

第27回（平成24年度）  
商業経済検定試験問題  
〔商品と流通〕

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。

私たちの身の回りには多種多様な商品やサービスがあふれ、消費者は各自のライフスタイルに合わせてそれらを購入することができる。このように、豊かな生活を営むことができるようになった背景には、戦後、わが国が経済的発展を遂げ(a)産業構造が高度化したことがあげられる。

さらに、今日では、(b)「もの」それ自体の生産より、「ものやサービス」に付加された知識・情報などに価値をおいた生産を行い、消費者の多様な欲求に応じようとする社会になっている。

ところで、現代社会では、とくに健康に気をつかう消費者が多く、このところ健康ブームが続いている。その結果、運動や食べ物、健康に関する商品やサービスに関心が高まり、市場が拡大し、消費者ニーズも多様化している。

このような状況のなか、寝具メーカーの老舗であるA社は、一人ひとりの消費者ニーズに対応した商品の提供を行っている。大量生産されている商品に比べて高額にはなるが、(c)店員とのカウンセリングに基づき、素材を選び、独自の計測システムにより一人ひとりに合ったオリジナル枕を作り販売している。枕は、身長、体重、肩幅などにより最適な条件が異なる。とくに高さは重要で、不眠症、肩こり、いびき、頭痛などは枕に原因があることも少なくない。また、購入から10年間は無料で調整・カウンセリングなどを行い、微妙な体型の変化にも対応するというので、大量生産されている商品にはない付加価値を高め、消費者にアピールしている。

現代の消費者をみると、(d)こだわりのあるものは高額な商品を、また、こだわりのないものは安価な商品を選択し、購入するというような消費行動の傾向がうかがえる。先の枕の例に加え、A社は健康ブームや現代の消費行動などを背景として、敷きふとんやマットレスなども枕同様に、一人ひとりの消費者に合った快眠寝具として付加価値を高めて提案し、売り上げを伸ばそうとしている。

企業は、さまざまな消費者ニーズや消費行動の変化をとらえ、対応するためにさらなる努力が求められる。

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. 産業の範囲が、日本国内からアジアへ、そして、さらに多くの国々に拡大すること
- イ. 産業の比重が、第一次産業から第二次産業へ、そして、第三次産業へと移行すること
- ウ. 産業の技術が、単純な技術から高度な技術へ、そして、さらに高度な技術へと進歩すること

問2. 下線部(b)のような社会を何というか、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3. 下線部(c)のような商品を何というか、次のなかから正しいものを一つ選びなさい。

- ア. リメイクの商品
- イ. レディメイドの商品
- ウ. オーダーメイドの商品

問4. 下線部(d)のような消費行動を何というか、次のなかから正しいものを一つ選びなさい。

- ア. 消費の二極化
- イ. 消費の高級化
- ウ. 消費の平準化

② 次の文章を読み、問いに答えなさい。

近年、消費者ニーズの多様化や企業間競争の激化により、非常に多くの種類の商品が生産、販売されている。ただし、これらの(a)商品には、それぞれの寿命があり、市場に登場してから消えていくまでの過程は一般的に4つの期間により構成される。

電機メーカーA社の洗濯機を例にみる。A社は1930年に国産第1号の洗濯機を開発し、市場導入を行い洗濯機が出回った。これまで手で洗っていたのを洗濯機が行ってくれるという利便性が人気を呼び(b)市場に受け入れられて、活発に購入されるようになった。高度経済成長期には、一気に家庭に普及した。その後も研究開発に努め、二槽式洗濯機や全自動洗濯機、ドラム式洗濯乾燥機などの商品を相次いで開発した。

このように、A社の洗濯機において、国産第1号の誕生から現在までの約80年間に、さまざまなタイプのものが市場に登場し、また、一方で市場から消えていったものもある。この(c)商品が市場に登場してから消えていくまでの期間は短期化傾向にあり、多くの種類の商品にこの傾向がある。

しかし、商品によっては、発売から数十年経過した今でも売れ続けているロングセラー商品というものがみられる。また、販売期間を限定する(d)限定商品というものがある。この限定商品は、販売期間以外に、販売地域や販売数量などを限定するものもある。

今後、企業は、社会環境の変化にともなう消費者ニーズの多様化に対し、どのようなタイミングで新商品を投入し、売り上げを拡大していくかというマーケティング戦略がますます重要となる。

問1. 下線部(a)を何というか、カタカナ7文字を補って正しい用語を完成させなさい。

問2. 本文の主旨から、下線部(b)はどの期間に当てはまるか、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

ア. 導入期    イ. 成長期    ウ. 成熟期    エ. 衰退期

問3. 下線部(c)の一因として、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 消費者ニーズの多様化と変化に対応するため、商品を次々に開発するようになったから。
- イ. 高齢社会の進展に対応するため、昔の人気商品を次々に再登場させるようになったから。
- ウ. 安全意識の高まりに対応するため、危険を検知する商品を次々に開発するようになったから。

