

社団法人 日本ショッピングセンター協会認定

SC経営士試験・一次試験(筆記試験)問題集

[平成 19 年度(第 16 期)]

本試験の出題のおおよそは、協会の通信教育(「SC開発士」「SC管理士」両講座のテキスト及び協会編集発行の「SC経営戦略—SC Management Book—」)に準拠しています。

社団法人 日本ショッピングセンター協会

〒104-0054 東京都中央区勝どき 3-12-1 フォアフロントタワー13階
TEL (03) 3536-8121 FAX (03) 3536-8120

SC経営戦略と意思決定

(時間 120分)

200点

[第1問]これからの企業経営においては、従来企業価値として重視されてきた、財務指標、技術開発力や商品開発力、サービス提供力等の量的な指標に加え、経営の質や事業活動の社会性が評価項目として重要視される。今後のSC経営において、どのような視点を重視し、あらたに付加すべきかについて、200字以内で簡潔に述べなさい。(20点)

CS＝顧客満足の実現、企業の法的遵守(コンプライアンス)、環境問題への対応、リスクマネジメント、従業員満足度(ES)等を包含する企業の社会的責任の発揮(CSR)が企業評価の大きな項目になってきた。すなわち、企業の社会的評価と経営の質が大きく問われるようになった。

そして、SCのような大規模商業施設は、その企業活動が地域社会に与える影響が大きく、地域経済・地域環境・地域コミュニティに多くの影響を及ぼす存在になっている。したがって、SCは、地域の企業市民の一員として、企業本来の目的である経済的利潤を追求するだけでなく、地域社会に対する配慮を、積極的に企業活動に組み込む必要がある。

[第2問]SCの発展は、地域社会の成長発展なくしてはありえない。SCは、地域のまちづくりにどのように貢献すべきかについて、そのポイントを3点あげ、その要点を箇条書きに整理して述べなさい。(20点)

①地域生活者への生活支援機能の充実と地域のプラットフォームとしての役割発揮

物販・サービス機能の提供だけではなく、お年寄り、働く主婦等、さまざまな生活者に対する生活支援サービス提供の場としての機能発揮が重要。SCが、地域生活者のコミュニティ拠点になることは、中心市街地をはじめとした地域の商業集積に今もっとも必要とされる。

②まちの「顔」として、地域の発展と成長に対する寄与

商業機能等の発揮によって、地域産業や地元商業が活性化し、さらに交通機関の充実や生活福祉施設や文化施設の導入、居住空間の整備等、まちを豊かにする機能の拡充に波及効果を発揮する。こうしたまちづくりの起爆剤やスターターとしての役割をSCは担う。

③地域のまちづくり情報の共有とまちづくりの連携推進

地域のまちづくり情報を共有し、地方自治体や地元事業者・民間事業者・地権者・市民・NPO等の官民の関係者と連携し、協働して「まちづくり」のマネジメントの一翼を積極的に担うことが必要とされる。

[第3問]まちづくり三法が改正された背景と改正のポイントに関する次の文章のなかで、文中の空欄〔 〕に最も適切な語句を、解答欄記入しなさい。(15点)

平成18年のまちづくり三法の改正の趣旨は、中心市街地の振興(アクセル)と同時に、都市機能の適正立地(ブレーキ)の両輪で、〔 1 〕の実現に向けての取組にある。

中心市街地の衰退は、商業のみの問題ではなく、〔 2 〕の問題としてとらえ、国の基本方針を見直し、施策を〔 3 〕によって展開し、高齢者も含めた多くの人々にとって暮らしやすい「集約型都市構造」を目指すところにある。大きくは、下記の5つのポイントに要約される。

- (1)都市機能を中心市街地に集約させる
 - ・中心市街地の既存社会資本の有効活用と再整備
 - ・人口減少社会への対応
 - ・持続的な自治体財政の維持
- (2)大型店等の〔 4 〕の規制強化
 - ・無秩序な都市機能の郊外化の抑制と規制
 - ・市町村の枠を越えた、広域的な調整の取組
- (3)中心市街地の賑わいとコミュニティの回復
 - ・賑わいの回復、地域コミュニティの再生
 - ・まちなか居住や歩いて暮らせるまちづくり
- (4)〔 5 〕によるまちづくりの推進
 - ・市民をはじめ多様な民間主体等から構成される組織による推進
- (5)〔 3 〕による重点的な支援の実施
 - ・意欲的に取り組む市町村を重点的に支援

[解答]

1	2	3	4	5
コンパクトなまちづくり	都市構造	選択と集中	郊外立地	多様な関係者

[第4問]これまで中心市街地の衰退とともに、中心部のSCは営業不振に陥る一方、他方で郊外立地のSC開発も活発に進められてきた。平成18年に制定されたいわゆる「改正まちづくり3法」が施行されるなかで、SCは新たな対応を迫られているが、どのような対応をすべきかについて、箇条書きで簡潔に述べなさい。(20点)

1. 郊外大型SCの立地規制への対応

- ・郊外の立地規制が強化されることによる、今後の立地戦略の見直し
- ・郊外立地SCは、まち全体や中心市街地への影響を十分に考慮

2. 中心市街地活性化とまちなかSCの再生努力

- ・まちなかSCの再生と中心市街地活性化への寄与
- ・まちなかSC不振による撤退時の社会的責任を踏まえた的確な対応

3. 地域のまちづくりと連携したSC開発

- ・SC開発と立地地域のまちづくりとの連携の必要性
- ・SCの地域社会における社会的役割とCSRの発揮

こうした中心市街地活性化への寄与を考慮しつつ、地域のまちづくりへの貢献という、SCの社会的使命を踏まえながら、対応すべきである。

【第5問】顧客満足と従業員満足に関する次の文章のなかで、文中の空欄〔 〕に最も適切な語句を、解答欄記入しなさい。(15点)

顧客満足(CS)は、顧客が望んでいることを、いち早く提供し、その内容に顧客が満足し、支持することで実現される。それは、〔 1 〕であり、将来の市場シェア拡大につなげる事業活動に他ならない。そして、それは、顧客と接するその場その場での受身の対応ではなく、戦略を持って能動的に組織・確立された〔 2 〕である。それは経営戦略から、事業活動、店頭の営業活動までを含んでいる。SCにおいては、デベロッパーからテナント管理者、販売の最先端で顧客と出会うスタッフまで一丸となって取り組むことが求められる。

その際、なによりも重要な情報ソースは、〔 2 〕である。それは、単なる苦情ではなく、顧客の要求であり、主張である。そこでは、企業価値が問われているのである。これに的確に対応することは、顧客満足の実現のための絶好な機会となる。そこでは、たえずマネジメント戦略の見直しを問いかけているのである。また、顧客満足の実現のためには、従業員が満足していなければならない。「〔 4 〕無くしてCS無し」といわれるように、やる気のない、不満の多い従業員では満足度の高い顧客対応は行えない。では、それは、どのように持たらされるのか。それは能力や活動実績に応じた報酬はもちろんこと、福利厚生や働きやすい環境等の充実が不可欠になる。

しかし、もっとも重要なことは、企業に対しての〔 5 〕をいかに高めるかにある。めざすべき企業価値とビジョンに、従業員がどれだけ共感し、共有できるかである。

〔解答〕

1	2	3	4	5
マーケティング活動	マネジメント・システム	クレーム	ES	ロイヤリティ

【第6問】SCマネジメントは、ひとつは地域生活者に対する満足の提供であり、もうひとつはSCを経営する事業者としての適正利益追求という側面である。そのようなSCマネジメントの基本的な活動内容(要素)について、ポイントを5つあげその要旨を箇条書きで簡潔に述べなさい。(20点)

