

平成 30 度秋期

スーパーバイザー士筆記試験

平成 31 年 1 月 16 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. ②. ④. ⑧. ⑩)

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40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. 企業が直面する「問題」とは、現状と目標との差（ギャップ）であり、この差を埋めることを問題解決と呼ぶ。
2. 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。
3. 広告等により、メーカーから消費者へ直接的に需要喚起を図る戦略を「プッシュ戦略」と呼ぶ。
4. マーケティングとは、「セリング（販売）」を中心とする顧客創造活動を指す。
5. 企業の存続・成長の条件として、「顧客価値の創出」が筆頭に挙げられる。
6. 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。
7. 現代マーケティングの理論体系を構築し、「マーケティングの父」と呼ばれるのはコトラーである。
8. 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は、「ペルソナ分析」と呼ばれる。
9. 消費者の購買行動をモデル化したAIDMA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。
10. ネット時代の購買決定プロセスは「AISAS」で表すことができ、その特徴は4番目の過程であるA（行動）の前段階にS（Share）、A（行動）の後ろにS（Search）が来ていることである。
11. マーケティングは、製品やサービスが「売れる仕組み」を作る役割を担うとともに、短期的な業績の向上よりも長期的に顧客や社会に愛される企業づくりに重きが置かれる。
12. マーケティング・ミックスとは、企業単体で操作（コントロール）することが不可能な要素の組合せを意味する。
13. マーケティング・ミックスを構成する4要素（4P）の一つとして、価値実現活動、すなわちチャネル戦略を「Platform（プラットフォーム）」と呼ぶ。
14. マーケティング・ミックスを構成する4要素（4P）のうち、他社と差別化した製品やサービスの価値を創造する活動を「Positioning（ポジショニング）」と呼ぶ。
15. STPの「S」は「セグメンテーション」であり、市場細分化を意味する。
16. PEST分析の「T」は、「技術（Technology）」の動向分析を意味する。
17. 3C分析では、「顧客」「競合」「経済」の3要素の分析が行われる。
18. サービスは、「コア・サービス」と「サブ・サービス」に大別することができ、サブ・サービスは副次的なサービスであるが、企業の特徴を表しやすく、顧客の満足度に与える影響は大きい。
19. 消費者が主観的に商品やサービスを評価する品質（美容院でいえばカットの技術、飲食店でいえば味）を「知覚価値」と呼び、これが顧客満足に直接的な影響を及ぼす。
20. 顧客満足の実現により、WOMとロイヤルティが発生するが、WOMとは「リピート客化（顧客の固定化）」を意味する。

