キ	オ
5	6	7	8
ウ	コ	ケ	ア

〔第6問〕最近、テナント保証金問題がクローズアップされている。その時代的背景と問題点および課題を200字以内で簡潔に述べなさい。(17点)

〔解答例〕

長引く消費不況とSCの過当競争により大手DVの破綻が相次ぎ、テナントの保証金が一般債権となり全額返済されず社会問題化し、我国の商慣習である保証金の定義を明確化し見直しを図る気運が高まっている。その方向は賃貸借契約とリンクし退店時に一括返還される敷金への移行が模索され、実施したDVも多い。しかし、一方で現時点ではSC開設時の建設協力金は不可欠で、それに替わる新たな資金調達手法を早急に確立する必要があるとの指摘もある。

〔第7問〕テナント保証金と敷金についての比較表について、文中の空欄〔 〕に最も適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。(16点)

保証金と敷金についての比較整理（平成12年度経済産業省「保証金に関する報告書」より）

	保証金の現状	敷 金
目 的	一般に賃貸借契約の一部とはみなされず、〔 1 〕としての消費貸借を目的とするものと解される	賃料や損害金等の担保を目的とするもの。〔 2 〕契約の内容の一部をなすもの
金額・期間	高額・長期間もある	〔 3 〕及び〔 4 〕費用の担保として妥当な程度
返済方法	据え置き後の〔 5 〕返済。返還時期は賃貸借契約の終了時期とは必ずしも連動しない。	明渡後返却
DV破綻時の取扱い	DV倒産時には、通常、資産価値はほとんどなくなる。また、〔 6 〕にも当然には承継されない。 DV破綻時には基本的〔 7 〕扱いされる。	抵当権が設定されるより先に登記等が行われ、対抗要件を具備していれば、〔 8 〕は保全可能。競売先にも承継される。

〔語 群〕

- ア. 高齢者世帯    イ. 競売先    ウ. 大型店    エ. 建設協力金    オ. 債権  
 カ. 一般債権    キ. 特別債権    ク. 地権者    ケ. 原状復帰等の損害  
 コ. 賃料    サ. 一括    シ. 均等    ス. 賃貸借

〔解 答〕

1	2	3	4
エ	ス	コ	ケ
5	6	7	8
シ	イ	カ	オ

〔第8問〕SC開発の資金調達法として、不動産証券化が注目されているが、下記の説明文の空欄〔 〕に最も適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。(15点)

不動産証券化とは、不動産から獲得できる〔 1 〕を裏付けとした収益を受ける権利を表す証券を発行し、それを〔 2 〕に販売して資金調達を行なうシステムであり、これによって直接資金調達が可能となるほか、〔 3 〕も可能となる。しかし証券化するためには、米国の例をみるまでもなく、不動産と金融の〔 4 〕の専門家による共同作業が必要であり、この分野の専門家の早期の育成が叫ばれている。

わが国においても、1995年に「不動産特定共同事業法」、1998年に「特定目的会社による特定資産の流動化に関する法律（〔 5 〕）」等、不良債権処理、債権のオフバランス化を目的とする法律が施行され、直接金融のバリエーションはふえつつあり、さらに、上記法律の改正や見直し、新たな法整備も前向きに検討されるなど、不動産投資関連ビジネスが、21世紀の注目分野になることは確実視される。

〔語 群〕

- ア. 資産・負債の圧縮      イ. 地域行政      ウ. 投資家      エ. クライアント  
 オ. SPC法      カ. 賃料収入を中心としたキャッシュフロー  
 キ. 新会計基準      ク. 収益      ケ. マネジメント      コ. 土地

〔解 答〕

1	2	3	4	5
カ	ウ	ア	ケ	オ

〔第9問〕下表のA社の要約貸借対照表から、以下の4つの設問に答えなさい。(28点)

A社要約貸借対照表

(単位：万円)

(資産の部)		(負債の部)	
流動資産合計	(17,200)	流動負債合計	(11,300)
・現金預金	5,000	・支払手形	300
・受取手形	800	・買掛金	6,000
・売掛金	6,000	・短期借入金	3,000
・有価証券	1,400	・未払金	2,000
・棚卸資産	4,000	固定負債合計	(10,000)
		・長期借入金	10,000
固定資産合計	(11,600)	負債合計	21,300
・有形固定資産	4,500	(資本の部)	
・無形固定資産	50	・資本金	1,500
・投資等	7,050	・法定準備金	3,000
		・剰余金	3,000
		資本合計	(7,500)
資産合計	28,800	負債・資本合計	28,800

〔9-1問〕流動比率について〔 〕に適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。

また上記A社の流動比率を求めなさい。

流動比率は、今後1年以内の〔 1 〕の程度を表すもので一般に〔 2 〕程度が必要である。

$$\text{流動比率} = \frac{〔 3 〕}{\text{流動負債}} \times 100\% = [ A ] \%$$

〔9-2問〕自己資本比率について、〔 〕に適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。また上記A社の自己資本比率を求めなさい。

自己資本比率は、調達した資本がどの程度安定しているかを示すもので、財務安定性といわれ、比率が高いほど〔 4 〕が安定していることになる。

$$\text{自己資本比率} = \frac{\text{自己資本}}{〔 5 〕} \times 100\% = [ B ] \%$$

〔9-3問〕固定比率について、〔 〕に適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。また、上記A社の固定比率を求めなさい。

固定比率は、長期にわたって資金が固定化する〔 6 〕に対し、返済不要の〔 7 〕でどの程度まかなっているかを示す。〔 8 〕というのが一般的である。

$$\text{固定比率} = \frac{〔 6 〕}{〔 7 〕} \times 100\% = [ C ] \%$$



〔9－4問〕固定長期適合比率について、〔 〕に適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。  
また、上記A社の固定長期適合比率を求めなさい。

固定長期適合比率は自己資本に〔 9 〕を加えたもので固定資産を賄う比率を求めるもので、〔 10 〕程度が一般的である。

$$\text{固定長期適合比率} = \frac{\text{固定資産}}{\text{自己資本} + \text{〔 9 〕}} \times 100\% = \text{〔 D 〕} \%$$

