

2019年度秋期

スーパーバイザー士筆記試験

2020年1月15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. ⑨)

答案作成上の注意

- ◇ 解答用紙の所定の欄に氏名を記入してください。
- ◇ 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】 配点 30 点（各 2 点）

次の文章で、正しいものには○を、誤っているものには×を記入してください。

1. 中国の成長著しい IT 企業は、その頭文字から BUT と呼ばれる。
2. 企業を評価する指標の一つ「時価総額」とは、現在の売上規模と株価から算出され、現時点の企業価値を表す指標である。
3. マーケティングとは、販売や営業を中心とする顧客創造活動を指す。
4. 日本企業（特に製造業）は一般的に「機能的価値」の創出より、「意味的価値」の創出を得意としている。
5. 消費者の購買行動をモデル化した AIDMA モデルと AISAS モデルの最初の「A」は、ともに「注意」を意味する。
6. AIDMA モデルは、認知段階（A）、探索段階（I・D・M）、行動段階（A）の 3 段階に識別される。
7. 3C 分析では、「顧客」「競合」「自社」の 3 要素の分析が行われる。
8. PEST 分析の「T」は、「技術（Technology）」の動向分析を意味する。
9. SWOT 分析の「W」は脅威を意味する。
10. ドラッカーは顧客創造を実現する企業経営に重要な 2 つの基本的機能として、「マーケティング」と「営業」を挙げた。
11. 自社のターゲット（標的顧客）のプロファイルを詳細に分析する方法（架空の人物を想定する方法）は、「ペルソナ分析」と呼ばれる。
12. 消費者の購買意思決定において、各属性の全体評価がなされ、トータルの点数が最も高いブランドを選択する方法を「加算型」決定方略と呼ぶ。
13. セグメンテーションにおいて、価値観やライフスタイル、性格などをあらかず分析軸を「ジオグラフィック変数」と呼ぶ。
14. サービス業のマーケティングは Product（製品）、Price（価格）、Place（流通）、Promotion（プロモーション）の 4P に加え、People（人）、Physical Evidence（物的要素）、Process（提供過程）を合わせた 7 つの要素で構成される。
15. 顧客満足のメカニズムにおいて、利用した商品やサービスの「品質」と「価格」を比較して、消費者自身が感じる納得感を「知覚価値」と呼ぶ。

ホスピタリティ・ベストサービス

【問題 2】 配点 10 点（各 5 点）

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 3】 配点 5 点

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 4】 配点 5 点

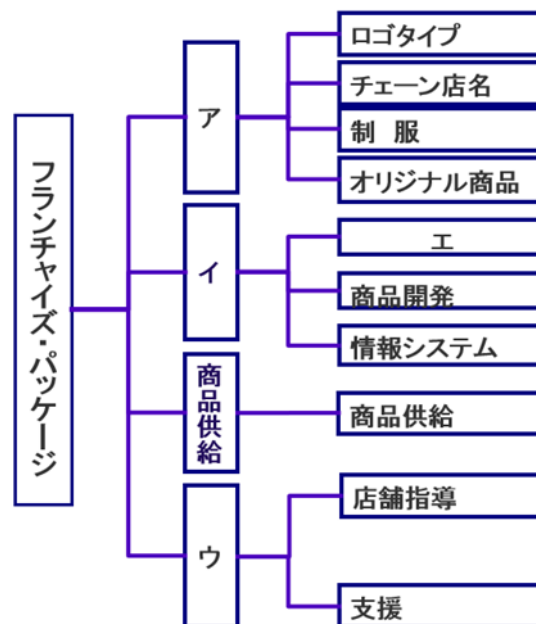
E・S(従業員満足度)活動の貴方の具体的な計画を述べて下さい。

フランチャイズパッケージ論・コントロール

【問題 5】 配点 8 点（各 2 点）

フランチャイズパッケージの事例を示した下図の空欄ア～エに入る最も適切な語句を【選択肢】から選び、【解答欄】にその番号を記入しなさい。

フランチャイズ・パッケージの事例



ア	イ	ウ	エ
①ブランド	①パッケージ	①監査	①物流システム
②デザイン	②フランチャイズ	②マニュアル	②本部システム
③商標	③ノウハウ	③継続的指導・支援	③加盟店開発
④販促物	④システム	④教育・訓練	④決済システム

