

# 『経営学』 / 解答

## 第1章 経営

**経営という用語は多義に用いられているが、その使い方について3つあげなさい。**

- ・ 事業を経営する作用であり、能力を意味する
  - ・・・「あの人は経営がうまい」
- ・ 経営作用の担当者ないし経営者を意味する
  - ・・・「あの会社の経営陣はどれも良くない」
- ・ 経営作用を営むところの物的・技術的設備ないし施設
  - ・・・「あの会社の経営の近代化は相当に進んでいる」

**経営学が誕生して100年以上経過し、主たる対象を企業においてきたが、その理由は何か、またこのことは21世紀においても変わらないか、説明しなさい。**

経営学の対象を企業においた理由は、2つある。その1つは、企業が経済社会のなかで重要な役割をもつようになり、対象としてとりあげるに値するようになったこと、いま1つは、企業が社会の他の組織体と比べて経済合理性が強く現れる存在であることである。

また、21世紀においても、企業が経済社会のなかでますます重要な役割を担うようになるものとする。それは企業の存在理由からして当然である。

**企業はなぜ存在するのか、その理由を説明しなさい。**

企業の存在するための理由として、次の3つをあげることができる。その1つ、ニーズのある財・サービスをつねに創造しかつ提供すること、2つ目に、品質の維持・向上に努めること、3つ目に、顧客に合理的な価格にて財・サービスを提供し、かつ利益を出すことができること、以上である。

**経営理念と経営目標の違いを説明しなさい。**

経営目的は、統合性を高めるための抽象度の高い経営理念と、具体性があり操作性のある経営目標の両方で構成される。経営目的の「あるべき状態」として、信念、信条、ビジョン、根本精神などの「望ましい」価値的側面を表したものが経営理念であり、売上高や利益額など客観的で測定ができるような「到達状態」である事実に側面を表したものが経営目標である。

**関心のある企業2社について、インターネットで経営理念を検索し、比較分析しなさい。**

ここでは、飲料・食品業のアサヒビールとサントリーを検索してみる。アサヒビールの経営理念は、「アサヒビールグループは、最高の品質と心のこもった行動を通じて、お客様の満足を追求し、世界の人々の健康で豊かな社会の実現に貢献」であり、サントリーの経営理念は、「人と自然と響きあう」とし、「人々のニーズに基づいた生活文化の豊かな発展と、その存続基盤である地球環境の健全な維持を目指して、企業活動に邁進し、人間社会に貢献する」である。

両社とも、飲料・食品業界での優れた企業であり、経営理念には会社の「こうありたい」とする価値的側面を表しているが、内容には違いがある。アサヒビールの経営理念は、具体的でわかりやすいのに対して、サントリーの方は、抽象度が高く哲学的な表現となっている。これは、どちらが良いかということではなく、両社の歴史、事業内容の範囲、組織文化、経営者の信条・ビジョンなどの反映結果である。アサヒビールは、ビールシェアのトップメーカーであり、総合酒類・飲料メーカーを目指すのに対して、サントリーは、酒類、食品事業にとどまらず、健康食品、外食、花事業などと事業範囲も広く、歴史的に文化活動に力を注いできた経緯もあり、よき企業市民として生活文化の発展に貢献したいという姿勢がうかがわれる。

## 第2章 コーポレートガバナンス

### コーポレートガバナンスの4つの論点について述べなさい。

コーポレートガバナンスに関する論点は、第1は企業存続の前提となる「適法性」であり、第2は企業不祥事の防止のみならず積極的な社会への貢献を意味する「倫理性」、第3は経営の所有主体が株主、経営者、あるいは多様なステークホルダーなのか、その「所有性」、そして第4は企業経営の諸問題に関する意思決定の「効率性」である。