〔語 群〕

- ア. 0～50%    イ. 70～80%    ウ. 120～150%    エ. 130～170%    オ. 200%以上  
 カ. 流動負債    キ. 財務基盤    ク. 資金繰り    ケ. 自己資本    コ. 固定負債  
 サ. 固定資産    シ. 総資本    ス. 安定成長    セ. 財務安定性    ソ. 流動資産

〔解 答〕

1	2	3	4	5
ク	ウ	ソ	キ	シ
6	7	8	9	10
サ	ケ	エ	コ	イ

A	B	C	D
152 %	26 %	154 %	66 %

\* 数値を記入（少数点以下切り捨て）

〔第10問〕SCの経営計画についての、下記の説明文の〔 〕に最も適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。(10点)

SCの経営計画は、大きく損益計画と〔 1 〕からなる。これらは、不動産の所有形態、規模、業種業態、投下資本額、管理運営計画等によって大きく異なる。

損益計画は、事業継続のための利益計画であり、〔 1 〕は、初期投資の借入金・金利の支払い、なおかつ運転資金の確保ができ、さらに、保証金の返還や再投資に見合う内部留保資金の計画も含まれる。

損益計画の重要なポイントは、次の4つに要約される。

- ①SC全体の〔 2 〕の予測
- ②収入源である〔 3 〕算出と形態
- ③開業直前までの必要資金および〔 4 〕
- ④開業後の借入金返済が、〔 5 〕と償却引当金で可能かどうかを計画する

〔語 群〕

ア. 資産      イ. 投資計画      ウ. 資金計画      エ. 賃料      オ. 売上原価  
カ. 資金調達      キ. 売上      ク. 営業利益      ケ. 経常利益      コ. 税引後利益

〔解 答〕

1	2	3	4	5
ウ	キ	エ	カ	コ

〔第11問〕 経営戦略策定のために、自社のポジショニングを明確にする「SWOT分析」が使われるのが一般的である。それぞれの分析視点を記入しなさい。(16点)

〔解答〕

1. S : Strength (強み)

基本的には内部要因の分析であり自社の持つ経営資源をベンチマークしその強さを鮮明に把握し、その優位性を武器に競合に打ち勝つ積極的戦略を構築する要素。

\*例えば—

- ① 財務面：他社に比して資金が豊富で積極投資が可能
- ② 人材面：経験豊富なSCオペレーションスタッフの存在
- ③ SCの立地・装置：潤沢な商圈・成長するマーケット・交通アクセスの利便性・他SCに比して規模優位の営業面積・豊富な駐車台数・新鮮で快適な空間
- ④ 営業面：多様な業種業態・マーケットにフィットしたテナントミックス・固定客の厚み・販売力サービスレベルの高いテナントの存在

2. W : Weakness (弱み)

自社の努力によって改善できる内部要因分析。自社の持つ経営資源の弱みを鮮明に把握し、その弱みを改善し先行する他社をキャッチアップする戦略構築の要素。ほぼ1.の「強み」の対極になることが多い。

\*例えば—

- ① 人材面：SCオペレーションスタッフの未成育
- ② SCの装置：新鮮で快適な環境への配慮不足
- ③ 営業面：消極的なテナント入れ替え・マーケットとミスマッチしたテナントミックス・顧客固定化戦略未着手

3. O : Opportunity (機会)

外的要因の分析と把握であり、自社の「強み」を武器に積極戦略を展開するタイミングとなる。経済環境の好転、自SCに有利に働く地域の開発計画等の要素。

\*例えば—

- ① 自SCの交通アクセス改善の道路計画
- ② 競合SC(含：ロードサイド店舗等)の撤退
- ③ 自社に有利な経済規制緩和
- ④ 商圏内の集合住宅・ニュータウンの開発

4. T : Threat (脅威)

自SCにとって不利になる外的要因の分析と把握であり、常に早期情報取得に心がける必要があり、自社の「弱み」早期克服の必要に迫られることになる要素。

\*例えば—

- ① 商圏内への競合SC(含：ロードサイド店舗等)の出店
- ② 商圏内企業の移転等による居住人口の大幅減少
- ③ 近隣都市の大規模再開発による地域間競合の激化

〔第12問〕 顧客満足（CS）について述べた下記の文中の空欄〔 〕に、最も適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。（10点）

通常の組織は、経営者を頂点にし、中間管理職、事務職と裾野が広がり、顧客と接する現場は底辺となる三角形で表わされる。モノの製造に重点をおいた〔 1 〕では、生産性や効率を考えれば、これは当然とされた。

現在のような〔 2 〕では、実際に顧客に接する現場が一番重要になる。顧客満足の実現のためには、顧客に接する現場の意義は大きく、現場における〔 3 〕が必要になる。

そこで、上位職が下位職に責任や権限を委ねざるをえない。これを〔 4 〕という。現場に権限を与えると  
いう意味で、ちょうど通常の組織の三角形を上下にひっくり返し、頂点であった経営者が下、顧客と接する現場の底辺が上にくる逆三角形の組織が大切になる。これを、カール・アルブレヒトは〔 5 〕と呼んだ。命令系統は正常の三角形で、サービスの実行は逆さまの三角形でと使い分けることが必要になってきたのである。

〔語 群〕

- |              |            |             |             |
|--------------|------------|-------------|-------------|
| ア. エンパワーメント  | イ. 顧客満足    | ウ. サービス経済社会 | エ. ポストモダン社会 |
| オ. インベストメント  | カ. 管理と指導   | キ. 1兆円      | ク. 工業経済社会   |
| ケ. 逆さまのピラミッド | コ. リゾーム型組織 | サ. 意思決定と対応  |             |

〔解 答〕

1	2	3	4	5
ク	ウ	サ	ア	ケ

# SC開発実務の基本知識

(時間 60分)

100点

【第1問】 SC開発の成否を左右する大きな要素に立地選定・評価がある。我国でSCを開発する際の立地選定・評価のポイントを箇条書きで5点あげなさい。(15点)

## 【解答例】

### 1. マーケットポテンシャル：

- ① 予測商圈の居住人口・世帯数とその増加率および世帯所得・年齢構成等は適正か
- ② 将来ニュータウンの造成、企業誘致等が見込まれ居住人口・世帯数の増加が期待できるかどうか
- ③ ロードサイド店舗等を含め商圈内競合SC・大型小売店の状況はどうか
- ④ 小売吸引力を把握し、近隣都市との地域間競合の状況はどうか

