

問5

(1) イ (第2編第5章第3節)

ア (誤) 一本文4段目27行目に、「[H2A][H2B]の後継となる「H3」をJAXAと三菱重工業が開発中で、20年度に1号機打ち上げを目指している。」と書かれており、商業ベースに乗せたロケットのラインアップが2017年中に揃うとする選択肢は誤りです。

イ (正) 一リード文1行目に、「2017年は宇宙航空研究開発機構 (JAXA) の小型ロケット「イブシロン」の改良版や、民間企業が単独開発する格安のミニロケットなどの打ち上げが相次ぐ。」また、本文4段目13行目から21行目に、「民間開発のミニロケットも3月以降に打ち上がる。～(中略)～ロケットでは初めてだ。」と書かれており、選択肢は適切です。

ウ (誤) 一リード文4行目に、「ラインアップの充実しつつあるロケットの打ち上げ成功が、今後の宇宙ビジネス拡大の試金石となる。」と書かれています。ラインアップを小型ロケットに限っている選択肢は誤りです。

(2) ア (第2編第5章第3節)

ア (正) 一本文1段目3行目に、「イブシロンはJAXAがIHI子会社と約200億円かけて開発した小型ロケットで、固体燃料を燃やして飛ぶ。16年12月に2号機の打ち上げが成功した。」と書かれており、選択肢は適切です。

イ (誤) 一本文2段目5行目に、「3号機は搭載した人工衛星を、より正確に軌道に投入できるように改良を加えている。「ポスト・ブースト・ステージ」と呼ぶ液体燃料を使うエンジンを追加。」と書かれています。「固体燃料を使う」としている選択肢は誤りです。

ウ (誤) 一本文3段目9行目に、「小型の地球観測衛星を載せた3号機の打ち上げが成功すれば、2号機と合わせて「強化型イブシロン」の基本と応用の両タイプがそろう。政府は今後10年で両タイプを計10機打ち上げる計画だ。」と書かれており3号機のみで10機を打ち上げるとしている選択肢は誤りです。

(3) ウ (第2編第5章第3節)

ア 一正解は「電子部品の軽量化」。本文4段目4行目に、「観測用だったSS-520に衛星を載せるのは今回が初めてで、キヤノンの技術を使うことで「電子部品の軽くすることができた」(同社)。衛星も搭載しやすくなったという。」と書かれています。

イ 一正解は「安価な燃料の使用」。本文4段目22行目に、「全長約10mとSS-520と同程度だが、燃料にアルコールの一種のエタノールと液体酸素を使い安く抑えた。」と書かれています。

ウ 一正解は「3億円強」。表「日本の主なロケットの比較」のSS-520の打ち上げ費用(円)の欄に3億円強と書かれています。

(4) イ (第2編第5章第3節)

ア (誤) 一表「日本の主なロケットの比較」から、「H2A」の打ち上げ実績は31回ですが、「H2B」については6回であることが読み取れます。「H2A」「H2B」合わせて31回の打ち

上げ実績があるとする選択肢は誤りです。

イ (正) 一本文5段目1行目に、「補助ロケットのエンジンにイブシロンと同じ部品を使い、製造も共通化を進めてコストを下げる。」と書かれており、また、5段目7行目に「高い信頼性と安いコストを両立しないと世界で太刀打ちできないのは、日本のロケットに共通する課題だ。」と書かれています。したがって適切な選択肢です。

ウ (誤) 一表「日本の主なロケットの比較」から、「H2A」「H2B」「H3」が開発を重ねるたび、それぞれの全長が53m、56.6m、63mと長くなっていることが読み取れますが、打ち上げ費用は、「H3」が約50億(目標)と、「H2A」の約100億、「H2B」の150億弱より低くなっています。

(5) ウ (第2編第5章第3節)

ア 一正解は「三菱重工業」。本文4段目27行目に、「大型ロケットは主力の「H2A」「H2B」の後継となる「H3」をJAXAと三菱重工業が開発中で、20年度に1号機打ち上げを目指している。」と書かれています。

