

(無断転載を禁ず)

解答はすべて解答用紙に記入し提出してください。

第19回九州観光マスター検定試験 問題用紙

1 級 基礎編

(午前10時開始 制限時間 90分)

注意事項



1. 解答用紙の記入にあたってはHBまたはBの黒鉛筆かシャープペンシルを使用すること。(ボールペン・万年筆は使用不可)
2. 誤ってマークしたときは、跡の残らないように消しゴムで消すこと。
3. 解答欄は、各問につき、1つだけマークすること。
4. 解答用紙は直接コンピュータで読み取るので、絶対に折り曲げたり汚したりしないこと。

(平成26年9月28日)

福岡商工会議所

九州観光マスター検定試験マークシート解答用紙の記入について

1. HBまたはBの黒鉛筆かシャープペンシルを使用してください。(ボールペン・万年筆は使用不可)
2. 誤ってマークしたときは、跡の残らないように消しゴムで消してください。
3. 解答欄は、各問につき1つだけマークしてください。
4. 解答用紙は直接コンピュータで読み取るので、用紙を折り曲げたり、汚したりしないでください。
5. マーク記入例のとおりマークしてください。

良い例	悪い例
	

6. 氏名・フリガナは読み取れるようにはっきりと書いてください。
7. 受験番号は、下4桁をご記入の上、該当する番号をマークしてください。
8. 生年月日は、元号をマークし、年月日は2桁の数字をご記入の上、該当する番号をマークしてください。
(例：昭和8年1月30日の場合)
年には、0と8、月には0と1、日には3と0を記入
(アンケートについて)
9. 観光マスターの受験回数は、該当するものをマークしてください。
10. 受験勉強の効果は、あてはまるものすべてにマークしてください。
11. その他ご意見・ご感想がありましたら、空欄に記入してください。

以上すべて記入が終わったら、試験官の指示をお待ちください。

1. 観光マーケティング

第1問（4点）

観光マーケティングにおける重要なサービス品質に関して、文中の□□部分に下記の語群から最も適切なものを選んで、解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

サービスの品質評価は、「サービスへの期待」と「サービスの□□」との関係で決まる。「サービスへの期待」は、サービスの□□、個人的ニーズ、クチコミ、過去の経験、□□の主に5つの要因からなっている。「サービスの結果」と「サービスの□□」が、「サービスの□□」となる。

《語群》

- | | | |
|------------|-------|--------------|
| 1. 企業のイメージ | 2. 過程 | 3. コア・ベネフィット |
| 4. 品質 | 5. 経験 | 6. 内容の特徴 |
| 7. 競争 | 8. 知覚 | |

第2問（4点）

マウチンホの観光マーケティングの定義に関する事項について、正しいものには1を、誤っているものには2を選んで解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

- ア. 観光組織とは旅行業だけでなく、地方自治体など観光にとまなうすべての組織のことを指す。
- イ. 観光商品とは特産品や土産品のことだけを指す。
- ウ. 観光客とは楽しみ目的が中心だが、ビジネス目的なども含まれる。
- エ. 地域的や国際的なレベルで観光客のニーズを確かめる必要がある。

第3問（4点）

SWOT分析に関する事項について、正しいものには1を、誤っているものには2を選んで解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

- ア. 脅威 × 強み = 自社の強みを使って、優位に進められる事業を考えることである。
- イ. 機会 × 強み = 自社の強みで脅威に打ち勝つ方法を考えることである。
- ウ. 強み × 弱み = この組み合わせを考える必要はない。
- エ. 弱み × 脅威 = 最悪の事態を回避する方法を考えることである。

第4問（4点）

次のリサーチに関して、表中の< >部分に下記の語群から最も適切なものを選んで、解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

項目	面接調査	電話調査	郵送調査	インターネット調査
データの量	多い	少ない	中	中
<ア>	<イ>	中	低い	中
<ウ>	<エ>	中	非常に低い	非常に低い

《語群》

- 1. 中
- 2. 高い
- 3. 低い
- 4. 非常に高い
- 5. コスト
- 6. 回答率
- 7. データの回収時間
- 8. 調査人数

2. 特産品戦略

第5問（4点）

次の事項のうち正しいものには1を、誤っているものには2を選んで解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

