

(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18回九州観光マスター検定試験 問題用紙

2級



(午後1時開始 制限時間 120分)

(平成26年3月2日)

福岡商工会議所
施行商工会議所

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. 受験地は、以下の地域から選択して、該当する受験地をご記入ください。

北九州	福岡	久留米	大牟田	佐賀
長崎	熊本	別府	宮崎	鹿児島

7. 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。
8. 受験番号は、8桁すべてをご記入の上、該当する番号をマークしてください。
9. 生年月日は、年号をマークし、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
10. 情報入手先は、該当するものすべてをマークしてください。
11. 業種は該当するもの1つをマークしてください。
12. 職種は該当するもの1つをマークしてください。
13. 受験動機は、該当するものすべてをマークしてください。

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. わが国の観光の変化と九州の取り組み

第1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。

1912（明治45）年に設立された「ジャパン・ツーリスト・ビューロー」は、現在のJTBの前身であり、当時の□ア□によって設立された。第二次世界大戦後、1948（昭和23）年に制定された「旅館業法」は現在、□イ□の所管、1949（昭和24）年に制定された「国際観光ホテル整備法」は現在、□ウ□の所管である。なお、インバウンドの動向把握に役立つ「出入国管理統計年報」は□エ□がとりまとめ、発表している。

《語群》

- | | | | |
|--------|----------|----------|--------|
| 1. 観光庁 | 2. 経済産業省 | 3. 厚生労働省 | 4. 外務省 |
| 5. 法務省 | 6. 運輸省 | 7. 鉄道省 | 8. 海軍省 |

第2問（4点）

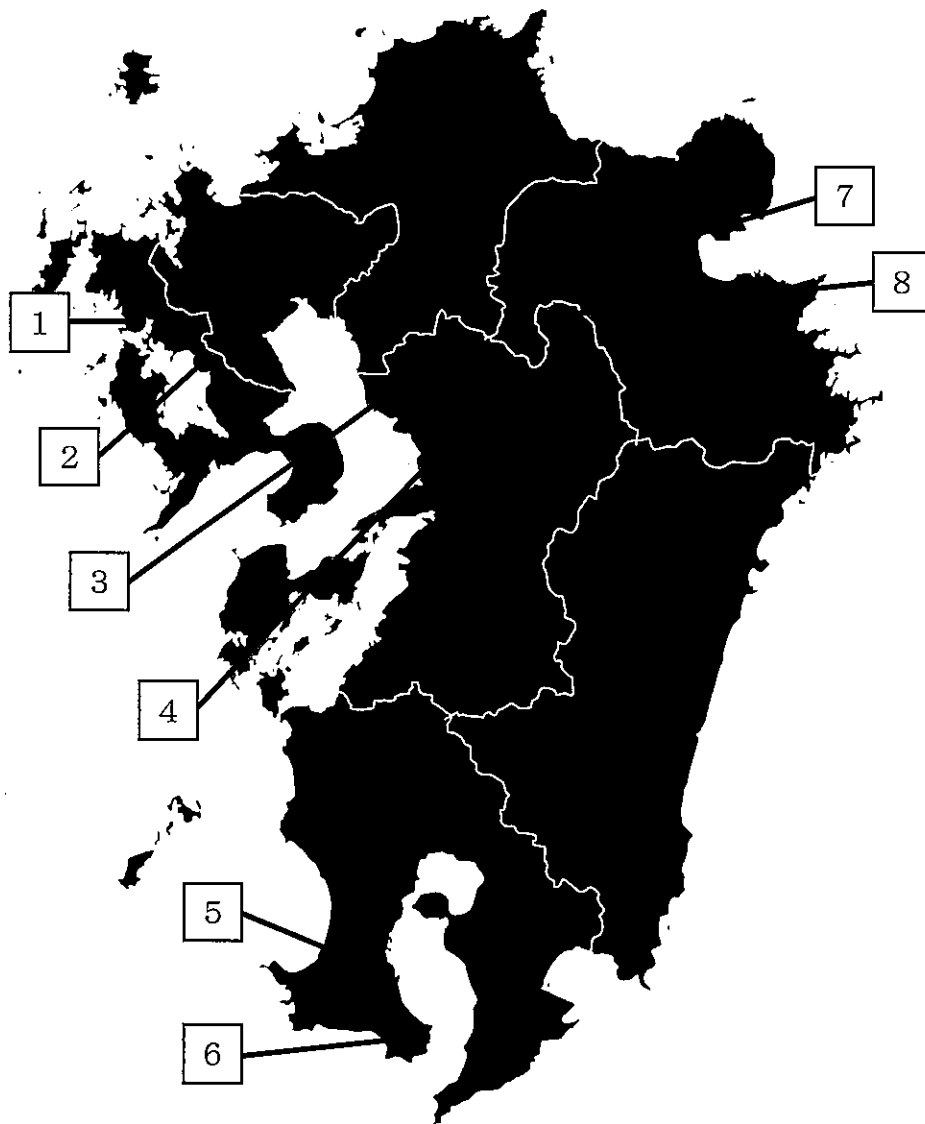
次のア～エの人気観光地の位置について、下図の番号から最も適切な場所を選んで、解答用紙の所定欄にその番号をマークしなさい。

