

クロスメディアエキスパート認証  
模擬試験問題

---

第2部  
論述試験

●解答時間は、120分

## ソリューション提案の例題

### ●経営

#### ① 状況設定

##### 【わが社】

都市圏の中堅商業印刷の会社で、印刷以外にもプロモーションビデオの受注や、WEB制作などを行っている。子会社にデザイン会社がある。

##### 【わたし】

以前はプリプレス部門でDTP化推進に関わっていたが、今はWEB含めて制作管理の立場で、社内の現場や外注の制作へ仕事を分配して仕切りをしている。営業の相談相手にもなっている。場合によっては営業マンとともに顧客に説明に行くこともある。

##### 【プロジェクト】

顧客に割烹のチェーン柴元があり、パンフやチラシなどを受注している。深川店が事実上本部であり、新規開店がある時はキャンペーン関係一式をわが社が手がけている。柴元を担当している営業マンから以下のような話を聞いて、何かこのクライアントを手伝えることはないかと相談を受けた。そこで、柴元のことを調べなおしてみると、お弁当ビジネスの展開計画があることがわかったので、営業と制作の何人かで提案プロジェクトを作り、わたしがリーダーを務める。

#### ② 割烹 柴元 調査

柴元は、現在都市部と周辺に50店舗と事業所を持つ、従業員数450名の外食産業で、柴田元治が昭和50年に深川の自宅で創業した。

昭和55年から直営で店舗数を増やし始め、株式会社となった。その後25年で毎年1～2店舗ずつ着実に新規開店を行っている。

最高級な割烹ではないが、近隣の企業が来客（特別の顧客ではない）をもてなすのに不足はなく料金も適切で、個人でも支払える範囲なのでグルメ情報などにも常時掲載されている知名度のある店となった。

昭和60年には仕出しの食品加工センターを設け、都市中心部というより主に周辺部の冠婚葬祭や催事の食事を提供するビジネスが順調に推移し、企業として成長した。

さらに各デパートの食品売場に惣菜店を展開し始めた。和風・自然志向で少し高級感を出しており、これにより一般主婦にも知名度が得られた。

バブル時期は割烹を郊外のショッピングモールなどに出店し店舗の拡大も試みたが、高コストで意外に採算性が悪く、現在では郊外店舗は整理しつつ、商業地の再開発および高層マンション化に対応して、新たな展開ができないかと模索している。

郊外店舗数の減少で食品加工センターの稼働が悪くなったために、既存の店舗の近隣地域に対して出前弁当のサービスを開始した。深川店自体は小さいが本部機能があるので、まず2年ほど試行を行った。ある程度の見通しが立ったので全店舗での弁当のケータリングの展開をしようとしている。

貸借対象表  
(平成17年3月31日現在)

(単位：百万)

(資産の部)	5,705	(負債の部)	2,481
流動資産	2,831	流動負債	1,808
現金・預金	728	支払手形	134
売掛金	925.5	買掛金	729
製品	234	短期借入金	232.5
半製品・仕掛品	127.5	未払金	537
原材料・貯蔵品	420	未払費用	18
短期貸付金	300	未払法人税等	52.5
一年以内回収予定長期貸付金	4.5	未払消費税等	13.5
繰延税金資産	61.5	賞与引当金	43.5
その他	30	その他	48
固定資産	2,874	固定負債	673
有形固定資産	1,614	長期借入金	450
建物・構築物	304.5	退職給与引当金	126
機械装置・車両・工具	316.5	役員退職慰労引当金	93
土地	993	その他	4
無形固定資産	42	(資本の部)	3,224
借地権	1.5	資本金	525
ソフトウェア	34.5	資本剰余金	962
その他	6	資本準備金	962
投資その他の資産	1216.5	利益剰余金	2032.5
投資有価証券	621	利益準備金	132
子会社株式	30	任意積立金	1,822.5
長期貸付金	138	別途積立金	1,823.0
保証金	168	当期末処分利益	78
長期前払費用	4.5	土地再評価差額金	△253.5
繰延税金資産	58.5	株式等評価差額金	82.5
再評価に係る繰延税金資産	174	其他有価証券評価差額金	82.5
その他	57	自己株式	△124.5
貸倒引当金	△34.5		
合計	5,705	合計	5,705

損益計算書

(自平成16年4月1日至平成17年3月31日)

(単位：百万円)

(経常損益の部)	
営業収益	
売上高	7924.5
営業費用	7674
売上原価	4486.5
販売費および一般管理費	3187.5
営業利益	252
営業外損益の部	
営業外収益	22.5
受取利息・配当金	7.5
雑収益	15
営業外費用	22.5
支払利息	7.5
雑損失	15
経常利益	252
(特別損益の部)	
特別利益	48
有価証券売却益	46.5
その他	1.5
特別損失	94.5
退職給与会計基準変更時差異	48
役員退職慰労金	19.5
子会社支援金	13.5
貸倒引当金繰入額	10.5
その他	3
税引き前当期純利益	205.5
法人税・住民税および事業税	108
法人税等調整額	0
当期純利益	96
前期繰越利益	24
土地再評価差額金取崩額	1.5
中間配当額	42
当期末処分利益	78

