

第24回（平成21年度）
商業経済検定試験問題
〔マーケティング〕

解答上の注意

1. この問題のページは2から15までです。
2. 解答はすべて別紙解答用紙に記入しなさい。
3. 問題用紙の表紙に受験番号を記入しなさい。
4. 文字または数字で記入するもの以外はすべて記号で答えなさい。
5. 計算用具などの持ち込みはできません。
6. 制限時間は60分です。

※ 試験終了後、問題用紙も回収します。

① 次の文章を読み、問いに答えなさい。

時代の変化につれて、消費生活においてもさまざまな変化が起きている。具体的な一つの変化として、(a)同一の人でありながらいつも画一的な消費行動をとるのではなく、生活の場面によって違った消費行動をとる人が増えていることがあげられる。これに対し企業は、消費者に魅力ある商品をいかに提供するかが大きな課題となっている。

このような状況のなかで、若者から年配者まで男女を問わず多くの消費者から人気を集めているのが、カジュアル衣料品の専門店を各地に展開するA社である。A社の人気の秘密は、商品の機能性が高く、しかも価格が安いことにある。このようなビジネスが可能になったのは、商品が消費者に届くまでの過程が製造、卸売り、小売りと分けられていたものを(b)小売商が商品の企画から製造、販売に至るまで責任をもって行う、「製造小売り」というビジネスモデルを徹底して行っていることにある。

まず、機能性の面においては、大手の化学繊維メーカーの協力を得て高機能の衣料品の開発に成功している。次に、価格の面においては、中国を中心としたアジアで大量生産を行い低価格を実現している。なかでも2009年に発売したジーンズは低価格である上、消費者に安価であるという印象を与えるために、販売価格を1,000円の大台を少し下回る990円に設定し売り上げを大きく伸ばした。さらに、出店においては全国に店舗網を広げ、とくに購買者が多い東京の新宿のような都市部では、(c)特定の地域に集中して出店する戦略を展開することによって店舗を急速に増やしている。こうした(d)A社独自のマーケティングを、テレビや新聞などのマスメディアが報道や記事として取り上げることが多く、知名度の向上に結びついている。

このように時代の推移によって消費者のニーズが刻々と変わっており、変化に対応したマーケティングが重要となっているのである。

問1. 下線部(a)のような消費行動を例えて何といわれるか、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 一人十色の消費行動 イ. 十人一色の消費行動 ウ. 十人十色の消費行動

問2. 本文の主旨から、下線部(b)の利点は何か、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 出店に関しては法律による規制が緩和されているので、新規の出店を検討する場合にも障壁となることが少ない。
イ. 店舗での販売動向を商品開発へ迅速に取り入れることができるので、消費者が求めている商品をいち早く提供することができる。
ウ. 新たに店舗を出す際には、協力企業から販売のための人材を定期的に派遣してもらうことができるので、店舗での人手不足に悩まずにすむ。

問3. 下線部(c)の利点は何か、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 店舗間の距離制限があるので、各店舗とも一定の売り上げを確保することができる。
イ. 一店舗の売り上げが少なくても、他の店舗から援助があるので安心して販売に専念できる。
ウ. 物流費を削減することができ、店舗の管理も効率よくできる。

問4. 下線部(d)のようなことを何というか、カタカナ6文字で正しい用語を記入しなさい。

② 次の文章を読み、問いに答えなさい。

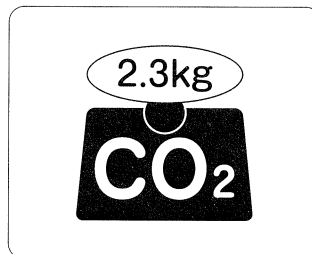
企業は経営を継続するために、一定の利益を上げなければならない。あわせて近年、要請されているのが、(a)地球環境への配慮、顧客への新たな価値の創造と提供、法令遵守の徹底などCSR (Corporate Social Responsibility: 企業の社会的責任)活動の遂行である。なかでも環境保全への迅速な対応が急がれる。

そこで、企業は環境保全への具体的な取り組みとして、3Rの推進を中心としてさまざまな活動を展開している。(b)生産の段階においては、環境への負荷が少ない商品の開発を進めている。また、流通の段階においては低公害車を導入したり、複数の企業による共同配送を行ったりして二酸化炭素の削減を進めている。

さらに、販売の段階においては容器の簡素化や電力の削減に取り組んでいる。そして、経済産業省によってカーボンフットプリント(炭素の足跡)制度の導入が進められている。これは下図にあるように、商品の原材料の調達から製造、物流、廃棄されるまでの過程で排出される二酸化炭素の量を商品に表示するもので、数字でわかりやすく「見える化」を行うことによって消費者に排出量を知ってもらい二酸化炭素の削減を目指すものである。こうした状況のなかで、(c)消費者の間にも環境に対する意識が高まり、環境に配慮した商品を進んで購入する行動や、環境保全を提唱する思想が広がっている。

