

D2Cエキスパート検定

3 級

確認問題



一般社団法人

D2Cエキスパート協会
D2C EXPERT ASSOCIATION

確認問題

問題 1

日本マーケティング協会が定めたマーケティングの定義について正しいものを一つ選べ。

- ① （マーケティングとは）顧客や社会と共に価値を創造し、その価値を広く浸透させることによって、ステークホルダーとの関係性を醸成し、より豊かで持続可能な社会を実現するための構想でありプロセスである。
- ② マーケティングとは、顧客、依頼人、パートナー、社会全体にとって価値のある提供物を創造・伝達・配達・交換するための活動であり、一連の制度、そしてプロセスである。
- ③ マーケティングとは自組織が個々に識別した顧客に対し、その顧客データを活用して設計した価値提供プロセスに基づき、直接顧客に働きかけ、組織の目的を達成する活動である。
- ④ マーケティングとは、個人や組織の目標を満足させる交換を創造するために、アイデア、商品、サービスの概念化、価格設定、販売促進、流通を計画し、実行するプロセスである。

確認問題

問題 2

アメリカマーケティング協会が定めたマーケティングの定義について正しいものを一つ選べ。

- ① マーケティングとは自組織が個々に識別した顧客に対し、その顧客データを活用して設計した価値提供プロセスに基づき、直接顧客に働きかけ、組織の目的を達成する活動である。
- ② マーケティングとは、顧客、依頼人、パートナー、社会全体にとって価値のある提供物を創造・伝達・配達・交換するための活動であり、一連の制度、そしてプロセスである。
- ③ マーケティングとは、個人や組織の目標を満足させる交換を創造するために、アイデア、商品、サービスの概念化、価格設定、販売促進、流通を計画し、実行するプロセスである。
- ④ （マーケティングとは）顧客や社会と共に価値を創造し、その価値を広く浸透させることによって、ステークホルダーとの関係性を醸成し、より豊かで持続可能な社会を実現するための構想でありプロセスである。

確認問題

問題3

日本ダイレクトマーケティング学会が定めたダイレクトマーケティングの定義について正しいものを一つ選べ。

- ① ダイレクトマーケティングとは自組織が個々に識別した顧客に対し、その顧客データを活用して設計した価値提供プロセスに基づき、直接顧客に働きかけ、組織の目的を達成する活動である。
- ② ダイレクトマーケティングとは、顧客、依頼人、パートナー、社会全体にとって価値のある提供物を創造・伝達・配達・交換するための活動であり、一連の制度、そしてプロセスである。
- ③ ダイレクトマーケティングとは、個人や組織の目標を満足させる交換を創造するために、アイデア、商品、サービスの概念化、価格設定、販売促進、流通を計画し、実行するプロセスである。
- ④ （ダイレクトマーケティングとは）顧客や社会と共に価値を創造し、その価値を広く浸透させることによって、ステークホルダーとの関係性を醸成し、より豊かで持続可能な社会を実現するための構想でありプロセスである。

確認問題

問題 4

マーケティングの4Pについて誤っているものを一つ選べ。

- | | |
|-------------|-----------------|
| ① Price | 価格：いくらで売るか |
| ② Product | 製品：何を売るか |
| ③ Promotion | 販促：どう知ってもらうか |
| ④ Plan | 計画：どのような段取りで動くか |

確認問題

問題 5

マーケティングの4Cについて誤っているものを一つ選べ。

- | | |
|-------------------------|-----------|
| ① Customer Satisfaction | 顧客にとっての満足 |
| ② Customer Value | 顧客にとっての価値 |
| ③ Communication | コミュニケーション |
| ④ Convenience | コンビニエンス |

確認問題

問題 6

D2Cに関する下記の説明の中で正しいものを一つ選べ。

- ① D2CとはDigital to Consumerの略である
- ② D2CとはDirect to Consumerの略である
- ③ D2CとはData to Customerの略である
- ④ D2CとはDirect to Customerの略である

確認問題

問題 7

D2Cと他の○2○の違いに関する下記の説明の中で正しいものを一つ選べ。

- ① B2Bは企業と消費者との間取引のことである
- ② C2Cは消費者に小売店が商品を販売する
- ③ B2Cは企業間の取引のことである
- ④ B2B2Cは、メーカー→問屋や小売点→消費者という取引の流れを表現している

