

No	大分類	中分類	問題文	正解	解説
1	企業活動	経営・組織論	<p>企業活動に欠かせない4大資源の組み合わせとして、適切なものはどれか。</p> <p>1 カネ、健康、ヒト、モノ 2 カネ、情報、ヒト、モノ 3 カネ、人脈、ヒト、モノ 4 カネ、天候、ヒト、モノ</p>	2	<p>従来は、企業経営に欠かせない3大資源として、「ヒト(人)、モノ(物)、カネ(金)」が挙げられていた。</p> <p>最近では、第4の資源として「情報」が追加された。</p> <p>誰もがITを活用し、短い期間で世の中の動向が変化する現代においては、情報はヒト・モノ・カネ以上に企業の存続のために必要な資源として扱われる。</p>
2	企業活動	経営・組織論	<p>企業が社会に対して果たすべき責任を意味するものはどれか。</p> <p>1 BCP 2 CDP 3 CSR 4 OJT</p>	3	<p>CSR(Corporate Social Responsibility)は、企業の社会的責任を表す言葉である。</p> <p>企業は、利益の追求だけではなく、株主、債権者、取引先、地域住民といったすべての利害関係者との良好な関係を築く社会的責任がある。</p> <p>また、社会の一員として雇用や環境などに企業活動が及ぼす影響に対する責任を自発的に果たす必要がある。</p>
3	企業活動	経営・組織論	<p>企業の使命や存在意義などについての基本的な考え方はどれか。</p> <p>1 企業理念 2 株主総会 3 ステークホルダ 4 ディスクロージャ</p>	1	<p>企業理念は、企業が活動するにあたり、その目的や使命、存在意義などについての基本的な考え方(姿勢、行動基準など)を明確にし、明文化したものである。</p> <p>企業理念は、基本的に変化することのない普遍的な理想を示したものである。</p>
4	企業活動	経営・組織論	<p>企業の経営活動に関わる利害関係者はどれか。</p> <p>1 グリーンIT 2 ステークホルダ 3 ディスクロージャ 4 メンタリング</p>	2	<p>ステークホルダは、企業の経営活動に関わる利害関係者のことである。</p> <p>株主や投資家、債権者、取引先、従業員だけでなく、地域住民なども含まれる。</p> <p>企業には、ステークホルダとの良好な関係を構築する社会的責任がある。</p>
5	企業活動	経営・組織論	<p>ITを活用することにより、環境保護に貢献する考え方はどれか。</p> <p>1 グリーンIT 2 コーポレートブランド 3 ステークホルダ 4 ディスクロージャ</p>	1	<p>グリーンITは、企業が環境保護に貢献する考え方である。</p> <p>IT機器を利用する際の省エネルギーや資源を有効活用すること、IT機器を有効に利用することにより、二酸化炭素の排出を削減することなどがある。</p> <p>電子会議システムを有効活用することで移動を削減する等の方法がある。</p>
6	企業活動	経営・組織論	<p>企業の経営状況や活動成果などの情報を外部に開示するものはどれか。</p> <p>1 コーポレートブランド 2 ステークホルダ 3 ダイバーシティ 4 ディスクロージャ</p>	4	<p>ディスクロージャ(Disclosure)は、企業の経営活動や活動成果などの情報を外部に開示(情報公開)することである。</p> <p>株主、投資家などの利害関係者に決算情報などを適切に公開し、経営の透明性を高めることで信頼関係の構築や企業価値の向上につなげる。</p>
7	企業活動	経営・組織論	<p>明確な課題解決のために、一定期間だけ編成される組織はどれか。</p> <p>1 事業部制組織 2 機能別組織 3 プロジェクト組織 4 マトリックス組織</p>	3	<p>プロジェクトは、明確な課題解決のために一定期間だけ実施される業務である。</p> <p>プロジェクトに必要な人材を各ジャンルから集め、プロジェクトの遂行に必要な資質を持つ人材で編成した組織が、プロジェクト組織である。</p>

8	企業活動	経営・組織論	一人の人間が、複数の指揮命令系統に所属する組織はどれか。 1 事業部制組織 2 職能別組織 3 プロジェクト組織 4 マトリックス組織	4	マトリックス組織は、一人の人間が複数の指揮命令系統に所属する組織である。 人材の有効活用ができること、部門間の隔たりをなくし組織の調和が図れるという利点がある一方、指揮命令系統が複数になることで責任の所在に問題が発生する場合があるという欠点も存在する。
9	企業活動	経営・組織論	持続可能な開発目標と言われる、国際社会共通の目標はどれか。 1 IoT 2 CSR 3 HRM 4 SDGs	4	SDGs(Sustainable Development Goals: 持続可能な開発目標)は、2015年9月に国連で開かれたサミットの中で、2030年までの長期的な開発目標として世界のリーダーによって決められた、国際社会共通の目標である。
10	企業活動	経営・組織論	災害などで企業が被災した場合でも、早期に事業を復旧するための手順を策定したもののはどれか。 1 BCP 2 CSR 3 HRM 4 PDCA	1	BCP(Business Continuty Plan: 事業継続計画)は、大災害などで企業が被災した場合でも、早期に事業を復旧・継続できるように手順などをあらかじめ策定する計画のことである。 BCPを策定する際には、自然災害や火災などの予期しない事態によって業務が停止した場合の事業への影響を分析するビジネスインパクト分析が行われる。
11	企業活動	経営・組織論	多様性を受容し、様々な人材を活用しようという概念はどれか。 1 ダイバーシティ 2 タレントマネジメント 3 メンタリング 4 ロールプレイング	1	ダイバーシティは、個々の人間としての違い・多様性を受容し、様々な人材を活用しようという概念のことである。 多様性とは、性別や人種、年齢といった外観的なものだけでなく、性格や価値観、思考といった内面的なものも含まれる。
12	企業活動	経営・組織論	意思決定をするためのフレームワークで、明確な工程のない課題に有効なものはどれか。 1 BCP 2 OJT 3 OODAループ	3	OODAループは、先の見えない状況の中でも迅速に意思決定を下し、迅速に行動に移すためのフレームワークである。 O(Observe: 観察)→O(Orient: 仮説構築)→D(Decide: 意思決定)→A(Act: 実行)の4つのステップを素早く繰り返すことで、変化に対して臨機応変な対応が可能となる。
13	企業活動	経営・組織論	工程が明確になっている業務の生産効率向上に用いられるフレームワークはどれか。 1 BCP 2 OJT 3 OODAループ	4	PDCAサイクルは、「決められた工程をいかに低いコストで進め、高い生産性を発揮するか」という課題に対する改善を図るのに最適なフレームワークである。 P(Plan: 計画)→D(Do: 実行)→C(Check: 評価)→A(Act: 改善)の4つのステップを繰り返すことによって、業務を継続的に改善する。
14	企業活動	経営・組織論	学習者一人ひとりの能力や習熟度に合わせて学習方法を選択するものはどれか。 1 e-ラーニング 2 アクティブラーニング 3 アダプティブラーニング 4 リテンション	3	アダプティブラーニング(Adaptive Learning: 適応学習)は、学習者一人ひとりの能力や習熟度に合わせて学習教材や学習方法を選択する手法である。 個々の能力や適切な学習方法を提案するためにICTやAIが活用されることも多い。

15	企業活動	経営・組織論	<p>企業にとって優秀な人材を自社に確保しておくための施策はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 グリーンIT 2 ステークホルダ 3 ディスクロージャ 4 リテンション 	4	<p>リテンション(ReTention)は、直訳すると「保持、維持」の意味で、人事的な意味合いでは「人材を維持するための施策」を意味する。優秀な人材が社内から流出してしまうと、新たな社員を採用・育成するコストが増加する。リテンションを強化することによって、優秀な人材を定着させ、社内に技術とノウハウを蓄積させることができる。</p>
16	企業活動	経営・組織論	<p>職場に似た状況を設定し、その中での役割を演じることで実務を擬似体験する研修方法はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 ダイバーシティ 2 タレントマネジメント 3 メンタリング 4 ロールプレイング 	4	<p>ロールプレイングは、Role(役割)とPlaying(演じる)を組み合わせた言葉である。職場に似た状況を設定し、その中での役割を演じることで実務を擬似体験する。能力を鍛えられる状況を意図的に設定し、自ら考える機会が得られることから、即戦力のあるスキルの習得につながる。</p>
17	企業活動	経営・組織論	<p>従業員個々のスキルや経験を一元管理するものはどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 コーチング 2 ダイバーシティ 3 タレントマネジメント 4 メンタリング 	3	<p>タレントマネジメントは、従業員を人的資源としてとらえ、社員の基本的な情報に加え、個々の持つスキルや経験、資質などの情報を一元管理することにより、戦略的な人事配置や人材育成を行うことである。</p>
18	企業活動	経営・組織論	<p>質問型のコミュニケーションにより、自発的な行動を促すことで成果を出させる方式はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 コーチング 2 ダイバーシティ 3 タレントマネジメント 4 メンタリング 	1	<p>コーチングは、指導者(コーチ)が育成対象者との対話を通じて考え、行動するとともにスキルを身につけさせ、成果を出させる手法である。質問型のコミュニケーションにより、本来個人が持っている能力や可能性を最大限に引き出し、自発的な行動を促す。</p>
19	企業活動	経営・組織論	<p>従業員のメンタル面での健康度を示す概念はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 コーチング 2 ダイバーシティ 3 タレントマネジメント 4 ワークエンゲージメント 	4	<p>ワークエンゲージメントは、仕事に関連するポジティブで充実した心理状態であり、活力、熱意、没頭によって特徴づけられる。特定の対象、出来事、個人、行動などに向けられた一時的な状態ではなく、仕事に向けられた持続的かつ全般的な感情と認知である。</p>
20	企業活動	経営・組織論	<p>経験豊富な指導者が、対話や助言によって自発的な成長をサポートするものはどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 ダイバーシティ 2 メンタリング 3 ワークエンゲージメント 	2	<p>メンタリングは、メンターと呼ばれる経験豊富な指導者が、組織内の若年者や未経験者と継続的にコミュニケーションをとり、対話や助言によって本人の自発的な成長をサポートすることである。</p>

