４．企業活動と情報システム

４．２経営戦略（経営戦略）

問題１

競争地位分析において、経営資源が少量・低品質であり、競合他社からの情報を招かないよう注意しつつ、他企業の製品を参考にしてコストダウンを図り、低価格で勝負する戦略を採る企業の地位はどれか。

ア．チャレンジャ　　　　　　　　　　 イ．ニッチャ

ウ．フォロワ　　　　　　　　 　　　　エ．リーダ

問題２

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

トレーサビリティに該当する事例として、適切なものはどれか。

ア．インターネットやWebの技術を利用して、コンピュータを教育に応用する。

イ．開発部門を自社内に抱えずに、開発業務を全て外部の専門企業に任せる。

ウ．個人の知識や情報を組織全体で共有し、有効に活用して業績を上げる。

エ．肉や魚に貼ってあるラベルをよりどころに生産から販売までの履歴を確認できる。

問題７

電子証明書の申請から電子入札までの手続きが図の①～⑥の手順で行われるとき、④で行う手続きとして、

適切なものはどれか。

ア．開札結果の連絡　　　　　　　　　 イ．電子証明書の発行

ウ．電子証明書の有効性の確認　　 　　エ．電子入札の実施

４．２経営戦略（エンジニアリングシステム）

問題１

CIMに関する説明として、適切なものはどれか。

ア．企業活動を主活動と支援活動に分け、それに利益を加えて全体の付加価値を表すシステム

イ．原材料や部品の調達から製造、流通、販売までの商品提供の流れを管理するシステム

ウ．顧客情報を管理して、顧客と継続的な関係を構築するシステム

エ．製品の製造から販売までの情報を共有・管理して、生産性を高めるシステム

問題２

製造業において利用されているCADの説明として、適切なものはどれか。

ア．製品の生産計画に合わせて必要な資材の所要量を求め、資材の手配を行う。

イ．製品の製造に必要な部品や中間製品、所要量などの情報を管理する。

ウ．製品の設計図や部品表など、設計から製造に関する情報を一元管理する。

エ．製造の設計にコンピュータを利用し、設計作業の生産性や信頼性の向上を図る。

問題３

コンカレントエンジニアリングの目的として、適切なものはどれか。

ア．開発期間の短縮 　　　　　　　　 イ．開発する製品の性能向上

ウ．開発する製品の品質向上　 　　　 エ．生産工程の歩留り率向上

問題４

工程間の仕掛品や在庫を削除するために、必要なものを必要なときに必要な数量だけ後工程に供給することを目的として、全ての工程が後工程からの指示や要求に従って生産する方式はどれか。

ア．ジャストインタイム生産方式　　　 イ．セル生産方式

ウ．見込生産方式　　　　　　 　　　 エ．ロット生産方式

問題５

最終製品の納期と製造量に基づいて、製造に必要な構成部品の在庫量の最適化を図りたい。この目的に実現するための施策として、最も適切なものはどれか。

ア．CRMシステムの構築　　　　　　 イ．MRPシステムの構築

ウ．POSシステムの構築　　 　　　 エ．SFAシステムの構築

問題６

PCの生産などに利用されるBTOの説明として、最も適切なものはどれか。

ア．自社のロゴを取り付けた製品を他社に組み立てさせる。

イ．製品を完成品ではなく部品の形で保存しておき、顧客の注文を受けてから、注文内容に応じた製品を組

み立てる。

ウ．必要な時期に必要な量の原材料や部品を調整することによって、生産工程間の在庫をできるだけもたず

に生産する。

エ．一つの製品を１人の作業者だけで組み立てる。

問題７

ある商品の生産ラインは二つの工程A、Bの順で構成されており、各工程の機械台数、部品1個の生産に要

する作業時間、不良率は表のとおりである。1日の稼働時間を10時間とするとき、この生産ラインの1日の生産能力（良品が生産される数）は何個か。ここで、工程Aでの不良品は工程Bには送らないものとする。また、機械の故障時間や段取り時間、工程間の仕掛品在庫は考えないものとし、仕掛中のものは終了時間が来ても最後まで仕上げるものとする。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 工程 | 機械台数 | 作業時間／個 | 不良率 |
| A | １台 | ３分 | ５％ |
| B | １台 | ２分 | １０％ |