このようにマーケティングにおいても、地球環境に配慮し低炭素社会の実現に向け、積極的な取り組みが進められているのである。

カーボンフットプリントの表示例



問1. 本文の主旨から、下線部(a)が広がっている背景は何か、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 企業利益の一部の社会還元やボランティア活動で社会に貢献することが、法律によって義務付けられるようになったため。
- イ. 企業に対する人々の見方が厳しくなったこともあり、日常の活動を通じて企業市民として広く社会に貢献することが大切であるという考え方が浸透してきたため。
- ウ. 企業が将来にわたって存在し続けることが社会に貢献することにほかならないので、採算がとれない部門や人員の配置の見直しが必要なため。

問2. 下線部(b)の具体例として、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. A社はカップ麺の容器を、発泡スチロールから紙のものに改良した。
- イ. B社はボディークリームを、汗や汚れをよく落とすジェル状のものに改良した。
- ウ. C社は炭酸飲料を、カロリー、糖質、保存料がゼロのものにした。

問3. 下線部(c)のような思想を何というか、正しい用語を記入しなさい。

③ 次の一連の文章〔Ⅰ〕・〔Ⅱ〕を読み、それぞれの問いに答えなさい。

〔Ⅰ〕A社は、B県内を市場にして主に調味料の製造・販売を行っている食品会社である。この市場では、大手だけでも10社を超えるメーカーが、200以上の製品を次々に発売し、激しい販売競争を繰り広げている。そのため、(a)A社は年齢・性別・職業別などに市場標的を十分に絞り込み、そのニーズに合わせてコンセプトや特徴の異なる製品を発売し、複数の市場をとらえようとしている。

このたび、A社は販売拡大戦略の一環として、新たにケチャップを製品ラインに加えたいと計画なのである。そこで、営業企画部は調査目的を次の二点に絞り、具体的な調査を実施した。

調査目的① 既に市場に供給されている一般的な味のケチャップを製造・販売した場合、市場にどの程度食い込めるのかを調査する。

調査目的② (b)まだ市場に供給されていない新しい味のケチャップを導入することで、新たに生じる需要は、どの程度見込めるのかを調査する。

【調査の第一段階】…状況分析

まず、営業企画部は(c)業界紙や雑誌、一般の新聞などから情報を収集したところ、ケチャップは料理の用途が広くないためか、市場規模はそれほど大きくなく、現在、製造・販売を行っている大手は、X社とY社の2社だけである。そして、(d)この2社の市場占有率は、X社50%、Y社30%の合計80%を占めている。そのため、一般的な味のケチャップでは、この市場に新規に参入することはかなり難しそうであることがわかった。

【調査の第二段階】…

得意先名簿のなかから、A社の製品を販売している小売店を10店ほど無作為に抽出して、各店の販売担当者からケチャップについてさまざまな意見を聴取した。さらに、(e)日頃からA社に意見や感想を寄せてもらっている主婦10人に集まってもらい、一般的な味のケチャップと、新しい味のケチャップの二種類の試供品を提供して自由な意見を求めた。

その結果、二種類の試供品のうち、一般的な味のケチャップに対しては、小売店側はその取扱いに消極的であり、主婦たちも現在使っているブランドを変えるつもりはないという意見が大半を占めた。しかし、新しい味のケチャップについては、小売店側も積極的であり、主婦たちにも概ね好評であった。

これらの意見に基づき、A社は新しい味のケチャップを新規に参入させる見通しを立て、次の第三段階で(f)標本調査を実施するために準備を進めた。

問1. 下線部(a)の説明として、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. A社は生産を合理化して、自社にとって最も有利なものを市場標的として定め、生産力を向上させることで、効率的な生産活動を実現しようとしている。
- イ. A社は市場を細分化して、自社にとって最も有利なものを市場標的として定め、そこへあらゆるマーケティング努力を傾注していこうとしている。
- ウ. A社は製品を標準化して、自社にとって最も有利なものを市場標的として定め、一般的な顧客のニーズに適合した統一的な商品を提供しようとしている。

問2. 下線部(b)のような需要を特に何というか、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 潜在需要
- イ. 顕在需要
- ウ. 有効需要

問3. 下線部(c)に記されている資料を市場調査で正しく利用する場合の留意点として、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 過去の業績、消費者からの反応を正確に記録し、保管・蓄積することが大切である。
- イ. 調査資料を活用する場合に、必ず事前に著作権の使用料を支払うことが大切である。
- ウ. 調査目的や関心に応じて継続的に収集し、適切に加工・分析することが大切である。

問4. 下線部(d)のような市場を何というか、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 寡占市場
- イ. 完全競争市場
- ウ. 独占市場

問5. 文中の に入るものは何か、正しい用語を記入しなさい。

問6. 下線部(e)は何と呼ばれているか、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. パネリスト(panelist)
- イ. モニター(monitor)
- ウ. モデレーター(moderator)

