

問題No.1

居酒屋に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. ゾーニングを考える場合は、必ずオペレーションを考えた上で計画する。
2. 気持ちの良い接客をするためには、店づくりの段階からスタッフが立つ位置まで計算しておく必要がある。
3. 接客付帯部分とは、化粧室、トイレなどが含まれる。
4. オープンキッチンの概念は、厨房内を意図的に見せるものではなく、現場施工の結果、客席から厨房内が見えるようになったことをいう。

【解説】

オープンキッチンは、始めから見えるように計画する。

「商業施設・創造とデザイン」Ⅳ、商業の現場の実際とその傾向2-(29) P.188参照

答 4

問題No.2

飲食店のオペレーションとゾーニングに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. オペレーションとは、店の運営や使い方のことである。
2. ゾーニングとは、店の運営や使い方に沿ってゾーンを設定することである。
3. オペレーションがしっかり決まっていなくても、ゾーニングで解決するようにする。
4. ゾーニングに入る前に、効果的で使いやすいやり方をオペレーション計画する。

【解説】

オペレーションが決まっていないとゾーニングを設定出来ない。

「商業施設・創造とデザイン」Ⅳ、商業の現場の実際とその傾向2-(30) P.189参照

答 3

問題No.3

和食店に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 比較的小さな和食店は、カウンターを中心としたオペレーションを採用することが多い。
2. 料理の配膳をするデシャップゾーンから、なるべく客席が見えるのが望ましい。
3. ゾーンを分ける壁は、和の意匠で演出することが効果的である。
4. 客席のテーブルの大きさに合わせて料理皿の大きさを検討する。

【解説】

料理皿に合わせてテーブルの大きさを検討する。「商業施設・創造とデザイン」Ⅳ、商業の現場の実際とその傾向2-(30) P.189参照

答 4

問題No.4

すし店に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 江戸前寿司では、握りカウンターは握る姿を見せるオープンキッチンでもある。
2. 握りカウンターの板前は7～8人のお客の注文を受け入れることが可能であり、カウンターの大きさも7～8人が座ることが望ましい。
3. 握りカウンターを設計する際、厨房は防水することが多く、カウンターが高くなるため、ハイカウンターにすると良い。
4. すし店の握りカウンターは見えても良いが、洗い物などは客席から見えない部分に存在していることが多い。

【解説】

すしカウンターはゆったりと食べてもらうため、なるべく低いカウンターが好ましい。
「商業施設・創造とデザイン」Ⅳ. 商業の現場の実際とその傾向2-(31) P.190参照

答 3

問題No.5

中国料理の基本動線計画に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. エントランスホールから一般客への導入と宴会席への導入は分けることが望ましい。
2. 配膳スペースから一般席と宴会席へのサービス動線とは分けた方がよい。
3. サービス動線距離を短くするため、厨房及び配膳スペースは客席のほぼ中央にとるため、客席から厨房内が見えることが良くある。
4. 中国料理の場合は、取り皿の下げが頻繁なため、一般席にはどの客席からもほぼ同じ距離にサービスステーションを設けた方がよい。

【解説】

中華料理の厨房内はなるべく見せない計画をすると良い。「商業施設・創造とデザイン」Ⅳ. 商業の現場の実際とその傾向2-(32) P.191参照

答 3

問題No.6

ガーデニングショップに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 自然志向、健康、エコロジー、癒し、自由時間拡大などの潮流のなか、高年齢層を中心に需要が拡大している。
2. 立地や顧客、経営主体の考え方によって、ホームセンター型、ライフスタイルショップ型など、さまざまな業態が考えられる。
3. 主な施設には、センター機能施設、温室、倉庫、テラス、戸外展示場などがある。
4. 顧客の自己実現の場の創造のため、多岐にわたる商品と情報を取りそろえる必要がある。

【解説】

ガーデニングを指向する人々は、自分のイメージする「マイガーデン」を手作りによって自己実現の場にしようとしている。さまざまな形で、年齢に関係なく需要が拡大している。
「商業施設・創造とデザイン」Ⅳ. 商業の現場の実際とその傾向2-(24) P.181参照

答 1

問題No.7

アパレルショップに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 現代のアパレルショップでは、服飾を中心としたライフスタイルを提案するショップが主流になっている。
2. ストックの面積は、全体面積の10～15%程度である。
3. エントランスエリアの販売商品の選定によって売り上げが大きく影響されることはない。
4. ショーウィンドウを設けないショップが増えている。

【解説】

エントランスエリアは最大数の顧客と接する場所である。したがってエントランスエリアで何を売ることが、売上に大きく影響する。
「商業施設・創造とデザイン」Ⅲ. さまざまな商業のかたち3-(13)、Ⅳ. 2-(12) P.96、P.167参照

答 3

問題No.8

和・洋菓子店に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 計画にあたって店舗の衛生状態を良好に維持するために、クリンリネンス性に対して十分考慮しなければならない。
2. 実演スペースや、店頭、店内での季節感を持たせたディスプレイにより、店舗内の演出を図ることは必要不可欠である。
3. 和・洋菓子を同じ場面で売ることにより、専門性のある菓子店としての相乗効果を生むことができる。
4. 店舗形態として、対面ケースをメインにしたもの、専門商品をメインにしたもの、進物などドライ商品をメインにしたものなどが基本的な要素である。

