

問題No.1

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。
2. GMSは、百貨店志向を強める業態や、ディスカウント志向強める業態と言ったように細分化が進んでいる。
3. 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。
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MDのGMS業態が従来のGMSの中間ニーズの領域をカバーしようとしている。

【解説】

3. 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。

答 3

問題No.2

ホールセールクラブに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 大型のディスカウントストアの一形態である。
2. キャッシュ&キャリア（現金／持ち帰り方式）が原則である。
3. 会員制で小売業者や、中小業者以外の一般の消費者は利用できない。
4. サイズ、容量の大きい業務用商品が品揃えの中心となっている。

【解説】

ホールセールクラブは、日本の流通業態にあてはめると、現金卸しに近い業態とみなすことができる。しかし、単なる現金卸しと大きく異なる点は、小売業者や飲食店などの中小業者の会員を対象とするだけでなく、一般の消費者をメインの顧客にしていることである。従って卸し的性格を持った小売業という業態になる。

答 3

問題No.3

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. 接客付帯部分とはトイレ、レジ等のことである。
2. 接客部分とは客席、カウンター席、個室等のことで配膳は入らない。
3. 一般管理部分とは事務室、従業員休憩室等のことである。
4. 配膳はカウンター厨房を含め厨房の側になれば機能しない。

【解説】

2. 接客部分に配膳が入る。

答 2

問題No.4

中国料理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宴会席へのサービス動線とは分けた方が良い。
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. 中国料理の場合は、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良い。

【解説】

導入は別々が望ましい。

「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.191参照

答 1

問題No.5

居酒屋のデザイ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. 店のファサードデザインは、内部のイメージを伝えるべきデザインの必要はない。
2. あまり大規模でない店では入口側にデシャップを持って来ると客へのサービスがしやすい。
3. 内装予算は客単価に左右される。
4. アプローチでその店のイメージが決まる。

【解説】

1. ファサードは内部のイメージを伝える必要がある。

答 1

問題No.6

和食・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. カウンターを中心としたオペレーションでは、どうしてもカウンター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. にぎり寿司屋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の魚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. 小規模すし屋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が配膳用とする場合がある。

【解説】

2. 「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 P.189～190参照
客動線と従業員動線が交わる危険性がある。

答 2

問題No.7

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ともなう制度品メーカーの商材と、アドバン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. 最近のブティックは路面店からデパートやショッピングセンターなどのインショップ店化する傾向にある。
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】

最近のブティックは、自社の新しいブランドアイテムを取り込むことのできる、また小型のファッションショーやイベント等の企画が可能な、広いスペースを確保する必要があり、デパートやSCの中だけでなく路面店を作る傾向にある。

答 3

問題No.8

ブティックに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. どのような客をターゲットとしているのかが、外からわかりやすいような店頭構成とする。
2. POPがブティックのイメージを伝えるメッセージとして重視される。
3. 光の効果は5000ケルビン以上の光色が主流である。
4. フィッティングルームは最重要機能で、十分な広さはもちろん、外部にも試着に対応できる大きめの鏡を持ったリッチな空間が必要である。

【解説】

光の効果は2800ケルビンの電球色から3500ケルビン以上の白い光が主流になったが、商品へのバランスとしては2800と4000ケルビンの光のコンビネーションで使うのが望ましい。

答 3

問題No.9

バック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. ブランド、デザイン、機能性など、商品の特徴を配慮した品揃えと陳列方法が重要である。
2. ストックルームは店員の動線を考慮して、なるべくレジカウンターの近くに設ける。
3. 商品の劣化を防ぐため棚下照明はできるだけ避ける。
4. 商品ジャンルの分類は比較的容易である。

