
第32期(2023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(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)

次の文章は、「SC白書 2023」による記述である。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。

- 2022年末時点の総SC数は3,133となり、2021年末から36SCが減少した。
- 2022年末時点の総SC数は、2018年末時点の総SC数3,220をピークに4年連続で減少した。
- 2022年は全国で36のSCがオープンしたが、この10年来オープンSC数及び総店舗面積ともに減少傾向が続いている。
- 2022年のオープンSCを都市規模別にみると大都市や小都市・町村より中都市への出店が多い。
- 2022年のオープンSCにおいては、行政の公募に応じて出店するケースや行政のまちづくり計画の一環として出店するケースが増えている。
- 2022年に閉店及びSC基準の対象外となったSC施設をオープン年別に見ると1960,70年代が17施設、80年代が23施設、90年代が27施設、2000年代以降が21施設であった。
- 2022年の全SCベースの年間総売上高(税抜き)の推計値は28兆897億円で、前年比8.7%増となり、ほぼ2019年の水準になった。
- 業種別に賃料を比較すると個別賃料、総合賃料ともに物販が最も高く、飲食、サービスと続く。
- 飲食とサービスの賃料には大きな開きが見られ、サービスの賃料は飲食の概ね40～60%の水準になっている。
- SC賃料・共益費2022(2021年度実績)調査結果によると2022年の売上高に占める賃料比率(個別徴収は共益費を含む)をみると、総合賃料では物販と飲食の賃料比率は、どちらも15%台となり賃料額とともにほぼ同水準になった。

【第2問】〈配点 10 点〉

(解答番号は 11 から 20)

次の文章は、「E Cの現状・動向と2024年問題」に関する記述である。空欄に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。

【E Cの現状と動向】

近年は、一般ユーザーの 11 の 12 シフトが急速に進み、多くの企業がE C市場に参入している。日本のE C市場は、 13 E C市場の伸びが著しい。

野村総合研究所の予測では、2026年のE C市場規模は約29.4兆円で、今後も成長し続ける見込みである。また、E C化率は、全ての商取引金額（商取引市場規模）に対する 14 商取引市場規模の割合を指すが、E C化率の数値は「どれだけ多くのユーザーがE Cで購買するのか」を推測するための材料になる。

経済産業省の発表によると、2021年時点で日本の、 13 B t o CのE C化率は 15 %となっているが、一方で、世界のE C化率は約19.6%で拡大傾向にある。

語群 (11 ～ 15)

1	物販系	2	購買チャネル	3	サービス系	4	供給チャネル
5	35.6	6	社会課題解決	7	電子	8	8.78
9	デジタル	10	販売チャネル				

【2024年問題】

物流・運送業界の「2024年問題」とは、 16 関連法の改正・施行に伴い2024年4月1日から物流ドライバーの時間外労働に上限規制が実施されることによってさまざまな影響がでることである。改正された法令は多岐にわたるが、主な改正点は、1) 時間外労働の上限規制、2) 月60時間超の時間外労働に対する 17 引上げ、3) 18 取得の義務化、4) 労働時間の確実な把握、5) 産業医機能の強化などがある。

E C物流業界では物流ドライバーの時間外労働上限規制により、ドライバー一人当たりの走行距離が短くなり、 19 でモノが運べなくなることやトラック運送・物流企業の売上や利益の減少、トラックドライバーの収入減少、荷主企業の 20 上昇など人手不足の深刻化や業務の圧迫問題などの影響が危惧されている。

語群 (16 ～ 20)

1	長距離	2	運送業	3	運賃	4	割増賃金
5	燃料費	6	有給休暇	7	労働基準	8	モーダルシフト
9	連続休暇	10	働き方改革				

【第3問】〈配点 10 点〉

(解答番号は 21 から 30)

