

令和6年度 春期
IT ストラテジスト試験
午後Ⅰ 問題

試験時間

12:30 ～ 14:00 (1 時間 30 分)

注意事項

1. 試験開始及び終了は、監督員の時計が基準です。監督員の指示に従ってください。
2. 試験開始の合図があるまで、問題冊子を開いて中を見てはいけません。
3. 答案用紙への受験番号などの記入は、試験開始の合図があってから始めてください。
4. 問題は、次の表に従って解答してください。

問題番号	問 1 ～ 問 3
選択方法	2 問選択

5. 答案用紙の記入に当たっては、次の指示に従ってください。
 - (1) B 又は HB の黒鉛筆又はシャープペンシルを使用してください。
 - (2) 受験番号欄に受験番号を、生年月日欄に受験票の生年月日を記入してください。
正しく記入されていない場合は、採点されないことがあります。生年月日欄については、受験票の生年月日を訂正した場合でも、訂正前の生年月日を記入してください。
 - (3) 選択した問題については、次の例に従って、選択欄の問題番号を○印で囲んでください。○印がない場合は、採点されません。3 問とも○印で囲んだ場合は、はじめの 2 問について採点します。
〔問 1、問 3 を選択した場合の例〕
 - (4) 解答は、問題番号ごとに指定された枠内に記入してください。
 - (5) 解答は、丁寧な字ではっきりと書いてください。読みにくい場合は、減点の対象になります。

選択欄	
2 問選択	問 1
	問 2
	問 3

注意事項は問題冊子の裏表紙に続きます。
こちら側から裏返して、必ず読んでください。

問1 インターネットサービス事業者による総合金融サービスの提供に関する次の記述を読んで、設問に答えよ。

A社は、検索サイト事業やECサイト事業を運営する企業である。積極的なサービス開発とM&Aによって、インターネットバンキング（以下、ネットバンキングという）やインターネット証券、インターネット保険などの金融サービス事業や広告事業、旅行仲介事業を傘下に収め、これまで金融市場をはじめとする様々な市場で事業を拡大させてきた。A社はこうした拡大を将来にわたり継続しながら、今後は顧客のあらゆる経済活動を、A社グループのサービスを組み合わせたデジタル空間で実現、循環させる、デジタル経済圏（以下、A経済圏という）の確立を目指している。

J銀行は、A社の子会社である。元は大手都市銀行の子会社として設立され、数年前にM&AによってA社の傘下に加わった、国内ネットバンキングのパイオニアである。シンプルで分かりやすいUIとサービスの安定性によって顧客を集め、インターネット専門銀行として独自の地位を築いている。

〔A社の戦略〕

近年、A社は新たなサービスとしてQRコード決済サービス（以下、A-Payという）の提供を開始した。A-Payは、申込みから利用開始、決済までを全てスマートフォンで完結できる利便性が評価され、多くの利用者を集めている。また、加盟店からは店頭取引に専用の決済端末を必要としない利便性が評価され、QRコード決済サービスの市場で大きなシェアを獲得し、国内キャッシュレス取引の拡大をけん引している。

A社は、今後の金融サービスは、デジタル空間での取引が中心になると考えており、A-Payの成功を足掛かりに、“銀行、証券、保険などのあらゆる金融サービス機能を、デジタル空間で統合した総合金融サービス”（以下、A-Includeという）を提供することによって、A経済圏への顧客囲い込みを強化できると考え、次の施策を行うことにした。

- ・ A-Pay利便性強化のための、A-Payの決済サービスとJ銀行の決済サービス連動
- ・ 顧客がA-Includeを利用するための、スマートフォン用のアプリケーションプログラム（以下、Aアプリという）の開発
- ・ A-Includeの実現に必要な、J銀行勘定系システムの再構築

