

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ございませんので、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。

株式会社イーイノベーション

1. 小売業の類型

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

第 6 問

①発注から納品までのリードタイム短縮のシステムが多品種少量在庫の店舗運営に貢献する理由

多頻度少量在庫の店舗運営は欠品が生じやすくなるといった問題を抱えるが、リードタイムを短縮することで需要予測が容易になり、より精度の高い発注ができることから販売機会ロスが減少する。

②多頻度少量配送システムが多品種少量在庫の店舗運営に貢献する理由

従来のロット単位での取引や、品種毎配送では店頭在庫を圧縮できず、物流コストの問題も発生したがロットの小口化や共同配送等、多頻度少量配送により多品種少量在庫運営が行えるようになった。

第 7 問

フランチャイザーには、フランチャイジー拡大・顧客増加に伴うブランド価値向上のメリットがあり、フランチャイジーには、単独経営では得られないほどの信用を得る事が出来るというメリットがある。

フランチャイザーは営業拠点拡大に伴う投資をフランチャイジーが負担する為、投資負担が軽減されフランチャイジーは提供されるノウハウにより事業開発投資や失敗リスクが軽減される。

2. マーチャンダイジング

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

第 6 問

$$6 \div (1 - 0.25) \times 0.2$$

$$= 6 \div 0.75 \times 0.2$$

$$= 8 \times 0.2$$

$$= 1.6$$

答え 160%

第 7 問

①コストプラス方式とは
原価に一定のマーゲンを加えて売価を決定する方式。

どのような特性を持つ商品に適しているか
商品の売上高や回転率があまり変化しない商品に適している。

②損益分岐点分析による方式とは
損益分岐点分析を行い、総費用に目標利益を加えて価格を決定する方式

どのような適性を持つ商品に適しているか
原価が操業度や販売量により、かなり変化する商品に適している。

3. ストアオペレーション

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

第 6 問

①

特売と比べ特売用の販促費を削減できる事、特売用の準備や後処理が無い為、作業の平準化が出来、作業コストを削減できる事が小売店側のメリットである。

②

特売の様に特定の日だけ特定の商品が安いのではなく、あらゆるものを顧客の好きな時に購入しても常に安いという事が顧客側のメリットである。

第 7 問

発注数量=(7+リードタイム)×1日あたり売れ数-現在の在庫数量+最低陳列量

4. マーケティング

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

第 6 問

[社会階層]

社会的地位を階層にグループ化したものが社会階層であり、保有資本の量や職業などのカテゴリーで区分する事ができる。例としては「中の上」「中の下」等がある。

[ライフスタイル]

消費者の生活様式、行動様式、思考様式といった生活諸側面の社会的、文化的、心理的な差異をグループ化したものである。例としては「流行先端者」「芸術家タイプ」等がある。

[パーソナリティ]

性格や人格等個人の思考と行動を特徴づける一貫した傾向をグループ化したものである。例としては「強圧的」「社交的」等がある。

第 7 問

※下記の 4 つの解答例より 3 つ選んで解答

新規に顧客を獲得することは既存顧客の維持に比べてはるかに高コストである為。

一度離れた顧客を再び取り戻すのは、離反しないように満足させることよりもはるかに高コストである為。

新商品は新規顧客に販売するよりも、既存顧客に販売するほうがはるかに簡単で楽である為。

すべての顧客が一樣に利益をもたらすわけではなく、一部の顧客は他の顧客よりもはるかに収益性が高かったり、またその逆もある為。

5. 販売・経営管理

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

第 6 問

長所

各事業部が独立した事業体のような全機能を備えているため①異質な事業活動に同時に対応できる②多様化市場に敏速に対応できる③業績評価が正確に把握できる④利益責任単位として現実的決定がタイムリーにできる⑤ゼネラルマネージャーの育成がしやすいといった長所がある。

短所

各事業部が独立した事業体のような全機能を備えているため①採用はかなり大きな企業に限定される②全社的統一性と部門間調整が難しい③本部との連携のあり方によって独自性を阻害しやすい④忌避宣言権の確立に問題点がある⑤他事業部との協調や全社視点での判断が困難といった短所がある。

第 7 問

①親会社が他の会社に対する議決権の過半数を実質的に所有している場合、その会社は子会社に該当する。

②親会社が他の会社に対する議決権の所有割合が 100 分の 50 以下であっても高い比率の議決権を有しており、かつ、当該他の会社の意思決定機関を支配している場合、その会社は子会社に該当する。