

KEC ビジネススクール
中小企業診断士講座

企業経営理論

経営戦略編

[KEC オリジナルレジュメ]

新世紀を担う真の人材育成

KEC教育グループ Kinki Education Center

Sample

(1) 企業はその社会的責任の遂行を前提として社会から存続されることを要求され、かつ、企業は、継続的な経済活動を行わなければならないことを何というか。

(2) 企業の利害関係者：企業活動に強いつながりを持ち、その存続にとって不可欠な主体や機関のことを何というか。

(3) 経営計画について以下の空欄を埋めなさい。

A：ローリングプランとは (①) を (②) 修正する方法である。

B：コンティンジェンシープランとは (③) に対応する為に (④) の (⑤) を準備する方法である。

(4) 長期経営計画の問題点を3つ挙げなさい。

(5) サイモンの意思決定の3つのプロセスとは何か段階順に挙げなさい。

(6) アンゾフの意思決定階層モデルについて以下の空欄を埋めなさい。

A：トップマネジメントは製品・市場の選択等の (①) な (②) を

B：ミドルマネジメントは資源の調達・配分などの (③) な (④) を

C：ローアーマネジメントは日常業務の効率化等の (⑤) な (⑥) を行う。

(7) 経営戦略について以下の空欄を埋めなさい。

「戦略」は本来軍事用語であり「ある程度の (①) にわたって (②) を持った (③) の配分」という意味を持つ。経営戦略には大別して

A：(④) の変化に対応するために、自社の (⑤) を変革する「 (⑥) 」

B：市場環境下で (⑦) とどのように闘うかについての「 (⑧) 」

C：企業全体の業績向上のため不採算部門や事業から有利に撤退するための「 (⑨) 」がある。

- (1) ゴーイングコンサーン
- (2) ステークホルダー
- (3) ①計画のずれ ②そのつど ③不測の事態 ④複数 ⑤対策計画
- (4) ①環境変化からの遊離 ②創意工夫意欲の減退 ③現場からの拒絶
- (5) ①情報活動（情報収集）②設計活動（代替案検討）③選択活動（採用案の選択）
- (6) ①非定型的 ②戦略的意思決定 ③半定型的 ④管理的意決定 ⑤定型的 ⑥業務的意思決定
- (7) ①長期 ②一貫性 ③資源 ④環境 ⑤事業構造 ⑥成長戦略 ⑦競争相手 ⑧競争戦略 ⑨撤退戦略

(8) M&A を成功させる為の課題について以下の空欄を埋めなさい。

A: M&A で企業規模が大きくなれば、獲得した (①) や (②) の便益を上回る (③) が発生する危険がある。

B: それぞれの企業で培われてきた (④) の衝突をさけることが重要である。

C: 買収先の企業を適切に評価することが大切であり、高い (⑤) や高コストの (⑥) には注意が必要である。

D: 買収によって (⑦) をすばやく手に入れることはイノベーションによる (⑧) の代替に当たるので、(⑨) の削減や (⑩) の軽視に繋がらないようにしなければならない。