ア. 平山温泉

イ. わいた温泉郷

ウ. ハウステンボス

エ. 指宿温泉



第3問（4点）

東九州自動車道は、北九州から宮崎まで工期の前倒しで行われており、2014年度中にも開通する可能性が見えてきた。東九州自動車道沿線の名物について、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。

北九州市小倉から南下して左手に広がる福岡県の周防灘沿岸では、「豊前海□ア」が名物である。山国川を渡り大分県に入ってすぐの中津市では、ハモや□イが名物である。中津市から宇佐市を経て、日出ジャンクションから別府市、大分市をさらに南下すると石仏で有名な臼杵市に着く。臼杵市は海産物では□ウが名物である。さらに南下して到着する佐伯市は寿司や□エが名物である。佐伯から蒲江を経て宮崎県に入り延岡市、日向市を経由して宮崎市に至る。

《語群》

- | | | |
|------------|-----------|-------|
| 1. ごまだしうどん | 2. からあげ | 3. ふぐ |
| 4. 一粒かき | 5. イカ | 6. タコ |
| 7. ワタリガニ | 8. あま辛カレー | |

第4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。

2013（平成25）年に訪日外国人入国者数が、3年遅れではあるが、目標の□ア万人を達成した。日本政府は、観光立国推進基本計画に定められている2016（平成28）年までに訪日外国人観光客を1,800万人、2020（平成32）年初めまでに2,500万人という目標を念頭に、受け入れ環境の整備などを進めている。九州においては、2016（平成28）年までにおよそ□イ万人を目標としている。入国外国人の国・地域別の割合には大きな変動はないが、九州においてはアジアが全体の□ウ割以上を占め、全国比率を上回っている。その中で最も多い国・地域は□エである。

《語群》

- | | | | |
|----------|----------|--------|--------|
| 1. 1,000 | 2. 1,200 | 3. 180 | 4. 220 |
| 5. 6 | 6. 9 | 7. 中国 | 8. 韓国 |

2. 観光資源の利活用と開発

第5問（4点）

九州内の次の県立自然公園とその所在する都道府県名の組合せとして、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. 野母半島（佐賀県）
- イ. 三角大矢野海辺（熊本県）
- ウ. 坊野間（鹿児島県）
- エ. 矢部川（福岡県）

