
第24期(2015年度)SC経営士一次試験問題

SC経営戦略

時間 90分 点数配分 150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



一般社団法人 日本ショッピングセンター協会

【第1問】〈配点10点〉

(解答番号は から)

SC経営戦略策定のプロセスに関する基本知識の記述のうち正しいものには1を、誤っているものには2を、解答欄にマークしなさい。

経営戦略策定プロセスとは、経営理念やビジョンを実行可能なアクション・プランに落とし込むまでの基本的な流れのことである。

経営環境分析においては、自SCを取り巻く内・外の経営環境を分析する。

外部環境とは、自SCが直接コントロールできるSC外の環境を指す。

内部環境では、自SCがコントロールできない経営資源が分析の対象となり、経営資源や自SCの構造上の強みや弱みを把握する。

戦略オプションの立案とは、SCの事業目標に到達するために何通りかの戦略を考え出し、事業展開の可能性を探ることである。

戦略の選択においては、戦略オプションごとに、予想される結果や必要となる資源、実行の難易度などを検討し、実行すべき戦略を絞り込む。

戦略策定では、合理性や論理性の発揮が求められ、これに加えて創造性や革新性などの要素も体現しなくてはならない。

戦略の実行においては、戦略の遂行度合いを示す指標を設定し、どの程度実行されているかを把握できるようにする。
また、いくつものアクション・プランが整合性を保ちながら実行できるように、評価・報奨制度、コミュニケーション、意思決定のルールなども整備する。

戦略のレビューは、期間終了後に結果だけを確認する。

戦略は、組織や企業風土とは関係ない。戦略は組織の現状によって制約を受けるが、同時に戦略は組織を変革するものでなくてはならない。

【第2問】〈配点10点〉

(解答番号は から)

次の文章はSCの経営戦略のフレームワークに関する事項である。最も関係の深い語句を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

- 新しいアイデアや考えに「もれ」や「重複」がないかを確認するフレームワーク。
- フィリップ・コトラーが提唱したもので、外部環境において最もマクロな観点で要因分析をするためのフレームワーク。
- 外部環境の市場と競合の分析からKSFを見つけ出し、自社の戦略に活かす分析をするフレームワーク。
- 顧客にとっての価値、負担するコスト、利便性、顧客との対話の4つから企業のマーケティング活動を捉えるためのフレームワーク。
- フィリップ・コトラーが提唱した、効果的にマーケティングを行うためのフレームワークで、計画的な戦略の立案ができる。
- マイケル・E・ポーターが提唱した、業界全体の構造を客観的に分析するフレームワークである。
- 経済価値、希少性、模倣可能性、組織を分析することによって、企業の経営資源が競争優位をどれだけ持っているのかを把握できる。
- 製品、価格、流通、プロモーションに分類されたツールの最適な組み合わせを求めることによって、顧客価値を最大化するという考え方。
- 事業が生み出す将来のキャッシュフローを予測して、それを一定の割引率で割り引いて現在価値を求める手法。
- ビジョンと戦略を明確にすることにより、財務数値に表される業績だけではなく、財務以外の経営状況や経営品質から経営を評価し、バランスのとれた業績の評価を行うための手法。

語群

| | | |
|----------|----------|---------|
| 1. PLC | 2. PEST | 3. CRM |
| 4. 4C | 5. 4P | 6. VRIO |
| 7. 3C | 8. STP | 9. MBO |
| 10. BSC | 11. MECE | 12. DCF |
| 13. PDCA | 14. 5F | 15. BOO |

【第3問】〈配点10点〉

(解答番号は から)

次の文章はSCの事業戦略に関する事項である。最も関係の深い語句を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

「SWOT分析」は現状分析の整理であるため、「SWOT分析」の結果をこの「 」により、具体的な戦略案を導き出す。

| | | 外部環境 | |
|------|------|---|---|
| | | 「機会」 | 「脅威」 |
| 内部環境 | 「強み」 | 戦略 1 <input type="text" value="22"/> | 戦略 3 <input type="text" value="24"/> |
| | 「弱み」 | 戦略 2 <input type="text" value="23"/> | 戦略 4 <input type="text" value="25"/> |