### 2. 交通アクセス：

- ① 郊外SCのケースで、当該候補地までの広域道路体系に問題はないか
- ② 候補地の道路付けは適切か。2つ以上の幹線道路に面しているのが理想
- ③ 将来新駅開設・道路拡張および親設等の交通整備の計画があるか

### 3. 地形と規模：

- ① 方形が理想だが、適正な施設配置ができる地形になっているか
- ② 十分な駐車場・駐輪場を確保できる規模になっているか
- ③ 増殖等、規模拡大の可能性を備えた立地になっているか

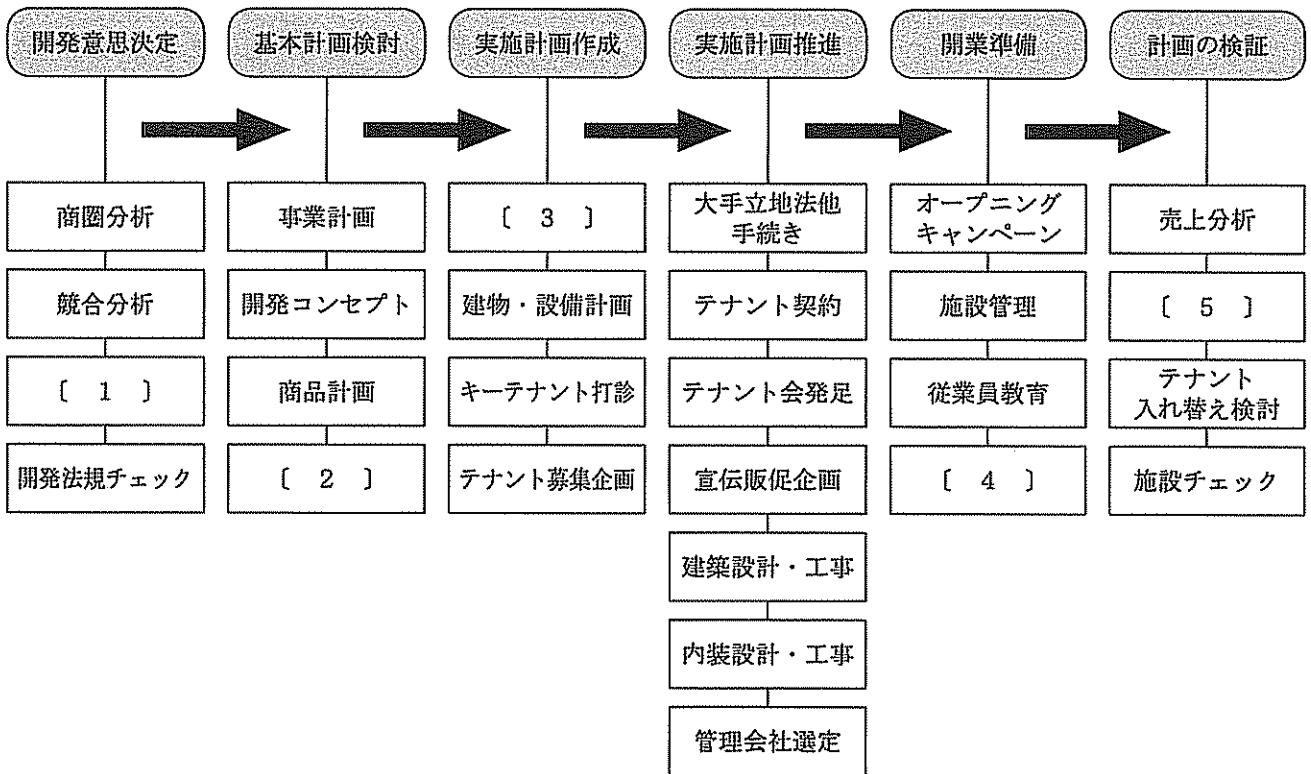
### 4. 権利関係と規制：

- ① 当該用地の権利者が多く権利関係が複雑な場合、開発に長期の時間を要するランドコストの上昇にならないか
- ② 土地の利用に対してはさまざまな法的規制が立地選定・評価の大きな要素になる

### 5. 経済条件：

- ① 地価・地代は設定賃料に反映される。テナント誘致を含めて、事業収支計画との乖離はないか

〔第2問〕 下記のチャートはSC開発のフローの要約である。〔 〕内に最も適切な語句を下記の語群のなかから選び、記号で答えなさい。(10点)



〔語 群〕

- ア. キーテナント打診    イ. 開発法規    ウ. ハフモデル    エ. 管理運営企画
- オ. テナント説明会および営業管理規定    カ. 売上予測    キ. フィジカルプラン
- ク. 顧客分析    ケ. 大店立地法他手続き    コ. テナントミックス

〔解 答〕

1	2	3	4	5
カ	キ	エ	オ	ク

【第3問】 商圈について述べた下記の文中の空欄〔 〕に、最も適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。(10点)

商圈や来店確率の予測手法として、ライリーモデル、コンバースモデル、ハフモデル等がある。〔 1 〕は、いちばん古典的で《距離2乗》分の《人口》比で、2地点間の商業境界線を求める。ある市場の消費者の来店(意向)率は、その市場から対象となる商業施設までの距離の2乗に反比例するというもの。

もっとも有名なのが〔 2 〕で、来店確率の計算になってくる。来店確率の要素として、人口、距離(時間距離)、小売面積とアクセス障害(抵抗係数)に、売り場面積占拠率という概念が入る。

基本的な考え方は、ある地区に対するSCの吸引力は、〔 3 〕に反比例し、〔 4 〕に比例するというもの。しかしながら、現在のように〔 5 〕の異なる様々な業態の小売施設を、売場面積に一括することには限界があり、あくまで商業施設の来店確率のひとつの指標として使われている。

【語群】

- ア. ライリーモデル                      イ. コンバースモデル                      ウ. ハフモデル                      エ. 距離(時間距離)  
 オ. SCの規模(売場面積)                      カ. 商品構成                      キ. 売上高                      ク. 駐車場台数と規模  
 ケ. 敷地面積