〔A-Pay の利便性強化〕

A-Pay では、次の方式によって QR コード決済サービスを実現している。

- ① 利用者はスマートフォンを利用し、銀行口座又はクレジットカードを通じて A-Pay 内で使える電子マネー（以下、A ポイントという）を購入する。
- ② 利用者は A-Pay 加盟店で商品やサービスを購入する際に、スマートフォンで加盟店が示す QR コードを読み取り、保有する自分の A ポイントで支払う。
- ③ 利用者が A ポイントを購入するときは手数料を支払わないが、A ポイントを利用者の銀行口座に預金として払い戻すときは、手数料が差し引かれる。
- ④ 加盟店が受け取った A ポイントは 1 か月に 2 回集計され、所定の手数料率による手数料を差し引いた払戻金が、数日後に加盟店の銀行口座に入金される。

A-Pay の利用者からは、クレジットカードなどでは実質的に無料で決済サービスを利用できることと異なり、A-Pay では銀行口座に A ポイントを払い戻すときに手数料が生じる点に不満が寄せられていた。また加盟店からも、売上げから入金までに最大半月程度のタイムラグがあり、資金繰りが悪化するなどの理由で、入金の早期化と手数料率の引下げを求められていた。競合事業者の追上げもあり、これらの状況を放置すれば、シェアの低下を招く懸念があった。

そこで A 社は、J 銀行口座を保有する A-Pay の利用者と加盟店に、表 1 に示す決済サービスを提供し、J 銀行の決済サービスと A-Pay の決済サービスの相互利用時の利便性を強化することによって、顧客ニーズに対応することにした。

表 1 顧客ニーズへの対応

提供条件	顧客	提供決済サービス	対応する顧客ニーズ
払戻金の入金先に J 銀行口座を指定する	利用者	手数料を差し引かずに銀行口座に預金として払い戻す	ア
	加盟店	受け取った A ポイントを毎日集計し、翌日以降の加盟店が指定した日に払戻金を入金する	イ
		受け取った A ポイントを他加盟店との BtoB 取引に利用できる	手数料負担の軽減

〔A アプリの開発〕

A 社が A-Include の主要な顧客として注目する世代は、1990 年代以降に出生した若者世代である。他の世代と比較して顧客としての継続期間が長い可能性があり、顧客生涯価値が高いことを期待できる。生活においては多様な価値観と効率性を重視し、親世代が経験した経済不況の影響による将来不安を反映して、生活防衛や資産形成に潜在的な関心があると推定されている。

しかし、この世代への金融サービス販売は進んでいない。テストサイトなどを用いた調査の結果、保険や投資などに関心をもって検索する人はいても、どの商品が良いかが分からないなど、多くは契約に至っていないことが分かった。また、申込書類など資料の取り寄せはスマートフォンで行えても、正式な契約手続として、手書きによる契約書の提出や本人確認書類の郵送が、契約の都度必要となるなどの煩雑さも原因と推定された。

このことを踏まえ A 社は、次の機能を備えた A アプリを開発することにした。

- ① J 銀行のネットバンキング機能をはじめ、A-Pay やインターネット証券、インターネット保険など、A 社グループの全ての金融サービス機能を、A アプリを通じて提供する。これらサービス機能は、サービスの追加に対応して順次追加する。
- ② A アプリ内では共通通貨として、多様な決済に A ポイントを利用できる。
- ③ 検索サイトや EC サイトなど金融サービス機能以外の A 社グループのサービスも A アプリを通じて提供し、全てのサービスの利用履歴を A アプリに記録する。
- ④ 将来のサービスの追加に備え、十分な柔軟性と拡張性を確保する。
- ⑤ A アプリに利用者が登録した個人情報などのデータを保存し、利用者の操作によって、以後の A アプリで行う処理に利用できる。
- ⑥ AI による家計分析を行い、顧客の志向に沿った生活防衛や資産形成を提案する。

〔J 銀行勘定系システムの再構築〕

J 銀行の勘定系システムは、親会社であった大手都市銀行のソフトウェア資産を流用して構築され、“預金”、“為替”などの業務の間でシステム機能同士が密接に連動しており、これまでもサービスの追加や修正において、影響範囲の特定に多大な時間を要することや、システム改修に多くの費用を要することなどが、構想実現の足かせとなっていた。