第6問（4点）

次の事項は九州の地域別観光資源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. 博物館には、太宰府にある「九州国立博物館」のように国、北九州にある「いのちのたび博物館」のように地方自治体が設置・運営しているもののほか、大牟田にある「石橋美術館」のように特定企業の創業者の個人コレクションを展示・公開しているものもある。
- イ. 肥薩線の真幸駅付近では、急こう配を克服するため、わが国では珍しい「スイッチバック式鉄道」が見られる。
- ウ. ジオパークとは、地質学と地形学、景観などの貴重な地質・地形学的景観を保全している地域をさす。そのうち「世界ジオパーク」に指定されたものは、九州では島原半島のほか、阿蘇、天草御所浦がある。
- エ. 「重要伝統的建造物群保存地区」とは、市町村が「伝統的建造物群保存地区」として指定するもののうち、文部科学大臣が特に重要なものと認めたものが選定される。九州では、日田市豆田町が宿場町の種別で指定されている。

第7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。

- ア. 政府によりユネスコの世界遺産登録に推薦された「明治日本の産業革命遺産 九州・山口と関連地域」は、文字通り九州にその多くが存在しているが、主に九州西部に集中している。そのうち佐賀県には□アがある。
- イ. NHKの2014（平成26）年の大河ドラマの主人公・黒田官兵衛は、秀吉の九州平定後豊前国に6郡を与えられ、中津城を築き居城とした。その後関ヶ原の戦いの功勞から、家康に筑前国を与えられ、小早川隆景・秀秋が居城としていた三方を海に囲まれ防衛に秀でた□イ城に、居城を移した。その遺構のある現在の福岡市東区には、この城名を冠した城址公園がある。
- ウ. 九州に存在する国立公園のうち、最も遅く指定されたのは1955（昭和30）年に指定された西海国立公園であるが、それ以前に九州で国定公園として指定されたものは□ウ国定公園である。これは3県にまたがっており、九州の国定公園としては最も面積が広い。
- エ. 富士山が世界文化遺産に登録された。古くからの信仰の対象となり、多くの芸術作品を生んできたことが評価されたが、何といてもその美しい稜線が多くの人々を魅了するからである。日本では、この富士山と似た形状の山が各地に存在しており「郷土富士」と称されている。鹿児島県には「薩摩富士」と称されている□エがある。

《語群》

- | | | | |
|------------|------------|-------|-------|
| 1. 三重津海軍所跡 | 2. 三角西（旧）港 | 3. 玄海 | 4. 香椎 |
| 5. 耶馬日田英彦山 | 6. 開聞岳 | 7. 桜島 | 8. 名島 |

第8問（4点）

次の文章は地域の観光資源の開発と活用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. 食は欠かすことのできない観光資源である。九州には豊かな食材と食の文化があり、また各地でまちの活性化につなげようとする動きもあるので、全国的な食によるまちづくりイベント「B-1グランプリ」には多くの九州の食が出展されている。2013（平成25）年には豊川市（愛知県）で開催され、出展した九州のチームのうち最高位になったのは、「田川ホルモン」であった。
- イ. 近年になり、観光の主要目的は、従来型の「名所旧跡めぐり」や「慰安」から「体験型」、「教養型」、「保全型」へと変化してきた。それには農業（グリーン・ツーリズム）・漁業体験（ブルーツーリズム）、食（フードツーリズム）など様々な目的や形態がある。九州でも脚光を浴びている「ヘリテージ・ツーリズム」は、現在稼働していない過去の産業遺産を訪れる旅行スタイルである。
- ウ. グリーンツーリズムの全国的な成功モデルとして安心院（大分県）が挙げられる。このモデルは、農家での民泊が旅行業法の登録要件に抵触する、という課題を「会員制農村民泊」という方法で解決したもので「安心院方式」と呼ばれている。
- エ. 新たな視点で見れば、観光資源は無限に広がる可能性があり、九州でも産業遺産のほか、対馬や有明の漁業、大分や阿蘇の農業など枚挙にいとまがない。なかでも2013（平成25）年、大分・国東半島宇佐地域と熊本阿蘇地域が「世界農業遺産」に登録されたのはこの証である。

