





第20期(2011年度)SC経営士一次試験問題

商業一般に関する常識問題

時間 45分 点数配分 75点

注意事項

1. はじめに、氏名・ふりがな・受験番号(5桁)を記入し、受験番号に該当する番号をマークしてください。
2. 解答はすべて、解答用紙に記入してください。
3. 各問題とも解答の中から最も適切な番号を選び、解答用紙の解答欄にその番号をマークしてください。
4. 記入は必ずHBもしくはBの黒鉛筆またはシャープペンシルで、○の中を正確にぬりつぶしてください。(ボールペンは不可)
5. 訂正は、プラスチック製消しゴムで、きれいに消し、消しくずを残さないでください。
6. 所定の記入欄以外には記入しないでください。
7. 解答用紙は、汚したり、折り曲げたりしないでください。

記入例			
よい例	悪い例		
			



社団法人 日本ショッピングセンター協会

【第1問】(配点 20点)

SCの現況に関する次の記述のうち、正しいものには1、誤っているものには2を、解答欄にマークしなさい。(解答番号は、から)

1. 2001～2010年の間にSC数は1.17倍に増加したが、店舗面積は1.44倍とそれ以上に増えた。

2. 各業態の年間販売額前年比増減率(既存店ベース)をみると、2010年は、SCが前年比-6.8%、百貨店は-3.1%、総合スーパーは-2.6%となっている。

3. SC規模の拡大化が進み、SCを構成するテナントも大きく変化し、とくに専門大店やサービス関連テナントの増加により、SCの店舗面積においてテナントの合計面積がキーテナント面積を上回るSCが増加している。

4. 2000年代に開業したSCの顕著な特徴は、2万㎡を超える大規模な施設の多さにある。しかし、2000年代末になって、そうした大規模化の動きに変化もみられ、大規模なSC開発も数が減りつつあり、数よりも質を高めることにより、SCの存在感を高める時代に入ったといえる。

5. 2001～2010年のSC数をみると、周辺地域のSC数は722から647に減少した。一方、中心地域は582から735に増加、とくに郊外地域のSCは、1,299から1,668へと大幅に増加した。

6. 2010年に新たに65のSCがオープンし、その店舗面積の合計は82万6,159㎡であった。

7. 2010年にオープンしたSCをみると、1SCあたりの平均店舗面積は16,408㎡で、2009年とほぼ同水準だが、2008年と比べると大幅に減少しており、大店立地法の施行により郊外立地の大型SC開発が制約を受けたこともあるが、比較的小規模な開発が多くなっている。

8. 2010年の店舗面積規模別オープンSC数を過去2年と比較すると、オープンSC数自体も2008年と比べて減っているが、中でも店舗面積が5万㎡を越えるような大型SCが減少している。

9. 店舗面積 1 m²あたり支持人口が、最も高いのは滋賀県の 5.671 人である。一方、小売業売場面積に対する S C 面積の割合が、最も高いのは鹿児島県の 42.9%である。 9

10. 経済産業省の「大型空き店舗等調査分析事業」報告書(2010年2月)によると、大型店の廃止届数は2001年以降100件前後の廃止届であり、2000年から2009年までの10年間で990件の廃止届が出されている。 10

【第2問】(配点 20点)

わが国流通業の動向と課題に関する次の文章を読み、文中の空欄に最も適切な語句を、下記の語群から選び、その番号をマークしなさい。(解答番号は、から)

1. 日経MJの2010年ヒット商品番付によれば、東の大関はで、この効果により薄型テレビの年間販売額は前年比8割増加した。
また西の大関は3Dで、2009年12月公開の3D映画「」の155億円を筆頭に、興行収入100億円超えのヒット作が相次いだ。

語群

1	マイレージ	2	トロン	3	エコキュート
4	アバター	5	インセプション	6	ポイントカード
7	エコポイント	8	パイレーツオブカリビアン		

2. 夏の軽装を推進する目的で、発効を受け、環境省が名称を公募し決定、推進されているのが、クールビズである。

語群

- 1 ユニバーサルデザイン 2 京都議定書 3 グリーン購入法 4 環境基準法

3. 家でも会社・学校でもない第三の場所がサードプレイスで、飲食店やショッピングセンター、小売店等がこれにあたり、くつろぎの場、の場としての機能を有する。

語群

- 1 飲食 2 子育て 3 社交 4 仕事

4. 限られた市場を奪い合う競争がますます激化する中で、主力企業が今注力しているのが、である。たとえば、ヤオコーは2010年1月から小商圈・高来店頻度の450坪タイプの実験をスタートした。