21	企業活動	経営・組織論	<p>職場内で実際の仕事を通じて研修を進めるものはどれか。</p> <p>1 CDP 2 MBO 3 Off-JT 4 OJT</p>	4	<p>OJT(On the Job Training)は、職場内での実際の仕事を通じて、上司や先輩の指導のもとに、知識や技能・技術を習得する研修のことである。職場内訓練ともいう。</p>
22	企業活動	経営・組織論	<p>従業員の将来をイメージし、将来設計に向けて計画的に人材育成を行うものはどれか。</p> <p>1 CDP 2 MBO 3 Off-JT</p>	1	<p>CDP(Career Development Program)は、仕事を通じて得た経験や専門的なスキルの修得状況に基づき、従業員の将来をイメージし、将来設計に向けて計画的に将来設計を実現できるように人材育成を行うことである。</p>
23	企業活動	経営・組織論	<p>上司ではなく、担当者自身が目標の設定と実行管理を行う制度はどれか。</p> <p>1 CDP 2 HRM 3 MBO 4 OJT</p>	3	<p>MBO(Management by Objectives: 目標管理制度)は、担当者自身が達成すべき目標の設定とその実行管理を行う制度である。自らが定めた目標の達成度が、昇給や賞与、昇進などの評価に反映される。</p>
24	企業活動	経営・組織論	<p>人材は重要な資産であるという認識のもとで、人材を扱う活動はどれか。</p> <p>1 CDP 2 HRM 3 MBO 4 OJT</p>	2	<p>HRM(Human Resource Management: 人的資源管理)は、人材が組織の重要な資産であるという認識のもとで、採用や配属、育成、評価などを総合的かつ計画的に取り扱う活動のことである。</p>
25	企業活動	経営・組織論	<p>人事業務に科学技術を適用して業務の改善や効率化を図るものはどれか。</p> <p>1 CDP 2 HRテック 3 MBO 4 OJT</p>	2	<p>HRテックは、HR(Human Resource: 人的資源)とTechnology(科学技術)を組み合わせた造語である。クラウドやデータ解析、人工知能など、最先端のテクノロジーを使って、採用・育成・評価・配置などの人事関連業務を行う手法のことである。</p>
26	企業活動	経営・組織論	<p>情報通信技術の目覚ましい発展により、産業構造が大きく変わる技術革新はどれか。</p> <p>1 第1次産業革命 2 第3次産業革命 3 第4次産業革命 4 第5次産業革命</p>	3	<p>第4次産業革命は、情報通信技術(ICT)の目覚ましい発展により、産業構造が大きく変わり、新たな経済価値が生まれる根幹を成す技術革新のことである。第4次産業革命の3本柱となるのが、IoT、AI、ビッグデータである。</p>

27	企業活動	経営・組織論	<p>サイバー空間とフィジカル空間を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Society 3.0 2 Society 4.0 3 Society 5.0 4 Society 6.0 	3	<p>Society 5.0は、内閣府の「第5期科学技術基本計画書」で、「サイバー空間(仮想空間)とフィジカル空間(現実空間)を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会(Society)」と定義されている。</p> <p>狩猟社会(Society 1.0)、農耕社会(Society 2.0)、工業社会(Society 3.0)、情報社会(Society 4.0)に続く、新たな社会を指すものである。</p>
28	企業活動	経営・組織論	<p>データを収集し、収集したデータを元に次のアクションを決めたり、意思決定を行ったりするものはどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 イベント駆動型 2 データ駆動型 3 データ中心アプローチ 4 プロセス中心アプローチ 	2	<p>データ駆動型とは、データを収集し、収集したデータを元に次のアクションを決めたり、意思決定を行ったりすることである。</p> <p>似た用語として、要求をきっかけにアクションや意思決定を行う要求駆動型、特定のイベントが発生したときにアクションを行うイベント駆動型がある。</p>
29	企業活動	経営・組織論	<p>企業がデータやデジタル技術を活用し、価値提供の方法を抜本的に変えるものはどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 DC 2 DX 3 EC 	2	<p>DX(デジタルトランスフォーメーション)は、企業がデータやデジタル技術を活用し、組織やビジネスモデルを変革し続け、価値提供の方法を抜本的に変えることである。</p> <p>企業の競争優位性を確立することを目的に、ITの活用を通じて、ビジネスモデルや組織を変革する。</p>
30	企業活動	経営・組織論	<p>企業のトップとして経営の責任を負う立場はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 CCO 2 CEO 3 CFO 4 CIO 	2	<p>CEO(Chief Executive Officer: 最高経営責任者)は、企業のトップに立ち、経営の責任を負う最高責任者である。</p>
31	企業活動	経営・組織論	<p>企業の情報化戦略を策定する責任者はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 CCO 2 CEO 3 CFO 4 CIO 	4	<p>CIO(Chief Information Officer: 最高情報責任者)は、企業の情報化戦略の立案や、情報資源管理の戦略策定を担う責任者である。</p>
32	企業活動	業務分析・データ活用	<p>対象の数値が大きい順に並べた棒グラフと、その累積比率を示す折れ線グラフを組み合わせたものはどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 管理図 2 散布図 3 パレート図 4 ヒストグラム 	3	<p>パレート図は、対象の数値が大きい順に並べた棒グラフと、その累積比率を表す折れ線グラフを組み合わせたものである。</p> <p>物事の重要度や優先度を明らかにする手法であるABC分析を実施する際に用いられる。</p>

33	企業活動	業務分析・データ利活用	あるデータ群がもつ2種類の特性を縦軸と横軸に設定し、データをプロットすることで特性間の相関を分析するグラフはどれか。 1 管理図 2 散布図 3 パレート図 4 ヒストグラム	2	散布図は、あるデータ群がもつ2種類の特性について、一方を横軸、他方を縦軸にとって、データをプロットするグラフのことである。 2つの特性の間に相関関係があるかどうかを分析するために利用する。
34	企業活動	業務分析・データ利活用	製品の製造工程などにおいて、製品をサンプリングし、工程に異常があるかどうかを検証する図はどれか。 1 管理図 2 散布図 3 パレート図 4 ヒストグラム	1	管理図は、製品の製造工程などにおいて、製品をサンプリングし、中心線や管理限界線が描かれた平面状にその特性値をプロットする図である。 工程に異常があるかどうかを検証するために利用する。
35	企業活動	業務分析・データ利活用	あるデータ群について、特性の値の範囲を区切り、範囲中のデータの度数を表現するグラフはどれか。 1 管理図 2 散布図 3 パレート図 4 ヒストグラム	4	ヒストグラムは、あるデータ群について特性の値の範囲を区切り、範囲中のデータの度数を表現するグラフである。 データの散らばり具合など、分布を把握するために利用する。
36	企業活動	業務分析・データ利活用	ある特性と、それに影響を及ぼすと思われる要因との関係を整理した図はどれか。 1 アローダイアグラム 2 クリティカルパス 3 特性要因図 4 マトリックス図	3	特性要因図は、ある特性(結果)と、それに影響を及ぼすと思われる要因(原因)との結果を整理して体系的にまとめた図である。 魚の骨のような形状をしていることから、フィッシュボーンダイアグラムと呼ばれることもある。
37	企業活動	業務分析・データ利活用	作業の前後関係を明らかにし、日程計画を立てるために利用する図はどれか。 1 アローダイアグラム 2 管理図 3 特性要因図 4 マトリックス図	1	アローダイアグラムは、作業の前後関係を明らかにし、日程計画を立てるために利用する図である。 作業の順序関係と、作業に必要な時間を矢印で整理して表現する。
38	企業活動	業務分析・データ利活用	日程計画において、もっとも作業日数の長い経路を示すものはどれか。 1 ガントチャート 2 クリティカルパス 3 特性要因図 4 マトリックス図	2	クリティカルパスは、日程計画において、全体の日程の中で最も作業日数の長い経路のことである。 クリティカルパス上の作業が遅延すると、全体の作業が遅延するため、重点的に管理する必要がある。

39	企業活動	業務分析・データ利活用	「相関があるが、因果関係はない」というデータはどれか。 1 擬似相関 2 正の相関 3 負の相関 4 無相関	1	擬似相関は、「相関はあるが、因果関係はない」というデータのことである。 一般に、あるデータの値の変動と、別のあるデータの値の変動が同様の動きをする場合に、その2つのデータの間には相関があると考えられるが、一見すると相関があるように見えるデータの間には、因果関係はない場合が擬似相関である。
40	企業活動	業務分析・データ利活用	中心からいくつかの評価軸を伸ばし、それぞれの評価値をプロットして結ぶものはどれか。 1 アローダイアグラム 2 ガントチャート 3 散布図	4	レーダーチャートは、中心からいくつかの評価軸を伸ばし、それぞれの評価値をプロットして結んだグラフである。 複数項目の比較や、バランスを表現することに適している。
41	企業活動	業務分析・データ利活用	パレート図を利用することで、どの程度の重点管理が必要かを分類する手法はどれか。 1 ABC分析 2 回帰分析 3 擬似相関	1	ABC分析は、パレート図を利用することで、各項目を度数の大きい順に並べた後、累積比率を用いてA群、B群、C群というようにグループ分けする手法である。 一般に管理の重要度は、A群、B群、C群の順となる。
42	企業活動	業務分析・データ利活用	数字や文字のデータを、項目間にカンマを挿入することで表現する形式はどれか。 1 CSV 2 PDF 3 TXT 4 XML	1	CSV(Comma Separated Value)は、数字や文字のデータを、項目と項目の間にカンマを挿入することで表現するデータ形式である。 特定のソフトウェアに依存しないデータ表現形式で、異なるソフトウェア間のデータのやり取りに利用される。
43	企業活動	業務分析・データ利活用	データや情報を過剰に装飾することにより、伝えるべき情報が伝わらなくなるものはどれか。 1 アノテーション 2 チャートジャンク 3 ヒートマップ	2	チャートジャンクは、データや情報を表現する際に派手な色彩や、漫画のようなデザインにより過剰に装飾することで、伝えるべき情報が伝わらなくなることである。 収集したデータや情報を「分かりやすく」かつ「客観的に」表現するためには、チャートジャンクを取り除く必要がある。
44	企業活動	業務分析・データ利活用	あるデータに対して、関連する情報を注釈として付与するものはどれか。 1 アノテーション 2 チャートジャンク 3 ヒートマップ 4 レーダーチャート	1	アノテーション(Annotation)は、あるデータに対して関連する情報を注釈として付与することである。 機械学習において、正解データに注釈を付与することで、正しく学習できる目印を設定する。
45	企業活動	業務分析・データ利活用	企業の様々な活動により得られた、膨大なデータを蓄積したものはどれか。 1 テキストマイニング 2 データウェアハウス 3 データマイニング 4 データサイエンティスト	2	データウェアハウスは、企業の様々な活動により得られた、膨大なデータを蓄積したものである。 蓄積したデータを分析することで、意思決定支援などに用いられる。

46	企業活動	業務分析・データ利活用	企業内に蓄積された膨大なデータを、分類・加工・分析することはどれか。 1 BI 2 アノテーション 3 チャートジャンク 4 データウェアハウス	1	BI(Business Intelligence)は、企業内に蓄積された膨大なデータを、分類・加工・分析することである。 企業の迅速な意思決定に用いられる。
47	企業活動	業務分析・データ利活用	従来のデータベース管理システムなどでは記録や保管、解析が難しいような巨大なデータ群はどれか。 1 BI 2 アノテーション 3 チャートジャンク 4 ビッグデータ	4	ビッグデータは、従来のデータベース管理システムなどでは記録や保管、解析が難しいような巨大なデータ群のことである。 多くの場合、ビッグデータとは単に量が多いだけでなく、様々な種類・形式が含まれる非構造化データ・非定型的データであり、さらに、日々膨大に生成・記録される時系列性・リアルタイム性のあるようなものを指すことが多い。
48	企業活動	業務分析・データ利活用	膨大なデータ群を、統計やパターン認識などの手法を用いて分析するものはどれか。 1 アノテーション 2 チャートジャンク 3 データウェアハウス 4 データマイニング	4	データマイニング(Data Mining)は、データウェアハウスなどの膨大なデータ群を、統計やパターン認識などの手法を用いて多角的な視点で分析し、データ間の規則性や関係性を導き出すことである。
49	企業活動	業務分析・データ利活用	大量の文書データを解析し、有益な情報を取り出す技術はどれか。 1 アノテーション 2 データウェアハウス 3 テキストマイニング 4 ビッグデータ	3	テキストマイニングは、大量の文書をデータ解析し、有益な情報を取り出す技術のことである。 インターネット上のWebサイトやブログ、SNSなどに存在する膨大な文書データを解析することで、価値のある情報を取り出すことが可能である。
50	企業活動	業務分析・データ利活用	新たなアイデアを生み出し、問題解決策を導きだすことを目的とした会議手法はどれか。 1 ディベート 2 デシジョンツリー 3 デシジョンテーブル	4	ブレインストーミングは、新たなアイデアを生み出し、問題解決策を導き出すことを目的とした会議手法である。 ブレインストーミングでは、批判厳禁、質より量、自由奔放、結合・便乗歓迎のルールで意見を出し合う。
51	企業活動	業務分析・データ利活用	データを同様のものによってグループ化し、グループごとに表札を付けて分類する手法はどれか。 1 親和図法 2 デシジョンツリー 3 デシジョンテーブル 4 マトリックス図法	1	親和図法は、データを相互の親和性によってまとめ、グループごとに表札を付けて整理、分類する手法のことである。 漠然とした問題を整理し、問題点を明確にする際に利用する。