語群

| | | |
|----------------|------------|---------------|
| 1. 弱点強化戦略 | 2. ターゲット戦略 | 3. 積極的攻勢戦略 |
| 4. 防衛策戦略 | 5. コスト戦略 | 6. 機能戦略 |
| 7. 差別化戦略 | 8. 革新戦略 | 9. TOWSマトリックス |
| 10. WSTOマトリックス | | |

【第4問】〈配点10点〉

(解答番号は 26 から 35)

次の文章は事業ポートフォリオに関する記述である。正しいものには1を、誤っているものには2を、解答欄にマークしなさい。

26 事業ポートフォリオは、もともと有価証券一覧のことを指す言葉であるが、企業が差別化戦略を取った際のさまざまな事業群の組み合わせのこと。

27 近年、資本のグローバル化が進展するなかで、企業価値最大化に照らして最適な事業ポートフォリオを構築すべく、多くの企業が事業の選択と集中に取り組んでいる。

28 事業ポートフォリオは、事業ごとの個別決定とポートフォリオ全体の決定の二つのレベル決定によって構成される。

29 「事業ごとの個別決定」とは、事業の選択と集中のことであり、どの事業に進出し、どの事業に経営資源を集中すべきかを決定することである。

30 「ポートフォリオ全体の決定」とは、全体の特徴やバランス、方向性を対象にして全体としてどこを目指すか、事業間の関連性をどうするかなどを決定することである。

31 キャッシュバランスを見るための有名なフレームワークが、ポーターが提唱する「プロダクト・ポートフォリオ・マネジメント」(PPM)である。

32 PPMでは、横軸に相対的マーケットシェア、縦軸に市場成長率を取って、マトリックスを作り、事業を「花形事業」「金のなる木」「問題児」「負け犬」の4つの象限に分類する。

33 PPMは、規模の経済性が働く事業における事業戦略の方向性を考える上では、あまり有効ではないフレームワークである。

34 事業ポートフォリオを最適化するための代表的な手法の一つがM&Aである。M&Aによって、他社の経営資源とのシナジー効果により企業価値を拡大させたり、不採算部門からの撤退を短期間に実施したりすることができる。

35 企業のポートフォリオの決定にあたっては「どの分野に進出するか」といった個々の事業領域の魅力を検討するが、複数の事業間のシナジーを意識しないことが重要である。

【第5問】〈配点10点〉

(解答番号は から)

次の文章は経営計画の策定と管理に関する事項である。最も関係の深い語句を下記のそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

経営計画は企業の事業内容や経営状況を振り返り、将来の事業目標の達成のために経営資源(従業員、、情報、資産)をどう活用するかをとりまとめたもので、ビジョンと経営理念を実現するためのプロセスを示すものである。

語群

| | | | | | |
|----|--------|-------|--------|-------|---------|
| 36 | 1. 剰余金 | 2. 資金 | 3. 取締役 | 4. 株式 | 5. 自己資本 |
|----|--------|-------|--------|-------|---------|

一般的に「経営計画」とは、企業のあるべき姿と現在の企業の姿のギャップを埋めるため、と戦略目標を明示したものをさす。

語群

| | | | | | |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|
| 37 | 1. 達成目標 | 2. 戦術目標 | 3. 全社目標 | 4. 数値目標 | 5. 事業目標 |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|

経営計画は、大きく「長期計画」「中期計画」の3つに分類できる。一般的に長期計画は5～10年単位、中期計画は3～5年単位で作成されるが、近年では経営環境の変化が激しいために長期計画がつくられることが少なくなっている。

語群

| | | | | | |
|----|-----------|---------|---------|---------|---------|
| 38 | 1. 各種事業計画 | 2. 実施計画 | 3. 年度計画 | 4. 行動計画 | 5. 総合計画 |
|----|-----------|---------|---------|---------|---------|

全社目標の達成は個々に細分化されるが、細分化された目標管理の仕組みを十分に機能させるために、目標管理の仕組みとしてとKPIの設定が考えられる。

語群

| | | | | | |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|
| 39 | 1. KBF | 2. KFS | 3. CPI | 4. KGI | 5. CSF |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|