イ 一正解は「IHI子会社」。本文1段目2行目に、「JAXAは今春にもイブシロン3号機を打ち上げる。イブシロンはJAXAがIHI子会社と約200億円かけて開発した小型ロケットで、固体燃料を燃やして飛ぶ」と書かれています。

ウ 一正解は「MOMO」。本文4段目14行目に、「ベンチャーのインターステックテクノロジズ(北海道大樹町、稲川貴大社長)は高度100キロの宇宙空間に到達するロケット「MOMO」を打ち上げる。成功すれば日本の民間が単独開発したロケットでは初めてだ。」と書かれています。

問6

(1) ア (第1編第6章第1節)

ア (正) 一午前中の対応を必要としていることから緊急度が高く、昨晩も山下主任と連絡を取っている状態から、重要度も高いと想定されます。そこで、平井が山下主任にメモを渡して、お客さまが来訪されたことを伝えるのが正しい対応です。したがって、選択肢は適切です。

イ (誤) 一山下主任に確認せずに面談を断り、お客さまからの電話をお願いすることは、適切とはいえません。お急ぎであるという事情をお客さまの面談希望者にも伝えた上で対応することが求められます。したがって、選択肢は誤りです。

ウ (誤) 一約束のない不意の来客に対しても、できるだけお待たせしないような配慮が必要です。お客さまの都合を考えず、1時間も待機をお願いするのは不適切な対応です。社員の接客マナーは会社全体のイメージを左右するので、お客さまに気持ちよく来社の目的を果たしていただくことを心がけます。

(2) ウ (第2編第1章第4節)

トラックの移動スケジュールをまとめると以下の通りとなります。

まず、小型トラックAが廃車になるため、駐車スペース①が空きます。続いて、大型トラッ

ク E と取り変えるため小型トラック C を移動させるので、駐車スペース④が空きます。

空いたスペースが2つ以上ある場合は若い番号から割り振るので、東北支店からくるトラック F は駐車スペース①に入れます。さらに、新車の小型トラック G は、駐車スペース②に入れてしまうとこの後関西支店との入れ替えで来る大型トラック E を入れるスペースがなくなるため、駐車スペース④に入れます。最後に、大型トラック E を駐車スペース②に入れます。

入れ替え完了後の各トラックの配置は、以下のとおりとなります。

- ①小型トラック F
- ②大型トラック E
- ③小型トラック B
- ④小型トラック G
- ⑤小型トラック D

(3) ア (第 1 編第 2 章第 2 節)

ア (正) 一日ごろ外部と接する機会が少ない管理部門などでも、「自分が接する相手は、すべてお客さまである」という意識 (社内顧客意識) をもって仕事に取り組むことが大切です。社員寮を管理する総務チームにとって、それを利用する製品開発チームの社員も社内顧客ですので、総務チームが自ら不動産屋に直接電話をして工事業者の状況を確認し、修理の日程について明確に回答をもらうようにすることが、適切な対応です。

イ (誤) 一社員寮の管理は総務チームの担当であり、当事者意識をもって自ら工事業者の状況を確認することが必要です。他部門を社内顧客として扱い、きちんとした対応をとることは、会社全体の顧客意識向上につながります。

ウ (誤) 一社員寮の管理は総務チームの担当であり、他部門からの対応依頼に対して忙しいからという理由で断ることはできません。きちんとした対応をとることが求められます。

(4) イ (第 1 編第 4 章第 3 節)

ア (誤) 一社外とのトラブルが生じた場合、自分の判断だけで動くのではなく、職場の責任者に確認した上で、責任ある回答をする必要があります。したがって、選択肢は不適切です。

イ (正) 一トラブルが発生した場合は自分で勝手に判断せず、上司や先輩と確認をとりながら行うのが正しい対応ですので、佐野課長に状況を報告し対応を相談するという選択肢は適切です。