### コーポレートガバナンスの株主価値最大化論、啓発的株主価値論、多元価値論について述べなさい。

コーポレートガバナンスの所有性に関する議論は、企業が生み出す価値を対象にする。

「株主価値最大化論」は、伝統的なモデルとしての株主価値の最大化を目指す考え方であり米国型とも呼ばれる。「啓発的株主価値論」は、株主価値の最大化ではあるが、短期的な資本効率重視型ではなく利害関係者との関係性構築を前提にした長期的視点からの考え方である。「多元価値論」は、株主はステークホルダー（利害関係者）の一部であり、企業は株主所有ではなく、多様な価値にもとづくステークホルダー所有とするという考え方である。

### コーポレートガバナンスに関する2002年の改正商法のポイントを2つ述べなさい。

日本における2002年5月に成立した改正商法のコーポレートガバナンスに関する変更の基本的な考え方は、業務執行と経営監視の機能分離であり、企業経営の透明性と説明責任を明確にする仕組みである。具体的には資本金5億円以上または負債総額200億円以上の大企業においては、以下の2つの条件を満たせば監査役を廃止することができる。

社外取締役を2名以上起用する

取締役会のなかに、取締役の候補者を決める「指名委員会」、監査役の役割を果たす「監査委員会」、取締役や業務執行役の報酬を決定する「報酬委員会」を設置しなければならない。なお、各委員会ともに、その構成メンバーは3名以上で、それぞれ社外取締役が過半数を占めなければならない。

また、従来どおり監査役を設置する場合には、取締役10名以上の大企業では社外取締役を最低1名以上起用することの条件が満たされなければならない。

## 第3章 企業の社会的責任

### ステークホルダー（利害関係者）について述べなさい。

単に企業と取引関係にあるという者だけではなく、企業の活動から直接的、間接的に影響を受けるものも含まれ、企業に対して積極的にみずからの利害を主張するものである。たとえば、消費者・従業員・株主・債権者・取引先・地域社会・環境・政府などをあげることができる。

### 企業がCSR活動に取り組むメリットはどのような点にあるか述べなさい。

リスク管理と競争力を強化できる点に、CSRに取り組むメリットがある。なお、競争力の強化には、優秀な人材の確保・企業ブランドの確立・有利な資金調達という3つの側面がある。

### CSR活動を評価する「CSR会計」がなぜ必要なのか述べなさい。

企業の社会的な活動や取り組みを支援する客観的な評価手法がなければ、CSRへの積極的な取り組みも、その成果が消費者や取引先、投資家、従業員等のステークホルダー（利害関係者）に認知されず、企業価値の向上にはつながらないからである。

## 第4章 経営戦略

### コンピュータのデル社は、独自の競争環境を発見して強力な競争的地位を築いたといわれる。それはどのような競争環境かを考えなさい。

デル社はパソコンの世界シェア1位の会社である。その地位を築き上げることが可能だったのは、変化する競争環境に適切に対応した経営戦略を展開したからである。まず、同社が認識したのは、パソコンに関する技術や知識の社会的拡散である。従来パソコンは、IBMやAppleが製作したものをパソコンショップで販売していた。

この前提になっていたのは、コンピュータに関する知識は製作者に主に存在し、専門店がその次、消費者はそれがないことであった。だから、製作者のつくった機能のものを専門店のアドバイスを受けながら購入し、修理などアフターサービスについても依存するというビジネスモデルができあがっていたのである。

しかし、Windows（OS）とIntel（CPU）が事実上の世界標準技術となると、パソコンに関する知識の学習は、部品メーカーや量販店、そして一般消費者の間で急速に進行した。部品メーカーや量販店が自作のパソコンを提案したり、消費者がみずから部品を買い集めて自作する時代に変化したのである。これは、IBMやAppleのような、みずから製品技術を開発して製作するメーカーだけではなく、デルのように部品を外部から調達し、組み立てまで外注する「メーカー」の存立も可能にした。必要なのは、システムとしてのパソコンの設計能力だけである。

次に認識された環境変化はインターネットの発達である。これが加わって、パソコンビジネスの実際の支配は、消費者の手に移ったといえよう。顧客はさまざまな媒体で知りうるパソコン情報をもとに、組み立てメーカーの提案を参考にし、予算と相談しつつそれを

