

問題 0001

[2-1 経営戦略マネジメント] > [経営戦略手法・SWOT・PPM等] | 難易度：基礎

SWOT分析で「自社独自の高い技術力」を分類する区分として、最も適切なものはどれか。

- ア. Strength（強み）
- イ. Weakness（弱み）
- ウ. Opportunity（機会）
- エ. Threat（脅威）

解答・解説

正答：ア

ア：自社内部の有利な要因なのでStrengthに分類します。

イ：弱みは自社内部の不利な要因です。高い技術力は通常、強みです。

ウ：機会は市場拡大や規制緩和など外部環境の有利な要因です。

エ：脅威は競合参入や原材料高騰など外部環境の不利な要因です。

総合解説：SWOT分析では、内部環境を強み・弱み、外部環境を機会・脅威に整理します。

問題 0002

[2-1 経営戦略マネジメント] > [経営戦略手法・SWOT・PPM等] | 難易度：基礎

ある会社にとって、市場全体で環境配慮型製品への需要が急速に高まっている。この事象をSWOT分析で分類するとどれか。

- ア. 自社の技術力などに当たる内部要因の「強み」として扱う。
- イ. 市場の追い風に当たる外部環境の「機会」として扱う。
- ウ. 自社の人材不足などに当たる内部要因の「弱み」として扱う。
- エ. 競争激化などに当たる外部環境の「脅威」として扱う。

解答・解説

正答：イ

ア：需要拡大は自社内部の能力ではないため、強みには分類しません。

イ：市場需要の高まりは企業外部で生じた有利な変化なので、機会に分類します。

ウ：需要拡大は自社内部の不利な要因ではないため、弱みではありません。

エ：脅威は外部環境の不利な変化です。需要拡大は通常、機会です。

総合解説：SWOTでは、景気、法規制、市場需要、競合など企業外部の変化をOpportunityまたはThreatとして捉えます。

問題 0003

[2-1 経営戦略マネジメント] > [経営戦略手法・SWOT・PPM等] | 難易度：基礎

SWOT分析後、自社の強みである高い開発力を生かして、成長中の新市場へ参入する戦略を考えた。この考え方に最も近いものはどれか。

- ア. WeaknessとThreatを組み合わせる戦略
- イ. StrengthとThreatを組み合わせる戦略
- ウ. StrengthとOpportunityを組み合わせる戦略
- エ. WeaknessとOpportunityを組み合わせる戦略

解答・解説

正答：ウ

ア：弱みと脅威の組合せは、防衛的な対応を検討する場合に使われます。

イ：強みを使って脅威へ対抗する考え方で、新市場成長という機会活用とは異なります。

ウ：内部の強みを外部の機会に結び付ける考え方です。

エ：機会を生かすため弱みを克服する考え方で、設問の高い開発力を生かす状況とは異なります。

総合解説：SWOTの結果は、強み・弱みと機会・脅威を組み合わせで具体的な戦略案へつなげます。

問題 0004

[2-1 経営戦略マネジメント] > [経営戦略手法・SWOT・PPM等] | 難易度：標準

PPM (Product Portfolio Management) で事業を分類するとき、代表的に用いる二つの軸はどれか。

- ア. 売上高と従業員数
- イ. 固定費と変動費
- ウ. 顧客満足度と広告費
- エ. 市場成長率と相対的市場占有率

解答・解説

正答：エ

ア：どちらも経営指標ですが、PPMの代表的な二軸ではありません。

イ：損益分岐点分析で重要な区分ですが、PPMの二軸ではありません。

ウ：マーケティング評価には使えますが、PPMの標準的な二軸ではありません。

エ：PPMでは市場成長率と相対的市場占有率を軸として事業を分類します。

総合解説：PPMは複数事業への経営資源配分を考えるため、市場成長率と相対的市場占有率で各事業の位置付けを整理します。

問題 0005

[2-1 経営戦略マネジメント] > [経営戦略手法・SWOT・PPM等] | 難易度：標準

PPMで、市場成長率が高く、相対的市場占有率も高い事業は一般に何と呼ばれるか。

- ア. 花形（Star）
- イ. 金のなる木（Cash Cow）
- ウ. 問題児（Question Mark）
- エ. 負け犬（Dog）

解答・解説

正答：ア

ア：成長市場で高い占有率を持つ事業は花形に分類されます。

イ：市場成長率が低く、市場占有率が高い事業です。

ウ：市場成長率が高く、市場占有率が低い事業です。

エ：市場成長率も市場占有率も低い事業です。

総合解説：PPMの4象限は、花形、金のなる木、問題児、負け犬です。

問題 0006

[2-1 経営戦略マネジメント] > [経営戦略手法・SWOT・PPM等] | 難易度：標準

PPMで「金のなる木」に分類される事業について、一般的な説明として最も適切なものはどれか。

- ア. 市場成長率も占有率も高く、大規模な成長投資が不要である。
- イ. 市場成長率は低いが市場占有率が高く、比較的安定した資金を生み出しやすい。
- ウ. 市場成長率が高いが占有率が低く、撤退しか選択肢がない。
- エ. 市場成長率も占有率も低く、必ず追加投資すべきである。

解答・解説

正答：イ

ア：市場成長率も高いのは花形です。また成長市場では投資が必要になりやすいです。

イ：成熟市場で高い占有率を持つため、比較的安定したキャッシュを生みやすい事業です。

ウ：問題児に近いですが、育成・選択など複数の戦略が考えられます。

エ：負け犬に近い状態で、追加投資が常に適切とは限りません。

総合解説：金のなる木が生む資金を、花形や有望な問題児へ配分する考え方が代表的です。

問題 0007

[2-1 経営戦略マネジメント] > [経営戦略手法・SWOT・PPM等] | 難易度：標準

3C分析の三つのCに含まれないものはどれか。

- ア. Customer（顧客・市場）
- イ. Competitor（競合）
- ウ. Cost（コスト）
- エ. Company（自社）

解答・解説

正答：ウ

ア：Customerは3Cの一つです。
イ：Competitorは3Cの一つです。
ウ：3CはCustomer、Competitor、Companyであり、Costは含まれません。
エ：Companyは3Cの一つです。
総合解説：3C分析では、市場・顧客、競合、自社の三つの観点から事業環境を整理します。

問題 0008

[2-1 経営戦略マネジメント] > [経営戦略手法・SWOT・PPM等] | 難易度：標準

VRIO分析で、企業の経営資源が競争優位につながるかを考える際のVが表すものはどれか。

- ア. Volume（販売数量）
- イ. Velocity（処理速度）
- ウ. Visibility（可視性）
- エ. Value（経済的価値）

解答・解説

正答：エ

ア：販売数量はVRIOのVを表しません。
イ：処理速度はVRIOの構成要素ではありません。
ウ：可視性はVRIOのVを表す用語ではありません。
エ：VはValueで、その経営資源が価値を持つかを見る視点です。
総合解説：VRIOはValue、Rarity、Imitability、Organizationの観点から経営資源の競争優位性を考えます。

問題 0009

[2-1 経営戦略マネジメント] > [経営戦略手法・SWOT・PPM等] | 難易度：標準

競合企業の動向、顧客ニーズ、自社の技術力をまとめて把握したい。最も適した分析手法はどれか。

- ア. 3C分析
- イ. 損益分岐点分析
- ウ. バレート図
- エ. PERT

解答・解説

正答：ア

ア：Customer、Competitor、Companyの三者を見るため、設問の観点に合います。

イ：費用・売上・利益の関係を見る手法です。

ウ：重点項目を把握する図で、三者の事業環境分析そのものではありません。

エ：プロジェクトの作業順序や所要時間を扱う手法です。

総合解説：分析手法は目的に応じて選びます。3Cは市場・顧客、競合、自社の関係を整理します。

問題 0010

[2-1 経営戦略マネジメント] > [経営戦略手法・SWOT・PPM等] | 難易度：応用

市場成長率が高いが、自社の市場占有率がまだ低い新規事業がある。PPM上の位置付けと対応の組合せとして最も適切なものはどれか。

- ア. 金のなる木に位置付け、成長投資を全面停止する。
- イ. 問題児に位置付け、有望性を見極めて選択的に投資する。
- ウ. 花形に位置付け、占有率を下げる施策を行う。
- エ. 負け犬に位置付け、市場成長率を無視して判断する。

