

2025年 MMC 中小企業診断士

第2次試験合格対策

第二次試験事例Ⅱ

State examination 252

マーケティング・流通を中心とした
経営の戦略及び管理に関する事例

模範解答(速報版)

2025/11/3 現在

MMC

Master of management corporation

模範解答(速報版)

第1問(配点 15 点)

B社は、①顧客面で、アスリートが中心で本格的な施術を求む顧客や近郊運動部の学生・大学が増加傾向、②競合面で、保険診療を適用する接骨院や独自技術を持つ整体院の参入で競争激化、③自社面で、スタッフの高度な施術力や社長のコミュニケーション力がある一方、WEBサイトの未活用で販促力が不足し顧客が流出している。

第2問(配点 25 点)

B社は、①運動部の学生に対して、9時から18時を割安な料金設定、②本格的な施術を受けたい顧客に対して、18時から21時を高価帯の料金設定で空き時間解消と混雑緩和を狙うダイナミックプライシング制度を導入する。

第3問(配点 30 点)

B社は、コミュニケーション力やスポーツ競技別の専門性・施術力を活かし、①ケガに伴う心の痛みなどコンディショニングに関する情報、②競技特有のケガなど身体に関する情報を蓄積する。活用方法は、①心のしこりを揉みほぐす相談サービス、②競技別に合わせた身体ケアサービスの提供で愛顧を高め長期的関係性を構築する。

第4問(配点 30 点)

B社は、①テーピング知識やストレッチ方法などのセルフケア動画、②B社を利用している有名トップアスリートからのメッセージ動画、③強豪運動部の選手や監督のインタビュー動画を掲載し、部学生の新規開拓を図る。

