

2023年 AIBA 認定貿易アドバイザー試験サンプル問題（国際マーケティング）

第1問 経営戦略に関する以下の問1～問3について、それぞれの指示に従って解答の番号を解答用紙に記入しなさい。

問1 企業を取り巻く経営環境の分析フレームワークに関する記述として、適切でないものを下記から一つ選びなさい。

- 1 PEST分析は、外部環境を4つの要因に分類し、自社に与える影響を分析する代表的なマクロ環境分析である。
- 2 SWOT分析は、内部環境として「強み」と「弱み」、外部環境として「機会」と「脅威」を分析するものである。
- 3 3C分析は、顧客・市場、自社、競合について分析するものだが、これに流通を加えたものは4C分析と呼ばれている。
- 4 7S分析は、「マッキンゼーの7S」とも呼ばれるが、3つの内部環境要因と4つの外部環境要因を分析するものである。

問2 アンゾフの成長ベクトルに関する記述として、最も適切なものを下記から一つ選びなさい。

- 1 アンゾフの成長ベクトルとは、経営戦略の展開について、「製品」と「市場」という2つの要素を軸に4つに分類するものである。
- 2 新製品開発戦略とは、既存顧客に新たな製品を投入する戦略で、既存顧客からの支持が低下している状況であれば、経営上のリスクを回避することができる。
- 3 アンゾフによれば、多角化戦略は新たな製品・市場分野に進出することであり、リスクの分散が図れるので、企業にとっては市場浸透戦略よりもリスクの少ない戦略といえる。
- 4 市場浸透戦略とは既存顧客に既存製品を投入する戦略で、広告宣伝や価格等のマーケティング経費をかけずに、市場シェアの拡大を目指すものである。

問3 M.E.ポーターの競争戦略に関する記述として、適切でないものを下記から一つ選びなさい。

- 1 「競争優位のための3つの基本戦略」とは、参入障壁、移動障壁、デファクトスタンダードなどの確立により競争を回避することを目的として、差別化戦略、コスト・リーダーシップ戦略、集中戦略の3つを基本戦略としている。

- 2 参入障壁の具体例としては、「規模の経済性」、「製品差別化」、「巨額の投資」、「流通チャネル」、「独占的な技術」、「経験曲線」、「政府の法規制」があげられる。
- 3 コスト・リーダーシップ戦略とは、競合企業より低いコストで生産することにより、他社より低価格を打ち出すことで競合企業に対する優位性を築く戦略である。
- 4 5フォース分析とは、特定の事業分野のマイクロ環境を分析するもので、競争要因を決定する5つの要因として、「既存企業同士の競争」、「売り手の交渉力」、「買い手の交渉力」、「新規参入者の脅威」、「代替品の脅威」をあげている。

第2問 戦略的マーケティングに関する以下の問1～問3について、それぞれの指示に従って解答の番号を解答用紙に記入しなさい。

問1 マーケティング・プロセスの順番として、適切なものを下記から一つ選びなさい。

- 1 リサーチ → セグメンテーション → ターゲティング → マーケティング・ミックス → ポジショニング → マーケティング戦略の実行
- 2 リサーチ → セグメンテーション → ターゲティング → ポジショニング → マーケティング戦略の実行 → マーケティング・ミックス
- 3 リサーチ → セグメンテーション → ターゲティング → ポジショニング → マーケティング・ミックス → マーケティング戦略の実行
- 4 リサーチ → セグメンテーション → ポジショニング → ターゲティング → マーケティング戦略の実行 → マーケティング・ミックス

問2 消費者購買行動に関する記述として、適切でないものを下記から一つ選びなさい。

- 1 消費者が製品の購買後に感じる否定的な感情のことを認知的不協和という。その場合に消費者がとる行動は、製品を返品したり、他の人に売ったり、また製品を購入したことが間違いではなかったことを確認するために情報を集めたりすることなどがある。
- 2 購買対象である製品が日用品である場合には、その製品を購入するか否かにおいて準拠集団からの影響を受け、公的な製品である場合には、どのブランドを購入するか否かにおいて準拠集団の影響を受ける。
- 3 関与が高い製品やサービスの場合は、購入に際して失敗したくないという思いが生じるため、口コミ情報を探索するなど、情報収集を積極的に行うことになる。
- 4 アメリカの消費者行動研究者の H.アサエルは、製品のタイプによって消費者の購買行動に違いがあるとして、消費者の製品へのこだわり度合いである「関与水準」と消費者がブランドの違いを認知しているかどうかという「ブランド間の知覚差

