

販売士2級 演習問題2021前期

<小売業の類型>第1章 流通と小売業の役割

1 流通と小売業

603103 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

流通とは、〔ア〕と〔イ〕をリンクさせることである。メーカーは主としてアを担い、流通は主として〔ウ〕や小売業が担っている。小売業の顧客の買物行動はイである。なお、メーカーも、自社製品PRのための〔エ〕や、自社製品を流通業者へ届けるための〔オ〕にも携わっており、流通活動の一端を担っている。

- 【語群】
- | | | | |
|-------------|------------|-------|---|
| 1. ストアパレション | 5. 社会的コスト | 9. 物 | 流 |
| 2. 消 費 | 6. ロ コ ミ | 10. 生 | 産 |
| 3. 卸 売 業 | 7. 飲 食 業 | | |
| 4. 広 告 宣 伝 | 8. 卸 売 市 場 | | |

603103 解答： 10 2 3 4 9

422105 次の文章は、流通の役割について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

生産と消費の間における所有権、財、情報の移動が流通フローであり、所有権のフローを〔ア〕、財のフローを〔イ〕という。

所有権のフローに関する機能は、所有権移転機能と〔ウ〕機能に分けることができる。また、財のフローに関する機能は、〔エ〕機能と保管機能に分けることができる。基本的に、エ機能は空間のギャップを、保管機能は〔オ〕のギャップをうめる。

- 【語群】
- | | | |
|------------|--------|---------|
| 1. 危 険 負 担 | 5. 統 合 | 9. 輸 送 |
| 2. 資 金 流 | 6. 時 間 | 10. 場 所 |
| 3. 包 装 | 7. 物 流 | |
| 4. 情 報 流 | 8. 商 流 | |

422105 解答： 8 7 1 9 6

782102 次の文章は、流通フローについて述べている。文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

生産と〔ア〕の間において所有権、〔イ〕、情報が移動することを総称して流通フローといい、そのうち所有権のフローのことを〔ウ〕、イのフローのことを物流、情報のフローのことを情報流という。

また、ウに関する機能は、大別すると所有権移転機能と〔エ〕に分けることができ、物流に関する機能は輸送機能と〔オ〕に分けられる。

【語群】

- | | | | |
|--------------|------------|------------|-----------|
| ア 1. 小 売 | 2. 消 費 | 3. 卸 売 | 4. 加 工 |
| イ 1. 財 | 2. 配 送 車 両 | 3. 営 業 権 | 4. 債 権 |
| ウ 1. 動 脈 物 流 | 2. 債 権 弁 済 | 3. 静 脈 物 流 | 4. 商 流 |
| エ 1. ブローカー機能 | 2. ディーラー機能 | 3. 代理店機能 | 4. 危険負担機能 |
| オ 1. 販売促進機能 | 2. 仕入機能 | 3. 保管機能 | 4. 価格形成機能 |

782102 解答： 2 1 4 4 3

372101 次の文章は、物流機能について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

財の〔ア〕である物流は、空間的隔たりと〔イ〕をつなぐ役割を担っており、物流機能としては、大きく分けて〔ウ〕と〔エ〕がある。ウとは、〔オ〕から消費地点へと財を移転するための諸活動であり、基本的には空間的隔たりをつないでいる。エとは、生産時点から消費時点に至るまでの間、財の価値を損なわないようにする諸活動であり、基本的にはイをつないでいる。

- | | | | |
|------|-----------|-----------|----------|
| 【語群】 | 1. 時間的隔たり | 5. 販売機能 | 9. 輸送機能 |
| | 2. ストック | 6. 情報的隔たり | 10. 生産地点 |
| | 3. 保管機能 | 7. フロー | |
| | 4. 販売地点 | 8. 取引機能 | |

372101 解答： 7 1 9 3 10

402109 次のア～オは、物流について述べている。最も関係の深いものを、右側の語群から選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

- | | |
|---------------------------------------|----------------|
| | 【語群】 |
| ア 工場や倉庫での商品の輸送や保管に伴う搬出入作業のこと。 | 1. デポ |
| イ カット、小分け、ラベル貼りなど流通過程で価値を高める活動のこと。 | 2. 流通加工 |
| ウ 商品が一時的に集積される保管所のこと。 | 3. 外装 |
| エ 返品需要や資源回収にあたる商品フローのこと。 | 4. 静脈物流 |
| オ 荷物を輸送に適合した標準単位に、ひとまとめにして輸送する仕組みのこと。 | 5. 販売物流 |
| | 6. エットロード・システム |
| | 7. 荷役 |

402109 解答： 7 2 1 4 6

802106 次のア～オは、物流について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(15点)

- ア 輸送機能とは、生産地点から消費地点へと商品に移転するための諸活動であり、基本的には時間のギャップを橋渡しする。
- イ 保管機能とは、生産時点から消費時点に至るまでの間、商品の価値を損なうことなく保管する諸活動であり、基本的には空間のギャップを橋渡しする。
- ウ 輸送や保管を委託されて物流活動を専門に行う企業は、原則として商品の所有権を持たない。
- エ 静脈物流とは、川下から川上に向かって流れる物流であり、回収物流とも呼ばれる。
- オ 流通加工とは、流通過程においてその価値を高める活動であり、具体的には小分け、値札付け、箱詰めなどがある。

802106 解答： 2 2 1 1 1

382103 次のア～オは、物流について述べている。正しいものには1を、

誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(10点)

ア 一般的に、物流ネットワーク上の大口で長距離の商品の移動は配送と呼ばれる。

イ 保管とは物理的に商品を保管することを意味し、場所的隔たりを橋渡しすることである。

ウ 卸売業や小売業にとって商品の仕入にかかわる物流は調達物流と呼ばれる。

エ 荷役とは倉庫などで商品の輸送や保管活動に伴って生じる搬出入の作業のことである。

オ 回収物流とは、川上から川下に向かって流れる物流であり、返品、リユース・リサイクル資源回収のことである。

382103 解答： 2 2 1 1 2

442101 次のア～オは、流通における物流活動や仕組みについて述べている。

正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(15点)

ア 卸売業や小売業が、サプライヤーからの仕入のために商品を移動させる活動のことを調達物流という。

イ 小売業の自社物流センターから自社店舗へ商品を移動させる活動のことを静脈物流という。

ウ 一般的に、配送とは物流ネットワーク上の拠点間における大口で長距離の移動手段のことを指す。

エ 輸送や荷役の合理化・効率化のために、輸送時の荷姿や包装形態、パレットなどを標準化し、企業間の物流ネットワークを横断して作業の機械化を促進する一貫した仕組みのことを、ユニットロード・システムという。

オ J I Sで定めた一貫パレチゼーションに準拠するT 11パレットにおいては、1,100mm × 1,100mmを基準に輸送包装系列が定められている。

442101 解答： 1 2 2 1 1

362106 次のア～オは、流通フローの情報流について述べている。正しいものには1を、

誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(10点)

ア 情報流は、商流と物流で構成される。

イ 取引情報のうち、「売買契約が成立、実行されて所有権が移転したことを確認する情報」を、交渉情報と呼ぶ。

ウ 市場情報とは、一般的に、商品の最終消費市場に関する情報であり、需要情報と競争情報とに大別される。

エ 販売促進(プロモーション)情報は、主として、メーカーと消費者との間で共有される。

オ 情報流には、すでに顕在化した需要だけでなく、潜在的な需要を喚起する役割もある。

362106 解答： 2 2 1 2 1

392106 次のア～オは、流通フローの情報流について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(10点)

- ア 情報流の機能は、消費者ニーズについてメーカーが把握していないことと、メーカーや製品について消費者が知識を持っていないことを架け橋することで生産と消費をマッチさせることにある。
- イ 生産と消費を結ぶメーカーや卸売業、小売業の流通活動に関して、双方向に流れる情報のことを市場情報という。
- ウ 買い手が購買を決定して、売り手に対してその意志を伝達する情報と、売り手が受諾したことを伝える情報は所有権移転情報と呼ばれる。
- エ 物流情報には、倉庫や店舗への輸配送指示や着荷時期などの情報、入荷や出荷を確認する入出庫情報などがある。
- オ 情報流としてのプロモーションは広義には人的販売、広告、販売促進などから構成され、狭義にはターゲットから消費者向け、流通業者向けなどに分けられる。

392106 解答： 1 2 2 1 1

412101 次のア～オは、流通フローについて述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(10点)

- ア 所有権移転機能とは、売り手が所有権を譲渡する活動と買い手が所有権を取得する活動によって達成される。
- イ 企業と消費者の間の流通金融は、商品を販売する企業が消費者の代金支払いに対して期間猶予を与える販売信用と、金融機関が消費者に対して分割払いや、キャッシュサービスを提供する消費者金融がある。
- ウ 静脈物流とは、返品を受容、リユース・サイクル資源回収など川下から川上に向かって流れる物流のことである。
- エ 商品の品質を維持するために、低温管理を維持したままでの物流手段のつながりのことを、パレチゼーションという。
- オ ユニットロード・システムとは、取引関係のある企業を横断して輸送や荷役の効率化のために、パレットなどを標準化して、作業の機械化などを促進することである。

412101 解答： 1 1 1 2 1

2 小売業態変化に関する理論仮説 & 流通の原理

402106 次の文章は、小売の輪理論について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

小売の輪理論とは、次のような小売業態サイクル理論である。

「新たな革新的業態は、〔ア〕を基盤として、価格訴求を行うことで既存業態に対して〔イ〕な地位を得る。

革新的業態が市場での成功を収めると、他社が同様の形態で〔ウ〕する。

こうした競争の過程で、商品の品質や店舗施設などの〔エ〕をはかるために、非価格競争を展開する。その後、この革新的な業態は〔オ〕を失い、そこにまた別の革新的業態がアを基盤に市場に出現する。」

- 【語群】
- | | | |
|-----------|-----------|--------------|
| 1. 適度 | 5. 高コスト経営 | 9. 細分化 |
| 2. 低コスト経営 | 6. 追従 | 10. 品ぞろえの総合化 |
| 3. 差別化 | 7. 価格競争力 | |
| 4. 撤退 | 8. 優位 | |

402106 解答： 2 8 6 3 7

852101 次の文章は、小売の輪の理論（仮説）について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

小売の輪の理論（仮説）は、〔ア〕により提唱された理論である。そこでは、新しい革新的小売業態は、低コスト経営を可能にする革新によって〔イ〕での大量廉価販売を可能とし、消費者に低価格を訴求する店舗形態で登場するのが一般的としている。

この革新的小売業態は、既存の店舗形態に大きな影響を与える。つまり、市場において優位的地位を築くと、既存の店舗形態に大きな影響を与える。つまり、市場において優越的地位を築くと、既存の店舗形態から消費者を奪うようになる。

他方、他社も革新的な店舗形態を模倣するようになるため、既存の店舗形態との競争に加え、革新的小売業態同士の間でも激しい〔ウ〕が起こる。このような状況になると、イでの大量廉価販売で消費者に訴求することは限界となり、やがて革新的小売業態は競争者との〔エ〕をはかるため、サービスや取扱商品の品質向上、店舗施設のグレードアップなどに目を向けるようになる。そこで、低価格訴求ではなくマージンアップをねらうようになることを〔オ〕という。

【語群】

- | | | | |
|---------------|--------------|-------------|---------------|
| ア 1.S.C.ホルンダー | 2.O. ニールセン | 3.M.P.マクネア | 4.A.C.R.ドリーマン |
| イ 1.単品管理 | 2.低マージン | 3.当用仕入 | 4.カテゴリーマネジメント |
| ウ 1.価格競争 | 2.非価格競争 | 3.不完全競争 | 4.国際競争 |
| エ 1.差別化 | 2.協業化 | 3.高度化 | 4.組織化 |
| オ 1.アソートメント | 2.トレーディングアップ | 3.コア・コンピタンス | 4.ストアフォーマット |

852101 解答： 3 2 1 1 2

422108 次の文章は、アコーディオン理論について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

アコーディオン理論は、しばしば小売の輪の理論と対比して解説されている。

まず、小売の輪の理論は、「小売業の経営形態は、低コスト・〔ア〕による大量廉価販売から高マージン・〔イ〕へといった循環をくり返す」という視点で解説されている。

これに対して、アコーディオン理論は、商品構成の〔ウ〕と〔エ〕のくり返しという視点で解説されている。つまり〔オ〕を広げて登場した小売の形態を品ぞろえのウと呼び、オを縮めて登場した小売の形態を品ぞろえのエと呼ぶことからアコーディオン理論と命名されたのである。

- 【語群】
- | | | |
|------------|----------|-------------|
| 1. 低資本 | 5. 商品ライン | 9. セルサービス販売 |
| 2. 総合化 | 6. 商品寿命 | 10. 画一化 |
| 3. 高サービス販売 | 7. 低マージン | |
| 4. 差別化 | 8. 専門化 | |

422108 解答： 7 3 2 8 5

782101 次の文章は、次の文章は、マーガレット・ホールによって提示された不確実性プールの原理について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(15点)

不確実性プールの原理は、〔ア〕を流通業が集中的に保有すれば、個々の生産者が分散的に保有する場合よりもアの総和量が〔イ〕し、〔ウ〕が節約されるというものである。

この原理は、〔エ〕の原理をとともに、流通業の中でもとくに〔オ〕の存在意義を説明するうえでよく用いられる。

- 【語群】
- | | | | | |
|------------|-------|-----------|---------|------|
| ア 1.物流センター | 2.店 | 舗 | 3.運転資金 | 4.在庫 |
| イ 1.スプロール化 | 2.減少 | 3.スパイラル化 | 4.増加 | |
| ウ 1.流通費用 | 2.人件費 | 3.投資資金 | 4.販売管理費 | |
| エ 1.単純化 | 2.専門化 | 3.取引総数単純化 | 4.標準化 | |
| オ 1.メーカー | 2.小売業 | 3.卸売業 | 4.物流業 | |

782101 解答： 4 2 1 3 3

352108 次のア～オは、流通や小売業に関する学識的理論について述べている。
最も関係の深いものを、右側の語群から選んで、答案用紙の所定欄に
その番号をマークしなさい。(10点)

【語 群】

- | | |
|---|---------------|
| ア 国民の所得水準が上昇すると、最寄品店舗が減少し、
買回品や専門品店舗が増加する傾向がある。 | 1. 小売の輪の理論 |
| イ 小売業の商品構成において、商品ラインを総合化する
店舗が現れると、一方で専門化する店舗が現れる傾向が
ある。 | 2. 取引総数単純化の原理 |
| ウ 小売業の形態は、低マージン低価格販売から高マージ
ン高価格販売へという循環を繰り返す。 | 3. フォード効果 |
| エ 流通に卸売業が介在した場合、介在しない場合に比べ
ると取引数が減少して、流通費用が節約される。 | 4. 問屋無用論 |
| オ 流通業が在庫を集中的に保有すれば、生産者が分散的
に保有する場合よりも在庫量が減少し、流通費用が節約
される。 | 5. アコーディオン理論 |
| | 6. 責任と権限の原則 |
| | 7. 不確実性プールの原理 |

352108 解答： 3 5 1 2 7

382101 次のア～オは流通業に関連する理論について述べている。最も関係の
深い用語を、右側の語群から選んで、解答用紙の所定欄にその番号を
マークしなさい。(10点)

【語 群】

- | | |
|---|---------------|
| ア 生産者と小売業者の間に卸売業者が介在しない場合
と比べて、介在したほうが取引数が減少し、流通費用
が節約できる。 | 1. 不確実性プールの原理 |
| イ 新しい革新的店舗形態は低価格訴求を行うが、競争
を通じて高コスト体質となる。その結果、低価格訴求
を標榜する新たな革新的な店舗形態が登場する。 | 2. 取引総数最小化の原理 |
| ウ 卸売業者が在庫を集中的に保管することで、個々の
小売業者が分散して保有する場合の総和よりも在庫量
は減少し、流通費用が節約される。 | 3. アコーディオン理論 |
| エ 国民の所得水準が、上昇すると、最寄品を販売する
店舗が減少し、奢侈品を販売する傾向がある。 | 4. 小売の輪の理論 |
| オ 時間の経過に伴って小売店の商品構成が総合化と専
門家を繰り返して、新たな小売店舗形態が出現する。 | 5. リーガンの仮説 |
| | 6. フォード効果 |
| | 7. 真空地帯理論 |

382101 解答： 2 4 1 6 3

392105 次のア～オは、流通の理論について述べたものである。最も関係の深い用語を、右側の語群から選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

【語 群】

- | | |
|--|---------------|
| ア 製品コストの変数とサービスコストの変数が複雑に結合し、その組み合わせの対応関係から小売業の発展を説明する。 | 1. リーガンの理論仮説 |
| イ 環境の変化に最もよく対応できる小売営業形態が最も繁栄し、生存する。 | 2. 集中貯蔵の原理 |
| ウ 既存の小売営業形態を「正」、革新的営業形態を「反」とし、「正」と「反」から導き出される新たな小売営業形態を「合」とする。 | 3. 取引総数単純化の原理 |
| エ 大量生産体制に対応する大量流通体制が確立した先進国では、「太くて短い」流通が効率的である。 | 4. 適応行動理論 |
| オ 流通に卸売業が介在することで、介在しない場合に比べて取引数が縮小され、それによって流通費用が節約される。 | 5. 弁証法的仮説 |
| | 6. 間屋無用論 |
| | 7. 危機－変化モデル |

392105 解答： 1 4 5 6 3

872101 次のア～オは、経済循環システムと流通の役割について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(15点)

- ア 経済活動は、財の「生産－流通－廃棄」という循環システムにより形成されている。
- イ 不確実性プールの原理は、生産者と消費者の間に流通業が介在することで、介在しない場合に比べ取引総数が単純化され、それにより流通費用が軽減されるというものである。
- ウ 集中貯蔵の原理は、在庫を流通業者が集中的に保有すれば、個々の生産者が分散的に保有する場合の総和よりも在庫数量が減少し、流通費用が節約されるというものである。
- エ 情報縮約・整合の原理は、流通業者の介在によって商品の比較検討などの市場の情報条件が改善され、それに伴う取引の効率化によって、介在しない場合に比べて流通費用が節約されるというものである。
- オ 小売の輪の理論は、革新的小売業態は高マージン・高サービス販売からスタートし、低マージン・大量廉価販売へという循環を繰り返すというものである。

872101 解答： 2 2 1 1 2

412102 次のア～オは、小売業態変化に関する理論について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(10点)