①SC全体の戦略設計と営業政策管理

マーケティング・営業分析、営業戦略、マーチャンダイジング戦略、販売促進戦略、リニューアル戦略、CSR戦略と地域コミュニケーション戦略、コンプライアンス戦略

②地域生活者の満足を実現するためのテナント管理運営

テナント営業管理(テナントサポート)、テナントコミュニケーション(テナント会等)、テナント従業員の管理(研修等)

③収益最大化のための、効果的で効率的な施設管理運営

施設管理、安全管理、顧客サービス管理

④CSR活動と地域とのコミュニケーション

交通公害への対応、騒音対策、廃棄物処理対策、街並み緑地環境の保全維持、公序良俗の維持、地域コミュニティ形成等の社会的活動、コンプライアンス活動等

⑤新たな発展のためのマーケティング分析と報告・提案業務

経営実態報告、営業活動の分析とマーケティングレポート、新たな発展のための投資を含む計画書の作成と提案

【第7問】SCのプロパティマネジメント(PM)に関する次の文章のなかで、文中の空欄〔 〕に最も適切な語句を、解答欄に記入しなさい。(15点)

我国においては、商業施設の特殊性・複雑さや、〔 1 〕と経営及び管理が一体となった旧来型の仕組みからの脱却の遅れ等から、商業施設全体のマネジメントまで踏み込んだプロパティマネジメントの取組が遅れた。

とはいえ、商業施設の〔 2 〕の誕生等に見られる不動産証券化の流れは、商業施設PMに対する必要性を高め、既存商業施設でも、立地環境の変化や経営状況の悪化に伴う核テナントの入替れも含めた管理体制の見直しが求められるケースが増加しつつある。

SCにおいても、オーナー、デベロッパー、管理運営企業のそれぞれの立場の事業スタンスと事業ノウハウを生かして、総合的にSCの価値を高めていく時代になってきた。

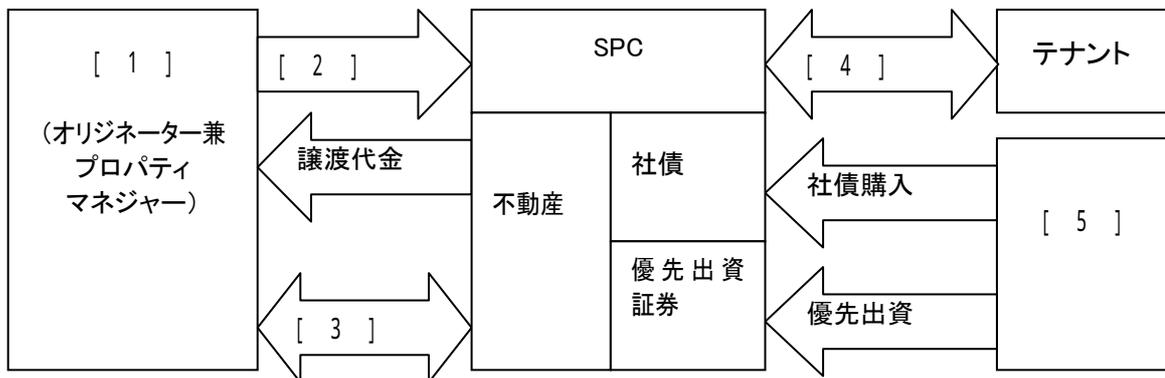
〔 3 〕とは、投資家から委託を受けて取得したSC等の不動産の運用・運営・管理を行うことをいい、これを担当する者は、対象不動産の〔 4 〕を高めることを目的としてマネジメント計画を策定・実行する。具体的には、対象不動産の購入あるいは売却を行い、テナント誘致計画や施設の管理方針等を決定する。

プロパティマネジメントは、収益最大化と〔 5 〕の精査、最適化を主眼とする。ただ収益を向上させる上でのコストの削減は有効であるが、地域生活者のマーケットと商業施設の特徴を捉え、「コスト・品質・安全」のバランスを考慮する必要があり、コスト精査能力が問われる。

〔解答〕

1	2	3	4	5
所有	J-REIT	アセット マネジメント	資産価値	運営管理 コスト

【第8問】下記は、SPC(特定目的会社)による不動産証券化の流れと資金調達の手法を図示したものである。図のなかで、文中の空欄〔 〕に最も適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で記入しなさい。(10点)



〔語群〕

ア.定期借家契約 イ.PFI ウ.株主 エ.資産家 オ.金融機関
カ.市場 キ.不動産譲渡 ク.投資家 ケ.SCデベロッパー コ.J-REIT
サ.不動産証券化 シ.売却益 セ.PM契約 ソ.賃貸借契約

〔解答〕

1	2	3	4	5
ケ	キ	セ	ソ	ク

〔第9問〕企業の不祥事等から、企業運営の監督・監査の必要性が認識されるようになり、SCのコーポレート・ガバナンスが問われている。SCのコーポレート・ガバナンスを実現するためには、SC経営においては、何が要求されるのか。箇条書きで簡潔に述べなさい。(20点)

SCのコーポレート・ガバナンスの実現には、経営者の独走・暴走や組織ぐるみの違法行為をチェックでき、阻止できること。そして、地域社会に対してSCの企業理念を実現するために、全役員・従業員・テナント企業及びテナント従業員、SC運営にかかわる取引先企業等の業務活動が方向づけられていることが不可欠である。

こうしたSCのコーポレート・ガバナンスの考え方を実現するためには、SC経営においては、次のことが要求される

- ・経営の透明性、健全性の確保
- ・コンプライアンスの確立
- ・各ステークホルダーへのアカウンタビリティ(説明責任)の徹底
- ・迅速かつ適切な情報開示
- ・経営者並びに経営管理者の責任の明確化

〔第10問〕SC経営の投資戦略に関する次の文章のなかで、文中の空欄〔 〕に最も適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で記入しなさい。(10点)

SC経営における投資の意思決定を行うための手法として、多数の取引事例を収集して適切な事例の選択を行い、そこから算出する〔 1 〕。SC開発・運営の原価を求め、この原価と期待収益に基づいてSCの投資額を求める〔 2 〕。そしてSCが将来生み出すと期待される収益から還元してSCの投資額を求める〔 3 〕の3つがある。さらに、この〔 3 〕には、初年度の年間の純収益が次年度以降も永遠に得られる前提に基づき、単純に目安として算出する「永久還元法」と、その投資を行うことによって得られる将来に亘るキャッシュフローを〔 4 〕に割り戻して、現時点での価値を求める〔 5 〕がある。後者の手法は、年度ごとの純収益を精密に算出し、各年度ごとの純収益を常に〔 4 〕に“割り引く”という、お金の時間的価値を考慮する。求めた〔 4 〕が、投資額に見合っていれば投資を行い、逆に見合わないようであれば投資を行わないという判断を行う。これは、事業への投資、株式、債券等金融商品への投資、不動産への投資等で、一般的に用いられる投資価値判断のための手法である。

〔語 群〕

ア.売却価値 イ.現在価値 ウ.不動産価値 エ.収益還元法 オ.転売価格
カ.費用効率 キ.原価法 ク.割り引く ケ.SPC コ.DCF法 サ.エクイティ
シ.内部収益率 ス.取引事例比較法 セ.資本コスト ソ.リスク

〔解 答〕

1	2	3	4	5
ス	キ	エ	イ	コ

【第11問】下記の決算財務諸表に基づいて、各設問の解答欄にその計算式と答えを記入しなさい。(15点)

資産の部		負債の部	(単位百万円)
流動資産 50	当座資産 30	負債 60 (支払手形・買掛金 10、短期借入金 20、長期借入金 30)	
	棚卸資産 20	資本金 100	
固定資産 150		法定準備金 10	
		任意積立金 20	
		当期末未処分利益 10	

1. 企業の安定度の指標である、自己資本比率を求めよ。

項目	計算式	答え
自己資本比率	$\text{自己資本}(\text{総資産}(50+150)-\text{負債} 60) \div \text{総資産}(50+150) \times 100$	70%

