

【訂正とお詫び】

午前Ⅱ問題、問 10 の問題文に誤りがありましたことお詫びして訂正させていただきます。

「表 1 RFM 評価」の“F”の列 2 行目、「3～5 回」を「4～5 回」に訂正させていただきます。

採点処理では、この設問に関して、受験者全員を正解とさせていただきます。

受験者の皆様には混乱を与えることになってしまい、改めて深くお詫び申し上げます。

■ 全体講評

4 問中 2 問の選択になります。問 1 は、ドラッグストア・チェーンの新システム構築についての問題、問 2 は、加工食品メーカーの差別化戦略とシステム企画についての問題、問 3 は、証券システムの再構築に関する問題、問 4 はウェアラブル機器の製品企画についての問題です。このように、業種やテーマが広範囲にまたがって出題されています。自分の経験や知識の生かせるテーマを選んで解答することも大事ですが、あまり専門にこだわらずに、解答しやすい問題を選んでください。問 1、問 2 を選択する人が大多数を占めています。

問題によって平均点にかなり違いがあります。例えば、問 1 は、POS データやカードによる顧客管理ということで、比較的取り組みやすいのか大多数の方がこれを選んでいきます。小売業に関する知識がなくとも正確な解を見いだすことができる出題と思います。高得点が目立ちます。一方問 2、問 3 は、難問で低得点が目立ちます。

試験では、問題を読んで素早く難易度を推定し、問題を選択する適切な判断が望まれます。それぞれ長文の問題を読んで、すぐに設問に答えなければならないので、時間が足りません。短時間で解答しやすい問題を選ぶのも、能力のひとつになります。設問をよく読んで「何が要求されているか」を素早く理解することが重要です。そのためには、いきなり問題文を読むのではなく、まず設問から読むとよいでしょう。設問を読みながらポイントなところアンダーラインを引いて、設問内容を意識しながら問題文を読むことが大切です。

出題者の意図をよく考えて解答することも重要です。設問で何が問われているかを必ず確認し、ポイントになる内容を分かりやすく記述することです。今回の公開模試でも、設問で問われていないことを答えているものが多く見られました。

例えば、問 1 の設問 1 で「独自カードではなく共通カ

ードを導入する理由を述べよ」という主旨の設問に「独自カードを外す理由」を書くような解答や、問 3 の設問 2 で「顧客を抽出する機能」を尋ねる設問に「商品抽出する機能」を書くようでは、高得点は望めません。十分に注意しましょう。

試験当日は、集中力、精神力、体力の勝負になるので、最後まであきらめずに必ず合格するという強い意識をもって臨むようにしましょう。

問 1 ドラッグストア・チェーンの新システム構築について

【採点基準】

【設問 1】

(1)共通ポイントカードを導入する理由、(2)カードの利用率を上げる理由、(3)顧客管理面の強化項目を二つ述べる。解答例どおりであれば各 6 点。その他は、基本的に 0 点。

【設問 2】

発注管理について、(1)バイヤが自動発注は無理と反対している理由を、(2)バイヤの反対以外で自動発注を阻害する要因を、それぞれ述べる。解答例どおりであれば各 6 点。それ以外は 0 点。

【設問 3】

PB 商品に関して、(1)医薬品 PB 商品について POS データの活用方法を述べる。(2)バイヤの役割をどのように変えるかについて述べる。解答例どおりであれば各 7 点。それ以外は、基本的に 0 点。

【講評】

ドラッグストアのチェーン店で、POS データと顧客カード情報を活用する事例が増えています。データ収集とデータ分析の方法を、発注業務について考えていけばよいでしょう。バイヤの仕事など、わりと取り組みやすく、答えやすい問題であり、高得点の人が多かったです。

設問 1 は、共通ポイントカードの導入についての問題です。

(1) 自社独自のカードではなく、共通カードを導入しようとする理由を考えます。解答は「顧客の財布の中のカード競争に勝つため」です。「カードの利用率を高めるため」でもよいと思います。

なお「カード競争に勝てないため」「使用頻度が少ないため」という正反対の解答もありましたが、独自カー

ドが外される理由を聞いているのではありません。共通カードを導入しようという理由を聞いているので、このような解答は的外れになります。

(2) カードの利用率を上げなければならない理由を述べます。文中に「売上データとカード情報を組み合わせた活用はほとんどできていない」とあり、そこから「カード情報と POS データを組み合わせた活用を進めるため」という解答がすぐに浮かぶと思います。ここで、「顧客情報を分析して販促策を考える」と答えるのは、売上データを考えてないので不十分な解答となります。「分析の精度を上げるため」という解答も漠然としすぎています。売上データとの組合せ分析がポイントになります。