- ア. フィリップ・コトラーは、5つの商品コンセプトとして、コア・ベネフィット、基本製品、期待製品、膨張製品、サービスをあげている。
- イ. 商品コンセプトと成功率の関係では、顧客の問題解決型アプローチの成功率が最も高い。
- ウ. 商品コンセプトの開発では、リサーチとインサイト（洞察力）が必要である。
- エ. 特産品開発のポイントとして、独自性があること、地域密着型であることが望まれる。

第6問（4点）

次の文中の（ ）部分について、それぞれ最も適切なものを1つずつ選んで、解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

ブランドの機能には、信頼の印である（ア：1. 品質 2. 保証 3. ロイヤルティ）機能、識別のための（イ：1. PR 2. コミュニケーション 3. 差別化）機能、名前やマークを示す（ウ：1. 表示 2. 広告 3. 想起）機能などがある。また、出所表示機能や品質保証機能や（エ：1. 顧客満足 2. 情報伝達 3. 資産価値）機能があり、これらの機能を備えてはじめてブランドといえる。

3. 観光地戦略

第7問（4点）

次の文章は、観光地のマーケティング戦略を策定するとき、基本的に理解しておくべき戦略について述べている。文中の□部分に、下記の語群から最も適切なものを選んで解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

観光地も一般の製品・サービスと同様、成長、発展、衰退する過程を経るものと考えられる。つまり□ア戦略を応用することができる。観光地理学者のバトラー教授のモデルも同様のことを述べている。バトラー教授は観光地の発展は、一般的に入込観光者数の増加を1つの指標としているが、その入込観光者の増加にも□ア的傾向が見られると指摘している。

観光地と□ア戦略との関係で見れば、まず初段階の導入期では、需要は徐々に伸びる程度で、□イを始めとしたプロモーション費などを必要とし、利益はあがりにくい。次の成長期では需要は伸びていくが、競争も熾烈しれつになるのでこの成長段階で十分成長しきれないまま市場から撤退する場合もある。次の段階まで発展していくためには□ウ需要のみならず新規需要も極めて重要となる。成熟期段階になると□ウが中心となり、新規需要は多くは望めない。しかしながら何ら対策を実施しないと衰退するばかりであり、次なる成長を実現するためには、□エや新規資源の開発などを行っていかねばならない。

《語群》

- | | | |
|--------------|-------------|---------|
| 1. 資源のリニューアル | 2. 顧客選別 | 3. 価格対策 |
| 4. リピーター | 5. 不特定多数の顧客 | 6. マス広告 |
| 7. 成長戦略 | 8. PLC | |

第8問（4点）

次の文章は、国家戦略特区構想による「九州アジア観光アイランド総合特区」について述べている。文中の□部分に、下記の語群から最も適切なものを選んで解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

第2次安倍内閣のいわゆるアベノミクス第3の矢でもある国家戦略特区構想において、「九州アジア観光アイランド総合特区」が政府から指定を受けた。同特区は九州7県と福岡市、□アが共同申請していたものである。

「九州アジア観光アイランド総合特区」の構想として、まず「アジアからの観光客誘致の推進」を挙げている。具体的には需要の大きい観光、中国観光客への□イの充実、ピクトグラムを活用、多言語案内標識などの設置である。次に「□ウ九州の推進」を提唱している。具体的には港の整備やC I Qの円滑な実施などを挙げている。最後に「ニューツーリズムの需要拡大」を挙げている。具体的には温泉や史跡巡りを取り入れた□エの設定、医療・健康をテーマとした観光などを取り上げている。

《語群》

- | | |
|--------------|--------------|
| 1. 九州観光開発組織 | 2. シーアイランド |
| 3. ジョギングコース | 4. 通訳ガイド |
| 5. 観光バス | 6. 九州観光推進機構 |
| 7. ウォーキングコース | 8. クルーズアイランド |

4. イベント戦略

第9問（4点）

次の文章はイベントの定義およびイベントが重視される背景等を述べている。（ ）内の語句のうちそれぞれ最も適切なものを選んで、解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