確認問題

問題 8

D2Cの定義に関する下記の説明の中で正しいものを一つ選べ。

- ① 初期のD2Cでは、既存通販との違いが強調されていた
- ② 初期のD2Cでは、直営店舗での販売も含むとされていた
- ③ D2Cという言葉が広まってきた拡張期では、カタログ通販もD2Cに含まれるようになった
- ④ 現在のD2Cではオンライン以外のチャネルを認めていない

確認問題

問題 9

D2Cの定義に関する下記の説明の中で正しいものを一つ選べ。

- ① 初期のD2Cでは、直営店舗も含んでいた
- ② 拡張期のD2Cでは、既存のネット通販、メーカー系通販はまだ含まれていない
- ③ D2Cという言葉が広まった拡張期の背景には、新型コロナ禍がある
- ④ 現在のD2Cでもカタログ通販は含まない

確認問題

問題10

D2Cの定義に関する下記の説明の中で誤っているものを一つ選べ。

- ① 初期のD2Cはコアなファン獲得を目指していた
- ② 現在のD2Cはダイレクト、デジタル、データの3つのDで顧客体験進化を追求している
- ③ 初期のD2Cは、規模の拡大を追求していた
- ④ 現在のD2Cはチャネルがオンラインかオフラインかは本質的な問題としていない

確認問題

問題11

D2C市場の拡大に関する下記の説明の中で正しいものを一つ選べ。

- ① 新型コロナ禍収束とともに、通販市場は縮小傾向にある
- ② 経産省によるEC化比率の調査では、「化粧品」のEC化比率が突出している
- ③ 日本でEC比率が他の商品の分類に比べて低いのは「生活雑貨、家具、インテリア」である
- ④ 世界のEC化比率と比べ、日本のEC化比率は成長の余地がまだまだある

確認問題

問題12

D2C進化の視点「3つのD」として誤っているものを一つ選べ

- ① Data
- ② Delivery
- ③ Digital
- ④ Direct

確認問題

問題13

商品が顧客の手元に届くまでに関する下記の説明の中で誤っているものを一つ選べ。

- ① 部分ではなく全体に目を向ける
- ② 受注までのプロセスは自社が責任を持つ
- ③ フルフィルメントの重要性を理解する
- ④ 各フローの連携レベルがそのブランドの強さ

確認問題

問題14

商品が顧客の手元に届くまでに関して「ダイレクト」の視点での進化ポイントについての下記の説明の中で正しいものを一つ選べ。

- ① 対象となる顧客の特性を反映した独自の商品設計、ブランドの世界観で統一された媒体＝売り場の設計や商品訴求表現、顧客対応スタッフの教育など
- ② 媒体＝売り場のデジタル化推進。オンラインショップでの動画の活用、AR/VR(拡張現実、仮想現実)の活用、メタバース、ボット導入、代金決済の多様化など
- ③ 媒体・広告制作においては外部委託する場合も多いが、その場合は「下請法」の対象となる
- ④ 価値や体験提供強化のアイディアの元となる、顧客の購買行動データの収集、価値観、ライフスタイルの調査、顧客の声のデータベース化など

確認問題

問題15

D2Cの定番商品として誤っているものを一つ選べ。

- ① 化粧品
- ② 健康食品
- ③ 食品
- ④ ペット

確認問題

問題16

価値の向上で意識したい3つの要素に関して誤っているものを一つ選べ。

- ① 持続的な価値要素
- ② 客観的な価値要素
- ③ 主観的な価値要素
- ④ 関係性にまつわる価値要素

確認問題

問題17

主観的な価値要素の説明として正しいものを一つ選べ。

- ① 商品の仕様、機能、値段などデータで表すことのできる価値
- ② 個人によって受け止め方が変わる、ブランドの世界観、自然保護活動、フェアトレード、地域社会貢献などと連動した商品企画など
- ③ 顧客の声から生まれた新商品、商品開発者との 対話の機会、工場見学、ユーザー同士のコミュニティ、商品やサービスのより良い利用方法に関する ブランドと顧客との学習の機会など
- ④ 媒体＝売り場のデジタル化推進。オンラインショップでの動画の活用、AR/VR(拡張 現実、仮想現実)の活用、メタバース、ボット導入、代金決済の多様化など