問4. 本文の主旨から、下線部(d)を販売するねらいは何か、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 消費者の儉約意識に訴え、消費の増大を抑えるために行う。
- イ. 希少性を高めることで消費者心理を喚起し、購買意欲を刺激するために行う。
- ウ. 過剰な商品の供給を避け、消費者への秩序ある販売を実施するために行う。

③ 次の文章を読み、問いに答えなさい。

現代の市場では、多種多様な商品が開発され、次々と新商品が発売されている。そして、消費者はライフスタイルにあった商品を購入し、豊かな生活を営んでいる。

企業は、商品の継続的な生産や商品開発をする際に、商品の基本的特性を重視し、判断基準としている。まず、(a)企業の立場から商品の基本的特性をみると、商品売り上げることによって、少しでも多くの利幅を得て、商品の生産を継続し、企業活動を維持・拡大していくための商品の性質が必要となる。

また、企業の立場からだけでなく、消費者の立場に立ち、消費者に満足感を与えられるような商品の性質や、社会全体にとっても有益なものでなければならない、という性質が求められる。企業は、商品の基本的特性に配慮しながら、商品の価値を高めたり、多様化を図ることで、新しいタイプの商品を生み出していくことに力を注いでいる。そして、これらの多様化した商品の分類が、さまざまな立場や目的で必要となっている。

まず、商品の分類には(b)制度分類があり、一例として、日本標準商品分類がある。その他の分類としては、慣用分類があり、一般に広く用いられている。例えば、消費者の購買慣習により、商品を最寄品・買回品・専門品に分類するものがある。ただし、最寄品・買回品・専門品は、同じ商品でも品質や消費者の意識・行動の違いによって分類が変わったり、時代とともに変化することもある。小売商においては、慣用分類の一つである用途分類が用いられることが多く、小売商によって異なる分類を行い、売り場を構成している。

さらに、商品の原産地により、国産品と輸入品という分類もある。今日では、(c)JAS法により、原産地を表示するように義務づけられている商品もある。

今後、さらなる技術革新や消費者ニーズの多様化によって、新商品の登場や消費行動の変化が生じ、従来の商品の分類ではおさまらない場合が出てくる。このような場合、それぞれの立場で新たな分類が必要となってくる。

問1. 本文の主旨から、下線部(a)を何というか、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 有用性    イ. 社会性    ウ. 収益性

問2. 下線部(b)の説明として、次のなかから正しいものを一つ選びなさい。

- ア. 国が、経済統計や課税などのために统一的に決めた分類方法である。  
イ. 消費者が、商品を購入する際の購買行動により決めた分類方法である。  
ウ. 売買業者同士が、仕入・販売を行う際に利用するために決めた分類方法である。

問3. 下線部(c)の具体例として、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 電気製品やその周辺機器    イ. 衣料品や日用雑貨品    ウ. 生鮮食品や一部の加工食品

④ 次の文章を読み、問いに答えなさい。

消費者は、商品を購入する際に価格、機能、品質、デザインなどを基準とする。企業はそのような基準に対応した商品を提供することで、売り上げを伸ばそうと努力している。

その一例として、乗用車市場をみる。わが国の軽自動車を除く乗用車市場は、2011年をみると(a)上位3社で、市場の77.3%を占めているが、自動車メーカー各社は、売り上げを伸ばそうと激しい競争を繰り広げている。

その競争の一つとして、(b)価格競争がある。価格競争は、企業同士が消耗するだけという結果に陥りやすく、適正な競争関係の維持が大切になる。乗用車の場合、(c)価格は購入を決定する際の一つの要素ではあるが、価格以外の要素で比較検討し購入する傾向がみられる。これは、品質やデザイン、乗り心地、ブランドなどの要素により、購入を決定するものである。今日の乗用車市場では、各自動車メーカーが、価格以外の要素で自社製品の差別化を図ることにより、非価格競争が激しくなっている。

また、近年の新しい動きとして、伝統や威厳を前提とした旧来の高級車の在り方に対して、機能面、操作性、快適性、安全性、環境面などを追求した高級車の新ブランドを展開している企業もある。そして、(d)ステータスシンボルとしてふさわしい品質と、日本車ならではの信頼性や妥当な価格設定と優れた経済性、質の高い接客によって、国内外で市場を拡大している。

今後も、乗用車市場は海外の自動車メーカーも含め、価格競争や非価格競争、また、自動車メーカー独自の戦略が繰り広げられていくことが予想される。

問1. 下線部(a)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. 独占市場    イ. 寡占市場    ウ. 完全競争市場

問2. 下線部(b)が展開される状況として、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. ブランド力に大差はあるが、デザイン、品質、性能などには大差がないこと  
イ. ブランド力に大差はないが、デザイン、品質、性能などには大差があること  
ウ. ブランド力に大差はなく、デザイン、品質、性能などにも大差がないこと