【解説】

バックは商品が大きく黒っぽいので、棚下照明は必須である。

答 3

問題No.10

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. 青果店の店舗構成は、間口は広めに取り、奥行きは浅めの店舗スタイルが一般的なものといえる。
2. 鮮魚店の商品構成の基本は生魚、塩干品、練り物に大別される。
3. 精肉店では商品陳列のため冷蔵ショーケースをはさんで対面販売が基本で、区画はオープンでかまわない。
4. 三業種ともバックヤードに作業台、冷蔵庫、冷凍庫、シンクなどが必要に応じて設備される。

【解説】

3. 精肉店では、区画はオープンではなく、クローズにしたほうが良い。

答 3

問題No.11

クラブ・ディスコに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. ダンスフロアは、店の中心部に持ってくるパターンと演出の一部としての役割で、中心にゾーニングしない場合がある。
2. クラブ・ディスコのゾーニングは、その店の経営方針（売り上げ、利益率等）によって決まる。
3. フロアとバーカウンターや座席を仕切ることにより、いろいろな楽しみ方の空間を提供する店が多くなってきた。
4. 音や照明の演出は踊っている客を考え、その上で踊らない客の事も考慮に入れなければならない。

【解説】

2. ゾーニングは、必ずしも経営方針によって決まるものではない。

答 2

問題No.12

シネマ・コンプレックス（シネ・コン）に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. シネ・コンは800坪～1,500坪程度でスクリーン数は7～10程度、大きいものでは2,000坪を超えるものもある。
2. 施設内では劇場ごとに売店、ロビーをそれぞれ設け各劇場の差別化を図るよう計画されている。
3. 余裕のある座席配置と、見やすいスクリーンにより、快適に映画鑑賞ができる施設となっている。
4. サービス、施設が良いこと、さらに深夜まで上映していることなどが人気の要因である。

【解説】

施設内ではチケット売り場、入り口、売店等をロビー1ヶ所に集めることにより合理化を図っている。シネコンの人気の要因は、サービスと施設の向上にあることは言うまでもないが、従来、映画は選んでも映画館は選べなかった消費者に対して、好きな映画を好きな映画館でという選択肢を創造したところにもある。

答 2

問題No.13

次の各種サービス業態施設の計画と、関連法規の組み合わせとしての記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. クリーニング店 …………… クリーニング業法
2. シネマコンプレックス …… 興業場法
3. サウナバス …………… 公衆衛生法
4. 理容室 …………… 理容師法

【解説】

3. サウナバスと関連がある法規は公衆衛生法ではなく、「公衆浴場法」である。クアハウス、スパ、サウナ風呂、公衆浴場などは公衆浴場法の適用を受ける。フィットネスクラブ、スポーツクラブなども一定規模以上の浴場、プールなどがあれば同法が適用される。

答 3

問題No.14

照明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. 単に明るい暗いといった機能だけではなく、客の心理に影響を与える照明計画とする。
2. 空間構成やカラー計画などと共に大事な計画であるため、照明計画だけを独立して考えることはできない。
3. 店に入りやすくするためには、明るくすることが一番良い。
4. 飲食店での美味しい照明、物販店での流行の先端を感じる照明など、照明の効果は売り上げに影響を与える。

【解説】

3. 店に入りやすくするための方法としては、明るくするばかりではない。

答 3

問題No.15

バリアフリーデザイ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. バリアフリーデザインといわれているものでも、健常者の生活の向上につながるものであればユニバーサルデザインといえる。

2. バリアフリーデザインの対象者は車椅子使用者や視覚、聴覚に障害を持つ人々などである。
3. バリアフリーデザインを規定するハートビル法では、出入口、廊下、階段、昇降機、便所、駐車場、非常避難設備、外部通路について寸法、材質、形状などの基準を示している。
4. バリアフリーデザインは（障害の）事後の対処を基本に、ユニバーサルデザインは事前の準備の発想に立つものである。

【解説】

ハートビル法では、出入口、廊下、階段、傾斜路、昇降機（エレベーター）、便所、駐車場、外部通路について寸法、材質、形状などの基準を示している。非常避難設備についての規定はない。

答 3