

2023年2月1日

マーケティング・ビジネス実務検定®B級・A級のためのアドバンスドトレーニング問題集

マーケティング・ビジネス実務検定®B級・A級のためのアドバンスドトレーニング問題集
【初版第1刷】

差替え箇所

P250・251

P276・277

P282

P294・295

お手数をおかけしますが差替えのほど、よろしくお願い申し上げます。

平成30年度の数値（単位：万円）

市場推定規模		224,000
F社の財務数値	売上高	20,160
	売上原価	12,096
	販売費および一般管理費	6,048

（注）本問では、変動費＝売上原価、固定費＝販管費とみなす。

2. 競合店との差別的競争優位性の確保策の1つとして売場鮮度を重視するH社では、競合店を強く意識した重点管理カテゴリーを設定している。当該カテゴリーでは売場に陳列している商品の売れ行き動向（販売実績）と新商品に対する広告宣伝の投入量等メーカーの力の入れ具合から3ヶ月ごとに取り扱い商品の見直しを行っている。取り扱いをやめる商品の選択基準として商品回転率と商品売上総利益率（以下、粗利益率と表記）を掛け合わせた相乗積を基準として、その数値が最も低い商品を新製品と入れ替えている。なお、取り扱い商品の入れ替えに当たっては、現在の店頭価格から20パーセント値引きする等によって在庫を限りなく0に近づけるインスタア・マーチャンダイジングを行っている。今回検討するカテゴリーにおける各商品の数値データは以下の通りだとすると、新商品と入れ替える商品は（④）となる。

検討するカテゴリー内の商品の直近3ヶ月の数値データ

商品	a	b	c	d	e
売上高（千円）	50,000	88,000	100,500	65,000	?
期首在庫高（千円）	?	4,200	5,200	3,600	6,800
期中仕入高（千円）	32,500	45,000	62,400	?	77,500
期末在庫高（千円）	3,500	?	6,800	3,400	7,200
粗利益率（%）	?	?	?	40.0	?
商品回転率（回）	12.5	10.0	?	?	14.5
相乗積	412.5	?	（⑤）	?	?

※表中の「？」欄は各自算出すること。

※商品回転率の算出にあたっては平均在庫高を用いること。

3. K日用品製造会社における昨年度のマーケティング費用予算は、販売費および一般管理費（以下、販管費と表記）の40%となっている。そのマーケティング費用のうち6割をテレビ宣伝に投入し、他はインターネットや交通広告、雑誌等となっている。今年度の重点戦略商品として位置づけた新商品Xの早期市場浸透を図るため、テレビ宣伝に投入する総費用の半分をX商品で行うこととした。K社全体の数値データは下表の通りであったとすると、X商品のテレビ宣伝に投入する費用予算は（⑥）千円である。なお、今年度の計画は昨年度予算対比で次のように設定した。なお、テレビ宣伝に投入する費用予算の割合は昨年度予算と同じとする。

- ・売上高：102%増
- ・売上総利益率：昨年度と同じ
- ・販管費：昨年度の売上販管費比率と同じ
- ・販管費に占めるマーケティング費用比率：昨年度の比率より5%アップ

昨年度の予算数値データ（単位：千円）

売上高	524,000
売上原価	314,400
売上総利益	209,600
販売費および一般管理費	167,680
営業利益	41,920

4. 仕入原価340円で20,000個を仕入れたY商品の（⑦）プライスは、仕入原価基準での値入率を40%とした（⑧）円で販売を行った。販売後の売れ行き状況が予定より悪く、販売後4週間経過した5月9日（木）閉店時点で12,000個の在庫が残った。そのため、販売実績を確認したその2週間後の5月24日（金）から（⑦）プライスの20%引きの特売価格で新聞折込チラシと店内POPで告知したところ、特売期間の1週間で完売し、在庫は0となった。その結果、Y商品の売買差益は当初予定していた（⑨）円より（⑩）円少ないものとなった。

