
第24期(2015年度)SC経営士一次試験問題

商業一般

時間 45分 点数配分 75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)

次の記述を読み、記述文が説明している語句をそれぞれの語群から選び、その番号をマークしなさい。

未扱いの商品群を新たに加えること。販売効率の悪い商品群を圧縮し、新たな商品群を導入することで、売場の活性化と業績アップをねらう。

語群

1	1. アソートメント	2. ライフサイクル	3. ラインロビング	4. トレードオフ	5. パワーアイテム
---	------------	------------	------------	-----------	------------

売渡人のこと。小売業からみると、メーカーや問屋などの仕入先全体をいう。さらには、生産者や情報提供業、取引仲介業も含まれる。

語群

2	1. セントラルバイイング	2. ディストリビュータ	3. バイヤー		
	4. ディーラー	5. ベンダー			

通常、小売業における商品分類は、グループ、部門、品群、品種、品目と細分化される。品目をさらに分類した、最小品目の「単品」のこと。

語群

3	1. C l a s s	2. S K U	3. I t e m		
	4. D e p a r t m e n t	5. L i n e			

ある一定期間における労働時間1時間当たり、どれだけの粗利益を稼ぎ出したかの尺度。粗利益高÷総労働時間で表される。

語群

4	1. 人時生産性	2. 作業効率	3. 労働分配率	4. 労働生産性	5. L S P
---	----------	---------	----------	----------	----------

グローバリタイザーが、参入国の消費者ニーズに適応して、店舗の品揃えや商品の品質、価格などを変えていくこと。

語群

5	1. エリアマーケティング	2. ドミナント	3. ドメスティック		
	4. グローバリゼーション	5. ローカライズ			

物流をはじめとして、商品の調達から販売までの過程を体系的、科学的にとらえて構築される仕組み。

語群

6	1. サプライヤー	2. ロジスティクス	3. クロスマーチャンダイジング		
	4. 物流センター	5. リテールサポート			

世帯の収入と支出および貯蓄に関する事項などを調べるため、総務省統計局が毎月実施している調査統計。調査対象は、学生の単身世帯や外国人世帯などを除外した全国の全世帯。

語群

7	1. 商業統計調査	2. 国勢調査	3. 家計調査	4. 人口統計	5. 人口動態調査
---	-----------	---------	---------	---------	-----------

POSデータから、店頭での売れ筋商品を把握し、オンラインネットワークでメーカー側に伝達することによって、変化に対応した生産を可能にし、在庫の適正化を図るシステム。

語群

4	1. A R	2. P R	3. T R	4. M R	5. Q R
---	--------	--------	--------	--------	--------

売価の変動によって商品の購買要素が変化する度合いを表した指標。その値が大きければ、より弾力的であり、価格変化に販売量が影響されることを表している。

語群

9	1. 価格弾力性	2. 季節変動	3. 売価値入率	4. 実現値入率	5. 需要弾力性
---	----------	---------	----------	----------	----------

顧客の目をひきつけ、足を止めさせ、衝動的な購買に結びつけるための、売場内でのPR拠点となる部分のこと。アイキャッチャーとも呼ばれる。

語群

10	1. 店頭訴求	2. ゴンドラエンド	3. フェイシング	4. 集視ポイント	5. アイコンタクト
----	---------	------------	-----------	-----------	------------

【第2問】〈配点10点〉

(解答番号は 11 から 15)

次の文章は、相対する2つの語句を対比した記述である。文中の空欄に最も適切な語句をそれぞれの語群から選び、その番号をマークしなさい。
(両方正解ではじめて得点とする)