中期経営計画の実行において多くの場合、目標と実績の乖離が生じる。経営目標と実績の乖離を埋めるために、を効果的にまわす仕組みが必要になる。

語群

| | | | | | |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|
| 40 | 1. BSPG | 2. PDCA | 3. ISBN | 4. OPAC | 5. STEP |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|

【第6問】〈配点10点〉

(解答番号は から)

次の文章は地方都市の衰退問題への対応等に関する事項である。最も関係の深い語句を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

日本の急激な人口減少により、全国の地方自治体の維持困難性や地方都市の商業地等の地価下落などの推計が示されている。地価は人口動態の影響を受けるため、人口が減少し特別な付加価値がなければ、一般的には土地の価値は ことになる。

現在、地方自治体は財政健全化に向けて、施設ニーズの変化、公共施設の管理運営コストの最小化と効果的な運用、公共施設の老朽化対策など公的不動産に対する戦略的な所有・活用の課題を抱えている。

一方、都市づくりやまちづくりが競争の時代に入った今日、地域特性を生かし、地域価値を高める都市づくりやまちづくりによって、持続可能な都市の発展をめざすために官民一体となって都市ストックの向上に取り組んでいくことが重要になっている。

昨年大阪市は、官民連携した 活動を促進するために、新たなまちづくりの制度(日本初の「 条例」)を創設した。官民連携による都市再生の推進、大阪市の魅力の向上に資する制度として注目されている。また、多くの自治体では、行政からまちづくり団体等への業務委託や2003年(平成15年)に創設された などにより、公共施設の民間事業者への管理運営業務の委託が行われているところも見受けられるようになった。今後は、PPP、 やコンセッションなどの手法の選択肢をさらに増やし、SCなどの商業施設と公共施設や周辺施設とを連携させ、利用者の回遊性を高めることやまちづくり団体等やSCなどの商業施設にしかできない公共施設への関わり方を模索する必要がある。こうした新たな仕組みを実現することによって、まちづくり団体等やSCなどの商業施設にとっても、自ら管理する公共施設の収益性向上や周辺の公共施設との一体管理による収益源の拡大や維持向上に繋がる可能性がある。

語群

| | | |
|---------------|-----------------|-------------|
| 1. 公民管理者制度 | 2. PFI | 3. 施設マネジメント |
| 4. 保たれる | 5. 下がる | 6. NOI |
| 7. BID | 8. プロジェクトマネジメント | 9. LLP |
| 10. LCC | 11. 上がる | 12. 指定管理者制度 |
| 13. エリアマネジメント | 14. DER | 15. 民間管理者制度 |

【第7問】(配点10点)

(解答番号は 46 から 50)

次の文章はEコマースに関する事項である。最も関係の深い語句を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

顧客がオンラインとオフラインを利用して商品を購入するにあたって、4つの基本的パターンがある。1つは「オンラインtoオンライン」である。2つ目は「オフラインtoオンライン」である。3つ目は「オンラインtoオフライン」、4つ目が「オフラインtoオフライン」である。46は、実店舗で商品の現物確かめ、店頭では買わずにオンラインストアで購入するという購入行動であるが、2012年(平成24年)初頭頃に小売業界のひとつの脅威として指摘された。

一方で2014年(平成26年)半ば頃には、ネット上の価格比較サイトを利用した商品の最安値の事前調査や購入者の口コミを参考にするなど実店舗とオンラインストアの47が少なくなったことにより48という新たな流れが生じてきている。O2Oやオムニチャネルといった流通の仕組みが整うにつれてオンラインとオフラインの境目が狭まってきたことなどで実店舗が持つ迅速な購入・入手、あるいは購入体験といった部分が改めて評価されているといった指摘がある。

こうしたことを背景にして、49を高めるためにはオンライン、オフライン全てのチャネルを統合したオムニチャネル戦略の重要性が増してきている。店舗、Web、モバイル、コールセンターなどあらゆる販売チャネルを50に統合することによって、顧客がどのような販売チャネルからも同じように商品を購入できる環境を実現しようとしているのである。このような動きに対してSCは、売上歩合の比重が高い賃料を基本とした事業の運営形態の再検討、テナントとの連携関係の強化、リアルな体験価値の向上、販売促進やイベントのあり方、接客などさまざまな点について見直しが迫られている。