※販売実績を確認した後の値引きを開始する週までの期間の販売個数は、それまでの販売実績と同じ個数とする。

第5回 A級マーケティング事例 解説とヒントおよび解答例

【 問題1 / 正誤(○×)式 】 各2点×5題 10点

1 × 2 ○ 3 × 4 × 5 ○

1. 不適切な内容である。不当景品類及び不当表示防止法(景品表示法)の第2条(定義)の3で、この法律で「景品類」とは、顧客を誘引するための手段として、その方法が直接的であるか間接的であるかを問わず、くじの方法によるかどうかを問わず、事業者が自己の供給する商品又は役務の取引(不動産に関する取引を含む。以下同じ。)に付随して相手方に提供する物品、金銭その他の経済上の利益であって、内閣総理大臣が指定するものをいう、としている。そして、「不当景品類及び不当表示防止法第2条の規定により景品類及び表示を指定する件(平成21年8月28日公正取引委員会告示第13号)」で、不当景品類及び不当表示防止法(昭和三十七年法律第百三十四号)第2条の規定により、景品類及び表示を次のように指定するとして、不当景品類及び不当表示防止法(以下「法」という。)第2条第3項に規定する景品類とは、顧客を誘引するための手段として、方法のいかんを問わず、事業者が自己の供給する商品又は役務の取引に付随して相手方に提供する物品、金銭その他の経済上の利益であって、次に掲げるものをいう、としている。ただし、正常な商慣習に照らして値引又はアフターサービスと認められる経済上の利益及び正常な商慣習に照らして当該取引に係る商品又は役務に附属すると認められる経済上の利益は、含まない。(1)物品及び土地、建物その他の工作物、(2)金銭、金券、預金証書、当せん金附証票及び公社債、株券、商品券その他の有価証券、(3)きょう応(映画、演劇、スポーツ、旅行その他の催物等への招待又は優待を含む。)、(4)便益、労務その他の役務。そして、商品やサービスの利用者に対し、くじ等の偶然性、特定行為の優劣等によって景品類を提供することを「懸賞」といい、本問のような商店街(これに準ずるショッピングビル等を含む。)がサマーセールや中元セール等のタイトルで共同して行うのを共同懸賞という。「懸賞による景品類の提供に関する事項の制限(平成8年2月16日公正取引委員会告示第1号)」で、年間3回までを限度にその限度額を次表の通り規定されている。設問の景品類の最高額は20万円と規定内である。景品総額は4,720万円であり、期間中の商店街加盟全店の売上予定総額 $135,000 \text{万円} < 112,500 \text{万円} \times (1 + 0.2) >$ に対して景品費比率は約3.5%と、規定を超える。

※期間中の商店街加盟店全店の売上予定総額：昨年の実績×120%

$$= 112,500 \text{万円} \times 120\% = 135,000 \text{万円}$$

※景品総額：(20万円×10本) + (10万円×30本) + (2万円×200本) +
 (1万円×1,000本) + (3千円×5,000本) + (1千円×10,000本) +
 (8円×400,000本) = 4,720万円

※景品費比率：4,720万円÷135,000万円×100(%) ≒ 3.5(%)

共同懸賞の景品類限度額		
懸賞による取引価額	最高額	総額
取引価額にかかわらず 30万円		懸賞に係る売上予定総額の3%

※参照法令：不当景品類及び不当表示防止法：

第2条（定義）

第4条（景品類の制限及び禁止）

※その他：①不当景品類及び不当表示防止法第2条の規定により景品類及び
 表示を指定する件（平成21年8月28日公正取引委員会告示第13号）

②懸賞による景品類の提供に関する事項の制限

（平成8年2月16日公正取引委員会告示第1号）

③消費者庁：景品に関するQ & A

2. 適切な内容である。消費期限とは、お弁当、サンドイッチ、調理パン、総菜、生菓子類、食肉、生めん類、ケーキなどのような品質（状態）が急速に劣化する食品の安全性を欠くこととなる恐れがない期限（＝安全に食べられる期間）であり、賞味期限とは、スナック菓子、即席めん類、カップめん、チーズ、缶詰、牛乳、乳製品、ペットボトル飲料などのような比較的品質が劣化しにくい食品がおいしく食べることができる期限である。なお、これらの期限は、容器包装を開封する前の状態で指定された方法で保存した場合の期限を示すものである。

※参照法令：食品衛生法：第19条（定義）第3項

第4条（食品表示基準の策定等）

※その他：①食品期限表示の設定のためのガイドライン

（平成17年2月 厚生労働省・農林水産省）

②加工食品の表示に関する共通Q & A（第2集：消費期限又は賞味期限
 について）平成23年4月 消費者庁食品表示課

2.