第9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。

- ア. 2013（平成25）年旅行業法が改定され「地域限定旅行業者」制度が開設された。これは従来の第3種旅行業と同様に、営業所の存在する市町村と隣接する市町村のエリアのみ旅行を実施できる業者であるが、第3種より低い資産で登録できるようにしたものである。その狙いは□ア□を推進することである。
- イ. 観光による地域振興は、地域住民が主体となることはいうまでもない。しかし地域住民では、その情報発信力や企画力が不足しており、なによりも旅行を商品化するには旅行業の登録をしなければならず、大分県の□イ□や、和歌山県の田辺市熊野ツーリズムビューローのように旅行業登録をする地域団体、組織が出現してきている。
- ウ. 旅行業者が果たす社会的な役割として、社会共通の課題に対しその理解や解決が期待されるテーマを取りあげ、旅という形の中で参加者に体験したり考えてもらったりする機会を提供するということが考えられる。東日本大震災後にボランティアツアーを首都圏で募集・実施したり、都会の学校向けに農山村での生活体験ツアーを組んだりするのも、そういった取り組みのひとつである。このような□ウ□の展開が社会や地域から旅行業者に求められている。
- エ. 長崎県小値賀町の「おぢかアイランドツーリズム協会」や大分県宇佐市の「安心院町グリーンツーリズム研究会」などは、体験型ニューツーリズムの問い合わせや受け入れを容易にするため□エ□サービスを実現している。これにより、全国の学校、旅行会社、個人の民泊、体験などのニーズなどが、地域のサービス提供者に簡単に伝えられ、応じられるようになっている。

《語群》

- | | | |
|------------|-----------|--------------|
| 1. 日田市観光協会 | 2. 購買代理 | 3. 企画提案型旅行 |
| 4. 受注型企画旅行 | 5. ワンストップ | 6. 由布院温泉旅館組合 |
| 7. 販売力 | 8. 着地型観光 | |

3. ビジネス・マネジメントの視点と基本

第10問（4点）

次の文章は、ビジネス・マネジメントについての記述である。（ ）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。

マネジメントとは、企業を取り巻く（ア：1. 経営者 2. 株主 3. 利害関係者）の利益の最大化を目指して経営資源を最も効果的に管理することである。経営資源とは、ヒト・モノ・カネ・情報・技術・（イ：1. ブランド 2. 人材 3. 知識）などがある。さらにマネジメントの重要な要素の1つにドメインの管理がある。ドメインとは（ウ：1. 企業哲学 2. 事業領域 3. コアスキル）のことである。ドメインを設定する際に重要な視点を、レビットは「企業の成長が停滞するのは、市場が飽和したからではなくドメインの定義に失敗したからである」と述べている。例えばアメリカの映画企業は映画産業と考え、（エ：1. 情報産業 2. 娯楽産業 3. 芸術産業）と規定できなかったことに不振の原因があったと指摘している。

第11問（4点）

次の文章は経営組織のある形態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。

大企業に多くみられる形態は、□アである。この組織形態が発展すると□イを行うことになる。この□イは、会社のなかの特定事業部門に予算、投資、人事などの権限を与え、原則として部門毎に独立採算制を採用するものである。この組織のメリットとして経営判断を迅速化する効果がある。

また1960年代から1970年代にかけて注目された組織として□ウという考え方が登場する。これは、急激な多様化の結果、事業部の急増により全社戦略の遂行が困難になり業績が悪化するという課題を解決するために、□エが提案したものである。

《語群》

- | | | |
|-----------------------|----------|-----------|
| 1. コーポレート制 | 2. SBU | |
| 3. ボストン・コンサルティング・グループ | | 4. 事業部制組織 |
| 5. マッキンゼー社 | 6. 官僚制組織 | 7. SUB |
| 8. カンパニー制 | | |