(9) SWOT 分析について以下の空欄を埋めなさい。

SWOT 分析はまず企業を取り巻く環境を外部環境 (①) と内部環境 (②) に大別する。

外部環境の O は (③) であり、T は (④) である。内部環境の S は (⑤) であり、W は (⑥) である。

外部環境分析はミクロ環境分析、主に、(⑦)、(⑧)、(⑨) の分析と、(⑩) と呼ばれるマクロ環境分析がある。

内部環境分析は大きく (⑪) と (⑫) に分類される。

(10) PEST 分析について以下の問いに答えなさい。

Pとは (①) であり、具体例は (②) である。

Eとは (③) であり、具体例は (④) である。

Sとは (⑤) であり、具体例は (⑥) である。

Tとは (⑦) であり、具体例は (⑧) である。

(8) ①規模の経済 ②市場支配力 ③管理コスト ④企業文化 ⑤プレミア価格
⑥借り入れ ⑦新規事業 ⑧内部成長方式 ⑨研究開発予算 ⑩内部開発努力

(9) ①統制不可 ②統制可 ③機会 ④脅威 ⑤強み ⑥弱み ⑦顧客 ⑧競合
⑨業界 ⑩PEST ⑪定性分析 ⑫定量分析

(10) ①政治 ②法改正等 ③経済 ④景気動向等 ⑤社会 ⑥人口動態の変化
⑦技術 ⑧ITの進展

Sample

(1 1) 事業ドメインを定義するための三要素は (①)、(②)、(③) である。

(1 2) ドメインの設定時の広さに関する留意点を 2 つ挙げなさい。

(1 3) シナジーの 4 類型は、管理シナジーと (①)、(②)、(③) である。

(1 4) アンゾフの成長ベクトル論における市場浸透戦略以外の 3 つは (①)、(②)、(③) である。

(1 5) 多角化戦略の目的を 4 つ挙げなさい。

(1 6) アンゾフの多角化戦略の分類について、以下の問いに答えなさい。

A : 水平型多角化 : 現在の顧客と同じ (①) の顧客に (②) を投入する多角化

B : 垂直型多角化 : 現在の製品の (③) や (④) に対する多角化

C : 集中型多角化 : 現在の製品と (⑤) や (⑥) の (⑦) またはいずれかに関連がある、新製品を新たな市場に投入する多角化

D : 集成型多角化 : 現在の (⑧) と既存の (⑨) の両方に、ほとんど関連の無い中で新製品を新しい市場に投入する多角化

(1 7) 代表的な M&A の手法について、以下の問いに答えなさい。

A : TOB とは日本語で (①) のことをいい、(②) を奪取する目的で (③) に対して行われる (④) である。

B : MBO とは (⑤) が自社や、自社の事業部門を買収することである。

C : EBO とは (⑥) がその会社を買収したり、経営権を取得したりする行為のことである。

D : LBO とは企業買収において (⑦) の (⑧) を (⑨) に、少ない (⑩) で買収することである。

(1 1) ①市場 (ターゲット) ②顧客機能 (ニーズ) ③独自能力

(1 2) ①広すぎると焦点がぼやける ②狭すぎると成長の可能性が少なくなる

(1 3) ①投資シナジー ②生産シナジー ③販売シナジー

(1 4) ①新製品開発戦略 ②新市場開拓戦略 ③多角化戦略

(1 5) ①リスクの分散 ②シナジーの発揮 ③新たな成長機会の追求 ④未利用資源の活用

(1 6) ①タイプ ②新製品 ③川下 ④川上 ⑤技術 ⑥マーケティング ⑦両方
⑧製品 ⑨市場

(1 7) ①株式公開買い付け ②経営権 ③複数の株主 ④株式買取の提案
⑤経営陣 ⑥従業員 ⑦買収先企業 ⑧資産 ⑨担保 ⑩自己資金

経営資源戦略

(1) 経営資源の配分と蓄積について以下の空欄を埋めなさい。

人、物、金等の (①) については (②) が重視される。ブランド、信用等の (③) は (④) が重視される。また (③) は (⑤) が可能であることが特長である。

