

第33期(2024年度)SC経営士一次試験問題

# SC経営戦略

時間 90分 点数配分 150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(マークシート)に記入してください。
3. 各問題とも問題文の指示にしたがって、正解と思う番号を選び、解答用紙(マークシート)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. 解答用紙(マークシート)には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(マークシート)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 )

次の文章は、「経営戦略」に関する記述である。記述内容に最も適切な語句を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

- 市場の隙間を狙い、小さな市場で相対的に優位なシェアを得、収益を上げる戦略のこと。
- 原材料の調達から製造、販売までを一元管理し、全工程を最適化するための経営管理手法のこと。
- 環境対応や環境保全を、企業活動を行う上での当然の責務と位置づけながら、同時に経済的価値を生み出し、企業価値向上を図ろうとする経営のこと。
- 企業における各事業活動を価値創造の視点からとらえ、それぞれの活動がどのように全体の価値に貢献しているかを分析するフレームワークのこと。
- 企業の持続的な成長を可能とする自社特有の事業活動領域のこと。ステークホルダーに対して共通認識が得られるものが求められる。
- DM (ダイレクトメール)、電話、訪問、店舗、インターネットなどの顧客アプローチ手段を戦略的に組み合わせること。
- 優れた成果を創出する個人の能力・行動特性のこと。
- 情報を収集し分類し、他の人と共有すること。情報の組み合わせ方やバリエーションによって、独自の価値を作り出すことができる。
- ある要素と別の要素を組み合わせ、同時に働かせることで、それらが単体で働いた時以上の効果が発揮されること。
- 従来存在しなかったまったく新しい領域に事業を展開していく戦略。他社と競合することなく事業を展開することができる。

語群 (  ~  )

1. シナジー	2. バリューチェーン	3. ニッチ戦略
4. ドメイン	5. サステナビリティ	6. リテラシー
7. ケイパビリティ	8. コンピテンシー	9. 環境経営
10. ブルー・オーシャン戦略	11. BSC	12. チャンネル・ミックス
13. キュレーション	14. BPO	15. サプライチェーンマネジメント

【第2問】〈配点 10点〉

(解答番号は  から  )

次の文章は、「経営理念と経営戦略」に関する記述である。空欄に最も適切な語句を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

(A群)【経営理念と経営戦略の関係性】

2022年の中小企業白書ではCollins・Porras(1995)の「経営理念・ビジョン」を紹介している。それによると「経営理念・ビジョン」は「コア  」「 」「ミッション」の3つの要素で構成され、「経営理念・ビジョン」と経営戦略、経営  の関係を示している。その中で、優れた企業が持つ「経営理念・ビジョン」として、「明確さ」と「 」の2つの条件を指摘し、これらが満たされることで「経営理念・ビジョン」が初めて真の効果を発揮すると説明している。他方で、2つの条件を満たしていない組織は、取り巻く環境の変化や課題に対する経営戦略が曖昧となり、 的な経営判断や  遂行とならざるを得ないことが指摘されている。

(A群語群) (  ~  )

1. 目標	2. 共有	3. 原因療法
4. 戦術	5. パーパス	6. コンピタンス
7. バリュー	8. クレド	9. 専有
10. 対処療法		

(B群)【経営戦略】

企業を成長・存続させるためには、明確な「経営理念・ビジョン」を  し、企業が進むべき方向性を示す必要があるが、その方向性を示す方針が「経営戦略」である。

具体的には、経営戦略は、自社の  を活かし、 を効果的に運用しながら、 を持続的に維持できるよう経営環境の変化に対応して策定される。経営戦略は、企業戦略(全社戦略)、 、機能戦略(機能別戦略)の3つのレベルに分類されるが、経営戦略の見直しや経営計画への落とし込み、 による経営管理など経営戦略の運用に取り組むことが重要である。

(B群語群) (  ~  )

1. 競争優位	2. 強み	3. 交渉力
4. OJT	5. KPI	6. 部門戦略
7. 経営資源	8. 財務	9. 人間力
10. 事業戦略		

【第3問】〈配点 10点〉

(解答番号は  から  )