異」の2つを軸として、それぞれ大小によって4つのカテゴリーに分類した。

問3 流通チャネル政策に関する記述として、最も適切なものを下記から一つ選びなさい。

- 1 購買頻度が高く、低価格である最寄品の流通チャネルは、広くて短いものになる。
- 2 フランチャイズチェーンは契約によってチャネルを構築するものであり、フランチャイザーとして加盟する側は、本部側であるフランチャイジーが有する商標は事業ノウハウを活用することができる。
- 3 延期の考え方によれば、顧客ニーズへの対応力は高まり、生産効率は高くなる。
- 4 サプライチェーンマネジメント（SCM）は、原材料の調達から最終消費者への販売に至るプロセスを総合的にマネジメントすることで、付加価値を向上させていくもので、過剰在庫や機会損失を減少することができる。

第3問 グローバル・マーケティングに関する以下の問1～問2について、それぞれの指示に従って解答の番号を解答用紙に記入しなさい。

問1 世界経済のグローバル化の進展に伴い、新興国市場の重要性が増してきており、特に経済成長が著しく、急激に市場が拡大している市場は「クリティカルマス市場」と呼ばれている。この「クリティカルマス」という言葉は、新製品の普及率の流れを示したE.M.ロジャースのイノベーター理論で商品が急激に普及するようになる分岐点として説明されるが、それは市場普及率が何パーセントに達した点か、適切なものを下記から一つ選びなさい。

- 1 13.5%
- 2 16%
- 3 24%
- 4 34%

問2 M.E.ポーターは、国の競争力をクラスター（産業集積）の概念に基づいて説明したが、それはどれか、適切なものを下記から一つ選びなさい。

- 1 COO 効果
- 2 EPRG プロファイル
- 3 グローバルブランド戦略
- 4 ダイヤモンド・モデル

第4問 世界貿易体制と枠組みに関する以下の問1～問2について、それぞれの指示に従って解答の番号を解答用紙に記入しなさい。

問1 2023年5月19日から21日にかけて広島にて開催されたG7サミットにおけるセッション5「経済的強靱性・経済安全保障」において、G7首脳は、G7が結束して対応していくことを確認した事項の内、最も適切なものを一つ選びなさい。

- 1 国境のないデジタル経済については、G7の価値観を反映したガバナンスを創出すること。
- 2 非市場的政策・慣行や経済的威圧への対応を強化すること。経済的威圧についてG7が連携して対応していくための新たな仕組みを立ち上げる。
- 3 最先端の機微な技術が国際の平和と安全に悪影響を及ぼす事態を回避するため、適切に管理するための国際的な新たな枠組みを創設すること。
- 4 グローバル・サウスは多様な国が存在するため、各国が直面する様々なニーズに応じてきめ細やかに対応することが必要である。

問2 令和3年度電子商取引に関する市場調査報告書（令和4年8月経済産業省 商務情報政策局 情報経済課）における「越境 EC の事業モデル(概要)」の記載の内、適切でない説明はいくつあるか、一つ選びなさい。

事業モデル	概要
(1) 国内自社サイト	日本国内に越境 EC の自社サイトを構える事業モデル。元々日本語で提供している自社 EC サイトを多言語化することで、越境 EC に対応するケース。配送は国際配送サービス等による直送。転送サービスの活用もあり。
(2) 国内 EC モール等出店（出品）	日本国内で越境 EC に対応したモール等へ出店（出品）する事業モデル。国内消費者を対象とした出店（出品）の延長線として海外の消費者に向けて販売。配送は国際配送サービス等による直送。転送サービスの活用もあり。
(3) 相手国 EC モール等出店（出品）	相手国の EC モールや EC サイトに出店（出品）する事業モデル。出店（出品）に際しては、EC モール、EC サイト運営事業との交渉が発生するため、専用の代行会社によるサポートを得るケースが多い。
(4) 保税区分活用型出店（出品）	保税区分に指定された域内の倉庫に予め商品を輸送しておき、受注後保税倉庫から配送する事業モデル。中国向け越境 EC でよく活用されている。相手国からの発送であるため連絡に時間がかかり、直送と比較し配送期間が長くなる傾向にある。
(5) 一般貿易型 EC 販売	一般貿易同様に、国内の輸出者と相手国の側輸入者との間で貿易手続きを行い、日本国内の EC モールや EC サイトで商品を販売する事業モデル。一般的な BtoB 型貿易において販売チャネルとして EC を活用するスタイル。
(6) 相手国自社サイト	相手国側で自社サイトを構築する事業モデル。既に相手国において自社商品が浸透し、かつ EC サイトの運営を自社でコントロールできる体制を整えていれば取組みやすい。

- 1 1つ
- 2 2つ
- 3 3つ
- 4 4つ

第5問 我が国および世界貿易動向に関する以下の問1～問5について、それぞれの指示に従って解答の番号を解答用紙に記入しなさい。

問1 「令和4年度ものづくり基盤技術の振興施策」(2023年版ものづくり白書)における我が国製造業の生産拠点の移転動向についての記述の内、最も適切なものを一つ選びなさい。

