

問題No.1

生鮮三品店に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 青果店では、店舗の開放度を広く取った店舗で対面販売が多く、奥行きを浅く取るレイアウト構成は、店頭ばかり利用されがちになり奥が使われにくい
2. 青果店のバックヤードは、商品保管、パック詰め等で必要なスペースであるので売り場とは明確に分けておく必要がある
3. 鮮魚店の売り場ゾーニングでは、売り場ゾーンと作業室ゾーンをスクリーンで区別し対面販売方式を取ることが多い
4. 精肉店は、肉加工室とお客を冷蔵ショーケースではさみ売り買いがされる対面販売になるため、パック詰め商品をとるセルフ方式での売り方はしない

【解説】

4. パック詰め商品のセルフ方式を問う場合もある。ここでは、基本的な売り方のセルフ方式、対面販売の基本を学ぶ。改訂新版・Vol. 4「商業施設 創造とデザイン」IV商業の現場の実際とその傾向 2. 業態別の実際例 p.164 参照

答 4

問題No.2

飲食店のゾーニングに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 料理を出し下げするデシャップゾーンは、客席に近く配置するのでどうしても厨房から離れてしまうことが多い
2. デシャップゾーンは、レジカウンター側にあると便利で効率が良い
3. ドリンクを作るゾーンは、料理厨房とは別に分けると良い
4. ゾーニングは、店のオペレーションにより決まる

【解説】

1. デシャップは厨房と分離すると機能しなくなる。改訂新版・Vol. 4「商業施設 創造とデザイン」IV商業の現場の実際とその傾向 2. 業態別の実際例 p.189 参照

答 1

問題No.3

コーヒESHOPに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 店内は、売店、カウンター、客席、化粧室、スタッフルームを一連の中で組み合わせて計画する
2. セルフサービス型店では、一般にカウンターでの注文、渡し、返却となるため、カウンターの

位置決めは設計上のキーポイントとなる

3. カウンター厨房と客席の床レベルは同じにすることが望ましい。困難な場合、浅型グリーストラップの使用でできるだけ低くすることが望ましい
4. 客席は、喫煙、禁煙ゾーンを分け、テーブル席、カウンター席、大テーブル席、ソファ席を組み合わせ、禁煙ゾーンから喫煙ゾーンには煙が流れないようにする

【解説】

4. 禁煙ゾーンから喫煙ゾーンに煙が流れるのではなく、禁煙ゾーンには煙が行かないようにする。改訂新版・Vol. 4「商業施設 創造とデザイン」Ⅳ商業の現場の実際とその傾向 2. 業態別の実際例 p. 192 参照

答 4

問題No.4

企画の流れに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 経営企画とは、経営哲学を事業として実践させる詳細なマーケティング戦略である
2. 営業企画とは、経営計画と市場開発、営業開発企画などである
3. 商業施設の企画とは、事業主体者がそのプロジェクトを中心とする商業活動によって生活者の便利を図り、適正な利潤を追求するための場を企画立案することである
4. 商業施設の企画とは、必要な要素を抽出し調査、分析の上、目的とすべきものを創造的に設定することである

【解説】

1. 詳細なマーケティングでなくトータルなマーケティングである。改訂新版・Vol. 4「商業施設 創造とデザイン」Ⅳ商業の現場の実際とその傾向 2. 業態別の実際例 p. 348 参照

答 1

問題No.5

設計に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 物品販売関連の基本設計は、販売方法の決定、売り場規模の設定、商品位置計画、バックヤード配置規模検討、顧客・従業員の動線計画、出入り口の設定、レジカウンターの位置の設定の作業が必要である
2. 飲食サービス関連業態の基本設計は、所要客席数および食卓・椅子のサイズ、各種作業動線計画、厨房サービスエリア及びレジ等の機能的動線計画、業態特性による個性ある空間デザインづくりである
3. 各種サービス関連業態の基本設計は、立地条件に合致した配置計画、業種業態の特性による各種設備機器の配置と管理、作業動線計画である
4. 企画設計とは、プロジェクトの計画を構想内容すべて、根本的な要件をイメージとして表現す

るものである

【解説】

4. 根本的イメージでなく、根本的コンセプトとして、が正しい。改訂新版・Vol. 4「商業施設 創造とデザイン」Ⅳ商業の現場の実際とその傾向 2. 業態別の実際例 p. 352 参照

答 4

問題No.6

ドラッグストアに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 店内レイアウトは基本的にはセルフ方式が基盤となり、動線計画は画一的なほうが良い
2. コンビニエンスドラッグでは、入り口は一箇所で対応が可能であるが、スーパードラッグでは I NとO U Tを明確にするべきである
3. 販売方式はセルフ販売が基本となるが、医薬品、化粧品部門ではショーケースによる対面販売の形態を整えるべきである
4. 商品の搬出入のため、別途に搬入口を設ける必要がある

【解説】

基本的には店内のレイアウト上ではセルフ方式が基盤となっているが、単に画一的な導線計画ではなく、提案型コーナーなどを設け、季節感を演出することによって全体の雰囲気有效果的なものにする必要がある。

答 1

問題No.7

各種業態施設の計画と関連法規の組み合わせとして、最も不適当なものはどれか。

1. フィットネスクラブ ----- 公衆浴場法、美容師法
2. シネマコンプレックス ----- 興業場法、食品衛生法
3. クラブ、ディスコ ----- 風営法、酒税法
4. パチンコ、スロット店 ----- 風営法、駐車場法

