

問題No.1

マーチャンダイジ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. 商品政策、商品化計画のことである
2. メーカーでは商品開発や商品管理のことであるが、小売店や問屋では商品を仕入れ取り揃える活動のことである
3. 一般的にマーケティングに含まれる概念である
4. 販売促進やプロモーション活動は含まれない

【解説】

マーチャンダイジングには販売促進やプロモーション活動含まれる

答 4

問題No.2

業態に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 顧客に商品を提供する方法による区分のこと
2. 取扱い商品や事業の種別による区分のこと
3. 商品構成、価格ゾーン、販売方法、運営方法、店舗形態などによる区分のこと
4. 量販店やカタログ販売は業態区分である

【解説】

業態とは顧客に商品を提供する方法による区分のことで、取り扱い商品や事業の種別による区分は業種（八百屋、魚屋、肉屋など）という。業態（type of operation）、業種（type of business）

答 2

問題No.3

ジェネラルマーチャンダイズストア(GMS)に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. GMSが主として対応してきたニーズは、総合食品を中心としたベーシックなニーズである
2. GMSは、百貨店志向を強める業態や、ディスカウント志向を強める業態といったように細分化が進んでいる
3. GMSは、衣・食・住全般における生活必需品を総合的に供給する店である
4. 百貨店は嗜好品を中心としたハイライフニーズで、アップスケールGMS業態は従来のGMSの中間ニーズの領域をカバーしようとしている

【解説】

GMSが対応してきたニーズは、生活必需品を中心としたベーシックなニーズである。改訂新版・Vol.4「商業施設 創造とデザイン」p.72

答 1

問題No.4

生鮮三品を扱う専門業種に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 青果店は、商品アイテムが多く、店先に商品を多く陳列する傾向があるが、店内を含め商品全体を見てもらう工夫をする必要がある
2. 鮮魚店では、刺身を売する場合ほとんどがパック詰めになってしまうが、一尾丸ごとを厨房でさばいて売る場合もある
3. 精肉店でコロッケを売する場合、おいしそうに見せるため、加工室の外に出て実演的に揚げる場合もある
4. 精肉店と鮮魚店を併用して販売する場合は、それぞれの加工室を設置して、精肉と鮮魚の加工室を仕切らなければならない

【解説】

調理はいかなる場合においても加工室の中で行わなければならない。改訂新版・Vol.4「商業施設 創造とデザイン」p.162～164

答 3

問題No.5

アパレルショップに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. フィットングルームやレジの位置は、オペレーションによって決まる
2. エントランスエリアに展開する商品は、売り上げには大きく影響しない
3. ストックの面積は全体面積の10%～15%程度必要である
4. 最近では、ショーウィンドウをあえて設けないショップが増えている

【解説】

エントランスエリアは、ショップコンセプトを顧客に訴求する重要な部分であり、そこで展開する商品によって売り上げは大きく影響される。改訂新版・Vol.4「商業施設 創造とデザイン」p.167

答 2

問題No.6

ジュエリーショップに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 接客方法は対面ケースが主体であるが、グレード感を出すためや特別な意識を持たせるために、テーブル対応で丁寧に接客する方法で計画されることもある
2. 色温度 5,000～6,000 ケルビンの点光源を複数使い、ジュエリーのきらめき感を表現する
3. 床や壁の素材や、表現による店舗の雰囲気が商品の印象度に大きく影響する
4. 商品の直しやクリーニングを行うワークスペースは、レジ機能とサービス機能を兼ねる場合が多い

【解説】

色温度 3,000～5,000 ケルビンの点光源を複数使うのが一般的である。シルバーリングには 4,500 ケルビン程度の白い光でシャープな陰影をつける。この 2 種類の光を使って効果的に演出する。改訂新版・Vol.4 「商業施設 創造とデザイン」p. 170

答 2

問題No.7

スポーツ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. ゾーニングの手法として、レジカウンターを中心にしたものや、シンボリックな造作を中心として構成するものなどがある
2. 商品陳列はフレキシブルなものにした方が、シーズンごとに変化する商品に対応することができる
3. 多岐にわたる商品をひとつひとつのカテゴリーとしてより明確に見せるよう演出する
4. ストックルーム、フィッティングルームは、レジカウンターからなるべく離れた位置に設ける

【解説】

オペレーション上、レジカウンターの近くにストックルーム、フィッティングルームを設けることが望ましい。改訂新版・Vol.4 「商業施設 創造とデザイン」p. 172

