

## 2学年「マーケティング」課題について（その2）

教科書（P9～21）をよく読んで、プリントの課題に取り組んでください。

- ① 課題の答えとなった語句については、教科書にアンダーラインを引いてください。
- ② 問題を解いた後は、自分で答え合わせをして、間違った答えは赤ペンで訂正してください。

※ なお、この課題は後日回収します。

2年 組 番 氏 名
------------

## 第1節 現代市場の特徴とマーケティングの発展④, ⑤, ⑥

### 6 経済の動向 - ①, ②, ③

#### ● 学習の要点

- 1 経済の変化にともない、産業構造が変化してきたことを理解する。
- 2 現在の私たちの生活が、経済・環境・人口などの影響を受けていることを理解する。

### ○ 基本問題 ○

問1 次の文章の空欄に適切な語句を入れなさい。

- (1) 戦後復興期には( ① ), 農地改革, 労働組合の育成などの( ② )がおこなわれた。
- (2) 日本経済は1950年から1953年の朝鮮戦争による( ③ )により大きく発展した。
- (3) 高度経済成長期には( ④ )や市場生産方式により, 大量生産が可能になった。
- (4) 1960年発表の( ⑤ )倍増計画により, 60年代は年平均約10%の高い経済成長率が続いた。
- (5) 1973年の( ⑥ )で, 我が国では石油製品など多くの商品の物価高騰が起きた。
- (6) 1985年の( ⑦ )で, 為替レートは1年で1ドル240円前後から120円前後になるという急速な( ⑧ )が進んだ。
- (7) 1990年のバブル経済崩壊から21世紀初頭までの長期不況は( ⑨ )と呼ばれる。
- (8) 今日, 企業は人件費などの生産費用が安い海外に生産拠点を求めるようになっており, 国内では生産の( ⑩ )を招いている。
- (9) 2020年に開催される東京オリンピック・パラリンピックにともなう莫大な( ⑪ )整備により, 生産や雇用の増加が見込まれる。

① ..... ② ..... ③ ..... ④ .....

⑤ ..... ⑥ ..... ⑦ ..... ⑧ .....

⑨ ..... ⑩ ..... ⑪ .....

問2 次の文章で正しいものには○を, 間違っているものには×をつけなさい。

- (1) 傾斜生産方式とは, 重工業などの基幹産業に資金や資材, 労働力を中心に配分し, それを起爆剤として産業の拡大を図る方式である。 ( )
- (2) 1960年代, 白黒テレビ, 電気洗濯機, 電気掃除機は三種の神器と呼ばれた。 ( )
- (3) 1986年の公定歩合の引き上げで, 資金が土地や有価証券の投資に向かい, 地価や株価が高騰するバブル景気が始まった。 ( )
- (4) 物価が継続的に下がり, 相対的に貨幣の価値が上がっていく状態をインフレーションといい, 物価が上がり貨幣価値が下がる状態をデフレーションという。 ( )

応用問題

問 次の文章の空欄に入る適切な語句を解答群から選び、その記号を入れなさい。

- (1) 高度経済成長期に観測された景気拡大期は、神武景気、岩戸景気、( ① ), いざなぎ景気である。
- (2) 高度経済成長期には、所得の上昇で( ② )が増加し、人々は、より豊かな生活を求め、消費意欲も高まった。
- (3) 1970年代には3Cと呼ばれる、自動車、カラーテレビ、( ③ )が普及した。
- (4) 為替レート安定化に関するプラザ合意は、1985年にアメリカ、日本、( ④ ), 西ドイツ(当時)、フランスのG5で決定した。
- (5) 1990年の日銀の( ⑤ )政策で、公定歩合は2.5%から6%に引き上げられた。
- (6) 貿易で、外国の通貨をいくらの自国の通貨で買えるかを表すのが( ⑥ )である。

【解答群】

- ア. クーラー    イ. 冷蔵庫    ウ. 可処分所得    エ. 金融引き締め    オ. イギリス  
 カ. イタリア    キ. 為替レート    ク. オリンピック景気

- ① .....    ② .....    ③ .....    ④ .....    ⑤ .....    ⑥ .....

