

問題

問 1

正解

完璧



直前
CHECK

業務のあるべき姿を表す論理モデルを説明したものはどれか。

- ア 企業における主要機能を明確にして、現状の業務機能を分析し、体系化したもの
- イ 経営目標の達成に必要な業務機能を定義し、体系化したもの
- ウ 現状の業務機能と情報システムでの処理を分析し、相互の関係を明確化したもの
- エ 本来あるべき業務機能と現状を比較・分析し、評価したもの

問 2

正解

完璧



直前
CHECK

BPOを説明したものはどれか。

- ア 企業内の業務全体を対象として、業務プロセスを根本的に見直すことで、品質・コスト・スピードを改善し、競走優位性を確保すること
- イ 災害や事故で被害を受けても、重要事業を中断させない、又は可能な限り中断期間を短くする仕組みを構築すること
- ウ 社内業務のうちコアビジネス以外の業務の一部又は全部を、情報システムと併せて外部に委託することで、経営資源をコアビジネスに集中させること
- エ プロジェクトを、戦略との適合性や費用対効果、リスクといった観点から評価を行い、情報化投資のバランスを管理し、最適化を図ること

問 3

正解

完璧



直前
CHECK

マイケルハマーの提唱するリエンジニアリングの特徴はどれか。

- ア 業務の非効率な部分を組織構造の視点から見直し、業務効率の向上と社員の意識改革を図る。
- イ 顧客の満足度を高めることを主眼とし、最新の情報技術を用いて業務プロセスと組織を根本的に改革する。
- ウ 最新の情報技術を用いて業務システムを開発することによって、組織をスリム化し、企業の競争力強化を図る。
- エ ボトムアップ方式で業務システムと組織の改革を図ることであり、社員全員参加型の生産性向上施策である。

**問 1****イ**

ア：現状の分析に留まっている。「業務のあるべき姿」とはなっていない。

イ：「業務のあるべき姿」とは、経営目標を達成する姿であり、それに必要な業務機能を定義し、体系化することを論理モデルに表すことである。

ウ：現状の分析と関係の計画化に留まっている。

エ：比較・分析して評価することと、論理モデルとは異なる。

**問 2****ウ**

BPO (Business Process Outsourcing) とは、企業の社内業務の一部である企画、設計、開発、運用管理などを一括して外部業者に委託することである。コアビジネス以外の社内業務（例えば、総務、経理等の間接業務）の一部または全部をアウトソーシングすることで、経営資源をコアビジネスに集中して顧客に提供する価値を高めることができる。

従来アウトソーシングでは、一般的に委託範囲として企画、設計、開発、運用管理等の一部を外部業者に委託していた。

**問 3****イ**

リエンジニアリング (Re-engineering) とは、既存の組織やビジネスルールを見直して、業務プロセスをと組織を根本的に改革するために、現行の情報システムを最新の情報技術を用いて再設計することである。マイケルハマーの著書「リエンジニアリング革命」において提唱されている。

問題

問

4

正解

完璧



直前
CHECK

BI (Business Intelligence) を説明したものはどれか。

- ア 企業内の業務の流れを可視化し、業務改善サイクルを適応することで、継続的な業務改善に活用しようとする手法
- イ 企業内の異なるシステムを互いに連結し、データやプロセスの効率的な統合を図ることで、企業経営に活用しようとする手法
- ウ 企業内の重要な戦略目標の達成度を測定するための指標の値を把握し、分析することで、業務の進捗管理に活用しようとする手法
- エ 企業内の膨大なデータを蓄積し、分類・加工・分析をすることで、企業の迅速な意思決定に活用しようとする手法

問

5

正解

完璧



直前
CHECK

情報システムのアウトソーシングを説明したものはどれか。

- ア 外部の企業に、情報システムの開発、運用、保守などに関するすべて又は一部の業務を委託すること
- イ 情報システム部門を分離して子会社にし、親会社以外からの業務の委託を受けること
- ウ 派遣契約をしている要員が、監督者の指示を受けて、情報システムの開発、運用、保守などに関する作業を実施すること
- エ ユーザ部門に、情報システムの運用、保守のすべて又は一部の業務を移管すること

問

6

正解

完璧



直前
CHECK

共通フレーム 2007によれば、システム化計画の立案よりも後のプロセスで実施するものはどれか。

- ア 現行システムの内容、流れの調査及び課題の分析、抽出
- イ システム開発を担当する開発組織の編成方針と責任部署の決定
- ウ システム稼働時期の設定と全体開発スケジュールの作成
- エ システム化の対象となる業務要件の定義作業

