

■ 全体講評

4 問中 2 問の選択になります。問 1 は、食品卸の業務改革についての設問、問 2 は、受注設計生産の改革が中心の設問です。問 3 は、インターネットを中心とした販売戦略に関する設問、問 4 は組込みシステムの設問です。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。テーマが身近だからでしょうか、問 1、問 3 を選択する人が多くなっています。

問題によって平均点にかなり違いがあります。自分の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。

例えば、問 2、問 3 は、出題者の意図をよく考えて解答する必要があります。適切な解答を表現するのが大変難しく、結果として得点率が低くなっています。問 4 は、比較的やさしく高得点者が多くなっています。試験では、問題を読んですばやく難易度を推定し、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」をすばや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、まず設問から読むことが大切です。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、設問で問われていること以外の内容を答えているものが多く見られました。これらの点は特に注意しましょう。

例えば「リスクを挙げよ」という設問に、改善提案を書くような解答や、「問題点を指摘せよ」という設問に、改善策を書くような解答では、正解になりません。

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持って臨むようにしましょう。

問1 食品卸の業務改革と顧客対応の強化を目的とした情報化企画

【採点基準】

[設問1]

(1)受注ミスが発生している原因と、(2)改善策を二つ、

それぞれ解答例の趣旨にあった解答であれば各 6 点。

その他は、基本的に 0 点。

[設問2]

(1)(2)が解答例どおりの表現であれば各 7 点。それ以外は、基本的に 0 点。

[設問3]

(1)(2)が解答例どおりの表現であれば各 6 点。それ以外は、基本的に 0 点。

【講評】

食品卸売業の在庫管理に関する問題です。在庫管理や出荷業務を知っている、自動発注点方式やピッキングリストなどの基礎知識がある方であれば、簡単に解答ができる問題です。本問は、全体として解釈に困るような設問はあまり多くなく、比較的高得点者が多い状況でした。

設問 1(1)では、受注ミスが発生している原因として、「受注メモの記入ミスやコンピュータへの入力ミスによって、納品ミスが発生している」ことが書かれていれば正解です。ここでは、データ量が増大しているからという間接的な理由ではなく、納品ミスが生じている直接的な理由を書いてください。ほとんどの方は正解です。

(2)の改善策としては、設問に「情報システムを活用して」とあるので、バーコード化する、OCR 利用するという解答は、適切さに欠けます。

②では、携帯端末を利用して「在庫の照会をする」としか書かれていない解答が多いですが、「受注を入力する」という記述が必要です。ただ単に「営業員が直接入力する」としか書かれていないのも不正解です。携帯端末の代わりに携帯電話という解答もありましたが、これも不正解です。

設問 2 は正答率が高い設問です。(1)では「発注点」がキーワードになり、このキーワードがなければ不正解となります。(2)で「賞味期限切れ商品を廃棄する」と書かれている解答は、不適切で 0 点です。廃棄の前に警告を出すことを書いてください。

設問 3(1)の①では、「ピッキング後の商品の確認作業を別の人間が行うようにする。」と述べればよいでしょう。ですが、このような解答は少なく、ほとんどの答えは「パートタイマーの教育」について書いています。それよりも「別の人が確認作業をする」という方が重要です。②は在庫管理ファイルの棚番号と実際の棚番号を一致させることが書いてあれば正解です。

(2)は、ほとんどの方が問題なく正解しています。

問2 工業用機能部品製造業の事業構造改革

【採点基準】

[設問1]

外部環境、内部環境について、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]

解答例どおりであれば8点。その他は0点。

[設問3]

(1)(2)は穴埋めであり、記述内容が正しければ5点、(3)は、機能名称とその使い方が解答例どおりであればそれぞれ4点と8点。その他は、基本的に0点。

[設問4]

営業部員が身につけるスキルについて解答例どおりであれば8点。その他は、基本的に0点。

【講評】

工業用機能部品製造業で、標準品の見込み生産中心の業態から、特注品の受注設計生産中心の業態へ改革する出題です。この設問は、どのような解答表現をするか悩む人が多く、得点に結びつく解答が非常に少ない状況でした。正答率の低い問題です。

設問1の①外部環境については、「工作機械用の特注部品の設計製造依頼が増えている」という趣旨の解答は正解にしましたが、「A社の標準品について、価格競争力が劣る」「A社と同等の製品が他社から発売される」という解答は、重要度という点から不適切で0点です。

②の内部環境については、「顧客のニーズを製品の結びつける設計技術力を有している」となりますが、「設計技術力を有している」だけでもよいことにします。正答率の低い設問です。なお、「特注品の設計製造依頼が増えている」は内部環境ではありませんので注意してください。

設問2では、「設計部門の詳細設計の結果必要となる部品倉庫の部品在庫」が指摘できていればよいでしょう。「どの倉庫のどのような在庫か」という設問の意味がわかっていない解答が多く見られます。「詳細設計の結果」必要となる部品在庫であることを明記してください。正答率が低い設問です。

