
第25期(2016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)

次の文章は、「この10年間のSC開設等の変化」に関する事項である。最も適切な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。

2006年(平成18年)のSC白書によると、90年代以降、産業構造の変化と大型商業施設等の規制緩和のもとで、業態の多様化と新規参入企業の増加が進んだ。その結果、「2005年(平成17年)のSC開発立地は郊外型SCの開発が増加し、2005年(平成17年)までの累計では50.9%が郊外型SCであるが、2005年(平成17年)単年では、%が郊外立地となっており、SCの郊外化が進んでいる。今後は、都心を含めた立地開発と都心対応型業態の創出に努力する必要がある。さらには、1万平方メートル以下のの開発に重点が移行することが予想され、5万平方メートルを上回る大規模SCの開発はする可能性がある」としている。

一方、少子高齢化の進展や商業施設・病院などの公共施設の郊外移転により、中心市街地における空き店舗、未利用地の増加に歯止めが掛かからず、「の実現」に向けて、2006年(平成18年)から中心市街地活性化法をはじめ「まちづくり三法」の改正が行われ、民間投資の喚起を通じて中心市街地の活性化を進めることとなった。

10年後のSC開発の姿はどのようになっているであろうか。2016年(平成28年)のSC白書では、2015年(平成27年)にオープンしたSC数は60施設、そのうち1万平方メートル以下のSC数は33施設、5万平方メートル以上のSC数は8施設となっている。また、立地別でみると、全体の約87%が、残りの13%が中心地域となっている。

語群

1. NSC	2. 郊外地域	3. 周辺地域
4. 88.7	5. 停滞	6. CSC
7. 電腦型都市	8. 中心市街地	9. コンパクトシティ
10. RSC	11. 78.7	12. 伸長
13. 激減	14. スマートシティ	15. 68.7

【第2問】(配点10点)

(解答番号は から)

次の文章は「Eコマースなどの動向」についての記述である。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。

- 6 Eコマースとは、インターネットなどの電子的なネットワークを通じて商品やサービスの販売などを行う商取引であるが、この市場規模はコンビニ業界よりも小さい。
- 7 オンラインショップとは、インターネットを介して商品やサービスの売買を行うウェブサイトのことである。
- 8 オンラインショップで商品を購入する場合、住所や名前などの個人情報を入力し、決済に関するすべての手続きをウェブ上で行う。決済方法は、銀行振込みやクレジットカード、代金引換などから選択できる場合が多い。
- 9 インターネットを利用して商品を購入するのは「通信販売」の一つであり、「特定商取引法」の対象になるため、原則的にクーリング・オフ制度は適用される。
- 10 O2Oとは、主にEコマースの分野で用いられる用語で、オンラインとオフラインの購買活動が連携し合うこと、または、オンラインでの活動が実店舗などでの購買に影響を及ぼすことなどの意味の語である。
- 11 顧客の実店舗・ネット店舗間における行動変化は、スマートフォンやタブレット端末でいつでもどこでも多くの情報のやり取りが可能になり、実店舗にいても容易にネット情報の確認が可能になったためである。
- 12 「オムニチャネル」が知られるようになったきっかけは、アメリカ最大の高級百貨店である「ノードストローム」が2011年(平成23年)に発表したオムニチャネル宣言だと言われている。
- 13 オムニチャネルで重要なことは、商品情報、在庫情報、顧客情報、接客履歴、ECサイトでの商品閲覧履歴、過去の購入履歴、ポイント履歴など店舗とネットのすべての情報を統合することである。
- 14 オムニチャネルでは、実店舗、オンラインモールなど通販サイト、自社サイト、テレビ通販、カタログ通販、ダイレクトメール、ソーシャルメディアなど、あらゆる顧客接点から同質の利便性で商品注文・購入できる。ただ、店舗に在庫がなかった商品を即座にオンラインでの問い合わせで補ったりできるような融合要素は含まれない。
- 15 マルチチャネルはチャネルを増やすだけの多角展開であるが、オムニチャネルは全てのチャネルを連携させる仕組みであるため、殆ど違いはない。

【第3問】(配点10点)

(解答番号は から)

次の文章は、IOTと流通産業に関する事項である。最も適切な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。

IOT、人工知能、ビッグデータ、 など急速に進化している技術が産業や社会の構造を変えようとしている。IOTとは、あらゆる物がインターネットを通じてつながることによって実現する新たなサービス、ビジネスモデル、またはそれを可能とする要素技術の総称である。

