

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. 楽市・楽座 …………… 安土・桃山時代
4. 都における東西市 …… 室町時代

【解説】

まず、「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。

「商業施設・創造とデザイン」 I. 商業と生活 1. 商業の歴史 P.12～14参照

答 4

問題No.2

わが国における小売業態と第一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】

1. ディスカウント・ストアは、わが国で本格的な登場は1965年（昭和40年）以降といわれる。特に、総合ディスカウント・ストアの始まりは1968年（昭和43年）平塚市に開店した「ダイクマ1号店」。
2. デパートメント・ストアは、1904年（明治37年）に株式会社として発足した「三越呉服店」であるとされている。
3. コンビニエンス・ストアについては、米国の「サウスランド社」がイトーヨーカドーに地域ライセンスを与え、1974年（昭和49年）5月に江東区の雑貨店がフランチャイジー第1号店となったのが始まり。現在、8000店ほど、全国にはおよそ40,000店に及ぶ。
4. スーパーマーケットは、1953年（昭和28年）11月に東京青山に開店した「紀ノ国屋」であるといわれている。

「商業施設・創造とデザイン」 I. 商業と生活 1. 商業の歴史 P.14～16参照

答 4

問題No.3

ディマーケティ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. ディマーケティングとは、経済的にある製品やサービスの消費を抑制すること
2. 社会的には有害と思われる製品やサービスの需要を減少させるマーケティング戦略のこと
3. 従来型の「陽マーケティング」だけでなく「陰マーケティング」戦略を確立すること
4. 販売に関しても機会を逃さずに積極的マーケティング戦略を展開すること

【解説】

マーケティング学者コトラーが、1971年末「ハーバード・ビジネスレビュー」で命名、後にAMAが定義を発表。すなわち、「経済的には、ある製品やサービスの消費を抑制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減少させるマーケティング戦略である」(1985年)
「商業施設・創造とデザイン」Ⅱ. 商業を支えるしくみ 6. 流通の役割の拡大 P.52～53参照

答 4

問題No.4

ロジスティクスに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 資源リサイクルの更なる進展によって、物流といえば「動脈物流」と「静脈物流」を併せた全体を指すことになる。
2. ロジスティクスの中では、「物流」が「情報」に優先されるべきである。
3. ITによる消費者のニーズを把握して生産に移す受注生産方式は、「在庫投資」や「設備投資」の節約につながる。
4. 生産者が直接消費者にものを売る「産直商品」は、物流コストが割高となる。

【解説】

商業活動を支えるロジスティクスシステムについての基礎的な知識を問うものである。
「商業施設・創造とデザイン」Ⅱ. 商業を支えるしくみ 4. 商業を支えるシステム P.48～49参照

答 2

問題No.5

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. 高齢者、身体障害者等の移動等円滑化の促進に関すること
4. まちづくりに関係する法律のこと

【解説】

1. 中心市街地活性化法には含まれない。
2. 同法に配慮しなければならないが、立地法には含まれない。
3. 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。
4. まちづくりは、中心市街地、都市計画及び大規模小売店立地法。

答 3

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。

『平成10年に「まちづくり三法」が制定されたが、その後も中心市街地の空洞化には歯止めがかからないため、国は平成18年に三法の見直しを行った。

今回の見直しは、少子高齢化、インフラ維持コストの負担増などを背景に、市街地の拡散の抑制、街の機能の中心市街地への集中により、中心市街地の賑わいを回復する〔 〕の考え方に基づいている。』

1. ゾーニング
2. コンパクトシティ
3. インナーシティ
4. 暮らしの広場

【解説】

平成18年に成立決定した改正都市計画法、中活法は、平成19年11月に施行された。三法見直しの基本となる考え方である。

インナーシティ：①城郭都市の内側

②近世までの都市部（旧市街）

③都市の内部にあっても、都市全体との交流が隔絶された低所得者が密集するシステム

答 2

問題No.7

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つの権利に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 安全が守られる権利
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. 正確な情報が与えられる権利
4. 商品が安く購入できる権利

答 4

問題No.8

改正都市計画法に関する次の記述の〔 〕に入る語句として、最も適当なものはどれか。

『平成19年11月に施行された改正都市計画法で、郊外への都市機能の拡散を抑制する目的で新たに制定された〔 〕の大規模集客施設とは、店舗以外にも、飲食店、映画館、展示場などが含まれるものを指す。』

1. 延床面積 3,000㎡超
2. 延床面積 5,000㎡超
3. 延床面積 10,000㎡超
4. 延床面積 30,000㎡超

【解説】

改正都市計画法で出店不可となる10,000㎡超の大規模集客施設について基本的な知識を問うものである。

答 3

問題No.9

資源リサイクルとは、廃棄したものを再利用したり、何らかの処理によって再度使用できるようにすることである。この資源リサイクルの機能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. 再利用
2. 再開発
3. 再生利用
4. プレ・リサイクル

【解説】

1. リターナブル瓶、3. PETボトル⇒繊維製品化、4. 自動車のバンパー
資源リサイクルの基本的知識を問うものである。

答 2

問題No.10

商品特性が異なる「最寄品」、「専門品」、「買回品」のそれぞれの商圏が拡大する順を示す次の大小関係のうち、最も適当なものはどれか。

1. 最寄品<専門品<買回品
2. 最寄品<買回品<専門品
3. 専門品<最寄品<買回品
4. 買回品<専門品<最寄品

【解説】

商品特性の基本的な比較項目を問うものである。「商業施設・創造とデザイン」Ⅱ. 商業を支えるしくみ 1. 現代の社会と商業 P.32～33参照

答 2

問題No.11

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. 接客サービス

2. 驚きや感動
3. 情報提供
4. 顧客満足度

答 2

問題No.12

「AIDMA (アйдマ)」の法則とは、顧客が広告に接触してから購買するまでの心理変容のプロセスを段階ごとに整理するモデルとして有名である。「AIDMA (アйдマ)」のそれぞれのアルファベットの頭文字に関する最も適当な組み合わせは、次の記述のうちどれか。

1. A=注意 I=興味関心 D=欲求 M=確信 A=行動
2. A=確信 I=行動 D=欲求 M=注意 A=興味関心
3. A=確信 I=行動 D=欲求 M=注意 A=興味関心
4. A=注意 I=興味関心 D=欲求 M=行動 A=確信

【解説】

A 注意 I 興味関心 D 欲求 M 確信 A 行動

答 1

問題No.13

次の記述の□に入る語句として、最も適当なものはどれか。

『2007年のネット広告費は6,003億円（電通調べ）で、□の広告費を抜いた。』

1. 新聞
2. テレビ
3. 雑誌
4. ラジオ

【解説】

年間広告費は7兆191億円で、その中で雑誌は4585億円、インターネットは6003億円（電通調べ）。

答 3

問題No.14

次の記述の□に入る語句として最も適当なものはどれか。

『色彩は視覚によるコミュニケーションの場にはなくてはならないものである。日本工業規格(JIS)は、事業所や災害防止など、基本色8種類をそれぞれの色の意味する内容が定めている。赤は禁止、青は指示、黄色は注意、緑は□である。』

1. 冷静
2. 危険

3. 用心
4. 安全

答 4

問題No.15

次の記述のうち、販売促進活動に含まれないものはどれか。

1. ファッションショー
2. ディ스플레이
3. ダイレクト・メール
4. 実演販売

【解説】

ファッションショーは「発表の場」である。

答 1