- ア 小売の輪理論とは、新しい業態は高コストで高マージンの品質を訴求する形態で市場に参入し、その後、格下げすることによって、低コストで低マージンの低価格訴求の業態に変化していくことを示している。
- イ アコーディオン理論とは、小売業態の変化は商品構成の品ぞろえ側面から、総合化と専門化を繰り返すというサイクル理論である。
- ウ アコーディオン理論は、ニールセンによるものであるが、南北戦争の前後に専門店からゼネラルストア、そして百貨店へと小売業をめぐる総合化と専門化の業態推移が繰り返されたことを理論化したものである。
- エ 価格とサービスの組み合わせについては、中価格帯と中サービスの特徴とする小売業態が多く、低価格と低サービスの分野に新規参入の可能性が生まれるとするのがマクネアによる真空地帯の理論であり、コンビニエンスストアの業態の参入はその良い例とされる。
- オ 低価格低サービスのみならず、高価格高サービスによっても新しい小売業態が生まれることを指摘したのがリーガンの仮説である。

412102 解答： 2 1 2 2 2

792104 次のア～オは、流通や小売業に関する理論について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(15点)

- ア 取引総数単純化の原理とは、生産者と消費者の間に流通業が介在することで、介在しない場合に比べて取引総数が削減(単純化)され、それによって流通費用が節約されるというものである。
- イ リーガンの仮説とは、在庫を流通業が集中的に保有すれば、個々の生産者が分散的に保有する場合の総和よりも在庫量が減少し、流通費用が節約されるというものである。
- ウ 小売りの輪の理論とは、革新的な小売業の形態は高マージン・大量廉価販売から、低マージン・高サービス販売へとという循環を繰り返すというものである。
- エ アコーディオン理論とは、商品構成の総合化と専門家をくり返すという、小売業の品ぞろえ面に視点を当てたものである。
- オ 適応行動理論とは、小売業の発展を提供される製品と小売サービスの組合せで説明したものである。

792104 解答： 1 2 2 1 2

812104 次のア～オは、小売業態変化について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(10点)

- ア 小売の輪理論は、小売業態は高マージン・高サービス販売から、低マージン・大量廉価販売へとという循環をくり返すため、サイクル理論といわれる。
- イ アコーディオン理論は、商品構成の総合化と専門化のくり返しという品ぞろえ面に焦点を当てた理論仮説である。
- ウ 真空地帯理論は、価格・サービス水準を横軸、立地・価格・品ぞろえなどを消費者が総合的に評価した消費者選好度を縦軸にとり、消費者選好分布曲線を描いて業態変化を説明する理論仮説である。
- エ リーガンの仮説では、小売業の発展について、提供する製品と小売サービスの組合せで説明し、その発展段階を単一結合型の段階、複合結合型の段階、全面結合型の段階に区分している。
- オ 弁証法的仮説は、収斂、異常発達、退化、同化といった生物学的アナロジーを用いて小売業態の変化を説明する理論仮説である。

812104 解答： 2 1 1 1 2

842101 次のア～オは、流通の原理について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(15点)

- ア 取引総数単純化の原理とは、生産者と消費者の間に流通業者が介在することにより、介在しない場合に比べて取引総数が減少し、それにより流通費用が節約されるという原理である。
- イ 集中貯蔵の原理とは、流通業者が在庫を集中的に保有すれば、各生産者が分散的に保有する場合の総和よりも在庫数量が増加し、それにより流通費用が節約されるという原理である。
- ウ 集中貯蔵の原理は、流通業者のなかでも特に小売業者の存在意義を説明する場合によく用いられる。
- エ 情報縮約・整合の原理とは、流通業者が生産者と消費者双方の情報を縮約・整合することで、生産と消費部門の取引は効率的になり、それにより流通費用が節約されるという原理である。
- オ 規模の経済の原理とは、流通業者が多数の生産者から大量の生産物を収集することで、生産量1単位あたりの流通費用が節約されるという原理である。

842101 解答： 1 2 2 1 1

3 世界の小売業の動向

822101 次のア～オは、グローバルリテーラーの形態と動向について述べている。

正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の
所定欄にマークしなさい。(15点)

- ア 外資系グローバルリテーラーは、直接進出、資本参加、企業買収などの手法により
日本市場への進出を果たしている。
- イ フランスのハイパーマーケットの品ぞろえは、専門品にウェイトを置きつつ、雑貨、
衣料品、住関連用品など生活に必要な商品を網羅している。
- ウ アメリカのスーパーセンターの売場は、食料品中心の大型スーパーマーケットと、
非食料品中心の大型ディスカウントストア、ドラッグストアをワンフロアに融合した
商品構成となっている。
- エ ホールセールクラブは、原則として会員制を採用し、倉庫型店舗などを利用し、
対面販売方式によって低価格販売を行っている。
- オ 一般にホールセールクラブは、事業者だけではなく消費者も販売の対象としている。

822101 解答： 1 2 1 2 1

372106 次のア～オは、欧米で発達した小売業態に関する事項である。
最も関係の深い文章を、右側から選んで、答案用紙の所定欄に
その番号をマークしなさい。(10点)

- | | |
|-------------|---|
| ア ハイパーマーケット | 1. 食料品中心のスーパーマーケットと、非食品中心の |
| イ スーパーマーケット | ディスカウントストアをワンフロアに融合した構成と |
| ウ スーパーセンター | なっており、生活必需品を中心に衣・食・住・遊のフル |
| エ GMS | ライン商品構成で約100,000品目を取り扱う小売業態。 |
| オ ホールセールクラブ | 2. フランスが起源とされており、売り場面積2,500㎡
以上で、食品にウェイトを置きつつ、雑貨、衣料、住
関連用品など生活に必要な商品をすべて網羅する豊富
な品ぞろえと価格訴求力をもつ小売業態。
3. 生鮮食料品を主体として、毎日の食生活を支える商
品を中心に、総合的に品ぞろえした小売業態。
4. 事業者を会員として組織化した現金販売専門で、顧
客は購買した商品を自分で持ち帰ることを基本とした
小売業態。
5. 入会金を支払う会員制を採用し、会員は、事業者だ
けでなく、一般消費者も対象としており、簡素な倉庫
跡地を店舗に利用するなど、セルフサービス方式の超
低価格販売を訴求する小売業態。
6. 住空間を豊かにするための商品を扱い、感性豊かな
ライフスタイルを提案する小売業態。
7. もともとは、日常生活に必要な非食料品を中心に、
総合的に品ぞろえした大規模小売業態。 |

372106 解答： 2 3 1 7 5

643103 次の文章は、欧米で生まれた小売形態について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

スーパーセンターとは、大型の〔ア〕にスーパーマーケットを合体させたような小売形態である。日常生活に密着した衣・食・住の商品を総合的に扱い、取扱品目数は、およそ〔イ〕点にのぼる。売り場面積は、〔ウ〕の規模となっている。

一方、会員制ホールセールクラブとは、日本では、コストコに代表される大型の〔エ〕店舗で、ケースやカートン単位とする商品が主体となっている。およそ 3,000 品目に絞り込んだ商品を超低価格で販売しているが、〔オ〕は、約 10 % を維持している。

【語 群】

- | | | |
|---------------|---------------|--------------------|
| 1. コンビニエンスストア | 5. ディスカウントストア | 9. 対 面 型 |
| 2. 倉 庫 型 | 6. 450～600㎡ | 10. 10,000～20,000㎡ |
| 3. 粗 利 益 率 | 7. 5,000 | |
| 4. 100,000 | 8. 純 利 益 率 | |

643103 解答： 5 4 10 2 3

782103 次のア～オは、世界最大手の小売企業であるウォルマート・ストアーズ社が開発したスーパーセンターの特性について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(15点)

ア ウォルマート・スーパーセンターは、大規模駐車場を備え、非食品のディスカウントストアと食品のスーパーマーケットを融合して、フルライン商品個性された大型小売形態である。

イ ウォルマート・スーパーセンターの価格政策は、チラシ広告などの手段を利用して、週替わりで同一商品の価格を上下させ、特売商品を低価格で販売するEDLPが基本である。

ウ EDLPは、薄利多売によって、粗利益よりも商品回転率を高めて利益をあげることを志向した価格設定である。

エ ウォルマート・スーパーセンターの商品政策は、多品種少量販売であり、一般的なスーパーマーケットに比べ単品ごとのフェイス数は少なめである。

オ ウォルマート・スーパーセンターの店舗施設はワンフロア構造で、ウェアハウ斯拉ックと呼ばれるローコスト什器を使用し、内外装の装飾を最小限に押さえたノンフル型店舗である。

782103 解答： 1 2 1 2 1

412103 次のア～オは、グローバル・リテーラーの店舗運営形態やその経営手法について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(10点)

ア ハイパーマーケットは、フランス発祥の小売業態で、大規模な売場で、食品にウェイトを置きつつ、雑貨、衣料、住関連商品など生活に必要な商品を豊富に品ぞろえし、低価格訴求を行うセルフサービスの業態である。

イ 現金販売を専門とし、顧客は購入した商品を自分で持ち帰ることを基本とした、セルフサービス形態の会員制卸売形態のことをキャッシュ&キャリーという。

ウ スーパーセンターは1988年にカルフルが世界戦略の核的業態として導入したものであり、食品中心のディスカウントストアと、非食品中心のスーパーマーケットをワンフロアに融合した小売業態である。

エ カテゴリーマネジメントとは、店頭のマーチャンダイジング活動を小売業とサプライヤーが情報共有しながら行い、各商品カテゴリーにおける売上と利益の最大化をはかることである。

オ CRMは、会員カードを用いて、顧客IDとPOSデータをリンクさせ、顧客の購買履歴を収集し、蓄積して、それをマーチャンダイジングやプロモーションに活用する手法である。

412103 解答： 1 1 2 1 1

792105r 次のア～オは、グローバルリテーラーについて述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(15点)

ア グローバルリテーラーにとってのローカライズとは、参入国の消費者ニーズに適応して、店舗の品ぞろえや商品の品質、価格などを変えていくことである。

イ グローバルリテーラーが採用するEDLPとは、競争店舗の価格に応じて自店の価格を常に上下に変動させる価格政策である。

ウ フランスのカルフルが主力展開するハイパーマーケットは、食品にウェイトを置きつつ、日常生活に必要な商品を網羅する豊富な品ぞろえと、価格訴求力を持つ、対面販売方式の店舗である。

エ アメリカのウォルマート・ストアーズが主力展開するスーパーセンターは、ホームセンターとドラッグストアを融合した商品構成となっている。

オ グローバルリテーラーが導入しているCPFRとは、小売業とメーカーが協力しながら商品の開発および販売計画を立案し、それにもとづき商品の補充を行う取り組みである。

792105r 解答： 1 2 2 2 1

販売士2級 演習問題2021前期

<小売業の類型>第3章 店舗形態別小売業の運営特性

232603 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

流通業の競争は〔ア〕などの保護のある製造業とは異なる。製造業の非価格競争は〔イ〕の差別化となるが、流通業、特に小売業の非価格競争は〔ウ〕の差別化へと向かう。しかし、これにも限界があるため、取扱商品の〔エ〕の工夫など、経営スタイルの特殊化を求める。こうして新〔オ〕が開発される。

- 【語群】
- | | | | | | | |
|------|---|------|---|---|-------|---|
| 1. 改 | 革 | 5. 品 | 揃 | え | 9. 業 | 態 |
| 2. 業 | 種 | 6. 特 | 許 | 権 | 10. 協 | 業 |
| 3. 製 | 品 | 7. サ | ー | ビ | ス | 組 |
| 4. 政 | 府 | 8. 価 | | 格 | | 織 |

232603 解答： 6 3 7 5 9

753105 次の文章は、業種と業態について述べている。文中の〔 〕の部分に、
下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその
番号をマークしなさい。(10点)

小売業は、業種と業態で区分できる。業種とは、取扱う商品の〔ア〕で分類したものであり、業態とは商品の〔イ〕で分類したものである。また、業種が〔ウ〕の立場を重視しているのに対し、業態は〔エ〕の立場を重視している。

このように、業態とは、特定のニーズを抱くエに対し、どのような売り方をするかという考え方である。業態の本質は、店舗の器である店舗形態ではなく、どのようなターゲットにどう応えるかという主張を〔オ〕として明確に打ち出すことにある。

- 【語群】
- | | | | | | | |
|------|---|--------------|----------|------|---|------------|
| 1. 種 | 類 | 5. 売り方(販売方法) | 9. コンセプト | | | |
| 2. 生 | 産 | 者 | 6. 従 | 業 | 員 | 10. ロイヤルティ |
| 3. 株 | 主 | 7. 店 | 舗 | 立 | 地 | |
| 4. 組 | 織 | 形 | 態 | 8. 顧 | 客 | |

753105 解答： 1 5 2 8 9

382109 次のア～オは、小売業の店舗形態に関する用語である。最も関係の深い文章を、右側から選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

- | | | |
|---|------------|---|
| ア | 百貨店 | 1. バリエティ型の店舗は、日用雑貨を中心とした商品構成であり、DIY型の店舗は、大工用品や園芸用品を中心とした商品構成となっている。 |
| イ | ドラッグストア | 2. 食料品のワンストップショッピング機能を提供する店舗形態であるが、近年ではミールソリューションの提供に取組んでいる。 |
| ウ | 業種専門店 | 3. ある特定分野の商品ラインに取扱いを限定した小売店で、主として商店街に立地している。 |
| エ | ホームセンター | 4. 弁当類などの食品を中心としてファーストフードやローサラー商品など幅広く品ぞろえし、商品を年間で3分の2程度入れ替えて、商品の高速回転を実現している。 |
| オ | 総合品ぞろえスーパー | 5. 重層式店舗とSC形式の2タイプを持ち、衣・食・住の関連商品を一堂に集めたワンストップショッピング機能をメインとして、PB商品の導入を競い合い、粗利益率の向上を目指している。 |
| | | 6. H&BC商品群を中心として、日用雑貨や食料品などを幅広く品ぞろえし、価格訴求力を強め、売上高の増加を目指している。 |
| | | 7. 委託仕入と消化仕入が特徴的であるが、近年では買取仕入による自主マーチャンダイジングにも積極的に取り組んでいる。 |

382109 解答： 7 6 3 1 5

302607 次の事項のうち、正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(10点)

- ア 小売業の形態分類における業態分類とは、取扱商品の物的特性の共通性に基づく分類である。
- イ 日本で初めて開店した百貨店は、1904年の東京日本橋における三越であるとされている。
- ウ 専門店が顧客のライフスタイルに合わせて品揃えを絞り込み、自店の専門性を発揮する場合は、まず店が提供する効用の種類を絞り込んで、それに取扱商品を適合させることが必要となる。
- エ スーパーマーケットは、1930年代のアメリカにおいて誕生した業界で、日本への上陸は昭和20年代後半であり、昭和30年代の高度成長期に急成長したとされている。
- オ 低価格販売をその業態特性とするスーパーマーケットは、バブル経済後の不景気が長期化した時期においても、百貨店とは異なり、売上高が前年割れになることはなかった。

302607 解答： 2 1 1 1 2

1 専門店の運営特性

583110 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

商業統計調査による専門店の定義は、取扱商品において特定分野の商品が〔ア〕%以上を占める〔イ〕店を示す。しかしこれは広義の定義であり、業種店である〔ウ〕まで含むものである。狭義の専門店とは、ウと対比する存在と位置づけられ、ウの店舗運営視点が「何を売るか」という〔エ〕へのこだわりであるのに対して、専門店は「顧客の要望にどのように応えるか」という〔オ〕へのこだわりという違いがある。

- 【語群】
- | | | |
|---------|------------|---------------|
| 1. 商品分野 | 5. E O S | 9. 非セルフサービス |
| 2. 広告宣伝 | 6. 90 | 10. アウトレットストア |
| 3. 専門店 | 7. セルフサービス | |
| 4. 50 | 8. 顧客ニーズ | |

583110 解答： 6 9 3 1 8

603109 次の文は、専門業態店の品ぞろえについて述べたものである。文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

専門店では自店で扱う商品について〔ア〕の発想で、「何を売るか」という視点で品ぞろえするのに対し、専門業態店は顧客の〔イ〕などに合わせた〔ウ〕を設定し、「顧客ニーズにどう対応するか」という視点で品ぞろえする。ウとは店づくりや店舗運営に関する〔エ〕であり、品ぞろえだけでなく〔オ〕の設定や販売方法などもウに基づいて決定される。

- 【語群】
- | | | |
|------------------|--------------|----------|
| 1. インフォメーションセンター | 5. 基本理念 | 9. ターゲット |
| 2. 業種 | 6. 顧客主義 | 10. 苦情内容 |
| 3. POSシステム | 7. ライフスタイル | |
| 4. ストアコンセプト | 8. サービスカウンター | |

603109 解答： 2 7 4 5 9

282606 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

専門店の〔ア〕に関しては、店全体が来店客に提供しているさまざまな〔イ〕の間口の〔ウ〕と、取り扱う〔エ〕の〔オ〕のウを強化する傾向にある。

- 【語群】
- | | | |
|--------|-------|----------|
| 1. 種類 | 5. 価格 | 9. 店舗面積 |
| 2. 拡大 | 6. 効用 | 10. 絞り込み |
| 3. 立地 | 7. 返品 | |
| 4. 品揃え | 8. 商 | 品 |

282606 解答： 4 6 10 8 1

822105 次の文章は、新たな専門業態の台頭と商品政策について述べている。

文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当なものを選んで、

答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

専門店は、専門性とは何かを鮮明に訴求すると同時に、その専門性のレベルアップをはかり、〔ア〕を高めることが重要である。その手段の1つとして商品の企画から販売までを手がけるSPAが台頭している。近年では、〔イ〕の卸売業が狙っていた商品の企画やメーカーへの製造発注機能を小売業自らが遂行し、自社ブランドを付して販売する〔ウ〕のSPAが躍進している。

有力なSPAの商品政策には、2つのタイプがある。1つは取扱商品の品種を限定せず、ターゲット顧客層の〔エ〕にあわせ、商品構成を標準化する商品政策である。もう1つは取扱商品の品種を限定し、品種ごとに色柄やサイズなどの〔オ〕の数を拡大する、いわゆる品ぞろえの奥行きで専門性を実現する商品政策である。

【語群】

- ア 1.レバースケジュールिंग 2.ストアロイヤルティ 3.フォーメーション 4.フロアゾーニング
イ 1.トイレタリー業界 2.アパレル産業 3.酒類業界 4.医薬品業界
ウ 1.流通機能分散型 2.流通機能分担型 3.流通機能細分型 4.流通機能統合型
エ 1.プロモーション特性 2.価格特性 3.ライフスタイル特性 4.流通特性
オ 1.S K U 2.部門 3.品群 4.カテゴリー

822105 解答： 2 2 4 3 1

442106 次の文章は、専門店の商品政策について述べている。文中の〔 〕の部分に、

下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(15点)