商品	a	b	c	d	e
売上高 (千円)	50,000	88,000	100,500	65,000	<u>101,500</u>
期首在庫高 (千円)	<u>4,500</u>	4,200	5,200	3,600	6,800
期中仕入高 (千円)	32,500	45,000	62,400	<u>34,000</u>	77,500
期末在庫高 (千円)	3,500	<u>13,400</u>	6,800	3,400	7,200
粗利益率 (%)	<u>33.0</u>	<u>59.3</u>	<u>39.5</u>	40.0	<u>24.0</u>
商品回転率 (回)	12.5	10.0	<u>16.8</u>	<u>18.6</u>	14.5
相乗積	412.5	<u>593.0</u>	<u>(5) 663.6</u>	<u>744.0</u>	<u>348.0</u>

$$\blacklozenge \text{平均在庫高} = \frac{\text{期首在庫高} + \text{期末在庫高}}{2}$$

$$\blacklozenge \text{商品回転率 (回)} = \text{売上高} \div \text{平均在庫高}$$

$$\blacklozenge \text{売上原価} = (\text{期首在庫高} + \text{期中仕入高}) - \text{期末在庫高}$$

$$\blacklozenge \text{粗利益} = \text{売上高} - \text{売上原価}$$

$$\blacklozenge \text{粗利益率} = \text{粗利益} \div \text{売上高} \times (\%)$$

$$\blacklozenge \text{相乗積} = \text{商品回転率} \times \text{粗利益率}$$

- a) 平均在庫高 (千円) = 売上高 ÷ 商品回転率 = 50,000 ÷ 12.5 = 4,000
 期首在庫 (千円) = (平均在庫 × 2) - 期末在庫 = (4,000 × 2) - 3,500 = 4,500
 売上原価 (千円) = (期首在庫 + 期中仕入) - 期末在庫
 = 4,500 + 32,500 - 3,500 = 33,500
 粗利益 (千円) = 売上高 - 売上原価 = 50,000 - 33,500 = 16,500
 粗利益率 (%) = 粗利益 ÷ 売上高 × (%) = 16,500 ÷ 50,000 × (%) = 33.0
- b) 平均在庫高 (千円) = 売上高 ÷ 商品回転率 = 88,000 ÷ 10.0 = 8,800
 期末在庫高 (千円) = (平均在庫 × 2) - 期首在庫 = (8,800 × 2) - 4,200 = 13,400
 売上原価 (千円) = (期首在庫 + 期中仕入) - 期末在庫
 = (4,200 + 45,000) - 13,400 = 35,800
 粗利益 (千円) = 売上高 - 売上原価 = 88,000 - 35,800 = 52,200
 粗利益率 (%) = 粗利益 ÷ 売上高 × (%) = 52,200 ÷ 88,000 × (%) = 59.3
 相乗積 = 商品回転率 × 粗利益率 = 10.0 × 59.3 = 593
- c) 売上原価 (千円) = (期首在庫 + 期中仕入) - 期末在庫
 = (5,200 + 62,400) - 6,800 = 60,800
 粗利益 (千円) = 売上高 - 売上原価 = 100,500 - 60,800 = 39,700
 粗利益率 (%) = 粗利益 ÷ 売上高 × (%) = 39,700 ÷ 100,500 × (%) = 39.5
 商品回転率 (回) = 売上高 ÷ 平均在庫 = 100,500 ÷ 6,000 = 16.8

【 問題2 / 穴埋記述式 】			各3点×10題	30点
① 36.9	② 146.2	③ 0.1		
④ 1.7	⑤ 41,562	⑥ 36		
⑦ ハイ・アンド・ロー	⑧ プロパー	⑨ 162		
⑩ 700				

1. 新3か年計画終了時の売上高 = 55,800 (万円) × 104.4(%)
= 58,255.2 (万円)

医薬品部門の計画終了時の売上高 = 21,204 (万円) × 101.5(%)
= 21,522.1 (万円)

① 医薬品部門の令和5年度自社内売上高シェア = 21,522.1 ÷ 58,255.2 × (%)
= 36.94(%)