●店舗ロケーション

最も数の多い割烹の店舗は、駅の近くの1.5等地にあり、大通りには面していないし、面積的にも大きくはない。ホテルやショッピングセンター内に outlet した店舗は、ロケーションはよいが、広さは同様である。

ただし駅の近くの1.5等地は最近再開発地域にあり、高層オフィスビル、高層マンションなどが増えてきて、まだこれから弁当の需要も高まると考えられる。

仕出しセンターは郊外の地価の安いところに何箇所か建設したが、そこが今は大規模な団地や住宅街に変貌している。仕出しセンターは店舗の星をなしていないが、お弁当の配送拠点にはなる。

●弁当受注

店舗によっては持ち帰りの弁当を個数限定で置いているところもある。

配達には店舗とは関係なく集中して電話やFAXで注文を受けて、各仕出しセンターや拠点店舗から配達する。

現在は、企業と住宅ともに新聞折込やメニューのポスティングを行っているほか、自社WEBにもパンフレットと同様のメニューを載せていて、メールでの問合せに応じるようになっている。

弁当の受注量の内訳は、割引のチラシ配布がある場合はそれが多く、通常は割烹やデパートでのパンフレットを見た人が問合せをしてきて、その人にFAXの注文用紙を送って、それにもとづいて配達している。

●客層

割烹は夜の法人顧客が過半数であったので、そのビジネス顧客向け昼食として始めた弁当だが、意外に夕方以降の弁当需要が数も多く、客層も多様であることがわかった。

- 例えば、- 企業内の会議、従業員の懇親会、企業内サークル活動
- 主婦のグループ、若者のパーティ      - 家族      - 単身者、高齢者

●販促

パンフレット：店舗にA4三つ折のパンフレットを置いて、デパートでは購入者にもパンフを添付。

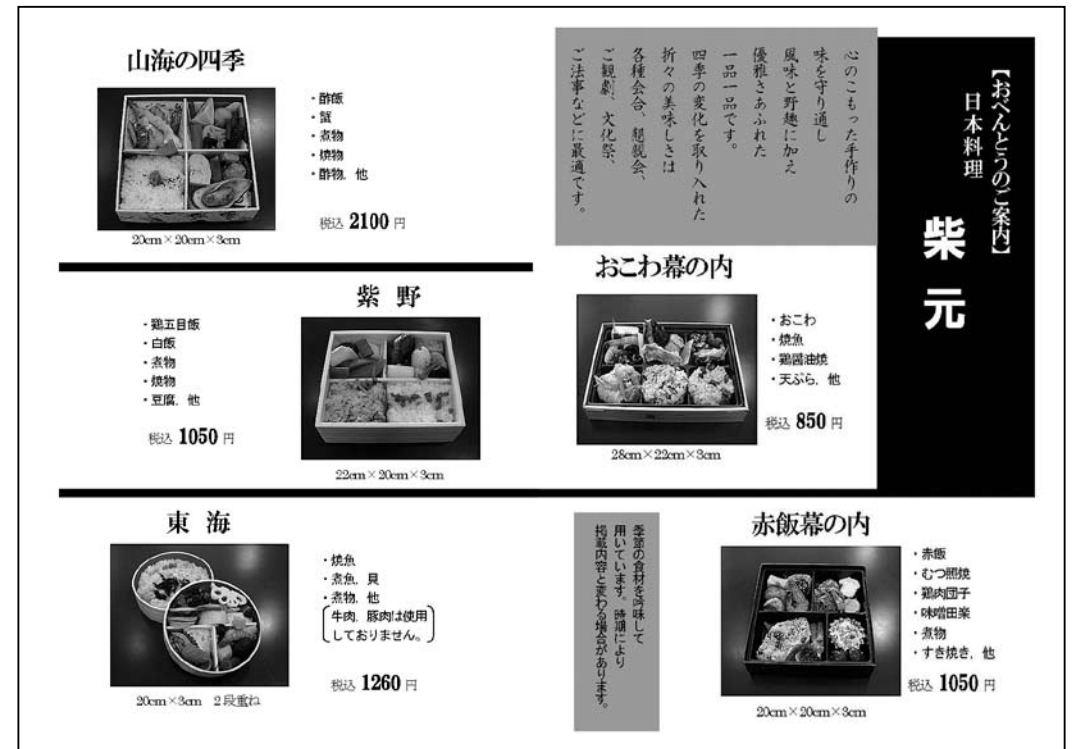
Web：自社Webサイトに弁当メニューを提示している。

チラシ各種：ポスティング、折込チラシ、駅配布など      月5万枚

フリーペーパーへの掲載（ホットペッパーやサンケイリビングなど）

③ お弁当の販促の課題と考えられること

- ・販促すれば比例して新規顧客は開拓でき、弁当の需要が高まっていることはわかる。  
しかし従来の販促は費用対効果が今一步で、これ以上の販促費はかけられない。  
営業の担当者は仕出し部門にしかおらず、配布の手間から印刷物はこれ以上増やせない。
- ・再開発が進んでおり、競合店も新規客をよぶためのキャンペーンを競っている。  
競合は、ファーストフード店、弁当チェーン、ファミリーレストラン、コンビニなど多岐にわたる。
- ・弁当の利用者がなかなか継続していない。追跡調査をすると、内容の満足度は高い。



