

2022(令和4)年度 沖縄国際大学一般選抜試験問題

産業情報学部 専門高校／総合学科生

【選択科目：マーケティング】

注意事項

1. 試験開始の合図があるまで、この問題冊子の中を見てはいけない。
2. 入学志願票及び受験票に記入された以外の選択科目を解答した場合は、無効とする。
3. 筆記用具は、鉛筆（HB）または、0.5 ミリのシャープペンシル（HB）に限る。
4. 問題の印刷不鮮明、ページの落丁・乱丁に気付いた場合は、手を挙げて監督者に知らせること。
5. 問題冊子の余白等は適宜利用してもよい。
6. 試験終了後、解答用紙のみを提出すること。問題冊子は持ち帰ること。

2022(令和4)年度 沖縄国際大学一般選抜試験問題

産業情報学部 専門高校／総合学科生

【マーケティング】

※ 解答はすべて解答用紙に記入すること。

問1 下記の中で適切なものに○を、適切でないものには×を付けなさい。(各2点)

1. 製品計画の実施にあたり、将来に向けての地球環境を守っていく必要性がある。それに配慮した法律が製造物責任法である。
2. 粗利益とは、販売価格から製造原価または仕入原価を差し引いたものである。
3. 販売経路設定の基準で、「商品の季節性・流行性」が低い場合には、卸売業者を活用すべき状況といえる。
4. 仕入れ商品の決定を行う場合、品ぞろえの検討が必要である。その時に、品ぞろえの幅を広くし、奥行きを浅くするのは「標準化」である。
5. 販売経路政策のひとつで、自社製品だけを取り扱う販売経路をつくり上げようとするものを選択的販売経路政策という。
6. 小売業の代表的な業態として百貨店がある。その業態の品揃えの特徴は、取扱商品の種類が広くて、同種商品中の品目数も多いというものである。
7. 製品計画の代表的なものには新製品の開発がある。それ以外にも既存製品の新用途の開拓も製品計画に含まれる。
8. 販売価格は小売業の売上にも大きな影響を与える。小売価格政策で、売れ残った季節商品やきずものとなった商品等を大幅に値引きして販売する政策を端数価格政策という。
9. メディアとは、送り手が受け手にメッセージを伝達する為の手段である。広告のマスメディアはマスコミ4媒体とも呼ばれ、それらの中身は、新聞広告、テレビ広告、雑誌広告、そしてインターネット広告である。
10. 商品管理の中で在庫管理は重要である。在庫の把握方法として、仕入帳・仕入伝票・売上帳・売上伝票などを資料として継続的に商品有高帳をつけるのは実地棚卸による方法である。

問2 次の文章を読み、空欄（ 1 ）～（ 10 ）に当てはまる語句を下記の＜解答群＞から選び、記号で答えなさい。
(各2点)

1. 流通業者が仕入数量を決めるときに、商品の売れ行きや、商品特性、市場状況、資金繰りなどいろいろな要因を総合的に検討しておこなう。その中で一回当たりの仕入数量をとりあえず必要な分だけに限定する方法を（ 1 ）という。各小売店が個々に仕入活動を行うことを（ 2 ）という。また、同様な商品だがいくつかの取引先に分けて仕入れることを（ 3 ）という。
2. 販売促進戦略は2種類ある。一つが広告を使い商品の知名度を上げ、それによって消費者の指名買いを促し、販売を実現しようとするもので（ 4 ）という。もうひとつは、販売員活動を中心に、割引政策や販売店援助などで、販売経路上を生産者から消費者に向けて、商品を押し出していくようにするもので（ 5 ）という。一般的に合理的購買行動がとられる（ 6 ）では、（ 5 ）に重点が置かれ、顧客の数が多く、購買決定に感情的な要因が働きやすい（ 7 ）では、（ 4 ）に重点が置かれる。
3. サプライ・チェーン・マネジメント（SCM）は1980年代にアメリカで研究が始まった。アパレル業界は商品供給の流れ全体を最適化する為にQR(Quick Response)に取り組んだ。90年代には同じような概念や手法が現れ、食品・雑貨業界では（ 8 ）、外食業界では（ 9 ）、医療業界では（ 10 ）と広がっていった。そしてそれらを総称してSCMと呼ぶようになった。

＜解答群＞

- | | | | |
|---------------|----------------|----------------|--------------|
| (A) 販売店援助 | (B) 消費財 | (C) 最寄品 | (D) EHCR |
| (E) 分散仕入 | (F) プッシュ戦略 | (G) ボランタリーチェーン | (H) パブリシティ戦略 |
| (I) 当用仕入 | (J) 戦略的マーケティング | (K) EFR | (L) 集中仕入 |
| (M) プロモーション戦略 | (N) 産業材 | (O) 単独仕入 | (P) 年間仕入計画 |
| (Q) ECR | (R) プル戦略 | (S) STP | (T) 大量仕入 |

問3 製品政策では製品の要素や種類にかかわる一定の方針を持つ政策がいくつかある。その中で、「製品差別化政策」があるが、その内容を100字以内で簡単に説明せよ。(5点)

問4 販売価格の決定についての計算問題である。仕入原価が4,500円の商品で、値入率が30%の場合、販売価格はいくらになるか。答えを導き出す式も含めて書きなさい。(5点)

問5 次の（ ）内にあてはまる言葉を記入しなさい。（各2点）

1) 各マーケティング活動の特徴

STP・4P 政策	<div>●すべてのマーケティング活動の土台となる。</div> <div>●顧客と企業にとっての（ ア ）を両立させる。</div> <div>●できるだけ多くの顧客の獲得と（ イ ）の拡大を目標とする。</div>
ソーシャルマーケティング	<div>●顧客と企業にとっての価値を両立させつつ、（ ウ ）な価値も重視する。</div>
戦略的マーケティング	<div>●複数の事業分野にまたがる多角化した企業を対象とする。</div> <div>●複数の事業分野の（ エ ）のとれた組合せを考える。</div> <div>●（ オ ）と事業レベルで検討する。</div>
リレーションシップ マーケティング	<div>●顧客の獲得はスタートであり、その後の顧客の維持を重視する。</div> <div>●（ カ ）の拡大を重視する。</div>

出所：小林一・篠田勝之（2020）『マーケティング新訂版』実教出版，P29

2) ポートフォリオ分析は企業が成長するうえで、実施する事業分野をどのように組み合わせるべきかを判断するために考案された手法である。事業分野を（ キ ）、（ ク ）、（ ケ ）、（ コ ）の四つに仕分けする。

	高	相対市場占有率		低
市場成長率	高	事業分野の名称 （ ク ）	事業分野の名称 （ キ ）	
		事業分野の名称 （ ケ ）	事業分野の名称 （ コ ）	
	低			

問6 以下の用語について、それぞれ 100 字以内で説明せよ。(各 5 点)

1) 企業の社会的責任 (CSR)

2) AIDAS 理論

問7 ポストコロナにおける沖縄観光ブランドイメージアップを図るためにどのような広告宣伝活動を行ったらよいかについて、あなたのアイデアを 400 字程度で述べなさい。(20 点)