

令和7年度 春期
ITストラテジスト試験
午後Ⅰ 問題

試験時間

12:30 ~ 14:00 (1時間30分)

注意事項

1. 試験開始及び終了は、監督員の時計が基準です。監督員の指示に従ってください。
2. 試験開始の合図があるまで、問題冊子を開いて中を見てはいけません。
3. 答案用紙への受験番号などの記入は、試験開始の合図があってから始めてください。
4. 問題は、次の表に従って解答してください。

問題番号	問1～問3
選択方法	2問選択

5. 答案用紙の記入に当たっては、次の指示に従ってください。
 - (1) B又はHBの黒鉛筆又はシャープペンシルを使用してください。
 - (2) 受験番号欄に受験番号を、生年月日欄に受験票の生年月日を記入してください。
正しく記入されていない場合は、採点されないことがあります。生年月日欄については、受験票の生年月日を訂正した場合でも、訂正前の生年月日を記入してください。
 - (3) 選択した問題については、次の例に従って、選択欄の問題番号を○印で囲んでください。○印がない場合は、採点されません。3問とも○印で囲んだ場合は、はじめの2問について採点します。
〔問1、問3を選択した場合の例〕
 - (4) 解答は、問題番号ごとに指定された枠内に記入してください。
 - (5) 解答は、丁寧な字ではっきりと書いてください。読みにくい場合は、減点の対象になります。

選択欄	
2 問 選 択	問1
	問2
	問3

注意事項は問題冊子の裏表紙に続きます。
こちら側から裏返して、必ず読んでください。

問1 スタートアップ企業における IT を活用した新たなビジネス領域の開拓に関する次の記述を読んで、設問に答えよ。

Y 社は、動画解析サービスを専門とするスタートアップ企業であり、5 年前に情報系大学の教授とその研究室メンバーが起業した。創業以来、順調に業績を伸ばし、母体となった大学の卒業生を中心に優秀な開発技術者を多数抱えている。Y 社は、動画解析技術の専門性を生かして、今後 5 年以内の IPO（株式上場）を目指している。

〔Y 社の特徴〕

Y 社の特徴は次のとおりである。

(1) Y 社のサービス

- ・ Y 社は、次のような AI 関連技術をベースにした動画解析サービスを提供している。
 - 人の顔を認識して特定する顔認識
 - 人や物体を判別する物体識別
 - 人や物体などの動きを検知する行動検知
 - 人や物体を検出してその数をカウントする数量計測
- ・ Y 社のサービスは、クラウド上に構築され、顧客が動画をアップロードして動画解析を実行できる機能や、スマートフォンを含む様々なデバイスからサービスにアクセスすることによって、アップロードした動画や動画の解析結果を確認できる機能がある。
- ・ Y 社のサービスにおけるアクセス権管理には、初期パスワードの強制変更、アクセス可能デバイスの登録、二要素認証などの機能がある。
- ・ Y 社のサービスでは、サービスの利用ごとに課金している。今後、頻繁にサービスを利用する顧客向けに定額課金制の導入を検討しており、そのためには契約管理システムの改修が必要である。

(2) Y 社の強みである AI 関連技術

- ・ 動画の中で事前に設定した条件に該当するシーンを識別する技術
- ・ 個人のプライバシー侵害への対策として特定の範囲及び無関係の人や物体をマスキングする技術

〔Y社の成長戦略と市場調査〕

Y社は5年以内のIPOを実現するための成長戦略として、順調に業績を伸ばしている動画解析サービスの領域を拡大し、新たなビジネス領域の開拓を目指すこととした。

Y社は、新たなビジネス領域の候補として、昨今のセキュリティ意識の高まりを受けて市場が拡大を続ける監視カメラを中心とするネットワークカメラ市場に注目した。

Y社が市場調査を行ったところ、次のようなことが分かった。

現在は、監視カメラで録画した動画を後で確認する方式が一般的である。人手によってリアルタイムに確認することは可能であるが、人件費が掛かるので資金力のある大手企業などでしか採用できない。しかしながら、小規模な企業や家庭でもリアルタイムに動画を確認して防犯などにつなげたいという声が増えている。また、工場出荷時に設定されたパスワードをそのまま使っている監視カメラが不正アクセスを受けて動画が流出する事例が発生し、社会問題となっている。