パンフレットの一部

しかし、口コミでも広がっていないようにみえる。

顧客の手元にFAX用紙がないと注文方法が忘れられがちになる。

- ・弁当注文内容が固定的で、新規メニューを作っても選択されにくい。  
他競合のものとの差がわかりにくい。
- ・WEBでのオーダーも作ったが、メールでもFAX申し込みと同じ受注処理である。  
受注の集計と手配を手作業で行っている。
- ・店舗の持ち帰り以外は当日の注文ができない。IT化が遅れていて弁当申込締切が前日になってしまう。

④ 提案時期

以上の段階まで、社内のプロジェクトでまとめていた時点で、他社が割烹柴元に販促提案をしようとしているという情報が入った。そこで営業に様子を探らせた。

割烹柴元側は、この際数社でコンペをして、弁当関係のプロモーションや受発注のシステムを作るかどうか、またその委託先を決めるようである。柴田社長はこの件には意欲的で、来月半ばには社長宛にプレゼンをするように要請するようだ。

ということで突然ではあるが、社内で1週間のうちにラフな提案書を作成して、コンペに耐えられるよう一度揉んでおかなければならない。まずこのプロジェクトのリーダーである私が提案の骨格を今日作って、社内に根回ししなければならない。夕方に出張に出るまでにまとめるので、残された時間は2時間である。

## ソリューション提案の演習

「ソリューション提案の例題」に対応して2時間で提案の骨格を作成するグループ演習を行なった。演習参加者はその時間内にWEB上の柴元のメニューやオーダーの仕方、また競合となる業種のホームページなどをざっと確認し、グループ内で討議して次のような提案がされた。各提案に対してお互いグループ間で講評を行ったコメントも合わせて掲載する。

### 柴元クラブ お弁当会員制導入のご提案

— エスコメディア PP 事業部 —

#### 1. はじめに

割烹柴元様は、和食グルメとしてのブランド力も十分におありで、リピート顧客が現在の利益に結びついているので、新事業のお弁当においてもリピート顧客を育成する仕組みが必須であると考えました。弊社でサービスしている会員管理やクーポンを発行する販促手段、さらにはオーダーの分析情報提供をご利用いただければ、お弁当ビジネスのマーケティング、マーチャライジングにお役立ていただけると確信いたします。

#### 2. ご提案の目的

- ・WEBやメールでの注文を容易にする登録制度
- ・リピート客を飽きさせない、新商品/新メニュー情報の発信
- ・ポイントの加算による割引処理の自動化
- ・これらにより、顧客の脱落を最小限に食い止め、販促の費用対効果を向上できる。

#### 3. 現状の課題

- ・再開発で市場の余地が大きいので従来の販促手段は止められない。
- ・印刷物は配布や管理コストがかかり、これ以上販促に使えない。
- ・購買者の満足度は高いが、再注文がおっくうになっている。
- ・新規メニューの魅力が顧客に伝わっていない。

#### 4. 改善によるメリット

- ・印刷販促物に会員登録で四季折々の味を楽しむお弁当クラブを訴求する。
- ・会員登録は事務作業の発生しないWEBと携帯に限定することで、マンパワーを割かない。
- ・WEBや携帯でログインすることで、再注文の入力項目を最小限にする。
- ・四季の新規メニューは会員をWEBに誘導して訴求する。

#### 5. 導入後の効果

- ・以上をWEB技術をベースにして廉価にIT化することで、次ステップとしては仕入れや作業予定作りをもなるべく自動化できる。これにより予約注文の締め切りを、現在の前日までという制約を緩和し、午前中に夜の弁当が、さらには朝に昼の弁当予約ができるところまで順次改善できると考えます。

以上により、販売の機会損失を減らし、競合店との差別化が維持できることと思います。

#### 6. ご提案するシステム

- ・ASPによる会員登録管理サービス（随時WEBでモニタ可能、週単位で分析報告つき）
- ・注文受付の一元化（WEB、携帯だけでなく、FAX、電話の受付とその入力まで受託）
- ・貴社ホームページのリニューアルと今後の運営
- ・貴社各拠点のネットワーク化サポート
- ・ご利用までのコンサルティング・研修

#### 7. 導入スケジュール 最短3ヶ月

- ・拠点店舗でのASP試用 1ヶ月
- ・現在の貴社ネットワークのチェック 上記と平行して1ヶ月
- ・貴社側運用体制の確認 上記と平行して1ヶ月
- ・その後、再設計・再見積もり
- ・ホームページのリニューアル 2ヶ月
- ・貴社ITインフラの整備 上記2ヶ月の間に平行
- ・貴社担当者教育と、申込み締切りのリミット設定 上記2ヶ月の間に平行