語群

| | | |
|---------------|---------------|--------------|
| 1. 商品差 | 2. Netルーミング | 3. 価格差 |
| 4. ショールーミング | 5. 店舗の雰囲気 | 6. 品質差 |
| 7. ECサイト | 8. シームレス | 9. ネット通販 |
| 10. 顧客満足 | 11. オークションサイト | 12. 無店舗販売 |
| 13. スマホ・ルーミング | 14. 接客態度 | 15. Webルーミング |

【第8問】〈配点10点〉

(解答番号は から)

次の文章は小売り事業者などの海外進出に関する事項である。最も関係の深い語句を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

我が国の外食産業は、年の市場規模約32.9兆円をピークに2010年(平成22年)には3兆円以上減少し、29.4兆円にまで縮小している。2010年(平成22年)度には中国とほぼ同じ約30兆円規模であるが、今後のアジア市場での成長は大きいものと考えられる。

また、国内の小売総額は1990年代後半にピークを迎え、少子高齢化の進展に伴い、成長は頭打ちとなっている。1990年代半ばより、百貨店、GMS、コンビニエンスストアなどによる先進ASEANなどアジアへの進出が行われたが、2000年代に入ってカルフルやウォルマートなど欧米勢による急速なアジア進出により、日本の小売勢は厳しい競争を強いられた。近年では、アジアをはじめとする新興国において、人口が拡大し、急速に都市化が進むにつれて、再び、百貨店、スーパー、コンビニエンスストア、専門店、モール型の商業施設など小売業の進出が活発化している。海外事業進出における課題は、各国・各都市で事業環境が大きく異なるため、エリア、セクター、既存物件か開発案件かなどの選択について戦略が求められることである。また、パートナー企業の選択、事業形態も重要である。を抑える戦略として、東南アジア市場で一日の長があり、既に馴染みのあるシンガポール企業や香港企業とパートナーシップを築き、海外企業連合として東南アジアに進出する形態も多い。日本企業が主導権を握ることは難しい状況であるが、一部の日本企業では、単独資本での事業展開や現地パートナー企業をリードする形での事業展開もでてきている。

小規模店からモールや量販店へ販路がシフトする動きが加速し、日系の消費財メーカーにとっても大きなビジネスチャンスがある。一方で、アジアには小売業に対する規制が厳しい国も多く、参入には各国の規制に配慮した工夫が求められる。

語群

| | | |
|---------|---------|----------|
| 1. 1990 | 2. 外資 | 3. 2005 |
| 4. 個別 | 5. 差別化 | 6. 高額所得層 |
| 7. 開発 | 8. 中間層 | 9. 進出 |
| 10. 多角化 | 11. リスク | 12. 総合 |
| 13. 富裕層 | 14. 課税 | 15. 1998 |

【第9問】〈配点10点〉

(解答番号は から)

次の文章はSC白書に基づいたSCの概況に関する事項である。最も関係の深い語句を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

2014年(平成26年)末現在で日本の総SC数は となった。新規開業のSC数は、百貨店の やコンバージョンなどを含めて57であり、閉鎖SC数が22であったことから2013年(平成25年)末から35の純増となった。新規開業SC数は、他の大型店に比べ活発な動きを見せる一方、閉鎖したSC数は、2012年(平成24年)には20SC、2013年(平成25年)には27SCが閉鎖しており、SCの新旧交代が始まっている。

2014年(平成26年)のSCの総売上高(推計)は 億円であり、同時期の商業動態統計の小売業の販売額が 億円であることから、SCの総売上高が小売業の販売額に占める割合は、約21.1%となっている。これを2004年(平成16年)末と比較してみると2004年(平成16年)末のSC数は2,660、総売上高(推計)は 億円、小売業の販売額に占める割合は20.6%であった。この10年間でSC数は19.1%増、総売上高(推計)で12.7%増となっている。

また、2004年(平成16年)のSCの店舗総面積は41,434,655㎡であったため、2014年(平成26年)にはSCの店舗総面積は20.1%増加したが、2004年(平成16年)に比べ床効率(月額坪当たり売上高)を単純平均で見ると2014年(平成26年)には6.3%減少している。すでに迎えている人口減少社会下にあつては、SCの生産性を見る指標として、床効率だけではなく資金効率、人的効率、時間効率などの多角的な指標作成の検討が望まれる。