加えて、製品カテゴリ別には次のような課題やニーズがあることを把握した。

(1) 施設向け製品

- ・監視カメラで撮影された動画は人手によって確認しているため、人員が制約となって監視カメラの台数を増やせない施設では、限られた人員でも対応できるように異常を自動で検知して通知してほしいというニーズが多い。
- ・敷地の外が撮影範囲になってしまうと個人のプライバシー侵害のリスクが大きいため、設置場所が制限されてしまい、死角ができてしまうおそれがある。

(2) 警備業界向け製品

- ・現場で職員の制服に“防犯カメラ作動中”と表示した上で、装着したウェアラブルカメラで音声付き動画を撮影し、トラブル抑止と証拠保全を行っている。
- ・既存のウェアラブルカメラで撮影した音声付き動画は、ネットワーク負荷の問題から遠隔地へのリアルタイム配信及び確認は普及していない。遠隔地でリアルタイムに現場の音声付き動画が確認できれば、遠隔地から現場へより適切な対応指示ができるという声が多い。

(3) 家庭向け製品

- ・一般家庭では、監視カメラで撮影された動画を人手によってリアルタイムに確

認することは困難なので、監視カメラが通常と異なる人や物体の動きを検知した時に通知を受け、スマートフォンなどで確認や対応を行いたいというニーズがある。

- ・ 最近では、指定された場所に荷物を置いて配送を完了する非対面配送（以下、置き配という）も増えている。一方で、置き配を積極的に利用したいが、盗難にあわないか不安があるので、監視カメラによる対応を期待するという声が多い。

Y 社は、ネットワークカメラ市場の市場調査を基に課題やニーズの分析を行った結果、監視カメラに自社の得意分野である動画解析サービスを組み込んだ監視サービスを提供することによって、ネットワークカメラ市場を新たなビジネス領域として開拓できると考え、成長戦略の実現方法を検討した。

〔成長戦略の実現方法〕

Y 社は、“動画解析技術を通じて社会の安全安心に貢献する”を基本理念として、次の施策を実施する。

(1) 施設向け監視カメラの異常検知・通知サービスの提供

監視カメラで撮影した動画をリアルタイムで解析し、異常を自動検知して通知するサービス

(2) 警備業界向けウェアラブルカメラのネットワーク接続サービスの提供

ウェアラブルカメラをネットワーク接続し、撮影した音声付き動画を遠隔地で確認できるサービス

(3) 家庭向け監視カメラのリアルタイム監視・置き配対応サービスの提供

住宅用監視カメラを Wi-Fi 経由でインターネット接続することによって、リアルタイム監視・通知機能、スマートフォンなどによる確認・応対機能、置き配に対する防犯機能を提供するサービス

Y 社の経営陣は、これらのサービスを提供できれば、Y 社がネットワークカメラ市場において成功することは可能であると結論付けた。しかし、競合他社となりうる動画解析ベンダーがネットワークカメラ市場へ参入してくることは十分考えられる

ことから、Y社は、迅速な市場参入が必要と考えた。

成長戦略実現へ向けてY社内で新サービス実現のシナリオを検討した結果、低いネットワーク負荷で動画を送信するための高度な動画圧縮技術をもつ中堅の監視カメラメーカーのU社と業務提携することを基本方針とした。U社は、U社製の監視カメラを導入した顧客から動画解析について相談された際、Y社に問い合わせたところから取引が始まり、今では、動画解析の業務を継続的にY社へ発注している企業である。一方で、U社では、近年、競合他社や類似製品の登場によって売上げが横ばいとなっていた。

Y社とU社それぞれの経営陣は、協議を重ねた結果、この業務提携はY社とU社双方にメリットがあると結論付け、Y社とU社による新サービス提供に関する業務提携契約の締結を行った。

