

試験案内掲載用 第1次試験科目設置の目的と内容（新旧対照表）v4

1. 経済学・経済政策 (科目設置の目的)		変更後の内容 (下線部：表記を変更するもの。)	
現行の内容		変更後の内容	
(1) 国民経済計算の基本的概念	(1) 国民所得概念と国民経済計算、貯蓄と投資、総需要と総供給	(1) <u>経済指標の見方や読み方</u>	(1) <u>国民経済計算の概念、国民所得統計、雇用統計、物価指数、景気動向指数、マネーストック統計、国際収支、為替レート、経済事情、その他</u>
(2) 主要経済指標の読み方	(2) 国民所得統計、雇用統計、鉱工業生産指数、消費者物価指数、国内企業物価指数、工業統計、商業統計、産業連関表、景気動向指数	(2) <u>マクロ経済理論と経済政策</u>	(2) <u>生産物市場とGDP、貨幣市場と利子率、IS-LM曲線、政府支出、租税と財政政策、貨幣理論と金融政策、雇用と物価水準、景気変動と景気循環、その他</u>
(3) 財政政策と金融政策	(3) IS-LM曲線、雇用と物価水準、マネーサプライ（マネーストック）、資本市場・金融市場、政府支出と財政政策、貨幣理論と金融政策、景気変動と景気循環	(3) <u>国際経済と経済政策</u>	(3) <u>比較生産費と貿易理論、貿易政策、国際収支と為替レート、国際マクロ経済の理論と政策、その他</u>
(4) 国際収支と為替相場	(4) 比較生産費と貿易理論、国際収支と為替変動、国際資本移動と国際資金フロー	(4) 主要経済理論	(4) <u>ケインズ理論、古典派と新古典派の理論、マネタリズム、その他</u>
(5) 主要経済理論	(5) ケインズ理論、サプライサイド・エコノミクス、マネタリズム、古典派と新古典派理論、新保守主義とシカゴ学派、新制度主義経済学	(5) 市場メカニズム	(5) <u>市場均衡・不均衡、弾力性の概念、経済余剰の概念、競争的市場の資源配分機能、市場の失敗、その他</u>
(6) 市場メカニズム	(6) 需要・供給・弾力性の概念、市場均衡・不均衡、競争的市場の資源配分機能、「市場の失敗」と外部性、公共財と政府規制	(6) <u>消費と生産の理論</u>	(6) <u>効用理論、予算制約と消費者行動、需要曲線、生産関数、費用関数、利潤最大化、供給曲線、その他</u>
(7) 市場と組織の経済学	(7) 取引費用概念、プリンシパル・エージェント概念、情報の不完全性、ゲームの理論	(7) <u>組織と戦略の経済学</u>	(7) <u>情報の不完全性、ゲーム理論、独占の弊害と寡占化の協調行動、製品差別化と独占的競争、規模の経済性・範囲の経済性、その他</u>
(8) 消費者行動と需要曲線	(8) 効用理論、予算制約と消費者の選択行動、代替効果と所得効果	(8) <u>所得分配</u>	(8) <u>公正性・公平性の概念、生産要素市場と生産要素報酬、所得再分配と税制・補助金、その他</u>
(9) 企業行動と供給曲線	(9) 利潤最大化仮説、生産関数と限界生産性、費用曲線とサンクコスト、収穫増・減、規模の経済性・範囲の経済性	(9) その他経済学・経済政策に関する事項	
(10) 産業組織と競争促進	(10) 市場構造と競争モデル、独占の弊害と寡占下の協調行動、製品差別化と独占的競争、参入障壁と市場成果、研究開発と技術革新、事業活動の国際化と通商政策、中小企業と産業政策、規制緩和と民営化		
(11) その他経済学・経済政策に関する事項			

## 2. 財務・会計

(科目設置の目的)

財務・会計に関する知識は企業経営の基本であり、また企業の現状把握や問題点の抽出において、財務諸表等による経営分析は重要な手法となる。また、今後、中小企業が資本市場から資金を調達したり、成長戦略の一環として他社の買収等を行うケースが増大することが考えられることから、割引キャッシュフローの手法を活用した投資評価や、企業価値の算定等に関する知識を身につける必要もある。このため、企業の財務・会計について、以下の内容を中心に知識を判定する。

現行の内容		変更後の内容 (下線部：表記を変更するもの。)	
(1) 簿記の基礎	(1) 簿記原理、会計帳簿、決算処理一巡（試算表・精算表の作成、決算仕訳、貸借対照表・損益計算書の作成）	(1) 簿記の基礎	(1) 簿記原理、会計帳簿、決算処理一巡（試算表・精算表の作成、決算仕訳、貸借対照表・損益計算書の作成）、 <u>その他</u>
(2) 企業会計の基礎	(2) 損益計算書（収益の会計、費用の会計）、貸借対照表（資産の会計、負債の会計、純資産の会計）、キャッシュフロー計算書、企業結合（合併・分割、連結決算）、会計ディスクロージャー、税効果会計	(2) 企業会計の基礎	(2) 損益計算書（収益の会計、費用の会計）、貸借対照表（資産の会計、負債の会計、純資産の会計）、 <u>キャッシュ・フロー計算書</u> 、企業結合（合併・分割、連結決算）、会計ディスクロージャー、 <u>その他</u>
(3) 原価計算	(3) 原価概念、原価計算の種類と方法	(3) <u>税務会計の基礎</u>	(3) 益金と損金、課税所得と税額の計算、 <u>その他</u>
(4) 経営分析	(4) 経営比率分析（収益性、流動性、生産性、成長性）、損益分岐点分析、利益増減分析	(4) 原価計算	(4) 原価概念、原価計算の種類と方法、 <u>原価情報の利用、その他</u>
(5) 利益と資金の管理	(5) 利益計画（限界利益と貢献利益、プロダクト・ミックス）、予算・実績差異分析、資金繰りと資金計画	(5) 経営分析	(5) 経営比率分析（収益性、 <u>安全性</u> 、生産性、成長性）、 <u>CVP分析、その他</u>
(6) キャッシュフロー（CF）	(6) CFの種類と算出（CFの概念、営業CF、投資CF、財務CF）、CFマネジメント（フリーCF、運転資金の管理、CF関連比率）	(6) <u>利益と資金の管理</u>	(6) 利益計画（限界利益と貢献利益、プロダクト・ミックス）、予算・実績差異分析、資金繰りと資金計画、 <u>キャッシュ・フロー管理（フリー・キャッシュ・フロー、運転資金の管理、キャッシュ・フロー関連比率）</u> 、 <u>その他</u>
(7) 資金調達と配当政策	(7) 資金調達の形態（内部金融と外部金融、直接金融と間接金融、自己資本と他人資本、企業間信用、リース）、資本コスト（借入金のコスト、社債のコスト、普通株式のコスト、剰余金のコスト、加重平均資本コスト）、配当政策（配当の種類、配当性向、配当政策の効果）、最適資本構成（財務レバレッジ、モジリアーニ・ミラー（MM）理論）	(7) 資金調達と配当政策	(7) 資金調達の形態（内部金融と外部金融、直接金融と間接金融、自己資本と他人資本、企業間信用、リース）、資本コスト（ <u>負債のコスト</u> 、 <u>自己資本のコスト</u> 、加重平均資本コスト）、 <u>ペイアウト政策</u> （配当の種類、配当性向、配当政策の効果、 <u>自社株買い</u> ）、最適資本構成（財務レバレッジ、モジリアーニ・ミラー（MM）理論）、 <u>その他</u>
(8) 投資決定	(8) 貨幣の時間価値と割引キャッシュフロー（DCF）、投資評価基準（回収期間法、会計的投資利益率法、内部収益率（IRR）法、正味現在価値（NPV）法、収益性指数法）、不確実性下の投資決定	(8) <u>実物投資</u>	(8) 貨幣の時間価値と割引キャッシュフロー（DCF）、投資評価基準（回収期間法、会計的投資利益率法、内部収益率（IRR）法、正味現在価値（NPV）法、収益性指数法）、不確実性下の投資決定、 <u>その他</u>
(9) 証券投資論	(9) ポートフォリオ理論（ポートフォリオのリスクとリターン、効率的ポートフォリオ、最適ポートフォリオの選択）、資本市場理論（資本資産評価モデル（CAPM）の理論、指数モデル、CAPMと財務決定）	(9) <u>証券投資</u>	(9) ポートフォリオ理論（ポートフォリオのリスクとリターン、効率的ポートフォリオ、最適ポートフォリオの選択）、資本市場理論（ <u>効率的市場仮説</u> 、資本資産評価モデル（CAPM）の理論、 <u>市場モデル</u> ）、 <u>その他</u>
(10) 企業価値	(10) 株価値の算定（配当割引モデル、株価収益率、株価純資産倍率、株価キャッシュフロー倍率）、企業価値評価モデル（割引超過利益モデル、割引キャッシュフローモデル）、企業合併・買収における企業評価（収益還元方式、純資産方式、市場株価比較方式）	(10) 企業価値	(10) <u>株主価値の算定</u> （配当割引モデル、株価収益率、株価純資産倍率、株価キャッシュフロー倍率）、企業価値評価モデル（ <u>残余利益モデル</u> 、 <u>割引キャッシュフローモデル</u> ）、企業合併・買収における企業評価（収益還元方式、純資産方式、市場株価比較方式、 <u>乗数法（マルチプル法）</u> ）、 <u>その他</u>
(11) デリバティブとリスク管理	(11) リスクの種類、オプション取引（コールオプション、プットオプション）、先物取引（先物為替予約、通貨先物取引）、スワップ（金利スワップ、通貨スワップ）	(11) デリバティブとリスク管理	(11) リスクの種類、オプション取引（コールオプション、プットオプション）、先物取引（先物為替予約、通貨先物取引）、スワップ（金利スワップ、通貨スワップ）、 <u>その他</u>
(12) その他財務・会計に関する事項		(12) その他財務・会計に関する事項	

