

問題No.1

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. アメニティ・タウンとは、高齢社会では高齢者や身体の不自由な人達にとって安全な街であることは第一で、快適でしかも楽しんで歩くことのできる歩行空間の確保が必要である。
2. ビューティ・タウンとは、商店街やまちを歩いて豊かさを実感できないのが現状であるが、景観的に美しい街、美しい商店街づくりが大きな課題である。
3. コミュニティ・タウンとは、商業単機能型の商店街で活性化を図ることが難しくなってきている今、さまざまな機能のいくつかを商店街の中に複合的にもつことによって魅力ある街とすることである。
4. コンビニエンス・タウンとは、買い物の便利さ、交通の便利さ、さまざまな生活面での便利さのある商店街であるが、現実はバラバラに立地するショッピングセンターやコミュニティ施設、文化施設が多い。

【解説】

コミュニティタウンとは地域のコミュニティの核としての役割を果す商店街で、ダウンタウンのもつことは都市の魅力の重要な要素である、また、集積度が高くにぎわいがある。

商業単機能型の商店街で活性化を図ることが難しくなっている、さまざまな機能のいくつかを商店街の中の複合的にもつことによって魅力ある街とする。とはコンプレックス・タウンのことである。

答 3**問題No.2**

ハイパーマーケットに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 食品と非食品の2つの部門の相乗効果を狙った食品系総合大型店である。
2. 5,000～30,000m²級の大型店である。ちなみにカルフールの日本第1号店・千葉幕張店は、建物二層式で延べ床面積52,000m²である。
3. 1階が食品部門、2階が非食品部門とすると、それぞれ約15,000m²となり、一般の食品スーパー・マーケット（標準的で約1,500m²）の約10倍の規模になる。
4. 商圏人口は約10万人に対応するもので、立地は郊外型に限り、都市型としては対応できない。

【解説】

ハイパーマーケットの商圏人口は約10万人に対応するもので、立地は郊外型、都市型いずれにも対応出来る。

答 4**問題No.3**

アウトレットストア・モールに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. オウトレットストアとは、余剰在庫やサンプル品、旧モデル品などを安く売る店のことである。
2. オウトレットストアには、3つのタイプがあり、1つ目はメーカー直販のファクトリー・アウ

トレットストア、2つ目はリテイルアウトレットストア、3つ目は仕入れ・品揃え型のオフプライムストアである。

3. アウトレットモールは、商品価格の安さが魅力であり、飲食店をレジャーないしは経験価値に置き換えるような意図はあり得ない。
4. アウトレットモールを成功させるには、モールコンセプトに合わせた、人気の高いアウトレットストアを確保できるかが決め手である。

【解説】

アウトレットモールは商品価格の安さが魅力であり、飲食店をレジャーないしは経験価値に置き換える、が正しい。「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-(6) P.156参照

答 3

問題No.4

ファーストフードに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 出店立地は大別して、「繁華街型ないしビジネス街型立地」とモーターリゼイションと深く結びついた「ロードサイド立地」とに大別される。ロードサイドはフリースタンディング型のケースは少ない。
2. 基本的なゾーンとしては、「食材及び資材、包材のストック」、「クッキング用設備及びドリンク用設備」、「ホールディング機能」、「キャッシング及びサービス機能」がある。
3. 食材は、大半が一次加工、二次加工が施された状態で搬入されるので、店舗段階では最終加熱と成形、盛り付けの最終工程のみのケースが多い。
4. ミスターードーナツなどに見られる、品目別の注文数を予測し、あらかじめ作りおきして保温しておくホールディング機能をもつやり方もある。

【解説】

ロードサイドはフリースタンディング型のケースが多い。

答 1

問題No.5

和食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. 和食に限らず飲食店は、オペレーションのあり方でゾーニングが決まり、オペレーションで店のデザインが変わってくる。
2. 店の運営によって客をいかにもてなすかが決まり、食事の提供の仕方で従業員の動きが決まり、それらを基にゾーニングが決まる。
3. 規模が大きい店は、役割分担によって従業員の動きが決まるので、ゾーンを明確に分けることができるが、小さなお店においては、面積に限りがあり、従業員の役割が重複しても、ゾーンは明確に分ける必要がある。
4. ゾーンの取り方によっては、とても快適な空間が生まれたり、逆にとっても不便であったりし

て、従業員が充分なもてなしができなかつたり無駄な動きをさせたりする要因になる。

【解説】

小さな店は、従業員の役割が重複し、面積も限りがあることからゾーンも複雑になってくる店が多い。
「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- (30) P.189参照

