

企画と計画

【No. 1】飲食店の環境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. 客単価、客席数、回転率を確認の上、環境計画をすすめる
2. 導入ゾーン、厨房ゾーン、客席ゾーンなどしっかり分けてゾーニングをすすめていく
3. 客席サービスに合う食べさせ方、飲ませ方に基づくデザインイメージが必要である
4. 店舗のグレード感は、スペースの確保よりデザイン性を重んじる

〔解説〕デザイン性も大事であるが、スペースがゆったりしていないとグレード感を出しにくい。
「商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P205 参照

答. 4

【No. 2】飲食店の事業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. 売り上げ計画において、客単価はベースとなる
2. 売り上げ計画において、一日の回転数はさほど問題ではない
3. 売り上げ計画において、メニュー構成は大事である
4. 売り上げ計画において、平日と休日は分けて計算する

〔解説〕売り上げ計画において回転数は、大事な要因である。
「商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P206 参照

答. 2

【No. 3】飲食店の店舗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. 客単価が高ければゆったりとしたレイアウトで坪当たり 2 席が妥当である
2. 店の導入部で、どのように美味しいものを食べさせるかの期待感を持たせる
3. 厨房には、見せる厨房と隠す厨房の考え方があ
4. 厨房に接するデシャップ（料理を出し入れする場）は、オペレーションに一番影響するところである

企画と計画

〔解説〕 ゆったりとしたレイアウトは坪当たり 1.2 席である。
「商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P209 参照

答. 1

【No. 4】メガネ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. 検眼設備は 5 m の距離を必要とする検眼室が絶対条件である
2. 近視、遠視(老眼)などは、メガネの種類のジャンルで医療性に属する
3. 最近、パソコン等の普及で、PC 用メガネが売り上げをのばしている
4. 最近のメガネ店は、スリープライス(3 タイプの価格帯)などの売り方が主流になっている

〔解説〕 「5m 絶対条件 対面の光学検眼器では距離が足りない。
商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P105 参照

答. 1

【No. 5】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. いわゆる町の本屋さんは急激に姿を消していて、インターネット販売が拡大している
2. 再販売価格維持制度とは、出版社が定めた価格で販売することで、本のほか 5 品目に限り、独禁法の適用除外とされ定価販売が認められている
3. 店内回遊性を高めることと、レジ、レファレンスの位置がゾーニングの決め手となる
4. 売り場面積が 600 m²を超えると主要避難通路は 1.6m 以上確保する必要がある

〔解説〕 「商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P114 参照

答. 4

【No. 6】生活雑貨店に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

企画と計画

1. 雑貨の名の通り雑多な商品が対象となるが、ライフスタイル雑貨と呼ばれるような、暮らし方を提案する店舗が増えている
2. 営業の目的がその企業、地域によって定型化されない業種であり、店舗のあり方はコンセプトを持たない多様な様相を現すものが主流である
3. 商品を全店一括で仕入れるのではなく、各店の販売スタッフが仕入れを担当する仕入販売員制度が広がっている
4. 多様な商品を扱うので、見やすく、わかりやすく、かつ生活提案に役立つようなディスプレイは重要である

〔解説〕「モノやアイデアを発見する喜びを顧客一人一人に感じてもらうこと。」とか「日常をより魅力あるものにするお手伝いをする。」など、企業によって特徴的なコンセプトを発信していて、それに共感する顧客を獲得することが重要な戦略となっている。

「商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P116 参照

答. 2

【No. 7】 ライフスタイルショップに関する次の記述のうち、最も不適当のものはどれか。

1. 複数のブランド・アイテムをオーナー独自で品揃えしたセレクトショップは「ライフスタイルショップ」といえる
2. 「ライフスタイルショップ」はオーナーのセンスやカリスマ性が共感を得るものである
3. 「ライフスタイルショップ」はアメリカに多くみられる
4. 取り扱い商品はファッションからインテリア、生活雑貨など幅広いが、音楽CDなどは、ジャンル外である

〔解説〕音楽CDも扱う。

「商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P189 参照

答. 4

【No. 8】 フィットネスクラブに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. ダイエットやアンチエイジングに代表される健康ブームへの関心が高まり施設は増加傾向にある
2. 一般的に会員制であったり、滞在時間の長さなどから、施設全体では上層階および周辺部に配置することが多い

企画と計画

3. 室内プール、トレーニングジム、サウナがもっとも基本的な施設である
4. 建物は自前や建て貸しが多く、テナントとして出店する場合はプールや浴室で大量の水を使用するため、建物の構造、設備に十分な検討が必要である

