

問題No.1

業種業態と商業施設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. GMS ----- イトヨーカドー
2. ホールセールクラブ ----- 全日食チェーン
3. SPA ----- ユニクロ
4. カテゴリーキラー ----- トイザラス

【解説】

改訂新版・Vol.4「商業施設 創造とデザイン」p.70～72、84、86～89 参照

答 2

問題No.2

電子マネー等の時代変化による業態事象に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 電子マネーには前払い方式とクレジットと連動する後払い方式があり、日本の主流は前払い方式である
2. 電子マネーの前払い方式には金融系のVISA TouchとJR系のSuica（スイカ）があり、2強である
3. ほとんどの電子マネーの心臓部は非接触IC技術「フェリカ」である
4. 各社はシェア拡大のために、ポイント交換などコンビニエンスストアや量販店などと連携を深めている

答 2

問題No.3

次のマーケティングに関する文章のうち、 A  B にあてはまる語句の組み合わせとして最も適当なものはどれか。

『ディマーケティングとは、経済的には、ある製品やサービスの消費を  A することを目的とするマーケティング戦略であり、社会的には有害と思われる製品やサービスの需要を  B させるマーケティング戦略である。』

1. A 「喚起」 B 「抑制」
2. A 「抑制」 B 「減少」
3. A 「増大」 B 「減少」
4. A 「減少」 B 「喚起」

**【解説】**

改訂新版・Vol. 4「商業施設 創造とデザイン」p. 53 参照

答 2

---

**問題No.4**

ロジスティクスの活動のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 顧客サービス
2. 需要予測
3. 生産と在庫管理
4. 交通と輸送

**【解説】**

改訂新版・Vol. 4「商業施設 創造とデザイン」p. 48 参照

答 3

---

**問題No.5**

日本の消費者や流通の変遷に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 団塊世代とは、戦後すぐに生まれた世代で、人口構成比率が非常に高く、その世代の購買力には注目が集まっている
2. 団塊ジュニア世代とは、団塊世代の子どもたちで、人口構成比率が高く、ショッピングセンターなどではメインターゲットとしているところが多い
3. 戦後、様々な経緯を経て変化していった日本の消費者は、買い物の情報や経験が豊富で、日本の小売業界は買い手主導であるといわれている
4. 大規模小売店舗法は、2001年に完全に廃止されたが、ショッピングセンターなどでは特にその影響は少なく、消費の場所における大きな変化はなかった

**【解説】**

改訂新版・Vol. 4「商業施設 創造とデザイン」p. 138～141 参照

答 4

---

**問題No.6**

POSシステムを含め、IT化により引き起こされる変化のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 情報交流が極めて早く、そのコストが格段に安くなる

2. 市場がますます世界的(グローバル)になる
3. 物理的立地と商圈が不要になる
4. ターゲットの設定が難しくなる

**【解説】**

改訂新版・Vol. 4「商業施設 創造とデザイン」p. 46 参照

答 4

---

**問題No.7**

百貨店の郊外出店で、郊外型ショッピングセンターに出店した百貨店の多くが苦戦した理由のうち、最も不適当なものはどれか。

1. ショッピングセンターの主力客がファミリー層であり、百貨店の主力客層である富裕層やミセス層の取り込みが難しかったため
2. 百貨店の商圈規模は、1店あたり独占商圈で40万人以上が必要と言われるが、ほとんどのショッピングセンターの商圈はそれ以下であったため
3. ショッピングセンター内の核店舗としてGMSが導入され、その商品群とのバッティングが多かったため
4. 郊外型百貨店としての商品構成、業態の確立ができないまま、既存の商品の編集で展開したため、ショッピングセンター来店客の価格志向（低価格志向）などに合わなかったため