〔新サービスの開発〕

Y社とU社は、協議の上で新サービスの提供開始予定日を決定し、新サービスを予定どおりに市場へ提供開始することが重要であることを申し合わせた。Y社は、新サービスの開発に着手し、新サービスを図1のように構成することとした。

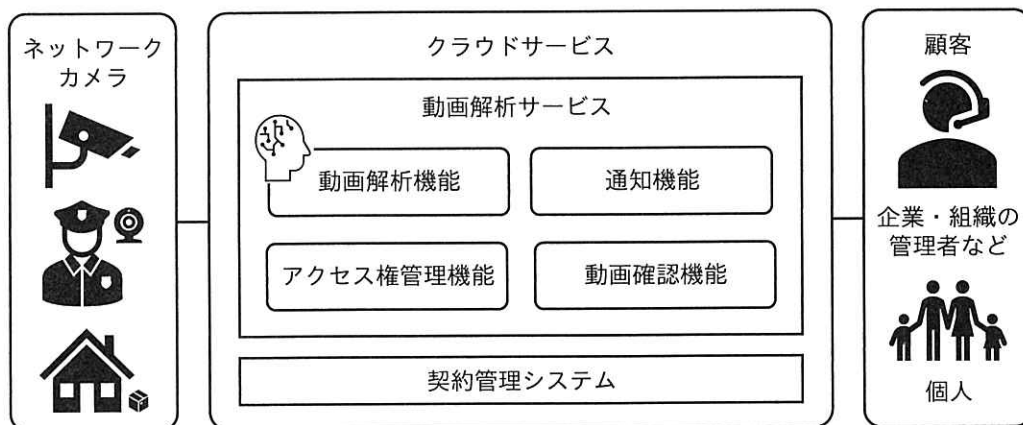


図1 新サービス構成図

新サービスの開発に際して、Y社は次の対応を行うこととした。

- ・ 全ての監視カメラ製品に対して、①個人のプライバシー侵害を防止するための機能をもたせる。また、②Y社のアクセス権管理機能を監視カメラに適用できる

ようにする。

- ・ 家庭向け監視カメラに対して、③Y 社の保有する物体識別と行動検知の AI 関連技術を活用した置き配に対する防犯機能として、特定の状況を検知し、スマートフォンなどへ通知したり警告音を発したりする機能をもたせる。
- ・ 動画のデータは全て Y 社のサービス内で管理して監視カメラの台数に応じた④定額課金制とすることとし、そのための準備を行う。

設問 1 「Y 社の成長戦略と市場調査」について、Y 社が、ネットワークカメラ市場を Y 社の新たなビジネス領域にできると考えた、Y 社の提供するサービスが生かせる市場ニーズを 40 字以内で答えよ。

設問 2 「成長戦略の実現方法」について答えよ。

- (1) Y 社がネットワークカメラ市場へ参入するに当たって業務提携という手法を選択した目的を 20 字以内で答えよ。
- (2) 施設向け監視カメラの異常検知・通知サービスの提供について、異常の検知を通知する機能をもたせた背景を 30 字以内で答えよ。
- (3) Y 社が、U 社と業務提携することによって警備業界向けウェアラブルカメラのネットワーク接続サービスを提供できると考えた理由を 25 字以内で答えよ。

設問 3 「新サービスの開発」について答えよ。

- (1) 本文中の下線①について、個人のプライバシー侵害を防止するための機能とはどのようなものか。25 字以内で答えよ。
- (2) 本文中の下線②について、Y 社のアクセス権管理機能を監視カメラに適用することでどのような効果を狙ったか。25 字以内で答えよ。
- (3) 本文中の下線③について、どのような状況を検知すべきか。25 字以内で答えよ。
- (4) 本文中の下線④について、Y 社はいつまでにどのような準備を行う必要があるか。40 字以内で答えよ。

問2 ITを活用した子育て支援の強化に関する次の記述を読んで、設問に答えよ。

M市は、L県の中央部にある地方都市であり、政令指定都市の通勤圏に位置している。市内にあるM空港はL県全体の基幹空港であり、L県を訪れる観光客やビジネスパーソンの行き交うL県の交通の要所となっている。

