

## 下巻 第5編 販売・経営管理

### 1. 「販売・経営管理」ハンドブック確認事項

#### (1) ハンドブックの学習内容 (2019年5月15日 初版発行)

構成	学習内容	ページ数
第1章	販売員の役割の基本	14 ページ
第2章	販売員の法令知識	30 ページ
第3章	小売業の計数管理	19 ページ
第4章	店舗管理の基本	14 ページ
ページ数 (本文のみ) 合計		77 ページ

#### (2) 事前準備

1. ハンドブック各章別「欄外用語説明」、「図・表」掲載箇所の確認
2. 過去5回 (第81回～85回) の検定試験で出題された「欄外用語」の確認
3. 過去5回 (第81回～85回) の検定試験で出題された「図・表」の確認
4. 過去5回 (第81回～第85回) の検定試験出題テーマ・問題形式の確認

★ 次ページ (P2～P4) に【参考】1.～4.として添付

**【参考】**

1. ハンドブック各章別「欄外用語説明」、「図・表」掲載箇所一覧（2019年5月15日 初版発行）

構成	学習内容	欄外用語説明	図・表
第1章	販売員の役割の基本	5 語	11 箇所
第2章	販売員の法令知識	21 語	11 箇所
第3章	小売業の計数管理	0 語	7 箇所
第4章	店舗管理の基本	7 語	7 箇所
合計		33 語	36 箇所

2. 過去5回（第81回～85回）の検定試験で出題された「欄外用語」1語（※印 同一用語が2回以上出題）

欄外用語	記述箇所
電子マネー	第4章第1節（P285）

3. 過去5回（第81回～85回）の検定試験で出題された「図・表」19箇所（※印 同一図・表が2回以上出題）

欄外用語	記述箇所
図 1-3-3 「クレーム対応と改善の一般的手順」	第1章第2節（P224）
図 1-3-3 「返品対応の手順」	第1章第2節（P226）
表 2-1-1 「大規模小売店舗立地法の主な内容」	第2章第1節（P232）
図 2-1-5 「景品規制の概要」	第2章第1節（P249）
表 2-2-1 「許認可を必要とする主な業種」	第2章第1節（P235）
図 2-2-2 「家電リサイクル法の仕組み」	第2章第2節（P255）
※表 2-3-1 「賞味期限と消費期限」	第2章第1節（P245）
※図 2-2-3 「食品廃棄物の再生利用などに取り組む優先順位」	第2章第2節（P257）
図 3-1-1 「利益の構造」	第3章第1節（P263）
図 4-3-1 「食の安全性の確認（従来方式とHACCP方式）」	第4章第3節（P293）

4. 過去5回（第81回～第85回）の検定試験で、ハンドブックに記述されている箇所からの出題テーマ

（※印 同一テーマで2回以上出題、★印 2回以上出題された問題で、問題形式が「正誤問題」と「穴埋四択問題」）

❖第1章 「販売員の役割の基本」

出題箇所	問題テーマ	問題形式
第1節 接客マナー	※「敬語」について	正誤問題
〃	※「敬語の基本」 〃	正誤問題
〃	「敬語の使い方」 〃	正誤問題

㊦「敬語」についての問題は過去5回連続して出題

❖第2章 「販売員の法令知識」

出題箇所	問題テーマ	問題形式
第1節 小売業に関する主な法規	※「小売業に関する法令知識」について	★正誤・穴埋
〃	※「事業の許認可に関する法規」 〃	穴埋四択問題
〃	「販売活動などに関する法規」 〃	正誤問題
〃	「商品に関する法規」 〃	正誤問題
〃	「売買契約などに関する民法の法規」 〃	穴埋四択問題
〃	「割賦販売法」 〃	穴埋四択問題
〃	「一定水準を満たした商品に付与されるマーク」 〃	正誤問題
〃	「景品表示法」 〃	穴埋四択問題
〃	「景品表示法にもとづく景品の分類と規制」 〃	穴埋四択問題
第2節 環境問題と消費生活	※「環境問題と消費生活」 〃	正誤問題
〃	「消費生活に関する各種リサイクル法」 〃	穴埋四択問題
〃	「環境規格とビジネス活動」 〃	穴埋四択問題
〃	「環境問題に対応した法令や制度」 〃	正誤問題
〃	「企業の環境対策」 〃	穴埋四択問題