問7. 下線部(f)の説明として、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 設定された母集団に含まれるすべての個体を調べるもので、迅速に資料が収集されれば確実な結果が得られる調査方法である。
- イ. 費用や時間がかかるため、母集団の規模が小さく、対象者が比較的少ない場合に限り、その全数を対象とする調査方法である。
- ウ. 母集団からその全体を代表するような小集団を選び出し、その調査結果から母集団の様子を推定しようとする調査方法である。

文章〔Ⅱ〕とそれに関する問いは、次のページにあります。

〔Ⅱ〕A社はこれまで得られた調査結果を基に、調査計画を立案し、質問事項を整理して、本格的な実態調査を実施した。

【調査の第三段階】…本調査

営業企画部は、(g)本社のあるC市内で、調査候補として適切であると考えられるD住宅団地(300世帯が居住)の自治会に調査の協力を依頼した。その結果、調査の同意が得られたのでこの団地を標本とすることにした。そして、(h)個別に調査員を派遣して、新しい味のケチャップに関する意見を直接聞き取る方法でアンケートを行った。

調査票を回収し、集計した結果、「新しい味のケチャップは、将来的にはある程度の需要が見込めるものの、今のところはあまり多くを望めない」ということがわかった。

この一連の調査を通して、営業企画部は、新しい味の新品について、次のような結論を得ることができたので、調査報告書にまとめることにした。

結論① 試し買いによる購買を促すため、一個あたりの量は少なくすべきである。

結論② 当初からあまり大規模な生産は行わず、増産の方針については、合理的な販売計画に基づき、(i)抽出した調査対象者のグループに繰り返し調査するパネル調査や観察法による調査の結果を総合的に判断して決定すべきである。

結論③ 将来に向けて、新しいイメージで市場の開拓を行う必要があるため、あえて従来のA社のブランドを用いず、まったく新しいブランドによる製品政策を打ち出すべきである。

問8. 下線部(g)の抽出方法はどのようなものと考えられるか、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 有意抽出法(有為抽出法)
- イ. 単純任意抽出法(単純無作為抽出法)
- ウ. 等間隔抽出法(系統的抽出法)

問9. 下線部(h)のような質問法の特徴は何か、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 回答の回収率は低くなりがちであるが、広く散在する数多くの相手にも少ない費用で回答が得られる。また、調査結果に調査員の主観が入りにくい。
- イ. 設定できる質問は、質・量ともに限られてしまうが、即座に回答が得られ、調査範囲が近隣地域の場合には割安になる。また、調査員の主観に左右されることもある。
- ウ. 他の質問法と比べて人件費と時間はかなりかかるが、直接的な回答だけでなく調査対象者の態度の変化で間接的な回答を得ることができる。また、調査員の主観に左右されやすい。

問10. 下線部(i)のことを何というか、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 動線調査
- イ. 動態調査
- ウ. 静態調査

問11. 結論①②③のような形で、調査結果を目的に照らして明らかにすることを何というか、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 整理
- イ. 追跡
- ウ. 解釈

④ 次の文章を読み、問いに答えなさい。

製品計画は企業の業績を左右する重要な活動であり、周到な計画のもとに推進しなければならない。まず、製品計画で大切なことは、市場や消費の変化を的確にとらえ、その変化に迅速に対応することである。このため消費者とのコミュニケーションを図ることが必要となり、(a)電話・FAX・電子メールなどを通じて消費者の声を聞く専門の部署として、コールセンターを拡充する企業が増えている。

また、取り扱っている製品の幅と奥行きをどうするかということも大切である。企業が市場に供給する製品は、製品ラインと製品アイテムから構成されており、この(b)製品ラインと製品アイテムによる全製品の組み合わせをいかに最適に行うかが大切なポイントとなる。事業を拡大するためには既存のライン内に新アイテムを加えたり、新しいラインを追加したりすることによって行われる。(c)飲料・食品メーカーのA社は既存製品の充実を図るとともに、最近ではまったく異なった新しい分野である医薬品の分野にも進出し、売り上げを増大させている。

なお、製品ラインと製品アイテムを増やすための方法として、OEM(相手先ブランドによる生産)がある。この方法は他のメーカーに生産を委託し、その製品に自社のブランドをつけて供給してもらうものである。自動車メーカーのB社では、2社のメーカーからそれぞれが発売している軽自動車の仕様を少し変更して生産してもらい供給を受けている。(d)OEMは、自動車のほか家電製品や日用品などでも広く行われるようになっている。

