■HRM

１　OJT

２　Off-JT　※どっちもOJTは大文字

３　HRテック　IT（AIやIoTを使用した教育）

（１）eーラーニング　IT（パソコンやインターネット）を使用

（２）アダプティブラーニング　ITで客観的なデータにより生徒に適した学習

■経営組織

１　職能別組織（機能別組織）

　事業は一つ、社員の専門性、仕事の種類の上に経営者が存在

２　事業部制組織

　職能別組織と経営者の間に、「事業部」という階層を設けている。

　各事業部には、意思決定権、利益責任がある。

３　マトリックス組織

　職能別と事業部別の両方に所属する。

４　プロジェクト組織

　各部門からの専門家、一時的

５　持株会社

　子会社の株式を保有する親会社。Ｍ＆Ａ（企業の買収・合併）がしやすくなる。

■グラフ

〇パレート図

①棒グラフを大きい順に並べる。②折れ線グラフ（データの累積比率（％））。

【ＡＢＣ分析】

　パレート図を使用し、データを重要度に応じてランク付けして分析する。例えば、重要度の高いものを把握し、改善すべき問題を洗い出す。

〇ヒストグラム

　棒グラフ。ただし、横実は連続した項目。

〇レーダーチャート

　放射状。データ全体のバランスを見る。

〇散布図

　２種類のデータの関係性（相関関係）を分析する。将来を予測する。

　【回帰分析】

　　散布図の点が多いところにひいた直線（回帰直線）。

　　①正の相関：右肩上がり、②負の相関：右肩下がり、③相関なしの３種類。

■キャッシュフロー計算書

営業活動　A

投資活動　１０

財務活動　Z

■知的財産権

１　著作権　　　申請不要：文化庁：著作権法：取説、プログラム、風景写真

　※使用許諾契約

　※パブリックドメインソフトウェア（著作権なし）

　※OSS

２　産業財産権　申請必要：特許庁：特許法

（１）特許権：発明、

　※ビジネスモデル特許（ITを活用していること）

（２）実用新案権：考案

（３）意匠権：デザイン

（４）商標権：マーク（トレードマーク、サービスマーク）※有効期限更新可能

３　その他の権利

　※営業秘密（ア　秘密管理性、イ　有用性、ウ　非公知性）

　※肖像権：民法（プライバシーの権利に近い）

　※パブリシティ権利：民法（プライバシーの権利に近い）

■セキュリティ関係法

１　サイバーセキュリティ基本法

・インターネット上、国全体を対象、政府や企業、国民全体がサイバー空間（インターネット上）での安全性を確保するための基本的な枠組み

２　不正アクセス禁止法

・ネットワークを通じた不正アクセスが対象

（１）なりすましによるアクセス

（２）セキュリティホールからのアクセス

（３）他人のIDとパスワードを「取得」する行為

（４）本人の許可なく、他人のIDとパスワードなどを誰かに「教える」こと。

３　特定電子メール法

・迷惑メールを規制する。広告などのメール送信には事前の同意が必要。

４　刑法

・ウイルス作成罪（不正指令電磁的記録に関する罪）

■経営戦略

１　経営理念：企業の存在意義、方針、判断基準、信念

２　ビジョン：企業の将来の姿、未来象

３　経営戦略：上位概念を実現するための、分析（環境、商品）、調査、競争力強化などの手法

（１）企業戦略：本社

（２）事業戦略：各種事業部門

（３）機能別戦略：職能別部門

■経営分析

１　SWOT分析　内部環境（SW)、外部環境（O：機械、T：脅威)

２　PPM　　　花形、問題児、金のなる木、負け犬

３　RFM分析・・・価値の高い顧客を特定する手法（マーケティング分野）

　Recency（最新購買日）、Frequency（購買頻度）、Monetary（購買金額）

■競争手段

１　コトラーの競争戦略

　リーダー、チャレンジャー、フォロワー、ニッチャー

２　M&A（企業の買収・合併）

３　TOB（株式公開買い付け）

４　MBO（経営陣による自社買収）

５　資本提携（企業同士が互いに株式を持ち合って協力関係を強化する）

６　アライアンス（業務提携）

（１）得意分野の相互補完

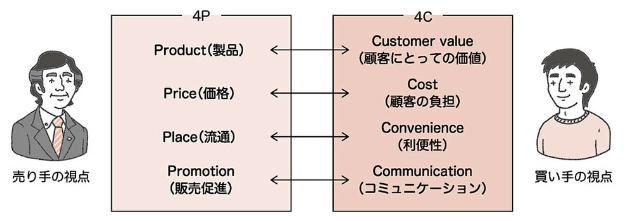
（２）リスクの分散

７　ジョイントベンチャー（共同出資）

■マーケティング用語

１　マーケティングミックス（４Ｐ）

２　４C



３　オピニオンリーダー

（１）イノベーター：最も早い。「誰も持っていないから買う」

（２）アーリーアダプター（オピニオンリーダー）：

　　情報収集した上で購入して、SNSなどで発信。

（３）アーリーマジョリティ

（４）レイトマジョリティ

（５）ラガード

４　マーチャンダイジング　GTP、QP

５　オムニチャネル（Omni-channel）：ラテン語の「omni」（すべて、全てを意味する）と「channel」（チャネル、販売経路）を組み合わせたもの。実店舗とネット販売など、顧客がどのチャネルを利用しても、スムーズかつ統一された体験を提供し、顧客満足度を挙げる