語群

16	1. センサー	2. 制御技術	3. ロボティクス	4. サイバネティクス
----	---------	---------	-----------	-------------

IOTが進展し、インターネットとつながったモノが増えると、そこから収集することができるデータが増えビッグデータが形成される。これにより、人、モノ、 の動きが可視化され問題の明確化と解決策の提示ができるようになる。

語群

17	1. サービス	2. 商品	3. カネ	4. 情報
----	---------	-------	-------	-------

人工知能はIOTによって蓄積されたビッグデータを解析し、複雑なデータを評価・判断が可能な情報に変換して、今後起こる事象を予測することが期待されている。

実際に始まっている取り組み例では、店内に設置された 技術で、来店者の年齢層や性別を推定し、人の流れや滞留場所を記録・分析する。これらと在庫データを連動させ、店舗運営の最適化を図る。

語群

18	1. 画像解析	2. カメラ	3. ポートレート	4. 図解
----	---------	--------	-----------	-------

は災害調査や宅配サービスなどの分野で活躍が期待されている。流通大手では、これを利用した配送を計画しており、実現すれば流通業界に大きな影響を与える。

語群

19	1. 高性能ジャイロ	2. ヘリコプター	3. ドローン	4. ラジコン
----	------------	-----------	---------	---------

アマゾン家電メーカーと提携し、洗剤やコーヒー豆、プリンターのインクなどの残量が減ると自動的に製品が注文され、補充される というプログラムを開発した。

語群

20	1. ADS	2. DRS	3. RDS	4. ADB
----	--------	--------	--------	--------

【第4問】〈配点10点〉

(解答番号は から)

次の文章は「商業施設と地価」の関係についての記述である。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。

21 日本の地価は、一つの土地に「実勢価格(時価)」、「公示価格(または基準地価)」、「相続税評価額(路線価)」、「固定資産税評価額」の四つの異なった価格があることから「一物四価」であるとされている。

22 不動産価格の鑑定評価にあたっては、原則として「積算法」「取引事例比較法」「収益還元法」の3つの方式が併用される。

23 相続税の算出基礎とする相続税評価額(路線価)は、公示価格の概ね8割であり、固定資産税の算出基礎とする固定資産税評価額は、公示価格の概ね7割である。

24 2016年(平成28年)1月1日時点の公示地価(以下「公示価格」という)は、全国・全用途平均は前年比0.1%のプラスで、1998年(平成10年)以来18年ぶりの上昇となった。上昇地点の割合は35.0%にとどまり、45.2%の地点は引き続き下落している。

25 路線価や公示地価などが発表されるとき、全国の地価最高額地点も話題になるが、公示地価の最高額地点は東京都の銀座四丁目「鳩居堂前」である。

26 3大都市圏の公示地価の変動率推移をみると大阪圏の住宅地がようやく上昇に転じ、それ以外は住宅地、商業地とも3年連続上昇した。

27 東京圏の公示地価の商業地における上昇率上位10地点のうち、8地点を中央区銀座が占め、高額エリアでの上昇傾向はさらに強まっているといえる。

28 大阪圏の公示地価の商業地は3年連続で上昇し、商業地は3大都市圏の中で最も高い上昇率となった。また、名古屋圏の商業地も5年連続の上昇であり、特に栄周辺の中心商業地の動きが目立った。

29 札幌市、仙台市、広島市、福岡市のいわゆる「地方中枢都市4市」の公示価格は、住宅地・商業地ともに上昇を示し、いずれも3大都市圏の平均を大きく上回っている。
一方、地方中枢都市を除く「地方圏」の公示価格の平均は、住宅地、商業地ともにマイナスで、1993年(平成5年)から24年連続の下落となった。

30 主要都市の中心部など公示地価の商業地の上昇幅が拡大した背景は、外国人観光客の増加等による店舗、ホテル等の旺盛な需要による収益性の高まり、金融緩和による不動産投資意欲、駅周辺の再開発事業の高まりなどが考えられる。

【第5問】(配点10点)

(解答番号は から)

次の文章は、インバウンドに関する事項である。最も適切な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。

2015年(平成27年)の訪日外国人旅行者数は 万7千人(昨年比47.1%増)、訪日外国人旅行消費額は昨年の2兆278億円から71.5%増加の3兆4,771億円となり過去最高を更新した。

