

平成24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）

B社が水平的提携、垂直的提携を通じて採用することになったセグメンテーション戦略とセグメントごとのニーズに対応した製品戦略について、整理・分析する基礎的な能力を問う問題である。

第2問（配点30点）

（設問1）

B社と垂直的提携を行った酒販店Z社にとっての提携のメリットについて、分析する能力を問う問題である。

（設問2）

B社と水平的提携を行った大手酒造メーカーY社にとっての提携のメリットについて、分析する能力を問う問題である。

第3問（配点30点）

（設問1）

B社が地域社会との関係性強化のために行っているコーズリレーテッド・マーケティングの現状を、整理・分析する能力を問う問題である。

（設問2）

B社が試みているコーズリレーテッド・マーケティングが消費者の購買拡大に与える効果について、分析する能力を問う問題である。

第4問（配点30点）

B社社長が目指す、地域における企業ブランド強化の方向性に即した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