2. 企業の短期の負債に対する返済能力を測る、流動比率を求めよ。

項目	計算式	答え
流動比率	$\text{流動資産} 50 \div \text{流動負債}(\text{支払手形} \cdot \text{買掛金} 10 + \text{短期借入金} 20) \times 100$	166%

3. 企業の安全性の指標である、当座比率を求めよ。

項目	計算式	答え
当座比率	$\text{当座資産} 30 \div \text{流動負債}(\text{支払手形} \cdot \text{買掛金} 10 + \text{短期借入金} 20) \times 100$	100%

4. 固定資産の自給率の指標である、固定比率を求めよ。

項目	計算式	答え
固定比率	$\text{固定資産} 150 \div \text{自己資本}(\text{総資産}(50+150)-\text{負債} 60) \times 100$	107%

【第12問】株主資本利益率（ROE）について、以下の条件から計算し、解答欄に記入しなさい。
(20点)

下記に、株主資本利益率算出の条件となる費目と数値を示してある。それに基づいて、利益、総資本、株主資本を求め、最終的に株主資本利益率を算出し、解答欄にその計算式と答えを記入しなさい。

〔条件〕

費目	実績(単位百万円)
売上高	200,000
総資本回転率	2回
売上高当期純利益率	2.5%
自己資本率	40%

〔解答〕

項目	計算式	答え
利益	売上高 × 売上高当期純利益率	5,000 百万
総資本	総資本 = 売上高 ÷ 総資本回転率	100,000 百万
株主資本	総資本 × 自己資本率	40,000 百万
株主資本利益率	利益 ÷ 株主資本 × 100	12.5%

SC 開発実務の基本知識

(時間 60分)

100点

【第1問】駅前立地の地元の食品スーパーを核にした、ある小規模SCの現状に関する次の文章に基づき、SWOT分析を行い、そのポイントを述べなさい。(10点)

人口15万の地方都市のJR駅前に昭和60年に開業。施設規模は、延床面積7,800㎡で、駐車場台数280台。食品スーパーを核に地元中心のテナント15店で構成されている。隣接して、かつては繁栄していた商店街があるが、今は空き店舗が目立つ。中心市街地は、再開発計画が進んでおり、大型マンションの建設が予定されている。クルマで20分圏内に、延床面積50,000㎡の大型SCがあり、幹線沿いには、ロードサイドショップの集積している。また、近くのロードサイドに大型スーパーの進出が計画されている。

地元食品スーパー店長は、地元出身で、地域の産直野菜を仕入れることができ、また海も近く、地域の漁業組合とも提携している。地元の食品問屋は廃業傾向にある。客層は、高齢者を中心になじみ客が多く、平日と土日の利用客数は変わらない。

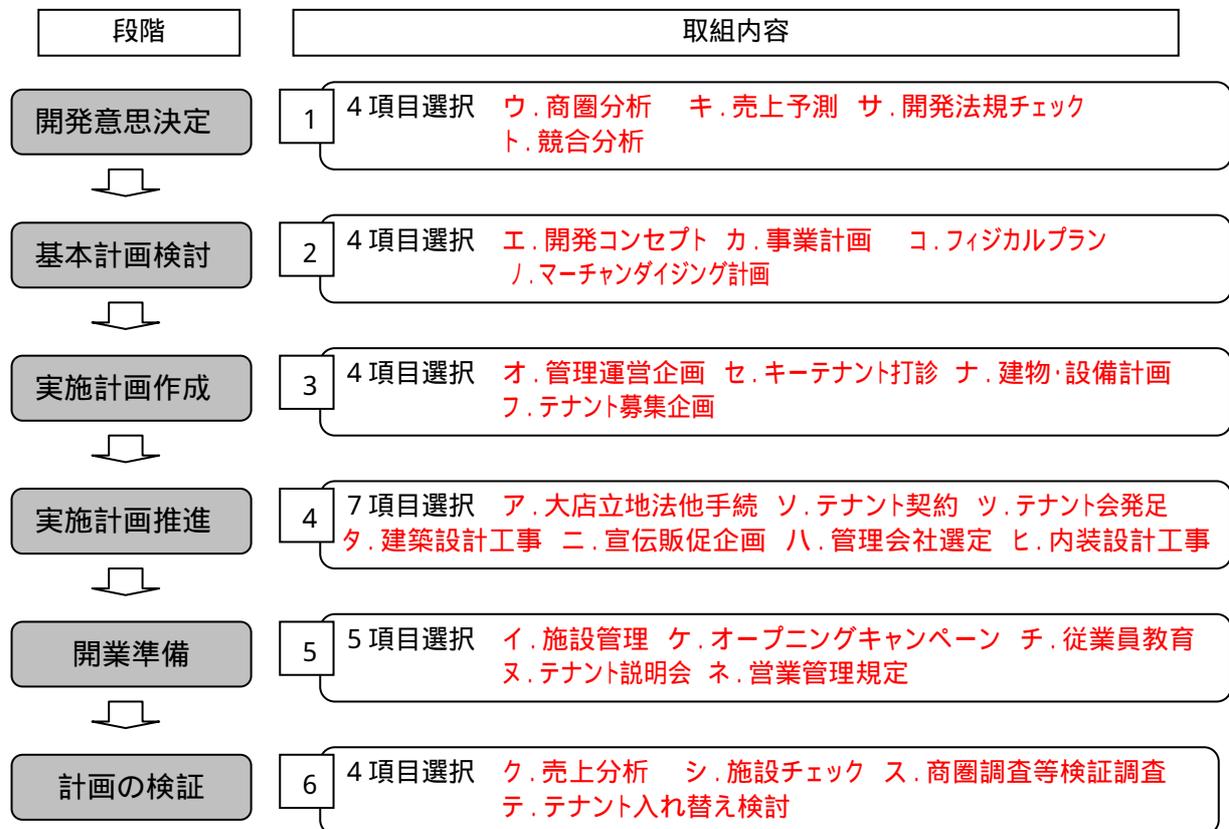
【解答】

分析項目	分析のポイント
S	・地元固定客が多い ・JR利用客をターゲットにできる ・核テナントは新鮮な野菜や魚を直接仕入れることができ、生鮮食品に強い
W	・建物が老朽化している ・規模が中途半端で十分なテナントミックスができない ・駐車場能力が不十分 ・商店街の疲弊とともに、商業集積力が弱い
O	・再開発計画とともに、近くに大型マンションが建設される
T	・郊外大型店の脅威やロードサイドショップの大型スーパー開業で、競合激化 ・地元の食品問屋の廃業

【第2問】10,000㎡以上の大型集客施設の立地規制が行われる都市計画法の改正(平成19年11月施行予定)は、SCにどのような影響を与えるかについて、その対応策を含めて、300字程度で述べなさい(10点)

2007年11月に施行される「改正まちづくり三法」の一つの柱である改正都市計画法では、10,000㎡以上の大規模商業施設(SC)の開発可能区域は、商業・近隣商業・準工業の3用途地区に限定される。従来の車社会に対応した大規模な駐車場を配備した都市郊外の大型SCの開発にブレーキが掛かることになり、従来以上に市街地の「まちづくり」とより連動したSC開発が求められることになる。また今後中心市街地での開発にシフトする傾向になると思われ、市街地再開発の核となるSCのフォーマット開発が課題となってくる。さらに、住宅等の商業機能以外の機能との相乗効果を発揮する大型空き店舗のコンバージョン手法との連携が求められることになる。

【第3問】次のSC開発フローについて、開発意思決定から計画の検証まで、各段階にあてはまる取組内容を、下記の語群の中から選び()に記号で記入しなさい。(15点)



(語群)

