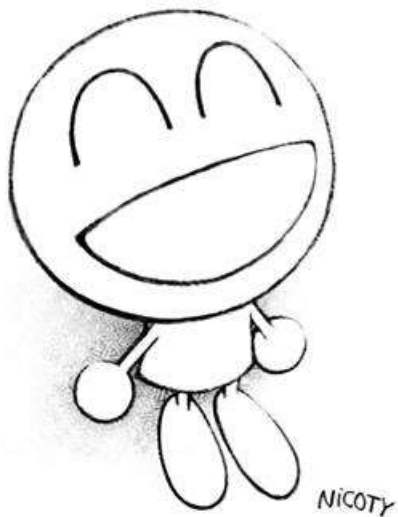


2014

第73回 販売士3級試験 解答解説

この解答解説は、第73回販売士3級検定試験の
解答に併せて、解説が記載されています。
それぞれの解説を読んで、内容の理解にお役立て
ください。



第 73 回販売士検定試験 3 級解答

試験日：平成 26 年 2 月 19 日（水）

一般社団法人日本販売士協会 発表

①小売業の種類

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

②マーチャンドライジング

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

③ストアオペレーション

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

④マーケティング

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

⑤販売・経営管理

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

① 小売業の種類

第1.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	1	2	2	2	1

誤り箇所の解説

イ 誤り箇所：1991年から2007年にかけて減少している

正 解：1991年から2007年にかけて増加している

※ 売場面積：1991年10,990万㎡に対し、2007年は14,887万㎡。

ウ 誤り箇所：織物、衣服、身の回り品小売業が最も高い

正 解：織物、衣服、身の回り品小売業は、その他の小売業、飲食料品小売業に次いで3番目

※ 業種別事業所数構成比の多い順は以下のとおりである。

1. その他の小売業（医薬品・化粧品小売業、書籍・文具小売業その他）：394,642事業所（34.7%）
2. 飲食料品小売業：389,832事業所（35.9%）
3. 織物、衣服、身の回り品小売業：166,732（14.7%）

エ 誤り箇所：就業者4人以下の零細小売店は、店舗数で全体の約9割を占めている。

正 解：就業者4人以下の零細小売店は、店舗数で全体の約7割（68.1%）を占めている。

※ 就業者規模別の店舗数の構成比は、4人以下：68.1%、5人から9人：30.9%、50人以上：0.9%の割合である。

第2.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	2	1	1	1	2

誤り箇所の解説

ア 誤り箇所：スーパーセンターは、フランスで開発された店舗形態であり、カルフルの主力業態

※ スーパーセンターは、小売業世界第1位の「ウォルマート・ストアーズ(米国)」が開発した店舗形態である。フランスで開発された店舗形態で、カルフルの主力形態は「ハイパーマーケット」である。

オ 誤り箇所：販売対象はほとんどが消費者である。

正 解：販売対象はほとんどが業務用販売を目的とした事業者である。

※ キャッシュ&キャリアーは、ホールセールクラブ同様に会員制を採用し、ケース単位など大容量包装で単品を大量に低価格で販売するが、ホールセールクラブが一般消費者も対象

としているのに対して、キャッシュ&キャリアの顧客は殆どが「業務用販売を目的とした事業者」であるため、キャッシュ&キャリアは、卸売業の一形態といえる。

第3.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	2	1	1	2	1

誤り箇所の解説

ア 誤り箇所：本部企業を「フランチャイジー」、加盟店を「フランチャイザー」と呼ぶ

正 解：本部企業を「フランチャイザー」、加盟店を「フランチャイジー」と呼ぶ

エ 誤り箇所：フランチャイズ方式を採用する小売チェーンには総合品ぞろえスーパーがある

正 解：フランチャイズ方式を採用する小売チェーンにはコンビニエンスストアがある

※ 総合品ぞろえスーパーは、企業型チェーンの代表格で、一般に同一資本で本部と店舗が統合されたものであるのに対して、フランチャイズチェーンは異なる資本で本部と加盟店によって統合された契約型チェーンである。

