

平成21年度

「中小企業の診断及び助言に関する実務の事例Ⅱ」の出題の趣旨

第1問（配点20点）

B社の経営資源を分析し、B社が活かすことができるマーケティング戦略上の強みを整理し、これに基づく差別化戦略についての分析能力を問う問題である。

第2問（配点10点）

B社が需要拡大戦略を進めるにあたり、これから標的とすべき新規の顧客層を想定する分析能力を問う問題である。

第3問（配点40点）

（設問1）

B社が顧客拡大と顧客からのロイヤルティ（愛顧）を得るために、新規事業としてのサービス業を展開するにあたり、B社の持つ経営資源を分析し、採用すべき事業を導き出す能力を問う問題である。

（設問2）

立地が近接し、顧客が共通な2つの組織について、異なる経営資源を結びつけ、需要を創造していくために採用すべき共同事業を導き出す能力を問う問題である。

第4問（配点30点）

B社がマーケティングにおけるインターネットの効果を前提にして、地域内外の顧客とのコミュニケーションを図るために、どのような手法が考えられるかを問う問題である。

以上