

企業経営理論

令和3年度 中小企業診断士1次試験

本試験 第1問

- ウ 多角化の動機の一つとして、社内には存在する未利用資源の活用があげられる。(○)
エ 多角化は規模の経済を利用するために行われる。(×)

本試験 第2問

- ウ「プロダクト・ポートフォリオ・マトリックス」において「金のなる木」に分類された事業は、将来の成長に必要な資金を供給する。(○)
オ「プロダクト・ポートフォリオ・マトリックス」において「問題児」に分類された事業からは撤退すべきである。(×)

本試験 第3問

- エ MBO (Management Buyout) とは、M & A の対象となる企業や事業の経営陣が、投資ファンドなどの第三者に、主体的にその企業を売却して、経営から退くことである。MBO が成立すると、経営陣は退任の見返りとして、金銭的報酬を受け取る。(×)

本試験 第13問

- エ ISO26000 は、企業のみならず、あらゆるタイプの組織の社会的責任に関する国際規格である。(○)

本試験 第16問

- イ F.E. フィードラー (F.E.Fiedler) の研究によると、リーダーシップの有効性に影響を及ぼす状況の決定要因とは、①リーダーとメンバーの人間関係、②課業の構造化の度合い、③リーダーの職位に基づくパワーの3要因である。(○)
ウ R. リッカート (R.Likert) らによる初期のミシガン研究によると、高業績部門では職務中心的な監督行動が多くみられる一方で、低業績部門では従業員中心の監督行動が多くみられる。(×)
エ オハイオ研究によると、有効なリーダーシップの行動特性を表す次元とは、メンバーが良好な人間関係を構築できる「構造づくり」と、課題達成に向けてメンバーに理解しやすい指示を出す「配慮」の2つである。(×)
オ 状況的リーダーシップ論 (SL 理論) によると、リーダーシップの有効性に影響を及ぼす状況要因とは、目標達成に向けたフォロワーの貢献意欲の強さである。(×)

本試験 第38問 (設問1)

- ウ 企業の既存顧客および潜在顧客の生涯価値を総計したものは顧客生涯価値と呼ばれ、企業の顧客基盤がどれほどの将来価値を持っているかを測る指標となる。当然のことながら、ロイヤルな顧客が高所得であるほど顧客生涯価値は上昇する。(×)

2021年合格目標 TAC教材

1次上級答練 第5問

- イ 特定の事業を展開することで未利用資源が生じる状況である場合に、それを活用することができる他の事業を展開すれば、範囲の経済性が生じる。(×)

1次上級答練 第7問

- イ プロダクト・ポートフォリオ・マネジメントにおける花形は、余剰資金を生み出すことが可能であり、その資金が問題児を育成していくための源泉となる。(×)

1次養成答練 第7問

- ア MBO は、現在の経営陣が株式を買い取ることになるため、所有と経営の一致度を高めることができる。(○)

1次完成答練② 第5問

- イ 役員ではないプロパー社員がオーナー社長から株式を買い取って、従来からの事業を引き継ぐ買収はMBOと呼ばれる。(×)

1次養成答練 第9問

- ウ ISO26000 は、企業活動のグローバル化によって国際的な統一基準が求められるようになったことで作成された、営利目的を持った企業がいかに社会的責任を果たすかについて記した世界初のガイダンス文書であり、認証を目的としたものではない。(×)

1次完成答練② 第10問

- ア ISO26000 は、企業活動のグローバル化によって国際的な統一基準が求められるようになったことで作成された、社会的責任に関する世界初のガイダンス文書であり、組織の大小や活動する場所が先進国か途上国であるか、また民間、非営利、公的機関であるかといったことに関わらず、あらゆる組織に役立つものであるが、認証を目的としたものではない。(○)

1次上級答練 第15問

- イ SL 理論では、リーダー行動としての要素である「タスク志向」と「人間関係志向」の2つの強さを部下の成熟度に応じて変えていくものであり、成熟度の低い段階から順に、「説得型」「指示型」「委譲型」「参加型」の4つに分類される。(×)

1次完成答練① 第15問

- イ オハイオ研究においては、目標達成のための役割や業績水準を規定するといったことは求めず、部下の感情への気配りやアイデアの尊重を重視するといったリーダーシップ行動が望ましいとしている。(×)

1次公開模試 第19問

- ア LPC 得点の高いリーダーは、リーダーとメンバーとの関係性、タスクの構造、リーダーの地位勢力という3つの状況要因がリーダーにとって好ましくない状況の場合に高い業績をもたらすことになる。(×)

1次完成答練① 第23問

- ア 顧客生涯価値は、1人の顧客が生涯にわたり自社にもたらしてくれる価値であり、自社にもたらす期待収益とそれを獲得するために生じるコストの差額の現在価値である。(○)

1次公開模試 第36問

- イ 顧客生涯価値は、顧客が特定の製品カテゴリーにおいて生涯を通じて支出する金額のうち、自社に支払った金額が占める比率である。(×)