

平成 29 度秋期

スーパーバイザー士筆記試験

平成 30 年 1 月 17 日（水）実施

14:50～15:50

4. マーケティング・ホスピタリティ・

フランチャイズパッケージ論と

スーパーバイザーのコントロール・行動科学

（該当講義 講義. ④. ⑤. ⑧. ⑬）

答案作成上の注意

- ◇ 係りの合図があるまではこの表紙をあけないでください。
- ◇ 解答は解答用紙に記入してください。
- ◇ 試験時間は 60 分です。
- ◇ 試験開始後 30 分で退出できます。
- ◇ 退出される際には、出入口にいる事務局員に解答用紙を提出してください。
- ◇ 再入場はできません。



一般社団法人

日本フランチャイズチェーン協会

マーケティング

【問題 1】

次の文章で、正しいものには○を、誤っているものには×を解答用紙に記入してください。

1.	マーケティングの重要な役割に、非価格競争を実現させるという点がある。
2.	日本企業は意味的価値の創出より、機能的価値の創出が得意である。
3.	「売れるものを作る」という思想は、「プロダクトアウト」と呼ばれる。
4.	世界最古の消費財ブランドと言われる P&G の石鹼アイボリーは、「象」を意味する。
5.	マーケティングの究極の目的は、「営業や販売（セリング）」を不要にすることである。
6.	フランフランは対象顧客（ターゲット）を幅広い世代の女性に設定している。
7.	1,000 円カットや LCC などの経営は「マイナス経営（引き算の経営）」と呼ばれる。
8.	マーケティングが誕生した 19 世紀後半のアメリカでは、南北戦争や大陸横断鉄道の建設を背景に工業化が進展し、生産力が飛躍的に拡大した。
9.	日本の今後の高齢者市場は、前期高齢者も後期高齢者もともに人口が増え続ける見込みである。
10.	現在の日本の 65 歳以上の人口は、総人口の 33% を超え、日本人の 3 人に 1 人の割合にまで上昇している。
11.	ビジネスと社会貢献を両立させた事業活動を「CSV」と呼ぶ。
12.	マーケティング・ミックスは、企業単体で操作（コントロール）可能な要素の組合せを指す。
13.	マーケティング・ミックスを構成する 4 要素の一つに、製品の特性やコンセプトを具現化した「Package（パッケージ）」がある。
14.	『マネジメント』の著者であるコトラーは、「現代マーケティングの父」と呼ばれる。
15.	ドラッカーは企業経営に重要な 2 つの基本的機能として、「マーケティング」と「イノベーション」を挙げた。
16.	競合との差別化を図り、自社の特徴を明確化するために縦軸と横軸の 2 軸で可視化する手法を「ポジショニングマップ」と呼ぶ。
17.	マーケティング戦略の立案で重要となる「STP」の S は、Satisfaction（顧客満足）を指す。
18.	自社の標的顧客のプロファイルを詳細に想定する分析法を「ペルソナ分析」と呼ぶ。
19.	PEST 分析は、環境分析よりも競合他社の動向に主眼を置いた分析ツールである。
20.	性別役割分業やワンオペ育児は、日本より欧米諸国で顕著にみられる（問題視されている）。

ホスピタリティ・ベストサービス

【問題1】

ホスピタリティの意味とその重要性について貴方の意見を述べて下さい。

【問題2】

コミュニケーションの環境作りがなぜ大切なのか、貴方の意見を述べて下さい。

【問題3】

E・S(従業員満足度)活動の貴方の具体的な計画を述べて下さい。

フランチャイズパッケージ論・コントロール

【問題1】

フランチャイズパッケージについて述べた文章の、ア～ウの（ ）に入る最も適切な語句をそれぞれ選び、解答欄にその数字を記入して下さい。

チェーン本部が加盟店に提供するフランチャイズ・ビジネスになくなくてはならない（ ア ）やマネージメントの仕掛け・仕組みを総称して「フランチャイズ・パッケージ(Franchise Package)」と呼ぶ。つまり、フランチャイズ・パッケージとは、本部が加盟店に提供するフランチャイズ・ビジネスを展開するための（ イ ）や運営の仕掛け・仕組みのことであり、フランチャイズ加盟契約によって、フランチャイザーが提供することを約束し、フランチャイジーが（ ウ ）を支払って利用する一定の経営システムないし一連のプログラムをいう。

