１１章．基礎理論

１１－１　理数数学と応用数学

１１－１－１　数と表現

●コンピュータが扱う数値やデータ

コンピュータが処理する情報　→　「１」や「１０」のような**離散的な数値**のディジタルデータ

コンピュータ内部でデータを処理する場合　→　すべての情報が「０」と「１」の組み合わせで表現

※離散的な数値：連続でない、飛び飛びの数値

●２進数

私たちが日常で使用している１０進数　　　　　　　　　→　０～９の数字で数値を表現

コンピュータ内部の命令やデータ処理で使用する２進数　→　０と１だけで数値を表現

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 10進数 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 2進数 | 0 | 1 | 10 | 11 | 100 | 101 | 110 | 111 | 1000 | 1001 | 1010 |

1の次は桁が上がる

代表的な２進数

　２進数１００００・・・・１０進数１６

　　　　　１０００・・・・１０進数　８

　　　　　　１００・・・・１０進数　４

　　　　　　　１０・・・・１０進数　２

　　　　　　　　１・・・・１０進数　１

　●２進数から１０進数への変換

　　２進数を１０進数に変換するには？

　　　２進数で「１」が立っている桁の重みだけを合計する。

　　（例）２進数「1101.111」を１０進数に変換する。

　　　　　　　１　　１　　０　　 １　　１　　 １　　１

　　　　　　　↓　　↓　　↓　　 ↓　　↓　　 ↓　　↓

　　桁の重み　２3２2２1２0２-1２-2２-3

||　　 || || || || ||

８　　４　　　　　 １　 1/2　　1/4　 1/8

　　　　　　　　　　　　　　　　　　 （0.5）（0.25）（0.125）

　　　　　　　２3＋２2＋２0＋２-1＋２-2＋２-3

＝８＋４＋１＋0.5＋0.25＋0.125

　　　　　　＝13.875

　●１０進数から２進数への変換

　　１０進数を２進数に変換するには？

　　　１０進数を２で割って余りを出す計算を０または１になるまで繰り返す。

　　　最後に余りを下から並べる。

　　（例）１０進数「13」を２進数に変換する。

　　　　　１３÷２＝６　余り１

　　　　　　６÷２＝３　余り０

　　　　　　　　　　　　　　　　　余りを逆から順に並べる

　　　　　　３÷２＝１　余り１

　　　　　１　　　　　　余り１　　2進数 1101

　　１０進数の小数値を２進数に変換するには？

　　　小数の部分だけに２を掛ける計算を繰り返し、「0.」に続けて整数部分を上から並べる。

　　（例）１０進数「0.375」を２進数に変換する。

　　　　　0.375×2＝0.75

0.75×2＝1.5　　　「0.」に続けて整数部分を上から並べる

　　　　　　0.5×2＝1 　2進数 0.011

　●８進数と１６進数

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| １０進数 | ２進数 | ８進数 | １６進数 |
| 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2 | 10 | 2 | 2 |
| 3 | 11 | 3 | 3 |
| 4 | 100 | 4 | 4 |
| 5 | 101 | 5 | 5 |
| 6 | 110 | 6 | 6 |
| 7 | 111 | 7 | 7 |
| 8 | 1000 | 10 | 8 |
| 9 | 1001 | 11 | 9 |
| 10 | 1010 | 12 | A |
| 11 | 1011 | 13 | B |
| 12 | 1100 | 14 | C |
| 13 | 1101 | 15 | D |
| 14 | 1110 | 16 | E |
| 15 | 1111 | 17 | F |
| 16 | 10000 | 20 | 10 |

２進数の８に変換するには？

　　　　下位から３桁ずつに区切って、２進数に変換して並べる。

　　　（例）２進数「10110011」を８進数に変換する。

　　　　　　10 110 011

↓　↓　 ↓

2 6 3 ８進数263

　　 下位から4桁ずつに区切って、２進数に変換して並べる。

　　　（例）２進数「10110011」を１６進数に変換する。

　　　　　　1011 0011

↓　　↓

B 3 １６進数B3

１１－１－２　２進数の計算と負の数の表現

●２進数の加算

「１＋１＝０」と桁を上げて計算する

　　　　　　　　　　　１　　　　　　１

　　１０１　　　　　１０１　　　　　１０１　　　　　１０１

＋　１１　　　　＋　１１　　　　＋　１１　　　　＋　１１

　　　　　　　　　　　０　　　　　　００　　　　１０００

●２進数の減算

桁を借りて１０－１を上げて計算する

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　０

　　１１１０　　　　　１１１０　　　　　１１１０　　　　　１１１０

－　１０１　　　　－　１０１　　　　－　１０１　　　　＋　１０１

　　　　　　　　　　　　　１　　　　　　　０１　　　　　１００１

●負の数の表現方法

２進数の負の数を表現する方法　→　**符号付き２進数**

↓

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　先頭の値を正の数と負の数を区別する**符号ビット**とする