取扱商品の〔ア〕を限定し、アごとの色柄やサイズなどを豊富にして〔イ〕を拡大することをリミテッド&ディプス型の商品政策という。つまり、品ぞろえの〔ウ〕で専門性を実現する政策である。

リミテッド&ディプス型の商品政策は、取り扱うアを限定するという点において〔エ〕に類似するが、そのアの範囲内であれば〔オ〕のニーズに幅広く応えられるという点で専門性が高い。

【語群】

- ア 1.S K U 2.品 種 3.内 容 量 4.価 格
イ 1.品 種 2.N B 商 品 3.S K U 4.P B 商 品
ウ 1.奥 行 の 深 さ 2.幅 の 広 さ 3.ア ッ プ ス ケ ー ル 化 4.総 合 化
エ 1.バ ラ イ テ ィ ス ト ア 2.コ ン ビ ニ エ ンス ト ア 3.総 合 品 ぞ ろ え ス パ ー 4.業 種 店
オ 1.バ イ ヤ ー 2.タ ー ゲ ッ ト 顧 客 3.優 良 顧 客 4.マ ー チ ャ ン ダ イ ザ ー

442106 解答： 2 3 1 4 2

842103 次のア～オは、専門店の運営特性について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(15点)

ア 専門店とは、ターゲット顧客を明確にし、何らかの専門領域に特化した品ぞろえをもとに、販売やサービスの機能提供において高水準の専門性を発揮する店舗のことである。

イ 専門店の販売員は、取扱商品に関する豊富な商品知識を有し、顧客に対してコンサルティングセールスを行う。

ウ 買回品や専門品を扱う店舗では、洗練された店舗内外装やマス・マーチャンダイジングを駆使した魅力的な商品展示が不可欠である。

エ 専門店のうち買回品を中心とする店舗の場合、都市の中心部（繁華街）や近隣型商店街などが代表的な立地となる。

オ SPAという用語は、グロースリー業界を起源としているが、最近ではアパレル業界でも使用されるようになった。

842103 解答： 1 1 2 2 2

2 百貨店の運営特性

842104 次の文章は、百貨店の運営特性について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(15点)

百貨店は、〔ア〕の運営管理の下、衣食住健美遊などの分野を中心にさまざまな商品を総合的に取り扱う店舗形態である。また、〔イ〕をベースとした売場を店舗内に展開し、〔ウ〕と各種サービスの提供により、ワンストップショッピングを可能にしている。一般に、呉服店系百貨店は大都市の中心繁華街、電鉄系百貨店は大都市の〔エ〕、地方百貨店はその地方の中心市街地に立地する場合が多い。

最近の百貨店は、大手専門店チェーンや駅ビル、地下街の市街地型ショッピングセンターなど、新たな競争者の躍進により、これらとの差別化をはかっている。たとえば大手専門店チェーンのテナント誘致や、〔オ〕の強化により販売力を高めようとしている。

【語群】

- | | | | | |
|---|-------------------|-----------|---------------|------------------|
| ア | 1.共同資本 | 2.擬制資本 | 3.偶発資本 | 4.同一資本 |
| イ | 1.部門別組織 | 2.職能別組織 | 3.マトリックス組織 | 4.事業部制組織 |
| ウ | 1.対面販売方式 | 2.完全買取方式 | 3.セルフサービス販売方式 | 4.本部集中仕入方式 |
| エ | 1.ロードサイド | 2.ルーラル | 3.近隣商店街 | 4.ターミナル駅 |
| オ | 1.マス・マーチャнда イヅング | 2.少品種大量仕入 | 3.ドミナント出店 | 4.自主マーチャнда イヅング |

842104 解答： 4 1 1 4 4

792102 次の文章は、百貨店について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

日本の百貨店は 1904 年に三越呉服店が〔ア〕をしたことで誕生したといわれている。戦前戦後を通じて発展してきた百貨店であるが、バブル経済崩壊後の業績は総じて低下傾向を示していった。消費低迷による高額商品の売れ行きが鈍ったことや、売上高に占める販売管理費の割合が上昇していったこと、新店や売場改装にあてる巨額投資によって〔イ〕が増加したことなどが要因とされる。

また、百貨店業界は、〔ウ〕が大きな課題となり、1990 年代半ばから現在にかけて社員の削減や不採算店舗の閉鎖などが目立つようになった。売場づくりや販売面では〔エ〕などで自前での販売力を高める一方、直営だった売場にテナントを導入することによって運営効率を高めるといった視点から〔オ〕に取り組んでいる。

【語群】

- | | | | | |
|---|---------|------------------|---------|----------|
| ア | 1.会社分割 | 2.デパートメントストア宣言 | 3.株式上場 | 4.のれん分け |
| イ | 1.有利子負債 | 2.売掛金 | 3.仕入コスト | 4.繰延税金資産 |
| ウ | 1.人材育成 | 2.立地戦略 | 3.海外進出 | 4.コスト削減 |
| エ | 1.派遣店員 | 2.自主マーチャнда イヅング | 3.委託販売 | 4.消化仕入 |
| オ | 1.S C M | 2.オムニチャネル戦略 | 3.構造改革 | 4.F S P |

792102 解答： 2 1 4 2 3

513104 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、

答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

百貨店は、ファッション商品などの買回品や専門品、さらには食料品や日用品などに至る幅広い商品を取り扱う〔ア〕な小売業態であり、商品系列ごとに〔イ〕されていることが特徴である。イは、百貨店の英語名称の起源とされる。立地別に見ると、大都市の中心部に位置する都心店、駅の終点や乗継駅などに隣接して立地する〔ウ〕などの形態に分けられる。さらに、大都市の〔エ〕現象により、郊外への出店が活発化したが、こうした地域においては、オーバーストア現象によって、大型店同士の競争が〔オ〕してきている。

- 【語群】
- | | | |
|-------------|----------|-----------|
| 1. 小規模 | 5. 部門組織化 | 9. ターミナル店 |
| 2. 集中化 | 6. ドーナツ化 | 10. 激化 |
| 3. 大規模 | 7. 寄り合い店 | |
| 4. センター集中仕入 | 8. 鎮静化 | |

513104 解答： 3 5 9 6 10

653103 次の文章は、百貨店について述べている。文中の〔 〕の部分に、

下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

百貨店とは、単一資本の経営によって多種多様な商品を〔ア〕して、〔イ〕を基本として販売する〔ウ〕であると定義できる。百貨店がチェーンストアと違う点は、基本的には〔エ〕ごとの運営であることである。百貨店は多店舗展開しているが、商圈内に集中して出店する〔オ〕ではなく、人口密度の高い都市に出店する方法である。

- 【語群】
- | | | |
|----------|-----------|------------|
| 1. 高サービス | 5. 単品管理 | 9. ドミナント展開 |
| 2. 複数店舗 | 6. 大規模小売店 | 10. 専門店 |
| 3. 郊外立地 | 7. 生産性の向上 | |
| 4. 部門別管理 | 8. 店舗 | |

653103 解答： 4 1 6 8 9

723107 次の文章は、百貨店について述べている。文中の〔 〕の部分に、

下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(12.5点)

百貨店は、多様な商品を〔ア〕によって統制し、売り方は〔イ〕を基本とするところに、店舗形態としての特徴がある。百貨店の仕入や販売方法は、特定の商圈内に〔ウ〕をしているチェーンストアとは異なり、〔エ〕に任されていることが多い。

また、担当者が顧客のところに出向いて商品を販売する〔オ〕があることも、日本の百貨店の特徴である。

- 【語群】
- | | | |
|------------|----------|--------------|
| 1. 仕入先別管理 | 5. 部門別管理 | 9. セルフサービス販売 |
| 2. 接客販売 | 6. 外商部門 | 10. 単独出店 |
| 3. 各店舗 | 7. 本部 | |
| 4. ドミナント展開 | 8. 友の会組織 | |

723107 解答： 5 2 4 3 6

202605 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを
選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

歴史的にはわが国の百貨店は〔ア〕時代にはじまり、昭和〔イ〕年代のはじめ頃まで小
売業界に君臨してきた。その理由のひとつがストアロイヤリティの強さである。〔ウ〕の
〔エ〕が発達していない時代には、店に対する〔オ〕が消費者の購買慣習の基準であった
からである。

- 【語群】
- | | | |
|------------|-----------|---------|
| 1. 交 通 | 5. マスコミ広告 | 9. 明 治 |
| 2. 消 費 財 | 6. 信 頼 | 10. 大 正 |
| 3. 立 地 条 件 | 7. 40 | |
| 4. 便 宜 | 8. 50 | |

202605 解答： 9 7 2 5 6

212605 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを
選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

百貨店の特徴として豊富な〔ア〕や〔イ〕が挙げられるが、アについては〔ウ〕の問題
があり、またイに関しても〔エ〕というような非自主的な〔オ〕が慣習化している。

- 【語群】
- | | | |
|------------|------------|------------|
| 1. 品 揃 え | 5. 文 化 催 事 | 9. 人的サービス |
| 2. 立 地 | 6. 派 遣 店 員 | 10. 売場サービス |
| 3. 店 内 装 飾 | 7. 配 達 方 式 | |
| 4. 返 品 | 8. 仕 入 方 式 | |

212605 解答： 9 1 6 4 8

252605 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを
選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

今後、百貨店の仕入面の〔ア〕は、〔イ〕かつ独自の〔ウ〕の展開にあり、納入業者に
〔エ〕を負担させるこれまでの委託仕入、〔オ〕からの脱却にある。

- 【語群】
- | | | |
|------------|---------------|----------|
| 1. 消 化 仕 入 | 5. マーチャングイジング | 9. 排 他 的 |
| 2. プライシング | 6. マーケティング | 10. 危 険 |
| 3. 資 金 | 7. ロケーション | |
| 4. 革 新 | 8. 自 主 的 | |

252605 解答： 4 8 5 10 1

693105 次の文章は、百貨店の販売形態について述べている。文中の
〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

百貨店は、仕入先企業に〔ア〕を任せて商品を販売する〔イ〕の比率が高いのが特徴で
ある。また、部門によっては、仕入先企業の〔ウ〕を活用し、〔エ〕の低減をはかっている。
最近では、自らの責任で仕入れ、完売する〔オ〕に取り組んでいる。

- 【語群】
- | | | |
|------------------|-----------------|--------------|
| 1. 売 場 | 5. 派 遣 社 員 | 9. 販 売 コ ス ト |
| 2. ショートタイムショッピング | 6. 移 動 販 売 | 10. 外 商 部 門 |
| 3. 委 託 販 売 | 7. 自主マーチャングイジング | |
| 4. リ ベ ー ト | 8. カードシステム | |

693105 解答： 1 3 5 9 7

832106 次の文章は、百貨店の仕入・取引形態について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(15点)

百貨店の仕入形態は、大きく分けて〔ア〕と消化仕入がある。

アは仕入先企業が百貨店に商品を引き渡した時点で、その商品の所有権や〔イ〕が移転し、百貨店に〔ウ〕が立つ。百貨店が仕入れた商品は、仕入先企業の瑕疵などがない限り原則として返品不可であり、商品ロスや売れ残りによる在庫リスクは百貨店が負担する。

一方、消化仕入は、〔エ〕とも呼ばれる百貨店業界独自の商習慣であり、販売された時点でウが立つと同時に仕入先企業から百貨店へ当該商品の所有権が移転する取引である。そのため、仕入先企業が百貨店に商品を引き渡した後も、その商品の所有権やイは仕入先企業にあり、売れ残った商品は仕入先企業が回収する。消化仕入の場合、仕入価格は〔オ〕によって変動する場合がある。

【語 群】

- | | | | | |
|---|---------|---------|----------|--------------|
| ア | 1. 売上仕入 | 2. 当用仕入 | 3. 架空仕入 | 4. 買取仕入 |
| イ | 1. 保管責任 | 2. 説明責任 | 3. 結果責任 | 4. のれん |
| ウ | 1. 売上勘定 | 2. 仕入勘定 | 3. 現金勘定 | 4. 純資産(資本)勘定 |
| エ | 1. 売上仕入 | 2. 当用仕入 | 3. 架空仕入 | 4. 買取仕入 |
| オ | 1. 欠品率 | 2. 消化率 | 3. 商品回転率 | 4. 交差比率 |

832106 解答： 4 1 2 1 2

872106 次の文章は、百貨店の自主マーチャンダイジング強化型仕入形態について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(15点)

百貨店の仕入形態には、〔ア〕や消化仕入などがある。アは、〔イ〕や販売責任を自ら負うことになるが、その分、販売に伴う百貨店の〔ウ〕を高めることができる。

しかし、アは見込み通り販売できなかった場合、値下ロスや〔エ〕が生じてウを低下させるおそれがある。そこで、百貨店の〔オ〕には売れる商品を見極める目利きとしての高い能力が求められている。

【語 群】

- | | | | | |
|---|--------------|----------|-----------|-------------|
| ア | 1. 見込仕入 | 2. 買取仕入 | 3. 委託仕入 | 4. 売上仕入 |
| イ | 1. 資本リスク | 2. 物流コスト | 3. 在庫リスク | 4. マージン |
| ウ | 1. 粗利益率 | 2. 商品回転率 | 3. 販売管理費率 | 4. 消化率 |
| エ | 1. 欠品 | 2. 過少在庫 | 3. 固定作業 | 4. 廃棄ロス |
| オ | 1. トップマネジメント | 2. バイヤー | 3. チェッカー | 4. ファシリテーター |

872106 解答： 2 3 1 4 2

613109 次の文は、百貨店運営の特徴を述べたものである。文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

平成18年度の日本百貨店協会調べによると、全国の協会会員百貨店の商品部門別売上高は、〔ア〕と食料品の2部門の合計で全体の約3分の2を占めている。

また、アには大きくわけて〔イ〕と〔ウ〕があるが、百貨店が取り扱っているのは主にウである。

ウの流通は、商社やアパレルといわれる企業が流通チャネルの主導権を握っており、百貨店がこちらの企業と取引する場合、買取仕入の他に、消化仕入や〔エ〕といった特殊な取引形態が採られていることが少なくない。

なお、エの場合、専門的知識を持った〔オ〕が百貨店の売場に配置されることが多い。

【語 群】

- | | | |
|------------|--------------|-------------|
| 1. バ イ ヤ ー | 5. 身 の 回 り 品 | 9. 実 用 衣 料 |
| 2. 委 託 販 売 | 6. 家 庭 用 品 | 10. 派 遣 店 員 |
| 3. 現 金 仕 入 | 7. インテリア | |
| 4. 衣 料 品 | 8. ファッション衣料 | |

613109 解答： 4 9 8 2 10

402104 次の文章は、百貨店で採用している消化仕入と買取仕入について述べている。

文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

消化仕入とは、商品が〔ア〕で売れた時点で仕入をたてる方式であり、百貨店は商品の〔イ〕を負わない。この場合、〔ウ〕の決定権は原則として、仕入先が有する。

買取仕入とは、商品を仕入先から完全に買い取り、基本的に〔エ〕しない方式であり、百貨店業界では〔オ〕と呼んでいる。

- 【語 群】
- | | | |
|--------------|--------------------|-------------|
| 1. 製 造 物 責 任 | 5. 自 主 マーチャングレージング | 9. 仕 入 価 格 |
| 2. 保 管 責 任 | 6. 販 売 価 格 | 10. 商 品 本 部 |
| 3. 物 流 コ ス ト | 7. 店 頭 | |
| 4. 返 品 | 8. パブリシティ | |

402104 解答： 7 2 6 4 5

782107 次の文章は、百貨店業界における自主マーチャダイジング（自主MD）について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（15点）

百貨店業界には、〔ア〕という独特な仕入形態が存在する。それに対して、商品を〔イ〕して、自らの責任と危険負担のもとに販売する自主MDが存在する。

一般的に、自主MDを展開する場合、イが前提となり、在庫リスクや販売責任を百貨店側が負うことになる。一方、販売に伴う〔ウ〕はアよりも高めることができる。

しかし、販売計画が見込みどおりに達成できなかった場合には、〔エ〕などが生じて、逆にウを低下させてしまう恐れがある。したがって、〔オ〕には売れる商品を見極める能力、販売員には売り切る能力が求められる。

【語 群】

- | | | | | |
|---|-------------|--------------------|-------------|---------------|
| ア | 1.買 取 仕 入 | 2.ラックジョバー | 3.消 化 仕 入 | 4.集 中 仕 入 |
| イ | 1.定 量 発 注 | 2.買 取 仕 入 | 3.定 期 発 注 | 4.消 化 仕 入 |
| ウ | 1.手 数 料 収 入 | 2.粗 利 益 率 | 3.労 働 分 配 率 | 4.商 品 回 転 率 |
| エ | 1.返 品 | 2.欠 品 | 3.仕 入 値 引 | 4.値 下 ロ ス |
| オ | 1.バ イ ヤ ー | 2.ト ッ プ マ ネ ジ ム ント | 3.派 遣 店 員 | 4.サ プ ラ イ ヤ ー |

782107 解答： 3 2 2 4 1

852105 次のア～オは、百貨店の商品政策について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。（15点）

- ア 消化仕入は、仕入先企業が百貨店に商品を引き渡した時点で、その商品の所有権が移転し、百貨店に仕入勘定が立つ仕入形態である。
- イ 消化仕入によって仕入れた商品は、サプライヤーからの派遣店員を通じて販売されるケースが多いため、百貨店側の人件費負担が軽減されるメリットがある。
- ウ 委託仕入は、売上仕入とも呼ばれる百貨店業界などにみられる商習慣であり、販売された時点で仕入勘定を立てる取引である。
- エ 商品を買取仕入し、自らの責任と危険負担の下に販売することをマス・マーチャダイジングと呼んでいる。
- オ 百貨店が自らアソートメントした商品で売場を構成することを自主編集という。

852105 解答： 2 1 2 2 1

422101 次のア～オは、百貨店について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。（10点）

- ア 百貨店において実施されている消化仕入方式とは、対象となる商品が売場で売れた時点で仕入勘定を計上する方式である。
- イ 百貨店において消化仕入で仕入れた商品は、仕入先企業からの派遣店員によって販売されているケースが多い。
- ウ 今日の百貨店において買取方式で仕入れた商品は、一般に総仕入数量の約 80 %を占めている。
- エ 百貨店の運営は、一般に事業部別組織をベースとした売場づくりや損益計算によって行われている。
- オ 百貨店の運営は、原則として本部への中央集約的管理システムによって行われている点において、総合品ぞろえスーパーの運営システムと同一である。

422101 解答： 1 1 2 2 2

3 総合品ぞろえスーパー（GMS，SS）の運営特性

812101 次の文章は、総合品ぞろえスーパーについて述べている。文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