【解答】

1	2	3	4	5
ア	ウ	エ	オ	カ

〔第4問〕 マーチャンダイジングについて述べた下記の文中の空欄〔 〕に、最も適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。(10点)

マーチャンダイジングは、経済社会環境や地域社会の分析を背景に、次の3つの考え方で計画される。

まず第1番目は、〔 1 〕の購買モチベーションとニーズに対応し、そのSCに期待されている商品を検討することである。

第2番目は、変化する生活社会トレンドを分析し、常に〔 2 〕に対応したMDを構築することである。

第3番目は、地域マーケットの分析から、競合店のMDとの差別化を意識し、そのSC独自の〔 3 〕で枠組みづくりをおこなうことである。

そして、マーチャンダイジングは、顧客の立場にたって〔 4 〕と〔 5 〕の機能を満たしていなければならない。

〔 4 〕は、お客様の目的に合わせてショッピングの利便性を提供することであり、SCの業態によって異なるが、ネイバーフッド型なら、日常生活の必需品のフルライン、広域のSCなら、高感度なライフスタイル提案のMDまで含むことが必要である。

〔 5 〕は、テナントである専門店が、それぞれ特長を出しながら、生活者の選択の幅ができるだけ広がることをいう。それは核テナントと一般テナント、あるいは一般テナント相互のMDに相乗効果を生み、SCの魅力づくりにもなる。

〔語 群〕

- ア. ポジショニング      イ. 地域生活者      ウ. 時代      エ. 固定客  
オ. アメニティ      カ. 商品構成      キ. ワンストップ・ショッピング  
ク. 比較購買      ケ. ネイバーフッド      コ. エンターテイメント

〔解 答〕

1	2	3	4	5
イ	ウ	ア	キ	ク



〔第5問〕 SCのCIについて述べた下記の文中の空欄〔 〕に、最も適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。(10点)

SCにとってCI形成の根幹は、SCが地域社会に存在する意義にあり、発揮せねばならない〔 1 〕にある。それを地域社会や地域生活者に、そしてSCに働く全ての人々に発信する活動がCI活動に属する。だから、〔 2 〕だけに限定されるものではない。むしろ、SCの建物から店頭の販売活動、〔 3 〕に到るまでの全ての事業活動を含むのである。

こうしたCIを形成する理念と活動を象徴させ、イメージとして様々な人々にビジュアルで伝達するのが、SCのロゴ、カラー、建物・内装デザイン、広告等のCIデザインである。

これらは、SCの企業理念とイメージが的確に伝達されるように、統一したデザインで制作される。しかし、デザインは、あくまで象徴であり記号にすぎない。実際のCI活動は、日々の〔 4 〕のなかにこそ発揮されるべきものである。そして、それはSCのデベロッパーだけの自覚にとどまらず、〔 5 〕にまで共有される必要がある。日常の営業活動に現れるCIは、おのずからSCの個性となり、競合店差別化につながっていくのである。

〔語 群〕

- |             |          |                    |         |
|-------------|----------|--------------------|---------|
| ア. 個性       | イ. 営業活動  | ウ. 地域社会とのコミュニケーション | エ. 固定客  |
| オ. アメニティ    | カ. 商品構成  | キ. 広報や販売促進活動       | ク. オーナー |
| ケ. テナントの従業員 | コ. 役割や使命 |                    |         |

〔解 答〕

1	2	3	4	5
コ	キ	ウ	イ	ケ

〔第6問〕賃料設定に関する次の文章のなかで、文中の空欄〔 〕に最も適切な語句を記入しなさい（10点）

従来までの賃料設定は、SC建設、つまり土地代（それに関する金利等のコストを含む）や建設費そして〔 1 〕等のコストを積み上げ、それに目標利益を確保した設定で、〔 2 〕法と呼ばれる。

一方〔 3 〕法は、今現在その商業床を使って商売をして、いくら収益が上がるかを勘案しながら行う賃料設定である。現在の賃料形態の大きな流れである共益費等を含んだ〔 4 〕は、デベロッパー・テナント双方がSC事業に対するリスクをともに分かち合う〔 3 〕法を具現化する実勢価格賃料となっているといえよう。

また、〔 5 〕法は、近隣または同一需給圏内の類似地域における賃貸事例の実質賃料を補修正して、対象施設の試算賃料を求める手法である。

〔解答〕

1	2	3	4	5
管理運営	積算	収益還元	歩率一本賃料	批准

〔第7問〕現在賃料形態の大きなトレンドは歩率に一本化した「完全歩率賃料」の方向にあると思われるが、デベロッパー及びテナントにとってのメリット、デメリットを簡潔に述べなさい。（10点）

〔解答例〕

1. デベロッパー

- (1)メリット
- ① テナントの売上増がDVの賃料（収益）の増加につながり収益還元賃料を具現化した賃料形態
  - ② DVとテナント双方の売上拡大に対する努力が収益に反映され、役割分担が鮮明になる
  - ③ クオリティを下げないローコストオペレーションの努力の成果を享受できる
  - ④ 将来成長が見込めると判断したテナントを積極的にリーシングすることができる
- (2)デメリット
- ① テナント売上の減少が賃料減少につながり、最低保証売上設定がないため安定的な賃料収入が確保しづらくなる
  - ② テナントの成長サイクルが短期化するなか、将来のテナント売上予測の跛行性が高く長期的経営計画が立てづらくなる傾向がある
  - ③ 逓減歩率制を採用していない場合、テナントのモラルダウンに対する配慮が必要

2. テナント

- (1)メリット
- ① 固定費である賃料が変動費として捉えることができ、経営の安定化につなげやすい
  - ② テナントにとって出店しやすい賃料形態のため積極的出店をしやすくする
  - ③ DVとテナントの売上拡大に対する役割分担が鮮明になり、販売に専念しやすくなる
- (2)デメリット
- ① テナント売上増は賃料に直接反映され、逓減歩率制等のない場合、売上拡大に対するモラルダウンにつながる
  - ② 短期間での成果を求められることになり、業種によっては長期的戦略が立てづらくなる傾向もある