語群

31	1. 1,793	2. 1,873	3. 1,973	4. 1,673
----	----------	----------	----------	----------

2014年(平成26年)の訪日客数は、世界上位40ヶ国の外国人訪問客数の中で22位、アジアでは7位であった。1位は の約8,300万人、アジア1位は中国の5,500万人である。日本政府は当初2020年(平成32年)に2,000万人としてきた目標を上積みし、3,000万人から4,000万人超を目指す案も浮上している。

語群

32	1. フランス	2. イタリア	3. スペイン	4. ドイツ
----	---------	---------	---------	--------

訪日外国人旅行者数の急激な増加の背景は、円安という経済的要因、アジアの中間層拡大による旅行需要の増加、 に対するビザ発給要件緩和、消費税免税制度の拡充などの政策効果が挙げられる。

語群

33	1. 東南アジア・中国	2. 中国	3. 東南アジア	4. インド
----	-------------	-------	----------	--------

訪日客、特に訪日 人客は日本に来る前に買い物リストや買い物店リストを作成する傾向がある。訪日 人客が行きたい店に選んだのは、百貨店、ドラッグストア、スーパー、家電量販店、コンビニなどがその対象となっている。選んだ理由としては 語の案内の有無や会話ができる店員の有無を重視する傾向がある。

語群

34	1. 台湾	2. 韓国	3. 中国	4. マレーシア
----	-------	-------	-------	----------

2015年(平成27年)訪日外国人旅行者数は、きわめて力強い市場の拡大であった。2016年(平成28年)を見通すと、直近では為替を含めてマクロ経済が激しく動いており、環境的には厳しい1年になりそうであり、しっかりとした市場分析を進めた上で が重要になる。民間企業においても訪日客を対象とした新商品開発、新サービスの発表、キャンペーンのリリースなど対応強化が進んだ。

語群

35	1. 接客	2. マーケティング	3. 販売促進	4. おもてなし
----	-------	------------	---------	----------

【第6問】(配点10点)

(解答番号は 36 から 40)

次の文章は、「ビジネスプラン」に関する事項である。最も適切な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。

ビジネスプランは、これからはじめようとする新しい事業について、新たに会社を設立したり、社内(S C内) 36 としてスタートする場合に体系的に整理、確認、共有するために作成するものである。いわば目指す事業の青写真ともいえる。

経営環境が急速に変化し、不透明な時代であるからこそ、ビジネスプランは自らが進める事業の理解を深めることになり、社内(S C内)外の 37 の理解と協力を集める上での強力な武器にもなる。また、作成するビジネスプランは、売上高の向上や資金の調達という目先のことだけでなく、社内(S C内)外の 37 にビジネスプランを作る意義を理解してもらうことが大切である。

ビジネスプランの構成では、(1) 経営理念、事業の内容、市場動向、顧客ニーズ、どのような事業を行うのかという 38 など「事業の全体構想」(2) 新規性・独自性、市場規模と特性、 39 、ポジション、リスク分析などの「事業の分析」(3) 商品開発計画、販売計画、目的に到達するまでの戦略などの「事業展開」、(4) マイルストーン、損益計画、資金・収支計画など戦略を実行するための「活動計画」などが構成の項目として挙げられる。

新しい事業の立上げは簡単なものではなく、多くのリスクを抱えている。事業を始める前にビジネスプランによって、十分な計画を練り、リスクの低減をはかることとあくまで計画であるビジネスプランを 40 のための材料として位置づけ、P D C A サイクルにより節目ごとに事業の方向性を見直すことによって事業成功の可能性を高めることが出来る。

語群

1. ビジネスプロセス	2. 仮説検証	3. 金融機関
4. ステークホルダー	5. 新規参入	6. 予測
7. Q C サークル	8. マネジャー	9. ビジネスモデル
10. 競合状況と優位性	11. 事業領域	12. 思考のプロセス
13. コア・コンピタンス	14. ビジネスストラクチャー	15. プロジェクト

【第7問】(配点10点)

(解答番号は から)

次の文章は、「経営戦略策定のプロセス」に関する事項である。最も適切な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。

経営戦略という用語は様々な意味や使われ方をするが、「企業の を確立するための基本的な考え方」のことである。

企業経営における最上位の概念となるのが、、経営ビジョン、ミッションである。これらの概念が企業の基本的な価値観を示しているとするれば、戦略はそれを具現化するための、より具体的な方法論であるといえる。