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　先頭の値が「０」：正の数

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　先頭の値が「１」：負の数

　　　　　符号なし２進数　　　　　　　　　　符号付き２進数

先頭が「０」

正の数を表す

先頭が「１」

負の数を表す

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| １０進数 | ２進数 |  | １０進数 | ２進数 |
| 0 | 0000 |  | -5 | 1011 |
| +1 | 0001 |  | -4 | 1100 |
| +2 | 0010 |  | -3 | 1101 |
| +3 | 0011 |  | -2 | 1110 |
| +4 | 0100 |  | -1 | 1111 |
| +5 | 0101 |  | 0 | 0000 |
| +6 | 0110 |  | 1 | 0001 |
| +7 | 0111 |  | 2 | 0010 |
| +8 | 1000 |  | 3 | 0011 |
| +9 | 1001 |  | 4 | 0100 |
| +10 | 1010 |  | 5 | 0101 |

●表現可能な数値の範囲

２進数の桁数がｎ桁の場合　→　表すことができる数値は２n種類

符号なし２進数：０～２n－１

符号付き２進数：－２n-1～２n-1－１

　　　（例）４桁の場合

　　　　　　２4＝１６種類

　　　　　　符号なし２進数：０　～１５の整数

　　　　　　符号付き２進数：－８～　７の整数

●補数表現

　「符号付き２進数」→２の補数で負の数を表現したもの

　補数：基準とする数から引いた数のこと

**基準の数 － ある数 ＝ ある数の補数**

ブルーオーシャン戦略の説明として、適切なものはどれか。

ア．新しい価値を提供することによって、競争のない新たな市場を生み出す。

イ．売れ筋商品以外の商品も幅広く取り扱うことによって、販売機会の増大を図る。

ウ．業界のトップ企業が提供する製品との差別化を徹底的に進める。

エ．コスト削減によって競合他社に対する優位性を築く。

問題３

それぞれの企業が保有する経営資源の補完を目的とした、企業間での事業の連携、提携や協調行動を表すも

のはどれか。

ア．アウトソーシング　　　　　　　　 イ．アライアンス

ウ．フランチャイズチェーン　 　　　　エ．ロジスティックス

問題４

システムの開発や運用を海外の事業者や海外の子会社に委託することを表す用語はどれか。

ア．オフショアアウトソーシング　　　 イ．システムインテグレーション

ウ．ファシリティマネジメント 　　　　エ．ホスティング

問題５

コアコンピタンス経営に関する説明として、適切なものはどれか。

ア．競合企業に対して優位に立つために、すでに事業を確立している他社の経営資源を獲得する。

イ．事業の組合せの最適化を図り、それぞれの事業を単独で運営する場合よりも大きな効果が得られるよう

にする。

ウ．他社にまねのできない独自のノウハウや技術などに経営資源を集中し、競争優位を確立する。

エ．他社のベストプラクティス（優れた事例）を参考にして、現状の業務プロセスを抜本的に改善・改革す

る。

問題６

TOBの説明として、最も適切なものはどれか。

ア．経営権の取得や資本参加を目的として、買い取りたい株数、価格、期限などを公告して不特定多数の株主から株式市場外で株式を買い集めること

イ．経営権の取得を目的として、経営陣や幹部社員が親会社などから株式や営業資産を買い取ること

ウ．事業に必要な資金の調達を目的として、自社の株式を株式市場に新規に公開すること

エ．社会的責任の遂行を目的として、利益の追求だけでなく社会貢献や環境へ配慮した活動を行うこと

問題７

Ｍ＆Ａの手段の一つであるMBOに該当するものはどれか。

ア．親会社による子会社の買収

イ．競合会社による買収

ウ．経営陣による自社の買収

エ．子会社による親会社の買収

４．２経営戦略（経営情報分析手法）

問題１

経営戦略策定に使用されるSWOT分析において、外部環境を分析する際の観点はどれか。

ア．機会・脅威　　　　　　　　　　　 イ．資源・技術

ウ．市場・顧客　　　　　　　 　　　　エ．強み・弱み

問題２

3C分析での三つの分析項目であるCの組合せはどれか。