**問4****工**

BI (Business Intelligence) とは、企業内に蓄積された膨大なデータに対して分類、加工、分析を行い、経営者や社員が専門家の手を借りずに、企業の迅速な意思決定に活用するための手法のことである。BIの関連技術としては、OLAP (Online Analytical Processing)、レポートニング、データマイニング、データウェアハウス等がある。

**問5****ア**

アウトソーシングとは、企業の業務の一部または全部を、子会社や外部業者に委託することである。情報システムに関わるアウトソーシングでは、開発、運用、保守などといった業務を委託する。利点としては、外部の技術力を活用することで情報システムへの投資削減を行うことができる。ただし、自社で行う業務とアウトソーシングする業務を適切に切り分けないと、内部の技術力が失われてしまうことに注意する必要がある。

**問6****工**

共通フレーム2007 (SLCP-JCF 2007) は、システム開発においてユーザ側 (発注側) と開発者側 (受注側) の双方で共通の認識が持てるように、用語や作業内容を整理して標準化したガイドラインである。

システム化計画の立案は、システム開発に係わる企画プロセスで行われる。システム開発のプロセスは、企画プロセス、要件定義プロセス、開発プロセス、運用プロセス、保守プロセスの流れで作業が行われる。したがって、要件定義プロセス以降の作業を選択することになる。

ア、イ、ウ：企画プロセスに関する記述である。

エ：要件定義プロセスに関する記述である。

問題

問

7

正解

完璧

直前
CHECK

共通フレーム2007によれば、企画プロセスのアクティビティはどれか。

- ア RFP（提案依頼書）を発行して、ベンダから提案書を受領する。
- イ 開発プロセスの実行計画を作成する。
- ウ システム化計画及びプロジェクト計画を作成し、承認を受ける。
- エ 投資効果及び業務効果の評価を行う。

問

8

正解

完璧

直前
CHECK

システムの機能要件を定義する上で、前提となる要件定義作業はどれか。

- ア 対象業務の業務モデルから業務機能を支援するシステム化機能を整理し、その実現のために必要なシステム方式を策定する。
- イ 対象業務の具体的な業務上の問題点を分析し、解決方法を明確化するとともに、システムを用いて実現すべき課題を定義する。
- ウ 利害関係者からのニーズを整理し、新しい業務の在り方や運用をまとめた上で、業務上実現すべき要件を明らかにする。
- エ 利害関係者要件のシステム要求が技術的に実現可能であるかを検証し、システム設計が可能な技術要件に変換する。



問7

ウ

共通フレーム2007（SLCP-JCF 2007）のプロセスは、システム開発の作業を役割の観点でまとめたものである。システム開発に係わるプロセスには、**企画プロセス**、**要件定義プロセス**、**開発プロセス**、**運用プロセス**、**保守プロセス**の五つが規定されている。

企画プロセス：システム化構想の立案，システム化計画の立案。

要件定義プロセス：利害関係者要件の定義，業務要件定義，機能要件定義／非機能要件の定義，スケジュールに関する要件の定義。

開発プロセス：システムの要件定義／方式設計／結合／適格性テスト，ソフトウェアの要件定義／方式設定／詳細設計／コーディング／テスト／結合／適格性確認テスト／導入／受入れ支援。

運用プロセス：運用テスト，業務／システムの移行，システム運用，利用者教育，業務運用と利用者支援，システム運用評価，業務運用評価，投資効果／運用効果の評価。

保守プロセス：問題把握及び修正分析，修正実施，保守レビュー及び受入れ，移行，システム／ソフトウェアの廃棄。

ア：開発プロセスのアクティビティに関する記述である

イ：要件定義プロセスのアクティビティに関する記述である

ウ：企画プロセスのアクティビティに関する記述である

エ：運用プロセスのアクティビティに関する記述である



問8

ウ

システム開発では、**要件定義プロセス**において利害関係者が実現すべき要件を整理したものを**機能要件**として定義する。要件定義プロセスでは、利害関係者要件の定義において、利害関係者からの新しい業務の在り方や運用について整理して業務上実現すべき要件を明らかにし、利害者間で合意する。