語群

- 1 アップグレード 2 非価格競争戦略 3 顧客の囲い込み 4 ダウンサイジング

5. ブランドを企業の無形資産とみなす考え方が、ブランドエクイティで、ブランドロイヤリティ、、ブランドの知覚品質、ブランド連想の4つで、構成される。

語群

- 1 ブランド選択 2 ブランド認知 3 ブランディング 4 ブランド固執

6. 近所のスーパーマーケットが閉店してしまったことで、日常の買い物に困っている人、いわゆる買い物弱者が、増加している。その現象は、化により深刻さを増している。

語群

- 1 都市 2 核家族 3 高齢 4 サービス

7. レジャー白書 2010 によれば、観光・行楽系のレジャーでは「動物園、植物園、水族館、博物館」「ピクニック、ハイキング、野外散歩」などのいわゆるの行楽は順位・人口ともに大きく伸ばしている。

また、部門別の参加傾向をみると、映画、音楽鑑賞、音楽会、コンサート、美術鑑賞などの

種目が、前年に比べて高い値となっている。

語群

1	体験型	2	観光行楽系	3	娯楽系
4	安・近・短	5	鑑賞レジャー系	6	高・遠・長
7	趣味創作	8	日常型		

8. 経済産業省の「消費購買動向調査」(2010年4月)によれば、「信頼」「安心」が消費者の最優先事項であり、「低価格」を上回っている。これらの非価格要素への「こだわり」は、女性、

ほど高くなっている。

語群

- 1 独身者 2 ファミリー層 3 高齢者 4 若年者

【第3問】(配点 10点)

小売マーケティングに関する次の文章を読み、文中の空欄に最も適切な語句を、下記の語群から選び、その番号をマークしなさい。(解答番号は、から)

1. 社会のために、何ができるか。東日本大震災の発生後、さまざまな形の社会貢献に関心が集まっている。とりわけ、被災地への「寄付」「義援金」を絡めたさまざまな商品やサービスに、消費者が強い関心を寄せている。

語群

1 巣ごもり消費 2 比較購買 3 フェアトレード 4 エシカル消費

2. 小売業の集客力を分析し、売上高を予測するための手法。ある地域内の消費者がある店舗で買い物する確率は、その店舗の売場面積に比例し、その店舗までにかかる時間距離に反比例するという仮定に基づく手法である。

語群

1 ハフモデル 2 ランチェスターの法則 3 ライリーの法則 4 コンバースの法則

3. インストアマーチャンダイジングの二大構成要素のひとつ。長期的視点から売場生産性を高める「スペースマネジメント」に対して、短期的な売上げ増加を図ろうとするもので、価格主導型と非価格主導型に分けられる。

語群

1 プラノグラム 2 フロアマネジメント 3 インストアプロモーション
4 クロスマーチャンダイジング

4. 従業員を組織の内部にいる顧客と捉えて、ターゲットである従業員のニーズを考慮し、あたかも組織内部でマーケティングするかのように仕事を提供すること。

語群

1 サービスマーケティング 2 ワンツー・ワンマーケティング
3 感性マーケティング 4 インターナルマーケティング

5. 競合する店を品揃えや価格、売場のレイアウト、接客サービスや販売促進等、さまざまな角度から比較考察し、自社や自店の経営に役立てる、競合店調査。

語群

1 商圈調査 2 ストアコンパリゾン 3 客動線調査 4 観察調査

【第4問】(配点 10点)

小売の計数管理に関する次の文章を読み、文中の空欄に最も適切なものを、下記の語群から選び、その番号をマークしなさい。(解答番号は、から)

1. 次の与件に基づき値入率を算出し、語群から正解を選びなさい。
条件 原価 600 円、売価 800 円

語群

1 25% 2 30% 3 35%

2. 次の与件に基づきロス率を算出し、語群から正解を選びなさい。
条件 売上高 100 万円、売上原価高 80 万円、ロス高 5 万円

語群

1 5% 2 6.25% 3 25%

3. 次の与件に基づきGMROIを算出し、語群から正解を選びなさい。
条件 売上高 100,000 千円、商品回転率 5 回、売価値入率 40%、粗利益率 36%

