

本サンプル問題の著作権は日本商工会議所に帰属します。

また、本サンプル問題の無断転載、無断営利利用を厳禁します。本サンプル問題の内容や解答等に関するお問い合わせは、受け付けておりませんので、ご了承ください。

それぞれの問題の参考となるハンドブックのページを記載していますのでご参照ください。

2 級 ① 小売業の類型

1. 次の各問について、正しいものには○を、誤っているものには×を選びなさい。

第1問 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、輸送や荷役の合理化・効率化のために輸送時の荷姿などを標準化したもので、大きく分けてコンテナリゼーションと、サードパーティロジスティクスがある。

第2問 リーガンの仮説は、小売業の発展を、①単一結合型の段階、②複合結合型の段階、③全面結合型の段階の3段階に分け、提供される製品と小売サービスの組合せで説明している。

第3問 アメリカのチェーンストアの組織は、①専門化、②責任と権限の明確化、③命令系統の統一化、④管理・調整範囲の確定、⑤店舗運営責任の決定、の5つの原則を順守し、多数の店舗を広域的に運営している。

第4問 消費者のライフスタイルの変化に合わせてスーパーマーケットが追求すべき利便性としては、「鮮度管理システム」から「商品保存短縮機能」へと、“保存”という概念を打破することが重要である。

第5問 コープネットは、1都7県の会員生協が各々の機能をコープネットに統合して規模のメリットを生み出し、組合員の暮らしに役立ち続けられる生協事業の発展強化を目指している。

第1問	第2問	第3問	第4問	第5問
上巻 p.9 第1章第1節(2)②iii)	上巻 p.14-15 第1章第2節 2-4	上巻 p.31 第2章第1節 1-2(1)	上巻 p.68 第3章第4節 4-2(3)	上巻 p.87 第3章第9節 9-2(2)

2. 次の各問の【 】の部分にあてはまる答えとして、最も適当なものを選択肢から選びなさい。

第1問 物流活動の主体は、荷主企業と物流専門企業に分けられ、後者には、荷主から輸送機能を委託される企業、【 】を委託される企業、両者を一括して委託される企業がある。

1. 購買機能 2. 保管機能 3. 仕入機能 4. 危険負担機能

第2問 グローバルリテラーが日本市場参入に当たっての主要課題として挙げられる【 】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。

1. センター納品 2. 店舗網の拡大 3. 流通基盤の整備 4. ローカライズ

第3問 総合品ぞろえスーパーは、利益部門の強化に乗り出す一方、不採算部門については直営の売場をテナントへの【 】に切り替えて、店舗運営の効率化によるコストダウンをはかる例がみられる。

1. 経営指導 2. 一括統合 3. 人材派遣 4. 賃貸借契約

第4問 チェーンオペレーションを基軸に運営するドラッグストアにおける企業の組織的特徴は、店舗に調剤部門、チェーン本部に【 】部門を設けていることである。

1. 学術 2. 利益 3. CRM 4. 生活関連

第1問	第2問	第3問	第4問
上巻 p.7 第1章第1節 1-2(2)	上巻 p.20-21 第1章第3節 3-2(1)	上巻 p.64-65 第3章第3節 3-3	上巻 p.76 第3章第6節 6-2(2)

2級 ② マーチャンダイジング

1. 次の各問について、正しいものには○を、誤っているものには×を選びなさい。

- 第1問 チェーンストアのマーチャンダイジング・サイクルにおいて、本部の商品担当者は、商品カテゴリーごとに選定した仕入先企業の営業担当者と具体的な条件交渉を行うのが一般的である。
- 第2問 小売業が商品計画立案において、売上高や営業利益率など、商品カテゴリー別経営数値の目標を高い精度で予測するために重要なのは、過去、現在の延長線上での活動状況から予測することである。
- 第3問 売上高がゼロの場合は、固定費相当額が損失となるが、売上高が発生・増加すると限界利益も発生・増加し、やがて固定費と限界利益が同額になり、このときの売上高が損益分岐点である。
- 第4問 消化仕入は、小売業の売場において商品が売れたときに、売れた分の商品だけを仕入れて販売したこととみなすことから「売上仕入」ともいう。
- 第5問 ECRとは、小売業から在庫情報を受けたサプライヤーが自動的に商品の補充量を決定できるようにした情報サービス業のサービスプログラムのことである。

第1問	第2問	第3問	第4問	第5問
上巻 p.95 第1章第2節 (1)④	上巻 p.102 第2章第1節 1-1③	上巻 p.132 第3章第3節 3-3(2)④	上巻 p.138 第4章第2節 2-1(2)①	上巻 p.212 第7章第2節欄外