解答・解説

正答：イ

ア：金のなる木は低成長・高占有率です。

イ：高成長・低占有率は問題児です。将来の花形化が期待できるかを見極めます。

ウ：花形は高成長・高占有率です。

エ：負け犬は低成長・低占有率です。

総合解説：PPMは象限名だけでなく、資金配分や育成・撤退の検討に使います。

問題 0011

[2-1 経営戦略マネジメント] > [経営戦略手法・SWOT・PPM等] | 難易度：応用

分析目的と手法の組合せとして、最も適切なものはどれか。

ア. 事業を市場成長率と市場占有率で分類する — SWOT分析

イ. 経営資源の価値・希少性などを評価する — PPM

ウ. 自社・競合・顧客の関係を整理する — 3C分析

エ. 内部・外部環境を強み・弱み・機会・脅威に分ける — 3C分析

解答・解説

正答：ウ

ア：この分類にはPPMを用います。

イ：この評価にはVRIO分析を用います。

ウ：3C分析はCustomer、Competitor、Companyの三者から事業環境を整理します。

エ：この整理にはSWOT分析を用います。

総合解説：SWOT、PPM、3C、VRIOは目的が異なります。

問題 0012

[2-1 経営戦略マネジメント] > [経営戦略手法・SWOT・PPM等] | 難易度：応用

ある企業は、市場全体が急成長している、自社は独自特許を持つ、主要競合は同技術を持たない、という状況を把握した。戦略検討の進め方として最も適切なものはどれか。

ア. 市場成長を内部環境の弱みとして扱い、撤退を前提にする。

イ. 競合に技術がないため、顧客ニーズの確認は不要と判断する。

ウ. 特許があれば競争優位は永久に保証されるため、環境分析を終了する。

エ. 外部の市場機会と自社の強み・競争資源を整理し、優位性を生かせる市場戦略を検討する。

解答・解説

正答：エ

ア：市場成長は外部環境の機会として捉えるのが通常です。

イ：競争優位があっても顧客価値や市場ニーズの確認は必要です。

ウ：市場や技術、競合は変化するため継続的な分析が必要です。

エ：市場成長という外部機会と、特許・技術という内部資源を結び付けて戦略へ落とし込みます。

総合解説：分析手法は結果を出すこと自体が目的ではなく、戦略意思決定に結び付けるために使います。

問題 0013 [2-1 経営戦略マネジメント] > [競争戦略・事業分析] | 難易度：基礎

企業が競合他社よりも顧客に選ばれやすい状態を継続的に作り出していることを表す用語はどれか。

- ア. 競争優位
- イ. コモディティ化
- ウ. カニバリゼーション
- エ. ベンチマーキング

解答・解説

正答：ア

ア：他社より有利な価値提供やコスト構造などを持つ状態です。

イ：製品間の差別化が難しくなる現象です。

ウ：自社商品同士で需要を奪い合うことです。

エ：優れた他社等を基準に比較・改善する手法です。

総合解説：競争戦略では、持続的な競争優位をどう築くかが重要です。

問題 0014 [2-1 経営戦略マネジメント] > [競争戦略・事業分析] | 難易度：基礎

競合他社が容易にまねできず、複数の事業で顧客価値の源泉となる企業独自の中核的能力を何というか。

- ア. ロジスティクス
- イ. コアコンピタンス
- ウ. フランチャイズ
- エ. コモディティ

解答・解説

正答：イ

ア：物流全体の計画・管理に関する概念です。

イ：企業の競争力の源泉となる独自の中核能力です。

ウ：本部と加盟店の契約による事業方式です。

エ：一般化・差別化しにくくなった商品などを指します。

総合解説：コアコンピタンスは模倣困難で、複数事業に生かせる中核能力です。

問題 0015

[2-1 経営戦略マネジメント] > [競争戦略・事業分析] | 難易度：基礎

大企業が十分に対応していない狭い市場分野に経営資源を集中し、特定顧客の需要に深く応える戦略はどれか。

- ア. 同質化戦略
- イ. 垂直統合
- ウ. ニッチ戦略
- エ. MBO

解答・解説

正答：ウ

ア：競合の成功要因に追随し差を縮める考え方です。

イ：調達・生産・販売など異なる段階を自社内に取り込むことです。

ウ：限定された市場セグメントに集中して優位性を築く戦略です。

エ：経営陣による自社買収を指します。

総合解説：ニッチ戦略では市場を広く狙わず、特定市場に集中します。

問題 0016

[2-1 経営戦略マネジメント] > [競争戦略・事業分析] | 難易度：基礎

既存企業同士の価格競争が激しい市場を避け、従来とは異なる価値を提供して新しい需要を創出しようとする考え方はどれか。

- ア. ベンチマーキング
- イ. アウトソーシング
- ウ. 同質化戦略
- エ. ブルーオーシャン戦略

解答・解説

正答：エ

ア：優良事例と比較して改善する方法です。

イ：業務を外部へ委託することです。

ウ：競合と同様の価値を提供して差を縮める方向です。

エ：競争の少ない新市場を創造する発想です。

総合解説：ブルーオーシャン戦略は新たな価値と需要を創造する考え方です。

問題 0017 [2-1 経営戦略マネジメント] > [競争戦略・事業分析] | 難易度：標準

複数企業が独立性を保ちながら、技術開発や販売など特定の目的で協力関係を結ぶことを何というか。

- ア. アライアンス
- イ. ファブレス
- ウ. TOB
- エ. カニバリゼーション

解答・解説

正答：ア

ア：企業間の提携・協力関係を指します。

イ：自社工場を持たず製造を外部委託する事業形態です。

ウ：株式の公開買付けです。

エ：自社商品同士の需要競合です。

総合解説：アライアンスは企業を統合せず、独立性を保ったまま協力します。

問題 0018 [2-1 経営戦略マネジメント] > [競争戦略・事業分析] | 難易度：標準

企業が自社のコア業務へ資源を集中するため、定型的な給与計算業務を専門会社へ委託した。この取組は何に当たるか。

- ア. 垂直統合
- イ. アウトソーシング
- ウ. OEM
- エ. MBO

解答・解説

正答：イ

ア：異なる事業段階を自社に取り込むことです。

イ：自社業務の一部を外部の専門事業者へ委託することです。

ウ：相手先ブランドの製品を製造する形態です。

エ：経営陣が自社を買収する手法です。

総合解説：アウトソーシングでは効率化とともに委託先管理も重要です。

問題 0019 [2-1 経営戦略マネジメント] > [競争戦略・事業分析] | 難易度：標準

メーカーAがメーカーBから依頼を受け、B社ブランドで販売される製品を製造する形態はどれか。

- ア. M&A
- イ. フランチャイズ
- ウ. OEM
- エ. ファブレス

解答・解説

正答：ウ

ア：企業の合併・買収です。

イ：本部ブランド等を加盟店が利用する契約形態です。

ウ：相手先ブランドで販売される製品を製造する形態です。

エ：自社工場を持たず製造を外部委託する側の形態です。

総合解説：OEMでは製造企業と販売ブランド企業が異なる場合があります。

問題 0020 [2-1 経営戦略マネジメント] > [競争戦略・事業分析] | 難易度：標準

半導体の設計と販売に特化し、自社では製造工場を持たず、生産を外部の製造会社へ委託する企業形態はどれか。

- ア. 垂直統合企業
- イ. フランチャイジー
- ウ. 持株会社
- エ. ファブレス

解答・解説

正答：エ

ア：製造などを自社内に取り込む方向です。

イ：フランチャイズ加盟者です。

ウ：他社株式の保有を通じて企業グループを統括する会社です。

エ：製造設備を持たず設計や企画に特化する企業形態です。

総合解説：ファブレスは固定設備を抑え、設計・開発へ集中しやすい形態です。

問題 0021 [2-1 経営戦略マネジメント] > [競争戦略・事業分析] | 難易度：標準

製品の生産量が増えるにつれて、設備費などの固定費が一製品あたりに分散され、平均費用が低下する効果を何というか。

- ア. 規模の経済
- イ. 経験曲線
- ウ. カニバリゼーション
- エ. コモディティ化

解答・解説

正答：ア

ア：生産規模の拡大により単位当たりコストが低下する効果です。

イ：累積生産量の増加に伴う習熟等でコストが低下する考え方です。

ウ：自社製品同士が売上を奪い合う現象です。

エ：製品の差別化が難しくなる現象です。

総合解説：規模の経済と経験曲線は、コスト低下の原因が異なります。

問題 0022 [2-1 経営戦略マネジメント] > [競争戦略・事業分析] | 難易度：標準

小売企業が商品の安定調達を狙って製造会社を買収し、製造から販売までを自社グループで一体運営することは何に当たるか。

- ア. 水平分業
- イ. 垂直統合
- ウ. ベンチマーキング
- エ. フリーミアム

解答・解説

正答：イ

ア：同じ段階や専門領域を分担する考え方です。

イ：連続する事業段階を自社・企業グループ内に取り込むことです。

ウ：優良企業などと比較して改善する手法です。

エ：基本サービスを無料とし一部を有料化するモデルです。

総合解説：垂直統合は調達、製造、流通、販売などを統合する戦略です。

問題 0023 [2-1 経営戦略マネジメント] > [競争戦略・事業分析] | 難易度：応用

複数社の製品性能が似通い、顧客がブランド差を感じにくくなって価格競争が強まった。この状況を表す用語はどれか。

- ア. M&A
- イ. アライアンス
- ウ. コモディティ化
- エ. ロジスティクス

解答・解説

正答：ウ

- ア：企業の合併・買収です。
 - イ：企業間提携です。
 - ウ：製品・サービスの差別化が困難になった状態です。
 - エ：物流の計画・管理に関する概念です。
- 総合解説：コモディティ化が進むと価格以外の差別化が重要になります。

問題 0024 [2-1 経営戦略マネジメント] > [競争戦略・事業分析] | 難易度：応用

自社の受注処理時間を改善するため、同業他社だけでなく異業種の優良企業の業務方法や指標を調査し、自社との差を分析した。この取組はどれか。

- ア. カニバリゼーション
- イ. TOB
- ウ. OEM
- エ. ベンチマーキング

解答・解説

正答：エ

- ア：自社製品間の需要競合です。
 - イ：株式の公開買付けです。
 - ウ：相手先ブランドで製品を製造する形態です。
 - エ：優れた企業・組織の方法や実績を基準として比較し、改善へ生かします。
- 総合解説：ベンチマーキングは優良事例とのギャップから改善策を見つけます。

問題 0025

[2-1 経営戦略マネジメント] > [ビジネス戦略・CSF・KPI・BSC] | 難易度：基礎

企業が戦略目標を達成するために、特に重点的に成功させる必要がある要因を何というか。

ア. CSF (Critical Success Factors)

イ. KPI

ウ. KGI

エ. ERP

解答・解説

正答：ア

ア：目標達成に不可欠な重要成功要因です。

イ：活動や進捗を測定する重要業績評価指標です。

ウ：最終的な目標達成度を測る重要目標達成指標です。

エ：企業資源を統合管理する考え方です。

総合解説：CSFは成功要因であり、その実行状況をKPIなどで測ります。

問題 0026

[2-1 経営戦略マネジメント] > [ビジネス戦略・CSF・KPI・BSC] | 難易度：基礎

ECサイトで最終目標を「年間売上高10億円」とし、その達成に向けて月ごとの購入率を継続的に測定する。月間購入率はどれに当たるか。

ア. KGI

イ. KPI

ウ. CSF

エ. PPM

解答・解説

正答：イ

ア：最終的な目標達成度を示す指標です。

イ：最終目標達成に向けた活動やプロセスの進捗を測る指標です。

ウ：重要成功要因で、数値指標そのものとは区別されます。

エ：複数事業の資源配分を考える分析手法です。

総合解説：KPIは結果が出る前の進捗を追跡し改善行動に結び付けます。

問題 0027

[2-1 経営戦略マネジメント] > [ビジネス戦略・CSF・KPI・BSC] | 難易度：基礎

「新規会員獲得数を年度末までに5万人にする」という最終的な達成目標を数値化した指標は、一般にどれと呼ばれるか。

- ア. KPI
- イ. CSF
- ウ. KGI
- エ. CRM

解答・解説

正答：ウ

ア：ゴール達成へ向かう途中の重要業績指標です。

イ：目標達成に不可欠な成功要因です。

ウ：最終的なゴールの達成度を測る重要目標達成指標です。

エ：顧客関係管理です。

総合解説：KGIはゴール、KPIはその達成に向けたプロセスを測る指標です。

問題 0028

[2-1 経営戦略マネジメント] > [ビジネス戦略・CSF・KPI・BSC] | 難易度：基礎

BSC (Balanced Scorecard) の特徴として、最も適切なものはどれか。

- ア. 市場成長率と市場占有率だけで事業进行分类する。
- イ. 強み・弱み・機会・脅威だけで環境を分析する。
- ウ. 固定費と変動費だけで利益を評価する。
- エ. 財務面だけでなく複数の視点から戦略目標と指標を設定し、バランスよく評価する。