(3) カード情報と POS データを組み合わせた活用のなかで、顧客管理面で強化できる項目を二つ挙げます。それは、①販売促進策と②品揃えの二つです。解答は順不同になります。

①販売促進策としての解答は「顧客別の過去の販売実績を考慮した DM 等の販促策を実施する」となります。

「顧客特性を把握して適切な販促を実施する」も正解です。②品揃えとしては、「顧客特性別の販売実績を参考に適切な品揃えを行う」という解答になります。「顧客ニーズに合った品揃えを行う」でも正解となります。

「販売の傾向が分かる」は顧客管理の視点でなく不適切な解答になります。この設問は、易しい設問であり、高得点が目立ちます

設問 2 は、発注管理についての設問です。

(1) バイヤが全ての商品を自動発注するのは無理だと反対している理由を考えます。その理由としては「地域の特性に合わせたユニークな商品の発注は、コンピュータでは判断しにくい」という解答が出てきます。間違いで多かったのは「発注においては長年の勘が重要であるとバイヤが反対していること」を挙げている解答です。設問にある「K 社の扱う商品の特徴と絡めて」という要求に注目してください。要求には合っていないので不正解です。なお、「店舗のユニークな商品の発注をバイヤが長年の勘で行う」という解答もありましたが、それはありません。

(2) バイヤの反対以外の自動発注を阻害している要因を考えます。これは文中に「各店舗の在庫データは、必ずしも正確でないことが多く」と記述があるので、これを解答とします。

設問 3 では、医薬品の PB について考えます。

(1) PB 商品について POS データをどのように活用すべきかを考えます。売れ残りのリスクを低下するような正確な商品予測とそれに基づく発注が必要です。解答としては「過去の販売実績から今後の商品の売上を予想し、的確な PB 商品の発注につなげる」となります。「販売

予測をとしての確な発注をすること」がポイントなるので、この点を押さえれば正解になります。在庫の予測を挙げている解答もありましたが「POS データの活用」としては不適當です。同様に在庫低減や売れ残り防止も不適當です。

(2) バイヤの役割をどのように変えていくかを経営トップの視点で考えます。自動発注を導入したいと考えているのですから、その空いた時間を PB 商品の開発に振り向ければよいので、「商品の発注は自動発注に切り替え、新しい PB 商品の開発を行う」とするのが正解になります。前半の自動発注に切り替えがなくて後半の「新しい PB 商品開発を行う」だけしか書かれていない解答も正解にしました。なお、商品開発を「マーケティングを行う」とするのは広げ過ぎていて不適切です。

問 2 加工食品メーカーの差別化戦略とシステム企画

【採点基準】

【設問 1】 消費者向けサービスについて、

(1) 消費者の IT リテラシについて述べる。解答例どおりであれば 8 点。その他は、基本的に 0 点。(2) QR コードの記載情報を 2 項目挙げる。各 5 点。

【設問 2】

ロット管理で①守るべきルールと②その理由を述べる。解答例どおりであれば各 8 点。その他は 0 点。

【設問 3】

(1) 新システムの用途について、(2) 良いサービスについて、それぞれ解答を述べる。解答例どおりであれば各 8 点。その他は、基本的に 0 点。

【講評】

加工食品の製造ロットと仕入ロットのひも付け、消費者に対する情報提供サービスに関する出題です。専門的な知識はあまり必要ないので、簡単に取り組みます。問 1 は、本文にヒントとなる文章が書かれてあり簡単に解答できます。問 2 は、ロット管理のルールという設問です。難問であり低得点者が目立ちました。問 3 は、消費者の観点に立てば解答に結びつくことができますが、こちらも難問でした。

設問 1 は、消費者向けサービスについての問題です。

(1) 前提となる消費者の IT リテラシの向上とは何かを述べます。「携帯電話やスマートフォンが普及して、多くの人が QR コードを読み取れること」が解答になります。この場合「QR コードを読み取る」というのがキーワードになるので、この言葉がなければ、0 点です。

(2) 下線部の主旨は、「QR コードを読み取って B 社の WEB サイトにアクセスし、ロット番号にひも付いた情

報を表示させる」ということになります。そのために必要な QR コードの記載情報とは「B社のWEBサイトのURL」と「製造ロット番号」です。

「WEBサイトのアドレス」でも正解としますが、「B社のサーバのアドレス」と言う解答は不正解です。また、多かった不正解の解答に「仕入れロット番号」がありました。しかし、QRコードというデータ量が限られるコードには製造ロットを入れるのがせいぜいです。一つの製品にはたくさんの食材が使われているのでそれらの仕入ロット番号が入ると考えるのは、間違いです。