**【解説】**

改訂新版・Vol. 4「商業施設 創造とデザイン」p. 67

1. ショッピングセンターのデベロッパーは百貨店を導入することで広域からの集客とターゲットの拡大を目論んだと推測できるが、実際には、もともと商圈が小さい、もしくは商業集積地が近く百貨店が競合するエリアの出店では、百貨店導入の効果はほとんど無かった。
2. 百貨店の商圈人口は、商圈人口が40-50万人で1店舗が成立する非常に商圈人口の密度が求められる業態であり、商圈人口の少ないエリアの出店は難しいことが、近年の百貨店を導入したショッピングセンターのほとんどで百貨店が退店したことで分かる。
3. ショッピングセンターのデベロッパーは百貨店とGMSと商品のバッティングが無いような指導、運営を行っている。あるショッピングセンターでは、GMSの食料品とのバッティングを警戒し、百貨店の食品売場を作らせなかった事例もある。
4. 百貨店という業態は、それ自体のネームバリューのため、お客様はそれなり商品構成を期待する。海外ブランドなどを購入する、しないにかかわらず期待する。そのためショッピングセンター出店の百貨店はすべて期待はずれものばかりであつといえる。百貨店は郊外出店のための業態開発を行わず、既存商品を中心にした編集で出店したため、顧客の支持を得られなかったとも考えられる。今後百貨店が郊外型の業態を開発できるが課題となる。

答 3

---

**問題No.8**

百貨店の活性化策に関し、現段階での施策のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 百貨店直営部分を減らし、テナント誘致による集客力の向上、収益アップをはかるところが増えている
2. 百貨店は、今後ますます高級輸入ブランドの拡大による活性化を図るところが多い
3. 多くの百貨店は、食品の強化により集客力を高め、噴水効果を狙っているところが多い
4. 百貨店では、メセナ活動などの文化的な事業を行ってきたが、赤字になりやすい事業は絞り込み、百貨店事業の実需をとることを優先した

**【解説】**

1. 話題となったところでは、銀座松坂屋のフォーエバー21。新宿高島屋のユニクロ。先駆けとしては、上大岡京急百貨店のヨドバシカメラ。また、最近では、川崎、横須賀のさいか屋が大幅なテナントへの入替を実施し、しかも百貨店MDらしくない価格訴求型テナントなども導入されている。(ABCマート、東京靴流通センター、洋服のサカゼン、100円ショップシルクなどが導入されている。)今後この傾向は強まる兆しがある。
2. 百貨店の従来の差別化MDであった高級輸入ブランドはリーマンショック以降売上が大きく落ち込み苦戦が続いている。現在高級輸入ブランドによる活性化はかなり厳しい状況となっている。
3. 一時話題になったデパ地下の食品の強化は、百貨店を活性化する効果的な施策となった。最近では、西武百貨店池袋店の食品売場が改装され話題となった。
4. 百貨店では生活文化の提案という基本理念に基づき、美術館を持つところが多く、催事も文化型のものが多く見られた。バブル崩壊後、百貨店は文化活動の費用負担が苦しくなり、美術館を廃館した。廃館したスペースは新たな売場として収益拡大狙った。また、催事も文化催事が無くなり、集客力のある物産催事や衣料品を中心とした催事等物販催事が中心となった。

答 2

**問題No.9**

ショッピングセンター（SC）に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. かつてはGMSが核となったコミュニティ型SCが主流であったが、現在は複数の核店を組み合わせた多核型SCやスーパーコミュニティ型SC、アウトレットモール、ライフスタイルセンターが主流である
2. イオンモール型SCの特徴のひとつとして、営業面積が最大でも20,000㎡ぐらいとなっている
3. コミュニティ型SCを成立させるための方法の一つとして、より少ないマーケットでも成立する仕組みを確立することが考えられる
4. ライフスタイルセンターはSCの概念に商店街の良さをプラスした業態と解釈でき、人的ふれあいのある地域密着性を機能として盛り込んでいる