ア. 大店立地法他手続 イ. 施設管理 ウ. 商圈分析 エ. 開発コンセプト オ. 管理運営企画
カ. 事業計画 キ. 売上予測 ク. 売上分析 ケ. オープニングキャンペーン コ. フィジカルプラン
サ. 開発法規チェック シ. 施設チェック ス. 商圈調査等検証調査 セ. キーテナント打診 ソ. テナント契約
タ. 建築設計・工事 チ. 従業員教育 ツ. テナント会発足 テ. テナント入れ替え検討 ト. 競合分析
ナ. 建物・設備計画 ニ. 宣伝販促企画 ヌ. テナント説明会 ネ. 営業管理規定 ノ. マーチャンダイジング計画
ハ. 管理会社選定 ヒ. 内装設計・工事 フ. テナント募集企画

【第4問】商圈分析とマーケットポテンシャル予測に関する次の文章のなかで、正しいものに、誤っているものには×を解答欄に記入しなさい。(5点)

1. 商圈は、必ずしも大きいからいいとは言えない。商圈は「面」的な広がりを持つと同時に、顧客特性という「質」的な深みを持っている。
2. 商業施設の吸引力は売場面積に比例し、時間距離に反比例するという考え方で、地域毎に吸引力を算出することで自店の商圈人口及びシェアを求める商圈算出モデルを、ランチェスターの法則という。
3. 潜在購買力は、商圈世帯数×1世帯当たり消費支出額で算出するが、その場合、消費支出額は、経済産業省の「商業統計調査」から自店で取り扱う項目を抽出し、その合計した額を使う。
4. この地域は、小売吸引力指数が1.5以上あるので、買い物客が外部へ流出しているとみることができる。
5. ハフモデル算出の際、時間(距離)に係数を掛けるが、この係数は、地域や商品力・人によって、距離の抵抗感が異なる現象を表現する、市場特性や消費特性を示す。

〔解答〕

1	2	3	4	5
	×	×	×	

【第5問】賃料設定等のテナント契約について次の内容に合致した最も適切な語句を解答欄に記入しなさい。(10点)

1. 収益還元法の賃料算出において、最も重視されることは何か
2. 以下の式で求められる賃料算出方法の名称を答えよ

$$\text{月額賃料} = \frac{\text{土地代} + \text{建築費} + \text{金利} + \text{管理運営費} + \text{目標利益}}{\text{償却月数(10年償却なら120ヶ月で120)}}$$
3. 近隣または同一需給圏内の類似地域における賃貸事例の実質賃料を補修正して、対象施設の試算賃料を求める手法は何と呼ぶか。
4. 広義の意味で賃料といわれ、今まで別途実費徴収するケースが多く見られたが、最近ではデベロッパーのノウハウ領域に属することで、家賃に含まれることが多い費目は何か。
5. デベロッパーとテナント契約で、1年未満の短期に設定できるようになった、法制度は何か。

〔解答〕

1	2	3	4	5
実際の収益力	積算法	比準法	販売促進費 (共益費)	定期借家制度

【第6問】都市計画の用途地域に関する次の文章のなかで、文中の空欄〔 〕に最も適切な語句を、解答欄に記入しなさい。(10点)

都市計画区域は、県が関係市町村や県の都市計画審議会の意見を聞き、〔 1 〕の同意を得た上で、その指定を行う。

市街化区域と市街化調整区域の〔 2 〕をするか否かは、県が作成する「都市計画区域マスタープラン」の中でその方針を明確にした後に、県の都市計画審議会に附議し、県が都市計画決定を行う。

都市計画では都市を住宅地、商業地、工業地など 15 種類に区分し、これを〔 3 〕として定めている。

平成 18 年 5 月、「まちづくり三法」の改正とともに、「都市計画法」も改正され、延床面積 1 万㎡を超える劇場、店舗、飲食店等の大規模集客施設が立地可能な用途地域は、現行の 6 (第二種住居地域、準住居地域、工業地域、近隣商業地域、商業地域、準工業地域)から 3 (近隣商業地域、商業地域、〔 4 〕)へ限定された。上記 3 地域以外の用途地域内においては、原則として立地不可になる。

非線引き都市計画区域、準都市計画区域内の用途地域の指定のない〔 5 〕では(市街化調整区域を除く)、延床面積 1 万㎡を超える劇場、店舗、飲食店等は、原則立地不可となる。

〔解答〕

1	2	3	4	5
国土交通大臣	線引き	用途地域	準工業地域	白地地域

【第7問】地域の景観条例に関する次の文章のなかで、正しいものに○、あやまっているものには×を解答欄に記入しなさい。(5点)

- 平成 16 年「都市緑地法」が制定により、条例で一定規模以上の建築物への緑化義務付けができることとなった。
- これまで地方自治体では、法律の委任に基づかない自主条例として景観に関する条例を定めていたが、景観法の制定により、一定の強制力が行使できるようになった。
- 景観緑三法とは、「景観法」「古都保存法」「都市緑地法」の三つの法律のことをいう。
- 屋外広告物法の改正によって、市町村が屋外広告物条例を制定することが可能になり、違反広告物の原因となっている不良業者を規制することができるようになった
- 古都保存法により、歴史的保存区域内においては、建築物等の新築、改築又は増築、土地の区画形質の変更、建物等の色彩変更、屋外広告物の表示等については、国土交通大臣の許可を受けなければならない。

〔解答〕

1	2	3	4	5
		×		×

【第8問】時代変化と競合激化の環境の中で、商業施設等のリニューアルの必要性が高まっている。そのリニューアル手法のひとつとして、コンバージョンが注目されているが、その手法のポイントとメリットを整理してそれぞれ箇条書きで記述しなさい。(15点)

手法のポイント

- ・コンバージョンは現状の建物用途を変更して、新たな用途で建物を再生、活用する手法で、都心ではオフィスビルを、住居施設に転換した例もある
- ・撤退した大型商業施設(GMS等)を市民活動の拠点、市民のための貸館施設、民間テナントなどの多機能型複合施設の市民プラザとして、PFI的手法を取り入れてコンバージョンした事例もある
- ・商環境の変化やポテンシャルの低下を、あらたな用途視点から乗り越える多くのメリットを有する

メリット

- ・供給過剰なマーケットから需要の多いマーケットに用途転換する
 - ・解体建て替えに比べて、短期間で安価に新機能の建物として更新させることができる
 - ・施設の資産価値を向上させることができる
 - ・一部の入居テナントの営業を継続させながら、施設の機能向上と用途の転換が図れる
 - ・テナントが入居しづらい施設の一部分を別の用途に転用し、賃料収入の増加を図ることが可能
 - ・用途によっては、助成金・補助金制度を活用できる
- 等々のメリットがあり、ひとつのリニューアル手法として検討する価値がある。

【第9問】まちづくりにおけるバリアフリー化、ユニバーサルデザイン化を更に積極的に推進するバリアフリー新法が、平成18年12月に施行された。そのバリアフリー新法について文中の空欄〔 〕に、最も適切な語句を、解答欄に記入しなさい。(10点)

従来の〔 1 〕及び〔 2 〕は統合され、拡充が図られたうえで新たにバリアフリー新法(高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律)として、平成18年12月に施行された。従来の法律では、建築物の施設ごとに独立して推進が図られており、〔 3 〕したバリアフリー化が実現されていない。また、旅客施設を中心とした生活圏の一部にとどまっている。これらの課題等について一体的・連続的な移動空間形成のため、〔 4 〕の考え方を踏まえた総合的な法整備がなされた。

旅客施設及び一定の建築物に加え、一定の道路、公園、〔 5 〕についても、新設等に際しバリアフリー化を義務づける。また、総合的・一体的なバリアフリー化を推進するため、旅客施設から徒歩圏外のエリア、旅客施設を含まないエリアについてもバリアフリー化の計画を作成可能とする。そして、利用者、住民等の計画段階からの参加の促進を図るための措置を講ずる。

