

# 【1】経済学・経済政策 | ミクロ経済学

出題傾向の急変があり得る科目。  
近年の出題傾向に惑わされず、  
基本論点をまんべんなく、薄く・広く押さえる。  
試験本番では、50点の手応えを確保すれば十分

### 1. 企業行動の分析

費用関数	総費用 AC	可変費用 VC	固定費用 FC
平均費用 生産量xで割る AC(x)	平均可変費用 生産量xで割る AVC(x)	限界費用 傾き=微分する MC(x)	価格受容者 収入R=P*x P=MC(x)

①理論的 ②グラフ ③微分

④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫

### 2. 消費者行動の分析

効用: その財1単位から得られる満足度

2財比較  
効用を一定に保つのに必要な代替財の量

③ 効用と選好  
推移性の前提  
効用関数  
限界効用  
無差別曲線(単調性)  
U=xyならy=U/x(反比例)  
ビール1杯 = 2ヤキトリ

④ 限界代替率 MRSxy  
無差別曲線への接線の傾き  
=財の限界効用/財の限界効用  
=限界効用の比率MUx/MUy

⑤ 予算集合  
PxX+PyY ≤ m  
y=(-Px/Py)X+m/Py

⑥ 予算制約線  
⑦ 予算制約線のシフト

⑧ 最適消費点  
⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

### 4. 不完全競争

産業組織論  
SCPパラダイム  
市場構造: Structure  
市場行動: Conduct  
市場成果: Performance

競争モデル  
独占  
寡占(&複占)  
独占的競争

独占  
価格変化する  
自社だけプライスメイカー  
ライバル0

寡占  
価格変化する  
少数のプライスメイカー  
他企業の行動により  
自社の利潤が変わる

\*完全競争  
価格変化しない  
プライステイカー  
ライバル無関係

④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫

短期/長期  
費用関数  
包絡線 (TC, AC, xMC)  
・全て可変費用  
・LTCはあらゆるSCの下に沿う

課税の効果  
従量税  
→平行シフト  
従価税  
→傾きが急(定額税)

生産関数  
アプローチ  
生産関数  
限界生産性  
投入1単位あたりの生産増加量

⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

需要関数  
価格・消費曲線  
価格変化に伴う最適消費点の軌跡  
需要関数(需要曲線)  
最適消費点におけるx財の数量とそれに対応するPxの関係

① 期待効用仮説  
② 危険回避/愛好的  
③ リスクプレミアム  
④ 確実性等価  
⑤ 不確実性における所得期待値

⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

寡占モデル  
クールノー (生産量)  
ベルトラン (価格)  
シュタッケルベルグ (生産量)

非協調的/非協調的行動  
ペイオフマトリクス  
ナッシュ均衡  
囚人のジレンマ  
ミニマックス原理

Remind: 供給関数導出5step

- ① 総費用TC=可変費用VC+固定費用FC
- ② 費用曲線(TC, VS)は逆S字の3次関数
- ③ ある点における傾き = 限界費用MC(x)  
原点と結んだ傾き = 平均費用AC(x)  
y切片と結んだ傾き = 平均可変費用AVC(x)
- ④ 微分によりy軸を総額→単価に変換  
1) AC(x), AVC(x), MC(x)はU字型2次関数, AC(x) > AVC(x)  
2) MC(x)はAC(x), AVC(x)の最下点を通る
- ⑤ 利潤=収入R-総費用TC, BEP=操業停止点のP決定  
∴供給曲線=MC(x)のうち操業停止点より右側

④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫

供給関数  
供給関数(供給曲線)  
限界費用曲線のうち、  
BEP・操業停止点より右上  
供給の価格弾力性  
企業行動  
価格弾力性  
需要曲線コンボ

完全競争  
Supply 企業  
=利潤最大化  
Demand 消費者  
=効用最大化

⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

⑨ 価格効果  
所得効果  
(需要の)所得弾力性 η  
代替効果  
下級財 中級財 高級財  
x ↑ x ↓ x ↑  
x ↓ x ↑ x ↓  
補完財 ↑ギッフェン財  
Δ需要量の変化率  
所得の変化率  
所得消費曲線  
エンゲル曲線

⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

### 3. 市場均衡と厚生分析

市場均衡  
完全競争市場と市場均衡  
需要曲線のシフト  
供給曲線のシフト

市場の調整過程  
○ワルラス的調整過程  
△マーシャル的調整過程

厚生分析  
消費者余剰  
生産者余剰  
社会的余剰

貿易  
国際貿易  
リカード比較生産費  
(比較優位の理論)  
絶対優位 vs 比較優位  
ヘクシャー-オリーン

自由貿易の理論  
A国の自給自足均衡  
小国の仮定  
自由貿易の利益  
自由貿易均衡  
輸入関税による死荷重

### 5. 市場の失敗と政府の役割

不完全競争  
市場の失敗①

★外部効果  
市場の失敗②

★情報の不完全性  
市場の失敗④

公共財  
市場の失敗③

費用逓減産業  
市場の失敗⑤

市場機構の長所  
効率的な状態  
→厚生経済学の第一定理  
低運営コスト  
△計画経済  
○市場経済

正・負の外部効果  
生産損失  
供給過大・過少  
私的便益・私的費用  
社会的費用

性質情報の非対称性  
<契約(取引)前>  
逆選択  
⑨

行動情報の非対称性  
<契約(取引)後>  
⑨ モラルハザード  
プリンシパルエージェント

公共財の定義  
非競合性  
非排他性  
フリーライダー問題

平均費用右下がり  
自然独占  
限界費用価格規制  
平均費用価格規制  
参入規制+価格規制で  
供給量を確保

その他政府の役割  
所得格差  
ローレンツ曲線  
ジニ係数

外部性  
①市場を通じず直接的に  
②他の経済主体の効用に影響

用語レベル  
一通り

当事者間の交渉コスト0  
所有権が明確に設定

# 【1】経済学・経済政策 II マクロ経済学

## 6. 国民経済生産と物価指数

各生産段階の(産出額-中間投入額)の和  
構成比を昔⇄今のどちらに揃えるか

★国民経済計算 用語

国内総生産(GDP)	付加価値計算例	★物価指数 4	各種の経済統計
国内総生産(GNP)	フロー・ストック	ラス・パイレス物価指数(基準年基準)	雇用統計
三面等価の原則	生産面から見たGDP 分配面から見たGDP 支出面から見たGDP	消費者物価指数CPI(基準年基準)	職業安定業務統計
帰属計算	持家サービス 農家の自家消費 対家計民間非営利団体 列の合計・行の合計 投入係数行列	パーシェ物価指数(比較年基準)	労働力調査
産・業連関表		GDPデフレーター 名目/実質×100	鉱工業生産指数

