

Chapter 18 企業活動と関連法規

18-1 企業活動と組織のカタチ（解答・解説）

問 1 ア

- 〔解説〕 イ 明らかな間違いであっても、入力担当者が独自の判断で修正を行うべきではない
ウ 処理期日直前では、トラブルが発生したときに、期日に間に合わなくなる可能性があるため、不適切
エ 入力原票を破棄してしまうと、入力データが正しいかどうかの確認ができなくなってしまうため、すぐには廃棄しない

問 2 ウ

- 〔解説〕 事業部制組織とは、組織内を取り扱う製品や地域、市場ごとに分けた体制であり、原則として独立採算制とする。

問 3 イ

- 〔解説〕 社内ベンチャ組織とは、新しい事業に取り組むプロジェクトを独立した企業のように扱い、プロジェクトの長に全面的な権限と責任を与えることで、意思決定スピードを向上させた組織構造である。

問 4 ア

- 〔解説〕 C I O（Chief Information Officer）は全社的な立場から情報システムを統括する役員を指す。
イはC F O（最高財務責任者）、ウはP M O（プロジェクト管理オフィス）、エはC A B（変更諮問委員会）の説明である。

問 5 エ

- 〔解説〕 ア CFO(Chief Financial Officer, 最高財務責任者)に求められる役割
イ CTO(Chief Technology Officer, 最高技術責任者)に求められる役割
ウ CLO(Chief Legal Officer, 最高法務責任者)に求められる役割

問 6 イ

- 〔解説〕 ア C D P(Career Development Program)の説明
ウ 裁量労働制の説明
エ 成果・能力主義の説明

問 7 ウ

- 〔解説〕 ワークシェアリングとは、失業者の増加を防ぐため、1人当たりの勤務時間を減らすことにより仕事を多くの人で分かち合うことである。

問 8 ウ

- 〔解説〕 ア カフェテリアプランは、企業が用意した多彩な福利厚生サービスメニューの中から希望するサービスを従業員が自ら選べる、選択式の福利厚生制度
イ フリーエージェント制は、野球のF A制度のように、一定の基準を満たした従業員が希望する部署・部門に対して、自ら売り込むことで異動の契機を与える人事制度
エ ワークライフバランスは、仕事と生活の調和を実現する目的で多様かつ柔軟な働き方を目指す考え方

問 9 ウ

- 〔解説〕 ア 事業部制組織の説明
イ マトリックス組織の説明
エ プロジェクト組織の説明

問10 ア

- 〔解説〕 イ システム部門責任者の役割
ウ システム監査人の役割
エ 一般的なシステム管理者や、ヘルプデスクの責任者の役割

問11 イ

- 〔解説〕 ア O J Tでは現場における業務遂行の能力を身に付けられることを目的とする
ウ O J Tの教育効果は、教育者の指導能力によって大きく左右される
エ O J Tでは職場内で実際の業務を遂行しながら指導を受ける

問12 エ

- 〔解説〕 ポイントカードなどの個人情報と結び付けられた顧客 I Dが購入商品データと紐づけられるので、同一顧客が同一商品を購入した頻度をデータとして把握できる。

18-2 電子商取引 (E C : Electronic Commerce) 〔解答・解説〕

問 1 エ

- 〔解説〕 B t o C (Business to Consumer) は、企業 (business) と一般消費者 (consumer) との 電子商取引 (E C) の形態の一つで、バーチャルモール (電子商店街) などある。

問 2 イ

問 3 イ

- 〔解説〕 ア T C P / I P, J C A 手順などの通信方法は、情報伝達規約に定める項目です。
ウ システムの運用時間、障害対策などは、取引基本規約に定める項目です。
エ データフォーマットは、情報表現規約に定める項目です。

問 4 ウ

- 〔解説〕 チャットボットとは、"チャット"と"ロボット"を組み合わせた言葉で、相手からのメッセージに対してテキストや音声でリアルタイムに応答するようにプログラムされたソフトウェア。
ア エスクローサービスの説明
イ キャパシティ管理の説明
エ 拡張現実 (AR:Augmented Reality) の説明