ア．Competitor（競合企業），Company（自社），Cost（費用）

イ．Customer（市場・顧客），Company（自社），Cost（費用）

ウ．Customer（市場・顧客），Competitor（競合企業），Company（自社）

エ．Customer（市場・顧客），Competitor（競合企業），Cost（費用）

問題３

プロダクトポートフォリオマネジメントでは、縦軸に市場成長率、横軸に市場占有率をとり、四つの象限に

区別したポートフォリオ図を作成し、市場における製品の位置付けを分析して資源配分を検討する。四つの象限のうち、市場成長率は低いが、市場占有率を高く保っている製品の位置付けはどこか

ア．金のなる木　　　　　　　　　　　 イ．花形

ウ．負け犬　　　　　　　　　 　　　　エ．問題児

問題４

Webサイトの閲覧回数、サイト内での移動履歴などをもとに、閲覧者の行動を分析する手法はどれか。

ア．ABC分析 　　　　　　　　　　　 イ．SWOT分析

ウ．アクセスログ分析　　　　 　　　　エ．バリューチェーン

問題５

PPMの適用事例として、適切なものはどれか。

ア．業務の一部を外部に委託することで、コア業務に経営資源を集中させる。

イ．個々の事業の戦略的な位置付けを明確にし、経営資源の最適配分を考える。

ウ．仕事の流れや方法を根本的に見直し、最も望ましい業務の姿に変革する。

エ．大規模災害などの発生時においても、事業が継続できるように準備する。

問題６

企業経営の意思決定を支援するために、目的別に編成された、時系列データの集まりを何というか。

ア．データウェアハウス　　　　　　　 イ．データセンタ

ウ．データフローダイアグラム 　　　　エ．データマイニング

問題７

SWOT分析で用いる四つの視点の一つである“脅威”になり得る事例はどれか。

ア．家電メーカA社：技術力の低下によって、新製品開発件数が減少している。

イ．自動車販売会社B社：営業員のモチベーションが以前に比べて下降気味である。

ウ．ブランドショップC社：ブランド好感度が下がってきている。

エ．輸出企業D社：為替レートが円高基調で推移している。

４．２経営戦略（マーケティング）

問題１

マーケティング戦略の一つであるプッシュ戦略に該当する活動として、最も適切なものはどれか。

ア．環境問題に積極的に取り組む姿勢をアピールして、企業ブランドを高める。

イ．小売店に働きかけて、自社製品の販売促進セールを実施する。

ウ．自社製品の技術の独自性を訴えて、他社製品との差別化を図る。

エ．テレビコマーシャルを大量に流して、消費者の購買意欲を刺激する。

問題２

マーケティングにおけるセグメンテーションとして、消費者を、商品購入に対する態度で分類することがある。オピニオンリーダと呼ばれる消費者の商品購入に対する態度として、適切なものはどれか。

ア．商品が普及した後に、商品に関する自分の評価を友人や知人に伝える。

イ．商品の購入を決めるに当たって、友人の評価や世間の評価を参考にする。

ウ．新商品の販売開始を待ち、友人や知人に先駆けて入手することに意欲を燃やす。

エ．新商品を販売初期の段階で購入し、商品に関する情報を友人や知人に伝える。

問題３

顧客の購買行動を分析する手法の一つであるRFM分析で用いる指標で、Rが示すものはどれか。ここで、

括弧内は具体的な項目の例示である。

ア．Reaction（アンケート好感度）　　 イ．Recency（最終購買日）

ウ．Request（要望） 　　　　 　　　　エ．Respect（ブランド信頼度）

問題４

すべての顧客を対象に、大量生産した商品を大量流通させていくことを目的としたマーケティング手法はど

れか。

ア．セグメントマーケティング　　　　 イ．ダイレクトマーケティング

ウ．マスマーケティング　　　 　　　　エ．ワントゥワンマーケティング

問題５

プロダクトライフサイクルに関する記述のうち、最も適切なものはどれか。

ア．衰退期では、成長性を高めるために広告宣伝費を増やす必要である。

イ．成熟期では、他社からのマーケティング参入が相次ぎ、競争が激しくなる。

ウ．成長期では、製品の特性を改良し、他社との差別化を図る戦略をとる。

エ．導入期では、キャッシュフローはプラスになる。

問題６

企業は、売上高の拡大や市場占有率の拡大などのマーケティング目標を達成するために、4Pと呼ばれる四つの要素を組み合わせて最適化を図る。四つの要素の組合せとして適切なものはどれか。