### 3. 企業経営理論

(科目設置の目的)

企業経営において、資金面以外の経営に関する基本的な理論を習得することは、経営に関する現状分析及び問題解決、新たな事業への展開等に関する助言を行うにあたり、必要不可欠な知識である。また、近年、技術と経営の双方を理解し、高い技術力を経済的価値に転換する技術経営（MOT）の重要性が高まっており、こうした知識についても十分な理解が必要である。このため、経営戦略論、組織論、マーケティング論といった企業経営に関する知識について、以下の内容を中心に判定する。

現行の内容		変更後の内容 (下線部：表記を変更するもの。)	
1. 経営戦略論		1. 経営戦略論	
(1) 経営計画と経営管理	(1) マネジメント・サイクル、期間別経営計画、意思決定の階層構造、経営管理の原則、意思決定プロセス	(1) <u>戦略の考え方</u>	(1) <u>戦略的意思決定、階層別戦略（企業戦略、事業戦略、機能戦略）、戦略策定プロセス、外部環境分析、内部環境分析（VRIO）、コアコンピタンス・ダイナミックケイパビリティ、その他</u>
(2) 企業戦略	(2) 外部環境分析・内部環境分析、事業領域（ドメイン）の決定、階層別戦略（事業戦略、機能戦略）、戦略立案プロセス、組織と戦略（事業部制、カンパニー制、持株会社等）、組織文化と戦略	(2) 企業戦略	(2) <u>ドメイン（企業ドメイン・事業ドメイン、ドメインの定義）、多角化（シナジー、関連型多角化・非関連型多角化）、PPM（製品ライフサイクル、市場シェア、経験曲線）、垂直統合、M&amp;A、戦略的提携、その他</u>
(3) 成長戦略	(3) 成長のマネジメント、多角化（シナジー、多角化戦略の分類）、M & A、戦略的提携	(3) 競争戦略	(3) <u>業界の構造分析（価値連鎖）、競争優位の戦略（コストリーダーシップ戦略、差別化戦略、焦点戦略）、競争地位別戦略（リーダー、チャレンジャー、ニッチャー、フォロワー）、業界標準（プラットフォーム）、その他</u>
(4) 経営資源戦略	(4) 経営資源、PPM（SBU、製品ライフサイクル、経験曲線、市場占有率 等）	(4) 技術経営（MOT）	(4) <u>技術戦略（技術戦略の策定、技術と市場の統合、知財戦略）、イノベーションマネジメント（イノベーションプロセス、イノベーションのジレンマ、オープンイノベーション、製品アーキテクチャー）、新規事業開発（新規事業の組織とマネジメント、ビジネスモデル、スタートアップ、アントレプレナーシップ）、知識経営、その他</u>
(5) 競争戦略	(5) 業界の競争構造分析、競争回避の戦略、競争優位の戦略（コストリーダーシップ、差別化、集中）、競争地位別戦略（チャレンジャー、リーダー、フォロワー、ニッチャー）、デファクト・スタンダード、コア・コンピタンス	(5) <u>国際経営戦略</u>	(5) <u>海外進出形態（輸出、海外直接投資、ライセンス供与）、グローバル統合とローカル適応、国際経営戦略の類型（グローバル、マルチナショナル、インターナショナル、トランスナショナル）、国際経営戦略と組織、本社－海外子会社のマネジメント、その他</u>
(6) 技術経営（MOT）	(6) 技術戦略（技術戦略の策定（技術の特徴把握・評価、自社資源の評価、外部資源の活用（共同開発、技術導入 等））、特許戦略）、研究開発管理（研究開発組織（組織形態、管理者の役割、技術者の人事管理と能力開発）、研究開発計画と開発プロセス、予算管理と特許管理）、イノベーションのマネジメント、知識経営（ナレッジ・マネジメント）	(6) 企業の社会的責任	(6) <u>CSR・CSV、ステークホルダー、コーポレート・ガバナンス、企業活動の監視、企業倫理、その他</u>
(7) 国際経営（グローバル戦略）		(7) <u>ファミリービジネスの戦略</u>	(7) <u>創業、事業承継、ファミリービジネスと地域、その他</u>
(8) 企業の社会的責任（CSR）		(8) その他経営戦略論に関する事項	
(9) その他経営戦略論に関する事項			