総合品ぞろえスーパーは、日常の実用的な商品を幅広く総合的に取りそろえて、〔ア〕の機能を提供し、セルフサービス販売方式を採用した店舗形態である。

総合品ぞろえスーパーの運営においては、〔イ〕された大型店を多店舗展開し、本部が集中管理するチェーンオペレーションによって効率化がはかられてきた。つまり、本部が経営方針の策定や戦略立案を始めとし、商品計画、仕入計画、プロモーション計画、店舗開発、〔ウ〕、経理、人事などの機能を集中的に担う。そして、個別の店舗では、売場運営に徹するという〔エ〕の仕組みで運営される店舗形態である。

また、本部で集中仕入される商品を各店に納品する機能として物流センターを設置し、サプライヤーから店舗までの〔オ〕の効率化をはかっていることも特徴である。

【語群】

- | | | | | |
|---|---------------|-----------------|-------------|------------|
| ア | 1. ウィンドショッピング | 2. ワンストップショッピング | 3. 危険負担 | 4. 代理 |
| イ | 1. 多機能 | 2. 分散化 | 3. 標準化 | 4. 特殊化 |
| ウ | 1. 施設管理 | 2. 市場管理 | 3. 生産管理 | 4. 商店街管理 |
| エ | 1. 分業 | 2. 差別化 | 3. 自主編集 | 4. 統合 |
| オ | 1. O E M 供給 | 2. バイイングハラー | 3. コンサルティング | 4. ロジスティクス |

812101 解答： 2 3 1 1 4

392108 次の文章は、総合品ぞろえスーパー（GMS）について述べている。

文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

GMSは、衣料品・食料品・生活関連商品を1店舗で購入できるように〔ア〕を強化し、品ぞろえの拡大については〔イ〕という手法を積極的に導入してきた。そして、運営の特徴として、〔ウ〕販売方式を採用した。

また、チェーンオペレーションを志向し、〔エ〕した店舗を多店舗展開した。加えて、本部と店舗の機能的分業をはかり、効率的な〔オ〕を展開していった。

- #### 【語群】
- | | | |
|------------------|-------------------|-----------------|
| 1. 対面 | 5. マス・マーチャндаイジング | 9. ワンストップショッピング |
| 2. セルフサービス | 6. カスタマイズ | 10. 標準化 |
| 3. ストレスフリーショッピング | 7. ホームインプロブメント | |
| 4. ラインロビング | 8. 分散化 | |

392108 解答： 9 4 2 10 5

362107 次の文章は、総合品ぞろえスーパー（GMS）について述べている。

文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

一般的に、GMSの店舗は、〔ア〕機能を追求するため、店舗が大型化する傾向にある。したがって、中小規模の小売店に比べて1店舗当たりの販売額も大きくなる。平成19年度の商業統計調査結果（速報値）によれば、小売業におけるGMSの事業所数の構成比はわずか0.1%であるものの、年間商品販売額の構成比は、〔イ〕%である。一方、立地については、高度成長期に、居住地の〔ウ〕を背景として、大都市郊外に〔エ〕と呼ばれる多層型店舗を出店した。その後、モータリゼーションがさらに進展すると、現在の〔オ〕の走りとなる大規模駐車場併設型の本格的郊外立地を志向したことが特徴的である。

- 【語群】
- | | | | |
|----------------|-----------------|----|--------------|
| 1. ショッピングセンター | 5. 約 | 15 | 9. スーパーマーケット |
| 2. チェーンオペレーション | 6. 約 | 6 | 10. スプロール化 |
| 3. アウトレットモール | 7. ワンストップショッピング | | |
| 4. 擬似百貨店 | 8. ドーナツ化現象 | | |

362107 解答： 7 6 8 (10) 4 1

643109 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

従来、総合品ぞろえスーパーは、〔ア〕の建物に衣・食・住の日常商品を〔イ〕で品ぞろえし、〔ウ〕の代表的な小売形態と位置づけられてきた。しかし、近年、他の専門業態にシェアを奪われ始めており、〔エ〕などの業態への移行や〔オ〕の拡大・強化に取り組んでいるチェーンも多い。

- 【語群】
- | | | |
|-----------------|--------------------------|--------------|
| 1. プラバートブランド商品 | 5. フルライン | 9. 法人外商 |
| 2. ワンストップショッピング | 6. 500 m ² 以下 | 10. スーパーセンター |
| 3. 重層式 | 7. ストレスフリーショッピング | |
| 4. ブランド主体 | 8. ホールセールクラブ | |

643109 解答： 3 5 2 10 1

743106 次の文章は、ネットスーパーについて述べている。文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

インターネットを通じたネット販売は、〔ア〕に分類される。ネット販売の中で、総合品ぞろえ型のをネットスーパーと呼ぶ。ネットスーパーは、注文された商品のピッキング場所によって〔イ〕と倉庫型に大別される。

イは、既存の売場や〔ウ〕ならびに従業員を使うため、市場への参加が容易というメリットがある。しかし、ピッキング作業に伴う〔エ〕の増加が課題となる。一方、倉庫型は、〔オ〕が大きいことや、売れ残りによる廃棄ロスへの対応など、在庫管理の能力が課題となる。

- 【語群】
- | | | |
|-----------|----------|----------|
| 1. 広告費 | 5. 人件費 | 9. ファサード |
| 2. 設備投資額 | 6. 市場規模 | 10. 店舗型 |
| 3. バックヤード | 7. 無店舗販売 | |
| 4. 店舗販売 | 8. センター型 | |

743106 解答： 7 10 3 5 2

432107 次の文章は、ネットスーパーについて述べている。文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(15点)

総合品ぞろえスーパーやスーパーマーケットが導入しているネットスーパーの仕組みには大きく2つのタイプがある。

ひとつは、インターネットで注文を受けた商品を〔ア〕で〔イ〕と仕訳をし、顧客の自宅へ配送するタイプである。

ひとつは、インターネットで注文を受けた商品を専用の〔ウ〕でイと仕訳をし、顧客の自宅へ配送するタイプである。

後者は、ネットスーパー導入時にウの設置など設備投資が多くなるため、〔エ〕が低い前者のタイプを採用するスーパーマーケットが多いのが実態である。しかし、今後需要が高まって〔オ〕が増大していくならば、後者のほうが効率的な作業や配送の体制を敷ける可能性が高まる。

【語 群】

- | | | | | |
|---|-----------|----------|------------|------------|
| ア | 1.メーカー | 2.卸売業 | 3.本部 | 4.店舗 |
| イ | 1.ピッキング | 2.スキャニング | 3.発注 | 4.荷受 |
| ウ | 1.コンベア | 2.集荷センター | 3.ラック | 4.トラック |
| エ | 1.店舗開発コスト | 2.金利 | 3.ランニングコスト | 4.イニシャルコスト |
| オ | 1.店舗面積 | 2.販売促進費 | 3.物量 | 4.専門店 |

432107 解答： 4 1 2 4 3

872103 次のア～オは、総合品ぞろえスーパーの一般的な運営特性について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(15点)

ア 総合品ぞろえスーパーは、ワンストップショッピングの利便性を提供する対面販売方式の店舗形態である。

イ 総合品ぞろえスーパーにおける核店舗の商品部は、集中仕入を行うことによって、チェーンオペレーションの中核的機能を担っている。

ウ 総合品ぞろえスーパーは、サプライヤーと店舗を結ぶ流通過程に通過型の物流センターを設置して、商品の保管や流通加工、店舗別に納品する商品の仕分などを行っている。

エ 総合品ぞろえスーパーは、日常生活に必要な食料品、衣料品、住生活関連商品などを一堂に集めたフルライン商品構成を採っている。

オ 総合品ぞろえスーパーなどの大規模小売店舗は、大規模小売店舗立地法によって、売場面積、営業時間、営業日数などを規制されている。

872103 解答： 2 2 1 1 2

832103 次のア～オは、日本における総合品ぞろえスーパーの成長過程について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(15点)

- ア 総合品ぞろえスーパーは、日用の実用的な商品を幅広く総合的に品ぞろえし、ワンストップショッピング機能を提供し、対面販売方式を全面的に採用した店舗形態である。
- イ 総合品ぞろえスーパーは、各店舗が個別管理するオペレーションにより効率化をはかる運営を行っていた。
- ウ 総合品ぞろえスーパーは、一般にマス・マーチャンダイザーとして地域経済の向上に貢献し、消費者ニーズに対応するため店舗を大型化していった。
- エ 総合品ぞろえスーパーは、日常生活に必要な食料品、衣料品、住生活関連商品などを一同に集めたフルライン商品構成と低価格で販売力を増していった。
- オ 日本のショッピングセンターでは、総合品ぞろえスーパーが核店舗として直営売場を運営し、これを囲むように百貨店を配置する形態が数多く見られる。

832103 解答： 2 2 1 1 2

4 スーパーマーケット（SM）の運営特性

382102 次の文章は、スーパーマーケットについて述べている。文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

スーパーマーケットは、〔ア〕方式の小売業の店舗形態であり、〔イ〕を中心にグローサリーや日配品などを取り扱っている。このように、1つの店舗においてさまざまな商品を扱うことで消費者の〔ウ〕の買物慣習に対応している。

一方では、スーパーマーケットの中でも小型で生業的なものは〔エ〕と呼ばれるが、他方でスーパーマーケットの小売企業の多くはチェーン・オペレーションを展開し、本部に権限を集中させて〔オ〕を追求している。

- 【語群】
- | | | |
|----------------|-----------------|-----------------|
| 1. 生鮮食料品 | 5. ワンストップショッピング | 9. スーパーレット |
| 2. 衣料品 | 6. 範囲の経済性 | 10. コンビネーションストア |
| 3. 対面販売 | 7. 規模の経済性 | |
| 4. ブランド・ロイヤルティ | 8. セルフサービス販売 | |

382102 解答： 8 1 5 9 7

693103 次の文章は、スーパーマーケットについて述べている。文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

一般的にスーパーマーケットは、〔ア〕を取扱商品の中心に据えている。そして、〔イ〕方式と、集中レジで精算するオペレーションを採用し、〔ウ〕の組織形態をとっている。

スーパーマーケットは多店舗で展開する場合、本部で〔エ〕を行うことで、コストの低減化をはかっている。

また、販売促進では、チラシ広告を活用することで、〔オ〕のイメージを出すことが多い。

- 【語群】
- | | | |
|----------------|---------------------|------------|
| 1. 生鮮食料品 | 5. EDLP(エドレイト・プライス) | 9. セルフサービス |
| 2. プロジェクト管理 | 6. 対面販売 | 10. 特売 |
| 3. 日用雑貨 | 7. 分散仕入 | |
| 4. セントラル・インボイス | 8. 部門別管理 | |

693103 解答： 1 9 8 4 10

412109 次の文章は、スーパーマーケットの一般的な特徴について述べている。

文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

- ・生鮮食料品を中心に〔ア〕方式で、消費者の〔イ〕を実現した店舗形態である。
- ・チェーン形態のスーパーマーケットの組織は〔ウ〕型オペレーションである。
- ・有力なスーパーマーケットでは、食のオケーションに合わせた〔エ〕として、簡便調理食品やすぐに食べられる総菜などの〔オ〕を強化している。

- 【語群】
- | | | |
|-------------------|-------------------|---------------|
| 1. 中食 | 5. 接客販売 | 9. ミールソリューション |
| 2. 本部集中 | 6. ブランド・ロイヤルティ | 10. 店舗主導 |
| 3. ワンストップショッピング機能 | 7. マス・マーチャндаインング | |
| 4. セルフサービス販売 | 8. 外食 | |

412109 解答： 4 3 2 9 1

663106 次の文章は、スーパーマーケットの一般的な特徴について述べている。

文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

スーパーマーケットの特徴は、

- ①販売方式では、〔ア〕であり、集中レジを導入することにより〔イ〕の削減をはかる
- ②取扱商品では、生鮮食料品だけでなく総菜などの〔ウ〕を取り扱うことで店舗自体の差別化をはかる
- ③販売促進では、大量販売を実施するために〔エ〕を多用する
- ④管理方式では、部門管理型であり〔オ〕を志向する
ことがあげられる。

- 【語 群】
- | | | |
|----------------|------------------|-----------|
| 1. 低マージン・低価格販売 | 5. 外 食 | 9. 製品開発期 |
| 2. セルフサービス方式 | 6. 対面販売方式 | 10. 人 件 費 |
| 3. T V 広 告 | 7. チ ラ シ 広 告 | |
| 4. 中 食 | 8. 高マージン・高サービス販売 | |

663106 解答： 2 10 4 7 1

822106 次の文章は、スーパーマーケット（SM）の商品政策について述べている。

文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当な
ものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(15点)

SMは食料品を総合的に品ぞろえすることが商品構成の特徴であり、毎日の調理素材として不可欠な生鮮三品に加え、〔ア〕として即食性の高い惣菜や〔イ〕を強化する店舗が多い。

さらに食の安全の問題もあり、〔ウ〕などを監視するための〔エ〕を導入するとともに、衛生管理を行う重要性が高まっている。他方で、最近では〔オ〕の取り組みが盛んになり、店舗の営業エリアの近隣農家で栽培される農産物などのコーナーを設け、販売している店舗もある。

【語 群】

- | | | | |
|-----------------------------|---------------------------------------|--------------------------|---|
| ア 1.セルフメ ^テ イクション | 2.ロ ^ス トホ ^レ ーション | 3.ミールリ ^ユ ーション | 4.フロアゾ ^ー ニング |
| イ 1.機 能 性 食 品 | 2.日 配 品 | 3.買 回 品 | 4.日 用 品 |
| ウ 1.粉 飾 決 算 | 2.万 引 き | 3.食 品 偽 装 | 4.廃 棄 ロ ス |
| エ 1.アソートメント | 2.アローワンス | 3.ト ^レ ーサビリティ | 4.ホ ^ム イン ^プ ル ^ブ メント |
| オ 1.地 産 地 消 | 2.2.5次産業化 | 3.地 域 一 番 店 | 4.家 庭 菜 園 |

822106 解答： 3 2 3 3 1

842105 次のア～オは、スーパーマーケットの運営特性について述べている。
正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄に
マークしなさい。(15点)

- ア スーパーマーケットは、多店舗展開やセルフサービス販売方式によってコストダウンをはかり、食料品を中心に低価格販売を実現することで成長した。
- イ スーパーマーケット・チェーンの各店舗は、独立採算性によって運営されるのが一般的である。
- ウ 日本のスーパーマーケット・チェーンの大多数は、フランチャイズチェーンもしくはボランティアチェーンである。
- エ スーパーマーケットの商品構成は、生鮮三品に加え、総菜やD I Y用品を強化しているのが特徴である。
- オ 日本のスーパーマーケットでは、店舗の営業エリアの近隣農家で栽培される農産物などを販売する地産地消の動きが高まっている。

842105 解答： 1 2 2 2 1

322607 次の事項のうち、正しいものには1を、誤っているものには2を、
答案用紙の所定欄にマークしなさい。(10点)

- ア スーパーマーケットは、買回品を中心に大量仕入に基づく薄利多売やセルフサービスの導入などで成長してきた。
- イ 近年、ホームセンター業界では、店舗の大型化に伴い、スーパーホームセンターやスーパーセンターへの業態変化がみられる。
- ウ ドラッグストアの出店には、調剤（処方箋薬）部門の開設許可申請が必要である。
- エ 広域型（リージョナル）ショッピングセンターのテナント構成は、スーパーマーケット、ドラッグストア、ホームセンターが中心となっている。
- オ クロスオーバーショッピングとは、1カ所でのまとめ買いを表す言葉である。

322607 解答： 2 1 2 2 2

322608 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

スーパーマーケットを中心とするチェーンストア業界の最近の仕入政策の動向をみると、チェーン全体の商品仕入を本部で集中して行い、それを各店舗に〔ア〕に供給するセントラル・バイイング中心から、各店舗が単独で〔イ〕などから直接的に商品を買いつける〔ウ〕を両立させる方向がみられる。つまり、各店舗の商圈の〔エ〕を反映した〔ウ〕を併行することにより、〔オ〕のメリットを活かすことができる。

- 【語 群】
- | | | |
|----------------|----------|---------|
| 1. 大手メーカー | 5. 季節別仕入 | 9. 地元市場 |
| 2. 競合店 | 6. 自動的 | 10. 変動的 |
| 3. 地域別仕入 | 7. 需要特性 | |
| 4. ファッション・トレンド | 8. 大量仕入 | |

322608 解答： 6 9 3 7 8

5 ホームセンター（HC）の運営特性

653110 次の文章は、ホームセンターの特徴について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

日本のホームセンターは、当初は〔ア〕の専門店としてスタートしたが、その後、園芸、ペットといった趣味の商品などを幅広く取りそとえて、欧米のホームセンターの品ぞろえとは異なる形態で発展してきた。また、ホームセンターは、〔イ〕の品ぞろえである。石油卸売業や建材卸売業からホームセンター事業への〔ウ〕が多かったのも特徴のひとつである。近年、ホームセンターは、市街地の小型店では使用頻度と消耗頻度の高い、低価格な〔エ〕商品を中心にして園芸用品などを追加している。他方、郊外の店舗では、店舗の大型化や〔オ〕への移行などに取り組んでいる。

- 【語群】
- | | | |
|-------------|-------------|------------|
| 1. スーパーセンター | 5. 低粗利益・高回転 | 9. ドラッグストア |
| 2. 高粗利益・低回転 | 6. 異業種参入 | 10. 日曜大工 |
| 3. コモディティ | 7. 差別化 | |
| 4. 同業種参入 | 8. 美容関連 | |

653110 解答： 10 2 6 3 1

262605 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

D I Y店は、従来の〔ア〕や園芸用品といった〔イ〕割り型の商店と異なり、顧客の〔ウ〕志向にあわせて〔エ〕商品構成を持つと同時に個々の顧客のニーズに適した〔オ〕や情報提供を重視する。

- 【語群】
- | | | | |
|---------|---------|--------|--------|
| 1. ヨ | コ | 5. 医薬品 | 9. 手作り |
| 2. 家庭金物 | 6. ブランド | 10. タ | テ |
| 3. 伝統的 | 7. 横断的 | | |
| 4. 最寄品 | 8. 技術 | | |

262605 解答： 2 10 9 7 8

222605 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

D I Y店は〔ア〕料金の高騰および〔イ〕の増大、〔ウ〕の普及等の〔エ〕の〔オ〕の変化を背景として出現した小売形態の1つである。

- 【語群】
- | | | |
|------------|-----------|----------|
| 1. メーカー | 5. 公共 | 9. 公害 |
| 2. ライフスタイル | 6. 余暇時間 | 10. マイカー |
| 3. コスト構造 | 7. P B 商品 | |
| 4. サービス | 8. 消費者 | |