52	企業活動	業務分析・データ利活用	<p>選択や分岐の繰り返しを階層化し、樹形図で表したものはどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 アローダイアグラム 2 親和図法 3 デシジョンツリー 4 マトリックス図法 	3	<p>デシジョンツリーは、選択や分岐の繰り返しを階層化し、樹形図で表現したものである。</p> <p>選択や分岐の条件が複雑な場合にも、明確に条件によって何をするかを表現することができる。</p>
53	企業活動	会計・財務	<p>企業の財務状況を、対外的に報告するために必要な会計はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 株式公開 2 管理会計 3 財務会計 4 連結決算 	3	<p>財務会計は、企業の財務状況を、対外的に報告するために必要な会計である。</p> <p>一定期間ごとに決算を行い、貸借対照表や損益計算書などの財務諸表を作成する。</p> <p>財務会計は外部へ公開をするため、企業会計原則に基づいて作成をすることになる。</p>
54	企業活動	会計・財務	<p>企業内部の関係者に対して、意思決定に必要な情報を報告するための会計はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 株式公開 2 管理会計 3 財務会計 	2	<p>管理会計は、企業内部の関係者に対して、意思決定に必要な情報を報告するための会計である。</p> <p>企業の経営管理の上で必要な会計であり、必ずしも一般的に決められた様式ではなく、企業の独自の様式で作成することが可能である。</p>
55	企業活動	会計・財務	<p>財務諸表のひとつであり、ある時点における企業の財政状態を示すものはどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 キャッシュフロー計算書 2 仕訳帳 3 損益計算書 4 貸借対照表 	4	<p>貸借対照表は、ある時点(決算期)などにおける企業の財政状態を表すものである。</p> <p>B/S(Balance Sheet)とも呼ばれる。</p> <p>企業の財政状況を、「資産の部」「負債の部」「純資産の部」の3つに区分して表現する。</p>
56	企業活動	会計・財務	<p>財務諸表のひとつであり、その会計期における企業の収益と費用の関係を示すものはどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 キャッシュフロー計算書 2 仕訳帳 3 損益計算書 4 貸借対照表 	3	<p>損益計算書は、その会計期における企業の収益と費用の関係、すなわち営業成績を表すものである。</p> <p>P/L(Profit and Loss statement)とも呼ばれる。</p> <p>損益計算書では、当期純利益を計算するために、どのような収益がありどのような費用がどれだけかかり、結果としてどれだけ儲かったのかを一覧にすることで、会社の経営状態を把握できるようにしている。</p>
57	企業活動	会計・財務	<p>財務諸表のひとつであり、会社の現金の増減を分析するものはどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 キャッシュフロー計算書 2 仕訳帳 3 損益計算書 4 貸借対照表 	1	<p>キャッシュフロー計算書は、会社の現金の増減を分析する書類のことである。</p> <p>C/F(Cash Flow statement)とも呼ばれる。</p> <p>キャッシュフロー計算書では、会計期間中の資金の増減を、営業活動、投資活動、財務活動の3つの活動区分に分けて集計する。</p>
58	企業活動	会計・財務	<p>取引ごとにその内容を記録する帳簿はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 試算表 2 仕訳帳 3 総勘定元帳 4 貸借対照表 	2	<p>仕訳帳は、取引ごとにその内容を記録する帳簿である。</p> <p>資産や負債の増減を時系列に沿って記録する。</p>

59	企業活動	会計・財務	仕訳の内容を、勘定科目ごとに整理した帳簿はどれか。 1 試算表 2 仕訳帳 3 総勘定元帳 4 貸借対照表	3	総勘定元帳は、仕訳の内容を、勘定科目ごとに整理した帳簿である。事業にかかるすべての取引を、勘定科目ごとに取引順に並べて集計する。
60	企業活動	会計・財務	原材料費など、売上の増減によって変化する費用はどれか。 1 固定費 2 総費用 3 損益分岐点 4 変動費	4	変動費は、原材料費や販売費用、商品発送費用などのように、売上の増減によって変化する費用のことである。
61	企業活動	会計・財務	売上の増減に関係なく必要となる費用はどれか。 1 固定費 2 総費用 3 損益分岐点 4 変動費	1	固定費は、設備費や人件費、家賃のように売上の増減に関係なく同じ金額が必要になる費用のことである。
62	企業活動	会計・財務	企業の本業以外で使用した費用はどれか。 1 営業外費用 2 固定費 3 総費用	1	営業外費用は、企業の本業以外で使用した費用のことである。支払利息・社債利息・有価証券売却損のようなものが含まれる。
63	企業活動	会計・財務	売上高と費用が等しく、利益がちょうどゼロになることを示すものはどれか。 1 固定費 2 総費用 3 損益分岐点 4 変動費	3	損益分岐点は、売上高と費用が等しく、利益、損失ともゼロになる点のことである。 このときの売上高を、「損益分岐点売上高」という。 損益分岐点を売上高が上回っていれば利益が得られており、下回っていれば損失が出ていることになる。
64	企業活動	会計・財務	売上から原価を差し引いたものはどれか。 1 粗利益 2 営業利益 3 営業外収益 4 経常利益	1	粗利益は、売上から原価を差し引いたものである。 商品やサービスを提供することによって得られた利益のことである。 粗利、売上総利益とも言われる。
65	企業活動	会計・財務	本業とする事業の営業活動によって得られた利益はどれか。 1 粗利益 2 営業利益 3 営業外収益 4 経常利益	2	営業利益は、粗利から販売費及び一般管理費を差し引いたものである。 本業とする事業の営業活動によって得られた利益である。

66	企業活動	会計・財務	<p>本業とする事業以外で得られた利益はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 粗利益 2 営業利益 3 営業外収益 4 経常利益 	3	<p>営業外収益は、本業とする事業以外で得られた利益のことである。受け取り利子や配当などが該当する。</p>
67	企業活動	会計・財務	<p>企業が保有している総資産から、どの程度の利益を出しているかを示す指標はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 ROA 2 ROE 3 ROI 	1	<p>ROA(Return On Assets: 総資本利益率)は、企業が保有している総資本から、どの程度の利益を出しているかを示す指標である。ROAが高いほど効率的に経営ができていると判断する材料になる。</p>
68	企業活動	会計・財務	<p>企業の自己資本から、どの程度の利益を出しているかを示す指標はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 ROA 2 ROE 3 ROI 4 ROM 	2	<p>ROE(Return On Equity: 自己資本利益率)は、企業の自己資本から、どの程度の利益を出しているかを示す指標である。ROEが高いほど、効率的な経営が行われていると判断される。</p>
69	企業活動	会計・財務	<p>事業に対して投じられた資本から、どの程度の利益を出しているかを示す指標はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 ROA 2 ROE 3 ROI 	3	<p>ROI(Return on Investment: 投資利益率)は、事業に対して投じられた資本から、どの程度の利益を出しているかを示す指標である。ROIが高いほど、投資効果が良く、利益を多く生み出しているということになる。</p>
70	法務	知的財産権	<p>知的財産権のうち、創作者により創作的に表現されたものを保護する権利はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 産業財産権 2 肖像権 3 著作権 4 プライバシー権 	3	<p>著作権は、知的財産権のひとつで、創作者により創作的に表現されたものを保護する権利である。著作権は、著作物を創造した時点で権利が発生するため、権利を得るために申請したり登録したりする必要はない。</p>
71	法務	知的財産権	<p>知的財産権のうち、工業製品に対し、利用や所有を保護する権利はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 産業財産権 2 肖像権 3 著作権 4 プライバシー権 	1	<p>産業財産権は、知的財産権のひとつで、工業製品のアイデアや発見、デザイン、ロゴマークなどを独占的に使用する権利のことである。産業財産権は、権利を得るために申請や登録が必要である。</p>
72	法務	知的財産権	<p>個人の私的生活を秘匿し、人としての尊厳を守る権利はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 肖像権 2 著作権 3 パブリシティ権 4 プライバシー権 	4	<p>プライバシー権は、個人の私的生活を秘匿し、人としての尊厳を守る権利のことである。個人の会話を盗聴したり、行動を監視したり、個人の私的生活を暴露したりすることはプライバシー権の侵害にあたる。</p>

73	法務	知的財産権	写真や動画などに撮影された、一般的な個人の像を保護する権利はどれか。 1 肖像権 2 著作権 3 パブリシティ権 4 プライバシー権	1	肖像権は、写真や動画などに撮影されたり、絵などに描かれたりした、一般的な個人の像を保護する権利である。 写真や動画、絵などの著作権は、撮影した人や描いた人に帰属するが、個人の像である肖像権は、被写体である人に帰属する。
74	法務	知的財産権	写真や動画などに撮影された、著名人の像を保護する権利はどれか。 1 肖像権 2 著作権 3 パブリシティ権 4 プライバシー権	3	パブリシティ権は、写真や動画などに撮影されたり、絵などに描かれたりした、芸能人やスポーツ選手、その他著名人などの像を保護する権利である。 一般的な個人の像に対する肖像権よりも、著名人の像に対する金銭価値が高いことから、肖像権とは区別した権利として保護される。
75	法務	知的財産権	著作権のうち、譲渡や相続の対象とならないものはどれか。 1 実用新案権 2 著作財産権 3 著作者人格権 4 特許権	3	著作者人格権は、著作者の気持ちや感情、良心を保護する権利のことである。 著作者人格権は、譲渡や相続の対象とならない。
76	法務	知的財産権	著作権のうち、譲渡や相続の対象となるものはどれか。 1 実用新案権 2 著作財産権 3 著作者人格権 4 特許権	2	著作財産権は、著作物による利益を保護する権利のことである。 著作財産権は、一部または全部を譲渡したり、相続したりすることができる。
77	法務	知的財産権	著作物の伝達に重要な役割を果たすものが持つ権利はどれか。 1 実用新案権 2 著作財産権 3 著作者人格権 4 著作隣接権	4	著作隣接権は、演奏家や放送事業者など、著作物の伝達に重要な役割を果たす者が持つ権利のことである。 コンサートや映画を、許可なく録画・録音する行為は、著作隣接権を侵害する行為になる。
78	法務	知的財産権	2021年1月時点の、著作財産権の保護期間は何年か。 1 30年 2 50年 3 70年 4 永久	3	著作財産権の保護期間は、原則として著作者の死後70年、法人では発表後70年である。 著作財産権の保護期間は、著作権法の改正で何度も変更されているため、頻繁に著作権法を確認する必要がある。
79	法務	知的財産権	著作者人格権のうち、公表時期や方法を決定する権利はどれか。 1 公表権 2 氏名表示権 3 上映権 4 同一性保持権	1	公表権は、自分の著作物のうち、まだ公表されていないものを公表するかしないか、公表するとすれば、いつ、どのような方法で公表するかを著作者自身が決定する権利のことである。

