
第22期(2013年度)SC経営士一次試験問題

SC開発

時間 60分

点数配分 100点

注意事項

1. はじめに、受験番号(4桁)・氏名・ふりがなを記入し、受験番号に該当する番号をマークしてください。
2. 解答はすべて、解答用紙に記入してください。
3. 各問題とも解答のなかから最も適切な番号を選び、解答用紙の解答欄にその番号をマークしてください。
4. 記入は必ず、HBもしくはBの黒鉛筆またはシャープペンシルで、○のなかを正確に塗りつぶしてください(ボールペンは不可)。
5. 訂正は、プラスチック製消しゴムできれいに消し、消し屑を残さないでください。
6. 所定の記入欄以外には記入しないでください。
7. 解答用紙は、汚したり、折り曲げたりしないでください。

<記入上の注意>

・マークの仕方

[良いマーク]



[悪いマーク]

チェック



締め



短い



細い



ハミ出し



薄い



小さい



一般社団法人 日本ショッピングセンター協会

【第1問】〈配点 5点〉

(解答番号は から)

平成23年(2011年)3月の大震災以降、SCに強く求められる役割に、地域社会のインフラとしての存在がある。SCビジネスは、利益創出という企業活動と、社会貢献という両面を実現できる次世代型のビジネスとして今後、さらに注目されていくと期待される。そのためには地域住民から信頼され、期待される存在を目指していくことが重要な視点となる。次の各文章の内容と最も関係性の深い用語を下記のそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

- 被災地の多くのSCでは、あらかじめ指定避難所ではなかったものの、緊急避難場所としての機能を果たしている。津波被害を免れたイオン石巻SCが収容し、避難生活をした収容人員は地区最大であったが、それはピーク時で約 人であった。
- 日本SC協会の「SCにおける2012年夏の節電実態アンケート調査」によると、最も多くのSCが実現した節電実績数値(2012年夏、2010年夏に比しての節電比率)は %であった。なお、平成23年(2011年)5月協会発表による節電対策ガイドラインは、15%の削減である。
- 「買い物弱者・難民」という社会問題に対して行われている全国取り組みを、経済産業省報告書では4つの形態に分類し、有効な対策として報告している。そのうち、10数年前から高知県の棚サンプラザが行なっている取り組みで、地域住民の生活にとってなくてはならないものとなっている仕組みは である。
- 地域貢献の中でも、SCにおける雇用創出の役割は大きい。日本SC協会が行なった「SCにおける雇用創出に関する調査」において、平成23年(2011年)オープンSCにおける地元採用の比率は約 %であった。
- CSRの視点に立ち、SCが社会の一員として果たすべき「義務」を考えた場合の具体的な例としては、「コンプライアンスの徹底」、「安全性・安心性の確保」、「」の三つがある。

語群

1	1. 20	2. 250	3. 2, 500	4. 20, 000	5. 25, 000
2	1. 0~5	2. 10~14	3. 15~20	4. 20~24	5. 24~30
3	1. 移動手段の提供 「元気バス」	2. 宅配サービス 「買い物くらし応援団」	3. 「移動販売」 ハッピーライナー		
	4. 住民有志を募っての 公共バス運行への参加	5. NPO法人と住民協力による 撤退店舗跡の店舗運営への参加			
4	1. 15	2. 30	3. 50	4. 65	5. 80
5	1. 事業の成立性	2. 低環境負荷	3. 事業コンセプトの確率		
	4. ブランディング戦略	5. ポジショニング戦略			

【第2問】〈配点 16点〉

(解答番号は から)

次のリニューアル計画推進について書かれた文章において、文中の空欄に最も適切な語句を下記のそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

ABCショッピングセンターはオープン後10年を経ており、入店テナントとの の切り替え時期にあわせて大規模改装を計画中である。

開業当時に比して、消費者のマインドや近隣に大型施設が開業するなどの も変化しており、大規模な増床が望めないABCショッピングセンターとしては規模での勝負ではなく、他施設との差別化を明確にし、これからの顧客ニーズに寄り添ったコンセプト策定をすることを今回の大規模改装の中核戦略とすることを決めている。

まず初めに、10年前の開業当時の基本構想を確認した上で、これまでに蓄積された各テナントの営業成績やカード会員の など膨大なデータを活用し、 やターゲット戦略などの再修正を行おうと考えている。また戦略を練るうえで、自施設の強みや弱み、今後考えられる外部要因などを分析する も行なった。

