

『予想問題とイラストで合格 販売士 3 級〈第 2 版〉』をお買い求めいただいた方へ

3 級販売士検定試験は、「ハンドブック」が改訂され、2013 年 2 月試験から、新しい「ハンドブック」に対応する試験となります。

試験時間が短縮され、問題数も各科目 10 問から 8 問に減り、以前の試験で問われた出題テーマから削除されたものが多くありますので、より合格しやすい試験になったといえるでしょう。

ここに、以前の内容からの変更点、以前の内容からの削除点をまとめましたので、ご参考にしていただければと存じます。

「ハンドブック」改訂の主な変更点と本書の関連ページ

【小売業の類型】

卸売業の形態	→ 削除されました。本書掲載 p.17
スーパーマーケットの売上構成	→ 削除されました。本書では収録なし
ホームセンター：DIY 志向と DS 志向	→ 削除されました。本書では収録なし
流通の機能（ギャップの区分）	→ 変更されました。本書掲載 p.6

〈新しい内容〉

流通における生産と消費のギャップ

- ・所有権のギャップ…所有権が生産者から消費者に移転するまでの間のギャップ
- ・空間のギャップ…生産者と消費者のいる場所が違うという距離的なギャップ
- ・情報のギャップ…生産者は自分の商品・サービスを求める顧客について、消費者は自分のニーズを満たす生産者・流通業者についてよく知らないというギャップ
- ・品ぞろえのギャップ…生産される商品と顧客が求める商品の間にズレがあるというギャップ
- ・価値のギャップ…生産者が商品に対して持っている価値感（原価＋利益）と消費者が商品に対して持っている価値観（ニーズの充足感と経済的コスト）が違うというギャップ
- ・時間のギャップ…商品が生産された時と消費される時が時間的にずれているというギャップ

タウンマネジメント事業

→削除されました。本書掲載 p.44

【マーチャндаイジング】

商品の 3 つの適合性	→ 削除されました。本書掲載 p.58、p.59
販売管理の範囲	→ 削除されました。本書掲載 p.88
売価値入率を原価値入率に換算	→ 削除されました。本書掲載 p.105
原価値入率を売価値入率に換算	→ 削除されました。本書掲載 p.105
消費税の計算	→ 削除されました。本書では収録なし

マーチャндаイジングの構成要素

→ 変更されました。本書掲載 p.64

〈新しい内容〉 9 から 14 に要素が増えました。

チェーンストアのマーチャндаイジングの 14 の構成要素

(上から下に進み、サイクル化する)

[本部の業務]

- 1 商品計画：業態および顧客に対応した商品構成の計画化
- 2 販売計画：どの店舗でいつどんな商品をいくらで販売するかを計画化
- 3 仕入計画：商品計画と販売計画に基づく商品仕入を仕入先ごとに計画化
- 4 仕入交渉：仕入先との条件交渉（商品カテゴリーごとに時期、価格、数量を交渉）
- 5 仕入：本部が各店舗の要望を取りまとめて一括発注
- 6 値入、価格設定：商品カテゴリーごと、単品ごとに利益を見込んだ価格を設定する
- 7 棚割、販促企画：ゴンドラスペース内の商品配分を決定する
- 8 店舗への送り込み：本部が発注した商品を各店舗に送り込む

[店舗の業務]

- 9 店舗での荷受・検品：商品の検収業務。注文内容と届いた商品を付け合わせる
- 10 保管（値付け）：バックヤードに保管して順次店舗へ品出しをする
- 11 補充（前出し）：定番商品を補充・前出しする
- 12 ディスプレイ（売価変更）：本部で企画した棚割表に基づいてディスプレイする。
計画通りに販売が進まない場合は臨機応変に価格変更する
- 13 商品管理（在庫管理・商品管理）：POS データの活用により効率的かつ効果的な商品管理を行う
- 14 補充発注：主として定番商品を対象に補充発注を行う

↓

9 の店舗での荷受・検品に進みサイクル化

および

1 の商品計画に進み、商品計画の修正・改善

バーコード：UCC/EAN-128 コード → 削除されました。本書掲載 p.90

【ストアオペレーション】

ロスの種類

→ 変更されました。本書掲載 p.108

〈新しい内容〉 2 から 4 に種類が増えました。

- 1 作業ロス：ムリ、ムラ、ムダなどの非効率な作業から発生するロスのこと
- 2 経費ロス：チラシ広告、DM 広告や人件費、店舗賃貸料、水道光熱費から発生するロスのこと
- 3 商品ロス：商品の破損、鮮度劣化、消費期限切れ、ライフサイクルの終了から発生するロスのこと
- 4 その他のロス：万引き、窃盗、地震など天災から発生するロスのこと

作業スケジュールの活用方法 → 削除されました。本書掲載 p.134、p.135
包装の基本形 → 変更されました。本書掲載 p.122

〈新しい内容〉
ふろしき包みが追加されました。

和式進物様式 → 変更されました。本書掲載 p.123

〈新しい内容〉
黒白水引き結び切りの別名として「あわじ結び」という呼称が追加されました。

労働生産性 → 削除されました。本書では収録なし

【マーケティング】

立地条件の検討 → 削除されました。本書掲載 p.148
マーケティングミックスの基本知識 → 削除されました。本書掲載 p.150、p.151
光源による色の見え方 → 削除されました。本書掲載 p.178
販売促進策の種類 → 変更されました。本書掲載 p.158

〈新しい内容〉
小売業が展開する販売促進策は、大きく以下の 3 つに分類されます。

- 1 プル戦略（来店促進策）：広告（店外広告、店内広告、直接広告）、パブリシティ、口コミ、ポスティング
- 2 プッシュ戦略（購買促進策）：人的販売（推奨販売、デモンストレーション販売、タイムセール、カウンセリング販売、実演販売）、狭義の販売促進（プレミアム、値引き、イベント、キャンペーン、コンテスト、展示会、見本市、スタンプ、ポイント、ノベルティ、サンプル提供）
- 3 店頭起点の販売促進：フロアマネジメント（ゾーニング、レイアウト）、シェルフマネジメント（ディスプレイ、棚割）、イメージアップ（演出、提案訴求）

POP 広告の種類 → 削除されました。本書掲載 p.160、p.161

【販売・経営管理】

敬語 → 変更されました。本書掲載 p.187

〈新しい内容〉
種類が 3 種類から 5 種類に増えました。
尊敬語：相手または第三者の行為、ものごと、状態を高める言葉
「いらっしゃる、おっしゃる」型

謙讓語が2つに分かれました。

謙讓語Ⅰ：自分から相手または第三者に向かう行為、ものごとを、その向かう先の人物を立てて述べるもの。向かう先（相手側、第三者）に対する敬語
「伺う、申し上げる」型

謙讓語Ⅱ：自分側の行為、ものごとを、話や文章の相手に対して丁重に述べるもの。相手に対する敬語
「参る、申す」型

丁寧語が2つに分かれました。

丁寧語：話や文章の相手に対して丁寧に述べるもの。謙讓語Ⅱとの違いは、自分以外のさまざまなことについて述べるのにも使えること。
「です、ます」型

美化語：ものごとを美化して述べるもの
「お酒、お料理」型

売価の係数	→ 削除されました。本書掲載 p.200、p.201
小売商業調整特別措置法	→ 削除されました。本書掲載 p.192

※ 試験は、90%が「ハンドブック」から出題されるとされていますが、「ハンドブック」外からも出題される可能性があります。よって今回の削除ポイントからの出題がないとは言いきれませんのでご注意ください。