★第3章 「小売業の計数管理」

出題箇所	問題テーマ	問題形式
第1節 販売員に求められる計数管理	「計数管理の基本」について	穴埋四択問題
〃	「販売員に求められる計数管理」 〃	穴埋四択問題
第2節 売上高・売上原価・売上総利益（粗利益高） の関係	「商品ロス」 〃	正誤問題

★第4章 「店舗管理の基本」

出題箇所	問題テーマ	問題形式
第1節 金券類の扱いと金銭管理の基本知識	※「金銭管理の基本知識」について	正誤問題
第2節 万引防止対策の基本知識	「商品ロス」 〃	正誤問題
〃	「万引防止施策」	正誤問題
第3節 衛生管理の基本知識	「衛生管理の基本」 〃	正誤問題
〃	「食品衛生管理の基本知識」 〃	穴埋四択問題
〃	「トレーサビリティ」 〃	穴埋四択問題

## 2. 販売・経営管理指導のポイント

### (3) 各章のポイント

講義進行は、小売業が顧客の高い支持を得て業績を向上させていくために必要な、①販売員に必要なマナーやクレーム対応など、顧客接点で欠かすことのできない「**販売員の基本業務**」、②正しい業務を遂行するために習得しておかなければならない「**小売業に関する法令知識**」、③利益追求に必要な（小売の現場で実際に使われる）「**正しい係数の読み方**」、④日常の店舗運営最適化のための「**店舗の運営と管理**」の4つのポイントについて、わかりやすく解説していくことに努める。

## ● 第1章「販売員の役割の基本」

### 【第1節】 接客マナー

小売市場は「顧客中心主義」が軸になって展開されている。「顧客中心主義」とは、企業はもちろんのこと、そこで働く従業員一人ひとりが、顧客の要望、希望、そして現実を正しく理解し、それらを踏まえた対応を陰ひなたなく実践していくことをいう。その努力が顧客の再来店を促し、利益の確保につながっていく。そのためにも、販売員にとって売場で顧客と接するときには欠かせないマナーをきちんと理解させる必要がある。

#### (指導のポイント)

##### ①接客の心構え7項目の確認

- 図 1-1-1 の【接客の心構え】(P214)をもとに、これらすべてをクリアすることによって顧客満足を高めることができることを確認する。また、笑顔や挨拶の大切さを伝え、小売業で働く販売員にとって接客マナーがなぜ大切なのかを理解させる。

##### ②3種類のお辞儀の使い分け

- お辞儀には、3つのパターンがあり、挨拶の目的と合わせて発声する言葉やお辞儀の角度に違いがあることを、図 1-1-3 の【お辞儀の種類】(P216)にもとづいて解説する。また、笑顔や挨拶の重要性を解説する際に、正しいお辞儀の仕方や発声を講師が実際にやってみせる。

##### ③敬語

- 敬語の使い方についての問題は、検定試験で毎回出題されている。そのことを念頭に置き、表 1-1-1【敬語の種類】(P217)にもとづいて、敬語の正しい使い方を解説する。敬語については、従来の「尊敬語・謙譲語・丁寧語」の3種類から、新しく5種類「尊敬語・謙譲語Ⅰ・謙譲語Ⅱ(丁寧語)・丁寧語・美化語」に変わっている(敬語の指針：文化審議会答申)ので、混同しないよう丁寧に解説する。
- ハンドブックの敬語についての記述(P217~219)にある【特定敬語の主な例】、【一般的な語形の主な例】に説明されている用語(                      で囲まれている部分)は、全て覚えさせる。

- ④商品知識や販売技術といったスキルは、目の前の“個客”に満足を提供する販売員の役割を遂行するためのプラス・アルファの要素である。「きちんと挨拶ができる、正しい言葉遣いができる、といった接客マナーが伴っていてこそ、商品知識や販売技術といったスキルが有効に活かされ、期待する効果を手にすることができる」ということ強調し、顧客満足とは、小売店が顧客をどう扱うかということよりも、顧客接点で販売員がどう対応するかで決まってしまうことをきちんと伝えておく。