80	法務	知的財産権	<p>著作者人格権のうち、著作者名をどのように表示するかを決定する権利はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 公表権 2 氏名表示権 3 上映権 4 同一性保持権 	2	<p>氏名表示権は、自分の著作物を公表する際に、著作者名を表示するかしないか、表示するとすれば、実名かペンネームかを著作者自身が決定する権利のことである。</p>
81	法務	知的財産権	<p>著作者人格権のうち、著作物を勝手に改変されない権利はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 公表権 2 氏名表示権 3 上映権 4 同一性保持権 	4	<p>同一性保持権は、自分の著作物の内容や題を、著作者の意に反して勝手に改変されない権利である。 改変だけでなく、著作者の承諾なく一部を抜粋するような行為も、違反行為となる。</p>
82	法務	知的財産権	<p>著作財産権のうち、著作物を印刷、録画などをする権利はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 上映権 2 上演権 3 貸与権 4 複製権 	4	<p>複製権は、著作物を複製する権利である。 複製には、印刷、コピー、写真、録音、録画などの方法が含まれる。</p>
83	法務	知的財産権	<p>著作財産権のうち、著作物を朗読する権利はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 公衆送信権 2 口述権 3 上映権 4 翻訳権 	2	<p>口述権は、著作物を朗読などの方法で伝える権利である。 口述を直接聞くだけでなく、口述の録音物を再生することも口述権に含まれる。</p>
84	法務	知的財産権	<p>著作財産権のうち、著作物をインターネット上で伝達する権利はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 公衆送信権 2 口述権 3 上映権 4 展示権 	1	<p>公衆送信権は、著作物を公衆送信したり、放送したりする権利である。 公衆からの要求に基づいて、サーバから情報を自動送信することも公衆送信権に含まれる。</p>
85	法務	知的財産権	<p>著作財産権のうち、著作物を貸し出す権利はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 公衆送信権 2 口述権 3 上映権 4 貸与権 	4	<p>貸与権は、直作物を複製したものを、公衆へ貸与する権利である。</p>
86	法務	知的財産権	<p>産業財産権の中で、自然法則を利用した技術的思想の創作のうち高度のものを保護の対象とするものはどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 意匠権 2 実用新案権 3 商標権 4 特許権 	4	<p>特許権は、自然法則を利用した技術的思想の創作のうち高度のものを保護の対象とする。 保護期間は、出願から20年間である。</p>

87	法務	知的財産権	産業財産権の中で、自然法則を利用した技術的思想の創作であって、物品の形状、構造又は組合せに係るものを保護の対象とするものはどれか。 1 意匠権 2 実用新案権 3 商標権 4 特許権	2	実用新案権は、自然法則を利用した技術的思想の創作であって、物品の形状、構造又は組合せに係るものを保護の対象とする。 保護期間は、出願から10年間である。
88	法務	知的財産権	産業財産権の中で、視覚を通じて美感を起こさせるものを保護の対象とするものはどれか。 1 意匠権 2 実用新案権 3 商標権	1	意匠権は、物品の形状、模様若しくは色彩又はこれらの結合、建築物の形状等又は画像であって視覚を通じて美感を起こさせるものを保護の対象とする。 保護期間は、出願から25年間である。
89	法務	知的財産権	産業財産権の中で、商品の目印になるマークや商品名を保護の対象とするものはどれか。 1 意匠権 2 実用新案権 3 商標権	3	商標権は、「人の知覚によつて認識することができるもののうち、文字、図形、記号、立体的形状若しくは色彩又はこれらの結合、音その他政令で定めるもの」であって、業として役務について使用するものを保護の対象とする。 保護期間は、登録から10年間である。
90	法務	知的財産権	著作物のうち、特段の定めがない限り転載が認められているものはどれか。 1 行政が作成した説明資料 2 白書 3 未成年者の絵画 4 未成年者の作文	2	白書は、国、地方公共団体の機関、独立行政法人などが発表する報告書である。 白書は、転載禁止の表示が行われているなど、特段の定めがない限り、説明の材料などとして転載することが認められている。
91	法務	知的財産権	ビジネスのアイデアをコンピュータシステムとして実現したものに認められる権利はどれか。 1 著作権 2 実用新案権 3 特許権	4	ビジネスモデル特許は、画期的なサービスなどのビジネスのアイデアをコンピュータシステムとして実現したものに認められる権利である。 アイデアそのものは特許の対象にならないが、システムとして実現することで保護対象となる。
92	法務	知的財産権	不正競争防止法で保護される営業秘密の3要素に含まれないものはどれか。 1 公然と知られていないこと 2 事業活動に有用な技術上または営業上の情報であること 3 信頼を失墜する原因となる情報であること	3	不正競争防止法で保護される営業秘密に該当する要件は、「公然と知られていないこと」、「事業活動に有用な技術上または営業上の情報であること」、「秘密として管理されていること」の3要素である。

93	法務	知的財産権	無償で利用することが認められているソフトウェアはどれか。 1 サブスクリプション契約 2 シェアウェア 3 フリーソフト 4 ボリュームライセンス契約	3	フリーソフトは、無償で利用することが認められているソフトウェアである。「フリー」は、「自由」という意味ではなく「無償」という意味であり、ソフトウェアの使用は無償でできるが、著作権は作者が保有しているため、著作権により保護される。
94	法務	知的財産権	一定の試用期間に限り無償で利用することが認められているソフトウェアはどれか。 1 サブスクリプション契約 2 シェアウェア 3 フリーソフト 4 ボリュームライセンス契約	2	シェアウェアは、一定の試用期間は無償で利用できるが、試用期間を超えて利用する場合は購入する必要があるソフトウェアである。
95	法務	知的財産権	1つの契約で、一定数のソフトウェアの利用を認めるものはどれか。 1 サイトライセンス契約 2 サブスクリプション契約 3 フリーソフト 4 ボリュームライセンス契約	4	ボリュームライセンス契約は、1つの契約で、契約した数のPCでの使用が認められる契約である。 企業や学校などが、同一のソフトウェアを大量に購入する場合に利用される。
96	法務	知的財産権	1つの契約で、建物全体でソフトウェアの使用を認めるライセンス契約はどれか。 1 サイトライセンス契約 2 サブスクリプション契約 3 フリーソフト 4 ボリュームライセンス契約	1	サイトライセンス契約は、サイト(建物)、組織や地域などの一定範囲の空間全体で一括してソフトウェアの使用を認める契約である。 サイト内で何台のPCで使用するかは問われない。
97	法務	知的財産権	一定期間のソフトウェアの使用を認めるライセンス契約はどれか。 1 サイトライセンス契約 2 サブスクリプション契約 3 フリーソフト 4 ボリュームライセンス契約	2	サブスクリプション契約は、一定期間のソフトウェアの使用を認めるライセンス契約である。 イベント期間だけの短期契約も可能である。
98	法務	知的財産権	著作権を放棄したソフトウェアはどれか。 1 サブスクリプション契約 2 シェアウェア 3 パブリックドメインソフトウェア 4 フリーソフト	3	パブリックドメインソフトウェア(PDS)は、著作権を放棄したソフトウェアである。
99	法務	知的財産権	プログラムが公開されているソフトウェアはどれか。 1 オープンソースソフトウェア 2 シェアウェア 3 パブリックドメインソフトウェア 4 フリーソフト	1	オープンソースソフトウェア(Open Source Software: OSS)は、プログラムの作成者がソースコードを無償で公開しており、利用や改変、再配布が自由に許可されているソフトウェアのことである。 無償であっても、高性能かつ信頼性が高いものが数多く存在する。

100	法務	知的財産権	著作権法による保護の対象となるものはどれか。 1 アルゴリズム 2 ソースプログラム 3 プログラム言語 4 プログラムの規約	2	ソフトウェアは、基本的には著作権法による保護の対象となるが、「プログラムのための解法」、「アルゴリズム」、「プログラム作成用の言語」、「規約」、「データそのもの」などは保護の対象とはならない。
101	法務	セキュリティ関連法規	サイバーセキュリティ基本法において、サイバーセキュリティ戦略本部長は誰が担当するか。 1 国務大臣 2 総理大臣 3 都道府県知事 4 内閣官房長官	4	サイバーセキュリティ基本法において、サイバーセキュリティ戦略本部は内閣に設置される。 内閣官房長官をサイバーセキュリティ戦略本部長とし、国務大臣をサイバーセキュリティ戦略副本部長とする。
102	法務	セキュリティ関連法規	不正アクセス禁止法で禁止している行為として、不適切なものはどれか。 1 記憶装置を物理的に破壊する行為 2 識別符号の入力を不正に要求する行為 3 他人の識別符号を不正に取得・保管する行為 4 不正アクセス行為を助長する行為	1	不正アクセス禁止法で禁止している行為は、「不正アクセス行為」、「他人の識別符号を不正に取得・保管する行為」、「識別符号の入力を不正に要求する行為」、「不正アクセス行為を助長する行為」である。
103	法務	セキュリティ関連法規	全ての国民や法人に、一意の番号を割り当てて管理することを定めた法律はどれか。 1 個人情報保護法 2 サイバーセキュリティ基本法 3 不正アクセス禁止法	4	マイナンバー法は、国民一人ひとりや法人などに一意の番号を割り当て、社会保障や納税に関する情報を一元的に管理する制度を導入することを定めた法律である。
104	法務	セキュリティ関連法規	サイバーセキュリティに関する基本方針や国及び地方公共団体の責務などが規定された法律はどれか。 1 個人情報保護法 2 サイバーセキュリティ基本法 3 不正アクセス禁止法 4 マイナンバー法	2	サイバーセキュリティ基本法は、サイバーセキュリティに関する基本的な事項を定めた法律である。 基本方針や国及び地方公共団体の責務、体制などが規定されている。
105	法務	セキュリティ関連法規	個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護することを目的とした法律はどれか。 1 個人情報保護法 2 サイバーセキュリティ基本法 3 不正アクセス禁止法 4 マイナンバー法	1	個人情報保護法は、個人情報の適正かつ効果的な活用の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護することを目的としている。