★物価指数 4

実質物価指数  
=名目物価指数÷インフレ率

各種の経済統計

- 雇用統計
- 職業安定業務統計
- 労働力調査
- 鉱工業生産指数
- 工業統計
- 商業統計
- 景気動向指数  
DI(局面)・CI(量感)  
先行12・次の11・遅行6

★国民経済計算 用語

付加価値計算例

国内総生産(GDP)

国内総生産(GNP)

三面等価の原則

帰属計算

産・業連関表

★物価指数 4

ラス・パイレス物価指数(基準年基準)

消費者物価指数CPI(基準年基準)

パーシェ物価指数(比較年基準)

GDPデフレーター  
名目/実質×100

各種の経済統計

雇用統計

職業安定業務統計

労働力調査

鉱工業生産指数

工業統計

商業統計

景気動向指数  
DI(局面)・CI(量感)  
先行12・次の11・遅行6

実質物価指数  
=名目物価指数÷インフレ率

★国民経済計算 用語

付加価値計算例

国内総生産(GDP)

国内総生産(GNP)

三面等価の原則

帰属計算

産・業連関表

## 7. 財市場の分析

★消費関数

ケインズ型消費関数  $C=cY+A$

独立消費A

限界消費性向c

平均消費性向

貯蓄関数  $S=(1-c)Y-A$

可処分所得  $(Yd=Y-T)$

★均衡国民所得

生産=分配=支出

供給  $Y_s \rightarrow$  所得  $Y \rightarrow$  需要  $Y_d(C)$

$Y_s=Y$  (45度線)

$YD=c(Y-T)+A+I+G$

(YIによる一次関数)

均衡国民所得

$Y^*=1/(1-c) \times (-cT+A+I+G)$

★乗数理論

需要側項目の均衡国民所得  $Y^*$  への影響

- 投資Iの変化: 投資乗数  $1/(1-c)$
- 政府Gの変化: 政府支出乗数  $1/(1-c)$
- 租税Tの変化: 租税乗数  $-c/(1-c)$  ← 小さい

均衡予算乗数の定理

★総需要管理政策

有効需要の原理

古)GDPは生産が決定(価格で調整)

ケ)GDPは需要が決定(需要数量で調整)

→需要増加策が有効

★インフレギャップとデフレギャップ

労働市場との均衡を考慮

均衡国民所得  $Y^*$  と完全雇用国民所得  $Y_f$  の差

有効需要拡大政策 → 非自発的失業低下

★IS曲線 & Savings

①45度線分析

②IS-LM分析

IS曲線

LM曲線

IS-LM分析

財市場・貨幣市場が均衡

均衡国民所得と均衡利子率

財政政策の有効性・効果

クラウディング・アウト

金融政策の有効性・効果

流動性のわな

## 8. 貨幣市場の分析と財政・金融政策

マネーサプライと金融政策

ハイパードマネー

→信用創造

→マネーサプライ

$M=(c+1)/(c+r) \times H$

公開市場操作(買いオペ)

公定歩合操作!

法定準備率操作!

★貨幣需要

取引動機・予備的動機

流動性のわな

①貨幣需要関数

②LM曲線

③金融・財政政策(クラウディング・アウト)

★IS曲線 & Savings

①45度線分析

②IS-LM分析

IS曲線

LM曲線

IS-LM分析

財市場・貨幣市場が均衡

均衡国民所得と均衡利子率

財政政策の有効性・効果

クラウディング・アウト

金融政策の有効性・効果

流動性のわな

★貨幣需要

取引動機・予備的動機

流動性のわな

①貨幣需要関数

②LM曲線

③金融・財政政策(クラウディング・アウト)

## 9. 物価水準と失業

労働市場

総需要=総供給分析(AD-AS分析) ←労働市場

	古典派	ケインズ経済学	その他
総供給曲線	AS曲線	AS曲線	AS曲線
均衡国民所得	$Y^*$ で垂直	ASが $Y^*$ で垂直	ADに關係なく $Y^*$ 一定
効果	古典派	ケインズ	その他
インフレ	ADが右にシフト	ASが右にシフト	ASが左にシフト
フィリップス曲線	短期: 貨幣需要により	長期: 予想修正により	自然失業率仮説

AS曲線

古典派

ケインズ経済学

その他

総供給曲線

AS曲線

均衡国民所得

効果

インフレ

フィリップス曲線

古典派

ケインズ

その他

ASが  $Y^*$  で垂直

ADに關係なく  $Y^*$  一定

→セーの法則

古典派

ケインズ

その他

ASが右にシフト

ASが右にシフト

ASが左にシフト

ADが右にシフト

ASが左にシフト

短期: 貨幣需要により

長期: 予想修正により

自然失業率仮説

w, Pの上昇率と失業率のトレードオフ

失業率・右下がり

スタグフレーションにより  $w \uparrow, P \uparrow$  となって疑問符

## 10. その他の理論

消費の理論・投資の理論・マクロ経済学の学派

	古典派	ケインズ経済学	その他
消費の理論	古典派	ケインズ	その他
投資の理論	古典派	ケインズ	その他
学派	古典派	ケインズ	その他

消費の理論

古典派

ケインズ経済学

その他

投資の理論

古典派

ケインズ

その他

学派

古典派

ケインズ

その他

消費の三大仮説

ライフサイクル仮説

恒常所得仮説

相対所得仮説

資産効果

加速原理

トービンのq

$q > 1 \rightarrow$  投資実行

$q < 1 \rightarrow$  負の投資

サプライサイド経済学

→ 税制・社会保障の改革を主張

貨幣供給の増加率は一定に!