〔解説〕 室内プール、トレーニングジム、スタジオがもっとも基本的な施設である。加えてゴルフやテニス、ダイビングのスクール、フットサルのコート、レストランを併設する店舗もある。
「商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P150 参照

答. 3

【No.9】 博物館に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. わが国の博物館の約3割が博物館法に基づいた施設ではない
2. 博物館法上の適用を受けない博物館を、「博物館類似施設」としている
3. 法的にはどの館も「博物館」の名称を持つことができる
4. 「博物館」として事業経営ができる

〔解説〕 約6割が「博物館類似施設」
「商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P158～159 参照

答. 1

【No.10】 百貨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. 2010～2012年の間に閉店した百貨店の店舗数は10店舗である
2. どの駅ビル百貨店も、都心部に立地する競合店と比較して好調な業績を上げている
3. 無店舗販売の業績が伸び、百貨店の総売り上げを越えようとしている
4. 百貨店を設計するうえで大切なことは商品を知ることである

〔解説〕 ニーズに適合できない条件下では、ターミナルにあっても撤退を余儀なくされている。
「商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P164～167 参照

答. 2

企画と計画

【No.11】百貨店に関する次の記述のうち、最も不適當のものはどれか。

1. セブン& アイ・ホールディングスグループの配下の百貨店業態は「そごう百貨店」や「西武百貨店」である
2. エイチツー・オー・リテイリンググループの配下の百貨店業態は「阪急百貨店」や「京阪百貨店」である
3. 三越伊勢丹ホールディングスグループの配下の百貨店に、九州の旧「岩田屋百貨店」が含まれる
4. J.フロントリテイリンググループの配下の百貨店は「大丸百貨店」や「松坂屋百貨店」の他に、「PARCO(パルコ)」も含まれる

〔解説〕「阪急・京阪百貨店」「阪急・阪神百貨店」
「商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P164 参照

答. 2

【No.12】わが国のショッピングセンターに関する次の記述のうち、最も不適當なものはどれか。

1. 一般にショッピングセンターとは、核店舗となる大型店と専門店ゾーンで構成されるが、日本の場合、大型店が無くてもショッピングセンターと呼ばれているケースがある
2. 開発専門のデベロッパーが開発を行い、運営専門企業が開発したショッピングセンターを販売することが多い
3. 商圈規模により、「ネイバーフッド型」、「コミュニティ型」、「リージョナル型」、「スーパーリージョナル型」に分類することが多い
4. ショッピングセンターの配置の基本は、2核1モールと呼ばれる施設の両端に核店舗、その間を繋ぐ専門店ゾーンで構成されることが多いが、円形に回遊されるサーキットモールや核店舗が数店舗ある多核のモール等も存在する

〔解説〕ショッピングセンターの開発と運営が分かれているのは、アメリカが多い。日本では、デベロッパー＝運営者のケースが多い。

答. 2

【No.13】商店街に関する次の記述のうち、最も不適當なものはどれか。

企画と計画

1. 地方の商店街は、郊外にできたショッピングモールやロードサイド型商店の影響で、シャッターがおりている店舗が多くなっている
2. 商店街活性化の動きとして、高齢者や子育て支援、伝統・文化の継承などの地域に密着した展開が始められている
3. 商店街は個人商店の集合体を中心であったが、最近はテナント方式を取り入れた大手デベロッパー単独の商店街の開発が始まっている
4. 商店街のタイプには、近隣型商店街、地域型商店街、広域型商店街、超広域型商店街の4つに大きくは分類される

〔解説〕商店街の運営は、組合方式が中心で、個人の商店が中心であり、デベロッパーによる開発は行われていない。商店街の計画立案などでは、プランニングを受ける場合はある。

答. 3

【No.14】マーチャндаイズ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. MPと略して使われる
2. 視覚に訴える表現方法である
3. アイドマの法則と連動している
4. コーディネートによる提案である

〔解説〕コーディネートによる提案とアイテムによる提案がある。

答. 4

【No.15】大規模商業施設を計画する際のマーケットリサーチに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 立地環境調査では、商圈特性、立地特性、商業特性など、既存資料に基づき、調査を行う
2. 競合施設分析では、競合MD分析、競合機能分析など、実地調査を基本に行う
3. 消費者特性調査では、消費者属性、生活行動、購買行動など既存資料を使い分析を行う
4. 社会環境調査とは、一般的な経済動向、社会動向、生活動向など、施設の方向性を検討す

企画と計画

るための調査であり、必要に応じて調査内容が異なる場合もある

答. 3