ア	①メニュー	②サービス	③マーケティング	④店舗
イ	①商売	②会計	③経営	④マニュアル
ウ	①違約金	②加盟金	③対価	④保証金

【問題2】

フランチャイズ・ビジネスにおけるスーパーバイザーの役割が5つあります。ア～ウの（ ）に入る最も適切な語句を選択欄から選び、解答欄にその数字を記入して下さい。

1. フランチャイジーに対する社長の代行業。
2. 加盟店の継続的経営指導、（ ア ）、相談業。
3. 加盟店との（ イ ）関係醸造業
4. フランチャイズ本部に対する情報提供業
5. マーケティング・リサーチ業

ア	①運営	②助言	③統制	④訪問
イ	①人間	②共存	③信頼	④支配

【問題3】

フランチャイズ・ビジネスにおけるスーパーバイザーの機能が6つあります。ア～ウの（ ）に入る最も適切な語句を選択欄から選び、解答欄にその数字を記入して下さい。

- | | | |
|-----|---------------------------|-------------|
| (1) | コミュニケーション (Communication) | 意思 及び 情報の伝達 |
| (2) | (ア) | 調 整 |
| (3) | (イ) | 点検 及び 統制 |
| (4) | カウンセリング (Counseling) | 個人的相談 |
| (5) | コンサルテーション (Consultation) | 経営相談 及び 指導 |
| (6) | (ウ) | 促進 |

ア	①オペレーション	②コーポレーション	③コーディネーション	④コワーカー
イ	①チェック	②インスペクション	③レギュレーション	④コントロール
ウ	①ファシリテーション	②アクセレーション	③コーポレイト	④プロモーション

【問題4】

スーパーバイザーのコントロールのポイントとして「運営基本原則」の維持が上げられるが、「運営基本原則」について述べた文章のア～イの組み合わせとして最も適切な語句を選択欄から選び、解答欄にその数字を記入して下さい。

- (1) 商品・サービスの（ ア ）管理第一（ ア ）Control
- (2) 「清潔感」＝店舗の内外がピカピカに磨きあげられ、爽快な店舗。
「清潔感」溢れる店はお客様の（ イ ）や（ イ ）に不可欠。

ア	①品質－Quality	②ベストサービス－Service	③清潔感－Cleanliness
イ	①サービス－施術	②満足－感動	③楽しさ－親しみ

行動科学マネジメント

【問題1】

行動分解ツール「MORS」に関して、以下の例を参考に空欄を埋めてください。

1. Mは（ ）
2. Oは（ ）
3. Rは（信頼できる）
4. Sは（ ）

【問題2】

行動分解ツール「MORS」“③ R”の“信頼できる”。この“信頼できる”には、別の言い方があります。以下の空欄を埋めてください。

（ ）人以上が同意できる

【問題3】

以下の1～7について、行動であるものには○、行動ではないものには×をつけてください。

1. 信頼関係をつくる
2. 親身になって話を聴く
3. やる気を高める努力をする
4. 理念を浸透させる
5. 部下のことを良く知る
6. 部下と面談をする
7. 部下の名前を把握する

【問題4】

ABCモデルについて、以下の空欄にあてはまる適切な語句(日本語)を記入してください。

A = Antecedents (刺激)

B = Behavior ()

C = Consequences (刺激)

【問題5】

行動をつづけるためには行動した直後が大切です。行動した直後とはどれくらいの時間かを、以下の中から1つ選んでください。

1. 60秒以内
2. 10分以内
3. 60分以内
4. 1日以内