

---

第23期(2014年度)SC経営士一次試験問題

SC管理

時間 60分 点数配分 100点

---

注意事項

1. はじめに、受験番号(4桁)・氏名・ふりがなを記入し、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. 各問題とも解答のなか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、○のなかを正確に塗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、消し屑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。

<記入上の注意>

・マークの仕方

[良いマーク]



[悪いマーク]

チェック



斜め



短い



細い



ハミ出し



薄い



小さい



【第1問】〈配点 10点〉

(解答番号は  から )

SCと地域社会の係わり方についての次の文章を読み、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。

SCの開発・進出は、地域の発展に大きく寄与するものの、一方であまりに地域に対する影響力が大きいため、地域に配慮しなければならない課題も多い。

第1に、SCの販売力が大きいため、地域商業に与える影響は無視できない。は市場の原理だが、地域のマーケット環境に唐突に急激な変化をもたらすことは、地域の中小の商業者への影響も大きく、合意やの道を模索しながら、SCの開発・進出を検討する必要がある。可能な限り、SCと地元中小のとの共存・共栄を図ることが望まれる。

第2は、SCは大規模な集客施設であるため、や来街者の急増が予測される。その面からの、隣接地区や周辺街区への配慮や調整が必要とされる。

たとえば、、眺望権をはじめ、工事中の資材搬入・排土運搬から、開業後の排気ガス、騒音、、街路の安全、ゴミ・廃棄物の処理等までを事前にチェックし、や地域の合意を取り付けるだけでなく、周辺地域への環境負荷に配慮した施策が必要とされる。SCの建物デザイン、ファサードについても、地域のとの調和が求められている。

また、災害時においては、来街者の安全の確保、地域住民の避難地域としての場の提供、の持続的提供等、被災地の災害復旧・への寄与もまた、SCの地域に対する大きな役割となる。

こうした地域との共生環境の創出は、SCが地域社会に果たすべき重要な社会的機能となっている。

語群

1. 街並み景観	2. 共生	3. 事業収益
4. 交通渋滞	5. 不動産賃貸業者	6. 日照権
7. 自由競争	8. 監督官庁	9. 協働事業パートナー
10. 地域再生計画	11. 日常生活物資	12. 小売業者
13. 自動車	14. BCP	15. 復興支援

【第2問】〈配点 10点〉

(解答番号は 11 から 20 )

AMとの関係をふまえて、PMの留意すべきポイントに関する次の文章を読み、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。

- 11 長引くデフレ消費の不況と厳しい経済環境の中で、SC経営の構造改革として積極的に行ってきた取組は、AMとPMの役割の明確化と相互理解の推進である。
- 12 AMは不動産ポートフォリオの管理を業務とし、所有する不動産の純収益を最大限に増加させ、総資産価値の成長戦略に責任をもつ高度なマネジメントである。
- 13 AMは特定の商業施設やオフィスなどをひとつの資産ととらえ、その資産を実際に管理運営し、資産価値向上を図る業務のことである。
- 14 AMは不動産の所有者側に立ち、不動産売買の判断、売買のスキームの組成や資金調達、投資家など資金提供者及び不動産を信託された信託受託者との調整を実施する。
- 15 PMは個々の不動産の物件側に立って不動産運営管理の実務を担う。PMはAMに対して日常的な運営管理に関する的確な報告をし、物件価値向上のための各種バリューアップ策の提案・協議を行う。
- 16 PMはキャッシュの流れを予算に基づいて厳しくチェックし、AMからの提案の実施の可否を判断するという役割関係となる。
- 17 PMの具体的な業務は①レポーティング業務②キャッシュマネジメント業務③テナント賃貸管理業務④建物管理運営業務⑤工事監理（CM）業務⑥その他業務などである。
- 18 AM、PMは投資家の視点が一義的になれば、不動産の利回りを追求するあまりに、SCを利用する顧客第一主義が絶対のものではなくなる可能性があり、その点に注意する必要がある。
- 19 SCは地域生活者の支持によって成立することから、顧客満足を実現すれば収益が期待できる。AM、PMそれぞれの役割から両者の捉える顧客満足視点は相反することはない。
- 20 投資家の満足の実現と経営視点を適正にバランスさせることが、「収益最大化」「コスト最適化」を目標としたAM、PMの視点である。