〔第8問〕 いわゆる「まちづくり3法」といわれる法律を列記し、その内容を簡潔に説明しなさい。(9点)

〔解答例〕

1. 大規模小売店舗立地法 (大店立地法：1998年制定・2000年施行)

大規模小売店舗出店に際し、従来の「大店法」が中小小売業者の保護を目的とした経済規制法に対して、地域環境保全重視の環境規制法。大規模小売店舗が出店する周辺地域の交通混雑やゴミ、騒音など環境悪化を考慮して出店規制をする。

2. 中心市街地活性化法 (1998年制定・施行)

中心市街地は商店街等の都市機能が集積した「まちの顔」といえる地域であった。しかし、モータリゼーションへの対応の遅れや商業を取り巻く環境変化から空洞化が進展している。市町村等が主体的に、中心市街地の活性化を目的とした関連施策を総合的に実施するための法律。

\* 「大店法」廃止に伴う中小小売業者等の衰退に歯止めをかけるべく「大店立地法」とセットで施行された。

3. 改正都市計画法 (1998年改正・施行)

都市計画法は市街化区域を「商業地域」「準工業地域」等の用途地域に分けている。改正都市計画法では既存の用途地域に上塗りするかたちで指定できる特別用途地域の種類を多様化し、その指定を市町村が決定できるようにした。

\* そのことは、市町村が商業施設が立地できるか否かを決定できる「ゾーニング」手法による事実上の大規模小売店舗の出店規制を可能にしている。

〔第9問〕 借家契約について述べた文中の空欄〔 〕に最も適切な語句を記入しなさい。(10点)

従来までの制度である〔 1 〕によって、テナントの新陳代謝が思うように行かなかった傾向にあった長期契約が、平成12年の〔 2 〕の施行によって短期化が可能になった。

本制度は、契約で定めた〔 3 〕の満了により、契約は更新されることなく借家契約が終了する契約のことで、従来の借家契約の〔 4 〕を必要とせず自動更新はされない。しかし、DV・テナント双方で再契約の〔 5 〕ができれば引き続き契約は継続する。そのことは、DVにとっては地域生活者の支持が得られなくなったテナント、すなわち業績の低下したテナントを積極的に入れ替えることを可能にした。

〔解答〕

1	2	3	4	5
借地借家法	定期借家制度	期間	正当事由	合意

〔第10問〕 定期借家制度は契約期間の自由度を増し、短期化の方向にある。契約期間設定時に留意すべきポイントを3点簡潔に述べなさい。(6点)

〔解答例〕

1. 業種・業態によって柔軟な期間設定を：

テナントのライフサイクルを考慮した期間設定が必要。たとえば、顧客の固定化によって強さを発揮するテナントとトレンドの変化が激しいファッションテナントの場合は前者の契約期間は後者より長期間の設定が望ましい。

2. テナント内装投資の償却期間に留意：

物販テナントに比し飲食テナントの初期投資は大きい。個々のテナントの内装投資の償却期間を十分に勘案した契約期間の設定が必要。

3. リニューアルの時期に留意：

S Cに不可欠なリニューアル計画の時期を考慮した期間設定が望ましい。テナント移動を伴う大規模リニューアルをスムーズに行うことが可能となる。

# SC管理実務の基本知識

(時間 60分)

100点

〔第1問〕テナントの営業管理についての次の文章のなかで、文中の空欄〔 〕に最も適切な語句を下記の語群の中から選び記号で答えなさい。(10点)

テナントに対する営業管理は、次の3つの視点に常に立つことが大切である。

- ①〔 1 〕の恒常的な入手と分析
- ②テナントへの積極的・的確な〔 2 〕
- ③〔 3 〕の発揮

デベロッパーの管理運営業務は、テナントとの合意と承認の妥協の産物であってはならない。デベロッパーは、管理運営の〔 4 〕企業として、主体的にSCを管理運営していくことがその役割であって、テナントの意向に添った形で、SC管理を代行する企業ではない。

スピード経営が求められる時代にあって、テナントの意向を聞きながら、管理運営業務を進めることは、〔 5 〕に迅速に対応することができない。このような時代だからこそデベロッパーの強いリーダーシップの発揮が、逆に期待されているのである。

## 〔語群〕

- |                  |            |            |         |
|------------------|------------|------------|---------|
| ア. 強いリーダーシップ     | イ. 情報開示    | ウ. 入手と分析   | エ. 主体的  |
| オ. 時代および地域生活者の変化 | カ. ノウハウ    | キ. 代行      | ク. 情報操作 |
| ケ. テナント情報        | コ. マーケット情報 | サ. 意思決定と対応 |         |

## 〔解答〕

1	2	3	4	5
ケ	イ	ア	カ	オ

〔第2問〕 営業成績不振のテナントに対する営業指導のポイントを、箇条書きで5点簡潔に記しなさい。(10点)

〔解答例〕

1. 本社との連動：営業指導の場に本社の担当者を同席してもらい、テナント本社と常時コミュニケーションを図り改善に努力しているかを確認する。場合によっては店長のマネジメント手法に対する意見交換を行うことが必要。
2. マーチャンダイジング：提供する商品・サービスが地域マーケットおよび時代のニーズにマッチしているかを検証し本社への的確な商品の供給を要望する。この場合、SC内のほかの好調な同業種テナントの比較資料を提示することが重要。
3. 従業員のモラル、サービス：従業員のモラルおよび顧客に対する接客サービスの質を検討する。適切な人員配置を行っているか、従業員教育が的確にできているか、またDV（テナント会）が主催する接客研修への自主的参加を促す。
4. 顧客の固定化：顧客の固定化戦略を積極的に行い来店頻度の向上に努めているかを検証する。SC（DV）のハウスカードおよびポイントカードの積極的な参画を促す。
5. 店頭出演：顧客に対して入りやすく回遊しやすい適切な店舗レイアウトおよび季節にマッチしたVMDが適切に行われているかを検討する。

〔第3問〕 テナント会について述べた文中の空欄〔 〕に最も適切な語句を記入しなさい。(10点)