11A においては厳格な契約によって統一したシステムを構築しているが、11B は同志的な集合体であり、各加盟店の独立性を維持することが原点である。

語群

11	1. ボランタリーチェーン	2. 全国チェーン	3. ローカルチェーン
	4. サプライチェーン	5. フランチャイズチェーン	6. レギュラーチェーン

12A がすべての顧客を平等に扱っているのに対して、12B は優良顧客ほど手厚い特典を提供し、顧客一人一人に差をつけるシステムである。

語群

12	1. ホスピタリティ	2. F S P	3. プッシュ戦略
	4. プル戦略	5. プレミアム	6. ポイントカード

13A は、13B に比べて購買頻度は低く、消費者は比較検討して商品を購入する傾向が強い。購買のための時間と労力をかけ、買い物を楽しむ傾向にある。

語群

13	1. 最寄品	2. ヒット商品	3. 恒常商品
	4. 季節商品	5. オリジナル商品	6. 買回品

納入業者が所有権を持ったまま、小売業に商品を預けるという点では同じだが、14A では小売業が保管責任を負わないのに対して、14B では小売業が保管責任を負う。

語群

14	1. 買取仕入	2. 消化仕入	3. 委託仕入
	4. 当用仕入	5. 小口仕入	6. 大量仕入

15A 商品は、15B 商品より総じて低価格で販売でき、かつ、高粗利益率の獲得が期待できる商品である。

語群

15	1. 個別商標	2. プライベートブランド	3. スーパーブランド
	4. ナショナルブランド	5. ラグジャリーブランド	6. 統一商標

【第3問】〈配点10点〉

(解答番号は 16 から 20)

次の文章を読み、文中の空欄に最も適切な語句をそれぞれの語群から選び、その番号をマークしなさい。

損益分岐点とは、売上高と総費用が一致する売上高(あるいは操業度)である。言い換えるならば、損益分岐点は、赤字でも黒字でもなく 16 がゼロとなる点である。

費用は、操業度に応じて比例的に発生する 17 と、操業度とは無関係に一定額発生する 18 に分かれる。

たとえば、売上高2,000千円、17 が1,200千円、18 が600千円の場合、損益分岐点は 19 千円となる。また、経営安全率(安全余裕率ともいう)は 20 %となる。この場合、2,000千円あった売上高が 20 %落ち込んでも損失には至らないことを示している。

語群

16	1. 売上	2. 経費	3. 利益
----	-------	-------	-------

17	1. 固定費	2. 変動費	3. 間接費
----	--------	--------	--------

18	1. 固定費	2. 変動費	3. 直接費
----	--------	--------	--------

19	1. 1,800	2. 1,500	3. 1,400
----	----------	----------	----------

20	1. 30	2. 25	3. 10
----	-------	-------	-------

【第4問】〈配点20点〉

(解答番号は 21 から 30)

次の接客に関する基本知識の記述を読み、文中の空欄に最も適切な語句をそれぞれの語群から選び、その番号をマークしなさい。

多忙な現代社会では、顧客が数多くの商品の中から、自己の選択基準に合致し、満足できるものを選ぶことは容易ではない。したがって、 21 の重要な役割は、売場において顧客の商品選択をサポートすることである。

優れた販売員の条件は、販売員としての基本知識と販売するための基本能力を身につけていることである。販売するための基本能力には取り扱う商品の知識と 22 がある。

購買経験がない買回品を初めて購入しようとする顧客は、情報収集に時間をかけるため購入決定までに時間がかかる。 23 の提供を行うなど、販売員の果たす役割は大きい。

販売員が「待機」する定位置は、自分の担当商品が見える場所、顧客の商品に対する視線が見える場所、すぐに 24 にアプローチできる場所の3点を中心に、店舗の入口、階段、顧客の流れ、商品や商品陳列の方法などを考慮して決められる。

セルフサービス販売では、顧客は販売員に気兼ねしないで自由に商品を選択できる。これに対して、対面販売では、顧客と直接的に接客応対するので 25 化を図りやすい。

語群【21から25】

1. 販売技術	2. 商品知識	3. レジ
4. 標準	5. 販売員	6. 固定客
7. ダイレクトメール	8. 流動客	9. 商品
10. お客様	11. 経営者	12. 接客態度
13. 実務経験	14. 商品情報	15. エリアマネジャー

顧客が商品を購入するとき、どのような心理過程を経て、購買行動に至るのかを示したのが、「購買心理過程の8段階」である。顧客はその商品が欲しいという欲望を持ってから、比較、26のプロセスを経て購買決定に至る。