(2) コアコンピタンスの3つの要件について答えなさい。

(3) 以下の空欄を埋めなさい。

VRIO 分析では以下の4つの問いによって構成される。

V. 企業の保持する (①) は、その企業が (②) に (③) することを (④) とするか。

R. どのくらい多くの競争企業が、その (⑤) の (⑥) のある経営資源を保持しているか。

I. その資源を保持していない企業はその経営資源の (⑦) あるいは (⑧) に当たって多大な (⑨) を要するか。

O. 企業が保持する、(⑩) があり、(⑪) であり、(⑫) の大きな経営資源を (⑬) で使いこなせる (⑭) が整っているか。

(4) VRIO 分析について① V ② R ③ I ④ O はそれぞれ何を指すか答えなさい。

(5) VRIO 分析について、以下の空欄を埋めなさい。

VRIO の中で通常最も重視されるものが (①) である。VR に (②) が加わることにより企業の (③) が確立される。模倣が困難な理由として

1. (④) 2. (⑤) 等がある。

(1) ①物的経営資源 ②量 ③情報の経営資源 ④質 ⑤同時利用

(2) ①価値がある ②希少性がある ③組織特殊性がある

(3) ①経営資源 ②外部環境 ③適応 ④可能 ⑤特定 ⑥価値 ⑦獲得
⑧開発 ⑨コスト ⑩価値 ⑪希少 ⑫模倣コスト ⑬組織全体 ⑭仕組み

(4) ①価値 ②希少性 ③模倣困難性 ④組織

(5) ① I ② I ③持続的競争優位 ④独自の歴史的条件 ⑤因果関係不明性

Sample

(6) PPM について、以下の空欄を埋めなさい。

ボストンコンサルティンググループによって作られた PPM は (①) と (②) の理論をベースに構成されている。

具体的には縦軸に (③)、横軸に (④) を取り、四象限の中の

(③) 高で (④) 高の場合を (⑤)、

(③) 高で (④) 低の場合を (⑥)、

(③) 低で (④) 高の場合を (⑦)、

(③) 低で (④) 低の場合を (⑧) という。

(7) PPM に対する批判について、以下の空欄を埋めなさい。

A: 各 SBU が (①) の面からしか評価されていない。

B: 各 SBU 間の (②) が考慮されていない。

C: 二軸の (③) が不明確である。

D: 過去・現在の分析に偏っており (④) な戦略が生まれにくい。

E: (⑤) に分類されたメンバーの (⑥) が困難である。

(8) 経験曲線効果について説明しなさい。

(6) ①製品ライフサイクル ②経験曲線効果 ③市場成長率
④相対的市場占有率 ⑤花形 ⑥問題児 ⑦金のなる木 ⑧負け犬

(7) ①キャッシュフロー ②シナジー ③定義 ④創造的 ⑤負け犬
⑥モチベーション維持

(8) 累積生産量が大きくなるにつれて、単位あたりコストが低減する効果

Sample

競争戦略

(1) ポーターの5フォースモデルにおける競争要因を挙げなさい。

(2) ポーターの3つの障壁をすべて挙げなさい。

(3) 企業間の競争が激化する要因について以下の空欄を埋めなさい。

A: (①) が無数にある、あるいは (②) や (③) の点でほぼ同等である

B: (④) が低い

C: 製品・サービスに (⑤) が無く、(⑥) がからない

D: (⑦) が高い場合や製品が陳腐化しやすい

E: (⑧) の (⑨) が大掛かりに行われるとき

F: (⑩) が高い

(4) 企業の競争状況について以下のときに A = 「厳しくなる」か、B = 「緩やかになる」か、答えなさい。

A: 同業者が少なくなりながらも圧倒的なシェアを持つ企業がないような産業①

B: 産業内で製品の差別化が困難な産業②

C: 固定費や在庫費用が高い産業③

D: 現有の生産設備をフル稼働させようとする同業者が多い産業において、需要の価格弾力性が高くなる状況④

(1) ①競争業者間の敵対関係 ②買手の交渉力 ③売手の交渉力
④新規参入の脅威 ⑤代替品の脅威

(2) ①参入障壁 ②撤退障壁 ③移動障壁

(3) ①競合企業 ②規模 ③力 ④業界の成長率 ⑤独自性 ⑥スイッチングコスト
⑦固定費 ⑧生産能力 ⑨増強 ⑩撤退障壁

(4) ①A ②A ③A ④A

Sample

(5) ポーターのバリューチェーンモデルについて以下の空欄を埋めなさい。

価値連鎖（バリューチェーン）分析の目的は顧客が対価を支払う価値が自社のどの（ ① ）で生み出されているかの観点から、自社の（ ② ）及び（ ③ ）を評価することにある。

企業の活動は主活動と支援活動に分かれる。

主活動は

（ ④ ） 、 （ ⑤ ） 、 （ ⑥ ） 、 （ ⑦ ） 、 （ ⑧ ） 活動からなる。

支援活動は（ ⑨ ） 、 （ ⑩ ） 、 （ ⑪ ） 、 全般管理からなる。

現在の事業活動を分解して評価することにより強みを発揮し

（ ⑫ ） の源泉になる活動、（ ⑬ ） に占める割合が大きい活動、
今後（ ⑭ ） が大きく増加しそうな活動などを識別することができる。

(6) ポーターの競争優位の戦略を3つ挙げなさい。

(7) ポーターの防衛戦略を3つ挙げなさい。

(8) 競争地位別戦略におけるリーダーについて次の問いに答えなさい。

A：市場における設定ターゲットは何か①

B：競争の基本方針を3つ挙げなさい②③④

C：市場目標を3つ挙げなさい⑤⑥⑦

(9) 競争地位別戦略におけるチャレンジャーについて次の問いに答えなさい。

A：市場における設定ターゲットは何か①

B：競争の基本方針を1つ挙げなさい②

C：市場目標を挙げなさい③

(5) ①活動 ②経営資源 ③ケイパビリティ ④購買物流 ⑤製造 ⑥出荷物流
⑦マーケティング・販売 ⑧サービス ⑨調達活動 ⑩技術開発 ⑪人事・労務管理
⑫差別化 ⑬トータルコスト ⑭コスト