106	法務	セキュリティ関連法規	不正アクセス行為や、不正アクセスに繋がる行為を禁止することを目的とした法律はどれか。 1 個人情報保護法 2 サイバーセキュリティ基本法 3 不正アクセス禁止法 4 マイナンバー法	3	不正アクセス禁止法(不正アクセス行為の禁止等に関する法律)は、不正アクセス行為や、不正アクセス行為につながる識別符号の不正取得・保管行為、不正アクセス行為を助長する行為等を禁止する法律である。
107	法務	セキュリティ関連法規	個人情報の適正な取扱いを確保するために設置された独立性の高い機関はどれか。 1 個人情報取扱事業者 2 個人情報保護委員会 3 サイバーセキュリティ戦略本部	2	個人情報保護委員会は、個人情報(特定個人情報を含む)の有用性に配慮しつつ、その適正な取扱いを確保するために設置された独立性の高い機関である。 個人情報保護法及び番号法に基づき業務を行う。
108	法務	セキュリティ関連法規	データベース化された個人情報を取り扱う事業者を総称した呼び方はどれか。 1 個人情報取扱事業者 2 個人情報保護委員会 3 サイバーセキュリティ戦略本部 4 内閣サイバーセキュリティセンター	1	個人情報取扱事業者は、データベース化された個人情報を取り扱う事業者のことである。 国の機関や地方公共団体、独立行政法人を除くすべての事業者が対象となり、営利・非営利の別は問わない。
109	法務	セキュリティ関連法規	事業者からの広告メールの送信に、事前に受信者からの承諾が必要であることを示すものはどれか。 1 オプトアウト 2 オプトイン 3 メーリングリスト 4 メールマガジン	2	オプトイン(Opt In)は、事業者からの広告メールの送信を事前に許可した受信者に対してのみ、メールの送信を行うことである。
110	法務	セキュリティ関連法規	事業者からの広告メールの送信を受信者の許可なくでき、受信者が拒否した場合にはメールの送信を停止する必要があるものはどれか。 1 オプトアウト 2 オプトイン 3 メーリングリスト 4 メールマガジン	1	オプトアウト(Opt Out)は、事業者からの広告メールを事前に許可を得ることなく受信者に送信できるが、受信者が受信を拒否した場合にはメールの送信を停止する必要がある。
111	法務	セキュリティ関連法規	個人に関する情報の中でも、不当な差別・偏見が生じる可能性がある個人情報とはどれか。 1 個人データ 2 特定個人情報 3 匿名加工情報	4	要配慮個人情報は、個人に関する情報の中でも、人種、信条、病歴など不当な差別・偏見が生じる可能性がある個人情報である。 社会的身分、病歴、犯罪の経歴、犯罪により害を被った事実なども含まれる。

112	法務	セキュリティ関連法規	特定の個人を識別できないように加工したデータはどれか。 1 個人データ 2 特定個人情報 3 匿名加工情報 4 要配慮個人情報	3	匿名加工情報は、データを特定の個人を識別できないように加工し、一定のルールのもとで活用できるようにしたものである。 カーナビゲーションシステムから収集した、自動車が走行している位置情報と窓のワイパーの動きに関するデータを集め、天候のデータをリアルタイムで把握できるようにしたものなどがある。
113	法務	セキュリティ関連法規	マイナンバーを情報として含む個人情報はどれか。 1 個人データ 2 特定個人情報 3 匿名加工情報 4 要配慮個人情報	2	特定個人情報は、マイナンバーを情報として含む個人情報である。 マイナンバーの利用できる範囲は法律で規定されており、たとえ本人の同意があったとしても法律で規定された範囲外の利用は禁止されている。
114	法務	セキュリティ関連法規	一定の規則に従って整理されて容易に検索可能な状態の個人情報はどれか。 1 個人データ 2 特定個人情報 3 匿名加工情報 4 要配慮個人情報	1	個人データは、一定の規則に従って整理されて容易に検索可能な状態の個人情報である。 個人データは、必ずしも電子化されたデータである必要はなく、50音順に整理された名刺ホルダーなども個人データとして扱われる。
115	法務	セキュリティ関連法規	EUにおける個人データ保護に関する法律はどれか。 1 CISO 2 GDPR 3 IPA 4 ISP	2	GDPR(General Data Protection Regulation: EU一般データ保護規則)は、EU(欧州連合)における個人データ保護に関する法律である。 保護対象の個人データは、EU加盟国に加えEEA(欧州経済領域)加盟3か国に所在する一般消費者、従業員、企業担当者などを含むすべての個人について、その個人識別につながる情報である。
116	法務	セキュリティ関連法規	宣伝・広告を目的とした電子メールを、受信者の承諾を得ないで送信することを規制する法律はどれか。 1 個人情報保護法 2 サイバーセキュリティ基本法 3 特定電子メール法 4 不正アクセス禁止法	3	特定電子メール法は、正式には「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律」といい、「迷惑メール防止法」と略される場合もある。 宣伝・広告を目的とした電子メールを、受信者の承諾を得ないで一方的に送信することを規制する法律である。
117	法務	セキュリティ関連法規	Society 5.0時代のサイバーセキュリティ対策の考え方を示したものはどれか。 1 コンピュータウイルス対策基準 2 コンピュータ不正アクセス対策基準 3 サイバー・フィジカル・セキュリティ対策フレームワーク 4 情報セキュリティ監査基準	3	サイバー・フィジカル・セキュリティ対策フレームワーク(GPSF)とは、経済産業省が2019年4月に策定した、Society 5.0時代のサイバーセキュリティ対策の考え方を示したものである。 全産業横断で必要とされるセキュリティ対策について示したものであり、各産業分野において産業構造や商慣行の観点などから見直しが必要な部分については、各産業分野において対応することとされている。

118	法務	セキュリティ関連法規	コンピュータウイルスに対する予防、発見、 駆除、復旧等の対策をまとめたものはど れか。 1 コンピュータウイルス対策基準 2 コンピュータ不正アクセス対策基準 3 情報セキュリティ監査基準	1	コンピュータウイルス対策基準は、コンピ ュータウイルスに対する予防、発見、 駆除、復旧等について実効性の高い対 策をとりまとめたものである。
119	法務	セキュリティ関連法規	情報システムへの不正アクセスについ ての対策を取りまとめたものはどれか。 1 コンピュータウイルス対策基準 2 コンピュータ不正アクセス対策基準 3 情報セキュリティ監査基準 4 情報セキュリティ管理基準	2	コンピュータ不正アクセス対策基準は、 情報システムへの不正なアクセスの予 防、発見、復旧、再発防止などについ ての対策を取りまとめたものである。 不正アクセスが発生した場合の事後の 対応や、教育、監査などについて盛 り込まれている。
120	法務	セキュリティ関連法規	情報資産を保護するために、リスクマ ネジメントが有効に行われていること を判断する基準はどれか。 1 コンピュータウイルス対策基準 2 コンピュータ不正アクセス対策基準 3 情報セキュリティ監査基準 4 情報セキュリティ管理基準	4	情報セキュリティ管理基準は、情報資 産を保護するために、リスクマネジ メントが有効に行われていることを判 断する基準である。 管理・技術の両面で、組織における情 報セキュリティを確保するための対 策を提供することを目的としている。
121	法務	セキュリティ関連法規	情報セキュリティの監査人に求められる 行動規範をまとめたものはどれか。 1 コンピュータウイルス対策基準 2 コンピュータ不正アクセス対策基準 3 情報セキュリティ監査基準 4 情報セキュリティ管理基準	3	情報セキュリティ監査基準は、情報セ キュリティを適切に監査するための基 準のことである。 情報セキュリティ監査を実施する際 に、監査人に求められる行動規範が まとめられている。
122	法務	セキュリティ関連法規	コンピュータウイルス対策基準におい て、ウイルスの持つ機能の定義として 不適切なものはどれか。 1 広告機能 2 自己伝染機能 3 潜伏機能 4 発病機能	1	コンピュータウイルス対策基準におい て、コンピュータウイルスの定義は、 第三者のプログラムやデータベースに 対して意図的に何らかの被害を及ぼ すように作られたプログラムであり、 「自己伝染機能」、「潜伏機能」、 「発病機能」のうち一つ以上を有す るものである。
123	法務	労働関連・取引関連 法規	労働条件の最低基準を定めた法律はど れか。 1 労働関係調整法 2 労働基準法 3 労働組合法	2	労働基準法は、日本国内における労 働者を保護するために、労働条件の 最低基準を定めた法律で、労働契約 関係についての基本を規定している。 賃金の支払い方法や労働時間、休日 などを定めている。
124	法務	労働関連・取引関連 法規	労働者が労働組合を組織し、団結す ることを保障する法律はどれか。 1 労働関係調整法 2 労働基準法 3 労働組合法 4 労働者派遣法	3	労働組合法は、労働者が労働組合を 組織し、団結することを保障する法 律である。 労働者が使用者と対等の立場で交渉 することを促進することにより、労 働者の地位を向上させることなどを 目的としている。

125	法務	労働関連・取引関連 法規	労働者と雇う側での労働争議を予防し、解決するための手続きを定めた法律はどれか。 1 労働関係調整法 2 労働基準法 3 労働組合法	1	労働関係調整法は、労働者と雇う側での労働争議を予防し、解決するための手続きを定めた法律である。 「労働組合法」と関連しながら、労働関係の公正な調整を図る。
126	法務	労働関連・取引関連 法規	派遣で働く労働者の権利を守る法律はどれか。 1 労働関係調整法 2 労働基準法 3 労働組合法 4 労働者派遣法	4	労働者派遣法は、派遣で働く労働者の権利を守るための法律である。 不安定な労働条件から現場での犠牲者となってしまいうことも珍しくない派遣労働者を守ることに特化されている。
127	法務	労働関連・取引関連 法規	労働者自身が、定められた総労働時間を満たす範囲で、始業および終業の時刻を決定して働く制度はどれか。 1 請負契約 2 裁量労働制 3 準委任契約 4 フレックスタイム制	4	フレックスタイム制とは、1カ月以内の期間で総労働時間を定めておき、労働者自身がそれを満たす範囲で始業および終業の時刻を決定して働く制度である。 コアタイム(必ず勤務しているべき時間帯)を設けることもできる。
128	法務	労働関連・取引関連 法規	実際の労働時間数とは関わりなく、所定の労働時間を労働したとみなす制度はどれか。 1 請負契約 2 裁量労働制 3 準委任契約	2	裁量労働制は、実際の労働時間数とは関わりなく、所定の労働時間を労働したとみなす制度である。 システムエンジニアなどの特定の専門業務や企画業務において、業務の遂行方法や勤務時間を労働者自身の裁量に任せるものである。
129	法務	労働関連・取引関連 法規	仕事が完成することによって対価が支払われる契約はどれか。 1 請負契約 2 裁量労働制 3 準委任契約 4 フレックスタイム制	1	請負契約は、仕事が完成することによって対価が支払われる契約である。 受注者は委託された業務を完成・完了させて成果を発注者に引き渡す義務を負い、仕事の完成によって対価が支払われる。・仕事が完成しなかった場合は、対価は支払われない。
130	法務	労働関連・取引関連 法規	仕事が完成したかどうかに関わらず、業務を遂行したことにより対価が支払われる契約はどれか。 1 請負契約 2 裁量労働制 3 準委任契約 4 フレックスタイム制	3	準委任契約は、仕事が完成したかどうかに関わらず、たとえ途中までであったとしても業務を遂行したことにより対価が支払われる契約である。 受注者は、委託された仕事を完成させる責任は負わない。