## 【第2節】 クレームや返品への対応

### (指導のポイント)

第2節の各項目を解説する際には、ハンドブックにある、1つの表(表 1-3-1【時間の基本的考え方】)(P223)と6つの図(図 1-2-1【クレームの種類】(P220)、図 1-2-2【クレーム対応をする際の心構え】(P221)、図 1-2-3【クレーム対応と改善の一般的手順】(P224)、図 1-2-4【返品発生原因の種類】(P225)、図 1-2-5【返品対応をする際の心構え】(P226)、図 1-2-6【返品対応の手順】(P226))の全てを、その都度活用して細かい点まできちんと解説する。

#### 1. クレーム対応の心構えについて

- クレームは、的確に対応することによって、顧客との間に信頼関係を生じさせる原動力になること、逆に、販売員のその場主義によるクレーム処理が顧客の不满をあとで大切なお客様を失う原因になることを説明し、**クレーム対応の手順(P222)**についてハンドブックの要点を解説する。

#### 2. 返品対応の心構えについて

- 返品についても、ハンドブックに記述されている要点をまとめて解説する(P226)。なお、返品対応の手順は、クレーム対応の手順と、いくつか対応方法の内容が異なる点があるので、間違わないように確認しながら解説を進める。

## ● 第2章「販売員の法令知識」

### 〔注意〕

※第2章は、過去の検定試験をみても、販売・経営管理科目のなかで、最も出題数が多い章である。この章は、小売業の販売員として最低限知っておかなければならない法令の基本的な知識を取り上げており、ハンドブック本文のページ数も最も多い(30ページ)。したがって、講師は、ハンドブックにあるそれぞれの法令について、要点をあらかじめまとめておき、わかりやすい解説方法を工夫する必要がある。また、第2章のハンドブック欄外に、法規に関する用語が数多く(21個)説明されている。それら欄外に説明されている用語を丁寧に解説する時間を取り、一語一語の意味を確認しながら解説を進める。更に、ハンドブック第2章にあるすべてのマーク(P242、P246、P247、P254、P257、P258)について、それぞれのマークは何のマークで、どのような意味を持っているのか、実際に、日常の販売の現場で使われているマークであり、すべてのマークをきちんと覚えてもらうようにする。

## 【第1節】 小売業に関する主な法規

### (指導のポイント)

#### ①小売業の経営や販売に関する法規について

- 先ず、自分が働く小売業にはどのような法律が関わっているのか、図 2-1-1【小売業に関する主な法規類】(P230)をもとに、**4つ法規とそれに関する個々の内容**についてきちんと確認する。

## ②小売業の適正確保に関する法規について

- 大店立地法、中小小売商業振興法、その他商店街振興組合法、中心市街地活性化法について解説する。特に、**大店立地法**については、**表 2-1-1【大規模小売店舗立地法の主な内容】(P232)**をもとに「対象店舗」「基準面積」「届出事項」について確認し、従来の「大規模小売店舗法」との違いを明確にしておく。

## ③事業の許認可に関する法規について

- **表 2-1-2【許認可を必要とする主な業種】(P235)**をもとに、その内容について解説するとともに、米穀類の販売、酒類の販売、古物の販売、たばこの販売と他の業種との主務官庁の違いを明確にしておく。

## ④販売活動に関する法規について

- 割賦販売、訪問販売、通信販売の内容を重点的に解説するとともに、手付と内金のように間違いやすい内容も丁寧に説明する。
- 消費者信用取引についても、支払方式によって2つの方式に分かれるが、それぞれの方式について丁寧に解説する。
- 割賦販売についても契約の仕組みの違いによって3つに分類されているが、それぞれの仕組みの違いを**図 2-1-3 (P238) ～図 2-1-4 (P239)**をもとに、きちんと確認しておく。