<p>2. 組織論</p> <p>(1) 経営組織の形態と構造</p> <p>(2) 経営組織の運営</p> <p>(3) 人的資源管理</p> <p>(4) その他組織論に関する事項</p>	<p>(1) 組織形態（職能制組織、機能別組織、事業部制組織、マトリックス組織）、組織の構成原理（コミュニケーション、命令の一元性、分業・専門化と調整、権限と責任）</p> <p>(2) 意思決定システム、モチベーション（マズローの欲求段階説、ハーズバーグの2要因理論、ブルームの期待理論）、モチベーション管理、モラル管理、リーダーシップ（特性理論、行動理論、二次元論、状況理論）、経営者・管理者行動、組織と文化（経営理念、組織風土と組織文化）、組織活性化（一体化度、無関心度、組織開発、小集団活動、ナレッジ・マネジメント／組織学習）、組織間関係（組織間関係の種類、分析モデル（資源依存、組織正当性、エージェンシー、組織エコロジー）、ネットワーク組織、クラスター）、企業統治（コーポレート・ガバナンス）、組織のパワーとポリティクス、組織変革（チェンジ・マネジメント）</p> <p>(3) 労働関連法規（労働基準法、労働組合法、労働安全衛生法、労働保険、社会保険、労働者派遣法）、人事・労務情報（職務分析の意義と方法、人事考課の意義と方法）、雇用管理（採用、配置、人事異動・昇進、資格制度）、能力開発（教育訓練・能力開発の種類（階層・目的）、能力開発の方法（OJT、Off - JT、自己啓発）、組織開発の意義と方法）、賃金管理（賃金体系、基本給類型の体系、職務評価方法）、作業条件管理（労働時間管理、労働安全管理、労働衛生管理）、経営戦略と人的資源管理の適合性</p>	<p>2. 組織論</p> <p>(1) <u>組織の考え方</u></p> <p>(2) <u>組織構造の形態</u></p> <p>(3) <u>組織文化</u></p> <p>(4) <u>組織における個人</u></p> <p>(5) <u>組織の中の人間関係・集団</u></p> <p>(6) <u>組織間関係</u></p> <p>(7) <u>組織変革と組織成長</u></p> <p>(8) 人的資源管理</p> <p>(9) その他組織論に関する事項</p>	<p>(1) <u>組織目標、階層、分業と調整、権限と責任、横断的關係、その他</u></p> <p>(2) <u>事業部制組織、職能部門組織、マトリックス組織、ネットワーク組織、持株会社、機械的管理システム・有機的管理システム、その他</u></p> <p>(3) <u>組織文化のレベル、組織文化と経営戦略、組織文化の変革、その他</u></p> <p>(4) <u>意思決定（限定された合理性、認知バイアス、ストレス）、モチベーション（欲求段階論、期待理論、内発的動機付け、目標設定理論）、組織コミットメント、その他</u></p> <p>(5) <u>リーダーシップ（特性論、行動論、状況論、変革型リーダーシップ）、パワーとコンフリクト（パワーの源泉、政治的行動、コンフリクトマネジメント）、集団（グループシンク、グループシフト、心理的安全性、小集団活動）、その他</u></p> <p>(6) <u>資源依存、正当性、取引コスト、ネットワーク、クラスター・エコシステム、その他</u></p> <p>(7) <u>変革の段階、組織開発、組織学習、組織のライフサイクル、経営戦略と組織、その他</u></p> <p>(8) <u>労働関連法規（労働基準法、労働契約法、男女雇用機会均等法、育児・介護休業法、パートタイム・有期雇用労働法、労働安全衛生法、労働組合法、労働施策総合推進法、労働者派遣法、労働保険・社会保険）、雇用管理（採用、配置、人事異動、資格制度）、評価・処遇（人事評価、昇進、賃金体系）、人材育成（能力開発、能力開発の方法、キャリア開発、メンタリング）、労働条件管理（労働時間管理、労働安全管理、労働衛生管理）、戦略的資源管理、その他</u></p>
--	---	---	---