222605 解答： 4 6 10 8 2

442107 次の文章は、ホームセンターの運営政策とローコストオペレーションについて述べている。文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

ホームセンターは、一般にスーパーマーケットやコンビニエンスストアなどの店舗形態と比較して〔ア〕が低めであり、単位売場面積当たりの〔イ〕も低めである。

そこで、比較的低いイでも利益が確保できるように、〔ウ〕の低い店舗運営を行う必要がある。

その方法として、アの低い商品の〔エ〕は高めに設定して粗利益率を高める一方、イや粗利益高に占める〔オ〕の比率を低く抑えるために、ローコストオペレーションが不可欠となる。

【語 群】

- | | | | | |
|---|-----------|-----------|-----------|---------|
| ア | 1.商品回転率 | 2.自己資本比率 | 3.固定長期適合率 | 4.労働分配率 |
| イ | 1.売上債権回転率 | 2.仕入債務回転率 | 3.資本利益率 | 4.売上高 |
| ウ | 1.変動費率 | 2.限界利益率 | 3.損益分岐点 | 4.当座比率 |
| エ | 1.値入率 | 2.営業利益率 | 3.不動産分配率 | 4.ロス率 |
| オ | 1.売上戻り高 | 2.販売管理費 | 3.棚卸高 | 4.仕入高 |

442107 解答： 1 4 3 1 2

812106 次のア～オは、ホームセンターについて述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(10点)

ア 1980年代後半に現れたホームセンターは、日曜大工を起源としたDIY志向の店舗であった。

イ 最近のホームセンターは、DIY用品から園芸用品、住生活関連用品まで総合的に幅広く品ぞろえしたホールセールクラブと呼ばれる店舗形態が主流となっている。

ウ DIY型ホームセンターは、家の改修に必要な商品の取扱アイテム数が膨大であり、それらは商品回転率の低い金物類が多い。

エ バリエティ型ホームセンターでは、購買頻度の高い消耗品などのコモディティ商品を拡充し、顧客の来店頻度を高めようとしている。

オ ホームセンターの立地は、ドミナント出店を実現するために、比較的土地価格や地代が安い郊外が適している。

812106 解答： 2 2 1 1 2

872104 次のア～オは、ホームセンターの一般的な運営特性について述べている。

正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の
所定欄にマークしなさい。(15点)

ア D I Y型ホームセンターの特徴の1つは、家の改修に必要な商品の取扱アイテム数が膨大であり、商品回転率の高い金物類(部品数)が多いことである。

イ D I Y型ホームセンターでは、商品説明を重視する商品の取扱が多いため、それら商品の販売においては対面販売とセルフサービス販売の中間的なセミ・セルフサービス販売方式が指向されている。

ウ バラエティ型ホームセンターは、購買頻度の高い消耗品などの買回品の品ぞろえを拡充し、顧客の来店頻度を高める制作を講じている。

エ バラエティ型ホームセンターにおいては、D I Y用品の粗利益率が相対的に低く、日用品で収益を高めるという傾向にある。

オ ホームセンターの出店にあたっては、建設費用などを抑えるため、多層階の店舗構造に代表されるローコストな店舗作りを基本としている。

872104 解答 : 2 1 2 2 2

6 ドラッグストア (D g S) の運営特性

XX3101 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

ドラッグストアは、メインターゲットに女性を据え、薬を主体に健康や美容関連の商品である〔ア〕カテゴリーを中心として、セルフサービスで販売する〔イ〕小売業である。一般の薬局などと同様に〔ウ〕の規制を受けるが、自分自身の手で健康管理をする〔エ〕を提唱し、〔オ〕を取り扱う。

- 【語群】
- | | | |
|--------------|----------------|-----------|
| 1. H & B C | 5. 医薬品・化粧品 | 9. 薬 事 法 |
| 2. 家 庭 用 品 | 6. 医療用医薬品 | 10. D I Y |
| 3. 食 品 衛 生 法 | 7. 一般用医薬品 | |
| 4. 最 寄 品 | 8. セルフメディケーション | |

XX3101 解答： 1 5 9 8 7

683101 次のア～オは、ドラッグストア (D g S) について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(10点)

- ア 商業統計調査の業態分類では、D g Sとは、セルフサービス販売を行い、「医薬品・化粧品小売業」に属し、一般用医薬品を扱う、と定義されている。
- イ D g S業界が推進するセルフメディケーションとは、自分自身で健康を管理するという概念である。
- ウ 商業統計調査によると、近年の年間商品販売額は、増加傾向にある。
- エ 商業統計調査によると、近年の売場面積は、減少傾向になる。
- オ D g Sは、薬事法に基づく許可を得て営業できる。

683101 解答： 1 1 1 2 1

842107 次のア～オは、ドラッグストアの運営特性について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(15点)

- ア ドラッグストアでは、健康と美容に関する商品を重点的に扱い、日用雑貨、加工食品なども併せて購入できるセルフサービス販売方式を採用している。
- イ ドラッグストアでは、すべての店舗に調剤部門を設置し、薬剤師を常駐させなければならない。
- ウ 医薬品医療機器等法では、医療用医薬品をリスクに応じて第1種医薬品、第2種医薬品、第3種医薬品に分類している。
- エ 一般にドラッグストアでは、医薬品や化粧品などの販売で高い粗利益率を確保するとともに、日用雑貨品などを低価格販売して集客効果を高めている。
- オ 大多数のドラッグストアは、スーパーマーケットの運営と同様に、本部主導によるチェーンオペレーションを基本としている。

842107 解答： 1 2 2 1 1

802105 次のア～オは、ドラッグストアの運営特性について述べている。
正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(15点)

- ア ドラッグストアは、チェーンオペレーションを基軸にする企業が主流である。
- イ ドラッグストアで販売される医療用医薬品は、第1類、第2類、第3類の3つに分類される。
- ウ ドラッグストアで第2類医薬品を販売するためには、薬剤師を常駐させなければならない。
- エ ドラッグストアは、一般的に粗利益率の低い医薬品や化粧品を低価格販売することで集客をはかるとい商品化政策をとる。
- オ ドラッグストアは、生活習慣病予防のためのセルフメディケーションの推進や、美と健康の追求をコンセプトに付加価値提供を行う業態へと進化が求められる。

802105 解答： 1 2 2 2 1

422103 次のア～オは、改正薬事法とドラッグストアの運営について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(10点)

- ア ドラッグストアなどで取り扱う一般用医薬品は、リスクに応じて第1類医薬品、第2類医薬品、第3類医薬品の3つに分類される。
- イ 登録販売者は、一般用医薬品のすべてを販売することができる。
- ウ 調剤室を備えているドラッグストアであれば、屋号に薬局の名称を用いることができる。
- エ 医薬品に関する消費者への情報提供について、一般用医薬品のうち、第1類医薬品では販売時の説明が義務となっている。
- オ WHO（世界保健機構）の定義によると、セルフメディケーションとは、「自分自身の健康に責任を持ち、軽度な体の不調は自分で手当すること」である。

422103 解答： 1 2 2 1 1

7 コンビニエンスストア (CVS) の運営特性

382108 次の文章は、コンビニエンスストア(CVS)について述べている。

文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
 答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

CVSは、住宅地への隣接した立地、〔ア〕を中心にした品ぞろえ、長時間営業を特徴として消費者に〔イ〕を提供する小売業の店舗形態である。一般的に、CVSの売場面積は〔ウ〕程度であり、取扱品目数は〔エ〕である。そのため効率的な販売および商品調達システムを構築することが重要になる。こうしたことから商圏人口は〔オ〕で事業が成立できる仕組みとなっている。

- 【語群】
- | | | |
|--------------|-------------|-----------|
| 1. 利便性 | 5. 最寄品 | 9. 約300世帯 |
| 2. 約30坪 | 6. 約3,000品目 | 10. 低価格 |
| 3. 約20,000品目 | 7. 買回品 | |
| 4. 約100坪 | 8. 約2,000世帯 | |

382108 解答： 5 1 2 6 9

872107 次の文章は、コンビニエンスストアの運営特性について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

コンビニエンスストアは、売り場面積約〔ア〕㎡、約〔イ〕アイテムというフォーマットをプロトタイプとしている。また、POSシステムを早くから導入し〔ウ〕や販売予測などに活用している。

仕入面では〔エ〕を導入し、作業の合理化や効率化をはかるなど、店舗運営のシステム化を積極的に推進してきた。そしてロジスティクス面では、〔オ〕や時間帯指定納品などの体制をいち早く構築してきた。

【語群】

- | | | | |
|-------------|--------------|------------|---------------|
| ア 1.30 | 2.60 | 3.100 | 4.300 |
| イ 1.1,000 | 2.2,000 | 3.3,000 | 4.5,000 |
| ウ 1.アローワンス | 2.ダレ外・ハイキング | 3.単品管理 | 4.ユニットロードシステム |
| エ 1.S P A | 2.E O S | 3.E D L P | 4.U P C |
| オ 1.少頻度大口納品 | 2.ミールソリューション | 3.パレチゼーション | 4.多頻度小口納品 |

872107 解答： 3 3 3 2 4

272605 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
 答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

コンビニエンス・ストアは〔ア〕の面からは〔イ〕を主体に〔ウ〕を絞り込む一方、〔エ〕の振り込みなどの〔オ〕の拡充も進めている。

- 【語群】
- | | | |
|----------|----------|-----------|
| 1. 価格訴求 | 5. 立地条件 | 9. 宅配便 |
| 2. サービス | 6. 品揃え | 10. チェーン店 |
| 3. 生活必需品 | 7. 公共料金 | |
| 4. 生鮮食料品 | 8. ブランド数 | |

272605 解答： 6 3 8 7 2

832104 次のア～オは、日本のコンビニエンスストア（CVS）の店舗・立地特性と商品化政策について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。（15点）

- ア CVSは、売場面積が約100坪というストアフォーマットの運営を標準化してきた。
- イ CVSの初期の店舗は、酒飯店や既存店舗からの転換が中心であったため、都市部では駅前や商店街など商業集積地の立地が中心であった。
- ウ CVSでは、POSシステムなどを活用して販売管理や在庫管理などをSKUレベルで実施する単品管理が行われている。
- エ 大手CVSチェーンでは、グロサリーにおけるNB商品の取扱いが増加傾向にあり、差別化の実現や粗利益の確保をはかっている。
- オ CVSでは、生鮮三品を導入することで、それまで来店比率の低かった家庭の主婦や高齢者層の集客をはかっている。

832104 解答： 2 1 1 2 1

222606 次の事項はコンビニエンス・ストアについて述べたものであるが、正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。（10点）

- ア 商圏は、通常半径1 km程度である。
- イ 一般に組織原理はボランティア・チェーン方式である。
- ウ POSによる単品管理システムの成功例の典型である。
- エ サービス商品の品揃えも行う。
- オ 店舗面積は500㎡程度が適切とされている。

222606 解答： 2 2 1 1 2

8 スーパーセンター（S u C）の運営特性

402105 次の文章は、アメリカにおけるスーパーセンター（S u C）について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

スーパーセンターは、ウォルマート・ストアーズ社によって、開発された店舗形態である。その特徴は、以下のとおりである。

- 〔ア〕の価格政策を採用している。
- 〔イ〕を引き下げるローコストオペレーションを実施している。
- 〔ウ〕に必要な商品カテゴリーを〔エ〕の店舗で展開している。
- 1万人以下という〔オ〕でも成立できるような立地戦略を採用している。

【語 群】

- | | | |
|----------------|--------------|----------|
| 1. 売上高対販売管理費比率 | 5. ワンフロア | 9. 都会生活 |
| 2. ハイ&ロー | 6. 売上高対営業利益率 | 10. 広域商圏 |
| 3. 重層式 | 7. 小商圏 | |
| 4. E D L P | 8. 日常生活 | |

402105 解答： 4 1 8 5 7

842106 次の文章は、スーパーセンターの運営特性について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（15点）

スーパーセンターの店舗形態は、アメリカのウォルマート・ストアーズの店舗名に由来する。価格政策では〔ア〕を採用しており、粗利益率よりも〔イ〕の高さを志向している。また、オペレーションは、仕入原価や販売費を徹底して低減する〔ウ〕を前提とし、低価格の常態化による集客力を高めようとする。

スーパーセンターの出店政策は、〔エ〕が基本である。その背景には、地価が安く、大規模駐車場の確保や店舗施設がローコストで建設できる一方、フルラインでワンストップショッピングができる競争店舗が少ないことなどがある。また、店舗施設は、〔オ〕を原則とし、陳列什器にはウェアハウスラックと呼ばれる大型のローコスト什器が用いられる。

【語 群】

- | | | | |
|-------------|-----------|----------------|----------|
| ア 1.E D L C | 2.E D L P | 3.ハイ・ロー・プライシング | 4.S K U |
| イ 1.初回値入率 | 2.売上原価率 | 3.労働分配率 | 4.商品回転率 |
| ウ 1.E D L C | 2.E D L P | 3.ハイ・ロー・プライシング | 4.S K U |
| エ 1.ターミナル駅 | 2.中心市街地 | 3.ルーラル立地 | 4.オフィス立地 |
| オ 1.多層階構造 | 2.押しかぶせ構造 | 3.ワンフロア構造 | 4.2階建て構造 |

842106 解答： 2 4 1 3 3

653206 次の文章は、スーパーセンターの特徴について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

スーパーセンターと総合品ぞろえスーパーは、衣・食・住・遊といった分野の〔ア〕を総合的に品ぞろえする点で共通性がみられる。しかし、スーパーセンターの商品構成は総合品ぞろえスーパーの商品構成よりも総じて〔イ〕が多く、かつ、売価も低いのが特徴である。

すなわち、スーパーセンターは原則として〔ウ〕を中心とする立地に建築費を抑えて店舗をつくり、店内作業の〔エ〕やパートタイマーの構成比率を高めるなどによって、総合品ぞろえスーパーよりも〔オ〕を引き下げても効率的に店舗運営ができる業態である。

- 【語群】
- | | | | |
|---------|---|------------|---------|
| 1. 郡 | 部 | 5. 高級ブランド品 | 9. 省力化 |
| 2. 多様化 | | 6. 奥行 | 10. 顧客数 |
| 3. 粗利益率 | | 7. 生活関連用品 | |
| 4. 品目数 | | 8. 都市部 | |

653206 解答： 7 4 1 9 3

693106 次のア～オは、アメリカのスーパーセンターの一般的な特徴について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(10点)

ア スーパーセンターは、大型のスーパーマーケットにディスカウントストアを加えたような店舗形態である。

イ スーパーセンターは、EDLP（エブリディロープライス）を価格政策の基本に据えている。

ウ スーパーセンターは、重層式店舗を建てることでローコストを達成している。

エ スーパーセンターは、衣食住に及ぶフルラインの日常型品ぞろえを行っている。

オ スーパーセンターは、50万人以上の商圈で成立する。

693106 解答： 1 1 2 1 2

812107r 次のア～オは、スーパーセンターの運営特性について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(10点)

ア スーパーセンターは、ディスカウントストア（非食品）とスーパーマーケット（食品）、ドラッグストアを融合した、アメリカを中心に発展した店舗形態である。

イ スーパーセンターの価格政策では、大部分の特売商品を毎日低価格で中長期的に販売するEDLP政策に特徴がある。

ウ スーパーセンターの店舗施設は、ツーフロア構造を原則とし、ウェアハウ斯拉ックが用いられている。

エ スーパーセンターでは、一般的なスーパーマーケットに比べ、陳列されているアイテム数が多い。

オ スーパーセンターが、アーバン立地を進めるのは、地下が安く、大規模な駐車場や店舗施設をローコストで整備できるためである。

812107r 解答： 1 2 2 1 2

852107 次のア～オは、アメリカのスーパーセンターの運営特性について述べている。
正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマーク
しなさい。(15点)

- ア スーパーセンターの店舗形態は、世界最大手の小売企業であるカルフルが開発した
店舗名に由来する。
- イ スーパーセンターが主にルーラル立地を選択する理由の1つは、地価が安く、大規模
な駐車場や店舗施設をローコストで整備できることである。
- ウ スーパーセンターの売場は多層構造を原則とし、陳列什器にはウェアハウ斯拉ックと
呼ばれるローコスト什器が用いられる。
- エ スーパーセンターの構造は、作業動線の短縮など、オペレーションコストの削減を
考慮している。
- オ スーパーセンターでの商品カテゴリーごとの価格構成は、低いプライスラインを中心
とし、高いプライスラインの商品は原則として取り扱わない。

852107 解答： 1 1 2 1 1

<混合問題>

342602 次のア～オの説明文について、最も関係の深いものを、右側の語群から選んで、
答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

【語 群】

- ア 委託販売や消化仕入といった取引が主で、それと比
較して買取仕入は少ない小売形態。
- イ 取扱商品点数を絞り込み、ローコストオペレーショ
ンで低価格を訴求する会員制の小売形態。
- ウ 一定の地域または職域単位で組織され、運営される
小売業の形態。
- エ 米国ではスーパーマーケットとディスカウントスト
アを融合した形態として成立しているが、日本では
スーパーマーケットとホームセンターを融合した形態
が多く出現している。
- オ フランチャイズ方式による出店が圧倒的に多く、業
界全体としての店舗数や売上は伸びているが、近年は
既存店舗1店あたり売上高が減少傾向にある。
1. ドラッグストア
2. 消費生活協同組合
3. パワーセンター
4. コンビニエンスストア
5. ホールセールクラブ
6. 百貨店
7. スーパーセンター

342602 解答： 6 5 2 7 4

352104 次のア～オは、店舗形態別小売業の商品政策特性について述べている。

正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(10点)

ア ライフスタイルアソートメント型専門店の商品政策では、商品の種類(品群)を限定して、品種ごとの品目数を拡大する。

イ 百貨店の商品仕入形態には、買取仕入、委託仕入、消化仕入などがある。

ウ 総合品ぞろえスーパーは、衣料品、食料品、生活関連用品を一堂に集めたワンストップショッピング機能が特徴である。

エ ドラッグストアの品ぞろえで重視されるH&BCとは、処方箋調剤のことを指す。

オ ホームセンターは、その品ぞろえの特徴によって、一般的にDIY志向型とバラエティ型に大別される。

352104 解答： 2 1 1 2 1

442105 次のア～オは、店舗形態別小売業の運営特性について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(15点)

ア 買回品や専門品を中心に扱う店では、洗練された店舗内外装や魅力的な商品プレゼンテーションによって、視覚的に店舗や商品を訴求するゼネラルマーチャンダイジングが必要である。