設問2は、設問の趣旨が理解できない人が大勢いました。一つの製品には複数の食材が使われており、一つ一つの食材に仕入れごとに仕入ロット番号がつけられています。「ひも付け情報」というのは、仕入ロットと製造ロット番号の対応を1対1でひも付けることです。この場合、製造ロット番号に仕入ロット番号をひも付けるのであって、その逆ではありません。消費者が情報を得るのですから、製造ロット番号からたどっていくこととなります。それゆえ、①ルールとしては、「同じ製造ロット番号の商品に複数の仕入ロット番号の食材を混在させないこと」。②その理由は、「複数の仕入ロット番号が混在すると、ロット番号のひも付けが確実でなくなるため」となります。「製造ロットに対する仕入品の情報が一意でなくなることも」でも正解です。

設問3はシステム利用方法についての問題です

(1)クレーム処理における材料ロット特定のほかにもう一つの有効な用途があるが、それは何かを解答する設問です。こういう「それ以外に何かがあるか」という設問は難問です。どこに注目するかによっていろいろな解答が考えられます。この場合は、消費者対策、クレーム対策に注目することで「製品ロット番号と製造工程や製造時間にひも付けて、クレームなどの原因追及に役立てる」というのが正解になります。「アレルギー物質の特定」などクレーム対策につながる解答も正解とします。

「営業戦略の立案に役立てる」、「商品企画に役立てる」、「消費者分析に役立てる」などの解答もありましたが、消費者のクレーム対策という視点から外れた解答であり、不正解とします。

(2)追加される情報によって実現できると考えられる良いサービスとは何かについて考えます。

対象とする消費者はダイエットや健康志向の顧客ですので、提供するサービスは「ダイエットに関心のある消費者のためにカロリーや栄養バランスの表示をする」となります。「サービス」を問われているので「新しい商品提供」「料理の提供」ではなく、材料に関する情報サービスを考えます。この設問は正解者が少なく、低得点者が目立ちました。

問3 証券システムの再構築

【採点基準】

〔設問1〕

(1)重点顧客層、及びそれを選んだ理由を二つ挙げる。
(2)他社に奪われる顧客層を挙げる。解答例と同様の場合それぞれ5点。その他は0点。

〔設問2〕

(1)優良顧客の抽出方法について、(2)自動抽出する機能について、それぞれ解答する。解答例どおりであれば各7点。その他は、基本的に0点。

〔設問3〕

(1)情報入力面からSFAが必要となる理由を、(2)情報提供面からSFAが必要となる理由を、それぞれ挙げる。解答例どおりであれば各8点。その他は、基本的に0点。

【講評】

証券会社の、顧客満足度を上げるシステム、営業管理システムに関する問題です。問題文が長くて読み取るのに時間がかかり、ヒントになる箇所を探し出すのに苦労するせいか、低得点者が多い状況となりました。

設問1の(1)は、重点的に営業活動を推進していくべき顧客層は「大手企業の役員や従業員」であることはすぐに分かります。その理由を二つ書くと、一つは顧客について「定期的な手数料収入が見込まれるから」、もう一つはC社の立場から「C社の人的資源が有効に活用できるから」となります。問題文中に、顧客について「相場に関する分析や、ライフプランの提案」を求めていること、C社について「ファイナンシャルプランナなどの有資格者が多く、資産運用に関する的確なアドバイスが受けられる」とあり、これらが書かれていれば正解にしました。

(2)他社に奪われる顧客層は「投資意欲の高い会社員」が正解です。設問1は、簡単に解答が見つかり、ほぼ全員が正解者となる易しい設問でした。

設問2では、ワントゥワンマーケティングについて考えます。

(1)は、優良顧客の抽出方法について、三つの基準を設けるというRFM分析で考えます。RFM分析は顧客分析では常識になっています。すぐに思い出せるように確実に覚えましょう。顧客ごとの直近購買日(Recency)、購買頻度(Frequency)、購買金額(Monetary)を総合して評価の基準とします。これを金融業に当てはめると、最新取引日、取引回数、取引金額となります。「最新取引日、累計取引回数、累計取引金額のポイント合計で優良顧客を抽出する」が解答になります。「RFM分析を利用する」でもよいですが、三つの項目のうち、二つしか書かれていない解答は不十分です。

(2)商品ごとに購入する確率の高い顧客を自動的に抽出する機能を書きます。その機能とは「各商品を購入している顧客の属性を分析し、類似属性をもつ顧客を抽出する」又は「過去の購買商品のパターンが類似していて、この商品は購入していない顧客を抽出する」となります。ここではRFM分析は関係ありません。単に「顧客分析をする」「商品ごとに分析する」など顧客と商品との結び付きがない解答は不正解です。なお、「顧客を抽出する」のであり「商品を抽出する」のではないことに注意してください。