経済産業省のイベントの定義を見ると、「何らかの目的を達成するための手段として行う（ア：1. 行・催事 2. 祝・祭時 3. 販促活動）」と定義している。そのイベントが重視される背景としては、モノ余りの時代に、多様なニーズを持つ人々を動かす場合、（イ：1. 全国展開可能な 2. 一方通行の 3. オールターゲットに訴求できる）マス媒体によるイメージ広告活動では効果が薄れてきていることが挙げられる。つまり従来型のマス広告中心のマーケティングでもある「トラディショナル・マーケティング」への反省が背景にある。

イベントの特徴は、まず（ウ：1. 話題のある体験 2. 季節毎の体験 3. 五感による体験）によって、より理解、共感が醸成できることである。忘れていけないメリットとしては、大型イベントになると複数の異なる企業がイベントへ参加することになり、（エ：1. 利潤増幅効果 2. 地域浸透効果 3. 経済波及効果）が期待できることである。

5. 国際観光マーケティング戦略

第10問（4点）

次の文章は、観光（＝ツーリズム）の基本と住民の対応などについて述べている。文中の□部分に、下記の語群から最も適切なものを選んで、解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

これからの観光（＝ツーリズム）の基本は、その土地や地域が、住む人々にとって楽しいところであり、豊かな□アを有するところとなることにより、訪れる人が増加するばかりか、長期滞在者や□イも増えるようになることである。すなわち、観光（＝ツーリズム）は「まちづくり」「地域づくり」さらには「□ウ」にもつながっていく産業なのである。

地域の魅力を発掘し、磨き、住民の協力によって美しく、楽しい場を作り上げる。こうした住民の日常的な不断の努力と活動があって、はじめて「訪れたい」「滞在したい」「□エ」と思わせる土地や地域が育つのである。

《語群》

- | | | |
|-----------|----------|-------------|
| 1. リピーター客 | 2. 移住希望者 | 3. 経済圏 |
| 4. 生活空間 | 5. 人づくり | 6. 歴史・文化づくり |
| 7. 応援したい | 8. 交流したい | |

第11問（4点）

次の文章は、国際マーケティングにおける「商品づくりコンセプト」の背景について述べている。文中の□部分に、下記の語群から最も適切なものを選んで、解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

商品づくりコンセプトは、消費者が主に興味をもっている「価格」と「」を想定している。それ故、関係者の仕事は、コストを可能な限り低く抑え、かつ競争力が保てるを行うことになるが、時として消費者の要望とニーズを忘れ、を優先する傾向になるので注意が必要である。例えば、1950年代から1970年代には、オーナーや経営者の意向によって特化された形式の宿泊施設やレストランが利用されることはあまりなかったが、今日の市場は「選択」のコンセプトにもとづくことが多く、商品づくりも多様なとなっており、選択が可能となっている。

《語群》

- | | | |
|------------|-------------|---------|
| 1. 宣伝体制づくり | 2. 独自のブランド名 | 3. 実益性 |
| 4. 可能性 | 5. 価格体系 | 6. 品質体系 |
| 7. 商品性 | 8. サービスづくり | |

第12問（4点）

次の事項は、(株)リクルート・ライフスタイルが、近年訪日客が増加傾向にあるASEAN3カ国（シンガポール、タイ、マレーシア）を対象に行った「訪日インバウンド・ニーズ調査」の結果から引用したものである。ア～エの事項について、それぞれ最も適切なものを選んで、解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

ア. 最も多い訪日のきっかけ：

1. 日本のライフスタイル
2. 日本のアニメや漫画
3. 日本の食事
4. 日本の製品・電子機器

イ. 九州・沖縄における、最も多い訪日旅行目的：

1. テーマパーク
2. 美味しいものを食べる
3. 温泉や露天風呂を楽しむ
4. 街歩き、都市散策

ウ. 九州・沖縄において最も満足したこと：

1. 世界遺産を見た
2. 花見や社寺、雪景色など季節の風景を見た
3. ローカルフードを食べた
4. 入浴ではない温泉体験をした（足湯や砂風呂等）

エ. 訪日後に最も役立つ情報機器：

1. ガイドブック
2. SNS（ツイッターやフェイスブックなど）
3. スマートフォン（自国からの持ち込み）
4. 日本の旅行会社サイト

6. 旅館・ホテル業の経営戦略

第13問（4点）

次のア～エの文中の（ ）部分について、それぞれ最も適切なものをひとつずつ選んで、解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