【第3問】〈配点 10点〉

(解答番号は 21 から 25 )

フィリップ・コトラーのブランディング戦略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。

ありとあらゆるものがブランドである。コカ・コーラ、フェデックス、ポルシェ、ニューヨーク市、アメリカ合衆国、マドンナ、そしてあなた—そう、あなたもだ。ブランドとは、何らかの意味と 21 を担った記号のことである。だが、優れたブランドの機能はそれだけにとどまらない。ブランドが製品やサービスに独自の 22 を添えるのである。

広告が『ブランド』を築き上げると考えるのは誤りである。『ブランド』は、広告、パブリック・リレーションズ、スポンサーシップ、イベント、 23 、スポークスパーソンなど、さまざまなツールの組み合わせによって総合的に構築されていくものである。

つまるところブランドとは、 24 にポジティブな 25 を提供する社員の手で築かれるものなのだ。ブランド経験は、ブランドが約束するとおりのものであったか。約束に見合ったブランド経験を提供しなければならないのは、この問いかけが重要な意味を持つからである。

語群

21	1. 価値	2. デザイン	3. 連想
	4. 文言	5. キャッチフレーズ	

22	1. 価格	2. パッケージ	3. 収益
	4. 市場	5. 趣	

23	1. 社会貢献活動	2. 会員制システム	3. 事業収益
	4. エンターテイメント	5. キャンペーン	

24	1. 経営者	2. 取引先	3. 顧客
	4. アルバイト	5. テナント従業員	

25	1. メッセージ	2. 商品	3. 利益
	4. 経験	5. 機能	

**【第4問】〈配点 10点〉**(解答番号は  から  )

「SCのポジショニング戦略(競合・差別化戦略)」立案のためのSWOT分析の戦略ドメインに関する次の表に適合する説明文をA群およびB群より選び、解答欄にマークしなさい。(両方正解ではじめて得点とする)

戦略ドメイン	SWOTのクロス分析	進むべき方向性
戦略方向の整理	<input type="text" value="26A"/>	<input type="text" value="26B"/>
積極的攻勢	<input type="text" value="27A"/>	<input type="text" value="27B"/>
段階的施策	<input type="text" value="28A"/>	<input type="text" value="28B"/>
差別化戦略	<input type="text" value="29A"/>	<input type="text" value="29B"/>
専守防衛	<input type="text" value="30A"/>	<input type="text" value="30B"/>