設問3はSFAの導入に関する問題です。

(1)は、顧客へのきめ細かい対応を行うために、情報入力面からSFAが必要な理由です。「アンケート等では収集が難しい顧客属性情報を面談時に聞き出し登録する必要があるから」というのが解答です。

この質問は入力情報の内容を聞いており、入力時期や入力場所ではないことに注意してください。誤答で多かったのが「営業マンが客先でも移動中でも情報入力できる」とか「情報共有ができる」というものです。設問にある「顧客へのきめ細かい対応を行うため」という要望に合致していません。

(2)は、顧客への情報提供面からSFAが必要となる理由です。解答は「顧客の多様なニーズに合わせて、最適な商品を迅速に提案する必要があるから」となります。金融商品の代わりに商品情報でもよいので、「顧客のところで情報検索してきめ細かい情報提供ができる」という解答も正解です。顧客のニーズに合わせて「検索する」だけでは不十分です。

問4 ウェアラブル機器の製品企画について

【採点基準】

〔設問1〕

(1)は、ランニングウォッチを利用する人について、(2)はランニングウォッチの差別化要素について、それぞれ解答します。解答例どおりであれば各8点。その他は、基本的に0点。

〔設問2〕

(1)ランニングウォッチの性能、及び性能向上した理由を書きます。解答例どおりであれば、性能について4点、理由について7点。その他は、基本的に0点。

(2)ランニングウォッチの3次元加速度センサによって得られるデータが正しく書かれていれば、7点。その他は、基本的に0点。

〔設問3〕

(1)リストバンド型ライフログ機器の購入目的、及び(2)D社の狙いが、それぞれ正しく書かれていれば、各8

点。その他は、基本的に0点です。

【講評】

ウェアラブル機器ということで、かなり専門知識が必要と感じた方が多く、更にスライドやピッチという専門用語、3次元の加速度センサという技術などなじみの薄いテーマで、さすがにこの問題を選んだ人は少数でしたが、それだけ自信のある人が多いせいか、高得点が目立ちます。

設問1の(1)はランニングウォッチを利用する人の特性を書きます。解答は「ランニングデータを分析してタイム向上を目指す競技志向のランニング愛好家」となります。「マラソン大会志向」でも正解です。

(2)はランニングウォッチ製品本体の機能以外に他社と差別化する要素を書きます。「クラウドで計測データを多角的に分析して、アドバイスをする機能」又は「計測したランニングデータをPCと連携することによる分析管理の機能」が正解となります。

D社はいろいろな技術をもっているのですが、どの技術に着目するかによって、解答が分かれます。「脈拍計測技術」を取り上げるのは、製品本体の性能以外についてという設問の趣旨から外れています。個別の部分的な技術ではなく、より全体的な観点からの解答がよいでしょう。

設問2では、(1)ランニングウォッチのGPS測位周期を3秒から1秒にした場合の「利用者から見た性能の向上」を書きます。その性能は「距離や速度の測定精度が向上する」という解答になります。単に「精度が上がる」という解答は不十分です。向上する理由は「直線で移動しない場合、測位周期が短いほど距離の誤差が小さくなるため」です。ここでは、「カーブした道路の場合の誤差」の話になります。単に「細かく測定できるため」では答えになっていません。

(2)ランニングウォッチの3次元加速度センサによって得られるデータを書きます。「ステップ数から求められるランニングのピッチ」が解答になります。3次元ですからランニングウォッチを装着する体の部位の位置にかかわらずステップ数が確実に得られ、そこから得られるデータは何かを書けばよいということが分かります。「GPSが届かない室内やトンネルの中でも測定可能」という解答は不正解になります。

設問3は、ランニングウォッチの技術論から一転、一般的な話になります。

(1)リストバンド型ライフログ機器の購入目的を考えます。「日常生活の記録を分析して健康管理に役立てるため」という解答が得られます。競技目的ではないということで「健康管理」というキーワードがあれば正解で、ほとんどの方は正解でした。単に「毎日の活動量と脈拍

数を得る」という解答は不十分です。

(2) リストバンド型ライフログ機器の他社連携ができるようにしたD社の狙いについて書きます。「クラウドサービスの利便性を高めることでD社機器の優位性を高めて売上を伸ばす」が解答です。「機器の付加価値を高める」「消費者に付加価値を提供する」などが書かれていればよいでしょう。

以上

●
●
●
iTEC