

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	A	問題2	4	B	問題2	7	×	問題2	10	B	
	2	×		5	A		8	A				
	3	A		6	B		9	×				
問題3	② ⑤ ⑦ ⑩											
問題4	1	ア	×	問題4	2	ア	×	問題4	3	ア	×	
		イ	×			イ	○			イ	×	
		ウ	○			ウ	○			ウ	○	
問題5	1	ア	○									
		イ	×	スタッフもそろっていない半年前の段階でトータルビューティを宣伝するのは早期・早計である。								
		ウ	○									
		エ	×	新年度OPENなので、半年前の現段階で採用、教育する必要がある。学生では教育(研修)期間が足りない。								
		オ	×	労働保険や社会保険などの整備については、長澤のできる範疇を超えており、オーナーに確認するべきである。								
	2	ア	×	オリジナリティを追求するのも良いが、他社と比較しながら継続実行可能な条件を作るべきである。								
		イ	×	新事業であっても企業として、従業員の対する待遇は特別職でない限り同じにするべきである。								
		ウ	○									
		エ	○									
		オ	×	雰囲気を感じる個人差は判るが、就職希望者にとって良い職場とアピールするのは当然である。								
	3	ア	○									
		イ	×	チームワークを必要とするサロンでは、常識や道徳観を持っていることが最低条件といえる。								
		ウ	×	トータルビューティを提供するサロンにするための求人募集なので、関心が薄い人物はミスマッチである。								
		エ	○									
		オ	○									
問題6	1	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	・集客すべき人数や売上を決め、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	・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。										
問題7	1	ア	問題7	4	ア	問題7	7	イ	問題7	10	イ	
	2	イ		5	イ		8	ア				
	3	イ		6	イ		9	ア				
問題8	1	ア	○									
		イ	○									
		ウ	○									
		エ	○									
	2	1	ペルソナマーケティング									
		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 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									
	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、耐用年数に従って経費計上していくという考え方。耐用年数は、美容機器は5年だが、調度品など含めるとほぼ10年までのものが多い。										
	4	1位	⑨	お客さまの身体に関わる重大事故で、すぐに対応しなければならないので最優先事項。								
		2位	⑩	日程は次の日の夜で、急ぎ返信を求められているので、時間的に優先事項。								
		3位	⑧	案件⑩の日程が決まったので、オーナーへ報告、細かい時間調整などスケジュール確認をし、取引先へ連絡をしなければならない。								