自分の好みに変更して購入することが可能になった。それを支えるインフラストラクチャーが、インターネットである。

デルは、インターネットを通じた直接販売方式を採用し、個別の顧客ニーズに迅速に応じたパソコンを設計し、その注文情報をサプライチェーン管理に利用して効果を上げた。デルと供給業者、デルと顧客はインターネットで直接、安価にリンクされ、ニーズに適確に合致した製品を迅速に市場に提供することが可能になったのである。消費者という支配者の多様で変化するニーズに、デルは最もよく応えられる体制を採ったのである。

この方式は、消費者がパソコンに支払うトータル・コストも削減した。部品は世界標準で大量に、しかもアメリカ合衆国に比べれば労働コストのはるかに低い国で生産され、組み立てもまたコスト面で有利なところに外注されている。また、卸売商や販売店という中間商人が省かれたため、その分のコストが節約されたのである。

### **パソコンの CPU メーカー、インテルと AMD の競争のための基本戦略を比較しなさい。**

インテルは、いち早くオペレーションソフトのデファクトスタンダード（事実上の世界標準）ウィンドウズ搭載パソコン用 CPU の開発と生産に経営資源を集中した。世界のパソコンメーカーが同社の顧客となり、市場における独占的地位を築き上げた。同社はその地位を守るため、矢継ぎ早に CPU の高性能化を図り、高価格の維持と買い換え需要の喚起に成功した。これらは、パソコンの新規ユーザーの急拡大とあいまって、同社の地位を強固にしていっていったのである。

AMD は、その独占的地位に挑戦するべく、相対的高性能と安価を実現したインテル互換 CPU を開発し、販売を開始した。特に個人の自作 PC ユーザーは、その良好なコスト・パフォーマンスに着目し、やがてパソコンメーカーも一部のコスト・パフォーマンス志向モデルに搭載を始めるに至った。こうして、同社の顧客は着実に増加していった。インテルの主導的地位は揺るがないものの、その独占的高価格政策は見直しを迫られ、AMD 社は一定の市場的地位を確保した。ユーザーは、競争のもたらすメリットを享受できるようになった。

### **トヨタ自動車のホーム・ページに掲載されている海外生産会社一覧を調べて、完成車、部品それぞれの生産会社がどの国に存在し、どのような進出形態をとっているかを調べて、そのグローバル・ロジスティクスを理解しなさい。**

一般に海外市場へのアプローチとしては、OEM 供給、輸出、ノックダウン生産、完成品現地市場生産、グローバル志向生産拠点設置がある。

自動車産業は関連産業の裾野が広く、その盛衰は国の経済力興廃に深く関係するため、自国市場を外国自動車メーカーから守ろうとの産業保護政策の影響を大きくこうむる。トヨタ自動車の海外生産 46 工場のうち、北米には 11 工場が置かれている。同市場は巨大な自動車市場であり、はじめトヨタ自動車は輸出でアプローチしていたが、市場シェアの高まりにつれ、完成車の現地市場生産に乗り出し、保護主義的政策に対応しようとした。

その政策は、単に完成車が国内や域内で生産されるだけでなく、使用部品もまた同様であることを求めたので、現地工場ができた当初は大量に日本から輸出された部品も、次第に現地で生産・調達されるようになった。米国市場は自動車に関して世界最先端の市場であり、そこでの動向は、世界の自動車市場の先行きを大きく左右する。そのため、生産工場だけではなく、技術開発センターやデザインセンターをも置き、最先端の動きの探索と新車への応用に利用している。

日本を除くアジア市場には、17工場が置かれている。完成車組み立て工場に加えて、エンジン工場、部品工場そして鍛造工場が置かれており、原材料や部品段階からの製造が進められている。そのうち、中国には7工場が立地している。中国には技術センターも置かれている。中南米、アフリカ、オセアニア、中東・南西アジア地域では、現地生産工場の数に比べてマーケティング拠点や輸入拠点多く、輸出によって対応する割合の多いことがうかがえる。ヨーロッパには、生産工場が6カ所置かれる一方で、研究開発センターが3カ所設けられ、欧州の自動車技術の摂取と活用が積極的に進められている。