設問3(1)では、aについて迷うことはあまりないのですが、bについては、ほとんどの方が何を書けば良いかがわかっていないようでした。「どのような状況におかれた人か」という設問には、「従来生産管理システムを使用してこなかった設計部門」と記述してください。「標準品の製品開発を主体に行っていた設計部門」でも可とします。

(3)のその使い方については、「顧客の仕様によって詳細設計した部品構成を部品表マスタに登録する」が正解ですが、「詳細設計した部品構成を部品表マスタに登録する」でも正解にしました。

設問4の営業部員に求められるスキルは、ほとんどの解答者が正解でした。単に「チェックシートを活用して顧客の要望を聞く」だけでは不十分な解答で、0点です。

問3 通販会社の販売戦略

【採点基準】

[設問1]

a,bについて、解答例と同様の趣旨の場合各8点。その他は、基本的に0点。

[設問2]

(1)(2)について、解答例どおりのみ各8点。その他は、基本的に0点。

[設問3]

解答例どおりの適切な解答の場合各9点。その他は、基本的に0点。

[設問4]

解答例と同様の趣旨の場合各9点。その他は、基本的に0点。

【講評】

小売業の販売戦略はIT戦略の問題としてよく出題されます。通販会社でも同じ戦略が考えられます。

設問1のaでは、「既存の顧客をインターネットに誘導して、カタログの発送量を抑える。」という趣旨であれば正解です。電子カタログにする、メールで配信する、顧客の好みに合わせた商品を画面提示するなどは、戦略とはいえませんので不正解です。

bでは、「商品企画力」の記述だけでは不十分で、「他社との差別化を図る」ことが重要です。正答率が低い設問です。

設問2(1)は、顧客ごとの直近購買日、購買頻度、購買金額を総合して評価の基準とします。三つの基準を設けるというRFM分析は小売業の販売戦略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。これ以外の基準を挙げている解答は0点です。なお、「購買」を「購売」と書く人が多いです。注意しましょう。

(2)は、「カタログ送付よりもインターネットによる商品情報提供を好む顧客の場合」が正解ですが、「インターネットによる購買が多い顧客にはカタログ送付はしない」も正解にしました。

設問3の解答例「特定商品を購入した顧客がどの関連

商品や消耗品を購入する確率が高いか分析する」は、「関連購買分析」という販売分析手法です。この手法を挙げた方は非常に少なく、多くの方は「購買者の属性（趣味、年代、家族構成など）と購入品の相関分析をする」という解答です。販売分析として、普遍的に多く使われている方法ですので正解とします。その他の解答は、0点です。

設問4では、「全文検索だけでなく、商品名など複数の条件でクレーム記録を検索できるようにする」という、「全文検索だけという非効率な方法をやめること」が重要になります。このように検索方法の変更に関する解答は、例えば「キーワード検索」も正解にします。ただし顧客ごとの検索ができるは不正解になります。これ以外の解答は不正解です。FAQの導入、商品紹介機能の充実も考えられますが、文中にある用語からもっと直接的な機能を答えてください。

問4 カーナビゲーションシステムの新製品企画

【採点基準】

【設問1】

(1)(2)は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)(2)は解答例どおりであれば各8点。

その他は0点。

【設問3】

(1)(2)は解答例どおりであれば各9点。その他は、基本的に0点。

【講評】

組込みシステムの問題として、カーナビ製品の製品企画について出題されています。カーナビ製品の専門知識がなくても解答できる問題ですが、問題文中にヒントとなる個所が複数あり、どれを参考にするか迷うところです。解答もかなりばらついています。解答を導きやすい設問は少なく、正答率の低い問題です。

設問1は、新製品企画について、グループ2に絞り込んだ理由とその根拠を書きます。(1)と(2)は同じような設問であり、かなりの人が悩んだようです。(1)はターゲット顧客について、(2)は製品について、書くことが求められています。(1)を(2)に、(2)を(1)に書いた人がかなりいますが、0点になります。

(1)では、カーナビを所有していないため「製品に興味がある」という解答は不正解です。「購入を期待できる」ことを明記してください。(2)は低価格と高機能が書いてあれば、正解にします。

設問2では、バッテリー駆動機能を不要と考えた根拠について(1)「ハンディ用にはカーナビアプリを使えば良いと考えたから」というのが正解です。ここでは単に「グループ2の要望が低いから」だけでは正解にはなりません。

(2)は、そのメリットを答えます。「バッテリー駆動機能を持たないと、バッテリー駆動時間が短くなる」という解答がありましたが、この記述だけではどんなメリットにつながるかわかりませんので不正解です。正答率の高い設問です。

設問3は、製品戦略を書かせる設問です。

(1)は「最新の地図情報をもとに製品を使い始められることで、購入者の満足度を高める」というのが模範解答ですが、このような解答を書いた人はほとんどなく、むしろ「最新の地図情報をもとに製品を使い始められることで、2回目以降の更新を有料化する敷居を低くする」という解答が大半を占めました。これも戦略として正しいので、正解にします。

(2)は、サービスの内容を書かせる設問です。「最新の地図情報が書き込まれたSDカードを販売する」が解答になりますが、「SDカードを郵送する」でも可とします。

以上