問題

問 9

正解

完璧

直前
CHECK

特定顧客、特定製品のセグメントに資源を集中し、専門化を図る戦略はどれか。

- ア チャレンジ戦略
- イ ニッチ戦略
- ウ フォロワ戦略
- エ リーダ戦略

問 10

正解

完璧

直前
CHECK

企業戦略におけるマネジメントバイアウト（MBO）に該当する行為はどれか。

- ア 価格と期間を公告し、不特定かつ多数の株主から株式を買い付けて、経営支配権を獲得する。
- イ 経営陣に属さない一般従業員が、自社の株式を買い取り、経営を引き継ぐ。
- ウ 子会社や事業部門の経営陣が、自社の株式を買い取り、独立する。
- エ ベンチャーキャピタルが、対象会社に投資するだけでなく、役員を送り込んで経営に関与する。

問 11

正解

完璧

直前
CHECK

売り手側でのマーケティング要素4Pは、買い手側での要素4Cに対応するという考え方があり、4Pの一つであるプロモーションに対応する4Cの構成要素はどれか。

- ア 顧客価値（Customer Value）
- イ 顧客コスト（Customer Cost）
- ウ コミュニケーション（Communication）
- エ 利便性（Convenience）



問9

イ

チャレンジ戦略：市場のシェアをさらに拡大するために、マーケットリーダーを含む競合他社からシェアを獲得する戦略。

ニッチ戦略：隙間戦略とも呼ばれる。市場の中で他の参加者が進出していない特定の領域をターゲットとして経営資源を集中させる戦略。

フォロワ戦略：先行する他社が開拓・拡張した市場に参加して、開拓・拡大コストを負担することなく市場から収益とシェアを獲得する戦略。

リーダー戦略：市場の中でシェアトップの企業が、シェアの優位性を活かして価格、プロモーション等を行い、市場規模の拡大やさらなるシェア獲得を行う戦略。



問10

ウ

マネジメントバイアウト (MBO: Management Buyout)とは、子会社の経営陣が株式を買い取ることや、事業部門の部門長が企業の事業を譲り受けることで、企業の子会社や一部門が独立する行為のことである。



問11

ウ

マーケティング要素4Pは売り手側からの観点であり、**Product** (製品)、**Price** (価格)、**Place** (流通)、**Promotion** (プロモーション) の四つのマーケティング要素から成る。

Product：製品ラインナップ、サービス、品質、デザイン、ブランド等

Price：価格、割引、支払条件、信用取引条件等

Place：チャネル、流通範囲、輸送、立地、品揃え、在庫等

Promotion：販売促進、広告、セールスフォース、ダイレクトマーケティング等

4Cは買い手側からの観点であり、**Customer solution** (顧客ソリューション)、**Customer cost** (顧客コスト)、**Convenience** (利便性)、**Communication** (コミュニケーション) の四つのマーケティング要素から成る。

4Pと4Cは以下のように対応する。

Product (製品) ⇔ **Customer solution** (顧客ソリューション)

Price (価格) ⇔ **Customer cost** (顧客コスト)

Place (流通) ⇔ **Convenience** (利便性)

Promotion (プロモーション) ⇔ **Communication** (コミュニケーション)

問題

問 12

正解

完璧

直前
CHECK

大量生産・大量販売のメリットを生かしつつ、きめ細かな仕様・機能の取込みなどによって、個々の顧客の好みに応じられる製品やサービスを提供しようとするものはどれか。

- ア ターゲットマーケティング イ ベストプラクティス
ウ ベネフィットセグメンテーション エ マスカスタマイゼーション

問 13

正解

完璧

直前
CHECK

ある顧客層の今後3年間を通しての、年間顧客維持率が40%、1人当たり年平均売上高が200万円、売上高コスト比率が50%と想定される場合、今後3年間のLTV（顧客1人当たりの生涯価値）は何万円か。ここで、割引率は考慮しなくてよいものとする。

- ア 62.4 イ 156 ウ 210 エ 312

問 14

正解

完璧

直前
CHECK

営業部門で設定するKPI（Key Performance Indicator）とKGI（Key Goal Indicator）の適切な組合せはどれか。

	KPI	KGI
ア	既存顧客売上高	新規顧客売上高
イ	既存顧客訪問件数	新規顧客訪問件数
ウ	新規顧客売上高	新規顧客訪問件数
エ	新規顧客訪問件数	新規顧客売上高