(6) ①コストリーダーシップ戦略 ②差別化戦略 ③集中戦略

(7) ①参入障壁を高める ②報復見込みを高める ③攻撃の魅力を減らす

(8) ①フルカバレッジ ②周辺需要拡大 ③非価格競争 ④同質化対応
⑤最大シェア ⑥最大利潤 ⑦名声・イメージ

(9) ①セミフルカバレッジ ②差別化 ③市場シェア

(1 0) 競争地位別戦略におけるフォロワーについて次の問いに答えなさい。

A : 市場における設定ターゲットは何か①

B : 競争の基本方針を 1 つ挙げなさい②

C : 市場目標を挙げなさい③

(1 1) 競争地位別戦略におけるニッチャーについて次の問いに答えなさい。

A : 市場における設定ターゲットは何か①

B : 競争の基本方針を 2 つ挙げなさい②③

C : 市場目標を 2 つ挙げなさい④⑤

(1 2) ネットワークの外部性について簡単に説明しなさい。

(1 3) ネットワークの外部性についての直接効果について簡単に説明しなさい。

(1 4) ネットワークの外部性についての間接効果について簡単に説明しなさい。

(1 5) デファクトスタンダードを確立する 2 つの方法について以下の空欄を埋めなさい。
クローズド・ポリシーとは、(①) を (②) せず、他社からの (③) を防ぎ、早く市場を支配する方法である。

オープン・ポリシーとは、技術を (④) として公開し、(⑤) による (⑥) を獲得する方法である。

(1 6) 以下の空欄を埋めなさい。

企業間で、(①) や変動費に (②) が有り、かつそれを (③) できる場合、企業は (④) を確立できる可能性が高くなる。

(10) ①経済性セグメント ②模倣戦略 ③生存利潤

(11) ①特定市場セグメント ②集中戦略 ③ミニリーダー戦略 ④利潤
⑤名声・イメージ

(12) ユーザーが多いほど便益が増えること

(13) 持つ人が増えることにより利便性が増すこと

(14) 補完財が増えることにより利便性が増すこと

(15) ①技術 ②公開 ③模倣 ④規格 ⑤互換製品 ⑥合計シェア

(16) ①生産能力 ②非対称性 ③制御 ④競争優位

(17) 以下の空欄を埋めなさい。

自由競争市場では、企業の(①)の(②)が進みやすく、それが起こると競争戦略に(③)が無くなり(④)、(⑤)による収益向上に進みがちになり、(⑥)が(⑦)する方向になりやすい。

(18) 以下の空欄を埋めなさい。

費用構造が(①)を示すときは、(②)が成立せず(③)の(④)による効率化を進めやすくなる。その結果、(⑤)を無視した(⑥)の増加につながり、価格低下による(⑦)のリスクにつながりやすい。

(19) 以下の空欄を埋めなさい。

日本企業の強さの一つがタイムベース競争にあるとも言われている。その内容は他に(①)して(②)することによる(③)的な「(④)」と、(⑤)が短い(⑥)的「(⑦)」がある。開発において日本企業では(⑧)が(⑨)されている為、(⑩)の米国企業より優位であると言われる。

