

第32期(2023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(マークシート)に記入してください。
3. 各問題とも問題文の指示にしたがって、正解と思う番号を選び、解答用紙(マークシート)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. 解答用紙(マークシート)には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(マークシート)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)

小売業のサステナビリティ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それぞれの語群から選び、その番号をマークしなさい。

地球環境問題は、国際社会が一体となって取り組むべき重要課題であり、小売業においても環境に配慮した取り組みは必須となっている。

第21回国連気候変動枠組条約締約国会議（COP21）において採択された「パリ協定」は、2020年以降の温室効果ガス排出削減等のための枠組みであり、世界全体の平均気温の上昇を工業化以前よりも1.5℃～2℃に抑えることが目標とされている。2021年にはCOP26が開催され、世界の気温上昇を「℃に抑える努力を追求する」と記した成果文書「気候合意」を採択し、「パリ協定」のもとで温室効果ガス削減を進めるための実施指針を策定した。

温室効果ガスの排出量削減に向けて様々な取り組みが進められているが、日常の経済活動において排出される温室効果ガスのうち、削減できない全ての部分または一部分を植林・森林保護・クリーンエネルギー事業などで埋め合わせをすることを という。

こうした脱炭素化への流れを世界規模で加速する取組の一つとして、 があげられる。 は、世界的な影響力のある主要企業を対象としている。 に加盟する企業は、事業において利用するエネルギーの100%を風力、水力、太陽光など再生可能エネルギーに転換することが求められる。

小売業のなかでもアパレルは、生産から廃棄にいたるまで環境負荷の大きい産業といわれている。そこでEU（欧州連合）では、2022年にEUテキスタイル戦略を策定し、従来の からの脱却を宣言した。日本においても環境省を中心に、持続可能なファッションに対する取り組みがはじまっている。

語群

1	1. 1.0	2. 1.5	3. 2.0
	4. 2.5	5. 3.0	
2	1. ダボス	2. 京都	3. コペンハーゲン
	4. グラスゴー	5. スtockホルム	
3	1. カーボンニュートラル	2. カーボンネガティブ	3. カーボンバランス
	4. カーボンオフセット	5. カーボントレード	
4	1. FIT	2. LE100	3. RE100
	4. TCFD	5. TNFD	
5	1. ファストファッション	2. サステナブルファッション	3. ラグジュアリーファッション
	4. ブランドファッション	5. ロストファッション	

【第2問】〈配点 10点〉

(解答番号は から)

小売業に関する以下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。

- 経済産業省「商業動態統計調査」によると、2022年は百貨店、スーパー、コンビニエンスストアともに販売額が対前年で増加した。
- 経済産業省「商業動態統計調査」によると、百貨店の販売額は1991年が約12兆円とピークで、2022年はその3分の1にまで縮小している。
- 経済産業省「商業動態統計調査」によると、スーパーおよびコンビニエンスストアの販売額を「店舗数」と「1店舗当たり販売額」に分解すると、いずれも前年からの店舗数の増加が、販売額増加の要因となっている。
- 経済産業省「商業動態統計調査」によると、ドラッグストア、ホームセンターともに、2021年はコロナ特需の反動で販売額は前年に比べて減少したが、2022年は反動を脱して販売額が増加している。
- 帝国データバンクによると、主要食品メーカーの値上げが続いており、2023年は2022年よりも値上げされる食品の品目数が増えている。
- 経済産業省によると、2022年の日本におけるキャッシュレス決済のうち、コード決済による決済額が電子マネーの決済額を超えている。
- 経済産業省「電子商取引に関する市場調査」によると、物販系分野のB to C-E C市場規模のうち、スマートフォンを経由したE Cの割合は年々増加しているものの、2021年時点で市場規模の半数に届いていない。
- LVMH、ケリング、エルメスなどフランスの高級ブランド3社の業績は、世界的なインフレやロシアのウクライナ侵攻など地政学的なリスクにより、2022年12月期の決算はいずれも減益となっている。
- 米国のショッピングセンターのタイプ別開発数の推移をみると、スーパーリージョナルS CやリージョナルS Cは2010年代をピークに減少傾向にあるが、ライフスタイルセンターは2022年まで増加傾向が続いている。
- Amazonが開発した、買い物客がレジで支払いをすることなくそのまま店を出られるようにする技術をJITという。