発展問題

問1 次の文章に記された好景気の時代は何経済の時代と呼ばれているか。カタカナ3文字で答えなさい。 (商業経済検定第18回修正)

市場に異変が起きたのは1980年代後半だった。未曾有の好景気の中でグルメブームが発生した。一流ホテルのレトルトカレーが、6パック1箱で5,000円という値段で売り出されると、これが大好評となったのである。

問2 次の文章にあるような生産技術の急速な発達を何というか。 (商業経済検定第8回修正)

高度経済成長の時代、我が国の製造業は大量生産を指向していた。そこには解決しなければならぬ四つの問題があった。その第一は大量生産技術の開発で、これはベルトコンベアーを駆使したオートメーションシステムなどの開発により解決し、生産効率は大幅に向上した。

問3 次の文章の空欄に適切な語句を入れなさい。 (商業経済検定第13回修正)

家庭用ごみ処理機『ゴミサイクリー』の製品計画立案者は当時を振り返り、「この製品に着手したのは1970年代半ば。1973年に起きた( )をきっかけに、省エネルギー・省資源・自然環境保護への配慮が強く叫ばれていた時代であった」と語った。

## 第1節 現代市場の特徴とマーケティングの発展⑦, ⑧, ⑨

## ⑦ 消費の動向 / ⑧ 流通の動向 / ⑨ 人口動態

## ● 学習の要点

- 1 社会や個人の嗜好, 年齢構成や経済成長などが, 消費の動向に与える影響を学習する。
- 2 消費の対象となる消費財について学習する。
- 3 チャンネルは, 商品・サービスが生産者から消費者に届けられ, 生産者と消費者の間で情報などが移動する経路であることを理解する。
- 4 人口動態は, マーケティングにとって重要な基礎データであることを理解する。

## ○ 基本問題 ○

問1 次の文章の空欄に適切な語句を入れなさい。

- (1) 消費の動向は, 経済成長による( ① ), 人口動態, 技術革新による社会や個人の嗜好の変化に左右される。
- (2) ニーズがある程度満たされると, 消費の動向は物質的な満足よりも( ② )な満足を重視する方向に変化している。
- (3) 流通とは, 生産者(メーカー)が生産した商品・サービスが, 中間業者である( ③ )や小売業者を経て, 最終的に消費者に届けられる流れのことである。
- (4) 売買取引により商品と所有権が消費者に移転する流れを( ④ )という。
- (5) 商品が物理的に移動する物的流通は, 一般に( ⑤ )と呼ばれる。
- (6) 人口の大きさが, そのまま( ⑥ )の規模となることが多く, 人口動態はマーケティングの重要な基礎データとなる。

① ..... ② ..... ③ .....

④ ..... ⑤ ..... ⑥ .....

問2 次の語句の説明として, 適切なものを解答群から選び, その記号を入れなさい。

- (1) 消費財      (2) 生産財      (3) 最寄品      (4) 買回品  
 (5) 専門品      (6) 非検索品      (7) ドーナツ化現象