$M \uparrow \rightarrow P \uparrow$  とするので無意味

価格硬直時、変化に弱い市場は通常うまく機能

裁量・積極的な政府介入

シカゴ学派

景気循環

コンドラチェフ

クズネット

ジュグラー

キッチン

経済成長

ソロー・スワン

全要素生産性(TFP)

成長方程式

輸出・輸入の価格弾力性の和  $> 1$

→ Jカーブ効果起きない

投資収支の決定理論

(IS・バランス・アプソージョン)

★Jカーブ効果

マールシャラーナーの安定条件

政策

マンデルフレミングモデル

→ 変動相場資本移動=財政政策無効

不胎化政策

丸暗記

直前期対応

IS-LM分析

IS曲線

LM曲線

IS-LM分析

財市場・貨幣市場が均衡

均衡国民所得と均衡利子率

財政政策の有効性・効果

クラウディング・アウト

金融政策の有効性・効果

流動性のわな

IS-LM分析

財市場・貨幣市場が均衡

均衡国民所得と均衡利子率

財政政策の有効性・効果

クラウディング・アウト

金融政策の有効性・効果

流動性のわな

AD-AS分析

AD曲線

AS曲線

AD-AS分析

財市場・貨幣市場が均衡

均衡国民所得と均衡利子率

財政政策の有効性・効果

クラウディング・アウト

金融政策の有効性・効果

流動性のわな

AD-AS分析

財市場・貨幣市場が均衡

均衡国民所得と均衡利子率

財政政策の有効性・効果

クラウディング・アウト

金融政策の有効性・効果

流動性のわな

# 【2】財務・会計

①連結会計

④ 1 本店会計

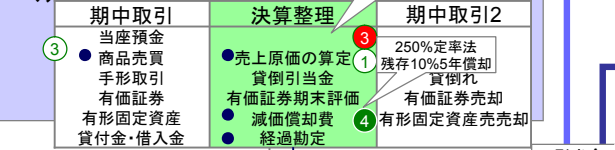
時間との戦い、守りの科目。  
ハマリを防ぐには所要時間ルールが有効。  
試験委員の好みでファイナンス周りの出題増加。  
とにかく40点確保、足切りクリアが至上命題。

## 1. 財務諸表と簿記の基本原則

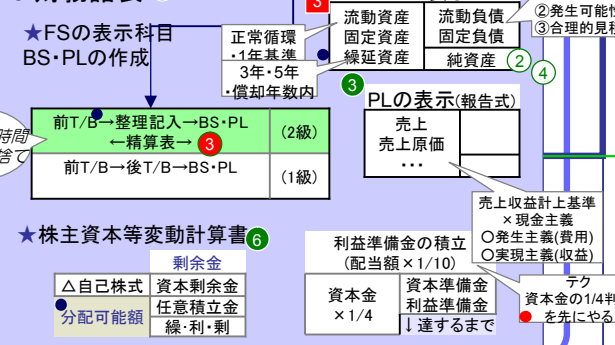
概観  
簿記の基本

簿記一巡の手続	
開始手続	
営業手続	①取引の読み取り ②仕訳 ③転記(勘定記入)
決算手続	④精算表(勘定×切) 12 ⑤BS・PL作成 2 2期BS+当期PL

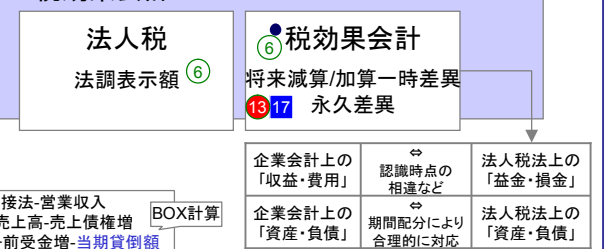
## 2. 期中取引と決算整理



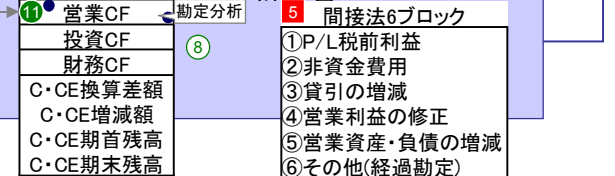
## 3. 財務諸表



## 4. 税効果会計



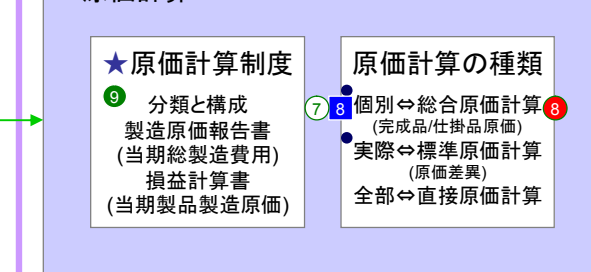
## 5. キャッシュフロー計算書



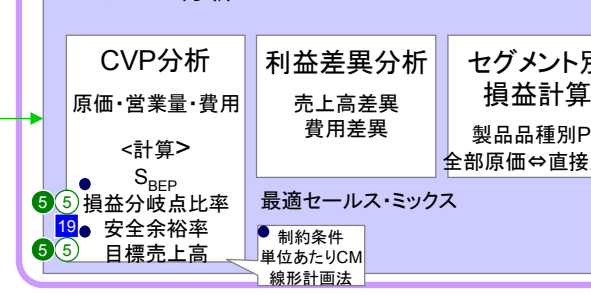
## 6. 経営分析

概念	資本概念 総資本(使用総資本) 経営資本 自己資本(equity)	損益概念 事業利益 金融費用	
収益性分析	資本利益率 総資本常総利益率 総資本事業利益率(ROA) 経営資本営業利益率 自己資本利益率(ROE) 資本利益率 =売上高利益率×資本回転率	売上高利益率 売上高総利益率 " 営業利益率 " 経常利益率 費用面からの分析指標 売上原価率・販管費率 ・人件費率・金融費用比率 インタレストカバレッジレシオ	
流動性分析	短期安全性 流動比率 当座比率	長期安全性 固定比率 固定長期適合率	資本調達構造 自己資本比率 負債比率
回転率/期間	総資本/経営資本回転率 売上債権回転率/期間 買入債務回転率/期間 棚卸資産回転率/期間 有形固定資産回転率	当期仕入高 受手+買掛金	
CF分析	キャッシュフローマージン 営業CF対流動負債比率		
生産性分析	付加価値生産性=付加価値/従業員数←基本パターン 3パターンに展開→売上高・有形固定資産・人件費総額		

## 7. 原価計算



## 8. CVP分析



## ファイナンス

### 9. DCFと投資評価基準

FCF	営業利益ベース(税後) FCF=営業CF-投資CF ※税前CIF=CIF-COF =営業利益×0.6+減償-運転資金増加額-設備投資額 CF計算書ベース FCF=営業CF+投資CF
経済性計算	①DCF法 ②その他 タックスシールド
意思決定	新規投資・取替投資

### 10. ポートフォリオ理論(リスク分散)

個別証券A	加重平均	期待収益率	分散	標準偏差
個別証券B	加重平均	期待収益率との差	分散の加重平均	√分散
ポートフォリオ	A・Bの期待収益率を加重平均	→偏差・分散・標準偏差計算不可能	組入れ比率を変化させ、効率的ポートフォリオ	