## ⑤商品に関する法規について

- ハンドブックに記述されている要点を解説するとともに、標準品や規格品であることを示す**マーク (P247)**の名称とその概要についてすべて覚えさせる。
- **賞味期限と消費期限**については、**表 2-1-3 (賞味期限と消費期限) (P245)**にわかりやすく説明されているので、表中の「定義」「意味」「表示方法」「対象となる食品」など重要項目について丁寧に解説する。

## ⑥販売促進に関する法規について

- **図 2-1-5【景品規制の概要】(P249)**をもとに、景品表示法にもとづく景品の種類とそれぞれどのような景品類なのか、景品の**限度額**などについて解説する。特に、景品表示法による不当表示の防止については、**不当表示とはどのような表示のことを指しているのか**、その内容をハンドブックの事例にもとづいて解説する。

## 【第2節】 環境問題と消費生活

### (指導のポイント)

第2節は、①容器包装リサイクル法（容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律）の分別収集の対象となる容器包装、②容器包装リサイクル法における各主体の役割分担、③家電リサイクル法（特定家庭用機器再商品化法）の対象となる家電製品の種類、④家電リサイクル法において小売業者の役割、⑤食品リサイクル法（食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律）における食品廃棄物の再生利用に取り組む優先順位、⑥環境事業に関する3つのマーク、が重点ポイント。

### ①環境基本法の内容について

- ゴミ問題はじめ環境問題は、それぞれが解決しなければならない最優先課題である。環境基本法の内容を、図 2-2-1【容器包装リサイクルにおける各主体の役割】(P254)、図 2-2-2【家電リサイクル法の仕組み】(P255)、図 2-2-3【食品廃棄物の再生利用などに取り組む優先順位】(P257) の3つの図を使って、それぞれの要点をまとめて解説する。

### ②環境影響評価・環境関連事業の推進について

- 各マーク事業の内容について、ハンドブックの要点をまとめて解説する。特に、環境規格 (ISO14000) については丁寧に説明し、その内容をきちんと理解させる。

## ● 第3章「小売業の計数管理」

### 【第1節】 小売店経営における計数管理の必要性

#### (指導のポイント)

#### ①利益獲得のフローと4つの計算式の完全理解

- 利益獲得のフローは、小売店経営における計数管理の基本である。丁寧に説明して完全理解させることがポイントである。店舗での利益の種類とその計算の仕方を完全に覚えさせることに重点をおいて解説を進める。
- 表 3-1-1【利益の構造】(P263) をもとに、それぞれの段階における利益について、その内容を段階的に丁寧に説明するとともに、①～⑤までの利益を求める計算式を完全に覚えさせる。

### 【第2節】 売上高・売上原価・売上総利益（粗利益高）の関係

#### (指導のポイント)

#### ①売上高を増やすポイント

- 売上高とはどのような金額のことを指すのかを説明し、その計算式を確認する。また、売上高を増やす3つのポイントについて丁寧に説明し、それに関する計算式を覚えさせる。

#### ②売上総利益（粗利益高）

- 表 3-2-2【売上原価、売上総利益（粗利益高）の関係】(P267) をもとに、売上総利益（粗利益高）どのような金額のことを指すのかを説明し、その計算式をハンドブックの例題を使って説明する。

#### ③値入高と売上総利益（粗利益高）の違い

- 図 3-2-3【値入高と売上総利益（粗利益高）の違い】(P268) をもとに説明し、しっかり理解させる。なお、文中に記述されている「ロス高」については後述 (P273) されているので、きちんと目を通していき、わかりやすい解説に務める。

#### ④値入率の求め方

- 売価に対する値入高の割合である「値入率」について図 3-2-4【売価、仕入原価、値入高の関係】(P269)を使って解説する。また、ハンドブックにある値入率の計算例 (P269～P270) を使って、実際に計算の練習をする。

