

② 平成 29 年度後期試験問題

問1

(1) イ (ビジネス用語の基本)

- ア—企業が自社の商品やサービスの効率的な開発・提供のために行う、市場調査、商品化計画、販売促進、宣伝広告などの総合的な活動のことです。お客さまのニーズを解明し、お客さまに価値を認めてもらう商品やサービスをつくり、提供することを目指します。
- イ—ある製品やサービスの市場への総供給量のうち、特定の会社の供給量が占める割合（市場占有率）のことです。主に市場の総売上高に対する個々の企業の製品の売上高が占める割合によって表されますが、コンビニエンスストアの店舗数や、自動車の販売台数など、業界の特性に応じた単位で示される場合もあります。
- ウ—消費者に、製品の試用・試食（サンプリング）をしてもらったり、景品をつけたり、商品を値引きしたりして、消費者の購買意欲や流通業者の販売意欲を引き出す取り組み全般のこと、販売促進活動ともいいます。

(2) ア (ビジネス用語の基本)

- ア—情報検索サイトの検索結果で、企業などが自社のホームページの表示順位を上位にするための手法のことで、日本語では検索エンジン最適化と言います。通常の広告宣伝と異なり、直接的な費用をかけずに自社のホームページへのアクセスを獲得し、自社の商品やサービスに効率的に集客できるメリットがあります。
- イ—販売時点情報管理のことです。小売店で商品が販売された時点で、その商品や購入客の情報、時間などがコンピュータに入力されるものです。これにより、適切な在庫管理や、売れ筋・死に筋商品の詳細な分析が可能になり、経営戦略などの情報源として役立ちます。
- ウ—ソーシャル・ネットワーキング・サービスの略で、インターネット上で、知人どうしのつながりを円滑化し、関係を構築する場を提供する Web サイトなどのサービスのことで、SNS により効率的に人脈を広げることが可能になりますが、不用意な発言などが原因で、不特定多数からの誹謗中傷を受ける「炎上」も社会問題化しています。

(3) ウ (ビジネス用語の基本)

- ア—職場において、職権や上下関係などの力関係を利用し、業務の適正な範囲を超えて相手の人格や尊厳を侵害する行為を行い、精神的、身体的苦痛を与えることにより、その人の働く環境を悪化させたり雇用不安を与えることです。社会情勢の不安定化や雇用形態の多様化などによる職場環境の変化を受けて近年増加傾向にあり、社会問題化しています。
- イ—現実起こる場面を想定してそれぞれが役割を演じ、その疑似体験を通じて、ある事柄が実際に起こったときに適切に対応できるようにする教育のことで、社員教育に広く使われています。企業の業務内容に応じて、接客や交渉などさまざまな場面を想定して行われます。

ウ—ストレスに関する質問票に労働者が記入し、それを集計・分析することで、労働者のストレスがどのような状態にあるのかを調べる簡単な検査のことです。「労働安全衛生法」の改正により、2015 年 12 月から常時働く従業員が 50 人以上いる事業所では毎年 1 回すべての労働者に対して実施することが義務付けられています。

(4) ウ (第 2 編第 6 章第 2 節、ビジネス用語の基本)

- ア—2000 年代以降著しい経済発展を遂げているブラジル、ロシア、インド、中国、南アフリカの総称で、各国の頭文字をとったものです。2009 年以降は、毎年首脳会議を開催し、欧米中心の金融システムの見直しを求めるなど、国際社会における発言力を強めています。
- イ—1993 年 11 月に欧州連合条約（マーストリヒト条約）の発効により創設された、欧州の外交・安全保障政策の共通化や通貨統合を目的とした国家連合体の略称で、欧州連合のことです。2016 年 6 月の英国の国民投票で EU 離脱の支持票が過半数を超え、離脱に向けた準備が進められています。
- ウ—1995 年 1 月に発足した、貿易の自由化を促すための国際ルールを定めたり、加盟国間の交渉の場を提供したりする国際機関のことです。本部はスイス・ジュネーブにあり、2017 年 10 月現在、164 の国・地域が加盟しています。

