

# I. 小売業の類型

---

## 第1問 (テーマ7)

ア - 1 イ - 2 ウ - 2 エ - 1 オ - 1

イ ボランタリーチェーンでは、本部の利益は加盟店に還元されます。

ウ 本部が加盟店からロイヤルティを受け取るのはフランチャイズチェーンです。

## 第2問 (テーマ1)

ア - 2 イ - 1 ウ - 1 エ - 2 オ - 2

ア 商業統計調査では、年間販売額の半分以上を最終消費者に販売している場合、小売業と定義しています。

エ サービスの特徴のうち、提供者によって品質が異なることを「異質性」といいます。

オ 経済が発展して、経済活動の中心がサービス業に移ることを「ペティ＝クラークの法則」といいます。

## 第3問 (テーマ11)

ア - 1 イ - 2 ウ - 2 エ - 1 オ - 2

イ 主にセルフサービス方式で販売しています。

ウ マス・マーチャндаイジングやマス・プロモーションを基本とします。

オ 今後は、消費者視点に立ったマインドシェアの追求が求められています。

## 第4問 (テーマ13、テーマ14)

ア - 1 イ - 2 ウ - 1 エ - 1 オ - 1

イ ホームセンターは、年間商品販売額と就業者数が共に減少しています。

## 第5問 (テーマ19)

ア - 1 イ - 1 ウ - 2 エ - 2 オ - 2

ウ コンビニエンスストアの事業所数が増えています。

エ コンビニエンスストアの就業者数は増加しましたが、総合スーパーの就業者数は減少しました

オ 専門店（特に住関連）や総合スーパー、百貨店の就業者数は減少しましたが、ドラッグストアの就業者数は増加しました。

第6問 (テーマ16)

ア - 2 イ - 1 ウ - 1 エ - 1 オ - 2

ア 国際チェーンストア協会では、チェーンストアを「単一資本で11店以上の店舗を直接経営管理する小売業、または飲食業の形態」と定義しています。

オ 仕入に責任をもつ商品担当部門や、店舗の施設や販売・サービスの店舗支援に責任をもつ店舗管理部門があります。

第7問 (テーマ6)

ア - 2 イ - 7 ウ - 1 エ - 10 オ - 9

メーカー(製造業)が最終消費者に直接販売するダイレクトマーケティングの流通経路政策を、直接流通チャンネルという。

メーカーから、卸売業や小売業(流通業)を経由して最終消費者に販売する流通経路政策のうち、なるべく多くの流通業を自由に経由するものを開放的流通チャンネル政策といいます。一般的に経由する流通業を少なくすると、メーカーのコントロールが強くなります。

自社の商品販売を有利にするための流通系列化の政策のうち、メーカー希望小売価格の設定をするものが建値制であり、取引高などに応じた返金をリベートといいます。

第8問 (テーマ17)

ア - 6 イ - 8 ウ - 2 エ - 1 オ - 10

中小企業基本法では、資本金が5,000万円以下ならびに従業員が50人以下の会社および個人の小売業を中小小売業としている。

商店街のうち、自転車・バス来街で最寄品と買回品混在のものを地域型という。

『平成21年度商店街実態調査報告書』によると、衰退傾向の原因で最も多いのは「後継者難」であり、魅力ある店舗への取組みで最も多いのは「店舗改装や店内レイアウト変更」である。

## II. マーチャンダイジング

---

### 第1問 (テーマ8、テーマ9)

ア - 2 イ - 1 ウ - 2 エ - 2 オ - 2

ア 販売計画にもとづき、仕入計画を作成します。

ウ 1個あたりの仕入原価を引き下げることができ、発注回数が減少するため事務手続きの簡略化や経費を低減できるのは、大量仕入です。

エ 仕入1回あたりの支払金額が少なく、資金面で有利なのは、随時仕入です。

オ 店舗ごとに地域特性に合った品ぞろえができるのは、店舗ごとの独自の仕入方式です。

### 第2問 (テーマ2)

ア - 1 イ - 1 ウ - 1 エ - 2 オ - 1

エ 機能が発揮される程度が性能です。

### 第3問 (テーマ1)

ア - 2 イ - 1 ウ - 2 エ - 2 オ - 1

ア サービスや権利、情報は商品に含まれます。

ウ 二次品質は、その商品が消費者の生活スタイルや感性に合っているかを示すものです。

エ 三次品質は、流行性やブランド性など、社会的評価に関わるものです。

### 第4問 (テーマ17、テーマ18)

ア - 1 イ - 1 ウ - 1 エ - 2 オ - 2

エ 仕入原価800円、値入高200円の場合、売値値入率が20%で原値値入率が25%です。

売値 = 仕入原価800円 + 値入高200円 = 1,000円

売値値入率 = 値入高200円 ÷ 売値1,000円 × 100 = 20 (%)