## 【解答群】

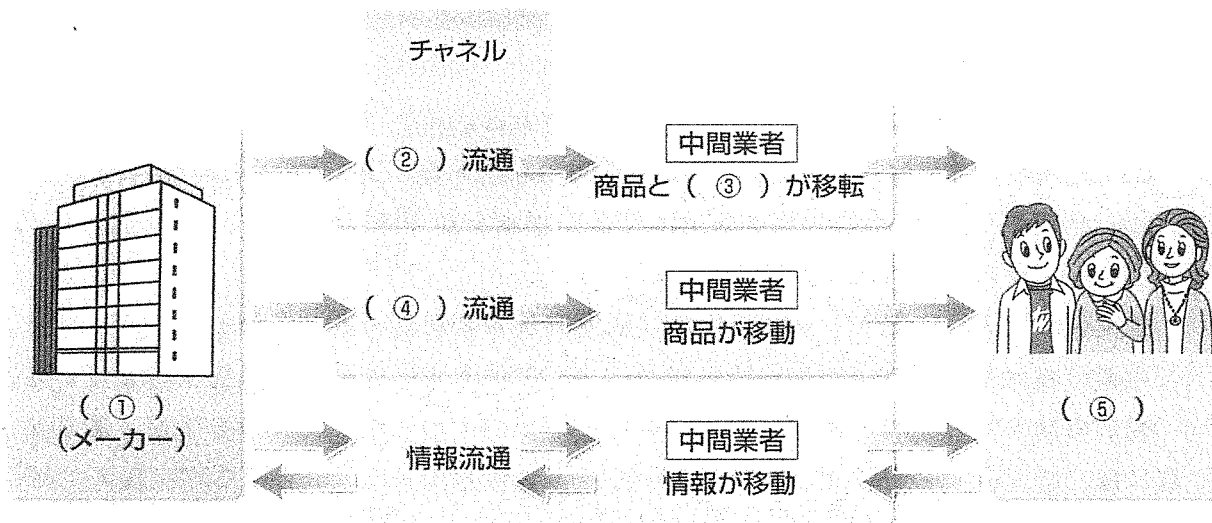
- ア. 消費者の需要を喚起するために広告や販売に多くの費用が必要な商品・サービス  
 イ. 家具, 衣料, 家電品など, 購買のさいに価格などの一定の比較検討をおこなう商品・サービス  
 ウ. 都会から, 郊外に人口が移動する, あるいは移動してしまった状態

- エ. 消費者が自分のために消費する商品・サービス
- オ. 消費財に対して、原材料や部品、設備品など、生産のために使用されるもの
- カ. 頻繁にさまざまな場所で購入し、購買に対して最低限の努力しかしない商品・サービス
- キ. 自動車、ブランド品など、消費者が購入のための努力を惜しまない商品・サービス

(1) \_\_\_\_\_ (2) \_\_\_\_\_ (3) \_\_\_\_\_ (4) \_\_\_\_\_ (5) \_\_\_\_\_ (6) \_\_\_\_\_ (7) \_\_\_\_\_

● 応用問題 ●

問 チャンネルの伝統的な流れについて、図の空欄に適切な語句を入れなさい。



① \_\_\_\_\_ ② \_\_\_\_\_ ③ \_\_\_\_\_ ④ \_\_\_\_\_ ⑤ \_\_\_\_\_

発展問題

問 次の文章を読み、下記の問いに答えなさい。 (商業経済検定第20回改題)

経済が発展して購買力が高まると、消費の動向には次のような変化が現れるようになる。まず、消費支出における比重が(a)有形・物質的なモノから、健康や美容、芸術などの無形・精神的なモノへと移っていることである。次に、同一人物であっても(b)こだわりがあれば高額な商品・サービスを購入する一方で、こだわりのないものについては割安な商品を購入する傾向である。

- (1) 下線部(a)のような変化を何というか、次のなかから選びなさい。  
 ア. 物不足の傾向      イ. 物ばなれの傾向      ウ. 物あまりの傾向
- (2) 下線部(b)を漢字三文字で答えなさい。

(1) \_\_\_\_\_ (2)消費の \_\_\_\_\_

第2節

マーケティングの歴史と発展

1 マーケティングの歴史と発展 / 2 マーケティングの普及

● 学習の要点

- 1 マーケティングの歴史と発展について学習する。
- 2 営利目的ではない分野も含めて、マーケティングがさまざまな分野で普及・展開されていることを理解する。

○ 基本問題 ○

問1 次の文章の空欄に適切な語句を入れなさい。

- (1) マーケティングという言葉が使われはじめたのは( ① )世紀初頭のアメリカである。
- (2) 20世紀初頭のマーケティングは「( ② )をおこなう( ③ )の全般的な活動」と定義された。
- (3) 1960年代以降、企業の最大利潤の追求に批判が高まり、消費者( ④ )や企業の( ⑤ ) (CSR)などが重視されるようになった。
- (4) 企業におけるマーケティングは、中間業者や消費者以外にも、鉄鋼・パルプ・化学などの産業に機械や原料などを供給する( ⑥ )の産業でも急速に普及・活用されている。
- (5) 複数の国々で原材料を確保し、現地の( ⑦ )を生かして( ⑧ )を生産・販売する場合には、( ⑨ )分野のマーケティングが重要な役割を果たす。
- (6) 多国籍企業は海外の( ⑩ )やウォンツ、( ⑪ )水準などの市場分析が必要である。
- (7) 近年はNPOなどの( ⑫ )団体でもマーケティングの理論を導入している。

①..... ②..... ③..... ④.....