<p>3. マーケティング論</p> <p>(1) マーケティングの基礎概念</p> <p>(2) マーケティング計画と市場調査</p> <p>(3) 消費者行動</p> <p>(4) 製品計画</p> <p>(5) 製品開発</p> <p>(6) 価格計画</p> <p>(7) 流通チャネルと物流</p> <p>(8) プロモーション</p> <p>(9) 応用マーケティング</p> <p>(10) その他マーケティング論に関する事項</p>	<p>(1) マーケティングの定義、マーケティング・コンセプト、マーケティングの機能、ソーシャルマーケティング</p> <p>(2) マーケティング目標設定（目標売上高、目標利益、市場占有率）、標的市場の設定と接近（市場の分類、総合的市場接近法、市場細分化接近法）、マーケティング・ミックス（製品ライフサイクル、マーケティング目標と戦略、マーケティング・ミックスの展開）、市場調査の意義と方法（市場調査の目的、対象領域、種類、プロセス）</p> <p>(3) 消費者行動の決定要素とプロセス（基本的決定要素と環境的決定要素、消費者行動のモデル）、心理的決定要素（ニーズ、動機付け、態度、学習、パーソナリティ）、社会的決定要素（家族、準拠集団、社会階層、文化）、意思決定（評価基準、ブランド選定の規則）</p> <p>(4) 製品の意義（製品の定義、製品の種類：消費者用品（最寄り品、買回り品、専門品）・産業用品（原材料、主要設備品、補助設備品、構成部品、加工材料、業務用消耗品、業務サービス））、プロダクト・ミックス（定義、プロダクト・ラインの幅と深さ）、ブランド計画（ブランドの利点、種類、ブランド・ネーム、マルチブランド、ブランド・ポジション）、パッケージング計画（意義、目的、開発）</p> <p>(5) 市場性評価（市場動向分析、競合分析）、マーチャンダイジング（製品企画・仕様・デザイン、製品技術・製造コスト、テストマーケティング、製造計画、商業化（市場化）計画）</p> <p>(6) 価格計画の目的と設定要因（価格目的、価格決定の検討要因、価格決定プロセス）、価格政策（開拓的価格政策、心理的価格政策、販売促進的価格政策）、価格決定（費用志向的価格決定、競争志向的価格決定、小売価格の決定、製造業における価格調整）</p> <p>(7) 流通チャネルの機能と種類（チャネルの目的、機能、チャネル統合、チャネルの種類）、流通チャネル政策（開放的流通チャネル、選択的流通チャネル、専属的流通チャネル、流通チャネルの評価と管理）、物流（受注処理、物資の取扱い、保管、在庫管理、輸送、サプライチェーン・マネジメント）</p> <p>(8) プロモーション政策（プロモーション・ミックス、プッシュ政策、プル政策、プロモーション戦略と製品ライフサイクル）、人的販売（役割、販売員の種類、進め方、販売員管理）、広告（広告の定義、種類、広告計画、媒体計画、広告表現）、販売促進（目的、種類、消費者向け：サンプリング・プレミアム・クーポン・教育・コンテスト・スタンプ、流通業者向け：ディーラーコンテスト・ヘルプス・販売助成・報奨金・プレミアム・特別出荷、社内向け：実施プログラム、関係法規：景品表示法等）、PR（内容、必要性、使用媒体、方法、パブリシティ）</p> <p>(9) 関係性マーケティング、顧客関係性管理（CRM）、サービス・マーケティング、ダイレクト・マーケティング</p>	<p>3. マーケティング論</p> <p>(1) マーケティングの基礎概念</p> <p>(2) <u>マーケティング計画とマーケティング戦略</u></p> <p>(3) <u>マーケティング・リサーチ</u></p> <p>(4) <u>各分野に展開したマーケティング</u></p> <p>(5) <u>プロダクト・マネジメント</u></p> <p>(6) <u>ブランディング</u></p> <p>(7) 消費者行動</p> <p>(8) <u>プライシング</u></p> <p>(9) <u>コミュニケーション</u></p> <p>(10) プロモーション</p> <p>(11) <u>流通チャネル</u></p>	<p>(1) マーケティングの定義、マーケティング・コンセプト、<u>マーケティングの分類と概念の変遷、その他</u></p> <p>(2) <u>企業の競争市場戦略（企業のミッション、企業のドメイン・事業の定義、企業の市場環境分析、成長機会の評価）、マーケティング・マネジメント（STPと4P、マーケティング・ミックスの展開、マーケティングの実行とコントロール）、ソーシャルマーケティング（非営利組織のマーケティング、社会貢献と社会責任のマーケティング、企業における実行概念）、その他</u></p> <p>(3) <u>調査目的の明確化（調査課題の設定方法、調査ターゲットの選定）、調査方法（データ情報源、具体的な調査手法）、その他</u></p> <p>(4) <u>リレーションシップ・マーケティング（リレーションシップ・マーケティングの概念、顧客関係性管理（CRM）、サービス・マーケティング（サービス・マーケティングの概念、サービス品質の測定、製造業のサービス化）、デジタル・マーケティング（デジタル・マーケティングの概念、デジタル・マーケティングの実行）、グローバル・マーケティング（グローバル・マーケティングの概念、カントリー・オブ・オリジン、グローバル・マーケティングの実行）、生産財マーケティング（生産財マーケティングの特徴と実行）、その他</u></p> <p>(5) <u>製品の概念（製品の分類、製品の価値、プロダクト・ミックス）、プロダクト・ライフ・サイクル（PLC）（PLCの概要、製品の普及モデル、先発の優位と後発の優位）、新製品開発（市場性の評価とカテゴライゼーション、新製品開発のアイデア創出とスクリーニング、定性的な開発方法、定量的な開発方法、パッケージング）、ライフサイクル・マネジメント（製品のポートフォリオ・マネジメント、製品の需要拡大、製品寿命の延命、製品の入れ替え方法）、その他</u></p> <p>(6) <u>ブランドの基礎概念（顧客との関係性、ブランドの種類、ブランドエクイティ）、ブランド要素と機能（ブランド要素の構成、ブランドの機能）、ブランド・マネジメント（ブランド構築、ブランドの維持管理と基本戦略、ブランド経験とカスタマージャーニー）、その他</u></p> <p>(7) <u>消費者行動への影響要因（文化的要因、社会的要因、個人的要因、その他）、消費者の意思決定（消費者行動を捉える諸モデル、消費者の関与、購買意思決定プロセス）、消費者の認知（ニーズ・動機付け、知覚・学習・記憶・態度・信念）、消費者の感覚と感情（消費者の感覚、感覚に対する評価）、その他</u></p> <p>(8) <u>価格の要素（内的参照価格、外的参照価格、価格の関与）、価値表示による価格（価格のコスト、価格の便益）、消費者の価格判断における文脈効果（トレードオフ・コントラスト、カテゴライゼーション）、価格戦略分類（多様な価格戦略、デジタル時代の価格戦略）、価格決定の手法（多様な決定方法）、その他</u></p> <p>(9) <u>コミュニケーションの基礎概念（コミュニケーションの定義、コミュニケーションの分類）、コミュニケーションの種類（マスメディア、SPメディア）、広告計画と効果測定（広告計画の流れと役割、効果測定）、広告表現（広告規制、広告表現方法）、デジタル時代のコミュニケーション（メディアの種類、SNS等を活用したコミュニケーション）、その他</u></p> <p>(10) <u>プロモーション政策（プロモーション・ミックス、プッシュ政策、プル政策、製品ライフサイクルに応じたプロモーション戦略）、人的販売（役割、販売員の種類、進め方、販売員管理）、販売促進（目的、種類、消費者向け、流通業者向け、社内向け、関係法規、デジタル化による販売促進）、PR（内容、必要性、使用媒体、方法、パブリシティ、その他）、その他</u></p> <p>(11) <u>流通チャネルの機能と種類（チャネルの目的、チャネルの機能、チャネル統合、チャネル</u></p>
--	--	--	---

		(12)その他マーケティング論に関する事項	の種類)、流通チャネル政策(開放的流通チャネル、選択的流通チャネル、専属的流通チャネル、流通チャネルの評価と管理)、 <u>デジタル化と流通(オムニチャネル、O2O、OMO等)、その他</u>
--	--	-----------------------	--

#### 4. 運営管理 (オペレーション・マネジメント)

(科目設置の目的)

中小企業の経営において、工場や店舗における生産や販売に係る運営管理は大きな位置を占めており、また、近年の情報通信技術の進展により情報システムを活用した効率的な事業運営に係るコンサルティングニーズも高まっている。このため、生産に関わるオペレーションの管理や小売業・卸売業・サービス業のオペレーションの管理に関する全般的な知識について、以下の内容を中心に判定する。