2. 次の各問の【 】の部分にあてはまる答えとして、最も適当なものを選択肢から選びなさい。

- 第1問 生活体系型商品分類とは、異なった【 】の商品であっても、たとえば、用途が同じであれば、その用途の切り口で同一カテゴリーに編入して、同一ディスプレイゾーンで展開する分類方法のことである。
1. シーン 2. 予算 3. ブランド 4. カラー
- 第2問 カテゴリーマネジメントは、①メインターゲットの設定、②カテゴリーの定義と役割の設定、③【 】の作成、④サプライヤーとのパートナーリング、⑤業績の評価・分析、の順で進められる。
1. 商品計画 2. 仕入計画 3. 購買促進企画 4. 棚割表
- 第3問 予算統制による販売価格差異において、不利な結果（不利差異）となった場合、その差異の一般的な原因としては、「市場での価格競争激化」「【 】が不適切」などが挙げられる。
1. 設備投資 2. 目標利益 3. 広告宣伝 4. 割引政策
- 第4問 小売業の利益計画において、損益分岐点比率は次の計算式で求めることができる。

$$\text{損益分岐点比率 (\%)} = \text{【 } \quad \text{】} \times 100 (\%)$$

1. $\frac{\text{損益分岐点}}{\text{売上高}}$ 2. $\frac{\text{変動費}}{\text{売上高}}$ 3. $\frac{\text{固定費} + \text{目標利益}}{\text{限界利益率}}$ 4. $1 - \text{変動比率}$

第5問 プライスライン政策は、売れない商品を他のプライスラインに移動させることによって、値下の【 】がはかれるというメリットがある反面、慣習的価格設定にある商品の価格を途中で大きく変更することが難しいというデメリットもある。

1. 単純化 2. 標準化 3. 厳密化 4. 細分化

第1問	第2問	第3問	第4問	第5問
上巻 p.114-115 第2章第2節 2-3(2)	上巻 p.124 第3章第2節(3) 図 3-2-1	上巻 p.130 第3章第3節 3-2(5)②	上巻 p.132 第3章第3節 3-3(2)④ 計算式④	上巻 p.160 第5章第1節 1-3(2)③

2級 ③ ストアオペレーション

1. 次の各問について、正しいものには○を、誤っているものには×を選びなさい。

第1問 小売業が本業によって稼ぎ出す“儲け”を表す指標である営業利益は、売上総利益を高めるか、販売費及び一般管理費を抑えることで向上する。

第2問 クロスマーチャンダイジングとは、主商品と副商品をセットにして1つの売場に並べ、同時購買の確率を高めるディスプレイ技術のことである。

第3問 戦略的ディスプレイの実施方法における売場づくりの基本は、商品を補充する「フロー」の回転が速く、少ない在庫で運営する、専門化の原則を維持することである。

第4問 小売店における人件費は、自店の利益を増減させる重要な要素であり、この人件費は、従業員1人当たり、1時間当たりの作業内容である労働分配率と直接関係している。

第1問	第2問	第3問	第4問
下巻 p.4 第1章第1節	下巻 p.4 第1章第1節(1)欄外	下巻 p.48 第2章第1節 1-2(3)	下巻 p.64 第3章第1節 1-1(1)

2. 次の各問の【 】の部分にあてはまる答えとして、最も適当なものを選択肢から選びなさい。

第1問 コーディネート陳列は、マーチャンダイジングと切り離せないディスプレイであり、流行や商品の持っている機能や用途を考慮し、それぞれの【 】に合うようコーディネートすることが重要である。

1. 価格帯 2. 顧客ニーズ 3. 購買頻度 4. 補充商品

第2問 棚卸ロス（品減り）の原因には、万引によるもの、商品と伝票の不一致によるもの、不適正な【 】などがある。

1. 管理日報 2. 在庫コントロール 3. 陳列方法 4. 品出し作業

第3問 買回品や専門品などの商品を購入する際、顧客は「A（注目）→I（【 】）→D（欲望）→M（記憶）→A（行動）」にもとづくプロセスをたどるのが一般的といわれており、VMDの展開においてはこの原則に従い展開することが望ましい。

1. 想像 2. 品目 3. 興味 4. 比較

第4問 小売業におけるパートタイマーやアルバイトの活用のメリットには、①人件費が正規社員に比べて安い、②正規社員と違い「期間を定めた【 】」を結ぶことができる、などがある。

1. 雇用契約 2. 就業規則 3. 労働協約 4. 継続的取引契約

第1問	第2問	第3問	第4問
下巻 p.22 第1章第4節 4-2③	下巻 p.25 第1章第5節(1) 図 1-5-1	下巻 p.59-60 第2章第3節(2)②③	下巻 p.69 第3章第2節 2-1(2) 表 3-2-1

2級 ④ マーケティング

1. 次の各問について、正しいものには○を、誤っているものには×を選びなさい。

第1問 マーケティングの4大要素である「プレイス」は、メーカーの場合は、自社の製品を販売する流通のルート設定およびその管理が該当する。

第2問 小売業のマーケティングミックスにおいて「プロモーション」は、地域の購買需要を喚起する必要性から、マス媒体を利用した広域的な広告展開やセールスパーソンによる流通組織への人的販売活動などを主体としている。

第3問 市場調査における観察法は、店内での顧客の購買行動や、自宅における商品の利用実施に関する情報を電話で収集する方法である。

第4問 フロアマネジメントは、主通路と副通路における販売効率の比較やゴンドラエンドの位置の評価などを顧客心理の観点から分析し、望ましいフロアレイアウトを構成することが主な役割となる。