### 11. 財務・会計に関する諸理論

資金調達	株価の算定	企業評価
負債の資本コスト $r_a = L/V_a$	配当割引モデル $V_e = D/r_e$ $V_e = D / (r_e - g)$	株式価値 $V_e = D / r_e$ $V_e = D_1 / (r_e - g)$
株主資本の資本コスト① 配当割引モデル $r_e = D/V_e$ $r_e = D_1 / (V_e + g)$	期待収益率 (配当利回り+値上がり額) $r = (D_1 / V_e + (V_1 - V_0) / V_0)$	WACC(FCF成長率) $r = (D_1 / V_e + (V_1 - V_0) / V_0)$
株主資本の資本コスト② CAPMによる $r_e$	WACC (負債一定、自己資本=時価) 資本調達形態	WACC(-FCF成長率) ECE WACC(FCF成長率) 純資産額法 収益還元法 株式市価法 →合併比率算定

3

# 【3】企業経営理論 | 経営戦略

ここ2年で  
難易度UP  
経営・不適切選択肢が  
IG:因果  
K1:結論入替・文中  
K2:結論入替・文末  
W:用語入替

「適切なものを選びたい」は難しい  
「不適切」長文は  
どこか箇所しれっと入替え

例年マークはひっかけなしの簡単な出題。  
経営・組織論は因果関係・用語入替で難易度up。  
難易度安定しており確実に稼げる科目。  
財務終了後の安堵による緊張感不足が最大の敵。

### 1. 企業活動概論

企業活動概論  
オープンシステム  
経営理念  
経営計画  
PDS  
ローリング  
コンテンツエンジン

### 2. 経営戦略

物理的定義  
△マーケティング  
△マイオビア

機能的定義  
△イノベーション  
△ジレンマ

階層別分類  
企業(成長)戦略  
事業(競争)戦略  
機能戦略

環境変化  
ドメイン  
資源展開  
シナジー

コアコンピタンスの3要件  
展開力  
顧客の認める価値  
模倣困難性

S W  
O T

歴史の変遷  
(経路依存性)

暗黙知  
=「粘着性の高い情報」

### 2. 分析アプローチ

アンゾフ企業戦略論  
ポーター競争戦略  
ポジショニングアプローチ  
欧米、特に米国

プロセス型アプローチ  
創発戦略  
リソースベースビュー  
コアコンピタンス・ケイパビリティ

計画段階 ↓ 一方向的  
実行段階

計画 ↓ ビジョン明示  
実行 ↑ フィードバック

分析麻痺症候群

### 7. CSRとコーポレートガバナンス

ガバナンス

近代産業史  
三種の神器

経営・長文因果の処理パターン  
①回目 方向感で仮判断  
②回目 因果入替パターン意識

### 3. 成長戦略

アンゾフ  
製品=市場マトリクス  
市場浸透  
新製品開発  
新市場開発  
多角化

多角化5理由  
資源スラック  
新分野発見  
主力事業停滞  
リスク分散  
シナジー  
無関連多角化  
関連多角化

シナジー  
新規⇔既存の相乗効果  
同一経営資源を複数事業で使いまわし

### 4. 競争戦略

競争の基本原則  
(真似されないこと)  
規模の経済  
同じもの生産  
範囲の経済  
多様なもの生産  
速度の経済  
外部化・集中

業界構造の分析  
5 Force model  
新規参入の脅威  
既参入者間の対関係  
代替品の脅威  
買手の交渉力  
売手手の交渉力

組織間関係論  
資源依存モデル  
取引コストアプローチ

競争回避の戦略  
競争優位の戦略

### 5. イノベーションと技術経営

ベンチャー企業  
成長ステージ・課題  
シード期  
スターアップ期  
急成長期  
安定成長期  
資金調達  
ベンチャーキャピタル  
投資事業組合  
ビジネスエンジェル

技術経営・製品アーキテクチャ  
①モジュール型  
①bデジタル家電  
②インテグラル型  
自動車

PLC  
限界点・問題点指摘  
→分析麻痺症候群

PPM  
経験曲線効果  
累積生産量大  
→CF流入大

成長率  
問題児  
花形  
金のなる木  
負け犬

市場占有率  
シェア維持

PLC	成長	成長	成熟	衰退
Cash in	L	H	H	L
Cash out	H	H	L	L
利益	-	+	+	-
顧客	革新層	早期層	保守層	低価格

### 9. 競争回避の戦略

戦略グループ  
①規模の経済  
取極増(その時点)  
経験曲線(累積)  
初期巨額投資(高固定費)  
製品差別化  
独占的製品技術  
チャネル統制  
参入制限(許認可)

### 競争優位の戦略

ポーター・競争の基本戦略  
差別化  
コスト  
集中  
追加イメ  
業界・費用構造同じでも戦略で収益差

価値連鎖  
撤退障壁

プラットフォーム共有  
装置産業  
費用削減産業

### デジタル財取極増

デファクトスタンダード  
ネットワーク外部性  
顧客ロックイン  
クリティカルマス  
固定費莫大→AC↓

製品開発  
コンカレントエンジニアリング  
フロントローディング  
重量級プロダクトマネージャ  
イノベーションプロセス

デジタルカメラ  
→地域別産業構造

### 事業再構築

事業再構築  
リストラチャリング  
アウトソーシング  
○外部専門性  
○経営資源集中  
○コスト削減

### M&A

形態  
合併  
株式買収  
営業譲渡  
合併  
提携

手法  
TOB  
LBO  
MBO  
MBI

メリット  
時間  
弱み補強  
デメリット(留意点)  
事前調査不足  
人事労務面

防衛策  
ボイズンビル  
クラウンジュエル  
ゴールデンパラシュート  
ホワイトナイト

### 11. 速度の経済性

タイムベース競争  
先発・後発優位性  
投資効率・利益率up  
LT短縮・コストダウン

プラットフォーム共有

装置産業  
費用削減産業

### 6. ネットワークと産業クラスター

ネットワーク戦略  
10 戦略的提携  
Win-Win  
産学連携  
国立大・独立行政法人化  
TLO(技術移転機関)  
ネットワーク組織  
プラットフォームビジネス  
バーチャル組織  
→漏洩リスク

IT戦略  
戦略的提携  
パーチャルコーポレーション

産業クラスター  
政策  
1960- 新産業都市  
→工業整備特別地域  
→ハコ物行政の失敗  
1983 テクノポリス政策  
→地域格差に陥る  
産業クラスター  
立地の競争優位  
ダイヤモンドモデル

# 【3】企業経営理論 II 組織論

## 組織設計・組織構造論

### 1. ★組織の概念と均衡条件 要整理

☆概念  
分業  
調整・統合

●組織均衡と組織の存続  
分業→調整・統合 20  
正当性  
組織均衡(貢献×能率=誘引)

成立条件  
共通目的  
貢献意欲  
コミュニケーション

●意思決定  
極大化基準(経済人)  
満足化基準(経営人)  
行動のプログラム化

### 2. ★組織構造の設計原理

●5つの原則

- 専門化
- 権限・責任一致
- 統制範囲
- 命令統一性
- 例外

せんけとめれー

●職務充実 enrichment

●職務拡大 enlargement

16 広⇄狭  
制約条件注意!