<b>現行の内容</b>		<b>変更後の内容</b> (下線部：表記を変更するもの。) <u>(令和6年4月9日：赤字の2重線下線部を追記)</u>	
<p>I 生産管理</p> <p>(1) 生産管理概論</p> <p>(2) 生産のプランニング</p> <p>(3) 生産のオペレーション</p> <p>(4) その他生産管理に関する事項</p>	<p>(1) 生産管理の基礎 (生産管理の基本機能、管理目標 (PQCDSME：生産性、品質、コスト・経済性、納期・生産量、安全性、モラル、環境)、生産形態と情報システム (生産形態 (見込生産、受注生産、多種少量生産、少種多量生産、個別生産、ロット生産、連続生産 等)、情報システム (生産システムへのIT の利用、ERP、SCM、FA 等))</p> <p>(2) 工場立地とレイアウト (工場立地の留意点 (国内生産、海外生産、生産拠点 等)、工場レイアウト (システムティックレイアウトプランニング、プラントレイアウト、設備配置 等))、製品開発・製品設計 (製品開発 (製品のライフサイクル、顧客満足、製品系列 等)、製品設計 (機能設計、生産設計、組立容易性、VA/VE 等)、設計技術 (コンカレントエンジニアリング、CAD、CAM 等))、生産技術 (材料 (金属材料、非金属材料、複合材料 等)、加工技術 (切削・研削、塑性加工、熱処理、化学処理 等)、自動機械 (溶接、塗装、加工、組立、搬送、仕分け、保管、汎用機 等)、新技術 (バイオテクノロジー、ナノテクノロジー 等))、生産方式 (ライン生産 (ラインバランシング、編成効率、ラインの形態 等)、セル生産 (自動加工、グループテクノロジー、1人生産 等)、管理方式 (JIT、オーダエントリー、生産座席予約、製番管理 等))、生産計画 (需要予測 (指数平滑、移動平均 等)、需給計画 (MRP 等)、日程計画 (大日程計画、中日程計画、小日程計画、基準日程、スケジューリング、PERT 等)、能力と負荷 (人員計画、負荷計画、標準時間、稼働率、余裕率 等))、資材調達・外注管理 (購買管理 (ABC分析、発注方式、EOQ 等)、外注管理 (選定基準、外注指導、外注の評価 等))</p> <p>(3) 品質管理 (QC 手法 (QC 七つ道具、新QC 七つ道具 等)、TQM、ISO9000)、物の流れ (資材・在庫・運搬) の管理 (現品管理、在庫管理、マテリアルハンドリング、分析手法 (製品工程分析、運搬分析手法、活性示数、流動数分析 等))、人の動きの管理 (作業管理 (標準作業、標準時間、モラル、多能工化、職務訓練、職務設計 等)、作業研究 (方法研究、作業測定、時間研究 等)、分析手法 (作業者工程分析、連合作業分析、動作分析、稼働分析 等))、設備管理 (設備管理の基礎 (5S、工具管理、設備のライフサイクル 等)、保全 (保全方法、故障、工事、保全活動 等)、評価と更新 (設備効率、設備更新、減価償却、耐用年数 等)、経済性工学 (独立案、排反案、現価、年価、終価、投資案の評価 等)、TPM)、生産の合理化・改善 (原理原則 (3S、ECRS の原則 (改善の原則)、5W1H、動作経済の原則 等)、自主管理活動)、廃棄物等の管理 (環境保全に関する法規、廃棄物の処理・管理 (基礎的技術、環境対策、ゼロエミッション 等)、資源の有効活用 (リフューズ、リデュース、リサイクル、リユース 等)、ISO14000)</p>	<p>I 生産管理</p> <p>(1) 生産管理概論</p> <p>(2) <u>生産の管理</u></p> <p>(3) <u>作業の管理</u></p> <p>(4) <u>設備の管理</u></p> <p>(5) <u>物の管理</u></p> <p>(6) その他生産管理に関する事項</p>	<p>(1) 生産管理の基礎 (生産管理の基本機能、管理目標 (PQCDSME：生産性、品質、コスト・経済性、納期・生産量、安全性、モラル、環境 等))、<u>その他</u></p> <p>(2) <u>生産システム (JITシステム (JIT、平準化生産、かんばん方式 等))、生産技術・情報システム (材料、加工技術、自動機械、新技術、生産システムへのITの利用、ERP、SCM、FA 等)、環境配慮型生産 (循環型生産システム、3R、LCA 等))、生産計画 (製品開発・製品設計 (製品のライフサイクル、顧客満足、製品系列、機能設計、生産設計、組立容易性、VA/VE、コンカレントエンジニアリング、CAD、CAM 等)、生産方式 (見込生産、受注生産、多種少量生産、少種多量生産、個別生産、ロット生産、連続生産、セル生産、グループテクノロジー、1人生産、オーダエントリー、生産座席予約、製番管理 等)、<u>ライン編成 (ラインバランシング、編成効率、ラインの形態 等)</u>、需要予測 (指数平滑、移動平均 等)、需給計画 (MRP、<u>MPS、BOM 等)</u>、<u>スケジューリング (大日程計画、中日程計画、小日程計画、基準日程、PERT、人員計画、負荷計画 等)</u>、<u>生産統制 (生産統制 (現品管理、余力管理、進捗管理、標準時間、稼働率、余裕率 等)、生産指示 (プッシュシステム、プルシステム、差立 等))</u>、<u>その他</u></u></p> <p>(3) <u>作業管理 (作業管理 (標準作業、標準時間、モラル、多能工化、職務訓練、職務設計 等)、分析手法 (作業測定、時間研究、製品工程分析、作業者工程分析、連合作業分析、動作分析、稼働分析 等)、<u>作業の改善 (方法研究、3S、ECRS の原則 (改善の原則)、5W1H、動作経済の原則 等)</u>、<u>その他</u></u></p> <p>(4) 設備管理 (設備管理の基礎 (5S、工具管理、設備のライフサイクル、TPM 等)、保全 (保全方法、故障、工事、保全活動 等)、評価と更新 (設備効率、設備更新、減価償却、耐用年数 等)、<u>工場計画 (SLP (システムティックレイアウトプランニング)、DI分析、プラントレイアウト、設備配置 等)、経済性分析 (独立案、排反案、現価、年価、終価、投資案の評価 等)</u>、<u>その他</u></p> <p>(5) <u>資材管理 (資材管理 (資材計画、常備品、材料支給方式 等)、調達 (外注管理 (選定基準、外注指導、外注の評価 等)、製造委託、一貫外注 等)、在庫管理 (ABC分析、発注方式、EOQ 等)、マテリアルハンドリング)、品質管理 (QC 手法 (QC七つ道具、新QC七つ道具 等)、TQM、ISO9000)、廃棄物等の管理 (環境保全に関する法規、廃棄物の処理・管理 (基礎的技術、環境対策、ゼロエミッション 等)、ISO14000)、<u>その他</u></u></p>

<p>II 店舗・販売管理</p> <p>(1) 店舗・商業集積</p> <p>(2) 商品仕入・販売（マーチャングダイジング）</p> <p>(3) 商品補充・物流</p> <p>(4) 流通情報システム</p> <p>(5) その他店舗・販売管理に関する事項</p>	<p>(1) 店舗施設に関する法律知識（都市計画法、大規模小売店舗立地法、中心市街地活性化法、建築基準法、消防法）、店舗立地と出店（立地条件、商圈分析、出店評価）、商業集積（ショッピングセンター、商店街、共同店舗）、店舗施設（店舗構造、店舗設備・什器、照明と色彩）</p> <p>(2) 商品予算計画（販売予算、仕入予算、在庫予算）、商品計画（業種業態、商品構成、品揃え）、商品調達・取引条件（仕入方法、仕入先の選定管理、取引条件）、売場構成・陳列（売場レイアウト、商品陳列）、価格設定（価格政策、価格決定手法、特売・値下げ）、販売促進（販売促進計画、店内プロモーション、店外プロモーション）</p> <p>(3) 商品在庫管理（発注方法、在庫数量管理、需要予測）、輸配送管理（輸送手段・ネットワーク、ユニットロード、共同輸配送）、物流センター管理（物流センター機能・設計、物流センター運営）</p> <p>(4) 店舗システム（POS システム、顧客管理システム）、取引情報システム（商品コード、商品マスター）、物流情報システム（バーコード、RFID、トレーサビリティ）</p>	<p>II 店舗・販売管理</p> <p>(1) 店舗・商業集積</p> <p>(2) 商品仕入・販売(マーチャングダイジング)</p> <p>(3) 商品補充・物流</p> <p>(4) 流通情報システム</p> <p>(5) その他店舗・販売管理に関する事項</p>	<p>(1) 店舗施設に関する法律知識（都市計画法、大規模小売店舗立地法、中心市街地活性化法、建築基準法、<u>立地適正化計画、防火管理、廃棄物の管理</u>）、店舗立地と出店（立地条件、商圈分析、出店評価）、<u>商業集積と業種・業態</u>（ショッピングセンター、商店街、共同店舗、<u>店舗小売業の業種・業態、インターネット販売とその他無店舗販売</u>）、<u>店舗施設（店舗構造、店舗の屋外施設（駐車場、看板 等）、景観）、その他店舗・商業集積に関する事項</u></p> <p>(2) <u>商品販売計画（販売・仕入予算、商品構成、品揃え、販売・仕入に関する法制度（価格設定、表示、競争、免許・許認可制 等））</u>、商品調達・取引条件（仕入方法、仕入先の選定管理、取引条件）、売場構成・陳列（売場レイアウト、<u>商品陳列（VMD、棚割り等）</u>）、<u>店舗設備・什器、照明と色彩</u>）、価格設定（価格政策、価格決定手法、特売・値下げ）、販売促進（販売促進計画、店内プロモーション、店外プロモーション）、<u>その他商品仕入・販売（マーチャングダイジング）に関する事項</u></p> <p>(3) 商品在庫管理（<u>発注方法・在庫管理、需要予測</u>）、輸配送管理（輸送手段・ネットワーク、ユニットロード、共同輸配送）、物流センター管理（物流センター機能・設計、物流センター運営）、<u>その他商品補充・物流に関する事項</u></p> <p>(4) 店舗システム（POS システム、顧客管理システム）、取引情報システム（商品コード、<u>受発注システム</u>）、物流情報システム（<u>バーコードシンボル、電子タグ</u>、トレーサビリティ）、<u>その他流通情報システムに関する事項</u></p>
---	--	---	--