ウ (誤) 一文中のトラブルは総務チームの確認漏れによるものであり、また、本件に関する取引先の窓口は総務チームであることから、経理チームにお詫びなどの対応を依頼するのは正しくありません。したがって、選択肢は不適切です。

(5) ウ (第 2 編第 1 章第 1 節)

ア (誤) 一お客さまによって対応の違いが起こらないように、対応の基本ルールを決めること自体には問題ありませんが、実際の対応では、お客さまの要望に応じて臨機応変に接することが必要になります。したがって、名刺を必ずもらう以外の対応はしないようにするという選択肢は不適切です。

イ (誤) 一人が行う作業に誤りが生じる可能性を踏まえて仕事をすることは大切ですが、上司や先輩に確認してもらう前提で仕事に臨むことは適切ではありません。まずは、担当者である自分自身がミスをしないようにするにはどうすればよいかを考え、その上で上司や先輩には、念のための確認を依頼するのが正しい対応です。したがって、選択肢は不適切です。

ウ (正) 一仕事をする上で、急な対応が必要となる業務が発生することもあるので、そのような場合に備えて、普段から仕事の優先順位を明確にすること、仕事の進捗状況を上司や先輩社員と共有化しておくことは重要です。したがって、選択肢は適切です。

問 7

(1) イ (第 2 編第 4 章第 1 節、第 2 編第 4 章第 2 節)

① (誤) 一ケーキの売上高は、改装前、改装後ともに 20 万円で、増加していないので選択肢は不適切です。

② (正) 一ディナーの客単価は、改装前が 4,500 円だったのに対し、改装後は 5,000 円に増加しているので、選択肢は適切です。

③ (正) 一ランチの客数は、改装前が売上高 15 万円、客単価 1,500 円なので $15 \text{ 万円} \div 1,500 \text{ 円} = 100$ 人、改装後は売上高 20 万円、客単価 1,000 円なので $20 \text{ 万円} \div 1,000 \text{ 円} = 200$ 人です。客数は 100 人から 200 人に増えているので選択肢は適切です。

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

① 一正解は「ケーキ」。ケーキの売上高は改装計画が 20 万円であるのに対し改装後は 20 万円、ランチの売上高は改装計画が 25 万円であるのに対し改装後は 20 万円、ディナーの売上高は改装計画が 55 万円であるのに対し改装後は 40 万円となっています。したがって、改装計画に最も到達しているサービスはケーキです。

② 一正解は「ランチ」。ケーキの客単価は改装計画が 2,000 円であるのに対し改装後は 2,000 円、ランチの客単価は改装計画が 1,500 円であるのに対し改装後は 1,000 円、ディナーの客単価は改装計画が 5,000 円であるのに対し改装後は 5,000 円となっています。したがって、最も改装計画に到達していないサービスはディナーです。

③ 一正解は「ディナー」。ケーキの客数は、改装計画が売上高 20 万円、客単価 2,000 円なので $20 \text{ 万円} \div 2,000 \text{ 円} = 100$ 人なので、改装後の売上高 20 万円、客単価 2,000 円なので $20 \text{ 万円} \div 2,000 \text{ 円} = 100$ 人で、計画どおりの客数になっています。ランチの客数は、改装計画が売上高 25 万円、客単価 1,500 円なので $25 \text{ 万円} \div 1,500 \text{ 円} = 167$ 人なので、改装後は売上高 20 万円、客単価 1,000 円なので $20 \text{ 万円} \div 1,000 \text{ 円} = 200$ 人です。したがって、計画に対し、23 人多くのお客さまが来店しています。一方、ディナーの客数は、改装計画

が売上高55万円、客単価5,000円なので $55万円 \div 5,000円 = 110人$ なのに対し、改装後は売上高40万円、客単価5,000円なので $40万円 \div 5,000円 = 80人$ です。したがって、計画に対し、30人少ない来店状況になっています。以上により、最も改装計画に到達していないサービスはディナーです。

(3) ウ (第2編第4章第1節、第2編第4章第2節)