(17) ①費用構造 ②同質化 ③相互優位性 ④シェア拡大 ⑤生産量拡大
⑥価格競争 ⑦激化

(18) ①収穫逦増 ②最適生産規模 ③規模 ④拡大 ⑤需要量 ⑥供給量
⑦利益減少

(19) ①先行 ②生産・販売 ③相対 ④早さ ⑤開発リードタイム ⑥絶対
⑦速さ ⑧プロセス ⑨オーバーラップ化 ⑩リレー型開発

Sample

(1) 製品アーキテクチャは大きく2つに分類されるが、その2つを答えなさい。

(2) 製品アーキテクチャの特徴について以下の空欄を埋めなさい。

インテグラル型は

A: (①) と (②) の対応関係が複雑に絡み合う

B: 構成要素間の (③) が高い

モジュラー型は

A: 構成要素間の (④) が高い

B: 構成要素間は (⑤) に (⑥) に (⑦) している

C: (⑧) がルーラ化している

(3) 製品アーキテクチャのそれぞれのメリットについて以下の空欄を埋めなさい。

インテグラル型は

(①) の性能の向上や (②) の (③) が可能となる

モジュラー型は

A: 設計の (④) が増し、構成要素ごとの (⑤) が促進される

B: 個々の構成要素の (⑥) は、他の構成要素の設計とはある程度

(⑦) に並行して進めることが出来る

(4) 製品アーキテクチャのそれぞれのデメリットについて以下の空欄を埋めなさい。

インテグラル型は

A: 製品の (①) さが増大する

B: (②) の負荷や (③) が上昇する

モジュラー型は

(④) の (⑤) が困難になる

(1) インテグラル型 (プロダクト・インテグリティ) 、モジュラー型

(2) ①機能 ②物的構成要素間 ③機能的相互依存性 ④機能的独立性
⑤構造的 ⑥相互 ⑦独立 ⑧インターフェイス

(3) ①製品全体 ②構成要素 ③最適化 ④自由度 ⑤技術革新 ⑥設計
⑦無関係

(4) ①複雑 ②調整 ③開発コスト ④製品全体 ⑤最適設計

Sample

(5) コモディティ化とは何か説明しなさい。

(6) コモディティ化の三要素を挙げなさい。

(7) コモディティ化の進展に対する対応について、以下の空欄を埋めなさい。

エレクトロニクス業界では、製品のコモディティ化を抑制する方法として、(①) の成立を (②) させるために (③) の (④) が試みられている ((⑤) ともいう) 。

その際、(⑥) や (⑦) の (⑧) や (⑨) を実施することも重要となる。ただし、特許は技術を公開するため、模倣の危険を完全には排除できない。そのため、秘密の性質によっては (⑩) も考慮する必要がある。

その他、国内外の (⑪) を分析し (⑫) に合った製品を提供することや、新興国では生産できない (⑬) に (⑭) を集中することも対策となる。

また、特に自社技術の (⑮) が速い場合は、技術の優位性が守りにくいので上記の対策が必要である。

(8) 以下の空欄を埋めなさい。

技術開発を進める場合性能を (①) すると、競合他社も同様の目標を掲げやすく追随を受けやすくなる。(②) した技術や (③) を利用して商品開発を行うと (④) が低いため、競争に巻き込まれる可能性が高い。

(⑤) が満たされた後は、顧客の (⑥) の評価が厳しくなるため、価格競争が激しくなる。

(⑦) の進展は (⑧) の容易化を通じて価格競争を激化させる要因となっている。

モジュール化の進展は (⑨) の (⑩) を通じて短期的に (⑪) や (⑫) の向上をもたらすが、その効果はただちに (⑬) に反映される。

更にメーカーは (⑭) の組み換えや (⑮) の変更によって消費者の購買意欲を高める方向に進みやすく、それが (⑯) の短縮化の一因になっている。

(5) 参入企業が増加し、商品の差別化が困難になり、価格競争の結果、企業が利益を上げられないほど価格が低下すること

(6) ①モジュール化 ②中間財の市場化 ③顧客価値の頭打ち

(7) ①標準部材市場 ②遅延 ③製品開発 ④スピードアップ ⑤計画的陳腐化
⑥自社技術 ⑦ノウハウ ⑧漏出対策 ⑨知財戦略 ⑩ブラックボックス戦略
⑪市場 ⑫現地ニーズ ⑬高機能製品 ⑭生産販売 ⑮拡散のスピード

(8) ①数値目標化 ②標準化 ③中間材 ④参入障壁 ⑤コア機能
⑥性能対費用 ⑦標準インターフェイス ⑧新規参入 ⑨生産工数 ⑩削減
⑪コストの低下 ⑫生産性 ⑬価格競争 ⑭要素部品 ⑮製品デザイン
⑯製品ライフサイクル

(9) 技術開発について以下の空欄を埋めなさい。

いわゆる中央研究所のみで製品の開発を行うと、(①) とかけ離れた (②) の製品を開発する恐れがある。そのためには (③) の段階から (④) が参加するなど、(⑤) を取り入れた製品開発を行う必要がある。