4. 観光マーケティングの考え方と展開

第12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. ES（従業員満足）の実現には、労働条件や福利厚生が他社並に整っているうえに、上司が部下の中で少数のエリートに対し、その更なる能力の向上を図り、個人別にやや高めの目標を与え、それを達成した場合に褒め称えて達成感を味わうようにすることである。
- イ. CS（顧客満足）向上策としてはコア・サービスは最低許容水準をしっかりと守りながら、サブ・サービス（特に支援サービス）の内容と質は、属性のいずれかに的を絞り、他社に大きく差をつけることが必要である。
- ウ. 観光マーケティングを展開する事業主体は民間企業だけではない。非営利組織もその主体者になる。農山漁村地域においては、それらが第三セクターの株式会社や農協、生協、森林組合等によって経営される場合も多い。
- エ. マーケティングの概念に見合った価格設定方式としては、コスト・マイナス方式が適している。

第13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。

観光とは、「人が□ア□を離れて再びそこへ戻る予定で、他国や他地域の文物、制度等を視察し、あるいは風光などを□イ□する目的で旅行すること」である。それは少なくとも健康の増進、□ウ□、教養の向上などの効果を有するものである。なお、観光事業とは観光主体（一般大衆）と観光客体（観光対象）を結びつける媒体活動を□エ□で事業化したものである。

《語群》

- | | | |
|------------|--------------|----------|
| 1. 勤労意欲の増進 | 2. 営利目的 | 3. 非営利目的 |
| 4. 観賞・遊覧 | 5. 日常の生活圏 | 6. 研究・調査 |
| 7. 職場 | 8. 自己実現欲求の充足 | |

5. 特産品戦略

第14問（4点）

経営の多角化について、アンゾフは製品と市場のマトリックスを提示した。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。

アンゾフの製品と市場のマトリックス

	既存製品	新製品
既存市場	ア	イ
新市場	ウ	エ

《語群》

- | | | |
|-----------|--------------|-----------|
| 1. 低価格戦略 | 2. 高価格戦略 | 3. 市場拡大戦略 |
| 4. 市場浸透戦略 | 5. 新製品開発戦略 | 6. 多角化戦略 |
| 7. 地域密着戦略 | 8. マーケティング戦略 | |

第15問（4点）

ブランドに関する記述について、それぞれ適切でない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．ブランドの機能には、（1. 想起機能 2. 差別化機能 3. 資産機能）があるといわれている。

イ．ブランドの効果として、（1. 価格プレミアム効果 2. 品質向上
3. プロモーションの容易化）があげられる。

ウ．ブランドに関する関連概念に、（1. ブランド・リッチ 2. ブランド・エクイティ 3. ブランド・ロイヤルティ）という概念がある。

エ．ブランドの本質とは、消費者にとっての（1. 信頼 2. 表示
3. 安心）である。

第16問（4点）

次の文章は、特産品の普及に欠かせないイノベーターの考察として、社会心理学者のヤンケロビッチによる意識のピラミッド、価値観のヒエラルキーに焼酎の事例を当てはめた場合の記述である。□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。

地域ブランド形成プロセスにおけるイノベーターの存在について、価値観のヒエラルキーでみると、

「①ソース＝□ア、②バリュー＝□イ、③クライテリア＝□ウ、④テイスト＝□エ、⑤マニフェステーション＝焼酎を購入するという行動」となる。

《語群》

1. 地元優先
2. その地域で生活するという価値観
3. 人がもって生まれた先天的資質
4. 焼酎が好きか否か

第17問（4点）

特産品開発について、() 内にある語句のうちそれぞれ適切でない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. 特産品のコンセプトは、(1. 地域資源である 2. 流行ものである
3. 独自性がある) ことが大切である。

イ. 特産品のアイデアの収集には、(1. 広く公募 2. 特定個人の意見
3. ブレーン・ストーミング) が必要である。

ウ. アイデアの審査事項としては、(1. 在庫処分性 2. 収益性
3. 生産可能性) などの項目が重要である。

エ. 市場導入への販売準備として、(1. ネーミング 2. パッケージ
3. 材料) なども考慮されることになる。

6. 観光地活性化におけるブランド化戦略

第18問（4点）

次の文章はブランドの価値構造に関する記述である。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。

ブランドの価値構造は、□ア→機能価値（品質、利便性など）→情緒価値→□イという価値連鎖を示す。さらに□アと機能価値を□ウ、情緒価値と□イを□エとして位置付けている。現代のブランドは、どの企業も技術力が向上し、機能価値レベルでは差別化が難しい。そこで、その商品の持つイメージや感性などが重要となる。さらには、社会・生活価値としての絆を構築していく必要がある。つまり現代のブランド化戦略は、□ウよりは、□エに軸を置いた差別化が鍵を握るといえる。