今回特にお客さまの声や、まだ表面化していないような顧客の をより反映させたテナントミックスを行うため、現在頻繁に利用していただいているポイントカード会員の中から希望者を選抜き、 を行う予定にしている。合わせて行動観察を目的とした来街者の追跡調査も行い、施設内の買い回り方の動向も探ることとしている。

今後我が国のSCビジネスにおいては新しい施設開発の重要度とともに、既存施設の活性化を目的としたリニューアルやスクラップアンドビルドも主流となってくる。新店開発よりさらに緻密な計画が必要となり、より一層のマーケットの把握が重要となってくる。またその際には、 や出店テナントとの日々のコミュニケーションの成否が大きく計画推進に関わってくることは間違いなく、ディベロッパーの本当の資質が試される場面でもある。

語群

6	1. 改装工事	2. 定期借家契約	3. 運営会議	4. シーズン商品	5. 店長会議
7	1. 競合状況	2. 交通規制	3. 近隣対策	4. 業種構成	5. 買い物動向
8	1. 勉強会	2. クチコミ	3. グループ	4. 顧客情報	5. 居住地
9	1. 避難動線	2. 後方施設	3. 道路計画	4. 来街動機	5. 商圈設定
10	1. ABC分析	2. ペルソナ	3. 交通 シュミレーション	4. メッシュ マップ	5. SWOT分析
11	1. クレーム	2. 競合構造	3. 潜在ニーズ	4. コスト パフォーマンス	5. コンセプト
12	1. ケーススタディ	2. 家計簿調査	3. ブレーン ストーミング	4. グループ インタビュー	5. 行動観察
13	1. 地域社会	2. 競合施設	3. 従業員	4. 関係行政機関	5. 資本家

【第3問】〈配点 10点〉

(解答番号は から)

下表はAショッピングセンター(店舗面積20,000㎡、店舗数100)の新規開発スケジュールである。開業までに行わなければならない作業項目をゼロ工程(開業月を0として遡る工程)で時系列に並べ、その関連性を表している。それらを説明した下記の文章において、正しいものには1を、誤っているものには2を、解答欄にマークしなさい。

単位:月	施設計画 建築設計・施工	14 大店立地法	MD・テナント		17 テナント内装監理	18 環境デザイン計画	
			15 (一般テナント)	16 (大型キーテナント)			
30							
29	基本構想		【A】	【A】			
28							
27							
26							
25							
24	基本計画	【A】	【B】		【A】	【A】	
23							
22							
21	基本設計		【B】	【B】			
20							
19	実施設計		【C】				
18							
17							
16		【B】			【B】	【B】	
15							
14							
13							
12	建築着工						
11	建築施工		【D】				
10							
9					【C】	【C】	【C】
8							
7							
6				【C】			
5							
4				【D】	【D】	【D】	
3							
2		【D】					
1							
0	開業						