答 4

問題No.8

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. 店内レイアウトは画一的な動線計画ではなく、提案型コーナーなどを設け季節感などを演出する
2. コンビニエンスドラッグでは出入り口は一箇所に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. 販売方式は完全セルフ販売とする
4. 商品の搬出入のため別途に搬出入口を設ける必要がある

【解説】

医薬品部門と化粧品部門にはショーケースによる対面販売の携帯を一部は整えるべきで、ライトカウンセリングができるようにする。改訂新版・Vol.4「商業施設 創造とデザイン」p.102

答 3

問題No.9

和食店、すし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. 比較的小さな和食店は、カウンターを中心としたオペレーションを採用することが多い
2. 和食店のオペレーションは、カウンターを中心にし、周りに機能が集中するため客動線と従業員動線が交わる可能性は少ない
3. 握りすし店は比較的小さな規模でカウンターを中心とする店が多く、客の目の前で見えるように寿司種を並べる冷蔵ショーケースが置かれていることが多い
4. 小規模すし店において、テーブル席や個室がある場合は、カウンターで握った寿司をテーブル席の客に運ぶためにカウンターの一部を配膳用とする場合がある

【解説】

2. 客動線と従業員動線が交わる危険性がある。改訂新版・Vol.4「商業施設 創造とデザイン」p.189～190

答 2

問題No.10

中国料理店の基本動線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. エントランスホールから一般客への導入と、宴会席への導入は一緒の方が望ましい
2. パントリーから一般席へと、パントリーから宴会席へのそれぞれのサービス動線は分けた方がよい
3. 一般席のサービス動線は、一巡して廻れる動線が望ましい
4. 取り皿の出し下げが頻繁なため、一般席にはどの客席からも、ほぼ同じ距離にサービスステーションを設けた方がよい

【解説】

1. 導入は別々が望ましい。改訂新版・Vol.4「商業施設 創造とデザイン」p.191

答 1

問題No.11

ショッピングセンターにおける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、施設・店舗の外装設計の重要な構成要素の一つであり、外装意匠の一環として位置づけ計画する
2. サインは、可読距離別に計画配慮すべきである
3. 遠距離用大型サインは可能な限り大きくし、交通量の激しい大勢の人が注目する場所に設置する
4. サイン計画は施設、店舗計画の補完的業務であり、店舗設計者以外が担当するのが望ましい

【解説】

サイン計画は、施設・店舗計画と一体であり、施設・店舗設計者によるサイン計画が本来望ましい。改訂新版・Vol.4「商業施設 創造とデザイン」p.318～320

答 4

問題No.12

ビジュアルプレゼンテーションに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. マーケティングに基づいた表現である
2. 人間の五感の中で、視覚に訴える表現である
3. 一般的に、VPと略して使われている
4. ショーウィンドウやステージで表現される

【解説】

ビジュアルプレゼンテーションは、視覚に訴えた表現方法であり、マーチャンダイジングに基づいて表現される。

答 1

問題No.13

ビジュアルマーチャンダイジ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. 企業理念に基づいた組織的活動である
2. 視覚的表現を第一に考えた活動である
3. ショーウィングを主にした活動である
4. 日本ではVMDと略されている

【解説】

ビジュアルマーチャンダイジングは、企画から宣伝・店頭・店内の演出・陳列などの視覚的要素を取り入れた組織的活動のことである。日本ではVMDと略しているが、米国ではVMと略されている。

答 3

問題No.14

企画を表現することに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. コンセプトとは具体的な目標の設定のことである
2. キーワードとは明確な指針の設定のことである
3. イメージとは具体的な顧客の設定のことである
4. マーチャンダイジングとは商品の設定のことである

【解説】

企画とはプロジェクトが具体的に立ち上がり成功し続けるイメージをより具体的に描くことであり、そのために必要な要素である。『イメージとは総合的な設定』であり、ほかにも『カスタマイゼーション顧客の設定』や『オペレーション運営計画』がある。改訂新版・Vol.4「商業施設 創造とデザイン」p.349

答 3

問題No.15

設計の種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. 企画設計とは、あるプロジェクトの計画を、構想内容すべての根本的な要件をコンセプトとして表現するものであり、施設の完成を想定したイメージ等ではない
2. 基本設計とは、企画設計に基づいた形態や機能を決定し作図すると共に、言葉としても具体的に表現していく作業である
3. 実施設計とは、実際に施工するための設計であり、基本に基づいて積算、工事ができる明確な図書のことである
4. 竣工設計とは、竣工図をまとめるにあたり、あえて将来的に、あるサイクルでリノベーションをする場合、竣工時点の整合性の取れた図面が重要になる

【解説】

施設の完成を想定したイメージも含まれる。

答 1