解答・解説

正答：エ

ア：これはPPMです。

イ：これはSWOT分析です。

ウ：損益分岐点分析に関する考え方です。

エ：財務、顧客、業務プロセス、学習と成長などの視点で戦略を管理します。

総合解説：BSCは戦略を具体的な目標・指標へ落とし込み、多面的に管理します。

問題 0029

[2-1 経営戦略マネジメント] > [ビジネス戦略・CSF・KPI・BSC] | 難易度：標準

BSCで「顧客満足度を向上させる」という目標を置く場合、最も直接的に対応する視点はどれか。

- ア. 顧客の視点
- イ. 財務の視点
- ウ. 業務プロセスの視点
- エ. 学習と成長の視点

解答・解説

正答：ア

ア：顧客満足度は顧客から見た価値や評価に関するためです。

イ：売上、利益、投資収益率などに関係します。

ウ：業務効率や品質など内部プロセスに関係します。

エ：人材育成や組織能力に関係します。

総合解説：BSCでは複数視点の目標を関連付けて戦略を実行します。

問題 0030

[2-1 経営戦略マネジメント] > [ビジネス戦略・CSF・KPI・BSC] | 難易度：標準

売上高をKGIとし、「客数」と「平均購入単価」に分解し、さらに客数を「サイト訪問数」と「購入率」に分解した。このような整理はどれか。

- ア. PPM
- イ. KPIツリー
- ウ. SWOT分析
- エ. RFM分析

解答・解説

正答：イ

ア：事業ポートフォリオ分析です。

イ：上位目標を構成要素に分解し、因果関係のあるKPIを階層化します。

ウ：環境要因を4区分に整理します。

エ：顧客を購買履歴の3指標で分析します。

総合解説：KPIツリーは目標達成の構造を可視化します。

問題 0031

[2-1 経営戦略マネジメント] > [ビジネス戦略・CSF・KPI・BSC] | 難易度：標準

目標設定フレームワークSMARTの考え方に最も沿っている目標はどれか。

ア. できるだけ早く顧客対応を良くする。

イ. 社員全員が努力してサービスを改善する。

ウ. 第4四半期末までに問い合わせ対応の平均時間を現在の20分から15分以下へ短縮する。

エ. 将来いつか業界一位になる。

解答・解説

正答：ウ

ア：具体性や測定可能性、期限が不足しています。

イ：改善量や期限を測定できません。

ウ：期限、対象、測定値が具体的で、達成状況を判定しやすい目標です。

エ：期限や具体的評価指標がありません。

総合解説：SMARTでは具体性、測定可能性、達成可能性、関連性、期限などを意識します。

問題 0032

[2-1 経営戦略マネジメント] > [ビジネス戦略・CSF・KPI・BSC] | 難易度：標準

ホテルが「リピーターを増やすこと」をCSFとした。これを管理するKPIとして最も適切なものはどれか。

ア. 会社の資本金

イ. 建物の延床面積

ウ. 従業員の平均年齢

エ. 宿泊者の再利用率

解答・解説

正答：エ

ア：リピーター増加の進捗を測る指標ではありません。

イ：施設規模であり直接関係しません。

ウ：人員構成であり設問のCSFを測れません。

エ：リピーター増加の進捗を直接測れる指標です。

総合解説：KPIはCSFや戦略目標との因果関係が明確な指標を選びます。

問題 0033

[2-1 経営戦略マネジメント] > [ビジネス戦略・CSF・KPI・BSC] | 難易度：標準

製品・サービスの必要な機能を保ちながら、より少ないコストで価値を高めることを検討する手法はどれか。

ア. バリューエンジニアリング（VE）

イ. PPM

ウ. CRM

エ. EDI

解答・解説

正答：ア

ア：機能とコストの関係に着目し、価値向上を目指す手法です。

イ：事業ポートフォリオ分析です。

ウ：顧客関係管理です。

エ：企業間の電子データ交換です。

総合解説：VEは単純なコスト削減ではなく、必要機能を踏まえて価値を高めます。

問題 0034

[2-1 経営戦略マネジメント] > [ビジネス戦略・CSF・KPI・BSC] | 難易度：標準

従業員教育を強化し、業務品質を高め、その結果として顧客満足度と利益向上を狙う。BSCの考え方として最も適切な説明はどれか。

ア. 各視点は互いに独立しており、因果関係は考えない。

イ. 複数の視点に置かれた目標の因果関係を考え、戦略実現へつなげる。

ウ. 財務指標だけを測定し、非財務指標は使用しない。

エ. 市場占有率が低い事業を自動的に撤退させる。

解答・解説

正答：イ

ア：視点間のつながりを考えることが重要です。

イ：BSCでは学習と成長、業務プロセス、顧客、財務などの目標を関連付けます。

ウ：BSCは非財務指標も扱います。

エ：BSCの考え方ではありません。

総合解説：BSCは戦略を日常の目標や指標へつなぐ管理手法です。

問題 0035

[2-1 経営戦略マネジメント] > [ビジネス戦略・CSF・KPI・BSC] | 難易度：応用

営業部門が年度末売上を最終結果として管理している。売上悪化を早期に把握して改善するKPIとして、より適切なものはどれか。

ア. 前年の売上高だけ

イ. 会社設立年

ウ. 商談件数や見積提出数など、売上に先行して変化する活動指標

エ. 本社ビルの階数

解答・解説

正答：ウ

ア：過去の結果だけでは現在の活動状況を十分把握できません。

イ：営業活動の進捗を示しません。

ウ：結果が出る前に改善行動を取りやすくなります。

エ：売上目標との因果関係がありません。

総合解説：KPIは目標達成へつながる行動を早期に把握できる指標を選びます。

問題 0036

[2-1 経営戦略マネジメント] > [ビジネス戦略・CSF・KPI・BSC] | 難易度：応用

ネット通販会社が「年間解約率を5%以下にする」をKGIとした。CSFとKPIの組合せとして最も適切なものはどれか。

ア. CSF：本社移転、KPI：本社の床面積

イ. CSF：会社名変更、KPI：名刺の発行枚数

ウ. CSF：設備資産の増加、KPI：固定資産税額

エ. CSF：顧客サポート品質の向上、KPI：問い合わせ一次解決率

解答・解説

正答：エ

ア：解約率との因果関係が弱いです。

イ：解約抑制との直接的因果関係がありません。

ウ：顧客解約を抑える要因として適切ではありません。

エ：解約抑制に関わる成功要因と、その進捗を測る具体指標です。

総合解説：KGI、CSF、KPIは最終目標→成功要因→測定指標の因果関係で設計します。

問題 0037

[2-2 マーケティング・経営管理] > [マーケティングの基本] | 難易度：基礎

マーケティング活動の説明として、最も適切なものはどれか。

ア. 顧客や市場のニーズを把握し、価値ある製品・サービスを企画・提供して顧客との関係を築く活動

イ. 製品完成後に広告だけを実施する活動

ウ. 製造コストを計算する会計処理だけを行う活動

エ. 情報システムの障害対応だけを行う活動

解答・解説

正答：ア

ア：販売だけでなく、市場理解から価値提供・関係構築まで含みます。

イ：広告は一部にすぎません。

ウ：会計処理はマーケティング全体ではありません。

エ：IT運用の活動です。

総合解説：マーケティングは顧客価値の創造と提供を中心に考えます。

問題 0038

[2-2 マーケティング・経営管理] > [マーケティングの基本] | 難易度：基礎

新商品を企画する前に、顧客ニーズや競合商品の利用状況をアンケートやインタビューで調べる主な目的はどれか。

ア. 必ず競合企業の機密情報を取得するため

イ. 市場や顧客に関する情報を収集し、企画や意思決定の根拠にするため

ウ. 会計監査を実施するため

エ. ネットワーク帯域を測定するため

解答・解説

正答：イ

ア：不正な情報取得を目的としません。

イ：市場調査は判断材料を得るために行います。

ウ：目的が異なります。

エ：システム性能の測定です。

総合解説：マーケティングでは市場調査や顧客データを意思決定へ活用します。

問題 0039

[2-2 マーケティング・経営管理] > [マーケティングの基本] | 難易度：基礎

顧客が商品を知ってから購入し、利用し、サポートを受けるまでの一連の接点を通じて得る総合的な体験を表す用語はどれか。

- ア. CPU
- イ. ERP
- ウ. CX (Customer Experience)
- エ. EDI

解答・解説

正答：ウ

ア：コンピュータの演算・制御装置です。

イ：企業資源管理です。

ウ：企業やブランドとの一連の接点を通じた顧客体験です。

エ：企業間の電子データ交換です。

総合解説：UXは利用体験、CXはより広い顧客接点全体の体験として整理できます。

問題 0040

[2-2 マーケティング・経営管理] > [マーケティングの基本] | 難易度：標準

顧客が商品を認知して比較・購入・利用するまでの行動、感情、企業との接点を時系列で可視化する手法はどれか。

- ア. PERT図
- イ. E-R図
- ウ. バレート図
- エ. カスタマージャーニーマップ

解答・解説

正答：エ

ア：プロジェクト作業順序を扱います。

イ：データの実体と関連を表します。

ウ：重点項目を把握する図です。

エ：顧客行動や感情、タッチポイントを時系列に整理します。

総合解説：顧客視点で体験全体を捉え、改善点を見つけるのに役立ちます。

問題 0041

[2-2 マーケティング・経営管理] > [マーケティングの基本] | 難易度：標準

マーケティングの4Pに含まれる組合せはどれか。

ア. Product、Price、Place、Promotion

イ. Plan、Process、People、Profit

ウ. Product、People、Policy、Performance

エ. Price、Profit、Project、Portfolio

解答・解説

正答：ア

ア：製品、価格、流通、プロモーションの四つです。

イ：標準的4Pではありません。

ウ：標準的4Pではありません。

エ：標準的4Pではありません。

総合解説：4Pは企業側の施策を四つの観点で整理します。

問題 0042

[2-2 マーケティング・経営管理] > [マーケティングの基本] | 難易度：標準

4Cのうち、4PのPriceに対応し、顧客が負担する費用や手間を重視する観点はどれか。

ア. Customer Value

イ. Cost

ウ. Convenience

エ. Communication

解答・解説

正答：イ

ア：Productに対応する顧客価値です。

イ：価格だけでなく顧客負担全体を考えます。

ウ：Placeに対応する利便性です。

エ：Promotionに対応するコミュニケーションです。

総合解説：4Cは顧客視点のフレームワークです。

問題 0043

[2-2 マーケティング・経営管理] > [マーケティングの基本] | 難易度：標準

RFM分析で、顧客の最終購入日がどれだけ最近かを示す項目はどれか。

ア. Frequency

イ. Monetary

ウ. Recency

エ. Margin

解答・解説

正答：ウ

ア：購買頻度です。

イ：購買金額です。

ウ：最後に購入した時期の新しさを表します。

エ：RFMの三要素ではありません。

総合解説：RFMはRecency、Frequency、Monetaryで顧客を分析します。

問題 0044

[2-2 マーケティング・経営管理] > [マーケティングの基本] | 難易度：標準

既存市場で既存製品の販売量を増やすため、利用頻度を高めるキャンペーンを行う戦略はどれか。

ア. 市場開拓戦略

イ. 製品開発戦略

ウ. 多角化戦略

エ. 市場浸透戦略

解答・解説

正答：エ

ア：既存製品を新市場へ展開します。

イ：既存市場へ新製品を投入します。

ウ：新市場へ新製品を投入します。

エ：既存市場に既存製品をより深く販売する戦略です。

総合解説：アンソフは市場と製品の新旧で成長戦略を4分類します。

問題 0045

[2-2 マーケティング・経営管理] > [マーケティングの基本] | 難易度：応用

市場がほぼ飽和し、売上の伸びが鈍化し、競合との価格競争も激しい製品は、プロダクトライフサイクルのどの段階に最も近いか。

- ア. 成熟期
- イ. 導入期
- ウ. 成長期
- エ. 研究期

解答・解説

正答：ア

ア：普及が進み成長が鈍化し競争が激しくなる段階です。

イ：市場認知が低い初期段階です。

ウ：需要が急速に増える段階です。

エ：標準的な4段階には含まれません。

総合解説：製品段階に応じてマーケティング施策を変えます。

問題 0046

[2-2 マーケティング・経営管理] > [マーケティングの基本] | 難易度：応用

自社ブランドを「高価格だが高品質で専門家向け」と顧客に認識してもらうよう、競合との違いを明確にする取組はどれか。

- ア. 棚卸し
- イ. ポジショニング
- ウ. デバッグ
- エ. バックアップ

解答・解説

正答：イ

ア：在庫確認の活動です。

イ：顧客の心の中で競合と異なる望ましい位置付けを形成します。

ウ：プログラム修正作業です。

エ：データ複製です。

総合解説：対象顧客にどのような価値・違いを認識してもらうかを明確にします。

問題 0047

[2-2 マーケティング・経営管理] > [市場分析・製品・価格・流通・販促] | 難易度：基礎

市場を年齢、地域、利用目的などの特徴で複数の顧客群に分け、各群に合った施策を行う考え方はどれか。

ア. マスマーケティング

イ. アウトソーシング

ウ. セグメントマーケティング

エ. バリューチェーン

解答・解説

正答：ウ

ア：市場全体へ同一施策を広く展開します。

イ：業務の外部委託です。

ウ：市場を似た顧客群に細分化し、それぞれに施策を設計します。

エ：企業活動を価値創出の連鎖として捉えます。

総合解説：顧客群ごとのニーズに合った施策を設計しやすくなります。

問題 0048

[2-2 マーケティング・経営管理] > [市場分析・製品・価格・流通・販促] | 難易度：基礎

メーカーが小売店への販売支援を強化し、流通業者を通じて消費者へ商品を出す戦略はどれか。

ア. プル戦略

イ. ブルーオーシャン戦略

ウ. ニッチ戦略

エ. プッシュ戦略

解答・解説

正答：エ

ア：消費者への広告等で需要を喚起します。

イ：新市場創造の競争戦略です。

ウ：限定市場に集中する戦略です。

エ：流通業者への働きかけを強める戦略です。

総合解説：プッシュは流通側、プルは消費者側への働きかけを重視します。

問題 0049

[2-2 マーケティング・経営管理] > [市場分析・製品・価格・流通・販促] | 難易度：基礎

検索エンジンで利用者が入力したキーワードに連動して表示される広告はどれか。

- ア. リスティング広告
- イ. デジタルサイネージ
- ウ. アフィリエイト
- エ. ダイレクトメール

解答・解説

正答：ア

ア：検索キーワードに連動して表示される検索連動型広告です。

イ：電子ディスプレイによる表示です。

ウ：成果に応じ報酬を支払う広告手法です。

エ：直接送付する販促手法です。

総合解説：Webマーケティングの代表的な広告手法です。

問題 0050

[2-2 マーケティング・経営管理] > [市場分析・製品・価格・流通・販促] | 難易度：標準

自社Webサイトについて、検索エンジンの自然検索結果で見つけてもらいやすくする取組はどれか。

- ア. EDI
- イ. SEO
- ウ. M&A
- エ. MRP

解答・解説

正答：イ

ア：企業間電子データ交換です。

イ：検索エンジン最適化により自然検索からの流入改善を狙います。

ウ：企業の合併・買収です。

エ：資材所要量計画です。

総合解説：SEOは広告枠購入とは異なる検索流入改善施策です。

問題 0051

[2-2 マーケティング・経営管理] > [市場分析・製品・価格・流通・販促] | 難易度：標準

Webページの購入ボタンについて、文言Aと文言Bを利用者へ出し分け、購入率を比較した。この手法はどれか。

- ア. PPM
- イ. ABC分析
- ウ. A/Bテスト
- エ. デルファイ法

解答・解説

正答：ウ

ア：事業分析です。

イ：重要度別分類です。

ウ：二つの案を比較し成果指標の差を測ります。

エ：専門家意見による予測手法です。

総合解説：Web施策の改善効果を実測する代表的な方法です。

問題 0052

[2-2 マーケティング・経営管理] > [市場分析・製品・価格・流通・販促] | 難易度：標準

新製品発売時に高めの価格を設定し、先行顧客から利益を確保した後、段階的に価格を下げる手法はどれか。

- ア. ペネトレーションプライシング
- イ. ダイナミックプライシング
- ウ. 原価計算
- エ. スキミングプライシング

解答・解説

正答：エ

ア：低価格で市場浸透を狙います。

イ：需要等に応じ価格を変えます。

ウ：会計上の原価把握です。

エ：導入初期に高価格で利益回収を狙う戦略です。

総合解説：スキミングとペネトレーションの違いを押さえます。

問題 0053

[2-2 マーケティング・経営管理] > [市場分析・製品・価格・流通・販促] | 難易度：標準

新しい動画配信サービスが初期価格を低く設定し、短期間で利用者数と市場占有率を高めようとしている。最も近い価格戦略はどれか。

- ア. ペネトレーションプライシング
- イ. スキミングプライシング
- ウ. ダイナミックプライシング
- エ. 移転価格

解答・解説

正答：ア

- ア：低価格で市場へ浸透しシェア拡大を狙います。
 - イ：高価格から始めます。
 - ウ：需要等で価格を変動させます。
 - エ：グループ内取引等の価格概念です。
- 総合解説：市場浸透を優先して低価格から始める戦略です。

問題 0054

[2-2 マーケティング・経営管理] > [市場分析・製品・価格・流通・販促] | 難易度：標準

宿泊予約サイトが需要、曜日、残室数などに応じて宿泊料金を随時変更している。この手法はどれか。

- ア. 固定価格制
- イ. ダイナミックプライシング
- ウ. スキミングプライシング
- エ. ペネトレーションプライシング

解答・解説

正答：イ

- ア：価格を一定に保つ方式です。
 - イ：需要や供給状況等に応じて価格を動的に変えます。
 - ウ：新製品の高価格導入戦略です。
 - エ：低価格導入戦略です。
- 総合解説：データを使い需要に合わせて価格を最適化します。

問題 0055

[2-2 マーケティング・経営管理] > [市場分析・製品・価格・流通・販促] | 難易度：応用

顧客がECで注文して店舗受取・店舗返品もできるよう、オンラインと実店舗を統合した。この考え方はどれか。

- ア. シングルチャネル
- イ. OEM
- ウ. オムニチャネル
- エ. ファブレス

解答・解説

正答：ウ

ア：単一チャネルだけを利用します。

イ：他社ブランド製品を製造します。

ウ：複数チャネルを顧客視点で連携・統合します。

エ：製造を外部委託する事業形態です。

総合解説：EC、店舗、アプリ等で一貫した購買体験を提供します。

問題 0056

[2-2 マーケティング・経営管理] > [市場分析・製品・価格・流通・販促] | 難易度：応用

既存顧客の購買履歴から関心の高い商品を推定し、一人一人に関連商品を提示して購入率を高めたい。最も適した施策はどれか。

- ア. 無差別な一斉広告だけを繰り返す
- イ. 価格を常に原価以下に設定する
- ウ. 全顧客に同一商品だけを表示する
- エ. レコメンデーション

解答・解説

正答：エ

ア：個人の履歴を活用できません。

イ：採算性を無視しています。

ウ：個人差を反映できません。

エ：顧客データを基に関心のありそうな商品を推薦します。

総合解説：顧客データの活用では目的に合う施策を選びます。

問題 0057

[2-2 マーケティング・経営管理] > [CRM・SCM・ERP等の経営管理システム] | 難易度：基礎

顧客の購入履歴や問い合わせ履歴などを一元管理し、顧客との長期的な関係を強化する考え方はどれか。

- ア. CRM
- イ. SCM
- ウ. ERP
- エ. MRP

解答・解説

正答：ア

ア：顧客情報を活用して顧客関係を管理・強化します。

イ：供給連鎖全体の最適化を目指します。

ウ：企業全体の経営資源を統合管理します。

エ：生産に必要な資材所要量を計画します。

総合解説：CRMは営業、マーケティング、サポート等の顧客対応改善に使われます。

問題 0058

[2-2 マーケティング・経営管理] > [CRM・SCM・ERP等の経営管理システム] | 難易度：基礎

原材料調達から生産、物流、販売までの企業間を含む流れを全体最適の観点で管理する考え方はどれか。

- ア. CRM
- イ. SCM
- ウ. BSC
- エ. SEO

解答・解説

正答：イ

ア：顧客関係管理です。

イ：サプライチェーン全体のモノ・情報・資金の流れを最適化します。

ウ：戦略目標を複数視点で管理します。

エ：検索エンジン最適化です。

総合解説：SCMは個別部門ではなく供給連鎖全体を最適化します。

問題 0059

[2-2 マーケティング・経営管理] > [CRM・SCM・ERP等の経営管理システム] | 難易度：基礎

会計、販売、購買、生産、人事などの情報を統合し、経営資源を全社的に管理する考え方はどれか。

- ア. RFM
- イ. CAD
- ウ. ERP
- エ. EDI

解答・解説

正答：ウ

- ア：顧客分析手法です。
 - イ：設計支援です。
 - ウ：部門ごとに分断された情報を統合して全社管理します。
 - エ：企業間電子データ交換です。
- 総合解説：ERPではデータや業務の統合により全社的な情報共有を図ります。

問題 0060

[2-2 マーケティング・経営管理] > [CRM・SCM・ERP等の経営管理システム] | 難易度：標準

調達、製造、物流、販売、サービスなどの企業活動を、顧客価値を生み出す連鎖として捉えて分析する考え方はどれか。

- ア. PPM
- イ. RFM
- ウ. PERT
- エ. バリューチェーン

解答・解説

正答：エ

- ア：市場成長率と市場占有率で事業を分析します。
 - イ：顧客購買履歴を分析します。
 - ウ：作業順序と日程を分析します。
 - エ：企業活動を価値創出の連鎖として分解します。
- 総合解説：どの活動が価値やコストに影響するかを考えます。