#### ⑤売上原価の求め方

- 図 3-2-5【計算上の売上原価】(P272) をもとに売上原価の求め方について説明する。

#### ⑥ロス高とは

- 予定していた売価と結果として得た売上高の差額であるロスの3つの発生要因について説明する。

#### ⑦商品回転率の求め方

- 商品回転率とは何を示す指標なのかを説明し、商品回転率を求める計算方法と、併せて在庫日数を求める計算方法を、ハンドブックにある計算例をもとに何回も練習する。

#### ⑧営業利益とは

- 本業の活動から生み出された営業利益について説明するとともに、売上高に対してどのくらい営業利益があるのかを求める営業利益の計算方法を正しく理解させる。

#### 【注意】

計算方法をきちんと覚えておかないと、解答を算出するのに時間がかかり、1科目当たり20分の制限時間のかなりを費やしてしまい、他の問題を解く時間に影響を与える。簡単に計算できるよう何回も練習する。そのためにも、受講者の理解を高めるためにハンドブックに解説されている計算式は、すべて覚えさせ、講師が練習問題を作成しトライさせることが必要。

### 【第3節】 実務における計算

#### (指導のポイント)

##### ①消費税の計算

- 実務において消費税の計算をする場合の4つのパターンについて、ハンドブックにある計算例 (P279～P280) をもとに解説する。

## ● 第4章「店舗管理の基本」

### 【第1節】 金券類の扱いと金銭管理の基本知識

#### (指導のポイント)

##### ①金券の種類

- 図 4-1-1【金券類の種類】(P282) に示されているとおり、金券とは現金だけでなく換金性のある証券も含まれることを確認する。併せて、図 4-1-2【代金支払方法の種類】(P283) にある①現金～⑥電子マネーまで、ハンドブックの要点を解説していく。
- 小切手、クレジットカード、デビットカードについては、図 4-1-3【小切手が現金化されるまでの流れ】(P284)、図 4-1-4【クレジットカードのしくみ】(P284)、図 4-1-5【デビットカードのしくみ】(P285) をもとに丁寧に解説し、それぞれの流れや仕組みをきちんと理解させる。

## ②金銭管理の留意点

- 金銭管理の6つの留意点について、ハンドブックの要点をまとめて解説する。

### 【第2節】 万引防止対策の基本知識

#### (指導のポイント)

##### ①万引＝ロス率のアップ＝利益率ダウンの意味

- なぜ、万引＝ロス率のアップ＝利益率ダウンなのかをわかりやすく解説する。

##### ②万引防止対策の3つの基本パターンとは

- 「①声かけ、②きれいな売場、③売場のつくり方」の3つの万引防止対策は、実際に多くの小売業が実践しており、それぞれどのような方法なのかを丁寧に解説する。

##### ③万引防止のセキュリティシステムについて

- 万引防止を目的にしたセキュリティシステムには、どのようなものがあるのかを説明する。特に次世代バーコード I C タグについてはきちんと解説しておくこと。

### 【第3節】 衛生管理の基本知識

#### (指導のポイント)

##### ①食中毒防止の3原則とは

- 「食中毒防止の3原則」、「店頭での商品管理の2つの注意点」については、ハンドブックの記述に沿って丁寧に解説する。

##### ②HACCP（ハサップ）による衛生管理とは

- どのような衛生管理なのか、どのような手順で行うのか、図 4-3-1【食品の安全確認（従来方式とHACCP方式）】(P293) をもとに解説する。

##### ③食品表示法による基準について

- 食品表示法とはどのような法律なのか、どのようなことが定められているのかを説明し、①生鮮食品の品質表示基準、②加工食品の品質表示基準、③有機農産物の表示、④遺伝子組換え食品の表示、についてハンドブックの要点をまとめて解説する。生産履歴の開示を意味する言葉である“トレーサビリティ” (P295) についても、その意味をきちんと解説し理解させる。