テナント会は、SCの全体方針に基づき、すべてのテナントを含む〔 1 〕の方針を承認、決定していく。テナント会を構成する各組織は、一般的には、次の4つからなる。

通常、年1回開かれるテナント会の最高意志決定機関である〔 2 〕、年に数回開かれるSC業務執行の意思決定機関である〔 3 〕、販売促進や総務等について理事会の諮問事項を具体的に審議する機関として設けられる〔 4 〕、そしてSCの現場の責任者の集まりである〔 5 〕からなる

〔解答〕

1	2	3	4	5
共同事業	テナント総会	テナント理事会	専門委員会	店長会

〔第4問〕最近ではテナント会の功罪が論議され、不要論も聞かれるが、SCにとってテナント会の持つ役割のメリット、デメリットを述べなさい。(8点)

【解答例】

(1)メリット

- ・DVの意思をテナント全体に対して統一的・効果的に伝達することができる。
- ・DVの方針に対してテナントのコンセンサス形成の統一窓口として機能する。
- ・テナント間のコミュニケーションが良好になりSC全体の統一感が醸成されやすい。

(2)デメリット

- ・DVおよび個々のテナント間の利害対立の場となりやすく、SCの統一感醸成の障害となる可能性がある。
- ・DVに対する圧力団体として機能し、DV・テナントの共同事業を円滑に進めるという本来の目的達成に反する団体になる可能性をひめている。
- ・「テナント総会」等が形式化・形骸化し、SCをともに良くして行くための議論が積極的に行われなくなってきた。

〔第5問〕あるテナントが営業成績の低迷を理由に経済条件の緩和を申し入れてきた。テナントマネージャーに指示する対応の手順を記しなさい。(12点)

【解答例】

1. データの整備と分析：テナントから書面での提出を求めると同時に当該テナントの経営成績・営業成績のデータ整備と分析を指示。①売り上げトレンド②売り上げ高賃料比率③損益分岐点の把握④SC内同業種テナント比較



2. 店長面談：現場責任者である店長からの現状の問題点をヒアリング。問題点の鮮明化。①MD面の問題点把握②従業員の販売力分析③従業員のモラル④その他の問題点把握



3. オーナー面談：1. 2. の情報をもとにオーナー（本部担当者）との面談を行う。DV・テナント双方の企業戦略を鮮明にした上で改善策を確認する。



4. 期限付条件緩和：当該テナントがSCにとって重要なウエイトを占める場合、改善策の実施を書面で確認し期限付（最長1年）の条件緩和を提示。その間に改善が見られない場合。



●退店の方向で検討する。（新規テナントを検討する）

〔第6問〕新規テナントに関する情報収集についての次の文章のなかで、文中の空欄〔 〕に最も適切な語句を下記の語群の中から選び記号で答えなさい。(10点)

テナント退店の段階になって、新たなテナント候補を考えるのでは対応が遅い。常に〔 1 〕の長期計画を立て、常日頃から〔 2 〕を構築しておくことが要求される。そのためには、次の3つの情報ソースの確保とネットワーク構築が不可欠である。

- ①シンクタンク系のライフスタイル調査資料や流通経済専門誌等による、〔 3 〕や人気ブランド情報等の入手による、リーシング感度・鮮度の維持
- ②SCや〔 4 〕、幹部をはじめとした業界関係者との積極的な情報交換による、内外の商業施設動向、専門店動向の取得
- ③地元行政をはじめ、地域事業者との〔 5 〕によって、周辺地や商圈内の様々な商業施設の新規出店やリニューアルに対する迅速な情報収集

〔語 群〕

- ア. 幅広い関係諸団体      イ. テナントミックス      ウ. 地域ネットワークの構築
- エ. 回転資金              オ. 生活者トレンド      カ. リーシング・ネットワーク
- キ. コンサル              ク. 専門店オーナー      ケ. 地元顧客

〔解 答〕

1	2	3	4	5
イ	カ	オ	ク	ウ

〔第7問〕販売促進活動について述べた文中の空欄〔 〕に最も適切な語句を記入しなさい(10点)

SCの販売促進は、SCのコンセプトと戦略を体現するものであり、SCの〔 1 〕確立のための最大の活動である。同時に、それは地域の生活者に支持され、SC事業を推進するための重要な役割を担う。SC管理運営業務のなかでも、最も重要な活動であり、〔 2 〕をサポートする最大の活動でもある。

販売促進活動の目的と意義は、次の通りである。

- ①地域社会におけるSCの役割と機能を的確に伝達する、SCのイメージ醸成と情報発信
- ②SCへの〔 3 〕と需要喚起
- ③SCイメージの向上やテナントへの集客による、テナントのSCに対する〔 4 〕の向上
- ④地域社会とのコミュニケーションをとりながら、〔 5 〕を形成

〔解 答〕

1	2	3	4	5
アイデンティティ	テナント	動員	ロイヤリティ	地域コミュニティ



〔第8問〕最近では、販売促進費はテナントからの実費徴収ではなく、賃料にあらかじめ含んだ形で徴収される形態が増えている。デベロッパーにとってのその意味と意義について、200字以内で簡潔に述べよ。(10点)

〔解答例〕

SCの効果的販売促進活動はDVの強力なリーダーシップのもと、統一された戦略にのっとって迅速になされることで実現される。実費徴収の場合個々のテナントの意向に過度に尊重するあまり訴求ポイントが散漫になる可能性がある。またテナント会の販売促進委員会の承認等の手順が必要となりタイムリーな活動を阻害する場合がある。賃料に含まれる販売促進費はDVの判断により長期的な戦略で統一的に展開できる。

〔第9問〕顧客管理について述べた下記の文中の空欄〔 〕に、最も適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。(10点)

販売・顧客管理では、一般に20-80の〔 1 〕の法則が働くといわれる。それは企業の〔 2 〕の80%は、〔 3 〕の20%によりもたらされるという理論である。上位顧客ほど利益に貢献し〔 4 〕も高く、新規顧客を獲得するコストは既存顧客の5倍以上という説もある。

企業の収益性向上に貢献する優良顧客を識別し、その反復利用に対してより多く還元することで顧客維持や買上額を高めながら、既存優良顧客を維持しロイヤリティへと高めることは、企業の継続的で安定した収益性の向上につながる。