顧客が購買心理過程の「27」の段階に入った時に、アプローチするのが効果的である。

顧客が購買心理過程の「28」の段階に入った時に、商品説明すると効果的である。

商品提示では、商品を使う状態にして見せる、商品に顧客の手を触れさせる、商品の特徴をはっきり見せるなどの工夫によって、顧客の29を高めることができる。

余韻のあるサービスできちんとお見送りすることで、顧客の買い物の30度は最後まで維持される。

語群【26から30】

1. 満足	2. 決定	3. 提案
4. 推奨	5. 興味	6. 相談
7. 注目	8. 挨拶	9. 欲望
10. 信頼	11. 提案	12. 不満
13. 連想	14. 比較	15. 感謝

【第5問】〈配点5点〉

(解答番号は から)

次の図は、貸借対照表の構造である。空欄に入る語句と数字を下記の語群から選び、その番号をマークしなさい。

流動資産 1,400百万円	流動負債 1,000百万円
	固定負債 <input type="text" value="31"/> 百万円
固定資産 1,000百万円	<input type="text" value="32"/>
	1,300百万円
繰延資産 100百万円	
資産合計 2,500百万円	負債 <input type="text" value="32"/> 合計 2,500百万円

A社の流動比率は %である。

また、自己資本比率は %である。

流動比率と自己資本比率の結果から、A社の は良好な状態といえる。

語群

31	1. 100	2. 200	3. 300
----	--------	--------	--------

32	1. 総資産	2. 純資産	3. 借入金
----	--------	--------	--------

33	1. 40	2. 56	3. 140
----	-------	-------	--------

34	1. 8	2. 40	3. 52
----	------	-------	-------

35	1. 安全性	2. 収益性	3. 成長性
----	--------	--------	--------

【第6問】(配点20点)

(解答番号は から)

次の記述のうち、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。

- 観光庁の訪日外国人消費動向調査2014によると、旅行消費額に占める買物代の割合が最も高いのは、中国人観光客で、買物代が旅行消費額の55%を占めている。
- 観光庁の訪日外国人消費動向調査2014によると、訪日外国人の土産品の費目別購入率をみると、最も高いのが「化粧品・香水」で63.6%、次いで「その他食料品・飲料・酒・たばこ」が51.7%となっている。
- 観光庁の訪日外国人消費動向調査2014によると、訪日外国人の土産品の買物場所で最も多いのは、家電量販店で64.6%、次いで空港の免税店の55.7%となっている。
- 2003年(平成15年)4月よりスタートした機能性表示食品は、国による審査はないが、農林水産省に機能性の根拠を届け出る義務がある。
- デスティネーションキャンペーンとは、広義では送客側のJR、私鉄、航空会社などの交通機関や旅行業者が中心となり、受け入れ側の地方自治体、観光協会、関係団体、観光関連企業などと協力し、特定の地域に重点的に観光客を大量に送り込むことを目的とした、一定期間にわたって大規模に実施する広告・宣伝活動のことである。
- 日経MJの第4回飲食業調査によれば、ドトール・日レスホールディングスは、「コメダ珈琲」が好調なため、経常利益額ランキングで前回の3位から2位に順位を上げた。
- 5S活動とは、整理、整頓、清掃、清潔、しつけをいう。目的は、清潔な状態の維持、そのために整理、整頓、清掃の手段を使い、しつけのレベルにまで定着させることが必要となる。
- アマゾン通販モールの加盟店向けに、物流業務を一括代行するフルフィルメントと呼ばれるサービスを展開している。これは、物流拠点を基盤に、自社だけでなく、モールに出店する他のネット通販会社の注文処理や梱包・出荷・顧客対応を請け負うものである。
- 近年、ネットスーパーのしくみを導入するSMやGMSが増えているが、ネットスーパーのしくみには、インターネットで注文を受け付けた商品を店舗で集荷して顧客の自宅へ配送するタイプと、専用の集荷センターから配送するタイプがある。現在のところ、イニシャルコストが低い後者のタイプが主流となっている。
- 経済産業省の「2014年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)」によれば、物販系分野の商品毎EC市場規模は、市場規模の大きい順に「化粧品、医薬品」「生活家電・AV機器・PC・周辺機器等」「食品、飲料・酒類」「雑貨、家具、インテリア」で、これらの4カテゴリーは全て市場規模が1兆円以上である。