

文部科学省後援 第31回ビジネス能力検定 解答（平成23年12月4日実施）

分野別分類は、下記の通り。

A=ビジネス常識 B=組織・業務基本 C=文書 D=対人関係とコミュニケーション

3級

問題	設問	解答	分野別分類
1	(1)	ウ	A
	(2)	ウ	A
	(3)	ア	C
	(4)	エ	A
	(5)	ウ	A
2	(1)	ウ	D
	(2)	イ	B
	(3)	ア	D
	(4)	ウ	A
	(5)	イ	D
	(6)	エ	A
	(7)	ウ	D
	(8)	エ	C
	(9)	ア	B
	(10)	ウ	C
3	(1)	エ	A
	(2)	ア	A
	(3)	ウ	A
	(4)	イ	A
	(5)	ウ	A
4	(1)	イ	B
	(2)	ウ	A
	(3)	正答なし*	A
	(4)	ア	A
	(5)	エ	D
5	(1)	エ	D
	(2)	イ	B
	(3)	ウ	D
	(4)	ウ	B
	(5)	イ	B
6	(1)	イ	D
	(2)	イ	B
	(3)	エ	D
	(4)	ア	B
	(5)	ウ	B
7	(1)	ア	A
	(2)	エ	A
	(3)	ア	A
	(4)	ウ	A
	(5)	エ	A
8	(1)	ウ	A
	(2)	エ	A
	(3)	イ	A
	(4)	エ	A
	(5)	イ	A
9	(1)	ア	A
	(2)	イ	A
	(3)	エ	A
	(4)	ウ	A
	(5)	エ	A

* 4 (3) 「正答なし」のため全員正解とする

2級

問題	設問	解答	分野別分類
1	(1)	エ	B
	(2)	エ	D
	(3)	ウ	D
	(4)	オ	D
	(5)	イ	D
	(6)	オ	B
	(7)	エ	D
	(8)	イ	D
	(9)	エ	D
	(10)	オ	A
	(11)	ア	B
	(12)	エ	B
	(13)	エ	B
	(14)	オ	C
	(15)	ウ	C
	(16)	オ	B
	(17)	オ	B
	(18)	オ	B
	(19)	ウ	A
	(20)	エ	A
2	(1)	イ	A
	(2)	エ	A
	(3)	オ	A
	(4)	エ	A
	(5)	イ	A
	(6)	ウ	A
	(7)	ウ	A
3	(1)	オ	B
	(2)	ア	B
	(3)	ア	B
	(4)	イ	B
	(5)	ウ	B

2級 問題6（解答例）

- ① 分野別分類C
春からの新メニュー導入について
- ② 分野別分類C
想定した販売見込み数で利益が出る体制作りをおこなう
- ③ 分野別分類C
新メニューの各店舗配布用資料
(期日：次回会議まで 担当柿本)
- ④ 分野別分類C
早急に解決する今後の課題
- ⑤ 分野別分類C
峰山市広報と連携したセールスプロモーション案について

問題	設問	解答	分野別分類
4	(1)	イ	B
	(2)	オ	B
	(3)	イ	B
	(4)	ウ	B
	(5)	ウ	B
5	(1)	ア	A
	(2)	エ	A
	(3)	オ	A
	(4)	イ	A
	(5)	イ	A
	(6)	オ	A
	(7)	ウ	A
	(8)	ウ	A

