

# 濃縮！中小企業診断士

## 【中小企業診断士試験1次】

### 1. 経済学・経済政策

1-1 企業行動の分析 .....	1
1-2 消費者行動の分析 .....	2
1-3 市場均衡と厚生分析 .....	4
1-4 不完全競争 .....	5
1-5 市場の失敗と政府の役割 .....	7
1-6 国民経済計算と主要経済指標 .....	9
1-7 財市場(生産物市場)の分析 .....	10
1-8 貨幣市場とIS—LM分析 .....	12
1-9 雇用と物価水準 .....	14
1-10 消費、投資、金融政策に関する理論 .....	15
1-11 国際マクロ経済 .....	16
1-12 景気循環と経済成長 .....	17

### 2. 財務・会計

2-1 財務・会計とは .....	18
2-2 財務諸表概論 .....	18
2-3 経営分析 .....	18
2-4 管理会計 .....	20
2-5 意思決定会計(投資の経済性計算) .....	22
2-6 ファイナンスⅠ(企業財務論) .....	23
2-7 ファイナンスⅡ(証券投資論) .....	24
2-8 貸借対照表及び損益計算書の作成プロセス .....	25
2-9 キャッシュフロー計算書の作成プロセス .....	26
2-10 原価計算 .....	26
2-11 会計規則 .....	27

### 3. 企業経営理論

3-1 経営戦略 .....	28
3-1-1 企業活動と経営戦略の全体概要 .....	28
3-1-2 事業戦略(競争戦略) .....	29
3-1-3 企業戦略(成長戦略) .....	30
3-1-4 技術経営 .....	32
3-1-5 企業の社会的責任(CSR)とコーポレートガバナンス .....	34
3-2 組織論 .....	35
3-2-1 組織構造論 .....	35
3-2-2 組織行動論 .....	38
3-2-3 人的資源管理 .....	42
3-3 マーケティング .....	45
3-3-1 マーケティングの基礎概念 .....	45
3-3-2 マーケティングマネジメント戦略の展開 .....	46
3-3-3 マーケティングリサーチ .....	46
3-3-4 消費者購買行動と組織購買行動 .....	47
3-3-5 製品戦略 .....	47
3-3-6 価格戦略 .....	49
3-3-7 チャネル・物流戦略 .....	49
3-3-8 プロモーション戦略 .....	50
3-3-9 関係性マーケティングとデジタルマーケティング .....	51

### 4. 運営管理

4-1 生産管理 .....	53
4-1-1 生産管理概論 .....	53
4-1-2 生産のプランニング .....	54
4-1-3 生産のオペレーション .....	57
4-1-4 生産情報システム .....	61

4-2 店舗・販売管理	
4-2-1 店舗・商業集積.....	62
4-2-2 店舗施設.....	63
4-2-3 商品仕入・販売(マーチャンダイジング).....	63
4-2-4 物流・輸送管理.....	65
4-2-5 販売流通情報システム.....	67
5. 経営法務	
5-1 民法その他の知識.....	69
5-2 会社法等に関する知識.....	74
5-3 資本市場に関する知識.....	80
5-4 倒産等に関する知識.....	80
5-5 知的財産権等に関する知識.....	81
5-6 その他経営法務に関する知識.....	84
6. 経営情報システム	
6-1 情報技術に関する基礎的知識.....	87
6-2 システム・ソフトウェア開発.....	99
6-3 経営情報管理.....	101
6-4 統計解析.....	106
7. 中小企業経営・中小企業政策	
7-1 中小企業経営	
7-1-1 中小企業の概要.....	107
7-1-2 中小企業の動向.....	107
7-1-3 新たな価値を生み出す中小企業.....	109
7-1-4 地域で価値を生み出す小規模事業者.....	111
7-1-5 中小企業・小規模事業者と支援機関.....	112