(注 意)

オ：一般社団法人日本チェーンストア協会 2011 年度調査では、国内のフランチャイズビジネス

※チェーン企業数は 1,230 チェーン (234,000 店) で、売上高は 21 兆 3,800 億円にのぼる。

そのうち、小売業合は 333 チェーン (90,000 店) で、売上高は 15 兆円になる。

第4.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	1	1	2	1	1

誤り箇所の解説

ウ 誤り箇所：仕入れの決定権は各店舗にある

正 解：仕入れの決定権は本部にある

※仕入れの決定権は本部にあり、店舗は補充発注を行う。

第5.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	1	1	1	1	2

誤り箇所の解説

オ 誤り箇所：歩行者専用通路が建物の中にあるショッピングセンター

正 解：テナント間を結ぶ歩行者通路が屋外にあるショッピングセンター

※歩行者専用通路が建物の中にあるショッピングセンターは、エンクローズドモールという。

第6.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	2	1	2	2	1

誤り箇所の解説

ア 誤り箇所：24時間営業の業態と定義されている

正 解：14時間以上営業の業態と定義されている

ウ 誤り箇所：最も高い割合を占めているのは、サービスである

正 解：最も高い割合を占めているのは、日配食品である

※2009年の日本フランチャイズチェーン協会のデータによると、売上構成比の高い順にみると、日配食品：34.9%、加工食品：30.7%、非食品：30.2%、サービス：4.2%、である。

エ 誤り箇所：店舗数は2008年以降減少傾向にある

正 解：店舗数は2008年以降増加傾向にある

※店舗数は、2008年：41,714店、2009年：42,629店、2010年：43,372店、と増加傾向にある。

第7.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	1	4	9	3	2

誤り箇所の解説

※ 特になし、ハンドブック第4章第2節4-2（P156）に記述されているとおり。

第8.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	4	7	8	3	5

誤り箇所の解説

※ 特になし、ハンドブック第2章第1節1-4（P61～62）に記述されているとおり。

② マーチャンダイジング

第1.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	1	1	2	2	2

誤り箇所の解説

ウ 誤り箇所：商品によって満足を得る質的な要素をサービスという

正 解：商品によって満足を得る質的な要素を第一次品質という

※商品の持つ機能とその性能によって得られる「有用性」の満足を消費者にもたらす質的な要素（機能・性能）が「一次品質」である。

エ 誤り箇所：販売者に便益や効用を与え、商品購入者には収益をもたらす

正 解：販売者に収益(利益)を与え、商品購入者には便益(有用性)あるいは効用(満足)をもたらす

オ 誤り箇所：商品コンセプトは、商品につけるネーミングにもとづいて

正 解：商品につけるネーミングは、商品コンセプトにもとづいて

※商品コンセプトは、商品の持つ概念や主張のことで、誰の悩みやニーズに当該商品の何をもちて応えるかを明確に表わすメッセージのことである。その商品の意味を購買者に理解されるようにネーミングや価格などを提示する。

第2.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	1	2	2	1	2

誤り箇所の解説

イ 誤り箇所：購買頻度の低い商品

正 解：購買頻度の高い商品（品種）

ウ 誤り箇所：E O Sデータを活用している

正 解：P O Sデータを活用している

※品目の見直し（改廃）を的確に行うために大きな役割を果たしているのがP O Sシステムである。P O Sシステムから得られるP O Sデータのうち、最もよく活用されるのは、商品カテゴリー(品種)別の死筋商品、売れ筋商品の管理などのレポートである。