問3. 本文の主旨から、下線部(c)の背景として、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 自動車メーカーの価格競争からの脱却という販売戦略と、消費者ニーズの個性化により、この傾向がみられること。  
イ. 自動車メーカーの価格競争からの脱却という販売戦略と、消費者ニーズの同質化により、この傾向がみられること。  
ウ. 自動車メーカーの価格競争からの脱却という販売戦略と、消費者ニーズの画一化により、この傾向がみられること。

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. 生産した企業を文字・図形・記号などで象徴的に示すもの  
イ. 購入者の社会的地位や身分などを象徴的に示すもの  
ウ. 商品の物的機能や性能の優位性などを象徴的に示すもの

⑤ 次の文章を読み、問いに答えなさい。

消費者ニーズの変化や情報化、規制緩和などにより、新しい形態の産業が登場している。

一つは、(a)別々の産業だったものが、それぞれの分野をこえて一緒になる傾向である。この例として、畜産業と観光業が一緒になった観光牧場がある。日本で最初の西洋式牧場といわれる観光牧場では、動物と遊べる広場、季節ごとの花が楽しめる庭園、ミニ動物園、植物園などの施設も充実している。今日では、このような観光牧場は全国的にみられるようになっている。

もう一つは、(b)業際化という動きである。これは、ある産業が他の産業部門に乗り入れて、他産業との境界部分でお互い重なりあい、産業分野が従来の区分では示せなくなってくる傾向をいう。

今後も、新しい形態の産業が生まれ、私たちの生活に影響を与えることが考えられる。

問1. 下線部(a)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. 中小の小売業者が、大資本の百貨店や量販店に対抗するために、金融機関から資金を借り入れることによって、事業活動の拡大を図ること。

イ. 鉄鋼メーカーが、企業間競争の激化に対応するため、半導体の生産・販売事業に乗り出し、鉄鋼メーカーから半導体メーカーに業種の転換を行うこと。

ウ. 輸送業者が、業務用の荷物を主な対象として行っていたサービスを、その枠をこえて家庭用の小荷物を運ぶという新しいサービスを行うこと。

⑥ 次の文章を読み、問いに答えなさい。

商品開発の目的は、消費者に利便性を提供するだけでなく、社会に貢献することも重要なことである。ここでは、社会の抱える課題に対応した商品開発について試みる。

まず、地球温暖化防止をはじめとする(a)環境保全の問題に対応した商品開発である。今日では、多くの企業がこの問題に取り組んでいる。

次に、高齢化が進む社会に対応した商品開発である。この問題に対しては、福祉対応型の商品開発が進んでいる。さらに、バリアフリー化の考え方を発展させた商品も開発されている。その例として、駅でみかける幅の広い自動改札がある。この自動改札は、車椅子を利用している人のためだけでなく、ベビーカーやキャリーバッグを利用する人にも便利なものである。これは、すべての人が対象であり、(b)「文化・言語の違い、老若男女といった差異、障がいの有無に関係なくだれもが利用できる」という考え方に基づいた設計の商品開発である。

今後、環境対応型や福祉対応型の商品開発は、ますます重要度を増していくと考えられる。

問1. 下線部(a)の例として、次のなかから正しいものを一つ選びなさい。

ア. A社は、廃棄後の再生利用を考えた、資源循環型の商品開発を行っている。

イ. B社は、事故が発生しないように、安全性に重点をおいた商品開発を行っている。

ウ. C社は、多様なニーズに対応するために、多様なカラーやデザインの商品開発を行っている。

問2. 下線部(b)を何というか、カタカナ10文字で正しい用語を記入しなさい。

7 次の文章を読み、問いに答えなさい。

私たちは、日常的に貨幣を使用している。もし、貨幣が存在しなければどのような不便があるだろうか。貨幣が経済に与えた影響を、貨幣がなかった原始社会を例に考えてみよう。

原始社会では小規模な集団で、(a)必要なものはすべてその集団が生産し、消費する生活を営んでいた。その後、徐々に生産したものを他の集団と交換する物々交換が行われるようになった。これにより、市場に提供することを目的として作られた「商品」が経済に登場し、そして、それらを交換する「流通」が始まったのである。その後、物々交換をより効率的に行うために交換の場所である市が発生した。

市ではさまざまな商品の交換が行われていた。もし市において、柿1個と栗10個が交換されており、柿2個と魚1匹が交換されているとする。このような交換の比率が成り立っている状況では、栗をもっている集団は魚1匹を得るために、通常、栗を□個、提供しなければならない。

しかし、魚をもっている集団が栗を必要としているとは限らない。したがって、物々交換が成立するためには、(b)お互いの欲求が二重に一致していることが必要である。このような不便な状況を解消するために貨幣が登場した。貨幣を交換の仲立ちにすることにより、お互いの欲求が二重に一致している相手が見つからなくても、商品売って貨幣を得て、その貨幣を支払いの手段にすることで商品を得ることが可能になった。このようにして交換が円滑に進むようになったことで、物々交換は売買へと変わっていったのである。