#### 8. 費用

- ・会員登録管理ASP WEB 1ヶ月あたり XXXX円
  - ・会員登録管理ASP 携帯 1ヶ月あたり XXXX円
  - ・ITインフラ コンサルティング 1ヶ月分として XXXX円
  - ・ホームページのリニューアル 簡易CMS導入 XXXX円
  - ・ホームページのコンテンツ制作 XXページとしてXXXX円
- イニシャルが100万円、月々が30万円見当

#### 講評

- ・筋は通っているようだが、顧客を一括りでとらえているのは、これでいいのか？
- ・季節のメニューを楽しむクラブという訴求が弱い。印刷物に文言を入れるだけか？
- ・登録のトリガは、新メニューなのか、割引なのか、再注文の手間なのか？
- ・登録した会員にどのような頻度でどれくらいの情報が行けばよいのか？
- ・登録者の個人情報は何くらい入れるのか？ 誕生日などは？
- ・セキュリティは何くらいものを考えているのか？
- ・ポイントでの割引率は？ 運営経費と割引と、売上増のバランスは？
- ・弁当の新規客が対象か？ 既存客が対象か？
- ・コールセンター業務の費用が抜けている。
- ・会員コミュニケーションをどうするか？ 書き込み、友人にお勧めなどは？
- ・コスト試算はあるがメリット算定が弱い。費用対効果のアピールが出来ていない。
- ・タイトルの「柴元クラブ」は何とかならないか。
- ・突拍子ないものではなく、概要としては受け入れられる提案だろう。
- ・提案の独自性が弱いのではないか。強いて言うとIT支援という点か。
- ・会員登録する身になって練り直した方がよい。

## 柴元お弁当 家庭向けプロモーションのご提案

— エスコメディア EZ 事業部 —

### ■はじめに

新事業にあたり、お弁当を継続的に購入して頂けるお客様の新規獲得を目的とします。

### ■現状分析

問題点としてビジネス顧客は継続性が低い。

顧客への提案とか情報サービスが無い。

印刷物やWEBだけでは中身のよさがわかりづらい。

PCのWEBだけの告知では到達しにくい、反応が得にくい客層がある。

### ■ご提案の基本的な考え方

継続して利用いただける家庭向けに情報発信し、売上を拡大する。

- ・対象 家庭の主婦層をメインターゲットに置く。
- ・理由 ①携帯電話やSNSなどネット情報のリテラシーが高い。  
②家族の健康管理を担うキーマンである。  
③ネットでの情報発信によってメニューへの賛同が得やすい。  
④愛好者からネットでの波及効果が期待できる。  
⑤働く忙しい主婦の息抜きと家族へのサービスが両立できる。

### ■ご提案内容

顧客の主婦層に有益な情報を提供する事で、味の満足度に加えて信頼向上を期待できる。主婦層は素材や料理の基本知識があるので、情報提供から良し悪しを判断できる。割烹の料理なので、家族にもすすめられ、喜ばれるサービスとなる。

和風弁当メニューは家庭料理を作る際の参考にもなる。レシピ情報としても興味をもってもらえる。

さらに当社のコンテンツである食材データベースをご利用いただくことで、日常の調理では面倒なカロリー計算や、塩分、動物性脂肪など健康上留意すべき情報も、WEBサイト経由で提供でき、サイトの訪問のリピートを高めることができる。

その上でメールマガジンによる最新情報の提供を行い、クーポン発行など購買に直接結びつくところを、携帯性が高く、操作方法の敷居が低い携帯電話で行う。

### ■ご提供するサービス

- ・コンテンツ制作 : 貴社の商品に関する取材、編集とコラムの制作 (毎月)  
具材の情報、カロリー、調理のつば
- : 健康・栄養のコラムの執筆編集制作 (毎月) 栄養士監修つき
- : 顧客のフィードバックレポートの取材編集とコラム化 (随時)
- : 新メニューの撮影からWEBサイトの更新 (随時)
- ・WEB/携帯サイトの運営管理  
上記ホームページの制作

新コラムのメールマガジン発行

メールマガジン (携帯主体) 登録者向けプロモーション展開

このメールマガジンを友人に紹介すると、双方にクーポンを発行、など。

- ・カロリー計算などの当社サーバーでの処理

### ■実施スケジュール

- ・サービス開始チラシ配布 : 1ヶ月 (週一回配布)
  - ・新WEBサイト、携帯サイトの構築と、コンテンツ制作 : 2ヶ月
  - ・メールマガジン (隔週)、メールDM準備 : 1ヶ月
- 4ヶ月で上記の最初のサービスを立ち上げる。

