

問題 No.1

わが国の商業生成に関する次の組み合わせのうち、最も不適当なものはどれか。

1. 問丸 ----- 鎌倉時代
2. 問屋 ----- 江戸時代
3. 都における東西市 ----- 室町時代
4. 楽市・楽座 ----- 安土・桃山時代

【解説】

「都における東西市」は、奈良時代、「問丸」は鎌倉時代、「楽市・楽座」は安土・桃山時代、「問屋」は江戸時代に発達した。

答 3

問題No.2

わが国における小売業態と第1号店の組み合わせに関する次の記述うち、最も不適当なものはどれか。

1. ディスカウント・ストア ----- ダイクマ
2. デパートメント・ストア ----- 三越呉服店
3. コンビニエンス・ストア ----- セブンイレブン
4. スーパーマーケット ----- ダイエー

【解説】

わが国初のスーパーマーケットは、1953年（昭和28年）11月28日、東京・青山に開店した「紀ノ国屋」といわれている。改訂新版・Vol.4「商業施設・創造とデザイン」p.12～16

答 4

問題No.3

次の記述の に入る語句として、最も適当なものはどれか。

『商業の流通により、消費者の大きな変化を迎えている。いかに顧客に商品を通じて を与えられるかが今後の勝敗を左右する。』

1. 驚きや感動
2. 接客サービス
3. 情報提供
4. 顧客満足度

答 1

問題No.4

ケネディ大統領の「消費者の保護に関する特別教書」における消費者の4つの権利に含まれないものは、次の記述のうちどれか。

1. 正確な情報が与えられる権利
2. 意見が聴かれる政府や企業の政策に反映される権利
3. 商品が安く購入できる権利
4. 安全が守られる権利

答 3

問題No.5

個人及び社会のニーズの変化を説明する仮説として、A・マズローの欲求5段階説が挙げられるが、次の記述うち、最も高次元の欲求とされているものはどれか。

1. 自分の個性を最大限生かし、自分らしい暮らしをしたいという欲求
2. 人から認められ、尊敬されたいという欲求
3. 人から愛され、集団から疎外されたくないという欲求
4. 生命維持のための食欲・性欲・睡眠欲などの本能的・根源的な欲求

答 1

問題No.6

次の記述の に入る語句として、最も適当なものはどれか。

『ロジスティクスとは、原材料から最終製品までの物流を計画的に実行する総合的な業務体系を指すが、を加味して、市場の動向、原材料の調達、製造支援、顧客の購買行動などに及ぶ、情報、資金、人材、技術などの一連の統合されたシステムとしてとらえられる。』

1. E-コマース
2. コスト・コントロール
3. 資源リサイクル
4. マーケティング

【解説】

ロジスティクスに関する知識を問う問題である。改訂新版・Vol.4「商業施設・創造とデザイン」p.48～49

答 4

問題No.7

「改正まちづくり三法」に含まれない法律は、次の記述のうちどれか。

1. 改正都市計画法（都市の秩序ある整備を図るための都市計画法等の一部を改正する法律）
2. ハートビル法（高齢者、身体障害者等が円滑に利用できる特定建築物の促進に関する法律）
3. 改正中活法（中心市街地の活性化に関する法律）
4. 大店立地法（大規模小売店舗立地法）

【解説】

2. ハートビル法は、高齢者、身体障害者等が円滑に利用できる特定建築物の促進に関する法律である。

答 2

問題No.8

バリアフリー新法に関する次の記述のうち、最も適当なものはどれか。

1. 中心市街地活性化法の一部であること
2. 改正大規模小売店舗立地法に関係すること
3. まちづくりに関係する法律のこと
4. 高齢者、身体障害者等の移動等円滑化促進に関すること

