

■ 全体講評

午後 I は、4 問中 2 問を選択して解答する形式です。問題の難易度レベルにかなり大きな違いがあるので、どの問題を選択するかが、結果に大きく影響します。あらかじめ自分の得意分野を決めておくことが大切ですが、それにこだわらず設問をざっと読んで、できるだけ解答が簡単に導き出せそうなものにする判断が大切です。

問1「和菓子製造業の情報戦略に関する問題」

Web マーケティングについての問題で、解答しやすい内容です。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。高得点が多かった問題です。

問2「製造業の会計システム再構築に関する問題」

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。問題文に書かれていない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3は通販のコールセンタ業務について

顧客管理を中心としたマーケティング関連の出題です。正しい解答表現の仕方に苦勞された人が多く、低得点が目立ちました。

問4「ブロードバンドルータの製品開発に関する問題」

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ついての設問です。専門的な知識が必要な問題でもあり、比較的難しい問題となっています。

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。設問をよく読んで「何を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ても不正解になることが多いので、十分注意してください。模擬試験を繰り返し、設問について読解力をつけることが大切です。

■ 問題ごとの講評と採点基準

問1 和菓子製造業の情報戦略について

【採点基準】

【設問1】

キーワードは「Web 上では一部製品を特価販売している」です。このキーワードが書かれていれば、10 点です。それ以外は、0 点。

【設問2】

- (1) 現状の強みと、弱みは、解答例どおり書かれていれば、各 5 点です。
- (2) Web での受注を非直営店に連絡して、顧客への配達やフォロー・販促を行うという趣旨が書かれていれば、10 点です。それ以外の、品ぞろえや価格を Web と同様にするなどの解答は 0 点です。

【設問3】

販売計画・製造計画のサイクルを月次から週次に変更することが重要ですので、この内容が書かれていれば 10 点です。ただ単に「柔軟に計画対応する」としか書いていないのは 0 点です。

【設問4】

販売顧客管理システムのデータとの連携が書かれていれば 10 点です。システム連携のことが書かれていなければ 0 点になります。

【講評】

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】

キーワードは「Web 特価販売」です。特価販売という用語が書かれていれば正解にしました。やさしい設問では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適です。

【設問2】

- (1) 非直営店の現状について

「強み」は、配送、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。ここで「レポート需要に力を入れた営業をしている」という解答は、強みとは言えないので不正解としました。

「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であることです。これを書いてあればよいでしょう。これも本文を読めばすぐに見つけられるので、ほぼ全員が正解を書いています。

- (2) Web サイトとのチャンネルミックスについての設問です。チャンネルのそれぞれの強みを生かすことがミックスされなければなりません。「Web で受注したものを非直営店で配送、フォロー、販促を行う」という内容があれば正解としました。

間違いとして多かった解答は、「非直営店を Web で紹介し宣伝する」、「非直営店でも特価販売をする」、「Web と同様の品ぞろえをする」などです。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ないので、これらの解答は不正解としました。

【設問3】

「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にしました。更に「日次で」とか「リアルタイムで」対応するという解答は、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】

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、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。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す。

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開発システム、又は全社システムと研究開発システムとの連携を書く解答は不正解です。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ください。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2 製造業の会計システム再構築について

【採点基準】

【設問1】

決算を早期化させる方策について、単独決算と連結決算のそれぞれにおける方策を解答例のように述べることで、各 6 点、合計で 24 点とします。それ以外は基本的に 0 点です。

【設問2】

経理部の業務改善策を、解答例のように述べることで、各 7 点、合計で 14 点とします。それ以外は基本的に 0 点です。

【設問3】

システム基盤の整備を、解答例のように述べることで、各 6 点、合計で 12 点とします。それ以外は基本的に 0 点です。

【講評】

製造業の会計システムを取り上げ、その決算処理につ

いての設問です。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の設問です。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問題です。ここではあまりシステム化ということにこだわらず、業務改善という観点に沿った考えが必要です。そのため、正解者が非常に少ない結果になりました。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情報基盤を考える必要があります。