### ■期待される効果

携帯への情報配信により、顧客との継続的な関係を築く事ができる。

情報提供により顧客の信頼感が向上し、口コミ効果が期待できる。

主婦層の会合の折にも利用していただけ、本来の仕出し事業にもメリットがある。

### ■費用

チラシ制作・配布 X万部 : XXX万円

執筆・編集～サイト構築・運営 : 年間 XXX万円

カロリー計算などサーバ処理 : サービスさせていただきます。

### 講評

- ・メールマガジンの個人情報保護のことに触れていない。
- ・メールマガジンの規模を想定しているのか? どれくらいの反応を想定するか?
- ・ビジネス顧客のことに触れなくてもいいのか?
- ・ビジネスマンの健康管理はウリにはつながらないのか?
- ・家庭用とビジネス用の両案出して、共通の仕組みを提案するのがいいのではないか。
- ・コンテンツの魅力がピンとこない。もっと具体的に内容レベルを示す。
- ・コンテンツからサイトまでドンブリ勘定にして悪い印象をもたれないか。
- ・金額が安すぎるのではないか。これでは効果への期待感が薄くならないか。
- ・店舗の販促と連動しなくてよいのか? テーブル上に何か仕掛けができないか。
- ・提案に独自性はあるが、費用対効果のアピールが出来ていない。
- ・クライアントにはIT負担をかけないことは、ひとつの特長になる。

## クロスメディアエキスパート認証試験の勉強に役立つWebサイト

カリキュラムが広範であるので、特定の本やサイトが常に出題の元になることはありません。個別テーマは Web サイトの検索で丹念に調べていくことが参考となるでしょう。各分野を勉強するために役立つ Web サイトを見つけることも重要な試験勉強です。いいかえると各論の羅列ではなく、コンセプト・概論もしっかり書かれているところをよく見て、総合的な理解を心がけて下さい。

### ■辞書・事典

IT 用語辞典 e-Words	<a href="http://e-words.jp/">http://e-words.jp/</a>
@ IT Insider's Computer Dictionary	<a href="http://www.atmarkit.co.jp/icd/index.html">http://www.atmarkit.co.jp/icd/index.html</a>
@ IT XML 用語事典	<a href="http://www.atmarkit.co.jp/fxml/dictionary/indexpage/xmlindex.html">http://www.atmarkit.co.jp/fxml/dictionary/indexpage/xmlindex.html</a>
@ IT セキュリティ用語事典	<a href="http://www.atmarkit.co.jp/fsecurity/dictionary/indexpage/securityindex.html">http://www.atmarkit.co.jp/fsecurity/dictionary/indexpage/securityindex.html</a>
@ IT 情報マネジメント用語事典	<a href="http://www.atmarkit.co.jp/misc/search/search.html">http://www.atmarkit.co.jp/misc/search/search.html</a>
日立 電子行政用語集	<a href="http://www.hitachi.co.jp/Div/jkk/glossary/">http://www.hitachi.co.jp/Div/jkk/glossary/</a>

### ■技術規格・標準化団体

IETF	<a href="http://www.ietf.org/">http://www.ietf.org/</a>
W3C	<a href="http://www.w3.org/">http://www.w3.org/</a>
OASIS	<a href="http://www.oasis-open.org/jp/">http://www.oasis-open.org/jp/</a>
ISO	<a href="http://www.iso.org/iso/home.htm">http://www.iso.org/iso/home.htm</a>
JSA (日本規格協会)	<a href="http://www.jsa.or.jp/">http://www.jsa.or.jp/</a>
UNICODE	<a href="http://www.unicode.org/">http://www.unicode.org/</a>

## クロスメディアエキスパート認証制度のカリキュラム

### 1 メディア概論

メディアに関する技術とビジネス、利用習慣について多面的に理解し、目的にあったシステムを描けること。

#### 1-1 メディアとコミュニケーション

##### (1) マスメディアに関すること

テレビ・新聞・雑誌・ラジオ・出版などの特徴、業界規模、ビジネスモデル、広告代理店 など

##### (2) メディアリテラシーに関すること

メディアの特質の理解、メディアとコンテンツの変化、メディアリテラシー論 (マクルーハン) など

##### (3) パーソナルメディアに関すること

ニューズグループ、メールマガジン、ブログ、Wiki、SNS、Web2.0

#### 1-2 ネットワーク社会

##### (1) ユビキタス社会に関すること

エージェント、自動認識 (2次元バーコード、ICタグ)、デジタル家電、ウェアラブルコンピュータ、デジタルキャッシュ、ワンセグ放送 など

##### (2) デジタルデバイドに関すること

格差による課題とビジネスチャンス など

##### (3) ビジネス機会に関すること

紙媒体を超えたビジネスの広がり など

##### (4) ユニバーサルデザインに関すること

アクセシビリティ、ユーザビリティ など

##### (5) クロスメディア的な方法論に関すること

メディアの複合利用、用途開発 など

### 2 経営概論

個別の企業特性を把握するために、経営に関する用語や

指標、手法を理解できること。

#### 2-1 経営管理

##### (1) 経営に関すること

経営戦略、組織、マーケティング (マーケティングプロセス、マーケティングマネジメント、リサーチ、分析、市場のセグメント化ブランディングほか)、ヒューマンリソースマネジメント、システム化計画、M&A (TOB/NBO) など