## 【参 考】

### ④ハンドブック欄外用語説明一覧

## 下巻 第5篇 販売経営管理 ハンドブック欄外用語説明 33 語 2019. 5. 15 初版発行

### 第1章 販売員の役割の基本 5 語

- 接客 [第1節 1-1] P214

販売員が心を込めて顧客を接待すること。サービスというよりも、ホテルの従業員などのように、もてなしの気持ち（ホスピタリティ）をもって接することが大切である。

- ディスプレイ [第2節 2-1 (1)] P221

商品を計画的、かつ、効率的に販売するための売場演出方法のこと。ただ単に商品を陳列するのではなく、照明や色彩なども含めて、トータルに売場を演出することをいう。

- ロール・プレイング [第2節 2-1 (3)] P222

実際の仕事上の場面を想定し、そこでの役割を演じることで、実務上のポイントを体得する訓練法のこと。

- クレマー (claimer) [第2節 2-1 (3)] P222

苦情を申し立てる人。特に、本来の苦情の領域を超えて、あら探しのような苦情を寄せたり、執拗に抗議を繰り返したりする人を指す。

- POP広告 [第2節 2-2] P224

Point of Purchase (ポイント・オブ・パーチェス) の略称で、購買時点における商品情報を記した広告のこと。ポスターなどに、短くわかりやすい言葉で商品の特徴などを書き込み、顧客に訴求する売場での広告である。

### 第2章 販売員の法令知識 21 語

- 高度化事業 [第1節 1-2 (2)] P232

中小小売業が商店街の整備、店舗の共同化、ボランタリーチェーンなどの連鎖化事業（いわゆるチェーン事業）などに取り組む場合、高度化事業として国が認定すれば、低利で長期の借入が可能となる。

- 酒税法 [第1節 1-3] P233

酒税の賦課徴収や酒類の製造や販売業免許などについて定めている。

- **食糧法** [第1節 1-3] P233

正式には「主要食糧の需給及び価格の安定に関する法律」。米や麦などの流通の安定をはかることを目的としている。

- **古物** [第1節 1-3] P234

古物営業法において、「古物」とは「一度使用された物品、もしくは使用されない物品で、使用のために取引されたものまたはこれららの物品に幾分の手入れをしたもの」をいう。

- **古物営業法** [第1節 1-3] P234

古物の売買などを規制し、盗品などの売買を防止することを目的として制定された法律である。

- **割賦販売** [第1節 1-4 (3)] P237

顧客から商品の販売代金の一部を頭金として受け取り、小売店はそれと引換えに商品を渡して、残りは分割して支払ってもらう販売方法のこと。通常、割賦販売は、金利負担分を商品価格に上乗せしているため、現金販売と比べて若干高くなる。

- **リボルビング** [第1節 1-4 (3)] P237

もとは、一定限度まで繰り返し融資を受けられることを意味する用語である。クレジットカードでの商品購入やキャッシングの際、その金額にかかわらず返済回数を決めず月々ほぼ一定額または残額に対する一定割合額などの形で返済する方式。

- **クーリング・オフ** [第1節 1-4 (3)] P240

特定の取引に限って、契約後も一定の期間、消費者に考える時間を与え、消費者が一方的に契約を解除することができるとした制度のこと。

- **PSC** [第1節 1-5 (1)] P241

- **日本薬局方** [第1節 1-5 (1)] P243

医薬品医療機器等法第41条により、医薬品の性状および品質の適正をはかるため、厚生労働大臣が薬事・食品衛生審議会の意見を聴いて定めて公示した医薬品の規格基準書。

- **国際食品規格委員会** [第1節 1-5 (2)] P244

1963年に設置された国際的な政府間機関。国連の食糧農業機関（FAO）と世界保健機関（WHO）のプログラムの1つ。国際食品規格をコーデックス規格と称している。日本は1966年より加盟。

- **食料自給率** [第1節 1-5 (2)] P244

国内の食料消費が国内の農業生産でどの程度賄えているのかを示す指標のこと。食料自給率には3種類（重さ、カロリー、生産額）の計算方法がある。

- **計量法** [第1節 1-5 (3)] P245

計量の基準を定めて、適正な計量の実施を確保し、それによって経済の発展と文化の向上に寄与することを目的として制定された法律。

- **量目公差** [第1節 1-5 (3)] P246

消費者保護の観点から、真実の量が一定の範囲を超えて表示量を下回らないように規制するもので、計量法で特定商品について、不足の許容誤差を量目公差として定めている。

- **景品類** [第1節 1-6 (1)] P248

景品表示法上の「景品類」とは、①顧客を誘引するための手段として、②事業者が自己の供給する商品・サービスの取引に付随して提供する、③物品、金銭その他の経済上の利益である。

- **オープン懸賞** [第1節 1-6 (1)] P249

新聞やテレビ、ウェブサイトなどで広く告知し、商品の購入や来店を条件とせず、郵便はがきやウェブサイト、電子メールなどで申込みができ、抽選で金品などが提供されるものをいう。