インターネット販売部門の新3か年計画終了時の売上高 = 58,255 (万円) × 7(%)
= 4,077.9 (万円)

② インターネット販売部門の新3か年伸長率計画
= 4,077.9 (万円) ÷ 2,790 (万円) × (%)
= 146.16(%)

2. 令和2年度当初計画の売上原価率 = 令和元年度と同率

令和元年度の売上原価率 = 50,932 (万円) ÷ 74,900 (万円) × (%)
= 68.0(%)

令和2年度当初計画の売上総利益 = 売上高 - 売上原価
= 売上高 - {売上高 × 売上原価率}
= 76,400 (万円) - {76,400 (万円) × 68.0(%)}
= 24,448 (万円)

令和2年度当初計画の営業利益 = 売上総利益 - 販売費および一般管理費
= 24,448 (万円) - 19,670 (万円)
= 4,778 (万円)

⑤ 令和2年度修正計画の売上原価 = 修正売上高 × 売上原価率
= 61,120 (万円) × 68.0(%)
= 41,561.6 (万円)

令和2年度修正計画の売上総利益 = 61,120 (万円) - 41,561.6 (万円)
= 19,558.4 (万円)

令和2年度修正計画の販売費および一般管理費

$$\begin{aligned}
 &= \text{令和2年度当初計画の販売費および一般管理費} - \{ \text{令和2年度当初計画} \\
 &\text{のマーケティング費用} \times (1 - 5\%) \} \\
 &= 19,670 \text{ (万円)} - \{ 2,950 \times 5\% \} \\
 &= 19,522.5 \text{ (万円)}
 \end{aligned}$$

⑥令和2年度修正計画の営業利益

$$\begin{aligned}
 &= \text{令和2年度修正の売上総利益} - \text{令和2年度修正計画の販売費および一般} \\
 &\text{管理費} \\
 &= 19,558.4 \text{ (万円)} - 19,522.5 \text{ (万円)} \\
 &= \underline{36 \text{ (万円)}}
 \end{aligned}$$

③売上高営業利益率

$$\begin{aligned}
 &= \text{令和2年度修正計画の営業利益} \div \text{令和2年度修正計画の売上高} \times (\%) \\
 &= 36 \text{ (万円)} \div 61,120 \text{ (万円)} \times (\%) \\
 &= 0.0005 = \underline{0.1\%}
 \end{aligned}$$

④令和元年度対比 = ③ ÷ 令和元年度売上高営業利益率 × (%)

$$\begin{aligned}
 &= 0.1\% \div \{ 4,495 \div 74,900(\%) \} \times (\%) \\
 &= 0.1\% \div 6.0\% \times (\%) \\
 &= 0.0166 = \underline{1.7\%}
 \end{aligned}$$

3. 値入率 = $\frac{\text{値入高}}{\text{仕入原価}} \times 100 (\%)$

$$\begin{aligned}
 \text{値入高} &= \text{仕入原価} \times \text{値入率} \\
 &= 120 \text{ (円)} \times 35\% = 42 \text{ 円}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{⑨プロパー・プライス} &= \text{仕入原価} + \text{値入高} \\
 &= 120 \text{ (円)} + 42 \text{ (円)} = \underline{162 \text{ (円)}}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{特売価格} &= \text{プロパー・プライス} \times (1 - 0.2) \\
 &= 162 \text{ (円)} \times 0.8 = 129.6 \text{ (円)}
 \end{aligned}$$

通常の日、1日の平均粗利益額

$$\begin{aligned}
 &= \text{プロパープライス販売での粗利益額} \times \text{通常の日、1日の平均販売個数} \\
 &= 42 \text{ (円)} \times 160 \text{ (個)} = 6,720 \text{ (円)}
 \end{aligned}$$

⑩通常の日、1日の平均粗利益額と同額となる特売時の販売個数

$$\begin{aligned}
 &= 6,720 \text{ (円)} \div \text{特売時の1個あたり粗利益額} \\
 &= 6,720 \text{ (円)} \div \{ 129.6 \text{ (円)} - 120 \text{ (円)} \} \\
 &= \underline{700 \text{ (個)}}
 \end{aligned}$$