**【解説】**

改訂新版・Vol.4「商業施設 創造とデザイン」p.148～151 参照  
2.40,000㎡

答 2

問題No.10

コンビニエンスストア（CVS）に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. コンビニエンスストアチェーンの2010年度の売上高順位は、セブンイレブン、ローソン、ファミリーマートであった
2. 近年、コンビニエンスストアの市場は飽和状態にあり、各社は新業態の開発や、サービス機能の強化など様々な対策を打ち出している
3. コンビニエンスストアは店舗数を増やすことによって売上を伸ばしてきた面があり、近年は駅や高速道路のサービスエリアなど新しい立地への出店にも意欲的である
4. コンビニエンスストアはフランチャイズシステムによる大量仕入れ、全国展開、定価販売で利益を確保しており、地域に合わせた展開は目指していない

【解説】

4. 地域に合わせた展開を行い始めている

答 4

---

問題No.11

次のアウトレットモールを展開する企業（グループ）のうち、最も不適当なものはどれか。

1. セブン&アイグループ
2. イオングループ
3. 三井不動産
4. チェルシージャパン（三菱地所）

【解説】

3. 4はアウトレットモールで多店舗化しているアウトレットモールのリード役で有名。
2. イオンは2011年5月に越谷のレイクタウンに隣接してイオン初のアウトレットモールを開業。セブン&アイホールディングスには、アウトレットモールのSC業態は今のところない。

答 1

---

問題No.12

S P A（Speciality store retailer of Private label Apparel）に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 売場の動きに素早く対応するために、通常、POSデータをはじめ店頭の情報を入力するための装備を整えている
2. 店舗の意見を聞いていると、計画的な商品開発ができないため、商品企画は本部が独自に行い、大量製造したものを、店舗が販売するシステムになっている
3. 日本型のS P Aは、情報システムの構築のほか、商社の活用などによる生産、物流段階との協

力体制などの仕組みを構築したことにより発展したといえる

4. S P A の直面する悩みとしては、小売の人材不足のほかに、海外調達先の経済環境変化などによる商品生産部門の再編問題などが挙げられる

**【解説】**

2. 店舗の情報を中心に商品を企画している  
改訂新版・Vol. 4「商業施設 創造とデザイン」p. 86～89 参照

答 2

---

**問題No.13**

商店街に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 地域コミュニティの中心として、地域生活者を巻き込んで地域活性化に貢献する活動を始めているところがある
2. 「駐車場がないこと」を衰退の原因として、およそ 8 割が上げている
3. 商店街は個別店舗集積であり、個別の経営姿勢に大きく影響される
4. 今後取り組むべき事業についての回答として「個店の改善・活性化」が圧倒的に多い

**【解説】**

改訂新版・Vol. 4「商業施設 創造とデザイン」p. 91 参照

答 2

---

**問題No.14**

現在、全国的に普及している一般的な商店街活性化策のうち、最も不適当なものはどれか。

1. ポイントカード事業
2. 駐車場事業
3. 一店逸品運動事業
4. S P A 事業

**【解説】**

1. ポイントカード事業は商店街の多くが取り組んでいる事業であり、顧客の固定化、リピート化を狙った事業  
2. 駐車場を確保できる商店街は、郊外 S C 等との対抗上、駐車場整備に取り組む。また駐車場の収入も期待している  
3. 静岡市呉服町商店街で始められたと言われている。商店街の核店舗が自分の店舗の売りとなる商品をプレゼンテーションすることで、街の賑わいをつけた

答 4

**問題No.15**

医薬分業や規制緩和等の改革により薬局や薬店では、様々な対応、対策が求められている。次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 高齢社会に向け、薬店の社会的役割が大きくなっており、小規模店舗についても投資意欲は旺盛である
2. 異業種参入、量販店の進出で競争は激化している
3. 生き残りのためには医薬品販売兼業、漢方専門や調剤薬局志向の経営が求められる
4. 生き残りのためには健康指導、ナチュラルストア、介護看護部門を強化した経営が求められる

**【解説】**

改訂新版・Vol.4「商業施設 創造とデザイン」p.103 参照

答 1