ア．171　　　　　イ．180　　　　　ウ．200　　　　　エ．257

４．２経営戦略（ｅ－ビジネス（電子商取引））

問題１

EC（Electronic Commerce）に関する説明として、適切なものはどれか。

ア．営業活動にITを活用して営業効率と品質を高め、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る。

イ．企業がもつ経営資源全体を、総合的かつ一元的に計画・管理し、経営の効率化を図る手法・概念である。ウ．小売店の売上と利益を伸ばすことによって、卸売業者・メーカが自社との取引拡大につなげるための、

小売店の経営活動を支援するシステムである。

エ．消費者向けや企業間の商取引を、インターネットなどの電子的なネットワークを活用して行うことであ

る。

問題２

競争優位を形成するための経営戦略の一つとして、インターネットを使った電子商取引の活用がある。電子

商取引のうち、“B to C”に当たるものはどれか。

ア．一般消費者が出品するオークションサイト

イ．一般消費者向けのインターネット通信サイト

ウ．他企業への原材料販売などの企業間取引サイト

エ．福利厚生目的の自社従業員向け社内販売サイト

問題３

インターネット上の広告手法の一つであるアフェリエイトに関する説明として、適切なものはどれか。

ア．あらかじめ受信者の許可を得て、興味のある分野の広告を電子メールで送る。

イ．個人のホームページなどに企業の広告やWebサイトへのリンクを掲載し、誘導実績に応じた報酬を支

払う。

ウ．自社Webサイトを検索エンジンの検索結果の上位に掲載させる。

エ．大規模なポータルサイトなどに自社Webサイトへの入り口となる画像を設置し、誘導する。

問題４

インターネットショッピングのロングテール現象の説明として、適切なものはどれか。

ア．売上高の大きな商品から得られる利益によって、売上高の小さな商品による損失をカバーすることができること

イ．商品を手にとって見ることができないので、店舗販売に比べて販売開始からヒット商品になるまでの時

間が長く掛かるようになること。

ウ．販売に必要なコストが少ないので、売上高の小さな商品を数多く取り扱うことによって利益を上げられ

ること

エ．ブログに書かれた評価などの影響によって、商品の発売直後から販売が好調で、時間が経過しても衰え

ないこと。

問題５

インターネットを利用した広告おいて、あらかじめ受信者からの同意を得て、受信者の興味がある分野につ

いての広告をメールで送るものはどれか。

ア．アフェリエイト広告　　　　　　 イ．オーバーレイ広告

ウ．オプトアウトメール広告 　　　 エ．オプトインメール広告

問題６

インターネットで用いられるSEOの説明として、適切なものはどれか。

ア．顧客のクレジットカード番号などの個人情報の安全を確保するために、インターネット上で情報を暗号化して送受信する仕組みである。

イ．参加者がお互いに友人、知人などを紹介し合い、社会的なつながりをインターネット上で実現すること

を目的とするコミュニティ型のサービスである。

ウ．事業の差別化と質的改善を図ることで、組織の戦略的な競争優位を確保・維持することを目的とした経

営情報システムである。

エ．利用者がインターネットでキーワード検索したときに、特定のWebサイトを一覧のより上位に表示さ

せるようにする工夫のことである。

４．２経営戦略（民生機器と産業機器）

問題１

組込みソフトウェアに該当するものはどれか。

ア．PCにあらかじめインストールされているオペレーティングシステム

イ．スマートフォンに自分でダウンロードしたゲームソフトウェア

ウ．ディジタルカメラの焦点を自動的に合わせるソフトウェア

エ．補助記憶媒体に記録されたカーナビゲーションシステムの地図更新データ

問題２

組込みシステムの特徴の一つであるリアルタイム性に関する説明として、適切なものはどれか。

ア．いつでも、どこでも、必要な時間に、必要な場所で使用できる性質

イ．定められた時間内で、一定の処理を完了する性質

ウ．制約の厳しいリソースの範囲内で、一定の処理をこなす性質

エ．制約の厳しいリソースの範囲内で、トラブルなく稼働する性質

問題３

民生機器のうち、スケジュール管理機能や簡易オフィスツールを備えた個人用情報機器はどれか。