そこで A 社は、J 銀行勘定系システムの機能を再編し、細分化して整理した機能を組み合わせて業務を実現する形態にシステムを再構築した上で、A アプリに提供する次の機能を、J 銀行勘定系システムに追加することにした。

① ネットバンキング API

“預金”，“為替”などの業務を、API 機能として A アプリに提供する。

② データマネジメント API

顧客の属性や認証データをプロフィールデータとして保管する。API 呼出しによって、保管したプロフィールデータを A アプリに提供する。

③ A ポイント残高管理

J 銀行勘定系システム内で、A ポイント残高に預金残高と等価交換できる価値をもたせ、相互に両替できる。

設問 1 [A 社の戦略] について答えよ。

- (1) A 社が A-Include を構築する目的は、A 社のどのような戦略を実現するためか。35 字以内で答えよ。
- (2) A-Include の提供に当たり、A 社が生かすことができると考えた、市場における自社の競争優位性を二つ挙げ、それぞれ 35 字以内で答えよ。

設問 2 [A-Pay の利便性強化] について答えよ。

A-Pay の利便性強化は、どのような顧客ニーズに対応する狙いがあるか。表 1 中の

ア

，

イ

 に入れる適切な字句を、それぞれ 15 字以内で答えよ。

設問 3 [A アプリの開発] について答えよ。

- (1) A 社が金融サービスの新たな顧客層として若者世代に注目する理由を二つ挙げ、それぞれ 25 字以内で答えよ。
- (2) A 社が次の機能を A アプリに備えることにした目的を、それぞれ 35 字以内で答えよ。
 - (ア) 全てのサービスの利用履歴を A アプリに記録
 - (イ) 個人情報などのデータを保存

設問 4 [J 銀行勘定系システムの再構築] について答えよ。

- (1) A 社が J 銀行勘定系システムに A ポイント残高管理機能を追加した目的は

何か。A アプリの機能に着目して、35 字以内で答えよ。

- (2) A 社は A 社事業におけるどのような A-Include の将来構想に基づき、J 銀行勘定システムの再構築を行ったか。35 字以内で答えよ。

問2 地方新聞社における IT を活用したビジネスモデル変革に関する次の記述を読んで、設問に答えよ。

H 社は、K 地域を中心に活動する地方新聞社であり、全国紙に次ぐ購読者数をもっている。K 地域は、古くから発展してきた歴史的な都市や、政財界人を多く輩出する都市、特色のある大学が拠点を置く都市などが散在するが、地域全体としては、1 次、2 次産業が中心であり、人口減少や産業の衰退などが大きな社会課題となっている。H 社は、K 地域に密着して得た多くの記事やコンテンツをもつ点や、K 地域の政財界の各団体や企業、文化人を多く知っており、密接にコミュニケーションを行っている点など、地方紙ならではの強みをもっている。一方で、昨今の地方消滅などと言われる状況は、H 社にとって収益減につながり、経営基盤そのものを揺るがす大きなリスクだと認識している。

〔H 社の現状〕

H 社の収益源は、紙面販売が 6 割、広告収入が 3 割、残りは雑誌や書籍などの出版物販売などである。

(1) 紙面販売

H 社の紙面購読者は、昔から継続購読している高齢者が中心であるが、購読者数は漸減しており、若い世代の購読者数も伸びていない。デジタル版も発行しているが、デジタル版ならではのコンテンツは提供できておらず、購読者数の回復には至っていない。若い世代は、歴史や伝統工芸品、K 地域の身近な課題にも興味はあるが、スマートフォンを利用して様々な情報を得ており、リアルタイムな情報とそれに対するフィードバックが返せるような双方向コミュニケーションが人気であり新聞離れが進んでいる。H 社は、一般記事に加え、地域の歴史ある建造物や伝統工芸品などに関する研究内容や史実に関する記事、地域医療や介護、働きやすさなどの社会課題といった地域性の高い記事を多く報道してきている。最近、読者目線で社会課題を捉えたコンテンツを立ち上げ、一般の読者からテーマを募集し、記事の投稿を受け付ける取組を開始した。この取組では、記事投稿者を“トナリのレポーター”（以下、トナレポという）と呼び、トナレポが取り上げたテーマのうち、編集部が注目した一部のテーマは、H 社が詳細な調査やインタビューを行ったり、関連