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。

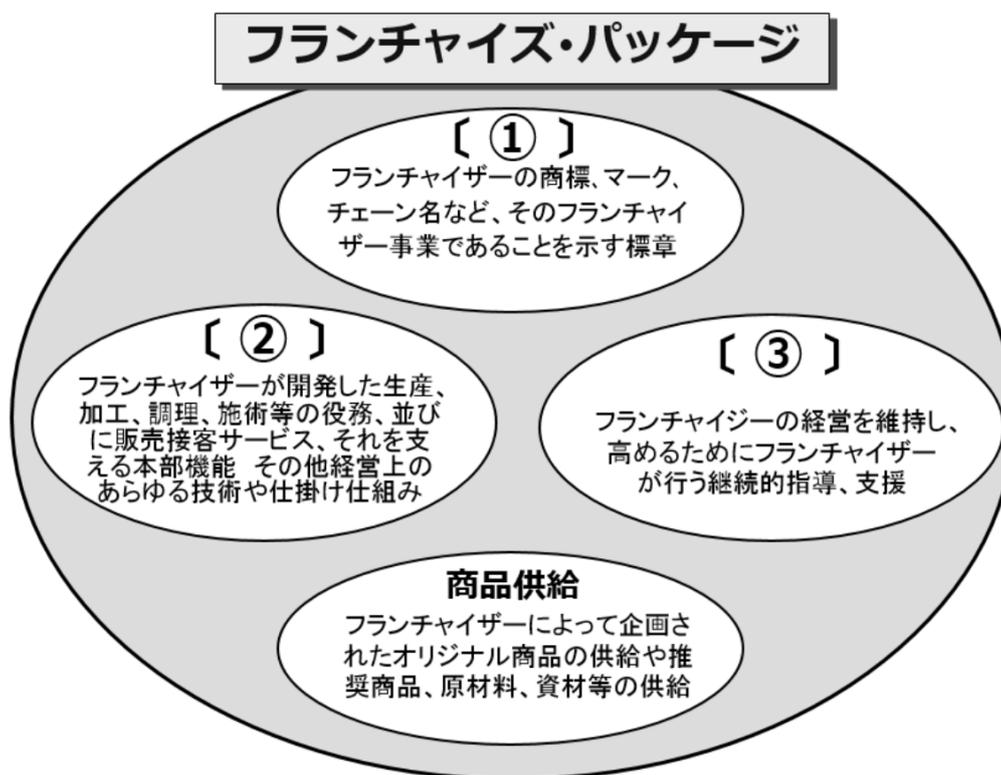
【問題4】 配点5点

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6点（各2点）

フランチャイズパッケージを示した下図の空欄①～③に入る最も適切な語句を選択肢から選び、解答欄にその記号を記入しなさい。



A.ブランド	B.デザイン	C.本部システム	D.教育・訓練	E.定期訪問
F.店舗運営原則	G.商標・マーク	H.特許	I.ノウハウ	J.継続的指導・支援

【問題6】 配点4点（各2点）

フランチャイズ本部と加盟店について述べた下の文章の[ア]と[イ]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・ビジネス」の本部と加盟店は別個の経営体であり、本部は加盟店の経営に対する[ア]はない。しかし、「フランチャイズ契約」や「マニュアル」や「ルール」に基づき、本部は加盟店に対する[イ]を持っている。

A.命令権	B.指導権	C.決裁権	D.統帥権	E.統制権
F.人事権	G.隣接権	H.著作権	I.先願権	J.徴収権

【問題7】 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) (ア) | 意思 及び 情報の伝達 |
| (2) コーディネーション (Coordination) | 調 整 |
| (3) コントロール (Control) | 点検 及び 統制 |
| (4) (イ) | 個人的相談 |
| (5) コンサルテーション (Consultation) | (ウ) 及び 指導 |
| (6) プロモーション (Promotion) | 促 進 |

ア	イ	ウ
①カンバセーション	①カウンスル	①助言
②コラボレーション	②プライバシー	②資金調達
③コミュニケーション	③カウンセリング	③推奨
④コンセントレーション	④コントロール	④経営相談

【問題8】 配点4点（各1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 ロイヤルティの減免は、担当スーパーバイザーにとって不振店の営業利益確保に即効性がある有効な対策である。
- イ チェックリストは加盟店の現状を把握するツールであり、チェックして問題が解決できるわけではないので、スーパーバイザーが敢えて重視する必要は無い。
- ウ スーパーバイザーが不振店対策として加盟店に販売促進の実施を提案するのも良いが、その前にまず店舗運営原則＝Q S Cが基準通りになるよう加盟店を指導するべきである。
- エ スーパーバイザーは、加盟店オーナーが自分の指導に従ってくれない場合には、担当として、契約解除事由に該当するので直ちに指導に従うよう通告しなければならない

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. パフォーマンスが上位 2 割のできる人を、今以上にできる人にする
3. パフォーマンスが下位 8 割のできない人とふつうの人をできる人にする

【問題 12】 配点 3 点

以下の 1～10 の中で、行動だと思うものの数字を書きなさい。

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. メモを取る
9. ヘルメットをかぶる
10. 相手の立場で考える

【問題 1 3】 配点 6 点 (各 2 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 時間以内
3. 12 時間以内
4. 24 時間以内
5. 1 週間以内