次の文章は、「SDGsと商業施設」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。

- 21 「SDGsウォッシュ」とは、実態がともなっていないにも関わらず、SDGsに取り組んでいるように見せかけることをいう。
- 22 「ミレニアル世代(1981-1995 年生まれ)」「Z世代(1996-2012 年生まれ)」は世代の呼称であり、ミレニアル世代以降の世代は「SDGsネイティブ」と言われている。
- 23 「3R」とは、経済活動においてモノやサービスを生み出す段階から、リサイクル・再利用を前提に設計するとともに、できる限り新たな資源の投入量や消費量を抑えることで既存のモノをムダにせず、その価値を最大限に生かす循環型のしくみである。
- 24 「エネルギーミックス」とは、CO₂をはじめとした温室効果ガスを排出しない、または排出量を抑えたエネルギーのこと。太陽光や風力、地熱といった自然由来のエネルギーであることから「自然エネルギー」とも呼ばれている。
- 25 「CSR」とは、企業が社会のニーズや課題の解決に取り組むことで「経済的価値」と「社会的価値」の両方の価値を生み出すという経営戦略におけるアプローチのことである。
- 26 「ESG」とは環境、社会、企業統治という3つの言葉の頭文字の略語で、ESG投資は、投資をする際に、利益やキャッシュフローなどの財務情報に加えて、非財務情報としてESGの要素を重視する投資のことである。
- 27 消費者それぞれにとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うことをエシカル消費という。
- 28 「フェアトレード(公平貿易)」とは、発展途上国でつくられた農作物や製品を適正な価格で継続的に取引することより、生産者の生活を支える貿易のありかたのことを言う。
- 29 フードロスとは、本来食べられるのに捨てられてしまう食品をいう。食べ物を捨てることは、環境にも悪い影響を与えてしまう。
- 30 経済産業省では、ジェンダー経営を「多彩な人材を活かし、その能力が最大限発揮できる機会を提供することで、イノベーションを生み出し、価値創造につなげている経営」と定義している。

【第4問】〈配点 10 点〉

(解答番号は 3 1 から 3 5)

次の文章は、ビジネスにおける「ディスラプション」に関する記述である。空欄に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。

3 1 「持続的イノベーション」とは、企業が顧客のニーズを満たす目的のもと、自社の製品に関する性能の向上を図るために行うイノベーションのことである。持続的イノベーションは市場における既存の顧客が持つ価値基準に沿う形で行われるもので、企業側からすれば「既存の顧客に見離されない 3 1 のためのイノベーション」といえる。

(語群)

1	経営戦略	2	ミッション	3	生き残り	4	従業員	5	ガバナンス
---	------	---	-------	---	------	---	-----	---	-------

3 2 「破壊的イノベーション」とは、既存の市場で求められる価値を低下させつつ、新しい価値基準を市場にもたらすイノベーションのこと。市場競争のルールを根底から破壊し、既存企業の 3 2 を奪い、業界の構造を劇的に変えるほどの革新的なイノベーションを意味する。

(語群)

1	シェア	2	需要	3	サービス	4	期待	5	技術
---	-----	---	----	---	------	---	----	---	----

3 3 近年、グローバル化やIT化の進行により 3 3 が急激な変化を続けており、事業を長期的に安定して継続させることが困難になってきている。これまで好調な売上を確保できていた企業であっても、他社に新たな技術や製品などを生み出されることで、急激に業績が悪化してしまうおそれがあり、企業を存続させるための施策の1つとして、破壊的イノベーションに注目が集まっている。

(語群)

1	人口減少	2	国際情勢	3	金融政策	4	為替動向	5	市場環境
---	------	---	------	---	------	---	------	---	------

3 4 「イノベーションの 3 4 」とは、企業が既存顧客のニーズを満たす目的で持続的イノベーションを起こすことに注力した結果、破壊的イノベーションを起こせなくなり、破壊的イノベーションを起こす企業に後れを取る現象のことである。

(語群)

1	オーバーカム	2	クライシス	3	アクセプト	4	ジレンマ	5	ニグレクト
---	--------	---	-------	---	-------	---	------	---	-------

3 5 「 3 5 」とは、デジタルテクノロジーを活用することにより既存のビジネスモデルを破壊する企業のことである。破壊的イノベーターともいわれる。既存の企業や業界に大きな影響を与え、驚くべきスピードで顧客を奪っていくことが特徴である。

(語群)

1	スタートアップ	2	インベスター	3	G A F A	4	ディスラプター	5	ベンチャー
---	---------	---	--------	---	---------	---	---------	---	-------

【第5問】〈配点 10 点〉

(解答番号は 36 から 45)

次の文章は、「データドリブン経営」に関する記述である。空欄に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。

