

中小企業の診断及び助言に関する実務の事例 II : 解答用紙

(マーケティング・流通を中心とした経営の戦略および管理に関する事例)

SWOTの視点で、事例文のヒントを活用しながら多面的に解答出来ています。

第1問 (配点 20点)

強みはZ社との取引実績にも言及できるとよかったです。

(S)

大手製薬メーカーZ社との取引実績やハーブの栽培から出荷までの一貫体制と商品力。

(W)

Z社との取引に依存し、経営リスクが高く新規取引先への販売量が少なく売上依存が高い。

(O)

消費者の健康志向を背景に拡大基調であるヘルスケア市場でヘルスケア商品の需要が増加。

機会は女性顧客を漏れなく指摘したいですね。

(T)

ヘルスケア市場の競争激化や主要取引先のブランド刷新によるハーブ製造中止の可能性。

ターゲットの指摘、事例文を活用できておりOKです。

第2問 (配点 30点)

B社は、①大都市圏在住の20歳代後半から50歳代女性のオンライン層を対象にする。②方向性は、Z社以外との新規取引先を開拓し、Z社への取引依存度を下げる、等で売上を分散させ構成比を変更し経営リスク低下を図る。

設問の「取引先企業を～」に着目ヘルスケアメーカーやOEM企業など取引先を解答できるとさらによかったです。

受験番号(楷書で丁寧にお書きください)	イニシャル
20215036	名 氏 (Y ・ N)

採点欄
60

第3問 (配点 30点)

(設問1) 製品・市場面での既存・新規区分の指摘、OKです。

5 B社は、①安眠効果のある新製品を、②自社オンラインサイトの新市場で販売する新製品新市場開拓戦略を採る。

ここでは一つの戦略を明確に指摘したいですね。

オンライン上のコミュニケーション施策を多面的に解答できていますね。

(設問2)

12 B社は、自社オンラインサイト上で、①ハーブの用途方法の紹介やハーブの効果効能等の商品情報を発信、②利用者の口コミ等の利用情報を収集し製品開発に反映させる、等で長期的関係性を構築し、顧客の関与を高める。

もう一步事例文を活用してB社らしく具体的に表現できるとさらにGoodです。

第4問 (配点 20点)

14 B社は、①生命力あふれるハーブ畑でのハーブ収穫体験、②ハーブを活用したおひたし等の試食会、③X島の祝いの善馬のX島イベントの参加、等のプログラムを行う事で顧客の受顧を高めB社とX島のファン化を図る。

B社とX島に関するイベントを多面的に上手く解答できていますね！事例文を活用できており、具体的で伝わりやすい解答です。

各設問の配点：第3問(設問1)は10点、(設問2)は20点として採点しています。

(株)MMC解答を添削基準としています。

他の解答も正答として考えられます。そのため本試験の採点結果と一致しないことが考えられますが、ご容赦下さい。

解答用紙の添削コメント等の著作権は(株)MMCに帰属します。許可無く一切の転用・転載を禁じます。