また、貨幣の登場によって、貨幣が価値の尺度になり、商品の価値を「金貨1枚」といったように貨幣で表すことが可能になった。そして、貨幣を貯めておくことで、必要なものを好きなときに買えるようになった。このことにより、売買が飛躍的に発展し(c)社会的分業が進み、生産物がより「商品」としての性格をもつようになったのである。

このように、貨幣には交換の仲立ちとして支払いの手段になること、価値の尺度になること、蓄える手段になることなどの機能があり、これらの機能が経済を発展させたのである。

問1. 下線部(a)を何というか、正しい用語を記入しなさい。

問2. 文中の□に入る個数はいくつか、正しい数字を記入しなさい。

問3. 本文の主旨から、下線部(b)の例として、次のなかから正しいものを一つ選びなさい。

- ア. 柿を1個もち、栗10個と交換したいという集団と、栗を10個もち、柿1個と交換したいという集団の両方が存在し、欲求が一致していること。
- イ. 柿を1個もち、栗10個と交換したいという集団が同時に2つ以上存在し、栗が欲しいという欲求が一致していること。
- ウ. 柿を1個もち、栗10個と交換したいという集団と、魚1匹もち、栗10個と交換したいという集団の両方が存在し、栗が欲しいという欲求が一致していること。

問4. 下線部(c)の説明として、次のなかから正しいものを一つ選びなさい。

- ア. 部長や課長、係長といったように、人々が社内の職責によって役職に分かれること
- イ. 組立部門や仕上部門といったように、人々が工場の工程内で特定の作業に分かれること
- ウ. 農業や工業、商業といったように、人々が専門的な職業に分かれること

㊦ 次の文章を読み、問いに答えなさい。

昭和40年代後半に、戦前のお阪を舞台に商人が活躍するテレビドラマがヒットした。このドラマのあらすじは、福井県出身のバイタリティあふれる青年が、さまざまな逆境をはねのけ商売を成功に導くというものである。当時の流行語である「モーレッツ」を地で行くような主人公の生きざまが、高度経済成長を経験した当時の人々に受け入れられたのかも知れない。卸売商のA社はこの主人公のモデルとなった人物が創設した企業である。

A社は(a)工作機械や工具などの生産財と住宅設備機器や家具、家電などの消費財に特化し、世界中に営業拠点を設け、貿易および国内取引を行っている卸売商である。卸売商にもさまざまな立場があるが、(b)卸売商としてのA社の立場は、卸売商としての特徴を生かし、多様な製造業者から商品を仕入れ、小売商に対し、それらの商品を組み合わせる最適な品揃えの提案をする役割を担うものである。また、特定の分野の商品のみを取り扱っていることにより、その分野に精通した従業員が高度な情報を提供できるという点も強みである。

そんな卸売業者としての強みを発揮しているA社ではあるが、(c)流通経路から卸売商が排除されることがある昨今の経済事情と無関係ではない。そこでA社は製造業者に依頼し、扇風機や電気こたつなど(d)自社ブランドの商品を開発し、小売商に販売するのみならず、インターネットを用い、直接、個人消費者へ販売している。

さまざまな社会の変化のなか、今日まで社会の一線で営業を続けるA社に受け継がれる「モーレッツ」の社風は、現在の日本の経済全体にも必要なのではないだろうか。

問1. 下線部(a)は何に分類されるか、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 産地卸商    イ. 専門商社    ウ. 総合商社

問2. 本文の主旨から、下線部(b)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. 特定の製造業者のため、その商品の販売活動に重点をおいた立場で営業活動を行っている。  
イ. 多くの小売商のため、商品の取り揃えに重点をおいた立場で営業活動を行っている。  
ウ. 卸売商と卸売商との間の、仲継ぎに重点をおいた立場で営業活動を行っている。

問3. 下線部(c)による弊害として、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 小売商にとって、少ない取引で多種類の商品を仕入れることが困難になる。  
イ. 小売商にとって、安い仕入原価で商品を仕入れることが困難になる。  
ウ. 小売商にとって、一度に大量の商品を仕入れることが困難になる。

問4. 下線部(d)を小売商が取り扱う利点として、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 卸売商のブランドの商品は、一般的に、製造業者のブランドの商品より信頼性が高いため、小売商はその商品を扱うことで、自社のイメージを高めることができる。  
イ. 卸売商のブランドの商品は、一般的に、製造業者のブランドの商品より知名度が高いため、小売商は店舗での広告を減らすことができ、店内広告にかかる費用を削減することができる。  
ウ. 卸売商のブランドの商品は、一般的に、製造業者のブランドの商品より仕入原価が安いいため、小売商は安売りの目玉として用いることができる。



9 次の文章を読み、問いに答えなさい。

A社は全国に約50店舗を展開する食品スーパー(以下、スーパー)である。長引く消費の低迷や消費者の低価格志向、大手総合スーパーの台頭などから、逆風が吹いているといわれるスーパーの業界のなかで、A社は独特な経営戦略で成長を続けている。