第5問 デシル分析は、購入金額の高い順に顧客を10通りに分割し、顧客構成比と売上構成比の関係を分析する手法である。

第1問	第2問	第3問	第4問	第5問
下巻 p.106 第1章第1節(1)	下巻 p.107 第1章第1節(4)	下巻 p.157 第3章第2節 2-4(2)	下巻 p.194 第4章第3節(1)	下巻 p.209 第5章第2節(2)欄外

2. 次の各問の【 】の部分にあてはまる答えとして、最も適当なものを選択肢から選びなさい。

第1問 小売業の4Pを組み合わせたマーケティングミックスの実施においては、【 】が中心的要素となる。

1. ストアアロケーション 2. セールスプロモーション 3. 商品化政策 4. 価格政策

第2問 商圈調査の目的は、「【 】の把握」、「商圈特性の把握」、「競争状況の把握」の3つの構成要素からなる。

1. 業態特性 2. 立地条件 3. 交通環境 4. 需要可能性

第3問 インターネット広告は、その広告が表示される回数を表す【 】や、クリック数による広告効果の詳細な情報が得られるため、広告効果の測定が容易であるという特性がある。

1. ビッグデータ 2. インプレッション数 3. オムニチャネル 4. アフィリエイト

第4問 インストアプロモーションにおいて提供することができる景品類の最高額は、【 】によって規定されているので注意が必要である。

1. 特定商取引法 2. 不当景品類及び不当表示防止法 3. 独占禁止法 4. 消費者基本法

第5問 ワントゥワンマーケティングは、【 】の維持と顧客シェアの拡大を、情報システム技術を活用したマスカスタマイゼーションによって実現することがねらいである。

1. 既存顧客 2. 新規顧客 3. 潜在顧客 4. 浮動客

第1問	第2問	第3問	第4問	第5問
下巻 p.108 第1章第1節(5)	下巻 p.136 第2章第2節(1) 図 2-2-1	下巻 p.182 第4章第1節(4)欄外	下巻 p.189 第4章第2節 2-2 (1)	下巻 p.210 第5章第2節(3)欄外

2級 ⑤ 販売・経営管理

1. 次の各問について、正しいものには○を、誤っているものには×を選びなさい。

第1問 売買の目的物に契約不適合があった場合には、買主は売主に対して追完請求や代金減額請求などができる。

第2問 特定商取引法は、訪問販売や通信販売などの取引類型において、事業者の利益を守るための法律である。

第3問 売価還元法を採用している場合、不明ロスの金額は、下記の式で求めることができる。
不明ロス高(原価) = {(帳簿期末商品棚卸高(売価) - 実地期末商品棚卸高(売価)) × 原価率}

第4問 経常利益 75 万円、総資本 500 万円の店舗の場合、総資本経常利益率は 13% である。

第5問 就業規則は、法律で定めた労働基準にもとづいて職場の規律を定めた基本ルールであり、常時 10 人以上の労働者を使用する企業は、その制定を労働基準法で義務づけられている。

第1問	第2問	第3問	第4問	第5問
下巻 p.224 第1章第1節(1)	下巻 p.266 第1章第3節 3-8(1)	下巻 p.292 第2章第2節 2-1(3)	下巻 p.317 第3章第3節(1)	下巻 p.338 第4章第2節 2-3(1)

2. 次の各問の【 】の部分にあてはまる答えとして、最も適当なものを選択肢から選びなさい。

第1問 契約は、口頭あるいは文書を問わず、どのような方式によって締結するのも原則として自由であるが、たとえば、【 】に関しては文書でなければ効力はない。

1. 労働協約 2. 売買契約 3. 契約の履行 4. 契約の解除

第2問 割賦販売法では契約内容に関する規制として、期限の利益を喪失させるためには、【 】以上の期間を定めて催告しなければならない義務を販売業者に課している。

1. 7 日 2. 10 日 3. 20 日 4. 30 日

第3問 自己資本比率は、資本の健全性を判断する指標であり、一般に【 】超がよいとされる。

1. 10% 2. 50% 3. 100% 4. 200%

第 4 問 ハーシーとブランチャードの S L 理論によれば、部下の成熟度が中程度に至るまでは指示を減らし、支援を増やしていくことが必要なので、【 】リーダーシップが適していることになる。

1. 指示的 2. 説得的 3. 参加的 4. 委任的

第 5 問 食品衛生責任者は、食品の製造・販売、処理、飲食などの食品を扱う営業所で、事業主の指示に従い食品の【 】を行う。

1. 衛生管理 2. 在庫管理 3. 廃棄物管理 4. 栄養管理

第 1 問	第 2 問	第 3 問	第 4 問	第 5 問
下巻 p.223 第 1 章第 1 節 1-1(1)	下巻 p.261 第 1 章第 3 節 3-7(2)②	下巻 p.322 第 3 章第 4 節(2)	下巻 p.360 第 4 章第 3 節 3-3(2)	下巻 p.368-369 第 5 章第 2 節(3)