次の文章は、「経営環境分析」に関する記述である。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。

- 経営環境分析とは、企業を取り巻く外部と内部の経営環境を分析することである。
- 経営環境分析では、自社でコントロール可能な外部環境と内部環境を与えられた条件として経営戦略立案や意思決定を行う必要がある。
- PEST分析は、自社を取り巻く政治、環境、社会、技術の4つの外部環境が、現在もしくは将来的にどのような影響を与えるかを把握・予測するためのフレームワークのことである。
- 5フォース分析とは、内部環境分析のうち特定の業界の分析を行うためのフレームワークで、業界内の競合の脅威や買い手・売り手の交渉力などを分析し、自社の収益性を向上させるための方法である。
- 内部環境分析は、組織内部の要因を詳細に分析する手法である。経営者が自社のリソースや強みを正確に把握し、競争力を高めるために行う。
- 内部環境分析のVRIO分析は、自社の経営資源が競合他社に比べてどれほどの優位性があるかを分析するフレームワークのことである。
- GAP分析とは、現在の状態と望ましい将来の状態のギャップを分析するフレームワークである。GAP（ギャップ）とは、理想と現実との差のこと。
- BSC分析とは、自社の事業・製品・サービスなどを市場成長率と市場占有率の二軸にもとづいて分類する手法であり、経営資源の最適な投資配分を決定することを目的としている。
- 7S分析は、企業価値を高めるために有効な方法の一つで、戦略や人材など企業の構成要素を7つの要素にわけて分析し、見直すべき点を洗い出す手法である。
- SWOT分析は、内部環境分析と外部環境分析を同時に行うフレームワークで、自社の強み、弱み、機会、脅威として洗い出し、分析する手法である。

【第4問】〈配点 10点〉

(解答番号は  から  )

次の表は、「SC白書2024」による2023年末時点の「SCの概要」および2022年の「SC賃料の概要」の調査資料である。コロナ禍以前の2019年との比較において、それぞれ正しい語句を選択し、解答欄にその番号を記入しなさい。

SCの概要

総SC数	3,092SC
SC総売上高（年間推計値）	30兆8,260億円
総店舗面積	54,413,963㎡
1SC当り店舗面積	17,598㎡
総テナント数	163,712店舗
総キーテナント数	2,876店舗
1SC当りテナント数	53店舗

SC賃料の概要

(単位=円/月坪)

	個別徴収	総合賃料
物販	14,481	25,594
飲食	21,419	28,874
サービス	11,055	11,436

【A群「SCの概要」2019年末時点との比較】

- 総SC数は、(1. 増加 2. 減少)した。
- SC総売上高は、(1. 増加 2. 減少)した。
- SCの総店舗面積は、(1. 増加 2. 減少)した。
- 総テナント数は、(1. 増加 2. 減少)した。
- 総キーテナント数は、(1. 増加 2. 減少)した。

【B群「SC賃料の概要」2019年実績との比較】

- 個別徴収の賃料における物販の売上高対賃料比率は(1. 上昇 2. 下落)した。
- 個別徴収の賃料における飲食の売上高対賃料比率は(1. 上昇 2. 下落)した。
- 個別徴収における共益費は(1. 上昇 2. 下落)した。
- 総合賃料における物販の売上高対賃料比率は(1. 上昇 2. 下落)した。
- 総合賃料における飲食の売上高対賃料比率は(1. 上昇 2. 下落)した。

【第5問】〈配点 10点〉

(解答番号は 41 から 45 )

次の文章は、「経営戦略とM&A」に関する記述である。空欄に最も適切な語句を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

41 M&A（合併および買収）は、成長戦略の一環として企業が市場での競争力を強化し、持続的な成長を実現するための重要かつ効果的手段の一つである。成功するためには慎重な計画と実行が必要であり、十分な 41 を行い、統合プロセスをスムーズに進めることが重要である。