問題 0061

[2-2 マーケティング・経営管理] > [CRM・SCM・ERP等の経営管理システム] | 難易度：標準

熟練者が持つ暗黙知を文章や図に表し、他者が共有できる形式知へ変換するSECIモデルのプロセスはどれか。

- ア. 表出化 (Externalization)
- イ. 共同化 (Socialization)
- ウ. 連結化 (Combination)
- エ. 内面化 (Internalization)

解答・解説

正答：ア

ア：暗黙知を形式知として表すプロセスです。

イ：暗黙知から暗黙知へ共有します。

ウ：形式知同士を組み合わせます。

エ：形式知を暗黙知として身に付けます。

総合解説：SECIは共同化、表出化、連結化、内面化を循環させます。

問題 0062

[2-2 マーケティング・経営管理] > [CRM・SCM・ERP等の経営管理システム] | 難易度：標準

品質向上を製造部門だけの課題とせず、経営層から現場まで組織全体で継続的に取り組む考え方はどれか。

- ア. CRM
- イ. TQM
- ウ. M&A
- エ. PPM

解答・解説

正答：イ

ア：顧客関係管理です。

イ：全社的・総合的に品質管理を行います。

ウ：企業の合併・買収です。

エ：事業ポートフォリオ管理です。

総合解説：TQMでは組織全体で継続的な品質向上に取り組めます。

問題 0063

[2-2 マーケティング・経営管理] > [CRM・SCM・ERP等の経営管理システム] | 難易度：標準

業務プロセスのばらつきや欠陥をデータに基づいて減らし、品質を高める改善手法として知られるものはどれか。

- ア. ブルーオーシャン
- イ. オムニチャネル
- ウ. シックスシグマ
- エ. フリーミアム

解答・解説

正答：ウ

ア：新市場創造の戦略です。

イ：複数販売チャネルを統合します。

ウ：統計的な考え方をを用いてばらつきや欠陥を低減します。

エ：基本無料・一部有料のモデルです。

総合解説：シックスシグマはプロセス品質をデータで改善する手法です。

問題 0064

[2-2 マーケティング・経営管理] > [CRM・SCM・ERP等の経営管理システム] | 難易度：標準

生産工程全体の処理能力を高めるため、最も能力が低く全体を制約している工程を特定して重点的に改善する考え方はどれか。

- ア. CRM
- イ. BSC
- ウ. SEO
- エ. TOC（制約理論）

解答・解説

正答：エ

ア：顧客関係管理です。

イ：戦略評価手法です。

ウ：検索エンジン最適化です。

エ：全体成果を制約するボトルネックへ集中して改善します。

総合解説：部分最適より全体を制約する箇所の改善を重視します。

問題 0065

[2-2 マーケティング・経営管理] > [CRM・SCM・ERP等の経営管理システム] | 難易度：応用

CRM、SCM、ERPの説明として、最も適切なものはどれか。

ア. CRMは顧客関係、SCMは供給連鎖、ERPは企業資源の統合管理を主な対象とする。

イ. 三つは名称が違うだけで管理対象は完全に同じである。

ウ. CRMは製造設備だけ、SCMは顧客だけ、ERPはWeb広告だけを管理する。

エ. いずれもOSの種類である。

解答・解説

正答：ア

ア：三つは主な管理対象が異なります。

イ：対象と目的が異なります。

ウ：対応が誤っています。

エ：経営管理に関する仕組みです。

総合解説：略語だけでなく管理対象を区別することが重要です。

問題 0066

[2-2 マーケティング・経営管理] > [CRM・SCM・ERP等の経営管理システム] | 難易度：応用

営業担当者個人に蓄積された提案ノウハウをデータベースや社内コミュニティで共有し、組織全体で再利用できるようにした。この取組はどれか。

ア. ダイナミックプライシング

イ. ナレッジマネジメント

ウ. ペネトレーションプライシング

エ. TOB

解答・解説

正答：イ

ア：需要等に応じて価格を変えます。

イ：個人や組織の知識を蓄積・共有・活用します。

ウ：低価格で市場浸透を図ります。

エ：株式公開買付けです。

総合解説：個人の知恵を組織の資産として活用する取組です。

問題 0067

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [技術開発戦略・MOT] | 難易度：基礎

技術を研究開発だけで終わらせず、事業価値や競争力へ結び付けるために経営的観点から技術を管理する考え方はどれか。

- ア. CRM
- イ. SCM
- ウ. MOT (Management of Technology)
- エ. BSC

解答・解説

正答：ウ

ア：顧客関係管理です。

イ：供給連鎖管理です。

ウ：技術経営であり、技術を事業価値へ結び付けます。

エ：戦略管理手法です。

総合解説：MOTは技術戦略と事業戦略を結び付けます。

問題 0068

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [技術開発戦略・MOT] | 難易度：基礎

将来の市場ニーズ、製品計画、必要技術の開発時期などを時間軸上で関連付けて示すものはどれか。

- ア. 貸借対照表
- イ. DFD
- ウ. E-R図
- エ. 技術ロードマップ

解答・解説

正答：エ

ア：財政状態を示す財務諸表です。

イ：データの流れを表します。

ウ：データの実体と関連を表します。

エ：製品・市場と技術開発の時系列関係を整理します。

総合解説：技術ロードマップは必要技術をいつまでに獲得するかを可視化します。

問題 0069 [2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [技術開発戦略・MOT] | 難易度：基礎

自社内の研究開発だけに依存せず、大学、スタートアップ、他社などの技術やアイデアも活用して新しい価値を生み出す考え方はどれか。

- ア. オープンイノベーション
- イ. 垂直統合
- ウ. コモディティ化
- エ. クローズドな自前主義

解答・解説

正答：ア

ア：組織外の知識・技術も活用して革新を促進します。

イ：事業段階を自社内に取り込みます。

ウ：製品差が小さくなる現象です。

エ：外部活用を避ける方向で設問と逆です。

総合解説：外部連携によって技術開発や事業化を加速する考え方です。

問題 0070 [2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [技術開発戦略・MOT] | 難易度：標準

既存製品を作る製造工程を自動化し、品質と生産性を大幅に改善した。この事例に最も近いものはどれか。

- ア. プロダクトイノベーション
- イ. プロセスイノベーション
- ウ. カニバリゼーション
- エ. ニッチ戦略

解答・解説

正答：イ

ア：製品・サービス自体の革新です。

イ：製造方法や業務プロセスの革新です。

ウ：自社製品間の需要競合です。

エ：限定市場への集中戦略です。

総合解説：製品そのものと作り方の革新を区別します。

問題 0071

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [技術開発戦略・MOT] | 難易度：標準

新しい画像認識技術を店舗に導入する前に、小規模な試作環境で技術的に実現可能かを確かめた。この検証はどれか。

- ア. PoV
- イ. MBO
- ウ. PoC (Proof of Concept)
- エ. RFM

解答・解説

正答：ウ

ア：事業価値があるかを検証します。

イ：経営陣による自社買収です。

ウ：技術やアイデアが実現可能かを小さく検証します。

エ：顧客購買分析です。

総合解説：PoCは本格導入前の成立性確認に使われます。

問題 0072

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [技術開発戦略・MOT] | 難易度：標準

技術的には動作することが確認済みの新サービスについて、実際に顧客価値や収益改善につながるかを検証した。この検証はどれか。

- ア. PoC
- イ. PPM
- ウ. SEO
- エ. PoV (Proof of Value)

解答・解説

正答：エ

ア：主に技術的実現可能性を確認します。

イ：事業ポートフォリオ分析です。

ウ：検索エンジン最適化です。

エ：事業上の価値があるかを検証します。

総合解説：PoCは『できるか』、PoVは『価値があるか』の検証です。

問題 0073

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [技術開発戦略・MOT] | 難易度：標準

新技術製品が先進的な利用者には受け入れられたが、一般市場へ広く普及する段階で大きな壁に直面した。この壁を表す用語はどれか。

- ア. キャズム
- イ. デジタルデバイド
- ウ. ボトルネック
- エ. フィルターバブル

解答・解説

正答：ア

ア：初期採用者から一般顧客へ普及する際の大きな隔たりです。

イ：IT利用格差です。

ウ：全体性能を制約する箇所です。

エ：似た情報ばかりに囲まれる現象です。

総合解説：新技術の普及では顧客層の要求差を乗り越える必要があります。

問題 0074

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [技術開発戦略・MOT] | 難易度：標準

新規事業で最小限の製品を早く市場に出し、顧客の反応を測定しながら学習と改善を繰り返す考え方はどれか。

- ア. ウォーターフォール
- イ. リーンスタートアップ
- ウ. 垂直統合
- エ. スキミングプライシング

解答・解説

正答：イ

ア：順序立てた開発モデルです。

イ：小さく作って検証し、学習を繰り返します。

ウ：事業段階を自社に取り込みます。

エ：高価格導入戦略です。

総合解説：仮説を早く市場で検証して不確実性を減らします。

問題 0075

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [技術開発戦略・MOT] | 難易度：応用

新サービス開発で、利用者を観察して潜在的な困り事を把握し、アイデアを出し、試作品を作って利用者から学びながら改善した。この進め方はどれか。

- ア. PPM
- イ. SCM
- ウ. デザイン思考
- エ. TOB

解答・解説

正答：ウ

ア：事業分析です。

イ：供給連鎖管理です。

ウ：利用者への共感を起点に試作・検証を反復します。

エ：株式公開買付けです。

総合解説：利用者中心で課題を捉え、試作と検証を重ねます。

問題 0076

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [技術開発戦略・MOT] | 難易度：応用

2050年の望ましい社会像を先に設定し、その状態から逆算して2030年、2040年に必要な技術開発や施策を考える方法はどれか。

- ア. フォアキャストینگ
- イ. ベンチマーキング
- ウ. RFM分析
- エ. バックキャストینگ

解答・解説

正答：エ

ア：現在の傾向から将来を予測します。

イ：優良事例との比較です。

ウ：顧客購買分析です。

エ：望ましい未来を起点に現在まで逆算します。

総合解説：長期目標から逆算して行動を設計する方法です。

問題 0077

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [ビジネスシステム・e-ビジネス] | 難易度：基礎

小売店で商品の販売時点に商品コード、数量、時刻などを記録し、売上分析や在庫管理へ活用するシステムはどれか。

- ア. POSシステム
- イ. CAD
- ウ. ERP
- エ. DNS

解答・解説

正答：ア

ア：販売時点情報を収集・活用します。

イ：設計支援システムです。

ウ：全社資源管理で、販売時点記録そのものではありません。

エ：ドメイン名とIPアドレスの対応を扱います。

総合解説：POSデータは発注、品揃え、販促などへ活用できます。

問題 0078

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [ビジネスシステム・e-ビジネス] | 難易度：基礎

商品やパレットにICタグを取り付け、電波を使って非接触で識別情報を読み取る技術はどれか。

- ア. OCR
- イ. RFID
- ウ. GPS
- エ. VPN

解答・解説

正答：イ

ア：画像から文字を認識します。

イ：無線でICタグの情報を読み書きする自動認識技術です。

ウ：衛星で位置を測定します。

エ：安全な仮想ネットワークを構成します。

総合解説：RFIDは物流、在庫管理、トレーサビリティなどに利用されます。

問題 0079

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [ビジネスシステム・e-ビジネス] | 難易度：基礎

営業担当者の商談状況、訪問履歴、案件進捗などを共有し、営業活動を支援するシステムはどれか。

- ア. CAD
- イ. MRP
- ウ. SFA
- エ. ETC

解答・解説

正答：ウ

ア：設計作業を支援します。

イ：資材所要量を計画します。

ウ：営業活動の情報管理・効率化を支援します。

エ：料金自動収受システムです。

総合解説：SFAは案件や営業活動を可視化します。

問題 0080

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [ビジネスシステム・e-ビジネス] | 難易度：標準

スマートフォンアプリでクーポンを配布し、オンライン上の利用者を実店舗へ来店させる施策はどれか。

- ア. EDI
- イ. EFT
- ウ. ERP
- エ. O2O (Online to Offline)

解答・解説

正答：エ

ア：企業間電子データ交換です。

イ：電子資金移動です。

ウ：企業資源管理です。

エ：オンライン接点からオフライン行動へ誘導します。

総合解説：O2Oはオンラインからオフラインへの送客を重視します。

問題 0081

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [ビジネスシステム・e-ビジネス] | 難易度：標準

企業間で発注書や請求書などの商取引データを、標準化された形式でネットワークを通じて電子的に交換する仕組みはどれか。

- ア. EDI
- イ. EFT
- ウ. POS
- エ. GIS

解答・解説

正答：ア

ア：企業間の取引データを電子交換します。

イ：電子資金移動です。

ウ：販売時点情報管理です。

エ：地理情報システムです。

総合解説：EDIは受発注処理の迅速化や手入力削減に役立ちます。

問題 0082

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [ビジネスシステム・e-ビジネス] | 難易度：標準

基本機能を無料で提供し、高度な機能や追加容量などを利用する顧客から料金を得るビジネスモデルはどれか。

- ア. OEM
- イ. フリーミアム
- ウ. 垂直統合
- エ. MBO

解答・解説

正答：イ

ア：他社ブランド製品を製造します。

イ：無料の基本サービスで利用者を広げ、一部有料機能で収益化します。

ウ：複数事業段階を統合します。

エ：経営陣による自社買収です。

総合解説：無料利用者から有料利用者への転換が重要なモデルです。

問題 0083

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [ビジネスシステム・e-ビジネス] | 難易度：標準

実店舗では置きにくい販売数の少ない多数の商品もECで扱い、それらを合計して大きな売上に つなげる考え方はどれか。

- ア. 規模の経済
- イ. カニバリゼーション
- ウ. ロングテール
- エ. TOC

解答・解説

正答：ウ

ア：生産規模拡大によるコスト低下です。
イ：自社製品間の需要競合です。
ウ：多数の少量販売商品の累積売上に着目します。
エ：制約理論です。
総合解説：ECは棚制約が小さくロングテールと相性があります。