語群

| | | |
|--------------|---------------|--------------|
| 1. 24兆8,970 | 2. 3,169 | 3. 29兆7,385 |
| 4. 141兆2,190 | 5. 27兆6,625 | 6. 3,096 |
| 7. 3,134 | 8. 大型化 | 9. 114兆8,520 |
| 10. EC化 | 11. 135兆5,250 | 12. 25兆4,560 |
| 13. 28兆9,875 | 14. 26兆3,826 | 15. SC化 |

【第10問】(配点10点)

(解答番号は 61 から 65)

次の文章は我が国のコーポレートガバナンスに関する事項である。最も関係の深い語句を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

日本企業の「稼ぐ力」を強め、収益力を高めるためには、日本企業のコーポレートガバナンスの強化による 61 が必要だという考え方に立ち、ガバナンス強化が進んだ。2014年(平成26年)2月には、「日本版スチュワードシップ・コード」が策定・公表され、実施に移されている。また、2014年(平成26年)6月には、会社法改正案が可決・成立し、62 を選任しない場合における説明義務に関する規定などが盛り込まれ、さらに2015年(平成27年)3月5日金融庁と東京証券取引所により、コーポレートガバナンス・コード原案が取りまとめられ、6月1日から実施された。

スチュワードシップ・コードは、機関投資家が、顧客・受益者と投資先企業の双方を視野に入れ、「責任ある機関投資家」として投資先企業との目的を持った 63 などを通じて、企業に対して企業価値の向上や持続的成長を促すことによって、顧客・受益者の中長期的な 64 の拡大を図る責任についての諸原則を定めたものである。

また、コーポレートガバナンス・コードでは、「コーポレートガバナンス」を「会社が、株主をはじめ顧客・従業員・地域社会等の立場を踏まえた上で、透明・公正かつ迅速・果敢な意思決定を行うための仕組み」と定義し、経営の基本方針や業務執行に関する意思決定を行う 65 が、経営陣による執行を適切に監督しつつ、適切なガバナンス機能を発揮することにより、企業価値の向上を図る責務を定めている。スチュワードシップ・コードが企業の外側からのアプローチであるのに対し、コーポレートガバナンス・コードは企業の内側からアプローチする規範であり、両者が「車の両輪」として適切に相まって実効的なコーポレートガバナンスが実現されることが期待される。

語群

| | | |
|----------|-----------|----------|
| 1. 社外取締役 | 2. 守る企業 | 3. 対話 |
| 4. 監査役会 | 5. 投資リターン | 6. 執行役員 |
| 7. 攻める企業 | 8. 調査 | 9. 経営改革 |
| 10. 売上高 | 11. 監査役 | 12. 株主総会 |
| 13. 投資 | 14. 取締役会 | 15. 利益 |

【第11問】〈配点10点〉

(解答番号は 66 から 75)

次の文章はマーケティングの用語に関する説明である。最も適切な略語を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

- 66 Webマーケティングにおける消費行動のプロセスに関する仮説のひとつで、消費者の購買を「注意」「興味」「検索」「購買」「情報共有」のプロセスから成り立つとする理論のこと。
- 67 企業価値のこと。会社が生み出す将来のフリーキャッシュフローを割引いた現在価値のことをいう。
- 68 広告の多様な形態をマーケティングの観点から統合化し、コミュニケーション効果を上げることがを広告の目的とする考え方。
- 69 顧客のニーズを充足することにより得られる顧客の満足。顧客へのサービスの個性化によって競争企業との差別化を図ろうとするものをいう。
- 70 顧客カードなどから集めた購買履歴を管理・分析し、販売促進につなげるもの。優良顧客に優先的にサービスし、囲い込みをねらう。
- 71 顧客との良好な関係づくりにより、自社の製品やサービスを愛用し続けてもらうようにする手法のことをいう。
- 72 一人の顧客が取引期間を通じて企業にもたらす利益(価値)のこと。
- 73 健康と地球環境に配慮したライフスタイルのこと。
- 74 売場で商品宣伝をする店頭広告こと。
- 75 販売時点情報管理のこと。

