

第85回リテールマーケティング（販売士）1級検定試験 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	1	2	1	2	2
第2問	2	2	1	2	1
第3問	2	2	3	4	1
第4問	4	1	1	3	2

第5問

デモグラフィック要因では、団塊の世代と団塊ジュニア市場の拡大化
があげられ、団塊ジュニア市場に積極的な専門店は、業績を伸ばしている。

ライフスタイル要因としては、カジュアル化の進展と、ディスカウント
業態での買物に多くの消費者が抵抗を示さなくなった点があげられる。

第6問

製品の省資源化などによる廃棄物の発生を抑制する「リデュース」
回収した製品から部品などを再使用する「リユース」
回収された廃棄物を原材料として利用する「リサイクル」

2. マーチャンダイジング

	ア	イ	ウ	エ	オ
第1問	1	2	1	1	2
第2問	4	1	4	3	2
第3問	2	1	1	2	1
第4問	2	3	2	1	3

第5問

物流を改善し、物流コストを下げることができる。
算定の過程で現場の問題点や無駄を発見できる。
物流サービスのコストを計算し、小売業別の採算が分析できる。
共同物流施設の利用料金を公平に設定できる。

第6問

①概念

スキマティックプランogramは、各カテゴリーにおける単品の効果的な位置により、それぞれの売上を予測し、そのカテゴリー全体の売上と利益を最大限に引き上げるための需要予測型棚割システムである。

②開発のポイント

商品と商品の組み合わせが顧客にわかりやすいように、括りに工夫を凝らすことが重要で、商品回転率に応じてスペース配分や棚の位置を決めることがプランogramの開発ポイントである。

第85回リテールマーケティング（販売士）1級検定試験 解答例

3. ストアオペレーション

	ア	イ	ウ	エ	オ
第1問	2	2	1	2	2
第2問	2	4	3	4	1
第3問	2	2	1	2	1
第4問	3	4	1	2	1

第5問

① 人件費総額

$$600,000,000 \times 0.35 = 210,000,000$$

答え 210,000,000 円

② 従業員合計の1人時単価

$$(1,000 \times 0.7) + (3,000 \times 0.3) = 1,600$$

答え 1,600 円

③ 今期の総人時

$$210,000,000 \div 1,600 = 131,250$$

答え 131,250 人時

第6問

② 店舗などにより呼称が異なる作業があれば、作業名称を統一し、

作業名が同じでも、手順などが異なる作業は作業内容を統一する。

(作業名称の統一／業務手順の標準化／業務の分類・整理)

③ 作業を変動作業と固定作業に分類し、変動作業は、単位当たりの

作業時間を測定する。固定作業は、一日の合計作業時間を測定する。

(必要時間の測定 变動作業と固定作業)

4. マーケティング

	ア	イ	ウ	エ	オ
第1問	1	2	1	2	2
第2問	2	2	2	2	1
第3問	3	4	4	1	2
第4問	1	2	3	2	3

第5問

II 収益性コントロール

商品や販売地域、顧客層別などの収益性を定期的に分析評価

するもので、マーケティング費用等が各活動に配賦されること
が前提となる。

III 効率性コントロール

収益性分析で、ある商品や販売地域において利益動向が良く

ない場合、販売員活動や販売促進などをより効率的に管理する
方法を検討する。

第85回リテールマーケティング（販売士）1級検定試験 解答例

IV 戦略コントロール

小売業が環境と機会にうまく適応しているかどうかを検討し、評価するもので、有効性再評価とマーケティング監査からなる。

第6問

- ① 需要に合わせた市場標的
- ② 主品種と主品目
- ③ 従属品種と従属品目
- ④ 類似品目のカットと露出度の最大化
- ⑤ コラボレーション

5. 販売・経営管理

	ア	イ	ウ	エ	オ
第1問	1	2	2	2	1
第2問	3	1	2	3	4
第3問	1	1	1	3	2
第4問	1	1	1	2	2

第5問

①対象者

一般に中堅社員から初級・中級管理者クラスを対象とする。

②訓練目的

問題解決能力を高めることが目的である。

③具体的な進め方

日常置かれている状況に似た場面を設定し、それを決済書類として未決箱に入れておき、参加者はそれら書類を短時間に解決させて既決箱に入れさせていく手法である。

第6問

対比誤差とは、自分が几帳面だと普通の人でもだらしなくみえるように、評価者自身の価値基準で、対象者をみることで生じるエラーのこと。

近接誤差とは、評価要素が近くに配列されていたり、時間的に近かったりする場合に、各評価要素の評定結果が類似してしまうエラーのこと。