問題 0084

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [ビジネスシステム・e-ビジネス] | 難易度：標準

個人間のオンライン取引で、第三者が購入代金を一時的に預かり、商品の受領確認後に売り手へ支払う仕組みはどれか。

- ア. CDN
- イ. CRM
- ウ. SCM
- エ. エスクローサービス

解答・解説

正答：エ

ア：コンテンツ配信ネットワークです。
イ：顧客関係管理です。
ウ：供給連鎖管理です。
エ：第三者が代金を預かり取引リスクを低減します。
総合解説：商品未着や代金未払いのリスクを補完します。

問題 0085

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [ビジネスシステム・e-ビジネス] | 難易度：応用

金融サービスの口座開設で、スマートフォンから本人確認書類や顔画像を送信し、オンラインで本人確認を完了させる仕組みはどれか。

- ア. eKYC
- イ. EDI
- ウ. EFT
- エ. CDN

解答・解説

正答：ア

ア：オンライン等を活用した本人確認です。

イ：企業間データ交換です。

ウ：電子資金移動です。

エ：コンテンツ配信ネットワークです。

総合解説：FinTechなどで用いられるデジタル本人確認です。

問題 0086

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [ビジネスシステム・e-ビジネス] | 難易度：応用

小売企業が店舗とECの会員ID、購買履歴、在庫を統合し、顧客がオンラインか実店舗かを意識せず一貫した体験を得られるようにした。最も近い概念はどれか。

- ア. O2Oだけ
- イ. OMO (Online Merges with Offline)
- ウ. MRP
- エ. VPN

解答・解説

正答：イ

ア：O2Oはオンラインからオフラインへの送客を中心に捉えます。

イ：オンラインとオフラインを融合し顧客体験全体を設計します。

ウ：資材所要量計画です。

エ：仮想ネットワーク技術です。

総合解説：OMOはオンラインとオフラインを一体化した顧客体験を重視します。

問題 0087

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [エンジニアリング・IoT・組み込み] | 難易度：基礎

コンピュータを利用して製品や建築物などの設計図面を作成・編集するシステムはどれか。

- ア. POS
- イ. CRM
- ウ. CAD
- エ. EFT

解答・解説

正答：ウ

ア：販売時点情報管理です。

イ：顧客関係管理です。

ウ：Computer Aided Designで、設計作業を支援します。

エ：電子資金移動です。

総合解説：エンジニアリング分野ではCADなどで設計を効率化します。

問題 0088

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [エンジニアリング・IoT・組み込み] | 難易度：基礎

製品企画、設計、生産準備などを完全に順番待ちにせず、関係部門が並行して協調しながら開発を進める考え方はどれか。

- ア. ウォーターフォール
- イ. ロングテール
- ウ. アウトソーシング
- エ. コンカレントエンジニアリング

解答・解説

正答：エ

ア：工程を順番に進める開発モデルです。

イ：多数の少量販売商品に着目します。

ウ：業務を外部委託します。

エ：複数工程を並行化し部門間連携で開発期間を短縮します。

総合解説：早い段階から製造等の視点も取り入れて手戻りを減らします。

問題 0089

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [エンジニアリング・IoT・組込み] | 難易度：基礎

必要なものを、必要なときに、必要な量だけ生産・供給することを重視する生産方式はどれか。

ア. JIT (Just In Time)

イ. PPM

ウ. RFM

エ. BSC

解答・解説

正答：ア

ア：必要な物を必要な時に必要量だけ供給・生産します。

イ：事業ポートフォリオ分析です。

ウ：顧客分析です。

エ：戦略評価手法です。

総合解説：JITは過剰在庫や待ちを減らす考え方です。

問題 0090

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [エンジニアリング・IoT・組込み] | 難易度：標準

製品の生産計画と部品表、在庫情報を基に、いつ何個の部品を調達・生産すべきかを計算する仕組みはどれか。

ア. CRM

イ. MRP (Material Requirements Planning)

ウ. SFA

エ. SEO

解答・解説

正答：イ

ア：顧客関係管理です。

イ：資材所要量計画で、必要部品の数量と時期を計画します。

ウ：営業支援です。

エ：検索エンジン最適化です。

総合解説：MRPは部品表や在庫情報を使って資材計画を立てます。

問題 0091

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [エンジニアリング・IoT・組込み] | 難易度：標準

多品種少量生産などに対応するため、工作機械や搬送装置をコンピュータで連携させ、製品種類の変更へ柔軟に対応する生産システムはどれか。

- ア. POS
- イ. EFT
- ウ. FMS (Flexible Manufacturing System)
- エ. CDN

解答・解説

正答：ウ

ア：販売時点情報管理です。

イ：電子資金移動です。

ウ：多様な製品を柔軟に生産するシステムです。

エ：コンテンツ配信ネットワークです。

総合解説：FMSは製品種類や生産量の変化へ対応しやすい点が特徴です。

問題 0092

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [エンジニアリング・IoT・組込み] | 難易度：標準

工場設備にセンサを取り付け、稼働温度や振動データをネットワーク経由で収集し、異常兆候を分析する仕組みはどれか。

- ア. 紙の点検表だけを使う仕組み
- イ. オフライン電卓だけを使う仕組み
- ウ. 単独の機械式時計だけを使う仕組み
- エ. IoTを利用した設備監視システム

解答・解説

正答：エ

ア：ネットワーク接続されたデータ収集がありません。

イ：モノの接続や収集を行いません。

ウ：ネットワーク連携がありません。

エ：センサで現実世界のデータを取得しネットワークで分析します。

総合解説：IoTは監視、制御、最適化、自律化などへ活用されます。

問題 0093

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [エンジニアリング・IoT・組込み] | 難易度：標準

自動車の制御装置や家電など、特定の機能を実現するため機器内部に組み込まれたコンピュータシステムはどれか。

- ア. 組込みシステム
- イ. 汎用表計算ソフト
- ウ. オンラインモール
- エ. SFA

解答・解説

正答：ア

ア：特定機器の制御や専用機能のために組み込まれます。
イ：一般用途アプリです。
ウ：EC販売プラットフォームです。
エ：営業支援システムです。
総合解説：組込みシステムは家電、自動車、産業機器などに利用されます。

問題 0094

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [エンジニアリング・IoT・組込み] | 難易度：標準

ルータや家電などの機器内部の不揮発性メモリに格納され、機器の基本的な制御を行うソフトウェアはどれか。

- ア. CRM
- イ. ファームウェア
- ウ. ERP
- エ. CAD

解答・解説

正答：イ

ア：顧客関係管理です。
イ：ハードウェアに密接に結び付いた制御用ソフトウェアです。
ウ：企業資源管理です。
エ：設計支援です。
総合解説：ファームウェアは機器の基本動作を制御します。

問題 0095

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [エンジニアリング・IoT・組み込み] | 難易度：応用

工場の設備、製品、作業状況をセンサやネットワークでつなぎ、収集データを分析して生産条件や保全計画を最適化する工場はどれか。

- ア. オンラインモール
- イ. デジタルサイネージ
- ウ. スマートファクトリー
- エ. フランチャイズチェーン

解答・解説

正答：ウ

- ア：EC販売の仕組みです。
 - イ：電子表示装置です。
 - ウ：IoTやデータ分析で生産を可視化・最適化します。
 - エ：本部と加盟店の事業形態です。
- 総合解説：IoT、AI、ロボットなどを活用した工場高度化です。

問題 0096

[2-3 技術戦略・ビジネスインダストリ] > [エンジニアリング・IoT・組み込み] | 難易度：応用

鉄道、バス、タクシー、シェアサイクルなど複数の移動サービスを一つのアプリで検索・予約・決済できるよう統合する考え方はどれか。

- ア. MRP
- イ. SaaS
- ウ. BSC
- エ. MaaS (Mobility as a Service)

解答・解説

正答：エ

- ア：資材所要量計画です。
 - イ：ソフトウェア提供形態で、移動サービス統合そのものではありません。
 - ウ：戦略管理手法です。
 - エ：複数の交通・移動サービスを統合して提供します。
- 総合解説：MaaSは代表的なモビリティサービスの考え方です。

問題 0097 [2-4 システム戦略] > [DX・情報システム戦略] | 難易度：基礎

情報システム戦略の基本的な考え方として、最も適切なものはどれか。

- ア. 経営戦略や事業戦略の実現に貢献するよう、情報システムの方向性や目標を定める。
- イ. 最新技術を導入することだけを最優先し、経営目標との関係は考えない。
- ウ. 情報システム部門だけの都合で個別最適化し、全社戦略とは切り離す。
- エ. 既存システムを一切変更しないことを戦略目標とする。

解答・解説

正答：ア

ア：情報システム戦略はIT導入自体を目的とせず、経営戦略・事業戦略の実現を支えるために立案します。

イ：技術導入は手段であり、経営目標との整合が必要です。

ウ：全社の経営戦略との整合を取ることが重要です。

エ：環境変化や経営戦略に応じ、適切な見直しが必要です。

総合解説：情報システム戦略では、経営・事業戦略から情報システムの役割や優先順位を導きます。

問題 0098 [2-4 システム戦略] > [DX・情報システム戦略] | 難易度：基礎

企業全体の業務と情報システムを、全体最適の観点から体系的に整理し、将来像を設計する考え方として最も適切なものはどれか。

- ア. EDI
- イ. EA (Enterprise Architecture)
- ウ. RFM
- エ. MRP

解答・解説

正答：イ

ア：EDIは企業間で取引データを電子交換する仕組みです。

イ：EAは企業全体の業務・データ・アプリケーション・技術などを構造化して全体最適を図る考え方です。

ウ：RFMは顧客の購買履歴をRecency・Frequency・Monetaryで分析する手法です。

エ：MRPは生産に必要な資材所要量を計画する手法です。

総合解説：EAは個別システムだけでなく、企業全体の業務とITの構造・将来像を整理するために用いられます。

問題 0099

[2-4 システム戦略] > [DX・情報システム戦略] | 難易度：基礎

会計や受発注など、企業活動の正確な記録を保持し、安定した処理を重視するシステムの考え方はどれか。

ア. SoE (Systems of Engagement)

イ. SFA

ウ. SoR (Systems of Record)

エ. O2O

解答・解説

正答：ウ

ア：SoEは顧客や利用者との接点・関係性を高めるシステムを指す考え方です。

イ：SFAは営業活動を支援する具体的なシステムです。

ウ：SoRは企業活動の記録を正確・確実に管理する基幹系システムなどを表す考え方です。

エ：O2Oはオンラインから実店舗などへ誘導するマーケティング施策です。

総合解説：SoRは記録・正確性・安定性を重視するシステム、SoEは顧客や利用者とのつながりを重視するシステムとして整理します。

問題 0100

[2-4 システム戦略] > [DX・情報システム戦略] | 難易度：標準

DXの取組として最も適切なものはどれか。

ア. 紙の申請書をPDFに置き換えるだけで、業務手順や価値提供は一切見直さない。

イ. 既存業務の問題を確認せず、流行しているIT製品を導入する。

ウ. 情報システム部門だけで完結させ、経営や現場の業務変革は対象外とする。

エ. デジタル技術とデータを活用して業務や顧客体験、ビジネスモデルそのものを継続的に変革する。

解答・解説

正答：エ

ア：これはデジタル化の一例ですが、それだけでDX全体を表すとはいえません。

イ：DXでは経営・顧客課題と結び付けた変革が必要です。

ウ：DXは部門横断で事業・業務の変革に取り組む考え方です。

エ：DXは単純な電子化・効率化だけではなく、デジタルを活用して組織や事業の在り方を変革する考え方です。

総合解説：DXではデータとデジタル技術を活用し、顧客価値や競争力の向上につながる変革を目指します。

問題 0101 [2-4 システム戦略] > [DX・情報システム戦略] | 難易度：標準

社内ポータル、ファイルサーバ、文書管理システムなど複数の社内情報源を横断して検索できる仕組みはどれか。

- ア. エンタープライズサーチ
- イ. DNS
- ウ. CDN
- エ. EDI

解答・解説

正答：ア

ア：企業内に分散した情報を横断的に検索する仕組みをエンタープライズサーチといいます。

イ：DNSはドメイン名とIPアドレスの対応を扱います。

ウ：CDNはコンテンツを複数拠点から効率的に配信する仕組みです。

エ：EDIは企業間の商取引データを電子交換する仕組みです。

総合解説：情報システム戦略では、組織内に蓄積された情報を有効活用する仕組みも重要です。

問題 0102 [2-4 システム戦略] > [DX・情報システム戦略] | 難易度：標準

「顧客対応を迅速化する」という事業目標に対する情報システム戦略の目標として、最も適切なものはどれか。

- ア. 最新型PCを全社員に配布すること自体を最終目的にする。
- イ. 問い合わせ履歴を部門横断で共有し、平均初回答時間を20%短縮する。
- ウ. 問い合わせ件数を測定せず、システム導入だけで成功と判定する。
- エ. 顧客対応部門の業務を確認せず、検索機能を増やす。

解答・解説

正答：イ

ア：機器導入は手段であり、事業成果とのつながりを明確にする必要があります。

イ：事業目標との関係が明確で、情報システムによる改善効果を測定できる具体的な目標です。

ウ：導入後の効果を評価できる目標が必要です。

エ：業務課題や利用者ニーズに基づいて目標を設定すべきです。

総合解説：戦略目標は経営・事業目標と結び付き、できるだけ具体的に成果を評価できる形にします。

問題 0103 [2-4 システム戦略] > [DX・情報システム戦略] | 難易度：標準

顧客向けスマートフォンアプリで、個別提案、チャット、レビュー共有などを行い、顧客との関係を深めるシステムの考え方はどれか。

ア. SoR (Systems of Record)

イ. MRP

ウ. SoE (Systems of Engagement)

