

【計数】

大当りの発生時の状態が下記のような割合のパチンコ機種があった。ただし、潜伏確変は搭載していない機種である。下記の設問（1～4）に答えなさい。

通常状態	確変状態	時短状態	潜伏状態
26.67%	65.00%	8.33%	0.00%

1. この機種の平均継続回数について、最も適切なものを下記より選びなさい。

- ① 2.86回
- ② 3.35回
- ③ 3.75回
- ④ 4.08回

2. この機種は、通常時の大当り確率： $1/368.2$ 、高確率時の大当り確率： $1/36.82$ であった。確変時短中の回転数も含めて、この機種は平均何回転で1回の大当りが得られる機種といえるか。もっとも適切なものを下記より選びなさい。

- ① 122.8回転
- ② 132.8回転
- ③ 142.8回転
- ④ 152.8回転

3. この機種のホールコンピュータ上のTSAについて、最も適切なものを下記より選びなさい。

- ① 36.8
- ② 52.7
- ③ 74.5
- ④ 96.2

4. SA：13の時、この機種のBOAについて、最も適切なものを下記より選びなさい。

- ① 1175
- ② 1375
- ③ 1575
- ④ 1775

【風適法】

問題文ならびに選択肢内では「風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律」を略して「風適法」と表記しています。

1. 風適法第一条には、この法の目的が明記されている。法の目的として明記されていない記述を1つ選びなさい。
 - ① 著しく射幸心をそそるおそれのある営業に対して処罰する。
 - ② 善良な風俗と清浄な風俗環境を保持する。
 - ③ 少年の健全な育成に障害を及ぼす行為を防止する。
 - ④ 風俗営業の健全化のため業務の適正化を促進する。

2. 風俗営業の営業許可はどこが行っているか。最も適切なものを1つ選びなさい。
 - ① 警察庁
 - ② 警視庁
 - ③ 検察庁
 - ④ 公安委員会

3. 風適法では風俗営業の許可を受けるにあたって大きく分けて3つの基準を満たさなければならぬとされているが、その基準に該当しない項目を1つ選びなさい。
 - ① 社会的基準
 - ② 場所的基準
 - ③ 構造的基準
 - ④ 人的基準

4. 次の記述のうち、風俗営業の許可基準やパチンコホールの遵守事項として、誤っているものを1つ選びなさい。
 - ① パチンコホール内には、パチンコ・パチスロ遊技機以外の遊技設備を設けてはならない。
 - ② パチンコホール内の客の見やすい場所に、景品買取所を設けなければならない。
 - ③ 政令や都道府県の条例に従い、学校や病院などの近くに営業所を設置してはならない。
 - ④ 風俗営業の許可を取り消されてから5年を経過していない者は風俗営業の許可を受けることができない。

【商品知識】

1. パチスロにおいて、通常遊技中に同時に抽せんすることが出来ない役の組み合わせとして、最も適切なものを下記より1つ選びなさい。
 - ① ビッグボーナスと入賞役
 - ② レギュラーボーナスと入賞役
 - ③ シングルボーナスと入賞役
 - ④ リプレイと入賞役

2. パチスロにおいて、レギュラーボーナス中の遊技回数の上限值として、正しいものを下記より1つ選びなさい。
 - ① 8回
 - ② 10回
 - ③ 12回
 - ④ 14回

3. 転落抽せんタイプのパチンコ機について、転落抽せんに関する記述として誤っているものを下記より1つ選びなさい。
 - ① 条件装置の抽せんより先に転落抽せんを行なう。
 - ② 転落抽せんの値は $MNR S \leq 12$ を満たせば下限値は存在しない。
 - ③ 電サポの回数は当り図柄に応じて複数持つことができる。
 - ④ 転落抽せんの値は状態により複数持つことができる。

4. ぱちんこ遊技機では、盤面の遊技者の見える位置に基本性能の表示をしなければならない。確率変動搭載機における表示すべき項目について、該当しないものを下記より1つ選びなさい。
 - ① 大当たりとなる低確率値
 - ② 大当たりとなる高確率値
 - ③ 確率変動となる割合
 - ④ 確率変動が継続した場合の最大大当たり回数

【マーケティング・経営】

1. 日本マーケティング協会による「マーケティング」の定義として最も適切な記述を1つ選びなさい。
 - ① マーケティングとは、企業および他の組織がグローバルな視野に立ち、顧客との相互理解を得ながら、公正な競争を通じて行う市場創造のための総合的活動である。
 - ② マーケティングとは、企業および他の組織がグローバルな視野に立ち、過去・現在・未来の市場形成の仕組みを調査・分析するための総合的な手法である。
 - ③ マーケティングとは、企業および他の組織がグローバルな視野に立ち、提供する製品やサービスをより市場に浸透させるために構築する総合的販売戦略である。
 - ④ マーケティングとは、企業および他の組織がグローバルな視野に立ち、市場におけるシェアを拡大させていくための総合的なプロモーション活動である。

2. パチンコホールにおけるSTPマーケティングについて、「ターゲティング」とは直接関係のないものを1つ選びなさい。
 - ① 商圏内遊技客の年齢構成比率を調査する
 - ② 商圏内競合店舗の設置機種構成を調査する
 - ③ 自店舗遊技客の男女比率を調査する
 - ④ 商圏内住民の平均年収を調査する

3. パチンコホールの差別化戦略として、最も効果が薄いとされるものを1つ選びなさい。
 - ① 店舗外壁に大型ビジョンを設置し、新台入替情報に限らず、天気予報など公益性の高い情報も配信する。
 - ② 国際流行色委員会の決定するトレンドカラーにもとづき、店舗のイメージカラーを1年ごとに変更する。
 - ③ 近隣飲食店と提携し、新台入替チラシの裏面に飲食店のクーポン等を掲載する。
 - ④ 低玉貸し営業の導入にあたり、競合店舗が実施していない貸玉料金を採用する。

4. 消費者の心理的プロセスモデルであるAIDMAの法則とは、無関係なキーワードを1つ選びなさい。
 - ① Attention
 - ② Interest
 - ③ Decision
 - ④ Memory