

2024年 MMC 中小企業診断士

第2次試験合格対策 Se242

第二次試験事例II

State examination 242

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

速報解答

MMC

Master of management corporation

模範解答

第1問(配点20点)

(S)

ファッション業界で培った3代目の企画力・センスや自社店舗による直接販売力がある。

(W)

×焼に関する情報発信力不足やホームページ等のオンラインによる販促力不足がある。

(O)

クリエイター志望者の増加やコロナ禍で家庭に関心を向ける若者や外国人の増加がある。

(T)

高齢化に伴う陶磁器の買い替え需要減少や安価な海外陶磁器の流入による競争激化がある

第2問(配点25点)

B社は、①地元デザイナーズホテルの使用食器を返礼品とするなど品揃えで観念価値を訴求、②×焼の魅力を活かす地元発酵調味料・陶磁器・郷土料理セットを使用した盛り付け体験教室で感覚価値を訴求しファンを増やす。

第3問(配点25点)

B社は、①様々な陶磁器へのニーズに対し陶磁器のサブスクリプション事業、②食器の収納スペース不足に対し保管サービス事業、③陶磁器を捨てられないというニーズに対し陶磁器の買い取り事業でニーズ充足を図る。

第4問(配点30点)

B社は、①店舗の顧客に対し、店舗のカフェメニューやECサイトで販売しているオリジナル×焼のチラシ配布や提案販売、②ECサイトの顧客に対し、解放感ある店舗空間や×焼の陶磁器祭りなどの情報発信を図るIMやHPの活用や×焼の使用方法などの情報収集を図る動画サイトの活用、で顧客関係性を強化する販売を行う。