語群

41	1. PMI	2. データ化	3. デューデリジェンス
	4. スキーム化	5. アプローチ	

42 成長戦略におけるM&Aに期待される効果は、市場シェアの拡大、新規市場への進出、製品・サービスの多様化、業務の効率化、シナジー効果の実現、技術・知識の取得、42 の分散、株主価値の向上など多岐にわたる。

語群

42	1. 情報	2. データ	3. リスク
	4. 資産	5. コスト	

43 大企業には「イノベーションのジレンマ」が存在し、既存商品の価値を破壊するような新たな価値を生み出す「破壊的イノベーション」を軽視する傾向があるといわれている。特に大企業は、自らの研究開発等によるイノベーション創出にこだわるのではなく、43 企業との協調やM&Aにより、その能力を活用するという視点が重要となる。

語群

43	1. テクノロジー	2. グリーン	3. インターネット
	4. リサーチ	5. スタートアップ	

44 中小企業のM&Aは、「技術的な能力や知識の統合と開発」「44 の開拓」「効率化とプロセス改善」「人材の統合と育成」「新たな資金やリソースの提供」「競争力の強化」などの要因が組み合わさることで新たなイノベーションを生み出す可能性が高まる。

語群

44	1. マッチング	2. 成長	3. チャレンジ
	4. 新市場	5. プログラム	

45 厳しい経営環境のなかにあつて「規模拡大や垂直統合による45 事業の強化・拡大」「新規ビジネスへの参入」「成熟・衰退産業の再編」「グループ内の事業や人材配置の再編」「DXの効率的な推進」「従業員の意識改革」など生産性向上のためのM&Aも増加している。

語群

45	1. オンライン	2. コア	3. 周辺
	4. デジタル	5. イノベーション	

【第6問】〈配点 10点〉

(解答番号は 46 から 50 )

次の文章は、経済産業省がまとめた「合理化・付加価値向上に向けたDXへの取組み」に関する記述である。空欄に最も適切な語句を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

46 流通業のDX推進は「デジタル人材の育成」と「DX 46 の導入等の新たなデジタル投資」の実行が車の両輪である。DX推進の中核的な役割を果たすデジタル人材は、流通業のビジネスを深く理解し、データやデジタル技術を使ってどんな姿を目指したいのか、どんな課題を解決したいのかというビジョンを明確に示して、変革を牽引できる「人」である。

語群

46	1. 通信	2. 知見	3. 情報
	4. ツール	5. 資金	

47 小売業におけるDXは、その主な効果で分けると、バックエンドにおける業務合理化効果のあるDXと 47 となるフロントエンドにおける付加価値向上効果のDXに分けられる。

語群

47	1. 情報網	2. 人間関係	3. 情報空間
	4. 顧客接点	5. HTML	

48 「イオン」では、消費者との接点となる店舗アセットや豊富なID・データの強みを最大限生かして、よりよい体験価値を提供する 48 実現を目指し、そのために必要となるシステム・業務・組織の一体となった企業変革をリードするデジタル人材の育成を積極的に進めており、従業員の働き方自身も大きく変えようとしている。

語群

48	1. OMO	2. CRM	3. ERP
	4. RPA	5. SFA	

49 流通業はITシステムの老朽化や複雑化が進行し、いわゆる 49 システムに依存している割合が多い。高齢化が進んでいるなか、引退等により適切な対応ができなくなるリスクや維持管理費の高騰等が起きる可能性があり、危険な状態に達しているおそれがある。

語群

49	1. スマート	2. シャープ	3. モダン
	4. プリミティブ	5. レガシー	

50 これまでのデジタル投資は、基幹システムの構築・改修等初期費用や開発期間の負荷が重いものが多かった。しかし、現在では 50 の利用等によってシステム導入コストの大幅な低減が可能となり、ノーコードやローコードのツールの登場等により導入のハードルが格段に下がっている。

語群

50	1. アプリ	2. VM	3. クラウド
	4. SaaS	5. データベース	



【第7問】〈配点 10点〉

(解答番号は  から  )