### 3. ★分業システム

☆機能分業  
☆階層分業

### 4. ★組織構造の形態

ラインとスタッフ

○分権化  
○範囲の経済  
△ワンマンツーボス

●組織構造・一般形態

●国際経営組織

●現地生産  
●国際事業部  
●地域別/製品別事業部  
●グローバル・マトリクス

プロジェクト  
マトリクス組織 14

機能別  
カンパニー制(分権) 15

## 7. 基礎理論 マネジメントサイクル (PDS)

外部ステークホルダーが認める存在

安定志向  
信頼性確保  
会計責任

テイラー  
科学的管理法  
→課業管理  
時間研究・動作研究

人間関係論  
ホーソン実験  
メーヨー  
レスリスバーク  
人間関係論の眼界

ファヨール  
管理過程論  
→全社的管理活動

フォーマル組織  
→組織文化  
インフォーマル組織  
→下位集団の独自文化

## 組織行動論

### 8. 組織行動論

●モチベーション理論

☆内容理論(何が動機付けか)

マズロー	23 欲求段階説	生理的→自己実現
アルダファー	ERG理論	生存→成長欲求(可逆)
アージェリス	未成熟→成熟理論	子供⇄成長
マクレガー	X理論・Y理論	命令と統制⇄自己管理
ハーズバーグ	動機付け=衛生理論	○満足要因⇄不満足要因

☆過程理論(どうやって動機付けられるか) 18, 21

ブルーム	期待理論	期待(確率)×誘惑性(報酬)
マクレランド	達成動機説	確率50%が最大

良い店X堂、キタ!

●公平理論  
●目標設定理論  
●強化理論

●17 コンフリクト  
●発生要因  
●マネジメントの方向性

●16 効率重視  
●学習重視

●13 集団のダイナミクス  
●連結ピン(リッカート)  
●グループダイナミクス  
●集団凝集性  
●浅慮/グループシンク  
●リスクシフト  
●コーシャシフト

## 9. リーダーシップ論

ばげるみんなにリーダーシップの機能

●技術的⇄道徳的側面

バーナード	リーダーシップの定義	社会的勢力5源泉
ゼルズニック	●制度的リーダーシップ	ステーツマンシップ
ミンツバーク	管理者行動論	○対人関係 △情報関係・意思決定
コッター	リーダーシップとマネジメント	○変革推進機能 △組織運営機能

●リーダーシップ論の変遷

資質特性論(個人の特性に注目→結果得られず)  
行動類型論(行動に注目) あおみぶれ

アイオワ研究レビン	リーダーシップ類型論	民主型/独裁型/放任型
オハイオ研究		配慮・構造設定の2軸
ミンガン研究リッカート	システム4理論	参画型・従業員中心型が最善
ブレイク&ムートン	マジリアルグリッド	9-9型、チームマネジメント型

状況適合論(状況変化に注目)