オ 誤り箇所：多品種多品目の品ぞろえを実現するための仕入れ政策

正 解：多品種小品目少量の品ぞろえを実現するための仕入れ政策

※コンビニエンスストアの商品構成の特徴は、「多品種小品目少量」の品ぞろえという点である。したがって、在庫単位も小口（小ロット）の在庫計画である。

第3.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	1	2	1	1	1

誤り箇所の解説

イ 誤り箇所：活用されていない資産が減少する

正 解：活用されていない資産が増加する

※一般に在庫が増えるということは、活用されていない資産が増加することを意味する。

その分資金の流動性（資金の流れや動き）は低下し小売業の収益を悪化させることになる。

第4.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	2	1	1	2	2

誤り箇所の解説

ア 誤り箇所：POSとは、プロモーション・オブ・セールスの頭文字

正 解：POSとは、ポイント・オブ・セールスの頭文字

※POSシステム(Point of Sales System)とは、販売時点の情報管理システムのことである。

エ 誤り箇所：毎年、更新手続きが必要である

正 解：3年ごとの更新手続きが必要である

※JAN企業（メーカー）コードは、財団法人流通システムセンターが国際運用規約にもとづき、番号が重複しないように一元管理し企業に貸与している。企業は最寄りの商工会議所や商工会を通じて申請する。

オ 誤り箇所：後者をソースマーキングという

正 解：後者をインスタマーキングという

※製造・出荷段階で商品包装にJANシンボルを直接的に表示することをソースマーキングといい、小売業が売場で販売するときにJANコードを表示することをインスタマーキング

という。

第5.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	1	2	1	2	2

誤り箇所の解説

イ 誤り箇所：販売時に実現した利益のこと

正 解：仕入原価に上乗せした額で、予定した利益のこと

エ 誤り箇所：仕入原価から売上高を引いて求める

正 解：実際の売上高から仕入れ原価を引いて求める

オ 誤り箇所：当該商品の粗利益率は高まる

正 解：当該商品の粗利益率は低くなる

※粗利益率は、粗利益高を売上高で割って 100 をかけて求める。したがって、ロスなどが発生し、粗利益高が低くなれば、粗利益率は低くなる。

第6.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	2	1	2	1	1

誤り箇所の解説

ア 誤り箇所：商品回転率は 10 回転である

正 解：商品回転率は 25 回転である

$$\text{※商品回転率} = \frac{\text{年間売上高}}{\text{商品在庫高}} \Rightarrow \frac{500}{25} = 25$$

ウ 誤り箇所：商品は、6 日を周期として

正 解：商品は、約 12 日を周期として

$$\text{※商品回転期間 (回)} = \frac{1 \text{ 年間 (365 日)}}{\text{商品回転率高}} \Rightarrow \frac{365}{30} = 12.167$$

第7.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	5	8	2	7	10

誤り箇所の解説

※ 特にナシ、ハンドブック第 1 章第 1 節 1-3、1-4 (P50~51) に記述されているとおり。

※ 文章 5 行目：「一方、品ぞろえの イ とは、品種ごとに選定する〔オ〕の数のことである。」

の部分関しては、ハンドブックに具体的な記述はない。

第8.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	2	5	3	9	7

誤り箇所の解説

※特にナシ、ハンドブック第 7 章第 1 節 1-2 (P120) に記述されているとおり。

※語群にある「ストアコンパリゾン」とは、他店を調査して自店と比較し、その結果を自店の経営力の向上などに役立てる手法のことである。調査テーマを持ち、同じ店舗をできるだけ継続的に定点観測するのが望ましい。「ストアコンパリゾン」のねらいは他店の優れた部分を自店に導入することである。

③ ストアオペレーション

第1.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	2	2	2	1	1

誤り箇所の解説

ア 誤り箇所：棚ラベルを貼付するときは、1品種につき1枚

正 解：棚ラベルを貼付するときは、1品目につき1枚

※原則として単品ごとに棚ラベルを貼付する。棚ラベルの未貼付や内容の不備があると商品の発注漏れや欠品の発生を引き起こしたり、また、価格以外の情報もラベルに盛り込まれているため、売場の商品管理ができなくなったりする。棚ラベルには、商品名、取引先のコード、部門、ケース入り数、棚番、T Z（適正在庫の略称）などの情報がインプットされている。