【設問1】

[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。伝票を社内発生時入力する、リアルタイム処理にする、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、オンライン化するという答えは不正解です。オンライン化とリアルタイム入力とは意味が違います。

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です。伝票チェックや承認の話も無関係です。

[連結決算]について、会計システムの統一、勘定科目の統一が解答のキーワードです。問題文では「連結データの作成までに 20 日程度を要している」とあり、作成時間がかかりすぎるのが問題です。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としました。

全体として、この設問は、業務の効率化についての質問なので、それ以外の解答、情報システム導入などはすべて 0 点です。

【設問2】

①この設問に対するキーワードは「伝票の廃止」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などによる電子決済を行うことになります。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なので、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くいますが、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。

②経理部門での承認をやめ、部門承認に切り替えることが書かれていればよいでしょう。一枚一枚の承認ではなく、一覧表によってまとめて承認することも正解とします。

[設問3]

「基盤環境の整備」として、ハードウェアやネットワークについて聞かれています。本文を読むとネットワークについての二つの項目が指摘されています。ネットワークを中心に上げることが第一に考える必要があります。「ネットワークの品質向上」と「ネットワーク・セキュリティ」を考えた模範解答以外に、「本社が適切なプロバイダの選択を行うこと」も正解とします。

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、基盤環境の意味を広げすぎです。一方、ハードがらみに解答で「分散型サーバーシステムの採用、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適当としました。

問3 「コールセンタのアウトソーシング」

【採点基準】

[設問1]

解答例どおりであれば、各 8 点。それ以外は基本的に 0 点です。

[設問2]

過去のクレーム内容とその解答というキーワードが適切に指摘されているものに対し 11 点。その他は、基本的に 0 点。

[設問3]

オペレータの体制について適切に指摘されているものに対し 11 点。その他は、基本的に 0 点。

[設問4]

クレーム対応と DM 効果の指標について、考えればよい。a.即答率と、b.注文に結びつく件数が適切に解答されていれば、各 6 点。それ以外は、基本的に 0 点です。

【講評】

化粧品通販業のコールセンタを取り上げています。内容はマーケティングの問題であり、比較的解答しやすい

問題です。全般に、高度な知識は必要としませんが、設問 1, 2 は的外れな解答が多く低得点が目立ちました。

[設問1]

設問 1 は、成約率を高めるため顧客リストをどのように作成するかの条件を求める質問です。いろいろな記述内容が考えられますが、問題文本文中の「電話による勧誘の概要」を読むと、①「1年前の同月に注文してそれ以降購入のない顧客リスト」によって、②「その顧客すべてに対して」電話勧誘を行っているとのあるので、この 2 点が改善の対象になります。

①に対して「最近注文がない顧客」という模範解答以外に、「RFM 分析（最近購入日、購入頻度、購入金額）をして送付先顧客を絞りこむ」と書く人が多く、この解答も正解としました。単に「データマイニング手法を使用して…」というのは、不正解です。

②に対しては、すべての顧客ではなく「類似商品の購入客」を対象とします。また「化粧品の場合、使いきる時期を予想して勧誘する」という解答もよいでしょう。現実はこの方法で勧誘している企業の話は有名です。ただし、この方法は基礎化粧品以外では当てはまらないので要注意。

なお、設問では抽出条件を聞いているので「在宅時間を調査する」「勧誘の時間帯を抽出する」「勧誘マニュアルと作る」など、設問の趣旨から外れた答えは不正解としました。

[設問2]

クレーム対応の方法として、データベースに加えるべき情報を問われています。適切にクレーム対応をする方法として、「どのような情報をデータベースに加えるべきか」を考えると、「過去のクレーム情報や問合せの情報」であることがすぐに分かります。そのような情報を集めてデータベースに加えること、そして FAQ（よくある質問集）を作ることです。容易に解答が考えられるのでほとんどの人が正解でした。