イ 衣料品や服飾雑貨などの買回品を中心に扱う店は、最寄品を扱う店よりも顧客を細分化してターゲットを絞り込むことが必要である。

ウ 百貨店が、個々のサプライヤーのブランドの枠にとらわれずに、さまざまなサプライヤーからアソートメントした商品で、一定の売場を構成することを自主編集という。

エ 一般的に、リージョナルチェーンのマーケットよりも、ローカルチェーンのスーパーマーケットのほうが店舗展開するエリアが広い。

オ スーパーマーケットが、売場の主要通路沿いなどで食のオケーション(機会や状況)に合わせてメニュー提案を行い、顧客の買物や食事づくりに関するサポートや提案をすることをミールソリューションという。

442105 解答： 2 1 1 2 1

332606 次のア～オについて、正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(10点)

ア チェーンストアが地域集中型の出店を行い、当該エリア内において密度の高い店舗展開を図ることをスクラップ&ビルドという。

イ バッタルートからの仕入依存度が高いディスカウントストアは、店舗数を拡大すると商品の安定性確保に支障をきたしやすい。

ウ ホームセンター経営では、食料品主体のスーパーマーケット経営に比べると、一般に商品回転率が高く、粗利益率が低い。

エ 無店舗小売業では、標的顧客を絞り込まずに、なるべく幅広い客層にアプローチしたほうが効果的である。

オ eコマース市場拡大のためには、個人情報漏洩防止や不法な取引行為の防止などが課題である。

332606 解答： 2 1 2 2 1

9 生協（消費生活協同組合：COOP）の運営特性

852104 次の文章は、消費生活協同組合（生協）の事業運営について述べている。

文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（15点）

生協は組合員の組織であり、組織に〔ア〕することにより〔イ〕が組合員になり、運営、利用できるようになる。

消費生活協同組合法では、組合員の生活に必要な物資を購入し、これに加工、もしくは加工せず、または生産して組合員に供給する事業は物資の〔ウ〕とされる。

また組合員の生活に有用な〔エ〕を設置し、組合員に利用させる事業は利用事業と呼ばれる。さらに、講習会、映画会、音楽会などを開催する生活文化事業、不測の事態から組合員の生活を守る〔オ〕、組合員および組合従業員の組合事業に関する知識の向上を図る教育事業などがある。

【語群】

- | | | | | |
|---|--------|--------|--------|--------|
| ア | 1.委託 | 2.生産 | 3.販売 | 4.出資 |
| イ | 1.消費者 | 2.メーカー | 3.卸売業 | 4.小売業 |
| ウ | 1.物流事業 | 2.拋出事業 | 3.買取事業 | 4.購買事業 |
| エ | 1.共同施設 | 2.更正施設 | 3.私有施設 | 4.公共施設 |
| オ | 1.営利事業 | 2.共済事業 | 3.公益事業 | 4.公共事業 |

852104 解答： 4 1 4 1 2

693101 次の文章は、COOP（コープ）について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

COOPはその根拠法である〔ア〕によって成立している。COOPの事業活動には、近所に住む組合員同士が〔イ〕をつくり、まとめ買いする〔ウ〕という方式と〔エ〕を導入して多店舗展開をはかり店舗で販売する方式などがある。そして、COOPは安心、安全を基軸に組合員の声を反映させた〔オ〕商品の開発を活発に行っている。

- 【語群】
- | | | |
|---------------|-------------|-------|
| 1. ナショナルブランド | 5. 共同購入 | 9. 商店 |
| 2. チェーンホレーション | 6. フランチャイザー | 10. 班 |
| 3. 消費生活協同組合法 | 7. 個別配送 | |
| 4. プライベートブランド | 8. 商法 | |

693101 解答： 3 10 5 2 4

463104 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

生協とは、〔ア〕に準拠して運営させる組織体で、〔イ〕、〔ウ〕その他の事業を行っている。〔エ〕はこのうちイに属し、〔オ〕を対象としているものである。

- 【語群】
- | | | |
|---------|-------------|--------------|
| 1. 共済事業 | 5. 農業協同組合法 | 9. 消費生活協同組合法 |
| 2. 卸売活動 | 6. 小売活動 | 10. 生活者 |
| 3. 地域住民 | 7. 組合員 | |
| 4. 供給事業 | 8. ボランティア活動 | |

463104 解答： 9 4 1 6 7

802102 次の文章は、消費生活協同組合（生協）について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

生協は、消費者を中心に組織化された〔ア〕と、特定の大学や企業・法人の職場で組織される〔イ〕により成り立っている。生協は原則として利潤追求を目的としてはいない。消費者が地域や職場で組合員となるために〔ウ〕を出し合い、組合員への奉仕を行うことを目的とする自主的な協同組織である。設立や設立後の運営については〔エ〕によって規制されている。同法は 2008 年に隣接する都道府県の生協同士の合併が認められなかった〔オ〕や員外利用規制が一部緩和された。

【語 群】

- ア 1.職 域 生 協 2.ボランティアチェーン 3.フランチャイズチェーン 4.地 域 生 協
イ 1.職 域 生 協 2.ボランティアチェーン 3.フランチャイズチェーン 4.地 域 生 協
ウ 1.入 会 金 2.出 資 金 3.寄 付 金 4.年 会 費
エ 1.消費者基本法 2.特定商取引法 3.大規模小売店舗立地法 4.消費生活協同組合法
オ 1.県 域 規 制 2.出 資 規 制 3.仕 入 規 制 4.販 売 規 制

802102 解答： 4 1 2 4 1

272606 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

生協は〔ア〕であり、〔イ〕生協と〔ウ〕生協に大別されるが、流通業界の競争が激化し多様化する中で、各地の生協が連合して〔エ〕生協としての対応が求められ、生協の〔オ〕品が消費者の支持を受け始めている。

- 【語 群】 1. 乱 売 5. 非 営 利 組 織 9. サ ー ビ ス 化
2. 職 域 6. 第 2 種 大 型 店 10. 地 域
3. 分 散 化 7. フ ラ ン チ ァ イ ズ チェーン
4. 広 域 8. プ ラ イ ベ ー ト ブ ラ ン ド

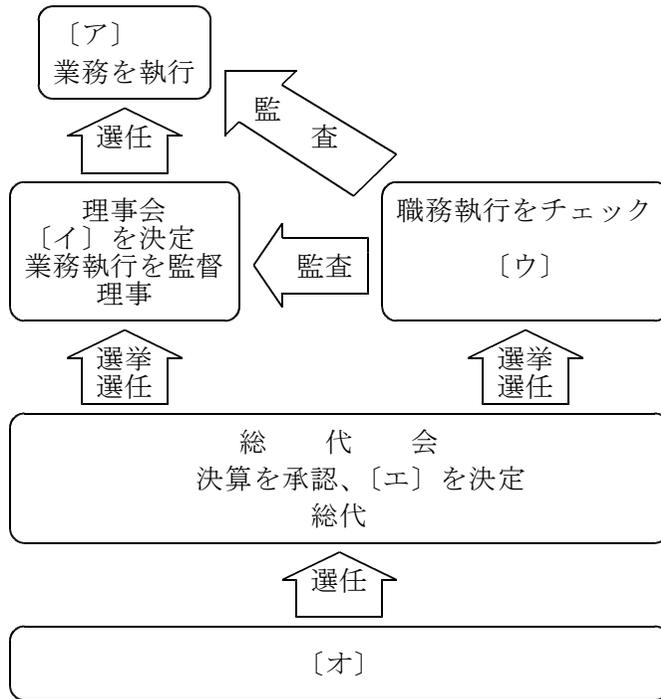
272606 解答： 5 (2 10) 4 8

822104 次のア～オは、生協（消費生活協同組合）の事業運営について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。（15点）

- ア 生協とは、消費生活基本法にもとづき、消費者が購買組織をつくって共同で商品の購入などを行う組合のことである。
イ 生協の特徴は、原則として組合員自身が「出資」「利用」「運営」のすべてを行うことである。
ウ 生協における出資金の額は組合員によって異なるが、株式会社などと違い出資額の多寡によって権利に差をつけることはできない。
エ 理事会は、生協における最高議決機関である。
オ 各生協では、取締役会で選任した代表取締役が生協の代表者として業務を執行する。

822104 解答： 2 1 1 2 2

812102 次の文章は、一般のチェーンストアと根本的に性格が異なる生協（生活協同組合）の機関運営について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）



【語 群】

- | | | | | | | |
|---|----------|--------|-------------|-------------|-----|---|
| ア | 1.頭 | 取 | 2.代表取締役 | 3.代表理事 | 4.職 | 長 |
| イ | 1.共同購入計画 | 2.重要事項 | 3.マーケティング計画 | 4.マーケティング計画 | | |
| ウ | 1.代表理事 | 2.監査役 | 3.取締役 | 4.監 | 事 | |
| エ | 1.生産計画 | 2.積立計画 | 3.指導計画 | 4.事業計画 | | |
| オ | 1.組合員 | 2.従業員 | 3.評議員 | 4.社 | 長 | |

812102 解答： 3 2 4 4 1

382104 次のア～オは、消費生活協同組合について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。（10点）

- ア 消費生活協同組合は原則として、組合員自身が出資、利用、運営のすべての役割を担っている。
- イ 消費生活協同組合においては、出資額の多寡によって組合員の有する権利には差をつけられない。
- ウ 消費生活協同組合の最高議決機関は、理事会である。
- エ 消費生活協同組合の種類には、地域生協と職域生協がある。
- オ 消費生活協同組合の設立および設立後の運営などについては、消費者保護基本法によって規定されている。

382104 解答： 1 1 2 1 2

- 653109 次のア～オは、消費生活協同組合（生協）について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。（10点）
- ア 生協の組合員になるためには、出資金を拠出する必要がある。
- イ 生協は、協同組合であり、事業主体と販売対象は自らの意思で出資した一般市民の組合員である。
- ウ 生協の目的は、その根拠法である消費生活保護基本法によって定められている。
- エ 共同購入とは、近所に住む組合員同士が数世帯で班を作り、生協からまとめ買いする仕組みである。
- オ 生協には誰もが自分の意思で加入できるが、脱退することは原則として制限されている。

653109 解答： 1 1 2 1 2

販売士2級 演習問題2021前期

<小売業の類型> 第2章 組織形態別小売業の運営特性

1 総論 ～組織小売業とチェーンストア～

543104 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

小売業は、単一店舗の場合、一店舗の影響力は特定の〔ア〕に限られるために、広域的または全国的に特定企業の〔イ〕を高めることは難しい。従って、小売業にとって、自社の活動範囲を広域的または全国的に拡大し、〔イ〕を高めるためには、組織化やグループ化による事業展開が必要になる。小売業の組織化の手段は、一般に〔ウ〕といわれ、ある特定の企業名や標準化された経営手法、統一した店舗のレイアウトや取扱商品によって小売販売を営むことをねらいとしている。組織化には、本部による〔エ〕の集中と各店舗による〔オ〕の分散の2つのメリットがある。

【語 群】

- | | | |
|--------------|----------------|---------------|
| 1. 立 地 産 業 | 5. 分 社 化 | 9. 所 有 形 態 |
| 2. 管 理 | 6. チェーンオペレーション | 10. 市 場 シ ェ ア |
| 3. バイイングパワー | 7. 寡 占 化 | |
| 4. 地 域 (商 圏) | 8. 販 売 | |

543104 解答： 4 10 6 2 8

832105 次の文章は、組織小売業について述べている。文中の〔 〕の部分に、
下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当なものを選んで、答案
用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(15点)

組織小売業では、複数の店舗が同じ店舗名の看板を掲げ、〔ア〕や店舗運営面などにおいて規格化された共通の基盤を活用して経営を行う。

一般に組織小売業は、チェーンストアと認識される仕組みを持つことから、組織全体として〔イ〕の利益を追求するフランチャイズチェーンなどの小売業も含まれる、ここでいうチェーンストアは、〔ウ〕と店舗から構成され、〔エ〕された一定のルールや仕組みの下で運営される組織形態をいう。

組織小売業は、組織の所有権では、レギュラーチェーンとフランチャイズチェーン、そして共同組織としてのボランティアチェーンおよび〔オ〕などに分類される。

【語 群】

- | | | | |
|-----------------|---------------|-------------|------------|
| ア 1. 売 上 | 2. 仕 入 | 3. パレチゼーション | 4. テ ナ ン ト |
| イ 1. 差 別 化 | 2. 規 模 | 3. 分 散 化 | 4. 細 分 化 |
| ウ 1. 倉 庫 | 2. 都 市 計 画 | 3. 商 店 街 | 4. 本 部 |
| エ 1. 市 街 化 | 2. 分 散 化 | 3. 標 準 化 | 4. 細 分 化 |
| オ 1. アウトレットセンター | 2. ショッピングセンター | 3. 消費生活協同組合 | 4. 商店街振興組合 |

832105 解答： 2 2 4 3 3

603106 次の文は、組織化による仕入れ面の効果について述べたものである。文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

組織化がもたらす〔ア〕の増加は、大量仕入れにつながることから、〔イ〕を引き下げるメリットがある。一方、〔ウ〕からみれば大量に仕入れてくれる小売業との取引は効率的で、小口需要の小売業よりも〔エ〕に位置づけられる。これらの効果を小売業が発揮することを〔オ〕を発揮するともいう。

- 【語群】
- | | | |
|--------------|-----------|-----------|
| 1. バイニングパワー | 5. 知名度 | 9. サプライヤー |
| 2. 最小発注ロット | 6. 販売量 | 10. 業態 |
| 3. 仕入単価 | 7. 不安定 | |
| 4. ストアロイヤルティ | 8. 重点的販売先 | |

603106 解答： 6 3 9 8 1

332605 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

国際チェーンストア協会の定義において、チェーンストアとは〔ア〕店舗以上を展開する小売業である。

また、チェーンオペレーションとは、チェーン全体の経営活動を〔イ〕し、本部による〔ウ〕的な管理・運営を行うことである。

なお、チェーンストアの経営形態としては、中小小売業などの店舗を組織化したフランチャイズチェーンや〔エ〕チェーンと、単一資本が直接多店舗展開する〔オ〕チェーンに区別できる。

- 【語群】
- | | | |
|-------------|---------|-----------|
| 1. ボランタリー | 5. 10 | 9. 大量仕入れ |
| 2. 集中 | 6. IT活用 | 10. デイモンド |
| 3. レギュラー | 7. 標準化 | |
| 4. セルフサービス化 | 8. 11 | |

332605 解答： 8 7 2 1 3

653108 次の文章は、チェーンオペレーションについて述べている。文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

チェーンオペレーションとは、本部主導による連鎖型画一的店舗運営の仕組みのことである。その基本は本部と店舗に役割を〔ア〕して、1店舗あたりの間接費用を削減し、低コスト運営を行っている。つまり、仕入れ販売の組織体制を分離することで、本部では大量仕入による〔イ〕を発揮して仕入原価を引き下げることができる。また、本部機能としては、基本的に、店舗開発、商品管理および店舗運営の3つの部門に分けることができる。この中で、店舗開発部門では、店舗施設や立地などの〔ウ〕がはかられている。商品管理部門では、価格設定や各店の棚割、仕入と〔エ〕などが行われる。店舗運営部門では、売場レイアウトの設計や〔オ〕の作成などを行う。

- 【語群】
- | | | |
|-----------|------------|-----------|
| 1. 標準化 | 5. 規模の経済性 | 9. 分業 |
| 2. 集中 | 6. 業務マニュアル | 10. 地域密着性 |
| 3. 物流センター | 7. 範囲の経済性 | |
| 4. 在庫管理 | 8. 顧客サービス | |

653108 解答： 9 5 1 4 6

842102 次の文章は、チェーンストアの指命と運営について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

チェーンストアとは、一定の原理や基準にもとづき、多数の店舗を連結し、〔ア〕された経営システムを駆使することで消費者の生活向上に寄与する経営形態である。ここでは、運営技術の標準化と〔イ〕によるチェーンストア経営が必要となる。

チェーンストアは、AMA（アメリカマーケティング協会）の定義では、「〔ウ〕以上を直接運営する小売業、あるいはフードサービス業」とされている。また、チェーンストアは、チェーンオペレーションにより、全店舗の経営活動を標準化し、本部による〔エ〕にもとづき、多店舗展開を目指す。そのために本部は、自社の業種・業態に適合した店舗の立地確保や配置などを計画的に進める。この店舗計画とその実行方法を〔オ〕と呼ぶ。

【語 群】

- | | | | | |
|---|-----------|-----------|-----------|--------------------------|
| ア | 1.自由化 | 2.規格化 | 3.総合化 | 4.分散化 |
| イ | 1.複雑化 | 2.単純化 | 3.多様化 | 4.分散化 |
| ウ | 1.5店舗 | 2.8店舗 | 3.11店舗 | 4.13店舗 |
| エ | 1.集中型管理運営 | 2.分散型管理運営 | 3.個別型管理運営 | 4.アーマ [®] 型管理運営 |
| オ | 1.製品政策 | 2.バイング政策 | 3.出店政策 | 4.リスクマネジメント |

842102 解答： 2 2 3 1 3

422107 次の文章は、チェーンストアの運営について述べている。

文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

チェーンストアの経営上の特徴の1つに、〔ア〕がある。アとは、〔イ〕が各店舗の仕入を一括して行うことである。つまり、イは仕入に責任を持ち、店舗は〔ウ〕に責任を持つということである。

アには、上記のようなイと店舗の連携による〔エ〕によって原価の引下げを実現できるメリットがある反面、十分に〔オ〕を反映しえない画一的なマーチャンダイジングになりやすいデメリットがある。

- | | | | |
|-------|------------------|----------|-------|
| 【語 群】 | 1.多目的少量仕入 | 5.販売 | 9.季節性 |
| | 2.地域性 | 6.各店仕入 | 10.広告 |
| | 3.セントラルバイング・システム | 7.単品大量仕入 | |
| | 4.店長 | 8.本部 | |

422107 解答： 3 8 5 7 2

663102 次の文章は、チェーンストアの一般的な組織体制について述べている。

文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

チェーンストアは、〔ア〕した店舗運営政策を基本としており、チェーンストアの本部では〔イ〕が地理的に離れた店舗を〔ウ〕に管理する。他方、店舗では地域の消費者ニーズを汲み取って対応する必要がある。そのため、〔エ〕で展開するチェーンストアでは、その運営管理体制を地域別に〔オ〕してその実状に合わせるケースが一般的である。

- 【語群】
- | | | |
|---------|---------|-----------------|
| 1. 総合化 | 5. 特定都市 | 9. 多面的 |
| 2. 均質的 | 6. 店長 | 10. 機能別担当マネージャー |
| 3. 分散化 | 7. 標準化 | |
| 4. 全国規模 | 8. 商品化 | |