データドリブン経営とは、これまでのような 36 や勘に頼るのではなく、収集・蓄積されたデータの分析結果に基づいて 37 ・方針を決める経営のことである。
データドリブン経営が注目されている背景には、消費者が口コミサイトや 38 などを通して様々な情報を得て、多くの選択肢の中から自分のニーズにあった商品を選ぶなど消費者行動が多様化・複雑化していることがある。多くの企業では、消費者行動を正しく予測するために、データを活用し、消費者の 39 や嗜好から個人に適した商品を予測して提供することが重要視されるようになった。このため、企業の業務は多様化・複雑化し、従業員の 40 やコスト課題を解決するために効率的な経営がより一層求められているのである。

語群 (36 ～ 40)

1	属性	2	家族構成	3	事業領域	4	安心感	5	SNS
6	職業	7	戦略	8	ミクシー	9	知識	10	業務負荷
11	Web会議	12	見聞	13	ビジョン	14	経験	15	アプリ

次の左欄は、データドリブン経営の実現に役立つ主なITツールに関する語句である。右欄から最も適切な文章を選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

語群 (41 ～ 45)

41 CRM	1	顧客データの収集・蓄積や見込み顧客の育成、マーケティング施策の分析などの業務をツールで自動化することができる。
42 DMP	2	企業にあるリソースを最大限に活用し、効率的な経営を実現するための考え方やツールのこと。
43 ERP	3	メルマガやステップメールなどさまざまなメール配信手法のこと。
44 SFA	4	顧客との関係性を管理する手法やツールのこと。
45 MA	5	人のような知的な情報処理を実現するソフトウェア（プログラム）。
	6	インターネット上の顧客行動などのデータを一元的に管理し、企業のマーケティングなどに活用するためのプラットフォームのこと。
	7	営業活動の見える化や自動化に役立つツール。

【第6問】〈配点 10 点〉

(解答番号は 46 から 55)

次の文章は、経営戦略の基本に関する記述である。空欄に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。

企業が経営を行うにあたって最上位の概念となるのが、経営理念である。経営理念が企業の基本的な価値観を示し、戦略はそれを具現化するための、より具体的な 46 である。

経営理念とは、企業の存在意義や 47 を普遍的な形で表した基本的価値観の表明であり、「企業や組織は何のために存在するのか、経営をどういう目的で、どのような形で行うことができるのか」ということを 48 したものである。

これによって経営者は、基本的な考え方を内外に伝えて共有化したり、社員に対して行動や判断の 49 を与えたりすることができる。

この経営理念は、「 50 」や「フィロソフィー」とも呼ばれることもある。

経営戦略とは、企業あるいは事業の目的を達成するために、持続的な 51 を確立すべく設定された大局的な方針である。

経営戦略は、戦略を策定する階層や目的によって、大きく4つに分類される。

一般的に、企業としての経営戦略を策定する場合は、最初に全社戦略を構築した上で、それを事業戦略・機能別戦略へと落とし込んでいく。

経営戦略の4分類

全社戦略	企業全体、企業 52 全体に関わる戦略 (事業の取捨選択・M&A、事業部門間の 53 など)
事業戦略	事業部門・部署ごとに立てる戦略
機能別戦略	営業、販売、マーケティング、生産、財務、 54 など機能ごとに立てる戦略
その他戦略	I T戦略、 55 戦略などある特定の目的やテーマを実現するために立てる戦略

(語群)

1	競争優位	2	指針	3	発展	4	知的財産	5	明文化
6	有形	7	人事	8	方法論	9	大義	10	グループ
11	使命	12	資源配分	13	指標	14	クレド	15	ポジション

次の文章は、ビジネスフレームワークに関する記述である。空欄に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。