131	法務	労働関連・取引関連法規	大規模なショッピングモールやアプリストアに対して、公正な運営を図る法律はどれか。 1 金融商品取引法 2 下請法 3 特定商取引法 4 特定デジタルプラットフォームの透明性	4	特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律は、デジタルプラットフォームのうち、特に取引の透明性及び公正性を高める必要性の高いものを提供する事業者に対して、取引条件等の情報の開示、運営における公正性確保、運営状況の報告と評価・評価結果の公表等の措置を講じることを求める法律である。
132	法務	労働関連・取引関連法規	通信販売や訪問販売に関する規則を定めた法律はどれか。 1 金融商品取引法 2 下請法 3 特定商取引法 4 特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律	3	特定商取引法は、通信販売や訪問販売に関する規則を定めた法律である。事業者による違法・悪質な勧誘行為等を防止し、消費者の利益を守ることを目的とする。訪問販売や通信販売等の消費者トラブルを生じやすい取引を対象に、事業者が守るべきルールと、クーリング・オフ等の消費者を守るルール等を定めている。
133	法務	労働関連・取引関連法規	親事業者による優越的地位の濫用行為を禁止する法律はどれか。 1 金融商品取引法 2 下請法 3 特定商取引法 4 特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律	2	下請法(下請代金支払遅延防止法)は、親事業者による優越的地位の濫用行為を禁止して、親事業者と下請事業者との間の取引を公正にし、下請事業者の利益を保護する法律である。
134	法務	労働関連・取引関連法規	金融商品の売買に関する金融商品市場の適切な運営を目的とする法律はどれか。 1 金融商品取引法 2 下請法 3 特定商取引法 4 特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律	1	金融商品取引法は、金融商品の売買に関する金融商品市場の適切な運営や、そこに関わる投資家の保護、それに伴う有価証券の情報開示制度の整備を目的とした法律である。
135	法務	その他の法律・ガイドライン・技術者倫理	企業倫理や行動規範などを含めたあらゆるルールを遵守することはどれか。 1 コーポレートガバナンス 2 コンプライアンス 3 ネチケット 4 不正のトライアングル	2	コンプライアンスは、日本語で「法令遵守」と訳される。単に法律を守れば良いという考え方ではなく、「社会の規範や倫理観から外れていないか」「人間の道徳に反するものではないか」といった、より広範囲の意味を持つ言葉である。
136	法務	その他の法律・ガイドライン・技術者倫理	不正のトライアングルに含まれないものはどれか。 1 機会 2 正当化 3 動機 4 欲望	4	不正のトライアングルは、不正行為が発生するのは、「機会」、「正当化」、「動機」の3つのリスクが揃った場合であるという考え方である。企業における不正リスクの評価・検討に利用される。

137	法務	その他の法律・ガイドライン・技術者倫理	ネットワークを利用する上でのエチケットはどれか。 1 コーポレートガバナンス 2 コンプライアンス 3 ネチケット 4 不正のトライアングル	3	ネチケットは、ネットワークを利用する上でのエチケットのことである。「ネットワーク」と「エチケット」を組み合わせた造語である。機種依存文字を使わない、他人を誹謗中傷しない、機密性の必要な電子メールは暗号化するなどがある。
138	法務	その他の法律・ガイドライン・技術者倫理	顧客や市場などから信頼を獲得するための経営活動の健全化を目的とした取り組みはどれか。 1 コーポレートガバナンス 2 コンプライアンス 3 ネチケット 4 不正のトライアングル	1	コーポレートガバナンスは、顧客や市場などから信頼を獲得するための経営活動の健全化を目的とした取り組みのことである。日本語で、「企業統治」と呼ばれる。企業活動を監視し、経営の透明性や健全性をチェックしたり、経営者や組織による不祥事を防止する仕組みを構築する。
139	法務	その他の法律・ガイドライン・技術者倫理	製品の欠陥などによって消費者に損害を与えた場合の賠償責任に関する法律はどれか。 1 PL法 2 公益通報者保護法 3 情報公開法	1	PL法(Product Liability: 製造物責任法)は、企業が製品の欠陥などによって消費者に損害を与えた場合に、製造業者などが損害賠償責任を負うことを定めた法律である。
140	法務	その他の法律・ガイドライン・技術者倫理	企業の不祥事を事業者内部の人間が通報した場合に、不当な扱いから保護する法律はどれか。 1 PL法 2 公益通報者保護法 3 情報公開法 4 プロバイダ責任制限法	2	公益通報者保護法は、企業の不祥事を、公益のために企業内部から通報を行った労働者が、通報を理由に解雇や減給のような不利益な取り扱いを受けないように保護する法律である。
141	法務	その他の法律・ガイドライン・技術者倫理	行政機関の保有する行政文書の開示を請求できる権利を保護する法律はどれか。 1 PL法 2 公益通報者保護法 3 情報公開法 4 プロバイダ責任制限法	3	情報公開法は、行政機関の保有するすべての行政文書を対象として、だれでもその開示を請求できる権利を保護する法律である。行政機関が作成した文書を閲覧したい場合、情報開示請求を行えば誰でも閲覧できる。ただし、不開示情報が含まれる場合は閲覧できない。
142	法務	その他の法律・ガイドライン・技術者倫理	ウェブページなどでの情報の流通によって権利侵害が発生した場合、一定の条件のもとプロバイダ等は賠償の責任を負わないことを定めた法律はどれか。 1 PL法 2 公益通報者保護法 3 情報公開法 4 プロバイダ責任制限法	4	プロバイダ責任制限法(特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律)は、ウェブページや電子掲示板などで行われる情報の流通によって権利侵害があった場合において、プロバイダ、サーバの管理者・運営者、掲示板管理者などの損害賠償責任の制限と、発信者情報の開示を請求する権利を定めたものである。

143	法務	その他の法律・ガイドライン・技術者倫理	<p>情報が事実に基づいているかどうかを調べ、正確な情報を共有するものはどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 チェーンメール 2 ファクトチェック 3 フェイクニュース 4 ヘイトスピーチ 	2	<p>ファクトチェックは、世の中に影響を与える言説や情報のうち、真偽が定かでないものや正確さに疑いがあるものは、事実かどうか検証してから共有することである。</p> <p>ニュース記事、インターネット上の情報、政治家や有識者など社会的影響力をもった人物の言説もファクトチェックが必要である。</p>
144	法務	その他の法律・ガイドライン・技術者倫理	<p>インターネット上で発信、拡散される偽のニュースはどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 チェーンメール 2 ファクトチェック 3 フェイクニュース 4 ヘイトスピーチ 	3	<p>フェイクニュースは、虚偽(Fake)の情報でつくられたニュースで、一般的にはインターネット上で発信、拡散される偽のニュースを指す。</p> <p>「情報に根拠があるのか」、「情報源は何か」と批判的に考え、情報が事実かどうかを確認する習慣が必要である。</p>
145	法務	その他の法律・ガイドライン・技術者倫理	<p>受け取った人に誰かに転送させることを目的とした迷惑メールはどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 チェーンメール 2 ファクトチェック 3 フェイクニュース 4 ヘイトスピーチ 	1	<p>チェーンメールは、この手紙を回さないと不幸になるといった「不幸の手紙」のメール版で、受け取った人に誰かに転送させることを目的とした迷惑メールである。</p> <p>チェーンメール転送防止の始めはまず、送られてきた自分が止めることである。</p>
146	法務	その他の法律・ガイドライン・技術者倫理	<p>特定の対象に対する敵意や憎悪を過激な表現で示す言動はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 チェーンメール 2 ファクトチェック 3 フェイクニュース 4 ヘイトスピーチ 	4	<p>ヘイトスピーチは、特定の対象(人物や集団)に対する敵意や憎悪を、過激な表現を用いて直接に示す言動の総称である。</p> <p>表現方法を問わず、電子掲示板における書き込み、街頭でのビラの配布、デモ活動など、あらゆるパフォーマンスがヘイトスピーチに該当し得る。</p>
147	法務	標準化関連	<p>公的な標準規格ではないが、事実上の業界標準として扱われることはどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 コンソーシアム標準 2 デジュールスタンダード 3 デファクトスタンダード 4 フォーラム標準 	3	<p>デファクトスタンダード(De Facto Standard)は、事実上の業界標準のことである。</p> <p>公式な標準規格ではないが、業界における利用率が高く、事実上の業界標準として扱われているものである。</p>
148	法務	標準化関連	<p>公的な標準化機関で認証された、標準規格はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 コンソーシアム標準 2 デジュールスタンダード 3 デファクトスタンダード 4 フォーラム標準 	2	<p>デジュールスタンダード(De Jure Standard)は、公的な標準化機関で認証された規格のことである。</p>

149	法務	標準化関連	<p>特定技術分野の標準化のために任意で組織化され、企業間の連携の下、開放性・透明性のあるプロセスを経て作成される標準はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 コンソーシアム標準 2 デジュールスタンダード 3 デファクトスタンダード 4 フォーラム標準 	4	<p>フォーラム標準は、特定技術分野の標準化のために任意で組織化され、企業間の連携の下、開放性・透明性のあるプロセスを経て作成される標準である。</p> <p>規格策定に参加したい企業だけが参加するので、策定の時間が短時間で済む。</p> <p>IT分野ではデジュール標準によらず、フォーラム標準が国際標準となるケースが多く存在する。</p>
150	法務	標準化関連	<p>特定方式を推す企業連合が同一分野の複数組織間による競争により規格を策定したものはどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 コンソーシアム標準 2 デジュールスタンダード 3 デファクトスタンダード 4 フォーラム標準 	1	<p>コンソーシアム標準は、特定方式を推す企業連合が同一分野の複数組織間による競争(技術、仕様の突合せ)により規格を策定したものである。</p> <p>競争と協力の複雑な利害関係の中で策定されることになる。</p> <p>AV機器分野ではコンソーシアム標準が国際標準となるケースが多く存在する。</p>
151	法務	標準化関連	<p>「どの事業者の、どの商品か」を表す、13桁または8桁の世界共通の商品識別番号はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 ISBNコード 2 ITFコード 3 JANコード 4 QRコード 	3	<p>JAN(Japanese Article Number)コードは、「どの事業者の、どの商品か」を表す、世界共通の商品識別番号である。</p> <p>通常、バーコードスキャナで読み取れるように、JANシンボルというバーコードシンボルによって商品パッケージに表示される。</p> <p>JANコードには、標準タイプ(13桁)と短縮タイプ(8桁)の2つの種類がある。</p>
152	法務	標準化関連	<p>情報を縦と横の2方向に記録する「二次元コード」はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 ISBNコード 2 ITFコード 3 JANコード 4 QRコード 	4	<p>QR(Quick Response)コードは、情報を縦と横の2方向に記録する「二次元コード」である。</p> <p>3つの角に配置している四角い「切り出しシンボル」があるため、コードの存在とコード領域を即座に認識でき、どの角度からでも高速で読み取れる。</p>
153	法務	標準化関連	<p>書籍出版物を特定する13桁のコード番号はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 ISBNコード 2 ITFコード 3 JANコード 4 QRコード 	1	<p>ISBN(International Standard Book Number)コードは、書籍出版物を特定する13桁のコード番号である。</p> <p>日本語で、「国際標準図書番号」と呼ぶ。</p>
154	法務	標準化関連	<p>主に段ボールに印刷されている物流商品コード用のバーコードはどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 ISBNコード 2 ITFコード 3 JANコード 4 QRコード 	2	<p>ITF(Interleaved Two of Five)コードは、主に段ボールに印刷されている物流商品コード用のバーコードである。</p> <p>5本のバーのうち2本が太バーという構成(2of5)で一つのキャラクタ(数字)を表している。</p>