こうした取り組みは〔 5 〕といわれ、たとえばカードを発行することによって顧客の基礎情報を取得し、利用のたびに購買履歴をデータベースに蓄積しながら、固定客化のマーケティングを実践することが重要になる。

〔語群〕

- ア. 顧客数    イ. 売上    ウ. マルサス    エ. 利益    オ. ロイヤリティ  
 カ. FSP (フリークエント・ショッパーズ・プログラム)    キ. パレット  
 ク. ASP (アプリケーション・サービス・プロバイダー)    ケ. 高齢化社会

〔解答〕

1	2	3	4	5
キ	イ	ア	オ	カ

〔第10問〕商業施設の環境管理について述べた下記の文中の空欄〔 〕に、最も適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。(10点)

大規模な商業施設は、地域社会に対する〔 1 〕も大きく、その対策が重要である。〔 1 〕と事業活動は密接不可分であるだけ、環境問題の取り組みとその管理は、日常の業務活動の見直しや経営構造の再編まで課題は大きい。

こうしたことを背景に、企業が環境対策にかけた〔 2 〕と、それに伴う〔 3 〕を金額で表し、それを公表する〔 4 〕の取り組みが行われている。欧米では、多くの企業を取り入れており、企業評価や社債格付けの指標の1つになりつつある。

地球環境に対する企業活動の影響度を計算し、〔 5 〕という形で二酸化炭素(CO<sub>2</sub>)の削減量などを物量単位で表したものや、環境問題への取り組みを記した環境報告書などがある。

〔語 群〕

- ア. 新会計基準    イ. 環境負荷    ウ. 投資・費用    エ. 効果    オ. 環境会計  
カ. 環境課    キ. 赤字決算    ク. 緑字決算    ケ. 青字決算

〔解 答〕

1	2	3	4	5
イ	ウ	エ	オ	ク

# 商業一般に関する常識問題

(時間 30分)

50点

〔第1問〕小売環境の変化について述べた下記の文中の空欄〔 〕に、最も適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。(10点)

小売業を取り巻く環境は、今目めまぐるしく変化している。今日のデフレ時代では、消費が2極化を呈している。一方では低価格のリーズナブル商品。もう一方では、高額ブランド品が売れている。しかし、賢明な生活者は、いかに低価格であっても、そこに価値を見いださないものは、買わない。

アメリカの〔 1 〕を抜いて世界最大のカジュアルウェアを目指すユニクロの急激な成長の減速は、どのような課題を専門店に突きつけているのか。それは、皆と同じものは着たくない。そしてひと味違ったものをという消費者の声だ。

〔 2 〕としての商品調達力とそれにもとづく低価格路線は、一応生活者に支持された。問題は、多様化するニーズにあって、ベーシックの先にあるものを求める消費者の声に対応できるかだ。

一方、トイザラスから始まった外資小売の日本進出は、カルフル、そして〔 3 〕のような総合大型店への進出に発展しつつある。

こうした外資進出に対しても、今までの、〔 4 〕マーチャндаイジングでは、もはや対抗できない。ユニクロやニトリが行っているような商品開発型の商品調達構築は不可欠である。そこでは、単に価格競争だけではなく、付加価値を提供でき、いかに消費者に対して生活提案ができるかが問われている。

生活者がその商品を選択する契機なる、まさに、〔 5 〕が重要になってきているのである。

## 【語群】

ア. スタッフレーション    イ. デフレ    ウ. SPA    エ. 価格    オ. ブランディング  
カ. ビジュアル    キ. ウォルマート    ク. GAP    ケ. 問屋依存型の仕入れ

## 【解答】

1	2	3	4	5
ク	ウ	キ	ケ	オ

〔第2問〕 次の記述のうち、正しいものに○、あやまっているものには×を解答欄に記入しなさい。(10点)

1. カテゴリーキラーは、あらゆる領域(カテゴリー)の商品が、何でも安い総合的なディスカウンターである
2. インターネットとリアル店舗を組み合わせた流通システムや販売の考え方を「クリック&モルタル」という
3. オプトイン・メールとは、登録した人にだけ送信する広告メールのことである
4. スーパースーパーマーケットは、大型の食品スーパーのことである
5. ロスリーダーとは、最も利益率が悪く、品揃えから第一にはずすべき商品のこと

〔解答〕

1	2	3	4	5
×	○	○	×	×

〔第3問〕 次の語句に対して最も関係の深い語句を、下記語群の中から選び、記号で答えなさい。(10点)

1. CRM
2. SFA
3. プロノグラム
4. ロジスティック
5. ベンチマーキング

〔語群〕

- ア. ベスト・プラクティスの経営管理手法      イ. 棚割システム      ウ. 顧客創造と管理  
 エ. 携帯電話      オ. 情報技術を駆使した営業支援      カ. Eコマース      キ. 物流戦略

〔解答〕

1	2	3	4	5
ウ	オ	イ	キ	ア

〔第4問〕 オンラインショッピングについて述べた下記の文中の空欄〔 〕に、最も適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。(10点)

いよいよ日本のインターネット利用人口が、全人口の約〔 1 〕%近くになり、〔 2 〕人を越えた。自宅で利用しているインターネット回線別の利用状況を見ると、ADSL、CATV、光ファイバー等の常時接続の〔 3 〕を利用する人々が、全体の約50%近くを占めている。

家電などにもインターネットが活用され、ITを日常的に使いこなす〔 4 〕時代の到来である。

それにつれて、インターネットを活用したビジネスも盛んになり、野村総合研究所の調査によると、平成15年、日本におけるオンラインショッピング市場が、前年の約2倍以上の伸びを示し、年間の平均利用額が約6万円で、年間市場規模が、はじめて〔 5 〕を超えた。

〔語 群〕

- ア. ユビキタス    イ. 30    ウ. 60    エ. ブロードバンド    オ. FMバンド  
 カ. 100億円    キ. 1兆円    ク. 白モノ家電    ケ. 情報家電    コ. ノマド  
 サ. 3,000万    シ. 7,000万

〔解 答〕

1	2	3	4	5
ウ	シ	エ	ア	キ

〔第5問〕 次のブランドやショップについて述べた文中の空欄〔 〕に最も適切な語句を記入しなさい。(10点)