経営戦略は通常、「全社戦略」「事業戦略」2つのレベルに分けられる。

全社戦略は、多くの事業を傘下に持つ企業が、より高いレベルで を確立するために行うべき方針の決定であり、事業戦略は、個別の事業がそのドメインの中で競争優位性を確立するための方針である。

具体的には、全社戦略は、企業がどの事業ドメインで戦い、どのような事業の を持ち、それらの事業の間でどのように持てる を配分するかを選定するものである。これに対して個別の事業戦略は、特定の競争環境下において、特定の事業で戦い勝ち抜いていくための基本枠組みである。さらに細分化すれば、営業や開発、生産といった の戦略、また、地域別の戦略などが含まれる。 やビジョンの下に全社戦略が策定され、それが事業戦略に分解されていくという流れがあると同時に、個別の事業戦略の策定から全社戦略の可能性が拡大したり、全社戦略の変更がビジョンに影響を与えたりといった上への流れもある。これを繰り返す双方向的なプロセスで、企業の戦略全体ができあがって行くこととなる。

語群

1. ポートフォリオ	2. グレシャム	3. 持続的競争優位
4. 人材	5. 機能分野別	6. 社会貢献
7. 比較優位	8. 行動指針	9. 実践的優位
10. 経営理念	11. 経営資源	12. 意思決定
13. アメーバー	14. 経営情報	15. ランチェスター

【第8問】(配点10点)

(解答番号は から)

次の文章は、経営戦略のフレームワークに関する事項である。最も適切な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。

アンゾフが提唱した「成長マトリックス」では、市場と製品の二軸を設定、それぞれ既存・新規と分けることにより、四つの象限に分類した。これにより、企業には基本的に「市場浸透」「市場開拓」「製品開発」「」の4つの成長の可能性があるとしている。

語群

46	1. 事業拡大	2. 多角化	3. 市場密着	4. 領域拡大
----	---------	--------	---------	---------

「バリューチェーン」では、事業活動を機能ごとに分類し、どの部分(機能)で付加価値が生まれているか、競合と比較してどの部分に強み・弱みがあるかを分析し、事業戦略の有効性や改善の方向を探る。ポーターは「モノの流れ」に着目して企業の活動を主活動とに分け、それにマージン(利益)を加えて全体の付加価値を表した。

語群

47	1. 補助活動	2. 賛助活動	3. 後援活動	4. 支援活動
----	---------	---------	---------	---------

VRIO分析のフレームワークは、「経済価値」「」「模倣可能性」「組織」の4つに区分されており、自社の内部を分析し改善することにより、市場における競合優位性を高めるフレームワークとして利用することができる。

語群

48	1. 希少性	2. 高価値	3. 付加価値	4. 非凡
----	--------	--------	---------	-------

ボストンコンサルティンググループによるPPM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」「」「問題児」「負け犬」の4つの象限に分類する。自社の持つ経営資源の配分、すなわち自社が進むべき方向や重点政策を決めるための理論である。

語群

49	1. 金のなる木	2. 宝の山	3. リソース	4. ドル箱
----	----------	--------	---------	--------

ポーターは、業界内の競争に影響を与える要因を「業界内の競合企業」「」「代替品の脅威」「売り手の交渉力」「買い手の交渉力」の5つに分類した。5F(ファイブフォース)それぞれの力の強さや関係性を分析することによって、業界構造の特徴を明らかにすることができる。

語群

50	1. 新分野の進出	2. 事業統合	3. 新規参入の脅威	4. 後発企業
----	-----------	---------	------------	---------

【第9問】(配点10点)

(解答番号は から)

次の文章は、「イノベーション」に関する事項である。最も適切な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。

ドラッカーは、「企業の目的が顧客の創造であることから、企業には2つの基本的な機能が存在することになる。すなわち、 とイノベーションであるとしている。

語群

51	1. マーチャダイジング	2. マーケティング	3. セールス
	4. プロモーション	5. マネジメント	

ヨーゼフ・シュンペーターは、イノベーションを経済活動の中で生産手段や資源、労働力などをそれまでとは異なる仕方で行うことと定義した。

語群

52	1. 新結合	2. 接続	3. 融合	4. 結合	5. 組合せ
----	--------	-------	-------	-------	--------

イノベーションには、従来製品の改良を進めることで現在獲得しているポジションを維持しながら市場を拡大させて行く イノベーションと、従来製品の価値を破壊して全く新しい価値を生み出すことで市場を拡大させて行く破壊的イノベーションがある。

