

令和 4年度 春期試験 ITストラテジスト(ST) 出題傾向分析

TAC株式会社



ST 午前Ⅱ 全体の出題傾向

「レグテック」「DCF法で算定した金銭的価値」「ダイナミック・ケイパビリティ」「インバウンドマーケティング」「マルチサイドプラットフォームのビジネスモデル」「サイバーフィジカルシステム(CPS)」「減損会計」「ISMAP管理基準 ガバナンス基準」など、新しいテーマの出題は8問でした。

例年より過去問題の出題数が若干減っていました。

ST 午前Ⅱ 出題分野別出題数

出題分野	出題比率	出題数
システム戦略	16%	4問
システム企画	4%	1問
経営戦略マネジメント	32%	8問
技術戦略マネジメント	4%	1問
ビジネスインダストリ	12%	3問
企業活動	16%	4問
法務	4%	1問
セキュリティ	12%	3問

ST 午前Ⅱ 問題別難易度

問	テーマ	分野名	難易度
1	オープンデータバイデザイン	システム戦略	B
2	レグテック	システム戦略	C
3	決定木分析	システム戦略	A
4	DCF法で算定した金銭的価値	システム戦略	C
5	情報システム・モデル取引・契約書 準委任契約	システム企画	B
6	ダイナミック・ケイパビリティ	経営戦略マネジメント	C
7	インバウンドマーケティング	経営戦略マネジメント	C
8	コーズリレーテッドマーケティングの特徴	経営戦略マネジメント	B
9	マーケットバスケット分析	経営戦略マネジメント	A
10	需要の価格弾力性	経営戦略マネジメント	B

ST 午前Ⅱ 問題別難易度

11	PEST分析	経営戦略マネジメント	A
12	マルチサイドプラットフォームのビジネスモデル	経営戦略マネジメント	C
13	SECIモデルの内面化	経営戦略マネジメント	A
14	プロダクトイノベーション	技術戦略マネジメント	A
15	SoE(Systems of Engagement)	ビジネスインダストリ	B
16	正味所要量	ビジネスインダストリ	A
17	サイバーフィジカルシステム(CPS)	ビジネスインダストリ	C
18	レジリエンス	企業活動	B
19	ワークデザイン法	企業活動	A
20	営業活動によるキャッシュフロー	企業活動	B

ST 午前Ⅱ 問題別難易度

21	減損会計	企業活動	C
22	フェアユース	法務	A
23	CRYPTREC暗号リスト	セキュリティ	B
24	ISMAP管理基準 ガバナンス基準	セキュリティ	C
25	アクセスポイントの情報セキュリティ対策	セキュリティ	B

ST 午後 I 全体の出題傾向

午後 I 試験は、デジタルトランスフォーメーション、AIの観点
が問1と問4に出題されました。この観点での出題は落ち着いた
ように思われます。

問1は国際物流会社におけるデジタルトランスフォーメーション、
問2は製造業の情報システム戦略の策定、問3はスーパーマーケット
におけるITを活用した事業拡大、問4はAIを利用した気象予測システム
というテーマでした。

4問とも馴染みのあるテーマだと思われるので、全体の難易度は標準的としました。

ST 午後 I 問別特徴と難易度

問	項目	内容
1	問題テーマ	国際物流会社におけるデジタルトランスフォーメーション
	事例内容	越境ECシステムの再構築と物流サービスの活用
	設問要求	事業成長要素, DX推進上の課題, 在庫管理におけるメリット
	難易度	A

ST 午後 I 問別特徴と難易度

問	項目	内容
2	問題テーマ	製造業の情報システム戦略の策定
	事例内容	サプライチェーン全体のサステナビリティレポートの作成
	設問要求	事業リスク, SC基盤構築の目的, レポートシステムへの連携機能
	難易度	C

ST 午後 I 問別特徴と難易度

問	項目	内容
3	問題テーマ	スーパーマーケットにおけるITを活用した事業拡大
	事例内容	店舗運営ノウハウの共有とダイレクトマーケティング
	設問要求	共有するノウハウ, システムの問題点, 新システムの内容
	難易度	B

ST 午後Ⅰ 問別特徴と難易度

問	項目	内容
4	問題テーマ	AIを利用した気象予測システム
	事例内容	効率的な電力制御の基となる気象予測システム構築への道筋
	設問要求	新システム構築の目的・必要技術・体制, 市場開拓への工夫
	難易度	B

ST 午後Ⅱ 全体の出題傾向

問1はITを活用した顧客満足度を向上させる新商品や新サービスの企画、問2は基幹システムの再構築における開発の優先順位付け、問3は経営環境の急激な変化に伴う組み込みシステム事業の成長戦略の意思決定がテーマでした。

