

2020年度秋期

スーパーバイザー士筆記試験

2021年1月13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×を記入しなさい。

1. 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。
2. 「マーケティングの父」と呼ばれるコトラーは、世界的に有名な『マネジメント』の著者である。
3. 日本企業(特に製造業)は一般的に「意味的価値」の創出より、「機能的価値」の創出を得意としている。
4. 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2番目の「I」は、ともに「情報共有」を意味する。
5. 3C分析では、「顧客」「競合」「自社」の3要素の分析が行われる。
6. 米P&Gの最古のブランドとも呼ばれる「アイボリー」ブランドの石鹸は、高級感やイメージよりも低価格を売りにして消費者の支持を集めた。
7. STPのSはセグメンテーションを指し、セグメンテーションの3つの変数(分類軸)のうち、価値観や趣味、ライフスタイルで分類する軸を「サイコグラフィック変数」と呼ぶ。
8. 今日の中国経済を動かしている、インフルエンサーがネットの動画配信で商品を紹介する手法を「ライブコマース」と呼ぶ。
9. 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「プロモーション」を挙げた。
10. 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。
11. 消費者に購買や利用が「ありかも」と思われるブランドの集合を「考慮集合」と呼び、単に知っている「知名集合」から「考慮集合」に自社ブランドが入ることがマーケティングにおける一つの重要な目標となる。
12. マーケティングリサーチにおいて、時代の流れをつかむ「目」がとりわけ重要であり、これは「鳥の目」で全体を俯瞰的にみることが求められる。
13. SWOT分析の「S」は強みを意味し、「T」は機会(チャンス)を意味する。
14. サービス業のマーケティング(サービスマーケティング)は、頭文字Pから始まる7つの要素で構成され、製品・価格・流通・プロモーションの4つの要素(4P)にPeople(人)、Physical Evidence(物的要素)、Process(提供過程)の3要素が追加される。
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なさい。

【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、貴方の意見を述べなさい。

【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なさい。

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



【選択肢】

ア ①商標 ②経営理念体系 ③加盟契約書 ④著作権	イ ①パッケージ ②フランチャイズ ③ノウハウ ④システム	ウ ①監査 ②マニュアル ③継続的指導・支援 ④教育・訓練	エ ①物流システム ②指導システム ③加盟店開発 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) (イ) | 点検 及び 統制 |
| (4) (ウ) | 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 | 促進 |

【選択肢】

ア	イ	ウ
1. カンパセーション	1. コンペティション	1. カニバリゼーション
2. コンポジション	2. コンセントレーション	2. コラボレーション
3. コーディネーション	3. コンファメーション	3. コーチング
4. コントリビューション	4. コントロール	4. カウンセリング

【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、以下に挙げたア～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. スーパーバイザーが不振店対策を実施するにあたっては、最初に、ロイヤルティ減免、販促費用や仕入額の一部負担など、加盟店の経費軽減策を講じるべきである。
- イ. 不振店対策を実施する際には、店舗運営原則＝Q S Cの改善を行った上で、セールなどの販売促進策を実施するべきである。
- ウ. フランチャイズ本部は加盟店に対する「統制権」を有しており、これがあるからこそ、スーパーバイザーは加盟店に指示、命令することができる。
- エ. スーパーバイザーの業務の目的は加盟店を本部の方針に従わせることであり、チェックリストを使って加盟店に問題点を指摘することである。

【問題8】 配点8点（各2点）

店舗オペレーションの3大原則(3S主義)についての下の説明のア～エ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. (ア)

店のオペレーションを効率的に行うため

「ムダ、ムリ、ムラ」のうち「ムダ」を省くこと。

小分け配送、機械化、集中化(セントラルキッチン) など

2. (イ)

店のオペレーションを効率的に行うため

「ムダ、ムリ、ムラ」のうち「ムリ」「ムラ」をなくすこと。

業務の (ウ)、店舗の標準レイアウトや内外装仕様書 など

3. (エ)

NO.1になるために、より店舗力、品質力、

サービス力、清潔度を高め、差別化を図ること。

QSCの徹底、教育・訓練制度の充実、チェーン本部による魅力的な商品やサービスメニューの開発など

【選択肢】

- ① 効率化 ② IT化 ③ 水平化 ④ 標準化 ⑤ 商品化
⑥ 無人化 ⑦ 単純化 ⑧ 専門化 ⑨ マニュアル化 ⑩ 自動化

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てください。

①Mは（ ）

②Oは（ ）

③Rは（信頼できる）

④S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 1 1】 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 1 2】 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. 3 分以内
3. 1 時間以内
4. 8 時間以内