⑤..... ⑥..... ⑦..... ⑧.....

⑨..... ⑩..... ⑪..... ⑫.....

問2 次の文章で正しいものには○を、間違っているものには×をつけなさい。

- (1) マーケティングという言葉が20世紀初頭のアメリカで使われはじめて以来、その理念や概念は変わっていない。 ( )
- (2) 生産拠点や販売拠点を海外に有している企業を多国籍企業という。 ( )
- (3) 多国籍企業は、本国の市場や環境を把握してさえいれば、進出した国々の市場環境、ニーズやウォンツを把握する必要はない。 ( )
- (4) 多国籍企業には、自動車、精密部品、電化製品、医療などのメーカーがあるが、衣料メーカーは進出していない。 ( )

## 発 展 問 題

問 次の文章を読み、下記の問いに答えなさい。 (商業経済検定第22回修正)

最近の消費者ニーズとして高まっているのが、欠陥商品による損害の発生や食品の(a)消費期限・賞味期限問題などを背景とする安心・安全志向である。

このため、(b)企業は商品の開発や販売においては、安全性に十分に気をつけなければならない。さらに、法令遵守の徹底、環境の保全、情報の公開などの側面についても、責任を果たすことが要請されている。

一方、政府は安全性の確保や事故の防止のために、法的な面からの施策を進めている。2007年には(c)改正消費生活用製品安全法を施行し、生活用品による死亡、負傷、疾病、後遺障害、一酸化炭素中毒、火災などを重大事故に指定し、製品の欠陥が原因と判明してから10日以内の報告を企業に義務付けた。

(1) 下線部(a)の内容として、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 弁当や総菜などのように、おおむね5日以内で品質が低下し、傷みやすい食品につける期限
- イ. レトルト食品や缶詰などのように、品質の低下が緩やかな食品につける期限
- ウ. 商品の品質上、おおむね1か月以内で品質の低下のおそれがある食品につける期限

(2) 下線部(b)を何というか、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. CSR (Corporate Social Responsibility)
- イ. ECR (Efficient Consumer Response)
- ウ. BPR (Business Process Reengineering)

(3) 下線部(c)を主に管轄している国の機関はどこか、次のなかから適切なものを一つ選びなさい。

- ア. 環境省      イ. 経済産業省      ウ. 厚生労働省

(1) \_\_\_\_\_

(2) \_\_\_\_\_

(3) \_\_\_\_\_

第1章

現代社会とマーケティング

第1節 現代市場の特徴とマーケティングの発展① (ワークブックp.4~5)

○基本問題○

- 問1
- ①消費者行動 ②ニーズ ③ウォォンツ
  - ④代金 ⑤取引 ⑥市場 ⑦流通
  - ⑧人口動態 ⑨組織 ⑩アイディア

問2 (1)× (2)○ (3)○ (4)×

○発展問題○

- ①エ ②カ ③ク ④ウ ⑤キ ⑥オ
- ⑦イ ⑧ア

○発展問題○

ウ

第1節 現代市場の特徴とマーケティングの発展② (ワークブックp.6~7)

○基本問題○

- 問1
- ①個人 ②創造 ③プロセス ④欠乏状態
  - ⑤生理的 ⑥所属 ⑦社会的 ⑧個人的
  - ⑨具体化 ⑩所得 ⑪需要 ⑫市場
  - ⑬サービス ⑭価値 ⑮交換

問2 (1)× (2)× (3)○ (4)○ (5)○ (6)×

問3 ①ウ ②オ ③ア ④カ ⑤イ ⑥エ

○発展問題○

- ①イ ②ウ ③ア ④オ ⑤エ

第1節 現代市場の特徴とマーケティングの発展③、④ (ワークブックp.8~9)