問 5 エ

- 〔解説〕 ア B u s i n e s s t o B u s i n e s s の略。企業間での電子商取引
イ B u s i n e s s t o C o n s u m e r の略。バーチャルモールなどの企業と個人の間の電子商取引
ウ B u s i n e s s t o G o v e r n m e n t の略。、自治体 (行政) が企業に部品や資材の発注するなどの行政と企業の電子商取引

問 6 イ

- 〔解説〕 ア ファイブフォース分析
ウ アンゾフの成長マトリクス
エ プロダクトポートフォリオマネジメント

問 7 エ

〔解説〕 アはクレジットカード、イはICカード型電子財布、ウはプリペイドカードの説明。

問 8 イ

- 〔解説〕 ア ワークライフバランス
ウ MBO(Management by Objectives, 目標による管理)の説明
エ ドロップ SHIPPING

問 9 ウ

〔解説〕 SaaS(Software as a Service)サービスの形で提供されるソフトウェア。
PaaS(Platform as a Service)サービスの形で提供されるプラットフォーム。
IaaS(Infrastructure as a Service)サービスの形で提供されるインフラストラクチャ。
※HaaS(Hardware as a Service)と同義

問 10 ウ

- 〔解説〕 ア ある企業の物流の全部または一部を第三者企業が受託することで実現する物流業務形態
イ 主に業務用のアプリケーションをインターネットを通じて顧客にレンタルするサービス形態又はその事業者
エ 生産・在庫・購買・販売・物流などすべての情報をリアルタイムに交換することによってサプライチェーン全体の効率を大幅に向上させる手法

問 11 ウ

〔解説〕 クラウドコンピューティングとは、自社のシステム資源を使う代わりにインターネット上のサービスを利用する形態のことである。
アは情報家電、イはグリッドコンピューティング、エはP2Pの説明である。

問 12 エ

〔解説〕 ソーシャルメディアとは、TwitterやFacebookのようなユーザ同士が情報交換することによって成り立っているメディアのことである。

問 13 エ

- 〔解説〕 ア フリーミアムの説明
イ BTO(Build To Order)の説明
ウ エスクローサービスの説明

問 14 イ

- 〔解説〕 ア 出荷物流の活動
ウ 販売とマーケティングの活動
エ 製造の活動

問 15 エ

- 〔解説〕 ア 取引基本規約で規定される事項
イ 業務運用規約で規定される事項
ウ 情報伝達規約で規定される事項

問 16 ア

- 〔解説〕 エスクローサービスは、電子商取引において支払いや商品の発送などについての安全性を保証する仲介サービス。
イ ④
ウ ⑥
エ ③

問 17 イ

- 〔解説〕 ア O2O(オンライン・ツー・オフライン)の説明
ウ サプライチェーンマネジメントの説明
エ EDI(Electronic Data Interchange)の説明

問 18 エ

- 〔解説〕 EMS は、電子機器の設計から製造までを専門に受託するサービスのこと。
ア デザインハウスの説明。
イ 付加価値再販業者の説明。
ウ IT アウトソーシングサービスの説明。

問 19 エ

- 〔解説〕 ア アフィリエイトは、企業の広告を個人(企業)の所有するホームページに掲載し、そのリンクをたどって企業の商品やサービスが売れた場合に、広告を載せているホームページの主に報酬を支払うという仕組み。
イ オプトインとは、「承諾」のことで一般的にはユーザが広告メールの受け取りを承諾することを指す。このようにユーザの承諾を経て送信されるメール広告をオプトインメール広告という。
ウ ドロップシッピングは、ネットショップ側で在庫を持たず、注文が入った時点で、商品をメーカーや卸売り業者から直送させるネットショップの運営方法の一形態。

問 20 ア

- 〔解説〕 イ SaaSで提供されるアプリケーションは限られた範囲内でしかカスタマイズできない。
ウ SaaSでは開発環境は提供されない。
エ 非常に高い可用性が求められるシステムをIaaSに移行するのは容易ではない。

18-3 経営戦略と自社のポジショニング〔解答・解説〕

問 1 イ

- 〔解説〕 ア 財務分析の説明
ウ プロダクトポートフォリオ分析の説明
エ ポジショニング分析の説明

問 2 ア

〔解説〕SWOT分析とは、企業を取り巻く様々な要素を、Strength（強み）、Weakness（弱み）、Opportunity（機会）、Threat（脅威）の4つに分類し、問題点を整理する手法である。

