

**全体講評**

4 問から 3 問選んで解答する形式です。今回は、問題の難易度レベルにかなり大きな違いがあり、問題選択が非常に重要です。問題の選択によって点数が大きく左右されます。例えば、問 3 は 0 点だけれど、問 2、問 4 は満点という人がかなりいました。

問 1「製造業の会計システム再構築」は、会計に関する業務改善の問題で、決算処理についての改善方法を考えます。一般的な知識を必要とするので、比較的難しい内容となっています。

問 2「和菓子製造業の情報戦略」は Web マーケティングについての問題で、解きやすい内容です。設問文をよく読んでヒントの文章を探せば比較的簡単に解答が書ける問題です。高得点が多かったです。

問 3「家電販売業におけるマーケティング戦略」は、顧客管理として従来からも似たような問題が出題されており、RFM 分析のように過去問の勉強をされている受験者には比較的簡単に解答が得られたようです。しかし、内容的には出題者の意図を汲み取るのが大変難しい問題で低得点者が多く見受けられました。

問 4「PC メーカーの業務改革とシステム化構想」は、製造業者の価格設定、販売促進策、生産体制と幅広い内容になっていますが、問題文にヒントがかなりあるので比較的易しい問題となっています。

以上のように、問題の難易度レベルにかなり大きな違いがあり、問題選択が非常に重要です。自分の得意な分野かどうかの見極めと同時に、設問についての読解力が必要です。設問の意味をよく理解しないでいきなり解答を書き始めると見当違いの解答になります。

例えば、問 1 設問 1 は「月次決算を早期化する方策」を書きなさいとなっているのに、解決策ではなく問題点を指摘している解答がありました。すべて不正解です。設問をよく読んで「何が答えとして要求されているか」を理解することが重要です。設問を読みながら、解答すべきポイントに下線を引くなどして明確にすることをおすすめします。出題者の意図に合わない解答は、たとえ現実的に正しくとも不正解になることが多いので、十分注意してください。

**問 1 製造業の会計システム再構築**

【解説】

製造業の会計システムを取り上げ、その決算処理に

ついての問題です。設問 1 は「月次決算を早期化する方策」を単独・連結決算の両面から考えます。設問 2 は経理部の業務改善についてです。経理部の「承認」業務をいかになくすかという観点で考えればよいでしょう。ここではシステム化ということではなく、業務改善という観点に沿った考えが必要です。設問 3 は情報基盤の整備の問題であり、ここは一転してネットワークやハードウェアなどの基盤を考える必要があります。

【設問 1】

【模範解答】

・単独決算

社内の経費や外部からの請求書の提出の締め切りを早くし、それを確実に守らせるように指導する。

仕入や各種経費は、できる限り発生時点で計上を行い、月初での入力を少なくする。

・連結決算

A 社と子会社で会計システムを統一し、表計算ソフトに変換せずにデータを集計する。

支社や子会社も含めて勘定科目やコードの統一を図り、データ変換を不要にする。

【講評】

単独決算について、入力データの遅れが問題になっているので、提出を早めることを考えます。その点から考えた解答であればよいでしょう。伝票を社内リアルタイム入力するという解答は正解としました。

業務改善ということから考えると提出時期、入力時期以外のことについての解答は認められません。例えば、バッチ処理をやめる、リアルタイム処理にする、日次処理にするという答えは不正解です。同様に、伝票レス会計にする、電子伝票にするという解答も不正解です。

また、給与計算については無関係、伝票チェックの話も無関係です。

連結決算について、問題文では「連結データの作成までに 20 日程度要してしまっている」とあり、作成時間がかかりすぎることが問題だと分かります。郵送していることによる遅れが問題であることは、問題文には書いていないので、インターネットやメールで連結用表計算データを送ることに関連した解答はすべて不正解です。

[設問 2]

[模範解答]

会計伝票を廃止しワークフローシステムなどにより効率的に承認が行えるようにする。

経理部門で全ての処理を承認することをやめ、必要ないものは部門承認に切り替える。

[講評]

この設問に対するキーワードは「ワークフローソフトの採用」による決済システムを導入することです。ワークフローシステムの採用ということは、電子決済を行うこととなります。伝票の電子化も正解です。

ただし単なる「手作業チェックのシステム化」というだけの解答では不備です。不正解としました。上限チェックの自動化、押印チェックのシステム化など金額チェック、押印チェックにこだわる人が多いですが、むしろこのチェック行為そのものをなくすことを考えることが業務改善です。

この設問は、伝票の承認作業についての設問ですので、承認作業以外の「伝票入力作業のオンライン化」「問合せの対応の効率化」「科目の統一、コードの統一」などの解答は不正解としました。

[設問 3]

[模範解答]

速度や品質を考慮して、全子会社との間で最適なネットワーク網を選択する。

VPN やデータの暗号化など、セキュリティを考慮したネットワーク環境を整備する。

[講評]