**【A群】 SWOT分析のドメイン**

1. 強み×強み
2. 弱み×機会
3. 内部環境×外部環境
4. 強み×機会
5. 強み×脅威
6. 競合×経営資源
7. 弱み×脅威
8. 機会×脅威

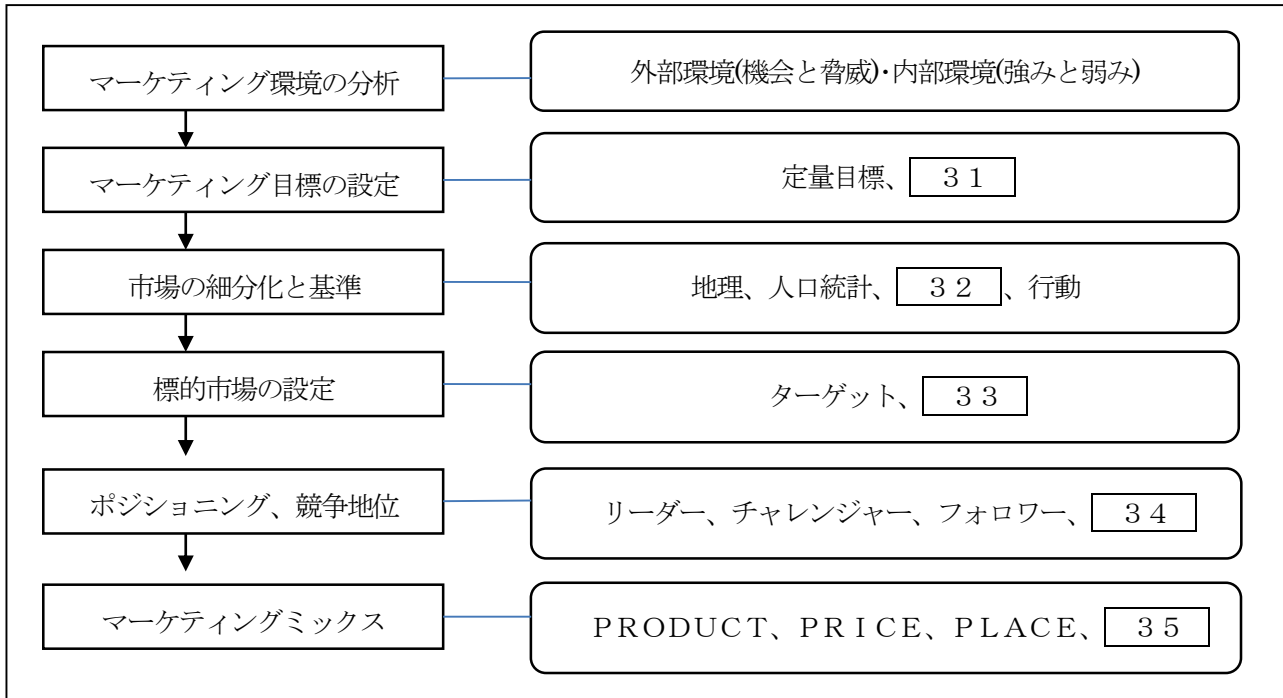
**【B群】 戦略の方向性**

1. ヒト、モノ、カネの経営資源
2. 経営資源を有効活用してチャンスを活かす
3. 撤退を検討する
4. 事業機会があるので、それに向かって改善施策をとる
5. 他社にとっての脅威でも、自社の強みをぶつけて機会にする
6. 現状維持
7. 自社の弱みに対応し、撤退を回避する戦略
8. 自社の大きな戦略の方向性を絞り込み、次なる戦略を導き出す

【第5問】〈配点 10点〉

(解答番号は 31 から 35 )

SCの営業戦略立案・構築に関する次のフローを読み、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。



語群

31	1. 固定客化率	2. 差別化ポイント	3. 営業収益
	4. 顧客数	5. 定性目標	
32	1. 所得	2. 車保有率	3. 世帯構成
	4. 心理	5. 住居形態	
33	1. 収入	2. 商圏	3. 家族構成
	4. 趣味	5. 職業	
34	1. 競争優位	2. 同質化	3. ニッチャー
	4. 話題性	5. 差別化	
35	1. MERCHANDISING	2. BRANDING	3. PUBLICITY
	4. PROMOTION	5. FACILITY	

【第6問】〈配点 10点〉

(解答番号は 36 から 40 )

ディベロッパーとテナントの役割分担とテナントコミュニケーションの重要性に関する次の文章を読み、その文章が説明している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。

SCマネジメントとして、SCの競争力を維持し、外部環境の変化に対応してSCの魅力を保ち続けるためには、テナントとディベロッパーの 36 意識が肝要である。

テナントは「管理」する対象ではなく、「共に成長する」ことを共通の価値観として位置付ける 37 と理解し、常に両者がその実現のために注力できる環境を整えておくことである。

テナントは、その専門スキルを駆使しSCの最前線で顧客に接し、自社の商品サービスを提供する重要な役割を担う。テナントの繁栄無くして、SCの繁栄はないと言える。

各々のテナントの強みと弱みを理解し、それらをディベロッパーとテナントが共有した上で、テナント同士が相互理解するところまで情報の共有が重要である。

テナントは得てして自店の強みは理解してはいるものの、 38 には気づいていないことが多いものである。このことを認識してもらうためにはお互いの信頼関係が必要とされる。