高齢者や身障者等の移動等の円滑化のために施設設置管理者が講ずべき措置として、各施設とも、連続した移動が可能な円滑化された経路を1以上確保すべきとされている。

(解答)

1	2	3	4	5
ハートビル法	交通 バリアフリー法	連続	ユニバーサル デザイン	駐車場

【第 10 問】循環型社会とSCについて述べた文中の空欄〔 〕に、最も適切な語句を下記の語群の中から選び、記号で記入しなさい。(10点)

(10点)

循環型社会の実現を図るために、廃棄物対策とリサイクル対策を総合的・計画的に推進しようとする〔 1 〕が、平成 12 年施行された。また、この法律に基づいて循環型社会形成推進基本計画が、平成 15 年策定され、いいものを大事に使う「スロー」なライフスタイル、環境保全志向のものづくり・サービスの提供、廃棄物等の適正な循環的利用・処分システムなどを提示し、経済社会におけるモノの流れを全体的に把握するための〔 2 〕により、3 つの指標、資源生産性(入口)・循環利用率(循環)・〔 3 〕(出口)と、それぞれの数値目標を設定している。

平成 13 年施行された〔 4 〕は、循環型社会を形成するために、〔 5 〕である「リサイクル」の強化とともに、「リデュース」と「リユース」の取組を推進する法律である。この法律では 10 業種・69 品目を対象に、事業者に対し、リサイクル設計を行うべき製品、使用済み製品を回収・リサイクルすべき製品、生産工程から出る廃棄物を減らしたりリサイクルすべき業種、リサイクル材料を使用したり、製品等を再使用すべき業種等を指定している。

持続可能な社会形成に向けて、地域環境に大きな付加を与えるSCをはじめとした商業施設は、こうした循環型社会の実現に向けた取組が、企業の社会的責務となっている。

〔語 群〕

ア.ゼロエミッション イ.廃棄物処理法 ウ.物質フロー エ.3K オ.資源有効利用促進法
カ.最終処分量 キ.食品リサイクル法 ク.地球温暖化防止 ケ.ゼロエミッション
コ.3R サ.省エネルギー シ.循環型社会形成推進基本法

〔解 答〕

1	2	3	4	5
シ	ウ	カ	オ	コ

(第1問) S Cの管理運営において最も重要なことは、デベロッパーの計画性・リーダーシップの発揮とテナントとのパートナーシップの創造である。デベロッパーのリーダーシップおよびテナントとのパートナーシップについて、それぞれ 150 字以内で簡潔に述べなさい。(15 点)

デベロッパーのリーダーシップ

S Cには多岐にわたる複数の資本・人的資源・ノウハウが投入された複合商業施設である。デベロッパーは、そのS Cを明確な戦略と計画性を持って運営および経営する役割を担う。そのために、デベロッパーは、下記のリーダーシップを発揮すべきである。

S Cの戦略目標を明確にし、S Cを構成するあらゆるスタッフに対し S Cの管理運営に対する「理念・目標」の共有に努める。

S Cに投下された多資源を最適なバランスでコントロールし、デベロッパーおよび個々のテナントのそれぞれの繁栄を図る。

S Cの総合力を継続的に発揮するために、最適なテナントを編集し、販売促進活動を始め、常に効果的かつ効率的な施設の運営管理を通じて、S Cの企業価値の維持・拡大をめざす。

テナントとのパートナーシップ

テナントは、S Cにおける最も重要な構成要素であり、デベロッパーの共同事業パートナーである。デベロッパーは、S Cの継続的な価値の発揮のために、テナントとの協働を下記のように推進すべきである。

デベロッパーは、S Cの重要な構成員であるテナントと、S Cの理念・戦略目標の理解と共有を図るために、テナント会・店長会・店長面談・研修会等の継続的なコミュニケーションと情報の開示を図り、テナント全体と協調して、S C全体の繁栄をめざす。

S C運営において、常に地域生活者のフロントラインに立ち、自店のMD・サービスを提供するテナントをサポートするため、S Cの情報発信や来街者動員等の多様なマーケティング活動を行う。

そうしたデベロッパーとテナントの共同事業パートナーとしての意識を形成するため、デベロッパーとテナントが互いにS C事業に対する適正なリスク分担と利益配分を行えるような賃料、契約期間等の適切な契約関係を構築する。

【第2問】成熟社会における新しい企業戦略を考えると、ブランディングは、欠かすことのできない戦略である。SCのブランディングに関する次の文章のなかで、文中の空欄〔 〕に最も適切な語句を解答欄に記入しなさい。(10点)

製品やサービスが市場にあふれ、飽和状況を見せる今日では、自社製品を差別化するためのブランディングがマーケティング戦略上、重要な意味を持つ。ブランドを構築することで、自社の製品・サービスを際立たせ、かつ顧客の〔 1 〕を得ることができるからである。特に、商品力に際立った差がなくなった市場では、消費者はブランドで商品を選択する。したがって、ブランド価値が上昇すると商品の〔 2 〕が高まり、業績が向上する。

SCをはじめとした小売業の世界は、過当競争とある種マーケットの飽和状況を迎えており、同質化の状況に陥っているとも考えられる。こうした業界にあっては、ブランディングは、〔 2 〕を高める最も重要な戦略だといえよう。

ブランディングの淵源であり基礎になるものが、〔 3 〕と呼ばれる。これは、ブランドの名前やシンボルと結びついたブランドの資産あるいは負債の集合であり、製品やサービスの価値を増大させるものといわれている。

SCのブランディングは、SCの独自性や他社との差異を明示する活動を指す。しかし、それは、単なるデザイン戦略や広報活動にとどまるものではない。

ブランディングの根幹は、〔 4 〕にあり、それを踏まえて企業が行う全ての事業活動・営業活動・〔 5 〕が含まれる。SCにとってブランディング形成の最も大きな要素は、SCが地域社会に存在する意義であり、役割であり、発揮せねばならない使命(CSR)にある。

〔解答〕

1	2	3	4	5
ロイヤリティ	市場競争力	ブランド エクイティ	企業理念	社会活動

【第3問】SCにおいても所有と経営の分離が進んできた。所有と経営の分離が進んだ背景に関する次の文章のなかで、文中の空欄〔 〕に最も適切な語句を解答欄に記入しなさい。(10点)

バブル経済の破綻以降、土地さえ持っていれば値上がり期待できる土地神話が崩壊した。現在では、不動産から実際にどれだけの収益が生み出されるかによって、その価値が計られ、不動産はストックではなく、〔 1 〕として評価される時代になった。

SCを始め商業施設においても、土地に依拠した〔 2 〕依存から、マーケットに対応した現実の〔 3 〕が問題とされるようになる。すなわち、施設の管理運営による、現在および将来得られる〔 3 〕が、一番の評価の機軸になった。

近年、経営のグローバル化の中で、SCを始めとした商業施設も、所有と経営の分離が進み、従来は開発、所有、〔 4 〕をすべて同一の企業で行うことが多かったが、経営の効率化と、収益力が問われる中で、分業体制が加速されている。

つまり、効果的かつ効率的な、専門度の高い商業施設の運営ノウハウが要求され、SCにおいても、デベロッパー専門企業や〔 5 〕企業も現れ始めた。

こうして、オーナー、デベロッパー等の企業が、それぞれの立場の事業スタンスと事業ノウハウを生かして、総合的にSCの価値を高めていく時代になってきたのである

〔解答〕

1	2	3	4	5
フロー	含み益	収益性	運営	プロパティ マネジメント

(第4問) 近年、地方都市の大型店撤退が問題になっているが、SCが退店するとき、地域社会、テナント等に対してどのような対応をすべきか、撤退時の対応ポイントと対応内容について、箇条書きで簡潔に記述しなさい(15点)