〔M市を取り巻く環境と子育て支援の整備〕

近年、急速に浸透したリモートワーク技術の活用を背景として、ビジネスの拠点を地方に設置することが増えている。M市近郊は、四季を通じて美しい景観と様々なアクティビティを楽しめる観光地やリゾート施設が数多くあることや、M空港を通じて首都圏や全国の主要都市と短時間で往来できるアクセスの良さが評価され、企業の拠点設置が相次いでいる。また、デザイナーやソフトウェアエンジニアなど、インターネットが利用できれば働く場所を選ばないビジネスパーソンを中心に、個人としてM市を拠点に選ぶ移住者も増加している。

これまでM市では、健康で文化的な環境で子育てをしたいと望む市民に向けた様々な施策に取り組んできた。具体的には、保育機関や教育機関などのインフラ整備に加え、保健師などの専門の行政職員が、出産前から子どもの思春期に至るまで、子どもをもつ親の相談を持続的に受け付ける体制を構築するなどの行政サービスによって、M市に暮らす子どもをもつ世帯（以下、子育て世帯という）への支援を整備してきた。

この結果、前年度のM市の合計特殊出生率は1.75人と、全国平均の1.20人を大きく上回り、人口の自然増に必要とされる値の2.07人に迫りつつある。また、年齢別人口では、M市の全人口に占める20-49歳の世代（以下、子育て適齢世代という）の割合が他市町村と比べて多くなっている。この世代は他県からの転入者の割合が多く、子育て世帯においても、夫婦以外の親族との同居がない世帯が多い。全国的な少子高齢化によって、L県内の他市町村では大きく人口が減少する中、M市の人口は微増傾向にあり、前年度末時点で約15万人となっている。

〔M市の子育て支援の強化〕

M市はこの環境変化と体制整備の成果を活用することによって、人口増加による消費の拡大と産業の活性化を図り、M市を持続的に成長させたいと考えた。このための

具体的な手段として、M市は“地域一体での子育て支援を更に強化して、子育て環境の充実を全国にアピールすることで、M市に子育て適齢世代を呼び込む”施策（以下、Angel City Plan という）を定め、内容の検討に着手した。

〔アンケート調査〕

M市は、Angel City Plan 実行に当たっての課題を把握するために、M市在住の子育て世帯を対象にアンケート調査を行った。この結果、次のことが明らかになった。

- ・ M市は自然に恵まれた環境であり、また保育機関や教育機関などのインフラ整備も進んでいることから、子育てに適した地域であると評価されている。
- ・ M市の子育て世帯は、①家庭内での子育てに夫婦以外の親族からの直接的な協力を得にくい。また、②他県からの転入者は同市内に住む古くからの友人も少ないので、M市での子育てに関する情報を得にくい場合がある。
- ・ 子どもが家にいる場合は、リモートワークに支障が出る。子どもが体調不良などの場合は日ごろ通わせている保育機関を利用できないので、ベビーシッターの利用も考えたいが、自宅に見ず知らずの他人を招き入れることへの抵抗感や、安全なベビーシッターを選べるかの不安がある。ベビーシッターの安全な利用方法や利用したベビーシッターに対する感想など、利用した人の評価を聞きたい、との声があった。

また、M市では、行政機関と、市内の子育て支援機関である保育機関、教育機関、医療機関など（以下、サポート機関という）を対象にアンケート調査を行ったところ、次のことが明らかになった。

- ・ 行政機関では、他県からの転入者の増加傾向を踏まえ、M市の子育て支援の行政サービス（以下、子育て支援サービスという）に対する利用者の声で好評を得ているサービスの担当職員を増員するなど体制を強化したが、サービスの利用は想定を下回り、利用者数が伸びていない。
- ・ 行政機関は、個別の子育て世帯の状況を能動的に把握し、適切なタイミングで相談を促すなどの子育て支援サービスを提供したいが、子育て世帯から情報を入手する手段が少なく、できていない。
- ・ 行政機関及びサポート機関が、地域一体で共同して支援に取り組みたいが、情報