確認問題

問題18

価値の伝達の説明として正しいものを一つ選べ。

- ① 価値の伝達とは商品やサービスの企画のことである
- ② 価値の伝達は媒体を複数組み合わせるとうまくいかないことが多い
- ③ メディアミックスが効果的なのは、新規に顧客を獲得する媒体と、既存顧客との関係性を保つ媒体と分けられることが背景にある
- ④ 口コミや紹介の媒体的性質は近年のSNSマーケティングやインフルエンサーマーケティングによって初めてクローズアップされた

確認問題

問題19

一般広告とダイレクトマーケティング広告との違いとして正しいものを一つ選べ

- ① 消費者の行動を「興味」から直接「行動」へと導く
- ② 消費者の行動を「注目」から直接「行動」へと導く
- ③ 消費者の行動を「記憶」から直接「行動」へと導く
- ④ 消費者の行動を「欲求」から直接「行動」へと導く

確認問題

問題20

フルフィルメントに関する下記の説明の中で正しいものを一つ選べ。

- ① 商品企画やキャンペーンなどの業務をフルフィルメントという
- ② オンラインショップ運営の過程で収集したデータ分析業務をフルフィルメントという
- ③ 受注、配送、代金回収、アフターサービスの一連の業務をフルフィルメントという
- ④ フルフィルメント業務は顧客から見ると業務委託をされた企業が担当することが多いので、ブランドを評価する要素にはならない

確認問題

問題21

フルフィルメントに関する下記の説明の中で正しいものを一つ選べ。

- ① コンタクトセンターの重要度は徐々に下がりつつある
- ② 顧客が商品配送箱を開ける瞬間というのは非常に大切な顧客体験の一部である
- ③ 物流、配送品質向上のための委託先企業との情報交換に「顧客の声」を反映させる必要はない
- ④ 顧客体験の観点からは支払い方法は少ない方が顧客が迷わないので望ましい

確認問題

問題22

D2Cを支える情報システムに関する下記の説明の中で誤っているものを一つ選べ

- ① 情報システムはD2Cビジネスの要である
- ② D2Cビジネスでは利益を出すような顧客とはどのような顧客かをあらかじめ知ることはいできない
- ③ 自社でどのような顧客データが収集されているかを知ることが重要である
- ④ データから読み取ったことを企画立案に活かし、実行した結果、どうなったのかもデータとして蓄積し、次の企画に活かしていく

確認問題

問題23

ワンダーマンが提唱したマーケティングについて正しいものを一つ選べ。

- ① データドリブンマーケティング
- ② ダイレクトマーケティング
- ③ デジタルマーケティング
- ④ インフルエンサーマーケティング

確認問題

問題24

ワンダーマンの19のルール「主役は〇〇ではなく、消費者である」の〇〇に入る言葉として、下記の中で正しいものを一つ選べ

- ① 製品
- ② 広告
- ③ ブランド
- ④ 企業

確認問題

問題25

ワンダーマンの19のルール「ブランド〇〇を作る」の〇〇に入る言葉として下記の中で正しいものを一つ選べ

- ① イメージ
- ② メッセージ
- ③ 製品
- ④ 体験

確認問題

問題26

ワンダーマンの19のルール「ロイヤリティ『忠誠心』を高める意図のもとで○○する」の○○に入る言葉として下記の中で正しいものを一つ選べ

- ① 顧客を獲得する
- ② 顧客を育成する
- ③ 商品を企画する
- ④ 広告を制作する

確認問題

問題27

顧客中心主義が定着した背景として下記の中で正しいものを一つ選べ

- ① 顧客の年代の多様化
- ② 一人暮らし世代の増加
- ③ 平均所得の減少
- ④ 顧客の嗜好の多様化

確認問題

問題28

「D2Cで『世界観』という言葉が多用されるのは『○○性』を安易に受け入れず、『異質性』や『独自性』を求める顧客が増えてきたからです。」の○○に入る言葉として下記の中で正しいものを一つ選べ

- ① 共同
- ② 明示
- ③ 同質
- ④ 象徴

確認問題

問題29

顧客中心主義における製品のアピール方法に関する下記の文章の中で正しいものを一つ選べ

- ① 製品の特徴や他社優位性を強調する
- ② 顧客個々のニーズといかにマッチしているかを強調する
- ③ 期間限定の特別価格であることをアピールする
- ④ 有名人の推奨があることをアピールする

