

2021 年度春期

スーパーバイザー士筆記試験

2021 年 9 月 7 日（火）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. 「マネジメントの父」と呼ばれるドラッカーは、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「プロモーション」を挙げた。
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. CS（顧客満足）において、一般的に自分が経験した良い評価（ポジティブフィードバック）は、不満の評価（ネガティブフィードバック）よりも「多くの人」に伝わる傾向がある。
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. UGCとは、企業がSNSで展開する広告戦略を意味する。
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. 顧客が企業やブランドに抱く好意的な感情を「顧客エンゲージメント」と呼ぶ。
9. 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、その一つである「魚」の視点は、細かいところを掘り下げ、小さな変化を見る点を特徴とする。
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）を「ペルソナ分析」と呼ぶ。
11. マーケティング・ミックスを構成する4つの「P」の一つに、「プロモーション戦略」がある。
12. マクロ分析で用いるPEST分析の「P」はPolitics（政治）を意味し、「S」はScience（科学）を意味する。
13. 経営戦略やマーケティング戦略策定で用いられるSWOT分析の「S」はStrength（強み）を意味し、「T」はTechnology（技術）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、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

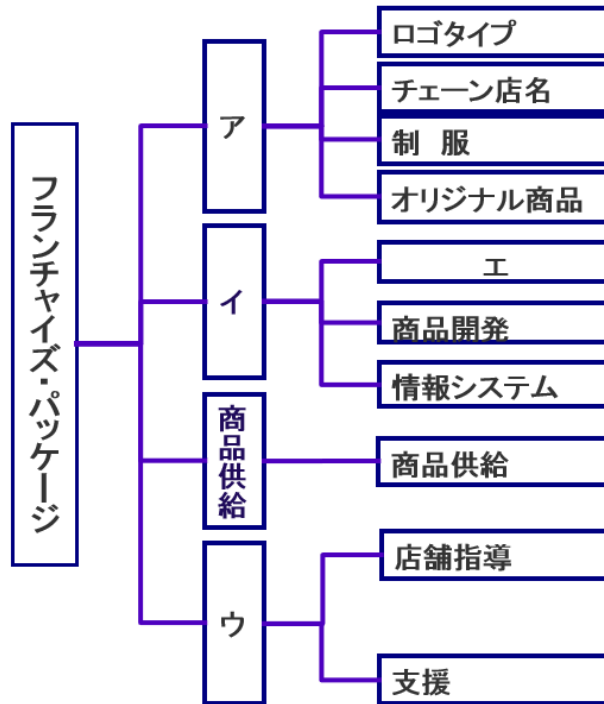
E・S(従業員満足度)活動の貴方の具体的な計画を述べなさい。

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ブランド ②デザイン ③商標・マーク ④販促物	イ ①ノウハウ ②フランチャイズ ③パッケージ ④システム	ウ ①指示・命令 ②マニュアル ③継続的指導・支援 ④加盟契約書	エ ①訓練システム ②加盟店開発 ③広告宣伝 ④物流システム
-------------------------------------	--	---	---

【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) (ウ)	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コンファンクション	①コントリビューション	①カニバリゼーション
②コンポジション	②コラボレーション	②カンバセーション
③コーディネーション	③コーチング	③コンサルテーション
④コンセントレーション	④カウンセリング	④コンファーマーション

【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、ロイヤルティ減免など、加盟店の立場に立って経費軽減策を講じるべきである。
- イ. 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を監督し、指示、命令することができる。
- ウ. スーパーバイザー業務の目的は、チェックリストを使って加盟店の問題点を明確にし、それを加盟店オーナーに指摘することである。
- エ. 不振店対策を実施する場合、まずセールなど販売促進策を実施した後に、Q S Cの改善を行うことが必要である。

【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ア～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	

【選択肢】

- | | | | |
|-------|---------|-------|------|
| ①商品管理 | ②店舗会計 | ③QSC | ④加盟店 |
| 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てください。

- ①Mは()
- ②Oは()
- ③Rは(信頼できる)
- ④Sは()

【問題 10】 配点 2 点

できない人がいます。なぜ、できないのか?その理由として正しいものを 1 つ選んでください。

- ①意識が低いから
- ②やる気がないから
- ③正しい行動が分からないから

【問題 11】 配点 3 点

行動科学マネジメントの考え方として、正しいものを 1 つ選んでください。

- ① 再現性のある仕組みをつくり誰でも成果を出せる環境をつくる
- ② 気合いと根性のある社員を育てる
- ③ ロボットのように指示通りに働く社員を増やす

【問題 12】 配点 3 点

結果を出せない人がいます。どのように教えたら良いですか?正しいものを 1 つ選んでください。

- ①正しい行動を分解して言語化して伝える
- ②失敗から学んでもらう
- ③自分で考えてもらう

【問題 13】 配点 3 点

自分が無意識にとっている行動は相手に伝えることが難しいです。その理由として正しいを思うものを 1 つ選んでください。

- ①相手に興味関心を持ってないから
- ②経験・感覚が暗黙知になっているから
- ③自分の経験・感覚は教えないほうが良いから

【問題 14】 配点 3 点

人の行動原理 (ABC 理論) のうち「結果」の効力として、正しいものを 1 つ選んでください。

- ①行動・思考をつづけやすくする
- ②行動・思考を始めやすくする
- ③結果に効力はない