共有する方法が確立しておらず、またそれぞれが保有する情報も標準化されていないので、相互に開示可能な情報を参照することができていない。

〔IT を活用した子育て支援の強化〕

M市はこれらのアンケート調査の結果から、Angel City Planを実行するためには、子育て世帯、行政機関及びサポート機関が、相互に子育てに関する情報を共有して活用することが必要と考えた。そこで M 市はこのためのシステム基盤（以下、Angel Cloud という）を構築して、これまでの子育て支援の環境整備の成果を更に高め、子育て環境の充実を全国にアピールすることとした。

Angel Cloud の機能は、次のとおりである。

(1) 子育て世帯が利用する機能

(a) 子育てダイアリー

子どもの成長に合わせた家族の思い出などを記録するため、スマートフォンのアルバム機能と連動して、利用者が撮影した任意の画像ファイルを時系列に保存できる。保存した画像ファイルに関連するライフイベントなど、任意のコメントを記録できる。学校行事など保育機関や教育機関のイベントや、地域イベントのスケジュールを閲覧できる。

子育てダイアリーに記録されているイベントや、利用者による任意のコメントと連動して、画像ファイルを検索、閲覧することができる。

(b) 子育て SNS

ベビーシッターの利用や、子育て支援サービス、地域イベントに関する感想を投稿したり、ほかの子育て世帯の感想を参照したりすることができる。感想を投稿したほかの子育て世帯と、子育て SNS でつながることができる。

外部 SNS と連動し、子育て SNS への投稿を外部 SNS に公開することができる。

(c) 子育てチャット

チャットボットを利用して、M 市の子育て支援に関する情報を入手することができる。担当保健師やベビーシッター、保育機関、教育機関と連絡を行うことができる。

ベビーシッターの利用、M 市の子育て支援サービスや地域イベントへの参加などを予約できる。

利用者自身に対する子育て支援記録を含む Angel Cloud 内の情報を AI が分析することによって、③子どもの成長段階など，利用する世帯の状況に合わせたサービスを AI が提案する。利用者は Angel Cloud からのプッシュ型通知やチャットボットの応答を通じて、提案を受け取ることができる。

(d) オプトイン管理

子育て世帯の利用者が Angel Cloud に入力した情報のうち、行政機関とサポート機関に開示する情報の範囲を指定（以下、オプトインという）できる。

(2) 共通機能

(a) 匿名記録データベース（以下、匿名記録 DB という）

子育て世帯の利用者が Angel Cloud に入力した情報を、匿名化技術によって個人を特定できない状態に変換した上で、匿名記録 DB に保存する。

(3) 行政機関及びサポート機関が利用する機能

(a) 子育て支援統計

匿名記録 DB や Angel Cloud の利用状況を、統計データとして取得して利用できる。取得したデータは、Angel City Plan の広報活動や新たな施策検討に利用できる。公開可能な範囲のデータは、オープンデータに加工されて M 市のホームページで公開される。

(b) 子育て支援記録

行政機関とサポート機関が各子育て世帯に対して行った支援内容を記録し、行政機関とサポート機関が相互に参照できる。

(c) 子育てチャット

子育て世帯の利用者に連絡を行うことができる。

(d) オプトイン情報閲覧

オプトインされた範囲内で、各子育て世帯の利用者が Angel Cloud に入力した情報を閲覧できる。

設問1　〔M市の子育て支援の強化〕について答えよ。

- (1) M市はAngel City Planを定めるに当たり、どのような環境変化を活用しようと考えたか。40字以内で述べよ。
- (2) M市がAngel City Planの目的達成に向けた状況を把握するために、定めるべき指標は何か。25字以内で述べよ。

設問2　〔アンケート調査〕について答えよ。

- (1) M市の子育て世帯に下線①の問題が生じる理由は何か。35字以内で述べよ。
- (2) 下線②によって表面化しているM市の行政機関における子育て支援に関する問題は何か。35字以内で述べよ。