６　プル戦略とプッシュ戦略

「プル」は英語で「引っ張る」という意味で、消費者が商品やサービスを「引っ張る」ように需要を起こす戦略。広告やキャンペーン、SNSなどで消費者の関心を高め、消費者が店舗やオンラインで商品を**探し**、購入するよう促す。

「プッシュ」は英語で「押す」という意味で、商品を消費者の前に「押し出す」形で売る戦略を指します。メーカーが小売店に在庫を押し付けることで**商品を店頭に並べ、消費者が自然と手に取るようにする**方法です。

７　ニーズ志向とシーズ志向

ニーズ志向: 顧客の「ニーズ（需要）」に合わせて製品を開発する。

シーズ志向: 企業が持つ技術的な「シーズ（種）」を元に製品やサービスを開発する。

■事業戦略

1. **BSC（Balanced Scorecard）**

* **定義**: バランス・スコアカード（BSC）は、企業の戦略を測定・管理するためのフレームワークです。財務的な指標だけでなく、非財務的な指標も含めて企業のパフォーマンスを評価します。
* **目的**: 経営者が企業の全体像を把握し、戦略的な目標を達成するための指標を設定することを目的としています。BSCは、財務、顧客、内部プロセス、学習と成長の4つの視点からバランスの取れた評価を行います。
* **利点**: 戦略的な目標を可視化し、組織全体に浸透させることで、全員が同じ方向に向かって活動できるようにします。

2. **CSF（Critical Success Factor）**

* **定義**: クリティカル・サクセス・ファクターは、企業やプロジェクトの成功に不可欠な要因や条件を指します。
* **目的**: 成功するために特に重要な要素を特定し、これに集中することで、企業のパフォーマンス向上を図ります。
* **利点**: CSFを明確にすることで、組織が何に注力すべきかが明らかになり、資源の効率的な配分が可能になります。

3. **KPI（Key Performance Indicator）**

* **定義**: キー・パフォーマンス・インディケーターは、組織の目標達成度を測定するための具体的な指標です。
* **目的**: 組織の戦略や目標に基づき、重要な成果を測定し、進捗を評価することを目的とします。
* **利点**: KPIを設定することで、組織のパフォーマンスを定量的に評価し、改善のための意思決定をサポートします。

■４つの一元管理（経営管理システム）

１. **ERP（Enterprise Resource Planning）：経営資源の一元管理**

* エンタープライズ・リソース・プランニングは、企業全体の資源（人、物、金など）を統合的に管理するためのシステムです。
* 社内の最適化。

２. **CRM（Customer Relationship Management）：顧客情報の一元管理**

* カスタマー・リレーションシップ・マネジメントは、顧客との関係を管理し、顧客との長期的に良好な関係を「維持」し、長期的な利益を得る手法。

３. **SFA（Sales Force Automation）：営業ノウハウを一元管理**

* セールス・フォース・オートメーションは、営業プロセスを営業チーム内で共有し、見込み客を顧客に変える（成約率を高める）ことを目的とする手法。

４. **SCM（Supply Chain Management）：社外を含めた製品の一元管理**

* サプライ・チェーン・マネジメントは、製品の供給に関わるすべてのプロセス（原材料調達から製品の配送まで）全体の最適化を行う手法。
* 社外を含めた最適化

■マークアップとマークダウンの違い

**マークアップ**と**マークダウン**は、データやテキストを形式化するための技術ですが、それぞれ異なる目的や使用方法があります。以下に、両者の主な違いを詳しく説明します。

1. **マークアップ（Markup）**

* **定義**: マークアップは、テキストに追加情報を与えるための記述法で、特定のタグやシンボルを使ってデータの構造や意味を示します。
* **目的**: データを構造化し、意味を持たせることが主な目的です。ウェブページの作成やデータの交換などで使用されます。
* **例**: XMLやHTMLが代表的なマークアップ言語です。例えば、HTMLでは、次のように見出しや段落を定義します。

<h1>タイトル</h1>

<p>これは段落です。</p>

* **特徴**:
  + タグを使用して要素を囲む。
  + 構造化された情報を提供する。
  + ブラウザやその他のツールが解釈するための詳細な指示を含むことができる。

2. **マークダウン（Markdown）**

* **定義**: マークダウンは、シンプルな記法を用いて書かれたプレーンテキストをHTMLなどに変換するための軽量マークアップ言語です。
* **目的**: 文章を書く際に、可読性を保ちながら簡単にフォーマットを適用できることが主な目的です。特に、文書やブログの作成に多く利用されます。
* **例**: マークダウンでは、見出しやリストを次のように定義します。

# タイトル

これは段落です。

- リスト項目1

- リスト項目2

* **特徴**:
  + シンプルで覚えやすい記法。
  + プレーンテキストとして書けるため、可読性が高い。
  + 変換することでHTMLやPDFなどに出力できる。

3. **主な違い**

* **目的の違い**: マークアップはデータの構造や意味を示すために使われ、マークダウンは文章の可読性を保ちながら簡単にフォーマットを適用するために使われる。
* **複雑さの違い**: マークアップ言語（例: HTML）はタグや属性が豊富で複雑な構造を持つのに対し、マークダウンはシンプルで使いやすい記法が特徴。
* **使用される場面の違い**: マークアップは主にウェブページやデータ交換で使用されるのに対し、マークダウンは文書作成やブログ投稿などで広く使用される。