- **循環型社会** [第2節 2-2 (2)] P254

循環型社会とは、有限である資源を有効利用するために、廃棄物のうち有用なものを循環資源として利用し、天然資源の消費を抑制し、環境への負荷をできる限り低減させる社会のこと。大量生産・大量消費・大量廃棄型社会に代わる新たな社会像といえる。

- **有価物** [第2節 2-2 (2)] P256

ここでは、「再利用の価値あるもの」を指す。

- **公益財団法人日本環境協会** [第2節 2-3 (2)] P257

1977年に設立された。国内外における環境保全に関する調査研究を行うとともに、環境保全に関する知識の普及などをはかり、豊かな人間環境の確保に寄与することを目的としている。

- **公益財団法人古紙再生促進センター** [第2節 2-3 (3)] P258

1974年に設立された。古紙の回収・利用促進をはかることによって、生活環境の美化、紙類の安定的供給の確保と森林資源の愛護に資することで、日本経済の健全な発展と豊かな国民生活の維持に貢献することを目的としている。

- **コンポスト** [第2節 2-4 (2)] P259

堆肥のこと。一般的には、家庭の生ゴミ、し尿、畜ふんなどを原料にしてつくる有機肥料を指す。

### **第3章 小売業の計数管理 0語**

- ナシ

## 第4章 店舗管理の基本 7語

- **電子マネー** [第1節 1-2(6)] P285

現金の代わりに予めチャージまたは自動チャージしたカード。もしくは、自動引き落とし（後払い）を設定したクレジットカードやスマートフォンなどで支払うことができる電子のお金のこと。

- **売場欠品率** [第2節 2-1] P288

主として、定番商品が欠品している度合いをいう。仕入先企業での欠品ではなく、売場におけるディスプレイのスペース取りや発注数量の決め方、または発注方法などに問題があって発生するだけに、早急に改善しなければならない。

- **売れ筋商品** [第2節 2-1] P288

一定の地域で多量に売れている品目のことをいう。通常は、テレビCMなどでPRされているマス広告商品が売れ筋となる。

- **フェイス** [第2節 2-2(2)] P289

商品の特徴を訴える最もよい部分のこと。通常は、商品の顔の部分を目指す。

- **バックヤード** [第3節 3-1] P291

小売店の後方部分で、商品の保管場所や事務所にあたるスペースのこと。「バックルーム」ともいう。

- **HACCP** [第3節 3-3] P292

Hazard Analysis Critical Control Point evaluation の略。危害分析重要管理点と訳す。加工食品に関して、その原料から製造・加工工程全般にわたって問題点をリストアップし、処理方法を明確にしたもの。

- **トレーサビリティ** [第3節 3-4(3)] P295

トールス（trace：追跡）とアビリティ（ability：能力）を組み合わせた造語で、日本語では「追跡可能性」と訳される。

**【参 考】**

④ハンドブックの重要記述箇所を中心に、過去の検定試験問題を参考に「理解度テスト（解答と解説つき）」を作成する。

**【理解度テスト】**

第1問 次のア～オは、敬語の使い方について述べている。正しいものには1を、誤っているものには2を、解答欄に記入しなさい。

- ア 「おいしゅうございます」は丁寧語である。
- イ 「参る」は、「行く」「来る」を意味する謙譲語Ⅱである。
- ウ 「ニュースはご覧になりましたか」は謙譲語Ⅰである。
- エ 「お召しになる」は、美化語である。
- オ 「お届けする」は丁寧語である。 **【解答欄】**

第1問	ア	イ	ウ	エ	オ
解 答					

第2問 次の文章は、割賦販売法について述べている。文中の〔 〕の部分に、下記に示すア～オに入ると考えられるそれぞれの語群の中から最も適当なものを選んで、答案用紙の所定の欄にその番号を記入しなさい。