- ア. 「出来るだけ多くの人々が利用可能であるように、製品、建物、空間をデザインすること」と定義されているのは、（1. スペースデザイン 2. コンシューマーデザイン 3. マルティプルデザイン 4. ユニバーサルデザイン）である。
- イ. 不動産の売却価格が帳簿価格を上回った場合、この差額を（1. キャピタル・マージン 2. キャピタル・ロス 3. キャピタル・ゲイン 4. キャピタル・プロフィット）という。
- ウ. アメリカの経営コンサルタントであるP. ドラッカーは、マーケティングの最終目標は（1. 競争 2. 販売活動 3. 値引き 4. 顧客開発）を不要にすることであると説いた。
- エ. ハイアットホテルグループは博多など日本国内で積極的にチェーン展開しているが、2014（平成26）年6月、上位ブランドである（1. アッパーズ 2. アンダーズ 3. トップノッチ 4. グランドハイアット）を日本で初めて開業した。

第14問（4点）

次の事項のうち正しいものには1を、誤っているものには2を選んで解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

- ア. グローバル化が進む今日では、国際観光ホテル整備法が果たす役割はますます高まってきている。
- イ. 最近では、食事料金を含まない宿泊料金を公示する旅館も増えてきている。
- ウ. ホテルチェーンの魅力を高めるためには、そのチェーンに加盟しているホテルのデザインやサービスを徹底的に統一するべきである。
- エ. ホテルやレストラン、会議施設などにカジノを含めた統合型リゾート施設（IR）が我が国で認められた場合、シーガイアやハウステンボスなども誘致の希望を表明している。

7. 旅行業の経営戦略

第15問（4点）

次の旅行業法に関する記述について、正しいものには1を、誤っているものには2を選んで、解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

- ア. 旅行業の登録を受けたものは、営業保証金を供託しなければならず、所定の手続きにより供託をした旨を届け出なければ事業を開始することができない。供託金額は、第一種旅行業、第二種旅行業、第三種旅行業及び旅行業者代理業の4つの登録種類ごとに一定額で決められている。
- イ. ある宿泊業者から旅行業協会に対し、会員である旅行会社が取扱った旅行業務に関する苦情について解決の申し出があった。旅行業協会は、その相談に応じ、事情を調査するとともに、当該旅行会社に対し苦情の内容を通知してその迅速な処理を求めなければならない。
- ウ. 海外旅行の募集型企画旅行に参加した旅行者が、団体旅行中に搭乗していた航空機事故により不幸にも死亡した場合には、旅行業者の責任の有無に関わらず標準旅行業約款の別紙特別補償規程により補償金2,500万円が支払われる。
- エ. 九州一円に営業所を有する第一種旅行業者は、旅行業務の取引に関して、取引条件の明確性、旅行サービスの提供の確実性、その他の旅行者の利便の確保等のために必要な事項について管理及び監督するために、総合旅行業務取扱管理者を主たる営業所（本社）に一人以上配置しなければならない。

第16問（4点）

次の文章は九州の旅行業における旅客商品の概要に関する記述である。文中の□部分にそれぞれ最も適切なものを下記の語群から選んで解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

- ア. 九州発の国際航空路線は、主に韓国、中国方面に限られ、地元で仕立てる欧米・豪州等のパッケージツアーの多くは、関西、中部、成田・羽田、仁川などを經由せざるを得ない。それを補う意味で地方空港発の□アが有効に機能している。
- イ. 九州は高速道路網が発達しており、福岡を中心として□イを利用した日帰りまたは1～2泊の商品が大手およびバス会社系列の旅行業者等で展開されている。その多くは、春夏秋冬の季節感を取り込んだシリーズ商品で、比較的格安な代金で提供されている。
- ウ. 九州発の国内企画商品で特に好評なテーマパークは、主に航空機利用の東京ディズニーリゾート（TDL）と主に新幹線利用のユニバーサル・スタジオ・ジャパン（USJ）である。とりわけUSJは今年度新アトラクション「□ウ」の導入で販売拡大に期待がかかっている。
- エ. 旅行業は発地ビジネスである。九州には各県に空港があり、新幹線も本州から直通しているが、九州以外の各地から訪れる旅行客に地元の旅行業者はほとんど介在の余地がない。しかし、地元旅行業者にエリアを限定した□エを取り扱わせることで、地元と観光地の活性化に期待が寄せられている。