このように企業は、研究開発によって自社で製品を開発し販売するとともに、OEMの方法によっても調達し売り上げを伸ばしているのがある。

問1. 本文の主旨から、下線部(a)の理由は何か、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 多くの社員にコールセンターの業務を通じて消費者の声を聞く機会を設けることで、社員のコミュニケーション能力を高めるため。
- イ. 製品について消費者からの相談や問い合わせに応えるとともに、情報を集め今後の製品開発やサービスの向上に反映させるため。
- ウ. 企業にとって地域社会へ尽くすことが求められる時代となり、地域住民の声を聞き人々の生活向上を図るため。

問2. 下線部(b)を何というか、正しい用語を記入しなさい。

問3. 下線部(c)の拡大の方向を何というか、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 水平的拡大
- イ. 垂直的拡大
- ウ. 異質的拡大

問4. 下線部(d)の現象は発注する企業からみると、どのような理由によるものか、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 必要とする製品を容易に調達でき、製造のための設備投資に費用をかけなくてすむため。
- イ. 研究開発費が少なく済み、売れ残った場合には返品を受け入れてもらえるため。
- ウ. 販売した製品の保守点検は、製造元のメーカーがすべて責任をもって行ってくれるため。

5 次の文章を読み、問いに答えなさい。

市場の成熟化が進むにつれて消費者の商品に対する関心は、機能や品質などの価値から、デザインやブランドなどの価値へと移っていく。とくに流行商品や高級商品については、デザインへの比重が高く、デザインの優れた商品が消費者に購入される。このため企業は、消費者のデザインに対するニーズの変化をよく把握し決定することが大切となる。(a)なお、優れたデザインは、それだけ大きな価値をもつので、特許庁に出願・登録すると20年間にわたって独占的使用権が認められる。

ところで、具体的なデザインの開発においては、商品の使いやすさの面からも開発が進んでいる。例えば、飲料メーカーのA社では緑茶飲料の2リットル入りペットボトルが大きく持ちづらいので、取っ手をつけたり、胴の部分にくぼみをつけたりしたデザインにして喜ばれている。同商品にみられるように(b)身体の不自由な人や高齢者のためだけではなく、すべての消費者が使いやすいように創意工夫されたデザインをユニバーサルデザインという。近年さまざまな分野でユニバーサルデザインの商品開発が進み、消費者の好評を得ている。

一方、(c)財団法人日本産業デザイン振興会では、優れたデザインの商品を選定する制度に基づき、優秀なデザインに賞を授与し、商品に特定のマークを付けて販売することを許可している。これによって受賞商品は、デザインの優秀性が広く認められることになる。

今後、商品開発においては商品の形や使いやすさなどの面から、デザインに対する検討が一段と重要になる。

問1. 下線部(a)の独占的使用権を何というか、漢字3文字で正しい用語を記入しなさい。

問2. 下線部(b)の商品の具体例は何か、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

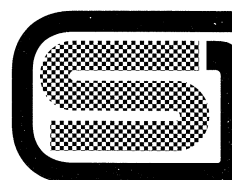
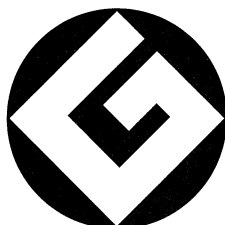
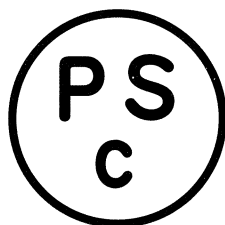
- ア. 湿度によって伸縮する素材を使用した、通気性が高く保温力を維持する下着
- イ. リンスと区別しやすいように、容器の側面に凹凸がついているシャンプー
- ウ. 映像が鮮明な上、薄型であり場所をとらない大型のテレビ

問3. 下線部(c)に記されているマークはどれか、次のなかから正しいものを一つ選びなさい。ただし、下のマークは象徴的な部分だけを示したものである。

ア.

イ.

ウ.



⑥ 次の文章を読み、問いに答えなさい。

「上手に仕入れた商品は、半ば売れたも同然である」。これは流通業者のマーチャンダイジングにおいては、適切な商品を選ぶ仕入計画が大切という意味である。この言葉を実現しているのがおもちゃ専門店のA社で、次のような方法で仕入計画を立てている。

まず、品揃えにおいては「おもちゃを通じて、お客様に夢と感動をお届けします」のストアコンセプトに基づき、(a)定番商品を中心として他の分野の商品を適切に組み合わせている。

次に(b)仕入先の決定にあたっては、特定の仕入先と継続的に取引をする重点化政策をとっている。仕入れを行うたびに取引条件を検討して、最も有利なところから仕入れる方法もあるが、仕入先の重点化政策をとると、仕入先から取引上の優遇や支援を受けることができる利点があるからである。

さらに、仕入数量の決定にあたっては、(c)当面必要な量だけ少量ずつ仕入れる当用仕入を中心とした方法をとっている。その理由は商品の寿命が短くなっていることや、仕入先の重点化政策をとっていることによって、仕入先の協力が得られるからである。