## 第5章 経営組織

### **バーナードによる組織の定義と「有効性と能率」の概念について、説明しなさい。**

バーナード (Barnard, 1938) は、組織を「2人以上の人々の意識的に調整された諸活動や諸力の体系(システム)」と定義している。組織が協働体系であることを明確にしたばかりでなく、特に協働の動態的側面である活動を組織の本質であるとしてとらえている。また組織の成立要件として、共通目的、貢献(協働)意欲、コミュニケーションをあげている。この3要件によって成立する組織は、組織の内外の均衡を維持することによって存続する。組織の長期的存続のためには、有効性(effectiveness)と能率(efficiency)の2つが不可欠である。組織の有効性は、目的の実現であり、その達成度合を意味する。一方、組織の能率は組織における個人(構成員)の満足であり、その度合である。すなわち、組織の個人から貢献を引き出すための誘因の創出する能力にかかわっている。

### **サイモンの意思決定の意味と「制約された合理性」について、説明しなさい。**

意思決定はあらゆる人間行動の前提となるものであり、行動は意思決定の結果である。サイモンは、意思決定を事実前提と価値前提の2つの決定前提からなるととらえ、この両者の違いを経験的検証が可能か否かによるものとしている。組織の視点から考えるならば、価値前提は組織の目的に関することであり、事実前提は組織目的を達成するための手段となる。サイモンは意思決定の分析を事実に関する問題とし、所与の目的を達成するための合理的手段の問題として展開している。

この合理性は、目的とそのためを選択される手段との整合性を示す概念であり、意思決定の合理性は既定の目的を達成するために有効な手段が選択される時に確保されることになる。

意思決定過程のなかで、複数の代替案から1つの代替案を選択する場合には、最適化基準にもとづき最適な代替案を選択する。これを最適化意思決定と呼ぶが、現実的には人間の予測や知識の不完全さから最適化による意思決定も難しい。したがって、人間を「制約された合理性」をもつ存在ととらえ、満足化基準による意思決定(満足化意思決定)が妥当であるとする。

### **組織と情報技術の関係について、3つのタイプに分類し、説明しなさい。**

組織と情報技術の関係において、J. ウッドワード以来の、技術が組織構造に一方的に影響を及ぼすという「技術決定論」的な関係だけではなく、逆に「組織が情報技術に影響を及ぼす」という考え方、「相互依存的な情報技術と組織の関係」という考え方がある。島田(1995)はこの関係を、3タイプに分類している。それは「情報技術と組織が関係しない

もの( A )、 「組織が情報技術に従うもの( B )」、 「情報技術が組織に従うもの( C )」である。 Aタイプは情報技術を活用したシステム開発と組織構造の変化に関係がないタイプである。このタイプはさらに、新たな情報システムを用いずに組織構造を変化させるケースと従来の組織を維持しながら情報技術を利用するケースに大きく分けられる。前者は情報化をとまなわない組織変革に対して、後者は組織変革をとまなわない情報化である。 Bタイプは、情報化が組織変革を促進するというものである。代表的なコミュニケーション・ツールとして、電子メールはコスト削減や生産性の向上につながるばかりでなく、従来の業務遂行の方法や組織構造までも変えることになる。情報技術の利用・活用により仕事の方法や組織構造を変えるのが Bタイプである。このタイプとはまったく逆なのが、 Cタイプである。これは理想とする組織があり、その上でその理想や目的を実現するために情報技術を用いるというものである。リエンジニアリングによる変革は、このタイプである。そして情報技術が進展している今日では、 Aタイプは減少し、 BとCタイプは明確な区別が難しくなっており、組織と技術の共進化が進展している。