ア．価格（price），製品（product），販売促進（promotion），利益（profit）

イ．価格（price），製品（product），販売促進（promotion），流通（place）

ウ．価格（price），製品（product），利益（profit），流通（place）

エ．製品（product），販売促進（promotion），利益（profit），流通（place）

問題７

企業の商品戦略上留意すべき事象である”コモディティ化”の事例はどれか。

ア．新商品を投入したところ、他社商品が追随して機能の差別化が失われ、最終的に低価格化競争に陥ってしまった。

イ．新商品を投入したところ、類似した機能をもつ既存の自社製品の売上が新商品に奪われてしまった。

ウ．新商品を投入したものの、広告宣伝の効果が薄く、知名度が上がらずに売上が伸びなかった。

エ．新商品をとうにゅうしたものの、当初から頻繁に安売りしたことによって、目指していた高級ブランド

のイメージが損なわれてしまった。

４．２経営戦略（ビジネス戦略）

問題１

A社では、企業理念に基づいてビジネス戦略を策定し、実行するための手順を考えた。図の①～④で行う手

順の組合せとして、適切なものはどれか。

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ① | → | ② | → | ③ | → | ④ | → | 実行計画策定 |

ａ．重要成功要因の抽出　　ｂ．ビジネス環境の分析

ｃ．ビジネス戦略の立案　　ｄ．ビジョンの設定

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | ① | ② | ③ | ④ |
| ア | ａ | ｂ | ｃ | ｄ |
| イ | ａ | ｄ | ｃ | ｂ |
| ウ | ｂ | ｃ | ａ | ｄ |
| エ | ｄ | ｂ | ｃ | ａ |

問題２

製品やサービスの価値を機能コストの関係で把握し、体系化された手順によって価値の向上を図る手法はど

れか。

ア．ニーズ・ウォンツ分析　　　　　　 イ．バリューエンジニアリング

ウ．バリューチェーン　　　　 　　　　エ．ポジショニング分析

問題３

経営戦略の目標や目的を達成する上で、重要な要因となるものはどれか。

ア．CSF　　　　　イ．ERP　　　　　ウ．MRP　　　　　エ．SCM

問題４

バランススコアカードで企業の業績を評価する四つの視点として一般的なものは、“財務”、“業務プロセス”、

及び“学習・成長”と、もう一つはどれか。

ア．顧客　　　　　イ．情報　　　　　ウ．戦略　　　　　エ．品質

問題５

ビジネス戦略上の重要成功要因として“販売の機会損失の低減”が設定されたとき、この重要成功要因の達成

度を評価するのに最も適切なものはどれか。

ア．売上債権回転期間　　　　　　　　 イ．売上高利益率

ウ．欠品率　　　　　　　　　 　　　　エ．新規顧客獲得数

問題６

A社では前年度に実施したビジネス戦略の評価を進めている。表に示す条件の場合、総合評価の評点は何点

か。

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 分類 | 戦略項目 | 目標 | 実績 | 評価方法・基準 | 評点の  重み付け |
| 定量項目 | 売上高増加率 | 2.5% | 2.4% | 売上高増加率の実績が  2%以上ならば、　　　　　 110点  1%以上2%未満ならば、 　100点  0%を超え1%未満ならば 90点  上記以外は0点 | 0.5 |
| 新製品開発件数 | 2件 | 1件 | 新製品開発件数の実績が  2件以上ならば、　　　　　 110点  1件ならば、 　　　　　　 100点  上記以外は0点 | 0.3 |
| 定性項目 | 顧客満足度 | 4 | 4 | 顧客満足度の実績が目標よりも  1ランク以上向上すれば 　100点  上記以外は0点 | 0.2 |