- 56 企業の目指す姿、果たすべき使命、大切にしている価値観などを表したものの。
- 57 理想と現実の差異を課題と捉え、理想を達成する為には何が必要かを分析する課題抽出法である。
- 58 企業の成功に大きく関与する外部要因の分析手法として、広く用いられ、現状の分析と今後受けるであろう影響の予測をする方法。
- 59 購買行動の動向やニーズの把握、競合の視点から成功している企業の動向などをもとに市場における成功要因を探り、自社との違いを明確にする。
- 60 注意・関心・検索・行動・共有のビジネスフレームワーク。
- 61 商品やサービスが顧客に提供されるまでの一連の活動を価値の連鎖として捉えたもので、「事業活動を俯瞰して、顧客満足を生み出し利益を創出するにはどこに目を付けるべきか」という点を見いだすための思考フレームワーク。
- 62 特定の課題に対して「なぜ」を繰り返し、本質的な問題を洗い出すビジネスフレームワークで、課題の解決策を列挙する際に有用である。
- 63 組織のマネジメントシステムを検証し、その在り方を考える際に有効なフレームワーク。
- 64 内部環境と外部環境の分析を通して、経営戦略や営業計画の立案を図るために作られたフレームワーク。競合と比較し、自社の強み・弱みを把握すると、自社の中核となる強みである「コアコンピタンス」が見えてくる。
- 65 マーケティングの目的である、自社が誰に対してどのような価値を提供するのかを明確にし、効果的に市場を開拓するためのマーケティング手法。

(語群)

1	ロジックツリー	2	SMART	3	VC分析	4	4P	5	PESTLE分析
6	SWOT分析	7	CRM	8	MVV	9	AISAS	10	VSPROモデル
11	GAP分析	12	3C分析	13	STP分析	14	PDCA	15	MECE

【第8問】〈配点 10 点〉

(解答番号は 66 から 70)

次の文章は、「R B V (リソース・バースト・ビュー)」に関する記述である。空欄に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 企業がビジネスを行うには潤沢な内部資源が必要である。また、その内部資源をどのように活用するかにより企業の明暗は大きく分かれる。R B Vとは、企業の 66 の源泉を内部資源などの強みに見出した戦略理論である。

(語群)

1	持続可能	2	ビジョン	3	存続	4	競争優位	5	システム
---	------	---	------	---	----	---	------	---	------

67 67 分析は、R B Vを基にして考えられた企業の内部資源に価値があるかを判断するフレームワークである。これを活用する事で、企業は内部資源のうちどこに焦点を当てた戦略を構築すべきかが明らかになる。

(語群)

1	VRIO	2	TOWS	3	PLC	4	4C	5	7S
---	------	---	------	---	-----	---	----	---	----

68 R B Vと対照的な理論の1つにポジショニング・ビューがある。この理論では、企業のビジネス機会や脅威、競合の新規参入、交渉力、代替品などを加味して自社の最も有効なポジショニングを考える。68 分析がポジショニングを考えるフレームワークとして有効である。

(語群)

1	パレート	2	PPM	3	PEST	4	BSC	5	5フォース
---	------	---	-----	---	------	---	-----	---	-------

69 内部資源に着眼し、外部環境分析を怠っていると 69 の変化に適応できず、新規参入企業にシェアを奪われてしまう危険がある。従ってR B Vとポジショニング・ビューの双方の視点を取り入れて、経営戦略を策定し実行に移す必要がある。

(語群)

1	デジタル化	2	戦術	3	政治	4	Eコマース	5	市場ニーズ
---	-------	---	----	---	----	---	-------	---	-------

70 具体的には、R B Vの視点でブランドやノウハウ等の内部資源をどのように活用するかを考え、ポジショニング・ビューの視点で内部資源が通用する環境の分析や、自社の脅威を探り 70 マネジメントをする必要がある。

(語群)

1	人材	2	組織	3	リスク	4	キャッシュフロー	5	戦略
---	----	---	----	---	-----	---	----------	---	----

【第9問】〈配点 10 点〉

(解答番号は 71 から 75)

次の文章は、コトラーの『マーケティング 4.0』に関する記述である。空欄に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。

「マーケティング 1.0 (1900～1960 年代)」の概念は「製品中心のマーケティング」である。マーケティング 1.0 では、「4Pモデル」のフレームワークが誕生した。

「マーケティング 2.0(1970～1980 年代)」は、「買い手志向のマーケティング」であり、71 モデルや 71 分析と呼ばれるマーケティングのフレームワークが使われるようになった。

「マーケティング 3.0(1990～2000 年代)」では、「社会的責任」と「インターネットの普及」から「ポジショニング」「72」「差別化」という3つの側面から見る「3iモデル」のフレームワークの下で企業を評価するようになった。

語群 (71 ～ 72)