原値値入率 = 値入高200円 ÷ 仕入原価800円 × 100 = 25 (%)

オ 税抜価格は9,500円の商品の税込価格は9,975円です。

税抜価格9,500円 × (1 + 税率5%) = 9,975円

第5問 (テーマ4)

ア - 1 イ - 1 ウ - 2 エ - 2 オ - 1

ウ コンビニエンスストアでは、1品目あたりの在庫量が少ないのが特徴です。

エ コンビニエンスストアでは、発注回数や発注時間帯が決められた定期発注システムを採用しています。

第6問 (テーマ3)

ア - 1 イ - 2 ウ - 1 エ - 1 オ - 2

イ 商品が余りすぎていないか、足りなくなっていないかを把握し、その原因を検討するのは在庫管理です。何がよく売れているのか、あまり売れていない商品は何かを把握し、その原因を検討するのは販売管理です。

オ EDIは、標準化されたルールにもとづいてデータを交換します。

第7問 (テーマ12)

ア - 4 イ - 5 ウ - 2 エ - 9 オ - 7

過剰在庫によって資金の流れが悪くなります。過少在庫によって欠品(品切れ)が発生し、販売機会ロスにつながります。

在庫管理の方法は、金額による在庫管理(ダラーコントロール)と数量による在庫管理(ユニットコントロール)の2つがあります。

商品回転率は、一定期間の売上高に対し、平均在庫高が何回転するかで表されます。

第8問 (テーマ11)

ア - 8 イ - 6 ウ - 3 エ - 9 オ - 4

小売業の物流の基本機能のうち、仕入先から店舗に商品を届けるための仕入商品に関する物流を調達物流といい、小売店と顧客との商品の受け渡しに関する物流を販売物流といいます。

小売業では、必要なものを、必要なときに、必要な量だけ、必要な場所に納入する“ジャスト・イン・タイム物流”が定着しています。

“ジャスト・イン・タイム物流”を可能にするため、物流センターには、自動倉庫機能や、配送先ごとに商品をまとめる作業を自動化する自動仕分け機能があります。

## III. ストアオペレーション

---

### 第1問 (テーマ2)

ア-1 イ-2 ウ-1 エ-1 オ-1

イ 電子マネーには、プラスチックカードにICチップが埋め込まれた「ICカード型電子マネー」と、携帯電話にICチップを内蔵した「おサイフケータイ」があります。

### 第2問 (テーマ14、テーマ15)

ア-2 イ-1 ウ-1 エ-1 オ-2

ア 人時生産性＝粗利益高÷総労働時間です。

オ ベテラン社員が実際の仕事を通じて作業を教える従業員教育方法はOJTです。

### 第3問 (テーマ17)

ア-2 イ-2 ウ-2 エ-1 オ-2

ア 接客販売の基本的プロセスは「待機」から始まり、「お見送り」で終わります。

イ 商品をじっと見ているときや商品に手を触れたときはアプローチのタイミングです。

ウ 商品提示では、実際に商品を使う姿を連想させることで、顧客の「欲望」を刺激します。

オ 金銭授受では、買上げ金額、預かり金額、つり銭の確認を声に出しながら正確に行います。

### 第4問 (テーマ18)

ア-1 イ-1 ウ-1 エ-2 オ-2

エ 顧客に適した商品を見つけるためには、顧客ニーズを聞き出す「聞き上手」になることを心掛けます。

オ カウンセリングとは、問診形式で顧客のニーズを探りながら、ニーズを満たせる商品選択を手助けすることです。

### 第5問 (テーマ10)

ア-2 イ-1 ウ-2 エ-2 オ-2

ア お祝いのお返しの表書きは「内祝」と書き、弔事のお返しでは「志」と書きます。

ウ 結婚式のお祝いの場合の水引きの結び方は結び切りです。

エ 快気祝いの場合の水引きの結び方は結び切りです。

オ 弔事の場合の水引きの結び方は結び切りです。

第6問 (テーマ12)