○基本問題○

- 問1
- ①イ ②キ ③コ ④エ ⑤ケ ⑥ウ
  - ⑦ク ⑧カ ⑨オ

問2 ①家計 ②政府 ③経済活動

④企業

問3 第一次産業……イ, オ

第二次産業……ア, ウ, エ

○発展問題○

- ①イ ②ア ③カ ④ウ ⑤エ ⑥オ

第1節 現代市場の特徴とマーケティングの発展④、⑤、⑥ (ワークブックp.10~11)

○基本問題○

- 問1
- ①財閥解体 ②経済民主化政策
  - ③特需景気 ④技術革新
  - ⑤国民所得
  - ⑥第一次石油危機(オイルショック)
  - ⑦プラザ合意 ⑧円高 ⑨失われた10年
  - ⑩空洞化 ⑪インフラ

問2 (1)○ (2)× (3)× (4)×

○発展問題○

- ①ク ②ウ ③ア ④オ ⑤エ ⑥キ

○発展問題○

問1 バブル

問2 技術革新

問3 第一次石油危機(石油ショック, オイルショック)

第1節 現代市場の特徴とマーケティングの発展⑦、⑧、⑨ (ワークブックp.12~13)

○基本問題○

- 問1
- ①所得水準 ②精神的 ③卸売業者
  - ④商流的流通 ⑤物流 ⑥市場

問2

- (1)エ (2)オ (3)カ (4)イ (5)キ (6)ア (7)ウ

○発展問題○

- ①生産者 ②商的 ③所有権 ④物的

⑤消費者

○発展問題○

(1)イ (2)[消費の]二極化

第2節 マーケティングの歴史と発展 (ワークブックp.14~15)

○基本問題○

- 問1
- ①20 ②売買 ③商人 ④保護
  - ⑤社会的責任 ⑥生産財 ⑦労働力
  - ⑧商品 ⑨国際 ⑩ニーズ ⑪所得
  - ⑫非営利

問2 (1)× (2)○ (3)× (4)×

○発展問題○

(1)ア (2)ア (3)イ

第3節 マーケティングの考え方の変化と重要性① (ワークブックp.16~17)

○基本問題○

- 問1
- ①多様化 ②利益 ③生産 ④品質
  - ⑤改良 ⑥買手市場 ⑦標的市場
  - ⑧競合他社 ⑨生活の質 ⑩調和

問2 (1)× (2)○ (3)○ (4)×

○発展問題○

①エ ②イ ③ウ ④ア

○発展問題○

生産志向のマーケティング

第3節 マーケティングの考え方の変化と重要性② (ワークブックp.18~19)

○基本問題○

- 問1
- ①部門 ②研究開発 ③権限 ④利益
  - ⑤社会的責任 ⑥需要

問2 (1)○ (2)× (3)× (4)× (5)○

○発展問題○

(1)エ (2)ア (3)ウ (4)イ

第4節 企業の社会的責任① (ワークブックp.20~21)

○基本問題○

- 問1
- ①資本主義 ②利潤拡大化
  - ③オートメーション化 ④公害
  - ⑤社会的責任

問2 ①○ ②○ ③○

○発展問題○

①イ ②オ ③ウ ④エ ⑤ア

第4節 企業の社会的責任② (ワークブックp.22~23)

○基本問題○

- 問1
- ①環境 ②欠陥商品 ③安全 ④選択
  - ⑤意見 ⑥精神的 ⑦偉大 ⑧生活の質
  - ⑨消費者教育 ⑩基本的ニーズ ⑪救済
  - ⑫消費者基本法

問2 (1)○ (2)○ (3)○ (4)×

○発展問題○

(1)ア (2)ア

第4節 企業の社会的責任③、④ (ワークブックp.24~25)

○基本問題○

- 問1
- ①枯渇 ②汚濁 ③二酸化炭素 ④石炭
  - ⑤再生 ⑥リサイクル ⑦太陽光
  - ⑧バイオ燃料 ⑨温室効果ガス
  - ⑩パリ協定 ⑪国際標準規格 ⑫顧客満足

○発展問題○

(1)イ (2)ウ (3)ア