なお、A社は商品によっては(d)取引時の即時決済と、買い手が仕入れた商品を持ち帰るシステムになっている問屋から、割安な価格で仕入れることもある。

このようにA社では、消費者に喜ばれるおもちゃ専門店を目指し、さまざまな視点からよく検討して仕入れを行っているのである。

問1. 下線部(a)の説明として、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 季節ごとに魅力ある商品を陳列することによって、店の格式をあげる効果のある商品
- イ. 割引価格で顧客を店に引きつけ、売り上げを促進する効果のある商品
- ウ. 安定した売り上げと利益が見込めるため、いつも店に取り揃えておく商品

問2. 下線部(b)の政策をとる際の望ましい留意点として、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 重点化政策をとっても、複数の仕入先に順番を決めて、定期的に入れ替えながら仕入れを行うようにする。
- イ. 重点化政策をとっても、年に1回は仕入先の見直しを実施して、有利なところから仕入れを行うようにする。
- ウ. 重点化政策をとっても、たえず他の仕入先と仕入条件を比較・検討して、有利なところから仕入れを行うようにする。

問3. 下線部(c)の利点は何か、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 仕入れに必要な資金の固定化による金利負担や、保管費用などの諸経費が少なくてすむ。
- イ. 大量仕入に比べ、相対的に運賃や保険料などの諸経費が割安になる。
- ウ. 将来に仕入価格の上昇があっても、その値上がりに対応することができる。

問4. 下線部(d)は何と呼ばれているか、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. キャッシュ&キャリー
- イ. ブローカー
- ウ. エージェント

7 次の文章を読み、問いに答えなさい。

流通業者にとって商品の売れ残りは、廃棄による損失が発生し、それだけ業者の負担となる。そして、金銭的な損失とともに、商品の廃棄による環境面への悪影響も大きい。また、品切れが発生した場合には、販売の機会を逃すだけでなく消費者の信頼を失う。したがって(a)商品が売れ残ったり品切れにならないように、必要な量を取り揃えておくための活動と、商品の出納や保管などを適切に行う活動が大切となる。そこで過剰在庫や在庫不足を発生させないためには、いつも適正な在庫を維持しておく在庫管理が必要となる。

こうした状況から、スポーツ用品を販売するA社では、標準在庫高を算定し、その値に近づける在庫調整をいつも行っている。具体的には最高在庫高と最低在庫高による調整を行い、在庫がいつもその間にあるようにし、注文の時機をはかっている。例えば、X商品の最低在庫量が20個、経済的発注量が100個、リードタイム中の売上見込量が40個の場合の発注点は□個となる。

ところで、年間を通じて平均的に売れる商品はこの方法で構わない。しかし、季節商品や流行商品などは、季節はずれや流行遅れとなり不良在庫になることがある。このためA社では販売の動向をしっかりと把握し、(b)不良在庫が心配される時には、定価での販売をあきらめ大幅に値引きして販売する政策をとるようにしている。ときには仕入原価以下で売ることもある。こうすることで在庫負担を軽減できる。

次に、A社が在庫管理とあわせて気をつけていることは、商品の出納や保管などの物的管理である。物的管理を的確に行わないと、過剰在庫や在庫不足に陥ることがあるので、とくに仕入れに際しては、検収をしっかりと行っている。

このようにA社は、適切な商品の仕入れとともに適正な在庫管理と、周到的物的管理を行っているのである。

問1. 下線部(a)の活動を何というか、次のなかから正しいものを一つ選びなさい。

ア. 商品分類 イ. 商品管理 ウ. 商品分析

問2. 文中の□に入る正しい数値を計算しなさい。

問3. 本文の主旨から、下線部(b)に記された小売価格政策を何というか、正しい用語を完成させなさい。

⑧ 次の文章を読み、問いに答えなさい。

メーカーにとっては、消費者に喜ばれる製品の開発とともに、販売価格の決定も大切な活動となる。販売価格の決定においては、大別すると製造原価を基準にする方法と市場の事情を考慮する方法がある。製造原価を基準にする方法は、営業費と純利益を合わせた□を製造原価にプラスして販売価格を決定するものである。市場の事情を考慮して決定する方法としては、(a)需要志向型の価格決定方法、競争志向型の価格決定方法、環境志向型の価格決定方法がある。

なお、メーカーは新製品を発売する際には、次の二つの特別な価格政策をとることがある。一つ目は、(b)新製品の導入段階で高い価格をつけて販売する上澄吸収価格政策である。最近の具体例としては、電機メーカーのA社が発売した11万5,000円の炊飯器をあげることができる。従来型の炊飯器は3万円程度であるので、A社の製品は4倍近くもする高い価格であった。二つ目の価格政策は、新製品の導入段階から低価格で販売する市場浸透価格政策である。これはいち早く市場に新製品をいきわたらせるための政策である。日用品でよくみられる。