フィードラー	コンティンジェンシー理論	仕事/従業員中心型
ハウス	パス=ゴール理論	リーダー行動の部下認知 22

FIFAコンパス

## 組織と変革

### 5. ★官僚制組織と動態化

●規模拡大  
→官僚制組織による効率化

●官僚制組織と逆機能  
訓練された無能(硬化化)  
目標の置換

●組織構造の動態化  
フラット化  
PJ・マトリクス組織  
BPR  
組織活性化

時系列

おおまか流れつかむ。

●12 ライフサイクルモデル

起業者	リーダーシップ 19
共同体	権限委譲
公式化	官僚制逆機能に対処
精緻化	再活性化

●19 変革  
●トップ↓  
●ボトム↑

ばすらろ

●ローレンス&ローシュ  
●不確実性・業績  
●部門分化・統合機能

## 6. ★外部環境と組織

変化

●13 組織間関係論  
●資源依存モデル

●16 取引コストアプローチ

●18 不確実性への対応

●19 組織学習

●21 組織文化

●22 知識創造の理論

●23 組織開発

●24 組織変革

●25 組織活性化

●26 組織変革

●27 組織変革

●28 組織変革

●29 組織変革

●30 組織変革

●31 組織変革

●32 組織変革

●33 組織変革

●34 組織変革

●35 組織変革

●36 組織変革

●37 組織変革

●38 組織変革

●39 組織変革

●40 組織変革

●41 組織変革

●42 組織変革

●43 組織変革

●44 組織変革

●45 組織変革

●46 組織変革

●47 組織変革

●48 組織変革

●49 組織変革

●50 組織変革

●51 組織変革

●52 組織変革

●53 組織変革

●54 組織変革

●55 組織変革

●56 組織変革

●57 組織変革

●58 組織変革

●59 組織変革

●60 組織変革

●61 組織変革

●62 組織変革

●63 組織変革

●64 組織変革

●65 組織変革

●66 組織変革

●67 組織変革

●68 組織変革

●69 組織変革

●70 組織変革

●71 組織変革

●72 組織変革

●73 組織変革

●74 組織変革

●75 組織変革

●76 組織変革

●77 組織変革

●78 組織変革

●79 組織変革

●80 組織変革

●81 組織変革

●82 組織変革

●83 組織変革

●84 組織変革

●85 組織変革

●86 組織変革

●87 組織変革

●88 組織変革

●89 組織変革

●90 組織変革

●91 組織変革

●92 組織変革

●93 組織変革

●94 組織変革

●95 組織変革

●96 組織変革

●97 組織変革

●98 組織変革

●99 組織変革

●100 組織変革

## 10. ★組織文化と戦略的な組織変化に対応

●17 組織文化

●18 組織文化

●19 組織文化

●20 組織文化

●21 組織文化

●22 組織文化

●23 組織文化

●24 組織文化

●25 組織文化

●26 組織文化

●27 組織文化

●28 組織文化

●29 組織文化

●30 組織文化

●31 組織文化

●32 組織文化

●33 組織文化

●34 組織文化

●35 組織文化

●36 組織文化

●37 組織文化

●38 組織文化

●39 組織文化

●40 組織文化

●41 組織文化

●42 組織文化

●43 組織文化

●44 組織文化

●45 組織文化

●46 組織文化

●47 組織文化

●48 組織文化

●49 組織文化

●50 組織文化

●51 組織文化

●52 組織文化

●53 組織文化

●54 組織文化

●55 組織文化

●56 組織文化

●57 組織文化

●58 組織文化

●59 組織文化

●60 組織文化

●61 組織文化

●62 組織文化

●63 組織文化

●64 組織文化

●65 組織文化

●66 組織文化

●67 組織文化

●68 組織文化

●69 組織文化

●70 組織文化

●71 組織文化

●72 組織文化

●73 組織文化

●74 組織文化

●75 組織文化

●76 組織文化

●77 組織文化

●78 組織文化

●79 組織文化

●80 組織文化

●81 組織文化

●82 組織文化

●83 組織文化

●84 組織文化

●85 組織文化

●86 組織文化

●87 組織文化

●88 組織文化

●89 組織文化

●90 組織文化

●91 組織文化

●92 組織文化

●93 組織文化

●94 組織文化

●95 組織文化

●96 組織文化

●97 組織文化

●98 組織文化

●99 組織文化

●100 組織文化

## 人的資源管理

### 1. 全体像

### 2. 雇用管理

### 3. 人事評価

### 4. 報酬制度

### 5. 能力開発 OJT⇄Off JT

### 6. 労働関連法規

労働条件の決定 ● 労基法>労働協約>就業規則>労働契約

労働基準法 ● 絶対的必要⇄相対的必要記載事項

労働組合法 ● 労働者災害補償保険法

労働安全衛生法 ● 労働者災害補償保険法

労働保険 ● 雇用保険法

社会保険 ● 健康保険法  
● 厚生年金保険法  
● 職業安定法  
● 高年齢者等雇用安定法  
● 男女雇用機会均等法  
● パートタイム労働法  
● 最低賃金法

労働基準法のツボ

労働協約 就業規則 労働契約

きょうきけい

時間 賃金 退職

割増率	日中	深夜	制限	業務上休業	+30日
定時	-	25	予告	産前産中	+30日
時間外	25	50	予告	予告	30日分
休日	35	60	給与支払	給与支払	30日分

原則	変形労働時間
週MAX(例外)(44時間)	1年 40 1週 40 フレックス(44) 1ヶ月 40
1日MAX 8時間	52 40
	10 10
	季節商売あるシーズンも多く 曜日の変動ある曜日だけ多く
休憩時間	6-8h 45分 8h超 60分
有給の発生	6ヶ月以上継続勤務 8割以上出勤

10人未満の商業映画保険衛生接客娯楽

労使委員会 4/5賛成

# 【3】企業経営理論 III マーケティング

2次に役立つ知識を仕込む

メーカーマーケティング

## 1. マーケティングの基礎概念

● 定義

AMA	顧客価値創造 管理プロセス
JMA	公正競争を通じ 市場創造
コトラ	ニーズ・欲求を 満たす

マネジリアルマーケ  
→メーカーマーケ  
マクロマーケティング  
→社会経済・流通活動

● コンセプト

生産	生産効率↑	4P戦略
製品	製品改善努力	マーケティング マネジメント →4P統合
販売	プロダクトアウト	戦略的のマーケ →企業経営の中心へ
顧客	マーケットイン	
社会	ソサエタル	

ソーシャルマーケティング  
非営利組織  
社会的主張(エイズ撲滅)  
社会的利益(企業が社会志向)

まずもう出ない。

## 2. ターゲットマーケティング

● マーケティングマネジメントプロセス

環境分析	市場細分化	マーケMIX開発
目標設定	標的市場設定	マーケMIX実行

市場ポジショニング

● 市場細分化 42 32

コトラの4要件 ● 4基準

測定可能性	ジオグラフィック
到達可能性	デモグラフィック
維持可能性	サイコグラフィック
実行可能性	行動変数

● 標的市場

コトラ	エイベル
無差別	全市場浸透
差別	
集中	単一SEG集中 製品専門 市場専門 選択の専門

● 市場ポジショニング  
知覚マップ  
カニバリゼーション

● 新商品開発  
プロセス  
アイデア創出  
スクリーニング  
製品コンセプト開発  
マーケティング戦略  
経済性の評価  
38 試作モデル開発  
テストマーケティング  
市場導入

● パッケージング  
個装  
内装  
外装

● 機能  
出所表示  
品質表示  
宣伝広告  
資産価値  
(ブランドエクイティ)  
ブランド信頼  
● ブランドロイヤルティ  
知覚品質  
ブランド連想

● 採用戦略(ネーミング)  
現イメージ 新イメージ  
ファミリー ダブルB  
マクドナルド キリンラガー  
ブランド+ 個別B  
グレード  
分割ファミリー  
パナソニック  
ナショナル

● コトラ4ブランド戦略  
現名 ライン 拡張 拡張  
新名 マルチ ブランド 新 ブランド

● サービスマーケティング  
特性と対応 ● 43

37 特性	対応
無形性	見えにくい 可視化
非均一性	人により買違う マニュアル・アンケート 生産・消費同時 同時多数に提供
不可分性	相互作用
消滅性	生産・消費同時 需要管理 在庫できない 供給管理
需要の変動性	

● サービスマーケの体系  
● エクスターナル  
+ インターナル  
+ インタラクティブ  
34  
コンタクトパーソネル

● 経験価値マーケティング  
情緒的・主観的  
五感・喜怒哀楽・考える  
行動する・他人と交渉

## 3. 情報システム

● マーケ情報システム

マーケティング情報  
内部データ  
外部データ  
リサーチ入手!

● マーケットリサーチ  
1次データ  
2次データ

● データ収集方法

質問法	面接・電話 郵送・留置
観察法	導線調査 他店調査 通行量調査
実験 (計画)法	

● 組織購買  
30  
集団的意思決定  
長期的取引関係  
取引の専門性  
低価格弾力性

● 消費者行動モデル  
40 29  
● 購買決定  
行動タイプ  
製品 ブランド  
既知  
既知  
未知  
未知

● 個人的特性  
意思決定プロセス  
● 文化的特性  
社会的特性  
個人的特性  
心理的特性

● 問題認知  
情報探索  
代替品評価  
購買決定  
購買後行動

● 日常的の反応行動  
(定型の問題解決)  
限定的問題解決  
拡大的問題解決  
(包括的問題解決)

● 認知的不協和  
良い口コミ 平均3人  
悪い口コミ 平均11人

● 価格  
購買頻度  
購買時間

## 4. 消費者・組織購買行動

● マーケティング情報  
内部データ  
外部データ  
リサーチ入手!