イ 誤り箇所：文字を細く大きくし、カードの3分の2の範囲にとどめる

正 解：文字を大きく、太く、カードいっぱいを書く

※そのほかに、POP広告を書く上で「字と字の間隔は、広がりすぎず、密着しすぎず」などの留意点がある。

ウ 誤り箇所：直近に仕入れた日付の新しい商品から先に売場へ出す

正 解：先に仕入れた日付の古い商品を前面の取りやすい棚の位置に引き出し、新しい商品を棚の奥にディスプレイする。

※補充（リセット）作業の原則にある「先入れ先出し陳列の順守」である。そのほかに「前進立体陳列の強化」という2つの方法を活用し、売場ごとに順序よく効率的に行うことが重要である。なお、「前進立体陳列の強化」とは、顧客が商品を見やすく手に取りやすい状態にするため、商品をディスプレイする際に、商品を顧客の手前(通路側)に引出、少量の在庫でも量感が出るように、崩れない程度に商品を積み上げて立体的にディスプレイすることである。

第2.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	1	1	2	2	2

誤り箇所の解説

ウ 誤り箇所：包装紙の対角線の左側に置く

正 解：包装紙の対角線の中央に置く

※商品を包装紙の対角線の中央に置き、手前の紙を折って箱にかぶせることから始める。

エ 誤り箇所：包装紙の対角線の右側に置く

正 解：包装紙の対角線の中央に置く

※商品を包装紙の対角線の中央に置き、左右上下の順で折る。正方形または正方形に近い箱型商品の包装に適している。

オ 誤り箇所：左側が上に重なる「左前（左扉）」

正 解：右側が上に重なる「右前（右扉）」

※裏返した贈答品の天地に対して、慶事の場合は、向かって右側が上に重なる「右前(右扉)」、弔事の場合は、向かって左側が上に重なる「左前(左扉)」になる。

第3.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	1	2	1	1	1

誤り箇所の解説

イ 誤り箇所：従業員1人が1時間あたりに稼ぎ出す売上高のこと

正 解：従業員1人が1時間あたりに稼ぎ出す粗利益高のこと

※人時生産性は、以下の計算式で求められる。

$$\text{人時生産性} = \frac{\text{粗利益高}}{\text{総労働時間}}$$

第4.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	2	2	2	2	1

誤り箇所の解説

ア 誤り箇所：宛名書きのことをいう

正 解：贈物の主旨を伝えるために贈り主の氏名の上に書く言葉のことをいう

イ 誤り箇所：「水引き」とはリボンのことであり、この場合は蝶結び

正 解：「水引き」とはこよりのことであり、この場合は結び切り

※水引きは細い「こより」に「水のり」を引いて、中央から2色に染め分けたもので、弔事は「白黒」あるいは「黄白」が用いられる。弔事の場合は二度とそのことが繰り返さないようにという祈りを込めて「結び切り」が用いられる。

「蝶結び」は、何回もそのことが繰り返されて欲しい場合に用いられる。

エ 誤り箇所：「掛け紙」とは包装紙のことであり、この場合は合わせ包みにする

正 解：⇒「掛け紙」とは、贈物を上包みする紙のことである。

ウ 誤り箇所：「のし」とはふるしきのことであり

正 解：「のし」とはのしあわびのことであり

※「のし」とは「のしあわび」のことであり、長寿や繁栄を意味する縁起物として用いられる。したがって、香典返しには「のし」はつけない。

第5.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	2	2	2	1	1

誤り箇所の解説

ア 誤り箇所：言いにくい言葉の後に用いる

正 解：言いにくい言葉の前に用いる

※前に置くことで、会話の雰囲気や和らげ相手の不快感を抑える役目をする。

イ 誤り箇所：「この商品はお買い得ですが、速乾性の機能がやや劣りますよ」

正 解：「この商品は速乾性の機能がやや劣りますが、大変お買い得になっております」

※マイナス・プラス法は、先にマイナス要素を伝えてからプラス要素を伝える話し方で、顧客にプラスのイメージを与えることができる。

ウ 誤り箇所：イエス・バット法

正 解：マイナス・プラス法

※イエス・バット法は、顧客が話すことを、いきなり否定するのではなく、一旦、肯定で受けて、そのあとこちらの言いたいことをいう「感じのよい聞き方」の一つの方法である。