さらに、販売価格の変更や決定においては製品の種類によって(c)需要の価格弾力性が大きい製品と小さい製品があるので、この面からも検討する必要がある。

このように販売価格の決定においては、さまざまな面から検討し、慎重に決定することが大切となる。

問1. 文中の□に入るものは何か、正しい用語を記入しなさい。

問2. 下線部(a)の説明として、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. どの程度の価格であれば購入してもらえるかをよく考え、販売価格を決定する方法
- イ. 他社製品との差別化の程度や自社の企業イメージをよく考え、販売価格を決定する方法
- ウ. 売上高や資本力などを比べた時の他社との力関係をよく考え、販売価格を決定する方法

問3. 下線部(b)の価格政策の主たる狙いは何か、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. これまでにない革新的な製品であるので、高い価格をつけてマスコミに取り上げてもらい広く製品の存在を知ってもらうため。
- イ. 当面他の企業の参入がないと考えられるので、高い価格をつけて新製品の開発に要した費用を早期に回収したいため。
- ウ. 消費者は比較的長い期間同じ価格にしていると馴染む^{なじ}ので、高い価格をつけてそれを社会に定着させるため。

問4. 下線部(c)に該当する製品はどれか、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。ただし、ブランド間での需要の移動は、考えないものとする。

- ア. 米
- イ. 塩
- ウ. バター

㊦ 次の一連の文章〔Ⅰ〕・〔Ⅱ〕を読み、それぞれの問いに答えなさい。

〔Ⅰ〕商店街のなかに光輝く果物店

今、全国から注目を集めているフルーツゼリーがある。その名も「フルーツソムリエ、Aが作る生ゼリー」である。注文殺到のため、1日200個作っても生産が追いつかないという。

Aが経営する果物店は、B市内の商店街で家族と一緒に経営するごく普通の店であった。しかし現在では、日本でも有数な繁盛店として、全国に顧客を増やしている。この果物店に転機が訪れたのは1994年、商店街に隣接する大型スーパーの撤退であった。その店舗の□□□□力に頼っていたAは、撤退の影響で大型スーパーからの買い物ついでに商店街を訪れる顧客が減少したことから、自店舗の存続に危機感をもち、心機一転、次のような店舗運営の大幅な改革に乗り出した。

改革① 「贈り物」需要への特化

(a)今までは特売品から高級品まで、どの顧客へも対応可能な品揃えを行っていたが、贈り物をしたいという顧客へ客層を絞り込み、品揃えも高品質・高価格品を中心とした。

改革② イベントを通じて店と顧客のコミュニケーションを強化

テレビ局が取材に来るような変わったイベントを実施し、顧客に「あの店はいつも何か楽しいイベントをしている」という期待感をもって来店してもらうようにした。

改革③ インターネット通販への進出

(b)急激に伸びつつあったインターネットに着目し、いち早くwebページを立ち上げ、自店のPRおよび通販事業にも進出した。

このように、A店は客層を絞りコンセプトを明確にした付加価値を生み出す店として、量販店にはできないサービスを追求したのである。これらのことが評価を得て、やがて顧客が集まるようになり、徐々に現在のような繁盛店に結びついていったのである。

問1. 本文の主旨から、文中の□□□□に入る用語として、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 購買 イ. 組織 ウ. 集客

問2. 下線部(a)のようなマーケティング戦略の例として、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 100円ショップのX社は、仕入れや流通・販売のコストを大幅に削減することにより、低価格を実現して競争を有利に進めている。
イ. コーヒーショップのY社は、「ブラジル産コーヒー豆」の専門店として取り扱う商品を限定することにより、経営資源を集中して競争を有利に進めている。
ウ. 大型家具店のZ社は、商品の無料配送や営業時間の延長など、サービスを向上させることにより、価格以外の差別化をして競争を有利に進めている。

問3. 下線部(b)を媒体別に分類した広告としてみた場合、その利点は何か、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 双方向性と随時対応性に優れ、顧客の反応を直接とらえたり、効果測定が可能である。
イ. 立体的・視覚的に顧客の注意を引き、購買時点をとらえて訴求することが可能である。
ウ. 到達時間の確実性・高い信頼性・保存性があり、配達地域を選ぶことが可能である。

〔Ⅱ〕フルーツソムリエが作る宝石箱のようなフルーツゼリー

その後も、Aはより幅広いニーズに応えるため、選りすぐりの果物を使った加工品づくりに取り組んでいる。宮崎産完熟マンゴーやクラウンメロンなど、高級フルーツを使ってさまざまなゼリーを作り、(c)販売価格を300円、400円、500円といった数段階のプライスラインにまとめて販売している。これは、果物を食べやすくすることを目指して開発したものである。