## 第6章 人的資源管理

**日本の人事管理の特徴といわれる終身雇用制のメリット、デメリットについて、まとめなさい。**

メリット

- ・人材育成や能力開発を計画的に進めることができ、安定した人的資源管理が行いやすい。
- ・人事計画が立てやすいので長期・中期経営計画が行いやすい。
- ・従業員の企業に対する帰属意識や忠誠心が高くなり、安定経営がしやすくなる。

デメリット

- ・企業を取り巻く環境の変化に、従業員を削減したり出向させたりすることに対し、柔軟に対応することがしにくい。
- ・従業員に対して雇用の安心感がマンネリ感を生み出し、職場や企業の組織が活性化しにくくなる可能性がある。
- ・従業員の加齢とともに、必ずしも能力と仕事のレベルが比例せず、賃金が上昇傾向となりやすく、人件費管理が難しくなりやすい。

**日本の人事管理はどのように変化しているのでしょうか。その特徴を箇条書きにまとめなさい。**

年功主義人事管理（従来）

- ・日本的雇用慣行である、  
「年齢とともに成果が上がる」という考えからの年功序列制  
「安心して働ける環境」としての終身雇用制  
「企業内家族主義」の考えの企業内労働組合  
が前提条件となっていた。

能力・成果主義人事管理（現在）

- ・職能資格制度を中心とし、能力は教育や経験によって上昇し、能力は成果に反映されるとの考え方。

- ・職能資格制度（職能要件書）を中心に教育制度、評価制度、賃金制度、昇進・昇格制度が結びついた人事管理体系になっている。
- ・人事評価制度が重要視され上司の絶対評価と上司・従業員との目標設定のすり合わせが大切である。

#### **企業において従業員の能力と仕事の関係について、どうあるべきかまとめなさい。**

- ・従業員の能力と与えられる仕事の関係は適材適所という関係でイコールとなることが基本である。そうでなければ人事評価をするときに『職能要件書』を基本として平等、公平な評価が困難となる。
- ・しかし、必ずしも人材の関係で一致しない場合もあり、人事評価では十分に考慮する必要があるとともに昇給などで不利益をこうむらないようにする必要がある。
- ・また、能力を仕事に発揮するのは当然であるが、仕事に対する態度・姿勢が重要である。つまり、仕事に対して自律的態度が求められる。

## 第7章 ロジスティクス

#### **従来の物流とロジスティクスの違いについて述べなさい。**

従来の物流では、工場にて生産した商品をどのように市場に届けるかといった問題が焦点であった。この時点では、物流は付加価値をともなう作業とは言い難く、費用最小化の考えが主流であった。ロジスティクスでは、調達、生産、販売といった一連の供給の流れにおいてももの流れを最適化する考え方である。これは、単一部門での最適が必ずしも全体での最適を実現しているとは限らず、大局的な視点が必要となる。

#### **SCM が意識されるようになった背景は何かを述べなさい。**

従来は調達、生産、販売の各部門は各部門内における改善活動を進めることにより部分最適を目指していた。単一商品を大量に生産し、販売していた時代にはこの方法は利益の最大化を実現するものであった。しかし、顧客のニーズが多様化する現代では、各部門での最適は、過剰な部品在庫、生産能力、そして販売在庫を抱える結果となった。そこで重要となったのが一連の供給連鎖を対象とした SCM の考え方である。また、このような問題解決を可能にする情報技術（IT）の進展も SCM が注目された大きな要因である。

#### **IT がロジスティクスにどのような影響を与えるか述べなさい。**

情報技術（IT）の進展が SCM といった全体最適の概念を可能にしたことについてはすでに述べたとおりである。ロジスティクスの各業務では、効率的な運行計画の立案において有効なツールとして活用される一方、刻一刻と変化する状況にも柔軟な対応が可能となったことも IT の恩恵であろう。また、運搬車両に携帯端末を搭載することにより、荷物のタイムリーな管理も実現可能となった。このことは今日重要とされている顧客満足（CS）の向上にも通じロジスティクス業務での付加価値の提供を実現している。