663102 解答： 7 10 2 4 3

322608 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、

答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

スーパーマーケットを中心とするチェーンストア業界の最近の仕入政策の動向をみると、チェーン全体の商品仕入を本部で集中して行い、それを各店舗に〔ア〕に供給するセントラル・バイイング中心から、各店舗が単独で〔イ〕などから直接的に商品を買いつける〔ウ〕を両立させる方向がみられる。つまり、各店舗の商圏の〔エ〕を反映した〔ウ〕を併行することにより、〔オ〕のメリットを活かすことができる。

- 【語群】
- | | | |
|----------------|----------|---------|
| 1. 大手メーカー | 5. 季節別仕入 | 9. 地元市場 |
| 2. 競合店 | 6. 自動的 | 10. 変動的 |
| 3. 地域別仕入 | 7. 需要特性 | |
| 4. ファッション・トレンド | 8. 大量仕入 | |

322608 解答： 6 9 3 7 8

442103 次のア～オは、チェーンストアにおける「セントラルバイイング・システム」の特徴やメリットについて述べている。正しいものには1を、謝っているものには2を、について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、
答案用紙の所定欄にマークしなさい。(15点)

ア 本部は仕入に責任を持ち、店舗は販売に責任を持つことによって、仕入の集中と販売の分散をはかろうとする仕組みである。

イ 多品目少量仕入に適しており、商品単位ごとの仕入コストの削減や仕入原価の低減といったメリットがある。

ウ 各店舗が立地する地域ごとの顧客ニーズに的確に対応した品ぞろえをしやすいといったメリットがある。

エ 全店舗共通の販売促進活動と連動することによって、プロモーション商品について大量販売体制がとれるといったメリットがある。

オ 流行商品のライフサイクルが成熟期に入ったときに大量仕入れすることにより、販売機会ロスの削減や仕入原価の低減がはかれるといったメリットがある。

442103 解答： 1 2 2 1 2

792103 次の文章は、小売業のローコストオペレーションについて述べている。
文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も
適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(15点)

ローコストオペレーションとは、店舗運営における〔ア〕やシステム化などにより効率化をはかり、コストを極力抑制することである。きびしい消費環境下における店舗運営の基本は、〔イ〕を低く抑えることが肝要であり、コストを基軸とした経営への転換が不可欠である。すなわち、〔ウ〕で成り立つ小売業は、売場面積当たりの〔エ〕というコストを店舗運営の基軸に据えて発展させていくことが強く求められる。同時に高い〔オ〕を維持することもローコストオペレーションの重要な要素である。

【語 群】

- | | | | | |
|---|-------------|---------|----------|------------|
| ア | 1.分散化 | 2.多様化 | 3.標準化 | 4.複雑化 |
| イ | 1.損益分岐点 | 2.商品回転率 | 3.交差比率 | 4.流動比率 |
| ウ | 1.ストアロイヤリティ | 2.E C | 3.物流システム | 4.ヒト・モノ・カネ |
| エ | 1.商品回転率 | 2.売上総利益 | 3.減価償却費 | 4.販売管理費 |
| オ | 1.労働分配率 | 2.商品回転率 | 3.不動産分配率 | 4.販促分配率 |

792103 解答： 3 1 4 4 2

432106 次のア～オは、チェーンストアにおけるローコストオペレーションについて述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、
答案用紙の所定欄にマークしなさい。(15点)

- ア ローコストオペレーションとは、人件費を削減するために、生産性を高める仕組みを構築し稼働させることである。
- イ ローコストオペレーションの基本は、店舗規模や形状、品ぞろえ、店舗のフロアゾーニングやフロアレイアウト、運営方法などを細分化することである。
- ウ ドミナント出店や物流センターの設置は、ローコストオペレーションの一翼を担う施策である。
- エ ローコストオペレーションの推進においては、従業員に作業を割り振るのではなく、決められた作業に従業員を割り振ることを原則とする。
- オ ローコストオペレーションの推進においては、労働分配率を引き上げることが重要である。

452106 解答： 2 2 1 1 2

852102 次のア～オは、チェーンストアにおける組織・運営体制の原則について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(15点)

- ア チェーンストアの本部は、業務の専門化によって従業員が短時間でそのセクションの専門的知識を習得できるようにしている。
- イ 命令系統の統一化の原則とは、従業員に販売目標、利益確保、部下の指導・育成などの責任を持たせる一方、業務を効率化、効果的に遂行させるために適切な権限を与えることである。
- ウ チェーンストアの組織では、管理者と部下が良好な関係を形成し、それを保持するためにはツーボスシステムを採用し、従業員が共通の理解の下で効率的な業務活動を行う必要がある。
- エ スパン・オブ・コントロールの原則とは、管理者1人当たりが管理する従業員数を制限し、適正人数を効果的に管理・指導することである。
- オ 一般に、経営戦略にもとづき日々の業務決定と実行に責任を持っているのは、仕入や店舗管理などを担当するオペレーティングマネージャーである。

852102 解答： 1 1 2 1 1

352105 次のア～オは、チェーンストアの運営について述べている。最も関係の深いものを、右側の語群から選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

【語 群】

- ア 曜日や時間帯ごとの繁閑に応じた出勤計画や作業割当によって、生産性向上をはかる。
- イ 仕事を分業し担当者を専任化することで、業務の効率化や生産性向上をはかる。
- ウ 店舗で販売する商品を本部が一括して仕入れることにより、原価の引き下げや販売競争力の強化をはかる。
- エ 本部集中型管理運営に依存するだけでなく、個々の店舗が自店の商圈内顧客特性に応じた独自の店舗運営をはかる。
- オ 店舗規模や形状、ゾーニング、レイアウト、作業方法などをできる限り統一することで、店舗運営のローコスト化をはかる。

- 1. エリアマーケティング
- 2. セルフサービス
- 3. 標準化
- 4. スペシャライゼーション
- 5. スパン・オブ・コントロール
- 6. レイバースケジューリング
- 7. セントラルバイング

352105 解答： 6 4 7 1 3

2 レギュラーチェーン（RC）の運営特性

372107 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

日本の流通業界では、単一の〔ア〕のもとで、同一形態の直営店を一定のルールにもとづき、多店舗展開する小売業の組織形態を一般的に〔イ〕と呼んでいる。イは、「〔ウ〕で結ばれた複数店舗が、中央本部のもとに規格化された経営原則にもとづき、商品およびサービスの提供を〔エ〕によって行う小売形態」のことであり、また、アの会社組織であるため〔オ〕ともいう。

- 【語群】
- | | | |
|---------------|---------------|----------------|
| 1. 画一的直営店舗運営 | 5. 加盟店方式 | 9. フランチャイズチェーン |
| 2. 同一資本系列 | 6. ボランタリーチェーン | 10. 連鎖事業 |
| 3. 個人 | 7. 法人格 | |
| 4. コーポレートチェーン | 8. レギュラーチェーン | |

372107 解答： 7 8 2 1 4

402103 次の文章は、レギュラーチェーンの仕組みについて述べている。

文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

レギュラーチェーンは、店舗のレイアウトなどを〔ア〕し、出店コストを低減している。そして、各業務や品ぞろえのアをはかり、本部集中仕入による〔イ〕を発揮するとともに、各店舗が顧客に提供する〔ウ〕を一定にしている。また、多店舗展開や店舗運営を支援する情報システムや〔エ〕の高度化をはかっている。さらに近年では、〔オ〕を企画、調達、販売する能力が高まっている。

- 【語群】
- | | | |
|----------------|-----------|------------------|
| 1. 標準化 | 5. 範囲の経済 | 9. サービス水準 |
| 2. バイイングパワー | 6. 多様化 | 10. プライベートブランド商品 |
| 3. ナショナルブランド商品 | 7. 製造システム | |
| 8. モチベーション | 4. 物流システム | |

402103 解答： 1 2 9 4 10

623106 次の文章は、レギュラーチェーンについて述べている。文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

レギュラーチェーンは、本部と店舗が〔ア〕であり、チェーンオペレーション機能の本部集中によって〔イ〕がはかれるとともに、多店舗展開による大量販売、大量仕入れによって〔ウ〕を享受できる。また、それによって消費者に対しては〔エ〕を訴求できる。

しかし今日では、消費者ニーズの多様化に伴って、本部一括仕入れと単品大量販売の手法が必ずしも個々の店舗商圏内で受け入れられなくなっており、本部権限の一部を店舗に〔オ〕するレギュラーチェーンも多くみられる。

- 【語群】
- | | | |
|----------|-----------|----------|
| 1. 加盟店募集 | 5. ロイヤルティ | 9. 安全性 |
| 2. 経営効率化 | 6. 販売 | 10. 単一資本 |
| 3. 委譲 | 7. 独立資本 | |
| 4. 低価格 | 8. 規模の利益 | |

623106 解答： 10 2 8 4 3

822102 次の文章は、レギュラーチェーン（RC）運営上の問題について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適切なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（15点）

大規模小売業の多くは、RC方式で多店舗を運営し、〔ア〕を発揮することによって仕入コストの低減をはかっている。

RCは、仕入、〔イ〕、販売目標など店舗運営の主要部分を本部が主導し、各店舗はそれにもとづいて販売活動に専念する〔ウ〕の店舗運営を行っている。しかし、すべての決定を本部主導で行い、各店舗にはほとんど決定権を与えずにオペレーションを任せただけでは、〔エ〕を考慮に入れた店舗の独自性を十分に発揮できず、従業員の〔オ〕を低下させることにもつながる。

【語 群】

- | | | | | |
|---|--------------|---------------|------------|------------|
| ア | 1.トレーディングアップ | 2.ロイヤルティ | 3.ユニットシステム | 4.バイイングパワー |
| イ | 1.価格設定 | 2.レバースケジューリング | 3.品出し | 4.補充発注 |
| ウ | 1.分権管理体制型 | 2.ボトムアップ型 | 3.ネットワーク型 | 4.中央管理体制型 |
| エ | 1.地域特性 | 2.従業員特性 | 3.チャネル特性 | 4.価格特性 |
| オ | 1.コミッション | 2.モチベーション | 3.リロケーション | 4.セリングポイント |

822102 解答： 4 1 4 1 2

872102 次のア～オは、レギュラーチェーン（RC）の一般的な運営特性について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。（15点）

ア RCは、同一資本系列で結ばれた複数店舗が中央本部の規制の下に規格化された経営原則にもとづき、商品およびサービスの提供を画一的直営店舗運営によって行う小売形態である。

イ RCは、同一資本系列の組織であることから、正式にはコーペラティブチェーンという。

ウ RCの店舗は、同一資本系列によって所有、統制されているため、出店にあたっての資金調達と事業リスクは他者責任である。

エ RCの多くは、自前の物流センターの設置もしくは第三者物流の活用により、物流センターを経由して核店舗に一括配送する体制を構築している。

オ RCのメリットには店舗やチェーンオペレーションの標準化による店舗運営の効率化、そして大量発注による低価格仕入の実現などがある。

872102 解答： 1 2 2 1 1

422102 次のア～オは、レギュラーチェーン（RC）について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。（10点）

ア RCの店舗は、同一資本によって管理・運営されている。

イ RCは、同一法人による会社組織であることから、正式には、コーポレートチェーンと呼ばれるものである。

ウ RCのメリットには、標準化による効率的な運営、および本部主導の大量発注による低価格仕入などがある。

エ RCにおける商品の価格決定は、原則として店舗が本部に指示する。

オ RCは、コンビニエンスストア業界に特有の店舗形態である。

422102 解答： 1 1 1 2 2

812105 次のア～オは、レギュラーチェーンについて述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(10点)

- ア レギュラーチェーンは、正式にはコーポレートチェーンという。
- イ レギュラーチェーンの店舗は、複数資本によって所有、統制されている。
- ウ レギュラーチェーンの出店では、資金調達と事業リスクは連帯責任であるため、他のチェーン形態よりも多店舗化に時間はかからない。
- エ レギュラーチェーンは、通常、20店舗以上が、中央本部の規制の下に規格化された経営原則にもとづき運営される。
- オ レギュラーチェーンの改廃は、本部の意志決定によるため、各店舗の存続は、一般に本部の戦略によって決定される。

812105 解答： 1 2 2 2 1

832101 次のア～オは、レギュラーチェーン（RC）のオペレーションについて述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(15点)

- ア RCは、通常、フランチャイズチェーンやボランタリーチェーンなどの組織形態と区別する場合に用いられる呼称である。
- イ RCが用いるドミナント出店とは、広い地域に店舗を分散させ、高い市場シェアの獲得を狙う戦略のことである。
- ウ RCの本部は、マーチャンダイジング、出店、物流、人事、財務などの全社的業務を遂行する。
- エ RCは、各店舗における個別仕入により、仕入価格の引下や仕入条件の面で優位性を発揮する。
- オ RCでは、自前の物流センターを有さず、メーカーから直接商品を各店舗に一括配送する体制を構築しているのが一般的である。

832101 解答： 1 2 1 2 2

4 フランチャイズチェーン（FC）の運営特性

302608 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
 答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

フランチャイズチェーン・システムでは、本部は〔ア〕といわれ、その加盟店は〔イ〕
 といわれる。そして、この両者間にフランチャイズ契約が締結される。この契約に基づいて、
 イに対しては、販売地域である〔ウ〕内における商標使用権及び特定の商品、サービスを販売する
 権利が与えられ、その見返りとして〔エ〕をアに支払うことが義務付けられる。さらに、
 商標使用権や販売権、あるいは排他的な商品供給権、マニュアルによるビジネス運営ノウハウの
 指導などで構成されるメリットは、総称として〔オ〕といわれ、フランチャイズ本部から
 加盟店に供与される。

- 【語 群】
- | | | |
|-------------|-------------|------------------|
| 1. フランチャイザー | 5. ホールセーラー | 9. デイラー・ヘルプス |
| 2. ロケーション | 6. ディベロッパー | 10. フランチャイズパッケージ |
| 3. コミットメント | 7. テリトリー | |
| 4. ロイヤルティ | 8. フランチャイジー | |

302608 解答： 1 8 7 4 10

282605 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
 答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

フランチャイズ・システムにおいては、〔ア〕は商品のみならず各種〔イ〕より構成された
 〔ウ〕を〔エ〕に供与し、その対価として〔オ〕をエから徴収する形が求められる。

- 【語 群】
- | | | | | |
|-------------|---|-----------------|------------|----------|
| 1. 立 | 地 | 5. 調 | 達 | 9. マニュアル |
| 2. 開 | 発 | 6. フランチャイザー | 10. チェーン全体 | |
| 3. 販 | 売 | 7. ロイヤルティ | | |
| 4. フランチャイジー | | 8. フランチャイズパッケージ | | |

282605 解答： 6 9 8 4 7

872105 次の文章は、フランチャイズチェーン（FC）の一般的な仕組みについて述べて
 いる。文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オのそれぞれの語群から最も適
 当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（15点）

フランチャイズとは、〔ア〕、営業許可、販売権を意味する。フランチャイザーとフラン
 チャイジーは、各々独立した事業者であり、フランチャイズ契約という一定のルールの下で
 〔イ〕された事業を行う。

フランチャイズ契約では、フランチャイザーは経験を積んだ会社組織であるが、フラン
 チャイジーは個人や中小規模の〔ウ〕が多い。両者の間には、販売予測、費用予測などと
 実績との差異、ロイヤルティの算定方法、〔エ〕による債権債務の総裁勘定、〔オ〕の設
 定の有無などにおいてトラブルが生じやすいといった問題がある。

【語 群】

- | | | | |
|----------------|---------------|-------------|----------------------|
| ア 1. 所 有 権 | 2. 環 境 権 | 3. 選 択 権 | 4. 特 権 |
| イ 1. 分 散 化 | 2. 標 準 化 | 3. 特 殊 化 | 4. 仮 想 化 |
| ウ 1. 地 場 資 本 | 2. 運 転 資 本 | 3. 潜 在 資 本 | 4. 社 会 資 本 |
| エ 1. オープンアカウント | 2. マーチャンダイジング | 3. トレーサビリティ | 4. ドミナント |
| オ 1. バイイングパワー | 2. 環 境 権 | 3. テリトリー 権 | 4. 初 次 的 的 ・ 初 次 的 的 |

872105 解答： 4 2 1 1 3

402101 次の文章は、フランチャイズ・システムについて述べている。

文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、

答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

フランチャイズ・システムを実施する本部のメリットは、〔ア〕の活用によって、投下資本を節約して急速に多店舗展開できることや、消費者に対する〔イ〕を訴求できること、そして、〔ウ〕の徴収を通じて安定的な経営基盤を構築できることなどがある。一方、デメリットとしては、店舗の〔エ〕を行うことがレギュラーチェーン展開の場合よりも難しいことや、一加盟店の不適切な経営でイ全体が悪化することなどがある。

また、加盟店のメリットとしては、本部からの支援、〔オ〕の標準化などにより、経験が乏しい者でも開業しやすいことなどがあり、デメリットとしては、加盟店の経営者の創意工夫が制限される部分が生じることなどがある。

- 【語群】
- | | | |
|--------------|-------------|---------|
| 1. 店舗オペレーション | 5. チェーンイメージ | 9. 自己資本 |
| 2. 起業 | 6. リベート | 10. 再配置 |
| 3. ロイヤルティ | 7. 他人資本 | |
| 4. インセンティブ | 8. スーパーバイザー | |

402101 解答： 7 5 3 10 1

593105 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、

答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

小売業におけるフランチャイズチェーンのメリットを、〔ア〕と〔イ〕の双方からみると概ね以下のとおりである。

アのメリットは、イを増やすことによって比較的少ない投資で急速な〔ウ〕の拡大が可能であること、確実にロイヤルティ収入が見込めること、立地条件などが異なるイからの情報がアに集約され、その情報分析にもとづくマーチャンダイジング活動を展開できること、などがあげられる。

一方、イのメリットは、アの〔エ〕を掲げることで消費者の信頼が得られること、アの〔オ〕を活用できること、独力で店舗を開業するよりも経営リスクが少ないこと、などがあげられる。

【語群】

- | | | |
|---------------|---------------|--------------|
| 1. フランチャイジー | 5. 組織構成 | 9. 店舗網 |
| 2. レギュラーチェーン | 6. フランチャイザー | 10. 店舗運営ノウハウ |
| 3. ボランタリーチェーン | 7. コンビニエンスストア | |
| 4. ファストフード | 8. 看板(商標) | |

593105 解答： 6 1 9 8 10

412104 次の文章は、フランチャイズチェーンについて述べている。文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

フランチャイズチェーンは、本部にとっては〔ア〕に限りがあっても急速な事業拡大ができて、加盟店にとってはその事業に関する〔イ〕を有していなくても店舗経営が可能になるというメリットがある。