《語群》

- | | |
|-----------------|-----------------|
| 1. 技術・品質・価格 | 2. ブランド・パーソナリティ |
| 3. 合理的価値 | 4. 社会・生活価値 |
| 5. 事実・属性(特徴) | 6. ブランド・センテンス |
| 7. ブランド・エモーショナル | 8. ブランド・エッセンス |

第19問（4点）

地域ブランド開発におけるマーケティング戦略を立案する場合、競争市場戦略などにも注目する必要がある。では自社がニッチャー的地位にあると想定した場合、どのような戦略を取るべきかをまとめた表の□部分について、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。

戦略課題は	基本戦略方針は	戦略ドメインは	戦略定石は
□ア	□イ	□ウ	□エ

《語群》

- | | | |
|--------------------|-----------|----------|
| 1. リーダーとの差別化 | 2. 市場シェア | 3. 集中化 |
| 4. 対象市場層の絞り込み | 5. 全方位型戦略 | 6. 利潤や名声 |
| 7. 特定市場内でのミニリーダー戦略 | | 8. 経営理念 |

第 20 問（4 点）

黒川温泉郷の開発事例について、次のア～エ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. 黒川温泉の開湯は比較的新しく、明治になってからである。一般向けの宿泊を始めたのは 1961（昭和 36）年であるので、わずかな期間に全国区の温泉として成長したのは珍しいとされる。
- イ. 黒川温泉は立地が山間部であることが評判となった温泉地で、旅館数が 50 軒程度と規模的には大型で、全国から多くの観光客が訪れる温泉地である。
- ウ. 黒川温泉観光旅館協同組合の調べ（平成 20 年までの資料）によると、黒川温泉郷への入り込み客数は横ばい状態だが、宿泊客数と入湯手形販売数は確実に伸びており、前年比を割ったことがない。
- エ. 黒川温泉の成功は、癒し空間演出のカリスマとして観光庁より認定されている後藤哲也氏の指導力によるところが大きい。彼は露天風呂の整備を黒川温泉全体に呼びかけるなど、入湯手形とともに黒川温泉の大きな特徴となっている。

7. 観光産業におけるプロモーション戦略

第21問（4点）

次の事項の（ ）部分にある語句のうち、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。

多くの観光関連企業はイベント告知等にマスメディアを使用している。マスメディアとはテレビ・ラジオ・新聞・雑誌の4媒体のことを指し、最も広告売上構成比においてシェアが高いものは（ア：1. テレビ 2. ラジオ 3. 新聞）である。

近年では、（イ：1. 屋外広告 2. インターネット広告 3. ダイレクトメール）が広告売上構成比を大きく伸ばし、（ア）に続くシェアを占めている。また、ターゲティング機能が秀でていることから、観光産業においても利用が拡大してきている。

全国紙、ブロック紙、地方紙と分類される（ウ：1. 雑誌 2. 新聞 3. フリーペーパー）は、ステータスメディアといわれ、社会的信頼性の高い媒体である。旅行会社のツアー紹介広告がよく見受けられる。

テレビ放送局各局では、見逃した番組や過去の放送ライブラリーをインターネット経由で視聴できる（エ：1. オンデマンドサービス 2. データ放送サービス 3. ラジコサービス）導入が始まっており、有料配信分については新たな収益事業として期待されている。