割賦販売法では、契約の仕組みの違いによって、販売信用を割賦販売、〔ア〕、〔イ〕、の3つに分類している。

割賦販売は、小売店が商品などを販売する際、その代金を〔ウ〕以上、かつ3回払い以上の分割による後払いで受け取ることをいう。

ア は、小売店で商品を購入する際、〔エ〕が消費者に代わって小売店に代金の支払いをし、後日、消費者が エ に支払うことをいう。

イ は、消費者が購入品などの代金を小売店が提携している〔オ〕から借り入れて代金を一括して小売店に支払う。その後、分割して消費者が オ に返済することを条件に、小売店が消費者の債務を保証することをいう。

【語 群】

- |   |             |            |             |            |
|---|-------------|------------|-------------|------------|
| ア | 1. 信用購入あっせん | 2. リボルビング  | 3. ローン提携販売  | 4. クレジット販売 |
| イ | 1. リボルビング   | 2. クレジット販売 | 3. 信用購入あっせん | 4. ローン提携販売 |
| ウ | 1. 1か月      | 2. 2か月     | 3. 3か月      | 4. 6か月     |
| エ | 1. 銀行       | 2. 信用保証協会  | 3. クレジット会社  | 4. 損害保険会社  |
| オ | 1. 国民生活センター | 2. 信用情報機関  | 3. 金融機関     | 4. 信用保証協会  |

【解答欄】

第2問	ア	イ	ウ	エ	オ
解 答					

【解答と解説】

第1問

第1問	ア	イ	ウ	エ	オ
解答	1	1	2	2	2

★誤り箇所の確認

ウ：誤り箇所：謙讓語 Iである

：正 解：尊敬語である

エ：誤り箇所：美化語である

：正 解：尊敬語である

オ：誤り箇所：丁寧語である

：正 解：謙讓語 Iである

## 第2問

第2問	ア	イ	ウ	エ	オ
解答	1	4	2	3	3

### ★受講者に確認しておきたいこと

#### ●割賦販売法

割賦販売などのいわゆる「消費者信用取引」に関する秩序の維持、消費者の保護を目的とした法律が「割賦販売法」である。割賦販売法は、販売信用のうち政令で定められた指定商品、指定権利、指定役務の分割払いについて、消費者トラブルから消費者を保護するためにルールを定めている。割賦販売法では、契約の仕組みの違いによって、クレジット（信用販売）を、「割賦販売」、「信用購入あっせん」、「ローン定型販売」の3つに分類している。

##### ① 割賦販売

- 割賦販売とは、百貨店や専門店が商品など（政令で定められた商品・権利またはサービスでそれぞれ「指定商品」「指定権利」「指定役務」という）を販売する際、その代金を2ヶ月以上、かつ3回以上の支払い（リボルビングを含む）による後払いで受け取ることをいう。割賦販売においては、消費者と小売店の間で「割賦販売契約」が結ばれる「個別方式の割賦販売」のほか、販売会社が発行するクレジットカードを用いた割賦販売もあり、これを「包括方式の割賦販売」という。

##### ② 信用購入あっせん

- 消費者が百貨店や専門店などの小売店で商品などを購入する際、クレジット会社が消費者に代わって小売店に代金の支払いをし、後日、消費者が代金を、2ヶ月を超えて（リボルビングを含む）クレジット会社に支払うことをいう。信用購入あっせんにおいては、消費者と販売会社との間に「売買契約」が、消費者とクレジット会社の間に「立替払い契約」がそれぞれ結ばれる。「個別方式の信用あっせん」のほか、クレジット会社が発行するクレジットカードを用いた信用購入あっせんもあり、これを「包括式の信用購入あっせん」という。

##### ③ ローン提携販売

- 消費者が、小売店から購入する商品など（法律で定められた指定商品・権利・役務）の代金を小売店が提携している金融機関から借り入れ、代金を一括して小売店に支払う。その後、分割（2ヶ月以上、かつ、3回払い以上。リボルビングを含む）して消費者が金融機関に返済することを条件に、小売店が消費者の債務（支払い）を保証することをローン提携販売という。ローン提携販売では、消費者と金融機関の間に「金銭消費貸借契約」が、消費者と小売店の間に「売買契約」と「保証委託契約」が、金融機関と小売店の間には「保証契約」がそれぞれ結ばれる。