
第23期(2014年度)SC経営士一次試験問題

商業一般

時間 45分 点数配分 75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



斜め



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 10点〉

(解答番号は から)

SC白書2014にはわが国のSCの現況が記述されている。次の文章を読み、正しいものには1、誤っているものには2を、解答欄にマークしなさい。

2013年(平成25年)にオープンした65SCのうち、首都圏では29のSCがオープンしており、中京圏、近畿圏を含む大都市圏に、オープンSC全体の75%強が集中している。

2013年(平成25年)SCの年間坪効率(3.3㎡当り)は、SC総合で2,070千円となり、立地別では、大都市中心地域が一番高く3,833千円、一番低い周辺地域の1,594千円とは2.4倍の開きがある。

SCの2013年(平成25年)の年間伸長率(既存店ベース)をみると、マイナス2%であった。これに対して、百貨店はプラス1.6%、チェーンストアはマイナス0.7%であった。

キーテナント別SC数をみると、キーテナントなしのSCは25.5%を占め、2004年(平成16年)と比較してみるとシェアを伸ばしている。これは、駅ビル・高架下などの不動産系デベロッパーが、活発に開発をしていることが背景にある。

米国におけるSC増加数をみるとこの1年間に227SCに留まり、4年連続で過去最低を更新した。特に、大型開発であるSRSCの新規オープンはなく、RSCも4SCに過ぎない。

【第2問】〈配点 20点〉

(解答番号は から)

次の記述を読み、記述文と最も関連の深い語句をそれぞれの語群から選び、その番号をマークしなさい。

品目をさらに分類した、最小品目の「単品」である。メーカーや流通業者にとっての最小分類で、通常POSで扱う単位となる。

語群

6	1. G L A	2. アイテム	3. S P A
	4. S K U	5. ライン	

ある一定期間における労働時間1時間当たり、どれだけの粗利益を稼ぎだしたかの単位である。粗利益÷総労働時間で表される。

語群

7	1. 人時生産性	2. 作業効率	3. 労働分配率
	4. ワークライフバランス	5. 粗利益率	

通常価格よりも大幅に値下げして、客寄せに使う目玉商品のこと。日本では安さ強調の手段として乱用され気味で、かえってお客様の信用を落とすこともある。

語群

8	1. ポピュラーアイテム	2. ロスリーダー	3. ステープルアイテム
	4. シーズナルアイテム	5. シーズナブルアイテム	

消費者が品質、用途、機能などについて経験的によく知る生活必需品。購買頻度と密接にかかわる商品であるため、買いやすさの工夫が大切である。

語群

9	1. クラシック商品	2. 流行商品	3. 補助商品
	4. 買回品	5. コモディティグッズ	

重点商品やマグネット商品と呼ばれることもある。売上げ上位で、お客の支持率、立ち寄り率の高い商品である。

語群

10	1. アフォーダブルアイテム	2. パワーアイテム	3. ベーシック商品
	4. 最寄品	5. ポピュラーアイテム	

- 1 1 売場のボリューム感を作り、多くの商品を整理分類しながら提示する基本的な陳列である。商品が通路や棚板の前面まで並び、積み上げられて陳列される。

語群

1 1	1. 投げ込み陳列	2. 島陳列	3. 壁面陳列
	4. 大量陳列	5. 前進立体陳列	

- 1 2 ポイントカードや会員カードなどで既存顧客のロイヤルティを高めることによって、顧客を囲い込むマーケティング手法である。顧客の購買履歴を集め、購入額や利用頻度によってサービスや特典を提供する。

語群

1 2	1. F S P	2. T P P	3. E D L P
	4. L L P	5. F R P	

- 1 3 整理、整頓、清掃、清潔、しつけを行う活動。目的は清潔な状態維持で、整理、整頓、清掃の手段を使い、しつけレベルまで定着させることが必要である。

語群

1 3	1. C S 活動	2. 3 S 活動	3. ホスピタリティ活動
	4. 5 S 活動	5. E S 活動	

- 1 4 目的買いのお店のこと。お客様が来店する都度必ず買い物をし、手ぶらで帰ることがないお店で、スーパーマーケットやドラッグストアなどが該当する。

語群

1 4	1. キーテナント	2. ポップアップストア	3. ビッグストア
	4. ディストネーションストア	5. オフプライスストア	

- 1 5 正規の価格で販売している商品である。特売商品に対して、価格を下げていない「通常価格の商品」という意味で表されることが多い。

語群

1 5	1. 流行商品	2. プロパー商品	3. N B 商品
	4. P B 商品	5. 最寄品	

【第3問】〈配点 20点〉

(解答番号は 16 から 25)