「成分や肌荒れの情報」「専門家の意見」と情報を特定する必要はないので、専門家の意見をデータベース化するは不正解になります。データベース以外の対応を書いた解答も 0 点です。

[設問3]

電話で勧誘をしているオペレータの体制で、電話で本人と話す確率を上げるための電話オペレータの勧誘体制について考える問題です。「時間を相手に合わせる」という考えを基本にすると「夜間の時間延長と土休日対応」という解答は容易に導かれます。

ここでの設問は「勧誘するための勤務体制」です。「専任チームを作る」といった組織体制ではありません。ま

た、24 時間体制にするという解答も実状から外れていると言えます。夜間の対応のみと土休日対応のみのどちらか一方し書かれていない解答は半分正解になります。

【設問4】

クレーム対応と DM 効果の指標について考えればよい問題です。この設問で要求しているのは「a.適切なクレーム対応と b.効率的な DM 送付の指標」であり、数量的な尺度が必要です。

a.クレーム対応の適切性を計るので「即答率」、又は「対応時間」が評価尺度になります。クレーム解決率でもよいでしょう。ここでは個別のクレーム対応の適切性を問われているので、「クレーム件数の減少比率」は不正解になります。「顧客の定着率」という回答が多かったですが、これはクレームというより、むしろ販売活動全般の指標として考えられるので、不正解です。

b.効率的な DM の送付を計るので「成約率」、又は「DM が注文に結びついた件数」が正解です。

「売上金額」はここでは間接的な効果であり不正解にしました。「ヒット率」「レスポンス率」という解答もヒットやレスポンスの意味を説明することが必要です。

問4 ブロードバンドルータの製品開発に関する問題

【採点基準】

【設問1】

模範解答に準ずる内容が指摘されているものに対し9点。その他は、基本的に0点。

【設問2】

必須の性能要件とその理由が模範解答どおりに記述されていれば、各8点。その他は、基本的に0点。

【設問3】

(1) 製造者の利点と利用者の利点について、それぞれ6.5点。

(2) それぞれの理由について、各6点。その他は、基本的に0点です。

【講評】

PC 周辺機器メーカーがブロードバンドルータの開発をするための設計についての問題です。設問1は機能要件について、設問2は性能要件についての問題です。この違いに注目して、解答を考える必要があります。

機能としては使用性を中心にし、性能としては定量的な数字を述べるとよいでしょう。

問3は設計方式の違いについての設問です。いずれも問題文をよく読めば、ヒントになる用語がありますので、解答には迷わないものと思われれます。かなり専門的な知識が必要な問題であり全体として選択する人は少ない状況です。高得点は少ない状況でした。

【設問1】

模範解答のような表現の解答は少なく、ほとんどの方が「設定変更をしなくても接続するだけで B 社のサービスが利用できるようにした」とありますので、これを正解にします。

開発構想概要を読めば、B 社からの開発要請が書かれていますので、これを参考にします。ポイントとなるのは、「従来の市販品と比べて異なる製品機能」を書くことです。IP 電話や無線 LAN ではありません。

【設問2】

B 社のサービス概要に「新サービスでは最大 1G ビット/秒を売りものにする」とあります。ここで性能要件が求められているので数字による定量的な表現が必要であり、「最高 1G ビットの転送速度」という要件が正解です。また理由として「B 社のサービスの売りものになっている」という解答になるでしょう。

新サービスですから「低コストで設定が簡単」は不正解です。1G ビットの数字が必要です。

【設問3】

(1) インタフェースカードの挿入方式から、無線 LAN 内蔵の機能に変えたことの利点として、製造者は「コストが低くできること」を、利用者は「カードがなくとも Web で設定後直ちに無線 LAN が利用開始できるから」という解答が導かれます。

(2) 無線 LAN の通信速度を 54M ビットまでのものに対応できるようにした理由は、「性能を上げるとコストが上がるから」又は「低価格で提供したいから」。及び「無線 LAN は別に（オプションなどで）用意することが可能だから」という解答となります。

以上