

【No. 1】 コンビニエンスストア（CVS）に関する次の記述のうち、最も不適当なものどれか。

1. CVS 各社では新たな出店立地の開拓に積極的で、高速道路のサービスエリアや鉄道会社との連携による駅売店への展開を開始している。
2. プライベート商品開発により価格競争力をつけるとともに、惣菜類などの新商品開発などを積極的に展開している。
3. 一般に CVS の坪当たりのアイテム数は 100 アイテム。1 店舗あたりの陳列アイテム数は雑誌を除いて 2800 アイテム前後で、「1 アイテム、1 フェイス」の原則が守られている。
4. CVS 業態が今目指そうとしているのは、地域（地区）に根ざした“生活総合支援型商業”である。

【解説】「1 アイテム、1 フェイス」という考え方によって単位面積当たりの陳列アイテム数の増加を可能にしてきたが、結果において各社の品揃えにおいて十分な差異化が行われておらず、最近ではこの原則を崩し、絞り込み型 MD への転換を試みる動きも増えている。

答. 3

【No. 2】 インストアベーカリーに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 最近の傾向として、石窯焼成、天然酵母、長時間発酵などの製造方法や国産小麦、有機無添加など食材にこだわるベーカリーが好まれる。
2. 配置計画では生鮮、惣菜エリアに配置するよりも、洋菓子売場に近接するほうが来店客数の期待ができる。
3. ベーカリー売り場の販売方式は、客がトレイとトングを持ち商品を取っていく「セルフ方式」と、ガラスケースなどで対応する「対面販売方式」の2つに分けられる。
4. 最近の店では、イートイン客席を併設する店が増えている。

【解説】ベーカリーは、生鮮三品（青果、精肉、鮮魚）について、日常生活においてなくてはならない食料品店である。ベーカリーを利用する消費者は、生鮮三品を買い求める行動に準じた購買なので、「惣菜」を買い求めるニーズに近いといえる。したがって食料品ゾーンの中では、洋菓子エリアに配置するよりも、生鮮、惣菜売場に近接するほうが良い。

答. 2

【No. 3】 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. 今日の専門スポーツ店はますます総合化、大型化の傾向にある。

企画と計画

2. 総合スポーツ店では、通年型のアイテム商品とシーズン型アイテム商品を大別することが大切である。
3. 総合スポーツ店では、多種多様の顧客に対応するためにもコンサルティング型のコンセプトを計画に盛り込む必要がある。
4. 総合スポーツ店では、オールカテゴリーの中でも、「強みのカテゴリーやジャンル」を充実させることは差別化のために必要である。

〔解説〕今日のスポーツ店は、業態としてさまざまなタイプが存在しており、また新しいスポーツ等の出現もあり、ますます専門特化の傾向にある

答. 1

【No. 4】ラーメン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. 屋台における販売は古く、江戸時代から夜鳴き蕎麦屋の風習にのっとりチャルメラを鳴らし、深夜を中心に「流し」といわれる屋台で販売されていた。
2. ラーメン店の設備は、給排水、換気、排煙がとれる隣接境界まで距離のチェック、ビル内であるなら給排水・給排気設備の一次側に気をつける。
3. ラーメン店の厨房では強い火力を必要とするため、サウナ状態になり、換気より空調の温度に気をつける必要がある。
4. 厨房開放型は客席から丸見えであり、カウンター形状の厨房がこれに該当する。

〔解説〕空調の温度よりもまずは、換気に気をつける

答. 3

【No. 5】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. 蕎麦店の特色は、蕎麦を中心とした品数はあまり多くなく、酒を飲ませることを念頭においたところにある。
2. カウンター席は客席から調理作業や厨房内が見通せ、利点として客席サービスの作業が省略できる。
3. 厨房閉鎖型は厨房が見えないため調理に伴う不快感を客席側に与えないで落ち着いた雰囲気のお店ができる。
4. 蕎麦を茹でる加熱調理作業はわずかであるが、具や天ぷら、丼ものなどの一通りの調理が

企画と計画

行われるので、機器配置計画の面から見れば、中心になるのは天ぷらなどのコンロになる。

〔解説〕 機器配置計画はそば釜である

答. 4

【No. 6】 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. 寿司をにぎるのは、一種のパフォーマンスでもあるが、寿司を握る板前と客との距離があまり近すぎてはてはいけない。
2. カウンター厨房は、防水をするために厨房内が上がってしまうことは仕方がないことであるがカウンターの高さを下げる努力をしなければならない。
3. 握り寿司はカウンター厨房で握られ、煮物、吸物等の料理もカウンター厨房で調理される。
4. 通常、握りカウンターの板前は、7、8人のお客の注文を受け入れるため、カウンター席は、7、8人の倍数の席数が好ましい。