1	LTV	2	トラッキング	3	ビジネス	4	SWOT
5	デマンド	6	STP	7	SEO	8	コンテンツ
9	CRM	10	セグメント	11	ブランド	12	オプトイン

「マーケティング 4.0(2010 年代～)」概念は「自己実現のマーケティング」である。物質的欲求、精神的欲求が満たされた次の段階が自己実現であり、「環境への配慮」のような社会的価値だけでなく、「自己実現」による精神的価値を満たす製品が求められるようになった。

また、近年、ソーシャルメディアやブログなどの普及により、買い手が自ら情報発信をしているため、企業のマーケティング活動は製品購入までのプロセスだけでなく、買い手の 73 のプロセスまで考える必要が出てきた。コトラーは、マーケティング 4.0 の時代のフレームワークは「4P」から「74」の時代に変わるとしている。また、マーケティング 4.0 時代以前の 75 のフレームワークとしての「4A」は、認知 (AWARE)、訴求 (APEAL)、調査 (ASK)、行動 (ACT)、推奨 (ADVOCATE) 5Aへと変化させるべきだとしている。

語群 (73 ～ 75)

1	口コミ	2	定性情報	3	購入後	4	データマイニング
5	3LP	6	商圏調査	7	3C	8	カスタマージャーニー
9	ニーズ	10	4C	11	BI	12	サブスクリプション

【第10問】〈配点 10点〉

(解答番号は 76 から 85)

次の文章は、「マネジメントの基本的機能」に関する記述である。空欄に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。

組織の目標達成や計画を遂行するうえで、マネジメントにとっての重要な4つの基本的機能を整理すると「計画策定」、「組織編成」、「指揮」、そして「調整」であり、下表の通りとなる。これらの機能が一体となることで、組織としての目標が策定され、目標達成に向けた取り組みが推進され、最終的に目標が実現する。

機 能		概 要
計画策定		組織の目標を達成するための 76 、戦略や戦術を策定するなど、組織や従業員が進んで行く方向性について戦略的な判断を示す。
	戦略的計画	通常は、中長期経営計画として組織全体の3～5年程度の目指すべき目標を設定する。
	戦術的計画	中長期経営計画をベースに単年度ごとに 77 として策定される。
組織形態		企業の組織形態は多種多様であるが、ここでは代表的な組織形態を取り上げる。
	機能別組織	開発、営業など業務内容や機能を分けることによって、仕事に特化した人員配置を行う組織構造。
	78 制組織	事業によって部署を分ける組織構造の1つで、製品別、地域別、顧客別など 78 それぞれに権限があるため、 78 単位で意思決定できるのが強みである。
	チーム型組織	企業などの組織形態の一つで、ある目的や事業、業務のために人員を集めてチームを作り、事業が終了したら解散する方式。
	79 組織	企業内に事業や製品分野ごとに仮想的な企業を設け、一つの独立したグループ企業のように責任や権限、予算、機能、人員などを抱え、社内の他部門に頼らず単独で事業を遂行していく。
	80 組織	機能別組織と 78 制組織を組み合わせた組織構造。複数の部門・ 78 に在籍でき、柔軟に業務に取り組めるのが特徴である。
指揮		組織の目標を達成するために、部下の 81 を高め、部下の行動や態度を変えること。
	82	部下の意見をほとんど求めることなく、業務の判断を下すマネジメントスタイル
	83	部下の意見を積極的に求めるマネジメントスタイル
	84	部下と一緒に業務の判断を下しつつ、社内の人間関係の構築を重視するスタイル
	放任型	部下へのアドバイスは最小限に留め、日々の具体的な業務より 85 の全体的な目標を重視するスタイル
調整		計画の実施状況を評価し、組織の目標を達成できるよう調整を加えるプロセスのこと。

語群 (76 ～ 85)

1	事業部	2	サポート型	3	指示型	4	提案型	5	マトリックス型
6	損益計画	7	コーチング型	8	行動指針	9	人材	10	モチベーション
11	事業計画	12	ネットワーク	13	プロジェクト	14	コア型	15	カンパニー型

【第 1 1 問】〈配点 10 点〉

(解答番号は 8 6 から 9 5)

次の文章は、「人的資本経営」に関する用語である。空欄に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。