語群

53	1. 建設的	2. 連続的	3. 創造的	4. 改善的	5. 持続的
----	--------	--------	--------	--------	--------

「破壊的イノベーション」には大きく「破壊」と「新市場型破壊」の2通りがある。前者は、満足レベルが過剰になっている顧客に対し、従来の性能などより低い商品・サービスを低価格で販売することで新規参入するイノベーションのことである。一方、新市場型破壊とは、従来の商品・サービスにない性能などを提供することで新たな需要を創り出すイノベーションのことである。

語群

54	1. ローコスト型	2. ローエンド型	3. ロープライス型
	4. ローオペレーション型	5. ローモデル型	

イノベーションのとは、大企業が新興企業の前に力を失う理由を説明した企業経営の理論である。大企業は、優れた特色ある既存の商品の改良や改善をすることに集中するため、新興市場への参入が遅れる傾向にある。その一方で大企業は、既存の商品より劣るが新たな特色を持つ商品を出し出した新興企業に大きく後れを取ってしまう。

語群

55	1. フラストレーション	2. アクセント	3. ジレンマ
	4. ストレス	5. テンション	

【第10問】(配点10点)

(解答番号は から)

次の文章は、「7S」に関する事項である。最も適切な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。

マッキンゼー社が提唱し、一般に普及した「7S」というフレームワークがある。これは組織を動かす基盤となる7つのSの頭文字をとって経営資源を表したものである。企業には、3つのハードの経営資源と4つのソフトの経営資源があり、企業は、この7つの経営資源をもとに最適な や組織運営を考えている。これらの経営資源を有機的につなげ、相乗効果を発揮することによって成果を生み出すことができるとしている。

「7S」とは、戦略・組織・ の3つをハードの「3S」とし、 ・人材・スキル・スタイルの4つをソフトの「4S」としているのである。

具体的には「ハードの3S」は、「戦略」を立ててそれを遂行するにあたり、「戦略」をより に実行に移せるような部署の新設や統廃合といった形で社内の「組織」に変更を加えることや業務遂行上のルールや規定を新たに制定するといった の変更がこれに該当する。これらはどれも物理的な作業であり、比較的容易に実行できる。一方、「ソフトの4S」は、「戦略」が立てられ「組織」や の変更が行われても、「スキル」を定着させるには、それなりの時間がかかる。また、新たな「スキル」と従来のスキルとの相乗効果を生ませる「人材」の育成には一層労力を要することになる。さらには、「スキル」の定着、「人材」の育成を通じて企業の「スタイル・社風」、ひいては企業の への転化という形で結実させるのは決して容易なことではなく、かなりの努力と時間を要することになる。この7Sを使うことによって、企業の特質が明らかになり、どこをどのように伸ばして行くべきかが検討できる。同じようなフレームワークとしては、アーサー・D・リトルによる「 」がある。

語群

1. 事業フレーム	2. VSOP	3. 効率的
4. 価値観	5. 社内の意思疎通	6. 社内評価制度
7. 円滑	8. 世界観	9. 事業戦略
10. VSPRO	11. 合理的	12. 設計
13. 事業目標	14. 社内システム	15. VRIO

【第11問】(配点10点)

(解答番号は から)

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。

リーマンショック以降、企業は借入金を減らして の圧縮を進めてきた。その結果、手元にある資金はかなり潤沢になってきている。企業業績の回復により、上場企業全体の手元資金はこの10年間で約1.5倍に拡大し、バランスシートはかつてないほど安定した状態になっている。

語群

61	1. 資産	2. 債権	3. 純資産	4. 債務
----	-------	-------	--------	-------

手元資金の潤沢さを示す指標の一つとして「 」があるが、これは現預金に短期保有有価証券などを合計し、そこから有利子負債を差し引いて算出する。この指標は、企業が買収や投資など自由に使える資金の総額を示している。

語群

62	1. EBITDA	2. ネットキャッシュ	3. キャッシュ	4. キャッシュイン・フロー
----	-----------	-------------	----------	----------------

手元資金が豊富な企業ほど財務の健全性が高く、 への抵抗力が増すことになる。

語群

63	1. 借入金返済	2. 売上高減少	3. 業績悪化	4. 株主配当
----	----------	----------	---------	---------