語群

| | | | | |
|----------|---------|--------|---------|-----------|
| 1. BEP | 2. CRM | 3. POP | 4. CS | 5. POS |
| 6. AISAS | 7. RIO | 8. IMC | 9. BPS | 10. LOHAS |
| 11. DIO | 12. FSP | 13. EV | 14. EVA | 15. LTV |

【第12問】〈配点10点〉

(解答番号は 76 から 80)

次の文章は2013年(平成25年)3月に経済産業省が作成した、「価値創造のためのダイバーシティ経営に向けて(ガイドライン)」に関する事項である。最も関係の深い語句を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

「ダイバーシティ経営」とは、グローバル競争の激化や少子高齢化による内需の低迷等、厳しい環境の中で企業が 76 を確立するために、多様な人材の能力を最大限活かして価値創造につなげる人材活用戦略である。この経営手法は、米国企業で導入されたもので、「人材の多様性への対応」とする理念が取り入れられており、人種、性別、年齢、障害の有無や、価値観、宗教観等の違い、さらには非常勤雇用、在宅勤務等 77 にかかわりなく、あらゆる人材の能力を活用することが企業価値を高めるという考え方が背景にある。

この「ダイバーシティ経営」は、福利厚生やCSRとしてではなく、あくまでも事業展開に不可欠な多様な価値観を有する幅広い層の人材を確保し、その能力を最大限に発揮してもらうことにより、 78 の創出、価値創造、自社の競争力強化等につなげるという経営戦略の一環として戦略的に進めることが重要あり、これからの時代に企業が勝ち残るための、いわば「標準装備」であるとも言える。

現在の日本では、子育て支援も不十分で、高齢化社会の到来による親の介護の問題などに加えてライフスタイル選択の多様性などもあり、 79 を両立することが難しくなっているが、このままで良いはずはない。いまや主要な小売企業の利益の源泉は海外に大きく依存しており、とりわけグローバルに事業を展開している企業にとって、ダイバーシティの推進は必須の事項となってきた。また、日本国内に目を向けても、少子高齢化の進展が一段と進み 80 は深刻な問題になりつつある。外国人や女性・高齢者の活用など、多様な人材の活用への取り組みは、SCの経営戦略やダイバーシティ・マネジメントの中核課題として位置づけられてきているのである。

語群

| | | |
|----------|------------|-----------|
| 1. 雇用形態 | 2. 仕事と育児 | 3. ナレッジ |
| 4. 仕事と介護 | 5. イノベーション | 6. 人材派遣 |
| 7. 競争優位 | 8. 過疎化 | 9. 持続可能経営 |
| 10. 労働条件 | 11. 市場占有率 | 12. 格差問題 |
| 13. 知財 | 14. 人手不足 | 15. 仕事と生活 |

【第13問】〈配点10点〉(解答番号は から)

次の文章は「ROEと世界標準と企業の稼ぐ力」に関する事項である。最も関係の深い語句を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

「日本再興戦略改訂2014」が公表され、新しい成長戦略として「日本の稼ぐ力を取り戻す」ことを目的にコーポレートガバナンスを強化し、経営者マインドの変革と日本企業の「ROE」向上を目指すことが明確にされた。

会社の を判断する指標として、欧米では早くから「ROE」が重視されていたが、2004～2013年(平成16～25年)の暦年ベースで日本の企業の「ROE」は6.8%であり、米国の16.0%や欧州の15.4%と比較して低いことが指摘されている。最近、「ROE」の注目度が高まってきた背景には、海外投資家の投資選定基準としての「ROE」の重要性がますます増してきており、日本企業をグローバルに通用させるため、他国と遜色のない「ROE」水準が求められ始めているのである。

「ROE」とは、自己資本利益率のことで自己資本に対する当期純利益の割合のことである。企業が事業活動に使用する は、株主が出資した自己資本と銀行からの借入金や社債による調達分等の に分かれる。自己資本は資本金をはじめ法定準備金や 等の合計であるが株主の持ち分でもある。「ROE」は、企業が自己資本をどれだけ効率的に使用し、利益を上げたかを示す総合的な指標で、企業の収益力を測る総合的な指標として活用されており、その特性から次のように分解できる。

$$\text{「ROE」} = \text{ } \times \text{総資産回転率} \times \text{財務レバレッジ}$$

これを日米欧で比較すると、総資産回転率やレバレッジには大きな差はなく、 の低さによることが大きく、すなわち「稼ぐ力」が長期・持続的に弱いことにあり、その改善が不可欠である。