**問 12****工**

ターゲットマーケティング：市場を細分化して対象となる顧客層を選択し，その対象に向けてマーケティング資産を集中して投下する手法。

ベストプラクティス：経営や業務において最も優れた実践手法。最強の自社部門，最強の競合他社，最強の業界内企業などで実践している手法を取り入れる活動を意味する場合もある。

ベネフィットセグメンテーション：顧客にとっての効用（ベネフィット）に基づいて市場を分類する手法。

マスカスタマイゼーション：生産の効率性とカスタマイズを両立させる経営手法。製品の機能やサービスを細かく分割し，その組合せによって顧客一人ひとりの好みに応じた製品やサービスを提供し，大量生産，大量販売とカスタマイズの両立を実現している。

**問 13****イ**

顧客生涯価値（LTV：Life Time value）とは，ある一人の顧客が取引を始めてから取引を終えるまでに，企業やブランドにもたらす損益を累計して算出したマーケティングの成果指標である。

LTVは，「年平均売上高×売上コスト比率×取引年数の顧客維持率」を累積したものである。取引年数の顧客維持率は，「年間顧客維持率^(取引年数-1)」で求められる。

本問では年平均売上高が200万円，売上高コスト比率が50%，年間顧客維持率が40%と想定されており，今後3年間のLTVは以下ようになる。

今後3年間のLTV

= 1年目の価値+2年目の価値+3年目の価値

= $(200 \times 0.5 \times 0.4^{(1-1)}) + (200 \times 0.5 \times 0.4^{(2-1)}) + (200 \times 0.5 \times 0.4^{(3-1)})$

= 100+40+16

= 156〔万円〕

**問 14****工**

KGI（Key Goal Indicator）：重要目標達成指標と訳される。企業活動の目標が達成されたかどうかを示す評価指標である。具体例としては，売上高や利益率等が挙げられる。

KPI（Key Performance Indicator）：重要業績評価指標と訳される。KGIを達成するための改善施策となる業務遂行上の評価指標である。具体例としては，顧客訪問回数，顧客獲得率等が挙げられる。

問題

問 15

正解

完璧

直前
CHECK

バランススコアカードにおける業績評価指標のうち、“学習と成長の視点”に分類されるものはどれか。

- | | |
|--------------|----------------|
| ア 顧客満足度調査の結果 | イ 従業員1人当たりの売上高 |
| ウ 従業員の提案件数 | エ 新規顧客獲得率 |

問 16

正解

完璧

直前
CHECK

ファイブフォース分析において、企業の競争力に影響を与える五つの要因として、新規参入者の脅威、バイヤの交渉力、競争業者間の敵対関係、代替製品の脅威と、もう一つはどれか。

- | | |
|-------------|-----------|
| ア サプライヤの交渉力 | イ 自社製品の品質 |
| ウ 消費者の購買力 | エ 政府の規制 |



問 15

ウ

バランススコアカード（BSC）の構成に関する問題である。

財務的視点：売上高や経常利益等，財務指標による視点。

顧客的視点：顧客満点度等，顧客側からの視点。

社内業務プロセスの視点：新製品導入率等，社内のプロセスからの視点。

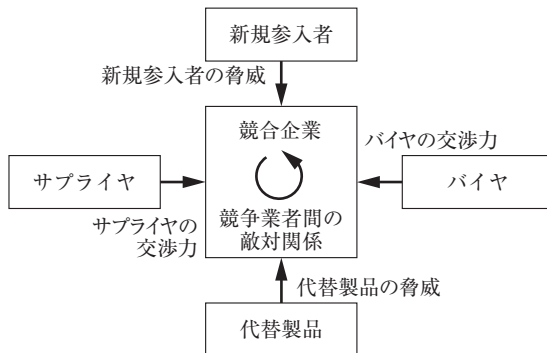
学習と成長の視点：企業の内部的強みの評価で，従業員の能力，協力的態度，改善意欲・やる気（従業員の提案件数等）等と，それを育てるような環境を評価し，企業の未来の発展性を見る。



問 16

ア

ファイブフォース分析は，企業の競争力に影響を与える五つの要因として，マイケル・E・ポーターが著作『競争の戦略』の中で以下のように分類したものである。五つの要因を個々に，そして要因間の関係を総合的に分析することで，業界における競争関係を明らかにすることが可能となる。