【第3問】〈配点 10点〉

(解答番号は 16 から 20)

次の文章は、小売業に関連する用語や施設に関する記述である。記述文と最も関連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。

16 店頭での売上に影響を与える外部要因の総称。天候、気温、歳時、地域行事、プロモーションなどさまざまなことが売上影響要因となる。

語群

16	1. オープンデータ	2. POSデータ	3. コーザルデータ
	4. コーホートデータ	5. パネルデータ	

17 転換や変換を表す言葉で、WEB上のマーケティング分野では、WEBサイトに訪れたユーザーが資料請求や会員登録、商品購入など何らかのアクションを起こし、行動が成果に転換したことを表す。

語群

17	1. インプレッション	2. リーチ	3. ブランドリフト
	4. エンゲージメント	5. コンバージョン	

18 オンラインで購入した商品を、自宅以外の場所で受け取るショッピング形態やその仕組みを表す。

語群

18	1. クリック&コレクト	2. BORIS	3. クリック&リアル
	4. クリック&モルタル	5. BODFS	

19 実店舗でのデジタルサイネージやアプリ、SNSを通じた広告配信によって、商品・サービスに関する情報等を発信し、消費者に有益な情報を提供する取り組み。小売業の新しい収益源として期待されている。

語群

19	1. ソーシャルメディア	2. リテールメディア	3. ダイレクトメディア
	4. オウンドメディア	5. リアルメディア	

20 2019年オーストラリア・メルボルン市にオープンした、世界でもっともサステナブルな未来型モールとよばれる施設。持続可能な建築認定制度LBC（Living Building Challenge）の厳格な基準をクリアした世界初の商業施設で、雨水と廃水のリサイクル、太陽光パネルなどの再生可能資源を通じて全エネルギー使用量の105%を生み出している。

語群

20	1. サウスコーストプラザ	2. グリーンピー	3. ファッションアイランド
	4. フレデリクスピアセンター	5. バーウッド・ブリックワークスSC	

【第4問】〈配点 10点〉

(解答番号は 21 から 25)

小売業のデジタルトランスフォーメーション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それぞれの語群から選び、その番号をマークしなさい。

生活者の購買行動の多様化、人手不足の深刻化を受けて、デジタルトランスフォーメーションへの取り組みは、小売業においても必要不可欠である。

物流の領域では、トラックドライバーの時間外労働の上限が規制され、人手不足やそれに伴う対応コストの上昇による貨物輸送量の低下が懸念される、いわゆる「2024年問題」が課題となっている。物流の効率化のうえでは、21 全体の最適化を見据えたデジタル化や、モノ・データ・業務プロセス等の標準化の推進が欠かせない。

22 大手4社は、「持続可能な食品物流構築に向けた取組宣言」を発表し、物流の効率化に向けた検討をはじめている。食品については、「23 ルール」という納品・販売期間に関する商慣習が浸透しており、食品の返品や大量廃棄の主要因と指摘されている。こうした納品期限の緩和についても検討を進めていくという。

物流に関わる技術では、インターネットの考え方を物流プロセスに適用し、各種の標準化を通じて、貨物のハンドリングや保管、輸送経路の最適化などの物流効率化を図ろうとする 24 が注目を集めている。また現実世界に存在する様々な情報をリアルタイムに収集し、その情報を元に仮想空間上に現実世界と全く同じ状況・状態を再現し、その仮想モデルを用いた高度なシミュレーションを行う 25 の実用化にも期待が集まっている。