《語群》

- | | |
|------------------------------|--------------|
| 1. 夏の光の王国 | 2. 貸切観光バス |
| 3. ワンス・アポン・ア・タイム | 4. チャーターフライト |
| 5. リゾートトレイン | 6. 着地型企画旅行 |
| 7. 着地型手配旅行 | |
| 8. ウィザーディング・ワールド・オブ・ハリー・ポッター | |

8. 交通業の経営戦略

第17問（4点）

次の文章は、近年の交通業の動向についての記述である。それぞれ正しいものには1を、誤っているものには2を選んで解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

- ア. 大型クルーズ船は乗客数が多く、寄港地の地域経済に与える経済効果は多大なものがある。九州でも長崎、鹿児島、福岡、別府などに毎年多数の大型クルーズ船が寄港する。しかし、大型客船が停泊できない小都市や壱岐、対馬などの離島には寄港できないというハンディがあり実績がない。
- イ. 航空会社間のアライアンスは世界規模で展開しており、現在3つに集約されている。国際線を持つ日本の大手2社のうち、全日空はスターアライアンスに加盟し、日本航空は、提携するデルタ航空が盟主ともいえるスカイチームに加盟している。
- ウ. 交通業にとって、需要を喚起するための旅行商品づくりは重要な販売促進策であるが、旅行業法により旅行商品を造るためには旅行業者の登録をしなければならない。その方法は、交通業が旅行子会社を設立する方法と、自らが旅行業登録をする方法があるが、JR九州は、自らが旅行業登録する方法を採用している。
- エ. 福岡空港に路線を持つ格安航空会社（LCC）には、ピーチ・アビエーションやジェットスター・ジャパンなどがあり、路線も増えてきている。しかし国際線は、2014（平成26）年8月現在、わずかにティーウェイ航空など韓国のLCCの韓国路線があるのみである。

9. 飲食業の経営戦略

第18問（4点）

次の文中の□部分に、下記の語群から最も適切なものを選んで解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

飲食店の新規開業に際し、金融機関は融資金の□アを警戒して□イのない事業には当然のことながら融資は行わない。飲食店の新規開業の場合、一般的に□ウだけで開業することは困難である。新規開業を行うための□エの確保を計画的に行うことが重要である。

《語群》

- | | | | |
|--------|---------|---------|---------|
| 1. 透明性 | 2. 返済資金 | 3. 自己資金 | 4. 返済 |
| 5. 納得性 | 6. 貸倒れ | 7. 運転資金 | 8. 必要資金 |

10. 財務・経営分析

第19問（4点）

次の事項のうち正しいものには1を、誤っているものには2を選んで解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

- ア. 損益計算書は、一般的には企業の1年間の経営成績を表しており、収益から負債を差し引くことで利益または損失の額が明らかにされる。
- イ. 損益計算書における収益に属する代表的なものに、売上、受取利息、受取手数料などがある。
- ウ. キャッシュ・フロー計算書では、企業にキャッシュが流入または企業からキャッシュが流出する原因となる活動を、営業活動と財務活動の2つに区分している。
- エ. キャッシュ・フロー計算書は、貸借対照表と損益計算書を用いて作成される。

11. 人的資源管理とホスピタリティ

第20問（4点）

次の文章は、企業における従業員の能力開発に関する記述である。それぞれ正しいものには1を、誤っているものには2を選んで解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