【問題6】 配点6点（各2点）

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は6つあります。ア～ウに当てはまる最も適切な語句を【選択肢】から選んで【解答欄】にその番号を記入しなさい。

- | | |
|-------------------------|---------------------|
| (1) コミュニケーション | 意思 及び 情報の伝達 |
| (2) (ア) | 調 整 |
| (3) コントロール | 点検 及び 統制 |
| (4) (イ) | 個人的相談 |
| (5) コンサルテーション | 経営相談 及び 指導 |
| (6) プロモーション | (ウ) |

ア	イ	ウ
①カンバセーション	①カニバリゼーション	①展開
②コンポジション	②コラボレーション	②広報
③コーディネーション	③コーチング	③訓練
④コンセントレーション	④カウンセリング	④促進

【問題7】 配点8点（各2点）

フランチャイズ本部のスーパーバイザーの業務について、下記に挙げたア～エの文章のうち正しいものには解答欄に[○]を、誤っているものには[×]をつけなさい。

- ア. チェックリストはスーパーバイザーが加盟店の現状を把握するツールであり、問題発見はできるが、それで問題が解決できるわけではない。
- イ. 不振店対策としてセールなどの販売促進策を実施した後に、店舗運営原則＝Q S Cの改善を行わなければならない。
- ウ. 最も重要な不振店対策は加盟店オーナーおよび店長の再教育である。
- エ. 不振店対策には、ロイヤルティ減免、販促費用や仕入価格の一部負担などが有効である。

【問題 8】 配点 8 点 (各 2 点)

フランチャイズ・ビジネスにおけるスーパーバイザーの店舗診断の対象領域を示している下表のA～カに当てはまる最も適切な語句を【選択肢】から選んで【解答欄】にその番号を記入しなさい。

経営診断	主にオーナーのマネジメントの状況を確認	
	①経営診断	②経営者診断
	③店舗管理診断	④(ア)診断
	⑤組織診断	⑥教育・訓練診断

マーケティング 診断	主に店舗の業績、店舗の外的環境の確認	
	①売上高診断	②(イ)診断
	③販売促進診断	④立地条件診断

店舗運営診断	主に運営基本原則 = (ウ) が本部の基準通りか確認	
	①店舗診断	②(エ)診断
	③サービス診断	④クレンリネス診断
	⑤※技術診断 理美容、調理、マッサージほか	

- | |
|--|
| ① 商品管理 ②教育・訓練 ③QSC ④マーケティング ⑤商品動向
⑥ マネジメント ⑦安全管理 |
|--|

行動科学マネジメント

【問題 9】 配点 6 点 (各 2 点)

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なさい。

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

【問題 10】 配点 1 点

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、別の言い方がある。以下の空欄を埋めなさい。

() 人以上が同意できる

【問題 11】 配点 1 点

行動科学マネジメントを導入する目的は以下のどれか。

1. 全社員を今以上に、できる人にする
2. 上位 2 割のできる人を、よりできる人にする
3. 下位 8 割のできない人とふつうの人をできる人にする
4. 下位 2 割のできない人をできる人にする

【問題 12】 配点 3 点

以下の 1～10 の中で、行動だと思うものを選びなさい。

1. 信頼関係をつくる
2. 部下の心をつかむ
3. やる気を高める努力をする
4. モチベーションを上げる
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
8. 部下を鼓舞する
9. 心を込める
10. 振り返りをする

【問題 1 3】 配点 6 点 (各 3 点)

ABC モデルについて、以下の空欄を埋めなさい。

A = Antecedents : 先行条件 () 刺激

B = Behavior : 行動・反応

C = Consequences : 結果 () 刺激

【問題 1 4】 配点 3 点

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 つを選び、番号を記入しなさい。

1. 60 秒以内
2. 12 時間以内
3. 24 時間以内
4. 1 週間以内