

平成 27 年度 商業施設士 資格試験 「構想表現（実技）試験」

『文章表現』 問題用紙

(制限時間 180 分)

(平成 27 年 6 月 28 日実施)

昨今の商業施設を取り巻く環境は、社会や地域の特色、お客様ニーズの多様化、エリアや施設間での競争など激しい状況となっているといえる。

そのような背景のもとに、以下の問いの 1)~12) のうち、分野に関わらず 3つ選び、あなたの日々の業務や学習において関係する内容を交え、課題点とその解決法等として考えられることについて、それぞれ 700~1300 字程度で記述する。

〔問い〕

- 1) 地域やエリアへの集客策について
- 2) 社会やお客様のニーズの把握や対応について <企画立案分野>
- 3) 競合施設との差別化策、独自の魅力づくりについて
- 4) 建物や空間デザインの独自性、魅力化について
- 5) 購買意欲が高まるような店舗設計の工夫について <設計デザイン分野>
- 6) 売り場以外の共用部や外部空間の快適化について
- 7) 施設の維持費やリニューアル時のコスト軽減策について
- 8) 内装監理の効率的な手法について <施工分野>
- 9) 現場の安全管理、工程管理の工夫について
- 10) 広告宣伝や販促、イベントについて
- 11) IT 技術の導入 (ex. SNS、アプリ、デジタルサイネージ) について <運営販売促進分野>
- 12) 外国人の集客や対応について

《注意事項》

1. 所定の答案用紙に、与条件等を考慮した文章・図表を用い、2枚以上4枚以内にまとめること。
(注: なお、グラフ、機能図、概念図などにおいて表現する場合には、答案用紙内に記述のこと。)
2. 答案用紙の上段の欄の、「受験番号」「氏名」は1枚目のみの記述で構いませんが、「通し番号」は下記を参考のうえ、使用した用紙すべてに記入して下さい。

通し枚数 → **1 / 4** ←全解答枚数

試験地	受験番号	氏名
1. 札幌 2. 仙台 3. 東京 4. 名古屋 5. 大阪 6. 広島 7. 福岡	□ □ - □ - □ □ □ □	

《《 この問題用紙は、計算・メモ等に使用しても差しつかえありませんが、持ち帰ることはできません 》》

受験番号

氏名

通し番号

2/3

問11 ③「商店施設と、差別化策・独自の魅力がつくり出されています

日本ショッピングセンター協会の統計を見ると、近年ショッピングセンターの施設数・面積は拡大し続けています。企業活動という側面から見れば、成長物語を描くことは至極当然のことであり、出店拡大は不可避の命題でありますと言えます。だが、同時にそれは地方都市の商店街などの疲弊も言える。また、自ら厳しい競合環境を使み出してこそモチベーションを引き出す。

その中で、よく叫ばれるのが、「ショッピングセンターの同質化」だ。今太郎あめ」と言われることもあるが、その言葉通り、既存の施設の形態、外観等が似ていて、同じような店舗に入店してくる。

かつてのショッピングセンターの開発のセオリーひとつに「施設規模の追求」や「有名な外苑上町上町望めぬからコトントの誇張」などには、集客反応が「モノ消費の時代」へや状況だ。人々の消費傾向が「モノ消費の時代」に求められるのは、施設規模の豊かさ。ところのグレード感だけではなく、広場空間や植栽の意味が取れる。環境のアシナリ性や、場所としての意味が取れる。

現に、三井不動産が開発した「ラゾーナ川崎」では広場でのイベントを担当しています。毎日非常に多くの人々が訪れる。駅前で大きなことから、広場へ面接を店舗にして川崎は、大きな賃料収入が期待できています。しかし、そこを想起すると広場にしたことは、日本国内における唯一無二の存在となり、開業後8年程経過した今でも、来店客数は低下するなどして推移している。

商業施設はもはや、モノを買うだけの場所ではなく、経済の成熟期にあり、人は今まで以上に人とつながりや、形に残るモノと共に体験を求めている。競争施設ひとり差別化策として、コト機能の強化・拡充が行われ、独自の魅力が創出されるべきだ。

受験番号

氏名

通し番号

3/3

問① 工技術の導入について

農業革命・産業革命に次ぐ第三の革命と呼べる「工技術革命」は、インターネットを通じて世界は一瞬でつながるようになりました。日本の自宅におけるデスクトップからにして、地球の裏側にいる人の人々とも簡単連絡が取れるようになった。距離や時間の概念は、スマートフォンによって大きく変わり、その変化は生活や消費のスタイルに対しても大きな影響を及ぼしています。スマートフォンやタブレット端末など、デジタルツールの中でも、学校よりも、職場よりも、出先よりも、可動式の商業施設が開発に取り組む非接触化が大きな影響力があります。このように、商業施設が開発された「ショールーム化」が施設内では多くの商品を購入することができるショールーム化され、販売と購入し、自宅で商品が届くことなどが、商業施設をまた消費市場を原資とし、大手企業をはじめとした企業はテナント売上を消費止め大手企業は併せて一括で料収入を活動していきます。近年、デイリーベル、セブンイレブンなどの企業はテナント売上を消費止め大手企業は併せて一括で料収入を活動していきます。この問題に頭を悩ませてみると、「店舗の意義」を再度見直すことが重要となります。ネットではアリ、ソーラー充電の買い物の摩擦としては「偶然の出会い」が学びられます。インターネット上では自分の欲しい商品やお気に入りの店での消費行為ですが、不特定多数の種々のテナントが入居している中、未知の店・商品との出会いがある。また、買物は同行していきる友人や知人・家族と体験を共有するところのコミュニケーションを通じても、リトル店舗の魅力があります。「体験」を中心とした共感・つながり、せどりなどを施設の魅力向上させ、更にNS化を活用して施設の貯蔵庫があるところです。