(5) ア (ビジネス用語の基本)

- ア—国内の居住者が生産した財・サービス金額を集計したもので、GDP（Gross Domestic Product）とも言われています。GDP の推移は、その国の経済成長の度合いをはかることに使われ、各国の経済成長率は、一般的に GDP の対前年度の増加率で示されます。
- イ—円、ドルといった通貨のように特定の国家による価値の保証がない通貨のことで、IT を使った金融技術「フィンテック（Fintech）」の発達により、近年急速に普及しています。インターネットを介してどの国・地域からも使えるので、貨幣の両替えの必要がないといったメリットがある一方、国による価値の保証がなく、価値の変動が大きいなどのデメリットもあります。
- ウ—国が発行する債券、いわゆる国の借金証書です。道路、住宅、港湾などの社会資本を建設するための建設国債、歳入の不足を補うために、1 年限りの特例公債法を制定して発行される赤字国債などがあります。

問2

(1) ア (第 1 編第 2 章第 2 節、第 1 編第 2 章第 3 節、第 1 編第 2 章第 5 節)

- a (正)—顧客意識とは、お客さまのニーズを理解した上で、お客さまのことを最優先に考えて行動することなので正しい選択肢です。顧客意識は、仕事の基本となる心がまえとして重要な「8つの意識」の中でも、その中心となるもっとも大切な意識です。
- b (正)—品質意識とは、自分に求められている仕事の品質を満たし、さらにそれを継続的に高めていく意識のことです。正確さ、丁寧さ、誠実さ、完成度に対するこだわりと向上心などをもち、仕事の品質を高めることが大切です。
- c (誤)—改善意識とは、新しい方法をつねに工夫して、「ムダ・ムリ・ムラを取り除こう」

とする姿勢のことで。仕事においても、自分で考え、工夫したりしながら、変化に機敏に対応していくことが求められるので、仕事のやり方を変えずに維持し続ける姿勢は、改善意識にはあたりません。

(2) ウ (第 1 編第 3 章第 3 節)

- ア (誤) 一業界によって求められるビジネスマナーは異なります。たとえば、若い女性向けの美容・アパレル業界では親しみのあることばづかいで接客することもあります。業界特性や会社の方針を理解して、場にあわしいビジネスマナーを身につけます。
- イ (誤) 一お客さまに対し友人に接するような話し方をした場合、親しみがもてると受け止める人もいるかもしれませんが、一般的には違和感をもたれると考えたほうがいいでしょう。相手の立場に立って考え、不愉快にさせないように行動することが大切です。
- ウ (正) 一ビジネスマナーを守ることで、お客さま、取引先、上司や同僚などに安心感・信頼感を与えることができ、仕事上で良い人間関係を築くことにつながります。相手に敬意をはらうことや、迷惑をかけないことなど、相手への思いやりを持つことが大切です。

(3) イ (第 1 編第 4 章第 1 節)

- a (正) 一上司から仕事の指示を受ける際に重要なのは、その仕事の目的は何であるかを考えながら、正確に指示を受けることです。要点をメモするなどして、誤りがないようにします。上司に質問をして、あらためて指示を受けるなど、臨機応変な対応も必要です。
- b (誤) 一正確に指示を受けるためには、途中で話をさえぎらずに話を聞くことが大切です。質問があるときは、話の区切りのよいところで質問します。
- c (正) 一指示を聞き終わったら指示内容を復唱し、正しく理解できたことを伝えます。復唱することで、もし指示の聞き間違いをしてしまっても、きちんと訂正することができます。

(4) ア (第 2 編第 1 章第 5 節、第 2 編第 1 章第 6 節)