一方では、経営者には資金の効率的な活用が求められており、 の視点で見ると金利が低いにもかかわらず、使用用途が当面ないキャッシュを大量に抱えていることは、資金をムダに遊ばせていると判断される。

語群

64	1. 投資家	2. 金融機関	3. 取引先	4. 経営者
----	--------	---------	--------	--------

特に昨今では、コーポレートガバナンス・コードの導入などにより、企業には株主の利益を毀損していないか、明確な説明が求められるようになった。機関投資家などは、キャッシュリッチ企業に対し、成長につながるような投資や増配・自社株買いなどによる の強化を求めている。

語群

65	1. 資本準備金	2. 株主還元	3. 利益剰余金	4. 株主資本
----	----------	---------	----------	---------

【第12問】(配点10点)

(解答番号は から)

次の文章は、「最新のマーケティング用語」に関する事項である。最も適切な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。

- 66 デジタル化&ネットワーク化やデバイス技術の進歩により生活者と企業との間のデータの種類などは加速度的に増えていく。企業内のあらゆる部門に蓄積されたマーケティングデータ(顧客属性データ・購買データ・Webアクセスデータ・コールログデータ等)を統合管理することで、全てのマーケティング活動を定量的に判断できるようになる。
- 67 消費者のインターネット上の行動履歴データだけでなく、スマートフォンの位置情報などから得られた現実の場での行動履歴データをも活用した、新しいマーケティング手法。
- 68 マーケティングの各プロセスにおけるアクションを自動化するための仕組みやプラットフォームのこと。顧客や見込み顧客に対して、どんなアクションをとってきたかを記録し、「最適なコンテンツを、最適なタイミングで、最適な方法で届ける」ことを目的に利用される。
- 69 それが宣伝であると消費者に悟られないように宣伝を行うことである。中立的な立場での批評を装ったり、当の商品と直接の利害関係がないファンの感想を装ったりして行われる。
- 70 i-Phoneまたはアンドロイド端末で画像や短時間動画を共有する無料のスマートフォン・アプリおよびそれを用いたサービスのこと。

語群

1. アロケーション	2. マーケティングオートメーション	3. ディープラーニング
4. インスタグラム	5. データプラットフォーム	6. キュレーションメディア
7. アトリビューション	8. ステルスマーケティング	9. データドリブンマーケティング
10. データサイエンティスト	11. バイラルマーケティング	12. バズマーケティング
13. リアル行動ターゲティング	14. データマイニング	15. メディアプラン

【第13問】(配点10点)

(解答番号は から)

次の文章は、「働き方やパートタイム労働」に関する事項である。最も適切な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。

現在、日本の15歳以上の人口は約 であり、この内65歳以上の人口は約3,200万人を占める。若年人口が減るなかで、慢性的な人手不足の解消には、女性の活躍拡大と並び意欲と能力のある高齢者が働き続ける社会の実現が求められる。

語群

71	1. 1億7千万人	2. 1億3千万人	3. 1億1千万人	4. 1億2千万人	5. 1億人
----	-----------	-----------	-----------	-----------	--------

全ての労働者に占めるパートタイム労働者の割合は増加傾向にあり、2014年(平成26年)のパートタイム労働者は1,651万人で全雇用者総数5,432万人のうちの約3割を占める。また、パートタイム労働者の が女性である。

語群

72	1. 約6割	2. 約7割	3. 約5割	4. 約8割	5. 約9割
----	--------	--------	--------	--------	--------

企業によって、「パートタイマー」「アルバイト」「嘱託」「臨時社員」「準社員」など呼称は様々であるが、パートタイム労働者(短時間労働者)とは、 の所定労働時間が同一の事業所に雇用される通常の労働者(正社員)の の所定労働時間より短い労働者」のことである。

語群

73	1. 1年間	2. 1か月間	3. 1時間	4. 1日	5. 1週間
----	--------	---------	--------	-------	--------

改正パートタイム労働法(短時間労働者の雇用管理の改善等に関する法律)によって、職務内容と人材活用の仕組みが正社員と同一であるパート労働者は、賃金、教育訓練、福利厚生施設の利用をはじめ全ての について、正社員との差別的取扱いが禁止されている。