問 3 エ

〔解説〕ア 弱みを補い脅威に対抗する戦略
イ 弱みを補い市場機会を得る戦略
ウ 強みを生かし脅威に対抗する戦略

問 4 イ

〔解説〕ア バランススコアカードの説明
ウ アドバンテージ・マトリックスの説明
エ プロダクトライフサイクルの説明

問 5 ウ

〔解説〕ア 強み(S)に分類
イ 機会(O)に分類
エ 弱み(W)に分類

問 6 ウ

問 7 ア

〔解説〕イ 負け犬の説明
ウ 問題児の説明
エ 金のなる木の説明

問 8 イ

〔解説〕図のポートフォリオ類型は事業ごとの市場における自社の置かれた立場を客観的にとらえるために用いられる。

問 9 ウ

〔解説〕プロダクトポートフォリオマネジメントは、市場占有率と市場成長率からみた自分の位置づけから、経営資源の最適配分を意思決定することが目的である。
ア SWOT分析の説明
イ アンゾフの成長マトリックスの説明
エ プロダクトライフサイクルの説明

問 10 ウ

〔解説〕ア 既に利用しているツールを使うので組織内の経営資源、コンピュータ技術を活用するため技術的アプローチになる。したがって a に相当する。
イ 外部の市場調査会社を活用するので組織外の経営資源、市場ニーズの調査は技術的手法ではないため組織的アプローチになる。したがって d に相当する。
エ 大学や他社から技術を得るため組織外の経営資源、技術的アプローチになる。したがって c に相当する。

問 11 ア

〔解説〕 コアコンピタンスとは、競合他社を圧倒的に上回る核となる経営資源のことをいう。

- イ コンプライアンスの説明
- ウ 事業ドメインの説明
- エ ITガバナンスの説明

問 12 エ

〔解説〕 ア ナレッジマネジメントの説明

- イ フラット型組織の説明
- ウ ベンチマーキングの説明

問 13 ウ

〔解説〕 ア ナレッジマネジメントの説明です。

- イ フラット型組織の説明です。
- エ コアコンピタンス経営の説明です。

問 14 イ

〔解説〕 ア ファイブフォース分析の説明

- ウ アンゾフの成長マトリクスの説明
- エ プロダクトポートフォリオマネジメントの説明

問 15 ウ

〔解説〕 ア 顧客の視点

- イ 内部ビジネスプロセスの視点
- エ 財務の視点

問 16 イ

〔解説〕 バランススコアカードは、企業のビジョンと戦略を実現するために、「財務」「顧客」「業務プロセス」「学習と成長」という4つの視点から業績を評価・分析する手法。

問 17 エ

〔解説〕 ア 「財務」の視点に該当。

- イ 「顧客」の視点に該当。
- ウ 「学習と成果」の視点に該当。

問 18 ウ

〔解説〕 学習と成長の視点は、企業の変革能力と学習能力をどのように伸ばし活用していくかを表す視点であり、短期的な実績に直接影響するものではなく、人材への投資や組織の活性化といった未来の業績に影響する指標が中心となる。

問 19 ア

〔解説〕 イ フラッシュマーケティングの説明。

- ウ ロケーションベースマーケティングの説明。
- エ クロスメディアマーケティングの説明。

問 20 イ

〔解説〕 ワントゥワンマーケティング(One to One marketing)とは、顧客一人一人の嗜好やニーズに合わせて、個別に対応を変化させて展開されるマーケティング活動のこと。

問 21 ウ

〔解説〕

- ア 限界利益 = $1600 - 1000 = 600$ / 個
限界利益合計 = $600 \times 12000 = 7200000 = 7200$ 千
 7200 千 - 1000 千 - 1000 千 = 5200 千
- イ 限界利益 = $1600 - 1000 = 600$ / 個
限界利益合計 = $600 \times 20000 = 12000000 = 12000$ 千
 12000 千 - 1000 千 - 5000 千 = 6000 千
- ウ 限界利益 = $2400 - 1000 = 1400$ / 個
限界利益合計 = $1400 \times 6000 = 8400000 = 8400$ 千
 8400 千 - 1000 千 - 1000 千 = 6400 千
- エ 限界利益 = $2400 - 1000 = 1400$ / 個
限界利益合計 = $1400 \times 8000 = 11200000 = 11200$ 千
 11200 千 - 5000 千 - 1000 千 = 5200 千