- ア. 企業において従業員の能力水準を公平、公正に評価し、それを個々人に認識させたいと、個別面談などを行って次に目標とする事項を明らかにし、業務処理能力を向上させるための基本とする制度が人事考課である。その評価を昇給や賞与、昇進などの処遇に結びつけることで一層の効果が期待できる。
- イ. 企業においては、一人ひとりの従業員が、高い能力を発揮してもらうことが業績の向上に繋がる。入社早々の従業員の業務能力を向上させようとするときには、担当業務範囲の指示さえすれば、上司は目標を掲げて細かく管理するよりも、個々の自主性に任せておく方が自由な発想で仕事をすることで高い能力を引き出すことができる。
- ウ. 従業員が幅広い教養や知識を身につけることは、豊かな発想を促し企業活動を活発にする。仕事に直接・間接的な情報の収集や一般教養を深めるために自ら進んで業務外で自己啓発をすることが重要である。企業ではそのための支援策などを取っているところもある。これらの活動を一般にOJT（On the Job Training）という。
- エ. 人事考課制度の運用に際しては、一般に3つの視点から考課が行われる。能力考課は、その人の保有能力がどの程度であるかを見極める。成績考課は、その期間にどの程度の成績を上げたかを測る。情意効果は、どの程度のやる気をもって業務に取り組んだかを確認する。これらのうち期末の賞与評価の際には、下位職では成績、中位職では能力、上位職では能力に重点を置いて評価するのが一般的である。

第21問（4点）

次の文章は企業の人事管理に関する記述である。文中の（ ）部分について、それぞれ最も適切なものを選んで解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

- ア. 従業員の採用における筆記試験でよく利用される総合的な能力、適性を測る適性検査を（1. SPSS 2. OPAC 3. SPI 4. OSK）といい、職種別にいくつかのパターンがある。
- イ. 従業員に法定の労働時間（1日につき8時間、1週間につき40時間）を超えて労働させる場合には、労働基準法第（1. 20 2. 24 3. 30 4. 36）条にもとづき事業場ごとに書面による労使協定を締結し、労働基準監督署に届け出ることが必要である。
- ウ. 労働者が自由意思により企業等を退職する場合、基本的にいつでも願出することができ、企業がそれを承諾した時に雇用契約は終了となる。ただし、企業が退職願を受理してから特に意思表示をしなければ（1. 1週間 2. 2週間 3. 3週間 4. 4週間）経過すると解除が成立すると解釈されている。
- エ. 企業運営の都合で、従業員を他の企業に派遣して就業させる場合があるが、身分を自社に在籍のまま関連会社等で勤務させる形態を（1. 出向 2. 移籍 3. 派遣 4. 継続雇用）という。

第 22 問（4 点）

次の文章は一般的な「サービスの側面」もしくは「サービスの特徴」に関する記述である。ア～エのそれぞれの記述に該当するものを、下記の語群から選んで解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

- ア. サービスは主に人の活動であって、物理的な「形」を取ることができない。モノではないから、作り置きをして在庫にして流通させることもできない。その活動が終わって見ないと、サービスが何であったか、その価値が価格に対して高かったのか、安かったのか判断することもできない。
- イ. 「お客さまは神様です」など、接客態度に現れる前の「理念、精神、心の持ち方」を示したもので、それ自体の内容に価値はない。あったとしてもそれを顧客が確認することはできない。企業のトップがそれをメディア等で表明しても第一線のスタッフに浸透していなければ、掛け声倒れとなり却って顧客の信用を失墜することにもなる。
- ウ. モノ・商品の場合は、その生産過程に顧客が関心を持つことはほとんどない。サービス商品では、例えば温泉旅館に宿泊する場合に、客室から浴室へ移動して温泉につかり、指定された食事処で食事を楽しむなど、サービスの提供過程を経験する。それらは、サービスの提供者にとっては活動であり、顧客にとっては経験であり提供活動に協力していることとなる。
- エ. わが国では「サービス」という言葉が、しばしば無料、おまけという意味で解釈される。その多くは、サービスの提供者がコストをかけて顧客の獲得のために働きかける行為を指す。しかし英語の Service にはそのような意味はない。

《語群》

- | | |
|-------------|--------------|
| 1. 態度的サービス | 2. 精神的サービス |
| 3. 犠牲的サービス | 4. 機能的サービス |
| 5. 無形性 | 6. 生産と消費の同時性 |
| 7. 顧客との共同生産 | 8. 結果と過程の重要性 |