一般に中小のスーパーが大手の総合スーパーに対抗する手段としては、(a)ボランタリーチェーンに加盟することや、場合によっては他社との合併や提携、大手の傘下に入るなどがある。これは仕入れの規模を大きくすることによって、仕入れのコストを下げ大きな利益を上げるためである。しかし、A社の経営はそのような規模を大きくする戦略とは一線を画している。

その特徴は品揃えに表れている。A社はスーパーでありながら、野菜や精肉などの生鮮食料品を一切取り扱っていない。代わりにグロッサリーと呼ばれる日用食料雑貨の品揃えを充実させている。その品揃えの方向は徹底して多品種少量であり、ある店舗では350種類以上のレトルトカレーを取り揃えているという。また、(b)A社は国内外のメーカーとの協力により開発、製造しているA社独自の商品を多数導入している。それらは、極端に餡子の量が多いどら焼きを始めとして、他の小売店では目にしないようなユニークな商品ばかりである。そして、店舗の立地に合わせ、品揃えを大きく変えていることもA社の特徴である。

このようなA社の独特な経営戦略は、これからの小売業界の未来を考える上で大きな参考になるものであろう。

問1. 下線部(a)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. 企業の経営権は失うが、企業の株式を手放すことで大きな利益を得ることができる。
- イ. 企業の個性は失われるが、知名度の高い本部の屋号を店舗名として用いることができる。
- ウ. 企業の独立性を保ちながら、仕入れや配送、広告、社員教育などの大規模化ができる。

問2. 本文の主旨から、下線部(b)の理由として、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 低価格の商品を取り扱うことで、競争を優位に進めるため。
- イ. 特徴のある商品を取り扱うことで、競争を優位に進めるため。
- ウ. 他社と同等の商品を取り扱うことで、競争が不利にならないようにするため。

問3. 本文の主旨から、A社の経営方針として、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 他のスーパーでは味わえない買い物の楽しみを感じてもらい、顧客のニーズに応える。
- イ. 他のスーパーにはない買い物の利便性を感じてもらい、顧客のニーズに応える。
- ウ. 他のスーパーでは得られない店舗に対する親近感を得てもらい、顧客のニーズに応える。

10 次の文章を読み、問いに答えなさい。

A市の駅前に広がる商店街は、郊外に大型のショッピングセンターが建設されたことをきっかけに活気を失っていった。廃業し、シャッターを降ろしている店舗の多さから「シャッター通り」と呼ばれていた。

そんなA市の駅前商店街の近くに、最近、(a)食品スーパーを核店舗とし、ドラッグストア、クリーニング店、生花店がテナントとして同居する小規模なショッピングセンター、いわゆるネイバーフッド型ショッピングセンターが建設された。この(b)ショッピングセンターを計画し、運営にあたっている業者は不動産業者のB社である。B社はA市やA市の商工業者による組合からの要請と協力によりこのショッピングセンターを建設した。

このショッピングセンターのもう一つの特徴は(c)ショッピングセンターの一角に、住民票の写しや印鑑登録証明書などの公的な書類の発行ができる自動交付機をA市が設置していることや、銀行のATMが設置されていることである。このようなサービスが地域住民に大変好評である。

このショッピングセンターの建設により、中心市街地に住み、郊外の大型ショッピングセンターまで買い物に行くことが容易ではない、(d)いわゆる買い物弱者と呼ばれていた住民たちの、日々の買い物の負担が大幅に軽減された。ショッピングセンターには平日の午前中から多くの来店客があり、中心市街地に久し振りに活気が戻ってきた。

現在、A市は商店街の空き店舗の再利用に取り組み、商店街の再興を目指している。ショッピングセンターとの相乗効果でさらなる街の活性化につながるであろう。

問1. 本文の主旨から、下線部(a)の品揃えの方針として、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 近隣からの顧客の来店を見込み、最寄品を中心とした品揃えを行う。
- イ. 比較的広い範囲からの顧客の来店を見込み、買回品を中心とした品揃えを行う。
- ウ. 広い範囲からの顧客の来店を見込み、専門品を中心とした品揃えを行う。

問2. 下線部(b)を何というか、カタカナで正しい用語を記入しなさい。

問3. 下線部(c)により何が期待できるか、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 地域社会に貢献するとともに、A市や銀行から支払われる、自動交付機やATMの地代がショッピングセンターの収入として期待できる。
- イ. 地域社会に貢献するとともに、公的な書類の発行手数料や、銀行預金の引き出しや振り込みにかかる手数料がショッピングセンターの収入として期待できる。
- ウ. 地域社会に貢献するとともに、自動交付機や銀行のATMを訪れた人々が、用事のついでにショッピングセンターで買い物をしてくれることが期待できる。

問4. 本文の主旨から、下線部(d)はどのような人々か、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 自転車通学の高校生
- イ. 自動車を運転しない高齢者
- ウ. 仕事と育児を両立する主婦