#### 2-2 企業会計

##### (1) 財務会計に関すること

財務諸表、会計基準、連結決算、管理会計、各コンテンツ (放送、音楽、音楽、映画、ゲーム、コンテンツ配信) のビジネスモデル、会計処理、資金調達 など

#### 2-3 経営工学

##### (1) 分析手法に関すること

##### (2) 品質管理に関すること

### 3 IT概論

産業や官公庁、教育分野などでITの導入・研究が進められてきている。ITそのものについての主要技術と基幹業務システムについて理解する。

#### 3-1 ITの進展

##### (1) マイクロエレクトロニクス革命に関すること

Integrated Circuit (集積回路)、ムーアの法則、産業への影響 など

##### (2) コンピュータの変遷に関すること

ダウンサイジング、組み込みコンピュータ、デジタルアプライアンス

##### (3) ボーダレス化に関すること

ユビキタス化、デバイスとデータとプログラムの分離・標準化

#### 3-2 情報技術

##### (1) ITによる経営手法の変化に関すること

IT活用と経営手法、ITと消費行動、ITと安全性、信頼性 など

##### (2) 標準化の進展やオープンソースに関すること

標準化団体 (ISO/IETFなど)、Web標準化動向、RFC など

##### (3) 変化するメディアの位置づけに関すること

e文書法 など

##### (4) 基幹業務システム (ERP) に関すること

ERP導入の特徴、ERP導入実現のためのポイント、ERP適用業務分析 など

#### 3-3 電子商取引

##### (1) 電子商取引 (Electronic Commerce) に関すること

標準化、BtoC、BtoB、クリック&モルタル、決済システム、決済代行、今後の展開 など

##### (2) SCM (Supply Chain Management) に関すること

サプライチェーン、マーケットプレイス、バリューチェーン など

##### (3) 電子調達に関すること

電子調達の実現、電子調達の基盤、e-Japanにおける電子調達、今後の電子調達 など

#### 3-4 eビジネス

##### (1) eビジネスの法的事項に関すること

知的財産権 (著作権、特許権、実用新案権、意匠権、商標権ほか)、取引関係 (電子消費者契約法、特定商取引に関する法律、割賦販売法、業法ほか) など

##### (2) 既存メディアのeビジネス化に関すること

eビジネスの法的事項、関係法令、周辺領域に関する新しい立法、ビジネスモデル特許 など

##### (3) クロスメディアマーケティングに関すること

低コストですむ顧客維持、パーソナライゼーション、顧客満足度と個人情報管理、コミュニティ形成 など

##### (4) 広告ビジネスモデルに関すること

インターネット広告 (ウェブサイト、バナー広告、電子メール広告、リッチメディア広告、キーワード広告、モバイル広告、検索型広告ほか)、ブログ、アフィリエイト・プログラム、広告収入型ビジネス (検索サイト、メールマガジン、コミュニティサイトほか)

##### (5) ネットワークを介したサービスに関すること

ASP、Webサービス、CRM など

#### 3-5 電子政府、電子自治体

##### (1) 電子政府、電子自治体の取り組みに関すること

海外と国内の取り組み、中央省庁と地方自治体、ワンストップサービス、ノンストップサービス、情報公開サービス など

##### (2) 電子政府、電子自治体のシステムに関すること

標準化、調達・サポートの変化、デジタルアーカイブなど

##### (3) 電子政府、電子自治体のサービスに関すること

申請者等の認証、手数料等の納付方法、申請・届出等の到達時期等、電子文書の原本性、コンテンツの相互運用性の確保、情報セキュリティ対策、初期投資・ランニングコスト、個人情報保護法、電子政府、電子自治体の現状と今後 など

#### 3-6 セキュリティ

##### (1) 法的事項に関すること

個人情報保護法、電子署名法 など

##### (2) 資格認証に関すること

プライバシーマーク、ISMS など

##### (3) セキュリティ技術に関すること

ネットワーク管理者、セキュリティポリシー、脆弱性 (不正アクセス、パスワード解読、スパイウェアほか) など

##### (4) 不正アクセスの対処方法に関すること

原因の特定、復旧作業、事後処理、不正アクセス禁止法、ソーシャルエンジニアリング、ファイアウォールなど

##### (5) 電子認証に関すること

SSL、バイオメトリクス、Signature Dynamics ほか

##### (6) 電子署名技術に関すること

特定認証業務に関する認定制度、電子認証サービスほか

### 4 クロスメディア

コンテンツを独立的に管理して、複数のメディアに展開し、複合的に利用するための制作環境やインフラ技術などを理解する。

#### 4-1 クロスメディア概論

##### (1) メディアの境界と融合に関すること

紙やWeb等へのメディア展開、オンラインメディア、パッケージメディア、プリントオンデマンド、コンテンツ管理、メタデータによるデータ管理、印刷会社の役割、電子書籍、オンデマンド出版、カスタム出版、Webマガジン、オンラインジャーナル など