12. 観光関連知識

第23問（4点）

次の文章は、地域再生と地域活性化を進めるためのヒントについての記述である。文中の□部分に、下記の語群から最も適切なものを選んで解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

国際観光において、ある地域を訪れる動機は大きく分けて2つあるといわれている。1つ目は、自分の身边では見たり、体験したりすることができない□アである。2つ目は、自分が住む地域と他所との歴史的、文化的な「つながり」の確認である。特に、後者の場合は、「つながり」と密接な関係にある「□イ」が重要なテーマとなりうる。例えば、韓国と別府、中国と福岡、ドイツと京都などの相互関係であり、他の追従を許さない「ワン・アンド・オンリー」（唯一無二）の素材を発掘し、□ウを図ることである。その地域に限定されたものは、その地域にとっては貴重な資源であり財産であるので、その活用は□エの大きな起爆力となることが期待される。

《語群》

- | | | |
|-----------|------------|----------|
| 1. ゆかり | 2. 広報宣伝の強化 | 3. 人材育成 |
| 4. エキゾチズム | 5. 観光資源化 | 6. 地域活性化 |
| 7. 相互交流 | 8. 名所旧跡の訪問 | |

第 24 問（4 点）

（株）電通から、18 カ国・地域を対象に実施した「ジャパンプランド調査 2014」の結果が発表された。本調査で得られたデータのうち、特に興味深い「日本への好意度」「日本の物事への関心度」「日本食への関心・意向度」の切り口で整理された主な結果について、文中の□部分に、下記の語群から最も適切なものを選んで解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

- ア. 「日本のことが好きな国・地域」のトップ・スリーは、ベトナム、
□ア□、タイであった。
- イ. 「興味・関心のある日本の物事」のトップ・スリーは、日本食、日本
への旅行、□イ□であった。
- ウ. 「優れていると思われる日本の物事」のトップ・スリーは、AV家電、
□ウ□、ロボット工学であった。
- エ. 日本食で最もメジャーなものは□エ□であり、日本食の食材の中で意
向度が最も高かったのは「野菜」であった。

《語群》

- | | | |
|--------------|-----------|-----------|
| 1. 日本のファッション | 2. アニメ・漫画 | 3. シンガポール |
| 4. 日本の伝統工芸品 | 5. マレーシア | 6. スキヤキ |
| 7. 寿司 | 8. 日本の音楽 | |

第25問（4点）

JR九州が運行を開始した豪華寝台列車「ななつ星 in 九州」が、空前の評判のもとに快進撃を続けている。この列車は九州内を周遊し、欄間や間仕切りに木の工芸品「組子」を多用した豪華な内装の中で、自然、食、温泉、歴史などを乗客がゆったりと満喫できるコンセプトが特徴である。この列車サービスは、運行開始後から極めて評判が良く、高い料金にも拘わらず予約が集中しており、満員御礼の状況が続いている。

次の文章は、「ななつ星 in 九州」の戦略や運行が実現するまでの背景について述べたものである。正しいものには1を、誤っているものには2を選んで、解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

- ア. 「ななつ星 in 九州」の列車名は、九州の7つの県、九州の主な7つの観光素材（自然、食、温泉、歴史文化、パワースポット、人情、列車）および7両編成の客車から由来している。
- イ. 「ななつ星 in 九州」の事業としての採算性は厳しい。投資金額の30億円に対して、毎回満員（30人）で走っても、年間売り上げは約5億円であり、車両の製造費や運行経費が高いことから利益率は低く、その回収には20年程は必要であると考えられている。
- ウ. 「ななつ星 in 九州」の旅の特徴は、高額な料金ではあるがそれに見合うだけの行き届いたサービスと、またとない貴重な体験を特徴としており、裕福な鉄道マニアを中心に人気がある。そうした背景から、2014（平成26）年2月末に締め切った2014年8月～11月出発分の平均倍率は37倍に達した。
- エ. 「ななつ星 in 九州」の旅程は1泊2日、3泊4日および6泊7日の3コースであり、九州内のみを周遊する。