- ア (誤) —56歳以上の世代の改装前と改装後で、売上高の構成比は、ディナーが43%から25%に18ポイント減少、ランチが30%から20%に10ポイント減少、ケーキが20%から10%に10ポイント減少しており、すべてのサービスで減少しています。したがって、選択肢は不適切です。
- イ (誤) —35歳以下の世代の売上高の構成比は、改装前と改装後で、ディナーが23%から37%に14ポイント増加、ランチが30%から45%に15ポイント増加、ケーキが40%から50%に10ポイント増加しており、すべてのサービスで増加しています。したがって、選択肢は不適切です。
- ウ (正) —改装前と改装後の売上高の構成比の差は、ディナーにおいては、35歳以下が23%から37%に14ポイント増加、36～55歳が34%から38%に4ポイント増加、56歳以上が43%から25%に18ポイント減少しています。また、ランチにおいては35歳以下が30%から45%に15ポイント増加、36～55歳が40%から35%に5ポイント減少、56歳以上が30%から20%に10ポイント減少しています。さらに、ケーキにおいては35歳以下が40%から50%に10ポイント増加、36～55歳が40%で変わらず、56歳以上が20%から10%に10ポイント減少となっています。もっとも差が小さいのは改装の前後で構成比が変わらなかった36～55歳の世代のケーキなので、選択肢は適切です。

(4) ア (第2編第4章第1節、第2編第4章第2節)

- ア (正) —56歳以上の世代のディナーの売上高の構成比は、改装前の43%から改装後は25%に18ポイント減少しています。また、この世代の改装後のディナーの1日平均の売上高は、全体の40万円の25%ですから10万円です。したがって選択肢は適切です。
- イ (誤) —36～55歳の世代のランチの売上高の構成比は、改装前の40%から改装後は35%に5ポイント減少しています。また、この世代のランチの1日平均の売上高は、全体の20万円のうちの35%ですから7万円です。したがって、選択肢は不適切です。
- ウ (誤) —35歳以下の世代のケーキの売上高の構成比は、改装前の40%から改装後は50%と10ポイント増加しています。この世代のケーキの1日平均の売上高は、全体の20万円の50%ですから10万円です。したがって、選択肢は不適切です。

(5) ウ (第2編第4章第1節、第2編第4章第2節)

- ア (誤) —ディナーの改装後の売上高は40万円で、改装前の35万円より増加したものの、56歳以上の世代の売上高構成比が43%から25%に減少しています。一方、ディナーの客単価は、改装前の4,500円から改装後は5,000円に上昇しています。したがって、売上計画が未達となったその主な要因は客数が改装前の78人から改装計画の110

人に届かなかったことにあります。そのため、飲料の充実などで客単価を上げること検討するだけでなく、構成比が下がっている56歳以上のお客さまによるこぼれるメニューを導入して来店をうながすなど、客数を増やす工夫が必要です。したがって、選択肢は誤りです。

- イ (誤) —ランチの改装計画は、売上高が25万円で客単価が1,500円なので客数は $25万円 \div 1,500円 = 167人$ であるのに対し、改装後は、売上高が20万円で客単価が1,000円なので客数は $20万円 \div 1,000円 = 200人$ です。客数は改装後が改装計画を上回っているため、ランチに求められるのは客単価を上げることです。しかし、資料1、資料2には各サービスの年代別の客数が記載されていないため、年代別の客単価を読み取ることができません。したがって、36～55歳の客単価がもっとも高い、と記載している選択肢は不適切です。

- ウ (正) —改装後のケーキの売上高は20万円で売上計画を達成している一方、店舗全体の売上高は改装後が80万円で計画である100万円には未達となっています。したがって、ランチやディナーに来店されたお客さまにケーキをテイクアウトしてもらえよう販売促進は有効です。とくに、ディナー、ランチともに売上高構成比がもっとも上昇している35歳以下のお客さまの好みに合わせた商品の導入、販売を検討することは効果的と考えられます。したがって、選択肢は適切です。