受験番号

氏 名

通し番号

1/4

も要のIV要にトと/orしや、すがらは販設必社ノ必事アひめな一渡増はや”ねお信人、例ア。るト、を单い店元防併の数子携据もす
競くにの化とコスどがソ引版場敷“深合配達る事任リトンヨリ商目にヒツトうを
今力す張明つしをと顧ボば采采、レ狹ソヨ、抗ガウレ店とる、ケルサ出ヒ子割
た魅を。打ヒンほ存、れに出ヒシのよゼ対夫才出来トなり強あのが詠タする
この化子トをソアが既ば可更がにつ込に上ニエラ渡。ツにたので上客店モ新采
此自別アッキカ一高良え入、店込ヒ同展ト向ク子けにソゲ切し店的以集宋ン更出
て策設大タヨスが既出に上スが定し近をぶく丁ニ走らイ感張に明テ勤に子のゲをPく店
上様る以リに店由リ技術一枚。な勤鬼フナリも良ば用デ、でイ日用
之化施がの采し、ア上様るはのあ教た隣自理チ技ア配だワにでも確ソ買可のがれ活のソ内
か別令と云出に上スが定し近をぶく丁ニ走らイ感張に明テ勤に子のゲをPく店
豊差競ニ、ガ確ニニ壳、要一行て了選浅エイ。ガヒ五内ソリソ衝トヨリ上トHツ、
物対ま握カ競トレ、店の子品をエ店広に、マズナヒタリハシイ、ウニ子モソ。にギ
貿可す可ス令を明リニニ、ア上様るはのあ教た隣自理チ技ア配だワにでも確ソ買可のがれ活のソ内
が本子。把一はツ直ニ、子の子商秀。子が、マラナヒタリハシイ、ウニ子モソ。にギ
全子いみオ策ゲレまヒ定紹来布。のハビルな隣ラの競ソ入奥、ニモア。ニンア
社会、て弱に品。タ企あるわハ、特がそれがにイ守家覚デ独ヤザセソ列店频、ニンア
シ加ナヒ商ある基モラ度ソニラ重げた近モ料店、リライにレシ量品平モヒ、要
3)増と強やがなをつと制たすナ必拳フヤ壳送のばたれザ基店止大商、。をえ必

受験番号

氏名

通し番号

2/4

子等、実店舗への誘導を促すことでキャリ来店数をアップ出
来る。

10) 最近では紙媒体での宣伝が弱くなっています。例えづ歩道の上に三三、箱
若者は新聞をとらなくなりました。今まではDMやDMオフィスの流れが駆け、大
へ店舗を探す人が多くなっています。今までは、DMオフィスの流れが駆け、大
なが、新しい型で、大切な店舗を探す人が多くなっています。今までは、DMオ
レアル型で、大切な店舗を探す人が多くなっています。今までは、DMオ
うのである店舗のデバイスが、店舗のデバイスが、店舗のデバイスが、
いは、顧客が何を購入するか、店舗のデバイスが、店舗のデバイスが、
インにします。また、店舗のデバイスが、店舗のデバイスが、店舗のデ
あるベントを設置して、店舗のデバイスが、店舗のデバイスが、店舗のデ
テラスの様な感じで、顧客が何を購入するか、店舗のデバイスが、店舗のデ
どである。から始まると、店舗のデバイスが、店舗のデバイスが、店舗のデ
26年木曜日GWのるるセントリックのセンターバンケットが、店舗のデ
い楽で、祖一だ要だ。テナント側も、店舗のデバイスが、店舗のデバイスが、
子等、実店舗への誘導を促すことでキャリ来店数をアップ出
来る。

受験番号

氏名

通し番号

3/4

大切な地域活性化の会議が開催されました。このイベントは、地域活性化を目的としたもので、多くの企業や団体が参加しました。会場には、地元の飲食店や小売店、サービス業者など、地域に根付いた多くの事業者がいました。また、イベントの内容は、地域活性化の取り組みや、地域資源の活用方法についてのセミナー、意見交換会、展示会など多岐にわたりました。このイベントは、地域活性化の取り組みを広め、地域の絆を深めることで、地域全体の活性化につながる重要な機会となりました。

(12) 近年、訪日外国人は増加の一途を辿っています。特にSNSを通じて日本文化への興味が高まっていることは、多くの日本人にとって既に実感としてあります。しかし、日本文化に対する理解度はまだ十分ではありません。そこで、日本文化をより深く理解するための取り組みが各店舗で行われています。例えば、飲食店では、メニューに日本語の説明を追加したり、スタッフが日本語で対応するなどして、地域活性化に貢献しています。また、観光情報や地域の特産品を紹介するための看板を設置したり、地域の歴史や文化を学ぶためのワークショップを開催するなど、様々な取り組みが行われています。これらの取り組みは、地域活性化のための重要な一歩となるでしょう。

受験番号

氏名

通し番号

4/4

宗教的な問題もある。例えは、イスラム教徒は豚肉や酒が禁物としている。それに対応するため、メニューに豚や酒を手に入れていない。それにすれば、カーテンを貼るなどして、手足を洗う場所を設置したり、礼拝区を高めるために、日本文化を体験できるようにしておこう。これは他民族の人々を集めるために、日本文化を海外で広めることである。その他にも、外國人を旅会社と組んで、外國人を旅行会社と組み、リゾートホテル等の連携が必須になる。日本で外國人を旅行会社と組み、ヨーロッパや中国などへ旅行するには、海外で来店する仕組みをつくることが大切だ。