#### **循環型社会の実現に向けてのロジスティクスの役割について述べなさい。**

循環型社会の実現に向けて、廃棄物の抑制、資源として再使用、再利用する、廃棄物の適切な処分といったことが必要である。ロジスティクスではこれまで見過ごされて

いた静脈物流へ着目することにより、循環型社会の実現へと貢献が可能である。特に、製品を販売した後、使用済み商品の適切な回収の仕組みを構築することが重要となる。これらの業務は単独企業での取り組みはさまざまな面で困難をともなうため、企業連盟もしくは3PLがこれら業務の提案などを行うことも重要であろう。また、ムダな輸配送自体が排気ガスによる環境汚染を引き起こす原因であるため、効率的なロジスティクス業務の遂行そのものが環境に与える影響が大きいといった認識も必要である。

## 第8章 マーケティング

**営業と比較したマーケティングの定義について言及し、この分野の範囲について述べなさい。**

一般の辞書では、「市場調査・流通経路・広告なども含む製造計画から最終販売までの全過程」とされている。営業はマクロ的視野によるマーケティング計画の実行担当として、ミクロ的な位置づけにあり、マーケティング全体の一部である。1950年代以降、学問体系として設立した現在のマーケティングは、『顧客・消費者の欲求充足を通じて企業利益を獲得するための統合的な管理活動』とされている。マーケティングは製造から販売そして販売後のサービスのすべてを含むため、資材、財務、生産管理など経営学の分野をすべてにも目を向ける必要がある。同時に、生きた顧客との関係を考慮するため、人文学的な接近も必要な科目である。

**マーケティングで最も考慮すべきこと、追求すべきものは何か。経済学での価格設定とマーケティングでの価格設定の違いを含めて説明しなさい。**

経済学では内部利益の極大化が企業の存在理由であるが、マーケティングの視点はずねに最終顧客、すなわち消費者中心であり、「企業は顧客の喜びを追求するのが目的であり、利潤は付随的なもの」と考える。したがって、経済学では原価に利益を上乗せしたものを価格と考えるのに対して、マーケティングでは「お客様の満足から原価を引いたものが利益である」と逆の発想をする。また、商品も「作ったモノを売る」のではなく、「売れるモノを作る」といったマーケット・イン型の低圧的マーケティングを考える。

**マーケティングの4Pとは何か。簡単に説明しなさい。**

製品(Product)、価格(Price)、促進(Promotion)、販路(Place)のことで、消費者の欲求にかなった製品計画、ブランドイメージを維持しつつ消費者に受け入れられる品質に見合った戦略的価格設定、人的販売、広告、パブリシティなどによる販売促進、製品とブランドのイメージや競争優位性を計画的・効果的に形成し、かつ大量販売を実現するのに最も適切なマーケティング経路の設定をいう(詳細と具体例は事例を参照のこと)。

## 第9章 会計・ファイナンス

**会計の役割と機能について述べなさい。**

会計の役割としては株主・債権者・従業員・政府・消費者などの利害関係者に対して、利害間の調整や各意思決定に有用な情報を報告することにある。会計の機能は、企業の経

営活動を貨幣単位（数値）で測定し、企業に投下された資本の循環過程を処理することである。

### **簿記とはどのような技術か述べなさい。**

企業会計は財務諸表で報告する会計情報を作成するために、日々の経営活動の成果を正確かつ継続的に記録しなければならない。この経営活動の成果を一定のルールに従って記録・計算・集計・整理する技術が簿記である。また簿記といえば一般的に貸借平均の原理にもとづく複式簿記を指す。

### **知的財産会計が検討されるに至った要因について述べなさい。**

近年において知的財産の重要性が認識されるに従い、国家戦略として知的財産戦略が立案されたことに加え、企業も積極的に活用しようとする動きがみられるようになった。そのため知的財産を評価し、計上する役割を果たす知的財産会計が検討されている。