する各団体などに取材を申し入れたりして、その見解もトナレポが投稿した記事に追加して掲載する。K 地域の自治体は、トナレポの投稿記事をきっかけとして、当該テーマを政策検討に取り入れ、子育て世代の流入を増やすといった成果を出した先進自治体として注目を集めている。この取組による成果が評判となり、社会課題の研究者や意識の高い若い世代の購読者数が増加傾向にある。また、同様の社会課題を抱える他地域の自治体や地方新聞社からも問合せが来ている。本取組は、従来型の一方向の情報提供の形をとっているが、双方向コミュニケーションができれば、更に購読者数の増加が期待できる。

(2) 出版物販売

H 社は、記事制作を通じて蓄積した地域性の高い情報を生かして、旅行や歴史、伝統工芸品をテーマにした書籍や雑誌を出版し、全国の書店で販売しており、国内での評価は高い。しかし、紙媒体であることや多言語対応ができていないことから、海外では認知されていない。

近年、訪日外国人観光客が増加している。K 地域は、歴史ある建造物などが多く、外国人観光客の人气も高い。旅行会社には、外国人観光客から“母国語の資料があれば是非読みたい”との声も多く寄せられていることから、旅行会社から H 社に対し多言語の出版物や資料の問合せが増加しているが、応えられていない。

(3) 広告収入

紙面版の新聞に掲載する広告は、読者が紙面版の購読者に限定されるので、紙面の販売部数減少とともに広告掲載する企業も減少している。デジタル版はまだ購読者数は少なく広告収入は少ない。H 社が出版する地域の歴史ある建造物や伝統工芸品を特集した雑誌への広告掲載は、全国の購読者への宣伝を狙って、伝統工芸品を扱う企業などからは広告掲載の申込みは多いが、紙面広告と比較すると雑誌の売上は少なく、H 社の収益改善には余り寄与していない。デジタルを活用した広告機会が増えれば、新たな収益源として期待できるが、実現できていない。

〔アンケート調査〕

現状を踏まえ H 社は、今後の H 社に期待する役割を把握するために、K 地域の様々な人にアンケート調査を行った。

・若い世代：“自治体や他の読者との双方向のタイムリーなコミュニケーションを通

じて、子育てや働き方、地域の暮らしにおけるウェルビーイング（Well-Being）などに関する若い世代の声を表明する場を提供してほしい。”

- ・ 伝統工芸品を扱う企業：“お客様に伝統工芸品の魅力を伝え、お客様からの感想や要望を確認するといった、情報発信や交流の場があれば参加し、双方向コミュニケーションの中から新しい顧客やイノベーションを見いだしたい。”
- ・ 旅行会社：“旅行会社の営業が見込み客に対し、より魅力ある K 地域で活躍する人と触れ合える体験型の旅行を提案するために、旅行前にそれらの人と見込み客とが交流する場を提供してほしい。また、多言語対応を加速してほしい。”

その他、アンケート調査の結果からは、H 社に期待する役割は多様化しており、どの領域でも、これまでのような一方向の情報提供ではなく、双方向コミュニケーションによる社会価値共創を期待する人が増えていることが読み取れた。

〔ビジネスモデルの変革に向けた方針〕

自社の現状やアンケート調査の結果を受け H 社は、デジタル化へと大きくかじを切ることにした。そして、目指すべきビジョンを“地域社会を活性化するデジタルメディアになる”と定義した。具体的には、自社の強みを生かして、地域社会におけるコミュニケーションハブとなることによってビジネスモデルを変革する。その上で、次の三つの方針を定めた。

- (1) 読者である住民の社会課題検討を促し、K 地域の政財界の各団体や企業、文化人などとの双方向コミュニケーションを通じて K 地域の活性化を実現する。
- (2) K 地域に興味をもつ他地域の企業や人々と、K 地域の歴史ある建造物や伝統工芸品との新たな出会いを促し、K 地域の活性化を実現する。
- (3) これらの取組を H 社や K 地域だけに閉じるのではなく、全国に広めていくことによって日本の社会課題の解決に貢献する。