新規参入者の脅威：参入障壁の高さにより決まる脅威。障壁が高いと競争は生じにくく，障壁が低いと競争が激化する。

代替製品の脅威：既存製品とは異なる製品であるが，既存製品と同等以上の価値を提供するものによる脅威。

競争業者間の敵対関係：既存の市場での競争業者との関係。業界内に競争業者が多い場合に競争が激しくなる。

サプライヤの交渉力：製品の独自性，サプライヤの寡占状態，需給バランス等によって決まる交渉力。特有技術の製品で供給量が少ない場合は，サプライヤの交渉力が強くなる。

バイヤの交渉力：製品の価格と品質やバイヤの情報量等によって決まる交渉力。製品の差別化がなく，買い手の情報量が多い場合はバイヤの交渉力が強くなる。

問題

問 17

正解

完璧

直前
CHECK

部品や資材の調達から製品の生産、流通、販売までの、企業間を含めたモノの流れを適切に計画・管理し、最適化して、リードタイムの短縮、在庫コストや流通コストの削減などを実現しようとする考え方はどれか。

- ア CRM イ ERP ウ MRP エ SCM

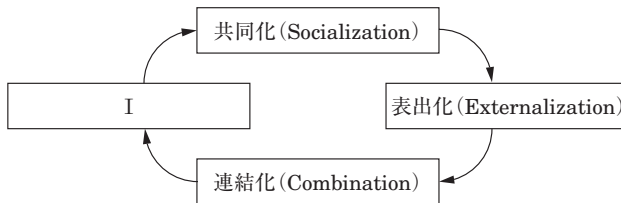
問 18

正解

完璧

直前
CHECK

ナレッジマネジメントのプロセスモデルであるSECIモデルにおいて、Iに入るものはどれか。



- ア 国際化 (Internationalization) イ 情報化 (Informatization)
ウ 初期化 (Initialization) エ 内面化 (Internalization)

問 19

正解

完璧

直前
CHECK

日本の技術経営における課題のうち、“死の谷”を説明したものはどれか。

- ア 基礎研究と製品開発との間をつなぐ研究開発に資金投入が行われなかった結果、基礎研究が製品化に結び付かず、価値利益化ができなくなる問題
イ 基礎研究の成果を製品化に結び付けることができた製品が、市場の過当競争に巻き込まれ、価値利益化ができなくなる問題
ウ 製品が市場に浸透していくライフサイクルにおいて、ターゲットとすべき顧客が異なった属性の層へ替わっていき、価値利益化ができなくなる問題
エ 製品のコモディティ化が進んだ結果、製品の差別化ができなくなり、価値利益化ができなくなる問題

**問 17****工**

SCM (Supply Chain Management)：流通在庫を大幅に減少させ、コスト削減を実現させてモノの流れを最適化させる仕組み。情報システムの活用により、資材調達から販売までの一連の工程を最適化する考え方である。

ERP (Enterprise Resource Planning)：企業活動（生産・販売・会計など）に必要な経営資源を活用して、仕事のやり方を変化させる仕組み。

CRM (Customer Relationship Management)：情報システムを応用して、企業が顧客と長期的な関係を築く手法。商品やサービス、顧客、市場などの関係をデータベース化し、多目的に分析して経営戦略に活用させる仕組み。

MRP (Material Requirement Planning)：生産計画に合わせて原料や部品を効率よく仕入れるための資材所要量計画。必要な資材を必要な納期までに、必要な量だけ手に入れるための計画を行う。

**問 18****工**

ナレッジマネジメントとは、組織の個々の持つ暗黙知（言葉や数式で表現しにくい知識）を形式知（言葉や数式で表現できる知識）に変換し、それを交換することで知識の共有化、明確化を図り、業務の効率化や新しい発見に活用していくことをマネジメントする手法である。

SECIモデルは、野中郁次郎によって示されたナレッジマネジメントのコアとなるフレームワークである。共同化（**Socialization**）、表出化（**Externalization**）、連結化（**Combination**）、内面化（**Internalization**）の四つのプロセスから構成されている。

共同化：暗黙知を獲得・伝達して共有するプロセス。

表出化：暗黙知を共有できるように形式知にするプロセス。

連結化：形式知を組み合わせる新たな知識を創造するプロセス。

内面化：創造された知識を組織で実践して新たな暗黙知として習得するプロセス。

**問 19****ア**

死の谷 (Valley of Death)とは、研究開発が資金不足に陥ったことによって事業化までに結び付かない問題およびギャップのことである。具体的には、基礎研究と製品開発の間をつなぐ研究開発において資金投入されなかったために、基礎研究の成果が製品化までに至らず、基礎研究で得られた価値が利益に結び付かない状態に陥ること。近年では、資金以外にもリソース不足や法律・制度等の外的要件も原因として含めることもある。