そのためには、ディベロッパーの管理担当者は、 39 と共に店舗のあり方やディベロッパーが掲げる 40 を日常の営業活動のなかでも、共に確認し合う必要がある。

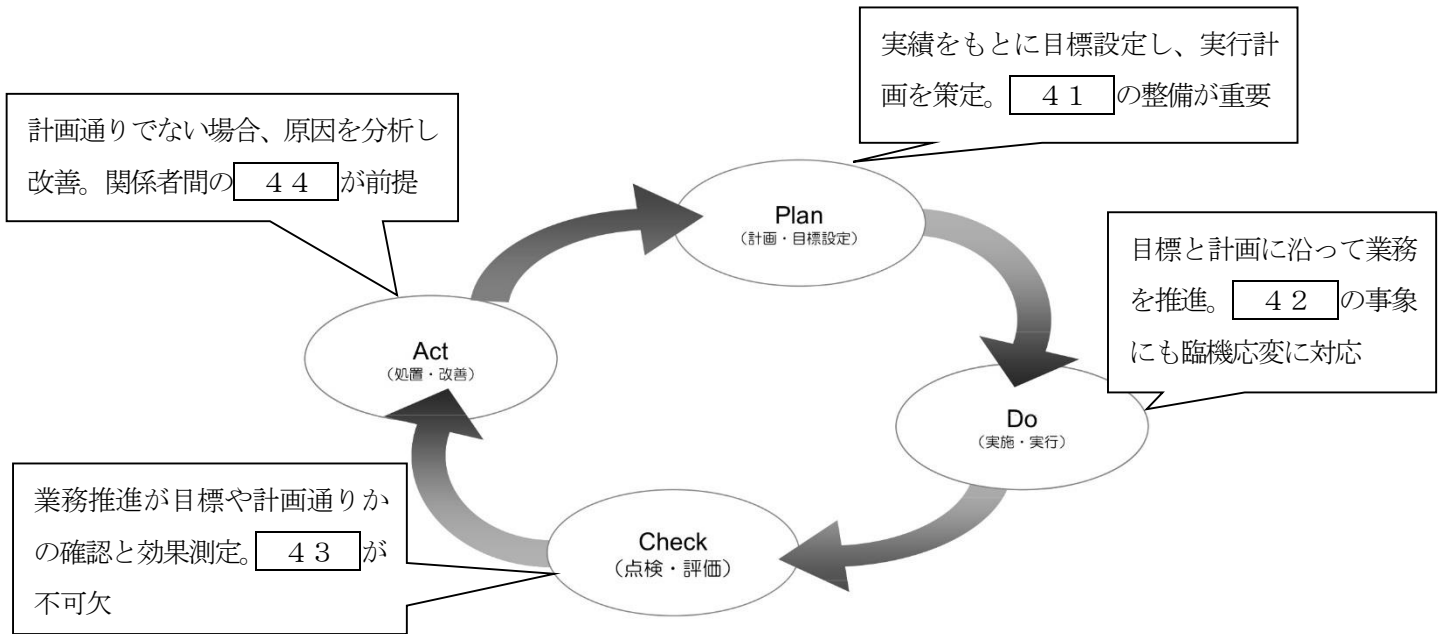
語群

1. 経営者	2. マニュアル	3. 賃貸借契約
4. 協働事業	5. 顧客満足	6. 店長
7. 市場占有率	8. SCの売上目標	9. 独立事業
10. マーチャンダイジング	11. テナント会	12. 弱み
13. SCの方向性	14. ABC分析	15. イコール・パートナー

【第7問】〈配点 10点〉

(解答番号は 41 から 45 )

SCの効果的販売促進活動を実現するためのPDCAサイクルに関する次のフローを読み、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。