### **ファイナンスについて述べなさい。**

ファイナンスは、主に企業の資金調達のことをさす。資金調達には大分して、直接金融として主に株式を発行するものと、間接金融として主に金融機関から借り入れる方法など、さまざまな手法がある。金融において、投資家・債権者ともに財務情報は重要な情報となる。

### **負債のことを何資本といいますか。**

他人資本および借入資本という。資産に対して、負債・資本はその調達方法を示し、他人の資本で調達したか、自分の資本で調達したかを表す。資本は特に自己資本という。このように財務分析では、このような他人資本および自己資本の理解がベースとなる。

### **SRI について述べなさい。**

SRI は、社会責任投資を意味する。企業社会責任を果たしている企業に積極的に投資を行うというファンドである。注目度が高く、現段階では安定度が高いと評価されている。

### **インテグリティについて述べなさい。**

インテグリティは、経営の誠実さを意味する。SRI 等の評価尺度として用いられる。

### **次の財務データから、ROI を計算しなさい。**

現金	500,000	売上高	2,000,000
買掛金	100,000	営業利益	250,000
借入金	200,000	経常利益	200,000
社債	300,000		
資本合計	300,000		

$$25\% = \text{経常利益} \div (\text{借入金} + \text{社債} + \text{資本合計}) \times 100$$

## 第 10 章 e ビジネスとビジネス様式

**電子マネーの利用が難しいと思われる事例をあげ、その理由を説明しなさい。**

通信回線が利用できないかコストの高い離島などでは、決済を行うための通信コストがかかり、特に小額決済においてはコストに見合わない可能性がある。

**個人情報流出の事例を調べ、どこから、どのようにしてそのデータが流出したのかをあげ、どのようにすれば事前に情報流出を防ぐことができたのか、考察しなさい。**

( 解答例では特定の事件をとりあげるとは避けませんが ) 業務委託先での問題点が多く、ID およびパスワードの使いまわしによる情報の流出が日常化している。情報を取り扱う人間の個人認証に ID、パスワードなどの脆弱なシステムではなく、指紋認証などのバイオメトリクス認証を併用し、認証情報は本部コンピュータで管理するなどの対策をとれば流出を防ぐことができたと考えられる。

**高度情報通信ネットワーク時代のビジネス様式について、300 字以内で述べなさい。**

高度情報通信ネットワーク時代には、実際の世界に存在するリアル市場のほかに、高度通信ネットワーク上にサイバー市場が存在する。また、この時代には、大量生産により産出される標準化された仕様の製品のほかに、顧客の問題を解決するソリューションが製品として顧客に提供される。そのため、企業が、どの市場にどの製品を投入するかにより、特徴が異なる 4 種類のビジネス様式を類型化することができる。

そこで、企業は、これらのなかでどの様式でビジネスを行うかを考える必要がある。また、企業は、変化の激しい今日の経営環境に適應するために、複数のビジネス様式に資源配分を行うことで、新たなビジネスチャンスを期待することができる。

## 第 11 章 企業サイトデザイン

**企業サイトの目的として効果があるものを 2 つあげて、その理由を述べなさい。**

たとえば、下記のような目的が考えられる。

製品や商品案内とその販売

いわゆる e ビジネスであり、これによって従来とは異なった販路を開拓でき、売上増大が期待できる。

材料や部品の購入

これも e ビジネスであり、必要とする内容や品質 ( 仕様 ) をネット上に発信し、仕入先からの応募を受けることになる。これによって、全世界的な規模で、よりよいものをより安価に購入することが期待できる。

社員の募集

企業サイトで社員の募集を行うことによって、広範囲に内容を知らせることができる。さらに、応募もネット上で行われることになるので、受信されたデータの整理や処理はパソコンで行うことができる。したがって、募集処理の効率化が期待できる。

### **アクセサビリティとユーザビリティについて、その重要性を説明しなさい。**

アクセサビリティがよくないことは、ユーザの利用が少ないことを意味するので、企業サイトの目的が十分に達せられないことになる。したがって、多くの企業サイトのなかから自社のものが目にとまるようなデザインと改善が重要になる。