次の文章は、「ビジネスモデル」に関する記述である。空欄に最も適切な語句を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

【A群】

ビジネスモデルとは、企業が事業を行うことで顧客や社会に価値を提供し、それを持続的な  向上につなげていく仕組みである。具体的には、有形・無形の経営資源を投入して製品やサービスをつくり、その付加価値に見合った  で顧客に提供する一連の流れを指す。

ビジネスモデルは、単なる「事業の概要」や「 の構造」ではない。「モデル」となるのは、競争優位性を確立し、その状態を保つための仕組みや方法が、企業の  を事業化する設計図として描かれるからである。したがって、「ビジネスモデルがある」とは、中長期で見たときに  、利益率、資本生産性等が比較対象企業よりも高い水準であることである。

語群 (  ～  )

1. 指針	2. 回転率	3. 成長率
4. 規範	5. 企業価値	6. 儲け
7. 株主価値	8. 相場	9. 効率
10. 事業価値	11. 資金	12. 価格
13. 費用	14. 価値観	15. 稼ぐ力

【B群】 代表的なビジネスモデルの例

モデル例	概要
販売モデル	商品を作って売るビジネスモデル
<input type="text" value="56"/> モデル	仕入れた商品売るビジネスモデル
広告モデル	広告媒体を用意して広告主を募り、広告主から報酬を得るモデル
サブスクリプションモデル	月額料金制で一定の <input type="text" value="57"/> を提供するビジネスモデル
<input type="text" value="58"/> モデル	顧客同士を紹介することによって、紹介料を得て利益を上げるモデル
ライセンスモデル	特許権や著作権などの <input type="text" value="59"/> を二次利用させる権利を提供することでライセンス料を得るモデル
<input type="text" value="60"/> モデル	基本機能を備えた商品やサービスをユーザーに無料で提供し、より高度な有料サービスや商品購入につなげるビジネスモデル
レンタルモデル	商品やサービスを貸し出してレンタル料を受け取るビジネスモデル

語群 (  ～  )

1. 価値	2. フランチャイズ	3. 重量賦課金
4. クラウド	5. フリーミアム	6. 有用性
7. 知的財産	8. フリーランス	9. 小売
10. プラットフォーム	11. データ	12. コレクション
13. エコシステム	14. メリット	15. マッチング



【第8問】〈配点 10点〉

(解答番号は 61 から 65 )

次の文章は、「生産性と付加価値」に関する記述である。空欄に最も適切な語句を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

61 生産性とは、製品・ 61 を生産するために、投入する労働力や機械設備、原材料などがどれだけ効率的に使用されたかを示すもので、算式で表すと  

$$\text{生産性} = \text{生産量 (Output)} \div \text{投入量 (Input)}$$
 となる。

語群

61	1. 技術	2. 半導体	3. サービス
	4. 食料	5. 素材	

62 付加価値とは、技術やノウハウ、独自の仕入ルートなどにより企業が原材料に新たに創出、付加した独自の価値である。付加価値の創出は、企業や産業の 62 を高める上で重要な要素である。

語群

62	1. 競争力	2. 資金力	3. 人的資源
	4. 購買力	5. 情報力	

63 付加価値の算出には、2つの方法があるが、「控除法」による算式は  

$$\text{付加価値額} = \text{売上高} - \text{ 63 価額}$$
 である。

語群

63	1. 減価償却	2. 材料	3. 人件費
	4. 外注加工	5. 外部購入	

64 労働分配率は企業が生み出した付加価値に対する人件費の割合を表す指標であり、利益をどれだけ従業員に 64 したかを測る指標である。

語群

64	1. 縮減	2. 還元	3. 回復
	4. 節減	5. 軽減	

65 有形固定資産回転率は、企業が所有する有形固定資産を効果的に活用しているかどうかを示す指標の一つである。同業種と比較して有形固定資産回転率が低い場合は、売上高を伸ばすか、有形固定資産額を 65 によって経営の軌道修正に役立てる。