7-2 中小企業政策.....	112
7-2-1 中小企業政策の基本.....	112
7-2-2 中小企業施策.....	113
【中小企業診断士試験 2 次】	
1. 事例 I	
1-1 事例 I の基本的な考え方.....	118
1-2 大枠戦略検討.....	118
1-3 リーダーシップとマネジメント.....	119
1-4 組織形態(組織デザイン).....	120
1-5 組織の成立と存続要件.....	121
1-6 組織風土・組織文化.....	121
1-7 組織のライフサイクル.....	122
1-8 モチベーションアップ.....	123
1-9 能力開発.....	123
1-10 インターナルマーケティング.....	124
1-11 評価.....	124
1-12 報酬.....	125
1-13 キャリアコース.....	126
1-14 非正規社員の活用.....	126
1-15 採用・退職.....	126
1-16 同族会社,非同族会社.....	127
1-17 事業承継.....	128
1-18 M&A(合併と買収).....	128
1-19 アウトソーシング.....	129
1-20 ダイバーシティ・マネジメント.....	130
1-21 業務の定型化.....	130
1-22 IT 活用.....	131

## 2. 事例II

2-1 大枠戦略検討.....	132
2-2 競争戦略.....	132
2-3 市場細分化(標的市場の選定).....	133
2-4 PPM.....	133
2-5 4P-1 プロダクト.....	134
2-5-1 品揃え拡充.....	134
2-5-2 共同開発.....	134
2-5-3 カニバリゼーション.....	135
2-5-4 サービス財.....	135
2-6 4P-2 プレイス.....	135
2-6-1 直販.....	135
2-6-2 OEM.....	136
2-6-3 主要顧客依存.....	136
2-6-4 企業間連携(事業連携).....	137
2-6-5 外注(アウトソーシング).....	137
2-7 4P-3 プライス.....	137
2-7-1 価格設定.....	137
2-7-2 ロスリーダー政策.....	138
2-7-3 メニュー選択式価格設定.....	138
2-7-4 プライスライニング政策.....	138
2-8 4P-4 プロモーション.....	139
2-8-1 パブリシティ(プル戦略1).....	139
2-8-2 口コミ(プル戦略2).....	139
2-8-3 ホームページ,BBS,SNS等.....	139
2-8-4 人的販売.....	140
2-8-5 具体的なプロモーション案.....	140
2-9 ブランド.....	140

2-10 IT活用.....	141
2-11 店舗販売.....	142
2-12 インストアマーチャンダイジング.....	142
2-13 POSシステム.....	142
2-14 商店街.....	143
2-15 M&A.....	143
2-16 地域資源の活用.....	144
2-17 リスクマネジメント:危機管理.....	144
2-18 4C.....	144

## 3. 事例III

3-1 生産計画はどうあるべきか.....	146
3-2 生産方式.....	146
3-3 管理方式.....	147
3-4 PQ分析.....	148
3-5 コミュニケーション.....	148
3-6 Q-品質.....	148
3-7 C-コスト.....	150
3-8 D-納期.....	150
3-9 IT活用.....	151
3-10 営業工場の役割分担.....	152
3-11 製造現場のチェックポイント.....	153
3-12 工場設備のSLP.....	153
3-13 IE.....	153
3-14 設備保全.....	154
3-15 製品開発.....	154
3-16 アウトソーシング.....	154
3-17 販売に関する事項.....	155

3-18 出荷・配送.....	155
3-19 CAD/CAM.....	156
3-20 コンカレントエンジニアリング .....	156
3-21 技術継承.....	156
3-22 工作機械.....	156
3-23 海外進出.....	157

#### 4. 事例Ⅳ

4-1 B/S,P/L分析.....	158
4-2 キャッシュフロー計算書の作成と基本分析.....	159
4-3 投資(プロジェクト)の評価とリスクの計算.....	160

4-4 損益分岐点分析(セールスマックス) .....	161
4-5 企業価値と株価.....	162
4-6 原価計算 .....	163
4-7 連結会計 .....	163
4-8 他の科目の関連知識.....	164
4-9 デリバティブ(金融派生商品).....	165
4-10 その他.....	166