## 5. 経営法務

(科目設置の目的)

創業者、中小企業経営者に助言を行う際に、企業経営に係る法律、諸制度、手続等に関する実務的な知識を身につける必要がある。また、さらに専門的な内容に関しては、経営支援において必要に応じて弁護士等の有資格者を活用することが想定されることから、有資格者に橋渡しするための最低限の実務知識を有していることが求められる。このため、企業の経営に関する法務について、以下の内容を中心に基本的な知識を判定する。

現行の内容		変更後の内容 (下線部：表記を変更するもの。)(令和6年4月9日：赤字の2重線下線部を追記)	
(1) 事業開始、会社設立及び倒産等に関する知識	(1) 事業の開始(個人の事業開始(個人事業の特徴、開業までの準備)、法人の事業開始(法人の種類、会社の設立と登記、組合の設立と登記))、届出・手続等(許認可・届出が必要な事業、労働保険・社会保険の届出、税務上の届出(個人事業の開廃業等届出書、給与支払事業所等の開設届出書、所得税の青色申告の承認申請書、棚卸資産の評価方法・減価償却資産の償却方法等))、合併等の手続(合併・営業譲渡等の手続、組織変更手続(個人→法人、組合→会社))、倒産等の手続(倒産等に関する法律に基づく手続(会社更生法、民事再生法、会社法(会社の解散、清算、特別清算)))	(1) 事業開始、会社設立及び倒産等に関する知識	(1) 事業の開始(個人の事業開始(個人事業の特徴、開業までの準備)、法人の事業開始(法人の種類、会社の設立と登記、組合の設立と登記))、届出・手続等(許認可・届出が必要な事業、労働保険・社会保険の届出、税務上の届出(個人事業の開廃業等届出書、給与支払事業所等の開設届出書、所得税の青色申告の承認申請書、棚卸資産の評価方法・減価償却資産の償却方法等))、合併等の手続(合併・営業譲渡等の手続、組織変更手続(個人→法人、組合→会社))、倒産等の手続(倒産等に関する法律に基づく手続(会社更生法、民事再生法、会社法(会社の解散、清算、特別清算))) <u>、その他</u>
(2) 知的財産権に関する知識	(2) 産業財産権(工業所有権)の内容と取得方法(特許権、実用新案権、意匠権、商標権)、著作権の内容(著作権等の種類と内容(著作人格権、著作権、著作隣接権)、著作権の成立と保護(成立、保護期間、著作権侵害に対する措置))、知的財産権に関する契約等(産業財産権(工業所有権)に関する契約(移転契約、ライセンス契約)、著作権等に関する契約(音楽・キャラクター等のライセンス契約、ソフトウェアのライセンス契約等)、トレードシークレットに関する知識)	(2) 知的財産権に関する知識	(2) 産業財産権(工業所有権)の内容と取得方法(特許権、商標権、意匠権、実用新案権)、著作権の内容(著作権等の種類と内容(著作人格権、著作権、著作隣接権)、著作権の成立と保護(成立、保護期間、著作権侵害に対する措置))、知的財産権に関する契約等(産業財産権(工業所有権)に関する契約(移転契約、ライセンス契約)、著作権等に関する契約(音楽・キャラクター等のライセンス契約、ソフトウェアのライセンス契約等)、トレードシークレットに関する知識)、 <u>知的財産権に関する国際条約(特許権に関する条約、商標権に関する条約、著作権に関する条約)、その他</u>
(3) 取引関係に関する法務知識	(3) 契約に関する基礎知識(契約の成立要件(当事者、目的、意思表示)、契約の有効要件、外国企業との取引に関する法律知識、英文契約に関する知識)、契約の種類と内容(守秘義務契約、共同研究契約、売買契約(動産売買、貿易契約(CIF、FOB等))、不動産売買、有価証券売買)、事業提携契約、フランチャイズ契約、事業買収契約、合弁契約)	(3) 取引関係に関する法務知識	(3) 契約に関する基礎知識(契約の成立要件(当事者、目的、意思表示)、契約の有効要件、外国企業との取引に関する法律知識、英文契約に関する知識)、契約の種類と内容( <u>秘密保持契約、共同開発契約、売買契約(動産、不動産、有価証券、貿易(CIF、FOB等))、販売店契約、事業提携契約、フランチャイズ契約、事業買収契約、合弁契約)、紛争解決方法の基礎知識(訴訟、仲裁、調停、仲裁判断の執行に関する国際条約)、その他</u>
(4) 企業活動に関する法律知識	(4) 民法(物権、債権、相続)、会社法(株式、会社の機関、会社の計算)、金融商品取引法、独占禁止法、不正競争防止法、製造物責任法、消費者保護法、トレードシークレット	(4) 企業活動に関する法律知識	(4) 民法(物権、債権、相続)、会社法( <u>会社の種類(株式会社、合同会社等)、株式(種類と内容、株主等)、会社の機関(株主総会、取締役、取締役会、監査役、監査役会等)、会社の計算、合併、株式譲渡の制限、取締役の忠実義務</u> )、金融商品取引法、独占禁止法、不正競争防止法、製造物責任法、消費者保護法、トレードシークレット、 <u>事業承継に関する法(経営承継円滑化法)、企業活動に関する国際条約(国際動産売買に関する条約、外国公務員に対する贈賄禁止に関する条約)、その他</u>
(5) 資本市場へのアクセスと手続	(5) 資本市場に関する基礎的知識(市場の種類、必要な届出書・通知書等の書式と根拠法)、有価証券報告書とディスクロージャー(有価証券報告書の内容と作成、インベスターズ・リレーション)、社債発行の手続、株式公開手続	(5) 資本市場へのアクセスと手続	(5) 資本市場に関する基礎的知識(市場の種類、必要な届出書・通知書等の書式と根拠法)、有価証券報告書とディスクロージャー(有価証券報告書の内容と作成、 <u>インベスター・リレーションズ</u> )、社債発行の手続、株式公開手続、 <u>その他</u>
(6) その他経営法務に関する事項		(6) その他経営法務に関する事項	