語群

65	1. 節税する	2. 削除する	3. 増やす
	4. 減らす	5. 維持する	

【第9問】〈配点 10点〉

(解答番号は 66 から 70 )

次の文章は、「事業継続マネジメント」に関する記述である。空欄に最も適切な語句を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

- 66 事業影響度分析（BIA）とは、事業の中断による、業務上や財務上の影響を確認するプロセスのこと。重要な事業・業務・プロセスおよびそれに関連する経営資源を特定し、事業継続に及ぼす経営等への影響を時系列に分析を行う。例えば、①重要な事業の 66、②ビジネスプロセスの分析、③事業継続に当たっての重要な要素（ボトルネック）の特定、④復旧優先順位の決定、⑤目標復旧時間・目標復旧レベルの設定の手順を踏む。
- 67 事業継続計画（BCP）とは、大地震等の自然災害、67 のまん延、テロ等の事件、大事故、サプライチェーンの途絶、突発的な経営環境の変化など不測の事態が発生しても、重要な事業を中断させない、または中断しても可能な限り短い期間で復旧させるための方針、体制、手順等を示した計画のことである。
- 68 事業継続マネジメント（BCM）とは、BCP策定や維持・更新、事業継続を実現するための予算・資源の確保、対策の実施、取組を浸透させるための 68 の実施、点検、継続的な改善などを行う平常時からのマネジメント活動のことである。経営レベルの戦略的活動として位置付けられる。
- 69 リスク分析・評価とは、69 の原因となる発生事象（インシデント）を洗い出し、それらの発生の可能性と影響度を評価することで優先的に対応すべき発生事象を特定し、当該発生事象により生じるリスクがもたらす被害等の分析・評価を実施することである。
- 70 情報セキュリティガバナンスとは、社会的責任にも配慮したコーポレートガバナンス（企業の意思決定の仕組み）とそれを支えるメカニズムである 70 の仕組み（企業が業務を適正かつ効率的に遂行するために構築・運用される社内体制およびプロセス）を、情報セキュリティの観点から企業内に構築・運用することである。

語群（ 66 ～ 70 ）

1. 可視化	2. 内部統制	3. 教育・訓練
4. 意見交換	5. アドバイス	6. 風評
7. 洗い出し	8. ストライキ	9. 内部監督
10. 感染症	11. 稼ぎ方	12. 事業継続
13. 第三者管理	14. 事業中断	15. 洗い替え

【第10問】〈配点 10点〉

(解答番号は  から  )

次の文章は、「マーケティング用語」に関する記述である。空欄に最も適切な語句を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