大型店の地域社会に与える影響は大きく、その企業の評価は撤退時にこそ明確に下される。したがって、CSRの理念をもとに的確に対応することが望まれる。地域貢献活動や経営努力にもかかわらず万一撤退の事態にSCが立ち至った場合以下の点に留意し地域への影響の最小化の対応を図る必要がある。

1. 早期の情報の開示と説明責任

地域及びテナントへの影響を最小限にするため、対応の時間をできるだけ確保するとともに、関係者に対する撤退に至った丁寧な事情説明が基本

2. 後継店等のショッピング機能の確保への協力

地域住民の利便性を損なわれないよう、地元商工会議所及び地権者等の協力を得て対応

3. 当該SC(DV・テナント等)の従業員の雇用の確保への努力と協力

行政・商工会議所・地元有力企業等、地元の協力を得て的確な対応・努力

4. 管理運営体制確立への対応

アンカーテナント撤退の場合、SC全体の管理運営体制が崩壊する懸念がある。管理運営を担えるプロパティマネジメント企業等への支援要請・紹介による管理運営体制確立のサポートを行う

(第5問) SCのプロモーションは、デベロッパーが行うSCの管理運営業務のなかでも、最も重要な活動である。SCのプロモーション活動の目的と役割について、箇条書きで簡潔に記述しなさい(10点)

1. SCのブランディング = SCのブランドイメージ醸成と情報発信

SCのコンセプトや地域社会におけるSCの役割と機能を的確に地域生活者に伝達し、SC全体のイメージ向上に努め、SCのブランディングを図る。

2. SCへの動員と需要喚起

SCの事業拡大につながる、来街者の動員に努め、需要喚起を促す

3. テナントのモラル高揚と協働関係の形成

SCのブランドイメージの向上やテナントへの集客につなげることで、テナントのモラルアップを図り、SCへのロイヤリティや帰属意識を高め、デベロッパーとテナントの協働関係を形成する。

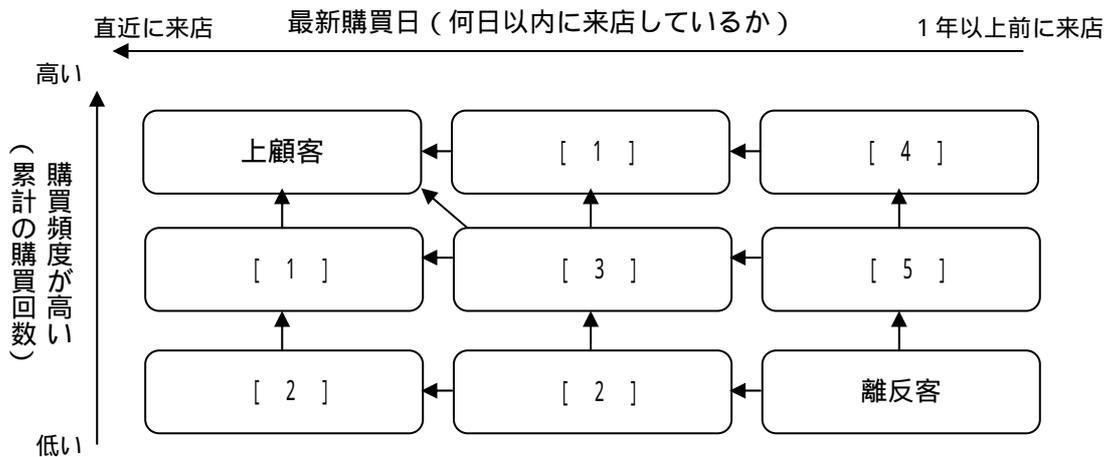
4. 地域社会とのコミュニケーションの深化

地域社会とコミュニケーションを取りながら、地域社会と共存共栄を図り、SCを開かれたコミュニティ形成の場として役割を発揮する。

[第6問] 過当競争とマーケット飽和状況を背景に、商圈が狭小化する時代にあつて、CRM戦略(customer relationship management)が重視される。下記の顧客戦略の文章を読み、設問に答えなさい。(10点)

SCのテナントである個店が取り組むCRMにおいて重要なことは、そのお店の既存顧客の来店頻度の拡大と、顧客の購入額の増大をめざした活動である。これは、3段階に分かれる。第1段階として、まず、だれが、いつ、なにを、どれだけ買ったか等の顧客情報をとる。顧客の購買情報をとるには、ハウスカードやポイントカードの入会等を通じて行う。第2段階は、顧客分析と顧客のランク付けである。顧客の最近の購買日、これまでの購買回数、累計の総購入額等から、「上顧客」から「不信客」等までの顧客のランク付けを行う。第3段階は、顧客ランクアップのためのプロモーション。これは行った顧客のランク別に、それぞれの課題に対応した施策を実施し、リピート来店を促す。たとえば、上得意客には、ニーズに応える意味で、お客様の気に入りそうな商品が入荷すれば、かならず、電話やDM等で案内する。また、お得意様だけの特別ご招待会を、バーゲンのプレセールとして実施したりする。こうした活動を通じて、新規客を有望客へ、有望客を優良客へランクアップさせる。

設問 下図の顧客ランクの分類表の空欄〔 〕に最も適切な語句を下記の語群の中から選び、解答欄に記号で記入しなさい。



[語群]

ア.不信客 イ.一元客 ウ.離反客 エ.有望客 オ.上顧客 カ.優良客
キ.休眠客 ク.なじみ客 ケ.カード顧客 コ.新規客

[解答]

1	2	3	4	5
カ	コ	カ	ア	キ

〔第7問〕企業の不祥事が目立つ昨今、小売業においても、消費者の安全と安心の提供が不可欠な課題となっている。下記の消費者の安全と安心に関して述べた文章に該当する法律を、下記の語群の中から選び、解答欄に記号で記入しなさい。(10点)

1. 製品に欠陥があり消費者が損害を被った場合、消費者が小売店などを飛び越えて、直接、メーカーに対し責任を負わせ、損害賠償責任を追求できるという法律。
2. 製品事故の発生を防ぐために、製品事故情報の収集・報告・公表制度の確立を図り、消費者の安全・安心をめざして、平成19年5月改正・施行された法律。
3. 鳥インフルエンザ、中国野菜の残留農薬問題、食品の不当表示等の食の安全を脅かす事故が相次いで発生したことから、消費者の保護を基本とした包括的な食品の安全を確保するための法律。
4. 食品の安全性確保のために公衆衛生の向上の見地から食品と添加物と器具容器の規格・表示・検査などの原則を定める。
5. 牛の個体の識別のための、情報の適切な管理及び伝達に関する特別の措置を講じようとする法律。

〔語群〕

ア. BSE法 イ. 食品衛生法 ウ. 消費生活用製品安全法 エ. PL法 オ. 畜場法
カ. 家畜伝染病予防法 キ. JAS法 ク. 食品安全基本法 ケ. 牛トレーサビリティ法

〔解答〕

1	2	3	4	5
エ	ウ	ク	イ	ケ

〔第8問〕情報化社会にあつて、個人情報流出が問題となっている。個人情報保護法に関する次の文章のなかで、正しいものに○、あやまっているものには×を解答欄に記入しなさい。(5点)

1. 個人情報とは、生存する特定の個人を識別できる情報なので、死者は含まれない。
2. 個人情報取扱事業者となる対象には、過去6ヵ月以内のいずれの時点においても個人情報が5,000人を超えない事業者は含まれない。
3. 個人情報は、目的の範囲を超えて利用できないが、顧客の同意があれば、利用目的を変更できる。
4. 一旦取得した個人情報を、第三者に提供する場合は、本人の同意を得なくても可能である。
5. 個人情報には、人事情報など従業員の情報や担当者が個別にデータ化した取引先等の情報は含まれない。