【解説】

菓子は生活文化を象徴した商品であるため特異な場合を除いて、和・洋菓子を同じ場面で売るとは避けなければならない。
「商業施設・創造とデザイン」Ⅲ. さまざまな商業のかたち3-(26)、Ⅳ. 2-(25) P.112、P.182参照

答 3

問題No.9

書店に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 書店のバックヤードは、一般には店舗面積の20%以上の広さが必要である。
2. バックヤードには、納品、返品のための荷捌き室、事務室、休憩室、更衣室、トイレなどの機能が必要となる。
3. あるテーマに基づいて各ジャンルから本を集めて展示する提案型売り場の創造が不可欠である。
4. 書店の商品陳列はジャンル別、出版社別が主流になっている。

【解説】

店舗面積の5%～10%をバックヤードにとるのが一般的である。

「商業施設・創造とデザイン」Ⅲ. さまざまな商業のかたち3-(22)、Ⅳ. 2-(21) P.107、P.178参照

答 1

問題No.10

薬局・薬店（ドラッグストアを除く）に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 薬局の調剤室面積（内法面積）は、10㎡以上でなければならない
2. この業態は、圧倒的に小規模店が多い
3. レイアウトは、医薬品部門、化粧品部門、日用雑貨部門などで構成される
4. これからの薬局・薬店は個性化を図り、他店との差別化を行うべきである

【解説】

「商業施設・創造とデザイン」Ⅲ. さまざまな商業のかたち3-(20)、Ⅳ. 2-(19) P.103、P.174参照

答 1

問題No.11

ビジュアルプレゼンテーションに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. マーチャンダイジングに基づいた表現である。
2. 人間の五感の中で、視覚に訴える表現である。
3. 一般的に、VMDと略して使われている。
4. ショーウィンドウやステージで表現される。

【解説】

ビジュアルプレゼンテーションは視覚に訴えた表現方法であり、マーチャンダイジングにもとづいて表現される。略してVPという。

VMDはビジュアルマーチャンダイジングの略である。「商業施設・創造とデザイン」Ⅵ. 建築計画

6. VMD P.312～313参照

答 3

問題No.12

ビジュアルマーチャンダイジングに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 百貨店や量販店に向けた考え方で、一般小売店では取り入れられていない。
2. アメリカで生まれた考え方である。
3. マーチャンダイジングを視覚的に表現することである。
4. 企業理念に基づいている。

【解説】

ビジュアルマーチャンダイジングは業種・業態を問わず、それぞれの企業理念に基づいた考え方であり、活動である。「商業施設・創造とデザイン」Ⅵ. 建築計画 6. VMD P.312～313参照

答 1

問題No.13

売場の動線計画に関する次の記述のうち、動線として長くても良いものはどれか。

1. 避難動線
2. 管理動線
3. 顧客動線
4. 販売員動線

【解説】

顧客動線が長いほど回遊性を高め、滞留時間を長くする。避難動線、管理動線、販売員動線は短い方がよい。「商業施設・創造とデザイン」Ⅵ. 建築計画 2-(2) 一般計画 P.251参照

答 3

問題No.14

サインデザイン計画に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. ビジュアルデザインの要素として、視認性にすぐれ「目立つこと」が最も大切である。
2. 言語の国境を越えて情報を伝達できるピクトグラムが、空港や駅・ホテルなど多く使われている。
3. 写真によるサインは、技術の飛躍的進歩に伴い、飲食店のメニューや店内風景などに多く使用されている。
4. サインデザインに使用される色彩は、形の色と背景になる色の明度差が不可欠である。

【解説】

「目立つこと」よりも「誤認されないこと」が大切である。視認性だけでなく、判別性、可読性に優れた書体や組文字の使用が望ましい。

「商業施設・創造とデザイン」Ⅵ. 建築計画 7. サイン計画 P.315参照

答 1

問題No.15

万国博覧会に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 1867年、パリ万国博覧会に日本が初参加し、幕府、薩摩藩、鍋島藩が出展した。
2. 1873年、ウィーン万国博覧会に日本政府が正式に参加し日本庭園、金の鯨、鎌倉の大仏などを展示した。
3. 1925年、パリ万国博覧会は装飾美術工芸展であり、アール・ヌーボーが特徴である。
4. 1970年、日本万国博覧会は「月の石」が人気を集め、6,400万人が入場した。

【解説】

1925年パリで開かれたのは「現代装飾美術・産業国際展（通称アール・デコ展）」である。アール・デコとは、1920～30年代パリを中心とする装飾様式。様式の形態として単純な直線や幾何学的なパターンで、大量生産時代の装飾様式として一般生活の中にも広がった。

アール・ヌーボーとは、新芸術の意味で19世紀末から20世紀初頭にかけてフランス、ベルギーを中心に流行した装飾様式。動植物のモチーフに優美で流れる曲線を主体とする自由な意匠が特徴。

「商業施設・創造とデザイン」Ⅲ. さまざまな商業のかたち 3-(40) 博覧会 P.129参照

答 3