ア．ASP　　　　　イ．EDI　　　　　ウ．PDA　　　　　エ．SFA

問題４

携帯機器などの携帯情報端末で受信できる地上ディジタル放送はどれか。

ア．GPS　　　　　　　　　　　　　 イ．ストリーミング

ウ．デザリング　　　　　　 　　　 エ．ワンセグ

問題５

ａ～ｄの機器のうち、組込みシステムが実装されているものが実装されているものを全て挙げたものはどれ

か。

　ａ　飲料自動販売機　　　　　　　　ｂ　カーナビゲーション装備

ｃ　携帯型ゲーム機　　　　　　　　ｄ　携帯電話機

ア．ａ，ｂ　　　　　　　　　　　 イ．ａ，ｂ，ｃ，ｄ

ウ．ａ，ｃ，ｄ　　　　　 　　　 エ．ｂ，ｃ

問題６

ファームウェアに関する説明として、適切なものはどれか。

ア．一定期間は無料で使用することができるが、試用期間後も引き続き使用する場合には使用料を払わなければいけないソフトウェア

イ．インターネットなどで、著作権は開発者が保有したまま、無料で配布されているソフトウェア

ウ．家電製品などのハードウェアを制御するために、あらかじめＲＯＭなどに書き込まれているソフトウェ

　ア

エ．統一的なインタフェースで共通する基本処理機能を提供することで、OSやハードウェアに依存しない

アプリケーションの開発を容易にするソフトウェア

問題７

PC用のOSを情報家電のOSに採用することがある。その目的として、最も適切なものはどれか。

ア．稼働に必要なメモリの削除

イ．解部からの攻撃対象となるリスクの低下

ウ．処理スピードの向上

エ．ソフトウェアの開発期間の短縮

４．３システム戦略（情報システム戦略）

問題１

情報システムの全体最適化計画立案の際に、経営戦略との整合性を確保するために必要なこととして、最も

適切なものはどれか。

ア．現場社員からのヒアリング　　　 イ．情報システムの提案依頼書の策定

ウ．中期経営計画書の理解　 　　　 エ．独立監査人の監査報告書の閲覧

問題２

エンタープライズアーキテクチャの“四つの分類体系”に含まれるアーキテクチャは、ビジネスアーキテクチ

ャ、テクノロジアーキテクチャ、アプリケーションアーキテクチャと、もう一つはどれか。

ア．システムアーキテクチャ　　　 　イ．ソフトウェアアーキテクチャ

ウ．データアーキテクチャ 　　 　　エ．バスアーキテクチャ

問題３

ビジネスに関わるあらゆる情報を蓄積し、その情報を経営者や社員が自ら分析し、分析結果を経営や事業推

進に役立てるといった概念はどれか。

ア．BI　　　　　イ．BPR　　　　　ウ．EA　　　　　エ．SOA

問題４

携帯機器などの携帯情報端末で受信できる地上ディジタル放送はどれか。

ア．情報バリアフリー　　　　　　　 イ．情報リテラシ

ウ．ディジタルディバイド　 　　　 エ．データマイニング

問題５

情報システム戦略策定の主たる目的として、適切なものはどれか。

ア．新たに構築する業務と情報システムに対する要件を明確にし、それを基にIT化の範囲を決定してその具体的機能を明示する。

イ．経営戦略に基づいた情報システム全体のあるべき姿を明確にして、組織としての情報システム全体の最

適化方針を決定する。

ウ．情報システム開発のために、組織として開発方法と管理方法を決定し、それらに基づいて開発と管理の

標準手順を設定する。

エ．対象とする業務の情報システム構築に関する要求事項を整理し、そのシステム化の方針と構築のための

実施計画を作成する。

問題６

情報システムに蓄積されたデータを分析し、業務に活用することを目標としているが、社員の経験不足のために進んでいない。目標の実現に向けての優先度の高い取込みとして、最も適切なものはどれか。

ア．分析に用いる高機能のPCを各部署に1台設置する。

イ．分析に利用可能なデータの提供時期を早める。

ウ．分析に利用するソフトウェアの性能を向上させる。

エ．分析の代表事例と分析用テンプレートを提供する。

問題７

顧客の購買行動を分析するバケット分析の事例として、適切なものはどれか。

ア．コンビニエンスストアで商品ごとの販売促進費と売上高の関係を分析する。

イ．コンビニエンスストアに来店する客が、一緒に購買する商品を分析する。

ウ．スーパーマーケットで販売する商品カテゴリごとの収益率を分析する。

エ．スーパーマーケットに来店する客のラオ店頻度や購入金額を分析する。