

## 平成23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10点）

経営環境の変化の中で、Bメガネがこれまでに採用してきた競争戦略のパターンと内容について、専門店の戦略構築の基本的理解力と分析力を問う問題である。

#### 第2問（配点25点）

BメガネがMメガネ・チェーンに対抗するための新戦略について、戦略立案の構想力と分析力を問う問題である。

##### （設問1）

新戦略を立案する際の基礎となる市場細分化理論を理解し、Bメガネにとってふさわしいターゲットを提案する問題である。

##### （設問2）

これまでにBメガネが実施してきた戦略との整合性の観点から、新戦略のメリットとデメリットを問う問題である。

#### 第3問（配点20点）

Mメガネ・チェーンに対抗するためのBメガネの市場浸透戦略において、必要なプロモーション戦略を考え、Bメガネにとってふさわしいプロモーション・ミックスの提案を求めることによって、マーケティング・コミュニケーションの観点からの提案力を問う問題である。

#### 第4問（配点20点）

Bメガネにとって有効なサービス・リカバリー・システムの要件の指摘と、その内容の説明を求めることによって、専門店のサービス・マーケティングの基本的理解力と分析力を問う問題である。

#### 第5問（配点25点）

Bメガネが持続的競争優位性を確立するための、組織内部に向けてのマーケティングであるインターナル・マーケティング・ミックスの具体的な手段についての説明を求めることによって、インターナル・マーケティング戦略を立案するための構想力と提案力を問う問題である。

以上