

第 39 回(令和 6 年度)  
商 業 経 済 検 定 試 験 問 題  
〔商品開発と流通〕  
**(サンプル問題)**

解答上の注意

1. この問題のページは 2 から●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 50 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。**

私たちの生活が豊かで便利になっているのは、数多くの商品開発のおかげだといえる。ここでは、わが国における家庭用電気洗濯機（以下、洗濯機）の商品開発の歴史について見てみる。

わが国初の洗濯機は、1930年にA社が発売したものである。それまでの家庭における洗濯は、「たらい」と「洗濯板」を使った手洗いであった。そこで、(a) A社は、当時の最先端技術を活用して、冬の寒い朝に、水に手を入れずに衣服を洗うことのできるものを開発したいという発想から、わが国初の洗濯機の商品開発をして370円で販売した。当時の大卒初任給は約50円であったため、この洗濯機は高価な商品となり、多くの人は購入することができなかった。

一般家庭に洗濯機が普及し始めたのは、終戦後の1950年代である。その頃には、各社から発売されるようになり、家事労働が大幅に軽減されるようになった。その後も洗濯機は、(b) 高度成長期のなか改良が加えられ、ローラーに濡れた洗濯物をはさんで絞る脱水機能を追加したものから、洗濯と脱水の場所を分けた二層式洗濯機へといったように、品質を改善する開発が続けられた。

さらに、洗濯機は二層式洗濯機から、洗濯と脱水を自動で行う全自動洗濯機へ進化した。2000年代には、洗濯から乾燥までを自動で指定した時間に終了する洗濯乾燥機が開発されたように、現在に至っても(c) 洗濯をする人の要望や欲求を捉える商品開発を行って進化を続けている。

また、今日における洗濯機は、A社のように長年にわたって開発し続ける企業や、これまで開発をしていなかった企業の新規参入により幅広く商品開発がされている。販売方法についても、ナショナルブランドによる販売方法や、(d) プライベートブランドによる販売方法など多様になってきた。

私たちは、多くの企業によるさまざまな商品開発により、ニーズに合った商品を購入し快適な生活をおくることができているのである。

**問1. 下線部(a)のようなアイデア発想の方法を何というか、カタカナ3文字を補って正しい用語を完成させなさい。**

**問2. 下線部(b)の時期における商品開発の主流について、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。**

- ア. 多品種少量生産の商品開発をしており、特定の消費者に限った限定販売を行った。
- イ. 少品種少量生産の商品開発をしており、個別の消費者からの注文に応じた商品を発売した。
- ウ. 少品種大量生産の商品開発をしており、メーカーが商品をつくれれば飛ぶように売れた。

**問3. 本文の主旨から、下線部(c)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. 便益の束
- イ. 付随部分
- ウ. 属性の束

**問4. 下線部(d)の利点として、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。**

- ア. 販売店は他のメーカーと共同で商品開発を行い、他のメーカーの流通経路を利用した競合他店でも販売することができるため利益率が高い。
- イ. 販売店は他のメーカーが商品開発したものを仕入れて販売するため、安定した仕入と販売を行うことができるため利益率が高い。
- ウ. 販売店は独自に商品開発を企画し独占的に発売することができるため、競合他店との商品の差別化ができるため利益率が高い。

**2 次の文章を読み、問いに答えなさい。**

近年、「おいしい煮物料理が自動で調理できる」との理由で、家庭用の自動調理鍋が売れている。家電メーカーA社が販売している自動調理鍋を通して、商品ライフサイクルについて見てみる。

A社の自動調理鍋は、「食材本来のおいしさを味わうことができる無水料理」を自動プログラムで調理する鍋をコンセプトに開発がはじまった。また、ブランド名に関しては、A社がこれまで発売してきた「健康とおいしさ」を基本とする調理機器のブランド名で統一することにした。この自動調理鍋は2015年に発売され、当時の価格は約6万円で高価な調理機器であった。

この時期を(a) 商品ライフサイクルの導入期といい、消費者の多くはその商品の使用方法どころか、その存在すら知らないため、A社は新規需要を生み出すさまざまなプロモーション活動を行った。その後A社の自動調理鍋は、これまでのブランド力もあり短期間で多くの消費者に知られ、商品ライフサイクルにおける成長期に移行した。成長期において、A社は(b) ブライド・ロイヤルティを強化し、営業力の強化、流通チャネルの拡大の取り組みなどを実践してきた。

現在この自動調理鍋は、商品ライフサイクルの成長期から成熟期にあると考えることができる。2015年に(c) 発売が開始されてから、自動で鍋の中身を回転させる速さを変更したり、無線LANとスマートフォンのアプリを連動したりすることで、自動調理できるメニュー数を増やせるように商品の改良をして新商品を販売し続けている。今後は、自動調理鍋にも商品のライフサイクルの成熟期を迎え(d) コモディティ化が起き、販売台数が頭打ちとなり、いずれは衰退期を迎えるであろう。