設問3　〔ITを活用した子育て支援の強化〕について答えよ。

- (1) “子育てSNS”は、どのようなM市の子育て世帯の現状を改善するための機能か。30字以内で二つ述べよ。
- (2) “子育てチャット”に備えた下線③の機能は、どのようなニーズを満たすための機能か。40字以内で述べよ。
- (3) Angel Cloudに“子育て支援記録”を備えることで、M市が実現したい子育て支援とは具体的にどのような支援か。30字以内で述べよ。

問3 ドラッグストアにおける IT を活用した新規サービス立上げに関する次の記述を読んで、設問に答えよ。

C 社は、K 地域を中心に大型駐車場を備えた大規模店舗を構えるドラッグストアチェーンを展開している。C 社の展開するドラッグストアは、調剤薬に加えて、化粧品と、洗剤、衛生用品、文房具など（以下、日用品という）と、冷凍食品、飲料、お菓子など（以下、食料品という）、を中心に様々な生活必需品を取り扱っている。

これまで C 社は、K 地域にある生活必需品の仕入先と密接なコミュニケーションを行い、強い協力関係を築いてきた。

〔K 地域の環境〕

K 地域の住民の多くは自然環境に恵まれた郊外に住んでいる。K 地域の郊外は古い住宅地が多く、多くのシニア世代が長年住んでいる。さらに、昨今のワークスタイルの変化を見据え、集合団地のリノベーションなどが行われており、若い世代の流入も増えている。昨今 K 地域の住民は、日常の用事をできるだけ自宅から近距離かつ 1 か所で済ませたいという希望が強く、この希望を満たす企業は顧客を囲い込める可能性が高い。また、シニア世代やシニア世代をサポートする住民からは、高齢化によって、服薬指導に限らず、病気やけがによる入退院時などの生活シーンに合わせた健康相談をしたいといった社会的ニーズが高まっている。

K 地域の郊外に医療機関は少なく、郊外に住む住民のほとんどは都市部の医療機関で受診している。また、気軽に健康相談を行える場所が K 地域の郊外にない。

〔C 社の戦略〕

C 社は“地域住民の健康的な暮らしを支える社会インフラとなる”を企業理念として、次の戦略に従い企業活動を行うことによって、K 地域で売上を拡大してきた。

（1）出店に関する戦略

自動車を利用し 5 分程度で来店できるように、C 社が自ら分割した範囲（以下、小商圈という）の中心付近に店舗を出店している。これによって小商圈内の顧客が日常生活に必要な様々なものを、自宅の最寄り店舗で購入できるようにしている。

C 社は、日用品や食料品を特売に頼らず日常的に低価格で提供することによって顧

客の来店頻度を高めている。併せてドラッグストア業界では比較的高収益商材である化粧品などを購入してもらうことによって、顧客1人当たりの収益性を高めている。

(2) 調剤薬の販売に関する戦略

店舗では、併設する調剤売場で調剤薬の販売を行っている。顧客は調剤売場で処方箋を提出し、待ち時間を利用して小売売場で日用品や食料品などを買い揃えた後に調剤売場に戻り、調剤薬を受け取ることができる。これによって時間を有効に使うことができると好評で、都市部の医療機関を受診後、帰宅途中に自宅の最寄りの店舗に立ち寄る顧客が多い。C社は、顧客が医療機関から入手した処方箋の画像を事前に送付するサービスをいち早く活用するなど、IT活用にも積極的である。

(3) 小売売場の業務の運営に関する戦略

C社の小売売場では、全店舗で次のような業務標準化を推進している。

- ・売場レイアウトや棚割りなどは全店舗で標準化し、小売売場の業務運営を統一する。
- ・各店舗のPOSの売上情報から、自動発注システムを活用して本社で一括発注した商品を各店舗へ配送する。

こうした取組みによって、専門知識のない店舗スタッフでも小売売場の業務の運営を効率的に行うことを可能とし、それによって、空いた時間でこれまで以上に顧客対応に時間を割くことができている。