第6.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	2	2	2	2	1

誤り箇所の解説

ウ 誤り箇所：前進立体陳列を行うのに適している

正 解：前進立体陳列を行うのに適していない

※ジャンブル陳列は、投げ込み陳列ともいわれ、商品の形を整えずにわざとバラバラに投げ込んだようなディスプレイで、 Gondola陳列と違い、前進立体陳列を必要とする陳列方法ではない。

イ 誤り箇所：色やデザインなどが統一された異なる商品を効果的に組み合わせて

正 解：あるシーンに適合する複数の異なる商品を組み合わせて

※たとえ、色やデザインが統一された異なる商品を効果的に組み合わせても、全体として、あるシーンに適合する商品の組み合わせでなければコーディネート陳列（ある種の関連陳列）とはいわない。

ウ 誤り箇所：狭い通路で

正 解：店内の主通路で

※島（アイランド）陳列は、店内主通路の中央に平台やカゴなどの什器を使って、小さな陳列部分をつくり、回遊する顧客の注目を引くディスプレイ方法である。

実施にあたっての留意点は、以下のとおりである。

- ① 広い主通路だけに限定する
- ② 数多く島陳列をつくらない
- ③ 同一商品を長時間ディスプレイしない
- ④ 曲がり角やエンドの前にディスプレイしない
- ⑤ P O P 広告やプライスカードを必ずつける

工 誤り箇所：量感を演出するのに適している

正 解：量感を演出するのに適していない

※サンプル陳列のデメリットは、量感が出せない、「在庫スペースを設けなければならない」、
「場合によっては専門的な説明を必要とする」などである。

第7.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	2	3	6	8	9

誤り箇所の解説

※特にナシ、ハンドブック第1章第2節2-2（P17）に記述されているとおり。

第8.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	2	6	5	10	7

誤り箇所の解説

※特にナシ、ハンドブック第2章第2節2-1（P95）に記述されているとおり。

④ マーケティング

第1.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	1	1	1	2	1

誤り箇所の解説

イ 誤り箇所：行動変数という

正 解：心理的変数という

※行動変数とは、顧客の使用料、購買頻度、ロイヤルティ、使用目的、購買決定理由などという。

第2.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	2	2	1	1	1

誤り箇所の解説

ア 誤り箇所：高級感やムードを演出するのに用いられる照明である

正 解：高級感やムードを演出するのに用いられる照明には適さない

※直接的照明は、高い照度が必要な最寄品を扱う売場の全般照明に採用されている照明形式であり、高級感やムードを演出するのに用いられる照明形式は、間接照明である。

イ 誤り箇所：半直接照明は

正 解：間接照明は

※半直接照明は、グローブやルーバーなどを通して照射させる照明で、柔らかい光が特徴で、下向きの光束が90~60%である。

第3.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	2	1	2	2	1

誤り箇所の解説

ア 誤り箇所：小売店が商品を販売する場所

正 解：顧客が商品を購入する時点

※POPとは、Point of Purchaseの略語であり、顧客が商品を購入する時点という意味である。

ウ 誤り箇所：キャッシュバックなど

正 解：キャッシュバックは含まれない

※キャッシュバックは、価格によるセールス・プロモーションで、キャッシュバックには、そのほかに増量パック、お試しサイズ、低金利ローンなどがある。

エ 誤り箇所：お試し商品とは

正 解：増量パックとは

※お試し商品とは、少量で割安の特別商品を用意して、初めて購入する顧客を対象に、試し買いを促進する手法である。

第4.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	2	2	1	1	2

誤り箇所の解説

ア 誤り箇所：立地、商品、品質、接客の4つの戦略

正 解：立地戦略、商品政策、価格政策、販売促進の4つの戦略

※小売業の場合、どのような店舗形態で売るかという「立地戦略」、何を売るかという「商品政策」、どのような価格帯で売るかという「価格政策」、どのような方法で売るかという「販売促進」の4つを効果的に組み合わせて経営を行うことである。品質は含まれない。