文部科学省後援 第31回ビジネス能力検定 解答（平成23年12月4日実施）

分野別分類は、下記の通り。

A = ビジネス常識 B = 業務の知識 C = 業務の技法 D = 自己開発・対人関係の知識と活用

1級（1次）

問題	設問	解答	分野別分類
1	(1)	エ	C
	(2)	ウ	C
	(3)	ウ	A
	(4)	エ	A
	(5)	ア	D
	(6)	ア	B
	(7)	エ	A
	(8)	イ	B
	(9)	ウ	A
	(10)	ア	B
	(11)	オ	A
	(12)	オ	B
	(13)	イ	B
	(14)	ウ	A
	(15)	イ	B
2	(1)	ア	A
	(2)	オ	A
	(3)	エ	A
	(4)	ウ	A
	(5)	イ	A
3	(1)	エ	D
	(2)	オ	C
	(3)	オ	C
	(4)	ウ	D
	(5)	ア	D
4	(1)	ウ	C
	(2)	オ	C
	(3)	イ	C
	(4)	エ	C
	(5)	イ	C
5	(1)	オ	A
	(2)	ウ	A
	(3)	エ	A
	(4)	ア	A
	(5)	イ	A
6	(1)	イ	C
	(2)	ウ	C
	(3)	イ	C
	(4)	エ	C
	(5)	エ	C

問題7（解答例）

設問1. 分野別分類=C

事実	理由
売上減少	3年間連続減で、その回復策が見いだせていない。
市場の縮小	・ 弁当市場売上が年々減少し、これまでと同様の営業活動では売上はさらに減少する。 ・ 事業所数の減少や幼稚園のアレルギー対応等のニーズの変化。
ニーズの多様化・高度化	ニーズの変化と競争激化に対応するだけの商品開発力が自社内にない。

設問2. 分野別分類=C

設問2-①

課題	内容
課題1	商品開発力を高める
課題2	営業体制を強化する

設問2-②（つぎの内容から3つ）

課題別	解決するための改善策	理由
課題1（※商品開発力向上）	既存顧客へのフォロー営業や試食会などで、顧客ニーズの把握を強化する	顧客ニーズの把握は、商品開発の起点だが現状十分にできていない。顧客ニーズに合った満足度の高い商品を開発する必要がある。
	容器洗浄時に食べ残しをチェックする	現在食べ残しのチェックがされていない。食べ残しは顧客の嗜好や必要量の情報源のため、量・メニューや調理法の改善に役立てる。
	安全・低カロリー、アレルギー対応などの付加価値のある商品開発を重視する	健康によく安全な素材を使用した弁当やアレルギー対応のニーズが高い。
	主婦の活用度を高める	調理に堪能な主婦が存在する。配達の主婦ドライバーは顧客とも接しており、その反応を知ることができる。こうした力を活用すれば、商品の開発力向上につながる。
	食材で差別化する	消費者の安心・低農薬等の食材使用への関心が高い。当社の場合、新潟魚沼の米や、近場の生産者が分かる素材の入手が可能である。
	自社でメニュー開発をおこなう	メニューを外部に依存しているため、顧客に合ったオリジナルなサービスがしにくい。栄養士を雇用し、主婦の調理能力を活かせば、メニューの自社開発が可能である。

設問2-③（つぎの内容から3つ）

課題別	解決するための改善策	理由
課題2（※営業体制強化）	営業の専任化	営業が1人であることに加え他業務との兼任のため営業の絶対時間が少ない。営業強化のためには、営業を専任化し、計画的に実施する必要がある。
	シフト変更による営業の人員増	幼稚園の受注がない2日/週は、従業員に余裕がある。週2日、他業務から営業へのシフト変更をすることで、計画的な営業パワーの確保が可能である。
	セールスドライバー制の導入（セールスドライバーの育成）	配達は10台で行っており、意識付けとトレーニング次第でセールスドライバーを育成できる。勤務年数の長い女性の配達ドライバーが多く、習熟度や適性から営業パワーへの転化が望まれる。
	全従業員の営業参画への意識づけ	現在不活性な提案制度を活発化させ、メニュー開発や営業力の向上への参画動機を高める。回収容器に食べ残しがあっても無関心という意識では、業績向上は望めない。

設問3. 分野別分類=C（つぎの内容から1つ）

開拓事業	理由
高齢者向け宅配弁当事業	高齢化が進む地域に立地しており、高齢者の単身家庭も多く、宅配弁当へのニーズが高いと推測される。高齢者個人宅への宅配は、効率性が課題になるが、当社の場合、従業員に地域の主婦が多いことから、地域のグループによる配達拠点を設けるなどの工夫が可能である。
法人向けケータリング事業	大都市東京で企業の祝祭、パーティーも多い。