II 次の文章を読み、問いに答えなさい。

A社はわが国唯一の貨物専門の航空会社である。1978年に数社の海運会社と旅客事業を中心に運行していた航空会社の共同出資により設立され、1985年にアメリカへの路線を開設したことを皮切りに、実際の運行を開始した。現在では航空貨物の分野において、世界有数の取扱高を誇っている。

A社の設立が計画された1970年代は、わが国からアメリカに向けてテレビを始めとした家電製品の輸出が急伸した時代である。(a)テレビのような単価の高い輸出品は保険料や金利などの面からも航空輸送が有利であった。しかし、当時のわが国には貨物専門の航空会社は存在せず、航空輸送といえば旅客機の下部の貨物室を利用した小規模なものに限られていた。そのため、本格的な航空輸送は、(b)貨物専用の飛行機を就航させていたアメリカの航空会社に独占されており、A社の設立はわが国の運送業界の悲願であった。

A社の特徴は、空港から空港までの輸送のみを担当する「キャリア」という形態の貨物専用航空会社であるということである。そのため、戸口から空港までと空港から戸口までの陸上輸送を担当する「フォワーダー」という形態の運送会社と連携しなければならない。連携を効率的に行うため、A社は多彩な(c)コンテナやパレットを用い、荷姿の標準化を行い、近代的な機器を使って、効率的に輸送・保管・荷役を行えるようにすることで、「キャリア」と「フォワーダー」の両方の機能を兼ね備えている「インテグレーター」と呼ばれる企業に対抗している。

世界的な経済環境の悪化の余波を受け、A社も利益の減少を免れることは無かったが、多様化する航空輸送サービスに柔軟に対応することで、利益の拡大を目指していくという。四方を海に囲まれたわが国において、航空輸送は不可欠なものである。今後もA社はわが国の物流において重要な位置を占めるであろう。

問1. 下線部(a)の理由として、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 航空輸送は海上輸送に比べ、荷役の削減が可能なため。
- イ. 航空輸送は海上輸送に比べ、大量輸送が可能なため。
- ウ. 航空輸送は海上輸送に比べ、短時間での輸送が可能なため。

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)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. 複合一貫輸送
- イ. ユニットロードシステム
- ウ. モーダルシフト

**12 次の文章を読み、問いに答えなさい。**

1730年から大坂(現在の大阪)の堂島米会所で行われていた「帳合米取引」が世界初の先物取引であるといわれる。そんな商業の先進地域にあって、長年、わが国の経済を支えてきたのが大阪証券取引所(以下、大証)である。

戦後、間接金融を中心に行われてきたわが国の資金調達において、直接金融の割合が大幅に増加したのは1980年代である。1980年代には証券市場の整備のほか、資産の価格高騰による金余りを背景に(a)新株の発行による増資が頻繁に行われ、証券市場にかつてないほどの賑わいが訪れた。同時に(b)社債の発行も相次ぎ、金融機関からの借入れが主流であった大企業の設備資金も直接金融が占める割合が大幅に増加した。そんな1980年代にわが国で最初の株式指数先物取引を開始したのも大証であった。

このように先進的な大証は、現在も、一般の現物株式市場や一般の公社債市場、(c)一定の価額で株式に転換できたり、一定の価額で新株を購入できたりする権利が付属している社債の市場のほか、株価指数先物取引市場やETFと呼ばれる上場した投資信託の市場、外国為替証拠金取引市場など、多様な金融商品が取り引きされる市場を目指している。また、国内最大規模の(d)新興企業向けの株式市場を有している点も大証の先進性の表れであろう。

しかし、そんな大証も国際的な証券市場の整理・統合の波のなかで、2013年1月に東京証券取引所と経営統合された。経営統合後も大証の進取の精神が継続されることを期待する。

**問1. 下線部(a)の利点として、次のなかから正しいものを一つ選びなさい。**

- ア. 増資によって得られた資金は自己資本になるため、返済の義務が無い。
- イ. 増資によって得られた資金は自己資本になるため、配当として株主に分配できる。
- ウ. 増資によって得られた資金は他人資本となるが、長期的に固定金利で借入れられる。

**問2. 下線部(b)の特長として、次のなかから正しいものを一つ選びなさい。**

- ア. 小規模で企業の知名度が低くても、信用状況が良好であれば容易に発行できる。また、資金が不足した場合には償還期限を延長することができる。
- イ. 変動金利で発行されるため、金利の下降が予測される局面でも安心して発行できる。また、償還期限まで社債の所有者が変わらないので安定した資金調達ができる。
- ウ. 金利を始めとした資金調達の費用が銀行からの借入れよりも相対的に低く、長期的な資金調達に有利である。また、償還期限前でも償還することができる。

**問3. 下線部(c)を何というか、正しい用語を記入しなさい。**

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

- ア. 将来の成長が期待できる企業であれば、継続して利益を出していなくても上場することができる。
- イ. 固定資産を十分に保有している企業であれば、継続して利益を出していなくても上場することができる。
- ウ. わが国の伝統産業とみなされる企業であれば、継続して利益を出していなくても上場することができる。