問 22 エ

- 〔解説〕 ア 「Promotion」に対応する要素なので d に当てはまる
イ 「Place」に対応する要素なので c に当てはまる
ウ 「Price」に対応する要素なので b に当てはまる

問 23 エ

〔解説〕 KPI (Key Performance Indicator, 重要業績評価指標)

企業目標やビジネス戦略を実現するために、設定したビジネスプロセスの実施状況をモニタリングするために設定される指標

KGI (Key Goal Indicator, 重要目標達成指標)

企業目標やビジネス戦略の遂行によって達成すべき到達目標(Goal)を、測定可能な数値で表したものをKGIとして「新規顧客売上高」を掲げ、KPIとして「新規顧客訪問件数」を設定している「エ」が、両者の関係を把握し適切に設定している組合せです。

問 24 エ

〔解説〕 ビジネスの創出が「新規事業のROI」、競争優位の確立が「新製品の市場シェア」に対応するため、c に該当する。

問 25 ウ

〔解説〕 M&A (Mergers and Acquisitions)は、合併と買収の略で、自社に吸収合併したり、他社の株式を多く取得し買収することで子会社化し、自社の経営資源とすることが可能な戦略。

問 26 イ

〔解説〕 MRP (Materials Requirements Planning: 資材所要量計画)とは、必要量の計算により、最適な発注量と発注時期を導き出すことで、在庫管理の最適化を図る手法である。

問 27 イ

- 〔解説〕 ア SWOT分析の説明
ウ プロダクトポートフォリオマネジメントの説明
エ プロダクトライフサイクルの説明

問 28 イ

- 〔解説〕 アンゾフの成長マトリクスは、縦軸に「市場」、横軸に「製品」をとり、それぞれに「既存」「新規」の2区分を設け、4象限(市場浸透, 製品開発, 市場開拓, 多角化)のマトリクスとしたもの。事業が成長・発展できる経営戦略を検討するために適したフレームワーク。
ア "新規"市場に対して"既存"製品で事業拡大する場合の戦略
ウ "既存"市場に対して"新規"製品で事業拡大する場合の戦略
エ "新規"市場に対して"新規"製品で事業拡大する場合の戦略

問 29 イ

- 〔解説〕 フォロワ戦略とは、経営資源が乏しく優れた技術力のない企業が、リーダ企業の製品を模倣しコストダウンを図ることで、市場で生き残る戦略である。

問30 エ

- 〔解説〕 ア チャレンジャがとるべき差別化戦略
イ ニッチャがとるべき集中戦略
ウ フォロワがとるべきコストリーダーシップ戦略

問 31 ア

- 〔解説〕 イ ニッチャ企業の採るべき集中戦略(ニッチ戦略)
ウ フォロワ企業の採るべきコストリーダーシップ戦略(低価格戦略)
エ リーダ企業の採るべきフルライン戦略(全方位戦略)

問 32 ウ

- 〔解説〕 ニッチ戦略とは、大手市場が参入していない隙間（ニッチ）市場にスポットを当てて営業展開をしていく手法である。

問 33 ウ

- 〔解説〕 ア 市場シェア2番手の企業が行うチャレンジャ戦略の説明。
イ リーダ企業が行う全方位戦略の説明。
エ フォロワ戦略の特徴。

問 34 イ

- 〔解説〕 ニッチ(niche)とは隙間のことであり、特定の需要を持つ規模の小さい市場を指す。

問 35 ウ

- 〔解説〕 CRM (Customer Relationship Management) とは顧客に対する情報管理を高度化し、顧客満足度を高め、効率のよい営業活動を行うための手法であり、顧客チャネルとはインターネットや携帯電話、店舗窓口、コールセンターなどの企業と顧客との間の情報経路を指す。

問 36 エ

〔解説〕 S C M (Supply Chain Management) とは、情報システムを利用して、部品調達から生産・物流・販売までの管理の最適化を図る方法である。

問 37 エ

〔解説〕 サプライチェーンマネジメントとは、情報システムを利用して、部品調達から生産・物流・販売までの供給の最適化を図る手法なので、不良在庫の減少率が改善指標となる。