高品質なサービスを追求する一方で、販路拡大には慎重な姿勢を保ち続ける。フルーツゼリーは順調に売り上げを伸ばしているが、手間隙^{ひま}かけた手作りの商品であるため、Aは決して大量生産に踏み切らない。そんななか、(d)ある著名な料理評論家がオピニオンリーダーとなり、テレビ番組でAの商品を推奨したことで、フルーツゼリーは全国で評判になった。それを聞いた大手スーパーが出店を依頼してきた時も、Aは催事での一時的な出店に止めたという。

「大切なのは、お客様が喜ぶ姿を自分の目で確かめること…」とAは語る。ある日、結婚式を間近に控えた若い女性が、少ない予算で記念品の注文に来た際にも、結婚式の感動を台無しにはいけないと、採算度外視で新鮮なものを揃え、(e)商品の飾り付けにも工夫を凝らし、きれいな入れ物とリボンで飾り付け、見た目を豪華なものとした。その女性は大変感謝したという。

Aは、誠実な商売と本物志向を重視し、小さくてもいいから誇れる店として、顧客一人ひとりに喜びを提供する店を目指している。この店には、店舗運営に必要なアイデアや要素がたくさん詰まっているのである。

問4. 下線部(c)のような小売価格政策における顧客側の利点は何か、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 店内にあるすべての商品に均一の価格をつけてあるので、顧客は買い物がしやすくなり、商品によっては割安感をもつことができる。
- イ. まず予算にあった値ごろを選ぶことで、顧客はそこに含まれる商品のなかから自分の好みにあったものを選択することができる。
- ウ. 価格の高さが高級品やぜいたく品、さらにはステイタスシンボルとして意識するので、顧客は品質のよさを連想することができる。

問5. 下線部(d)に記されているオピニオンリーダーの説明として、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 製品開発のアイデアを豊富にもっているため、その発言が新しい製品の発明や新用途の開拓に影響を与える人。
- イ. 競争関係にある市場で特定の商品に価格支配力をもっているため、その発言が競合他社の価格設定に影響を与える人。
- ウ. 特定の分野で専門的な知識や経験をもち知名度が高いため、その発言が商品の売れ行きや市場の動向に影響を与える人。

問6. 下線部(e)で行った販売サービスを何というか、漢字2文字を補って正しい用語を完成させなさい。

⑩ 次の文章を読み、問いに答えなさい。

A店は大型スーパーの店内に、テナント店として5年前に創業した自家製パンの店である。

店内には、他店では見られない北欧の伝統的なパンや独自の創作的なパンをはじめ、常時50種類以上の焼きたてのパンが大型の三段棚に陳列されている。そして、顧客はトレイとトングを使って自由に商品を選び、最後にレジ係のいるカウンターで支払いをすませる、という販売方式を採っている。また、(a)店の内と外がガラスで仕切られ、外から店内が見渡せる造りになっており、顧客は自動ドアの出入り口から気楽に入ってくる。

ところで、創業当初からA店の人気商品は、^{かめ}亀の形をした「あんぱん」で、^{おやがめ}親亀の上に^{こがめ}子亀が乗っており、家族連れを中心に親しまれている。そのため、A店では親子亀のキャラクターを使ったさまざまな販売促進が行われている。まず、(b)店頭には、親子亀のパンの食品サンプル(模型)が展示され、初めて訪れた人や通行客の目を引く役割を果たしている。そして、ガラス越しに見えるパンや、焼きたてのおいしい香りによって、顧客を店内に誘導する工夫がされている。

また、パンの紙袋にも親子亀の絵が描かれており、(c)日曜日には店頭で店の名前が入った絵入りの風船を、粗品として子どもたちに配っている。さらに、(d)同店で商品を購入すると、300円ごとに親子亀の証紙が一枚手渡され、顧客はこれを台紙に貼って集めていき、一定枚数に達するとさまざまなキャラクターグッズと引き換えられるといったプレミアム販売を実施している。

このように、A店は子どもたちやその家族を販売対象者とし、さまざまな販売促進を実施することで、小さな店ではあるが順調に売り上げを伸ばしているのである。

問1. 下線部(a)から店頭設計を考えた場合、A店の店頭の開放度はどのようなタイプとして分類されるか、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

ア. 開放型の店頭 イ. 中間型の店頭 ウ. 閉鎖型の店頭

問2. 下線部(b)をA I D A S (アイダス)理論に照らして考えた場合、親子亀のサンプルが果たしている役割は何か、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

ア. 消費者に注意を向けさせる。 イ. 消費者に興味をいだかせる。
ウ. 消費者に欲望をいだかせる。 エ. 消費者に行動(購買)させる。
オ. 消費者に満足させる。

問3. 下線部(c)を媒体別に分類した広告としてみた場合に何というか、正しい用語を完成させなさい。

問4. 下線部(d)の内容として、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

ア. スタンプの提供といい、購入金額に応じてスタンプを押すものもあり、商店街で実施していることが多い。正式にはトレーディングスタンプという。
イ. クーポンの提供といい、買い物の際にそれを提示した顧客に対して、該当する商品の販売価格の代金を割り引くサービスである。店頭や街頭などで配られる。
ウ. 景品の提供といい、無料で景品を提供したり抽選による当選者に賞品を贈ったりする。さらには、次回以降の来店時に使える金券や優待券を提供したりする。