ア - 1 イ - 1 ウ - 1 エ - 1 オ - 2

オ レジ前陳列は、衝動買いを促す効果があります。

第7問 (テーマ7)

ア - 1 イ - 6 ウ - 10 エ - 2 オ - 4

「包装とは、物品の輸送、保管などにあって、価値および状態を保護するために適当な材料、容器などを物品に施す技術および施した状態」と日本工業規格で規定されています。

包装のうち、商品本体そのものを入れる容器で商品個々の価値を高める包装を個装といい、個装を外部圧力から守る包装を内装といいます。

第8問 (テーマ13)

ア - 7 イ - 2 ウ - 6 エ - 3 オ - 9

ファッション衣料のディスプレイには次のポイントがあります。

- ・カラーコーディネートでは、遠くからでも目立つように暖色系の目立つ色を使います。
- ・ディスプレイ・パターンのうち、商品を畳んで見せるものをフォールドといいます。
- ・什器備品には、頭部を彫刻したスカルプチュアマネキンや、上半身ボディマネキンのトルソーがあります。
- ・ショーウィンド陳列では、顧客が興味を持つように季節感や話題性などを意識して、総合的演出を行います。

## IV. マーケティング

---

### 第1問 (テーマ10)

ア - 1 イ - 1 ウ - 2 エ - 2 オ - 2

ウ 販売促進活動は商品計画と連動して行います。

エ 広告やパブリシティはプル戦略です。

オ 人的販売やインスタマーチャンダイジングはプッシュ戦略です。

### 第2問 (テーマ12)

ア - 2 イ - 2 ウ - 2 エ - 1 オ - 2

ア POP広告は、セルフサービス方式の店舗で多く活用されています。

イ チラシ広告は、来店客数増加によって売上高を増やす手法です。

ウ POP広告は、買上点数増加によって売上高を増やす手法です。

オ 商品名、規格、売価、単価などは顧客向けです。商品部門、発注コード、発注単位などは従業員向けです。

### 第3問 (テーマ15)

ア - 1 イ - 2 ウ - 2 エ - 1 オ - 1

イ 競争店調査では、競争店の良い点を見つけ出し、自店の改善や顧客満足に結びつけることが大切です。

ウ 競争店調査は、定期的かつ継続的な調査が必要です。

### 第4問 (テーマ4)

ア - 2 イ - 1 ウ - 1 エ - 1 オ - 1

ア 売上志向の経営では、市場シェアの拡大を狙って売上を追及します。

### 第5問 (テーマ17)

ア - 2 イ - 2 ウ - 1 エ - 1 オ - 2

ア まったく新しい発想で、ストアコンセプトから販売スタッフの意識改革までを含め、小売店経営の仕組みを抜本的に変えることは、リモデリング（全面改装）です。

イ 顧客導線の流れを一方にする設計をワンウェイ・コントロールといいます。

オ ストアデザインは、ストアコンセプトにもとづいて店舗の内装などを表したスケッチです。

第6問 (テーマ18)

ア - 1 イ - 2 ウ - 2 エ - 2 オ - 1

イ 天井や壁面の反射光で照らす照明を間接照明といいます。

ウ 色温度が高いと青白く、低いと赤みを帯びた光になります。

エ LED電球には、省電力・長寿命で食品やお酒の品質劣化が少ないという特徴があります。

第7問 (テーマ3)

ア - 5 イ - 10 ウ - 3 エ - 8 オ - 9

マーケティングリサーチには、市場と需要の分析、販売効率の分析、環境の分析の視点がある。

市場と需要の分析では、売れ筋商品・死に筋商品を明らかにする商品の分析や消費者の分析、購買行動の分析など、市場の状況を分析する。

環境の分析では、競争店の戦略や顧客層を分析する競争の分析や景気の分析など、経営に影響を与える外部要因を分析する。

第8問 (テーマ1)

ア - 7 イ - 3 ウ - 1 エ - 2 オ - 10

小売業のマーケティングでは、ライフスタイルを提案し、積極的な販売促進により顧客の購買意欲を高めるとともに、競合店との差別化戦略をとらなければなりません。

メーカーは不特定多数の消費者を標的とするマス・マーケティングを行います。販売エリアは全国的、または国際的になることが多く、ブランドシェアの拡大を狙います。継続的、計画的な新商品の開発や、テレビCMを中心としたプロモーションが行われます。