エ. FMS

解答・解説

正答：ウ

ア：SoRは取引や会計などの正確な記録保持を主目的とする考え方です。

イ：MRPは資材所要量計画です。

ウ：SoEは顧客や利用者との接点や関係性を強化するシステムを表す考え方です。

エ：FMSは柔軟生産システムです。

総合解説：顧客接点を重視するSoEと、正確な記録を重視するSoRを用途に応じて組み合わせることがあります。

問題 0104 [2-4 システム戦略] > [DX・情報システム戦略] | 難易度：標準

企業が全社方針として「サブスクリプション事業への転換」を掲げた。情報システム投資の優先順位付けとして最も適切なものはどれか。

ア. 各部門が欲しいシステムを先着順で導入する。

イ. 既存システムの利用目的を問わず全て同額ずつ投資する。

ウ. 事業戦略と無関係に、最も高価な製品を選ぶ。

エ. 契約・課金・利用状況分析など、新しい事業モデルを実現するために必要なシステムを優先する。

解答・解説

正答：エ

ア：全社戦略との整合や優先度評価ができません。

イ：事業上の重要度や効果に応じた優先順位付けが必要です。

ウ：価格の高さは戦略適合性を示しません。

エ：経営戦略の実現に直結するIT投資を優先する考え方が情報システム戦略に合います。

総合解説：情報システム戦略では限られた資源を、経営戦略への貢献度や効果、リスクなどを踏まえて配分します。

問題 0105

[2-4 システム戦略] > [DX・情報システム戦略] | 難易度：応用

小売企業が購買データを分析し、店舗ごとの品ぞろえを最適化するとともに、発注権限や業務プロセスも見直した。この取組の評価として最も適切なものはどれか。

- ア. データ活用を業務プロセスや意思決定の変革までつなげており、DXの考え方に合う。
- イ. データを使っているため、経営目標との関係は考えなくてよい。
- ウ. システム化すると現場の改善活動は不要になる。
- エ. 発注権限など組織面の変更はDXとは無関係である。

解答・解説

正答：ア

ア：データ分析だけで終わらず、組織・業務の変革と価値向上へ結び付けています。

イ：DXでも経営戦略や顧客価値とのつながりが重要です。

ウ：システム導入後も継続的な改善が必要です。

エ：DXでは組織・業務プロセスの見直しも重要な要素です。

総合解説：DXは技術導入だけでなく、データ活用を起点に業務・組織・顧客価値を変革する取組として捉えます。

問題 0106

[2-4 システム戦略] > [DX・情報システム戦略] | 難易度：応用

銀行が、勘定系システムでは正確な取引記録を保持し、スマートフォンアプリでは顧客ごとの提案や対話機能を強化した。この説明として最も適切なものはどれか。

- ア. どちらのシステムも役割が同じなので、必ず一つに統合しなければならない。
- イ. SoRとSoEを役割に応じて組み合わせ、安定した記録管理と顧客接点強化を両立している。
- ウ. SoRでは正確性は不要で、変更速度だけを最優先する。
- エ. SoEは顧客との接点を持たず、社内記録だけを扱う。

解答・解説

正答：イ

ア：役割や非機能要件が異なるため、必ず一体化するとは限りません。

イ：勘定系はSoR、顧客向けアプリはSoEの性格が強く、役割を分けて連携する例です。

ウ：SoRでは正確な記録や安定性が重要です。

エ：SoEは顧客や利用者との関係・接点を重視します。

総合解説：情報システム戦略では、システムの役割に応じて安定性と迅速な顧客対応など異なる要求を整理します。

問題 0107 [2-4 システム戦略] > [業務プロセス・BPR] | 難易度：基礎

業務改善のために現在の業務プロセスをモデル化する主な目的はどれか。

- ア. 業務内容を関係者から見えにくくするため
- イ. 全ての業務を必ず自動化するため
- ウ. 作業や情報の流れを可視化し、重複・停滞・無駄などの問題点を把握しやすくするため
- エ. 会計上の利益だけを計算するため

解答・解説

正答：ウ

ア：モデリングは現状を共有・理解しやすくするために行います。

イ：モデリングは自動化だけでなく、業務理解や改善検討に用います。

ウ：業務を図などで表すことで、関係者が現状を共有し改善点を見つけやすくなります。

エ：業務プロセスモデルは作業・情報の流れを把握するためのものです。

総合解説：業務改善では、まず現状の業務を把握し、モデルや業務フローで可視化することが重要です。

問題 0108 [2-4 システム戦略] > [業務プロセス・BPR] | 難易度：基礎

業務やシステムにおけるデータの流れと、データを処理する機能との関係を図で表す手法はどれか。

- ア. E-R図
- イ. ガントチャート
- ウ. パレート図
- エ. DFD (Data Flow Diagram)

解答・解説

正答：エ

ア：E-R図はデータの実体と関連を表します。

イ：ガントチャートは作業スケジュールを横棒で表します。

ウ：パレート図は項目を大きい順に並べ、重点項目を把握するための図です。

エ：DFDはデータの流れ、処理、データストア、外部実体などの関係を表します。

総合解説：DFDはデータがどこから来て、どの処理を通り、どこへ流れるかを把握するための代表的なモデリング手法です。

問題 0109

[2-4 システム戦略] > [業務プロセス・BPR] | 難易度：基礎

開始、作業、分岐、終了などを標準化された記号で表し、業務プロセスを関係者間で共有しやすくする表記法はどれか。

ア. BPMN (Business Process Model and Notation)

イ. RFM

ウ. PPM

エ. PERT

解答・解説

正答：ア

ア：BPMNは業務プロセスを標準的な記号で表現するためのモデリング表記法です。

イ：RFMは顧客購買分析です。

ウ：PPMは事業ポートフォリオ分析です。

エ：PERTはプロジェクトの作業順序や所要時間を扱う手法です。

総合解説：BPMNは業務プロセスを可視化し、業務部門とIT部門など複数の関係者で共有する際に役立ちます。

問題 0110

[2-4 システム戦略] > [業務プロセス・BPR] | 難易度：標準

BPRの説明として最も適切なものはどれか。

ア. 現行業務を一切変えず、紙だけを電子化する。

イ. 既存の業務プロセスを前提とせず、顧客価値や成果の観点から抜本的に再設計する。

ウ. 部門ごとの小さな改善だけを繰り返し、全体プロセスは見直さない。

エ. 業務目的を確認せず、システム導入そのものを目的とする。

解答・解説

正答：イ

ア：単なる電子化だけではBPRの抜本的な再設計とはいえません。

イ：BPRはBusiness Process Reengineeringで、業務プロセスを根本から見直す考え方です。

ウ：BPRでは部門をまたぐ業務全体を抜本的に見直すことがあります。

エ：BPRでは業務成果や顧客価値を起点に再設計します。

総合解説：BPRは現状を少しずつ改善するだけでなく、業務プロセスを抜本的に再構築する考え方です。

問題 0111 [2-4 システム戦略] > [業務プロセス・BPR] | 難易度：標準

業務プロセスを可視化・測定し、運用しながら継続的に改善していく管理手法はどれか。

- ア. BPR
- イ. M&A
- ウ. BPM (Business Process Management)
- エ. PPM

解答・解説

正答：ウ

ア：BPRは抜本的な業務再設計を重視する考え方です。

イ：M&Aは企業の合併・買収です。

ウ：BPMは業務プロセスを継続的に管理・改善する考え方です。

エ：PPMは事業ポートフォリオ管理です。

総合解説：BPRが大きな再設計を指すのに対し、BPMは業務プロセスを継続的に把握・改善する管理として整理できます。

問題 0112 [2-4 システム戦略] > [業務プロセス・BPR] | 難易度：標準

出張申請を「申請者→上司承認→経理確認」の順で電子的に回付し、処理状況も確認できるようにした。最も適切な仕組みはどれか。

- ア. CDN
- イ. DNS
- ウ. POS
- エ. ワークフローシステム

解答・解説

正答：エ

ア：CDNはコンテンツ配信を効率化します。

イ：DNSはドメイン名とIPアドレスの対応を扱います。

ウ：POSは販売時点情報管理です。

エ：定型的な申請・承認の流れを電子化し、進捗や履歴を管理する仕組みです。

総合解説：ワークフローシステムは申請・承認・回覧などの定型業務を効率化し、進捗や記録を見える化します。

問題 0113

[2-4 システム戦略] > [業務プロセス・BPR] | 難易度：標準

RPAの適用対象として最も適切なものはどれか。

ア. 毎日同じ手順で複数システムから定型データを転記し、決められた形式の報告書を作る作業

イ. 前例のない経営危機で事業撤退の是非を判断する作業

ウ. 顧客の感情をくみ取りながら複雑な交渉を行う作業

エ. 新しい企業理念を創造する作業

解答・解説

正答：ア

ア：ルールが明確で反復性の高いPC上の定型作業はRPAに適しています。

イ：高度な経営判断や不確実な意思決定は単純なRPAに適しません。

ウ：人間の判断や対人コミュニケーションが中心です。

エ：創造性と経営判断が必要で、定型自動化の対象ではありません。

総合解説：RPAは定型・反復的なPC操作を自動化して業務効率を高めます。適用前に業務手順の標準化も重要です。

問題 0114

[2-4 システム戦略] > [業務プロセス・BPR] | 難易度：標準

BYODを導入する際の説明として最も適切なものはどれか。

ア. 私物端末なので会社のセキュリティルールは適用されない。

イ. 従業員所有端末を業務利用できる利便性がある一方、端末管理や情報漏えい対策などのルール整備が必要である。

ウ. 端末紛失時も業務データの保護を考える必要はない。

エ. どのアプリでも無制限に業務データへアクセスさせる。

解答・解説

正答：イ

ア：業務情報を扱う以上、組織のセキュリティ方針に沿った管理が必要です。

イ：BYODには利便性や端末調達負担の軽減などが期待できますが、セキュリティ・管理面の対策が必要です。

ウ：紛失・盗難による情報漏えいリスクへの対策が必要です。

エ：アクセス制御やアプリ利用ルールなどを検討する必要があります。

総合解説：BYODは利便性だけでなく、認証、端末管理、データ分離、紛失時対応などを合わせて設計します。

問題 0115 [2-4 システム戦略] > [業務プロセス・BPR] | 難易度：応用

複数拠点のメンバーが同じ資料を共同編集し、チャットとWeb会議で意思決定を行うようにした。この取組の主な効果として最も適切なものはどれか。

ア. 全ての会議が不要になり、意思決定者も不要になる。

イ. 共有権限を設定しなくても情報漏えいリスクは発生しない。

ウ. 場所に依存しにくい情報共有とコミュニケーションを実現し、共同作業を効率化できる。

エ. 通信障害が発生しても業務へ影響しない。

解答・解説

正答：ウ

ア：ITはコミュニケーションを支援しますが、意思決定自体が不要になるわけではありません。

イ：共有範囲やアクセス権の適切な管理が必要です。

ウ：グループウェアやWeb会議などは、離れた場所でも情報共有・協働を行いやすくします。

エ：オンライン依存が高い業務では通信障害への備えが必要です。

総合解説：IT活用による業務効率化では、ツール導入だけでなく運用ルールや情報共有方法を合わせて設計します。

問題 0116 [2-4 システム戦略] > [業務プロセス・BPR] | 難易度：応用

ある会社は、重複入力が多い受注業務を改善したい。進め方として最も適切なものはどれか。

ア. 現在の重複作業をそのままRPAで高速化し、業務目的は確認しない。

イ. システム導入前の分析は不要で、全作業を人手から機械へ置き換える。

ウ. 一度改善したら利用状況や成果は評価しない。

エ. 現状プロセスを可視化して不要な工程を見直し、残った定型作業はRPA等で自動化し、導入後もBPMで継続評価する。

解答・解説

正答：エ

ア：不要な業務まで自動化するおそれがあり、まずプロセス見直しが重要です。

イ：業務特性や例外処理を分析し、適用範囲を判断する必要があります。

ウ：改善後も効果測定と継続的な見直しが必要です。

エ：業務の無駄を残したまま自動化せず、プロセス改善と自動化、継続管理を組み合わせるのが適切です。

総合解説：効果的な業務改善では、業務分析、BPR/BPM、RPAなどを目的に応じて使い分けます。

問題 0117 [2-4 システム戦略] > [ソリューションビジネス・クラウド活用] | 難易度：基礎

ソリューションビジネスの説明として最も適切なものはどれか。

ア. 顧客の課題を把握し、システムやサービスを組み合わせて解決策を提案し、実現を支援する。

イ. 自社製品の機能説明だけを行い、顧客の課題は確認しない。

ウ. 顧客ごとの要件を考えず、全社へ同一製品を強制する。

エ. システム導入後の支援は一切行わないことを前提とする。

解答・解説

正答：ア

ア：ソリューションビジネスでは製品を売るだけでなく、顧客課題の解決を中心に提案・支援します。

イ：顧客の問題点を把握して解決策を提案することが重要です。

ウ：課題や要件に応じた解決策を考えます。

エ：必要に応じて導入・運用などを含めて解決を支援します。

総合解説：ソリューションは顧客との信頼関係を基に問題を把握し、課題解決へつなげる考え方です。

問題 0118 [2-4 システム戦略] > [ソリューションビジネス・クラウド活用] | 難易度：基礎

顧客の要求に合わせて、ハードウェア、ソフトウェア、ネットワークなどを組み合わせ、一つの情報システムとして構築することを何というか。

ア. SEO

イ. SI (System Integration)