〔解説〕 煮物、吸物などは、カウンター厨房とは別の厨房で作られることが多い

答. 3

【No. 7】 百貨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. 2012年現在、業界の年間総売上が5兆円を割っている。
2. 2011～2012年にかけて、大規模百貨店の新設・増設が相次いでいる。
3. 百貨店の主力商品であるファッションは、低価格チェーン店やファストファッション市場の拡大で苦戦している。
4. 2008～2012年の間に閉店した百貨店の店舗数は20店舗以上である。

〔解説〕 6兆円

答. 1

【No. 8】 ショッピングセンター（SC）の定義に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 小売店の店舗面積は、1,500 m²以上である。
2. キーテナントを除くテナント数が 20 店舗以上含まれている。
3. キーテナントがある場合、その面積が SC の全体面積の 80%程度を超えない。ただし、そのテナントのうち小売業の面積店舗が 1,500 m²以上である場合、この限りではない。
4. テナント会（商店会）等があり、広告宣伝、イベントや催事等の共同活動を行っている。

〔解説〕 キーテナントを除くテナント数が 10 店舗以上含まれていること。

答. 2

【No. 9】 大規模小売店舗立地法に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 一つの建物または一つの敷地で、物販店舗の店舗面積の合計が 3,000 m²（基準面積）を超えるものを新設または変更する時は届出が必要になる。
2. 規制基準としては交通渋滞、駐車、駐輪、交通安全、騒音等の周辺的生活環境への影響に配慮されている。
3. 調整機関は、以前は「商調協」であったが、現行では指針に基づく公開審査である。
4. 運用主体は、都道府県・政令指定都市としている。

〔解説〕 店舗面積の合計が 3,000 m²でなく、1,000 m²を超えるもの。

答. 1

【No.10】 複合商業施設やショッピングセンターなどのテナントの賃料に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. テナント賃料は、主に固定賃料と歩合賃料に分かれる。
2. 歩合賃料は、売上に歩率を掛けた変動賃料でもある。
3. 今日では、完全歩合賃料による賃料形態が主流である。
4. POS システムは、賃料を明確にするシステムともいえる。

〔解説〕 固定賃料と歩合賃料の合算が主流といわれている

答. 3

【No.11】 大型商業施設のリニューア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. 定期借家契約を考慮した場合、5～6年毎のリニューアルが望ましい。
2. 時代に合わせ適宜行うべきである。
3. ハード与件（減価償却、大規模修繕等）を考慮した場合、15～20年程度で必要となる。
4. 開発当初から計画されておくべきものである。

〔解説〕 現在は、テナントとの契約が定期借家が当然となっており、定期借家で6年程度の契約条件が多くなっている。定期借家で契約年数が限定できるため、できるだけテナントの契約終了時期を合わせてリニューアルをしやすくすることが多い。

答. 2

【No.12】 飲食店の事業収支に関する次の記述のうち、**最も不適当な**ものはどれか。

1. 飲食店では、客席数が売上を決める重要な要素となる。
2. 客単価の設定は、メニュー構成を踏まえて試算する。
3. 年間売上は、平日、土日の営業日数をそれぞれの日商に掛けて試算する。
4. 日商＝客席数×回転率×満席率×営業時間となる。

〔解説〕 日商＝客席数×回転率×満席率で、営業時間は関係ありません。実際には営業時間毎の回転率などを踏まえて試算するケースは多い。

答. 4

【No.13】 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。

企画と計画

1. 企業の側に立った活動である。
2. 企業理念に基づいた活動である。
3. 視覚的効果を重視した活動である。
4. 日本ではVMDと略されている。

〔解説〕ビジュアルマーチャндаイジングは、顧客の立場に立った活動である。

答. 1

【No.14】マーチャндаイズプレゼンテーショ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. 商品の情報を分かりやすく見せることである。
2. マーケティングの一環である。
3. アイドマの法則と連動している。
4. 目的と展開場所により、置く・掛ける・着せるなどに分類される。

〔解説〕MP(マーチャндаイズ プレゼンテーション)とはVMDの考えに基づき、商品の特徴をお客様にどう見せるか、ということで、VP・PP・IPの総称。目的と展開場所により置く・張る・掛ける・着せる・吊るなどに分類される。

答. 2

【No.15】ビジュアルプレゼンテーショ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. マーチャндаイジングに基づいた表現である。
2. テーマ性を持った演出である。
3. 一般的にVPと略して使われている。
4. 広義にはディスプレイの対義語として用いられる。

〔解説〕VP(ビジュアルプレゼンテーション)は、人間の持つ五感のうち視覚に訴える表現のこと。シーズンの変化や重点商品、テーマなどを魅力的にわかりやすく表現すること。VMDの一手法としてとらえられている。広義にはディスプレイと同義語として用いられる。

答. 4