平成 19(2007)年商業統計調査では、フランチャイズチェーンへ加盟する小売業の事業所数は、約〔ウ〕事業所となった。業態別の構成比をみると、〔エ〕が約 50%を占めて最も多く、次に〔オ〕の約 30%となっている。

【語 群】

- | | | |
|---------------|------------|------------|
| 1. 7万7千 | 5. 20万7千 | 9. サービスマーク |
| 2. コンビニエンスストア | 6. ホームセンター | 10. ノウハウ |
| 3. テリトリー | 7. 経営資源 | |
| 4. 専門店 | 8. ドラッグストア | |

412104 解答： 7 10 1 2 4

392101 次のア～オは、フランチャイズチェーンに関する用語である。最も関係の深い文章を、右側から選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

- ア フランチャイジー
 イ フランチャイズシステム
 ウ テリトリー制
 エ オーペンカウント
 オ ロイヤルティ

1. 多数の同業者が個々の独自性を維持したまま連携し、仕入、保管・配送、販売促進などを共同化することによって、大規模小売店と同様の規模の利益を得ることを目指す連鎖化組織のシステムのことをいう。
2. 本部と加盟店の間で発生するさまざまな債権債務について、それを相殺する勘定を設定して会計処理を本部が行う仕組みのことをいう。
3. 商品またはサービスの供給の見返りとして一定の対価を支払い、事業に必要な資金を投下してビジネスを行う事業者のことをいう。
4. 本部との契約後に継続的に加盟店が本部から提供される、ノウハウ、経営管理、指導、宣伝・広告などに関わる費用のことをいう。
5. 本部にとっては経営資源に限られる中でも急速な事業拡大が可能であり、加盟店にとってはその事業に関する経験や知識をあらかじめ持っていなくても、店舗経営が可能となるシステムのことをいう。
6. 他の事業者との間で契約を結び、サービスマークなどを用いて同一のイメージのもとに商売を行う事業者のことをいう。
7. 本部が加盟店に対して、一定の地域制限を設けることで、将来、同一チェーン店舗の出店による競合を回避するねらいがある。

392101 解答： 3 5 7 2 4

342603 次のア～オはフランチャイズシステムについて述べたものである。最も関係の深いものを、右側の語群から選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

【語 群】

- | | | | |
|---|--|----|---------------|
| ア | フランチャイザーが、他の事業者にエリアフランチャイズの権利を与え、その事業者がフランチャイジーの店舗開発や教育訓練等を行う。 | 1. | フランチャイズ・パッケージ |
| イ | フランチャイザーとフランチャイジーとの間において、コンサルティング、コントロール、カウンセリングなどのコミュニケーション機能を担う。 | 2. | サブ・フランチャイズ |
| ウ | 契約によって、フランチャイザーがフランチャイジーに対して一定の経営システムやプログラムの提供を約束する。 | 3. | リクルーター |
| エ | フランチャイジーがフランチャイザーから商標使用权や経営指導を受ける見返りとして対価を支払う。 | 4. | メガフランチャイジー |
| オ | フランチャイジーの募集、応募者の適正の見極め、店舗開発、フランチャイズ契約の締結などの役割を担う。 | 5. | ロイヤルティ |
| | | 6. | マニュアル |
| | | 7. | スーパーバイザー |

342603 解答： 2 7 1 5 3

422104 次のア～オは、フランチャイズチェーン（FC）について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(10点)

- ア フランチャイズという言葉は、「特別の権利を与える」または「特権の取得」という意味を持つ。
- イ 商標、サービスマーク、チェーン名称などを使用する権利は、フランチャイザーからフランチャイジーに、フランチャイズ・パッケージとして提供される。
- ウ フランチャイジーのメリットの1つに、経営者としての独立性が一定水準確保され、店舗の最終的な利益は自己に帰属することがある。
- エ フランチャイザーのメリットの1つに、加盟店やロイヤリティの徴収などにより、安定した経営基盤を構築できることがある。
- オ FCにおけるオープンアカウントとは、フランチャイザーがフランチャイジーから月々に受けとる経営指導料のことである。

422104 解答： 1 1 1 1 2

832102 次のア～オは、フランチャイズチェーン（FC）の運営について述べている。
正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマーク
しなさい。（15点）

- ア フランチャイズという言葉は、「特別の権利を与える」とか「権利の取得」という意味を持つ。
- イ FCのシステムは、提供される経営ノウハウ、事業に対する指導・支援、フランチャイジーの支払う加盟金やロイヤルティなどを規定した契約をもとに、多種多様な要素から構成されている。
- ウ オープンアカウントとは、FCのシステムにおいて、フランチャイザーとフランチャイジーの間で発生するさまざまな金銭債権債務を相殺する勘定を設定し、会計処理をフランチャイジーが行う仕組みである。
- エ FCでは、独自のシステムやノウハウと、それを象徴する商標など、事業を運営する方法をフランチャイザーがフランチャイジーに提供する。
- オ フランチャイザーがフランチャイジーに与える商標の使用権は、フランチャイズ・パッケージの一つである。

832102 解答： 1 1 2 1 1

822103 次のア～オは、フランチャイズチェーン（FC）について述べている。
正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄に
マークしなさい。（15点）

- ア FCは、自発的連鎖店または任意的連鎖店などとも呼ばれている。
- イ FCのフランチャイザーである加盟店とフランチャイジーである本部は、資本関係において独立した事業者である。
- ウ フランチャイズ・パッケージは、フランチャイザーとフランチャイジーが締結するフランチャイズ契約の下で提供され、利用されるものである。
- エ FCは、他人資本を活用することにより、レギュラーチェーンよりも出店コストを抑制しながらチェーン展開できる。
- オ オープンアカウントとは、フランチャイザーとフランチャイジー間で発生するさまざまな金銭債権債務について、それを相殺する勘定を設定し、会計処理をフランチャイジーが行う仕組みである。

822103 解答： 2 2 1 1 2

362102 次のア～オは、フランチャイズチェーンについて述べている。正しいものには
1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。（10点）

- ア （社）日本フランチャイズチェーン協会の2006年度統計調査によれば、日本のフランチャイズチェーンの売上高は、30兆円を上回る。
- イ （社）日本フランチャイズチェーン協会の2006年度統計調査によれば、1チェーン当たりの平均店舗数が最も多いのは、CVSチェーンである。
- ウ 通常、フランチャイズフィーとは、ロイヤリティと経営指導料の2本立てである。
- エ フランチャイザーのメリットの1つは、フランチャイジーが保有する資本を活用することである。
- オ フランチャイザーのデメリットの1つは、店舗の再配置を行うことがレギュラーチェーンの場合よりも難しいことである。

362102 解答： 2 1 2 1 1

792106 次のア～オは、フランチャイズチェーンについて述べている。

正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の
所定欄にマークしなさい。(15点)

- ア フランチャイザーとフランチャイジーは同一の事業者であり、フランチャイズ契約と
いう一定のルールの下で標準化・画一化されて事業を行っている。
- イ フランチャイズ契約において生じやすいトラブルの1つに「売上予測や経費予測など
と実体の相違」がある。
- ウ フランチャイズ・システムにおけるフランチャイザーのメリットの一つは、他人資本
の活用によって、投下資本を節約しながら、統一したチェーンイメージの下で急速に多
店舗展開できることである。
- エ フランチャイズ・システムにおいては、一加盟者の不適切な経営でチェーンイメージ
全体が崩されるリスクがある。
- オ フランチャイズ・システムにおけるフランチャイジーのメリットの一つは、兼業や営
業権の第三者への譲渡が自由なことである。

792106 解答： 2 1 1 1 2

3 ボランタリーチェーンの運営特性

272603 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

中小規模の小売業が〔ア〕して、共同化・協業化を図ることを小売業の組織化という。
その1つの〔イ〕組織化は、同種〔ウ〕の小売店同士の協力によるボランタリー・チェーンのタイプと、異種〔エ〕の小売店同士が協力する〔オ〕活動のタイプに分かれる。

【語 群】

- | | | |
|-------------|----------|-----------|
| 1. 商 店 街 | 5. 垂 直 的 | 9. 商 圈 |
| 2. コングロマリット | 6. 同 業 | 10. 水 平 的 |
| 3. 異 業 | 7. 結 束 | |
| 4. 競 争 | 8. 百 貨 店 | |

272603 解答： 7 10 6 3 1

222603 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

小売業の〔ア〕には、販売領域を異にする〔イ〕の〔ウ〕や、販売領域を同じくする〔エ〕の〔オ〕活動などがある。

【語 群】

- | | | |
|----------------|-----------------|-------------|
| 1. 製 造 業 | 5. 商 店 街 | 9. 異 種 異 業 |
| 2. 同 業 同 種 | 6. 垂 直 的 組 織 化 | 10. 大 規 模 店 |
| 3. 下 請 け | 7. 系 列 化 | |
| 4. 水 平 的 組 織 化 | 8. コーペラティブ・チェーン | |

222603 解答： 4 2 8 9 5

232606 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

多数の小規模小売店舗が〔ア〕としての独立性を保ちながら、その〔イ〕のいくつかの部分については〔ウ〕と〔エ〕の原理にもとづいて活動する組織を〔オ〕という。

【語 群】

- | | | |
|--------------|-----------------|-----------------|
| 1. ボランティアリズム | 5. フランチャイズ・チェーン | 9. 企 業 |
| 2. フィランソロフィー | 6. 分 業 | 10. ボランタリー・チェーン |
| 3. 経 営 | 7. 営 利 | |
| 4. 非 営 利 | 8. 協 業 | |

232606 解答： 9 3 (6 8) 10

422106 次の文章は、ボランティアチェーン（VC）の特徴について述べている。
文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

VCとは、複数の中小小売業などが自己の店舗（経営）の〔ア〕を保持した状態で〔イ〕
に集まり、仕入やPB商品の〔ウ〕などの部分的な小売機能を共同、もしくは〔エ〕する
チェーン形態のことであり、〔オ〕などと呼ばれている。

- 【語群】
- | | | |
|------------|---------------|-----------|
| 1. 強 制 的 | 5. 自発的連鎖店 | 9. 任 意 的 |
| 2. 分 権 | 6. 市 場 規 模 | 10. 協 業 化 |
| 3. 人 事 権 | 7. 商 品 開 発 | |
| 4. 独 立 形 態 | 8. コーポレートチェーン | |

422106 解答： 4 9 7 10 5

382105r 次の文章は、ボランティア・チェーン(VC)について述べている。
文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

VCは〔ア〕などと呼ばれる。一般社団法人日本ボランティア・チェーン協会によると、
VCとは「異なる経営主体同士が〔イ〕して、〔ウ〕を多数の店舗において展開すると同時
に、〔エ〕などを本部に集中することによって組織のイをはかり、強力な管理のもとで、
仕入や販売などに関する戦略が集中的に〔オ〕される仕組みとその運営」と定義されてい
る。

- 【語群】
- | | | |
|----------|--------------|-----------|
| 1. システム化 | 5. 分 離 | 9. プログラム化 |
| 2. 任意連鎖店 | 6. 人 事 | 10. 仕入機能 |
| 3. 販売機能 | 7. レギュラーチェーン | |
| 4. 結 合 | 8. 情 報 | |

382105r 解答： 2 4 3 8 9

412110 次の文章は、一般財団法人日本ボランティアチェーン協会が定める
ボランティアチェーン（VC）の経営原則について述べている。
文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、
答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。（10点）

一般財団法人日本ボランティア協会は、4つの経営原則を定めている。

- ①〔ア〕の原則…VCの経営においては、加盟店の繁栄のために、本部および加盟店によ
る積極的な活動が必要とされる。
②〔イ〕の原則…VCは、チェーン本部の強力な支援・指導のもとに結合システムの経済
的利益を追求する組織である。
③〔ウ〕の原則…各加盟店の〔エ〕を尊重し、加盟店同士の過度な競合をできる限りウす
る。
④地域社会への貢献の原則…地域顧客の満足をより高めて、地域社会とともに生きること
によってのみ〔オ〕が可能になる。

- 【語群】
- | | | |
|------------|----------|---------------|
| 1. 利 益 性 | 5. 調 整 | 9. 商 圏 |
| 2. 共 同 | 6. 仕 入 先 | 10. 永 続 的 繁 栄 |
| 3. 連 携 | 7. 収 益 性 | |
| 4. 目 標 達 成 | 8. 調 和 | |

412110 解答： 2 1 5 9 10

<フランチャイズチェーンとボランタリーチェーン>

352103 次の文は、フランチャイズチェーンとボランタリーチェーンの共通点と相違点について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

共通点として、チェーンオペレーションによる〔ア〕のメリットを追求する組織化された小売業であることや、〔イ〕の多くの小売店によって組織形成されていることなどがあげられる。

相違点として、フランチャイズチェーンは、本部と加盟店がパッケージ化された〔ウ〕で成立していて、原則として加盟店が〔エ〕に参画していない。これに対し、ボランタリーチェーンは、加盟店の〔オ〕な意思にもとづいて組織が結成されており、ウが比較的緩やかで、加盟店オーナー自身がエに参画できることなどがあげられる。

【語 群】

- | | | |
|------------|-------------|-------------|
| 1. 立 地 | 5. 自 発 的 | 9. 契 約 関 係 |
| 2. 独 立 資 本 | 6. 規 模 | 10. 同 一 資 本 |
| 3. 大 資 本 | 7. スーパーバイザー | |
| 4. グローバル | 8. 本 部 経 営 | |

352103 解答： 6 2 9 8 5

342604 次の文中の〔 〕の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで、答案用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。(10点)

ボランタリーチェーンは多数の小規模小売業が企業としての〔ア〕を保ちながらも、ひとつの組織体として共同活動を行うチェーン組織形態である。

チェーン本部組織を〔イ〕が主宰してイの取引先の〔ウ〕に参加を呼びかけて構成するものと、ウ同士が集まって組織するものがある。

ボランタリーチェーンとフランチャイズチェーンの大きな違いは、フランチャイズチェーン」本部が加盟店を勧誘して〔エ〕によって関係が成立しているのに対し、ボランタリーチェーンは加盟店が〔オ〕に組織を結成し、加盟していることである。

【語 群】

- | | | |
|--------------|-----------|------------|
| 1. 契 約 | 5. 自 発 的 | 9. 商店街振興組合 |
| 2. 独 立 性 | 6. 卸 売 業 | 10. 協 議 |
| 3. レギュラーチェーン | 7. 第三セクター | |
| 4. 標 準 的 | 8. 小 売 業 | |

342604 解答： 2 6 8 1 5

852103 次のア～オは、ボランティアチェーン（VC）本部と加盟店の関係について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。（15点）

- ア VCは、複数の中小小売業などが経営の独立を保持した状態で組織化され、共同化あるいは協業化するチェーンストア形態である。
- イ VCに加盟する小売業は、自店の屋号・商号ではなく、本部の屋号・商号を掲げて店舗営業する必要がある。
- ウ VCがスケールメリットを追求するためには、VC本部への仕入集中率を高める必要がある。
- エ VCは、主に共同仕入を本部で管理運営することにより、多数の店舗を組織化し、専門的な管理の下で戦略を展開している。
- オ 加盟店の販売データや地域ごとの販売動向データなどの情報管理は、VC本部の基本的な機能である。

852103 解答： 1 2 1 1 1

392102 次のア～オは、組織小売業について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。（10点）

- ア レギュラーチェーンとボランティアチェーンの共通点として、チェーンオペレーションによる規模の経済性を追求する組織小売業の形態であることがあげられる。
- イ ボランティアチェーンとフランチャイズチェーンの共通点として、資本的に独立した複数の小売店によってチェーン組織が形成されていることがあげられる。
- ウ ボランティアチェーンとフランチャイズチェーンの共通点として、本部と加盟店がパッケージ化された契約関係をもとにして、一般的に加盟店は本部経営には参画しないことがあげられる。
- エ ボランティアチェーンとフランチャイズチェーンの共通点として、共同の努力によって垂直的統合の利益を追求することがあげられる。
- オ ボランティアチェーンとフランチャイズチェーンの相違点として、ボランティアチェーンは本部が加盟店の横のつながりを促進しているのに対して、フランチャイズチェーンでは基本的に横のつながりは促進されていない。

392102 解答： 1 1 2 2 1

442104 次のア～オは、ボランティアチェーン（VC）とフランチャイズチェーン（FC）についての一般的な共通点および相違点について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。（15点）

- ア VCとFCは、本部と加盟店の双方が、規模の経済性を追求できるという共通点がある。
- イ VCとFCは、加盟店のオーナー自らが本部の経営に参加しているという共通点がある。
- ウ VCとFCは、本部が加盟店による独自の仕入や店舗運営を尊重している。
- エ VCの本部と加盟店が同一資本であるのに対して、FCの本部と加盟店は資本的に独立した関係という相違点がある。
- オ FCは地区別集會など加盟店同士の横のつながりがあるのに対し、VCには基本的に横のつながりはない。

442104 解答： 1 2 2 2 2

802104 次のア～オは、ボランタリーチェーンについて述べている。

正しいものには1を、誤っているものには2を、答案用紙の
所定欄にマークしなさい。(15点)

ア フランチャイズチェーン(FC)が規模のメリットを追求する営利組織であるのに対し、VCは加盟店を指点する非営利組織である。

イ VCとFCの共通点は、資本的に独立した多くの小売店によって連鎖組織が形成されていることである。

ウ 加盟店のオーナー自らが、VC本部の経営に参加することはできない。

エ VCでは、地区別集會や各種委員会などを設置して、加盟店同士の横のつながりを尊重している。

オ VCの加盟店は契約パッケージの範囲内でしか本部からメリットを受けることはできない。

802104 解答： 2 1 2 1 2

<組織小売業全般>

402102 次のア～オは、組織小売業について述べている。正しいものには1を、
誤っているものには2を、答案用紙の所定欄にマークしなさい。(10点)

ア フランチャイズチェーンにおいて加盟店の経営指導を行う本部社員のことを、一般的にスーパーバイザーと呼ぶ。

イ ボランタリーチェーンでは、本部が仕入先の決定権限を有するのに対して、フランチャイズチェーンでは、その加盟店が仕入先の決定権限を有する。

ウ フランチャイズチェーンとボランタリーチェーンの相違点は、前者が資本的に単一の企業であるのに対して、後者は資本的に独立した複数の企業から構成されている。

エ 平成19(2007)年商業統計調査における小売業の事業所数のうち、フランチャイズチェーンまたはボランタリーチェーンに加盟している割合は、構成比で10%弱となっている。

オ 生協(COOP)への加入時には出資金が必要であり、出資金の性格は、生協全体の財産であると同時に、組合員の共有の財産である。

402102 解答： 1 2 2 1 1

※生協は、VCと同様な仕組みを、消費者レベルで構成したものであるため、従前は組織小売業として分類されていました。