とは、自社のサービスや商品を利用する典型的な顧客の人物像のこと。

語群

1. キャラクター	2. ペルソナ	3. 個客
-----------	---------	-------

とは、顧客が商品やサービスを認知し、購入を決定するまでのプロセスのこと。

語群

1. 顧客分析	2. デジタル分析	3. カスタマージャーニー
---------	-----------	---------------

とは、市場に存在する様々な属性を持った不特定多数の人々を、同じニーズや性質を持つグループに分類すること。

語群

1. ドメイン	2. セグメント	3. ポジショニング
---------	----------	------------

とは、複数あるデータのなかから、特定の条件に基づいてデータを抽出すること。

語群

1. テキスト	2. リスティング	3. SEO
---------	-----------	--------

とは、実店舗やECサイト、SNSなどのあらゆる販売チャネルを活用して顧客と接点を持ち、アプローチする販売戦略のこと。

語群

1. オムニチャネル	2. シームレス	3. One to One
------------	----------	---------------

とは、マーケティング4.0における考え方で、購買におけるそれぞれのプロセスにそって顧客にアプローチし、顧客を理解しながらマーケティングを行うこと。

語群

1. 5A	2. 4P	3. 5F
-------	-------	-------

とは、サイトにアクセスしてきた顧客の属性や行動を分析すること。

語群

1. WEB分析	2. デバイス分析	3. アクセス分析
----------	-----------	-----------

とは、市場を分析し、自社が扱う商品やサービスを「どのような顧客」に買ってもらうかを定めるプロセスのこと。

語群

1. ターゲティング	2. インサイト	3. スコアリング
------------	----------	-----------

とは、ITを活用し、マーケティング業務のサポートや自動化をすることでマーケティングの効率化と生産性の向上などを実現させる仕組みのこと。

語群

1. IOT	2. RPA	3. MA
--------	--------	-------

とは、顧客と関係を維持しながら継続的な利益確保を目指すマーケティング活動のこと。

語群

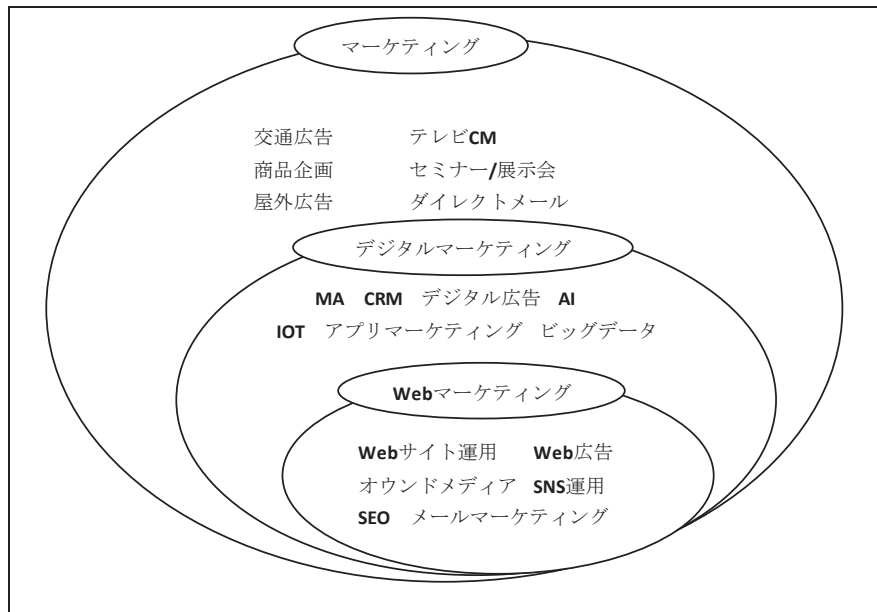
1. F2転換	2. 1:5の法則	3. リテンション
---------	-----------	-----------

【第11問】〈配点 10点〉

(解答番号は 81 から 85 )

次の文章は、「デジタルマーケティング」に関する記述である。空欄に最も適切な語句を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

マーケティングには、様々な定義があるが「マーケティング」、「デジタルマーケティング」、「ウェブマーケティング」のそれぞれの定義と特徴を整理すると次の通りである。



「マーケティング」とは、一言でいうと「81 を作ること」である。マーケティング活動は、市場調査、商品開発、広告宣伝、販売促進、営業、販売など多岐にわたる。そのなかで最も大切なことは、マーケティングの中心にいるのは顧客であり、顧客のニーズに応え、顧客が引き付けられるような仕組みを作ることである。

「デジタルマーケティング」は、デジタル技術や 82 プラットフォームを活用して製品やサービスを宣伝し、顧客との関係を構築しながら 83 の認知度や売上を向上させるためのマーケティング手法のことである。

デジタルマーケティングでは、オムニチャネルを通じた宣伝・PRだけではなく、同時に収集される膨大な消費者の 84 データの蓄積、データの活用・分析がおこなわれるため、購買行動がより高い精度で把握できるようになる。

「ウェブマーケティング」は、WEBを活用し、集客して商品やサービスの 85 を促す活動のことで、WEB上での特定の活動に重点を置いている。

語群 ( 81 ~ 85 )

