

State examination2021-2 流通

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)

受験番号(楷書で丁寧に書きください)	イニシャル
21213022	名 氏 (M・O)

採点欄
60

第1問 (配点 20 点) 少ない字数の問題ですが、端的に解答出来ています。
事例文のヒントを活用しながら、ポイント、押さえていますね。

① 強みは、地元産大豆を利用した開発力、フランチャイジーの販売力。

Y社との関係も指摘できると、なお良かったです。

② 弱みは サイト作りのノウハウ不足による Web 販売力不足である。

③ 機会は、リモートワークの浸透による自宅での食事にとだめる主婦層

④ 脅威は、新型コロナウイルス感染症まん延による人的接触の低下。

第2問 (配点 25 点)

B社は、自宅での食事にとだめる主婦層を対象に、①柚子豆腐など季節の変わり商品でHP拡充で商品情報を発信し、②手作り豆腐セット商品をつくり方のVTR掲載を行うことで、地元産大豆の魅力を全国に伝える。

ターゲット、ズバリ指摘できていますね。

Y社のノウハウやコラボにも言及できると完璧でした。

柚子豆腐など事例文の活用、Goodです。

第3問 (配点 30 点) フランチャイザーとフランチャイジーの役割を切り分けられていますね。

(a) 知識で解答してしまいがちなポイントですが、事例文を活用できています。

顧客リストを活用し ①季節の変わり商品等新商品情報のDM発送、②電話での予約サービス等の販促活動を行う。

18 品揃え、商品開発にも触れられるとさらにGoodでした。

(b) フランチャイジーは、①豆腐に合、た調味料や豆腐の積極的な商品説明、②次回の予約受付に販売に専念する。

第4問 (配点 25 点)

B社の商品戦略は、豆腐やおからを材料とする菓子類の新商品開発戦略である。コンビニ戦略は、①とだめりの材料や新商品情報を説明し、②顧客の好みや要望を収集すること、主婦層の顧客獲得を図る。

解答の型、読みやすくGoodです。

事例文からIMなども活用できるとよかったですね。

15

全般的に上手くまとめられています。

本番の緊張のなかで、思い通りの力を発揮できた部分とそうでない部分があったと思います。

その中でも、しっかりと伝わりやすい答案が意識できていますね。

まずは、これまで戦ってきたことを認めて、合格発表までしばし休んでください。

ぜひ、1/14に結果のご連絡をお待ちしております。

MMC講師 西

12

15