(4) 商品開発や企画に関する戦略

最近では、K地域にある強い協力関係にある仕入先のうち、オーガニック素材にこだわる食品メーカーなどと共同でプライベートブランド商品（以下、PB商品という）を開発している。また、化粧品メーカーとの一部店舗での期間限定共同イベントとして、化粧品メーカーの販売員が、顧客にメイクアップ体験指導を行ったりしている。C社はこのような仕入先の特長を生かした共同企画を実施し高い評判を得ている。

〔C社の課題〕

これまでC社は、これらの戦略に従ってK地域の売上を拡大してきたが、最近では、ほかのドラッグストアチェーンが出店地域をK地域の近郊まで広げているので、戦略

強化が必要となっている。戦略の強化に当たってC社は、店舗での顧客ニーズへの対応に関する課題を整理した。

(1) 調剤売場の課題

調剤売場では、顧客から“同居者の看病を適切に行えるようにするために、服薬指導を自宅で本人と一緒に聞きたい”、“疾病を予防するためにも、自身の生活習慣の改善につながる情報が欲しい”などのニーズがある。また、薬剤師は、調剤するときには、過去の薬歴、飲み合わせや保存方法の注意点など様々な確認を行う必要がある。これは、業務負担が大きく、かつ時間が掛かるので混雑時に顧客を待たせることがある。これらへの対応が必要である。

(2) 小売売場の課題

小売売場では、若い世代を中心に、商品そのものへのニーズではなく、生活の質を高めたいという、次のようなニーズが増えており、対応が必要である。

- ・健康の増進や体形の維持・改善につながる情報が欲しい。
- ・日々の生活を楽しむために、素材にこだわった化粧品を使いたい。また、肌の状態や年齢などの違いを考慮した正しいスキンケアや化粧の方法が知りたい。

〔新たな方針と施策〕

これらの課題に対応するために、C社は戦略を強化する新たな方針を“地域の社会的ニーズや顧客ニーズに合わせたサービスを提供し、顧客のライフタイムバリュー（LTV：顧客生涯価値）を拡大する”と定めた。この方針を受け、C社は、店舗でのリアルなサービスとオンラインでのサービスを融合して顧客体験価値（CX）を高めながら、薬剤師の業務負担も軽減することとし、次の二つの施策を実施することとした。

- (1) 店舗で調剤薬を販売することに加え、都市部の医療機関を受診する顧客の通院中及び在宅経過観察などのプレ・アフターホスピタルにおける薬剤師による服薬指導や残薬管理、管理栄養士による栄養指導などの健康相談といったサービスを店舗でもオンラインでも提供する。
- (2) 仕入先と協力して、顧客ニーズに合わせたサービスを提供することによって、顧客のLTVを拡大する。

施策の実施に向けC社は、次のシステムを構築し、活用することとした。

- ・顧客が生き生きと健康的に生活することを支援する健康生活支援アプリケーション

ンシステム（以下、健康生活アプリという）

・薬剤師の業務負担を軽減する服薬指導補助システム

〔健康生活アプリ〕

地域の社会的ニーズや顧客ニーズに合わせたサービスを提供するためのアプリケーションシステムである。健康生活アプリが顧客に提供する機能は次のとおりである。

(1) オンラインサポート機能

オンラインによる服薬指導や残薬管理、及び健康相談を行う機能である。

顧客は、オンラインサポートの予約を行い、予約した時間に来店することなく、リモートで薬剤師による服薬指導や残薬管理、管理栄養士による栄養指導などの健康相談といったサービスを受けることができる。

(2) ヘルスケアアドバイス機能

健康維持などに関するアドバイスを行う機能である。

顧客は、健康生活アプリを利用し心拍数や体表面温度、歩数記録や食事記録（以下、行動情報という）を記録する。情報を記録する際、顧客はC社からレンタルした専用のデバイスを使って自動で行動情報を記録する方法か、自身が持つデバイスで管理する行動情報を登録する方法を用いる。

顧客は、記録した情報からAIがスコアリングした健康状態や予測した健康リスク、生活習慣改善や体形の維持・改善につながるコメント、おすすめのサプリメント、K地域の食品メーカーと共同で開発したPB商品を使ったレシピなどの情報を入手する。