語群

| | | |
|-------------|-------------|-------------|
| 1. 総資産 | 2. 経営効率 | 3. 未処分利益 |
| 4. 売上高営業利益率 | 5. 剰余金 | 6. 借入 |
| 7. 人的効率 | 8. 売上高当期利益率 | 9. 時間効率 |
| 10. 他人資本 | 11. 調達 | 12. 売上高粗利益率 |
| 13. 負債 | 14. 繰越金 | 15. 総資本 |

【第14問】〈配点10点〉

(解答番号は から)

次の文章はICTマーケティングに関する説明である。最も適切な用語を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

- インターネット上で複数の商店のページを一つのサイトにまとめて、様々な品物を販売するウェブサイトのこと。
- 文字や音声、動画、静止画などの複数の媒体(メディア)を、コンピューターを使用して表現する技術、またはシステムのこと。それぞれの媒体を組み合わせることで、多彩な表現を可能にする。
- 実店舗やオンラインストアをはじめとするあらゆる販売チャネルや流通チャネルを統合すること。また、統合販売チャネルの構築によってどの販売チャネルからも同じように商品を購入できる環境を実現すること。
- 携帯可能な小型のコンピューターのことで、外出先からPHSや携帯電話、公衆電話などを利用してネットワークに接続し、オフィスや自宅のパソコンを操作すること。
- 店舗とECサイトなど複数のチャネルで顧客と接することで、サービスの内容はチャネル毎に異なっており、チャネルは融合していない。

語群

| | | |
|---------------|-------------|------------|
| 1. インターネット | 2. クロスチャネル | 3. オムニチャネル |
| 4. マルチチャネル | 5. Eコマース | 6. マルチメディア |
| 7. シングルチャネル | 8. オンラインモール | 9. モバイル |
| 10. オンラインショップ | | |

【第15問】〈配点10点〉

(解答番号は から)

次の文章は食品等に関する法律の目的である。最も適切な法律名を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。
(注)一部の法律名に略称や通称が用いられていることがある。

- この法律は、適正かつ合理的な農林物資の規格を制定し、これを普及させることによって、農林物資の品質の改善、生産の合理化、取引の単純公正化及び使用又は消費の合理化を図るとともに、農林物資の品質に関する適正な表示を行なわせることによって一般消費者の選択に資し、もって公共の福祉の増進に寄与することを目的とする。
- この法律は、食品循環資源の再生利用並びに食品廃棄物等の発生の抑制及び減量に関し基本的な事項を定めるとともに、食品関連事業者による食品循環資源の再生利用を促進するための措置を講ずることにより、食品に係る資源の有効な利用の確保及び食品に係る廃棄物の排出の抑制を図るとともに、食品の製造等の事業の健全な発展を促進し、もって生活環境の保全及び国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。
- この法律は、食品の安全性の確保に関し、基本理念及び施策の策定に係る基本方針等を定め、並びに国、地方公共団体及び食品関連事業者の責務並びに消費者の役割を明らかにすることにより、食品の安全性の確保を総合的に推進する。
- この法律は、食品の製造過程において、食品に起因する衛生上の危害の発生の防止と適正な品質の確保を図るため、その管理の高度化を促進する措置を講じ、もって公衆衛生の向上及び増進に寄与するとともに、食品の製造又は加工の事業の健全な発展に資することを目的とする。
- この法律は、食品の安全性の確保のために公衆衛生の見地から必要な規制その他の措置を講ずることにより、飲食に起因する衛生上の危害の発生を防止し、もって国民の健康の保護を図ることを目的とするもの。

語群

| | | |
|---------------|---------------|-------------|
| 1. 薬事法 | 2. 食品衛生法 | 3. 食品リサイクル法 |
| 4. 健康増進法 | 5. 米トレーサビリティ法 | 6. 食品安全基本法 |
| 7. HACCP手法支援法 | 8. 製造物責任法 | 9. 不正競争防止法 |
| 10. JAS法 | | |