問 38 ア

〔解説〕 イ ナレッジマネジメントの説明
ウ H R M (Human Resource Management, 人的資源管理)の説明
エ C R M (Customer Relationship Management)の説明

問 39 イ

〔解説〕 ア FMS (Flexible Manufacturing System)の目的
ウ MRP (Material Requirements Planning)の目的
エ SCM (Supply Chain Management)の目的

問 40 ア

〔解説〕 イ フラット型組織の説明
ウ ベンチマーキングの説明
エ コアコンピタンス経営の説明

問 41 ウ

〔解説〕 ラディカルイノベーションの、イノベーションとは英語で「新機軸」や「技術革新」、ラディカルとは「根本的な」「徹底的な」という意味。

問 42 エ

〔解説〕 プロダクトイノベーションとは、革新的な新製品を開発・販売することで、他者との差別化を図ることである。

問 43 イ

〔解説〕 コンカレントエンジニアリングとは、技術開発や製品開発において、同時に行える工程を並行して実施することで開発期間の短縮を実現する開発手法である。

問 44 エ

〔解説〕 ア CAM (Computer Aided Manufacturing, キャム)システムの説明
イ POP (Point of Production)システムの説明
ウ PDM (Product Data Management)の説明

問 45 エ

〔解説〕 セル生産方式とは、1人または小人数のグループで製品の組立てから完成まで行う生産方式である。

問 46 ア

〔解説〕個別生産：

受注した注文ごとに仕様や製造計画・納期を設定し製品を生産する方式。

プロセス生産：

食品/飲料、化学製品、医薬品、石油、素材などのように、液体やガスなどの原材料を加工することで製品価値を生み出す生産方式。

連続生産：

ライン生産方式とも呼ばれ、大量生産を行う工場で製品の組み立て工程、作業員の配置を一連化(ライン化)させ、ベルトコンベアなどにより流れてくる機械に部品の取り付けや小加工を連続的に行う生産方式。

ロット生産：

同じ製品をロットと呼ばれる単位で生産する方式。一度に大量に生産することで製品1つあたりに要する段取り時間を少なくできる。

a = 個別生産, b = ロット生産, c = 連続生産, d = プロセス生産

問 47 ア

〔解説〕SFA (Sales Force Automation) とは、営業活動にITを活用して売上・利益の大幅な増加や、顧客満足度の向上を目指す方法であり、コンタクト管理では顧客情報を管理し、効果的な対応を行う。

問 48 ウ

〔解説〕CAD (Computer Aided Design) とは、コンピュータを用いて設計をすること、またはコンピュータ設計支援ツールのことである。

問 49 イ

〔解説〕ア 成長曲線(ロジスティック曲線)の説明。

ウ ハイブ曲線の説明。

エ 経験曲線(エクスペリエンスカーブ)の説明。

問50 ウ

〔解説〕ア 長年の企業活動により蓄積された他社と差別化できる企業独自のノウハウや技術のこと

イ 企業の特徴や個性を分かりやすい形であらゆる手段で提示すること

エ システム開発で上流工程における要求分析の精度と質を向上させるために行われるステークホルダに対する分析手法

問 51 イ

〔解説〕コア技術は、長年の企業活動により蓄積され、他社に真似できない、または競争力の源となり企業経営の核となるの技術のこと

問52 エ

〔解説〕ア IDC (Internet Data Center)の説明

イ インターネットオークションの説明

ウ インターネット広告の説明

問53 ア

〔解説〕アは、スタンドアロンコンピュータを説明した文であり、適切でない。

問 54 イ

- 〔解説〕 ア 与えられた値を分析する仕組みなので、データの解析に該当
ウ 無線通信はデータを送受する仕組みなので、データの伝送に該当
エ データの活用に該当

問 55 エ

- 〔解説〕 3 P L (3rd Party Logistics)は、ある企業の物流の全部、または一部を第三者企業が受託することで実現する物流業務形態の一つのこと。
ア S C M (Supply Chain Management)の説明
イ 物流管理システムの説明
ウ E M S (Electronics Manufacturing Service)の説明