(1 0) 暗黙知について説明しなさい。

(1 1) 形式知について説明しなさい。

(1 2) ケイパビリティについて説明しなさい。

(1 3) イノベーションについてのシュンペーターの定義である「新結合」により生み出されるものについて以下の空欄を埋めなさい。

A : 新しい (①) の生産

B : 新しい (②) 方法

C : 新しい (③) の開拓

D : 新しい (④) の獲得

E : 新しい (⑤) の実現

(1 4) ドラッカーのイノベーションの7つの機会について以下の空欄を埋めなさい。

A : (①) の発生

B : (②) のギャップ

C : (③) の存在

D : (④) の変化

E : (⑤) の変化

F : (⑥) の変化

G : 新しい (⑦) の登場

(9) ①ニーズ ②技術志向 ③開発初期 ④営業部門 ⑤市場（顧客）ニーズ

(10) 言語化できない主観的・身体的な知

(11) 言語化できる客観的・理性的な知

(12) 企業が全体として持つ潜在的な組織知・能力

(13) ①財貨 ②生産 ③市場 ④供給源 ⑤組織

(14) ①予期せぬ出来事 ②現実とあるべき姿 ③ニーズ ④産業構造
⑤人口構造 ⑥認識 ⑦知識

(15) 以下の空欄を埋めなさい。

A: 「ラディカルイノベーション」とは今までの製品技術を一新するような (①) なイノベーションのことを言う。

B: 「インクリメンタルイノベーション」とは従来の技術を (②) に向上させていくイノベーションのことを言う。

C: 「プロダクトイノベーション」とは今までにない (③) を生み出すイノベーションのことを言う。

D: 「プロセスイノベーション」とはこれまでにある製品の (④) を (⑤) するイノベーションのことを言う。

E: 「ドミナントデザイン」とは (⑥) のある (⑦) のことを言う。

(16) 以下の空欄を埋めなさい。

イノベーションのメカニズムとして、需要側の影響を重視する「(①) 説」と、技術側の影響を重視する「(②) 説」があるが、双方の影響からイノベーションが発生すると考えられる。そこからは (③) と (④) の連携の重要性が導かれる。特に (②) によるイノベーションは、顧客のニーズと乖離した (⑤) 製品の開発につながる恐れがあるので注意しなければならない。

(17) 以下の空欄を埋めなさい。

リバースイノベーションとは、(①) で開発された製品を (②) の開発拠点で (③) に開発し直し、現地の生産販売を図りつつ、それを (④) へと (⑤) させるイノベーション戦略である。

(18) 以下の空欄を埋めなさい。

イノベーション・ジレンマとは、(①) による (②) に (③) は移りつつあるのに、(④) で (⑤) が出ているため、新製品への (⑥) を (⑦) している状態のことである

(15) ①破壊的 ②漸進的 ③製品 ④製造工程 ⑤改善 ⑥市場支配力
⑦製品規格

(16) ①デマンド・プル ②テクノロジー・プッシュ ③営業部門 ④技術部門
⑤オーバースペック

(17) ①先進国 ②途上国 ③現地向け ④先進国モデル ⑤進化

(18) ①新しい技術 ②新製品 ③市場 ④既存の旧製品 ⑤利益
⑥投資 ⑦躊躇

Sample

(1 9) 以下の空欄を埋めなさい。

リードユーザーとは、(①) な (②) ユーザーのことである。

その意見は (③) の (④) になり、(⑤) な (⑥) を生み出す可能性を秘めている。他方、一般ユーザーの意見に基づく製品開発は (⑦) の (⑧) の留まる可能性が高い。

(2 0) レファレンス・モデルとは (①) の (②) を (③) する為の機器 (モデル) である。これを利用することで (④) の (⑤) のための技術が最小限ですむため、製品市場への (⑥) が低くなる。

