

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、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す。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、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による価値の保証がない通貨のこと、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持ち、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、場にふさ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えをしてしまっても、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できます。
- 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、労働者がその選択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、と言われています。
- 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、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金融資産を生み、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、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、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、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、他者害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、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、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、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、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、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。

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)

a—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。

b—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。

c—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)

a—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。

b—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。

c—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。