11 次の文章を読み、問いに答えなさい。

ハンバーガーチェーン店のA社は、お客様相談室を設け、フリーダイヤルで本部に直接クレームや相談、要望などを寄せてもらっている。また、(a)実際の職場で仕事をしながら研修や教育をする販売員訓練のなかでも、とくに顧客のクレームに即座に対応できるよう力を入れている。

そんななか、本部に顧客の一人から電話が入った。内容は購入した商品が不足していたとのことであった。早速、該当店舗と連絡を取り、店員が返金とお詫びのマグカップを持って顧客の自宅へ出向き、謝罪をしたという。

このように、商品や店舗、店員などに対するクレームを、その店がどのように受け止め、業務の改善を図ろうとするかで、顧客に対してどれくらいサービスを本気で徹底しようとしているかがわかる。したがって、(b)多くの企業は、販売した商品に不都合が生じた場合に、返品や取り替えに応じたり、無料で修理を行ったりしている。また、耐久消費財や加工食品などでは、販売後の一定期間に限定して、メーカーがそれを約束することがある。

さらに、販売に先立って、(c)小売業や業界団体、または政府などが一定の規格を設けて検査を行い、適合するものには右図のように、その証として特定の品質保証マークを認めることがある。こうして表示されたマークは、消費者の商品選択の一助となっている。



このような活動によって、売り手側は顧客の不満やトラブルを未然に防ぐことができる。また、実際にクレームを寄せる顧客のなかには、自社商品に対する、(d)ブランドロイヤルティの高い顧客が含まれるので、業務の改善に有効な手がかりを得ることができる。さらに、適切に対応することで顧客の心をつかみ、得意客を増やす効果も期待されるのである。

問1. 下線部(a)を何というか、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. ケーススタディ (case study)
- イ. ブレインストーミング (brain storming)
- ウ. オンザジョブトレーニング (On-the-Job Training)

問2. 下線部(b)のようなことを何というか、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. デイラーヘルプス
- イ. セルフサービス
- ウ. アフターサービス

問3. 下線部(c)から、上記のマークが保証するシステムを制定した目的は何か、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 食品の製造工程から出荷までの危険を防止し、すべての商品の安全性を確保するため。
- イ. 農林や畜・水産物加工品の生産・取引・消費の合理化と、消費活動の適性化を図るため。
- ウ. 鉱工業製品の品質改善、生産能率の増進、および使用または消費の合理化を図るため。

問4. 下線部(d)の説明として、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 数多くの競合商品を保有し、品質の良し悪しがわかっている顧客
- イ. 高額所得者層で、とくに販売価格へのこだわりをもっていない顧客
- ウ. 一連の商品を、特定のメーカーに限定して買い求めている顧客

第24回商業経済検定試験
マーケティング解答用紙

得点

1	問1	問2	問3	問4			

2	問1	問2	問3			

3	問1	問2	問3	問4	問5		問6	問7
	問8	問9	問10	問11				

4	問1	問2			問3	問4

5	問1		問2	問3

6	問1	問2	問3	問4

7	問1	問2	問3	
			政策	

8	問1		問2	問3	問4

9	問1	問2	問3	問4	問5	問6	
						サービス	

10	問1	問2	問3		問4
			広告		

11	問1	問2	問3	問4

受験場校		受験番号	
------	--	------	--

総得点	
-----	--

マーケティング模範解答 (各2点)



()内は別解である。

得点

	問1	問2	問3	問4					
①	ア	イ	ウ	パ	ブ	リ	シ	テ	イ

8

	問1	問2	問3			
②	イ	ア	グリーンコンシューマリズム			

6

	問1	問2	問3	問4	問5		問6	問7
③	イ	ア	ウ	ア	予備調査 (略式調査)		イ	ウ
	問8	問9	問10	問11				
	ア	ウ	イ	ウ				

22

	問1	問2			問3	問4
④	イ	製品ミックス (プロダクトミックス)			ウ	ア

8

	問1		問2	問3
⑤	意	匠	権	イ
				イ

	問1	問2	問3	問4
⑥	ウ	イ	ア	ア

14

	問1	問2	問3	
⑦	イ	60	見切価格 政策	

6

	問1		問2	問3	問4
⑧	利幅 (粗利益・マージン ・売上総利益)		ア	イ	ウ

8

	問1	問2	問3	問4	問5	問6	
⑨	ウ	イ	ア	イ	ウ	包	装
							サービス

12

	問1	問2	問3		問4
⑩	イ	ア	ノベルティ (実物)		広告

	問1	問2	問3	問4
⑪	ウ	ウ	ア	ウ

16

総得点 100