イ 誤り箇所：顧客シェア拡大よりもブランドシェア拡大

正 解：ブランドシェア拡大よりも顧客シェア拡大

※小売業のマーケティングのねらいは、顧客(来店率と購買率)シェアの拡大である。

オ 誤り箇所：メーカーの4D戦略

正 解：メーカーの4P戦略

※品種の効果的組合せと品目数量の決定という「商品政策」で、メーカーの4P理論のプロダクト(Product=製品計画)に該当するものである。

第5.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	1	1	2	2	1

誤り箇所の解説

ア 誤り箇所：フロアレイアウトを設計した後、フロアゾーニングを構築する

正 解：フロアゾーニングを構築した後、フロアレイアウトを設計する

※新業態を確立するフローは、①ポジショニングの設定、②ストアコンセプトの確定、③ストアデザインの描写、④商品政策の確立、⑤導線計画の立案、⑥フロアゾーニングの構築、⑦フロアレイアウトの設計、⑧スペースマネジメント、⑨プラノグラムの決定、の順である。

エ 誤り箇所：リモデリングとは

正 解：リニューアルとは

※リモデリングとは、まったく新しい発想で、ストアコンセプトから販売スタッフの意識改革までを含め、小売店経営のしくみを抜本的に変えることをいう。

第6.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	2	2	1	2	1

誤り箇所の解説

ア 誤り箇所：セルフサービス販売方式である

正 解：対面販売方式である

※対面販売方式とは、百貨店や専門店で行われている基本的な販売方法である。

イ 誤り箇所：セルフセレクション方式

正 解：セルフサービス販売方式

※コンビニエンスストア、スーパーマーケット、ドラッグストア、ホームセンターなどが、セルフサービス販売方式を採用している。

エ 誤り箇所：対面販売を行うことによって、

正 解：セルフサービスの売場では、

※自由に選べるセルフサービスの売場は、顧客の求める商品を短時間で快適に購入してもらう利便性を提供できる。

第7.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	7	2	10	1	9

誤り箇所の解説

※特にナシ、ハンドブック第4章第1節（P50）、第2節2-2（P57～61）に記述されているとおり。

※なお、商圈の特性がつけられる要因には、「①地域の歴史と風土」、「②人口構造」、「③産業構造」、などの諸点がある。

第8.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	3	4	5	8	7

誤り箇所の解説

※特にナシ、ハンドブック第8章第2節2-5（P85～88）に記述されているとおり。

⑤ 販売・経営管理

第1.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	1	2	2	2	1

誤り箇所の解説

イ 誤り箇所：美化語

正 解：尊敬語

ウ 誤り箇所：丁寧語

正 解：美化語

エ 誤り箇所：謙譲語Ⅱ（丁寧語）

正 解：丁寧語

第2.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	2	2	2	1	2

誤り箇所の解説

ア 誤り箇所：大規模小売店舗立地法

正 解：大規模小売店舗法（1998年廃止）

※ 1998年6月に制定された大規模小売店舗立地法（大店立地法）の目的は、「大規模小売店舗の立地に関し、その周辺地域の生活環境の保持のため、大規模小売店舗を設置する者により、その施設の配置および運営方法について適正な配慮がなされることを確保すること」にある（第1条）。