(2 1) 以下の空欄を埋めなさい。

魔の川とは (①) から (②) の間の難関・障壁のことを言う。

死の谷とは (③) から (④) あるいは、(⑤) までの間の難関・障壁のことを言う。

ダーウィンの海とは (⑥) あるいは、(⑦) から (⑧) までの間の難関・障壁のことを言う。

(2 2) ファブレス企業とは何か説明しなさい。

(2 3) ファウンドリー企業とは何か説明しなさい。

(2 4) EMS とは何か説明しなさい。

(2 5) OEM とは何か説明しなさい。

(19) ①先端的 ②提案型 ③イノベーション ④源泉 ⑤革新的
⑥製品 ⑦既存製品 ⑧改良

(20) ①組み立てメーカー ②製品開発 ③支援 ④最新技術 ⑤すり合わせ
⑥参入障壁

(21) ①基礎研究 ②応用研究 ③応用研究 ④ニュービジネス ⑤製品化
⑥ニュービジネス ⑦製品化 ⑧事業化

(22) 工場を持たず製品の企画や設計に専念する企業

(23) 顧客の設計図を下に電子部品の製造を請け負う企業

(24) 他メーカーから受託した電子機器の受託生産を専門に行う企業

(25) 相手先ブランドによる委託生産を受託する企業

(26) EMSとOEMとの違いについて以下の空欄を埋めなさい。

EMSは(①)に変わり製品の(②)も行っている。OEMは(③)や(④)のような分業関係に近いがEMSは(⑤)も大きく(⑥)も(⑦)が多い。

(27) 以下の空欄を埋めなさい。

スピンアウト型の起業は、企業内の(①)や活用できていない(②)等を切り離し、本社とは別の一企業として独立させて(③)を行う。

なかでも独立後の新会社と(④)との(⑤)がなくなる場合のことを指す。

新会社と(④)とが(⑤)を継続させる場合は、(⑥)と呼ぶ。大企業では埋もれてしまいがちな(⑦)や(⑧)を切り離して事業化することにより、(⑨)の可能性を広げるために行われる。

(28) 以下の空欄を埋めなさい。

TLOとは、(①)(技術移転機関)の略称である。大学の(②)の(③)を(④)し、それを民間企業等へ(⑤)する(⑥)であり、産と学の「(⑦)」の役割を果たす組織である。

(29) 以下の空欄を埋めなさい。

ベンチャーキャピタルは(①)に対して「(②)」という形態で(③)を投じるため、(④)という役割が非常に大きい。

ベンチャーキャピタルの投資担当者が(⑤)の(⑥)に就任して経営の一端を担う等、出資先ベンチャー企業の(⑦)に深く(⑧)する場合もある。

このような投資スタイルは「(⑨)」型と呼ばれる。1990年代半ばまで、日本のベンチャーキャピタルではベンチャー企業の経営には関与しない「(⑩)」型のベンチャー投資が主体であったと言われる。

(30) 企業の社会的責任の例を3つ挙げなさい。

(26) ①受託先企業 ②設計 ③下請け ④系列 ⑤規模 ⑥受注先
⑦幅広いこと

(27) ①事業部門 ②研究開発成果 ③事業展開 ④旧会社 ⑤資本関係
⑥スピンオフ ⑦部門 ⑧ビジネスアイデア ⑨事業発展

(28) ①Technology Licensing Organization ②研究者 ③研究成果
④特許化 ⑤技術移転 (Technology Licensing) ⑥法人 ⑦仲介役

(29) ①未上場企業 ②出資 ③資金 ④産業育成 ⑤投資先企業
⑥社外取締役 ⑦経営 ⑧直接関与 ⑨ハンズオン ⑩ハンズオフ

(30) ①コンプライアンス ②フィランソロピー活動 ③メセナ活動

(31) コンプライアンスとは (①) のことであり、フィランソロピー活動とは (②) のことであり、メセナ活動とは (③) のことである。

(32) 有力企業が産業集積に進出した場合の影響を4つ答えなさい。

(33) 規模の経済と範囲の経済について、以下の空欄を埋めなさい。

規模の経済とは、一定時点での (①) が (②) ほど製品の (③) のコストが低下する効果のことである。

範囲の経済とは、単一の種類の違う製品を (④) に (⑤) した方が、総費用が少なく効率が良い効果のことである。

Sample

(3 1) ①法令遵守 ②社会貢献活動 ③文化・芸術活動に対する支援活動

(3 2) ①産業集積内技術の高度化 ②集積による技術革新の発生
③産業構造の高度化の進行 ④産業集積の経営効率化

(3 3) ①生産量 ②大きい ③単位あたり ④同時 ⑤生産・販売

Sample