● マーケットリサーチ  
1次データ  
2次データ

● データ収集方法

質問法	面接・電話 郵送・留置
観察法	導線調査 他店調査 通行量調査
実験 (計画)法	

● 組織購買  
30  
集団的意思決定  
長期的取引関係  
取引の専門性  
低価格弾力性

● 消費者行動モデル  
40 29  
● 購買決定  
行動タイプ  
製品 ブランド  
既知  
既知  
未知  
未知

● 個人的特性  
意思決定プロセス  
● 文化的特性  
社会的特性  
個人的特性  
心理的特性

● 問題認知  
情報探索  
代替品評価  
購買決定  
購買後行動

● 日常的の反応行動  
(定型の問題解決)  
限定的問題解決  
拡大的問題解決  
(包括的問題解決)

● 認知的不協和  
良い口コミ 平均3人  
悪い口コミ 平均11人

● 価格  
購買頻度  
購買時間

## 5. 製品戦略

● 概要

3層モデル  
● 有形財・消費財

● 31 最寄品 買回品 専門品 非探索

● PLC × 4P 33

導入	成長	成熟	衰退
特徴			
製品			
価格			
チャネル			
販促			

計画的陳腐化  
ライフサイクルエクステンション

● ブランド  
採用戦略(ネーミング)  
現イメージ 新イメージ  
ファミリー ダブルB  
マクドナルド キリンラガー  
ブランド+ 個別B  
グレード  
分割ファミリー  
パナソニック  
ナショナル

● コトラ4ブランド戦略  
現名 ライン 拡張 拡張  
新名 マルチ ブランド 新 ブランド

● サービスマーケティング  
特性と対応 ● 43

37 特性	対応
無形性	見えにくい 可視化
非均一性	人により買違う マニュアル・アンケート 生産・消費同時 同時多数に提供
不可分性	相互作用
消滅性	生産・消費同時 需要管理 在庫できない 供給管理
需要の変動性	

● サービスマーケの体系  
● エクスターナル  
+ インターナル  
+ インタラクティブ  
34  
コンタクトパーソネル

● 経験価値マーケティング  
情緒的・主観的  
五感・喜怒哀楽・考える  
行動する・他人と交渉

## 6. 価格戦略

● 影響要因

企業・マーケ目標  
Product Price Promotion  
競争戦略  
競争地位別戦略  
コスト  
需要の価格弾力性  
マクロ経済・法規制

● 価格設定

設定政策	心理的	販売促進的
34 初期高価格		
26 上澄吸収価格 スキミングプライス	端数 慣習 名声	ロスリーダー EDLP (⇒Hi&Lo)
初期低価格 市場浸透価格 ペネトレーション	プライスライニング	

● 価格設定法 39

コスト志向的 コストプラス法 マークアップ法	需要志向的 差別型価格設定法 知覚価値法 39	競争志向的 実勢価格設定法
------------------------------	-------------------------------	------------------

● 価格管理

割引	リベート	カルテル等
現金割引 数量割引 機能割引 販売促進割引		価格カルテル 再販売価格 維持契約 独占禁止法違反

● 新製品の採用者区分  
革新  
早期採用  
前期多数採用  
後期多数採用  
採用遅滞者

● 競争価格  
プライステイカー  
⇒管理価格

## 7. チャンネル・物流戦略

● チャンネルの長さ × 幅 VMS 33

29 開放的	メンバーの結びつき	リーダー
28 選択的	伝統的マーケティングチャンネル	リーダー不在
36 専属的	管理型VMS	チャンネルキャプテン
38 総合的	契約型VMS 企業型VMS	

● 物流  
機能  
輸送  
ロジスティクス  
SCM  
3PL

● 卸売業者の機能

理論	商流	物流	助成
集荷分散	品揃え	保管	
需給調整	販売促進	配送	金融
流通コスト↓			

● 経験価値マーケティング  
情緒的・主観的  
五感・喜怒哀楽・考える  
行動する・他人と交渉

## 8. プロモーション戦略

● プロモーションミックス

37 広告 メディアミックス TV DM チラシ	35 パブリシティ 28	27 30 人的販売 ● 販売促進 34 消費者向け 40 オーダーゲッター オーダーテイカー サボーティングS (価格訴求型) 32 流通業者向け 社内向け
--------------------------------------	-----------------	---

● 広告

● 媒体

サンプリング	モニタリング
最寄品	高級品 耐久消費財
広告	セールス プロモーション
非購買時点 買手への認知接触	購買時点 購買自体を誘発

● 経験価値マーケティング  
情緒的・主観的  
五感・喜怒哀楽・考える  
行動する・他人と交渉

## 9. 関係性マーケティング・インターネットマーケティング

● 関係性マーケティング・インターネットマーケティング 38

● FSP(層別)→真似される  
1 to 1→差別化実現

● リレーションシップマーケティング  
ダイレクトマーケティング  
CRM  
● ワントゥワンマーケティング 36  
データベースマーケティング  
インターネットマーケティング 38

## 6. 価格戦略

● 影響要因

企業・マーケ目標  
Product Price Promotion  
競争戦略  
競争地位別戦略  
コスト  
需要の価格弾力性  
マクロ経済・法規制

● 価格設定

設定政策	心理的	販売促進的
34 初期高価格		
26 上澄吸収価格 スキミングプライス	端数 慣習 名声	ロスリーダー EDLP (⇒Hi&Lo)
初期低価格 市場浸透価格 ペネトレーション	プライスライニング	

● 価格設定法 39

コスト志向的 コストプラス法 マークアップ法	需要志向的 差別型価格設定法 知覚価値法 39	競争志向的 実勢価格設定法
------------------------------	-------------------------------	------------------

● 価格管理

割引	リベート	カルテル等
現金割引 数量割引 機能割引 販売促進割引		価格カルテル 再販売価格 維持契約 独占禁止法違反

● 新製品の採用者区分  
革新  
早期採用  
前期多数採用  
後期多数採用  
採用遅滞者

● 競争価格  
プライステイカー  
⇒管理価格

## 8. プロモーション戦略

● プロモーションミックス

37 広告 メディアミックス TV DM チラシ	35 パブリシティ 28	27 30 人的販売 ● 販売促進 34 消費者向け 40 オーダーゲッター オーダーテイカー サボーティングS (価格訴求型) 32 流通業者向け 社内向け
--------------------------------------	-----------------	---

● 広告

● 媒体

サンプリング	モニタリング
最寄品	高級品 耐久消費財
広告	セールス プロモーション
非購買時点 買手への認知接触	購買時点 購買自体を誘発

● 経験価値マーケティング  
情緒的・主観的  
五感・喜怒哀楽・考える  
行動する・他人と交渉

## 9. 関係性マーケティング・インターネットマーケティング

● 関係性マーケティング・インターネットマーケティング 38

● FSP(層別)→真似される  
1 to 1→差別化実現

● リレーションシップマーケティング  
ダイレクトマーケティング  
CRM  
● ワントゥワンマーケティング 36  
データベースマーケティング  
インターネットマーケティング 38