8 6 8 6 とは、企業が全体としてもつ組織的な能力、あるいはその企業に固有の組織的な強みのことである。

8 7 8 7 とは、従業員の仕事に対する熱意や活力によって高いパフォーマンスが生まれる心理・活動状態を表す概念である。

8 8 事業活動に必要な人材タイプを明確化した上で、組織内の人的資源がどのように分類・構成されているのか、あるいは必要となるのかを分析したものを 8 8 という。中・長期の戦略的人材マネジメントの立案・実行に欠かせない。

8 9 8 9 とは、技術の発展や働き方の多様化などによる市場の変化に対応するため、新しいスキルや知識を再習得や再教育する取り組みのことである。

9 0 元社員に対して会社側が継続的にコミュニケーションをとり、優秀な人材の再雇用につなげるなどの施策が 9 0 制度で、近年は日本でも注目を集めている。

9 1 9 1 制度とは、年齢や社歴の近い先輩社員が、後輩社員の業務やメンタル面の両方の悩みを聞き、サポートする制度のことである。

9 2 ビッグデータやクラウド、I o TやA I (人工知能) などのテクノロジーを用いて、人事が抱える課題を解決に導くサービスや技術のことを 9 2 という。

9 3 今までのキャリアから路線変更をして、未経験の業界や職種へ転職することを 9 3 という。

9 4 9 4 休暇とは、長期間勤務者に与えられる長期休暇のこと。通常の有給休暇や年次休暇とは異なり、使途に制限がなく、期間は少なくとも 1 ヶ月以上、長い場合は 1 年間の休暇となる場合もある。

9 5 9 5 は職場外研修のことで、セミナーや独自の研修プログラムなどを行い、従業員の能力向上や知識の増強、業務プロセスの改善などを目的として行われる。

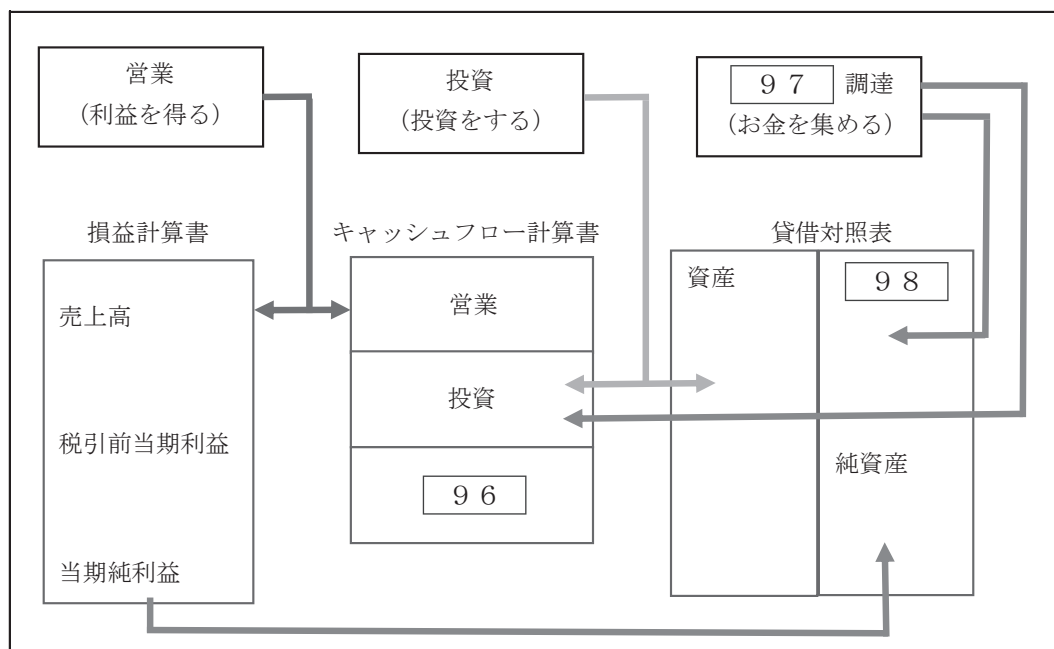
語群 (8 6 ～ 9 5)