次の記述を読み、文中の空欄にもっとも適切な語句をそれぞれの語群から選び、その番号をマークしなさい。

「第6回インターネット通販利用実態報告書」(公益社団法人日本通信販売協会)によれば、インターネット通販利用に際して情報収集に使ったメディアは、全体では「ショッピングサイト」が最も多いが、年代別でみると、「16」や「SNSサイト」は、若年層ほど割合が高い。さらに、インターネット通販の魅力では、「家に居ながら買い物ができる」が最も多く、次いで「24時間いつでも購入注文ができる」「17」を挙げている。

語群

16	1. メールマガジン	2. 重たい商品が買える	3. カタログ通販雑誌
	4. マイペースで買い物できる	5. クチコミサイト	6. 品揃えが豊富
17	7. 実際のお店で見て	8. お取り寄せができる	9. テレビの番組
	10. 価格が安い・特典やサービスがある		

国土交通省によると道の駅とは、道路利用者のための「休憩機能」、道路利用者や地域の人々のための「18」、地域との交流を促進する「地域連携機能」の三機能を併せ持つ施設とされている。

語群

18	1. 利便機能	2. 情報発信機能	3. 商業機能
	4. サービス機能	5. 快適機能	

消費税転嫁対策特別措置法によれば、特定事業者が特定供給事業者に対して商品やサービスについて、すでに決められた仕入価格から合理的な理由なく、通常支払われる仕入価格よりも低くする「19」の行為は禁止されている。

語群

19	1. 買ったとき	2. 不当返品	3. 受領拒否
	4. 不当使用	5. 不利益な扱い	

一旦納品された後、納入業者に値引きをさせることを「20」という。競合店対策として自店の都合で値引きさせるケースが散見され、バイイングパワーの悪用である。

語群

20	1. ダンピング	2. 押し付け販売	3. 不公正取引
	4. 仕入値引き	5. 不当値引き	

同じ商品、サービスを繰り返し購入したり、同じ店を継続して利用する「忠誠心の高い顧客」を「21」という。一方、安い価格を求めていろいろな店を渡り歩くお客をバーゲンハンターと呼ぶ。

語群

21	1. 流動客	2. カードホルダー	3. チャンネルキャプテン
	4. ロイヤルカスタマー	5. 富裕層	

景品表示法では次のような **22** を、不当表示として禁止している。例えば、実際の価格が6,000円程度のものを5,000円で販売するときに、「市価10,000円の商品を5,000円で提供」と示しているようなケースである。

語群

22	1. 過大表示	2. ディスカウント	3. 二重価格表示
	4. 不当廉売	5. オフプライス	

日経MJの「2014年上期ヒット商品番付」によれば、節約志向の高まりで格安スマホが売れた一方、価値あるものにお金を使う「**23**消費」は、消費増税後も健在だったとしている。

語群

23	1. おうち	2. 価値組	3. オンザスポット
	4. 駆け込み	5. ステイタス	

「レジャー白書2013」（公益財団法人日本生産性本部）によれば、2012年（平成24年）の余暇活動参加率の中で、複合SC・アウトレットモールを最もよく利用するのは、男性では40代（38.8%）、女性では **24**（53.4%）であった。

また、地域別の参加率をみると、最も高いのは **25** の48.5%、最も低いのは新潟の21.2%であった。

語群

24	1. 30代	2. 東京	3. 40代
	4. 北関東	5. 50代	6. 愛知
25	7. 20代	8. 兵庫	9. 60代
	10. 南東北		

【第4問】〈配点 10点〉

(解答番号は から)

