

【No. 1】マーケティング・マネジメントに関する次の用語の組み合わせのうち、最も適切なものはどれか

1. マーケティング・ミックス ----- 広告手段の組み合わせ
2. セールス・プロモーション ----- 営業担当者による売り込み活動
3. マーケティング・チャンネル ----- 製品の流通経路
4. フィジカル・ディストリビューション ----- 産地直送

答. 3

【No. 2】「すべての人のためのデザイン」の意味であるユニバーサル・デザイン（U・D）は高齢化社会に向かい重要度を増している。次の記述のうち、「U・Dの7原則」に含まれないものはどれか。

1. 誤った使い方をして事故や危険につながりにくい
2. なるべく少ない身体的負担で使用できる
3. 熱湯は赤、水は青を基本とすること
4. 使い方が簡単で、すぐに分かること

答. 3

【No. 3】顧客が特定の店舗を選択する動機を意味する次の記述のうち、最も適切なものはどれか

1. 愛顧動機
2. 情緒的動機
3. 生理的動機
4. 理性的動機

答. 1

【No. 4】 マーケティング（商業機能）の、流通機能とは、「商的流通機能」、「物的流通機能」、「促進機能」に分かれている。
「促進機能」に含まれないものはどれか。

1. 品揃え、小口化、格付け
2. 広告、市場調査、PR
3. 輸送、保管、包装
4. 金融、信用

答. 4

【No. 5】 次の文章の に、入る語句として、最も適切なものはどれか。

流通とマーケティングに関する定義や考え方で、ピーター F・ドラッカーは次のように言っている。「起業家の機能はただ二つしかないそれは とマーケティングである。」

1. イノベーション
2. サービス
3. 流通管理
4. アイディア

答. 1

【No. 6】 次の記述のうち、「商業施設のあるべき姿」に含まれないものはどれか。

1. 人間の行動と心理をつかむ
2. 商業環境の素材の適切な使い方
3. 商品と来客との関係。ニーズ分析
4. 学際的な基盤の創出

答. 4

【No. 7】 わが国における小売業態と、その店舗の成立の組み合わせに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. ディスカント・ストア ----- 茅ヶ崎「ダイクマ」
2. デパートメント・ストア ----- 株式会社「松坂屋」
3. スーパーマーケット ----- 東京・青山「紀ノ国屋」
4. コンビニエンス・ストア ----- 東京・江東区「セブンイレブン」

〔解説〕 「デパートメント・ストア」は、1904年に株式会社組織として発足した三越呉服店とされている。

答. 2

【No. 8】 「中心市街地活性化法」の主たる改正点に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 中心市街地活性化協議会の法制化
2. 基本理念・責務等の明確化
3. 選択と集中の考え方に則った支援
4. 基本計画の市町村による設定

〔解説〕 国〔中心市街地活性化本部〕は、改正法に関する基本方針やマニュアルを作成・公表。

これに基づく基本計画を、市町村が作成し、これを国〔本部長・内閣総理大臣〕で設定をする。

答. 4

【No. 9】 故ケネディ大統領の「消費者利益の保護に関する特別教書」に示されている消費者の4つの権利に含まれているものは、次のうちのどれか。

1. 合理的な価格で商品を買うことができる権利
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. 環境が守られ健康な生活を享受することができる権利
4. 商品の適正な品質や表示が守られる権利

〔解説〕1962年、故ケネディ大統領が、「消費者の利益の保護に関する特別教書」を発表した。

1968年5月に制定された「消費者保護法」の根拠法となり、2009年に内閣府消費者庁が設立された。

答. 2

【No.10】「地域商店街活性化法」に関する次の記述のうち、最も適当なものはどれか。

1. 生活者ないし住民として環境保持の観点から店舗面積ならびに閉店時刻を調整した法律
2. 市街化区域における建築の用途を定めた特別用途を骨子した法律
3. 事業活動の促進に関する法律
4. 地域商店街の組織化に係る法律

〔解説〕商店街活性化のため、地域住民の需要に応じた事業活動の促進に関する法律である。

(平成21年7月15日公布。8月1日施行)

答. 3

【No.11】小売業のマーケティング・ミックスの4Psと関連したそれぞれの語句の組み合わせのうち、最も不適当なものはどれか。

1. Product ----- 製品開発
2. Price ----- 価格設定
3. Promotion ----- 販売促進
4. Place ----- 店舗装備

〔解説〕小売業のマーケティングミックスと限定した。小売業では、Productは通常「品揃え」や「商品選定」をいう。

「製品開発」はメーカー(製造者)のマーケティングに属する。

答. 1

【No.12】 1960年代のわが国高度成長期に関心を集めた、“流通革命”論で取りざたされた「流通の中抜き」の**対象**となった過程・機能は次のうちどれか。

1. M : Maker
2. R : Retailer
3. W : Wholesaler
4. C : Consumer

〔解説〕 所謂、「中抜き」論とは、製 — 販の直接流通によるコスト削減をベースとしたものであった。

M-W-R-C. は流通の基礎的フレームだが、基本的過ぎて出題されていない。

答. 3

【No.13】 改正都市計画法では、無秩序な郊外への都市機能の拡散を抑制する目的で、床面積10,000㎡超の大規模集客施設の立地可能な用途地域の見直しがおこなわれた。次のうち、大規模集客施設の床面積に**含まれない**ものはどれか。

1. 場外車券売場
2. 立体駐車場
3. 映画館（客席部分）
4. 飲食店（厨房部分）

答. 2

【No.14】 以下の記述の に入る数値として、**最も適当な**ものはどれか。

『日本ショッピングセンター協会では、「ショッピングセンター業界におけるCO₂削減数値目標」を公表している。内容は、2005年を基準年とし、それに対し2008年～2012年の5年間の平均値でエネルギー原単位を 削減することを目指しているものである。』

1. 5 %
2. 7 %

3. 9 %

4. 11 %

〔解説〕2008年度の改正省エネ法の施行以降、商業施設での温暖化ガス排出削減について日本SC協会をはじめ各種団体が取り組んでいる。

答. 1

【No.15】 次の記述の に入る語句として、最も適切なものはどれか。

『東京スカイツリー開業とあわせて、同時にオープンする大型商業施設「東京ソラマチ」。敷地面積3万6,000㎡、312店舗では、その に、大いに期待されている。』

1. 流通力

2. 販売力

3. 宣伝力

4. 集客力

答. 3