ウ. RFM

エ. JIT

解答・解説

正答：イ

ア：SEOは検索エンジン最適化です。

イ：SIは複数のIT要素を組み合わせ、顧客要求に合ったシステムとして統合・構築することです。

ウ：RFMは顧客購買分析です。

エ：JITは生産・供給の考え方です。

総合解説：SIでは顧客課題や要件を踏まえて各種IT資源を統合し、システムとして実現します。

問題 0119 [2-4 システム戦略] > [ソリューションビジネス・クラウド活用] | 難易度：基礎

利用者がWebブラウザなどから完成したアプリケーションを利用し、サーバやOSの管理を原則としてサービス提供者に任せるクラウドサービスはどれか。

- ア. PaaS
- イ. IaaS
- ウ. SaaS
- エ. ハウジング

解答・解説

正答：ウ

ア：PaaSはアプリケーションの開発・実行に必要なプラットフォームを提供します。

イ：IaaSは仮想サーバやストレージなどのインフラを提供します。

ウ：SaaSは完成したソフトウェア機能をネットワーク経由で利用するサービスです。

エ：ハウジングは利用者所有のサーバ等をデータセンターへ設置するサービスです。

総合解説：SaaS・PaaS・IaaSは、利用者と提供者が管理する範囲の違いを理解します。

問題 0120 [2-4 システム戦略] > [ソリューションビジネス・クラウド活用] | 難易度：標準

開発者がOSやミドルウェアの細かな構築をせず、提供された実行環境やデータベースなどを利用してアプリケーション開発に集中したい。最も適したサービスはどれか。

- ア. SaaS
- イ. IaaS
- ウ. ホスティングだけ
- エ. PaaS

解答・解説

正答：エ

ア：SaaSは完成したアプリケーションを利用する形態で、開発基盤提供が中心ではありません。

イ：IaaSは仮想サーバなどインフラ提供が中心で、OS等の管理範囲がPaaSより利用者側に広いことがあります。

ウ：ホスティングはサーバ資源等を提供するサービスで、PaaSの開発実行環境とは位置付けが異なります。

エ：PaaSはアプリケーションの開発・実行に必要なプラットフォームをサービスとして提供します。

総合解説：PaaSではインフラやOS・実行環境の管理負担を軽減し、アプリケーション開発へ集中しやすくなります。

問題 0121 [2-4 システム戦略] > [ソリューションビジネス・クラウド活用] | 難易度：標準

仮想サーバ、ストレージ、ネットワークなどのITインフラを必要に応じて利用し、その上のOSやアプリケーションを自社で構成したい。最も適したサービスはどれか。

- ア. IaaS
- イ. SaaS
- ウ. PaaS
- エ. DaaS

解答・解説

正答：ア

ア：IaaSはコンピューティング、ストレージ、ネットワークなどのインフラ資源を提供します。

イ：SaaSは完成したアプリケーションを利用するサービスです。

ウ：PaaSはアプリケーション開発・実行環境を提供します。

エ：DaaSはデスクトップ環境をサービスとして提供する形態です。

総合解説：IaaSでは利用者がOSやアプリケーションを選択・管理しやすい一方、SaaSより管理範囲が広がります。

問題 0122 [2-4 システム戦略] > [ソリューションビジネス・クラウド活用] | 難易度：標準

社員が自宅の端末からネットワーク経由で会社用の仮想デスクトップ環境を利用するサービス形態はどれか。

- ア. CDN
- イ. DaaS (Desktop as a Service)
- ウ. EDI
- エ. MRP

解答・解説

正答：イ

ア：CDNはWebコンテンツ等を効率よく配信する仕組みです。

イ：DaaSはデスクトップ環境をサービスとして提供し、端末からリモート利用できる形態です。

ウ：EDIは企業間データ交換です。

エ：MRPは資材所要量計画です。

総合解説：DaaSはテレワーク等で利用されることがあり、端末側に業務データを残しにくい構成にも活用できます。

問題 0123

[2-4 システム戦略] > [ソリューションビジネス・クラウド活用] | 難易度：標準

クラウド事業者が多数の利用者へ共通基盤を提供し、インターネット経由に必要な資源を利用する形態として最も近いものはどれか。

- ア. プライベートクラウド
- イ. オンプレミス
- ウ. パブリッククラウド
- エ. ハウジング

解答・解説

正答：ウ

ア：特定組織専用のクラウド環境を構築・利用する形態です。

イ：自社施設などに設備を保有して運用する形態です。

ウ：パブリッククラウドはクラウド事業者が広く利用者へサービスを提供する形態です。

エ：自社所有機器をデータセンターへ設置するサービスです。

総合解説：クラウドの提供形態にはパブリック、プライベート、ハイブリッド、マルチクラウドなどがあります。

問題 0124

[2-4 システム戦略] > [ソリューションビジネス・クラウド活用] | 難易度：標準

機密性の高い基幹データは専用環境で扱い、一般公開Webサイトはパブリッククラウドを利用し、双方を連携させている。この形態はどれか。

- ア. マルチクラウド
- イ. SaaS
- ウ. ホスティング
- エ. ハイブリッドクラウド

解答・解説

正答：エ

ア：複数のクラウド事業者・クラウドサービスを目的に応じて併用する考え方で、設問は専用環境とパブリッククラウドの組合せを示しています。

イ：SaaSはクラウドのサービスモデルで、環境の組合せを表す用語ではありません。

ウ：サーバ等の資源を借りるサービスで、設問のクラウド構成全体を表しません。

エ：異なるクラウド形態やオンプレミス等を組み合わせ、一体的に利用する構成をハイブリッドクラウドといいます。

総合解説：ハイブリッドクラウドでは、セキュリティ、柔軟性、コストなどに応じて複数環境を使い分けます。

問題 0125 [2-4 システム戦略] > [ソリューションビジネス・クラウド活用] | 難易度：応用

利用者が自社所有のサーバをデータセンターへ持ち込み、設置場所、電源、回線などを提供してもらうサービスはどれか。

- ア. ハウジングサービス
- イ. ホスティングサービス
- ウ. SaaS
- エ. PaaS

解答・解説

正答：ア

ア：ハウジングでは利用者所有の機器をデータセンターに設置し、場所・電源・回線などの設備を利用します。

イ：ホスティングではサービス事業者が保有するサーバ等の資源を利用者へ貸し出す形態です。

ウ：完成したアプリケーションをサービスとして利用します。

エ：アプリケーション開発・実行環境をサービスとして利用します。

総合解説：ホスティングは事業者のサーバ等を利用し、ハウジングは自社機器を事業者の施設へ設置する違いがあります。

問題 0126 [2-4 システム戦略] > [ソリューションビジネス・クラウド活用] | 難易度：応用

小規模企業が電子メールとオンライン会議を短期間で導入したい。専任のサーバ管理者はあらず、アプリケーション開発も不要である。最も適した選択はどれか。

- ア. IaaSで仮想サーバを借り、OSからメールシステムまで全て自社構築することだけを選ぶ。
- イ. 必要な機能を提供するSaaSを利用し、利用者管理やデータ取扱いのルールを整備する。
- ウ. クラウドなのでアカウント管理や情報保護は不要と判断する。
- エ. 業務要件を確認せず、最も機能数の多いサービスを選ぶ。

解答・解説

正答：イ

ア：専任管理者がいない条件では管理負担が大きく、目的に対して過剰です。

イ：完成したアプリケーションを使いたい場合はSaaSが適し、クラウドでも利用者側の運用・セキュリティ責任は残ります。

ウ：クラウド利用時も利用者管理やデータ保護が必要です。

エ：必要性、コスト、セキュリティなどを踏まえて選定します。

総合解説：クラウド活用では、サービスモデルの特徴と自社の要件・運用能力を照らして選びます。

問題 0127

[2-5 システム活用促進・評価] > [IT活用・情報リテラシー] | 難易度：基礎

デジタルリテラシーの説明として最も適切なものはどれか。

ア. 特定のプログラミング言語を暗記する能力だけ

イ. 全ての業務をIT部門へ任せる能力

ウ. 事業活動や業務遂行のためにデジタル技術を理解し、目的に応じて効果的かつ適切に活用する能力

エ. デジタル情報を検証せずそのまま信じる習慣

解答・解説

正答：ウ

ア：プログラミング知識だけに限定されません。

イ：利用者自身が適切に技術を理解・活用することが重要です。

ウ：デジタルリテラシーは単なる機器操作だけでなく、情報やデジタル技術を理解して業務へ活用する能力です。

エ：情報の妥当性を判断する力も重要です。

総合解説：情報システムを事業に生かすには、利用者側のデジタルリテラシー向上が欠かせません。

問題 0128

[2-5 システム活用促進・評価] > [IT活用・情報リテラシー] | 難易度：基礎

新しい業務システムを導入した後に、利用部門向け説明会や操作研修を実施する主な目的はどれか。

ア. 利用者からの意見を全て排除するため

イ. システムの利用率を意図的に下げるため

ウ. 情報システム部門だけが利用できるようにするため

エ. 利用者の理解と活用能力を高め、システムを業務で有効に使えるようにするため

解答・解説

正答：エ

ア：利用者の理解やフィードバックは活用促進に重要です。

イ：普及啓発は利用促進を目的とします。

ウ：業務利用者が適切に使えるよう支援する活動です。

エ：システムの価値は導入だけでなく、利用者が理解し適切に活用して初めて実現します。

総合解説：普及啓発には教育、マニュアル、サポート、コミュニティなど様々な方法があります。

問題 0129

[2-5 システム活用促進・評価] > [IT活用・情報リテラシー] | 難易度：基礎

社内学習システムで、学習達成に応じてポイントやバッジを付与し、ランキングや進捗表示で参加意欲を高める手法はどれか。

- ア. ゲーミフィケーション
- イ. アウトソーシング
- ウ. EDI
- エ. BPR

解答・解説

正答：ア

ア：ゲームに用いられる要素をゲーム以外の活動へ取り入れ、参加意欲や継続性を高める手法です。

イ：業務を外部へ委託することです。

ウ：企業間の電子データ交換です。

エ：業務プロセスを抜本的に再設計する考え方です。

総合解説：ゲーミフィケーションは学習や利用促進などで、達成感やフィードバックを生かす方法です。

問題 0130

[2-5 システム活用促進・評価] > [IT活用・情報リテラシー] | 難易度：標準

行政手続がオンライン中心になった結果、端末や通信環境を利用しにくい人がサービスを受けにくくなった。この問題はどれか。

- ア. コモディティ化
- イ. デジタルディバイド
- ウ. カニバリゼーション
- エ. フィルターバブル

解答・解説

正答：イ

ア：製品差が小さくなり価格競争が強まる現象です。

イ：デジタル技術を利用できる人と利用しにくい人の間に生じる格差をデジタルディバイドといいます。

ウ：自社商品同士が需要を奪い合う現象です。

エ：個人化された情報環境で似た情報に偏る現象です。

総合解説：システム活用促進では、年齢、地域、障害、経済状況などによる利用格差にも配慮します。

問題 0131 [2-5 システム活用促進・評価] > [IT活用・情報リテラシー] | 難易度：標準

業務でインターネット上の統計データを利用するとき、情報リテラシーの観点から最も適切な行動はどれか。

ア. 検索結果の一番上に出たデータなら無条件に正しいと判断する。

イ. 都合のよい数値だけを抜き出し、出典は記録しない。

ウ. 出典、調査時期、対象、定義などを確認し、目的に適した信頼できるデータが評価する。

エ. 調査年が古くても、現在の意思決定へ必ずそのまま使う。

解答・解説

正答：ウ

ア：検索順位だけで信頼性は保証されません。

イ：恣意的な利用を避け、出典や条件を明示することが重要です。

ウ：データは出典や条件によって意味が変わるため、根拠と適用範囲を確認します。

エ：データの鮮度と目的への適合性を確認する必要があります。

総合解説：デジタルリテラシーには情報源やデータを批判的に評価し、適切に使う力も含まれます。

問題 0132 [2-5 システム活用促進・評価] > [IT活用・情報リテラシー] | 難易度：標準

新しいICRMを導入したが、利用者が操作方法を理解できず、従来の表計算ファイルへ戻っている。対応として最も適切なものはどれか。

ア. 利用率が低くても導入済みなので何もしない。

イ. 利用者の意見を聞かず、罰則だけで利用を強制する。

ウ. 旧ファイルと新システムの二重入力を永久に続ける。

エ. 利用状況や困り事を調査し、役割別研修、マニュアル改善、問い合わせ支援などを行う。

解答・解説

正答：エ

ア：システムを事業へ生かすには利用実態を把握し活用を促進する必要があります。

イ：理解や業務適合性の問題を解決できず、定着につながりにくいです。

ウ：二重作業は非効率で、移行・定着方法を見直す必要があります。

エ：利用定着には利用者の課題を把握し、教育・支援・改善を継続することが有効です。

総合解説：システム活用促進では、導入後の教育とサポート、利用状況の把握、改善を組み合わせます。

問題 0133 [2-5 システム活用促進・評価] > [IT活用・情報リテラシー] | 難易度：標準

クラウド型生成AIを業務で利用する際のデジタルリテラシーとして、最も適切なものはどれか。

ア. 組織の利用ルールを確認し、機密情報や個人情報の入力可否、生成内容の正確性や権利関係を確認して利用する。

イ. 生成された内容は常に正しいので検証しない。

ウ. 機密情報を無条件に入力し、利用規約は読まない。

エ. AIが作成した文章なら著作権や引用を一切考える必要はない。

解答・解説

正答：ア

ア：業務でAIを使う際は情報管理、正確性、権利、組織ルールなどを考慮します。

イ：生成AIは誤った内容を出す可能性があり確認が必要です。

ウ：情報漏えいなどのリスクがあるため組織ルールやサービス条件を確認します。

エ：利用内容に応じて権利や引用、出典などへの配慮が必要です。

総合解説：デジタルリテラシーは新しい技術を使えるだけでなく、リスクや限界を理解して適切に使う力を含みます。

問題 0134 [2-5 システム活用促進・評価] > [IT活用・情報リテラシー] | 難易度：応用

全社へ新しい情報共有システムを展開する際、利用者のデジタル習熟度に差がある。最も適切な進め方はどれか。

ア. 全員が同じ習熟度だと仮定し、一度だけ説明して終了する。

イ. 利用者層ごとの課題を把握し、複数の学習方法や相談窓口を用意し、利用状況を確認しながら支援を改善する。

ウ. 利用できない人は業務から外し、教育は行わない。

エ. システム導入率だけを見て、実際に業務で活用できているかは確認しない。

解答・解説

正答：イ

ア：習熟度の差を考慮できず、利用格差が広がる可能性があります。

イ：一律の教育だけではなく、習熟度や利用環境に応じた支援と継続的な評価が有効です。

ウ：デジタルディバイドを拡大する対応です。

エ：導入だけでなく利用実態や効果を確認する必要があります。

総合解説：活用促進では、デジタルリテラシー向上と利用者支援、利用実態の評価を一体で考えます。

問題 0135

[2-5 システム活用促進・評価] > [IT投資・導入効果の評価] | 難易度：基礎

情報システム導入の判断で、導入・運用に必要な費用と、削減できるコストや増加する収益などの効果を比較することはどれか。

- ア. SWOT分析
- イ. RFM分析
- ウ. 費用対効果分析
- エ. PPM

解答・解説

正答：ウ

ア：SWOTは内部・外部環境を強み・弱み・機会・脅威に整理します。

イ：RFMは顧客購買分析です。

ウ：投資に必要な費用と期待効果を比較し、導入の妥当性を判断する考え方です。

エ：PPMは複数事業の資源配分を考える手法です。

総合解説：システム評価では、初期費用だけでなく運用費用や期待効果も含めて検討します。

問題 0136

[2-5 システム活用促進・評価] > [IT投資・導入効果の評価] | 難易度：基礎

情報システム導入後に利用者満足度調査を行う主な目的として、最も適切なものはどれか。

- ア. 利用者が不満を持っても隠すため
- イ. サーバのCPU性能だけを測るため
- ウ. 導入費用を自動的にゼロにするため
- エ. 使いやすさや業務への有用性など利用者の評価を把握し、改善や継続判断に活用するため