〔デジタルメディアの立ち上げ〕

H 社は、新聞記事の紙面販売及びデジタル版販売は継続しつつも、デジタルメディアのプラットフォームを構築することとした。そして、プラットフォームを利用した施策の第一弾として、次の二つのデジタルメディアを立ち上げることとした。これによって、アンケート調査の結果で明らかとなった H 社に期待する役割に対応す

ることができる。また、従来の一方向の情報提供だけでなく、双方向コミュニケーションにも強い地方メディアを体現し、K 地域の活性化に貢献し、個々の読者のニーズに密着した情報を提供していく。今後、構築したプラットフォームは、他地域の地方新聞社にも利用を促し、プラットフォーマーとしての収益獲得も計画している。

(1) トナレポデジタル：デジタル版の読者が利用できるスマートフォンアプリケーションプログラムを使ったデジタルメディア。若い世代をターゲットに紙面で好評なトナレポの投稿記事に対して、スマートフォン経由で迅速な双方向コミュニケーションを可能とする。

(2) テーマ特化メディア（以下、TM という）：K 地域の特色に特化したテーマを扱うデジタルメディア。第一弾では、インバウンド需要の拡大に備え、外国人観光客を主な利用者に想定し観光をテーマとした TM（以下、観光 TM という）を立ち上げる。

〔トナレポデジタル〕

デジタル版の読者と、政財界の各団体や文化人とをつなぐメディアである。

読者は、自身が感じる社会課題の記事をトナレポデジタルへ投稿する。H 社の編集部では投稿された記事の内容を確認し、掲載可能と判断した記事をトナレポデジタルへ掲載する。H 社の編集部は、必要に応じて各団体などへの取材を通じて深掘りした記事や、社会課題の研究者の協力を得て行った共同研究の成果を、投稿記事に併せてトナレポデジタルに掲載する。記事が掲載された読者（以下、投稿者という）は、トナレポデジタル内のコミュニティルームにスレッドを立てることができる。投稿者は、スレッド内で各団体などや他の読者と双方向のタイムリーなコミュニケーションができる。

H 社は、今後はトナレポデジタルの活動で蓄積したノウハウを活用し、双方向コミュニケーションによる社会価値共創の取組を全国に普及させるために他地域の自治体や地方新聞社に対し、有料コンサルティングをしていく計画である。

〔観光 TM〕

観光 TM は、K 地域を模したメタバース空間内のバーチャル地域（以下、V 地域という）で、利用者のアバター同士の交流やショッピング、イベント開催などを行うプラットフォームである。収益モデルは、プラットフォーム利用料や広告収入、販

売手数料などである。利用者は、アバターを活用し V 地域を自由に歩き、遠方しながら K 地域の観光地を巡ることができる。V 地域にはバーチャル展示場（以下、V 展示場という）やバーチャル観光案内所（以下、V 案内所という）を設置する。多言語化された V 展示場では、地域にまつわる伝統工芸品の購入に加え、歴史ある建造物や伝統工芸品に関する研究内容や史実なども照会できる。V 案内所では、観光スポットの紹介のほかに、“K 地域で活躍する工芸家や文化人など”（以下、地域活躍人材という）も紹介する。利用者は、アバターを介して地域活躍人材のアバターと交流を図ることも可能である。AI を活用した逐次翻訳機能によって、外国人でも言葉の壁を感じることなく V 地域の散策や地域活躍人材との交流を行うことができる。旅行会社の営業は、K 地域に実際に訪れたい見込み客を案内し、より充実した旅行プランと一緒に作ることができる。

設問 1 「デジタルメディアの立ち上げ」について答えよ。

- (1) H 社は施策の第一弾としてデジタルメディアを立ち上げることによって、H 社に期待されているどのような役割を担うことができると考えたか。25 字以内で答えよ。
- (2) H 社がプラットフォームを構築し、他地域の地方新聞社にも利用を促しプラットフォームとなることによって目指すことは何か。25 字以内で答えよ。