問 56 イ

- 〔解説〕 ギグエコノミー：企業に雇用されるのではなく、インターネットを通じてマッチングした単発の仕事（ギグ）でお金を稼ぐ働き方や、その働き方によって成り立っている経済圏のことを指す。
ア API エコノミー (API 経済圏)は、他社から提供される WebAPI を連携・活用してサービスや価値を創出する経済の仕組み
ウ シャドーエコノミーは、非公式経済とも呼ばれ、政府が公表している統計に現れない経済活動のこと。違法なビジネスだけではなく、政府が把握できない合法的な経済活動を含む。
エ トークンエコノミーは、他の価値と交換できる代用貨幣（サービス内ポイント、暗号資産、NFT（非代替性トークン）など）のやり取りによって生まれる経済圏のこと

問 57 エ

- 〔解説〕 アフィリエイトは、企業の広告を個人(企業)の所有するホームページに掲載し、そのリンクをたどって企業の商品やサービスが売れた場合に、広告を載せているホームページの主に広告掲載の対価となる報酬を支払うという仕組み。

問 58 ア

- 〔解説〕 イ アフィリエイトや成果報酬型広告の説明。
ウ クラウドソーシングの説明。
エ アカウントアグリゲーションの説明。

18-4 外部企業による労働力の提供〔解答・解説〕

問 1 イ

- 〔解説〕 瑕疵担保責任とは、売買契約において物件に隠れた瑕疵（要求される品質が欠けていたり、欠陥がある状態）があった場合に、売り主が買い主に対して負う担保責任のことであり、システム開発を外部に発注する場合、請負契約では受託側に成果物に対する瑕疵担保責任が発生する。

問 2 エ

- 〔解説〕 一括請負契約とは、受注者が仕事をやり遂げ、その成果物に対して発注者が報酬を支払う契約のことである。

問 3 ウ

- 〔解説〕 ア 派遣先事業主と派遣労働者の間には指揮命令によって業務に従事する関係が生じる。
イ 派遣先責任者と派遣労働者の間には指揮命令によって業務に従事する関係が生じる。
エ 派遣元事業主と派遣労働者の間には雇用関係が生じる。

問 4 イ

- 〔解説〕 その他の説明はすべて派遣元企業がもつ責任になる。

問 5 ア

- 〔解説〕 イ 指揮命令は「発注者側から受注者側の従業員」に行われているので、派遣契約の事例になる。
ウ 指揮命令は「発注者側から受注者側の従業員」に行われているので、派遣契約の事例になる。
エ 指揮命令は「発注者側から発注者側の従業員」に行われているので、通常の雇用契約の事例になる。

問 6 エ

- 〔解説〕 ア 禁止できない
イ 特定の人間を指名して派遣を要請することはできない
ウ 最長3年間である

問 7 ウ

- 〔解説〕 ア 派遣労働者の休暇申請を派遣先企業が断ることはできない
イ 作業環境に関する苦情に対する対応は、B社が行わなければならない
エ 派遣取決め以外の作業を依頼するには、新たな契約が必要になる

問 8 イ

- 〔解説〕 ア 有給休暇の申請・承認は派遣元企業が行う
ウ 派遣元企業に製造物責任を追及することはできない
エ 契約社員に自社社員と同様の残業を指示することはできない

問 9 ア

- 〔解説〕 労働者派遣において、派遣労働者に派遣先で時間外労働や休日労働を行わせるためには、派遣元事業者が派遣労働者と36協定を締結し、所轄の労働基準監督署長に届け出る必要がある。
イ、ウ、エは派遣先の責任である。

問 10 ウ

- 〔解説〕 請負契約では、業務の指揮命令を受注者側で行わなければならない、発注者側が行った場合、偽装請負とみなされる。

問 11 ウ

- 〔解説〕 派遣契約：派遣労働者は派遣先企業の指揮命令によって仕事を行う
請負契約：作業の進め方は発注先に任されているので、発注元が直接作業を指示することはできない

問 12 ウ

- 〔解説〕 BPO (Business Process Outsourcing) とは、企業が自社の業務処理 (ビジネスプロセス) を、外部の業者にアウトソーシング (外部委託) することである。
アはBPR、イはBCP、エはBSCの説明。

問 13 イ

〔解説〕 システムインテグレータとは、情報システムの基本計画、ハードウェアの選定、システムの構築、運用、保守まで一括して請け負う業者である。

18-5 関連法規いろいろ（解答・解説）

問 1 ア

〔解説〕 各施策の影響範囲を考える。雇用創出は、工場周辺地域の求人となり地域の経済発展に貢献する。また環境対策も、その対象が生産設備なので工場周辺の地域住民にだけメリットがある。