155	法務	標準化関連	工業分野の国際的な標準である国際規格を策定している団体はどれか。 1 IEEE 2 IEC 3 ISO 4 W3C	3	ISO(International Organization for Standardization:国際標準化機構)は、工業分野の国際的な標準である国際規格を策定している団体である。電気分野を除く工業分野の国際規格を策定する為の民間の非政府組織である。
156	法務	標準化関連	電気、電子分野の国際標準化を策定している団体はどれか。 1 IEEE 2 IEC 3 ISO 4 W3C	2	IEC(International Electrotechnical Commission:国際電気標準会議)は、電気、電子分野の国際標準化を策定している団体である。
157	法務	標準化関連	電気・電子技術に関する学会活動、規格の標準化などを行う非営利の団体はどれか。 1 IEEE 2 IEC 3 ISO 4 W3C	1	IEEE(the Institute of Electrical and Electronics Engineers:米国電気電子学会)は、電気・電子技術に関する非営利の団体である。学会活動、書籍の発行、IEEE規格の標準化などを行っている。
158	法務	標準化関連	Webで使用される技術を標準化している団体はどれか。 1 IEEE 2 IEC 3 ISO 4 W3C	4	W3C(World Wide Web Consortium)は、Webで使用される技術を標準化している団体である。HTMLやXHTML、CSS、DOM やXML など多くの仕様が公開されており、IT関連企業を中心として400近くの団体が会員として加入するほど大規模な団体へと成長している。
159	法務	標準化関連	製品やサービスを提供する側が、適正な品質を維持するための国際規格はどれか。 1 ISO 9000 2 ISO 14000 3 ISO/IEC 20000	1	ISO 9000は、製品やサービスを提供する側が、適正な品質を維持する「品質マネジメントシステム」を運用するための国際規格である。品質とは、「製品またはサービスが所与の品質要求を満たしていることの妥当な信頼感を与えるために必要なすべての計画的および体系的活動」と定義されている。
160	法務	標準化関連	環境保全を目的に作られている国際規格はどれか。 1 ISO 9000 2 ISO 14000 3 ISO/IEC 20000 4 ISO/IEC 27000	2	ISO 14000は、環境保全を目的に作られている国際規格である。企業が環境への負荷を減らしていくための努力目標を自ら設定し、そのための取り組みを実行していることを認定する仕組みである。
161	法務	標準化関連	ITサービスマネジメントシステムに関する国際規格はどれか。 1 ISO 9000 2 ISO 14000 3 ISO/IEC 20000 4 ISO/IEC 27000	3	ISO/IEC 20000は、ITサービスマネジメントシステム(ITSMS:Information Technology Service Management System)に関する国際規格である。組織が提供するITサービスの内容やリスクを明確にし、サービスの継続的な管理、高い効率性、継続的改善を実現するための枠組みを示している。

162	法務	標準化関連	<p>情報セキュリティマネジメントシステムに関する国際規格はどれか。</p> <p>1 ISO 9000 2 ISO 14000 3 ISO/IEC 20000 4 ISO/IEC 27000</p>	4	ISO/IEC 27000は、情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS: Information Security Management System)に関する国際規格である。情報セキュリティの管理・リスク低減に関するフレームワークとして国際的に活用されている。
163	経営戦略マネジメント	経営戦略手法	<p>経営環境を、強み、弱み、機会、脅威の4つの視点から分析するものはどれか。</p> <p>1 3C分析 2 PPM 3 SWOT分析 4 VRIO分析</p>	3	SWOT分析は、経営環境を強み(Strengths)、弱み(Weaknesses)、機会(Opportunities)、脅威(Threats)の4つの視点から分析するものである。マーケティング計画や危機管理方針などを決定する際にも活用され、経営環境を分析する際の代表的な分析手法である。
164	経営戦略マネジメント	経営戦略手法	<p>企業が扱う製品を、花形、金のなる木、問題児、負け犬の4つに分類することで経営資源の配分を分析するものはどれか。</p> <p>1 3C分析 2 PPM 3 SWOT分析 4 VRIO分析</p>	2	PPM(Product Portfolio Management)は、企業が扱う事業や製品を、市場占有率と市場成長率により、花形、金のなる木、問題児、負け犬の4つに分類し、経営資源の効果的な配分を行う手法である。
165	経営戦略マネジメント	経営戦略手法	<p>経営資源を、価値、希少性、模倣可能性、組織の4つの視点から評価するものはどれか。</p> <p>1 3C分析 2 PPM 3 SWOT分析</p>	4	VRIO分析は、経営資源を、価値(Value)、希少性(Rarity)、模倣可能性(Imitability)、組織(Organization)の4つの視点から評価し、経営資源を活用することで競争優位性を生み出す手法である。一覧表やフローチャートなどの分析ツールを用いて、4つの評価項目を正しい順序で評価することで分析ができる。
166	経営戦略マネジメント	経営戦略手法	<p>ビジネス環境を、顧客、競合、自社の3つの視点から分析するものはどれか。</p> <p>1 3C分析 2 PPM 3 SWOT分析 4 VRIO分析</p>	1	3C分析は、ビジネス環境を、Customer(市場・顧客)、Competitor(競合)、Company(自社)の3つの視点から分析するものである。費用(Cost)を加えて4C分析とする場合もある。
167	経営戦略マネジメント	経営戦略手法	<p>企業が果たすべき社会的な責任を、環境、社会、企業統治の3つの観点から示したものはどれか。</p> <p>1 ESG 2 MBO 3 OEM 4 TOB</p>	1	ESGは、企業が果たすべき社会的な責任を、環境(Environment)、社会(Social)、企業統治(Governance)の3つの観点から示したものである。「ESG投資」とは、「ESG」に対する取り組みを企業の持続的な成長を促すファクターとして評価することで、投資の意思決定に取り入れる投資手法のことである。

168	経営戦略マネジメント	経営戦略手法	相手先企業のブランドで販売される製品を製造するものはどれか。 1 ESG 2 MBO 3 OEM 4 TOB	3	OEM(Original Equipment Manufacturer)は、相手先企業のブランドで販売される製品を製造することである。 「相手先ブランド製造」ともいう。
169	経営戦略マネジメント	経営戦略手法	経営陣が自社の株式を買い取り、経営権を取得するものはどれか。 1 ESG 2 MBO 3 OEM 4 TOB	2	MBO(Management Buyout)は、経営陣が自社の株式を大量に買い取り、経営権を取得することである。 「経営陣による自社買収」ともいう。
170	経営戦略マネジメント	経営戦略手法	買付価格と期間を公表し、不特定多数の株主から株式を買い集めるものはどれか。 1 ESG 2 MBO 3 OEM 4 TOB	4	TOB(Take Over Bid)は、M&Aの手段のひとつで、買付価格と期間を公表し、不特定多数の株主から株式市場外で株式を買い集めるものである。 「株式公開買い付け」ともいう。
171	経営戦略マネジメント	経営戦略手法	自社工場を持たず、外部に製造を委託している企業はどれか。 1 コアコンピタンス 2 ファブレス 3 フランチャイズ 4 ベンチマーキング	2	ファブレスとは、自社工場(Fabrication)を持たずに、外部に製造を委託している企業のことである。 工場を持たないため、設備の初期投資や維持費用がかからない。
172	経営戦略マネジメント	経営戦略手法	他社が真似できない、自社の強みとなる技術やノウハウはどれか。 1 コアコンピタンス 2 ファブレス 3 フランチャイズ 4 ベンチマーキング	1	コアコンピタンスは、他社が真似できない、核(コア)となる技術やノウハウなどの能力(コンピタンス)のことである。 他社にはできない事業や製品を創出し、他社とは差別化した経営資源となる。
173	経営戦略マネジメント	経営戦略手法	成果を出している企業の製品やサービスを分析し、自社の方法と比較をすることで自社の成果に結びつける手法はどれか。 1 コアコンピタンス 2 ファブレス 3 フランチャイズ 4 ベンチマーキング	4	ベンチマーキングは、成果を出している企業の製品やサービスを定性的・定量的に分析し、分析結果と自社の状況を比較しながら自社にとって効果的であると思われる方法を決定する手法である。

174	経営戦略マネジメント	経営戦略手法	<p>ブランドを保有する企業が小規模店舗などにブランド使用権を与え、ロイヤリティを徴収するものはどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 コアコンピタンス 2 ファブレス 3 フランチャイズ 4 ベンチマーキング 	3	<p>フランチャイズは、ブランドを保有する企業が、小規模店舗などにそのブランド使用権を与え、ノウハウをマニュアル化して提供し、小規模店舗などは売り上げの中からロイヤリティを支払う形態である。</p>
175	経営戦略マネジメント	マーケティング	<p>すべての消費者のニーズを同一と考え、広く画一化されたマーケティングを行うことはどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 セグメントマーケティング 2 ダイレクトマーケティング 3 マスマーケティング 4 ワントゥワンマーケティング 	3	<p>マスマーケティングは、すべての消費者のニーズを同一と考え、マスメディアを用いた広告などを用いた広く画一化されたマーケティングを行うことである。</p> <p>既存顧客ではない顧客の獲得に有効である。</p>
176	経営戦略マネジメント	マーケティング	<p>個々の顧客と個別に向き合うことにより、個々の消費者のニーズを分析して個別のマーケティングを行うことはどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 セグメントマーケティング 2 ダイレクトマーケティング 3 マスマーケティング 4 ワントゥワンマーケティング 	4	<p>ワントゥワンマーケティングは、個々の顧客と個別に向き合うことにより、個々の消費者のニーズを調査・分析して、個別のプロモーションに活用するマーケティング手法である。</p> <p>既存顧客をリピータ化することに有効である。</p>
177	経営戦略マネジメント	マーケティング	<p>メーカーが、流通業者を介さずに消費者に直接販売するマーケティング手法はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 セグメントマーケティング 2 ダイレクトマーケティング 3 マスマーケティング 	2	<p>ダイレクトマーケティングは、メーカーが流通業者を介さずに、消費者に直接的に働きかけ、販売を実施するマーケティング手法である。</p> <p>インターネット販売やテレビショッピングなども、ダイレクトマーケティングの手法を取ることが多い。</p>
178	経営戦略マネジメント	マーケティング	<p>市場を分類し、分類したグループそれぞれに適切なマーケティングを行う手法はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 セグメントマーケティング 2 ダイレクトマーケティング 3 マスマーケティング 	1	<p>セグメントマーケティングは、市場を分類(セグメント化)し、それぞれのセグメントに応じて適切なマーケティングを行う手法である。</p>
179	経営戦略マネジメント	マーケティング	<p>製品、価格、流通、販売促進の4つの観点でマーケティングを行うものはどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 アウトバウンドマーケティング 2 インバウンドマーケティング 3 クロスメディアマーケティング 4 マーケティングミックス 	4	<p>マーケティングミックスは、製品(Product)、価格(Price)、流通(Place)、販売促進(Promotion)の4つの観点から、最適な組み合わせを考えるマーケティング手法である。</p> <p>販売する側の視点に立った4つのPに対して、顧客の立場に立った、顧客価値(Customer Value)、コスト(Cost)、利便性(Convenience)、コミュニケーション(Communication)の4つのCの最適な組み合わせを考える場合もあ</p>