設問 2 「トナレポデジタル」について答えよ。

- (1) H 社がトナレポデジタルで双方向コミュニケーションを可能とすることによって期待する効果は何か。二つ挙げ、それぞれ 30 字以内で答えよ。
- (2) H 社が蓄積したノウハウを活用して他地域の自治体や地方新聞社に対しコンサルティングできると考えた理由は何か。35 字以内で答えよ。

設問 3 「観光 TM」について答えよ。

- (1) 観光 TM の立ち上げに利用する H 社の強みは何か。V 展示場と V 案内所の観点で、それぞれ 45 字以内で答えよ。
- (2) 旅行会社は、観光 TM を活用することによって、どのような旅行プランを作れるか。25 字以内で答えよ。

問3 旅館の IT 活用による業務改革に関する次の記述を読んで、設問に答えよ。

B 旅館は、N 県にある山海の資源に恵まれた T 温泉にある、創業 100 年を超える従業員 50 名程度の旅館である。B 旅館は、歴史ある建物や独立性の高い居室によって、伝統と格式を感じさせる雰囲気が特長である。

B 旅館は、“お客様と編む時間、一歩先のおもてなし体験”をコンセプトとし、教育が行き届いた仲居を中心とした利用客に寄り添った接客サービスによって、リピーターや口コミ経由の利用客を獲得してきた。特に、予約時に聞き取った情報や接客時の会話から得た情報（以下、接客情報という）を用いて、担当する利用客のニーズや好み、宿泊目的などを仲居が把握し、丁寧な気遣いやサプライズ演出を行うことが利用客の顧客体験価値（UX）の向上に大きな貢献をしてきた。接客情報は宿泊するたびに増えていくので、常連客ほど高い UX を得ている。

〔B 旅館における業務改革推進の背景〕

ここ数年の感染症の流行による観光客の減少によって、B 旅館の客室稼働率（以下、稼働率という）が急激に落ち込んだ。売上げが著しく低下したので、経営を維持するためには仲居を含めた従業員の削減も行わざるを得なかった。最近では、感染症の流行も落ち着いて観光客数は回復傾向にあり、遠隔地での休暇と就労を組み合わせるワーケーションを推奨する企業も増えている。B 旅館は、この変化をビジネスチャンスと捉え、感染症の流行前を超える稼働率を実現したいと考えている。

稼働率の向上に対応するためには、今まで以上に人手が必要となるが、一度削減した従業員の補充は思うように進まず、今後の見通しも立っていない。この状況が継続すると、稼働率の向上という目標が達成できないだけでなく、B 旅館の強みが低下して B 旅館の経営に大きく影響するおそれがある。

B 旅館は、現状の従業員を前提とし、B 旅館の強みを更に強化しつつ業務を効率化することによって、稼働率の向上という経営目標を達成するため、IT を活用した業務改革を推進することとした。

〔B 旅館の現状〕

B 旅館の各業務における現状は次のとおりである。

(1) 予約

- ・フロント係が表計算ソフトで作成した予約台帳で予約情報を管理している。電話予約や旅行予約サイトなど複数の予約チャンネルが存在しているが、予約台帳のメンテナンスは手作業なので時間が掛かる上、予約情報の変更などをリアルタイムに管理することができていない。

(2) 接客

- ・仲居は接客情報を他の従業員に連携しなければならないが、他の従業員との情報連携手段は口頭なので時間が掛かり、接客に使える時間が増やせない。
- ・若手仲居の育成は10年以上の経験を積んだベテラン仲居がOJTを通して行っており、今の育成方法ではノウハウの継承に早くても5年程度掛かる。
- ・従業員削減の影響によって仲居の業務負担が高まり、ベテラン仲居が若手仲居を育成する時間がとれなくなっている。
- ・仲居は接客情報をサービス向上に役立てている。しかし、接客情報にはアレルギーや身体の状態などの要配慮個人情報が含まれ得ることから、管理に際しては利用者の同意を得た上で、情報の取扱いに常に細心の注意を払う必要がある。

