

問題1	1	ア	○	問題1	11	ア	×	問題1	21	ア	×	問題1	31	ア	○
		イ	×			イ	×			イ	×			イ	○
		ウ	○			ウ	○			ウ	○			ウ	×
		エ	○			エ	○			エ	○			エ	×
		オ	×			オ	×			オ	○			オ	○
	2	ア	×		12	ア	○		22	ア	○		32	ア	×
		イ	×			イ	×			イ	×			イ	○
		ウ	○			ウ	○			ウ	○			ウ	○
		エ	○			エ	○			エ	○			エ	○
		オ	×			オ	×			オ	×			オ	×
	3	ア	○		13	ア	×		23	ア	○		33	ア	×
		イ	○			イ	×			イ	×			イ	×
		ウ	×			ウ	×			ウ	○			ウ	○
		エ	○			エ	○			エ	○			エ	○
		オ	×			オ	×			オ	×			オ	○
	4	ア	○		14	ア	○		24	ア	×		34	ア	○
		イ	○			イ	○			イ	○			イ	○
		ウ	×			ウ	×			ウ	○			ウ	○
		エ	×			エ	○			エ	○			エ	×
		オ	×			オ	×			オ	×			オ	○
	5	ア	×		15	ア	×		25	ア	○		35	ア	×
		イ	×			イ	○			イ	×			イ	×
		ウ	○			ウ	×			ウ	○			ウ	○
		エ	○			エ	×			エ	○			エ	○
		オ	×			オ	×			オ	○			オ	×
	6	ア	○		16	ア	×		26	ア	×		36	ア	○
		イ	○			イ	×			イ	○			イ	○
		ウ	×			ウ	○			ウ	○			ウ	×
		エ	×			エ	×			エ	○			エ	×
		オ	×			オ	○			オ	×			オ	×
	7	ア	○		17	ア	○		27	ア	×		37	ア	○
		イ	○			イ	×			イ	×			イ	○
		ウ	×			ウ	○			ウ	○			ウ	×
		エ	×			エ	○			エ	×			エ	○
		オ	○			オ	○			オ	○			オ	×
	8	ア	×		18	ア	×		28	ア	○		38	ア	×
		イ	○			イ	○			イ	○			イ	×
		ウ	○			ウ	×			ウ	○			ウ	○
		エ	×			エ	○			エ	○			エ	○
		オ	×			オ	○			オ	×			オ	○
9	ア	○	19	ア	○	29	ア	○	39	ア	×				
	イ	×		イ	○		イ	×		イ	○				
	ウ	○		ウ	○		ウ	×		ウ	○				
	エ	×		エ	×		エ	○		エ	×				
	オ	○		オ	○		オ	×		オ	×				
10	ア	○	20	ア	○	30	ア	○	40	ア	×				
	イ	○		イ	×		イ	×		イ	×				
	ウ	×		ウ	○		ウ	○		ウ	○				
	エ	×		エ	×		エ	×		エ	○				
	オ	×		オ	○		オ	○		オ	○				

問題2	1	ア	×	問題3	1	A	問題4	1	ア	○
		イ	×		2	×			イ	×
		ウ	○		3	A			ウ	×
	2	ア	×		4	B			エ	×
		イ	○		5	A			オ	○
		ウ	○		6	B		(解答例) 食事会、全員でレッスン、講習会に参加 etc.		
	3	ア	×		7	×				
		イ	×		8	A				
		ウ	○		9	×				
					10	B				
								3	ア	×
									イ	○
									ウ	×
									エ	×
									オ	○

問題5	1	1	×	問題6	1	(解答例) 1. 目標売上から中間日の売上を引き、残りの売上目標を出す。 2. 残りの売上目標を平均客単価で割り、目標客数を出す。 3. どうやってその人数をこなすかを考える。		
		2	○			2	(解答例) ・集客すべき人数や売上と、それに見合った集客方法やコストをとっていない。 ・広告費をかけ過ぎた。価格を下げ過ぎた。商品を仕入れ過ぎた。 ・常連客の予約を優先しなかった。	
		3	×				3	(解答例) ・メールやDMの回数を減らし、来店周期を見極めて送る。 ・DMの内容に変化をつける。(次回以降のヘアスタイルプランや、伸びたヘアスタイルを気遣う内容など) ・POSレジなどを活用し、新規に限らず来店周期が伸びているお客さまにはアプローチをする。 ・お客さまの来店時に次回予約を促す。
		4	○					
		5	×					
	2	1	×					
		2	○					
		3	○					
		4	×					
		5	×					

問題7	1	イ	問題8	1	ア	○			
	2	ア			イ	○			
	3	ア			ウ	○			
	4	イ			エ	○			
	5	イ		2	1	USP (Unique Selling Proposition)			
	6	イ			2	スタッフの心理: 自分の金銭感覚で、価格が高くて売る自信がない。押し売りみたいになってお客様に嫌われたくない等。			
	7	ア				顧客の心理: 大きな状況変化(効果)が出ない限り、今のままでいい。挑戦して失敗するのも嫌等。			
	8	イ		3	サロンで使用する道具や機器の購入額が10万円を超えるものは、「資産」とみなされ、通常の経費計上とは違う、耐用年数に従って1年ずつ経費計上していくという考え方。				
	9	イ			4	1位	案件 ⑩	新店舗の出店が遅れる事は、会社全体の業績に大きく関わるため、工事完了の時期によっては別の場所を検討しなければならず、最も優先順位の高い案件といえる。	
	10	イ				2位	案件 ⑤	ハラスメント認定は受けた側の認識によるところが大きいため、授業担当の松本本人は言い分を押し通さず、適切な対応をするよう指示を出し、その後の進捗を報告させる。生徒の状況次第では深刻化する可能性がある。	
				3位	案件 ⑧	著作権侵害の可能性を放置すると、後に大きな損害を会社に与える可能性がある。変更となると追加コストがかかり、販売予定日も遅れるため、適格な指示を出す必要がある。			