

**【解答例】**

データドリブン経営とは何かを明確にし（例：経営判断や業務改善などの意思決定を経験や勘ではなく客観的なデータに基づいて行う手法など）、AI 技術を用いることによる可能性について述べる（例：リアルタイムなデータ処理や高度な分析能力を基盤に、迅速かつ高精度な意思決定が可能など）。次に、このアプローチによって経営の場で見込まれる効果を具体的にまとめる（例：【業務効率化と生産性の向上】プロセスやコストの最適化、需要予測に基づく在庫管理、人手不足の解消、人件費削減、ルーチンワークの自動化、人的ミスの軽減、ボトルネックの可視化、【顧客ニーズの把握とサービスの改善】顧客満足度の向上、顧客ロイヤルティや顧客生涯価値の向上、パーソナライズされたマーケティング商品・サービスの提供など）。

**【出題の意図】**

経営情報学の観点から企業を取り巻く経営環境について理解し、事例を用いながら自分の考えを論理的に表現できるかを問う問題である。

### 【企業経営】

問：昨今の日本では原材料費の高騰によって、多くの商品やサービスの価格が上昇している。しかし大きく値上げをしても消費者に買い控えをされず、コンスタントに買い続けられている商品やサービスは多い。その例をひとつ挙げ、経営学の視点で論じなさい。

### <出題の意図>

物価高という日常的なニュースを、どれほど経営学的な側面で捉えられているかを問う（合格ライン）。また経済学的側面の「価格弾力性」にまで踏み込んでいるかを問い、経済経営学研究科の学生としての適性を見るものである。

### <回答例>

日本のディズニーランドは開園から考えると現在、入園料が約3倍に引き上げられ、また近年では変動価格制も導入された。しかし客足は衰えることなく、高い需要を維持し続けている。これはさまざまな体験価値の提供による、差別化戦略の成果であると考えられる。運営会社であるオリエンタルランド社はディズニーランド・シーに対して、継続的に新エリアやアトラクションへと投資を実施していることで、代替不能な唯一無二の世界観を構築している。結果、顧客のブランドロイヤルティを常に高め続けられており、経済学でいう「需要の価格弾力性が低下した状態」となっている。これにより、価格の上昇という状況が顧客の購買意欲を阻害しない、強固な収益構造を実現しているビジネスモデルでもあると言えよう。