##### (2) フォーマットとビューアに関すること

Webブラウザ、HTML文書、画像フォーマット (GIF、PNG、JPEGほか)、PDF、ストリーミング再生、SMIL、圧縮技術 (ZIP、LZH、PNG、GIF、JPEG、MPEG、WindowsMediaPhoto形式ほか) など

##### (3) パブリッシングで使用されるデバイスに関すること

PC (Personal Computer)、PDA、Palm、携帯電話・モバイルのビジネス利用 など

#### 4-2 プリント

##### (1) プリントオンデマンドに関すること

プリントオンデマンド (POD) 印刷方式、紙メディ

アへのコンテンツ適用・技術、主要デバイス、活用方法、従来の印刷との違い、可能になった背景、主な用途 など

#### (2)バリエーションに関する事

バリエーションデータのデータベース、レイアウト、ワークフロー、標準フォーマット (PPMLほか) など

#### (3)DPS (Data Print Service) に関する事

一貫受託するアウトソーシングサービス、対象業務、ワークフロー、対象印刷物 など

#### (4)コンテンツのXML化に関する事

XML文書をベースにした自動組版、XSL、XSLT、XSL-FO、表示の仕組み など

### 4-3 パッケージメディア

#### (1)パッケージメディアの種類と動向に関する事

コンテンツの分野 (映像系、音楽系、ゲーム系、出版系ほか)、DVD、音楽CD、ガイドシステム (美術館、イベントほか) など

#### (2)CD-ROMに関する事

物理フォーマットを定義した規格書、ISO 9660 (論理フォーマット)、その他の論理フォーマットとISO 9660の拡張、CD-R、CD-RW、応用規格 など

#### 3)DVDに関する事

規格、記録層の構成、DVD再生専用フォーマット (DVD-ROM、DVD-Video、DVD-Audioほか)、記録可能フォーマット (DVD-R、DVD+R、DVD-RAM、DVD-RW、DVD+RWほか) など

#### (4)DVD-Videoのオーサリングに関する事

DVD-Videoの仕様、MPEG2、(拡張子.ifo、\*.vobファイルほか)、オーサリングツール など

### 4-4 オンラインメディア

#### (1)オンラインメディアの歴史に関する事

ビデオテキスト、テレテキスト、キャプテンシステム、パソコン通信 など

#### (2)インターネットの歴史に関する事

メーリングリスト、ニュースグループ、BBS、NNTP (Network News Transfer Protocol)、USENET など

#### (3)Webの歴史に関する事

ハイパーテキスト、メールマガジン、ポータルサイト、ニュースなどの情報提供、Webメール、電子掲示板、チャット、ブログ など

#### (4)モバイルの利用に関する事

着メロ、着うた、待ち受け画面、電子書籍、地図、GPS、QRコード など

### 4-5 コンテンツ管理

#### (1)アセット管理に関する事

ストレージ、アーカイブ、DAMの必要性、印刷物製作におけるDAM、印刷物を中心とした情報の流れ など

#### (2)コンテンツ管理システム (CMS) に関する事

静的CMS.動的CMS、フレンドリーURL など

#### (3)データ管理を中心としたシステム化に関する事

### 4-6 メタデータの管理

#### (1)メタデータの定義に関する事

XMP、Microsoft-CDP(Custom Document Properties)

#### (2)メタデータの歴史に関する事

図書目録、PICS、P3P、フォークソノミー、マイクロフォーマットなど

#### (3)セマンティックWebに関する事

全般的な背景、セマンティックWebの技術・特徴 など

#### (4)RDFに関する事

RDFの特徴・機能、Model and Syntax、Schema など

#### (5)マルチメディアのメタデータに関する事

マルチメディアコンテンツの検索、メタデータの利用法、MPEG、TV-Anytimeのメタデータ、XAML など

## 5 ネットワークとデータベース

発展し続けるネットワーク技術と、データ管理するためのコンテンツフォーマット、アプリケーション開発の土台を理解する。

### 5-1 通信インフラ

#### (1)通信インフラに関する事

電気通信事業に関わるプレーヤー、電気通信サービスの变化 など

#### (2)OSI7階層モデルに関する事

#### (3)インターネット接続に関する事

ネットワーク構造、アクセス回線、ブロードバンド接続 など

#### (4)IPの概要に関する事

IPアドレス、IPv6、IPの上位プロトコルTCP など

#### (5)TCP/IPアプリケーションに関する事

FTP、SMTP、POP3 など

#### (6)通信の利用

ホットスポット、ユビキタス、携帯電話 など

### 5-2 HTMLの規格

#### (1)HTMLの規格に関する事

文書構造を記述するタグ、HTML文書の構造 など

#### (2)スタイルシート、CSSに関する事

#### (3)XHTMLに関する事

複合文書

### 5-3 XMLの規格

#### (1)XMLの規格に関する事

XML宣言、DTD、XML文書インスタンス など

#### (2)XML文書の表示に関する事

XSL、XSLT など

#### (3)XMLパーサの仕組みに関する事

DOM、SAX など

#### (4)その他のXMLの基盤技術に関する事

XMLスキーマ、XLink、XPath、XML Signature、SVG など

#### (5)XMLの応用に関する事

文書フォーマットの利用形態、XML化の目的と特長、電子帳票、電子データ交換、アプリケーション用ファイル、利用されるシステムでの分類：企業内システム、利用されるシステムでの分類：企業間接続 (BtoB) など