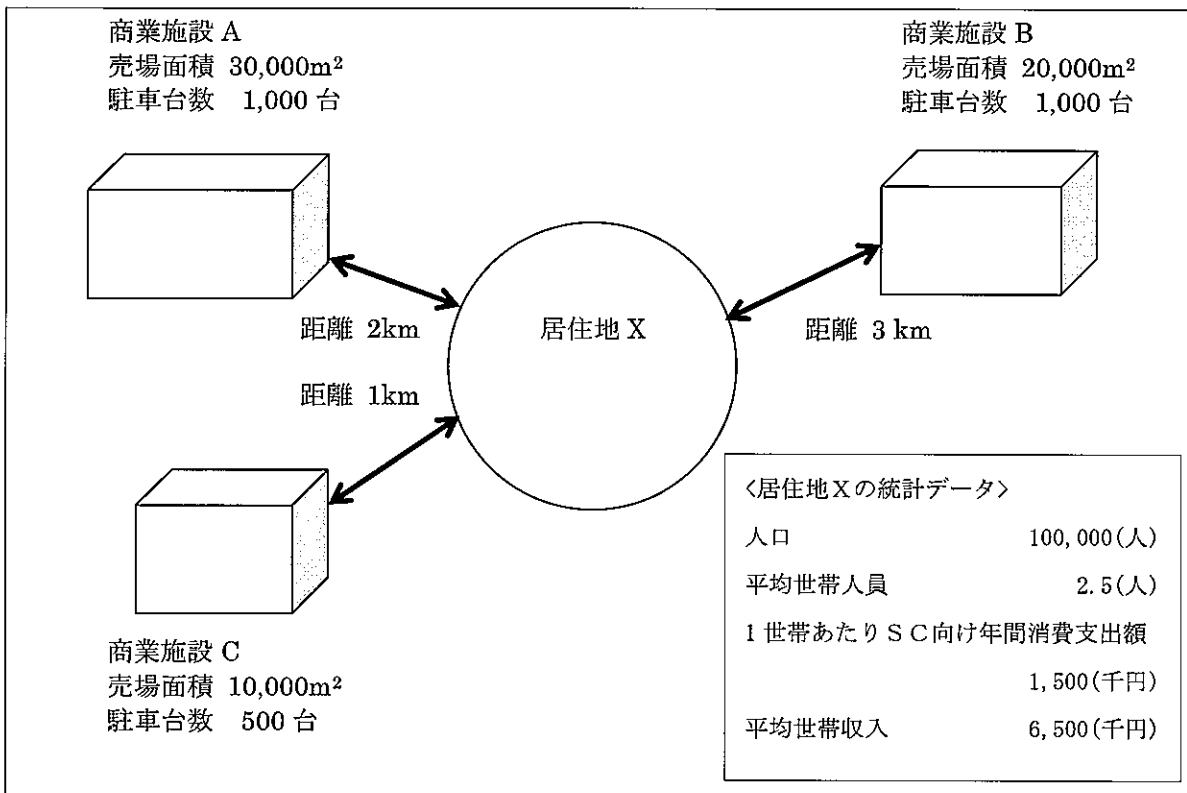
- 14 大店立地法スケジュールの中で、大店立地法申請を行うタイミングとして、最も適切なのは【D】である。
- 15 MD/テナントのスケジュールにおいて、大型店以外のテナントリーシングが本格的となる時期として最も適当なのは【A】である。
- 16 MD/テナントのスケジュールにおいて、大型キーテナントのLOI (Letter of Intent : 基本合意書) を取得する時期として最も適当なのは【B】である。
- 17 内装監理スケジュールの中で、一般テナント設計説明会が行われる時期として最も適当なのは、【C】である。
- 18 環境デザイン計画で、テナントデザインルールの確定・調整作業が行われる時期として最も適当なのは【C】である。

【第4問】〈配点 10点〉

(解答番号は から)

商業施設の売上予測に関する次の文章を読み、文中の空欄に最も適切な語句および一番近い数値を下記のそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

商業施設開発時に売上を予測する方法にはいくつかの手法がある。そのひとつである修正ハフモデルは、米国のハフモデルを日本流にアレンジしたもので、SCの実力は という基本的な考え方にもとづいている。下記事例中の施設Aにおける売上予測計算を修正ハフモデルで行うと、施設Aへの出向確率は %、吸引人口は 人となり、居住地Xからの年間売上高予測は となる。ハフモデルは、1970年代の大量消費全盛期時代に開発された手法で、消費スタイルが多様化する今日の市場では万能でなくなっている。近年、新たな売上予測モデルとして、統計学を応用した などが導入されているが、ハフモデルを代替する決定的な手法とはなっておらず、各々の商業施設の特性により様々な手法を重ねあわせながら予測精度を高めているのが現状である。



語群

19	1. 売場面積に比例し、距離の2乗に反比例する	2. 売場面積の2乗に比例し、距離に反比例する		
	3. 売場面積に反比例し、距離の2倍に比例する	4. 駐車台数に比例し、距離に反比例する		
20	1. 25	2. 38	3. 47	4. 65
21	1. 10,000	2. 38,000	3. 65,000	4. 100,000
22	1. 150億円	2. 200億円	3. 228億円	4. 390億円
23	1. コンパースの法則	2. 重回帰モデル	3. ランチェスターモデル	4. アコーディオン理論

【第5問】〈配点 6点〉

(解答番号は から)

SC開発の建築計画を進めるにあたっての次の各文章を読み、最も適当な選択肢を下記のそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

1. 売場と後方施設の建物全体における割合は施設の規模や構成、テナントミックスにより異なるが、概ね店舗面積(売り場および共通通路含む)が %、残りが後方施設(いずれも駐車場を含まず)となる。
2. 準工業地域(防火地域指定あり、地区計画なし)で、建ぺい率が70%、容積率が400%、敷地面積が15,000㎡の土地がある。特定行政庁による角地の指定を受け、建築物を建てる場合の建築面積の最大値は ㎡である。ただし駐車場の緩和については考慮しないものとする。
3. 商業施設でいうGLAとは のことである。

語群

24	1. 40～50	2. 50～60	3. 70～80	4. 85～95
----	----------	----------	----------	----------