語群

1 200% 2 250% 3 300%

4. 次の与件に基づき交差(又)比率を算出し、語群から正解を選びなさい。
条件 商品回転率 10 回、粗利益率 20%、売上高 1,000 千円

語群

1 200% 2 500% 3 100%

5. 次の与件に基づき平均商品在庫高を算出し、語群から正解を選びなさい。
条件 期首棚卸高 8,000 千円、期末棚卸高 6,000 千円、商品回転率 5 回

語群

1 7,000 千円 2 1,200 千円 3 1,600 千円

【第5問】(配点 5点)

VMDに関する次の記述のうち、正しいものには1、誤っているものには2を、解答欄にマークしなさい。(解答番号は、から)

1. 色相環の向かい合っている色のことを、同系色という。互いに相手の色を引き立てる関係にあり、若々しく、にぎやかで、情熱的な感じがする。

2. 商品が、一番手の届きやすい位置で、最もよく売れる場所がゴールデンゾーンである。ゴールデンゾーンは、客層によって異なり、一般的なゴールデンゾーンは、男性で床上70～160cm、女性で床上60～150cmとされる。

3. 特定の場所、特定の商品を重点的に照らすのが、重点照明である。指向性の強い光により、商品の立体感・材質感を引き立てる効果があり、最寄性の高い商品には不可欠の照明である。

4. 生鮮食品などでは、商品は、陳列棚の前列から売れていく傾向にある。そうになると、手前がガラ空きになり、豊富感のない陳列になってしまう。そこで、後ろの商品をつねに前に出す、「前出し」という作業が必要になる。

5. VMDの構成要素のひとつであるVPは、商品をデザインや色、サイズなどで分類し、選択しやすく効果的に見せる手法である。

【第6問】(配点 10点)

流通基本用語に関する次の記述のうち、正しいものには1、誤っているものには2を、解答欄にマークしなさい。(解答番号は、から)

1. 小売業は生産者が生産したものを販売するわけであるから、購買代理人の機能を持っている。逆に、消費者からみれば、消費者が必要だと思うものを取り揃えておくことを業としているわけだから、販売代理人でもある。

2. プロモーション、フェイス数、天候など、売上げに影響を与える、店頭におけるさまざまな要因を総称して、コーザルデータと呼ぶ。コーザルデータを分析することにより、各要因の売上げに対する影響度を知ることができる。

3. ひとつのブランド、メーカーや卸売業の商品だけを品揃えした専門店「オンリーショップ」は、個性や性格、主張、ターゲットとする顧客像を明確に打ち出せる利点がある。

4. 最寄品とは、品質やデザイン、価格などに関して、事前に情報を収集したり、複数の店舗や類似商品を比較検討した上で、購入する傾向が強い商品である。ファッション性の高い衣料品が代表例である。

5. ショップモビリティとは、高齢者や障害者が日常の買い物やその他の目的で外出する時の支援システムである。買い物の際の移動を支援するために、電動スクーターや車椅子等の販売を行う事業である。

6. 主に、消費者の利益を確保する目的で、企業の情報を開示するのがディスクロージャーである。企業の社会的責任が重大になっている現在、より広い対象に向けて、多様な情報開示が求められている。

7. 多種多様で膨大なデータを分析し、その中に隠された規則性や法則性を見つけ出すのがデータマイニングである。データマイニングでは、多変量解析やデシジョンツリーなどの手法が用いられる。

8. 18世紀末に、パリで開発されたパティオは、鉄骨とガラスの屋根で被われた抜け道で、歩行者専用商店街である。後に、イギリスに伝わり、アーケードと呼ばれるが、最近では、新しいS

Cの建築コンセプトとして人気が高まっている。 43

9. バンドルセールは、お買い得感を演出することによって、買い上げ点数、客単価の向上を促進する手法である。 44

10. 先に入荷、陳列、在庫したものから、順番に出荷や販売していく商品管理のやり方が、後入れ後出しである。この方法によって、つねに在庫年齢が若く、日付の新しい商品で、売場が満たされるようになる。 45