「基盤環境の整備」について書きます。ハードウェアやネットワークについて問われています。問題文を読むとネットワークについての問題が指摘されていますので、ここを取り上げることを第一に考える必要があります。模範解答以外に、本社が適切なプロバイダの選択を行うことも正解にしました。また、セキュアなネット環境ということで、セキュリティや品質を確保するため専用回線を構築することも正解としました。

ただし、会計システムの科目やコードの統一・標準化、会計情報データベースの作成、分析ツールの導入など会計システムの構築に関することは、設問で「会計システムの構築の前に」やるべきこととあるので不正解となります。

また、「基盤環境の整備」として、業務フローの標準化、ガバナンスの強化を入れるのは、基盤環境の枠を広げすぎです。一方、ハードがらみの解答で「分散

型サーバシステムの採用、汎用 PC を導入する」という一般的な解答は、その必要性が問題文からは見られないのでこの場合は不相当としました。

## 問2 和菓子製造業の情報戦略

[解説]

Web による直販サイトのマーケティングについての問題で、比較的解きやすくやさしい設問です。問題文をよく読めば、ヒントになる用語があり、解答がすぐに分かる問題です。高得点の人が多く、満点も目立ちました。

[設問 1]

[模範解答]

既存店舗と品揃えが同じで Web 特価販売をしている

[講評]

キーワードは「Web 特価販売」です。特価という用語が書かれていればすべて正解にしました。非常にやさしい設問でほぼ全員が正解を書いています。

なお、設問には「著しく反感を買うこと」とあるので、販売計画や製造計画についての不満を書くことは解答としては不相当です。

[設問 2]

[模範解答]

(1) 強み：製品の配達、フォローや販促などの顧客へのきめ細かい対応

弱み：マーケティング活動が不足し、新規顧客開拓が不十分

(2) Web での受注から連携し、非直営店を活用して顧客への配達やフォロー・販促を行う。

[講評]

(1) 非直営店の現状について

強みは、配達、フォロー、販促などのきめ細かい対応をしていることです。「リピート需要に力を入れた営業をしている」という解答は不正解としました。

弱みとして、「マーケティング活動不足であり新規顧客の獲得が不十分」だということが書いてあればよいでしょう。これも問題文を読めばすぐに見つかるので、ほぼ全員が正解を書いています。

(2) Web サイトとのチャネルミックスとして、「Web で受注したものを非直営店で配達、フォロー、販促を行う」ということがあれば正解としました。

間違いとして多かった解答は、「Web で得た顧客情報を提供する」「非直営店を Web で紹介し宣伝する」「特価販売をする」などです。設問は D 社と非直営

店の弱みをそれぞれカバーする内容でなければならぬので、これらの解答は不正解としました。

[設問 3]

[模範解答]

販売計画・製造計画のサイクルを月次から週次に変更し、柔軟に変更対応する。

[講評]

「計画のサイクルを月次から週次に変える」ことがキーワードになります。それゆえ単に「柔軟に対応する」とか「きめ細かく対応する」としか書かれていない解答は不正解としました。更に「日次で」とか「リアルタイムで」対応するという解答は、問題文中にある「D社内での効率化」という目的には合わないので不正解です。

[設問 4]

[模範解答]

Web 販売システムのデータを販売顧客管理システムのデータに加えて、社内業務に反映させる。

[講評]

この設問は、Web 販売システムのデータをどのシステムと連携するかであり、問題文中にある言葉をもとにして考えると「販売顧客管理システム」とあわせて分析し顧客満足度の分析、マーケティングへの活用などが最も適切と思われます。しかしそれ以外に「研究管理システム」との連携による製品開発への活用も考えられ、実際にはこの解答が圧倒的に多かったため、この解答も正解としました。

なお、Web 販売システムとの連携を書かずに、販売顧客管理システムと研究管理システム、または全社システムと研究管理システムとの連携を書いている解答は不正解です。また、「Web 販売システムのデータをどう分析し、活用するか」という設問ではないことに注意して下さい。データの活用方法を述べただけの解答は不正解です。

「販売顧客管理システム」を「販売管理システム」と書き間違えている解答も多く、不正解としました。

### 問3 家電販売業におけるマーケティング戦略

[解説]

顧客データを利用したマーケティングの問題です。顧客管理システムの基本である RFM 分析についての設問 1 は簡単に答えられますが、設問 2、3 は、要求されている解答内容が絞り込まれているので、それ以外の解答表現はすべて不正解となり、低得点者が続

出しました。

よく設問を読んで下さい。設問 2 では、顧客の嗜好に合わせたメール送付の方法を考えます。「顧客の嗜好」をどうやって見つけるかがカギです。設問 3 では、「追加すべき機能」が要求されています。文中にはヒントがないので自分の持っている知識から解答を導き出してください。出題者の要求している解答の表現でないと採点されないので注意が必要です。

[設問 1]

[模範解答]