1. ブランド	2. オンライン	3. 商品
4. 購入・契約	5. NET	6. 価格設定
7. 行動	8. コンテンツ	9. 消費
10. 売れる仕組み		

【第12問】〈配点 10点〉

(解答番号は 86 から 90 )

次の文章は、ビジネスにおける「人的資本経営」に関する記述である。空欄に最も適切な語句を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

86 人的資本とは、企業において知識やスキルによって付加価値を生み出す人を資本とみなす考え方である。企業の構成員としての個人が持つ 86 (倫理観、協調性、リーダーシップなど) や能力(知識、技術・技能など)を、企業の付加価値を生み出す資本とみなしたものである。

語群

86	1. 価値	2. 資質	3. 権威
	4. 自信	5. 知恵	

87 企業の競争優位を支え、 87 を生み出すことを通じた持続的な企業価値の向上や経済成長を支える原動力は「人」であり、社会全体で人的資本の向上を実現することが重要である。

語群

87	1. 経営者	2. 人財	3. リーダー
	4. 情報	5. イノベーション	

88 人的資本の情報開示とは、企業経営において自社の人材情報を社内外に公表することである。日本では、約4,000社の上場企業に対して、2023年3月期決算以降の 88 に、人的資本情報の記載が義務づけられた。

語群

88	1. 事業報告書	2. 決算書	3. 有価証券報告書
	4. 株主総会	5. 貸借対照表	

89 人的資本の情報開示義務化の背景には、①米国のSEC(証券取引委員会)による上場企業への開示義務化など欧米での義務化、②人的資本など 89 の価値の高まり、③サステナビリティ経営・ESG投資への関心の高まり、④人的資本の情報開示に向けた国際的なガイドライン「ISO 30414」の発表などがある。

語群

89	1. 無形資産	2. 事業	3. 有形資産
	4. 固定資産	5. 繰延資産	

90 人的資本の情報開示義務化に向けて公表された『人的資本可視化指針』には、「人材育成」、「従業員エンゲージメント」、「離職率・定着率などの流動性」、「ダイバーシティ」、「健康・安全」、「 90 」、「コンプライアンス」の7分野19項目の開示項目の例が具体的に示されている。

語群

90	1. 労働時間	2. 労働災害	3. 労働契約
	4. 労働慣行	5. 賃金	

【第13問】〈配点 10点〉

(解答番号は  から  )

次の文章は、「従業員のエンゲージメント」に関する記述である。空欄に最も適切な語句を語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