次の記述を読み、文中の空欄にもっとも適切な語句をそれぞれの語群から選び、その番号をマークしなさい。

商品カテゴリー(品種)構成は「品揃えの幅」、品目構成は「品揃えの奥行」という表現に置き換えることができる。品揃えの幅を広げることを「商品構成の

語群

26	1. 最適化	2. 恒常化	3. 定番化
	4. 専門化	5. 最大化	6. 最小化
27	7. 流動化	8. 総合化	9. 固定化
	10. 広域化		

買回品の特徴としては、最寄品と比べると平均単価が相対的に高く、顧客の購入は必ずしも定期的あるいは なものではない。また、季節変動や

語群

28	1. 流動的	2. 集中的	3. 流行
	4. 景気	5. 反復的	6. 天候
29	7. 地域性	8. 不確定	9. 年齢
	10. 情緒的		

卸売業が売り手で、小売業が買い手の商品仕入のケースを想定すると、 仕入、 仕入、 仕入などの売買契約形態が存在する。 仕入は、卸売業商品を引き渡すのと同時に、当該商品の所有権が小売業に移転する。これに対し、 仕入は、消費者が当該商品を購入した時点で、所有権が卸売業から直接消費者に移転する。また、 仕入は消費者が小売業から商品を購入した時点で、当該商品の所有権が卸売業から小売業へ、小売業から消費者へと同時に移転する。

語群

30	1. 大量	2. 当座	3. 見込み
	4. 消化	5. 少量	6. 集中
31	7. 本部	8. 委託	9. 店舗
	10. 現金	11. 買取	12. 訪問

過剰在庫になると資金の が低下し、小売の収益性が悪化する。これに対して過小在庫になると品切れが発生し、 のロスにつながる。過剰在庫にも過小在庫ともならず、常に必要な量だけを保管しておくことが大切であり、その役割を担うのが在庫管理である。この「必要なだけの量」を「 」という。

語群

33	1. 時間	2. 安定性	3. 流動性
	4. 資金	5. 適正在庫	6. 人件費
34	7. 期末在庫	8. 価値	9. 店頭在庫
	10. 販売機会	11. 公平性	12. 繰り越し在庫

【第5問】〈配点 5点〉

(解答番号は から)

次の文章を読み、正しいものには1、誤っているものには2を、解答欄にマークしなさい。

財務諸表分析の基本的方法には、比率分析と実数分析がある。売上高を従業員数で割った、一人当たり売上高の算出は実数分析に当たる。

売上総利益とは経営努力の成果を示すものであり、会社の業績を判断する数値として最も重視される。

貸借対照表では、流動資産と固定資産、そして流動負債と固定負債に分類した後、それぞれの項目について流動性の低い順に配列する流動性配列法が一般に採用される。

自己資本比率は、返済を必要としない純資産の多い方が、長期的に財政状態が安定しているという視点からの指標である。

ROIで表現される自己資本利益率は、株主の出資に対する収益性を判断するための指標であり、企業経営の成果についての株主・投資者志向の高まりの観点からも、重要な指標となってきた。

【第6問】〈配点 10点〉

(解答番号は から)

次の記述を読み、文中の空欄にもっとも適切な語句をそれぞれの語群から選び、その番号をマークしなさい。

小売業の売上高は季節の推移に伴って変動し、季節変動は という短期間ごとに繰り返される。月別平均法は季節変動の代表的な測定計算方法であるが、年間売上目標 10,450 千円で1月の季節指数が 93 ならば、1月の月次売上目標は 千円になる。

語群

41	1. 1ヵ月	2. 972	3. 3年間
	4. 870	5. 1年間	6. 810
42	7. 四半期	8. 930	

商品回転率とは、通常は1年間という一定期間にわたって、平均 在庫が販売、または入れ替えられた時間数を示す。たとえば、当期売上高 10,000 千円で期首在庫高(売価) 2,700 千円、期末在庫高(売価) 2,300 千円なら、商品回転率は となる。

また、商品回転率を高める方法に、在庫高を減少させる方法がある。たとえば、商品ラインの整理・縮小によって商品在庫の を減らせば、商品回転率を向上させることができる。

語群

43	1. 手持ち	2. 3.7回	3. 取引先
	4. 店頭	5. 販売先	6. 4回
44	7. 適正	8. 4.3回	9. 平均単価
45	10. 3回	11. 仕入	12. 種類