最近購入日

累計注文回数（購買頻度）

累計注文金額（購買金額）

[講評]

顧客分析の手法として最もポピュラーな RFM 分析の説明を書けばよいので、多くの人にとってはやさしい設問です。RFM 分析はよく知られており、システムアナリストにとっては常識ですので、これ以外の解答は不正解としました。過去問でもよく出題されているテーマです。

RFM 分析は、個人個人の購買データを分類し、R(=Recency)すなわち直近購買日、F(=Frequency)すなわち購買頻度、M(=Monetary)すなわち購買金額について、ポイント化しそれを集計して、優良顧客を分析する手法です。一般的には、三つの項目の重要度は等しくないため、ウエイトをかけて計算されます。

ここで、「商品別」購入金額などという解答は間違いです。「購買」と書くべきところに「購売」と書く人が目立ちます。減点の対象です。

[設問 2]

[模範解答]

顧客登録時に趣味や関心がある分野に印をつけてもらい、印をつけた分野に関連する商品のメールを送る。

商品間の関連購買を分析し、過去に購買した商品と関連購買の可能性が高く、未購買の商品のメールを送る。

過去に購買した商品の買い替え時期にあわせて、新製品の案内のメールを送る。

[講評]

設問は「顧客の嗜好に合わせて」メールを打ちたいのですから、嗜好が分かる方法を挙げなければならない点がこの設問のポイントです。年齢、性別などの属

性データでは嗜好は分からないので不適當です。また、過去に購買した商品カテゴリーを分析する、購買傾向に合わせてメールを出す、などの解答は「顧客の嗜好」分析という点から漠然として非常にあいまいな解答でありすべて不正解としました。正答率の低い設問でした。

[設問 3]

[模範解答]

顧客分析用に顧客データベース、購買データベースから、分析用のデータウェアハウス用のデータを定期的に切り出す機能

切り出したデータウェアハウスをいろいろな角度から分析するためのデータマイニングや OLAP 分析を行う機能

[講評]

はデータウェアハウスでもデータベースでもどちらでもよいですが、現状のデータベース以外に分析用のデータベースを追加することが重要です。

ハードウェアやネットワークの資源を増強してレスポンスを向上させるとか、分散処理機能を導入するという解答は不正解です。また、リアルタイム更新でなくバッチ更新にするという解答も不適當です。

は分析面で追加する機能として、「データマイニング」、「OLAP」という機能が必要です。このキーワードを書くことが求められているので、単に、データウェアハウスの導入という解答は不正解です。なお、キーワードと同様の機能を表現していれば半分正解としました。

#### 問4 PC メーカーの業務改革とシステム化構想

[解説]

PC メーカーが販社の営業支援を行うための業務改善についての問題です。設問 1 は売価設定に関する設問です。設問 2 は、販社に対する販売促進策、問 3 は生産体制の問題です。いずれも問題文をよく読めば、ヒントになる用語があり、解答がすぐに書けます。高得点の人が目立ちました。

[設問 1]

[模範解答]

・PC 本体：販社の売価設定をやすくして、2 次店・ユーザからの信頼も得るように実勢価格に近い定価を設定する。

・純正オプション品：純正オプション付き製品の値引きのためのマージンを確保するため、現状の定価設定

の考え方を維持する。

[講評]

PC については、実勢価格に近づけることが必要です。オープン価格とする解答が多いですが、オープン価格とは「定価がないこと」です。定価設定についての設問であり「オープン価格」とするのは間違いです。

純正オプション品については現状維持が正解です。「合理的根拠にする」とか「合理的に考える」とだけしか書いていない解答は、具体的にどういう価格設定にするのか不明なので不正解にしました。

[設問 2]

[模範解答]

販社のイントラネットから、R 社製品情報をすぐに把握してもらえる情報化

R 社製品の販売に対する販社の営業担当者への正式なインセンティブ制度

[講評]

ここでのキーワードは「販社のイントラネット」の利用、および「営業担当者へのインセンティブ制度」です。金一封の贈呈でもよいでしょう。問題文中のキーワードから迷わず正解を書く人が多く、ほぼ全員が正解です。

ただし、認知を高める制度として、イントラネットの代わりに販社用ホームページを作成するというのは、解答として無理があると思われます。

[設問 3]

[模範解答]

海外工場で生産する低コスト製品も国内工場でも生産可能とし、供給不足のときに応援生産する。

簡単なカスタマイズなら海外工場でも行えるようにして、カスタマイズの対応能力を増強する。

[講評]

バックアップ体制を確立するための業務改革の内容を問う設問です。

国内、海外それぞれの工場における業務改革を考えます。それゆえ、「生產品目を重複させ、国内、海外工場どこでも生産できる体制にする」は、間違いではないですが設問を読む限りはもっと具体的な内容を聞いていることと考えられるので、不正解とします。同様に、生産管理システムを導入するという解答も不正解です。

以上