

午後 I 試験

問 1

問 1 では、アパレル製造・販売企業におけるシステム化構想について出題した。状況設定は、おおむね理解されているようであった。しかし、営業方針に基づく施策や取引先との交渉事項に関する設問については、題意を理解できていないと思われる解答が多かった。

設問 1 は正答率が低かった。現在の販売上の問題点と新しい営業方針から、商品企画部がどのような施策を展開できるのかを、落ち着いて分析してほしい。問題文中の営業方針への対応内容からそのまま引き写した解答が多かった。

設問 2 は正答率が高かった。直営店で使用するタブレット型 PC の機能について問うたので、状況をイメージしやすかったからであろう。

設問 3(2) は正答率が低かった。設問にある“生地メーカーが、生地の在庫を染色しない状態でもつこと”の意味を理解せずに、不良在庫にならないための方策について解答したものが多かった。

IT ストラテジストは、営業戦略を展開するためにはどのような課題があるのか、また、営業戦略を実現するために必要となる機能は何かを分析する能力を高めてほしい。

問 2

問 2 では、健康情報システムの導入検討について出題した。題意や状況設定はおおむね理解されているようであったが、一部の設問で題意を十分に理解できていないと思われる解答が見られた。

設問 1 (2) では、健康情報システム導入に伴い削減可能な業務について解答を求めたが、受診計画作成業務のようにシステム化することで軽減される業務を解答している例も多く見られた。

設問 3 では、健康への取組みについて、(1) 社内セミナーのテーマ検討における健康情報システムのデータベースの活用と、(2) 特定保健指導の推進のために健康保険組合が会社に対して行うべきことについて、解答を求めた。(1) では、データベースに登録されている面談記録の健康相談とメンタル相談という活用すべきデータは理解できていたが、データの比率や分析などといったテーマ検討に関する記述が不足している解答も多く見られた。(2) では、健康保険組合が会社に行うべき特定保健指導と医療費を分析して効果を評価することについて解答を求めたが、健康保険組合が組合員に対する情報提供についての誤った解答も多く見られた。

IT ストラテジストは、対象となる業務の調査・分析を行い、IT を活用することで可能となる業務の改善や新たなサービスにおいて誰にどのような情報を提供すべきか検討を行い、個別システム化計画を適切に策定する能力を身につけてほしい。

問 3

問 3 では、測定機器メーカーにおける業務改革について出題した。状況設定は、おおむね理解されているようであった。

設問 1 では、引き合いを得るための有効な情報について出題した。おおむね理解されているようであったが、“多くの業種の顧客がいること”などのように C 社の一般的な評価情報を解答している例も見られた。顧客情報が不足している中で C 社のソリューションに関心をもってもらうためには、どのような情報が有効かを理解してほしい。

設問 2(1) では、受注につなげるために提案書に盛り込むべき内容についての解答を求めたが、プロジェクト開始後の C 社のリスク管理の観点から解答している例も見られた。(2) では、リスクのチェック項目についてはおおむね理解されていたが、“先行テストの実施”などのようにリスク評価と対応策を混同している解答も見られた。

設問 3(1) では、案件管理プロセスについてはおおむね理解されていたが、案件の引き合いから契約交渉までの各段階の進捗に応じた活動と関係ない解答も見られた。案件獲得の確度を高めていく時系列な営業活動を理解できていなかったと思われる。(2) では、推奨活動の実施状況と受注獲得の確度の関係をつかめなかった解答も散見された。

IT ストラテジストは、現状業務を十分に理解した上で、業務改革方針に合致した実践的な業務改善案を作成できるようになってほしい。

問 4

問 4 では、デジタルカメラの新製品企画について、消費者の要望分析から製品戦略までについて出題した。題意や状況設定はおおむね理解されているようであった。

設問 1 では、新製品の企画と要求仕様について解答を求めた。(1)(3)(4)では、要求仕様の理解度は高かったが、(2)では、製品の特徴である操作性と高級感をうまく表現できていない解答も一部に見られた。

設問 2 では、ソフトウェアを無料配布する目的について解答を求めたが、製品を販売する企業側から見た目的ではなく、消費者から見たメリットを示した解答も一部に見られた。

設問 3 では、派生製品の展開のターゲットについて解答を求めた。ターゲットとすべきグループの正答率は高かったが、ターゲットとする理由については、消費者の機能要望と経済的余裕の両面を考慮できていない解答も多く見られた。

IT ストラテジストは、消費者の要求を分析しターゲットを決め新製品を企画するだけでなく、その後の製品展開や企業としての継続的な事業戦略を踏まえ、製品戦略を策定し、推進する能力も身につけてほしい。