#### (6)各業界での応用技術に関する事

XMLと電子商取引、ebXML、RosettaNet、MathML、JepaX、NewsML、XMLボキャブラリXBRL/DocBook/OCF/ODFDocBook、NETEB、JDF/JMF など

### 5-4 Webサーバとクライアント構造

#### (1)Webブラウザの役割に関する事

Webサーバへのアクセス、Web情報の要求と取得、HTMLパーサによるHTMLソースの解析、レイアウトエンジン、Webブラウザと外部ソフトウェアとの連携 など

#### (2)Webサーバの役割に関する事

#### (3)Web 3層のクライアントサーバシステムに関する事

#### (4)サーバサイドで動作するWebプログラムに関する事

ASP、JSP、PHPなど

#### (5)クライアントサイドで動作するWebプログラムに

関すること  
JavaScript、VBScript、Javaアプレット、Web2.0、Ajax、JSONなど

#### (6)SOAP、RESTとWebサービスに関する事

#### (7)WebDAVに関する事

全文検索 (インデックスサービス) の仕組みと利用

### 5-5 データベースの基礎

#### (1)データベース管理システムに関する事

DBMS (DataBase Management System) の主な機能など

#### (2)リレーショナルデータベースに関する事

テーブルの構造、リレーションの作成、データベースの設計 など

#### (3)SQLに関する事

SQLの標準化、SQLの利用環境、DDL、DML、Webデータベース、ODBC など

#### (4)データベースの構造に関する事

XMLとデータベースの関係、XPath など

## 6 デジタルコンテンツ

デジタルメディアの特性や用途を知り、ビジネス展開に必要な情報流通手段、著作権処理、プロジェクト管理などを理解する。

### 6-1 デジタルメディアとコンテンツ

#### (1)デジタルメディア

インターネット、ブロードバンド、モバイルコンテンツ など

#### (2)デジタルメディアが与える影響に関する事

マスメディア (新聞・雑誌・ラジオ・テレビほか) との関係 など

#### (3)コンテンツ流通に関する事

コンテンツ配信 (CDN、IDCほか) など

#### (4)コンテンツビジネスに関する事

デジタルコンテンツの種類 (文字、画像、音声ほか)、デジタルコンテンツビジネスのメリット、音楽コンテンツビジネス、オンラインソフトウェア など

#### (5)eラーニングに関する事

eラーニング関連事業 (システム事業、コンテンツ事業、サービス事業、コンサルティング事業ほか)、ユーザ (企業内教育、高等教育ほか)、支援システム、標準規格、効果の測定 など

#### (6)eブックに関する事

電子書籍端末、ビューア、フォーマット、ビジネスモデル など

#### (7)映像に関する事

フォーマット、コンテンツ配信 (ダウンロード、ストリーミングほか)、色空間 など

#### (8)デジタルコンテンツの保護に関する事

デジタル著作権管理、電子透かし など

### 6-2 デジタルメディアデザインとその評価

#### (1)知的財産権に関する事

著作権、特許権、実用新案権、意匠権、商標権 など

#### (2)デジタルメディアの設計に関する事

Webサイト、DVD、モバイルなどのユーザビリティ・アクセシビリティ、JIS-X8341・WCAG など

#### (3)クロスメディアシステムの設計に関する事

構築フロー (コンセプト確立、情報の構造化、インタフェース設計、構築、ユーザビリティ評価ほか)、デザイン全般

#### (4)オーサリングに関する事

データ制作 (テキスト、静止画像、動画、アニメーション ほか)、編集、動作チェック、動作環境、動画フォーマット、動画配信方法 など

### 6-3 プロジェクト管理

#### (1)プロジェクトの計画・運営に関する事

進行管理、コスト管理、リスク管理、スコープ管理、人的資材管理、コミュニケーション、品質管理、PMBOK など

#### (2)ソフトウェアテストに関する事

テストプロセスの計画、テスト結果の分析、測定 など

#### (3)プロジェクトの評価に関する事

プロジェクト完了報告のとりまとめ、実績評価、プロジェクト完成記録 など

**クロスメディアエキスパート情報マガジン2008  
月刊プリンターズサークル別冊号**

---

2008年1月10日初版発行

定価 = 1,000円 (税込)

発行人：大鹿洪司

発行所：JAGAT 社団法人日本印刷技術協会

本社 = 〒166-8539 東京都杉並区和田1-29-11

TEL 03-3384-3115

西部支社 = 〒534-0027 大阪府大阪市都島区中野町4-4-2

TEL 06-6352-6845

<http://www.jagat.or.jp>

印刷所：株式会社平河工業社

禁無断転載