語群

21	1. サプライヤー	2. サプライチェーン	3. R a a S
	4. サードパーティ	5. トレーサビリティ	
22	1. コンビニエンスストア	2. ドラッグストア	3. 百貨店
	4. スーパーマーケット	5. ホームセンター	
23	1. 2分の1	2. 3分の1	3. 4分の1
	4. 5分の1	5. 6分の1	
24	1. フィジカルインターネット	2. グリーンロジスティクス	3. サードパーティロジスティクス
	4. クロスドッキング	5. リアルインターネット	
25	1. VR	2. AR	3. メタバース
	4. デジタルディスプレイ	5. デジタルツイン	

【第5問】〈配点 20点〉

(解答番号は 26 から 35)

次の文章は、昨今の顧客戦略に関する文章である。本文と最も関係の深い用語を下記のそれぞれの語群から選び、その番号をマークしなさい。

26 企業のすべての顧客が、長期にわたって企業に与える生涯価値の合計

語群

26	1. CRV	2. CLV	3. CNN
	4. CSR	5. CS	

27 消費者の購買行動のプロセスを「旅」にたとえた言葉。顧客が特定のブランドや商品を認知してから購入、再購入に至るまでの一連の体験のこと。

語群

27	1. AIDMA	2. AISAS	3. 体験消費
	4. トキ消費	5. カスタマージャーニー	

28 消費者の購買行動プロセス作成において設定される、主人公となるメインターゲットの人物像。主要なターゲットを決め、名前、性別、年代などの基本情報、ライフスタイルがわかるような情報を想像し、イメージを膨らませることが重要である。

語群

28	1. キュレーター	2. ロイヤルカスタマー	3. ドメイン
	4. ペルソナ	5. アルゴリズム	

29 顧客体験価値。ブランドの総体として、顧客が実感できる価値。

語群

29	1. CX	2. EX	3. FX
	4. DX	5. TX	

30 顧客とのつながり。ブランドが人間らしさを持つようになるにつれ、顧客とのつながりが重要になってくる。

語群

30	1. 顧客生涯価値	2. 顧客体験	3. 顧客セントリック
	4. 顧客満足	5. 顧客エンゲージメント	

3 1 ブランドや商品と顧客との接点。テレビCM、アプリ、WEBサイト、店舗、SNSの口コミ、価格比較サイトなど。

語群

3 1	1. ブランド推奨	2. タッチポイント	3. ティックトッカー
	4. ポートフォリオ	5. インフルエンサー	

3 2 コトラーがマーケティング5.0において定義づけている世代。2010年以降に生まれた世代。ミレニアル世代を親に持ち、幼少期からモバイル機器でコンテンツを積極的に消費してきた世代。

語群

3 2	1. X (エックス) 世代	2. Y (ワイ) 世代	3. Z (ゼット) 世代
	4. α (アルファ) 世代	5. β (ベータ) 世代	

3 3 情報通信技術を利用できる人々と、できない人々との間に生じた情報格差。

語群

3 3	1. デジタルネイティブ	2. デジタルマーケティング	3. デジタルエンゲージメント
	4. デジタルディバイド	5. デジタルインタラクション	

3 4 さまざまなチャネルを融合して、オンラインからオフラインへ、オフラインからオンラインへと、シームレスで一貫性のある顧客経験を生み出す手法。

語群

3 4	1. ショールーミング	2. ウェブルーミング	3. オムニチャネルマーケティング
	4. チャネルミックス	5. ダイレクトマーケティング	

3 5 ソーシャルメディアを使って、顧客とのインタラクションを管理し、長期的なリレーションシップを生み出すマーケティング手法。

語群

3 5	1. ソーシャルCRM	2. ソーシャライジング	3. ソーシャルセリング
	4. ソーシャルコネクター	5. ソーシャルリスニング	

【第6問】〈配点 5点〉

(解答番号は から)