問 2 エ

〔解説〕 ステークホルダとは、プロジェクトの成否によって影響を受ける顧客、株主、従業員などの利害関係者を意味する。

問 3 ウ

〔解説〕 ア 組織外部の利害関係者もステークホルダに含まれる
イ 間接的な利害関係を有する存在も含まれる
エ 企業や機関、地域社会などのように個人ではない場合もある

問 4 エ

〔解説〕 ア 特に問題となる行為ではない。
イ 独占禁止法で禁止されている再販売価格維持行為。
ウ 不正競争防止法では問題ない。ただし、特許権等の侵害に当たらないかを注意する。

問 5 エ

問 6 エ

〔解説〕 ある特定の目的のために参考となるWebページを紹介するコメント付き「リンク集」などは、紹介するWebページの選定などに作成した人の創造性が現れているので著作物として保護される。

問 7 エ

〔解説〕 ア 共同開発者全員に帰属する
イ データベースも保護対象である
ウ ノウハウは保護対象とならない

問 8 エ

〔解説〕 ア マイナンバー法第9条によれば、行政事務の処理において「社会保障」「税」「災害対策」の法令で定められた手続のためだけに使用でき、これ以外の目的には使用することはできないことになっている
イ マイナンバーは住民票コードをもとに生成される番号なので、国外に滞在されている方などで、国内に住民票がない場合はマイナンバーが通知されない
ウ マイナンバーは市町村長(特別区の区長を含む)から、その地区の住民に指定されない

問 9 ア

- 〔解説〕 イ 請負契約では完成責任が生じるが、派遣契約では完成責任はない
ウ 準委任契約では、B社の従業員はB社の指揮命令の下で業務に従事する
エ 派遣契約ではB社の従業員がA社の指揮命令の下で作業することになるため、欠陥の責任を負うのは指揮命令を行ったA社になる

問 10 ウ

- 〔解説〕 準委任契約とは、請負契約と同様に委託先に業務を依頼する契約であるが、請負契約は成果物の完成を契約目的とするのに対し、準委任契約は業務の遂行を契約目的とする（委任契約とは法律行為のことなので、業務の依頼は準委任契約となる）。
※善管注意義務 … 受託者の職業や専門家としての立場から通常期待される注意義務のこと

問 11 エ

- 〔解説〕 ア プログラム作成を請け負ったN社が著作権者となる
イ アイデアは著作権の保護対象ではないため、侵害とはならない
ウ 著作者人格権は譲渡できない

問 12 イ

- 〔解説〕 国や公共団体が作成した著作物は著作権法の保護対象外である。

問 13 エ

- 〔解説〕 サイバーセキュリティの対象となる情報は
「電磁的方式により記録され、又は発信され、伝送され、若しくは受信される情報」と定義され、サイバーセキュリティとは「それらの情報の安全性・信頼性を確保するために必要な措置が講じられ、適切に維持されていること」と規定されてる。

問 14 ウ

- 〔解説〕 同一特許出願が競合した場合、日本では最も先に出願した者に権利を与える先願主義が採用されている

問 15 ア

- 〔解説〕 発明（自然法則を利用した技術的思想の創作のうち高度のもの）は特許法により保護される。

問 16 ア

- 〔解説〕 イは商標権、ウは意匠権、エは著作権の説明である。

問 17 イ

- 〔解説〕 特許クロスライセンスとは、複数の特許権の権利者が互いに相手の特許権を使用できるように結ぶライセンス契約のことである。

問 18 ア

- 〔解説〕 イ ハードウェア、ソフトウェア両方の特許についてライセンスを得る必要がある
ウ ハードウェア、ソフトウェア両方の特許についてライセンスを得れば製品化できる
エ ハードウェアとソフトウェアは別々に特許出願できる

問 19 イ

- 〔解説〕 ア 意匠法は、物品のデザインを保護する法律である
ウ 特許法は、発明を保護する法律である
エ 著作権法は、文芸・学術・美術・音楽・プログラム等を保護する法律である