このPDCAサイクルは 45 保持・管理のための理想的なフローとして、戦後に提唱された

語群

41	1. 予算	2. 推進体制	3. 教育
	4. 外部スタッフ	5. イベント	

42	1. 想定外	2. 災害	3. 競合
	4. 顧客変化	5. 商圈	

43	1. 会計監査	2. 予算管理	3. 経費管理
	4. アウトソーシング	5. 調査	

44	1. 競争	2. 教育研修	3. 仲間意識
	4. 情報共有	5. 意思決定	

45	1. 機密	2. 品質	3. 体制
	4. 利益	5. 機能	



**【第8問】〈配点 10点〉**(解答番号は  から )

食品偽装問題についての次の文章を読み、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。

近年、一流ホテルの飲食店をはじめ、百貨店や有名飲食店などで、食肉や海老等の産地に関する、いわゆる「食材偽装」が相次いで発覚し、全国各地で大きな社会問題となった。食材の偽装問題は、過去にあった賞味期限切れの食材や無認可の化学加工剤を使っていたケースのような食の安全に関わる問題ではなく、ブランドの偽装である。これらの問題は、ホテルや有名飲食店に限らず、全国のスーパー、百貨店、SCの企業姿勢が問われることになった。まさに  とコーポレート・ガバナンスが問われたのである。

もし、食材偽装を事前に「知って」おれば、 違反(原産地の虚偽表示)の可能性がある、消費者を無視した利益最優先の行為となり、企業に多大なダメージを与える。

また、「知らなかった」は、 の「不当表示」にあたる可能性がある。当然組織全体としての情報共有体制の不備が指摘され、情報共有体制の確立(相互チェック機能の発揮)はCSR実現のため、必要不可欠であることを示している。

『不当表示』とは、商品の品質その他の内容について一般消費者に対し、実際のものよりも『著しく であると示す』表示であって、『不当に顧客を誘引』し、自主的で合理的な選択を阻害するおそれがあるものとされている。

迅速かつ的確な  は、まさにコーポレート・ガバナンスのあり方を具体的に示すものである。

**語群**

1. 独占禁止法	2. 消費者保護法	3. 景品表示法
4. 特定商取引法	5. 不正競争防止法	6. 消費者契約法
7. 情報共有	8. 企業倫理	9. 虚偽
10. 食品	11. コンプライアンス	12. 情報開示
13. 処分	14. 優良	15. リスクマネジメント

【第9問】〈配点 10点〉

(解答番号は 51 から 60 )

定期借家契約の契約手続き上の留意点に関する次の文章を読み、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。

51 定期借家契約は、賃貸人と賃借人の合意によって、契約期間、賃料等の条件を自由に取り決めることができる。

52 定期借家契約の期間は、期間満了によって更新されることなく契約が終了する。

53 定期借家契約であることを、賃貸人は賃借人に対し、事前に説明しなければならない。その際は文書による説明を必ずしも必要としない。

54 普通借家契約の場合、1年未満の契約は期間の定めのない契約とみなされる。

55 賃料について、賃貸期間や使用目的に応じて当事者間で自由に取り決めることができる。

56 賃料の増減請求権（借地借家法第32条）の適用排除の特約も有効である。

57 更新が無いことを契約書に記載しておく必要はない。

58 契約期間は、1年未満であっても20年以上であっても契約は有効である。

59 契約期間満了の1年前から3ヶ月前までの期間に、賃貸人は賃借人に対し契約期間が満了することの通知を書面にて行う。

60 定期借家契約の導入によって、テナントの入れ替えやリニューアルがしやすくなった。

【第10問】〈配点 10点〉

(解答番号は  から )

ITビジネスに関する用語と関連事項をA群およびB群より選び、解答欄にマークしなさい。

(両方正解ではじめて得点とする)

ITビジネス	IT関連用語	関連事項
ソーシャルメディア	<input type="text" value="61A"/>	<input type="text" value="61B"/>
クラウドコンピューティング	<input type="text" value="62A"/>	<input type="text" value="62B"/>
ロジスティック	<input type="text" value="63A"/>	<input type="text" value="63B"/>
Webマーケティング	<input type="text" value="64A"/>	<input type="text" value="64B"/>
電子書籍	<input type="text" value="65A"/>	<input type="text" value="65B"/>

【A群】 IT関連用語

1. One to one
2. Hyperlink
3. Web 2.0
4. Search Engine Optimization
5. Supply Chain Management
6. Cost Performance
7. Software as a Service
8. Mobile Virtual Network Operator

【B群】 具体的項目

1. FTTH
2. EDI
3. SSL
4. Face Book
5. ASP
6. Cookie
7. Kobo
8. Google