1	メンター	2	ワークエンゲージメント	3	リスキリング	4	O J T	5	リカレント教育
6	OFF-J T	7	キャリアパス	8	アルムナイ	9	HRテック	10	ケイパビリティ
11	S X	12	人材ポートフォリオ	13	キャリアチェンジ	14	サバティカル	15	リフレッシュ

【第 1 2 問】〈配点 10 点〉

(解答番号は 96 から 100)

次の図及び文章は、「財務三表」に関する記述である。空欄に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。



損益計算書は企業の経営成績がわかる書類で、収益・費用・利益の3つの要素が記載される。

貸借対照表は、企業の 96 状態がわかる書類で、企業の資産、 98 、純資産を管理している。

資産の具体例は、現金預金、売掛金、商品、貸付金、有価証券、車両運搬具、 99 などである。

キャッシュフロー計算書は、「営業活動」「投資活動」「財務活動」の3つに区分してキャッシュフローを見ていくことで、何のための活動で 97 が増減したかを把握することを目的としている。 100 は、事業で得た 97 から設備投資費など、事業維持のために必要支出を差し引いたキャッシュフローを指す。

語群 (96 ～ 100)

1	負債	2	キャッシュフローマージン	3	金銭債務
4	債権	5	直接金融	6	土地、建物
7	キャッシュ・イン	8	財務	9	間接金融
10	元本	11	長期借入金	12	資金
13	流動負債	14	フリーキャッシュフロー	15	資本

【第13問】〈配点 10点〉

(解答番号は 101 から 110)

次の左欄は、「財務分析、財務指標」に関する語句である。右欄から最も適切な文章を選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

財務分析

語群 (101 ～ 102)

	成長性分析	1	ヒト・モノ・カネの経営資産がそれぞれどのくらい効率化できているかを知る方法
101	収益性分析	2	企業として順調に成長できているか・将来性があるかどうかを調べる方法
	安全性分析	3	企業がどれほどの利益を獲得しているかを分析する方法
102	生産性分析	4	倒産リスクや支払い能力の有無を調べる方法

財務指標

語群 (103 ～ 110)

103	売上高営業利益率	1	付加価値を生み出すために人件費をどのくらい効率に使えているかを示す
104	総資本利益率	2	人件費の適正度合いを知る
105	流動比率	3	固定資産が安定した資金でまかなえているかどうかを知る
		4	効率よく利益を獲得する力がどのくらい成長しているのかを示す
106	固定長期適合率	5	企業が全ての資本を利用して、どれだけの利益を上げているかを示す
107	労働生産性	6	売上高が1年間でどのくらい増えたかを示す
108	売上高付加価値率	7	固定資産や株の取得や売却によるお金の流れを知る
		8	本業で儲ける力を示す
109	売上高成長率	9	従業員がどのくらい増えて企業が成長したのかを示す
110	従業員増加率	10	自己資本に対する中長期的な債務返済能力を示す
		11	本業以外の部分も含めた企業全体の稼ぐ力を示す
		12	事業に投資した資本（資産）をどのくらい効率よく活用できたかを示す
		13	企業が新しく創造した価値の割合を示す
		14	短期的な支払い能力が問題ないかどうかを示す
		15	自己資本をどのくらいのペースで増やせたかを示す

【第 1 4 問】〈配点 10 点〉

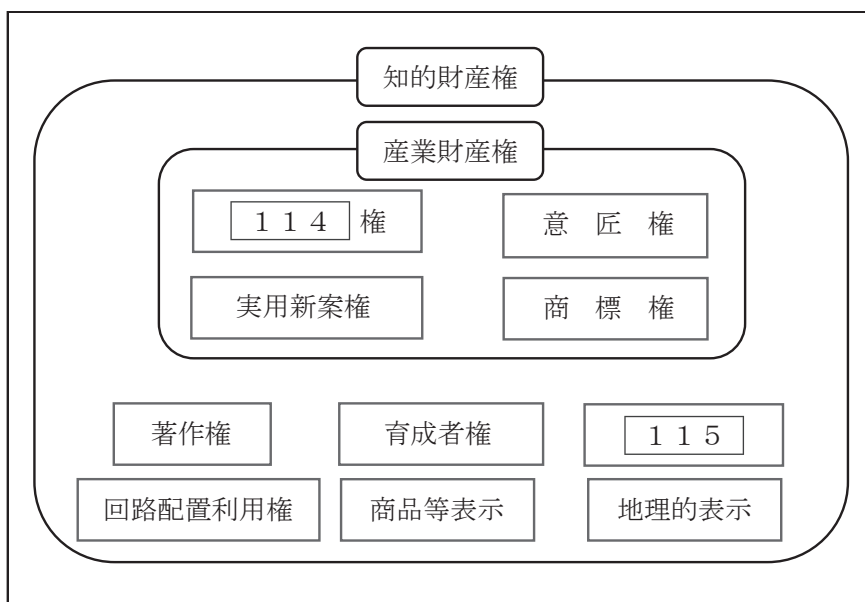
(解答番号は 1 1 1 から 1 1 5)