答 3

問題No.6

すし・うどん・そば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. 比較的狭い寿司店でテーブル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に運ばなければならないので、カウンター席の客に邪魔にならないように配膳用ゾーンが必要である。
2. うどん・そば店のゾーニングは、基本的には和食店に準ずるが、手軽な立ち食いの店は、カウンター内で調理を行ない、簡単に提供する店もある。
3. 店内でうどんやそばを打つ店舗では、麺打ちの実演を導入部に配置すると本格的な麺が食べられるイメージが伝わり、効果的である。
4. にぎり寿司店は、比較的小さな規模でカウンターを中心とする店が多く、必ず客が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。

【解説】

4. 必ず置いてあるとは限らない。
客の見えるように冷蔵ショーケースが置いてあるとは限らず、必要に応じて冷蔵庫から寿司種の魚を出して握るところもある。

答 4

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. バック店では、ブランド、デザイン、機能性等の商品の特性を配慮した品揃えと、陳列方法が重要である。
2. 靴店の設計では、商品の陳列数、ストック数が重要な要件となる。
3. ジュエリーショップではショーケースが主体であり、遠くからのアイキャッチ的表現は必要ない。
4. めがね店の設計では、ファッション性、季節性、機能性さらに価格の問題などを考慮した、複合的な視点が大切である。

【解説】

ジュエリーショップではショーケースが主体になり、壁面の表現が弱くなりがちなので、遠くからのアイキャッチ的表現は必要となる。「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-(13)、2-(14)、2-(15)、2-(16) P.168～171参照

答 3

問題No.8

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ほう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. 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。
4. 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。

【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。「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- (17) P.172参照

答 3

問題No.9

化粧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. 化粧品店は他業種と比べその商品特性上、お客様に合った商品を的確に紹介し、使用・実感してもらうという業種特性がある。
2. 化粧品は買い回り性の高い商品なので、化粧品専門店が廉価販売店や大型量販店に影響されることはない。
3. 商品特性から、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イス程度のセルフでの購入に向く一般商材に2分類される。
4. 独自のサービスをゾーニングプランの中に効果的に配置することで、店舗の特長化・他店との差別化を図る。

【解説】

化粧品は最寄性の高い商材である。近年の廉価販売店や大型量販店の増加などで、専門店の置かれている環境は厳しい状況にある。

「商業施設・創造とデザイン」Ⅲ さまざまな商業のかたち3-(21) V. 商業の現場の実際とその傾向2-(20) P.104、P.176参照

答 2

問題No.10

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

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＆キャリー（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】

1. 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ければ機能しない。

【解説】

2. 接客部分に配膳が入る。

答 2

- 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3,000～3,500ケルビンの点光源を複数使うのが一般的。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付ける。この2種類の光を使って効果的に演出する。

「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-(15) P.170参照

答 2**問題No.11**

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INとOUTを明確にするべきである。
3. 販売方式は完全セルフ販売が基本となる。
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】

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形態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。「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-(18) P.173参照

答 3**問題No.12**

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マーチャンダイジング活動である。
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全ての活動のことである。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.13

ビジュアルマーチャンダイジングの計画から実施までに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 対象顧客のイメージを確認する。
2. どの商品はどんな見せ方をするのかを明確にする。
3. 組織は商品計画（仕入れ）部門で構成する。
4. プレゼンテーションの手法を習得し持続させる。

【解説】

ビジュアルマーチャンダイジングを実施するためには、経営の考えに基づいた計画と運営の組織が必要であり、それぞれの役割を理解し、実践することが求められる。組織は商品計画部門と営業部門、プレゼンテーション担当部門で構成される。

答 3**問題No.14**

企画、設計、デザイン分野における企画の取り組み方に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 与条件調査において計画図書、与条件整理とは、周辺将来動向調査及び事例調査などがある。
2. 与条件調査において、敷地現状調査とは立地、近隣、気象条件等調査、地盤、地下水調査、インフラストラクチャ調査、現存設備調査等のことであり、商店街や近隣商店の調査は必要ない。
3. 企画方針設定において目標原価設定とは開発手法選定、粗概算作成のことである。
4. 諸官庁折衝とは、開発手法協議、手続き等事前打ち合わせ、事前手続きに伴う計画説明のことである。

【解説】

商店街、近隣商店の調査は必ず必要である。

答 2**問題No.15**

環境演出の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. ストリートファニチャー …… 街路環境に設置される諸々の設備
2. 演出サイン ……………… コミュニケーション機能を持つもの、看板、標識、記号等
3. オブジェ ……………… アート性の高いもの
4. モニュメント ……………… 象徴的で印象性が高くランドマーク的なもの

【解説】

モニュメントとは、地域の歴史、記録、功績、事業等の記念碑、像、塔など、文化的メモリーとしての機能を持つもので、象徴的で印象性が高くランドマーク的なものは、シンボルという。

答 4