**13 次の文章を読み、問いに答えなさい。**

近年、実際の店舗を訪れる前に、インターネットで下調べをする消費者が多い。そのような動きのなか、オンラインであるインターネット内での活動を、より積極的にオフラインである実店舗の売りに結びつけようとする企業が増加してきた。このような取り組みをO to O (Online to Offline)といい、一般にO<sup>オート</sup>2Oと略される。

これまでも、(a)企業がインターネットを利用して、消費者に商品を直接販売する取引はいたるところで行われてきた。同時に自社のwebサイトに広告や商品情報、店舗情報を掲載し、消費者に実店舗での商品の購入を促す取り組みも以前から行われてきた。O2Oはこのような取り組みにとどまらず、急速に普及してきた(b)スマートフォンやソーシャルネットワーキングサービス(以下、SNS)、口コミを投稿するwebサイトなどを効果的に利用し、積極的に消費者を実店舗に呼び込もうとするものである。具体的には、積極的にSNSを活用し、SNSを利用している消費者に、特別な店舗情報や店舗で利用できるクーポンを配布したり、外出中の消費者に対し、スマートフォンの位置情報から、最も近い店舗を紹介するサービスをしたりすることである。

このような取り組みの多くには、情報が企業から消費者へ単方向に流れるものではなく、情報が消費者から消費者へと流れていくという特徴がある。そして、情報が流れる途中で、企業や商品に対する消費者の評価が情報に加わるという特徴もある。そのため、企業は自社の情報が消費者に共感をもって受け入れてもらえるように努めなければならない。また、消費者から寄せられるさまざまな情報に真摯に耳を傾ける姿勢も必要である。

しかしながら、自社の評判の向上をねらい、口コミサイトの内容を故意に操作するという事例が発生し社会問題となった。このように消費者に気づかれぬように、自社が有利になるような宣伝や広告を故意に行うことをステルスマーケティングというが、今後、O2Oの取り組みが増加していくうえで、ステルスマーケティングに対する企業のモラルも問われていくことになるであろう。

**問1. 下線部(a)のような取引を何と呼ぶか、次のなかから正しいものを一つ選びなさい。**

- ア. B to B    イ. B to C    ウ. C to C

**問2. 本文の主旨から、下線部(b)は何にあたるか、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。**

- ア. パーソナルコミュニケーションメディアとソーシャルメディアを活用したビジネスの実践  
イ. マスメディアとソーシャルメディアを活用したビジネスの実践  
ウ. マルチメディアとソーシャルメディアを活用したビジネスの実践

**問3. 本文の主旨から、情報化社会のなかで企業にとって重要なことは何か、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。**

- ア. どの情報を、どのような手段で消費者に伝えるのか、また、どのようにして情報を得て、どのように理解するかといったコミュニケーション能力が重要になる。  
イ. 新しい情報や顧客からの情報は一時的なものや信頼が置けないものが多いので、安易に惑わされることなく、地道に営業活動を続けることが重要になる。  
ウ. いかに自社に有利な情報を消費者に伝えるかを重視し、不利な情報を排除することに重点を置いた情報戦略が重要になる。

14 次の文章を読み、問いに答えなさい。

A社は、油圧ショベルやブルドーザーなどの建設機械を製造・販売する重機メーカーである。このところ海外からの注文が増加し、好調な経営が続いているが、今後の競争の激化に備えて、経営戦略の改善を検討している。

そこで、現在検討しているのが、(a)自社で行っている業務の一部を外部の業者に委託することである。A社は、効率的な人材の活用や人件費などを考えて、自社で行っている業務のうち、非効率的な備品管理と書類整理などの業務の委託を計画している。

(b)このような経営手法は、1980年代初頭からアメリカで用いられるようになり、1990年代に入っ  
て、わが国でも採用する企業が増加してきた。最近では、代行の内容が、物流関連、環境・防犯関連、  
情報処理関連、研究開発関連、従業員教育関連などさまざまな分野まで広がり、利用されている。一方、委託する業務の内容によっては、個人情報や企業経営にとって重要な情報などが漏れる危険性があり、どのようにして情報を管理するかという問題がある。

今後、これらの問題をどう解決していくかが、この経営手法の大きな課題といえる。

問1. 下線部(a)を何というか、カタカナで正しい用語を記入しなさい。

問2. 本文の主旨から、下線部(b)の理由として、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 業務の一部を外部の業者に委託することにより、委託した業務を遂行するノウハウを知ることができるから。
- イ. 業務の一部を外部の業者に委託することにより、人材を有効に活用することや経費の節減を図ることができるから。
- ウ. 業務の一部を外部の業者に委託することにより、委託した業者から他社の重要な情報を容易に入手することができるから。