【総合評価の方法】

　（１）戦略項目ごとの評価方法・基準によって評価を求める。

　（２）（１）の評価に重み付けしたもの合計して、総合評価の評点を求める。

ア．75　　　　　イ．82　　　　　ウ．85　　　　　エ．105

４．２経営戦略（技術開発戦略）

問題１

MOT（Management of Technology）の目的として、適切なものはどれか。

ア．企業経営や生産管理において数学や自然科学などを用いることで、生産性の向上を図る。

イ．技術革新を効果的に自社のビジネスに結び付けて企業の成長を見る。

ウ．従業員が製品の質の向上について組織的に努力することで、企業としての品質向上を図る。

エ．職場において上司などから実際の業務を通して必要な技術や知識を習得することで、業務処理能力の向

上を図る。

問題２

イノベーションは、大きくプロセスイノベーションとプロダクトイノベーションに分けることができる。プ

ロダクトイノベーションの要因として適切なものはどれか。

ア．効率的な生産方式　　　　　　　　 イ．サプライチェーン管理

ウ．市場のニーズ　 　　　　 　　　　エ．バリューチェーン管理

問題３

技術開発戦略の立案に必要な将来の技術動向の予想などに用いられる技法であり、複数の専門家からの意見

収集、得られた意見の統計的集約。集約された意見のフィードバックを繰り返して意見を収束させていくものはどれか。

ア．シナリオライティング　　　　　　 イ．デルファイ法

ウ．ブレーンストーミング　　 　　　　エ．ロールプレイング

問題４

技術開発戦略に沿って自社で技術を研究／開発することにより、自社の技術的優位性を高める活動はどれか。

ア．A&B　　　　　イ．M&A　　　　　ウ．R&D　　　　　エ．T&M

問題５

技術ロードマップに関する記述のうち、適切なものはどれか。

ア．過去の技術の変遷を整理したものであり、将来の方向性を示すものではない。

イ．企業や産業界の技術戦略のために作成されるものであり、政府や行政では作成されない。

ウ．技術開発のマイルストーンを示すもので、市場動向に応じた見直しは行わない。

エ．事業戦略に基づいた技術開発戦略などの示すものであり、技術者だけが理解すればよいというものでは

ない。

問題６

TLO（Technology Licenssing Organization）法に基づき、承認または認定された事業者の役割として、適切

なものはどれか。

ア．企業からの委託研究、又は共同研究を受け入れる窓口として、企業と大学との調整を行う。

イ．研究者からの応募に基づき、補助金を支給して先進的な研究を発展させる。

ウ．大学の研究成果を特許化し、または企業への技術移転を支援し、産学の仲介役を果たす。

エ．民間企業が保有する休眠特許を発掘し、他企業にライセンスして活用を図る。

問題７

技術開発戦略企業の作業を①～⑤の順で行う場合、aに当てはまるものはどれか。

|  |  |
| --- | --- |
| 作業順番 | 作業項目 |
| ① | 経営戦略に関連する社内外の技術の抽出 |
| ② | A |
| ③ | 競争優位の構築に役立つ技術の見極め |
| ④ | 自社技術力の評価と強化分野の選定 |
| ⑤ | 開発の優先順位決定と開発ロードマッドの作成 |