180	経営戦略マネジメント	マーケティング	<p>購買者の興味や課題によりそって関係を築いていく、顧客主導型のマーケティング手法はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 アウトバウンドマーケティング 2 インバウンドマーケティング 3 クロスメディアマーケティング 4 マーケティングミックス 	2	<p>インバウンドマーケティングは、購買者の興味や課題によりそって関係を築いていく、顧客主導型のマーケティング手法である。</p> <p>潜在顧客(製品やサービスの提供対象となる層)や見込み顧客の興味・関心を深めたり、課題解決に役立つ情報を提供し、それにつながる製品やサービスを購買および推奨してもらう仕組みを構築する。</p>
181	経営戦略マネジメント	マーケティング	<p>企業から顧客に対して、一方的に電話やメールなどによって商品を売り込むマーケティング手法はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 アウトバウンドマーケティング 2 インバウンドマーケティング 3 クロスメディアマーケティング 4 マーケティングミックス 	1	<p>アウトバウンドマーケティングは、企業から顧客に対して、電話やメールなどによって一方的に自社の商品やサービスを売り込むマーケティング手法である。</p> <p>最近では、アウトバウンドマーケティングに対する顧客側の警戒心が強く、商品やサービスの購入に結びつかない場合が多くなっている。</p>
182	経営戦略マネジメント	マーケティング	<p>異なる特徴を持つ複数の広告メディアを組み合わせることで、効果的なマーケティングを行う手法はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 アウトバウンドマーケティング 2 インバウンドマーケティング 3 クロスメディアマーケティング 4 マーケティングミックス 	3	<p>クロスメディアマーケティングは、広くアピールできるテレビCM、情報量の多いWEBサイトというような異なる特徴を組み合わせることで、より高い効果のマーケティングを行う手法である。</p>
183	経営戦略マネジメント	マーケティング	<p>ユーザーの購買履歴や属性情報などに基づいて、適切な商品やサービスを推奨するマーケティング手法はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 アップセリング 2 オムニチャネル 3 クロスセリング 4 レコメンデーション 	4	<p>レコメンデーションは、ユーザーの購買履歴や属性情報などに基づいて、適切な商品やサービスを推奨するマーケティング手法である。</p> <p>「この商品を買った人はこんな商品も買っています」という、商品やサービスを推奨する仕組みのことである。</p>
184	経営戦略マネジメント	マーケティング	<p>実店舗やショッピングサイトといった全ての販売経路を継ぎ目なく統合するという概念はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 アップセリング 2 オムニチャネル 3 クロスセリング 4 レコメンデーション 	2	<p>オムニチャネルは、実店舗やショッピングサイトといった全てのチャネル(販売経路)を継ぎ目なく統合するという概念である。</p> <p>顧客は、どのようなチャネルで購入した場合でも、同一のサービスを受けられるようになる。</p>
185	経営戦略マネジメント	マーケティング	<p>顧客が商品を購入する際に、その商品に関連する商品を併せて購入してもらうことで客単価を上げる手法はどれか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 アップセリング 2 オムニチャネル 3 クロスセリング 4 レコメンデーション 	3	<p>クロスセリングは、顧客が商品を購入する際に、その商品を単独で購入してもらうのではなく、その商品に関連する別の商品やサービスなどを推奨し、それらを併せて購入してもらうことで客単価を上げる手法である。</p>

186	経営戦略マネジメント	マーケティング	顧客が購入しようとしている商品よりも、品質の高いものを推奨し、客単価を上げる手法はどれか。 1 アップセリング 2 オムニチャネル 3 クロスセリング 4 レコメンデーション	1	アップセリングは、顧客が購入しようとしている商品よりも、品質が高いもの、機能が大きいものを推奨し、元々購入しようとしている商品よりも高価な商品を購入してもらうことで客単価を上げる手法である。
187	経営戦略マネジメント	ビジネス戦略と目標・評価	競争優位に立つために必要とする重要な成功要因を示すものはどれか。 1 BSC 2 CSF 3 KGI 4 KPI	2	CSF(Critical Success Factors)は、競争優位に立つために必要とする重要な成功要因のことである。 日本語で、「重要成功要因」という。
188	経営戦略マネジメント	ビジネス戦略と目標・評価	ビジネス戦略を、「財務」、「顧客」、「業務プロセス」、「学習と成長」の4つの視点で評価するものはどれか。 1 BSC 2 CSF 3 KGI 4 KPI	1	BSC(Balanced Score Card: バランススコアカード)は、ビジネス戦略を、「財務」、「顧客」、「業務プロセス」、「学習と成長」の4つの視点から評価するものである。 業績の評価を、売上高や利益などの財務指標だけに頼るのではなく、多角的に評価するものである。
189	経営戦略マネジメント	ビジネス戦略と目標・評価	最終的な目標の達成度合いを測る指標はどれか。 1 BSC 2 CSF 3 KGI 4 KPI	3	KGI(Key Goal Indicator)は、ある目標を立て、目標の達成度合いを測るためにKGIを設定し、KGIの示す値が想定した閾値に達すれば目標が達成されたと判断する指標である。 日本語で「重要目標達成指標」と呼ぶ。
190	経営戦略マネジメント	ビジネス戦略と目標・評価	最終目標を達成するために必要なプロセスを評価するための指標はどれか。 1 BSC 2 CSF 3 KGI 4 KPI	4	KPI(Key Performance Indicator)は、最終目標を達成するために必要なプロセスを評価するための指標である。 日本語で「重要業績評価指標」と呼ぶ。
191	経営戦略マネジメント	ビジネス戦略と目標・評価	製品やサービスの価値を、機能とコストの関係を用いて分析する手法はどれか。 1 シックスシグマ 2 ナレッジマネジメント 3 バリューエンジニアリング 4 ロジスティクス	3	バリューエンジニアリング(Value Engineering)は、製品やサービスの価値を、機能とコストの関係を用いて分析する手法である。 顧客にとっての価値の向上を、「機能を向上させる」こと、または「コストを下げる」ことで実現する。

192	経営戦略マネジメント	経営管理システム	顧客を中心に考えてビジネスを展開し、利益の最大化を目指すマネジメントの手法はどれか。 1 CRM 2 ERP 3 SCM 4 SFA	1	CRM(Customer Relationship Management:顧客関係管理)は、顧客を中心に考えてビジネスを展開し、利益の最大化を目指すマネジメントの手法である。 ITシステムを活用することで、膨大な顧客情報の蓄積・管理が可能になり、顧客情報の分析結果を可視化できるようになり、効率的なCRMが展開できる。
193	経営戦略マネジメント	経営管理システム	製造を経ての出荷、そして消費者に届くまでの一連の供給プロセスを最適化する手法はどれか。 1 CRM 2 ERP 3 SCM 4 SFA	3	SCM(Supply Chain Management:供給連鎖管理)は、製造を経ての出荷、そして消費者に届くまでの一連の供給プロセスを最適化する手法である。 サプライチェーンの各プロセスに関わる企業が連携し、モノやお金、情報が流れているサプライチェーンを効率化・最適化していく。
194	経営戦略マネジメント	経営管理システム	企業経営の基本となる資源要素を適切に分配し有効活用する手法はどれか。 1 CRM 2 ERP 3 SCM 4 SFA	2	ERP(Enterprise Resource Planning:企業資源計画)は、企業経営の基本となる資源要素(ヒト・モノ・カネ・情報)を適切に分配し有効活用する考え方である。 最近では、ERPは経営管理の中核を担うシステムとしてさまざまな業界・業種の企業に広く導入されるようになった。
195	経営戦略マネジメント	経営管理システム	企業の全部門が関わる、全社的な品質改善への取り組みはどれか。 1 CRM 2 ERP 3 TOC 4 TQC	4	TQC(Total Quality Control)は、企業の全部門が関わり実施される、全社的な品質改善への取り組みのことである。 日本語で「全社的な品質管理」と呼ぶ。
196	経営戦略マネジメント	経営管理システム	企業収益の鍵を握る「制約条件」にフォーカスする事によって効果をあげる経営管理手法はどれか。 1 CRM 2 TOC 3 TQC 4 TQM	2	TOC(Theory Of Constraints)は、企業収益の鍵を握る「制約条件」にフォーカスする事によって、最小の努力で最大の効果(利益)をあげる経営管理手法である。 プロセスを阻害する要因を排除・改善することで、生産性を改善する。 日本語で「制約理論」と呼ぶ。
197	技術戦略マネジメント	技術開発戦略の立案・技術開発計画	特定のテーマに対して専門家が集まり、それぞれが意見やアイデアを出し合い成果を競い合うことはどれか。 1 ハッカソン 2 ビジネスモデルキャンバス 3 ペルソナ法 4 リーンスタートアップ	1	ハッカソンは、特定のテーマに対して専門家が集まり、それぞれが意見やアイデアを出し合い成果を競い合うことである。 ハック(Hack)とマラソン(Marathon)を掛け合わせて造られた造語である。

198	経営戦略マネジメント	技術開発戦略の立案・技術開発計画	架空のユーザーを作成し、ユーザーの視点でサービスや商品設計のために用いられる手法はどれか。 1 ハッカソン 2 ビジネスモデルキャンバス 3 ペルソナ法 4 リーンスタートアップ	3	ペルソナ(Persona)法は、ユーザーの視点でサービスや商品設計のために用いられる手法である。ペルソナと呼ばれる架空のユーザーを作成し、あらゆる判断基準にペルソナの視点を適用する。
199	経営戦略マネジメント	技術開発戦略の立案・技術開発計画	9つの欄に分かれた一枚の紙を利用してビジネスの構造を考えるためのツールはどれか。 1 ハッカソン 2 ビジネスモデルキャンバス 3 ペルソナ法	2	ビジネスモデルキャンバスは、ビジネスの構造を考えるためのツールである。9つの欄に分かれた一枚の紙にポストイットをペタペタ貼るような使い方をする。ビジネスの現状確認や新規事業構想など、ビジネスモデルを考える場面で広く使われている。
200	経営戦略マネジメント	技術開発戦略の立案・技術開発計画	試作品を短期間でつくり、顧客の反応を取得して、顧客がより満足できる製品・サービスを開発する手法はどれか。 1 ハッカソン 2 ビジネスモデルキャンバス 3 ペルソナ法 4 リーンスタートアップ	4	リーンスタートアップは、コストをかけずに最低限の製品・サービス・機能を持った試作品を短期間でつくり、顧客の反応を的確に取得して、顧客がより満足できる製品・サービスを開発していくマネジメント手法のことである。ムダを出さないための手法であり、自己満足で終わらない新規事業開発を可能とする。