**15** 次の文章を読み、問いに答えなさい。

ベンチャービジネスとは、それまで他の人が手がけてこなかった事業を創造し展開することである。既存のビジネスに比べるとリスクはあるが、成功すると産業界のリーダーとなることもできる。このベンチャービジネスは、今後の経済発展に大きな影響を与える可能性がある。現在、その育成のために、人材・技術・施設・資金などの面で支援が行われている。

まず、人材・技術面での支援としては、(a)T L O (技術移転機関)によって、大学の研究成果や技術の、ベンチャー企業をはじめとする民間企業への移転が進められている。技術移転の例として、全自動で体にかかる圧力を、最適な状態にすることができる画期的な車いす用クッションがある。これは、体重の圧迫による血行不順を防止したり、体をしっかりと支えて座位姿勢を保持できる効果がある。

また、(b)施設面での支援としては、地方自治体によりベンチャー企業育成のために、必要な施設・設備を安価に提供しているところもある。

次に、資金面での支援としては、(c)ベンチャーキャピタルやエンジェルなどから、資金調達を行うことができる。ただし、情報公開や経営管理能力が要求される。

ところで、ベンチャービジネスに挑戦する企業は二つに大別される。一つは、独立ベンチャーで、一人または複数の独立した起業家が中心となって独自の経営を行っている。もう一つは、(d)企業ベンチャーで、すでに企業活動を行っている既存企業が積極的に導入している。これには、社内で新たに組織を編成して事業を展開する形態と、新たな会社を社外に設立する形態がある。

今後、わが国のさらなる経済発展の実現のためには、支援体制を整えていくことが必要といえる。

**問 1.** 下線部(a)の大学側の利点として、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 大学が特許を取得し、ベンチャー企業をはじめとする民間企業と、特許の利用を許諾する契約をむすぶことによって、大学は特許使用料の収入を得ることができる。
- イ. 大学は特許を取得し、その研究成果や技術をベンチャー企業をはじめとする民間企業に無償で譲渡し、商品化されることにより、大学の知名度を上げることができる。
- ウ. 大学は特許を取得することはできないが、ベンチャー企業をはじめとする民間企業の支援を受けて商品化し、商品を販売することができる。

**問 2.** 下線部(b)のような施設を何というか、次のなかから正しいものを一つ選びなさい。

- ア. インキュベーション施設      イ. コンベンション施設      ウ. パブリック施設

**問 3.** 下線部(c)の説明として、次のなかから正しいものを一つ選びなさい。

- ア. ベンチャービジネスに投資する個人投資家
- イ. 各都道府県に設立されたベンチャー財団
- ウ. ベンチャービジネスに投資する民間の会社

**問 4.** 下線部(d)の導入のねらいは何か、次のなかから最も適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 既存企業の余剰資金を有効に活用し、企業の合併や買収を行うため。
- イ. 既存企業の社内の活性化や、新規事業を育成し企業の発展を図るため。
- ウ. 既存企業の余剰人員を配置転換し、社内での職場を確保するため。

第27回商業経済検定試験  
商品と流通解答用紙

1	問 1	問 2	問 3	問 4
		化社会		

得 点

2	問 1	問 2	問 3	問 4
	商品の			

3	問 1	問 2	問 3

4	問 1	問 2	問 3	問 4

5	問 1	問 2

6	問 1	問 2

7	問 1	問 2	問 3	問 4

8	問 1	問 2	問 3	問 4

9	問 1	問 2	問 3

10	問 1	問 2	問 3	問 4

11	問 1	問 2	問 3

12	問 1	問 2	問 3	問 4

13	問 1	問 2	問 3

14	問 1	問 2

15	問 1	問 2	問 3	問 4

受験場校		受験番号	
------	--	------	--

総 得 点	
-------------	--



第27回商業経済検定試験  
商品と流通模範解答

(各2点)

秘

( )内は別解である。

得点

	問1	問2			問3	問4
1	イ	ソ	フ	ト	化社会	ウ ア

8

	問1					問2	問3	問4
2	商品の	ラ	イ	フ	サ	イ	ク	ル イ ア イ

8

	問1	問2	問3
3	ウ	ア	ウ

	問1	問2	問3	問4
4	イ	ウ	ア	イ

	問1			問2
5	融	業	化	ウ

18

	問1	問2					
6	ア	ユ	ニ	バ	ー	サ	ル デ ザ イ ン

4

	問1		問2	問3	問4
7	自給自足 (自給自足経済)		20	ア	ウ

	問1	問2	問3	問4
8	イ	イ	ア	ウ

16

	問1	問2	問3
9	ウ	イ	ア

	問1	問2		問3	問4
10	ア	デイベロッパ (デベロッパー)		ウ	イ

14

	問1	問2	問3
11	ウ	フレイター	イ

6

	問1	問2	問3	問4
12	ア	ウ	新株予約権付社債	ア

	問1	問2	問3
13	イ	ウ	ア

14

	問1		問2
14	アウトソーシング		イ

	問1	問2	問3	問4
15	ア	ア	ウ	イ

12

総 得 点	100
-------------	-----