ア．技術開発推進体制の整備　　　　　 イ．技術と環境の変化の予測

ウ．新製品の売上　　　　　　 　　　　エ．テストマーケティングの実施

４．２経営戦略（経営管理システム）

問題１

ERPに関する説明として、最も適切なものはどれか。

ア．経営資源の有効活用の観点から企業活動全般を統合的に管理し、業務を横断的に連携させることによって経営資源の最適化と経営の効率化を図る。

イ．現行のビジネスプロセスを見直し、仕事の流れややり方だけではなく、組織の構造や管理体制などを革

新して、パフォーマンスの向上を図る。

ウ．顧客に関する情報をデータベース化し、顧客との接点となる全部門が共有することによって、顧客への

対応の迅速化を促進し、良好な関係構築を図る。

エ．従業員の創造性、行動能力や知恵などをデータベースに蓄積し、企業全体の経営資源として活用される。

問題２

情報技術を利用して顧客に関する情報を収集・分析し、長期的視点から顧客と良好な関係を築いて自社の顧客として囲い込み、収益の拡大を図る手法はどれか。

ア．BSC　　　　　イ．CRM　　　　　ウ．PPM　　　　　エ．SCM

問題３

“モノ”の流れに着目して、企業の活動を購買、製造、出荷物流、販売などの主活動と、人事管理、技術開発

などの支援活動に分けることによって、企業が提供する製品やサービスの付加価値が事業活動のどの部分で生

み出されているかを分析する考え方はどれか。

ア．コアコンピタンス　　　　　　　　 イ．バリューチェーン

ウ．プロダクトポートフォリオ 　　　　エ．プロダクトライフサイクル

問題４

製品の企画からアフターサービスまでの品質管理を、全社的に徹底していく取組みはどれか。

ア．KM　　　　　　イ．TOC　　　　　ウ．TQC　　　　　エ．VCM

問題５

CRMの導入効果として、最も適切なものはどれか。

ア．売掛金に対する顧客の支払状況を把握しやすくなる。

イ．顧客が発注してから納品するまでの時間を短縮しやすくなる。

ウ．顧客に対するアプローチ方法を営業部門全体で共有しやすくなる。

エ．顧客のニーズや欲求に対する理解が深まり、長期的な関係を築きやすくなる。

問題６

SCMの導入効果として、最も適切なものはどれか。

ア．売掛金に対する顧客の支払状況を迅速に把握できる。

イ．顧客に対するアプローチ方法を営業部門全体で共有できる。

ウ．顧客の要求に合わせてタイムリーに商品を供給できる。

エ．個々の商品への顧客のニーズに対する理解を深めることができる。

問題７

X社では、工場で長期間排水処理を担当してきた社員の経験やノウハウを文書化して蓄積することで、日常

の排水処理業務に対応するとともに、新たな処理設備の設計に活かしている。この事例の考え方として、適切なものはどれか。

ア．ERP　　　　　　　　　　　　　　 イ．SFA

ウ．サプライチェーンマネジメント 　　エ．ナレッジマネジメント

問題８

顧客に対する販売手法のうち、クロスセリングの事例として、適切なものはどれか。

ア．エコノミークラスのチケットを求めている顧客にビジネスクラスの利用を薦める。

イ．車の点検に来た顧客に新しいタイプの車への乗換えを薦める。

ウ．コンパクトカメラを求めている顧客に一眼レフカメラの購入を薦める。

エ．スキー板を購入した顧客にスキーウェアの購入を薦める。

４．２経営戦略（ビジネスシステム）

問題１

店舗で商品を販売した時点で販売情報を記録し、商品売上情報を単品ごとに収集、蓄積、分析するシステム

はどれか。

ア．CTI　　　　　　　　　　　　　　 イ．POSシステム

ウ．トレーサビリティシステム 　　　　エ．バンキングシステム

問題２

経営戦略が策定され、その戦略の一つに“営業部門の組織力強化”が掲げられた。この戦略を実現するための情報システムとして、適切なものはどれか。

ア．DTP　　　　　イ．ETC　　　　　ウ．GPS　　　　　エ．SFA

問題３

電車の定期券などとして利用される非接触型ICカードに用いられている技術はどれか。

ア．IrDA　　　　　 　　　　　　　　 イ．RFID

ウ．バーコード　　　　　　　 　　　 エ．無線LAN

問題４

スマートグリッドに関する説明として、適切なものはどれか。

ア．コンピュータ内蔵の電力制御装置をネットワークで結ぶことで、自立的な電力需給制御を可能にした電力ネットワークである。

イ．専用OSなどを利用することで、PCの機能を実現できるように製造された多機能携帯電話である。

ウ．ネットワークに接続されたコンピュータ資源を、いつでも、どこからでも利用できるようにした分散コ

ンピューティングである。

エ．プラステック製のカードにICチップを埋め込むことで、情報を記録できるようにしたカードである。

問題５

SFAシステムの運用において管理すべき情報として、最も適切なものはどれか。

ア．顧客への訪問回数、商談進捗状況、取引状況などの情報

イ．社員のスキル、研修受講履歴、業務目標と達成度などの情報

ウ．商品の販売日時、販売個数、販売金額などの情報

エ．製品の生産計画、構成部品とその所要数、在庫数などの情報

問題６

SCMの導入効果として、最も適切なものはどれか。

ア．売掛金に対する顧客の支払状況を迅速に把握できる。

イ．顧客に対するアプローチ方法を営業部門全体で共有できる。

ウ．顧客の要求に合わせてタイムリーに商品を供給できる。

エ．個々の商品への顧客のニーズに対する理解を深めることができる。

問題７

X社では、工場で長期間排水処理を担当してきた社員の経験やノウハウを文書化して蓄積することで、日常

の排水処理業務に対応するとともに、新たな処理設備の設計に活かしている。この事例の考え方として、適切なものはどれか。

ア．ERP　　　　　　　　　　　　　　 イ．SFA

ウ．サプライチェーンマネジメント 　　エ．ナレッジマネジメント

問題８

顧客に対する販売手法のうち、クロスセリングの事例として、適切なものはどれか。

ア．エコノミークラスのチケットを求めている顧客にビジネスクラスの利用を薦める。

イ．車の点検に来た顧客に新しいタイプの車への乗換えを薦める。

ウ．コンパクトカメラを求めている顧客に一眼レフカメラの購入を薦める。

エ．スキー板を購入した顧客にスキーウェアの購入を薦める。