〔解答〕

1	2	3	4	5
			×	×

〔第9問〕不測の自然災害や事故・事件の発生に際してのリスクマネジメントも、管理運営の重要な業務である。SCの災害発生時のリスクマネジメントについて、日頃から取り組むべき内容のポイントを箇条書きで5点あげ簡潔に記述しなさい(10点)

1. 自然災害時の初動マニュアルを策定し、対応方法を明確にしておく

災害時初動と初動後の行動における管理体制について記載し、万一の事態に適切な管理のもと活動を行えるように備え、社員に周知徹底させる

2. 緊急連絡網を整備しておく

業務時間外や休日に緊急事態や災害が発生した場合、円滑な情報連絡を行うために予め各種の緊急連絡網を、テナント従業員を含めて整備し、定期的に点検する

3. 災害時の情報・連絡・意思決定・対応の組織体制を構築しておく

万一の事態に適切な管理のもと行動を行えるように、災害対策本部を中心にテナントを含めた組織体制を整備しておく。また、防火の場合は、自営消防隊を組織しておく

4. 常日頃からの防災意識の高揚と防災訓練等を実施する

災害時初動と初動後の行動シミュレーションや災害発生時の避難場所を周知徹底させる

5. 非常持出品を管理しておく

災害時に優先して持ち出す必要がある金品・文書等を予め決め、非常時持出責任者を決める

6. 当然のことながら、日常の防災点検を徹底する

〔第10問〕少子高齢化、労働力人口減少社会で、SCでも多くのパート労働者が就業している。平成19年6月パートタイム労働法が改正され、平成20年4月施行される。パートタイム労働法に関する次の文章のなかで正しいものに、あやまっているものには×を解答欄に記入しなさい。(10点)

1. 正社員と同じ仕事内容、契約期間、人材活用の仕組み等の条件を満たす「正社員パート」については、賃金などの待遇面で差別的な処遇をすることが禁止される。
2. 社内公募で正社員募集をするなど、パートが正社員に転換するための推進措置を取ることが義務化される。
3. 賃金の決め方など待遇にあたっての考慮した事項については、説明することが義務化される。
4. 雇用の際は、昇給・退職手当・賞与の有無等の労働条件を口頭ではなく、文書で明確に提示することが義務化される。
5. 福利厚生施設について、パート労働者に利用の機会を提供するよう配慮することが義務化される。

〔解答〕

1	2	3	4	5

商業一般に関する常識問題

(時間 30分)

50点

[第1問] わが国の小売業とSCについて述べた次の文章のなかで、文中の空欄〔 〕に、最も適切な語句を下記の語群の中から選び、解答欄に記号で答えなさい。(10点)

わが国の小売業界は、バブル経済崩壊以降から始まった長引くデフレと低成長のなかで、過当競争にあえぎ、生き残り戦略の時代を迎えている。

総小売売上高は、1997年をピークに、2003年まで6年連続して売上高を減少させてきた。2004年は少し持ち直すものの、その後も横ばい状況が続いている。2006年の総小売売上高は、約〔1〕円で、ピーク時の1997年から比べれば、約〔2〕円減少している。

その中で、SCの売上高は、2006年では約〔3〕円で、前年同期比0.4%の伸びとなった。また、SC売上高の総小売売上高に占める割合は、〔4〕を上回っており、小売流通業に大きな地歩を占めるに至っている。コンビニエンスストアの販売額約7兆円、百貨店約〔5〕円、GMSスーパー約13兆円の売上規模と比べてみても、SCの小売業に占めるシェアは、大きいといえよう。

(語群)

- ア.200兆 イ.300兆 ウ.131兆 エ.26兆8,306億 オ.36兆1,895億
 カ.46兆2,300億 キ.235兆1,253億 ク.16兆 ケ.8兆 コ.15兆
 サ.30% シ.40% ス.20%

(解答)

1	2	3	4	5
ウ	ク	エ	ス	ケ

[第2問] 下記のマーチャンダイジングについて述べた次の文章のなかで、文中の空欄〔 〕に、最も適切な語句を下記の語群の中から選び、解答欄に記号で答えなさい。(10点)

〔1〕とは、店頭で、市場の要求に合致した商品および商品構成を、最も効果的で効率的な方法によって、消費者に提示することをいう。この手法は、優れた品揃えと効果的な商品提示、売場演出により需要を創り出す売上アップの技法である。ここで焦点になるのは入店客数ではなくて、〔2〕と客単価になる。調査によると、顧客の買上個数のうち始めから計画されていた部分はわずかに1割で、残りの9割は店内で決定されるといわれる。〔1〕で重要なのは、品揃えと〔3〕。品揃えは売れ筋と死に筋を把握することが重要で、〔4〕の活用が基本となる。〔3〕は、どこに何を並べるかの問題で、〔5〕が重要である。これは、具体的には商品のブランドの強さ、包装形態や色などをどのように組み合わせたら、その棚の収益が最大になるかを考えることである。

(語群)

- ア.ビジュアルマーチャンダイジング イ.陳列 ウ.インストア・マーチャンダイジング
 エ.装飾 オ.買上客数 カ.購買単価 キ.販売促進 ク.広告 ケ.チラシ
 コ.顧客アンケート サ.プラグラム(棚割り表) シ.POP ス.QRデータ セ.POSデータ

(解答)

1	2	3	4	5
ウ	オ	イ	セ	サ

〔第3問〕次の文章の説明に該当する語句を、下記語群の中から選び、解答欄に記号で答えなさい。
(10点)

1. 集客数を上げるため、収益を度外視して極端な低価格で販売する目玉商品のこと
- 2 生理学的機能に影響を与える保健機能成分を含んだ特定の保健用途を目的にした厚生労働省が許可した食品
3. 製品の流通経路を生産段階から最終消費段階あるいは廃棄段階まで追跡が可能な状態
4. 荷物の保管や倉庫内の構内作業、荷物の輸送に利用される荷台
5. 1次元バーコード(JANコード・ITF等)より大容量の情報をコード化できる等のメリットがある

〔語群〕

ア.パレット イ.コンテナ ウ. Gondola エ.機能性食品 オ.健康食品
 カ. JANコード キ. QRコード ク.トレーサビリティ ケ.チェーンオペレーション
 コ.垂直統合 サ. PB商品 シ.ロスリーダー ス.高差益商品 セ. CRM

〔解答〕

1	2	3	4	5
シ	エ	ク	ア	キ

〔第4問〕次の記述のうち、正しいものに○、誤っているものには×を解答欄に記入しなさい。(10点)

新たな市場で、競争者のいない、無限に広がる可能性を秘めた未知の市場空間を、「ブルー・オーシャン」と呼ぶ。

ジャストインタイムは、必要なものを、必要なときに、必要なだけ生産(供給)するという生産管理手法。

データマイニングとは、販売データや通話履歴など、大量蓄積されるデータを解析することにより、項目間の相関関係などを探し出すことを指す。

ドロップシッピングは、サイト上で注文を受け、商品の発送はメーカーや卸業者が行う無在庫のネットショップの販売方法。

「ワン・トゥ・ワン・マーケティング」は、商品のオリジナル性や独自性を重視する差別化戦略である。

〔解答〕

1	2	3	4	5
				×

[第5問] ネット社会の到来と Web マーケティングについて述べた下記の文中の空欄〔 〕に、最も適切な語句を下記の語群の中から選び、解答欄に記号で答えなさい。(10 点)

ホームページでの企業広告や商品広告訴求、〔 1 〕をはじめとした検索連動型広告、DMに代わるメール・マーケティング、ネット上の雑誌であるメールマガジン、アップルが運営するネットでの音楽配信事業〔 2 〕のヒット、様々な無料動画が見られる You Tube の人気、さらに年々拡大伸長するネット通販等々、Web マーケティングがめまぐるしい進化と発展を遂げてきた。