- ア (正) 一会社の情報を誤って別の人に送信することは、情報の漏えいにつながる場合があります。ちょっとした確認漏れによって会社の機密情報や個人情報などが漏れてしまうことがあるので、電子メールの送信前には必ずあて先のメールアドレスが正しいかを確認します。
- イ (誤) 一パスワード管理の目的は、情報を他人に知られないようにすることです。パスワードを書いたメモをパソコンの画面に貼り付けたりすると、他人に知られることにつながってしまい、パスワード本来の目的を満たしません。
- ウ (誤) 一知らない相手からの電子メールの添付ファイルを開くことで、コンピュータウイルスに感染する場合があります。知らない相手からのメールを安易に開封しない、ウイルス対策ソフトを利用し定期的なウイルスチェックを行う、感染の疑いがある場合はすみやかにシステム管理者に報告しウイルスの除去を行う、などの対応が必要

です。

(5) ウ (第 2 編第 2 章第 1 節)

- ア (誤) 一ビジネス文書に求められているのは、簡潔でありながら必要事項を漏らさず、わかりやすく事実を正確に記すことです。読み手によって解釈が分かれたり、誤解が生じやすくなっている文書は望ましくありません。
- イ (誤) 一ビジネス文書の目的は、情報の正確な伝達と共有、後日の確認のための記録や証拠としての保存です。あいまいな表現や冗長な表現を避け、数字なども使って具体的に書くことが求められます。事実と意見がはっきりわかるようにすることが大切で、感情豊かな表現は必要ありません。
- ウ (正) 一ビジネス文書は、A4判のサイズに横書きで書くといった基本の形式に従って作成することが求められます。なお、横書きは、数字やローマ字・外国語などが入っている文章も書きやすいという利点があります。

問3

(1) イ (ビジネス用語の基本)

- ア インターンシップのことです。就職前の学生が一定期間、職場を体験する制度で、学生は実際に仕事を体験することで自分の今の力や職業への適性を見ることが出来ます。
- イ フレックスタイム制のことです。運用上は、1日の労働時間帯を、労働者が必ず労働しなければならない時間帯(コアタイム)と、労働者がその選別により労働することができる時間帯(フレキシブルタイム)とに分けて実施するのが一般的です。
- ウ 永年勤続休暇のことです。5年目、10年目といった勤続年数の区切りで設定している企業が多く見られます。法律により定められている訳ではありませんが、企業側から見てもさまざまなメリットがあると考えられています。

(2) ア (第 2 編第 6 章第 1 節、ビジネス用語の基本)

- ア デフレ経済のことです。物価の下落により企業の売上や利益が減少し、景気全体が低迷する状況(デフレーション)のことで、物価の下落と景気の低迷が交互にくりかえされて加速する状況を、デフレスパイラルと呼びます。日本は1990年代よりデフレ経済に陥った、と言われてます。
- イ 経済成長にともない、世の中のお金が増えることによるインフレは問題ありませんが、景気が悪いにも関わらず、物の値段だけが上がることはスタグフレーションと呼ばれる、最悪の経済状態であると言われています。
- ウ バブル経済のことです。日本は、1985年のプラザ合意をきっかけに進行した円高対策としてドル買い、超低金利政策などを実施しましたが、これらの政策が膨大な余剰資金を生み、株価や土地価格が実際の価値以上に急激に上昇するバブル経済を生んだと言われています。

(3) イ (第2編第6章第2節、ビジネス用語の基本)

ア—再生可能エネルギーのことです。一度利用しても比較的短期間に再生が可能であり、資源が枯渇しないエネルギーのことで、太陽光や風力の他には、太陽熱、水力、地熱、バイオマスなどがあります。人々の環境意識の高まりを受け、近年その重要性が増しています。

イ—燃料電池のことです。水素と酸素の化学反応により発生した電気を継続的に取り出すことができる発電装置のことで、大型のものは発電施設として、小規模なものは家庭などに備えつけられて、電気と熱を供給できます。

ウ—メタンハイドレードのことです。メタンと水が結晶化した氷状物質で「燃える氷」と呼ばれています。日本周辺の海底に莫大な埋蔵量があるため、天然資源の乏しいわが国において将来的な活用が期待されています。

(4) ウ (ビジネス用語の基本)