(3) 清掃

- ・清掃係が行う客室清掃は、客室の状況によって清掃に掛かる時間が異なるので、予定した時間で清掃が終わらない部屋が出てしまうことがある。逆に、時間が余る清掃係もいるが、他の清掃係の状況が分からず、支援に回ることができない。

(4) マーケティング

- ・B旅館では、春と秋の行楽シーズンは稼働率が高いが、夏と冬は稼働率が下がる傾向にある。
- ・営業係が管理する利用後アンケートでは、家族などの同伴者の誕生日や結婚記念日などのライフイベントが宿泊目的であったという回答が多い。しかし、同伴者のライフイベントの情報はB旅館としては蓄積、管理できていない。
- ・ワーケーションが認められるようになったので、学校が休みの時期に仕事をしながら家族と長期間宿泊したいが、費用は抑えたいという要望が増えている。

[B旅館のアクションプラン]

B旅館は、B旅館の現状や従業員の補充状況を踏まえると、経営目標を達成するた

めには、業務効率化、集客力向上、若手仲居の育成早期化を実現することが必要と考え、次のアクションプランを作成した。

① 業務効率化

- ・ 予約情報を一元管理できる予約台帳とすることによって、予約台帳のメンテナンスに掛かっていた時間を削減したり、予約台帳で予約情報の変更をリアルタイムに管理できるようにしたりする。
- ・ 接客情報や業務状況を可視化し、全ての従業員で共有することによって、情報連携に要していた時間を削減したり、従業員の空き時間を活用できるようにしたりする。

② 集客力向上

- ・ 適切なタイミングで利用客に向けてプロモーションを行う。
- ・ 通常より料金を抑えた夏季及び冬季限定の長期滞在家族プランを新設する。

③ 若手仲居の育成早期化

- ・ ベテラン仲居が暗黙知として保有しているノウハウを形式知化し、若手仲居が学習、実践できるようにする。
- ・ 実践結果とベテラン仲居からのフィードバックを記録して振り返りを行うとともに、自己学習を可能として育成早期化を図る。

〔旅館管理システムの概要〕

B 旅館は、これらのアクションプランを実現するために、宿泊業向けの SaaS などのクラウドサービスを活用して、旅館管理システムを構築することとした。

旅館管理システムの概要を図1に示す。

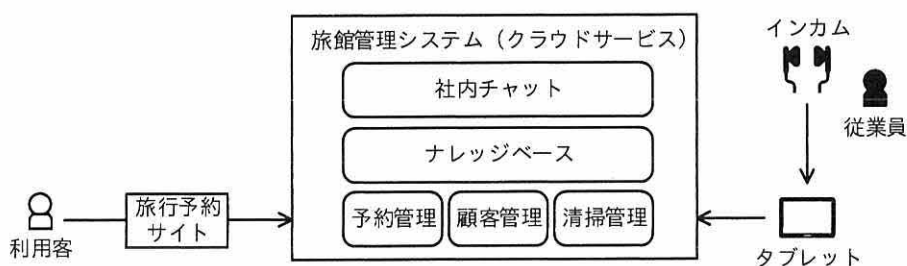


図1 旅館管理システムの概要

(1) デバイス

- ・全ての従業員にタブレットとインカムを持たせ、タブレット経由で旅館管理システムにアクセスする。

(2) 社内チャット

- ・従業員は、タブレットを用いて接客情報や業務連絡を社内チャットに登録することができる。
- ・社内チャットのうち、接客情報は、利用客名や部屋番号などをタグとして登録することによって、顧客管理と連携できる。
- ・社内チャットのうち、今後の業務に役立ちそうな内容は、ノウハウとしてナレッジベースに連携できる。

(3) ナレッジベース

- ・従業員が共同で業務ごとのナレッジやノウハウを追加・編集できる。
- ・OJTに関する実践結果とフィードバックを記録できる。
- ・蓄積されたナレッジやノウハウから AI によってシーン別の問題を作成し、従業員が自己学習することができる。