そして、2005 年の半ばから、インターネットを活用したマーケティングが新時代に入った。いわゆる〔 3 〕である。これまでは企業が消費者にプッシュする形でネットマーケティングが行われていたのに対し、〔 3 〕は一言でいえば、発信する個人を巻き込んで、ユーザーとのコミュニケーションを密にし、しかも受動的なサービスの享受ではなく、能動的な存在として、ユーザーを巻き込んで行う、インタラクティブなマーケティングである。そのひとつとして、趣味や趣向を中心にしたネットコミュニティを形成し、そこにおいてユーザーニーズの把握や商品広告を行う、SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)が拡大し、日本最大の会員数を持つ〔 4 〕が有名である。また、最近では、欧米で急成長しているネット上の3D仮想世界〔 5 〕が日本にも上陸し、仮想世界を冒険したり人との交流を楽しむことができる、ユーザー創造型のコミュニティが形成された。企業も出展できるので、新たな宣伝メディアとしても注目されている。

[語 群]

- ア. モバイル イ. iTunes ウ. Amazon エ. mixi オ. ストリーミング
カ. セカンドライフ キ. ニンテンドーDS ク. ActiveX ケ. Web2.0 コ. Winny
サ. iPod シ. You Tube ス. WOWOW セ. Google

[解 答]

1	2	3	4	5
セ	イ	ケ	エ	カ

経済一般に関する常識問題

(時間 30分)

50点

[第1問] 団塊の世代のマーケティングについて、下記の文中の空欄()に、最も適切な語句を下記の語群の中から選び、解答欄に記号で答えなさい。(10点)

1947年から1949年の3年間に生まれた「団塊の世代」は、約〔 1 〕人。その団塊の世代の定年退職が、2007年から一斉に始まった。現在、約〔 2 〕の企業が60歳の一律定年制をしていることから、2007年から2009年にかけて、大量の定年退職者が発生し、労働人口の激減が懸念されている。

しかし〔 3 〕が2006年4月に施行され、企業は今後、段階的に65歳までの継続雇用を義務付けられることになった。「団塊の世代」が就労し、その結果、これまでにない60代以上の新たな自由労働市場が生まれ、それに伴う産業システムや消費構造が生まれる可能性がある。また、注目されるのは、「団塊の世代」の退職金と貯蓄のゆくえである。現在60歳以上の世帯平均では、貯蓄額が〔 4 〕円となっており、30歳未満の世帯の〔 5 〕万円に対し、約6倍の差がある。「団塊の世代」の退職金とこうした高い貯蓄高は、これからのマーケットリーダーのひとつとして注目されるゆえである。

[語群]

ア.改正高年齢者雇用安定法 イ.改正労働法 ウ.2,950万 エ.4,200万 オ.5,300万
カ.50% キ.80% ク.680万 ケ.1,000万人 コ.1,200万人 サ.350万 シ.500万

[解答]

1	2	3	4	5
ク	キ	ア	ウ	サ

[第2問] 次の文章の内容に合致した最も適切な語句を、解答欄に記入しなさい。(10点)

1. 1日に複数回の株の取引を行い、細かく利益を積み重ねる売買手法。
2. 会社が取締役や従業員に対して与える、予め定められた価額で会社の株式を取得することができる権利
3. 企業において財務部門のトップに立つ人
4. 簿価と時価の差額
5. 過大に計上されている帳簿価格と現在の評価額を比べ、その差を損失として計上する制度

[解答]

1	2	3	4	5
デイトレーダー	ストック オプション	CFO	含み損益	減損会計

〔第3問〕次の文章が説明する内容について、下記の文中の空欄()に、最も適切な語句を下記の語群の中から選び、解答欄に記号で答えなさい。(10点)

- 〔 1 〕とは、会社などに対する信用力を総合的に分析してランクづけし、アルファベットなどわかりやすい記号で示したもの
- 有効求人数を有効求職数で割ったもの。〔 2 〕が高いと職は見つけやすく、低いと見つけにくい。
- 〔 3 〕が高いほど株主資本を効率よく使い、利益を上げて能力の高い経営がなされていることがわかります。逆に、〔 3 〕があまりにも低い企業は、資金をうまく使えていない
- 為替市場において過剰に流通している通貨を購入し、不足している通貨を売りに出す〔 4 〕は、1985年のプラザ合意の先進5カ国の例が有名
- 買収先企業の資産や将来の現金収入を担保に、金融機関などから資金を借りて買収を行う〔 5 〕は、企業買収の手法のひとつ

〔語群〕

ア. 買いオペ イ. 改正労働法 ウ. 協調介入 エ. 求職率 オ. ROI カ. ROE
 キ. 有効求人倍率 ク. 財務評価 ケ. 格付 コ. 交差比率 サ. IPO シ. LBO

〔解答〕

1	2	3	4	5
ケ	キ	カ	ウ	シ

〔第4問〕次の記述のうち、正しいものに○、誤っているものには×を解答欄に記入しなさい。(10点)

- ワークシェアリングは、一人当りの労働時間の短縮で、全体として雇用機会を増やす考え方
- 「トリプル安」とは、株、金、為替がそろって下落すること
- 2酸化炭素の国別排出量の割合がもっとも高い国は、アメリカである
- 銀行の経営の健全性を測る自己資本比率を算出する国際ルールが2006年末変更された。それを「新BIS規制」と呼ぶ
- カントリーリスクは、政治・経済・社会状況の不安定化や混乱などによって、投資回収が困難になり、投資した商品の価格が変動することによって損失を被る国内投資リスク

〔解答〕

1	2	3	4	5
	×			×

〔第5問〕M&Aと買収防衛について述べた下記の文中の空欄〔 〕に、最も適切な語句を下記の語群の中から選び、解答欄に記号で答えなさい。(10点)

一般に、M & Aは、企業全体の合併・買収だけでなく、ある部門だけの〔 1 〕や、資本提携なども含めた、広い意味での「企業提携」のことを総称する。

M & Aは、国際競争の激化で日本でも活発化し、企業の規模拡大や、事業再編の手段として注目を集めているが、相手企業の経営陣が反対する〔 2 〕では、基本合意や資産査定といった手続きを踏むことはできない。この場合、企業は、〔 3 〕など、相手企業の経営権を握るための戦略を立てながら買収を進める。

経営内容や財務状況に魅力があるのに、株価が割安な企業は、買収の対象になりやすい。利ざやを稼ぐことだけを目的とする買収者ならば、目先の配当を増やすことを求めたり、買収で手に入れた企業の資産をすぐに売り払ったりすることも考えられる。

発行済み株式数に株価をかけた「株式時価総額」が日本企業より断然大きな外国企業が、簡単に日本企業を買収できると指摘されている。

このため、企業が敵対的買収に対する防衛策を取りやすくする制度が求められている。

特に注目されているのが、〔 4 〕で、買収者の持ち株比率が、あらかじめ定めた一定の割合をオーバーした時、一般株主だけに議決権のある新株を発行し、買収者の議決権比率を引き下げる仕組みを指す。敵対的買収が盛んなアメリカでは、主要企業の6割が導入しているといわれている。

ただ、防衛策を過度に認めると、経営陣の暴走を止められなくなるなどのマイナス面も考えられる。防衛策の充実だけでなく、業績を向上させ企業価値を発揮し、株価を上げ、配当を増やしたり、〔 5 〕を強化するなど、買収を受けづらい体質作りに努めることが不可欠である。

〔語 群〕

ア. IR イ. ホワイトナイト ウ. 経営権 エ. 敵対的な買収 オ. OEM カ. 第三者 キ. 機密
ク. 事業譲渡 ケ. 安全保護措置 コ. 第三者割当増資 サ. クラウン・ジュエル シ. TOB
ス. ゴールデンパラシュート セ. 時間外取引 ソ. ポイズン・ピル制度

〔解 答〕

1	2	3	4	5
ク	エ	シ	ソ	ア