1. a. v. v (アーヴェ・ヴェ) は、メーカー製造卸ではなく、〔 1 〕である。
2. トゥモローランドは、ひとつのテイストで構成された〔 1 〕である。
3. プラダは、世界の〔 1 〕である
4. ザ・ガーデン、クイーンズシェフは、今都心部で流行の〔 1 〕である
5. KIHACHIの業態は、〔 1 〕である。

〔解 答〕

1	2	3	4	5
SPA	セレクトショップ	スーパーブランド	高級食品スーパー	レストラン・飲食

# 経済一般に関する常識問題

(時間 30分)

50点

〔第1問〕 アルビン・トフラーについて述べた文中の空欄〔 〕に、最も適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。(10点)

現代は、何世紀に1度かの大転換の時代だといわれる。1980年に、すでに未来学者のアルビン・トフラーは、この大転換を〔 1 〕と呼び、人類の歴史始まって以来、3回目の大変革期だと論じた。第1回目が〔 2 〕から〔 3 〕に移行した2000年以上も前の時期、第2回目が〔 3 〕から〔 4 〕に入った近代、そして第3回目が〔 4 〕から〔 5 〕に入る現代とした。

このトフラーの未来予測は、話題になり世界中でその著作が翻訳されたが、その当時、本当にあらゆる意味で私たちの生活の基本や常識をくつがえす新たな時代が来るとは、だれも思わなかった。

〔語 群〕

- ア. 産業革命                      イ. 狩猟社会      ウ. 農耕社会      エ. 福祉社会      オ. 工業化社会  
カ. コペルニクスの転換      キ. 第3の波      ク. 情報化社会      ケ. 高齢化社会

〔解 答〕

1	2	3	4	5
キ	イ	ウ	オ	ク

〔第2問〕 次の文章が説明する内容について、該当する適切な語句を記入しなさい。(10点)

1. 当期純利益を、株主資本で割って算出するもので、株主の投資がどの程度のリターンを生み出したのかを示す、投資家の投資判断となる指標
2. 日本銀行が年間4回、全国の企業を対象に実施している経済観測調査。企業の業況判断指数が市場関係者から最も注目されており、日銀の金融政策にも強い影響を与えている
3. 国の一般会計だと、歳入から国債発行収入額を除いた額と、歳出から国債の元本償還・利払い費(国債費)を除いた額とのバランスのこと。この黒字は、税金とその他収入で、国債費以外の歳出をまかなえることを意味する。
4. 2001年に施行された確定拠出年金法に基づく、自己責任型の年金制度および年金のこと。個人が掛け金や資産の運用方法を選び、運用実績次第で将来受け取る年金額が変動する。
5. 日本銀行が金融市場に資金を供給するために、金融機関などから債券や手形を買い入れること。一定期間後に売り戻す条件をつけて買い入れる手形オペ、CPオペ、国債買い切りオペがある。

〔解答〕

1	2	3	4	5
ROE (株主資本利益率)	日銀短観	プライマリー バランス	日本版 401 K (確定拠出型年金)	買いオペレーション

〔第3問〕 デフレ問題について述べた下記の文中の空欄〔 〕に、最も適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。(10点)

現在のデフレ経済を打開するために、ある程度〔 1 〕になるまで日銀が貨幣を増やし続け、市場にお金が回るようする〔 2 〕政策が論議されている。簡単にいえば、市中にお金が出回ると、人々は物を買うようになり、景気はよくなり、物価は上昇しインフレになる、という理屈。

90年代に導入した〔 3 〕などの一部の国では、評価された。これを〔 4 〕という。ただし、紙幣が増えても〔 5 〕が貸し出さなければ、市中に金が出ないとの問題点も指摘されている。

〔語群〕

- ア. 銀行                      イ. インフレターゲット                      ウ. 量的金融緩和                      エ. 需要喚起  
オ. 法的規制緩和                      カ. インフレ                      キ. スウェーデン                      ク. ブラジル                      ケ. 郵便局

〔解答〕

1	2	3	4	5
カ	ウ	キ	イ	ア

〔第4問〕 製品や事業のライフサイクルについての下記の表の空欄〔 〕に、最も適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で答えなさい。(10点)

項目/段階	生成期	成長期	〔 1 〕	衰退期
需 要 状 況	需要は少ない	急激な増大	〔 2 〕	急激に減少
競 争 状 況	無競争	新規参入の急増	乱戦	〔 3 〕
流 通 状 況	取引先は少ない	〔 4 〕	取引先の多様化	取引先の減少
事 業 課 題	需要創造	差別化	競争力の発揮	〔 5 〕

〔語 群〕

ア. 事業革新    イ. 潜在需要の顕在化    ウ. 乱戦    エ. 独占・寡占    オ. 事業撤退  
 カ. 発展期    キ. 取引先の拡大    ク. 撤退企業の出現    ケ. 情報家電    コ. 成熟期

〔解 答〕

1	2	3	4	5
コ	イ	ク	キ	ア

〔第5問〕 次の経済金融用語について述べた文中の空欄〔 〕に最も適切な語句を記入しなさい。(10点)

1. 企業の経営権を手に入れるため、株主を相手に実施する株式の公開買い付けのことで、一般に〔 1 〕と呼ばれる。
2. 企業の「含み益依存経営」をなくし、企業体力を正確に決算に反映させるために、企業会計に〔 2 〕を導入する議論が進んでいる。
3. 地上から排出された二酸化炭素などによって、地球全体の気温が高くなる「温暖化」の対応策を協議するため国際会議〔 3 〕は、2003年12月、ミラノにおいて開催される。
4. 不良債権の処理と企業の再生を促進するため、健全金融機関からの不良債権の買い取り機能を強化するとともに、企業の再生を専門とする組織を〔 4 〕内に設けた。
5. 国や企業が発行する債券などの償還の確実性を評価し、投資家向けに公表する会社。アメリカが拠点の〔 5 〕、スタンダード・アンド・プアーズ、英米が拠点のフィッチが世界三大格付け会社として有名。

〔解 答〕

1	2	3	4	5
TOB	時価評価	COP9	整理回収機構 (RCC)	ムーディーズ インベスターズサービス (ムーディーズ)