## 【中小企業診断士試験 1 次】

### 1. 経済学・経済政策

#### 1-1 企業行動の分析

- 費用の分類で**可変費用**は、生産量に依存し、変化する費用、**固定費用**は生産量に依存しない。
- **サンクコスト**(埋没費用)は、回収不可能な固定費用である。
- **総費用** = 可変費用 + 固定費用である。
- **平均費用**は、生産物 1 単位あたりの費用(総費用を生産量で割ったものに等しい)である。
- **規模の経済**は、生産量の増加とともに平均費用が減少する。
- **平均可変費用**は、生産物 1 単位あたりの可変費用(可変費用を生産物で割ったものに等しい)である。
- 平均費用 > 平均可変費用。
- 平均費用を最小化する生産量 > 平均可変費用を最小化する生産量である。
- **限界費用**は、生産量を 1 単位増加させたときに追加的に発生する費用である。
- **限界費用曲線**は、**平均費用曲線**、**平均可変費用曲線**の最低点を通る。
- **価格受容者(プライステイカー)**は、自らの行動が市場価格に影響を与えず、市場で決まる価格を受け入れるしかない経済主体である。
- **完全競争市場**は、すべての参加者が価格受容者であるような市場である。
- **(完全)競争企業**は価格受容者である企業である。
- 競争企業の**利潤最大化条件**は「**価格 = 限界費用**」となるように生産量を定める。
- 1 単位生産増加の追加的収入額 > 追加的費用額の場合、生産増により利潤拡大となる。
- 1 単位生産減少の収入減少額 < 費用減少額の場合、生産減により利潤拡大となる。
- **損益分岐点**は、利潤がゼロに等しくなる点 = **平均費用**の最小点である。
- **操業停止点**は、生産活動をやめてしまう点 = **平均可変費用**の最小点である。
- すでに産業に参入している企業の場合、**供給関数**は限界費用曲線の**操業停止点**より上の部分である。

- 新規参入企業の場合、**供給関数**は限界費用曲線の**損益分岐点**より上の部分である。
- **供給の価格弾力性**は、**価格**(P)が1%上昇したときに**供給量**(S)が何%変化するかを表す指標である。
- **供給の価格弾力性** = 供給量の変化率 ( $\frac{\Delta S}{S}$ ) ÷ 価格の変化率 ( $\frac{\Delta P}{P}$ ) である。
- **従量税**は、生産物 1 単位あたりにいくら支払う。
- **従価税**は、価格の何%かを支払う。
- **定額税**は、生産量、価格は無関係に定額だけ支払う。
- **従量税**を  $t$  とすると、平均費用、限界費用はそれぞれ  $t$  だけ上昇し、供給曲線も  $t$  だけ上方にシフトする。
- 税率  $t$  の**従価税**が課せられたとすると、課税前の供給曲線を上方へ  $(1+t)$  倍シフトしたものになる (供給曲線の傾きが大きくなる)。
- **生産要素**は、生産活動に必要な要素である。
- **生産関数**は、生産要素の投入量と生産量の関係を表す関数である。
- **平均生産物**は、生産要素 1 単位あたりの生産量であり、原点と生産関数上の点を結んだ直線の傾きである。
- **限界生産物**は、投入量を 1 単位増加させたとき増加する生産量であり、生産関数への接線の傾きである。
- 生産関数における**利潤最大化条件**は「**限界生産物価値** = **要素価格**」となるように生産物を決める。
- **限界生産物価値**は、生産要素の投入量を 1 単位増加させたときの収入の増加分である。
- **要素価格**は、生産物を 1 単位増加させたときの費用の増加分である。

## 1-2 消費者行動の分析

- **効用関数**は、消費者の組合せから、どれだけの効用(満足感)を得る事ができるかを表す関数である。
- **限界効用**は、他の財の消費量を一定に保ったうえで、財の消費量を 1 単位増加させたときに上昇する効用の大きさである。
- **無差別曲線**は、同じ効用水準を得られるような消費量の組合せを結んだ曲線である。
- **限界代替率**は、ある財を 1 単位減少させたとき、効用水準を一定に保つ為に必要な代替する財の消費の増加量である。
- **限界代替率** = **無差別曲線** への接線の傾きの絶対値である。
- **予算集合**は、**予算制約**のもとで購入可能な 2 財の消費量の組合せの集合である。