

15-2 サービスマネジメント【選択科目Ⅱ】

Ⅱ 次の2問題（Ⅱ-1，Ⅱ-2）について解答せよ。（問題ごとに答案用紙を替えること。）

Ⅱ-1 次の4設問（Ⅱ-1-1～Ⅱ-1-4）のうち1設問を選び解答せよ。（緑色の答案用紙に解答設問番号を明記し，答案用紙1枚にまとめよ。）

Ⅱ-1-1 複数の群における平均値の違いを統計的に分析する手法として分散分析がある。分散分析の基本的な考え方，利用に当たっての統計分析上の留意点，さらにサービス業における業務改善や品質評価への適用例を具体的に述べよ。

Ⅱ-1-2 加重平均資本コスト（Weighted Average Cost of Capital：WACC）について説明し，WACCを使用する具体例を挙げ，使用する際の留意点について述べよ。

Ⅱ-1-3 プロジェクトの上位概念としてのプログラムについて，そのマネジメントの概要を説明するとともに，現実に適用可能ないし適用すべきと考えられる事例を，その理由も併せて具体的に挙げよ。

Ⅱ-1-4 人事評価においてしばしば問題となるハロー効果について，その意味を説明するとともに，ハロー効果の問題を避ける方法について述べよ。

Ⅱ－２ 次の２設問（Ⅱ－２－１，Ⅱ－２－２）のうち１設問を選び解答せよ。（青色の答案用紙に解答設問番号を明記し，答案用紙２枚を用いてまとめよ。）

Ⅱ－２－１ 近年，企業は，AIやIoT，ロボットといったデジタル技術を活用して製品やサービスの品質向上，新たなビジネスモデルの創出など高付加価値化につながる施策を講じている。あなたが，上記のようなデジタル技術による高付加価値事業を提案する遂行責任者として業務を進めるに当たり，以下の問いに答えよ。

- （１）デジタル技術による高付加価値事業を実現するために調査・検討すべき事項とその具体的な事業内容について説明せよ。
- （２）デジタル技術による高付加価値事業の導入手順について，留意すべき点，工夫すべき点を含めて述べよ。
- （３）本導入を効率的，効果的に進めるために関係者との調整方法について述べよ。

Ⅱ－２－２ あるサービスに対する品質特性を，品質充足度と顧客満足度の関係から，「当たり前品質」，「魅力的品質」，「一元的品質」などに分類して理解するフレームワーク（狩野の品質モデル）がよく知られている。当たり前品質は「対象の商品やサービスにあって当たり前であり，充足していないと不満足につながる品質」，魅力的品質は「必須ではないものの，充足していると顧客の満足度につながる品質」，一元的品質は「それが充足されるほど，顧客の満足度が高まる品質」と定義される。この度，あなたの会社が顧客に提供している，あるサービスが持つ様々な品質特性を整理し，このフレームワークを用いて分析し直すことで，このサービスの品質改善のための施策を立案する分析プロジェクトが立ち上がった。あなたが，このプロジェクトの遂行責任者として業務を進めるに当たり，以下の問いに答えよ。

- （１）この対象サービスの品質特性分析のプロジェクトに当たり，品質特性の分析に入る前に調査・検討すべき事項とその具体的な作業内容について説明せよ。
- （２）上述の品質モデル（狩野モデル）に基づいて，対象サービスの品質特性を分析する手順について，留意すべき点，工夫すべき点を含めて述べよ。
- （３）対象サービスの品質特性の分析と品質改善施策の立案を効率的，効果的に進めるために関係者との調整方法について述べよ。

15－2 サービスマネジメント【選択科目Ⅲ】

Ⅲ 次の2問題（Ⅲ－1，Ⅲ－2）のうち1問題を選び解答せよ。（赤色の答案用紙に解答問題番号を明記し，答案用紙3枚を用いてまとめよ。）

Ⅲ－1 新事業開発においては適切なリスクマネジメントが重要である。ただし新事業開発では，ルーチンの確立した定常業務とは異なり，未経験の新しい取り組みにも挑戦しなければならない。したがって，リスク回避を中心とした姿勢だけでは不十分と考えられる。あなたは経営工学の専門家として，新事業開発のリスクマネジメントについて，計画段階及び実行段階における進め方を取りまとめる立場にある。

- （1）新事業開発のリスクマネジメントを計画し実行する際に，経営工学者としての立場から多面的に検討すべき課題を3点抽出し，その内容を観点とともに記せ。なお，ここで検討すべき対象は，リスクマネジメントの進め方に関する課題であり，新事業自体の具体的なビジネス課題ではない点に留意すること。
- （2）前問（1）で抽出した課題のうち最も重要と考えられる課題を1つ挙げ，複数の解決案を，専門技術用語を交えて示せ。
- （3）前問（2）で示したリスクマネジメントの解決策をすべて実行しても，新たに生じうるリスクがあるとすれば，それはどのようなものか。また，その対策について，専門技術を踏まえた考えを示せ。

Ⅲ－２ マーケティング活動において顧客行動の履歴を把握・分析することは、顧客理解を深めるために重要である。近年、企業の競争力を高めるためにその重要性はますます高まっている。製品販売後の保守サービスでは、保守活動で得られる顧客行動データ（納入設備や販売製品の利用状況・故障履歴等の運用データ、問い合わせ履歴等）を活用し、新たな価値提供につなげることが求められている。

- （１）顧客行動履歴を把握するために必要な技術に関して、データ統合及びサービス品質向上の両観点から、サービスマネジメントに関する技術課題を３つ抽出し、それぞれの技術課題に対して想定した具体的な業務内容を明記したうえで、技術課題の内容を、観点を踏まえて示せ。
- （２）前問（１）で抽出した技術課題のうち最も重要と考える技術課題を１つ挙げ、これを最も重要とした理由を述べよ。その技術課題に対する複数の解決策を、専門技術用語を交えて示せ。
- （３）前問（２）で示した解決策を実行しても生じる新たな懸念事項への対応について、専門技術を踏まえた考えを述べよ。ただし、「セキュリティリスク」を除いて考えよ。