## 6. 経営情報システム

(科目設置の目的)

情報通信技術の発展、普及により、経営のあらゆる場面において情報システムの活用が重要となっており、情報通信技術に関する知識を身につける必要がある。また、情報システムを経営戦略・企業革新と結びつけ、経営資源として効果的に活用できるよう適切な助言を行うとともに、必要に応じて、情報システムに関する専門家に橋渡しを行うことが想定される。このため、経営情報システム全般について、以下の内容を中心に基礎的な知識を判定する。

現行の内容		変更後の内容 (下線部：表記を変更するもの。)	
<p>1. 情報通信技術に関する基礎的知識</p> <p>(1) 情報処理の基礎技術</p> <p>(2) 情報処理の形態と関連技術</p> <p>(3) データベースとファイル</p> <p>(4) 通信ネットワーク</p> <p>(5) システム性能</p> <p>(6) その他情報通信技術に関する基礎的知識に関する事項</p>	<p>(1) ハードウェア（コンピュータの機能、コンピュータによる処理、コンピュータの利用）、ソフトウェア（ソフトウェアとその種類、オペレーティングシステム、プログラム言語と言語プロセッサ、パッケージソフト・ミドルウェア）、プログラム設計（アルゴリズム、データ構造、プログラミング技法）</p> <p>(2) バッチ処理、オンライン処理、リアルタイム制御処理、分散処理、クライアント・サーバシステム、対話型処理システム、マルチメディアシステム、Web コンピューティング</p> <p>(3) データベースの構造・種類、データベースの管理システム、ファイルの概念、ファイルの編成</p> <p>(4) 通信ネットワークの役割、通信ネットワークの基礎技術、ネットワーク・アーキテクチャ、LAN・VAN、インターネット・イントラネット・エクストラネット</p> <p>(5) システムの性能評価、システムの信頼性・経済性</p>	<p>1. 情報通信技術に関する基礎的知識</p> <p>(1) 情報処理の基礎技術</p> <p>(2) <u>情報処理システムと関連技術</u></p> <p>(3) <u>データベース</u></p> <p>(4) 通信ネットワーク</p> <p>(5) <u>システム評価</u></p> <p>(6) <u>その他情報通信技術に関する事項</u></p>	<p>(1) ハードウェア（構成要素(プロセッサ、メモリ、入出力デバイス、入出力インタフェース等)、機能と処理（各種ハードウェアの機能、処理内容等））、ソフトウェア（構成要素（オペレーティングシステム、ファイルシステム、ミドルウェア、アプリケーションプログラム、ソフトウェアパッケージ等））、機能と処理（各種ソフトウェアの機能、処理内容等））、プログラム設計（アルゴリズム、データ構造、プログラミング技法）、ソフトウェア開発（プロセス中心アプローチ、データ中心アプローチ、オブジェクト指向）、<u>その他</u></p> <p>(2) <u>システム構成</u>（クライアントサーバシステム、Webシステム、仮想化等）、情報処理の形態（集中/分散/並列処理、リアルタイム/バッチ処理等）、<u>ヒューマンインタフェース</u>（インタフェース技術、Webデザイン、マルチメディア等）、<u>外部情報資源の活用</u>（クラウドサービス、オープンソフトウェア、ソーシャルソフトウェア等）、<u>その他</u></p> <p>(3) <u>データベースの種類と構成、データベース管理システム、データベース関連技術、その他</u></p> <p>(4) <u>通信ネットワークの種類と構成、通信プロトコル、ネットワーク関連技術、その他</u></p> <p>(5) <u>システムの性能、システムの信頼性・経済性、その他</u></p>
<p>2. 経営情報管理</p> <p>(1) 経営戦略と情報システム</p> <p>(2) 情報システムの開発</p> <p>(3) 情報システムの運用管理</p> <p>(4) 情報システムの評価</p> <p>(5) 外部情報システム資源の活用</p> <p>(6) 情報システムと意思決定</p> <p>(7) その他経営情報管理に関する事項</p>	<p>(1) 経営戦略と情報化（経営戦略の明確化、経営戦略の策定、e ビジネス、情報化社会）、情報システムの種類と内容（データ支援システム、意思決定支援システム、経営者支援情報システム、戦略情報システム、情報ネットワークシステム、企業革新と情報システム）</p> <p>(2) システム化の計画とプロセス（システム構想策定、システム分析・設計技法、システム実行計画の作成、システム設計開発体制の整備）、現行システムの分析（業務分析・設計、利用者の要求への対応）、全般システム分析・設計（目標定義、概念モデル、組織上の制約、データ処理組織の定義、システム設計プロポーザルの作成）、システムテスト・導入支援（システムテスト技法、システム導入支援）</p> <p>(3) システム運用（利用者の参加・教育、情報専門家の育成・配置、システム運用管理体制、中長期的なシステム改善計画策定、プロジェクト管理）、セキュリティとリスク管理（機密保護・改ざん防止、不正侵入対策・可用性対策、インテグリティ対策、リスク管理）</p> <p>(4) 品質評価、価値評価</p> <p>(5) アウト/インソーシング</p> <p>(6) 問題分析・意思決定技法、計量分析技法</p>	<p>2. 経営情報管理</p> <p>(1) 経営戦略と情報システム</p> <p>(2) <u>情報システム開発</u></p> <p>(3) <u>情報システムのマネジメント</u></p> <p>(4) 情報システムの評価</p>	<p>(1) <u>情報システム戦略</u>（情報システム戦略の策定（経営戦略との連携、新技術導入、情報化投資とポートフォリオ、システムライフサイクル、システム化計画の立案、経営・情報戦略策定方法論等）、<u>経営革新と情報システム</u>（ビジネスモデル、バリュープロポジション、エンタープライズアーキテクチャ、業務革新、業務プロセス改善、データ活用基盤、情報システム利活用等）、<u>ITガバナンス</u>（コーポレートガバナンスとの連携、コントロール目標、内部統制、システム監査等）、<u>情報化社会</u>（政治的・経済的・文化的・技術的要因、技術の標準化、デジタルプラットフォーム、ソーシャルイノベーション、社会問題の解決等））、<u>情報システムの適用領域</u>（組織内情報システム(業務処理、経営管理、ナレッジを集約するシステム等)、<u>組織間情報システム</u>（サプライチェーンマネジメント、カスタマーリレーションシップマネジメント等）、<u>ソリューション</u>（新しいビジネスモデル・プラットフォーム・事業の創出、新サービスの展開等））、<u>その他</u></p> <p>(2) <u>ウォーターフォール型開発、インクリメンタル型開発、アジャイル型開発、その他</u></p> <p>(3) <u>組織と人材</u>（システム開発・運用計画、システム開発・運用管理体制、サービスマネジメント、プロジェクトマネジメント）、<u>情報セキュリティ</u>（情報セキュリティの概念（セキュリティ、リスク、プライバシー保護等）、<u>情報セキュリティ管理、情報セキュリティ対策</u>）、<u>その他</u></p> <p>(4) 品質評価、価値評価、<u>その他</u></p>