「エンゲージメント」とは、個人と  が一体となり、双方の成長に貢献しあう関係のことをいう。

語群

1. 組織	2. 顧客	3. 地域社会
-------	-------	---------

エンゲージメントは、社員一人ひとりが企業の掲げる「戦略・目標」を適切に判断し、 に自分の力を発揮する貢献意欲である。

語群

1. 好意的	2. 社会的	3. 自発的
--------	--------	--------

エンゲージメントは、従業員のモチベーション、 、忠誠心、仕事への熱意や貢献度などが指標となる。

語群

1. 信頼度	2. 能力	3. 満足度
--------	-------	--------

エンゲージメントが高い職場を目指すためには、「ビジョンへの 」「やりがいの創出」「働きやすい職場づくり」「成長支援」の観点が必要である。

語群

1. 共感	2. 信頼	3. 確信
-------	-------	-------

エンゲージメントにおける具体的施策には、従業員とのコミュニケーション、フィードバックの提供、適切な報酬やインセンティブの提供、 の機会の提供などが重要である。

語群

1. OJT	2. キャリア開発	3. 採用
--------	-----------	-------

エンゲージメントが高い組織では、従業員は自分の仕事に対して意欲的に取り組み、チームや組織の に積極的に貢献する。

語群

1. 戦術	2. 長期計画	3. 目標達成
-------	---------	---------

また、エンゲージメントが高い職場では、従業員が や労働条件に満足しているだけでなく、仕事に意欲を持ってやりがいを感じている。

語群

1. 労働者派遣	2. 環境	3. 労働組合
----------	-------	---------

98 エンゲージメントが高い従業員は、労働条件だけのつながりではなく、そこで働くことを見出している。 98

語群

1. 期待	2. 効果	3. 価値
-------	-------	-------

99 エンゲージメントを図る指標として「99」がある。

語群

1. 業績評価	2. 企業推奨度	3. 考課
---------	----------	-------

100 エンゲージメント向上の効果として、生産性や効率性の向上、業績の向上、人材定着、100の低下、従業員のモチベーションの向上などが期待される。

語群

1. 離職率	2. 利益率	3. 推進力
--------	--------	--------



【第14問】〈配点 10点〉

(解答番号は  から  )

次の文章は、「ROIC」に関する記述である。空欄に最も適切な語句を下記の語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

- ROICとは  利益率のことで、企業もしくは事業の「稼ぐ力」を評価する指標である。
- ROICは、企業が調達した資本を事業に投下し、どれだけ効率よくNOPAT (  利益) を生み出すことができているのかを測定する。
- ROICの分母には、資金調達サイドに着目して「  と株主資本の合計額」とする方法がある。
- また、資金運用サイドに着目して「運転資本と  の合計額」を分母とする方法もある。
- WACCとは、「  資本コスト」のことで、企業が金融機関等や株主から資金を調達するために必要となるコストを算出する方法のことである。
- 健全な経営状態を保つためには、ROICがWACCを  いる必要がある。資金調達コストよりも、事業等から生み出される運用利回りが大きくなる必要があるからである。
- ROICと関連性の高い指標としての「ROE」は、「  利益率」である。
- ROEは、株主の投資がどれだけ  に還元されるかが把握しやすいため、「投資家目線での指標」として用いられる。
- ROAは、「  利益率」のことで、企業が保有している全ての資産がどれだけ利益につながっているかを示すための指標である。
- ROIC、ROE、ROAは、いずれも財務指標として企業の  や効率性を評価するために使用される。

語群 (  ~  )

1. 経常利益	2. 税引後営業	3. 上回って
4. 総資産	5. 加重平均	6. 配当金
7. 下回って	8. 固定資産	9. 純資産
10. 投下資本	11. 収益性	12. 有利子負債
13. 成長性	14. 自己資本	15. 流動資産

【第15問】〈配点 10点〉

(解答番号は  から  )

次の文章は、「職場環境」に関する記述である。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。

- (注) 1. 「改正育児・介護休業法」とは、2025年4月1日に施行される「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律」の改正法の略称。  
2. 各種ハラスメントは、略称で記載している。

- 「パワハラ防止措置」は、男女雇用機会均等法に基づいて中小企業の事業主にも義務化されている。
- 職場における「セクハラ」は、男女雇用機会均等法により、事業主に防止措置を講じることが義務付けられている。
- 職場における「マタハラ」は、男女雇用機会均等法および育児・介護休業法で、事業主に防止措置を講じることが義務付けられている。
- 「カスハラ」とは、顧客が企業やその従業員に対して行う不当な要求や迷惑行為のことであり、改正労働施策総合推進法で明確に定義されている。
- フリーランス保護法は、下請法とは異なり、取引におけるフリーランスの保護だけでなく、ハラスメント防止措置の義務付けや募集の適正化などといったフリーランスの就業環境整備も内容としている。

【「改正育児・介護休業法」について】

- 女性の育休取得率の公表義務の対象を、従業員数1,000人超の企業から300人超に拡大し、取得率の目標値も300人超の企業は公表が義務となる。
- 3歳未満の子を養育する労働者が育児休業をしていない場合、テレワークで働ける環境を整えることが事業主の努力義務になる。
- 3歳から小学校就学前までの子どもを持つ親も柔軟に働けるようにするために、テレワークや短時間勤務制度、フレックス制度などから2つ以上を選択して制度として設けることが企業の義務になる。
- 現在、残業は子が3歳になるまで免除されているが、これを小学校就学前までに延長する。
- 2025年の男性育休取得率の政府目標は、40%に引き上げられた。