語群

74	1. 異動	2. 評価	3. 昇格	4. 待遇	5. 採用
----	-------	-------	-------	-------	-------

2016年(平成28年)10月より短時間労働者への厚生年金、 の適用拡大が実施される。この適用拡大の対象は、週所定労働時間が20時間以上、雇用期間が1年以上、月収が88,000円以上(年収が106万円以上)で従業員501名以上の企業に雇用されている短時間労働者で、学生は適用が除外される。従業員数が500名以下の中小企業については、改正法施行後3年間はこの措置が猶予される。

語群

75	1. 社会保険	2. 健康保険	3. 雇用保険	4. 所得税	5. 所得控除
----	---------	---------	---------	--------	---------

【第14問】〈配点10点〉

(解答番号は から)

次の「ICTとSC」に関する記述文と最も関係の深い語句を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。

登録した会員相互のつながりをサポートする機能が特徴のコミュニティ型のWebサイト。

語群

76	1. QGIS	2. LAN	3. ポータルサイト	4. SNS	5. モニタリング
----	---------	--------	------------	--------	-----------

ネットワーク上で、個人や企業が商品購入から決済までの商取引を行うこと。

語群

79	1. ネットバンキング	2. ネットオークション	3. ETC
	4. ネットショッピング	5. Eコマース	

全地球測位システム。米国が打ち上げた24個の人工衛星からの電波を利用して正確な軌道と時刻情報を取得することにより、現在位置の緯経度や高度を測定するシステム。

語群

78	1. GIS	2. GPS	3. WAN	4. 無線LAN	5. VICS
----	--------	--------	--------	----------	---------

ICチップとアンテナで構成され、電波を用いてICチップに格納された識別データや履歴情報等の読み取り、書き込みが可能なもの。

語群

79	1. 電子署名	2. 電子掲示板	3. 電子タグ	4. テレワーク	5. 電子マネー
----	---------	----------	---------	----------	----------

携帯電話等の移動体通信を利用してインターネットに接続し、電子商取引を行うこと。

語群

80	1. モバイルショッピング	2. ユニバーサルサービス	3. ユニバーサルデザイン
	4. ユビキタスネットワーク	5. ユーザビリティ	

【第15問】〈配点10点〉

(解答番号は から)

次の文章は「SCと労働に関する法律」についての記述である。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。

- 81 女性活躍推進法により、2016年(平成28年)4月1日から労働者501人以上の大企業の事業主は、女性の活躍推進に向けた数値目標を盛り込んだ行動計画の策定などが新たに義務づけられることとなった。
- 82 改正労働者派遣法では、労働者の雇用の安定を図るため、派遣会社に対し、派遣期間が上限の3年に達した労働者について、直接雇用するよう派遣先に依頼することや、新たな派遣先を提供することなどを義務づけている。
- 83 労働契約法の改正に伴い、有期労働契約が通算で5年を超え反復更新された場合には、自動的に無期労働契約へ転換される仕組みが導入されている。
- 84 2014年(平成26年)7月1日から、改正「男女雇用機会均等法施行規則」等が施行され、間接差別となり得る措置の範囲の見直し、性別による差別事例の追加、セクシュアルハラスメントの予防・事後対応の徹底のためのセクハラ指針の見直し、コース等別雇用管理についての指針の制定等が行われた。
- 85 労働基準法は、原則として労働時間は1日8時間、週36時間以内でなければならないと定めている。ただし、労使協定(36協定)を結べば労働時間の延長(残業)を上限付きで認めているが、長時間労働を是正するため、労働基準法の改正を目指している。
- 86 最低賃金額は、時間、日、週または月によって定めることとされていたが、2007年(平成19年)の最低賃金法の改正により時間のみによって定めることとなった。
- 87 公益通報者保護法では、労働者が不正の目的でなく、企業の犯罪行為など違法行為を警察や所轄行政官庁等に通報した場合には、その労働者を解雇したり不利益な取扱いをしないことが義務づけられている。
- 88 2016年(平成28年)4月に新たな障害者雇用促進法が施行された。改正後は「精神障害者」も障害者枠に追加され、法定雇用率も上がる。障害者の差別禁止も加えられ、より平等に障害者と接する工夫がされている。
- 89 育児・介護休業法では、パートなど有期契約の人も一定の条件を満たすと原則として子供が3歳になるまで育休をとる権利が認められている。
- 90 男女雇用機会均等法では、事業主が、男女労働者を、募集・採用、配置・昇進・降格・教育訓練、福利厚生、職種・雇用形態の変更、退職の勧奨・定年・解雇・労働契約の更新において、性別を理由に差別することは禁止している。