【解説】

規模や内容によっては適用を受ける可能性のある関連法規を列挙したものである。ただし、クラブ、ディスコでの通常の酒類販売は酒税法の適用除外となっていて、計画に考慮の必要はない。

答 3

問題No.8

物品販売施設に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. スポーツ用品店では、シーズンごとに変化する商品に対応するため商品陳列はフレキシブルにしたほうが良い
2. 化粧品店の商品分類では、大きくはカウンセリングが伴う制度品メーカーの商材と、アドバイス程度のセルフでの購入に向く一般商材に2分される
3. アパレルショップでは他の業態に比べてターゲット層が絞りにくい
4. めがね店の設計では、医療、ファッション、スポーツ、貴金属系といった4つの属性をいかにミックスし設計に落とし込んでいくかがポイントである

【解説】

3. 世代、性別、独身か既婚者か等々比較的ターゲットの絞り込みは容易である。改訂新版・Vol.4「商業施設 創造とデザイン」IV商業の現場の実際とその傾向 2. 業態別の実際例 p.167、171、172、176～177 参照

答 3

問題No.9

和・洋菓子店に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 計画にあたって店舗の衛生状態を良好に維持するために、クリンリネンス性に対して十分考慮しなければならない
2. 実演スペースや、店頭、店内での季節感を持たせたディスプレイにより、店舗内の演出を図ることは必要不可欠である
3. 和・洋菓子を同じ場で売ることにより専門性のある菓子店としての相乗効果を生むことができる
4. 店舗形態として、対面ケースをメインにしたもの、専門商品をメインにしたもの、進物等ドライ商品をメインにしたものなどが基本的な要素である

【解説】

3. 菓子は生活文化を象徴した商品であるため、特異な場合を除いて、和・洋菓子を同じ場で売るとは避けなければならない。

答 3

問題No.10

他業種複合型パチンコ店に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 店舗の規模としては、1,000坪から2,000坪程度が主流で、基本的にワンフロア構成である
2. 他の複合施設との境界部分に共有スペースを設け、そこから各施設に自由に行き来できる導線

計画が望ましい

3. 遊技台特有の音についての遮音対策が必要である
4. 機械設備、空調設備は、他の業種に比べ比較的容量が大きい

【解説】

他に風俗営業適用法に該当する施設がある場合、18歳未満の者の入場は認められない。そのため他の施設利用者との導線を分ける必要がある。改訂新版・Vol.4「商業施設 創造とデザイン」Ⅳ商業の現場の実際とその傾向 2.業態別の実事例 198～199 参照

答 2

問題No.11

VMDに関する次の記述のうち、最も適当なものはどれか。

1. VMDは、企業戦略である
2. VMDは、商品を置く空間を作ることである
3. VMDは、品揃えのことである
4. VMDは、商品の見せ方のことである

【解説】

VMDとは、売上の向上を目的とした企業戦略である。VMDは商品を置く空間を作るストアデザイン、品揃えのマーチャンダイジング、商品の見せ方のプレゼンテーションの3つの要素からなっている。

答 1

問題No.12

VMDに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 人間の五感の中で、視覚に訴える表現である
2. 企業理念に基づいた組織的活動である
3. ディスプレイデザインを主にした活動である
4. 日本では、ビジュアルマーチャンダイジングの略語として使われている

答 3

問題No.13

色の持つ性質に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 面積が大きくなるほど明るい色も暗い色も、より明るく見えることを面積効果という

2. 視認性の最も高い組み合わせは、地色が黄色で絵柄・文字が黒である
3. 色光の三原色は、バイオレットブルー・グリーン・オレンジレッドである
4. 心理四原色とは、赤・黄・緑・青である

【解説】

面積が大きくなるほど明るい色はよりも明るく見え、暗い色はよりも暗く見えることを面積効果という。

答 1

問題No.14

サイン計画に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. サインは英語でSIGNと記され、看板・符号・標識の意味を持ち、“身振りで合図する”ことや“署名”の意味を持つ
2. サインの類似語にSymbol(シンボル)があり、表示物自体のことである
3. 情報伝達する手段にSignal(シグナル)があり、伝達手段を視覚に限定しない
4. 日本では奈良時代から、サインの考え方があり、江戸時代に発達した

【解説】

サインの類似語にSymbol(シンボル)象徴がある。サインは一つの表示が一つの伝達情報を記しているのに対し、シンボルは物自体のことではなく、別の意味を喚起・連想させる点にサインとの異差がある。

答 2

問題No.15

見本市に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 見本市の形態をとった一般消費者向けの見本市も開催されている
2. 見本市は商品や技術を展示・紹介するもので、販売や宣伝活動を必ずしも目的とするものではない
3. 業界単位の見本市は先鋭化し、さらに特化していく傾向にある
4. 見本市は業界関係者やメディア、招待客に対して商用目的に開催される

【解説】

見本市は商品や技術を展示・紹介し、販売や宣伝活動、商談や交流を図るもので、業界関係者やメディア、招待客に対して商用目的に開催される。改訂新版・Vol.4「商業施設 創造とデザイン」IV商業の現場の実態とその傾向 2.業態別の実例 p.349参照

答 2