【解説】

4. バリアフリー法は、平成 18 年 6 月に同法が公布され 12 月から施行

答 4

問題No.9

一般的に取り扱う商品によって商圈の範囲が異なる。次のA～Cの商品で商圈範囲が拡大する順を示す組み合わせのうち、最も適当なものはどれか。

A 買回品

B 最寄品

C 専門品

1. $A < B < C$
2. $B < A < C$
3. $B < C < A$
4. $C < A < B$

【解説】

最寄品<買回品<専門品 商品の特質と商圈範囲との関連を問う問題である。改訂新版・Vol. 4「商業施設・創造とデザイン」p. 32～33

問題No.10

商店街の商圈規模分類に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 近隣型商店街
2. 地域型商店街
3. 広域型商店街
4. 都市型商店街

【解説】

中小企業庁実施の『商店街実態調査』によると、その商店街の性格は、次の4分類に分けられる。

1. 「近隣型商店街」は、最寄品中心で地元主婦が日用品等を徒歩または自転車等により日常性の買い物をする商店街。
2. 「地域型商店街」は、最寄品および買回品店が混在し、商圈規模は近隣型よりもやや広い範囲から徒歩及びバス等で来街。
3. 「広域型商店街」は、百貨店、量販店等を含む大型店があり、最寄品よりも買回品が多い商店街。
4. 「超広域型商店街」は、百貨店、量販店等を含む大型店があり、有名専門店、高級専門店を中心に構成され、遠距離から来街者が買い物をする商店街である。

答 4

問題No.11

商品の購買経験者である、特定の顧客との間で良好な関係を維持することで、さらなる満足を高めることを目標に構築するマーケティング戦略。そのマーケティング戦略に関する次の記述のうち、最も適当なものはどれか。

1. リレーションシップ・マーケティング
2. インターナル・マーケティング
3. マス・マーケティング
4. ブランド・マーケティング

【解説】

基本的なマーケティング用語の知識を問うものである。インターナル・マーケティングは、顧客満足を高めるために組織の内部人材の満足に配慮するものである。

答 1

問題No.12

サービスに関する次の文章内容として、最も適当なものはどれか。

『サービスを無形財ないし、無体財と呼んでいる。これは顧客がサービスを購入する前に見る

ことも、触れることもできないことを意味している。これを生産と消費の同時性と表現することができる。ホテルでは、水飲み用グラスは新しい紙やビニール袋で包まれ、トイレの便座には「消毒済」の紙バンドが巻かれ、ティッシュの端は使い古しではないことを示すように三角形に折り込まれている。このサービスは？』

1. サービスの有形化
2. サービスによる利益の強調
3. サービスのブランド化
4. 著名人の名声の利用

答 1

問題No.13

「サービス商品」の特性に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 事前に展示することや伝えることができない
2. 生産と消費が同時に行われる
3. 標準化することにより、商品の均一化が可能
4. 在庫としてストックすることができない

【解説】

サービス商品に関する知識を問うものである。

答 3

問題No.14

次の記述の に入る語句の組み合わせとして、最も適当なものはどれか。

『広告コンセプトは、広告で何を伝えたいのかという (A) と、その商品の (B) を基盤にセグメントされた (C) に理解されるべきものである。こうして広告コンセプトが決まっていけば、その広告テーマも決めやすくなり、さらにそれがコピーやビジュアルやシンボルなどに (D) されていって、いわゆる広告表現となっていくのである。』

1. A ターゲット B 視覚 C ポジショニング D 戦略化
2. A ターゲット B 戦略化 C ポジショニング D 視覚
3. A ポジショニング B ターゲット C 戦略化 D 視覚
4. A ポジショニング B 戦略化 C ターゲット D 視覚

答 3

問題No.15

2004年のG8サミットにおいて小泉総理（当時）より提案し合意された、資源の有効利用を通じ、環境と経済が両立した循環型社会を構築するための「3Rイニシアティブ」の3つのRに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. RECYCLE（再生利用）
2. RETEANABLE（回収使用）
3. REDUCE（発生抑制）
4. REUSE（再使用）

答 2