イ 誤り箇所：小売業者の利益を維持することを目的としている

正 解：消費者トラブルから消費者を保護するためにルールを設けている

ウ 誤り箇所：水産大臣の許可

正 解：都道府県知事の許可

オ 誤り箇所：消費生活用製品安全法

正 解：製造物責任法

※ 消費生活用製品安全法は、消費生活用製品の安全性を確保するために制定されたものである。同法は、一般消費者に対する危害の発生防止をはかるために、特定商品の製造、輸入および販売を規制し、また、安全性の確保について民間事業者の自主的な活動を促進するための措置を講じている。

第3.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	1	2	2	1	2

誤り箇所の解説

イ 誤り箇所：弁当

正 解：カップ麺

※ 弁当は、消費期限の対象となる商品で、劣化が早い、たとえば、サンドイッチ、生めんなどと同じである。

ウ 誤り箇所：消費期限

正 解：賞味期限

※ 消費期限は、期限を過ぎたら食べないほうがよい期限のこと。

オ 誤り箇所：賞味期限

正 解：消費期限

※ 賞味期限は、定められた方法により保存した場合において、期待されるすべての品質の保持が十分に可能であると認められる期限を示す年月日をいう。

第4.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	2	1	2	1	1

誤り箇所の解説

ア 誤り箇所：計量法

正 解：景品表示法

ウ 誤り箇所：有利誤認表示

正 解：優良誤認表示

※ 内容について、実際のものより著しく優良であるとい消費者に示す表示は、優良誤認表示である。なお、不当表示には、以下のようなものがある。

- ① 商品の品質、企画、その他の内容についての不当表示（優良誤認表示）
- ② 商品の価格、その他の取引条件についての不当表示（有利誤認表示）
- ③ 二重価格表示

第5.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	2	1	2	1	1

誤り箇所の解説

ア 誤り箇所：対面販売方式

正 解：セルフサービス販売方式

※ 総合品ぞろえスーパーなど、セルフサービス販売方式を使用する小売店の多くは、サービスカウンターを設置している。

ウ 誤り箇所：対面販売を行うためのスペースである

正 解：店内の一部のスペースを販売とは関係なく顧客に利用してもらうサービスである

第6.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	2	1	1	1	2

誤り箇所の解説

ア 誤り箇所：単体決算

正 解：連結決算

※ 単体決算とは、小売業（法人格を持つ1企業）単位でみた決算のこと。

オ 誤り箇所：売上総利益

正 解：店舗調整可能利益

※ 店舗調整可能利益は、売上総利益から調整可能費用を差し引いて求める。

第7.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	8	9	3	10	2

誤り箇所の解説

※ 特にナシ、ハンドブック第5章第3節3-4（P125）に記述されているとおり。

※ HACCP（Hazard Analysis Critical Control Point evaluation）は、危害分析重要管理点のことで、加工食品に関して、その原料から製造・加工工程全般にわたって、問題点をリストアップし、処理、方法を明確にしたものである。

第8.問 解答

	ア	イ	ウ	エ	オ
回答	1	3	6	7	10

誤り箇所の解説

※ 計算方法は、次の式を使って求める。

$$\textcircled{1} \text{ 純売上高} = \text{売上原価} + \text{売上総利益}$$

$$\textcircled{2} \text{ 期首商品棚卸高} + \text{純仕入高} = \text{期末商品棚卸高} + \text{売上原価}$$

ア：売上総利益 = 純売上高 - 売上原価

$$\Rightarrow 69,205 - 49,997 = 19,208$$

イ：期末商品棚卸高 = （期首商品棚卸高 + 純仕入高） - 売上原価

$$\Rightarrow (6,917 + 53,859) - 54,700 = 6,123$$

ウ : 純仕入高 = (期末商品棚卸高 + 売上原価) - 期首商品棚卸高

$$\rightarrow (8,852 + 57,321) - 6123 = 60.050$$

工 : 売上原価 = 純売上高 - 売上総利益

$$\rightarrow 83,110 - 19,770 = 63,340$$

才 : 純売上高 = 売上原価 + 売上総利益

$$\rightarrow 71.112 + 19,237 = 90,38$$