この自動調理鍋のように、これまでになかった商品の開発は多くの家電製品に見ることができる。今後も顧客のニーズにあった商品開発活動が求められるであろう。

**問1. 下線部(a)の段階における企業の戦略として、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。**

- ア. 新規の販売需要が多く生まれ、売上高や利益が大きく上昇する時期のため、商品の生産数を増加させ在庫不足にならないようにつとめる必要がある。
- イ. 売上数は少なく、研究開発費や広告費などを考えると利益はマイナスとなるが、商品の知名度を高めるため広告と続け、販売店に新商品を取り扱うように働きかける。
- ウ. 販売需要が少なくなり販売数が少なくなるため、商品の改良や代替品となる新たな商品開発を行う必要があり、場合によっては生産と販売の停止を検討する。

**問2. 下線部(b)を重視する消費者として、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。**

- ア. 自分の所有する商品を、気に入った特定のメーカーに限定して購入し続ける消費者
- イ. 販売価格や特定のメーカーへのこだわりがなく、高価格の商品ばかりを購入する消費者
- ウ. 競合他社の製品を多く所有し、品質のよい面と悪い面を理解している消費者

**問3. 本文の主旨から、下線部(c)を何というか、カタカナ7文字で正しい用語を記入しなさい。**

**問4. 下線部(d)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. 競合他社の商品との品質が外見などの違いがあっても、販売価格が同一である状況のこと。
- イ. 競合他社の商品との品質や外見などの差別化が広がり、比較しやすくなる状況のこと。
- ウ. 競合他社の商品との品質や外見などの違いがほぼなくなり、同じように見える状況のこと。

**3 次の文章を読み、問いに答えなさい。**

A社は、創業100年を超える牛乳・乳製品・菓子・食品を販売するメーカーである。A社の製造するチョコレートは、長い間「子どものおやつ」として浸透してきた。

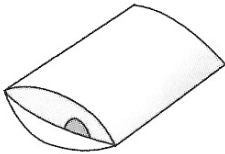
A社は、原材料のカカオ豆の産地や濃さにこだわった、大人の女性向けのチョコレートXを開発することとし、デザイン部に以下のプロセスでパッケージデザインの作成を指示した。まず第1段階として、パッケージの素材と形状について検討し、大人の高級イメージをもたせるため、紙の素材の(a) ピローケース(ピロータイプ)と決定した。第2段階では、形状に関するラフスケッチの作成をすることにした。ラフスケッチでは、大まかな下書きを入れた全体像の案も入れた完成品のイメージを作成して、パッケージのフォルム・サイズ・素材などを決定した。

第3段階では、グラフィックに関するラフスケッチの作成を行い、パッケージの各面に対して、商品名やキャッチコピー、成分や商品の特徴などの情報機能をどの面に振り分けるゾーニングについて詳細に検討した。第4段階では、グラフィックソフトを利用して製図作業を行った。製図作業では、展開図を作成してから、イラストや文字の配置を検討して、商品名の文字のフォントは販売対象である大人の女性が読みやすい(c) ポップ(POP)体でサイズを20ポイントにすることに決定した。その後、デザイン部が作成したパッケージは、試作品テストを踏まえ新商品に採用されて販売されるようになった。

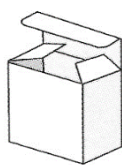
A社の新商品であるチョコレートXは、販売対象である大人の女性から、「これまでの子ども向けのチョコレートではなく、カカオの産地や濃さが表示されておりわかりやすい」、「ちょっと贅沢なチョコレート」といった評価を受け、販売予想を超える売り上げとなった。

**問1. 下線部(a)の形状として、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。**

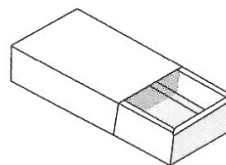
ア.



イ.



ウ.



**問2. 下線部(c)で表されたものとして、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。**

ア. チョコレート

イ. **チョコレート**

ウ. チョコレート

第〇〇回商業経済検定試験

商品開発と流通（サンプル問題） 解答用紙

得点

	問1			問2	問3	問4
1			志向			

	問1	問2	問3				問4
2							

	問1	問2
3		

受験場校		受験番号	
------	--	------	--

総得点	
-----	--

商品開発と流通（サンプル問題）模範解答 （各2点）

得点

	問1			問2	問3	問4	
1	シ	ー	ズ	志向	ウ	ア	ウ

8
---

	問1	問2	問3				問4			
2	イ	ア	モ	デ	ル	チ	ェ	ン	ジ	ウ

8
---

	問1	問2
3	ア	イ

4
---

総 得 点	100
-------------	-----