# 【4】運営管理 | 生産管理

10/4/30 21時32分  
 出題範囲の広さから記憶力勝負の印象もあるが、頻出論点は決まっており予想はつけやすく、理屈・イメージ・ヨコ比較で暗記量は削減可能。直前しがみつき重要。最後の1マークまでこだわる。

## 1. 生産管理概論

★生産管理の基本機能  
 設計・調達・作業  
 QCD  
 PQCDMSLE  
 生産の4M  
 3S  
 5S  
 ECRSの原則  
 その他用語集

★生産形態  
 ① 単・専門化  
 ② 多品種少量  
 ③ 中種中量  
 ④ 少種多量

## 2. 生産のプランニング

★SLP  
 P-Q分析  
 物の流れ分析  
 アクティビティ相互関係図表  
 面積相互関係ダイアグラム  
 レイアウト案の作成(複数)

★生産方式区分  
 ①セル生産  
 ②ライン生産  
 ③JIT  
 ④自動  
 ⑤多  
 ⑥多

## 3. 製品開発・設計とVA/VE

★製品開発・設計  
 ⑧製品設計  
 ⑨機能設計  
 ⑩生産設計  
 ⑪組立容易性  
 ⑫コンジョイント分析

★VA・VE  
 ⑬価値=機能/コスト  
 ⑭使用機能  
 ⑮基本機能(一次機能)  
 ⑯補助機能(二次機能)  
 ⑰魅力機能

## 4. 生産技術

材料 加工技術 自動機械

## ★5) 生産計画と生産統制

①生産計画  
 ②基本計画  
 ③業務計画  
 ④手順計画  
 ⑤工数計画  
 ⑥日程計画

⑦需要予測  
 ⑧移動平均法  
 ⑨指数平滑法  
 ⑩線形計画法

⑪生産統制  
 ⑫進捗管理  
 ⑬現品管理  
 ⑭余力管理  
 ⑮POP

基本用語押さえる	多品種少量	中種中量	少種多量
① 受注時期区分	受注生産 コスト納期見精精度向上 LT短縮 受注平準化 需要変動:大	採用条件 段取り替えで多品種 需要<供給	見込生産 需要予測精度向上 柔軟な生産体制 需要変動:小
② 生産方式区分(仕事の流し方)	個別生産 ロット生産 モジュール生産	ロット生産	連続生産 ロット生産
③ 物の流れ分析	フロムツーチート	多品種工程分析	単純工程分析
④ 設備配置 基本的分類	機能別レイアウト ジョブショップ型 共通ライン化 (固定式レイアウト)	セル生産レイアウト (U字ライン) 一部共通ライン化 グループ別レイアウト	製品別レイアウト フローショップ型 製品別専用ライン
⑤ JIT	①セル生産 ②ライン生産 ③JIT ④自動 ⑤多 ⑥多	①セル生産 ②ライン生産 ③JIT ④自動 ⑤多 ⑥多	①セル生産 ②ライン生産 ③JIT ④自動 ⑤多 ⑥多

## 4. 生産情報システム

生産情報システム  
 CAD 設計  
 CAM 情報生成  
 CAE 解析評価  
 PDM 一元管理  
 CE 同時進行化

★製造業における拡大  
 MRP 需要  
 +CRP 制約考慮  
 MRP II 全リソース  
 +APS →SCM  
 →全社 →ERP  
 TOC

⑬ MPR3段階  
 オープンループ  
 MPS→MRP  
 クローズドループ  
 MPS⇄MRP  
 MRP II  
 対象拡大・統合管理

## 3. 生産のオペレーション

★1) IE  
 ⑬ 工程分析  
 ⑭ 方法研究  
 ⑮ 動作研究  
 ⑯ 稼働分析  
 ⑰ 作業測定  
 ⑱ 時間研究

⑲ 稼働分析  
 ⑳ 作業測定  
 ㉑ 時間研究

⑳ 稼働分析  
 ㉒ 作業測定  
 ㉓ 時間研究

## ★6) 資材管理

⑩ 資材管理  
 ⑪ 需給計画  
 ⑫ MRP  
 ⑬ 実施上の留意点  
 ⑭ 部品(構成)表  
 (サマリー/ストラクチャ型)

⑮ 総所要量計算  
 ⑯ 正味所要量計算  
 ⑰ ロット編成計算  
 ⑱ 先行計算

## ★7) 在庫管理・購買管理

⑫ 発注方式  
 ⑬ ABC 管理政策  
 ⑭ 定期発注  
 ⑮ 定量発注  
 ⑯ 在庫調整期間  
 ⑰ 発注点  
 ⑱ 発注量  
 ⑲ 年間在庫費用=年間発注費用  
 ⑳ ダブルビン  
 ㉑ 管理効率化

⑳ 購買管理理論  
 ㉑ 購買管理5原則  
 ㉒ 進捗管理  
 ㉓ 内外区分  
 ㉔ 外注管理  
 ㉕ 外注先評価  
 ㉖ 外部資源活用

## 2) 品質管理

⑲ TQC→TQM  
 ⑳ QC7つ道具  
 ㉑ 新QC7つ道具  
 ㉒ 傾向分析  
 ㉓ 設計アプローチ(事前)  
 ㉔ 親和図法(KJ法)  
 ㉕ 連関図法(マインドマップ)  
 ㉖ 系統図法(目的手段)  
 ㉗ アローDGRM法(PERT)  
 ㉘ PDP法(コンティンジェンシー)  
 ㉙ マトリックス図法(不良原因)  
 ㉚ 層別(層化)  
 ㉛ MTXデータ解析法(相關)  
 ㉜ 蘇飛散監督  
 ㉝ 新連携ampm

⑳ 品質管理  
 ㉑ 3現主義  
 ㉒ 6σ  
 ㉓ MAIC  
 ㉔ ISO 9000  
 ㉕ 14000  
 ㉖ 22000

## 3) 設備管理

⑳ 設備保全  
 ㉑ 維持活動  
 ㉒ 改善活動  
 ㉓ 予防保全  
 ㉔ 定期/予知  
 ㉕ 事後保全  
 ㉖ 改良保全  
 ㉗ 保全予防  
 ㉘ 生産保全(経営視点)  
 →ライフサイクルコスト↓

㉙ 評価と更新  
 ㉚ 設備総合効率  
 ㉛ 設備更新⇄設備取替

㉜ 4) 廃棄物の管理  
 LCA  
 環境基本法  
 循環型社会形成推進基本法  
 →3R  
 食品リサイクル法  
 ㉝ 環境関連  
 バイオ燃料  
 →カーボンニュートラル  
 バイオマス