また、ユーザビリティとは利用のしやすさを表しているので、企業サイトがユーザにとって使いやすいようなデザインが重要になる。とくに、多くのページ間の関連（リンク）を利用者の立場で考えておくことが必要になる。

### **Web プロデューサがソリューション能力を必要とする理由について述べなさい。**

Web プロデューサとは開発依頼者の要望に合うよう、企業サイトを想定し、まとめる技術者である。したがって、開発依頼者に対して効果のある企業サイト構想（コンセプト）を提案できることが重要になる。すなわち、この構想やコンサルティングによって、開発依頼者が抱えている問題を解決できること、すなわちソリューション能力が求められるのである。そして、開発依頼者がその能力に満足して注文を出してくれることになる。

## **第 12 章 ビジネスゲームと起業家育成プログラム**

### **ビジネスゲームについて述べなさい。**

ビジネスゲームとは、「取扱商品・仕入条件・販売条件などを与え、仕入数量・販売価格・広告費などを意思決定させ、利益などを競わせるもの」である。簡易で基礎的なビジネスゲームとして、「BG21」がある。ビジネスゲームを通じて、意思決定を行い、他社比較を含めた総合的な視野からデータ分析を行い、また自社の意思決定や業績結果にもとづいてプレゼンテーションを行うことを通じて、意思決定能力・データ分析能力・プレゼンテーション能力の育成が図られる。このようなビジネスゲームは、起業において必要不可欠な能力育成の1つの手段として、その有効性は非常に高いと思われる。

### **「12-2 起業家育成プログラム」の有効性について述べなさい。**

「12-2 起業家育成プログラム」を通じて、みずからが考え、自己責任のもとでみずからが判断し、実行しており、「考える力」が、日を追うごとに着実に身につけていると考えられる。また、多くの生徒が、休憩時間を返上して課題に取り組むなど、参加者全員が非常に積極的に取り組み、楽しみながら参加していたと思われる。このように、このプログラムは、全体を通じて、非常に教育効果の高いプログラムである。

## **第 13 章 産業の情報化と経営学の学習**

### **図表 13-1 は何を意味しているのか説明しなさい。**

これからの社会では、すべての産業が情報技術を基盤（インフラストラクチャー）として成り立つことになる。そして、そのためには情報産業が中心となり、GNP（国民総生産）の最大部分を占めることになる。

ただし、情報産業は下記の3種類に分類される

コンピュータや情報ネットワーク等を作成する「基幹情報産業」

「基幹情報産業」の製品を実社会で有効に利用するための製品を作成する「支援情報産業」

そして、個々の情報システムを開発する「開発情報産業」

### **これからの企業と顧客との関連をインターネットとの関係から述べなさい。**

情報経済の進展とともに顧客の要望は多様化、個別化してくる。そのため、企業は顧客の求める情報を発信し、顧客からの反応を迅速に受信して対応することが必要となる。

これによって、企業は顧客の要望を迅速に実現し、顧客満足を得ることも可能となる。そのために、従来になかったネット上での取引が進展している。この傾向は、顧客主体のビジネスを実現するといわれている。

### **ビジネススクールについて述べなさい。**

ビジネススクールとは、大学を卒業して企業で働くビジネスパーソンに、最新のビジネスの知識を実践的に教育する大学院のことである。アメリカのビジネススクールを修了すると、MBA (Master of Business Administration) という経営学修士の学位が与えられる。日本の専門職大学院としてのビジネススクールを修了すると、経営管理修士 (専門職) などの学位が与えられる。

### **3言語の活用能力について述べなさい。**

3言語の活用能力とは、自然言語としての英語の活用能力、人工言語であるコンピュータ言語としてのIT活用能力、ビジネス言語としてのビジネス知識の活用能力のことである。ビジネスパーソンとしてキャリアアップをするためには、3言語の活用能力を高める必要がある。