ア—他人の写真を無断でインターネット上に公開したり、他人の批判を書き込んだりするといった行為をつつしむなど、他者を書さないための基本的な態度や考え方のことを情報モラルといいます。インターネットの普及に伴い、学校でも情報教育の一環として情報モラルに関する教育が取り入れられています。

イ—風評被害のことです。根拠のない、あるいは誤った情報により、人物、団体や物品などが何らかの被害を受けることで、昨今では、偽のニュースであるフェイクニュースが社会問題化しています。

ウ—サイバー攻撃のことです。コンピュータネットワーク上で、個人情報や盗んだりデータを破壊したりすることを目的として仕掛けられる悪意のある行動で、コンピュータウイルスやメールの大量送信、ネットワークへの不正侵入と破壊、ウェブサイトの改ざんなどがあります。

(5) ウ (ビジネス用語の基本)

ア—シェアビジネスのことです。インターネットを通じて、借り手と貸し手のマッチングが可能になったことで、近年急速に拡大しています。最近では、一般住宅に旅行者らを有料で泊める、いわゆる「民泊」が話題になっています。

イ—フランチャイズチェーンのことです。外食企業やコンビニエンスストア、英会話学校やレンタルビデオ店などに見られる業態です。フランチャイズ加盟店は本部に対して売上的一定割合のロイヤリティを支払うのが一般的と言われています。

ウ—アウトソーシングのことです。限られた経営資源を中核部門に集中し、その他の業務を外部の専門企業に委託することです。当初は情報システム部門が中心でしたが、最近では経理、人事など間接部門全般、物流、開発、製造などあらゆる業務に拡大しています。

問4

(1) ウ (第1編第3章第5節)

ア (誤) —「ご苦労さま」は、上司や目上の人や部下や目下の人に対してかけるねぎらいのことばであるため、先輩や上司に対して使うことは失礼とされ、適切ではありません。「ご苦労さまです。」ではなく、「お疲れさまです。」が適切です。

イ (誤) —「どうも。」という表現は中途半端でどのようなことが続くのか不明確なため、相手を困惑させる場合があります。先輩にドアを開けてもらったのであれば、「どうもありがとうございました。」などと、必ず最後まできちんと言い切ります。

ウ (正) —取引先を訪問する際の正しい挨拶です。

(2) ア (第1編第5章第3節、第1編第5章第4節)

a (正) —適切な敬語の使い方です。

b (誤) —外部の人と話すときは、たとえ上司を指す場合であっても自分の会社の人には敬語をつかいません。「予定ではあと30分で戻って参ります。」が正しい使い方です。

c (誤) —外部の人との会話の中で社内の人間について話す時には肩書はつけません。「鈴木に伝えます。」が正しい使い方です。

(3) イ (第1編第6章第2節)

社用車に乗る場合、運転席の後席が上座になり、助手席の後席、助手席と続きます。したがって、お客さまには上座である運転席の後席、上司には助手席の後席に座ってもらい、自分は助手席に座ります。

(4) ア (第2編第2章第3節)

a—正解は「業務報告書 A 社価格対応の件」。この文書はお客さまへの価格対応についての報告書です。簡潔かつ具体的に内容を表しており、適切な題名と言えます。

b—正解は「要旨」。文書を書く際は主旨がすぐわかるように、まず結論や要点、要旨を述べ、そのあと結論に達するまでの経過や理由を述べます。この文書の場合、「商品 X について競合に負けない価格を検討したこと」が要旨になります。

c—正解は「結論」。検討の結果、今後どのように対応するか、という結論が書かれています。

(5) イ (第2編第3章第2節)

一般的に、電話を受ける手順は、

- ① 呼出音が鳴ったら、すぐに出る。
- ② 会社名・人名の順に名乗る (内線の場合は部課名・人名の順)。
- ③ 相手を確認する。
- ④ あいさつをする。
- ⑤ 用件を聞く。
- ⑥ 要点を復唱する。
- ⑦ 終わりのあいさつをし、静かに受話器を置く。

となります。