- 1 我が国製造事業者の、直近における生産拠点の移転に関する調査の結果をみると、直近1年間で、生産拠点の移転(国内回帰、海外移転)を行った企業の中では、中国からの国内回帰が多かった。また、我が国とASEAN諸国との間でも、国内回帰数が新規移転数を上回った。
- 2 直近1年間の移転の理由をみると、国内回帰の要因については、為替変動への対応策として、国内生産拠点の強化を図る製造事業者が多かった。
- 3 今後の国内生産拠点と海外拠点の役割の棲み分けについては、大企業、中小企業ともに、国内生産拠点を、海外へ移管した工場のバックアップと考える企業の割合が最も大きい。
- 4 国内生産拠点を維持・拡大する場合に、政府に改善を期待する環境要因については、「工場労働者の確保」又は「高度技術者、熟練技能者の確保」を挙げている製造事業者の割合が約6割であり、人手不足が課題となっている。

問2 日本貿易会が取りまとめた「日本貿易の現状 日本貿易の現状 Foreign Trade 2023」における、2022年の我が国の外国為替レートの変化と貿易指数の動きに関する記述について、最も適切でないものを一つ選びなさい。

- 1 2022年の円の対ドルレートは年平均で141円(前年比+20%)となり、年ベースでは2年連続の円安となった。後半はFRB(連邦準備制度理事会)が米国内のインフレに対応する利上げを実施し、ドル高が加速したことで急激な円安となった。
- 2 2022年の輸出価格指数の伸び率は、国際的な資源価格の上昇や円安の効果によって、前年比+20.5%となり、3年連続でプラスとなった。
- 3 2022年の輸入価格指数の伸び率は、資源価格の上昇や円安の効果によって、前年比+39.7%となり、2年連続でプラスとなった。
- 4 2022年の輸出金額、輸入金額とも、価格が大幅なプラスだったことにより、ともに2年連続で増加した。

問3 令和5年版通商白書における、ロシア及びウクライナに進出している我が国企業

の状況に関する下記の記述のうち、最も適切でないものを一つ選びなさい。

- 1 外務省が行っている調査によれば、我が国の企業は、ロシアとウクライナにはそれぞれ416と36の拠点を有している。
- 2 外務省が行っている調査によれば、ロシアにおける日本企業の拠点として、製造業が32.0%、卸売業・小売業が25.2%、運輸業・郵便業が8.9%である。
- 3 外務省が行っている調査によれば、ウクライナにおける日本企業の拠点として、製造業が50.0%、卸売業・小売業が22.2%、医療、福祉が8.3%である。
- 4 JETROがロシアによるウクライナ侵略開始以降に行った調査では、ロシアにおける事業（操業）を全面的または一部停止させている我が国の企業の割合がこの1年で増加し、全体の6割に達している。

問4 国際税務に関する下記の記述のうち、最も適切なものを一つ選びなさい。

- 1 課税の一般原則
日本の税法では、内国法人は日本国内及び海外支店の所得とは別に課税される。
- 2 外国税額控除
親会社と外国の子会社間で取引される価格を操作することによる利益の国外移転を防止するため、親子間取引価格を独立企業間価格で行われたとみなして課税する制度。
- 3 移転価格税制
内国法人は日本国内及び海外支店の所得合計で課税される。一方、海外支店の所得について、外国の法令で所得税の課税対象とされる場合、日本と外国の双方で2重の所得税が課される。これを調整するため、一定額を所得税額から差し引くことができる制度。
- 4 過小資本税制
海外親会社からの出資の代わりに貸付を多くすることによる租税回避を防ぐため、海外親会社の資本持分の一定倍率を超える負債に対して支払い利子の損金算入を認めない制度。

問5 ジェトロ世界貿易投資報告 2023年版における下記の説明のうち、最も適切でないものを一つ選びなさい。

- 1 2022年の日本の中国向け輸出は前年比11.3%減の1,456億ドルであった。2011年（1,615億ドル）に次ぐ高い水準であったが、過去最高額を更新した前年（1,641億ドル）には届かなかった。

- 2 2021年に日本の輸出をけん引した半導体製造機器が中国向け17.5%減少、中国向けの輸出減少額の約1割相当分を担った。
- 3 2022年の日本の中国からの輸入は、2.0%増の1,899億ドルと2年連続で増加した。
- 4 2022年の日本の中国からの輸入増に最も貢献したのは食品であった。

<解答>

第1問	問1	4
	問2	1
	問3	3
第2問	問1	3
	問2	2
	問3	4
第3問	問1	2
	問2	4
第4問	問1	2
	問2	2
第5問	問1	4
	問2	1
	問3	3
	問4	4
	問5	4