解答・解説

正答：エ

ア：調査は課題を把握し改善へつなげるために行います。

イ：利用者満足度調査は主観的な使いやすさや有用性等を把握します。

ウ：調査自体が費用を消すわけではありません。

エ：利用者満足度は、システムが実際の業務で役立っているかを評価する材料になります。

総合解説：情報システムの評価では技術指標だけでなく、利用者の満足度や業務効果も重要です。

問題 0137 [2-5 システム活用促進・評価] > [IT投資・導入効果の評価] | 難易度：標準

二つのシステム案を比較している。A案は初期費用が安い保守費が高く、B案は初期費用が高い保守費が低い。評価として最も適切なものはどれか。

- ア. 初期費用だけでなく、運用・保守を含む利用期間全体のコストと効果を比較する。
- イ. 初期費用が安いA案を無条件に選ぶ。
- ウ. 保守費だけを見てB案を無条件に選ぶ。
- エ. どちらも同じ機能なら費用比較は不要である。

解答・解説

正答：ア

ア：システム投資では導入後のメンテナンスコストも含めて総合的に評価する必要があります。

イ：長期の保守費によって総コストが高くなる可能性があります。

ウ：効果やその他の費用、リスクも含めて評価すべきです。

エ：費用構造や運用負担の違いは重要な判断材料です。

総合解説：IT投資の評価では、導入費、運用費、保守費、更新費などシステムライフサイクル全体を意識します。

問題 0138 [2-5 システム活用促進・評価] > [IT投資・導入効果の評価] | 難易度：標準

古い技術で構築されたシステムの保守要員が減少し、改修費用が増え、新サービスとの連携も難しくなっている。最も適切な対応方針はどれか。

- ア. 古いという理由だけで即日停止し、代替手段は用意しない。
- イ. 安全性、効率性、事業影響、移行リスクを評価した上で、段階的な刷新や廃棄を検討する。
- ウ. 保守費が増えても永続的に現状維持し、評価を行わない。
- エ. 新技術へ置き換えれば業務要件の確認は不要とする。

解答・解説

正答：イ

ア：重要業務を支える場合は移行計画やリスク対策が必要です。

イ：レガシーシステムは維持コストや技術的制約が増えるため、事業上の重要性和移行リスクを踏まえて刷新を検討します。

ウ：安全性や効率性が低下している場合は継続的な評価が必要です。

エ：刷新時も業務要件、データ移行、利用者影響などを確認します。

総合解説：レガシーシステムの刷新は新しさだけで判断せず、事業価値、コスト、リスク、移行可能性を総合評価します。

問題 0139

[2-5 システム活用促進・評価] > [IT投資・導入効果の評価] | 難易度：標準

情報システムを企画・導入して終わりとせず、運用・保守・更新・廃棄まで含めて考える概念として最も適切なものはどれか。

- ア. プロダクトポートフォリオだけ
- イ. RFM
- ウ. システムライフサイクル
- エ. デジタルタトゥー

解答・解説

正答：ウ

ア：PPMは事業ポートフォリオの考え方で、システムの一生を表す概念ではありません。

イ：RFMは顧客購買分析です。

ウ：情報システムは導入から運用、保守、刷新、廃棄までの一連の期間で管理・評価します。

エ：インターネット上の情報が消えにくい性質を表す用語です。

総合解説：ライフサイクルの各段階でコスト、効果、安全性、利用状況を評価し、必要に応じて更新や廃棄を判断します。

問題 0140

[2-5 システム活用促進・評価] > [IT投資・導入効果の評価] | 難易度：標準

受注システム導入前に「入力時間を30%削減する」という目標を設定した。導入後の評価として最も適切なものはどれか。

- ア. システムが稼働しただけで目標達成とみなす。
- イ. 導入後は測定せず、利用者の印象だけで成功と判断する。
- ウ. 目標値を導入後の結果に合わせて毎回変更し、差をなくす。
- エ. 実際の入力時間を測定し、導入前や目標値と比較して効果を検証する。

解答・解説

正答：エ

ア：稼働は手段であり、業務効果を確認する必要があります。

イ：定量指標と定性評価を組み合わせるのが望ましいです。

ウ：事前目標との比較ができなくなり、適切な効果検証になりません。

エ：事前に設定した目標と導入後の実績を比較することで、投資効果を客観的に評価できます。

総合解説：システム導入では、事前に評価指標を設定し、導入後の実績で効果を検証することが重要です。

問題 0141 [2-5 システム活用促進・評価] > [IT投資・導入効果の評価] | 難易度：応用

新しい社内検索システムの利用率は高いが、情報探索時間は導入前とほとんど変わっていない。評価として最も適切なものはどれか。

ア. 利用率だけでは効果を判断せず、検索時間、利用者満足度、業務成果など複数指標で検証する。

イ. 利用率が高いので必ず費用対効果も高いと判断する。

ウ. 検索時間が改善していなくても評価は不要とする。

エ. 利用者満足度や業務指標はシステム評価に使わない。

解答・解説

正答：ア

ア：利用された事実と、業務上の効果が出たことは同じではありません。目的に合った複数の指標が必要です。

イ：利用率だけで費用対効果を断定できません。

ウ：当初目的に対して効果が出ているか検証が必要です。

エ：利用実態の評価では満足度や業務効果も重要です。

総合解説：情報システムの利用実態は、利用率、満足度、時間削減、品質、売上など目的に応じた指標で評価します。

問題 0142 [2-5 システム活用促進・評価] > [IT投資・導入効果の評価] | 難易度：応用

10年前に導入したシステムについて、利用者満足度低下、保守費増加、障害増加が見られる一方、重要業務を支えている。最も適切な意思決定プロセスはどれか。

ア. 古いので評価せず直ちに廃棄する。

イ. 現状の費用・効果・リスク・業務重要度を評価し、継続、改善、段階的刷新など複数案を比較して計画する。

ウ. 重要業務で使っているので、保守費や障害増加は永続的に無視する。

エ. 利用者満足度だけで判断し、コストや事業影響は見ない。

解答・解説

正答：イ

ア：重要業務への影響や移行リスクを考慮する必要があります。

イ：重要システムは停止リスクも考慮し、現在価値と維持コスト、刷新効果を総合的に比較します。

ウ：重要であっても安全性・効率性・継続性を評価する必要があります。

エ：複数の評価観点を総合的に検討します。

総合解説：IT投資・システム評価では、導入時だけでなく運用中も費用対効果とリスクを確認し、ライフサイクルに応じた意思決定を行います。

問題 0143

[2-5 システム活用促進・評価] > [データ・AI活用による業務変革] | 難易度：基礎

経験や勘だけに依存せず、販売実績や顧客行動などのデータを継続的に分析して経営判断へ反映する考え方として、最も適切なものはどれか。

- ア. データドリブンな意思決定
- イ. 担当者の直感だけを根拠にする意思決定
- ウ. 全ての判断を外部企業へ委託する方式
- エ. 分析結果を確認せず前年と同じ施策だけ続ける方式

解答・解説

正答：ア

ア：客観的なデータを根拠に意思決定を行い、結果を検証して改善へつなげる考え方です。

イ：経験は参考になりますが、データを活用する設問の考え方とは異なります。

ウ：データ活用の有無を表す考え方ではありません。

エ：データを意思決定へ反映していません。

総合解説：データ活用による業務変革では、データの収集・分析を目的化せず、意思決定や改善行動へ結び付けることが重要です。

問題 0144

[2-5 システム活用促進・評価] > [データ・AI活用による業務変革] | 難易度：基礎

小売企業が過去の販売実績、曜日、天候などのデータから商品の需要量を予測し、発注量の最適化に利用している。このAI・データ活用の目的として最も適切なものはどれか。

- ア. 販売データを収集するだけで業務では利用しないこと
- イ. 需要予測を発注や在庫管理の改善へ結び付けること
- ウ. 全商品の価格を必ず同額にすること
- エ. 人間による在庫確認を法律上禁止すること

解答・解説

正答：イ

ア：収集だけでは業務変革につながりません。

イ：予測結果を業務判断へ反映することで、欠品や過剰在庫の抑制が期待できます。

ウ：需要予測の目的とは関係ありません。

エ：AI活用は人の業務を一律に禁止する制度ではありません。

総合解説：AIやデータ分析は、予測精度そのものだけでなく、発注・在庫・人員配置など具体的な業務改善に利用して価値を生みます。

問題 0145

[2-5 システム活用促進・評価] > [データ・AI活用による業務変革] | 難易度：標準

工場設備の振動や温度をセンサで収集し、AIで異常の兆候を検知して故障前に点検する取組として、最も適切なものはどれか。

- ア. 定期保全だけ
- イ. 事後保全
- ウ. 予知保全
- エ. 在庫棚卸し

解答・解説

正答：ウ

ア：一定間隔で点検する方式で、設備状態から故障兆候を予測する設問とは異なります。

イ：故障後に修理する方式です。

ウ：設備データから故障の兆候を予測し、故障する前に保全を行う考え方です。

エ：在庫数量を確認する活動で、設備保全とは異なります。

総合解説：IoTで収集した現場データとAI分析を組み合わせると、故障予測や保全時期の最適化などの業務変革へつなげられます。

問題 0146

[2-5 システム活用促進・評価] > [データ・AI活用による業務変革] | 難易度：標準

生成AIが作成した顧客向け回答を業務で利用する際の対応として、最も適切なものはどれか。

- ア. AIが出力した文章は必ず正しいので無確認で送信する。
- イ. 機密情報を利用規約を確認せず入力する。
- ウ. AIを導入したら責任者を置く必要は一切ないと考える。
- エ. 誤りや不適切な内容が含まれる可能性を考慮し、重要な回答は人が確認してから利用する。

解答・解説

正答：エ

ア：AIは誤情報や不適切な内容を生成することがあります。

イ：情報漏えいなどのリスクがあるため、利用ルールやサービス条件の確認が必要です。

ウ：利用目的、責任、確認手順などを定めることが重要です。

エ：生成AIの出力は常に正しいとは限らないため、用途の重要性に応じて人による確認やルールを設けます。

総合解説：AI導入では自動化率だけを追うのではなく、出力の確認、責任分担、情報管理などを含めた業務設計が必要です。

問題 0147

[2-5 システム活用促進・評価] > [データ・AI活用による業務変革] | 難易度：標準

売上予測AIの精度が低いため確認したところ、学習に使った販売データに重複や欠損が多数含まれていた。最初に行う対応として、最も適切なものはどれか。

- ア. 精度を確認せずAIの出力をそのまま採用する。
- イ. データの重複・欠損・不整合を確認し、目的に合う品質へ整備する。
- ウ. データを全て削除し、根拠なしで予測値を決める。
- エ. 予測精度とは無関係に広告費だけを増やす。

解答・解説

正答：イ

ア：低品質データによる誤った判断につながる可能性があります。

イ：分析やAIの結果は入力データの品質に影響されるため、データ品質の確認・改善が重要です。

ウ：データ活用の目的に反します。

エ：原因となっているデータ品質への対応になりません。

総合解説：業務でデータやAIを活用するには、データの正確性、完全性、一貫性などを確保し、分析目的に適した状態へ整える必要があります。

問題 0148

[2-5 システム活用促進・評価] > [データ・AI活用による業務変革] | 難易度：標準

AIによる問い合わせ分類を小規模に試したところ技術的には動作した。次に本格導入を判断する際の観点として、最も適切なものはどれか。

- ア. 分類精度だけでなく、処理時間、運用コスト、業務負荷、顧客対応への効果なども評価する。
- イ. AIが動作した事実だけで必ず全社導入する。
- ウ. 利用部門への影響は評価しない。
- エ. 導入効果を測るKPIを設定しない。

解答・解説

正答：ア

ア：本格導入では技術の実現性に加え、業務上・経済上の価値や運用可能性を確認する必要があります。

イ：PoCが成功しても、本格導入の価値や運用面の確認が必要です。

ウ：業務プロセスや担当者への影響は重要な評価項目です。

エ：導入後の効果検証ができなくなります。

総合解説：AI・データ活用はPoCで終わらせず、業務価値、費用対効果、運用体制、KPIなどを確認して本格導入を判断します。

問題 0149

[2-5 システム活用促進・評価] > [データ・AI活用による業務変革] | 難易度：応用

社員が生成AIを業務利用している。顧客の未公開情報や社内機密の漏えいを防ぐための対応として、最も適切なものはどれか。

ア. 便利であればどの生成AIにも機密情報を自由に入力させる。

イ. 利用履歴や用途を一切把握しない。

ウ. AI利用であれば個人情報保護や契約上の秘密保持を考慮しない。

エ. 利用可能なサービスや入力してよい情報の範囲を定め、従業員ヘルールを周知する。

解答・解説

正答：エ

ア：情報漏えいのリスクを高めます。

イ：組織としてのリスク管理や改善ができません。

ウ：利用する技術にかかわらず、法令・契約・社内規程の遵守が必要です。

エ：生成AIの業務利用では、入力データの取扱いやサービス条件を踏まえた利用ルールが必要です。

総合解説：生成AIの活用を促進する場合も、情報分類、利用ルール、教育、確認手順などを整えて安全に利用することが重要です。

問題 0150

[2-5 システム活用促進・評価] > [データ・AI活用による業務変革] | 難易度：応用

請求書の内容は様式が一定せず、人が目視で分類した後に基幹システムへ定型入力している。この業務を効率化する案として最も適切なものはどれか。

ア. 全ての請求書を人が印刷し、入力作業だけを増やす。

イ. AIには定型操作だけ、RPAには曖昧な画像認識だけを担当させる。

ウ. AI等で請求書内容を認識・分類し、定型的なシステム入力部分をRPAで自動化する。

エ. 業務手順を確認せず、目的や効果指標も設定せずに自動化する。

解答・解説

正答：ウ

ア：業務効率化につながりません。

イ：一般的な得意領域が逆になっています。

ウ：非定型データの認識・分類と、ルール化された反復操作を、それぞれ適した技術で組み合わせる考え方です。

エ：非効率な業務をそのまま自動化する可能性があるため、業務分析と効果評価が必要です。

総合解説：業務変革では、AI、RPA、データ分析などを目的に応じて組み合わせ、業務プロセス全体を改善します。