

第 39 回販売士検定試験 1 級 解答例

本解答例は、弊社独自で作成したものであり日本商工会議所の正式解答ではありませんので、解答例に関するお問合せには、お答えできません。ご了承ください。

株式会社パワーステーション

1. 小売業の類型

	ア	イ	ウ	エ	オ
第 1 問	8	2	4	1	6
第 2 問	2	6	5	8	3
第 3 問	9	1	2	7	4
第 4 問	2	1	1	1	1
第 5 問	5	8	1	10	7

第 6 問

市場環境面（下記より 2 つ）

進出国の人口が増加している。

進出国の経済成長が拡大・持続している。

進出国の小売市場が成長している。

進出国の市場競争が未発達。

進出国のインフラ整備が進展している。

進出国の消費者ニーズが国内と類似している。

法的規制面（下記より 2 つ）

進出国の関税や資本の自由化が進んでいる。

進出国の外国人就業者の規制緩和が進んでいる。

進出国の出店や営業規制が緩和されている。

外国企業への税制上の優遇措置が設けられている。

経営戦略面

地理的多角化により経営リスクが分散される。

地価の下落など魅力的な不動産投資の機会がある。

第 7 問

立地面

①ルーラルエリア（過疎地）に立地、②平屋でワンフロアの店舗構造、

③売場面積は 10,000 m²以上、④大規模駐車場を有している

商品面

①衣食住のフルライン構成、②日常生活必需品のトータル・アソートメント

価格面

①EDLP 政策の採用、

②ローコストオペレーション・システムによる絶対的低価格の実現

2. マーチャンダイジング

	ア	イ	ウ	エ	オ
第 1 問	7	10	3	5	9
第 2 問	1	1	2	1	2
第 3 問	5	6	1	4	7
第 4 問	5	8	3	6	2
第 5 問	1	1	2	2	2

第 6 問

- (1) 月別平均法とは、過去 3～5 年の月別売上高を集計し、それを 12 で割った月平均売上高で、各月の集計値を割って季節指数を求める方法。
- (2) 年々の季節変動パターンが似ており、しかも一時的変動などの不規則変動が少ないときに適している。

第 7 問

(1) 計算式 $3,000,000 \times 0.24 = 720,000$ 答え 720,000 円

(2) 計算式 $720,000 \div 4 = 180,000$
 $180,000 \div (1 - 0.4) = 300,000$ 答え 300,000 円

第 39 回販売士検定試験 1 級 解答例

3. ストアオペレーション

	ア	イ	ウ	エ	オ
第1問	8	6	3	5	4
第2問	2	2	1	2	2
第3問	1	2	7	5	3
第4問	1	2	2	2	2
第5問	3	6	7	9	1

第6問

(1)

に	カ	テ	ゴ	リ	一	の	基	準	策	定	に	あ	た	っ	て	は	、	一	般
食	商	品	の	品	種	を	単	位	と	す	る	小	売	業	が	多	い	が	、
に	多	く	の	品	目	(ア	イ	テ	ム)	が	含	ま	れ	る	の	で	、
品	種	を	基	準	と	し	て	商	品	の	販	売	や	管	理	を	行	う	の
で	は	、	そ	の	正	確	性	に	欠	け	る	こ	と	に	な	る	。	そ	の
た	め	、	品	種	を	さ	ら	に	サ	ブ	品	種	(サ	ブ	カ	テ	ゴ	リ
一)	へ	と	一	段	細	分	化	し	て	落	と	し	込	み	、	そ	れ	ら
を	単	位	と	し	て	マ	ネ	ジ	メ	ン	ト	す	る	必	要	性	が	生	じ
て	い	る	。																

(2) サブカテゴリー例 フルーツヨーグルト (ソフトヨーグルトでも可)
 アイテム例 ブルーベリーヨーグルト (他にアロエ、ストロベリー、白桃なども可)

※別解として「プレーンヨーグルトと無脂肪ヨーグルト (ローファット・ヨーグルト)」、
 「ハードヨーグルトとカップ入りヨーグルト」なども可。

第7問

(1) 計算式 $1,683,000 \text{ 千円} \div 15,000 \text{ 円} = 112,200$
 $112,200 \times 0.3 = 33,660$ $112,200 \times 0.7 = 78,540$

答え 社員 33,660 人時 パート 78,540 人時

(2) 計算式 $33,660 \div 2,000 = 16.83$ $78,540 \div 2,000 = 39.27$

答え 社員 17 人 パート 39 人

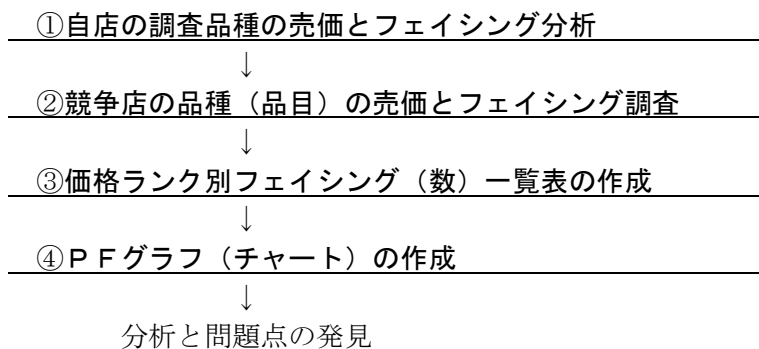
4. マーケティング

	ア	イ	ウ	エ	オ
第 1 問	1	4	5	8	6
第 2 問	2	1	2	2	1
第 3 問	6	1	7	8	3
第 4 問	6	8	2	9	10
第 5 問	2	2	1	2	2

第 6 問

- ① エクスターナル・マーケティングとは、外部の顧客を標的市場として、4 P からなるマーケティング・ミックスをもってアプローチしていく手法。
- ② インターナル・マーケティングとは、従業員を内部顧客と捉え、従業員満足度をあげることで顧客サービスの質を高め、顧客ロイヤルティを高める手法。
- ③ インタラクティブ・マーケティングとは、一方方向のマーケティングと異なり Web や電話など顧客の反応を引き出す双方向のマーケティング手法をいう。

第 7 問



5. 販売・経営管理

	ア	イ	ウ	エ	オ
第 1 問	2	1	1	2	1
第 2 問	7	9	5	3	10
第 3 問	2	1	1	2	1
第 4 問	4	1	7	5	3
第 5 問	4	7	10	9	8

第 6 問

- ① 利益の連単倍率＝連結の当期純利益÷個別の当期純利益
- ② 連結子会社と持分法適用会社が全体として利益を上げており、企業集団全体の利益獲得に貢献していることを意味する。
- ③ 親会社が高い利益を獲得している状態。
- ④ 連結子会社と持分法適用会社が全体として企業集団の利益獲得に貢献していないことを意味する。

第 7 問

- ① ハロー効果とは、何か 1 つよいと、何もかもよく評価してしまうように、部分的印象で全体評価を行うエラーのこと。
- ② 寛大化傾向とは、種々の思惑から、評価が甘くなり上位にシフトしてしまうエラーのこと。
- ③ 中心化傾向とは、評価するときにあまり優劣をつけず、評価が中央に集まってしまうエラーのこと。
- ④ 対比誤差とは、評価者自身の性格や能力や価値基準で、評価対象者を見ることによって生じるエラーのこと。
- ⑤ 近接誤差とは、評価要素が近くに配列されていたり、あるいは時間的に近いと、各評価要素の評定結果が類似してしまうエラーのこと。