問題

問 20

正解

完璧

直前
CHECK

ある会社の生産計画部では、毎月25日に次の手続で翌月の計画生産量を決定している。8月分の計画生産量を求める式はどれか。

[手続]

- (1) 当月末の予想在庫量を、前月末の实在在庫量と当月の計画生産量と予想販売量から求める。
- (2) 当月末の予想在庫量と、翌月分の予想販売量から、翌月末の予想在庫量が翌々月から3か月間の予想販売量と等しくなるように翌月の計画生産量を決定する。

I6 6月末实在在庫量

I7 7月末予想在庫量

I8 8月末予想在庫量

P7 7月分計画生産量

P8 8月分計画生産量

S7 7月分予想販売量

S8 8月分予想販売量

S9 9月分予想販売量

S10 10月分予想販売量

S11 11月分予想販売量

I_n : n 月の月末在庫量

P_n : n 月の生産量

S_n : n 月の販売量

ア $I_6 + P_7 - S_7 + S_8$

イ $S_8 + S_9 + S_{10} + S_{11} - I_7$

ウ $S_8 + S_9 + S_{10} + S_{11} - I_8$

エ $S_9 + S_{10} + S_{11} - I_7$

問 21

正解

完璧

直前
CHECK

e-ビジネス分野で提唱されているロングテールの考え方を説明したものはどれか。

- ア 売れ筋商品に絞って販売するのではなく、多品種少量販売によって大きな売上や利益を得ることができる。
- イ 業界標準を確立した製品・サービスは生産規模が2倍になると生産性が更に向上し、収益が2倍以上になる。
- ウ 全体の2割の優良顧客が全体の売上の8割を占め、全商品の上位2割が8割の売上を占める。
- エ 利用者が増えるほど、個々の利用者の便益が増加し、その結果、ますます利用者が増えることで寡占化が進む。

**問20****イ**

生産量と在庫量は次のように求められる。

$$\text{生産量} = \text{予想販売量} + \text{在庫量}, \quad \text{在庫量} = \text{生産量} - \text{予想販売}$$

$$7 \text{ 月末予想在庫量 (I7)} =$$

$$6 \text{ 月末実在庫量 (I6)} + 7 \text{ 月分計画生産量 (P7)} - 7 \text{ 月分予想販売量 (S7)}$$

$$I7 = I6 + P7 - S7 \quad \dots\dots\dots \text{①}$$

この式を、生産量を求める式に置き換える。

$$P7 = I7 + (S7 - I6) \quad \dots\dots\dots \text{②}$$

これをさらに8月の式に置き換える。

$$P8 = I8 + (S8 - I7) \quad \dots\dots\dots \text{③}$$

問題文(2)から、以下の式が導かれる。

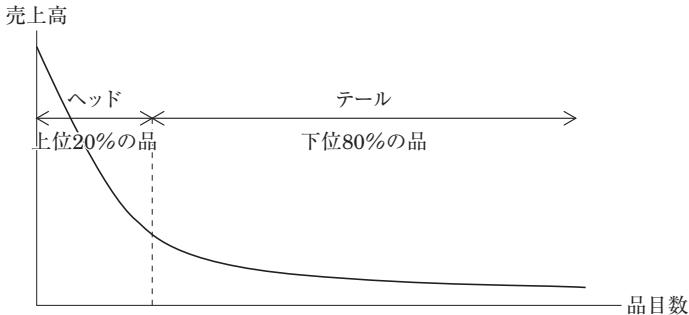
$$I8 = S9 + S10 + S11 \quad \dots\dots\dots \text{④}$$

この式④を式③に代入する。

$$P8 = S8 + ((S9 + S10 + S11) - I7) = S8 + S9 + S10 + S11 - I7$$

**問21****ア**

ロングテールの考え方は、売れ筋商品に絞りで販売するのではなく、多品種少量販売によって全体として大きな売上や利益を得ることである。具体的には、下図に示すように、ヘッド（上位20%の品）の売上よりもテール（下位80%の品）の売上の方が上回る状態をロングテールという。ネット販売のように低コストで膨大な商品を扱うことができる環境において成立する。