25	1. 10,500	2. 12,000	3. 60,000	4. 61,500
----	-----------	-----------	-----------	-----------

26	1. 総共用部面積	2. 商業施設面積	3. 総敷地面積	4. 総賃貸可能面積
----	-----------	-----------	----------	------------

【第6問】〈配点 5点〉

(解答番号は 27 から 31)

以下の各種法令に関して述べた文章のうち、正しいものには1を、誤ったものには2を、解答欄にマークしなさい。

27 高齢者や障害者等の自立した日常生活及び社会生活を確保し、建物、交通機関の移動の円滑化を図るため、平成18年(2006年)バリアフリー新法(略称)が制定された。同法は、平成6年(1994年)に制定された製造物責任法(PL法)と、交通バリアフリー法が統合されたものである。

28 建築基準法上にて定められているもので、建築物内で火災が発生したときに延焼や煙の拡散を防ぎ避難を助け、被害の拡大を防ぐためにつくられる区画を防火区画という。

29 ピアチェックとは、建物の構造計算を行う場合、建築確認申請を行った設計事務所とは別に、第三者機関の設計事務所に申請内容の再確認を依頼し、その安全性を确实なものとするシステムのことである。

30 避難安全検証法とは、震災後の平成23年(2011年)に建築基準法改正で性能的基準が導入され、避難安全性能を検証することによって防火区画関係の基準と避難施設に関する基準の一部が適用除外されたものである。

31 避難安全検証法の導入により、直通階段までの歩行距離や物販店舗に要求される階段幅・出口幅などの基準が適用除外となり、売場面積の拡大が可能となり、リニューアル時の売場の変更も容易となったため、フレキシブルで自由な施設づくりが可能となった。

【第7問】〈配点 10点〉

(解答番号は 32 から 36)

次世代型の日本独自のSC開発について述べた次の文章を読み、文中の空欄に最も適正な語句を下記のそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

1. SC運営におけるテナントとディベロッパーの関係性は、グローバルスタンダードでは単なるレッサー(賃貸人)とレシー(賃借人)であることが多いが、これまでの日本型SC経営の考え方における両者の関係性は、32 であるといえる。
2. 中日本高速道路が運営する33 は、サービスエリアのSC化の象徴的存在でもある施設である。ユナイテッドアローズの「ザ・ハイウェイストア」や、成城石井なども入り平成25年(2013年)5月29日から9月までは伊勢丹の小型ショップも期間限定で出店している。
3. スカイツリーやダイバーシティ等にみられる近年のSC開発手法における、観光という切り口は、来街動機として避けられないものになりつつある。また海外からの観光客も新たなるターゲットととらえるべくSCの従業員やスタッフには語学力を、パンフレットにも複数の言語表示がされるようになってきている。海外からの観光客を34 と呼ぶ。
4. 東京駅丸の内側に開業した日本郵便(株)の初めての商業施設事業である「KITTE」のテナント募集時から掲げるコンセプトは、35 である。
5. 大型の開発が続く大阪梅田において、平成25年(2013年)グランフロントが開業した。なかでも企業や大学などがその最新の活動を直接マーケットに発信するなどの新しい開発ゾーンが話題となっている。その中核となる施設で、未来生活や新しいビジネスを生み出す仕組みとして注目されているのが36 である。

語群

32	1. リーダーと部下 3. 敵対関係	2. 両者依存型 4. 共同事業者
33	1. エクスパーサ海老名 3. 清水パーキングエリア	2. ネクスコ海老名 4. 沼津サービスエリア
34	1. クールジャパン 3. インバウンド	2. コンベンション 4. サプライヤー
35	1. JAPAN カルチャー 3. 地方と日本	2. 日本から世界へ 4. Feel JAPAN
36	1. 最先端テクノロジー 3. 北口広場	2. エリアマネジメント 4. ナレッジ・キャピタル

【第8問】〈配点 10点〉

（解答番号は 37 から 41 ）

下記の5つの文章は、SC開発のテナントミックスを考える際の注意事項について説明した次の記述のうち、正しいものには1を、誤っているものには2を、解答欄にマークしなさい。

37 [各テナントの業種ごとの適正規模の把握について]

テナントには、その業種・業態によりもっとも効率の良い適正面積がある。テナントミックスを考える際には、そのモデル数値を参考にすると良いが、それらは不変なものであり、顧客のライフスタイルや時代が変化しても変わることはないものとされている。

38 [顧客の利用シーンに即した店舗配置について]