顧客は、AIチャットボットによる健康維持に関する助言を受けることもできる。

(3) ビューティアドバイス機能

最適なスキンケア及びメイクアップの方法並びに化粧品を提案する機能である。

顧客は、顔写真を撮り、自身が抱える肌の悩みや化粧の希望などを登録する。

AIを活用した骨格診断や肌診断に合わせたスキンケア、化粧のポイントなどの情報を入手したり、おすすめの商品のレコメンドを受けたりする。気に入った商品があればオンラインでC社から購入することができる。

顧客はAR（Augmented Reality：拡張現実）メイク機能を用いて、商品を利用したメイクを疑似体験できるほか、スキンケアのやり方のナビゲートを受けたり、メ

イクのコツやスキンケアの動作に対するアドバイスを受けたりする。

また、店舗で行われる K 地域の化粧品メーカーと共同の期間限定メイクアップ体験イベントの予約もできる。

〔服薬指導補助システム〕

調剤売場で薬剤師が行う調剤や服薬指導を支援するシステムである。服薬指導補助システムは、調剤売場で入手した処方箋データや過去の服薬履歴などの情報から薬効重複チェックや服薬指導コメントの作成を行う。薬剤師は、服薬指導補助システムの情報を参考に調剤及び服薬指導を行う。

設問 1 〔C 社の戦略〕について答えよ。

- (1) C 社が小商圏の中心付近に店舗を出店する戦略をとる狙いは何か。20 字以内で答えよ。
- (2) 小売売場の業務の運営に関する戦略において、C 社は業務標準化を推進することによってどのような成果を狙ったか。35 字以内で答えよ。

設問 2 〔新たな方針と施策〕について、C 社が顧客体験価値（CX）を高めることとした背景は何か。小売売場の観点で、30 字以内で答えよ。

設問 3 〔健康生活アプリ〕について答えよ。

- (1) C 社が、オンラインサポート機能を提供するのは、施策のどのような部分を実施するためか。35 字以内で答えよ。
- (2) C 社は、ヘルスケアアドバイス機能を提供することによってどのような顧客のニーズを満たすことができると考えているか。35 字以内で答えよ。
- (3) C 社がビューティアドバイス機能を提供する上で活用する C 社の強みは何か。35 字以内で答えよ。

設問 4 〔服薬指導補助システム〕について、C 社は、服薬指導補助システムを構築することによって、どのような問題を解決しようと考えているか。40 字以内で答えよ。

[× 毛 用 紙]

〔 メ モ 用 紙 〕

[メ モ 用 紙]

6. 退室可能時間中に退室する場合は、手を挙げて監督員に合図し、答案用紙が回収されてから静かに退室してください。

退室可能時間	13:10 ～ 13:50
--------	---------------

7. 問題に関する質問にはお答えできません。文意どおり解釈してください。
8. 問題冊子の余白などは、適宜利用して構いません。ただし、問題冊子を切り離して利用することはできません。
9. 試験時間中、机上に置けるものは、次のものに限ります。
- なお、会場での貸出しは行っていません。
- 受験票、黒鉛筆及びシャープペンシル（B 又は HB）、鉛筆削り、消しゴム、定規、時計（時計型ウェアラブル端末は除く。アラームなど時計以外の機能は使用不可）、ハンカチ、ポケットティッシュ、目薬
- これら以外は机上に置けません。使用もできません。
10. 試験終了後、この問題冊子は持ち帰ることができます。
11. 答案用紙は、いかなる場合でも提出してください。回収時に提出しない場合は、採点されません。
12. 試験時間中にトイレへ行きたくなったり、気分が悪くなったりした場合は、手を挙げて監督員に合図してください。
13. 午後Ⅱの試験開始は 14:30 ですので、14:10 までに着席してください。

試験問題に記載されている会社名又は製品名は、それぞれ各社又は各組織の商標又は登録商標です。

なお、試験問題では、TM 及び [®] を明記していません。