## V. 販売・経営管理

---

### 第1問 (テーマ2)

ア - 1 イ - 1 ウ - 1 エ - 2 オ - 1

エ 「お越しいただく」は「来る」の謙譲語Iです。

尊敬語は相手の行為を持ち上げます。謙譲語は自分の行為を引き下げます。

### 第2問 (テーマ5、テーマ8)

ア - 2 イ - 1 ウ - 2 エ - 2 オ - 2

ア ①のマークは、消費生活用製品安全法にもとづくものです。

ウ ③のマークは、日本工業規格にもとづくものである。

エ ④のマークは、紙製容器包装のリサイクルに関するものです。

オ ⑤のマークは、古紙の再生事業に関するものです。

### 第3問 (テーマ3)

ア - 2 イ - 1 ウ - 2 エ - 1 オ - 2

ア 「地域の小規模商店の保護」でなく、「周辺地域の生活環境の保持」です。

ウ 「経済産業大臣への届出」「都道府県知事の許可」です。

オ 「都道府県知事」でなく、「所轄税務署長」です。

### 第4問 (テーマ12、テーマ13、テーマ14)

ア - 2 イ - 2 ウ - 1 エ - 1 オ - 1

ア 企業の財政状態を明らかにするのは貸借対照表です。

イ 企業の経営成績を明らかにするのは損益計算書です。

### 第5問 (テーマ15、テーマ16、テーマ17)

ア - 1 イ - 1 ウ - 1 エ - 2 オ - 2

エ 上司に対するコミュニケーションの相談とは、疑問点や問題点を伝えることでよい解決策を導き出すことです。

オ 指揮命令系統の統一化の原則は、直接の上司の指示に従うものです。

第6問 (テーマ18)

ア - 1 イ - 1 ウ - 2 エ - 1 オ - 2

ウ クレジットカードによる決済では、後日にクレジット会社が顧客の契約口座から代金を回収します。

オ 電子マネーには、事前にチャージするプリペイド型と、支払いは利用後というポストペイ型があります。

第7問 (テーマ9)

ア - 2 イ - 7 ウ - 3 エ - 9 オ - 6

販売事務処理の4原則のうち、「ヨク」は、正確な処理であり、「ラクニ」(単純・簡単な処理)である。「ラクニ」について、事務処理はできるだけ標準化・単純化を進め、誰でも対応できることが求められる。

販売事務を販売管理のマネジメントサイクルの観点でみると、受注処理や売上処理は販売業務に関わる事務である。

複写式で一度に複数の異なる伝票を作成できるワンライティング・システムが普及している。

第8問 (テーマ14)

ア - 8 イ - 3 ウ - 9 エ - 6 オ - 2

「売上高 = 売上原価 + 売上総利益」です。

「期首商品棚卸高 + 純仕入高 = 期末商品棚卸高 + 売上原価」です。

ア 売上高 (85,800) = 売上原価 (51,350) + 売上総利益[ア]

売上総利益[ア] = 売上高 (85,800) - 売上原価 (51,350) = 34,450

イ 期首商品棚卸高 (7,800) + 純仕入高 (53,300) = 期末商品棚卸高 (7,670) + 売上原価[イ]

売上原価[イ] = 期首商品棚卸高 (7,800) + 純仕入高 (53,300) - 期末商品棚卸高 (7,670)  
= 53,430

ウ 期首商品棚卸高 (7,670) + 純仕入高 (53,950) = 期末商品棚卸高[ウ] + 売上原価 (53,820)

期末商品棚卸高[ウ] = 期首商品棚卸高 (7,670) + 純仕入高 (53,950) - 売上原価 (53,820)  
= 7,800

エ 期首商品棚卸高[ウ] + 純仕入高[エ] = 期末商品棚卸高 (8,840) + 売上原価 (52,000)

純仕入高[エ] = 期末商品棚卸高 (8,840) + 売上原価 (52,000) - 期首商品棚卸高 (7,800)  
= 53,040

オ 売上高[オ] = 売上原価 (53,300) + 売上総利益 (39,000) = 92,300