確認問題

問題30

顧客中心主義におけるビジネスの考え方に関する下記の文章の中で正しいものを一つ選べ

- ① 関係性構築志向
- ② ブランド構築志向
- ③ 取引志向
- ④ マーケットシェア獲得志向

確認問題

問題31

顧客中心主義における販売の姿勢に関する下記の文章の中で正しいものを一つ選べ

- ① 我々はこの製品をどれだけたくさんの顧客に販売できるだろうか
- ② 我々はこの顧客にどれだけたくさんの製品を販売できるだろうか
- ③ 我々はこの顧客にどれだけ安価に製品を販売できるだろうか
- ④ 我々はこの製品をどれだけ高価に顧客に販売できるだろうか

確認問題

問題32

「製品をヒットさせること」が製品中心のマーケティングで「顧客を獲得して、〇〇こと」が顧客中心のマーケティングということもできます。」の〇〇に入るものを下記の中から一つ選べ

- ① 優良顧客にまで導く
- ② 新規顧客をどんどん増やす
- ③ 知名度を高める
- ④ マーケットシェアを高める

確認問題

問題33

お財布シェアに関する下記の文章の中で正しいものを一つ選べ

- ① ある顧客が購入する自社製品の中の新製品の割合
- ② ある製品ジャンル全体の市場売上の中での、自社製品の売上の割合
- ③ ある製品ジャンル全体の新製品数の中で自社製品がどれだけ含まれているかの割合
- ④ ある顧客がその製品ジャンルに支出する金額の中で、自社製品がどれだけ含まれているか

確認問題

問題34

「通販というビジネスは、〇〇、商品原価、配送料などを積み上げていくと、初回購入の時点では大きな赤字が出ていて、だいたい4回目くらいの購入から利益が出始める」の〇〇に入る言葉として下記の中で正しいものを一つ選べ

- ① 社員の給料
- ② オフィスの家賃
- ③ 広告媒体にかかる費用
- ④ 製造設備の費用

確認問題

問題35

「多くのD2C企業が、定期購入への早期誘導に力を入れているのは、このような顧客獲得時の赤字を〇〇によって黒字転換させる構造が背景の一つにあります。」の〇〇に入る言葉として下記の中で正しいものを一つ選べ

- ① さらに多くの新規顧客獲得
- ② 広告費の節約
- ③ ブランディング
- ④ 継続購入

確認問題

問題36

「1:○の法則というビジネス上の言い回しがあります。大雑把な話ではありますが、新規顧客に商品を購入してもらうコストは既存顧客の約○倍かかるという意味です。」の○に入る数字として下記の中で正しいものを一つ選べ

- ① 3
- ② 5
- ③ 15
- ④ 20

確認問題

問題37

「離脱する顧客の数を5%少なくすると、利益率が〇〇%増える」の〇〇に入る数字として下記の中で正しいものを一つ選べ

- ① 15
- ② 20
- ③ 25
- ④ 30

確認問題

問題38

「消費者が紙面やインターネット上の広告から情報を得て、実物を見ずに商品購入の意思決定を行うD2Cにおいては、〇〇の観点から様々な法規制があります。」の〇〇に入る言葉として下記の中で正しいものを一つ選べ

- ① 消費者保護
- ② 環境保護
- ③ 下請け事業者の保護
- ④ 小売店保護

確認問題

問題39

「2014年にスマホの接触時間が〇〇を上回ります。そして2022年にはスマホの接触時間がテレビを上回りました。」の〇〇に入る言葉として下記の中で正しいものを一つ選べ

- ① 新聞
- ② 雑誌
- ③ ラジオ
- ④ PC

確認問題

問題40

「スマホの持つ特徴として、カメラ、センサー、○○がある」の○○に入る言葉として下記の中で正しいものを一つ選べ

- ① 軽さ
- ② アプリ
- ③ Suica
- ④ 音声

確認問題

問題41

「One to Oneマーケティングという言葉が1990年代に登場し、すっかり定番マーケティング用語となりました。それまでの〇〇を対象にしたマーケティングから、特定個人を対象にしたマーケティングへの移行です。」の〇〇に入る言葉として下記の中で正しいものを一つ選べ