次の文章は、A I 生成物の広がり「知的財産権」に関する記述である。空欄に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。

知的財産権制度とは、知的創造活動によって生み出されたものを、創作した人の財産として 1 1 1 するための制度である。

知的財産基本法において「知的財産とは、発明、1 1 2、植物の新品種、意匠、著作物その他の人間の創造的活動により生み出されるもの（発見又は解明がされた自然の法則又は現象であって、産業上の利用可能性があるものを含む。）、商標、商号その他事業活動に用いられる商品又は役務を表示するもの及び 1 1 3 その他の事業活動に有用な技術上又は営業上の情報をいう。」としている。

知的財産権は、1 1 4 や著作権などの創作意欲の促進を目的とした「知的創作物についての権利」と、商標権や 1 1 5 などの使用者の信用維持を目的とした「営業上の標識についての権利」に大別される。今後、A I 生成物に関する知的財産権の現状と課題について考察を深めるとともに、その対応策について検討する必要がある。



語群 (1 1 1 ～ 1 1 5)

1	称号	2	保護	3	個人情報	4	承諾	5	商号
6	特許	7	認許	8	管理	9	創案	10	営業秘密
11	発案	12	保全	13	機密情報	14	考案	15	屋号

【第 15 問】〈配点 10 点〉

(解答番号は 1 1 6 から 1 2 5)

次の文章は、「インボイス制度と改正電子帳簿法」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。

- 1 1 6 インボイス制度とは、複数税率に対応した消費税の仕入税額控除の方式で、正式名称は「適格請求書等保存方式」で 2023 年 10 月 1 日にスタートする。
- 1 1 7 「インボイス」とは、適格請求書のことで、現行の請求書記載事項に追加して「適格請求書発行事業者登録番号」のみを記載したものである。
- 1 1 8 一定の要件を満たしたインボイスを売り手が買い手に発行し、双方が適格請求書を保存することで、消費税の仕入税額控除が適用されるようになる。
- 1 1 9 適格請求書発行事業者とは、売上時に受け取った消費税額から仕入時に支払った消費税額を差し引いて納税する仕組みのことをいう。
- 1 2 0 仕入時に適格請求書が発行されない場合、買い手は、仕入税額控除が適用されないため、売上時に受け取った消費税額をそのまま支払わなければならない
- 1 2 1 電子帳簿保存法とは、各税法で原則として紙での保存が義務づけられている帳簿書類について一定の要件を満たした上で電子データによる保存を可能とすること、および電子的に授受した取引情報の保存義務等を定めた法律である。
- 1 2 2 2022 年 1 月から施行された改正電帳法は、「電子取引」に関するデータ保存の義務化が盛り込まれなかったが、2023 年 12 月末まで 2 年間に行われた電子取引については従来どおりプリントアウトして保存しておくことが認められた。
- 1 2 3 電帳法の主な保存区分は、1) 電子帳簿等保存、2) スキャナ保存、3) 電子取引データ保存の 3 種類に分けられた。「電子帳簿等保存」とは、見積書・請求書・領収書・納品書など、取引に関する情報を電子的に授受する取引を保存することである。
- 1 2 4 「スキャナ保存」は、「紙で受領・作成した書類を画像データで保存」することである。具体的には、相手から受け取った請求書や領収書などを、スキャニングして保存することである。
- 1 2 5 「電子取引データ保存」は、「電子的に作成した帳簿・書類をデータのまま保存」することである。具体的には、自分が会計ソフト等で作成した帳簿や決算関係書類などを「電子データのままで保存する」ことを指す。