以下の文章は、昨今の流通業に関する統計調査の結果である。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。

- 総務省統計局の家計調査年報(2022年 2人以上の世帯)によれば、新型コロナウイルスの感染症により、2019年と比較して2022年の消費行動に大きな影響がみられた主な品目として、飲酒代や口紅の減少率が5割前後と大きくなっている。また、婦人服は約2割減少している。
- 同じく家計調査年報によれば、新型コロナウイルスの感染症により、2019年と比較して大きく伸びているのは、保健用消耗品(マスク、ガーゼ含む)、チューハイ・カクテルと冷凍食品である。
- 経済産業省の電子商取引に関する市場調査によれば、2021年のB to CのEC化率が最も高いのは書籍、映像・音楽ソフトである。
- 同じく電子商取引に関する市場調査によれば、2021年のB to CのEC化率が、生活雑貨・家具では約3割と高いものの、衣類・服飾雑貨等では1割台にとどまっている。
- 総務省統計局の家計消費状況調査によれば、2023年3月時点でのネットショッピングの利用世帯(2人以上世帯)の割合は、未だ5割を下回っている。

【第7問】〈配点 10点〉

(解答番号は から)

下記は、A社の財務諸表（損益計算書、貸借対照表）および財務分析結果である。各設問に応えなさい。

設問1 A社の損益計算書の空欄に入る、最適な数字を語群から選択しなさい。

(単位：百万円)

売上高	6,700
売上原価	5,500
売上総利益	1,200
販売費及び一般管理費	750
営業利益	<input type="text" value="41"/>
営業外収益	50
営業外費用	60
経常利益	<input type="text" value="42"/>
特別利益	20
特別損失	40
税引前当期純利益	420
法人税、住民税及び事業税	160
当期純利益	260

語群

41	1. 4,300	2. 3,200	3. 1,950
	4. 450	5. 440	

語群

42	1. 340	2. 440	3. 450
	4. 480	5. 560	

設問2 A社の貸借対照表の空欄に入る、最適な勘定科目及び数字を語群から選択しなさい。

貸借対照表

(単位：百万円)

資産の部		負債及び純資産の部	
科目	金額	科目	金額
(資産の部)		(負債の部)	
流動資産		流動負債	
現金及び預金	600	支払手形	1,000
受取手形	3,600	買掛金	1,000
43	150	短期借入金	2,000
棚卸資産	1,100	流動負債合計	4,000
その他流動資産	850	固定負債	
流動資産合計	6,300	長期借入金	3,200
固定資産		固定負債合計	3,200
有形固定資産	3,500	負債合計	7,200
無形固定資産	120	(純資産の部)	
投資その他の資産	580	資本金	1,000
固定資産合計	4,200	利益剰余金	2,300
資産合計	10,500	純資産合計	44
		負債・純資産合計	45

語群

43	1. 買掛金	2. 売掛金	3. 支払手形
	4. 支払利息	5. 未払金	
44	1. 11,200	2. 10,400	3. 4,000
	4. 3,300	5. 3,200	
45	1. 14,200	2. 13,300	3. 12,100
	4. 11,500	5. 10,500	

設問3 A社の財務分析結果について、空欄に入る最適な数字を語群から選択しなさい。

○A社の粗利益率は %である。

○A社の営業利益率は %である。

○A社の流動比率は %である。

○A社の自己資本比率は %である。

○A社の総資本経常利益率は %である。

語群

46	1. 82.1	2. 35.8	3. 17.9
	4. 11.2	5. 6.7	

47	1. 17.9	2. 13.4	3. 11.2
	4. 6.7	5. 0.7	

48	1. 166.7	2. 157.5	3. 136.3
	4. 63.5	5. 60.0	

49	1. 30.5	2. 31.4	3. 38.1
	4. 40.0	5. 60.0	

50	1. 11.4	2. 6.6	3. 4.3
	4. 4.2	5. 2.5	