		<p>(5) <u>意思決定支援</u></p> <p>(6) その他経営情報管理に関する事項</p>	<p>(5) <u>問題分析・意思決定技法（各種技法の理解、用途等）、データ分析技術と活用（データ理解、データ収集・加工・可視化、データ活用基盤の活用等）、データサイエンス（確率・統計、人工知能等）、その他</u></p>
--	--	---	---

## 7. 中小企業経営・中小企業政策

(科目設置の目的)

中小企業診断士は、中小企業に対するコンサルタントとしての役割を期待されており、中小企業経営の特徴を踏まえて、経営分析や経営戦略の策定等の診断・助言を行う必要がある。そこで、企業経営の実態や各種統計等により、経済・産業における中小企業の役割や位置づけを理解するとともに、中小企業の経営特質や経営における大企業との相違を把握する必要がある。また、創業や中小企業経営の診断・助言を行う際には、国や地方自治体等が講じている各種の政策を、成長ステージや経営課題に合わせて適切に活用することが有効である。このため、中小企業の経営や中小企業政策全般について、以下の内容を中心に知識を判定する。

現行の内容		変更後の内容 (下線部：表記を変更するもの。) <u>(令和6年4月9日：赤字の2重線下線部を追記)</u>	
(1) 中小企業経営	(1) 中小企業経営 ① 経済・産業における中小企業の役割、位置づけ 各種統計等に見る中小企業、産業構造と中小企業、大企業と中小企業、中小企業性業種、地域産業等 ② 中小企業の経営特性と経営課題 各種統計に見る中小企業経営の特徴、中小企業経営の特質と課題（経営基盤、経営の多様性、中小企業の経営戦略、先進性と旧態性、経営資源、ビジネスシステム、産業集積、商店街、中小企業の成長等）、業種・業態別経営特質と課題（製造業、卸売業、小売業、サービス業、物流業、ベンチャー企業、下請企業、小規模企業等）、中小企業の経営環境と経営革新（経済事情、経営環境の変化、国際化、金融、労働、環境・エネルギー、取引、経営革新への取り組み等）、中小企業経営に係る最近の動向（情報技術の活用、ネットワーク、産学官連携、海外展開、創業、企業再生、知的財産権等）	(1) 中小企業経営	(1) 中小企業経営 ① 経済・産業における中小企業の役割、位置づけ 各種統計等に見る中小企業、 <u>中小企業の動向</u> 、産業構造と中小企業、大企業と中小企業、中小企業性業種、 <u>中小企業の役割</u> 、 <u>地域社会と中小企業</u> 、 <u>地域産業と中小企業</u> 、その他 ② 中小企業の経営特性と経営課題 各種統計に見る中小企業経営の特徴、 <u>中小企業の経営指標</u> 、 <u>中小企業の実態に関する分析</u> 、 <u>中小企業経営の特質と課題</u> （ <u>中小企業の経営基盤</u> 、 <u>経営の多様性</u> 、 <u>中小企業の経営戦略</u> 、 <u>中小企業経営者の特質</u> 、 <u>経営資源</u> 、 <u>ビジネスモデル</u> 、 <u>産業集積</u> 、 <u>商店街</u> 、 <u>中小企業の成長</u> 、 <u>その他</u> ）、 <u>業種・業態別経営特質と課題</u> （ <u>建設業</u> 、 <u>製造業</u> 、 <u>卸売業</u> 、 <u>小売業</u> 、 <u>サービス業</u> 、 <u>物流業</u> 、 <u>宿泊業</u> 、 <u>飲食サービス業</u> 、 <u>ベンチャー企業</u> 、 <u>下請企業</u> 、 <u>小規模企業</u> 、 <u>その他</u> ）、 <u>中小企業の経営環境と経営革新</u> （ <u>経営環境の変化</u> 、 <u>グローバル化とローカル化</u> 、 <u>サプライチェーン</u> 、 <u>金融・信用保証</u> 、 <u>税制</u> 、 <u>労働・雇用</u> 、 <u>人材育成</u> 、 <u>環境対応</u> 、 <u>エネルギー対応</u> 、 <u>取引関係</u> 、 <u>取引構造</u> 、 <u>経営革新</u> 、 <u>事業創造の取り組み</u> 、 <u>生産性向上の取り組み</u> 、 <u>設備投資</u> 、 <u>その他</u> ）、 <u>中小企業経営に係る最近の動向</u> （ <u>情報技術の活用</u> 、 <u>ソフト化</u> 、 <u>サービス化</u> 、 <u>企業連携</u> 、 <u>産学官連携</u> 、 <u>事業承継</u> 、 <u>M&amp;A</u> 、 <u>海外展開</u> 、 <u>創業</u> 、 <u>アントレプレナーシップ</u> 、 <u>開廃業</u> 、 <u>事業再生</u> 、 <u>研究開発</u> 、 <u>持続可能性</u> 、 <u>社会的責任</u> 、 <u>ブランド構築</u> 、 <u>無形資産の活用</u> 、 <u>知的財産権</u> 、 <u>その他</u> )
(2) 中小企業政策	(2) 中小企業政策 ① 中小企業に関する法規と政策 中小企業関連法規、中小企業政策の体系と内容（経営サポート、金融サポート、財務サポート、商業・地域サポート、相談・情報提供）、中小企業支援事業の実施体制と政策、中小企業経営と施策活用 ② 中小企業政策の役割と変遷	(2) 中小企業政策	(2) 中小企業政策 ① 中小企業に関する法規と政策 中小企業関連法規、中小企業政策の体系と内容（経営サポート（ <u>技術力の強化支援</u> 、 <u>創業</u> 、 <u>ベンチャー支援</u> 、 <u>経営革新支援</u> 、 <u>新たな事業展開支援</u> 、 <u>知的財産支援</u> 、 <u>再生支援</u> 、 <u>雇用人材支援</u> 、 <u>海外展開支援</u> 、 <u>取引</u> 、 <u>官公需支援</u> 、 <u>経営安定支援</u> 、 <u>小規模企業支援</u> 、 <u>その他</u> ）、 <u>金融サポート</u> 、 <u>財務サポート</u> （ <u>税制等</u> 、 <u>事業承継</u> 、 <u>その他</u> ）、 <u>商業</u> 、 <u>地域サポート</u> 、 <u>分野別サポート</u> 、 <u>相談</u> 、 <u>情報提供等</u> 、 <u>その他</u> ）、 <u>中小企業支援事業の実施体制と政策</u> 、 <u>中小企業経営と施策活用</u> ② 中小企業政策の役割と変遷
(3) その他中小企業経営・中小企業政策に関する事項		(3) その他中小企業経営・中小企業政策に関する事項	