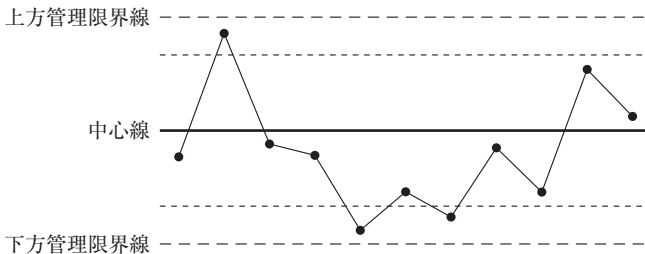
コーポレートガバナンスを説明したものはどれか。

- ア 環境保全対策の費用対効果を定量的に測定して分析し、環境保全コストや環境保全効果などを公表すること
- イ 企業が本来の営利活動とは別に、社会の一員として、社会をより良くするために自分の貢献をすること
- ウ 経営管理が適切に行われているかどうかを監視し、企業活動の健全性を維持する仕組みのこと
- エ 投資家やアナリストに対する広報活動として、企業の経営状況を正確かつ迅速に、そして継続的に公表すること

製造工程で部品の寸法を測定し、 \bar{x} 管理図で品質を管理している。(1)～(4)の社内標準によって、管理図中の点を異常と判定する場合、図に示した \bar{x} 管理図で異常と判定すべき点は何個あるか。ここで、管理限界線近くとは、中心線から管理限界線までの距離の2/3(図中の点線)以上離れた場所をいう。

[社内標準] 異常と判定する基準

- (1) 管理限界線の外側又は線上に現れる点
- (2) 連続する3点中の2点以上が管理限界線近くに現れる場合の、管理限界線近くの点
- (3) 6個以上の点が、連続して中心線の上側又は下側に現れる場合の、6点目以降の点
- (4) 3個以上の点が、連続して上昇又は下降する場合の、3点目以降の点



ア 2

イ 3

ウ 4

エ 5

**問22****ウ**

コーポレートガバナンス：企業統治と訳される。企業を健全に経営するための活動指針、考え方、監査機関など、内部統制の仕組みや不正行為を防止する仕組みのこと。

ステークホルダ：企業の株主、投資家、債権者、取引先、従業員、地域住民など、組織の継続的な活動に対する利害関係者のこと。

ア：環境会計の説明である。

イ：企業の社会的責任（CSR：Corporate Social Responsibility）の説明である。

エ：投資家向け広報（IR：Investor Relations）の説明である。

**問23****ウ**

㊦ 管理図は、品質特性が計算値で与えられる場合にその平均値を見るための管理図である。問の(1)から(4)の条件から、異常と判定される点は下記ようになる。

- ・ 管理限界線の外側又は線上に現れる点は存在しない。
- ・ 連続する3点中の2点以上が管理限界線近くに現れる場合の管理限界近くの点は、2点（5点目、7点目）存在する。
- ・ 6個以上の点が連続して中心線の上側又は下側に現れる場合の6点目以降の点は、2点（左から8点目、9点目）存在する。
- ・ 3個以上の点が連続して上昇又は下降するところは存在しない。

上記から、異常と判定される点は4点となる。

問題

問 24

正解

完璧



直前
CHECK

EVA（経済付加価値）の算出方法を説明したものはどれか。

- ア 効果の現在価値と投資額の差がゼロになる資本コストを求める。
- イ 投資額に対してどれだけ利益を生み出しているかを求める。
- ウ 投資額を回収するのに必要な期間（年数）を求める。
- エ 利益から資本費用（投資額×資本コスト）を引いて金額を求める。

問 25

正解

完璧



直前
CHECK

パブリックドメインソフトウェアとするための条件はどれか。

- ア オリジナルのライセンスと同じ条件を適用する。
- イ 公的機関に対して、ソースコードを公開する。
- ウ 著作権を放棄する。又は放棄の宣言をする。
- エ 著作権を留保したまま、自由な配布を認める。

**問24****工**

経済付加価値（EVA：Economic Value Added）とは、企業が生み出す経済的価値を測定する指標である。企業がある期間で生み出した収益を投資された資本に対して評価したものであり、「経済付加価値＝利益－（資本額×資本コスト）」の式で表される。

**問25****ウ**

パブリックドメインソフトウェア（PDS：Public Domain Software）とは、ソフトウェアの作成者が著作権を放棄して配布されるソフトウェアである。著作権が放棄されていることから、利用者は制限なしに使用することができるとともに、再配布や改変なども自由に行うことができる。