第 22 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。

- ・ 2008 (平成 20) 年 11 月に久留米、2012 (平成 24) 年 10 月に□アで行われたご当地グルメの祭典である B-1 グランプリは、2014 (平成 26) 年は福島県郡山市で開催される。
- ・ 長崎在住の華僑の人々が、中国の旧正月を祝うための行事として始めた□イは、冬の長崎を代表する観光イベントである。
- ・ J R 九州の□ウは多種揃っており、「A 列車で行こう」「あそぼーい!」「S L 人吉」「ゆふいんの森」など、個性あふれるラインナップが観光客の関心を喚起している。
- ・ 城マニアに必見の観光地□エは、加藤清正が築いた九州随一の名城であり、「武者返し」「扇の勾配」と呼ばれる石垣の曲線の美しさが魅力である。

《語群》

- | | | |
|------------|------------------|---------|
| 1. ラッピング電車 | 2. 長崎くんち | 3. 観光列車 |
| 4. 鹿児島 | 5. 長崎ランタンフェスティバル | 6. 福岡城 |
| 7. 北九州 | 8. 熊本城 | |

第23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。

- ・ □ア□とは、インターネットで「九州、観光施設」等、九州観光への関心層の検索結果画面に、自社のホームページをできるだけ上位に表示させて発見してもらうための手法である。日本語では「検索エンジン最適化」と表記される。
- ・ □イ□とは、自社の会員登録者に向けて、定期的なメッセージ配信とタイムリーなメッセージ配信（イベント情報や割引情報等）を行うコミュニケーションツールである。
- ・ □ウ□とは、フェイスブックやツイッターなどのインターネットコミュニケーションツールの総称であり、消費者自身が情報発信源となり、情報が拡散していく仕組みを持っている。各種観光施設で、現在積極的に活用されている。
- ・ □エ□とは、日本を含む全世界で最も利用者の多い動画サイトで、動画で情報を伝えたい場合、最初に取り組むべきプラットフォームである。

《語群》

- | | | |
|--------------------|------------|-------------|
| 1. Youtube（ユーチューブ） | 2. 検索サイト | 3. SNS |
| 4. キャンペーンページ | 5. SEO | 6. DSPバナー広告 |
| 7. ピンタレスト | 8. メールマガジン | |

8. 観光振興のために必要な知識

第24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。

地域における産業経済の活性化の手法は、地域の特性によって異なる。都市地域の場合は工業や商業・サービス業が相対的に充実し、農山漁村地域の場合は低迷してはいるが、□ア□およびそれをベースとする特産品づくりの基盤が備わっており、その振興を目指して事業者も自治体も努力している。しかしながら両地域とも、地域内の観光産業の活性化を図ることにより、あるいは新たに観光産業を付加することにより、外部からの□イ□が増加するとどうなるであろう。観光産業における適切な□ウ□を展開すれば、当該観光産業だけでなく、既存の産業の振興ももたらされるのである。すなわち観光産業と他の産業との間に□エ□が発生し、地域の産業経済の活性化と地域振興に大きく貢献することになる。

《語群》

- | | | |
|----------|--------------|---------|
| 1. 入込客 | 2. 相乗効果 | 3. 販売促進 |
| 4. 農林漁業 | 5. パブリシティ効果 | 6. 輸入品 |
| 7. 第2次産業 | 8. マーケティング戦略 | |

第 25 問 (4 点)

次の文中の () 部分にある語句のうち、いずれか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. 一般的に「社会的関係」の場合、パーソナル・スペースとは物理的な距離で、(1. 45 ~ 120 cm 2. 120 ~ 360 cm 3. 360 cm以上) をいう。
- イ. 目の不自由な人を案内するとき、階段やエレベーターでは (1. 昇るか降りるか 2. 前か後か 3. 右か左か) をはっきりと説明することが大切である。
- ウ. 外国のお客様に対しては、相手を理解しようという (1. インターナル 2. マルチナショナル 3. グローバル) な視野に立って積極的なコミュニケーションをとる。
- エ. 国によって様々な敬称がある。例えば英国人には (1. セニョール 2. サー 3. ムッシュー) を用いる。