問1は、顧客満足度を向上させる新商品や新サービス企画であったので対応できた受験者が多かったと思われます。

問2は開発現場であれば一度は経験する題材と思われるのでプロジェクトマネージャなどを経験された受験者は取り組みやすかったと思われます。

ST 午後Ⅱ 全体の出題傾向

問3は製品市場マトリクスを活用した成長戦略を組み込みシステムの視点で論述するという内容でした。

ST 午後Ⅱ 問別特徴と難易度

問	項目	内容
1	問題テーマ	ITを活用した顧客満足度を向上させる 新商品や新サービスの企画について
	実務手順	ターゲットの選定や顧客との接点を踏 まえた企画の構築
	設問要求	事業概要，顧客満足度を向上させる 背景，事業特性，企画内容，顧客との 接点や関係性，新たな価値，扱うデー タ，経営層への提案と評価，改善点
	難易度	B

ST 午後Ⅱ 問別特徴と難易度

問	項目	内容
2	問題テーマ	基幹システムの再構築における開発の優先順位付けについて
	実務手順	全体システム化計画との整合性を確認しながら、サブシステム再構築優先順位付けの検討
	設問要求	事業概要，事業環境の変化，基幹システムの概要，事業特性，サブシステム再構築優先順位付けの考慮点と工夫点，経営層への説明と評価，改善点
	難易度	B

ST 午後Ⅱ 問別特徴と難易度

問	項目	内容
3	問題テーマ	経営環境の急激な変化に伴う組込みシステム事業の成長戦略の意思決定について
	実務手順	経営環境を分析し，経営リスクの把握と適切な成長戦略の決定
	設問要求	製品概要，経営環境の変化，成長戦略の内容，市場の特徴，成長戦略を立案した根拠，意思決定過程，想定した経営リスク，経営リスクマネジメントの実施内容，成長戦略・意思決定・経営リスクマネジメントの評価
	難易度	B

ST 今後の対策 午前Ⅱ

今回の午前Ⅱ試験の過去問題の出題比率は、過去3回前までの出題比率と比べると若干低くなりました。

依然として過去問題の割合は多いので、過去問題を中心に演習をすることは重要です。

新規問題には、日頃からIT関連のニュースにアンテナを立てておくことが有効な対策となります。

特にマーケティングに関する用語はチェックしておくことをお勧めします。

ST 今後の対策 午前Ⅱ

キーワード	解説
リテンション	顧客との関係性を保ちながら永続的に利益を確保していく活動のことで、新規顧客を増やすよりは既存顧客を重視する。
アールドメディア	消費者やユーザの情報の起点となるSNSなどのことで、最近では消費者目線であることから信頼度の高いメディアになっている。
オプトイン・オプトアウト	会員登録フォームでメルマガ配信を承諾するなどの行為はオプトイン、逆に拒否することをオプトアウトという。

ST 今後の対策 午前Ⅱ

キーワード	解説
コンバージョン	Webマーケティングで最終的な成果のことを指す。自社サイトで「商品購入を成果とする」とすれば、それをどれだけ達成したかということ。
System of Systems	異質な個々のシステムが独立して動作するが、ある共通したゴールに向けて共にネットワーク化されている大規模で統合された複数のシステムのこと。

ST 今後の対策 午後 I

今回の午後 I 試験でも出題されましたが、デジタルトランスフォーメーションやAIなどの新しい技術は、ITストラテジストの試験であることを念頭に考えると、論点は技術内容ではなく、その技術をどのように経営課題や事業課題の解決に活用するのかになります。

問題文から経営課題や事業課題を把握する練習をしましょう。また、解答は問題文の中にあるので、思い込みで解答しないことが重要になります。

ST 今後の対策 午後 I

項目	内容
問題テーマ	デジタルトランスフォーメーション(DX)を活用した事業課題の解決
事例内容	既存サービスの事業課題を, DXを活用して解決するための, 事業課題の把握, DXの利用価値, 事業戦略との整合性の検証
設問要求	事業課題の把握, 事業リスク, 外部環境変化の具合, DX利用の利点

ST 今後の対策 午後Ⅱ

午後Ⅱ試験は、実務手順を問題文で紹介し、その実務手順に基づいて、設問要求事項に解答する形式で論述答案を作成します。

最近の午後Ⅱ試験では、「IT技術を活用した～」となっており、具体的な例を示した上で、ITストラテジストとしてどのように分析し、経営層に提案したのかを論述させる形式になっています。

ST 今後の対策 午後Ⅱ

その分析は外部環境やステークホルダの状況を正確に把握し、的確な検討・調整ができることを求めています。

IT技術を活用した業務プロセス改善や新システム企画の事例はある程度事前に準備することができます。

準備した事例を軸に設問要求に対応できるように演習をしておきましょう。

ST 今後の対策 午後Ⅱ

項目	内容
問題テーマ	IT技術を活用した新しいマーケティング企画の立案
実務手順	顧客の嗜好も幅広くなりそれを把握できる仕組みも整ってきた外部環境の変化に対応して、新しい営業の仕組みを立案する。
設問要求	外部環境の変化，顧客ニーズの把握，現在の営業の仕組みと新たに構築するマーケティング企画の検討とその内容，経営層への提案と評価，改善点