(4) 予約管理

- ・電話での予約を予約情報として登録できる。
- ・予約情報の変更や削除ができる。
- ・提携している旅行予約サイトと双方向に予約情報を連携できる。

(5) 顧客管理

- ・予約管理から、利用客に関する情報を顧客管理に連携できる。
- ・全ての利用客について、接客情報、予約情報、利用後アンケート結果を顧客情報と関連付けて蓄積し、確認できる。
- ・顧客情報と関連付けられた予約情報、利用後アンケート結果を自然言語解析することによって、宿泊目的に関する情報を分析できる。

(6) 清掃管理

- ・タブレットから客室清掃の作業結果を報告できる。

(7) 情報セキュリティ

- ・旅館管理システムで扱う情報の特性を踏まえ、情報の漏えい、改ざん、毀損、滅失などへの対策を強化する。

〔従業員からの意見〕

従業員に対して旅館管理システムの機能説明を行ったところ、仲居から、“採用予定のタブレットとインカムは目立ちすぎて B 旅館の雰囲気にとぐわない”や“常に館内を歩き回っているのに、手を使わずに社内チャットに登録できればより効率的になる”という意見が挙がった。これらの意見に対応するために、インカムとタブレットは目立たないサイズや色を選定するとともに、ある機能を追加して社内チャットの登録を効率化することとした。

設問 1 〔B 旅館における業務改革推進の背景〕について、B 旅館が経営目標を達成するために活用すべき強みは何か。30 字以内で答えよ。

設問 2 〔B 旅館のアクションプラン〕について答えよ。

- (1) 業務効率化が必要となった背景である B 旅館の従業員の補充状況とはどのような状況か。35 字以内で答えよ。
- (2) 業務効率化によって得られる仲居に関連する時間的なメリットを二つ挙げ、それぞれ 20 字以内で答えよ。
- (3) 長期滞在家族プランを新設する背景となった利用客のニーズを 30 字以内で答えよ。

設問 3 〔旅館管理システムの概要〕について答えよ。

- (1) 社内チャットが仲居の育成早期化に有用である理由を 35 字以内で答えよ。
- (2) 顧客管理において、宿泊目的に関する情報を分析できる機能を実装した目的を 35 字以内で答えよ。
- (3) 客室清掃に関して、タブレットから作業結果を報告できる機能を追加した目的を 20 字以内で答えよ。
- (4) 情報の漏えい、改ざん、毀損、滅失などへの対策を強化する目的を、旅館管理システムで扱う情報の特性を踏まえて 20 字以内で答えよ。

設問 4 〔従業員からの意見〕について答えよ。

- (1) タブレットとインカムに目立たないサイズや色を選定した狙いを 25 字以内で答えよ。
- (2) チャットの登録に関して、どのような機能を追加するか。25 字以内で答えよ。

〔 メ モ 用 紙 〕

〔 メ モ 用 紙 〕

[メモ用紙]

6. 退室可能時間中に退室する場合は、手を挙げて監督員に合図し、答案用紙が回収されてから静かに退室してください。

退室可能時間	13:10 ～ 13:50
--------	---------------

7. 問題に関する質問にはお答えできません。文意どおり解釈してください。
8. 問題冊子の余白などは、適宜利用して構いません。ただし、問題冊子を切り離して利用することはできません。
9. 試験時間中、机上に置けるものは、次のものに限ります。
- なお、会場での貸出しは行っていません。
- 受験票、黒鉛筆及びシャープペンシル（B 又は HB）、鉛筆削り、消しゴム、定規、時計（時計型ウェアラブル端末は除く。アラームなど時計以外の機能は使用不可）、ハンカチ、ポケットティッシュ、目薬
- これら以外は机上に置けません。使用もできません。
10. 試験終了後、この問題冊子は持ち帰ることができます。
11. 答案用紙は、いかなる場合でも提出してください。回収時に提出しない場合は、採点されません。
12. 試験時間中にトイレへ行きたくなったり、気分が悪くなったりした場合は、手を挙げて監督員に合図してください。
13. 午後Ⅱの試験開始は 14:30 ですので、14:10 までに着席してください。

試験問題に記載されている会社名又は製品名は、それぞれ各社又は各組織の商標又は登録商標です。

なお、試験問題では、TM 及び [®] を明記していません。