問 20 ウ

問 21 エ

- 〔解説〕 不正アクセス禁止法における不正アクセス行為とは、権限のないものが不正な手段でコンピュータにアクセスすることである。

問 22 エ

- 〔解説〕 ア すべてのネットワークを相互接続させるのは、不正アクセスを助長することになる
イ 利用者 I D は共有して使用すべきではない
ウ システム管理者であっても、すべての権限をもつ利用者 I D を常に使用するのは危険である

問 23 エ

- 〔解説〕 コンピュータウイルスに関する罪を「不正指令電磁的記録に関する罪」といい、正当な理由がなく他人のコンピュータで実行させる目的で、ウイルス自体やウイルスのソースコードが記録された電磁的記録・媒体を作成・提供・保管した場合に罰せられる。

問 24 ア

- 〔解説〕 イ 外国為替及び外国貿易法の目的
ウ 製造物責任法の目的
エ 特許法の目的

問 25 エ

- 〔解説〕 製造物責任法（P L 法）とは、企業の消費者に対する責任を定めた法律で、企業は製品（製造又は加工された商品）の欠陥や説明不足などによって、消費者の生命、身体、財産に損害を与えた場合、過失がなくても賠償責任を問われる。
製造物責任法の対象となる人の生命、身体又は財産に係る被害が生じたケースは エ 。

問 26 ア

- 〔解説〕 瑕疵担保責任とは。売買契約において物件に隠れた瑕疵（要求される品質が欠けていたり、欠陥がある状態）があった場合に、売り主が買い主に対して負う担保責任のことである。

問 27 イ

- 〔解説〕 個人情報保護法は、個人情報の適正な取扱いに関し基本的な事項を定め、国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、個人情報を取り扱う事業者の遵守すべき義務等を定めることにより、個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護することを目的とする法律。

問 28 ア

- 〔解説〕 イ J E C：電気学会電気規格調査会の説明
ウ I E E E の説明
エ J E I T A：電気情報技術産業協会の説明

問29 ア

〔解説〕産業財産権は、著作権と並び知的財産権に分類される権利。著作権は創作物が創作された時点で発生するのに対して、産業財産権は関係機関に申請をして認められなければ権利として登録されない。

問30 ウ

〔解説〕請負契約では、請負業者が開発した著作物の著作権は請負業者に帰属する。また会社の業務活動にて生産したプログラムの著作権は、個人ではなく会社に帰属するので適切な著作権の帰属先はD社員が在籍している「C社」になる。

問31 ウ

- 〔解説〕
- ア 営利を目的とした活動について規定した法律
 - イ 電子商取引のうちB to Cについて取引成立時点を定め、操作ミスなどによって生じる意図しない電子契約から消費者を救済する目的で制定された法律
 - エ 営業秘密侵害や原産地偽装、コピー商品の販売などの不正競争を防止する目的で制定された法律

問32 ア

- 〔解説〕刑法234条の2「電子計算機損壊等業務妨害罪」により処罰の対象となる。
- イ 特定商取引法は、「訪問販売」「通信販売及び電話勧誘販売に係る取引」「連鎖販売取引」などの特定商取引を公正にし、購入者等の利益を保護することを目的とする法律。
 - ウ 不正競争防止法は、事業者間の公正な競争と国際約束の的確な実施を確保するため、不正競争の防止を目的として設けられた法律。
 - エ プロバイダ責任制限法は、インターネットでのウェブページや電子掲示板などへの投稿のように不特定多数の者が閲覧する通信について、プロバイダ等の「損害賠償責任の制限」および、それらの通信で損害を被った者に与えられる「発信者情報の開示請求権」を定めた法律。

問33 ウ

〔解説〕クリエイティブコモンズは、クリエイティブ・コモンズ・ライセンス（CC ライセンス）を提供している国際的非営利組織とそのプロジェクトの総称。
CC ライセンスを利用することで、作者は著作権を保持したまま作品を自由に流通させることができ、受け手はライセンス条件の範囲内で再配布やリミックスなどを行うことができる。

問34 エ

〔解説〕CSR(Corporate Social Responsibility)は、企業活動において経済的成長だけでなく、環境や社会からの要請に対し責任を果たすことが、企業価値の向上につながるという考え方で企業の社会的責任という意味を持っている。

問35 ウ

〔解説〕シュリンクラップ契約とは、ソフトウェアの購入者がパッケージを開封することで使用許諾契約に同意したとみなす契約方式のこと。