SCに来街される顧客視点を重視し、来街目的に合わせた業種・業態の配置など分かりやすい施設づくりを心がける。

39 [単調になりすぎないように配慮されたスパイスMDの差込配置]

前述の顧客視点を重視しすぎた結果、同じような業種業態が並びすぎて単調なゾーニングになる場合がある。買い物を楽しむという視点では、逆効果となる場合がある。異業種をはさむことで、それを避けるようなスパイスMDを検討する必要がある。

40 [店舗のファサード(間口)幅に対する配慮調整]

テナントの業種業態によってファサードの広いものと小さいものがあるが、それら大型店舗と中型店舗と小型店舗は、できるだけ同じ大きさのものを連続させて配置したほうが整理されて好ましいと考えられている。

41 [建築計画との連携による推進が重要]

配置する上での動線計画は、建築計画による制約をもっとも受けやすいため、MDゾーニング計画と施設計画は相互に連携し、進めていくことが望まれる。

【第9問】〈配点 14点〉

(解答番号は から)

ファッション業界においては、多くの新業態、新ブランドが毎年のように出てくるが、海外からの初上陸ブランドも多く見受けられる。これは消費者のマインドやニーズなどの変化への対応とみられる。以下のブランド名称に適合する展開企業名を【A群】より、ブランドターゲットやコンセプトなどの説明文を【B群】より選び、解答欄にその番号をマークしなさい(両方正解ではじめて得点とする)。

	【A】	【B】
<input type="text" value="42"/> スティーブン・アラン	<input type="text" value="42 A"/>	<input type="text" value="42 B"/>
<input type="text" value="43"/> ミッツ	<input type="text" value="43 A"/>	<input type="text" value="43 B"/>
<input type="text" value="44"/> ASOKO	<input type="text" value="44 A"/>	<input type="text" value="44 B"/>
<input type="text" value="45"/> フリーマンズスポーディングクラブ東京	<input type="text" value="45 A"/>	<input type="text" value="45 B"/>
<input type="text" value="46"/> トミーバハマ	<input type="text" value="46 A"/>	<input type="text" value="46 B"/>
<input type="text" value="47"/> エルフォーブル	<input type="text" value="47 A"/>	<input type="text" value="47 B"/>
<input type="text" value="48"/> フリーピープル	<input type="text" value="48 A"/>	<input type="text" value="48 B"/>

【A群】

1. サザビーリーグ
2. ワールド
3. トミーバハマ
4. ザラジャパン
5. ユナイテッドアローズ
6. ジュン
7. サンエーインターナショナル
8. 八木通商/アーバンリサーチ
9. イーランド
10. ナイガイ
11. 三陽商会
12. クロスカンパニー
13. 遊心クリエイション

【B群】

1. 平成6年(1994年)にニューヨークで創設したセレクトショップ。ひねりのあるアメリカントラッドがベースのシンプルでスマートなスタイル提案。ショップイン形式と単独店舗の展開がある。
2. 「ロンドンで生まれ、英国の伝統的なライフスタイルに囲まれて育った女の子が、成人してニューヨークで働き、ブルックリンに住む」という女性像をイメージして開発した。新宿フラッグスに1号店を開店。
3. カリフォルニアのアクティビティ×ファッション×アートを表現したコーストカルチャーマーケットを提案。ターゲットは30～40代。「ロンハーマン」よりもさらにカルフォルニア色を強めたストアづくり。
4. 青山に日本初の基幹店をオープンしたニューヨークのメンズセレクトショップ。バー&レストラン、カジュアルウエア、オーダーメイドスーツ、バーバーを複合展開している。
5. 大阪南堀江にオープンした雑貨専門店。平均価格帯は200～500円。
6. 米国発のSPAブランド。コンセプトは、「メイク・ライフ・ワン・ロング・ウィークエンド」銀座7丁目にオープン。
7. 米アーバンアウトフィッターズのライフスタイル型ウィメンズブランド。ボヘミアンテイストがベース。
8. アジア人の体型に合わせたパターンの採用。イメージキャラクターにK-POPのアフタースクールを起用。

【第10問】〈配点 14点〉

(解答番号は から)

次の各ショッピングセンターが立地する場所を下の地図の中から選び、解答欄にその番号をマークしなさい

- パシフィックプレースジャカルタ
- ペルジャヤ・タイムズスクエア・ショッピングセンター
- クレセントモール
- DLFエンポリオSC
- SM モール オブ アジア
- リゾートワールド・セントリーサ
- 東方新天地