- ① 不特定多数
- ② 国内
- ③ 企業
- ④ 流行の先端

確認問題

問題42

オムニチャネルに関する説明に関して下記の中で正しいものを一つ選べ

- ① チャンネルがいくつかあるが、各チャンネルの固有の機能をそのまま提供している
- ② チャンネルがいくつかあるが、各チャンネルのオペレーションは独立している
- ③ チャンネルがいくつかあるが、チャンネルを意識することなく、一つのブランドに見える
- ④ チャンネルがいくつかあるが、同じブランドを構成する一部に見える

確認問題

問題43

「あるブランドの世界観に強く共感し、おなじように共感している人々が集まるコミュニティがあったら、そこはその人にとって、最高に居心地のよい場所になります。これは『○○』の重要な一部です。」の○○に入る言葉として下記の中で正しいものを一つ選べ

- ① 客観的な価値要素
- ② 関係性にまつわる価値要素
- ③ 主観的な価値要素
- ④ 快適性にまつわる価値要素

確認問題

問題44

「今後は□□だけではなく、○○を提供するためにAIが活用されていくでしょう。」という文章の□□と○○の組み合わせとして、下記の中で正しいものを一つ選べ

- ① コスト削減／自動化
- ② 自動化／より良い顧客体験
- ③ コスト削減／より良い顧客体験
- ④ データ収集／コスト削減

確認問題

問題45

顧客データを分析し、活用することの目的についての下記の文章の中で正しいのものを一つ選べ。

- ① 自社顧客の優良化のプロセスを知り、再現する
- ② 他社が自社よりも勝っているポイントを知り、改良につなげる
- ③ 広告宣伝の表現を洗練させ、反応率を上げる
- ④ 市場における知名度を上げ、ブランド力を強化する

確認問題

問題46

セグメンテーション変数に関する下記の説明の中で誤っているものを一つ選べ。

- ① 地理的（ジオグラフィック）変数は都市か地方か、温暖か寒冷かなど地域の特性です。
- ② 人口統計的（デモグラフィック）変数は年齢、性別、家族構成、学歴、所得、職業、などの個人属性です。
- ③ 心理的（サイコグラフィック）変数は購入までにどのような心理的变化があったのか、ブランドへの信頼性が強まったかどうかなどです。
- ④ 行動変数は過去の購買歴、利用頻度、購買パターン、返品特性（以前から通販では優良顧客ほど一定の返品をされると言われています）などです。

確認問題

問題47

セグメンテーション変数の中で、より深い顧客理解の観点から特にD2C企業が重視すべきものはどれか。正しいものを一つ選べ。

- ① 地理的（ジオグラフィック）変数
- ② 人口統計的（デモグラフィック）変数
- ③ 心理的（サイコグラフィック）変数
- ④ 行動変数

確認問題

問題48

データ分析や仮説に関する下記の説明の中で誤っているものを一つ選べ。

- ① データ・マイニングでは、なるべく多くのデータを集めて、いわゆる「ビールと紙おむつは同時に売れる」などという事実を見つけ出す
- ① モデリングとは、そこから一步進んで、それを一般的な別の事例に適用できるようにモデルを作る作業。いままでになかった事例について予測を行う
- ② そのモデルを使って、たとえば、会社の利益を上げるための現実的かつ最善の方法を求めるのが最適化である
- ③ データ分析をする際には「仮説修正型」と「仮説検証型」の2つのアプローチがある

確認問題

問題49

カタログ通販時代から重要なベーススキルとして、下記の中で誤っているものを一つ選べ。

- ① 顧客の購買行動分析スキル
- ② 統合データベース管理スキル
- ③ 顧客対応スキル（コールセンター、メール、HP問い合わせ対応など）
- ④ HP、カタログ、DM等の媒体制作スキル

確認問題

問題50

D2C専門人材モデルとして、下記の中で誤っているものを一つ選べ。

- ① 製品戦略に基づくコミュニケーション設計者としての人材
- ② 情報の蓄積／活用から得られる価値を創造する人材
- ③ マーケティングROIを経営層に説明できる人材
- ④ 各チャネル、社内各部署、協力会社などを統合するマネジメント／リーダーシップ力を持つ人材